

基于文化记忆理论的广西瑶族“祝著节”非遗节庆 品牌设计策略研究

曹晶, 刘丹亚*, 周启, 师英格
广西师范大学, 广西 桂林 541000
DOI:10.61369/HASS.2025060041

摘 要 : 本文以文化记忆理论为框架,探究广西瑶族布努瑶“祝著节”非遗节庆的品牌化路径。首先概述祝著节的起源、地位及文化记忆理论;接着分析祝著节传承困境,即多元娱乐冲击致对青年吸引力衰减、品牌建设缺乏系统规划、文化元素碎片化同质化且存在跨族群符号混淆;随后提出品牌设计策略,以“民族性、延续性、叙事性”筛选文化符号建“记忆符号库”,锚定储存记忆从神话、服饰提取元素构建视觉符号,借AR技术等激活功能记忆实现符号现代化转译,再通过二者双向联动输出品牌。本研究旨在为祝著节文化与经济价值共生及少数民族非遗节庆转型提供参考。

关 键 词 : 文化记忆理论;祝著节;非遗节庆;品牌设计策略;符号转译

Research on the Design Strategy of Intangible Cultural Heritage Festival Brand of Guangxi Yao Nationality "Zhuzhu Festival" Based on Cultural Memory

Cao Jing, Liu Danya*, Zhou Qi, Shi Yingge
Guangxi Normal University, Guilin, Guangxi 541000

Abstract : This article explores the branding path of the non-heritage festival of "Zhuzhu Festival" of the Yao people in Guangxi in the framework of cultural memory theory. Firstly, the origin, status and cultural memory theory of Zhuzhu Festival are summarized. Secondly, the dilemma of the inheritance of Zhuzhu Festival is analyzed, that is, the decline of attraction to youth due to the impact of diversified entertainment, the lack of systematic planning for brand building, and the fragmentation homogeneity of cultural elements and the confusion of cross-ethnic symbols. Subsequently, the brand design strategy is proposed. With "nationality, continuity and narrativity", symbols are selected to build a "memory symbol database", and elements are extracted from myths and costumes to construct visual symbols. With the help of AR technology and other activation functions, function memory is realized, and then the brand is output through the interaction of the two. The purpose of this study is to provide reference for the co-evolution of cultural and economic of Zhuzhu Festival and the transformation of minority non-heritage festivals.

Keywords : cultural memory theory; Zhuzhu Festival; intangible cultural heritage festival; brand design strategy; symbolic translation

引言

少数民族节庆作为中华优秀传统文化的重要组成部分,承载着民族的文化记忆,凝聚着民族的集体意识,对铸牢中华民族共同体意识具有强大的内聚力作用^[1]。其依托独特的仪式传统、艺术表达与民俗实践,构建起族群身份认同的符号体系,成为民族文化传播与代际延续的核心场域。在数字技术革新与产业结构转型升级的双重驱动下,少数民族节庆资源的价值维度不断拓展,逐渐从单纯的文化传播载体,转化为区域特色经济发展的新型动能。作为兼具地域文化标识性与旅游产业开发潜力的复合型文化资本,少数民族节庆的品牌化建设成为实现文化传播与经济发展协同共生的重要路径。在此过程中,亟需引入文化记忆理论框架,系统梳理与提炼节庆中蕴含的神话故事、仪式符号与历史隐喻,强化其作为“文化文本”的深层意义与情感联结,从而塑造出兼具文化辨识度与市场竞争力的少数民族节庆品牌,实现文化价值与经济价值的双向增值。

基金项目: 本文系“广西教育科学‘十四五’规划2023年度专项课题《非遗活化·产教融合——广西高校设计专业创新创业教育服务区域经济发展研究》”(项目编号: 2023ZJY1836)的阶段性研究成果。

作者简介: 曹晶,女,广西师范大学设计学院硕士在读,研究方向:视觉传达设计;周启,女,广西师范大学设计学院硕士在读,研究方向:视觉传达设计;师英格,女,广西师范大学设计学院硕士在读,研究方向:视觉传达设计。

通信作者: 刘丹亚,女,博士,广西师范大学设计学院讲师,研究方向:动画与视觉文化、媒介女性形象。

一、布努瑶“祝著节”与文化记忆理论

（一）祝著节概述

祝著节又称“达努节”“廿九节”“瑶年”，是广西河池巴马、大化、都安等地区瑶族中的布努瑶同胞，为纪念创世始母“密洛陀”而举行的祭祀、祈平安、庆丰收为主题的民族节庆活动。其于2007年被列入广西壮族自治区非物质文化遗产保护名录，2021年被列入第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。

祝著节的由来传说版本众多，与布努瑶集体记忆中的神话故事和民间传说紧密相连，其中传播最广的是：密洛陀派她的三个女儿到凡间生活，长女最先起床到平原犁地成为汉族；次女第二个起床挑了一担书去上学成为了壮族；三女拿了小米到山上开荒播种，为了保护粮食，密洛陀便送给她一面铜鼓，当鸟兽来糟蹋粮食时便把铜鼓敲响，于是三女儿就在山里安居乐业成为了布努瑶。为感谢始祖密洛陀的恩德，布努瑶便把她的生日定为达努节^[2]。

其他布努瑶地区有不同祝著节传说，笔者2025年参加巴马瑶族自治县祝著节时，采访自治区级传承人瑶鹰老师，了解到当地盛传的版本为：农历五月二十四，创世女神密洛陀率九位大神为护族群迎敌，经四天四夜奋战大捷，于五月二十九日得胜之师凯旋。布努瑶遂于农历五月二十四至二十九日，以自酿糯米酒、猪羊头、熟鸡蛋及五色糯米饭为供品，祭拜密洛陀与九位大神，期间众人齐唱《密洛陀古歌》《笑酒歌》，还通过敲铜鼓、歌舞、斗画眉、打陀螺等活动，铭记功绩、欢庆胜利并祈愿。



图1：左一为笔者、右一为祝著节非遗传承人瑶鹰

基于对多个版本的神话传说与《密洛陀古歌》文本的系统考辨，可推断出祝著节节庆的历史渊源可追溯至布努瑶先民对创世女神密洛陀的信仰崇拜，并由此衍生的祭祀、祈祷的民族节庆仪式。

（二）文化记忆理论概述

1925年法国社会学家莫里斯·哈布瓦赫提出“集体记忆”，他认为记忆是一种集体社会行为，是在社会框架中进行的，人是在社会中获得记忆的，只有在与他人进行交往时，记忆才会产生。并指出集体记忆并不是个体记忆的简单相加，是群体通过社会互动建构的共享往事，依托家庭、宗教、信仰、仪式等社会框架得以存续与传承。20世纪80年代扬·阿斯曼在哈布瓦赫的“集体记忆”基础上进一步将集体记忆划分为“交际记忆”和“文化记忆”，形成更细致的理论分层，并进一步定义了“交际记忆”，

认为交际记忆是短期记忆，表达个体生平框架内的历史经验，通过器官记忆和直接记忆进行编码和存储，与之相对的“文化记忆”则是长期记忆，是通过具体的图画、舞蹈、文字和仪式等进行存储的，具有高度完成性的、被创建性的、庆典仪式型的记忆^[3]。

同时阿莱达·阿斯曼在《回忆空间：文化记忆的形式和变迁》中根据文化记忆理论中记忆的不同功能将“文化记忆”为存储记忆和功能记忆，丰富了记忆的运作动态机制^[4]。存储记忆侧重于记忆的存储和保存方面，涉及到将文化知识、历史信息等以各种形式存储下来，以便后人能够获取和传承。功能记忆则是当下社会活跃使用的记忆，强调记忆在社会和文化中的实际功能和作用，它与社会的规范、价值、认同等方面紧密相关，通过各种文化实践和社会机制来发挥作用，以维持社会的稳定和延续。两者共同构成了文化记忆系统的一体两面，既确保了文化的延续性，又赋予了其在当下的实际意义。

文化记忆以“记忆、文化、群体”作为方式、主体和对象，参照时代框架展开对传统文化的重构与书写，通过强化记忆、突显符号、增进认同等主观参与和主动作为而成为民族文化符号传承的典型方式和显著载体，最终使民族文化主体得以传承与发扬。

二、文化记忆视角下“祝著节”节庆传承困境分析

祝著节作为布努瑶融合信仰、神话与习俗的活态文化载体，当前面临双重存续挑战：一是网络时代多元娱乐冲击，传统祭祀表演对青年吸引力衰减；另一方面，笔者在2025年6月巴马祝著节的调研中发现，当地虽已萌发祝著节品牌意识，但品牌建设缺乏系统规划、文化元素挪用呈现碎片化与同质化特征，且存在跨族群符号混淆，甚至融入壮族文化元素，如图二。基础图案的生硬置换导致品牌设计丧失布努瑶族的民族特征与文化内涵的混乱。这种内外交织的困境，不仅削弱了祝著节品牌的市场辨识度，阻碍其文化记忆的当代传承与 Modernity 转型，更导致青年群体认同疏离、非本族群受众认知浅表化，进一步加剧了文化传承断层与记忆断裂的风险。



图2：左祝著节工作人员服饰、右节庆宣传旗

三、文化记忆视角下祝著节品牌设计策略

“一个民族一台戏，唱支山歌把酒敬。你年我节轮番来，不报名字分不清”，文化识别、叙事方式、生活方式等的趋同性致使布努瑶祝著节品牌活力不足，难以实现真正意义上的发展。因此，基于“交际记忆”与“文化记忆”理论，解析祝著节在布努瑶族群记忆中的象征内涵，为后续以明确布努瑶族身份识别并强化其文化认同地设计

实践指明方向。同时结合未来传播趋势转译祝著节的文化符号，锚定“储存记忆”构建视觉符号，激活“功能记忆”实现节庆符号现代化转译，二者双向联动搭建祝著节品牌设计策略（见图3）。

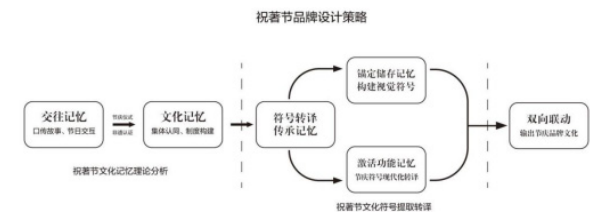


图3：祝著节品牌设计策略

（一）布努瑶“祝著节”与文化记忆承载的形式

1. 文化记忆与祝著节

祝著节是布努瑶集体记忆建构的重要载体，其形成与传承源于布努瑶在不同历史时期，在面对生存挑战与精神寄托需求时，寻求密洛陀庇佑的共同愿望。密洛陀神话史诗借祝著节仪式、歌舞口传身授，是集体记忆核心与维系族群认同的精神纽带，随时间推移，祝著节中关于密洛陀神话的集体记忆，经仪式制度化、符号经典化等演变为扬·阿斯曼所说的“文化记忆”，依托编码符号系统、规范仪式流程等长期保存。如东兰三弄乡祝著节，道公吟唱的古瑶语祭词需严格遵循《密洛陀古歌》叙事逻辑，这是文化记忆的重要标志。这种制度性建构使密洛陀神话从“口传历史”升华为“文化经典”，其承载的族群起源叙事被赋予了更广泛的社会认同价值。从文化记忆的视角来看，祝著节可以视为文化记忆，具有文化性和长期性，但是更多得为单纯性储存性记忆，唯有将单纯的存储性记忆转化为与仪式及社会生活密切相关的功能性记忆，才能更有效地促进非遗的传承与文化的延续^[5]。

2. 祝著节与功能记忆

在祝著节传承过程中，人们在学习其相关的历史文化知识时，这种记忆多以守旧的文献资料的形式存在，属于“存储记忆”。然而，非遗传承更关注于将人们对非遗的记忆转化为一种能够联结过去、当下与未来。文化记忆的深层激活需进一步突破“存储记忆”的静态局限，这类记忆以文献、文物等形式存在，虽具历史价值，却难以直接参与当代社会生活。唯有转化为“功能记忆”，即器物、民俗、传说中蕴含的民族文化与现实互动及社会需求深度结合，才能实现传承的可持续性。

（二）祝著节文化品牌符号转译对策

1. 祝著节文化符号转译

符号象征在转译中的选择和表达不仅关乎视觉效果呈现，

更关乎文化记忆中符号意义的重新解读和诠释^[6]。前期根据笔者的实地调研、期刊论文查阅确立祝著节文化符号的符号筛选原则为“民族性、延续性、叙事性”（见图4），选定布努瑶服饰、铜鼓舞、密洛陀传说、与仪式器物形成祝著节“记忆符号库”；最后通过存储记忆视觉化、功能记忆现代化的转译路径，从而对祝著节文化符号做出设计转译实践，二者双向联动搭建祝著节品牌设计策略。

首先，明确祝著节的品牌定位是转译的基础。基于密洛陀创世神话与祈福纳祥的节日内核，可以此定位为导向，提炼出“传承、祈福”两大品牌关键词，构建品牌故事框架——从密洛陀开天辟地的传说，到布努瑶世代守护的仪式传统，再到现代社会中传递美好愿景的精神价值，形成完整的品牌叙事逻辑。

祝著节是布努瑶文化记忆核心载体，其文化内核围绕创世女神密洛陀神话，历史起源有“诞辰说”“胜利说”等，均体现对密洛陀的信仰，衍生祭祀感恩、祈丰收求健康等祈愿。祭祀中铜鼓地位重要，据《密洛陀古歌》记载其为“赋万物声音的器具”，且始终存在于布努瑶记忆中；仪式歌舞里，族人穿民族服饰唱《密洛陀》古歌，服饰是彰显民族身份的核心视觉元素。

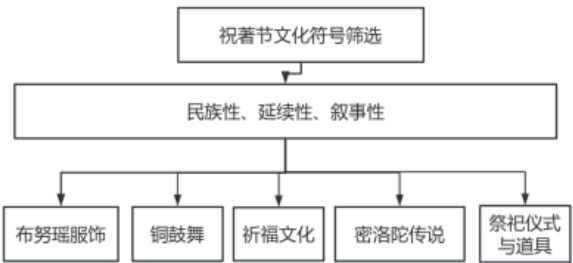


图4：祝著节文化符号筛选

2. 锚定储存记忆构建视觉符号

祝著节作为布努瑶文化的活态传承载体，其储存记忆中沉淀着千年的神话传说、仪式传统与物质文化，这些珍贵资源为视觉符号构建提供了丰沃土壤。在锚定祝著节储存记忆构建视觉符号时，需聚焦密洛陀神话叙事的核心内容、布努瑶服饰、祭祀时的铜鼓等承载族群历史与信仰的文化符号^[7]。

（1）从神话叙事中提取品牌形象

品牌形象有助于传递品牌文化，提升品牌辨识度，通过多元化的形象与用户之间建立情感上的潜在联系^[8]。祝著节的文化内核根植于密洛陀神话叙事，其创世、征战等母题蕴含丰富视觉符号资源。基于布努瑶“创世母神”密洛陀原型构建的品牌形象，以实现神话意象的现代转译：以抽象女性轮廓为基底，头部放射状线条呼应“造日月”传说；面部低眉垂目的怜爱神态，既强化创世母亲的人格属性，又传递守护与孕育的母神特质。祝著节品牌形象通过视觉符号的系统性重构，使密洛陀神话从口头叙事转化为可感知的文化载体，既坚守传统根脉，又以现代设计语言消解文化隔阂，成为祝著节品牌认同的核心视觉锚点。

（2）解构传统服饰纹样

布努瑶传统服饰是记忆的直观载体，独特纹样承载族人对美好生活的向往与对自然的认知。如“哈西”刺绣的菱形纹（寓意

天地四方融合)、回纹(象征生生不息),构建视觉符号时可解构重组这些纹样,保留基本特征并以现代设计转化为简洁时尚的图案单元,作为品牌系统中的辅助图形应用于节庆展示物料以及文创包装如密洛陀 IP 形象的盲盒包装以及节庆现场的周边商品包装。但笔者实地调研发现,当前节庆物料与商品包装仅本能运用纹样,未形成品牌系统效应。



图5: 节庆周边产品

锚定储存记忆构建祝著节视觉符号,是对布努瑶文化的深度挖掘与创造性转化。从神话叙事、传统服饰等中提取视觉元素,形成独特的民族视觉符号体系,为后续激活功能记忆提供视觉载体。

3. 激活功能记忆符号现代化转译

祝著节的功能记忆符号源于布努瑶节庆中的祭祀、歌舞等集体实践,既是文化载体,也是激活功能记忆的“活态符号”。在现代化语境下,需创新转译这些符号,突破传统边界,实现与当代生活的深度融合。

在数字技术层面,可对祝著节祭祀仪式、铜鼓舞等动态功能

记忆符号数字化转译。如铜鼓舞,可利用 AR 技术,通过动作捕捉与三维建模,将传统鼓点舞步转化为手机游戏交互动作,让用户在娱乐中感受布努瑶身体记忆,实现族群存储记忆到身体实践记忆的转化。此外,还可基于密洛陀形象推出“密洛陀 AR 记忆地图”,用户扫描寨门、铜鼓等实体标志物,能触发神话动画、匠人访谈等内容,由密洛陀三维形象讲解相关历史文化,借场景游览叙事引导观者亲历仪式全过程,使文化内涵在互动中内化为知识。数字技术介入储存记忆,让祝著节功能记忆符号突破时空限制,从特定族群文化实践转为具广泛传播力的文化资源,既延续功能记忆文化内核,又赋予其现代生命力,助力布努瑶文化实现创造性传承与创新性发展。

4. 双向联动输出祝著节文化品牌

祝著节文化传承与创新,需以储存记忆为根基、功能记忆为驱动实现双向联动:一方面锚定储存记忆,将密洛陀神话、仪式道具、铜鼓纹样等转化为视觉符号,构建文化标识;另一方面借沉浸式体验、数字技术等现代设计,结合前述品牌形象推动节庆符号现代化转译,吸引年轻受众、激活功能记忆。最终形成品牌视觉牵动文化显现的输出模式,助力祝著节文化品牌塑造,实现布努瑶民族文化现代创新性转化。

四、结语

本研究基于文化记忆理论,探讨广西瑶族“祝著节”非遗节庆品牌化路径。祝著节作为布努瑶文化记忆核心载体,在城镇化与数字文化冲击下,面临传承断裂、品牌建构同质化等问题。通过文化记忆理论的“交往记忆”与“文化记忆”两方面对祝著节进行文化剖析,继而锚定祝著节的“储存记忆”构建视觉符号、激活祝著节的“功能记忆”实现符号现代化转译并双向联动,强化文化记忆传承,助力祝著节文化与经济价值共生,为少数民族非遗节庆转型提供参考。

参考文献

- [1] 陈立萍. 文化记忆理论视域下的民族品牌可持续发展——以景宁“中国畲乡”为例[J]. 创意与设计, 2024, (05): 89-95.
- [2] 巴马瑶族自治县县志编纂委员会. 巴马瑶族自治县志[M]. 南宁: 广西人民出版社, 2003.
- [3] 中国社会科学网. 从记忆到文化记忆——一种跨学科的文化阐释范式[EB/OL]. 2024-06-18[2025-07-01]. https://www.cssn.cn/skgz/bwyc/202406/t20240618_5759364.shtml.
- [4] [德]阿莱达·阿斯曼, 回忆空间: 文化记忆的形式和变迁[M]. 潘璐译, 北京: 北京大学出版社, 2016.
- [5] 陈佳佳. 文化记忆理论视角下的非遗传承与地域文化协同发展——以温州洞头贝雕为例[J]. 上海文化, 2024(8): 83-91.
- [6] 潘丽文. 短视频中的文化记忆建构: 符号象征、叙事策略与主体互动[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2024, 41(5): 141-150.
- [7] 张声震: 《密洛陀古歌》, 南宁: 广西民族出版社, 2002年版, 第923页.
- [8] 吴萍, 郭怡瑛, 鲍宗亮, 等. 基于智能语义分析的乡村非遗品牌设计策略实践研究[J]. 包装工程, 2024, 45(12): 260-272.