

基于“四季变化”视角下西安寺庙建筑文创产品开发研究

卢雯 1 魏舒乐 2

西安培华学院 建筑与艺术设计学院 710125

摘要: 引导新生力量积极正面的对待传统文化, 传承并创新传统文化。本文将寺庙历史文化进行文创表达方式, 提取寺庙文化元素, 根据历史朝代、季节特色和本地人对其评价等方面, 将其放在了一个具有创新性与当代性的文化艺术平台上, 以达到传承的同时将其传广、发扬的目的。

关键词: 寺庙建筑; 文创产品; 旅游开发; 文化元素

Research on the development of temple architecture in Xi'an from the perspective of "Four Seasons Change"

Lu Wendi, Wei Shule

Xi'an Peihua University 710125

Abstract: To guide the new force positive treatment of traditional culture, it is necessary to inherit and innovate traditional culture and culture. This paper will temple culture expression, extract temple culture elements, according to the historical dynasties, seasonal characteristics and local evaluation, etc., put it in an innovative and contemporary culture and art platform, to achieve the purpose of inheriting its spread and develop.

Key words: temple architecture; cultural and creative products; tourism development; cultural elements

1. 绪论

伴随着旅游行业的繁荣发展, 旅游文创设计在如今社会的市场中被寄予非同小可的文化价值, 人们对于文化设计消费的需求与日俱增, 随之而来的是人们在旅游中的消费模式与思想高度也发生巨大变化。文创旅游视觉形象的建立, 突破文字、地域、语言的局限性, 让信息本身得到更直观的传递, 有助于吸引中外游客。西安是陕西省的省会和十三朝古都, 文化历史悠久, 文化遗存丰富。近年来, 西安成为全国热门旅游目的地, 其旅游业发展快速, 具有极大的旅游文创产品发展优势。随着时代文化发展, 快餐文化盛行, 城市传统文化陷入危机状态。将传承陕西优秀传统文化, 与创新的文创表达方式相结合, 就是深入挖掘传统文化元素、弘扬陕西优秀传统文化的过程。从建筑学专业角度展示西安城市的独特魅力, 基于已有寺庙建筑的相关文化研究和文化创意设计现状, 通过理论和实践的分析, 将本土寺庙建筑文化和多元的文化创意设计相结合, 把西安城市的文化精神与内涵物化为具有识别性和传播性的文化符号, 设计出既符合现代审美又能体现本土文化内涵的创意产品, 来展示和传播西安城市文化精神与内涵, 增强自身的城市文化力量。

2. 西安旅游文创产品发展中存在的问题

2.1 创新类型不足, 同质化程度高

中国作为一个文化大国, 文创产品的全面发展对弘扬我国的传统历史文化起到传播、继承的作用。与此同时, 文创产品也面临着诸多问题有待解决。例如, 市场同质化严重, 创新点不足等问题, 以上种种不足迫切需要解决。地域性建筑文创产品, 是针对某个地域的代表建筑进行的文化产品的设计, 主要目的是对地域的优秀建筑起到宣传作用, 让大众熟知的同时带动当地经济的增长。经过提取当地建筑元素与其特色形成一个记忆点, 经提炼、发展和升华, 最终设计文创产品。因此文创产品不仅具有创意性, 而且还对当地的地域文化起到传播的作用。

西安旅游市场的文创多以普遍旅游地系列为主, 如“昭陵六骏”系列、“陕西历史博物馆文物”系列、“唐妞”系列、“兵马俑”系列等, 且文创产品具有较高的相似度。通过调研发现, 西安文创产品主要涉及办公学习、日常生活、旅游时尚等领域, 最为常见的文

创产品便是冰箱贴、钥匙扣、金属书签、小挂饰、手账胶带、玩偶公仔等。

虽然西安文创产品种类繁多, 但是这些文创产品具有较强的相似性, 极易造成消费者审美疲劳与选择困难, 在一定程度上会降低消费者的购买欲望。对于生产主体而言, 文创产品同质化程度高必然会引起更激烈的市场竞争, 进而增加西安旅游文创生产主体的经济负担, 也不利于产品的长久发展。

2.2 元素挖掘不足, 集中性程度高

目前国内文创产品面临的主要问题是文创特色集中性程度高。对于未来形成创意产业还需要加强培养, 首先要建设一批具有文创特色, 突出优势的创意产业示范基地, 打造较为完善阶段, 西安旅游文创产品缺乏创意, 不利于西安旅游市场的可持续发展。

调研发现西安旅游文创市场上的文创产品数量多, 市场潜力较大, 但产品缺乏知名度。以西安博物院的“唐小西”系列为例, 只有在前往西安博物院参观时, 消费者才会知道唐小西是西安博物院的官方卡通形象, 但在日常生活中很少有认识这位唐朝小胖妞的机会。

随着旅游业发展, 文创设计在如今社会的市场越来越多越来越丰富, 西安这座城市也是历史悠久文物遗迹众多, 但主要的旅游发展主要在大雁塔, 兵马俑, 陕西历史博物馆等, 但其实大多小众的寺庙遗址对于外界并不声名鹊起而且市面上关于寺庙的旅游文创也是十分稀缺。在知网检索, 以建筑文创产品为主题词, 共有论文633篇, 以西安建筑、文创产品发为关键词, 然后仅有八篇在缩小范围, 寺庙建筑, 文创产品几乎没有, 所以目的是在于研究此方面, 去弥补市场上的空缺。

3. 西安寺庙文创产品的文化元素提取

3.1 大兴善寺

大兴善寺位于西安市雁塔区兴善寺西街, 廓落方正, 南北长330m, 东西宽219m, 是目前西安市占地面积最大的寺庙, 同时也是西安现存历史最悠久的佛寺之一。大兴善寺位居城市中心, 有着便利的交通环境, 充分发挥有力的资源条件, 挖掘深厚的人文价值和历史价值, 对促进西安市文旅事业的不断发展有着重要的积极意义。

3.2 青龙寺

青龙寺,隋唐长安著名佛寺,位于新昌坊东南隅在如今西安铁炉庙村北高地处。隋开皇二年(582),“文帝移都,徙掘城中陵墓,葬之郊野,因置此寺,故以灵感为名”。唐武德四年(621)废,龙朔二年,复立为“观音寺”。唐睿宗景云二年(711)改称青龙寺。青龙寺作为隋大兴唐长安城遗址的一部分,是西安市主城区内进行考古发掘的唐代佛寺遗址之一,同时以该遗址为核心建立遗址公园。它在地理位置上与大雁塔、曲江池相近,构成稳固的唐文化三角区,与城内其他唐代遗址、遗迹共同构成西安市唐代历史的见证物。

青龙寺遗址拥有千余株樱花,包括“八重红枝垂”“御衣皇”“杨贵妃”等珍贵品种,使得青龙寺成为西安市内一处赏樱胜地。遗址公园内的园林景观以樱花和牡丹为主,二者交相辉映,每年阳春三月樱花与牡丹渐次盛开,共同构成美丽的花海,景色美不胜收。每年也会举办“樱花(牡丹)观赏节”,观赏节期间,一个月游览人数可达70万之多。通过发挥自身文化旅游的资源优势,带动区内文旅事业进一步繁荣发展。

3.3 观音禅寺

观音禅寺,约建于唐初,离西安30公里。位于终南山麓,在沣峪和高冠峪之间,风景秀丽。周围佛教胜迹众多,西有佛教著名的三论宗祖庭草堂寺,东有律宗祖庭净业寺和丰德寺。背靠禅岭顶,南通观音山,乃旧时通往观音山第一座寺院。观音禅寺因背靠南山,庭院开阔、视野疏旷而更具山林田园气息。陶渊明的诗:“采菊东篱下,悠然见南山”脱口而出。中国的佛寺、道观,其建筑原则与平面布局,大多就像传统的宫殿建筑一样,只是规模较小一些罢了,并且在装饰及室内摆设上,各自带着自己的宗教色彩而已。寺院的那种神圣和庄严,是因为通过建筑的基本元素,在一块面积不大的区域里,营造了一种宁静氛围,让你感受到了自己的内心世界。

而终南山古观音禅寺内有一颗千年银杏,有1400多年历史,据传该树是当年唐太宗李世民亲手栽种,已被国家列为古树名木保护名录。每年十月下旬倒十一月中旬这株1400余年树龄的银杏树叶都会落得满地金黄,绚烂至极。伴着寺内缕缕青烟,存迹在山野间。

3.4 广仁寺

在西安城墙的西北角,紧挨着玉祥门,有一座赫赫有名的皇家寺庙—广仁寺。广仁寺始建于1703年,由康熙皇帝下旨敕建,希望以宗教文化加强汉满藏民族之间的关系。建成后,是西北和康藏一带大喇嘛活佛进京路过陕西的行宫。它也是陕西唯一一座格鲁派藏传佛教寺院。广仁寺又名喇嘛寺,西安人俗称喇嘛庙。寺院门前有两根高大的经幢,八座汉白玉佛塔分列两侧。李惠文居士告诉我们,这正是藏传佛教的标志。

广仁寺外墙是西安著名的红墙,很多人都会驻足于此进行拍照,夏天还有樱花树开满枝头,秋有落叶探出墙外。彩旗覆盖了金顶的寺院其中经幡、白塔、造像等等又有别于汉式寺庙。广仁寺还有一个特点,不同于其它皇家寺院华丽恢弘,呈现适宜的人居风格。

4. 西安旅游文创产品的深化策略

4.1 产品类型的多元化

每个城市都有它独特的文化,如何让城市的文化得到有效的扩展和影响力,其中文创产品具有很大的魅力。文创产品是源于文化主题、经由创意转化、具备市场价值的产品。时代变迁,历史的文

化不能和当下的时代感融合,文化就会成为一个古董,让人失去对它的关注兴趣。而我们可以将建筑寺庙文化元素提取记忆点进行多元化创新。第一,四个寺庙建筑与植物相结合以木刻(激光雕刻机)和金属吊坠的书签;第二,四个寺庙出文创图可印在台灯,钥匙扣,日历等,寺庙建筑特点也可手绘作为手机支架,扇面等;第三,三个寺庙的植物可以特定季节赠送植物标本或装饰画进行传承;第四,四个寺庙建筑与植物相结合通过激光雕刻机作成品,制作成为钥匙扣、摆件等文创产品。

4.2 产品类型的创新化

基于西安寺庙遗址文化的旅游文创产品设计是对寺庙遗址文化元素生动形象与丰富意义的转化应用,元素的意义是根据整个寺庙遗址文化的系统而定,是约定俗成的文化所赋予的。因此设计者需要对有关西安寺庙建筑的资料进行广泛的收集和整理,对可利用西安寺庙遗址文化资源进行深入的挖掘,以提取出设计元素。元素的提取不是单纯的提取文化元素的本身表象,更要提取文化元素深层的意义内涵接下来根据案例分析如何对西安寺庙遗址文化元素进行提取。

寺庙建筑遗址文化的文创图表达,在传承的基础上创新,赋予绘画更厚重的内涵与价值,同时使历史文化得以继承与传扬。深入挖掘并探究寺庙建筑遗址中的独特点,从而达到不令文化蒙尘、并确实将文化中的瑰宝传承并发扬推广的效果让人们形成记忆点;寺庙建筑遗址,能在绘画表达的形式下,充分与当代审美潮流相结合;寺庙建筑遗址根基牢固、内涵丰富、瑰丽多姿,在绘画的表达方式下,既准确的保留并传达文化的内涵与本质,又出色的以绘画对事物进行叙述并发展各寺庙旅游业。文创图形成后如何与文创产品相结合,形成人们喜闻乐见的产品并可以形成经济效益。

5. 结论

文创产品要想拥有市场竞争力,必须要有自身的特点和品牌的文化底蕴。在当前的市场状态下,人们普遍希望文创产品可以在形式上多做创新,不要仅趋于表面,真正做到文化与创意的结合,传统与现代的结合。建筑是凝固的历史与文化,产品设计可以展现出具有时代性、时尚性、新颖性、文化性的产品。让人们感受中华优秀文化的博大精深、聪颖智慧、意境美感。创新设计可以使得新旧文化交融,吸引年轻人目光的同时也使更多小众的寺庙建筑遗址和城市得以宣传。

参考文献:

[1]吴铁.地域文化与西安旅游文创产品开发路径探讨[J].艺术科技,2018,31(03):8-9.

[2]魏舒乐.西安大遗址保护与丝路城市发展研究[J].智库时代,2017(08):63-64.

[3]张鑫.基于价值链视角的陕西历史博物馆文创产品开发研究[D].西安建筑科技大学,2017.

作者简介:

卢雯获,女,2002.02,陕西省西安市,西安培华学院,研究方向:建筑设计

魏舒乐,女,1990.08,陕西省西安市,研究生,西安培华学院,讲师,研究方向:建筑设计及其理论

基金项目:本文为“2022年陕西省大学生创新创业训练计划项目:基于“四季变化”视角下西安寺庙建筑文创产品开发研究”项目阶段性成果,项目编号:s202211400018。