

二十四节气在文创产品设计中的传承与创新

张丽娟

(天津工业大学 天津)

摘要: 中国传统文化有着悠久的历史和丰富的内涵, 具有独特的形式美与吸引力。随着时代的变化与发展, 传统文化与产品设计产生了新的碰撞, 本文通过对二十四节气文化丰富内涵的探讨及在文创产品中创意路径的研究, 进一步实现二十四节气文化在现代生活中艺术性、实用性的传承与创新。

关键词: 二十四节气; 文创产品; 创新性; 传承

Inheritance and innovation of the 24 Solar Terms in the design of cultural and creative products

Zhang Lijuan

(Tianjin Polytechnic University, Tianjin)

Abstract: Chinese traditional culture has a long history and rich connotation, with unique formal beauty and attraction. With the change and development of The Times, traditional culture and product design have a new collision. Through the discussion of the rich connotation of the 24 solar terms culture and the research of creative paths in cultural and creative products, this paper further realizes the inheritance and innovation of artistic and practical aspects of the 24 solar Terms culture in modern life.

Key words: the 24 Solar Terms; Cultural and creative products; Innovative; inheritance

二十四节气文化的形成与发展经历了一个漫长而曲折的过程, 它是我国历法的独创, 也是我国古代科学文化的重要辉煌成就之一。它是我国古代劳动人民根据农业生产以及一系列社会实践而得出的智慧结晶, 蕴含着中华民族悠久的历史, 是我国传统民族文化的瑰宝。在新时代文创设计快速发展的背景下, 将二十四节气文化融入到文创产品设计中, 可以更好地保护、传承及发展这项伟大的文明, 推动二十四节气走上全新的发展道路, 进一步实现中国传统文化的传播与发展。

一、二十四节气文化概述

(一) 二十四节气文化的由来与内涵

“春雨惊春清谷天, 夏满芒夏暑相连。秋处露秋寒霜降, 冬雪雪冬小大寒。”二十四节气最早开始于黄河流域, 是一种于上古时期用来帮助指导农业生产的历法, 它反映了时候、气候、物候的三候天气变化。由于一年中气候冷热变化对于农业生产有着极其重要的作用, 所以先民们为了生产需要, 早在春秋时代就已经开始有意于区分春季、夏季、秋季、冬季四个时节。为了深入了解每个季节所体现出的不同气候的特点与变化, 古代天文学家研究出了“土圭”天文测影法来观察气象, 即正午时分在地平面上立一根杆子, 通过观察太阳照到杆子上出现的影长来划分节气, 一年中影长最短的就是夏至, 影长最长的为冬至, 其他相对不长不短的便称为春分和秋分, 以此为依据确立了四个节气。即昼夜平分的这天为春分, 白昼最长的这天为夏至, 无极昼极夜的这天为秋分, 白昼时间最短的这天为冬至。按照一年之间太阳在黄道上的位置变更以及其形成的地面气象演化次序, 把一整年作为一个单位进行平均划分, 最终形成二十四等份, 二十四节气便由此诞生。

二十四节气除了划分时间与气候外, 更值得探讨的是其具有一种象征性的意义, 即“时”。由于古代人民经历了非常严峻的自然环境, 便十分敬畏自然, 努力追求人与自然和谐共处, 讲究天人合一。如《内经》中所言“人的生理和病理现象都会受到气候条件的影响, 因而养生、防病、治病都应当因时制宜”。因此, 在中国古代, 人们十分重视顺应天时, 不管是农业生产, 还是举行仪式、治病养生等, 都与“时”息息相关。

(二) 二十四节气文化的现实意义

在国际气象界里被誉为“中国的第五大发明”的二十四节气起源于中国古代农业文明, 拥有着非常丰富的文化内涵, 早在古代就跨出国门走向了世界, 并结合其他国家的实际情况与民族文化一直沿用到现代, 具有十分重要的现实意义。首先, 二十四节气可以为

现代农业生产提供借鉴。现代化社会的飞速发展使农林业出现许多问题, 尤其在生态环境恶化的今天, 更应该依据二十四节气中的顺应天时以及天人合一的哲学思想, 达到遵循人与自然的和谐相处, 认真经营好人与自然的关系; 其次, 二十四节气可以为现代人类生活提供方便。《西汉·黄帝内经·素问·四气调神大论篇》中曾提到“圣人春夏养阳, 秋冬养阴”, 即春夏为阳令, 人喜寒凉之物, 应注意保暖, 并适当避免潮湿。秋冬为阴令, 此时人喜辛辣应避免焦躁, 进食应该选取温和的食材。在信息化高速发展的今天人们仍然可以根据二十四节气的规律性来安排自己的养生、娱乐、饮食等一系列生产生活活动。

2016年, 二十四节气被作为人类非物质文化遗产列入了联合国教科文组织, 受到了国内外人们的广泛关注。二十四节气的申遗成功, 意味着这项古老的文明不仅可以指导古代农耕, 也对传统文化在现代文明发展史上的保护与传播起到了非常重要的作用。如今对于二十四节气最好的保护, 就是为其创造符合新时代的文化特征, 设计出既融入传统文化精髓又符合现代社会需求的产品, 使其能够更好地传承与发展。

二、文创产品设计分析

(一) 文创产品设计的定义

随着经济与科技的高速发展, 许多传统文化及民俗观念逐渐被大众所遗忘。而文创产品正是以文化为基本特征, 结合当代科技、产品以及传播方式来向大众传播一种新概念与新思想的产物, 它是文化为核心, 通过新的产品设计诸如旅游产品、纪念品形式将其文化内涵呈现出来的一个动态过程。文创产品与其他产品的最大不同之处就在于其独特的文化性, 它可以通过对文化的理解、开发和运用, 进行多方面、多角度信息的整合, 从而创造出带有附加价值的产品。通过文创产品设计实现文化创意的产品化, 将文化进行传承、创造和升级, 使其符合当代审美需求和社会经济发展趋势的需要。

(二) 文创产品设计的特点

近年来, 国家大力提倡文化多样性, 不断发扬发展传统文化, 在这样的大背景下, 符合时代发展要求的文创产品层出不穷, 出现参差不齐的发展现状。文创产品绝不仅仅等同于单纯的在普通产品中植入文化信息, 优秀的文创产品应该是使人一见钟情, 而后又能过目不忘的, 能够将人带入到特定的场景中, 并使人深深沉浸在当时的文化场景与氛围中的。

首先, 文创产品要体现文化性。文化属性是文创产品区别于其

他普通产品最显著的特征,好的文创产品设计不仅能够充分展现出其丰富的文化内涵,还能够帮助大众回顾历史、回顾传统。将纪念性的意义赋予到产品上可以唤醒人们的某种记忆,传承其精神韵味,满足人们日益增长的精神文化需求。

其次,文创产品要体现趣味性。随着当代教育水平的逐渐提高以及网络信息的迅速发展,人们的思维方式日渐活跃,知识脉络也日趋丰富,所以在设计文创产品时,要通过不同的设计手法以及设计手段增加其创意性和趣味性,使人与产品之间产生更多互动,这样才能吸引大众的眼球,进而在市场上占据优势。

再次,文创产品要体现情感性。在如今的消费时代,“情感购买”逐渐成为消费的主流,即人们会根据产品所传递出来的情感以及特定故事情怀来进行感性消费。在这样的消费背景下,人们购买产品不单单是使用,有时候更是一种情感交流以及精神寄托,所以在设计文创产品时,应该充分挖掘文化背后所蕴含的故事情节、情怀传递、生活方式等,将情感化贯穿在文创产品设计中,更能够符合当代社会消费的发展趋势。

最后,文创产品要体现多样性。如果想传承多样性的传统文化,那么我们表现的形式同样也应该多样化,形式的多样化应结合文化习俗、风土人情、生活方式等特性,外在形式上符合形式美法则以及当代的审美特征,内在形式上能够传达出其中所蕴含的故事、区域文化、民俗特点,从不同角度体现出文创产品独特的艺术价值和民族特色。

三、二十四节气文化在文创产品中的创新

近年来,将二十四节气文化进行“再创造”既是一个学术性话题,也是一个实践性必要,如何通过文创产品设计,构建起现代人们与二十四节气传统文化之间的桥梁,以安顿现代人的“文化乡愁”,是讲好中国故事、传播中国文化的重要内容,也是一件十分有意义的事情。

(一) 二十四节气文化给予文创产品设计灵感

非遗文化以及传统文化是创作文创产品最为重要的灵感来源,二十四节气文化世代相传,具有丰富的历史积淀和文化传承性。文创产品设计最重要的就是具有传承性和创新性,它必须是有价值的、有意义的产品,二十四节气以其丰富的内核赋予文创产品以丰富的文化内涵与文化底蕴,提升了文创产品的品牌效应与持续发展。二十四节气不仅是古代流传下来的一种观察气象的方法,对于节气的划分使我们更充分地了解一年中的不同气候特色,而且也体现了古代劳动人民的精神文化,为当代人们的生产生活方式都提供了有效的借鉴,这种文化的融合与展现也为文创产品设计注入了新的生命力。

(二) 文创产品承载着二十四节气文化的内涵

文创设计通常是以一种形象、产品的形式来表现,那么如何能够使设计出来的文创产品在受到大众喜爱的同时,又能够激发人们对非遗文化深深的感慨之情呢?首先,需要去充分挖掘、研究二十四节气文化的内涵与独特意义。如二十四节气时节的划分可以使我们较清晰的了解到一年当中的气候气温变化,进而影响着我们的衣食住行以及各种生活习惯;如二十四节气中“时”观念所倡导的天人合一思想能够帮助我们更好的与自然和谐相处;如由二十四节气衍生出来的一系列民俗活动使我们的生活更加丰富多彩。只有当我们去切身体会到文化所散发出的独特魅力,才能通过设计将信息、将这种共鸣传达给其他人。好的文创产品能够切切实实承载得住强大的文化内涵,它其中的任何一部分都不是单薄存在的个体,而是丰富的、有意义的群体,通过多种设计方法以及设计形式体现出其中所蕴含的历史价值、文化价值、精神价值以及现实价值等,这才是文创产品作为载体的意义。

(三) 二十四节气文化在文创产品中的创新设计

首先,文创产品设计的立足之本就是要有创新性、创意性。二十四节气中蕴含的气候、民族文化及民俗文化,体现在形形色色的文创产品中,要便于大众接受和传播,就需要融合更多的新型创意方法。需要通过研究、调查、实践、创新,将二十四节气中复杂的

文化系统进行分析,转化成易于大众理解的设计元素。如五粮液曾与著名国画大师联合打造的一款“二十四节气文创酒”,就把中国传统的节气文化、酒文化、瓷文化及书画文化为一体进行创意表现:酒瓶的形状是以乾隆时期的经典器型抱月瓶为原型,正面绘制的是二十四节气国画,细致地描绘了二十四节气的精华内涵。背面以二十四节气的天干地支罗盘图为底,通过瓶身绿、红、黄、蓝四个颜色代表不同季节,而每季的六个节气为一种颜色进行体现。“二十四节气文创酒”通过二十四瓶酒和二十四幅画,呈现出春夏秋冬四种不同的风格和味道,表现出其作为以五粮酿造为本的品牌,严格遵循二十四节气的农耕规律,以非遗技艺进行酿造,真正的将二十四节气文化与文创产品创意融合,弘扬了中华传统文化的精髓,又使二十四节气文化得到了更好地传承与发展。

其次,融入地方民俗文化特征。中国幅员辽阔,有着许多不同的民族,每个地区又有着不同的气候、饮食习惯与风俗习惯,人们的思维方式和思想意识也或多或少存在着一定的差异,若想使二十四节气文化进行更好地传播与发展,那么根据地域特征来制定不同的设计规划就显得更为必要。拿冬至来说,有些地区就有吃饺子的饮食习惯,又称作“捏冻耳朵”,而有些地区则以吃汤圆作为冬至的仪式感。只有将各个地区不同的民俗特点融入到文创产品中,不同地区的人们才能够有切身体会,才会对产品产生一种亲切感与归属感,才能更好的达到文化认可和文化传播的效果。

最后,满足大众实际需求与情感上的共鸣。文创产品的设计要以人为本,不仅要融入丰富的文化内涵,还要考虑消费者的需求,针对不同的群体进行不同的改进和创新。因此,可以通过一些感官体验和情感体验的方式,使产品与用户之间进行有效互动。如根据节气特点可以创作节气日历,根据色调的冷暖变化可以给予人对于天气的直观感受,可以使不同节气所对应的颜色产生相应的变化。其次,也可以根据节气的不同运用相应的插图给人传递出不同节气的风俗特色,如立春之时万物复苏,象征新生,人们对未来一年抱有美好的愿望与憧憬;夏至之时候蝉始鸣,人们持着扇,坐在摇椅上乘凉;立秋之时天气转凉,在这个丰收的时节人们收获了满满的幸福;冬至时节驱散寒冷,展现人们坚韧的精神和对来年美好的祝愿。通过这些插图的描述都能够使观者瞬间产生联想,从而在内心建立起对节气的深刻印象,通过情感互动的方式激起大众对于二十四节气文创产品的兴趣,使人们产生一种情感共鸣,使二十四节气文化得到进一步传播与发展。

四、结语

二十四节气作为汇合中华五千年精神的文化,是当代文明的象征,在科技迅速发展的今天其仍然可以作为农作物种植以及气象观测的重要参考依据。文创产品设计是使其创新性发展的一个重要载体,将二十四节气文化应用到文创产品设计中,要通过创新的方式挖掘其中的内涵与特征,找到两者之间的联系点与契合点,才能创造出更多高质量的文创产品,进一步实现二十四节气文化在现代社会中的传承与创新性发展。

参考文献:

- [1]杨慧子. 非物质文化遗产与文化创意产品设计 [D]. 中国艺术研究院, 2017.
- [2]唐艺嘉. 二十四节气文化在文创产品中的创新设计[J]. 参花, 2020, (12).
- [3]李雪慧. 二十四节气民俗文化遗产的创意设计研究[D]. 太原理工大学, 2018.
- [4]吴彬瑛. 二十四节气民俗文化特征研究 [J]. 文化创新比较研究, 2019 (29).
- [5]李雪杰. “二十四节气”插画创作及其文创产品设计[D]. 安徽工程大学, 2017.

基金项目: 本文为2021年天津工业大学研究生课程思政教学团队培育项目立项课题“《图形设计》课程中的思政建设路径研究”(项目编号 YJS202120) 阶段性成果。