

基于古籍元素的创意衍生品设计研究

刘青

(蚌埠学院, 蚌埠 233030)

摘要: **目的** 研究运用古籍元素进行创意衍生品设计的基本理论与方法。**方法** 从创意的角度出发, 分析古籍元素与创意衍生品设计之间的关系, 在此基础上结合案例, 论述古籍元素在创意衍生品设计中的转化方法和原则, 最后阐述了利用古籍元素进行创意衍生品设计的意义。**结论** 古籍元素是中华传统文化的重要载体, 将其融入到创意衍生品设计活动中, 对于古籍文化传承、特色文创产品构建等都具有十分重要的意义。

关键词: 古籍元素; 典籍; 创意衍生品; 文创产品

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)12-0244-04

Creative Derivatives Design Based on Ancient Elements

LIU Qing

(Bengbu University, Bengbu 233030, China)

ABSTRACT: It aims to research the basic theory and methods of using ancient book elements on creativity derivatives design. From the perspective of creativity design, it analyzes the relationship between the creativity derivatives and the ancient books element, on the basis of this combined with the case, it discusses transformation methods and principles using ancient book elements on creativity derivatives design, finally summarizes the significance of using ancient book elements on cultural creativity derivatives design. Elements of ancient books is an important carrier of Chinese traditional culture, to be assimilated into the design activities, which has the extremely vital significance for inheritance of the ancient books culture, structure of characteristics culture creativity products and so on.

KEY WORDS: ancient book elements; ancient classical books; creativity derivatives; culture creativity products

中华民族源远流长, 具有丰厚的古籍遗产, 承载了中华民族传统文化的精髓, 是设计师创意衍生品设计的重要文化根基与养料。因此, 充分挖掘古籍中蕴含的各种有形和无形元素, 将其融入到创意衍生品的开发设计活动中, 既增加了文创产品的民族特色, 又充分发挥了古籍的文化价值。

1 古籍与创意衍生品设计

1.1 古籍

古籍, 是对古代书籍的简称, 主要指书写或印刷的古代图书, 包括普通成书、舆图、木牍、帛书、遗书、拓本、书札、字画、宝钞等文献。目前, 公认的古籍是指 1911 年前成书的图书, 即“1911 年以

前历朝的刻本、写本、抄本、稿本、活字本、拓本等, 或者出版于 1911 年以前的古籍古版本”^[1]。我国现存的古籍浩如烟海, 据统计约 16 万种之多, 居世界之首。这些古籍大多收藏在全国各级图书馆、博物馆、以及科研机构, 但仍有一部分的珍贵古籍散落在国外。

1.2 古籍与创意衍生品设计的关系

古籍是我国历代累积留下的文化遗产, 蕴含着丰富的创意元素和智慧。一件优秀的创意衍生品, 不仅要有外观, 还要有内涵。我国丰厚的古籍体现了中华文化的独特内涵和形式, 是创意衍生品设计所需的重要文化养料。

一方面, 古籍中的简帛、舆图、铃印、书法、篆

收稿日期: 2017-03-02

作者简介: 刘青(1979—), 男, 安徽人, 硕士, 蚌埠学院讲师, 主要从事设计原理研究、视觉传达设计实务。

刻、拓本等,充满着丰富的可以进行创意转换的字体、图形、图案等视觉元素。另一方面,古籍中包含着大量典籍故事、神话传说、习俗信仰、生活百态等无形设计内容,也可转换成为衍生品的创意主题^[2]。国家图书馆所藏古籍东巴文《创世纪》(见图 1)全称为《麽麽创世纪译本全部》,为东巴文化的代表性典籍,图中上半部分为 4 行彩色东巴文,下半部分为墨书汉文。东巴文是纳西族使用的一种象形文字,保留了人类文字产生早期的某些形态,其图画式的文字,充满着浓郁的艺术色彩。该书内容反映了当时纳西族社会的发展情况,以及现在一些生活习俗的来源,这些元素都可以成为创意加工的素材,衍生出相关主题文创产品。



图 1 国家图书馆馆藏古籍《创世纪》

Fig.1 The ancient book "The Creation" collected by the National Library

因此,通过创意设计让古籍和创意衍生品得以融合,衍生出各种古籍衍生品,对于文创产品设计和古籍传承而言,是一条值得实践的领域^[3]。

2 古籍元素在创意衍生品设计中的转换

2.1 转换方法

设计师在运用古籍元素进行创意衍生品设计的

时候,关键在于如何把握“元素的转化”。宏观上看,古籍元素的转化方法可以分为 2 种。

1) 有形元素的转换。古籍中的有形元素主要包括图案、插图、字体、色彩、装帧等外在可视形态往往极具传统形式美感。通过提炼概括、分解再构、变异修饰等设计手法,对原有的古籍元素在表现形态、表现载体、表现空间等方面进行转换,从而可以设计出形神兼备的优秀作品^[4]。某系列创意产品(见图 2),是利用古籍《升平署戏曲人物画册》中的人物形象创意出来的。《升平署戏曲人物画册》为国家图书馆珍藏古籍,应为清咸丰同治年间宫廷画师作品,此画册为中国京剧人物扮相写真图,具有很高的艺术和资料价值,是研究京剧早期穿戴、脸谱的珍贵史料。设计师从中选用公主、状元、孙悟空等人物形象(见图 3),并衍生设计出交通卡片、书签、T 恤等产品。



图 2 系列创意衍生品

Fig.2 Series of creative derivatives

2) 无形元素的转换。古籍元素蕴涵丰富多彩的民众生活、神话传说、典故、礼仪、习俗、信仰、审美等无形内容。将这些无形层面的内容,运用到衍生品的主题、内涵等构思活动中,从而使衍生品传递出浓浓的文化韵味,以满足当代人的精神新需求^[5]。



图 3 国家图书馆馆藏古籍《升平署戏曲人物画册》

Fig.3 The ancient book "Figure Picture Album of the Sheng-ping Department" collected by the National Library

2.2 转换原则

进行古籍元素转化时应该把握2个原则。

1) 寻找转换的契合点。在进行创意设计的时候,所提取的元素与衍生品本身之间不能牵强附会,要寻找两者的结合点。不能让元素转换仅仅停留在简单复制阶段,比如把古籍的某个图案转印到杯子上等。元素转换不能仅仅为了装饰,应从衍生品的功能和文化属性出发,结合古籍元素的特征,设计出符合当代人需求的产品,带给人们更多的心灵体验。

2) 注重古籍原味的传达。古籍元素蕴含的内涵和意境,是古籍最为核心的地方。在转换设计时,要把握古籍文化的“原味性”,恰当运用现代设计语言进行诠释,让人能够透过衍生品切身感受到古籍元素原有的“韵味”,发出回味无穷之感^[6]。

2.3 设计领域

古籍衍生品的开发要和当代人的生活、审美、需求对接,从而研发出各式各样融合古籍元素的创意产品,其开发设计领域主要包括笔记本、文具、书签等文房用品,万花筒、拼图、玩偶、扑克牌等益智玩具,杯垫、折扇、行李牌、杯具、餐具、手机壳、钱包、背包等日用品,文化衫、丝巾、领带等服饰类用品,以及各式特色工艺品、饰品、纪念品等。

3 古籍创意衍生品设计的价值

3.1 有利于古籍文化传承

长期以来,我国古籍的服务对象主要是文史方面的研究者,以及图书、文博等相关工作者。由于古籍阅读要有较高的古汉语功底,普通大众难以接触,大量古籍难以发挥应有的价值。古籍传承是千秋万代的事业,只有古籍得到传播,其文化价值才能得以显现。

古籍创意衍生品对于古籍文化的传播能够起到不可估量的作用。通过创意设计让古籍走进人们日常生活,让更多的人关注古籍文化,充分发挥古籍的文化价值、文物价值、艺术价值。通过设计的手法,结合人们的需求,将古籍元素融入创意衍生品中,从而使得古籍在当代生活中得以“活化”,最大化地为社会所利用。新的时代背景下,古籍创意衍生品成为古籍文化的有效载体,它激活了古籍,增进了广大民众对古籍文化的了解、喜爱,成为古籍传承的一种有效途径^[7-8]。

3.2 有利于图书馆文创事业发展

文化创意产业是在知识经济背景下产生的以创造力为核心的新兴产业,受到各国的广泛关注,成为经济发展的新引擎。在当前我国大力发展文化创意产业的背景下,各级图书馆充分利用馆藏古籍资源进行

文化创意产品开发,大有可为的空间。图书馆作为文化传播的首要窗口,理应顺势而为,立足馆藏古籍资源,挖掘有代表性的古籍创意元素,结合现代人们的需求和趣味,设计制作出主题鲜明、品类丰富、制作精良、富有特色的各类文化创意产品,从而创造一定的经济效益,推动图书馆文创事业的发展^[9]。

某系列笔记本(见图4)和信笺(见图5),是国家图书馆利用馆藏《十竹斋书画谱》设计制作的文创产品。该款仿古线装《十竹斋》笔记本采用麻布面、宣纸制作而成,内页刊印精美的馆藏善本《十竹斋书画谱》彩绘。信笺则选用优质宣纸,精选《十竹斋书画谱》彩绘图印制,采用樟木外包装,纹理美观、古朴典雅。



图4 国家图书馆制作发售《十竹斋仿古线装笔记本》
Fig.4 "The old-fashioned spiral-bound notebook" about Shi-zhu house designed and saled by the National Library



图5 国家图书馆制作发售《十竹斋宣纸信笺》
Fig.5 "The Xuan Pape letterhead" about Shi-zhu house designed and saled collected by the National Library

3.3 有利于构建民族特色文创产品

不同族群的生活内容和形式总是影响着各自产品的设计风貌,即设计不可避免地带有各自民族的特征。当代中国的文创产品设计,在经历模仿外来设计

阶段之后, 理应坚持民族特色这个主流, 立足于中华民族文化土壤和根基, 开创民族特色设计之路。古籍是我国重要的民族文化宝库, 是中华民族文化遗产的重要组成部分。积极挖掘古籍资源, 有利于形成具有中国形式和内涵的优秀文创产品^[10]。

4 结语

古籍, 是中华传统文化的重要载体, 是创意衍生品设计取之不尽的宝贵资源。只要善于处理两者之间的关系, 深入发掘丰富的古籍资源, 找准转换的契合点, 就能够研发出各种构思巧妙的文创产品。通过创意设计让古籍文化真正走进日常生活, 既发挥了古籍的文化价值, 又增加了文创产品设计的新空间。

参考文献:

- [1] 李颖. 河南古籍的开发与利用研究[D]. 郑州: 郑州大学, 2011.
LI Ying. Research on Development and Utilization of Ancient Book in Henan Province[D]. Zhengzhou: Zhengzhou University, 2011.
- [2] 周雅琦. 北京民俗文化在文创产品设计中的应用研究[D]. 北京: 北京理工大学, 2015.
ZHOU Ya-qi. Study on the Application of Beijing Folk in Cultural and Creative Design[D]. Beijing: Beijing Institute of Technology, 2015.
- [3] 吕琳. 从“祈福观”视角看台湾文化创意产品的设计与开发[J]. 包装工程, 2013, 34(1): 9—13.
LYU Lin. Culture Creative Product Design and Development in Taiwan from the "Blessing View" Perspective[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(1): 9—13.
- [4] 刘家真, 程万高. 古籍保护与开发的策略与建议[J]. 中国图书馆学报, 2009(3): 15—20.
LIU Jia-zhen, CHENG Wan-gao. Strategies and Recommendation for Preservation and Utilization of Ancient Books[J]. Journal of Library Science in China, 2009(3): 15—20.
- [5] 金心, 陈满儒, 王伟伟. 基于感知分析的传统文化设计因子提取研究[J]. 包装工程, 2015, 36(6): 105—108.
JIN Xin, CHEN Man-ru, WANG Wei-wei. The Extraction of Traditional Cultural Design Factor Based on Perception Analysis[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(6): 105—108.
- [6] 张建. 基于典故文化的文创产品设计研究[D]. 南京: 南京艺术学院, 2015.
ZHANG Jian. Based on Culture Creative Products Design Research on the Culture of Allusions [D]. Nanjing: Nanjing Arts Institute, 2015.
- [7] 何丽. 论民族古籍的保护与开发[J]. 图书馆理论与实践, 2003(2): 62—63.
HE Li. The Protection and the Development of the Theory of Ethnic Ancient Books[J]. Library Theory and Practice, 2003(2): 62—63.
- [8] 刘家真, 程万高. 中国古籍保护的问题分析与战略研究[J]. 中国图书馆学报, 2008(4): 8—13.
LIU Jia-zhen, CHENG Wan-gao. An Analysis of Problems in the Protection of Chinese Ancient Books and Some Strategic Suggestions[J]. Journal of Library Science in China, 2008(4): 8—13.
- [9] 卢维佳, 何人可, 肖狄虎. 基于岳麓书院文化的创意产品设计[J]. 包装工程, 2015, 36(24): 105—109.
LU Wei-jia, HE Ren-ke, XIAO Di-hu. Creative Products Design Based on the Culture of Yuelu Academy [J]. Packaging Engineering, 2015, 36(24): 105—109.
- [10] 刘青. 设计概论[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2015.
LIU Qing. An Introduction to Design[M]. Shanghai: Shanghai Jiao Tong University Press, 2015.