

是指一些中介物,如爆竹、年画、红灯笼、元宵灯彩、门神、对联、“福”字、窗花、傩面具、财神像、先祖像、灶神、十二生肖图、招财童子像、鸡符、剪纸、门笺、鱼、饺子、元宵、年糕、压岁钱等视觉符号;民俗含义是“所指”,即辞旧迎新、辟阴祈阳、阖家团圆、喜庆吉祥等;这些视觉符号不仅寄托了人们除旧迎新、祈福纳祥的美好愿望,同时也表达了人们希望未来风调雨顺、人畜平安的情感诉求,洋溢着人们对美好生活乐观的情怀、豁达的气度,成为营造春节吉祥气氛的重要载体,构建了春节浓浓的、特有的“年味”。

## 2 春节视觉符号的设计原则

过年年俗已深深地融入海内外华人的血液中,春节视觉符号是年俗的重要载体,需要一代代传承,更需要与时俱进地创新设计,探索新时代的表现形式,以适应现代社会的发展需要。春节是一种文化,不是文物,只有将春节视觉符号的设计作为解决问题的手段,才能确保其永葆生命力,并一直成为民众享受的民俗传统。

### 2.1 深层理解春节文化内涵是春节视觉符号创新设计的基础

春节是中华民族几千年文化积淀下的精神、文化、道德、价值观和审美观的传承载体,体现了中华民族独特的文化基因。其承载着中国人的思维模式、伦理道德、行为礼俗、审美情趣等,体现着中华民族遵循自然节律、天人合一等传统文化精神,凝结着历代人们对生活美好的祈盼与向往。春节的文化主题虽然产生于农耕文明,但随着社会的发展,逐渐变成现代人们的一种情感慰藉和美学追求,成为超越时代存在的一种符号和民族传统。春节文化符号孕含着丰富的文化信息。春节正处于自然季节循环变换的节点上,是阴、阳转换、旧、新衔接,春节符号是以循环封闭的时间观念为核心循环往复。叔本华认为:“时间就像一个旋转的圆,下降的弧是过去,上升的弧是未来,相交处的切线相连点是现在。”<sup>[2]381</sup>春节正是处于圆弧相切的时间点上,所以,尽管春节年年过,但人们辟阴转阳、除旧迎新的美好愿望丝毫不减。中国文化在思想观念上强调天人合一的哲学观,无论是主张“仁者爱人”的孔子还是主张“道法自然”的老子,都极力倡导人们回归自然,人与自然的和谐统一。在这辞旧迎新的重要时刻,人们遵循自然节律,表达人与自然的和谐共处的情感与观念,借助春节表达求吉纳祥的美好愿望。

随着我国由农业型社会向工业型社会的转型,春节文化内涵也随之而改变。宗白华曾说:“社会如体,文化如衣,体态若变,衣形自更。”<sup>[3]99</sup>春节已经不仅仅是“天何言哉,四时行焉”的年度循环节点,它还可以满足人们精神慰藉的需要,享受家庭和睦、亲情温暖,凝结着人们辞旧迎新、纳福迎祥的美好愿望、精神信仰,更重要的是它显示了海内外华人向往欢乐、祥和、圆满的文化价值取向,乃至成为民族文化象征与凝聚民族情感的重要载体。随着信息化与地球村时代的到来,人们面对面的交流越来越少,而人是区别于一般动物的社会群居动物,不仅需要满足基本的生理需求,还要寻求文化的归属和心灵的安顿。春节为人们提供了祭祀祖先、回归传统的机缘,使人们的心灵得到安抚,情感得到交流,满足人们精神慰藉的需求,从而以血缘关系、孝亲意识为核心的家庭伦理观念得到强化与延续。春节“辞旧迎新、祈福纳祥”的精神核心,实现了凝聚群体、主导社会意识的功能,这对社会的和谐与稳定,安乐、幸福环境的建构等都具有着极为重要的现实意义。

承载着春节文化内涵的视觉符号表现出较大的灵活性、多元性与抽象性。如随着社会的发展,环保、生态已日益成为社会的主旋律,我们要根据现实加以调整,只有以“生态、对话、共享、休闲娱乐”为理念,探求其深层精神,在充分了解老百姓情感诉求的基础上,融合现代设计思潮,找寻传统与现代,形式与内涵的契合点,提炼出春节文化的核心要素创新设计,以达到继承与发扬文化传统的目的。

### 2.2 顺应时代发展创新设计是春节视觉符号永葆活力的重要途径

随着社会的不断发展进步,数字技术、互联网、无线通讯不断普及,人们的生活方式也在不断变化,人们的认识能力和审美观念也在不断更新。人们对传统的春节视觉符号接受方式发生了变化,印刷的春联、机器刻绘的窗花、统一的福字,大大削弱了春节视觉符号的文化韵味以及特有的年味,内涵也得不到充分彰显,难以适应现代人们的审美需求,从而使人们对春节视觉符号认同感弱。“文化的传承性是相对的。而其变异性则是绝对的、随时随地发生的。传统节庆文化自然也不能例外,它同样真切地表现出变化发展的变异性。”<sup>[4]26</sup>所以,我们需要在春节文化恒定的精神内核基础上,运用新的设计理念,以崭新的视角,更多地关注现代人的情感诉求,与春节节日中蕴含的传统伦理、辞旧迎新、祈

吉纳祥的心理需求相适应,挖掘春节的节日特定元素,将视觉符号顺应所处的时代、空间环境改变而改变,使年俗文化与新的时代生活融合,创造出符合现代图形语言特征的春节视觉符号,从而加大视觉艺术参与民众民俗生活的能力。习近平总书记也指出,要使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调,必须以人们喜闻乐见、具有广泛参与性的方式推广开来。

随着社会的发展和人们生活观念的更新,民俗艺术只有在保持稳固传承机制的基础上,随着时代的变迁不断地吐故纳新,以新的形式或新的载体呈现,才能保持其强劲的生命力。所以,春节视觉符号只有不断创新,才能保持其持久的生命力。现代是传统的延续,传统是现代的依托,这其中包含着旧内容的变异和新内容的融入。所以,春节视觉符号应紧跟时代的节奏,注入时代的精神内涵,将它的形式、内容、精神转化为现代视觉符号,使创新的视觉符号与价值得到当代人的认同。如第15届全国文化创意设计“大师奖”的宣传海报,此作品的设计灵感源于春节视觉符号中的“骑着大鱼的胖小子”年画主题,《尔雅·释地》曰:“鱼丽,言太平、年丰、物多也。”在这里,鱼兆丰稔、鱼表太平,成为一种心理定势和审美情趣。鱼蕴含着人们祈丰年的吉祥寓意,鱼是春节年画、剪纸中经常出现的角色。这幅海报将人们思维惯性中的胖小子置换成时尚美女的形象,一方面传承了原有年画的吉祥寓意,另一方面散发出时尚的气息。这种传统与现代的交融,使春节符号兼具民族性和时代感。再如,随着社会的变迁与技术的进步,近两年在互联网上活跃的“电子红包”一改传统意义上的辟邪内涵,用现代人喜欢的新形式呈现使得人们乐在其中,得到了心理快慰。

### 3 春节视觉符号的创新设计方法

#### 3.1 借鉴吉祥图案

在现实生活中,“吉祥”二字随处可见,亦作“吉羊”,寓意美好的预兆。“吉”、“祥”二字在早期的汉语中是独立使用的,见于《周易·系辞下》:“吉事有祥”。“吉祥”二字作为一个词来使用,最早出现在《庄子·人间世》:“虚室生白,吉祥止止。”成玄英注疏解:“吉者,福善之事;祥者,嘉庆之征。”由此可见,“吉祥”表达人们求吉辟邪的几多期许,充满了对未来美好生活的祈盼,折射出人们祈求平安、幸福的文化观念。中国传统吉祥图案是中国传统吉祥文化观念的具体呈现。也可以说,吉祥文化观念是传

统吉祥图案产生的源头。由符号、图像组合而成的中国吉祥图案串联着过去与未来,不仅具有外在的形式美,更重要的是其具有丰富的文化内涵,是中华民族几千年来历史发展的文化产物,尤其受到儒释道哲学思想的影响,如从“麒麟送子”“五子登科”等吉祥图案中看到与儒家“人伦”“礼孝”等思想文化的内在联系。传统吉祥图案以独特多样的表现形式、美好的象征手法以及特定的艺术审美观念,反映了人们祈求生活平安的心理需求,也是人们不断变迁审美观念的集中体现,寄托了人们珍惜生命、热爱生活的思想情感。生存、生殖与繁衍是传统吉祥图案祈吉纳祥的根本所在,如天津杨柳青木板年画中有一经典年画样式——《连年有余》画中有儿童、金鱼、莲花。传统吉祥图案完满的构图法则、阴阳转合的哲学思维,与春节视觉符号的辞旧迎新、家庭团圆、求吉辟害的吉祥观念如出一辙;传统吉祥图案呈现出的聚合感、安全感和归宿感与春节视觉符号折射出家族的凝聚力、民族认同感交相呼应,如龙凤呈祥、鲤鱼跃龙门年画等。

在几千年的发展历程中,中国传统吉祥图案形成了富于特色的哲学观念和文化内涵,具有很高的审美规范和艺术价值,同时也是春节视觉符号设计的母体及原动力。传统吉祥图案是我国珍贵的视觉文化遗产,深入挖掘和充分利用传统吉祥图案的文化内涵、艺术形式,将传统吉祥图案的吉祥观念融入现代春节符号的视觉表达中,使其与现代设计语汇相结合,使现代春节符号既能体现传统文化内涵,又富有时代特色是现代设计师义不容辞的责任。

#### 3.2 借用象征手法

象征是艺术和文学理论中的一个重要概念,是常用的修辞手法。中国学者梁宗岱认为,象征“藉有形寓无形,藉有限于无限。”<sup>[5]169-70</sup>即通过具象的、明确的事物来表示抽象的意义、无形的概念。陶思炎教授指出:“象征性是民俗表现的基本方式。象征往往是某种文化模式的概括。……文化象征往往表现为物理、事理、心理、哲理的统成。”<sup>[6]4</sup>如“福”是个抽象的概念,用与其谐音的“蝙蝠”图形来呈现,达到心理与事理的统一;以公鸡象征阳气、吉利;用龟、鹤、松象征长寿,牡丹象征富贵,还有用一些为人们所熟知的蛙、莲、鱼等事物的组合来表达人们祈求多子多福、爱情美满、年年有余的美好愿望。这些符号通过具体可感形象的隐喻、祥瑞的谐音寓意,不仅使得表现物具有极强的普适性和亲和力,还具有深层内涵表达的直观性和审美性。这些视觉符号给人带来视觉享受的同时,表现形式也更加

丰富,原有意义也得到扩展。象征手法留有原始思维的印痕,是人们抽象思维的表达,折射出人们深层的心理需求和信仰观念,也契合着现代民众对吉祥、幸福生活的追求。

春节符号的标志性代表如春联、鞭炮、红灯笼、年画等,这些视觉符号不仅是营造春节吉祥喜庆氛围的必备载体,而且承载着人们丰富的情感和象征寓意。将象征手法融入其中,以春节视觉符号外在的形式来表达人们趋利避害、吉祥幸福的内在动机,正如黑格尔所言:“象征一般是直接呈现于感性关照的一种现成的外在事物,对这种外在事物并不直接就它本身来看,而是就它所暗示的较为广泛、较普遍的意义来看。”<sup>[7]</sup>陶思炎先生说:“民俗艺术的象征性实际上是一种文化选择,它是普通民众寄托精神诉求的一种手段,也是以艺术方式把握现实生活的重要途径。”<sup>[8][12]</sup>春节的视觉符号正是人们寄托精神诉求的载体,运用这些视觉符号实现对现实生活的希冀与祈盼。

### 3.3 创新载体形式

随着社会的变迁与技术的进步,网络与人们的生活联系日益紧密,互联网营造了一个用户至上的时代,网络文化已经成为现代人生活不可或缺的一部分,各门户网站异军突起,如网易、新浪、搜狐、腾讯等等,越来越多的人通过博客、微博、微信、QQ空间、Twitter等客户端获取信息。互联网把现实生活的人际交流和虚拟世界结合起来,春节文化内涵的表现可以借助网络载体推陈出新,如春节传统的红包迅速蜕变成电子红包在新媒体中蔓延开来,特别是中央电视台、人民日报、新华社等主流媒体也通过社交平台和新媒体客户端参与其中,在吸引用

户注意力的同时也赋予受众新的节日体验。它让春节视觉符号得以用现代人喜欢的形式呈现,线上线下实现了跨屏互动,老少皆宜,使得大众获得心理快慰,参与感、互动感、分享感大大增强。

春节视觉符号的呈现方式应随着生活的多元化、媒介的多样化而不断丰富,可以从二维到三维、从静态到动态,打破受众被动接受而变为主动参与等。电影《功夫熊猫》除了对中国国宝大熊猫的传统形象进行大胆创新,还将中国人民熟悉的《春节序曲》运用到影片之中,以烘托热闹的气氛。通过这些方法,赋予传统春节视觉符号新的内涵,提升当代人对春节文化的认可度。

随着社会信息化水平的不断提高,各种现代化的科技手段、媒介手段为春节视觉符号的创新设计提供了新的可能,将春节视觉符号融入新媒体中,可以使春节视觉符号的表现手法更加多样化,视觉效果更加丰富多彩。如网易2009年电子邮箱的入口界面设计,用类似于杨柳青娃娃年画的风格演绎网络时代方便快捷的邮件传播方式,使人感觉到浓浓的过年温情。

## 4 结语

春节视觉符号的核心价值是中华民族的精神取向,传承和创新是节日文化发展的必然趋势。合理借鉴现代设计理念、科学的运作方式,遵循春节文化发展的自然规律,对春节视觉符号的创新设计,即对其进行分解、重构,也是一个吐故纳新的过程。将春节视觉符号创新设计,与现代生活衔接、融合,这是现代设计师应承担起的重要任务,是传承中华民族传统优秀节日文化的重要途径。

### 参考文献:

- [1] 乌丙安.走进民俗的象征世界——民俗符号论[J].江苏社会科学,2000(3):31.
- [2] 叔本华.作为意志和表象的世界[M].石冲白,译.北京:商务图书馆,2016.
- [3] 宗白华.宗白华全集[M].合肥:安徽教育出版社,1994.
- [4] 赵东玉.中华传统节日文化研究[M].北京:人民出版社,2002.
- [5] 梁宗岱.象征主义[M]//诗与真·诗与真二集.北京:外国文学出版社,1984.
- [6] 陶思炎.应用民俗学[M].南京:江苏教育出版社,2001.
- [7] 黑格尔.美学[M].朱光潜,译.北京:商务印书馆,1982.
- [8] 陶思炎.民俗艺术学[M].南京:南京出版社,2013.