

УДК 7.05/394.2

Использование культурных традиций в дизайне подарочной продукции (на примере Праздника середины осени)

Лежанская П.В.

*Государственное учреждение образования «Институт бизнеса
Белорусского государственного университета», Минск*

В статье рассмотрено влияние культурных традиций, связанных с Праздником середины осени, на дизайн подарочной продукции в Китае. Коммерциализация праздников – распространённое явление в современной рыночной экономике. С одной стороны, это способствует поддержанию национальных традиций, с другой – выступает стимулом для производителей в использовании праздничной символики в дизайне продукции с целью привлечения потребителей и увеличения прибылей. Сегодня в китайском обществе наиболее популярными идеями, которые воплощает в себе Праздник середины осени, являются воссоединение семьи и благодарение за собранный урожай. К основным символам праздника относятся: полная Луна, богиня Луны Чанъэ, Лунная Жаба, Лунный Заяц, лунные пряники, фонари, цветы османтуса. Были определены три доминирующих подхода к дизайну подарочной продукции, связанной с Праздником середины осени: 1) интерпретация праздничных образов и символов; 2) минимальное применение символов праздника, оформление в целом в «китайском стиле»; 3) цитирование и стилизация известных образов из искусства, относящихся к празднику. Такие подходы к дизайну подарочной продукции могут быть использованы отечественными предприятиями для сезонного продвижения продукции на китайском рынке.

Ключевые слова: дизайн, культурные традиции, традиционные праздники, Праздник середины осени.

(Искусство и культура. – 2025. – № 1(57). – С. 23–27)

The Application of Cultural Traditions in Gift Product Design (Based on the Mid-Autumn Festival)

Lezhanskaya P.V.

State Education Establishment “School of Business of Belarusian State University”, Minsk

The article examines the influence of cultural traditions associated with the Mid-Autumn Festival on the design of gift products in China. Commercialization of holidays is a common phenomenon in the modern market economy. On the one hand, it helps to maintain national traditions, on the other hand, it is an incentive for manufacturers to use holiday symbols in product design in order to attract consumers and increase profits. In modern Chinese society, the most common ideas embodied by the Mid-Autumn Festival are family reunion and gratitude for the harvest. The main symbols of the festival include the full moon, the moon goddess Chang’e, the lunar toad, the lunar rabbit, mooncakes, lanterns, and osmanthus flowers. Three dominant approaches to the design of gift products associated with the Mid-Autumn Festival were identified: 1) interpretation of images and symbols associated with the festival; 2) minimal use of holiday symbols, overall design in the “Chinese style”; 3) quoting and stylizing famous images from art associated with the holiday. Such approaches to gift product design can be used by domestic enterprises for seasonal promotion of products in the Chinese market.

Key words: design, cultural traditions, traditional holidays, Mid-Autumn Festival.

(Art and Cultur. – 2025. – № 1(57). – P. 23–27)

У разных народов есть традиционные праздники, имеющие большое культурное значение. Такие праздники могут распространяться не только в каком-то одном государстве, а в целых культурных ареалах и обладать локальными особенностями и интерпретациями при сохранении общей идеи

праздника. Сегодня в дизайне подарочной продукции, упаковки и рекламы образы и символы, характерные для того или иного праздника, служат источником вдохновения для дизайнеров, а также возможностью раскрытия коммерческого потенциала этих праздников с целью увеличения продаж.

Адрес для корреспонденции: e-mail: lrv08@mail.ru – П.В. Лежанская

Коммерциализация праздников – известное явление в современной рыночной экономике, достаточно вспомнить такие праздники, как Новый год, Рождество и др. Во многих странах есть и местные праздники, которые имеют своё важное региональное значение и влияют на дизайн. Одним из таких праздников выступает китайский Праздник середины осени (中秋节, Чжунцю), который в настоящее время представляет собой второй по значимости традиционный китайский праздник после Весеннего фестиваля (китайского Нового года). Свои интерпретации этого праздника существуют у многих народов Азии.

В ходе исследования использования культурных традиций в дизайне подарочной продукции были проанализированы книги и статьи по истории китайских календарных праздников, изучению образа Луны и древних символов плодородия в искусстве Поднебесной, рассмотрены китайские литературные произведения, посвящённые Луне, прослежено применение символов традиционных праздников в рекламе в Китае и ряд других. Базу исследования составили материалы рекламного характера, посвящённые подаркам по случаю Праздника середины осени, размещённые в китайской социальной сети 小红书 (Xiaohongshu) в августе 2024 года. Работ, напрямую связанных с исследованием использования образов и символов праздника в дизайне подарочной продукции, обнаружено не было. Тем не менее много релевантной информации можно найти в смежных научных публикациях, идеи которых напрямую подтверждаются конкретными примерами применения образов и символов праздника в дизайне.

Цель статьи – охарактеризовать использование культурных традиций в дизайне подарочной продукции, связанной с Праздником середины осени.

При этом методы наблюдения, сравнительного и искусствоведческого анализа позволили установить взаимосвязи между художественным решением в дизайне подарочной продукции и культурными традициями, которые присущи Празднику середины осени.

Значение Праздника середины осени в Китае. Праздник середины осени отмечается 15-го числа 8-го месяца по лунному календарю и совпадает с днём осеннего равноденствия. Происхождение праздника связывается с отправлением культов плодородия и Луны, оба из которых являются древними и присутствуют у многих народов. Так как урожай был связан с лунным циклом, праздник отмечали только в полнолуние.

Считается, что изначально Праздник середины осени возник при династии Чжоу более 3000 лет назад из традиции поклонения Луне. В период династии Чуньцю (770–475 гг. до н.э.) появились первые упоминания о мифологических персонажах – богине Луны Чанъэ и её спутнике Лунном Зайце. Во время правления династий Хань, Цзинь и Вэй (206 г. до н.э. – 581 г. н.э.) к обычаю поклоняться Луне добавились обычай «любования Луной», состоящий в сочинении и чтении поэтических текстов, посвящённых Луне, а также обряды, связанные с почитанием пожилых людей. При династии Тан (618–907) Праздник середины осени приобретает статус национального, его воспевают в поэмах и легендах. Во времена Империи Сун (960–1125) Праздник середины осени становится всеобщим народным праздником. Во время правления династий Мин (1368–1644) и Цин (1616–1911) обрядовые и светские традиции Праздника середины осени сохранились при императорском дворе, а также были популярными в народной среде, где постепенно получили новое бытовое содержание – молитвы о семейном благополучии стали более значимыми, чем молитвы Луне о новом урожае. В период Китайской Республики (1911–1949) и вплоть до окончания периода Культурной революции (1966–1976) Праздник середины осени был запрещён как пережиток прошлого. В XXI столетии этот праздник вновь приобрёл большую популярность, получив одобрение и поддержку со стороны китайского правительства [1, с. 9; 2, с. 7–8].

Символизм Праздника середины осени изменялся со временем. В настоящее время полная Луна символизирует в первую очередь идею единения семьи, общность с родственниками, ожидание счастья в семейном кругу. В современном китайском обществе наиболее распространёнными идеями, которые воплощает в себе этот праздник, являются воссоединение семьи и благодарение за собранный урожай (в контексте календарных обычаев и праздников). Он также стал традиционным поводом для выражения ностальгии по малой родине, своим близким, пожелания здоровья, счастья и хорошего урожая. «Многие ритуальные действия, характерные для праздника, сохраняются: молитвы о благополучном урожае, жертвоприношения богине Луны, любование луной, цветами османтуса и фонарями, отгадывание загадок, употребление лунных пряников, рассказывание легенд и др.» [1, с. 10].

Китайское правительство прикладывает усилия по совершенствованию сегодняшнего китайского общества и формированию

современной системы ценностей, в которой традиционная культура и её базовые ценности имеют довольно большой вес. В этом контексте традиционные праздники используются в том числе и производителями при продвижении продукции на рынок. Прямой целью их действий является увеличение продаж, но опосредованно они способствуют поддержанию национальных традиций, культуры, а также искусства и дизайна.

Наиболее распространённые образы и символы, связанные с Праздником середины осени. Как и любая традиция, Праздник середины осени имеет свои символы и образы. К основным символам праздника относятся Полная Луна, Богиня Луны Чанъэ, Лунная Жаба (Трёхлапая Жаба), Лунный Заяц (Нефритовый Кролик, Яшмовый Заяц), лунные пряники, фонари, цветы османтуса и др. Все они нашли своё «применение» в современном дизайне подарочной продукции.

Богиня Луны Чанъэ (Чан Э) – богиня Луны и бессмертия, персонаж китайской мифологии, – наверное, самый известный символ праздника (рис. 1, 2). Существует множество вариантов легенды о Чанъэ [3; 4], но все они сводятся к тому, что она была женой Хоу И, легендарного лучника. Однажды за свои заслуги Хоу И получил эликсир бессмертия, который если бы его выпил один человек, то он стал бы богом, а если два человека, то они остались бы людьми, но получили бы бессмертие. В силу обстоятельств (в разных версиях легенды называются разные), когда Хоу И не было дома Чанъэ выпила одна этот эликсир, стала богиней и вознеслась на Луну. Теперь она живёт в Лунном дворце. Она скучает по мужу и 15-го числа 8-го месяца по лунному календарю зажигает фонарь, чтобы рассмотреть его на Земле. По другой версии именно в этот день раз в году она встречается со своим мужем, в связи с чем в указанный день Луна особенно яркая. Образ Чанъэ воплощает идеи жертвоприношения, бессмертия и тоски, которые глубоко отзываются в китайской культуре. Чанъэ и её история часто становится сюжетом для произведений литературы и искусства.

Лунный Заяц по легенде живёт на Луне в Лунном дворце и под коричневым деревом Гуйхуа в ступке готовит снадобье бессмертия (рис. 3, 4). В более поздних версиях, Лунный Заяц является спутником Чанъэ в её пребывании на Луне. Лунный Заяц символизирует долголетие, возрождение и счастливую жизнь [5].

Лунная Жаба по одной из версий является формой Чанъэ. Попав на Луну, Чанъэ

превратилась в жабу. По другой версии, Лунная Жаба живёт на Луне вместе с Чанъэ и Лунным Зайцем (рис. 5). Ещё одна версия говорит о том, что Лунная Жаба является более древним символом, чем Чанъэ, и связана с плодородием в культе урожая. Жабы имеют округлый живот, который напоминает живот беременной женщины, а также за раз откладывают очень большое количество икры. Ряд находок изображений жаб на древних камнях подтверждает то, что жаба как символ плодородия возник в китайской культуре гораздо раньше легенды о богине Луны.

«Семантика жабы (лягушки, черепахи), во-первых, связана с землёй: в космологических представлениях эти животные часто выступают в качестве опоры, и даже самой земли. Во-вторых, ассоциируется с водой и дождём: в китайских сказках встречается сюжет, когда лягушка выпивает воду в озере (аналогичные представления существуют у тайцев, австралийцев, североамериканских индейцев и т.д.) – налицо реликт образа космической лягушки, хозяйки всей воды в мире. Подтверждением может служить и тот факт, что рассматриваемые животные используются в обрядах вызывания дождя. Исходные представления в земледельческих культах оформляются в идею плодородия» [6, с. 8].

Бытует мнение, что оба зооморфных образа в легендах возникли в силу того, что благодаря оптической иллюзии тёмные пятна на поверхности Луны воспринимаются в виде фигур зайца и жабы (рис. 6). Доказательством вышесказанного служит то, что образы зайца и жабы, которые живут на Луне, существуют у многих народов [7].

Лунный пряник (юэбин) – традиционная китайская выпечка, которую едят на Праздник середины осени (рис. 7). Изначально лунные пряники готовили как подношение Луне за обильный урожай. По форме чаще всего круглые, символизирующие Луну, могут быть с разными начинками. Варианты лунного пряника в различных регионах Китая имеют свои особенности. Сейчас лунные пряники дарят близким, родственникам, друзьям, клиентам в знак почтения и уважения, как пожелание здоровья, долголетия, гармонии, благополучия, процветания и воссоединения. Они являются неременным атрибутом этого праздника. Делиться лунными пряниками и есть их – один из самых важных способов праздновать. Лунные пряники распространены повсюду в Китае, они существуют как минимум со времён монгольской династии Юань (1271–1368). Сохранились легенды, согласно которым

заговорщики, которые хотели свергнуть эту династию прятали в лунных пряниках послания друг другу либо печатали на них сложные орнаменты, которые если разрезать пряник и сложить части в нужной последовательности, превращались в сообщение [8].

Фонари известны как традиционное китайское украшение. Одновременно появление фонарей на Празднике середины осени связывают с традицией любования луной. Фонарями на шестах украшали дома и улицы во время этого праздника для создания праздничной атмосферы.

Цветы османтуса олицетворяют собой плодородие, мир, верность и любовь. Существует традиция пить во время Праздника середины осени вино из османтуса, есть разные блюда с его ароматными лепестками и любоваться этим вечнозелёным растением.

Использование образов и символов в дизайне подарочной продукции. Рассматривая дизайн подарочной продукции, связанной с Праздником середины осени, следует отметить, что очень распространёнными подарками являются наборы лунных пряников, а также всевозможные сувениры с праздничной символикой. Лунные пряники как подарки получили распространение в том числе и потому, что их сложно готовить в домашних условиях. В качестве подарков может выступать и продукция, напрямую не ассоциированная с праздником, либо ассоциированная косвенно, но соответствующим образом оформленная [9].

Среди подходов к дизайну подарочной продукции очень популярны три основных (в порядке убывания):

1. Интерпретация образов и символов праздника (рис. 8–12). Наибольшее внимание уделяется полной Луне, кролику, лунным пряникам, Лунному дворцу, богине Чанъэ. Чуть реже в оформлении можно встретить Лунную Жабу и цветы османтуса. Стили изображения разнообразны, хотя большая часть выполнена в «милой» манере. Интерпретация образов-символов присутствует как в самих подарочных продуктах (лунных пряниках, сувенирах, имитирующих лунные пряники, подарочном мыле, свечах, праздничных фонарях и т.д.), так и в оформлении упаковки подарочной продукции (наборах лунных пряников, чая, сборных наборах с чаем, османтусовым вином и т.д.). В ряде случаев могут учитываться региональные особенности. Например, наряд, в котором изображается богиня Чанъэ, более характерный для определённой местности или учитывающий религиозные мотивы (буддистскую традицию и т.д.), цветовое решение подарочной

продукции, общепринятые в данной местности шрифты и пр.

2. Минимальное использование символов праздника, оформление в целом в «китайском стиле» часто сопровождается соответствующими праздничными надписями или вкладышами (рис. 13). Иногда присутствуют цитаты из известных литературных произведений, посвящённых богине Чанъэ. Чаще такое оформление характерно для более дорогой продукции, которая продаётся в связи с Праздником середины осени, и так оформляют только по случаю. Тем не менее даже при подобном подходе в дизайне присутствуют те или иные отсылки к празднику, хотя бы на уровне надписей или точечного включения изображения Луны, Кролика, лепестков османтуса и т.п.

3. Цитирование и стилизация известных образов из искусства, связанных с праздником (рис. 14). Часто наблюдается стилизация под традиционную китайскую живопись го-хуа и под живопись периодов разных китайских династий. Характерно больше для продукции, которая напрямую не ассоциирована с Праздником, оформляется только тематическая упаковка, но не всегда. Наименее распространённый подход к дизайну подарочной продукции. Скорее всего связан с ограниченным знанием китайскими потребителями исторических изображений из изобразительного и декоративно-прикладного искусства, связанных с символами праздника, а также тем, что стили известных произведений искусства не всегда гармонируют со стилистикой современной подарочной продукции.

Как видим, дизайн подарочной продукции подчинён символизму Праздника середины осени и в целом носит довольно выраженный национальный характер и в самих предметах, и в оформлении упаковки. При этом не обязательно сам продукт связан с какими-то традиционными для праздника действиями или обрядами. Большее значение придаётся его внешнему виду и способности выразить современные идеи праздника в пожелании благополучия, воссоединения, процветания, гармонии, заботы о семье и близких и создании праздничной атмосферы.

Заключение. Таким образом, традиционные праздники оказывают влияние на дизайн подарочной продукции, что используется производителями для увеличения продаж, а также популяризации символов праздников и культурных ценностей, связанных с праздниками. Следует отметить, что с течением времени в обществе

восприятие образов и символов традиционных праздников трансформируется, определённые из них усиливают своё значение, какие-то наоборот уменьшают. В обществе сегодня также наблюдается явление привнесения нового смысла в традиционные символы либо их нетрадиционное использование, отход от тех или иных конкретных предметов традиционного характера и придание нового содержания современной продукции в контексте праздника. Описанные подходы к дизайну подарочной продукции, связанные с Праздником середины осени, могут быть использованы отечественными производителями для сезонного продвижения своей продукции на китайском рынке, локализации упаковки и рекламы при реализации в периоды традиционных праздников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цюй, Ю. Отражение культурных ценностей в китайской коммерческой рекламе / Юнь Цюй, В. А. Пищальникова // Этнопсихоллингвистика. – 2024. – № 1(16). – С. 7–19. DOI: 10.31249/erpl/2024.01.01.
2. Ван, И. Воплощение образов урожая в китайском и белорусском искусстве: автореф. дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.09 / Имин Ван; учреждение образования «Бел. гос. ун-т культуры и искусств». – Минск, 2022. – 28 с.
3. 中秋节 | 蟾蜍? 凭借奔月出道的嫦娥 到底长什么样? 雅昌艺术网2012.09.21. = Праздник середины осени. Как выглядит Чанъэ, которая отправилась на Луну? // Artron Art Network. – 21.09.2021. – URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/O33-UIZKIUVVMZWGBOZA9vw> (дата обращения: 22.08.2024).
4. 中秋: 嫦娥应悔偷灵药, 碧海青天夜夜心. 原创 诗书画 东方卫视诗书画 2020年10月02日 = Праздник середины осени: Чанъэ сожалеет, что украла эликсир, а синее море и голубое небо каждую ночь заставляют её сердце чувствовать себя лучше // Оригинальная поэзия, каллиграфия и живопись Dragon TV. – 02.10.2020. – URL: https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzU4ODgxNTU2Mg==&mid=2247493140&idx=1&sn=2778011243c66f45a4b13adec1633e7a&chksm=ffd5abb1caa222a7593781bdf894ee380cf96e6c806feac60134123849d0781ea8b2f5912367#rd (дата обращения: 22.08.2024).
5. 在文物中寻找“古时月” | 中秋月桂. 作者: 文博时空 2023-09-28 = В поисках «древней луны» среди культурных реликвий. Лавр середины осени // Wenbo Time and Space. – 28.09.2023. – URL: <http://m.eeo.com.cn/2023/0928/607236.shtml> (дата обращения: 22.08.2024).
6. Исаченкова, М.А. Семантические прототипы китайского праздника середины осени Чжунцю / М.А. Исаченкова // Фальклор і сучасна культура: III Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 21–22 крас. 2011 г.: у 2 ч. Ч. 2 / рэдкал.: І.С. Роўда (і інш.). – Мінск: Выдавецкі цэнтр БДУ, 2011. – С. 8–9.
7. 兔年说说园林里的“兔” 2023.01.28 = В год Кролика поговорим о «кролике» в саду. Cnlandscaper.com. – 28.01.2023. – URL: <http://www.cnlandscaper.com/ganhua/show-1348.html> (дата обращения: 22.08.2024).
8. Китайский лунный пряник с солёным желтком. – URL: <https://thaibro.ru/product/kitayskiy-lunnyy-pryanik-100-g#gallery> (дата обращения: 22.08.2024).
9. 小红书 // Xiaohongshu. – URL: <https://www.xiaohongshu.com/explore> (дата обращения: 22.08.2024).

Поступила в редакцию 07.10.2024