

青铜文化在宝鸡地域形象设计中的分析与实践

周鸣勇 杜亚琪

西安石油大学

DOI:10.12238/jpm.v4i1.5605

[摘要] 宝鸡作为西周王朝的发祥地, 见证了中国青铜文明的顶峰时期。自汉代以来, 境内不断出土青铜器物, 因其数量之巨、精品之多、铭刻内容之重要, 被誉为“青铜器之乡”, 形成独具魅力的地域文化。本文通过对宝鸡青铜器进行深入挖掘, 标志性元素提取, 利用青铜形制、纹样、文化等为设计元素, 开发具有本土特色的文创产品, 使宝鸡青铜文化与产业发展进入良性循环, 促进地区经济发展。同时, 对宝鸡优秀传统文化进行传承、传播与发展, 也为其他历史资源特色类地区提供借鉴。

[关键词] 宝鸡青铜器; 地域特色; 推广设计

The Analysis and Practice of Bronze Culture in the Regional Image Design of Baoji

Zhou Mingyong, Du Yaqi

(Xi'an Petroleum University, Xi'an, Shaanxi 710065)

[Abstract] Baoji, as the birthplace of the Western Zhou Dynasty, witnessed the peak period of the Chinese bronze civilization. Since the Han Dynasty, bronze objects have been continuously unearthed in the territory. Because of the huge number, the number of fine works and the important engraved content, it has been known as the "hometown of bronze objects", forming a unique and charming regional culture. Through the deep excavation of Baoji bronze ware, extracting the iconic elements, and using the bronze shape, pattern and culture as the design elements, this paper develops cultural and creative products with local characteristics, so that the development of Baoji bronze culture and industry can enter a virtuous cycle and promote the regional economic development. At the same time, the inheritance, dissemination and development of Baoji's excellent traditional culture will also provide reference for other areas with historical resources and characteristics.

[Key words] Baoji bronzes; regional characteristics; promotion and design

地域形象推广设计指综合某一地域的文化是、地理环境等因素, 准确寻找出这一地域的代表性文化符号, 经过艺术化设计, 开发出便于现代大众媒体传播的艺术作品, 达到对某一地域形象推广的社会与经济目的。地域形象中所蕴含的因素众多, 包括基于地理环境所产生的民族、宗教、历史、文化及自然环境等。在现代设计发展过程中, 设计师通过采用不同的设计手法、设计条件、设计途径等, 将共同记忆下某地域形象用艺术的视觉化方式表现出来。如北京故宫博物院从皇室、明清建筑、家具、服装等历史文化角度, 挖掘和提炼独特的设计元素, 并从造型、色彩搭配等方面予以表现, 设计出“万福如意”花丝手链、“事事如意”挂屏、“朕知道了”等众多出圈文创, 将简约时尚的设计语言和中国传统纹样、寓意相结合, 体现故宫博物院特色文化。再如敦煌莫高窟飞天元素, 具有鲜明的地域文化特征, 而被广泛使用在甘肃本土特色产品中, 成为其“名牌”。当然, 地域形象设计不仅需要准确找寻这一地域的代表性文化符号, 还需要设计者通过前期调研对某一地域因

素达到通盘认知, 才不会在设计内容的表达中产生歧义, 如表现秦文化时不能出现莲花纹、联珠纹、对兽纹等穿越时间的产物。因此, 本文将通过对宝鸡地域青铜文化进行深入剖析, 准确把握地域形象设计要素, 设计出具有地域特色的文创产品。

一、宝鸡青铜文化地域特征分析

宝鸡古称西岐、陈仓, 地处关中平原西部, 南靠秦岭, 北临渭水, 东西皆深沟, 是我国西部一个重要的政治、经济、文化交流中心。唐至德二年(公元757年), 因市区东南鸡峰山有“石鸡啼鸣”之祥兆而改称宝鸡。宝鸡是华夏始祖炎帝的诞生地, 是周秦王朝发祥地, 也是佛、儒、道三家文化的汇集地。在历经千年历史文化的沉淀过程, 形成独特且丰富地域文化, 被民众附于“炎帝故乡”、“青铜器之乡”及“民间美术之乡”等美称。

1.1 宝鸡特色文化基本概述

宝鸡独特的地理位置孕育了独具魅力的历史文化和民间传统文化。有多姿多彩的非物质文化遗产, 从巧夺天工的西秦

刺绣,到匠心独运的木板年画,从鲜明亮丽的凤翔泥塑,到古朴神秘的社火脸谱,从百变多样的社火马勺,到灯影辉煌的皮影戏等记录了宝鸡绵延不息的文明传承。其次,大量的民俗事象,构成了宝鸡地方文化又一鲜明特质。在宝鸡市内,至今仍存在着石榴镇火神庙,每年正月十一日神农祠盛会前后会举行“西府社火”,盛装装扮人物角色,在鼓乐齐鸣,炮仗震天的狂欢气氛中,表演着“黄帝战蚩尤”“牛虎斗”“火神”等传统节目,以雄伟强健的牛作为不可战胜、造福人类的象征。最后,则是不胜枚举的宝鸡青铜器,其历史可追溯到公元前1600多年至公元前200多年。出土大量珍贵的、极具历史地域特色且外形精美的青铜器,使得青铜器成为宝鸡历史文化中最响亮的“名牌”。

1.2 宝鸡青铜文化

青铜器是指用纯铜与锡或铅的合金制成的器物,以铜为主,颜色呈青,故名青铜。青铜的发明是划时代的伟大创作,考古学上将青铜器的发明到铁器的普遍使用以前的这段时间称为“青铜时代”,即大约公元前21世纪到公元前5世纪的商周时代。青铜作为世界文化的标志,遍布全球。六千年以前,古巴比伦两河流域就有了第一块青铜。中国青铜虽然出现得比较晚,但青铜器造诣却具有极高的艺术价值,反映了中国四千多年的精湛工艺和文化。

宝鸡是中国古代西周部族和秦族的起源地,优越的地理位置和历史条件使得宝鸡出土了大量精美且优质的青铜器。现藏于宝鸡青铜器博物院的器物主要分为“青铜器之乡”“周礼之邦”“皇帝之道”“智慧之光”等四个板块,集中了宝鸡各地近一千五百件商周青铜器,包括以何尊、迷盘、秦公罍等为首的近百件珍贵国宝。除去数量繁多以外,其青铜器品种类型、造型艺术也十分丰富多彩,主要涉及有酒具、食器、水器、刀具兵器、车马器、日常生活器具、钱币、铜制器物、玺印等。从出土的大量青铜器来看,精美的造型、高湛的铸工、华丽的纹饰、极具考古价值的铭文等,既代表着西周高度发达的文明水平,凝聚着西周文化之精华,同时也是中国古代文明最突出的标志之一。青铜器本是记载墓主人的身份、权利和地位,记录封建王朝兴衰的用具,但经过历史的变迁,它灿烂的青铜文明、深厚的文化底蕴,在发展中逐步汇入华夏文明的脉络,成为中华民族发展的一种精神支撑。

1.3 宝鸡青铜器特点

宝鸡出土的青铜器主要有窖藏多,规格高,种类全,形制繁,纹饰美,铭文多等众多特点。为研究上古美术史和造型艺术提供了丰富的资料,且成为现今装饰艺术很好的借鉴物和重要灵感来源。

窖藏多,规格高,种类全。宝鸡是西周京畿重地,也是西周一些诸侯国的封地,西周王朝早期的宗庙一直在宝鸡。大多重要的祭祀、册命仪式等活动都在这里举行,且许多王公贵族在此拥有采邑,长期居住,死后亦葬于此,出土的礼器多、规格高。此时也正值我国青铜文明发展的鼎盛时代,在出土器物

中包括有食器、酒器、乐器、车马饰、兵器、工具等种类齐全,遍布国内外各大博物馆。

形制,是整个造型最直观的表达和核心部分。春秋战国时期战乱不断,不同地域文化相互交流与碰撞,在此背景下产生了更多繁复的器形,造型内容逐渐摆脱陶器的束缚,愈加符合使用的目的性和审美的规律性。

纹饰,主要来源于人们对自然和生活的观察,建立在人们想象之上的重组变形,创造出富有美学价值以及饱含政治信仰的图案。从空间上分为通过阴刻、阳刻或镂空等手法在器壁上表现的平面纹饰,以及通过浮雕或圆雕的雕刻手法进行表现立体装饰。按照装饰题材则可以分为几何形类、动物类和人物画像类。青铜器纹饰的演变过程与社会生活息息相关,并与民族精神的形成相统一。从早期的原始、粗犷和质朴到高朝体现阶级所崇尚的宗法、礼教观念的神秘狞厉风格,从西周时期散发的理性色彩,到春秋战国时期闪耀的人文精神的光芒,是人类文明进步的每一步,社会生活的每一次变化在青铜器纹饰中的反映。

铭文,又称之为金文或钟鼎文,是实用价值与装饰艺术相统一的体现。各时期的铭文有其不同的特点与含义。商代青铜器铭文字数和内容均较为简单,经过高度概括与提炼,使其具有文字的识别性和图形的装饰感。西周青铜铭文发生诸多变化,数量增加,内容也随之丰富化。且铸刻技术的进步,也使青铜铭文以圆滑的线条取代了尖锐的棱角,字形上流淌着毛笔的墨痕笔意。青铜器铭文作为对青铜器断代的重要依据为研究青铜器历史文化提供了信息,可谓“青铜史书”,更以其独特的审美特征,影响着后世书法的审美精神。

二、基于宝鸡青铜文化的视觉形象设计

2.1 青铜文化在设计中的应用

在现今社会中,许多设计不免涉及中国传统文化领域,从中国古代传统文化符号中获取设计灵感和元素,青铜器纹样也不例外。如陕西省文物局Logo,图案灵感来自宝鸡青铜器博物院的镇馆之宝“何尊”,整体logo以何尊外图形为核心,器身之上由下而上排列“陕西文物”四字拼音首字母,经过艺术处理,巧妙地隐匿在几何图形之间。既展现宝鸡青铜的地域文化,同时又能体现中国传统文明的优秀文化。

2022北京冬奥会火种台同样是以“何尊”为造型而进行设计,以器物的外部曲线造型为视觉主图,整体造型基座沉稳,象征“地载万物”,顶部舒展开阔,寓意迎接纯洁的奥林匹克火种,体现传统与现代、科技与激情的融合。

安徽博物馆新馆建筑采用了青铜器方鼎的元素,建筑墙面则采用类似青铜色起到古朴凝重的视觉效果。在建筑外观上,则装饰上了常见的饕餮纹,以纹饰魅力展现博物馆展现威严庄重之感。此设计对于安徽地域形象的展示也对青铜器纹样的传播具有极大的促进意义。

此外,还有大量以青铜器为核心创作的各式文创产品,如形态各异的酒具、灯具,或以提取文字中的内涵和特色,设

计成字形发卡、生僻字盲盒冰棒等,更直观的如三国志游戏中英雄皮肤,“长信未央·马云禄”“四羊伏江·丁奉”“莲鹤流思·曹植”等青铜器文创产品及周边备受人们青睐。当然,以上的设计都需要设计师对青铜器的历史源流、材质工艺等达到全面认识,以做到设计的游刃有余。

2.2 宝鸡青铜器在文创中的设计方法

宝鸡青铜器反映出商周部族的生产、生活状况,使现代社会对商周文化有了全面的认识。青铜器中所包含的造型、图案、铭文等元素也对现代设计提供了新的灵感思路,将其进行艺术加工,合理地应用到设计中,使之与现代设计完美融合,将迸发出绚丽的光彩。应用方法主要有以下几点。

素材应用,针对青铜器装饰或造型外貌,直接挪用到设计中。简洁明了的线条,布局紧密的纹饰,较强的独立性等均能直接满足现代人们的审美需要,给人带来古朴、粗犷且传统的视觉感受,也能使纹样寓意的传达也更加直观明确。

解构重组,对青铜器元素用抽象与象征的手法进行简化处理,抓住突出特征,打散已有元素形态,从不同角度重新组合,赋予其新的设计生命。或可使与现代元素或风格进行拼接、重组,打破传统与现代的时空桎梏。

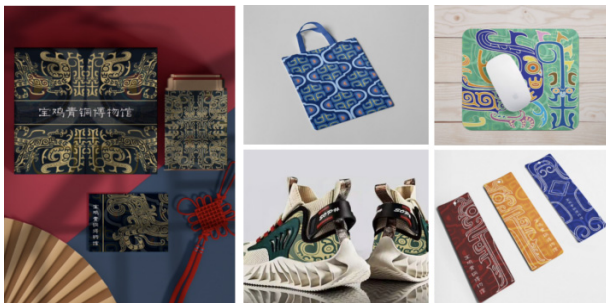
抽象化,通过改变元素轮廓、结构和比例,在保留其艺术特征的基础上改变视觉形象,使之变得鲜明生动,更符合现代审美观念。在创作的过程中注意抽象与夸张的程度,避免降低元素辨识度。

发散式,发挥主观能动性,打破思维定势,融入流行元素,进行从多角度,多维度思考与设计,在保留元素精髓的同时,使得设计作品更符合现代审美潮流。

提炼式,青铜器装饰纹样、形制、铭文等都被人们赋予了特殊的寓意,体现了中华民族的认知精神与审美观念。通过对元素寓意的深入了解,选择符合设计要求的元素内容,才可以传达出与设计主旨信息相切合的作品。

2.3 宝鸡青铜器在文创中的设计实践

在开发宝鸡地域形象的设计实践中,提炼具有地域特色的设计元素、优秀的文化传承,在文化、情感、创意与工艺的契合下,使文创设计深入人心、雅俗共赏,也更具灵魂。形制、纹饰、铭文、文化寓意等都是宝鸡青铜器的标志性元素,将其应用在海报设计、文创作品、日常用品中独具风味。



以宝鸡青铜器博物馆海报设计为例,画面可以以青铜主要形制为主体,选择局部大特写或细节展示,线条形式表达。在描绘中讲究粗细有致,保留特色造型,背景选择暗纹纸或带有纹样的肌理纸,丰富背景。主体颜色选择较为古朴的色彩,与画面背景色彩明暗相对,再配以相应海报主题字以及辅文字或具有版式效果的文字,增加画面内容。使其不仅能体现出宝鸡城市的文化特色,展示城市形象,而且能够促进地域间的文化交流,成为信息传递、文化交流的载体。

三、宝鸡青铜文化创意产品开发与推广

3.1 塑造产品品牌形象

美国著名品牌大卫爱格最先提出了“品牌即产品”的观点。在多元化商业模式的市场竞争中,品牌形象塑造是产品竞争的重要辅助力量。宝鸡青铜文创可利用地域性文化资源优势,塑造青铜文创产品品牌,全方位推广,以代表性特色文创为切入点,完善宝鸡地域特色青铜文创产品品牌形象建设。

3.2 打造体验式营销模式

可采取实体体验模式与网络消费模式交相呼应的新型消费模式,如创建“青铜文化工作室”和“青铜市场”等平台,消费者可DIY制作简易青铜文创或日常用品,缩短消费者与青铜文化之间的距离,使青铜文创产品更有意义,也更好地展现青铜文创其自身独特的艺术文化魅力与浓厚的传统文化色彩。

3.3 运用新媒体推广

信息化的高速发展,为产品推广提供新的宣传方式。社交媒体、短视频、数字媒体、融媒体等平台都为文创推广带来新转机。首先,在各大视频软件推广宝鸡青铜文创产品有关视频,扩大其知名度。其次,针对产品设计制作流程进行过程拍摄,选择特色化产品与主题进行促销,吸引更多消费者,以获得其认同感,进而增加浏览量,实现产品多样化宣传,拓展销售渠道,推动产品销量。最后,在大型活动推广视频中以创新理念与优质的内容为载体,以宝鸡青铜文创产品为素材,展示独特地域魅力,提升城市整体形象。

总结

一件青铜器物,承载一段历史文化,展现一带地域风景。宝鸡青铜器艺术是融入生活的艺术,它不仅是审美意义的造物,更是一种精神意义的存在,其丰富的资源更是为设计创作者提供了取之不尽用之不竭的创作灵感。

了解宝鸡青铜文化,由一件文创产品出发,感受地域文化、触摸风土人情。通过对宝鸡地区地域形象的深入了解,以

及特色文化元素的深度挖掘,对宝鸡青铜器的形制、纹饰、铭文以及其文化寓意进行总结分析,对各种设计方法的整合和实践,设计出更符合宝鸡地域特色的文创产品,为宣传宝鸡地域形象、推广地域旅游资源、带动当地经济文化发展,保护和传承优秀传统文化探索了一条新型的思路和方式,也为其他区域挖掘特色产业、设计相关文创产品提出借鉴和参考。

[参考文献]

[1]周鸣勇,王卉荣.艺术设计专业特色核心课程建立的思考与探索——以“地域形象推广设计”课程为例[J].继续教育研究,2021(01):158-160.

[2]王静,沈睿文.《穆天子传》与大使厅北壁壁画[J].美术

研究,2017(5):53-62.

[3]马健.商周青铜器纹样在现代设计应用中的分析[J].汉字文化,2018(15):77-79.

基金项目:

2022年西安石油大学研究生《地域形象推广设计实践》精品课程建设项目,教育部人文社会科学基金一般项目“关中地区民间艺术遗存粟特袄教文化研究”(19YJAZH124);陕西省体育局体育科研常规课题“关于陕西体育类非物质文化遗产研究”(2022417)阶段性成果。