

浅谈山西寺观壁画冷兵器与文创设计的传承与发展

潘威¹ 赵建中² 李颖方³

(1. 郑州软件职业技术学院, 河南 郑州 450000;

2. 太原科技大学, 山西 太原 030024;

3. 确山县第七小学, 河南 驻马店 463299)

【摘要】山西省作为中国文化遗产的重要承载地, 其寺观壁画艺术历史悠久, 内涵丰富。壁画中频繁出现的冷兵器图像不仅反映了古代军事文化, 也蕴藏着深厚的审美和象征意义。随着文化创意产业的兴起, 山西寺观壁画中的冷兵器元素为现代设计提供了独到的灵感源泉。本文通过分析山西寺观壁画中冷兵器的造型、色彩和纹样, 探讨其在文创设计中的应用和创新途径。强调在传承传统文化的同时, 必须对其进行现代诠释和创新改造, 以满足现代消费者的审美需求和生活实用性。本文通过巧妙融合传统元素与现代设计理念, 山西寺观壁画中的冷兵器可以在文创产品中焕发新生, 促进传统文化的传播与发展, 同时也推动地方经济的转型升级

【关键词】山西寺观壁画; 冷兵器; 文创设计; 传承发展

山西, 这片古老而又神秘的土地, 以其深厚的文化底蕴和独特的地理位置孕育出了无数珍贵的文化遗产。在其中, 寺观壁画犹如一颗璀璨的明珠, 不仅承载着丰富的宗教文化和历史信息, 更是古代社会生活的一面镜子。这些壁画中的冷兵器形象, 无论是作为护法神的手持之物, 还是作为故事情节中的重要道具, 都透露出古代武士文化和军事历史的印迹。随着时代的发展, 如何将这些古老的文化元素与现代生活相融合, 成为文化创意设计领域的一大挑战和机遇。本文将探讨山西寺观壁画中的冷兵器如何在文创设计中得到传承与发展, 让传统文化焕发新的生命力。

一、国内文创经济形势

我国国内文创经济形势总体呈现出蓬勃发展的态势。近年来, 我国文化及相关产业营业收入持续增长, 带动了文化创意设计营收的增加。据统计, 2016年至2021年, 我国文化及其相关产业营业收入从80314亿元增长至119064亿元, 规模以上文化创意设计营业收入从9854亿元增长至19565亿元, 占比由12.9%提升至16.4%。随着文创产业的蓬勃发展, 相关企业的注册量也大幅增加。数据显示, 2016年至2021年, 我国文化创意产业相关企业注册量由2015家增长至10955家。

从企业区域分布来看, 陕西、江苏、广东在业/存续的文创相关企业数量排名前三, 分别为5801家、

3476家、3348家, 占比分别为15.94%、9.55%、9.20%。

产品规模增长: 文创产品规模不断增长, 例如在2023年中国文化用品商品交易会(简称“CSF文化大会”)中, 文创产品占比已达14%, 同比增加6.5%。随着国民生活水平的提升, 人们越来越注重精神文化需求, 未来文创产品的需求预计将持续增加。文创行业呈现出从保护传统文化到商业化、艺术化再到数字化的发展态势。

企业区域分布		
城市	企业量(家)	占比
陕西	5801	15.94%
江苏	3476	9.55%
广东	3348	9.20%

表1

二、当下文创市场

进入新时代的中国, 正在用博大深邃的传统文化向全世界展示其魅力。十年以来, 文化创意产业正在以一种上升的趋势发展, 更多的热爱传统文化的设计师们逐渐投身于中华民族复兴事业, 文化创意产品的设计开发就是其中最有力量的部分。

虽然国内经济在增长, 但文创行业迄今也就只涌现出了故宫文创和敦煌文创两个相对具有影响力的文化品牌, 还有许多设计师创业团队都在聚焦产业根部, 奋力探索着未来的发展方向。^[1]能够使全国各地众多极具价值的非物质文化遗产资源走出发展困境, 实现真正的活化。而根据国外发达国家以及我国

部分城市的发展经验,文化创意产业对于国家和城市的整体经济已经具有非常重要的战略意义,在促进经济的增长的同时,也带来了就业的增加。^[2]

文化旅游、博物馆旅游在近几年爆火,与文旅相关的特色文创产品也在不断推陈出新,先后出现了由故宫博物院、敦煌博物馆、河南博物院等主创的、具有特色的考古周边产品、玩具、手办等,此类衍生产品是传播和展示相关文物历史文化内涵的客观载体,它必须以各个文物、收藏单位的特色文化为一切衍生产品创意的来源,这也是各个单位相关文物衍生产品差异化的前提,^[3]避免出现文创产品同质化的倾向。

故宫 2010 年在淘宝开启了网店,开始了第一批文创产品的售卖,在 2019 年建立起“故宫文具”IP,从正儿八经售卖周边到“卖萌”高手,故宫的触网之路是中国博物馆文化创意产品发展史中最具代表性的缩影,故宫模式也开始成为其他博物馆效仿的文化创意产品模式。例如陕西历史博物馆推出了唐妞系列文创产品、中国国家博物馆推出了宪宗元宵行乐系列产品……文创产品不管是质量还是设计水平,较之前几年都迈上了新台阶。^[4]



图一

清华大学文化经济研究院研究员表示,文创产品是博物馆的符号,文创产品和互联网的结合,让中国的传统文化在年轻人中得以传承,并让海外消费者也开始青睐中国的文创产品,这也是中国文化自信的表现之一。^[5]但不可否认的是,我国大部分消费者对目前开发的文创产品并不满意,主要表现为产品直接照搬文物原样,缺乏创意;各大单位制作出的产品雷

同,同质化倾向严重;产品质量低廉,价钱却不低。这种情况的出现,对于山西寺观壁画未来如何发展,如何做出让消费者满意的衍生产品,又有了新的研究方向,希望各位专家学者能够接续研究,为山西寺观壁画未来的发展作出贡献。

三、山西寺观壁画冷兵器在文创设计中的新生

(一) 造型的借鉴与创新

在山西寺观壁画中,冷兵器的造型丰富多样,每一种都有其独特的历史背景和文化意义。这些传统造型在现代文创设计中可以被借鉴和创新,形成具有现代审美价值和实用功能的产品。直接借鉴是最直接的方法,即在产品设计中直接引用壁画中的冷兵器造型。例如,设计师可以将壁画中的剑、枪、刀等兵器的外形完整地复制到金属工艺品或家具装饰中,保留其原有的历史感和艺术美。这种方法适用于那些对历史文化有较深理解的收藏者和爱好者。

然而,更为常见的是在借鉴的基础上进行创新。设计师可以对冷兵器的造型进行抽象化处理,提取其最具特色的线条和结构元素,然后将其融入现代产品的设计中。例如,将剑的流畅线条用于桌面设计,或将弓箭的形状变体为书架的结构,这不仅保留了冷兵器的视觉特征,也增加了产品的现代感和创意性。此外,现代材料和技术的运用也为造型创新提供了更多可能性,如利用轻质合金、亚克力等现代材料制作冷兵器模型,或者通过 3D 打印技术实现复杂的造型设计。



图二

(二) 色彩的传承与演绎

山西寺观壁画中的冷兵器色彩是文化传承与演绎的重要方面。在文创设计中,这些传统色彩可以与现代色彩理论相结合,创造出符合现代审美的色彩搭配。首先,山西寺观壁画中冷兵器所使用的色彩,如金色、银色和铜色,可以被直接引入到产品设计中。这些金属色彩不仅反映了古代工艺的高度发展,也象征着权力和神圣。在文创设计中,这些传统色彩可以被用于珠宝设计、家居装饰等领域,通过现代工艺技术的应用,使产品呈现出独特的历史感和艺术美。

其次,对于山西寺观壁画中冷兵器色彩的现代演绎,设计师可以通过色彩搭配原理,将这些传统色彩与现代审美相结合,创造出全新的视觉效果。例如,利用金色的华贵与现代简约风格的对比,设计出既有古典韵味又不失现代感的产品。此外,还可以探索在不同材质和介质上使用这些传统色彩,如在陶瓷、玻璃、纺织品等材料上进行艺术创作,使色彩在新的载体上焕发不一样的光彩。



图三

(三) 纹样的再现与应用

除了造型和色彩,山西寺观壁画中的冷兵器还常装饰有精美的纹样,这些纹样不仅是装饰性的,更有着深厚的文化内涵和象征意义。在文创设计中,这些纹样可以被再现和应用在各种产品设计中。设计师可以将传统纹样与现代图形设计语言结合,创造出新的表面装饰或图案。例如,将云纹、龙凤纹等传统纹样应用于服装面料、家居软装或数码产品外壳上,不仅增添了产品的文化气息,也让用户在使用过程中感受到传统文化的魅力。

对于山西寺观壁画中冷兵器纹样的现代演绎,设计师可以通过图形语言的转化,将这些传统纹样与现代审美相结合,创造出全新的视觉效果。例如,将传统纹样进行现代化改造,比如通过数字化手段重新构图,或者与其他艺术风格进行融合创新,生产出具有独特图案的服装、饰品或家居用品。此外,这些纹样也可以用于平面设计,如包装、广告、出版物等领域,以全新的形式传达传统文化的精髓。



图四

四、小结

总体而言,山西寺观壁画中的冷兵器不仅是古代文化与艺术的珍贵遗产,更是文创设计领域中一片尚未充分挖掘的宝藏。通过对其造型、色彩和纹样的深入分析与研究,我们能够在现代文创产品设计中实现对这些传统元素的传承与创新。这一过程不仅要求设计师具备深厚的文化底蕴和敏锐的市场洞察力,还要求他们拥有将传统与现代相融合的设计能力。

在未来的发展中,山西寺观壁画冷兵器与文创设计的结合应更加注重文化内涵的传递与教育意义,同时也要追求美学价值与市场价值的平衡。这不仅能够为传统文化的传承注入新的活力,也能够推动文创产业的持续发展,形成独特的地区文化品牌。最终,通过这样的跨界合作和创新发展,山西的寺观壁画冷兵器将在新的时代背景下绽放出更加夺目的光芒,成为连接过去与未来,传统与现代的文化桥梁。我们相信,在这些艺术创作的一般法则中,能够找到山西寺观壁画冷兵器图像与现代设计创作的新的突破点,从而引领山西寺观壁画全域元素的新样态^[6]。

参考文献:

- [1] 陆娟娟. 故宫博物院文创产品与广西民族博物馆文创产品对比分析[J]. 西部皮革, 2020年版, 第78页.
- [2] 蔡荣生, 王勇. 国内外发展文化创意产业的政策研究[J]. 中国软科学, 2009年版, 第79页.
- [3] 倪婉, 吴晓松著. 让可移动文物活起来[M]. 武汉大学出版社 2015年版, 第32页.
- [4] 2019 博物馆文创产品市场数据报告[J]. 公关世界, 2019年版, 第19页.
- [5] 2019 博物馆文创产品市场数据报告[J]. 公关世界, 2019年版, 第22页.
- [6] 叶晶. 戏曲现代戏舞美创作中的“古为今用”[J]. 中国戏剧, 2022年版, 第94页.

山西省研究生教育创新项目课题“‘冷’瑰宝——山西寺观壁画兵器研究”(项目编号: 2022Y703)阶段性成果