

基于巴蜀图语文化视角下的玉雕艺术设计创新研究

何 燕

(四川文化产业职业学院, 四川 成都 610200)

摘要: 巴蜀图语为巴蜀文化的关键构成部分。研究其图像标志特点和文化意义, 探索巴蜀图语与玉雕艺术的联系和创新途径, 根据现代个人需要对传统图像符号进行演绎。以巴蜀图语的“”笋形图形为代表, 根据当下用户审美需求, 用轻松活泼的个性化图像标志表达中国文化, 并把数字艺术软件运用到玉雕的设计中, 形成了独特风格。

关键词: 巴蜀图语; 玉雕文化; 艺术设计

前言

近年来, 中华优秀传统文化越来越受到青少年追求的时尚, 国潮热不仅体现出青少年对中华优秀传统文化的深度认可与情感共鸣, 也表现出他们民族自信、文化自信的情感表达、消费方式。玉雕是中国古老的古老手工艺, 人们对于玉雕产品的艺术表现需求愈来愈高, 装饰性也日益突出。巴蜀图语亦称巴蜀标志或蜀国的图画文字, 在盛行于开明王朝时代, 被誉作“世界第九大奇迹”。巴蜀图语在中国文字发展史上具有重要地位, 把巴蜀图语图案融于玉雕艺术构思创作具有现实意义。使用数字设计软件, 根据用户的审美需要, 分析现代年轻人用户的个性特征打造本土玉雕设计产品, 具有可行性。

1、玉雕产品设计发展现状

在我国传统文化中, 玉雕融文化理念和哲学于一身, 是极具我国精神特质的文化载体, 是文化和中华民族灵魂的展现, 正如《礼记·学记》中“玉不琢, 不成器”所说, 玉雕工匠的艺术构思和雕刻对于展示玉石文化内涵必不可少。玉雕具有古典和现代美学特点, 当代玉雕艺术在仿古基础上加入潮流因子, 创新产品设计和营销手段, 促进中国古老手工艺的转型提升。目前, 市场上的玉雕造型多以古典为主, 如飞禽走兽、花鸟人物等都是较为常见的题材。设计者要创造性地运用古典元素, 创作出优美时尚且富有中国风的现代玉雕和文创产品, 融合了传统手工艺和现代化制造, 在继承经典审美风格的同时降低成本以满足新兴消费人群。

2、玉雕设计发展困境

当下国内玉石产品的线上线下的产品总量很大, 以国产产品居多, 竞争十分激烈。但是这种产品的同质化问题严重, 在同一类别下各个产品的外观、功能至是营销方式都互相模仿, 品牌意识薄弱^[1]。玉雕艺术的创新与成长也面临许多困难, 玉雕艺术普遍存在着沿袭传统形式、技术落后、样式陈旧、缺乏时代感、没有创新性的设计的问题。大多数的商品设计理念和人文精神不能与时俱进, 无法学习借鉴其他手工艺的先进成果, 无法与其他艺术门类优化嫁接, 产品的设计和现代人的审美不相适应, 产品很难变成年轻人的消费品。

3、传统纹饰玉雕设计中应用

传统艺术是中国几百万年的发展文明积淀留传至今的丰富珍贵财富。它伴随着人们的发展过程, 来自生活、来自历史, 是形式和内涵完美融合的媒介^[2]。文明具有地方性, 一个区域和别处的文化形式是在各种自然地理条件和社会人文环境等多因素的共同影响下, 在一段历史时期中慢慢产生并逐渐产生和发展起来的。特点迥异的本土传统图形标志, 则代表着这个地区的传统艺术, 是中华民族历史的一部分, 也是地区文化的灵魂, 通过这种的文化图形元素和现代艺术的融合, 形成了一种文化的历史延续, 有着强烈的地域特色。

图案纹饰是玉器的主要部分, 担负着深厚的文化内涵与审美意义。在玉雕技艺上, 对古老风格的承继与弘扬, 尤其对古老纹饰的应用上表现出淋漓尽致^[3]。这些传统纹饰不但表现了玉雕工

匠的高超工艺和独特的构思, 而且经过巧妙的构思, 把不同画面和美好的含义紧密地组合起来。蝙蝠的形象因其同音字“福”而被广泛运用, 象征着福祉与吉兆; 而宝瓶的造型也代表着“平安”, 代表着宁静与安定的家庭。另外, 云纹的运用体现了人类对大自然大地的敬畏之情, 而谷纹则表达了对农业大丰收的期望^[4]。这些纹饰不但突出了玉器的美观, 而且蕴含着丰富的文化内涵, 与中国传统的哲学思想相辅相成, 体现了中国民间的传统习俗与宗教信仰。它代表着人类对生活的无限渴望与追求, 是中华民族漫长历史与精神传承的鲜活表现。

4、巴蜀元素玉雕产品品牌设计

4.1 巴蜀图语元素研究

巴蜀图语, 是远古时期巴蜀地域的一种神秘图画语言体系, 它是从远古时代在巴蜀地域发掘出来的巴蜀文化青铜武器、铜玺印、青铜乐器、青铜容器等出土文物上出现的一种古老图形文字。目前已发现的巴蜀图语主要见于二种器物之上, 一是青铜印章, 二是刻在青铜兵器上的, 音乐与酒具上较少。年代大约在前九世纪前后和前一世纪之间^[5]。在中国文化艺术整体中的部分是民族传统文化中使用的吉祥字和谚语的特殊标志, 可见的单体标志约有一百个, 而它们尚无法构成词句与文章。巴蜀图语与早期的象形文字存在相似之处, 均为图像符号对日常生活场景的记录。巴蜀图语的符号大致可以分为六大类别: 人形、动物形、植物形、器物形、建筑形以及几何形。其中, 包括虎纹、手心纹、鸟纹、虫纹、花蒂纹等在内的图案种类繁多, 达到上百种。尽管这些图案具备一定的装饰效果, 但它们主要源自日常生活中的实际物体和自然现象。而各种符号明显地表达了不同的组合, 所以它必须具备语言的功能。这些图形既具有象形的特征, 又带有抽象的因素, 十分适合作为玉雕造型元素。

4.2 巴蜀图语符号再造

巴蜀图语, 是川西地区独有的一种艺术表达方式, 它不但承载着浓厚的民俗特点, 而且也反映了四川百姓的生存状态与审美情趣。把巴蜀图语中的元素和现代设计结合起来, 是一个具有挑战性的目标, 它需要设计者们寻找到一个优秀的结合点, 从而可以充分发挥中国文化的特点。通过细心筛选和提炼巴蜀图语中的图形元素, 并对这些图案造型加以再创造, 根据各种玉石材质的特点以及玉雕技术的高超工艺, 就能够创造出全新的视觉艺术作品。这样的作品不但可以继承中国文化的丰富精神内涵, 而且可以赋予玉雕艺术更大的生命力与时代性。玉雕艺术本身和巴蜀图语的美学理念存在着内在的统一, 二者都利用点、线、面的巧妙搭配创造出具有表现力的画面, 通过传统的线条的流动性和力度表达出深远的画意。当巴蜀图语的元素和玉雕文化相结合后, 可以创作出富有鲜明特点、地域特色鲜明且充满艺术气息的艺术品, 这样的艺术品不但可以抓住现代人的视线, 而且可以作为联结过去和未来的文化桥梁。

5、以巴蜀文化中的笋形符号为例解构玉雕设计

经严志斌初步计算, 截至今日, 见于发表的巴蜀符号器物大

约有 850 余件,在 240 余种巴蜀标志中有一类为“”样的笋形标志。本文就将巴蜀文明中的笋状标志解构,以在原文明标志的基础上实现创新。四川什邡县城关战国墓地的铜矛,发现于蜀地什邡县城关战国墓。高 21.3 公分,胶长 7 公分,叶宽 3. 公分 1、长度 2.6 公分。骰部二端的标志。成都市巴东县冬笋坝出土成都巴东县冬笋坝铜剑,现收藏在成都博物馆。长 50.2 厘米。刀柄上见标志“虎”该刀为柳叶状扁茎无格刀,中脊隆起,刀体较宽,茎部二穿。就剑的形制和长短而言,该剑有战国晚期的造型特征^[6]。剑体二端各有一个“”标志。古越阁藏,通长四十三、刀高四点四厘米。剑身二则有标志虎出吐舌有翼。这剑是一把改装的巴蜀青铜剑,刀体大部分维持了柳叶状扁茎巴蜀剑的刀体特征,在茎上还留有一侧上一下的穿孔,刀体二侧有“”标志。

据严志斌、洪梅二位在《试析巴蜀文明中的笋形标志》一文所述^[6]“”形标志盛行于春秋晚期晚阶段至秦,是我国盛行时期较短的一种符号。“”构成一个固定的搭配,可能是当时流行的复合性标志,也可能是当时流行的习语。这种图像只见于铜剑、矛等兵 188 试析巴器上,在较大的范围中散布在巴蜀文化区(在巴人地区的散布稍广),又在冬笋坝、宝轮院、同心村、小田溪等地的墓地内呈聚集性出现。从巴蜀文明范围内来说形符号没有种族性或等级性的特点。

利用图案元素解构的方法,以巴蜀图语作为文创产品语言的一部分进行文创产品设计,首先需要知道巴蜀图语符号的构成。巴蜀图语的特点是用线条为主和随手描绘对巴蜀图语的特征要延续在设计中,通过吸取的巴蜀图语元素加以拆分并重新组合,从而创新图形得到了全新的视觉语言,并且更具有巴蜀图语的特征以及现代年轻人所喜爱的玉雕图形形象^[7]。

6、目前市场笋形玉雕产品现状



展示了市场中一些笋形玉雕产品的销售情况

“竹笋”又是自古以来文人墨客所赞美的话题,由此成为诗歌创作题材之角色,表达着丰富的寓意意义,承载了人格追求、品德操守。笋之为宝,玉雕竹笋的铲平艺术往往浸透了我国的审美理念。在“竹笋”形象所承载的丰富寓意中,有一种和古君子品德密不可分,即贞正之风骨、耿介之品格。人们通过使用笋形玉雕饰品,不但可以体会到玉雕文化的韵味,更能在精神层面上和古君子发生共鸣^[8],寻求一种高雅、执着的人生观。经过市场调研,作者发现市场上玉雕产品中笋类产品非常丰富。经过研究,我们发现市场上的笋形玉雕制品,主要以优质玉石为原料,设计上以真实笋形雕刻为主导,展现竹笋芽的形态。这些作品中,竹笋表面包裹着坚韧的笋壳,内部则分布着柔嫩的笋肉。在出土的笋体,出地面后伸展开枝叶形成的竹笋画面真实,经精心的打磨与抛光,展现出竹笋的真实形状与质感。这种商品不但拥有极高的美学价值,更包含着丰富的历史文化内容与寓意,成为人们寻求精神寄托与审美愉悦的最佳选择。

7、利用数字技术设计玉雕作品

通过使用最新的数字技术软件,艺术家们可以针对各种不同玉质材质的玉雕艺术品做出精细创作。在这一设计流程中,设计者们将深入探索和归纳出具有代表巴蜀文化特征的图语标志纹样^[9]。这些图案不仅仅是单纯的装饰,它利用了节奏、对称、比例等抽象的美学语言,表达出一种深邃的艺术精神。通过艺术家的创

新构思和精细雕琢,这些玉雕艺术不仅体现出玉石自身独有的品质、色彩与美感,同时也被注入了深厚的文化底蕴和极高的美学价值,进而转化成了非常精美的艺术品。这些玉雕艺术品不但担负着礼制、装潢和收藏等多重重要职责,同时其创新产品的衍生设计也十分关键。在创意设计的衍生产品设计中,我们需要抓住不同因素的特点,强调某一因素的特殊性,但要注意因素的不同特点。通过巧妙的组合与搭配,把单一元素经过组合搭配,重新构成了独特的创意图案,创造出更为鲜明而生动的造型,使创新的设计图案更加活泼,富有创新与想象力^[10]。在当今社会,由于计算机等技术的发展迅速崛起,设计师们可以通过这些分割后的元素使用数字艺术软件成为设计款式的依据,从而制作出相应的图案。这种创新的创作方法不但拓宽了思路,突破了传统设计的局限性,同时通过线上销售设计图样,只有当用户预约之后才开始生产成品销售,这样的方式可以极大地降低金钱成本、压货成本,也有效解决了产品样式滞留的问题。(如下图)



展示了使用数字技术设计的几种笋形符号玉雕图案

结语:在当今世界背景下,四川本地的文化元素似乎和快速兴起的国潮文化创意产业市场中的关系比较密切。玉雕作为一种古老艺术门类,在其创作流程中若能巧妙地把这种人文因素融入玉雕作品的创作当中,便可以给玉雕作品赋予中国的灵魂。身为这个领域的创业者,我们有义务积极引导和促进中国文化和现代创新艺术的深度结合。通过运用现代创新的广告表现方式,人们能够再次创造出具有朝气与时代感的新形象。这样的玉雕艺术商品不但可以高效的继承非物质文化遗产,同时也可以给产业创造巨大的经济效益,达到文明和经济的双赢。

参考文献:

- [1] 袁炜.从贵州出土带巴蜀符号文物看巴蜀文化的南渐[J].长江文明,2024,(03):50-57.
- [2] 徐国镇.谈谈玉雕的艺术倾向[J].中国故事,2024,(06):73-75.
- [3] 林肯肯.玉雕设计中的审美表达与艺术创新研究[J].天工,2024,(36):42-44.
- [4] 章奇钺.和田玉首饰化的创新应用研究[J].天工,2024,(36):27-29.
- [5] 王先胜.巴蜀符号印、汉字印对比释读及巴蜀符号释读方法问题—兼与冯时、冯广宏、李学勤等先生商榷[J].社会科学论坛,2022,(05):139-151.
- [6] 贺曾祯,陈析西.三星堆文化中巴蜀图语的解读与英译[J].名家名作,2023,(32):72-76.
- [7] 沈涛.三峡地区巴蜀符号的发现与初步研究[D].重庆师范大学,2021.
- [8] 苏明奇,魏肖叶.非遗手工玉雕雕刻技艺探索[J].天工,2024,(21):57-59.
- [9] 李志承,卢伟平.玉牌的数字化设计与工艺—以“古滇青铜”记忆系列玉牌为例[J].中国宝石杂志,2024,(04):76-78.
- [10] 管福林,李茜.人工智能生成技术在玉石雕刻工艺中的创新实践[J].美术教育研究,2024,(24):107-109.

本文是四川文化产业职业学院的校级科研项目,项目名称为《巴文化符号元素在玉雕设计中的应用研究》,项目编号为24B013。