

浅析敦煌文化在文创产品中的应用研究

周媛媛

(湖州师范学院艺术学院 浙江省湖州市 313000)

摘要: 由于2013年“一带一路”的提出,使得世界四大古文明的中心敦煌又再次走进了大众的视野。在此机会下,敦煌逐渐走入了大众视野,成为旅游蓬勃发展地,而历史底蕴悠久的敦煌文化为了能够生存下去,必须要不断的适应时代的发展,寻找属于自己合适的载体。文创产业日渐繁盛,设计师们根据不同的图案元素衍生出不同的文创产品。本文深入探讨了敦煌文化在文创产业中的应用研究,更好地弘扬敦煌艺术文化,推动有特色的文创产品走进旅游市场。

关键词: 敦煌; 文创; 应用研究

一、敦煌文化的内涵及特征

敦煌地理位置优越,位于河西走廊的最末端,在古代丝绸之路中号称“咽喉之地”。从汉武帝至唐玄宗期间,此间一千多年,汇聚了璀璨的汉唐文化,作为中西文明交流荟萃之所在,敦煌地区孕育和诞生了一大批杰出的文化瑰宝。敦煌地区凭借着其自身独有的精神内涵,融合了华夏各地的优秀文化,造就了璀璨无比的敦煌文化。敦煌结合了中国传统文化与外来文化的精华部分,是不同文明交流的融合。^[1]在其独特的地理文化优势下,形成了一种具有其特色的地域文化,有很高的研究价值。

2013年“一带一路”建设的提出,敦煌旅游业飞速发展,日渐繁盛的系列文创产品也油然而生,根据不同的图案元素衍生出不同的文创产品,以敦煌文化为主题的文创产品走进旅游市场,深受大众的喜爱。敦煌文创产品在设计之下,蕴含着中华传统文化的深刻内涵,是中华传统文化的精华部分,在传统的美学观念中加入了现代设计观念,符合大众需求,与大众审美接轨,赋予敦煌文化新的艺术生命力。

由于地理位置的优越,敦煌文化在历史的长河中并没有遭受大规模破坏,仍保留着完整性,乃我们之幸事。因为阳关、玉门关是军事要地,是丝绸之路上大汉帝国的海关,所以位于中西要道的敦煌,商业往来频繁,文化在此地不断交融。丝路的开通为敦煌奠定了国际都市的地位,为多元文化的创造提供了温床。敦煌文化传承至今,具有其独特的精神内涵,在保留传统的过程中,也不断吸收外界养分,从而实现融合与创新。在发展的过程中,敦煌文化呈现出以下特征。^[2]

二、敦煌图案的研究

(一) 莫高窟藻井图案

莫高窟的“藻井”图案是敦煌图案中的精华部分,置于顶部,保存相对完整。“藻井”是一种传统建筑装饰纹样,因和古代建筑屋顶的藻井结构相似而得名,古书中记载,“交木为井,绘以藻纹”为藻井的做法。^[3]张衡著有《西京赋》其中也出现“藻井”一词,在汉代时已经应用普遍,主要取“藻饰于井”之意。“藻者,水生之物也”,在早期,藻井有着防火之功能,其结构特殊,呈“斗四套叠”型,中间方井为圆轮状莲花纹,四周为火焰或飞天纹。随着朝代的发展,民众防火的意识的加强,使得“藻井”的功能在日常生活中也逐渐弱化,“藻井”的装饰作用逐渐加强。唐代敦煌石窟中的藻井,已经

脱离了早期的结构模式,形成了高悬窟顶的丝织华盖。表现手法生动形象、色彩层次丰富,使用了深、中、浅的的退晕处理。从东汉的“井形”,发展到宋代,出现了圆形、八角形等,也有将几种“藻井”图案综合起来的复合式“藻井”,以几何纹和团花纹的组合占较大比重,色彩以青绿色调为主,石绿色运用较多,整体效果较为单调。明代中期,当时的国力鼎盛,无论是规模还是构造上,“藻井”都更为精致。北魏时期,采用了颜色对比强烈的红绿两色,但整体画面异常和谐统一。莫高窟藻井文化具有其独特的魅力与色彩,有着其独特的美。

(二) 莫高窟华盖图案

《后汉书》中提及,“灵帝建有十二重五彩华盖”,华盖以伞的造型为基础,大多呈左右对称的构图样式。在先民的思维观念中,伞呈圆形,又与“天圆地方”相吻合,置于头顶,是天的象征,且由于古代礼仪制度的多方约束,华盖图案多为皇家贵族使用。佛教在中国的崛起,也使得华盖图案有其独特的风格,不同时期,华盖图案也呈现出不同的特色。南北朝时期,华盖图案纹样单一,线条简练概括,有着属于宗教的庄严神圣;着色以黑、绿、蓝为主色调,更为肃穆,与敦煌壁画整体色调一致。^[4]隋唐时期,在多民族融合,经济政治高度繁荣的艺术背景下,华盖图案一改前朝风格,布局繁杂、内容华丽;在色彩上,采用蓝、绿、黑褐色,整体色彩效果丰富多彩。宋元时期,各民族之间沟通频繁,政治经济文化互相渗透,在不同地域、文化的交融下,具有鲜明的时代特征;整体色彩清透淡雅,以朱赭、青蓝、碧绿为主体,采用透视的表现效果,使得每幅图案都有其独特魅力。华盖图案一开始服务于宗教,但在其服务过程中又表现了艺术,敦煌艺术始于宗教的庄严肃穆而终于审美的精彩绝伦:从宗教出发却不期然回归到艺术,讲理想与现实、物质与精神、目的与手段、人性与神性融为一体。

(三) 敦煌花鸟图案

花鸟图是我国传统绘画中的一种,且鸟题材的工艺品也占有较大比例。敦煌壁画中以大量的花叶和禽鸟组合,为壁画的局部衬景或应用于具体装饰部位。敦煌早期花鸟图案最早出现于北魏时期,但这一时期并非出现花叶与禽鸟组合图案,而是单纯的以禽鸟图案出现。西魏时期,由于佛教的传入与盛行,花鸟图案与佛教元素相结合,整体造型流畅、画面内容丰富、整体风格自由灵动、用色稳重厚重,以黑、赭色、土黄色为主。到了隋唐时期,当时的时代产

生动荡,不同的地域经济文化政治都产生了一系列的碰撞,使得此时期的花鸟图案有了自己独特的色彩与魅力。其构图方式特别,禽鸟居中、植物上下分布,两者相互交融转化为一个整体,使得画面整体饱满,具有极高的艺术价值和研究价值。宋元时期敦煌石窟艺术呈现衰败趋势,由于少数民族政权更迭,其图案具有明显的民族特色,但表现手法形式都相对专一。

(四) 敦煌飞天图案

“有龕皆成佛,无壁不飞天”,敦煌壁画中飞天图案以其灵动的神韵,优美的姿态打动了每一位观众。飞天是佛教传说中的天人,由印度传入,在佛说法时围绕于四周,撒下美丽的鲜花,演奏出动人的音乐,以“香音神”与“天歌神”为原型。“诸天伎乐,千百万神于空虚中,一时俱起,雨诸天花”,她们凌空翔舞,摇曳着衣裙,飞舞着彩带,出现在鼓乐齐鸣、天花乱坠的时刻。在佛教中,飞天具有礼拜供奉、散花施香、为歌舞乐的职能。早期北魏时期飞天图像受西域风格影响,给人一种沉稳厚重的感觉,充满力量感,整体色彩以暗红色为基调,富有力量感和质朴的张力;隋代飞天多以群体形式出现,整体画面氛围灵动雅致,颜色以蓝色为基调,与其他形象结合,相得益彰,呈现出一种大气的美感;唐代前期飞天拥有明显的悠闲感,洒脱自在,飞天艺术得到了前所未有的发展,华丽而不失优雅;唐代后期飞天身体以胖为美,与盛唐相比,风格更为凸显雍容华贵。

三、敦煌地区文创现状

产品的文化价值在当今社会中显得尤为重要,敦煌地区也举办了丝绸之路(敦煌)国际文化博览会,作为“一带一路”的重要载体,为了吸引更多的设计师参与到敦煌文创中来,也取得了一定的成果。丝绸之路在千年之间记录了东西方文化交流与传承,在此同时,如何更好的传承文化并加以创新,让沿线各国人民汲取其中优秀文化内涵成为了主要问题。虽然在首届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会中取得了一定的硕果,但敦煌文创仍然存在着一一定的问题。经济发展相对落后,缺少高端创新人才,文创产业对地区经济发展的研究比较少,所以,注重文化创新势在必行。近几年,敦煌文创产品日益增多,有些公司都引进新的艺术形式对文创产品的研发,增加了敦煌文创产业的竞争力,这些日用品,文物古玩等等,缺乏设计感,最主要的是没有很好的传承和发扬敦煌的历史和艺术文化。^[5]

四、敦煌文化在文创中的应用

(一) 加深敦煌文化的了解

敦煌文化博大精深,我们首先要深入了解敦煌文化的认识和了解。无论是其独特的色彩、特殊的构图、精致的线条还是其内在的文化内涵,敦煌文化所包含的内容众多,都值得我们进行进一步的研究。为了能够更好的运用敦煌文化,使其展现在文创产品之中,我们需要进一步加深对其各方面的了解,加以应用,将其更好的呈现在产品之上,与不同的文创产品融合起来,在其实用功能的基础上,增强特有的文化属性,让产品不仅具有一定的商业价值,更要具有一定的文化价值。另外,对于敦煌文化的时代背景、历史演变、艺术特征、文化内涵等也要有进一步的研究,才能更好的在文创中展现。

(二) 情感渗透

对于设计作品的思想性总是被情感所包裹的,并通过艺术形象表现出来,首先在视觉上给与一种特殊的艺术魅力,再将情感渗透在作品之中,以产生震撼心灵的艺术魅力,使用户或使用人能感受到其中文化内涵,也更好的宣传了敦煌文化,使其深入大众心里。一个优秀的设计师必然有着自己对于设计作品独有的情感感受,而如何通过设计将情感渗透到文创之中,是一个难题。如色彩作为一个重要的视觉要素,能够传递信息、激发情感,来增强画面的视觉冲击力。

(三) 符号渗透

在中华民族上下五千年的历史文脉之中,传统文化符号形式占据了重要地位。每个传统文化符号形式都有着其特有的寓意,不仅仅包含着实际存在的物体,也有一些人们长久以来精神世界的载体,这些传统文化符号形式都有独特的寓意,构成了中国独有的传统视觉符号体系,有着中华民族特有的庞大的思想体系,是中华文化的结晶。传统文化视觉符号不是一朝一夕可以形成的,他经历了成百上千年的积累与沉淀,传有着独特的审美价值及深厚的文化内涵,是整个中华民族想象力与创造力的凝聚,是勤劳、朴实的中华儿女价值观与人生观的直接体现。^[6]其中敦煌图案有着形式各异的图案和表现形式,我们要在具有人文情怀的设计中使敦煌图案渗透其中,在设计中,我们不以显形的文化符号作为传统根基,力求在追寻敦煌图案的基础上,将敦煌符号在设计中体现,设计出具有人文气息的东方美学作品。

五、结语

敦煌图案丰富瑰丽,具有深厚的文化内涵,拥有极高的艺术价值,其中也浸染着中华先民的智慧结晶,是开发文创产品、获取设计灵感的重要源泉。在设计的过程中,设计师所要关注的不仅仅只是其外在的要素,如色彩搭配、图案提取、表现方式等,更重要的是如何运用其内在文化内涵,运用到文创产品之中,设计出符合大众审美,并且蕴含中华人文传统理念、能够彰显出现代艺术形式的文创产品,使得文化与产品相结合,以促进敦煌文化的传承与文创产业的持续发展。^[7]

参考文献:

- [1]李典,谷婧.敦煌文化元素在文创产品中的设计研究[J].收藏与投资,2021,12(02).
- [2]杨晗焯.浅析敦煌文化价值及其在新媒体时代下的传播与发展[J].新闻研究导刊,2020,11(15):223-224.
- [3]杨刚,杨先平.敦煌藻井图案的文化内涵及其色彩配置研究[J].兰台世界,2015(13).
- [4]张婷婷.敦煌莫高窟华盖图案在文创产品设计中的应用[J].西部皮革,2019,41(16):16.
- [5]莫高窟的名片—优美的敦煌飞天,大敦煌网.
- [6]王静.现代视觉传达设计中传统视觉符号的渗透策略分析[J].美术教育研究,2014(12):60.
- [7]张岩.半坡型彩陶纹样在文创产品设计中的应用[J].中国包装,2021,41(10):65-67.

作者简介:周媛媛(1997.02.06--),女,汉族,安徽铜陵人,湖州师范学院艺术学院,20级在读研究生,硕士学位,专业:设计策划与管理,研究方向:艺术设计。