

汉画像砖石文创活化设计研究

——以重构原境为核心

郑鑫颖

江苏大学艺术学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2023年9月12日; 录用日期: 2023年12月3日; 发布日期: 2023年12月12日

摘要

研究汉画像砖石文创中的活化设计, 基于重构原境的概念, 探究汉画像砖石文创设计中原境的缺失, 进而探寻汉画像砖石文创中原境重构的路径和具体设计思路。首先, 从美术学中汉画像砖石文化内涵的解读要依据其原境的理论入手; 再考虑到从原始文物、文创设计到用户接受, 探讨重构汉画像砖石文创的路径; 最后, 通过设计使用场景、叙事、与传统工艺结合和运用多元传播手段的方法, 结合市面上已有的汉画像砖石文创产品, 探讨汉画像砖石文创产品的设计实践。将原境重构的理论运用于汉画像砖石文创设计中, 一方面为目前文创设计提供了新的方法, 另一方面, 又能准确传达文创的主题和文化内涵, 使受众通过故事与文创共鸣, 从而实现真正的“活化”。

关键词

汉画像砖石, 文创设计, 重构原境, 文创活化

Study on the Revitalization Design of Han Painted Brick and Stone Culture and Creativity

—Taking Reconstruction of the Original Situation as the Core

Xinying Zheng

School of Art, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Sep. 12th, 2023; accepted: Dec. 3rd, 2023; published: Dec. 12th, 2023

Abstract

To study the revitalization design in the Han portrait masonry cultural creation, based on the

文章引用: 郑鑫颖. 汉画像砖石文创活化设计研究[J]. 设计, 2023, 8(4): 2848-2853.

DOI: 10.12677/design.2023.84349

concept of reconstructing the original realm, to explore the lack of original realm in the Han portrait masonry cultural creation design, and then to explore the path of reconstructing the original realm in the Han portrait masonry cultural creation and the specific design ideas. Firstly, we start from the theory that the interpretation of the cultural connotation of Chinese painting and masonry in fine arts should be based on its original context; then we consider the original cultural relics, cultural and creative design and user acceptance to explore the path of reconstructing the cultural and creative creation of Chinese painting and masonry; finally, we discuss the design practice of Chinese painting and masonry through the design of the use of scenarios, narrative, and the combination of traditional craft and the use of diversified means of dissemination, and the combination of the Chinese painting and masonry cultural and creative products already available in the market. By applying the theory of original context reconstruction to the design of Han portrait masonry cultural and creative products, on the one hand, it provides a new method for the current cultural and creative design, and on the other hand, it can accurately convey the theme and cultural connotations of the cultural and creative products, so that the audience can resonate with the cultural and creative products through the story, thus realizing the real “revitalization”.

Keywords

Han Portrait Masonry, Cultural and Creative Industries, Reconstruction of the Original Context, Cultural and Creative Revitalization

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 汉画像砖石文创设计重构原境的背景

汉画像砖石是汉代墓葬普遍应用的建筑构件，占据了汉代正统和主流的所有艺术领域，上至皇室下至平民各个阶级的墓葬都有画像砖石的存在。汉画像承载着大量的文化信息，包括有人物形象、动物、植物、建筑、文字、装饰纹样等，是研究汉代生活的可靠的参考资料。在造型上，汉画像的造型手法多样，有写实的造型如刻画精细的建筑形象，也有抽象的富有想象力的图像，如羽人、云气纹、山林动物，因而汉画像具有多层次的审美性和鉴赏性[1]。汉画像是汉代文化的典型代表，汉画像砖是中国本土生长出来的艺术形式，是未受到外来文化影响的本民族的艺术。在当今提倡文化自信的背景下，文创产品的设计向“中国风”不断靠拢，发扬汉画像砖中的本土元素和风格显得尤为重要。

目前国内的汉画像砖集中藏于南阳市博物院、许昌市博物馆、青岛汉画像砖博物馆、新野汉画像砖博物馆、四川博物院汉画像砖、徐州汉画像石艺术馆，这些博物馆也相应推出了一系列的汉画像文创产品。以徐州汉画像石艺术馆为例，徐州汉画像石艺术馆根据馆藏的汉画像石文物，推出的文创形式有日常家居用品类，包括茶杯、抱枕、餐盘；配饰类包括汉画丝巾、围巾；收藏品类以车马出行真丝织锦画为代表。整体而言汉画像砖石的文创产品的设计手法都是从完整的汉画像砖石中提取出具有装饰性的纹样，将其装饰在各类产品上。而汉画像砖石不论作为建筑构件或是艺术是不能独立存在的，它与其他艺术、建筑等是一个整体空间存在的。因而单独的纹样的提取，不能体现汉画像所存在的具体环境。同时，汉画像砖石是历史的实物，有其存在的具体的政治、文化、经济、宗教等历史语境。脱离具体环境和历史语境是无法准确的解释其主题和寓意的。单独的纹样的呈现甚至会扭曲其内涵。观察目前存在的汉画像砖石文创产品，基本都是简单将汉画像图案放置在产品上，其图案的故事和寓意被忽略了。文创

产品仅将图案和造型直接附加在产品上, 缺乏对产品属性和文化内涵的分析[2]。独特文化内涵分析的缺失, 也会导致汉画像砖石文创产品的同质化, “同质化”指不同文化、不同地域、不同品牌产品的内在本质特征逐渐趋同的现象, 其差异很小, 用途、价值和性能极其相似[3]。

2. “原境”的概念

“原境”(context)也可称为上下文, “它的意义很广泛, 可以是艺术品的文化、政治、社会和宗教的环境和氛围, 也可以是其建筑、陈设或使用的具体环境”[4]。文创产品是依据特定的文物而设计的, 因而文创产品的设计要体现文物的原境, 即所依据的文物使用的具体环境。文创产品设计中重构文物的使用原境, 能够使用户更准确的理解文物的特性和含义, 从而不仅限于得到审美层面的纹样的美感, 更进一步的了解文创所要传达的文化内涵。

3. 如何重构汉画像砖石文创的原境

3.1. 提取优秀的文化传统

汉画像砖石内容丰富, 如耳熟能详的历史故事: 二桃杀三士、荆轲刺秦王; 表现吉祥寓意的图像: 马到成功、青龙、白虎、朱雀、玄武; 传达希望永生的升仙思想的画像: 西王母、东王公、羽人、天门等。文化创意产品的设计的根本的文化, 因而选择汉画像砖石中的优秀文化传统加以应用, 才能在现代的社会中发挥其文化价值。

3.2. 了解文物的原始状态和历史语境

选定具有优秀文化价值的汉画像砖石文物后, 设计者首先要了解文物的使用环境和历史环境下的涵义, 才能运用现代手法传达其文化内涵。汉画像砖石是墓葬的艺术, 与丧葬、礼仪息息相关。整个墓葬的所有画像和遗存都表现的是生死过渡的主题[5]。墓葬内的所有画像都在描绘一个灵魂从生世界、由生到死的旅程和死后世界的故事。因而单独的纹样并不能传达画像的涵义, 比如车马出行图的纹样在文创产品中被广泛应用, 将车马出行图的纹样印在丝巾或是其他文创产品上, 买家只能接收其到其表面的含义, 即出行。但车马出行图在墓葬的整体空间和汉代的社会下, 具有更深层次的含义, 它是墓主人的灵魂在车马队伍的伴随下前往仙界。缺乏文创原境的解释则会导致文化内涵的错误传播。

3.3. 转译文物故事

设计者在原境下掌握文物的文化内涵后, 便可以转译产品故事。文创产品是传统文化和现代技术的结合, 其以传统文化为核心, 现代技术是手段。如河南卫视出圈的节目《唐宫夜宴》, 它以声光电和 5G + AR 的技术讲述了河南博物院所藏唐代乐舞女俑进宫赴宴表演的故事。从文本创作出发, 抓好叙事时机, 优化叙事视角和叙事空间, 是唐宫夜宴节目灵动让人共情的原因[6]。文创产品要达到与用户的共情, 也要转译号文物故事。

3.4. 以产品引发用户的共鸣

在文物原境中了解其涵义并通过现代设计转译文物故事的最终目的是引起用户的共鸣。用户情感共鸣是指通过一定事物的关联印象, 在用户再次通过感官体验, 对产品产生多维度的主观感受及反应[7]。用户对单独的汉画像纹样设计的文创产品只局限在感官上的体验, 分辨其美丑。而基于原境重构的文创产品, 用户的感受是多层次的。第一是引起用户的生活认同。如汉画像文创中大量出行的动物纹样产品, 通过现代手段重构其在山林中奔跑和狩猎的叙事, 唤起用户汉代狩猎文化的相关记忆, 并与自身的生活

记忆碰撞。第二是通过文创原境的重构，使用户感受人类从古至今共享的情感，推动用户的文化同构。如汉画像砖石中的青龙、白虎、朱雀、玄武等祥瑞图像，其蕴含的超现实的巫术功能如祈求灵魂安息，镇墓辟邪的功利性色彩，以及其慢慢演化出来的天文学含义成为文化符号，融入我们的血脉中，成为一种集体记忆[8]。对吉祥寓意的这类文化符号而言，要延续其文化内涵，重构其使用原境是必要的，否则会沦为装饰品而丧失文化的传承。

4. 如何设计汉画像砖石文创的原境和实践案例

4.1. 使用场景的营造

汉画像砖石文创原境的重构，第一步是文创纹样在文物上的使用空间的营造。单独的纹样设计不足以使用户了解纹样的涵义，但若是将纹样的使用场景应用到设计中，有助于用户了解纹样涵义。如动物纹的形象在文创上的装饰(图 1)，可以看到图片中，动物的纹样都以单独的形象出现，具有强烈的装饰性，但从中看不到此文创的主题和想传达的内涵。营造纹样的空间原境可以解决这一问题。将单独的纹样匹配在其使用的场景中，能够直接且准确的告知读者文创的纹样所表现的涵义。如下图中的包袋设计(图 2)，依据的是汉画像砖的山林狩猎图(图 3)，不同于单独纹样的提取，这个设计以老虎、鹿等存在的整个山林为背景，射箭的人的出现表现这是一场山林中的涉猎活动，奔跑的动物是为了躲避射杀，真正传达出了动物纹样所蕴含的汉代山林狩猎的主题。



Figure 1. Xuzhou Han Portrait Stone Art Museum Coasters

图 1. 徐州汉画像石艺术馆杯垫^①



Figure 2. Duanmu Liangjin parquet with “deer pattern” round bag

图 2. 端木良锦镶嵌“逐鹿纹”圆包^②



Figure 3. Topographies of the portrait bricks with deer motifs
图 3. “逐鹿纹”画像砖拓片^②

4.2. 叙事性设计

叙事性设计，就是将设计以故事式的叙事逻辑进行构思、整理和创作的过程[9]。用户在选择文化创意产品时往往是被故事所吸引，通过故事了解产品。因此文创产品故事的设计极具重要性。以青岛汉画像砖博物馆“马到成功”馆藏套尺为例(图 4)，首先尺子上汉画像纹样的选取具有叙事性，两匹马从两个方向奔向阙门，阙门中间还有一个手持盾牌的护卫的形象，阙门、常青树、护卫和马表现了一个故事，即天马载着墓主人向天门处奔跑，从而升仙。其次，尺子左侧以刻画的文字还明确的告知受众这一故事在汉代墓葬中的寓意，即“马到成功”，引起受众对这一自古流传的吉祥寓意的共鸣。



Figure 4. The collection ruler of Qingdao Han painted brick museum
图 4. 青岛汉画像砖博物馆馆藏套尺^③

4.3. 用户传拓体验与现代设计结合

传拓，是一项古老的传统记忆，是用宣纸、墨汁将石刻、器皿上的纹饰或文字一比一的拷贝下来的技术。汉画像砖石文创的设计，要先经过拓片的制作得到清晰的图案，再在图案的基础上进行设计。让受众亲身制作拓片，一方面受众在制作时根据的是完整的画像砖石，且制作的过程中图像一点点浮现，并结合相关人员的讲解，有利于受众深入了解画像故事；其次，古代的金石学研究也是通过制作拓片进行保存和研究，受众在亲身制作拓片中，了解并传承了传统工艺。受众拓片的制作还要与实用性的现代产品结合，如装裱为相片，或是粘贴在夜灯上，实现文创的实用化和“活化”。

4.4. 结合多元传播手段

文创的设计受制于文创产品的材料、大小等因素，因而可以结合多元的传播手段进行文创原境的补充。第一，利用文字的解说，不论是文创上文字的简短的解释，如“马到成功”文创的设计，或是以单独的小册子或是包装上的解释说明，都有助于用户理解该文创所根据的文物的使用背景和历史背景。第二，利用视频的形式，重现文创的文化故事，如山林狩猎汉画像砖文创，将山林狩猎的故事制作成动画视频，用户也在观看中能直接的了解文创的故事和背景。第三，利用音频的形式，在产品包装上设计二维码，用户通过扫描二维码听取文创故事，从而了解文创原境。

5. 结语

汉画像砖石是我国本土民族的代表性艺术，有其独特的解读方式和文化内涵。但现有的文创产品将同质化的设计手法运用在汉画像砖文创的设计上，成为只具有观赏性的装饰产品，缺乏文化内涵的表达。要解决这一现状，本文提出将重构原境的理论应用到文创设计上，采用使用场景的设计、叙事的设计、与传统工艺的结合和运用多元的传播手段重构其原境，进而发扬优秀传统文化，转译文物故事，从而与用户产生共鸣。

注 释

- ①图 1 来源：网页引用，https://mp.weixin.qq.com/s/G4EeS8-06A9_zpr6gwV8g
②图 2~3 来源：网页引用，<https://shop41163460.m.youzan.com/wscgoods/detail/3nhyt0iweipt8?>
③图 4 来源：网页引用，<https://mp.weixin.qq.com/s/MJGrM255ZYPY1iNBJxGrTg>

参考文献

- [1] 李国新. 汉画像砖造型艺术[M]. 郑州: 河南大学出版社, 2010: 5-9.
[2] 徐静. 中原地区传统文化元素在文创产品设计中的活化模式研究[J]. 包装工程, 2022, 43(14): 408-416.
[3] 兰芳. 汉画像文创产品设计[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2022: 9.
[4] 巫鸿. 美术史与美术馆[J]. 中国美术馆, 2007(1): 3.
[5] 李清泉. 上渭桥——汉画中部分车马过桥图像所集中显现的语义关联[J]. 美术大观, 2022(4): 46-50.
[6] 余俊雯. 以创新性还原艺术本真性——探寻河南卫视爆火节目背后的章法[J]. 当代电视, 2021(11): 47-53.
[7] 王谨. 基于情感共鸣符号理论的文创产品设计研究——以南京老门东为例[J]. 美术大观, 2020(4): 142-143.
[8] 程万里. 汉画四神图像[M]. 南京: 东南大学出版社, 2012: 2.
[9] 用有“心意”的文创讲故事[N]. 人民日报, 2022-01-25(020).