

成都道观造像卡通设计在旅游纪念品中的应用

齐琦, 禹然

(成都信息工程大学, 成都 610025)

摘要: **目的** 研究大成都区域著名道教宫观的神仙造像在旅游产品中的应用设计。**方法** 从当地道教旅游资源与旅游产品现状、道观造像题材、造像特征入手进行分析,提出采用流行的卡通人像审美对神仙造像进行艺术设计的创作思路,并在设计的过程中力图将宗教信仰、道教文化符号与生活情趣相结合,以满足大众的旅游商品需求。**结论** 运用卡通化手法进行成都道观神仙造像的再设计与开发,是对成都道教文化审美的弘扬,也是成都旅游纪念品产业新的商业设计途径,可以产生旅游经济效益。

关键词: 成都道教; 造像; 卡通形象; 旅游产品

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)18-0144-04

Application of Chengdu Taoism Temple Statues Cartoon Design in the Tourism Product Development

QI Qi, YU Ran

(Chengdu University of Information Technology, Chengdu 610025, China)

ABSTRACT: It aims to research the use of Taoish temple statues of Cheng Du tourism area in the tourism product development. Based on the research of the present situation of Taoish tourism resources, and the subjects of temple statues, as well as the characters of them, it suggests to use popular cartoon character design in the tourism product design of these Taoish temple statues. In this design progress, the religious culture of Taoism should be combined with the interests of the customers. In this way, a larger market of tourism products may be developed. The application of cartoon design in the tourism product development of the Chengdu taoish temple statues will be a promotion of the Chengdu Taoish culture. In the meanwhile, it can be a new business way of tourism product development of Chengdu, which may bring economic benefits.

KEY WORDS: Chengdu Taoism; statues; cartoon; tourism product

成都是闻名的旅游城市,为四川省经济文化中心,旅游消费市场庞大。市区内与近郊旅游点众多,纪念品琳琅满目。多年来,三国,川剧脸谱,熊猫,蜀绣等一直是传统的产品题材。在追求文化创意与特色个性并存的年轻旅游消费者面前,如何突破常规消费市场,开拓新旅游商品经济发展方向,寻找新创意来源,是笔者的长期思考。成都市内与近郊拥有众多道教名山名观,诸宫观内供奉的神仙造像、道画、石刻多始于隋唐,且经过历代多次修缮重建,精美绝伦,是本土宗教文化的艺术瑰宝。四川道教的旅游商业资源还尚未充分开发,承载四川道教文化的旅游纪念品

匮乏,因此,本文拟通过对成都道观神仙造像卡通纪念品的设计研究,解决现有传统产品的审美疲劳,为成都旅游纪念品开发提出新的方向与设计思路。

1 成都道教文化的造像艺术特征

1.1 道观旅游资源与纪念品现状

四川具有厚重的道教历史人文资源,成都市区附近的鹤鸣山是道教的发源地,东汉年间,张道陵在此立教,奉老子李耳为教主,以《道德经》为其主要经典,

收稿日期: 2015-05-11

作者简介: 齐琦(1981—),女,重庆人,硕士,成都信息工程大学讲师,主要研究方向为视觉传达设计与影视动画。

标志着道教的正式创立。市郊的旅游胜地青城山,为道教四大名山之一,相传张天师等多位名人在此修炼悟道、著书立学。山内建有天师洞、祖师殿诸多千年宫观,与幽翠山景浑然一体,诸观中供奉的古造像艺术造诣更是非凡;而成都西门的青羊宫是西南地区历史最为久远,影响最大的道观。此外,被誉为“三祖圣地”的新津县的老君庙,相传唐开元年间,太上老君在此山演化。故后世在此立庙,老君庙的斋醮科仪在西部较为有名,是遵循古法举行的宗教活动。此外还有瓦屋山等优质道教旅游资源^[1]。

据调研,大部分道教景区内普遍存在旅游商品特色不明显的问题,其具有道教文化内涵的旅游纪念品品种单一缺乏创新,且多针对信民销售,缺乏大众普及性。

1.2 成都宫观神仙造像题材

道教为多神教,供奉的神仙主要结合民间神话,历史人物,佛教众神等加以演化创造,形成了庞大而繁杂的神仙体系,丰富多彩的造像审美价值极高。

成都诸宫观中,首要供奉三清四御、斗姥众星辰、三官大帝等在教中地位高的神仙,其次,又根据其不同的建观历史和典籍传说,供奉了老子、张天师、关帝等历史著名人物演化而成的神仙特色造像。如青羊宫玉皇殿后殿供奉了老子骑青牛像,此外另立有太乙救苦天尊、钟离权、吕洞宾金身,唐王夫妇像等^[2];鹤鸣山内供奉有张天师像,以及同为道教三圣的太上老君、吕洞宾、张三丰等;青城山常道观山门前供有青龙白虎护法神君等,观中有隋代建造的张陵像与清代所塑虚靖天师像,三皇殿立有远古帝王三皇造像等。

成都道教造像,其创作题材丰富,工艺精湛,造型生动奇美而富有地方特色,是道教文化难得可贵的艺术传承,是进行民族化地方化旅游产品设计的绝好灵感。

1.3 造像的艺术审美特征

经过千年发展,道教造像由早期的模仿佛教造像风格到逐步形成了自己独特的艺术风格和标准制式。《洞玄灵宝三洞奉道科戒营始》就对神像的仪容、衣著等作了若干的规定,“依经具其仪像”,“衣冠华座,并须如法”,天尊像“帔以九色离罗或五色云霞、山水杂锦”,“不得用纯紫、丹青、碧绿”;真人“不得散发、长耳、独角。并须戴芙蓉、飞云、元始等冠”;左右二尊“或持经执筒,把诸香华,悉须恭肃,不得放诞手足,衣服偏斜。”等^[3]。

在遵循这些标准的同时,历制的制作者又在造型中注入了的充分想象力,展现了多姿多彩的神仙世界。始建于唐代的青羊宫,三清殿里奉祀了金身三清尊神组合,见图1。其形象呈黑发长须与束髻莲花冠,衣纹刻画简洁有力的中年男子端坐于台上。三尊神像手中分别持红丸玉如意芭蕉扇,其神态庄重肃穆,体现了至高神的崇高地位。旁有形态各异的护法十二金仙,皆仙风道骨之相,多身背宝剑或手持法宝;斗姥殿里奉着四面三目八臂的斗姥天尊,侧立有西王母以及四御之一的地母娘娘之金像,三位女性神仙,皆面容圆润,慈眉善目,大殿中一侧为北斗七星,另一侧为南斗七星,除大额头,白须飘飘的南极寿星,十三位星君头戴金冠,身穿五彩朝服,仪容恭肃。



图1 青羊宫中的三清塑像

Fig.1 Sanqing statues in Qingyang Temple

青城山上常道观前殿有白虎青龙殿,右殿塑监兵神君神像,为白面郎君,身披铠甲,脚蹬战靴,披帛绕肩,手持宝剑的威武武将形象;左殿塑孟章神君像,为靛蓝肤色护法神形象;另有土地与镇山王神位,土地神为白胡子老人端坐形象,身着官服和蔼可亲,手拿阴间户籍册;镇山王金甲红袍,威风凛凛,脚踏妖兽,见图2;天师殿中隋朝所塑近代重妆的张天师像其形象更是别具一格,红冠金袍、怒目呲牙,额中开一天眼,左手向前伸出手中印有“阳平治都功印”法场强大如同神威显灵。



图2 青城山常道观殿前塑像

Fig.2 The statues in the front of chang temple on Qingcheng mountain

成都道教造像继承了我国传统艺术特征与地方特性,起源于隋,盛于唐宋,其造型注重写实,色彩艳丽,材料多样,仪态万千,视觉感受强烈,受当地的历史传统文化的影响颇深,世俗生活气息浓厚。为纪念

品的设计提供了充分的素材。

2 旅游纪念品中的造像卡通形象应用设计

2.1 将美好信仰与流行审美相结合

作为中国的本土宗教,民间对道教的信仰仍有继承,最有代表性的莫如供奉赵公明关帝这两位文武财神以及瑞兽貔貅。道教中,不同神灵执掌不同的天道,如斗姥天尊被传是掌管人世间生死祸福的天神,人们供奉她能够消灾解难;南极长生大帝是长命百岁的象征;地母娘娘掌管阴阳生育;紫微北极大帝执掌天经地纬、日、月、星、辰、四时气候,四方神兽能辟邪恶,调阴阳等^[4]。

各司其职的神仙系列,可根据人们不同的精神需求设计出时尚可爱的卡通单尊像与多尊组合形象,最终以旅游产品为载体呈现出来。以正面形象出现的传统神仙造像结合流行审美元素,可以增加精神上的情趣,与追求大快乐大幸福的神仙理想并无冲突^[5]。

这种基于应用的造型改进,也能使道教能更贴近人们的生活,是传播信仰与传统文化,和寄托美好愿望的亲民表现。合理将精神信仰需求开发为新的经济市场是可行的,也是有一定市场前景的。相对于传统的成都道教旅游纪念品题材八卦,传统供奉塑像,桃木剑饰品等,具有创新与开拓意义。

2.2 卡通设计表现

卡通动漫元素已经被大众所喜爱和接受,特别是年轻消费群。古老神秘的宗教题材结合时尚动漫元素创新,是对传统文化的传承和创新,在给予传统尊重的同时,赋予其喜闻乐见的商品属性。卡通形象的主要特点是主题明确,形体夸张,结构概括简练,颜色清新艳丽。

在形的表达上,造像素材丰富,采用借用造型的手法,保留造像原有的特征元素与精神内涵,将其写实的形象去繁为简,用概括、装饰、夸张的造型语言去设计形体。本系列设计采用2头身比例,具有大脑袋,大眼睛,粗短肢体的特点,这种轻松可爱的视觉形式,很受年轻旅游消费者的追捧,更引起情感上的认同;在色彩的运用上,神仙造像作为被供奉的对像,人们通常用各种繁缛的纹饰或者昂贵的材料来妆点造像,多为饱和度高的红黄蓝紫色和炫目的金黄色,颜色主观性较强,醒目而热烈,表达制作者与信徒对神仙世界的美好向往。特别是地位崇高的神仙,往往在其塑

像表面贴上金箔,披上红布或黄娟,华贵而神圣。色彩设计时,在造像原有色系的基础上统一色彩基调,进行合理色彩搭配,同时融合卡通色彩单纯明快的风格,使之更符合当前流行审美,让造像艺术重新焕发出文化艺术生命力。

2.3 文化符号的传承与表达

道教艺术中创造了大量的形象符号,神仙造像中也有体现。如伏羲手中太极八卦,代表道家基本思想“道”,为世间万物起源;张天师造像手中有符篆印“阳平治都功印”,各类符篆代表强大的法力。除却这些抽象的符号外,还有作为有作为各类神仙法器的仙丹、拂尘、宝剑、葫芦、如意、乾坤环等,以及具有象征意义的瑞兽符号鹤、龙虎、青牛、龟等坐骑,龟鹤代表长寿,龙虎有阴阳、精气之隐喻等,这些承载着道教思想情趣的符号融于卡通形象设计中作为道具、服饰或背景纹理设计的元素,结合其宗教暗示与哲思使之与设计主题相呼应,使整体设计的内涵更加深刻,且有趣。

2.4 系列化设计

成都道教的神仙造像艺术形象来源广泛,在设计时,应选择有一定代表性和身份认知度较高的造像做素材。需经过筛选,梳理与整合各类造像间的关系,形成相关组合,强化统一主题。

进行系列化设计可以满足不同的消费需求和个性化服务,将其分为偏重精神内涵与偏重娱乐化俩大类型,在设计表现上有所区分。三清四御等高级别的神仙造型表现,在赋予流行消费属性的同时,以满足消费者的情感需求为主,采用庄严朴素、巍然端坐,束发长须的严谨造型,给予其身份的充分尊重。其设计可应用于工艺品、印刷品、汽车用品、挂件饰品等。如在三清的卡通设计中,保留其代表高等级的莲花冠,象征尊贵的金色服饰,配以识别性的道具与特征:道德天尊的芭蕉扇与白发,元始天尊的红丸,灵宝天尊手中的灵芝,再调整简化造型为2头身比例,配上丹凤眼演化而成的大眼睛与圆润的造型,使设计可爱而不失庄重,见图3;诸星君、各类守护神等低级神仙组合的造型设计可以更加生动有趣,性格特质突出,充分满足消费者的个性需求和娱乐需求。在组合应用设计中,统一风格的前提下,使造型的年龄体型各有变化,表情各异,姿态张扬,色彩明快,衣袍样式纹饰设计多样化。形象可应用于印刷品包装、pu树脂、陶瓷等各种材料的人偶玩具套装的开发等。以青城山常道观白虎造像为原型的设计中,将造型元素简化提炼



图3 三清卡通形象设计

Fig.3 Cartoon design of sanqing

为白面小将造型,与三清设计同为2头身比例,身披武将盔甲,但姿态上昂首踏步,表情傲然,细节丰富,色彩搭配也充满活力,见图4。



图4 青城山白虎造像卡通形象设计

Fig.4 Cartoon design of white tiger

3 结语

道教文化植根于四川民间文化,道教造像是大成都区域最珍贵的传统艺术品之一,其造型是千年工匠们的创意与信民精神信仰的积累体现,也是旅游纪念品设计的创意宝库。本文对道观神仙造像的卡通化

设计作了相应的应用研究,通过对其旅游资源分布以及纪念品开发不充分现状的调查、造像题材的梳理、造型特征的分析,再着手探讨了精神信仰与大众商品属性相结合的可行性,在此基础上对造像进行卡通艺术加工与系列化设计,并配合其文化符号元素的嫁接再现,力图使道教传统民间信仰展现新的时代魅力与新的旅游经济增长途径。

参考文献:

- [1] 雷晓鹏.论四川道教文化资源的深度开发[J].四川行政学院学报,2009(2):67—69.
LEI Xiao-peng.Depth Development on Taoist Culture Resources in Sichuan Province[J].Journal of Sichuan Administration College,2009(2):67—69.
- [2] 李星丽,李欣遥.成都青羊宫:彰显道教审美艺术[J].中国宗教,2011(8):55—56.
LI Xing-li,LI Xin-yao.Qingyang Temple:Reveal Taoist Aesthetic Art[J].China Religion,2011(8):55—56.
- [3] 阎永和.道藏辑要[M].重庆:巴蜀书社,2003.
YAN Yong-he.The Taoist Literature[M].Chongqing: Bashu Publishing House,2003.
- [4] 张继禹.中国道教神仙造像大系[M].北京:五洲传播出版社,2012.
ZHANG Ji-yu.The Great Series of Daoist Immortal Statues[M].Beijin:China Intercontinental Press,2012.
- [5] 潘显一.道教审美文化的历史、特色及将来[J].宗教学研究,2002(3):24—32.
PAN Xian-yi.Taoist Aesthetic Culture History, Features and Future[J].Research on the science of Religion,2002(3):24—32.
- [6] SHAN Xiao-tong.Discussion on the Spiritual Keynote of Modern Packaging Design[J].Zhuangshi,2012(2):141—142.
- [7] 崔晓维.环保型油墨的应用技术[J].广东印刷,2012(1):63.
CUI Xiao-wei.Applications of the Environment-friendly Ink [J].Guangdong Printing,2012(1):63.
- [8] 蔡毅.生态美学与环保使命[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2011,28(6):145.
CAI Yi.ECO-aesthetics and Mission of Environmental Protection[J].Journal of Yunnan Nationalities University (Social Sciences Edition),2011,28(6):145.
- [9] 技术信息.欧盟研制新型可降解生物包装材料[J].化工进展,2012,31(4).
Technical Information.The European Union to Develop New Biodegradable Packaging Materials[J].Chemical Industry and Engineering Progress,2012,31(4).
- [10] 扎卡里·辛普森.作为艺术的人生:美学和自我的创造[M].纽约:列克星敦出版社,2012.
ZACHARY S.As an Art of Life:Aesthetics and Self Creation [M].Newyork:Lexington Press,2012.
- [11] VERBEEK C.Recent Developments in Thermo-mechanical Processing of Proteinous Bioplastics[J].Recent Patents on Materials Science,2009,2(3):171—189.
- [12] 刘亦文,胡宗义.我国低碳包装发展机制与体系研究[J].包装工程,2012,33(7):140—145.
LIU Yi-wen, HU Zong-yi.Study of Development Mechanism and System in Low-carbon Packaging Industry[J].Packaging Engineering,2012,33(7):140—145.
- [12] SONG F,TANG D L.Biodegradable Soy Protein isolate-based Materials:a Review[J].Biomacromolecules,2011,12(10).
- [9] 单晓彤.论现代食品包装设计的精神诉求[J].装饰,2012(2):141—142.

(上接第130页)