

## 铜鼓的美学研究及在工业产品设计中的应用

贾朝红

(广西大学, 南宁 530004)

**摘要:** 以铜鼓造型符号在现实生活中的信息传播和交流为启示,分析了铜鼓造型美学内涵、原则和隐喻的价值,并结合其在日常生活各种工业产品中的设计应用法则,论证了工业产品利用铜鼓造型特征进行设计的可行性。以此提出了传统文化应用设计的基础,必须是对其形态及隐喻的多义性进行详细的剖析和研究后,才能让传统文化与现代设计的结合具有逻辑性和合理性。

**关键词:** 铜鼓; 美学; 产品; 设计; 应用

**中图分类号:** TB472    **文献标识码:** A    **文章编号:** 1001-3563(2011)20-0053-04

## Aesthetic Study of Bronze Drum and Its Application in Industrial Product Design

JIA Chao-hong

(Guangxi University, Nanning 530004, China)

**Abstract:** Taking the information spread and exchange of bronze drum symbol in real life as revelation, it analyzed the aesthetic connotation, principles and the value of metaphor. Combined with the design application laws of all kinds of industrial products in daily life, it proved the feasibility of industrial products design using bronze drum features. It proposed the basis of traditional culture application design must analyze and study ambiguity of form and metaphor, which could make traditional culture and modern design logical and reasonable.

**Key words:** bronze drum; aesthetics; product; design; application

中国传统文化是中华民族智慧的结晶,传统文化的普及和复兴必定会带来人际关系的和谐、社会的长治久安,可持续发展也就能得以平稳实现。进入21世纪,无论是经济还是文化都已经与世界逐渐融为一体,世界渴望了解中国,中国更需要把自己优秀的文化介绍给世界。在这种背景下,兴起了各种传统文化研究热潮,其中铜鼓文化的研究热潮也悄然兴起,而且研究领域也在不断拓展。涉及冶金学、考古学、民族学、语言学、文化人类学、艺术学等领域。文化人类学家认为:“文化存在于思想、情感和起反应的各种已模式化的方式中,通过各种符号可以获得并传播它<sup>[1]</sup>”。在这里,主要研究铜鼓的美学原则及在工业产品设计中的应用,以此让铜鼓造型符号在现实生活中进行传播和交流。

### 1 研究铜鼓在工业产品设计中应用的意义

#### 1.1 保护、传承中国的传统文化

铜鼓已有2 700多年的历史,是一种集冶炼、铸造、雕刻、绘画、装饰、音乐、舞蹈、宗教于一身的西南民族文化的物质载体形式<sup>[2]</sup>,是中国西南少数民族先民的生产生活、民族习俗、图腾崇拜、价值观念等方面的真实写照。对铜鼓造型在现代设计中的应用进行研究,有利于铜鼓文化的传承和发展。研究铜鼓的造型美学在工业产品中的设计应用,就是为了通过越来越多的铜鼓工业产品的流通,传达铜鼓文化神韵,秉承古老的中原文化,并推动西南地方经济的发展,提高其在全国甚至全球的经济地位。

收稿日期: 2011-03-17

基金项目: 广西大学科研基金资助项目(XGS110012)

作者简介: 贾朝红(1974—),女,湖北人,硕士,广西大学讲师,主要从事艺术设计教学及应用研究。

## 1.2 改变工业产品设计无创意的现象

众所周知,工业设计现状并不乐观,其中热衷仿造、创新力不足是工业设计中存在的一大问题。由于工业设计在中国推广不够深入,许多企业为追求效益,不惜抄袭、模仿外国的先进产品<sup>[9]</sup>。这种现象已经阻碍了我国产品走向世界和经济的增长。在中国加入WTO后,迫切要求企业加强投入开发创新产品方面的力度。只有把中国传统文化与工业产品结合起来,才能生产出具有中国特色的工业产品。铜鼓的造型在工业产品设计中的应用研究,正是为改变工业产品无创意的现象作出努力。

## 2 铜鼓造型美学原则

### 2.1 铜鼓的造型与功能合二为一

#### 2.1.1 作为乐器的铜鼓

铜鼓是一种打击乐器,鼓面和鼓心形成共振腔,鼓心和鼓边厚度有显著的差异,所以敲击铜鼓的鼓面中心和鼓面边缘,可以发出2个不同的音。再加上声音的强弱、节奏的快慢,与其他乐器配合,就会创造出丰富多彩的铜鼓音乐。

铜鼓的设计可以正置于地,可以侧置于台,用绳索系住铜鼓的一只耳或相邻的两只耳,还可以悬于架上进行演奏,小巧的铜鼓还可以挂在身上,不同的置鼓方式又可以配合不同的舞姿,使得音乐和舞蹈融为一体,欣赏性极强。

#### 2.1.2 作为神器的铜鼓

铜鼓的主要社会功能之一是用于祭祀。铜鼓上的装饰花纹,也多是原始宗教意识的反映。如雕塑中的青蛙、龟、鸟,画像中的翔鹭等,传说中都是通神的灵物。装饰图案中的太阳纹、云雷纹、水波纹等,是自然崇拜的遗迹。画像装饰中的龙舟竞渡、羽人舞蹈等,都是祭祀活动中的项目<sup>[4]</sup>。铜鼓纹饰:翔鹭、龟、太阳纹、羽人,见图1,都是铜鼓纹饰中充满宗教意识的代表纹饰。

#### 2.1.3 作为重器的铜鼓

铜鼓也是所有者身份和地位及财富的象征,所以形体之大,以至鼓唯高大为贵,甚至有的直径超过1 m以上。广西民族博物馆摆放一面世界上最大的铜鼓,直径达到165 cm,质量达到300 kg,堪称铜鼓王。



图1 铜鼓纹饰:翔鹭、龟、太阳纹、羽人

Fig.1 Ornamented bronze drum: crested ibis, tortoises, sun, people of feathers

### 2.2 铜鼓的造型与纹饰的浑然一体

铜鼓是由面、胸、腰、足、耳5个部分组成的。鼓面圆而平,下接鼓身,连接部分略外凸,形成球状弧度为胸。腰部略细,内收如束腰。往下鼓身又扩大,呈喇叭口部分为足。鼓身两侧各有2个半环形的耳。鼓面主体纹饰为太阳纹,太阳纹周围有许多层称“弦”的同心线条,弦数多少不等,弦与弦之间由宽窄不等的图案组成,称为晕圈。鼓身四周的表面,也有多数平行的晕圈,晕圈中铸出的纹饰图案绚丽多彩,有虫鱼、鸟兽、花卉、舟船和人物等,工致纤巧,别具风采。造型与纹饰的统一见图2,可以称得上是天工之作。



图2 造型与纹饰的统一

Fig.2 Unity of modeling and adornment

作为乐器、神器、重器的铜鼓,它所隐喻的内涵和价值是神圣、不可估量的;它的造型美、纹饰美是独一无二的。对这种优秀传统文化的传承和发扬,也是人们义不容辞的责任和义务。在这里主要研究铜鼓造型元素在工业产品设计中的运用方法。

## 3 铜鼓造型在工业产品设计中的应用方法

### 3.1 直接模仿

直接模仿也就是仿真铜鼓的制作,大多数体现在铜鼓小礼品的制作上。西南地区是中国铜鼓的发源

地,集中了中国大多数的铜鼓。如云南、广西等地,铜鼓种类齐全,数量众多,铸造精美。因为铜鼓也是重器,所以很多人认为收藏一面铜鼓,会给人带来力量、吉祥和幸福。云南、广西等地也是全国的旅游胜地,所以在这些地区制作仿真小铜鼓,具有相当重要的意义。既能带动当地的旅游产业,又能发扬本地的优秀传统文化传统。直接模仿还体现在大型的铜鼓景观雕塑设计上,能直观的体现本地的城市形象和精神面貌。

在制作仿真铜鼓时,可以把表面材质通过特殊工艺处理成仿青铜质感,体现铜鼓的真实性和历史悠久及沧桑之感。也可以采用不同材料改变其质感,比如采用银铜、水晶、实木、青花瓷等材料进行制作,来提高产品的经济价值和收藏价值。

银铜铸金材质的小铜鼓见图3,青花瓷质感的小



图3 银铜铸金小铜鼓

Fig.3 Small silver-copper-casting gold bronze drum

铜鼓见图4。比起青铜器铜鼓,少了些许的沧桑,而增



图4 青花瓷小铜鼓

Fig.4 Blue and white porcelain

添了些许的秀美,更具装饰性和收藏价值,为小铜鼓礼品制作又开辟了一块新的天地。

### 3.2 间接模仿

间接模仿是指不同类产品之间造型设计上的相互模仿,把铜鼓的造型运用到其他工业产品的造型设计上,来增加铜鼓类工业产品的流通量,提高经济价值,扩大传统文化的宣传力度,加大城市形象的宣传和提升知名度。比如生活用品、家具、玩具、照明产品、饰品甚至服装的设计,都可以采用铜鼓造型元素进行创作。

广西铜鼓魂茶具见图5,就是采用铜鼓造型元素



图5 广西铜鼓魂茶具

Fig.5 Guangxi bronze drum tea set

进行的设计,铜鼓形茶叶罐、茶壶、茶杯、茶盘,造型美观,形制独特,把茶道和铜鼓2种广西传统文化结合起来,充分体现广西独特的个性和特征,有着浓厚的广西文化气息。除了运用到其他产品的造型设计上之外,还可以把铜鼓的造型运用到产品的包装造型设计中。产品的包装造型设计首先要考虑包装造型应具有鲜明的个性,以便快速传递给人们所需要的信息,并使人们迅速建立起对产品的深刻印象,以获得对产品的认同<sup>[9]</sup>。把铜鼓造型运用到广西特产的包装造型设计上,无疑是传递广西地域特征的最好选择,同时铜鼓造型的包装效果能给人留下深刻的印象,从而产生购买欲。酒类铜鼓造型包装见图6,用铜鼓的造型



图6 酒类铜鼓造型包装

Fig.6 Wine bronze drum packaging

元素作包装造型设计,铜鼓造型的使用价值得到延伸,同时又别具一格,具有浓厚的广西本土特色。

这种直接模仿和间接模仿在很大程度上保持了铜鼓原有的表现形态,能够直观体现铜鼓所隐喻的价值和意义。这2种方法很多都是运用于礼品的设计制作上,由于铜鼓是权力和财富的向征,因此成为西南地区游客选购礼品的首选之一,有利于提高西南地区的知名度和促进旅游经济的发展。模仿是一种常见的自然现象,也是一种普遍的社会现象,产品设计应充分利用模仿的方法,以创造出更多符合现代生活需求的产品,来提高人们的生活质量,并促进现代产品设计的进一步发展和完善<sup>[9]</sup>。

### 3.3 替代设计

替代设计就是在产品开发设计中,用某一事物替代另一事物的设计<sup>[7]</sup>。首先可以采取材料替代的方法对鼓铜乐器产品进行设计。铜鼓是音乐器材,这种优秀的音乐功能可以再加以运用和改良。改变铜鼓的材质来制作鼓,看看有什么音质效果,以此产生更多更优秀的乐器。另一种替代设计就是同类产品之间采用造型互相替代的方法进行设计,也就是把铜鼓造型运用到其他的时尚音乐产品中。比如耳机、MP5等的造型设计上,让传统文化在年青人一代中进行传播和交流。

铜鼓首先是作为乐器的,替代设计是对铜鼓作为乐器的发扬光大,对铜鼓文化的传承和发扬具有很重要的意义。在这方面还有很大的研究和开发空间,是需要音乐家及商家和设计师共同关注和努力的。

### 3.4 平面装饰法

平面装饰法就是指把铜鼓的造型先平面符号化,再运用在其他产品的表面上作为装饰。这种设计的方法首先是要把铜鼓元素进行平面符号化,这个元素可以是鼓面、鼓身、整个铜鼓造型,也可以采取一个局部和铜鼓其中的纹饰作为元素。把所需的元素概括成点、线、面,根据点、线、面以及色彩的视觉心理,运用对比与统一、对称与平衡、节奏与韵律、条理与重复、比例与权衡等形式美的原则,结合材料、工艺、技术及功能等方面进行总体意匠,形成图案<sup>[8]</sup>,再运用到其他工业产品的表面上,起到装饰的效果。

铜鼓戒指见图7,铜鼓欢袖扣见图8,就是用铜鼓



图7 铜鼓戒指

Fig.7 Bronze drum ring

的鼓面作为元素形成图案装饰在戒指和扣子的表面上,把铜鼓的纹饰美运用于首饰设计上,显得既别致又独特。当然,铜鼓平面装饰法还可以运用到许多领域,比如海报招贴、服装图案、产品表面装饰、包装标贴设计等。平面装饰法是对铜鼓造型和纹饰的一种运用和传承,特别是对纹饰的运用,对研究铜鼓纹饰



图8 铜鼓欢袖扣

Fig.8 Bronze drum sleeves and button

所隐喻的意义以及构成原理有很重要的意义。如今,已经有很多关于铜鼓造型的工业产品问世,但仍然有很多领域有待开发。这需要设计师有敏锐的思维和目光,才能让传统文化在现代设计中的应用普及得以实现。

## 4 结语

通过以上对铜鼓造型所隐喻的意义和造型的美学原理进行分析,以及通过对铜鼓在工业产品设计中的运用方法进行研究,充分说明了工业产品利用铜鼓造型特征进行设计是完全可行的。同时说明了传统文化应用设计的基础,必须是对其形态及隐喻的多义性进行详细的剖析和研究,才能让传统文化与现代设计的结合具有逻辑性和合理性。通过研究铜鼓美学在工业产品设计中的应用方法,对铜鼓类工业产品的研发有很重要的意义和作用,对研究其他传统文化在现代设计中的运用也有一定的参考价值。

### 参考文献:

- [1] 韦丹芳. 试论铜鼓文化的变迁[J]. 广西民族学院学报(哲学社会科学版), 2002(S2): 60—63.
- [2] 万辅彬. 铜鼓[M]. 北京: 中国社会出版社, 2009.
- [3] 王效杰. 工业设计: 趋势与策略[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2009.
- [4] 蒋廷瑜. 铜鼓文化[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2007.
- [5] 裴学胜. 商品包装的造型与色彩设计[J]. 包装工程, 2004, 25(5): 198—200.
- [6] 蔡克中. 论模仿造型法在产品中的应用[J]. 包装工程, 2005, 26(3): 187—189.
- [7] 孙颖莹. 设计的展开——产品设计方法与程序[M]. 第二版. 北京: 中国建筑工业出版社, 2009.
- [8] 辛华泉. 形态构成学[M]. 北京: 中国美术学院出版社, 2005.