

狮形象的传统文​​化意蕴及在设计上的拓展研究

傅小龙, 刘翠

(南昌大学, 南昌 330031)

摘要: 目的 通过分析挖掘狮形象的传统文​​化意蕴, 为狮形象元素在现代设计中的运用及拓展提供理论支撑。**方法** 运用文献研究法、归纳法阐述狮形象在不同传统文​​化领域的设计表达, 同时对狮形象在现代设计不同领域中所显示的视觉内涵及视觉语言表征加以对比分析。**结论** 旨在寻找狮形象的传统文​​化意蕴与现代精神追求在设计中的关联, 从而为狮形象在现代设计上的拓展归纳出设计应当遵循的基本原则。

关键词: 狮形象; 传统文​​化; 现代设计

中图分类号: J524 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2015)22-0128-04

Traditionally Culture Connotation of the Lion Image and Its Prolongation on Design

FU Xiao-long, LIU Cui

(Nanchang University, Nanchang 330031, China)

ABSTRACT: Traditionally cultural connotation of unearth the lion image through analysis, so as to provide the theoretical support and expand the use of the lion image elements in modern design. The expression of design used the method of literature research, induction is elaborated the lion image in different field of traditional culture, the visual content and visual language the lion image display in different fields of modern design performance comparison. In order to find the lion image to traditional culture and chase of the modern spirit correlation in the design, thus summed up the basic principles of design for the lion image development in modern design.

KEY WORDS: the lion image; traditional culture; modern design

狮形象在中国传统吉祥文​​化中具有显赫地位, 虽然狮子的原产地是非洲、西亚、印度、南美等地区, 但自古以来, 中国人都把狮子看做吉祥、珍贵之物。这里拟就狮形象的传统文​​化意蕴以及在现代设计领域的拓展问题进行探究, 寻找两者间的关联, 以期对现代设计有一定启发意义。

1 狮形象的产生及在传统文​​化中的意蕴

在古代社会, 由于生产力落后, 人们在外耕作经常受到野兽的侵袭, 从而使人们对野兽产生了害怕心理。而对大型野兽来讲, 如狮子、老虎, 则比其他动物

(如豺狼)更怕之, 于是人们对大型动物逐生敬畏心理和崇拜之心。此后人们还逐步将猛兽美化, 久而久之这种对动物的美化就形成了一种动物形象文​​化。狮形象的设计即源于动物形象文​​化, 并在运用中不断的发展。人们不仅赋予狮形象辟邪作用, 还在设计对象中赋予狮形象威武、神性、祥瑞的内涵。

1.1 威猛之狮——狮形象设计在服饰和住宅上的运用

古代的帝王常把自己比作传说中神秘威武的龙, 而一些官员则是用次之于龙的大型猛兽, 如狮子等, 来表示其身份和地位的象征。

狮因在百兽中的地位, 被借喻人世间的权势和富

收稿日期: 2015-06-11

作者简介: 傅小龙(1963—), 男, 江西人, 南昌大学教授, 主要从事视觉媒体与表现研究。

贵。因此以狮子来比喻官禄,源自“狮”与“师”同音。人们利用狮形象图案标记于服饰或石狮雕镇宅守门以表示身份的象征^[1]。艺术家们也对狮形象不断地进行设计。如明清时期,王公品官命妇穿着的官朝服前胸后背上都缀有标志着文武品级的补子(图徽),其中武官官二品就是用狮形象作为补子的纹样,这足以证明狮形象在当时已经得到了最高统治者的认可,见图1。明代之后,人们开始用巨石雕以狮子的形象驻守在门前,以此来担当驱凶辟邪、镇宅守门的寄托^[2]。旧时的宫殿衙署门外大多蹲有石狮,如故宫太和门前有铜狮,见图2;乾清门前有鎏金铜狮。把手门户的石狮巨口,大眼,卷发,利爪。狮子头上的十三个疙瘩,又称“十三太保”,且只有一品官员才允许用,一品以下的则每降一级减少一个,直到七品以下便不允许用狮子立在门口。



图1 武官一至九品补子
Fig.1 The embroidery on uniform of all nine grade of military officers



图2 故宫太和门前铜狮
Fig.2 The bronze lion in front of the gate of supreme harmony in the the Imperial Palace

1.2 神性之狮——狮形象设计在佛教和陵墓上的运用

石狮子这种狮形象还在佛教中被广泛运用。东汉时期,佛教正式传入中国,狮子的形象也随之东传。狮子在佛教中有三层含义:一为百兽之长——勇猛的象征;二为佛祖的护法神兽——法力无穷的象征;三为文殊菩萨的坐骑——聪慧的象征。佛教中的狮子拥有着“神”“智”“能”3种品性,是集神异威猛、神力无穷为一身的灵兽。

我国佛教圣地五台山是文殊菩萨传教说法的道场,那里的许多寺庙都供奉着骑着青毛狮子的文殊菩萨像。文殊菩萨骑着青毛狮子手持利剑,以狮吼威震魔怨。从此,狮子就拥有了此般威严,石狮的踪迹也开始在汉唐时的帝王陵墓、贵冑坟宅前相继出现。但当时只是局限于摆放在陵墓坟宅前,给以震慑力,使人产生敬畏的心理。

1.3 祥瑞之狮——狮形象设计在民间文艺方面的运用

“狮”与“事”、“嗣”谐音,双狮又喻“事事如意”。俗传雌雄二狮相戏时,它们的毛缠绕在一起,滚而成球,小狮子便从其中产出,故有“子嗣昌盛”的意思,见图3^[3]。为了表达人们对这种凶猛狮子的驯服,人们对其进行艺术加工以应用于人们的娱乐生活。双狮滚绣球便是中国传统民间舞蹈之一,狮子舞始于汉代,南北朝时期民间开始流行,唐朝已发展到百人的大型歌舞^[4]。



图3 子嗣昌盛
Fig.3 A large and prosperous family

2 现代设计中狮形象的内涵以及视觉语言表达上的特征

2.1 狮形象在现代标志设计中运用

Monarch工业公司的标志经过多年的演变,已经从一只具象化的狮子转为了更具概括性、简洁性的狮子,Monarch译为君王,狮子又乃百兽之王,所以Monarch公司取狮形象作为标志的主体,见图4。



图4 Monarch工业公司的标志
Fig.4 The Mark of Monarch industrial company

直至今日,越来越多以简易化的狮造型为品牌形象的图案出现在人们的周围,这种设计手法取其最能体现设计对象特征的本质部分,以简练、概括的图形来表示该品牌的寓意所图^[5]。1850年最先以一只威风凛凛的雄狮的侧身作为车标的标致汽车,见图5。继

标致汽车之后,霍顿汽车和宝腾汽车分别在1856年和1983年都以干练、简洁的线条设计出以狮形象来变形的车标,欲求借用“狮子”来表达该汽车的速度与力量,见图6-7。而后在2006年中国制造的荣威汽车在自己的品牌标识中也用了加以变形的狮形象图案,两只狮子昂首相对拥着华表(狮头相对是西方的徽标,皇冠中常用的一种形式),站立在以古罗马字母为原型的“R”上,标识以红、黑、金三色为主并加以渐变,标识有意无意之中都企图向国人传达的信息是这款车虽是中国制造,但是它的技术,它的质量标准,所蕴含的西方血统都不亚于进口汽车,见图8。作为一种品牌的象征,不断变形的狮形象沿用今日,演绎出跨越多个世纪的奇迹。



图5 标致汽车车标
Fig.5 The logo of Peugeot



图6 霍顿汽车车标
Fig.6 The logo of Holden



图7 宝腾汽车车标
Fig.7 The logo of Proton



图8 荣威汽车车标
Fig.8 The logo of Roewe

2.2 狮形象在现代包装设计中的运用

江西的金圣香烟的标志就是一个有着传统狮形象的图案,两只狮子相对站立,整个狮形象写意多于写实,但不妨碍其识别性,再加上背景一缕缕的光影以及文字的搭配,给人一种现代企业的力量感。它的整体多用金色、红色为主,也在传递一种高端、上档次的感觉。借助狮形象这个信息,该企业把此包装设计从背景的颜色、光影以及用隶书字体为原型“金圣”二字进行重新编排设计,使得该标识的整体形象对传统的元素进行了充分的现代拓展,并让该企业真正做到了高端、上档次的效果,也把该企业的实力充分地展现了出来^[6]。

2.3 狮形象在环境艺术设计中的运用

无论是在中国的北京或上海,还是在海外,银行门口、大桥桥头、十字路口、主要建筑门前,都可以看到狮形象的地标建筑。新加坡的鱼尾狮更是环境艺术设计的经典之作,见图9,已成为新加坡的一个重要标志,是传统文化和现代设计相融合的产物。还有最早出现的埃及金字塔前的狮身人面像,是公元前2610年,法老胡夫命当时的石匠按照自己的脸型建造了一座拥有巨大狮身的石雕——斯芬克斯,至今仍屹立于埃及的广袤的沙漠之地,作为大地环境的杰作,仍极具震撼力。我国现代城市中的狮形象石雕,从脚的姿势来看,大多分为站立式和坐蹲式;从头的姿势来看,又分为转头式和直视式。无论是站立式和坐蹲式的狮子都有转头式和直视式,有的栩栩如生、气势威猛,有的温柔和顺,但神气十足。当代的狮形象石雕已经没有了过去那种强烈的辟邪涵义,但它可以表达我国改革开放后的雄心壮志。现代城市中的桥头有很多上述的巨大石雕狮像,如南昌八一大桥北头狮子,见图10。



图9 新加坡鱼尾狮
Fig.9 Singapore Merlion



图10 南昌八一大桥北头狮子
Fig.10 The lion in the north side of Nanchang eight one bridge

2.4 狮形象在服装设计中的运用

在我国民间,人们就用狮形象来作为舞狮表演的服装,舞狮的服装在颜色上很讲究,自古至今民间都有“乌一黄二”这样的传说,其意大概是,乌色(即黑色)代表独一无二,常在民间比喻为舞狮者德高望重,武功高强,一般不用此色,很多武功高强的舞狮者使用黄色的布料制成的狮子,但个别也有使用其他颜色的狮子,如用黑色需特别的谨慎,否则会招来他人非议,视为专横霸道。

现在人们的衣服上有时也会印有带狮形象的T恤,其样貌已然不是当初描绘的那样,没有了狮子原本的尖爪、怒眉和饱满的鬃毛,现在形象更加以可爱、憨态为主。人们冬天穿的羽绒服的帽檐上大都会有一圈类似狮子脸周围的鬃毛,可以很好地避风、保暖,

美观大方。

2.5 狮形象在游戏动漫设计中的运用

西方狮子在基督教图像中的象征意义常以善与恶两种形式出现,或代表勇敢、威猛、凶暴,或代表慷慨、残忍、嗜血^[7]。在游戏动漫中可以得到最好的诠释,如动画片狮子王中,众多狮子的形象都被萌化,大眼、弯嘴、八字眉等都体现不出一丝的狰狞之气,其形象更加友好、可爱和温顺。该动画片的颜色鲜艳,色彩浓度高,多为纯色对比,画面活跃、欢乐、美丽、生动,吸引力强,感召力大,让儿童对其中的狮形象不会有惧怕之心。而在一款风靡全球的魔兽世界网游中,其中一个联盟阵营的徽记也采用的是以狮形象为素材的图案。徽记中狮鬃盾牌上的狮子挤眼皱眉、怒发冲冠的形态,相比动画片中的狮子王明显多了几分凶狠、威猛之气,代表所管辖的阵营领土神圣不可侵犯。为了衬托游戏中激烈、紧张的阵营之争,其徽标的颜色主要是由金黄色和深蓝色组成,配合游戏的场景也多以高级灰系为主,极少使用鲜艳亮丽的颜色。

3 现代狮形象设计中存在的问题及拓展

狮形象所承载的诸多文化内涵,给了设计师无限的拓展空间。但如何运用到现代设计中,仍然是一个“常用常新”的设计话题,在设计实践中有成功的喜悦之作,也有蹩脚的恶心之作,甚至越来越多庸俗无味的设计进入人们的视线,如双汇王中王火腿肠的狮形象的设计,如果只是为了体现“王中王”这个词似乎有些牵强,因为狮子和火腿肠貌似一点联系都没有,形态更是随处可见,没有特点,消费者很难对其产生深刻的印象。又如超威牌的杀虫剂采用狮形象的设计,标志是一只威猛的狮子趴在一个盾牌上,暂且先放下选用狮形象做其标识恰不恰当,就它的造型已经让人感到雷人至极,试问消费者还会对其产品有消费的欲望吗?像以上这样的例子在人们的生活中还有很多,越来越多俗气且不成熟的设计出现在人们周围,设计的欣赏性虽然是非理性的,但是只有在满足其存在理由的功能需求——物资和精神两方面的要求时,其设计作为一种手段才具有了真正的意义^[8]。

3.1 继承传统并充分展示国情民俗文化

在现代,设计师对狮形象的再设计,应围绕人的文化需求和价值追求来进行。人们生活在一个不断设计的设计世界里,设计作为民族造物的活动和行

为的一个重要表现,它不仅可以改善生活、提高生活品质,还是一种文化的设计、一种文化的创造,其所体现的文化性,应该是传统文化与现代技术的结合,应该是传统的变迁与延续,因为文化具有明显的传承性。因此,对狮形象的设计要更加重视看不见的精神文化,更加重视有特色、个性的国情民俗文化^[9]。

3.2 传递现代信息使狮形象更具现代精神

对传统文化的传承,并不意味着局限,历史的文明已然给人们留下了数不清的宝贵遗产,但只一味局限在狭小的空间里,排斥新鲜血液的注入,盲目投机取巧,终究会致使传统艺术的发展停滞不前,最后的结局就是留下一大堆时代的复制品^[10]。因此,绝对不能陷在自我的意识之中,应该在一定程度上接受国际新思想和新技术等,更好地促进传统文化设计的发展。如果按照狮形象所呈现的力量感来为某品牌设计标志,假设有一个“东方狮太阳能”的品牌,可以体现现代狮形象的这种力量感,笔者针对此品牌做的设计见图11。“东方狮太阳能”的标志用雄狮的正脸加以抽象变形并采用了橘色的暖色调,把狮子的鬃毛与太阳的光芒相结合,成放射状,给人一种具有无限能量的感觉。



图11 东方狮太阳能

Fig.11 Oriental lion solar

在经济全球化和科技迅猛发展的今天,社会主观形式都已发生许多的改变,同时也给设计提供了更大的机遇和空间。狮形象的设计要能传递现代信息并具有现代精神,设计作为一种社会意识形态的存在,它必须在一定的时空中传播。设计作为人类思维的创造物,与人类自身的活动及其所根植的社会有着极为密切的联系。只有这样才能使狮形象这一文化要素在未来的设计领域更好地体现时代特征。

4 结语

人们正面临着一种全球化、网络化、信息化、集成
(下转第140页)

- MA Yu.Taoist Incantations and Wudang Mountains Tourism Souvenir Design[J].Zhuangshi,2007(12):110—113.
- [2] 曾智林.广州特色的旅游纪念品设计与开发初探[J].装饰,2009(7):104.
- ZENG Zhi-lin.Design and Exploitation of Guangzhou Tourist Souvenirs Characteristics[J].Zhuangshi,2009(7):104.
- [3] 李程.武当山道教文化特征[M].北京:新华出版社,1994.
- LI Cheng.Wudang Mountains Taoist Cultural Characteristics [M].Beijing: Xinhua Press, 1994.
- [4] 孔令宏.论道家与道教文化旅游[J].浙江大学学报(人文社会科学版),2005(6):27—33.
- KONG Ling-hong.Taoist School and Taoism Cultural Tourism [J].Journal of Zhejiang University (Humanities and Social Sciences), 2005(6): 27—33.
- [5] 廖明君,邱春林.中国传统手工艺的现代变迁——邱春林博士访谈录[J].民族艺术,2010(2):17—24.
- LIAO Ming-jun, QIU Chun-lin.Chinese Traditional Arts and Crafts Modern Changes, Dr.Qiu Chunlin Interview[J].Folk Art, 2010(2): 17—24.
- [6] 刘畅,黄强苓.论旅游纪念品设计与川西民族文化保护[J].包装工程,2010,31(7):129—132.
- LIU Chang, HUANG Qiang-ling.The Tourism Souvenir Design with Western Sichuan Preservation of Ethnic Culture[J].Packaging Engineering, 2010, 31(7): 129—132.
- [7] 刘晓宏.闽南地域文化特色的旅游纪念品开发策略[J].福州大学学报,2009(6):105—107.
- LIU Xiao-hong.Development Strategies of Tourist Souvenir Regional Characteristics of Southern Fujian[J].Journal of Fuzhou University, 2009(6): 105—107.
- [8] 钟蕾,罗斌.天津民俗文化旅游纪念品开发与对策研究探析[J].包装工程,2010,31(5):1—4.
- ZHONG Lei, LUO Bin.Tianjin Folk Culture Tourist Souvenir Development and Countermeasures[J].Packaging Engineering, 2010, 31(5): 1—4.
- [9] 苏秀丽.杭州旅游纪念品再设计研究[D].杭州:浙江工商大学,2011.
- SU Xiu-li.Redesign of Hangzhou Tourist Souvenirs[D].Hangzhou: Zhejiang University of Commerce and Industry, 2011.
- [10] 敖景辉.开平碉楼文化探索及相关旅游品开发研究——以茶具为例[J].装饰,2007(12):110—113.
- AO Jing-hui.Study on Development of Kaiping Diaolou Cultural Exploration and Related Tourism Products, to Tea as an Example[J].Zhuangshi, 2007(12): 110—113.

(上接第131页)

化和智能化为特征的知识经济时代。这一切的飞速发展设计手段的改变提供了技术上的保证,也势必会引发设计思想和设计观念的变革,设计师要把狮形象融入到这样的一个时代背景下,让狮形象的设计随着时代的脉搏跳动。

参考文献:

- [1] 候晓斌.唐代狮子纹样与相关活动略考[J].文博,2014(1):43—48.
- HOU Xiao-bing.Tang Dynasty Lion Patterns and Related Activities[J].Relics and Museology, 2014(1): 43—48.
- [2] 李丹,解基程.中国狮文化中镇兽狮的演化发展[J].艺术研究,2014(1):18—19.
- LI Dan, XIE Ji-cheng.The Development of Chinese Lion Culture of Lion Evolution[J].Art Research, 2014(1): 18—19.
- [3] 郑钧.中国吉祥图案设计艺术[M].北京:人民美术出版社,2010.
- ZHENG Jun.Chinese Auspicious Pattern Design[M].Beijing: People's Fine Arts Publishing House, 2010.
- [4] 于超.论中国民间狮子装饰艺术[J].洛阳师范学院学报,2014(4):139—141.
- YU Chao.The Decorative Art Chinese Folk Lion[J].Journal of Luoyang Normal University, 2014(4): 139—141.
- [5] 胡明.中国传统文化在平面设计中的应用[J].大舞台,2014(7):67—68.
- HU Ming.Application of China Traditional Culture in Graphic Design[J].Big Stage, 2014(7): 67—68.
- [6] 李鹏斌.传统文化元素在现代包装设计中的应用[J].包装工程,2014,35(8):18—20.
- LI Peng-bin.Application of Traditional Culture in Modern Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(8): 18—20.
- [7] 于超.中外狮子装饰艺术比较研究[J].艺术百家,2014(1):235—236.
- YU Chao.A Comparative Study of Chinese and Foreign Lions Decorative art[J].Hundred Schools in Arts, 2014(1): 235—236.
- [8] 邓焱,李中扬.民间吉祥图案在空间视觉设计中的应用探究[J].包装工程,2014,35(8):125—129.
- DENG Yan, LI Zhong-yang.Study of Folk Auspicious Patterns Used in Space in Visual Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(8): 125—129.
- [9] 朱和平.现代包装设计理论及应用研究[M].北京:人民出版社,2008.
- ZHU He-ping.Research on Modern Packaging Design Theory and Application[M].Beijing: People's Publishing House, 2008.
- [10] 朱春华.标志图形设计[M].北京:中国纺织出版社,2004.
- ZHU Chun-hua.The Logo Design[M].Beijing: China Textile Press, 2004.