



东巴文字在现代产品设计中的运用价值

黄作林 覃国利

(重庆师范大学 美术学院,重庆 401331)

摘要:东巴文是古老的民族文字,也是中国目前还在使用的象形文字。其特殊的艺术形态体现了东巴文具有很强的艺术表现力和特有的文化内涵。东巴文经过漫长的历史形成特有的视觉符号特征,这些视觉符号特征为东巴文应用于现代产品设计提供了可能。本文从分析东巴文视觉符号特征入手,在此基础上探求东巴文字在现代产品设计中的创新作用,体现其作为文字“活化石”的特有价值。东巴文应用于现代产品设计中的潜在价值具体体现为审美价值、经济价值与教育价值。

关键词:东巴文;视觉符号;产品设计;应用价值

中图分类号:J50

文献标识码:A

文章编号:1673-0429(2019)02-0071-08

doi:10.19742/j.cnki.50-1164/C.190206

东巴文产生于中国西南地区的纳西族,纳西族聚居在滇、川、藏毗邻地带。云南纳西族广泛信仰东巴宗教,东巴宗教是云南特有的民族宗教。东巴由纳西语翻译而来,意思是“智者”“上师”,是纳西族原始宗教中的大师或祭司的统称,他们被亲切的称为纳西族民间“知识分子”。此外,东巴还必须具备宗教祭祀、写作、唱歌、跳舞和雕刻的技能,会使用原始东巴象形文字绘制图案。纳西族象形文字被俗称为东巴文是因为它的使用者和传播者主要是东巴族人,主要的流传方式是东巴族人编写的东巴经。在国外,东巴文常常被称为“纳西象形文字”;而在纳西语中被称作“斯究鲁究”,意为“木石上的痕记”。根据目前的统计,东巴象形文字有3000多个,这是纳西先民热爱生活与聪明智慧的表现,代表了人类文字发展中的一个特殊种类。东巴经典古籍于2003年被列为“世界记忆遗产”,至今仍被用于记账、诵读等,因而被形象地称为“活着的象形文字”^[1]。

一、关于东巴文的学术研究与设计运用

在漫长的历史中,关于东巴文创制时间的研究观点各有不同。董作宾先生《从么些文字看甲骨文》推测其起源是在新石器时期^[2];和志武先生在《纳西东巴文化》一文中推测其创制时间始于隋末唐初^[3]。东巴文字是历史发展的产物,是纳西族重要的文明成果,也是纳西族的重要身份标志,表现出纳西族丰富的历史文化。这些文化受到国内外诸多学者的广泛关注,由此纳西族文化也成为了世界上值得研究的一门学问。

在学术研究上,20世纪30、40年代国内许多知名学者先后到云南丽江考察,对东巴文字的各个方

收稿日期:2018-12-02

作者简介:黄作林(1962—)男,重庆梁平人,重庆师范大学美术学院教授,研究方向:美术教育教学研究;

覃国利(1995—)女,重庆永川人,重庆师范大学2017级艺术设计硕士研究生。



面信息进行了深入的研究。20 世纪 50 年代以后,东巴文被视为封建迷信,相关研究一度中止。直到 20 世纪 70 年代末,东巴文化又重新进入学术视野,并于 1979 年成立了丽江东巴文化研究室,研究人员整理翻译并编辑成百卷本《纳西东巴古籍译注全集》。20 世纪 80、90 年代东巴文成为研究的热点。20 世纪 90 年代后期东巴文一直得到学界的深入研究和广泛宣传。为了更好地保护东巴文化,国家和云南省政府开始成立研究和展示单位以及开设东巴文化学习班。国外一些来丽江的旅行者或传教士对东巴象形文字也产生浓厚兴趣,将东巴文带回国收藏并进行一些初步的整理归纳。其中,比较有代表性的人物如:1867 年最早将“东巴经”带出云南的法国传教士德斯古丁斯;法国学者巴克是最早研究东巴文化的外国学者,1913 年出版《么些研究》;具有“西方纳西学之父”美誉的美籍奥地利学者洛克^[4];最早把纳西族东巴文化公诸于世的法国人太伦·拉科佩伦;以及写下了著名的《被遗忘的王国》一书的俄国人顾彼得等^[5]。

随着社会经济的不断发展,在现代产品设计领域,东巴文的设计运用价值也受到人们的重视,其应用领域越来越广泛。近年来,国内许多高校的设计专业者对东巴文在现代产品设计的应用上进行了多种尝试和实践,并取得了一些有代表性的成果。在国外也不乏成功的设计案例。例如,日本设计师浅叶克己成为将东巴文应用到现代设计领域的代表性人物^[6]。他从 20 世纪 60 年代就开始钻研东巴文,并尝试将东巴文运用于其平面设计中(如图 1),并进一步扩展到现代书籍版式设计(如图 2)。此后越来越多的人认识到这种古老的象形文字的实用价值,越来越多的设计师逐渐参与到东巴文的设计体验和实践中。范围涉及少数民族产品设计、包装设计、广告设计、服装设计、珠宝设计、品牌形象设计、书籍版式设计等诸多领域。



图 1 东巴文字体设计
(日)浅叶克己



图 2 书籍版式设计
(日)浅叶克己

二、东巴文的视觉符号特征

纳西族的祖先对记录他们在生活中所听所见的事物有着浓厚的兴趣。在没有文字和纸张的时代,他们就以图画的形式表现在木石之上。事物不同,所表达的概念也就不同,每个文字线条和笔法的运用也有它特有的模式,于是渐渐形成了表现某字、某词的符号。

(一) 以形表意的视觉符号特征

鲁迅先生曾说过:“中国文字有三美,意美以感心,一也;音美以感耳,二也;形美以感目,三也。”^[7]

东巴文字也是如此。东巴文字型分为人文、地理、工具、饮食、建筑、行动、数字、宗教、动植物等 12 大类^[8]。东巴象形文字的构词方法可分为象形、指事、会意、假借、形声五类。东巴文主要以象形符号为主的表意字,又称为形意文字。







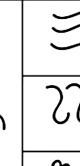
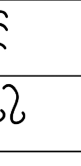
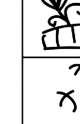
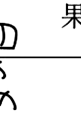
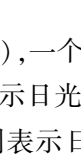
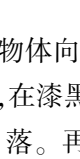
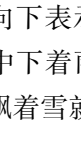
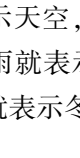
							风		春
							雨		夏
							果实		秋
							雪		冬
亮	日光	月光	日落	日出	天				

表 1 东巴文“亮、日光、月光、日出、日落”等字词

表 2 东巴文表季节的字

以东巴文的“亮、日光、月光、日出、日落”为例(如表 1),一个物体向外发出耀眼的光芒就为亮,圆的代表太阳,弯的代表月亮。太阳出现在白天的山头上就表示日光,在漆黑的山头上就表示月光。画一个光线向上的太阳就表示日出,太阳光线向下落在山腰时则表示日落。再以东巴文的“春、夏、秋、冬”为例(如表 2),文字都由上下两个部分组成,上部分的盖子向下表示天空,下半部分分别代表风、雨、花和雪。其春天多风,天与风结合就表示春。夏天多雨,天空中下着雨就表示夏。秋天是收获的季节,天在上,土地结满了果实就表示秋。冬天是多雪的季节,空中飘着雪就表示冬。



图 3 组合表意设计文字

东巴文字原始简单的图形符号,简洁、直观地描绘了所表现的物与物之间的意象,反应了早期纳西族在造字时的自然观。我们可以将这种以形表意的原始视觉符号应用到现代产品设计当中。例如直接运用东巴文进行组合表意的设计,图 3 是一张明信片的封面设计,就是采用了组合表意的方式,因考虑到大众对东巴文认识的局限,在设计上也有对这组文字配有解释。这组设计文字采用了东巴文原有的以形表意方式,根据东巴文本本身的意思进行有序的排列,表现出现代产品设计对东巴文化的传播功能。

(二) 字画共生的视觉符号特征

古代先民揽物取象,文字缘起于图画并胜于图画。东巴文既像无拘无束的儿童画,又像大胆夸张的印象画。早期东巴文在表现动物的文字时,经常都是以动物的完整形象来呈现。到后来只出现动物的头部。东巴文经过长期地不断发展,文字也逐渐从繁琐到简练。这种过程反映了纳西族人独特的伦理观念、审美意识和宗教信仰,以及他们对世界的初步认识。

东巴文中经常看到有一些与“人”这一基本要素有关的文字。以东巴文的“孕、出生、饿、饱”为例

(如表3),在东巴文中对男人和女人主要以头部的装饰来进行区分,一般头部带有个高帽子形状的人暗示为女性。女性的腹部画一个小人表示“孕”,肚子破开,向下划的一条线表示出去,小孩从肚子里出来就表示“出生”。肚子没有任何东西就表示“饿”,肚子里填满东西表示“饱”。图像文字趣味十足,它是纳西先民对生活场景的情感与视觉的生动表达。东巴文字的特点使其字形呈现出一种真实的、自然的、简朴的形态美,表现出东巴文特有的趣味性,这种趣味性正是东巴文的优势所在。将东巴文的趣味性应用于现代产品设计当中,可以表现出一定的审美价值,达到吸引消费者,产生特定的经济价值之目的;同时,对儿童来说,东巴文的形象性也使学童更易于产生学习的兴趣,体现其有特定的教育价值。东巴文的形象趣味性、审美性使其具有丰富的装饰功能,这正是它在设计领域能够被广泛应用的巨大优势。

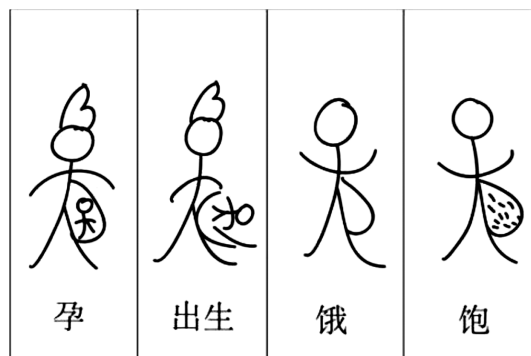


表3 东巴文中的“孕、出生、饿、饱”等字

三、东巴文应用于现代产品设计中的潜在价值

我国有56个民族,每个民族都有着悠久的历史 and 特殊的文化内涵,使得每个民族都有着各自特有的文化元素符号,它代表着各个民族的人文意识和人文精神。彰显出中华民族与生俱来的民族多样性。这种多样性为现代产品设计提供了丰富的创意之源。全球许多优秀的产品设计,往往都有对传统文化的创新研究,这说明传统文化元素能助现代产品提高市场的竞争力。东巴象形文在现代产品设计中的潜在价值主要表现在以下三方面。

(一) 审美价值

在纳西族的口传神话中,有纳西先民“看见山就写山,看见人就写人,看见牛就写牛,看见马就画马”^{[9]43-44}的传说,本着直接观照自然的态度而创造文字。纳西东巴文从审美角度来看,东巴文作为人文演变的产物,它不同于其他民族的文字是通过声音来识别。从我们所运用的汉字来看,汉字是属于通过音和形来识别的文字,一般一个汉字只能表示一个意义。汉字是由笔画构成的方块形字体,所以又叫方块字。随着时代的发展、社会的演变,汉字也越来越趋于简化。而形态的过早凝固使汉字缺乏审美的丰富性。东巴文则是以最原始的图形化的视觉特点来表现纳西人们最朴素的生活方式,同时它也体现了人类较为原始的审美观。东巴文字的创制从一开始就没有严格的理论规则,没有束缚,这是人类基本的审美认识,也是人类朴素的审美体验。

丽江东巴文化学者兰伟说:“象形文字从它的造字以及整个发展的情况来看,它是从图画逐步发展演变成现在的东巴文字,所以现在的东巴文本身具有很高的艺术价值,每一个东巴文字都是一幅画。”^[10]简单的造型,体现它独特的艺术特点。所以将东巴文运用到现代产品设计当中,不只是向消费者传递商品信息。更多的是体现商品的个性,提高商品的辨识度。因此,在现代产品设计中要发挥东巴文的艺术美。

在造型表现上,东巴文字都是用箭竹削制的竹笔所写,在造型上不受严格的理论规则的约束,完全

是基于人们的想象。象形样式是东巴文最大的造型特征。象形可以分为独体象形和合体象形,独体象形又分为整体象形、局部象形和变体象形,合体象形又分为同体重复式象形和异体附加式象形^[11]。整体象形,指的是画出事物整体的形象,画得详细具体。设计的类别也比较广,比如天文地理类、动物类、植物类;局部象形,是指画出事物的局部形象。同体重复式象形主要表现为同样的事物进行重复构图,表现一个场景;异体附加式象形就是通过不同的物体构成一个场景。

东巴文在现代产品设计中同样很好地体现着它的造型特点,比如“见字如面”东巴文十二生肖图像解构主信息图标设计(图4),该作品改变了东巴文原有的造型符号,运用了现代艺术构成的方式,如重复、错位、变形等,重新组合其中造型关系。造型简单、分辨性强。在标志设计中同样如此,如“生命密码”品牌标志(图5)选取了东巴文中的“爱”字,这个标志保存了原有象形文字的结构造型,男在左、女在右,并改变了女性头部的样式,去掉多余笔画,使LOGO更加精简。标志的造型设计还是遵循对称、变化和统一的基本造型特点。标志与东巴文融合在一起,产生了独特的图像语言魅力。但在设计时不能为了融入而盲目使用东巴文,设计师也要根据产品要求适当的选择文字符号。



图4 “见字如面”东巴文十二生肖图像解构信息图标设计 图5 “生命密码”品牌标志设计

在色彩表现上,主要根据书写者的主观意识进行色彩搭配,而不是自然主义的“随类赋彩”,所以有的东巴经文中的红马会填上绿色。东巴文字的色彩体系很大一部分原因是受宗教信仰的影响,在色彩的运用上赋予其强烈的阴阳、善恶、美丑意识。东巴文多以黑色和白色为主色调,东巴教崇拜白色,他们认为白色代表善良、正义和吉祥。忌讳黑色,黑色代表残忍、邪恶和不洁,以红、黄、蓝为次色调。如东巴文中的“苦”字,“苦”字的字形为一个人的嘴中吐出黑色物,其黑色的东西表示味苦的意思。“孕”字的字形为一个大肚子的女子,在其肚子里还画有一个小孩儿,她的肚子和头都是白色,表示母爱与吉祥。东巴文在现代的产品设计中以黑白为主色,兼有红、黄、蓝,表现东巴文独特的色彩特点。

在装饰表现上,东巴文应用在产品设计中,除了能表达产品特点,还能宣传传统文化。它不仅有形象生动、造型简洁、个性鲜明的造型效果,其独特的色彩 also 具有很强的装饰作用。装饰作为一种艺术方式,它以秩序化、规律化、程式化、理想化为要求,改变和美化事物,形成合乎人类需要、与人类审美理想相统一的和谐完美的形态^[12]。可见,将东巴文运用于现代产品设计,可以起到理想的装饰效果。

在现代产品设计中,设计师不能只从自己的角度去考虑审美价值,而更多的是要站在消费者需求的立场来进行思考和设计。在满足普遍性审美的同时,也要展现审美的个性化。东巴文运用在现代产品设计中就很好地展现了它特有的个性美。不管是在文字的造型上还是在颜色的使用上。它是通过自己的原始美、象形美来增强现代产品设计的内涵和趣味。我国的现代产品设计要想面向世界,就需要找到自己的独特性,将民族文化、民族审美运用到设计中,使中国的现代产品呈现出多元化的审美特征。

(二) 经济价值

纳西族主要生活在云南丽江一带。近年来,丽江以旅游开发为主,地方经济得到迅速发展。云南本土丰富的自然资源和历史文化吸引着无数海内外游客的到来,这为本地居民带来了越来越丰富的经济

收益(如表4)。很多来丽江旅游的中外游客都会购买这里用东巴文字设计的纪念品,或收藏、或赠送亲朋好友,充分带动了当地各类民族产品的开发和销售,同时也提高了丽江旅游业在旅游市场中的竞争力。

表4 近五年云南旅游业统计表

年度	海外游客人数	国内游客人数	总收入
2013	525 万人	2.4 亿人	2111.24 亿元
2014	533.5 万人	2.8 亿人	2650 亿元
2015	580 万人	3.52 亿人	3281.79 亿元
2016	600.38 万人	4.25 亿人	4726.25 亿元
2017	667.69 万人	5.67 亿人	6922.23 亿元

在丽江很多旅游工艺品商店可以看到,东巴文在现代产品设计中的应用主要有以下几种:1. 小木牌,这类小木牌涂上东巴文传统色彩,在木牌的背面也常常刻有东巴文字,形状多种多样,游客可以根据自身的喜好进行选择;2. 小木人,东巴文字写在头部的后面或者在身体前后;3. 小鼓,文字一般是体现在鼓面上;4. 银手镯和银耳环以及其它银器,有的点缀也是运用东巴文作图案;5. 衣服、帽子和鞋子,设计上大都使用了东巴文进行装饰。这些商品大部分都赋予了吉祥祝福的寓意。东巴文在现代产品设计中的广泛运用,不仅提高了丽江旅游业的发展,东巴文也得到了很好的传播。提高了东巴文的国际知名度,满足了消费者对商品的需求及对少数民族文化的欣赏,这也形成了传播纳西传统文化的一种重要方式。比起传统的只靠东巴祭祀传播,通过现代产品设计进行传播,受众更具有主动性。

虽然东巴文在产品中的运用能产生经济价值,给云南的旅游业带来了特定的经济效益,但是东巴文和东巴文化也不能滥用。有些商家为了盲目追求效益,随意地使用“东巴”一词,“东巴XX”商店在景区随处可见。为了吸引游客,商店会使用一些东巴文,比如店名或者是一些室内装饰画,还有些商家为了促销产品,对东巴文原有的造型和色彩进行随意的篡改,使之失去了原有的意义。这些行为,严格来说,都是对东巴文化的破坏,是在设计中须引起注意和规避的。

(三) 教育价值

当今社会高速发展,经济逐渐走向全球化,物质形态也呈多元化。大众,特别是青少年一代对西方文化表现出一定的狂热,这一点不管是在价值取向上,还是文化教育上对传统民族文化都有着较大的冲击和影响。面对域外文化的挑战,我们应该重新审视我国的民族文化价值,充分利用我国优秀传统文化在教育中的作用,提高大众的文化认同与民族情感,这与伟大的中国梦的实现息息相关,是事关民族复兴的一项重要任务。

中国除了普遍使用的汉字以外,还有很多丰富有趣的少数民族文字。但是随着时间的推移,认识或者会使用这些文字的人却越来越少,因为没有传人和使用的范围极小,在世界各地发现的象形文字大都在逐渐消失,对这些文字的研究显得迫在眉睫。东巴文是当今“世界上唯一活着的象形文字”,是世界上独一无二的宝贵遗产。由于东巴的继承和传播,今天仍然在使用。部分文字还具有一定的教育意义,值得我们去深入学习和掌握。如“家”(图6)字,纳西族是游牧民族,他们不像汉族有固定的居住地,家里有牲畜。他们认为家里应该有男人、女人和孩子,代表着“合家欢乐”。家是亲人和亲情,不只是一个大房子。和爱的人相依相守,相互扶持才是真正的家。同时东巴文特有的视觉特征,使它成为一种有益幼儿习字的辅助材料。研究表明,采用这种辅助材料,一方面有利于提高幼儿的学习兴趣;另一方面,也有利于幼儿对汉字字形的记忆。这既能够促进幼儿的汉字字形识别,又有利于祖国优秀传统文化的保护,值得提倡^[13]。

为了更好地传播和发扬少数民族文化,国家已支持开办了一些东巴文化学校、东巴文化博物馆、东巴文学习班和研习班,并着手实施数字化的保护方式。1993年,云南省社会科学院民族学研究所与云南省电子计算中心合作完成了《微机汉、英、纳西东巴象形字检索编辑系统》课题,并获云南省1993年度科技进步三等奖^[1]。这些教育方式虽提高了东巴文的传播,但也存在一些弊端。第一,学习班的学习方式相对偏于传统,主要是通过教师传授,学生被动学习;第二,东巴文的学习班和研习班主要都是在地性教学,学习的资源较少;第三,时间和区域有限定,其他地区的学习者难于参与其中,不利于普遍推广。



图6 东巴文“家”



图7 茶饮料包装设计(日本设计师浅叶克己)

将东巴文结合到现代产品设计中除了能体现一定的社会价值以外,还可以起到一定的教育作用,这种教育是对传统教育内容的有益补充。首先,在学习方式上更具有主动性,消费者在使用产品的同时也潜移默化地对东巴文有了一定的了解和认识,通过产品信息就可以对少数民族文化进行认知和学习;其次,通过产品设计进行教育的方式不再受到时空的局限,产品可以售到全国各地,极大地便利了东巴文学习者。比如将东巴文设计在饮料包装上(图7),既可增加产品的趣味性,消费者在购买饮料的同时也增加了东巴文认识和传播的机会。

四、结 语

随着时代的快速发展,很多传统文化和技艺都在渐渐消失。东巴文虽然一直流传至今,但是会读和会写东巴文的东巴人也在逐渐减少。目前东巴文应用于现代产品设计也仅限于云南纳西族聚居区和其它少数区域,而且其研究重点也仅放在东巴文设计应用上,尚没有形成成熟的理论支撑体系,人们一般只把它当做一种原始的符号来看待。对于东巴文的传承与保护,我们不能只是以传统方式来应对,而应深入探索东巴文符合现代产品设计的视觉特征和规律,对其进行设计、应用和研究,从而发现东巴文应用于现代产品设计的潜在规律,并形成理论体系。这不只是对纳西族历史文化的一种传承,更是对东巴文民族审美与情感的创新与延续。

[参 考 文 献]

- [1] 康厚良,杨玉婷. 东巴文化保护的数字化策略研究[J]. 重庆科技学院学报(社会科学版),2017(12).
- [2] 董作宾. 从么些文字看甲骨文[J]. 大陆杂志,1951(1,2,3).
- [3] 和志武. 纳西东巴文化[J]. 吉林:吉林教育出版社,1981.
- [4] ROCK J F. Introduction . classification of the Na-Khi language :A Na-Khi-English encyclopedic dictionary[M]. Roma : romaistituto italiano peril medio ed estreme prientale ,1963.



- [5] 朱桂香. 东巴文化对丽江旅游业可持续发展的影响[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 2004(1).
- [6] 陈姝宏. 东巴文和绘画的视觉元素及其在平面设计中的应用研究[D], 长沙: 湖南工业大学, 2013.
- [7] 转引自汪俏黎. 试析汉字设计在标志中的应用[J]. 美术大观, 2014(5).
- [8] 周国顺. 走进纳西古寨[J]. 凉山文学, 2006(6).
- [9] 邓章应. 西南少数民族原始文字的产生与发展[M] 北京: 人民出版社, 2012.
- [10] 陈霞. 浅论东巴文字的审美价值[J]. 绵阳师范学院学报, 2007(12).
- [11] 周寅. 纳西东巴文构形分域研究[D]. 重庆: 西南大学, 2015.
- [12] 陈怀恩. 图像学: 视觉艺术的意义与解释[M]. 石家庄: 河北美术出版社, 2011.
- [13] 王娟, 张积家, 谢书书, 袁爱玲. 结合东巴文学习汉字对幼儿汉字字形记忆的影响[J]. 心理学报, 2011(5).

The Application Value of Dongba Characters in Modern Product Design

Huang Zuolin Tan Guoli

(College of Fine Arts, Chongqing Normal University, Chongqing 401331, China)

Abstract: Dongba character, as an ancient national language, it is also one of oldest pictograph in existence still used in China. In its special artistic form, it harbors the strong artistic expression and unique cultural connotation. The Dongba character has formed special visual symbols through the long river of history, which in turn make it feasible that Dongba character can be applied for modern product design. Embarking on the analysis of the visual symbols of Dongba character, on the basis of that, the paper is aimed to seek the continuous innovation and application of Dongba character and modern product design, in which its application value as the "living fossil" of characters could be reflected. This paper summarizes the application values of the Dongba character in modern product design combing with relevant design cases, and it is dedicated to provide more elements that can be used for reference for further research in this field by argumentation and demonstration.

Keywords: Dongba character; visual symbol; product design; application values

[责任编辑: 左福生]

