

作为中部崛起战略的领头羊,武汉城市圈的突出地位和作用日趋显现。而鄂州作为武汉“1+8”城市圈中的核心城市,在省委、省政府关于建设旅游经济大省政策的指引下,逐步拓宽旅游产业开发层面,建立起了一套旅游及旅游产品产业开发的制度,并正在日趋完善。为配合省重点旅游项目“梁子湖湖北三国主题影视文化园”的建设,立足于本地域优势传统文化来开发旅游工艺产品,一直是一个重要内容。研究云南等旅游经济大省的统计资料发现,旅游商品产值在旅游总产值中的比重已占据70%以上,这充分说明了旅游产品的重要性,也表明湖北省旅游商品开发有巨大的拓展空间。本文拟结合鄂州旅游产业具体情况,对鄂州铜镜的纹

## 二、鄂州铜镜纹饰的开发现状及存在的问题

鄂州古铜镜资源如此丰富,立足于这一资源的开发工作如火如荼。早在2007年,鄂州市旅游局根据“旅游活市”战略,向社会推出了“关于加快旅游商品开发方案(征求意见稿)”,将古铜镜旅游商品开发列为主要内容之一。随后成立了鄂州市旅游商品研究开发中心,依托鄂州市博物馆古铜镜研究所,加大力度开发和生产古铜镜复制品和仿制品。鄂州市博物馆主持开展的古铜镜复原复制研究和开发,工艺和技术全国有名。他们成功掌握了这一失传千余年的制造工艺,制造的青铜镜无论从化学成分到外观造型,都同古代铜镜一模一样。另外,该所还运用高科技手段研制青铜镜,这种镜背面有仿古

没能使鄂州铜镜传统纹饰符号满足新时代的需求。铜镜上面的纹饰所负荷的本地域和民族性文化信息已日渐消亡,许多开发人员存在着仅仅将古铜镜工艺品作为商品进行生产、销售的片面认识,因而亟待提高认识,更新观念。产生以上问题的原因是多方面的,缺乏一支深刻领悟鄂州铜镜纹饰内涵的开发和设计队伍应是重要原因。

## 三、关于鄂州铜镜纹饰设计和开发的思考

鄂州铜镜及其纹饰的开发定位,除了具有作为旅游纪念的功能外,还应具有传播本区域文化内涵的功能。因此,以鄂州铜镜纹饰为主题开发出的产品,应当兼具文化使者与商品的双重功能。结合多年的设计实践,在调查和研究基础上,笔者提出鄂州铜镜纹

# 中部崛起背景下的文化遗产资源开发研究

A Research on Developing Cultural Heritage Resource in the Context of Central China Rise Taking the Carve Patterns of Ezhou Copper Mirror as an Example

——以鄂州铜镜纹饰为例

文/毛连黔

饰开发作初步思考,以图在文化遗产资源开发上抛砖引玉。

## 一、鄂州铜镜及其纹饰简况

作为历史文化古城的鄂州,先后发现、发掘各个历史时期的古铜镜500多面,其数量之多、种类之全、制作工艺之精巧、跨越年代之久远,在全国十分罕见,是名副其实的“古铜镜之乡”。鄂州铜镜不仅数量惊人,而且镜面纹饰题材内容丰富、构图新颖、造型美观。既有栩栩如生的龙虎麒麟、翩翩起舞的朱雀凤凰,也有活灵活现的句芒翼人、飘逸超凡的王公王母,这些纹饰充满着神话色彩。另外,内涵深厚的历史人物、婀娜多姿的花卉草木使鄂州铜镜纹饰题材更加丰盈。这些宝贵的文化艺术遗产资源,为发展鄂州旅游产品提供了必要的基础,是发展旅游产品必不可少的丰富资源宝库。

凸雕图案,正面平滑且光洁照人,虽看似无奇,但将镜面对着阳光,隐刻于其间的图案就清晰地反射出来,因而具有极高的收藏价值,成为对外交流的馈赠佳品。这些以复制为主开发的铜镜,以汉、三国、唐等时期的精品镜为范本,有20多个品种,行销国内外。产品成为省政府定点生产的礼品。

这些开发的鄂州铜镜作为旅游商品,虽然拥有了一定的市场,但相较偌大的旅游商品市场需求,仍有巨大的发展空间。制约其发展的因素很多,其中主要一点是,鄂州铜镜纹饰的设计和开发存在一些问题,突出表现为:一味全面仿制或复制,只注意了古铜镜的制作工艺和铸造技术,忽视了铜镜纹饰的文化内涵发掘。开发生产的仿古青铜透光镜虽在纹饰内容上进行了革新,分别在镜内镌制上毛泽东、邓小平、西哈努克、萨马兰奇等伟人或名人的肖像,但只是初步尝试,

饰解构与重组的设计思路,以供参考。

“解构”这一概念最先产生于哲学,在哲学和文学领域,大多指对文本作多重意义上的分析和读解。在现代设计范畴中,解构实质上是对原有结构的破坏和分解。设计创意中的解构,并不是随心所欲、任意妄为的胡乱拼凑,而是具有高度重视内在结构因素和总体概念的特点。心理学研究表明,当我们试图观察或认识某个事物的时候,并不是由一个局部到另一个局部的线性发展,而是整体上把握事物的基本特征,而事物本身也并不是单独脱离出来的,而是和所存在的环境和模式融为一体的。它的内部以及它和周围的事物之间都有一个正确的或约定俗成的结构关系。这个结构关系会在我们的记忆中持续地保留下来,形成特定的心理模式。而解构就是要把这种逻辑上的正常结构和心理模式打破,和新的事物发生意想之外的重组,



图1 解构重组之一

或将其置入新的环境之中。

解构为符号的重组带来了便利条件，可以根据创意概念的需要，先将事物进行符号意义的分解，使之成为再造的素材。待设计重组之后，一方面，部分要素可以唤起我们心中对原有事物所持有的特定结构模式；另一方面，又用一种新的规则去打破这种模式。两种不同的认知关系碰撞在一起，重组之后所产生的崭新含义和出人意料的表现形式会产生令人惊奇的创意能量，占据观众的注意力。所以，符号的解构和重组成为现代设计创意表现的有力手法，它打破了既有事物的陈旧印象和再现性的思维形态，可以赋予熟悉的事物一个全新的含义，并揭示出其多方面的意义，为设计创意提供了强有力的表现途径。

另外，在设计过程中，各类符号跨界界的解构与重组尤其重要。我们在了解和掌握了若干视觉符号之间的重组关系之后，可以把创意的线索延伸到所有创意表现符号之间共同的重组关系之中去。换言之，我们可以将鄂州铜镜原有的经典符号进行解构与重组，赋予新时代的特质，应用于开发的新铜镜镜面。也可以把鄂州铜镜纹饰和其他传统符号重组，创造出的新图形可以广泛应用于其他旅游商品。

基于以上思路，笔者提出如下开发原则：

1. 以鄂州铜镜为载体，依托鄂州市博物馆古铜镜研究所的铸造工艺和技术优势，发挥鄂州职业大学等高校在纹饰和图形设计方面的特长，不断丰富鄂州铜镜旅游商品品类，完善旅游工艺品开发结构。

在具体设计和开发过程中，仍然以铜镜

为载体，传承本地域文化，赋予铜镜时代新意，创导新民俗。比如，自古以来鄂州地区的人们就喜爱铜镜，不但日常生活中使用，而且在婚嫁等重大喜庆时节也离不开。出土的鄂州铜镜中有一枚夫妻相守画纹带神兽镜，其外半圆方枚一周，方枚两边铸有16字铭文：“□□众亲周也□□七夫妻相守日月亲”。此镜铭表明，早在三国时期，铜镜就成为夫妻爱情的信物。至今在农村婚嫁时，新娘的嫁妆中少不了两枚古铜镜，新娘将铜镜挂在衣服内的胸前和背后，或将铜镜挂置在箱旅被褥两侧，如果家里没有古铜镜，就用圆形玻璃镜代替，用以保吉祥。这种民俗不仅仅鄂州地区独有，还辐射到了河南的信阳、南阳等地区。可见，有如此深厚的民风民俗基础，不断丰富的鄂州铜镜产品具有很大的市场前景。镜面不仅可以铸刻伟人或名人肖像，也可以订制普通民众肖像或群众喜闻乐见的其他纹饰符号。

2. 以三国吴王故都和吴楚文化为主体，将鄂州铜镜纹饰符号与本地的相关人文元素重组融合，为旅游商品设计与生产注入本土的文化特质，提高鄂州旅游商品文化内涵与文化层次。

众所周知，保存和健全本土的手工艺图案样式特色是发展旅游工艺品的关键所在。因此，挖掘认识已有的鄂州传统旅游产品，如已入选湖北省非物质文化遗产名录的鄂州雕花剪纸等，针对其花样特点，融入鄂州铜镜纹饰符号，加以改进和发展。解构与重组铜镜纹饰，创新图形，应用于其他载体之旅游工艺品和商品，才可能建立和健全旅游工艺品产业，才能赢得市场。近年来，笔者做过一些尝试，取得很好效果，并已应用于实

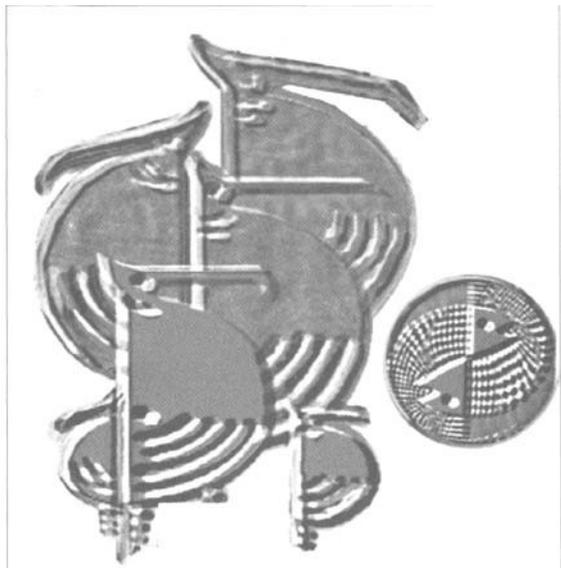


图2 解构重组之二

践。如图1是装饰画插图，图2是鄂州职业大学图书馆浮雕局部。又如，多佳服饰是知名的鄂州现代品牌，如何将丰富的文化遗产资源与这一现代文明融合，这是一个很有意义的相关重组的研究课题。

此外，拓宽视野，立足本土，培训设计人才，以全新设计与制作创造鄂州旅游产品新的商业理念。对从业人员进行工艺品制作、销售及民族历史文化等诸方面知识的培训，提高从业人员设计与制作的技能。只有从根本上解决了生产领域中的问题，才可以为民族旅游工艺品产业的开发与发展提供坚实的基础。

总之，在中部崛起战略背景下对文化遗产资源的开发，要解放思想，注重优势传统文化的传承，同时，更应与时俱进，在文化成就经济、文化造就旅游产品的商业理念指导下，解构与重组文化遗产资源，融合现代文明成果，倡导旅游产品的民族化、艺术化和现代化。这无疑会对民族旅游产品市场的开发起到极大的推动作用，并提供可以长期发展的丰厚资源。

基金项目：本文为鄂州职业大学科学研究资助项目《鄂州铜镜纹饰研究》的阶段性成果之一，编号2006yb09

#### 参考文献：

丁堂华. 鄂州铜镜. 中国文学出版社, 2002

毛连鹏 湖北鄂州职业大学艺术系

## 饰为例

作者: [毛连鹏](#)  
作者单位: [湖北鄂州职业大学艺术系](#)  
刊名: [美术大观](#)  
英文刊名: [ART PANORAMA](#)  
年, 卷(期): 2009, (10)  
引用次数: 0次

### 参考文献(1条)

1. [丁堂华](#) [鄂州铜镜](#) 2002

本文链接: [http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_msdg200910045.aspx](http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_msdg200910045.aspx)

下载时间: 2010年3月23日