

从银釳彩绘云兽纹漆耳杯看饮酒器产品语意表达

邓莉丽

(江苏大学, 镇江 212003)

摘要:以耳杯与饮酒器产品语意之间的关联为启示,分析了如何从银釳彩绘云兽纹耳杯造型看饮酒器形式美与功能美语意的表达,进而论述了银釳彩绘云兽纹耳杯的材质美,阐明材质美是饮酒器产品语意表达不可缺少的部分。在此基础上,结合银釳彩绘云兽纹的装饰工艺与装饰纹样,提出了饮酒器产品语意要注重体现文化内涵、注重与人的情感交流与对话的观点。

关键词:耳杯; 饮酒器; 产品语意

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)12-0094-03

Regarding the Lingual Expression of Drinking Vessels from the Silver Colored Drawing Eared Lacquer Cup with Cloud and Beast Pattern in Han Dynasty

DENG Li-li

(Jiangsu University, Zhenjiang 212003, China)

Abstract: Taking the relevancy between the eared cup and the lingual meaning of drinking vessels as inspiration, it analyzed how to appreciate the lingual expression between the formal beauty and functional beauty of drinking vessels from the shape of silver colored drawing eared lacquer cup with cloud and beast pattern. Then it discussed the material beauty of the eared cup, and illustrated that material beauty was an indispensable part of lingual expression for drinking vessels. Combined with the decorative of the eared cup, it proposed that lingual meaning of drinking vessels should pay attention to cultural connotation, and to emotion exchange with persons.

Key words: eared lacquer cup; drinking vessel; lingual meaning of product

汉代是我国漆器发展的黄金期,经济的繁荣、政治的稳定特别是青铜器的衰退与瓷器的尚未成熟给这个时期的漆器提供了极大的生存与发展空间,漆器的用途涉及到人们生活的各个方面。在各种漆器里,漆耳杯造型独特,工艺精湛,是汉代漆器中最富艺术成就的作品之一。银釳彩绘云兽纹漆耳杯为西汉晚期漆器,是漆耳杯中的代表作品。

1 耳杯与饮酒器产品语意

在汉代,耳杯主要作饮酒器之用,也有的用来盛装羹食,“从战国时代起,主要的饮酒器变成了一种椭圆口的浅杯,杯口的两侧有翅形的突出部,当时人称

之为“杯”,考古学者习惯上叫它耳杯^[1]。”耳杯亦称“羽觞”,“觞”是指盛了酒的器物,在“觞”前冠以“羽”则应当是耳杯两侧突出的部分恰似羽翼,“羽觞”一词形象的道出了耳杯的器型特征。现在所说的酒杯,实际上是泛指用来饮酒的各种容器。

“产品语意强调的是人与物之间的一种交流,即通过产品的材料、形态、结构、色彩、质感等视觉语言向使用者揭示或暗示产品的内部结构,使产品功能明确化,使人机界面单纯、易于理解,从而解除使用者对于产品操作上的困惑,以更加明确的视觉形象和更具象征意义的形态设计,传达给使用者更多的文化内涵,同时又产生富有情趣的生活方式,达到人、机、环境的和谐统一^[2]。”准确的产品语意表达,是评价一件

收稿日期: 2010-12-23

作者简介: 邓莉丽(1974-),女,江苏人,硕士,江苏大学讲师,主要从事装饰艺术设计与理论的教学和研究。

产品设计是否成功的重要因素,更是体现出设计的“以人为本”的理念。近年来,如何在产品里更好的体现出产品的语意,更好的实现产品与人的沟通成为许多设计师所追求的目标。从耳杯的造型、材料、装饰等要素探析饮酒器的产品语意,能给现代饮酒器设计以启示,具有一定的现实意义。

2 饮酒器语意表达

饮酒器的造型不仅在一定程度上决定着其功能,同时也烘托着饮酒时的气氛,影响着人们饮酒时的心情,因此饮酒器的造型要符合一定的形式美与功能美标准。

2.1 形式美的语意表达

形式美法则包括对称与均衡、比例与尺度、多样与统一等。银釳彩绘漆耳杯中心轴对称的结构体现着理性之美,见图1a,双耳又使整个器型显得优美、典



图1 银釳彩绘云兽纹漆耳杯

Fig.1 Silver colored drawing eared lacquer cup with cloud and beast pattern

雅。此耳杯无论是尺寸还是比例均十分合理。耳杯的高度为3.9 cm,杯长为13 cm,这样的尺寸和我国自古以来使用的饭碗尺寸相近,是和人手的尺寸相适应的。“从‘人一机’系统出发,要求与人体直接联系的用品设计,在尺寸上要与人体的相适应^[3]。”耳杯的尺寸之所以和饭碗大小差不多,应是和古代酿制的酒为水酒,度数不高,多喝也无妨有关。除了具有合理的尺寸,其各部分比例也十分恰当,比如椭圆形口径为8 cm×13 cm,8:13=0.625,接近黄金分割比例0.618,这样的比例符合人们的审美标准。

时代的变迁、科技的发展、外来文化的影响等使得饮酒器的造型也在发生着变化,但是,符合形式美标准依然是饮酒器的造型设计所要传达给人们的语言符号,“造型元素的应用应该具备一定的理由支撑和可追溯的渊源,而不是随心所欲^[4]。”形式美是银釳

彩绘云兽纹漆耳杯给现代饮酒器产品语意表达带来的启迪之一。

2.2 功能美的语意表达

功能美是人们在使用产品的过程中所感受到的产品有用性转化过来的美。银釳彩绘云兽纹漆耳杯由口到底均为椭圆形,杯体由口部向杯底渐渐收敛,弧腹,杯底为一个近椭圆形平底,椭圆形口的两边有耳形突出。耳杯的这种造型也在一定程度上决定着其功能,如由口向底渐敛的设计有利于液体在杯内的流动,口大浅腹方便于清洗,两耳在平衡杯体的同时便于把持等。

漆耳杯的这种造型设计还使其能平稳的漂浮于水面,汉代户外饮酒时,会选择有流水的地方,将装有酒水的漆耳杯放置于流水的上游出,任其漂流,飘到应酒令的人的地方时,应酒令的人需说出应酒词,否则就要拿起耳杯自罚一杯酒。东晋王羲之的“流觞曲水”与南朝梁代《荆楚岁时记》中的“三月三日,市民并出江诸池沼之间,为流杯曲水之饮”。指的就是把漆耳杯置于流水上面,任其漂浮。这种能够漂浮于水面的功能使得漆耳杯作为饮酒器更加吻合了当时人们的饮酒习惯。

产品语意是在实现基本功能的前提下,进一步强化产品的象征价值和心理价值,因此,功能性语意是第一位的,好的产品不但要“可用”,而且要“适用”。现代饮酒器功能美语意的表现应从实际出发,符合不同酒液特性的需要、符合人们的使用习惯。“随着现代高科技的推广普及,越来越多的使用者要求产品的造型语意简洁明确,有利于操作使用^[5]。”现代酒的类型繁多,不同类型的酒,饮酒器造型的设计也不同,如高脚杯一般是用来饮用葡萄酒的,用拇指、食指和中指并持杯颈,手掌并不接触杯身,这样手掌散发的热量也不会影响酒的最佳饮用温度。再如香槟杯通常是长而直身的,纤长的郁金香型也可以,这样的造型设计能使香槟的气泡保留更长的时间,见图2。产品功能语意设计是一个系统的、科学的过程,对于饮酒器设计者而言,只是有设计知识是不够的,还要掌握与产品相关的知识。

3 从材质看饮酒器语意表达

银釳彩绘云兽纹漆耳杯为夹纻胎,夹纻胎的制作



图2 香槟酒杯

Fig.2 Champagne glass

方式是先做出泥塑模型,然后用生漆混合猪血等材料糊裱麻布于泥模上面,干后根据需要再反复糊裱多次,最后用水把泥模泡软,脱去泥模。夹纻工艺的器型选择范围广,造型自由度高,成型后的漆器坚固轻巧。

漆耳杯材质美,是其作为饮酒器语意表现的一个重要部分。漆质干后形成坚固光洁的表面,发出柔和温润的光泽,给人们带来视觉美,这种视觉美又带给人们触觉上的美感与心理的愉悦,人们用手或口接触觉得温和、安全。夹纻胎赋予其轻盈的质地,装满酒水以后人们也能很轻松的把持,而且打翻在地也不会破碎。

材质美也正是现代饮酒器产品语意不可缺少的组成部分,现代的饮酒器材质有玻璃、水晶、陶瓷等,不同材料制作的饮酒器带给人们材质美感是不同的,如玻璃的通透、水晶的晶莹、陶瓷的温润等。“所谓质感,是人们通过对产品的色泽、纹理、软硬、轻重、糙滑、温润等性能状态进行把握的感觉,由于视、听、触、嗅等不同感觉的相互作用而产生的联觉^[6]。”材质美带给人的感觉是多方面的,正确的选择和使用材料关系着产品设计的成败。“材料以自己不同的品质区别于异类显示着自己的个性,工艺在一定意义上就是展现材料个性的艺术^[7]。”饮酒器的材质美表现除了饮酒器自身材质给人带来的美感,酒水倒入其中后所体现出的材质美也会产生变化,如何更好地选择材料,更好地利用材质美,并使饮酒器的材质与酒液的颜色相得益彰是饮酒器材质美语意表达所要解决的关键问题。

4 从装饰看饮酒器语意表达

银釳彩绘云兽纹漆耳杯的装饰工艺为漆绘与釳银,杯身内外为彩绘,耳部釳银,银釳边不仅显得华

贵,也增加器物的牢固程度。杯身内外的线条绘制圆润流畅,细致又不失力度,显示了工匠高超的绘画技巧,纹样布局合理、满而不乱,具有强烈的装饰韵味,见图1b。

漆耳杯繁丽的装饰使其富有装饰美的同时也具有丰富的文化内涵,就其装饰纹样看,主要有凤纹、云气纹、神兽纹等,这些纹样为汉代代表纹样,汉代人大都有神仙观,认为人死后可以升天,云气纹、神兽纹等纹样正是汉人思想观念的反映。耳杯上的装饰纹样在一定程度建立了产品与使用者文化生活之间的关联,更多的体现了产品的人文价值。

现代饮酒器的装饰工艺缤纷各异,如珐琅彩、手绘磨花(见图3)、陶瓷贴花等,在纹样的选择方面,很



图3 手绘磨花酒杯

Fig.3 Hand drawing buffing drinking cup

多是植物花卉纹样,富有自然气息,吻合了现代人崇尚自然、渴望回归自然的心境。除了植物花卉,也有其他题材,比如这只日式陶瓷清酒酒杯,见图4,杯身



图4 日式清酒酒杯

Fig.4 Japanese-style sake drinking cup

上绘有日本浮世绘风格的艺妓图,不仅准确地向人们传达了酒杯的用途,同时传达给使用者更多的文化信息。“好的产品除了要满足基本的使用功能外,还应能传达一定的精神文化内涵,体现特定社会的时代感和

(下转第146页)

值^[4],使消费者在购买的同时,还能有一种文化体验。处理好提高利润和保持产品“质”与“品”的关系,注重市场营销和宣传。

联系多行业合作。传统不等于守旧,发挥本行业优势,与其他行业科学结合,联动发展。注重媒体宣传。在与工业生产相结合进入生产领域的过程中,传统手工艺可在一些大工业生产无法完全替代的行业中发挥作用^[5],以弥补机械产品结构造型上的单调呆板,使其更具有浓郁的人文气息和浓厚的人情味。

联系传统手工艺行业与文化创意产业。任何一种文化创意活动,都要在一定的文化背景下进行。助科技,依靠设计,对传统手工艺行业中的文化资源再提升。创意产业发展的核心是增强技能培训,人的因素是创新的关键,因此要注重培养结合理论与实际的人才。

4 结语

传统手工艺行业发展至今,其中凝聚了先辈们深厚的设计智慧,是增加一个城市乃至国家文化底蕴的

招牌,对人类社会进步影响深远,自身潜在发展能量巨大。工业设计包括了产品内部和外部设计的整个过程,是对产品的外观和性能、生产技术的应用,以及品牌建设产生最直接影响的,与传统造物思想结合,古今融合,保证传统文化长盛不衰。同时现代工业设计师吸取古人设计造物的精髓,结合先进工业科技为现代设计服务,以创造出更符合当今消费趋势且具有本土化特征的优秀设计,使传统手工艺行业重焕生机。

参考文献:

- [1] 许思豪.手工艺创意产业[M].上海:东方出版中心,2009.
- [2] 吴琼.传统手工艺产业的现代化改造[J].装饰,2007(2):10-11.
- [3] 东美红.传统文化在现代设计中的传承与传播 文化沙湾[M].北京:中国建筑工业出版社,2009.
- [4] 王文章.中国传统工艺美术保护与发展研讨会论文集[C].北京:文化艺术出版社,2009.
- [5] 梁远.现代社会中的传统手工艺[J].美术观察,2004(6):92.

(上接第96页)

价值取向^[6]。”饮酒器产品设计所表现出来的精神文化内涵,使产品不只是局限于与人简单的机能的生理沟通,更加强了产品与人的情感交流和对话。

值得一提的是,华美、轻巧、适用的漆耳杯在汉代是达官贵人身份和地位的象征,《盐铁论》中记载“一纹杯得铜杯十”,所谓纹杯,就是描绘图案的漆杯,其价值等同于十个铜杯,可见漆杯的珍贵。在中国传统社会中,礼乐之道是中心,具有身份和地位象征的漆耳杯正是体现出中国传统造物中礼仪尊卑的思想,这一点也是现代饮酒器产品语意设计所要借鉴的。

5 结语

中国的酒文化源远流长,耳杯是我国古代饮酒器中的一朵奇葩,银钁彩绘云兽纹漆耳杯作为耳杯中的精品,有着丰富的文化内涵和独特的艺术价值,从其材质、造型、装饰等方面可以一斑窥豹,给现代饮酒器

产品语意的表达以更多的启迪。现代设计离不开对传统的借鉴,就饮酒器设计而言,应从古代饮酒器设计中汲取更多的营养,以使用者为中心,不断完善产品语意的表达,在实现基本功能的前提下更好地实现产品与人们精神层面的沟通。

参考文献:

- [1] 林沄.古代的酒杯[J].中国典籍与文化,1995(4):31.
- [2] 曹建中,祝莹.产品语意及表达[M].合肥:合肥工业大学出版社,2009.
- [3] 诸葛凯.设计艺术学十讲[M].济南:山东画报出版社,2006.
- [4] 谢亨渊,肖著强.儿童玩具中产品语意学的解析[J].包装工程,2008,29(11):150.
- [5] 陈望衡.艺术设计美学[M].武汉:武汉大学出版社,2000.
- [6] 李超德.设计美学[M].合肥:安徽美术出版社,2004.
- [7] 李砚祖.工艺美术概论[M].济南:山东教育出版社,2002.
- [8] 李兵,郁舒兰,关惠元.产品语意塑造的原则及应用[J].包装工程,2009,30(2):155.