

中青年教师精粹

民族文化元素在产品中的应用

吕中意, 杨波

(成都理工大学, 乐山 614000)

摘要: **目的** 研究民族文化元素在产品中的应用目标、造型艺术要求和应用方法。**方法** 从符号学角度分析民族文化元素应用于产品设计的核心目标,以我国传统艺术文化特色为基础,总结民族文化元素在产品中的重构要旨,并在此指引下,完成四川藏、羌地区多个路灯产品设计,通过实践分析总结民族文化元素在产品中的应用方法。**结论** 以和谐、含蓄、简练为产品造型的艺术方向,利用线、形寓意,纹、色传情,更有助于在现代产品设计中实现“有形”民族文化元素传递“无形”情感内涵,并弘扬民族文化的核心目标。

关键词: 民族文化; 元素; 产品设计; 路灯设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)20-0001-04

Application of National Cultural Elements in Product Design

LYU Zhong-yi, YANG Bo

(Chengdu University of Technology, Leshan 614000, China)

ABSTRACT: It researches the application objective, modeling art requirements and application method of national cultural elements in product design. Based on the perspective of semiotics, the core application objective is studied, and main points of remodeling national culture during product design are refined under traditional Chinese art and culture characteristic. Several street lamp designs for Tibetan and Qiang area are finished to analyze and summarize the application method. Under the guidance of harmony, terse and implicit, with line and shape attaching a moral to the product, and pattern and color transferring emotion, "invisible" emotional connotation can be well transferred and the national culture be carried forward.

KEY WORDS: national culture; element; product design; street lamp design

文化是民族的根系,是民族生存、延续、发展的重要支柱。我国各民族文化带有明显的区域性特征,不同区域的文化长期相互交流、借鉴、吸收,既渐趋融合,又保持各自的特色,这样求同存异又兼收并蓄的民族文化是取之不尽的设计灵感源泉^[1]。在产品设计中有效利用民族传统文化,不仅有利于增加产品设计的独特性、加强各民族的交流,也有利于将经济发展与民族文化保护结合起来,使民族文化在现代化进程中能实现自我创新。

1 “有形”符号传递“无形”文化

在民族融合、演化和发展过程中,各民族人民创造和传承了具有鲜明特征的人文精神、民俗心理及文化成果,从符号学的角度来说,这些文化成果既有存在于物理世界的形式,也有与之紧密结合的抽象意义^[2]。基于符号分类方式,可以将民族元素按表现形式归为两类,其一为具象元素符号,包括特定的动植物、历史

收稿日期: 2015-06-16

基金项目: 成都理工大学工程技术学院研究基金项目(C112015001)

作者简介: 吕中意(1984—),女,湖南人,硕士,成都理工大学讲师,主要从事工业设计方面的教学与研究。

人文景观、手工艺品等;其二为抽象元素符号,它是相对于具象而言的,对现实客观的民族文化形态进行提炼、夸张、组合、变形后赋予其特定的含义,其形态与含义在民族发展中留存下来,如图腾、吉祥纹样、文字等。

元素符号在产品中的应用可以是“再现”性的应用,即用写实的手法将文化元素直接表现在设计方案中,如将形体、色彩、图案等直接复制应用;也可以是“表现”性的应用,即将符号元素依据设计要求进行再次提炼,与产品中的线、形、色等要素有机结合,以塑造全新的产品形象,这里主要讨论的是具象民族文化元素在产品中的“表现”性应用。

产品设计中的元素“表现”性应用,离不开元素的“有形”造型和“无形”意义,这种“无形”的意义是某种非物质性的感知,如沧桑的感受、淡泊的文化立场^[3]。“有形”与“无形”并不是孤立存在的,“有形”造型的创造基于“无形”文化的指引,“无形”的文化魅力借助“有形”的符号元素来传递,“有形”造型是创意手段,“无形”的文化体验是设计目的,从“有形”到“无形”的升华需要借助点、线、面、色彩、纹样的变化,通过夸张的“有形”造型的特征、变形处理元素细节,间接传递“无形”的文化和情感信息^[4]。

2 民族文化元素在产品中的重构要旨

民族文化元素的重构,是元素所隐含的文化精神与现代设计相结合的基础,重构的手法多种多样,不论方法如何灵活变化,其目标是唯一的,即追求形态的升华和精神意义的再现,形态的升华指元素重构之后其形态更符合当下审美观念,与现代产品更协调,精神意义的再现则指在现代产品新面孔下,不改变中华民族优秀的文化传统,传承富有民族特色的意趣,在包罗万象的文化精神和审美意趣中,以下3点是最典型的民族艺术特征,在元素重构中把握好这3点要旨,将有效助推设计工作。

2.1 和谐

中华民族崇尚“天人合一”,“天之生物也,使之一本”,“夫君子所过者化,所存者神,上下于天地同流”,提倡“存心养性”、“仁者爱人”、“仁民爱物”,山川草木、日月星辰,皆存于道,人伦情理,亦存于道,皆“负阴而抱阳”,“冲气以为和”。和谐之道,是儒道两家都认可的哲学观,是中国民族文化最深远的本质之源。

和谐之道融于设计,产生了独特的民族设计观念,《考工记》中记载:天有时,地有气,材有美,工有

巧,合此四者,然后可以为良。优秀的设计不是孤立的人的行为,季节、气候、地理条件皆适宜,选材恰当,工艺加工水平满足要求,才能产生精妙的设计。具体到各设计要素,则在比例与尺度、对比与统一、对称与均衡中追求视觉上的平衡和协调^[5]。如苏州有名的园林,在建筑构造、景观规划、室内陈设等多方面创造出许多虚实、围合、共享、穿插和借景,园林内外山水相映成趣,草木相得益彰,因季节不一,位置各异,呈现出或富丽,或风雅的造物意境,成就了“人间天堂”的美誉。

2.2 含蓄

含蓄是中华民族文化中最主要的艺术表现特质^[6],是意在象中的艺术,讲究以有限之语表无限之意,达到言有尽而意无穷的整体效果,是中国文化走向人生心灵自由的艺术表现形态。卜松山在《文化的同一性与柔和性》中提到:传统中国美学的首要特点是重视艺术作品中诗意特质的含蓄。经历几千年的历史涤荡,这种诗意特质的含蓄沉淀在了无数脍炙人口的诗篇、精巧的艺术品以及宏伟的建筑中,成为了一种民族性格,这种性格反过来又无声地影响着国人的审美和精神追求。

含蓄之美融于设计,则在造型和色彩上追求内敛、包容、雅致的视觉效果,借造物之形喻人生大义,言近而指远。如明式家具,通过家具构件辅件和线形架构留下的空白部位,封闭形成“空”或接近封闭形成“内敛”的图形。如高束腰家具上的镂空绦环洞,与园林造景中的花窗极其相似,透过空洞使景致得以延伸,观者心境与自然融合;又如马蹄内翻足,作高腿时挺拔洒脱,作矮腿时蓄势待发,与马蹄走势所传达出的力度配合映衬,正是文人外柔内刚气节的体现。传统艺术的含蓄之美不甚枚举。

2.3 简练

中国传统艺术审美中,简约凝练甚于绚烂浮艳,不论诗歌、绘画、艺术品,当“敛其芳姿,止其铺丽,而葆其朴素平淡之纯真^[7]”。《庄子·刻意》记载:淡然无极而众美从之。此处的“淡然无极”并非指淡而无味,恰恰是这“淡”背后的回味,引人遐想。

简练之姿融于设计,则在线条上追求流畅,形体上追求简约,用色单纯,弃浮华雕饰,以功能为设计出发点,重视材料的自然之美。以我国传统江南民居为例,朴素的白色外墙上少有装饰,连开窗也很小,灵秀秀丽,与黑色屋脊门楼上挑出的飞檐形成对比,白墙

黑瓦,简洁而明朗,给人以宁静淡泊之感。

3 以四川藏、羌地区路灯设计为例

路灯具有“城市眼睛”的美誉,在包罗万象的城市形象元素中,路灯是密度最大、数量最多的市政设施,承担着昼夜的双重景观作用,是现代城市文化品牌中的重要名片,最直观地传递着地域特色和城市文化内涵。在上述重构要旨的指引下,以藏、羌的地域、人文特色为支撑,挑选该民族的典型文化元素,结合设计、生产要求完成多个路灯设计,总结应用技巧,以备后来者参考。

3.1 线、形寓意

3.1.1 何谓线、形寓意

线条是中国传统文化中最重要的视觉元素,它的遒劲或柔中带刚的特质能形成“具有倾向性”的内在视觉张力^[8],产品形态美感蕴涵于线条张力之中,线条构成了形的基础,依据形的构造规律流动、回转,形成了产品的整体韵味,是创作者精神的再现。现代产品设计中的民族文化元素重构和表现,首先要重视的就是线与形的凝练,线宜流畅,形宜简洁,将传统文化中的线、形与现代设计结合,借线、形之中隐含的精神寓意传达民族文化韵味。

3.1.2 藏区祈福灯和如意灯设计

民族的独特性,最鲜明地反映在民族信仰意识上,这几乎对世界上任何一个民族都毫无例外。藏族世代信仰佛教,在藏区的任何一个角落都可以感受到这种特殊的意识形态及其影响力,祈福灯以藏民磕长头时的合十手型为造型依据,融合佛祖“拈花”姿态,提炼得到对称的曲线,见图1,将合十元素融于灯杆设计,结合顶部优雅流畅的灯头和灯顶端坐在莲花台上的简洁佛像,体现出向佛合十祈祷的意境,适用于道路两侧,见图2-4。如意灯则以佛教法器如意为造型依据,摒弃了原物的圆滑曲线和繁复纹样,提炼后的如意元素方中带圆,见图5,与粗壮的灯柱和底座遥相呼应,路灯整体刚健有力,适用于广场,见图6-7。

3.2 纹、色传情

3.2.1 何谓纹、色传情

中国传统艺术提倡含蓄简练,却并不抛弃纹样装饰与色彩的搭配,鲁道夫·阿恩海姆说:“创作时头脑中最先考虑的因素是色彩对事物的识别作用,色彩所具有的强大表现力,来自于人们对颜色的联想,相比

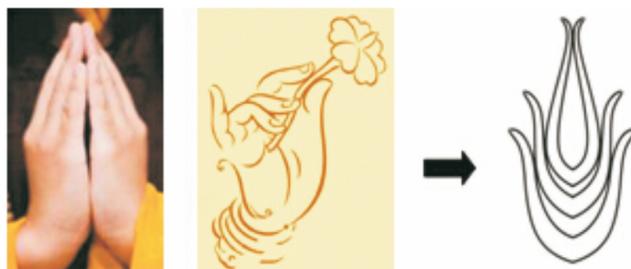


图1 提炼合十元素

Fig.1 Refine the palm element

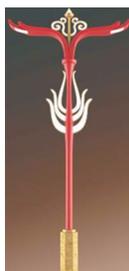


图2 祈福灯

Fig.2 Blessing street lamp



图3 合十元素应用

Fig.3 Palm element in Blessing street lamp



图4 祈福灯细节

Fig.4 Blessing street lamp details

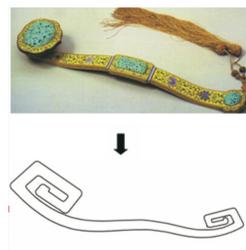


图5 提炼如意元素

Fig.5 Refine the ruyi element-street lamp



图6 如意灯

Fig.6 Ruyi street lamp



图7 如意元素应用

Fig.7 Ruyi element in the street lamp

其他元素,色彩的效果更有直接性和自发性^[9]。”纹样符号则是文化精神在纹饰上的物化,是特定地域的特定时代精神所赋予的具体形状,借由它可以传达人们的思考过程和结果,由此实现内在意义到外在造型的

转达,达到表达思想情感的目的^[10]。

纹与色的应用,重在与线、形的和谐搭配,色宜明快,纹宜典雅,简洁流畅的造型搭配符合地域特色和文化氛围的纹样、色彩,对产品的艺术质感能起到画龙点睛的作用。

3.2.2 羌区泰灯和恩鸟灯设计

泰灯以羌族的爱羊情结为设计依据,提炼羊纹作为造型创意要素,见图8。灯头外部主照明区为镂空羊纹,曲面灵巧,内部辅助照明为羊纹簇拥灯,灯座镂空六连羊纹,通透且富有“羊”的气息,通体采用金色,配合乳白色灯罩,端庄又不失活泼灵巧,富有现代城市气息,适用于道路两侧,见图9-11。恩鸟灯的设计元素取自老鹰形象,羌族被称为生活在“云彩之上”的民族,流传着雄鹰守护祖先的传说,鹰元素的提取见图12,恩鸟灯的灯臂具有抽象鹰纹的高浮雕,灯座阴刻羌族古老回纹,灯臂与底座采用冷静的豆绿色,与灯杆的金色形成鲜明对比,强调如雄鹰一般坚毅、刚强的民族精神,适用于广场,见图13-15。



图8 羊纹提炼

Fig.8 Refine the sheep element



图9 泰灯

Fig.9 Tai street lamp



图10 泰灯顶、底座细节

Fig.10 Top and foundation details



图11 泰灯的羊纹应用

Fig.11 Sheep element in Tai street lamp

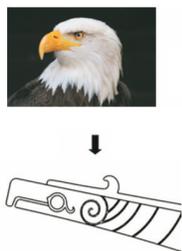


图12 鹰元素的提取

Fig.12 Refine the hawk element



图13 恩鸟灯常规效果

Fig.13 Bird street lamp



图14 恩鸟灯底座纹样

Fig.14 Foundation pattern details



图15 恩鸟灯的鹰元素应用

Fig.15 Hawk element in bird street lamp

在路灯的纹样表现手法中,主要包含阴刻、浮雕、镂空等手法。其中阴刻因雕刻深度小,表现力也相对较弱,但在提升路灯的精致度和整体协调性上起到很好的作用;浮雕与镂空的表現力较强,尤其是镂空,借助镂空件背后的灯光,常常可以起到意想不到的装饰效果。

4 结语

不难窥见文化在产品设计中的积极影响,一方面,基于地域民族文化设计的产品富含人文气息又不刻意雕琢,不仅能带来视觉上的美感,同时可传达持久的精神愉悦;另一方面,设计中体现的民族文化底蕴,有利于提升人们的归属感和自豪感^[11],引导人们的主人翁精神。可以说,民族文化元素为产品设计提供了新的思路与方向,在利用这些元素符号的同时,也要充分考虑到环境的兼容性和地域特殊性,不可狭隘地以民族进行划分。例如,同样是汉族地区,上海的路灯设计更追求时尚感,南京的路灯设计更愿意彰显儒雅古城风范,不可一概而论。另外,在民族文化元素的提炼应用中,要充分考虑元素符号应用的生产成本,只有做到经济性和艺术性的平衡,才能真正实现设计意图。

参考文献:

[1] 李鹏斌.传统文化元素在现代包装设计中的应用[J].包装工

(下转第20页)

与积累。水平思考法通过用一种全新的方式重新组合旧信息,从而产生新的创意。反复运用这种方法,可以得到更好的包装定位创新,创造出更美、更环保、更能满足人类需求的包装。

参考文献

- [1] 魏洁.包装装潢设计[M].北京:中国建筑工业出版社,2011.
WEI Jie.Packaging Design[M].Beijing: China Construction Industry Press, 2011.
- [2] 周博.商品包装中的定位研究[J].包装工程,2015,36(10):97—100.
ZHOU Bo.Position Design in Commodity Packaging[J].Packaging Engineering, 2015, 36(10):97—100.
- [3] 徐丰.浅谈消费文化与包装定位设计[J].包装世界,2014(3):18—19.
XU Feng.Brief Talk about Consumer Culture and Packaging Position Design[J].Packaging World, 2014(3):18—19.
- [4] 马云.包装设计与市场调研策略[J].中国包装,2013(10):28—33.
MA Yun.Packaging Design and Market Survey Strategy[J].China Packaging, 2013(10):28—33.
- [5] 梁雅明.定位时代下巧克力产品包装设计[J].包装工程,2013,34(9):9—12.
LIANG Ya-ming.Packaging Design of Chocolate Products under the Age of Position[J].Packaging Engineering, 2013, 34(9):9—12.
- [6] 张禹.浅议包装可持续设计的定位原则[J].中国包装工业,2014(8):25—28.
ZHANG Yu.Brief Talk about Position Principle of Packaging Sustainable Design[J].China Packaging Industry, 2014(8):25—28.
- [7] 德博诺.水平思考的力量[M].北京:中信出版社,2009.
DEBONO.The Power of Horizontal Thinking[M].Beijing: China Citic Press, 2009.
- [8] MARIANNE R.Packaging Design[M].USA:John Wiley & Sons, 2013.
- [9] FUENTE J.An Affordance Based Methodology for Package Design[J].Packaging Technology and Science, 2015(2):157.
- [10] 韩旭.蛋糕礼盒设计的视觉体验与消费导向的互动性[J].包装工程,2014,35(10):107—111.
HAN Xu.Visual Experience of Cake Packaging Design and Interaction of Consumption Guidance[J].Packaging Engineering, 2014, 35(10):107—111.
- (上接第4页)
- 程,2014,35(8):18—20.
LI Peng-bin.Application of Traditional Cultural Elements in Modern Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(8):18—20.
- [2] 张宪荣.设计符号学[M].北京:化学工业出版社,2004.
ZHANG Xian-rong.Design Semiotics[M].Beijing:Chemical Industry Press,2004.
- [3] 戴丹丹.探析自然元素在包装设计中的应用[J].装饰,2010(2):135—136.
DAI Dan-dan.Analysis of the Application of Natural Elements in Packaging Design[J].Zhuangshi, 2010(2):135—136.
- [4] 张如画.现代艺术与设计中的视觉语言表现与多样性变化[J].东北师大学报,2010(1):131—135.
ZHANG Ru-hua.Visual Language Performance and Diversity in Modern Art and Design[J].Journal of Northeast Normal University, 2010(1):131—135.
- [5] 齐伟民,孙彩虹.探析曲线艺术形态在明式家具造型设计中的运用[J].艺术科技,2015(6):235—236.
QI Wei-min, SUN Cai-hong.Research on Curve Application in Ming Style Furniture[J].Art Science and Technology, 2015(6):235—236.
- [6] 张凯.传统民间造物艺术在本能水平情感化设计中的应用[J].包装工程,2014,35(20):71—74.
ZHANG Kai.Application of Traditional Folk Creation Art for the Emotional Design of Instinct Level[J].Packaging Engineer-
- ing, 2014, 35(20):71—74.
- [7] 张帆.从北京城中轴线看中国设计审美观的演变[D].北京:北京理工大学,2014.
ZHANG Fan.Development of Chinese Design Aesthetic Concept from the Perspective of the Beijing City Axis[D].Beijing: Beijing Institute of Technology, 2014.
- [8] 刘牧原,辛艺华.汉漆器云气纹饰的审美特征[J].装饰,2010(5):72—73.
LIU Mu-yuan, XIN Yi-hua.The Aesthetic Feature of the Whorling Grain on the Lacquerwares of the Han Dynasty[J].Zhuangshi, 2010(5):72—73.
- [9] 阿恩海姆·鲁道夫.艺术与视知觉[M].长沙:湖南美术出版社,2008.
ARNEHEIM R.Art and Visual Perception[M].Changsha: Hunan Fine Arts Publishing House, 2008.
- [10] 赖亚楠.设计的文化价值和文化的系统[J].包装工程,2014,35(14):137—140.
LAI Ya-nan.Cultural Value of Design and Cultural System of Society[J].Packaging Engineering, 2014, 35(14):137—140.
- [11] 王金广,禄璟.基于海南文化的旅游纪念品设计研究[J].包装工程,2013,34(20):99—102.
WANG Jin-guang, LU Jing.Research on the Design of the Tourist Souvenirs Based on the Hainan Culture[J].Packaging Engineering, 2013, 34(20):99—102.
- (注:成都理工大学吕中意作品见封二)