

现代陶瓷酒瓶设计中的文化隐喻研究

朱宏轩

(青岛理工大学, 青岛 266033)

摘要: **目的** 针对现代陶瓷酒瓶案例进行设计分析,挖掘酒瓶设计中所蕴含的精神或心理、情感态度或某种认知的关系。**方法** 对陶瓷酒瓶设计中的隐喻表现形式进行分析,通过实例系统地阐述现代陶瓷酒瓶设计中的文化隐喻特征。**结论** 产品的隐喻基本取决于人的生理和心理的交互作用,设计师需关注各设计要素之间的关系,正确处理好形态与精神文化内涵的共生关系。

关键词: 隐喻; 陶瓷酒瓶; 形态; 文化

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)22-0108-04

Culture Metaphor Research in Modern China Winebottle Design

ZHU Hong-xuan

(Qingdao Technological University, Qingdao 266033, China)

ABSTRACT: Objective In view of the modern ceramic bottle case for design analysis, explore the bottle design which contains spiritual or psychological, emotional attitude or some kind of cognitive relations. Method: Analyzed the metaphor in the design of ceramic bottle, and elaborated the cultural metaphor characteristics of modern ceramic bottle design through some examples system. Conclusion The metaphor of product is based on the interaction of human's physiology and psychology, designers need to pay attention to the relationship between the various design elements, properly handle the connotation of form and spirit culture.

KEY WORDS: Metaphor; China Winebottle; Modality; Culture

晋代的司马彪注《庄子》云:“造物谓道也。”人们通过造物活动来传达文化观念^[1]。隐喻是借用造物形态来传达文化内涵,它是创造形态的“道”,人类设计活动就是物化某种隐喻观念,隐喻作为一种重要的设计思路与设计方法已经深入地影响到了设计领域。

陶瓷酒瓶是酒文化的组成部分。在现代陶瓷酒瓶的设计中不能仅仅关注其外在的作为容器的功能属性,更重要的是要挖掘其所蕴含的文化隐喻特征。现代陶瓷酒瓶具有工业产品的基本属性,其设计中的文化隐喻特征主要体现在造型美学层面、装饰纹样的象征寓意、材料工艺特点和设计文化思想层面。

1 形式的隐喻情感

隐喻可以分为基于形式类似的隐喻和基于意义类似的隐喻^[2]。将隐喻设计融入产品中,可以明确传达产品的功能语意。中国人历来对生活器具的品质要求很高,讲究“美食美器”,人们品酒对酒具的精美程度、使用舒适程度要求很高,而且非常重视酒具所能传达的文化意蕴。

酒瓶的美观程度,要遵循形态美的构成规律,酒瓶的设计要符合形式美的要素,即点、线、面、体、意蕴

收稿日期: 2015-06-12

基金项目: 2014教育部人文社会科学研究青年基金项目(14YJC760093)

作者简介: 朱宏轩(1977—),男,黑龙江人,硕士,青岛理工大学副教授,主要从事工业设计理论及方法研究。

等要统一协调,酒瓶设计要坚持功能和形式的互动关系。设计本身也是一种文化创新活动,以实现实用性和文化性的完美结合。陶瓷酒瓶设计的造型隐喻主要从以下3个方面为出发点:

1) 造型暗喻功能。设计师可以通过隐喻来传达产品的功能,使用户在认知上更加明确。许多经典的陶瓷酒瓶设计采用了几何元素,通过组合演绎演变成丰富的综合形态,这些形态线条简洁、流畅,变化丰富,具有独特的美感和气韵。设计师将基本几何形态通过一定的设计构成形式对酒瓶造型进行反复推敲,在保证容器存储功能的前提下产生丰富的造型形式,形成鲜明的功能美。如国藏汾酒的一款酒瓶设计就体现了这一点,见图1,其造型饱满圆润,精致的裂纹釉瓷质和线条的舒缓变化,营造出高贵精细的品质性格。使用中国传统酒坛的造型,可以保证最小的体积储存足够分量的酒,降低储存空间,在运输和包装中可以降低成本。瓶盖使用美妙曲线组合,搭配整个瓶子的风格走势。瓶口处为了呼应瓶盖同样留有外凸,这样不仅有造型的考虑,同样也适合手提。瓶颈与瓶体的结合过渡与底座形成呼应,造型连贯。底座外凸有力于瓶体的稳固性,一条圆环增加了生动的装饰性,视觉上不会觉得单调。



图1 国藏汾酒酒瓶
Fig.1 Guocang Fenjiu bottle

2) 形态提示操作。设计师通过隐喻的设计手法提示产品的使用方式,即隐喻提示功能,通过视觉元素传达一定的象征意义信息,并引导操作方式。设计师从世间万物中寻找最精练的形式,在吸取自然精华的情况下抽象具象形式为我所用。同时事物的结构构成形式也是设计形式的重要借鉴资源。借用自然界事物之间的有益关系,将事物的形式和功能演化为具有生活功用的酒瓶设计,并赋予其一定的文化隐喻。例如,考虑在实用功能基础上的操作形式借用,采用了诸如葫芦、动物等自然形态,以此为原型展开语意设计,通过造型提示酒瓶的开启方式、抓握方式等功能。葫芦造型的茅台酒瓶见图2,将酒杯与壶盖

相互结合,酒杯在整体造型上既是充当壶盖角色,又可单独使用,增加了产品的附加价值,为自饮自酌提供方便。同时酒杯与酒壶皆以葫芦为原型进行仿生设计,作了收腰处理,文字构成的腰线优美流畅,两者在造型上高度统一,丝毫没有突兀之感。腰线位置指示出人手把握的角度,起到语意传达的作用。剑南春酒瓶见图3,为剑南春“壶中岁月”酒瓶设计,壶口的设计打破了左右对称的造型,是对古老酒器造型文化继承发扬的结果,此造型不仅使酒壶轻盈优雅,同时对斟酒这一进行了引导,有利于产品使用语意的传达,使用时酒从壶口缓缓流出,如同潺潺流水,体现东方人含蓄内敛的价值观。



图2 葫芦造型的茅台酒瓶
Fig.2 Maotan gourd modeling bottle



图3 剑南春酒瓶
Fig.3 Jiannanchun bottle

3) 形态寓意传达情感。设计师可以通过隐喻来传达情感,使普通的酒容器变得亲切、可爱和有趣味性,使陶瓷酒瓶成为一个情感的载体,具有人文情感特征。恰当的运用隐喻传达情感能为日常生活提供情趣并能使用户对产品产生认同感。中国拥有深厚的传统文化底蕴,传统的工艺美术也有着精湛的技艺和独特的风格。国内白酒生产企业和酒瓶制造厂家联合挖掘传统文化宝藏,将其转化到酒瓶的造型设计中来,推出许多具有中国文化特点的酒瓶造型,让消费者饮酒的同时,感受到深厚悠远的酒文化。采用了非常具有中国传统意味的造型元素,经过设计演绎和改良,对形式加以抽象化提炼,在保证酒瓶的容器功

能的前提下,强化了造型内在工艺精神和文化情感。如酒鬼酒瓶设计很有特色,取得了很大的成功,其造型大胆独特,见图4,仿造麻布袋的形式,暗示该酒所传达出的民间朴素的造物观念和生活态度。舍得酒瓶见图5,为舍得酒的经典酒瓶造型,浑圆的体态没有多余的装饰,简简单单。表面使用紫砂细腻的手感,让手触摸在那种真实自然的表面中慢慢衍生出平和的生活情绪。正面使用中国书法中规中矩,舍即是得,得即是舍,传达出人们内敛的情感特征和看淡名利的处世态度。



图4 酒鬼酒瓶
Fig.4 Jiugui bottle



图5 舍得酒瓶
Fig.5 Shede bottle

2 纹样的象征隐喻

在现代陶瓷酒瓶装饰设计上赋予的文化丰富多彩,有浮雕、传统纹样、釉色对比、贴花、书画等装饰手段,以及镀膜装饰,这些装饰手段都传达着相应的文化信息,特别是陶纹片装饰酒瓶更充分隐喻了悠久的陶文化和酒文化。

图案装饰大都采用传统纹样符号,借其传达吉祥如意、美好幸福的愿望。常用的传统纹样主要有“牡丹纹”、“回形纹”、“龙凤纹”等,经过设计师的艺术加工,在传统纹样的基础上进行再设计。这些传统纹样经过时间的洗礼,具有极强的艺术生命力和穿透力,这也是民族审美心理产生作用的缘故,可以传递出与日常生活相关的哲学思想,设计师借用这些古老纹样符号来契合消费者的审美心理。如婚庆上的陶瓷酒瓶的设计就利用中国一些传统的吉祥图案和造型使酒瓶所表达出来的吉祥寓意与婚庆的喜气融为一体^[3],如“龙凤呈祥”、“麒麟送子”、“百花呈瑞”等。具有装饰纹样的茅台酒瓶见图6,瓶体一面运用中国龙的纹样,另一面使用古典花纹和书法文字作为装饰,前后呼应。龙是中国最具代表性的图腾形象,象征“真龙天子”,寓意权威性。陶瓷酒瓶装饰造型以“升龙”和“飞龙”为多。暗喻茅台酒为中国酒中之王、酒中精



图6 具有装饰纹样的茅台酒瓶
Fig.6 Maotai liquor with decorative patterns

品之意。另外祥云纹样、缠枝纹、凤纹等寓意吉祥的传统图案也是陶瓷酒瓶设计常用的装饰形式。

3 材质适用性

造物活动必须根据材料来进行,随着物品用途的不同,采用的材料也不会相同,材料是造物的基础。材料的优劣直接关系到物品的功能,不适合的材料会影响物品的作用,这是决定性的。如何最佳地使用材料来造物是不允许随意来进行的,对材料的使用要尽其所能^[4]。陶瓷酒瓶的用料隐喻出古老的造物思想:材尽其用。

在设计陶瓷酒瓶时,要充分考虑到材料的基本化学特征,根据酒的特质不同来选择相对应的酒瓶材料。陶瓷具有一定的透气性,在储藏酿造过程中,对白酒有很好的催熟效果,泥料中所含元素也有助于白酒的老熟,对人体有益;另外,陶瓷酒瓶可以很好地保证瓶内酒的恒温状态,和其他材质的容器相比,陶瓷酒瓶的导热速度比较慢;陶质瓶避光性很好能避免光对酒的影响;陶瓷耐侵蚀性强,不宜渗透,同时经过的上釉的酒瓶还具有视觉效果温润雅致,表面手感俱佳,便于清洗等特点。这些优点也说明陶瓷作为酒瓶的材料是非常适合的^[5]。

陶瓷的这些特点自古以来就受到文人雅士的爱戴和推崇,因此在陶瓷酒瓶设计中必然蕴含着丰富的传统哲学思想。不同的材质、不同的造型表达了不同的寓意和饮酒者身份、文化品位和人生态度。

4 文化传承特质

设计师可以通过隐喻传达深远的文化内涵。隐喻的发生,产生于人类的心灵深处,而作为设计主体的设计师是通过一定的创造行为表现某种文化意识,设计师本人的思想观念、受教育程度及文化背景,自

然会在设计中体现出多种的表现形式^[6]。通过对陶瓷酒瓶的设计来印证设计师的价值观念,通过隐喻来满足消费者的内心述求,以达到追求成功设计的目的。

隐喻设计应该超越形式表面意义,而具有文化思想的特征,有些使用者忽略了陶瓷酒瓶背后隐藏的文化内涵。陶瓷酒瓶设计中对于传统元素与形态的保留,从设计方法上不仅仅是装饰,有时则是文化观念的隐喻表达。

酒与酒器本身是属于物质的,但与之并存的一系列有关的文学、艺术、习俗、礼仪等都属于上层建筑中意识形态的东西,是一种文化现象^[7]。设计是人类的一种创造性活动,是社会生活方式的体现,属于文化范畴,让使用者消费物质设计的同时,更能享受设计物的精神内涵,这正是陶瓷酒瓶设计重视的问题^[8]。

设计可以反应一定历史时期人类思想及社会行为的特征,现代设计隐喻中也含有某种特定的精神内涵暗示,通过造型特征传达一定的历史文化观念^[9]。以酒瓶形态隐喻某种抽象的文化思想观念是现代陶瓷酒瓶设计艺术表现的一个特征。以西凤酒为例,在其陶瓷酒瓶的设计中就运用了此种设计手法,见图7,秦兵马俑抽象造型暗示出沧桑的历史情思;凤凰图案和凤凰立体造型的抽象,提炼出简洁的造型形式,寓意吉祥美好的生活愿望。



图7 西凤酒系列酒瓶造型

Fig.7 Xifeng liquor series bottle shape

5 结语

酒在现代人的生活中有着特别的作用,作为其容器的陶瓷酒瓶应重视设计所能赋予的更多附加价值,即在考虑造型的同时,赋予其更多的人文精神内涵。设计师要通过大量的调查分析,提炼出能满足消费者需求的设计方案。陶瓷酒瓶不仅是适宜的酒容器,同时也是文化和观念的重要载体,是造物观念的物化形式,具有鲜明的实用性功能价值、造型上的审美寓意和内涵上的文化意义,充分显示出陶瓷酒瓶的文化隐喻特征。

设计师不可天马行空地运用隐喻,更不可为隐喻而隐喻^[10]。设计师在运用隐喻手法设计陶瓷酒瓶时,要从功能、材料、装饰效果和文化内涵等方面分析和考虑,从而使酒瓶能更好地符合消费者心理,满足多层次需求,不断提升市场竞争力和附加价值。隐喻的恰当运用需要设计师具有丰富的文化底蕴,具有对生活的敏感度和观察能力,具有很好的联想和想象能力以及具有很强的隐喻表现能力。

参考文献

- [1] 耿蕊.隐喻设计理念在吸尘器形态设计中的应用研究[J].包装工程,2014,35(20):38—41.
GENG Rui.Application of Metaphor Concept in Vacuum Cleaner Chape Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35 (20):38—41.
- [2] 唐邕.中国传统元素在现代包装设计中的应用[J].桂林师范高等专科学校学报,2010,5(12):114—117.
TANG Yong.Application of Traditional Chinese Elements in Modern Packaging Design[J].Journal of Guilin Normal College, 2010, 5(12):114—117.
- [3] 杨道陵.设计风格的民族化[J].中国包装,2009,19(3):34—37.
YANG Dao-ling.Design Style Nationalization[J].China Packaging, 2009, 19(3):34—37.
- [4] 王琼.包装设计民族化过程中的问题与对策研究[J].包装工程,2014,35(20):95—97.
WANG Qiong.The Problems and Countermeasures in Nationalization of Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2014, 35(20):95—97.
- [5] 赵艳梅.基于用户认知心理的隐喻设计方法应用研究[J].艺术与设计,2009(3):172—174.
ZHAO Yan-mei.The Research of Metaphor Method Application Based on Psychological Perception of Users[J].Art and Design, 2009(3):172—174.
- [6] 关荣芝.隐喻方法在产品中的运用研究[D].长沙:湖南大学,2004.
GUAN Rong-zhi.Metaphor Methods in the Study of the Application of Product Design[D].Changsha:Hunan University,2004.
- [7] CROSS N.设计师式认知[M].沈浩翔,任文永,陈实,译.武汉:华中科技大学,2013.
CROSS N.Designer Ways Knowing[M].SHEN Hao-xiang, REN Wen-yong, CHEN Shi, Translate.Wuhan: Huazhong University of Science & Technology Press, 2013.
- [8] 郑伯森,杨为渝,易晓蜜.内容消费时代下产品设计特征研究[J].南京艺术学院学报,2013(4):159.
ZHENG Bo-sen, YANG Wei-yu, YI Xiao-mi.Research on Product Design Features in the Content Consumption Era[J].

(下转第115页)



图4 小户型空间家具设计

Fig.4 Furniture design of small-size house

式以及可变性的设计方法。在此模式下,一方面将家具作为空间设计中的主体,采用模块化设计的方式,让家具结构做到可变、家具功能复合,从而达到高效利用空间的目的。另一方面将家具设计与空间内整体风格统一协调起来。针对室内空间中各种典型风格需求,对家具进行二次创新设计,从尺度、外形、材料等方面加以调整,让更多风格类型的家具可以适用于小户型空间。

系统化视角下的小户型家具设计方法,兼顾了小户型家具在功能、形式和空间适应性等各方面问题,为小户型家具市场专业化推广提供了新的方向。

参考文献:

- [1] 孙春荣.90/70政策下小户型设计研究[D].咸阳:西北农林科技大学,2009.
SUN Chun-rong.The Design of Small Unit Under the "90/70" Policy[D].Xianyang:Northwest A&F University,2009.
- [2] 周雪霏.浅谈小户型的室内空间分隔与色彩设计[J].大舞台,2010(8):84.
ZHOU Xue-fei.Indoor Space Design and Color Design of Large-sized Apartment[J].Big Stage,2010(8):84.
- [3] 冯霞.基于模块化思想的小户型家具设计研究[D].沈阳:沈阳航空航天大学,2013.
FENG Xia.Research of the Small Apartment Furniture Design Based on Modularization[D].Shenyang:Shenyang Aerospace University,2013.
- [4] 徐雪梅.多功能家具在中小户型住宅中的应用[J].家具,2011(6):31—35.
XU Xue-mei.The Application of Multi-functional Furniture in Middle and Small Size Home[J].Furniture,2011(6):31—35.
- [5] 黄薇.小户型住宅的实用与舒适的设计探讨[J].家具与室内装饰,2013(5):15.
HUANG Wei.Discussion on the Design of Practical and Comfortable Small-sized Apartment House[J].Furniture & Interior Design,2013(5):15.
- [6] 边哲,于修国.住宅空间设计[M].南京:南京大学出版社,2010.
BIAN Zhe,YU Xiu-guo.The Design of Residential Space[M].Nanjing:Nanjing University Press,2010.
- [7] 冯瑾.谈室内设计中家具的作用[J].工程建设与设计,2010(7):28—30.
FENG Jin.On the Role of Furniture in Interior Design[J].Construction and Design,2010(7):28—30.
- [8] 彭敏.小户型住宅家具设计研究[J].包装工程,2014,35(12):96—99.
PENG Min.The Furniture Design of Small-sized Apartment[J].Packaging Engineering,2014,35(12):96—99.
- [9] 贺兵,刘扬.模块化设计在包装机械设计中的应用[J].包装工程,2008,29(10):140—142.
HE Bing,LIU Yang.Application of Modular Design in Packaging Machinery Design[J].Packaging Engineering,2008,29(10):140—142.
- [10] 鄢莉,陈映欢.模块化设计方法在儿童家具设计中的运用[J].包装工程,2010,31(2):25—32.
YAN Li,CHEN Ying-huan.Application of Modular Design Methods in Children Furniture Design[J].Packaging Engineering,2010,31(2):25—32.
- [9] ROLLAND J.Wide-angle, Off-axis, See-through Head-mounted Display[J].Optical Engineering,2000(2):84—89.
- [10] 李春田.现代标准化前沿—模块化研究报告[M].北京:中国标准出版社,2008.
LI Chun-tian.Modern Standard Front: Modular Research Report[M].Beijing:China Standard Press,2008.
- [7] RASH C.A 25-year Retrospective Review of Visual Complaints and Illusions Associated with a Monocular Helmet-mounted Display[J].Displays,2007(2):58—63.
- [8] BAE Systems.Eurofighter Typhoon Integrated Display Helmet[Z].United Kingdom:BAE Systems Platform Solutions Sector,2004.
- (上接第111页)
Nanjing Arts Institute,2013(4):159.
- [9] 袁毅.人性化设计的包装容器形态新探[J].包装工程,2013,34(2):74—77.
YUAN Yi.New Exploration of Packaging Form with Human Design[J].Packaging Engineering,2013,34(2):74—77.
- [10] 张立.产品造型语言研究[J].包装工程,2012,33(2):136—137.
ZHANG Li.Study on Product Modeling Language[J].Packaging Engineering,2012,33(2):136—137.