

从“中国样式”到“中国方式”的定义及相关文化概念的演进

张明

(南京艺术学院, 南京 210000)

摘要: **目的** 从“中国样式”到“中国方式”的定义及相关文化概念的演进进行系统梳理, 将“中国方式”的概念融入设计学的范畴。**方法** 从样式以及中国古代样式的概念出发, 运用对比, 艺术学概念引入设计学范畴的方法。**结论** 设计属于文化的范畴, 只有正确把握文化全球化和地域化的关系, 才能看到设计全球化与设计本土化之间的辩证属性。在设计领域应当进一步推进中国传统文化的设计创新, 而不是传统文化和新中式元素的简单叠加, 要以中国方式为支点, 以传统文化为基础, 创新新的设计体系。

关键词: 中国样式; 中国方式; 设计思维

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)16-0125-04

Evolution of the Definition from "Chinese Style" to "Chinese Way" and the Related Cultural Concepts

ZHANG Ming

(Nanjing Arts Institute, Nanjing 210000, China)

ABSTRACT: The evolution of the definition from the "Chinese style" to "Chinese way" and the related culture concepts are combed, the concepts of "Chinese way" are integrated into the scope of design. Starting from the style and the concepts of Chinese ancient style, the use of contrast, the concept of the art of design is introduced into the methods of the design scope. The design belongs to the category of culture, only correctly grasp the relationship between cultural globalization and regionalization, can see the dialectical nature of design globalization and design localization. In design level, it should promote the innovation of the traditional culture of design process, instead of the traditional culture and the new culture of superposition, instead of the traditional culture of modern veneer, but the real in a Chinese way, to the traditional culture based, new design system of the innovation process.

KEY WORDS: Chinese style; Chinese way; design thinking

近年, 经济“全球化”趋势影响所及, 各国间不仅在经济方面的联系空前密切, 文化上的交流也呈现出前所未有的局面, 本土文化与异域文化的关系问题日趋尖锐, 传统文化受到西方观念及思维方式的强烈冲击, 应接不暇的新科技、新文化、新观念洗刷着国人的思想。现代设计也经历了这样的过程, 从早期的全盘西化到当代中国文化的重新崛起, 中国的现代设计正处于传统文化如何应用到现代设计中的深层次探索与讨论, 因此, 在文化空前交融的时代背景下, 结合传统文化与现代时尚, 探究中国

方式, 思考可以全球解读、具有中国文化特征的现代产品设计方法, 就显得尤为紧迫和必要。

1 “中国样式”的相关概念界定

1.1 样式

样式, 即式样, 形式。样式完全是由设计者人为创造的, 属于在设计中着意追求的外观形式和结构, 它是直观感受中最显著的因素^[1]。样式的变化,

收稿日期: 2016-03-19

基金项目: 江苏高校哲学社会科学基金资助项目 (2012SJB760033)

作者简介: 张明 (1973—), 男, 江苏人, 博士生, 南京艺术学院副教授, 主要研究方向为工业设计。

可以引起设计对象的更新换代。样式中包含了造型、装饰、色彩等方面条件,以造型的作用最为重要。现代产品设计造型元素基本是点、线、面、体,这四大基本要素的组成与变化方式决定了产品的形态特征^[2]。从原始社会开始,手工工具和手工器皿就广泛地存在于人们的生产生活之中,人们在对这些手工器皿不断生产、使用、修改、再生产的过程中,离不开对其形态的研究与掌控。天长日久,造型的概念深深地映射在人们的思想活动中,人们的造型观念不断形成,造型能力不断提升。随之而来的人们对待“美”的看法,即原始的美学观念不断形成,在美学观念的指导下,人们生产的产品样式得到了极大的丰富和完善^[3]。

1.2 中国样式

翻阅中国古典文献,并没有关于“样式”的记载,有且仅有的一些是关于“样”或者“式”分开的阐述,且以“样”的解释居多。《辞源》对“样”的解释:“凡制造器物的模型,绘图的稿本等都称‘样’”^[4]。对“式”的解释:“规格、榜样”^[5]。其他中国古代文献中对于“样”的解释可以据此推断为古代器皿的造型。

现代产品设计观念认为,决定产品外在形式特征的主要是两大因素,即造型和装饰。造型作为人们长久经验积累的产物,具有强烈的稳定性。在中国古代造物史上,不管是造型还是装饰,都必须符合一定的规范,整体呈现出具有稳定特征的形式形状。扬之水在《奢华之色——宋元明金银器研究》中,也曾对“中国古代的样式”提出了自己的观点,即“而中国古代关于设计一事,我以为所包括的主要内容有两项,一为法式,一为样式^[6]。”这里的“样式”,就是式样、形状;“法式”,可以理解为方式方法。且扬之水认为,对于中国传统造物来讲,法式是样式的基础。中国样式的确立,是中国传统造物可以一段时期内保持稳定特征的重要条件,对中国传统器具一直保持较高的艺术水平也起到了不可估量的作用。

2 “中国方式”的相关概念界定

2.1 中国方式的概念

中国方式首次作为艺术学理论概念提出是在2004年肖丰的《中国方式:中国当代艺术中一个重要的文化现象》中:“所谓‘中国方式’是指艺术家把

中国传统文化的资源加以有效地转换,成为其作品语言符号或创作母题^[6]。”这不仅是对传统文化的回溯,更敦促人们关注当下的现实生活。任建军在此基础上对“中国方式”的含义又进行了延伸扩展,总体归纳为3种形式,一是借用和直接转换传统文化资源,如中国文字书法、绘画等元素的借用;二是表达中国身份,即对中国社会的传统文化及文人的想象以及神话传说等意识形态的中国文化的想象;三是显示中国印象和中国经验,主要包括3点,即对中国发展“问题”的关注,对中国城市化发展的关注,对“原生态”中国人性及情感体验的关注。

2.2 产品设计与中国方式

古代器皿的产生,是由于生存的需要,人们生活中汲水、吃饭等一系列要求推动器皿的产生。而后人们很快就会发现其中存在的问题或者某些没有得到满足的需求,接下来人们自发地对器皿进行改进,或解决问题,或增加功能,或增添装饰以上升到精神需求的高度,生活方式的需求变化推动了器皿制造的提升。反过来,器皿的生产制造达到一定的程度后,形制不断变化,纹饰不断丰富,引发社会风气变革,影响着人们的思想信仰、审美情趣、伦理等级、社会习俗、社会活动方式等多个方面,逐渐淘汰旧的生活方式,风靡新的生活方式^[7],因此从器皿这一简单的案例可以看到,器皿与生活方式之间,是一种密切联系、相辅相成、相互推动的关系。

设计学的研究将“中国方式”的研究范围圈定在艺术学这一大的学科类目下。传统文化、产品设计与中国方式的概念关系密切,不可分割,将中国传统文化融入设计,直接、照搬的运用方式容易显得粗浅表面,无法触及中国文化的深刻内涵。只有将中国方式这一引入设计学范畴的概念嫁接于传统文化与设计之间,提炼中国人特有的审美方式、说话方式、伦理方式、居住方式、饮食方式等深层内涵,才有可能转译到当代产品设计的设计形式,使其具有的中国文化特征能被全球解读。传统文化、中国方式与产品设计的关系见图1。

3 “中国方式”定义的提出与发展

3.1 全球化语境催生“中国方式”

促使20世纪90年代世界选择“中国方式”的一个

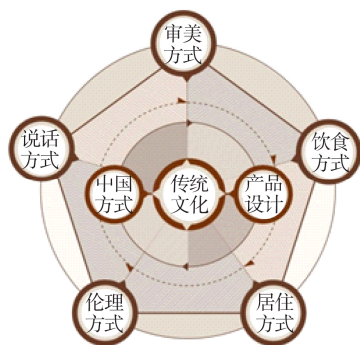


图1 传统文化、中国方式与产品设计的关系

Fig.1 The relationship between traditional culture, Chinese style and product design

重要原因，是西方社会后现代理论大行其道。世界的中心权威被打破，人们开始倡导多元文化观。在多元文化观下，第一世界国家和第三世界国家开始进行文化层面上的交流和对话。后现代理论无疑在客观上引导了第三世界人民对本国文化的认知、尊重、继承与再发展^[8]。后现代理论给中国带来的现实是：物质资料的不断积累和日益融入国际市场的趋势。同时后现代主义的包容观、多元文化观将中国的当代艺术推向国际市场。这个时期的中国艺术家们，也借此机会重新正视本国文化，“中国方式”的研究大行其道。在这个阶段，西方仍然占据文化话语权，虽然接受异域文化，但是“中国方式”的艺术要想进入西方社会，还是不可避免地需要迎合西方人的审美观念和思维方法，但无论如何，它为“中国方式”在国家上的立足打下了良好的基础，是不可或缺的一个环节。

3.2 策略性的“中国方式”推动中国艺术走向国际

20世纪八九十年代，国内的艺术群体掀起了一股出国热，当时最活跃的艺术家和艺术批评家都移居海外。这批人如今基本上都已是艺术领域的大家，他们的定居海外对中国方式在国际上的传播起到了良好的推动作用。他们的艺术作品，带有明显的西方人可以认知、解读的中国文化的特征，不可否认，这种策略将“中国方式”带入国际市场并获得了巨大的成功。但另一方面也要看到，这种策略性的进入不可避免地带来了一些弊端。

一方面，对于艺术家们主观上来说，他们在进行这种策略性文化传播的同时，自身文化艺术身份被轻视和冒犯。评论家王林指出，十几亿人口的超级大国，却完全没有像样的国际性展览。艺术家们及其作品要进入国际视野，不得不想尽办法挤上国

际性展览的“列车”，他们没有选择的权利和自由，只能等待“被选择”，这样才能使自己与国际“接轨”。王林这样形容这个“被选择”和“接轨”的过程：“自己既无轨又无车怎么接？只能搭车，人家的列车路过中国，下面人头攒动，列车长伸手一指，点到谁就是谁，激动、兴奋，受宠若惊，几天几夜睡不着^[9]”。他直接地表达了中国当代艺术是如何在世界范围内被接受与所谓的认可。

另一方面，从客观上来，片面迎合西方审美和思维的“中国方式”艺术作品，加深了世界对中国的误读。以策略方式进入西方思维、世界观、价值观为主体的中国当代艺术作品，艺术家们不可避免地要以西方人的视角解读中国文化，而这样的艺术作品，才容易被西方世界所接受。但站在西方的立场上看待中国文化，本身就是一件非常局限的行为，直到今天西方的“主流”文化尚且不能全面客观看待中国，这样解读出的中国文化、产生的中国方式艺术，很难真正地挖掘中国文化的深层内涵，而将文化解读变成简单的挪用拼贴。

3.3 文化自信扩展新的“中国方式”

随着中国在国际上地位的不断提升，“中国方式”的艺术不断发展，其内容到形式也在不断丰富，其定义在横向和纵向上不断扩展，不再像策略时期简单的传统符号贴面，大家在符号背后的深层次上找寻中国方式的深层含义。（1）在文化身份上，中国艺术家们应当真实深入地研究国人文化，而不是单纯为了进入国际，一味地迎合西方，从西方的视野看中国；（2）在文化目的上，“中国方式”的艺术进入国际视野不再是为了证明自己的身份和地位，更多地力求东西方文化的平等交流，积极开展文化合作实践；（3）在文化形式上，很多早期站在西方立场上，带有明显丑化中国经济、政治形象的夸张、扭曲作品已不见，取而代之的是东方文化的审美情趣和艺术气质；（4）在艺术观念上，中国的当代艺术家们不再将东西方文化割裂开，而是转变为对西方文化有选择的汲取，对中国传统文化进行抽象提炼，并对中国当代文化进行深入关注与灵活运用；（5）在文化接受上，由于以上文化身份、文化目的、文化形式、意识形态的变革，因此在文化接受上，呈现出东西方平等交流对话的和谐局面。

著名设计师吕勇中的作品“你我同舟”烛台，见图2。古语云“百年修得同船渡”，设计师从中得到灵感，



图2 “你我同舟”烛台

Fig.2 "You and me together" candlestick

以“舟”为元素设计烛台，取名“你我同舟”。为了增强设计的趣味性和文化性，烛台采用中国传统的实木榫卯结构进行拼装，拆装之间体会动手的乐趣。这种“中国方式”设计，以中国元素为媒介，将文化理解、消化、重生，并无直接可见的传统文化视觉元素，但整个作品的精神气质与中式审美、哲学内涵一脉相承，带有强烈的中国文化意识。它强调的不是表面形式的“中国化”，而是一种需要引入思考的中国传统文化深层次内涵。通俗地说，“中国方式”在作品中体现的不是表面上的“中国式复古”，而是对中国文化在精神和内涵上的追求，这是本土化设计相当高级的层级，即意义的层级。

4 结语

在西方霸权主义和强权政治主导文化话语权的几十年里，中国的艺术家们通过“策略性”的方式进入西方世界。现在中国文化重新崛起，世界范围内又再次掀起一场“中国风”。中国文化在交流的过程中传播，在继承的基础上发展，文化发展的根本在于文化的传承、发展与创新，而恰巧设计又是文化创新的重要途径。中国传统文化必须走这样一条综合创新，设计创新的路，才能保持其传统精神一脉相承与时俱进。

设计属于文化的范畴，只有正确把握文化全球化和地域化的关系，才能看到设计全球化与设计本土化之间的辩证属性。今天，在设计领域应当进一步推进中国传统文化运用的设计创新，这种创新不是传统元素、纹样、色彩等新中式文化的简单叠加，更不是传统文化的现代贴面，正确理解和区别“样式”

与“方式”；“中国样式”与“中国方式”的概念是以传统文化为创新的设计体系的基础。

参考文献：

- [1] 李砚祖. 艺术设计概论[M]. 武汉：湖北美术出版社，2009.
LI Yan-zu. Introduction to Art Design[M]. Wuhan: Hubei Fine Arts Publishing House, 2009.
- [2] 李砚祖. 造物之美[M]. 北京：中国人民大学出版社，2000.
LI Yan-zu. The Beauty of Creation[M]. Beijing: Renmin University of China Press, 2000.
- [3] 长广敏雄，邓惠伯. 什么是美术样式[J]. 美术研究，1980(4).
NAGAHIRO M, DENG Hui-bo. What is Art Style[J]. Art Research, 1980(4).
- [4] 王岳川. 后现代主义文化研究[M]. 北京：北京大学出版社，1992.
WANG Yue-chuan. The Study of Post Modernism Culture[M]. Beijing: Peking University Press, 1992.
- [5] 冯天瑜. 中华文化史[M]. 上海：上海人民出版社，2010.
FENG Tian-yu. The History of Chinese Culture[M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2010.
- [6] 辞源[M]. 北京：商务印书馆，1997.
Ci Yuan[M]. Beijing: Commercial Press, 1997.
- [7] 扬之水. 奢华之色——宋元明金银器研究[M]. 北京：中华书局，2011.
YANG Zhi-shui. Luxury, Gold and Silver Wares of Song Yuan Ming[M]. Beijing: Zhonghua Book Company, 2011.
- [8] 肖丰，任建军. 中国方式：中国当代艺术一个现实的文化策略[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版)，2006(4).
XIAO Feng, REN Jian-jun. Chinese Way: a Realistic Cultural Strategy of Chinese Contemporary Art[J]. Journal of Huazhong Normal University(Humanities and Social Sciences Edition), 2006(4).
- [9] 朱青生，王林，王南溟. 中国当代艺术的国际处境[J]. 读书，1998(11).
ZHU Qing-sheng, WANG Lin, WANG Nan-ming. The International Situation of Chinese Contemporary Art[J]. Reading, 1998(11).
- [10] 李明. 跨界与融合——现代家具产品的创新设计研究[J]. 家具与室内装饰，2016(1): 80—81.
LI Ming. Crossover and Integration: a Study on the Innovative Design of Modern Furniture Products[J]. Furniture & Interior Design, 2016(1): 80—81.