

地域文化事物原型的设计解析

易军, 汪默, 肖狄虎
(湖南大学, 长沙 410082)

摘要: **目的** 创意设计是地域文化遗产的保护和传承的新途径, 以设计视角研究地域文化遗产原貌和创意资源, 提供丰富多彩的创意产品, 当代大众通过使用产品增进对地域文化的了解。**方法** 从事物和原型两个理论体系出发, 分析地域文化事物与事物原型, 构建地域文化的事物原型框架, 提出地域文化事物原型的基本应用范式(原型启发和原型匹配), 并探讨具体的数字化方法和技术基础。**结论** 设计视角下的地域文化遗产研究是关于文化现象和人为事物的研究, 综合性、模式构建和模型构建是基本研究范式的特征。地域文化事物原型的基础性解析, 能够提供事物原型数字化表征与设计创意的理论支撑和事实依据。

关键词: 地域文化; 事物; 事物原型; 设计创意

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)22-0119-05

Regional Culture Things Prototype Design

YI Jun, WANG Mo, XIAO Di-hu
(Hunan University, Changsha 410082, China)

ABSTRACT: Creativity design is a new method to protect and inherit regional culture heritage, study the original facts and creative resources of the region culture heritage through design perspective, provide colorful creative products, and make people can feel and understand during using these kinds of products. Based on the two theory's systems of things and prototype, it proposes the things prototype's frame of the region culture, the basic application paradigm of things prototype of the region culture based on the prototype heuristics and the prototype matching, and discusses the specific digitalized method and technique foundation. The research of regional culture heritage through design perspective is the study of cultural phenomenon and artificial things, characteristics of research paradigm includes integrity, mode construction and model building. By the basic research of prototype of regional culture things could provide the theoretical basis and factual basis for the prototype of things digital representation and design creative.

KEY WORDS: regional culture; things; prototype of things; design creative

文化遗产是人类祖先创造的灿烂文化, 是一笔宝贵的物质财富和精神财富。从古至今, 地处中国内陆的湖湘大地却是文化活动异常丰富发达的地区, 在此形成了众多具有鲜明地域特色的文化积淀。地域文化的形成是与特定历史时期的政治、经济发展水平和对外交流的深度、广度等因素密不可分的, 物质文化遗产与非物质文化遗产共同构成了

地域文化历史风貌的载体。基于地域文化的设计战略, 运用地域文化中最具魅力的部分, 为人们展示未来世界的可能性, 已经成为参与全球竞争的重要途径。在对传统文化艺术的保护和传承基础上, 将传统地域文化元素融入现代科技含量的文化创意产品, 进行传统文化要素向数字化文化内容的创新和转型, 实现传统文化产业从选材、创意、设计、

收稿日期: 2016-08-10

基金项目: 湖南省战略性新兴产业科技攻关类项目(2015GK1011); 国家科技支撑项目(2012BAH85F00, 2012BAH85F01)

作者简介: 易军(1970—), 男, 湖南人, 博士, 湖南大学副教授, 主要从事产品设计与数字模型方面的研究

生产和输出、传播的现代文化产业链整合。

从事物和原型两个理论体系提出地域文化遗产事物原型的框架,籍此视角研究地域文化遗产,目标是期待获取若干基础性研究成果,探讨拓展与延续地域文化遗产的现代设计。选取长沙窑作为研究范例,因其在湖湘地域文化中具有的代表性与独特性,它是20世纪50年代新发现的一座唐代古窑址,位于现在湖南省长沙市望城区铜官镇附近石渚的瓦渣坪一带,故有瓦渣坪窑、铜官窑或长沙窑3个称谓^[1]。长沙窑是一个内外兼顾、外销为主的商业性民窑,平民化的日用陶瓷产品的经济价值和艺术价值,显然无法和明清著名官窑的精品与珍品相提并论,但是其蕴含的历史价值、工艺特色和设计资源等却不可忽视。

1 设计领域的事物

设计学是关于“人为事物”的科学,主要研究对象是“人为事物”或“人造事物”。设计领域的事物概念是“以事论物、以物求事”,以“物”析“事”,从一件“事”着手开展对“物”及其背景的研究与追踪,进而挖掘内隐的造物设计概念与特征的规律^[2]。

中国文化研究领域也将“事物”一词表述为“物事”,《物事论》作者许平提出了“物承文化”、“事承文化”和“口承文化”的观点^[3]。大部分地域文化是典型的“物承”民俗文化现象,器物研究是事物解析的可靠基础,“物”所内含的“事”的辨析具有同样重要的地位。通过事与物两个方面的研究,探寻地域文化最真实的历史和最本质的面貌,可行性和挑战性并存。特定时代、特定地域、特定人群产生的地域文化事物具有特定的事物结构。

以长沙窑为例,解析地域文化的事物结构见图1,可以获知:长沙窑事物的“事”是特定形态的信息综合体,特指唐代中晚期,在湖南省长沙市铜官镇地域内,文化参与者发生互动事情或行为,由历

史背景、地理环境、文化影响、信息交流和目的意义等5个部分组成;长沙窑事物的“物”是可视、可触的物质存在,由产生原理、结构形式、胎釉材料、制作工艺和器物造型等5个部分组成。

2 设计领域的事物原型

设计领域的原型解析具有多样性特点,多多少少地借鉴了文学、艺术、心理学和建筑等学科原型理论研究结果,是因为设计学与上述学科具有紧密的内在关联。多种观点莫衷一是,有人提出了原型是设计需求中人类“本能”^[4]或“无意识”^[5],有人提出了原型是设计方案中重复呈现的意象与相似性^[6],有人提出了原型是一个产品聚类的首款功能模型或样机,也有人认为原型是一种设计规律或设计原则。设计领域的原型解析涉及两个方面:第一,设计领域原型是典型性和概括性的^[7];第二,设计领域原型是一种大脑无意识。前者着重提出了原型是一个范畴中的典型以及特征属性;后者着重提出了原型是设计者的灵感来源和深层心理结构。

2.1 事物原型的内涵与外延

就原型理论^[8-10]研究而言,设计领域的原型概念和普遍的原型概念的核心内涵是相同的,概念的逻辑起点与内涵是相同的和一致的,但原型的概念外延和表现形式却是多样的。地域文化事物原型内涵是确定的和唯一的,而其外延界定需要以设计视角从哲学、心理学和文化学的3个维度来实施,以此全面地探求与表达地域文化事物原型。

从哲学维度来看,地域文化事物原型是事物最先的模型或式样,即其初始形态、原始式样。既有模式功能,又有发生学的意义,与人类的本性、本原相关。原型既是在事物共相产生的知觉基础上所形成的范型,又是事物普遍特性和共相心理性形式化、“固化”和“抽象”的结果,意味着“模式”将作为原型的一种存在方式。

就认知心理学而言,地域文化事物原型是由其关联的事与物最典型特征组成的范畴,范畴是由核心成员与边缘成员构成。核心成员具有的一些特征聚集成为范畴的原型特征丛集,核心成员具有事物范畴的理想值,又可称为“完美形式”。

以文化意义为出发点,地域文化事物原型是一种社会性承传的共同心理,是可见、可传承的原型,

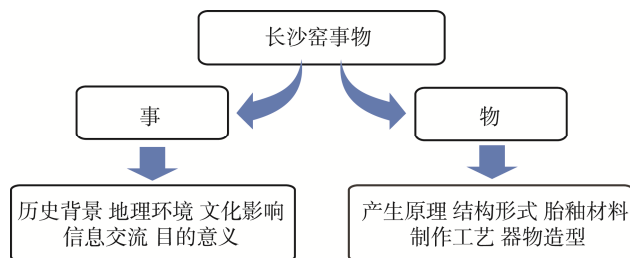


图1 长沙窑事物结构

Fig.1 Structure chart of Changsha Kiln things

具备集体性质。原型既可以是基于社会文化承传过程中的事物现象追溯演绎出来的,又可以是一个形象、一个故事或一个过程。事物原型是反复呈现的意象,是具有约定的联想物,是能交流的语言单位。

总而言之,地域文化事物原型内涵是事物的原始模式,主要反映在物的形制、生产制造和商品流通的实践环节中,而地域文化之事的心灵情感、文化抽象和神话故事同样具有对应的特定模式。

2.2 事物原型的特征属性

事物原型是范畴中的一个特例或典型,特征属性是其典型性的关键。特征一词英文是 feature,是指某一物体自身所具备的特殊性质,是区别于其他物体的基本征象和标志^[11]。

长沙窑作为中晚唐时期、湖湘范围内的一种极具代表性的地域文化遗产,应该从事与物两个层面解析其原型的特征属性:物质性是长沙窑之物的原型特征基本属性;非物质性是长沙窑之事原型特征基本属性,长沙窑事物原型的特征属性见图 2。图 2 中,长沙窑事物原型的特征属性由外观、行为和精神 3 个层面组成。其中外观层包括形态、色彩和纹饰等物原型特征属性;行为层包括生活习俗规律、文学艺术准则和制造技艺标准;精神层包括唐代审美观念、西域宗教信仰和湖湘文化思想。长沙窑的典型性是由上述特征属性组成的综合体,合称为原型。

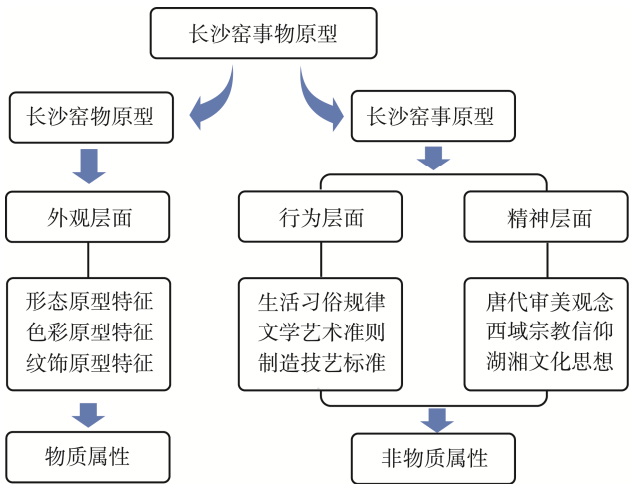


图 2 长沙窑事物原型的特征属性
Fig.2 Characteristic attribute of prototype of Changsha Kiln things

3 事物原型的数字化表征

采用数字化技术研究地域文化事物原型的数

字化表征就是数字化获取、视觉化和应用的总称。表征的前提是获取,表征的结果是为了设计应用。

3.1 数字化表征的方法与技术路线

事物原型的数字化表征方法是指通过计算机软硬件、高速互联网和远程通讯技术,对目标对象进行数字化定义、建模、存储、处理、传输、分析和综合优化,从而实现精确描述和科学表征的过程和方法。同时也是科学分析和设计应用的理论基础,提供了从定性到定量、从模糊到精确、从感性到理性、从直觉到经验的研究工具。

数字表征技术就是利用计算机技术将特定事物的信息转换为数字形式,将传统的文字、图像、语言 and 思想等表征转换为数字化表征。数字化最根本的技术要求是所谓“原真性”,保留长沙窑事物的真实信息。高精度测量技术、图形图像采集与处理技术、数字化存储技术等是技术保证。长沙窑事物原型的数字表征技术路线见图 3,其研究途径是在数字表征技术与长沙窑事物原型之间建立数字化关系。

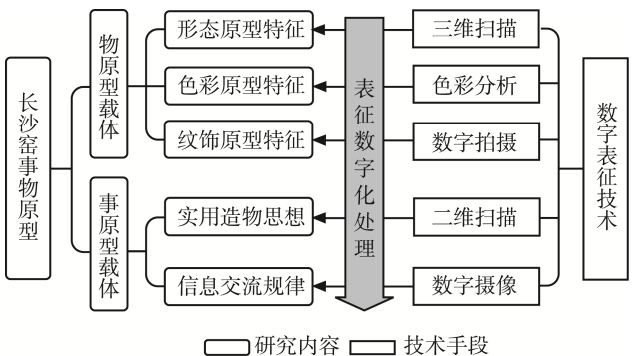


图 3 事物原型的数字表征技术路线
Fig.3 Technical route of digital representation of prototype of things

3.2 事物原型特征素材集框架

事物原型特征素材集框架是指集成所有数字化事物原型数据,构建兼顾传统和开发的数字博物馆,实现长沙窑文化遗产的数字化存档、展示和传播的基本功能。在此基础上,采用事物原型特征离散的思路组织数据,目的是面向文化创意产业发展和文化创意产品设计提供知识支持,是产品辅助设计系统的形态、色彩和纹理等特征创新的源泉。

地域文化遗产包括地域文化之事遗产和地域文化之物遗产两个部分,原型特征素材集构建必须根据它们不同的内容和存在形式,采取合适的定性或定量

技术手段进行采集、分类和存储。载体形式包括：文字、影像、图片、样本、三维模型、数据。长沙窑文化遗产事物原型素材集框架见图 4。

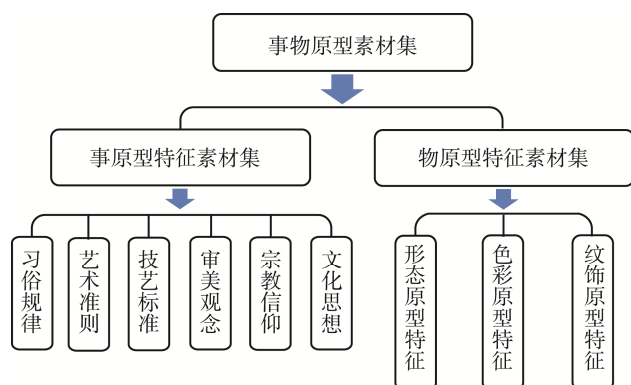


图 4 事物原型素材集框架

Fig.4 The frame diagram of Characteristic of prototype of things

3.3 事物原型与设计创意

设计创意模式是研究事物原型应用的重要方面，它是文化产品设计的根本方法，也是文化遗产融入现代日常生活的必要手段。事物原型与设计创意关系模型见图 5，在设计领域的事物原型研究的基础上，可以提出事物原型与设计创意的关系模型。在事物原型和设计创意之间存在“原型启发”和“原型匹配”两个链接关系或者设计机制。创意生成阶段，“原型启发”的链接方式，是激活创意者的顿悟或“灵感”，萌发设计创意；创意求证或评价阶段，“原型匹配”的链接方式，检验设计创意具有长沙窑事物属性，确认设计创意的可用性、可信性。

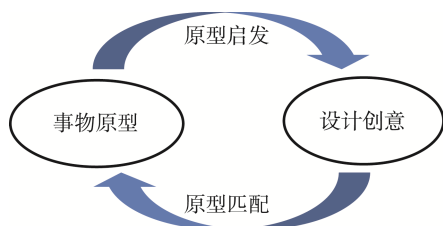


图 5 事物原型与设计创意关系模型

Fig.5 The relational model between prototype of things and design creativity

原型启发理论认为^[12]，原型和思维密切相关，通过“原型”刺激创造性思维或顿悟，启发问题解决的过程。原型的心理表征与原型实例之间存在的一对多关系是事物原型启发性关键所在，某个符号或某个概念所激活的是发散的、海量的“灵感”。以此而论，原型启发不是获取复杂信息的唯一解释，而是通过原型激活联想或顿悟，这是原型启发对设计

和创意具有的价值。

原型匹配理论提出^[13]，任何模式均可由原型构成，原型是指某类客体的内部表征，是某个范畴或类别全部个体的概括表征，是此种客观世界根本成分抽象形式的代表；伴随一个外部刺激发生作用，刺激的识别是通过将外部刺激离散为原型并与内部储存原型相匹配实现的。如果范畴内的个体之间存在形状、大小等方面的差异，全部个体均可透过与原型相匹配得到识别，因此，创新的、陌生的模式识别的条件是相应的原型存在。

3.4 事物原型启发的设计创意案例

原型启发设计创意，是指地域文化事物特征信息对设计创意的启发。以现代需求和生活为目标，创意思维过程以“事物原型”作为原型启发，以事物原型中的特征作为“关键启发信息”，获得设计创意。首先，选择激活合适的事物原型，设计者根据特定目标需求选择合适的原型。其次，“关键启发信息”是事物原型特征，主要包括其形态、色彩和纹饰等特征，是通过数字化表征获得的事物原型特征，形成设计创意源。创意浴室容器设计见图 6（图片摘自张媛雪《创意浴室容器设计》），设计过程主要包括如下步骤：第一，概念构思阶段选取长沙窑晚期产品酱釉壶（图 6a）作为原型样本，提取壶的形态原型特征（图 6b）；第二，造型设计阶段以原型形态特征为关键启发信息进行目标产品形态创意思维，结合现代浴室容器产品功能要求，将设计创意进行初步视觉化（图 6c）；最后，设计验证阶段选取合适的材料和加工工艺，将数字模型利用先进制造技术实物化，获得创意产品样品（图 6d）。



图 6 创意浴室容器设计

Fig.6 Creative bathroom products design

4 结语

从设计需求出发,通过事物和原型两个角度解析地域文化遗产,是研究视角上的创新。基于事物的视角,通过事与物两个内容的研究,探寻地域文化遗产事物具有的特定事物结构。基于设计领域原型的视角,事物原型是“文化”这一范畴中的一个典型或特例,其特征属性是其典型性的关键。主要研究内容包括两方面:第一,地域文化遗产事物与事物原型,主要是从事物和原型两个理论体系提出地域文化遗产的事物原型框架;第二,地域文化遗产事物原型的基本应用范式,主要是从原型匹配和原型启发的理论出发,探讨如何从所谓原型出发获得设计创新的理论途径。

参考文献:

- [1] 林安. 长沙窑新析[M]. 长沙: 湖南美术出版社, 2011.
LIN An. New Study of Changsha Kiln[M]. Changsha: Hunan Fine Arts Publishing House, 2011.
- [2] 柳冠中. 事理学论纲[M]. 长沙: 中南大学出版社, 2005.
LIU Guan-zhong. Science of Human Affairs[M]. Changsha: Central South University Press, 2005.
- [3] 许平. 物事论——民艺研究的文化学视角[J]. 艺苑, 1993(1): 24—34.
XU Ping. Affair Theory: Research on Folk Art Through Culturology Perspective[J]. Journal of Nanjing Arts Institute Fine Arts & Design, 1993(1): 24—34.
- [4] 张明. LIGHTINGS 阿尔瓦·阿尔托的灯具设计[J]. 装饰, 2014(4): 8—9.
ZHANG Ming. Alvar Aalto Lightings Design[J]. Zhuangshi, 2014(4): 8—9.
- [5] 黄燕妮. 回归产品设计的本源——浅析深泽直人的设计思想和设计实践[J]. 装饰, 2008(11): 112—114.
HUANG Yan-ni. Back to the Origin of Product Design: a Brief Analysis of Naoto Fukasawa's Design Idea and Practice[J]. Zhuangshi, 2008(11): 112—114.
- [6] 高颀, 吉晓民. 基于形态原型的产品形态创新设计方法[J]. 机械科学与技术, 2010(8): 1072—1075.
GAO Zhu, JI Xiao-min. A Method for Innovative Design of Product Form Based on Form Prototype[J]. Mechanical Science and Technology for Aerospace Engineering, 2010(8): 1072—1075.
- [7] 李然, 赵江洪. 基于类型分析的语义驱动汽车造型生成设计[J]. 包装工程, 2015, 36(6): 71—76.
LI Ran, ZHAO Jiang-hong. Semantic-driven Car Generating Design Based on Type Analysis[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(6): 71—76.
- [8] 柏拉图. 柏拉图全集·第2卷[M]. 王晓朝, 译. 北京: 人民出版社, 2012.
PLATO. Polatu Quanji Dierjuan[M]. WANG Xiao-Chao, Translate. Beijing: People's Publishing House, 2012.
- [9] 弗雷泽·詹姆斯·乔治. 金枝(上、下)[M]. 汪培基, 徐育新, 张泽石, 译. 北京: 商务印书馆, 2013.
FRAZER J G. Golden Bough[M]. WANG Pei-ji, XU Yu-xin, ZHANG Ze-shi, Translate. Beijing: The Commercial Press, 2013.
- [10] 诺思洛普·弗莱. 批判的剖析[M]. 陈慧, 袁宪军, 吴伟仁, 译. 天津: 百花文艺出版社, 2002.
NORTHROP F. Anatomy of Criticism[M]. CHEN Hui, YUAN Xian-jun, WU Wei-ren, Translate. Tianjin: Baihua Literature and Art Publish House, 2002.
- [11] 景春晖, 赵江洪. 汽车造型原型特征研究[J]. 包装工程, 2015, 36(2): 50—54.
JING Chun-hui, ZHAO Jiang-hong. The Prototype Characteristics of Automobile Styling[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(2): 50—54.
- [12] 张庆林, 邱江, 曹贵康. 顿悟认知机制的研究述评与理论构想[J]. 心理科学杂志, 2004(6): 1435—1437.
ZHANG Qing-lin, QIU Jiang, CAO Gui-kang. A Review and Hypothesis about the Cognitive Mechanism of Insight[J]. Psychological Science, 2004(6): 1435—1437.
- [13] ROBERT L, SOLSO M, KIMBERLY M, et al. Cognitive Psychology[C]. 7th Beijing Peking University Press, 2005.