

基于文化原型的创意设计应用机制模型构建

曾军伟, 徐丹

(广东南华工商职业学院, 广州 510507)

摘要: **目的** 研究文化元素在文化创意设计中的应用机制。**方法** 以文化的三因子论为理论指导, 对文化元素进行整体结构的认知解析, 然后从3个层次提炼关键性特征以及它们之间的内在联系和逻辑关系, 组成特定文化元素的文化原型, 构建基于文化原型的创意设计应用机制模型, 最后以基于客家围楼文化元素的创意产品设计为例, 对模型的可行性进行验证。**结论** 获得了基于文化原型的创意设计应用机制模型, 在设计实践中验证了其可操作性和有效性。

关键词: 文化原型; 创意设计; 应用机制

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)04-0237-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.04.047

Construction of Application Mechanism Model of Creative Design Based on Cultural Prototype

ZENG Jun-wei, XU Dan

(Guangdong Nanhua Vocational College of Industry and Commerce, Guangzhou 510507, China)

ABSTRACT: It aims to research the application mechanism of cultural elements in cultural and creative design. It recognizes and analyzes the whole structure of the cultural elements guided by the theory of three factors of culture, then extracts the key features and the internal relations and logical relations between them from three levels, constitutes the cultural prototype of specific cultural elements, constructs the application mechanism model of creative design based on cultural prototype, finally verifies the feasibility of the model by the example of the creative product design based on Hakka round building cultural elements. It obtains the application mechanism model of creative design based on cultural prototype, verifies the operability and effectiveness in the design practice.

KEY WORDS: Cultural prototype; creative design; application mechanism

目前对文化元素的提炼和应用, 大多集中于具象的形态、颜色、图形和符号等表象特征方面^[1], 尚无涉及其抽象的文化核心和内涵, 因此在提炼应用文化元素时, 就有可能流于表象, 甚至失真^[2]。

“机制”原指机器的构造和运作原理, 借指事物的内在工作方式, 包括有关组成部分的相互关系以及各种变化的相互联系。机制通过事物内部组成要素按照一定方式的相互作用实现其特定的功能。这里就探索了文化创意设计中应用文化元素的内在机理和运作方法的创新研究。

1 文化元素整体结构的认知解析

英国社会人类学家马林诺夫斯基在其著作《文化论》中将文化定义为3个层次的有机结合: 第一个层次是器物, 这是最具象、最直观的文化印象, 包括能看到的各种有形物质, 比如锄头、车马、碗筷、服饰等; 第二个层次是制度和组织, 这个层次是从宏观集体的角度对文化进行解读, 比如军事体系、教育体系、政治体系等都属于这个层次; 第三个层次是精神或伦理价值, 也就是行为规范, 这个层次是从微观个人的

收稿日期: 2017-10-10

基金项目: 广东省高等职业教育教学改革项目(201401317); 广东省哲学社会科学“十二五”规划项目(GD15XYS21)

作者简介: 曾军伟(1982—), 男, 湖南人, 硕士, 广东南华工商职业学院讲师, 主要研究方向为以人为中心的设计。

角度对文化进行解读,比如儒家精神等。按照马林诺夫斯基的文化三因子论的观点,3个因子是有机结合在一起的^[3]。

因为文化是与之相关的三个因子有机结合的整体,所以当我们解析某一文化元素时,不应忽视割裂文化因子本身的内在联系,而应从整体结构来认知解析。我们要整体解析某一文化形态,就要了解它的文脉。文脉是指文化的脉络,是人类历史发展过程中结合自然环境、地域条件、生活方式所形成的一种民族和地方的文化传统,有着强烈的区域特点和历史印记^[4]。当我们了解了文化的来龙去脉和历史溯源、理解了它文化因子之间的内在联系和逻辑关系后,我们才能发现其器物表象之下的文化内涵,即它的制度组织原则及伦理道德规范。这样在提炼应用这一文化元素时,我们就能把握其文化核心,而不是流于表象,甚至失真。

2 构建基于文化原型的创意设计应用机制模型

原型是一个心理学概念,是指一类客观事物的抽象物,是一类客观事物所共有的关键性特征。原型并不表示任何特殊的、具体的事物,而是代表人对一类事物的内部表征,它反映着一类事物所具有的基本的、共同的特征^[5]。

某一文化元素经过长久岁月的演变,必然具有各种形态的具象表现形式。但是如果透过现象看本质,会发现在众多繁复的表象背后具有一系列集体普适性的特征^[6],这一系列特征有的是有形的特征,可以以形态的方式表征,如形状、图案、颜色、结构、材质等形态特征;有的是无形的特征,可以以语义的方式表征,如文字、语言等语义特征,这些文化元素的特征并不是各自独立存在的,它们由其内在的关联性组成一个有机整体,即文化的原型。

将文化原型这一概念引入对文化元素的提炼中,就产生了基于文化原型的创意设计应用机制模型,这一模型以文化的三因子论为理论指导对某一文化元素进行整体结构的认知解析,然后从3个层次提炼这一文化元素的关键性特征以及这些特征之间的内在联系和逻辑关系,从而组成这一文化元素的文化原型。其中有形的形态特征经过优化变异后可直接应用,无形的语义特征要经过设计师的创造性加工,转化为与原始语义特征有隐形关联的形态特征^[7],最后才能应用在创意设计产品中。在设计师应用这一文化元素进行创意设计时,这些经过解析、提炼和转化而来的形态特征既可以开拓设计思路、提供创意方向,又可以保证设计成品与其所采用的文化元素的特质相匹配。基于文化原型的创意设计应用机制模型见图1。

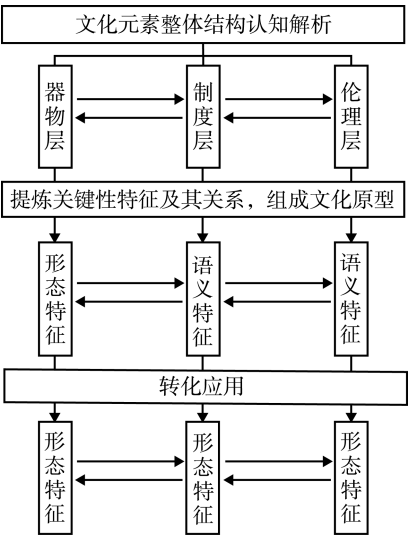


图1 基于文化原型的创意设计应用机制模型
Fig.1 Application mechanism model of creative design based on cultural prototype

3 基于客家围楼文化元素的创意产品设计实践

3.1 客家围楼文化元素解析

客家人原是中原黄河流域一带的汉人,为了躲避历朝历代的战乱、饥荒等各种原因被迫南迁。在两晋至唐宋时期,历经数次大迁徙,辗转万里,在闽粤赣3省边区形成客家民系。在客家先民被迫背井离乡、长途跋涉、数度迁徙的过程中,许多困难都只有依靠自己人的团结互助、同心协力才能解决,因此他们每到一处,本姓本家人总要聚居在一起。由于地势平坦、利于农耕的平原地区早已有当地人居住,后来的客家人只能选择居住在偏僻的山区或丘陵地带,这些地带当时多是未经开发、人迹罕至的深山密林,不但建筑材料匮乏,而且藏匿着毒蛇猛兽和强盗土匪,加上惧怕当地人的袭扰,客家人便建造了抵御性的城堡式建筑住宅,即客家围楼。

从器物层面来看,客家围楼具有明显的隔绝封闭的特性。在平面布局上,连续的围墙把客家围楼围合成一个与外界完全隔绝的独立空间。在立面尺度上,客家围楼的一般都有3、4层楼的高度,墙体最厚处可达1.5米,而且一般只在外立面的上半部开有一两圈小窗户,这进一步强化了客家围楼的隐密性。

从制度层面来看,客家围楼属于多人群居的大型集体式建筑。以最常见圆楼为例,一般直径大约为50余米,外立面大约有10余米的高度,楼内空间一般分为4层,住房共有百余间,1、2层一般不住人,分别用作厨房和仓库,3、4层住人,可住3、40户人家,可容纳2、300人。而大型圆楼直径可达7、80米,高5、6层,内有4、500间住房,可住7、800人。

从伦理层面来看，客家围楼内除了普通的生活居住空间外一般都建有厅堂、祠堂等礼制仪式空间。厅堂一般用作家族聚会、迎宾待客的公共活动场所，祠堂是祭祀祖先的地方。厅堂、祠堂一般都设置在客家围楼的平面布局的中轴线上，以强调其在建筑中的核心地位。

3.2 客家围楼文化元素提炼

客家先民在长期的居住使用过程中，一直在尝试改善各种围合形式，先后出现了圆形、半圆形、方形、四角形、八角形等围楼案例。围楼最早时是方形，由于方形围楼具有方向性，4 个角落的房屋较阴暗，且通风采光有别，因此客家人又设计出了通风采光良好、既无开头又无结尾的圆楼围楼。无论何种形式，围合防御都是客家围楼的外在建筑形式特征。

当天灾或兵祸发生时，影响的地域往往都比较广大，因此客家先民的迁徙多是举族迁徙。举族迁移的客家人远离祖地来到异地他乡，族长如果要是继续保持家族成员的凝聚力和归属感，同时在遭遇困难时能够集中力量解决问题，那么让家族成员聚集在一起生活就是最有效的解决方案。同一个祖先的子孙们在一幢土楼里形成一个独立的社会，共存共荣，因此聚族而居是客家先民在迁居过程中自觉选择的一种最优的社会组织模式。

客家人原本是由中原地区迁入的汉人，虽然居住的地域发生了变化，但是中原地区的儒家传统思想文化理念仍然一代代保留传承了下来。客家先民在营建居住空间时，将自己所秉承的祖先崇拜、等级秩序等儒家传统伦理道德规范通过建筑的秩序性外化表现出来。从平面上看，通过把厅堂、祠堂等礼制空间布置在客家围楼的中轴线上来突出其核心地位；从立面上看，通过提高厅堂、祠堂的屋顶高度或者增加厅堂、祠堂的屋顶复杂程度来强化其主体地位^[8]。

客家先民需要一种既能凝聚族群又能够通过团结合作抵御外敌的建筑样式，因此结合当地的物质条件和地理、气候情况，具备御外凝内属性的客家围楼便应运而生，并不断发展演变，最终形成今天分布在闽、粤、赣 3 省交界地区、数量达 8000 余座的客家围楼传统民居建筑文化景观。

3.3 客家围楼文化元素的转化及应用

鲁道夫·阿恩海姆在其著作《艺术与视知觉》中提到：科学的使命是在多样化的现象中提炼出有规则的秩序，艺术的使命则是运用形象去显示出这种多样化的现象中所存在的秩序^[9]。客家围楼建筑文化的秩序性就是其文化原型，即围合防御、聚族而居和家族崇拜 3 个文化特征的有机结合。在具体应用于设计实践前，需要先将文化特征转化为可以运用于设计形式

中的形态特征。围合防御的文化特征进一步精简为围合封闭的形态特征，聚族而居的文化特征用向心套围的形式来传达，家族崇拜的儒家文化特征用中轴对称的形式来表现。基于客家围楼文化元素的创意设计应用机制模型见图 2。

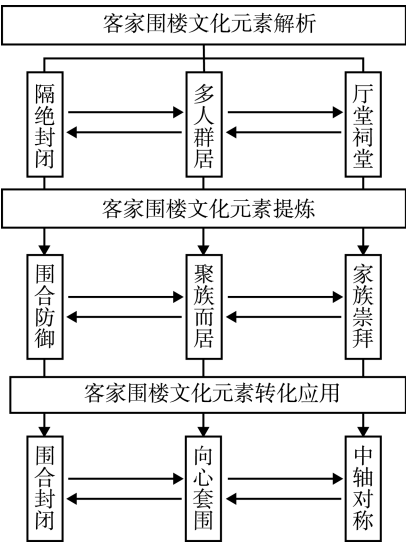


图 2 基于客家围楼文化元素的创意设计应用机制模型
Fig.2 The application mechanism model of creative design based on Hakka round building cultural elements

文化元素的应用要考虑其实用性。特定文化元素的应用需要选取与之相契合的实用物品，鉴于客家围楼围合封闭的形态特征，与之相契合的实用物品必须具有收纳、防护的功能，这里的应用案例选用圆形工夫茶盘这一实用物品来进行文化创意设计。从文化上看，工夫茶是盛行于广东、福建地区的传统饮茶风俗文化，这一风俗文化与客家围楼的分布区域有极高的重合度，且都属于当地的特色传统文化；从功能上看，茶盘本身就是收纳茶壶茶杯、防止茶水外溢的容器；从形态上看，形态各异的客家围楼中以圆形围楼最具特色、最为引人注目；从材质上看，圆形工夫茶盘一般都是采用陶瓷制作，陶瓷是用粘土烧制而成，而客家围楼墙体的主要建筑材料就是用当地的粘沙土混合夯筑而成，两者都是采用土性材料。

文化元素用于设计时也要考虑其审美性。客家围楼文化元素提炼出来的形态特征是一系列纲领性的描述，具体设计时不应直接照搬围楼建筑的具象形态，而要采用现代设计的表现手法，即采用构成形态以构成原理为指导来表现，使之符合现代审美的需求。

这里的应用案例圆形工夫茶盘选用宜兴紫砂材质，以客家圆形围楼的基本形——圆形为构成形态的基础，在圆形茶盘的外表面通过明确的边缘线进行有规律地形态变化，使之具有现代设计的形式美感。本茶盘采用上下两个独立的部件组成，茶盘上部件的突

出造型契合客家围楼突出外墙的斜屋顶。茶盘上表面的数个圆形导水凹槽与客家围楼的楼中有楼、多层环绕的布局相呼应,表现向心套围的形式特征。中部的两条直线导水凹槽表现中轴对称的形式特征,为了让直线导水凹槽与茶盘过渡自然,直线导水凹槽两端采

用渐消面的造型与茶盘结合;直线导水凹槽的中部采用镂空设计,既是为了强化中轴对称的文化特征,又是为了让直线凹槽和与之相连的圆形凹槽中的茶水都能通过直线凹槽中部的缝隙落入茶盘下部的储水空间。客家围楼茶盘设计见图3。



图3 客家围楼茶盘设计
Fig.3 Hakka round building tea tray design

4 结语

基于文化原型的创意设计应用机制模型将使设计师在进行文化创意设计时能够准确把握文化核心,同时充分挖掘提炼文化元素的内涵和外延,让文化创意设计相关产品和服务与现代社会生活和消费需求准确对接、充分贴合,发掘或制造新的生活需求,拓展新的消费领域,充分发挥文化创新对实体经济相关领域的促进作用,以提升文化相关产品和服务的附加值与产业竞争力^[10-12]。

参考文献:

- [1] 张静雅, 蒋友燊. 基于场景原型的地域文化元素动态特征提取[J]. 包装工程, 2016, 37(4): 10—13.
ZHANG Jing-ya, JIANG You-yu. Exploration of Extraction of Dynamic Characteristics of Regional Culture Elements Based on Scene Prototype[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(4): 10—13.
- [2] 磨炼. 基于地域及传统文化的产品设计策略研究[J]. 包装工程, 2015, 36(22): 95—99.
MO Lian. Product Design Strategy Based on Region and Traditional Culture[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(22): 95—99.
- [3] 马林诺夫斯基. 文化论[M]. 北京: 华夏出版社, 2002.
BRONISLAW M. The Scientific Theory of Culture[M]. Beijing: Huaxia Publishing House, 2002.
- [4] 刘树老. 传统文脉在文化中心设计中的运用——以绍兴市文化中心室内设计为例[J]. 艺术评论, 2016(2): 177—179.
LIU Shu-lao. The Application of Traditional Context in the Design of Cultural Center: Taking the Interior Design of the Cultural Center of Shaoxing City as an Example[J]. Arts Criticism, 2016(2): 177—179.
- [5] 梁宁建. 当代认知心理学[M]. 上海: 上海教育出版社, 2003.
LIANG Ning-jian. Contemporary Cognitive Psychology[M]. Shanghai: Shanghai Education Press, 2003.
- [6] 朱毅, 赵江洪. 基于原型理论的汽车造型认知研究[J]. 包装工程, 2014, 35(6): 24—28.
ZHU Yi, ZHAO Jiang-hong. Automobile Modeling Based on Archetype Theory[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(6): 24—28.
- [7] 邹阳, 付庆伟. 挖掘、转化、延续——原型优化法在梅山文化主题公园建筑设计中的运用[J]. 装饰, 2015(12): 85—87.
ZOU Yang, FU Qing-wei. Mining, Transformation, Continuity: The Application of the Prototype Optimization Method in the Architectural Design of Meishan Cultural Theme Park[J]. Zhuangshi, 2015(12): 85—87.
- [8] 黄浩. 赣闽粤客家围屋的比较研究[D]. 长沙: 湖南大学, 2013.
HUANG Hao. The Comparative Research of the Hakkas Weiwu in Gan, Min and Yue[D]. Changsha: Hunan University, 2013.
- [9] 鲁道夫·阿恩海姆. 艺术与视知觉[M]. 成都: 四川人民出版社, 1998.
ARNHEIM R. Art and Visual Perception[M]. Chengdu: Sichuan People's Publishing House, 1998.
- [10] 吴映月. 漆艺新价值——论文化创意产业大发展下的现代漆艺礼品设计[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2015(6): 182—187.
WU Ying-yue. The New Value of Lacquer: The Theory of Modern Lacquer Art Gift Design of the Development of Cultural and Creative Industries[J]. Journal of Nanjing Arts Institute(Fine Arts & Design), 2015(6): 182—187.
- [11] 邓卫斌, 李青. 中国传统文化的危机[J]. 设计, 2016, 29(1): 106—107.
DENG Wei-bin, LI Qing. The Crisis of Traditional Chinese Culture[J]. Design, 2016, 29(1): 106—107.
- [12] 杜明铭, 徐静. 文化创意产业在视觉设计教学改革中的重要性[J]. 设计, 2016, 29(6): 124—125.
DU Ming-min, XU Jing. The Importance of Cultural and Creative Industry in the Reform of Visual Design Teaching[J]. Design, 2016, 29(6): 124—125.