

吴越文化在家具产品文化语意中的表达研究

龚瑜

(无锡城市职业技术学院, 无锡 214153)

摘要: **目的** 探究吴越传统文化融入现代家具产品文化语意设计的表达途径。**方法** 从分析吴越传统文化的精神特质出发, 探究其文化元素、形式及内涵对设计的意义, 提出家具产品设计中文化语意的表现形式和价值, 从表达形式、设计元素和表现手法三个方面, 总结出吴越传统文化在现代家具产品文化语意设计中的表达途径。**结论** 基于传统文化特质的文化语意元素提取, 是传承吴越传统礼仪、哲学思想、价值观念、民间习俗、审美情趣, 并融于现代家具产品设计的有效途径, 在地域文化与全球文化相互碰撞和磨合的背景下, 有助于保留吴越地区的文化特质, 并将其作为优势融入现代设计, 创造出“中国风格”的时代产品, 增加现代家具产品的民族属性和文化意境, 在继承和发扬中为吴越文化注入新的生机和活力。

关键词: 吴越文化; 家具产品; 文化语意; 表达途径

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)20-0146-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.20.024

Cultural Semantic Expression of Wu and Yue Culture in Furniture Product Design

GONG Yu

(Wuxi City College of Vocational Technology, Wuxi 214153, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the expression way of integrating Wu and Yue traditional culture into the cultural semantic design of modern furniture products. From the analysis of the spiritual characteristics of Wu and Yue traditional culture, the significance of cultural elements, forms and connotations was explored, the cultural semantic forms and values in furniture design were proposed, and the cultural semantic expression of Wu and Yue traditional culture in modern furniture design was summarized from expression form, design element and expression technique. The extraction of cultural semantic elements based on traditional culture characteristics is an effective way to inherit Wu and Yue traditional etiquette, philosophy, values, folk customs and aesthetic interest and integrate them into modern furniture design. Under the background that regional culture and global culture collide and blend with each other, it is easy to retain the characteristics of Wu and Yue culture and integrate them into the modern design as advantages, so as to create "Chinese style" products, thus increasing the national attribute and cultural artistic conception of modern furniture products, and adding new vitality to Wu and Yue culture by inheritance and development.

KEY WORDS: Wu and Yue culture; furniture product; cultural semantics; expression way

中国的吴越之地, 是一片古老而充满活力的土地, 历史悠久的吴越文化, 是中华文化中一颗璀璨的明珠, 其蕴含的深厚历史文化内涵, 是现代家具产品设计创新的源泉。本文基于吴越传统文化特质的分

析, 探寻其文化的元素、形式、内涵、语意的表达途径, 为增加现代家具产品的民族属性和文化意境, 实现传统文化在家具产品设计中的回归和发展提供参考。

收稿日期: 2019-07-04

基金项目: 2017 年度江苏省教育厅高校哲学社会科学研究基金项目 (2017SJB0886); 2018 年江苏省高职院校青年教师企业实践项目 (2018QYSJ112)

作者简介: 龚瑜 (1981—), 女, 江苏人, 硕士, 无锡城市职业技术学院讲师, 主要从事文化传承与家具设计方面的研究。

1 研究背景

吴越传统文化,其底蕴深厚、内涵丰富、特色鲜明,是吴越繁荣历史上宝贵的思想文化源泉;其崇德尚善、智慧灵动、包容吸纳、务实进取,是吴越现代快速发展的坚实支撑和推动力量^[1]。

家具是地域文化的凝练,吴越地区独特的自然环境、社会经济和文化艺术,孕育出的苏作家具继承了宋元家具的精华,形成了自己独特的体系,成为了中国传统家具的杰出之作。苏作家具用料精细、构造精巧、工艺精湛,同时具有丰富的文化内涵和鲜明的艺术特征,被誉为明式家具的经典,吴越之地成为了我国家具的传统产地之一。

现在吴越地区的家具产业,经过三十多年的发展,已有为数不少的家具企业入驻,资金资本颇具实力,初步形成了区域产业聚集的格局。然而其发展也存在着诸多问题,大型企业数量不多,中小型企业占据主导,其中大型企业多把市场放置于海外,以OEM形式加工出口产品,中小型企业受限于资金和人才,无法进行产品研发和品牌经营,产品多面向国内中低端市场。在这样的模式下,家具产业主要集中在低附加值的生产制作环节,家具企业在设计创新方面严重缺失,知识产权意识薄弱,产品的设计开发模仿国外,无法形成自己的家具品牌,更不能形成本土的家具文化。

反观西方国家,对苏作家具的关注和研究从未间断,汉斯瓦格纳的Y椅见图1,且借鉴我国传统家具和民族文化进行创新的家具产品屡见不鲜,菲利普斯塔克的Ming椅见图2。随着家具产业的发展,具有地域文化特色的家具,必将成为中国家具关注的焦点和发展的趋势^[2]。



图1 Y椅
Fig.1 Y chair



图2 Ming椅
Fig.2 Ming chair

2 吴越文化的溯源及特质

2.1 吴越文化溯源

广义上的吴越文化是指人类产生以来至今存在

于吴越之地的一切文化现象和文化特质的总和,是一个时间与空间多维度、多层次交织于一体的综合存在^[3]。狭义上的吴越文化则特指春秋战国时期由吴越两国所创立的文化。

从时间维度上看,吴越文化的起源最早可追溯到旧石器时代晚期在太湖三山岛发现的“三山文化”,然而由于历史久远,其文化特征比较模糊,且这类远古文明在文化特征上拥有一切原始文明的共通性和相似性,缺乏区别于其他区域文化的核心特质,因此学界多以“太伯奔吴”作为吴越文化的源头。古句吴国存世七百多年,其文化随疆域和国力的增长而不断发展,直至越国灭吴,又促成了越吴两地的交融。而后历经两晋、隋唐至两宋,吴越文化已然呈现强劲之势。

从空间维度上看,吴越文化是“三山文化”为代表的本土土著文化和“太伯奔吴”的外来商周文化融合交流的结果,在诞生之初便是多空间文化融合的范例。在后来的发展过程中,吴越文化又历经了越文化、楚文化及中原文化的多次交融,从而不断吸纳、更新和发展。在吴越文化的空间存在上,苏南最具吴地韵味,浙北更偏越地气息,其精神核心区域和文化重心始终在太湖流域,尤以苏州、无锡为核心,并由此向外辐射传播。

2.2 吴越文化特质及内容表现

2.2.1 复杂多元的稻作水文化

虽然同是农业文明,但是吴地农业文化在本质上是区别于北方旱耕的稻作水文化的^[4]。吴越多水,内湖外海、通达便利,吴越文化以水为起点,以水为灵魂,表现出外柔内刚、智慧灵动、机敏通达的文化特质,反映在文化内容上其存在多元表现。在物质领域,吴越人以稻为粮,以鱼为食,因此早在河姆渡时期,就掌握了造船技术,极善驾舟,城镇内桥梁众多,建筑营造多采用干栏式结构。在精神领域,与水相关的表现主要为两个图腾、一个色彩,即崇拜飞鸟图腾(玉飞凤见图3)和水底神兽龙图腾,在色彩上偏好青绿之色。



图3 玉飞凤
Fig.3 Jade Phoenix

2.2.2 由尚武至崇文的重大转型

吴越文化在早期阶段表现出刚勇尚武的精神特征,春秋时期吴人就拥有发达的铸铜技术,著名的军事圣典《孙子兵法》亦出自吴越。从魏晋时期开始,北方士人大量南渡,此风开始变化,历经隋唐至宋,终于化刚为柔,从尚武变为崇文。此后,吴越历代藏书、读书风气盛行,学堂发达,状元辈出,文化气息渐浓。崇文的转型使吴越文化表现出细腻的特质,在文化内容上的典型象征,便是温文尔雅的吴侬软语和清丽委婉的评弹戏曲,此外丝织、刺绣、玉器、竹刻(见图4)、瓷器等文化和技艺,无一不精美细致,体现了吴越人高超的技术和独特的品质追求。



图4 留青竹刻

Fig.4 Liuqing bamboo carving

2.2.3 重艺术审美的精神本质

吴越文化的价值观念中,历来包含着农业文明和工商文化的双重性,是重经济重创新的文化^[5],表现为注重感官和享受,由此产生了对艺术和审美的需求。因此有别于以“伦理政治”为精神结构的北方文化,吴越文化的精神灵魂在于“审美艺术”,由此生成了吴越文化以艺术审美为精神本质的诗性文化形态^[6]。东汉以后,吴越表现出全民化的艺术追求意识,文化俊杰辈出,江南园林(拙政园见图5)、苏作家具、诗词文学、书法绘画、曲艺篆刻都取得了无可比

拟的成就和地位。吴越文化因追求艺术审美而呈现出的精神特质,使得吴越传统文化元素、文化形式、文化内涵对现代设计具有极大的创新意义。



图5 拙政园

Fig.5 Humble Administrator's Garden

3 家具产品设计中文化语意的表现形式及价值

3.1 文化语意的概念及表现形式

产品语意是通过造型形式、符号系统的构建,在产品设计中传达心理性、社会性和文化性等方面的象征特性和价值^[7],使产品能够向用户表达、传递、沟通相关的信息和情感。产品文化语意特指产品的文化语言和文化意义。家具产品的设计可以看成是设计者和用户交流的过程,其文化语意的体现,就是设计者在设计过程中把想要表达的文化信息,进行设计元素的提取和设计手段的转化,通过家具这个产品载体传达给用户,这些信息可以是具象的外观和功能信息,也可以是意会的精神和情感信息^[8],它们共同构成了家具产品特有的文化语意。

诺曼把产品设计的目标分为本能层、行为层和反思层三个层次。对应这三个层次,笔者将地域文化的表现形式分为文化外显、文化行为和文化价值三个层次,见图6。每个层次的文化内容经过提取和设计转

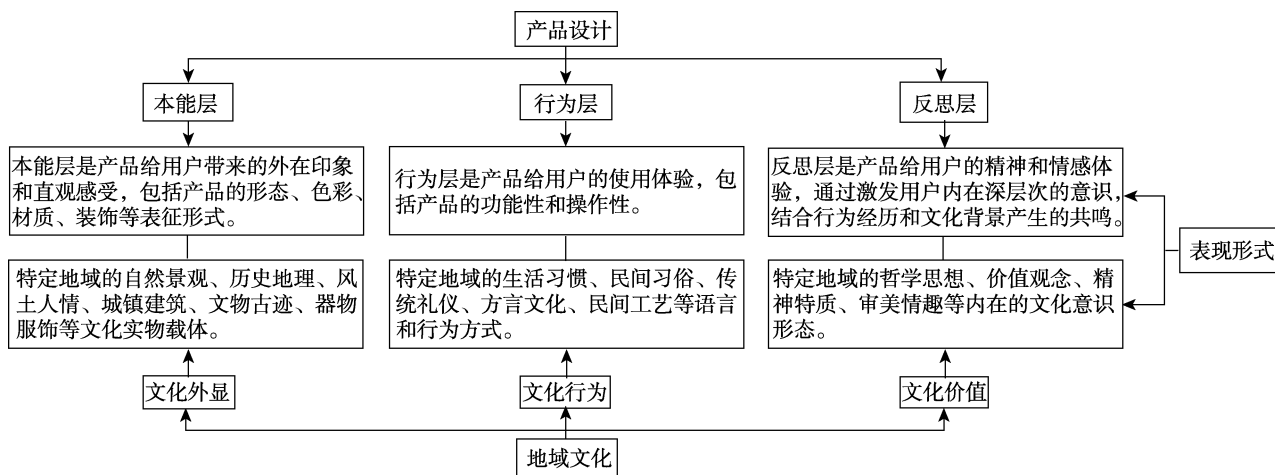


图6 地域文化表现形式的三个层次

Fig.6 Three levels of regional cultural expression

化,以设计的要素表达出来,实现产品文化语意的表达。

家具产品不仅只是一件工具,也是一种文化的符号和载体,其不仅具有功能价值,还能表达文化意义。通过传统文化的融入,增加家具产品设计文化内涵和象征意义,传承和弘扬地域文化,实现家具产品文化语意的多元化创新。

3.2 文化语意的现实意义及价值

3.2.1 保护民族和地域固有的文化特色

在当今高科技和市场全球化的背景下,各国原本丰富多样的家具设计风格,正逐渐趋于同一的国际化风格,民族和地域固有的文化特色在现代家具产品上逐渐消失。中国传统文化历来是家具设计的源泉,吴越传统文化更是孕育了经典的苏作家具,作为一个地区积淀下来的宝贵记忆,在现代家具设计中传承其固有的文化特色,无疑可以加强设计的文化延续性和地域气息,增强家具产品的设计感染力。

3.2.2 满足消费者日益增长的文化情感归属

消费已取代生产成为当今社会生活的主导动力和目标,消费者对于家具产品的需求,也从对功能形式的简单满足转变为对感性意义和价值的追求,体现为情感上的共鸣和文化上的归属感。因此基于消费文化的背景,现代家具设计应重新审视设计的方法和视角,从对家具形式功能的研究转为对人与文化关系的研究,重新思考设计应有的文化价值,唤醒消费者对民族和地域文化的共识,实现对自身文化的归属感。

3.2.3 丰富现代家具设计的内容与形式

现代家具产品的功能与技术,随着工业化特别是近现代科技的进步,已经得到了长足的发展,而作为产品功能以外的内容和形式,却在工业时代陷入了困境,传统文化所蕴含的美学意识、丰富的元素形式和文化内涵,可以是现代家具设计挖掘的源泉。通过传统文化的注入,赋予家具产品功能以外的人文价值,是现代家具定位和发展自身文化,丰富形式和内容的重要途径。

3.2.4 促进传统文化在设计中的回归与传承

在家具设计领域,一方面是全球范围内的家具美学风格和技术趋同,另一方面是民族文化的觉醒和需求增强,将这两种相互矛盾又相互联系的现象交织在一起的最好方式,就是促进传统文化在家具设计中回归、传承与发展。创新家具产品的设计,融入文化内核,构建传统文化与现代文化,地域文化与全球文化的连接,通过家具产品这一物质载体来强化、推动传统文化的发展与演进。

4 吴越文化在家具产品文化语意中的表达途径

4.1 吴越文化语意表达的形式

器物是文化遗留在它专属时空中的痕迹。家具作为传统地域文化的物化诠释,承袭了文化的时代信息和内涵特征。在现代家具设计中继承和表达传统文化,是一个由来已久的话题,从相关的文章、课题和市场产品中,看到的最常用的手法就是注入传统文化元素。那么是否使用了中国元素就是在现代家具产品中表达了传统文化语意?笔者看来,如果只是表征化地使用元素符号,恰恰反映出对传统文化的陌生和无知。面对传统性、地域性元素与现代设计的结合,应该从更深的层次去看待传统文化,中国元素不是一个静态的符号,而是一个涵盖传统礼仪、哲学思想、价值观念、民间习俗、审美情趣的动态体系;应该从更广的维度去看待传统文化,中国元素不是一种表象的装饰,其外延可以是材料,是工艺,是结构,是情感,是思维,是生活方式,是一种东方的造物智慧^[9]。从多元化的角度去看待地域传统文化,才能使其适合现代的生活方式,实现文化情感归属的家具文化语意设计。

结合地域文化外显、文化行为和文化价值三个层次的表现形式,对吴越文化语意的表达形式进行概括,分为具象和抽象两个方面,见图 7。

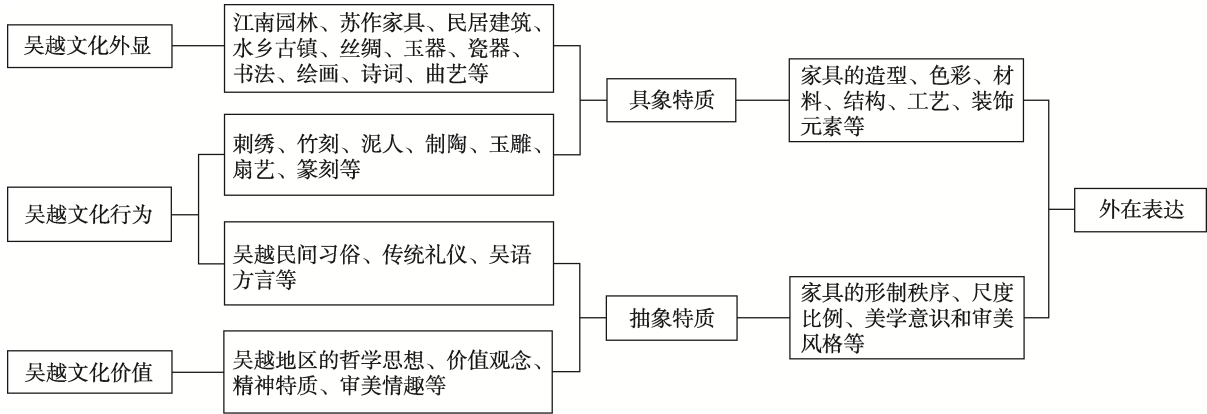


图 7 吴越文化语意的表达形式
Fig.7 Expression of Wu and Yue cultural semantics

具有文化语意的家具产品设计,就是地域传统文化的物化,对家具的形态、色彩、材料、结构和使用寿命等赋予美学与文化的各种意义价值,在现代科技和生产工艺的背景下,将传统的文化、情感、记忆与现代技术连接起来,建立家具产品与传统地域文化之间的关联。

4.2 吴越文化语意提取的设计元素

4.2.1 哲学意识和精神特质

上文中分析的吴越文化的精神特质,具有崇尚自然、温婉灵动的特性,在审美情趣上偏好简朴素雅,虚实含蓄,概括地说即为一种和谐的诗性文化。表现在传统的苏作家具上,不管是其形态、色彩,还是选材、结构和制作工艺,无一不体现出一种精致、高雅的朴素,表达了天人合一的和谐观念^[10]。这种苏作美学所体现的文化韵味,是在现代家具产品设计中寻求文化语意表达途径的灵魂。

4.2.2 形态与尺度

形态往往代表一定时代、一定地域的人们的审美意识,形态的处理方式和比例关系,都会被加上特定的地域文化含义。中国传统文化中素来非常注重“适形”,大小、高低、尺度,甚至材料、结构、建造工艺都有各种参数,强调和谐感和秩序感。就苏作家具而言,其造型特点、用料结构,更是体现了吴越之地文人造物的精到周详。在现代家具产品设计中,注重某些特征性的形态和尺度比例的使用,有助于唤起人们对于地域文化的记忆。通过这类特定的文化语意设计手法和现代设计观念及技术手段的融合,有助于延续发展传统文化特征。

4.2.3 色彩

色彩象征是中国传统文化的一个重要组成部分,不同地域的文化对于色彩的偏好和象征意义又有所不同。吴越文化偏好质朴素净的色彩,粉墙黛瓦与自然和谐天成,是吴越美学的典型风格。苏作家具在色彩的表现上一脉相承,它所采用的木材虽然不能为黑白,但是其似红非红、似黄非黄、似紫非紫的色调,呈现出一种稳重和谐的美感,体现了吴越民众的生活态度。在现代家具产品设计中融入具有地域文化象征特性的色彩符号,也能在设计中表达传统文化的内涵。

4.2.4 材料

设计中对于材料的选择,历来带有浓厚的地域文化意味。吴越文化崇尚自然和谐的理念,主张就地取材、因材施艺,在设计和使用中重视材料的自然品质和特性,追求恬淡优雅的趣味和情致。如广泛应用于吴越日常产品中的竹材,石大宇设计的椅君子,见图8,除了造型上的特殊美感外,还具有格外的文化品质,传递着吴越文人正直清高、清秀俊逸的诗性品质和人格追求。这无形中就形成了特定的文化语意,在

现代家具产品设计中使用这样的材料符号,很容易让人联想起地域元素,唤起人们对于历史文化的情感。



图8 椅君子
Fig.8 Chair Junzi

4.2.5 民族手工艺

民族手工艺是传统文化中非物质部分的重要组成部分,吴越传统民族手工艺历史悠久,品类丰富,刺绣、扇艺、陶艺、年画、泥人、篆刻、竹雕、绘画、书法等,均有着极高的艺术成就和文化价值。这些传统手工艺经过长时间的沉淀和积累,用料考究、技艺精良,充分体现了吴越文化的细腻与考究。通过与现代科技手段的有效结合,改善民族手工艺在技艺要求和经济成本上的限制,传承其艺术价值和文化精神,丰富现代家具产品文化语意设计的表达方式。2018年的米兰三年展中,马聪设计的静如秋团屏风,见图9,以吴越地区的传统团扇为原型,采用苧麻刺绣结合玻璃与金箔的洒金技艺,配以现代高科技的动画和声光效果,实现了传统与现代的完美融合。



图9 静如秋团屏风
Fig.9 Jing screen

4.3 吴越文化语意转化表现的手法

4.3.1 直接沿用

吴越文化语意最基本的表现手法,就是直接沿用传统文化外显和文化行为中所体现的造型、色彩、纹饰、图案、构造等具象的文化符号。通过家具设计的

相关手法,将这些传统文化符号运用到现代家具产品中,使符号本身所包含的传统文化特质融入产品实物,以具象的符号形式来传递抽象的文化内涵。将传统文化符号表征化注入,这是目前使用最为普遍的方式,也是文化语意最浅显的表达手法。

4.3.2 解构再创造

对吴越传统文化中的具象符号进行解构,通过现代的设计手法对其进行简化、改造、变形、提炼、解构再创造,使其更符合现代家具产品的审美理念、形式特征和结构形式,同时延续传统文化的韵味和意境。如曲美在米兰国际家具展中展出的扶手椅和咖啡桌,见图10,以团扇和折扇为设计原型,对传统文化符号进行解构再创造,在设计中有意识地抹去了传统扇子的形态,延续了吴越文化的韵味。这种通过解构再创造的手法,可以使家具产品更富现代意味,同时也推动了传统文化符号的发展,是文化语意表现的深化手法。



图10 扶手椅和咖啡桌
Fig.10 Armchair & coffee table

4.3.3 内涵意指

对于吴越传统文化价值中的抽象文化特质,通过隐喻、象征、寓意等手法进行表达,提取为一种情感和精神符号融于现代家具产品设计中,达到唤起使用者感情和文化共鸣的目的。这种内涵意指的手法更具有隐匿性、主观性和意会性,从理解文化观念和精神特质出发,表达吴越传统的审美情趣和品质思想,通过营造地域特色的意境来表达产品的文化意韵,这是文化语意表现的深化手法。

5 结语

经济的全球化,必然带来不同文化的冲击和磨合,吴越之地发展至今,已形成世界第六大都市圈,在今后的发展中必将进一步地面对自身地域传统文化与全球多元文化的相互借鉴和交流。在这种相互碰撞和融合中,加深对吴越传统文化的感知和理解,保留其自身的文化特质,并将其作为一种优势投入到现代家具产品设计中,促进地域传统文化和现代产品设计的新融合,创造出新的“中国风格”的设计,在继承和发扬中为吴越文化注入新的生机和活力。

参考文献:

- [1] 庄若江. 吴文化内涵的现代解读[M]. 北京: 中国文史出版社, 2014.
ZHUANG Ruo-jiang. Modern Interpretation of the Connotation of Wu Culture[M]. Beijing: Chinese Literature and History Press, 2014.
- [2] 方海. 现代设计与中国家具的未来[J]. 家具与室内装饰, 2004(1): 13-16.
FANG Hai. Modern Design and the Future of Chinese Furniture[J]. Furniture and Interior Design, 2004(1): 13-16.
- [3] 丁家钟, 贺云翱. 长江文化体系中的吴越文化[J]. 南京大学学报, 1998(4): 70-74.
DING Jia-zhong, HE Yun-ao. Wu Yue Culture in the Cultural System of the Yangtze River[J]. Journal of Nanjing University, 1998(4): 70-74.
- [4] 肖向东, 孙周年. 论吴越文化特性及其文化生成因素——兼论“泰伯奔吴”与古梅里文化之形成[J]. 江南大学学报(人文社会科学版), 2010(10): 66-70.
XIAO Xiang-dong, SUN Zhou-nian. On the Characteristics of Wuyue Culture and Its Cultural Generating Factors and an Accessory Discussion on the Exodus of the Prince Taibo from the Central China to the Ancient Yangtze River Delta Region and the Rise of Ancient Meili Culture[J]. Journal of Jiangnan University(Humanities & Social Sciences Edition), 2010(10): 66-70.
- [5] 戴卫东. 吴文化的多维视角[J]. 江苏地方志, 2002(1): 27-30.
DAI Wei-dong. The Multi-dimensional Perspective of Wu Culture[J]. Jiangsu Local Chronicles, 2002(1): 27-30.
- [6] 庄若江. 江南诗性文化的多元解读[M]. 北京: 中国文史出版社, 2017.
ZHUANG Ruo-jiang. Multiple Interpretation of the Poetic Culture in Jiangnan[M]. Beijing: Chinese Literature and History Press, 2017.
- [7] 张珩. 产品语义学在设计中的应用[J]. 包装工程, 2006, 27(2): 188-189.
ZHANG Bei. Application of Product Semantics to Design[J]. Packaging Engineering, 2006, 27(2): 88-89.
- [8] 钟玲, 席兴利. 内涵性语意在家具设计中的应用[J]. 包装工程, 2008, 29(5): 136-137.
ZHONG Ling, XI Xing-li. Application of Connotation in Furniture Design[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(5): 136-137.
- [9] 陈汉青, 曹亚丽. 解读设计符号语言及其本土文化内涵[J]. 装饰, 2005(12): 7.
CHEN Han-qing, CAO Ya-li. Interpreting Language of Design Symbols and Its Localized Cultural Connotation[J]. Zhuangshi, 2005(12): 7.
- [10] 王月磊. 从文化多元性的角度探讨中国传统家具的传承与发展[J]. 包装工程, 2010, 31(2): 127-130.
WANG Yue-lei. Study on the Inheriting and Development of Traditional Chinese Furniture from Multicultural Point of View[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(2): 127-130.