

您现在的位置: > 简体版 > 设计视角 > 设计论文 > 工业设计 > 设计 文脉/Design and Context

所有文章快捷检索

设计 文脉/Design and Context

Go [高级检索] 提示: 关键词间使用空格

发布时间: 2002-06-08 [ 未经书面授权, 严禁转载任何内容! ]

> 唐林涛

--唐林涛(清华大学美术学院博士研究生)

摘要: Abstract

文脉一直是设计师与评论家关注的焦点问题。能表述本民族文化属性的设计作品, 其意义与重要性早已毋庸置疑。本文立足产品设计, 解释了什么是文脉, 为什么要表现文脉以及如何表现文脉。

关键词: 文脉 文化 符号形式 符号结构 意义

设计中的文脉主义, 在建筑中一直是个颇多争议的话题, 尤其是国粹主义者手中的一柄利刃, 砍向诸多的现代设计。它亦曾为政府官员所青睐有加, 这一点北京的诸多头顶“青皮小帽”的建筑便是佐证。笔者并非建筑界内人士, 断不敢发“无知者无畏”式的议论, 但有感于近来国内产品设计的不断异化与盲目的拼贴、移植既往事物中的文化属性, 并简单的冠之以“文脉”的冠冕, 故试图在产品设计的领域探讨一下什么是文脉, 为什么需要文脉以及如何表现文脉。

### 什么是文脉(What)--文脉的解释

所谓文脉, 英文即Context一词, 愿意指文学中的“上下文”。在语言学中, 该词被称作“语境”, 就是使用语言的此情此景与前言后语。更广泛的意义上, 引申为一事物在时间或空间上与他事物的关系。设计中译作“文脉”, 更多的应理解为文化上的脉络, 文化的承启关系。那么什么是文化呢?

文化对于每个人来讲都似乎是个很熟悉的东西。比如儒家文化, 玛雅文化, 饮食文化, 酒文化, 甚至厕所文化, 地铁文化等等。文化似乎是一件万能的魔衣, 任何生活琐事只要套上它就会显示出庄严的法相。但文化似乎又很陌生: 我们不能象把握“苹果”这类“物词”一样, 因为文化在这世上找不到它的对应物; 我们也不能罗列一些“性质”词来描述它的属性; 当然, 尽管西安的兵马俑, 北京的紫禁城, 巴黎的卢浮宫, 中国的筷子, 西方的刀叉都属于文化, 但是文化也不是个集合名词, 因为那样, 文化便会是一个堆满人类历史上所创造的一切事物的杂货铺。在历史上, 许多智者哲人试图给文化一个“精确”的定义, 从人类学家泰勒到哲学家康德, 自1871-1951年80年间关于文化的定义有164种, 但似乎都不能表述文化的全部内涵。既然我们对文化的剖析是为了理解文脉的概念及其功用, 那么在这点上, 卡西尔的文化观似乎更有帮助。

卡西尔认为: 人有超越自然世界的一面, 那就是文化的世界。“人是文化的动物”人类的全部文化都是人自身以他自己“符号化”的活动所创作出来的“产品”, 科学、艺术、语言、神话等都是这个“产品”的一部分, 而它们内在的相互联系而构成了一个有机的整体--人类文化。这也是人类区别于动物的真正本质, 也就是在创造文化的活动中必然的把人塑造成“文化的人”。今天的人类不仅生活在一个自然的世界中, 更生活在“文化的世界”中。这个世界是人类历史上所创造的“人为事物”的总和。从居住的建筑到使用的器物, 从抽象的道德到具体的法律, 从艺术宗教到科学技术。“文化就是你的生活方式”, 文化的概念如此之大, 所以只有在宏观上才能真正把握它的本质定义。

如此抽象与庞大的文化是通过人造符号与符号系统得以在时间与空间传递的, 同时, 人也不断地以“符号活动”的方式创造与发展着文化。“符号化的思维和符号化的行为是人类生活中最富于代表性的特征, 并且人类文化的全部发展都依赖这些条件。”五线谱是音乐符号系统(中国的是宫商角止羽五音体系), 通过它音乐家可以演奏前人的经典, 也可以创造新音乐。符号具有两副面孔, 一方面是它的“形式”, 另一方面是它的“意义”。符号正是通过它的形式或形式的组合(符号结构)表征(Representation)着某种意义。因此, 文化不仅仅是各种符号形式建立起来的物质世界, 更是一个意义的世界。人也不仅仅像动物那样生活在一个可见的感觉世界中, 而且生活在一个可理解的意义世界中。佛教徒顶礼膜拜的神像不因它或泥塑或铜铸而另眼看待, 因为它具有相同的符号意义。人是符号的作者, 符号是人的作品, 他们构成了生活在世界中那些有意义的内容, 这便是文化。用一句话来概括, 文化的本质就是借助符号来传达意义的人类行为。

既然文化是靠符号表征着的意义系统, 那么文脉作为文化上的承启关系, 便应该是“意义”上的承启而非简单的形式上的延续或继承。但是我们为什么需要这种“意义”上的承启呢?

### 为什么需要文脉(Why)--文脉与接受

如前所述, 人不同于动物之处在于人生活在一个“意义”的世界, 所以看到一块石头, 我们会叫它“猴子观海”, 看到一棵树会叫它“迎客松”。既然文脉是人可理解的“意义”的承启, 那么新创造的事物(建筑、产品)融入文脉的作用便是使新事物与人所熟悉的前事物或事物在时空上具有“意义”的上、下文关系, 从而便于人对其意义的认知、解读、接受。那么为什么有文脉的事物易于为“受众”理解呢? 那需要先来了解一下人是怎样认知外部事物和把握其意义的。

在这点上, 认知心理学理论、皮亚杰接受主体的“图式”说与卡西尔的符号系统有着相似之处。卡西尔说: “除了一切动物种属中都可见的感受器和效应器系统外, 在人哪里还可发现可称之为‘符号系统’的第三个环节, 它存在于两系统之间。”人对外部事物意义的把握就是对符号意义的破译工作。

卡西尔的主体所具有的符号系统功能上类似于皮亚杰所说的“图式”。皮亚杰将人的认知活动分为S(刺激)-AT(图式)-R(反应)的连续过程。一定的刺激只有经过“图式”的整合与意义的解释才能对刺激作出相映的反应。

认知学将人脑认为是信息加工系统, 其操作也是符号化的。符号的功能就是代表、标志或说明外部事物。一些符号通过一定的形式而成为符号结构, 符号与符号结构是外部事物的内部表征。它类似于解说器, 在人的内部思维与外部世界间架起桥梁。

Google 搜索 Web dolcn.com

### 特别推荐

### 相关旧文快速搜索

- > 设计与都市文化 [2002-05-10]
> 分化与融合——从中国当代文化的发展思考未来设计的趋势 [2002-05-02]
> 现代包装设计的文化观 [2002-03-31]
> 中国传统民居与《周易》美学智慧 [2001-12-04]
> 设计之无限——设计的渗透与共通 [2001-09-27]
> 本土文化是设计的基石 [2001-09-15]
> 文化的回归与设计的回归 [2001-08-29]
> 设计理念 [2001-08-22]
> 设计的文化内涵 [2001-08-22]

无论卡西尔的符号系统，皮亚杰的接受“图式”，还是认知结构，它们是主体与生俱来的吗？是先验的功能或先存的结构吗？当然不是，他们是后天习得的，是感知经验的积淀与进化。“我们的全部经验对我们来说，都是由我们的全部生活方式所编码的，它也不断积淀为我们的解码系统。”当代心理学的发展也愈来愈具体的证实了人对外部信息的把握必定要以以往的经验为背景，这以往的经验便是符号系统及其释义，是认知贮存（长时记忆），是感知图式。而这些经验的来源便是外部的文化的世界。因为人在文化中生活，所以人的思维、判断、联想、类比等后天习得的能力是被文化所不断“文化”着的。人不断的创造着文化，又被文化创造着。人是文化的主体，同时也是文化的对象，用康德的话讲，就是“我在文化中，文化在我心中。”如果来自外部的刺激愈是含混，陌生与无体系，主体对这刺激的破译也愈不确定。而愈有文脉的东西愈体系化，事物间的关系愈明确，表述也愈丰富，因此也就愈符合经验背景或认知贮存中的“坐标网”，那么也就愈容易被主体理解和接受。设计中的文脉的目的与意义在此：它符合人类认知的深层心理结构。

以下有两个例子：

例A：在笔者本人的大学色彩理论课上，老师告诉我们“黄色是富贵和地位的象征”但黄色这符号的意义是由何而来不得而知，后来才明白，中国古代帝王的专有色是黄色，那么帝王的尊贵便赋予黄色以相同的含义。这在符号学里叫“象征”（symbol），也就是“能指”与“所指”之间的关系没有因果可循，是特定文化中的人的任意性赋意活动。那么显然不了解中国文化的人对黄色的意义会有不同的理解。如基督教文化下，黄色是下贱，背叛的意义，因为犹太的衣服是黄色的。在法国贵族偏爱的是紫色。可见，相同的符号在不同文化下有不同的意义。

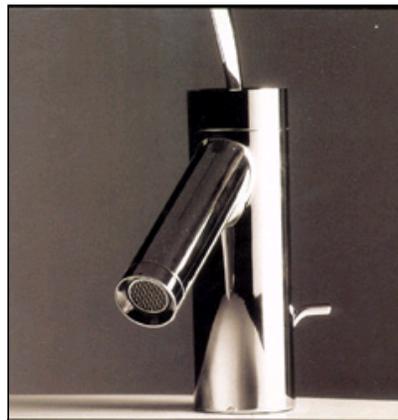
例B：在好莱坞的科幻大片中，经常聘请设计师设计道具，而这些道具也体现着未来的生活方式。文脉的延续可说是无处不在，比如“第五元素”中沿街叫卖的小贩所乘的未来交通工具——一艘悬浮于空中的船。再比如“星战前传”中的激光剑，它同冷兵器时代的剑具有相同的符号结构——握持的柄与夺命的锋刃，只是材料变了，经由经验的类比，人很容易理解它的功能与抽象目的同几千年前的冷兵器是相同的。由此可见，设计中文脉的作用是为了使人更快，更准确的理解新事物与接受新事物。

## 如何“文脉”（HOW）一文脉的表现结构

前面论述了文脉与文化的定义，并且从受众的认知角度分析了文脉的功用与目的。下面着重探讨设计中“如何”表现文脉。

首先我们应该有一个广义的符号概念。符号不仅仅是文字，语言，数学公式或乐谱，它同时也是一个手势，一个眼神等等。三维的造型也是众多的符号系统之一。一个球体与一个立方体相比，在“稳定性”上所表达的意义是完全不同的。同样，哥特式教堂的尖顶，高耸的指向天空所表现的是上帝的神秘与崇高；故宫的平面铺开庞大对称所体现的是帝王的尊严与权势。因此，三维的形体是造型的符号系统，可以表征也正在表征着不同的意义。在此基础上，文脉的表现结构可分为以下三种方式：符号形式，符号结构，符号意义。

符号形式：此层次上的文脉表现，是通过移植、拼贴、嫁接某些符号形式，以图获得符号所具有的意义。这也是后现代主义与解构主义的惯用手法。但他们对历史符号的使用并非赤裸裸的模仿与拷贝（直露式的克隆是以西客站为代表的三重檐、四重檐，四坡攒尖顶子的北京“现代”建筑）。后现代主义对符号的使用经常是折中的，或戏谑的，而解构主义则经常是含混的，似是而非的，从而给予受众最大的意义解读空间。值得一提的是现代抽象雕塑与立体派绘画也是采用符号形式（但是错乱的符号结构）来传达意义的。比如女人体的雕塑便是将乳房、腰、臀、颈等形体的符号结构打散，保留其符号形式再按非常规化的结构组合。尽管它已不再是人体的“形”了，但却可使人感知为女人体。这种表述对于受众来讲，既是新鲜的视觉刺激，又是可理解的有意义形体。由此可见，通过符号形式来表达文脉，需要结合手法的巧妙。直露式的安装，如同给日本人按上希腊式的鼻子，我们不但不会感觉他的“欧洲血统”，反而会觉得不伦不类。与此类似的是夏利汽车移植了奔驰的散热器形式，意图获得别人所具有的文脉意义，令人哭笑不得。另外，一些浅层的后现代主义设计采用一些古典主义的历史符号并加以破坏、打散，然后重新组合，目的是为了改变现代主义的呆板面貌，属于矫枉过正，这也是其日渐势弱的主要原因。需要强调的是，设计表现文脉，绝对不应该仅仅停留在“形式”的层次上。



符号结构：此处的结构并非指客体的物理结构，而是主体的感知与思维结构（结构主义）。结构是一个由种种规律组成的体系，那么符号结构就是符号间的组织关系，通过此结构，符号的组合才具有整体性，可转换性并可自我调节。人对事物感觉的整体性是由部分（符号）以及部分之间的规律性关系（结构）而得来的。以音乐为例，音符是符号，而调式、节奏、拍值便是结构。同一首曲子，由G调生到C调，音符变化了，但其组织结构不便，人仍感知为同一首曲子。和弦亦是结构：由于构成和弦的三音的音程差是一样（同构），故C和弦与D和弦在孤立听起来时，具有同样的音响效果（等和弦）。一般而言，爵士乐或进行曲，交响乐或小夜曲，皆是靠特定结构来维系的听觉风格。同样，文字是符号，而文字之间的构词法、语法等组成词组、句子、段落、章节，因此才会有散文，诗歌，八股或小说等体裁。以此类比，在对于造型符号而言，符号形式与符号结构共同维系着主体对事物的整体性感知。所以，从故宫到王府，从富绅的豪宅到平民的四合院，可以认为是同构的；激光剑与青铜剑是同构的等等。同构而不同形，较之于同形而不同构是更高层次的手法。因为在人的感知过程中，结构对事物的“整体性”的贡献是主要的。整体性质主要来自于结构而非组成的各部分。“结构的组成部分受一套内在规律的支配，这规律决定着结构的性质和结构各部分的性质，这些规律在结构之内赋予各组成部分的属性要比这些组成部分在结构之外单独获得的属性要大得多。”这一点早已被格式塔（完形）心理学派的诸多实验所证明。一个柱体与锥体组成的贯穿体，“贯穿”已成为整体性质的最主要部分，而非其单个组成部分。以例为证，Philip Starck设计的AXOR水龙头与压力水井便是“贯穿”上的同构。

如前所述，从结构到形式的完全复古主义如平安大街是伪文脉；仅仅靠形式的文脉如后现代主义，其表现是浅层次的，表面化的。而依靠符号结构则是生命力强大的，深层的。符号的结构是文化积淀下来的意义的组织方式，是生活的内部规律，同时也是作为文化的产物的人的“心理感知结构”。如在中国古建中严谨的对称，面南背北和对中轴线的重视，已经是国人的带有文化倾向性的审美心理结构。（中轴线是四合院的上房，是一家之主的居地；中轴线是故宫的三大殿，是国君朝见群臣的所在，家、国社会关系的同构也反映于建筑上的同构）

符号意义：不管是形式的还是结构的，都可以认为是手段，其最终目的是为了获得形式或结构背后所蕴涵的意义。而摆脱既往的符号形式与结构，以全新的形式结构再诠释、发展那需要承接的意义，则是设计文脉的最高境界。奔驰车是尊贵的象征，可国产车即使移植了奔驰的某些形式，还是不能获得“尊贵”的意义，所以我们需要以自己的，全新的形式结构去表述“尊贵”。同样，iMac的价值也不是其他电脑厂商更换透明材料就可获得的。在建筑领域，安腾忠雄的“光之教堂”与吴良镛先生的“菊儿胡同”是成功的典范，前者不靠高耸的尖顶或彩绘的玻璃天窗，而是用“光”（无）来表现上帝与天堂（有），是日本文化对基督教的解释；后者则是对中国传统居住方式的意义上的发展。在产品的领域，国内的厂商正在致力于模仿别人的文脉意义，而国外的厂商进入中国市场时，也仅仅是操作系统的“汉化”，而非产品意义的“汉化”。中意松花江聘请了意大利的设计大师，采用了“脸谱”的符号语言，意图进行“意义”上的汉化。可唱戏的脸谱与交通工具在“意义”上有什么联系呢？它仍然是老外眼中的中国，仍是一个舶来品。文化赋予的符号意义是深层的，抽象的，难以把握的，但也正是需要ID去研究和发展的。因为产品与人的互动过程应该是诠释性的，所涉及的并非分析而是理解，是一个把握产品意义的

历程,也就与文化存在着确定的联系。

三例:



1 电子壶与鼎在“煮”的意义上所取得的文脉:

下图为电子壶,获1992年新加坡设计奖。它与几千年前的鼎同构。三足所支撑起的底部空间已不再需要举薪生火了。这两个器具同样是“煮”水用具,但显然技术、工艺、材质发生了许多变化,所未变的是文化上的认同感。



2 电子乐器上的文脉:

如下图的电子大提琴与钢琴,由于发音技术的改变,它们已不需要共鸣箱的存在了,保留其符号化的形式,只是为了表现文脉。它是我们熟捻的乐器,是亲切的伙伴,而非来自异己、陌生世界的发声设备。

3 New Bettles :

文脉中的意义,更多的是以情感的方式得以体现的,一座古建筑同一座仿古建筑的区别在于前者是以人类情感为价值砝码的,而后者纯粹是经济上的因素。有些材料如砖、木、石材愈是古老、沧桑愈显价值,而今天无处不在的塑料制品则恰恰相反,这便是情感的力量。如果仅仅认为New Bettles是符号结构上的复古那就错了,它的价值同样是情感的因素。当八十年代全家人围坐于9英寸黑白电视前所给予我们的巨大生活体验,使我们至今不愿遗弃也就不是电视的本身,而是它所寄托着的情感。同样,甲克虫汽车生产于二、三十年代的德国,它的口号是“为人民设计”,目的是使当时的人们都可以拥有自己的汽车。今天, Bettles又回来了,文脉使得人类情感得以回归了。



相关链接

» None

责任编辑: dolcn

设计在线链接代码

@esignonline

@esignonline  
http://www.DOLCN.com

正式启用CNNIC官方中文域名  
设计在线.CN; 設計在線.CN; 设计在线.中国

@ 1997-2005 DesignOnLine

关于我们 | 豁免条例 | 广告赞助 | 网站地图 | 活动支持 | 友好同盟 | 返回首页