

# 设计语义之中国文化符号的重构

谷 涛

(温州大学美术与艺术设计学院, 浙江温州 325035)

**摘 要:** 从设计语义学解释, 设计是人类的一种形式文化活动。它对于一个民族的心理意识, 具有着出乎寻常的暗示作用, 并能强化民族的自我存在意识、自我认同感, 增强成员间的凝聚力。然而, 我国当前的设计出现了一种自我本位文化缺失性的问题, 只有从设计以及设计的根——母体文化, 一起着手重构中国的文化符号体系, 我们的设计才能不断走向繁荣、走向世界。

**关键词:** 设计语义; 文化符号; 中国文化符号; 重构

**中图分类号:** J50    **文献标识码:** A    **文章编号:** 1008-309(2006)04-0030-04

## 一、设计语义学和文化的概念

设计语义学是研究设计意义和设计语言意义的艺术设计理论学科, 是设计学与语义学的交叉学科。<sup>[1]</sup>

文化到底是一个什么样的概念呢? 德国法学家 S·普劳多夫认为, 文化是社会人的活动所创造的东西和有赖于人和社会生活而存在的东西的总和。所为文化或文明乃是包括知识信仰、艺术、道德、法律、习俗以及包括作为社会成员的个人而获得的其他任何能力、习惯在内的一种综合体。而马林诺夫斯列讲文化内容是传统的器物、货品、技术、思想、习惯及价值。换句话说, 这是把文化全部社会历史遗传看成是一种具有特色的生活方式, 是人们在社会发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。

文化从分类上可分为“质文化”和“形文化”, 两者共同支撑起人类的文明世界。

“质文化”是指的一切抽象的文化, 高层的包括宗教、哲学、思想, 低层的例如民族心理素质、大众思维习惯等等, 其实可以都统称为所谓的精神文化。

“形文化”则是一切有着具体形象、看得见摸得着的、需用五官感知的文化, 也可谓官感文化。例如语言、文字、音乐、绘画、雕刻, 这是高层的, 低层包括普通大众的饮食起居、行走坐卧所体现的民俗、民风等等。这些文化都是有具体形态的, 可以用五官来感知和品位, 故谓之形文化(形式文化)。“质文化”的出现与成形总是晚于相关“形文化”的出现。“质文化”的出现往往意味着初生民族发育正常的讯号, 成形的思想的出现则是一个文明开始走向成熟的标志。两个典型代表就是古希腊时代和先秦百家争鸣时期。当“质文化”存在的时候, 其相关“形文化”是“质文化”的表象。周代华夏族对华夷的判定是以服章、礼仪为标准, 而服章、礼仪都是“形文化”。服章、礼仪是华夏族“质文化”典型意义的表象。

## 二、设计语义与文化符号

收稿日期: 2005-12-07

作者简介: 谷涛(1973-), 男, 湖南岳阳人, 讲师, 硕士研究生, 研究方向: 美术教育, 视觉传媒设计

文明从某种意义上说就是一个符号体系。这些符号其实就是该文明所有的形式文化。那么，中国文化符号是指什么呢？就是指中华文明所有的形式文化。显然，设计也是形式文化中间的一种。设计语义学认为设计是一种文化活动，是从自己特定的角度出发揭示设计所包括的文化内容，我们经常说到设计是创造物质功能和精神功能统一体，正是设计学者的所谓广义文化观的观点。

设计作为一种人类的“形文化”，不仅指设计活动中包涵着美学原理，同时设计哲学中也提示了文化的内存本质、层次结构，它的内部关系及与其他社会生活现象的关系。人们创造和使用的设计语言中的词和概念，是社会生活中客观存在的事物的符号，这些按约定俗成的符号体系用于人与人之间的交流以及社会的文化遗产和积累。设计当抽离其本身的立场后，隐藏在背后的是人文习惯和文化涵义，表意象征是人们代代相沿的文化密码，作为非言语符号，使用直接诉诸人的感觉器官(视觉、听觉)的形态语言符号，并超越了民族和国家的范围，成为国际社会共识的“符号”。

设计和文化的关系是那样的紧密，以致于人类文化时代的是可以用人类设计的物态形式工具而命名。随着人类社会的不断向前发展，设计也随之发展，是设计把人类从荒山野岭穴居带进了现代化的高楼大厦，从刀耕火种的原始农业生产带进到机械化生产和科学种田的农业现代化。设计也使人类从兽皮御寒、遮羞，靠石珠、蚌壳、兽牙作装饰，走进了五彩缤纷的服饰世界。在对于物质产品的生产和应用上，设计可以说充分体现着它的文化性质。按哲学文化学的观点：一定的物质生活产品是一定的文化及其发展阶段的标志，而对于决定物质生活产品的设计活动就是这样的一种物质的文化活动。因此人类文化时代的命名往往以人类设计的物态形式工具而命名的，例如石器时代的文化、青铜时代文化、内燃机时代文化、计算机时代文化等，都是那一个时代的设计文化特征。<sup>[1]</sup>

设计的文化符号中还透露着许多的历史信息，存在着多学科的研究价值。因为人类创造和长期使用的设计语言的词(形、色、质)和概念，是社会生活中客观存在的事物的符号。这些符号按约定俗成的规则用于人与人、人与物、人与社会之间的交流以及社会的文化遗产和积累。在长期使用和发展过程中设计形态也会发生很大的变化，生活方式的改变和人类观念的改变。认真分析和领会设计语言的各种含义，尤其是认真分析各种含义之间的细微差别，本义和转义的发展，变化和派生的情况，常可以得到许多深层的历史文化和信息。因此设计语义中蕴涵的文化符号研究越来越受到重视。这不仅是设计界圈内的理论探讨语义，而且逐渐成为历史学家、人类学家、哲学家和文化等学家深入考察的对象。<sup>[1]</sup>

### 三、目前我们设计语义的本位文化缺失

设计“形文化”对一个民族的心理意识有着出乎寻常的暗示作用，对一个民族的精神、心理的发展至关重要。这种看似肤浅的表面文化，其实却是最直接有效的，它可以强化民族的自我存在意识，自我认同感，增强民族成员间的凝聚力。

然而我们目前的设计出现了一种自我文化缺失现象，借鉴甚至抄袭西方的很多，这只是一只盲目的拿来主义，我们可以学习西方先进的现代的设计观念，而无需从形式上去照搬，这种照搬只会越来越失却本土自己的东西，跟着别人的步伐走。我们一直鼓吹要和西方接轨甚至对话，这种接轨是要求有自己的东西，本土的文化内涵在里头，否则只是东施效颦，让别人耻笑而已。<sup>[2]</sup>

在 20 世纪前的欧美，没有一个艺术家会在画布上留出大面积的空白，然而，传统的中国画家们都把空白看作让人发挥想象的依据，中国的哲学就是强调的万物变化不定。每当我在寻找这种契合点时，看到日本的设计作品，特别亲切，觉得自己找到了，找到有深刻理性的感性作品。古代日本开始的文化是一种自然崇拜文化，后来在一千年的借鉴中，先后吸收了佛教、汉字书写

体系和中国唐朝的艺术和建筑等文化。日本的艺术既可能简朴,也可能繁复,既严肃又是单纯,既有楚楚动人抽象的一面,又具有现实主义精神,这就是东西方交融,不正是我们要寻找的吗?从日本的设计作品中似乎看到了一种静、虚、空灵的境界,更深深地感受到了一种东方式的抽象。日本很多自称为大和民族的本土文化其实都是从中国流传过去的。而中国当代的设计为什么还不及日本呢?日本之所以诸多优异,是因为日本可以很坦然地学习西方先进的思想,但对于本民族的形文化,象传统建筑、服饰、茶道、花道等特色文化、民族风俗等等却保护得很好。而中国正好是相反,只看看中国现在还剩多少真正历史悠久的“形文化”就知道了:国粹京剧也就百年历史,旗袍用来体现五千年文明……今天的汉族已经越来越没有了自己的民族特征,民族清新健康之气失之久矣!这的确是一个值得深思的问题。

#### 四、重构设计的中国文化符号体系

要重新构建设计的强大中国文化符号体系,我觉得要从两个方面着手分析。

一方面我们应从设计层面分析,我们可以从下面几个方面重构设计的中国文化符号体系:

##### (一) 注重设计作品文化内涵的挖掘

很多学者认为如今的中国设计师过多地强调了形式的方面,而忽略了设计作品本身应透露出来的内容和意境。而只有拥有内容和意境的作品才更能让人回味,才能让人感到一种深度,感觉到设计的这种人文精神。

##### (二) 深入传统文化,吸收设计养分

香港的著名设计师靳埭强之所以走向成功,不仅因为他有一流的设计意识和头脑,也由于他在设计中加入了許多很中国化的东西,如中国古钱币、水墨文化、儒家文化,他很聪明,很懂得如何将浸淫五千年的中国文化加入一些现代的调味剂呈现出来。他就这样一步步地跨向了世纪一流平面设计大师的行列。

中国的本土文化是什么?是儒学文化、道家文化、佛家文化等等五千年传统的“质文化”。这些文化又随着具体的“形文化”通过视觉表现出来,如国画、书法、易经、禅学、五行八卦等等。民间工艺美术有剪纸、泥塑、木版年画等,这就是一种文化符号,有着很高的研究价值、借鉴价值,是现代设计在中国急需的养料。<sup>[3]</sup>

##### (三) 注重传统设计理念

我国的设计的最高境界是“天人合一”。“天人合一”是讲人与自然的合二为一。自然有两层含义:一层是指自然物质的集合,即自然界、宇宙;二层是指本性。那么“天人合一”的含义就是自然作为本性是秩序和理性,人的德行在于合乎自然,也就是合乎自然的命运和本性,普遍的自然规律决定了一切,自身却超越人世的反复无常,人的生活和一切活动也应该以自然律为准绳。人类社会的反朴归一是更高级的人与自然的融合状态。简单的说设计的“天人合一”就是指设计和自然以及人性的融合统一。<sup>[4]</sup>它是中国古老的设计理念,不也是最现代的设计潮流吗?

中国化的东西更能使人感到一份亲切,一份自豪,更能称之为一种国人的设计文化。俗语说:“根深才能叶茂”,如何使中国的设计更具民族性和本土文化的特性,这正是中国设计走向世界的根本,也是立足世界的根本。

##### (四) 确立以人为本的设计观

设计直到现在,人们已渐渐地明白,设计是为人,而非产品或金钱,慢慢地明白了设计的这种人文精神。设计的功能性和文化性都从属于人性。正如美国设计大师普罗斯所说的:“人们总以为设计有三维:美学、技术和经济,然而更重要是第四维:人性。”

另一方面我们必须从设计的根——母体文化分析。

某些设计师可能确实存在着一些作品文化追求性的不足,但大多数情况下,这并不是设计师的本意所为。更何况广大设计师的辛勤耕耘而言,客观上对文化传播起到了巨大作用。所以我们仅仅从设计的狭小的领域搜寻答案,这是不够的,我们必须还要到深层次的母体文化探寻。

中国五千年的文化对设计语言施加着潜在而巨大的作用,而反过来说社会化的设计语言又对我们文化的传承和积累发挥着反作用力。它们互相渗透,你中有我,我中有你。在很多时候,它们又融为了一体。设计语义不仅仅探索和重视设计语言的本来意义和词义的源头根本所揭示的文化内涵,而且重视设计语言作为文化符号在一定的历史时期的现实象征意义。设计正是这样一种“形文化”,设计作品中体现出的文化精神,更多意义上讲是不自觉对本位文化的一种自然流露。

还是那句话:“根深才能叶茂”,设计的中国文化符号这片叶子需要母体文化根的滋养。对于一个文化的研究是一个复杂的问题,而提出对自己文化的质疑更是开了一剂大胆而苦涩的药方。我们应该继续加强保护我们的文化遗产;传统节日应该定为法定假日,让大众的传统节日中感受传统的文化;而传统的文化有必要在中小学教育课本中占据一个核心的位置;以中国传统文化精髓结合西方的人本主义,建立中国特色的文化社会。

总的说来,只有博大而优越并且处于扩张性的母体文化才是设计文化的取之不尽的源泉和根本所在。而中国文化唯有言论自由、百家争鸣,方能实现民主与人性的解放、民族的觉醒,方能走上一条文化的复兴之路。中国的文艺复兴之路就是重拾失落的文化符号,确立一种以解放人性和释放人性潜能为宗旨、培养学生创造性思维为目的的教育文化,重构强大的文化符号体系,从精神上回归汉唐时代!只有这样,我们的设计才能不断获得根的滋养、才能重构强大的中国文化符号体系,走向繁荣,走向世界。

#### 参考文献

- [1] 舒湘鄂. 设计语义学[M]. 湖北: 湖北美术出版社, 2001
- [2] 木村重信(孟明译). 何谓民族艺术学[M]. 广西: 广西教育出版社, 1993
- [3] 方李莉. 新工艺文化论[M]. 北京: 清华大学出版社, 1995
- [4] 李章印. 自然的沉沦与拯救[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1996

## Reconstruction of the Chinese Cultural Symbol Contained in Design Semantics

GU Tao

(School of Fine Arts, Wenzhou University, Wenzhou, China 325035)

**Abstract:** On the basis of semantics of design, a design is a kind of formal cultural activity for human beings. It has greatly suggestive function for the mental consciousness of the nation. And it can strengthen existing consciousness, member approbation sense of the nation, and the coagulability between members. However, there appears the imperfection problem in the current design in our culture. We have to start with the design and its root----mother's culture, and begin to reconstruct the symbol system in the Chinese culture. Our design just becomes continuously the flourish and heads into the world.

**Key words:** Semantics of design; Cultural symbol; Chinese cultural symbol; Reconstruction