

传统文化在现代设计中的基因裂变

刘斌

天津中德应用技术大学,天津 300350

摘要:我国对传统文化的探索和研究一直处于稳步攀升的阶段,随着社会的发展及科学水平的提高,越来越多优秀的传统文化出现在大众的视线中。看似遥远的传统文化也开始逐渐渗透到人们的工作生活当中,而传统文化的发展维度并不局限于此。文明的进步,信息的高速互通打开了人们认知的新世界,提高了精神层次的追求。为此,现代设计当中不乏具有传统文化元素的设计作品。但是,这类设计中的部分作品仅有其表,不具其里,往往无法将传统文化的精髓表现出来,生搬硬套的应用方式,使人们出现了审美疲态。基于此,笔者试图以传统文化为切入点,以现代设计为载体,追本溯源,分析传统文化的传承基因,并建立起两者之间的联系。探寻传统文化基因在现代设计中的裂变新范式,明确其设计趋势。

关键词:传统文化;现代设计;传承基因;新范式

中图分类号:J0

文献标识码:A

文章编号:2096-6946(2020)05-0097-06

DOI: 10.19798/j.cnki.2096-6946.2020.05.015

Gene Fission of Traditional Culture in Modern Design

LIU Bin

Tianjin Sino-German University of Applied Sciences, Tianjin 300350, China

Abstract: China's exploration and research of traditional culture has been in the stage of steady rise. With the development of society and the increase of scientific level, more and more excellent traditional culture appears in the public's line of sight. The seemingly distant traditional culture has gradually penetrated into people's work and life, and the development dimension of traditional culture is not limited to this. The progress of civilization and the high-speed communication of information have opened up a new world of cognition and enhanced people's pursuit of spiritual level. Therefore, there is no lack of design works with traditional cultural elements in modern design. However, some of the works in this kind of design only have simple meaning, without specific contents, so the essence of traditional culture cannot be expressed, and the mechanically copied application mode makes people appear aesthetic fatigue. Based on this, the work attempts to trace the origin of traditional culture by taking traditional culture as the entry point and modern design as the carrier, analyze the inheritance genes of traditional culture, establish the relationship between the two, explore the new paradigm of the fission of traditional culture genes in modern design, and clarify the design trend.

Key words: traditional culture; modern design; passing on genes; new paradigm

华夏民族的传统文化由来已久,根据现有资料研究表明,最早可以追溯到神农氏时期以前,历经尧、舜、禹等阶段,到第一个世袭王朝夏朝的建立,至今已有五千多年的文化底蕴。在历史的长河中,不同时期出现

了不同的思想和文化,有的延续至今,为人们津津乐道,有的已在发展的进程中消失。其中,儒、释、道三家思想对我国的文化发展影响深远。我国传统文化形式多样,种类繁多,涉及面广,例如文字、诗词、节日、民俗

收稿日期:2020-08-20

基金项目:于田文化产业品牌策划设计采购项目

作者简介:刘斌(1979—),男,天津人,硕士,天津中德应用技术大学副教授,主要研究方向品牌策划及工艺美术文创设计。

等。传统文化内容的丰富主要源于我国历史悠久,幅员辽阔,地域风貌明显,有五十六个少数民族,在文化发展上既具有主流文化特征,也具有地方性特色,形成了我国的传统文化共性与个性兼具的独特魅力。随着科技产业的发展,信息数字化的更迭速度越来越快,其内容的覆盖面越来越广。这些使得传统文化的发展也面临着诸多变化。一方面,以往人们接触不到的传统文化,现在轻点手机就可以轻松了解,拉近了人们与传统文化之间的距离。另一方面,传统文化发展的载体也产生了变化。在工作生活中,不乏具有传统文化元素的设计被人们所使用,这种传统文化基因在现代社会中的运用,不仅丰富了人们的精神文化诉求,也将传统文化进行了现代化传承。

一、国内外传统文化的现代化设计

不同国家之间,都有属于本民族特色的传统文化,这些传统文化是一个国家文明发展的缩影,在特定的时间,特定的场合下,往往能成为代表这个国家的文化符号。在文化高度自由的今天,不同文化之间的碰撞与交流日益增加,人们足不出户就可以了解不同国家的文化特色,人文风情,这扩展了人们的视野,提高了人们对于其他文化的认知度。文化的交融带来了新的发展契机,同时也面临着诸多挑战,对于传统文化来说尤为明显^[1]。

每个国家的传统文化是这个民族历史的传承,文明的象征。文化交融在一定程度上会产生新的“化学反应”,出现新的文化现象。但是,过度的交融也会使各国间文化的界限变得模糊,在一定程度上不利于本国的文化发展,尤其是传承已久的传统文化,甚至会消逝在时间的进程中。为此,许多国家开始利用一些现代设计方法对传统文化进行传承,如数字化保护、数字化展览、沉浸式体验、虚拟现实技术设计、增强现实技术设计、文化创意产品等,寄希望于通过现代化的设计手段来继承传统文化的“优秀基因”。

(一) 国外传统文化的发展现状

日本文化的发展方式较为特殊,其传统文化中大量汲取了其他民族的文明瑰宝,形成了其特殊的社会文化和传统文化。日本的“双轨制”设计是日本文化发展的典型代表之一。在设计中既加入了现代设计中适应人们需求的部分,也将本国的传统文化融入其中,是目前将现代与传统运用结合发展得最具特色的国家之一。从历史上看,日本受我国汉唐时期文化影响较大,



图1 日本传统“风吕敷”



图2 ONFADD公司利用日本传统浮世绘进行产品展示

在传统文化现象以及传统文化元素上都能看到华夏文明的影子。其后,又引进了西方文化思想,为日本的现代化发展奠定了一定的基础。这种引进模仿—自我消化—自我革新的方式,形成了日本别具一格的传统文^[2]。

日本设计公司ONFADD设计的双肩包,其灵感来源于日本传统的“风吕敷”。风吕敷是日本传统用于收纳搬运东西的包袱(见图1)。由于日本地理位置以及自然环境的特殊性,经常会发生地震等自然灾害,风吕敷成为人们必不可少的产品。ONFADD公司在设计中尽量保留传统风吕敷的元素,设计出具有现代理念的双肩包,给予“风吕敷”划时代的意义(见图2—3)。

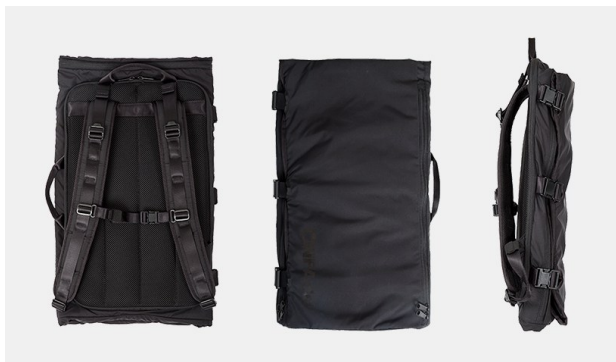


图3 ONFADD公司根据风吕敷设计的双肩包



图4 韩国博物馆的文创设计——庆州新罗书签系列

此外,该公司还根据日本传统文化元素进行了大量的产品设计。

同处亚洲的韩国,跟日本有着相同之处,在传统文化上都受到我国文化的影响,以儒家思想为甚。韩国的传统文化审美倾向于自然简洁,通常情况下给人宁静的感觉。相较于日本,韩国更早的接触到西方文化,尤其是受到美式商业思想的影响,过于强调形式,而降低了功能的重要性。这使得韩国在日后的文化发展,特别是设计思想上,形成了韩国独有的“包装文化”。这种“包装文化”在一定程度上促使韩国的设计更加注重外在细节的处理^[3]。

韩国博物馆的文创设计——庆州新罗书签系列,包含天马冢金冠、金质官帽、金冠式金冠冢、皇马寺脊瓦等(见图4)。在设计中提取传统服饰与建筑的元素,采用18K金材质,金色的色彩选择,降低了金属的冷冽感,不仅具有现代的时尚美感,同时也将传统文化元素很好地进行了表现。除此之外,还有新罗文物纹样的化妆包、手账、文具用品等文创产品,为了更好地让人们了解韩国的传统文化,文创产品中附有相关的文化历史背景资料,让人们在使用的同时,了解其历史内容^[4]。

(二) 国内传统文化的发展现状

现今社会的发展,可以说是日新月异,人们的物质

生活水平达到空前的高度,在富足的状态中,人们需要不停地追求更高层次的文化,来提升自己的精神诉求。在这种大环境下,新事物更迭换代的速度和频率越来越快,以此衍生出大量新的文化现象和文化事物,这种新文化中存在大量的快消文化,其特点是产生速度快,传播广,热议度高,持续时间短。这种类型的文化现象冲击着人们的感官和认知,使传统文化在现阶段的传承与发展变得紧迫而复杂。

近几年,我国之所以大力发展传统文化事业,其根本原因是因为许多优秀的传统文化逐渐落后于社会发展的速度,直至消失,给国家的文明进步带来了不可估量的损失。为此,在“十三五规划”中,更加全面系统地提出了对于我国传统文化发展的新要求,目的是为了继承和发扬我国优秀的文化精髓。而文创产业的兴起和蓬勃发展,不仅带动了经济上的增长,也将我国传统文化融入到人们的生活当中。在这些设计作品中,主要以中国传统文化为灵感来源,如传统古建筑、民间民俗、历史故事、传统纹样、地方人文、节日庆典、少数民族特色文化等,深受人们的喜爱。为了更加符合现代人的行为习惯,在理念上将传统文化元素进行转变,用时下人们的生活工作方式去解读传统文化,增强了代入感,让人们在使用时感觉更加的亲切自然,其消费群体也逐渐呈现年轻化趋势,为我国传统文化在年轻人中的传承发展奠定了基础^[5]。

在以前,国内的很多产品总是不被看好,主要是由于缺乏专业的自主研发团队,过于追求国外所谓的品牌效应,造成过度借鉴等现象。这两年,一些国潮品牌的兴起,打破了人们对于国货品牌的固有印象,这些品牌将我国的传统文化元素进行剖析,并与产品进行设计结合,使产品在特殊的阶段被赋予了新的定义。例如“花西子”是一个国货彩妆品牌,该品牌在今年七夕节推出的彩妆套盒中,将口红的外壳造型设计为同心锁(见图5),口红的膏体将“张敞画眉”的故事雕刻于口红膏体上(见图6),寓意有情人终成眷属。设计中将我国传统节日与彩妆进行结合,并且运用同心锁元素以及传统故事,不仅符合传统节日的氛围,同时也让人们了解到背后的传统文化。

二、传统文化在现代设计中的问题

传统文化是历史长河积累下来的精华,在发展过程中,存在着优胜劣汰的现象。对于当今社会来说,传统文化的发展需要适应现代社会的变化,符合现代人们的生活习惯和行为方式,在审美上应当趋向于满足



图5 花西子——七夕口红同心锁造型



图6 口红膏体雕刻——“张敞画眉”的故事

人们的心理诉求,以求两者间达到共鸣。实际上,近几年在国内,大量文化创意产业的兴起,将传统文化再一次引入人们的视野。这些融入传统文化的现代设计作品中,出现了许多优秀的经典案例。如故宫文化创意产品,曲江的“寒窑”故事等。这些优秀的设计,让我国传统文化焕发出新的生机。但是,传统文化在融入现代设计中出现过于追求商业价值,跟风式设计,精神内涵表象化等现象,这些成为传统文化在现代设计中被人所诟病的症结所在。

(一) 局限化

传统文化在融入现代设计时,都会受到一些局限,这种局限在一定程度上会限制现代设计的进行。局限化的原因基本上可以分为外部原因和内部原因,外部原因主要受到传统文化大环境、相关政策体系、社会主流思潮等影响。而内部原因主要指现代设计的思维、方法、技术,以及人员配置等。最常见的局限因素有以下几点。首先,传统文化在某一阶段的断层现象,会直接影响到现代设计的后续研发,尤其对于系列产品的设计,因此设计人员在选择传统文化元素的时候,即使有的文化元素非常匹配,也不会考虑进行设计结合。其次,传统文化中可能出现现有的设计技术手段无法进行衔接等问题,以传统手工艺文化为例,一方面,绝大部分的传统手工艺并不能直接利用现有技术进行代替;另一方面,又比较缺乏专业专项的开发人员,这使得很多传统元素无法与现代设计进行融合。再次,受到一些传统文化传承方式的局限,尤其是传统技艺方面,一般为师徒传授或者子承父业的形式,其内容不方便进行公开,造成传统技艺文化传承发展的滞后。最后,对于在现代设计当中融入的传统文化,还存在知识

产权确认等问题,造成一些版权所属的问题。综上所述,传统文化在现代设计应用中需要建立较为完整的体系^[6]。

(二) 表面化

传统文化不是单纯的视觉符号,而是代表着一种精神文明的象征,具有多层次的文化内涵,设计人员在运用传统文化元素的时候,应该在设计之初进行全面的了解。在分析归纳之后,筛选出能够和现代设计作品建立起关联的传统文化元素,进行文化基因的转换,及创造性的融合。

传统文化之所以浮于表面,究其根本是由于设计人员并没有深入研究传统文化,缺乏探索精神,仅停留在基本的认识层面上,没有对需要在设计中融合的传统形成的原因、环境背景、文化内容、人文因素、传承方式、发展阶段变化,以及未来趋势系统进行分析 and 归纳,其结果就导致传统文化在设计运用中停留在表面,无法与产品进行深度融合,成为快消产品,一段时间后就会无人问津。另外,“拿来主义”、跟风模仿的设计手段,使传统文化与现代设计之间的融合过于生硬。而设计师较为粗糙的设计方法,也会降低了传统文化的内涵。

(三) 碎片化

传统文化在现代设计中的碎片化是指设计出来的产品或作品之间的关联性较小,在同一系列或同一范围的设计中成为独立的存在,减少了设计的关联性。对系列设计的后续开发造成了阻碍。

传统文化在现代设计中的应用之所以会出现碎片化,最主要是因为其运用的表面化。由于设计人员在

设计时缺乏对传统文化的分析,在设计转换时,难以进行多层次的内涵表达,只能将其囫囵吞枣似的强行融入。这就造成,一种传统文化元素只能简单运用一次,如果还需要运用同类型的传统文化元素,只能用其他相近的传统文化元素进行拼接,其结果就是设计出的产品系列感不强,无法给人们留下较强的记忆符号,无法形成产品与人之间的诉求纽带。而且碎片化的设计感会降低设计作品在领域中的竞争力^[7]。

(四) 同质化

同质化现象在现代设计中屡见不鲜,在同一领域中设计出来的产品一旦受到高度关注,就会引起大家争相模仿,无论是外形、种类、制作方法、营销模式都趋于相同。这种同质化竞争不利于产品的识别和扩展,也会造成消费者的审美疲劳。

传统文化的同质化设计也相当普遍,主要原因有以下几点。第一,产品的同质化。主要体现在产品的功能和特色通知在融入传统文化的时候元素转换的创新力度不够,与其他产品设计视觉雷同。第二,在设计初期定位不明确。同一类型的传统文化,受到不同地域的人文环境影响,也会有所区别。如果在设计时不能进行精准定位和有效区别,那么,出现同质化产品的可能性将大幅度提高。第三,过度迎合市场。近几年,基于传统文化创意下的设计产品屡屡受到人们的热议,其市场价值一直稳步上升。为了满足市场的需求,出现了大量的同质化文创产品。以花西子的口红产品为例,花西子的口红上都会雕刻我国传统文化元素的纹样,有的以民间故事为题材,有的以寓意纹样为题材。一经推出后,深受消费者的喜欢。之后,许多的国货彩妆品牌也开始进行效仿,纷纷推出类似产品,一度导致消费者审美疲劳。

传统文化在现代设计的基因裂变,还处在一个探寻阶段,如何行之有效地将两者进行融合,设计出具有辨别性、高品质、凸显文化多层次内涵的作品,还有待进一步研究^[8]。

三、传统文化在设计中的基因裂变新范式

传统文化的现代发展,是彰显国家软实力的一个部分,是国家发展动力的源泉。现代设计作为文化的一种载体,会受到文化发展的影响,在设计中会带有社会发展的缩影。传统文化具有丰富的底蕴和资源,可以提供给现代设计充足的设计之源,更多地给予设计作品人文关怀和文化价值。

(一) 传统与现代基因

经济全球化的大背景下,文化的交叠,容易使人们远离本国的传统文化,这种距离感使人们变得迷茫与不安。为此,传承与发展我国传统文化成为这几年人们热议的话题。现代设计以当代技术手段,依托造物美学,将传统审美与现代科技相结合,让传统文化在现代文明中焕发生机。设计人员应该厘清传统文化之源,其不同发展阶段的变化,由浅入深地归纳其内涵。在设计时,应该注意当下的语境,创新性地将文化内涵进行融入,设计出具有文化深度和广度的优质作品^[9]。

(二) 东方与西方基因

在文化交流开放的现代社会,闭门造车的思想只会拖累现代文明的发展。我国的现代化设计起步相对比较晚,在外来文化冲击下,现代设计风格还处于探索成型阶段。为此,可以立足于我国传统文化和本土文化,吸收西方的先进设计理念和方法,促进我国传统文化在现代设计中的创新与发展。一方面,立足于我国的传统文化,可以打破现代设计中外来思维的框架体系,有利于明确我国设计的方向。另一方面,东方传统文化与西方文化的结合,提供给设计人员更加多元化的设计思维,启发设计创新力。

(三) 民族与地方基因

我国地域广阔,生活着五十六个民族,每个民族都具有各自的历史文化,形成了独具特色的民族文化,不同地域间文化也有着各自的区别。这些文化构成了华夏文明的蓝图,具有举足轻重的地位。我国的传统文化与民族文化既有相通性,也有相对独立性,这是我国独有的文化特征。多民族的文化与地方特色文化蕴涵了丰富的设计内容和底蕴,作为一个多民族的国家,内在的文化基因融合是其他国家难以企及的,这成为我国传统文化在现代设计中基因裂变的独特条件^[10]。

(四) 创新与科技基因

现代设计是人们智慧实体化的展现,不仅提高了人们的物质生活水平,也扩展了人们的精神文化领域,带来了多元化的审美体验。现代设计是基于社会经济与社会大环境下,依托现代科技手段实现物质转换的。传统文化在现代设计中的融入,需要科技的发展来确保设计作品的实现。新技术的使用,可以促进现代设计的发展,将传统文化的精髓以更加丰富多变的形式进行展现,符合人们的生活习惯与行为模式,从而更好地传承和发展我国传统文化。

四、结语

探讨我国传统文化在现代设计中的基因裂变,实际上是用现代手段去研究、传承我国的优秀文化。我国传统文化是确立我国现代设计风格的重要资源,有助于我国现代设计明确设计方向,提升我国现代设计创新能力,继承和发展我国优秀传统文化。

参考文献

- [1] 王莹,孙虹. 基于文化融合视角日本设计创新理念的借鉴[J]. 设计,2020,33(12):99-101.
WANG Ying, SUN Hong. The Reference of Japanese Design Innovation Concept From The Perspective Of Cultural Fusion[J]. Design, 2020, 33(12):99-101.
- [2] 赵艳梅. 传统文化符号在产品隐喻设计中的应用[J]. 包装工程,2019,40(20):125-129.
ZHAO Yanmei. Application of Traditional Cultural Symbols in Product Metaphor Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(20):125-129.
- [3] 孔春燕. 中国传统元素在现代文化创意产品设计中的应用[J]. 工业设计,2020(5):143-144.
KONG Chunyan. Application of Chinese Traditional Elements in Modern Cultural Creative Product Design[J]. Industrial Design, 2020(5):143-144.
- [4] 何景浩. 日韩现代设计历史比较研究[D]. 无锡:江南大学,2008.
HE Jinghao. Comparative Study on History of Modern Design Between Japan and Korea[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2008.
- [5] 吴闻超. 中国传统元素在文化创意产品设计中的应用[J]. 工业设计,2019(9):127-128.
WU Wenchao. Application of Chinese Traditional Elements in The Design of Cultural Products[J]. Industrial Design, 2019(9):127-128.
- [6] 刘玉琪,殷晓晨. 探究中国文化元素在当代产品设计中的应用方式——以两岸故宫文化创意产品为例[J]. 设计,2016(9):116-117.
LIU Yuqi, YIN Xiaochen. Analysis of the Application Way of Chinese Culture Elements in Contemporary Product Design; Take the Culture Creative Products of the Palace Museum in Taipei and Beijing as Examples[J]. Design, 2016(9):116-117.
- [7] 张妍,钟蕾. 论天津文化旅游商品的情感化设计与创新[J]. 艺术与设计(理论),2014(4):114-116.
ZHANG Yan, ZHONG Lei. To Discuss Emotional Design and Innovation of Tianjin Culture Tourist Commodities[J]. Art and Design, 2014(4):114-116.
- [8] 张宜雷. 天津近代文化的双重性与西方文化的影响[J]. 天津大学学报(社会科学版),2008,10(6):521-524.
ZHANG Yilei. Dual Character of Tianjin Culture in Modern Times and Influence of Western Culture[J]. Journal of Tianjin University(Social Sciences), 2008, 10(6):521-524.
- [9] 张妍,张婕. 基于天津非物质文化遗产活态传承下的传统手工艺生产性保护研究[J]. 包装工程,2019,40(4):192-196.
ZHANG Yan, ZHANG Jie. Protection of Traditional Handicraft Production Based on the Living Heritage of Tianjin Intangible Cultural Heritage[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(4):192-196.
- [10] 李剑,吴曼莉. 城市文化品牌的塑造和定位研究[J]. 商业文化,2014(32):33-35.
LI Jian, WU Manli. Research on the Shaping and Positioning of Urban Cultural Brand[J]. Business Culture, 2014(32):33-35.