

设计、符号与文化的关系

李 军

中国古代文献《管子·权修》中有：“一年之计，莫如树谷；十年之计，莫如树木；终身之计，莫如树人。”这里的“计”字与英文“design”的含义是一致的，都具有筹划、设想、计划的意思。原研哉则在其著作《设计中的设计》中认为：“设计就是通过创造与交流来认识我们生活在其中的世界。”因此设计可定义为：一种将计划和构思通过视觉的形式传达出来的过程，是人类为实现某种特定目的而进行的创造活动。

设计的内涵只有通过具象或抽象的符号才能体现出来，设计的过程实际就是将创意图形化、符号化的过程。设计师与客户的交流实质是信息的转换和传递，设计师根据需要合理运用各种视觉元素，如：造型、图形、色彩、空间、光线等进行有选择的关联、编码，使之形成特定的符号，来传达设计师内在的创意思维。

符号是为人类能感知的能够代表意义的载体形式，是联系物质和意识的桥梁，是文化的产物。人们使用经过共同约定的符号来代表某种事物、区分某种事物，是信息传播和交流中不可缺少的基本要素。

人类文明最具代表性的一个特征就是一系列符号化的行为和思维，德国哲学家卡西尔在其著作《人论》中指出，人是使用符号的动物。使用符号也是人与动物之间区别的重要标志。不同的符号系统又构成了不同的人类交流活动的基本手段，比如宗教、科学、艺术、文学等。他认为人是符号的动物，文化是符号的形式。按照索绪尔在《普通语言学教程》中的观点，符号是由能指和所指组成的混合物。能指即表示成分组成了表达方面，而所指即被表示成分则组成了内容。在现实生活中，人类的思维和语言交流都离不开符号。我们每天看到的电视、广播、报刊和互联网，实质上是各式各样的符号，通过这些符号人们实现了对各种信息的掌握和处理。人的意识过程是一个符号化的过程，是对符号的一种组合、转换和再生的过程。具有形式表现、信息叙述和传播指代的功能，因此符号是人类进行信息交流和相互传递的纽带。

符号从形态上可分为语言符号和非语言符号两

大类，如以人类的知觉感官来划分，则分为视觉符号系统、听觉符号系统、触觉符号系统、味觉符号系统和嗅觉符号系统等。与艺术设计关系尤为密切的视觉符号包括两层意义：明示义和隐含义，而隐含义往往要大于明示义。比如在歌曲《我的中国心》中长江、长城、黄山、黄河不仅是祖国湖泊山川的符号，更代表着中国并洋溢着自强不息的民族自豪感。

在艺术设计范畴中，符号又可细分为图像符号、指示符号、象征符号。

图像符号被视为直接意指的符号，具有通过模拟对象或与对象的相似而完成指代的作用。长久以来，图像符号帮助人们超越国家、种族的差异，迅速而明确地传递出有效的信息，多用于服装、食品、楼盘、汽车等广告传播。指示符号所涉及的对象与符号之间具有时空上的关联，是代表某一特定项目或状态的图形。比如卫生间的男女性别标志、高速公路上的交通符号、超市食品包装上的食品安全标志等。指示符号所传达的信息往往是受众共同约定的，起指导和帮助的作用，因而极大地方便了人们的生活。象征符号是被赋予内涵的表意符号。它所指涉的对象与符号之间有性质上的相似性，但与所指涉的对象间无必然或是内在的联系。象征符号依托表层的形象传递与自身形象相似的概念、思想，或抒发内心的情怀，广泛应用于历史、宗教、社会学、心理学及其他文化领域，例如，龙是想象出来的动物，具有马头、虾眼、龟颈、鹿角、虎掌、鹰爪、金鱼尾，是中国古代各部落图腾融合的结果，并逐渐成为了皇家的专用象征，故宫的装饰大量采用龙的形象，皇帝被视为真龙天子。进入现代社会后，腾飞的巨龙成为中国人的精神象征。青龙、白虎、朱雀、玄武本是四方部落的图腾，随着时间的沉淀逐渐成为东南西北的方位标志。根据圣经记载耶稣被犹太出卖后死于十字架上，后来“十字”成为基督教的象征，而红十字则代表了世界大多数国家的慈善救援组织。

色彩是一种特殊的符号，在历史上色彩不仅表征为一种颜色属性，而且往往被用来代表一个阶层。自西汉中期以后，黄色成为皇帝的专用色，隋唐后，

朱、青、绿、紫等成为官员的专用色。唐代还有规定,三品以上服紫,五品以上服绯,六、七品服绿,八、九品服青,而平民百姓只允许穿白衣和黑袍。“谈笑有鸿儒,往来无白丁”,唐朝诗人刘禹锡在《陋室铭》中用“白丁”比喻布衣百姓。20世纪70年代美国工人多穿蓝色的工装,因此蓝领一词逐渐成为工人的称谓,而白领也成为脑力劳动者的代名词。

什么是文化?梁漱溟说:“文化,就是吾人生活所依靠之一切”,“文化是极其实的东西。文化之本义,应在经济、政治、乃至一切无所不包”。文化在根本上是精神价值的整体,也可看做是各领域间成就的相互渗透,比如经济、法律、道德、宗教、科学和艺术等。《辞海》对“文化”的解释是:“文化,从广义来说,指人类社会历史过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。从狭义来说,指社会的意识形态,以及与之相适应的制度和组织机构。”因此讲,文化是一种社会现象,是人们长期创造形成的产物,同时又是一种历史现象,是社会历史的积淀物。下面从两个方面陈述文化与设计、符号相互间的关系。

第一,传统文化的影响。中国传统审美意识的核心是和谐。中国的传统文化主要受儒、道影响,所谓外儒内道。儒、道两家都主张人与自然和谐相处,因此“天人合一”与“道法自然”成为中国传统文化中重要的美学追求。

和谐之美在内容上要求人与自然、人与社会的统一,在形式上特别讲究“平衡、对称、比例、节奏、宾主、参差”等。这种中和、中庸的审美思想在中国传统厅堂的设计中体现得尤为明显。北京故宫始建于明朝,是明清两代皇帝的住所,外朝太和殿、中和殿、保和殿,内廷乾清宫、交泰殿、坤宁宫都依次在南北贯穿的一条中轴线上排列,太和殿是故宫建筑群的最高乐章,建筑面积最大,气势雄伟、豪华壮丽,成功地营造了奉天承运的皇帝所需要的气场和惟我独尊的

文化心理。四合院是北方京津一带民居的主要形式,北房、东西厢房和南房围合成四方的院子,北房居于台基之上,位于中轴线的核心位置是正房,同样强调了儒家等级尊卑的传统思想。

第二,传统符号是现代设计创作的源泉。贝聿铭曾说过:“现代建筑必须源于他们自己的历史根源,就好比是一棵树,必须起源于土壤之中,互传花粉需要时间,直到被本土环境所接受。文明的历史香味飘进了现代建筑空间,同时香味也飘进了室内空间。”在香山饭店设计中他大量采用中国园林式建筑符号为设计元素,如绿色灌木、池塘、假山、太湖石、花窗和月亮门等,香山饭店的屋顶采用了中国传统徽派建筑的骑马墙形式,白墙灰瓦的外立面具有浓郁的中国江南地域特色,画中有景,景中有画,充分展现了具有中国特色的建筑语言。

笔者曾经以松、竹、梅为图像符号,创作了一套名为“岁寒三友”的系列招贴作品。松、竹经冬不凋,梅花耐寒开放,正直、朴素、有节、坚强是它们的内在品质。在招贴画构图中留有大面积的空白,体现了反腐倡廉的主题。年年有余、龙凤呈祥、比翼鸟等优秀的民俗文化也常被设计师运用到作品中。2008年北京奥运会,中国的文化内涵也正是通过“中国印”标志和“金镶玉”奖牌等符号的诠释完美地传达出来。

设计作为一种特殊的手段作用于符号这个载体,由于根植于一定的文化背景中,因此设计符号必然地体现出特定的文化意味。而其中的内涵与精神则是民族历史长期积淀的结果,是中华民族所特有的灵魂之所在。中国文化底蕴丰厚、源远流长,是设计师取之不尽的素材宝库,传统符号在经过现代设计理念的再认识后必将焕发出勃勃生机。

(作者单位 山东轻工业学院艺术设计学院)