

基于造型文法的器物文化创新设计研究

——以青铜酒器为例

程门雪, 林璐

浙江理工大学艺术与设计学院工业设计系, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年4月7日; 录用日期: 2024年6月13日; 发布日期: 2024年6月21日

摘要

为实现中国器物的文化传承, 本文以青铜酒器为例, 提出一种器物文化创新设计思路并进行酒瓶设计实践。首先提取青铜酒器文化特征, 分析器物造型特征, 运用造型文法拆解文化显隐性因子关系; 分析现阶段市场运用传统元酒瓶设计方法, 总结设计原则, 提出设计模型; 依据原则与模型对青铜酒器造型进行重构与设计加工; 最后以此为基础对酒瓶进行具体设计实践。深入挖掘传统器物造型中深层美学思考, 将产品的功能性与艺术性相结合, 实现青铜酒器形态的再应用。

关键词

酒器, 青铜器, 器物文化, 酒瓶设计, 造型设计

Research on Cultural Innovative Design of Utensils Based on Modeling Grammar

—A Case Study of Bronze Wine Vessels

Menxue Cheng, Lu Lin

Department of Industrial Design, School of Art and Design, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Apr. 7th, 2024; accepted: Jun. 13th, 2024; published: Jun. 21st, 2024

Abstract

To achieve the cultural inheritance of Chinese utensils, this paper proposes a cultural innovative design concept for utensils and conducts design practices of wine bottles, taking bronze wine vessels as an example. Firstly, it extracts the cultural characteristics of bronze wine vessels, analyzes the modeling features of the utensils, and utilizes shape grammar to disassemble the relationship between explicit and implicit cultural factors. Then, it analyzes the current market's design me-

thods for traditional element wine bottles, summarizes the design principles, and proposes a design model. Based on these principles and models, the paper reconstructs and designs the modeling of bronze wine vessels. Finally, specific design practices for wine bottles are carried out based on this foundation. This research deeply explores the deep aesthetic thinking in traditional utensil modeling, combines the functionality and artistry of the products, and realizes the reapplication of the forms of bronze wine vessels.

Keywords

Wine Ware, Bronze Ware, Artifact Culture, Wine Bottle Design, Modeling Design

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

古人云“非酒器无以饮酒, 饮酒之器大小有度”, 酒器作为酒文化的载体在器物文化占据重要地位。中国传统酒器承载着中华民族优秀的文化传统和造物思想, 蕴涵许多优秀的设计思想和文化理念[1]。酒文化在现代生活中依旧盛行, 但是优秀的酒器文化却没能得到相应传播。酒瓶作为现代文化中最容易接触到的介质, 是一种传达酒器文化的优秀载体。其中, 青铜酒器由于其造型复杂性与现代酒器追求简约形式造成的直接矛盾导致青铜酒器元素难以在商业设计中发展[2]。因此活化青铜酒器文化并应用于酒瓶产品, 可以有效响应国家大力发展文创产业的需求, 弘扬与传承青铜酒器文化。

2. 青铜酒器文化概况

酒器即酒具器皿, 是酒的载体。最早的酒器由天然材料制成, 如陶器、竹筒等, 用于盛装和储存酒。随用途细分, 酒器的设计和制作变得更加精细与复杂, 直到青铜器的出现使酒器制作进入了一个全新的阶段, 青铜酒器具有华丽的外观和精美的纹饰, 成为贵族阶层展示身份和地位的象征。夏商后期统治阶层酗酒成风, 促使青铜酒器的艺术水平达到登峰造极的高度。种类繁多的青铜酒器的造型颇具特色, 因此深入挖掘青铜酒器丰富美学内涵, 通过设计手段分析并提取传统青铜酒器造型特征, 并运用以文化创新设计, 对打破文创产品停留在文物浅层次形体和元素提取的僵局具有重要意义。

3. 青铜酒器特征分析

文化特征可以被分离为显性因子和隐形因子[3]。显性因子是指产品本身的外部特征包括形态、色彩、材质与肌理等。隐形因子指在特定环境下, 在物质层面的基础上衍生出精神层面的文化因素, 包括认知、审美与象征等。在青铜酒器文化中显性因子体现在酒器的形制与纹饰。青铜酒器的形制主体构型取决于酒器的功能与使用场景, 按用途分为饮酒器、煮酒器、贮酒器、盛酒器。在满足使用者的功能需求的基础上衍生出精神需求。商周时期青铜酒器作社会礼仪的道具, 在宴会和祭祀活动中起重要作用, 常用于表达政治权威和统治者的身份。因此酒器形制在满足功能需求的同时必须满足其造型所要体现文化隐形因子的精神需求即威严感、庄重感、与奢华感, 这也是造型设计中形对态的塑造。

形决定整个器具的整体风貌, 方显秩序与稳重, 圆则生动与浑厚, 大显气势与胸怀, 小则精致与微妙[4]。形制功能结构组合关系与纹饰细节设计满足器物实用性, 也体现产品的文化内涵与隐喻。因此即使在同类别酒器中形制有着相似的整体轮廓, 通过不同的细节设计方法也可以传达出不同使用与情感价

值。造型文法是造型实践的产物,也是形态设计的基本方法。在造型文法中的细节文法是一种在产品基本形体关系确定后,针对产品形态更加深入的造型设计方法。在形态创作中,除了把握产品整体的形和态之外,由于产品功能需求不同,产品结构和功能还需要大量可以视之为点、线、面的基本造型细节来丰富产品[5]。造型文法依据时代进步而变化、发展和完善。现代产品造型设计都是由一些基本要素以一定方式构造的,即用形体去容纳具有一定技术功能结构的单体,再将多个单体按照形体构成规模和方式有机地组合从而形成产品的整体形象。而传统造型设计虽然没有成体系的设计造物规范步骤,但依据设计实践可探究其文法运用规律,分析传统造型文化方法,同时也是系统性梳理器物文化特征的一种方法。因此本文选取造型文法中的细节文法,通过分析不同种类青铜酒器的形制及其功能与纹饰对结构与态势的影响,解构视觉元素并分析其背后蕴含的内在逻辑性与规律性,提取出适用于现代工业产品的设计要素。

3.1. 器型形制的统一与变化

产品由不同功能组件组成,每个组件都有自己的形体特点。在整体设计时,各组件之间即要具有差异性又要在一定程度上表现出统一性。过分的统一会使产品造型趋于呆板,过分的变化又会使整体夸张杂乱无法凸显重点。因此只有两者相辅相成,在统一中求变化,在变化中求统一,才能达到造型的审美需求。

1) 变化中求统一,指以变化为主,但在多样性的变化中强调一些共性因素,使复杂的要素兼顾整体的一致性、协调性。贮酒器与盛酒器由于其功能性导致形态在一定程度上的统一,主要是酒器腹部浑圆的储酒位置需要预留足够空间进行储酒。在饮酒器觚中腰部造型为束腰、细腰、鼓腹、筒腰,觚最早的腰部造型为“束腰”与“细腰”,随时代发展出现了“鼓腹”[6]。鼓腹造型指酒器的向中心收束的腰部增加圆润凸起处理,在与贮酒器与盛酒器在成套使用中达到整体感与统一感。

2) 统一中求变化,指在统一的前提下利用差异性因素引进冲突和变化,使造型在统一的前提下更为生动活泼而富于变化,在强调变化的同时保证整体的各个部分之间的联系,给人以一致的感觉。爵形饮酒器有爵和角,其造型在青铜酒器中最具代表性。爵的本意是鸟雀,身前有流即倾酒的流槽,后有尖状尾,杯身下有三足。在爵和角的造型中三足呈现向外的弧形轮廓,同时三足的顶部进行变化处理呈尖角状,与同时期稳而厚重的陶制器物造型差别明显体现出酒具的轻巧。爵和角在功能上突出倒酒口的作用,爵杯口尖尾状和角杯口的两翼若尾的尖角状在造型打破了陶制器具的中轴对称的圆润;足相呼应,在整体上表达轻盈飞扬的动态感。爵与角如同展翅欲飞的神雀,给人以精巧、空灵之感,蕴含商代信奉万物有灵“尊神”的文化内涵,也表达神圣高贵的认知与象征。

3.2. 功能结构的对称与平衡

对称的造型和图案给构图带来秩序感、规则感和稳定性,使观者感到和谐与安心,但是单一的对称在形态设计中有时会显得单调与乏味,难以满足人的审美诉求,因此为了达到非对称的稳定与和谐,在造型与构图中会采用平衡的手法。产品中的平衡指各造型要素所形成的量感的均衡,与对称不同,平衡更强调的是心理的感受即隐性因子,是一种变化中的平衡。为了达到量感的均衡,也会注重产品组件间的比例,有助于引导观看者的观赏顺序与观赏重心,将注意力吸引到特定的元素上。四川大学彭裕商先生著有《西周青铜器年代综合研究》将西周青铜尊分为圆尊和方尊,依据腹部及足部的变化分为六式,其中III式特点为鼓腹下移和矮圈足[7]。青铜尊呈垂直方向中轴线轴对称,对称的造型来源于由工艺限定的陶器形制的衍生,构型上满足了贮酒的大容量与稳定放置的功能需求。立体纹样与动物形装饰多在尊腹进行装饰服务于隐性的文化语义,传达商周独特的崇敬万物有灵思想文化,同时包含装饰在内的尊腹在尊整体造型中遵循比例的限制以满足心理认知。如图1中四羊方尊突出的立体装饰伴随着弱化的尊腹造型,与龙虎尊形成鲜明的对比。由于贮酒与取酒功能影响,大口是所有尊都具备的一个主要特征,通常口径是整个器物的最大径所在,导致在构图中上半部分的量感大与下半部分。因此将尊腹进行下移处

理, 使上下半部分量感达到平衡, 给人稳定与庄重的心理感受。



Figure 1. Example of III style
图 1. III 式尊示例^①

3.3. 纹样构图的节奏与韵律

产品中的节奏指以同一元素连续重复类似节拍规律性的强弱交替, 形成重复的节奏产生的动感。单纯的单元组合重复容易导致单调, 为了丰富节奏的情感表现, 规律变化元素或色彩间以数比、等比处理排列, 使一系列总体上散乱的元素获得规律化的方法称之为韵律。元素节奏与韵律的组合用以满足结构、功能或语义表达的需求。

1) 结构中的节奏: 青铜酒器的结构较为单一, 在青铜器节奏的表现手法用以结构分布是青铜编钟上用以消除声音共振的枚, 通过整齐的整列和适当的比例位置与立体纹样的排列满足功能与秩序、平衡与肃穆的精神需求。

2) 功能中的节奏与韵律: 图 2 中荣子方尊和龙爵中通过增加尊体与爵体的装饰元素的排列, 在功能上为产品增加了防滑模块。通过韵律美将多样的纹样单体进行重复与组合, 使纹样在秩序约束下富于变化, 传递精致、华贵与趣味感。

图例	纹样	律动分析
 鱼鳞觚	 鱼鳞纹	<ol style="list-style-type: none"> 1. 鱼鳞元素单体重复排布形成了现有的鱼鳞纹, 鱼鳞纹根据产品造型进行排布方式的变化, 随造型收束而减小元素尺寸增加排列密度。 2. 纹样在变化中改变比例, 在节奏中增加韵律感。
 旅父乙觚	 目雷纹	<ol style="list-style-type: none"> 1. 上下两部分由目雷纹单体重复排列, 同时分布乳钉纹, 根据产品造型上窄下宽的变化在单体数量与大小上进行变化。 2. 为增加纹样变化, 在尺寸与数量变化基础上增加了方向变化, 在单体重复的基础上改变细微的形变方向, 形成向下扩张的波纹曲线。
 荣子方尊	 弦纹, 连珠纹, 细雷纹	<ol style="list-style-type: none"> 1. 采用弦纹以及连珠纹进行排列等比处理排列, 通过装饰线对体进行分割, 增加了腰部内收位置视觉特征。 2. 腹部细雷纹单纯进行连续的重复排列, 弱化视觉元素。
 龙爵	 龙纹	<ol style="list-style-type: none"> 1. 爵体腹部作斜条形构图, 雷纹与龙形纹交替排列, 由沟纹间隔进行等比处理排列。雷纹与龙形纹纹路细密曲折, 与粗而简单的沟形纹组合排列增加了重复内容与重复方式。

Figure 2. Rhythm and rhythm in patterns
图 2. 纹样中的节奏与韵律^①

3) 语义表达的节奏感: 图2中鱼鳞觚和旅父乙觚的觚足饰以鱼鳞纹样, 向上逐渐减弱的鱼鳞纹犹如游鱼于水中游走留下渐逝的残像, 排列随足部的扩张而扩展, 随造型变化而改变, 增加了产品造型视觉中足部的稳定感与力量感, 同时通过等比形变的纹样凸显流动变化, 增加使用者的想象空间。

4. 传统感酒瓶设计要素探究

白酒在中国历史悠久, 在中国酒市场中占据极为重要的地位, 现有市场白酒酒瓶设计中可以粗略分为现代感设计与传统感设计。为将青铜酒器文化融入酒瓶设计并合理规避现有传统感酒瓶设计的不足, 需要对市面已有传统感酒瓶进行具体分析, 图3归类了现阶段传统感酒瓶设计特点, 总结出现有酒瓶的设计特点与不足, 提出设计原则并构建设计模型。

类别	显性因子借用		显性因子再造
	其他相关形态的借用	器物形态的借用	文化符号的扁平化表达
图例			

Figure 3. Existing traditional wine bottle classification

图3. 现有传统感酒瓶分类^①

4.1. 传统感酒瓶设计要素分类

1) 显性因子借用。传统感酒瓶对酒文化的应用是为了达到酒文化给人心理层面是认知与审美需求, 即隐形因子的隐喻, 但市面上酒瓶设计往往缺失了显性因子再造环节。显性因子借用以形态为主, 在酒文化特征的形态中包含酒的器物形态与其他相关形态。

器物形态的借用是由于不同材料的形制发展是总是建立在之前形制的基础上, 比如青铜形制有部分是陶器形制的延续, 因此在包装设计中也不乏器物形态的模拟。如图中部分酒瓶造型停留在器物形态借用的阶段, 有传达器物文化的意图但过于简单, 难以传递相应器物文化的审美与文化内涵。如图中酒觚形制的酒瓶设计形态与颜色的直接模拟而显粗制滥造, 无法传递青铜酒器庄重华贵的文化象征。大部分酒瓶的以借用陶瓷器造型为主进行传统平面元素的叠加, 造成形制与平面元素在显性层面与隐性层面割裂的局面。

其他相关形态的借用指传统感酒瓶设计中部分根据品牌定位选取特定限制酒文化的造型特征后直接借用特征形态轮廓。如图使用蒙古士兵头盔、粮草屋等造型应用于酒瓶的造型设计, 在隐性层面虽然具有一定的文化与情感连接, 但跨越了再造阶段导致在造型上过于直白显得廉价, 在视觉表现上难以达到用户审美需求, 也增加了生产资源的浪费。

2) 显性因子再造。文化符号的扁平化表达是偏现代的酒瓶器型与平面包装的组合, 在生产与系列迭代低成本较低, 是市面上最为常见的饮品包装形式。具有对显性因子的提取与再造过程以满足隐性层面的审美需求, 但作为文化特征的传播载体由于大部分包装的平面插画内容与产品形制连接感弱, 难以满足文化特征的认知与象征需求。同时存在同质化严重辨识度低的问题, 作为传统元素包装难以在市场竞

争中脱颖而出。

4.2. 传统感酒瓶设计原则

据上述讨论, 传统感酒瓶中设计未进行深入挖掘, 停留在浅层次形态借用, 视觉层面与文化层面较割裂, 文化创意形式雷同的问题较为突出。根据分析得出运用传统元素进行设计的原则与模型, 如图4。

1) 文化内涵的抽象与统一表达。对选定文化意向的具体表现进行形态因子筛选并提炼具体特征细节与具有较高艺术价值的视觉特征。如在模仿蒙古头盔造型的酒瓶设计中可以提取具有高艺术水平的蒙古服饰的特征作为产品细节点缀。在造型中选择与产品具有一致语义或内涵的相关文化特征, 例如在蒙古酒瓶中选择酒皮囊为基础进行设计重构, 以避免文化与产品的难以建立联系点的割裂感。

2) 器物形制的提取与设计重构。作为器具的设计, 直接借用传统器物形制过分强调形体的表面文章难以进行有效的文化传播和满足现代市场的审美需求。对传统形制进行功能与形态的分析, 深入挖掘器物造型设计的文化内涵与使用场景拓展, 提取形制造型特征并分析与拆解, 对拆解元素进行设计加工并根据设计产品的功能属性将传统造型拆解元素与产品结合。采用造型文法的造型设计方法丰富造型形态变化达到隐喻表达效果。

3) 平面与造型一致的文化感知。包装设计中平面元素占据重要地位, 但也是平面元素的使用造成了文化创意元素同质化严重的局面。为规避平面元素导致文化雷同的问题, 造型设计便凸显其重要性, 可以提取相应文化特征进行造型设计, 使平面设计中传达的文化内涵与造型特征达到统一。如著名的贵州茅台采用敦煌的文化意向, 在平面元素与器物造型上达到了和谐统一。

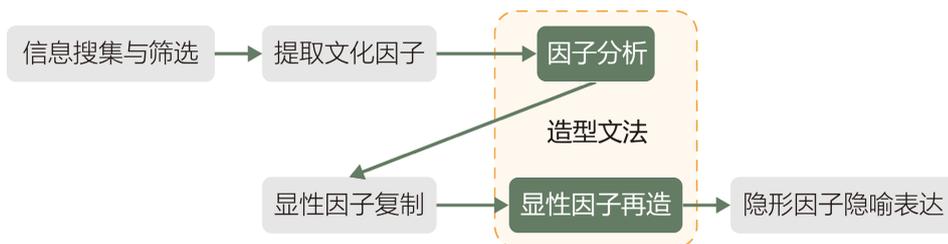


Figure 4. A design model that uses traditional elements to design

图4. 运用传统元素进行设计的设计模型^①

5. 青铜酒器造型元素酒瓶产品的设计实践

基于上述设计模型与传统感酒瓶设计要素讨论, 设计一款传递青铜酒器文化特征的白酒酒瓶。通过对青铜酒器的显性特征进行重构与设计以传递青铜酒器文化的隐喻与内涵, 凸显酒瓶的威严尊贵与奢华大气。

5.1. 设计因子提取

针对青铜酒器进行显性因子提取, 对直接提取得到的元素进行抽象与简化, 为设计实践中的是再设计提供创造空间。分析形制装饰思路并尝试改良并应用于酒瓶产品。

1) 形态因子提取。图5和图6选取青铜酒器中具有代表性的爵与具有储酒功能的壶进行形制轮廓提取, 分析与归纳形制的基本形制并进行元素简化, 得到三足尖状口的爵与细腰鼓腹的壶的基础造型特征。分析并提取青铜酒器纹样的构图与排列规律。

2) 纹样因子提取。选取彰显青铜器繁复、华美特征的典型纹样“龙纹”与具有现代感的弦纹。

3) 材质与语义因子提取。由于经过了长时间的氧化和腐蚀作用, 青铜表面形成了一层致密的氧化铜

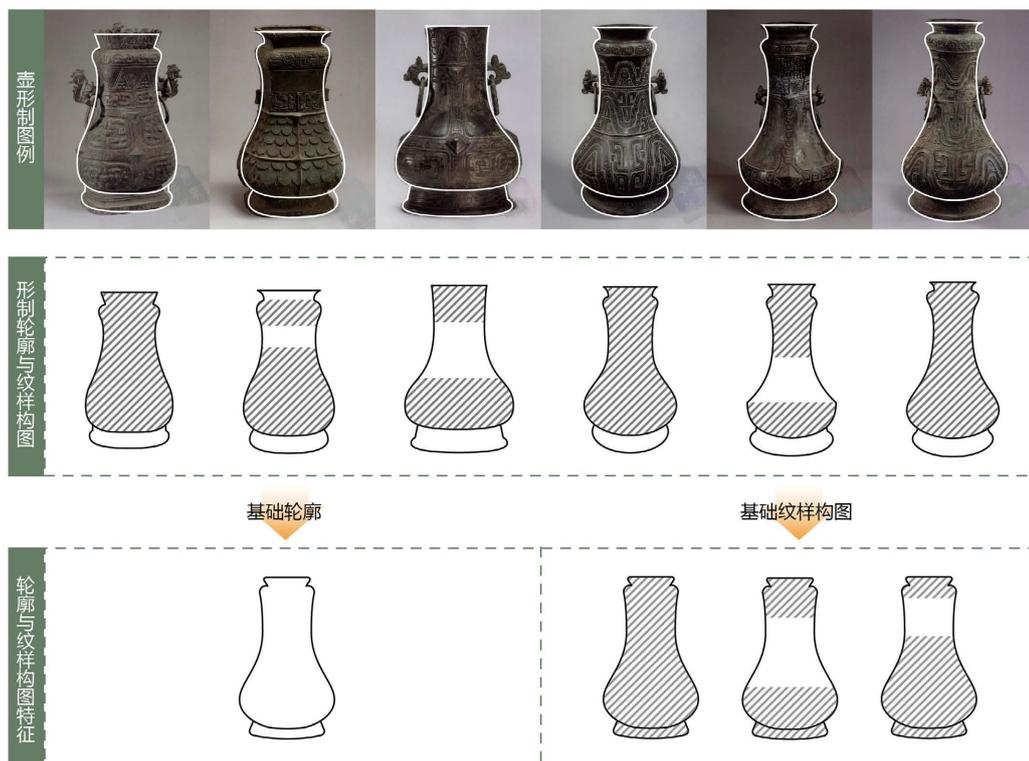


Figure 5. Feature extraction of pots
图 5. 壶的特征提取^①

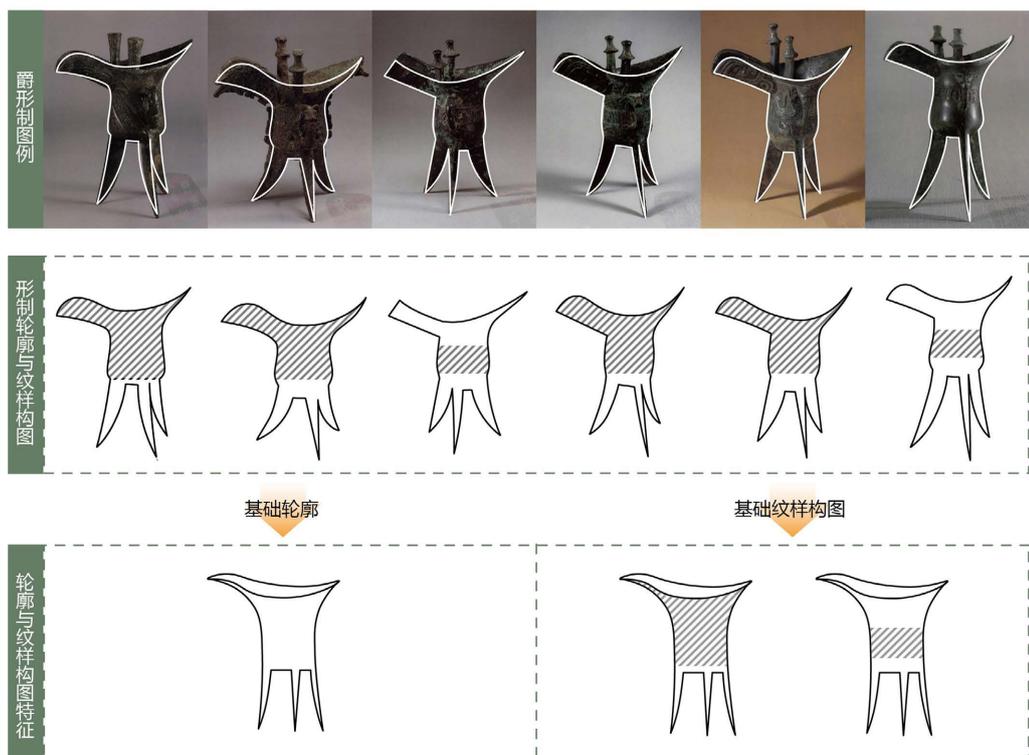


Figure 6. Feature extraction of Jue
图 6. 爵的特征提取^①

和碳酸盐覆盖层, 给青铜器带来了黑色或深色的外观, 而使用黄铜的部分还会保留一定金属色泽。因此选择黑色作为产品的主色调, 并模仿黄铜的材质与色彩进行点缀。青铜器的非可视化语义特征及内涵通过其高水平的造型与纹饰艺术得到体现, 成为使用者社会地位与权威的象征手段, 因此产品需体现出一定程度的尊贵感。

5.2. 设计实践

选择两种青铜酒器形制并轮廓抽象与形态再造, 通过细节文法对酒瓶进行设计。纹样装饰参考青铜酒器的纹样及构图, 并进行符合现代审美的设计加工, 体现青铜器的肃穆与尊贵感, 让酒器的造型、装饰元素与感知在文化特征上达到一致, 设计过程及效果图如图 7。

1) 在造型上, 由于青铜酒器中最具代表性的爵的形制与现代器具产品的差异较大, 直接挪用到酒器造型中会造成文化属性停留在表面的尴尬局面。为将爵的造型运用于酒器的瓶盖, 满足其形态多样的创作空间, 对爵造型进行抽象与形态再造, 保留爵三足与尖角的主要特征, 生成具有有机感与现代感的造型。将壶的整体造型抽取, 为了达到统一与变化的需求, 在壶造型的基础上增加面的转折与边缘线棱角, 达到与瓶盖造型的和谐统一。

2) 在纹样上, 将龙纹与弦纹进行重复使其富有节奏感, 并且根据造型进行排布使其更加贴合酒瓶, 增强纹样与酒瓶的统一性与整体感, 使纹样不再是单纯流于表面的装饰。

3) 在色彩与材料上, 酒瓶主体采用黑色为主要色, 使用玻璃为材料, 瓶盖进行金属漆喷涂模仿铜的材质。对产品进行文化显性因子再造, 整体传递青铜酒器的文化特征, 稳重华丽, 尊贵大气。



Figure 7. Wine bottle design practices

图 7. 酒瓶设计实践^①

6. 结语

器物文化是丰富灿烂的文化瑰宝。本文旨在以青铜酒器文化为例, 提出一种器物文化创新设计模型, 通过使用造型文法对器物进行拆解与再设计, 使更多的器物文化得以运用到现代产品设计当中。通过将青铜酒器文化融入酒瓶设计, 传递视觉元素与文化内涵, 让青铜酒器文化真正走入寻常百姓家。

基金项目

2022 年浙江省高等学校课程思政示范课程《基础设计》, 项目号: kcsz20220111。

注 释

①图 1~7 来源: 作者自绘

参考文献

- [1] 姚善良, 韩杰. 浅谈商代青铜酒器设计[J]. 艺术教育, 2018(15): 177-178.
- [2] 杨剑威, 王毅. 基于形状文法的青铜酒器形态推演与设计应用[J]. 包装工程, 2020, 41(8): 317-326.
- [3] 吴玥, 陈香. 文化符号转译视角下传统食器创新设计研究[J]. 包装工程, 2023, 44(8): 331-338.
- [4] 董钰欣. 商代青铜鼎美学研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东师范大学, 2022: 20.
- [5] 孙颖莹, 熊文湖. 产品基础设计[M]. 北京: 高等教育出版社, 2009: 67-69.
- [6] 陈琳. 中国古代饮酒器造型研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京林业大学, 2009: 36-38.
- [7] 彭裕商. 西周青铜器年代综合研究[M]. 成都: 巴蜀书社, 2003: 182-187.