

# 中国节俗视觉符号与室内外设计的关系\*

娄国强

(重庆师范大学 美术学院,重庆 400047)

**[摘要]** 设计是内容和形式并存的统一体。内容即设计思想、设计元素。在节庆环境空间设计中,设计元素与特殊节庆环境的构成元素密不可分。节俗有其固有的构成因子,如春联、“福”字、鞭炮、河灯、窗花、中国结、月饼等,这些视觉符号元素成为特定节庆环境中设计元素的符号之一。正因为这些具有文化底蕴的视觉元素存在,才使得设计与环境感受下的视觉反应相得益彰。

**[关键词]** 节俗;设计;设计元素;心理需求

**[中图分类号]** TU-85

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1005-2909(2007)01-0008-04

从传统文化上来看,节俗是一个民族和国家在长期的历史发展中伴随其独特的生产和生活方式,为满足人们某种心理需求而逐步形成的,是民族本性及其表现方式的浓缩。节日风俗是展现一个民族文化的窗口,古人云:“入国而问俗,”节俗从各个不同的角度和侧面反映着民族的历史风貌和社会生活,具有鲜明的民族特色,同时也是外部世界认识了解我国传统文化的一个重要通道。

## 一、节俗有其固有的构成因子

任何文化因其特质都有着固有的坐标,节俗文化相对于以儒家学说为核心的雅文化,可称之为俗文化;相对于科举之类的官场文化,可称之为大众文化;相对于当权者倡导的主流文化,可称之为潜流文化;相对于现代文化,可称之为传统文化;相对于西方文化,可称之为本土文化。一个集大众、本土、传统为一体的民族文化一代代的传承下来,在发展变更的同时也根深蒂固的延续下去。

中国文化最突出的两个特点是源远流长和博大精深。节俗的来源有着他本身固有的原型因子,就中国古代节气来看,具有以下特点:

- 一是数量多,每月至少一个节日;
- 二是节日形式成熟,构造复杂,每个节日都有一

套相应的节日传说、节日饮食、娱乐、礼仪、禁忌。构成了一套烦杂的节日习俗系统;

三是每个节日中都可找到一些最为古老的文化遗存因子;

四是能强烈地反映民族文化的内容与色彩。

节俗的来源有着它本身固有的原型因子,当时令节气、神话传说、祭祀风俗与人们的娱乐活动、饮食习惯形成有机联系时,新的节日应运而生。这些古老的文化遗存因子和在行为习惯中产生的道具便成为大众所认同的视觉符号。

## 二、设计有其内在设计元素

设计是内容和形式并存的统一体。内容即设计思想、设计元素。在各大节气的特定环境空间设计中,设计元素与特殊节庆环境的构成元素密不可分。比如我国传统的四大节气:春节、元宵、端午、中秋就包含着不同的节俗构成因子,如春联、“福”字、鞭炮、河灯、窗花、中国结、月饼等一些视觉符号元素。这些视觉符号元素便成为特定节日环境中设计元素的符号之一。正因为这些具有文化底蕴的视觉元素的存在,才使得设计与环境感受下的视觉反应相得益彰。

室内设计是研究室内环境与人的关系的设计学

\* [收稿日期]2007-02-12

[作者简介]娄国强(1967-),男,重庆人,重庆师范大学讲师,从事绘画艺术教学研究。

科。对于设计本身而言,首先设计需满足功能的需求;其次,设计需满足社会经济效益和社会环境效益;再次,它是一种设计艺术,需要满足人们心理与精神生活的需求。这三个层次的功能,分别向室内设计提出了相关功能层次的设计目标与设计方法。以春节联欢晚会为例,纵观历届春晚的舞美设计,其舞台背景万变不离我国大众所熟知、认同的大“福”字、中国结等这些元素符号,尽管形式在不断推陈出新,以满足广大观众日益提高的视觉感受,但这些节俗元素符号依然是永恒的主题。

丹尼尔·贝尔在《资本主义文化矛盾》一书中说:“当代文化正在变成一种视觉文化。”视觉几乎是所有动物的生存手段,而且大多数的动物都是通过视觉来获取外界信息的。但是,对于人类来说,由于人类有一种特殊的“观察”及“思考”能力,人类的视觉不仅仅是生存的手段,而且还是思考和丰富生活的工具。因而视觉元素符号便成为影响人们观察、思考问题的重要因素。

春节联欢晚会已远远超越了作为一档综艺节目的意义,对很多中国人来说,春节联欢晚会有着和吃年夜饭一样重要的意义。从民俗学角度看,节日其实是在共同的时空环境下由参与的人群共同举行的仪式行为,它是人类对时间、对自然界生命节律的敬畏和礼赞的积淀与遗存。具有庆典性的春节联欢晚会反映出—个特殊的春节“民俗”在辞旧迎新这个特殊时刻的重要地位。我们说春节联欢晚会是一个“新民俗”,其实指的也是春节联欢晚会如同传统民俗—样,已经—定程度带有仪式化、庆典化的色彩。如果春节联欢晚会脱离了“普天同庆”这个节庆元素,也就失去了它的意义。随着传统节日仪式行为在—现代社会的渐行渐远,电视春节晚会凭借现代传播技术营造的“天涯共此时”的氛围,使人们寻找到一个类似于传统仪式行为的最佳平台。因此,舞台设计所能营造的视觉效果显得十分重要。喜庆、欢乐、祥和、团圆成为与春节联欢晚会紧密相连的主题词,而与喜庆、欢乐、祥和、团圆相关联的视觉符号也成为春节联欢晚会的主要元素。春节联欢晚会在综合各种艺术手段和多种艺术品种的同时,用各种艺术手法营造鲜明的民族风格、民族特色和民族气派,用各种创作元素营造整体喜庆色彩。红色,成为春节联欢晚会永不退色的主色调,红灯、红门、红字、窗花、中国结等成为最常见的造型元素。

2004年的春晚舞台设计,突出祝福二字:有人民对祖国的祝福,祖国对人民的祝福,还包括一种对生命的祝福,总之,利用春节联欢晚会这个平台把祝福送到每个人的心中。舞美设计上整个演出的舞台区罩在巨大的象征喜庆的大红灯笼内,晚会现场舞台正对的一面墙上是44个不同字体的“福”字,舞台两侧的屏风也赫然印有巨大的“福”字。《礼记·祭统》中写到:“福者,备也;备者,百顺之名也,无所不顺谓之备。”这里的“福”即指事事顺利。此外,“福”还包含长寿、富有、康宁、好德、善终等等,寄托着人们对幸福的向往和追求。

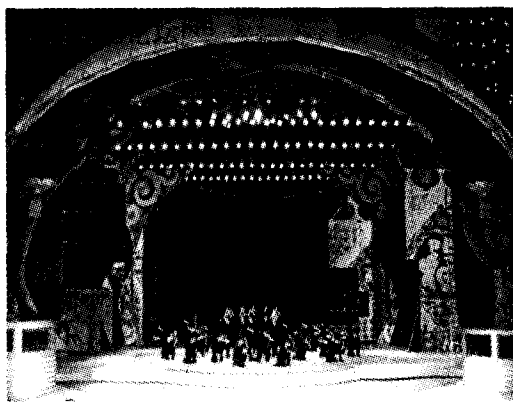
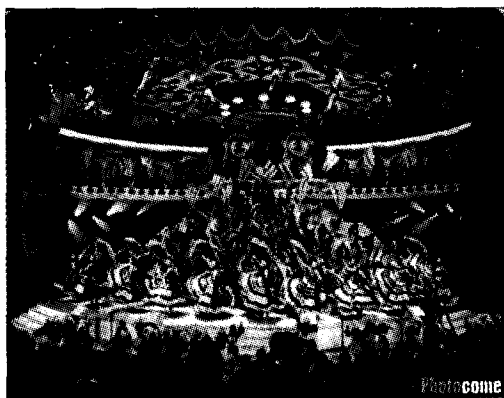


图1和图2 央视春晚舞台设计

2006年春晚舞台设计,整体外形是环形圆拱,当红色大幕接上时,从外面看上去,整个舞台就是—个大红灯笼的侧面,灯笼上端的弧线突出地横跨整个舞台上—方。灯笼这个传统的节俗符号经过变异,并在舞台设计上进行了美化,使整个舞台很有立体感。



图3 餐厅内的装饰

除开春晚舞美设计,节俗视觉符号在节气室内外设计中的恰当运用也时常为环境增色不少。如影视剧中的场景设计运用在电视剧《大明宫词》中,太平公主在上元灯节的假面狂欢之夜邂逅英俊武士薛绍,从而坠入爱河,这浪漫的一幕假若没有舞台设计空间环境的烘托,就不会如此耐人寻味;又如展台设计运用在端午中秋佳节的食物展销会上,各大商家别具匠心的展位设计为的是吸引消费者的眼球,设计与市场的紧密关系显而易见;另外过节包席时下已日渐受到大众的喜爱,节庆环境的设计也就成为其中的重头戏,随着人们生活水平的提高,进餐厅已不仅仅是为了解决温饱,更重要的是寻求一种感觉,逢年过节一家老小在喜气洋洋的环境中团圆,会无比舒心和无限满足,这就是室内空间设计的运用。



图3 餐厅内的装饰

### 三、心理需求有其潜在的心理暗示

根据格式塔心理学的理论,在设计形式中,蕴藏着一种引起观众视觉注意的“张力”或“力场”。当观众自身的“力场”与设计中的“力场”相同时,就会出现“力的同构”,即“共鸣”。这种心理需求产生的共鸣,实质是受外界、传统、观念、情绪、判断影响的心理暗示。心理暗示是人或环境以非常自然的方式向个体发出信息,个体无意中接受这种信息,从而做出相应的反应的一种心理现象。心理学家巴甫洛夫认为:暗示是人类最简单、最典型的条件反射。

满足人们心理和精神生活的需求,所产生的依据是,形式特征与其象征的文化内涵有一种结构上的相似关系。当形式与人们生活的心理状态相吻合时,空间环境便能支持人们活动时的情感,使心理结构稳定。在室内外设计中,通过特有的形式语言来表现人们对生存价值观及文化价值观的理解,以不同的设计手法对室内外空间所表达的设计意念具体化、固定化,以满足和稳定人们在生存中发展的心理结构。

还是以春节联欢晚会为例,在春节佳节之际,人们祈求风调雨顺,五谷丰登,我国自古祈福盼福,崇福拜福,对“福”有高度的心理认同感。自1983年春节联欢晚会开播以来,舞美设计可谓是有着翻天覆地的变化,从起初单一的舞台逐步朝着多样化、科技化、艺术化的方向发展。福文化这一节俗符号一直呈现在观众眼前,成为舞美设计师永恒的设计元素,年年用,年年换,换的是形式,不变的是主题。为什么要在这个万人瞩目又众口难调的文化盛宴上年复一年的采用同一种设计元素?为什么没有在人们艺术欣赏水平日趋提高的今天来打破和创新?答案应该是双方面的:一方面,福文化作为产生年节的原型因子之一,自古以来就是人们对生活的一种美好愿望和祈盼的风俗习惯,而其中的民俗文化也一代代的传承下来。另一方面,包括设计师本人在内的绝大多数群体,潜意识中对福文化在春节联欢晚会视觉表现的一致认同,也说明在辞旧迎新的特殊时刻人们有这方面视觉需求。这些特殊节气环境感受下的视觉反应正是人们此时此刻的心理需求,需要得到视觉上的认同和满足。这种心理需求依赖于某种心理暗示,而心理暗示归根结底是特有节俗的构成元素对人们固有的传统观念的影响。因为风俗习惯、传统符号、心

理需求本来就是一个循环统一的有机体。

#### 四、结语

本文重点以春晚舞美设计为例论证了节俗视觉符号与室内设计的关系。节俗视觉符号引导设计,是设计元素的依据;设计影响心理,为心理需求服务;心理又反映出设计,并通过设计不断来完善。由此,推广到整个设计大领域,符号学的理论渗透在每一条信息中,不同的设计群体使用着不同的符号,或直接表达着事物,或与所代表的事物、观念之间有着逻辑性和常识性的联系。平面设计、电视广告中如此,产品设计、城市雕塑中也是如此。所谓相得益

彰,即要形式与内容的有机统一,只有做到了形式与内容的有机统一,才能让节俗视觉符号和节庆设计真正的相得益彰。

#### 〔参考文献〕

- [1] 张君.神秘的节俗[M].南宁:广西人民出版社,2004.
- [2] 丹尼尔·贝尔.资本主义文化矛盾[M].上海:三联出版社,1989.
- [3] 王达人.中国福文化[M].北京:北京大学出版社,2004.
- [4] 保罗·M·莱斯特.视觉传播形象载动信息[M].北京:北京广播学院出版社,2003.

## Relationship between the visual symbols of chinese festival and custom and interior and exterior design

LOU Guo-qiang

(Fine Art Institute, Chongqing Normal University, Chongqing 400047, China)

**Abstract:** Design is a combination of both content and form. Content means designing thoughts and elements. In a festival environment, designing elements are tightly connected with special festival atmosphere elements. Various festival elements - spring festival scrolls, Chinese character "Fu", firecrackers, paper-cut for window decoration, river lanterns and moon cakes have become festival atmosphere emblem. In both interior and outer festival design such as decorating home, hotel, stage, booth and setting a scene for a movie, these vision elements enable the design itself and human beings' visual reaction both bring out the best of each other.

**Key words:** festival tradition; component; design; designing elements; psychological need; psychological implication