



设计的民族性

肖雅婷

江西科技学院, 江西 南昌 330000

摘要：世界上每个民族, 由于不同的自然每件和社会条件的制约形成了自己独特的语言、风俗、思维模式, 社会制度和审美观念, 从而形成了自身独特的民族特点。因此, 不同的民族性反映在设计中, 便形成了不同的设计风格, 体现了异的设计理念, 设计手法和设计创新。在科学技术进步和文化全球化的背景下, 本文通过对不同地区、民族的设计风格的分析, 梳理不同设计风格的特色 and 创新的, 为设计的民族性和设计的世界性二者的关系提供新的研究思路、研究视角。

关键词：设计; 民族性; 设计风格; 全球化

中图分类号：TD211

文献标识码：A

文章编码：2023010076

The nationality of design

Xiao Yating

Jiangxi University of Science and Technology, Jiangxi, Nanchang, 330000

Abstract : Due to the difference of natural and social conditions, every nation has formed its own unique language, customs, thinking mode, social system and aesthetic concept, which leads to form its own unique national characteristics. Therefore, the different nationalities of design have formed different styles, which demonstrate the various concepts, techniques and innovations of the design. In the context of scientific and technological progress as well as cultural globalization, this paper, which claims the characteristics and innovations of different design styles by comparing the difference between various regions and nations, provides new ideas and perspectives for the relationship between the nationality of design and the world of design.

Key words : design; democracy; design style; globalization

一、引言

著名网牙利艺术史家豪粤尔对艺术风格的构成及其变迁的机制提出了独到的见解。他在《艺术史的哲学》一书中指出许多艺术家虽然是独立活动的, 但是在他们各自的不同努力中却展现出一种共同的趋向和相似的特征。艺术的风格表明, 在一定文化领域或时期中的一些艺术作品存在某种艺术特征的一致性, 并且这种共性有相当广泛的传播, 并且本年美标上有一种共有的审美趋势和审美标准。显而易见, 豪塞尔所描述正是一种具有群体共体性特征的, 地域的, 民族的风格。换言之, 这是共有的一种艺术风格, 而这种艺术风格所体现的是一种民族性。

二、设计的风格是民族性的展现

设计风格是设计师个性和创造力的体现, 同时受到客观规律和制约性的影响。自然条件、社会条件和共同的审美观念是设计

风格形成的重要因素。设计风格不仅是对形式的抽象和美的表达, 更体现了民族性和文化背景。不同民族和文化有独特的审美观念、价值观和艺术传统, 这影响了设计师的创作过程和作品风格。设计风格是设计师与文化背景的互动和共同创造的结果, 既反映了设计师个人的独特创作风格, 也承载着民族性和文化特征, 是文化传承和创新的重要组成部分。

元代是中国历史上为数不多的由少数民族统治的朝代之一^[1]。蒙古族的统治者对百瓷的喜好促进了瓷器制作在元代的长足发展^[2]。由于蒙古族是游牧民族, 生活习惯和饮食习惯与汉族有所不同, 这影响了瓷器的设计风格。元代瓷器的设计普遍偏向于大型器物, 其中加入了称为“二次元方”的原料, 提高了瓷器烧造的效率^[2]。与宋代相比, 元代的设计风格明显有所区别, 这是由于其民族差异性的影响^[3]。

德国设计在德国工作同盟的发起、色豪斯学校的成立, 以及战后乌尔姆设计学院和布来公司的作品中展现出其理性和功能性的特点, 与德国人严谨、严格的民族文化密切相关^[4]。相比之

基金项目: 南昌市社会科学“十四五”(2022年)规划项目: YS202202

2023.1 | 025



下,西班牙的设计风格与西班牙人热爱的佛罗伦萨舞蹈一样,充满热情、奔放和活力。西班牙设计最具代表性的特点之一是大面积运用红色,通过视觉上的冲击力传递出无限的激情^[6]。

三、从设计的风格中看设计的民族性

不同的设计风格背后承载着各自独特的民族性,并反映了其文化特征、审美特征以及生活习惯等。德国的设计以理性和功能性为特点,与德国人严谨、严格的民族文化紧密相连^[4]。相比之下,法国以其奢侈品设计而闻名,其设计风格突显奢华和个性^[6]。不同民族的特征正通过各自独特的设计风格向世人展现着自身的文化特色。

(一) 理性与功能——德国

当被问及德国人的品质时,大多数人通常会提到严肃、刻板以及准时等特点。德国的设计风格从“工作同盟”(Deutscher Werkbund)的建立、包豪斯学校(Bauhaus)的发展,以及战后乌尔姆设计学院(Hochschule für Gestaltung Ulm)的兴起,始终彰显着其以功能为导向的特质,严谨而冷静^[7]。这些特点也成为德国设计的标志,体现在产品设计、建筑设计以及汽车设计等领域中。

美国人在评价德国汽车时说德国车不够直率,意大利人评价德国车队为其不够唯美,但是他们都把德国汽车品牌作为主要的竞争对手。德国汽车设计以设计严谨、工艺精良引领汽车设计的发展。如今的德国汽车设计既有走仿生和亲和路线的奔驰,也有走力量雕塑路线的宝马,更有强调智慧型设计的奥迪。不论哪种风格,都展示都炉火纯青。德国设计的成功是将情感、功能,性能等因素将科学化的方法进行整合,充分地体现了其民族性。

(二) 奢华与个性——意大利

意大利是从第二次世界大战结束后逐步发展成为一个工业国家,而在战前,意大利还是一个相对落后的农业国家^[8]。然而,意大利一直以来都拥有丰富的手工业传统,尤其是家庭式手工业,这使得意大利在设计领域具有独特的面貌和特点。意大利的设计风格与美国和德国都有明显的差异,其设计风格独特,色彩强烈,概念与众不同^[9]。

意大利以其丰富的奢侈品牌而闻名于世,这些品牌如芬迪、阿玛尼、古驰、宝格丽等,拥有悠久的历史,见证了意大利奢侈品产业的发展兴盛。这些品牌的成功不仅体现了意大利的制造工艺和设计精湛,还融入了意大利民族特色,呈现出奢华和个性的独特风格。通过对细节的精雕细琢、对材质的精选和对品质的追求,意大利奢侈品牌成为全球顶级奢华的代表,彰显着意大利在时尚和设计领域的卓越地位。意大利的奢侈品牌在全球享有盛誉,这些品牌经过几个世纪的发展,成为意大利文化和工艺的象征。通过精湛的手工艺和独特的设计风格,这些品牌在奢侈品市场中占据重要地位,并成为全球消费者追逐的梦幻之物。^[10]

(三) 多元与厚重——中国

中华民族有厚重的历史文化和独特的民族特性。中华民族是

由多个民族组成,而每个民族都有自己独有的民族文化,诚然中华民族的民族特色必然是多元而厚重的。

中华民族对玉器的热爱和推崇源远流长。作为一种具有悠久历史的文化艺术品,玉器记录了中华民族的生活和社会的演变,其历史可追溯至旧石器时代,比金、银和铜器的历史更为悠久^[11]。玉器从旧石器时代到奴隶社会、封建社会,一直扮演着重要角色,其佩戴方式代表着人们在社会中的地位 and 身份^[11]。随着社会的发展,玉器从最初的简单磨制到后来的精细雕刻,玉器的制作技艺不断提升,文化内涵也变得更加丰富和深厚^[11]。

在中华民族的历史长河中,各个时期的玉器都展示了不同的风格和特点。例如,新石器时代的玉龙、玉璧,商周时期的玉刀、玉戈,春秋战国时期的剑佩、带钩,以及汉代、元代、明代和清代的大型玉器摆件,这些玉器在不同的朝代中得到了发展和革新,受到了各个民族统治者的喜好和赞赏,至今仍备受推崇^[11]。玉器在中华民族的文化中具有独特的地位,被视为珍贵无价的宝物。有句俗话说:“金银有价,玉无价”,这体现了中华民族对于这种纯净无瑕的玉石的珍视和喜爱^[11]。自古以来,“君子必佩玉”,这也是中华民族文化中对于高尚品质的推崇和表达^[11]。

四、民族的亦是世界的

20世纪三十年代,鲁迅先生在《且介亭文集》中提到了“只有民族的,才是世界的”,意味着只有源自于民族大众的事物,经过时间的积淀和提炼,才具备生命力和持久性,才能被世界所认同^[12]。这一观点同样适用于设计领域。一个成熟的设计师应该形成自己独特的设计风格,而一个成熟的民族设计则表现为能够形成独特的民族设计特色,在设计中展现出民族的特点和文化内涵。中国的丝绸锦缎、陶瓷玉器、书法国画等文化艺术形式都在通过其设计语言诉说着中国民族的文化^[13]。

在中国的设计中,丝绸锦缎代表着华美与精细,陶瓷玉器体现着深厚的历史文化底蕴,而书法国画则表达着中国文化的哲学和艺术观念。这些传统文化艺术形式的设计语言和表现手法,具有鲜明的民族特色,凝聚着中国人民的智慧和情感。通过这些设计,人们能够深刻地感受到中国民族文化的独特魅力和深远影响。

2007年,Dior为庆祝New Look系列诞生五十周年,推出了一款名为Saddle Bag的包包。为了展现多元文化和民族特色,他们设计了十二个民族版本的Saddle Bag,其中包括了中国版。中国版的设计采用了典型的“龙纹”元素,并以红色作为包包的主色调,充分展现了中国的民族特色^[14]。这一设计既是对中国传统文化的致敬,也是将民族元素融入国际时尚的创新尝试。体现了民族性在设计中的价值。当民族性经历去繁留简、提炼精华的过程后,它才能真正具有世界的意义。通过将中国的龙纹元素与时尚包包的设计相结合,Dior成功地创造出了融合传统与现代的设计作品,展现了中国文化的独特魅力,同时也在国际舞台上赢得了认可。



五、结语

深入了解设计的民族性是实现设计的世界性的基础。当设计具有深度、广度和代表性，形成自身独特的风格，它才能展现强大的生命力和无限的发展潜力。设计的民族性是通过深入研究和理解民族文化的特点、价值观和审美观念而形成的。只有深入了解民族文化，才能在设计中体现出其独特的民族性，并将其传达给世界。设计的世界化是展示设计的民族性的重要舞台。当设计以世界的眼光审视和发展，它能够超越地域和文化的限制，实现跨界和融合。站在世界的高度，设计可以更好地弘扬优秀的民族

文化，保护和传承民族的独特性。通过与其他国家和文化的交流与对话，设计可以吸纳各种元素和创新思维，不断拓展自身的边界，实现多元化的发展。设计的世界化既是一个挑战，也是一个机遇。挑战在于如何保持设计的独特性和民族特色的同时，与世界其他文化相互交融和共生。机遇则在于通过世界化的设计，使得民族文化得到更广泛的认可和传播，同时也促进了设计行业的发展和创新。通过深入了解设计的民族性和将其展现在世界舞台上，我们可以实现文化的多元共存和交流，推动民族文化的保护和发展，同时也为设计行业带来新的活力和发展动力。

参考文献：

- [1] 朱, 继光. (2013). 中国历史上的少数民族政权. 考古, (5), 53-60.
- [2] 杨, 筠. (2014). 元代瓷器的审美特征与文化内涵探析. 人类文化, (4), 108-109.
- [3] 郑, 娟. (2019). 元代瓷器设计风格研究. 艺术时空, (8), 26-28.
- [4] Hauffe, T. (1998). *History of graphic design: From the Victorian era to the present*. Laurence King Publishing.
- [5] Giménez, C. R. (2017). *Spanish design and visual culture: From the new to the postmodern*. Bloomsbury Publishing.
- [6] Rocamora, A. (2014). *Fashioning the City: Paris, Fashion and the Media*. Bloomsbury Academic.
- [7] Woodham, J. M. (1997). *Twentieth-century design*. Oxford University Press.
- [8] Berend, I. T. (2016). *The industrialization of Italy, 1830-1914*. Routledge.
- [9] Maiocchi, M. (2017). *Made in Italy: Rethinking a century of Italian design*. Bloomsbury Publishing.
- [10] Capriati, M., & Mariotti, I. (2019). The Global Fashion System: Italy's Strategic Role. In *Fashion and Luxury* (pp. 15-30). Springer, Cham.
- [11] Zheng, L. (2020). The Value of Jade Culture and Its Inheritance in Modern Times. In *Proceedings of the 5th International Conference on Education, Language, Art and Intercultural Communication (ELAIC 2020)* (pp. 349-354). Atlantis Press.
- [12] 鲁迅. (1981). *且介亭文集*. 北京: 人民文学出版社.
- [13] 梁欣. (2018). 中国传统文化元素在现代设计中的应用研究. *都市建筑*, 17(6), 51-53.
- [14] Guth, C., & Helm, T. (2013). Cultural identity and fashion: The German market. In *Fashion and Its Multicultural Facets* (pp. 57-63). Springer, Berlin, Heidelberg.