

以“海上丝绸之路”为主题的博物馆文化创意纪念品设计研究

苏 凯

(宁波博物馆)

315000)

摘要:博物馆文化创意纪念品设计要能够打动人心、饱含意义、收藏回忆。因此,文化创意纪念品更为讲求地域性、事件性。抓住文化创意纪念品的“内涵”就是抓住博物馆文化创意纪念品设计的关键,而文化创意纪念品造型作为一种设计符号,如何承载海丝文化内涵,是非常值得研究的。

关键词:宁波海丝文化;皮尔斯符号学;符号编码;文化创意纪念品设计

海上丝绸之路不但是一条促进贸易发展的路线,其所承载的文化内涵更可以融入到文化创意产业中去。本文重点讨论海上丝绸之路文化语意的可视化符号转化问题。

海上丝绸之路对于中国而言,有着特殊的文化内涵,从汉代开始,海上贸易就成为中国对外贸易的重要手段,通过进出口贸易,实现了商品传播与文化传播。海上丝绸之路文化创意纪念品设计,可以从海上贸易的交通工具、贸易物品特色、文化交融等几个方面进行研究。而在具体设计过程中,以港口为单位,逐一分析港口贸易特点,寻找设计突破口,并结合港口独特的地域文化,展开设计。

一、以宁波港口为例,详述海上丝绸之路文化特色

历史上宁波海上丝绸之路从东汉开通,宋元达到繁荣鼎盛时期,明清海禁后,贸易衰减。在交通工具方面的突出代表是,宋神宗元丰元年(1078)命安熹、陈睦两学士出使高丽国,当时明州造万解船两只,赐号为“凌虚致远安济神舟”和“灵飞顺济神舟”。第二次在宋徽宗宣和时,派使者路允迪等出使高丽国,又诏明州打造两只神舟,即“鼎新利涉怀远康济神舟”“循流安逸通济神舟”。

宁波不但进行了贸易交往,同时也有科技输出,宗教交流也有比较鲜明的特色。贸易活动的物品有陶瓷、佛像画、典籍、茶叶、丝绸等。考古学研究表明,韩国康津等地区的窑场,在窑炉结构、装烧工艺、产品造型乃至装饰纹样等都受到以上林湖为代表的越窑的深刻影响。而建筑方面,南宋时期,日本多位高僧曾来保国寺学习建筑,明州名家陈和卿曾受邀为日本建筑东大寺。随着佛教东传,宋元明州(庆元)车桥街、石板巷一带职业画师陆信忠、金大受、陆仲渊等创作绘制的佛画作品,通过僧侣与商人大量携入日本,很大一部分成为当时日本佛画作品的样本。在文化交融方面,来宁波的日本人雪舟、策彦均由宁波港登陆,与宁波人交情深厚。余姚人朱舜水在日本则有“孔夫子”之称。

二、借助符号学原理,分析海上丝绸之路文化创意纪念品造型语意生成

皮尔斯是现代符号学的先驱,建立了全面意义上的符号学体系。皮尔斯把符号普遍地理解为代表或表现其他事物的对象,即符号可以被他人理解。符号的3种关联要素分别为媒介关联物、对象关联物和解释关联物。作为符号的纪念品同样也具有这三个层面,并表现为以下一种对应关系:符号的“媒介关联物”层面—纪念品外在形态(承载信息的载体)。符号的“对象关联物”层面—纪念品内在内容(要传递的信息)。符号的“解释关联物”层面—设计师、纪念品、使用者之间的场(信息交流的过程)。

1. 媒介关联物层面的海丝文化创意纪念品设计

媒介关联物层面的文化创意纪念品设计包括产品的形态和CMF(色彩、材料肌理整合)两部分,关于产品形态问题,分为具象形态和抽象形态两部分,具象形态重点考虑仿古造型的一些文化产品,如海丝船队、海丝贸易货物(陶瓷)、名人雕像、建筑仿真模型、场景模拟等几个方面,文化创意纪念品与事件关联度高,表达一目了然,通过逼真的制作和考究的工艺赢得消费者的关注,观众的接受度较高。抽象形态部分,重点结合现代工艺的一些设计

特点,传递设计作品的时尚品味,作品源自宁波海丝文化,但对其中的某种元素符号进行现代化手段应用,使其脱离海丝历史语境,如利用海浪纹样设计现代台灯、利用贝壳形态,内置海丝路线中港口方言、戏曲的装置摆件。在色彩、材料使用中,充分调动设计元素的心理效应,使纪念品能够体现当下文化创意纪念品设计的最新工艺水准。

2. 对象关联物层面的海丝文化创意纪念品设计

对象关联物层面的海丝文化创意纪念品讨论的是设计符号所表达的内容是什么。宁波是国内公认的海上丝绸之路三大最古老港口之一。因此,其在海上丝绸之路中文化传播与融合的力量不容小觑。宁波港口临海,海洋文化的开阔、进取、冒险成为宁波人与生俱来的特质。以王阳明、黄宗羲为主的浙东学派倡导的“知行合一”“经世致用”成为宁波文化的核心,同时也成为海上丝绸之路文化传播的核心内涵。明清之际的学者和教育家朱之瑜就曾将自己的学术主张和育才观点带到日本,并深深影响了日本学界。以上这些可以被称为海上丝绸之路文化创意纪念品设计的内涵指向。

3. 解释关联物层面的海丝文化创意纪念品设计

发信人(设计师)为了使抽象的内容(纪念品要传递的信息),即信息传达给收信人(使用者),就必须借助于可感知的符号(纪念品),根据规则编制成可感的信文,这一过程称为编码或构成(设计纪念品);通过适宜的信道传送到收信人处,收信人则在感知信文后根据符号规则即可重构信息,这一过程称为译码。传达中,在发信人则是编码过程,将抽象的信息,借助于符号,根据符号规则编制成可感的信文;在收信人则是译码过程,根据相同的符号规则由可感的信文重建信息。

首先,分析博物馆参观者(收信人)的心理需求与特征。2012年宁波博物馆举办了“跨越海洋——中国‘海上丝绸之路’八城市文化遗产精品联展”,因此海丝文化在宁波已经打下良好的群众基础。而在参观人群分布的抽样调查中,发现70%以上为宁波本地人,其中年龄构成30岁—45岁是参观主力人群。其次,发现参观者对海丝文化兴趣点集中在贸易船只、海丝地图、进出口货物代表、商贸交易场景这几个方面,且对于文化创意纪念品的实用性有较高的心理期待。因此设计师在进行“编码”过程中多采用具象符号手段如船、鱼、贝壳、陶瓷、人物、货币等。为此,可以考虑将地图元素与毛毯结合,贝壳元素与置物盒结合,船和鱼符号与“勇往直前、万事如意”等良好祝福进行结合等,大众对这类文化创意纪念品接受度、满意度较高。与此同时也尝试利用抽象符号,如对“羽人竞渡”图案进行抽象变成平面装饰符号,因“羽人竞渡”的符号寓意大家有一定的文化共识,因此这类符号的转换也同样获得了受众的好评。

从发掘海丝文化内涵到组织“编码”、展开设计,并通过特有渠道去展示,以及通过大众的“解码”反馈调研,完成了纪念品造型语意的生成设计。而其中最难的环节是对文化内涵的提炼与总结。这是整个设计的核心内涵,决定着设计师的作品深度与定位。

参考文献:

- [1]林浩.关于宁波“海上丝绸之路”各个时期特点的探讨[D].东方博物, 2005.2.
- [2]林士民,沈建国.《万里丝路——宁波与海上丝绸之路》[M].宁波:宁波出版社, 2002.
- [3]马克斯·本泽,伊丽莎白·瓦尔特.广义符号学及其在设计中的应用[M].北京:中国社会科学出版社, 1992.
- [4]丁满.符号学在产品中的应用[D].南京:南京理工大学, 2004.
- [5]李奎.传播学理论与实务[M].成都:四川人民出版社, 2002.