

传统文化在创意产品设计中的运用

申晟, 许雅柯

(青岛大学, 青岛 266071)

摘要: **目的** 探究传统文化在创意产品设计中的运用策略。**方法** 基于多维度视角分析创意产品的价值内涵及其对传统文化的创新利用。选取剪纸、回纹符号等传统文化元素, 就其在各类创意产品设计中的应用方法与设计技巧进行论述。**结论** 传统文化与现代设计之间产生的力的博弈与转化是现代创意产品设计需寻求的“变化”之道的根本。在深入挖掘传统元素丰富的文化内涵基础之上, 借用文化意蕴、混搭文化张力、中式审美、现代化工艺技巧及意象化处理等“变化之道”设计手法能在艺术表达形式上更加贴近人们生活, 更符合社会需要。将传统文化元素与创意产品设计结合, 找到传统与创新的平衡点, 能够设计出富有民族特色且具有生命力的作品, 为创意产品的多样化发展奠定基础。

关键词: 传统文化; 创意产品; 设计技巧

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)02-0236-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.02.042

Application of Traditional Culture in Creative Product Design

SHEN Sheng, XU Ya-ke

(Qingdao University, Qingdao 266071, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the application strategy of traditional culture in creative product design. Based on the multi-dimensional perspective, the value connotation of creative products and their innovative use of traditional culture were analyzed. The paper-cutting, FRET symbols and other elements of traditional culture were selected to discuss their application methods and design skills in the design of all kinds of creative products. The debate and transformation of force generated between traditional culture and modern design is the fundamental way of "change" to be sought by the design of modern creative products. On the basis of deeply excavating the rich cultural connotation of traditional elements, the design skills of "the way of change", such as cultural implication, mix & match cultural tension, Chinese aesthetics, modern technology and imagification, can be more close to people's lives and meet the needs of the society from the perspective of artistic expression. The traditional culture elements and creative product design are combined to find a balance of tradition and innovation and design works rich in national characteristics and vitality, so as to lay the foundation for the diversified development of creative products.

KEY WORDS: traditional culture; creative products; design skills

市场学理论指出, 产品的性能主要由 3 方面因素决定, 即一定的物质质料或服务形式、相关的服务和自身的价值。随着社会的不断发展与进步, 各种类型的产品层出不穷, 但无论怎样发展, 这 3 种基本因素是不变的^[1]。创意产品也不例外。作为文化创意产业

下的产物, 创意产品是设计师为了满足消费者的某种需求, 利用材料、线条、符号、颜色等要素将这种需求呈现出来的一种产品类型。除了具备上述产品的一般性能外, 区别于大多数一般产品的关键在于其的文化创意内容。创意产品无论是在生产、流通、分配还

收稿日期: 2018-09-15

基金项目: 青岛大学创新试验区教研项目 (057-RCX01304)

作者简介: 申晟 (1980—), 女, 山东人, 硕士, 青岛大学讲师, 主要研究方向为数字媒体艺术。

通信作者: 许雅柯 (1964—), 男, 山东人, 硕士, 青岛大学教授, 主要研究方向为设计艺术学。

是在消费方面,总是有着自己独特的运行规律,它需要设计师拥有独特的设计思维,同时融入各种有益的文化元素,实现使用价值和艺术价值的双重效果^[2]。为了使创意产品的形式多元化、价值最大化,越来越多的设计师开始了更大范围地搜寻和探索,希望获得最大程度的完美的设计效果。传统文化丰富的艺术手法和形式,有着深沉、恢弘、灵秀、简约、质朴和精致等多种特点。将传统文化中的优秀形式及元素应用于创意产品的设计中,不仅可以实现质量的提高,而且可以提升品位。

1 剪纸在创意产品设计中的运用

剪纸是我国传统文化中一种典型的代表元素,有着极高的文化价值,能够带给人们视觉上的艺术享受。尤其随着艺术事业的发展,剪纸艺术在人们生活中的应用越来越广泛。在这一背景下,现代文化创意产品在设计中逐渐开始应用剪纸艺术的图形、色彩及技法,旨在进一步增强产品的文化内涵,提高产品的艺术价值^[3]。具体而言,剪纸在创意产品设计中的运用主要包含3个方面。其一,深入挖掘剪纸的文化内涵。剪纸中的文化内涵和精神意义,是剪纸艺术在图形、色彩及技法上的升华,将其融入创意产品设计,使其与产品的内涵相一致,可达到理想的设计效果。比如,剪纸艺术中经常出现的古代仕女图、十二生肖等动物作品等,都可以从其美好的文化寓意入手,丰富创意产品的文化意蕴。比较有代表性的是,在一些创意生日礼物的设计中,设计师刻画出一些剪纸动物图案,再配合新奇的创意,很好地突出了礼品的艺术价值。其二,发挥剪纸色彩的影响力。剪纸艺术的材料多用红色纸张,而红色又是中华民族的代表色,象征着吉祥、喜庆、富贵,将红色这一剪纸色彩与其蕴涵的文化内涵完美融入到创意产品设计中,可以赋予产品设计更加鲜明的视觉感染力,迅速吸引人们的眼球^[4]。其三,与产品主题相呼应。剪纸艺术的应用并不是随意地挪用和拼凑,而是经过深入思考的。每一种创意产品的生成,都包含着设计师对产品功能、特征及风格的多重思考,即便是在剪纸艺术的应用中,他们也会尽力使两者的形式与风格相统一,形成一致的主题。比如,栩栩如生的游龙图案,是剪纸艺术中经常使用的造型之一,将其应用到创意产品设计中,使剪纸艺术与产品主题相互呼应,既符合产品的功能和特征,又可以有效提高产品的文化价值。总的来说,剪纸艺术有着广泛的适用范围和发展空间,除了上述的创意礼品设计外,还可以应用于家具陈设、建筑、公共艺术等领域中的文化创意中,丰富现代设计的内容与发展,促进艺术设计的长远发展。

2 回纹纹样在创意产品设计中的运用

回纹纹样是中国传统的吉祥图案之一,有着单

纯、简洁、秩序的外部轮廓,其看似简单的形式构成,实则有着深厚的中华优秀传统文化底蕴,在这种底蕴上衍生出的设计思维,使回纹具有旺盛的生命力。在创意产品设计中,回纹纹样那规整的轮廓框架,有着鲜明的视觉张力,无形中赋予了产品特殊的意义。在一组竹迹系列创意产品设计中,设计师将回纹符号大胆融入,在传统与创新中寻找最佳平衡点,最终完成了一个意向化的过程,实现了产品的优化与升级^[5]。在该产品的结构设计中,设计师打破了传统思维,将竹编内芯和木质框架作为桌椅的重要组成部分,再以木板作为支架,同时选用竹篾固定出井字形纹路,进行不规则地穿插和编织,将回纹线条立体化,实现一种具有空间趣味性的线条感和空间上的扩张感,既实现了传统文化与现代审美的统一,又促成了产品与使用者之间无形的互动。需要注意的是,在以回纹纹样为代表的传统纹样应用中,设计师要在尽可能完整、细致地呈现设计概念的同时,不断根据需求调整造型细节、颜色层次、视觉美感等要素,使用现代特征设计语言向人们展现符合现代人审美情趣的传统与创新并存的创意产品,从而在视觉上给人以混搭文化张力的强冲击体验。

3 兔爷元素在创意产品设计中的运用

传统文化中的一种特殊存在形式——兔爷,其是老北京传统泥塑玩具,整体造型多身披红袍,头戴金盔,两耳在盔上斜出,配以炯炯有神的双眼、鲜红的三瓣嘴、竖眉、白脸等,神态平和恬淡,造就出拟人化的神兽身份。将这种独特的文化形象应用于创意产品开发中,需要深入探索兔爷元素的创意思维、应用形式与设计法则,借助这些特点来丰富产品的文化属性和艺术趣味,最终开发出符合现代人审美的创意产品类型^[6]。下面主要结合两种具有代表性的相关产品进行分析。其一,兔爷元素创意闹钟设计。当前,人们的物质生活十分丰富,生活用品也各式各样。以闹钟为例,各种时尚精巧的闹钟充斥着我们的生活,尤其是青少年儿童群体更是对闹钟有着强烈的兴趣和需求。将兔爷元素与闹钟结合,进行卡通化再设计,无疑是一个不错的尝试。有一款兔爷闹钟在设计时将外观规定为正圆型样式,底座是两只可爱的“兔爪”,造型巧妙。为了增强趣味性,增添益智功能,设计师还为其增加了多颜色多组合设计,消费者在购买时可以任意搭配,或者用来愉悦身心,或者用来馈赠亲友。其二,兔爷元素创意女包设计。京味兔爷有着活泼调皮的外表和鲜艳的颜色,不仅可以对其形象进行玩具再设计,还可以在不同领域中对其进行更加广泛地开发。设计师先对兔爷形象进行图形化再设计,将其形象作为女包的主体形象,再搭配不同风格的设计造型以及简约精炼的花纹图案,或时尚靓丽,或休闲百变,或温柔淑女,形成了各具特色的3个代入中式审美的

卡通,这也是时尚与传统相结合的新尝试。

4 木版年画在创意产品设计中的运用

木版年画是在中国传统文化土壤中生长起来的绚丽花朵,具有独特的地方色彩和淳朴的民族风格。之所以是传统文化中的一种优秀的元素,不仅在于其外表所展现的独特的物质文化形态,而且在于其中所蕴涵的审美观念、精神信仰等文化内容^[7]。为了更好地传承与创新这种有着深厚民间传统文化的艺术形式,创意产品设计师开始了不断地尝试,并取得了良好的设计效果。下面主要以木版年画的代表——朱仙镇木版年画为例,就其与创意产品设计的融合进行探讨。首先,提炼传统元素符号。朱仙镇木版年画中的门神、花卉、人物等形象都有着极高的辨识度,同时有着丰富的吉祥寓意。随着时代的发展,这些形象元素逐渐在大小、质感、纹理、色彩等方面有了一些改变,同时具备了更为先进的时代性。将这种形象符号进行提炼,应用于创意产品中得到了众多设计师的青睐。比如,《馗头》是朱仙镇木版年画中的最为精妙的一幅,其中有着多种不同规格和样式的钟馗像。豫游纪公司在进行创意产品设计时,大胆对这幅作品进行了具象转化,使其更加简洁,在帆布袋、T恤、冰箱贴、记事本等产品设计中体现,全新的形式配合深厚的文化底蕴,令人印象深刻。其次,配合现代工艺。朱仙镇木版年画文化创意产品的开发是一种综合性尝试,既需要专业人员参与设计,又需要与新材料、新技术结合,使其更加适应当今市场的需求,在体现实用功能的同时,满足现代人更高层次的精神需求^[8]。比如,传统年画雕版再造工艺就是借助激光技术、橡胶及硫化工艺对年画雕版进行批量化制作,在此基础上创新地加入各种现代化装饰技艺视觉效果,如此设计出的文化创意产品,实现了传统木版年画工艺与现代技术的结合,显现出了现代人的审美观。

5 手绘艺术在创意产品设计中的运用

手绘艺术给予了设计师足够的创意源泉,给设计师提供了自由驰骋的想象空间,这与产品的设计理念不谋而合。纵观当前的社会现实,手绘艺术已经逐渐渗透到了服装设计、空间设计、建筑设计、家居软装设计以及工业产品设计等领域,大大地带动了产品的销售^[9]。在创意产品设计中,应用手绘艺术已经成为了一种趋势,其对于产品创意的表达有着重要的促进作用。比如,创意手绘地图的设计,先将城市的基本信息以数据的形式存储在磁介质上,再利用手绘形式对城市信息进行意象化呈现,消费者还可以根据展示需求,对某一地区进行拓展描绘,这种富有诗情意味的、凝练且意象化的产品设计处理手法牢牢吸引住消费者注意力。又如,时尚创意手绘墙的设计亦是借助

手绘夸张的颜色和线条,在墙面上设计出一幅幅流动、立体的图像,不仅在一定程度上拓展了环境空间,还为体验者呼唤出对自由和人性的自主思考意愿。

6 结语

在创意产品设计中融入传统文化元素,能够形成具有民族特色的设计风采,既为其他种类的民间艺术的现代转化开辟了新方向,又具有一定的经济价值和文化价值,是创意产品民族化、趣味化、多样化的有力保障^[10]。结合上述创意产品设计的案例分析,发现在应用传统文化元素的过程中,传统文化与现代设计之间产生的力的博弈与转化是现代创意产品设计需寻求的“变化”之道的根本。在深入挖掘传统元素丰富的文化内涵基础之上,借用文化意蕴、混搭文化张力、中式审美、现代化工艺技巧及意象化处理等“变化之道”设计手法能在艺术表达形式上更加贴近人们生活,更符合社会需要,从而复兴传统文化,发展民俗经济,实现创意产品的长远发展。

参考文献:

- [1] 程静. 中国传统文化元素在现代广告创意设计中的运用[J]. 网友世界·云教育, 2013(11): 26.
CHENG Jing. The Application of Chinese Traditional Culture Elements in Modern Advertising Creative Design[J]. Netizen World·Cloud Education, 2013(11): 26.
- [2] 汤佳. 杭州元素的创意产品设计探索[J]. 商情, 2013(2): 195.
TANG Jia. Creative Product Design Elements of Hangzhou Exploration[J]. Business, 2013(2): 195.
- [3] 谭琢麒, 李克华, 滕兆烜. 剪纸在文化创意产品设计中的应用[J]. 牡丹, 2016(8X): 38—39.
TAN Zhuo-qi, LI Ke-hua, TENG Zhao-xuan. The Application of Paper Cutting in the Design of Cultural Creative Products[J]. The Peony, 2016(8X): 38—39.
- [4] 陈丹妮. 文创产品设计发展在生活语境中的价值体现[J]. 艺术科技, 2016(10): 56.
CHEN Dan-ni. The Value Embodiment of the Development of Wen Chong's Product Design in Life Context[J]. Art and Technology, 2016(10): 56.
- [5] 秦嗣斌, 王楚玉, 王邵帆. 传统“回纹”符号在文创产品设计中的应用研究[J]. 南方农机, 2017(5): 70.
QIN Si-bin, WANG Chu-yu, WANG Shao-fan. The Application of Traditional "Back Line" Symbol in the Design of Text Product Design[J]. The Southern Farm Machinery, 2017(5): 70.
- [6] 张峻. 兔爷元素在文创产品设计中的应用研究[J]. 艺术与理论, 2015(11): 95—97.
ZHANG Jun. A Study on Application of Product Design Elements Together in this Paper[J]. Art and Design: Theory, 2015(11): 95—97.

- [7] 方如意. 广西民族艺术元素在现代创意产品设计中的应用研究[J]. 美术界, 2017(4): 80.
FANG Ru-yi. Study on the Application of Guangxi National Art Elements in Modern Creative Product Design [J]. Art Circles, 2017(4): 80.
- [8] 沈泽达. 地域手绘在创意产品设计中的应用初探[J]. 戏剧之家, 2016(21): 155.
SHEN Ze-da. The Application of Regional Hand-drawing in the Design of Creative Croducts[J]. Drama House, 2016(21): 155.
- [9] 张云龙. 创意产品, 技术与艺术的结晶[J]. 工业设计, 2011(3): 84—87.
ZHANG Yun-long. The Crystallization of Creative Products, Technology and Art[J]. Industrial Design, 2011(3): 84—87.
- [10] 魏鹏举. 文化创意产品的属性与特征[J]. 西江月, 2010(8): 51—53.
WEI Peng-ju. The Properties and Characteristics of Cultural and Creative Products[J]. Xijiang Month, 2010 (8): 51—53.