

诗歌在 CTI 实验方法中的文化创意设计

杨梅, 李劲松

(山东科技大学, 青岛 266590)

摘要: **目的** 针对当前文创产品设计活动研究主要集中在设计方法和设计实验方面, 很少针对设计师对灵感的形式进行研究的现状, 提出将诗歌与 CTI (Cultural-Textural Inspiration) 实验方法结合应用于文创产品设计的设计方法, 弥补原有 CTI 实验的不足, 并对其进行可行性和有效性研究。**方法** 研究 CTI 实验方法的基本原理和实验方法, 同时分析诗歌的构成元素, 找到两者的相通性和互补性, 以此为基础调整 CTI 实验方法, 探究诗歌结合 CTI 实验方法在文创产品设计中的流程, 最后选取何逊的《咏春风诗》, 开展实验与设计实践, 验证该方法的可行性和有效性。**结论** 诗歌是我国传统文化的精髓, 将其结合 CTI 实验方法应用于文创产品设计, 可以有效地弥补 CTI 实验以描述性文字作为灵感来源的文化性与情感性的缺失, 深入挖掘诗歌的内在文化, 为文创产品赋予更加丰富的文化内涵。

关键词: 诗歌; CTI 实验方法; 文创产品设计; 灵感来源

中图分类号: J524; TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)14-0209-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.14.032

Cultural Creative Design of Poetry in CTI Experimental Method

YANG Mei, LI Jin-song

(Shandong University of Science and Technology, Qingdao 266590, China)

ABSTRACT: In view of the current situation that the research on the design activities of cultural and creative products mainly focuses on design methods and design experiments, but seldom on the form of inspiration by designers, this paper aims to combine poetry and CTI experimental methods and apply them to the design of cultural and creative products, to make up for the deficiency of the original CTI experiment, and study its feasibility and effectiveness. The basic principles and methods of the CTI experiment and the constituent elements of poetry were analyzed to find the similarity and complementarity from them. Then on this basis, the CTI experimental method was adjusted to explore the procedures of combining poetry and CTI experimental methods in design of cultural and creative product. Finally the "Poetry of the spring breeze" of He Xun was selected to carry out experiments and design practices, to verify the feasibility and effectiveness of the method. Poetry is the essence of Chinese traditional culture. Combining it with CTI experimental method in design of cultural and creative product can effectively make up for the lack of cultural and emotional content of it with descriptive text as the inspiration source, and deeply explore the cultural connotation of products, and give cultural and creative products more richer cultural connotation.

KEY WORDS: poetry; CTI experiment method; design of cultural and creative product; inspiration source

文化创意产品设计是以文化的传承创新为核心的
一种知识密集型创意性活动^[1], 产品设计师在进行文

化创意设计时, 往往只通过具体的造型形态作为灵感
来源, 将设计师的主观想法赋予到产品上进行设计^[2]。

收稿日期: 2020-04-10

基金项目: 山东科技大学优秀教学团队建设计划资助; 2018 年山东省社科规划项目 (18CWYJ21); 山东省 2018 年研究生导师指导能力提升项目

作者简介: 杨梅 (1973—), 女, 山东人, 硕士, 山东科技大学教授, 主要从事工业设计及理论方面研究。

通信作者: 李劲松 (1995—), 男, 山东人, 山东科技大学硕士生, 主攻工业设计及创新设计。

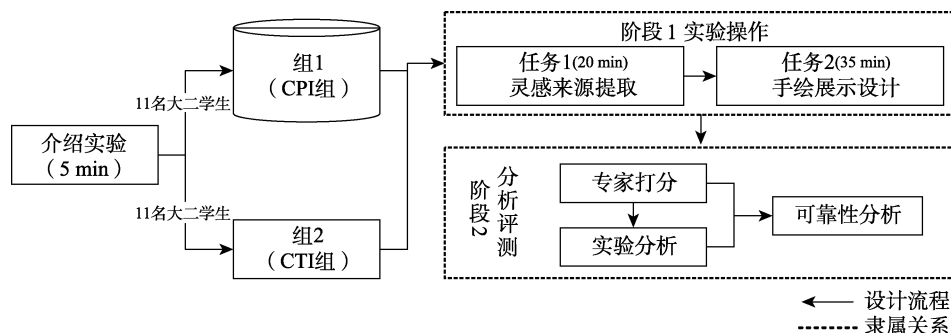


图1 CI实验过程图

Fig.1 Diagram of CI experimental process

灵感来源方式过于单一,造成多数文创产品大同小异没有文化内涵,诗歌中的观念意象以表达观念为目的,与表述观念思想为核心的产品语义意象表达升华阶段的设计目的相一致^[3],而不仅仅是浮于文化表层。因此,本文试图以诗歌为切入点,运用CTI实验方法进行文创产品设计,以此为文创产品设计提供一种新的灵感来源形式和设计方法,同时为传承和发展诗歌文化提供契机。

1 CI实验方法

CI实验是罗仕鉴和董烨楠^[4]进行的一项针对不同形式的文化灵感对文创产品活动作用的实验,分为CPI(Cultural-Pictorial Inspiration)实验组和CTI(Cultural-Textural Inspiration)实验组。CPI实验组选择的灵感来源是具象的图片,图片上有具体的文物外形元素供设计师发散思维;CTI实验组选择的灵感来源是CPI实验组文物的描述文字,如文物的功能要素、使用方式等文字信息,以此作为设计师的灵感来源进行设计活动。

实验中选择了二十二名大二工业设计专业学生作为受试者,将其分为两组,一组为CPI组,一组为CTI组,每组均为十一人。CPI组和CTI组选择的灵感来源均是仰韶文化中著名的网纹彩陶船形壶,CPI组使用的是陶壶的照片,CTI组使用的是关于陶壶的文字介绍,两组受试者分开进行实验。实验开始后,测试者用5 min给受试者讲解实验的要求,并给受试者布置两个任务:(1)受试者在20 min内通过阅览测试者所给的灵感来源,尽可能多地提取出灵感来源的文化特点作为设计切入点,可以通过手绘或者文字信息两种形式对文化特点进行表达;(2)受试者在35 min内通过之前所提取的关键词,选用至少一个关键词作为设计出发点,尽可能多地提出设计方案,方案要求使用产品手绘形式表现。

测验者将受试者所完成两份任务的实验作业收齐并进行汇总。找到两名工业设计学科的教授进行评分。统计数据进行比较后,发现CTI组提取的灵感来源文化特点数量更多,产出的设计手绘方案相较CPI

组更具有原创性和实用性,证明文字信息作为灵感来源比具体的图像形态信息作为灵感来源更为高效,在以后的设计创意活动中应注重文字信息的应用。

2 诗歌与CTI实验方法的相通性与互补性

文创产品是文化的延伸与物化,应注重满足用户情感互动、传递感质体验^[5]。相比普通产品,文创产品更强调文化性,同时追求精神方面的满足^[6]。CTI实验中选择的网纹彩陶船形壶的描述信息是日常描述性语言,属于交际的工具,作用就是尽可能清晰地表述目标,而非审美的目的^[7],因此忽略了灵感来源的象征意义,使最终输出的产品侧重点都在于材质、形态等具象特征,缺少感质体验和文化性。

诗歌是诗人通过描述客观世界的具体物象来抒发情感的文体,即以“象”传“意”,本质是抒发情感,根本功能是陶冶情感和修养性情^[8]。诗歌意象中,“象”指现实世界中客观存在的具体事实,“意”是通过客观表达的主观意识。林荣泰^[9]将产品设计时需要考虑的因素称为文创产品的设计属性,包括:外在层,对应有形的、物质的文化层次;中间层,对应使用行为仪式的文化层次;内在层,对应意识形态的无形精神的文化层次。吴俊骞^[10]将诗歌意象与文创产品相互联系进行研究,得出诗歌意象的三个结构,即表层结构、中层结构、深层结构,均与产品设计层次结构相对应。表层结构指诗歌中描述的客观事物、景观等对应产品中的材质、色彩等;中层结构指诗歌中的情景交融对应产品中的功能性与适应性;深层结构指诗歌中的象征意义对应产品中的人文情怀和文化底蕴。

CTI实验中的文字信息只能传达表层结构信息,输出的产品也都停留在产品的外在层。对比诗歌的根本功能与诗歌意象的中、深层结构,笔者发现诗歌与CTI实验方法存在相通性和互补性。诗歌意象中的中、深层结构的情、景、文化和精神可以弥补CTI实验描述性文字作为灵感来源审美性和文化性的缺失,同时保证依然是以文字作为实验前提,确保了实验中的定量。诗歌与CTI实验联系分析见图2。

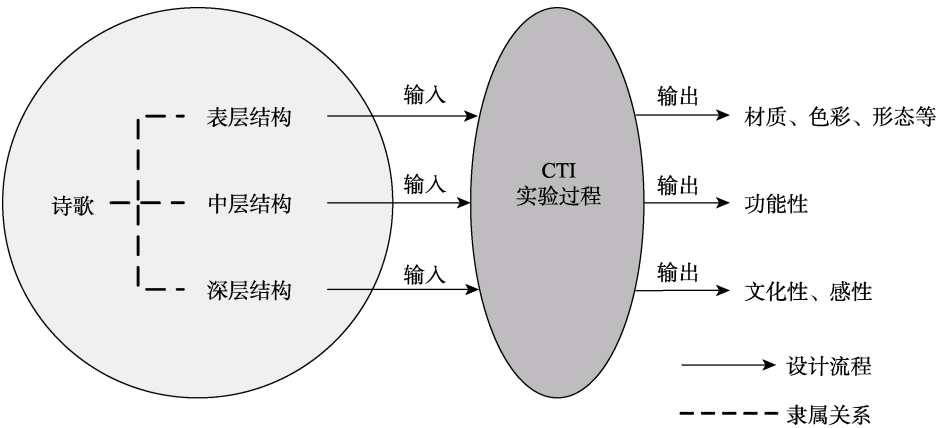


图 2 诗歌与 CTI 实验联系分析
Fig.2 Analysis of the relationship between poetry and CTI experiment

3 诗歌在 CTI 实验方法中的设计流程

CI 实验中是比较 CPI 组和 CTI 组的差异，从而判断图像作为灵感来源和文字作为灵感来源对文化创意活动的差异性。诗歌作为文字信息介入 CTI 实验方法后，需要对原有的实验方式作出调整。

实验开始前对实验结果提出三点假设，假设 1 为诗歌作为灵感来源代入到 CTI 实验提炼出的文化特点较传统灵感来源形式提炼出的文化特点在数量和质量上有大幅提高；假设 2 为诗歌运用 CTI 实验方法进行设计后，设计方案的文化性可以得到大幅提升；假设 3 为诗歌运用 CTI 实验方法进行文化创意产品设计是一种可行、有效的设计模式。

实验中首先对 CTI 实验的 T，即实验对象诗歌进行挑选和解读，确定实验样本的文字形式。接下来，选取十一名工业设计专业大二学生作为受试者进行任务 1，任务时间为 20 min，表现形式是文字信息或快速手绘。任务 1 完成后开展任务 2 活动，将任务 1 得出的实验结果进行整合，尽可能多地呈现实验方案，实验方案表现形式为产品手绘形式，实验时间为 35 min。

接下来，对实验中任务 1 输出进行统计，验证假设 1 是否成立；然后邀请两名工业设计专业教授运用五点量表法对两组任务 2 输出方案进行原创性、实用性、文化性打分，统计打分结果，计算三项平均分和标准差，比较两组评分结果，验证假设 2 是否成立。

最后，整理打分结果，选择最优方案进行详细设计，验证假设 3 是否成立。诗歌在 CTI 实验方法中的设计流程见图 3。

4 实验实践与设计实践

4.1 实验实践

实验首先由某大学两名工业设计专业硕士研究生讨论确定诗歌的选择，保证具有思维差异性和一定

的学术水平，最终选择了南朝梁代诗人何逊的《咏春风诗》作为实验样本进行实验。选择此诗的原因有以下几个方面：（1）诗文“镜前飘落粉，琴上响余声”中，有“镜”、“琴”、“粉”等丰富的物象供受试者提取，可以更好地发散思维；（2）春风是古代诗歌中出现频率较高的意象，象征着春天的蓬勃生机，可以表现外在景象与内在情感的统一；（3）此诗写“风”，却只字未提“风”字，通过其他物象来反衬春风的美好，渲染了和谐的气氛，营造了唯美的意境，体现了极高的审美情趣和艺术特征。

找到十一名某大学工业设计专业大二学生进行实验，由笔者告知受试者实验流程。受试者在进行完任务 1 和任务 2 后，笔者将任务 1 输出进行整理，对任务 1 中出现的文化特点进行分类，分为形状、图案、技术、文化四项，将诗歌介入 CTI 实验组作为实验组，原 CTI 实验组作为对照组。任务 1 文化特点分类见表 1。

随后将实验组任务 1 中文化特点四项进行数量统计，与对照组输出数量绘制成折线图进行比较，任务 1 文化特点折线统计图见图 4。实验组在形状、图案、技术三项表层结构、中层结构的文化特点项较对照组略有提升，文化对应深层结构项较对照组提升较为明显，表明诗歌介入 CTI 实验方法后，文化深层结构得到充分挖掘，证明了假设 1 是成立的。

整理任务 2 输出后，依据原创性、实用性、文化性对输出对象进行简单分级，任务 2 输出实例见图 5。

邀请两名某大学工业设计系教授对实验组任务 2 输出和对照组实验输出进行打分。由于对照组的实验输出只能通过图片进行查看，于是将实验组任务 2 输出统一制成图片形式，通过电脑查看，由两名评价者对两组输出进行原创性、实用性、文化性打分，打分模式为五点量表法（1 分为文化性极差，5 分为文化性极好），整理打分结果，计算两组三项平均得分和标准差并绘制成统计表，任务 2 方案评分统计结果见表 2。从两组数据可以看出，诗歌介入 CTI 实验方法

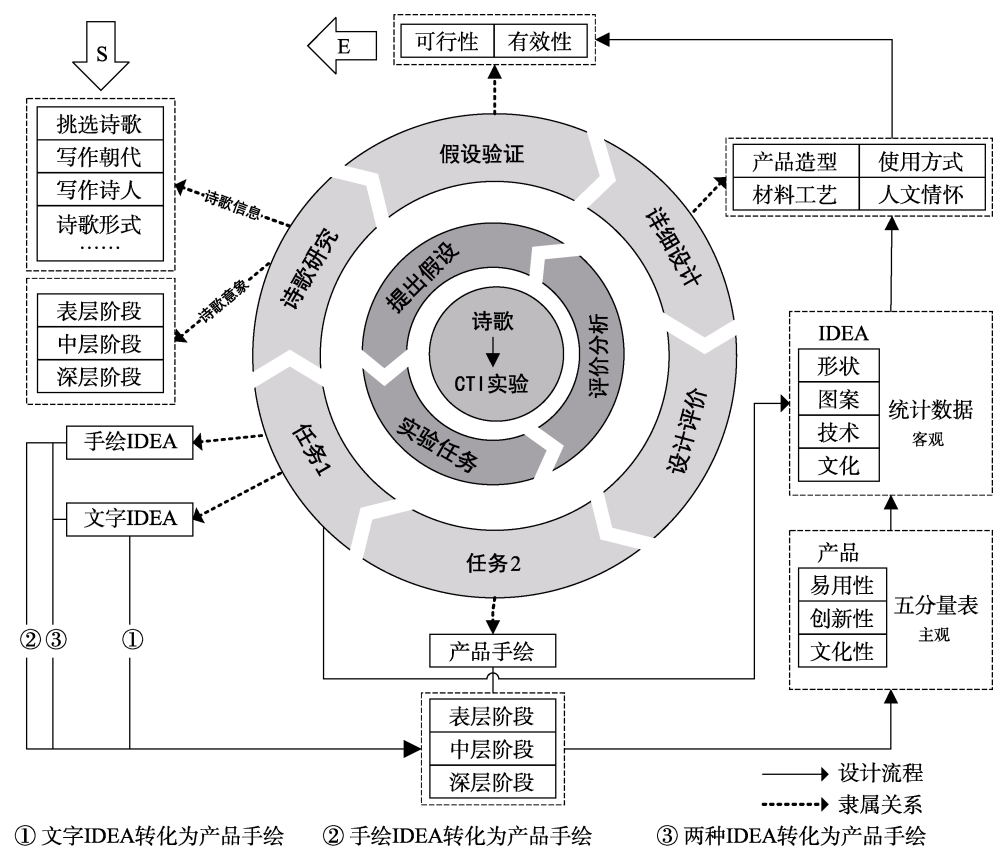
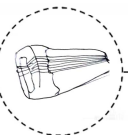


图 3 诗歌在 CTI 实验方法中的设计流程
Fig.3 Design process of poetry in CTI experimental method

表 1 任务 1 文化特点分类		
Tab.1 Classification of cultural features in task 1		
分类	对照组（任务 1）	实验组（任务 1）
形状 （表层）	 船形	 古琴形状
图案 （表层）	 网状图案	 乐理图案
技术 （中层）	 陶器材质	 塑料材质
文化 （深层）	 渔猎文明	 民族融合

对文化创意设计输出的原创性和实用性有一定的提升，对文化性则有显著提升，丰富了设计方案的文化内涵，体现了诗歌中的象征意义。两组的标准差均不是很大，表明设计的输出维持在了一个稳定的状态，实验具有可信度。证明了假设 2 是成立的。

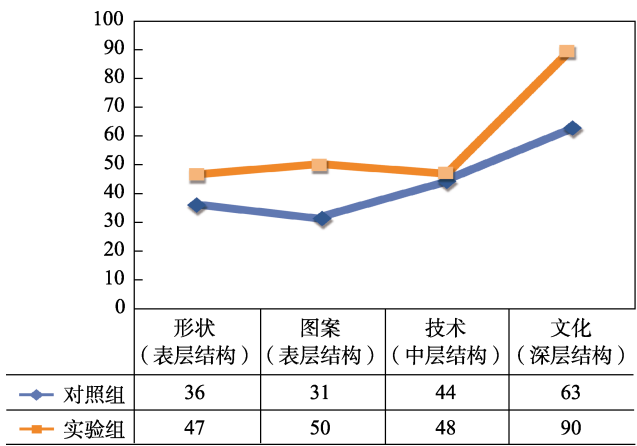


图 4 任务 1 文化特点统计折线统计图
Fig.4 Broken line graph of cultural features in task 1

4.2 设计实践

任务 2 中的吹风机方案在打分中得到原创性 5 分，实用性 4 分，文化性 5 分，获得最高得分，因此选择此方案进行详细设计。首先，邀请在任务 2 中设计此方案的受试者丰富其在任务 2 中所输出的方案，由于进入详细设计阶段，因此对任务时间的设定进行延长，延长至三天，使受试者有充足的时间进行灵感来源的思考。任务时间结束后，对受试者通过头脑风暴得到的灵感来源进行整理，由于图片展示受限，因

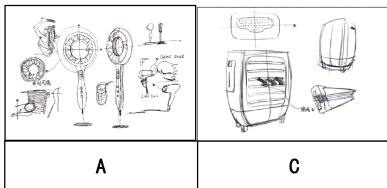
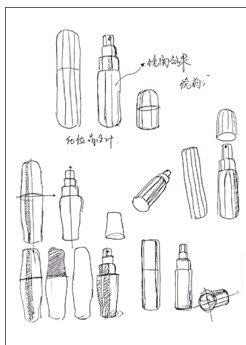
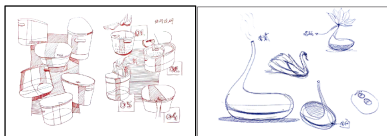
诗歌—CTI实验	任务2输出范例		
● 《咏春风诗》 ● 可闻不可见，能重复能轻。镜前飘落粉，琴上响余声。 ● 作者何逊，诗与阴铿齐名，文与刘孝绰齐名，其诗善于写景，工于炼字。 ● 南朝梁代 ● 受永明体影响，讲究声率 ● 全文目的是写春风，但只字不提春风，用它物来烘托春风和煦温暖的感觉。 ● 全文描绘春风实则用春风比喻家庭社会恩泽融合的气氛。	 		
	A	C	
			
	B	C	D

图 5 实验组任务 2 输出实例

Fig.5 Examples of experimental group outputs in task 2

表 2 实验组、对照组任务 2 方案评分

Tab.2 Program scores of the experimental group and the control group in task 2

得分	对照组（SD）	实验组（SD）	
原创性	3.525（0.847）	3.745（0.677）	实验组 > 对照组
实用性	3.145（0.607）	3.323（0.624）	实验组 > 对照组
文化性	2.727（0.879）	3.572（0.607）	实验组 > 对照组

此运用文字对输出的图片灵感来源和 IDEA 进行表示，灵感来源和 IDEA 选择见图 6。方案以诗歌中的核心物象“春风”为出发点，联想到了吹风机设计。传统的吹风机在使用时的样子类似持枪造型，令部分用户感到不适，受试者希望通过使用诗歌中的“镜”意象对造型进行改良，提升用户的使用体验。

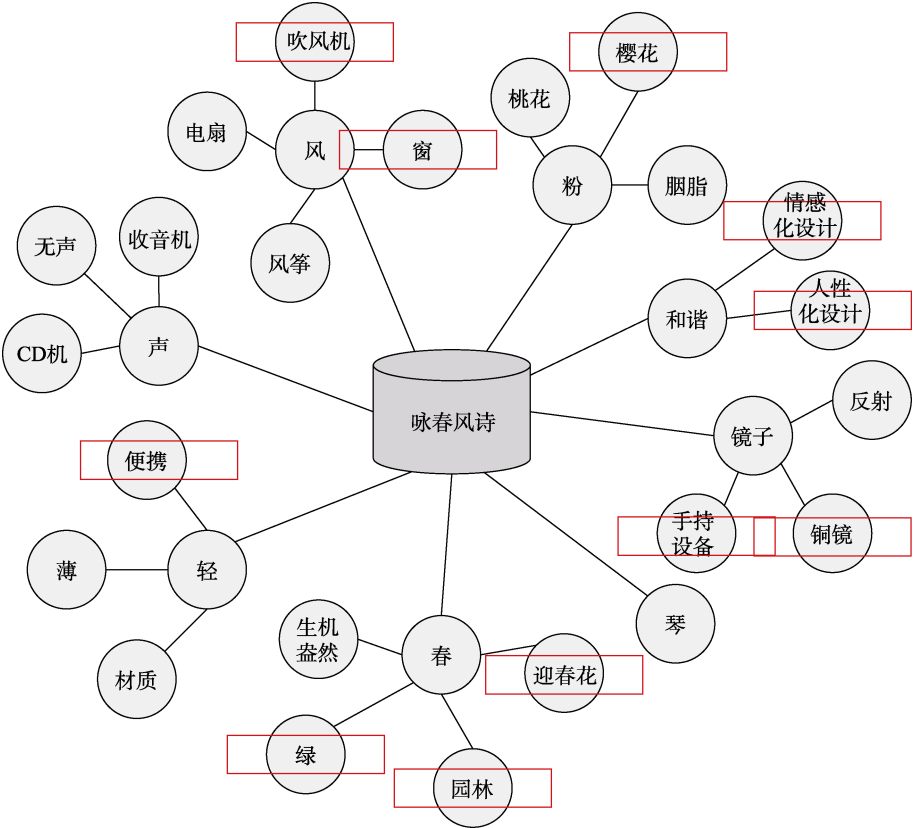


图 6 头脑风暴与 IDEA 选择

Fig.6 Diagram of brainstorm and idea selection

表 3 诗歌意象转化设计要素分析
Tab.3 Analysis on design elements of poetic image transformation

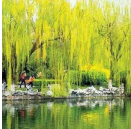
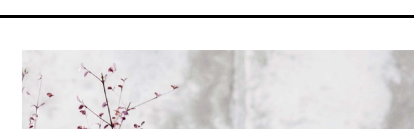
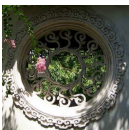
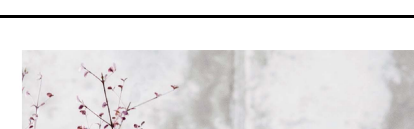
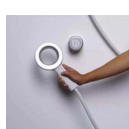
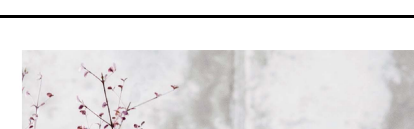
诗歌意象	灵感来源			设计要素		
“镜”、手持 (造型) (表层意象)						
“春”、“粉” (色彩) (表层意象)						
“春” 窗、园林 (造型、技术) (中层意象)						
和谐、温暖 人性化设计 (人文) (深层意象)						



Fig.7 Detailed design picture of hair dryer

受试者依据“镜”物象，联想到古代化妆铜镜的形状，结合手持小型风扇造型，对吹风机形态进行调整；通过“春”物象，联想到了春天的樱花、迎春花、垂柳等代表性物象，从中提取色彩，应用到产品造型上；出风口借鉴苏州园林中的圆窗造型，目的使用户在使用吹风机的过程中联想到窗中透过的春风和窗外满园的春色，丰富了产品的文化内涵与深度；同时借鉴镂空负离子出风科技，结合古镜造型，模拟出吹头似“梳妆”的情境，消除了原有造型带给用户的不适感，体现了人文关怀，带给使用者温暖、和谐的体

验，证明了假设 3 是成立的。诗歌意象转化设计要素分析见表 3，吹风机设计效果见图 7。

5 结语

目前国家大力扶持优秀传统文化产业发展，文化创意产业蒸蒸日上，优质的文创产品设计不应当只是灵感来源单一的传统元素造型再设计，而应该是三层结构完善，能够体现传统文化特性的产品。本文以 CTI 实验方法为基础，以传统诗歌为切入点，系统地

研究了诗歌结合 CTI 实验方法的设计模式,验证了诗歌在 CTI 实验方法中进行设计产出具有可行性和高效性,在设计输出的数量和质量上都远远高于传统灵感来源设计模式。诗歌在 CTI 实验中首先提取形状、图案、技术、文化四项的文化特点,保证诗歌和文化创意的结构层完整对接,然后根据文化特点的汇总整理绘制文创产品设计草图,并进行评测,最后根据评测完成详细设计的流程,也为诗歌在文化创意产品设计中的运用提供了系统的设计流程模式。同时可以看出作为我国传统文化中的精华,诗歌文化,将其作为灵感来源,只要开发得当就可以丰富产品的语义和文化性,值得文化创意产业人员深入研究和钻研。

本文的研究模式还存在一些不足之处:首先,受试者设计能力普遍不高,实验模式能否应用于设计思维和设计能力较成熟的产品设计师还需要进一步实验验证;其次,研究只选择了一首诗歌作为实验样本,数量较小,具有局限性;最后,评价人员结构与现实存在差异,缺少目标用户群等类型的评价者。

参考文献:

- [1] 罗仕鉴,董烨楠. 面向创意设计的器物知识分类研究[J]. 浙江大学学报(工学版), 2017, 51(1): 113-123.
LUO Shi-jian, DONG Ye-nan. Classification of Cultural Artifacts Knowledge for Creative Design[J]. Journal of Zhejiang University(Engineering Science), 2017, 51(1): 113-123.
- [2] 朱上上,吴俊骞. 基于诗歌意象的文创产品设计[J]. 包装工程, 2018, 39(6): 109-113.
ZHU Shang-shang, WU Jun-qian. Design of Cultural Products Based on Poetic Image[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(6): 109-113.
- [3] 张剑. 由诗歌的意象手法看产品设计语义的发展[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2010(6): 205-208.
ZHANG Jian. The Semantic Development of Product Design is Viewed from the Imagery of Poetry[J]. Journal of Nanjing Arts Institute(Fine Arts & Design), 2010(6): 205-208.
- [4] LUO S, DONG Y. Role of Cultural Inspiration with Different Types in Cultural Product Design Activities[J]. International Journal of Technology and Design Education, 2017, 27(3): 499-515.
- [5] 吕智强,牛路遥. 基于感质体验的文创产品设计[J]. 包装工程, 2018, 39(10): 96-100.
GUO Zhi-qiang, NIU Lu-yao. Design of Cultural and Creative Products Based on the Qualia Experience[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(10): 96-100.
- [6] 郑林欣,汪颖. 探析文化型产品中的设计要素[J]. 包装工程, 2013, 34(8): 79-81.
ZHENG Lin-xin, WANG Ying. Exploring the Design Elements of Culture-related Products[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(8): 79-81.
- [7] 黎志敏. 论诗歌定义: 本质、功能与特征[J]. 外语与外语教学, 2008(8): 46-49.
LI Zhi-min. On the Construction of Theory of Poetic Image[J]. Foreign Languages and Their Teaching, 2008(8): 46-49.
- [8] 刘芳. 诗歌意象语言的语用修辞功能分析[J]. 外语教学, 2012, 33(3): 26-29.
LIU Fang. Analysis on the Pragmatic Rhetoric Function of Poetic Image Language[J]. Foreign Language Education, 2012, 33(3): 26-29.
- [9] 徐启贤,林荣泰. 文化产品设计程序[J]. 设计学报, 2011, 16(4): 1-13.
XU Qi-xian, LIN Rong-tai. The Program of Cultural Product Design[J]. Journal of Design, 2011, 16(4): 1-13.
- [10] 吴俊骞. 基于诗歌意象的文创产品设计研究[D]. 杭州: 浙江工业大学, 2017.
WU Jun-qian. The Design of Cultural Products Based on Poetic Image[D]. Hangzhou: Zhejiang University of Technology, 2017.