

意境理论在文创产品设计中的创新应用研究

李倩倩 柴英铭 卞庆鑫

(郑州轻工业大学 河南省郑州市 450002)

摘要: 意境理论在中华民族传统美学思想中占据着重要地位。将意境理论巧妙地融入现代文创产品设计之中, 不仅契合了文化振兴的时代需求, 满足消费者的精神需求, 更为文化创意产业的蓬勃发展注入了新的活力。这种融合不仅让文创产品充满了中国风, 更使得传统文化内涵在文创产品设计中得以深化和升华。

关键词: 意境理论; 传统美学; 文创产品设计

一、研究背景

(一) 基本概念

1、意境理论的美学内涵

意境理论的美学内涵, 主要体现在三个方面: 首先, 情与景的和谐相融。意境的形成, 需要情感与景物的精妙结合。这种结合并非简单的堆砌, 而是寓情于景、寓景于情, 共同构建出一种自然、和谐的美学状态。其次, 意境的精髓在于虚与实的共生。通过艺术表现的手法, 将审美主体的内在感受与审美客体的外在形态相融合, 使得意境的表达更加富有层次感和深度。此外, 意境理论还注重将哲学思想融入艺术创作之中。通过哲学思考的引导, 艺术创作能够展现出更为深邃的意境。在这个过程中, 审美客体不仅能够感受到艺术的魅力, 更能够体会到生命的价值与意义^[1]。

2、文创产品设计中的美学特征

文创产品设计的美学元素包括产品造型的形态美、功能美、材质美、工艺肌理美、符号含义的语义美以及细节的形式美等多个层面。这些美学元素相互交织、有机融合, 共同构成了文创产品的独特魅力^[2]。产品造型的形态美需要遵循形式美法则。产品的功能美是指产品的功能符合用户的期望。产品的材质美, 通过合适的材质在满足功能需求的同时能够提升产品的美感度, 例如材质的光泽、肌理和颜色等。

(二) 研究现状

意境理论的研究主要包括理论探讨和应用研究, 在理论探讨方面, 关于意境的哲学源头研究, 有认为意境深受儒、道、禅佛哲学思想的影响, 也有着着重研究佛禅思想与意境的渊源关系的, 同时道家思想在意境形成中的主导作用仍被许多学者认可^[3]。关于意境理论的发展史, 孙向阳在《我国意境理论的形成与发展》中将意境的形成和发展分为三个时期: 先秦至魏晋南北朝期间, 是意境的孕育时期, 唐宋时期, 意境开始被提出, 并开始形成。而明代至近代, “意境” 又进一步发展。关于意境在理论体系中的定位问题, 赵旗、张进、高红霞、刘李伟等把意境界定为传统美学范畴。在应用研究方面, 意境理论方面的论文中, 关于意境理论应用研究的论文占比

较大。除了文学领域, 还被广泛应用于服饰、产品、室内设计等领域。陈叶蕾在《交互技术下影视动画中国风的意境美营造》一文中探讨交互影视动画在与中国传统文化碰撞之后所表现出的中国风意境美。综上所述, 目前意境研究最值得关注的是由理论探讨向应用研究的转型, 但对于意境理论在产品中应用研究较少, 理论运用不够成熟。

(三) 文创产品设计现存的问题

在文化创意产业持续发展的背景下, 文创产品展现出良好的增长趋势。然而, 文创产品设计仍面临一些问题, 如: 传统文化元素运用不灵活, 致使难以设计和创造出独具民族文化特色和时代特性的产品, 同时不能赋予产品深厚的文化内涵; 创意的单一性导致产品同质化现象严重, 不能凸显出各文化存在的差异性以及设计的创新性; 设计风格缺乏延续性使其不能较好地树立企业产品的设计文化; 以及缺乏意境审美的设计等问题^[4]。本文主要从文创产品设计中的意境创造的角度出发来解决现阶段文创产品设计大多是将具体的文化元素直接附加在产品上, 缺乏对产品属性和文化内涵的分析, 使创造出的产品无法诠释传统文化的内在价值。以及在设计中缺乏意境美, 只考虑到满足用户需求的功能美, 没有深入的思考其文创产品中的意境美, 使创造出的产品既没有生命力和感染力, 也不能赋予产品深厚的文化内涵, 并且致使用户在使用过程中不能引发某种文化或情感的共鸣。

二、意境理论在文创产品设计中的应用

将意境之美融入到文创产品设计中, 不仅体现了传统文化的回归, 更是人与产品之间情感上的交流互动^[5]。意境理论的应用不仅可以提升文创产品中的意境美, 解决当前文创产品设计存在的同质化问题, 还有助于塑造民族文化的独特价值, 为文创产品设计注入新的活力。

(一) 意境理论影响下文创产品设计理念和原则

1、意境设计理念的塑造

意境创作的核心在于实境与虚境的自然相通, 通过深入了解中国传统美学意境理论, 将实境与虚境自然相通的设计理念贯穿于整个设计流程。在设计过程中, 选

择具有深厚文化底蕴和丰富思想内涵的实境作为对象。然后采用相应的艺术表现手段,调动使用者的想象力,进而构建出的一个与实境相呼应的虚境^[6]。通过这种方式,使用者可以与产品建立一种联系,提高审美体验。此外,产品的造型设计应该激发使用者的无限想象力,更进一步引发用户对产品文化或情感的共鸣,这种设计理念还有助于让使用者感受到自然之美。

2、意境设计的基本原则

在意境设计的理念中,实境的自然律动是最为重要的目标。这种自然律动不仅是实境向虚境过渡的桥梁,更是展现意境之美的深层途径。它构成了意境设计的核心原则,即实境的自然律动原则。当实境以其内在的生命力自然地律动时,能够引发使用者的想象,从而自然过渡到虚境,使意境之美得以完整展现。同时,为了使实境真正活跃起来,我们还需要确保产品造型要素与实境中的形象达到高度的统一。这种统一并非简单的模仿,而是一种自然、协调的融合。它要求产品的整体造型形态与创造的情景浑然一体。这种“物象”与造型要素的有机统一,不仅是意境设计的首要原则,也是实现意境之美的关键所在^[7]。

(二) 意境理论影响下文创产品设计方法

1、情景律动法

情景律动法着重于分析产品的功能以及用户与产品间的交互机制。在这一过程中,需根据产品功能所蕴含的设计信息,为其赋予特定的“意境情景”,进而触动用户的情感共鸣。这种情景并非简单复制现实场景,而是经过艺术化处理将情景转化为产品实境,让产品本身成为情景的载体,传达出丰富的情感与意境^[8]。在设定意境情景后,设计师还需通过感性的设计手法,使产品造型与情景完美契合。使用户在与产品的互动中产生共鸣,进而引发情景的自然律动。这种律动不仅赋予产品生命力,更激发了用户的无限想象,让他们在体验中深刻感受到文创产品设计的意境之美^[9]。

2、意象构图法

在产品造型设计中,意境构图法是一种重要的设计方法。以情景为设计核心,主画面为设计基石,进而构建出产品的造型。在设计过程中,所有的造型形式要素,都需要围绕情景的画面进行有逻辑、有条理的排列组合,使得产品的整体造型外观设计情景画面达到了高度统一并自然融合的效果^[10]。这种和谐统一的设计方式,不仅增强了产品的视觉冲击力,更使其所蕴含的意境设计得以更加精准地传达。意境构图法的应用,在形成有序的产品造型的同时为用户营造出一种身临其境的体验感。

3、物象对照法

物象对照法以意象构图法为基础,在完成整体布局后,根据采集的设计元素与情境中的画面进行对照,从而完善产品的细节。这种方法确保了细节设计在整体设计中的独立性,并且其处理方式与情境画面中的独立因素相契合,进而实现产品与情境画面的和谐统一^[11]。在现代文创产品设计中,物象对照法的应用使得产品的细节处理更加精准到位,不仅增强了产品的整体美感,更深化了产品所蕴含的意境和情感。当使用者与产品互动时,这些精心设计的细节能够轻易触发他们的情感共鸣,使他们更加深入地体验到产品所传递的文化内涵和情感价值。

三、结语

在文创产品设计中,意境理论的融入旨在协调人与物、环境、情感之间的关系,使产品与使用者之间建立联系,更好的感受产品中所蕴含的文化。现代文创产品设计并不仅仅是制造产品或复制图案,更是对中国传统艺术文化的传承。通过对当前意境理论以及文创产品设计的深入研究,提出了一系列具有中国特色的设计理念和原则,强调将情感与艺术完美结合,从而极大地提高了文创产品设计的意境美。

参考文献:

- [1]张文勋.论“意境”的美学内涵[J].社会科学战线,1987(04):281-290.
- [2]冯戈,王爱红.论产品设计中的美学元素[J].艺术品鉴,2016,(06):27.
- [3]邱玉明.中国古代意境说的形成和发展[J].开封教育学院学报,2003(02):37-39.
- [4]刘菁.关于中国传统元素在文化创意产品设计中的应用探讨[J].三门峡职业技术学院学报,2020(41):39-40.
- [5]付晓莉,杨丽琳.探索产品设计中的意境美[J].美与时代(上),2013(11):15-17.
- [6]王诚华,杨婧.意境在创意产品设计中的应用研究[J].六盘水师范学院学报,2016,28(05):45-47.
- [7]王方良,李立全.传统美学意境理论在现代文创产品设计中的应用研究[J].东南大学学报(哲学社会科学版),2016,18(03):120-125+148.
- [8]路晓峰.分析传统美学意境理论在现代文创产品设计中的应用研究[J].文化创新比较研究,2020,4(35):161-163.
- [9]徐剑.传统“意境”美学在产品中的构建[J].大众文艺,2014(13):81-83.
- [10]王雨婷.传统美学意境理论在现代产品设计中的应用研究[J].工业设计,2016(09):90-91.
- [11]杨旗航,魏嘉,李普红.产品设计中的诗画意境研究[J].设计,2016(03):62-63.