

敦煌飞天元素在文创产品设计中的研究和应用

屈 玮

(西北民族大学美术学院 甘肃 兰州 730030)

摘要: 本文将对基于敦煌飞天文化的衍生文创产品的创造方式展开深入研究和进行设计实验, 试图丰富文创产品的方法, 并探索文创产品创新道路。先解析敦煌飞天元素的人文含义与艺术特色; 然后再深入研究飞天在文创产品中的使用状况, 并给出了改良意见; 最后再将理论知识运用于实际, 从而设计出了一个以敦煌飞天题材的文创产品。

关键词: 敦煌飞天; 文创产品; 产品设计; 中国历史;

The research and application of Dunhuang Legend elements in the design of cultural and creative products

Qu Wei

(School of Fine Arts, Northwest Minzu University, Lanzhou, Gansu, 730030)

Abstract: This paper will carry out in-depth research and design experiments on the creative methods of derivative cultural and creative products based on Dunhuang Flying Culture, try to enrich the methods of cultural and creative products, and explore the path of cultural and creative product innovation. Discuss the humanistic meaning and artistic characteristics of Dunhuang flying sky elements first, then deeply study the use status of Feitian in cultural and creative products, and finally apply the theoretical knowledge to practice, and then design a cultural and creative product of Dunhuang flying sky theme.

Keywords: Dunhuang flying sky; cultural and creative products; product design; Chinese history;

引言

中国源远流长的历史孕育出了博大精深的中国传统文化, 这座庞大的中国文化宝库作为文化发展的重要灵感源头, 为中国文创产业的高速发展奠定了丰厚底蕴。中国传统的文化创意产品可以体现和发展我国文化产业软实力, 对于继承和传播我国传统文化具有重大意义。文创产品, 作为其中的最接近人类生活方式的重要组成部分, 有着重大含义。本文试图以敦煌飞天文化为题材, 以产品设计为例, 通过探讨敦煌飞天元素在文创产品中的运用方式, 探索文创产品新的可能性。

一、敦煌飞天概述

敦煌艺术融宗教、思想、神话和各种思想于一身, 既蕴涵复杂丰富的历史观念和精妙绝伦的美学内涵, 也是充满艺术珍品的文化宝库, 其中的内容丰富, 给予了人类艺术无穷的思考与震撼, 作家王建疆就曾把敦煌美术比喻成“占据高端的艺术”, 是人类艺术的宝贵财富。其中, 最脍炙人口的便是飞天艺术形象了, 她是中国诸多文化的综合体, 是由宗教文化与其他中国文化的共同融合而产生, 是由我国画家所创造的集宗教“飞天”于一身, 又富有中国传统民俗文化特点的, 飘逸灵动、衣带飘飞的轻盈柔美的仙女造型。

二、敦煌飞天的文化内涵和美学特征

1. 敦煌飞天的文化内涵

在敦煌绘画中, 飞天并不是作为主体而存在, 只是作为佛、菩萨等神祇形象周围缭绕的“小神”出现, 与端庄肃穆、充满神性的佛和菩萨等不同, 飞天有着人性。她们飞舞在空中, 虽端庄却姿态神色各异, 灵动飘逸, 显得超群脱俗的同时又似食人间烟火, 像活生生的人。宗教讲“禅”, 追求四大皆空, 要在纷纷扰扰的世间坚持内心的宁静与安详; 道家讲“道”, 道法自然、无为而治, 追求顺其天性、自由自在, 达到“忘我”的境地。所以飞天也是道家观念与佛家观念的一个反映。人们在见到飞天后, 会被飞天所传递出的安详极乐、自由自在逍遥的精神境界所震撼, 感受到了飞天精神内核的无限内涵。而如今伴随着一带一路与中华民族命运共同体的建立, 敦煌飞天又被赋予了新的价值, 她已经成为中华民族走向世界的精

神符号之一, 也成为了把全球文化连接到一起的重要纽带之一。

2. 敦煌飞天的美学特征

飞天在造型上的特点是体型修长、身姿轻盈、有着飘逸的裙摆, 或是裤脚、飘扬的丝带等。在手法上则强调用曲线造型, 用优雅流畅的曲线来塑造形体, 以突出代表飞天的中原女性化阴柔之美的特点, 也充分表现了飞天在高空的轻盈灵活、自然飞翔的神韵和行云流水的态势。以线条为造型的表现手法是我国传统美术的主要表达语言, 也可以传达神韵, 敦煌壁画中飞天的形体, 就充分表现了线条的韵律美感, 这些自然而浪漫的线条, 是飞天的审美灵魂。也是神韵表达的关键。

在颜色上的特点, 是奇异绚烂、但又使人觉得很舒服温暖。飞天多选择一种主色彩, 再以这个颜色的互补色作辅助, 颜色范围和明度跨度都很大, 色彩对比强, 冲击力很强。但由于有一种主色彩可以统筹全局, 而常用色彩如赭石红、土黄、铜绿、海军蓝、白花青等的饱和度都不高, 使得对比效果不会过于激烈和鲜艳, 让人容易产生不适感。反而在奇异梦幻、有冲击力的同时也非常耐看, 让人觉得很温暖舒服。

三、敦煌飞天图在文创产品上的广泛使用现状

1. 文化特征突出

人文特色是文创产品的灵魂, 其产品设计灵感通常也来自于人文。文创产品, 是文化设计者利用创造力对一个人类已经广泛认识的文化加以转换后的社会产品, 是文化产业的一个载体, 是通过对传统中华文化的反映、凝练、提炼以及发展而创造。它是凝结了丰富的文化内容, 并符合消费者功能需要、审美水平需要以及生活情趣要求的社会产品, 文化特性也赋予了文创产品最大的社会价值。

敦煌的艺术美不胜收, 有着很深的艺术意义与美学内涵, 飞天是其最有特色的艺术形象, 在全球范围都有着很深的影响力与识别性。设计师们捕捉到这一点, 有效的把握飞天文化特质, 将之运用到设计当中。同时, 设计师们还敏锐地意识到, 活化中国文化, 就必须在对传统文化认知、提炼与运用的基础上与现代相结合, 使其更被现代人所理解与欢迎的文化特质, 以突出飞天元素在人们感官

中的主导地位,从而形成文化焦点与亮点。比如敦煌博物馆的“美上天”手机壳,就将现代的“比爱心”手势与飞天文化相结合,既俏皮又不失庄重,更惹人青睐,以满足现今年轻一代的审美口味,并凸显其文化特色。

人们在使用敦煌飞天文创品时要抓住的特点,使之更明显和深入。这就需要我们首先必须对飞天文化有更深入的认识,并熟练地将之运用于文创艺术当中;其次,我们也需要具备提炼、弘扬文化精神的本领,而因为时间与地理条件的局限,飞天文化也具有某种局限,因此我们也需要取其精华,对之凝练与升华,从而提炼出更适合现代经济社会需要的文化精神内容。

2. 创意方式单一

创意特征,是指文创作品的基本内涵。文创产品的创造性价值主要表现在以下二个层面上,一是产品传播文化和表现思想意义的形式富有设计感:合理的方式将文化与产品组合、以恰当的方式传达飞天的思想意义;二是文创产品的美学功能富有设计感:文创产品应该具有传达美的功能,可以极大提高消费者的正面感受。

目前的飞天文创作品大多能实现精致美观,其创作的手段相对简单:多浮在表层,实现形象转换,直接提炼飞天的形体特点,再把造型运用到生产中。这虽然比较具备市场识别性,但是由于缺乏深入的简单设计会导致整个企业的文化特色与市场特性脱节,结合比较生硬,使得整个企业缺乏和谐统一;而且也造成了飞天文创品的企业同质化现象突出,不利于整体品牌提升。

我们在设计飞天文创品时应该以文化元素为基础,并与其一脉相承,保有共通性;但我们并不能直接套用,需要加以发散与创造,通过挖掘飞天的艺术特性,加以变化、抽象、综合、再创造,并运用现代设计语言进行对飞天艺术的重构,从而设计出‘出于飞天而高于飞天’的艺术产品。

3. 实用性保持较好

产品特性是文创商品的基础,是为其商品的内在属性。文创产品的商品属性要使其和艺术品、装饰品等商品概念区别开来,除满足飞天文化精神需要和审美要求的同时,还必须符合其作为商品的最基本的功能和实用性要求。

飞天文创品的文学特性和技术特点都对其形态具有很大要求,但有时候会相斥,产生一定程度的矛盾。怎样平衡文创品的文学特点与实用性也变成了设计者的重要问题。目前大量的敦煌飞天文创作品都从功能上入手,用飞天元素来顺应市场,并在保障产品功能合理运用的情况下,赋予了其飞天文化特性与美学特色。而这些组合形式尽管创作性单一,却能很好的保证其实用价值。

我们在设计飞天文创品时应该不要忘记产品本身的使用属性,并合理平衡其文化特性与商品特点,从而创造出统筹兼顾的商品形式,以确保商品在文化、美观性与实用价值上的统一。

四、敦煌飞天壁画的艺术魅力

在二千年前,佛法由印度传到我国后,使我国的本土道家文化和儒家思想相互交融而产生独特韵味和博大精深的中华文化。敦煌石窟作品正是在中华民族美术瑰宝的一枚璀璨的珍珠,它的文化价值无可限量以至深远影响一个社会。敦煌飞天绘画是敦煌石窟美术的名片,是中国石窟绘画的一个别具特点的美术表现形式,所以人们在分析与研究飞天绘画之前必须先要明白壁画艺术产生的根源,其实敦煌石窟美术并非是艺术本身,而是佛法传到我国之后,引起了不同时代的帝王和善男信女们对佛普渡众生的信仰思想崇拜,佛法于是就在我国兴盛并受到了传播,而敦煌石窟美术就是佛法流传的一个可以让人崇拜的地方,这就是在三六六年一位叫极乐佛的大德禅师从印度取经时路过敦煌此地,一日,他很惊奇的看见了在敦煌可以看见佛光四射的极乐世界以及众佛阶位现前的境地,感慨敦煌是佛法流传的圣地,所以便化缘开造了洞窟,并建造佛像请大师描绘完美的敦煌壁画内容为信众顶礼膜拜,而随着佛经的教义与佛法的流传,敦煌艺术也随之演变出来。佛法所倡导的是普度众生,行善积德并相信六道因果的轮回。按照佛法的教义,人世生死诸行

无常一切都是虚妄,只有学佛念佛抛开烦恼修五戒十善,行布施忍辱负重、参禅、加精、圣歌念佛,方可得般若智成无上正觉,修成佛的涅槃的最高境界也正是通过佛法的义理修行,让人得以改善自身的状态运势摆脱了生命轮回的困扰,在命终后往生西方极乐世界。

五、设计实践及设计展示

下面将以躺椅的产品设计为例,解析敦煌飞天元素在故宫文创产品设计中的研究与运用。

1. 产品载体的确定

现代社会都市生活忙碌,人们休闲娱乐的时间碎片化,而躺椅就为人们短时休闲与娱乐创造了场所,除了躯体上的休闲,躺椅也可以给人带来精神上的释放,这也与飞天自由逍遥的文化含义相合;在设计造型方面,由于躺椅多注重实用的功效,应用了不装饰的、几何的设计美,而缺乏个性化特别是中国风的设计,飞天的艺术、美学价值可以丰富躺椅的造型设计,有助于我们探讨中国风设计的可行性,让躺椅设计变得更多样化。所以综上认为,躺椅设计与之的契合程度较高。

2. 产品实用性分析

在本能层面上,飞天文创躺椅的形状与颜色均采用了飞天元素,与众不同;中国的文化特色能缩短商品和国民间的差距,提高认同感;它和飞天的风格一脉相承:形体轻盈飘逸、颜色奇异温馨,使用户从视觉直观上对商品产生喜爱。

3. 产品形态和意境设计

在形体上,利用了飞天的飘带、裙摆等女性化体态的特点,再加以抽象化处理,以绶带形成躺椅的框架,以连衣裙形成躺椅的椅面,并运用了“以线造型”的技巧,多运用了曲线、曲面,以形成纤细柔和、轻盈飘逸的形象特征。在颜色上选用了飞天壁画颜色,以提高识别性,体现传统色彩的特殊美感特征。在动作语义上,躺椅采用了飞天仰卧悬浮于空中的运动形式,因此人们在使用躺椅时,基本都采用仰卧的运动方式,从而形成了动作语义上的统一。在空间感受方面,让人们躺在躺椅上就可以身临其境,犹如飞天般飘浮于高空,同时感受“躺在空中”休息时的惬意与安详,为如今忙碌的现代都市生活带来了温暖的一角,给予了现代人在休闲中恬淡平静、自然逍遥的生活体验。

结语

敦煌飞天艺术为文创产品的发展奠定了丰富的艺术内容与艺术底蕴,有着巨大发展前景。同时顿珠的建设和无数的中国文化遗产是一座座巨大的历史建筑工艺宝库,能够给设计师带来源源不断的创意,而其深入的发掘、创造性的运用将给故宫文创产品的发展带来新的可能性,提升文创产品的创作水平。

参考文献:

- [1] 李翔宇,李轶南,鲁红雷.基于当下流行风格的敦煌文创产品设计研究[J].包装工程,2021,42(18):356-367.
- [2] 李京浩,毕家义,杜锋.论敦煌飞天壁画的艺术魅力与精神内涵[J].艺术研究:哈尔滨师范大学艺术学报,2018,0(1):6-7.
- [3] 沈健,计国彦.“苏州元素”在现代文创产品中的应用与研究[J].设计,2021,34(23):14-16.
- [4] 习近平.在敦煌研究院座谈时的讲话(2019年8月19日)[J].当代广西,2020,0(3):4-5.
- [5] 王茜,陈彬雨,樊境怡.中国设计本土化与全球化探究[J].设计,2014(3):173-174.
- [6] 尹文汉,张总.九华山“地藏三尊”图像的形成[J].故宫博物院院刊,2015,0(4):126-140.
- [7] 彭兰.从依赖“传媒”到依赖“人媒”——社会化媒体时代的营销变革[J].杭州师范大学学报:社会科学版,2015,37(5):105-110.
- [8] 周青奇.桃花坞年画在本土视觉设计中的运用研究[J].设计,2016,0(23):14-15.