

Research on the Design of Cultural Prototypes from Classical Novels in Cultural Creative Products - Centered on the Classic of Mountains and Seas

Lei Liu

Suzhou Arts and Crafts Vocational and Technical College, Suzhou, Jiangsu, 215000, China

Abstract

Cultural and creative products, as important carriers of cultural inheritance and innovation, are increasingly favored by the market with the progress of the times. The cultural prototypes in classic literary works are the source of inspiration for the design of cultural and creative products. Among them, the Classic of Mountains and Seas, which integrates ancient Chinese myths and legends, injects infinite inspiration into the design of cultural and creative products with its rich imaginative space and rich mythological and biological images. This article provides an in-depth analysis of the cultural prototype of the Shan Hai Jing, exploring its transformation and application in cultural and creative product design, in order to enable global audiences to recognize and appreciate traditional Chinese culture.

Keywords

Classical literature; Cultural prototype; Cultural and creative products; Design applications; The Classic of Mountains and Rivers

古典名著中的文化原型在文化创意产品中的设计研究——以《山海经》为中心

刘雷

苏州工艺美术职业技术学院，中国·江苏 苏州 215000

摘 要

文化创意产品作为文化传承和创新的重要载体，随着时代的进步，越来越受到市场的青睐。经典文学作品中的文化原型，是文化创意产品设计的灵感来源。其中，集中国古代神话和传说为一体的《山海经》，以其丰富的想象空间和丰富的神话和生物形象，为文化创意产品的设计注入了无穷的灵感。本文对《山海经》文化原型进行深入剖析，探索其在文化创意产品设计中的转化与应用，从而使全球观众重新认识、认识中国传统文化。

关键词

古典名著；文化原型；文化创意产品；设计应用；山海经

1 引言

《山海经》是中国古代神话，地理，动植物和民间传说的名著，是中国的一笔宝贵财富。不仅记载了古代社会的地理、人文环境，而且包含着古人对自然、生命、宇宙的认知与想象。如《山海经》中帝江、九尾狐、刑天等神话形象，蓬莱山、狼牙台，都是后世文化创意产品的灵感源泉。深入挖掘《山海经》，对于认识与继承中华优秀传统文化具有重要意义，同时也为文化创意产品设计注入了新的活力。

2 古典名著中的文化原型在文化创意产品中的设计应用原则

2.1 尊重原著精神

在文化创意产品设计中，尊重原作的精神是一条重要的原则，这样就能保证作品中所体现出的文化原型的真实与纯粹，使设计作品能准确地表达原作的文化内涵与精神面貌^[1]。在这一原则的指导下，设计师要对作品进行深入的研究，了解作品的文化背景、人物性格、故事情节等核心元素，保证设计的作品与原作的高度一致性。这样既可以维护原作的权威性，又可以加强消费者对其文化的认同与信赖，增强其市场竞争力。同时，尊重原著的精神，也是对传统文化的尊重与继承，有利于弘扬中华优秀传统文化的优秀传统，增强民族自豪感与文化自信。

【作者简介】刘雷（1986—），男，中国江苏苏州人，在读博士，讲师，从事艺术设计、工业产品设计研究。

2.2 创新性转

“创新转”是文化创意产品设计经典文化原型的一个重要原则，这就要求设计者在尊重原作的前提下，结合现代美学理念与技术方法，实现文化原型的创造性转化。通过“创新转型”，设计师能够赋予“文化原型”新的活力与时代感，让它更加符合现代人的审美需要与使用习惯。这一创新转化既可以拓展文化原型的应用领域，又可以激发消费者的消费欲望与探索兴趣，促进文化创意产业的不断发展与创新。

2.3 文化传承与教育性

“文化传承”和“教育”是文化创意产品设计的核心原则，这一设计理念强调设计作品除具有观赏性、实用性外，还应具有文化传承与教育功能。通过文化创意产品，设计师能够直观、形象地向消费者展示经典名著中的文化元素和故事情节，让消费者在使用和鉴赏产品的过程中，潜移默化地受到传统文化的熏陶与教育。这对于提高消费者的文化素养与审美水平，推动传统文化的传承与发展具有重要意义。

2.4 市场导向与可持续性

以市场为导向，以可持续发展为原则，将经典文化原型应用于文化创意产品的设计中，是一条不可或缺的原则。市场导向要求设计者在创作时充分考虑到消费者的需要与偏好，保证设计出的作品能满足市场的需要，实现商业价值。同时，“可持续发展”则强调设计作品应注意保护环境，节约能源，减少对环境的冲击。在此基础上，设计师才能在满足市场需求的前提下，促进文化创意产业的绿色发展，达到经济与社会的双赢。

3 古典名著中的文化原型在文化创意产品中的设计有效策略

3.1 深入挖掘与提炼文化元素

在对经典《山海经》进行文化原型发掘时，首先要做的是对其进行系统梳理，这就需要研究者综合收集书中的神话传说、奇珍异兽、地理风貌等文化要素，并根据一定的逻辑将其分类整理，从而形成一个有条理的文化资源库。在此基础上，再选择具有代表性、故事性和艺术性的文化原型^[2]。这个选择的过程应该根据原型的流行程度、文化的象征意义和与设计产品相匹配的程度，如象征狡猾美丽的九尾狐，象征着力量和威严的夔牛，以及象征着仙境的昆仑山。对于所选的原型，需要对其所蕴含的历史渊源、象征意义及文化价值进行更深层次的挖掘，从而为后续的设计提供更深层次的文化内涵支持。

例如，对“九尾狐”这个文化原型的深层挖掘和提炼过程可以从外貌特征、生活习性、神话传说等方面进行了系统的梳理。经过梳理，九尾狐是《山海经》中一种神狐，生有九尾，常出没于山林之间，时而与仙女为伴，时而化作

美人，勾人心魄。这些记载为九尾狐文化意象的形成提供了丰富的素材。然后，从文化的角度来解读九尾狐，九尾狐是中国文化中狡猾、美丽的象征，它千变万化的形象，神秘的传说，使它成为人们心目中独一无二的存在。在设计上，可以把握住九尾狐的这些文化特征，并把它们转换成设计要素。如九尾狐的九条尾巴可以设计成流畅的线条，寓意灵活多变，它巧妙地把漂亮的形象设计成产品的外形，以吸引消费者的注意。最后，在设计九尾狐主题文化产品的过程中，可将九尾狐形象和产品功能有机地结合起来。如设计一款九尾狐形香熏灯，灯体以流畅的线条勾勒九尾妖狐形象，灯罩上绘有九尾妖狐传说，实用性强，文化内涵丰富。同时，也可将九尾狐文化的介绍附在产品包装上，使消费者在购买产品的同时，了解九尾狐的文化底蕴。

3.2 融合现代设计理念与传统文化

在文化创意产品设计中，如何把现代设计观念与传统文化原型相结合，是一个非常重要的问题。其中包括用极简主义、扁平设计、立体构成等现代设计方法，重新创造传统文化的原型，使之既有时代气息，又有文化底蕴。同时，要积极推进跨界合作，把《山海经》元素融入现代服装、智能装备和家居装修中去，拓展文化产品的应用场景。还可运用 AR、VR 等现代科技，打造沉浸式体验产品，是将现代科技和传统文化相结合的一种有效方式，使用户在互动中深刻地体验到《山海经》的魔幻魅力。

例如，根据《山海经》中夔牛的形象，在设计上，可运用简约主义的设计思想，把夔牛形象简化成最基本的线条与形态，突出独足、壮身。同时，为更好地适应现代审美潮流，可采用平面设计的方法对夔牛进行平面化处理。在跨领域的合作上，可以把夔牛元素融入现代服装设计当中去。如设计一款夔牛主题 T 恤，用简约的线条勾勒夔牛形象，搭配现代的配色与花纹，既能体现传统文化的韵味，又能满足年轻消费者的审美需求。另外，也可将夔牛元素融入智能设备与家居装饰，如夔牛造型的智能音箱、家居饰品等，实现传统文化与现代科技的完美融合。在营造沉浸式体验产品时，可运用 AR、VR 等现代科技手段，将夔牛形象、神话传说等融入虚拟现实，用户可在虚拟现实世界中亲身体验夔牛的奇妙世界，加深对传统文化的认识与体验。

3.3 注重情感共鸣与文化认同

将故事叙述融入产品设计中，是引起用户情感共鸣的一个重要途径，以《山海经》为原型的故事，可增强产品的文化吸引力，让使用者在理解产品背后的文化故事时，产生共鸣^[3]。同时，要重视《山海经》这一中华文化的瑰宝，在设计中传递文化自信，激发用户的民族自豪感与文化认同感。因此，可设计具有纪念意义或情感寄托的产品，如以神兽为原型制作的吉祥物、护身符等，以满足使用者的情感需要，加深与产品的情感联系。

例如，可根据《山海经》里昆仑山的故事，设计出

一种文化创意产品,让人产生情感上的共鸣。昆仑山,在《山海经》中被描绘成一片仙境之地,有仙兽栖息,是无数人向往之地。在设计过程中,可围绕昆仑山神话传说展开创意构思。如设计一款以昆仑山为主题的拼图游戏,将昆仑山的壮丽风光与栩栩如生的神兽仙兽展现在屏幕上,用户既能锻炼动手能力,又能体验到昆仑山的神奇之美,是一种很好的体验。同时,也可将互动元素与情感寄托加入拼图游戏中,如游戏中可设置一些隐藏任务,让玩家在完成这些任务后,就能解锁更多有关昆仑山的故事与秘密。这些故事与秘密能够很好地契合使用者的个人经历或情绪,从而引起使用者情感上的共鸣。另外,也可以设计一些有纪念意义的配件,如昆仑山的模型,仙人的小塑像,使使用者能够把这些配件当作自己的情感寄托与纪念。

3.4 打造品牌与系列化产品

要提高产品的市场竞争力,就必须以《山海经》作为其文化核心,塑造独特的品牌形象。这就要求设计师要清晰地定位自己的品牌,建立自己独特的品牌认知与忠诚。应以此为基础,结合不同的文化原型与市场需求,开发出一系列既有联系又有特色的产品组合。该系列产品应包括多种类型、多种款式,满足不同消费者的需要。与此同时,要不断地跟踪市场动态与消费者需求的变化,不断地更新产品,以保持品牌的生命力与竞争力。

例如,可围绕《山海经》中的神兽,打造出一系列的文化创意产品。首先,要确立一个品牌的核心价值以及它的定位。借鉴《山海经》中的神兽形象,以中国传统文化为核心,结合现代设计理念与技术手段,创造出一批具有时代特色的文化创意产品。在此基础上,以品牌的核心价值与定位为基础,开发出一系列既有关联又有特色的产品。如以各种神兽为主题的T恤、杯子、手机壳等生活用品;同时,也可开发一些以神兽为图案的毛绒玩具和装饰品,在满足消费者实际需要的同时,更能体现传统文化的魅力。产品开发应注意系列化、差异化,产品系列化能够形成统一的品牌形象与风格,而差异化产品能够满足不同消费者的个性化需要。如在文化衫的设计上,可运用不同的神兽图案及色彩搭配,形成多元化的产品系列,在设计毛绒玩具时,要注意动物的外形与表情,才能使每一件玩具都有自己的个性与魅力。同时,要紧跟市场动态与消费者需求变化,不断更新产品,通过市场调查及用户反馈,了解消费者的需求与喜好,及时调整产品战略与设计方向,也要注意品牌的宣传与推广,提升品牌知名度与美誉度。

3.5 强化文化传播与营销推广

要通过各种途径加强文化传播,提高产品的文化内涵,提高产品的知名度,其中包括线上与线下结合,通过举办展

览、讲座和文化沙龙等形式,将《山海经》文化传播出去。在营销上,要充分利用社交媒体、电商平台等渠道开展精准营销,利用节日、热点事件等时间推出主题产品,提升产品的曝光度和销量。与此同时,要注意用户反馈与口碑传播,以高质量的产品与服务来赢得顾客的信任与赞誉,形成一种良性循环,使品牌的知名度与美誉度进一步提高。

例如,可以举办一个以《山海经》为主题的文化创意产品展览,应确定本次展览的主题与内容;以《山海经》为主题,结合《山海经》中的神话传说、奇珍异兽、地理地貌等内容,进行相关文化创意产品的展示。同时,也可设置互动区及体验区,使观众在参观过程中,亲身感受《山海经》的神奇魅力。接下来,便是准备展览了,主要内容包括展览场地的选择,展品的设计,展品的征集,宣传的宣传等。场馆的选址应兼顾观众的方便与展示效果,在陈列设计中,应注意展示形式与展示效果。在展品征集过程中,广泛征集与《山海经》有关的文化创意产品,丰富多样的展示内容。在宣传活动中,要充分利用各种媒介、渠道,广泛宣传,扩大展会的知名度与影响力。展览期间,可举办讲座及文化沙龙,邀请专家、学者、文化名人作讲座,与大家分享自己学习《山海经》的心得与体会。同时,也可设置一些互动与问答环节,使观众能更好地参与到《山海经》的文化内涵与价值之中。营销上,要充分发挥社会化媒体、电商平台等渠道的精准营销,在社会媒体平台上发布展会信息、产品介绍等内容,提高观众对展会的关注度和参与度。同时,也可利用电子商务平台开设展览区、商品商店等渠道,使观众能够在线购买、订购展品。另外,也可结合节日、热点事件等时间推出主题产品及优惠活动,提升产品销售及知名度。

4 结语

综上所述,围绕《山海经》进行文化创意产品的设计研究,既有利于中华优秀传统文化的继承与发扬,又能为文创产品的创新设计提供源源不断的灵感与动力。通过对《山海经》文化原型的深度挖掘,结合现代设计理念与技术手段,创作出更多具有文化内涵与艺术价值的文创产品,满足消费者对于文化体验的需要,促进文创产业的持续、健康发展。在未来,随着科技的进步,文化的融合,以《山海经》为代表的经典文化创意产品的设计一定会大放异彩。

参考文献

- [1] 许燕青.曲阳石雕文化元素在产品中的应用探索[J].轻纺工业与技术,2024,53(01):94-96.
- [2] 张芳兰,孙岑颖,周舒婷.基于原型理论的红色文创产品设计研究[J].美与时代(上),2023,(10):117-121.
- [3] 曾军伟,布乃峰,徐丹.基于文化原型的博物馆文创产品设计策略研究[J].美与时代(上),2022,(11):117-120.