

当代钧瓷造型艺术的创新发展探析

◆李俊怡

(河南省轻工业职工大学)

【摘要】钧瓷造型艺术是钧窑各历史时期文化、艺术的形象反映,展现的是不同历史阶层人们的审美标准、艺术理念、艺术风格等。而现代人信息接收广泛而复杂多元、思维活跃而敏捷、审美情趣富于个性化以及崇尚时尚、简洁等特征,为现代钧瓷造型设计提出了更高的挑战。所以,当前的钧瓷造型设计既要具有传统的艺术魅力和内涵,同时又要体现形式美感与造型的和谐一致,并要融合现代人的审美追求和思想情感。

【关键词】当代 钧瓷 造型艺术 创新 发展

一、运用现代思维,创新钧瓷造型设计观念

纵观近现代艺术发展史,任何艺术观念的变革必将深刻的影响艺术作品。在当今世界陶瓷艺术作品中,基本都是在沿袭了历代传统陶艺的精湛技艺的同时,更是融入了现代陶艺家们的现代思维与理念。同时它又突破了传统陶瓷的表现手法,以丰富材料,多种表现方式来进行艺术创造。欧美的陶瓷设计,每一个设计流派对陶瓷的设计都产生了积极的影响,并在产品的设计中烙下了深深的印迹。解构主义设计、波普设计、新现代设计、未来风格设计及孟菲斯设计等等,都不同程度影响过陶瓷设计。我们姑且不论每一个设计流派的好与坏,单就这种不满足现状的探索精神就足以让我们钦佩。

钧瓷的生产和艺术创作,总是随历史发展而前进的,随着社会、人文环境的巨大变化,钧瓷艺术创作也在悄然改变,新器型、新材质、新手法、新思路不断产生。一批批钧瓷艺术工作者,在老一辈钧瓷艺术名家的指导下迅速成长,成为新一代的钧瓷创作生力军。

钧瓷自产生的那天起就在不断演进的过程中,丰厚的历史沉积,为我们指导现代钧瓷造型的同时,也限制了设计思维的发展。我们在进行钧瓷的创新设计时不应被已有的观念所束缚,相反,设计师只有在对钧瓷技艺充分把握的基础上大胆创新,突破旧的观念,以全新的设计理念表现产品的时代精神。钧瓷造型设计人员应该在坚守钧瓷本位意识的同时,以当代艺术观念、设计思潮为理论指导,与当代社会文化以及当代审美情趣结合,博采众长、融通古今,不断摧陈出新,为当代钧瓷造型艺术的繁荣发展增光添彩。

二、运用现代信息技术,创新钧瓷造型设计方法

传统的钧瓷造型设计方法单一,速度慢,修改不方便,在很大程度上影响了钧瓷产品的创新和生产的周期。计算机辅助钧瓷产品设计要比手工制作有巨大的优越性。它可将钧瓷产品造型设计的构思通过运用计算机图形软件(三维或二维软件),迅速反映出来,如果对陶瓷产品设计方案不满意,可以直接在计算机上修改,直至达到满意效果。不需要受原材料限制,同时修改方便快捷,这样必将大大提高钧瓷产品造型设计的各种可能性尝试,缩短设计周期,更好地发挥设计师的创造性和智慧。一方面,设计师直接在计算机屏幕上进行钧瓷产品设计,并使产品设计构思形象化,钧瓷产品的空间造型、表面色彩、质感、纹理效果等三维的实体模型显示出来。另一方面,可以建立钧瓷造型设计图形图像数据库,包括对传统经典造型进行三维数字扫描。这些数据库的建立,必将使从业人员对钧瓷造型的研究更加科学化、精确化。使钧瓷造型从经验型向知识型、科学型和信息化方向发展,反过来必将促进钧瓷造型水平的整体提升。目前,钧瓷造型设计人员掌握钧瓷造型艺术规律和实践能力的也不少,可懂得计算机专业技术的人很少,能够将二者有机地结合起来进行计算机辅助钧瓷产品设计的人几乎没有。时代赋予现代钧瓷产品设计人员,既要有较强的造型艺术表现能

力和艺术审美能力,又要了解钧瓷科技领域新知识,掌握现代计算机辅助钧瓷产品设计的基本知识和操作能力。这将打破技术与艺术的界限,体现了现代钧瓷产品设计这门交叉学科的特点,只有将科学与艺术融为一体,使生活、科技、艺术有机地相结合,才能使科学与艺术在钧瓷生产中再现光彩。

三、面向市场,挖掘钧瓷艺术的新用途

(一)环境艺术品的开发

目前,钧瓷应该结合自身独特的艺术特色,开发此类产品,从环境艺术设计主题风格出发,紧扣主题和风格,设计出与之相配套的钧瓷产品;也可以根据用户的特定需求,通过对用户的洞察,定制客户个性化需求的钧瓷环境艺术品。

(二)钧瓷的功能和新器型的开发设计

扩大钧瓷产品范围,增强产品功能,开发设计具有实用功能的钧瓷产品,如餐具、酒具、文具、艺术洁具、包装容器等也是钧瓷的一个发展方向。同时钧瓷产品设计也可以尝试打破行业界限,突破空间限制,如将钧瓷与其他材料如金属、木头等结合;如瓷器与玻璃、瓷器与金属器皿等桌上用品的综合系列的开发设计,与家具、壁纸、织物和灯具等企业合作,生产成套、系列的多功能产品。钧瓷与其他材料结合的设计,拓展了钧瓷设计的空间,充分挖掘了钧瓷材料的潜力,实现了钧瓷产品与现代生活方式的有机结合,显示了它在与新材料结合中所展现的生命力。

(三)纪念工艺品的设计开发

如何从民俗,文化内涵的角度进行挖掘开发有特色的现代工艺品,是一个很重要的课题。纪念工艺品包括旅游纪念品、节庆纪念品、以及重大活动纪念品等。虽然我国旅游资源非常丰富,但是旅游经济却远远落后于发达国家,仅从欧美旅游区经济调查的数据不难看出,经济发达国家旅游产业收入中旅游纪念品销售额占到30%以上,而且近几年还有上升的趋势,但我国旅游区产品的销售收入却不足整体旅游经济收入的5%,差距可见一斑。近年来,我国的入境旅游人数预计至2020年旅游总收入将达2.5万亿元,纪念工艺品市场空间巨大。

(四)礼品和工艺日用品的开发

目前我国仅工艺礼品出口就达到20亿美金以上,国内的消费正在快速上升,这块市场可细分为国家、地方政府、企业、个人等不同层次。政府及事业单位各种庆典、会议活动的礼品、奖杯很大数量的是精美的工艺品,往往是根据一定的主题范围进行系统设计的,有的还对工艺提出了特殊的要求,具有很强的针对性和纪念价值,传播会议精神、政府及事业单位形象的同时,已传播着国家、地方和单位文化精神。礼品中很大一部分来自于工艺品,这就需要专业的设计人员熟悉企业文化、商品形象、市场策划、材料工艺、购物心理等各方面知识,力图多角度来创新设计工艺品。主观上人们利用这些礼品用于交流、沟通感情,客观上也促进了中华民族文化的交融与传播。尤其是对于工艺品而言,既满足了人们的审美需求,又将丰富的哲理与人文关怀蕴藏其中,带动了现代工艺品创新与突破。

综上所述,在钧瓷设计领域中,我们缺少的是一种创新精神。面对当前社会文化的巨大变化,西方现代设计观念在国内设计行业广泛传播的条件下,虽然在多个方面取得突破性的进展,但依然让人感到缺乏创新的活力。因此,鼓励具有超前意识的概念性设计在钧瓷造型艺术中的创新运用,对于钧瓷艺术的传承与发展源有着积极意义。