

地域文化与文创产品设计的有机结合

刘舒雯

西北民族大学·新闻传播学院 甘肃 兰州 730030

摘要:近年来,我国在经济以及文化的发展方面取得了优异的成绩,文创产品的设计不仅体现了丰富的文化特点,同时也具有较高的商业价值,随着文创产品设计生产规模的不断扩大,产品的同质化问题日益严重,为充分体现文创产品的文化价值,需要在设计过程中融入地域性文化,基于此,本文重点分析地域文化与文创产品的融合策略,希望可以为产品的设计工作提供一些参考。

关键词:地域文化;文创产品设计;结合;策略

地域文化是本土地区的人们经过长期的生活积累而形成的一种本地区特有的文化形式,具有强烈的地域特色,可以表现出该地区的文化特征,在文创产品设计的过程中,加入地域文化元素可以充分提升文创产品的艺术价值以及文化价值,同时也可以通过文创产品实现当地文化的传播与发展。

一、地域文化和文创产品概述

(一) 地域文化

地域文化是指某一地域特有的一种文化形式,包括该地区的风土人情以及人们的生活习惯等,地域文化的特点主要体现在以下几个方面:第一,地域文化具有历史性的特点,地域文化是经过长期的历史发展逐渐积累产生的;第二,与其他类型的地域文化相比,地域文化在审美方面具有一定的独特性,不同地域的文化特点以及文化形式都存在较大的差异;第三,地域文化具有较强的生活性特点,来源于生活又对当地人们的生活产生深远的影响。地域文化在我国传统文化中占据重要地位,同时也会受到多种元素的影响,例如,地理风貌不同、民族不同、经济发展不同等都会形成特有的文化形式^[1]。

(二) 文创产品

文创产品主要包含两部分,一方面是文化创意,另一方面是承载文化创意的载体,随着文创产品产业的不断发展,设计者会在设计的过程中加入大量的元素,像文化元素、宗教元素以及民族地区元素等,同时在设计制作工艺等方面也在不断地尝试创新,使得文创产品深受消费者的喜爱,多数的文创产品不仅具备较强的实用价值,同时还具有艺术价值,可以满足消费者的购买需求。

文创产品设计注意目的是满足消费者的使用需求以及精神文化需求,因此,目前的文创产品设计工作需要提前针对消费者的需求情况进行调查,从而提升文创产品的市场影响力,随着产业的不断发展,文创产品的设计工作也暴露出较多的问题,文创产品设计上存在同质化问题,社会关注度越高市场中相似的产品越多,不同旅游景点销售的文创产品也存在相同或相似的问题,文创产品无法充分体现在出地域性的文化特点,在一定程度上会抑制文创产品产业的发展,此外,在设计文创产品的过程中,部分设计者存在一定的盲目性,缺少对主要消费群体的消费分析,导致文创产品在设计方面无法精准契合消费者的喜好。

二、地域文化对文创产品的影响

(一) 地域文化对文创产品设计的影响

文创产品在设计的过程中,不仅需要保证产品的实用性,同时需要提高文创产品的审美价值,根据目前市场中文创产品,可以大致分成原生态产品、手工艺产品以及文化艺术的衍生品等,某一地区的地域特色主要体现在当地的建筑物、风俗习惯等,设计者需要准确提取其中的地域文化元素并与文创产品的设计理念相融合,使得文创产品可以体现出地域文化的特点。设计者需要提前针对当地的文化形式进行收集和整理,从中提炼出可以用于文创产品设计

制作的元素,并采取适当的设计方法保证产品的设计质量^[2]。

(二) 优化文创产品的定位

在文创产品设计生产之前,需要做好产品定位,需要设计者开展市场调研,判断消费者的消费习惯可以产品需求,从而准确把握文创产品的设计方向,多数消费者购买文创产品的动力是被产品的品质以及文化特点所吸引,自己收藏使用也会赠与他人,因此文创产品不仅需要具备一定的实用价值和审美价值,还需要不断强化文创产品自身的核心竞争力,可以在同类的文创产品中脱颖而出,激发消费者的购买欲望。现阶段,我国文创产品设计制作产业仍处于发展的初级阶段,部分设计人员在设计的过程中过于关注文创产品可以带来的经济效益,为减少前期投入成本,设计者并未做好市场的调研工作,设计工作存在盲目的问题,甚至存在个别设计者大量借鉴其他产品的设计形式,也有一部分设计人员更加重视文创产品的外观和审美价值,忽视了文创产品应该具备的文化元素,因此,需要在设计之前做好文创产品的定位,在保留文创产品的文化价值的同时可以满足消费者的使用需求以及提升文创产品的实用性。

(三) 体现文创产品的内涵

文创产品的核心内涵是文化元素,需要保证文创产品中可以体现出当地的地域性文化特点,高质量的文创产品不仅具备较高的商业价值,同时也可以起到传播当地文化的作用,由于不同地域的文化形式存在较大的差异,因此,在产品设计的需要设计者对当地的地域文化进行提炼,并将其整合、转化,转变为可以用于文创产品设计的元素,目前,多数售卖文创产品的地区为旅游景区,文创产品的主要受众群体为旅游的消费者,相比于其他产品市场,文创产品受众面较小,销售渠道存在单一化的问题,部分产品的质量不佳,需要积极拓宽文创产品的销售渠道,重点突出文创产品的原创性和地域性,同时借助文创产品实现本地文化的宣传和推广,充分体现出文创产品的内涵^[3]。

三、地域文化与文创产品设计的结合策略

(一) 明确文创产品设计定位

为保证地域文化在文创产品设计过程中的有效应用,在正式开展设计工作之前,需要明确文创产品的设计定位,设计者需要提前掌握不同地区消费者的基本特点和消费特性的差异,并制定针对性的产品设计方案,在设计研发环节,设计者需要拓宽产品调查途径,立足于文创产品市场的基本环节,学习更加多元化的艺术文化形式,从而不断创新自己的产品设计思路,在设计过程中可以根据实际情况积极转变设计方向。

对于设计人员而言,不仅需要准确把握当地的文化特点,还需要考虑到文创产品被应用的具体环境,通常情况下,小而精的文创产品更容易激发消费者的购买兴趣,如果文创产品可以具备一定的地域文化特点,会更容易获得消费者的青睐,所以在旅游文创产品设计研发环节需要做好需求定位。例如,对于一些传统文化风格较为强烈的景区或地区,像丽江古城、敦煌等,在进行文创产品

设计的过程中,需要重点突出产品的文化特点,保证文创产品具有丰富的文化内涵,让消费者可以从文创产品中获取一定的地域性文化内容,从而实现文创产品设计质量的提升,推动文创产品产业的发展^[4]。

(二) 创新文创产品设计思路

文创产品的设计需要重点挖掘文化元素,可以从当地居民的日常生活以及传统的风俗习惯入手,加强产品的研发力度,充分提炼地域文化元素,将具有鲜明文化特点的元素融入在文创产品设计中。目前文创产品的设计思路过于单一,这也是导致市场中同质化产品较多的原因之一,设计人员需要强调文创产品的艺术审美价值,可以使得文创产品具备一定的视觉冲击力,此外,文创产品的设计不仅需要加入当地的传统文化元素,还需要融入一些现代化的创意理念,目前青年群体已经成为购买文创产品的主力军,这部分人群受现代化元素的影响较为强烈,因此融入现代化的设计理念,做到传统与现代的有机结合,更符合当代消费者的消费寻求。例如,在设计艺术类的文创产品时,设计者需要充分把握色彩的应用,需要充分调动消费者的感官体验^[5]。

(三) 提高文创产品的生活化特点

文创产品的传统设计模式主要关注产品是否具备较强的纪念意义,尤其是基于地域文化的文创产品,例如,手工艺品等,主要的销售渠道是依靠旅游景区,但是近年来文创产品产业的快速发展,种类相同、相似的文创产品不断增多,导致部分文创产品的纪念价值以及收藏价值不断降低,而互联网的普及也使得人们可以通过更加便利的方式获取传统文化的知识内容,导致以纪念意义为主打的文创产品在市场竞争力方面逐渐减弱,因此文创产品设计者需要正确意识到这一点,充电强化文创产品的生活性,地域文化在可一定程度上可以看作是某一地区的居民长期生活的文化积累与体现,本身就具有较强的生活化气息,地域文化在文创产品设计中的有效应用,可以将文创产品作为载体,将深厚的文化底蕴融入在人们的日常生活中,从而强化人们的生活质量,提高文创产品的生活化价值^[6]。

文创产品的设计者需要针对当地居民的生活方式以及文化形式进行深度挖掘,重点提取地域文化中容易被多数人接受和理解的文化素材,并将其加入到产品的设计工作中,保证文创产品的设计与制作可以体现出当地居民的生活状态,例如,东北地区的寒冬、冰雕等都是文创产品设计中的主要元素,设计者可以在此基础上加入一些当地的特产像鹿角、具备冬季色彩的雪花等,水杯、餐具都是家庭中的必需品,可以将上述的元素加入到生活类文创产品的创作设计中,既可以体现出地域性的特点,同时可以提升文创产品的实用性。

(四) 加强文创产品品牌塑造

文创产品品牌的塑造是产业发展中不可缺少的一部分,只有形成品牌,设计人员具备品牌意识,才能保证文创产品的制作可以在竞争激烈的市场中占据一定的优势,为之后的持续发展奠定基础,基于地域文化的文创产品设计在打造品牌的过程中会更具优势,由于地域文化本身具备一定的独特性,因此设计人员需要加强对当地传统文化的分析,并结合文创产品的基本特征,利用地域文化的优势来进行品牌的塑造^[7]。

(五) 融入地域性文化情感

文创产品的本质是文化类的产品,设计者需要在设计的过程中突出产品中的文化情感,消费者在购买文创产品时,不仅是看重文创产品的创意以及功能,同时也希望可以通过文创产品了解当地的文化知识,而地域性文化在设计工作中的融入,可以满足消费者的该项需求。首先,设计人员需要从当地的特色文化风速入手,结合文创产品的具体用途进行设计,让消费者能够与具有地域文化特色

的文创产品产生情感上的共鸣;其次,地域文化是在长期的发展过程中不断积累而形成的,具备较强的复杂性和多样性,可以充分体现出当地的历史发展过程,承载了当地居民的人文精神,因此,在设计文创产品时可以从地域文化入手,例如,福建土楼是世界级文化遗产,也是中华民族古代生土建筑的主要体现,具有强烈的地域特色,设计者就可以以土楼建筑作为基础,设计文创产品,以土楼的主要外形应用在餐具等产品的设计中,可以将土楼的建筑形式以贴画的方式应用在生活品的设计中,像笔筒、蓝牙音箱等,不仅可以实现当地传统文化的传播同时可以增强文创产品的使用价值,使得消费者在欣赏文创产品的同时,可以了解当地的文化特点。

(六) 注重设计环节的具象化表达

文创产品设计工作的核心目的是满足消费者的需求,但是目前部分设计者在设计产品的过程中,为保证文化的艺术性,所采取的设计手法过于抽象,但是地域文化对于外地人员,尤其是到该地区的旅游者而言,可能无法充分了解当地的风俗习惯和文化特点,如果文创产品的设计过于抽象,会导致消费者理解文创产品文化内涵的难度增加,例如,敦煌的壁画具备丰富深厚的文化内涵,但是并不是所有的参观人员都了解画作的历史,具备美术知识,这就导致在参观旅游的过程中无法全面的了解文化内涵,如果在设计文创产品的过程中,未能实现具体化的表达,会导致文创产品的文化价值下降,因此,设计人员在应用地域文化元素的过程中需要适当进行简化,尽量使用具体的元素突出当地的文化特点^[8]。

结束语:总而言之,地域文化与文创产品设计的有机融合,是提升文创产品文化价值、艺术价值、商业价值的有效渠道,设计人员需要结合目前文创产品设计工作中存在的不足,深度挖掘地域性的文化元素,并将其合理应用在文创产品的设计中,从而实现文创产品产业的持续发展。

参考文献:

- [1] 郑操. 基于地域文化的文创产品创新设计探讨[J]. 轻纺工业与技术, 2021,50(11):57-59.
- [2] 张佳佳. 地域文化元素融入博物馆文创产品的设计策略[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2021(1):126-128.
- [3] 徐莹君. 文创产品设计中的创新应用——以地域文化元素为例[J]. 包装世界, 2021(3):49.
- [4] 许菁. 陕西地域性传统文化在文创产品审美中的设计应用[J]. 科技创新导报, 2021,18(17):179-182.
- [5] 解春风. 地域文化元素在文创产品设计中的应用[J]. 包装工程, 2020,41(8):313-316.
- [6] 唐雪晶, 姚耀华, 甘婷. 地域性文化融入文创产品设计的研究——以黄冈东坡文化为例[J]. 中国集体经济, 2020(17):124-125.
- [7] 张苇, 徐雪, 姚佳辰, 等. 地域文化性在文创产品设计中的应用与创新——以盐城水浒文化博物馆文创设计为例[J]. 美与时代(上旬刊), 2019(9):97-99.
- [8] 王启, 许懋琦. 基于地域文化传播的文化创意产品设计探析[J]. 工业设计, 2019(12):44-45.

作者简介: 刘舒雯, 出生年: 1982.06, 性别: 女, 民族: 汉, 籍贯: 河北省武安市, 现所任职单位: 西北民族大学·新闻传播学院, 邮编: 730030, 职称: 讲师, 学历: 研究生, 研究方向: 艺术传播
本文系“甘肃省 2021 年哲学社会科学规划项目”·《敦煌壁画“活着的色经”: 文化遗产中的美学与色彩文化研究》, 中期研究成果, 项目编号: 2021YB035;

“2021 年中央高校基本科研业务费项目”·《敦煌壁画色彩与创意产品设计》, 中期研究成果, 项目编号: 31920210101