

文旅融合背景下地域文化与文创产品设计的融合研究

侯明明

(三亚学院, 海南 三亚 57200)

摘要: **目的** 在文旅融合背景下, 抓住时代发展契机, 在文创产品设计中更好地融入地域文化, 挖掘产品背后所蕴含的文化特色、文化价值以及与之对应的审美导向。**方法** 基于文旅融合的时代背景, 探索地域文化与文创产品设计融合的意义, 并结合当下消费者的需求, 将地域文化恰如其分地应用到文创产品设计中。**结论** 将地域文化融入到文创产品设计中是传承地域文化、提升产品文化内涵的重要途径, 通过对地域文化进行民俗性、实用性、时代性、全面性地融入和设计, 能够使文创产品设计更具生命力。

关键词: 文旅融合; 地域文化; 文创产品

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)16-0340-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.16.035

Integration of Regional Culture and Cultural and Creative Product Design under the Background of Integration of Culture and Tourism

HOU Ming-ming

(University of Sanya, Hainan Sanya 572000, China)

ABSTRACT: The work aims to seize the opportunity of the times under the background of the integration of culture and tourism to integrate the regional culture better in the design of cultural and creative products, and excavate the cultural characteristics, cultural values and aesthetic orientation behind the products. Based on the background of the integration of culture and tourism, the significance of the integration of regional culture and cultural and creative product design was explored. Combined with the needs of the current consumers, the regional culture was appropriately applied to the design of cultural and creative products. The integration of regional culture into the design of cultural and creative products is an important way to inherit the regional culture and enhance the cultural connotation of the products. By integrating and designing the regional culture in a folk, practical, contemporary and comprehensive way, the design of cultural and creative products can be more vital.

KEY WORDS: integration of culture and tourism; regional culture; cultural and creative products

随着我国市场经济的蓬勃发展和人民群众生活质量的迅速提升, 人们的物质需求得到了极大的满足。这种情况之下, 人们开始更关注精神需求。产品是否能够满足人们的精神需求, 逐步成为决定消费决策的核心要素。产品背后所隐藏的文化特色、文化价值以及与之对应的审美导向等, 才是人们选购过程中最为关注的问题^[1]。在文创产品中融入个性化的地域文化要素, 成为很多商家的共同选择。为此, 本文从文旅融合概述以及地域文化概述入手, 探究地域文化元素融合到文创产品中的价值, 论述地域文化与文创

产品设计的融合策略。

1 文旅融合概述

客观上来说, 文化是人类在千百年发展过程中所形成的物质财富和精神财富的总和, 其本身所具有的历史性、地理性、物质性以及传承性特征, 是研究文化的重要落脚点。而作为文化传承和发展的重要载体, 旅游必然是围绕着文化展开的。1种新的旅游形式将社会旅游、人文旅游以及自然旅游创造性地整合

收稿日期: 2023-03-21

作者简介: 侯明明 (1982—), 女, 硕士, 副教授, 主要研究方向为设计方法、设计管理。

了起来。而这种新的形式,让人们在畅享自然风光的同时,也对基于景点文化资源的旅游文创产品提出了更高的要求^[2]。

2 地域文化概述

如前文所述,文化具有地域特征。不同地区的自然环境、人文环境都有所不同,所以会形成不同的生活习惯、劳动方式以及价值观念,从而形成独具特色的地域文化。秦汉时期,我国的地域文化基本格局就已经形成了,当时郡县制和“天下县邑城”极大地改变了此前基于血缘政治的统治结构。而随着时间的推移和历史的不断发展,不同地区的文化地域特征日渐明显,最终形成了各有特色的地域文化^[3]。

3 地域文化元素融合到文创产品中的价值

地域文化元素融入到文创产品的设计中,不仅能够使文创产品更好地宣传地域文化,还能够提升文创产品的文化气质与品位。

3.1 能够使文创产品更好地宣传地域文化

作为地方发展过程中所形成的最具辨识度的标志,地域文化中的文化元素特征极其显著,不仅带有浓厚的地域风貌,而且也能给人们以亲切感^[4]。所以将地域文化元素融入到文创产品的设计中来,不仅可以有效宣传当地的人文风貌,同时对于产品特色的强化作用也非常明显,从而让更多消费者的目光汇聚于文创产品上。例如,可以将地域文化要素延伸到一些小物件上,如部分文创产品将上海外滩这一上海地标融入到产品上,无疑得到了很多消费者的认可。消费者不仅可以自己收藏,也可以馈赠亲友。所以,在文创产品的设计中引入地域文化元素是非常有必要的。这既是人们了解不同地域文化的窗口,也是文化传承的1种有益尝试^[5]。

3.2 能够提升文创产品的文化气质与品位

只有能体现出特色的文创产品,才能够真正意义上地满足人们对于文化的追求。随着我国社会的持续发展,人们开始更为重视文化需求的满足和精神层面的享受。而文创产品正是在这样的背景下获得空前发展^[6]。很多有内涵、有文化的产品,持续地受到消费者们的追捧。如果能够在产品设计中引入地域文化元素,那么无疑会赋予文创产品以灵魂,使得人们更愿意购买这些产品。将地域文化元素引入到文创产品的设计中来,不仅提升了产品的文化气质,同时也有利于销售。

4 地域文化与文创产品设计的融合策略

地域文化与文创产品设计的融合策略,主要有民

俗性策略、实用性策略、时代性策略和全面性策略4个方面。下面将一一进行分析。

4.1 充分挖掘地域民俗元素

民族特征始终都是最为重要的区域文化要素之一,本身所具有的强烈象征性意义值得我们重视和关注。而在文创产品的设计过程中,也同样要注重区域传统文化的巧妙注入,在设计和开发过程中融入民俗元素特征^[7]。不过必须强调的是,融入民族文化元素不等于照搬照抄一些图样和纹饰,而是要对地域文化的价值加以深度挖掘,去粗取精、去伪存真,提取有针对性的元素并借助科学的设计方法,融入到文创产品的设计中来,开发出独具民族特色和区域文化要素的文创产品,为地域文化的传播和推广提供有益的支持。具体来说,可以设计一些具有独特地域文化特色外形的文创产品,借此传承和展现当地区域文化的深厚内涵。这不仅可以更好地推动区域文化的传播,而且对于文化产品本身艺术价值的提升也同样有着不容忽视的重要现实意义^[8]。

4.2 注重实用性的地域文创产品

很多文创产品更注重纪念意义和审美意义,因此很多设计师在设计文创产品的过程中,常常会设计一些华而不实、千篇一律的产品。尤其是旅游纪念品设计中,同类型的纪念品过多,导致很多景区的文创产品并无太大区别,这一定程度上削弱了文创产品的使用价值与收藏价值,并且拉大了人们与艺术之间的距离。因此,在设计文创产品的时候,一定要注意实用性策略和辨识度原则^[9]。以地域文化为基础的生活化文创产品不仅可以充分地拓展文创产品的发展空间,而且也能够客观上为人们生活质量的提升提供一些帮助。在设计文创产品的过程中,应深度挖掘当地人民群众的生活方式,并在充分考虑当代人生活方式、生活需求的基础上,提取更容易为人们所接受和喜爱的生活化元素并应用于文创产品的设计之中。这样的文创产品不仅能够更好地满足人们的生活需求,同时也可以为文化交流、情感交流提供有力支持^[10]。举例来说,陶瓷盘子是生活中的必需品,也是一部分现代人非常重视的装饰品。在设计陶瓷盘子的时候,可以结合东北地区所特有的雪花、木屋、鹿角等地域性元素,对陶瓷盘子进行设计,使之不仅具有一定的装饰性和审美性,更具有一定的实用性和辨识度。

4.3 注重地域特色的文创产品

客观上来说,虽然地域文化在基本内涵方面始终保持着较高的稳定性^[11],但是将其融入到文创产品的设计中来,则需要对其表现形式加以创新。事实上,也只有紧跟时代步伐的文创产品才能够得到人们的喜爱,才能够成为地域文化传播的重要载体。所以,在开展地域文化元素的设计过程中,同样应该坚持与

时俱进的基本原则,力争设计出符合时代特色的文创产品。例如,在西安市文创产品的设计中,就重视凸显西安身后的文化积淀,从现代生活理念角度对其加以再现,将现代化的生活理念和当地的传统人文风貌整合起来,并体现在文创产品之中。西安是世界历史名城,历史上有周、秦、汉、隋、唐等在内的13个朝代在此建都,是世界四大古都之一。尤其是在锦绣盛世的唐朝,西安更是繁花似锦。如今西安地区的大唐文化对于西安来说极具辨识度。为此,设计师可以用具有时代感的产品、材料、理念、话语作为表现载体,既保留了原有的传统文化特性,又凸显了现代新材料的先进性,表现出现代文创产品的丰富多样^[12]。西安“朕略萌”系列文创产品,出自唐玄宗李隆基御碑《石台孝经》序,碑文中“朕闻上古,其风朴略,虽因心之孝已萌”1句中,“朕略萌”这3个字在碑文上刚好排列在一起,在被网友发现后,被戏称为“卖萌帝”,由此也引发了文创行业的脑洞大开,设计了“朕略萌”系列文创产品,包含陶瓷祈福车挂、笔记本、风铃、摆件、书签、公仔等多种产品。这种“卖萌”文化和反差,非常符合年轻人的心理,具有一定的时代性。

4.4 强化设计师的认同感

地域文化始终是中华民族传统文化宝库中一颗璀璨明珠,其所具有的重要文化传承价值,值得给予应有的尊重和肯定^[13]。一些设计师在进行文创产品的设计中,对于地域文化的把握不到位、不全面、不深入,导致所设计出来的文创产品缺乏文化底蕴,缺乏地地道道的地域性与民族性。为此,应该坚持全面性的原则,提高设计师的地域文化认同感。虽然区域特色教育工作已经趋于规范化,大幅度地提高了群众的认可度,但在实际的文创产品设计过程中,还存在着少数设计师对地域文化的认知不全面、未全面意识到传承和发扬本土文化对于自身工作的重要性。因此,相关设计师应当跟随社会发展的潮流对自身工作的不足之处进行优化^[14]。例如,针对某个地域,可以从历史视角进行研究,探讨该地域在历史中的地位和历史中的文化特色;也可以从民俗角度来分析,探讨剪纸、年画、醒狮等该地域的民俗民间文化;还可以从自然视角进行探析,对该地域所拥有的海洋文化、田野文化、冰雪文化等深入地提取与剖析。

可见,地域文化涵盖万千,为了更快地推动地域文化传承和发扬工作的进行,相关部门可以为设计师普及优秀传统文化的相关内容,从而丰富设计师的思想文化内涵并提高文化认同感,设计师要充分挖掘独特的地域文化资源,并开展多元化的分析,再应用解析、转换、归纳等艺术创作手法,为其注入新的生命力,从而提高其艺术设计效果^[15]。

5 结语

随着时代的发展和生活的改善,在多方面因素共同影响之下,部分地区地域文化传承出现断层,亟待保护。文创产品设计中引入地域文化元素,不仅能够赋予产品以灵魂,同时也有利于地域文化的传承和保护,有着重要的现实意义。希望通过对于地域文化与文创产品设计的论述,能够更好地为文创产品设计提供参考与借鉴。

参考文献:

- [1] 杨梦杰. 地域文化元素在中原旅游产品设计中的开发建议[J]. 美与时代, 2021(12): 94-96.
YANG Meng-jie. Suggestions on the Development of Regional Cultural Elements in the Design of Tourism Products in the Central Plains[J]. Designs, 2021(12): 94-96.
- [2] 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.
ZHENG Cao. Discussion on Creative Design of Cultural Products Based on Regional Culture[J]. Textile Industry and Technology, 2021, 50(11): 57-59.
- [3] 董效康. 地域文化背景下湖湘旅游文创产品设计研究[J]. 现代营销(学苑版), 2021(11): 85-87.
DONG Xiao-kang. A Study on the Design of Cultural and Creative Products of Huxiang Tourism under the Background of Regional Culture. Modern Marketing(Academic Edition), 2021(11): 85-87.
- [4] 王淑慧, 程子萱, 于浅, 等. 浅析“苏园情话”文创产品包装设计——地域文化的视觉提炼与表现[J]. 绿色包装, 2021(2): 65-69.
WANG Shu-hui, CHENG Zi-xuan, YU Qian, et al. Analysis on the Packaging Design of Literary and Creative Products—Visual Extraction and Expression of Regional Culture[J]. Green Packaging, 2021(2): 65-69.
- [5] 王亦敏, 刘璿璐. 更具吸引力和生命力的旅游产品文创设计研究[J]. 设计, 2021, 34(17): 66-68.
WANG Yi-min, LIU Ying-luo. Research on Cultural Creative Design of Tourism Products with More Attraction and Vitality[J]. Design, 2021, 34(17): 66-68.
- [6] 王嘉奇. 文创产品设计中地域文化艺术元素的应用研究[J]. 明日风尚, 2021(17): 110-112.
WANG Jia-qi. Applied Research on Regional Culture and Art Elements in Cultural Creative Product Design[J]. Fashion Tomorrow, 2021(17): 110-112.
- [7] 顾周媛. 文创设计中城市地域文化元素的提取与设计研究[J]. 旅游纵览, 2021(15): 107-109.
GU Zhou-yuan. Study on the Extraction and Design of Urban Regional Cultural Elements in Wenchuang Design[J]. Tourism Overview, 2021(15): 107-109.

(下转第386页)