

插画在文创产品设计中的运用

刘福佳

承德应用技术职业学院

[摘要]文创产品随着工业时代的到来大行其道,很多传统文化内容,都因为文创产品的大范围流行,而获得了广大民众的喜爱和关注。但是随着社会物资的不断丰富,我们拥有了更多的产品选择,很多并非文创产品的类似产品,却比文创产品的设计元素更加令人心动。这就让我们不禁反思,在物质资源如此丰富的社会中,唯有在具体的文创产品中,融入更多的艺术设计创新元素,才能够制作出更具文化吸引力和市场竞争力的文创产品。据此,本文将插画作为切入点,帮助文创产品设计找到全新的发展模式。

[关键词]插画; 文创产品; 设计; 运用

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.08.729

引言

随着现代科技和娱乐方式的不断发展和前进,传统文化艺术内容渐渐淡出了广大民众的视野。越来越多的青年群体热衷于西欧国家传入的各种街头文化、朋克文化、以及营养价值并不高的流行文化,但是对于我们国家所大力提倡的本国传统文化却敬而远之。藏有大量传统文化遗产的国家及地方博物馆,很多年轻人即便去了也只是为了将其场所作为背景,拍摄一些好看的照片和视频用来博取眼球而已。为了增强大家对于传统文化的了解和传承,也为了给传统文化艺术遗产带来全新的发展创新方式,结合了文化艺术元素和工业设计两种重要元素的文创产品应运而生。

经过多年的实践成果,我们清晰的了解到,大众对于既有文化底蕴又有产品实用功能的文创产品保持着较大的购买兴趣。在文创产品的设计过程中,很多工作人员往往喜欢简单的把传统文化图案,印刻在具体的文创产品之上,或者将部分的文物遗产形体,以水杯、玩偶、餐具、挂坠等形体直接复刻出来,并且保持其产品实用性功能。这种文创产品制作方式,的确可以简单的达到将传统文化元素,浸润在具体的生活产品之中的目的,但是长此以往,却并不利于文创产品的大范围传播。创新性、艺术性、趣味性、实用性等要素,永远是文创产品能力获得大众长期广泛性喜爱与支持的关键所在。单一的创作和设计方式,很快会因为相关文创产品的“新型刻板问题”而遭到大众的厌倦。我们需要在具体的文创产品的设计过程中,充分考虑到大众越来越浓郁的艺术追求,将多元化的艺术形式融合在文创产品的制作过程中,从而达到文创产品的再一次突破和大范围推广的目标。

1. 插画艺术与文创产品进行融合性创新的必要性分析。

1.1 艺术性与商业性产生共鸣,带来更好的文化艺术传播效果。

插画艺术作为一种现代设计中不可或缺的艺术传达形式,往往能够以醒目的画面内容带给观众全新的艺术体验。在传统概念中,插画本来是以书籍、报纸、杂志中,帮助读者更好理解相关文字内容的辅助性插图。随着社会不断的发展和演化,插画早已从原本的附属性作品,转身成为一种独

立存在的艺术形式。插画艺术具有直观性、色彩明艳、设计感强等艺术特征,在视觉传达过程中,往往能够以其独特的艺术形式和内容,带给观众更具视觉冲击力的艺术欣赏效果。

文创产品通常以结合了文化艺术元素的工艺品和生活用品居多,在其具体的设计过程中,除了要结合一定的文化艺术元素,还需要充分考虑到其产品的实用性要素。在艺术与工业产品的充分融合中,产生出独具艺术魅力的日常生活用品。文创产品由于其工业产品特征,在后续的销售过程中具有极大的商品特性。如果我们能够在文创产品的设计过程中,充分的利用起插画艺术的相关元素,就可以使得插画艺术的审美要素和文创产品的商业要素产生良好的结合,从而打造出更具商业吸引力和艺术感染里力的文创产品。

1.2 插画艺术能够带给文创产品更多的表达能力。

文创产品多以我们生活中,所日常使用的水杯、抱枕、背包、挂件产品的形式出现,将文创产品与插画艺术进行有机融合,能够带给文创产品以更多的设计可能性,同时,插画艺术也能够更大范围的实现自己的艺术价值。有了插画艺术的加入,文创产品在其设计过程中,可以融入更多的艺术元素。插画艺术在现代广告产业的带动下,产生出了各种不同的创作形式,不论是传统文化中的戏曲脸谱文化,还是现代艺术中的波普艺术,都可以通过插画这一艺术载体,得到更加新奇的表现。如果有了插画艺术的加入,我们就可以在文创产品的设计过程中,把我们想要向大众传播和推广的传统文化要素,以插画创作的形式二次创作在各种文创产品之中。同时,文创产品在进行具体色彩的选择使用时,也可以充分学习插画艺术中所惯用的比较明亮的颜色进行制作。

文创产品和插画艺术各自属于不同的艺术及生产领域,二者的融合创新发展必然带给传统文创生产者以一定的技术和审美挑战。我们要充分的学习插画艺术的设计精髓,把插画艺术中可以学习、采用的部分,充分融入文创产品的设计生产过程中,让文创产品成为插画艺术走向大众的一大载体之一。同时,插画艺术也能够为传统的文创产品提供全新的设计思路,从而打开文创产品全新的创作设计理念。毫无疑

问, 插画艺术能够带给文创产品以全新的设计理念和设计思路, 能够为文创产品带来全新的创新性血液。

1.3 文创产品帮助插画艺术进行社会推广和传播。

插画艺术更多的出现在书籍设计和广告设计等领域中, 如果我们将插画艺术的相关审美元素, 充分的使用在文创产品的设计过程中, 毫无疑问可以带给插画艺术一种全新的传播途径。任何事物, 都需要在大范围的传播和积极接受中, 才能够因为人类的欣赏和大量的需求而得以存活。插画艺术有机的融合在文创产品的设计过程中, 使得很多文创产品都画上插画艺术的影子。当广大人民群众买到自己喜欢的文创产品, 并且因为其产品设计中带有插画元素而注意到插画艺术这一艺术种类, 那么我们就可以说文创产品为插画艺术带来了全新的传播途径。同样的, 当广大群众因为文创产品中的插画艺术要素, 而选择了某一种文创产品, 也就说明插画艺术为文创产品带来了更加广泛的发展途径。

插画艺术和文创产品作为两种相对独立的个体, 如果能够在具体的设计创作过程中, 充分的吸取对方可以被自己所利用的艺术要素、工业要素和商业要素, 就可以完美的实现不同艺术领域中的跨界合作, 从而创造出更加精彩的相关成果。

2. 插画艺术在文创设计中的运用策略。

2.1 插画艺术在工艺文创产品中的运用。

工艺品作为文创产品的一种, 主要是以家具摆件出现在大众面前。我们要想将插画艺术充分的应用在工艺品的设计生产过程中, 就要充分的考虑到工艺品这一文创产品的具体特征, 从而更好在的插画艺术中吸取自己所需要的部分。工艺品早在古代社会、甚至原始社会就已经出现了类似的雏形, 经过上千年的不断传承和演化, 最终在当代社会中形成了我们日常所见的工艺品形式。工艺品相对于一些日常用品而言, 其实用功能相对微薄一些, 更多的在于供所有者赏心悦目, 摆放在室内的特定位置, 与整体的建筑风格、家具设计形成统一的审美氛围。工艺品更大的功能在于满足大众的精神审美需求, 我们要在设计制作的过程中, 充分考虑到不同人群的审美需求, 以插画艺术的现代感、线条感、抽象性等特征, 给工艺品制作带来更多具有冲击性的艺术元素。

2.2 插画艺术在招贴文创设计中的运用。

按照传统插画和招贴设计的发展历程来看, 插画艺术和招贴设计本来就存在着比较密切的关系。招贴设计顾名思义, 也就是我们通常意义上所理解的海报设计和宣传画设计、广告设计等。招贴设计在具体的设计过程中, 为了引人注目而达到具体内容的宣传目的, 往往采用绘画形式进行创作, 将主要的展示物品充分的融合在富有艺术特性的图案创作内容中, 从而加强其具体的宣传效果。传统的招贴设计往往采用单纯意义上的画家, 为了增强其设计性要素, 我们可以将具有抽象性特征的插画艺术, 充分应用在招贴广告的设计过程中。

插画艺术具有独特的艺术魅力, 将其充分的融合在文创产品的设计内容中, 充分给予文创产品以丰富的交叉性艺术活力。

2.3 插画艺术在生活用品文创产品中的运用。

很多文创产品, 以大家日常生活中使用的生活用品的面貌出现。很多老百姓之所以选择这些产品, 就是因为这些文创产品在具备基本的产品使用功能之余, 还兼具富有文化底蕴的艺术因素, 能够在我们使用其产品的过程中, 通过其外观设计中的艺术要素, 带给人以赏心悦目的感受。在设计水杯、背包、抱枕等等这些文创产品时, 我们可以将其外观设计成一些富有童趣意味的卡通形象。这样大家在选择自己需要的文创产品时, 就可以在满足基本的实用需求的同时, 还能够因为其富有独创性的艺术设计而满足基本的精神享受需求。此外, 我们还可以将插画艺术中的线条感, 也充分的应用到文创产品的设计过程中。丰富的流线型产品造型, 能够带给使用者充分的现代设计感。

结语

将插画艺术的艺术元素应用到文创产品的设计过程中, 毫无疑问可以带给文创产品设计以全新的艺术血液, 给文创产品赋予更富多元艺术要素的艺术面貌。通过插画艺术的参与, 文创产品可以获取更具艺术气息的产品设计。不过值得注意的是, 插画艺术的参与, 对于文创产品设计而言, 只能是锦上添花, 而不能以插画艺术喧宾夺主。我们在进行文创产品设计的同时, 要时刻牢记文创产品自身的使命。文创产品的存在, 就是为了通过日常工艺产品的实用功能, 帮助我们更好的传播传统文化艺术要素。所以我们在进行插画艺术与文创产品的融合创新时, 要时刻将各种文化艺术元素的传承和传播, 作为文创产品的最终形成的核心要素。文创产品并不像普通工业产品一样以商业盈利为主, 它身上承载着文化传播的重要使命, 需要我们以文创产品的产品模式, 最大限度地文创产品中释放传统文化艺术的魅力。通过商业产品的方式向大家传播传统文化和艺术, 让大家在使用这些文创产品的同时, 能够潜移默化的感受到传统文化的具体内容, 从而达到传统文化的传播和传承的内在目标。同时, 文创产品身上所带有的商业价值, 也能够帮助我们给传统文化、插画艺术等内容带来一部分经济收益, 从而支撑其持续性发展和创新。

参考文献

- [1] 许惠玮, 明兰. 插画艺术在文创产品设计中的作用及其应用原则[J]. 设计探索, 2018(2).
- [2] 盛芬. 插画在旅游文创产品中的研究[J]. 戏剧之家, 2018(30).
- [3] 王受之. 世界平面设计史[M]. 中国青年出版社, 2002.
- [4] 张国栋. 文创产品应多创新少“套路”[J]. 经济日报, 2019(9).