

视觉传达专业大学生 IP 形象及文创产品设计 创新训练的实践研究

——以赣南师范大学为例

蔡汶含

(赣南师范大学美术与设计学院, 江西赣州, 341000)

[摘要] 以国家级大学生创新创业训练计划项目“赣南师范大学 IP 形象及文创产品设计”为例, 探析了申报与实施这一创新创业训练计划项目所需的前期准备和积累, 以及创新团队如何凝练 IP 形象、设计文创产品的过程。指出文创产品大多依托文化背景, 背后往往都蕴涵着丰富的人文色彩和动人的故事, 文创产品的最大魅力就在于文化的积淀; 视觉传达专业学生在文创产品设计过程中, 要注意将创意与文化元素相结合, 拓宽创新创业训练项目选题视野; 把创意与创新相融合, 延伸文化创意产品的触角。通过文化故事和人物的创新融合, 创构出一个生动、活泼, 代表赣南师范大学精气神并具亲和力的 IP 形象, 并以该形象为核心拓展文创周边产品的设计和开发。

[关键词] 创新训练; 文创产品设计; IP 形象; 视觉传达专业

[中图分类号] G642

[文献标识码] A

[文章编号] 1674-893X(2022)06-0103-06

随着信息传播的日益快捷和多元化发展, 一种基于信息化背景的 IP 形象文化创意成为文创产品设计的重要形式, 它在品牌传播以及品牌文化扩散中发挥着重要的作用。信息化发展带来的互联网环境促成了一个跨媒介的混合型经济形态, 同时彻底改变了传统文化产业的发展模式^[1]。对企业来说, 首先, IP 具有代表性, 在对外输出中它是企业品牌的代言人, 能快速建立起用户对企业的品牌识别和联想; 其次, IP 具有强延展性, 助力可持续性经营, 其独特的内涵可延展更多的内容, 帮助品牌实现市场差异化发展; 最后, IP 蕴涵丰富的人文故事, 这些故事的塑造很多是从企业文化本身延伸出来的, 它代表的是一种企业精神, 故事往往贴近我们的日常生活, 所以很容易引起共鸣。

本研究团队依托视觉传达专业“平面视觉”设计表现能力强的特点, 提出了“赣南师范大学 IP 形象及文创产品设计”的大学生创新创业构想, 通过综合创造和运用符号、图片和文字等形式的创新创业实践活动, 找到一条解决学校现有媒体表现形式较为单一、学校校园形象表达较为零散等新思路。项目围绕专业人才培养目标, 让团队成员得到一次综合性锻炼与提升, 增强专业核心竞争力; 同时, 通过把项目组凝练的 IP 形象向学校受众传播和推广, 增强学生对学校的认同感, 促进学校的校园文化建设^[2]。本文仅以此创新创业训练计划项目为例, 对项目前期准备和积累、创新团队如何凝练 IP 形象、文创产品的设计过程等做一个阶段性的小结和探析。

[收稿日期] 2022-05-21; **[修回日期]** 2022-10-11

[基金项目] 2018 年国家级大学生创新创业训练计划项目“赣南师范大学 IP 形象及文创产品设计”(201810418001)

[作者简介] 蔡汶含, 江西赣州人, 赣南师范大学美术与设计学院讲师, 主要研究方向: 视觉传达设计、会展设计, 联系邮箱: 481064938@qq.com

一、做好创新创业训练项目的遴选和前期准备

近些年来,围绕大学生创新创业,广大学者开展了诸多有益的理论研究和实践探讨,取得了丰硕的研究成果,发表了许多有价值的文献,为推动大学生创新创业工作提供了支持。从各种不同资料中获得关于大学生创新创业项目的有用信息,阅读已有的创新创业成功案例文献,是大学生开展创新创业项目初期的重要工作之一^[3]。

(1) 阅读的文献内容要尽可能比较新、比较全面。大学生应尽可能多地阅读近几年来公开发表的相关文献,越新的文献越能代表当前科技、社会发展的现状和发展方向,对大学生创新创业项目的开展有着极其重要的借鉴作用。

(2) 要成功申报和完成大学生创新创业训练计划项目,就需要准确地表述项目的背景、意义和价值。表述创新创业训练计划项目的背景需要“顶天立地”,讲清楚这个创新创业项目有什么重要意义,有什么独特价值以及你为什么要做这个项目,等等。

(3) 学习和借鉴他人的经验,深入开展现状分析,寻求大学生创新创业项目的突破口和切入点,避免重复劳动,少走弯路,提高研究效率^[4]。在开展国家级大学生创新创业训练计划项目“赣南师范大学 IP 形象及文创产品设计”项目之初,创新团队成员花费了较多的时间,收集国内外与该项目相同或相近的最新研究成果,梳理、分析这些研究的共同点及存在的不足,并结合国情、校情,最终提出了自己的研究与创新方案。

国外有 IP 形象的大学占比达百分之九十。如华盛顿大学的 IP 形象是美洲狮,美洲狮一往无前的气势代表着学校一直以来的精神,寓意学子们大展宏图,发挥自己的无限潜力。耶鲁大学则是第一所采用吉祥物的大学,它的吉祥物是被称为“英俊的丹”的斗牛犬,这只吉祥物的选择最初源于体育赛事,深得这所大学学子的喜爱。

虽然国内大学普遍不够重视校园 IP 形象,但也有几所学校的 IP 形象做得非常出色。如华中师范大学的 IP 形象以松鼠为设计元素,名为“博博”

和“雅雅”,取自该校的精神“忠诚、博雅、朴实、刚毅”中的“博雅”二字,同时与该校倡导的“博学、博爱、博雅”的“三博文化”相呼应,“博博”和“雅雅”卡通形象分别代表该校的男生和女生。“博博”的性格勤奋上进,具有社会责任感,敢于进取,朴实刚毅;“雅雅”气质优雅,颇具爱心,博学里不乏博雅之气度。清华大学 IP 形象则是一只名为“清小华”的老虎,虎象征着热情、大胆、强壮、威武,“虎”在中国文化中是代表吉祥与平安的瑞兽。

这些学校的 IP 形象都有不同的特点,所代表的含义也各有不同,但都表现本校积极向上的正面形象,并且大部分都是以卡通形象为主。因此,经过综合分析和比较,创新团队初拟以“赣小狮”作为“赣南师范大学 IP 形象及文创产品设计”创新训练计划项目的 IP 形象(见图 1)。狮子虽不是中国的“特产”,但中国却有独特的瑞狮文化,每逢佳节,人们套上五彩缤纷的狮子外套,模仿狮子行走坐卧、俯仰跳跃。其中“双狮戏绣球”的舞蹈,寓意生生不息、社会繁荣等。



图1 赣小狮

二、创意与文化元素相融合,突显 IP 形象的代表性

“赣南师范大学 IP 形象及文创产品设计”是一个文化与创意有机融合的文创产品设计开发项目。文创产品从字面上来理解,就是文化创意产品,文创产品大多数都以厚重的文化背景为依托,背后往往都蕴含着丰富的人文色彩和动人的故事,文创产品和其他产品的主要区别在于“文化元素”,文创产品的最大魅力就在于这些文化的积淀。事实上,文化内容本就应该应该是产品的一

部分,这是除产品实用价值以外,最能体现其产品附加值的地方。在产品开发过程中,设计师要将所思所想、文化符号、用料选材都记录下来,然后融合到宣传软文中,让受众更多地了解创作者的本意^[5]。

(一) IP 形象是形式,文化元素与故事是基础

IP 是英文“Intellectual Property”的缩写,直译为“知识产权”,随着时代发展和变化,我们现在所说的 IP 的含义有了新的变化和延伸,现在互联网界的 IP 可以理解为指适合二次或多次改编开发的影视文学、游戏和动漫等,它可以是一个故事情节、一个人物、一幅漫画,甚至是一个名称或符号。IP 具备高辨识度、自带流量、强穿透力等特点,IP 形象只是外在的形式,而其所包含的故事与文化元素才是基础,基于某个文化主题所打造的 IP 文化,就是以此为元素来讲述系列故事,其中 IP 就是这个系列故事中的主角^[6]。

一直以来,赣南师范大学都没有整合统一的校园形象,因此,“赣南师范大学 IP 形象及文创产品设计”创新创业项目团队希冀能通过此项目的研究,最终创构出一个生动、活泼,代表赣南师范大学精气神,具有亲和力的 IP 形象,并以该形象为核心拓展周边文创产品的设计。例如,创新团队围绕赣南师范大学悠久的历史、独特的风景与校园文化,以手绘形式设计,形成了以“赣小狮”这个 IP 形象为核心的艺术文化圈:赣小狮、赣小狮的小伙伴逛校园等(见图 2),其以独特的 IP 形象,以网络表情包、微博微信公众号等形式,通过校园网络新媒体向校内外推广,在师生头脑中形成记忆点,赣小狮受到了广泛的好评^[7]。

(二) IP 形象“赣小狮”是外在表象,“精气神”是文化内涵和底蕴

创新创业项目要能“立得起”(成功申报)、“下得去”(开展研究),不仅要符合社会价值、市场预期,以及有一定的受众关注,还要有厚重的文化内涵和底蕴,只有这样,团队成员才能保持旺盛的研究兴趣,才会有源源不断的动力,创新创业项目才会有生命力。



图2 赣小狮和它的小伙伴逛校园

众所周知,法国汽车“标致”采用了“狮子”作为汽车的商标,其狮子标志与汽车文化就是一个形象与内涵相融合的经典范例。这尊小狮子非常别致,它那简洁、明快、刚劲的线条,既突出了力量又强调了节奏,富有时代气息,象征着更完美、更成熟的标致汽车,从而誉满全球。

“多谋思变、同心创业,自强不息、艰苦奋斗,勇于开拓、追求卓越”是赣南师范大学特有的文化。要让学生在校期间接受这种隐形文化的熏陶,激发学生勤奋学习的持续动力,创新团队决定以瑞狮作为吉祥物,提炼出“赣小狮”的 IP 形象,以狮子的卡通形象作为设计的主要原型,通过塑造狮子的不同造型展现其所对应的情绪特征;将狮子穿插在不同场景中形成一系列的表情包,创构出一个极富赣南师范大学特色且与学校文化相融合的 IP 形象,并以该形象为核心拓展文创周边产品设计。借此,激发师生积极向上、勤奋学习和工作的持续动力,引导师生在科研与学习中树立自强不息、艰苦奋斗的精神,形成“崇德、尚学、求实、创新”的优良作风。

三、创意与创新相融合,拓展 IP 文创边界

文创产品是人们借助现代科技、艺术等手段对文化资源、文化用品等进行创造与提升而做出的高附加值产品。好的文创产品需要具备审美、功能、内涵等三个特点,缺一不可。文创产品设

(三) 审美与内容相融合, 实现项目形式的创新

“文创产品”的创新, 既可以是载体的形式创新, 也可以是文案创意的表达创新, 还可以是设计风格的表现创新。

“赣南师范大学 IP 形象及文创产品设计”项目中的“系列表情包”, 其设计扎根现实生活, 灵感源于创新团队成员的学校日常生活, 具体包括上课、休闲、娱乐时等的一些场景。“系列表情包”既呈现赣南师范大学厚重的人文底蕴, 又与生活息息相关。在“系列表情包”的创新设计过程中, 项目团队发扬精雕细刻的工匠精神, 注重内容与形式的审美融合, 通过现实生活 and 艺术中的美的结合来感动学生, 提升学生感受现实美和艺术美的能力, 促进学校的校园文化建设。

当代大学生充满理想和希望, 他们渴望美、追求美, 也希望能够创造美。因此, 项目团队在“插画”创作过程中, 尊重学生追求美和参与创造美的意愿, 主动打开大门, 吸引学生参与创新项目。比如, 在插画构思时, 就吸引了不少同学积极参与对学校风景点的选择。由于许多学生对于印象深刻的美景都有自己的独特见解, 所以创新团队采用了问卷调查、投票表决的形式, 筛选出了大众都认可的校园场景作为插画的元素, 最终形成的文创产品自然也就引起了学生们的共鸣和认同, 学生不仅成为创新活动的体验者与参与者, 也成为创意产品的创造者与生产者^[10]。

四、结语

“赣南师范大学 IP 形象及文创产品设计”创新项目之所以能成功, 一是因为创新团队抓住了产品的文化内涵、创新价值, 突出了 IP 的代表性, 并将其与学校品牌识别建立起了联系, 所以文创产品信息传播快; 二是 IP 形象具有针对性, 它是根据学校受众需求设计的, 师生在众多品牌中能一眼分辨出来, 从而能快速吸引师生; 三是它重点突出了品牌故事, 简单来说, 就是把具有独特内涵的故事赋予“文化符号”, 并最终形成文化产品, 从而受到师生的热捧^[11]。

当然, 对于视觉传达专业大学生而言, 真正

的创新创业并不是一件简单的事情, 上述创新团队所进行的创新项目实践, 仅仅是其创新创业的一个初步尝试, 尚还存在一些不足: 第一, 项目实施初期, 团队成员对项目背景资料掌握不足, 不明白磨刀不误砍柴工的道理, 不愿花力气去深度分析相关文献, 做好项目的前期准备, 缺乏预见性和前瞻性, 往往是走一步看一步, 耽误了不少时间; 第二, 项目总结工作较简单草率, 没有及时做好项目后期的推广和专利申报工作, 随着学生的毕业, 项目深入拓展研究等计划也难落实到位。因此, 今后要高度重视学生创新创业项目研究的前期准备工作, 同时, 学校要加强教师对学生创新创业项目管理能力的培养, 科学地指导学生开展创新创业项目研究。

参考文献:

- [1] 辛智晟, 蓝江平. 信息化时代背景下的 IP 形象设计[J]. 湖南包装, 2021(1): 127-129.
- [2] 房宏君, 朱玉芳. 我国大学生创新创业研究基本情况及高被引文献探析[J]. 劳动保障世界, 2019(26): 75-76.
- [3] 刘继安, 高众. 我国高校创新创业训练项目的实施情况、问题与对策——基于 2012—2017 年“国创计划”项目信息的计量分析[J]. 中国高教研究, 2018(11): 78-84.
- [4] 母小勇. 创新型企业家个人知识与大学生创业知识生成[J]. 现代大学教育, 2020(3): 105-111, 113.
- [5] 王兴元, 刘泓辰, 刘赞. 大学生创客团队支持感知与创新行为研究[J]. 高等工程教育研究, 2019(5): 173-179.
- [6] 高晓巍. 大学生创新创业问题研究[J]. 市场周刊, 2021(76): 184-186.
- [7] 李晓菲, 李晓明. 高校创新创业教育与大学生创业能力研究[J]. 黑龙江科学, 2021(23): 68-69.
- [8] 沈世杰, 王金荣. 关于大学生创新创业教育现状的调查与分析[J]. 改革与开放, 2018(15): 96-98.
- [9] 张艳, 马毅. 基于国家级大学生创新训练计划项目提高大学生综合能力的实践探索[J]. 教育观察, 2015(1): 34-35.
- [10] 王丹, 韦龙明. 大学生创新创业训练计划项目实施体会[J]. 教育现代化, 2020(21): 17-19.
- [11] 李风云, 董志杰. 中国高校创新创业教育的政策扩散: 过程、机制与展望[J]. 创新与创业教, 2021(6): 21-29.

On the practice of IP image and cultural and creative product design training for students majoring in visual communication—Taking Gannan Normal University as an example

CAI Wenhan

(School of Fine Arts and Design, Gannan Normal University, Ganzhou 341000, China)

Abstract: Taking the national undergraduate' innovation and entrepreneurship training program "Gannan Normal University IP Image and Cultural and Creative Product Design" as an example, the paper explores and analyzes the preliminary preparation and accumulation required to apply for and implement this innovation and entrepreneurship training program project, and the process how the innovation team condenses the IP image and designs cultural and creative products. It points out that most cultural and creative products rely on cultural backgrounds, which often contain diverse humanistic colors and moving stories, and the accumulation of these cultures are the most important and attractive part for cultural and creative products; it puts forward the following points: in the process of designing cultural and creative products, students should learn to combine creativity and cultural elements, expand their horizons about the selection of topics for innovation and entrepreneurship training programs, integrate creativity and innovation, and extend the boundaries of cultural and creative products. Through the innovative integration of cultural stories and characters, a vivid, lively, energetic and friendly IP image that represents Gannan Normal University is created, and the design and development of cultural and creative peripheral products are expanded with this image as the core.

Key Words: innovation training; cultural and creative product design; IP image; visual communication major

[编辑: 何彩章]