

文化文创产品的数字化设计对海南红色文化传播的影响

薛婷夏添*

(海口经济学院, 海南海口 571999)

摘要: 黎锦文创产业作为独具特色的海南红色文化, 已经成为了海南的“名片”。文创产品是新时代下的产物, 而数字化技术的发展, 使文创产业开始融入先进技术, 给游客带来了别具一格的体验。本文立足海南红色文化的传播, 对海南文创产品中的黎锦文创产品的数字化发展进行了研究。文中首先分析了文创产品数字化设计对于海南红色文化的影响, 随后指出了目前存在的问题, 最后以传播海南红色文化为目标, 提出了文创产品数字化设计的对策, 以供参考

关键词: 文创产品; 数字化设计; 海南; 红色文化; 影响

黎族织锦已有三千多年的历史, 2009年10月黎锦被列入了联合国教科文组织首批急需保护的非物质文化遗产名录。近些年来, 我国综合国力逐渐强盛, 为了让民族文化走出国门, 更是提出了“文化自信”的要求。黎锦作为上千年东方文明古国的非遗文化, 对其保护与传承显得尤为重要。不过在数字化技术的冲击下, 传统黎锦传统工艺传承遇到了阻碍, 产生了一些负面影响, 不利于将黎锦技艺推向世界。2021年5月, 我国文化部、旅游部门联合印发了《“十四五”文化产业发展规划》中提到应该以创新驱动文化产业的可持续发展, 使文化产业数字化战略能够真正落地, 全面推动文化产业的转型升级, 提升核心竞争力。数字产业化发展背景下, 文化产业发展中可与5G、大数据、云计算、人工智能以及物联网等深入融合, 借此促进数字文化实现高质量发展。本文在此背景下, 对海南文创产品数字化设计进行了探索, 希望在抓住历史机遇的同时, 也可以使我国的非遗文化真正走向世界。

一、文创产品数字化设计对海南红色文化传播的影响

(一) 推动了海南文化产品新潮流

从数字藏品到AI绘图, 数字科技催生了新的文化消费趋势。点翠红花凤头冠的京剧唱将、穿着中国红的岭南非遗醒狮、拿着炫酷的雪橇棒运动达人、拥有“国潮”知识产权的数码藏品——大熊猫“阳阳”、神龙“师师”, 一出场就受到粉丝们热情欢迎。随着数字技术的飞速发展, 区块链、数字孪生、人工智能等数字技术正在为文化商品提供更多的形式, 更多好玩、更潮流的文化产品开始进入人们的日常生活。

(二) 凸显了数字时代价值共创特征

借助现在的AI绘图软件, 用户可以根据自身需求选择油画、国画或动画等不同人物类型。从设定关键词到最后生成, 只需要十几秒, AI绘图就跃然眼前。海南黎锦技艺衍生出来的文创产品和数字化技术结合, 再次凸显出了数字时代价值共创的特征。新媒体语境下, 大众变得更加互动, 他们已经不仅仅是文化消费者, 甚至也可以是“产出者”。另外, 基于新技术的加持, 社会文化更是进入了全民共创时代, 艺术创作门槛渐显模糊。

(三) 增强了数字科技下文化场景新体验

虚拟现实技术的发展, 涌现出了很多虚拟人物, 如虚拟人“谷小雨”、虚拟乐队“三星堆摇滚天团”……不同形式的虚拟人物在先进技术的应用下, 频繁出现于各大晚会中, 给人们带来了换了。甚至由虚拟现实技术组织的演唱会中, 观众可以随心所欲的化身感兴趣的虚拟形象, 在虚拟场景中游玩。不同的场景下, 观众的体验感显著增强。海南红色文化设计中结合数字化技术, 同样可以给人们再现海南特定时期的峥嵘岁月, 给游客带来别样的感受。

二、海南红色文化文创产品设计存在的问题

(一) 文创产品的实用性需要强化

许多红色的文化产品都有一定的纪念意义, 但是这些产品缺乏一定的使用价值, 很难满足顾客对文化产品实用性的需求, 比如摆件、挂件、纪念品等, 虽然有很高的纪念价值, 但是没有实际的使用价值。比如复刻的纪念品, 虽然更有观赏性, 但却不太实用。以毛主席在安源创作的油画作品为内容设计的高度仿的复制品, 与一个红色的木箱行李箱和一把油纸伞相结合, 油纸伞是从人民大会堂的穹顶中得到的灵感, 这两种产品都蕴含着丰富的历史和文化内涵。虽然有一定的收藏价值, 但有些人更看重的是实用的东西, 不会对顾客有太大的吸引力。此外, 有些红色文创产品的外形设计简单大方, 蕴含着很深的含义, 但是在设计和生产的时候, 缺乏对产品特有的设计考虑, 导致其作品的档次相对较低, 加上产品本身并不实用, 但价格却很高, 也无法吸引更多的顾客。比如毛泽东的龙纹印章, 就是为了庆祝毛泽东诞辰115周年而设计的, 它是用龙钮的残留物制作而成, 具有很高的纪念价值、收藏价值和美学价值。但它的价格太高了, 而且没有太大的实际意义, 想要打开市场, 就必须要走高端商务路线。从这一点上, 我们可以看到, 在红色文化创意产品中, 设计师在进行设计的时候, 要考虑到怎样才能更好地给产品的形态和红色的含义, 并且还要注意到产品的使用价值。只有提升实用性, 才能适应不断变化的文创产品, 结合目前的实际情况, 在设计红色文创产品时, 应该强化实用性。

(二) 产品美感和实用性很难兼顾

在红色文创产品的设计中, 设计者只注重产品的实用性, 而忽略了产品的形态、结构和整体的视觉效果。这主要是由于设计师没有考虑到产品的细节, 从而降低了产品的美感和魅力。究其原因, 在于设计者和产品开发者更多地将注意力放在了研发费用上, 而忽视了技术的运用。红色文创产品设计不够美观, 这是一个普遍存在的问题, 在设计上没有太多的美感, 在产品的实用性和美观度上, 难以达到完美的平衡, 红色文化的底蕴没有得到很好的体现, 典型元素与红色精神的融合程度不够, 这就造成了产品的严重同质化。特别是红皮书, 由于转移技术的运用更为便捷, 同质化现象更为严重, 使消费者产生了审美疲劳, 这会让顾客的消费欲望下降。

三、对策

(一) 以文创与产业合作为导向, 促进黎锦文创产业的数字化融合

文化创意产业是涉及面很广、适应性很强的行业, 与其他行业能够开展多种形式的协作和创新, 由此发生奇特的化学效应,

并由此创造出不同的经济和文化价值。近年来,随着有关机构和企业的合作,“文创+企业品牌”“文创+旅游”“文创+非遗”等行业的合作十分广泛,一些行业通过线上的数字化平台和线下的文创营销一起发展,已经建立起了一系列的产业链。2001年,韩国设立了“KOCCA”,目的是通过支持和培育韩国的文化工业的人力资源和生态,提高本国的经济实力和在世界上的影响。KOCCA对文化发展方面的科技和运用给予了极大的扶持,其中就有一部由网飞公司出品的电视剧,而这一行业在2022年韩国的年度销量增幅也是最大的。全国各地都有自己的研究所,其中就有黎锦的起源地,也有海南的艺术研究所,他们都会组织一些具有地方色彩的比赛,鼓励不同类型的同学及设计人员积极投身于本地的独特文化中。这对于黎锦文创行业来说,是一个很好的发展和创新的平台。黎锦文创能在这些组织的带领下,除了原来的创意设计外,还可以发展数码影像,包括各种数码媒体产品,如电影,动画,纪录片等。与此同时,也可以通过这种行业之间的联系,与时俱进,与各种新型的数字产业进行交流和融合,探寻黎锦文创多元化的途径,以行业协作的方式使其达到最大经济效益。

(二) 以用户体验为中心,提升黎锦文创的数字化沉浸感

“用户体验”这一术语是在1990年代中期由用户体验设计者唐纳德·诺曼发明的。唐纳德·诺曼教授认为,只有将“注重美感和感性”的传统设计思想和“注重社会和尖端科技”相结合,才能产生好的体验设计。以数字黎锦文创为例,在注重审美与情绪的传统设计思想中,除使各民族有一种民族文化认同感与自豪感外,更有必要将这些具有叙事特色的黎锦图案、黎族故事讲好。这既要让作品中所蕴含的精神和文化内核与使用者产生感情上的共鸣,又要利用现代的社会学和现代设计思想,以数字方式将作品的内容进行身临其境的表现。黎锦纹样的图腾特征比较明显,每个图案都有不同的传说和寓意,比如黎族有“青蛙”,它可以引雨,旺盛的生育力,象征着风调雨顺,人丁兴旺,是黎锦文创数字创作的良好目标。海南民间传说纪录片《织锦上的黎族》,每一集的主题开始,都是以黎锦为背景,每一种图案元素都像“活”了一般,在背景上移动,生动地讲述着一幅幅生动的故事,让画面变得更加美丽,将黎族故事的叙述和动态图案的手法融合在一起,获得了更多的关注和点击量。

除动漫之外,AR和VR等尖端技术也为黎锦文创创造了一个全新的舞台,将光影技术、全息投影、动作捕捉等多种先进技术相结合,创造出一种互动、参与性、体验性和故事性于一身的沉浸式数码体验。近年来,伴随着国家政策和市场的不断完善,深圳举行的《“纹”以载道——故宫腾讯沉浸式数字体验展》,展出了目前世界上最大的5.3米高的故宫博物院3D模型,让参观者能够更好地感受到图案的精细变化。此外,37米环形高清晰屏幕、4D沉浸式交互空间等硬核型数字创意也受到众多参观者的关注,为黎锦纹样文化创意产业的数字化发展提供了有益的启示与借鉴。为黎锦文创创造的数位发展,并不只是一种深刻的文化和强有力的技术之间的融合和冲突,同时,也是对传统思想和当代思想的融合和更新。这是一种让人感觉更接近于人的心理和情绪,让人有更多的互动体验。

(三) 以黎锦纹样文化为基础,打造数字化IP经济

IP是英文的简称,意思是“知识产权”,也是一种有创造性的、有智慧的产物。在数字时代,IP经济的发展,既要有高质量的内容,又要有强有力的市场推广。美国维亚康姆(Viacom)主席雷石东提出了“Contentkising”的理念,他指出媒体事业的基础在于,也必然在于内容,因为它只是媒介的一部分。而“以内容取胜”的

思想在文化创意行业中也是一样的。黎锦纹样品种繁多、造型精致,是一种高质量的传统文化传承品,以坚实的文化内涵为内核,以现代方式来创作和发展新的文化内涵,这就给数字“IP”标识的设计带来了多元化的发展趋势。新媒体时期的传播媒介和传播模式都给IP经济的发展带来了巨大的商机,除有互联网支撑的微信、抖音等大型网络平台之外,以区块链技术为支撑的NFT数字藏品也是一种新型的产品,具有独特的收藏价值和意义。其中第一个推出数字藏品的,就是支付宝的蚂蚁族。蚂蚁网络目前已有110多万用户在使用,所有发行的数码产品都不到一分钟就被抢购一空。黎锦纹样文创IP的经营模式和设计方法很多,比如黎锦纹样文创,它可以通过自己比较丰富的动物和植物来进行IP形象的设计,也可以通过其他IP和本土文化的合作,比如POPMART等,但是,在数字时代,黎锦纹样文创的“出圈”,而区块链和元宇宙等数字科技的发展方向也将会影响到数字IP的发展方向,所以,充分运用这些数字化的平台和销售手段,将有助于黎锦纹样文创的数字IP经济的形成。

(四) 以黎锦纹样种类特点为核心,构建数字文创生态圈

黎锦图案的横向构建和数字手段的垂直应用两个方面的建设,是建立数字文创生态圈的重要环节。从横向构筑的观点,将黎锦图案划分为五个不同的方言区域,并根据各个区域图案的颜色和图案结构特征,来构筑黎锦文创的五大体系,同时黎族刺绣也分六大类,每一大类之下,都可以衍生出六个不同的设计和创意,黎锦纹样只是其中一种。黎锦图案的创意设计,也可以延伸到黎族的其他文化,比如黎族的饮食、服饰、图腾、祭祀等等。在黎锦文创的生态系统中,数字技术无疑是一个很好的平台,比如黎锦logo APP、HTML5网页、微信小程序等,可以让用户更好地进行信息可视化和人机互动,从而为用户带来更好的视觉感受,从而创造出更多的商业价值。同时,还对非遗文化进行数字保护和推广。“非遗”文化创意产业,在数码科技的帮助下,可以持续创新、维持新鲜,除了通过网络媒体,如手机,电脑,电视等,还可以组织线下的数字展示。依托地方博物馆,在数字文创方面进行试点。再加上旅游和文创的宣传,让更多的人感受到了科技的魅力。横向上是文化内容的挖掘,垂直上是数字化的黎锦图案创意生态,可以像漫威电影一样,打造出“黎锦图案世界”。

四、结束语

数字化是如今互联网时代发展的趋势,因此数字化文创在目前具有一定的发展潜力与优势,而黎族织锦作为海南非物质文化遗产,同样面临着文化传承保护和发扬的基本任务,对于黎锦纹样文创产品的数字化探究,不仅有利于黎族非遗文化的现代化,也为数字化文创未来发展的模式提供了参考意义。

参考文献:

- [1] 陈瑾,陶虹佼,徐蒙.新发展格局下我国文化旅游产业链优化升级研究[J].企业经济,2022(11):123-133.
- [2] 肖梦想,何森,李渊.数字化文创产品在虚拟现实技术中的三维动画可视化手机App平台设计与实现[J].明日风尚,2021(23):137-139.
- [3] 边美洁.历史类博物馆文创产业的创新与发展——以故宫文创为例[J].今古文创,2022(2):68-70.

本文系海南省教育厅项目资助“后数字时代语境下海南红色文化的视觉重构研究”(项目编号:Hnky2024-53)的研究成果之一。

*通讯作者:夏添,硕士,海口经济学院,讲师,动画。