

新媒体环境下红色文化在数字媒体艺术中的应用研究

刘伟豪

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

【摘要】新媒体时代的到来使得人们接受信息知识的来源层出不穷,泛娱乐化的数字媒体内容信息致使人们对红色文化了解甚少,储备匮乏甚至对此类知识信息忽略漠视。本文主要研究基于新媒体环境下红色文化在数字媒体艺术中的应用。

【关键词】新媒体; 红色文化; 数字媒体艺术

【基金项目】本文属于2021年度西安培华学院大学生创新创业训练项目和陕西省大学生创新创业训练项目阶段性成果,项目名称: 建党百年背景下薛家寨红色文化数字媒体艺术再现, 校级编号: PHDC2021022 省级编号: S202111400040。

1 研究背景及意义

1.1 当代普罗大众对红色文化知识储备匮乏

随着新媒体环境变迁, 导致信息知识冗杂, 人们对各种渠道蜂拥而来的信息应接不暇, 泛娱乐化的新媒体内容逐渐成为信息主体。目前, 人们对于红色文化了解甚少, 对红色知识储备匮乏。据《中国人民报》调查结果表明43%的人民群众对红色文化知晓一二, 13%的人一概不知。如此庞大的基数, 让我们意识到红色文化并没有全方位的普及到大众层面, 人们对红色文化的了解较为匮乏^[1]。

1.2 新媒体环境下数字媒体艺术情况

根据“网生代”的生存现状, 人们存在于互联网大背景下, 其信息获取必然离不开新媒体。数字媒体艺术, 即通过信息技术手段, 进行艺术处理及创作, 使用数字技术手段对各种类型的作品进行艺术加工。在新媒体环境中, 数字媒体艺术凭借着广域性、时代性、创新性、互动性等优势逐渐深入到人们的生活中。

1.3 以数字媒体艺术形式呈现红色文化可行性分析

人们在大部分时间中沉浸在泛娱乐化的新媒体内容中, 无暇顾及红色文化知识的了解与学习, 以数字媒体艺术手段产出来呈现红色文化的内容亦是屈指可数。面对红色文化输出力度匮乏、输出手段传统的现状, 在新媒体环境下, 以人们喜闻乐见的数字媒体艺术来进行红色文化建设, 宣传红色文化。

2 大众对红色文化数字媒体了解与不同传播形式问卷调研

2.1 调查呈现的问题

在抽样调查中发现, 40.9%的人们反映近2年没有过红色文化知识了解学习的经历, 该占比人群认为红色文化由于形式传统(45.2%)、内容单一(37.6%)、内容冗长(48.4%)、不感兴趣(47.1%)而没有进行了了解学习。其中最大比例的“无暇顾及(45.9%)”人群反映出在新媒体时代环境下, 碎片化阅读已经成为了主流趋势, 而在形式和宣传手段较为传统落后的情况下, 人们是不愿意主动花费时间去了解红色文化。在存在巨大缺陷与问题的同时, 根据调查只有13.2%的人们表示有意愿进行红色文化知识的了解与学习。

面对红色文化, 调查如下: 73.2%的人认为没有必要进行红色文化知识的了解学习, 觉得完全是没有用的知识。在以红色文化的表现形式中, 以数字媒体艺术形式呈现还是传统组织学习, 63.7%的人们选择了以数字媒体艺术呈现, 说明在接受方式上, 人们对于传统的红色文化了解方式存在排斥。与此同时反映出, 新时代环境下, 数字媒体艺术中所呈现的内容更丰富、形式更多样, 更易被人们采用和接受, 有效的帮助人们

去除抵触心理, 更好的进行红色文化知识了解学习。

2.2 调查结果分析

2.2.1 当代人对红色文化知识储备情况

根据西安当地抽样调查分析显示, 有43%的人群对红色文化知识略知一二, 有38%的人群不能说出红色文化相关知识。对于新媒体环境下的现在来讲, 红色文化并没有很好的成为人均必要知识储备。在红色文化知识储备问题中, 68%的人群只是知道中小学课本或周边遗迹相关红色文化, 只有32%的人能说出三个及更多的红色文化知识。由此可见, 当代人们对于红色文化知识储备相当匮乏。

2.2.2 新媒体环境中大众对红色文化接受情况

在当下的新媒体环境中, 仍有相当一部分人群不愿意主动了解红色文化, 主要反映在认为红色文化内容单一、质量不高、缺乏趣味、缺乏创新、传播渠道窄等诸多原因。数字媒体艺术本就是在媒体环境变迁下应运而生的新的艺术表现形式, 随着传统媒体逐渐转向数字媒体, 艺术也由原来的平面化艺术形式转向了以数字媒体或新媒体为媒介平台的形式, 如视频、动画、VR、AR、MR等。在新媒体环境下, 借助数字媒体艺术的表现形式呈现红色文化精神内涵, 会大大提高人们对红色文化的接受度和兴趣程度。我们应有效的利用互联网, 在此基础上, 一方面提高红色文化数字媒体艺术产品的质量, 另一方面也应正确引导人们对红色文化数字媒体艺术的接受与态度。

2.2.3 红色文化宣传作品内容的现状与问题

当前, 不少新媒体平台建设红色文化板块为红色文化宣传工作服务, 但是部分平台红色文化板块不能有效的发挥其功效, 主要体现在制作人员不专业、内容单一、缺乏趣味性、吸引力较弱等问题, 没有发挥出它的实际效益。与此同时, 部分创作者更新较慢, 使得参与群体兴趣大大降低。一方面, 很多新媒体平台对红色文化数字媒体艺术产品支持有限, 所建立板块成为了摆设, 平时的运营和维护也没有落实到位; 另一方面, 人们通过新媒体平台观看红色文化数字媒体艺术产品的现象还是比较少见, 大多数人们没有因为红色文化数字媒体艺术产品得到改善。数字媒体艺术形式体现红色文化比较成功的有“青年大学习”, 该系列作品的反响较高, 但却只是针对高校大学生的强制学习, 能有效提高的还是不多。针对这些问题, 红色文化数字媒体艺术还有待优化改善, 面对受众群体, 红色文化数字媒体艺术不仅需要提高产品产出的质量, 也应与新媒体平台协商优化改善。

3 新媒体环境下数字媒体艺术为红色文化带来机遇

3.1 拓宽了红色文化宣传途径

我国的红色文化宣传大都以集中教育为主,通过建立红色遗址,举办红色文化讲座等来进行红色文化教育宣传,这种形式往往都是固定的,只能在规定的场合进行,具有较高的局限性。随着媒介环境的不断演变,以及各类电子产品在人们身边的普遍使用,数字媒体艺术为人们学习了解红色文化知识提供了独特的表现形式与环境条件,拓展了红色文化宣传的形式。宣传者可随时随地通过各大新媒体平台发布内容,进行线上传播,为受众群体提供更加丰富且更具有选择性的内容。与此同时,信息接收者们能不受时空拘束去了解红色文化,更有助于人们自由、便捷、趣味、选择性进行红色文化知识的学习,同时还能及时反馈给创作者作品可改进的地方,达到了即时互动、即时改进的效果^[2]。

3.2 提高了红色文化宣传质量与效果

在现实生活中,很多人会对红色文化抱以漠视的态度,进一步造成红色文化知识储备匮乏的问题,严重影响了人均红色文化知识储备素质提高的问题。一些人对此甚至有抵触和厌烦情绪,给红色文化宣传工作带来了十分不利的影响。以数字媒体艺术的形式表现红色文化有效地改善了这一情况,由于新媒体平台创作的自由性、人们观看习惯的依赖性、大数据推送的精准性,人们只需要在自己便捷的时刻选取自己想观看的内容,并通过不再是内容传统单一,而是富有趣味和创新的数字媒体艺术作品进行学习了解。这种途径大大提高了红色文化的认知程度,同时也提升了红色文化的宣传质量和效果。

4 红色文化融入数字媒体艺术的实践

4.1 丰富的红色文化资源为数字媒体艺术提供了重要创作源泉

红色文化有深厚的群众基础,将红色文化作为数字媒体艺术的内容题材,不但能增加艺术作品的内涵,而且更容易被世人接受。在深入调查研究红色文化时,收集各种红色文化相关的文字、图片、影像等资料,感悟红色文化精神,提炼红色文化元素,与数字媒体设计相结合,形成具有现代化表现形式与能有效传播的作品。通过分析红色文化中的典型历史事件、历史人物、红色遗址以及与革命事件相关的生活场景等,加以整理和提炼,选择适合数字媒体艺术表现的体裁作为创作作品的主题,从内容创新与形式创新上提高作品质量,改变以往固有的形象思维及

单一传播模式,用新的视觉形象及表现形式来丰富红色文化的内涵。这对继承和发展红色文化有重要的意义^[3]。

在新媒体时代下,从表现形式和传播样式上丰富红色文化,时对中国优秀传统文化的继承与发展,同时也是红色文化的转折与创新。人们在新媒体时代下,不再是被动地接受信息,而是主动的参与信息传播,甚至是作为传播者进行宣传。以数字化的形式与数字化的信息作为生产内容,以技术创新为生产内核,已成为数字经济时代的新特点。因此,创作者、传播者必须与时俱进,利用新媒体环境下发展的新的数字媒体技术进行红色文化生产,让大众更多、更广泛的参与到其中来,实现中国传统文化的传承与发扬。

4.2 红色文化融入数字媒体艺术表现形式

4.2.1 内容与技术的结合。在红色文化内容中,我们运用数字技术收集红色文化资料,进行资料的整理与共享,并进行广泛应用。在此基础上,我们提炼元素并以此为原型进行创新,改变原有的形象造型、设计风格,进行再创造,挖掘出其中的精神内涵,创作出符合大众调性的红色文化数字媒体艺术作品,从而实现红色文化的宣传与弘扬。

4.2.2 与地域、文化、经济相结合。以当地的红色文化、红色景点、红色事迹为创作主旨,从中找寻可设计开发的产品,并设计制作出符合当地人审美的文化创意作品。比如同红色文化旅游产业相结合,推出具有地域特色的红色文化纪念品,打造红色文化IP形象并进行推广营销,打造网红景点,力求形成系统化的红色文化创意产业,推动区域经济增长。

参考文献:

- [1] 李琳娟. 新媒体环境下红色文化传播路径研究[J]. 新传媒, 2019 (332).
- [2] 王艳梅. 湘南红色文化在数字媒体艺术实践教学中的运用[J]. 新闻研究导刊, 2020. 11 (1).
- [3] 冷荣亮, 冯艳. 数字媒体艺术在非物质文化遗产传承中的应用[J]. 邢台学院学报, 2018. 33 (3).

作者简介:

刘伟豪 (1998-), 男, 汉族, 陕西铜川耀州区人西安培华学院, 网络与新媒体专业本科在读。