

南京红色文化资源视觉设计传播策略研究

毕礼进

(南京传媒学院, 江苏南京 211100)

摘要: 红色文化是中华民族精神的重要载体,亦是社会发展、民族进步的不竭动力。相比于其他地区,南京的红色文化资源丰富而多样,自五四运动开始,至1949年南京国民政府覆灭,在全国红色文化遗产体系中有十分重要的现实意义。基于此,本文就南京红色文化为研究主题,从其发展现状、资源特定等内容入手,分析目前红色文化资源传播遇到的困境,并在此基础上提出具体对策,以期为广大学者提供有价值的借鉴。

关键词: 南京红色文化; 视觉设计; 现状; 特征; 传播策略研究

红色文化是党带领人民在战争年代创造的、蕴含坚韧不屈、伟大奉献精神的一种特殊文化形式。相比于传统文化,红色文化以革命精神为核心,多种优秀品质为体现的一种情感文化,其既蕴含了长征精神、延安精神等优秀精神,又反映了当时社会背景下人们对于美好未来的憧憬与精神寄托。南京红色文化作为红色文化的重要组成部分,不仅促进了红色文化与其他文化融糅交流,而且也进一步促进了红色文化的传承与弘扬。目前,在红色文化传播过程中仍然存在一些方式方法上的不足,而这也为我国社会发展指明了方向。对此,当今多元文化背景下,国家、社会要充分发挥自身优势,丰富传播手段,提高传播效率,从而将“红色精神”真正根植于人们心中,生根发芽。

一、南京红色文化概述

(一) 历史沿革

南京红色文化资源丰富、时间跨度大,最早可追溯至1919年,在“五四运动”时期,南京成立了《南京学生联合会》,而这也是南京红色文化的起点。其次,南京作为国民党的政治中心,在当时的地位有目共睹,而“南京解放”作为重要的转折点,于党、国家发展有着十分重要的现实意义。总之,相比于其他地区,南京的历史更像是党发展的缩影,所蕴含的红色文化也具有一定的研究价值。

(二) 特征与价值

南京的红色文化资源丰富、形式多样,在我国红色文化中有举足轻重的作用。从其内涵来看,南京红色文化主要有以下几个基本特征:

1. 革命胜利的标志地

南京是国民党的政治中心,也是国民政府的首都。解放南京,标志着我国民族独立事业取得了重大胜利,也为新中国的成立奠定了基础。

2. “梅、花精神”的起源地

“梅园精神、雨花精神”作为南京红色文化的重要代表精神,不仅体现了共产党人坚定、不屈、奉献的精神与理想信念,也为国家发展、民族独立指明了前行的方向。

从南京红色文化资源特点来看,其还有以下几方面的应用价值:

(1) 种类多、数量大

就目前来看,南京市红色文化资源点共有165处,形式多样,所蕴含的情感、精神十分丰富。同时,南京市的“梅、花精神”与“四种精神”一样,不仅是党的重要财富,更是社会发展、民族进步的重要活力,而这也为文化传承提供了有力后盾

(2) 类型多,具有时间代表性

南京的红色文化横跨了整个革命时期,每个阶段的文化具有不同的特点与内涵。而且多种形式的红色文化也进一步体现了南京地区的独特性。

(3) 分布广泛,具有集中性

根据现有的红色文化资源点来看,红色文化均匀地分布在整个南京市。其中,老城区红色文化的聚集度最为明显,新区、横山地区的红色文化分布均匀,而这对日后红色文化资源传播奠定了一定基础。

(4) 应用价值高

南京作为国民党的政治中心,其特殊地位不言而喻。同时,一些重大事件也发生在南京市,而这也进一步体现了南京红色文化资源的实际价值,加之地域、政治、文化等其他因素的影响,使得南京的红色文化更像是我国社会发展的一种缩影。

(三) 现状与问题

由于南京红色文化资源数量的庞大,致使在实际传播过程中会遇到许多困难,在这其中,主要有以下几个显著问题:

1. 保护制度不完善

目前,虽然南京红色文化资源数量多、种类广泛,但在多种因素的限制下,使得一些红色文化并未得到相应保护,加之管理体系的不完善,一些红色文化已经逐渐消失在我们的视野中。

2. 红色文化利用率不高

虽然南京红色文化资源数量多、类型全面,但在实际传播过程中,往往会将一些“重大事件”作为文化传播的重要媒介,这就导致一些红色文化得不到利用。同时,南京的一些红色文化展

览馆内容、形式单一,缺乏影响力,导致人们对这些文化的认知流于表面。

二、南京红色文化资源视觉设计对策

(一)文化内涵及设计构成要素分析

文化内涵作为红色文化资源的重要组成部分。为此,在实际设计过程中,要注重以下几个方面:首先,依托重大历史事件,挖掘红色精神。南京众多的红色文物,记载了真实发生的历史事件。红色文化资源视觉设计,需要这些历史事件作为参考,通过对文物的分析、解读,再现历史事件,并通过历史回顾,挖掘其背后蕴含的红色精神与优秀品质,进而彰显红色资源内涵与价值。其次,讲好“红色故事”,深化红色元素。在实际设计过程中,不仅要注重历史事件的红色文化,而且还要讲好“红色故事”,通过多种设计技巧将平铺直叙变得生动,调动听众思绪的同时,使其对红色精神的理解更为深刻。

(二)红色文创产品创新设计

从定义来看,红色文创产品就是运用红色文化资源,结合创意设计,将其转化为一种具有纪念性意义的商品。相比于传统的博物馆文创,红色文创产品设计难度更大,既要体现红色文化特点,又要通过产品形式,表达出红色文化的核心精神。另一方面,红色文创产品对设计者综合能力要求较为严苛,既要了解红色历史事件,也要从中挖掘事件背后蕴含的情感、文化,将其转化为大众所能接受的形式。对此,在红色文创产品创新设计,设计者要考虑红色文化与当今社会之间的联系,选择多个契合点,结合多种现代化设计手段,提高产品种类,丰富产品内涵,只有这样,才会被大众所接受。

(三)红色IP形象设计

首先,在设计红色IP形象时,设计者要重新考虑其与红色文化、红色精神之间的联系,针对南京红色文化资源的特点,选择合适的形象作为主要载体。其次,在形式、风格的选择上,设计者要注重符号、图形的使用,既要彰显红色文化的特点,又要起到宣传作用,提高产品辨识度。最后,要加强互动体验设计,使其具备地域性、叙事性等特点,从而为红色文化资源的传播奠定扎实基础。

三、南京红色文化传播策略

(一)整合红色资源,加强品牌定位

红色文化具有一定代表性,其在不同的时期有不同的表现,且符合多元化发展的趋势。在新的时代背景下,我们要将该文化发扬光大,同时也要深度解析其时代价值,挖掘其更深层次的内涵。其次,我们也要转变今后的发展理念,强调多媒体的应用,结合地区特色打造独具特色的红色文化。再次,我们也要立足于史料的挖掘,以历史事实为基础,在此基础上提炼很多的红色精神,增强文化引力。第四,借助新媒体之力搭建“微平台”建设,同时也可在各大平台宣传红色文化内容,开辟新的传播渠道,引

导大众传播红色文化,在此基础上加强红色文化的认同感。此外,在红色文化传播过程中,我们也要迎合主流媒体的作用,针对不同群众的需求制作一些“微电影”作品,通过这种方式使人们感受红色文化的魅力,扩大文化的传播范围,增强传播效果。

(二)着眼文旅结合,突出文化特色

随着社会经济的不断发展,一些产业得到了相应的发展空间,加之社会生产方式的转型,使得不同类型产业得到了相互交流、相互融通的机会。对此,要想切实推动红色文化的弘扬与传承,就要加强与其他产业的合作交流,积极开发多种产业链,从而拓宽红色文化传播渠道。例如,可以将信息产业建设放到重要位置,使其成为红色文化传播的要地。此外我们也要深度解析影视文化,将其作为红色文化传播点,通过两者的融合拉动地区经济发展。以影片《刘三姐》为例,其有独特的艺术魅力,其实现了影视作品与旅游文化的融合,同时也传播了红色文化。此外,我们还要将红色文化与生态旅游文化融合起来,实现红与绿的结合。

(三)鼓励事企合作,深入资源开发

红色文化要想实现更好地传承与发展,一是要加强与相关企业的合作,深入资源开发,打造符合社会发展需求运行机制。在此过程中,政府、国家要给予重视,提升战略定位,发挥主导优势,为事企深入合作提供相应的保证。二是要构建以“事企合作”为基础的高质量红色文化产业体系,将南京红色文化资源进行整合,探寻多个切入点,统筹规划好各个部门之间的协调作用,提高自身公共服务职能的同时,促进红色文化资源的全辐射。三是加强红色文化资源视觉设计。立足南京红色文化资源特点,打造多元文化品牌,完善红色旅游现代化产业的同时,实现从“高峰”到“高原”的转变。

四、结语

综上所述,红色文化作为实现中华民族伟大复兴“中国梦”的核心内涵,于社会、国家的发展有着十分重要的作用。当今时代背景下,我们要重新解读红色文化,把握其内涵,全面分析其在传播过程中遇到的问题,结合当下社会发展,创新传播渠道,挖掘红色精神,使其契合当下人们认知,从而使红色文化永葆活力,使红色精神真正成为我国民族进步的不竭动力。

参考文献:

- [1] 梁军,陈丽娇.视觉重构理论下红色文化数字化传播策略[J].思想教育研究,2020(001):140-143.
- [2] 卢晓云,徐帆.优秀传统文化资源的电视传播策略[J].南京广播电视大学学报,2020, No.101(04):71-75.
- [3] 王艳红,秦宗财.红色文化形象的受众认同与媒介传播研究[J].中原文化研究,2020,008(003):21-26.