

红色旅游纪念品的设计与制作

——表情包设计

李梦薇 胡岱瑜 朱仲立 胡运 王璐

(陕西国际商贸学院 陕西省咸阳市 712000)

摘要:在社交互联网媒体网络日益发达的今天,为了满足大众文化需求的应用聊天软件不计其数的涌现,其中比较主流的使用手机QQ微信来进行信息的沟通与交流,而在通过屏幕与电流传播信息的时候往往看不到表情,于是就会有人想要更好的表达自己的情感,想到了制作表情包,人与人之间的交流沟通主要是看表情与动作来进行的,手机电脑阻断了这个方式,所以表情包就能够很好的表达自己的情感。我们可以从这方面入手,打造出全新的具有纪念意义的红色文化表情包,让一味比较艰难乏味的红军西征路、严肃、巍峨的军人也变得活泼可爱起来。

关键词:红色文化;红色旅游纪念品;设计;创意;表情包

引言

一说到旅游,人们就会提及旅游六要素“吃、住、行、游、购、娱”。六要素精辟概括了旅游活动,是直到现在对旅游业描述最简洁、最准确、传播最广的概念。总结旅游业这些年的发展,在六要素基础上,文化旅游的出现提供了新的契机,文化与旅游产业的融合,具有独特的绿色经济效应,能发挥我国旅游与文化产业的优势,文化产业通过以非物质文化资源为加工对象,为市场提供文化意义的消费,需求弹性较大,产品附加值较高,价值链较长,是典型的绿色经济,并且越来越多的旅游者将购买旅游纪念品作为一次外出旅游的见证的同时不仅仅只局限于观赏性,更多人开始逐渐重视文化附加意义。根据这一现状下,利用好红色旅游纪念品与人们日常互联网的相关,在旅游地接受游客的同时推出旅游地独特的表情包,旅游的同时不费力的“带走”旅游纪念品。

1. 红色旅游纪念品的意义

旅游纪念品不仅能反映出当地鲜明的文化特色,其中更重要的就是注重人文精神的传递,依照当地的特色而开发出各式各样的纪念品,从而对参观者或者旅客起到一定的纪念意义,所以纪念品必须适合现代人们的审美观念和消费取向。而红色文化旅游纪念产品在发挥经济效益的同时,更具有一定的教育意义。这些旅游衍生产品在追求创新的同时,往往不足以保持艺术品、文物的本身特色,对提取其象征文化元素的态度不够严谨,鲜有对红色旅游纪念品所创造经济效益的统计与说明,对该类纪念品的重视不够市场上现有的红色旅游纪念品对红色文化彰显不足、地域性不强,旅游者虽有选购纪念品作为旅行见证的心理需求,但又存在纪念品收藏价值不高、质量参差不齐的心理矛盾。因此,在这一现状下,加强对红色旅游纪念品的创新设计,是十分必要的。

2. 关于红色旅游纪念品表情包的的设计与制作

2.1 表情包因素主要意义

有的趣味性、直观性以及制作的简捷、速成等特性正好迎合了网民用户在社交平台中直观表达的需求。同时,因为表情包在传播过程中自带情感,这为网民用户在网络社交平台中的交流注入了新的活力。用户不仅仅局限于单调的文字交流,还可以在交流过程中使用表情包助推自己的情感表达,活跃交流气氛;丰富了网络交流和表达手段,在交流中更为准确的表达出想要表达的情绪态度;提供娱乐,释放自己的感情,一定程度上充当缓解压力的闸门和情绪宣泄口。

2.2 主要适用对象

受众群体定位较广泛,男性、女性都可以使用,来红色旅游地旅游的群体是网络时代主要使用微信表情包的人群,这一年龄阶段的人群处于大学,或者是有儿女的中年老年群体,人群使用表情包的频率颇高。去哪儿发布的《2021红色旅游发展报告》显示,该平台上2020年红色旅游人均消费达到1287元。去哪儿大数据研究院院长兰翔表示,打卡红色景区风靡25岁以下群体,占比创近年新

高。例如,“五一”期间,去哪儿平台上预订红色旅游产品的游客中,25岁以下群体占比达到19.1%,”95后”群体在红色旅游群体中的占比实现连续3年增长,红色旅游人均消费达到1903元,创近年新高。

企查查数据显示,我国共有关键词为“红色旅游”和“红色文化旅游”的现存企业4464家,其中湖南省以1799家位列第一。2011年以来,红色旅游企业注册量逐年增长,2020年共注册1132家,同比增长9%;2021年上半年共注册相关企业889家,同比增长79%。从地域分布来看,湖南省的红色文化底蕴最为深厚,共计相关企业1799家,遥遥领先,广东、陕西、河南和江西的红色旅游企业分别有262家、232家、229家和215家。

2.3 设计灵感来源

设计灵感来源于红军西征时的种种艰难旅途过程的画面,此项属于红色旅游资源中的一项必不可少的内容——人物事迹及历史事件,设计红色纪念品时根据人物事迹及历史事件原型来表现时采用不同的形式。作为最生动的教育素材,同样也是红色纪念品设计的资源宝库的长征画面,再结合当下比较流行的表情包设计款式来设计出一款独特的红色文化表情包。这款表情包的设计款式简单大方,可以运用到微信QQ或者是其他社交软件上面,运用范围较宽广。

2.4 设计思路分析

在设计之前,就应该想好我要设计的表情包是啥?它是用来做什么的,它会被具体用到哪些方面或者运用到那些社交软件,设计应始终围绕红色历史和红色精神,红色革命文化如何有趣的与我们日常生活结合起来,起到一些教育和鼓舞人心的作用。这些都是设计一款表情包最基本的前期准备。无论我们要设计什么样的表情包,首先都必须要想好我们的设计主题、方向、思路,待设计的时候才会一气呵成,然后才能设计出一款被大众所接受,所使用的社交表情包。

2.5 地域文化联系

包作为网络交流中必不可少的辅助工具的同时,其功能不仅仅是用来娱乐、表达情感,更重要的是用来当作有益文化的传播媒介。为网络表情包的表现内容增添了新的设计思路,同时借助网络表情包作为传播介一方面可以满足是中华民族优秀文化的重要组成部分,是中华民族文化自信的基石和重要的宝贵财富。网络表情足红色旅游旅客的心理层面和审美追求在情感上得到共鸣,另一方面能让更多人去认识与了解、保护与发展、传承与创新西征文化,对推动西征文化的传播具有重要意义。不能过于照搬与抽象化,需要对视觉元素进行提炼。提取红军元素的特征,进行凝练和再设计,使其具有高度识别性以及符合现代人审美的艺术性。

3. 表情包形象设计

首先要确定自己要画的形象是人物还是动物,通过分析红色旅游

消费者的行为目的和消费心理,以及红色旅游的功能目的及意义,思考红色旅游纪念产品的设计以“红物”为载体,“红色基因”为传承的设计原则,要突出红色精神内涵和教育功能,同时还要具有西征特色和良好的艺术品质,这个依据要我们所要设计的主题来定,我们的设计方向就是关于红色旅游纪念品的社交表情包设计,所以我们根据需要进行查阅或者收集一些关于红色西征文化的事迹或者根据自己的日常生活故事、热点、等话题进行改编创作的一系列的社交表情包。

3.1 卡通形象定位

我们是把军人高大、强壮的形象可爱、夸张化,所以形象偏可爱的卡通 Q 版风格。设计的表情包形象多个定位,比如萌萌的、可爱的、生气的形象。多观察或者统计身边的人用微信表情是什么类型的,如何讲它按“喜、怒、哀、惊、爱”等进行分类处理。

3.2 表情包性格定位

性格比较随和,喜欢发呆,有时候有点傻,又是又有点凶,是一款很好运用于社交软件的表情包。

3.3 造型创作

头上戴着蓝色的小帽子头型使形象更加活泼,可爱,生动有趣,吸引大众目光的同时,也让红色传承基因,与日常生活联系起来,整体形象看起来活泼可爱,有朝气。造型主体形象的设计是表情包视觉设计的关键,因此在设计主形象时既要符合创作背景同时也要具有识别性。透露着旅游地这座城市热情的感受与与红色文化具体代表象征。

处理过后然后结合简化和卡通化的设计方法将人物设计平面化,一双灵动的大眼睛、两坨可爱的腮红和充满智慧的大脑袋,显得格外生动有趣。为了突显红色象征文化,图案设计根据形象所要表达的语义来搭配不同的文化代表性元素。既可以辅助人物更好地表达语义,又可以为表情包的整体视觉效果起到锦上添花的作用。在颜色的选取上,整体色调以所要表达的文化并结合当地旅游地旅游文化产品进行具体操作实践。

4. 立意设计

表情包主要是表达感情、传达情绪,表现此时自己内心的想法同时也能缓解聊天的尴尬气氛,所以我们所设计的卡通人物要符合我们的设计主题。

比如我们所要设计的这一套红色文化表情包,是想表现红军西征路的日常生活中的一些表情,然后通过头脑风暴形式列出我们所要表达的各种词汇,最终再进行筛选,因为微信要求一套表情是 16 或 24,设计的时候多设计一些,到时候选出一套比较优秀的表情包出来就可以。

4.2.列出想要表达的词汇

不同的场景要使用不同的表情包,我们设计时要注意图案与文字、意境的搭配,才能设计出符合当时使用时的意境表情包,才能为大众所接受。

5. 表情包制作流程

5.1.草稿设计

5.1.1

根据你列出的词语,对应画出草图,草稿尽量画的准确一些,这样再后面清线上色的时候会比较方便。联系红色军人在特殊历史阶段的形象,如何分析你要绘制表情表达的内容(高兴、打招呼、再见等等)。

5.1.2

通过草稿把头脑中的画面通过笔纸先简单绘制出来。

5.1.3

清线上色、描边,确定最终稿。

5.2 设计小技巧

5.2.1

平时聊天的时候把自己特别想发的表情记录下来。

5.2.2

注意身边的小伙伴特别想发的表情却死活找不到的表情去记

录下来。

5.2.3

网络用语热词记录下来。

注释:使用小技巧时记得结合我们所要设计的主题,与之搭配来设计含义词需注意有时一个表情可以传达多个意思,添加文字会限制使用场景,所以表情含义词字我们也要考究,什么样的场景就与之搭配贴切的文字内容。

6. 软件应用

AI、FL、PS 都可以设计表情,表情图片大小及规范参照平时用的社交软件表情平台来设计。

6.1 表情主图

一般表情主图有 16/24 个,表情缩略图有 16/24 个,详情页横幅有 1 个,表情封面图有 1 个,聊天面板图标有 1 个,赞赏图有 1 个,致谢图有 1 个,所以设计时需要注意。

6.2.PS 设计方法

把草图拍照或者扫描导入 PS,用钢笔描线并上色,每个图层对应一幅画也就是对应一个作,通过 ps 时间轴调时间动画,循环模式选永远,做好存储为 Web 所用格式,导出 gif 文件就完成了。

6. 结语

红色旅游文化表情包的设计,不管我们是采用手绘的形式还是电脑绘图的形式,我们都应该注意到使用情景、图案、文字三者之间的和谐搭配,以此才能设计出一套完整且真正有用的表情包出来。

红色旅游产品元素与表情包设计的融合不仅是当今社交网络中文化传承设计的一次提升,也不可否认是西征红色文化在当今时代重新焕发光彩之路,更是陕西红色文化创新的一次进步。本文结合西征文化的特点与意义,探讨了如何将西征文化中红军形象转化为网络表情包设计,是一次的探索和尝试,这种创新尝试对传播红色文化与互联网的融合提供了一个新思路。

参考文献:

- [1]黄晓艳.卡通表情包及衍生品个性化设计研究[D].广西师范大学,2018.
 - [2]陈琪.表情包传播的价值研究[D].江西师范大学,2018.
 - [3]赵雨婷.基于湖南戏曲非遗文化的微信表情包设计[D].湖南师范大学,2020.
 - [4]宋述亮.“红色”文化文创产品设计探究[D].重庆师范大学,2019.
 - [5]原佳丽,缪大旺.IP 视角下建构红色旅游文创产品的符号战略[J].河池学院学报,2020.
 - [6]王薇.益阳地区红色旅游文创产品开发策略研究[J].企业科技与发展,2019(07):90-94.
 - [7]刘兴.红色文化在文创产品设计应用中的问题及对策探究[J].传媒论坛,2020(05):55-59.
 - [8]陈琳.红色文化的文创产品研究——以江西瑞金“中央革命根据地历史博物馆”的文创产品设计为例[J].中国地名,2020(02):89-93.
 - [9]黄星翰.新时代赣南苏区红色文化创意产品在新时代的设计与开发[J].文化创新比较研究,2019(11):45-48.
- 作者简介:李梦薇,1999.12,女,汉族,河南新乡,陕西国际商贸学院环境设计本科,艺术设计的格式著录。
- 胡岱瑜,女,2000.04,汉族,甘肃酒泉,陕西国际商贸学院环境设计本科,艺术设计的格式著录。
- 朱仲立,1999.09,女,汉族,山东青岛,陕西国际商贸学院环境设计本科,艺术设计的格式著录。
- 胡运,1998.10,女,汉族,贵州毕节,陕西国际商贸学院环境设计本科,艺术设计的格式著录。
- 王璐 1990.03 女 陕西西安 陕西国际商贸学院时装艺术学院专职教师