

交互展示空间中的屈家岭文化IP形象设计研究

程思航

(江汉大学设计学院 湖北 武汉 430056)

[摘要]目的 研究IP形象设计对于屈家岭文化继承与创新的路径,以此提高屈家岭文化传播的深度与广度。方法 通过对屈家岭文化的深入研究,凝练独特的视觉符号与设计元素,进行专属IP形象设计,并通过策划交互展示展览,将IP进行应用推广,发挥IP的核心价值。结论 IP化是新时代下不断发展壮大的潮流趋势,也是使文化产业发挥核心生产力的有效途径,对于文化创新与特色文化开发更具有得天独厚的优势,有助于提高文化的差异化竞争力。

[关键词]交互展示; 屈家岭文化; IP形象设计

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.1893

一、研究背景

屈家岭文化是长江流域考古文化的代表,也是荆楚文化发展的根源,具有与其他远古文化明显差异的文化特征,其中蛋壳彩陶、彩陶纺轮、稻谷耕种等都罕见于其他远古文化。在整个历史长河中,屈家岭文化的繁荣不仅使当地的手工业达到了极高的水平,还在迁徙北上的过程中影响了黄河中下游地区的龙山文化和仰韶文化等^[1]。屈家岭文化在考古界也占有重要的研究地位,它是长江中游农耕文明的发源地,对于研究人类聚落的起源和发展,具有重要意义。

屈家岭文化在学术界占据重要地位与影响力,但在大众认知中,尤其是湖北省以外地区,了解度偏低。通过进行为期一周的屈家岭文化普及程度问卷调查,对调研结果进行总结分析发现,67.34%的人不了解屈家岭文化,24.51%人完全没听说过,只有8.15%的人了解并熟悉屈家岭文化。参与调研的58.23%是学生群体,23.42%的为企业职工,18.35%为其他职业。由此可见,屈家岭文化在年轻群体中的认知度较低,而年轻群体又是传统文化继承与发展的重要承接层。因此,需要提高屈家岭文化在年轻群体中的了解度,通过对屈家岭文化的创新发展,增加年轻群体的了解兴趣。

二、IP化在传统文化中的研究现状

社会文化与经济发展的下一个重要引擎是文化产业,文化IP更是文化产业中大众喜闻乐见的表现形式,并且IP所具有的历史文化沉淀价值与创新价值,对于传统文化的继承与发展具有重要推动作用。近年来,各行各业纷纷采用“文化+IP”的发展战略,以适应社会发展需要,作为巴蜀文化代表的三星堆文化,也在文化创新方面进行不断尝试,并取得显著的成果。三星堆文化与企业结合,以三星堆文物为原型进行IP家族设计——“神秘的巫族世界”,并为其设定趣味的故事背景,个性鲜明的IP形象与观众产生情感共鸣,以故事驱动带动文化的发展。同时,携手IP形象在多地巡回展览,使三星堆文化与IP形象获得更多的认可,三星堆的文创产品也受到大家追捧,带来巨大的经济效益与文化效益,实现文化的转型发展。

故宫文化的转型发展,可谓是“超级IP”的成功代表。2014年故宫一篇《雍正:感觉自己萌萌哒》,在网络上引起巨大反响,将威严、沉闷的形象以搞怪、趣味的形式进行呈现,仿佛一下子抓住广大观众的心,吸引一大批粉丝。其次,故宫通过IP的跨界联名特点,进行多种类的文创衍生,取得巨大成功。故宫IP的成功并不仅限于商业价值的开发,通过数字化技术的支持,如2016年与腾讯联合的《穿越故宫来看你》H5中,朱棣从画中跳出来,进行一系列可爱互动,将原本冰冷的历史赋予鲜活的形象,极大的提高观众对于故

宫文化的了解兴趣。

中华优秀传统文化,不仅是一座文化IP的宝库,更是我们实现中国梦和中华民族伟大复兴的智慧宝库^[2]。通过案例分析与文献资料查阅,进行屈家岭文化IP的设计实践,以设计驱动助力屈家岭文化IP形象的推广传播。以跨学科设计思维进行完整的交互展览策划,包含展览视觉、IP形象设计、IP故事设定、IP交互展示应用等,发挥IP的核心价值。

三、展览视觉策划

(一) LOGO设计

在展览策划之初,首先进行展览LOGO设计,既有助于凝练屈家岭文化符号,也可以与IP形象共同促进展览信息的传播。展览LOGO运用品牌视觉识别系统设计思维,进行基础要素系统与应用系统设计,统一展览的视觉符号,塑造展览形象。运用品牌思维进行展示策划,不仅可以提高展览的宣传推广,还可以加深观众对于展览的印象,促进屈家岭文化的传播。

展览LOGO设计主要提炼了屈家岭文化彩绘陶纺轮上的旋纹以及稻谷种植文化,屈家岭是中国目前发现最早的人工种植稻谷地区,浓郁的农耕文化赋予屈家岭独特的魅力,也是与其他文化遗址差异化传播的重要切入点。LOGO采用正负形设计手法,通过直线横竖垂直四分纹纹样与中间镂空的稻谷外形巧妙地相结合,整体呈现出陶纺轮外形,将屈家岭文化进行扁平化与符号化设计,更利于大众对于文化的解读与接受。LOGO颜色提炼于屈家岭蛋壳彩陶的橙黄胎色与灰褐陶衣,两种颜色调和后得到LOGO的陶黄色,颜色沉稳大气,带有历史的厚重感,与屈家岭文化相呼应。LOGO字体采用原创字体形式,将字体笔画的转折处融入陶器的弧度,古朴而又具有现代设计感。LOGO设计不能只是元素的堆砌,而是将文化元素进行合理运用,以设计作框架,以文化作为支撑,深化LOGO的文化内涵。其次,对展览进行统一视觉系统设计,包含LOGO形象设计、标准制图、标准颜色、标准字体等基础要素系统设计,使展览进行标准化、统一化推广传播。

(二) IP形象设计

根据对屈家岭文化的深入研究,对其进行IP形象设计。IP形象名字叫做“陶陶”,是一个来自几千年前屈家岭土生土长的“蛋壳彩陶”,偶然的一次机会穿越时空来到现代,开启了一段奇妙之旅。“陶陶”个性积极乐观,乐于交流,且造型乖巧可爱,深受大家喜爱。由于其本身胎体纤薄,需要宇航服的持续保护,以此更好的向大家介绍屈家岭文化。宇航服有屈家岭陶瓷纺轮元素以及水稻元素,凸显屈家岭独具特色的农耕与制陶文化。将传统元素、现代元素以及超现实主义的故事背景相结合,体现古代与现代的时空对话,更

好的对屈家岭进行宣传推广。

IP的核心价值体现在沉淀用户的情感,以其情感价值来打动用户,获得用户认可。因此,对IP进行人格化打造,丰富其情感价值。首先进行IP表情包延展设计,丰富IP情绪,赋予其人格特征。其次,进行动作延展设计,增强IP互动性,更好的与用户进行交流。最后,利用IP自带衍生特征,进行如文创衍生、跨界联名等多元化开发,扩大IP与用户接触面,为IP及其所代表的文化造势。

随着数字化时代的到来,IP的应用领域也扩大到交互展示空间之中。通过三维软件对“陶陶”进行3D立体建模,将其应用到展览的交互体验,利用全息影像技术,使其成为展览的电子解说员,增强展览的交互性。相较于传统的真人讲解员,电子讲解员既节约成本,又带有极强的趣味性,利于观众高效的接收信息,同时“陶陶”作为屈家岭土生土长的陶瓷,介绍展览中的屈家岭文化更具说服力。

(三) 宣传物料设计

成功的展览策划离不开前期的宣传推广。根据IP形象对展览进行海报设计,包含展览LOGO、展览名称、屈家岭文化元素等信息,运用扁平化设计手法进行视觉呈现。海报是展览信息凝缩的集合,借助互联网平台,可以进行迅速传播,同时,富有冲击力的与美观的海报更易引起用户的关注,增加用户了解以及参展的可能性。将海报主视觉进行延展设计,如道旗、地标、导视之中,丰富展览的宣传系统,以统一的视觉形象,加深展览的宣传力度与效果,为展览的成功举办奠定坚实的基础。

四、IP形象在交互展示中的应用

(一) 展览策划本体研究

展览名称为“光耀荆楚——屈家岭文化IP交互展”,体现继承和发扬荆楚文化的目的,也对展览的交互属性进行描述,引起观众的参展兴趣。展览形式为中南地区巡展,屈家岭文化既是楚文化发展的基础,也是新石器时代长江中上游文化的代表,通过巡展可以加大屈家岭文化的宣传力度,让更多人了解到这一优秀的历史文化。

展览以IP形象作为主线,并为其赋予精彩的故事背景,烘托IP形象所具备的文化、哲学、价值观等优秀品质,吸引人们去探索IP背后所代表的文化。以富有创意的IP故事背景与话题植入,将IP形象融入现实社会和文化生态圈,增强传统文化的创新性和时代特征,使得传统文化能够与时俱进,创新发展。并将IP故事设定引入空间,既增强空间的叙事性,又将各个展厅有序连接起来。空间流线的导向性,也为观众带来清晰的参展路线,这种服务设计,体现展览的科学性与专业性。IP故事走向与展厅展示内容相结合,使观众可以更好的理解展览所传达的内涵,也可以对屈家岭文化有更加深入的了解。

(二) 展览功能分区

1. 序章

展览入口采用顶置显示屏,营造梦幻穿越氛围,引入序章。通过将IP故事制作成视频动画,在对应展厅进行分段播放,引起观众继续探索后续章节的欲望。第一展厅通过环幕投影,向观众展示复原的屈家岭影像资料与当时的生活场景,使单纯的文字描写变得直观易懂,更好的展现当时的历史文化。第二展厅运用虚拟翻书、地面互动投影等体感交互

展示屈家岭独特的地域文化,互动的形式可以提高观众对于展示内容的了解兴趣与接收效率。两个展厅对应IP故事序章中对屈家岭文化的介绍,使观众对于文化形成一定的了解基础,为后续章节的展示做铺垫。

2. 中段

第三展厅为本次展览的精华部分,通过VR设备进行游戏体验。观众穿戴好设备后,将代入“陶陶”的视角进行体验,首先是参观复原的屈家岭遗址,感受当时的历史文化;其次,开始进入时空穿越体验,带给观众新奇、刺激的体验;最后,进行VR挖掘的游戏体验,通过VR设备进行屈家岭遗址挖掘,将挖掘出的文物进行验证,会得到对应的文物信息,能够加深对自己所挖掘出文物的了解与记忆。第四展厅运用全息投影展台三维立体展示屈家岭陶瓷细节,更好的体会远古时期陶瓷艺术的质感,同时“陶陶”也会在显示屏中介绍屈家岭水稻种植的历史,屈家岭作为长江中游史前稻作遗存的首次发现地,具有浓厚的农耕文化。第三、四展厅以屈家岭制陶、耕种文化作为主要展示内容,突出屈家岭文化在考古历史中的重要地位与意义,呼吁更多人来了解与继承。

3. 终章

第五章利用全息投影技术,使“陶陶”变身为电子讲解员,互动性很强,参观者可以通过与“陶陶”互动,了解自己想要的了解的内容。墙面利用多点触控显示屏进行内容展示,观众可以对感兴趣的展品及文字符号进行点击详细了解。第六章为文创产品售卖与DIY文物制作,通过3D打印机DIY打印在VR展厅挖掘出的屈家岭文物,并根据个人的喜好生成属于自己的屈家岭文创,既可以加深观众对于屈家岭文化印象,也利于文化的推广传播。此区域还设有关于“陶陶”的文创衍生品供观众选择,扩大IP与观众的接触面,赢得观众的认可。

五、结语

通过IP形象的设计与展示应用,以IP故事驱动与交互展示的技术推动,构建屈家岭文化多元价值体系,助力传统文化的活态传承与创新发展。IP在交互展示中的应用,既是将IP发挥到极致进行文化输出,也是将屈家岭文化进行推广传播,使优秀的传统文化焕发生机。在文化创新的时代,“超级IP”不断诞生,有着五千年历史的中国传统文化更应该顺应时代的潮流,将自身文化底蕴不断转化为我们引以为傲的文化自信。(指导教师:曹琳)

参考文献

- [1] 杨菁. 浅谈屈家岭文化中的陶器[J]. 艺术教育, 2018(11)
- [2] 崔亮, 黄震. 盘活优秀传统文化IP, 提升中华文化影响力[J]. 出版广角, 2021(10).
- [3] 陶璐, 杨予宁. 试论虚拟交互在数字化展示设计中的应用[J]. 艺术科技, 2014(10).
- [4] 师丹青. 数字媒体条件下主题性展览中虚实结合的设计[J]. 包装工程, 2015(08).

作者简介:

程思航(1995—),男,河北省唐山市人,硕士研究生,研究方向:会展与视觉艺术设计。