

[数字媒体语境下的丝路沿线文化创意与艺术设计]

数字媒体语境下文化创意设计讲好中国故事的实践理路研究

杨昊^{1,2}

1. 喀什大学 设计学院, 喀什 844008;

2. 华中师范大学 国家文化产业研究中心, 武汉 430079

摘要: 探究在数字媒体语境下, 文化创意设计讲好中国故事的实践理路, 以提升中国文化软实力和中华文化影响力, 构建中国文化话语权和话语体系。明确文化创意设计的基本内涵, 分析其在数字媒体语境下的发展趋势, 包括技术赋能、智能图景、文化传播等方面, 并从文化认同、内容创新、文化自信等角度探讨如何讲好中国故事。文化创意设计在数字媒体语境下的实践理路: 一方面, 应通过创意思维对中华优秀传统文化进行解构和重塑, 运用数字媒体进行文化价值观的传递和引导; 另一方面, 应注重融合现代设计理念、注入中华文化精神、传播中华文化符号, 以实现文化认同; 再次, 挖掘中华传统设计造物中的文化基因、打造文创产品、促进中华文化创新性发展; 最后, 立足中华优秀传统文化打造品牌IP、运用数字媒体技术彰显文化自信、加强文化创意产业联动推动文化创新转型, 以塑造中国故事的时代图景。

关键词: 数字媒体; 文化创意设计; 文创产业; 实践理路

中图分类号: J0

文献标志码: A

文章编号: 2096-6946(2024)06-0053-09

DOI: 10.19798/j.cnki.2096-6946.2024.06.008

Practice Rationale of Telling Chinese Stories with Cultural and Creative Design in the Background of Digital Media

YANG Hao^{1,2}

1. School of Design, Kashi University, Kashgar 844008, China;

2. National Research Center for Cultural Industry, Central China Normal University, Wuhan 430079, China

Abstract: The work aims to explore the practice rationale for telling Chinese stories with cultural and creative design in the context of digital media, in order to enhance China's cultural soft power and influence, and to build China's cultural discourse and discourse system. The basic connotation of cultural and creative design is clarified and its development trend in digital media context, including technology empowerment, intelligent picture, cultural communication, etc. is analyzed. How to tell a good Chinese story from the perspectives of cultural identity, content innovation, and cultural self-confidence is explored. For the practice of cultural and creative design in the context of digital media, on the one hand, traditional Chinese culture should be deconstructed and reshaped through creative thinking, and digital media should be used to convey and guide cultural values and on the other hand, attention should be paid to integrating modern design concepts, injecting the spirit of Chinese culture, and spreading Chinese

收稿日期: 2024-06-17

基金项目: 中国教科文卫体工会全国委员会示范性劳模和职工创新工作室“喀什大学杨昊劳模和工匠人才创新工作室”(教科文卫体工发[2023]13号); 新疆维吾尔自治区2023年度第二批“天山英才”培养计划教育教学名师培养项目“喀什大学杨昊名师工作室(设计学)”(新教函[2024]167号); 新疆维吾尔自治区教育工会劳模和工匠人才创新工作室“喀什大学杨昊创新工作室”(新教工[2022]16号); 喀什大学艺术设计学国家级一流本科专业建设点项目(教高厅函[2022]14号)

cultural symbols in order to realize cultural identity. Next, it is important to dig out cultural genes in traditional Chinese design objects, create cultural and creative products, and promote innovative development of Chinese culture, so as to realize cultural identity. Finally, it is necessary to build brand IP based on the excellent traditional Chinese culture, use digital media technology to show cultural confidence, and strengthen the linkage of cultural and creative industries to promote the transformation of cultural innovation, in order to shape the era of Chinese stories.

Key words: digital media; cultural and creative design; cultural and creative industry; practice rationale

随着数字时代的到来,数字媒体在信息传播和文化生产中发挥着越来越重要的作用,思想、观念、知识、情感通过数字化技术媒介迅速传播,形成了网络信息时代特有的虚拟世界文化生态景观。近年来,以AIGC(人工智能生成内容)、VR(虚拟现实技术)、AR(增强现实技术)、短视频、直播等新兴数字媒体,全方位融入人类社会的生产和生活方式中,对文化产业的发展产生重要的影响。科学技术变革所催生的新媒介、新业态、新技术,推动文化创意设计紧随时代趋势进行改变。在数字媒体语境下,文化创意设计作为满足人类社会精神世界和物质文化的重要载体,正在重塑人类对于文化消费品的认识,也对传统文化的创造性转化和创新性发展起到重要的推动作用。文化创意设计通过创意思维对中华优秀传统文化进行重新解构和重塑,挖掘传统文化的深厚人文思想,运用数字媒体进行文化价值观的传播和引导,讲好中国故事,进而引发受众的文化认同和情感共鸣,进而助力实现中华民族伟大复兴的中国梦。

“讲好中国故事”是新时代全面深化改革,推进中国式现代化文化强国建设,实现国家文化事业繁荣发展的重要抓手。2024年7月18日,党的二十届三中全会提出,“聚焦建设社会主义文化强国,提升国家文化软实力和中华文化影响力。^[1]”在快速发展的产业背景下,如何用文化创意设计推动中华文化的创造性转化和创新性发展,用创意设计“讲好中国故事”,对提升中国文化软实力和中华文化影响力,构建中国文化话语权 and 话语体系具有重要的现实意义。

一、概念范畴、发展背景与逻辑起点

(一) 概念范畴:数字媒体、文化创意设计、文化创意产业

数字媒体(Digital Media)是以数字技术与传播媒介相结合的新型传播形态,是以数字化方式进行信息记录、处理、传播的内容载体^[2],包括文本、图像、音频和视频等多种呈现形式。数字媒体技术(Digital

Media Technology)是基于数字技术、信息技术、媒体交互和网络通信技术等技术领域的数字传播媒介,是数字媒体内容呈现的技术手段。数字媒体艺术(Digital Media Art)是指使用各种数字技术和信息技术制作,依托数字化媒介形式呈现的艺术作品或艺术实践活动。数字媒体已成为文化创意产业中占比较大的高科技文化行业^[3],依托文化创意设计为现代数字产品传播提供视觉内容创作。

文化创意设计(Cultural and creative design)作为现代文化传播的创新手段和实践途径,将文化内涵结合社会发展趋势,融合文化、艺术、设计、科学、技术、商业、市场、心理等诸多领域,并赋予创新设计理念和创意表现,运用独特的设计语言进行视觉呈现,创造出具有独特文化内涵的创新设计产品。文化创意设计注重对文化资源的创新转化,既是设计方法的创新,更是设计理念的符号传递和设计思维的创新表达。文化创意设计涵盖视觉艺术、产品设计、时尚设计、空间设计、数字媒体艺术等设计领域。狭义的文化创意设计,是指将围绕某种主题或形式的艺术品,结合某种创意进行产品实体化设计,赋予文化内涵和精神消费特性的产品^[4],俗称“文创设计”或“文创产品设计”;广义的文化创意设计,是以文化为核心结合商业化进行创意设计的设计策划、设计过程和设计产品(或结果)等设计活动总称。文化创意设计经过近百年的进化、迭代,已成为当今时代重要的文化创新生产力。

文化创意产业(Cultural and Creative Industries,通称“文创产业”)是现代经济全球化背景下剥离工业制造业的新兴产业,它以创造力为核心,以文化创新和科技赋能为抓手,实现文化产业的创新发展^[5]。文化创意产业通过文化创意设计、文化产品开发、知识产权转化和文化服务消费,实现现代文化创意产品的产业化开发。全球各个发达国家,不仅在经济领域发达,在文化创意产业领域更是重要的生产国和输出国。同样,发达国家的文化创意设计,也是国家文化软实力竞争中重要的实现途径。中国作为拥有五千年中华文明传

承的文化大国,在未来的发展过程中,文化创意产业是推动实现文化大国向文化强国转变的重要途径。

(二) 发展背景:文化创意设计的产业化背景

文化创意设计已被上升为国家战略,并在现实社会中发挥越来越重要的作用,成为推动经济社会和文化发展的新动力^[6]。文化创意设计,其文化是核心,创意是方法,设计是目的。文化创意设计强调运用创造性思维解决文化商品的设计转化问题,通过创意设计讲述文化故事,引发消费者情感认同,进而引导消费文化产品的目的。

设计作为文化符号的视觉转化,从创意、工具、手段、方法、途径和结果等方面赋予文化创意商业化的可能性。文化创意设计从“创意”入手,深入挖掘文化内涵,对文化符号进行解构、提炼、重构,将创意理念注入其中,探索如何将文化转化为现代消费群体喜闻乐见的消费产品。中国古代造物设计中,设计将文化思想、人文礼仪、器物功能等要素进行结合,呈现器以载道、借物喻志、厚德载物等中华文化思想。在现代社会发展过程中,文化创意设计仍将以中华文化为母体,对中华优秀传统文化进行创造性转化和创新性发展,具有代表性的如故宫文创、敦煌文创、“冰墩墩”“雪容融”等国潮风格的文化创意设计产品,成为年轻一代消费群体的主要消费对象。

本研究在数字媒体语境发展背景下,明确文化创意设计的概念、特点、发展趋势,对文化创意设计如何讲好中国故事的实践理路进行探究。设计学作为实践应用型学科,如何在数字媒体语境下,用文化创意设计的形式语言和创新手段讲好中国故事,提升国家文化软实力,探索设计创新、设计创意、设计策略将文化资源转化为消费产品,进而产生设计价值,带动文化消费和文化体验,实现中华文化的创造性转化和创新性发展。

近十多年,随着科技领域技术迅猛发展,数字媒体成为影响人类沟通方式和社会信息发展的重要载体。文化创意设计发展到今天,不仅是观念层面还是国家政策方面,已经由“工具”和“技能”转变为“智慧”和“生产力”,不再是锦上添花、可有可无的“装饰品”,而是促进人类文化传播,建构人类美好生活过程中解决实际问题、服务文化传承和社会创新的“新智慧”。文化创意设计依托数字媒体和文化创意产业的快速发展,将中华文化、中国文化遗产、中国文化符号和文化资源进行内涵挖掘和设计提炼,不断探索文化创意设计讲好

中国故事的实践路径,创作出众多消费产品;紧跟时代消费趋势,借助数字媒体优势,带动中国文化创意产业发展壮大,在国际舞台上频繁亮相,推动中华文化在全球影响力的扩大。

(三) 逻辑起点:为什么要用文化创意设计讲好中国故事

新时代讲好中国故事、传播中国声音,是提升国家文化软实力、扩大中华文化影响力,促进人类文明交流互鉴的现实需求和历史必然。党的二十大报告中指出,“要加快构建中国话语和中国叙事体系,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象;深化文明交流互鉴,推动中华文化更好走向世界^[7]。”讲好中国故事,是面对百年未有之大变局,向国际社会展现中国道路、中国话语、中国理论、中国文化、中国制度、中国精神等中国故事,推动中国和国际社会文明交流互鉴的重要渠道。

在数字媒体技术快速发展,人类社交媒体化、虚拟化、娱乐化的大背景下,如何掌握中华文化传播的话语权,构建具有中华文化特色的话语体系,是讲好中国故事叙事的逻辑起点。讲好中国故事,是新时代利用优势传播媒介、利用现代传播手段和发展趋势,结合受众群体的文化偏好和情感表达,进行中华民族文化叙事的话语体系构建。

中华优秀传统文化是中华民族文化认同的文化根基,是讲好中国故事的源泉。文化创意设计在讲好中国故事、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展方面具有重要优势。文化创意设计作为全球化共同的“设计语言”和表现形式,可以打破国际跨文化交流中的文化隔阂,将文化思想进行符号化表达,最大限度地激发受众群体产生情感共鸣,促进多元文化沟通融合。用文化创意设计讲好中国故事,是对中华文化的呈现方式和表达形式的创新解构,将新思维、新理念、新方法、新趋势,运用到中华文化的文化内涵、美学特征和人文精神,并对其进行创新设计开发,创造具有文化价值和经济价值的文化产品,借助大众媒体社交平台进行裂变式推广,实现中华文化的创造性转化和创新性发展。

二、数字媒体语境下文化创意设计发展趋势

数字媒体技术的迅猛发展为文化创意设计带来了前所未有的机遇,使其表达方式和传播手段变得更加丰富和多元。李政道先生主张“科艺相通”,强调艺术

与科学的互动耦合关系。数字媒体技术与文化创意设计深度交互,使得文化创意设计不仅能够突破传统艺术形式的限制,借助计算机科学营造了无法在现实世界中实现的数字虚拟文化空间,还能够通过数字媒体技术在全球范围内实现更广泛的文化传播。在数字化和全球化的时代背景下,文化创意设计在新媒体空间中的作用愈加重要。借助先进的数字媒体技术和新媒体平台,文化创意设计不仅提升了虚拟文化产品的想象力和表现力,也加速了全球文化的传播与交流。通过多样化的新媒体空间,文化创意设计在文化传播中发挥了关键作用,促进了中华文化的跨界融合,也提升了中国在全球的文化软实力。

(一) 技术赋能:数字媒体与文化创意设计的深度交互

数字媒体技术的快速迭代,加速了设计学科与人文、艺术、科技、社会、产业等领域的融合进程。设计作为人类解决复杂问题的重要思考维度和实现手段,在数字媒体的赋能下实现了巨大跃升。在经济全球化的大背景下,文化创意设计从后工业化时代的工业经济服务向知识经济服务转型,对提升国家文化软实力、加强文化话语权,具有重要的推动作用。文化创意设计以强大的文化创造力和设计生产力,借助数字化技术和现代传播渠道,与文化、艺术、商业、工业等各个领域进行深度跨界融合。

1)数字媒体技术拓展了文化创意设计的表达边界。数字媒体技术以虚拟化、交互性、沉浸式等特征,使文化创意设计的空间表达从二维、三维到多维度空间呈现,从相对固定的媒介传播到无处不在的交互体验,极大地拓展了文化创意设计的表达边界,不再局限在传统的时间、空间和物质媒介中。例如,当下博物馆流行的虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术,为观众提供了身临其境的文化体验,使历史文化遗产、历史故事或传统艺术表演得以在数字虚拟世界中重生,与观众产生直接的互动,感官体验远远超越了传统博物馆展览或书籍阅读的局限性。

2)文化创意设计为数字媒体技术提供了文化意蕴。中国传统文化中“道”与“术”不可分离,“以道驭术”,强调技术的发展离不开道德规范(文化价值)的引导。《老子》中提出“道为术之究竟,术为道之津梁”,脱离了文化为核心的技术亦如无源之水无本之木。在近两年流行的国漫电影《西游记之大圣归来》《哪吒之魔童降世》《姜子牙》等作品改编传统故事中,通过现代数字媒体技术和视觉创意表现手法,成功地将中国传统

文化呈现给国际观众。中国游戏、动漫、电影等高质量文化产品的出海,是中国数字媒体技术领域的新突破,也是以文化创意设计为媒介进行文化产品生产的结果。

3)数字媒体技术促进了文化创意设计的跨界融合。在数字媒体的推动下,文化创意设计的边界被极大拓展,与人文、科技、教育、娱乐等多个领域实现了深度融合^[8],深度赋能了数字创意产业的发展。“数字+文化+创意设计”为各个产业领域提供了广阔的发展机遇,以现代数字媒体作为“载体”和“手段”,以文化创意设计的沉浸式数字化体验,赋予文化情感和意义的“表达”,使得观者拥有“具身性”体验。在《王者荣耀》游戏角色的人物形象和配饰设计中,运用了敦煌飞天、戏曲文化、传统节日、非遗项目、民俗艺术等元素,让游戏玩家对中国传统文化获得了沉浸式的具身体验和深刻的文化认同。

4)数字媒体技术与文化创意设计的深度互动。科学技术的快速迭代,催生数字化传播媒介的迅猛发展,推动文化创意设计的不断革新。数字媒体重塑人类知识生产方式、社交方式、思想传播和认知模式,促进传统文化的传承与创新。文化创意设计作为艺术与科技、文化与思想、创意与灵感、技术与手段的综合型媒介,为文化传承与创新架设了通往“意义”的桥梁。数字媒介赋能文化领域,犹如为文化传播铺设了高速公路,极大提升了文化传播的表现形式和传播速度。中华优秀传统文化在互联网和数字技术大规模应用的场景下,获得了前所未有的展示舞台,其传播速度和影响力得到了显著提升。

(二) 智能图景:生成式人工智能技术赋能文化创意设计

AIGC(Artificial Intelligence Generated Content,生成式人工智能),通过训练模型和大量数据的学习,利用人工智能算法所生成的创造性内容。AIGC是继PGC(Professionally-generated Content,专业生成内容)、UGC(User Generated Content,用户生成内容)之后^[9]、通向AGI(Artificial General Intelligence,通用人工智能)之间的新型内容创作方式,正在重新塑造着内容创作生态,迅速在文化创意设计领域普及,极大提升了创作效率。自2022年以来,AIGC开始广泛应用于各领域,为文化创意设计的快速发展开启了新篇章。AIGC技术的核心优势之一在于其能够生成多样化的内容模态,包括文本、音频、图像、视频、3D模型等。基于人工

智能的多模态生成技术,极大地丰富了AIGC应用的场景和创新性。

1)AIGC技术加速文化创意设计。AIGC应用几乎涵盖所有的内容创作领域,在教育领域,AIGC重塑了设计教育模式,设计创意可即时生成,模拟实际应用场景;在娱乐领域,AIGC为影视、游戏、动漫等内容创作带来了无限灵感;在商业营销领域,AIGC能够快速生成创意产品文案和广告;在新闻领域,AIGC可以快速撰写新闻报道和分析。AIGC技术应用范围非常广泛,在图像、语音、文本、视频等各个领域均有深刻的影响。在图像领域,AIGC在图像识别、图像生成和图像处理方面效果显著。如:Deep Dream将普通图像转化为充满幻觉的艺术风格,Midjourney擅长制作幻想和科幻场景的设计效果图。

2)文化创意设计的智能化变革。随着生成式人工智能技术的不断进步,文化创意设计领域正在经历一场前所未有的变革。基于AI多模态大模型的AIGC技术,如ChatGPT、Midjourney、Stable Diffusion等AIGC应用软件,不仅能够生成多样化的内容创作,而且在提高内容创作效率的同时,还能够为设计师提供无限的创意灵感。设计者利用AIGC技术快速生成多种设计方案,通过算法优化选择最佳方案,从而缩短设计周期,提高设计效率。AIGC技术的应用在文化产业领域开辟了新的商业模式。通过AIGC技术,设计者根据用户的独特需求和个性偏好,创建个性化的文化产品,满足消费者对个性化和定制化的需求,不仅能够提升消费者的购买体验,也为文化创意产业带来新的产业增长点。

3)AIGC技术赋能文化传承创新。AIGC技术不仅为文化创意设计提供了新的创作手段,还为传统文化的传承与创新注入了新的活力。通过AIGC技术,设计师能够将传统元素与现代审美相结合,创造出既具有传统韵味又符合现代审美的文化产品。AIGC技术还可以用于文化遗产的数字化保护。通过高精度扫描和三维重建技术,AIGC能够将珍贵的文化遗产转化为数字模型,便于保存和传播。例如,故宫博物院利用AIGC技术对馆藏文物进行数字化建模,不仅为文物的保护和修复提供了技术支持,还让全球观众能够通过虚拟现实技术,身临其境地感受中国古代艺术的魅力。AIGC技术还可以辅助修复受损的文化遗产(例如敦煌莫高窟修复案例),通过算法分析和数字化模拟,恢复历史文物的原貌。

(三) 文化传播:文化创意设计在新媒体空间中的叙事策略

新媒体空间作为未来社会发展的重要趋势,借助数字媒体技术建立网络化社交空间,通过新媒体平台的文化传播和交流互动,突破时间和地域的限制,实现虚拟文化空间的信息快速传播。在新媒体时代,文化创意设计不仅是艺术表现和市场营销的工具,更是文化传播和叙事的重要手段。新媒体空间的多样性和互动性为文化创意设计提供了丰富的叙事策略,能够更有效地传递文化价值和故事。新媒体空间叙事作为信息传播的重要组成部分,文化创意设计可以成为叙事者进行文化结构、重塑、传播的重要手段,将文化倾向、价值观念、情感诉求等信息传递至受众,进而影响大众对文化价值的判断和行为,这也将成为中华文化跨文化传播、讲好中国故事的重要叙事策略。

1)多元化的叙事策略。新媒体空间打破了传统的信息传播和社交方式,让传播主体、传播内容、传播方式、内容生产等方面发生了巨大的变革。传统媒体时代的报纸、电视、广播等传播媒介,已经被快速崛起的新媒体平台占据。文化创意设计为新媒体短视频的内容生产创作提供了新的灵感和表现形式。叙述策略由图像叙事到影像叙事、从动态叙事到交互叙事的多元化叙事策略进行转变,在新媒体空间中,设计者可以利用如:央视频、抖音、快手、哔哩哔哩等视频平台,设计创作具有创意性的内容。媒介空间是最为重要的文化认同生产方式,通过多元化的叙事策略创作,设计者将文化产品用文化创意设计以更加生动、直观的方式呈现给观众,同时借助平台的算法推荐机制,迅速传播至全球受众,使受众产生文化认同。

2)故事化的叙事策略。“讲故事”是人类空间想象的叙事呈现,是社会化活动中最为有效的沟通方式。在新媒体空间中,文化创意设计通过故事化叙事策略,将文化元素和创意内容融入引人入胜的故事中。设计者创作具有情节和角色的短视频,通过故事讲述的方式,让观众在享受故事的同时,了解和体验不同的文化背景和价值观。故事化叙事策略不仅能够吸引观众的注意力,还能够增强观众对文化内容的记忆和认同感。文化创意设计通过图像、视频、音频、动画和互动元素的融合,能够创造出丰富的多媒体叙事氛围,带给受众以沉浸式的感官体验。

3)个性化定制的叙事策略。文化创意产品是借物抒情、以物叙事的载体,文化创意设计是叙事的策略和

手段^[10]。新媒体空间为文化创意设计提供了个性化定制的叙事策略。设计者根据用户的兴趣、偏好和行为数据,创作符合其个性化需求的文化内容。文化创意设计促进了新媒体空间中文化产品生产方式的变化,即实体体验向虚拟体验、个性化定制、虚拟消费、符号文化等方面发展。文化创意设计将文化符号进行解读和创新设计,通过个性化定制成为展现新媒体空间中独特个性标识展示,用以区分大众审美文化的叙事策略。

4)互动性体验的叙事策略。新媒体空间的一个重要特征是其支持多种媒体形式的结合。新媒体空间的互动性为文化创意设计提供了丰富的互动体验叙事策略。在新媒体空间场域中,互动性体验成为文化创意设计中增加用户体验、吸引用户消费、产生使用黏性、提高用户参与度的重要方式。新媒体空间中的交互界面和交互方式,从文化传播、语言表达、色彩氛围、符号隐喻等方面进行了创意设计,让文化性全方位融入进新媒体空间生产中,最大限度地进行文化融合和文化传播。

(四) 未来趋势:文化创意设计赋能文化多样性和可持续发展

设计,即推动人类文明进步的创造性活动,是改造事物的思维方式。文化是人类文明永恒的主线,创意设计是为促进人类文化多样性和可持续发展的载体和手段。在数字时代的背景下,人工智能技术快速发展的趋势下,文化创意设计将发挥越来越重要的作用,为文化多样性和可持续发展注入新的活力。

1)文化创意设计促进文化多样性的保护与传承。文化创意设计在保护和传承文化多样性方面具有独特的优势。利用AIGC技术,将濒临失传的非物质文化遗产转化为数字化形式,便于保存和传播;通过虚拟现实技术,设计师可以重现传统手工艺制作过程,让观众在虚拟空间中体验传统技艺的魅力^[11]。文化创意设计还可以通过跨文化合作,将不同地区的文化元素融合在一起,创造出具有全球视野的文化产品,从而促进文化多样性的交流与融合。随着“一带一路”等国际合作倡议的推进,运用文化创意设计推动中国文化的出海,带动丝绸之路共建“一带一路”国家了解和信任中华文化,也将为全球文化多样性的保护、传承与发展带来更多的可能性。

2)文化创意设计与可持续发展理念融合。在全球可持续发展理念的推动下,文化创意设计也开始向绿色、环保的可持续发展方向转型。设计师们开始关注

材料的可持续性、生产过程的环保性以及产品的循环使用等问题,致力于创作出既美观又环保的文化创意产品。设计师可以将环保理念融入产品设计中,采用可再生材料和环保工艺,减少对环境的影响。例如,通过设计可循环利用的文化产品,如环保纸张、可降解材料制成的工艺品等,既满足消费者对环保的需求,又推动了可持续发展的理念。文化创意设计可以通过数字媒体平台进行科普教育和文化宣传,传播社会公益理念,提高公众对可持续发展的认识,引导消费者选择环保产品,引导公众参与公益事业,共同推动社会的可持续发展。

3)文化创意设计与跨领域合作创新。文化创意设计作为文化创新的智慧和手段,在未来发展中将注重跨领域合作,将科技、艺术、文化等多方面的元素融合在一起,创造出更多具有创新性和影响力的文化产品、促进文化创意设计由实体设计向虚拟设计的转变,由传统审美向多元流行审美转变,由生活必需品消费向观念消费和符号消费的转变。随着文化创意设计的边界日益模糊,它开始与时尚、科技、旅游等多个领域进行深度跨界合作,促进了新消费、新业态的产生。文化创意设计与跨领域合作创新,不仅为文化创意设计注入了新的活力与灵感,也将赋能文化产业的发展。数字媒体将助力文化创意设计走向国际化,通过数字平台打破地域界限,促进文化交流和文明互鉴。文化创意设计将更加注重可持续发展,利用数字媒体技术探索更多设计的可能性,实现文化与环境的和谐共生。

4)文化创意设计与社会责任相结合。文化创意设计不仅要追求商业价值,更要承担社会责任。通过文化创意设计,关注社会问题,如贫困、教育、健康等,通过设计传递正能量,为社会带来积极的影响,推动社会创新发展。在乡村振兴和美丽乡村建设中,文化创意设计服务基层群众的生产生活,产生了重要的社会作用^[12]。例如,湖南大学的新通道项目便是一个典型的实践案例,该项目将文化创意设计与乡村振兴紧密结合,通过设计改造乡村环境,提升乡村文化品质,促进乡村经济发展。设计师们深入乡村,挖掘当地的文化资源,结合现代设计理念,为乡村打造了一系列具有地方特色的文化产品和旅游项目。这些项目不仅美化了乡村环境,还带动了当地居民的就业和增收,为乡村振兴和美丽乡村建设注入了新的活力。

三、文化创意设计如何“讲好中国故事”

文化兴则国运兴,文化强则民族强。文化话语体

系构建是实现国家认同、文化认同、民族认同的话语建构过程,是用文化传播策略和语言叙事方式阐释文化共同体的实现途径。美国文化人类学者克利福德·格尔茨(Clifford Geertz),在其著作《文化的解释》中提出,只有对制度、事件、行为和过程等文化现象或符号意义进行详尽的“深度描写”,才能在文化的语境中得到有意义的阐释。讲好中国故事、传播好中国声音,是基于中华文化认同为前提的文化话语体系构建,也是对中华文化内涵的挖掘和意义的阐释。文化创意设计作为文化思想对公众表达的有效载体,对中华文化现象或符号意义进行详尽的“深度描写”,推动中华文化话语体系构建,向大众直观地展现中华文化的博大精深,讲好中国故事,让世界更好地了解中国,提升国家文化软实力和中华文化的影响力。

(一) 文化认同:用文化创意设计讲好中国故事的设计叙事

习近平总书记指出,文化是一个民族的魂魄,文化认同是民族团结的根脉^[13]。文化认同是铸牢中华民族共同体意识、构筑中华民族共有精神家园、实现中华民族伟大复兴中国梦的重要前提^[14]。文化认同是指个体或群体对特定文化的归属感和认同感,是最深层次的认同,同时也是铸牢中华民族共同体意识的根本。讲好中国故事,需要在文化创意设计中注入中华文化精神,融合现代设计理念,创新表达方式,展现文化魅力,传播中华文化符号,促进文化认同。

1) 融合现代设计理念,创新表达方式。中华文明的延续需要进行创造性转化和创新性发展,要将中华优秀传统文化融合现代设计理念,进行创新表达,实现文化认同。非遗作为地方乡土文化的代表,是凝聚文化共识,促进地区文化认同的重要纽带。随着国家对非遗保护的大力支持,非遗文创产品成为地方文化遗产保护的重要载体。非遗具有地方性、知识性和经验性等特征,通过对地方非遗文化符号的充分提取,融合现代创意设计理念,分析非遗文创产品的创新思路、开发策略和推广传播路径,赋予其独特的文化符号和经济价值,塑造中华民族共同体视觉形象,用文化设计创意讲好中国故事,铸牢中华民族共同体意识,实现中华文化认同。

2) 注入中华文化精神,展现文化魅力。文化创意设计是讲好中国故事的有效传播手段。中华文化本身具有深厚的历史积淀,呈现博大精深的人文景观,也具有强大的文化凝聚力。文化创意设计对中华文化进行创造性转化创新性发展过程中,注入中华文化共有的

精神文化符号元素,突出各民族共有共享的中华文化符号和形象,设计生产具有中华文化代表性精神元素的文化产品,最大限度地展示中华文化魅力,是文化创意设计进行设计叙事的重要依据,也是实现中华文化认同的重要途径和手段。中华文化精神在特定的文化空间中进行生产,通过文化空间表征、文化空间隐喻、媒介空间生产、文化政策与传播机制等途径,在讲好中国故事、塑造中华民族精神文化认同过程中发挥重要作用。文化创意设计在文化空间生产中注入中华文化精神,成为铸牢中华民族共同体意识的空间载体、价值载体和符号载体,将中华文化、文化认同、社会主义核心价值观、爱国主义等内容融合其中,构筑中华民族共有精神家园。

3) 传播中华文化符号,促进文化认同。在全球化的大潮中,文化认同成为连接民族情感、增强国家凝聚力的重要纽带。文化创意设计,作为文化传承与创新的重要载体,承担着讲好中国故事、传播中国文化、塑造国家形象的重任^[15]。通过设计叙事的手法,将中华文化中的精髓元素与现代设计理念相结合,不仅能够激发民众的文化自豪感,还能有效促进国际社会对中国的理解和认同。2024年8月20日,以中国神话题材为故事背景的单机游戏《黑神话:悟空》,在全球引起广泛关注,位列全球各大游戏排行榜首位,填补了中国没有3A游戏(指开发成本高、开发周期长、制作精良的游戏)的空白。该游戏对山西玉皇庙、山西临汾市隰县小西天的大雄宝殿、重庆大足石刻、浙江时思寺等诸多名胜古迹进行全景式高精度扫描,搭建了数字化模型,营造出浓厚的中国文化氛围,让国外玩家能够在学习古典名著《西游记》中了解中华优秀传统文化。该游戏以中华文化为核心,以游戏化的文化创意产品形式进行全球传播,将中国四大名著《西游记》中的神话元素注入游戏设计,让中华文化得以沉浸式、具体化地呈现;重新挖掘《西游记》中的中华文化符号,打造孙悟空IP角色使之全球化推广,引发广大游戏玩家的中华文化认同,彰显了文化自信。

(二) 内容创新:用文化创意设计挖掘中国故事的核心价值

内容创新是挖掘中国故事核心价值的重要途径,而设计创新则是实现这一目标的关键手段。通过设计创新,将中国传统文化的深厚内涵与现代设计理念相结合,从而创造出具有独特文化价值和艺术价值的产品和体验。设计创新需要深入挖掘和传承中国传统文

化,从中华文化的历史文脉中寻找文化创新的根基,用设计创新推动中华文化创新,用文化创意设计服务中华文化的内容创新,用数字媒体技术传播中华文化。

1)挖掘中华传统设计造物中的文化基因。中国传统设计造物文化以中华文化为核心,是在中华五千年文明的历史演变过程中承载中华文明深层记忆的载体。中华传统设计造物服务于生产生活方式,在中华民族交往交流交融过程中,中华民族的设计造物文化和设计审美促进了中华民族共同体意识的形成,丰富了中华民族传统设计思想的精神内涵。中国传统设计造物体现了思想意识、社会礼制、道德审美和生产生活方式,体现了天人合一、和合共生、厚德载物等设计思想^[16]。随着历史的变迁,中华文化不断发展壮大并绵延至今,在现代化社会生活中,中华传统设计造物仍然为我们提供强大生命力的中华文化基因,成为文化创意设计的创意和创新源泉。面对百年未有之大变局,实现中华民族伟大复兴的中国梦,运用文化创意设计,深入挖掘中华传统设计造物中的文化基因,用“设计”讲好“中国故事”,建构中国特色的设计学话语体系,推动中华传统设计造物获得更广泛的中华文化认同,为世界贡献中国设计智慧。

2)通过内容创新设计打造文创产品。中华文化在漫长的积淀过程中,形成了强大的文化凝聚力和生命力。设计创新在促进国际经验与本土文化的交融中起到了至关重要的作用,通过对中华文化的内容创新设计,提炼出具有中国代表性的设计元素,如文化题材、传统图案、色彩搭配、材质选择等,对传统符号和图案进行创新性解读和再设计,使其适应现代审美和应用场景,创作具有中华文化元素的文化产品,借助数字媒体技术的传播“讲好中国故事”,促进中国文化产品和中华文化的出海。近几年博物馆文创产品在社交网络上持续出圈,让文物“活”起来。湖北省博物馆馆藏文物“越王勾践剑”为主题进行的文创产品设计,将中国古代文物创造性转化,制作成手镯、书签、公共交通卡等文创产品,融入现当代人们的日常生活,实现了“仗剑走天涯”的既视感;新疆博物馆馆藏文物“五星出东方立中国”汉代织锦护膊,通过创意设计创作,制作成了丝巾、领带、瓷器、口金包等生活用品,将铸牢中华民族共同体意识通过文创产品为载体广泛传播。

3)数字媒体促进中华文化创新性发展。中华优秀传统文化内容创新,既要保护和传承历史文化精髓,也要用文化创意设计丰富其文化内涵,借助数字媒体技

术打造优秀的文化创意产品,并最大限度地传播中华文化。《千里江山图》是北宋画家王希孟的传世之作,以其精细的笔触和深远的意境著称,将中国传统水墨画与现代数字艺术结合,通过VR技术让观众身临其境地感受山水画的意境之美。该作品运用数字媒体技术的数字化设计创作,营造了高精度、交互式、沉浸式的数字艺术作品体验,观众可以使用智能手机或AR眼镜在现实空间中观看画作的三维重现,甚至与之互动,如“走进”画中,体验画中场景,也可以在社交媒体上分享观感体验,增加展览的参与度和社交性。数字媒体的技术优势不仅丰富了文化创意产品的表现形式,也拓宽了中华文化的传播渠道,让中国故事以更加多元、立体的方式展现在世界面前。

(三)文化自信:用文化创意设计塑造中国故事的时代图景

在数字化、信息化、网络化、媒介化的时代语境中,中华文化自信成为数字媒体语境中最重要价值追寻。设计服务社会与人民,服务国家建设。中国科学院、中国工程院院士路甬祥曾提出,“设计”作为人类创新创造的重要智慧,设计创造引发的工业革命和信息化变革,实现了生产力的巨大飞跃,创造了现代工业文明^[17]。在建设中国式现代化文化强国的进程中,中华文化自信是中国式现代化的核心动力,文化创意设计是塑造中国故事时代图景的重要手段,文化自信的最终体现的是提升中华文化的国际影响力。

1)立足中华优秀传统文化,用文化创意设计打造品牌IP。我国目前是全球文化遗产保护规模最大、历史悠久、数量最多、整体保护最为完整的国家之一,文化遗产的保护与传承创新,需要借助文化创意设计的打造。截至2024年7月,中国的世界遗产总数达到59项,北京中轴线、大运河、丝绸之路、敦煌莫高窟等文化遗产既是中华文化的历史积淀,也是享誉世界的文化IP。我国目前正在积极发展文化创意产业,努力构建以文化品牌IP为核心的生产方式,在实现中华文化价值传承的同时,实现文化创意产业的良性循环。IP设计作为具有可识别性、独特性、创意性、具有商业价值的知识产权形象,在受众心中留下深刻印象,并且能够引发情感共鸣、引导产生价值判断和消费行为的品牌形象^[18]。在文化创意设计领域,品牌是连接产品与消费者的重要桥梁,通过强化品牌意识,打造具有鲜明中国特色的文化品牌,将有效提升中国文化产品在国际市场上的竞争力和影响力。中华文化中的神话故事、

历史人物、民俗风情等等内容,可以作为设计创作的灵感,结合现代设计语言,创造出既具有中国传统文化内涵又具有现代感的原创IP形象和文化产品,能够在国内市场赢得广泛认可,更能跨越国界,成为讲好中国故事、传播中国声音的重要载体。

2)运用数字媒体技术优势,让文化创意设计彰显文化自信。文化自信不仅关乎民族的自我认同,更是提升国家软实力、推动文化走向世界的关键。文化创意设计,作为连接传统与现代、东方与西方的桥梁,正以其独特的魅力,在塑造中国故事时代图景的过程中发挥着不可替代的作用。数字媒体技术依托信息数字化技术促进跨文化交流融合,拓宽了文化传播的范围和深度,借助文化创意设计促进了优质内容的创作,增强国际社会对中华优秀传统文化的好感度与信任度。文化创意设计是反映时代精神,中华民族精神面貌与审美文化的艺术符码,文化创意设计对文化、制度、礼仪、习俗、审美等进行符号解构与重新编码,以符号隐喻的方式进行信息传播。文化创意设计的最终目的是要讲好中国故事,传递中国声音。在全球化背景下,中国故事不再局限于本土文化的展示,而是要在国际舞台上展现中国的文化自信、发展成就和人文关怀。运用数字媒体技术优势,通过设计具有中国特色、中国风格、中国气派的文化产品和文化服务,向世界展示一个真实、立体、全面的中国。同时,也要注重文化产品的国际化和本土化相结合,根据不同国家和地区的文化背景和受众需求,进行有针对性的设计调整和创新,让中国故事更加贴近当地受众的心灵,增强数字文化传播的针对性和实效性,彰显中华文化自信^[19]。

3)加强文化创意产业联动,推动文化创意向文化创新转型。文化创意设计作为文化创新驱动发展的重要途径,是现代商业社会重要的新质生产力,可以赋能文化创意产业、助力新质生产力高质量发展。文化创意设计是文化创意产业的动力来源,是讲好中国故事的重要手段,缺失了文化创意设计的文化创意产业犹如无源之水无本之木,文化创意设计的发展也必须紧密嵌入进现代文化产业进行文化创新,才能推进文化创意产业的长效发展。数字媒体与文化创意设计的深度融合是未来重要发展趋势。文化创意产品具有前沿性、潮流性和快销性,现代消费文化由线下逐渐转为线上,依赖于数字技术的赋能和产业链搭建,从创意、生产、传播和消费的各个环节均离不开数字技术的支撑。在数字化浪潮下,文化创意设计正逐步打破行业壁垒,与科技、旅游、教育、娱乐等多领域进行跨界融

合,构建文化创新生态体系,促进文化创意产业可持续发展。文化创意产业发展也在逐渐向新消费、新文化、新文创等领域进行拓展,以优秀传统文化内容价值为核心,运用数字媒体技术进行沉浸式、交互式和新媒体传播进行文化创新,为文化创意设计注入了新的活力与可能性,推动着文化产业向更高层次的文化创造转型,成为讲好中国故事、彰显中国文化自信、传播中国声音的重要力量^[20]。

四、结语

文化创意设计作为现代文化传播的创新手段,通过结合文化内涵与社会发展趋势,利用数字媒体技术,创造出具有独特文化内涵的创新设计产品。数字媒体技术,尤其是AIGC、VR、AR等新兴技术,为文化创意设计提供了更广阔的表达空间和更丰富的传播手段。这些技术的应用不仅突破了传统形式的限制,还促进了文化创意设计的跨界融合,增强了文化产品的沉浸式体验和互动性。在新媒体空间中,文化创意设计的叙事策略呈现出多元化、故事化、个性化定制和互动性体验的特点,有助于更有效地传递中华文化价值和讲好中国故事,增强受众的文化认同和情感共鸣。

讲好中国故事、传播好中国声音,是新时代对中华文化进行创造性转化创新性发展,构建中国话语和中国叙事体系,提升国家文化软实力的重要途径。在数字媒体语境下,文化创意设计成为讲好中国故事、传播好中国声音的重要载体和实现手段。通过打造具有中国特色的文化品牌IP,运用数字媒体技术优势,加强文化创意产业联动,可以促进文化创意向文化创新的转型,提升中国文化的国际影响力;通过文化创意设计和数字技术的应用,不仅能够促进中华文化的传承和发展,还能够展现中华文化的自信,还能够推动文化多样性和可持续发展,为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献力量,向世界贡献“中国方案”和“中国智慧”。

参考文献

- [1] 新华社. 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定[EB/OL]. [2024-07-21][2024-09-18]https://www.gov.cn/zhengce/202407/content_6963770.htm.
- [2] 张伟,吴晶琦. 数字文化产业新业态及发展趋势[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2022, 39(1): 60-68.

(下转第102页)

- (1):208-211.
- [22] 喻国明,林焕新,钱绯璠,等.从网络游戏到功能游戏:正向社会价值的开启[J].青年记者,2018(15):25-27.
- [23] 李方丽,孙晔.功能游戏:定义、价值探索和发展建议[J].教育传媒研究,2019(1):65-68.
- [24] COUGHLAN G, COUTROT A, KHONDOKER M, et al. Toward Personalized Cognitive Diagnostics of At-Genetic-Risk Alzheimer's Disease[J]. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 2019, 116(19):9285-9292.
- [25] CHEEK C, BRIDGMAN H, FLEMING T, et al. Views of Young People in Rural Australia on Sparx, A Fantasy World Developed for New Zealand Youth with Depression [J]. JMIR Serious Games, 2014, 2(1):e3.
- [26] KOLLINS S H, DELOSS D J, CAADAS E, et al. A Novel Digital Intervention for Actively Reducing Severity of Paediatric Adhd (Stars-Adhd): A Randomised Controlled Trial[J]. The Lancet Digital Health, 2020, 2(4):e168-e178.
- [27] 喻国明,刘戡晗.功能游戏:基于场景的社会嵌入与认知互动——试析功能游戏媒介的轻量化、日常化与生活化[J].青年记者,2023(15):76-77.
- [28] BARBOSA A F S, PEREIRA P N M, DIAS J A F F, et al. A New Methodology of Design and Development of Serious Games[J]. International Journal of Computer Games Technology, 2014, 2014:817167.
- [29] MITGUTSCH K, ALVARADO N. Purposeful by Design?: A Serious Game Design Assessment Framework[C]// Proceedings of the International Conference on the Foundations of Digital Games. Raleigh: ACM, 2012: 121-128.
- [30] FERNÁNDEZ- VARA C. Introduction to Game Analysis [M]. Second edition. | New York, NY: Routledge, 2019. Routledge, 2019
- [31] 杨丽,姚晓兰.教育游戏中“教游相融”的设计策略研究[J].中国电化教育,2011(6):81-84.
- [32] 石琳,孙莹莹.像素化风格理念与在视觉传达设计中的应用[J].美术大观,2019(6):112-113.
- [33] 杨明朗,郭峰,刘贺.儿童学习型游戏人机交互界面的设计研究[J].包装工程,2012,33(22):45-48.

(上接第61页)

- [3] 肖永亮.数字媒体本体之再设计[J].工业工程设计, 2020, 2(6):57-66.
- [4] 向勇,白晓晴.全程创意生产观下文创产品的设计策略研究[J].工业工程设计,2021,3(4):5-11.
- [5] 尹宏,王苹.创意设计促进文化产业与实体经济融合[J].西南民族大学学报(人文社科版),2016,37(6):159-163.
- [6] 管宁.创意设计:引领经济发展转型升级——集成创新时代的产业深度融合[J].艺术百家,2015,31(3):70-75.
- [7] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告(2022年10月16日)[M].北京:人民出版社,2022:44.
- [8] 郭继朋.数字媒体语境下传统文化的叙事性创意设计研究[J].包装工程,2024,45(14):345-351.
- [9] 张健,王雨心,袁哲. AIGC赋能传统文化传承设计方法与实践——以山西省永乐宫数字化展示中心方案设计为例[J].设计,2023,36(17):30-33.
- [10] 陈墨,余隋怀,王伟伟,等.文化创意产品的设计方法与路径[J].包装工程,2019,40(24):1-10.
- [11] 王亦敏,姜虹伶.文化创意产业视角下的传统手工艺设计研究[J].包装工程,2017,38(18):11-14.
- [12] 文卫民,文问,张玉山.文化创意设计介入乡村振兴的六维模式探讨[J].家具与室内装饰,2021,28(10):26-29.
- [13] 习近平.在全国民族团结进步表彰大会上的讲话[M].北京:人民出版社,2019:9.
- [14] 刘吉昌,金炳镐.构筑各民族共有精神家园 培养中华民族共同体意识[J].西南民族大学学报(人文社科版), 2017,38(11):28-33.
- [15] 程雪松.人类命运共同体视域下的中国形象建构与创意设计研究——以世博会中国馆为例[J].民族艺术研究,2024,37(3):112-123.
- [16] 罗仕鉴,董烨楠.面向创意设计的器物知识分类研究[J].浙江大学学报(工学版),2017,51(1):113-123.
- [17] 路甬祥.设计的进化与面向未来的中国创新设计[J].全球化,2014(6):5-13.
- [18] 于丽娜,钟蕾. IP时代下的文旅旅游产品设计研究[J].包装工程,2020,41(18):306-312.
- [19] 陈传志,米高峰.守正创新:非物质文化遗产活化视域下少数民族民间文学的动漫化路径探究[J].民族学论丛,2024,34(1):110-117.
- [20] 米高峰,陈传志.国产少数民族动画中的生态意识与审美意蕴探析[J].原生态民族文化学刊,2023,15(3): 140-152.