

叙事学理论在非遗文创设计中的演绎

倪春洪, 李微

(天津工业大学 艺术学院, 天津 300387)

摘要: **目的** “5G+”万物互联驱动数字化体验经济的浪潮已是助推非遗数字化创新的重要引擎和增长新动力。从叙事学角度出发,探索非遗数字化创新呈现,突破时空限制,激发内生创新动力,并为非遗传承与发展提供新途径。**方法** 以叙事学理论为基础,采用文献综述、田野调查、问卷分析和用户体验设计等方法,秉承“非遗+”交叉融合范式,以葛沽长乐老高跷非遗项目为例,运用交互叙事、体验设计等方法,构建非遗数字共享平台,拓宽葛沽非遗创新发展空间,形成非遗资源共建共享的“葛沽数字化新发展模式”。**结论** 利用交互叙事理论视角与葛沽非遗数字化文创设计融合创新,坚持守正创新,形成了薪火相传的叙事机制,实现了葛沽非遗传承从“活起来”到“火起来”,培养了新生代强烈的文化认同感,以非遗的文创设计带动地方经济增长与民俗文化可持续发展。

关键词: 叙事学; 非遗; 数字化; 文创设计

中图分类号: TB472; J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)12-0368-10

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.12.042

Deduction of Theory of Narratology in Cultural and Creative Design of Intangible Cultural Heritage

NI Chun-hong, LI Wei

(School of Art, Tiangong University, Tianjin 300387, China)

ABSTRACT: Internet of everything with "5G+" has been driving the wave of digitized experience economy and become an important engine and new power to boost digitized innovations in intangible cultural heritage. From the perspective of narratology, the work aims to explore digitized innovations in the intangible cultural heritage, break the limitation of time and space and motivate the endogenous innovative impetus, so as to provide new ways for the inheritance and development of intangible cultural heritage. Based on the theory of narratology, methods such as literature review, field investigation, questionnaire analysis and user experience design were adopted in accordance with the normal form of cross fusion "intangible cultural heritage +". With the intangible project of Gegu Changle old stilts as an example, interactive narrative, experience design and other methods were used to establish a digitized sharing platform for the intangible cultural heritage, broaden the innovative development space for Gegu intangible cultural heritage, and form a "Gegu's new digitized developing mode" of joint construction and sharing of intangible cultural heritage resources. From the theoretical perspective of interactive narrative and the integration and innovation of Gegu intangible cultural heritage digital cultural and creative design, cultural inheritance and innovation are persisted, a narrative mechanism of continuing and passing down from generation to generation is formed. It achieves the "popularity" of Gegu intangible cultural heritage from "activation", fosters new generation's strong recognition of cultural identity, and promotes local economic development as well as the sustainable development of folk customs culture with the cultural and creative design of intangible cultural heritage.

KEY WORDS: narratology; intangible cultural heritage; digital; cultural and creative design

收稿日期: 2023-01-14

基金项目: 2022年度天津市艺术科学规划项目阶段性成果(C22026)

作者简介: 倪春洪(1980—),女,博士,副教授,主要研究方向为视觉传达设计。

通信作者: 李微(1998—),女,硕士生,主攻视觉传达设计专业。

新时代、新语境、新发展已然成为我国非遗数字化发展的必然趋势。文旅部非遗司司长王晨阳指出,数字化为非遗开创新的文化传承空间、文化体验及文化传播业态^[1]。当今时代信息服务生态系统伴随着新的消费群体,潜移默化地用中国故事重塑文化消费新形态,消费市场用叙事逻辑诠释年轻消费群体在消费理念上的话语权,引领时代发展。天津非遗经典民俗活动葛沽宝辇会之民间舞蹈“长乐老高跷”群众参与度较高,本研究将非遗文旅结合数字化文旅发展思路,探索葛沽长乐老高跷非遗数字化文创设计新路径。

1 数字化时代下叙事学理论的作用

1.1 叙事学理论与非遗文创设计之间的关系

叙事学理论是1969年由法国著名结构主义符号家茨维坦·托多罗首次提出,在叙事基础上发展起来

的用以研究叙事本质、形式和功能的科学。发展历程大致分为以下3个阶段(见图1):1)经典叙事学研究:主要研究文本的叙述语态、叙事结构及叙事视角和时空^[2]。2)后经典叙事学研究:主要与心理语言学、哲学、设计学等多学科交叉融合,更具探索性、开放性和跨学科性。3)数字时代叙事学研究:数字时代新媒体技术推动叙事方法和表达手段更加多元,其最显著的特点是“交互性”^[3]。我国非遗文创设计正处于快速发展阶段,但仍存在一系列问题,如非遗特色标识不突出、非遗故事未深度挖掘与再创造、缺乏适应市场需要的非遗产品等。非遗文化创意产业利用交互叙事进行文化叙事已经成为数字时代新型发展方式。新媒体的交互叙事给非遗文创带来了年轻态阐释的契机,非遗为未来叙事体系的塑造提供了发展空间,二者相辅相成又具天然耦合性、关联性,相互促成新发展格局。



图1 叙事学研究的发展历程
Fig.1 Development of narratology research

1.2 交互叙事理论在文创设计中的虚实空间

交互叙事是依靠人机交互技术所进行的叙事性表达,用户通过叙事机制与信息可视化的方式进行探究与反馈,并产生介入虚拟故事的沉浸体验^[4]。交互叙事的演绎方式呈现多样化态势,故事由传统线性叙事向开放性叙事发展,由简单时间叙事向复杂空间叙事转换。玛丽-劳尔·瑞安提出交互叙事的3个层级理论(见图2):1)外层:以“剧情化”为核心的故事呈现。2)中层:以“沉浸感”为核心的故事情节。3)内层:以“互动性”为核心的人机自然交互^[5]。首先是在外层具身性,挖掘本土故事,运用叙事策略结合的方法,突破传统非遗的叙事局限;其次是在中层技术的具身化,结合设计领域深度将沉浸感融入受众体验过程中;最后将内层身体作为具身媒介,基于交互技术理念快速获知传播反馈,形成良性创作循环^[6]。交互叙事在角色信息、故事情节、场景语言等方面升级,产生新的叙事形态和特征,包括非线性、交互性、偶然性、沉浸性、交叉性^[7]。文化遗产资源丰富,蕴含着中国优秀传统文化因子,但随着信息技术的发展,新媒体强体验性和叙事性,用虚拟现实结合的方式实现多元化、碎片化信息传递是新媒体背景下传媒的新特征,而故事情节的连贯性、生动性和快捷的参预方式是基础^[8]。因此,以交互叙事理论构建数字化传播是非遗传承方式的多维度延续策略。

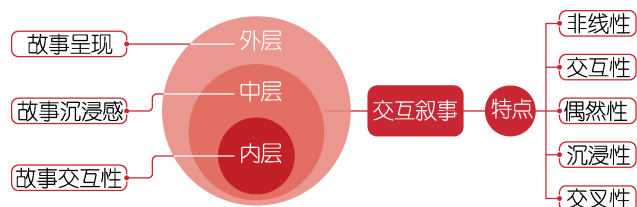


图2 瑞安交互叙事层级内容阐述及特点
Fig.2 Ryan interactive narrative level content exposition and characteristics

1.3 非遗文创在当今时代发展中的构建意识

交互叙事理论的运用规律进一步说明了用户不再是单一被动接收信息的对象,而是信息或者故事的共建者。非遗文创在体验经济时代重视用户较高层次的情感体验,尤其是“Z世代”消费新晋主力军“不求所有,但求体验”的精神消费需求,有利于交互叙事激发数字化文创的情感契机点,增强用户情感黏性,优化用户体验。交互叙事理论打破了传统叙事创新虚拟技术,增强了沉浸体验,符合当今时代虚拟现实技术的交互叙事技术平台通过创建并模拟二维或三维的空间情景实现沟通和体验以至于沉浸体验的目的^[9],使非遗数字化文创实现线上演播、数字艺术、场景沉浸式体验,打破非遗时空限制,实现虚拟与现实破壁,促进文化旅游消费升级和数字经济产业高质量发展。

“文创&科技”的思维是交互叙事跨学科、跨媒

介融合发展模式。交互叙事的学科交叉特性使数字化文创与科技结合成为必然趋势,为文创产业带来爆发式创造力,催生云展览、云直播、云娱乐等文创新业态,科技赋能文创将5G传输、4K高清画面、VR全景展示等技术运用到文创中,实现全产业链跨界连接,促使非遗“活”起来、“潮”起来,助力非遗保护与传承。

2 葛沽长乐老高跷非遗数字化文创价值考略

2.1 葛沽长乐老高跷非遗数字化发展趋势必要性

“葛沽长乐老高跷”是葛沽花会最古老的高跷之一,历经百年历史,秉承着葛沽文化传承的思想,一

直延续至今(见表1)。长乐老高跷别具一格的高跷艺术集历史、艺术、精神、欣赏价值于一身,2013年被列入天津市第三批传统舞蹈类非遗代表性项目名录,2018年走出国门赴法国尼斯、马赛参加艺术表演,登上世界舞台,赢得了国际艺术组织和国际友人的赞誉,此后,其还对“非遗进校园”做了大胆的探索。但通过整理查阅相关文献资料,发现传承人信息和项目简介的记载明显不完善,业内专家对天津民间舞蹈非遗的关注度还不够,长乐老高跷的研究资料基本空白,数字化发展保护策略还属于待开发阶段。受后疫情时代影响,“葛沽宝辇会”已连续三年处于停演状态,但停演不停传,探索葛沽长乐老高跷非遗活化路径、构建非遗传承新模式势在必行。

表1 葛沽长乐老高跷代表性传承人及角色
Tab.1 Representative inheritors and roles of Gegu Changle old stilts

序号	时间	代表性传承人	角色
1	第一代:明朝	若长长老	沽上道人
2	第二代:明末清初	徐三爷	
3	第三代:清康熙年间	徐六爷	“十二多”(原会头)
4	第四代:清乾隆年间	小呼四爷(管凤吉、管凤林等)	大头衔扮演者
5	第五代:清道光年	呼凤鸣(肖德才、刘富春等)	大头衔扮演者
6	第六代:清末民初	马希琪(韩宝、孔兆凤等)	鼓的扮演者
7	第七代	刘希华(马运、马田等)	英哥的扮演者
8	1953—1962年	邵家珍(管学文、管学成等)	会头
9	1979年	郭树常(马红茂、张胜、邵家喜等)	樵夫、渔翁的扮演者
10	1985年	邵长和(张永伟、管云禄等)	锣的扮演者
11	1995年	胡亚培(张润成、王中秋等)	现任会头,樵夫、青杆的扮演者
12	2000年以后	郭宏伟(张志明、赵斌等)	渔翁的扮演者
13	2015年:长乐小高跷续承	赵常宇(胡广俊、张洪大等)	大头衔扮演者

注:来源为葛沽镇文化站内部资料《葛沽宝辇会系列之葛沽长乐老高跷》。

葛沽长乐老高跷传承现状如下:

第一,民俗资料缺失,档案缺乏管理。“葛沽长乐老高跷”由于历史原因至今还未形成民俗档案资料和独立的研究报告。葛沽镇古建抢修办公室虽在尽力抢救收集葛沽宝辇会历史资料,但主要依靠对老艺人们挨家登门拜访、口传身授的方式整理葛沽宝辇会系列文集,大多数属于内部资料,并没有正式出版发行,大量的民俗资料还散存在民间,数字化时代民俗资料保护急需转型,民俗文化档案的抢救工作迫在眉睫。

第二,新生代虽传承,但棒法难传魂。“葛沽长乐老高跷”虽有新生代力量传承,但在调研中发现,整理出的72套棒法和12角色身法无与伦比,“棒打山门,一百零八响”和“靠打山门,三百六十六响”的精湛棒法仅有部分高跷演员能打出7~8个技法套路。新生力量虽效仿其动作但不知其内涵所在,无法传承棒法灵魂。现有72套棒法只是单纯名称,背后故事来历及寓意鲜为人知,甚至销声匿迹。

第三,资金投入不足,缺乏主要受众。“葛沽长

乐老高跷”演出的行头由传承人独自置办或需筹集基金维系,虽有政府介入,但未大力投资建设,民俗文化传播受限。高跷的受众年龄范围为5~80岁,但受疫情影响,大型聚集活动骤减,引发数字文化新消费“云旅游”“云娱乐”“云展览”成为文化传播的潮流且吸引大量新生代,导致高跷非遗缺少了00后、95后的主要受众。如何在数字消费时代与长乐老高跷非遗文化的冲突中生存和发展,是立足新时代亟待解决的新命题。

2.2 葛沽长乐老高跷非遗数字化未来价值体现

数字化文创为长乐老高跷非遗“永久保存、永续利用”提供落地支撑思路,将非遗以3D成像的方式记录,并通过云空间实现长久储存与传播,有助于解决民俗文化转换、再现问题,形成可再生的数字新形态^[10]。建立“长乐老高跷”文化数据库,形成数字档案的资源共享模式,既可以提高长乐老高跷非遗知名度,增强民众保护意识,又可以向世界展示百

年葛沽高跷的艺术魅力, 真正实现“人民的非遗人民共享”。

优化长乐老高跷“文化+科技 无界体验”。数字文创具有互动性、体验性、趣味性、故事性等特点, 引领文化消费新浪潮, 全面推进文化产业走向数字化、沉浸化、智能化、品牌化^[11]。长乐老高跷“互联网+体验+文化”融合的文创产品把握了体验消费时代的发展机遇, 为新生代搭建多维度多感官的沉浸式体验空间, 助力文化传播突破媒介与时空限制, 塑造“中国葛沽”品牌, 讲述“非遗”故事, 使公众对其产生价值认同和情感共鸣, 有助于实现长乐老高跷非遗技艺的真正传承。

促进长乐老高跷文化基因创造经济价值。2021年《天津消费市场发展洞察白皮书》显示, 天津消费市场发展趋势为“Z世代”和“银发族”引领消费新时尚^[12]。通过数字赋能挖掘长乐老高跷文化基因, 使非遗更“共情”, 打造“云上非遗”方式, 促使传统

非遗与现代生活相融相通从“活起来”到“火起来”, 吸引更多新生代爱上非遗、传承非遗, 为非遗企业、传承人拓宽销售渠道, 提振文化和旅游消费, 使文创领域产生经济效益, 实现文化与经济互利互惠, 为葛沽镇乡村振兴插上数字技术的“翅膀”。

2.3 数字化文创与中国精神集体技艺延续

葛沽长乐老高跷数字化文创交互叙事策略见图 3。提取 3 个非遗设计要素文化意象、非物质性和精神内涵, 借助数字化文创, 通过交互叙事内层、中层、外层 3 个方面进行设计实践。

2.3.1 葛沽长乐老高跷文化意象

据田野调查, 葛沽老艺人口述和葛沽镇文化站内资料介绍, 长乐老高跷的文化意象包括角色、技艺、阵法, 有四大演艺特长: 文、武、扭、唱。在表演出会时, 由前场大鼓引路, 后 12 位演员由头棒带领 11 位演员登场表演, 见表 2。

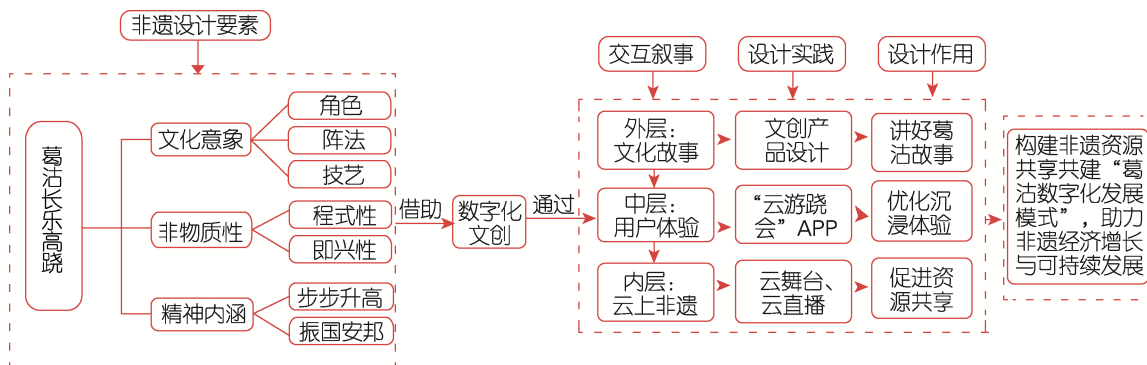


图 3 葛沽长乐老高跷数字化文创交互叙事策略

Fig.3 Digital cultural and creative interactive narrative strategy of Geju Changle old stilts

表 2 葛沽长乐老高跷人物角色及特点

Tab.2 Characters and characteristics of Geju Changle old stilts

人物角色	图片	头饰	服装	道具
大头衔 (武松)		陀头金色戒箍月牙向上; 英雄胆 (偏球)脸谱	十三太保短靠衣, 绿色僧坎, 黄色水裙, 白色丝绸, 大带, 皂裤, 厚底靴护膝裹腿	一对木棒
嚶哥 (乐和)		孩发, 眉心红点两株	红衣红裤, 腰系红色大带, 薄底快靴	马鞭
文扇老座子 (顾大嫂)		凤冠, 眉心梅花一株	红色大氅、紫裤紫裙、木底小鞋为寸金莲式	手帕、团扇
樵夫 (石秀)		白色绒球硬花大罗帽, 右插英雄胆	蓝色抱衣, 蓝色丝绸大带, 厚底靴子	扁担

续表 2

人物角色	图片	头饰	服装	道具
白杆 (孙二娘)		大头鱼婆帽, 眉心红点两株	漂白短衣长裙, 白色云肩, 紫袖大腰袍, 鞋顶白色绒球	鱼竿
渔翁 (阮小二)		白网发髻草帽圈, 额前扁铲	黄色靠衣, 大带, 大袍, 脚踏鱼靴鞋	渔壶
青杆 (扈三娘)		皂色大头鱼婆帽, 眉心红点两株	青色短衣长裙, 青色云肩, 紫袖大腰袍, 鞋顶红色绒球	藤条系蝴蝶
武扇公子 (燕青)		文生公子巾, 白鼻梁白眼圈	内红色紧衣、外公子袍, 厚底靴子	彩扇
前锣 (解珍)		大头额子, 眉心红点两株	红衣带云间, 腰系绿绸带, 脚踏彩鞋	锣、镗
后锣 (解宝)		大头额子, 眉心红点两株	绿衣带云肩, 腰系红绸带, 脚踏彩鞋	锣、镗
俊鼓 (杨雄)		蓝色绒球硬花大罗帽, 右插英雄胆	绿抱衣, 紫色丝绦大带, 厚底靴子	鼓、鼓槌
丑鼓 (时迁)		马尾透风巾, 顶塔式硬花粽帽, 鼻梁倒爬蝎子, 右画药贴	皂色靠衣, 白色丝绸大带, 薄底快靴	鼓、鼓槌

注: 来源为葛沽镇文化站内部资料《葛沽宝辇会系列之葛沽长乐老高跷》。

长乐老高跷技艺主要包括阵法 and 棒法两种表演形式, 表演过程中, 其形似紫燕上下飞舞, 赏心悦目。此外, 以“舞棒”为基础的舞台“锣鼓棒”表演探索了高跷表演舞台化发展路径, 彰显了高跷技艺的阳刚特点, 丰富了舞台表演艺术形式, 具有创新性的艺术价值。

2.3.2 葛沽长乐老高跷非物质性

据葛沽镇文化站内部资料记载, 长乐老高跷的发展延续了宫廷雅乐的“程式性”与民间俗乐的“即兴性”。高跷演员在以往的表演技巧上继承了原生态的

表演风格和特点。单棒、双棒、集体棒充分体现了“沾上跷”的魅力和艺术价值。“老少音”的锣鼓伴奏具有欢快、热烈的地域特色,“逗花鼓”“逗锣鼓”突显了锣鼓伴奏的丰富性、技巧性以及锣鼓演员的演技与功底,具有极高的艺术价值^[13]。

2.3.3 葛沽长乐老高跷精神内涵

天津非遗受漕运文化、民俗信仰等多重环境影

响,形成独具津门特色的非遗形态,其中葛沽长乐老高跷寓意“迎妈祖,祈丰年”。葛沽镇人民认为,“葛沽宝辇会”演出结束才算真正意义上过完年。高跷满足了群众的精神寄托,“高跷”谐音是“高瞧”,观众需仰起头或站在高处看,预示着人们须高瞻远瞩、胸怀大气,也有步步升高之意,象征喜庆吉祥。长乐老高跷“棒”的尺寸为一尺七寸六分,寓意“棒打七情六欲,鼓敲振国安邦”。

表3 葛沽长乐老高跷色彩基因及象征寓意图谱
Tab.3 Color gene and symbolic implied meaning atlas of Gegu Changle old stilts

人物角色	图片	色彩提取	象征寓意
头棒		<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; border: 1px solid black;"></div> C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: green; border: 1px solid black;"></div> C: 70 M: 10 Y: 70 K: 0 </div>	变化莫测 精神抖擞
瓔哥		<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; border: 1px solid black;"></div> C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: red; border: 1px solid black;"></div> C: 20 M: 95 Y: 95 K: 0 </div>	帅气俊俏 英姿勃发
文扇		<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: red; border: 1px solid black;"></div> C: 0 M: 90 Y: 80 K: 0 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; border: 1px solid black;"></div> C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0 </div>	娇媚婀娜 柔情媚态
樵夫		<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: blue; border: 1px solid black;"></div> C: 80 M: 60 Y: 15 K: 0 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: red; border: 1px solid black;"></div> C: 0 M: 90 Y: 80 K: 0 </div>	威风凛凛 气宇轩昂
青白杆		<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: white; border: 1px solid black;"></div> C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; border: 1px solid black;"></div> C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100 </div>	潇洒飘逸 神采奕奕
渔翁		<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: yellow; border: 1px solid black;"></div> C: 10 M: 15 Y: 50 K: 0 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: orange; border: 1px solid black;"></div> C: 5 M: 25 Y: 70 K: 0 </div>	活灵活现 栩栩如生
武扇		<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: magenta; border: 1px solid black;"></div> C: 20 M: 90 Y: 45 K: 0 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: green; border: 1px solid black;"></div> C: 65 M: 5 Y: 90 K: 0 </div>	诙谐逗趣 气势磅礴
双锣		<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: magenta; border: 1px solid black;"></div> C: 20 M: 90 Y: 45 K: 0 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: green; border: 1px solid black;"></div> C: 65 M: 5 Y: 90 K: 0 </div>	锣声震耳 慷慨激昂
双鼓		<div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: magenta; border: 1px solid black;"></div> C: 20 M: 90 Y: 45 K: 0 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: black; border: 1px solid black;"></div> C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100 </div>	鼓声振奋 欢欣鼓舞

3 葛沽长乐老高跷非遗数字化文创设计实践

3.1 设计调查与分析

葛沽镇不断落实乡村振兴战略,全面推动创新发展,建设民俗文化小镇,以延续妈祖文化辉煌,打造

与国际接轨的智能制造。就中国知网(CNKI)而言,以“天津非遗”为检索条件,共检索到288条记录;以“长乐老高跷”为检索条件,共检索到1条记录,说明长乐老高跷非遗研究尚未开发,数字化传承是必由之路。采用问卷分析法对葛沽宝辇会文创购买意向进行调查。2022年3月,因疫情原因,问卷主要以

网络形式进行,共收回问卷110份,有效问卷为110份。该问卷名称为“有关葛沽宝辇会数字化发展策略调查”,从年龄、文化元素和购买文创意向等方面设置问题,调查对象包括葛沽本地人和地处天津的外籍人,见图4。问题1显示:80.91%的年轻人比较关注并进行答卷。问题2显示:“高跷”是最受欢迎的民俗文化元素(占84%),其次是“早船”(占48%),两者落差较大,说明高跷在葛沽花会中有不可动摇的地位。问题3显示:有87.27%的人愿意购买长乐老高跷元素做的文创产品,可行性较强。问题4显示:82.29%的人会购买娱乐艺术衍生品,其次是60.42%会购买旅游文创纪念品,反映出新生代的消费趋势。综合可知,将长乐老高跷非遗文化元素与数字化技术相结合,开发符合新生代消费需求的娱乐艺术衍生品,是后期设计中需要遵循与参考的原则。

基于以上问卷分析和前期田野调查基础,利用人物形象绘制用户体验地图,分析目标用户各个阶段观赏体验情况,发现用户情感状态与体验变化过程中的痛点与机会点,输出可视化信息并提出可行的优化方案。根据体验地图(图5)可知,用户在观赏长乐老高跷表演中的痛点有:1)没有公众号,路线信息不准确。2)长乐老高跷人物角色分不清,剧情看不懂。3)长乐老高跷背后故事理解模糊。对应的机会点则是:1)设立“长乐老高跷”公众号并运营维护。2)设计开发长乐高跷小程序详解高跷表演剧情。3)开设“云舞台”,打造线上线下并存的演艺格局。在用户体验地图效果设计中,采用前期提取的高跷角色形象图标,主色调为色彩提取中出现频次最多的红色,生动呈现用户情感状态,最终输出完整的长乐老高跷表演观赏用户体验地图,为后期APP界面设计提供有效依据。

3.2 多维度叙事理论设计实践

葛沽长乐老高跷非遗开展具有特定的时空及“聚众”的特性,在疫情暴发期间面临巨大挑战,而数字信息时代,构建“云端”平台成为非遗传承与传播的新途径、新形态^[14]。本研究主要从讲好葛沽故事、优

化沉浸体验、促进资源共享3个方面促使葛沽长乐老高跷适应数字化变革、突破圈层壁垒和实现非遗可持续发展。

3.2.1 外层:挖掘本土民俗,讲好葛沽故事

葛沽长乐老高跷标志设计创意用高跷杆图形诠释了高跷文化意向与精神内涵,突显疯狂夸张的表演技艺及活泼、喜庆、激烈的表演氛围。主体黑色图形由高跷拼音大写字母“G”与高跷杆形态结合,以圆为中心点旋转呈现出高跷跳跃动态表演。彩色圆点部分突出高跷活泼特质,其中红色表示文扇娇媚婀娜;黄色表示渔翁超然脱俗;蓝色表示樵夫气宇轩昂;绿色表示武扇诙谐逗趣。文字采用高跷杆笔直、上宽下窄的特点,体现高跷步步高升之意,英文采用斜体方式、颜色由黑色到粉色渐变,体现高跷锣鼓伴奏丰富的鼓点韵律,见图6。文创产品采用抽象化符号及美学原理,利用整合重组的方式,将非遗文化延续到现代生活场景中,赋予精神文化内涵,且兼顾趣味性与实用性,见表4。

3.2.2 中层:结合交互叙事,优化沉浸体验

2022年,“元宇宙”热度持续攀升,为沉浸式文旅指路明向,结合交互叙事“非中心化”故事新形态,打造独有的非遗数字人IP,创造丰富的品牌传播形式,使新生代具有沉浸感、科技感、补偿感的体验。开发的一款“长乐老高跷”传承融合创新的APP“云游晚会”是长乐老高跷非遗的数字文创载体(见图7)。用户可体验非遗静态与动态融合的内容,深度了解“非遗”内涵,强化“非遗”传承意识。APP界面设计借鉴高跷的形式美感,色彩上以独特红色为主,突出传统民俗风韵、生动活泼的视觉效果。其中APP项目类别丰富,主要包含线上展览、云上非遗、VR全景展示、周边商城四大模块。用户可以欣赏长乐老高跷演出,了解高跷剧目的寓意与故事,还可以在线上非遗市集购买背包、口罩、礼品袋、鸭舌帽等数字文创,也可以在线高级定制专属款。跨界合作赋能,将非遗与文创、内容等领域进行结合,催生新业态促进文化消费升级。

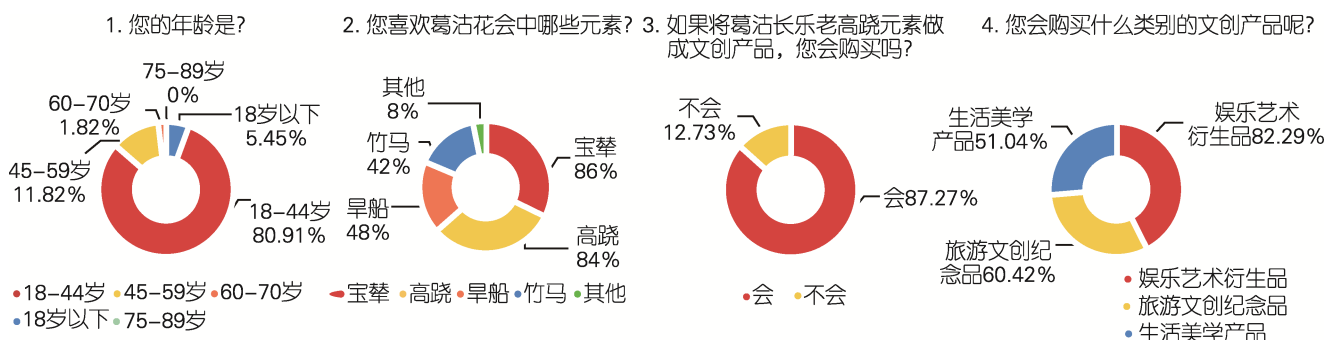


图4 问卷结果

Fig.4 Questionnaire results

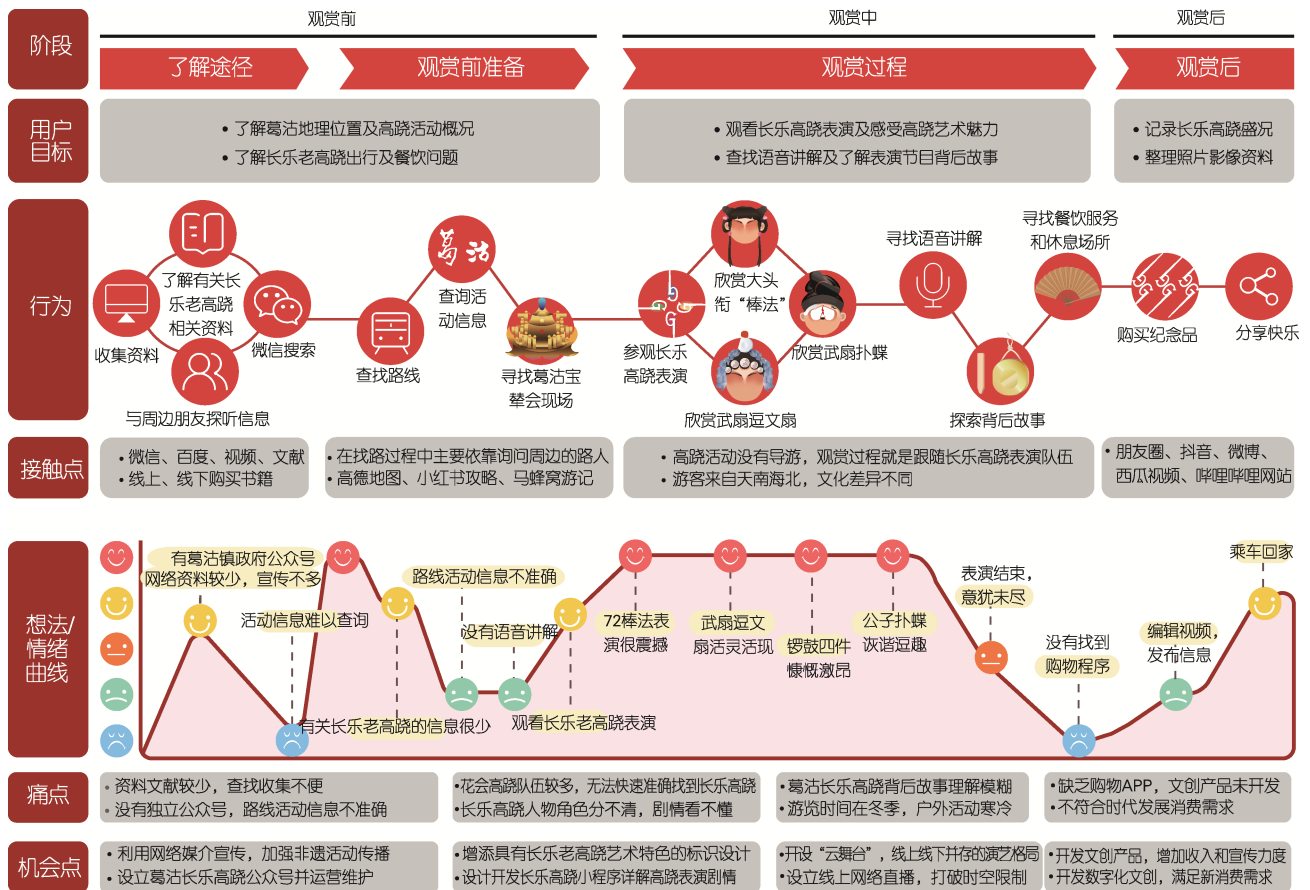


图 5 用户体验地图分析
Fig.5 Analysis of user experience map

表 4 文创产品列表
Tab.4 Cultural and creative product design

产品名称	文创产品图片	特点
组合排列一		
组合排列二		
组合排列三		
手提袋 鸭舌帽 潮流茶饮		<ol style="list-style-type: none"> 1. 背包提供便利, 也是年轻人一种生活态度 2. 鸭舌帽是高跷演员必备日用品 3. 潮流茶饮是当前热搜话题, 探寻潮品牌
胶带 矿泉水 伴手礼		<ol style="list-style-type: none"> 1. 胶带是手账装饰品 2. 矿泉水瓶是演员及游客必需品, 色彩明朗 3. 伴手礼高端极简风格, 目的是打开长乐老高跷知名度

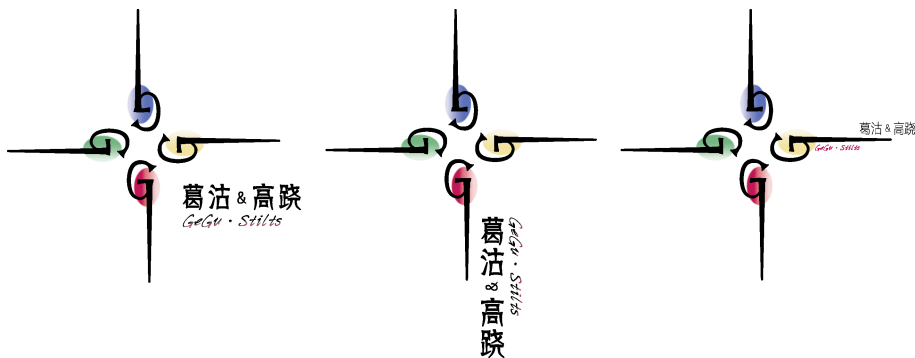


图6 标志设计
Fig.6 Logo design

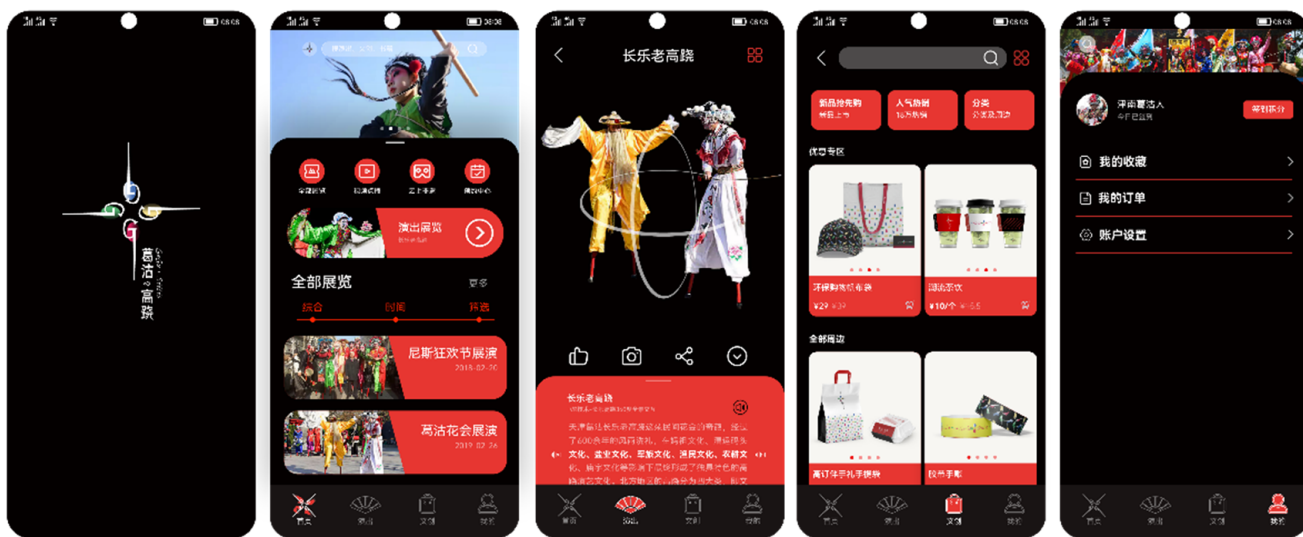


图7 “云游跷会”APP部分界面
Fig.7 Some interfaces of "Yunyou Qiao Hui" APP

3.2.3 内层：构建云上非遗，促进资源共享

中国互联网络发展状况统计报告数据显示，截至2021年12月，中国网民规模达10.32亿，较2020年底的9.89亿提高了4.34%，互联网的普及率高达73.0%^[15]。运用新媒体、新技术构建云上非遗，打造“云舞台+同步直播”新模式，高跷非遗云直播已成为互联网高速发展的前沿阵地，既应对了疫情，又满足了广大民众“玩会”需求，也让演员们坚守初心，更大范围地传播了高跷艺术。同时，打破虚拟与现实的次元壁，并通过Saas直播技术的评论、红包、打赏、点赞、充值等功能，为观众营造真实的交互体验，产生了一定的商业价值，使高跷非遗在信息消费时代实现良好的推广和传承。

4 结语

中国数字化发展带动文化产业的内在多维度发展，为非遗文化的新发展提供了平台发挥其新势能。

1) 从时代发展层面来看，非遗数字化文创设计打造了“非遗+科技+演艺”新业态，创新演绎营造了

沉浸式体验感，展示非遗风采，讲述非遗故事，彰显葛洁艺术魅力，提升文化软实力，形成发展新路径。2) 从社会公共文化服务体系发展层面分析，将交互叙事理论融入实践，有利于推动非遗资源数据共建共享，满足新生代体验式、交互式、场景化的多样消费需求，促进乡村振兴拉动经济增长，增强民众文化自信和认同感。3) 从民族凝聚力的角度来看，新瓶装旧酒的非遗故事借助“AI+云技术”叙事机制，构建云上数字内容生产线，让“云端”消费者与非遗文化互动。

参考文献：

[1] 李亦奕. 数字化何以激活非遗艺术[N]. 中国文化报, 2022-06-26(1).
LI Yi-yi. How Digitalization Activates Intangible Cultural Heritage Art[N]. China Culture Daily, 2022-06-26(1).
[2] 郭建飞. 热奈特的类文本理论及其效应[J]. 吉首大学学报(社会科学版), 2020, 41(1): 153-160.

- GUO Jian-fei. Gérard Genette's Paratext Theory and Its Effects[J]. Journal of Jishou University (Social Sciences Edition), 2020, 41(1): 153-160.
- [3] 胡亚敏. 数字时代的叙事学重构[J]. 江西社会科学, 2022, 42(1): 42-49.
- HU Ya-min. Reconstruction of Narratology in the Digital Age[J]. Jiangxi Social Sciences, 2022, 42(1): 42-49.
- [4] 苏晓珍. 数字叙事交流结构浅析[J]. 出版科学, 2017, 25(4): 16-19.
- SU Xiao-zhen. A Brief Analysis of Digital Narrative Communication Structure[J]. Publishing Journal, 2017, 25(4): 16-19.
- [5] 季雨欣. 玛丽—劳尔·瑞安之跨媒介叙事的互动类型[J]. 六盘水师范学院学报, 2020, 32(5): 50-55.
- JI Yu-xin. The Interactive Types of Mary-Raul Ryan's Intermedia Narration[J]. Journal of Liupanshui Normal University, 2020, 32(5): 50-55.
- [6] 郭子淳. 具身交互叙事: 智能时代叙事形态的一种体验性阐释[J]. 高等学校文科学术文摘, 2022(3): 133-134.
- GUO Zi-cun. Embodied Interactive Narrative: An Experiential Interpretation of the Narrative in the Era of Artificial Intelligence[J]. China University Academic Abstracts, 2022(3): 133-134.
- [7] 柴彦宇. 交互叙事视角下数字化夜游的沉浸式体验设计策略研究——以 Moment Factory “lumina” 为例[D]. 无锡: 江南大学, 2021.
- CHAI Yan-yu. Research on the Immersive Experience Design Strategy of Digital Night Tour from the Perspective of Interactive Narrative— Taking Moment Factory “Lumina” As an Example[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2021.
- [8] 林隆强, 李子叶. 国际话语传播中的新媒体化叙事——《中国正在说》传播方法分析[J]. 中国广播电视学刊, 2021(12): 101-102.
- LIN Long-qiang, LI Zi-ye. New Media Narration in International Discourse Communication—Analysis of the Communication Method of China is Saying[J]. China Radio & TV Academic Journal, 2021(12): 101-102.
- [9] 袁晓东. 虚拟技术交互作用在数字博物馆中的应用[J]. 济宁学院学报, 2021, 42(2): 73-77.
- YUAN Xiao-dong. Application of Virtual Technology Interaction in Digital Museum[J]. Journal of Jining University, 2021, 42(2): 73-77.
- [10] 张赟, 王昊, 刘友华, 等. 面向我国非遗档案工作的主题演化研究[J]. 档案与建设, 2021(6): 40-45.
- ZHANG Yun, WANG Hao, LIU You-hua, et al. A Study on the Thematic Evolution of Chinese Intangible Cultural Heritage Archives[J]. Archives & Construction, 2021(6): 40-45.
- [11] 解学芳, 张佳琪. 技术赋能: 新文创产业数字化与智能化变革[J]. 出版广角, 2019(12): 9-13.
- XIE Xue-fang, ZHANG Jia-qi. Technology Empowerment: Digitalization and Intelligent Transformation of new Cultural and Creative Industry [J]. View on Publishing, 2019(12): 9-13.
- [12] 马晓冬, 胡萌伟. 《天津消费市场发展洞察白皮书》发布——升级类商品消费增长快“95后”“银发族”引领新时尚[N]. 天津日报, 2021-10-22(5).
- MA Xiao-dong, HU Meng-wei. "Tianjin Consumer Market Development Insight White Paper" released— Upgraded Goods Consumption Growth Fast "Post-1995" "Silver Generation" Leading the New Fashion[N]. Tianjin Daily, 2021-10-22(5).
- [13] 史静, 路浩. 葛沽宝辇老会[M]. 济南: 山东教育出版社, 2014.
- SHI Jing, LU Hao. Ge Gu Bao Ji Lao Hui[M]. Jinan: Shandong Education Press, 2014.
- [14] 林荣珍. 2020年度传统舞蹈类非物质文化遗产研究报告[J]. 中国非物质文化遗产, 2021(2): 40-47.
- LIN Rong-zhen. Research Report on Traditional Dances as Intangible Cultural Heritage 2020[J]. China Intangible Cultural Heritage, 2021(2): 40-47.
- [15] 于朝晖. CNNIC发布《第45次中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 网信军民融合, 2020(5): 25-27.
- YU Zhao-hui. CNNIC released the 49th "Statistical Report on Internet Development in China"[J]. Civil-Military Integration on Cyberspace, 2020(5): 25-27.