

新时代“红色交通线”价值可视化设计研究

罗显怡, 陈涛, 宋珊

(重庆交通大学 艺术设计学院, 重庆 400074)

摘要: **目的** 基于交通文化资源传播的多样性、泛在性、共享性与有效性需求, 将红色交通线在特定历史时期及当代的价值引领作用以资源可视化的方式呈现, 促进对交通文化的传承和发扬。**方法** 以“可视化文化符号+产品载体”的形式, 借助数字化技术实现数据可视化及文化资源物化衍生, 以揭示红色交通文化的发展脉络和新时代交通的变迁。涵盖了文化重构、品牌构建、可视化表达、产品设计、周边开发及营销管理等方面, 以及系统化的交通文化产品研发途径。**结果** 通过红色交通文化视觉性创意设计实践研究, 探寻有效的文化重塑设计方法, 以物化手段助力文化推广, 实现对红色交通文化当代传承、价值传播的补充。**结论** 以数字化手段提高抽象文化精神在社会普及过程中的接受度。有利于弘扬爱国主义传统、构建集体记忆, 对深入研究和探讨红色交通文化, 使其在当代得以活化、物化地发扬, 以及增强文化自信都具有重要的理论和实践意义。

关键词: 红色交通线; 价值性; 可视化; 设计方法; 研究实践

中图分类号: TB482 **文献标志码:** A **文章编号:** 1001-3563(2024)10-0460-09

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2024.10.052

Visual Design of Value of "Red Traffic Line" in the New Era

LUO Xianyi, CHEN Tao, SONG Shan

(Art Design College, Chongqing Jiaotong University, Chongqing 400074, China)

ABSTRACT: Based on the diversity, ubiquity, sharing and effectiveness of the communication of traffic cultural resources, the work aims to present the value leading role of red traffic lines in specific historical periods and contemporary times in the form of resource visualization to promote the inheritance and development of traffic culture. In the form of "visual cultural symbol + product carrier", data visualization and materialization of cultural resources were realized with the help of digital technology, so as to reproduce the development vein of red traffic culture and show the changes of traffic in the new era, covering cultural reconstruction, brand building, visual expression, product design, peripheral development and marketing management, as well as systematic approaches of research and development of traffic cultural products. Through practical research on visual creative design of red traffic culture, this paper explored effective cultural reconstruction design methods, helped cultural promotion by means of materialization, and supplemented the contemporary inheritance and value dissemination of red traffic culture. Improving the acceptance of abstract cultural spirit in the process of social popularization by digital means is of great theoretical and practical significance to carry forward the patriotic tradition, build collective memory, and further study and discuss the red traffic culture, so that it can be "activated" and "materialized" in contemporary times, and enhance cultural self-confidence.

KEY WORDS: red traffic lines; value; visualization; design method; research practice

在土地革命的风云岁月里, 为了紧密连接全国各革命根据地, 党中央审时度势, 决定成立中共中央交通局, 并精心规划了长江、北方及南方三条隐秘的交

通要道。这些交通线不仅肩负着传递党的核心机密、运送紧缺物资与资金的关键使命, 更在关键时刻为党中央的重大战略转移提供了有力掩护, 对革命的最终

收稿日期: 2023-12-26

基金项目: 重庆市艺术科学研究规划项目(19QN01); 重庆交通大学2023年度“两路”精神研究专项课题(2023LLJSYB06); 重庆市文化社会科学重点研究基地—交通文化研究中心2023年度开放性重点项目课题(2023CTCR03)

胜利起到了举足轻重的作用^[1]。其中,从中共中央所在地上海,途经香港、汕头、大埔、永定、上杭、长汀,最终抵达中央苏区瑞金的这条南方交通线路,堪称历时最久、作用最为显著且保密性极高的一条,被赞誉为“中央红色交通线”^[2]。这条隐秘而伟大的交通线,不仅见证了中国共产党在建党和领导新中国发展关键时期的变革与挑战,更传承了革命先烈们浴血奋战、无私奉献的崇高精神。

红色交通线作为中国革命文化的重要组成部分,所传达的冷静智慧、坚定勇往的精神是人们需要从历史中汲取的宝贵财富。沿着这些红色交通线挖掘其文化内涵,不仅有助于深化对红色文化的认识,更能激励人们珍惜和传承革命先烈的遗志,坚定地走中国特色社会主义道路的信念。

1 “红色交通线”现状

在新时代交通建设浪潮中,红色交通线作为历史的见证者,其现状呈现出一种保护与利用并行的积极态势。革命文化遗址大多保存完好,自然环境维持着原貌,为后世生动地重现了土地革命烽火岁月里,党中央与中央苏区之间唯一通信纽带的历史画面^[3]。这种保护不仅是对物质遗产的维护,更是对革命精神和历史记忆的传承。然而,鉴于当时隐蔽战线特殊的保密要求,许多珍贵文件、资料和物件未能留存下来,这无疑为深入研究这一历史时期增加了难度。

目前红色旅游蓬勃发展,各红色交通线作为感悟红色文化的重要阵地,吸引了大量爱好历史文化和红色旅游的游客。部分交通线旧址利用数字化技术进行展示和宣传,使游客能够更直观地感受历史事件和英雄事迹。通过红色交通线旅游促进了沿线交通、饮食、住宿等产业的发展,增加了当地居民的创收渠道。沿线地区推出了众多红色文化产品(纪念品、特产美食、文化体验项目),丰富了游客的观光体验和消费选择。随着新时代交通建设的不断推进和文化遗产需求的日益增长,红色交通线将持续展现其独特历史内涵和文化感染力,为推动红色文化和革命史实的广泛传播作出显著贡献。

2 新时代“红色交通线”

新时代交通强国建设背景下,交通网络、设施建设大力提升,曾经的红色交通线区域内,修建通车了大潮高速、梅大高速等路段,其线路走向与土地革命战争时期中央红色交通线(南方线粤东段)大致相同^[4]。这条新时代的红色交通线,以红色苏区路为基石,融入客潮文化路的历史底蕴,串联绿色观景路的自然美景,并以平安幸福路为终点,构筑了“四路一体”的综合交通体系,不仅推动了经济社会的高速发展,更传承了红色交通线的革命精神,展现了新时代的风采^[5]。

交通基础设施建设及便捷交通网络的搭建,提高了游客前往红色交通线旧址的便利性和舒适度,增加了游客的数量和游览频次。通过规划和设计红色主题交通线路,将重要红色交通线的旧址连接起来,构建具有红色文化特色的旅游路线。同时利用数字化技术提供红色交通线旧址的历史介绍、地图导航等服务,帮助游客更好地了解红色交通文化的背景和故事。

交通建设项目不仅带动了红色交通线文化旧址的活化利用,还促成了与当地政府和企业合作,通过开发文化遗址周边商业街区和文创产业园等方式,推动了文化旧址产业的开发和创新,促进了经济发展和文化传承的融合。重视文化旧址保护与生态保护的结合,实现了交通线旧址和区域环境的和谐共生,做到有序保护、有度发展。

3 新旧交通线的价值连接

3.1 红色交通线的“三层级”价值意义

红色交通线在中国共产党的发展历程中不仅承载着路线和旧址的物理意义,更凝结了革命精神和文化传承的深厚内涵。习近平总书记强调对红色资源的珍视与利用,体现了对历史的尊重和对未来的期待^[6]。在特殊时期,红色交通线铸就了革命成功与党的发展,而新时代的红色交通线则有效地向社会传递了时代发展和文化繁荣。交通建设、文化传播的双线联动,实现了红色交通线在“历史教育”“精神传承”“文化内涵”三个层面的价值体现。在推动红色文化传承和发展、红色旅游和文化产业发展等方面发挥着重要作用,对激励人们弘扬革命精神、传承红色文化具有重要意义。

1) 历史意义:红色交通线代表了中国革命和建设的光荣历程。它承载了革命先烈为民族独立和人民幸福而奋斗的历史和精神。

2) 精神意义:红色交通线文化弘扬了奉献精神、集体主义、爱国主义等优秀传统文化价值观,激励人们追求真理、勇往直前、无私奉献,具有重要的精神传承价值。

3) 文化内涵:新时代红色交通线融合了红色文化和现代价值观,具有丰富的文化内涵和深刻的思想意义。它是中国优秀精神价值的重要组成部分,对推动社会文明发展具有重要作用。

3.2 红色交通线价值传播的“三维度”

红色文化传播不仅能够满足人们深层次的精神追求,还能增强人们的文化自信,让人们在红色文化熏陶中提高文化辨识和批判性思维,从而实现弘扬民族精神、传承民族历史记忆、提高个人价值认知的目的^[7]。

红色交通线这一独特历史遗产,其文化传播的重要性不言而喻。经由三个维度的价值传播渠道,红色交通线文化能够深入到每一个社会成员的内心,转化为他们内在的精神力量,使大众领悟蕴含在红色交通文化中的精神文化和价值观念^[8]。

1) 历史教育载体：红色交通线通过其遍布的地理位置，承载了中国革命历史上的重要事件和革命先辈英勇事迹，它向人们展示了中国共产党领导下的革命斗争和艰苦奋斗历程，有助于加深对中国共产党的理解和认识。

2) 精神文化传播：红色交通线不仅是实体上的交通路线，更是一种精神象征。它传播着革命先辈的英雄主义精神、坚忍不拔的意志，以及为了理想信念不懈奋斗的精神。这种精神成为了激励当代人勇于面对困难、不断前进的重要精神财富。

3) 文化传承桥梁：红色交通线所连接的地区，成为了不同文化交流互鉴的重要场所。它促进了沿线地区的经济发展和文化交流，增进了人们对中国革命历史及文化的理解和尊重，对加强国家文化软实力和民族认同感具有重要意义。

然而，当前红色交通线的文化传播仍面临诸多挑战。分布零散、自然条件及文化差异较大等问题限制了其传播形式的多样性和路径拓展。如何让更多沉睡的红色文化和历史“苏醒”，实现其可视化呈现并物化于文化衍生品中，是亟待解决的问题。通过创新传播手段，如数字化展示、互动式体验等，可以让红色文化焕发出新活力，为传承和发扬中华民族优秀传统

文化作出新的贡献。

4 红色交通线价值可视化路径

红色交通线以交通站点旧址构筑文化传播网，其精神价值的创意可视化可结合红色文化、地域文化和交通文化特点，按“剖析—重构—再生—表达—传播”的设计流程，展开文化重构、品牌构建、可视化表达、产品设计、周边开发、营销管理等工作，同时注重对价值传播有效性和物化产品体验的反馈，最终达成以系统化红色交通文化产品研发路径实现其价值的可视化传播。对红色交通线文化资源的可视化展现、物化传承，既是对红色文化的保护和传承，也是弘扬中华民族精神，实现历史文化资源永续发展的需要(如图1所示)。

4.1 资源挖掘剖析：深挖红色交通线所具备的显性、潜在文化设计元素

红色交通线所蕴含的革命精神、高尚情操，以及历史物件所传达的亲切感和场景生动性，为文化升华和设计开发提供了广阔空间。以最具代表性的中央红色交通线为研究主体，梳理整合红色文化及特有交通文化等相关历史文献资料、图片、视频等数据资源(如表1所示)，对既有显性设计元素进行整理，确保资

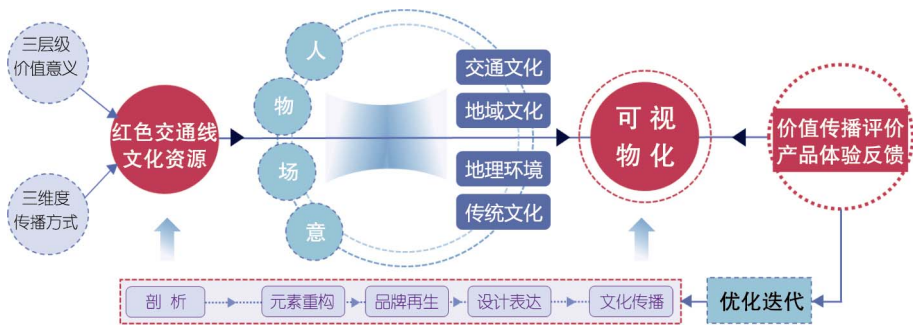


图 1 整体设计技术路线
Fig.1 Overall design technology roadmap

表 1 交通线红色文化资源
Tab.1 Red cultural resources of traffic lines

类别		具体元素内容	意义传达
交通站点	显性	香港、汕头、大浦、永定、闽西、青溪、多宝坑、伯公凹、中坑乡	交通文化传播网、隐秘而伟大、
地域文化	显性	自然地理环境、传统手工艺、建筑技术、吉祥纹样	文化根源、民族精神、认同感
	隐性	客家文化、口头传统、民俗活动、礼仪节庆	与归属感
人物	显性	周恩来、伍修权、卢肇西、熊志华、卢伟良、孙世阶、沈树光、客家妇女、邹作仁等邹氏七烈士、接头户	勇敢、坚毅、团结、不屈的人物品性
事件	显隐兼具	当事人回忆录、民间流传、客家妇女运输物资	党同人民群众鱼水深情、忠诚奉献精神
旧址	显性	同天饭店、永丰客栈、棣萼楼、茶阳码头、永昌楼、孟良公祠、长汀涂坊春生公祠、永定高陂茂龙楼、合溪居易楼、堂堡竹林馆	历史展示、文化传播、教育基地、社会意义
文物	显性	交通站印章袖章、路条、路票、通行证	历史文化教育意义、激发爱国情怀和报国精神
	隐性	领导指示信、历史文献	
精神	隐性	忠国维族、善恶辨清、坚忍不拔、忘我奉献、不怕牺牲、英勇智慧、斗争到底、客家文化精神	舍生取义、爱国主义、革命开拓、坚毅品质

料的准确性和完整性，同时理解其内在逻辑和价值，从设计的角度对潜在交通线文化元素进行挖掘，以展现红色交通文化独特的文化精神和文化形态（如图 2 所示）。后期以红色交通线文化和“价值”可视化路径分列横纵轴，划定系列创意设计“框架”，保证设计元素利用的系统性、全面性，以提高产品的开发成功率。

1) 显性元素提取。基于显性元素是具象、客观存在的资源，因此从红色交通文化中提取具有代表性的重要历史事件、人物相关文物、历史人物形象、典型元素、标语口号、革命歌曲等显性设计元素，充分提炼交通线文化背后的“故事”，认识其象征意义和文化价值，为后续设计创作提供丰富素材和灵感。

2) 隐性元素提取。立足隐性元素强调的是内涵和意义，为此深入研究和挖掘交通线文化元素背后的历史、精神等文化理念。利用好其潜在的、具有教育与宣传意义的设计元素等，（如红色故事、红色传统、红色精神等）^[9]，探索设计中蕴含的情绪、情感和视觉冲击力，以启发后续设计灵感，为红色文化传播注入新活力。

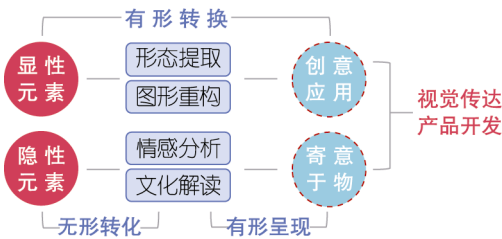


图 2 交通线设计元素提取方法
Fig.2 Method for extracting design elements for traffic lines

4.2 文化元素重构：梳理“红色交通线文化—地域文化—传播路线”之间的内在联系

文化元素重构是指通过重新审视红色交通文化设计元素，以受众者五感体验为基础，从设计的视觉可视、交互方式、精神传达和价值塑造四个方面，按艺术化、简易化、通俗化和时代化原则，对红色元素

进行提取、重构、表达和传递，将红色交通文化的核心价值和意义融入到设计中。创新地设计出符合现代审美的红色交通文化符号和元素，为产品赋予鲜明文化特色，使用户对文化的认知从感官层提升至思想层。

各交通线所串接区域具有着浓厚的地域文化和特殊地理环境，为红色交通线文化研究提供了丰富而宝贵的资源。时代发展、社会变迁，特别是新时代交通的蜕变也为红色交通线地区带来更多文化设计资源。探寻红色文化与地域“价值”传播的设计原则和设计方法，对地域性文化资源进行分析，发掘并利用地域文化特色，为红色交通文化设计传播提供独特素材和新的设计思路，促进红色文化传播的时代化、普及化、生活化。中央红色交通线上途经的粤东、闽西、赣南等地，均有丰富的地方客家族群文化资源。从客家族群独特的生产生活模式、文化传统、精神内核等角度出发，审视客家群体在红色交通线上作出的重要贡献，以及客家文化与红色文化的关系^[10]，从而更精确地理解交通线所承载的红色基因和红色文化精髓，如图 3 所示。

4.3 品牌文化再生：塑造凝聚红色交通线文化品质与革命精神的文化品牌

基于文化重构成果，打造具有独特性和识别度的品牌形象，塑造品牌历史渊源和文化认同，传递红色交通文化的核心价值观和情感共鸣，从而激发大众的情感认同。从设计的视角，思考如何将爱国主义、革命开拓创新、坚毅品质等元素打造为红色交通线符号鲜明的文化品牌，统一、系统地开发多元化文化衍生品，以增强设计的文化表达力和品牌认知度。同时研究受众群的差异，以大众需求为中心导向，对文化衍生品进行精准定位，力求满足不同层面的精神文化消费需求。

4.4 产品物化表达：呈现特色鲜明、高频使用的系列红色交通线文化衍生品

产品物化设计是将交通线文化价值观念转化为实际产品设计的过程。通过产品物化设计，人们可以通过实际物品来感受和体验特定文化的价值观念。选

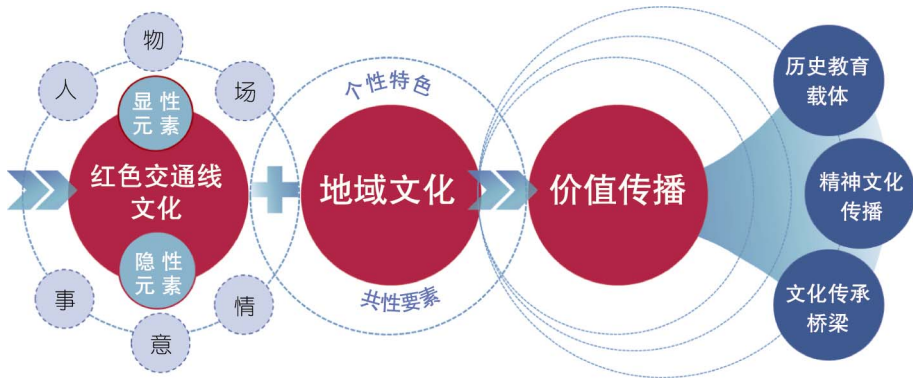


图 3 红色文化设计元素重构流程
Fig.3 Reconstruction process of red culture design elements

择适合的产品载体,注重文化元素的结合,设计与红色交通文化相关的产品,如纪念品、装饰品、生活用品等。强调产品的实用性和美感,注重用户体验,让产品既具有红色文化的象征意义,又能满足大众的日常生活需求和审美要求。

4.5 数智体验与传播:以“保存—展示—体验”为主线的红色交通线数智文化设计分析

以印刷出版类、藏品复制类为传统手段开发的文化衍生品已无法满足大众的个性化需求。从用户体验设计出发,分析设计对“外观、行为、心理”的影响,并分别对应到人体感知交互的“视觉、触觉、思想”层面^[11]。笔者采用数字化技术,实现了对红色交通线文化价值全视域、全时空的传播。

1) 资源数据可视化:建立科学系统的数字化信息结构,提高红色文化交通线资源管理的便利性与有效性。针对部分地处偏僻、传播难度大的红色交通线旧址,运用数据可视化手段将历史数据和文化资料呈现为图表、图例等可视化形式^[12],结合红色交通文化的独特符号和元素,清晰展现其历史脉络。通过数字化技术的运用,挖掘、重现和传承红色交通线文化遗产,激发年轻一代的情感共鸣与文化认同^[13]。此外,借助新媒体数字传播优势将散落在各地的红色文化遗产有效整合,形成强大的传播效应,增强文化的传播效果。

2) 数智交互体验:衍生数字文化体验设计,通过虚拟展示、在线展览等智慧化手段,展示红色交通文化的历史、演变和影响。在展示和推广中注重互动体验,让大众能够参与其中,增强对红色交通文化的理解和记忆。运用社交媒体、数字化营销等手段,增强文化产品的辐射力,推动红色交通线记忆的传播与延续。

以可视化方式讲述历史、传播民族抗战文化,深化爱国情怀、弘扬革命精神,实现交通线文化的“价值”传承;以数智互动介入视觉设计、触觉设计、互动设计、环境设计等,增强体验效果,将红色交通线文化清晰生动地展现在大众面前。通过为文创赋能,以文化、创意为核心,寻找历史厚重感与设计实用性、独特性之间的平衡点,实现物质与精神层面的双重满足,以此来“讲好历史故事,传承红色交通线精神”。

5 可视化表达与物化呈现

选取中央红色交通线并展开可视化及物化设计实践(如图4所示)。围绕交通线上的重要站点,结合“人”“物”“场”“意”四个角度的设计要素,通过阶梯式线路图实现地理定位的可视化,在解构与重构之间,直观展示相关数据,有效传递文化信息,实现交通线文化的价值体现。

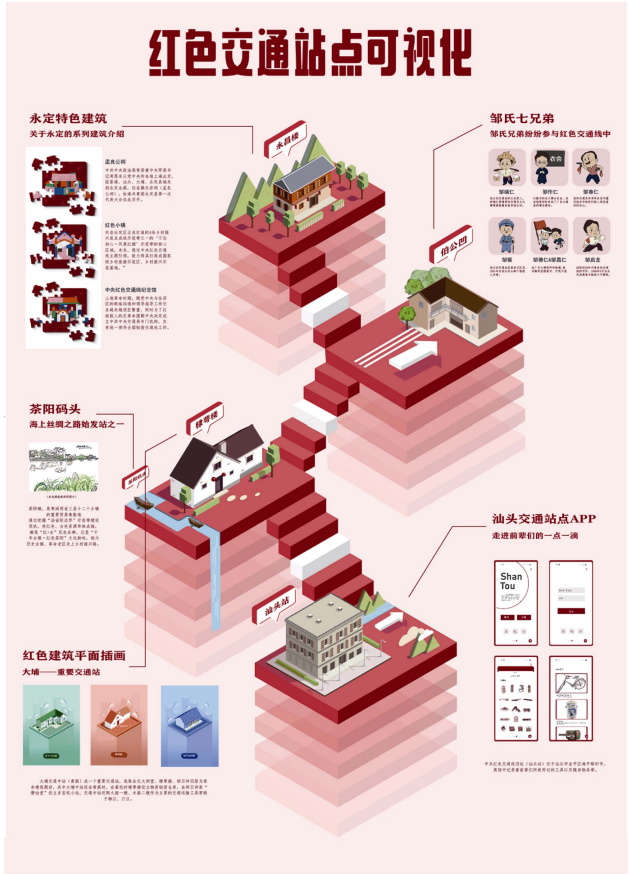


图4 交通线文化“价值”可视化设计总览
Fig.4 Overview of visual design of cultural "Value" of traffic lines

5.1 红色交通线设计要素——“人”的提取及应用

在中央红色交通线秘密运行期间,无数客家儿女勇敢地成为交通员,发挥群众的智慧将中央苏区急需物资运送到位,完成艰难神圣的光荣任务,确保了党中央和中央苏区的联络畅通,其中许多英雄人物的故事与事迹广为传颂。笔者选择最具代表性的永定伯公凹的邹作仁、邹端仁、邹佛仁、邹昌仁、邹春仁、邹启龙、邹晋发等邹氏七烈士(如图5所示),根据人物的不同身份背景、交通线中的职责任务,以及各自所展现的人物性格和精神特征等,从人物表情、着装搭配、配饰道具、人物动态等方面展开简化的视觉创作。



图5 红色交通线代表性人物形象可视化创作
Fig.5 Visual creation of representative characters of the red traffic line

与此同时, 结合人物图案的构成特点并运用到不同功能及形态产品之中, 拓宽了人物符号的设计应用范围, 不仅加深了大众对革命人物的了解, 也是对红色人物革命精神的发展与延续 (如图 6 所示)。

5.2 红色交通线设计要素——“物”的提取及应用

红色交通线上现存的“物件”类文物数量有限, 大多为各交通站点存留的印章、武器及先烈遗留用品等, 这些珍贵物件都是红色交通线精神的重要体现。

在对这些器物类文物元素进行再设计时, 可采用复刻、元素重组、功能迁移、造型创新等方式, 注重设计的功能性及易用性, 通过物化文创产品以触摸革命历史、体悟革命精神。

如图 7 所示的系列产品以各交通站点印章为设计主题, 以“文字+图样”的形式, 融入站点的地域文化符号, 如客家角楼围村的建筑结构、石窗元素进行造型创新, 结合客家文化衍生出的“梅香疏影, 喜在眼前”“福嗅桃香, 福寿双全”“客家芬芳, 十

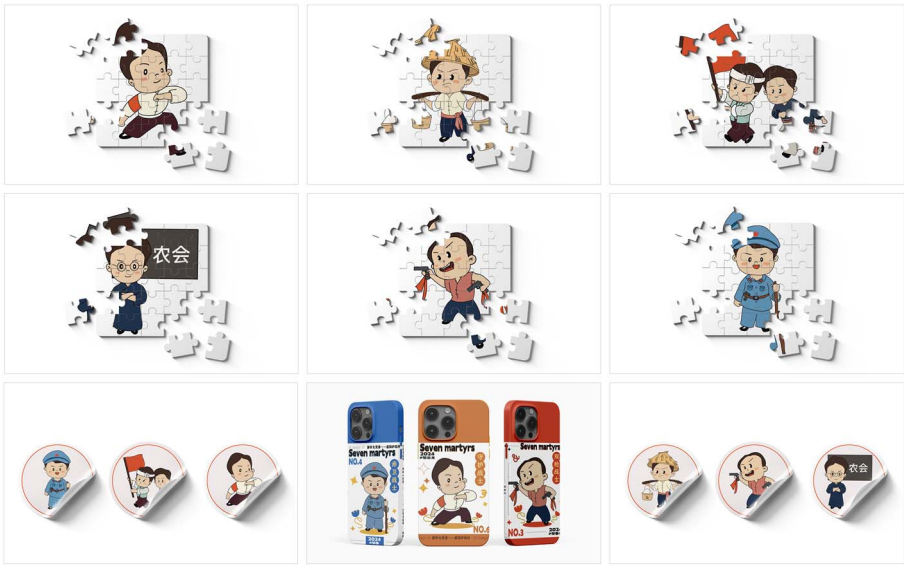


图 6 人物设计元素产品应用
Fig.6 Product application of character design elements

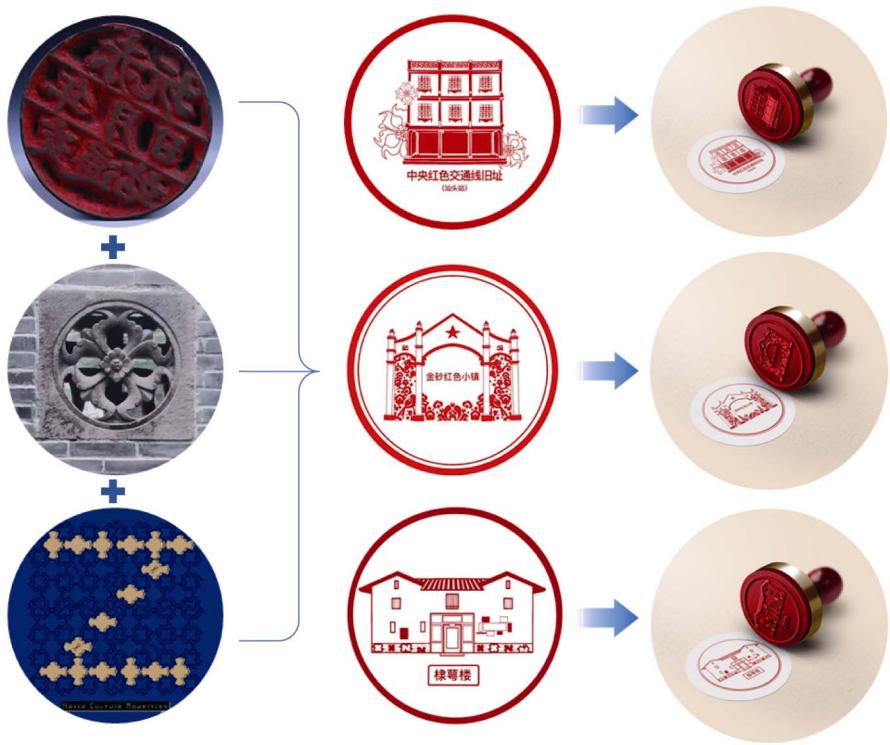


图 7 “物”元素提取及设计应用
Fig.7 Extraction and design application of "Object" elements

全富贵”三款有祈福纳祥寓意的纹样设计，创作出新的视觉组合形象，并“复刻”印章功能，增加使用中的互动性与产品使用频次。

5.3 红色交通线设计要素——“场”的提取及应用

红色交通线旧址见证了中国共产党的历史上的重要事件和活动，是承载革命历史、保存并传播历史文化的理想载体，同时它还成为所属地区独特地域文化的特殊场景，就其社会功能来看也应成为展示红色文化、独具特色和内涵的地域文化，以及历史文化的窗口。

选定中央红色交通线沿线具有节点性代表的汕头站、棣萼楼、茶阳码头、伯公凹、永昌楼等建筑场景，以扁平化建筑插画设计的方式再现交通线上的重要旧址，辅以特定街景、水运航道等元素，以场景化设计手法还原当时陆路与水路结合的特色交通线，展现“场”对整条秘密交通线革命事业做出的贡献（如图 8 所示）。

5.4 红色交通线设计要素——“意”的提取及应用

“意”的提取是对“红色交通线精神”的深刻转译。相较于可视性更强的“人”“场”“物”等元素，“意”的设计转化更为含蓄而深刻。红色交通线上蕴含的勇敢、坚毅、团结、不屈的人物品性，以及坚忍不拔、忘我奉献、斗争到底的革命精神，需经系统性设计方法转化为可视元素符号，最后运用于设计呈现之中，其中红色数字文创无疑是更有效、更全面的传播形式。

为用户提供沉浸式互动体验，是数字文创产品设计的核心思路^[14]。以互动游戏作为载体，其通俗、可视且易于上手的特点，能够让用户沉浸其中，深刻体验红色交通线的历史情境，全面领悟其文化精神的核心价值，进而推动红色文化的广泛传播与深入发展。同时，这一数字媒介还能全景式展现红色交通线沿线的建设与人文生态风貌，为用户提供一个深入了解红色文化的窗口。此外，借助线上平台还能有效拓宽红色文化下“物化”产品的销售渠道，实现文化传承与商业价值的双赢，如图 9 所示。



图 8 “场”元素提取及可视化设计应用
Fig.8 Extraction and visual design application of "Scene" element

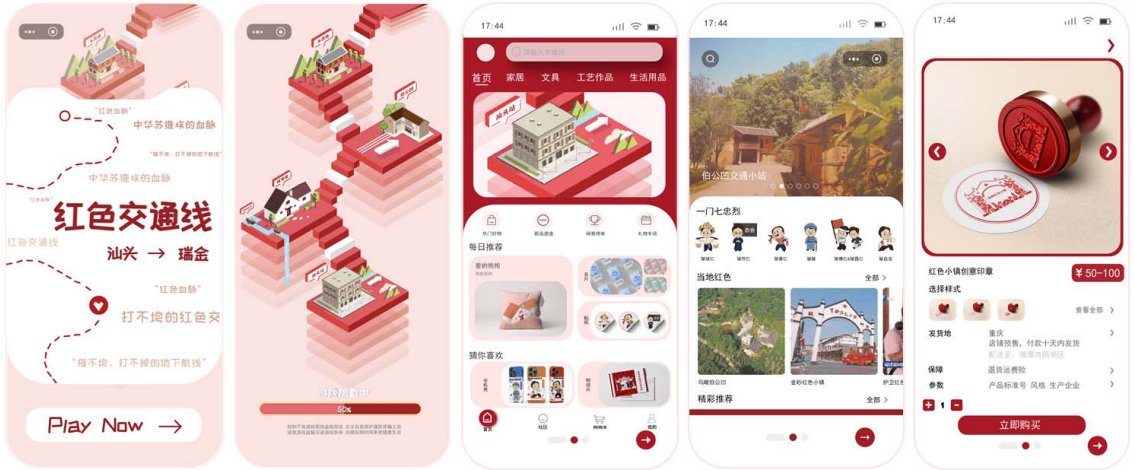


图 9 “场”元素提取及可视化设计应用
Fig.9 Extraction and visual design application of "Scene" element

5.5 “人”“物”“场”“意”设计应用评价

通过“人”“物”“场”承载“意”，再由“产品”引发“情感共鸣”的设计转化过程，设计师、产品、用户三者之间相互作用，激发了用户在使用文创产品时的情感体验，深化了对历史、人文的认知和情感连接，进而唤起其对历史文化、人文精神的体验和领悟^[15]。

针对红色交通线价值可视化效果和物化衍生品设计实践两方面展开综合评价。以红色交通线文化品牌公众号、线上商城等平台为基础，展开价值传播与用户体验反馈评价。围绕视觉冲击力、文化精神传达和历史价值展现三个方面搭建价值可视化效果评价框架。在红色文化衍生品设计反馈与使用评价方面，从产品整体感受、使用便利性、设计美观度、文化内涵等多个方面梳理评价量表。通过数据分析，深入了解设计性能、市场表现、用户行为等各个方面的优化反馈意见，以及文化产品用户满意度、市场占有率等信息，从而有针对性地对产品进行改进和优化。通过以上系统化的交通文化“价值设计转译”研发，打造具有深度的红色交通文化产品，实现文化传承和价值传播的有机结合，推动红色交通文化在现代社会的广泛传播与持续发展。

6 结语

在新时代的征程中，红色交通线作为历史的见证和文化的载体，其价值日益凸显。通过深入研究和应用可视化设计，将红色交通线深厚的文化内涵转化为生动、具体的物化产品，进而实现其文化价值的重塑和传承。这种转化不仅是对抽象文化精神的具象化呈现，更是对红色交通线文化品牌的提升和推广。在这一过程中，笔者运用统一的设计语言和体系，让红色交通线的文化精髓得以准确传达，提高其在社会普及过程中的接受度。同时，笔者致力于创造与红色交通线文化相契合的创意设计，使普通民众在欣赏和使用这些产品的过程中，能够产生强烈的文化和创意共鸣。通过将红色交通线文化价值转化为可看、可听、可用、可玩的创意设计，不仅探寻了一条有效的、重塑文化的研究设计方法，而且可广泛应用于其他同类设计中，为新时代的文化发展和创新提供有力支撑。

因此，以可视化设计与物化产品为载体，笔者让红色交通线文化焕发新的生机与活力，不仅弘扬了爱国主义传统、构建了集体记忆，更对深入研究和探讨红色交通线文化价值具有十分重要的理论和现实意义。这也是人们感知新时代交通发展变迁的重要途径和方式。

参考文献:

[1] 邱汉章. 伯公凹: 牵起三千里生命线[J]. 源流, 2022(12):

46-47.

QIU H Z. Bogongwa: Pulling the Lifeline of Three Thousand Miles[J]. Source Flow, 2022(12): 46-47.

[2] 刘传标. 保护红色交通线遗存弘扬忠诚与担当精神[J]. 学术评论, 2018(2): 12-18.

LIU C B. Protecting the Remains of Red Traffic Lines and Promoting the Spirit of Loyalty and Responsibility[J]. Academic Review, 2018(2): 12-18.

[3] 张雪英, 黄嘉洧. 试探中央红色交通线现状与保护对策[EB/OL]. (2018-10-15)[2024-03-03]. <https://www.163.com/dy/article/DU5PBC7605410ODW.html>.

ZHANG X Y, HUANG J W. Exploring the Current Situation and Protection Countermeasures of Central Red Traffic Line[EB/OL]. (2018-10-15)[2024-03-03]. <https://www.163.com/dy/article/DU5PBC7605410ODW.html>.

[4] 蔡丛华, 张锦华, 钟晗. 从红色交通走来, 向美好生活延伸[J]. 中国公路, 2023(1): 73-76.

CAI C H, ZHANG J H, ZHONG H. From Red Traffic to Better Life Extension[J]. China Highway, 2023(1): 73-76.

[5] 广东政研会. “新时代红色交通线”助力打造企业思想政治新高地[EB/OL]. (2023-11-29) [2024-03-03]. https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzU0ODI3Mjk0OQ==&mid=2247519770&idx=1&sn=4ac7cfb0759fa639c6a9719361d3f66a&chksm=fb436040cc34e956b3a92d929c8a9f967306631d21791ac39e730cf266a5a3ac1884aba9cf96&scene=27.

Guangdong Political Research Association. "New Era Red Traffic Line" to Help Build a New Ideological and Political Highland of Enterprises[EB/OL]. (2023-11-29) [2024-03-03]. https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzU0ODI3Mjk0OQ==&mid=2247519770&idx=1&sn=4ac7cfb0759fa639c6a9719361d3f66a&chksm=fb436040cc34e956b3a92d929c8a9f967306631d21791ac39e730cf266a5a3ac1884aba9cf96&scene=27.

[6] 人民日报. 保护好管理好运用好红色资源[EB/OL]. (2022-03-30)[2024-03-03]. https://theory.gmw.cn/2022-03/30/content_35622436.htm.

People's Daily. Protect, Manage and Use Red Resources[EB/OL].(2022-03-30)[2024-03-03]. https://theory.gmw.cn/2022-03/30/content_35622436.htm.

[7] 黄舒铃. 融媒体时代下的中国红色文化传播研究[J]. 北方传媒研究, 2022(1): 12-15.

HUANG S L. Research on the Communication of Chinese Red Culture in the Era of Fusion Media[J]. Northern Media Research, 2022(1): 12-15.

[8] 梅树欣. 基于红色文化传播理论的数字交互产品设计[D]. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学, 2021.

MEI SH X. Digital Interactive Product Design Based on Red Culture Communication Theory[D]. Harbin: Harbin Institute of Technology, 2021.

[9] 白光辉. 传承红色基因的武汉革命博物馆文创产品设计研究[D]. 武汉: 湖北美术学院, 2022.

BAI G H. Research on Cultural and Creative Product Design of Wuhan Revolution Museum Inheriting Red

- Gene[D]. Wuhan: Hubei Institute of Fine Arts, 2022.
- [10] 徐维群. 论中央红色交通线上的“客家文化符号”[J]. 古田干部学院学报, 2021, 1(4): 83-88.
XU W Q. On "Hakka Cultural Symbols" on the Central Red Traffic Line[J]. Journal of Gutian Executive Leadership Academy, 2021, 1(4): 83-88.
- [11] 李帅, 易姗姗, 郑仁华, 等. 博物馆文创产品情感化设计研究[J]. 包装工程, 2022, 43(16): 1-13.
LI S, YI S S, ZHENG R H, et al. Research on Emotional Design of Museum Cultural and Creative Products[J]. Packaging Engineering, 2022, 43(16): 1-13.
- [12] 姜晔, 黄静, 程煜. 红色文化遗产资源数字化传播与创新研究[J]. 山东图书馆学刊, 2022(5): 39-44.
JIANG Y, HUANG J, CHENG Y. Research on Digital Communication and Innovative Development of Red Cultural Heritage Resources[J]. Shandong Library Journal, 2022 (5): 39-44.
- [13] 刘忠斌. 促进数字化赋能红色文化遗产传播[N]. 中国文化报, 2022-03-09(03).
LIU Z H. Enabling the Dissemination of Red Cultural Heritage through Digitalization[N]. China Culture Daily, 2022-03-09(03).
- [14] 张帆, 张家榜, 曹天一, 等. 数字文创产品设计研究综述[J]. 包装工程, 2023, 44(12): 1-15.
ZHANG F, ZHANG J B, CAO T Y, et al. Review of Digital Cultural and Creative Product Design[J]. Packaging Engineering, 2023, 44(12): 1-15.
- [15] 吴卫, 李黎俊雄. 湖湘红色文创产品设计中叙事设计的方法与实践[J]. 装饰, 2021(9): 42-45.
WU W, LILI J X. Method and Practice of Narrative Design in Huxiang Red Cultural and Creative Product Design[J]. Decoration, 2021(9): 42-45.
-
- (上接第 459 页)
- [9] 陈薇, 陈龙, 梁燕. 澳门智能公交站数字化导视系统设计与研究[J]. 家具与室内装饰, 2022(9): 40-45.
CHEN W, CHEN M, LIANG Y. Design and Research of Digital Guide System for Macao Intelligent Bus Stations[J]. Furniture & Interiors, 2022(9): 40-45.
- [10] 范子珍, 孙守迁. 基于用户需求的景区数字化导视系统设计应用研究[J]. 艺术工作, 2021(3): 83-87.
FAN Z N, SUN S Q. Design and Application of Digital Guide System for Scenic Spots Based on User Needs[J]. Art Platform, 2021(3): 83-87.
- [11] ARTHUR P, PASSINI R. Wayfinding: People, Signs, and Architecture[J]. Information Design Journal, 1998, 9(2): 220-222.
- [12] 赵晓利, 王金军. 基于东京地铁空间体验的导视系统[J]. 包装工程, 2019, 40(10): 91.
ZHAO X L, WANG J J. Visual Guiding System Based on User Experience Analysis of Tokyo Subway[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(10): 91.
- [13] 王雪皎. 导视空间中汉字识别设计[J]. 包装工程, 2019, 40(8): 68-71.
WANG X J. Chinese Character Recognition Design in Wayfinding Space[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(8): 68-71.
- [14] 王昀碧. 色彩在室内导视系统设计中的应用研究——以图书馆为例[J]. 色彩, 2023(9): 15.
WANG Y B. Research on the Application of Color in the Design of Indoor Navigation System—Taking the Library as an Example[J]. Color, 2023(9): 15.
- [15] 丁凡, 任云英, 吴晓晨. 基于寻路行为的地铁换乘空间优化设计研究[J]. 规划设计, 2021(3): 125.
DING F, REN Y Y, WU X C. Optimal Design of Subway Transfer Space Based on Wayfinding Behavior[J]. Planning and Design, 2021(3): 125.
- [16] 鲍宁, 董玉香, 苏涛. 北京地铁车站导向标识系统调查分析[J]. 都市轨道交通, 2009, 22(6): 23-28.
BAO N, DONG Y X, SU T. Investigation and Analysis of Beijing Subway Station Guidance Sign System[J]. Urban Rapid Rail Transit, 2009, 22(6): 23-28.
- [17] GB/T 15566.1-2020, 公共信息导向系统设置原则与要求第 1 部分: 总则[S]. 北京: 中国标准出版社, 2020.
GB/T 15566.1-2020, Guidance System for Public Information-Setting Principles and Requirements Part 1: General Principles[S]. Beijing: Standards Press of China, 2020.
- [18] 刘群, 徐艺. 高速铁路车站导视系统的人性化设计研究[J]. 长春师范大学学报, 2017(6): 189-190.
LIU Q, XU Y. The Humanized Design of High-Speed Railway Station's Guidance System[J]. Journal of Changchun Normal University, 2017(6): 189-190.