

井冈山红色旅游宣传册的设计分析

邱国桥, 彭一敏

(井冈山大学, 吉安 343009)

摘要: **目的** 结合中国红色旅游的发展现状,对井冈山红色旅游进行研究,并引用一些图片资料对旅游宣传册的创作方法进行分析。**方法** 对井冈山红色旅游宣传册进行分析,最后创作出井冈山红色旅游宣传册。**结论** 井冈山旅游宣传册是井冈山地区对外宣传不可缺少的重要展示工具,制作井冈山旅游宣传册,可以更好地推广井冈山,有助于社会各阶层更好地了解井冈山,有效地提高游客的旅游效率、机率,从而可以更好地弘扬中华民族文化以及井冈山精神。

关键词: 红色旅游; 宣传册; 思路

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)24-0110-05

Analysis of Jinggangshan Red Tourism Brochure Design

QIU Guo-qiao, PENG Yi-min

(Jinggangshan University, Ji'an 343009, China)

ABSTRACT: Combined with the development of red tourism in our country nowadays, Jinggangshan red tourism is researched and the creating methods of tourist brochures quoting some images data are analyzed. Through the analysis of Jinggangshan red tourism brochures, the jinggang mountains red tourism brochures are finally produced. Jinggangshan tourism brochure is an important and indispensable tool for publicity show. Jinggangshan tourism brochures can better promote Jinggangshan, help to better understand the Jinggang mountains of social each stratum, and effectively improve the number of tourists to travel, in order to better carry forward the Chinese nation culture and the spirits of Jinggangshan.

KEY WORDS: red tourism; brochure; thought

红色旅游提倡人们要有艰苦奋斗的精神,而当今社会人们缺少的正是这种精神,因此,近年来红色旅游迅速在中国兴起。为了促进信息的传播和社会的交流,需要加大力度对红色旅游进行宣传,这样才可以使人们更好地了解红色旅游。井冈山是我国革命战争时期的重要发源地,也是我国第一个农村革命根据地,对我国的革命战争有很大的贡献。井冈山红色旅游资源极其丰富,在宣传中有很大的发展空间,这里意在为人们提供一本可参考的人性化的井冈山红色旅游宣传册,以方便消费者参考。

1 旅游的概述

1.1 红色旅游概述

《2004—2010年全国红色旅游发展规划纲要》中指出了我国将全面发展红色旅游业,并且强调指出,红色旅游是指以中国共产党领导人民在革命战争时期形成的纪念地、标志物为载体,以其所承载的革命历史、事迹、精神为内涵,组织接待旅游者开展缅怀学

收稿日期: 2015-08-11

基金项目: 江西省艺术科学规划项目(YG2013059)

作者简介: 邱国桥(1977—),男,江西人,同济大学博士生,井冈山大学副教授,主要从事艺术设计专业的教学和研究。

习、参观游览的主题性旅游活动。红色旅游需要把红色人文景观与绿色的自然景观结合起来,把革命传统教育与促进旅游产业结合起来,不断增强红色旅游的吸引力和感染力^[1]。

所谓的红色旅游,指的是一种爱国主义教育基地,是具有我国特色的新型旅游活动。它是富有精神内涵在内的革命传统教育,旅游者可以一边游山玩水,一边增长革命知识,所以它集中体现了精神文明和物质文明。红色旅游的发展,带动了旅游地区经济的发展和经济社会的普遍发展,因此逐渐发展成为我国较大的旅游活动。

1.2 红色旅游的特点以及与普通旅游的区别

红色旅游有其自身的特点,可以概括为游中学,学中乐,它是以旅游的形式使旅游者在潜移默化中学到更多的红色文化知识 with 革命斗争精神,增强旅游者的爱国情感。

普通旅游会增加人生的社会阅历,开拓视野,陶冶情操,丰富人们的生活,人们在观赏景色的同时,也使自己的身心得到了一定程度的放松,是一种精神的享受。红色旅游在普通旅游的基础上,比普通旅游更多了一份无价的知识收获,精神文化内涵是红色旅游的主要部分。普通旅游是以游览为目的的,而红色旅游是以参观革命遗址、遗物、革命英雄事迹,走红军路,品红军菜,我们在参观的同时总是怀着一颗缅怀前人的心理,它更注重的是学习革命先烈的精神。

1.3 井冈山红色旅游的发展

井冈山地势险要,山峰林立。位于江西省的西南部,被人们称为“中国革命摇篮”。1927年,毛泽东、朱德率领中国革命共产党人来到了井冈山,创建了第一个农村革命根据地。提到革命旅游圣地,无人不想起井冈山。井冈山红色旅游资源丰富,其中保存完好的革命遗址多达100处,现在已经被列为全国重点文物保护单位的就有21处,是江西乃至全国的红色旅游的代表。

1.4 井冈山各个红色旅游景区的资源

1.4.1 井冈山茨坪红色旅游风景点

到井冈山旅游,人们必然会去井冈山的中心——茨坪。茨坪经过修建后,现在已经是一座美丽的山城,这里曾经设立过许多重要军事部门,是党、政、军的核心根据地。

1.4.2 井冈山革命博物馆

茨坪中心还有井冈山革命博物馆,1959年10月建

成并且开馆,朱德亲笔提名了该馆。井冈山革命博物馆以陈列与宣传井冈山革命根据地斗争为主的革命博物馆。有5863件文物被珍藏于馆中,其中有毛泽东用过的油灯、砚台,朱德挑梁用过的扁担。馆内还有革命领导人的珍贵文物。井冈山革命博物馆宣传并且展示了革命领导人在井冈山的艰苦卓绝的革命斗争。井冈山的斗争历史,井冈山精神这些都被一一展示出来^[2]。

1.4.3 八角楼

茅坪村有一座装饰着八角天窗的两层楼房,人们称为“八角楼”。在1927年至1929年这段期间,八角楼成为了毛泽东的办公地点,也在这里写下了多篇光辉著作,指明了革命斗争的方向。

2 旅游宣传册的设计

旅游区要想增强市场上的竞争力,巩固旅游区本身的实力,必须扩大旅游景区的宣传力度,利用宣传册进行宣传是当今旅游景点比较常见的一种宣传形式。使用旅游宣传册可以将旅游信息直接地传达给消费者,一本好的旅游宣传册也可以给消费者留下深刻的视觉感受,让人过目不忘,从而使消费者达到高度关注或者是促进旅游发展的目的。利用“最佳视域”来合理安排版面要素。

在旅游宣传册的版面设计中,图形、文字、色彩这些要素的展现都是有主次之分的。心理学家葛斯泰在研究版面规律时发现,版面左侧的视觉效果要强于右侧,上侧强于下侧,即“最佳视域”,也就是说,版面上部分给人轻快的感觉,下部分给人沉稳的感觉,左侧给人轻松的感觉,右侧给人庄重的感觉。因此,在设计旅游宣传册时,应该把重要部分安排在最佳视域部分。这样才能使旅游宣传册的宣传性更大效果地发挥出来^[3]。

3 井冈山旅游宣传册的创作

3.1 调研准备

3.1.1 网络资料以及图书馆资料的汇集

设计井冈山宣传册是汇集了图书馆资源与网络的资源,并将自己所学到的东西吸收并且表现在自己的作品里,利用网络,了解了全国红色旅游宣传册的整体设计,包括旅游宣传册设计的形式内容,以及井冈山旅游景区的景点介绍,同时带着自己的初步想法

寻找设计灵感。

3.1.2 基于市场调研的结论

通过实地走访井冈山,结合自己再学校学习到的东西。笔者发现井冈山红色旅游区缺少这样一本宣传册进行推销自己,同时笔者也对井冈山红色旅游区有了自己的定位,即红色文化,绿色风光,井冈山应该推出这样一种红色旅游精品路线。

3.2 井冈山红色旅游宣传的视觉符号

3.2.1 文字

在制作井冈山红色旅游宣传册时,字体的选择变化不会太多,并且这几种字体要相互协调。大标题应该选择传统感较强的一些字体,如书法体、仿宋体等。这样才与井冈山红色文化协调一致,另外,应该用色块或者线条装饰一下,使版面看起来更有视觉效果。在字行字距方面,应该大小适中,使视觉效果增强。其中书法字体潇洒、随意、引人注目,与笔画较细的字体配合,显得醒目而精致,散发出民族传统文化气息,同时也不失现代感。

在文案的选择上尽量做到真实、简洁、通俗,整体文字准确、易读、易记、易懂,给消费者留下印象深刻的视觉效果^[4]。

在形式上,文稿传达与图形、色彩传达是不可分割的整体,三者的完美结合是视觉传达设计的最终目标。因而从字体形式到作品整体编排上都要遵循形式美的基本法则,力求内容与形式、内在美与外在美的统一。井冈山红色旅游宣传册系列1见图1。



图1 井冈山红色旅游宣传册系列1

Fig.1 Jinggangshan red tourism brochure series 1

3.2.2 图片

多数红色旅游宣传册采用的是景点的实景照片或者是场景式照片,因为实景照片可以如实地展现旅游景区,极具真实感,因此在制作井冈山旅游宣传册中,实景照片是必不可少的一个元素,实景照片可以让游客融入环境当中,起到烘托气氛的作用,照片可以给人直观的感受,还可以给人以情节的联想,激发消费者的想象力,具有真实可信,感染力强的视觉效果,更容易被消费者接受。

在图形元素方面,多数红色旅游宣传册采用的是五

角星、红旗这些具有革命象征的符号,五角星是神圣而又必不可少的中国革命性标志,五角星可以经过变形、重复等构造进行编排,在形式与内容上,与宣传册形成整体的统一。井冈山红色旅游宣传册系列2见图2。

3.2.3 色彩

红色是中国的经典颜色,因为刚好是血的颜色,所以又常常表示爱国主义精神或者革命。红色象征着革命和喜庆^[5]。井冈山红色旅游宣传册在用色上选择红色为主调,这样也与井冈山红色文化相呼应。井冈山红色旅游宣传册系列3见图3。

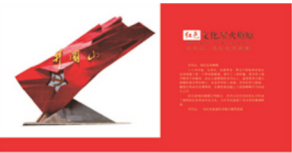


图2 井冈山红色旅游宣传册系列2

Fig.2 Jinggangshan red tourism brochure series 2



图3 井冈山红色旅游宣传册系列3

Fig.3 Jinggangshan red tourism brochure series 3

绿色在人们生活中象征生命、希望和安全。看到绿色,人们容易联想到健康、复苏、自然、环保、传统、和平和自然等^[6]。井冈山红色旅游宣传册是将井冈山红色旅游和绿色生态相结合的旅游。用旅游景区的形象色,能增强景区的真实感和直观效果。因此,井冈山旅游宣传册采用红绿两种颜色为主体颜色,用与其相近的颜色作为辅助色来进行设计。如果想重点突出某个部分,可以采用互补色来进行创作,在井冈山旅游宣传册设计中,用色很讲究统一和对比,但是色调不能过分统一,否则会缺少生气,在设计时如遇到这种情况可以采用对比形式,大面积的红色对比小块面积的其他色^[7]。原则上是要求井冈山红色旅游宣传册整体上协调统一,并且具有醒目的识别性,使宣传册达到应有的宣传效果。井冈山红色旅游宣传册系列4见图4。



图4 井冈山红色旅游宣传册系列4

Fig.4 Jinggangshan red tourism brochure series 4

3.3 井冈山旅游宣传册的版式设计原则

在版式设计上,旅游宣传册版式设计就是运用图

片、文字、颜色来宣传井冈山红色旅游,井冈山旅游宣传册在版式设计上采用简洁、大方的视觉效果,以大面积的图片,小面积的文字为主,基本上是以图文混排的形式,来增强井冈山的识别力,通过强化形状、大小、色彩、字体等对比关系,使版面有松紧关系和疏密关系,令画面富有冲击力和层次感^[8-9]。主题鲜明突出,使得井冈山旅游宣传册严谨而不单调。井冈山红色旅游宣传册系列5见图5。



图5 井冈山红色旅游宣传册系列5
Fig.5 Jinggangshan red tourism brochure series 5

封面设计是井冈山红色旅游宣传册的重点及首要环节,它通过特定的艺术形式来反映宣传册的内容。封面设计中标题采用“井冈山红色旅游”书法体毛体字,洒脱而有力,体现历史文化底蕴。内页大标题采用楷体和宋体的结合,通过增加底色,重点突出红色与绿色这两块内容,段落文字为各个景点的介绍,简洁而有说服力。标题及正文是宣传册的本质部分,是宣传册内容的真实所在和表述核心,整本宣传册的正文都围绕井冈山红色旅游景点作介绍,并附有当地的实景拍摄照片。井冈山红色旅游宣传册系列6见图6。



图6 井冈山红色旅游宣传册系列6
Fig.6 Jinggangshan red tourism brochure series 6

色彩采用红色,绿色为主色,根据照片所固有的色彩,通过比例合理的控制,整体既可达到醒目的效果,又可以使整体协调统一^[10]。利用地域特色资源搜集的照片是制作井冈山宣传册最主要的来源,内页的图片以井冈山红色遗址或是旅游景点为主,经过处理,来表达历史沧桑感和文化气息。在整个版面的安排上,一松一紧,整体版面大图片旁边配有小图片,严肃而充满动感,好的封面设计才能使读者流连忘返,过目不忘。井冈山红色旅游宣传册系列7见图7。



图7 井冈山红色旅游宣传册系列7
Fig.7 Jinggangshan red tourism brochure series7

4 结语

井冈山是我国红色革命根据地,井冈山旅游宣传册它以图文并茂的形式向人们宣传革命先烈的革命斗争精神,有利于弘扬井冈山精神,使得革命斗争精神深入每一个中国人的心里,设计宣传旅游册有利于外国游客更好地了解中国的红色文化和革命历史,红色旅游文化是我国的一大民族特色,制作井冈山红色旅游文化宣传册可以使外国游客更好地了解中国几千年的文化历史底蕴,可以使井冈山旅游宣传册成为市场传播的有力手段,有效地加大井冈山的宣传力度,推进井冈山红色产业的大力发展与形象推广活动,利于革命传统文化的传播。制作红色旅游宣传册可以使游客在旅游的时候方便参考,使游客快速地制定好详细的旅游路线,可避免游客在路上花费大量的时间和精力,在提高井冈山的影响力方面具有良好的宣传效果。

参考文献:

[1] 张韶文,欧阳涓.江西之旅[M].广州:广东旅游出版社,2007.
ZHANG Shao-wen,OU Yang-juan.Institute Brigade[M].Guangzhou:Guangdong Tourism Publishing House,2007.

[2] 赵军霞.视觉传达艺术设计的民族地域性特征及其影响[J].科协论坛,2007(4):184—185.
ZHAO Jun-xia.Visual Communication Art Design of the National Regional Characteristics and Influence[J].Science and Technology Association BBS,2007(4):184—185.

[3] 董海斌.网页界面设计中的平面视觉元素[J].包装工程,2010,11(6):261—263.
DONG Hai-bin.Web Interface Design of Plane Visual Elements[J].Packaging Engineering,2010,11(6):261—263.

[4] 王一湘.平面创意设计与文案创作[M].北京:清华大学出版社,2010.
WANG Yi-xiang.Graphic Design and Copywriting[M].Beijing:Tsinghua University Press,2010.

[5] 吕光.设计师的色彩书,专业设计色彩[M].北京:电子工业出版社,2012.
LYU Guang.Stylist Color Book, Professional Color Design[M].

Beijing: Electronic Industry Press, 2012.

- [6] 叶莉.视觉传达艺术设计的创新设计理念分析[J].大家, 2012(62):622—632.
YE Li.Visual Communication Art Design Innovation Design Concept Analysis[J].Everyone, 2012(62):622—632.
- [7] 马光妹.个人数字化健康助理的交互和界面设计[C].重庆:中国兵器工业第五九研究所, 2012.
MA Guang-mei.Personal Digital Assistant Healthy Interaction and Interface Design[C].Chongqing: No.59 Institute of China Ordnance Industry, 2012.
- [8] 王晓红.一种基于视觉感兴趣区域的彩色图像增强方法[J].包装工程, 2014, 35(2): 169—171.
WANG Xiao-hong.A Method of Color Image Enhancement

Based on Visual Interest Area[J].Packaging Engineering, 2014, 35(2): 169—171.

- [9] 包竞生.视觉传达艺术与文化产业的关系研究[J].大众文艺, 2014(4): 184—185.
BAO Jing-sheng.The Relationship between Visual Communication Arts and Culture Industries Research[J].Journal of Popular Literature and Art, 2014(4): 184—185.
- [10] 翟颀.谈视觉传达艺术设计的创新设计理念[J].现代装饰, 2014(62): 622—632.
ZHAI Jie.Talk about Visual Communication Art Design Innovation Design[J].Modern Decoration, 2014(62): 622—632.

(上接第99页)

- ZHANG Xiang-quan.Biologic Form Simplification Research in the Bionic Form of Product Design[M].Changsha: Huannan University, 2006.
- [5] ARNHEIM R.Art and Visual Perception: a Psychology of the Creative Eye[M].California: University of California Press, 1974.
- [6] HOU Min-feng.On Auto Bionic Modeling Design Study Based on Cognitive Psychology Theories[C].International Conference on Mechatronic Science, Electric Engineering & Computer, 2011.
- [7] 戚彬, 余隋怀, 王森.基于眼动跟踪实验的产品形态仿生设计研究[J].机械设计, 2014, 31(6): 125—128.
QI Bin, YU Sui-huai, WANG Miao.Study on Product Form Bionic Design Based on Eye Tracking Experiment[J].Journal of Machine Design, 2014, 31(6): 125—128.
- [8] 朱上上, 罗仕鉴, 赵江洪.基于人机工程的数控机床造型意象尺度研究[J].计算机辅助设计与图形学学报, 2000, 12

(11): 873—875.

- ZHU Shang-shang, LUO Shi-jian, ZHAO Jiang-hong.Preliminary Study on Form Image Scale of Numerical Controlled Machine Tool Based on Human Factors[J].Journal of Computer Aided Design and Computer Graphics, 2000, 12(11): 873—875.
- [9] OSGOOD C E, SUCI C J, TANNENBAUM P H.The Measurement of Meaning[M].Urbana: University of Illinois Press, 1957.
- [10] CHANG E.Discovery of a Perceptual Distance Function for Measuring Image Similarity[J].ACM Multimedia Journal, 2003(6): 512—522.
- [11] SMITH S, SMITH G C, CHEN Y.A Kelsa Approach for User-Centered Design[J].Journal of Intelligent Manufacturing, 2013, 24(5): 919—933.
- [12] 李月恩, 王震亚, 徐楠.感性工程学[M].北京: 海洋出版社, 2009.
LI Yue-en, WANG Zhenya, XU Nan.Kansei Engineering[M].Beijing: China Ocean Press, 2009.

(上接第109页)

- 南大学, 2011
JIN Yuan-biao.A Research on Ceramic Jewelry Branding Based on Liling Under-glazed Colorful Porcelain[D].Changsha: Hunan University, 2011.
- [8] 刘琳.浅谈元素提取法在纹样设计教学中的运用[J].大众文艺, 2012(1): 233.
LIU Lin.Discussion of the Application of Element Extract Method in Pattern Design Education[J].Art and Literature for the Masses, 2012(1): 233.

- [9] 王伟伟, 胡宇坤, 金心.传统文化设计元素提取模型研究与应用[J].包装工程, 2014, 35(6): 73—81.
WANG Wei-wei, HU Yu-kun, JIN Xin.Research and Application of Extraction Model of Traditional Culture Design Elements[J].Packaging Engineering, 2014, 35(6): 73—81.
- [10] 黄昊.以无锡为例的旅游纪念品品牌化开发策略研究[J].包装工程, 2014, 35(24): 124—127.
HUANG Hao.Research and Application of Extraction Model of Traditional Culture Design Elements[J].Packaging Engineering, 2014, 35(23): 124—127.