

基于数字原生代的“山海经”神话新文创 角色情感感知研究

木斯¹, 周莹^{1*}, 云家正², 吴济池^{1,3}

(1.中央民族大学 美术学院, 北京 100081; 2.内蒙古师范大学 设计学院, 呼和浩特 010022;
3.西南民族大学 艺术学院, 成都 610225)

摘要: 目的 以《英雄联盟》“山海绘卷”新文创IP角色为个案研究, 探讨数字原生代对于以传统文化为背景, 具有现代审美旨趣的新文创IP角色的情感感知影响因素, 以及年轻群体的审美意趣、文化认同与价值趋向特征。方法 运用Python软件收集在线评论数据, 采用Nvivo2.0分析工具进行3级编码, 以扎根理论的叙述逻辑, 构建用户情感感知模型。结果 归纳出审美造型、沉浸体验、文化特征3个类属是影响数字原生代对于传统文化情感感知认同的核心因素。结论 通过把握数字原生代的审美特征, 强调数字赋能下的沉浸式体验感受, 实现以文化认同下的情感共鸣, 对于加强数字新文创IP角色设计情感体验具有深刻意义。

关键词: 数字原生代; 角色IP; 情感感知; 山海经; 新文创

中图分类号: TB472 文献标志码: A 文章编号: 1001-3563(2024)08-0290-09

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2024.08.031

Emotional Perception of New Cultural and Creative Characters in the Myth of "The Classic of Mountains and Seas" Based on Digital Natives

MU Si¹, ZHOU Ying^{1*}, YUN Jiazheng², WU Jichi^{1,3}

(1. School of Fine Arts, Minzu University of China, Beijing 100081, China; 2. School of Design, Inner Mongolia Normal University, Hohhot 010022, China; 3. School of Art, Southwest Minzu University, Chengdu 610225, China)

ABSTRACT: The work aims to discuss the factors that affect the emotional perception of digital natives for the new cultural and creative IP role with traditional culture as the background and modern aesthetic interests, as well as the aesthetic interest, cultural identity and value trend characteristics of young groups through a case study on new cultural and creative IP roles of "Mountain and Sea Painting Volume" in "League of Heroes". Python software was used to collect online review data, and Nvivo2.0 analysis tool was used to conduct three-level coding to construct a user emotional perception model with the grounded theory's narrative logic. Three categories of aesthetic modeling, immersive experience, and cultural characteristics were concluded as the core factors that affected digital natives' perception of traditional cultural emotions. The research believes that by grasping the aesthetic characteristics of digital natives, emphasizing the immersive experience under the digital empowerment, and realizing the emotional resonance under the cultural identity, it is of profound significance to strengthen the emotional experience of digital new cultural and creative IP role design.

KEY WORDS: digital natives; role IP; emotional perception; The Classic of Mountains and Seas; new cultural and creative characters

从工业革命开始, “技术”发生了翻天覆地的变化, 为人类描绘出“乌托邦”式的图景^[1]。移动互联、

虚拟现实以及人工智能等技术的井喷式发展, 催动着科技与文化更加紧密相连, “国货”“国学”“国艺”

收稿日期: 2023-11-23

基金项目: 内蒙古哲学社科规划重点项目(2020NDA052); 中央民族大学一流本科课程建设项目(KC2221)

*通信作者

“国漫”等版块不断以中国文化为核心进行着创意展示,让人们深刻感受“中国造,正当潮”的“国风”精神^[2]。“新文创”的数字文化发展模式于 2018 年被正式提出,其愿景目标是,在新时代以 IP 形式作为核心,建构文化生产,打造更具广泛影响力的中国文化符号。国风正炽,青年对传统文化的强烈兴趣以及他们偏爱的数字游戏、国风国漫等展现为网络空间中的丰富文化实践,成为当代青年群体的独特身份标签^[3]。新文创将“中国文化符号”与“时代调性”耦合,使其成为指引文化消费的“流量密码”。Z 世代作为原生互联网群体,以“数字原生代”的身份出现于数字文化生产与消费领域,互联网、短视频、游戏娱乐等数字化场景也逐渐成为其群体日常社交的主流媒介载体。德国社会学家曼海姆(Mannheim Karl)认为,代际差异是社会变迁的产物^[4],以此形成了与前辈群体不同的价值观念与行为方式^[5]。

审美诞生之初,多以认识论的身份出现,中国审美观念强调“整体意识”,角色审美是事物外在的表达,不只拘泥于“象”的形似,更注重内在人文精神价值观的体现^[6]。《英雄联盟》作为大众娱乐文化消费载体,是建立在互联网“泛娱乐”产业发展中形成的娱乐文化形态。2021 年《英雄联盟》以《山海经》为创作灵感,创作了“山海绘卷”系列数字新文创,再现了《山海经》中“女娲”“共工”“天帝”“饕餮”之经典形象。数字化角色与中国传统神话的联袂,再现了中华文化之瑰奇,数字科技也成为弘扬中华文化、激发民族文化自信的重要方式,欣赏者可以沉浸于数字角色所展示的“神话渊府”,以此唤起了数字原生代对于中华文化的举目与仰视。在民族实现伟大复兴与国人归属感、文化认同感日益增强之际,在泛娱乐的文化形态中,以“东方神话”为内核的叙事方式,激起了年轻世代对传统文化的仰视与青睐。作为一种以数字科技对传统文化进行活态传承的方式,新文创何以在短时间内火爆“破圈”,引起新世代的文化认同与文化共鸣的动因是什么,本文通过对“山海绘卷”数字新文创在线评论数据的挖掘,依据审美造型、沉浸体验、文化内涵等 3 个维度来分析数字原生代对于新文创价值认同的感知因素,以及用户体验与文化消费的成因机制,这对于研究年轻世代的传统文化认同感及文化自信亦具有一定理论意义与现实价值。

1 概念释义与文献回顾

1.1 数字原生代

“数字原生代”概念由美国北卡罗来纳大学学者马克·普伦斯基(Marc Prensky)提出,由英文“Digital Natives”翻译而来。即以数字技术差异化为视角,泛指伴随数字、媒体、网络以及电子产品的普及,可以熟练掌握计算机、手机、电子游戏、互联网等“数字语言”的群体。早期部分学者多以出生年份划分“数字原生代”,即 20 世纪 90 年代之后出生的人群。随

着研究深入,部分学者发现该定义下的“数字原生代”与所谓的“数字移民”并无显著差异^[7],因此多以技术可获得性与数字技术掌握程度来定义该群体^[8]。即基于信息数字化成长,对网络和数字技术具有与生俱来超强的领悟能力,与缺乏高科技理解能力的前世代有着截然不同的数字生活及行为方式,呈现出独特世代特征的群体,被称为“数字原生代”^[9]。

1.2 情感感知

审美维度指向感性,美感发生在感知层面^[10]，“情感”多被理解为人对主观意识的统称,是对客观事物是否满足需求所产生的体验与态度^[11]。在消费者与产生消费的感知价值维度中,消费者情感感知价值和满意度之间有着较为紧密的关系。黄石^[12]以心理学为视角,认为游戏角色与玩家的心理映射有关,密切折射出玩家的人格愿望和扮演心理,具有较强的代入性、交互性与扮演性。李彪等^[13]、朱丹红等^[14]认为,游戏角色作为游戏中与玩家关系最为密切的一种技术,是虚拟世界与现实世界的接口,对于玩家虚拟世界与现实世界的认知、行动都会产生影响。胡钰等^[15]文化学者经研究表明,游戏角色对玩家自我认知的替代和更新,对“虚拟自我”的情感投射和对“化身认同”的心理体验,使玩家成为文化体验与文化传播的主体。综上所述,情感感知研究在行为学、文化学、心理学等领域都有较为丰硕的成果,且在游戏角色设计中,也具有举足轻重的价值意义。

2 研究设计

2.1 研究方法

在线评论是获取用户观点意见和情感态度,深度挖掘用户对产品诉求的研究方法^[16],包含开放式编码、主轴式编码、选择性编码与理论饱和度 4 个步骤^[17]。依据评论文本进行特征词匹配来计算情感差值,有效挖掘用户情感价值与情感倾向^[18]。在线评论数据多以文字描述为主,本文以扎根理论的叙事逻辑来建构理论模型,可更为完善地对质性数据进行搜集、整理与统计。通过对所爬取的在线评论数据进行整理与分析后,对初级编码阶段获取的原始内容评论进行拆分、提取等步骤,对编码进行逐层分析,逐步形成理论框架,确保研究分析的有效性与严谨性。

2.2 研究样本

在研究过程中,为了避免单个案例产生片面性的弊端,以《英雄联盟》游戏中“山海绘卷”系列 IP 作为案例研究。理由如下:其一,“山海绘卷”系列角色设计具有较强的中国神话色彩属性,对于加强“中国民族 IP 形象”传播具有一定价值;其二,其所属游戏平台用户数量较大,具有相对稳定的用户群体;其三,《英雄联盟》作为大众泛娱乐消费载体,数字原生代用户群体聚集度较高,更具参考价值。

文中相关评论数据利用 Python 语言编写爬虫程序,对“小红书”平台“山海绘卷”系列 IP 的在线评论数据进行爬取,爬取内容以用户 ID、评论内容与评论条数为主,共获取了 7 872 条评论数据。通过删除、筛选等步骤,过滤评论中表意不明、与研究无关、重复评论等内容,通过筛选,最终获取 3 855 条有效评论数据(见表 1)。在筛后数据中,随机选出 1 395 条评论数据用以模型构建。再次随机选取 485 条评论作为理论模型饱和度实验的模拟数据,并结合游戏模型、特效设计、背景故事、官方说明等,对角色设计因素进行分类(见表 2)。

表 1 评论来源与数量
Tab.1 Source and quantity of comments

编号	皮肤名称	评论显示数量	实际评论数量	数据来源
1	女娲—妮蔻	3 443	1 460	小红书
2	共工—诺提勒斯	1 867	748	
3	天帝—烬	1 128	793	
4	饕餮—科加斯	1 434	954	
总计		7 872	3 855	

表 2 角色设定内容分析与梳理
Tab.2 Analysis and organization of role setting content

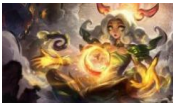
设计形象	妮蔻	诺提勒斯	烬	科加斯
游戏原画				
原型	山海经——女娲	山海经——共工	山海经——天帝	山海经——饕餮
国风角色原型				
模型特征	 头顶、头发和尾巴布满祥云元素,头顶中心以太阳装饰	 祥云包裹的巨神泰坦,配上青铜面具和甲冑,神谷气息呼之欲出	 残破的山海绘卷作为服饰,以面具增强威严感,火焰武器增强设定	 可见真实世界和画卷的分界线。背景中碉楼林立,河水流淌,动感十足
技能特效	回城:画卷展开,飞禽走兽跃然而出。 技能:盛开花种(Q):踢出一朵太阳花,爆炸处神光浮现,烟雾缭绕,背景中山峦耸立。 两生花影(W):平 A 命中时有数朵祥云浮现,第三下的祥云更加密实。一阵绿烟包裹下的假身带着金光向前冲刺。 缠结倒刺(E):妮蔻从尾巴中甩出一团草绿色光团,命中第一个目标后光团变为金色,光团中隐约可见两只白鸟环绕而飞。 怒放(R):金光起,法阵现,万物生。金色的条纹搭配草绿色的波动,使整个过程中散发着生机,背景中的山峦叠嶂又暗含着杀意。	回城:山峦随祥云散开升起,泰坦举起船锚向后横扫,群山变黑,金日转红——这便是泰坦被愤怒扭曲后的世界。 疏通航道(Q):泰坦出勾,沿途留下红与黑的气流。 泰坦之怒(W):主动-泰坦获得一层血红色的祥云护盾,祥云上方四枚青铜印记不停旋转。 被动-平 A 命中时产生岩浆迸发一般的爆炸。 暗流涌动(E):泰坦踩出三道金红色的冲击波。 深海冲击(R):泰坦发射一道由群山组成的冲击波,到达敌人脚下时一枚兽头从地下钻出将目标击飞。	回城:烬唤出山海绘卷,寥寥几笔便将画卷尽数焚毁。 曼舞手雷(Q):烬将卷轴化为手雷扔出,金红色的画轴在目标间来回跳动,如同获得生命一般。 致命华彩(W):烬射出一道红光,命中时烧起灰蓝色的硝烟,造成禁锢则会有金红色的两朵祥云环绕。 万众倾倒(E):爆炸时一颗火灵珠缓缓下落,周围火云缭绕,并在地面爆开一团硕大的光球。 完美谢幕(R):烬架好武器,射出四道前红后蓝的激光,大招两侧是同武器一样的雕文。	回城:科加斯一口吞掉太阳,业火狂喷,将大地上的一切化为灰烬。 破裂(Q):科加斯在地面召唤一只巨眼,眼瞪则山出。 野性尖叫(W):科加斯喷出一团业火烧尽眼前的一切敌人。 恐惧之刺(E):科加斯最上的两肢充满火光并射出导弹一般的红色骨刺。 宴(R):科加斯嘴中出现一个橙红色的黑洞将目标吞噬,吞噬成功则有数枚金红色光点入体。

表 2 (续)

设计形象	妮蔻	诺提勒斯	烬	科加斯
背景故事	山海绘卷之善神	守护者	陷入疯狂的创世神	因暴食受永恒业力惩罚的异兽
音效	采用古琴、古筝、琵琶、梆笛、曲笛、锣等民族乐器。箏曲《渔舟唱晚》的曲韵配合啾啾鸟鸣、潺潺水声	中国鼓为基础, 以琵琶, 笛子, 箫和巴乌作点缀。回城时用琵琶演奏, 灵感来自古曲《十面埋伏》	使用古琴, 古筝, 琵琶, 梆笛, 曲笛等音色特点非常明显的中国民族乐器	使用琵琶, 以音色短促且带刚性的乐器配合鼓乐提升节奏, 使用了大量敲击乐, 如钹和锣鼓加强技能的打击感
色彩调性	以金色和绿色为主调	以暗红色为主调	以黑红为主调	暗色使用石绿和青蓝色; 亮色部分则是低比例的橘红与橙黄

注: 图片与数据来源于英雄联盟官方网站。

2.3 数据来源

数字原生代对于信息获取、社交传播与消费行为更青睐于线上互动体验感受, 因此在线评论可以更好地反映其群体的情感倾向与情感特征。为确保原始数据数量内容的丰富性与多元化, 本研究选择数字原生代居民聚集度较高、测评内容较为丰富、公信力较为权威的“小红书”社区平台作为数据提取来源。小红书是目前较为“出圈”的分享型社区, 在一众社交媒体中, 以高度垂直的种草模式, 被新消费浪潮下的品牌与人群所认可, 其平台测评信息在数字原生代群体中也更具“意见领袖”价值。

3 基于扎根理论的模型建构

将评论数据进行整理与清洗后, 导入 Python 分析工具, 以扎根理论为指导, 将内容进行 3 级编码, 依托于“山海绘卷”数字新文创 IP 角色用户情感感知质量, 对在线评论原始数据进行开放式编码、主轴式编码和选择性编码, 如图 1 所示。

3.1 开放式编码

通过对原始评论进行归纳与分类, 使其标签化、概念化与范畴化。对所获取的有效评论进行筛选与编码, 进一步归纳形成“C1 模型特征”“C2 元素借鉴”“C3 风格特征”“C4 意蕴环境”“C5 动画特效”“C6 色彩运用”“C7 音乐特效”“C8 场景烘托”“C9 背景渲染”“C10 文化输出”“C11 文化传承”“C12 叙事形式”“C13 背景故事”“C14 综合体验”等 14 个初始概念。对初始概念进一步归纳, 形成“B1 造型特征”“B2 风格意蕴”“B3 氛围带入”“B4 情感带入”“B5 文化意义”“B6 叙事意义”等 6 个初始范畴 (见表 3)。

3.2 主轴式编码

根据开放式编码所概括和总结的数据, 来剖析不同关系之间所存在关联性。通过重新排列范畴中的数据, 使主范畴纬度化与属性化, 得出“山海绘卷”新

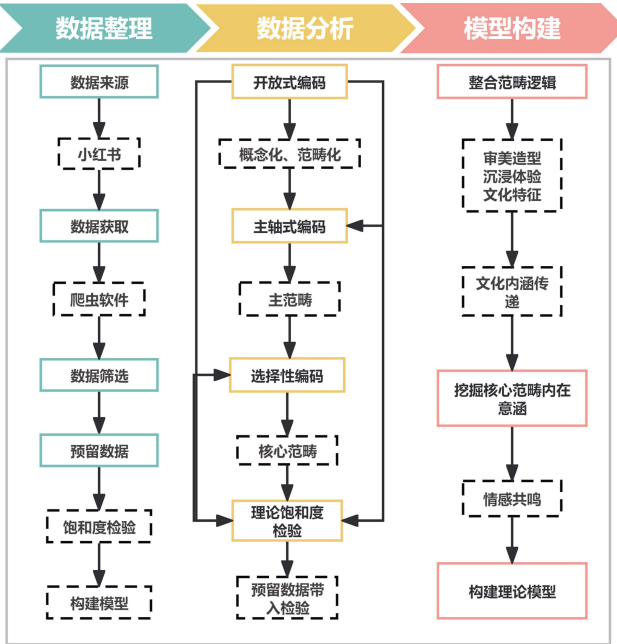


图 1 研究设计流程
Fig.1 Research design process

文创 IP 角色情感感知质量因素的中间因素, 即为 A1 审美造型、A2 沉浸体验、A3 文化内涵 (见表 3)。

3.3 选择性编码

选择性编码是从主范畴中甄选核心范畴, 再基于一定逻辑关系和脉络条件, 将核心范畴与主范畴以及其他范畴进行关联, 形成以主范畴为基础的典型关系结构^[19] (见表 4)。根据山海经新文创角色 IP 角色设计, 影响用户文化消费的情感因素具有较强的因果关系。根据对原始评论语句的分析与归纳, 得出山海经新文化 IP 角色用户情感感知影响因素的结构模型, 如图 2 所示。其中, 审美造型、沉浸体验、文化特征 是对于引起情感共鸣的主要要素。

3.4 理论饱和度检验

在正式编码前, 随机抽取 485 条在线评论, 用于

表 3 开放性编码与主轴性编码
Tab.3 Open encoding and spindle encoding

主范畴	初始范畴	初始概念	原始语句
A1 审美造型	B1 造型特征	C1 模型特征	模型有做出向神话靠拢的意思，原画还原度很高了
		C2 元素借鉴	山海经系列皮肤给人第一感觉就是妖怪元素很足
	B2 风格意蕴	C3 风格特征	这个山海经风格挺到位的，尤其大虫子和泰坦特别有奇珍异兽那味
		C4 审美意蕴	蔻妮那个祥云发型长在了我的审美点上，太可爱了吧
	B3 氛围带入	C5 动画特效	我最喜欢的还是这个系列的回城特效，有点细节在里边
		C6 色彩运用	山海经主题颜色就是大红大绿的，鲁迅先生在《阿长与山海经》里写过里面也有许多怪物的配色也是红绿的，比如鸛鸛，赤如丹火而青喙，个人感觉这套皮肤色彩很到位
A2 沉浸体验	B4 情感带入	C7 音乐特效	这皮肤重点是音效，各种传统乐器
		C8 场景烘托	场景加上这个系列皮肤，有上古那味道了
		C9 背景渲染	听说好像是主世界皮肤，背景故事好像要搞大动作了
A3 文化内涵	B5 文化意义	C10 文化价值	带这种妖怪面具的文化夏朝就有，是正经的中华文化，那时候还没有日本，别被影视游戏影响判断
		C11 文化传承	文化气氛很浓，希望能多整点中国元素的东西，外国文化输出太严重了，我们从来都不缺文化渊源这种东西
	B6 叙事意义	C12 叙事形式	这个背景讲的好像是想把绘卷里的凶兽放出来，妮蔻是守护绘卷，喜欢这种以神话为题材叙事形式
		C13 背景故事	天帝始于商周的神，更偏神性，而女娲虽有神性，作为祖先的人性更多一点。天帝是“无情”的神，女娲是“有情”的人，分为正反两派刚好，西方部分文化作品里与神敌对的作品也不少，设计者可能属于这种思潮的
			体验服已经试过了，这系列皮肤特效帅的一批，打击感类似于猩红之月，但特效秒杀，冲就完事了
		C14 综合体验	

表 4 选择性编码
Tab.4 Selective encoding

主要关系结构	内涵逻辑	原始评论
造型特征 ↓ 文化表达	主体造型突出文化形式引起情感共鸣	很有异域妖兽的感觉，这很“山海经”
沉浸体验 ↓ 文化表达	场景渲染烘托文化内涵引起情感共鸣	被大虫子饕餮的形象洗脑了，感觉随时要跳出来吃了我
文化特征 ↓ 文化表达	内容输出渲染文化特征引起情感共鸣	很有神话情节，有被带入到

检验理论模型的饱和度。将预留数据代入与正式数据相同的编码程式中，在整个编码过程中，所有概念均包含于 3 个主范畴与 6 个副范畴，未采集到新的概念与范畴。根据饱和度检验标准，山海经新文创角色 IP 用户情感感知理论模型达到饱和状态。

4 山海经新文创角色情感感知分析

依据上述情感感知影响因素模型编码,运用 Python 软件，提取 2 178 条情感倾向语句（表 5）。其中，情感感知评论语句多以正面为主，共 1 500 条，负面评

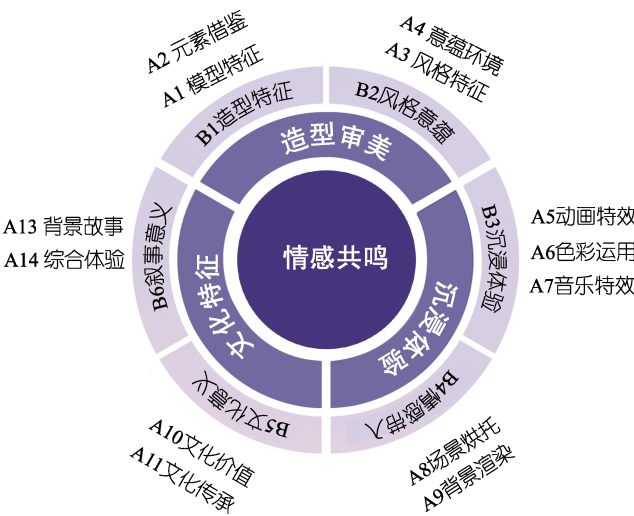


图 2 山海经新文创 IP 角色用户情感感知影响因素结构模型

Fig.2 Structural model of influencing factors of the Classic of Mountains and Seas New Culture IP role users' emotional perception

论语句共计 679 条。总评论数量中，关于造型特征占比最多，占总数的 49%，沉浸体验、文化特征分别占 34%、17%。将高频出现且具有特殊价值的语句进行整理，归纳与整理出用户较为关注的影响因素，进而提高与强化用户的正面情感感知。

表 5 用户情感语句统计
Tab.5 Statistics of user emotion statement

主范畴	初始范畴	正面情感数量	负面情感数量
审美造型 (716/351)	B1 造型特征	586	286
	B2 风格意蕴	130	65
沉浸体验 (528/212)	B3 氛围带入	295	99
	B4 情感带入	233	113
文化特征 (255/116)	B5 文化意义	200	38
	B6 叙事意义	55	78

在线评论关键词的提取,可更为清晰反映出用户所关注的情感质量。运用 Python 软件对原始评论语句中的高频词语进行分析,获取范畴中的内容与情感感知因素(见表 6)。依于分析、提取等步骤后,剔除“英雄”“联盟”等与游戏有关的背景词,其中造型审美范畴中词语数量与出现频次最高,如“皮肤”一词共出现 374 次,体现出用户对于造型设计的关注度最高,表明造型审美是用户对于角色情感感知质量较为重要的因素。“音效”“特效”“风格”“限定”等词语的出现频次也较高,表现出数字原生代对于数字化技术的强烈探索兴趣与关注度。“国风”“传承”“文化”等词语提及度也颇高,体现出数字原生代在游戏角色设定中对于传统文化的文化认同与文化自信。

表 6 正面情感高频词语与权重分析
Tab.6 Analysis of positive emotional high frequency words and weight

正向情感高频词	词频	权重
皮肤	374	1
山海经	206	0.550 8
国风	173	0.462 6
背景	148	0.395 7
特效	94	0.251 3
音效	93	0.248 7
传承	82	0.219 3
神话	77	0.205 9
文化	67	0.179 1
系列	67	0.179 1
喜欢	66	0.176 5
风格	59	0.157 8
质量	54	0.144 4
模型	54	0.144 4
限定	48	0.128 3

5 研究结果与讨论

根据在线评论数据分析可知,审美造型、沉浸体验与文化特征是影响用户情感感知质量的主要因素。其中,对于角色设计的审美造型方面关注度最高,是

影响用户情感感知的首要因素。沉浸体验是树立用户情感感知的次要因素。基于角色设定的背景故事、叙事形式等也对情感感知产生了重要影响。

5.1 审美造型：国风文化折射东方审美旨趣的回归

从六百岁故宫推陈出新,到宫廷色口红等文创频频“出圈”,再到如今以 IP 形式打造中国文化符号的新文创,“中国智造”之产品,凭借过硬质量与超高颜值,不断改变着人们对国货的固有印象。以“中国元素”为内核的社会风尚,折射出中国人消费偏好的变化,背后更是“东方式”审美旨趣的回归。在颜值造型与风格意蕴的情感感知高频词语中,“国风”“中国”等反映文化认同与文化审美的词语,是正面情感倾向中出现频率较高词汇。从“喜欢这个皮肤,有一种中国的感觉。”“设计很中国风,能展现品味和个性。”等评论语句中可见,用户追求传统文化与个性体验所带来的审美愉悦,呼应了“国风”趋势的灵魂——“国”。文化不仅是某些特定的中式符号,也指所传递的中国哲学体系与价值观,代表着中国元素、中国风格、中国审美等文化层面的内容。用户对于角色形象的认同,正如杜夫海纳所述:审美对象所展示的事物,既不需要主观想象,也不受概念约束,而是如其所是地显现于主体感官知觉中^[20]。从“角色设定是对《山海经》的全新诠释,取之山海却构建出自由的社会形态。”“国风加山海经异兽的设计,是古老东方文化与年轻文化碰撞的花火。”等评论中可见,用户对于角色形象中以传统文化为内核的神话角色设定所表现出的情感认同。以国风文化为纬度所缔造的风格追求,是消费型社会去“硬”化的趋势与过程,从中可见中国元素与现代风格糅合、重组与创新的过程。

在情感高频词汇中,“山海经”一词被提及 206 次,使神话感知体验成为较高的情感影响因素。从“风格与异兽一致,与《山海经》里青丘之山有兽焉的描述相一致。”等评论中可见,以神话为原型的角色设计,融合了中华美学取法自然、追求意境的设计理念,在形、意、境等不同层面将角色的价值功能、视觉形象、空间构造创意组合,形成了契合新世代的社会审美观念与时代新风。从“大虫子很有奇珍异兽的国风味道,我曾幻想过这样宏大壮观的场面,饕餮吞没山河、扶摇直上、天地之小的大气魄久久不能忘怀。”

“火焰元素的运用,很符合国风设定,仿佛置身于混沌,徜徉于山海世界的神奇画卷中。”等评论中可见,年轻世代对中华文化内涵价值的认同,恰如沃特森所述:因为个体认识到自己独特的感觉表达的是一种情感诉求,因此也愿意承认文化的观念对其他人的生活意义和价值^[21]。神话元素与角色设定的巧妙结合,拓宽了以东方审美为意蕴的文化内涵,体现出年轻世代将文化、消费及生活相关联的新型认知框架,以及在日常文化娱乐消费领域的文化自信。

5.2 沉浸体验：数字与科技赋能下的文化体验感知

场景是一种典型的空描述，在相对固定的地点、时间、人物、事件等信息元素间可进行多种组合。在数字设计中，场景是虚拟表达极为核心的构成要素之一^[22]。可见，特效在场景与用户互动过程中发挥着重要作用，是引导用户“情感代入”的重要形式。作为影响游戏感官体验的重要因素之一，“特效”一词也被多次提及，如“这个回城特效真的帅，科加斯一口吞掉太阳，业火狂喷，将大地上的一切化为灰烬”“蔻妮的普攻竟然是一朵祥云，爱了爱了。”等评论语句中可见，特效的加持增强了用户沉浸式的代入感与体验感，通过视觉元素的运用，给予了用户视觉上“真实”的体验感受。

“山海绘卷”新文创通过整合《山海经》中装饰物件、轮廓、纹饰、色彩等方面的设计判断，以中国传统乐器辅助音效，以水墨晕染等元素烘托角色设定，将技能特效、游戏音效、角色模型等多维度视听语言与传统文化动态进行融汇，构建出了一个充满中国古典神话风格的游戏世界。从“金绿色很符合人物性格，妆面好像壁画，尾巴上传统浪花水纹真的是细节拉满。”“充满侵略性的红色调，加上些许墨绿色，完美诠释了饕餮吞天蔽日的设定，好惊艳啊！”等评论语句中可见，数字赋能增强了游戏场景与用户体验之间的交互性，引导着用户了解故事情节、文化内涵与精神内核，从静止转向动态的特效技术，在有限场景中最大限度地营造故事氛围感，通过沉浸式的体验与共情产生对传统文化的认同与共鸣。

此外，在角色 IP 设定中，音效与特效的互相呼应，可以强化用户的感官体验，引起情感共鸣，起到营造场景真实感、增强交互性的作用。如“潺潺流水声配合古筝、琵琶的乐律，雅致、清幽、中流淌着浓浓的传统文化韵味，散发着清新的时代气息。”“我好像听到了琵琶的声音，钹和锣增强了打击的韵律感，国风体验拉满。”正如《礼记》中描述：音之起，由人心生也。人心之动，物使之然也。感于物而动，故形于声^[23]。可见，多维感官体验提高了用户接受信息的效率，强化了对于场景沉浸式的体验感受，并与文化情绪产生共鸣。

网络游戏、虚拟社区、元宇宙的快速发展，也在感官上弱化了空间距离。“山海绘卷”数字新文创以数字化技术手段将尘封于书本中的神话角色，在虚拟与现实之间“复活”。如“神话”一词提及度颇高，从“对神话理解到位，想象的故事拉近了虚拟神话与现实的距离。”等评论中可见，数字原生代作为数字领域的主导角色，可以轻松地在“虚拟”与“现实”之间跳跃，游戏场景中的虚拟角色，构成了其独一无二的数字身份，在虚拟的幻想空间中穿梭、交互，与其他用户一起探索、娱乐与社交，使虚拟数字场景成为了一个与现实平行、实时在线的“真实世界”。从

“英雄来源于神话，又超脱于现实，在神话人物的基础之上进行升华，从原本的环境之中脱离出来，加入到游戏设定之中。”等评论中可见，数字原生代不仅追求娱乐性、趣味性的体验感受，同时，也注重产品与文化内涵的情感联结，以此满足交互的愉悦体验。数字新文创的审美新形态，不仅在生产、传播、接受等方面呈现出崭新方式，并且在虚拟场景与模拟空间中，将文化、情感、造型等元素融入角色设定中，赋予角色故事背景，通过 2D 或 3D 的形式展现，使数字科技成为传统文化与新生世代之间产生代际归属感的枢纽。

5.3 文化内涵：文化自信与文化认同下的情感感知共鸣

时代赋予了数字原生代开放包容、勇于创新的精神，使之成为创新中华文化的又一批中坚力量。在我国国际地位和经济政治实力日益增强的背景下，数字原生代感受到中国风貌与中国精神的巨大影响力。从“文化”“传承”等高频词汇中可见，数字原生代对于中华文化强烈的责任感与归属感。从“这个系列不管国服还是外服都叫山海绘卷，感觉向世界输出了中华文化。”等评论中可见，数字原生代对中华优秀传统文化强烈的认同感与自豪感，推动着“中国制造”向“中国质造”与“中国创造”进击。如“水墨晕染加国画背景的加持，感觉角色复活了。”“游戏变成一个充满中国古典神话风格的世界。”等评论语句，表现出数字原生代对于传承与延续中华文化的价值认同，其背后亦是文化自信崛起的表现。从“以神话为内核的设计形式太酷了，感觉是对古老中华文明的重新演绎！”等评论中可见，传统文化以数字化媒介进行全新延展，代表着中国审美、中国元素与现代科技时尚的深度融合，依托于中国文化元素的抽离与再造，形成了一种具有情感的“风格化”生活方式与创新体系，以此迸发出数字原生代对于传统文化自信、责任与归属的情感价值纬度。从“科加斯就是中国古代神话传说中的饕餮。”“颜色整体呈现出妖怪的不详妖异感，很有主题特色。”等评论中可见，以神话为创作灵感的新文创，既强化了新生世代对传统文化的认同感与自豪感，又在互动中突出了角色的文化价值与历史价值，使古老神话在后世传承中的创造性转化与创新性发展中得以延续。

数字化游戏通过打造不同的神话 IP 形象，为角色量身定制了既相互联结又相互独立的背景故事，以此渲染出不同的游戏故事与情节。从“女娲的祥云发型太有意境了，脑补了原著里‘炼石当年劳圣母’的场景。”“虽然官方说烬是参考的共工形象，但他的面具是参考《山海经》祝融面具设计的吧？但跟般若没有半毛钱关系啊。”等评论中可见，玩家作为操纵角色的主体，在与其他用户对于故事叙事的理解会产生多元化，使用户从被动接受者成为主动参与者。恰如

安迪·班尼特所述,年轻人创造性地把互联网作为文化参与的一种手段,可以产生各种带有自我建构和自我反性色彩的亚文化身份认同形式^[24]。通过数字化创新的艺术表现形式,为传统文化的活态传承提供了更多发展机遇和传播路径,也为用户缔造了具有互动性、参与性的角色共鸣体验。山海经新文创通过角色IP设计传递着传统文化的内核,以IP势能打造出神话背景下的文化盛宴,以文化为触点连接大众,以多元新方式构筑出中华优秀传统文化之独特魅力。

6 结语

本文以数字原生代对于山海经新文创角色IP情感感知进行分析,以期为新文创发展提供理论参考与实践价值。本研究在数据整理与分析过程中尽可能做到严谨,但依旧存在不足,文中仅以范畴、词频及情感倾向作为角色IP情感感知范畴依据,其感知因素通过质性分析所得结论亦有主观之嫌,后续研究可采用问卷法、访谈法等对理论模型进行深入检验,确保获取的各范畴之间关系更具有效性、关联性与说服力。

参考文献:

- [1] 强月新,胡青山.电子革命神话与身份认同下的新技术采纳——基于扎根理论的ChatGPT使用者研究[J].新闻大学,2023(4):59-74.
QIANG Y X, HU Q S. The Adoption of New Technologies under the Myth of the Electronic Revolution and Identity Construction: A Study of ChatGPT Users Based on Grounded Theory[J]. Journalism Research, 2023(4): 59-74.
- [2] 姚林青.“国潮”热何以形成[J].人民论坛,2019(35):132-134.
YAO L Q. How did the "National Tide" Fever Form?[J]. People's Tribune, 2019(35): 132-134.
- [3] 柳沙.国潮消费的时尚心理学诠释[J].装饰,2021(10):18-23.
LIU S. An Interpretation of Chinese Fad Consumption Based on the Psychology of Fashion[J]. Decoration, 2021(10): 18-23.
- [4] MANNHEIM K. Kecskemeti Paul. Essays on the Sociology of Knowledge: Collected Works[M]. New York: Nabu Press, 1952: 276-322.
- [5] 李春玲.代际社会学:理解中国新生代价值观念和行为习惯的独特视角[J].中国青年研究,2020(11):36-42.
LI C L. Intergenerational Sociology: A Unique Perspective to Understand the Values and Behavior Patterns of China's New Generation[J]. China Youth Study, 2020(11): 36-42.
- [6] 李瑛晖.中国文化符号在动画角色设计中的应用——基于意象审美范畴的探讨[J].深圳大学学报(人文社
会科学版),2012,29(5):157-160.
- LI Y H. The Application of Chinese Cultural Symbols in Animated Character Design: A Discussion Based on the Aesthetic Categories of Idea and Image[J]. Journal of Shenzhen University (Humanities & Social Sciences), 2012, 29(5): 157-160.
- [7] BROWN C, CZERNIEWICZ L. Debunking the 'Digital Native': Beyond Digital Apartheid, towards Digital Democracy[J]. Journal of Computer Assisted Learning, 2010, 26(5): 357-369.
- [8] 郭淑敬.数字原生代信息获取行为研究[D].太原:山西财经大学,2021.
GUO S J. Research on Information Acquisition Behavior of Digital Primitive Generation[D]. Taiyuan: Shanxi University of Finance & Economics, 2021.
- [9] 杨洸.“数字原生代”与社交网络国外研究综述[J].新闻大学,2015(6):108-113.
YANG G. A Review of Foreign Studies on "Digital Native Generation" and Social Networks[J]. Journalism Bimonthly, 2015(6): 108-113.
- [10] 严春友.感性作为美的维度:为美学奠基[J].河北学刊,2022,42(5):37-49.
YAN C Y. Sensibility as the Dimension of Beauty: Laying the Foundation for Aesthetics[J]. Hebei Academic Journal, 2022, 42(5): 37-49.
- [11] 钟凯,张传庆.消费者感知价值对网络购买意愿影响研究——以在线口碑为调节变量[J].社会科学辑刊,2013(3):125-131.
ZHONG K, ZHANG C Q. Research on the Influence of Consumers' Perceived Value on Online Purchase Intention—Taking Online Word of Mouth as the Moderating Variable[J]. Social Science Journal, 2013(3): 125-131.
- [12] 黄石.从用户心理的角度看游戏的角色设计[J].装饰,2010(6):76-77.
HUANG S. Game Characters Design Based on Users' Psychology[J]. Decoration, 2010(6): 76-77.
- [13] 李彪,高琳轩.游戏角色会影响玩家真实社会角色认知吗?——技术中介论视角下玩家与网络游戏角色互动关系研究[J].新闻记者,2021(5):67-82.
LI B, GAO L X. Will Game Characters Affect Players' Cognition of Real Social Roles? -Research on the Interactive Relationship between Players and Online Game Roles from the Perspective of Technology Intermediary Theory[J]. Shanghai Journalism Review, 2021(5): 67-82.
- [14] 朱丹红,林旭东.《王者荣耀》英雄角色的背景故事搭建——“英雄之旅”理论视角的分析[J].华侨大学学报(哲学社会科学版),2021(4):140-149.
ZHU D H, LIN X D. Construction of Backstory for the Heroes in Honor of Kings: Analysis from the Theoretical Perspective of "Hero's Journey"[J]. Journal of Huaqiao University (Philosophy & Social Sciences), 2021(4): 140-149.
- [15] 胡钰,朱戈奇.网络游戏与中华优秀传统文化的当代

- 传播[J]. 南京社会科学, 2022(7): 155-162.
- HU Y, ZHU G Q. Online Games and Contemporary Communication of Traditional Chinese Culture[J]. Nanjing Journal of Social Sciences, 2022(7): 155-162.
- [16] 王军, 刘思邑. 采用在线评论文本驱动的产品设计方法[J]. 机械设计与研究, 2022, 38(4): 1-5.
- WANG J, LIU S Y. Research on Product Design Method by Online Review Text Driven[J]. Machine Design & Research, 2022, 38(4): 1-5.
- [17] 许泽君, 刘键, 邹锋. 基于扎根理论的用户惊喜感设计策略探究[J]. 包装工程, 2021, 42(16): 167-173.
- XU Z J, LIU J, ZOU F. Production Design Strategies for UXD of Surprise Based on Grounded Theory[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(16): 167-173.
- [18] 杨秀璋, 郭明镇, 候红涛, 等. 融合情感词典的改进 BiLSTM-CNN+Attention 情感分类算法[J]. 科学技术与工程, 2022, 22(20): 8761-8770.
- YANG X Z, GUO M Z, HOU H T, et al. Improved BiLSTM-CNN+Attention Sentiment Classification Algorithm Fused with Sentiment Dictionary[J]. Science Technology and Engineering, 2022, 22(20): 8761-8770.
- [19] 付晔. 基于扎根理论的高校学科交叉融合激励机制研究[J]. 高教探索, 2021(3): 45-51.
- FU Y. Research on the Motivation Mechanism of Interdisciplinary Integration Based on Grounded Theory[J]. Higher Education Exploration, 2021(3): 45-51.
- [20] 马克思. 1844 年经济学哲学手稿[M]. 北京: 人民出版社, 2018.
- MARX K. Manuscripts of Economics and Philosophy in 1844[M]. Beijing: People's Publishing House, 2018.
- [21] WATSON C W. 多元文化主义[M]. 长春: 吉林人民出版社, 2005.
- WATSON C W. Multiculturalism[M]. Changchun: Jilin People's Press, 2005.
- [22] 竺頔, 李育菁. 数字技术环境下网络游戏的场景建构研究[J]. 科技传播, 2022, 14(13): 141-143.
- ZHU D, LI Y J. Research on Scene Construction of Online Games in Digital Technology Environment[J]. Public Communication of Science & Technology, 2022, 14(13): 141-143.
- [23] 杨天宇. 礼记[M]. 上海: 古籍出版社, 2004.
- YANG T Y. The Book of Rites[M]. Shanghai: Ancient Books Publishing House, 2004.
- [24] BENNETT A. 亚文化之后: 对于当代青年文化的批判研究[M]. 北京: 中国青年出版社, 2012.
- BENNETT A. After Subculture: A Critical Study of Contemporary Youth Culture[M]. Beijing: China Youth Press, 2012.

(上接第 289 页)

- [11] SALMINEN J, SANTOS J M, KWAK H, et al. Persona Perception Scale: Development and Exploratory Validation of an Instrument for Evaluating Individuals' Perceptions of Personas[J]. International Journal of Human Computer Studies, 2020, 141: 102437.
- [12] 张云帆, 焦合金. 基于包容性理念的图书馆家具适老化设计策略研究[J]. 家具与室内装饰, 2023, 30(1): 75-79.
- ZHANG Y F, JIAO H J. Research on the Elderly-Friendly Design Strategy of Library Furniture Based on Inclusive Concept[J]. Furniture & Interior Design, 2023, 30(1): 75-79.
- [13] 赵超. 适老化设计模型的构建: 技术与文化语境中的直觉认知、先验知识和熟悉度[J]. 装饰, 2022(5): 12-19.
- ZHAO C. The Construction of Aging Design Model: Intuitive Cognition, Transcendental Knowledge and Familiarity in the Context of Technology and Culture[J]. Art & Design, 2022(5): 12-19.
- [14] 唐艺. 人口老龄化视域下的老人身心需求研究与建议——基于 ERG 理论模型分析[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2020(3): 157-164.
- TANG Y. Research and Suggestions on the Physical and Mental Needs of the Elderly from the Perspective of Population Aging—Based on the ERG Theoretical Model Analysis[J]. Journal of Nanjing Arts Institute (Fine Arts & Design), 2020(3): 157-164.
- [15] SAATY T. Analytic Hierarchy Process[J]. Mathematical Models for Decision Support, 2013(4): 109-121.
- [16] 程永胜, 徐晓琪, 卜俊, 等. 基于 KE 和 AHP 理论的汽车造型意象评价方法研究[J]. 现代制造工程, 2020(7): 102-109.
- CHENG Y S, XU X Q, BU J, et al. Evaluation Method of Automobile Modeling Image Based on KE and AHP[J]. Modern Manufacturing Engineering, 2020(7): 102-109.
- [17] 侯佳, 张楚. 中国传统元素在儿童玩具设计中的应用[J]. 工业设计, 2020(9): 141-142.
- HOU J, ZHANG C. Application of Chinese Traditional Elements in the Design of Children's Toys[J]. Industrial Design, 2020(9): 141-142.
- [18] 安姚舜. 符号学视域下的标准化公共信息图形符号设计研究[J]. 标准科学, 2019(7): 58-64.
- AN Y S. Research on the Standardized Design of Public Information Graphical Symbols under the Perspective of Semiotics[J]. Standard Science, 2019(7): 58-64.
- [19] 卢纯福, 朱顺吉, 吴剑锋. 面向临时用户的信息架构的可用性研究[J]. 装饰, 2020(9): 95-99.
- LU C F, ZHU S J, WU J F. Information Architecture Usability Research for Occasional Users[J]. Art & Design, 2020(9): 95-99.