

让红色文创出彩又“出圈”

■刘宗炎 朱峰

江西瑞金,红色故都,共和国摇篮。120余处革命遗址星罗棋布,俨然一座没有围墙的革命博物馆。进入暑期,红色研学、红色旅游持续升温。随之而来,越来越多的游客关注红色文创、购买红色文创、品鉴红色文创。瑞金市立足当地文化特质,研究开发系列红色文化创意产品,运用各项技术手段,为游客与红色文化开辟一个“对话”空间,为人们打造一份专属红色记忆。

互联网记住来自瑞金的红色能量

“这个是红军烈士纪念馆,这个是红井,还有‘二苏大’礼堂、‘一苏大’会址……”7月下旬,江西省瑞金市叶坪革命旧址景区红色文化创意产品体验馆,来自广东的小朋友刘萍一边细细端详手里的共和国摇篮系列半浮雕玻璃钥匙扣,一边认真聆听讲解。她央求爸爸“多买几个,回去送给班里的小伙伴”。

红色研学、红色旅游等持续升温,为瑞金带来大批游客。据统计,2022年1月至6月,瑞金市旅游总人次达875万,同比增长12.7%。“随着生活水平的提高,游客在红色景区游玩时,不单是想照相留个影。好多游客询问我们有没有红色文创产品,打算买回去留作纪念。”谈及这两年的红色旅游热,红井景区管理委员会主任梁霞有感而发。

近年来,瑞金市文化和旅游部门、纪念馆、文化馆、博物馆、文旅企业等单位多方联动,以《国务院关于进一步加强文物工作的指导意见》《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》等为指导,以公众需求为牵引,以文化创意为核心,开发多种形式的红色文创产品,满足游客多样化需求。

着眼突出红都特色,相关部门集思广益,积极拓展创作新思路:举办红色文创产品线上征集大赛,鼓励世界各地文创设计师、文创爱好者踊跃投稿;组织专业创作团队到红色遗址实地体验,激发创作灵感;针对儿童群体,策划并制作《红游记》动画片,在搞好红色启蒙教育的同时,围绕故事动画片中的两个主要角色“瑞瑞”“金金”,推出一系列生动鲜活的文创产品。

“谁能拒绝可爱的小红军表情包呢?”我单方面宣布,这颗“奋斗”的小红星是我的学习专用表情包”……和大多数表情包一样,《红游记》动画片衍生表情包以萌态可掬的角色形象,深受网友青睐。同时,小红军卡通形象“瑞瑞”“金金”在社交平台的广泛传播,让互联网记住了一股来自瑞金的红色能量。

“下面公布文创直播十佳产品——来自瑞金市的‘瑞京记忆’笔记本套装和陶瓷茶具……”今年4月28日,“最in(in fashion的简称,意为流行)的文创battle(意为较量)——江西省博物馆文化创意产品直播大赛”决赛收官。作为进入决赛的20家博物馆之一,瑞金中央革命根据地历史博物馆选送的“瑞京记

忆”笔记本套装和陶瓷茶具在200余款文创产品中脱颖而出,成功圈粉4万余名线上观众,获得“2022年全省博物馆文创直播十佳产品”称号。该博物馆也被评为全省文创直播大赛直播优秀场馆。5月底,在江西省首届文博会上,“人民共和国从这里走来”主题邮册、“瑞京记忆”笔记本套装获得观众一致好评。

探寻科技与红色文化传播的溢出效应

盛夏时节,在瑞金中央革命根据地历史博物馆内,交互式体验项目——“中华工农兵苏维埃第一次全国代表大会”登记处排起了长队。该项目依托雕塑复原登记场景,结合触摸屏系统,让观众按照提示体验“一苏大”代表登记过程,并通过摄像头和AR合成技术将观众照片合成“一苏大”代表证。扫描二维码,代表证将自动发送至观众手机。

“现在我要去‘会场’体验啦!”除了电子版的代表证,游客沈小梅还有一张由红绸布制成、可以别在胸前的代表证。这张代表证上分别绣有长城、镰刀、斧头、麦穗、枪5个图案,中间写着“中华工农兵苏维埃第一次全国代表大会”17个字。她告诉记者,这是在馆内的文创商店买的。作为一名青年教师,沈小梅准备把瑞金之旅做成VLOG(视频日志),让学生们跟随她的脚步“云探”博物馆。

“让科技赋能红色文创文化,产品更容易‘出圈’。”瑞金中央革命根据地纪念馆馆长杨丽娟介绍,近年来,在不改变革命旧址现状的基础上,他们致力于探寻科技与红色文化传播“1+1>2”的溢出效应。该纪念馆充分利用互联网、VR、AR等新技术手段,全力打造“VR畅游瑞金”“超级滑板”智能讲解员、“一苏大”代表登记处、“冲出重围”VR双人过关游戏等交互式体验项目。

“太刺激了!我们这一路越过重重艰难险阻,终于和‘大部队’会合了!”在“突出重围”VR双人过关区,游客李霞与队友“穿越”至红军长征时期的瑞金,化身游击队队员与“敌”周旋作斗争。在炫酷的“战争环境”中,李霞和队友深刻体验到当年革命先辈的牺牲奉献。

在“VR畅游瑞金”超级滑板项目区前,不少游客正排队等候,跃跃欲试。“戴上VR眼镜,坐在特制的座椅上,游客可以‘踩着滑板’穿梭在瑞金各景

区,游览革命旧址群。”“二苏大”旧址管理处负责人梁丽介绍。“我是江西人,常去各类红色景区‘打卡’,但‘踩着滑板’逛景区,对我来说还是头一遭。”摘下VR眼镜,游客吴美灵意犹未尽。

为让观众更有代入感,体验过程中游客也会穿戴还原版的“行头”——红军鞋一穿,红军笠一戴,体会别样的红色情怀。

文创最大的意义是传承,红色文创产品是讲述红色故事的重要载体。自去年以来,该博物馆以发生在中央苏区的10多个经典红色故事为主体,以该馆讲解员等干部职工为主演,融深情讲演、情景再现、舞台特效、配乐渲染为一体,推出“苏区精神永放光芒”情景故事讲演活动。“十七棵松”“七十五双草鞋”等红色经典故事中的经典场景被搬上大大小小的舞台,并根据不同的演出场地,时长要求进行合理化改编,感染无数观众。

打通文创生产与群众需求的“最后一公里”

“实用性”“体验感”,是瑞金某文旅公司相关负责人傅朝阳在工作簿上圈画最多的字眼。

通过问卷汇总、现场询问、网上调查等方式,该公司工作人员收集了大量游客反馈,对于提升文创产品实用价值、增强用户参与度有了进一步规划:有的游客更注重体验感,他们提供还原版的红军服装、红军草鞋等;有的游客更看重实用性,他们推出了笔记本、零钱包、钥匙扣等便携产品。针对不同年龄段人群,他们频出妙招:青少年认知能力强,接受新事物快,他们在“红都记忆”拼图等益智玩具上下功夫;大学生思维活跃,追求个性化,他们在特色保温杯、遮阳帽等产品上花心思;中老年人喜静、怀旧,他们在象棋、茶具、苏区纸币珍藏册、邮册等产品中融入古朴的设计元素。

“看,这是我领到的奖品!”端午节期间,叶坪革命旧址景区“知来路,启新

程”活动中,小朋友朱筱全部答对“苏区知识趣味问答”卡片上的问题后,在中华苏维埃共和国邮政局旧址内集齐7枚纪念章,拿到景区游客中心准备的免费红色文创产品。看着孩子脸上的笑容,朱筱妈妈开心不已:“让孩子们在节假日多参加这样的活动,就是让他们从小就感受那段艰苦卓绝的革命岁月,从中汲取奋进的力量。”

为打通文创生产与群众需求的“最后一公里”,他们线上建立网店,线下在各红色景区开放多家实体店,先后在“赣州文旅云”“江西博物馆大全”“博物馆在移动”等网络平台进行展示推广,加大红色文创宣传力度。据了解,除在各景区开办文创产品实体店,在节假日期间组织开展活动免费送文创产品外,该博物馆在各大互联网销售平台都开通了购买渠道,满足顾客足不出户就能选购文创产品的需要。

“来瑞金旅游的游客,离开的时候往往顺手捎上一件红色创意T恤。下次‘故地重游’,博物馆里多了好多红色身影。久而久之,红色文化的传播效益将得到进一步放大。”瑞金市文广新旅局局长戴橘子表示,下一步,他们将继续解锁更多红色文化打开方式,按照“特色化、差异化”的原则整合旅游资源,将红色文化资源转化为产业效益,在实现红色旅游创收的同时,向来自五湖四海的游客递出一张瑞金专属红色名片。



图①:瑞金中央革命根据地历史博物馆“国家银行石印机”主题展厅内景。

图②:“瑞京记忆”笔记本套装。

图③:红色主题茶具。

图④:文创商店一角。

图⑤:真丝零钱包。

图⑥:竹刻水桶摆件。

图⑦:瑞金中央革命根据地历史博物馆外景。

本版图片由瑞金中央革命根据地历史博物馆提供

制图:虞硕



为红色文化解锁新的打开方式

■刘宗炎

红色基因是重要的文化遗产组成部分,蕴含着共产党人的崇高理想追求,是社会各界开展思想政治教育的重要文化资源。红色文化创意产品作为传播红色文化的重要媒介,对红色文化进行了创造性转化和发展,迎合了广大民众特别是年轻人的“口味”。

随着《国务院关于进一步加强文物工作的指导意见》《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》等一系列文件出台,为红色文创开发提供政策动能。2020年12月10日,中国国家博物馆、中国人民抗日战争纪念馆等34家全国红色博物馆及相关领域机构共同成立“红色文创联盟”,以产业化思维探讨红色文创发展,为红色文创搭建了共享共赢

的大平台。

江西省瑞金市充分挖掘当地红色资源,以红色文化创意产品为载体,发扬传承红色基因,通过“政府搭台、企业唱戏”的模式,以国企为文创产品研发龙头,带动民间力量,激发红色文创产品研发热潮,为厚重历史找到当代载体的正确打开方式。开发的红色文创产品,带来了不同群体追捧的消费热潮,引爆当地红色旅游的热度,这一做法值得学习借鉴:发挥好红色文化产业在经济发展中的助推作用,找准革命历史文化与当代青年文化的有机融合点;用当代话语与创意的方式展示红色文化,在唱红色歌曲、观红色电影、参观革命遗址等活动中重温红色历史、缅怀革命

先烈,激励人们奋发图强;以科技赋能,开发更多情景式、体验式、互动式项目,让游客在感同身受中回望峥嵘岁月。

“我是土生土长的瑞金人,从小就经常到当地的红色旧址参观学习,对于发生在这里的故事耳熟能详。成为讲解员、进而参与文创直播活动,是希望能把博物馆趣味性和年轻化的一面展示给大家。”采访文创主播杨琪儿时,我们得到了这样的回答。

的确,传播红色文化,同样需要我们交出一份新意盎然的答卷。

