

民族非遗主题类体验游戏模式设计与文化传播研究

裘洪炯*, 姚旭#

浙江理工大学科技与艺术学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2023年3月14日; 录用日期: 2023年6月1日; 发布日期: 2023年6月8日

摘要

不难发现, 中国的民族非遗资源非常丰富, 但其保护与传承现状却存在较大的现实瓶颈, 部分的民族非遗正在失去传承的空间, 与当代年轻人的互动与传承上存在着严重的“鸿沟”, 面临失传的风险。依据数字媒体技术支撑, 以体验游戏的特殊传播语言指定民族非遗文化进行游戏化诠释, 形成非遗文化传播与开发的新场域。而体验游戏作为传播民族非遗知识手段逐渐被接受, 当非遗遇到游戏, “潮”起来正符合年轻的精神需求及消费理论。本文以体验功能性游戏为基础, 以民族非遗为主题, 在游戏中了解和学习民族非遗的魅力, 体验游戏共拾非遗文化。

关键词

体验游戏, 引导, 非遗文化, 寓教于乐

Research on the Design of National Intangible Cultural Heritage Theme Experiential Game Mode and Cultural Communication

Hongjiong Qiu*, Xu Yao#

KEYI College of Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 14th, 2023; accepted: Jun. 1st, 2023; published: Jun. 8th, 2023

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 裘洪炯, 姚旭. 民族非遗主题类体验游戏模式设计与文化传播研究[J]. 设计, 2023, 8(2): 164-170.

DOI: 10.12677/design.2023.82022

Abstract

It is not difficult to find that Chinese national intangible cultural heritage resources are very rich, but there are big practical bottlenecks in its protection and inheritance status. Part of the national intangible cultural heritage is losing space for inheritance, and there is a serious “gap” in the interaction and inheritance with contemporary young people, facing the risk of loss. The national intangible cultural heritage culture is designated with the special communication language of experiential game, and the game-based interpretation is carried out, while experiential game is gradually accepted as a means of spreading national intangible cultural heritage knowledge. When the intangible cultural heritage meets the game, the “tide” is in line with the young demand for refined sleeves and consumption theory. This article is based on the experience of functional games, taking the national intangible cultural heritage as the theme, understanding and learning the charm of national intangible cultural heritage in the game, and experiencing the game to pick up the intangible cultural heritage culture.

Keywords

Experiential Game, Guide, Intangible Cultural Heritage, Education through Entertainment

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

纵观中华灿烂文化历经几千年,从黄帝时期到当下文明已然成为世界闻名的非遗大国,创造了无数灿烂无比的文化瑰宝,给予我们民族独立的文化认同和文化自信。从某种意义上讲,这些非物质文化遗产不管“有形”或是“无形”都是国家的重要宝贵财富,是推动人类精神文明进步的根本力量,让非遗“活”起来,焕发非遗文化时代活力起到国际交流的重要作用。党的二十大报告中“建好用好国家文化公园”的战略部署提出,加大文物和文化遗产保护力度,加强城乡建设中历史文化保护传承,建好用好国家文化公园[1]。与文化深度融合,“破”与“立”的沉浸式文旅业态、国潮国风成为非遗保护、传承“破局重塑”的新风口。在此背景下,将情景、文创、文化、建筑等核心民族非遗文化与技术相融合,结合数字化体验游戏,让消费者既可以亲身感受特色非遗的无穷魅力,也能亲身体验到数字旅游、实地体验游戏相结合带来的“文化味”。

就地方经济而言,体验游戏的推广有助于民族非遗文化、文创产品“走出去”[2]。为具有民族非遗主题的体验游戏提供崭新的设计思路与发展空间,特别是人工智能的智能型数字产品技术的便捷应用使得非遗保护、开发掀起了一股前所未有的数字文化热潮。而地方民族非遗主题的文创产品由于同质化严重,消费者产生了视觉感疲劳,如绍兴的黄酒小镇与桐乡的乌镇古街、贵州与云南的手工艺品等等,虽然地域文化不同但售卖的产品同质化、单一化,贴上了“义乌货”的标签,这一问题不得不深入分析与探究。从体验游戏而言,民族非遗主题的体验游戏模式更值得深思。有学者认为:将民族非遗文化传承、开发需与传播形式相结合,即非遗文化题材借助形式,《王者荣耀》中鲁班七号的“狮舞东方”融合方式,非遗文化与传播形式完美的融合,迎合了市场的需求与品味[3],但失去了地方独特的文化标签,缺少了地方民族文化“走出去”的精髓。《斗茶 AR》app 游戏,利用现代的 AR 技术重现了宋代的各种斗

茶大会, 在科技与非遗文化的融合上得到拓展, 但只对某一非遗文化宣传, 地区文化标签没有体现, 即没有呈现出某个城市地标特色。这些可以说明地标式的民族非遗与传播形式具有直接关系, 即以体验游戏模式, 可以把某一地方特色标签的民族特色、非遗文化、文创产品、传承人等方面有效地串联起来, 实现具有地方特色的文化传播方式。如浙江绍兴非遗文化, 可以采用“引导式”体验游戏形式, 把各个分散的仓桥直街、鲁迅故里、书圣故里、八字桥等历史古街以角色扮演或体验游戏模式引导游客, 利用科技定位技术在游戏中实时定位所在位置, 并穿插各种非遗介绍、情节、打怪等模式, “寓教于乐”中直观呈现“新奇体验”, 借助体验游戏让年轻人熟知绍兴的非遗文化。因此, 当非遗遇到游戏, 借助何种体验游戏模式传播地方非遗文化是值得深究的问题。

2. 特色民族非遗文化如何“走出去”

对于特色民族非遗文化的数字化进程经过十多年的发展, 着重集中于以下几种保护实践: 一是非遗的传承人入手, 对非遗本身的价值与技能进行传承与研究, 并进行阶段性创新; 二是从非遗的嬗变入手, 以非遗为基础进行动漫设计、工业设计、平面设计的文创产品的开发与创造; 三是从传播的路径入手, 采用数字化模式对动漫、游戏、艺术设计进行融合创新。而民族非遗文化在体验游戏中的探索少之又少, 以非遗为主题的游戏产品具有影响力的游戏只有几部, 但以某一地标作为体验游戏蓝本则没有。2016年网易公司推出游戏《阴阳师》打通了“游戏与非遗”的壁垒, 融合非遗文化进行开发, 游戏与叶雕跨界合作[4], 把不同形态、动作、情绪及坎坷不屈的心狩鬼女红叶完美的演绎, 但是其角色设定只是提取非遗元素, 没有展现出东昌叶雕地域性背景及叶雕文化的探究, 只产生“遗”而不是“推”, 玩家无法从游戏中亲身体验东昌的地域文化, 从而失去了民族非遗文化传播意义。

通过以上分析, 在非遗传承与创新的进程中, 可以采用艺术与技术的不同学科进行跨学科研究, 地域性的非遗采用体验游戏模式产生新的创作思路[5]。首先, 非遗文化熠熠生辉, 区域性的非遗元素可以给予体验游戏创作新思路。那些民族性非遗文化的纸伞、敦煌文化、舞狮、古街等都可作为体验游戏角色造型的配饰、服装的营养与灵感。其次, 非遗文化含有大量人文故事与浪漫典故、诗文情怀, 对体验游戏的故事创作思路起到启示作用, 又在一定程度上保证游戏剧情的质量。最后, 以地域性非遗为线索, 本地人文、文创、传承人为元素进行区域体验游戏设计开发同样具有一定的现实作用。回顾国内功能游戏的发展路径可以看出, 创作出具有地域性体验游戏是民族非遗推广、传播的出路, 也是地域性非遗“走出去”的重要手段。由于各地区古街风格同质化严重, 谨防“脸谱化”, 游客怪不得产生“中国古镇多如牛毛, 去一个足以”的思维, 这源于其于各街区的风情大同小异, 缺乏了“娱乐”、“体验”的民族非遗体验游戏的介入, 使得地域性非遗无法“走出去”, 无法得到现代年青人、儿童的文化共鸣, “走马观花”式游览留不住游客的脚步。

3. 特色民族非遗的当下体验游戏诠释

从游戏学角度讲, 游戏设计需要机制、故事、美学及技术的四个系统维度。四个元素分析法既是体验游戏的构成维度, 也是“对游戏本体的认知框架”[6]。宾夕法尼亚大学教授凯文·韦巴赫提出的游戏化设计框架, 需注重以人为本的参与, 通过游戏元素及机制的组合, 满足商业活动的某种目标活动, 其核心是帮助从非遗的“非游戏”中寻找“新奇体验”, 利用任务进度、体验、引导、积分、特殊徽章、奖励等激励元素让用户“寓教于乐”完成相关的任务。对于地方非遗体验游戏不需要设计竞争性强的排行榜, 以互动性、即趣性为主进行设计, 强调“寓教于乐”、“趣味”来提高吸引力, 尤其提升年青人、儿童对非遗文化的满意度与参与度, 试想把一座文化古城设计成游戏场景, 角色扮演实地、实时身临其境, 对于古城文化的传播将事半功半。

作为研发团队, 需要匠心研究民族非遗文化精髓, “互娱体验”探索体验游戏的非遗多元融合[7], 如绍兴《越青瓷》的体验游戏模式架构设计, 可以设计一款互动 AR 游戏, 项目涵盖技术手法、烧制、上釉等环节并添加冒险寻宝的益智类闯关模式, 运用探险、体验、收集图鉴的方式达到“寓教于乐”的目的。然而, 有些非遗文化内容不适合深度的体验游戏化, 在非遗游戏的转化过程中应把握“度”[8]。如族性家谱不能深入的挖掘, 避免过于娱乐性、互动性、体验性, 会导致家谱信息传播错误或歪曲的事实问题, 只能在体验游戏中设置某一环节, “寓教于乐”式直观呈现体验, 如崇仁裘氏家谱, 不能以“宣传”形式融合到体验游戏中, 只需把家谱中的人物、故事、家训等以寻宝方式呈现。为此, 针对地区性的非遗文化开展体验游戏化设计提出三个维度分析: 首先以守护非遗文化“根脉”出发, 传承即守根。地域性民族非遗信息繁多、分布分散, 作为串联式体验游戏是地域信息资源的集成呈现平台, 因此在游戏模式架构初期应明确非遗“根脉”的目标及需求, 分门别类的分析出产品目标进行个类筛选与排序, 将非遗传承的产品目标转化为明确的客户需求行为, 找准非遗行为与当代客户需求的连接点, 适合当代客户观赏、体验、休闲集一身的非遗传承空间。其次以用户角度出发打造游戏化产品体验, 体验即寓教于乐。非遗游戏化是在游戏的情景中, 元素理论、体验及设计使用户沉浸其中, 但妄想通过沉浸式游戏设计使用户完全参与其中。再次以贪玩游戏为落脚点牵手文化非遗, 让非遗走进生活。“好不好玩”是一种主观感觉, 是判断一个游戏的核心机制, 它是影响任意单次体验的限制性框架, 可分解成目标、路径及方法, 设计健壮的非遗游戏化限制性框架结构, 支持输入多维视角的信息产生“新奇体验”。这种核心机制一方面可以帮助玩家对非遗文化有所掌控, 并提供有效的参考, 另一方面可以对玩家上手快、好玩、耐玩, 并完成目标任务给予一定的物质奖励, 促进易上手玩乐的兴趣。对于奖励机制则需要结合非遗游戏化工具给予实际的非遗物质成果作为用户激励, 这样可以游戏化的非遗变的“真实”, 又在游戏中传播了非遗文化知识, 有效拉近非遗与游客之间的距离, 真正提升非遗的自身价值及“造血功能”。当然, 在游戏中可以设置多项随机的未知“惊喜”内容, 即“彩蛋”, 来鼓励使用者进行探索未知非遗信息[9]。例如设计一款以寻找越剧文创产品为线索的游戏 APP, 文创产品包括明信片、手办、戏剧妆扮等内容, APP 里可以设计“练声”的“彩蛋”内容抽取稀有手办卡通角色模型, “练声”可以理解为越剧早晨 5~7 点的时间段专业演员的练功, 即“哼”越剧功能仅在早晨 5~7 点开放, 这样可以在固定的时间段“哼”出惊喜内容, 也吸引了想获取稀有手办卡通的兴趣。

4. 特色民族非遗的游戏模式架构设计

民族非遗文化的体验游戏模式应充分考虑用户的“新奇体验”、“寓教于乐”的特性, 以用户为中心进行设计, 为新一代的年轻玩家创造一个交互性的沉浸体验游戏平台, 而民族非遗沉浸式交互体验游戏应区别于 NPC、UI 等交互, 需将非遗文化、产品投射到特定的游戏场景中构成用户与游戏之间的交互体验, 形成情感联系的纽带, 即游戏中产生对非遗文化的反逆思维, 把沉浸体验游戏与文化体验充分融合, 产生非填充式非遗输入。如何加强沉浸感? 除了选择合适的游戏模式与趣味性的交互形式, 还需要具备合理的知觉体验、强烈的情绪反应及情感互动与共鸣三种特性[10]。合理的知觉体验即随着感知维度的反馈而对交互体验的增加, 如 VR 游戏模式的感知维度比普通游戏更加深入, 实镜接触与虚拟对象产生触觉互动。强烈的情绪反应由于情绪体验的起伏震动能引起用户注意力集中产生沉浸效果。情感互动与共鸣则给予用户更多的期待与情感体验, 是一种满足情感而非体验功能, 如《AR Dragon》是一款养宠物的 AR 游戏, 新用户要领养宠物蛋时需要点击三下, 蛋壳才能慢慢破裂获得专属的宠物龙, 点击三下增加了用户情感体验的过程, 给予用户参与感和期待感。所以说, 功能与情感体验设计是沉浸式体验游戏交互的重要部分, 营造氛围让用户享受某种即定体验与未知“惊喜”。为此, 以绍兴非遗为例, 在体验游戏中实现民族非遗的数字虚拟化体验设计转化(见图 1), 具体体现在以下几个方面:



Figure 1. Experience game design draft

图 1. 体验设计稿^①

1) 卡牌互动式

又称为纸牌游戏,属于极简、极易、趣味性极强的“盲盒式”抽取体验游戏,符合用户的直觉操作,即“无脑体验”,用户受众为小孩子、年轻人等对消费力不俗的群体。据《2022小游戏用户洞察报告》数据显示,小程序游戏仅次于APP游戏,用户量较大、欢迎程度位居第二,是嵌在应用内部“即点即玩”的游戏形式。“即玩即停”符合用户行为的便捷性易操作,能够利用碎片化时间打发“无聊”丰富我们的生活。《羊了个羊》就是“无聊”游戏的典型案例,AA模式盈利及对未知关卡的解谜心理,胜负欲望使得在2022年成为最成功的小游戏之一,剖析用户对解谜的心理打赢商业战。绍兴非遗文化以收集“古城明信片”为主要玩法,明信片的内容为古迹、名人、青瓷、台门、小巷等相关介绍,并设置相应景点抽取关键性的缺失明信片,收集一整套游戏明信片兑换相应真实套系明信片,即介绍了绍兴的非遗文化又“寓教于乐”。为了在游戏中设置未知“惊喜”,设计“打更”功能环节可以抽取稀有明信片,可以兑换成任意单一缺套明信片,即“万能卡”。“打更”是古时晚上官府为了“防火”的提示,“天干物燥、小心火烛”百年防火打更队当下在古城任然执行,所以“打更”功能仅在晚上7~10点开放,这样的未知“惊喜”普及了绍兴非遗文化知识,也吸引了部分用户对稀有明信片的渴望及“打更”非遗文化。

2) 交互体验式

交互式沉浸体验游戏借助AI技术体验非遗文化,让AI从“我”视角看世界,唤醒“老文化”,为用户带去更多的互动体验不断激发用户的兴趣。非遗是世代相传,需要适应周围环境及历史的互动延续过程中不断再创造与嬗变,承载着独特的民族、生活记忆,因此对非遗物象的理解并不是一个简单的旁看过程,对制作工艺、情景体验不易直观认知。2012年广电总局《关于加快纪录片产业发展的若干意见》提出,对于展现祖国发展变化,传承民族优良传统,满足人民群众的精神文化需求[11]。影像叙事只能隔空认识非遗的知识而不能形成全面的贴身工艺体会,以传统媒体场景化还原非遗工艺、生存空间只提供了一个呈现的平台。构思绍兴黄酒的工艺制作功能游戏,通过AI直观简单点击与拖拽实现对黄酒制作工艺的自由观察,虚拟场景实现情景再现,简单的交互体验式设计使黄酒制作省去了现实情境中各类复杂的工序,反复调试节约操作成本,使用户轻松“寓教于乐”达到教育传授目的。如黄酒制作工艺中的浸

米与蒸饭过程, 用户对糯米淘洗环节要随时点击糯米画面中出现的沙石、杂物、蛀虫, 要手动调试水温度, “打落”它们使糯米干净; 在上屉蒸糯米体量环节中, 用户要手动舀米来控制米量的多少; 在蒸饭中环节中, 需要上下划动手指反复添柴控制蒸汽量……, 这些非遗工艺行为富有趣味, 用户交互体验得以模拟再现, 了解黄酒工艺与经验、材料与器具之间的关系, 帮助用户遵循古法了解整个工艺流程。

3) 引导体验式

通俗地讲, 引导体验可分为剧情引导、设计引导、UI 引导、强制引导、社交引导和知识库引导, 能被用户直接控制, 是对游戏某种角色的“扮演”, 如游戏角色创建时扮演鲁迅小说角色, 用户直接置身于虚拟的功能游戏环境中, 除了了解非遗知识、感受周围虚拟环境外, 实现互动体验的无限放大, 体验者通过对角色“化身”的操控与体验, 与游戏角色在虚拟空间产生情感共鸣, 实现文化体验、熏陶[12]。在《魔兽世界》中部落用户模仿游戏中“为了部落”口号在现实中也同样喊出, 这种熏陶是对游戏文化价值的认同及身份认同表征。基于娱乐特征, 引导体验式游戏设计为 2.5D 的 RPG 类型; 绍兴古城场景与非遗结合进行引导式角色扮演体验游戏的开发, 将玩家化身到虚拟世界并反作用于现实世界, 即以古城地图为脉络, 联络分区块景点包括鲁迅故里、书圣故里、仓桥直街、青藤书屋、王阳明故里等等, 根据各个景点特色各推出不同的知识点动画介绍、竞猜、彩蛋、惊喜等环节, 这其中设计很多问题没有正确标准, 而是需要用户根据情景内心自定, 这些选择不会造成用户的失败而仅仅影响解锁的成就和非遗知识。并“自由”随机走动解锁古城隐藏区域, 触发“惊喜”模式; 并“扮演”闰土、孔乙己等不同角色在体验游戏中实时定位, 引导玩家在不同区域产生限定结果与“偶遇”惊喜。同时, 绍兴古城引导体验功能游戏进行网络实时定位联动, 各个玩家通过网络实时在同一游戏平台产生体验、交流学习等, 让不同“扮演”者在游戏中进行互动, 如寻找陌生小伙伴一起游览、寻宝、觅食或解锁新任务。这种引导体验游戏能够对现实情感缺憾的补充, 使讲好“非遗故事”唱响“绍兴有戏”。

5. 小结

民族非遗文化如何在体验游戏模式框架设计, 用户如何感知虚拟世界中的非遗文化, 进而如何进行游戏模式都将依赖于模式框架的交互体验逻辑[13]。非遗文化需要不断寻求新的传承模式、推广的形式及市场对非遗的需求, 合理的游戏交互体验可以帮助用户在游戏中体验非遗体验, 从而在游戏中获得民族文化认同感, “寓教于乐”达到非遗传承、推广。综上所述, 从游客对体验的角度做好非遗文化游戏的引导沉浸感, 首先在感知维度上, 结合游客对地方非遗文化的需求去丰富用户交互体验, 其次在游戏艺术形态上, 结合非遗与游戏实现游戏性与体验性的统一, 除了呈现体验游戏的基础需求, 更应该把民族非遗融入游戏的情感体验需求, 以卡牌互动式、交互体验式、引导体验式的游戏模式框架给予用户“新奇体验”, 并在游戏流程中设计清晰的模式、操作路径, 让非遗“活”起来。

基金项目

本文系 2022 年浙江省线下一流课程成果, 课程名称“三维角色模型”; 浙江省普通本科高校“十四五”教学改革项目课题成果, 项目“动画三维系列课程群立体化混合教学体系建设与实践”, 项目编号(jg20220749)。

注 释

①图 1 来源: 作者基于民族非遗主题类体验游戏模式设计概念图(作者自绘)

参考文献

[1] 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国

代表大会上的报告[R]. 北京: 社会科学 I 辑, 2022.

- [2] 徐鸣. 体验游戏在非遗文化推广中的应用研究——以“青岛市非遗保护数字展厅”为例[J]. 传媒创新与社会发展, 2020(2): 63-67.
- [3] 翟梦迪. 新媒体视域下非遗的传播现状与策略研究——以武汉天乐社相声为例[J]. 传播与版权, 2022(3): 81-84.
- [4] 李雪梅. 游戏与非遗融合的设计教学研究[J]. 艺术与设计(理论), 2021(4): 100-101.
- [5] 徐婷. 基于游戏化思维的非遗传承与创新研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2020.
- [6] 何威. 数字游戏批评理论与实践的八个维度[J]. 艺术评论, 2018(11): 26-37.
- [7] 徐瑞. 基于“互娱体验”的民族非遗体验游戏设计研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中科技大学, 2020.
- [8] 李林. 基于游戏化的非物质文化遗产 APP 设计研究[J]. 工业设计, 2020(5): 141-142.
- [9] 李嘉强, 朱琳. 非遗文化游戏化体验研究[J]. 中国电视学刊, 2019(6): 101-105.
- [10] 李嘉强, 朱琳. 非遗文化数字化表达的游戏化设计研究[J]. 数字技术与应用, 2021(8): 70-75.
- [11] 广电总局. 关于加快纪录片产业发展的若干意见[Z]. 中国纪录片发展报告, 2011.
- [12] 北京大学互联网研究中心. 游戏学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2019: 200-230.
- [13] 贺春娜, 刘建奇, 刘鹏程. 基于游戏引擎的非物质文化遗产数字化展示研究——以《苗绣传承》为例[J]. 数字技术与应用, 2020(5): 108-111.