

“让文物活起来”

——陕西历史博物馆文物拟人化创新设计研究

龚勋焯 王思涵 梁文雨 路增鹏 高靖京 邱李天彤

陕西省西安市西京学院设计艺术学院

DOI:10.12238/mef.v8i1.10130

[摘要] 本文探讨了陕西历史博物馆文物拟人化创新设计的现状、策略与推广路径。以陕西历史博物馆为对象,针对文物利用效率低、文创产品缺乏品牌性等问题。以文物拟人化创新设计为切入点,通过对文物符号的提取与应用,以及角色IP的品牌化和增值永续化研究,旨在提升文创产品的文化价值和市场竞争能力,充分挖掘馆藏文物的价值。实现博物馆从传统意义上的“以物为本”向“以人为本”转变,使文化价值与产业价值的互相赋能,将受众与博物馆之间关系进行升华。推动陕西地区旅游业及社会文化和经济的发展。

[关键词] 文物拟人化; 文创产品; 陕西历史博物馆

中图分类号: G263 **文献标识码:** A

Let cultural relics come to life

——Research on the Innovative Design of Personification of Cultural Relics in Shaanxi History Museum

Xunye Gong Sihan Wang Wenyu Liang Zengpeng Lu Jingjing Gao litiantong Qiu

School of Design and Art, Xijing University, Xi'an, Shaanxi Province

[Abstract] This paper discusses the present situation, strategy and promotion path of the innovative design of cultural relics personification in Shaanxi History Museum. Taking Shaanxi History Museum as the object, this paper aims at the problems of low utilization efficiency of cultural relics and lack of brand of cultural and creative products. With cultural relics anthropomorphic innovative design as the starting point, through the extraction and application of cultural relics symbols, as well as the branding and value-added sustainable research of role IP, the purpose is to enhance the cultural value and market competitiveness of cultural and creative products, and fully tap the value of cultural relics. To realize the transformation of the museum from the traditional sense of "object-based" to "people-oriented", so as to enable the mutual empowerment of cultural value and industrial value, and sublimate the relationship between the audience and the museum. To promote the development of tourism, social culture and economy in Shaanxi.

[Key words] The personification of cultural relics; Cultural and creative products; Shaanxi History Museum

引言

在中华民族伟大复兴的历史进程中,我国重视文物保护与传承的重要性,强调守护好中华文脉“让更多文物和文化遗产活起来”。文物和文化遗产不仅是历史的见证者,更是文化自信的基石。陕西历史博物馆,作为我国珍贵文化遗产的守护者,承载着厚重的历史记忆与文化瑰宝,然而,面对新时代的挑战下,该馆的文物利用效率低、文创产品缺乏品牌性等问题,未能充分发挥其品牌效应和社会价值。

本文旨在探索一条创新之路,通过文物拟人化设计策略,挖

掘陕西历史博物馆藏品的独特魅力,激发其内在活力。让博物馆的文物藏品活起来,让文物不仅仅是被保护和修复,陈列于博物馆。是应该让文物的文化遗产应该通过“再造”,将传统的“以物为本”理念转变为“以人为本”的文化体验,如何让这些文化真正地“活”起来,如何设计文化创意产品是值得思考的问题,打造具有广泛吸引力的文物角色IP,开发出颇具文化价值、实用价值的文创产品,文物才能达到真正的“活起来”。以此来提升文创产品的品牌影响力,促进文化产业与社会经济的协同发展。这一研究不仅将为陕西历史博物馆的文创产业带来新的增长点,

也将为全国乃至全球的博物馆文创产品开发提供宝贵的经验和启示。

1 陕西历史博物馆文物拟人化现状

在文物拟人化创新设计方面,国内的研究与实践正逐步兴起。文物拟人化作为一种新兴的文创设计手法,通过赋予文物以人格特征和故事情节,使其成为能够与观众产生情感连接的角色。例如,“唐宝贝”、“唐妞”等文创IP的诞生,正是基于陕西历史博物馆丰富的唐代文物资源,通过萌化、现代化的设计语言,成功塑造了一批具有鲜明个性的文物角色。这些角色不仅活跃在各类文创产品上,还出现在社交媒体、虚拟展览等多个平台,增强了文物的互动性和传播力。针对上述问题,陕西历史博物馆等机构正在积极探索文创产品与文物拟人化的新路径。通过深度挖掘文物故事,结合现代设计理念,打造兼具教育意义与审美价值的创新产品。同时,利用数字技术,如AR和VR,增强互动体验,让文物以更生动的方式呈现给公众,激发游客的兴趣和共鸣。未来,文创产品开发应更加注重市场调研,贴近消费者需求,平衡艺术性与实用性,促进博物馆文化的广泛传播和持久影响力。

然而,尽管取得了诸多进展,陕西历史博物馆文创产品和文物拟人化设计仍面临一些挑战。一方面,如何在尊重历史原貌的基础上,进行合理的创新与改编,避免对文物形象的不当商业化;另一方面,文创产品的市场竞争力和盈利能力仍有待加强,需要在设计、营销、版权保护等方面进行更多探索与实践。未来,随着科技的不断进步和市场需求的日益多元化,陕西历史博物馆的文创产品和文物拟人化设计有望迎来更为广阔的发展空间。

2 陕西历史博物馆代表文物拟人化创新设计策略

2.1 文物的语意符号分析研究

在对陕西历史博物馆文物进行拟人化解读与设计再造的过程中,聚焦于语意、语构、语境和语用四个维度,以创新的方式赋予文物新的生命和叙事。通过语意的分析与提取,吸取文物的精神内涵,通过变形或再造,与新生成的形态融为一体。反映文物本体的形态、色彩、材质、纹理、功能、结构、性能、情感等。其次,语构层面涉及如何将这些抽象的概念转化为具体的视觉语言。这要求设计师不仅要有扎实的造型基础,还要能灵活运用现代设计手法。解读文物产品背后的内涵,如文化、艺术、社会、故事、情境等内涵。而语境指的是角色所处的环境和背景故事,这需要我们深入挖掘文物背后的文化、艺术、社会和历史故事,为角色设定一个符合其身份的情境。最后,语用角度强调设计的实用性与意义传达。整个设计过程是一次从文物到角色的语义创造之旅,旨在让文物的显性语义(直观可见的属性)和隐性语义(深层次的文化价值)在新的载体上得以生动展现,从而实现文化的传承与创新。

2.2 基于设计符号学的元素提取及再造

陕西历史博物馆文物拟人化良性传承与推广,应该适应当下新的市场环境和现代人新的生活方式、审美情趣的需求。仅仅注重旅游文创产品的历史性、知识性,而忽略其创意性、实用

型、趣味性,很难吸引游客的注意力,文物拟人化创新设计是基于设计符号学的元素提取及再造,陕西历史博物馆文化资源非常丰富,包括器物、纹饰、精神、文化等多种类型。如陕西历史博物馆珍藏的“唐花鸟纹银香囊”,是一件融合了唐代审美与工艺之美的珍贵文物,通过对它的设计符号学分析,从语意、语构、语境和语用四个维度进行元素的提取与再造,创造出一个具有时代特色与现代审美的角色形象。

语意层面,“唐花鸟纹银香囊”上的花鸟纹样,这是唐代艺术的典型表现,不仅展示了当时人们对于自然界的热爱与向往,也体现了唐代社会的繁荣与开放。这些纹样在角色设计中可以转化为服饰上的图案,或是角色手持的扇子、饰品上的装饰,以此传递唐代艺术的独特魅力。

语构方面,考虑到现代审美的变化,可以适度调整花鸟纹样的比例和线条,使其更加简洁流畅,易于被当代观众接受。同时,香囊本身的圆形设计也可以启发我们创造出角色的标志性元素,比如头饰或腰间的装饰,通过现代设计语言重新诠释这一古典符号。

语境是指角色所处的历史与文化背景。在这个案例中,角色设定可以是一位唐代贵族女性,她不仅拥有精致的服饰,还佩戴着象征身份的花鸟纹银香囊。服饰的设计应当参考唐代的服饰文化,包括宽松的长袍、华丽的发饰和珠翠,以此营造出浓郁的历史氛围。

语用则关乎角色的功能性和意义传达。在设计中,我们可以让角色成为一个文化使者,通过她的形象和故事向现代观众介绍唐代的社會风貌、艺术成就以及香囊在日常生活中的重要性。例如,角色可以通过一系列的互动体验,如AR技术,带领观众穿越回唐代,亲身体验唐代贵族的生活场景,从而加深对文物背后文化的理解和感受。

基于设计符号学的元素提取及再造,不仅能保护和传承文化遗产,还能通过创新的设计手法,让文物以崭新的面貌出现在现代生活中,成为连接过去与未来的桥梁。这样的角色设计不仅具有高度的辨识度,还能够激发观众对传统文化的兴趣与探索,推动文化的持续发展与创新。

2.3 加入角色设计塑造具有代表性的IP角色

深入挖掘文物角色IP本身的文化内涵,将文化价值作衍生商品与多元场景的重要考量标准,使衍生品同时具有知识性、趣味性与实用性,用富有创意的产品设计激活品牌生命力;在产品推广上,充分利用各种新技术获取社会公众需求,通过网络推广扩大品牌影响力,使得文创IP创新永续化。

以陕西历史博物馆的代表文物——“镶金兽首玛瑙杯”为灵感来源,设计一个具有代表性的IP角色,通过角色设计深化与观众之间的情感联系,同时融入现代元素,确保角色的时尚感和实用性。

角色设计:该角色名为“玛瑙守护者”,是一位神秘而高贵的古代守护神,他的形象灵感来源于镶金兽首玛瑙杯上的兽首和玛瑙材质。角色的头部设计为一只融合了多种动物特征的兽

首,象征着智慧与力量,同时也呼应了玛瑙杯的兽首装饰。身体部分采用玛瑙的深红色调,衣着上点缀金色线条,模仿玛瑙杯上的金边镶嵌,展现出一种古典与现代交织的美感。

背景故事:“玛瑙守护者”来自一个古老而遥远的时代,他被赋予了守护人类文化和智慧的使命。随着时间的流逝,他化身成为一名游历四方的旅者,收集并保护着世界各地的珍贵文物,其中镶嵌兽首玛瑙杯是他最珍视的宝藏之一。每当世界面临危机,他便现身人间,以自己的力量保护文化遗产免受破坏。

融合现代元素:为了确保“玛瑙守护者”具有时尚感和实用性,他在现代的装扮中加入了高科技元素。例如,他佩戴着一副可以扫描和识别文物真伪的眼镜,这副眼镜实际上是一款智能设备,能够与世界各地的博物馆数据库相连,提供即时的信息查询服务。此外,他的衣物中还隐藏着小型无人机,用于空中拍摄和监控,以防止文物被盗或受损。

通过这样的设计,“玛瑙守护者”不仅是一个充满传奇色彩的IP角色,也是一个连接过去与未来的桥梁,他以自己独特的方式,讲述着历史的故事,同时引导着现代人去珍惜和保护文化遗产。

3 陕西历史博物馆文物角色IP品牌化和增值永续化的推广路径

构建IP开发模式。建立一个以文化遗产为核心,市场导向为驱动的开发框架。通过深度挖掘文物背后的历史故事、艺术价值和社会意义,提炼出独特的文化元素和精神内涵,形成IP的基石。在此基础上,结合市场调研,了解目标消费群体的偏好和需求,确保IP产品的开发既能弘扬文化,又能吸引大众,实现文化价值与市场需求的完美结合。

创新产品设计。创新是激活品牌生命力的关键。设计团队应充分利用文物的符号学元素,通过现代设计语言,将传统与时尚巧妙融合,创造出既具辨识度又富有趣味性的文创产品。例如,将文物的形态、色彩、材质等转化为角色的外观特征,或将其故事背景融入产品设计中,使每一件产品都能成为讲述历史的小窗口,提升产品的文化附加值和收藏价值。

运用新技术收集公众需求。借助大数据和人工智能技术,实时分析消费者反馈,了解市场动态,为产品迭代提供数据支持。通过社交媒体、官方网站和移动应用等渠道,开展互动式营销活动,鼓励用户参与共创,收集他们的意见和建议,不断优化产品和服务,提升用户体验。同时,利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术,提供沉浸式的数字体验,让公众以新颖的方式接触和了解文物,增强品牌的吸引力和影响力。

网络推广扩大品牌影响力。构建多平台、多层次的网络营销体系,通过微博、微信、抖音、B站等社交平台,发布高质量的内容,如文物故事讲解、产品使用教程、幕后制作花絮等,吸引粉丝关注和分享。合作KOL和跨界品牌,举办线上线下联动的活动,如文物主题展览、文创市集、线上直播等,拓宽品牌曝光渠道,提升品牌知名度和美誉度。

增值永续化。实施长期的品牌战略规划,建立完善的知识产权保护体系,确保IP的独创性和商业价值。通过授权经营、联名合作、衍生产品开发等方式,拓展IP的商业边界,实现多元化的收益模式。同时,注重社会责任,定期举办公益活动,如文物保护教育、文化遗产保护基金捐赠等,提升品牌形象,增强公众的认同感和忠诚度。陕西历史博物馆的文物角色IP不仅能在文化传承和市场推广中找到平衡点,还能在数字化时代下持续创新,实现品牌价值的最大化和永续发展。

4 总结

文物拟人化创新设计不仅是对陕西历史博物馆藏品的生动诠释,更是推动地方文化产业发展的关键动力。通过语意符号分析与设计符号学的元素提取及再造,成功将静态的文物转化为鲜活的文化角色IP,将传统的文物元素与现代设计理念相结合,不仅提升了博物馆的吸引力,也为文化产业注入了新的活力。实现文物与文化遗产的活态传承,为全球博物馆文创产品开发提供宝贵经验。这一系列举措不仅彰显了中国文化的独特魅力,也为中华民族的伟大复兴贡献了文化力量。

[项目资助]

大学生创新创业项目,2024国家级立项,“让文物活起来”陕西历史博物馆文物拟人化创新设计研究,项目编号:202412715009。

[参考文献]

[1]杨璟璇.文化符号视域下的博物馆文创产品设计研究[J].科技传播,2020,(01):32-34.

[2]杨盼盼.文物符号解读与文创产品设计方法研究[J].中国博物馆,2017,(08):45-49.

[3]郝畅.博物馆文化创意产业的现状分析[J].北京印刷学院学报,2018,(7):150-151.

作者简介:

龚勤烨(2003--),女,汉族,福建南平人,本科,研究方向:文创产品设计。

*通讯作者:

王思涵(1990--),女,汉族,陕西西安人,研究生,讲师,研究方向:数字插画及文创产品设计。