

基于巴蜀与三星堆双文化背景下双IP交互广告设计

沈鑫, 王威, 洪英, 曹阳

武汉东湖学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2022年10月19日; 录用日期: 2022年11月28日; 发布日期: 2022年12月6日

摘要

随着近年来中国综合国力的增强, 我国对于传统文化的传承和保护已经被提升到国家战略资源统筹发展的高度, “中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”更被视为中华民族伟大复兴战略中的一个重要文化方针。但是随着科技的发展, 很多属于中国人骨子里的传统文化正在逐渐淡出当代人的视野, 人们也越来越习惯利用手机来进行对信息零碎化的处理与接收。大部分人只知道巴蜀或三星堆这个名称, 不知道巴蜀和三星堆背后的文化。所以本文将从巴蜀与三星堆双文化背景下双IP的交互广告设计角度出发, 对相关文化传承和基础交互设计思路进行阐述, 以一种全新的视野展现在人们的眼前, 便于人们接受。

关键词

IP设计, 文化传承, 文化自信

Double IP Interactive Advertising Design Based on the Dual Cultural Background of Bashu and Sanxingdui

Xin Shen, Wei Wang, Ying Hong, Yang Cao

Wuhan Donghu University, Wuhan Hubei

Received: Oct. 19th, 2022; accepted: Nov. 28th, 2022; published: Dec. 6th, 2022

Abstract

With the enhancement of China's comprehensive national strength in recent years, China's inhe-

ritance and protection of traditional culture has been promoted to the height of the overall development of national strategic resources. "Creative transformation and innovative development of Chinese excellent traditional culture" is regarded as an important cultural policy in the great rejuvenation strategy of the Chinese nation. However, with the development of science and technology, many traditional cultures belonging to the essence of Chinese people are gradually fading out of the vision of contemporary people, and people are more and more accustomed to using mobile phones to process and receive fragmented information. Most people only know the name of Bashu or Sanxingdui, not the culture behind them. Therefore, based on the dual IP interactive advertising design under the dual cultural background of Bashu and Sanxingdui, this paper will elaborate on the related cultural heritage and basic interactive design ideas, and show them in front of people with a new vision for easy acceptance.

Keywords

IP Design, Cultural Heritage, Cultural Confidence

Copyright © 2022 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. 文化基础

三星堆遗址位于四川省广汉市，它的被挖掘出土展现了距今 4500~2800 年间的古巴蜀文化面貌和发展水平，是目前我国西南地区发现的分布最广、延续最长、文化底蕴最丰富的古文化遗址。近几年随着三星堆文化在四川省广汉市被挖掘出土，出土的相关文物生动具体地反映了古巴蜀地区的人文情感以及宗教信仰。通过大量的已知文献资料显示四川盆地是古巴蜀文明的起源发展的摇篮，是中华文明得以发展的组成部分之一。

随着 20 世纪以来三星堆文化遗址的考古事业的发展，为我们探讨巴蜀古文化的内涵和文化发展顺序提供了丰富的历史文献资料佐证，并出现了一批很具有参考价值的研究成果。文献显示长江上游的古文化最早产生于一两百万年前的更新世早期。由此不难看出这里出土的青铜面具、青铜神树、青铜大立人等极具历史文化价值和艺术审美价值的古文物更加证明了这里是我国古巴蜀文明开始的标志[1]。

作为中华文明起源重要组成部分，三星堆文化遗址对于研究中华文明起源的多元化和史前城市历史发展序列具有重要的参考价值。中华民族屹立于世界，有着灿烂的文化，三星堆文化的被发掘充分肯定地在证明我国历史的来源和真实性，让中华民族在灿烂辉煌的世界历史上占据了浓墨重彩的一笔，并且占有很大的话语权。三星堆文化是与世界上的最繁盛的古文化时间相当的，有着自己独立的开始和独立的发展脉络，并且有高度发达的区域性文明。三星堆文化所创造出来的独特美学可以被我们结合如今以时兴的交互形式和海报重新展现人们的眼前，从而运用现代设计语言去表达古巴蜀的审美底蕴。

2. 文化 IP 与三星堆文化

文化 IP 是指“一种文化产品之间的连接融合，是有着高辨识度、自带流量、强变现穿透能力、长变现周期的文化符号”。文化 IP 可以是文学作品、影视作品、网络表情包，也可以是景区文物古迹、重要文体赛事、文化旅游纪念品、家居日用品、工艺品等。《2018 中国文化 IP 产业发展报告》指出，文化 IP 的核心属性是内容和流量(粉丝)，两者相互支撑、相互融合，最终促使文化 IP 价值得以“转换、变现、

放大和生态化”[2]。

随着三星堆、金沙以及众多遗址的考古发现,研究巴蜀历史文化的出土材料越来越丰富。三星堆文化是中华民族文明的重要组成部分,是中华文明多元一体起源的实物例证,其出土的大批精美珍贵的文物见证了中华文明灿烂辉煌的一页。因此不难看出巴蜀文化与三星堆文化是一个相辅相成的依托关系。这个来自数千年前的传统文化 IP 之所以能够重新出现在人们的视野里并引起高度关注,与其古代巴蜀文化背景的加持是密不可分的,在这之前几乎没有对于古蜀文化发展脉络的完整、系统研究。因此当我们很好的将三星堆文化利用起来去再创造一个属于三星堆文化和巴蜀文化双文化加持下的传统文化 IP 设计时,以期达到传播继承传统文化的积极效果,同时也是树立国人对传统文化自信的一个新方式。

中华优秀传统文化是我们的文化自信之源。习近平总书记曾经强调:“我们要加强考古工作和历史研究,让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来,丰富全社会历史文化滋养。持续加强文物的活化利用,赋予了古老的文化全新的生命力。而要让传统文化“活起来”,有赖于各个传统文化 IP 再创造并积极传播,深深融入人们的日常生活带给人们切身的体验。因此,探讨传统文化 IP 的再设计具有重要的现实意义和理论价值。

3. 三星堆文创与巴蜀文明 IP 的互相赋能

根据以上分析,作为中华民族传统文化 IP 之一。三星堆馆藏的整体优势不在于数量,而是极具辨识度的三星堆面具、三星堆立人像上,借鉴大英博物馆的双 IP 的概念,将具有地域文化特色 IP 与三星堆文化 IP 相结合,开发出人们利于接受,不排斥的文化传播方式。一个 IP 以地域文化形成设计主题,地域文化是指自然环境,城市景观,人文风情为标志所形成的特色文化符号[3]。例如广汉这个风俗气息浓厚又具有个性化特征的城市,桃花会,龙狮灯大赛,松林桃,车站等标志就成为了交互设计等重要元素,推出城市系列相关的海报,让人们自然而然来广汉就得去三星堆,提起三星堆就想到广汉,形成两者串联的效果。

本土文化是地域文创产业的价值源泉,地域文创产业是推动地方文化经济发展的绿色动力。纵观国内外各个国家和城市的设计产业发展,无一不是依托本土文化资源,充分挖掘和展现地域文化特色,将本土文化元素与现代设计创意进行巧妙结合,不仅能够赋予设计深厚的文化内涵,提升其市场竞争力,还能够通过文创产品的传播提高本土文化知名度,丰富国家和城市的形象内涵,两者相互促进,相得益彰。将本土传统文化的民族精神和正确的价值观和三星堆文化进行结合的 IP 设计,使人们体会中国传统文化的工匠精神和图形蕴含的民族价值观的同时引入地方文化从而起到传承与创新地方文化的积极推广传播效果。

从视觉审美的依托、媒介传播的运用、文化角度的创新等方面挖掘三星堆文化纹样的细节和艺术价值,在项目中通过案例分析和图形转换上使整个图形语言更加明晰。三星堆文化的传播有利于落实我国的文化强国战略,也有利于增强我们的文化自信。因此我们尝试提出一些文化创新策略帮助提升三星堆在当下的社会乃至世界的影响力[4]。

(一) 从视觉审美角度

视觉符号是链接传统文化元素与观众的重要桥梁,能够为观众呈现出具有生命力的历史文化场景。从文物造型上看,三星堆出土的文物具有强烈的神权意识,如对鸟的崇拜和对太阳的崇拜;而从视觉上看,最具特色的还是青铜面具和新出土的黄金面具,其夸张的五官和具有历史沉淀感的色彩,瞬间抓住观众的注意力。因此,可以将这些视觉符号与 IP 交互相结合,用生动形象的交互广告讲解专业的知识。根据已有的文创产品设计理念进行二次设计并运用到我们的 IP 交互广告设计中,比如设计与双文化相辅相成的界面 APP;提取三星堆文物上的纹样或者具有高识别度的图形进行拼合创作文化 IP 形象;甚至可

以设计使用专属三星堆的 Logo 以及三星堆玩偶的周边、展馆海报设计等, 从而提升三星堆在社会面的影响力。

(二) 从媒介传播角度

1) 多媒体展示

与国内重点博物馆进行合作推广, 将设计三星堆文物与巴蜀地区为两个基本元素的 IP 形象向全国推广。三星堆可以联合各地省博物馆在展馆内设置三星堆文化专属的交互广告动态海报、播放三星堆 IP 形象动画。展示相关的文物和纹样图案的发展与艺术美学, 与各地的知名历史学者或参观人群进行相关知识的讲解。充分利用所设计的交互广告进行宣传和再传播。在特展馆或者专区展馆里, 可以增加三星堆 IP 形象的引导游览、趣味游戏等并结合交互设计进行知识讲解, 又或者利用交互广告与游客互动。可以在展馆中添加一些能够引起游客的兴趣和共鸣的活动来加深传播印象。

2) 线上讲好三星堆故事

将历史文化与现代设计结合, 让传统文化讲好“中国故事”, 通过对巴蜀文化和三星堆文化的认识, 我们将从移动端, 网页端两方面进行交互, 结合线上线下的并用, 打造地域文化与人之间的相互体验感。例如: 移动终端界面 UI 设计、双 IP 文化元素交互海报设计、线上分享平台, 以及双 IP 文化文创产品设计等等。让更多传统文化走进我们的生活当中, 让更多古时文化融入现代, 也让更多人排斥吸收传统文化, 让文化成为一张明星片。通过研究梳理总结出巴蜀文化与三星堆文化的一系列理论, 并作出相应的设计实践, 旨在为相关行业提供理论参考和实践指导, 最终开发设计出既满足大众物质与精神需求, 又具有双 IP 文化特性的系列设计, 通过传统文化讲好“中国故事”, 使设计成为巴蜀、三星堆文化的承载者与传播者。从而增强三星堆文化的传播力和影响力。

(三) 从文化创新角度

自主开发模式下我们选择依附于双文化下设计出一个专属 IP 形象并设计一系列交互广告包括动态海报、系列文创周边等; 授权联营模式下我们推动与各类出众或是具有一定影响力的品牌进行合作, 将我们的设计与其商品进行融合比如将所设计的 IP、交互广告与品牌旗下的商品进行二次设计, 贴合主题突出我们三星堆文化; 四个发展方向: 文创产品、影视文学、IP 授权、空间打造; 由于三星堆文化的小众性, 年代久远, 谜题众多, 三星堆文化带有浓重的神秘色彩。

为了让文物活起来, 增进文化认同, 坚定文化自信, 我们需要通过交互广告的设计形式, 将互动与广告传播的作用发挥到极致。让更多人特别是年轻人了解并使其对三星堆文化产生兴趣, 让三星堆文化融入到大众日常生活中来。我们的交互广告设计基于“古城古国古蜀文化”这一考古学文化定性而展开, 设计出互动性较强的交互广告增强互动性和体验感, 发挥三星堆文物资源的公共文化服务和社会教育功能。如何进一步设计出较好的交互广告和系列周边 IP 还是需要我们进一步的研究, 尽可能将巴蜀和三星堆文化很好地结合到交互广告中并发挥交互广告的最大能效是当前项目最大的困难。

4. 结语

通过本次的粗略研究发现, 我们试图将巴蜀文化与三星堆文化进行融合制作双 IP 交互广告是有一定的困难的, 但是基于中国传统文化发展战略来看, 这个项目是有必要的。我们的课题就是为了让沉封千年的文物再次出现于当代人的眼前, 让我们可以近距离地与先辈们进行跨时空对话。三星堆文化遗址凝固着我们中华民族自身的文化自信的价值体现, 同时它也是我们追寻先辈脚步的一个有迹可循的实实在在的产物。我们完全有必要将三星堆文化和广汉市文化推广出去, 映入人们的脑海、走进人们的生活中去。而目前来看, 我们只有推陈出新, 再进行进一步研究去考察和融合, 将广汉文化和三星堆文化的 IP 进行再设计并与当下交互概念结合起来才是最好的选择。

基金项目

《基于巴蜀与三星堆双文化背景下双 IP 交互广告设计》；项目编号：95Xc2022095。

参考文献

- [1] 施劲松. 三星堆器物坑的再审视[J]. 考古学报, 2004(2): 157-182.
- [2] 张源堤. 三星堆文化的全球化视觉审美和传播[J]. 丝网印刷, 2022(15): 17-19.
- [3] 高阳. 广汉三星堆博物导游词翻译策略分析[J]. 当代旅游, 2019(3): 55-56.
- [4] 李蕾, 倪钰. 从《风起洛阳》看古装剧的创作转向[J]. 中国电视, 2022(5): 22-27.