

博物馆文创产品与地域文化结合的设计应用

——以诸暨市博物馆为例

张议丹, 程嘉萱*

浙江农林大学暨阳学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2022年9月27日; 录用日期: 2022年11月24日; 发布日期: 2022年12月2日

摘 要

随着博物馆文创产品市场的流行, 诸暨市博物馆作为诸暨最具代表的有形地域文化集成者, 对文创产品开发进行了积极的探索。文章以西施主题为研究对象, 通过对历史人物外形、朝代服饰、色彩等视觉元素的剖析、组合, 与潮玩文化结合创新, 为诸暨市博物馆文创产品开发进行研究, 以推进诸暨地域文化的健康发展。

关键词

西施主题, 博物馆, 文创产品

Design and Application of the Combination of Cultural and Creative Products and Regional Culture in Museums

—Taking Zhuji Museum as an Example

Yidan Zhang, Jiaxuan Cheng*

Jiyang College of Zhejiang Agriculture and Forestry University, Shaoxing Zhejiang

Received: Sep. 27th, 2022; accepted: Nov. 24th, 2022; published: Dec. 2nd, 2022

Abstract

With the popularity of the market of museum cultural and creative products, Zhuji Museum, as the most representative integrator of tangible regional culture in Zhuji, has actively explored the de-

*通讯作者。

文章引用: 张议丹, 程嘉萱. 博物馆文创产品与地域文化结合的设计应用[J]. 设计, 2022, 7(4): 68-71.

DOI: 10.12677/design.2022.74010

velopment of cultural and creative products. Taking the Xishi Theme as the research object, this paper analyzes and combines the visual elements of historical figures' appearance, dynasty costumes, colors and so on, and combines with the trendy play culture to make a research on the cultural and creative product development of Zhuji Museum, so as to promote the healthy development of Zhuji regional culture.

Keywords

Xishi Theme, Museum, Cultural and Creative Products

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. 引言

近年来,随着博物馆 IP 设计产业的流行,诸暨市博物馆以推出全新 IP 产品为目的,面向大众开展了西施主题文创产品设计大赛和创新征集。目前,因本土文创产品的需求偏高,可发展空间较大,该馆计划在电商平台出售西施系列文创产品。本文以诸暨地域文化代表元素西施为研究对象,通过文化提取,将以西施为首的四大美女形象与当下热门的潮玩文化相结合,为诸暨市博物馆设计一系列可爱灵动的文创产品。

2. 地域文化的元素提取

对于地域文化的元素提取需从地域文化分有形与无形两方向考虑,有形如地理坐标、特色服饰、含义图案等;无形如民间传说、民俗故事等。对有形与无形地域文化元素进行提取结合,会使地域文创产品的地域特色更具有识别性和传播性[1]。

诸暨市博物馆是诸暨唯一一家国有综合性博物馆,是诸暨最具代表的有形地域文化集成者,以诸暨市博物馆面向社会征集西施主题文创产品设计为契机,对诸暨本土文化进行元素提取,并与潮玩文化结合创新,有助于推进诸暨市博物馆文创产品的健康发展。从诸暨本土元素出发,考虑知名度、传播度及大众接受度等因素,最终选取了西施作为设计主题。

西施主题元素提取通过对中国历史文化人物典故以及相关诗词进行研究了解,从最具有特色的传统服饰、典故特殊含义图案以及寓意花卉三个方向进行提取,创作一系列视觉元素。传统服饰、典故特殊含义图案和寓意花卉的提取以从表到里的顺序进行不同程度的创新设计;对传统服饰进行色彩元素以及其寓意的总结和搭配,从中筛选出最能展现人物性格和形象的人物所在朝代流行的服饰色彩组。

3. 载体选择原因分析

载体选择上,根据 Z 世代消费观念逐渐向更重视体验感的方向靠近,年轻一代带来的消费态度也表明了新消费的一种趋势。潮玩正是当下深受年轻一代追捧的新文化,而棉花娃娃作为潮玩中的一大类,具有外观可爱和自带话题性的特点,将西施主题创意应用到棉花娃娃设计中,在迎合年轻群体市场的同时,让具有千百年历史的美女西施在面向大众的传播过程中展现出全新的精神内涵。

4. 西施主题博物馆文创产品设计开发

4.1. 设计过程和元素提取

在娃娃的形象上,将四位人物所在朝代流行的服饰与典故特殊含义图案相结合,塑造出有文化内涵

的形象。西施系列棉花娃娃采用平面化、趣味性的画风。如图一所示, 西施娃娃对国家民族心忧怀虑的表情、貂蝉娃娃思念家人的表情、玉环娃娃张扬自信的表情和昭君娃娃落落大方的表情, 截然不同的神韵呈现出不一样的视觉冲击。将人们对书面人物认知的朦胧感扫去, 把古板的人物形象和现代潮玩结合起来, 给予它们一种反差的趣味感。

在典故特殊含义图案设计上, 每个娃娃的点缀图案是与其本身故事相结合。西施娃娃眼中的“爱心”是由貂蝉完成灭吴使命后跟随功成身退的范蠡双双隐去的文化传说提取而来; 貂蝉娃娃眼中的“月亮”是由貂蝉忧国, 独自一人夜下烧香拜月的典故提取; 玉环娃娃眼珠的“荔枝”由一骑红尘妃子笑, 无人知是荔枝来的诗词中提取; 昭君娃娃眼中的“雪花”是由昭君出塞的典故提取[2]。典故特殊含义图案以极简几何图形为主进行创新设计, 灵活运用在娃娃以及包装上, 使产品总体给人以可爱、灵动、个性的视觉感, 具有现代审美特点, 有利于传统文化的发扬。

在娃衣的设计上, 西施服饰选用駮黄和紫色为配色, 春秋战国时期对服饰习俗较考究, 青、赤、黄、白、黑五色正色为尊贵之色, 绿、红、碧、紫、駮黄不正色即间色为卑贱之色[3], 西施原为民女, 将其服饰配色设定为间色会与西施身份更加吻合; 貂蝉所在东汉时期, 人物服饰以青、白、红、黑色等为主, 结合貂蝉对月伤情的忧国形象, 选用清冷高尚为代名词的青、白两色为其主要服饰配色; 玉环的服饰配色根据盛唐时期追求艳丽张扬的色彩搭配, 选用华贵自信的粉红和黄色, 宽大裙装造型创造了一种圆润丰满的观感[4]; 昭君服饰选用青和红为配色, 因西汉壁画中人物衣着配色多以红色为主, 黄、白、青等色为辅, 到汉朝人们对服饰有了自己的追求, 款式为汉朝贵族女性最具代表性的“内为罗绮丝袍、齐腰裙, 外为曲裾”, 再结合昭君出塞增加一件抵御风雪的袄[5]。在人物所在朝代流行服饰不变的基础上, 同样对当时流行的传统服装色彩习俗进行保留, 使创新与传统兼并, 从而使其既符合当下审美, 又保留了优秀传统文化特色(见图1)。

4.2. 创意展开

西施系列棉花娃娃侧重于与信息接收者的互动, 通过视觉与触觉的双重感觉来满足消费者的体验感。

娃娃材质选择, 娃娃头发部分选用兔毛材质, 其特点是柔软亲肤、环保健康; 娃娃皮肤部分选用水晶绒, 特点是手感爽滑, 不会掉绒毛; 娃娃内胆填充选用PP棉, 特点是回弹性强, 不易变形。

配饰材质选择, 志书中有西施“母尝浴帛于石, 明珠射体感而孕”, 材料之一选用浙江诸暨特产珍珠; 材料之二选用浙江义乌特产仿真花, 浙江文化与特产相辅相成, 提高产品质感档次同时, 也为浙江经济带来效益。

在包装设计上, 大面积运用到祥云纹样, 拥有吉利和庄重优美的美好寓意。图腾设计则以四大美女的寓意花卉为设计灵感, 西施“秀色掩古今, 荷花羞玉颜”、貂蝉“朱唇一点桃花股, 宿妆娇羞偏髻鬟”、玉环“云想衣裳花想容, 春风拂槛露华浓”、昭君“秋菊有佳色, 裊露掇其英”[6]分别提取出四大美女的寓意花卉, 对四种花卉进行平面化设计, 以版画风格为主对其进行拆分再重组, 使之与祥云纹样风格统一。



Figure 1. Plan of Xishi series cotton doll
图1. 西施系列棉花娃娃平面图

4.3. 转化方式

直接转化为娃娃原型所在的朝代服饰色彩以及结构是采用了原型复刻这一提取方式, 可以最大程度的保留传统文化的特色, 表达了对传统文化的尊重和保护。

间接转化为将典故特殊含义图案以及人物寓意花卉与娃娃本身进行了拼贴、变形和重组的转化处理, 把最具人物特色的元素融合在同一个载体上, 将人物特点放到最大, 达到文创产品的设计目的[7]。

5. 西施主题文创产品的优缺点分析

由现代潮玩文化与当下消费市场分析总结, 紧跟潮流将当下热度较高的潮玩与西施主题相融合能使其传统型、艺术性保留的同时, 让刻板、模糊的四大美女形象变得更清晰和趣味, 与消费者产生互动性, 让消费者在为文化产品消费时, 体验到博物馆文创产品的趣味和传统文化的延续与新生。

不足之处在于博物馆文创产品内涵挖掘还有待深入, 诸暨市博物馆还存在官方账号、线上网站以及电商平台等新媒体部分对相关文创产品的介绍宣传方面力度不足以及产品数量较少等问题。

6. 结语

西施系列棉花娃娃优势在于其既是创作也是手段, 推动诸暨市博物馆文化产业经济的同时, 又增强了博物馆与参观者的互动性, 让人们认同文创产品的同时了解其背后的历史价值, 实现经济和文化的两开花, 便于向大众传播文化知识和底蕴。

基金项目

浙江农林大学暨阳学院 2022 年度院级大学生科研训练项目“西施文化在诸暨博物馆文创产品设计中的应用研究”(项目编号: JYKC2245)。

参考文献

- [1] 王晨竹, 王成玥, 穆美娇. 地域文化元素在文创设计中的提取与应用研究——以辽宁省朝阳市为例[J]. 今古文创, 2022(28): 73-75.
- [2] 卢延光. 中华历史文化人物读本[M]. 北京: 中国青年出版社, 2013.
- [3] 李岩. 论春秋战国服饰等级礼制的俗化[J]. 求索, 2015(11): 152.
- [4] 吴彦昭. 浅谈唐代服饰中审美文化的发展及影响[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2021(8): 93-94.
- [5] 宋歌. 从考古资料谈汉代服饰色彩的变化及其原因[J]. 中原文物, 2021(5): 119-123.
- [6] 陈灵清. “十四五”背景下的人物形象设计研究——以中国古代“四大美女”为例[J]. 流行色, 2021(7): 88-89.
- [7] 陈璐. 湖湘文化在文创产品开发中的应用研究——以长沙博物馆为例[J]. 湖南大众传媒职业技术学院学报, 2021(21): 9-13.