

甲骨文汉字文化活化利用创意设计研究

赵传军¹ 邵珂^{*2}

1 河南省工艺美术学会, 河南 郑州 450000; 2 安阳工学院, 河南 安阳 455000

摘要: 本文依托安阳本地丰富的甲骨文汉字文化资源优势, 将甲骨文与视觉符号传播设计、生活产品设计、旅游纪念品设计、儿童教育产品设计以及新媒体传播等多个领域相结合, 旨在弘扬甲骨文化, 实现优秀文化资源的活化利用, 进而成为推动安阳地方经济发展的重要动力, 构建具有安阳文化特色的文创产业战略。

关键词: 甲骨文; 汉字文化; 活化利用; 创意设计; 设计策略

Research on the Creative Design of the Activation and Utilization of Oracle Bone Inscriptions and Chinese Character Culture

Zhao Chuanjun¹, Shao Ke^{*2}

1Henan Arts and Crafts Society, Zhengzhou, Henan, 450000, China

2Anyang Institute of Technology, Anyang, Henan, 455000, China

Abstract: Leveraging Anyang's rich cultural resources in oracle bone script and Chinese characters, this study integrates oracle bone script with visual communication design, lifestyle product design, tourism souvenir design, children's educational product design, and new media dissemination. The initiative aims to promote oracle bone culture, revitalize outstanding cultural resources, and drive local economic development in Anyang. Ultimately, it seeks to establish a cultural and creative industry strategy with distinctive Anyang characteristics.

Keywords: Oracle bone script; Chinese character culture; Revitalization and utilization; Creative design; Design strategy

DOI: 10.62639/sspem36.20250102

引言

甲骨文——安阳市地方文化的优秀代表, 2017年, 甲骨文成功入选《世界记忆遗产名录》, 其深厚的文化价值及历史意义得到世界认可, 为中华优秀传统文化的传播打下了坚实基础。同年, 清华大学美术学院陈楠教授及其团队多年的研究和创作的“汉仪字库陈体甲骨文”问世, 掀起了年轻人对甲骨文的追捧浪潮, 同时也将甲骨文与文化文创设计研究推向了新的高度。

近年来, 中国文字博物馆在弘扬甲骨文汉字文化方面不遗余力地做了很多工作, 从“汉字”世界巡展到汉字大会, 再到全国文创产品设计大赛, 这些都为甲骨文汉字文化的宣传起到了很好的推动作用, 逐步走向公众视野, 不断更新人们对甲骨文的认知, 但安阳市文创设计产业的提升仍然有很大空间, 我们对于甲骨文的活化利用方面仍然需继续深入。

一、安阳地区甲骨文汉字文化利用的现状


(一) 安阳市文旅资源优势

安阳是中国八大古都之一, 国家历史文化名城, 安阳是甲骨文最早发现地, 《周易》的发源地, 中国文字博物馆、红旗渠、曹操高陵

所在地。被考证为华夏文明最早使用的文字甲骨文、世界上最大的青铜器司母戊大方鼎在安阳出土。安阳殷墟是世界公认的、当今中国所能确定的商代最早都城遗址, 有“洹水帝都”、“殷商故都”、“文字之都”之美誉。

(二) 甲骨文的美学价值

甲骨文是中国最早的成熟文字, 具有很高的学术研究价值和现代应用价值。但更让人折服的是其美学价值。众所周知, 汉字是从原始时代的图画发展演变而来的, 以甲骨文为代表的古文字作为中国最早能够运用于人们记录、交流的语言符号, 其图画性仍然非常突出, 线条流畅优美, 富有直观性, 给人以美的享受。甲骨文的美学价值来源于其字体的独特魅力、种类的丰富多样和彰显的文化特性, 以象形文

字“”字为例, 寥寥几笔将美丽的“鹿”

字跃然纸上, 契合自然形象、特征明确、语意准确、造型简练、形态优美, 充分将美学元素应用其中, 有取法天成的艺术美, 折射出先人符号思维、意象思维及具象、类比的思维特征和丰富细微的审美意识。这些都亟待与文创设计相结合, 进行更有效的文化传播。

(稿件编号: EM-25-2-83007)

作者简介: 赵传军 (1980-), 男, 汉族, 河南安阳人, 学士, 河南工艺美术师初级, 主要从事艺术设计研究。

通讯作者: 邵珂 (1997-), 女, 民族, 河南安阳人, 硕士, 助教, 主要从事艺术设计与交互体验研究。

（三）甲骨文在文创产品设计现状

甲骨文在文创产品设计中的应用形式是多种多样且富有吸引力的。随着人们对传统文化的兴趣日益浓厚以及文化自信的提升，甲骨文文创产品的市场需求不断增长。消费者越来越注重产品的文化内涵和情感价值，愿意为具有独特文化特色的文创产品买单。设计师们不断探索甲骨文与现代设计的融合方式，创新出许多具有新意的文创产品。甲骨文文创产品的推广和文化传播力度正在不断加大，通过文创产品的展示和销售，更多人能够接触到甲骨文这一古老而神秘的文字体系，了解其背后的历史和人文故事，从而增强对中华优秀传统文化的认同感和自豪感。

二、当前安阳甲骨文创意产品开发中存在的问题

（一）内涵不足，偏扁平化

甲骨文文创产品设计的前提是对甲骨文化的深入理解，而非仅仅停留于表面的素材应用。这一过程要求我们在理解甲骨文文化底蕴的基础上，融合美学理念、现代设计技巧、创新材料及工艺，从而创造具有当代审美和文化价值的产品。文创产品的核心价值，不仅在于其纪念意义，更在于通过产品这一媒介，有效传播并弘扬其背后的文化精髓。然而，市面上不少文创设计存在“贴图式”的简单粗暴现象，只是将图案或文字直接应用于产品表面，缺乏立体感和层次感。这背后反映出设计者对甲骨文化认知和挖掘的力度不足、设计元素提炼不到位以及设计创新能力匮乏。一款优秀的文创设计产品，是将图案、形态、色彩、材质与工艺多方面结合的成果。

（二）识别复杂，定位模糊

甲骨文作为一种古老的语言体系，其识别和理解的复杂性一定程度上限制了大众的兴趣和喜爱。尽管市场上甲骨文文创产品琳琅满目，但大多数产品设计定位模糊，很少针对特定人群的特点去设计，设计师的主观意识占主导而忽略了大众的审美需求，未能有效激发公众对于甲骨文亲近感与认同感。因此，在甲骨文文创产品的设计过程中，我们应发挥以用户中心的设计理念，进行问卷调查等工具进行设计调研，精准对接特定人群的情感共鸣点，提升公众对甲骨文文创的熟悉感与归属感。

三、优秀甲骨文文创产品应具备设计要素分析

（一）突出当地甲骨文化特色

甲骨文文创产品的研发，不是将文字图案贴在某个产品上，而是真正对甲骨文字有着深入地了解，突出其背后的文化，结合现代设计语言进行表达。如产品名称为“拼一块甲骨”拼叠积木，融合了卜甲作为载体，并将其分割

为十二生肖，为了让人了解甲骨文字中的象形文字，产品将其中生肖甲骨文字的特点及轮廓与十二生肖动物相结合，并以萌态抽象的形象，做成积木拼图，让产品中的积木表形表意，进而悟道文字的内涵，整个产品既突出特色又充满童趣。

（二）良好的用户体验

在产品之初最为重要的是用户的定位与细分，而后是产品使用的体验感。文创产品设计与细分也一样，同样一款产品，其定位是哪个年龄段？什么性别？是给自己买做纪念还是给朋友带？产品在使用过程中的体验感如何？产品的颜值、做工、质量、触感、材料等因素带给用户何种感受。在使用过程中的愉悦感如何，良好的用户体验是产品成功的基石。

（三）文化研究基础上注重产品的实用性

文创产品不仅仅是旅游纪念品，它还承担着传播和发展地方文化的重要作用，在开发文创产品时需要结合生活中的实际需求，产品要有实用功能、兼顾收藏和日用功能，这样的产品才能让人经常使用，在使用过程中感受设计的用心和深厚的文化内涵，而不是旅游归来后将其束之高阁。

（四）统一视觉形象、加强品牌保护

文创产品承载着传播地方文化形象的重要作用，不仅仅文创产品的视觉形象需要用心设计，其附属产品也应统一视觉形象，例如产品包装盒、手提袋设计、展示空间设计、新媒体中的公众号、抖音号、网络店铺视觉形象设计等等，都需要进行统一形象，这样有利于视觉符号的传播。通过提前做好品牌形象、形成品牌设计传播符号、注册品牌商标、原创新产品研发上市前申请专利保护等方式加强品牌形象的维护及保护意识。

四、甲骨文汉字文化创意产品开发的方向探索

（一）甲骨文与视觉符号传播设计

甲骨文作为一种信息符号记载着我国几千年的历史，在现代视觉传播设计中也占有不可或缺的位置。以甲骨文为基础元素广泛应用于LOGO设计、包装设计、字体设计、广告设计、展示设计、界面设计、插画设计等。中国文字博物馆的文创产品展厅陈列着明信片、书签、纸胶带、钥匙扣等上面文字图形多为甲骨文的活化再利用。陈楠教授团队设计的“甲骨文表情包”就是优秀甲骨文活化利用的典型代表，该设计通过简洁的线条、动态地演示出了文字的含义，让大众在趣味中理解字的含义及创字过程，传达力及美感结合了当前社会发展的需要，在大众尤其是青年学生中形成了良好的传播。

（二）甲骨文与日常生活产品结合创意设计

甲骨文的活化设计利用首先要考虑与日常

生活产品的结合,同时价位不能过高,既有一定的纪念意义,也要有一定实用价值,在使用过程中带给用户文化的传播以及设计的用心,例如:靠垫、杯子、雨伞、花瓶、餐具、灯具、桌面加湿器、充电器等等,生活中无处不在,但需要注意的是日用品而非工艺品,本质上有较大的区别,价格上也不能脱离实际,因此在设计与生产上对设计师的要求还是比较高的。

(三) 甲骨文与旅游纪念品结合创意设计

甲骨文与旅游纪念品的结合,其意义在于纪念,多为送朋友用,大多价位不是太高,适合材料及制作工艺较为简单的产品,例如文字百家姓、钥匙扣、明信片、书签、纸胶带、手机壳、帆布袋、小玩具等等产品。在甲骨文活化利用方面办公产品也是一个庞大的需求点。如文件夹、曲别针、便签、充电宝、u盘、笔、本等等。在该方面设计中需注意与产品实用性的结合,还需注意的是避免这类产品的市场同质化。

(四) 甲骨文与儿童教育结合创意设计

甲骨文具有较强的视觉表现力,尤其是象形文字,有学者将甲骨文拿给中国幼儿园3岁的孩子能够被准确地辨识。因此,在对甲骨文进行文创产品开发时,注重其文字象形的视觉效果,并以此作为突破口,也一直是新的文创周边开发的源泉。如甲骨文与儿童教育产品结合,以互动游戏为载体,通过图案和现代文字认识甲骨文,由甲骨文的象形认知进而理解现代文字的含义,有助于儿童对汉字的理解。

(五) 甲骨文与新媒体的结合

甲骨文,作为镌刻着鲜明中国传统文化标识的价值符号,要在新时代焕发光彩,离不开

传统与现代科技的紧密结合。借助新媒体技术,以传统文化为底蕴,推动甲骨文文创产业的内容创新。如今,科技的迅猛发展为甲骨文文化在新媒体中的传播与发展提供了新的契机。中国文字博物馆视频号发布的一段新媒体视频,生动讲述了“山”、“女”、“家”、“羽”、“人”、“火”、“水”等中国文字的演变历程,充分展现了中国文化的博大精深及汉字的独特美感,在极短的时间内便收获了10万+的浏览量和转发量。未来,文化资源与“AI+”的深度融合研发将成为主流趋势,这亦是青年一代接触和领略博大精深中国传统文化的重要途径。

五、结语

甲骨文——透过龟甲上镌刻的文字符号,为我们揭开了三千多年前的历史画卷。作为安阳市的杰出名片,如何活化利用甲骨文设计,传播优秀传统文化,宣传安阳地域特色,是我们需要持续深入研究的课题。如今,各省市纷纷开始重视自身的文化优势,积极开发独具特色的文创产品。尽管安阳市的文创产业发展迅速,但优秀的安阳甲骨文文化仍亟待进一步挖掘,打造出独特的文化品牌,让甲骨文真正走出中国,走向世界。

参考文献:

- [1] 吴静. 从“骨”至今—甲骨文在文创产品中的设计与开发研究 [D]. 海南大学, 2023.
- [2] 张帅, 吴晋豫. 文旅融合背景下博物馆文创产品的设计与研发问题探究 [J]. 文物鉴定与鉴赏, 2022.
- [3] 徐媛, 陈婧. 文旅融合背景下的文创产品开发设计研究 [J]. 智库时代, 2020.