

文化基因的现代转译：非遗泥塑的符号提取与文创产品设计研究

陈春丽 王俊竹 李熙璐 寻万祥 毛妍 沈毓娜^(通讯作者)

西安培华学院，陕西西安，710054；

摘要：非物质文化遗产保护遇到了传承和创新这两方面的难题，传统泥塑艺术需要去适应现代的文化环境。在当下文化创意产业发展得十分兴盛的情况下，挖掘泥塑艺术里的文化元素成了让传统艺术重新焕发生机的重要途径。本研究主要关注的是非遗泥塑符号体系的分解和重新组合，通过全面分析它的造型、花纹、颜色以及叙事符号所包含的文化意义，来搭建文化元素转化的理论架构。其目的是探寻传统符号和现代设计语言相互融合的方式，提出具有实际应用价值的文创产品设计方法，为非遗的动态传承和产业转型提供理论支持。

关键词：文化基因；非遗泥塑；符号提取；文创产品设计；现代转译

DOI：10.69979/3029-2735.26.03.073

引言

每一个非遗泥塑都承载着某个地区文化的共同记忆和审美特点，它的符号体系包含着民众对生命观念的独特理解。随着人们生活方式的改变，传统泥塑的生存环境发生了巨大的变化，符号所表达的意义和当代观众的认知之间的隔阂越来越明显。这种文化断裂的现象需要重新建立起传统艺术和现代生活之间的联系。本文从符号学理论的角度出发，从泥塑的形态语言、工艺特点和精神内涵三个方面进行深入分析。通过构建多层次的文创产品设计体系，尝试在保持文化真实性的基础上完成符号价值的现代重构，形成传统工艺和设计创新之间的对话机制。

1 非遗泥塑的文化基因解读

1.1 非遗泥塑的历史渊源与地域特色

在长达千年的农耕文明培育下，泥塑艺术于黄河流域和长江流域产生了大不相同的地方风格。关中地带的凤翔泥塑用饱满厚实的造型体现出秦陇文化的雄伟气质，而惠山泥人则依靠精细巧妙的江南韵味成为太湖流域民俗生活的一个体现。不同的地理状况催生出有差异的材料工艺，黄胶泥的粗糙质感和无锡细泥的柔软润泽特性分别造就了北方刚健、南方柔美的审美倾向^[1]。这些泥塑一开始是为祭祀仪式或者节庆活动服务的，像山西黎侯虎作为镇宅的神兽，承载着人们驱邪迎福的共同心理需求，天津泥人张的戏文题材则反映出市井社会的

道德教导作用。地方文化基因通过师徒之间口头传授和内心领悟一代一代传承下来，让泥塑不仅成为民间信仰的物质载体，也成为地方身份认同的视觉标志。

1.2 泥塑的符号系统分析

泥塑的视觉语言是由多个层级的符号有机组合而成的，它的造型规律常常打破现实中的比例，以此来突出精神特征。山东高密叫虎那夸张的头部占了整体的三分之一，增强了镇宅神兽的威严形象；凤翔挂片上的牡丹图案用放射性的构图表达了生命繁衍的隐含意义。色彩符号遵循着严格的象征体系，河北玉田泥塑中的青色和赤色对应着阴阳相互生成的宇宙观念，无锡大阿福的粉绿对比色则暗藏着江南五行文化的调和平稳之意。叙事符号在题材挑选上有明显的指向，河南淮阳泥泥狗《人祖猴》通过交媾图腾传达出生殖崇拜，而老北京兔儿爷的铠甲造型实际上隐含着对孩童勇敢坚毅品格的期望。这些符号共同构成了可以解读的文化文本，它们的深层含义需要放在特定的民俗环境中去解读。

1.3 文化基因的核心要素提取

从符号表面向文化核心追溯，泥塑基因包含精神观念和物质形式两个方面。吉祥意识作为核心推动力量，把福禄寿喜这些世俗愿望转化为蝙蝠（福）、鹿（禄）等谐音形象，而二十四孝题材则通过伦理叙事来维持传统宗法秩序。审美基因体现在形式规则中，陇东泥塑的波浪形底边既符合了窑洞窗台摆放的需要，其流动的曲

线又暗暗契合道家生生不息的哲学观念。材料工艺基因更具有实践价值,广东大吴泥塑的“压光”技巧能让胎体呈现出像瓷器一样的光泽,这种改良传统黏土配比的智慧对现代材料创新有着启发意义。最终提炼出的文化基因图谱,成为传统符号向当代设计转变的遗传密码。

2 非遗泥塑符号在文创产品中的设计实践

2.1 设计定位与多维用户研究

明确找到主要用户群体是设计工作的第一步,年轻消费人群对文化产品的审美期望和传统收藏人士有根本不同,前者更看重在日常环境中的文化装饰作用,而后者专注于工艺原本特性的保持^[2]。对于文化旅游纪念品市场,需要重点考虑游客携带方便的需求和地域标志可识别程度,办公环境中的文化创意物品则应在仪式氛围和实际使用价值之间找到平衡。当设计团队深入剖析用户情感需求时,发现城市里的白领人群把带有泥塑元素的文具当作减轻焦虑的情感依靠,农村集市的消费者则更愿意选择有镇宅意义的泥塑相关产品作为家庭装饰。这种情感投射的差别,要求设计者区分符号转化的不同程度,比如为年轻一代开发的增强现实泥塑滤镜要加强互动的有趣性,而针对传统文化爱好者的限量版复刻产品必须严格依照传统的色彩搭配模式。多方面用户形象的创建,使设计策略从单一的产品提供转向体验场景的打造,所以博物馆商店的泥塑盲盒通过有故事性的包装引发收藏的欲望,民宿定制的泥塑门牌则借助当地的文化故事加深旅客的记忆印象。

2.2 文创产品设计谱系构建

2.2.1 生活美学类产品

传统泥塑元素往日常用具转变要处理好形状和作用的协调问题,有一款以镇宅泥老虎为模型的陶瓷台灯就展示了这个过程。工匠把泥老虎的卷毛图案变成灯罩上的镂空构造,当灯光穿过那些小孔时,会在地上投出传统祥云的影子,原本静止的守护元素就这样有了光影表达的能力。材料方面也有新的尝试,陶土配方里加入竹纤维来增强硬度,让泥老虎鼓出的眼睛形状能在灯具的开关旋钮处完全保留,手指摸到的凸起感延续了玩泥塑时的原始触感记忆。考虑到现代家居喜欢简洁的需求,泥老虎粗的四肢被简化成流畅的支架线条,而背部的火焰纹通过釉料分层烧制的技术,呈现出若隐若现的纹路,最后在晚上照明和白天摆放的场景中都能传达文化元

素。

2.2.2 时尚配饰类产品

泥塑元素的时尚化转化重点在于符号意义的现代重新构建,带有神兽獠牙样子的耳饰开发过程很有代表性。因为原来泥塑獠牙的尖锐形状容易让佩戴的人不舒服,设计师把它旋转45度,并用食用级硅胶包裹,转折的地方镶嵌微型陶片来还原泥胎的颗粒感觉,传统驱邪的符号就这样变成了前卫的身体装饰。颜色体系需要重新解释,原来鲜艳的彩绘釉色变成哑光镀层,通过阳极氧化工艺在钛金属表面形成渐变的青斑,既和泥塑的窑变效果相呼应,又符合都市的极简审美。为了加强文化认同,耳针里面刻有微型缩小版的泥塑图腾,这种隐蔽的符号只有在特定角度反光时才会显现,佩戴的人因此能获得文化身份识别的私密快乐。

2.2.3 文教娱乐类产品

具备教育作用的物品要把文化方面的认知转变为可互动的体验,可拼插的泥塑生肖套装的设计就体现了这种转变思路。传统泥狗那种龙首马身的造型被拆分成十二个标准的部件,孩子们在拼接的时候,关节位置的磁吸构造会发出类似陶铃的轻微声响,这种声音回应很巧妙地再现了泥哨的发声原理。纹样教育融合到了游戏模式当中,当鳞片部件和鬃毛部件正确组合时,接触点的导电油墨会让LED灯亮起来,拼合的地方出现的甲骨文“祥”字,揭示了纹样原本的含义。升级版还加入了AR扩展现实功能,扫描做好的成品,就能观看到三维动画演示该神兽在节气祭祀活动里的民俗角色,知识传播就这样从静态的讲解变成了情境式的沉浸感受^[3]。

2.2.4 数字文创类产品

实体泥塑的数字化重生依靠多种技术的整合,泥虎呼吸动画表情包的开发就说明了这个过程。动作捕捉团队记录下老匠人捏塑时手指的压力大小,把这些力学数据变成像素运动的弹性指标,让数字泥虎腮部的起伏精准地再现手工制作的痕迹。区块链技术给文化带来了新的价值,每套表情包里包含的智能合约会记录匠人的创作视频,收藏的人在转赠时可以添加个性化的泥塑彩绘层,形成可以追溯的再创作链条。社交功能增强了参与感,用户通过APP给泥虎绘制虚拟纹样之后,算法会自动生成该纹样在古陶器上的演变图谱,分享到社群就能解锁传统图案的现代应用案例库。

2.2.5 文旅融合类产品

文旅产品的主要竞争优势体现在文化场景向现代的转化，NFC智能泥塑门牌号的设计突出了这一特点。当把传统门楣上狮子的造型缩小到手掌大小的时候，设计师加强了它怒目造型线条的锋利程度，以此来确保在远处也能被识别出来，而底部嵌入的芯片则包含着丰富的内容。游客用手机触碰后就会启动三维建筑投影，动画会展示泥狮在不同朝代门饰中的形态变化，最后停留在当下民宿的建筑实际图片上。为了让体验更加完整，门牌号还附带了可溶于水的陶土插件，游客拓印图案后将其浸泡在水中，随着陶泥的溶解会显现出二维码，扫描二维码可以获取当地工匠口述历史的录音。这种设计让文化消费变成了能够带走的记忆载体。

2.3 设计流程与创新方法

传统泥塑的当代转化需要打造一套有体系的设计路线，三维扫描技术在这个过程中起到重要作用。针对某个泥塑坐虎的弯曲表面形状，用高精度的点云数据记录下每一处手工制作的痕迹，这些初始数据经过拓扑改进后形成简洁的网格模型，为后续的工业生产奠定数字根基。材料创新方面要打破传统的约束，工匠不断试验植物纤维复合材料的搭配比例，最终得到一种新型环保材料，它既有泥塑粗糙的质感，又有抗摔的性能，在文化符号的视觉传承和现代产品的耐用要求之间找到了平衡。跨领域的合作让功能融合更深入，当把坐虎的卷毛图案应用到空气净化器外壳上时，流体力学软件模拟发现原来的造型会阻碍气流，工程师马上调整内部的腔体结构，让莲花底座的镂空部分既保留传统图案的特点，又能提高设备的性能^[4]。革新手段的关键在于动态调整，比如坐虎的耳部造型在3D打印原型阶段被发现容易断裂，通过用参数化的方法增厚内壁，同时保持外部曲线不变，让传统神兽的威严形象在工业标准下得以重现。

2.4 设计评价与迭代

设计成果的不断完善依靠科学的验证体系，原型测试要涵盖文化认知和物理性能两个方面。盲测实验有其独特的作用，把没有标明来源的坐虎图案水杯放在青年群体的使用场景中，观察用户对虎眼符号的本能反应，数据显示简化眼周线条可以提高现代用户的接受度，同时又不影响其威严感。量产的可行性评估必须提前介入，坐虎造型的钥匙扣经过十二次跌落测试，对陶土配方的调整重点加强腿部和躯干连接的地方，这种有针对

性的改进避免文化产品变成容易损坏的物品。用户反馈渠道为长期优化提供了基础，在数字端设置版本更新日志，当首批消费者反映AR坐虎动画的爪部动作看起来不真实时，动作捕捉团队根据这个反馈优化了肌肉运动的算法。更新的本质是文化基因的适应性演变，销售数据显示青少年群体很难理解坐虎镇宅的寓意，设计师为此嵌入NFC芯片，轻轻触摸产品就能触发三维动画，展示该符号在古建筑门楣上的演变历史，对历史情境的重新构建让文化基因获得了当代的生命力^[5]。

3 结语

非遗泥塑的现代转化实践，验证了提取和重构文化元素对于文创设计的基础作用。基于符号体系建立的产品体系模型，为传统工艺的产业化发展提供了可行的途径。在设计过程中，对材料工艺、使用功能和情感体验的综合考虑，极大增强了文化符号在现实中的承载能力。未来的研究需要进一步深入探索数字技术对传统符号的再创造机制，关注虚拟空间中文化表达的新形式。在全球本土化的背景下，非遗文创应该建立动态调整机制，让传统艺术元素在技术变革和文化融合中不断释放生命力。

参考文献

- [1]王艺瑶. 非遗视角下传统民间艺术文创产品创新设计研究[D]. 吉林大学, 2025.
- [2]薛荣荣. 地方创生理念下非遗文创产品设计研究[D]. 安徽建筑大学, 2024.
- [3]蔡颖君, 董璐. 聂家庄泥塑在现代文创产品设计中的应用研究[J]. 设计, 2023, 36(05): 46-49.
- [4]李若梅, 陈美臻. 符号学视角下竹篮泥塑非遗文创设计研究[J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2021, 26(02): 101-108.
- [5]武晖. 北京非遗“兔儿爷”文创产品设计研究[D]. 湘潭大学, 2020.

通讯作者简介：沈毓娜，女，汉族，西安培华学院马克思主义学院讲师，研究方向：传统文化。

基金项目：2025年陕西省国家级大学生创新训练计划项目《泥韵焕新——基于国家级非遗泥塑调研的文创产品设计》阶段性研究成果。（项目编号：202511400010）