

文化转译视角下金上京历史博物馆铜镜纹饰文创设计研究

邬思文

(黑龙江大学艺术学院, 黑龙江 哈尔滨 150080)

摘要:在博物馆文创由文物复制向文化体验转型的背景下,传统纹饰如何保持历史依据并进入当代生活,成为地方博物馆文创设计的重要问题。文章以金上京历史博物馆金代铜镜纹饰为研究对象,运用文献研究、图像分析与设计推演方法,从纹饰题材、构图结构和文化语义三个层面分析其视觉特征,并构建“文化资源识别—语义解码—视觉基因提取—形式重构—场景适配—反馈优化”的文化转译路径。研究提出,双鱼纹、龙纹、人物故事纹、瑞花纹及环带边饰等纹饰,不宜以整体临摹和表面粘贴的方式直接应用于产品,而应通过核心形态提取、语义分级、模块化重组和媒介适配,实现从文物图像到现代视觉符号的转化。在此基础上,文章提出以双鱼纹为核心母题、以龙纹和瑞花纹为辅助图形,并通过分层色彩、系列化产品与数字传播形成统一文创视觉系统。该路径可为提升金上京文创的地域识别度、文化准确性与生活适用性提供方法参考。

关键词:文化转译;金上京历史博物馆;金代铜镜;纹饰;文创设计

DOI: doi.org/10.70693/202607128500

一、研究缘起:铜镜纹饰文创转译的必要性

博物馆文创并非文物形象的简单复制,而是将馆藏知识、历史记忆和审美资源转化为公众可理解、可使用、可持续接触的文化产品。文化消费语境的变化,使文创产品由“纪念性物件”逐步转向兼具信息传递、审美体验和生活功能的文化媒介^[1]。然而,部分地方博物馆在开发过程中仍存在元素选择零散、同质化贴图、产品之间缺少视觉关联等问题,文化资源优势未能转化为稳定的品牌识别^[2]。

文化转译强调在不同语境之间完成意义转换。其关键不是改变传统文化的基本内涵,而是以现代视觉语言重新组织传统符号,使其在新的媒介、功能和受众关系中保持可识别性。刘媛霞、殷俊提出,传统图像的数字文创设计需要经历文化信息选择、视觉元素转化和媒介表达等环节^[3]。这一思路同样适用于金代铜镜纹饰:只有先解释纹饰的历史语义和构成规律,再进行形态简化、结构重组与场景匹配,才能避免“有纹样、无文化”的表层化设计。

金上京历史博物馆以金代历史和金源文化为核心,铜镜是其具有辨识度的馆藏门类之一。铜镜背面的纹饰不仅体现铸造工艺和装饰审美,也记录了金代社会生活、吉祥观念及多民族文化交流。金代铜镜在继承汉唐宋镜传统的同时,形成了双鱼、龙纹、人物故事、瑞兽、瑞花等具有时代特色的题材^[4]。因此,以铜镜纹饰为切入点开展文创设计,能够把器物研究、地域文化表达和现代视觉传播连接起来。

二、金上京铜镜纹饰的文化与视觉特征

(一)纹饰题材体现生活经验与文化交融

金代铜镜纹饰的文化价值首先体现在题材的多样性。双鱼纹与北方水域环境、渔猎生活及“有余”“和合”等吉祥观念相联系;龙纹延续传统权力和祥瑞象征,又呈现粗犷有力、盘旋聚合的北方审美;人物故事纹将农事、游乐、传说等内容纳入镜背空间,使铜镜成为具有叙事性的生活图像;瑞花、植物纹及几何环带则以生长、秩序和连续性形成辅助寓意。

(二)圆形制约形成分区、对称与环绕结构

作者简介:邬思文(2002—),女,硕士研究生,研究方向为视觉传达。

铜镜以圆形为基本器形，镜钮通常处于中心，纹饰围绕中心向外展开，形成中心区、主体区和边缘区等层级。其视觉组织多采用旋转、放射、对称、连续和环绕等方式。这种结构一方面保持了器物的稳定与秩序，另一方面通过曲线方向、疏密变化和主次层次营造动态感。文化符号融入文创设计时，应同时识别“题材形象”和“组织规律”：前者回答画了什么，后者决定如何构成。仅截取单个鱼、龙或花瓣而忽略其对向关系、环形节奏和层级分区，往往会削弱铜镜纹饰的原有识别特征^[5]。

（三）纹饰视觉基因具有系统化开发价值

所谓视觉基因，是指在图形被简化、变形或跨媒介使用后，仍能指向原始文化来源的核心特征。金代铜镜纹饰的视觉基因主要包括三类：一是具有指向性的主题形态，如双鱼的对游姿态、龙纹的盘曲走势；二是具有稳定性的构图骨架，如中心聚合、环带分区、轴线对称；三是具有连续性的装饰节奏，如卷草、花瓣与几何边饰。将三类信息分层提取，可以形成主图形、辅助图形和边饰纹样，进而支撑包装、文具、织物、首饰及数字界面的系列化设计。

表1 金代铜镜典型纹饰的转译要素

纹饰类型	文化语义	视觉基因
双鱼纹	生息、和合、水域生活	对向游动、S形曲线、环形构图
龙纹	力量、祥瑞、权力与秩序	盘旋走势、遒劲线条、中心聚合
人物故事纹	生产生活、礼俗与文化融合	场景层次、叙事节点、连续画面
瑞花纹、植物纹	生长、吉祥、生命秩序	放射花瓣、卷曲枝蔓、连续边饰
几何环带纹	结构秩序与装饰节奏	重复单元、环带分区、疏密变化

三、文化转译视角下铜镜纹饰的设计方法

（一）文化资源识别：建立可追溯的纹饰样本

文化转译应从样本筛选开始。设计者需要依据馆藏图录、展签、考古资料和相关研究，记录文物名称、年代、尺寸、出土信息、纹饰题材及释义，避免仅凭网络图片或个人审美选择元素。样本可按照“文化代表性—图形完整度—转化适宜度”进行筛选：优先选择与金源地域文化联系明确、纹饰保存相对完整、构图具有延展可能的铜镜。金上京文创的核心符号不宜过多，可将具有在地识别度的双鱼纹设为核心母题，将龙纹、瑞花纹和环带纹作为辅助系统，以保证品牌形象集中而不单调。

（二）文化语义解码：区分核心意义与延伸意义

对纹饰的解释需要建立语义层级。第一层为必须保留的核心意义，如双鱼纹与金代北方生活经验、吉祥观念之间的联系；第二层为可以转化的情感意义，如活力、共生、流动；第三层为可根据产品场景补充的当代意义，如陪伴、循环和可持续。地域文化符号的设计不能只保留外形，还应通过名称、文案、包装叙事或数字交互说明其来源^[6]。语义分层既能防止过度阐释，也为不同产品确定表达重点：知识型产品强调历史信息，生活型产品强调情感联想，礼赠型产品则突出祝愿与身份表达。

（三）视觉基因提取：从完整纹样转向模块化单元

视觉提取可依次经历描摹、骨架分析、特征概括和模块建立。描摹用于确认原始线条与比例；骨架分析提取中心、轴线、旋转方向和层级分区；特征概括保留最具识别度的外轮廓与动态走势；模块建立则把主形、辅形和边饰转化为可以重复、拼接和变换的基本单元。符号学研究指出，文化符号的设计价值来自能指形式与文化所指之间的稳定联系^[7]。因此，简化应以“不破坏识别”为边界：鱼体可以几何化，但对向游动和水波关系不能同时消失；龙纹可以减少鳞甲细节，但盘旋姿态和力量方向应得到保留。

（四）形式重构与场景适配：建立跨媒介视觉系统

形式重构包括几何化、正负形、局部放大、连续排列、叠加错位和色彩再编码等方法。重构后的图形还需与产品形态相匹配：中心式纹样适合徽章、杯垫和封面；连续环带适合丝巾、胶带、包装侧面；叙事纹样适合插画、绘本和动态海报。故宫文创等案例表明，具有统一核心元素、辅助图形和色彩规范的视觉系统，更容易形成跨产品的品牌连续性^[8]。同时，产品开发应保留反馈环节，通过样品测试、用户访谈和小规模试售，检查文化识别、图形清晰度、功能适配和购买意愿，再对图形复杂度与产品组合进行调整。

文化保真：历史依据、语义边界、地域识别



当代适配：审美、功能、媒介与用户体验

图1 铜镜纹饰文化转译流程

四、金上京铜镜纹饰文创设计应用策略

（一）构建“核心母题—辅助纹样—色彩系统”的视觉层级

设计应用可形成三级视觉层级。第一层以双鱼纹为核心母题，保留两鱼相向或环游的动态关系，通过线面结合形成简洁主标识；第二层以龙纹、瑞花纹和水波环带为辅助纹样，用于丰富系列差异；第三层以圆形分区、镜钮和边缘铭刻感为版式语言，建立包装和数字界面的结构统一。色彩不宜停留在仿古褐色，可从铜镜材质、金源地域环境和当代审美中提取青铜灰、深松绿、暖金和冰雪白，构成“历史基色+地域辅助色+媒介高亮色”的组合。这样既保持器物的时间感，又避免整体视觉沉闷。

（二）以生活化产品延长文化接触时间

文创产品由纪念品进入日常生活，是文化转译完成的关键。张君认为，传统文化进入日常生活需要在功能和文化表达之间建立新的关系^[9]。金上京铜镜纹饰可以围绕“随身—居家—赠礼”设置产品层级：随身类可开发胸针、丝巾、手机配件和文具；居家类可采用杯垫、香具、织物与装饰灯；赠礼类可形成主题礼盒和节庆套装。设计重点不在于产品数量，而在于让同一视觉基因根据形态和使用方式产生变化。例如，双鱼核心图形用于杯垫时保持中心聚合，用于丝巾时转化为连续环游，用于手机界面时则以微动效表现水波与游动。

（三）通过叙事与多感官设计增强文化理解

铜镜纹饰包含较强的历史信息，仅靠图形可能难以完成意义传递。可在包装内页、标签和数字页面中采用“文物原型—纹饰释义—设计演变”的三段式叙事，使消费者理解产品与文物之间的对应关系。情感化设计研究强调，文创产品应在本能、行为和反思层面共同建立体验^[10]。因此，在材质上可利用金属压印、局部烫金、磨砂与镜面反差模拟铜镜触感；在开合方式上借鉴圆镜旋转或层层展开的结构。多感官不是技术堆叠，而是帮助用户从“看见纹样”进入“理解文化”^[11]。

（四）拓展数字传播并维护文化一致性

数字传播可将静态纹饰转化为动态视觉资产。围绕双鱼纹可设计循环游动、聚散和水波扩散动画，围绕人物故事纹可开发分镜式短视频或互动长图；在线上展览、社交媒体和导览界面中统一使用主图形、色彩和叙事语气，避免实体产品与数字内容彼此割裂。体验层次研究指出，数字媒介能够通过参与和反馈提高用户对文化内容的记忆^[12]。但数字化表达仍需遵守文化准确性：动效和交互可以创新，文物名称、年代、纹饰释义及图像来源必须清楚标注。只有把视觉资产、知识内容和使用规范共同纳入管理，金上京铜镜纹饰才能由单件产品素材转化为可持续更新的文化资源。

五、结语

金上京历史博物馆铜镜纹饰兼具器物审美、生活叙事和地域文化价值，是金源文化文创开发的重要视觉资源。文化转译的核心不在于对传统纹样进行形式包装，而在于建立文物依据、文化语义、视觉形态与使用场景之间的

连续关系。本文提出的“文化资源识别—语义解码—视觉基因提取—形式重构—场景适配—反馈优化”路径,将铜镜纹饰由完整文物图像拆解为可追溯、可组合和可延展的视觉单元,并以核心母题、辅助纹样、色彩规范及跨媒介应用构成系列化文创系统。

这一方法能够在文化保真与当代适配之间形成相对清晰的设计边界:既避免纹饰被无差别复制,也防止现代化改造切断其历史来源。后续研究仍需结合馆藏实物测绘、文博专家校核、用户评价与样品生产,对不同纹饰的识别阈值、产品偏好和传播效果进行量化验证,并进一步探索动态视觉、增强现实与线上教育中的应用。

参考文献:

- [1] 易平. 文化消费语境下的博物馆文创产品设计[J]. 包装工程, 2018, 39(8): 84-88.
- [2] 程辉. 博物馆文创产业研究的现状、问题与方向[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 65-71.
- [3] 刘媛霞, 殷俊. 基于文化转译的桃花坞木版年画数字文创设计[J]. 包装工程, 2022, 43(10): 326-334.
- [4] 史策. 金代铜镜纹饰研究: 以上京地区为中心[D]. 哈尔滨师范大学, 2017.
- [5] 李娟, 陈香. 地域文化符号融入博物馆文创产品的设计策略[J]. 包装工程, 2020, 41(8): 160-165.
- [6] 付振宇. 基于地域文化的文创产品创新设计[J]. 包装工程, 2019, 40(20): 215-218+222.
- [7] 孙晟博, 高炳学. 符号学在文创产品设计中的应用现状[J]. 包装工程, 2022, 43(18): 283-292+326.
- [8] 李红超, 王昕宇, 李维钰. 基于文化元素的故宫博物院文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2022, 43(2): 325-332.
- [9] 张君. 从文创设计与 IP 打造看传统手工艺进入日常生活的路径[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 286-291.
- [10] 李帅, 易姗姗, 郑仁华, 等. 博物馆文创产品情感化设计研究[J]. 包装工程, 2022, 43(16): 372-379.
- [11] 张祖耀, 叶镠勤. 基于多感官体验的博物馆文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2021, 42(18): 368-373.
- [12] 王海亚. 基于体验层次的文创产品叙事设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(16): 330-335.

Cultural and Creative Design of Bronze-Mirror Motifs at the Jin Shangjing

History Museum from the Perspective of Cultural Translation

Wu siwen

(School of Arts, Heilongjiang University, Heilongjiang, Harbin, China)

Abstract: Against the shift of museum cultural and creative products from object reproduction to cultural experience, this study examines how traditional motifs can retain historical credibility while entering contemporary life. Taking bronze-mirror motifs associated with the Jin Shangjing History Museum as the research object, the paper analyzes their themes, compositional structures, and cultural meanings through literature review, image analysis, and design deduction. A cultural translation path is proposed, including cultural-resource identification, semantic decoding, visual-gene extraction, formal reconstruction, scenario adaptation, and feedback optimization. The study argues that motifs such as paired fish, dragons, narrative scenes, auspicious flowers, and circular borders should not be mechanically copied onto products. Instead, their core forms, structural relations, and semantic levels should be modularized and adapted to different media. A visual system centered on the paired-fish motif, supported by dragon and floral patterns, layered colors, product series, and digital communication, can strengthen regional identity, cultural accuracy, and everyday usability. The proposed approach provides a practical reference for the contemporary activation of Jin cultural resources and the systematic development of local museum cultural and creative products.

Keywords: Cultural Translation; Jin Shangjing History Museum; Jin-dynasty Bronze-mirror Motifs; Cultural and Creative Design