

沉浸式传播视域下的汉文化符号数字活化研究

——以“汉符新构”系列作品为例

马一群, 庄 澜

徐州工程学院设计学院, 徐州

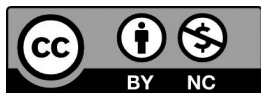
摘要 | 随着数字行业、体验经济不断发展, 汉代文物视觉元素在对外宣传中存在诸多缺陷, 展陈形式单调, 历史信息讲解不够完整, 青年群体很难产生文化共鸣; 本文将徐州本地汉文化实践项目作为研究样本, 依托沉浸式传播理论, 梳理文物元素从实体展品转化为动态数字形象的全部流程; 小组成员以馆藏玉龙佩、舞俑等汉代器物为素材, 整理出完整改造流程, 先提取文物特色纹样, 设计卡通形象, 搭建立体模型, 搭配裸眼 3D、AR 技术制作互动内容, 结合三层体验逻辑优化宣传形式; 本文搭建出适用于地方古文物数字化改造的分析框架, 数字互动内容能够弥合文物与年轻人的审美差异, 各地开展传统文化创新宣传工作, 均可参考本次研究总结的实操方法。

关键词 | 沉浸式传播; 汉文化符号; 数字活化; IP 形象设计

Copyright © 2026 by the author(s).

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 引言

当下时代, 体验经济和数字技术实现了深度结合, 文化遗产的整体传播模式, 也随之发生了巨大的改变; 传统文化传播大多采用静态展示、观众被动观赏的固定模式, 这种模式已经无法适配当代大众的文化消费需求, 尤其不符合年轻群体的审美和体验需求, 沉浸式的文化体验、大众化的互动传播, 也慢慢成为传统文化遗产创新发展的主要趋

势。徐州是两汉文化的核心发源地之一, 当地留存着大量的汉代文化资源, 汉画像石、汉代陶俑、汉代瑞兽纹样等都是极具代表性的文化载体; 但这些文化资源的宣传和推广方式依旧较为传统, 大多依靠博物馆线下展览、专业书籍出版等常规形式, 单一的互动形式, 降低了大众的参与积极性, 也很难让年轻群体对汉代文化产生文化认可和情感共鸣。

汉代文化符号的数字化创新发展, 是当下传统文化传播的重点难题, 如何让固化的汉代文物, 转变为大众可以感受、可以互动、可以自主传播的数

基金项目: 江苏省大学生创新训练计划项目“‘汉符新构’视域下徐州汉文化符号的数字转译与 IP 形象创新设计”(项目编号: S202611998003)。

作者简介: 马一群, 徐州工程学院数字媒体艺术本科生, 研究方向为文化遗产数字化传播; 庄澜, 徐州工程学院数字媒体艺术本科生, 研究方向为 AR 交互设计、汉文化 IP 视觉创作。

指导老师: 毕露予, 徐州工程学院设计学院副教授, 硕士生导师, 研究方向为动画与数字媒体艺术、艺术理论。

文章引用: 马一群, 庄澜. 沉浸式传播视域下的汉文化符号数字活化研究——以“汉符新构”系列作品为例[J]. 现代艺术与传播, 2026, 1(3): 66-72.

<https://doi.org/10.68070/cdhtb727>

字化文化IP，是目前汉文化传播工作中亟待解决的核心问题。国内现有相关研究，已经针对汉画像石视觉元素解读、传统文化IP创意设计、沉浸式数字技术应用等内容展开了较多探索，积累了一定的研究成果；不过大部分研究都只是针对单一环节展开分析，没有将符号提取、IP形象设计、三维模型搭建、裸眼3D与AR互动技术结合等内容整合为一套完整的转化体系，也很少有研究依托沉浸式传播理论，对整套数字化转化流程进行全面、系统的梳理与分析。基于上述研究现状，本文以沉浸式传播理论作为研究基础，将徐州“汉符新构”实践项目作为具体研究案例，重点探讨两大核心问题，一是沉浸式体验模式能够对大众的汉文化符号认知、文化情感产生怎样的影响，二是“汉符新构”项目可以通过哪些方式，完成汉代文化符号从基础图像素材，到文化IP形象，再到数字化互动载体的完整形态转变。

2 研究背景与文献综述

2.1 研究背景

体验经济的发展，正在转变大众接收文化信息的习惯与审美取向，仅依靠图文解说、静态展品陈列这类传统传播手段，已经很难满足青年群体的文化体验需求。《2024中国沉浸产业发展白皮书》相关数据显示，国内沉浸式文化产业的整体规模在不断扩张，场景化、互动式的体验模式，已经成为大众文化消费的主要选择^[1]。区别于远距离、被动观赏的传统模式，当下受众更愿意接纳参与感更强、感官层次丰富、能够唤起情感共鸣的文化内容，文化传播的重心，也从单向的信息输出，逐步转向培育受众的文化认同与情感归属感。

徐州作为两汉文化的核心发源地，留存汉俑、汉画像石、汉代玉器等丰富文物遗存，拥有独特的地域汉文化研究基础。近些年当地稳步推进文物数字化保护，2025年，多件馆藏汉代文物的高清影像、三维数据纳入国家版本资源总库，标志着徐州汉文化资源进入标准化数字化保护阶段。但落地传播层面仍存在短板：本土汉文化存量充足，对外传播效能偏弱；大量汉代文物符号依旧停留在静态展陈层面，缺少契合青年审美的数字IP与交互内容，难以形成持续、广泛的文化传播效应。立足这一现实，本文以“汉符新构”大创项目为载体，经由文化符号筛选提炼、IP形象再设计、三维模型搭建、AR交互开发等实践环节，探寻适合徐州汉文化符号的数字化活化传播路径。

2.2 文献综述

2.2.1 汉符号的艺术学研究

在艺术学领域，南京艺术学院已搭建起相对成熟在艺术学领域，南京艺术学院已搭建起相对成熟的汉代视觉图像研究框架，可为汉画像、古器物纹样等图像文本的解读，提供完善的图像分析思路。侯茹以汉代祠堂留存的图像资料作为主要研究对象，她在研究中深入分析了汉代各类视觉符号的创作规律，整理出古代人民利用图像传递思想与信仰的编码方式，也清晰解读了各类纹样造型背后包含的精神内涵^[2]。除此之外，《南京艺术学院学报》刊发过不少同类专题考证，围绕铺首衔环、凤凰、朱雀等汉代吉祥纹样开展比对辨析，厘清纹样在外形、使用场景与象征内涵上的差异，进一步完善汉文化符号的发展脉络与理论体系^[3]。整体来看，现有成果已完成汉符号造型溯源、文化内涵解读等基础论证，能够阐释汉代文物图像承载的时代思想。但多数研究仍停留在静态图文解析层面，很少结合当代设计需求开展转化落地，缺少数字IP创作、三维建模、沉浸式交互这类数字化实践探索，难以直接支撑面向青年群体的汉文化活化项目。

2.2.2 汉符号的设计学转化研究

设计学科领域内，国内多所设计类高校持续探索设计学科领域内，国内多所设计类高校持续探索传统纹样适配当代创作的路径。南京艺术学院王潇娴、曹方等学者围绕传统汉字图形、非遗视觉符号的创新转化展开研究，梳理传统文化符号适配现代视觉传播的改造思路。中央美术学院潘镜以民间汉字图形资源为研究对象，探讨民俗传统符号在现代设计中的重构手段^[4]。除此以外，也有不少实践聚焦徐州本地汉俑、汉画像石，总结出基础的符号提取方法与平面设计策略。

综合来看，现阶段这类设计研究大多局限在二维视觉再造与常规文创开发，很少拓展三维建模、动态视觉、沉浸式交互等数字化方向，难以适配当下沉浸式数字文博行业的发展趋势。

2.2.3 汉符号的数字活化研究

随着各类数字技术逐步普及，学界开始关注汉文化的数字化保护与创新传播，多数研究认可数字技术对文化遗产活化的助推作用，部分成果将汉代纹饰、传统图形元素运用在文创与数字创作之中。在沉浸式技术落地层面，现有研究验证了裸眼3D、文物体感交互等手段在文博场景的应用价值，为文物沉浸式展陈提供技术支撑。

梳理现有成果不难发现，相关数字化研究较为零散，大多只单独应用某一类数字技术、简单改造文化视觉元素，暂未形成一套包含文化解读、符号提取、IP设计、三维建模、AR交互落地的完整实践体系。

2.2.4 研究现状

综合上述成果能够发现,当前汉符号相关研究存在较为明显的碎片化特征:艺术学侧重符号文本解读,设计学偏向视觉转化方法,技术研究则聚焦项目落地实现,三类方向尚未形成有效融合。目前学界较少从沉浸式传播视角,完整探索“符号提炼—IP设计—三维建模—裸眼3D+AR交互”的全流程路径。基于此,本文以“汉符新构”项目作为案例,尝试弥补现有研究短板,填补这一研究缺口。

3 理论框架与研究方法

3.1 核心概念界定

3.1.1 汉文化符号^①

本论文所研究的汉文化符号,都来源于汉代视觉文化体系,这类造型与图案元素具备不错的识别效果,也适合用于文化传播工作;研究涉及的符号载体形式十分多样,内容包含汉画像石中的羽人、翼兽、饕餮纹等吉祥纹饰,也包含汉代出土的陶俑、玉器、铜器等各类器物,建鼓舞、车马出行图等传统装饰图案也在研究范围之内。这些视觉内容承载了汉代丰厚的文化底蕴,能够体现古人对待丧葬事务的处事理念,以及追求升仙修道的精神向往,同时也可以展现汉代的礼乐制度与玉石文化,是当时主流文化价值最直观的视觉表现。本次研究挑选了羽人、翼兽、车马出行纹样、饕餮纹、西汉舞蹈陶俑、S形玉龙佩、建鼓舞七种典型文化符号作为研究主体,这些符号分别对应汉代的精神信仰、宇宙认知、社会生活、威仪守护、礼乐文明、玉德文化等不同研究维度,可以较为完整地展现出徐州地区汉文化的核心特点。

3.1.2 沉浸式传播^②

沉浸式传播(Immersive Communication)是依托数字技术营造高度临场感与交互性的传播形态。本文将沉浸式传播的操作化维度界定为三个递进层次:感官沉浸(视听层面的临场感)、认知沉浸(对信息意义的深度理解与加工)、情感沉浸(对传播内容产生情感联结与文化认同)。

① 承载汉代精神内涵与审美特质的视觉载体,本文特指徐州出土汉俑、玉龙佩、汉画像石等文物的造型、纹样视觉单元,是可提取、重构用于数字化创作的基础文化元素。

② 以受众感官交互为核心的新型传播模式,借助数字交互媒介搭建多层体验场景,消解受众与文物的距离,引导大众主动感知、认同传统文化内核。

3.1.3 数字活化^③

“数字活化”区别于“数字化记录”——后者侧重于运用三维扫描、高清摄影等手段对文物进行数字化保存,而“数字活化”强调运用数字技术让文化遗产以可感知、可交互、可传播的形态“活”起来。

3.2 理论框架

本文搭建了一套整体的分析框架,这套框架主要由沉浸式传播、符号转化以及用户效果三个部分共同组成;研究将沉浸式传播理论作为整体研究的核心依据,划分出感官沉浸、认知沉浸、情感沉浸三个逐层递进的体验层次,研究也将这三层内容作为整篇论文的基础分析模型。本文同时参考了文化符号学中的编码与解码理论,以及文化转译的相关内容,研究把汉文化符号的整体转化过程,划分成图像素材、文化IP、数字交互载体三个逐级升级的发展阶段。在整体框架的最后一层内容中,研究将用户的文化认知水平和情感共鸣效果,当作评判本次数字化传播效果的主要参考标准。

3.3 研究方法

本文综合运用文献研究法(系统收集汉符号艺术学、设计学转化、数字活化等领域文献)、实地调研法(前往徐州汉画像石艺术馆、徐州博物馆进行图像采集)、案例分析法(以“汉符新构”项目为核心进行全过程分析)与设计实践法(亲身参与项目设计与开发),力求理论与实践的有机结合。

4 “汉符新构”项目的符号转化机制

4.1 汉文化符号传播的三重困境

从当前徐州汉文化线上线下传播情况来看,本地汉代文化符号的大众推广存在三处明显问题。第一,传播载体较为固化,现阶段汉文化宣传多采用展馆陈列、纸质介绍等传统形式,受众只能被动接收信息,汉画像石中的羽人、车马等叙事纹样均为静态展示,难以展现文物鲜活的艺术特点。第二,文化语境存在脱节,汉画像石源自汉代墓葬文化,纹样承载着升仙信仰、阴阳五行等文化内涵,而现代展陈与网络传播脱离了其原始历史场景,观众仅能识别外观造型,难以读懂纹样背后的文化意义与精神内核。第三,存在代际审美差异,当代青年更偏爱动态、可互动的轻量化数字内容,传统静态单向的展示模式,不符合青年的审美与阅读习惯,无

③ 运用三维建模、AR、裸眼3D等数字技术,对静态文物符号进行视觉再造与交互开发,实现传统文化资源从静态存档向动态、可传播数字内容转化的创新实践手段。

法拉近青年群体与汉代文化的距离。针对这些传播问题，本次“汉符新构”项目搭建了完整的创作体系，通过符号筛选提炼、IP形象重构、三维建模、裸眼3D与AR交互开发的全流程设计，弥补了传统传播模式的短板，实现了汉代静态文物符号向可互动、可传播的动态数字载体的转变。

4.2 符号提炼：从“图像”到“IP”的转化逻辑

本次“汉符新构”项目筛选文化符号时，主要依托文化代表性、视觉辨识度、技术适配性三大原则。研究选取羽人、翼兽、车马出行、西汉舞蹈陶

俑、S形玉龙佩等七类汉代特色符号，这些素材涵盖汉代精神信仰、社会生活、礼乐玉德等多个维度，文化价值丰厚；同时造型特色突出、线条辨识度高，易形成独特视觉记忆点，适配IP创新设计，规整的结构形态也能满足三维建模、裸眼3D展示等数字化制作要求。在视觉改造设计中，项目摒弃了对文物原貌的直接复刻，着重提取文物核心造型特征与文化内核，在保留汉代文物古朴韵味的基础上融入现代设计审美，让重塑后的IP形象适配当下传播场景，同时完整保留对应的汉代文化内核与叙事内涵（见表1）。

表1 “汉符新构”项目核心符号提炼与转化方案

Table 1 Scheme for Core Symbol Extraction and Transformation of the "Han- Fu New Reconstruction" Project

序号	符号类别	代表性原型	文化意涵	视觉特征	IP化转化策略
1	羽人	徐州汉画像 石羽人图	升仙思想、 长生观念	人形带翼、形体修 长、多与祥瑞组合	保留翅尖上扬特征，融入Q版比 例，强化飞翔动态感
2	翼兽	翼虎/翼熊等 神兽图像	宇宙观念、 灵异崇拜	兽身生翼、体态雄 健、古拙厚重	保留体态雄健感，简化线条，增 强萌态与亲和力
3	车马出行	汉画像石车 马出行图	社会等级、 日常生活	车骑组合、动态强 烈、场面宏大	精选典型车骑造型，突出动态叙 事感与阵列气势
4	饕餮纹	汉代王室器 物饕餮纹	威仪庄重、 辟邪守护	简化兽面、目圆嘴 阔、威严而不凶相	提取“目圆嘴阔”核心特征，弱 化狰狞感，增强中正气质
5	西汉舞蹈陶 俑	徐州博物馆 藏西汉舞蹈 俑	礼乐文明、 宴乐风尚	长袖曼舞、体态婀 娜、动态优美	保留长袖与舞姿特征，强化曲线 美感，塑造“乐舞”动态IP
6	S形玉龙佩	徐州博物馆 藏西汉S形玉 龙佩	玉德文化、 龙凤崇拜	龙身S形屈曲、线条 流畅、刚柔相济	提取S形曲线为核心视觉符号， 突出流畅感与力量感，塑造灵动 IP形象
7	建鼓舞	徐州博物馆 藏东汉徐州地 区建鼓舞画 像	宴饮娱乐、 礼乐文明	鼓置架上、舞者击 鼓、动态极强	提取鼓与舞者组合关系，突出节 奏感与力量感，塑造动态展示形 象

资料来源：作者根据徐州汉画像石艺术馆及徐州博物馆馆藏资料整理。

本文从七类汉文化符号中，选取徐州博物馆馆藏西汉舞蹈陶俑与S形玉龙佩开展具体案例分析。

徐州博物馆馆藏西汉舞蹈陶俑，是本地汉代陶俑的典型代表。文物呈现汉代经典的翘袖折腰形态，双臂舒展、长袖飞扬、腰身微曲，体态轻盈灵动，既彰显汉代礼乐文化的独特韵味，也还原了当时贵族的宴乐生活风貌^[5]。在“汉符新构”数字化设计中，团队保留舞俑长袖上扬、折腰回身的经典姿态，将其定为IP核心动作；同时微调人物比例、优化线条走势，弱化古板厚重的原始质感，让造型更流畅适配现代审美。本次研究将该IP设定为宴乐使者，以长袖舞动为核心动态，帮助受众直观感受汉代礼乐的韵律美感与文化氛围。

出土于徐州西汉楚王陵的S形玉龙佩，是汉代和田玉雕的经典器物。龙身呈流畅S形弯曲，龙头回望、龙尾上卷，线条刚柔并济，尽显汉代玉器简约雅致的审美特点。在IP转化设计中，团队提取文物标志性S形曲线，简化后作为IP基础造型框架；弱化玉佩冰冷坚硬的玉石质感，着重凸显曲线的流动韵律，提升IP形象的柔和度与辨识度。该IP定位为灵瑞引导者，灵动的S形造型不仅具备视觉美感，也契合汉代云龙祥瑞的文化寓意，让用户在数字交互中切身感受汉代玉文化以德修身的核心思想。

4.3 从“平面IP”到“数字交互体”的体验转化

项目完成IP平面形象设计以后，研究设置了多

步操作,用来完成平面图案到立体模型的转变;团队会先将做好的2D设计图导入建模软件,通过软件搭建出IP形象的基础三维模型,同时为模型填充对应的材质和色彩效果。之后,团队按照裸眼3D的展示要求调整三维模型,改动模型的空间层次和动态播放节奏,让立体画面能够呈现更好的视觉效果。最后,研究把调整完成的裸眼3D内容接入AR互动系统,用户使用微信扫描对应的识别图像,就能在手机上观看立体、动态的IP展示效果,汉文化符号也跳出了传统的平面展示形式,以可交互的数字化新形态面向大众。

5 “汉符新构”项目的沉浸式传播路径

5.1 感官沉浸:视听体验设计

“汉符新构”项目为构建用户的感官沉浸体验,分别从画面视觉展示和人机交互感受两个方面开展相关设计;项目借助裸眼3D的立体成像特点,呈现出跳出传统屏幕局限的立体视觉效果。本次设计的整体色彩方案,以汉代传统的黑色、红色、赭石色为主要基调,同时搭配部分简约的现代亮色,能够有效弱化传统复古风格带来的厚重感,更加符合当代大众的审美喜好。项目采用扫码体验的简易操作模式,整体操作流程简单,交互响应速度较快,贴合青年群体日常的网络使用习惯,可以快速吸引用户的关注,让受众能够顺利融入汉代文化的体验场景当中。

5.2 认知沉浸:意义传达机制

项目设置认知沉浸相关环节,主要目的是引导受众理解各类汉文化符号蕴藏的内在含义;团队进行IP形象创作时,保留了传统文化元素的关键外形特点,羽人的翅膀、玉龙佩的S形轮廓、舞蹈陶俑舒展的长袖造型都被沿用下来,便于受众快速辨认对应的汉文化符号。整套体验环节拥有清晰的先后顺序,受众最先被直观的视觉画面勾起好奇心,随后依托动画演示与文字介绍掌握符号的基础信息,最后借助深度互动操作,慢慢领会各类纹样、古器物所承载的汉文化意义。

5.3 情感沉浸:认同与共鸣的激发

情感沉浸是整体沉浸式体验的最高层级;项目采用萌化的IP设计风格,拉近了普通用户与传统文化的心理距离,有效降低了大众的接受门槛。萌态的外观之下,IP形象依旧保留了汉文化古朴厚重的核心气质,让用户的体验不止停留在趣味观感,还能收获深层的文化感悟。项目在AR体验中增设社交分享功能,用户可以将个人体验内容分享出去,把个人体验转化为社交内容,让普通用户也能成为汉

文化传播的参与者。

6 “汉符新构”项目传播效果评估

6.1 评估方式说明

本次研究通过小范围用户体验测试和简单访谈,对项目的传播效果开展综合评估;研究主要结合沉浸式传播的感官、认知、情感三个基础体验维度,针对本次设计的裸眼3D与AR交互内容进行效果分析。本次研究选取32名18至26岁的青年群体作为测试对象,样本多为在校大学生,和项目的主要传播受众基本相符。整体测试分为内容体验、问卷填写、简短访谈三个环节,所有用户完整体验AR文化IP内容后,会根据自身感受填写问卷,部分用户还会参与访谈,研究人员以此收集用户多方面的真实体验反馈。

6.2 三层沉浸式体验效果分析

在感官沉浸方面,大部分测试用户对项目的AR视觉效果和动态IP设计给出了正面评价;动态化的展示形式,改变了传统文物静态观赏的单一模式,扫码交互的新颖形式,能够有效吸引年轻人的关注。同时,部分用户也发现,AR识别功能容易受环境光线影响,昏暗场景下的识别效果会变差,整体视觉体验会受到一定影响,项目整体基本完成了感官层面的传播目标。

在认知沉浸方面,用户体验项目过后,大多可以识别出玉龙佩、长袖舞俑等汉代文物IP原型,也能了解符号对应的基础文化内容;用户对徐州汉代玉礼文化、传统纹样文化的认知程度,相比体验之前有明显提升。但部分用户只能记住IP的外观造型,对纹样背后的深层历史文化了解较少,这也说明项目的文化内容输出,还有一定的完善空间。

在情感沉浸方面,年轻化的萌系IP设计,降低了传统汉文化的接受门槛;不少用户认为体验形式十分有趣,愿意主动分享相关内容,也对徐州汉代本土文化产生了更多兴趣。由于本次项目仅做了小范围内部测试,没有面向社会大众推广,因此深度的文化情感共鸣,只在少数用户身上有所体现。

6.3 现存传播局限

结合整体体验情况来看,项目目前存在多处传播短板;项目的传播场景比较单一,主要依靠手机线上扫码体验,缺少线下落地场景,大众的接触渠道十分有限。同时,项目难以平衡趣味性与文化深度,内容过于简化会丢失历史底蕴,文字内容过多又会增加年轻人的阅读负担。除此之外,本次评估样本数量较小、覆盖范围有限,项目的整体大众传播效果,还需要更大规模的实践进行验证。

6.4 优化启示

根据本次评估的用户反馈，项目后续可以做出相应优化；项目可以增设线下体验场景，拓宽传播渠道，同时优化AR识别功能，适配不同的光线环境，提升用户交互体验。在文化内容输出上，可以设置分级解读模式，搭配简洁版和详细版文化介绍，兼顾传播趣味性和历史真实性，进一步提升汉文化符号数字化传播的实际效果。

7 结论

本次研究将沉浸式传播理论作为主要研究依据，结合“汉符新构”实践项目开展相关分析，对汉文化符号的数字化活化方式，以及其中蕴含的内在规律进行了探究。研究结果表明，研究人员可以通过文化符号提取、文创IP设计、立体模型搭建、裸眼3D和AR互动技术结合的一系列操作，把传统的文物图像转变为可供大众互动的数字文创IP，这一方式也能为地方文化遗产的创新传承与发展，提供可参考的实践思路。感官、认知、情感三层体验模式，能够适用于文博文化传播的相关场景，沉浸式传播可以通过感官吸引、内容理解、情感共鸣的层层递进方式，拉近大众与汉代传统文化的距离，加深大众对汉文化符号的情感认同，该研究成果也能够丰富数字时代的文化符号传播相关理论，为文博

传播领域的研究提供一定的参考。

本次研究只选取“汉符新构”作为个案开展讨论，得出的结论很难直接套用在所有同类文化传播场景中。受项目研发节奏影响，本次还没有完成成品的实机测试，用户体验相关数据依靠前期意向问卷收集。在后续工作中，课题组会扩充调研人群范围，尝试借助5G、AIGC这类新技术优化数字IP与交互效果，和地方文博场馆合作搭建线下体验点位，不断打磨本文提出的符号转化路径与沉浸式体验分析思路。

参考文献

- [1] 中国文化旅游行业协会. 2024中国沉浸产业发展白皮书[R]. 北京, 2024.
- [2] 侯茹. 徐州汉画像石祠艺术研究[D]. 南京艺术学院, 2013. DOI:10.7666/d.D386045. (6): 79-85.
- [3] 潘镜如. 雅俗共营：民间汉字图形创作主体探究[J]. 美术观察, 2018, (7): 120-123.
- [4] 余兰, 张晓霞. 汉画像石上凤凰与朱雀图像考辨[J]. 南京艺术学院学报（美术与设计）, 2023, (5): 81-88.
- [5] 邢宇婷, 郭瀚繁. 徐州西汉舞俑蕴藏的汉代空间美感[J]. 艺苑, 2024, (3): 60-64.

Research on the Digital Activation of Han Cultural Symbols from the Perspective of Immersive Communication

——A Case Study of the "Han Symbol Reconstruction" Series Project

Ma Yiqun, Zhuang Lan

School of Design, Xuzhou University of Technology, Xuzhou

Abstract: Growing digital sectors and experience-centered consumption bring new chances for cultural heritage communication, yet visual materials from Han-Dynasty relics encounter practical obstacles in public outreach. Ordinary exhibition modes remain dull and fail to deliver full historical background, making it hard for younger audiences to connect emotionally with Han-culture themes. Based on immersive communication ideas, this work investigates physical-to-digital transformation of relic items through a Han-culture practice case carried out in Xuzhou. Museum-held relics including jade dragon pendants and dancing figurines act as major design sources. Practical steps cover pattern picking, IP character creation, 3D modeling, as well as interactive content produced by naked-eye 3D and AR technology; publicity plans are also adjusted following a three-level experience framework. This work builds an analysis tool for local relic digital adaptation. Digital interactive works can lessen aesthetic gaps between ancient relic heritage and youth groups. Practices summed up in this case may offer usable hints for local traditional-culture promotion projects elsewhere.

Keywords: Immersive Communication; Han Cultural Symbols; Digital Activation; IP Image Design