

关于敦煌文化跨界合作的发展前景研究

范懿莹¹ 吴汶桢² 李铮³

(1.中国传媒大学新闻学院 北京 100024; 2.澳门城市大学创新设计学院 澳门 999078;

3.长垣市第十中学 河南新乡 453400)

摘要:敦煌文化作为我国世界文化遗产的重要组成部分,一直以来承载着独特的历史与艺术价值,对于促进我国文化的传播与交流发挥着重要作用。为适应时代的发展,敦煌文化也需突破传统的展示与宣传手段,积极寻找跨界合作的新形式以扩大自身影响力,对敦煌文化跨界合作的未来发展进行深入探讨,具有重大的现实意义。本文通过案例分析的研究方法,通过对现有跨界合作案例的剖析与评估,发现以下几点存在不足:文化内涵的发掘较为浅显、开发模式缺乏创新、合作平台的建设不足、品牌 IP 的法律保护力度不够。针对这些问题,本研究从机构、企业、政府等多角度提出了相应的建议,以期总结出敦煌文化跨界合作的前景与潜力,为推进敦煌文化的传承、创新与发展提供有益的建议和思路。

关键词:供给侧改革; 教师培训; 协同发展; 机制

一、引言

敦煌文化作为中国文化的瑰宝之一,以其丰富多元的艺术形式和深厚的历史底蕴而备受全球瞩目。敦煌位于新亚欧路桥经济带路线,通过以往的亚欧大陆桥经新疆连接哈萨克斯坦及中亚、西亚、中东欧等国家,是“一带一路”的重要组成部分。[1]近年来,敦煌文化跨界合作日益成为一种趋势,为文化的传承与创新带来了新的机遇。本研究旨在深入剖析其前景、潜力和实现路径,通过多种研究方法进行全面系统的分析。这一领域已引起广泛关注,学者、文化机构以及企业均积极评价敦煌文化的价值及其跨界合作的潜力。然而,涉及领域广泛,协同合作存在一定困难,因此需要在更广泛的视野下深入挖掘其内在价值和发展潜力,加强跨领域合作与交流,以推动保护、传承和创新工作取得更为有效和可持续的成果。

二、敦煌文化跨界合作概述与评估

(一) 跨界合作的概念和意义

本研究中的“跨界合作”一词的内涵为通过不同领域和行业的合作以实现资源共享和优势互补。敦煌的发展融合了各种民族文化和历史,是各族文化长期交融汇聚而成的硕果。[2]在敦煌文化领域,跨界合作即基于敦煌文化的文化底蕴,突破传统文博行业的定式,通过寻求更新形式的合作创造新价值、促进融合创新、实现文化资源可持续发展。在现代的全球化多样化时代之下,跨界的协作让敦煌文化的底蕴获得了打开发展空间、提升影响力与竞争力的新可能。因此,重视跨界协作,深化敦煌文化的开放性及其交流力度,对于敦煌文化未来的发展趋势至关重要。

(二) 跨界合作在敦煌文化领域的应用模式分析

文化与科技的结合是敦煌文化跨界合作的主要方向。通过科技手段,我们可以更有效地保护、研究和传播敦煌文化,进一步提升其在现代社会中的影响力和价值。数字敦煌借以科技手段让莫高窟永葆青春,也让基于壁画的文创产品开发成为可能,为敦煌文创的开发提供了现实基础。[3]

旅游与文创的深度融合形成了核心应用模式。敦煌作为享誉世界的历史文化名城,蕴含无与伦比的艺术和人文精粹。“一带一路”策略为其文化产业赋予了新的活力,随之涌现出了众多敦煌主题的文创产品,深入到人们的日常生活中。[4]旅游与文创的交汇推动了文化旅游产业的全面增长与创新产业链的发展,形成经济增长与社会文化的双重效益。

教育与传承的紧密结合是保护和传承敦煌文化的核心策略。教育、传承与保护三者的结合形成了弘扬敦煌文化的强大动力。这种模式不仅提高了公众对敦煌文化的认知度,也激发了更多人投身文化遗产的事业中来,从而为敦煌文化长远的生命力打下了坚实的基础。

(三) 跨界合作效果评估方式

创新成果评估:涉及技术、产品和服务的创新。技术方面,评估先进技术对敦煌文化的保护效果和工作效率。产品方面,评估敦煌文化衍生品的传播和推广效果。服务方面,评估旅游服务的创新对游客体验的影响。

资源整合效果评估:从经济、文化和社会影响三方面考量。经济层面,评估跨界合作对资源优化配置和经济效益的影响。文化层面,评估对文化传承和创新的影响,以及公众认知度。社会层面,评估跨界合

作对社会效益、居民生活质量和社会融合的影响。

品牌影响力评估：了解跨界合作对品牌知名度、形象和消费者购买行为的影响，为企业市场战略和品牌价值提供参考。

社会效益评估：衡量和评估社会效益，推动合作项目的发展和优化，实现更大的价值和效益，确保项目的可持续发展，为敦煌文化的跨界合作开拓更广阔的前景。

三、敦煌文化跨界合作立足点

（一）装饰图案符号化

符号化指通过提取事物固有的特征元素，将其抽象为标记鲜明的符号。[5]敦煌丰富的文化遗产蕴含着大量可符号化的元素，提取敦煌文化中标致鲜明的元素，将其作为敦煌 IP 文化标识，以此来增强文化的独特性和传播能力。敦煌石窟艺术中，装饰图案占据重要地位，石窟内随处可见花草、云纹、火焰纹等图案。[6]敦煌博物馆推出的文创产品，从莫高窟壁画中提取藻井、花砖图案衍生出敦煌纹样胶带等各具特色的文创产品。将敦煌元素运用于文创产品设计中，使这些敦煌文化元素以图形符号的方式融入当下人们的生活，其在增强产品创新性、优化资源整合效度、扩大品牌影响力等方面具有较高的价值。

（二）文物角色鲜活化

敦煌壁画题材丰富，包括佛像画、佛教史迹故事画、经变画和装饰图案画等。这些壁画角色特征鲜明，可提炼融入品牌设计，实现品牌与文物合作共赢。2020年，百雀羚与敦煌跨界合作推出悦色岩彩彩妆系列，取材自敦煌石色彩画和彩妆品牌主题。其中，九色鹿眼影盘提取壁画中的色彩元素，结合新时代女性对彩妆色彩的需求，作出色彩的推陈出新，使九色鹿的故事重新进入了人们的视野。敦煌壁画中的角色被赋予鲜明的性格特征，依托连环画卷形式传达佛经故事，迎合独立女性消费群体喜好，促进品牌营收、扩大影响力，实现双赢。

（三）展销活动品牌化

品牌联合策划活动进行合作对于敦煌来说是比较新奇的，节庆时期、特殊日期、具体推广任务等，都有可能使看起来相去甚远的品牌寻找到共通点，依托活动进行跨界合作。[7]这种活动以社会效益、品牌价值和影响力为主要诉求，强调传播效果。2021年，中国李宁品牌与敦煌博物馆合作举办了一场选址于敦煌的时尚展秀。这场融合运动与时尚的品牌展销活动，不仅彰显了李宁品牌作为中国服装品牌对保护和弘扬

中国传统文化的担当与责任，同时，也扩大了李宁品牌在国际上的影响力。此次活动使敦煌文化以更时尚和年轻的面貌被大众所接触和认可，既满足了消费者对于产品创新性和文化认同感的追求，也促进了相关产业链上下游企业之间的良性循环发展。

（四）影视作品故事化

影视作品的特点是形象、生动、直观、鲜活，这使得它们能够广泛传播，扩大文化的传播度和影响力。例如，敦煌研究院与各优质媒体合作，打造了《敦煌画派》《无名大师》《敦煌》等纪录片。节目的热播也直接扩大了敦煌文化的影响力，使得优秀中华文化得以推广和传播。此类影视作品不仅仅具有娱乐性质且具有很高的学术价值，让观众在放松之余，从文物故事中被动的欣赏者成为主动的参与者。

四、敦煌文化跨界合作中呈现的问题与思考

（一）文化内涵发掘浅显

部分文创产品仅通过萌化角色和简化文物元素来创造，缺乏对敦煌文化深入的理解。这种浅尝辄止的方式无法清晰地传达文物的来源和背后的故事，对树立文化自信和传播敦煌文化造成阻碍。

敦煌壁画历经千年仍保持丰富色彩，得益于石彩的用料特性。提取天然颜料用于壁画绘制，使大部分颜料保留了原始色彩。然而，部分颜料如朱砂和白氧化后变色，导致部分壁画的色彩意义与初衷相悖。跨界合作中，这种变色现象导致文物原始色彩被遗忘。

若在跨界合作中仅模仿敦煌文化的表面用料、取材和着色，而忽视其深厚的文化意蕴和渊源，将导致文化传承失去根源，使其本意在历史长河中逐渐消失。

（二）开发模式缺乏创新

敦煌文化的跨界合作主要体现在文创产品的创新开发与联名设计，以及与时装和影视领域的深度融合。此类合作模式在文化跨界领域具有一定的普遍性。然而，为了挖掘更具特色且与时俱进的跨界合作路径，有必要进行深入思考与创新突破。

（三）合作平台缺乏搭建

品牌在寻求跨界合作时，由于没有平台的搭建，很难快速高效地找到合适的合作渠道，这导致跨界合作难以得到更好的推广和普及。目前，人们往往只能通过一方品牌的宣传了解跨界合作，而信息的真实性需要去另一方平台求证。

品牌的合作追求的是双方相辅相成、合作共赢的局面。通过搭建平台，可以建立品牌筛选机制，实现品牌间的强强联合，促进共同发展，实现双赢。平台

也能使跨界合作的品牌关系更牢固，合作信息更真实可信。

（四）市场机制不够健全

鉴于市场监管机制尚不完善，知识产权及法律保护环境亟待改善，敦煌文化市场的发展受到制约。在电商平台上，存在大量未经授权的敦煌文化商品，部分商家通过联名方式吸引消费者，过度利用敦煌文化符号。为应对当前挑战，需展开跨界合作，调整产业结构，完善市场机制，从而支持敦煌文化经济的发展。

五、推进敦煌文化跨界合作的建议

（一）机构应深挖敦煌文化，提升品牌价值

敦煌文化 IP 的守护者，如敦煌博物馆、敦煌美术研究院以及莫高窟资料馆，应当构建健全的筛选机制，提升跨界合作企业的准入门槛，并严格执行审核制度。确保跨界合作产品符合艺术指导和历史事实的要求，从而保护和传承敦煌文化，并使其得到更广泛的传播和展示。

（二）合作企业建立创新型合作发展模式

敦煌文化跨界合作的企业，应对敦煌文化 IP 的创新发展模式进行深化研究，将企业产品或服务与敦煌文化紧密结合，同时引入创新技术、理念或市场模式，以提升企业竞争力。在此基础上，将敦煌文化元素充分融入产品与服务之中，并运用先进技术手段优化用户体验和提升产品质量。

（三）公证企业参与合作平台搭建、机制建立

公证企业在跨界合作中发挥关键作用，作为公证平台，它们参与搭建合作平台和建立机制，提供支持和指导，确保合作顺利进行。公证企业通过提供专业咨询、协助确定合作模式和制定可行计划，以及公正认证各项事务，确保约定得以履行。在合作过程中，它们监督评估，处理违约行为。如发生纠纷，公证企业可作为中立的第三方提供仲裁、调解服务，促进互利共赢的解决方案，保护双方权益。

（四）政府角色提供政策支持与法律保护

任何组织、企业等之运营务必遵循法律法规，既需宏观政策调控，亦需健全的法律体系为支撑。[8]随着文化文物单位文创产业的蓬勃发展，应出台相应的

法律法规，积极引导文化文物单位与社会力量深度合作，构建跨界融合及文创产品研发的桥梁。健全的法律法规体系可为跨界合作开发文创产品提供明确的导向，规范并推动文化文物单位与社会力量的联合发展。

六、结语

本研究对文化跨界合作的现状、问题和发展进行了深度探讨，分析敦煌文化在跨界合作中的潜力与挑战。通过评估和案例分析，我们发现敦煌文化在多个领域具有显著的合作潜力，其影响力和价值有望得到进一步拓展。然而，当前的案例也表现出了敦煌文化内涵的挖掘尚不够深入、开发模式亟待创新、合作平台的建设不足以及品牌 IP 的法律保护不到位等问题。为此，我们提出了加大敦煌文化的挖掘力度、创新合作模式、搭建合作平台并提供政策支持和法律保护，以推动敦煌文化的跨界合作几项建议。敦煌文化拥有深厚历史底蕴，跨界合作前景广阔，应充分认识并充分利用其价值，积极寻求新的合作方向，进一步规范产业链，为中华优秀传统文化的传承和世界文化的多元化发展贡献力量。

参考文献：

- [1]张晗.敦煌文化在“一带一路”倡议下面临的机遇[J].财富时代.2020(6):240.
- [2]张皓怡.敦煌文化的溯源与创新发展研究[J].商业文化.2022(11):108-109.
- [3]郭沅芳.基于敦煌壁画的文化创意产品开发研究[D].兰州:兰州大学,2019.
- [4]袁静莹.敦煌文化在“敦煌佛语”文创品牌中的应用研究[D].济南:济南大学,2021.
- [5]闫莉.敦煌壁画构图中的重复元素研究[J].参花(上).2023(7):68-70.
- [6]李慧,庞姗姗,田家瑶.敦煌图案元素在现代女包设计中的应用研究[J].中国皮革.2022,51(6):111-117+123.
- [7]单雪琴.故宫 IP 跨界合作文化传播分析[J].新疆艺术学院学报.2023,21(1):87-92.
- [8]云珊.公共图书馆文化创意产业跨界合作研究[D].沈阳:辽宁大学,2020.