

# 沉浸式艺术设计在历史文化景区宣传中的应用与游客体验提升

乔峤

泰国格乐大学 山西晋中 030600

**摘要:** 随着文化旅游的深度融合,历史文化景区的宣传方式也由原来的单向传播转变为体验式互动。沉浸式艺术设计属于数字技术和文化创意融合的结果,依靠营造多感官交互场景,给游客提供深入的文化体验。文章以文化传播学角度为出发点,对沉浸式艺术设计的内涵特点进行系统性的分析,并对其在景区宣传的实践路径进行探讨,揭示出它所起到的作用机理。研究发现沉浸式设计经由空间叙事重塑、数字视觉交融以及文化符号革新,较好地改善了游客的文化感知品质,给历史文化资源的活化利用赋予了新范式。

**关键词:** 沉浸式艺术设计; 历史文化; 景区宣传; 游客体验

在文旅消费升级的背景之下,游客对于历史文化的需求已经由原来的观看转变为了体验。传统的景区宣传依靠的是静态展示和单向讲解的形式,无法达到现代游客对于文化的深度参与的要求。沉浸式艺术设计把虚拟现实,全息投影,交互装置这些技术融合起来,创造出发人深省的虚实交融文化体验场所,这是破译历史文化流传难题的新方法。文章试图探究沉浸式设计如何凭借空间重构、技术加持、文化重塑来达成景区宣传模式范式转变,给优化游客文化体验质量给予理论支撑。

## 一、沉浸式艺术设计的内涵

### (一) 沉浸式艺术的概念界定

沉浸式艺术是当代文化活动的-一个重要形式,它就是创造一个物理与心理界限被打破的感知空间。这个概念诞生于20世纪中期,是环境艺术对于空间体验的探究。在数字技术的推动下渐渐成了特殊的审美样式。其要义是借助诸多感官的刺激以及认知的干预,让参与者暂时摆脱现实的语境,进入预先设定好的文化情境里。这种情境的建立并不是对环境的一种简单模拟,而是用系统设计的方式使主体意识同客体环境产生深度的交融。在哲学上,沉浸式艺术挑战了传统艺术接受观者和作品之间的二元对立关系,而转向把参与者看作共同建构者来定位。它的理论基础是梅洛-庞蒂的“身体现象学”,重视身体感知在意义产生中的决定性作用。技术发展又把沉浸的层面往前推了一步,从一开始的空间装置,扩展到虚拟现实、混合现实这些数字媒体,于是就形成了物理空间和数字空间相互融合的体验系统。跨界性质使它突破了传统艺术门类的限制,成为文化传播和体验经济相融合的一种新的实践。

### (二) 沉浸式艺术设计的主要特征

沉浸式艺术设计的本质特征就是感知系统被重新构建,认知模式也被改变。首先具有多模态感知整合性,依靠视觉、

听觉、触觉甚至嗅觉协同工作来建立一个立体的感知网络。这种整合不是简单地把感觉加起来,是经过神经认知机制对感知通道进行交叉加强。其次,它的空间叙事性为根本结构,设计者利用场景布局、光照控制、声音设计等方式建立起有序的时间性空间,指引参与者进行既定的解码途径。除此之外就是技术赋能,实时渲染、动作捕捉、空间定位等数字技术的出现为动态交互提供了可能,打破了传统静态展示在时间与空间上的限制。此外,非线性体验特征使其与线性叙事区分开来,参与者可以自主探索形成个性化的意义建构。最后,情感导向性贯穿设计全过程,所有的技术手段和空间布局都服务于某一情感目标的诱发,从敬畏感、愉悦感等形成可控的情感变化曲线。

### (三) 沉浸式艺术在文化传播领域的优势

沉浸式艺术在文化传播方面比传统媒体具有更强的传播效果。第一大优势是能进行具身认知,身体的参与会激活镜像神经元系统,文化信息以感官体验的形式直接内化为认知记忆,传播效率比语言符号高数倍。其次情境共鸣机制可以跨越文化差异,人们在和环境发生互动的时候自然会产生情感的投射,产生跨越文化的共情。另外多维度记忆锚点的塑造依靠空间定位、气味标记、触觉回馈这些细节安排,在参与者的认知体系里产生多种记忆联系,从而有效地改善信息保持程度[1]。从传播学的角度来说,这就是一种由“信息推送”到“体验生产”的转变,参与者不再只是被动地接收信息,而是借助身体的实践去主动地进行文化意义的建构。这样的转变把文化传播由符号解码转向了身体经验,给非物质文化遗产的活态传承赋予了新的方法论走向。

## 二、沉浸式艺术设计对游客体验的提升机制

### (一) 情感沉浸与文化共鸣的形成

沉浸式艺术设计要依靠多感官协同刺激来营造一个情感共鸣的空间,使游客从一个被动的观赏者变为文化活动中的

一个积极参与者[2]。从视觉来看用光影的变化来再现历史的情境,听觉靠环境音效营造历史氛围,从触觉入手依赖材质质感反馈得到真实感觉,创造出比现实更丰富的感知层次。多维刺激冲破单一感官的束缚,引发游客深层的情感共鸣,使游客在潜意识里和文化情境形成联系。设计标准为视觉吸引、情感呼应、空间叙事引导、心理过程,使心理由好奇、探索、知晓、同理实现转化。文化符号的隐喻性使用是重点,把抽象的文化内涵变成能被感知的视觉语言,依靠符号的反复出现和情境展现,在游客的记忆里留下文化印迹。其情感沉浸一方面可以提高游客即时体验的质量,另一方面也能在游客的认知结构上形成持久的文化认同,形成跨越时空的情感联系。

### (二) 交互体验提升游客参与度

交互体验设计依靠创建动态反馈体系,把游客的行为变成文化叙述的一环,从而达成由被动接受到主动创造的参与转变。实时响应技术使得环境状态随着游客的行为发生变化而变化,形成输入、反馈、再输入这样的循环过程,不断地刺激探索欲望。多模态交互界面集成了肢体动作、语音指令、眼神追踪等输入方法,降低参与门槛的同时提升了交互的自然度。设计时需要遵守认知负荷理论,对交互复杂度进行合理的控制,保证游客能在轻松的状态下完成文化解码。动态难度调整机制按照游客的能力来调整交互任务的难度,维持参与的挑战性与成就感之间的联系。社交交互设计利用游客之间的协作或者竞争关系,扩展了参与的维度,形成群体文化生产的场域。深度参与让游客成为文化传播的共同创造者,体验记忆也从原来的单纯的知识获得,升级成了感情丰富的创造过程。

### (三) 沉浸式传播带来的品牌价值提升

沉浸式体验用独特的文化记忆点来形成区别性的品牌标识,使游客的认知产生差异。其要义是打造可以被传播的“峰值体验”,用超现实的场景加上情感的共鸣,在游客的记忆里留下深刻的印象[3]。这种体验有很强的社交属性,游客自发出的数字内容(照片、视频、评论)就成了品牌传播的天然载体,形成UGC带动的口碑传播链。设计要重视体验的仪式感建构,用特定的流程、符号系统、空间仪式来加强品牌的文化仪式价值。品牌通过情感化设计超越了自身的功能性,成为人们情感寄托的符号,提高了游客的品牌忠诚度。持续更新的沉浸式内容来维持品牌的新鲜感,从而形成一种期待、体验、回味、再期待的循环。最终,沉浸式传播把品牌价值由空间体验拓展到情感认可,塑造起以文化共鸣为中心的品牌资产体系,达成商业价值与文化价值的双增。

## 三、沉浸式艺术设计在历史文化景区宣传中的应用路径

### (一) 空间叙事化设计

空间叙事化设计,历史文脉是经纬,空间序列是载体,文化信息是内容,三者之间层层递进。其要义是塑造出带时间性状的空间逻辑,把分散的历史碎片归入一条叙述链里。设计要遵照起承转合的戏剧结构,入口空间作为叙事的开始,要用标志性元素来确立文化的基调,过渡空间起到调节节奏的作用,用开放式的布局来引导游客的心理准备,核心空间是叙事的高潮,集中体现历史事件或文化精髓的地方,尾声空间通过余韵的设计来加深游客的印象。空间层次要有历史演进的纵深感,垂直维度用高差变化来模拟历史层级,水平维度用路径曲折度来暗示文化探索的复杂性。视线控制是最主要的技术手段,用建筑构件、植被遮蔽等方法形成框景效果,把游客的注意力吸引到某一个文化符号上。光影和叙事的节奏都与历史事件的发展一致,色温变化又表现出了文化的不同。空间材质选择要历史真实和体验舒适并重,传统材料加上现代技术可以保留历史味道,也适合当下游客的感官习惯。最终,空间本身成了叙事主体,游客的移动轨迹成了隐性的,空间又成了时间轴线,“步移景异”,“文随境生”。

### (二) 数字化视觉传播手段的融合

数字化视觉技术融合的本质就是扩展文化的表现方式,增加它的感知程度。实时渲染技术依靠的是参数化设计,把静态的文化资源赋予动态的生命力,实现视觉变化的交互美学,可以根据游客的行为以及环境参数做实时的更新。投影映射技术冲破了物理表面的束缚,在异形建筑或者自然景观上面创造出超现实的视觉效果,依靠光影重组来达到历史场景的虚拟再现,加大文化符号的视觉冲击力度。增强现实技术创建起一个融合虚拟与实体的感知层,游客依靠手持设备或智能眼镜来获取信息,达到历史图层同实际环境之间零干扰的对接[4]。动态光影设计凭借亮度,色彩,节奏等参数去营造某种情感氛围,是文化叙事的手段。视觉语言的创新要尊重历史真实,用当代美学原则来转译,塑造出有历史厚重感又有现代审美美感的视觉语言。

### (三) 文化符号的艺术再创造

文化符号的再创造要建立在文化基因深度解析的基础上。设计者要提取出有代表性的视觉元素、色彩体系、空间形态等核心要素,再用解构、重组、夸张这些艺术手段来给它们赋予新的表达方式。创造不是无根的梦想,它是依靠文化原型的现代转译来完成的,要保证符号的可识别性以及文化关联性。符号系统分层设计十分重要,应该搭建出一个由具体到抽象的符号阶梯,可以适应于不同认知层次游客的需求。视觉表现要兼顾传统美学和当代审美,用现代设计语言重新塑造传统符号,形成独特的视觉语言体系。动态化设计

使静态符号具备了时间维度，用连续序列的形式或者互相交互改变，表现出了文化逻辑。最后再创造出的符号应该能够唤起文化记忆，给人以审美上的惊喜，成为历史与现代之间联系起来的视觉桥梁。

#### （四）游客参与机制的设计

游客参与机制的设计核心就是形成主客互动的文化生产场域。任务系统的设计要兼顾教育性与娱乐性，用问题导向的探索任务来引导游客主动去获取文化知识，从而形成“探索—发现—理解”这样一个认知循环。角色扮演机制是依靠转变角色来增添文化代入感，游客可以扮演历史人物或者文化传扬者，在情景化的环境里体会过去的生活[5]。创作平台为游客赋予了文化生产的权利，运用数字化手段促使游客进行文化内容的二次生成，构建起了游客产生的内容（UGC）的传播生态。反馈系统的设计应该保证游客行为的可见性，使游客行为即刻对环境状态造成影响，用动作捕捉改变光影效果、用语音交互触发历史解说都是如此。通过社交机制的营造来推动游客之间文化的传播交流，用合作的任务或者竞技性的游戏来实现文化传播的社群效应。最终，使得游客由文化消费者变为文化传承者，从而达到形成可持续文化传播生态的目的。

#### （五）多感官体验的协同设计

多感官体验协同设计，是让人们从多个角度、多种感官共同来感受艺术、认识文化遗产。其要义是冲破单一感官通道的束缚，依靠视觉，听觉，触觉，嗅觉，乃至味觉的复合刺激，创建起立体的感知网。这不是简单地把感觉加起来，而是神经科学意义上的交叉加强，各个感官的信息在大脑皮质产生联觉效果，使认知变深，记忆保存率提高。在视觉方面，光影设计要兼顾历史真实性和艺术表现性两个要点，借助明暗对比、色彩差异来制作具有某时期特色的画面效果；听觉系统利用空间音频技术进行声场定位，把环境音效同视觉场景对应到时间空间里去。触觉设计一般经由材质模拟和交互反馈来达成，仿古建筑表面的纹理处理，互动装置的力反馈机制等，都会加强物理接触的真实感。嗅觉、味觉的加入要谨慎处理文化符号的转译，采用气味分子扩散系统或者可食用符号的隐喻设计，在尊重历史语境的基础上激发情感联想。多感官通道的时序编排同样重要，设计者要操纵不同感官刺激的再入速度，形成“视觉领入—听觉加强—触觉证实—嗅觉升华”的感知链条，在游客的认知体系里塑造起完整的历史情境图式。

#### （六）时空维度的动态调控

时空维度的动态调控是实现历史场景活态呈现的中心办法。从时间的角度上建立起多维时间叙事结构，用实时渲

染技术完成历史场景动态演变的过程，让游客感受到时间是如何改变着文化形态的。调控制度包含线性时间、非线性时间两个部分，其中线性时间通过日月升落、四季变化来体现历史生活中的真实时间，非线性时间依靠互动触发让游客自由跳转到各个关键节点的时间，在不同时空感受每种社会风貌。从空间上看，它体现出物理空间与虚拟空间互相融合的特征，利用增强现实技术复原历史建筑的现场，利用空间定位系统感知游客的位置来改变虚拟内容的呈现方式。时空压缩与扩展技术继续拓展体验的边界，快速的时间流逝模式可以把建筑的发展演变过程压缩展现出来，而缓慢的时间流逝模式则用来加强仪式性场所带来的情感冲击。设计者要准确地把握时空参数的调节阈值，不能因为调节过度而破坏历史真实感，也不能因为调节不够而造成体验碎片化。最终时空维度的动态调节，把历史文化景区由静态的展示空间变为可以互动的历史剧场，游客在时空的流动里对文化基因完成深度的解码。

#### 结论：

沉浸式艺术设计是在技术赋能、文化创新的驱动下形成的，从而对历史文化街区进行重新塑造。它的价值并不依靠技术上进行的造景来实现，而是靠情感上的联系、行为上参与、价值上认同来实现。在文旅融合的背景之下，这样的设计思维为历史文化当下的转化赋予了可以复制的方法论，促使景区宣传由信息传递转向意义生产，实现本质的回归。以后的探究中应该对技术伦理与文化本真性之间达到一种平衡的关系，保证沉浸式创新一直服务于文化的传播。

#### 参考文献：

- [1]刘粟,张耀引,姜媛媛.梅岭玉博物馆的多维沉浸式体验设计策略研究[J].包装工程,2023,44(24):537-542.
- [2]YI+MU.土家织锦沉浸式艺术装置设计,激活文化遗产[J].工业设计,2024(3):10-10.
- [3]胡依娜.基于全景视角下的博物馆导览沉浸式体验设计研究——以苏州博物馆为例[J].艺术与设计:理论版,2023(2):63-66.
- [4]马聪玲,滕菲菲,李翎维.沉浸式文化旅游空间形成要素及路径研究[J].重庆社会科学,2025(6):33-34.
- [5]李顺利.虚拟现实技术:构建沉浸式艺术疗愈的新世界[J].魅力湖南,2024(6):0049-0051.

**作者简介:**乔娇(1993年4月),男,汉族,山西省晋中市人,文学学士,研究方向:艺术设计 学历:本科。