

基于云南少数民族文化对象的现代产品设计方法

梅梅¹, 岳怀旺²

(1. 南通大学, 南通 226007; 2. 南通纺织职业技术学院, 南通 226007)

摘要: 从文化的层级结构出发, 分析了云南少数民族文化对象层次结构与产品设计元素之间的映射关系, 并结合文化产品设计特点, 阐述了通过筛选文化对象、导出设计元素、构建设计情境、设计知识诠释、交互讲述故事、发展构思草图、实施产品设计等阶段进行文化产品设计的具体方法, 为设计人员成功进行文化产品设计提供了有效地参考。

关键词: 文化对象; 产品设计; 云南少数民族

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)06-0047-04

The Modern Product Design Method Based on the Cultural Object of Minorities in Yunnan

MEI Mei¹, YUE Huai-wang²

(1. Nantong University, Nantong 226007, China; 2. Nantong Textile Vocational Technology College, Nantong 226007, China)

Abstract: Based on the hierarchy of culture, the mapping relationship between the hierarchy of cultural objects of minorities in Yunnan and product design elements is analysed, and with the features of cultural product design, the specific method of cultural product design is expounded by selecting cultural objects, exporting design elements, establishing design situation, interpreting design knowledge, interactive storytelling, making the sketch and implementing product design. This method provides an effective reference for designing cultural products.

Key words: cultural object; product design; minorities in Yunnan

文化对产品设计的各个层次与结构都有很大的影响,可以说产品设计始终是在文化的约束与滋养下进行和发展的。蕴含文化的产品增强了产品的国际市场识别性,提高了产品的消费体验,进而大幅提升了产品的附加值。云南少数民族文化以原始性、边缘性、多元一体性等特征文化闻名中外,逐渐形成了其独有的文化对象,有着很大的艺术价值潜力^[1]。若从这些独特的文化对象中适当地提取设计元素并巧妙地融入到产品设计中,既可以提高产品的文化附加值,又可以伴随产品的使用过程在日常生活中传播这些独特文化,实现了应用和传承文化的双重效果。

1 云南少数民族文化对象中的设计元素

基于语言学、人类学和社会学的研究,文化常常

被描述为与人类文明发展过程相关,牵涉到语言、习俗、信仰、艺术、思想以及行为的过程^[2]。K·Lee认为文化具有一个多层级的结构,它包括代表器物、价值和基本假设的3个层面,这些层面可以通过反映功能、审美和象征的关键文化因素被识别。Leong和Clark将文化划分为3个不同的研究层次:有形的、物质的外在层次,行为的、习俗的中间层次和意识形态的、无形精神的内在层次。在此基础上,荣泰从设计的角度提出了研究文化对象的框架,他认为文化对象可以被分为3个层次:物理或者材料文化——包括食物、服装、交通等;社会或行为的文化——包括人际关系、社会组织;精神或理想的文化——包括艺术和信仰。显然这里所讲的文化3个层次与以上Leong和Clark提出的文化的3个层级有着相互对应的关系。

我国云南境内有26个少数民族近200多个支系,

收稿日期: 2010-06-13

基金项目: 南通大学人文社会科学研究项目(09W046)

作者简介: 梅梅(1982-),女,江苏盐城人,硕士,南通大学讲师,主要从事产品设计方面的研究。

其中每个少数民族甚至是同一个民族的支系之间都有着不同的文化,造就了丰富多彩的文化对象^[3]。结合以上观点,认为云南少数民族文化对象具有3个层次:外在或可触层次,包括云南少数民族文化对象的色彩、质感、造型、表面纹饰、线条、细节处、构件组成等属性;中间或?为层次,涵盖云南少数民族文化对象的功能、操作性、使用??性、安全性、结合关系等属性;内在或不可触层次,包涵云南少数民族文化对象的特殊涵义、故事性、感情性、文化特质等。结合唐纳德·诺曼将设计从本能、行为和反思3个层级加以考虑,云南少数民族文化对象的3个层次就可以映射为对应的3层设计元素,见图1。包括本能文化设计元素、行为



图1 云南少数民族文化对象与设计元素的映射关系

Fig.1 The mapping relationship between cultural objects of minorities in Yunnan and design elements

文化设计元素的和反思文化设计元素。本能文化设计元素关注文化产品的外观,旨在将文化对象的形式、质地和样式转化为新的文化产品外观特征;行为文化设计元素关注文化产品的使用、功能等方面,这是增强产品可用性的关键;反思文化设计元素关注用户在体验文化产品过程中的感受、情绪和认知过程,由于用户个体的文化、经历、教育的不同,反思设计元素最难捉摸。

2 云南少数民族文化产品的设计步骤

在云南少数民族文化产品设计过程中,可以通过对文化对象的文化因素重新审视、思考和定义,从而获取大量有价值的设计元素并融入到设计之中,创造出适于社会和满足消费者文化与审美需求的产品^[4]。在具体设计实践中可以历经识别、诠释以及最终实施3个阶段来完成云南少数民族文化产品的设计开发工

作,见图2。



图2 云南少数民族文化产品设计的3个阶段

Fig.2 The three stages of cultural product design of minorities in Yunnan

1) 识别阶段。主要任务是通过实地走访、文献检索、田野调查等多种方法从云南少数民族初始文化对象中筛选出符合特定设计项目的文化对象,并按照图1的映射方法获取3个层面的设计元素:包括与外在层次相关的颜色、质地和模式等本能文化设计元素,与中间层次相关的功能、可用性和安全性等行为文化设计元素,以及与内在层次相关的情感、文化意义和故事等反思文化设计元素。进而构建出满足以上3个层次的设计情境,规划出目标产品的基本设计元素范围。在构建设计情境时要尽量尊重文化对象的真实性,要多多考虑文化对象被使用的整体环境,包括经济、社会文化及科技应用等因素,避免设计情境构建的事实性扭曲。

2) 诠释阶段。通过识别阶段的努力,设计师对文化对象中的设计元素有了较为深入地理解,此时要结合他们以往积累的一些设计经验,将这些知识与现实社会中的设计问题联系起来,产生对文化、技术、社会之间互动的诠释思考,将云南少数民族文化对象中获取的设计元素诠释为设计知识。另外,设计师还要结合他们对用户需求的理解,定义出具有云南少数民族文化意义的产品风格。为了更好地实现设计元素的成功诠释,设计师还应当通过交互讲述故事的方式积极探索一些交互关系。包括云南少数民族原始文化和现代制作技术之间的交互,设计师和用户之间的对话,以及设计师及用户对文化环境的相互理解等。

3) 最终实施阶段。在前两个阶段设计师已经对相关云南少数民族文化对象积累了丰富的知识,并对文化设计元素的范围和与之相关的价值有了更多地了解。此时,设计师可以将这些知识同其对设计的理解相结合,在设计情境构建和故事讲述的基础上,创立简单的概念文字和图形草图解决设计问题,实现设计概念的发展以达到将文化意义转换为适应于设

计目标文化产品的目的。在此阶段,所有的文化设计元素还应在矩阵表中列出,以便设计师在设计过程中检查是否应用了所有提炼出的设计元素,同时还要对产品原型的功能、含义和合适度做进一步评估,并不断基于评估结果对原型做出修改^[5]。

3 云南少数民族文化产品设计范例

以彩雕黑陶普洱茶罐产品设计为例进行阐述。在设计识别阶段,通过大量的文献检索和实地调研找到了许多云南少数民族文化对象,例如:古滇贮贝器、铜鼓、瓦猫、吞口、原始制陶等。进一步筛选发现云南石寨山型铜鼓集冶炼、铸造、雕刻、绘画、装饰、音乐舞蹈、宗教于一身,是我国西南和南方少数民族创造的极具文化代表性的青铜艺术瑰宝,很能唤起人们对这种独特文化的认同感,有着设计发展的巨大潜力,见图3。首先,从铜鼓文化的外层导出设计元素。铜鼓



图3 云南石寨山型铜鼓

Fig.3 The Shizhaishan timbal in Yunnan

文化的外层以浮雕装饰为主要特点,装饰造型多以点、线、面、粗细、长短、刚柔、宽窄、疏密、开合、向背等表现各种不同的抽象感觉,使纹样及其排列组合产生类似于音乐的视觉旋律。铜鼓饰带的装饰效果通过晕圈的组合方式产生节律感并贯以宽大的晕带布置主体纹饰,窄小晕带环列次要花纹,使主次分明^[6]。这些传统纹样造型精美别致,可以作为设计元素融入现代产品设计中。其次,从铜鼓文化的中间层提取设计元素。从可用性的角度而言,鼓面中心厚实突出更能经受鼓槌的击打而不易被损坏,鼓耳的存在利于其被敲击节歌时的自由移动,加之共鸣和传声的结构都暗示了其使用的方式,尤其是这种中空的鼓身结构与茶罐产品的存储实用功能巧妙呼应。最后,从铜鼓文化的内层提取设计元素。反思设计元素主要来自于

铜鼓雕饰纹样的象征意义,例如:划船纹代表重大的节日或祭祀活动,与祈求水神(龙)的护佑有关;太阳纹代表对太阳、自然、宇宙等自然秩序的感知崇拜。这种反思设计元素还可以从铜鼓乐舞中导出,例如:彝族同胞的“跳金竹”乐舞体现了他们对金竹的自然崇拜,对原始宗教的信仰,他们相信金竹是他们的保护神,相信金竹的枯荣是民族兴衰的象征,为了求得民族的兴旺发达,年节都对它顶礼膜拜^[7]。这些象征意义都展现了先民们慎终追远、敬畏天地的态,提供了现代产品绿色设计(敬畏天地)的参考。综合考虑这些提取出的设计元素,可进一步构建满足3个层次的设计情境,见图4。



图4 石寨山型铜鼓文化设计元素的设计情境构建

Fig.4 Design situation of the design elements from the cultural of Shizhaishan timbal

在成功提炼出铜鼓文化3个层次的关键设计元素后,发现其中有些设计元素不宜按部就班直接应用于普洱茶罐现代产品设计。例如:古老的冶炼技术制造的青铜材质就很难直接应用于现代产品,因此在诠释阶段,要根据积累的设计经验和知识把这种质朴的设计元素信息诠释为能够为现代消费者所喜爱的产品设计知识。通过与用户的多次交互沟通,进一步明确了作为茶容器的普洱茶罐要突出保存普洱茶叶的典型功能,为了利于普洱茶叶的长期优质保存,通过文化筛选最终放弃了古老青铜作为制作材质,选取了透气性好且制作加工技术简单的云南特有的原始尼西黑陶作为产品材质,见图5。通过这种交互讲述故事的方法意外的在产品中又添加了尼西黑陶文化元素,进一步丰富了普洱茶罐蕴含的文化信息量,而且优化了普洱茶罐产品制作材料及制作技术,更加深了目标用户对这种独特文化环境的理解。

在产品实施阶段,可在设计情境和故事讲述的基础上创立大量的概念文字和概念图形草图,并可根据



图5 尼西黑陶

Fig.5 The black pottery in Nixi

设计需要将情境和故事进行一些改动,以达到将文化意义转换为逻辑正确的文化产品的目的,但这些改动始终需关注之前定义好的文化设计元素以及文化对象的特定环境。例如:石寨山型铜鼓上饰有竞渡纹和羽人纹等多种装饰纹样,见图6。这些纹样造型生动



图6 铜鼓装饰纹样

Fig.6 The decoration pattern of the timbal

的呈现了云南少数民族独特的铜鼓文化因素,可是这些纹样并不一定能被用户接受,设计人员完全可以根据自己对该文化的理解创立多种概念图形草图,通过与用户的交互协商大胆对纹样进行优化改良,创造出用户满意的设计概念构思草图。

在产品实施后期,将石寨山型铜鼓、尼西黑陶等文化对象中映射出的所有文化设计元素都在矩阵表中列出,随时对照、检查是否成功应用了相关的文化设计元素。整个设计实施过程都严格遵循设计评估程序,及时评估产品的功能、含义和合适度,并针对评估结果对原型做出进一步修改,如此反复传递直至设计项目的最终完成。通过这种方法又进一步发现、解决了很多设计上存在的问题。例如:尼西黑陶由于原始烧制工艺的限制,黑色的胎体颜色限制了其色彩的创新,通过对原型进行评估,尝试运用藏族唐卡绘制的方法对黑陶进行彩雕,使整个产品保持一贯的藏族重彩风格,最终产品见图7。黑陶彩雕储茶罐产品充分展示了石寨山型铜鼓、尼西黑陶及藏族重彩画的文化内涵,再加上设计人员对现代产品设计的独到理解,实现了其文化因素各个层次在文化产品中的体现。



图7 最终设计方案

Fig.7 The final design project

4 结语

云南少数民族蕴含着丰富多彩的文化因素,透过云南少数民族文化因素获取设计元素并诠释其文化价值,可以有效地将这些文化设计元素应用于产品设计开发中,创造出宣扬独特地区文化的产品。文化是人们共有的生活形态,相同的生活体验与共同的文化记忆最易感动人心,由其设计衍生出的文化产品,在向消费者传播这种独特文化的传统价值的过程中,既满足了消费者的使用需求,又丰富了他们的精神生活。总之,文化产品设计展示了它与当今市场融合的巨大潜力,是当今设计师为之努力的方向。

参考文献:

- [1] 和少英.民族文化保护与传承的“本体论”问题[J].云南民族大学学报,2009,26(2):17-24.
- [2] 邱春林.设计与文化[M].重庆:重庆大学出版社,2009.
- [3] 杨文顺,特姆.全球化背景下云南多样性民族文化的碰撞与发展[J].云南民族大学学报,2009,26(2):42-46.
- [4] 钟蕾,王宁宁.基于系统论的天津民俗旅游纪念品设计探讨[J].包装工程,2010,31(6):9-12.
- [5] 姜斌.建立完善的设计评论体系推动工业设计的良性发展[J].包装工程,2005,26(3):189-191.
- [6] 易嘉勋.西南民间铜鼓纹饰艺术探析[J].广西民族学院学报(哲学社会科学版),2005,27(5):89-93.
- [7] 李伟卿.关于铜鼓起源的若干问题//云南青铜文化论集[C].昆明:云南人民出版社,1991.