

【高校设计研讨】

面向湘黔桂三省坡侗族聚居区的设计扶贫发展模式研究

杨熊炎, 叶德辉

(桂林电子科技大学, 桂林 541004)

摘要: **目的** 在国家精准扶贫战略指引下, 关注湘黔桂三省坡连片特困区整体贫困问题, 以“设计+文化资源”方式探索三省坡侗族设计扶贫可持续性发展模式。**方法** 归纳三省坡侗族文化内涵, 分析国内外设计扶贫案例, 结合设计理论学、扶贫理论, 采用设计思维介入的方式, 整合地域资源, 探索基于设计自组织理论的设计扶贫策略, 开展基于地域文化资源的本土设计实践。**结论** 设计驱动创新可以成为扶贫活动的战略工具, 利用设计的协同连接作用, 关联融合产业、构建文化品牌和整合资源。引导在地居民参与乡村社区建设, 提升三省坡地区村民的内生动力, 获得文化传承的可持续创新驱动动力, 提升品牌传播的可持续社会影响力, 从而推动民族地区经济发展和民族文化繁荣, 以期为我国其他连片特困区的扶贫活动提供经验借鉴。

关键词: 设计扶贫; 自组织理论; 设计驱动创新; 三省坡侗族

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)10-0251-09

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.10.035

Development Model of Design for Poverty Alleviation of Dong Settlements in Sanshengpo Area of Hunan, Guizhou and Guangxi Provinces

YANG Xiong-yan, YE De-hui

(Guilin University of Electronic Technology, Guilin 541004, China)

ABSTRACT: This paper aims to pay attention to the overall poverty problem in the contiguous poverty-stricken areas in Sanshengpo Area of Hunan, Guizhou and Guangxi Provinces, and explore the sustainable development mode of design poverty alleviation of the Sanshengpo in the way of design plus cultural resources under the guidance of the national targeted poverty alleviation strategy. The cultural connotation of the Dong minority in Sanshengpo is summarized, domestic and foreign design poverty alleviation cases are analyzed, design theory and poverty alleviation theory are combined, and design thinking is used, to integrate regional resources, explore design poverty alleviation strategies based on design self-organization theory, and develop local design practices based on regional cultural resources. Design-driven innovation can become a strategic tool for poverty alleviation activities. By using the synergistic connection of design, it can connect the integrated industries, build cultural brands and integrate resources, and guide local residents to participate in the construction of rural communities, enhance the endogenous motivation of villagers in Sanshengpo, obtain sustainable innovation driving force of cultural heritage, and enhance the sustainable social influence of brand communication, so as to promote the economic development and cultural prosperity of ethnic minority areas, thus provide reference for other poverty alleviation activities in contiguous areas.

KEY WORDS: design for poverty alleviation; self-organization theory; design-driven innovation; Dong minority in Sanshengpo

收稿日期: 2021-01-20

基金项目: 2019 年度国家社会科学基金项目“面向湘黔桂三省坡侗族聚居区的设计扶贫模式研究”(19XMZ087); 2019 年度广西高校中青年骨干教师科研基础能力提升项目“精准扶贫战略下三江侗族非物质文化遗产文化产品开发策略研究”(2019KY1089)

作者简介: 杨熊炎(1983—), 男, 广东人, 博士, 桂林电子科技大学副教授, 主要研究方向为工业设计。

通信作者: 叶德辉(1975—), 男, 四川人, 博士, 桂林电子科技大学教授, 主要研究方向为工业设计。

湘桂黔三省坡侗族聚居区,是侗族的精神文化阵地,属同一文化传统的历史民族文化走廊。历史上该地区侗族就通过各种活动连接为了整体。然而该地区被划分为武陵山集中连片特困区和滇桂黔石漠化特困区,缺乏统一规划,资源开发和协调困难;另外该地区地理位置偏远、交通不便、环境闭塞,区域性贫困现象较为严重。2015年和2016年,中共中央、国务院相继发布《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》和《“十三五”脱贫攻坚规划》,强调要“持续加大对集中连片特困地区的扶贫投入力度”。这标志着我国扶贫攻坚已进入以连片特困地区为主战场的新阶段。同时党的十九大提出“确保到2020年现行标准下农村贫困人口全部脱贫”,这使得连片特困区整体贫困问题再度提升到全面建成小康社会新的战略高度。

设计思维的介入,可整合三省坡地区侗族富集的文化资源,以“设计+文化资源”的方式构建节庆文化品牌,并开展基于地域文化的系列设计应用,形成可持续发展的协同创新模式。对湘桂黔三省坡侗族聚集区设计扶贫,既有利于促进本地地区的脱贫致富,促进乡村振兴,又能为我国其他连片特困区的扶贫提供经验借鉴。

1 三省坡侗族文化内涵

三省坡地区位于湖南通道、贵州黎平、广西三江三省区交界地。三省坡地区是侗族的主要聚居地,三

省坡地区涵盖了侗族优秀的文化遗产,保存着完好的侗族原生态文化和原生环境,被誉为侗族的“圣山”。侗族文化以节庆文化、民俗活动和木构建筑技艺蜚声中外,其中侗族大歌、鼓楼、风雨桥、侗戏、侗锦、侗族琵琶歌、侗族芦笙、侗族摔跤被列入国家非物质文化遗产保护名录。三江程阳风雨桥、芭团风雨桥、黎平地坪风雨桥、通道坪坦河风雨桥和马田鼓楼、从江增冲鼓楼、通道芋头侗寨建筑群等跻身国家重点文物保护单位行列^[1]。

三省坡地区侗族特色地域文化体现在“鼓、桥、节、会、歌、款”六个方面,其中“鼓”为鼓楼,是侗族地区村寨的地标建筑,其造型美观、结构精巧、工艺精湛堪称民族瑰宝。“桥”为风雨桥,是侗族建筑中最具特色的民间建筑之一,是侗族地区艺术文化的交通纽带、人与山水和谐的象征,桥廊和桥亭逶迤交错,气势雄浑。“节”为侗族节庆活动,侗族地区节庆活动丰富多彩,民俗活动举办频繁,将表演艺术、饮食文化有机融合起来,是侗族民俗文化与表演艺术展示的窗口。“会”为坡会,侗族地区以游山对歌、互赠订物的约会方式,传递爱情,结交友情,是民间具有历史积淀的独特生活活动。“歌”为侗族大歌,是世界文化遗产,我国传统文艺的精华之一,承载和传递着侗族的生活方式、社会结构、人伦礼俗、智慧精髓等至关重要的文化信息。“款”为侗款,包括款组织和宽约,侗款是侗族族群自我管理的民间社会自治和自卫组织,以其独特的制度文化,维持着族群繁荣昌盛。三省坡侗族文化元素资源库,见图1。

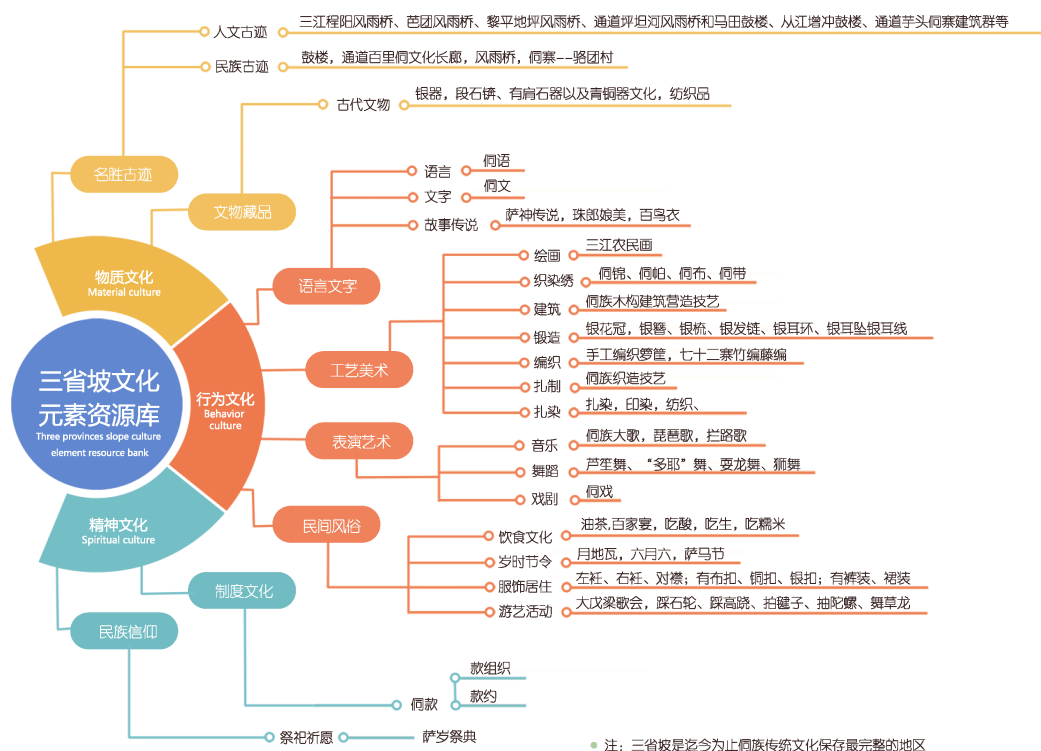


图1 三省坡侗族文化元素资源库

Fig.1 Content of the traditional culture of the Dong minority in Sanshengpo

2 设计扶贫分析

2.1 设计扶贫政策

在国家精准扶贫战略指引下，各地在扶贫实践中探索出了文化扶贫、生态扶贫、电商扶贫等多种扶贫模式。设计扶贫作为文化扶贫的新模式，是设计行为参与扶贫活动的社会责任体现。通过设计创新改进扶贫开发方式，充分运用设计力量助力脱贫，设计扶贫体现了设计介入社会创新发展的重要作用。设计扶贫活动从实践层面关注贫困地区社区互动、乡村风貌秩序重塑、非物质文化遗产再造、传统工艺再设计、乡村产业优化等方面，并提供设计指导与设计扶持。设计扶贫以发展设计援助为导向，服务特定的贫困民众，实践活动主要涵盖与贫困民众生活及生产息息相关的衣、食、住、行、用等设计造物领域，以期提升贫困人群的幸福感和增加经济收入^[2]。

设计扶贫活动正受到全世界的关注和支持。2018 年 4 月，联合国工业发展组织与 30 多个国家和地区的设计组织、机构、企业及院校在杭州良渚共同发布了《设计扶贫宣言》，首倡“设计扶贫”，提出运用设计力量为扶贫做贡献，以消除贫困、促进产业与环境可持续发展为目标，符合国家精准扶贫战略定位。设计扶贫强调通过设计创新在经济、社会、环境领域形成良性循环，有效提升产业活力和生命价值。2018 年 8 月，工信部发布《设计扶贫三年行动计划（2018-2020 年）》，明确提出以深度贫困地区和少数民族聚集边境地区为重点，普及设计理念，提升产业扶贫能力，提供设计解决方案，培育设计专业人才，激发内生动力。

2.2 设计扶贫理论分析

国内设计扶贫研究主要体现在两个方面。一是强调设计扶贫的共同创造。比如季铁（2012 年）、罗皓

天（2012 年）、唐啸（2017 年）提出了采用参与式设计方式进行设计扶贫，强调设计扶贫过程中设计师和村民的“共同创造”；中国台湾手工业研究所所长翁徐得也提出了全体居民参与等方式的乡村振兴的可持续化模式；黄世辉结合实践探索，提出了新的社区自主营造机制。二是强调以设计为产业提供可持续支持。比如同济大学娄永琪（2015 年）开展了“设计丰收”项目；湖南大学何人可等人（2016 年）结合了侗族、瑶族社会创新系列项目，他们都利用设计手段为特色优势文化资源的产业化创新提供了设计支持。

国外设计扶贫的研究有三个视角。一是从设计伦理角度。美国设计理论家维克多·帕帕奈克（2001 年）提出，设计应具有社会责任，要去关心占世界人口大多数的贫困人群；巴西学者刘易斯·吉马良斯指出，设计师要对低收入者负责，并有能力去解决他们的问题；英国“实际行动”组织分别为非洲、亚洲和南美的一些贫困地区设计发电、饮水和工艺方面的产品和培训。二是设计服务角度，设计为社区再造和发展提供帮助。典型的是 20 世纪 60 以来日本开展的造町运动，强调“一村一品”，大力支持手工艺，发展地区文化，活动延伸到中国台湾地区。三是设计系统角度，设计为地区可持续发展的研究。比如意大利曼梓尼（2011 年）提出了分散式网络、社会化媒体、未来合作网络融合的社会创新；著名设计师伊文·布洛森基于在东南亚地域特色的方式工艺调查，形成了满足生态、经济、社会三方可持续的设计架构^[3]。

随着设计的全球化发展，世界各地在探索社会创新设计与可持续设计的实践上不懈努力，并在设计扶贫方面积累了大量的实践案例，见表 1。社会创新实践活动，通过设计的力量为贫困群体提供设计服务，并导向可持续社区和可持续生活方式的形成，为设计学科发展提供了新的视角。

表 1 国内外设计扶贫实践的案例（部分）
Tab.1 Cases of designing poverty alleviation practices at home and abroad (partial)

项目名称	实施时间	研究对象	创新领域	实施地区	介入方式
为另外 90% 的人设计	1970 年至 2011 年	低收入家庭	低成本的解决方案	非洲、美洲、亚洲	设计作为技术介入，提供解决方案
“良心设计”运动	2002 年	贫困群体	建筑设计、景观设计、产品设计、工艺品设计	巴西、多米尼加、危地马拉等	设计关怀、设计责任，提供设计扶助
克拉寇特创新设计	2006 年	手工艺人	家用产品设计（灯具、雕塑、果盘）	泰国	设计驱动产品创新
湖南大学新通道项目	2009 年至 2012 年	社区中多样化群体	居民设计、景观设计、家居服务设计、传播设计、地域文化产品与视觉设计	湖南省通道侗族自治县	设计为主导的生态系统
IDEO 公司	2011 年	中低收入家庭	便捷厕所设计、服务设计	加拿马库西	设计思维提供服务

3 基于三省坡侗族聚集地的设计扶贫实践

3.1 三省坡侗族聚集地设计扶贫架构

三省坡侗族聚集地丰富的非物质文化遗产文化资源与落后的经济发展矛盾突出,文化资源缺乏特色化的转化方式;传统乡村社区缺乏新业态、新商业模式和新文化传播方式的创新^[4],需要通过设计思维介入社会创新,将现有的资源、社群、创新能力多元组合,从而满足社会需求并解决社会问题^[5]。

三省坡侗族设计扶贫以“民族文化价值+乡村振兴发展需求”为主线,实现文化传承与地区经济发展的联结,提升民族文化自信、文化认同感。三省坡侗族聚集地设计扶贫架构见图2,整体架构按照“理论研究—整体规划—经验借鉴—服务创新—实践”的思路不断循环迭代。设计扶贫整体架构的核心关键词为本土知识与资源、设计连接、可持续发展,推动文化传承的可持续的创新驱动力、品牌传播的社会影响力。

首先,实地调研三省坡侗族聚集地,深入体验侗族生活,获取地方性知识,开展实地设计工作坊,采用实地设计示范、设计指导和设计服务等方法,结合国内外设计扶贫案例,以及设计理论学、扶贫理论,引入自组织理论,结合设计的连接作用,利用网络平台整合设计资源,引导在地居民参与乡村社区建设,提升三省坡地区村民的内生动力,导向可持续生活方式的形成,形成民族地区可持续性设计扶贫策略;其次,结合三省坡地区侗族文化资源特色,构建整体产业规划和品牌;最后,借鉴设计扶贫案例,展开设计扶贫的设计创新服务与设计实践。

3.2 基于设计自组织理论的设计扶贫

自组织理论核心构成为耗散结构论和协同论,被广泛应用于管理学领域。自组织理论认为,开放系统通过外界进行能量交换,可实现从无序态向有序自组织形态的过渡。自组织理论的核心机制为协作发展机制和内生长发展机制。在自组织理论视域中,“自组

织”能力的提升有三个动力性条件:远离平衡状态、创设开放的系统、增加内外之间的能量与信息交换^[6]。

三省坡侗族特色村寨,地处边远山区,自然资源和文化资源较为丰富,由于交通不便,所以组织形态长期处于相对封闭状态,与外界交流较少,加上生产生活方式的生态发生变化,乡村秩序遭到破坏,使得无论是梁漱溟的“伦理本位”还是费孝通的“差序格局”,均被削弱^[7]。根据自组织理论,系统组织在封闭状态下会处于低活跃度,以及保守的相对平衡状态,民族贫困地区通过自身的能力很难改变经济落后现状。另外村民对于本身文化的认同感降低,使得侗族自身优秀文化发展传承出现问题,侗族特色村寨除了经济扶贫之外,更需要文化扶贫^[8]。因此需要通过外部措施干预,通过多元主体参与和地方性知识平台建设,构建开放系统,加强信息和资源的交流与互动,为系统创造一定的自组织条件,把处于沉寂的“死水”变成流动的“活水”,把贫困落后的民族乡村变成可持续发展且具有活力的新型乡村社区。

乡村文化资源主要包含三个层面:其一为形而上的观念、价值取向和思考活动等;其二为形而中的生产与生活组织方式;其三为形而下的物与空间形态等。三者依靠形而中的行为组织连接,构成乡村社会的“生产、生活、生态”形态^[7]。新型设计自组织理论是在自组织理论基础上,通过外部干预、序参量加强和内生动力提升等途径,营造自组织运行条件,完成从低级无序态向高级有序自组织形态演化。针对三省坡地区侗族乡村村寨产业结构单一(生产形态)、空心化(生活形态)、可持续发展意识薄弱(生态形态)等问题点,通过多学科交叉合作,借助设计力量的介入指导和连接作用,“人+环境”外部干预和“人+资源”序参量加强,并通过设计的资源的整合作用,依托目前的乡村行政组织,探索具有侗族特色的“村寨+款”新型自组织管理模式,挖掘侗族传统的“款”组织文化。并且构建地方性知识平台和多元主体参与建设,发挥多元主体间的协同和关联作用,建立在地居民参与的利益联结机制,提升在地居民内生动力,

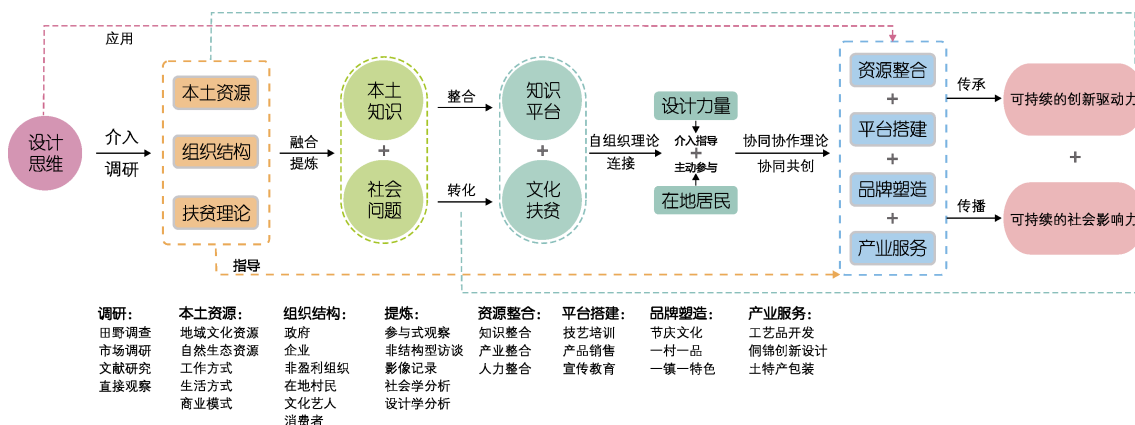


图2 三省坡侗族设计扶贫架构
Fig.2 Sanshengpo poverty alleviation design structure

推动农村社区系统组织的协调发展,并形成有序系统的“三生空间”,与产业兴旺、生态宜居、乡风文明的乡村三大振兴目标相契合。基于自组织理论的侗族“三生”形态演化见图 3。

3.3 结合优势资源的三省坡地区整体规划

3.3.1 “圣侗节”品牌构建

侗族节庆文化具有品牌资源和品牌资本,树立品牌能增强民族文化的竞争力,开发民族节庆有利于挖掘传统民族文化和推动社会经济发展^[9]。湘黔桂三省坡节庆活动众多,形式多样、内容丰富,涵盖生产性、

生活性节日,以及祭祀、纪念性节日等庆典,具有形成品牌化的资源基础。三省坡地区已有较好的节庆文化系列活动基础,如广西三江每年一届的“哆耶程阳桥”文化旅游节、贵州黎平两年一届的中国侗族鼓楼文化艺术节、广西每年一届的“壮族三月三”民俗活动,每个节庆活动开展得如火如荼、精彩纷呈。民族节庆活动以“政府政策引导、企业协会主办、群众主体、文化主流”为理念,以政府统筹,将优势节庆文化资源整合起来,以体验经济为核心,形成了“产业养节”的良性循环,实现了当地民众、旅游者、企业、地方政府多方共赢。三省坡地区侗族节庆主要活动见表 2。

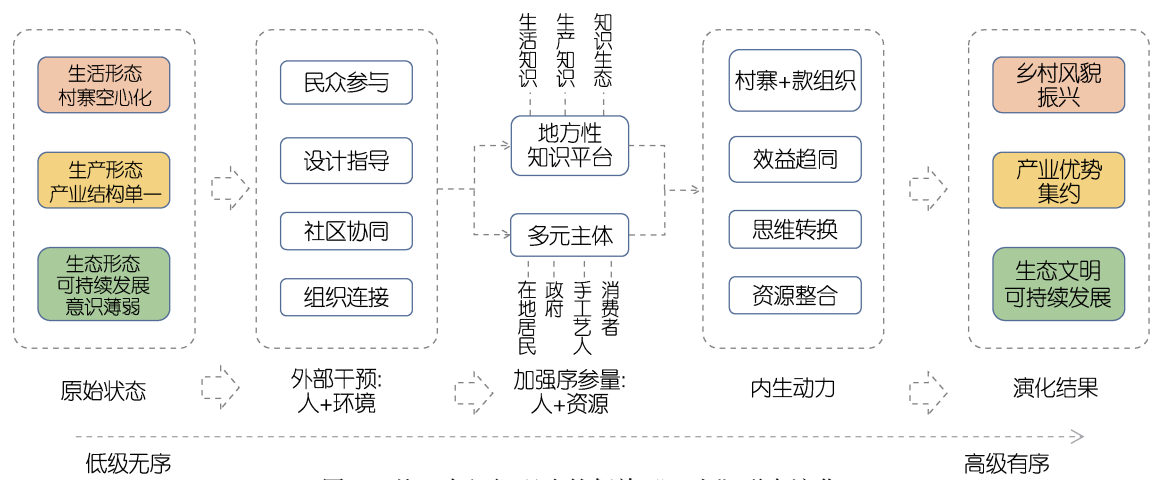


图 3 基于自组织理论的侗族“三生”形态演化
Fig.3 Evolution of “San Sheng” of Dong minority based on self-organization theory

表 2 三省坡地区侗族节庆主要活动
Tab.2 Main activities of Sanshengpo Dong minority for festivals

节日名称	时间	地点	活动内容	备注
春节	农历初一至十五	全部侗族地区	祭祖、多耶、月也、打糍粑等	—
萨玛节	农历初三至初四	贵州省榕江县、黎平县、从江县	祭萨、多耶、月也、行歌坐夜	国家级非物质文化遗产
月也	农历初一至十五期间	贵州省榕江县、黎平县、从江县，广西三江县、龙胜县，湖南省通道县	赛芦笙、对歌	国家级非物质文化遗产
花炮节	农历三月三	广西三江县、龙胜县	抢花炮、赛芦笙	省级非物质文化遗产
寒食节	农历三月三	广西三江县、龙胜县	抢花炮、赛芦笙	—
大戊梁歌会	农历三月大戊日	湖南省通道县	对歌、弹琴、吹芦笙、跳哆哩	省级非物质文化遗产
谷雨节	谷雨	贵州省黎平县	丢丢包	—
乌饭节	农历四月初八	贵州省榕江县	吃乌米饭、开田捕鱼、杀鸡宰鸭	—
喊天节	农历六月十五	贵州省榕江县、黎平县、从江县等	祭天仪式、行歌坐夜	—
芦笙节	农历八月十五	贵州省榕江县、黎平县、从江县，广西三江县，湖南省通道县	吹芦笙比赛	国家级非物质文化遗产
过侗节	农历八月十五	贵州省榕江县、黎平县、从江县	杀猪、祭拜祖先、演侗戏、唱侗歌	—
姑婆节	农历腊月二十九	贵州省榕江县、黎平县、从江县，广西三江县，湖南省通道县	杀猪迎接姑婆、打糍粑、酿酒	国家级非物质文化遗产

在充分调研和构建地方知识平台基础上,发挥自组织理论中的协作发展机制,整合与筛选三省坡侗族原生态优势民族文化资源,从文化的基原性、建构性、延展性等三方面,选择合适的民俗文化作为品牌文化基础。侗族优势的民族文化品牌主要有节庆文化和传统文化技艺,如侗锦、木构建筑技艺等,将侗族特色的民族文化融入现代元素,充分开发相关文旅与文创产业,拓展商品市场的销售渠道,形成具有一定影响力的文化品牌,可以将民族文化转换为品牌资本^[10]。侗族品牌构建思路,即以三省坡侗族节庆为主线,构建侗族整体节庆文化品牌和特色系列子品牌协同发展路径,提升品牌形象。

一是侗族整体节庆文化品牌构建。三省坡地区侗族自古以来“山同脉、水同源、语同音、俗同形”,具备构建侗族整体节庆文化品牌物质基础。以“歌”为节庆文化的核心竞争力,实行区域联动整合节庆文化资源,与民族旅游业联动,带动表演艺术、民族服饰、饮食文化、体验竞技及宗教信仰等多方面的习俗,从而使这些习俗得以保护与发扬,让更多侗族民众能广泛参与其中,提高民众参与度。并将文化符号转变为文化品牌,从整体上提升三省坡侗族节庆文化知名度和影响力^[11]。侗族整体节庆文化品牌释义为“圣侗节”。品牌特征元素关键词为圣山、歌会、民俗节日。三省坡是侗族人民的“圣山”,“歌”是侗族文化最大的文化特征载体,丰富多彩的歌是侗族人民美好生活的表达方式,极具特色的声乐艺术造就了侗族浓郁的民俗风采,侗族整体节庆文化品牌可以解读为“三省侗节”,进一步浓缩为“圣侗节”。

二是“一村一品”特色系列子品牌建设。在现有“侗都黎平”的基础上,开展七县七个侗族子品牌子的协同与差异化发展,如湖南通道大戊梁歌会与六月六歌会、广西三江花炮节、贵州黎平平架假声琵琶歌会^[11]、三江独峒款文化、侗族百家宴等,并借助设计的整合作用,开展“一村一品”和“一镇一特色设计”,进行针对性的设计推广和设计服务策略。

3.3.2 特色产业输出

在民族文化受到外来文化冲击与衰退的背景下,借助产业输出进行生产性保护,传承侗族优秀的民俗文化是较为合理的选择。依靠特色文化资源,因地制宜地建立特色产业,从设计的角度研究地域文化与特色产业的关联方式,以点带面扩展出全方位的特色文旅品牌内容^[12]。三省坡原生态文化走廊是文化多样性地区,拥有多项国家级和省级非物质文化遗产,独特的民族风情资源、精湛的民俗技艺及原生态的物产资源,是产业化发展的物质基础。根据侗族优势的非物质文化遗产文化资源,以内生动力增强侗族“非物质文化遗产”保护与传承的主动性^[13],激活非物质文化遗产文化的活力,挖掘非物质文化遗产技艺进行生产再现,转化为体验性经济生产力,以最小的成本融入

全球化的商业与社会关系网络中,发展民族生态旅游、节庆文化演艺、有机农业(土特产)、民族工艺(侗锦、侗绣、竹制品、木构架建筑)等有地域特征的产业。以政府、公司、手工艺人和民众为产业扶贫的主要利益相关主体,探索各方主体的利益联结和有效互动,增强产业的“益贫性”。民众有效参与,以及获得合理收益是扶贫活动可持续进行的重要因素,因此政府部门与企业提供制度保障和合理的收益分配,能更好激励在地居民参与产业活动的积极性和持续性。在发展规模化产业带动大量民众就业的同时,也要规划一些农村妇女和老人等乡村留守弱势群体的小微项目,如服饰缝制、刺绣、编织等,并吸引外出务工人员返乡就业、增加就业机会^[3],一并解决缺乏专业指导和留守问题。产业设计力量介入产业活动,整合本土资源,为企业设计提供设计战略服务和智力支持,为当地手艺人提供设计创新服务,具有促进产业升级的作用。特色产业输出见图4。

3.4 整合地域资源

三省坡地区有丰富的文化资源与物产资源。由于各类资源处于分散状态,根据自组织理论的协作发展、信息交流机制和内生发展机制,通过协会、公益组织,将本土各种可用性资源整合起来加以合理利用,并通过设计构建多元路径,把本土资源转化为生产力。将人力资源、产品设计资源、本土产业资源及知识平台资源四种有机整合,并促进各类资源的协同创新,多元参与主体之间的协同合作,促进资源在区域间的流动与交流,创造良性的自组织条件。鼓励在地居民积极参与到自己所在地区的发展中去^[14],增进在地居民的文化自信,增强社区的向心力,使得设计师、当地居民、手艺人之间的知识协同共享。依托知识平台,借助各类自媒体,发掘侗族村寨的乡村精英和乡贤人才;建设侗族数字化资源库,为设计扶贫提供知识服务、技能培训和信息服务,促进本土人才资本和生产要素的可持续发展内生增长^[15]。三省坡地区资源整合见图5。

3.5 基于地域文化资源的本土设计

三省坡侗族原生态地域文化广泛存在于侗族人民生活习俗、节庆活动、手工艺活动中,以器物、服饰、工艺品等物化形式呈现。波德里亚^[16]曾说:“物必须成为符号,才能成为被消费的物。”地域文化创意产品的保护与利用,已不单纯是经济问题、空间商品或者美学品味问题,而更应关注其地域文脉的解释与表达^[17]。项目组对三省坡地区进行了系统的田野调查,收集和整合了三省坡侗族特色非物质文化遗产,筛选出具有代表性且可物化、可视化的特征,包括鼓楼、风雨桥、侗戏、侗锦、侗族芦笙等。并且从形、材、色、艺、构、纹、用等方面挖掘侗族文化的内涵,以图表形式进行型谱分析、语义描述和解析^[18],解读

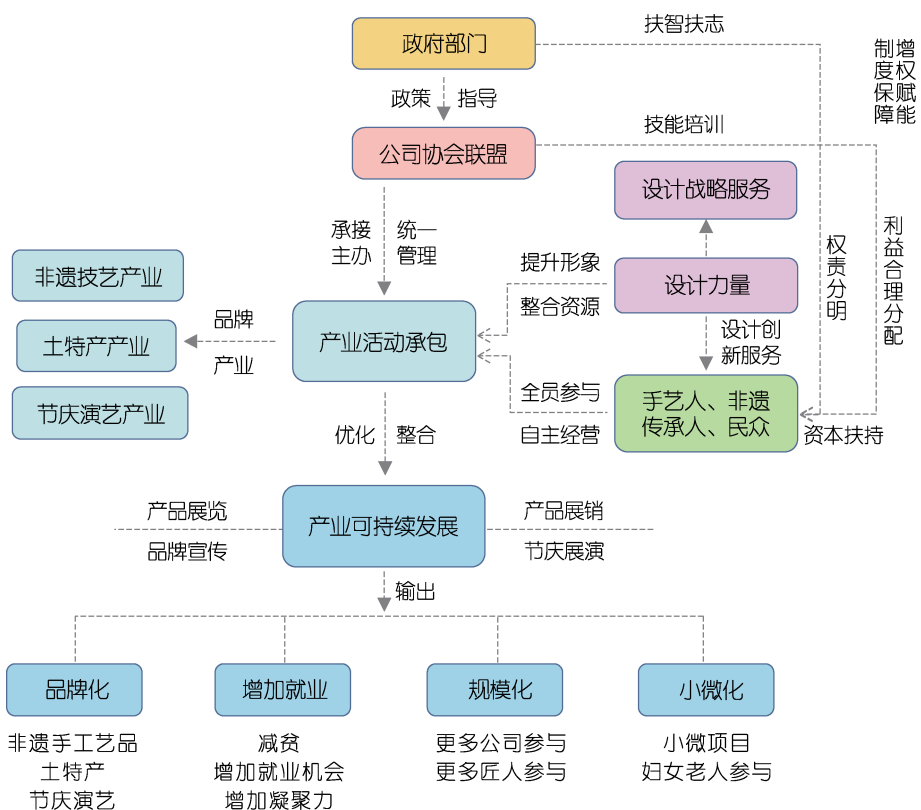


图 4 特色产业输出
Fig.4 Characteristic industry output



图 5 三省坡地区资源整合
Fig.5 Resource integration in Sanshengpo area

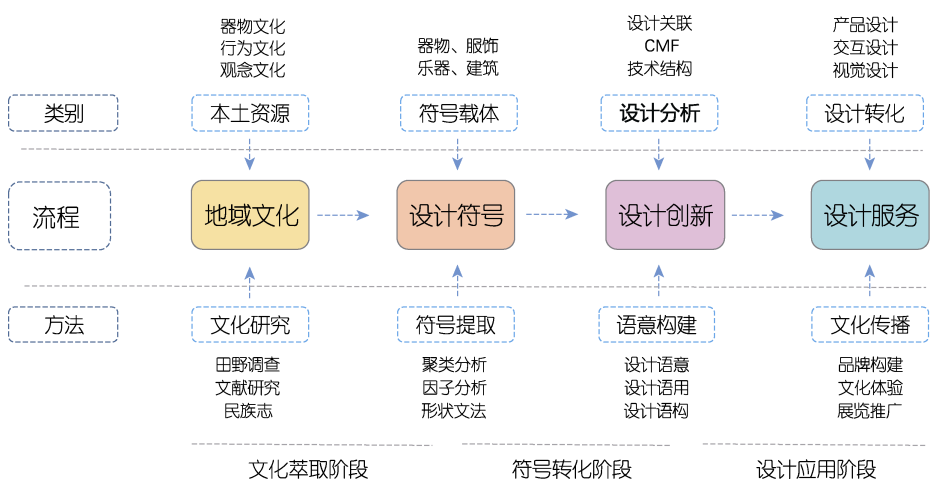


图 6 基于地域文化的本土设计流程
Fig.6 Local design process based on regional culture

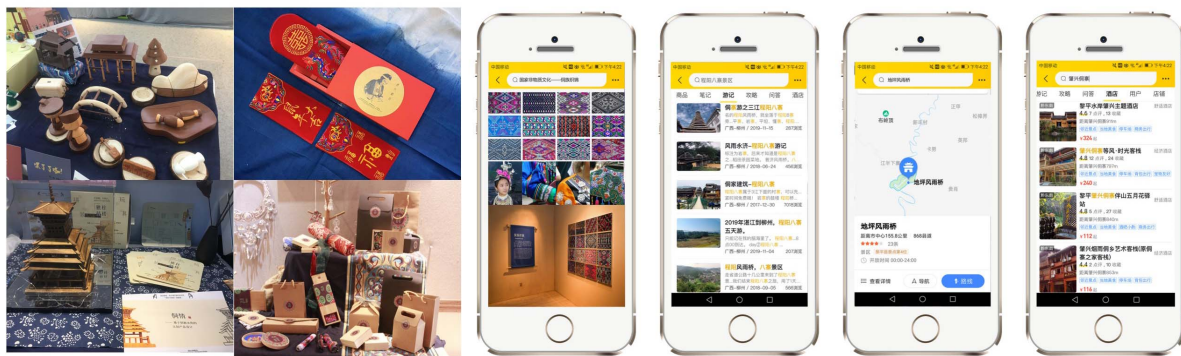


图7 本土设计实践
Fig.7 Local design practice

文化的表征与深层的寓意。通过提取文化因子,将符号进行视觉化、形象化表达,构建本土文化资源与本土符号系统,寻求符号与现代设计载体的社会价值合理关联,再借助符号的形式传达文化的内涵。基于地域文化的本土设计流程可以具体分为三个阶段,见图6,并进一步完成一系列设计服务实践,包括产品设计、交互设计、视觉设计等,见图7。

产品设计:结合三省坡侗族特色文化资源,围绕文化旅游产业进行创意产品设计,开发具有本土侗族特色的生活用品、旅游纪念品等。

交互设计:以地方知识平台为载体,以移动互联网终端和APP为主要呈现方式,构建侗族特色文化资源库,展现侗族风情、原生态文化与诗画般自然环境,以及非物质文化遗产技艺、民俗活动等内容。以平台为关联点,连接在地居民与游客参与民俗活动体验与互动分享经验。

视觉设计:从侗锦、建筑装饰提取代表性图案、纹样,对图案进行重构、重组,融入现代时尚元素,应用到家居用品、土特产产品包装,增强产品的识别性和地域文化性。

4 结语

设计思维介入三省坡地区文化扶贫活动,连接了“人+环境+资源”,整合了社会资源,让侗族传统文化资源转化为了生产力,提升了文化价值内涵,并促进了文化与产业的联结,构建了整体文化品牌。根据不同区域进行差异化发展,强调在地居民的参与社区建设,形成了可持续发展设计扶贫策略,实现了民族地区经济扶贫与文化扶贫双重目标。

参考文献:

- [1] 赵巧艳, 闫春. 新型城镇化进程中湘黔桂三省坡侗族聚居区村落空间布局优化研究[J]. 云南农业大学学报(社会科学版), 2014, 8(5): 149-155.
ZHAO Qiao-yan, YAN Chun. Village Spatial Distribu-

tion Optimization for Dong Settlements in the Process of New Urbanization in Sanshengpo Area of Hunan, Guizhou and Guangxi Provinces[J]. Journal of Yunnan Agricultural University, 2014, 8(5): 149-155.

- [2] 韩超. 为贫困民众而设计——当代中国“设计扶贫”初探[J]. 艺术评论, 2015(12): 89-93.
HAN Chao. Design for the Poor: a Preliminary Study of “Design for Poverty Alleviation” in Contemporary China[J]. Art Criticism, 2015(12): 89-93.
- [3] 季铁. 基于社区和网络的设计与社会创新[D]. 长沙: 湖南大学, 2012.
JI Tie. Community and Network Based Design and Social Innovation[D]. Changsha: Hunan University, 2012.
- [4] 蒋友燊, 闵晓蕾. 基于乡村文化资源的内生创意系统[J]. 装饰, 2018(4): 34-38.
JIANG You-ju, MIN Xiao-lei. Endogenous Creative System Based on Rural Cultural Resources[J]. Zhuangshi, 2018(4): 34-38.
- [5] 朱上上, 孔秀丽, 刘肖健. 面向畲族地区的创新发展模式设计[J]. 包装工程, 2019, 40(8): 111-117.
ZHU Shang-shang, KONG Xiu-li, LIU Xiao-jian. Innovative Development Mode for She Ethnic Group Area[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(8): 111-117.
- [6] 边晓红, 段小虎, 王军, 等. “文化扶贫”与农村居民文化“自组织”能力建设[J]. 图书馆论坛, 2016, 36(2): 1-6.
BIAN Xiao-hong, DUAN Xiao-hu, WANG Jun, et al. Culture-aid Program and Rural Residents' Cultural “Self-organizing” Capacity Building[J]. Library Forum, 2016, 36(2): 1-6.
- [7] 皮永生, 樊亚娟, 张田田. 设计为乡村文化资源赋能[J]. 美术观察, 2019(9): 76-77.
PI You-sheng, FAN Ya-qiao, ZHANG Tian-tian. Design Empowers Rural Cultural Resources[J]. Art Observation, 2019(9): 76-77.
- [8] 叶德辉, 杨熊炎, 谭嫒嫒, 等. 湘黔桂三省坡侗族文化扶贫模式[J]. 山海经, 2018(20): 71-73.

- YE De-hui, YANG Xiong-yan, TAN Yuan-yuan, et al. The Poverty Alleviation Model of the Po Dai People in Sanshengpo of Hunan, Guizhou and Guangxi Provinces[J]. Shan Hai Jing, 2018(20): 71-73.
- [9] 莫光辉. 少数民族传统节庆开发与区域产业联动机制建构——以广西三江侗族多耶节为例[J]. 广西民族研究, 2012(3): 161-166.
- MO Guang-hui. Development of Minorities' Traditional Festivals and Construction of Regional Industrial Linkage Mechanism: Analysis on China's Most Distinctive National Festival the Yeah Festival in Sanjiang Dong Autonomous County[J]. Guangxi Ethnic Studies, 2012(3): 161-166.
- [10] 李俊杰, 申雯清. 湘黔桂三省区边侗族文化资本化传承路径探析[J]. 贵州民族研究, 2019, 40(9): 111-118.
- LI Jun-jie, SHEN Wen-qing. Inheritance Path of Cultural Capitalization of Dong Ethnic Areas in the Three Provinces of Hunan, Guizhou and Guangxi[J]. Guizhou Ethnic Studies, 2019, 40(9): 111-118.
- [11] 龚璇. 民间原生态文化的传承保护与开发利用研究——以“三省坡”侗族文化旅游为例[J]. 新西部, 2010(12): 91-92.
- GONG Xuan. The Inheritance, Protection and Development of Folk Original Ecological Culture: Taking the “Sanshengpo” Dong Culture Tourism as an Example[J]. New West, 2010(12): 91-92.
- [12] 刘甜, 林家阳. 文化基因视域下文旅特色小镇品牌塑造实践研究[J]. 包装工程, 2020, 41(2): 89-96.
- LIU Tian, LIN Jia-yang. Brand Building of Towns with Tourism Characteristics under the Perspective of Cultural Gene[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(2): 89-96.
- [13] 胡艳丽, 曾梦宇. 侗族“非遗”保护与传承模式的缺陷与重构[J]. 广西社会科学, 2012(1): 178-181.
- HU Yan-li, ZENG Meng-yu. Defects and Reconstruction of the “Non-heritage” Protection and Inheritance Model of the Dong minority[J]. Guangxi Social Sciences, 2012(1): 178-181.
- [14] MANZINI E, 郑慧. 公共服务与协作型公众: 社会创新和设计如何改变公共服务[J]. 创意与设计, 2011(5): 4-7.
- MANZINI E, ZHENG Hui. Public Service and Collaborative Public: How Social Innovation and Design are Transforming Public Services[J]. Creativity and Design, 2011(5): 4-7.
- [15] 季铁. 社区研究与社会创新设计[M]. 长沙: 湖南大学出版社, 2017.
- JI Tie. Community Research and Social Innovation Design[M]. Changsha: Hunan University Press, 2017.
- [16] 鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 译. 南京: 南京大学出版社, 2002.
- BAUDRILLAR D. Consumer Society[M]. LIU Cheng-fu, Translate. Nanjing: Nanjing University Press, 2002.
- [17] 乔治, 马军, 黄镜帆. 乡村旅游地域文化创意元素提取及品牌重塑研究[J]. 包装工程, 2019, 40(24): 95-103.
- QIAO Zhi, MA Jun, HUANG Jing-fan. Identification of Regional Cultural and Creative Elements and Brand Remolding in Rural Tourism[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(24): 95-103.
- [18] 贺雪梅, 李颖颖, 蒋颖, 等. 唐代仕女造型因子研究及设计应用[J]. 包装工程, 2016, 37(12): 176-179.
- HE Xue-mei, LI Ying-ying, JIANG Ying, et al. Form Factors and Design Application of Tang Dynasty Ladies[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(12): 176-179.