

湘西凤凰旅游纪念品设计的“道”与“器”

康红娜

(南华大学, 衡阳 421001)

摘要: 以旅游纪念品的市场现状为启示,分析了“道”与“器”的关系,论述了湘西凤凰旅游纪念品“千篇一律”、“道”与“器”脱离的现象。在此基础上,提出了立足于湘西凤凰特色民族文化的旅游纪念品设计策略:在“道”与“器”相互作用的关系中,秉承道在器中,器不离道的设计原则。

关键词: 旅游纪念品; 民族文化; 道; 器

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)06-0026-03

Relationship between "Truth" and "Implement" in Tourism Souvenir Design of Fenghuang

KANG Hong-na

(University of South China, Hengyang 421001, China)

Abstract: It analyzed the relationship between "truth" and "implement" based on the market situation of tourism souvenir design of Fenghuang in the west of Hunan. As physical "implement", tourism souvenir is the most important carrier for spreading metaphysical "truth" of national traditional culture. It discussed the phenomenon of the same design pattern, as well as "truth" and "implement" design form. On this basis, it put forward the design strategy for unique national culture of Fenghuang to guide the tourism souvenir design; truth is in implement, implement is inseparable from truth.

Key words: tourism souvenir; national culture; truth; implement

《易经》中有这样一句话:“形而上者谓之道,形而下者谓之器”。意为形而上的东西就是指道,是传统文化、哲学方法,形而下则是指具体的、可以摸得到的东西或器物。“道”与“器”的关系即是形而上的文化、方法与形而下的器物之间的关系。“器”表现为社会功用,“道”表现为“器”背后所存在的方法与文化。“道”与“器”不同,它不具备实体性,不可触摸,仿佛无所存在,但却又无所不在^[1]。旅游纪念品作为形而下的“器”,是传播旅游景点特有文化传统的形而上的“道”的最佳载体之一。

以湘西凤凰为例,现今旅游受到越来越多人们的青睐,而旅游与旅游纪念品是密不可分的。旅游纪念品作为一种特殊的产品,具备某种独特的文化属性,承载着不同民族、不同区域特有的文化。人们在旅游

过程中所接触到的每个具有当地特色的物品都会勾起对旅游时光的美好回忆,因而旅游纪念品作为特殊的商品具有较高的自然、文化和艺术价值。如果旅游纪念品是形而下的“器”,那么民族文化则是形而上的“道”,“道”在“器”中,“器”不离“道”。

1 湘西凤凰旅游纪念品市场现状

1.1 千篇一律的“器”

现在游客出游还能买什么纪念品?面对纪念品市场的“千篇一律”和“冷清”的现状,人们不免会有这样的疑问。发达的市场经济和飞快的流通速度,使得人们在各大旅游区域和景点都能买到全国各地甚至世界各地的旅游纪念品,因此也带来了旅游纪念品市

收稿日期: 2012-08-23

基金项目: 湖南省教育厅科学研究项目(11C1121)

作者简介: 康红娜(1978—),女,满族,辽宁葫芦岛人,硕士,南华大学讲师,主要研究方向为产品造型。

场的疲软现象。湘西凤凰是少数民族聚居地区,其浓郁的苗家风情、独特的生活方式及文化习俗吸引了全国各地乃至世界各地的游客,但逛遍整个湘西凤凰,也很难买到心仪的真正代表凤凰的具有独特民族特征的纪念品。旅游纪念品代表不同时空的不同文化,它是承载情感纪念意义的“器”,任何旅游纪念品的设计本质上都是一种文化创造,即“道”的外在表现。随着旅游市场的不正当竞争,使旅游纪念品的地域性差异不断缩小,游客在凤凰能够买到的纪念品不外乎苗族、土家族的服饰、银饰、挂饰等,而这些纪念品在贵州凯里、广西桂林甚至非少数民族地区同样买得到,见图1,因此更多的游客迫于无奈



图1 湘西凤凰与凯里、阳朔纪念品市场对比

Fig.1 Souvenir market contrast between Fenghuang and Kaili, Yangshuo

把眼光转向了土特产品,而土特产品并不属于真正意义上的旅游纪念品。

1.2 “道”与“器”的脱离

旅游纪念品在大的方向上趋于同一化,渐渐脱离了形而上的“道”,单纯为了利益只追求形而下的“器”。旅游纪念品的灵魂与根源不存在了,作为纪念品的“器”的内涵也不存在了,纪念品失去了文化底蕴,脱离了文化支撑,变得仅仅是一堆材料。旅游在今天已成为大众化活动,但为什么旅游纪念品市场依然冷清?很多不负责任的人把原因归咎于质量、品种、造型及销售等问题上,其实核心的根源在于游客没有找到让他们动情的旅游纪念品。所谓“情”便是指旅游景点的文化传统、内涵,即是“道”。一旦旅游纪念品缺乏了作为传统文化的“道”的支撑,就如同一瓶没有标签的矿泉水,失去任何代表它身份的标识,失去了识别性,仅仅是水而已。任凭时代在变化,湘西凤凰所承载的神秘的文化底蕴永远不会改变,用于

表现外在的形而下的“器”可以随着时代、审美、游客的喜好而变化,但它所承载的作为民族特色传统文化的形而上的“道”是永恒不变的。

2 湘西凤凰旅游纪念品设计策略

2.1 道在器中,器不离道

我国当代著名哲史学家庞朴在《文化传统与传统文化》中有这样一句话:“道在器中,器不离道”,作为“道”的文化是旅游纪念品的灵魂。世界上没有任何旅游者不是为了追求其文化精神需求的满足而外出开展旅游活动的,没有文化追求的旅游是不存在的^[1]。只有文化才是一个旅游景点及这个民族最宝贵的灵魂——“道”,同时也是一个民族的根与魂。

苗族是湘西凤凰最具代表性的民族,如果说民族文化是一棵分支庞杂的大树,那么湘西凤凰的苗族文化就是这棵树上一条主要的枝干,更是一个有很大产品开发潜力的枝干。将丰富的苗族文化资源应用于旅游纪念品设计中,将会产生丰富多彩的纪念品设计。作为“道”的文化包括习俗、信仰、艺术、知识、道德以及习惯等,湘西凤凰这个特别的区域形成了自己的精神风貌、风俗习惯、思维方式、宗教信仰、房屋建筑、绘画等,这就是凤凰人的独特文化。虽然很多民族受到了汉化影响,但在湘西民间依然保留着非常古朴独特的传统民俗文化,如嫁娶习俗:踩花山、会姑娘、赶秋、六月六、跳月等;又如苗家跳鼓、苗锦(见图2)、打花带、猴儿鼓等^[1]。除了这些民



图2 苗锦

Fig.2 Miao's brocade

俗习惯外,给游客印象最深刻的还有凤凰的吊脚楼、东南西北城楼,这种独特的建筑形式成为湘西凤凰的坐标性文化风格。在这些古朴独特的绘画、刺绣、

老年人的设计关怀,实现设计更大的现实意义。

参考文献:

- [1] 郑林欣,张帅.基于老年人生理衰退的产品设计[J].包装工程,2007,28(10):188—189.
ZHENG Lin-xin, ZHANG Shuai. Research on the Product Design for the Elderly Based on Physiological Decline[J]. Packaging Engineering, 2007, 28(10): 188—189.
- [2] 韩咏霞.关注老年人的生理退化[J].现代养生,2003(6):18.
HAN Yong-xia. Research on Aged Physiological Decline[J]. Modern Health Preservation, 2003(6): 18.
- [3] 常翠青.运动与老年人健康[J].老年医学与保健,2008,14(2):88—90.
CHANG Cui-qing. Exercise and Aged Health[J]. Geriatric Health Care, 2008, 14(2): 88—90.
- [4] 张秀华.中国老年人健康现状与老年人体育锻炼的研究综述[J].温州师范学院学报(自然科学版),2005,26(2):103—107.
ZHANG Xiu-hua. The Aged Health Situation and Their Physical Exercise in China[J]. Journal of Wenzhou Normal

College(Nat.Sci.), 2005, 26(2): 103—107.

- [5] 黄恒俊.健康促进计划对老年人健康生活方式影响的探讨[J].现代护理,2005,11(5):387—388.
HUANG Heng-jun. Research on the Influence of Health Plan on Aged Healthy Life Style[J]. Modern Nursing, 2005, 11(5): 387—388.
- [6] 汤洲,姜晗.老年人电子产品的无障碍交互设计研究[J].包装工程,2011,32(14):134—136.
TANG Zhou, JIANG Han. Research on Barrier-free Interaction Design for the Aged Electronics[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(14): 134—136.
- [7] 魏红.家属的认知行为对老年患者院前急救的影响因素分析[J].福州总医院学报,2010,17(2):121—122.
WEI Hong. Study on the Influence of the Aged Family's Reaction on the Emergency Treatment[J]. Journal of Fuzhou Hospital, 2010, 17(2): 121—122.
- [8] 董丽.老年人急救“四不得”[J].健康,2007(6):64—65.
DONG Li. "Four Prohibitions" in Emergency Treatment for the Aged[J]. Health, 2007(6): 64—65.

(上接第28页)

景点。作为“器”的旅游纪念品需要湘西特有的文化内涵作为支撑来进行设计,正确认识并处理“道”与“器”的关系成为旅游纪念品设计的关键。没有了“道”,旅游纪念品设计将变得肤浅、表面,也就无从谈设计的创新,寻不到民族文化的印记;没有了“器”,“道”将无所依附,无法被游客所理解,也就不会形成独有的旅游景点的品牌效应。旅游纪念品设计实质上是“道”与“器”的融合设计,将“道”物化为“器”,在理解民族文化传统的前提下,在“道”与“器”的相互作用下指导旅游纪念品设计。

参考文献:

- [1] 庞朴.庞朴学术文化随笔[M].北京:中国青年出版社,1996.
PANG Pu. PANG Pu Academic and Cultural Essays[M]. Beijing: China Youth Press, 1996.
- [2] 刘敦荣.旅游文化学[M].天津:南开大学出版社,2007.

LIU Dun-rong. Tourism Culture[M]. Tianjin: Nankai University Press, 2007.

- [3] 陈建明.湘西凤凰古城旅游形象感知分析[J].安徽农业科学,2008,36(27):11895—11896.
CHEN Jian-ming. Perceptual Analysis on the Tourism Image of Fenghuang Old Town of Western Hunan[J]. Journal of Anhui Agricultural Sciences, 2008, 36(27): 11895—11896.
- [4] 田爱华.湘西苗族银饰的符号寓意及文化心理[J].装饰,2009(11):112—113.
TIAN Ai-hua. The Symbols Connotation and Cultural Psychology with Silver Ornaments of Miao Nationality in the West of Hunan[J]. Zhuangshi, 2009(11): 112—113.
- [5] 贾兆颖.旅游纪念品的再设计分析研究[D].济南:山东轻工业学院,2011.
JIA Zhao-ying. The Analysis and Research on Tourist Souvenir Redesign[D]. Jinan: Shandong Polytechnic University, 2011.