

## 以湖南侗族民族形象为例的玩偶创新设计

郑阳, 谭湘琳

(北京科技大学, 北京 100083)

**摘要:** 通过对侗族文化的详细研究与分析, 提取侗族特色元素并结合设计方法对侗族玩偶进行设计, 将民族玩偶创新设计的原则概括为多元化、实用性原则, 以期对民族玩偶创新具有借鉴意义, 为面临危机的民族文化提出新的发展方向。

**关键词:** 侗族; 玩偶; 创新设计; 实用性

**中图分类号:** TB472   **文献标识码:** A   **文章编号:** 1001-3563(2013)20-0103-04

### Doll Innovative Design Taking Hunan Dong Minority Image as an Example

ZHENG Yang, TAN Xiang-lin

(University of Science and Technology Beijing, Beijing 100083, China)

**Abstract:** Based on the detailed Dong culture research and analysis, it extracted Dong characteristics elements and combined with design method of Dong doll design, summarized the national doll design innovation design principles as diversity, practical principles, in order to provide reference for national doll innovation, and new direction for the national culture facing crisis.

**Key words:** Dong; doll; innovative design; practical

侗族是中华民族大家庭成员之一, 主要分布在贵州省、湖南省及广西省交汇处<sup>[1]</sup>。湖南侗族具有悠久的历史 and 独特的文化。其居住区风光秀丽, 山川秀美, 风情丰富多彩。

随着全球化的影响, 文化的冲击是每个国家和民族都共同面临的问题。我国高度重视和支持少数民族文化的保护与发展, 并制订了一系列的保护、发展政策措施。商品经济结合侗族文化, 在市场上衍生出大量的民族特色商品, 如侗族服饰、侗锦、侗族玩偶等。民族玩偶是宣传侗族文化的重要媒介之一, 它承载了民众朴素的精神和观念, 蕴含着丰富的人文价值。由于生产厂家生产水平有限、认识不足、为了节约成本, 直接照搬原始侗族文化, 机械化生产出来千篇一律的侗族玩偶, 缺乏浓郁民族特色。如何将侗族文化特色成功融入到玩偶这一载体, 并受到消费者的认可和喜爱, 这一问题显得尤为重要。

### 1 现有侗族玩偶的困境

随着生活水平的提高, 人们对物质文化和精神文化的需求也提出了更高的要求。人们的日常生活经验、认知经验乃至由此发生的审美经验, 都与时代体现相联系。美国实用主义哲学家杜威曾指出, 人的审美经验是日常生活经验的延伸与连续<sup>[2]</sup>。传统玩偶相对应的文化背景已经发生了很大变化, 民族玩偶单纯地靠本地性的装饰和包装, 很难再吸引消费者的眼球。大批从国外涌入的新型玩偶, 受到消费者的热捧, 使具有本土特色的玩偶被忽略, 侗族玩偶面临生存危机, 见图1。

市场上现有的民族娃娃, 种类繁多, 形式多样。在众多的民族玩偶中存在一个共同的弱点——趋于雷同, 个性不足。玩偶分析表见表1。

收稿日期: 2012-12-24

作者简介: 郑阳(1976—), 女, 北京人, 北京科技大学副教授, 主要研究方向为文化创意产品研究及文创产品设计。



图1 玩偶图片

Fig.1 Doll pictures



图2 侗族鼓楼

Fig.2 Dong drum tower

表1 玩偶分析

Tab.1 Doll analysis table

名称	材质	造型	色彩	价格
现有侗族玩偶	木制	外形写实, 表情神态呆滞	直接提取民族服饰颜色元素	15~30元
国外同类型玩偶	木制	外形轮廓简洁, 装饰图案精美	颜色鲜明丰富, 具有浓厚地域风格	30~100元

综上, 如果想吸引更多的消费者购买, 必须提炼个性, 充实新鲜的、丰富的内容与形式, 以独特的形象吸引购物者视线。

## 2 湖南侗族特色元素的提取与创新设计

在本次民族玩偶创新设计中, 对地域文化特色的挖掘非常重要。找到真正属于自身独特性的地域文化<sup>[3]</sup>, 进一步提炼并应用到玩偶设计中去, 成为玩偶设计的关键因素。湖南侗族文化源远流长, 民风古雅淳朴, 具有浓厚原始性的宗教信仰, 颇具特色的风味食品, 绚丽多姿的侗族服饰, 造型独特的侗族鼓楼, 见图2, 雄伟壮丽的风雨桥, 种类繁多的侗族银饰, 丰富多彩的民族节俗。最受大家喜爱的是侗族银饰, 它凝聚了侗族的传统文化, 驱邪祈福, 既实用又美观。

侗族银饰是侗族盛装的一个重要组成部分。侗族妇女在盛大节日或庆典活动中, 喜欢佩戴各种银饰, 侗族芦笙节, 见图3。侗族银饰的种类丰富, 按品种可分为5种: 头饰(包括银角、银扇、银帽、银簪子、银梳子、银插花); 耳饰(包括耳钉、耳环、耳吊); 项饰(包



图3 侗族芦笙节

Fig.3 Dong Lusheng festival

括项链和项圈); 手饰(包括戒指、手镯、手链); 足饰(代表物有脚链等)。与侗族人民生活息息相关的银饰不仅是装饰品, 还具有经济价值和实用功能。银离子有很强的杀菌作用, 对人体有益, 安五脏、定心神、止惊悸、除邪气。侗族银饰同时具有艺术价值和实用性。由此, 确立了将侗族银饰与民族玩偶结合的设计思路。

### 2.1 造型确定

消费者经常受到产品设计的组成元素, 例如颜色、材质、大小、外形等因素之影响<sup>[4]</sup>。玩偶的外观是吸引消费者购买的第一个要素。玩偶的特色和属性都通过外观传达给人。消费者在购买商品过程中的主要心理活动是动机、认知、学习与记忆。先接触商品, 引起注意; 然后经过了解和比较, 产生兴趣和偏爱, 出现购买欲望; 条件成熟, 做出购买决定; 买回商品, 通过使用, 形成实际感受, 考虑今后是否再次购买。因此, 产品的外观与消费者对产品知觉之间有着正向的互动关系。

综上所述, 在进行侗族玩偶设计时, 以外形来谋求与同类玩偶形成差异化。通过巧妙的材质和独特的造型风格吸引消费者的青睐。以湖南少数民族侗族的真实形象为例, 考虑到现代人审美需求与实用功

能的协调,通过反复的草图,将玩偶的形象进行提炼和简化,最终确定了3个各具特色的玩偶外形。

系列化是产品设计中的一项重要原则,便于满足消费者多方面的需求。同一系列玩偶采用不同的造型和尺寸,也大大增强了玩偶的趣味性。玩偶的趣味性是产品设计情感化中的一个重要方面,能够加强玩偶与消费者之间的情感联系,使之获得愉悦的情感体验。

## 2.2 标准色

一个品牌的成功,其中有一条必定是运用了鲜明的色彩来表现企业品牌个性<sup>[9]</sup>。在企业信息传递的整体色彩计划中,标准色是企业形象系统战略之一,是象征经营理念或产品特性的指定颜色。

本次玩偶创新设计的标准色,来源于湖南侗族少数民族的服饰颜色,见图4。侗家人的布料自织自染



图4 玩偶标准色

Fig.4 Doll standard colors

自制,以靛蓝色为主。以板蓝根浸泡,天然的材料来染衣布,一代沿承一代。选择靛蓝色作为标准色,让侗族玩偶具有明显区别于其他民族玩偶的视觉特征,体现了“少则多,多则惑”的设计原则。色彩的合理设计和准确运用,使侗族玩偶富有诱惑消费者的魅力,同时增强人们对侗族玩偶的记忆力。

## 2.3 玩偶名称

玩偶名称应该和品牌名称一样,与产品有清楚的关联性并易于发音和记忆。在查阅了大量的侗族历史资料后,借用谐音的修辞手法,将玩偶的名称确定为“丫妹”(鸭梅),保持了玩偶名称的可读性且不失本土特色。这个名称来源于侗族琵琶歌历史传说,书中描述有两个俏丽“鸭梅”(侗语,即漂亮的姑娘),一个叫索样,一个叫索鸾,她们用美丽的歌声歌唱侗族人民的故事。

## 2.4 实用功能

在产品设计中,具有实用功能与优美形态的产品更易被消费者所接受<sup>[6]</sup>。一个好的产品设计在于人与物的互动。将“以人为本”的设计概念导入玩偶设计中,重视玩偶的造型与功能,努力为消费者带来愉悦

感。

功能不能强加于玩偶身上,使之成为产品的包袱。因此,在设计之前必须充分了解与分析侗族银饰的特点,将形式与功能完美结合。侗族银饰并不是纯银,它是侗族特有的一种银金属,银的含量在50%左右。侗银的化学性质较活泼,容易与空气中的二氧化硫作用形成黑色的硫化银,使银饰表面氧化变黑。

结合侗族特色文化与侗族银饰的特点,通过提取元素和设计方法的整合运用,最终完成设计方案见图5。



图5 设计方案

Fig.5 Design scheme

系列玩偶中1号丫妹的主题为传情丫妹。外形上提取生活中侗族姑娘的造型轮廓,将头部左边的圆形发髻进行了夸张,使之成为系列玩偶明显的独有特征。发髻上的银钗既装饰了玩偶,又暗示消费者此处可以摆放银钗。为了避免银钗刮伤玩偶内部,选用橡胶材质作为发髻孔内的保护膜。现代社会的快速发展给人们带来了不同程度的心理压力。玩偶可以成为人们在快节奏生活中的心理安慰和精神寄托。丫妹的身体底部,有一个2 mm × 1 mm的小孔,使用者可以将秘密信息写在纸条上塞进去,与之分享心中的秘密。

系列玩偶中2号丫妹其功能为侗族银梳摆架。通过巧妙的连接方式,头部与身体可以分开,且头内藏有擦银布。当银梳受到氧化时,拿出擦银布对其进行保养。

系列玩偶中3号丫妹其巧妙之处借鉴不倒翁的原理。为了达到平衡,丫妹上半身为空心壳体,下半身为一个实心的半球体,底部为圆形。看似头重脚轻,实则摇摆不倒,与此同时,增加了玩偶的趣味性。

设计要符合产品本身的性质和特点,这点是不言而喻的。将玩偶与侗族银饰相融并不是相加,既符合实用性,又具有独特性,使之成为一个成功的载体。本设计方案工艺简单,同时具有侗族鲜明的地域特色。

### 3 结语

以湖南侗族少数民族的形象为例,提炼出侗族玩偶的价值和特征,总结出民族玩偶创新设计的两点原则。(1)多元化。现代工艺的提高,让设计师们在设计玩偶时有了更多的发挥空间。制作材料不再限于木头和布,新材料和新技术的结合是现代玩偶设计的发展趋势之一。玩偶的装饰元素来源于社会中的潮流文化,与主体相互呼应,使之更加符合多元需求。(2)实用性,即具有一定的实用价值。“形式追随功能”,结合造型特点赋予一些巧妙的功能,已经成为现代玩偶的一个重要特性。玩偶对新技术的应用达到了前所未有的程度,其带给人们的已经不再仅限于视觉感受,而是全新的功能性体验。在实际设计当中,需要整合运用这些方法,为传统文化向多元化趋势发展提出新的途径与方向。

#### 参考文献:

- [1] 洪寒松.侗族族称,族源初探[J].贵族民族研究,1985(10):100.

(上接第94页)

本身,在一定程度上赋予了当代包装设计更意味深长的含义和多面的社会效应。将绿色精神贯穿于设计到生产的各个环节与阶段,使生产最大程度的节约自然资源,保护生态环境,而不以牺牲生态为代价来换取对财富的创造是设计师的责任和义务<sup>[7]</sup>。设计师要有由博返约、以约驭博的专业技能,有深沉博大、醇厚质朴的人文情怀,才能使当代包装设计的绿色概念具有新意、符合人性。

“绿色设计概念”成为一种跟进时代变化且不断丰富文化语言,诠释着人类生活的每一步变迁和发展,对当代包装设计所面临的问题更是一种战略性的渗透。只有深化和实施绿色设计概念,加强包装立法,才能促进生态效益、经济效益和社会效益的统一,更好地为国民经济健康、良性发展,社会的和谐与稳定做出贡献。

#### 参考文献:

- [1] 许彧青.绿色设计[M].北京:北京理工大学出版社,2007.  
XU Yu-qing.Green Design[M].Beijing: Press of Beijing Institute of Technology, 2007.
- [2] 宫崎清,张福昌.设计概论[M].合肥:合肥工业大学出版社,

- HONG Han-song.Dong, Said the Family Clan Source Trial[J]. Journal of Noble National Research, 1985(10): 100.
- [2] 杜威·约翰.活生生的人[M].上海:复旦大学出版社,1987.  
DEWEY J.Living People[M].Shanghai: Fudan University Press, 1987.
- [3] 彭莉.基于贵州少数民族文化的旅游纪念品设计研究[J].包装工程,2012,33(20):41—44.  
PENG Li.Based on the Guizhou Minority Culture Tourism Souvenirs Design[J].Packaging Engineering, 2012, 33 (20) : 41—44.
- [4] VERYZER W.Aesthetic Response and the Influence of Design Principles on Product Preferences[J].Advances in Consumer Research, 1993(20):271—280.
- [5] 彭莉.河南企业色彩形象设计策略研究[J].新视野,2012(6):168—169.  
PENG Li.Henan Enterprise Color Image Design Strategy[J]. New Field of Vision, 2012(6): 168—169.
- [6] 李勇,冯燕.探析基于羌族传统艺术形式的产品创新设计[J].包装工程,2012,33(20):73—75.  
LI Yong, FENG Yan.Analysis Based on the Traditional Art Form of the Qiang Product Innovation Design[J].Packaging Engineering, 2012, 33(20): 73—75.

2011.  
GONG Qi-qing, ZHANG Fu-chang.Design Generality[M].Hefei: Press of Hefei University of Technology, 2011.
- [3] 罗源.包装的人性化设计[J].包装工程,2005,26(2):190—191.  
LUO Yuan.Packaging User-friendly Design[J].Packaging Engineering, 2005, 26(2): 190—191.
- [4] 牟峰,褚俊洁.基于用户体验体系的产品设计研究[J].包装工程,2008,29(3):142—144.  
MOU Feng, CHU Jun-jie.Based on the User Experience of Product Design System[J].Packaging Engineering, 2008, 29 (3): 142—144.
- [5] 杭问.设计道:中国设计的基本问题[M].重庆:重庆大学出版社,2009.  
HANG Jian.Rules of Design:the Basic Problem of Chinese Design[M].Chongqing: Press of Chongqing University, 2009.
- [6] 农工党中央建议尽快出台商品包装法[J].中国包装,2012(4):78.(余不详)  
Chinese Central Proposal as Soon as Possible Publish the Packaging Method[J].Chinese Packaging, 2012(4): 78.
- [7] 李晶,卢立新.危险品的儿童安全包装[J].包装工程,2008,29(11):193—195.  
LI Jing, LU Li-xin.Child-resistant Packaging for Dangerous Goods[J].Packaging Engineering, 2008, 29(11): 193—195.