

挥杆套马的造型分析与文创设计研究

李恩田^{1,2}, 李少博^{1,2}, 王绍东^{1,2}, 马敏^{1,2}, 薛晓君^{1,2}

(1.内蒙古师范大学, 呼和浩特 010022;

2.设计与社会创新内蒙古高校人文社科重点研究基地, 呼和浩特 010020)

摘要: **目的** 分析蒙古族挥杆套马中人、马、杆的艺术造型并应用于文创设计中, 以促进民族文化的创新发展。**方法** 从套、摔、扑、拌分析挥杆套马的动作, 总结人、马、杆的契合关系, 提炼关键动作的艺术造型。将关键动作“套”的艺术造型应用于“套马香薰”等贵重金属文创产品设计中, 从设计原理、造型特征、材料选择、制作工艺四个角度梳理设计逻辑。**结论** 挥杆套马文创设计以蒙古族套马文化为根基, 以泥稿塑形、用数据建模、选创新材料, 择网络推广, 完美呈现了文化与科技的融合, 为蒙古族文化的创新性延展提供了有效路径。

关键词: 挥杆套马; 艺术造型; 民族文化; 文创设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)10-0406-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.10.046

Modeling Characteristics and Cultural and Creative Design of Lassoing

LI En-tian^{1,2}, LI Shao-bo^{1,2}, WANG Shao-dong^{1,2}, MA Min^{1,2}, XUE Xiao-jun^{1,2}

(1.Inner Mongolia Normal University, Hohhot 010022, China; 2.Design and Social Innovation Key Research Base of Humanities and Social Sciences in Inner Mongolia Universities, Hohhot 010020, China)

ABSTRACT: The work aims to analyze the artistic modeling people, horses and rods in lassoing of Mongolian and apply them in cultural and creative design, to promote the innovation and development of ethnic culture. Based on the actions of lassoing, falling, flapping and mixing, the fit relationship between the man, the horse and the rod was summarized. The artistic modeling of the key action "lassoing" was applied to the cultural and creative design of precious metals of "lassoing aromatherapy", etc. The design logic was analyzed in terms of design principle, modeling characteristics, material selection and processing technology. Based on the Mongolian lassoing culture, the cultural and creative design of lassoing perfectly presents the integration of culture and technology through clay shaping, data modeling, innovative materials selection and network promotion, providing an effective path for the innovative extension of Mongolian culture.

KEY WORDS: lassoing; artistic modeling; ethnic culture; cultural and creative design

套马是蒙古族重要的生产生活技术之一,也是蒙古族重要的体育竞技项目,是蒙古族马文化的重要组成部分。蒙古族套马的艺术造型极具民族性,且套马杆制作技艺亦属于自治区级非物质文化遗产,具有深厚的文化内涵。将套马过程中典型的挥杆套马的造型应用于文创设计中可有效传承蒙古文化。当前,传统文化的传播越来越受到国家的重视,但对民族文化

产品的研究和设计尚处于摸索、实践阶段,尤其是对文化内涵的分析不够精准等问题显著^[1]。随着我国非物质文化遗产保护和帮扶政策的不断出台,保护和发展的非物质文化遗产已成为时代热点,其中结合百姓生活需要的文创产品设计制作已占据主流地位^[2]。本文意在从挥杆套马的文创产品设计角度入手,丰富文创产品开发程序,完善设计中存在的问题,求索未来研

收稿日期: 2022-10-26

基金项目: 内蒙古师范大学基本科研业务费项目(2022JBTD014)

作者简介: 李恩田(1982—),男,硕士,讲师,主要研究方向为公共艺术、雕塑。

通信作者: 李少博(1976—),男,博士,教授,主要研究方向为民族文化遗产设计研究。

究方向, 追寻产品市场规律, 将其作为传播传统文化的有效手段, 创新性发展蒙古族传统文化。

1 蒙古族套马的文化内涵分析

被誉为马背民族的蒙古族, 世代以放牧为生, 逐水草而居, 经过长期的发展演变, 形成了独具特色的马文化。牧民的一生都在草原生活, 在生产生活中经常需要从马群中捉马, 这时牧民会采用特制的前段是绳套的木杆, 杆被称为套马杆, 套马时骑的马叫作杆子马, 套马的人称为套马手, 捉马的过程叫作套马。套马过程分三步: 撑杆上马、拖杆行进、挥杆套马, 牧民左手抓缰绳右手持套马杆一跃而上, 用右胳膊挎套马杆拖着行进^[3], 选择合适距离迅速出杆精准套马。其中挥杆套马要求动作敏捷, 对套马手和杆子马的视力、体力、耐力要求最高, 体现了套马手的勇敢与杆子马的勇猛, 更体现了套马杆的结实耐用, 见图 1。

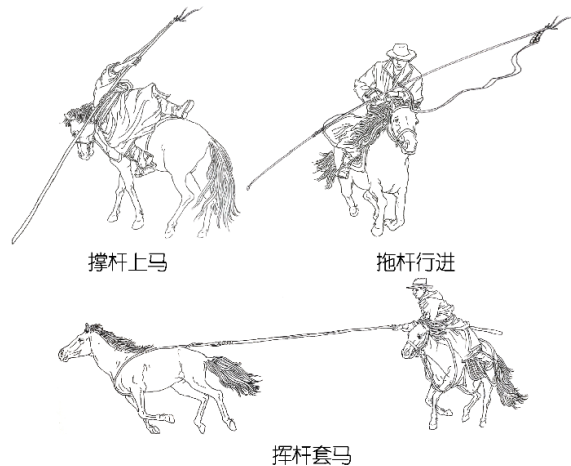


图 1 套马
Fig.1 Horse lassoing

随着历史的发展, 套马这项日常工作最晚于 13 世纪蒙古国建国之前发展成了皇家体育竞技活动之一——挥杆套马。一直到新中国成立后, 这项传统的体育竞技都受到牧民们的广泛喜爱, 每到传统的那达慕盛会, 都会有几十名年轻的蒙古族小伙跟随经验丰富的长者骑着马, 挥舞着套马杆奔向马群, 追逐烈马。当套马手接近烈马便迅速出杆, 套住烈马的脖子且勒紧, 直到把烈马驯服为止。先驯服者为胜, 套马手的英勇姿态和精湛的马术都在这项比赛中得到充分的展现^[4]。随着改革开放的发展, 这项竞技运动又重新焕发出古老而又鲜丽的光彩。

2 挥杆套马的艺术造型分析

挥杆套马是套马过程中最典型的动作, 套马杆的长度、材质及制作技艺, 套马手的强壮、勇敢、敏捷, 杆子马的速度、耐力及配合度均影响着套马的成功与否。分析挥杆套马中人、马、杆的关系可为套马香薰

文创设计中的造型提取奠定基础。

2.1 套马杆的造型分析

套马杆是牧民生产生活中必不可少的工具, 用于驱赶和套牛、马、羊等。套马杆分为两种, 一种偏短用于套牛羊; 一种偏长用于套马, 长约 3 m。在蒙古族谚语中有这样一句: “套马杆再长脱不出牧人的手, 奶茶再酩酊不了蒙古人的心”^[5], 体现了套马杆的长与牧人握杆的高超技艺。套马杆一般由下方较粗的主杆与上方较细的副杆连接而成。主杆材质选用红柳木, 并用潮湿的羊粪捂软, 再用两个特制的工具将其夹成笔直的主杆。副杆材质选用白蜡木, 白蜡木坚韧有弹性。用牛粪火烘烤以增加杆的韧度, 然后将杆上的死皮、硬疤用刀刮掉增加其光滑度。主、副杆的连接处呈榫口状, 以增加摩擦度, 使主、副杆浑然一体, 再用牛皮绳将主、副杆绑在一起使其更加结实耐用。使用这种连接技术是因为自然界中很难采用一根杆就能达到理想套马杆的长度, 且在套马过程中若失手被马踩到杆, 最多损失副杆, 可大大减少维修成本。最后在杆的顶端绑一根楠木梢 (或细柳条), 楠木梢的前端系上用来套马的套索就是套马杆最终的形态, 见图 2。

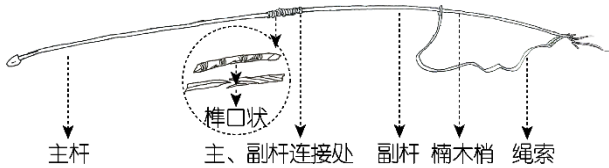


图 2 套马杆的结构
Fig.2 Structure of lassoing rod

杆身浑然一体如流水线般极具美感, 绳套挥洒自如、干净利落, 整体的线条无繁琐细节, 根根分明。于设计中直接采用简单朴实的线条符合我国西北部地区人民的性格特点, 可以更深度地展现艺术创作受地域环境影响的本质属性, 使设计开发更具蒙古族特色^[6]。

2.2 挥杆套马的动作分析

挥杆套马的情景颇为惊险刺激, 震撼人心, 最有特点的 4 个动作为套、撑、扑、绊 (见图 3)。“套”

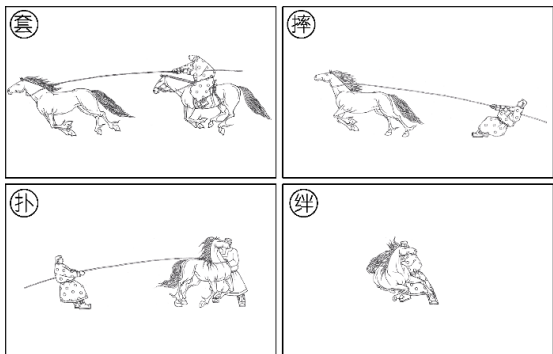


图 3 挥杆套马的 4 个动作
Fig.3 Four actions of swinging a lassoing rod

就是身在马上的牧民算好距离,夹紧双腿,身体前探,将手中套马杆朝着马头猛地一甩。套马的最佳部位是马耳下侧脖子最细的部位,撑杆拧索,吊头勒喉,俗称“一吊三拧”,无论多么烈的马也得老实就擒。“摔”即马被套住后腾挪跳荡的瞬间,牧民松动缰绳,而后猛然发力,巧借马力,“四两拨千斤”,将马摔倒在地。“扑”就是马摔倒的一瞬间,猛地扑上去。“绊”就是用膝关节将挣扎的马牢牢抵住,手抓马耳,把马控制住。这些就是挥杆套马过程的典型动作^[7]。

3 衍生文创设计

3.1 草图—泥稿初稿—泥稿定稿

文创产品的设计过程是赋予设计对象文化性、功能性的一个过程^[8]。文创产品的造型具有传递信息和沟通交流的作用^[9]。为使大家能够更好地与文创作品的文化元素产生心灵共鸣、情感的联结,在文创产品设计过程中,需提取更具文化性的造型,并合理利用文化元素。挥杆套马的造型粗犷、威猛,极具游牧民族代表性。挥杆套马的关键动作“套”在进行时,英勇套马手的一击命中的灵动中还夹带些惊险刺激,此场景最为激动人心、最易给人们留下深刻印象。因此,本文以“套”的动作中人、马、杆的造型形态为原型进行文创设计。先绘制草图,进行设计。在选材方面,选择泥稿的制作,充分考虑了线条和造型在不同光线、角度下的形象,对其造型推敲、拿捏,最终形成泥稿初稿。泥稿具有创作者独立创作的特点,充分展

现了套马手在套马时的悍勇,其主题突出、意蕴醇厚,具有浓厚的蒙古族传统文化气息,体现出一定的艺术造诣,但因其与当前文创作品相比缺乏现代性,遂将其造型进行夸张和抽象修饰,使其线条饱满流畅,造型更加简洁化、现代化,从而迎合当前文创市场产品设计的发展趋势,见图 4。

3.2 数字模型—铸造生产—包装

三维数字扫描技术是产品设计中非常重要的获取模型方式,可使雕塑作品从现实抵达虚拟。首先利用 3D 数字扫描设备将定稿的泥稿模型进行数字化处理,采集为 3D 数据。其次运用相关软件技术对已采集的数据进行完善细节、设计底座等二次创作,以数字造型技术实现文创产品的制作^[10]。再次利用 3D 模型数据设计模具,模具设计是确保铸件数据精准的关键一步,也是产品快速生产的重要依据。最后利用三维打印机打印铸造实物以实现缩短制造周期、降低模具成本的目的,从而更好地将贵金属材料运用到“套马香薰”文创产品进行批量生产^[11](见图 5)。为了弘扬绿色生态理念,用包装设计提升文创产品的认可度和喜好度,在包装的材质上选择了当地的牛皮纸加麻绳的自然材料,在包装的设计形式上用激光打印挥杆套马文创的 LOGO,并手工填写生产日期,以简洁朴素的形式完美诠释了至简、本真的绿色生活理念,也是自然健康的象征^[12]。打造这种复古感和文化醇厚感的包装,寓意人与自然的和谐融合,这种朴素的配套浑然天成,使产品更具艺术感。



图 4 套马香薰泥稿设计
Fig.4 Sculpture design of lassoing aromatherapy



图 5 套马香薰数据模型与实物展示
Fig.5 Data models and physical displays of lassoing aromatherapy

4 文创产品的推广与文化元素的延展策略

4.1 以文化与科技融合为引领

挥杆套马文创产品的推广既要弘扬优秀的民族文化又要结合新兴的科技手段,运用多种方式进行推广,且不能局限于内蒙古地区,而是要面向全国乃至世界,以实现其文化价值,让受众感受其中所蕴含的文化内涵与艺术之美。

有位哲人说过:“技术是人体和感官的延伸。”纵观古今艺术的创新和发展总是和科学技术的突破息息相关。科技可以令艺术的创作方式、制作记忆、传播介质和方式进一步提高,乃至让艺术的创新思维方式有效提升^[13]。在移动终端遍地开花的今天,积极利用信息化、数字化手段,将挥杆套马文创产品的宣传详情页发布于淘宝、天猫等各大网络销售平台上,并借助网络直播、淘宝直通车、钻展等引流软件进行推广引流,可有效提升挥杆套马文创产品的信息传播深度和广度,更好地扩大其知名度。利用网络销售平台打开庞大的互联网消费市场,可有效突破地域局限性,使挥杆套马文创产品不局限于在内蒙古地区销售,而是可以打破虚拟与现实的壁垒飞入寻常百姓家,直接进入人们的生活与视野^[14]。

4.2 以蒙古民族文化延伸为支撑

在文化全球化的大趋势下,充分开发优秀的民族文化资源,是文创产品设计上的重要策略。只有充分地理解民族文化内涵,尊重民族的审美才能让挥杆套马文创产品恰如其分地传递文化内涵与表达情感意志。与此同时,还需要紧跟时代发展趋势,迎合大众审美取向,方能处理好套马文化元素及延展后的形态^[15]。

挥杆套马文创产品有效汲取了蒙古族人物形象与蒙古族生产生活技能两大核心元素。典型的人物形象与动作集威猛大气与灵活干练于一体,散发着独特的民族魅力,极具文化辨识度,能够鲜明地标识蒙古族身份,把蒙古民族文化展现得淋漓尽致。对文化的不断创新是当代社会对文创产品的现实要求。对蒙古族文化的传承与创新可使蒙古民族文化在现代社会再焕生机。在设计文创产品时,照搬照抄行为是不可取的,蕴藏着创造力的延伸才是真正意义上的创作。挥杆套马文创产品“套马香薰”在艺术形态的创造上完美诠释了蒙古族形象与蒙古民族文化,高度迎合了大众的审美标准,是在深挖蒙古民族文化与把握文化特征的基础上,进行的创造性延伸。目前,“套马香薰”成功落地并销售,得到了社会的一致好评,具有一定知名度,为蒙古族文化的传承与创新贡献了一份力量。

5 结语

挥杆套马是在游牧民族的生产生活中不断实践

总结出的征服马的技艺,其历史悠久,极具文化底蕴。从早期的必备技能,演变成当今的健身、娱乐项目,极具观赏性和趣味性,经久不衰且历久弥新。以挥杆套马运动中人、马、杆的形象为原型提取艺术形态,设计出具有原真性和审美性的挥杆套马文创产品,将蒙古族独特的民族形象与民族文化极情尽致地进行创新表达,可彰显其丰富的文化内涵与较高的艺术价值。在挥杆套马文创产品设计的过程中,以扎实的的特色文化为土壤,以新颖的文化创意为视角,以科学技术为桥梁,深度挖掘其文化内涵并进行广泛推广,能够显著提高大众对蒙古族文化的认同感,进一步增强民族文化自信心,更好地传承与弘扬优秀传统文化。

参考文献:

- [1] 李常乐. 地域性文创产品设计的现状分析与设计研究[J]. 美术教育研究, 2021(2): 65-67.
LI Chang-le. Analysis and Research on the Present Situation of Regional Cultural and Creative Product Design[J]. Art Education Research, 2021(2): 65-67.
- [2] 李若梅, 陈美臻. 符号学视角下竹篮泥塑非遗文创设计研究[J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2021, 26(2): 101-108.
LI Ruomei, CHEN Meizhen. Research on Intangible Cultural and Creative Design of Zhulan Clay Sculpture from the Perspective of Design Semiotics[J]. Journal of Hunan University of Technology (Social Science Edition), 2021, 26(2): 101-108.
- [3] 贺其叶勒图, 哈斯其木格. 蒙古民族鞍马文化[M]. 北京: 文物出版社, 2008.
HE Qiyeletu, HASI Qimu. Mongolian Pommel Horse Culture[M]. Beijing: Heritage publishing house, 2008.
- [4] 孙珂. 文化生态学视野下挥杆套马运动的传承研究——基于内蒙古呼伦贝尔市的调查研究[D]. 上海: 上海体育学院, 2017.
SUN Ke. The Study on Inheritance of Pole Lassoing Under Cultural Ecology: Based on Investigation and Research at Hulun Buir of Inner Mongolia[D]. Shanghai: Shanghai University of Sport, 2017.
- [5] 刘永江, 王益章. 黑龙江谚语[M]. 哈尔滨: 黑龙江人民出版社, 2011.
LIU Yong-jiang, WANG Yi-zhang. Heilongjiang Proverb [M]. Harbin: Heilongjiang People's Publishing House, 2011.
- [6] 刘子健, 牛文清. 关于凤翔泥塑的造型特征分析及其对现代设计的影响[J]. 现代装饰(理论), 2014(1): 82.
LIU Zi-jian, NIU Wen-qing. Analysis of Modeling

- Characteristics of Fengxiang Clay Sculpture and Its Influence on Modern Design[J]. Modern Decoration (Theory), 2014(1): 82.
- [7] 敖玉玲. 中国鄂温克族传统体育教育研究[D]. 北京: 中央民族大学, 2004.
- AO Yu-ling. Research on Traditional Physical Education of Ewenki Nationality in China[D]. Beijing: Central University for Nationalities, 2004.
- [8] 王华杰, 仓平, 王斌贝. 基于中法文化融合的精工工艺文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(20): 240-245.
- WANG Hua-jie, CANG Ping, WANG Bin-bei. Design of Precision Craft Cultural and Creative Products Based on Sino-French Cultural Integration[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(20): 240-245.
- [9] 陈婷. 台北故宫博物院纪念品设计文化符号研究[J]. 装饰, 2016(3): 140-141.
- CHEN Ting. Research on the Cultural Symbol of Souvenir Design of Taipei Palace Museum[J]. Art & Design, 2016(3): 140-141.
- [10] 何勇. 数字造型在雕塑实践中的应用[J]. 美术教育研究, 2020(13): 34-35.
- HE Yong. Application of Digital Modeling in Sculpture Practice[J]. Art Education Research, 2020(13): 34-35.
- [11] 赵国强, 刘庆义, 段文超, 等. 基于三维粘结成形打印原型的砂型铸造模具快速制造技术[J]. 机械制造, 2020, 58(5): 1-4.
- ZHAO Guo-qiang, LIU Qing-yi, DUAN Wen-chao, et al. Rapid Manufacturing Technology of Sand Casting Mold Based on 3DP Printing Prototype[J]. Machinery, 2020, 58(5): 1-4.
- [12] 朱琦, 张鑫洲. 旅游文创产品包装的绿色生态设计[J]. 湖南包装, 2019, 34(5): 99-103.
- ZHU Qi, ZHANG Xin-zhou. Green Ecological Design of Tourism Cultural and Creative Product Packaging[J]. Hunan Packaging, 2019, 34(5): 99-103.
- [13] 王琦, 曾凡超. “互联网+”背景下文创产品开发与推广的新策略[J]. 大观, 2020(10): 60-61.
- WANG Qi, ZENG Fan-chao. Create New Strategies for Product Development and Promotion under the Background of "Internet Plus"[J]. Daguan, 2020(10): 60-61.
- [14] 鲍国. 网络传播角度的博物馆文创产品营销应用研究——以敦煌文创产品为例[D]. 昆明: 云南艺术学院, 2019.
- BAO Guo. Research on the Marketing Application of Museum Creative Products from the Perspective of Network Communication—Taking Dunhuang Wenchuang Products As an Example[D]. Kunming: Yunnan Arts University, 2019.
- [15] 侯越. 内蒙古博物院文创产品文化元素及审美特征研究[D]. 呼和浩特: 内蒙古大学, 2018.
- HOU Yue. Research on Cultural Elements and Aesthetic Characteristics of Cultural and Creative Products in Inner Mongolia Museum[D]. Hohhot: Inner Mongolia University, 2018.

责任编辑: 陈作