

结合民族文化元素的产品设计的实践探究 ——以《失忆日历》的设计实践为例

陈灿杰 马官正

(南京信息工程大学艺术学院 江苏 南京 210000)

[摘要] 本文旨在讨论产品设计中民族文化元素的结合以及分析设计中民族文化元素结合存在的不同层次。方法：以《失忆日历》的设计实践为切入点，探讨了结合民族文化元素的产品设计实践，分析设计实践中对民族文化元素的结合所存在的三种不同的层次。结果：通过《失忆日历》的设计进行了将民族文化元素和产品设计相结合的实践尝试，分析了结合民族文化元素的产品设计的三种不同层次。结论：在时代背景下，探索结合这一课题的重要性逐渐涌现，产品设计与民族文化元素的结合存在不同的层次，设计实践需要探索更深入的结合形式。

[关键词] 产品设计；民族文化；设计实践

一、背景

在当代，产品不仅仅是一件件的器物——它影响着使用者的行为；它构成了人造环境，成了人们所生活的环境的一部分；它具有的文化象征性质让其成了民族文化的外化。早在2001年，Richard Buchanan在其提出的“设计四秩序”（Four Orders of Design）中就指出设计除了符号（Symbol）和器物（Things），还影响了人类的行为（Action）、环境与系统（Environment and system）^[1]。当前我国产品正处于从“中国制造”转向“中国创造”的阶段。设计在生产环节中的重要性逐渐凸显，但在优秀的设计仍然稀缺：在《创新设计战略研究综合报告》前言中指出“我国虽已成为全球第一制造大国，但企业设计创新能力薄弱。”^[2]随着向“中国创造”转型，产品设计在加工链中的重要性将逐步显现。而从世界的角度来看，一方面，自我国与世界市场联系以来，大量海外产品设计涌入国内市场，随之涌入了大量的外来文化。在外来文化不断输入的宏观环境下，民族文化的延续需要设计师思考如何设计具有民族文化特征的产品。而在世界市场的竞争中，文化特征往往是产品的差异点，从市场竞争的角度来看，这个课题也有其探讨价值。

产品具有丰富的附加意义、中国产品设计处于重要时代节点、世界市场的宏观环境，这是本文的讨论背景。本文以设计实践为切入点，探讨如何结合民族文化元素进行产品设计与产品和民族文化结合的不同层次。

二、《失忆日历》^[3]的设计实践

《失忆日历》是本文作者在2019年北京设计马拉松所参与的设计团队进行的一次设计实践，这一设计所针对的是老年人失智症预防与康复缺乏这一社会问题。通过调研我们发现书法对于人体的认知功能改善有着一定辅助作用。而回忆往事对于改善记忆和心理健康状态也有着积极作用，且在失智症预防与康复的领域也有着以回忆往事为主的“怀旧疗法”。我们以日历为载体，引入了“怀旧疗法”和游戏化设计思考，以书法艺术为活动形式，在日历中根据老人熟悉的回忆内容设计了锻炼不同脑部活动的每日怀旧书法互动活动。通过这些互动活动，不仅能够使老人的记忆机能得到锻炼，而且对于改善老人心情、引导家人与老人进行有益的互动起到帮助。

在《失忆日历》的设计当中，我们尝试将书法这一民族文化元素融入产品设计中。从产品的用户体验由表及里的视觉-交互方式-体验内容三个层面来看，《失忆日历》的设计与民族文化元素的结合主要体现在：1. 视觉层面：以书法艺术作为产品的视觉符号，从视觉特征上体现出了民族文化特征。2. 交互方式层面：书法的描绘是产品核心的交互方式，民族文化特征鲜明。3. 体验内容层面：产品的内容不仅以书法作为表现形式，其内容扎根于本土文化，选择老人熟悉的故事、诗词、歌曲等，具有浓厚的民族文化特征。通过这三个层面，《失忆日历》的设计更深入地结合了民族文化特征。

三、从文化元素的结合深度角度分析现有的结合民族文化元素的产品设计存在的三种不同层次

1. 单纯从形式上套用民族文化元素的产品设计

第一层次的设计最常见，其简单地从视觉等表现形式上套用民族文化元素。在原有的产品样式中加上“中国风”的元素，便声称是结合了民族元素，这样的思路已是司空见惯，流行的“国潮”风格和一部分“文创”产品不乏出自这样的思考。这样的做法的确对民族文化的推广起到了一定积极的作用，但是要让民族文化得到更好的传承，不能就这样浅尝辄止，应该更深一步去思考符合时代的设计形式。

2. 融合民族文化元素与现代设计理念的产品设计

所处于这种层次的设计尝试将民族文化中的样式、色彩、材质、工艺等元素提取出来，与现代产品设计构成方式、技术、审美等要素相结合进行产品设计，而非单纯地套用形式。这样的设计在近年逐渐涌现，数量有上升之势。第二层次的设计能够在展示民族文化特征的同时满足现代的功能需求和审美需求，是民族文化元素在现代产品设计中的传承和发展。

3. 基于民族文化的文化内涵和民族文化体验的设计思考

除了在形式上追求民族文化元素的结合，第三层次的设计还通过深入理解所运用的文化元素包含的文化内涵，通过设计产品与用户交互的包装、产品、说明以及相关的宣传信息等触点，希望用户与产品进行交互时能够体会到产品中的文化内涵和历史底蕴。第三个层次对文化元素思考最为深入，还需要设计师进行更为系统的设计思考，因此数量也最为稀少。但第三层次的设计往往能带给用户更为深刻的文化体验，也具有更为独特的品牌价值，这应该是产品设计结合民族文化设计应当追求的一个高级目标。

参考文献

[1] Richard Buchanan. Design Research and the New Learning[J]. Design Issues, 2001, 17(4).

[2] 创新设计发展战略研究项目组. 创新设计战略研究综合报告[M]. 中国科学技术出版社, 2016.

注释

注1：《失忆日历》的后续迭代过程由北京服装学院新媒体丁肇晨教授带领的团队中叶婧瑶和黄皓轩两位设计师进行。经过优化的《怀旧书法日历》台湾版本，经银享全球公司引荐，由台湾人寿购买，《怀旧书法日历》的名字已被注册。现与台湾弘道基金会以及高雄长庚医院神经内科陈乃菁医师、臺师大休旅所林儂蓉副教授合作进行进一步的开发设计。并在台湾弘道老人福利基金会投入使用。本文中所引用的案例仅包含2019设计马拉松《失忆日历》的设计方案，与后续《怀旧书法日历》的开发并无关系。

加强对外文化交流，建构博物馆文化品牌

陈淑霞

(饶河博物馆 黑龙江 双鸭山 155799)

[摘要] 博物馆通过举办文物展览，扩大对外开放政策、奉行和谐文化发展理念、开展多种形式文化交流等方式，体现出中国文化的无穷魅力，彰显了国家精神，让我国人民和世界人民从这个窗口全面了解中国传承千年的历史文化，使中国文化走出国门，迈向世界。本文主要阐述了博物馆在加强对外文化交流中，建构博物馆文化品牌的具体方式，以供相关单位进行参考。

[关键词] 博物馆；对外交流；品牌文化；构建方式

前言

博物馆是为社会的发展提供服务，免费向公众开放的非盈利性组织机构。它主要作用是向公众提供教育、研究和欣赏的作用，旨在通过征集文物并对其采取一定的保护措施、进行有价值的研究、并公开展示。随着我国博物馆事业的蓬勃发展，截至到2019年底，我国登记在案的博物馆数量达5000余家之多，参观总人数达10.1亿次，博物馆从业人员达10.8万人。同时在博物馆的文化建设和服务水平方面也逐年提升，这对我国的文化交流都产生着深远的影响。

一、加强落实博物馆的对外开放政策，推动文化沟通

博物馆通过对文化的多元化、生物体的多样性，展开了文化和文化、文化和社会、不同民族及古今文化的对话，促进了人类文明进步和文化交流。这为人类文明的发展储存了丰富的精神食粮。我国的博物馆在发展过程中，不仅要注重与世界文化的交流，而且更要注重国内文化的发展与文化交流，通过物馆之间加强人员交流

与合作不断促进民心统一，并逐步构建博物馆自身文化品牌，以此推动我国博物馆的不断发展。

博物馆要加强落实对外开放政策，快速融入社会文化，推动社会文化的沟通和交流。博物馆还要在管理和运行机制方面进行改革创新，使对外开放政策顺利实施。同时博物馆还要不断加强文化交流，创建自身文化品牌，要加强对文物的研究保护力度，并在对外展览、促进文化交流方面拓宽渠道，继续加大开放力度和政策，以科学发展观为核心理念，推动博物馆公共事业的稳步发展，不断提高社会关注度，奠定品牌文化思想，促进博物馆的文化品牌的创建。

二、奉行和谐文化发展理念，加快推进文化品牌创建

和谐文化发展理念是要发展人文情感关怀，以参观者为上，提供满意服务。在关注人文情感方面要从传统的固守思路向开放性发展思路进行转变，不仅要关注文物而且要重视人文情感，达到促进人文交流的目的。另一方面，博物馆面临的主要