

透視 Lego 樂高背後的文化意義

阮兆倫

相信大家都同意，Lego（樂高積木）已不只是小朋友玩具。近年，樂高每年都會推出新款設計，部分產品更針對 16 年歲或以上的「成年人」，以發揮思考、創意及聯想力為賣點，是少數推出超過 50 年，但至今仍歷久常新及具代表性的「全球化」產品。

翻查資料，Lego 最初發源於二戰前的歐洲小國丹麥，以 Billund 作為設計及生產基地，而 Lego 商標若分拆出來解釋，則源自丹麥詞彙 “leg godt”，意思是“Play Well”，亦即「玩得好」。

最早期的 Lego 主要以木為原料，直至 1949 年，Lego 創辦人 Ole Kirk Christiansen 嘗試改用塑膠，並發明可自由組合的積木設計，稱為“Automatic Binding Bricks”，容許玩家自由組合及改變積木的編排，但同時又無須過份費力便能分開及重組積木，成為今天 Lego 的初型。

最初版的 Lego 以 1947 年英國推出的 Kiddicraft Self-Locking Bricks 為藍本，但自從 Lego 購買自己的壓膜機後，Lego 修改了積木設計，並把積木定位為「系統玩具」，表示用家可自行組裝不同主題。所以，今天所見，積木上依靠多個圓形及底部凹陷位「相互扣連」的設計，便在那段時候成型，使玩家可更易組裝及固定 Lego。



但 Lego 的設計當時並無即時獲得空前成功，當時大部分消費者對使用塑膠這種「新物料」作為積木原料仍有保留，所以當時歐美各國對 Lego 普遍的銷售反應一般，大批賣不去的 Lego 被退回工廠，究其原因，主要因為當時大部分消費者普遍仍未掌握 Lego 不同系列可相互兼容及自由組合的特質，亦看不到 Lego 積木可不斷延伸的可塑性，透過個人創意，把 Lego 變化自行定義和重新演繹。

自 1954 年開始，Lego 一直尋找一種合適的物料作為原材料，並不斷改良，直至 1958 年，Lego 正式申請專利，推出與今天設計完全一致的 Lego 積木（所有當時推出的 Lego 可與今天的 Lego 完全兼容）使 Lego 開始逐步邁向國際化。

當時的 Lego 主要以紅、白、黃、藍為主，只有少數組件如樹木才是綠色，可見當年生產技術對 Lego 發展仍有一定限制，但北歐人早於 40 年代已率先運用新物料及系統概念把傳統積木改造，並嚴格遵從專利及國際法開發產品，這些都是 Lego 早年面對競爭仍能拓展市場的主因。

嚴格品質控制

Lego 一直視產品品質為成功的重要元素，這樣說不是要誇獎 Lego。事實上 Lego 對產品品質控制幾乎達到前所未有的嚴格程度，例如所有 Lego 部件生產的尺寸寬容度只容許相差 $2\mu\text{m}$ ($1\mu\text{m}$ 等如 0.001mm)，因為只有如此細小的差異，才能使所有 Lego 積木均可順利以最適合的力道接合及分拆，把不同系列的 Lego 積木隨意組合。

此外，如各位有細心留意 Lego，你會發現每顆 Lego 表面的防刮及受壓能力非常高，在 Lego 上，你不會找到任何劣質模型經常見的塑膠收口，也不會找到任何破損痕跡。同時，Lego 自從 1963 年便開始使用一種稱為 acrylonitrile butadiene styrene (ABS) 的強化塑膠，這種塑膠擁有一定的堅硬程度和長時間穩定性，不易改變塑膠內的分子結構，使 Lego 積木不會因時間而變「脆」，這些都是 Lego 與其他牌子積木不同的特質。

即使至今，Lego 仍沿用人手檢查每件出廠 Lego，以確保其顏色及厚度合符標準，而 Lego 表示，現時大約每百萬件 Lego 約有 8 件不符合標準，約 1% 廢件物料會循環再用，其他則會賣給一些合作夥伴。對於品質控制，Lego 同樣嚴格奉行標準化，確保即使大規模生產（Lego 每年出產 20 億件 Lego），仍能保持良好與統一的生產標準。

全球化玩具？

以 2011 年新出的樂高積木為列，除經典的 City（城市）及 Space（太空）系列，設計師還針對不同國家與不同年齡層加入更多流行文化元素，如賣座電影，包括《波斯王子》(The Prince of Persia)、《反斗奇兵》(Toy story)、《哈利波特》(Harry Potter) 與《星球大戰》(Star Wars)，此外，自從 2008 年開始，Lego 工程師改用電腦工程設計軟件設計新一代 Lego 造型，為 Lego 公仔加入更多臉部表情和膚色特質，以拓展各國小朋友及成年人的聯想空間和提高造型玩具的首次組裝時的趣味效果。





事實上，如閣下一直有留意 Lego，你會發現 Lego 多年來並沒有推出與軍事，戰爭與武力相關的題材，即使是以模擬為基礎的 City 系列，還是直至最近才於警察系列有限度地為角色加入罪犯和少量武器，如刀、烏槍和左輪手槍，鮮有涉及機關槍與其他大殺傷力武器，所以 Lego 也與近年其他仿冒 Lego 的積木玩具不同，Lego 並沒有推出軍車、坦克、戰艦等造型，亦沒有刻意鼓吹暴力，這些都是 Lego 與眾不同的地方。

如果從拉丁文角度分析 Lego，Lego 又可解釋為：採集、拼貼，同時亦包括個人學習（I study）與砌積木（I put together）。早前城市大學便有一群學生在校內公開舉辦了一次年度 Lego 展，除了自創作品，展覽會中還同時展出台灣、馬來西亞及來自美國的代表寄來香港參展的 Lego。置身其中，除了讓你能直接體驗 Lego 玩具的可塑性與跨國界、跨文化特質，還可以感受到 Lego 作為一種積木玩具，已演變成為一種全球的共通文化。

深入了解 Lego 文化

在電子年代，Lego 聯合美國麻省理工(MIT)推出組合式機械人套裝，特點是容許學生透過寫程式控制機械人的動作，同時走入課堂成為了一種教學平台，洗脫 Lego 只是小朋友玩具的形象，直接打進成年人的市場。因為只需了解部件與部件之間的特性，Lego 幾乎可以砌出任何東西，難得的是，除了形似，還有神似，相信不少人都

會同意這一點，各位如有興趣可以到網上看看各地的 Lego 作品，你便會發現，Lego 作為一種可以多重組合的積木，是可以擁有無限創意。

Lego 文化又可以理解為按個人創意，透過運用不同素材來實現心目中構想的一種中介。有數學家曾統計過，單是簡單的 6 塊 4 x 2 Lego，即使顏色相同，其所衍生的變化多達 9 億 1 千 5 百萬，在前互聯網年代，的確是非常能夠啟發創意的一種產品。

相信大家都會同意，Lego 的優點是可以循環組裝，所以人們可以隨意使用手上的 Lego，在拆過原來的設計後，再發展成為各種文化作品、藝術作品、甚至是服裝、定情信物，把自己的愛好重新組拼合在一起，變成屬於自己風格的設計。

在互聯網年代，樂高文化的普及特質被網絡重新演繹而且變得更明顯，例如有人說 Blog（部落格）是 Lego 文化延伸，因為在 Blog 上發佈訊息均是按照自己想法，將事情經過加工和附加個人觀點形成具備自我的個人風格，同時，透過互動交流，更多人在網上的載具中可以找到更多創作靈感，而且不斷相互影響，推動網絡世界及社會發展。

在 Lego 的文化內，還包含著一種對「小群體」代表性的含義，意即你的個人創造不一定被所有人喜歡（但也不必強求於所有人喜歡），但是，透過展示你的個人聯想，你總會從自創的 Lego 模型找到欣賞者或支持者。其實這種概念對於互聯網而言更應如此。

Lego 與其他文化的匯流

每次 Lego 展覽，都會吸引多人參觀，參觀者都會對創造者富想像力而又天馬行空的模型設計感到驚嘆。

事實上，作為一種強調創意展示的工具，Lego 與其他文化的交流一真緊密，例如坊間出現了多本 Lego 收藏圖書，介紹不同年代推出過的 Lego 系列。同時 Lego 的影響力亦以 CGI 形式進入電影及短片創作範疇，只要在 Youtube 內搜尋 Lego，相信

不難發現以 Lego 模型公仔為主題的 CG 動畫，被賦予生命在不同的媒介（包括遊戲）中不斷播放。

此外，作為一種受大眾熟悉，但又可適當展示創意的藝術工具，部分當代藝術家亦有使用 Lego 作為創作主要媒介，例如波蘭籍藝術家 Zbigniew Libera，便製造了一系列稱為 [Lego Concentration Camp](#)（集中營）的產品，揭示納粹德國當時對猶太人的暴行。而另一方面，藝術家 John Cake 及 Darren Neave 更組成了藝術組織 Little Artists，把大部分出名的當代藝術以 Lego 的方式呈現，其中最具代表性的創作展覽包括 [Art Craziest Nation](#)，便在英國利物浦的 Walker Art Gallery 藝術館展示。

在英國，Lego 亦曾經嘗試以電視節目方式出現（James May's Toy Stories），該節目借用了 Lego 作為創作媒介，把 Lego 成為節目中的背景主題。同時也有創作人使用 Lego 重現聖經的各個場面，稱為 Brick Testament。

現時 Lego 的主流設計仍以城市，天空，機械人，火車，堡壘為主，但為了要迎合更多不同玩家，Lego 的設計仍正延伸至跑車及其他系列，如現已改稱為 Hero Factory 的 Bionicle 生化系列。同時，Lego 嘗試在不同媒體上擴展其影響力，包括開發手機上的遊戲程式，此外，在歐美，用家現在已可透過 Master Digital Builders 軟件自行在電腦上設計自己的 Lego，再把草圖檔案寄回 Lego 公司，他們便會按物料為你訂造你所想要的 Lego，完全打破 Lego 以套裝銷售模型的法則，使 Lego 的銷售方式正式進入另一個新時代。

參考資料：

“Everything You Always Wanted to Know About Lego”. <http://gizmodo.com>. 2008-06-26. Retrieved 2010-05-29.

“Lego Celebrates 50 Years of Building”. <http://www.time.com/time>. 2008-01-28. Retrieved 2008-01-28.

Lego official website. www.lego.com, Retrieved 2007-05-12.

“The Making of...a LEGO”. <http://www.businessweek.com>, 2006-11-29. Retrieved 2010-07-28.