

现代包装设计中的民俗风探觅

孔宇欣

(北京工商大学, 北京 100048)

摘要: 从民间美术与现代包装设计的历史渊源和当代关系入手, 研究了现代包装设计民俗风的文化背景和时代价值。论述了现代包装设计在借鉴民俗文化内涵、民间美术元素和传统工艺型材几方面的思路和方法。提出只有以现代设计理念手法和先进工艺肢解、重构、转化、升华传统民俗文化中的民间美术元素才能使民俗化包装在当今真正回归绿色、天然、质朴、亲切的本色。

关键词: 民间美术; 现代包装设计; 民俗文化; 民俗风

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)18-0108-03

Exploration of the Folk Style in the Modern Packaging Design

KONG Yu-xin

(Beijing Technology and Business University, Beijing 100048, China)

Abstract: Starting with the historical origin and modern relations of the folk arts and the modern packaging design, it studied the culture background and modern value. It discussed the ways of thinking and the methods of referring the meaning of folk culture, the elements of folk art and the traditional process, shape and material in the modern packaging design. Nowadays, only by using the concepts and the methods of the modern design and advanced process to dismember, restructure, transform and sublimate the elements of the folk art, can let the folk style packaging back to its original nature of green, natural, plain and kind.

Key words: folk art; modern packaging design; folk culture; folk style

当今正在大力挖掘和保护传统民俗文化。民俗旅游村、民俗美食节不断涌现, 掀起了一股强烈的民俗风热潮。新兴民俗产品给现代包装设计的发展带来了新的机遇和挑战。而旧有民俗风格包装不少都存在生硬呆板、陈旧俗气的设计缺欠。因此要重新深入挖掘传统民俗, 尤其是其中的民间美术文化遗产, 从而找到包装设计民俗风发展成熟的新路径。

1 民间美术与现代包装设计

1.1 历史渊源

民间美术是由身处社会下层的普通劳动群众根据自身生活需要而创造、经由集体传承和历史积累而不断发展起来的美术形式, 包含了民间年画、剪纸、编织、印染、等丰富内容^[1]。与现代包装设计有着

很深的历史渊源。它们二者都源于原始艺术。如原始社会的彩陶既是民间美术的代表佳作又是实用包装的原始雏形。封建社会随着商业活动的繁荣, 商品的包装形式初步完善。如北宋时期“济南刘家功夫针铺”的包装纸, 就是具备商标、商品名、图形、广告语、商品信息的完整的包装形式。而上面的“白兔”图案、排版格式和字体都体现出浓郁的民间美术特色。事实上, 民间美术一直延续渗透在传统民俗包装之中, 如竹编的无锡小笼包包装、云南的草编鸡蛋包装, 它们手工精美又实用环保, 是民间美术与包装设计完美结合的典范。

1.2 当代关系

今天, 现代包装设计经历了工业化生产和高消费理念的浪潮之后, 又开始向低碳、环保、简约的方向回归。我国的民族化包装设计也在经历了追求奢华尊

收稿日期: 2011-06-06

作者简介: 孔宇欣(1971-), 女, 北京人, 硕士, 北京工商大学讲师, 主要研究方向为艺术设计。

贵的宫廷风之后开始认识到过度包装的误区。于是人们又把目光投向了传统民俗中的民间美术。它的特点就是利用天然原材料,因陋就简,手工制作,质朴天真的形式中散发出浓郁的乡土气息。而当代工业文明过度发展给人造成的冷漠感机械感使人们更向往回归民间乡土文化的温情。这些都使民间美术再次成为现代包装设计创作的灵感源泉和资源宝库。现代包装设计从中吸取文化养分,借用艺术语汇,结合新理念、新技术,正掀起一股淳朴稚拙、生机盎然、意趣天成的民俗风。

2 现代包装设计中的民俗风

2.1 民俗文化内涵

祈求生存繁衍、多福多寿和驱邪攘灾是民俗文化的基本内涵。而求“大”、求“活”、求“满”、求“美”是民间美术的基本审美观^[9]。由此而产生的民间美术作品都有着硕大、饱满、和谐、对称与鲜活的形式美感和吉祥寓意,至今仍被广大民众所认同。这也正是民俗文化在当代设计中延续的基础。此外民俗文化中还包含了“天人合一”、“中和为美”等提倡自然、和谐的主题,这与现代设计倡导的绿色环保、可持续发展理念有着异曲同工之妙,正是现代包装设计要着重挖掘延展的积极民俗文化内涵。例如:民俗图案中的阴阳太极图,以简洁的黑白对比图式表现了阴阳的对立共生关系,既蕴含了阴阳相生相克衍生万物的古老哲学思想,也展现出极近现代设计的简约鲜明特色,是能为包装设计所用的一个很好的母题。现代设计传承民俗文化内涵关键在“神”不在“形”。例如:舍得酒系列的包装设计,大胆舍弃了阴阳鱼的外形,直接采用半黑半白的简洁背景,在黑底上反白字“舍”,在白底上反黑字“得”,巧妙地以无形中寓有形的设计手法升华了传统阴阳思想的文化内涵。

2.2 民间美术吉祥图案

民间美术吉祥图案,涵盖了动物、植物、人物和抽象图案等丰富的题材内容,多是以象征、寓意、谐音、表号等手法表现福、禄、寿、禧、财等吉祥寓意。如象征富裕的“连年有余”,象征功名成就的“鲤鱼跳龙门”等等^[9],都是可供现代包装设计再利用的经典图案。然而,一些传统吉祥图案因其陈旧繁复的形式已经不符合当代人的审美取向。现代设计理念崇尚简约、醒

目、时代特征突出和个性鲜明的视觉形象符号。设计师必须以现代图形设计的创意方法对民间美术吉祥图案进行加工改造。比如抽取原图案中某个典型局部作为基本型,利用变形、重复、排列等手法重构再造图案。又如在经典图案的外形中置换与包装创意有关的当代图形图像,或者采用异形同构的手法将民间美术图案与当代具象图形、抽象纹样嫁接在一起。总之目的在于创造出既保留民俗韵味又体现产品特色和当代文化价值理念的新图形,见图1。



图1 “双合宫宴”喜饼礼盒包装

Fig.1 Bride cake gift box of "Shuanghegongyan"

这套“双合宫宴”喜饼礼盒的包装设计就截取了“和合二仙”图案中的“合仙”作为基本形,进行了左右翻转对称的加工,形成徽章标志,正好寓意对新人“和合如意”、“百年和合”的祝福。

2.3 民间美术字符画

汉字的结构形态和造字上运用的“指事、象形、形声、会意、转注、假借”原理,使其具有很强的塑造性和创意性^[4]。民间美术对汉字进行艺术加工后独创了字符画的形式。它包括以花鸟图形依汉字字体结构组成的花鸟字和文字全部笔画被动物图案所取代的蚕虫书,龙书等^[9];还有字图结合、多字连体的吉祥文字,如“日进斗金”、“圆寿字”、“长寿字”等。这些字符画所体现的文字图形化的创意理念和夸张变形、断笔连笔、共用笔画等造字手法和现代文字设计的理念和手法相当接近。因此也是将民俗融于当代设计的一道方便之门。借鉴民间美术字符画的手法多种多样,例如:将设计文字的所有笔画逐一转化为字符画符号;以民间字符画置换设计文字的局部笔画;将文字排列或填充于民间字符画的外形或结构中等。这其中应抓住两方面的要领,一是拆解出字符画中简洁抽象的元素,使它们更容易与当代图文转化嫁接。二是将字符画中的图文分离,使字符和图案能分别与当代

图文相结合,见图2。



图2 “稻香村”糕点包装

Fig.2 Bakery packaging of "Daoxiangcun"

“稻香村”糕点包装中“卍”字底纹上的“福”字就是在外形中填充了民间吉祥图案。侧面“百年老店”的标志也是借鉴了民间字符画的组字手法,在瓦当的外形轮廓中采用隶篆结合的字体合成创造了新的文字标志,既生动简洁又富民俗韵味。

2.4 民俗色彩

首先,民俗色彩具有浓厚的象征意味。如红色意味吉祥如意;黄色象征富贵尊荣^[6]。民间艺人往往喜好通过红黄这样的吉庆色彩来表达美好寓意。其次,民俗色彩整体上好用高纯度、强对比的装饰化色彩,尤其擅长对比色及补色的并置搭配。民间艺人提出的“红配绿,一块玉”、“青紫不并列,黄白不随肩”等配色口诀流传至今。最后,民俗色彩还存在着很强的地域性差异。如湘西蓝白印花布色调清新、质朴,贵州黑底五彩苗绣服饰神秘而艳丽。现代包装设计借鉴民俗色彩的典型用色、配色手法及地域性元素,可以使民俗老字号、地方土特产的包装色彩更具视觉冲击力,地方特色一目了然。为了避免“俗”与“土”的误区,设计师在借用典型民俗色彩元素时需从当代人审美习惯出发,兼顾现代色彩构成原理法则,如色彩间关系,色彩形状面积、色彩笔触肌理效果的运用等。尽量使传统色彩能与时尚无彩色、金属色甚至荧光色穿插兼容,创新出既有民俗特色又具时代鲜活性的包装色彩,见图3。

这个苗王药业的药品包装设计中,以苗族刺绣中常见的粉红、大绿、全蓝为基本色,略微降低了纯度,并配以大面积的白色、灰色、泥金色作为衬托底色,很好地突出了苗药的地域文化特色,同时又体现出药品包装洁净的外观和科技含量。



图3 苗王药业的药品包装

Fig.3 Medicine packaging of Miao Wang pharmaceutical Co., LTD

2.5 民间工艺型材

很多民间手工艺品本身就是原始的包装形式,如陶罐、鱼篓、草筐、锦袋等等。到工商业繁荣的明清两代,各种精美的包装器具琳琅满目,使包装本身成为艺术品^[7]。当今许多传统工艺型材仍是值得现代包装设计借鉴的宝贵资源。如竹编、草编等仍然在土特产包装中沿用^[8]。这些天然材质,有着绿色无污染、缓冲性能好,通风性能好,使用后能完全降解等巨大优势,不但完全符合现代设计所提出的低碳环保设计理念,还散发着稚朴亲切的人情味和乡土气息。大力开发利用各种植物纤维型材,结合传统实用美观的捆扎手法来编结包装土特产食品和日用品是现代包装设计推陈出新的一条重要途径。如稻香咸猪肉、竹叶葫芦茶等包装都是成功利用民间天然材料工艺的典范。还应注意天然材料加工而成的广为大众喜爱的民俗造型,如粽子形、鲤鱼形、葫芦形等,在包装设计中使用它们能很好地展现产品的情趣与亲和力。另外还可拓展新型环保材料,仿制传统民俗造型及象牙、皮毛等稀缺材料的质感,使民间工艺材质美感通过现代高科技在设计中发扬光大。

3 结语

现代包装设计中的民俗风越来越受到大众的欢迎。它满足了大众多层次的心理需求。如对原生态文化的猎奇,对天然绿色包装的信赖,深层次说就是对抛开都市喧嚣找回纯真稚趣的精神家园的渴望。设计师应当抓住这些传统民俗在当代文明中延续的链条。民俗文化中的民间美术吉祥图案、色彩、文字和型材工艺已经为现代包装设计中的民俗风提

(下转第120页)

否最大限度地满足他们“无障碍”的需求,直接关系到洗护品的销售。产品日渐同质化的今天,产品包装设计在满足使用功能的同时,还应具有一定的审美性和文化性,在创造物质价值的同时也创造出精神价值,充分发挥产品附加值市场竞争的作用。

人们取得基本的物质满足同时,在很大程度上是他们对于一种文化的认同和肯定。无障碍设计在洗护品包装方面除了满足人们便利的使用性能、适宜的心理和情感需求之外,同时中国人多地广,风俗习惯、人文地貌各不相同。以产品为依托融入地域相异的文化,针对同一区域文化背景相似的人群,因为他们有着共同的认可程度,可以使通用的设计语言开发出“文化的无障碍设计”,使之成为新的装饰语言与需求热点。最近伦敦不少年轻设计师用设计呼吁人们重拾感知世界带来的丝丝感动,从而达到产品给人带来互动体验上的情感满足^[9]。

产品包装的无障碍设计并非片面强调设计的通用性,它更注重原创性的重要作用,设计师应借助独特的创意和深厚的文化内涵,发展中国特色的与现代意识紧密结合的包装设计。

3 结语

综上所述,洗护产品“无障碍”包装设计的便利使用性能和适宜的心理情感需求在一定程度上反映了社会的发展水平,是现代人由物质过剩向精神需求的

过渡。

无障碍设计涵盖了洗护品容器的包装设计内容,其功能在产品信息传达方面起着非常重要的作用,从而要求设计师不仅注重其视觉传达效果的创新,更要开展触觉等知识的深入研究,使洗护品容器设计更加人性化,符合使用者的消费习惯,从而引领产品包装设计领域的发展。

参考文献:

- [1] 樊春阳,葛新旗.基于消费心理学的企业营销策略浅析[J].安徽农业科学,2007(27):148.
- [2] 纪向宏.图形语言在包装设计中的应用[J].包装工程,2006,27(2):133-167.
- [3] 黄旋.从设计心理学看情感产品开发设计[J].包装工程,2009,30(1):232-234.
- [4] 肖文津.卡通形象设计[M].济南:山东美术出版社,2005.
- [5] 曹小鸥.“性”与“性设计”[J].装饰,2010(7):36.
- [6] 尹定邦.设计学概论[M].长沙:湖南科技出版社,2006.
- [7] 张凌浩.产品的语意[M].北京:中国建筑工业出版社,2005.
- [8] 房国栋.值得商榷的“非物质设计”[J].设计艺术,2010(1):20.

(上接第110页)

供了丰富的原始素材和自然纯朴的人文精神。其任务就是要运用现代设计理念和手法,结合先进材料工艺技术,将民间美术元素肢解、转化、重构、升华于当代设计之中,从而真正形成在当代文化语境下返璞归真的包装设计民俗风。

参考文献:

- [1] 易心,肖翔子.中国民间美术[M].长沙:湖南大学出版社,2004.
- [2] 曾景祥.中国书画在现代平面设计中的创新与应用研究[M].成都:西南交通大学出版社,2006.

- [3] 陈新生.传统艺术与现代设计[M].合肥:合肥工业大学出版社,2005.
- [4] 陈原川.中国元素设计[M].北京:中国建筑工业出版社,2010.
- [5] 王利支.中国传统吉祥图案与现代视觉传达设计[M].沈阳:沈阳出版社,2010.
- [6] 苗延荣.中国民族艺术设计[M].沈阳:辽宁科学技术出版社,2010.
- [7] 杭间,郭秋慧.中国传统工艺[M].北京:五洲传播出版社,2006.
- [8] 韩冬楠.地方民族特色产品包装设计[J].包装工程,2009,30(1):171-173.