

论苗家酒包装设计的本土文化识别

黄莉娅

(四川理工学院, 自贡 643000)

摘要: 分析了苗族蜡染作为包装设计的本土文化识别的特点, 论述了蜡染作为本土文化识别符号在苗家酒包装设计中的竞争力, 进而进一步分析了本土文化识别性对苗家酒文化价值的肯定, 以及对苗家酒文化多样性的展示, 提出了具有本土文化元素的包装设计, 其认知度和识别性更强烈, 利于传递产品的功能信息和文化信息, 实现商品价值和使用价值的可行性。

关键词: 本土文化; 文化识别; 竞争力; 文化价值; 多样性

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)20-0121-04

On the Local Culture Recognition of the Miao Wine Packaging Design

HUANG Li-ya

(Sichuan Institute College, Zigong 643000, China)

Abstract: It analyzed the characteristics of the local culture Hmong batik as packaging design, discussed the competitiveness of batik as an identifying symbol of the local culture in the Miao wine packaging design, thus further analyzed the value of the distinctiveness of the local culture of the Miao wine culture value, and the diversity of the Miao wine culture display. It proposed the packaging design with elements of local culture, their awareness and identify more strongly conducive to functional information and cultural information transfer products, to realize the feasibility of commodity value and use value.

Key words: native culture; cultural identification; competitive; cultural values; diversity

包装设计是围绕着产品形象, 增加产品附加值, 实现经济价值和文化价值而做的产品形象设计。设计是围绕着人的需要展开的, 人的精神追求和心理需求都是设计关注的主题。人们对精神的需求包含在对本土文化认同的层面上, 因为相同区域的人有对自我区域文化认同的共同心理和素质需求, 而不同区域的人则需要对他区域的产品和文化产生了解和认同, 这就是传播的任务, 也是包装设计的重任。怎样做到将企业产品通过包装设计来增强产品的认知度和识别性, 使消费者在满足商品功能的同时, 还得到本土文化和艺术的享受, 是包装设计必须面对的问题。这就要突出包装设计的个性化。实现产品包装的个性化必须研究民族的本土文化, 反映不同的民族性格、民族心理和人们对自我实现的不同追求。以“苗王

酒”和“苗家姐妹酒”为例, 探讨酒包装设计的本土文化识别。

1 苗族蜡染图形元素与民族包装设计的文化识别

四川川南苗族, 主要分布聚居在四川省兴文县、叙永县、古蔺县、珙县、筠连县地带。蜡染艺术是川南苗族的重要文化遗产, 是独具民族特色的工艺美术, 深受苗族人民的喜爱。苗族蜡染虽不像苏绣玲珑秀丽, 也没有蜀绣那样细密精致, 但它古朴中包含的粗犷风格, 简约中蕴藏的典雅情调, 具有鲜明的民族风格。

《中国苗族服饰》一书赞誉“川南蜡染流畅精美”。这种“蘸蜡绘之于布, 而后染之去蜡, 则见花

收稿日期: 2013-01-04

作者简介: 黄莉娅(1960—), 女, 四川古蔺人, 四川理工学院副教授, 主要从事艺术设计方面的研究与教学。

纹”的蜡染艺术,是古代蜡染工艺的继承,主要是麻、棉布蜡染。其蜡染为蓝底白花,蓝白二色相映衬,加上自然形成的“冰纹”,分外淡雅悦目。兴文县苗族的蜡染,原先主要是用于装饰妇女的衣裙、围腰、背扇、背带、伞笼子(麻布口袋)等,现已发展到被面、床单、挂包、家用电器罩盖等方面,花色品种多姿多彩。蜡染图案纹理和线条各具特色。其绘画的蜡染图案源自生活,写实与写意变形,或寓意,大量采用花、蝶等动植物形象,点线结合,疏密相间,既夸张又富于人情味。线的运用以细腻流畅、笔直对称为主。有的蜡染还在各组图案的中心部位,点缀彩绣,巧妙地与蜡染融为一体,具有强烈的节奏感和浓厚的装饰趣味,从而形成自己独特的艺术风貌,给人以美的享受。

苗族蜡染图案造型状况沿袭久远,随着时代的发展,多元文化的相互影响、相互交融虽有所变化,但仍大体保持着历史的传统式样和特色。蜡染以蓝色为主调,蓝底白花图案。图案有人形、鸟的图腾、蝴蝶、花草以及无数回环式的方形纹、几何纹、云纹、水纹、波纹、菱形纹、鱼的图案、虾的图形。图形多以间隔横条分割,间隔为主体二方连续或四方连续图案构成,横条与图案上下交替使用。苗族蜡染刻画的众多历史、人物、动物、花草等优美图案,不仅涵盖了历史、美学,更涵盖了美术这一学科领域。蜡染图案的变化规律,或等距、或对称、或重复循环,结构极为严谨,不仅体现了精湛的蜡染工艺,更体现了苗族的几何学基础,集历史、美学、纺织、刺绣、音乐、美术、哲学、几何学于一身。一代又一代的自然传承中,苗族妇女既是苗族蜡染的生产者,又是苗族蜡染文化的传承人。没有文字的苗族,其历史、纺织、美术、几何学等诸多知识,均靠蜡染作为载体传承。苗族蜡染有着特殊的文化内涵,造型上动物、植物等图案,体现了苗族千百年崇尚自然、热爱自然、与大自然和谐相处的天人合一思想,也可以说是苗族的历史缩影,其被有关专家形象称之为“活的史记”。苗族蜡染是在苗族几千年的迁徙历史中逐渐演变形成的,具有鲜明的民族特色。这些具有特殊文化内涵的图形元素用于苗家酒包装设计,更能突显其文化识别性。

2 本土文化识别符号与苗家酒包装的竞争力

地区的经济繁荣靠产业的支撑,不同地区的产业

支撑着民族经济和文化地位,不同的地区产品丰富了产品文化的发展和繁荣。包装设计的主要功能就是传递产品信息,服务于地方的制造产业^[1]。

苗家以擅长酿造见于诸多文献,“所酿蒟酱更是不绝于史”。西南多出美酒与苗族这一特长有着极大的渊源。苗家酒产自四川省宜宾市兴文县仙峰苗族乡,兴文石海。“苗王酒”和“苗家姐妹酒”是仙峰苗族乡大元社区村一个企业开发的酒品,怎样将社区村的苗家酒介绍给消费者,使产品在市场竞争中产生经济效益和文化效益,这就是包装设计面对的重大难题。仙峰苗族乡为少数民族聚居地,苗家擅长酿造,而苗家之长是得于此地自然条件,这是出好酒的决定性因素。仙峰苗家酒以优质玉米为原料,按苗族传统工艺精心酿造,用野生猕猴桃浸泡窖藏而成。猕猴桃含有丰富的钙、磷、铁等元素和多种维生素,对人体保健有独特功效。该酒纯正香甜,尾净味美,浓郁陈香,风味独特。苗族人民风淳朴,粗犷好客,苗家待客礼仪讲究,“无鸡不成宴,无酒不称席”,苗家酒除了待客之外,在各种喜庆节日、祭祀礼仪都有饮酒、摆酒之仪。对苗家酒的包装设计既要传达出酒的品质区别于其他地区和民族的酒品,又要将苗家人的淳朴、豪放的性格和酒文化的深厚意境传递给消费者。因此苗家文化的形态元素是包装设计的重要资源,将苗族蜡染图案作为本土文化元素是包装设计的主要方案。苗族是没有文字的民族,在漫长的历史长河中,记录苗族历史记忆的除了口耳相授、口头传唱的《苗族古歌》、《苗族史诗》以及一些民间的传说等形式外,就是苗族的蜡染刺绣图案。它是由历史记忆产生的缅怀符号,而这一系列的缅怀符号,形成了稳定的文化元素而世代传承,是苗族文化的精髓。蜡染图案既是一种历史和文化的载体,有很深厚的审美情结,又具有独特的文化识别性和认知度。在现代社会经济浪潮中,商品流通速度迅速,淘汰速度也极快,产品包装单纯依靠产品自身的优异性是不够的^[2]。“苗王酒”、“苗家女儿酒”包装设计运用苗家蜡染图案元素作为符号系统,融入现代设计的表现形式,结合现代包装技术,使苗族传统民俗文化的使用价值得到一个新的升华,使商品包装有较强的时代感和民族感,突出了苗家酒文化的个性特征和识别性,对产品的流通、销售具有积极推动作用,见图1。



图1 苗家酒包装设计

Fig. 1 Miao wine packaging design

3 本土文化的识别性与苗家酒包装的文化价值

本土文化是包装设计的底蕴和依托,产品包装本土化设计符合不同民族识别需要、不同民族认同的情感要求。包装设计是一门综合性的学科,具有经济意义和文化意义。包装是一种载体,是文化传播的工具。优秀的包装设计与产品内容相得益彰的结合,可以起到实用性、艺术性、文化性功能的作用,是传承和张扬民族文化的重要手段^[1]。前面说过苗家的蜡染刺绣图案是“无字史书”,苗族老人对苗族少年进行历史文化教育时,常指着蜡染刺绣图案而说。苗族叙事性图案不仅长盛不衰,而且十分丰富发达,以致到了以图形再现历史的地位。这些图案包括缅怀祖先的创世图案、祭祀图案和记载先民悲壮历史的战争迁徙图案。在宜宾地区兴文县苗族蜡染里,大量使用“黄河”、“长江”、“淮河”等水纹,“平原”、“城池”以及“狗牙瓣”(逃难途中被狗咬的痕迹)、“磨盘花”、“鸡爪花”、“港苟花”、“垒子花”(推碾稻谷工具)等母体图案^[4]。人类学理论家格尔兹认为:“文化的概念,本质上是一种符号的概念”,“文化指一个历史上传递下来的具体表现于象征的意义模式,而象征是一个继承下来的人们用以交往、延续和发展有关人生知识和对人生的态度的概念^[5]”。苗家酒包装设计融入苗家蜡染图案的符号系统,具有明确的苗族文化象征意义和民族产品归属的识别性,既传承了苗族的历史与文化,又突出表现了苗家儿女特有的审美情结,强化了酒包装的语言表达力。使消费者在品尝美味佳酿酒品的同时,体验了苗族的风土人情、文化思想、艺术形式和审美情趣,也就是享受了产品文化带来的附加值,同时也加强了区域内的文化交流^[6]。

4 本土文化的运用展示苗家酒文化的多样性

联合国教科文组织在2001年制定的《世界文化多样性宣言》中说:“文化在不同的时代和不同的地方具有各种不同的表现形式,这种多样性的具体表现是构成人类的各群体和各社会的特性所具有的独特性和多样化。”苗族本土文化在包装设计上的运用,还有着以直观的形式表征苗家酒的属性和酒品多样性的意义。

本土文化最大的特点就是构成了中国多元化地方文化的面貌,呈现社会丰富的文化体系,多彩的艺术形态和视觉语言。中国幅员辽阔,地理环境复杂,生态条件多元,民俗风情多样,从而有着极为丰富的土特产资源。以酒为例,品类繁多,可按商业分类,也可以按生产方法分类,还可以按酒精含量来分类。不同产地的酒品有不一样的饮酒习俗和文化认同,不同地域的酒品构成琳琅满目的酒的世界,汇集成了酒文化的盛典^[7]。本土文化以产品作为载体丰富了苗家酒品的文化内涵,增强了酒品种类的可识别性。苗家酒分粮食酒、果酒两大类。粮食酒有玉米酒、米酒,果酒有猕猴桃酒等。苗族蜡染文化内容丰富,图形种类繁多,积累了大量丰富多彩的艺术表现形式和手法,将其融入苗家酒包装设计,包装的属性明确,形成强烈个性,突出了设计语言识别性,既丰富了苗家酒文化的多样性,也展示了本土文化多样性魅力^[8]。当今人们生活日益富足,在物质生活丰富的同时,文化的多样性带给人们的精神享受更是尤为重要。

5 结语

运用苗族蜡染本土文化元素融入苗家酒包装设计只是一案例,设计感悟包装设计与本土文化融合,是表现地方文化特色,反映乡土风情,增强产品识别的有效途径,它给人们的启示仍然是“民族的就是世界的”。

参考文献:

- [1] 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(18):72—75.
LI Yong, FENG Yan. Analysis of Products Based on the of Qiang Traditional Art Form Innovative Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(18): 72—75.

- [2] 方如.论酒包装设计中的“跨界”[J].包装工程,2011,32(24):1—4.
FANG Ru.Wine Packaging Design in Such "Cross-border" [J].Packaging Engineering,2011,32(24):1—4.
- [3] 梅梅,岳怀旺.基于云南少数民族文化对象的现代产品设计方法[J].包装工程,2011,32(6):47—50.
MEI Mei, YUE Huai-wang.Modern Product Design Method Based on the Yunnan Minority Culture Objects[J].Packaging Engineering,2011,32(6):47—50.
- [4] 杨永华.兴文苗族[M].香港:中国香港天马图书有限公司出版,2002.
YANG Yong-hua.Xing Wen Miao[M].Hongkong:China Pegasus Books Ltd Publication,2002.
- [5] 孟金砂.试论苗族刺绣图案中的文化象征蕴意[J].柳州师专学报,2009,24(3):54.
MENG Jin-sha.The Miao Embroidery Patterns Culture Symbolic Meaning[J].Liuzhou Teachers College,2009,24(3):54.
- [6] 边坤,杨彦侃.地域特色文化元素提取与旅游产品设计方法探究[J].包装工程,2012,33(4):130—132.
BIAN Kun, YANG Yan-kan.Exploration of Extraction of Cultural Elements with Geographical Features and Tourism Product Design Methods[J].Packaging Engineering,2012,33(4):130—132.
- [7] 王学刚,刘辛夷.中国传统装饰艺术的时尚化设计方法研究[J].包装工程,2012,33(8):132—134.
WANG Xue-gang, LIU Xin-yi.Study on Fashion Design Method of Chinese Traditional Decoration Art[J].Packaging Engineering,2012,33(8):132—134.
- [8] 刘红伟.解读民间图案色彩在包装设计中的延展[J].包装工程,2012,33(4):133—135.
LIU Hong-wei.Interpretation of Extended of Folk Color Pattern in Packaging Design[J].Packaging Engineering,2012,33(4):133—135.

· 简讯 ·

2014中国APEC峰会官方Logo发布

2014年APEC领导人非正式会议将在中国举办,地点是北京的雁栖湖。2013年10月8日,北京外事办主任赵会民介绍了2014年北京APEC会议的Logo。



赵会民说,2014年北京APEC会议的Logo用21根彩色线条,描绘出一个多彩的地球的轮廓。21根线条代表APEC 21个经济体,里面包含了中国天坛的造型。整个Logo象征着世界的多元美好和开放包容,象征APEC 21个经济体的伙伴关系和融合发展,表达了中国与APEC各经济体紧密合作、共谋发展的美好愿景。

摘自《视觉同盟》