

包装设计中的传统文化符号研究

杨林林, 吴德兴

(武夷学院, 福建 南平 354300)

摘要: **目的** 探索传统文化符号对包装设计的影响与创新表现。**方法** 首先从当前包装设计的现实诉求提出问题, 分析包装设计的发展方向和对深层内涵的追求, 聚焦传统文化符号融入的可能性; 然后以传统文化符号在造型、色彩等方面的特点为切入点, 挖掘传统文化符号融入包装设计中几个方面的途径和应用意义; 最后结合传统文化符号的提取、设计对象的选择、创作手法的丰富等方面, 将传统文化符号与包装设计在融合中实现创新发展的实践与未来展开综合深入的分析论证。**结论** 通过挖掘传统文化符号的全新表现, 对包装设计的艺术效果提升进行了有力尝试, 除了让整体的设计效果更加独特而凸显外, 还让商品的认知度上了新台阶, 促进了产品的销售和品牌的建立, 是包装设计正确的发展方向和实践路径。

关键词: 传统文化符号; 艺术效果; 包装设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)02-0332-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.02.038

Traditional Cultural Symbols in Packaging Design

YANG Lin-lin, WU De-xing

(Wuyi University, Fujian Nanping 354300, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the influences of traditional cultural symbols on packaging design and its innovative performance. First of all, problems were put forward from the current reality of packaging design demands, The pursuit of packaging design in development direction and in-depth connotation was analyzed with the focus on the possibility of integrating the traditional culture symbols. Then, based on the features of traditional cultural symbols in the aspect of modeling, colour, etc., the ways to integrate traditional cultural symbols into packaging design and its application significance were explored. At last, combined with the extraction of traditional cultural symbols, the selection of design objects, the enrichment of creative techniques and other specific directions, a comprehensive and in-depth analysis and demonstration on the practice and future of the innovative development in the integration of traditional cultural symbols and packaging design. Excavating traditional culture symbols of a new performance contributes to a strong attempt in improving the artistic effect of packaging design. In addition to making overall design effect more unique and highlighted, it also brings the recognition of products to a new level, and promotes the sales of products and the establishment of brands. It is the right development direction and practical path of packaging design.

KEY WORDS: traditional cultural symbols; artistic effect; packaging design

受国外文化冲击的影响, 怎样将有着丰富中国文化意蕴的包装设计出来, 成为众多设计师的思考方向。有着数千年历史的传统文化是中华的艺术瑰宝,

不仅有着多变的形式与色彩, 还有着深邃的意境, 能够有效提升当前包装设计作品的文化内涵和审美趣味。这在一定程度上帮助设计师解决了设计富含中国

收稿日期: 2022-08-13

基金项目: 闽北传统民居建筑与其装饰特色研究 (JAS180535)

作者简介: 杨林林 (1979—), 女, 硕士, 副教授, 主要研究方向为视觉传达设计、平面设计、图形设计。

通信作者: 吴德兴 (1979—), 男, 硕士, 副教授, 主要研究方向为环境艺术设计。

文化意蕴包装的方向问题。在当前经济全球化、文化全球化视域下,包装设计需要从传统文化中汲取适合自身发展、丰富外在表现与内在神韵的营养,从而创造出具有中国意蕴的设计作品。之所以如是说,是因为传统文化符号与包装设计融合和再创造,能够增强产品包装的大众认可度和接受度,并在这一情感的指引下实现包装设计形式的创新、内容的丰富和神韵的凸显^[1],从而使包装设计的现代感与传统性相得益彰,不断在借鉴、创新中升华,满足新时期消费者的多样化需求和时代发展的未来趋势。

1 传统文化符号在包装设计中的传达途径

传统文化符号是创意的来源,其蕴含着深厚的情感和巨大的力量,使包装设计在迎合时代步调的同时,兼顾民族特征和消费者需求。首先,图形的应用对包装设计而言,有着更佳的传情达意效果,其能够将美化后的视觉形式更加直观地呈现给消费者,让包装设计的视觉与思想都没有阻力,轻松将产品与消费者紧密联系起来^[2];其次,造型是包装设计中的突出方面,是包装设计的视觉基础,也是包装设计师将作品进行物化的过程,借助造型特点对整个包装的主题进行展示,甚至还可传达出更深层次的精神意义,从而更好地延伸消费者的审美心理空间;最后,色彩在包装设计中的应用路径更加广泛,借助色彩的巧妙传达,产品包装能够在第一时间吸引消费者的目光,从而实现更好的艺术宣传和产品推广^[3]。需要特别注意的是,传统文化符号的应用并不是越多越好,必须与产品特点相符合,避免其与包装不匹配、结构不协调的现象出现,同时强调时代性,渗透时代特点,且要适度、适量,否则适得其反。

2 传统文化符号在包装设计中的应用策略

当前中国制造的商品在已经进入世界领域,越来越多的商品走出了国门。如果能够将包装设计做到理想的状态,在展现包装效果的同时,将传统文化与民族精神进行宣传和展示,实现艺术的升华,必将在国际上树立起良好的形象^[4]。这主要关乎对传统文化符号的提取、设计对象的选择、创作手法的丰富等方面的具体落实与创新。

2.1 提取文化符号

传统图案、传统文字是传统文化符号的两大方面,并在各自的领域不断丰富和发展着^[5]。传统图案多以吉祥图案为表现形式,其所承载的是人们对生活的美好向往和追求,具体表现为动物、植物、建筑、几何等形式的图形。传统文字则是书法艺术、印章艺术等的统称,多有着个性化的创作技巧和独特的神韵,识别性很强。包装设计师在设计创作的过程中,

要能够从众多的文化符号中进行精准地提取,让那些已经约定俗成的图形和文字,能够对包装的艺术效果进行丰富和提高,展现一种形式美与意蕴美的结合,带来更加强烈的视觉刺激。

传统图形是有着独特传承意义的一种形式,其对当前的包装设计而言,仿若一个人穿上了合体而鲜明的衣服,能够将其风姿和内蕴更好地展现出来,是包装设计的有效素材来源^[6]。只是设计师在具体的设计过程中,应对传统图形进行深入的了解,明确其外在与内在的特点和意蕴,在符合现代人审美的前提下进行艺术化的提取和应用,从而赋予包装以更具生命活力的形式。比如,一些吉祥图案(如松柏、仙鹤等)有着幸福和长寿的美好寓意,可以结合我国传统节日的礼品现实需求进行灵活应用,让包装的设计效果实现一种情感的传递和联系的作用,引发消费者的联想,从这些图形的普遍化寓意中了解产品的寓意与功效。另外有一些建筑符号也是十分个性化的存在,尤其是那些古代的建筑、家具等大多蕴藏着深厚的文化意蕴,有一种独特的韵律美。将这样的传统图案符号融入酒品、茶叶的包装设计中,能够将文化与历史进行融合,带来一种韵律感鲜明且风格独特的包装设计效果。

传统文字融于包装设计中的作用主要是直观地展示产品信息,并在一定程度上提升产品包装的文化气息和深层内蕴,从而以更加考究与和谐的形式实现对产品的形象打造和宣传目的^[7]。在茶叶包装设计上,设计师有时会对书法文字进行艺术化应用,以沉稳大气、潇洒自在的字体来表现茶叶的特性;在食品包装设计上,设计师则会结合食品的特点和受众,采用活泼可爱或流畅清晰的字体,以此突出食品特点,起到很好的宣传作用。总体而言,传统文字符号的应用应遵循直观、真实、美观的原则,要有利于消费者的进一步认知,而不是盲目追求视觉效果而欺骗和误导消费者。

2.2 选择包装对象

从众多的包装设计对象中进行提取和选择,土特产和传统商品与传统文化有着很高的契合度,便于形成一种合力,更好地宣传产品和传统文化^[8]。可以说,那些十分畅销的土特产如干果类、山珍类、茶叶等都或多或少地对传统文化符号有所应用,这样不仅实现了实用与美观的追求,还被注入了一定的地域文化内涵,是土特产包装设计创新的不错之选。一款湘西地区的姜糖包装设计就对湘西的文化符号进行了有效应用,其对吊脚楼中的米字格、井字格进行艺术化的结构和组合,并配合一些图腾纹样,将姜糖的地域文化内涵更好地展示出来。更加突出的是,设计者还从当地的民族服饰中选取了色彩符号,以色彩搭配规律为前提,进行了艺术化的抽象表达,从而让该产品的属性更加独特而鲜明。

传统商品的包装设计也多采用象征、重构、变化等手法对传统文化符号进行应用,最大化地赋予产品新的形式和深刻的文化内涵,以此来联系消费者与传统文化,加深消费者对传统文化的理解^[9]。一款稻米的包装设计就将皮影艺术进行了艺术改造和融合,从时代特色的视角出发,对皮影图案进行了提取,让皮影人物形象更加简洁时尚,并配合提携式、组合式的结构,实现了良好的艺术效果表达,富于辨识度和地域特色,将稻米的特点艺术化地表达了出来。

2.3 寻找合理方法

传统文化符号的融入离不开多种设计手法的支持,诸如重构、变化、打散等方式能够在保留基本精髓和内涵的基础上,实现一种全新的展现,不仅让消费者更好地了解传统文化的精髓,还能够为传统文化走向世界、走向未来提供一种理想的载体^[10]。首先,象征手法多需要设计师从设计对象的基本特色着手,深入挖掘其自身的意象符号,借助某种意象形式将另一种意象的独特含义进行艺术化表现,从而实现精神意蕴的升华。比如,代表祥瑞的麒麟、代表清廉的荷花、代表长寿的灵芝、仙鹤等符号,这些传统文化符号的精神属性就能够给予包装设计深刻的象征意味,从而使产品的信息更加深入人心。现在在包装设计领域,仿生的应用多集中在儿童食品的包装设计上,原本注意力难以集中或者兴趣不够持久的儿童消费者,总是能够在仿生形式的包装设计中轻松感知食品的特性^[11]。比如,一款蜂蜜的包装设计就对蜂窝进行了仿生设计,蜂窝形状的包装盒配有6个木质环,并以麻绳贯穿,打造出一种天然的趣味性和生态性,让儿童消费者的注意力迅速集中起来。这是一个不错的设计案例,有着良好的宣传效果。除了这两种应用较多的设计手法外,还有通感的应用,主要借助关联性,将意象与物象进行转化,实现人与物之间的多种感觉的重叠与沟通。如将甜蜜的感觉通过鲜艳美丽的鲜花和糖果进行传递,以此激发消费者的心理与情感共鸣^[12];隐喻手法可以对产品的包装设计进行一种联想空间的营造,通过文化符号从隐喻性上传达具象的旨趣,从而更好地呈现一种客观的物象,以此来提升包装设计的效果,带给人一种愉悦之感,如将龙纹、云纹等融入酒品的包装设计中,能够营造一种意境,在主题得以表达的同时,与消费者的常态化认知相联系,更好地展示其风格特点和产品特质。^[13]

3 结语

包装设计与传统文化符号的联系是紧密而深入的,包装设计的视觉呈现与内蕴体现都与传统文化符号存在或多或少的联系,并且包装设计若要体现一种文化特质,与消费者产生更好的情感共鸣,就更加离不开传统文化符号的支持。所以,想要做好包装设计,

必须对传统文化符号有深入了解,将其中的优秀元素进行细致微观地吸收和采纳,通过图形、色彩、文字和技术手法的综合作用,以形式美法则为依据,以产品特质为基础,开展艺术再创造,以优秀的民族文化特质和丰富的精神内涵为支撑,更好地引导消费者将目光聚焦在产品的包装和特质中。这需要设计者自身的文化积淀,也需要有一个良好的情感提炼,如此才能从众多传统文化形式中找到最适合的元素符号,为包装设计增添灵魂,使其得到最大化的艺术设计效果,在给人以审美愉悦和文化浸染的同时,感受到一种民族自豪感和与时俱进的未来走向,从而拓展出更加宽广的发展空间。

参考文献:

- [1] 雷倩倩. 传统文化意蕴在包装设计中的表现方式[J]. 文艺生活·文艺理论, 2019(2): 58.
LEI Qian-qian. The Expression of Traditional Cultural Connotation in Packaging Design[J]. Literary Life·Literary Theory, 2019(2): 58.
- [2] 曾琦. 中国传统文化符号在包装设计中的运用[J]. 艺海, 2020(5): 96-97.
ZENG Qi. Application of China Traditional Cultural Symbols in Packaging Design[J]. Yihai, 2020(5): 96-97.
- [3] 曲业华. 传统文化符号在茶叶包装设计中的运用[J]. 福建茶叶, 2018, 40(11): 142.
QU Ye-hua. Application of Traditional Cultural Symbols in Tea Packaging Design[J]. Tea in Fujian, 2018, 40(11): 142.
- [4] 郭志强. 传统文化意蕴在包装设计中的表现方式[J]. 包装工程, 2018, 39(24): 103-109.
GUO Zhi-qiang. Means of Expression of Traditional Culture Connotation in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(24): 103-109.
- [5] 陆垚. 中国传统文化符号在现代包装设计中的应用[J]. 中国民族博览, 2018(1): 164-165.
LU Yao. Application of China Traditional Cultural Symbols in Modern Packaging Design[J]. China National Exhibition, 2018(1): 164-165.
- [6] 赵丽丽. 中国传统文化在包装设计中的应用研究[J]. 卷宗, 2017(15): 222.
ZHAO Li-li. Research on the Application of China Traditional Culture in Packaging Design[J]. Juanzong, 2017(15): 222.
- [7] 韩盈. 文字在包装设计中的应用原则[J]. 环球市场信息导报, 2016(48): 89.
HAN Ying. Application Principles of Characters in Packaging Design[J]. Global Market Information Guide, 2016(48): 89.
- [8] 熊跃珍. 现代包装设计中的传统文化元素[J]. 现代装饰(理论), 2011(3): 94-95.
XIONG Yue-zhen. Traditional Cultural Elements in Modern Packaging Design[J]. Modern Decoration (Theory), 2011(3): 94-95.

(下转第338页)