

民间艺术在包装创新设计中的表现与应用

陈欢

(宁波大红鹰学院, 宁波 315175)

摘要: **目的** 研究民间艺术在包装创新设计中的表现形式与应用。**方法** 从民间艺术的文化底蕴入手,论述了随着商品流通的发展,探讨了包装设计创新借鉴民间艺术精髓的必要性。**结论** 提出了包装设计的创新不应该是简单地照搬民间艺术的图形和色彩,而应该是在取其形、扬其神的基础上,融入国际化的设计元素,只有这样才能在包装设计中体现出民族包装的精髓。

关键词: 实用性; 精神性; 亲和性; 创新

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2014)06-0113-04

Performance and Application of Folk Art in Packaging Design

CHEN Huan

(Ningbo Dahongying University, Ningbo 315175, China)

ABSTRACT: **Objective** To study the manifestations and application of folk art in the packaging innovative design. **Methods** Start from the cultural heritage of folk art, it discussed the necessity of packaging design innovation learning from the essence of folk art with the development of commodity circulation. **Conclusion** It proposed the packaging design innovation should not be a simple copy of folk art graphics and color, but should be based on its form and spirits, also be integrated into the international design elements. The only way to packaging design embodied the essence of national packaging.

KEY WORDS: practicablility; spirituality; affinity; innovation

包装设计不仅仅是一门艺术,也是一种文化的表现形式,同时也体现出特有的民族文化面貌和审美水平^[1]。随着商品国际交流的日益频繁,包装设计中对中国民族文化的认知和弘扬显得尤为重要,民间艺术是民族文化中的重要组成部分。对民间艺术的继承和创新是创建民族品牌包装的重要途径。中国民间艺术文化积淀深厚,博大而灿烂,千百年来与国人的生活和情感血脉相连,它凸显了民族性格和审美情趣,成为灿烂文明中极其绚丽的亮点。民间艺术淳朴自然的实用性、寓意深刻的精神性和喜闻乐见的亲和性,是包装设计创新取之不尽、用之不竭的宝藏。

1 对民间艺术实用性的创新

就包装设计而言,鲜明独到的风格常常是在众多元素中找出最为引人注目的元素,并适当淡化其他元素。最引人注目的元素大多存在于民间艺术之中。民间艺术与人们的生活有着密切的关系,有些甚至就是生活的一部分。它虽然不刻意雕琢、修饰,却保持了艺术的原生态。这种将真实情感融入到对生活美化之中的实用性,对包装设计的创新有重要的启迪作用。

民间艺术是一种包容着丰富物质生活内容和实用

收稿日期: 2013-09-07

作者简介: 陈欢(1982—),女,浙江奉天人,宁波大红鹰学院讲师,主要研究方向为艺术设计学。

成分的文化形态。人类的艺术活动首先要满足生存的需要,显现为对于他人的真、善、美,对待自身的爱性,对待先祖历史的诚性^[2]。一些传统产品咸鱼、腊肉、年糕,用草、藤和竹编的小篓装着,里面糊上油纸防止渗漏外面再贴上红纸并标明商品名称、产地、字号,这也不失为一种经济美观的包装。人类在商品流通过程中,或许会有语言上的差异,但凭借对包装中喜闻乐见的民间艺术审美情趣的认知,也能引起消费者的共鸣。在包装设计创新上既要继承民间艺术淳朴自然的实用性,又要在图形和造型上加以创新。竹、藤包装容器见图1,篮、筐、篓、笼、箱、罐、盒的装潢和造型都进行了创新设计,使其更具有民族特色。这些包装容器的装潢上有民间艺术中常见的梅、兰、竹、菊、书法和山水画等题材,不仅美观、经济实惠,而且绿色环保。既体现了民间艺术实用性的功能,又蕴涵了丰富的文化内涵、情感因素、科技特征、时代风尚等诸多元素。



图1 竹、藤包装容器

Fig.1 Bamboo, rattan packaging container

2 挖掘民间艺术寓意深刻的精神性

民间艺术的另一个重要特征是寓意深刻的精神性。它通过祭祀、供奉、启蒙、教化、娱乐、游艺的表现形式,来满足人们的精神需求。民间艺术的精神性是通过象征的图形和色彩,来对人的心灵产生情感上的作用。当这些元素作用于人的意识之后,必然对人的精神产生影响,并促使这些方面的精神活动协调发展,包括视觉、知觉、想象、情感、认识以及意志等内容,其主要表现在以下3个方面。

1) 生命力的象征。人类对自然界的探求是通过一定的图形符号反映出来的,民间艺术家从自然界各种生物的生活规律中得到启发,深切感受到生命力所带来的繁荣景象,用龙、凤、鱼、蛙、鹤、飞燕、石榴、莲蓬、桃、松树等图形,来象征生命繁衍、多子多福、健康长寿。如一些商品包装装潢所表现的福禄寿喜、连生

贵子、麒麟送子、松鹤延年等内容都充分说明了这一点,折射出人们对生命的敬畏。月饼、酒包装见图2,都应用了民间艺术中的饕餮纹、窃曲纹、云气纹、老寿星、飞天造型和嫦娥奔月等图案,又根据不同的商品特性和不同消费群体的需求,结合时代特征对民间艺术传统图形进行了创新处理,这样既能弘扬我国的传统文化,又能丰富现代包装的内涵和表现形式。



图2 月饼、酒包装

Fig.2 Moon cake, wine packaging

2) 吉祥如意的象征。很多民间艺术的图形都起源于对吉祥如意的期盼,有人类的地方,就有追求美好幸福、祈望吉祥平安的强烈愿望。这就需要借助某些图形和色彩帮助他们趋利避害、保佑平安。香酥月饼包装设计见图3a,它采用了民间艺术图形中追求圆满、完整、对称、稳定的审美情趣和消灾避邪、祈求吉祥的寓意,用传统图形的“形”扬其神,使传统图形焕发青春。黄山毛峰见图3b,该设计在继承民间艺术的饱满、敦实、富有张力的造型风格上,盒盖用国际常见的网格来处理,使其显得朴实典雅,给消费者耳目一新的视觉张力。腊肉包装见图4a,用自然纯朴的帆布口袋,在色彩上采用了国际流行色,系口处挂有国际惯用的产品简介标牌,这使得该设计既传统又时尚。礼品包装见图4b,该包装采用天然的藤条编制成包装筐,这继承了中国民间艺术中的淳朴、实用的传统。创新之处在于在茎叶编织的花篮中插上了一束小花,又用淡蓝色的包装纸包裹,再用蓝色缎带系了一个蝴蝶结,整体效果简洁、朴素、时尚。从以上例子来看,我国民族包装设计不仅要继承民间艺术的精髓,还要在创新上下功夫,这是设计者们必须掌握的要素。

3) 权力和地位的象征。民间艺术是通过夸张的动物形象和浓艳的色彩来象征权利和地位。色彩大多用金、银、黄、红等,动物大多用龙、凤、麒麟等。在竞争激烈的市场中,包装设计必须富有视觉张力,使人们意识到这种产品的存在,并最终影响消费者的购

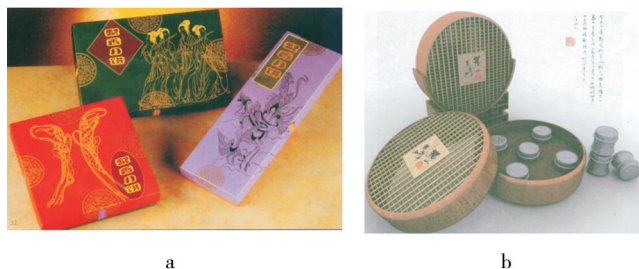


图3 香酥月饼和黄山毛峰的包装设计

Fig.3 Package design of crispy cakes and Mount Huangshan Maofeng



图4 腊肠和礼品篮的包装设计

Fig.4 Package design of sausage and gift basket

买决定,而这些决定全都在一眨眼间发生^[3]。这个视觉张力就是色彩、图形、造型和风格,民间艺术在这方面表现得非常出色,必须把这个传统移植到包装设计之中。过去人们追求的是经济实用,而不特别注重商品的包装设计。随着消费者经济能力的提高,许多商品的包装不仅依据它们的实用程度,而且还依据它们能否满足消费者的精神需求。消费者对商品物质需求是有一定限度的,而对精神需求却是无限的。这种精神需求首先表现在对自身价值的追求上,消费者更加重视自己的社会地位。龙酒包装设计见图5,该产品用民间艺术中的龙作为外观设计,给消费者一种至高无上的感觉。三绝啤酒包装设计见图6,独特的容器造型和金碧辉煌的外包装非常引人注目,它借鉴了民间艺术色彩配色的经验,用纯正的金色和红色,淡化其他色彩。汉帝茅台酒包装设计见图7,从里到外全部借鉴民间艺术的风格,包装豪华大气,虽然消费者很难从酒质口感上品出其与其他酒的差别,但都会被它的包装所吸引。

消费者物质需求的满足依靠的是一定量的商品消费,而精神需求的满足既要有一定的物质条件,更要有



图5 龙酒包装设计

Fig.5 Package design of Dragon wine



图5 三绝啤酒包装设计

Fig.5 Package design of beer



图5 汉帝茅台酒包装设计

Fig.5 Package design of Moutai wine

适应个人需求的商品精神内涵。优秀的包装设计能使消费者在物质和精神的需求上都得到满足。包装的精神需求构成了消费者的内驱力,成为提高消费水平的深层动力,几乎所有的特色商品包装都能见到民间艺术的踪影,这也是包装设计创新的关键所在。

3 表现形式的亲和性

俄国画家列宾在谈创作经验时说过:只有在自己的土地上,只有从祖国土壤里成长起来的艺术才能够得到人们透切的、充分的理解^[4]。民间艺术从不同的角度,反映了人们的精神面貌和审美情趣,它如同语

言一样,一旦形成便很难改变。民间艺术与一个民族、一个国家的人民血脉相连,它具有很强的亲和性。民间艺术的审美情趣是用浓烈粗犷来传达某种情调或氛围,大多运用直白手法来传达喜、怒、哀、乐的情感。形式上喜欢完整饱和、稳定对称的结构和造型,在色彩上喜欢用红、黄来图个吉利。这不仅表明了人们对于未来的希望和理想,又以寓意的方式象征着人们改变生存环境的艰苦努力和征服困难的伟大意志以及不屈不挠的力量。象岩画中的渔猎纹,彩陶中的人面纹、鱼纹、几何纹、鸟纹,青铜器的怪兽纹、夔龙纹、鸟纹、回纹,秦汉时期的金银狩猎纹,汉砖的麒麟纹、卷草纹、朱雀纹,敦煌壁画的飞天,秦俑的战马、战车、兵器,传统戏剧中的关公、秦琼、钟馗等图形,千百年来都受到人们的喜爱,具有广泛的亲和性。这些图形,既是理想性的又是现实性的,其现实意义不可低估,透过吉祥的色彩和图形表现背后,其深层作用是在创造一个和谐的社会,表达一种对安定、和谐、幸福生活的期盼。这些珍贵的原生态艺术,必将成为包装设计中最富有美学价值的部分。在现代包装设计的创作中,可以导入一定的原生态观念,即从普通民众的艺术创作中吸取力量与创作的原动力^[5]。

4 结语

在经济全球化的今天,具有民族风格的包装品牌已成为在国际市场竞争中取胜的前提和关键。考虑从民间艺术所传承下来的艺术遗产中吸取与借鉴其精华,在这里指的不是直接抄袭其中的东西,而是应从其表现的技巧与方法以及形神兼备的文化内涵中获取真正需要的东西^[6]。如果包装设计创新游离于民族文化之外,就失去了根,就会误入歧途。在强调民族化的前提下,要防止盲目照搬,比如在包装装潢上画几个传统纹样、龙凤图案、京剧脸谱,或把包装容器换成瓷器,这

种做法是对民间艺术在包装设计应用上的肤浅理解。如果泛滥成灾,会使民间艺术的优势失去了冲击力,变得暗淡无光。要打造民族包装品牌,一方面必须深入挖掘民间艺术的源头,认真传承民间艺术的实用性、精神性和亲和性;另一方面也要善于将色彩、图形、文字、剪纸、脸谱和材料等改造成符合时代精神的设计元素,在传达包装信息的同时,也传递一种文化情结,这才是对民间工艺更好的传承与发展。

参考文献:

- [1] 卜一平.包装教学与设计[M].北京:中国水利水电出版社,2011.
BU Yi-ping. Packaging Teaching and Design[M]. Beijing: China Water Power Press, 2011.
- [2] 刘贲.民间美术造型在地域性商业宣传中的符号构置探析[J].包装工程,2011,32(8):98.
LIU Ben. Symbol Construction Analysis of Folk Art Form in Regional Commercial Advertising[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(8): 98.
- [3] 克里姆切克·玛丽安·罗斯奈.包装设计[M].上海:上海人民美术出版社,2008.
KERIMCEK M R. Packaging Design[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Press, 2008.
- [4] 杨身源.西方画论辑要[M].南京:江苏美术出版社,2006.
YANG Shen-yuan. Theories of Western Art Digest[M]. Nanjing: Jiangsu Fine Arts Publishing House, 2006.
- [5] 石岩.原生态包装在现代包装设计中的开发与应用[J].包装工程,2011,32(10):5.
SHI Yan. Original Development and Application of the Original Ecology in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(10): 5.
- [6] 柒耀琦.中国传统图形应用[M].南宁:广西美术出版社,2002.
QI Yao-qi. Traditional Chinese Graphics Application[M]. Nanning: Guangxi Fine Arts Publishing House, 2002.