

民间美术情感基因在包装设计中的传承

李莉

(长沙理工大学, 长沙 410114)

摘要: **目的** 归纳总结中国民间美术的情感基因, 发掘中国民间美术情感设计规律; 分析中国民间美术情感基因在包装设计中的建构方法 and 应用原则, 力图创新包装设计方法。**方法** 从中国民间美术的精神诉求出发, 从中提取重要的、关键的情感因素进行分类分析; 以传统情感因素与现代包装设计的不关系为基点, 探索将中国民间美术情感基因融入现代包装设计的方法和策略。**结果** 将中国民间美术情感基因植入现代包装设计体系, 从而创新包装设计方法、促进包装设计向个性化和差异化发展。**结论** 通过对中国民间美术情感基因在包装设计中的应用研究, 找到了民间美术蕴涵的情感与现代人的情感诉求的链接点, 以及转化为现代包装设计中的情感表达方式与路径。

关键词: 民间美术; 情感基因; 包装设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)12-0069-04

Inheritance of Folk Art Emotion Gene in Packaging Design

LI Li

(Changsha University of Science and Technology, Changsha 410114, China)

ABSTRACT: It aims to summarize the emotional gene of Chinese folk art, discover Chinese folk art emotion design rule, analyzes the construction method and application principles of Chinese folk art emotion gene in the packaging design, and try to innovate the packaging design methods. Starting from the spiritual pursuit of Chinese folk art, it extracts the important and critical analysis of emotional factors to classify. Based on the relationship between the traditional emotional factors and modern packaging design, it explores Chinese folk art emotion gene into the methods and strategies of modern packaging design. Chinese folk art emotion gene is integrated into modern packaging design system, to innovate packaging design method and promote personalized packaging design and differentiation. Through the application research of Chinese folk art emotion gene in packaging design, the link points between the emotion of folk art and the emotional appeal of modern people, as well as the emotional expression and path in modern packaging design.

KEY WORDS: Folk art; emotional gene; package design

民间美术直接表达人们的生活态度和情感, 传达他们对美好事物的追求与渴望。美国专家菲利普·科特勒认为: 人们的消费行为变化分为3个阶段: 第一个是量的消费阶段, 第二个是质的消费阶段, 第三个是情感消费阶段。物质需求不再是主导需求, 取而代之的是精神需求和情感需求。苏珊·格朗认为: 艺术是人类情感的符号形式的创造, 艺术的本质就在于它能把情感符号表达出来^[1]。在现代包装设计中注入情

感因素并予以恰当的表达, 不仅能满足消费者的心理需求, 而且能为商品融入更多的审美因素和文化享受等附加值, 成为现代包装设计发展的趋势。

1 民间美术情感基因与包装设计研究综述

1.1 国内研究综述

一是从文化学、美学的角度, 系统全面地探索民

收稿日期: 2017-02-21

基金项目: 湖南省哲学社会科学基金项目 (15YBA012); 湖南省教育科学规划项目 (XJK014QTW003); 湖南省工艺美术产品设计中心开放基金项目 (2015GYMS003)

作者简介: 李莉 (1981—), 女, 湖南人, 硕士, 长沙理工大学讲师, 主要从事包装设计与传统文化创新设计方面的研究。

间美术的功能特征、审美系统、观念形态和实践形态等艺术语言^[2]。如唐家路、潘鲁生的《中国民间美术学导论》，吕品田的《中国民间美术观念》，左汉中《中国民间美术造型》等。二是将中国民间美术与创新设计结合及实践研究。从民间美术的伦理观、创作源泉和表达方式等方面进行了考察，并就与现代设计的结合方式提出了一些原则性意见。如靳埭强、潘家健的《关怀的设计——设计伦理思考与实践》^[3]，寻胜兰、彭琬玲的《新民艺设计》^[4]，何新闻的《创造设计的生命力：设计艺术源流及发展》等。三是在民间美术等传统文化与包装设计的关系方面，较为直接的成果有朱广宇的《民艺学与设计学的交叉学科研究》^[5]，黄静的《现代包装设计中的传统元素》^[6]，鞠涛的《用现代设计包装传统民间艺术精粹》，这些论文从包装装潢图案设计，如何运用传统文化元素及对文化遗产的作用进行了探讨。

1.2 国外研究综述

与国内相比，国外对民间美术的研究，无论在研究视野、关注的内容和研究方法上均有所不同。一方面，主要从美学、民艺学角度阐述手工技艺的艺术价值，以及强调优秀传统文化应与日常生活设计相结合，这些方面以日本学者的研究成果为代表，如柳宗悦的《工艺之道》^[7]；Brian Moeran 的《Folk art potters of Japan: beyond an anthropology of aesthetics》和 Harry N. Abrams 的《American folk masters: the national heritage fellows》等。另一方面，从民间艺术的表现方面，挖掘创造力的源泉和在设计中对造型、装潢的借鉴意义，代表性的成果有《Relevant exploration on the application of Chinese traditional culture elements in the graphic design》，Veau 的《Creativity and folk art: a study of creative action in traditional craft》等^[8]。此外在传统文化运用到包装设计方面，韩国、英国、德国、法国等国的设计师有众多成功的设计案例。

无论是在理论研究，还是在设计中，对民间美术均十分重视，但对民间美术中的情感因素及其形成机理，尚未有系统的成果问世，亟待展开深入的研究。

2 民间美术情感基因与包装设计的关系

民间美术蕴涵了人们最朴素的审美观念，直接展示着他们的生活态度和情感，传达他们对美好事物的热求与渴望。民间美术情感基因是民间美术的灵魂，是民间美术最关键、最核心、最具代表性的情感因素，表现出对人类的各种情感诉求，例如对生存与繁衍的追求、纳福求吉的企盼、避邪禳灾的信仰等。现代包装与传统包装的区别在于注重本体功能的基础上，更加重视以人为本、情感的交互，蕴涵丰富情感的民间

美术与现代包装设计有着十分密切的关系。

探索中国民间美术情感基因，提取其情感基因并进行分类分析，探索中国情感的传递方式和设计路径，从而传承与传播中国传统文化；将中国民间美术情感基因融入现代包装设计，创新包装设计理念和方法、推进包装设计创新发展与包装设计本土化；探索引领中国包装设计发展方向的具体途径，创新、完善包装设计理论体系，不但有助于推进民间美术的研究，而且对创建中国特色的包装设计体系大有裨益。中国民间美术情感基因作为符号系统在包装设计中的全面、系统和深入构建，有助于创新设计思维、丰富设计语言，促进传统文化的传承与在设计中的应用；对我国当代设计拓宽思维、凝炼特色，有着重大的指导意义和推广价值。

3 民间美术情感基因对现代包装设计的重要性

将中国民间美术情感基因融入现代包装设计，创新包装设计理念和方法、促进包装设计本土化；探索引领中国包装设计发展方向的具体途径，创新、完善包装设计理论体系，从而创建中国特色的包装设计体系。

探讨中国民间美术情感化的设计倾向对包装创意的沁润和影响，为中国情感设计的研究提供一种可行的方法和路径。通过对时代、社会、个体的不同特征以及在中国传统审美需求具体表现的研究，探求中国包装设计发展的目标方向和一般规律。

提取中国民间美术情感基因并进行现代应用，用文化保持包装设计的个性与创新，在文化融合的浪潮中找到自身的特点，找回文化归属感与自豪感。以中国民间美术情感基因为指导的包装设计创意与研发，能使产品包装体现和传递中华民族情感符号，提升包装产品的档次和文化附加值，最终实现文化传递与产品销售的目的。

构建以中国民间情感基因为主体的中国特色包装设计体系，以“重意不重形、形神兼备”的包装设计理念促进包装设计本土化为目标；融中国民间美术的创造思维与审美意蕴于包装设计中，从而创新中国包装设计体系，进一步推动中国民间美术精髓的继承和发扬。

4 民间美术情感基因在包装设计中的传承

4.1 根据中国民间美术情感因素的构成和具体内涵提取民间美术的情感基因

从民间美术的精神功能入手，结合民族心理需求，梳理中国民间美术各种不同的情感诉求及表征，从中选取最关键、核心、代表性的情感元素进行精确分析，发现情感设计规律，找到中国民间美术的情感

因素与作品表现的对接点,构建中国民间美术情感基因产生和形成的体系。

立足于民间美术精神需求,从消费心理学与设计心理学来研究当前消费时代下包装设计中的民族情感化审美的新发展;从社会心理学的角度,通过例证法逐渐揭开包装设计中的民间美术作品情感暗示与传递。综合运用相关理论知识和设计实践案例,分析包装设计中的民间情感对市场的影响、以及消费者对商品包装的精神需求;最终找到民间情感的现代表达方式和路径。

日本著名的包装设计师秋月繁设计了一系列以乡土玩具和民俗面具为主题的包装作品,“宝盒”系列包装见图 1,这些乡土玩具和民俗面具都来自日本民间,承载着很多日本人儿时的记忆,有一种亲和感,拉近了人与包装的距离。秋月繁将这些情感元素研究、提取并再设计,设计成一个个别致的乡土风情的“宝盒”。他认为客人买他制作的珍品包装盒,都是作为自己的宝盒使用,并珍视它,因为这里有一般包装期望不到的价值和幸福。

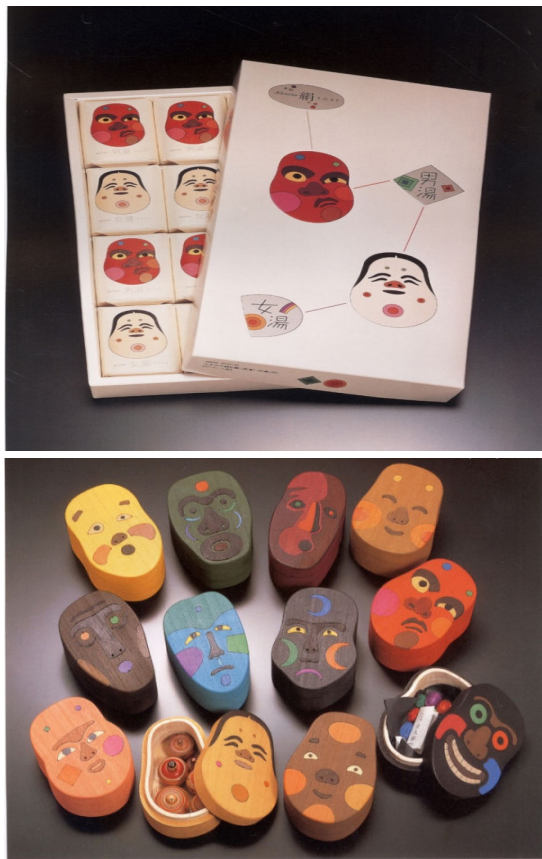


图 1 “宝盒”系列包装

Fig.1 "Treasure box" series of packaging

4.2 从中国民间美术情感基因中分析、总结情感表达方式及特征

从中国民间美术发展的历程中、情感基因的物化路径中,分析人的情感思维规律和实现方式,并进行

互解。将传统民间美术造型观念、审美意蕴、创造方法等进行创新设计研究,提炼中国民间情感基因的构成和表现方法。

遵循人的情感思维规律,在可用性和实用性的基础上,对时代、社会、个体的不同特征以及在民间美术审美需求方面的具体表现的研究,探索符合时代文化审美的中国情感设计与表达的方法与路径。“以情动人”“以美感人”,通过借象求新、借意传神、借符号促消费的方式将自身的审美特征转化到包装设计中,以实现包装审美心理的个性化、差异性建构。

在这个物质丰裕的时代,Alessi 所创造的“表情”丰富、具有“生命力”的日用产品为人们提供了除基本功能之外的情感附加价值。如阿莱西与中国台湾的“故宫博物院”合作推出的清宫系列调味瓶见图 2,设计师 Stefano Giovannoni 的灵感来自于参观故宫时所见的一幅清代乾隆皇帝年轻时的画像,清宫系列调味瓶简洁幽默的清宫人物造型,让人爱不释手。将时代生活和审美追求融入到包装设计里,大胆转化传统民间图形之象,保留图形之“神”,打破典型符号的贯常使用,使包装有新的发展。借取民间图形之意传递包装神韵。



图 2 清宫系列调味瓶

Fig.2 Series Qing caster

4.3 研究“形式追随中国情感”的包装设计法

研究“形式追随情感”的包装设计法,探索中国民间美术情感基因在包装设计中的应用方法与途径,促进中国民间美术情感基因在包装设计中的设计原则与建构方法的研究。将时代生活和审美追求融入到包装设计里,大胆转化传统民间图形之象,保留图形之“神”,打破典型符号的贯常使用,使包装有新的发展。借取民间图形之“意”,传递包装神韵。(1) 研究中国民间美术情感基因视觉化、形象化的途径,创建精神需求差异化、强调实质性体验的新包装设计;(2) 具有时代精神和理念的中国民间美术情感基因新包装分别从视觉化(图形、文字、色彩)、形象化(造型、

结构、材质)、感官化(触觉、听觉、味觉、嗅觉)等三大方面展开包装设计创意与研发,从而增加包装的感染力,传承和发展中国民间美术情感基因^[9]。

现代包装设计可以适当借用一些具有某种象征意义的民间传统图形表达出某种意趣。通过对民间图形元素进行变化、重组和推陈出新,使其设计理念既保留传统图形的形状以及神韵,同时又有现代设计的理念。例如“黔之礼赞”系列包装见图3,彭冲一反中国白酒奢华包装的俗风,仅仅以塑膜贴纸和表现力极佳的设计图案来展示。将民间美术图形积极转换它的所指,实现有“意义”的转化,能够极大地引起消费者的注意,并因为与自己身份和消费能力的象征性一致,会很有效地吸引他们对包装的认可和情感共鸣,获得充分的审美心理快感,激发他们的购买决策行为。



图3 “黔之礼赞”系列包装

Fig.3 "The praise of qian" series of packaging

4.4 构建具有中国民间美术情感基因的中国特色包装设计体系

提炼中国民间美术情感化包装设计的指导思想、运用原则和应注意的问题,促进中国民间美术情感基因在包装设计中的全新建构。将民间美术情感基因与表达方式融入现代包装设计,一方面传承和发展中国民间美术情感基因;另一方面为包装设计提供设计之源,实现历史为现实服务、古为今用的终极目标。(1)研究具有中国情感基因的中国包装策略;(2)将中国民间美术情感基因引入包装创新设计,通过设计实践、学术交流、推广应用、市场检验等使设计方法进一步发酵、升华;(3)通过反复设计实验、撰写专题系列论文等途径实现理论的探索与成熟,从而使中国情感基因成长为中国包装设计体系的一部分。

5 结语

将民间美术的情感这一心理体验量化成各种符号、结构、造型、材质等可以感知分析的包装设计触点进行分析,将不可捉摸的包装设计要素物化成我们熟悉的视

觉要素和其他各种情感体验要素,为中国传统情感设计的研究提供了一种新的可行性的分析方法。中国民间美术情感基因成长为包装设计体系中的一部分,不仅能促进包装设计的差异化,而且能创新中国包装设计体系。未来包装设计成为传递民族文化情感的新方式,拉近共同文化受众与商品之间的距离,提升包装产品的档次和文化附加值。民族情感表达的体验式包装设计将成为包装创新设计的新起点^[10-11]。

参考文献:

- [1] 苏珊·格朗. 情感与形式[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1986.
GRANT Susan. Emotion and Form[M]. Beijing: China Social Science Press, 1986.
- [2] 唐家路, 潘鲁生. 中国民间美术学导论[M]. 哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2011.
TANG Jia-lu, PAN Lu-sheng. An Introduction to Chinese Folk Fine Arts[M]. Haerbing: Heilongjiang Province Fine Arts Publishing House, 2011.
- [3] 靳埭强, 潘家健. 关怀的设计——设计伦理思考与实践[M]. 香港: 商务印书馆, 2015.
JIN Dai-qiang, PAN Jia-jian. The Design of the Care: Design of Ethical Thinking and Practice[M]. Hong Kong: The Commercial Press, 2015.
- [4] 寻胜兰, 彭婉玲. 新民艺设计[M]. 北京: 北京大学出版社, 2013.
XUN Sheng-lan, PENG Wan-ling. The New Folk Art Design[M]. Beijing: Beijing University Press, 2013.
- [5] 朱广宇. 民艺学与设计学的交叉学科研究[J]. 装饰, 2002(6): 12.
ZHU Guang-yu. The Objects of Study and Design Study of Interdisciplinary Research[J]. Zhuangshi, 2002(6): 12.
- [6] 黄静. 现代包装设计中的传统元素[J]. 包装工程, 2005, 26(1): 180.
HUANG Jing. The Traditional Elements in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2005, 26(1): 180.
- [7] 柳宗悦. 工艺之道[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2011.
LIU Zong-yue. The Way of Process[M]. Guilin: Guangxi Normal University Press, 2011.
- [8] VEANU. Creativity and Folk art: A Study of Creative Action in Traditional Craft Psychology of Aesthetics[J]. Creativity & the Arts, 2013, 7(2): 140—154.
- [9] 黄强苓. 现代艺术设计的发展主流与中国包装设计的民族性[J]. 包装工程, 2004, 25(3): 133.
HUANG Qiang-lin. The Mainstream of the Development of Modern Art Design and the Nationality of China Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2004, 25(3): 133.
- [10] 余冰倩. 品味文化——民族情感化心理现象对包装设计的影响与研究[D]. 武汉: 湖北美术学院, 2011.
YU Bing-qian. Taste the Culture: Ethnic Dances to Humanize the Psychological Phenomenon of the Influence of Packaging Design and Research[D]. Wuhan: Hubei Academy of Fine Arts, 2011.
- [11] 葛越. 生态设计视域下竹材料容器包装结构创新研究[J]. 设计, 2017, 30(1): 108—109.
GE Yue. The Design of the Packaging Structure of Bamboo Material Container in the Field of Ecological Design is Studied[J]. Design, 2017, 30(1): 108—109.