

满月符号在印章文创设计中的应用

张莹冰, 桑瑞娟*

南京林业大学家居与工业设计学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年9月6日; 录用日期: 2023年12月1日; 发布日期: 2023年12月8日

摘要

印章是中国历史上从先秦开始传承至今的身份信物, “印”即印迹, 以印章来标记人生轨迹有独特的纪念意义。满月是人生重要的庆贺节点, 把符号学理论运用于满月印章文创设计中, 重点提取虎头帽作为文化符号的外在造型元素和内涵特征, 将虎头帽符号运用到印钮设计中。本文旨在丰富视觉符号, 实现满月符号的现代化转译, 为满月文创产品设计提供新的思路。

关键词

印章, 满月, 符号学, 文创设计, 虎头帽

The Application of a Baby's First Month Symbol in the Creative Design of the Seal Culture

Yingbing Zhang, Ruijuan Sang*

College of Furnishings and Industrial Design, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 6th, 2023; accepted: Dec. 1st, 2023; published: Dec. 8th, 2023

Abstract

Seal is a symbol of identity inherited from the pre-Qin period in Chinese history. “Yin” means imprinting. It is of unique commemorative significance to mark the life track with seal. A baby's first month is an important celebration node in life. The semiotics theory is applied to the cultural and creative design of a baby's first month seal, and the external modeling elements and connotation characteristics of the tiger's head hat as a cultural symbol are extracted, and the tiger's head hat

*通讯作者。

symbol is applied to the design of the printing button. This paper aims to enrich the visual symbol, realize the modern translation of a baby's first month symbol, and provide a new idea for the design of a baby's first month cultural and creative products.

Keywords

Seal, A Baby's First Month, Semiotics, Cultural and Creative Design, Tiger Head Cap

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

印章产生于社会实践, 在人和社会活动的互动中形成了丰富多样的文化, 且印文化随着时代的发展不断革新扩充出丰富的内涵[1]。现今审视印章的涵义, 可根据语言直译重新审视印的意义: “印”即印迹、印象, 和身份象征作用联系起来就是记录人生各重要阶段的信物。人生主要阶段包括出生、成人、结婚、升职、迟暮, 以印为表征物标记人生之礼可以形成“人生印迹”系列印。诞生作为生命的开端, 承载着许多祝福和愿望, 流传下来许多习俗和仪式, 其中“满月”是自古以来盛行的一种育儿仪式[2], 流传至今依然保留送贺礼、剔胎毛、办宴席等庆贺活动。所以, 以满月印作为人生印迹的首枚印章, 对印文化在现代产品设计发展具有探索发展意义。

2. 符号学与满月文创设计

(一) 满月文创设计现状

通过市场调研满月相关的文创礼品, 发现销量较高的满月文创产品主要集中在实用类和纪念类。实用类产品在传统符号的基础上融合了现代的几何元素和丰富的色彩, 例如满月主题的衣物和玩具等。纪念类产品则通过方便的DIY方式来留存胎毛、牙齿、手足印等纪念物品, 包括DIY手足模型、胎毛笔以及寓意深远的金银吊坠等。从这些观察中我们可以得出以下结论: 1) 市面上的满月产品以实用、便携、方便DIY为主来适应现代人的纪念方式, 这一点值得我们借鉴。2) 这些产品在审美价值方面有改进空间, 很多产品对传统元素的运用还停留在表面, 而且产品款式之间相似度较高。因此, 在接下去的设计中需要更加注重趣味性和审美性。3) 大多数产品以单品形式售卖, 品牌附着力不够。文创产品正进入体验化与品牌化的时代, 需要充分关注消费者的情感体验与审美体验[3]。

本次设计是在“西泠文房”的品牌调性基础上结合现代社会活动和市场需求进行印文创产品的再设计。西泠印社是中国印学史上第一个专业印学学术团体, 发展至今的西泠印社集团为保存传统印章产品的文化形式仍然不断推陈出新, “西泠文房”作为旗下文创品牌之一, 在传承历史的基础上进行现代化创新, 拓展产品的实用价值和现代美学, 需要有层次递进式地进行文化转译, 因此将符号学理论引入本次设计中, 在保留传统文化的基础上进行满月文创设计。

(二) 符号学与满月文创

1、符号学

符号学是一门人文学科, 致力于研究符号的本质和关系, 由瑞士语言学家索绪尔提出。索绪尔将语言视为人类感知符号现象的媒介, 他将符号定义为能指与所指相结合的二元关系。在这里, “能指”表示事物的外在表达, 包括形状、图案、色彩等; “所指”表示事物的内在寓意, 包括文化、象征和审美

等[4]。符号学主要研究符号的本质、发展变化规律、意义以及符号与人类多种活动之间的关系。符号是人们为了表达某种约定俗成的社会信息而创造的带有与自身不同的意义的一种物质存在[5]。索绪尔提出的二元关系理论已经成为符号学在设计研究中重要理论,在设计中将产品的表层和内在联系起来进行系统性思考,使得产品的视觉特征和情感内涵想相辅相成。

满月文化是一种古老而庄重的民俗文化,通过赠送礼物和宴请等多种仪式来祝贺新生命的诞生。尽管如今许多仪式变得更加简单和科学化,但流传下来的文化和传统仍然反映了人们对新生命的情感祝福和呵护之情。符号学理论在文创产品设计中的应用,有助于文化符号的解读与设计应用,可较大地提升文创产品的文化价值[6]。从符号学的角度来看,这些民俗仪式中的文化都以符号为表征,我们可以将满月符号中的外在形态和内在实用价值以及象征价值提取出来。通过符号学的角度分析满月文化中的文化符号元素,将其解构为色彩、图案、材质等物质表达以及自然崇拜、成长愿望等符号所代表的文化内涵。在这次设计中,我们结合了“西泠文房”的古朴典雅品牌特性,以突出独特内容和收藏价值,并增加了礼品属性。因此,我们需要将文化符号视角与满月符号相结合,深入理解符号中的文化内涵,并将其现代化转译。考虑到印章的功能和趣味性,我们应该将设计重点放在印钮的文化符号运用上。

3. 印章中的满月文化符号

(一) 满月文化符号分类

对满月文化符号进行分类可以更全面地剖析中国人代代相传的独特基因,通过搜集和整理并排除一些流传度较低和代表封建迷信的文化符号,筛选出目前有一定受众的四类满月文化符号,见表1。一类是金银饰品类,例如长命锁,寓意长命百岁、富贵吉祥,莲子吊坠寓意多子多福等,主要是以物寄情,穿戴于孩子身上保佑孩子健康成长;第二类是身体印迹类,例如胎发、手印、脚印等,古有“身体发肤,受之父母”的说法,保存这些从母体带来的身体发肤是孝的表现,而在现代则成为新生儿的纪念留存仪式;第三类是以服饰类,传统服饰以狮、虎图案为主,在中华传统习俗中,狮虎被认为是吉祥、强壮的象征,孩童穿此类衣服可以辟邪,穿猪头鞋代表能吃能睡,穿戴绣有五毒的饰品被认为可以远离疾病。四是以花馍为代表的面食类,馍的造型通常是醒狮、生肖、元宝等,由孩子姥姥或者奶奶制作好后在孩子头上转圈,寓意平安吉祥。尽管这些文化符号在地域上可能有一些差异,但它们都传达了对新生命的尊重和保护之情,反映了中国传统文化的深厚内涵。这些符号在现代社会依然具有重要的象征意义,被广泛接受和欢迎。

Table 1. Classification of a baby's first month cultural symbols

表 1. 满月文化符号分类

类别	能指符号	所指符号
金银饰品类	长命锁	长命百岁
	小元宝	富贵多金
	小莲子	多子所福
	小花生	落地生根
身体印迹类	胎毛	新生纪念
	手足印	
服饰类	猪头鞋	辟邪, 有福气, 健康成长
	狮虎服饰	
	五毒服饰	
面食类	花馍	平安吉祥

(二) 满月文化符号提取

传统印钮的造型常常通过生肖和古兽等元素来体现等级观念和艺术审美。在印钮中, 能指与所指是共同存在的, 并且它们可以在不同的语境中相互影响和转化[7]。设计符号作为一种非语言符号, 与说话或写作所用的语言符号有许多共同的特点, 比如表达特定的内涵, 具有明确的指示性[8]。印钮作为最直观的视觉文化符号, 需要具备可识别性, 能够快速传达积极活泼的满月寓意, 以激发消费者的情感联想和共鸣。根据之前表格中列出的文化分类, 我们发现适合作为印钮的文化符号并不多。例如, 元宝和莲子的造型虽然寓意很好, 但过于抽象和扁平, 其特征不够鲜明。在服饰类符号中, 特别突出的是虎的形象, 它在婴幼儿服饰中被广泛使用, 包括虎头鞋、虎头帽以及带有虎纹饰的衣物等。虎的谐音“福”代表着吉祥如意。虎的造型充满了童趣, 色彩艳丽, 饱满而明快。虎纹饰通常具有祥瑞之意, 因此在儿童产品中广受欢迎。将与虎相关的文化符号从服饰中提取并应用于满月印章设计中, 将具有祈祷孩子健康成长的美好寓意, 这对于长辈赠送给晚辈来说非常合适。进一步通过对虎的服饰分析发现虎头帽流行于大江南北, 虎头帽的造型圆润、神态生动, 通常采用高度对比的艳丽布料, 并在虎的基础上装饰吉祥的人物、花鸟和物品纹样, 是中国民间儿童服饰中比较典型的一种童帽样式, 适合作为视觉符号运用到印钮上。

1、虎头帽能指符号

Table 2. Signifier of tiger head cap extraction

表 2. 虎头帽能指符号提取^①

类别	地区	款式	色彩	表面纹样	材质和工艺
	山西			凤鸟纹、蝴蝶纹、八仙法器	刺绣
有帽帘	江西				蓝染、刺子绣
	福建			云纹、桃形纹、梅花、牡丹	老银篆刻、贴布绣
	不详			千里眼虎纹	丝绸线绣
无帽帘	不详			螺旋纹	丝绸+布料
	山西			艾草纹	丝绸 + 布料

为了方便提取虎头帽文化符号, 我们根据其轮廓和造型将它们分为两类: 一种是帽顶与帽圈相连且没有帽帘的, 另一种是帽顶、帽身与帽帘相连的一体式类型。其中, 一体式虎头帽在某些地区的女童服饰中也有应用, 但由于与本次设计较不相关且不是主流的童帽样式, 不在此详细介绍。我们提取了有帽帘和无帽帘两类虎头帽的色彩、工艺材质、表面纹样等符号元素, 并将提取的能指元素进行图表归纳, 详情见表 2。

经过类比, 我们发现虎头帽的样式虽然千虎千面, 但都着重在虎面部分进行了突出, 在虎的鼻子和眼睛处加强立体凹凸以及装饰, 虎嘴部分用贴布绣或是立体饰品表现虎的凶态或萌态。无帽帘款式中虎的前爪支撑虎身延续到帽帘, 帽帘既衬托形态也是装饰物, 按照地区特色绣有代表吉祥的纹样, 如蝴蝶纹寓意“有福”, 梅花寓意“美好”。无帽帘的虎是四肢支撑的脊柱高耸形态, 虽然少了帽帘的装饰但是虎尾高耸精气神十足。虎头帽的则工艺扬各家之所长, 运用刺绣、银刻等民间装饰工艺。颜色方面, 以红、黄等高饱和度色彩为主, 同时也有一些小众的黑色底色, 展现出高级神秘感。总的来说, 虎头帽的设计多样化, 不仅展示了虎的威武凶猛一面, 还兼具了虎的灵动可爱一面, 其丰富的样式、色彩和装饰工艺, 体现了地域文化的特色和民间艺术的魅力。

2、虎头帽所指符号

虎自古以来就受到人们的崇拜, 经过漫长的历史演变, 虎作为保护神成为中华名族的共同文化认同。虎文化在中国文化的多个领域中都有显著存在。如早在古代军事上, 就以黄金雕刻老虎作为兵符, 称为虎符。虎也被誉为“百兽之王”, 其威猛和霸气的形象代表着辟邪和吉祥如意, 人们经常使用“生龙活虎”、“龙腾虎跃”等词语来表达中国人的坚韧精神。在节庆活动中, 虎的服饰常常出现在传统表演中, 例如舞狮表演, 表演者通常会佩戴虎头帽来扮演狮子的头部, 这些表演在中国文化中具有重要的文化和宗教意义。在诗歌和文学方面, 虎文化常常成为诗人和作家的创作灵感。虎的形象被用来象征力量、坚韧和不屈的精神。古代文人雅士常以虎作为文学题材, 将虎的形象融入到他们的诗歌和文学作品中, 传颂着虎的勇猛和威严。在雕塑和绘画领域, 虎的形象常常出现在各种艺术品中。虎头、虎身、虎尾等部分都成为艺术家们创作的对象。虎的雕塑和绘画作品常常被用来寓意吉祥如意和庇佑。最重要的是在民俗文化中, “虎”谐音“福”, 有着福字当头之意, 虎作为图腾在服饰、年画、剪纸、木刻中均有渗透, 体现了人们希望家宅安宁、生活顺意的朴素愿望。民间有言, “虎者, 阳之物, 百兽之长也, 能执搏挫锐, 噬食鬼魅”, 虎形象威猛摄魂, 可驱邪祛凶, 守护一方, 虎形象的这一特性让其具有孩童保护者的属性, 给儿童做虎头帽、虎头鞋的习俗, 体现了长辈对晚辈的殷殷期盼[9] [10]。虎头帽也可以作为儿童玩具, 用于游戏和娱乐, 这些帽子可以帮助孩子们模仿虎的形象, 发挥想象力, 同时也可以教育他们关于虎和中国传统文化的知识。总的来说, 虎文化在中国传统艺术中扮演着多重角色, 代表了吉祥、勇猛、保护和祥瑞等寓意, 这些文化元素不仅丰富了中国传统文化的内涵, 还赋予了印钮设计更深层次的文化内涵, 通过将虎文化与满月庆祝仪式相结合可以为消费者提供更加有意义和富有情感的满月礼品。

4. 满月印章文创设计实践

(一) 满月印设计

在确定虎的表征和涵义后, 将虎头印的印面、印钮、印材相结合进行设计, 考虑到印钮的整体性, 显然无帽帘式的童帽造型更适合作为参考, 综合成本和脱模工艺, 印的材质采用铜进行制作。然而, 铜单一材质无法还原丰富的色彩和绣花工艺。因此, 在虎头帽样式的基础上, 我们采用深浅雕刻来塑造虎的五官, 使虎的形象更加活泼立体。造型设计的过程如下图 1 所示: 提取图①中以图(a)为帽式和五官特征, 将其夸张化运用到印中以显示虎虎生威之意气。提取以(b)为代表虎的四肢造型和以(c)为代表的脊柱势态, 运用到印中, 将方印的四角填充起来同时虎尾沿着虎的脊柱向下弯曲, 造型上更干脆饱满。装饰

纹样上加入人们强烈认同的装饰符号是必不可少的, 因此印的虎耳处沿着耳朵本身的轮廓雕刻寓意祥瑞的桃形纹饰, 虎的身体上装饰传统虎纹, 设计出(d)所示的草图, 考虑到这个印章是为孩童设计的满月章, 我们特意将印章进行了高度矮化, 如图(e)所示, 以增添可爱和稚气的感觉, 设计草图见图②。另外, 印面作为设计中的核心文字符号, 采用了可定制设计, 可以根据新生儿的姓名选择不同字体的篆刻方式。将虎文化元素与满月章的设计相结合, 既体现了文化传承, 又注重了可爱和个性化的特点。最终的 3D 样品如图③所示。

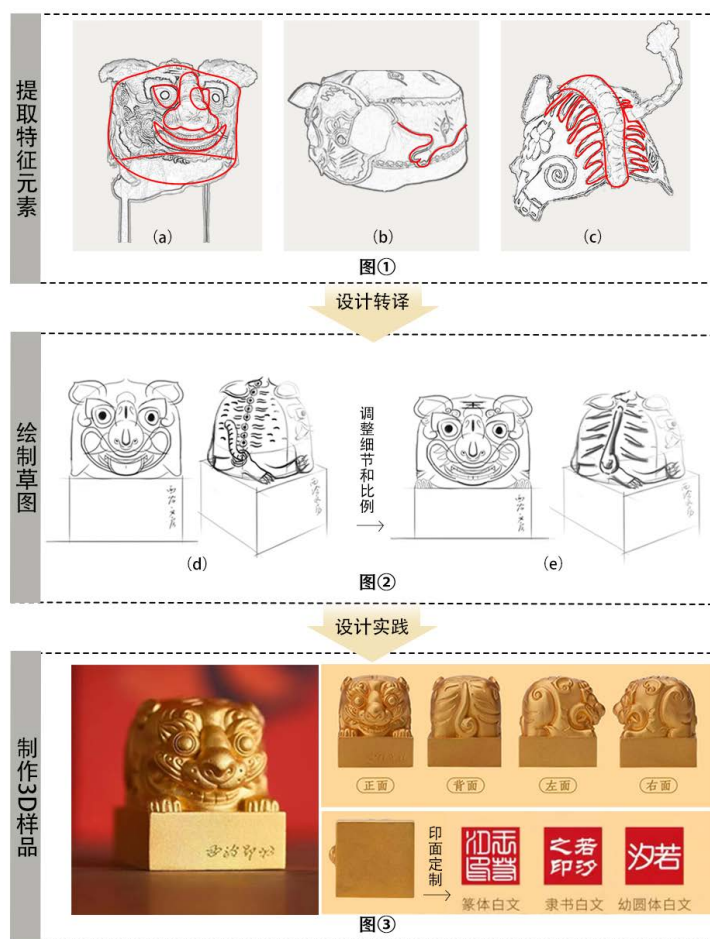


Figure 1. The seal design process
图 1. 满月印设计过程^②

(二) 手足印和胎毛笔设计

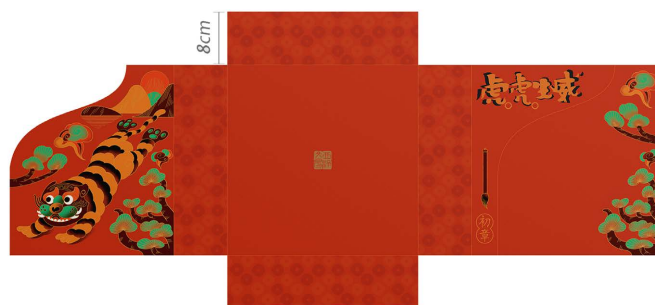
基于文房品牌进行文创产品设计, 除了印章, 手足印和存胎毛也是流传已久的满月文化符号, 且手足印相关产品、胎毛笔、胎毛滴胶印章都是如今人气较高的销售产品, 为了丰富满月文创, 决定加入手足印和胎毛笔作为辅助产品, 与印章一起形成三件套。根据市场需求, 胎毛和手足印的制作过程由消费者自行参与, 礼盒中提供了胎毛笔制作所需的笔杆和制乳发材料包, 这些笔杆上刻有“学而知义”四字, 寓意着对孩子的期望, 希望他们能够在成长过程中明智、正直、诚实。此外, 礼盒中还包含免洗印泥和洒金纸, 可以用来留存手足印或书写寄语, 这些寄语通常由长辈亲手书写, 表达对晚辈的深深爱意。这一产品组合不仅丰富了满月文创的选择, 还让消费者亲身参与并创造珍贵的回忆。

(三) 满月礼盒设计

根据之前对满月文化符号的分析, 我们结合了满月产品和赠礼场景、品牌调性、目标消费人群的购买力等因素, 最终设计出了以满月印章为中心的满月礼盒, 包含满月印章、手足印、胎毛笔三件套, 产品设计图及实物见图 2。考虑到满月赠礼的典型使用场景通常是孩子的满月宴会或周岁庆典, 我们的礼盒除了具有纪念意义之外, 还兼具陈列和展示的功能。因此, 我们采用了一种独特的左右开合的三折可立包装形式, 这使得礼盒可以方便地作为装饰摆件放置在庆生现场。礼盒内页设计如图①所示, 左边页为手足印展示区, 中间页从上至下依次是满月印、胎毛笔和材料包, 右边页可贴满月照片。礼盒包装的外表面设计如图②所示, 礼盒整体采用饱和度较高的传统红色, 这一颜色在中国文化中承载了深厚的象征意义, 代表着繁荣、幸福和吉祥, 使满月礼盒成为一个充满祝福和喜庆的礼物。整体色调选用了饱和度较高的传统红色, 封面上有手写标题“虎虎生威”, 手写标题的选择不仅增加了人情味和亲近感, 还与满月的庆祝氛围相契合, 另外搭配了民俗风格的萌虎装饰画, 萌虎的形象既充满了童趣, 又传达出虎的生气和力量。此外, 为了增添礼盒的实用性和美观性, 特意设计了一个手提包装袋, 上面印有婴儿服装的轮廓纹样, 这不仅与礼盒的封面轮廓相呼应, 还寓意着“丰衣足食”, 是对新生儿美好未来的祝愿, 最终实物如图③所示。此礼盒设计既注重了传统文化元素的体现, 又考虑了现代使用场景和美感, 为满月赠礼提供了一种独特而有意义的选择。



图①



图②



图③

Figure 2. The full moon gift box picture
图 2. 满月礼盒图^②

5. 结论

印章本身是一种中国文化符号,本次设计超越了传统印章的传统用途,不再仅仅被视为权利的象征、交易凭证或道德标志,而是将其看作是记录和珍藏生命瞬间的媒介。通过符号学的视角,我们提取了代表满月文化的符号,并经过提炼元素和转译设计出代表生命印迹的印章——满月印。围绕这一印章,我们推出了一套满月礼盒套装,融合了中式美学和现代实用性,并将其投放市场销售。这次设计实践不仅为传统文化符号的传承提供了新的思路,这个设计项目充分体现了对中国传统文化的尊重和创新,也为印章文化的发展增添了当代的语境和意义。

注 释

①表 2 图片来源: 网页引用,

https://www.xiaohongshu.com/user/profile/60515d5f000000001001fc2?m_source=360pz

②图 1~2 来源: 作者自绘、自摄

参考文献

- [1] 谷依峰. 呈现、建构与展演——档案学视野下印章的文化研究[J]. 档案, 2023(3): 69-74+79.
- [2] 马蕾. 透过满月礼看儒家文化影响下的民众生活世界[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 辽宁大学, 2014.
- [3] 林晓方, 何峰. 基于文化转译的传说类文创品牌设计——以百鸟衣传说为例[J]. 湖南包装, 2023, 38(2): 67-71.
- [4] Shumaker, S.A. and Taylor, R.B. (1983) Toward a Clarification of People-Place Relationships: A Model of Attachment to Place. In: Feimer, N.R., Geller, E.S., Eds., *Environmental Psychology: Directions and Perspectives*. Praeger, New York, 219-251.
- [5] 罗兰·巴尔特. 符号学原理[M]. 李幼蒸, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2008.
- [6] 薛青. 基于设计符号语义的陶艺产品形态设计研究[J]. 包装工程, 2021, 42(20): 341-345+351.
- [7] 刘青青. 符号学理论在黄梅戏文创产品设计中的运用研究[D]: [硕士学位论文]. 桂林: 桂林理工大学, 2022.
- [8] 孙晟博, 高炳学. 符号学在文创产品设计中的应用现状[J]. 包装工程, 2022, 43(18): 283-292+326.
- [9] 杜鹤民, 蒋俊杰. 文化符号转译视角下的虎头鞋文创产品设计[J]. 美与时代(上), 2023(1): 4-7.
- [10] 孔义红. 浅谈太康虎头鞋的文化内涵及其艺术特征[J]. 鞋类工艺与设计, 2021(10): 23-25+28.