



视觉的亮点——论图案设计对包装品位的提升

哈尔滨理工大学 孟祥玲

摘要：在非物质社会和感性消费到来的今天，包装的文化品位设计越来越显现出重要性。图案是数千年中国文明孕育的艺术成果，它的内涵丰富、文化底蕴深厚，代表着中华民族的文化意识、审美意识，是包装设计中表现个性和美感的重要元素，如果在现代包装设计中合理运用精心设计的装饰图案，可以传递出视觉美感与文化意蕴，在包装的文化品位塑造上与提升上起到潜移默化的推动作用。

关键词：包装 图案 文化品位 美学特征 提升

包装是多元化、全方位的设计类型，它除了完成保护商品、传递信息、推销商品的作用以外，还要注重提升商品的文化品位，注重审美趣味和文化内涵的传递。随着人民群众物质生活和精神文化生活水平的不断提高，文化品位提升的问题也就被越来越多地纳入到社会生活的各个层面。具有文化品位的包装能够为商品增加附加值，能发出一种视觉声音，可以述说商品的内涵、特点，能更好地激发消费者的情感共鸣，引起其心理上的积极回应。图案“具有视觉效果强烈、含义丰富、容易记忆、特征突出等特点”^[1]，是包装设计中表现个性和美感的重要元素，包装中精心设计的装饰图案可以在潜移默化中传递出视觉美感与文化意蕴。

一、图案设计可以提升包装设计文化品位的原因

文化品位是社会学的大范畴，它的基本内涵是以个人情感体验为基础，又在个人基础上有所扩充和提高，最后达到服务人类社会、引导社会发展的目的。包装作为社会文明传承的载体，可以满足消费者情感共鸣的需求，其设计中应该着重体现一种积极的、能引人深思催人振奋的文化。中国的装饰图案自成体系，是数千年中国文明孕育的艺术成果，它的内涵丰富、文化底蕴深厚，既代表着中华民族的文化意识、审美意识，也能贴近百姓生活，容易传递出吉祥与美好的寓意。如果在现代包装设计中合理运用这些图案，其自身所特有的深厚的文化韵味，可以在包装的文化品位塑造上起到潜移默化的推动作用。

二、中国图案固有的美学特征可以提升现代包装设计的文化品位

中国的图案是文化的一部分，它起源于原始社会的岩画和彩陶；兴盛于商周时期的青铜器；浪漫于秦汉的漆器和画像石、画像砖；富丽于隋唐的服装服饰与佛教艺术；华美于明清时期的生活全景。中国的图案虽然在发展的不同时期会有审美风格的调整；在不同的地域表现手法和艺术风格上也有不同，但是总体说来还是一直保持着持续的发展过程，形成了突出的艺术特点和表现形式。

1. 表现形式上抽象与具象的灵活转变的特征有助于提升包装的文化品位

图案的表现题材或直接或间接取自于自然界的风云变幻和百姓的市井生活，但是图案在造型中又不受这些具体形象的限制，往往脱离物象的形体而服从视觉上的快感，剥离物象的表面特征追逐意境空间的自由发挥，体现出抽象艺术的形式美感。例如传统图案中的卷云纹和云雷纹，就是具象形式抽象表现的极好典范，马王堆汉棺上灵动的卷云纹铺满四壁，自由婉转、酣畅淋漓，张扬着“离骚”、“天问”般的浪漫情怀。图案的这种具象形式抽象化表现，与现代包装强调简约时尚的设计潮流不谋而合，可以顺畅体现出现代风格的装饰美感。

2. 图案的善用对称与均衡构图手法的特征有助于体现包装的现代美感

图案的画面中一般存在或明或暗的线条，这种线条成为图形安置的骨骼，在其左右、上下或四周配置同形、同色、同量或者不同形、色，但量相同或近似的纹样，这种组成形式就是对称与均衡的构图。这种构图的形式源于中国传统文化中的审美情趣。古代中国尊崇儒家学说，儒家学说作为中国封建文化的正统，对政权维护和社会生活的各个方面都产生着深刻久远的影响。儒家学说强调以父权体制为中心的宇宙间一切的普遍和谐，因此“儒家美学的中心概念即是中和之美。”^[2]传统图案中对称与均衡的构图手法，就集中体现了儒家文化的这种审美。由“中和”之美衍生出来的对称与不对称是依据纹样所占据空间位置的状况而言的，它交代了传统图案组织单元的布局；而均衡与不均

衡指的是纹样各部分力量分布的状况,它决定着图案的平衡美感。对称与均衡的构图手法同样是现代设计中常见的形式之一,可以使图案表现出极强的组织性和秩序性;运用到包装设计中则有助于传递出现代风格的节奏和音乐般的韵律。

3. 图案表现内容常常带有吉祥寓意的特征有助于传递出深刻的人文内涵

“图必有意,意必吉祥”。中国图案经常巧妙地运用人物花鸟、日月星辰、风雨雷电等艺术形象,以神话传说、民间谚语为题材,运用谐音、比拟、借喻、双关、嵌字、符号、象征等表现手法,采用传统的适合纹样、二方连续等构图式样,传递福善之事、嘉庆之征等审美意蕴。

自然界的各种动植物由于生态、环境、遗传等因素,形成了各种不同的生态属性,人们就借物喻志,附会象征。例如利用鸳鸯雌雄成对,形影不离的特点,创作“鸳鸯戏水”图案,寓意夫妻恩爱美满。“中国传统吉祥图案的文化精神是超越现实,追求完整与圆满的理想主义精神,表达了人们趋吉避邪、祈求幸福、向往美好生活的愿望。”^[3]吉祥图案是中华民族传统文化的重要组成部分,是表现民族历史的一套完整的艺术形式。如果包装能以吉祥符号为载体,利用其内涵上的圆满性和寓意性、造型形式的独特性和艺术性,去串联消费者的文化情结,就会带给消费者美好的联想。这种文化性品位高超的包装,既体现了企业的文化品位与传播社会文化的责任,冲淡了商品的商业气息,也树立起了良好的人文形象,为消费者带来更为深刻的人文体会和印象。

三、图案本身蕴涵的鲜明民族风格可以提升包装的文化品位

民族图案,是中国宝贵的精神财富,如果能在现代包装设计巧妙运用,酌情添加,可以使包装设计富于民族性和文化底蕴。“一个具有民族特色的设计不仅会给人以与众不同的视觉印象,还可以表达出商品的特色和特有的文化底蕴。”^[4]由于文化是人类在社会实践过程中所获得的物质的、精神的生产能力和物质财富、精神财富的总和,一般通过民族形式的发展和传承,具有明确清晰的民族性,会形成民族特定的传统、习俗。“中国传统文化中包含着丰富的内容而且表现形式是多种多样的,继承和发扬传统,使传统文化成为艺术创作不解的源泉。”^[5]

因此,我们的包装应该全面思考民族文化内涵的合理表述,注重在设计中强调民族文化的展现与应用。例如在礼品包装中选用赋有中国特色的图案;选择具有特殊民族意味的色彩与构图形式,以浓郁的民族特点运用来唤醒使用者对民族文化的认同与理解。我们可以在包装设计中利用传统图案的造型特点,通过概括、抽象和夸张等手法表现事物的本质特征,使产品本身的信息明朗化、简洁化;我们可以在包装设计中巧妙利用传统图案的吉祥如意传情达意,引申与强化产品的文化韵味;我们还可以借助传统图案的用色特点,塑造包装设计的民族性格。例如中国联通公司的标志及各类产品的包装中,就成功地运用了“方胜盘长”的传统图案,迂回往复的线条象征着现代通信的网络,寓意着信息社会中联通公司的通信事业井然有序,信达通畅。同时也象征着联通公司的事业无穷无尽,日久天长。

“随着中国经济的不断发展,人们对物质文化的需求也会更加强烈,具体到包装设计方面,人们越来越重视包装设计的外在美和其文化的内涵。”^[6]图案由于其自身的装饰意味,被广泛应用到包装设计中。如果在包装设计的图案运用上,充分发挥图案本身固有的文化表述信息,将图案内容与包装商品的信息融合起来,运用丰富的艺术语言构筑包装的新形象,可以给人们以典雅、亲切、进取和底蕴丰厚的亲和力,整体提升包装设计的文化品位,帮助其完成以物诉情的文化特征。

参考文献

- [1] 彭一清. 邹瑾琳?. 《图形对包装设计风格的影响》[J], 装饰, 2006. 2
- [2] 王宏建. 袁宝林, 《美术概论》[M], 高等教育出版社, 1994. 7
- [3] 丁希勤. 《中国传统文化运用于现代设计的创新思维》[J], 丝绸之路, 2009. 2
- [4] 李媛. 《中国传统文化对现代包装艺术的启发》[J]. 剑南文学下月. 2009. 11
- [5] 靳埭强. 《中国平面设计与包装设计》[M]. 上海文艺出版社. 2003.
- [6] 王锐《传统民族图案在包装设计中的运用》[J]民族艺术研究 2009. 5

