

论儒、道思想在现代包装设计中的体现

李凌

(天津职业大学, 天津 300410)

摘要: 从分析儒、道思想精髓对中国人思想观念的影响入手, 阐述了中国传统文化的博大精深, 进而研究儒、道思想在现代包装设计中被越来越多的设计师所重视的原因, 并列举成功的应用案例加以分析, 从而提出设计师应回归传统, 重视中国人的审美和精神需求, 从最深层面的传统哲学理念下功夫, 形成自己本土的风格特色, 力图呈现包装本身所传达的精神、文化意蕴。

关键词: 儒家思想; 道家思想; 包装设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)08-0079-03

On Traditional Chinese Philosophy Applied in Modern Packaging Design

LI Ling

(Tianjin Vocational Institute, Tianjin 300410, China)

Abstract: Starting from analysis of the influences of the essence of Confucianism and Taoism on Chinese people's notion, it illustrated the Chinese culture's richness and profoundness. Furthermore, it investigated the reasons why the spirit of Confucianism and Taoism were paid more and more attention by designers in modern packaging designing as well as analyzed successful application cases. Thus, it raised the following viewpoint: designers need to return to traditions and put more emphasis on Chinese people's aesthetic standards and spiritual needs; designers are suggested to start with understanding at the deepest level of the Chinese traditional philosophy and form own native style and characteristics so as to strive to demonstrate the spiritual and cultural context that is conveyed by the packaging itself.

Key words: confucianism; Taoism; packaging design

自从有商品开始便有了“包装”, 随着社会、经济的发展, “包装”从简陋到精美、从商品附属物到独立审美形态。改革开放以后中国的“包装”经历了一个质的跨越, 真正走上了“设计”之路。包装设计作为一种引导、吸引消费者的视觉传达形式, 它的重要性越来越显现出来, 尤其是在当今人民大众的物质需求获得极大满足的时代, 精神、文化需求就提上了日程, 人们渴望从商品包装设计中获得的不仅是商品的信息, 还有包装本身所传达出来的文化、精神审美与意蕴。

西学东渐启迪了中国设计的发展, 而在西方现代文化影响下的中国设计却往往不那么令人满意, 或者照搬西方模式、创新性不足, 或者对中国传统文化因素作不加以理解的形式利用。总之, 在眼花缭乱的形式包围中少了一点文化的韵味和深度。中国传统哲学

理念是中国文化的支柱和精神, 不了解以儒道释为代表的中国传统哲学理念就不能深刻地理解中国文化。中国传统哲学理念千百年来始终贯穿在中国人的衣食住行之中, 或许人们不曾察觉, 也不能准确地表述, 但却总在不经意间流露于骨子、血液中的“潜意识”, 而这多半是通过审美倾向表现出来的。包装设计也正是认识到了这一点而力求在设计中展现传统文化, 以图通过唤起人们内心深处的“潜意识”共鸣, 从而引起人们对商品的兴趣。

1 儒家思想在包装设计中的体现

1.1 儒家“中和”之美的思想体现

中国的传统文化博大精深, 最典型的代表就是

收稿日期: 2010-12-10

作者简介: 李凌(1971-), 女, 天津人, 硕士, 天津职业大学副教授, 主要从事平面艺术设计的教学与研究。

儒、道、佛。张文勋在《儒道佛美学思想探索》中指出：“儒、道、佛三家学说的相互渗透和交融，是意境理论形成的主要来源^[1]。”儒家思想作为中国哲学思想的根基，除了深深影响中国人的人生观、世界观之外，更深远的影响则是对中国人审美观念和审美倾向的影响，可以说中国几千年来的文艺创作以及审美活动基本都是在儒家思想的影响下进行的，在中华文明发展史上发挥了至关重要的作用。儒家思想中对艺术影响最深远的莫过于“中和”之美，“喜怒哀乐之未发谓之中，发而皆中节谓之和”。“中也者，天下之大本也；和也者，天下之达道也。致中和，天地位焉，万物育焉^[2]”。“中”是一种自在未发的不偏状态，而“和”是一种因时而发的合宜状态。内在能维持不偏不倚的“中”，外在又能事事合于“和”，最终则可达到“中和”之境界^[3]。中国人的处世态度受“中庸”影响至深，讲究“不偏不倚”，而中国的艺术也受“中和”影响至深，讲究和谐、恬静、不温不火，从而形成了中国传统艺术敦厚、和谐、含蓄之美的特点^[4]。现代很多包装设计就充分体现了儒家“中和”之美的思想，在造型的布置排列上、颜色搭配上、意境营造上都讲究和谐、协调之美，设计上把握不偏不倚，找到最佳的平衡点，这也符合中国民众的审美习惯，因此容易接受。如“郎酒”的包装设计，见图1。



图1 “郎酒”包装

Fig. 1 Lang liquor packaging

从材料看郎酒包装使用仿金属、瓷和水晶3种材料，此3种材料协调、融合在一起，既传统又极具现代感，方行水晶底座和球型酒瓶的搭配既有秩序又充满灵活性。色彩方面，金属黄与中国红的搭配恰到好处，既醒目又喜庆，符合中国人的色彩审美观。郎酒的包装在设计上处处体现了儒家思想的“中和”之美，稳重与灵动结合，传统与现代并置。

1.2 儒家思想精华的深远影响

现代包装设计以传统文化为依托的必要性，已经成为一种成熟的设计理念，被越来越多的设计师所重视。他们回归传统，深究古典哲学，力图在现代设计中完美呈现传统文化的内蕴与魅力。儒家思想的精华“和”、“仁”、“孝”等价值被越来越多的设计家看重。汉内斯·阿尔文曾说“如果人类要在21世纪生存下去，必须回过头到2500年前去汲取孔子的智慧^[5]。”靳埭强的成功很大一部分也源于对中国传统文化思想的深刻理解和有效运用，设计作品见图2。纵观现



图2 靳埭强设计作品

Fig.2 Works of KAN Tai-Keung

代包装设计，可以发现很多成功的设计理念中都渗透了儒家思想文化，它通过在包装设计中融入儒家思想文化精髓来激起人民大众共同、最深层的文化共鸣，从而使消费者“爱屋及乌”，在精神需求得到满足的同时对拥有这种包装的商品产生好感。

2 道家思想在包装设计中的体现

2.1 “天人合一”道家思想的体现

道家思想作为影响中国人和中国文化的第二大哲学，它对中国文化艺术的最大影响是“天人合一”思想。《道德经》云：“人法地，地法天，天法道，道法自然^[6]”。庄子《齐物论》云：“天地与我并生，万物与我为一^[7]”。道家思想认为人与宇宙自然是共生的，人是自然的一部分。古人的情怀是“与梅同瘦，与竹同清，与柳同眠，与桃李同笑，居然花里神仙；与莺同声，与燕同语，与鹤同唳，与鸚鵡同言，如此话中知己^[8]。”道家思想倡导的是回归自然，怡情悦性，人与自然共存共生。道家天人合一思想对中国文化艺术影响深远，基于这种思想基础，中国古代艺术创作的最高境界是把

人的思想情感了无痕迹地融入到自然物象中,达到一种主客交融、物我合一、天人无隔的境界。设计师也敏锐地把握到现代人精神的需求,因此把道家思想渗透到包装设计上,那种久违的道家理念又呈现在现代包装设计中。湖南白沙烟的包装在设计中就充分渗透了道家理念,呈现出独特的韵味,见图3。



图3 “白沙烟”包装

Fig.3 Baisha cigarettes packaging

白沙烟的外包装简洁、清爽、大片空白,主体图形是绿色背景中2只闲适自得的白鹤,除此再无其他赘物。这个包装所传达给人的是一种优美恬静和空灵飘逸的氛围,使人顿觉心清神爽。设计者深谙“以少胜多”的真谛,白鹤是设计的主体,“白鹤”在古人眼中是最富有灵气的,它通常与仙风道骨的隐者相伴,2只白鹤或低首颌胸或展翅欲飞,其闲适与悠然的状态一览无余。设计者将白鹤置于绿色的背景中,绿色是大自然的象征,向消费者传达的理念就是:回归自然,舒怀惬意,以此为诉求点引起消费大众的心理共鸣。在经济发展越来越快,人们生活节奏也越来越快的时代,悠然与惬意已经变成一种奢侈品,这是无数人向往却无法实现的愿望,白沙烟的设计者抓住了这一点,把道家思想对自然、无为的倡导融入到香烟的包装设计中,通过这一设计力求满足人们内心深处对自然与惬意的向往。“鹤舞白沙,我心飞翔”,是设计者的设计理念,阐释的是一种“天人合一”的境界之美,这种意境之美已超越了物质商品本身,从而韵味无穷。设计者通过刻意营造这样一种氛围,让人们深刻体味道家的清心寡欲、超然物外的平和宁静。

2.2 “绿色环保”设计理念与道家思想

道家思想所倡导的人与自然的合一,在近些年有了新的发展,那就是“绿色环保”。在环境恶化、人口膨胀、生态危机、资源匮乏越来越严重时,人们不得

不重新回过头去审视道家的思想,力图恢复到人与自然和谐共生的理想状态,因此,绿色生活浪潮正在席卷世界。“绿色生活”的内涵就是要回归自然,与自然融为一体,这与道家的“天人合一”思想不谋而合。当代包装设计也在努力向“绿色包装”迈进。曾经包装设计所追求的豪华、气派标准以及对新技术、新材料的追逐都已经成为过往,“绿色包装”的设计理念是取之自然、回归自然,不浪费、不污染,最完美地体现道家思想。开绿色包装之源的是“酒鬼”的包装设计,见图4。



图4 “酒鬼”包装

Fig.4 Jiuguai liquor packaging

酒鬼酒包装是黄永玉精心设计而成,此酒包装普通至极,酒瓶材料既不是贵金属也不是上好的瓷,而是最原始的土陶,陶瓶外身裹一麻布口袋,瓶口处扎一麻绳,这就是“语惊四座”的酒鬼酒包装。酒鬼酒的包装设计在全国众多的酒品中脱颖而出,除了产品自身的品质外,最重要的就是这种合乎道家思想的绿色包装理念。酒鬼酒产于湘西,湘西是一个自然与人文完美合一的地方,山美水秀,该酒凭依湘西的山水灵性,源于自然、浑然天成。

在湘西,“鬼”不是一种让人生畏的不可预知物,而是一种超越自然、自由洒脱的无上境界,黄永玉正是深切理解湘西的山水自然与人文风貌才设计出这样的杰作。酒鬼酒的包装设计融合了最原始也是最现代的设计元素,倡导了一种绿色的设计理念。

3 结语

综上所述,每个民族都有自己历史积淀下来、稳固不变的文化传统、审美倾向,中国传统哲学厚重博大,这些作为传承千年的中国优秀文化因素早已深入

(下转第92页)

理念……因为艺术表现的价值和意义在于理念和形象2个方面的协调与统一,所以艺术在符合艺术概念的实际作品中所达到的高度和优点,就要取决于理念和形象互相融合而成为统一体的程度^[7]。标志设计的妙处就是精炼的形态与无穷意蕴的统一,“似与不似”之“形”反映为对客观形态特征、结构提炼和概括的具象与抽象形式;“似与不似”之“意”体现为象征与隐喻下宽泛、多义与不确定性的内涵。“似与不似”作为中国艺术的一条美学原则,体现了中国传统文化和传统艺术精神。把中国绘画艺术造型观与标志设计的创意理念和表现结合起来思考,目的是建立一种视觉文化形态新的理念体系,而从传统文化精神的高度入手,于本土审美哲学及各个时期的传统艺术形式的内容和表现手段中汲取精髓,既是设计理念的创新,也是平面设计“本土化”发展的重要内容,更是所有本

土平面设计师义不容辞的责任。

参考文献:

- [1] 王晓梅.齐白石书画鉴赏——收藏馆[M].北京:中国轻工业出版社,2009.
- [2] 宗白华.美学散步[M].北京:上海人民出版社,1985.
- [3] 陈传席.六朝画论研究[M].天津:天津人民美术出版社,2006.
- [4] 杜维明.中庸·洞见[M].北京:人民出版社,2008.
- [5] 阿恩海姆·道夫.艺术视知觉[M].北京:中国社会科学出版社,1984.
- [6] 张军.图形语言的多义性[J].包装工程,2005,26(5):189.
- [7] 王永亮.中国画与道家思想[M].北京:文化艺术出版社,2009.

(上接第81页)

一代代中国人的思想当中,成为中国人深层的文化心理。当代包装设计作为一种商业行为与艺术行为的合体,它就必须要兼顾消费大众的审美和精神需求,满足他们的愿望,才能更好地吸引大众对商品的兴趣。优秀的设计师能够从中国民众的深层文化心理出发,最深刻地理解中国的传统哲学和优秀文化,因此他们能轻而易举地抓住大众的文化心理,把中国传统哲学理念运用到创意设计中来,以受到中国民众的喜爱,这正是现代包装设计所追求的文化意味。

参考文献:

- [1] 张文勋.儒道佛美学思想探索[M].北京:中国社会科学出版社,1988.
- [2] 崔高维.礼记·中庸[M].沈阳:辽宁教育出版社,1997.
- [3] 王冬.古代“中和”观及其现实意义[J].天津师大学报,2000(2):2.
- [4] 徐复观.中国艺术精神[M].沈阳:春风文艺出版社,1987.
- [5] 陈瑞林.中国现代艺术设计史[M].长沙:湖南科学技术出版社,2002.
- [6] 陈忠.道德经[M].长春:吉林文史出版社,2005.
- [7] 陈少明.齐物论及其影响[M].北京:北京大学出版社,2004.
- [8] 陈继儒.小窗幽记[M].天津:百花文艺出版社,2007.