

警示性图形在香烟包装设计中的表达方式

朱丹丹

(河南机电高等专科学校, 新乡 453002)

摘要: 分析了警示性图形在香烟包装设计中的主题、表现手法和应用方法,并结合市场中各国的香烟包装,论述了警示性图形在香烟包装设计中的特点,分析了中外香烟包装中警示性图形的现状及发展趋势,在此基础上,提出了香烟包装设计中的警示性图形不能局限于采用“恶心”“恐怖”的图形,也应采用一些“健康”的信息图形。

关键词: 警示性图形; 香烟; 包装设计

中图分类号: TB482 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2013)08-0109-04

Expression of Warning Graphic in Cigarette Packaging Design

ZHU Dan-dan

(Henan Mechanical and Electrical Engineering College, Xinxiang 453002, China)

Abstract: It analyzed the warning graphic cigarette packaging design theme, performance practices, application techniques, combined with the physical example of countries cigarette packaging market circulation, and discussed the characteristics of the the warning graphic in the cigarette packaging design, and then analyzed the situation and development trend of Sino-foreign cigarette package warning graphics. On this basis, the warning graphic cigarette packaging design can not be limited to only using "nausea" such as "terrorist" graphics, also should be used to healthinformation graphics.

Key words: warning graphics; cigarette; packaging design

对于信息传播而言,图形是最具有说明性和说服力的语言形式,同时,图形也是最具情绪感染力和精神渗透力的信息传达方式,它的各种视觉因素对人的刺激影响甚至可使人产生情不自禁、近乎本能的心理变化。正是因为图形具有这种传播上的优势,2003年5月第56届世界卫生大会通过的关于人类健康的第1个国际公约——《烟草控制框架公约》(简称《公约》),决定在香烟包装中使用警示性图形,刺激受众放弃吸烟。

1 香烟包装中警示性图形的主题

自从《公约》诞生后,许多国家都在香烟包装中采用了警示性图形,这些警示性图形直白、有力地描述了吸烟对健康的危害。笔者通过归纳总结,其主题主要有以下几个内容。

1.1 医疗主题

由吸烟产生的疾病很多,如肺癌、心脏病、阳痿、皮肤老化、末梢血管疾病、牙齿和牙龈腐烂等,因此,在香烟包装设计中医疗主题类的警示性图形也很多,在表现上也大多围绕着这些内容来进行创作。在表现这类主题的警示性图形中,大多采用写实的手法,真实地展现在受众的眼前,这样不禁让人看后感到恐惧,而且让人感到恶心、反胃,从而达到警示性作用。

1.2 母婴主题

母婴主题主要是针对怀孕或育龄期的女性烟民,告知她们吸烟对胎儿的影响,呼吁关爱自己的后代。这类题材的警示性图形在表现手法上采用的方法比较多,每张图都给人以心灵上的震撼,见图1。

1.3 儿童主题类

儿童主题类主要是针对有孩子的父亲和母亲,

收稿日期: 2012-11-10

作者简介: 朱丹丹(1980—),女,河南新乡人,硕士,河南机电高等专科学校讲师,主要从事平面设计及理论研究。



图1 母婴主题

Fig.1 Mother-to-child theme

告知他们被动吸二手烟对孩子健康的影响。这类题材的警示性图形一般都以孩子被动吸二手烟为主,图中孩子痛苦的表情提醒父母,为了孩子请远离香烟,见图2。



图2 儿童主题

Fig.2 Children theme

1.4 男性和女性主题

男性主题主要是针对男性烟民,告知吸烟会引起不育、阳痿等;女性主题是告知女性吸烟会加速皮肤衰老、有损容颜,见图3。



图3 男性和女性主题

Fig.3 Male and female theme

2 警示性图形在香烟包装中的表现手法

图形在艺术表现上主要有摄影、绘画的形式,此

外,根据需要还有抽象及装饰等形式^[1]。警示性图形在香烟包装中的表现手法主要采用了以摄影为主的写实图形和绘画图形2种。

2.1 写实图形的真实展示

任何时候,如果想说服别人相信某个事物的存在,或者接受某种思想、观念,最好的方式莫过于用事实说话——展示该事物存在的事实证据、展示这种思想和观念给人以益处的事实例证,才最具说服力。香烟包装中的警示性图形从笔者搜集的大量图片资料来看,大多都是采用写实图形来表现的,如图2,这种表现手法更能说服观者戒烟,也能让人在无意识中就被感染和接受吸烟对自己及家人的伤害,使其在社会中真正产生社会效应。

2.2 绘画图形的另种震撼

写实绘画与摄影图形相比,在真实再现对象信息的基础上,它可以不受时空制约构成图形关系,可超越摄影局限,具有多样性、变通性可自由地对图形进行取舍、提炼、加工,巧妙的夸张;也可以高度的写实,高度的简化,获得多种视觉效果。包装设计的绘画图形主要是通过喷绘、素描、水彩、版画等绘画手法绘制,表现不同的视觉效果^[2]。香烟包装中的绘画图形通过艺术的创造性和表现力,创造出幽默、夸张的表现形式、达到强烈的视觉冲击力,也能很好的吸引受众,达到传递信息的目的。笔者经过大量收集调查发现,香烟包装设计中的警示性图形采用绘画手法的比较少,但从几个作品中看出传达效果非常好,同样也很震撼人心。

3 香烟包装设计中警示性图形的应用手法

3.1 直接展示

香烟包装中的警示性图形,采用直接展示的比较多,因为人们往往以“耳听为虚、眼见为实”的原则来确认信息的可信性,所以,视觉再现、视觉形式的事实展示更具说服力。新加坡香烟包装上的警示图形见图4,它直接展示了吸烟带给人身体上的伤害,令人感到恐怖、恶心,不想再看第二眼。

3.2 对比手法

对比手法是图形设计中常用的一种手段,它能使受众更直观、更具体、更准确地了解所传达的信息内容。对比手法的图形见图5,吸烟能引起肺癌,画面中



图4 直接展示的图形

Fig.4 Directly display graphics



图6 重组同构的图形

Fig.6 Recombination of isomorphic graph



图5 对比手法的图形

Fig.5 Contrast graph

放了一个健康的肺和长期吸烟后的肺,作此对比后,不言而喻,受众就知道所传达的内容和所宣传的内容——放弃吸烟。

3.3 重组同构

重组同构是现代图形创意的重要表现形式之一。重组同构又称综合同构,它所指的是在图形构思中以系统的综合方法来构成新的视觉效果和新的形象^[9]。警示性图形采用同构的手法不仅可以提高香烟包装中图形的视觉冲击力,折射香烟包装中图形的主题,而且增强情趣,吸引了受众的视线。重组同构的图形见图6,画面中,设计者把一个吸烟的男性头部换成了一个骷髅头,从而给人以强烈的视觉冲击力,同时也体现出了深刻的内涵。

4 警示性图形在香烟包装中的版式设计

警示性图形在香烟包装中的应用是和文字结合在一起的,具体所占整个香烟包装的比例每个国家由于政策的不同而有所不同。从近些年市场中流通的

香烟包装来看,警示性图形所占的比例是越来越大,从最早的30%,到50%,到现在的100%。长期实践证明,警示性图形所占的版面越大,传达的效果越好,起到的警示性作用越大。比如加拿大,它的警示性内容分为3种:图案、文字以及有害物质声明。其中,警示图案必须占到正面或者背面的50%以上。据了解,正因为警示性图形所占比例比较大,在香烟包装上实行警示性图形后9个月,有44%的人有了戒烟的打算,在这些有戒烟想法的人中,有38%的人是受到香烟包装上警示图形的影响,才有了改变吸烟的行为^[4]。

5 警示性图形在中外香烟包装中的现状分析

自从《公约》诞生后,国际上很多国家都在香烟包装中采用了警示性图形,并且有着严格的规定。据统计,截至2011年8月,已有44个国家及中国香港、中国台湾在烟草制品包装上印制了警示性图形,有30个国家的图形面积达到了烟包面积的50%。在某些国家,烟包警示图形做到了一月一换,并每年都会有诸如“烟包上12幅图,哪一幅图最有可能让你的吸烟量下降?”的普访调查等^[9]。笔者经过归纳总结,国外香烟包装中的警示性图形大致有以下几个特点。(1)警示性图形的视觉冲击力很强,让人看后感到很“恶心”、“恐惧”。从前面的分析中可以看出,国外香烟包装中的警示性图形都很“恶心”,对吸烟者减少吸烟量起到了一定的效果。(2)警示性图形的主题内容能够很好地传达出吸烟对身体带来的风险和危害程度。国外警示性图形的主题内容很丰富,相关的疾病和对孩子的影响都有涉及。(3)警示性图形占整个香烟包装的面积比较大,传达效果比较好。每个国家的政策不

同,警示性图形在香烟包装上所占比例也不同。如有证据表明,吸烟者更有可能对大尺寸的警示作出积极反应,甚至还倾向于将警示的尺寸大小与吸烟的风险大小等同起来。为此,泰国设计的烟盒包装获得了控烟奖。(4)警示性图形更换频率比较大。有些国家是一月一换,有些国家是12个月或36个月一换。如英国为了防止烟草商“耍滑头”不选那些“特别恶心”的警示性图形,特别要求所有的警示性图案必须轮换使用,每种图案使用的时间必须大致相同。

2008年11月,中国在南非德班举行的世界卫生组织《烟草控制框架公约》会议中获得了一个尴尬的奖项——“脏烟灰缸奖”,中国“获奖”的原因是“宁要漂亮的烟盒,不要公民的健康”^[6]。虽然2003年11月我国签署了《烟草控制框架公约》,但我国的香烟包装一直都设计得很精美,除了有“吸烟有害健康”的标语外,没有任何的警示性图形。2012年4月1日起,我国境内生产和销售的香烟包装上的警示用语字号扩大了一倍,但由于没有警示图片,离国际标准还有很大的距离。另一方面,我国的一些知名香烟包装典雅大方,出口到国外一些国家后,其封面上却印有令人“恶心”的警示性图形,形成内外有别的状况。我国这种违反国际潮流的设计理念,体现出我国香烟销售法律的缺失,以及缺乏对国民身体的人文关怀^[7]。

6 香烟包装中警示性图形的局限性

警示性图形都太“恶心”,缺乏“要健康”的警示性图形。香烟包装中的警示性图形最主要的作用是要让受众看到后有一种心灵被“震撼”的感觉,进而远离香烟。目前市场流通中的警示性图形大多是采用“恶心”、“恐怖”这类图形,而向公众传递“要健康”一类的图形很少,应该加大这方面的图形创作,毕竟设计师并不是让受众感到“恶心”而是“要健康”,而专门针对青少年的警示性图形较少,青少年在烟民的群体中所占比例也不少,因此,应设计一些专门针对青少年的警示性图形。

7 结语

从以上分析来看,国外香烟包装上的警示性图形的发展趋势是:从含蓄到直接,从内在到直观,从疾病

到死亡,由这些直观、有力、切实、震撼人心的图形来带动人们戒烟。笔者相信出于对国民的关爱,会有越来越多的国家在香烟的包装设计中采用警示性图形,而警示性图形所占版面也会越来越大,现在有些国家已经达到了100%,所涉及的内容也会越来越广。我国目前虽然只有一些警示用语,还没有警示图形,但在不久的将来,我国的香烟包装一定也能一改现在的“富丽堂皇”,印上那些让人看上去“恶心”的警示性图形,给民众以明确的健康警示。

参考文献:

- [1] 胡红忠,潜铁宇.论图形在包装设计中的表现形式[J].包装工程,2004,25(6):201.
HU Hong-zhong, QIAN Tie-yu. Forms of Graphics in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2004, 25(6): 201.
- [2] 吴丽华.图形语言在包装设计中的应用[J].包装工程,2010,31(12):76.
WU Li-hua. Graphic Language in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(12): 76.
- [3] 周琮凯.图形创意[M].重庆:西南师范大学出版社,1997.
ZHOU Cong-kai. Creative Graphics[M]. Chongqing: Southwest Normal University Press, 1997.
- [4] 外国烟盒:就是让你难受[N].健康时报,2009-02-24(10).
Foreign Cigarette Case: is to Make You Uncomfortable[N]. Healthy Times, 2009-02-24(10).
- [5] 国外香烟外包装“口味重”国内烟盒“华丽”被指内外有别[N].现代快报,2011-07-11(4).
The Foreign Cigarette Packaging "Taste" the Domestic Cigarette Case "Gorgeous" Accused Differentiated[N]. Modern Express, 2011-07-11(4).
- [6] 董伟.世卫组颁给中国最尴尬奖项“烟灰缸奖”[N].中国青年报,2009-11-05(2).
DONG Wei. The Who was Awarded the Most Embarrassing Awards the "Ashtray Award"[N]. China Youth Daily, 2009-11-05(2).
- [7] 刘宝龙.丑陋的中国香烟包装[J].中国包装工业,2007(4):78.
LIU Bao-long. Chinese Cigarette Packaging Ugly[J]. Packaging Industry, 2007(4): 78.