

信息化时代基于动态构成的产品包装设计方法研究

胡果

(重庆师范大学, 重庆 400047)

摘要: **目的** 明确动态构成的原理和本质以及概念, 将动态构成的产品包装设计方法应用到生产实践中。**方法** 采用平衡法、比例法、序列法等方法, 研究以数字艺术设计为基础的动态构成, 分析造型艺术新的表达形式, 建立动态造型设计, 寻求获得视觉效果合理途径。**结论** 把握了产品包装设计所具有审美价值的视觉形式, 提供了基于动态构成的产品包装设计。**关键词:** 信息化时代; 动态构成; 包装设计方法
中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)08-0025-04

Product Packaging Design Method Based on Dynamic Structure in the Information Age

HU Guo

(Chongqing Normal University, Chongqing 400047, China)

ABSTRACT: It aims to clear the principle of dynamic composition and nature as well as the concept, the dynamic form of product packaging design method is applied to the production practice. Using the balanced method, the proportion method, the sequence method and so on, the thorough research is carried on. Especially in the information age, the dynamic composition based on digital art design is a new form of expression. The research shows that the dynamic modeling design and the reasonable way to obtain the visual effect are established through the information age. In order to grasp the visual form of aesthetic value, the dynamic packaging design has the aesthetic value. It provides the product packaging design method and theoretical basis for the production units or enterprises.

KEY WORDS: information age; dynamic composition; packaging design method

构成是一种造型概念, 是按一定的原则将各种造型要素组合成美的形态的过程和结果。构成是研究视觉设计中最基本的造型要素——形、色、体在二维、三维以及动态的空间里排列和组合形成的美的形态, 是从诸多的审美实践中概括和总结出来的形式法则^[1]。信息化时代以数字艺术设计为基础的动态构成是造型艺术随着时代变迁、现代设计的概念与形式发生巨大变化的产物, 是新的表达形式。

在知识更新、设计观念、设计形式和设计方法加快发展的信息化时代下, 艺术与科学相结合, 科学的发展使造型艺术不断出现新的表达形式, 最引人注目的是造型具有“动”这个最重要的要素——动的形式、动的美感、动的技术。

1 信息化时代下动态构成含义

早在 20 世纪 90 年代末, 美国设计教育界就提出了“动态”这一全新的创意概念。它是指在动态作用下, 以结构构件动力状态反应为依据的设计, 有时可采用动力系数方法简化为静态设计。动态构成从字面上理解就是会动、会变的设计元素的构成, 或称为动感构成。

动态构成的出现源于信息时代互动特征对艺术设计革命的启示。在当今社会, 由于科技的进步, 人们消费水平的日益提高, 各种视觉媒介影响着人们的思维、观念和情感, 消费者获得信息的途径也逐渐增多, 普通的视觉设计已经满足不了实践的需要, 它不

再仅仅局限于平面的和静态的特征上,它的动态特征愈来愈突出。

1.1 动态构成的原理与本质

动态构成的本质特征是在二维和三维的空间中根据时间的变化而产生形态变化的魅力。时间赋予形态新的表现形式,空间在时间变化中产生新的视觉效果,变静为动,使得造型元素形态不再单一静止。时间让形态创造出更加悦目的形式,同时创立新的概念,使观者通过和作品交流,产生新的感受和体验^[2]。

1.2 信息化时代下动态设计的观念与价值

信息化时代下,动态构成是信息可视化设计的基础。信息可视化囊括了数据可视化、信息图形、知识可视化、科学可视化以及视觉设计等诸方面。动态构成源于美国。2005年,美国罗切斯特技术学院乔伊斯、艾琳等编写了世界上第一本《动态设计基础教程》。随着时代的进步,传统的设计已经不能满足人们的精神和物质上的需求,设计从静态表现转向动态传达。未来的包装设计除了以往的视觉设计所呈现的特征外,更重要的是注入动态构成的活力^[3-4],也是产品设计力求解决人、物、环境之间的关系问题一种手段^[5]。

2 产品包装设计中的动态构成元素

2.1 视觉构成的基本要素

产品包装设计中的视觉动态构成要素是在视觉上产生动态的效果,形成动态化,是产品包装具有形式体现与众不同的个性化。视觉动态构成元素包含视觉的引力、视觉的张力及视觉的对比。

1) 视觉的引力。从格式塔心理学角度来看,是外界环境对心理感受形成的一种场,关于平衡、均衡、统一、和谐、对比、稳定、动感等原则是以“力”的形式呈现的,产生一种视觉引力,隐藏一种内在的、对立又稳定的力场。引力有方向、着力点、强弱、大小,从而构成一个个不同的“力场”,进而影响人们的视觉感知,形成丰富的构图效果,见图1。

2) 视觉的张力。产品包装视觉设计的一种重要手段,它通过看似不稳定的图形或通过一些违反日常经验的形式、肌理或者色彩处理来营造趣味或表现活力,创造新奇的产品包装设计形象,见图2。

3) 视觉的对比。产品包装设计中视觉的对比,就是强调产品包装设计之间存在的一种悬殊性和差异性。这种差异性造成一种强烈的视觉冲击,从而使产品包装作品更加吸引人们的注意力,它带有一种情绪,表达一种强烈想突出的内容。



图1 随温度变化而变换颜色的动态咖啡杯
Fig.1 Dynamic coffee cup with color changing with temperature



图2 随温度变化而绽放的爆米花概念动态包装设计
Fig.2 Dynamic packaging design of popcorn concept with temperature change

2.2 形态构成的基本要素

产品包装设计根据画面图形选用的不同形态,造型也能带来不同的视觉体验,不同的造型形态给人不同的感觉。如几何形的形态给人明快、规范之感,装饰味比较浓。任意形的形态给人以亲切活泼之感,人情味、自然味较浓。短小的形态显得干净利落,纤长的形态显得柔美飘逸,而这两种造型搭配使用时可增加画面的空间感。形态的运动变化还会在视觉上产生极具韵味的动态效果,形成动态化,具有更广泛的表现容量与表现力。



图3 可以显示余酒量的酒瓶包装
Fig.3 Can display more than drinking bottle packaging

2.3 互动性组成要素

产品包装设计中互动性设计的意义在于能够让使用者或非设计者控制整个浏览的顺序、速度,而且最重要的是让使用者掌握什么是想看的。信息接受者不再被动地接受信息,而是主动地掌握和控制信息,随时可以成为信息的传播者,传播信息和接受信息几乎可以同时完成。“互动”衍生出无穷多种可能性,克服了人类视觉和听觉的局限性,加强了产品包装设计多种信息的传播和融合^[6],见图 4。



图 4 互动包装袋预包装盒

Fig.4 Interactive packaging bags pre packaged with consume

3 基于动态构成的产品包装设计方法

3.1 动态平衡设计法

形体和动作的完全均衡深深影响着对称构图整体的稳定感和平静感,而日常生活中看到的许多图像达到平衡不是靠形态的完全重复。这些平面图像的平衡是非对称的,使用了不同的形体和元素,而这些元素和形体有相似的视觉质量或者吸引力。色彩、高度对比、视觉肌理和复杂的形态使得元素保持了强烈的视觉吸引力^[7]。基于动态构成的产品包装设计中的平衡就是满足人们视觉上的整体的平衡感,即物体的多极在不同的方向上力势能够相互抵消,成为一个动态的平衡。在统一与变化中寻找平衡,要求在形式上自然合理。平衡显得灵活多变,带有动感,会给人舒服愉悦的感觉,见图 5。



图 5 口香糖包装设计

Fig.5 The packaging design of chewing gum

3.2 不同比例设计法

阿恩海姆认为:“运动性”首先取决于比例。通过改变各视觉元素的大小及元素之间所形成的比例,能改变各元素在视觉上的比重和注意力。合适的比例会使得产品包装看起来和谐、美观。把数学中的一些比例关系引进到包装设计领域会使得设计作品更和谐、更生动、更美丽。

3.3 科学序列设计法

西里尔在《光效应艺术》中提到:周期性构成被解释为具有这样一种功能,统一调子并规律化地重复,并统一地按不同的比率增长或减少。当非规律的东西出现在一个构成系列中时,展开过程便会变速,画面变得扭动弯曲。这种周期性构成,就是序列法则。色彩的序列化、线条的序列化、形式的序列化形成了节奏的起伏和运动感。光效应艺术是典型的序列运动艺术现象,作品全部处于运动当中,变换着各种方向的运动围绕着画面中心达到最强点^[8]。以往的产品包装装饰都是静态的平面或三维图案排版设计,随着科技的不断进步,商家决定从包装的形式上寻找新的突破,包装界提出了“动态包装”这一全新的概念。最简单的动态包装就是通过光学的原理,在同一个包装上,从不同的角度看会呈现不同的画面^[9],见图 6。



图 6 红酒包装设计

Fig.6 Red wine packaging design

3.4 视错觉设计法

错觉是指人们对外界实物的不正确的感觉或知觉,最常见的是视觉方面的错觉。人们对物质的、情感的和概念的现实的感知,是通过周围无形的元素的不断感知形成的。在时间、变化和运动中,运动在时间的连续中推动了变化的发生,在同一个视觉画面内重复一个形体,也可以引起物体运动的错觉。这种特殊效果的产生,推动了产品包装设计中基于动态构成的错觉设计,其形式包括线条的长短错觉、面积的大小错觉、形状的错觉、方向的错觉等,见图 7。

设计是为了解决社会需要。设计的过程,是将想法、计划用视觉或者听觉的方式表达出来并且应用于



图 7 手机壳视错觉包装设计

Fig.7 Visual illusion packaging design of mobile phone shell

实际的过程。设计的结果是创造一种预想的氛围。早在 1922 年,莫霍里·纳吉在《取决于各种力的动力学构成方式》中提到:所谓的构成主义,就是以各种力的动力学构成方式所做的空间活动,我们必须用宇宙生命的动的原理来代替古老艺术的静的原理,欲代替静的材料构成(材料与形的关系),必须展开动的构成(有活力的形式与力的关系),不同的产品采用不同的方法以表达产品的特点^[10]。

4 结语

在信息化时代下,以数字艺术设计为基础的动态构成是造型艺术出现的新的表达形式,为建立动态构成的观念,灵活运用动态构成的元素和设计方法,解决产品包装设计中的具体问题,将视觉语言与新技术,新科技完美结合,从而不断改进视觉解读与视觉创造。在新的技术中发现新的表现可能,把设计的动态化、个性化、多元化等多种元素进行有机地艺术化组合,更好地为信息传播服务,为产品的包装设计服务。研究表明,通过信息化时代下建立动态造型设计及寻求获得视觉效果途径合理,把握好产品包装设计具有审美价值的动态化视觉形式,可为生产单位或企业提供基于动态构成的新颖产品包装设计。

参考文献:

[1] 刘宏利. 基于构成学理论的现代中式家具创新设计

研究[D]. 黑龙江: 东北林业大学, 2012.

LIU Hong-li. Research on the Innovative Design of Modern Chinese Style Furniture Based on the Theory of Constitution[D]. Heilongjiang: Northeast Forestry University, 2012.

[2] 范凯熹. 动态构成[M]. 青岛: 中国海洋大学出版社, 2013.

FAN Kai-xi. Dynamic Design Composition[M]. Qingdao: China Ocean University Press, 2013.

[3] 陈小林. 包装设计[M]. 成都: 四川美术出版社, 2010. CHEN Xiao-lin. Packaging Design[M]. Chengdu: Sichuan Fine Arts Publishing House, 2010.

[4] 马文谦. 动态构成在视觉传达设计中的运用与研究[J]. 艺术科技, 2014(2): 196—197.

MA Wen-lian. Dynamic Composition in the Application of Visual Communication Design and Research[J]. Science And Technology, 2014(2): 196—197.

[5] 王晓晨, 王时英. 基于跨界设计的产品设计方法的研究[J]. 包装工程, 2016(4): 148—149.

WANG Xiao-chen, WANG Shi-ying. Based on the Research of Crossover Design Methods of Product Design[J]. Packaging Engineering, 2016(4): 148—149.

[6] 马越. 计算机数字技术在视觉传达设计中的应用于创新[J]. 包装设计, 2010(4): 100—101.

MA Yue. Computer Digital Technology in the Application of Visual Communication Design in Innovation[J]. Packaging design, 2010(4): 100—101.

[7] 美国罗切斯特技术学院. 动态设计基础教程[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2005.

Rochester Institute of Technology. Dynamic Design Basic Tutorial[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 2005.

[8] 闵珂. 现代包装设计的方法研究[J]. 包装工程, 2010, 31(3): 128—132.

MIN Ke. Study on the Methods of Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(3): 128—132.

[9] 许超. 现代包装设计尺度论[D]. 北京: 中国艺术研究院, 2008.

XU chao. Scale Theory of Modern Packaging Design [D]. Beijing: Chinese Academy of Arts, 2008.

[10] 刘雁. 形态之“动”研究[D]. 福州: 福建师范大学, 2005. LIU yan. The Study of the Form of "Moving"[D]. Fuzhou: Fujian Normal University, 2005.