

良善文化原型的包装设计创新

熊承霞^{1,2}

(1. 武汉理工大学, 武汉 430070; 2. 上海理工大学, 上海 200093)

摘要: **目的** 探讨传统造物原型设计中的良善文化基因。**方法** 从大小传统文化原型样态中求证传统中国普遍存在的伦理视觉, 在“仁礼”结构中孕育的可视化良善图景可以作为文化视觉承载着社会前进的动力。以实例进行比较分析, 阐扬文明基因中良善设计所起的“明教化、正人伦”的社会映射, 说明包装设计作为生活必备物在精神与物质传播中的中介作用。**结论** 华夏文明的智慧在于道德伦理的凡俗生活物质转化, 良善图景内蕴的个体信仰与国家精神正是当代包装设计继承的价值和设计创造的意义。

关键词: 仁与礼; 设计伦理; 物质叙事; 文化基因; 包装设计;

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)22-0084-05

Packaging Design Innovation of Good Culture Prototype

XIONG Cheng-xia^{1,2}

(1. Wuhan University of Technology, Wuhan 430070, China;

2. University of Shanghai For Science and Technology, Shanghai 200093, China)

ABSTRACT: It aims to explore the genes of the good culture in the traditional design of prototype. To prove the ethical vision which generally exist in traditional China, the visionary scene of kindness which is born under the structure of "love and ceremony" can become the motivation that bear the march of society in culture visions. A comparative analysis is made with an example, and to play the social mapping of the "well-educated, positive human relations" in the good and good design of the, which indicates that the packaging design as an essential element in the spiritual and material communication in the intermediary role civilization gene. The wisdom of Chinese civilization lies in the material transformation of moral and ethical life. The individual belief and the national spirit inherent in the good picture are the value of the contemporary packaging design inheritance and the significance of the design creation.

KEY WORDS: benevolence and etiquette; design ethics; material narrative; cultural gene; packaging design

“良善图景”是遍存于古典中国的生活哲学形态, 上启大传统前代的神话信仰, 下承小传统文化变迁中视觉伦理。前者因无文字书写而以口传、符号和实物为传播手段, 后者有文字却掌握在小部分精英群体中, 因而整体社会以活态与文献共时性展演华夏“天地、生命、自然”的文明智慧。根据文化人类学者叶舒宪的定义^[1]: 大传统指汉字产生之前就早已经存在的文化传统, 小传统指汉字书法记录以来的文明传统。这样将没有文字记载数万年的人类文明推到依赖文献研究华夏文明的国人面前, 考古不断推陈出新史前埋藏在地下的文明印迹, 它们和小传统时代的图

景成为今天设计活动取之不竭的文化原型, 承载当代社会文化传统的各种物质叙事, 彰显当下文化传播中的良善语义。

1 良善图景本体及其衍生语义

什么是良善的本体? 如何转化为视觉形态? “良即是良善, 犹今言善人。”《朱子语类》卷二: “良善之人, 自然易直而无险诈, 犹俗言白直也。”这说明“良善”首先是人性的善良及其传播的故事。良善图景承载在儒家文化中, 长达 2500 余年的历史变迁中, 伴

收稿日期: 2017-08-01

基金项目: 国家自然科学基金青年基金项目(51608321)

作者简介: 熊承霞(1969—), 女, 江西人, 上海理工大学副教授, 主要研究方向为设计学和建设伦理。

随着儒家文化而濡染在造物及信仰世界，成为民众“与人为善”的普世祝愿。大小传统之际的良善图景，其形态原形以“圣”为主体，围绕圣而进行“戎与祀”。儒家传承先王之圣转化为凡俗物态，“善假于物也”的智慧，将形而上的思想对应日常凡俗生活的使用和制造，形成普遍必然的“视觉”再现。孔子归“礼”于“仁”、“仁”成为操作“礼”的伦理本体，以“天心为仁”落实“仁仁亲民、泽及万物”的人际情感、亲疏等差关系的道德根源。《史记·滑稽列传集解》云：“安仁者，性善者也”。仁在此为人性之“善”，在儒学史上，孔子贡献之一在于将“仁”提升为位居诸德之上的上位概念。仁是‘全德’，孝、义，忠、信、礼、智等具体德目是仁之精神在不同层面、不同领域的彰显与证明^[2]。而在实施“仁”凝聚人类理性行为时，传统中国构建了系列漫长的人生活活动，“习于礼、明明德、致良知……”培养训练理性，养成整体社会共知的凡俗日用和行为规范的象征物化，并成为习俗。李泽厚说：“具有神圣性、要求‘普遍必然’的中国的礼制，是以民间经验性习俗为来源^[3]。”人们共知的传遍百姓的伦理习俗不仅在口头和文字中传播，而且以艺术形态广泛地体察在生活环境中，正所谓“境生象外”。这样传统建筑形貌结构中始终将“良善图景”派生以神话、民俗等立体视觉；日用器物也以良善图案隐喻着生命本体之理；甚至国家城廓的规范布局中同样表征着行为与秩序的确证。构成整体社会性普众精神的生命价值认知的“天乐”式推阐，成就“治天下”的理想化人生层次，最终传递凡夫俗子“皆可尧舜”的超验精神。如此推究良善图景本体是文化原型中的良善涵化，或者说大小传统文化传播的动力是基因中的良善隐喻。如同吴秋林所言：人类需要一定的文化结构将持有工具的人‘结构’起来成为一种新的力量形式，这就是人类文化原点出现的基本原因和基本动力……人类在维持这个文化结构力量的时候，使其具有了可复制性传递。这个路径最终成为不可逆转的人类前进文化能量，传世的文献记载无德善的社会或国家最终被淘汰。秦始皇的伟绩在二世之无德中改朝换庭，蒙古人入侵而立的元朝也终于在残暴中覆亡。中国文明得以延续的基因定然是内蕴的文化原型具备自我完善机制，在变迁融合中展演衍生和再生，促使伦理转化为凡俗生活中的多维度形态传承。

“人之初、性本善”，世俗环境的善恶不断诱发欲望和邪念，造物中传播的物质良善目的在于延续人性本真的善。自大传统前代流传下来的神话叙说了华夏文明基因的良善结构：“青鸟传书”（鸿雁传书的衍生）、“神农尝百草”（舍己为人之圣）、“夸父追日”（持续的毅力）、“女娲补天”（天人信仰）、“愚公移山”（家族团结），以及儒家文化中的“文质彬彬”、“公序良俗”等道德伦理叙事，它们多以乡俗文学的方式流

传并转化为戏剧、雕刻、剪纸、国画等记忆形态而世代流传。目的是构建社会普遍结构关系的社会性“良善”伦理，再将社会认同的仁德思想与良善伦理化为“可视视觉图景”渗透进凡俗生活，以“图像直觉”传播“思想的形而上”，这种传播不仅广泛而且与家国同为一体。如画像砖中“伏羲女娲”、“二桃杀三士”、“王陵母伏剑”的人伦教化，铜镜中“破镜重圆”、“嫦娥奔月”等婚姻警语，彩陶器中“舞蹈纹饰”、“蛙妈纹”的生命寓意，青铜器形的形态威仪和纹样的“拆半现象”上接神话下接国家力量，建筑与器物中“仰覆莲花”须弥座扩展的生命广度与效能都直觉铸成“良善”图景。这些图语及物质经华夏本土文明的酝酿和儒家推行的合乎礼仪规范的造物理念，共同适合叠加为社会稳定与政治伦理表意体系中的中介有机物。

2 包装设计中应用良善图景认知的价值

所有设计中，包装最“须臾不可离”。良善图景在文化传播中的伦理本体，借包装的“物质叙事”而植入，就是重构传统中国的生存智慧，共生社会普适性的伦理标准，再造当代人格心性和精神信仰的崇高。中国历代留下了很多珍贵的图形文化遗产，产生了很多吉祥图案，如动物纹样中的龙凤、麒麟、虎、狮、龟，植物纹样的梅、兰、竹、菊，符号纹样的“万”字、“寿”字、双线、如意等，这些吉祥图形都表达了人们对生活的喜悦和对未来的憧憬。所有妇孺皆可通过生活中遍布的良善图景教化子孙，代表中国美学艺术价值的美德与吉祥符号体系，重新成为现代社会的伦理投射。中国传统的良善图景，能为人所信任并传播还在于其与儒家“仁”、“礼”在本体目标上终极一致，“仁”的本源视觉图景隐喻着“二人”携手相助，透辟“礼来善往”的民族心境。孔子的“仁”经孟子的“接力”，导入“圣”提供“人人皆可尧舜”的可能性目标，完成人格理想情感修养的目标追求。孟子将“性善论”表述在“四端”之中：恻隐之心、羞恶之心、辞让之心、是非之心，此“四端”细化了人性的先验存在，仁义礼智“四心”的修养超越成为后世伦理价值观的参照，即“由人心之善，以言性善”^[6]。这“根于心”的善，通过各种“场景”的良善解读，构建“省察”万物的共生关联。现实的对象首先表现为相互关联的形式存在……在更广的对象领域，事物之间也彼此联系，所谓万物一体，便可以视为对事物之间普遍关联的肯定^[7]。良善图景从最初的发自本性本体，渗透文学（神话）和艺术传播，进而转向文化结构的多重语境认知，共同规范人的日常美善德智。

然而近代以来西语物质体系的繁荣图景，当代数字媒介科技文明的利益倾轧，裹挟文化符号的消费而追求极端的物质享乐。致使文化取向似乎不可逆转地

偏离社会伦理,削弱了中国本体对自身文化影响力的认知,赖以荣耀的国货在“他者”文化的震荡之下百般挣扎,市场不可避免地被“逆向”文化所控制。正如笔者观点:传统中国的叙事尺度及礼法规约的象征形态,其内在伦理价值在于潜移默化,当代社会合理剪裁运用在设计造物中,某种意义上能够克服工业文明以来的现代弊病,加固以家庭为纽带的地方族群而构筑社会结构的伦理和谐^[8]。鉴于此,当代中国必须重铸社会性、自觉性伦理,设计创新导引的力量和模式不容忽视。柳冠中先生也曾强调物质设计中的精神积淀:设计是人类精神在现实制约下“物化”的过程,其积淀的成果必然是人的意向“物化”,或曰人的对象化——“文化”^[9]。现代商业社会生活最不可缺少的是产品,而任何一件产品其最显著的特征是包装。包装是对产品进行外置材料施加美化保护,由文字、图形、色彩构筑对产品及其文化的信息告知。在包装装潢中导入文化原型,会给使用者以潜移默化的影响。如同文学、影视、艺术品在欣赏过程中的实践性培养,结合欣赏推演人的情感和“照察”的礼仪。具有剪纸风格的包装设计(见图1),强烈的民俗互补色彩张扬现代乡情,洒金烫银式的剪纸鱼图象征年年有鱼和富贵美满。元素是古典的、色彩是浓情的,自然让人们在赏心悦目中参悟。包装是人们的生活必须,以包装而携带良善思维就是最为自然隐喻的伦理映现。本文借此提出包装创新中良善图景的植入重要价值,以探索中国精神的设计表述。



图1 剪纸风格的鱼图包装
Fig.1 Paper-cut style fish packaging

3 包装设计中应用良善图景的表意途径

包装因面向的对象层面和所处的社会性地位,使其与生活须臾不可分。《诗经·生民》中“印盛于豆,于豆于登”表达祭祀时祭品装在碗盘中,木碗瓦盆保护祭祀物品,木瓦器具是为当代的包装容器。除祭祀品包装,一般的狩猎活动也反映对食物包装的需求,《诗经·野有死麕》中“野有死麕,白茅包之”、“白茅纯束,有女如玉”,麕肉经包装美化融合人的审美情感,再赠予

珍爱之人。这说明任何普通的物品在装潢的衬托下与高尚洁美的爱情同样“推己及人”。《诗经·摽有梅》中“摽有梅,顷筐暨之”,描写梅子成熟落地用竹藤制成的“簸箕”盛装起来。《诗经》中的生态包装表达了物品与人交往过程中由设计引申的审美和意义的附衍,也可以说包装设计体现出人类的文明生活追求。茶叶包装(见图2)营造茶事风雅,将天然饮品透过旧时材料(木、竹)和新型材料(瓦楞、硫酸纸)的重叠,赋予茶韵形美中的温故知新,摒除受众年龄层的区隔,以淳朴茶业理想形态博取人们领略静心品茗之愉悦,自然在现代生活的穿梭萦回中陶融朴茂之心智。



图2 茶事风雅之包装
Fig.2 Tea elegant packaging

除《诗经》记载的包装设计外,新旧石器的彩陶器也兼备包装的功能,表达史前人对于“以器载道”的造物思想原型的认知。彩陶作为容器体现了两大包装特征:(1)器物外形对盛装内容功能的外观结构控制;(2)器身装饰美纹象征着“生命”的热情。前者以“功能”表述包装的物质特征,如尖底瓶(贮水)、广口浅盆(盛物)、双耳陶罐(封存物)等因其外形而控制“装入”以适合“容纳”某“物”。后者将人们对自然的良善寓意化作纹饰规范日常生活的物质性道德观念,赋予“器”超越人的力量。除此之外,华夏文明变迁途中尚有众多同样具有道德性的物质容器,曾经给人们提供了物质性的验证,然而也正是因为繁多种属在今人的审美思维构图中形成了习惯性,似乎重现传统经典图景必须“依样画葫芦”,否则就失去了传统艺术的原型,或者对其象征的良善语义认知不够,不能够合宜地重构文化原型之美,也就无法成就现代包装设计作为“社会伦理”的视觉传播。相同的道理,遍存历史视野中的物质化叙事,正在传播的困境中挣扎,其良善图景无法在当代语境和审美之间开启设计之雅化。

传统的良善图形是文化遗产变迁过程中反复类相而成就的共同文化认知,这些图形因其内容而在民俗生活中调适着社会关系,以道德修能民心为宗旨,以映显吉祥美满和谐为意义,因此这些图形具有“设计治疗”的功能,是数媒时代的道德语言。传统文化不止为博物馆的陈列库存配置,而应成就生活中的“睹物兴情”。设计的宗旨既要满足生活功能的一般性需求,同时又要激活社会道德良知的超越,成为社会

信仰的精神辅助。那些“走出国门地貌”的包装设计更需要文化原型的导入，它们代表国家与民族的形象，文化图景的置入是“匡正时弊”。在世界文化语境时代，文化的设计坚守还应考证国际地域间的禁忌，为中国的文化精神创造和谐的传播环境，以期产生跨国际的超越。工业革命前夕日本浮世绘随其产品广泛进入欧洲，曾对欧洲的现代装饰艺术产生巨大影响。郑和下西洋，所带去的中国造物精神与园林审美中的儒道和谐自由意蕴，也同样掀起欧洲国家的中国样态热潮。因为世界上的每个民族都被一个独特的历史、独特的环境、独特的经历打下深深的烙印，体验、衍生、沉淀了属于本民族的独特生活方式和文化，在一代代的传承中“生成”了该民族的视角和认知结构，“生成”了对事物特有结构的理解以及处理各种事务的逻辑和方法，创造了本民族的、独特生活方式和文化^[10]。一种文化当其承载出全人类共同追求探索的精神与物质的平衡时，也就创造了全人类企盼的理想生活品格，这种文化也就自然导引出新的文化自觉，超越遮蔽其原有文化成为世界性文化存在。

4 包装设计良善图景认知重建的价值

作为商品的“美容”特征和现代生活的必备，包装在任何时代都是重要的。人类社会经历了无文字的大传统和有文献记载的小传统，经历了披荆斩棘的史前社会和工业科技的信息时代，对包装的需求不仅未曾改变，更被赋予相应的社会改造功能。史前大传统社会主题笼罩在原始宗教祭祀和信仰象征中，而小传统的古典中国包装则在不同程度上体现出一种社会品味，既有素朴的布麻竹草生态原型包装，亦有华美珍贵的锦帛包装。无论是“买椟还珠”还是“九子妆奁”，在今天人们应思考如何激活，使其避免“博物馆式”的收藏。它们是当下西语文化趋新尚奇的挑战，补察流失的审美样态，逆推近代以来文化非自信的有效方法。

良善图景是华夏文明的精神核心，需要在整个社会的尊重中重新“以美淑世”。《汉书·艺文志》：“仲尼有言，‘礼失而求诸野’”，那么将设计挪回到“民俗节庆”的传播中，尤其是那些承载中国精神生活的节庆包装设计，改变其袭袭的守旧构图或“超华丽”的形态材料，合宜地传衍“国风”，使国风具有“正人伦”的视觉衍化，成为历史文化与时尚社会的中介流转物质，使其感神畅达当下的生活语境。“台北故宫”近年的礼品包装改良（见图 3）极为恰当地体现包装内容物与特定环境历史之间的相承视觉关联。这说明在日常生活中包装可以嫁接传统品味美学，在包装的容器和装潢表面上象征仁义伦理，从人文经典中吸取设计灵感与神韵，变“考古文物”为流行文化。



图 3 “台北故宫”日用纪念品

Fig.3 Daily souvenirs in "Taipei national palace museum"

在小传统文献记载的历史中，良善图语“以类观之”的认知取向，日常思维“物以类聚”、“人以群分”的造物精神实践，将庙堂之上的精英阶层与民俗阶级的良善图景交融为整体系统的“抽象、具象、意象”的有机互动，应有效地通过设计传承并转化社会精神的超越，构筑社会普及层次的良善取向。在创新中升华为时代的新伦理，在现代社会变迁中成就媒介文化动力，赋予物性需求中的伦理自觉。以良善的文化滋润提升生活，铸造整体社会的和谐公平正义，培育仁礼日常中的伦理体认，践行有担当的生活新信仰。

5 结语

包装不仅是其商品特性及信息的设计，更应注意到其传播社会伦理的价值。以包装 6 个面的图景作为传播载体，植入或联结伦理教化同样可以引导整体社会的向善与和谐，以包装的容器结构承载转译文化大小传统中的历史象征与美学理想同样能够超越外在的形态，希冀包装借助特殊的角色以设计实现担当，传播社会理想，践行仁礼良知。

参考文献:

- [1] 叶舒宪. 图说中华文明发生史[M]. 广州: 南方日报出版社, 2015.
YE Shu-xian. A Illustrated History of the origin of Chinese Civilization[M]. Guangzhou: Nanfang Daily Press, 2015.
- [2] 曹振宇. “仁者安仁”: 儒家仁学源起与道德形上学建构[J]. 中国文化研究, 2014(2): 1—3.
CAO Zhen-yu. Are Kind People Really Kind: the Origin of Confucian Benevolence and Moral Metaphysics Construction[J]. Chinese Culture Research, 2014(2): 1—3.
- [3] 李泽厚. 哲学纲要[M]. 北京: 中华书局, 2015.
LI Ze-hou. The Essentials Philosophy[M]. Beijing: Zhonghua Book Co, 2015.
- [4] 吴秋林. 文化基因新论: 文化人类学的种可能表达路径[J]. 民族研究, 2013(6): 67—69.
WU Qiu-lin. The New Discussion about Cultural Gene: a Possible Path for Cultural Anthropology[J]. Ethno-National Studies. 2013(6): 67—69.
- [5] 狄野. 关于现代包装设计中传统境域的思考[J]. 包装工程, 2010, 31(22): 78—79.
DI Ye. Considering on the Traditional Realm in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(22): 78—79.
- [6] 徐夏观. 中国人性论史[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2005.
XU Xia-guan. The Historical Essay of Human Nature of China[M]. Shanghai: East China Normal University Press, 2005.
- [7] 杨国荣. 中国文化的认知取向[N]. 中国社会科学报, 2015-05-13.
YANG Guo-rong. The Orientation of Cognition of Chinese Culture[N]. Chinese Journal of Social Science Press, 2015-05-13.
- [8] 熊承霞. 设计治疗对社会德失的价值意义[J]. 包装工程, 2016, 37(21): 34—35.
XIONG Cheng-xia. The Value of Designing Treatment to Social Gains and Losses [J]. Packaging Engineering, 2016, 37(21): 34—35.
- [9] 柳冠中. 从“造物”转为“谋事”的思维方法[J]. 苏州工艺美术职业技术学院学报, 2015(8): 2.
LIU Guan-zhong. The Thinking Method from Create Objects to Construct Matters[J]. Journal of Suzhou Art & Design Technology Institute, 2015(8): 2.
- [10] 赖亚楠. 设计的文化价值和社会的文化系统[J]. 包装工程, 2014, 35(14): 140—143.
LAI Ya-nan. The Cultural Value of Design and Cultural System of Society[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(14): 140—143.