

本土包装造型设计的质朴之美与简约之理

——以竹箴包装为例

陈剑荣

(浙江树人大学 艺术学院, 浙江 杭州 310015)

摘要:以民间竹材料包装造型设计的典型事例,探讨故宫馆藏品和民间常用器物的本土化包装造型结构与简约质朴设计风格,并从竹箴的线形结构、疏简造型特征论述本土包装设计的本质,指出现代设计应该继承民族文化,将传统的元素加以提炼和应用,结合现代设计理念,创造出绿色、节能、环保的现代作品。

关键词:竹线型包装;疏简;本土设计;简约

DOI:10.3969/j.issn.1671-2714.2013.05.019

北京故宫博物院位于首都北京市中心,不仅以其雄伟壮观的明清两代宫廷建筑群闻名遐迩,而且是历代艺术瑰宝的荟萃之地。馆藏中除了有珍稀玛瑙、翡翠玉石、青铜瓷器、古玩字画等,还收集了用竹材料包装起来的日常生活用品器物。这些器物不仅在设计造型上注重实用功能,在设计材料上更强调巧妙创意,匠心独具,采用了具有十分淳朴乡土气息的竹箴作为包装材料,极具研究价值和实用性。它们不仅具有使用价值,而且还很有美感,其价值早已渗透到民间生活之中,构成了独特的中国文化特质和实用美学特色。

一、乡土味的竹箴线型设计:通俗的质朴之美

中国的本土文化包装造型设计到底是什么?简单来说,它是中国五千年以来厚重的历史文化的积淀,本土化包装造型设计的含义,就是中国人所具有的地域和民族特性的文化蕴涵,便于理解和接受的设计风格和艺术表现形式。为此,作品应选用通过地域性特有的材料和手段,采用本土

与风格特征,以表现其真正意义上的母语特征,也是我们找回本土特色的艺术语言的唯一依据,这对于受众群体来说,传统通俗和温文尔雅的设计风格会让人产生中国韵味的亲近感和认同感。竹箴线型就是这样一种历代传承的造型形式,成为民间开发的自然特质的设计原材。通过设计者匠心独特的设计,不仅在人们日常使用时带来方便,同时更让人们品味到乡土设计的质朴风情。

传统的线型包装造型设计的用材种类有很多种,有竹箴、藤条、金属线、麻绳和麻线、棕绳、棉线、稻草绳及麦秸秆等,结合其他材料把物品包裹起来,以体现其本土的质朴之美。比如用箬竹叶包裹粽子和普洱茶,用麦秸、稻草包裹瓷器或酒坛便于运输,用棕榈蓑包裹茶叶,用竹编和木材包裹食品和器物等,将各种各样的器物包裹成型,达到了保护、储存和运输的目的,竹箴包装就是民间最为典型的实用形式。

竹箴是最具地域特色的包装设计材料,它具备其他材料没有的特质,比如柔性、韧性和可塑性。单根竹箴就可以把物品绕匝成型,也可以编

织塑形,几根细篾可以拧成一股结实的篾绳。并且它易于取材,在长江两岸和广袤的南方地区到处生长着大片的竹林,资源丰富,取之容易,使用方便,又可以回归自然,是其他的材料无可比拟的。竹篾是传统包装设计的常用材料,能非常好地体现传统包装的本土化风格和乡土味十足的质朴之美。

如故宫收藏的物品中最吸引眼球的是那些用竹篾拧成一股绳的造型器物。这些物品包装节材省钱,巧拙并存,展示了方便就好的设计理念,显示了竹篾包装的独特性和乡土味。它的形式美感简洁、疏朗,率真、自然、素淡,结构设计原创性极强,且有古朴的原始性,不仅体现了民族的精神素质,也体现了民族日常喜闻乐见的审美情趣,是本土化设计的真境界。

再看清代宫廷的文物(图1),依托箬竹叶包裹起来用竹篾绕扎成型,凭借简单而实用的形式,把普洱茶抱箍成形,为了包装结实分成五节捆扎。这种方式非常直观地体现了竹篾的柔软性。就地取材,无成本、无运输、无污染,而且方便,能够把物品捆绑结实,包裹严实,气味不外泄,搬运方便,存储宜久,更便于收藏。普洱茶出自于产地旧属云南普洱府,要从遥远的云南运到北京,路途颠簸而艰辛,没有结实的包装是不可能保质保量地输送的,为了保证普洱茶的质量和运送的便利,需要考虑多种因素。实例展示了自然天成的淳朴设计,这也表明了本土化设计内涵在于反映独特的地域文化和民族文化,从民族特定条件和视角出发,结合当地的独特民族特色,才能够设计出符合不同地域文化特色的本土化包装造型设计。



图1 普洱茶的包装

再如,竹篾可与稻草结合用于瓷器包装(图2)。稻草作为厚厚的内层,竹篾缠绕固定成型,很好地保护了瓷碗,这样可以安全地把瓷器从生产地运往各地。这是民间传统的包装造型方式,特别是把那些易破碎的物品用这样的方式保护,充满着浓郁的乡土气息,让人感觉物与人之间的和谐似乎没有意图,好像是自然而然派生出来的东西一样亲切、淳朴而自然。

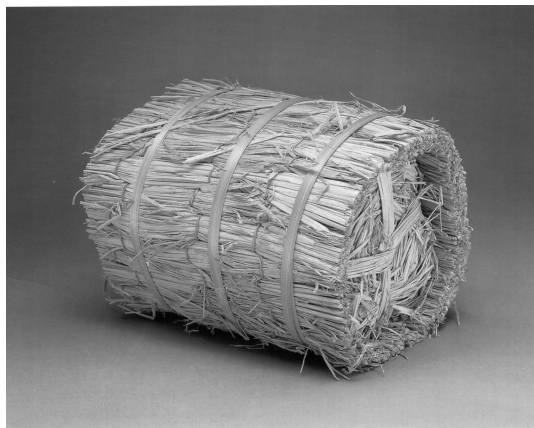


图2 瓷器包装造型

竹篾线型结构方式看起来简单,却充满了原始的、有意识的设计,使得消费者对绿色包装、天然物品的日益向往和怀旧情感加剧,这是用竹材料设计的最为简洁率真的方式、质朴大方的艺术形式,也是本土设计的内涵。其结构形式以质朴取代了华丽,简约取代了繁杂,成为我国传统的民间包装设计习以为常的朴实形式,它显示出方便至上、简单就好的传统意识,在随性中显露出一种惬意和平静,在纷繁复杂中营造一份放心和安宁。这种看似平凡、通俗质朴的包装形式却经久地融入了平民的日常生活,世代影响着消费者社会生活的各个方面。

二、少则得:简约的设计理念

所谓本土设计的疏简造型方式的涵义是以最少的材料、最简练的形式而能够达到最佳的目的。设计应是以圣人抱一为天下式,是把握宏观来指导自己行为的一种方式。公元前475年老子就经典地提出了“少则得,多则惑”的哲学思想,疏简的本质意义是心少而天下少,天下少而天下则阔,得不是得到,而是得道,天下万物只有得道才能真正得到。疏简造型的本质意义是“少则得”万物

共同具备的内涵,如不能从纷杂的万事万物中把握宏观,则是多,就会惑然不知所归而流散无穷。相比现代主义的设计理念“即少是多”“少就是多”的观点早了2千多年。“少则得”就是少就是得道,少就是德,本土设计是以道之法造型有“少”的意念,从木勺造型的实例来看(图3),运用木勺自身的形态结构相互结合,用一根竹箴和几十把木勺的拦腰箍捆,空间和形式直接表现出产品原貌,合成美观的造型,看似简单随意的形式,却包容了饱满而丰富的文化内涵,简约凝练。这样的造型应该是制造者神妙的构思,只有劳动者才能够得此道,可见传统文化深奥的拈花不语的玄理禅境。

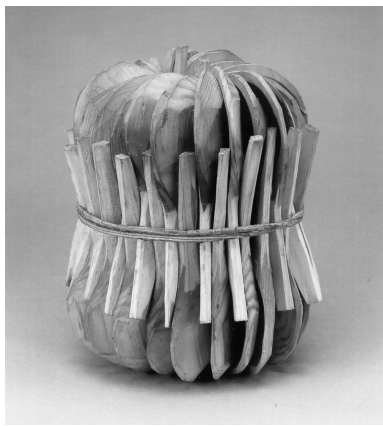


图3 竹箴捆包的木勺造型

竹箴形式是十足的乡土造型,体现民族汲取艰苦奋斗的精神,崇尚“少则得”的节俭美德,也是珍惜人类有限资源和自身劳动成果的可贵品质。就竹箴包装造型的设计而言,寻找和研究对象、寻找事物的本质,利用材料、充分利用生命之设计艺术,造型让人嗅到了一股清新淳朴的乡土气息,达到形式及空间实用价值的真正目的。这些包装设计实例展现了那个时代乡土的原创性,顺应了自然的主张,是本土设计的最主要的特质。竹箴材料疏简至极,节俭之能,既有“朴素而天下莫能与之争美”的淡泊和闲雅气韵,又有形式之朴实,结构之巧妙,素淡的清新,可谓是乡土之大美。本土设计自然而然地追求“尚清、尚和、尚简”的特点,在随性中展现“大音希声、大象无形、大巧若拙”的造型意念。

日本著名产品设计师深泽直人(Naoto Fukasawa)说“东西和环境相和谐,这就叫生态设计”,他的设计主张为用最少的元素(上下公差为

± 0)来展示产品的全部功能,概括为“无意识设计”。无意识设计又称直觉设计,是深泽直人首次提出的设计理念,即“将无意识的行动转化为可见之物”。如酒坛的包装造型(图4)是用竹箴缠绕成双圈,扭成交叉结构,把手也是用竹箴拧成一股加粗的环形,经得起承重也适合手提,极其简约,展示了乡村酒肆陈酿美酒的诱惑。

由此可见,好的设计应像自然一样到达生息自由、灵动、变化,应该有“大成若缺,其用不弊;大盈若冲,其用不穷;大直若屈,大巧若拙”、朴素而天下莫能与之争美的境界。自然的一切是最和谐、最完善和最美的,人们顺应它就会得到好的回报。

再看苹果公司企业的Logo,是被咬一口的苹果,让人产生视觉上的缺憾却令人过目不忘,大有“月有阴晴圆缺”的意境,“少则得”而“大成若缺”,意思很明白,就是看似有缺陷的标志如同月缺一样受人关注。这个Logo使得苹果公司在行业发展中达到了顶峰,也很好地体现了老子说的“少则得,多则惑”的道理。“少则得”,多而不得,缺而不憾,缺而有得,即少而得道的是厚道,“其用不弊”而能够“大成”。例如酒坛的竹箴结构设计(图4),竹箴线束网状,将竹箴的性能运用到最佳状态,外露的酒坛使人感觉到了酒味的醇香,几根竹箴结成疏简结构交叉形式,可以直观内部商品实体,以裸露的“肌肤”形式给人想象,纯真的酒香让人垂涎欲滴。还有贵州苗族酒坛的竹箴结构设计(图5),竹酒坛框弧线的结构设计是大胆的创意,四片竹箴重叠交织穿插,由框中间的箴纬

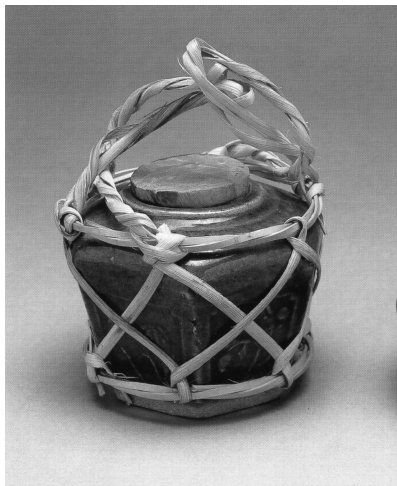


图4 酒坛的竹箴造型

做交叉编织固定,竹篾的两头缠绕在底盘上形成编织结构,能够承载几十斤重的米酒酒坛,十分结实牢固,可见苗族人民智慧地利用了竹材料的特质,给自己的生活带来了方便。从整体来看,简单的形式会有构造上的困难,看上去越简单的造型实际上越需要细致的设计及精巧的工艺,实例证实本土化设计所倡导的是一种实用、简约的审美价值。



图5 苗族酒坛竹篾造型

图6和图7是“陀”型包装设计的实例。这些造型是疏简而不繁杂的结构,功能是“少则得”而达到了“其用不弊”的实用效果。这是劳动人民竹篾风尚的乡土情结,材料上节简到适当就好的原则,让人觉得自然、质朴、素淡,手法虽生拙却洗练,表现含蓄却有趣味,其造型独特却很实用,体现了疏简之美,简约主义主张的“少就是多”(Less is more)的理念,和深泽直人主张的“我不断地追求原型(Archetype)‘无意识设计’理念”相吻合,但相比之下,道家的“少则得”的文化内涵更为深奥、更为精髓。



图6 普洱茶箬竹叶陀形造型

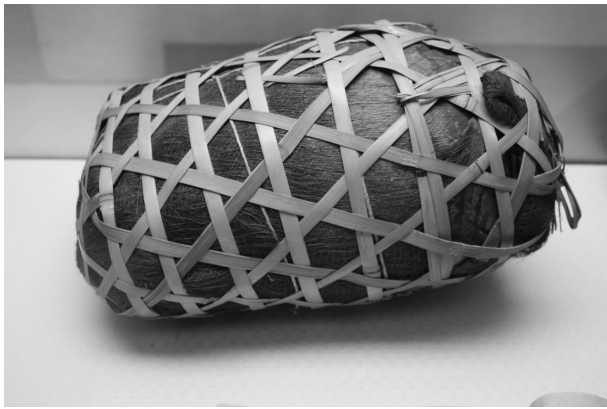


图7 普洱茶竹编蓑包装形态

三、本土设计的传承:教育的设计取向

既要挖掘本土的现代包装设计的传承,在理解本土基础上的文化源泉,寻找本土的元素,又要运用现代设计的技术;既要保持自然材料的原始形态,又要运用现代人的意识,重视功能的重要意义。设计师如何在理解和挖掘设计本源的基础上,对民族文化作深层次的理解,再融入新时代的审美取向进行再设计,形成自己的设计风格与特质,这是我们当前设计教育以及设计创作中应该予以重视的。如在创造包装造型设计时,注重材料的节俭,形式的疏简,审美的质朴取向,从感觉上尽可能接近材料的原始本质,构筑回归本源意义上,从人性走向自然,最终达到继承和发扬的目的。

以上中国本土的竹篾包装造型设计的成功案例,比及西方的原因是:本土原型作为一种反应倾向或领悟模式,是潜意识中的“形象构成倾向”的演变模式,是一个民族或国家在长期的历史发展中,伴随独特的生产和生活方式而逐步形成的,是漫长的历史积淀而铸就的包装原型设计的生存方式。这些包装设计的实例是中华民族本能的原创性表现形式的浓缩,极其节简的造型思维长年累月地影响了人们的生活,成为我国民族设计发展的基础和灵魂。我们不得不珍视简朴的道德观和美学法则,从而达到精神上的平和与卓越。目前,令人担忧的是这种简约的极其经济、淳朴的传统包装设计被忽视了,豪华的包装造成了社会人力、财力、物力资源的巨大浪费,可谓百害而无一利。比如月饼包装、保健品包装等,人们把金钱浪费在包装的外壳上,损害了消费者的利益。简约环保

的包装设计用得越来越少,已经被现代豪华包装的浪潮冲击得难觅踪迹了。

为此,作为高校的设计教育界,应该大力加强高校的本土化设计教育力度,重视现代造型设计民族文化的研究,提倡本土化设计精神,建立和发展节约能源和资源、发展循环经济、保护生态环境、提供物质基础和技术保障的产业,加快培育和发展绿色、环保、节俭、低碳等战略性包装产业。

所以,传统的本土化设计启示:应该极力主张设计“尚质、尚用、尚简”设计理念与审美价值取向,要充分体现事物的本质美,一切从实用出发,从功能出发,反对“多则惑”的为“装饰而装饰,为设计而设计”。阿道夫·卢斯的“装饰就是罪恶”的简约主义设计理念,要加以提倡“现代主义设计是简约设计之道”,“少则得,多则惑”是道家之精髓,中西方和而不同的“简约设计”是现今的设计之道。

总之,传统的包装造型设计具有悠久的历史,但遗憾的是只遗留下清代竹材线型结构的器物了,它们是现代设计珍贵的研究资料。这些原始质朴的竹箴造型设计曾经给人们的日常生活带来了许多益处,现在珍藏于故宫博物馆中,更是不可多得的本土化设计的精神财富。几千年来,生生不息的原创性本土化设计方式,融入现代人的美学与设计理念,将传统的元素加以提炼和应用,或者将传统的表现形式和造型方法运用到现代包装设计中,尽力创造出符合绿色、节能环保、具有乡土特质的包装设计作品。

参考文献:

- [1] 老子. 道德经[M]. 吉林:吉林出版集团有限责任公司, 2011.
- [2] 故宫博物院. 清代宫廷包装[M]. 北京:紫荆城出版社, 1999.

Simple Beauty and Simplicity with Local Packaging Design: Taking Bamboo Packaging as an Example

CHEN Jianrong

(Arts School of Zhejiang Shuren University, Hangzhou, Zhejiang, 310015, China)

Abstract: This article gives some typical examples of bamboo material package design to analyze the package form and simple design feature of bamboo collections in the Forbidden City and common folk artifacts. It emphasizes on the essence of local design based on the linear composition and simple feature of bamboo stripes. It points out that modern design should inherit national culture, refine traditional elements and combine with modern design ideology for future sustainability.

Key words: bamboo linear package; local design; simplicity

(责任编辑 孟莉英)