

“象外之象”在平面设计中的应用新探

张若滢

(中原工学院, 郑州 450007)

摘要: 通过对其文化内涵的深层次探索, 提出平面设计必须与“象外之象”理论自然融合, 才能在设计作品中展示出相应的文化内涵与时代特征, 从而为中国平面设计的理性发展提供了一定的理论依据。

关键词: 象外之象; 意境; 平面设计

中图分类号: J524.4 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)14-0151-04

A New Exploration for Usage of "Image out of Image" in Graphic Design

ZHANG Ruo-ying

(Zhongyuan University of Technology, Zhengzhou 450007, China)

Abstract: It mainly analyzed the deeply cultural connotation, and put forward that the harmony integration between "image out of image" and graphic design could present related cultural connotation and era features in specific graphic design. Meanwhile, it provided the theoretical reference for rational development of Chinese graphic design.

Key words: image out of image; artistic conception; graphic design

艺术界关于“象外之象”的关注大多集中在其美学意义的阐述方面, 与中国传统绘画中“意境论”的产生和发展, 不同的是它较少引起方法论方面的注视。然而作为中国传统哲学思想在文艺领域的重要投射, 有必要对它的实践与应用投入足够的精力。特别是在当今这个多元化设计语境中, 想要在中国平面设计中突显民族特色与人文精神, 就必须把“象外之象”理念引入其中, 在“象”之外延伸出中国平面设计的独特视觉效果, 在“象”之外体现中国平面设计的深刻精神内涵。

1 “象外之象”理论的形成和发展

“象外之象”是司空图意境理论的核心内容, 他认为“境”不仅包括“象”, 还包括“象”之外的虚空, 属于“象外之象”。司空图曾在《与极浦书》中引诗人戴叔伦的话说:“诗家之景, 如蓝田日暖, 良玉生烟。可望而不可置于眉睫之前也。象外之象、景外之景, 岂容易可谈哉!”^[1]这一观点的提出和中国传统哲学思想有

着密不可分的关系。

先秦时期老庄哲学中“大音希声, 大象无形”的观点直接启发了艺术领域“象外”学说的诞生。所谓“大音”就是“至乐无乐”, 而所谓“大象”, 也就是“无状之状, 无物之象”^[2], 这说明老子认为, 真正的音乐是不能用宫商角徵羽等符号所完全表述, 需要拥有某种至高至善的艺术领悟力才能传达; 对完美艺术形象的刻画也要抽离那些具体的、有限的表象, 通过一种精神层面的共鸣才能得以实现。这种从有限到无限的动态思维方式直接影响了中国文化艺术的发展轨迹。

南朝谢赫在《古画品录》中所提及:“若拘以体物, 则未见精粹; 若取之象外, 方厌膏腴, 可谓微妙也。”以及唐代刘禹锡“境生象外”学说的提出都说明对“意境”的体现是中国传统艺术所要实现的最终目的。一直到晚唐时期, 司空图“象外之象”理论的形成, 对“意境”的阐述才更加明晰起来。“象外之象, 景外之景”要求艺术作品要表达的不仅是创作主体的审美思想、传播其人生感悟, 还要涵盖客体对象的风貌特征、脾气秉性。这从根本上突破了前期“意境”理论中创作主

收稿日期: 2011-04-06

作者简介: 张若滢(1979-), 女, 河南人, 硕士, 中原工学院讲师, 主要从事美术学和美术基础方面的教学与研究。

客体二元分立的局面,更加贴近了“物我两忘”的一元化特征,也就在理论上对于“意境”作出了比较贴切的解释——“意境”在外在形式上不仅是对一种具象形体或者纯粹抽象的心境的表达,还包括在描述“象”的过程中强化在“象外”追寻的一种创作和欣赏过程。这种胶着了作品本身的形式语言、艺术家的审美情感以及观者的欣赏态度的“象”,才能更加贴近老庄学说中“虚实相生”、“得意而忘象”的动态哲学观点,符合中国传统审美思想。

艺术意境不仅是主客观的统一,“立象”和“形象”的统一,而且也是在“空灵”观念指导下的有与无的统一、境与非境、与情的统一^[3]。“象外之象”理论从本质上揭示了“意境”所阐释的思维方式 and 所要表达的思想高度,为中国传统艺术为何一直重视气韵清逸、形态质朴等问题做出了一个明确的回答,也对中国传统艺术的理论精髓——“意境”理论的完善和发展有着极其重要的借鉴意义。

2 “象外之象”在平面设计中的应用体现

文化是一个民族安身立命之根本。它虽无形却渗透于生活的方方面面,决定着一个国家的整体发展方向。在当今这个充满文化碰撞的时代,想要与国际接轨就要求平面设计必须包含形式单纯、“少则多”等国际图形语言的基本特征,但如果其偏离了中国传统文化、失去对历史的传承和延续,中国的平面设计就只能得到物质繁荣发展的空壳,而被外来文化重塑,失去自我。所以,在当今的平面设计中,作为中国传统艺术理论精髓的“象外之象”学说具有相当重要的应用价值。

2.1 “象外之象”在创意构思中的应用体现

“象外之象”理念的应用对于现代平面设计中,“意境”的表达有着良好的启迪作用。一件优秀的平面设计作品不能仅以优美的图像形状来吸引观者的注意,它需要把某些特定的图形、色彩等设计要素按照一定的审美标准重新规划整合,以实现设计作品实用和美化生活的艺术价值。因此,创意构思阶段是艺术设计过程中尤为重要的一个时期。

在设计作品中“象”作为能够被看到的具体形态,它必须具备启发和引导观者进行联想的能力,为观者留下探寻“象外”的想象空间。这种要求和现代格式

塔心理美学的观点不谋而合,“艺术的形式力(物理)与人的内在世界的力(心理)在形式结构上具有‘同形同构’或‘异质同构’,当二者的形式结构相同,就会产生物我同一,外在对象和内在感情合拍一致的审美感觉^[4]。”

例如:靳埭强海报作品《儿童是世界的旋律》,见图1,儿童玩具作为创意主体也就是“象”,位于画面的



图1 儿童是世界的旋律

Fig.1 Children is the rhythm of the world

黄金分割点上,能够迅速地聚集观者的注意力,而其背景的水墨痕迹如同蝴蝶的翅膀又似高音符号,自由自在地用笔能够轻而易举地激发起观者对于儿童天真烂漫个性的关爱,再加上海报右下方充满韵律感的文字叙述,海报整体所要表达的内涵在“象”和“象外”两者的共同作用下得到了准确地阐释,营造出创作主体与受众之间良好的交流互动关系。整幅作品主题鲜明、雅俗共赏,在构思上打破了传统与现代之间的隔膜,实现了“实景清而空景现”的意境之美。实现了平面设计的民族化发展。

2.2 “象外之象”在设计构成中的应用体现

快节奏的都市生活使简洁明快的艺术风格成为当今设计领域的主流发展方向,现代平面设计也逐渐走向清俊简约。“象外之象”所体现的“虚”“实”两境恰恰有助于将平面设计的构成意识提升至一种具有时代精神又不失传统思辨方法的高度。

清代书法家邓如石曾说:“字画疏处可使走马,密处不使透风,常计白以当黑,其趣乃出。”从字面意思看,可以简单地理解为书法艺术要注意疏密安排,字间与笔画的交错要有一定的节奏感。墨色厚重的地方与留白处同样都是画面的组成部分,所以要特别注意对“虚境”的营造,透过实的墨色之“象”发挥虚的“象外”之意。以虚映实,以少带多,用局部的“象”传递大千神韵,拿广袤的“象外”之境激发观赏者的思维活力和想

象力。这种对“象外之象”的直观表述有助于更好地安排平面设计作品中的空间布局、图形与文字。

例如：Derek Bowers 2011 日历平面设计，见图 2。



图2 2011 日历平面设计

Fig.2 2011 calendar graphic design

密密麻麻的相片按照七彩光谱的顺序排列成一个环形，昭示出诸多五彩斑斓的生活细节。年、月、日分别安排在环形的内外，构成了设计中的“疏”，也像太阳的光芒一样，引导观者对于新一年的生活产生美好憧憬。虽然这是一件国外平面设计作品，但艺术的共通性让它同样具备了追逐“象外之象”的构成特征。图形的“实象”和留白的“虚境”之间对比强烈，又涵盖了一定的穿插关系，表现出一种节奏感很强的构成关系。画面所传达出的“计白当黑”与“虚实相生”使作品更具灵动的艺术活力，给人以美好的想象空间。

3 “象外之象”在设计色彩中的应用体现

色彩作为设计作品最为显著的外貌特征，往往能够首先引起观者的兴趣。色彩通过不同的形状和构成方式组合，使某一设计作品具有明显区别于其他作品的视觉特点，达到吸引消费者关注，刺激和诱导消费的目的。相对于排版和造型而言，色彩表述的本身就具有强烈的抽象主义特征。色彩对人心理情感的影响具有更多的个性化特征，所以在平面设计中对于色彩的应用要更加注意对“意境”的表达。

在设计色彩的组织应用中提及“象外之象”学说有利于表达作品的文化内涵、突显设计作品的个性。写实性色彩——“象”可以准确传输对象的形态特征，而写意性色彩则旨在追求“象外”的创新领域。由此，色彩的搭配可以跟随设计作品的需要积极迎合观者的消费理念，起到应有的作用。

例如：月饼包装设计，见图 3。一般的月饼包装多



图3 月饼包装设计

Fig.3 Packaging design of mooncake

采用红色、金色、黄色等暖色的搭配，目的是为了强调中秋佳节合家团圆的温馨感，同时也突出了产品本身香甜的口感与高档的品质。但在这个包装设计中却以蓝色作为主色调，迅速把人的思维引领到静谧、安详的夜空，这是一种对“象”的直接描述。其中黄色和红色的点缀搭配则起到了意由心生的点睛作用，能够引起观者的无限遐想，在色彩的不俗配置中追寻“象外”的意境。

4 “象外之象”理念在平面设计中实现的必要性

在艺术创作中，如果不是为了表达某种思想感情，形象之外的“象”就毫无意义，既是以形象为主要表现方式的绘画，也无不如此：“画固(所)以象形，然不可求之于形象之中，而当求之于形象之外^[6]。”因此，无论在绘画创作还是艺术设计中，除了对具体形象的刻画之外，更要重视对形象的间接性表达，既要有实的形象出现，也不能忽视虚的“象外之象”对观者心理起到的强烈冲击力。

当今中国的平面设计经过一系列的发展进步，已经为人们的日常生活提供了诸多的便利与优雅。特别是近几年，反映民族气质和时代精神的平面设计作品层出不穷。为了使中国的现代平面设计跻身于世界先进行列，营造更加健康的发展环境，中国的设计师们做出了不懈地努力。前期目光集中的焦点主要是在设计作品中添加一些中国元素或者是在笔墨技法的应用等方面，但当平面设计想要从深层次体现中国意味时，这些表象上的改观就显得力不从心。所以，必须在中国传统艺术中寻求一种文化基因——“象外之象”理念，为实现现代中国平面设计的进一步

提升找到一个可行的切入点。

特别是艺术设计作品本身兼具美观与实用功能,那么对于消费者的心理需求就应该投入更多的关注。中国传统艺术思维紧密联结着当今国人的艺术接受能力,虽然艺术设计作品的受众以没有经过艺术专业训练的大众居多,但他们不可能完全脱离中华民族这个大的社会文化背景而独立生存,中华民族传统的仁爱、至乐、求真之道在潜移默化中已经深深地植根于生活的每个层面。因此在平面设计中对于“象外之象”的展示就更具亲和力和说服力,使设计作品在体现其实用价值的同时有助于提升消费者的审美能力,将独具特色的民族主义精神发挥得淋漓尽致。同时西方的现代艺术设计,一直在有意无意地借鉴中国传统艺术中重视“象外之象”的哲学理念。在一系列强调自我意识、参与解构、符号化、白色设计等艺术观点提出之后,可以清晰地发现西方现代设计已经在不自知的情况下向着复归于朴的中国传统文化靠拢,在“无声胜有声、空白有灵动”的感悟中完成了对于“意境”的表述。现代西方艺术设计的这种自由与解脱都能在艺术主体论和本体论上与中国“象外之象”理念进行某种融洽的沟通互动。因此,在科技与艺术迅速发展的当今社会,人们必须在开放性思维的催促之下,将“象外之象”的理念植根于平面设计当中。用一种以柔制刚的力量应对盲目抄袭西方现代设计所带来的种种问题。这是一个理性和谐的过程,是一个验证“艺术是科学技术思想的必不可少的伙伴,是推动科学技术不断进步的积极力量^[6]”的过程。

5 结语

“虚”和“实”同为中国艺术“意境”创构之二元,它们的对立和统一本身就带有强烈的民族特色。“象外之象”理论在一定程度上化解了“虚实”之间的矛盾关系,营造出一种阴阳互化的和谐。这些恰恰符合了当今中国平面设计的发展现状。因此在平面设计中提升对“象外之象”的理解和应用就显得十分必要。“象外之象”所追求的修养、气韵、意象、意境,以及它在经营位置、虚实疏密、既白当黑等形式语言的处理方法对现代平面设计的影响不容置疑。中国的平面设计应该在“象外之象”这一中国传统美学观点的引导和启发下更加健康地发展,实现中国现代平面设计的民族化、世界化。

参考文献:

- [1] 叶朗.中国美学史大纲[M].上海:上海人民出版社,1999.
- [2] 老子·第十四章[M].上海:三联出版社,1996.
- [3] 金丹元.中国艺术思维史[M].上海:上海文化出版社,2005.
- [4] 郝银忠,杨蜜.留白处皆成妙境——包装设计“留白”之诠释[J].长春教育学院学报,2010(2):80.
- [5] 古代文学理论研究学会.古代文学理论研究·第一辑[M].上海:华东师范大学出版社,2007.
- [6] 苏霍金.艺术与科学[M].上海:三联书店,1986.

(上接第133页)

参考文献:

- [1] 张建,薛峰,孙欣.玩具设计[M].上海:上海人民美术出版社,2006.
- [2] 王海连.中国传统玩具简史[M].北京:北京工艺美术出版社,2003.
- [3] 陈蓓蓓,廖大智.传统玩具的功能嬗变[J].装饰,2006(7):120.

- [4] 靳桂芳.玩具设计个性化要求及其相关问题[J].天津科技大学学报,2003,18:(3).(余不详)
- [5] 罗碧娟.儿童产品的人性化设计[J].包装工程,2006,27(1):213-217.
- [6] 姚莹.中国传统玩具中的哲理[N].中国商报,2004-05-27.
- [7] 吕艳红,任文营,张鑫韬.我国婴童产品设计研究[J].包装工程,2007,28(4):38.
- [8] 杨大年.中国传统玩具与现代玩具的比较研究[J].江南大学学报(人文社会科学版),2004(4):122-126.