中国写意绘画对海报设计的启示

商毅[1]，马丽霞[2]
（1. 天津美术学院，天津 300141；2. 河北大学，保定 071002）

摘要：目的 对现代海报设计中的中国传统写意绘画性应用进行分析和总结。**方法** 以受众的视觉心理分析为基础，研究传统写意绘画的美学思想和美学取向，对比中国传统绘画的笔墨、构图、章法等与现代海报设计视觉应用原理的关系，分析东西方审美的产生渊源的异同，从单纯的效仿西方设计理论中脱离开来，形成自身的语言体系。**结论** 将中国传统绘画的精英文化属性融入视觉传达设计的大众文化属性中去，将中国传统文化的意境融入世界设计大环境的理念中去，从而推动本土设计向成熟发展，最终形成视觉传达设计领域的中国风格和中国味道。

关键词：视觉心理；写意元素；绘画性
中图分类号：J524　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**1001-3563(2015)16-0015-04

Enlightenment of Chinese Freehand Brushwork Painting to Poster Design

SHANG Yi[1], *MA Li-xia*[2]
(1. Tianjin Academy of Fine Arts, Tianjin 300141, China; 2. Hebei University, Baoding 071002, China)

ABSTRACT: It aims to analyze and summarize the pictorial application of traditional Chinese freehand painting in modern poster design. It studies the aesthetic thoughts and aesthetic preference of traditional freehand painting based on the visual psychological analysis of audiences. It explores the relationship between brush, ink, picture composition, rules of traditional Chinese painting and the visual application principle of modern poster design, analyzes the differences and similarities between the sources of Eastern and Western aesthetics, forms our own language system independent from the sole imitation of Western design principle, integrates the elite culture of traditional Chinese painting into the public cultural property of visual communication design, integrates the conception of traditional Chinese culture with the overall design environment of the world, promotes the mature development of local design and finally form the Chines style and Chinese taste in visual communication design.

KEY WORDS: visual psychology; freehand element; pictorial

当代中国设计一直在寻找自己的特色、语言和出路，这不仅是一种文化需求，而且是作为一个文化大国的必然趋势。一直以来在平面设计中，特别是海报设计中，使用传统水墨画的笔墨、书法、民间纹样、传统图案等比较流于表面，趋于浅薄。怎样才能更深入地体会到精神，把中国精神的实质融入其中，在设计界形成中国独有的风貌，是设计师在思考的问题。

1 中国写意文人画的内涵

中国传统写意绘画用笔不苛求工细，主张神似，用意第一，注重抒发画者的情趣，是一种形简而意丰的表现手法。

收稿日期：2015-04-02
作者简介：商毅(1976—)，女，天津人，天津美术学院副教授，主要从事海报设计方面的研究。
通讯作者：马丽霞(1963—)，女，河北人，河北大学副教授，主要从事广告与新媒体方面的研究。

中国画的发展历史悠久，尤其是写意文人画，自唐宋以来由文人、士大夫作为创作主体，有着独特的形色、语言、意趣、符号和审美观。内容的表现是足以“安放自己生命”的世界，是画者“心性”的存在。一枝待放的寒梅、几杆墨竹迎风傲立，用以抒发狂放的内在精神；一座山、一座草亭隐含画者闲散的禅意情怀，这些都与画者主体心灵契合，恰恰是中国文化“心物冥合”的虚静境界，水墨的表现图式特征恰好与中国文人、士大夫的文化心境相匹配[1]。简言之，中国传统绘画历来追求“最高的画境，不是模写对象，而是以自己的精神创造对象”。中国传统绘画呈现出的笔墨、构图、章法是对心情和内在精神与意趣的表达。它所传达出的意境性、形式感、艺术美，以内敛而含蓄的图像符号延续着中华古代文化的精华。

2 中国写意绘画与海报设计的关系

海报，作为一种公众艺术，为了达到最佳的信息传播效果，最好的方法是提取当下流行的、最具民族文化和地域特色的视觉符号，来作为信息传播的载体。

中国写意绘画与海报设计之间的区别首先体现在时空特征与用途上。中国传统绘画属于精英文化、上层文化，而海报设计则是建立在大众文化的基础上，因商业发展而兴盛起来的[2]。海报设计尽管也是平面的、视觉的艺术，但是创作、传播便捷，加上其普及的应用属性，影响面较大。如果说传统绘画是“阳春白雪”，容易曲高和寡，其主旨在于表达创作者的心性；那么海报设计倾向于“下里巴人”，追求通俗易懂，其主旨在于与观者沟通。

3 中国写意绘画的视觉特质在海报设计中应用的几个层面

中国写意绘画的视觉特质在海报设计中的应用有两个主要层面：一是具象的元素应用，包括笔法、墨、色、画面构图、样式的物质层面；二是可视化的中国文化气质、意象精神层面的表达[3]。

3.1 元素应用

3.1.1 笔、墨层面

元素应用，亦可称为笔、墨应用，突出写意中国的视觉独特性，因为中国毛笔的结构、弹性都与西方绘画、现代设计制图工具截然不同，而且相应使用的宣纸也会呈现出其他纸张所没有的“洇晕”效果，这些都是其他绘画艺术形式所没有的造型化、符号化特质[4]。

笔法也是其他绘画形式所不具有的，写意画极其注重行笔，流畅则显飘逸，顿挫则显浑厚，凝滞抒发郁闷，纤细表达秀美；墨色的流变、顿挫、残缺、聚散、飞白都是创作者的主观情感与创造的外化形式，画者的思想、审美爱好等修养都通过笔法得以体现[5]。

写意中国画的墨法追求“水晕墨章”的艺术效果，浓墨饱满酣畅，淡墨清爽秀丽[6]。写意中国画单纯的黑白给人以朴实雅致的东方意蕴，实际上是一种极高度的抽象和简化，是与西方的物化写实的最大差别。黑、白分别代表着“墨”与“纸”，水、墨、纸张的交融晕染出中国人特有的深沉与凝重，让人在不断变化的质感与层次中，体会出一种超越于物质喧嚣之上的雅致和宁静。

靳埭强的招贴设计大量应用中国的传统水墨画元素，结合数码合成技术，这种国画与设计、西方与中国的结合，形成了他既中国又现代的独特风格[7]，见图1。

笔者于2007年创作的《印象中国》系列海报，也采取了相似的方法，见图2。将典型的墨色笔触与时尚的、现代的视觉符号进行混搭，抽象的水墨笔触，将具象的京剧人物、乐器轮廓、徽派建筑图像并置，用来表达笔者印象中的中国，即传统、民族、现代、多元的设计理念。

图1 靳埭强的招贴设计

Fig.1 The poster designs of Jin Daiqiang

图2 《印象中国》系列海报

Fig.2 "China Impressions" series posters

在用色方面，写意绘画将颜色简化到一种极致。有人说，中国画“没色彩”或“色彩感极弱”，在视觉呈现方面或许的确如此，除了胭脂、藤黄、花青等简单颜色以外，黑（墨色）、白（纸色）、红（印色）作为主要用色与西方绘画色彩相比，显得匮乏，但是，这也正是写意国画的特色所在。水墨与宣纸产生的黑白对比关系，具有一种古朴、纯粹的美感，同时，另一种在中国写意水墨画里一定出现的标志性色彩也很重要，称为一种代表中国的符号化色彩，那就是印章的朱红色。靳埭强在其许多平面设计作品中都使用了“红点”这一独特的元素，其实就是对国画中那枚明艳而又不失

古朴的朱砂红印的联想，如他创作的《水墨的年代》，见图3。笔者2005年创作的《天津美院国画系三人展》海报，就利用了水墨画的笔法特征，选用水墨画的基本色彩，即黑、白、红，为了强调冲击力，将红色设计为主体色，见图4。

图3 《水墨的年代》
Fig.3 "Ink Era"

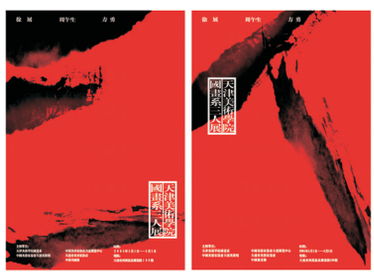


图4 《天津美院国画系三人展》海报
Fig.4 The poster of "Group Exhibition of Chinese Painting Department of Tianjin Academy of Fine Arts"

3.1.2 画面构图、样式层面

构图是画面整体的构成模式，是画意和构思的主观体现，即画面上的“置陈布势”与“经营位置”。

设计构图一般讲究的是对称、均衡的原则，即位于中心或黄金分割点上。画面强调饱满丰富，而中国传统水墨更在意“空”和“势”，特别是山水画面中，甚至无独立主体，采用多视点构图、无透视纵深感、平面铺陈的处理方法，这种“人与天合”的超常视距，极具东方意味，是平面设计师非常好的参考元素。

笔者于2009年创作的《水墨印象》系列海报，利用墨竹、荷花、山水这些具有典型中国文人情趣的物象，结合传统中国画散点的构图方式与现代的视觉因素，即透明、网点、涂鸦“混搭”起来，形成貌似“传统”的时尚视觉效果，见图5a。

3.2 中国水墨的意象化特质

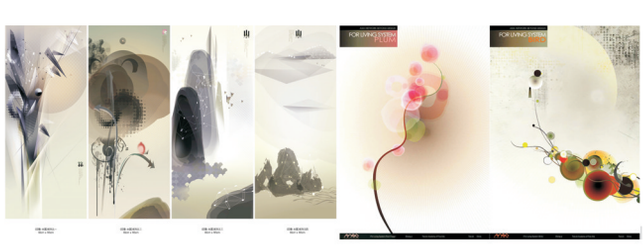
现代平面设计发端于西方，具有严格的理性色彩，抽象的造型体系，画面构成要遵照严格的比例来营造画面的和谐。中国传统绘画是艺术家综合修养的随兴表达，只求直抒胸臆，画面技巧反而变得不是很重要了，画面的内容形式是一种意象化的结果，与西方的设计绘画相比较，就形成了与西方不同的美学体系。在内容形式上，中国传统水墨采取的是意象化造型方式。就艺术领域而言，意象就是客观物象经过创作主体独特的情感活动而创造出来的一种艺术形象。

意象是寓“意”之“象”，就是用来寄托主观情思的客观物象。作为一种心灵上的形象，意象的形成是地域的、民族的、文化的集体无意识的结果[8]。中华民族在历史长河之中逐渐形成了这样一种独特的审美方式，因此，意象也是艺术设计中非常具有创造性的思维形式之一。

意象不是朝夕之间能够形成的一种审美。西方现代艺术造型强调其外化的、“对象”的、材质空间的、极度抽象的形式，设计造型也是将对象的物象表现提纯，从而形成平直斜等几何式纯粹抽象造型，但最终难以生成意境。中国传统绘画却注重“意”的表达，排斥过分的“相似性”，强调“似与不似”，“立象以尽意”，“得意忘象”，将人对自然万物的感知上升到感情与想象相结合的和谐意境中，将观者引向文化自在和精神超脱的境界。

在审美上形成一种“写意”的审美趋向，“意”是主体意识，“写”是“意”的表现形式。在物象内容的表达方面与西方绘画及设计截然不同的是：中国人是将外物与心绪用一种符号传达出来，而不是直接对应事物的简单描摹写生，比如中国的写意墨竹，就是将竹子概念化地“写”出来，在这里画者不关注光、色、空间、质感，是一种类似书法的符号语言。对于中国人来说，一枝一叶就足以表达其心境，无水之舟亦能荡漾其间。

笔者于2011年创作的《水墨印象》系列鸟、花等作品，都是源于传统中国画的一枝一叶的审美意境，与西方绘画中的空间立体、物质光影的概念完全不同，见图5b。



a　　b

图5 《水墨印象》系列海报
Fig.5 The posters of "Ink Painting Impression"

《印象网络》系列海报见图6，把写意绘画元素与时尚视觉符号相结合，以崭新的观察角度、创造性的表达手法，对传统中国元素进行现代化诠释，将色彩、构图从写意绘画中提纯出来，再转化成当今的图式，让古老的话题呈现出独特的光彩。

4 结语

作为中国当代设计师，让世人聆听到越来越强烈的中国声音，是不可推卸的责任和义务。对写意绘画

图6 《印象网络》系列海报

Fig.6 The posters of "Impression Network"

这一千年文化符号的继承和重新解读，深入体会写意绘画中经典的理论，对整个当代设计语言是极其重要的[9]。充分利用这一迥异于西方的、以意象呈现心灵的特有方式，将具有主观意识的“写意意境”浓缩成一种视觉符号，转换成具有中国特色和个人风格的特定视觉标记，用现代的、世界的“形”表现中国的“韵”，这才不是对传统文化的简单挪用与模仿，而是具有真正意义的艺术思考。

参考文献：

[1] 钟鸣.中国传统绘画对视觉传达设计的启示[J].湖北美院学报，2013(6)：105—106.
ZHONG Ming.Inspiration of Traditional Chinese Painting on Visual Communication Design[J].Journal of Hubei Academy of Fine Arts，2013(6)：105—106.

[2] 罗胜京.水墨元素在现代海报设计中的时尚解读[J].艺术教育，2008(5)：26—27.
LUO Sheng-jing.Fashionable Interpretation of Ink Painting Elements in Modern Poster Design[J].Art Education，2008(5)：26—27.

[3] 商毅.古韵新香、水墨印象——结合设计实践谈“水墨元素”在海报设计中的应用[J]天津美院学报，2010(4)：72—74.
SHANG Yi.Ancient Concept and New Aroma，Impression of Ink Painting：on the Application of "Ink Painting Elements" in Poster Design Based on Design Practice[J].Journal of Tianjin Academy of Fine Arts，2010(4)：72—74.

[4] 何德珍.水墨元素——广告设计中独特的中国文化符号[J].学术论坛，2009(12)：139—141.
HE De-zhen.Ink Painting Elements：Special Chinese Cultural Symbols in Advertising Design[J].Academic Forum，2009(12)：139—141.

[5] 安雪梅.中国传统视觉元素在现代书籍设计中的应用[J].包装工程，2010，31(12)：23—26.
AN Xue-mei.Application of Traditional Chinese Visual Elements in Modern Book Design[J].Packaging Engineering，2010，31(12)：23—26.

[6] 程亚鹏，曾洁，李湘媛.水墨艺术与平面海报设计融合的魅力[J].包装工程，2010，31(4)：89—92.
CHENG Ya-peng，ZENG Jie，LI Xiang-yuan.Charm of Integration of Ink Painting Art with Graphic Poster Design[J].Packaging Engineering，2010，31(4)：89—92.

[7] 严屏，韦锦城.靳埭强海报的元素符号与审美理路探析[J].包装工程，2015，36(4)：49—52.
YAN Ping，WEI Jin-cheng.Discussion and Analysis of Elemental Symbols and Aesthetic Clues in Jin Dai-qiang′s Posters[J].Packaging Engineering，2015，36(4)：49—52.

[8] 崔莉萍.从中国元素到中国精神——关于中国元素在当前广告设计中应用的思考[J].艺术百家，2010(3)：201—204.
CUI Li-ping.From Chinese Elements to Chinese Spirit：on the Application of Chinese Element in Current Advertising Design[J].Hundred Schools in Arts，2010(3)：201—204.

[9] 屈梅.汉字招贴设计中“意象精神”的视觉解构[J].包装工程，2014，35(4)：25—28.
QU Mei.Visual Deconstruction of "Imagery Spirit" in Chinese Poster Design[J].Packaging Engineering，2014，35(4)：25—28.