

中国当代版式设计中的文人精神

赵德昌

(天津美术学院, 天津 300141)

摘要: **目的** 中国传统文人精神在当代体现出的文化审美价值,应该得到所有艺术工作者的关注,挖掘其核心理念并作出现代化解读,能够提升现代平面设计的审美水平。**方法** 解析中国传统文人精神及其艺术语言外化特征,并通过回溯其理念的发展与当代艺术设计的文化精神脉搏作对应性研究,探索其在版式设计中的价值与魅力。**结论** 中国文人精神一直存在于传统主流文化意识中,它的核心价值与当代艺术设计仍然能够交汇出新的审美能量,版式设计作为平面设计的视觉化系统,在理念与表现上都应该向传统学习,对这一文化概念的回溯与再利用,将对平面设计产生真正意义上的影响和推动力。

关键词: 文人精神; 信息传达; 版式设计; 审美传统; 社会审美心理

中图分类号: J511;J524.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)16-0019-04

Intellectual Spirits of Format Design in Contemporary China

ZHAO De-chang

(Tianjin Academy of Fine Arts, Tianjin 300141, China)

ABSTRACT: The cultural and aesthetic values of traditional Chinese intellectual spirit are presented in contemporary China which is worth the attention of all the art professionals. The exploitation of the core concept of intellectual spirit and modernized interpretation helps improve the aesthetic interest of contemporary graphic design. It analyzes the traditional Chinese intellectual spirit and its externalized artistic language characteristics, carries out correspondent studies by the retrospection of the concept development of traditional Chinese intellectual spirit and the cultural spirit pulse of contemporary art design, explores its value and charm in format design. Chinese intellectual spirit has always been a part of mainstream traditional cultural awareness. Its core value can stimulate new aesthetic energy in contemporary artistic design. As a visualized system of graphic design, format design should integrate the traditional philosophy and presentation. The retrospection and reuse of this cultural concept will profoundly impact and promote format design.

KEY WORDS: intellectual spirit; information delivery; format design; aesthetic tradition; social aesthetic psychology

平面设计属于实用美术范畴,其本质是信息传播的视觉化设计,其中,版式设计既是将之实现的过程,其艺术表现同样承载着审美价值与理念的归属问题,对主流传统文化体系的尊重与再利用,是一个永久性的课题。

1 中国传统文人精神的基本轮廓

文人精神是一个中国传统文化概念,它鼓励人们“源于自性”地去体悟人生,讲求内在精神世界与外在

收稿日期: 2015-04-05

作者简介: 赵德昌(1958—),男,天津人,天津美术学院副教授,主要从事印刷与平面设计方面的研究。

客观世界的充分融合,这也是它历经千余年的历史文化洗礼演变至今的核心理念。

1.1 中国传统文人精神基本形态与演化

历经演变的中国文人精神,随着历史更迭变化着其内在形态,这一文化概念离不开中国古代的一个显在的社会群体,即士大夫阶层。从其文化起源上讲,它源自中国的太极文化和道家思想。相应的,汉代的艺术造型特征亦呈现出朴素、和缓而又厚重舒张的美感,散发出浑然一体的气息。其后,由于历史与社会形态的变迁,儒家思想应时而生,儒学鼓励人“树德”、“从善”,但其性质是社会化与功利的。生活在盛世的士大夫阶层积极入世,内心充满建功立业的激情,无奈在历史的变迁与战争铁蹄下,士大夫阶层在宦海沉浮的绝望中转而追求与自然的交融和内心的平衡。中唐以后,随着佛教传入中国,文人精神与禅宗文化的交汇恰逢其时,士大夫阶层思想形态逐渐从积极入世转变成洒脱的出世思想,将心灵的安适作为人生所求的极致境界。其核心理念是对“本我心性”的观照,主张向内在自我本性中掘进,具有丰富的生命美学意蕴,禅宗借由日常修为所产生的“顿悟”来获得心灵的愉悦与平衡。这种内在的“顿悟”消解了主客和内外的差别,甚而消除了此岸与彼岸的界限,在艺术上追求中发心源、运化而生的意境,从而推动了写意美学理论的形成与成熟。对其创作理念中的“意境”也主张看空“意”与“境”的差别,从而使中国传统绘画呈现出气象万千、浑然一体的大美格局。

唐代绘画一直停留在人物肖像与宗教类题材上,至宋代,中国文人画趋于成熟,多以山水为题材。宋代文人对山水树石这类自然景物的热忱描绘,反映出禅宗对文人精神境界的渗透,画面则充满了空寂与淡泊的美。应该说,这一时期奠定了中国文人精神的基本特质与审美格局^[1]。

1.2 中国式审美理念中的文人精神结晶

一路走来,儒道禅三股力量合一成就了中国人思想体系的核心,更将其物我两忘的思想特征透过词与画这两种主要艺术形式体现出来,禅宗在中唐后期的巨大影响使中国古代儒道合一的思想格局逐渐演变为儒禅合一,形成无数隽永的、散发着璀璨魅力的艺术作品。在这种文人精神的巨大影响下,绘画题材的选择也变得十分宽泛,从山水树石到市井人物再至蔬果、草虫,无不传递出清新、自在的文人气息。石涛的《采菊图》见图1。这种寓情于物借以抒发胸臆的表

现方式在悠长的历史文化进程中慢慢演化为各种符号化语言,其所产生的审美效能也随着时间而逐渐格式化。符号形态与其背后语义之间的对应性也更加清晰,如兰草、荷花、禽鸟这类日常所见的自然之物都被渐渐赋予了美好的寓意,或表达高尚情致,或表现朴素趣味。八大作品《瓜鸟》见图2。古代文人雅士所擅长的外物与心绪相对应的语言转换手法,也逐渐随着历史的演化而被平民化和世俗化,渗透至民间审美心理与表现之中。



图1 《采菊图》

Fig.1 "Picture of Picking Chrysanthemum"



图2 《瓜鸟》

Fig.2 "Mellon and Bird"

另外,道家思想的奠基作用,无论在传统文人词画或现代艺术审美理念中都一直存在着,是中国文化发展的哲学基础。“有无相生”这一概念所衍生出的是文人对绘画整体气象与留白处理的重视;“计白当黑”,“知白守黑”则是画家执笔之时铭记心头的布局理念^[2]。道家思想将中国式审美笼罩在一种博大的气息之中,从而将这混沌的无极世界赋予了“生发”的气象。八大作品《花卉鱼虫果品册之五》见图3。



图3 《花卉鱼虫果品册之五》

Fig.3 "Flowers, Plants, Fish, Insects and Fruits No.5"

老子说“朴散为器”,其认为万物由真朴的“道”分散而成。而“太仆一散则法立矣”则指浑然一体的道一经分散,则法即被建立起来,如此便演进了“万物合一”的认知理念。道家对“有与无”的辩证观念,使简约静逸的文人画意境充满了“生”之气象,之后衍生出

“万物合一”的哲学理念与审美意趣。

可以说,儒道禅3种文化特质共同注入中国传统人文思想观念之中,它高妙地集中了儒家的清正端庄之格调,道家的合一理念与禅宗细腻本真的微观视角,凝聚成瑰丽的中国传统审美内涵。

2 中国的文人精神与当代版式设计

历史发展至今,这些传统审美特征依旧影响着中国当代艺术创作与大众审美心理,作为一种精神能量存在于每个中国人的心中。只不过在现代社会,众多资讯覆盖了它,在紧张的生活节奏中模糊了它源远流长的存在,如果能够提取它的审美意蕴并融合到当代艺术创作的各处,必将看到它存在的巨大价值。

2.1 版式设计的基本概念

版式设计是指依据信息传达的主题与目的,将文字、图片等视觉元素进行有机组合和排列的过程。

2.2 版式设计审美心理与效能

今天的人们,生活在多元文化交汇的时代,每每刻接收着庞杂多变的讯息,而人们的内心却无所寄托,安全感缺失、焦虑等精神压力陪伴着每个人,社会生活的惯性使人疲倦,人们发现回归本真的精神世界是如此困难,探索内在的平衡也显得很奢侈。人们对物质的需求变得不可节制,然而难以满足的却是心理的平衡与心灵的充实。更多的时候,购买行为只不过是一剂镇静剂,暂时抚慰这个消费时代虚幻的幸福感^[3]。同时,现代社会产能过剩,需求减少,品牌差异总是建立在外化的细分之中,人们已经对“比较”丧失兴趣,转而希望寻求一种富含真意的情味。日本的无印良品就是一个非常成功的案例,人们喜爱它,源于人们想要回到朴素本真的生活中去。品牌版式设计采用极简的格式与较少的色彩,而大面积地使用留白刚好衬托出自然材料纸张的美感,原生态概念注入朴素的形式之中,没有过多的装饰但令人过目难忘。单纯朴素的格调在高度发达的社会生活中,反而凸显出本真的美^[4]。

今天的人们依然将禅宗文化所追求的心灵安适作为最高理想,这依旧是中国现代社会甚至世界文化的主流价值观。而任何建立在其上的生活理念都会向它靠拢。设计虽然解决的是生活中的实际问题,但是也同样需要借助普遍意义上的社会审美能量,更有效地与大众产生沟通和共鸣。

3 跨域时空的碰撞

中国文人精神内涵与其中的审美特质,对于当代平面艺术设计而言,依然存在重要价值。

符号语言随着文人精神的变迁承载着背后流变的语义,它是文人生活与审美的结晶,在今天的版式设计中依然闪光。从视觉传播语言特征上看,它也符合现代设计的要求。如“兰令人幽,竹令人冷,梅令人高,松令人傲”,对于身边的自然事物,文人自有文人的解读,世俗层面亦从效仿中获得自己的审美体验。在另一层面,经过民间大众无数的贴近生活的解读,它们变成了人们的名字、服饰纹样以及众多承载吉祥寓意的图形符号。在靳埭强的设计版面中,也常常能看到他将传统符号语言与西方的构成版式格局相统一^[5]。靳埭强设计的《东西画展》海报见图4。



图4 《东西画展》海报

Fig.4 Poster of "East and West Art Exhibition"

与东方审美理念不同,西方视觉艺术中的符号语境,是充满逻辑性与关联性的。它奠基于从实践中获得经验的认知模式,具有明显的表述性,西方版式设计中的留白也更讲求空间层次的跳跃与转换^[6]。

吉姆·琼斯设计的《服装品牌型录》见图5,设计中的留白处理,无论从版面文字或图形的布局都使画面充满细腻的空间层次感,而中国式的留白处理则是平面化、意境化的,更多地通过寓情于物、渲染情境等手法将观者引入美好的意境之中^[7]。吕敬人的《汉学世界》见图6,设计中的留白处理将汉文化的特征抽象化,中轴对称的布局与文字间清晰的明度反差让版面看起来简约而平衡,散发出中正、端丽的美^[8]。

日本在版式设计中也相当重视留白处理,其间往往散发出朴素、稚拙的美感。浅野正平的《葬送曲》见图7。阮雯设计的《我爱亚洲》见图8,设计融合了留白、合一与符号概念来表现主题,那些典型的富于东方语义的符号被收纳在版面中央的圆形中,元素以辐

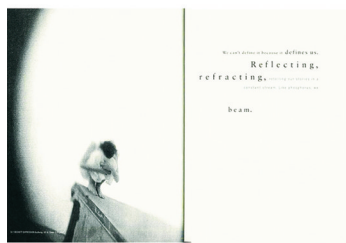


图5 《服装品牌型录》



图6 《汉学世界》

Fig.5 "Catalogue of Clothing Brands" Fig.6 "World of Sinology"

射骨格组织排列,传递出明朗、简约的版式效应,明艳的黄色背景则对应亚洲宗教文化的意境特征。版面中大幅的留白使主体形态更加突出,这副主题海报的版式审美语境源自东方,但是却与西方现代传播设计的理念及效应惊人的暗合,如同西方的格式塔心理学所言:“人们喜欢那些简约的版式与图形,但也同时需求丰富而统一的意境。”版面设计中这两者的辩证存在,能够使版面产生审美与信息传达的同步效应^[9]。



图7 《葬送曲》

Fig.7 "Melody of Burial"



图8 《我爱亚洲》

Fig.8 "I Love Asia"

当代版式设计在信息传递的实用功能之上,受到了众多的中外艺术流派与思潮的影响,如装饰主义、构成主义、后现代主义、插图语言等,这其中,20世纪80年代引进中国的三大构成设计实践体系起到了主导的推动作用^[10]。改革开放后的几十年间,中国当代艺术设计的发展在多元文化思潮融汇、解构与重组的道路上,外在形态早已融入国际化,但从民族审美发展的整体趋向上看,“中国化”声音一直存在并越发强烈。对传统文化内核及价值的再挖掘、解构与重组,将为设计师的创新性工作提供丰厚的土壤。

4 结语

中国社会主流审美形态受到传统文人精神的深刻影响而形成今天的基本样貌,它的核心理念则运化出清新、隽永、寒峻而广阔的审美语境,在其丰富灿烂的外象之下,是其内在精神世界所追求的放达与内

敛、出世与入世、严整与奔放的高度平衡。而在现代设计创作与表现中,版式设计也并不只是一层透明的外衣,它能够提供一种特殊的文化语境,甚至提出问题、引人思考。对平面设计师而言,这两者间的共通价值将一直存在。

参考文献:

- [1] 栗宪庭.文化变动与水墨画——还新着的文人画[EB/OL]. (2010-09-17). <http://www.artx.cn/artx/huihua/104143.html>.
LI Xian-ting.Cultural Change and Ink Paintings: Intellectual Paintings That are Still New[EB/OL]. (2010-09-17).<http://www.artx.cn/artx/huihua/104143.html>.
- [2] 崔自默.为道日损——八大山人画语解读[M].北京:人民美术出版社,2005.
CUI Zi-mo.Seeking the Simplicity of Tao: a Study of Bada Shanren's Painting Language[M].Beijing:People's Art Press, 2005.
- [3] 夏铸九.对话文人空间[M].重庆:中国联合文化出版社,2014.
XIA Zhu-jiu.Conversation with Intellectual Space[M].Chongqing: China Joint Culture Press, 2014.
- [4] 李娟,吴磊.自然元素在包装设计中的介入[J].包装工程, 2012, 33(24): 14—20.
LI Juan, WU Lei.Introduction of Natural Elements into Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2012, 33(24): 14—20.
- [5] 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(10): 49—52.
YAN Ping, WEI Jin-cheng.Elemental Symbols and Aesthetic Clues in Jin Daiqiang's Posters[J].Packaging Engineering, 2015, 36(10): 49—52.
- [6] 陈瞻.视觉设计中图像的叙事性象征[J].包装工程, 2014, 35(12): 29.
CHEN Zhan.Narrative Symbols of Image in Visual Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(12): 29.
- [7] 彭娟.型录设计的表现[J].包装工程, 2012, 33(24): 21—24.
PENG Juan.Presentation of Catalogue Design[J].Packaging Engineering, 2012, 33(24): 21—24.
- [8] 吕敬人.敬人书籍设计[M].长春:吉林美术出版社, 2000.
LYU Jing-ren.Jingren Book Design[M].Changchun: Jinlin Art Press, 2000.
- [9] 伊拉姆·金伯利.栅格系统与版式设计[M].上海:上海人民美术出版社, 2005.
ELAM K.Rid System and Format Design[M].Shanghai: Shanghai People's Art Press, 2005.
- [10] 安斯利·杰里米.设计百年[M].北京:中国建筑出版社, 2005.
ANSLEY J.A Century of Graphic Design[M].Beijing: China Architecture Press, 2005.