

水墨画在现代平面设计中的应用

吴爱峰

(四川文理学院, 达州 635000)

摘要: **目的** 探究水墨画在现代平面设计中的具体应用。**方法** 以中国传统水墨画的特点及发展为突破口, 分析将水墨画运用于平面设计的原因, 并结合案例从招贴设计、包装设计、网页设计等方面, 深入探讨其在现代平面设计中的应用范围和方式。**结论** 水墨元素的应用, 凸显了平面设计作品的民族性与本土性, 为平面设计提供了广阔的发展空间。

关键词: 水墨画; 特点; 应用

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)16-0157-04

On the Application of Ink Painting in Modern Graphic Design

WU Ai-feng

(Sichuan University of Arts and Science, Dazhou 635000, China)

ABSTRACT: It aims to explore the application of ink painting in modern graphic design. With the characteristics and development of traditional Chinese ink and wash painting as the breakthrough point, it analyzes the ink and wash painting in graphic design, and combined with the case from the poster design, packaging design, web page design, it discusses the application scope and ways in modern graphic design. The application of water ink elements highlights the national and local characteristics of graphic design works, and provides a broad space for the development of graphic design.

KEY WORDS: ink painting; characteristics; application

作为一种写意艺术, 水墨画一直以浓淡相宜的墨色和富于变化的层次表现深远的空间关系, 以意延形, 将人的情趣、体验与感受完美地融入到画面中, 强调主观情趣的抒发。这些特质使得水墨画拥有了浓厚的东方神韵, 受到了国人的喜爱与推崇。鉴于此, 在现代平面设计中, 越来越多的设计师将目光转向了水墨画, 成功实现了两者的共荣与发展^[1]。

1 关于中国传统水墨画

水墨画是指以水、墨为主, 辅以简约的色彩, 同时借助民族特色的绘画工具和材料(毛笔、宣纸和墨), 达到水墨相调、似像非像的效果的一种具备

浓重中国特色的绘画样式^[2]。水墨画的历史悠久, 相传始于唐代, 以唐代的诗人兼画家王维的水墨山水为起源, 追求“画中有诗, 诗中有画”。宋元时期趋于成熟, 不仅画风多样、题材众多, 而且理论与技法也日渐成熟。至元、明、清, 水墨画得到了进一步发展, 形成了集诗、书、画、印于一体的绘画形式特色, 东方韵味更加浓厚, 成为了中国传统人文思想的意象载体。

中国水墨画注重抒情写意, 讲究以书法的用线形式入画, 追求深远的意境。在水墨画中, 梅、兰、竹、菊等普通的花卉被赋予了高尚的人格, 具备了一定的象征意义, 拥有广泛的群众基础。毫不夸张地说, 水墨画已经成为了一种文化符号, 具有强大

收稿日期: 2016-04-12

基金项目: 四川省教育厅项目“四川地方图元素在视觉传达设计中的运用研究”(16SB0217)

作者简介: 吴爱峰(1983—), 男, 湖南人, 硕士, 四川文理学院讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

的精神力量和广泛的群众基础。它讲求“三远”，即高远、深远、平远，要求画家站在一个宏伟的高度，俯察游观自己所表现的对象，通过多变的水墨层次，营造深远的空间关系，同时注重水墨形式元素之间的虚实变化，以虚写实，以虚求实，最终在客观事物与人之间形成一种默契^[3]。

2 将水墨画运用于平面设计的原因

当前，经济发展突飞猛进，与此同时，中外文化交流日益频繁，大量的国外优秀思想理念融入，使得本土文化受到了不同程度的影响。平面设计作为一种重要的文化艺术领域，自然无法逃脱外来思想的冲击。在这一形势下，中国本土的平面设计师开始了文化探寻，希望能够从本土优秀的传统文化艺术中找到相关的契合点，丰富平面设计的民族属性，使中国的平面设计作品能够以独有的灵感与元素挣脱外来因素的桎梏，在世界舞台上独树一帜。

在众多具备传统文化特色的艺术表现形式中，水墨画以其独特的艺术韵味和文化底蕴脱颖而出，受到了众多平面设计师的青睐。究其原因，水墨画本身有着深厚的思想内涵，饱含着画家个人的人格精神，感染力强，加之水墨画历史悠久，其所承载的内涵包括我国的文化、哲学、美学等诸多方面，民族色彩浓郁，充分利用这些优势，能够让平面设计作品在凸显时代性的同时兼具民族风情，在发展与创新的道路上越走越远。

3 水墨画在平面设计中的应用

水墨画追求的是一种浑然天成的审美观，它希望提供一种意向，给观者留下足够的想象空间，在解读的过程中将复杂的问题简单化。平面设计很好地利用了这一特点，将形似、神似和意境 3 种理念与自身完美融合，展现出一种和谐的美。

3.1 水墨画之于招贴设计

水墨画的色彩虽然单调，但是妙在浓淡的水墨之间，浓处精彩却不滞涩，淡处灵秀却不隐晦，因此在中国画家眼中，水墨画的黑白灰表现出的却是一个丰富多变的色彩世界，只要巧妙运用墨色变化，便能展现一个极致的意境^[4]。正如平面设计大师靳埭强所说：“色彩归根到底实际上为一种心象，用色时不要到色盘中去找颜色，而是要在心中提炼恰如其

分能够表达心意的颜色。”现代平面设计中的色彩不一定要五彩斑斓，将水墨色彩自然融入其中，不仅不会降低设计效果，反而能“因心造境”“以情赋彩”，产生一种包容万象、虚怀若谷的气度^[5]。如招贴设计《苏州印象》，这一作品很好地利用墨色的浓淡将江南水乡的摇曳多姿淡然描绘，使整个画面充溢一种意境之美，淋漓尽致地展现了梦里水乡的浪漫情调，使人回味无穷。又如，2008年北京奥运会的海报，整个画面中主体是 Beijing2008 与奥运五环的标志，下半部分是通过淡墨描绘出的秀色山峦，虽然形象不直观，但是贵在自然生动，很好地烘托了辽远阔大的画面影像，引发了观者的无限想象。

3.2 水墨画之于包装设计

包装设计是指对制成品的容器及包装的结构和外观进行设计，主要通过对文字、标志、图像等视觉要素的编排表现出来，目的是引发消费者对商品的兴趣。水墨画是中国传统文化的载体，其写意性的基本形态因调入水分的多与少，运笔的快与慢，以及笔触长短大小的不同，造成了笔墨技巧的千变万化和明暗调子的丰富多变，让观者忍不住为其吸引^[6]。这一点与包装设计的初衷不谋而合。如果平面设计师在设计产品包装时能够融入一定的水墨元素，提升整个包装的美观度，必定可以有效激发人们的购买欲望。碧螺春茶叶的包装设计中经常使用水墨画，周围再配以简单的修饰图案加以美化，使整个包装变得大气、美观。

另外，水墨画玄妙莫测的“意境”也可以让包装设计更富内蕴，从而使消费者产生一种联想^[7]。以茶叶包装设计为例，龙井茶的包装中就有一款以水墨画作为包装背景的图案，与之相衬的前景是一个冒着热气的茶壶，两者的结合，给人深远的意境。

3.3 水墨画之于网页设计

在当前这个信息高度发达的社会，人们的视线已经不再局限于书本，网络时代已然来临。作为平面设计的一种新兴技术，网页设计迅速占领市场，成为了网络信息表现和思想传播交流的主要形式。只是由于起步晚，本土网页设计存在着一些不足和缺陷。诚然，西方的网页设计已相当成熟，本土的平面设计师完全可以从汲取营养为自己所用，但一味地西化并不能为本土的设计作品带来春天，只有在学习西方的同时不断丰富自身的审美思想和民

族特色,才能建立一种独有的设计风格,获得长远发展^[8]。水墨画独有的东方韵味让广大平面设计师看到了曙光,纷纷将网页设计与水墨元素相结合,创造出了更具艺术张力的设计作品。比如,网页界面中的空间与形体共存,形体或图形是实体空间,而背景或主要形体以外的其他形体、文字或色彩等都属于虚体空间。在网页设计中,常常需要削弱虚体空间的内容甚至用空白来衬托主题内容,突出主要形体,如果能够在这一过程中充分利用水墨画的“计白当黑”手法,将虚体与实体措置得宜,不仅不会降低网页的美观度,而且还能使网页画面空灵高雅,产生虚实相生的效果。

3.4 水墨画之于封面设计

封面设计是书籍装帧设计的一个分支,明快简洁又不乏味,形象凝练而具丰富寓意的简洁构图或简约美感是封面设计所追求的效果。中国的水墨艺术看似简约,实则并不简单,其典型特点为“虚无”,虚空处无像但却又好似有像,使人宁静,意境无限。这种简捷的物象寄托丰富的寓意,借助极少形式元素传达更多信息的“以少胜多”,正是对中国文化简约之美的最好概括。在封面设计中加入水墨元素,可以起到相得益彰的效果,使作品更富寓意,进而吸引观者^[9]。例如,《天涯》杂志的封面设计,图形选择毛笔笔画形象,通过“一画”涵盖整体形象,虚淡自然的点影来衬托毛笔勾勒出的浓墨汉字笔画,背景为白,黑白对比强烈。文字符号简约单纯,线条充满水墨肌理,加上采用文化韵味浓厚的牛皮纸装裱,无限雅致的水墨意境扑面而来。

3.5 水墨画之于广告设计

当今社会中,融合了民族元素的广告设计作品开始不断涌现,并逐渐成为一种潮流。这是因为越来越多的设计师开始认识到只有以正确的心态正视国外的优秀文化和理念,积极学习和借鉴,才能让广告设计更富时代性。但这并不意味着要照搬照抄,广告设计必须要有自身独特、鲜明的特点,这样才能增强自身的竞争力,展现出现代广告设计独有的风采。要达到这种理想的设计效果,设计师必须要从中国传统文化库中选取最具民族特色的元素。水墨元素作为中华民族文化精髓的表现形式之一,是民族设计的源头,其特有的文化底蕴和精神力量正是当前广告设计中欠缺的方面,只要合理利用,

便能为广告设计注入活水,提升广告的文化内蕴。比如,“水木清华”楼盘的平面广告就将具体的水墨画和抽象的水墨图形符号语言完美地融入进来,遒劲梅干、横斜梅枝和傲然梅花用笔墨挥就,再配以一团水墨中徐徐“绽放”的楼盘群貌,既点明了“独秀群芳”的广告主题,又突出了楼盘的文化品位。

当然,这并不是水墨画在广告设计中的通用方式。为了更好地使水墨画与广告设计融合在一起,提升广告价值,广大设计师进行了大胆的尝试,将水墨的墨“色”表现从传统形式中解放出来,与开放的现代理念和先进的制作技术相互配合并取得了成功。比如,中国人寿保险公司有这样一则平面广告,画面并没有过于华美,而是以极简的黑色为背景,再辅以白色枯笔勾勒出一道曲线,好似连绵的山峰,寓意人生艰辛曲折,生活总是高高低低,引发观者共鸣,最后在画面下方发问——“您买了保险吗?”成功提高了广告效果。仔细分析,这一广告之所以成功,并不在于复杂的技术和鲜艳的色彩,而是以黑底白形的创作手法彻底颠覆了传统水墨的白纸黑墨模式,既包含中国式的亲切关怀,又有现代设计的视觉冲击力,简洁中发人深省,鲜明又深刻地点明了广告主题。

4 结语

近年来,中国风、中国元素、新中式等一系列对中国传统文化和艺术的复兴,使得越来越多的设计师开始关注并使用中国元素。水墨画作为其中的佼佼者,凝聚着中国传统文化的内涵和气韵,为设计师提供了丰富的灵感来源,理应成为中国人表达感情的设计载体^[10]。只是在使用过程中,广大设计师不能不加考虑地任意采用,或者过于看重商业利益,出现照搬元素、表现方式过于直白的现象。只有充分考虑各方面的综合因素,找准切入点和应用方式,才能使平面设计更具文化底蕴,真正形成中国特色的艺术形式。

参考文献:

- [1] 何丽萍,万昌平.论现代平面设计对中国水墨画的借鉴[J].包装世界,2005(6):5—6.
HE Li-ping, WAN Chang-ping. On the Reference of Modern Graphic Design for China Ink Painting[J]. Packaging World, 2005 (6): 5—6.
- [2] 黄金霞.浅论中国传统文化在平面设计中的传承[J].宿

- 州学院学报, 2004(5): 91—92.
- HUANG Jin-xia. On the Inheritance of Traditional Chinese Culture in Graphic Design[J]. Journal of Suzhou University, 2004(5): 91—92.
- [3] 张新中. “笔墨”在中国水墨画不同语境下的演化[D]. 北京: 首都师范大学, 2005.
- ZHANG Xin-zhong. Evolution of Chinese "Ink" Painting in Different Context[D]. Beijing: Capital Normal University, 2005.
- [4] 蔡佐嘉. “虚实相生”的水墨意境在现代平面设计中的运用研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2012.
- CAI Zuo-jia. Application of "False and True" Artistic Conception of Chinese Ink in Modern Graphic Design[D]. Changsha: Hunan Normal University, 2012.
- [5] 崔成雨. 水墨之象与水墨人物画演进历程试探[J]. 艺术·生活, 2005(1): 56—57.
- CUI Cheng-yu. Evolution Process of Ink Painting and Ink Figure Painting[J]. Art Life, 2005(1): 56—57.
- [6] 王静. 水墨情结——汉字文化圈中水墨形式语言在平面设计中的应用微探[J]. 西安文理学院学报(社会科学版), 2011(5): 9—10.
- WANG Jing. Ink Complex: the Application of Chinese Ink Form Language in Chinese Culture Circle[J]. Journal of Xi'an University of Arts and Science(Social Science Edition), 2011(5): 9—10.
- [7] 张国斌. 水墨艺术元素在设计教学中的应用[J]. 美术大观, 2009(7): 33—34.
- ZHANG Guo-bin. Application of Ink Art Elements in the Teaching of the Design[J]. Art Panorama, 2009(7): 33—34.
- [8] 张姝. 国画水墨元素在网页设计中的应用与研究[D]. 天津: 天津理工大学, 2014.
- ZHANG Shu. Application and Research of Chinese Painting Ink Elements in Web Design[D]. Tianjin: Tianjin University of Technology, 2014.
- [9] 陆本瑞. 书籍装帧材料需要有个新发展[J]. 出版工作, 1985(2): 36—37.
- LU Ben-rui. The Book Material Needs a New Development[J]. Publishing, 1985(2): 36—37.
- [10] 赖兴才. 试论中国画精神在平面设计中的化用[J]. 美术大观, 2007(3): 48—49.
- LAI Xing-cai. On the Role of Chinese Painting Spirits in Graphic Design[J]. Art Panorama, 2007(3): 48—49.