

中国画在现代平面设计中的应用研究

张雨琦 张孜孜

(山东农业大学 艺术学院 山东泰安 271018)

摘要: 中国画作为中华民族的传世瑰宝之一,在中国传统文化中占有举足轻重的地位,同时在世界范围内也享有极高的赞誉。中国画中的艺术价值和现代平面设计有着紧密联系。本文主要研究在当下数字艺术快速发展,现代平面设计多元化的情况下,如何将中国画应用于现代平面设计之中,传承发扬中国画,使其更具国际化,更具影响力。设计师应该在理解中国画历史、理论、特点的基础之上对其进行提炼、变异、重构,延展寓意,从而达到传达文化自信的目的。并对中国画进行分析,分别从点、线描、枯笔飞白、墨色、构图的虚实疏密、造型、印章、书法、内涵等方面和现代平面设计的应用融合分析,从招贴设计、包装设计、标志设计的应用方法进行进一步分析研究。最后是对中国画在现代平面设计传承发展的未来展望,找到传统与现代的结合点,设计出具有民族文化内涵和新时代艺术兼容的作品。

关键词: 现代平面设计; 中国画; 文化底蕴; 创新; 传承与发扬。

一、中国现代平面设计概况

(一)、现代平面设计定义

平面设计是由英文“Graphic Design”翻译而来,20世纪70年代设计艺术得到了充分发展,“平面设计”一词在国际设计语言中成为通用术语。以“视觉”作为沟通和表现的方式,将符号,文字与图片等有关内容传达给眼睛,从而以多样的平面设计形式来传达想法或讯息的视觉表现。

(二)、现代平面设计在中国的发展状况

“平面设计”一词在20世纪80年代流入中国大陆,并且广泛应用于商业领域。随着商业的发展带动中国平面设计的兴起,主要体现在了传单、包装、报纸、招贴、标志上。以视觉传达的优势,迅速的让人对图形的印象深刻。从而起到很好的宣传作用。虽此概念较晚传入中国,但这种表现形式便自古有之,中国洞穴画和岩画可以说是最初的平面创作。设计随时代的变化而体现出不同的风格,但是平面设计的基本原理和根本目的没有本质变化。平面设计旨在二维空间之中对语言信息进行图像化表现,以视觉作为媒介和载体,更美观地有效地传播信息。

数媒时代的到来,平面设计的研究领域不局限于平面了,或许现在“视觉传达设计”这一术语更合理,更科学,是对这一领域更好的诠释。由手绘纸绘变为电子数字绘图,并且三维立体的设计在视觉传达领域中成为一大亮点。近些年来,社会环境对视觉传达设计起到了良好的推动作用,在开放的当下,视觉传达设计逐渐走向国际化,并始终保持着中国特色的设计。将视觉传达设计本土化,民族化,精神化是中国设计师要一以贯之的设计原则。

二、中国画的隐喻及视觉

中国画是中国民族精神美学的最大诠释,是中国哲学思想的亲切表达。其发展随不同时代社会思想背景而进展,体现了古人对自然、社会及相关联的政治、哲学、宗教、道德、文艺及自然的理解。

中国画将一些语言视觉化,代表着最抽象的象征性,这种表达形式成为中国绘画表达的传统方式——“隐喻”。受符号学的影响,人们对“隐喻”符号的研究越来越深入,挖掘绘画的功能表现,研究画面传达出的信息与作者的想法。这就是中国画的视觉性,它的出现是文化、历史、精神的社会性构建。现代中国画在传统文化基础上传承的同时,也不断创新,打破常规枷锁,对中国画元素进行提炼,重组,改创,与西方的设计原理及表现形式结合,呈现出多元化、综合性,国际化的优秀作品。

中国画给我们沉静、淡泊的心境,潇洒、磅礴的力量,

将艺术美学融入到人们的精神世界。中国画作为东方艺术代表凭借其强大的文化底蕴和精神力量往更高层次、更多元的国际艺术领域发展。

三、中国画与现代平面设计的关系

二者是相互融合,相互促进的关系。中国画赋予现代平面设计新的寓意,新的表现形式和精神依托。现代平面设计是中国画继续发展的一条突破口,是中国美学的体现与诠释,是中国文化发扬的视觉表现途径。

中国画拥有宝贵的文化价值,将其与平面设计结合,符合发展趋势。在设计中隐喻图形符号常常以意象的载体表现在画面之中。中国画的传统美学与西方平面美学相比,注重主观,意向,以感性思维看待人生。这将作品赋予了一层柔美、典雅的滤镜。

设计作品的灵感来源于设计师的生活,三观,文化素养。中国传统文化博大精深,源远流长,在平面设计之中,汲取中国画精华,大胆融合创新,在设计中进行突破,寻找文化自信,以视觉呈现的方式传承发扬民族文化。基于历史文化的的设计,才经得起时代的考验。

四、中国画在平面设计中的应用方法与体现

(一)、从中国画角度来看:

点:中国画中最难的是用点,点不可过多,要运用适宜,恰到好处。点为一线一面之母。中国画中有点有圆点、直点、横点、斜点、散点之分。在现代平面设计中,人们追求以简约来构成画面的特点,使画面的诉求集中于一个“点”,画面中的元素极其简单,运用中国画点和渗透感的水墨效果,给人以诗一样的意境,展现创作者在中国画方面的修养,显示了高雅的文化品位和人文情怀。

线描:线描是中国画的造型基础,线的表现力在平面设计中极为重要。设计师在平面设计中注重运用线描的疏密、轻重、粗细、虚实来组织画面。墨丝千丝万缕,千变万化,控制画面的节奏和韵律。注重不同表现形式之间的紧密对接,尽量地避免线描的独立性,但也有意识的而进行留白,保障整个作品拥有更广阔的表现空间,突出作品的主题。创造高雅的意境。

枯笔飞白:亦称干笔、渴笔、焦笔,所谓枯、干、渴、焦皆是形容笔中含水量少,这种手法表达出来的情绪意境给人不同于线描手法的传达。现代平面设计中著名设计师靳埭强先生就很好应用了中国画的各种技法,其中他创作出一系列:山、水、风、云的现代招贴设计,画面中运用不同的枯笔、飞白以及用墨的浓淡、干湿的技法使得作品气韵生动。这种表现笔画中丝丝露白转折处笔路毕显,枯笔写成,质感

丰富。

墨色：墨分五色，中国画追求“质有而趋灵”的境界，注重意境的探索。设计师可运用重彩绘画、飞白变化和轻烟淡彩三种手法将设计作品在充分表现设计对象的基础上又增加了形式上的笔墨情趣，内涵上的意境体现。

构图：中国画通过的强调感觉，强调虚实来达到空间效果。将“情”“景”“形”“神”结合，将客观空间和主观空间结合。将版面内空白部分为“虚”具体的形象，色彩，文字等内容为“实”。在平面设计中区分出实空间与虚空间。虚实对比，以实带虚，化实为虚，虚实结合。空白设计使作品典雅，空灵，意象，独特。有利于突出设计重点，激发想象。

疏密也是国画结构中的一种主要手法，画面上布局时必须做到“密”不透风，“疏”能跑马。要求设计者在布置画面时，掌握好“凝”与“疏”对立和统一的关系。现代平面设计中也非常重视疏密关系的处理，各种物体线条的疏密合理搭配，才能打破平、齐、均，使原来刻板的画面变成有节奏的画面。

造型：中国画有山水，花鸟，人物画之分，运用现代平面设计语言对国画造型进行提炼，加以应用。可以将造型直接应用，也可以将造型提取元素加以变异、重构。

书法：书法是中国画中密不可分的部分，“书至画为高度，画至书为极则”现代平面设计在设计过程中，设计师可以将书法元素与西方字体特点联系起来，比如对某一笔划进行书法装饰，使字形赋予装饰美感和力量感。在设计中还能以书法字体的造型为基础设计，如字体招贴展将字体的造型拆分成笔划，将他们打散，公用，有序排序，呈现出新的视觉体验。

印章：其在中国画中起到了画龙点睛的作用，可分阳文章和阴文章两类。首先它以红色居多，在大量墨白色中一点朱红，且其造型多为方形，有稳重、协调、区分画面的作用。现代平面设计在设计中利用印章篆刻的形式传达信息，更有力量，沉稳。像2008年北京奥运会的标志设计，就用了书法印章和体育精神的结合，设计出来“中国印，舞动的北京”。

内涵：以形写神是国画艺术基本造型法则，现代平面设计只有深入研究中国传统文化的精髓，探索画面如何与“形”“意”构建结合，融合现代艺术设计，才能创造出具有民族文化内涵和新时代艺术兼并的作品。传统中国画中有许多寓意美好的元素，如牡丹象征富贵，菊花象征气节和傲骨，蝙蝠象征福气临门，富泰安康。与平面设计结合，使作品意义得以完善体现，挖掘寻找作品背后的精神，使其更具有社会性和文化性，产生文化共鸣。

(二)、从平面设计分类角度来看：

中国画在平面设计中的应用分为两种：

第一种是直接被应用于书籍、报纸、杂志和包装的文字标题。以其清雅、苍劲、古朴、灵动、典雅的艺术特点区别开刻板的印刷字，使作品产生活跃、雅致的文化气息。

第二种是间接应用中国画元素再创作运用标志、招贴设计等方面。使作品有动态感，现代感，国际化。

1、中国画在招贴设计上的体现：

招贴是视觉信息传播的重要方式，招贴分为商业招贴、宣传招贴，公益招贴等等。招贴对设计的视觉效果要求最高，要求主题明显，形式简单。构成要素分为文字和图形两部分。图形在效果直接且印象深刻，但简洁精辟的文字语言也很重要。两者结合，保持画面的均衡统一。这与中国画中追求“画中有诗”“诗中有画”的境界相同。图文结合点醒作品的主题、意境，抒发作者的感受胸意，使作品达到情景交融。现代设计的内涵与外延所体现的民族特征逐步减弱，因此设计师也开始注重设计的民族特征，纷纷把带有中国民族特征和国际性现代艺术的中国画元素经常被运用到现代招贴设计之

中，例如国漫电影，爱国题材电影的宣传招贴《哪吒》《八佰》大多都有中国画元素。好创意的设计作品一定要做到能引人入胜，激发出人深层次的情感思考，引发出人内心深处的某种美好的愿望，体现出意境，必须巧用艺术手段，人们也称为“意匠”。从选材，剪裁，夸张，构图，表现五方面充分考虑是我国招贴设计者构思时的主要阶段。平面设计大师靳埭强，创作了大量文化招贴。他的作品充满水墨意趣，他的作品化涵着中国传统文儒家、道家或佛禅思想。中国画“传神写意”的特点有效地被利用，平面的纸张上墨水挥洒，强劲有力给人不仅有与题材相符合的美学设计，而且有以中国画迸发出的文化力量，文化共鸣吸引观众观看电影。在招贴中运用中国画元素，体现特定文化含义，有利于唤起文化自信，更好的达到宣传的目的。

2、中国画在包装设计上的体现：

包装是商业领域美学的产物，如今，产品和包装已经不可分割，合二为一。为了吸引消费者，包装在视觉形象上丰富多样，在其基本功能之上更富有观赏性，提高产品附加值。如今很多企业注重民族传统文化地域性发展，因此中国画在包装设计上的融合应用比较普遍。带有中国特色的产品包装（如茶包装、酒包装、特产包装）更受到消费者的青睐，以年长的消费者来说，他们对具有传统文化元素的东西更加偏爱。设计师先进行市场定位，了解产品文化背景，根据不同的产品调性，选择运用中国画的哪些手法进行设计，提炼中国画精华再创造，遵循编排之美运用解构、重组、夸张后得到新的形式。用新的方法、新的技术、新的工艺、新的材料，进行新的尝试。且调查发现地域性文化表现得越细微出色，越能引起消费者喜爱。

3、中国画在标志设计上的体现：

几千年丰厚的文化历史底蕴，符号从岩画到甲骨文到汉字到现代标识设计在漫漫历史长河中逐渐形成，标志的设计多与中国画中书法和印章两部分结合较多，往往给人感觉简洁、典雅、稳重、易识别、寓意深刻。在标识设计之中融入中国画，是对中国本土文化的延续。像是2008年北京奥运会，2022年北京冬奥会，世博会等等的大型国际活动，我们的标志都来自于书法或印章，这种视觉形式展现出去，推动中国与国际信息交流，树立历史文化大国的国际形象。

五、总结：中国画在平面设计中的展望

随着时代快速发展，中国的平面设计越来越走向国际化，但是我们不能丢弃自己的文化。正如一句话“文化是民族的，民族是世界的”。赋予设计民族文化内涵，这种有文化底蕴的好作品是不会被时代，世界淘汰的。设计师应该深入研究中国画元素与现代平面设计的关系，传统的手段结合现代的设计，寻找文化根源，发扬传统。让带有中国传统文化的设计走向世界。运用中国画元素时，我们要有取舍意识，不能一概的大量照搬，要适当的与现代社会发展、开放程度融合。明白是非古今，学会融古铸今，用发展的眼光看待中国画和现代平面设计。相信在未来发展中，中国的设计在国际设计中一定会有更有力影响力。

参考文献：

- [1] 王茜薇. 隐喻与视觉：艺术史跨语境研究下的中国书画. 北京：商务印书馆. 2017
- [2] 傅抱石. 中国画的特点. 杭州：浙江人民美术出版社. 2021.11
- [3] 邱春林. 设计与文化. 重庆：重庆大学出版社. 2008
- [4] 吴彦霖. 平面广告设计中国画元素的运用 [J]. 民营科技. 2013.12

作者简介：张雨琦（2002.06-）女，汉族，山东省青岛市人，本科，学生，研究方向：视觉传达设计。