

Liaoning Fine Arts Publishing House

辽宁美术出版社

**THE CHINESE
FINE ARTS
EDUCATION ACADEMIC
SYMPOSIUM**

中国美术教育学术论丛

[艺术设计卷]

The Art Design Volume

05



Liaoning Fine Arts Publishing House

辽宁美术出版社

**THE CHINESE
FINE ARTS
EDUCATION ACADEMIC
SYMPOSIUM**

中国美术教育学术论丛

[艺术设计卷]

The Art Design Volume

05

序

美术教育是一种有目标、有计划的文化传递方式，它所完成的任务有两个方面：一是要传承美术知识和技能；二是提高受教育者的审美情操，进而使受教育者在为社会创造财富的同时实现自身价值。

然而，长期以来我们的美术教育模式一直未能跟上时代发展的步伐，各类高等院校在培养艺术人才方面也一直未能找到理论与实践、知识与技能、技能与市场、艺术与科技等方面的交汇点。先行一步的美术工作者已经在探索一条新的、更为有效的教育方法，在对他们以往的美术教育模式进行梳理、分析、整合的过程中，辽宁美术出版社不失时机地将这些深刻的论述和生动的成果集结成册，在国内首次推出了这套具有前沿性、教研性和实践性且体系完备的美术教育学术论丛。

该论丛最大的特点是理论与实践相结合，配以大量的中外经典美术作品，以开放的学术观念深入研究各学科产、学、研的发展态势。论丛涵盖了美术教育的主要门类，重点论述了美术理念、创意思维、绘画要素、艺术设计及表现方法等内容，丛书由《教学研究卷》《美术与设计理论卷》《艺术设计卷》《建筑与环境艺术卷》《造型艺术卷》《民间美术卷》六大类共68本图书构成。

该论丛是在提取、整合现有相关学术论文及教学改革成果的基础上，针对当下美术教学的特点和要求编写而成的，紧扣现代教育理念，体现基础性和学术性，满足当今美术教育创新发展的需要，具有很强的实用性与参鉴性。

Contents

总目录

浅议视觉元素在海报设计中的应用	高丹 石海霞	001
论中国画要素及在现代招贴设计中的运用	王教庆	003
设计艺术中的文化源流探讨		
——靳埭强与冈特·兰堡广告招贴作品个案分析比较	胡安华	006
水墨形态对当代平面设计的启示	刘昕	009
论图形语言在招贴设计中的重要性	臧欣慈 马帅	013
浅析视觉传达设计中的“视点”与表现		
——以福田繁雄海报设计为例	宋树峰 刘丹	015
海报设计中材质的多样性和展示的有效性探究	李趣	018
构成元素在招贴中分解与重构的表达性研究	单莹莹 贺成舟	020
浅谈平面设计中传统视觉元素的程式化应用	谭军	024
视觉信息的二维通达——谈王强的平面设计艺术	翟墨	027
浅谈招贴在现代广告媒体中的发展	石硕	029
创意中的自然美		
——浅析绝对伏特加酒系列招贴广告的物象美特征	王冰冰 汪田明	031
“小”名片“大”设计	邢学生 马洪玲	034
无装饰的装饰——海报中黑体风格	李岭 丁晓嵘	037
海报中的极简之美	李岭 丁晓嵘	039
日本视觉设计大师福田繁雄海报作品探析	张红颖 吴卫	041
谈电影海报的艺术特色	张健	044

传统美学对现代广告招贴设计的影响	牛小鹏	046
戏曲脸谱元素植根于招贴设计	刘佳	048
从上海月份牌看现代的商品海报设计	于婷婷	050
20世纪波兰海报中的超现实风格及其视觉表达概述	姜雪琴	052
浅谈中国汉字在海报中的运用	许力	054
浅谈招贴设计中肌理对文字的影响	雷光王惠	056
浅谈修辞手法在招贴设计中的应用	周勤	058
现代电影海报设计大师索尔·巴斯作品解读	黄睿	060
试论在各艺术流派影响下的东、西欧海报风格	郑朝	063
对招贴设计中传统图形意蕴的思考	杨海波	067
招贴设计中肌理的运用	王惠	070
招贴设计的视觉创新	熊凌宇	072
关于当代公益海报的公共性思考	张颖	074
二维视觉中的蒙太奇——解读汉斯·希尔曼的电影海报艺术	胡易容	077
绘画和设计的共存空间——浅析海报的绘画性	王小元王军	080
图像中穿梭的历史记忆		
——论《场景与图像——20世纪的中国招贴艺术》一书的书写范式和文化内涵	丁洁琼	082
公益性招贴广告中的传统元素与形式探究	蔡蓉	085
浅谈手势语言在招贴中的运用	张玲玲王海亚	088
跳动的脉搏——论当代海报设计的新趋势	闫长胜冯伟一	090
论赣南客家民居装饰纹样在广告招贴设计中的运用	高健婕	093
对招贴设计中版式的感悟	陈晨	095
水墨元素——在海报设计中的体现与创新	尹洪李芸玲黄婉春	098
传统水墨意蕴在现代海报设计中的应用	孙欣酒路	100
中国传统文化元素在广告招贴设计中的运用	周霞赵德	102
招贴设计中版式编排的艺术特征	闫晓华	106
比例分割在招贴设计中的形式变迁	梁昭华孙雅婧	108

我国早期商业海报的符号性及其价值——以月份牌广告画为例	崔浩 彭伟哲	110
浅析公共空间中海报设计的互动性	王惠	112
剪纸艺术的意象文化对招贴设计的启示	孙心乙	114
论绘画元素在招贴设计中的价值体现	郑宏 孙昭思	116
网络时代海报发展的新形式	陈雷	118
招贴设计中感知之美初探	赵天华	120
论书法元素在电影海报设计中的作用	刘雨升	122
传统文化元素在现代招贴设计中的应用	苏晓娟	124
招贴设计的新格局	雷光 高丹	126
招贴设计中的思维创意表现	赵炜	128
谈招贴图形表达的逻辑性	陶佩天	130
浅谈招贴设计中的情感设计	张硕 雷光	132
公益招贴的艺术魅力	雷光 莫晓静	134
民国时期商业招贴艺术的文化研究	田野	136
戏曲题材的汉字图形创意初探	李小敏	138
招贴设计的趣味性	王硕	142
云南沧源岩画的构成特点在现代海报设计中的运用	赵乙果 冯俊 刘翔 余绍坤	144
浅谈公益海报中图形符号之美	赵静静 史蕊	148
回归意态——对话现代招贴设计的“构建”和“重聚”	曲震宇	150
剪纸艺术在招贴设计中的应用	芦春梅 柳峰	153
摄影影像元素在非商业性招贴设计中的作用	李鹤	155
海报设计中的逆向思维法	徐红	158
日常材料媒介语言在招贴设计中的应用与研究	郭淑贤	161
浅析福田繁雄设计表现的特征	宋树峰 刘丹	163
文字元素在公益广告招贴设计中的表现特征及类型	杜珂	166
以视觉体验生活——浅谈海报及其设计	李诺男	171
浅谈书法艺术对当代招贴设计的启示	郑瑞	173

招贴设计中的思维创意表现	赵 炜	177
电影海报形象的创意联想方法及意义	张可隽	179
谈招贴设计的语言元素	郑 哲	181
开启受众想象空间的招贴设计方法	孙有强	183
“太极图”与“十字形”符号语义及其文化内涵分析	王 丰 孙浩章 王芳媛	186
浅析中国传统纹样构成与西方现代平面构成	陈 乐	188
中国传统图形在平面设计中的体现	张秀梅 姚立志	190
人机工程学中图形符号的繁简与视认特征	肖世龙	192
传统文化与现代视觉图形设计	陈 亮	194
浅谈视觉传达设计中的图形创意	程亚鹏 黄珍平	196
中国传统图形在现代设计意识中的传承和发展	陆天奕 路玲娟	200
论昆曲视觉元素的图形设计运用	于 淼	203
超现实主义绘画对当代图形设计的影响	崔 晓	205
空间中游走的图形	黄 茜	208
浅析图形创意思维	龙惠敏	211
传统图案中的平面构成因素	张彩霞	214
传承之美——浅谈新民族图形与视觉传达设计	赵天华	216
旅游纪念品的符号语义研究	董 锦	218
论动态图形设计的视觉传播价值	邓晓莉	223
广西花山壁画图形符号在现代设计中的应用	黄彦鑫 黄春波	225
“和”字书法普通纪念币中蕴含的艺术美感	金雅寰	227
伏羲图腾文化在文创衍生图案中的活用设计研究	高宝宁	229
基于高校文化背景下的环境图形设计探究	赵念念	233
利于信息有效传达的图形创意设计结果探析	王 超	237
随遇而“安”的创意——浅析与现实物态融合的趣味性图形设计	刘雨眠	241
现代装饰图案装饰表达研究	李 艳	245
传统承新意——由“晋宝”看民间美术价值在吉祥物设计中的体现	高 鹏	247

中国传统元素视觉符号在现代设计中的创新与表现	叶志 张玲玲	249
现代设计中传统图案艺术的应用	李晓春	251
图形语言中的重象同构与变象同构	王慧君	253
东北地域特色图案与现代设计结合的研究	金雅庆	255
浅谈中国传统纹样结构中的双关样式	马菁	257
用优秀的图形创意激活受众视觉思维	姬晓惠	259
浅析图形设计中的形态语言	张会锋	261
谈图形创意中直觉思维的表现与作用	孙秀霞	263
浅析中国吉祥图案在现代设计中的运用	刘春娣	267
现代图形创意与民间美术造型	李磊	269
传统图形符号与现代视觉传达设计	刘印	271
浅析对中国传统图案的传承与应用	杨志红	273
平面设计中民间美术符号的意义分析	孟琳	275
网络图形语言解读	梁海燕	278
平面广告中的图形视觉传达	翟浩澎 程笑君	281
中国传统图形与中国视觉设计	李爱红	283
图形创意方法之探索	向春芳	286
标志设计与图形的“封闭性”构形原理	赵少俐	288
纤维艺术中的抽象图形解析	高爱香 马云	290
图形魅力与语境制约	陈义	292
图案在食品工艺中的应用	马骏	296
现代装饰图案设计对民族传统艺术的借鉴与应用	位郁斌	298
创意图形贵乎形神兼备	温锦云	301
传统图案在当代平面设计中的文化意义	李连志 陈爽	303
论手机界面图形化设计的必要性	陈智明	305
原始符号纹样浅析	岳花娟	307
对传统图形的继承	张蓓蓓	309

吉祥图案的象征性语言在现代设计中的运用	钱 舜	312
浅谈装饰图形的表现形式	祖秀霞 吴忠正	316
家纺设计中纹样的造型特点	徐 颖	318
图形设计解码	范宝龙	320
浅谈中国传统图案与现代视觉设计	田宜彩	322
从鱼文化的具象表现谈装饰设计	王 妍	324
谈现代视觉语言与传统图案的传承	胥 婉	328
继承与包容——浅谈现代招贴设计中的中国传统文化元素应用	雷 光 臧新慈	330
设计中融合中国传统吉祥图案的必要性	雷 光 黄 海	332
中国传统图形在现代视觉设计中的应用	徐云飞	334
谈图形语言的异态处理	林则军	337
浅谈中国传统图案与现代视觉设计	张思瑶	339
浅论中国传统图案的现代设计	郝翠云	341
现代图形设计中的蒙太奇语言	袁朝辉	343
吉祥图案的现代设计语意探析	钱 娜	347
论装饰图案在平面设计中运用的构思方法	何锦传	349
对现代图形设计创意表达方法的探究	赵希岗	353
图形设计与意象思维	王伟英	355
浅析网络广告中的图形创意	杨敬坤	358
传统卷草纹与其在现代艺术设计中的运用	陆 原	360
从中国传统吉祥图案到现代图形创意表现形式	杨 静	363
突破心智——图形传播的文化策略	季涛频	367
浅议平面广告设计中的图形创意	徐岩东	371
图形艺术的社会文化阐释价值	余德华 唐 亮	373
从甲骨文的地域性和多视取形造字特征看现代平面设计	王大勇	375
创意图形在现代广告中的信息表达	杨天舒	380
以图形传达南海神庙视觉元素	雷 莹 卢小根	382

中国传统图案在现代平面设计中的运用	吴小波	385
凤纹造型符号在现代设计中的运用	刘建明	387
平面图形设计中的符号学意义探析	王若鸿	389
论当代国际语境下中国传统图形的再创	冯正未	393
太极图案对现代设计的启示	郭俊 康修机	398
浅析图案在平面设计中的分类	秦博 王旗	400
蒙古族传统图形及其在平面设计中的应用	成刚	403
传统纹样在现代设计中的渗透	田甜	408
浅析被编码的图像符号	郭娜	411
同构思维和同构图形	梁淑敏	413
水墨图形形态基本元素的特性及其关系	祝军	417
汉字符号之意象思维	王晓华	419
图形设计探究	陈华锋	421
基于情感共鸣的图形设计	陆一文	423
图形创意与创造性思维	范丽	425
浅谈中国传统图形在当代平面设计中的作用	宋倩	427
传统图形与品牌视觉形象的符号学解析	张晓东	429
中国传统吉祥图案在现代视觉传达中的体现	闫启文 刘亚林	431
图形的视觉意义——谈图形在广告设计中的应用	张利	433
弘扬产品图案历史 创新传统工艺设计——产品图案设计拾零	陆晶	435
浅谈信息图形设计在印刷媒介中的应用	李瑶	437
图形设计的视觉创意理念	杨永波	439
浅谈图形艺术在标志设计中的作用	于莹 许妍妍	441
浅析图形设计的商业化	张丽君	443
论错视图形在平面设计中的运用	李星丽	445
浅谈中国传统视觉符号在视觉传达设计中的价值	任洁	447
从民间剪纸中寻找现代图形设计的灵感启示	赵希岗 刘国娜	449

文字的图形与图形的文字	谢晋业	453
视像艺术与图案的结合	程巍	455
中国传统文化符号学运用于现代艺术设计的可行性探析	叶小军	457
青铜器纹样研究及对现代平面设计的启示	李雯	459
中国现代纹样设计语言与西方构成理论的融合	李岩	461
广彩花鸟草虫图案模块化设计研究	李琨 曾莹 曾静仪 梅灿	463
中国传统图案在现代设计中的应用	李媛媛	465
中国青铜器纹饰对现代设计的启示	王晓辉	467
水墨图形的形态肌理表现技法	刘昕	469
浅析设计图形与影像图形“意”的延展性与闭合性	刘建华	472
浅谈民间美术与现代艺术设计		
——以民间图形在现代艺术设计中的运用为例	高扬	474
浅析跨文化传播与交流中图形语言应用可能性	宋树峰 刘丹	476
从“鱼”纹样的演变谈中国传统文化符号的美学特征	奉涛	478
荆楚传统纹饰在当代设计中的现状分析	页勃	480
探析户外视觉形象符号在休闲环境中的应用		
——以迪斯尼乐园为例	李刚 黄文秀	482
网络表情符号的符号学阐释	林振扬	484
传承与创新——中国传统图形的现代视觉设计	寇大巍	486
图形构成语言在装饰图案意蕴中的回响	李丽华	488
平面图形设计与符号学	马帅 臧欣慈	492
刍议现实的意象之境——当代艺术图形语言	张立波	494
浅谈图形设计中的创造性思维	王玉霞	496
谈图形魅惑的审美干扰	杨晓见	498
应用图形构成演变的基础方法研究	张远琰 刘思奇	500
广告设计中的图形创意	侯庭卓	504
以形达意,以意传情——浅谈中国图形	高山	506

浅议视觉元素在海报设计中的应用

文 / 高 丹 石海霞

随着社会的进步发展,海报作为一种常见的视觉形式融入生活中的方方面面。一幅好的海报设计应立意清晰、顺畅,给人带来愉悦的视觉感官和心灵感受,能让人们理解其中含义并能感受其丰厚的文化底蕴和浓郁的文化气息。

一、图形语言

图形作为信息视觉化的主要载体,担负着与大众沟通交流的任务。它主要是通过符号及元素转化的手法表达海报的某种观念并以信息传达为根本目的,通过对图形多种形式的不断探索,使我们对现代社会的文化观念有更进一步的认识。

在海报设计中,图形具有吸引人们注意力、便于理解等功能。不同的图形通过创造性的排列组合能够产生新的图形语义,进而增强海报的表现空间。图形分为具象图形和抽象图形,具象图形是指在一定视觉经验的基础上,对自然物象的忠实再现,是对现实对象的浓缩与提炼、归纳与简化,其富有的美感在一定程度上满足了人们的审美需求。如冈特·兰堡为S.费舍尔出版社设计的系列宣传海报,天才般地将书籍和电灯、门、手等元素进行了混维运用,不追求生活上的真实,而是注重视觉上的合理性和艺术性及意识观念的传达性,视觉效果出乎意料,意义深远,令人回味无穷。再如电影《沉默的羔羊》的宣传海报,画面上女主角的红唇与飞蛾的巧妙结合,天使与魔鬼的强烈对比,将悬疑与惊悚表现得淋漓尽致,不仅增强了画面的表现力和吸引力,而且还使电影宣传更富有成效。而抽象图形是在具

象图形的基础上赋予图形抽象化、概念化的一种视觉表现形式,单纯凝练的形式美和强烈鲜明的视觉效果,使画面更具有时代性、象征性。《生命》是一幅环保公益海报,图形设计恰当利用了图形同构手法,令人一见到它时立即会被它所震撼,包着绷带的血淋淋的手掌,血的痕迹形成一个非洲地图的形状,寓意着非洲残酷的现状,画面给人以强烈的视觉冲击力,预示乱砍滥伐必将会使人类遭受同样的灾难,发人深省。

二、色彩语言

色彩作为一种视觉形式语言,其产生的强大视觉冲击力和艺术感染力成为设计出精美海报的关键。人们看到海报的第一时间感受到的是其色彩,完美的色彩能影响人们的感观、联想、情感和记忆等。它不仅仅是一种装饰手法,还是直接传递情感的一种手段。设计师运用色彩表现其设计理念的同时,不仅要考虑公众的审美,还要与时代特征相结合,以独特视角来展现作品的深层内涵。

在法国电影《天使爱美丽》海报中,整幅画面采用的是油墨重彩的构图样式,大幅红绿制造出的温馨、女主角黑色的瞳孔与纯净的面庞,吸引着观众的视线,海报中色块与光线完美携手,使整个画面更加饱满丰富,高饱和度的颜色,让整个画面绚丽多彩,有种贯穿始终的怀旧情结,使观者模糊了童话与现实世界的界限。电影《墨攻》的宣传海报中选用凝重的色彩,人物以剪影的形式表现出英雄气概。冷暖对比(偏冷的黑

色一偏暖的金色)让视觉得以牵引,黑色与高纯度色彩的对比,给人留下了深刻的印象。《服饰与文化》系列海报,画面具有丰富的想象力与激扬的创造力,作者运用迷彩的形态,用4种不同的色彩组合表示服饰与时尚文化的不同时代特色与流行色彩,迷彩亦多证时尚的变幻多姿,在迷彩的形态中间又运用闭锁图形的方式隐藏了若干不同时代女子的五官形态表情。

三、文字语言

文字是海报设计中的重要元素之一,它同图形和色彩一起构成画面。文字有其深厚的文化底蕴,在演变过程中更加提纯并简练,以最简洁与浅显的语言,可以表达复杂与深刻的内涵,这使得文字成为除图形、色彩外最能体现海报设计需求的设计元素。

《国际艺术设计展览会》海报,通过文字与空白版面的深浅对比,把画面纵向分割成多个层次,像西方绘画中将一幅风景画分割成清晰的近景、柔和的中景和轻柔的远景一般,使其作品的

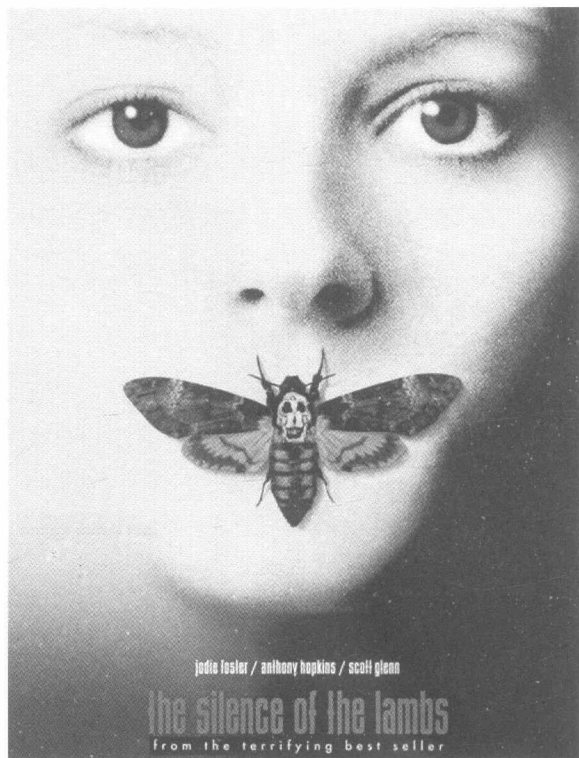
二维空间具有三维透视的多层次立体感。版面中行与列间的重复,相同字母间的重复,种种视觉元素的交替变化,使画面产生一种如音乐般的灵动美。马蒂斯为戏剧《戴孝的埃莱克特娜》设计的海报中,文字沿着叶柄错落有致地落下,两侧不同的文字元素结合在一起,彼此刺激,会增强文字的特性,产生强烈的对比效果,同类设计元素在不同位置、不同面积的交替变化,使画面更具节奏感、韵律感,增强了视觉表现力。

四、结语

综上所述,海报设计是一种文化,只有元素间的高度统一才能使画面更具感染力,给人以美的感受,使人们看后能够产生生理上的舒适感和心理上的亲近感,这种沟通与交流既丰富了视觉,又提高了对所传达信息的关注、理解和记忆。

参考文献:

1. 朱琪颖. 海报设计. 中国建筑工业出版社, 2009
2. 姜睿. 电影海报中的色彩. 应用写作



论中国画要素及在现代招贴设计中的运用

文 / 王教庆

招贴设计成败的关键是创意，不同于绘画作品的构思，如果把招贴创意等同于绘画构思，将会把招贴设计引入歧途，并最终导致失败，它需要宣传某种商业信息或文化理念，甚至是追求纯粹的经济利益，有自己特定的目标消费群，创意要受到主题内容的制约和影响，但好的创意更需要好的表现形式进行传达，最终实现创意的目的。这种表现形式是设计师的灵魂，是精神思想的传达，同样也表现为一定的设计风格和艺术效果。而中国画以简练传神的笔墨，尽情地刻画大自然的美妙，流露出每个画家的细致和洒脱，一方水土有一方的品质，一方水土养育了一方的翰墨，成为世界独一无二的艺术表现方式，如果把中国画的基本元素巧妙地运用到招贴设计中，从某种意义上讲，招贴画就不再是简单的招贴画、为纯粹的商业目的而作的宣传画，它最终将会成为一件艺术作品，甚至流芳百世。

一、中国画的要素及其特征

中国画基本要素即“笔、墨、水”，或称作视觉符号，笔、墨、水既是国画的物质材料，更是鉴赏中国画评判其艺术品类，具有理性分析、感性体验作品意韵的切入点。

中国画讲究笔墨造型，追求笔墨意境，这是中国画的重要元素特征，用笔讲求粗细、疾徐、顿挫、转折、方圆等变化，以表现物体的质感。一般来说，起笔和止笔都要用力，力腕宜挺，中间气不可断，住笔不可轻挑。用笔时力轻则浮，力重则钝，疾运则滑，徐运则滞，偏用则薄，正

用则板。要做到曲行如弓，直行如尺，这都是用笔之意。而对于用墨，则讲求皴、擦、点、染交互为用，干、湿、浓、淡合理调配，计白当黑，以塑造形体，烘染气氛。

一般说来，中国画的用墨之妙，在于浓淡相生，全浓全淡都没有精神，恰好与现代设计中的平涂法相悖而驰，必须有浓有淡，浓处须精彩而不滞，淡处须灵秀而不晦。用墨亦如用色，古有墨分五彩之经验，亦有惜墨如金的画风。用墨还要有浓淡相生相融，做到浓中有



淡，淡中有浓；浓要有最浓与次浓，淡要有稍淡与更淡，这都是中国画的灵活用笔之法。笔墨二字被当做中国画技法的总称，它不仅仅是塑造形象的手段，本身还具有独立的审美价值。中国画在写生意念上是在客观的景物之上再刻入画家的主观意念，以意写形，做到主观客观相结合，追求自己特有的笔墨意境，这就是中国式的绘画为国画。中国画是中国传统文化的代表，经过历代的画家的创作实践，积累了大量丰富多样的艺术表现手法和表现形式，充分体现了或恢弘灵巧，或简约精致，或逸笔草草等多种手法，这一切无不现代招贴设计提供了丰富的表现形式和图式语言。

中国画要素是东方文化的一处独特景观和宝贵财富，它题材广泛、内涵丰富、形式多样、历史悠久，是其他艺术形式难以替代的。在世界艺术之林中，它那独特的东方文化魅力正熠熠生辉。如何认识传统造型艺术与现代广告招贴设计的关系，使其在现代广告招贴设计中的应用更为广泛和深入，在国际设计风格潮流之后，开创多元化的设计潮流，已成为新一代设计师们所面临的课题。这种发挥是在理解传统艺术表现方式的基础上，对传统的元素加以改造提炼和运用，使其更富有时代的特色。

二、现代招贴设计

招贴艺术作为一种视觉传达艺术，在其历史发展过程中形成了多种多样的表现形式，并各自具有不同的功能，它是一种传播商业和文化等信息的视觉媒体。由于其可复制性和传播性，因此和广告有密切的联系，在现代社会生活中起着重要的作用。招贴不仅是为了引起人们的关注和理解，而且更是一种美的语言，它映射出一个国家的民族传统与社会文化。

好的招贴要做到既要让人“一目了然”，还要做到让人“一见倾心”，为它所吸引，顾盼之余，留下较深的印象，甚至成为一件历久弥新的艺术作品。这就要求招贴具有精湛的构思，以及为实现构

思而采用的独特艺术表现形式，在有限的时空条件下，能使人过目难忘，达到吸引人的意境。在“意境”中，客观事物精粹部分得到了集中处理，达到了情景交融，能牵动人的某种情思，某种体验，某种联想。清代一位学者说过，一幅画“与其令人爱，不如使人思”。好的招贴画要能引人入胜，唤起人的联想，引起人的美好愿望，表现意境，就要有手段，我们称之为“意匠”。“匠”在艺术家心目中往往带有贬义，如“匠气”，但事物总是一分为二，也有褒义的一面，如“匠心独运”，就是人家没有想到的，你想到了。意匠是艺术家对客观事物加工的特殊手段，加工手段的高低，在一定程度上说明作者艺术成就的高低。唐代诗人杜甫说的意匠惨淡经营中，语不惊人死不休，说明艺术意境的产生一定有意匠。在招贴设计中，所谓的意匠就是创意及表现，就是选用恰当的技法、表现手法去完成创意，而这正是我国招贴设计者所要思考和面临的问题。

三、中国画要素在现代招贴设计中的应用

中国画要素在现代招贴设计中运用的范围很广泛，而且丰富多样，在这里，主要概括的从笔墨意境、意象造型两个典型特征来阐述中国画要素在现代广告招贴中的应用。

1. 笔墨意境

笔墨意境是中国画要素的典型特征之一，塑造个性化笔墨意境是中国画的首要问题。笔墨在没有完全组合、构成物象之前，其自身已经具有味素，也就是笔墨自身显现出来的抽象意境，如有的笔墨呈气韵生动状，元气茫茫、雄奇高古、老辣纵横、淋漓痛快，也有的直率稚拙、婉劲含蓄、简远恣肆、仙风道骨、飘逸洒脱，诸如此类，这就是笔墨生发出来的笔墨意境，品味不尽又难以用准确的语言去形容和表达。笔墨意境内蕴丰富，小而无内，大而无外。个性化笔墨，必然产生个性化的笔墨意境，通过对物象形神的描绘来表现作者的情趣，用概括、夸张的手法、丰富的联想来达到深远的意境。招贴设计中的表

现主义设计风格就是注重主观意象和自我感受表现,以表达特定的情调、节奏和意境。

在招贴设计领域,我国有很多著名的设计大师,一直在自己的作品中探索中国画语言与设计语言的交融,以笔墨传达丰富的意境,创造出了具有独特中国风格的招贴,在世界性的招贴设计展中频频获奖,为中国招贴赢得了世界性的声誉。如靳埭强的很多招贴作品将中国画要素与招贴设计相结合,意境深远。其设计制作结合中国传统水墨艺术表现手法,浑厚的笔墨风韵,淡墨与浓墨的和谐组合,画面纯粹简洁而又丰富,磅礴大气而又飘逸非凡,大面积的白与黑,浓或淡不同层次的黑,制造出脱俗灵动的意境,将中国画笔墨的灵性发挥得淋漓尽致,在视觉上给人以强烈的冲击感。

2. 笔墨的意象造型

中国画始终遵循着重神韵的意象造型原则。笔墨造象是画家借物抒情的一种形式符号,即画家创造出一个可使精神逍遥其中的艺术境界。这是中国古典绘画通过笔墨的朴素玄幻从而达到主客关系和谐抒发的一個最重要的形式基础。中国画笔墨造型不是单纯地描摹自然,而是以在对自然物象客观理解的基础上进行抒意性创造,追求主体思维与物象特征的感觉畅游。这种意象造型的原则追求“似与不似之间”的象外之意,既以客观物象为依据,又超越客观物象。面对物象游目观想时,不局限物象自然属性与视觉限定而去获得内在的感受,并在艺术形式上进行变象重构,使其能准确地表达个人的形象理解,从而使艺术形象具有强烈的表现性。因此我们说意象造型所创造出来的形象已不再是客体本身,而是主客体的融合转化,是一种精神的符号和情感的形式,既是抽象的,也是具象的。

招贴设计作品中常见笔墨意象造型方式,主观情势与程式意味的注入将自然重构成笔墨意义上的“胸臆山水”。如靳埭强的文字的感情系列招贴作品,招贴制作结合中国传统水墨艺术表现手法,以意写形,把山、水、风、云通过笔墨变象及浓淡、虚实,计白当黑的朴素意象,将作品

风格体现得一览无疑。他的作品具有东西方文化交融的特点,投射出一种深邃的智慧和深厚的文化底蕴。当然,招贴设计师要想更好地继承发扬笔墨的特质,需要遵循中国式的“逻辑”递变原则,不断发展和转化笔墨意象和笔墨形式,从而探究中国画笔墨发展的内在遵循,找出它的自身特异性与普遍性及其当代表现的释放力,以适应现代招贴的设计需要。水墨意象造型简约的画面不等于简单,而是形象简捷,寓意丰富,妙在似与不似,以及用极少的要素表达最多的信息。

四、结语

面对全球设计化的浪潮,思想的贫瘠和信念的流失是每一个招贴设计师所面临的困境。在不断受到外来文化设计思想冲击的同时,要学会中西结合,以中为主,形成民族个性,这样我们的民族文化将得以不断传承,而中国的招贴设计必然将在“国际化”中大放异彩。应用传统笔墨要素的同时不要墨守成规,要敢于尝试,推陈出新,从而使现代的招贴艺术努力走出中国人自己应有的艺术之路,成为时代文化的旗帜。有的设计师背着沉重传统文化包袱,对新的东西作了否定,这是不利于设计发展的。诚然中国画要素有其自身的优点,但并不是将其应用到所有的招贴设计中。中国的传统文化类型丰富多样,表现手段更是让人眼花缭乱,所以要设计出中国风的招贴要根据实际需要,恰当地进行选择,设计出形式与内容相符的招贴作品来,不可迷恋于美丽的表象。应将内在意义的思考向更高、更广的方向推进,不断将认识向意蕴的深层推进,探索对丰富精神领域的展现形式,否则张冠李戴,会得到适得其反的效果。

参考文献:

1. 汤义勇. 招贴设计. 上海人民美术出版社, 2006
2. 李长春. 高亮. 名品点评·漫步招贴设计的艺术通道. 河南美术出版社, 2002
3. 郑军. 乌琨. 招贴设计. 上海书店出版社, 2007
4. 张立辰. 张立辰中国画理法讲习录. 人民美术出版社, 2008

设计艺术中的文化源流探讨

——靳埭强与冈特·兰堡广告招贴作品个案分析比较

文 / 胡安华

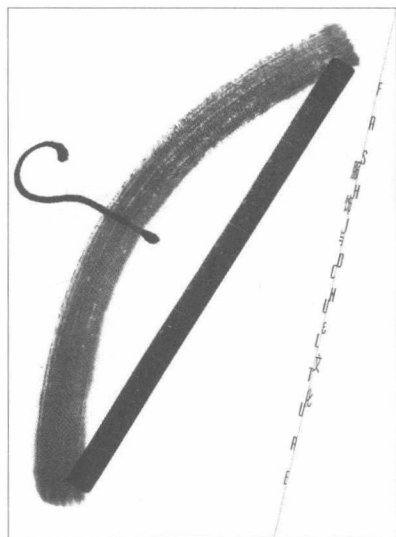
本文针对现代设计行业中,设计与理解流于表面,重视技巧、不重文化精髓,崇洋媚外,盲目模仿的不良风气,以中西方两位有代表性的设计师及其招贴作品为实例,从创意、表现手法和文化性格三个方面进行详细的分析和比较,发现中西方文化特性的不同,力求找到理解经典作品的切入点,学习其优秀之处,从而呼吁业界重视我们的根本——中华民族的传统文化。

我们欣赏一件设计作品,往往会从它的创意理念到它的设计表现,以“专业”的眼光来“科学”地分析它、解构它。于是可能我们觉得这样已经把握了作品的主旨,理解了作品的内容,破解了作品的创作技巧。然而,我们真的从根源上理解了它的内涵吗?真正体会到了它的深意吗?

我们如何欣赏一件作品,把握一件作品的内

涵,如何找到它的灵魂?其根本方法在于了解作者所处的文化语境。其实,设计和文化难解难分。设计是一种创造性的,对人类生活多方面进行规划和提出方案的思考。招贴就是如此,招贴是根据人类需要在不同领域传达各种信息。在当今时代,设计是一种行为,更是一种意识,是一种思维方式,是从其文化演变而来的。为了更好地探讨设计中的文化源流,现把中国香港和德国的两位著名设计师,同样完成于20世纪90年代的两件设计艺术作品作一下比较,以寻求设计与文化之间的关系,追根溯源,探究其相同的优秀之处和不同的文化性格。

这两件都是现代招贴设计作品,都受包豪斯现代设计思想的影响,都是“少即是多”思想的集中体现。画面简洁,作品朴实有力。下面从创



靳埭强设计作品

