

青花图形符号在现代平面设计中的表达与创新

The expression and innovation of blue and white graphic symbols in modern graphic design

□ 周光云

(蚌埠学院 艺术设计系, 安徽 蚌埠 233030)

[摘要]近年来,国内外掀起了一股将青花图形应用于现代设计的热潮,纷纷将青花图形应用在书籍装帧、包装、海报、标志等视觉设计领域。青白相间的青花图形实际上源于中国绘画的水墨精神,是黑与白、虚与实、形与神的统一,表现出来的是一种延续传统文化的美学精神和人文意境。要实现青花图形符号在现代平面设计中的创新,关键在于图形的现代转化及其所处语境的营造。这需要我们进一步分析和研究传统图形,把握当今的时代特征、审美风尚、设计文化,从形式、内容到精神综合考虑,以逐步提高设计艺术的品质。

[关键词]青花图形符号;现代平面设计;图形现代转化;语境营造

[中图分类号]J524

[文献标志码]A

[文章编号]1009-3729(2012)02-0006-06

如何将中国传统文化元素与现代平面设计相结合,创作出具有民族特色的设计作品,从而更好地展示我们独特的民族文化和精神风貌,已成为中国当代平面设计师们面临的重要课题。青花图形蕴含着中国传统文化,它在漫长的历史演进和长期艺术实践过程中经反复锤炼形成了相对稳定的艺术范式,如唯美、强烈的视觉感,及具有鲜明、独特、易识别的特性等。其现代应用呈现给大众一种亲和力,体现了一种人文情怀和审美趣味。自2008年初至今,设计行业掀起了一场前所未有、声势浩大

的将青花图形应用于现代设计的潮流,青花瓷成为时尚领域的一个热词。恍然间,人们发现传统文化原来可以如此完美地存在于时尚之中。流行固然“喜新”,但也并不“厌旧”,穿越历史、承载传统文化的青花图形也能在视觉设计中铸就流行经典。

在青花图形如火如荼地应用于现代平面设计的同时,一些专家和学者也从理论上就青花元素的传承与创新问题进行了研究。从已有成果来看,多数研究仅把青花元素作为一种图案或纹样来探讨,且集中在包装设计方面,平面设计涉及较少。本文尝

试从符号学的角度来审视青花瓷文化,探究青花图形所具有的符号学特征和意义以及在平面设计中的应用。

一、青花图形的符号特征

5 000 多年来,我们这个民族创造过很多经典的图形符号,这些图形符号无论抽象还是具象,最初都来自生活,出于交流和生存的需要,在历史时空的推移变化中不断发展,成为人们共同认可的一种“有意义的形式”——图像中有观念,形式中有精神。这些图形符号是生活之物、是艺术之物,更是文化观念的产物。青花图形就是这样一种根植于民族沃土、形成于中国文化传承和审美表达中、表征人们普遍情感和思想观念的符号。

青花图形符号包含外在的符号形式和内在的意义。回顾中国传统图形的发展与演变过程,青花图形在各个历史时期都形成了独具风格的图形符号,如商代的饕餮纹、周代的窃曲纹、战国的蟠螭纹、汉代的四神纹和云气纹、六朝的莲花纹、唐代的牡丹纹等。传统青花图形也以自成一体的艺术样式区别于其他符号形式:它以丰富多样的陶瓷器形为外在轮廓,具有鲜明的造型特征和时代特色;内在的构成形式主要有图案式和通景式两种,以图案式构图为主,采用主题纹饰和辅助纹饰相结合的方式布局,画面分层装饰,整体统一,主次分明,宾主有序。受现代审美意识及西方现代艺术观念的影响,现代青花图形显示出许多新的特点:造形更为自由、开放,可以根据需要夸张、变形而不拘于传统格律;表现方式也更为丰富、多变,极具时尚性和现代感。然而,青花图形符号给人印象最深的还是青、白相间的色彩特征,即用简到不能再简的青白二色,塑造朴素、大方、明快、优美的艺术形象和美学特征,使之具有高度的象征性和识别性。青白相间实际上源于中国绘画的水墨精神,是黑与白、虚与实、形与神的统一,表现出来的是一种延续传统文化的美学精神和人文意境。

青花图形作为中华文明的重要载体之一,不仅符号本身具有突出的视觉舒适感和美感,而且符号形式的鲜明表达也使得符号内含丰富的语义。青花图形中追求的和谐、朴素和含蓄与中国传统的人文观是一脉相承的,体现了中华民族独特的思想内涵和文化趣味。随着青花瓷遍及世界,不同国家的人们在欣赏青花瓷外在美感的同时,也在接受着中国文化的影响。青花图形以鲜明的个性、丰富的语义、共识的形象征服世人、赢得青睐,在中外设计行业获得了广阔的发展空间。

二、青花图形符号在现代平面设计中的表达

创作出具有民族特色的设计作品一直是中国设计师们所追求的目标和理想。从平面设计史可以看到,不论是月份牌广告设计还是解放后的政治招贴设计,乃至当代的平面设计,都在这条道路上求索着、实践着。就青花元素的应用而言,1990 年代末,我们能看到少许以海报、宣传册等形式出现的应用青花设计作品,李少波设计的澳门回归祖国主题海报是其中的代表作之一。进入 21 世纪以来,应用于现代设计的范围逐步扩大,数量逐渐增多,2008 年北京奥运会上一系列青花艺术设计作品的出现,尤其是奥运颁奖礼服的成功推出,把青花元素的应用设计推向高潮。设计作品的数量和质量都有了显著提升,这是以前任何一个时期都无法比拟的。不仅在国内,国外设计师也从青花瓷文化的研究中获得了丰富的艺术灵感,创作了许多优秀的作品,在国际上悄然掀起了一股青花艺术设计热潮。

当今越来越多的设计将青花图形注入其中,使得青花图形得到了进一步升华,凸显了青花元素符号的独特魅力和价值。从平面设计角度来看,青花图形主要应用在书籍装帧、海报、标志以及名片、挂历、网页、贺年卡等视觉设计领域中,形成了一批

既有民族韵味又有时代气息的优秀作品。

1. 书籍装帧设计

书是文化产品,是知性的象征。作为一种特殊的商品,书籍装帧需要体现商品性与文化性的统一。书籍装帧包含多方面的内容,封面设计是其中非常重要的一部分,是该书内容精髓的充分体现,它的形式、构图、美学品质将直接影响读者情绪和购买行为。不同的书籍由于装帧要求的差异会呈现出不同的艺术风格。2008年江西省国土资源厅用纪实的方式推出了画册《江西省国土资源管理年活动纪实》,书籍装帧采用青花艺术中常用的开关形式和缠枝莲纹样,再以沉稳的青花蓝色调和端庄的黑白文字与之相配,每页边饰上设计开关的缠枝莲纹与封面图形遥相呼应,整个封面设计显得大方严谨、提纲携领,充分体现了江西文化特色。2007年福建美术出版社出版的《青花写意》(见图1)装帧美如青花,封面白底凸印青花瓷中极具代表性的龙纹、凤纹、云纹、缠枝莲纹等,气韵生动。青花图形与文字符号、封面白底蓝花与封底蓝底白花,在动与静、正与负的对比之中使作品“青”意盎然、意味无穷。内页为铜版纸,每页边饰上都印有缠枝莲纹、书名,中缀页码,犹如芸香扑鼻的线装书。封底除蓝底留白套印青花纹饰外,还把勒口延长为半页宽的包封,脊印书名、著者,包封印作者简介,同时还可以作为书签使用,以方便阅读。^[1]此书装帧轻松而不飘浮、活泼而不失庄重,显现出学术类书籍的大家风范。可见,只要创意新颖、构思巧妙,学术研究类书籍同样能设计得很美。

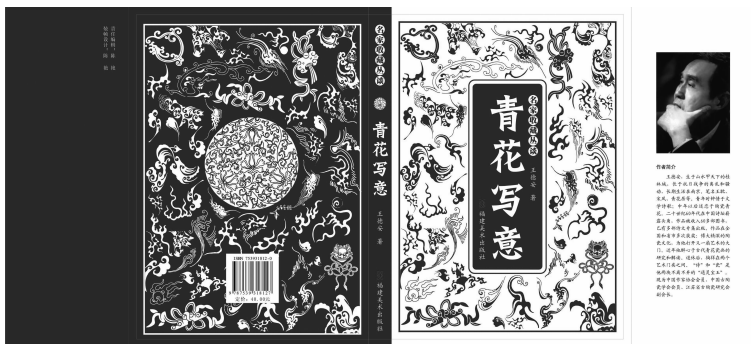


图1 《青花写意》封面设计

2. 包装设计

据不完全统计,目前国内与青花瓷概念直接相关的白酒品牌大概有20余个,有江苏洋河、红星二锅头、四特、衡水老白干、国牌老窖、玉液汾酒、双沟大曲、杜康醇、浏阳河,还有安徽、北京、成都、陕西等地的众多品牌。泸州国牌酿酒有限公司生产的“国牌老窖(青花瓷)”酒包装(见图2),从上至下分为大小相间四部分,两块大的空间分别填满开片和纹样;两块小空间,一块是二方连续纹样,另一块是蓝色长条;大小空间的交界处有蓝、白两条装饰细线,这些构成画面第一个层次;在此层次之上以开关的形式突出“国牌老窖”,构成前后两个层次。其包装纯净、优美、大气、内敛的风格与产品的内涵相得益彰,多了些文化韵味,少了些商业气息,顺应了当今消费者所追求的个性潮流。现代设计早已不是一种单纯的市场行为或生产行为,而是一种积极的文化和美学表达行为。“国牌老窖”包装设计运用了青花图形的造型方法与表现形式,以青白色彩搭配、水路穿插的构图规律,融合时代审美观念,使得该酒的包装设计既有民族味又不乏时代感,品牌形象得到了进一步的推广和升华。又如“青花笔”的包装设计(见图3),宛如白玉的瓷面与幽靛苍翠的青花相映,典雅、清新、灵动、剔透,简单的色彩有着绚烂之极归于平淡的从容和淡定,在设计的交流传递中形成了包装的文化气质,与“笔”的产品秉性相辅相成。

3. 海报设计

海报属于户外广告,被称为“瞬间的街头艺术”,就是要在瞬间取得传达实效。海



图2 国牌老窖包装设计

报设计一般应具有新奇的构思、个性化的表现、单纯化的构图、强烈的形式感等特征。这种视觉上的异质性是海报的灵魂。^[2]《不完美的中国》(见图4)是中央美院李少健设计的作品。画面中破损的青花梅瓶给人以强烈的视觉冲击。梅瓶最早出现于唐代,宋辽时期较为流行,以元代景德镇青花梅瓶最为精湛,设计中选取的就是元代青花龙纹梅瓶。梅瓶造型优美、饱满、流畅,为国人所喜爱。海报中梅瓶的主体纹饰是瓷器上常见的龙纹。从原始社会开始,龙就以其独特而又神秘的姿态与人们的生活紧密地联系在一起,成为了华夏民族的象征。海报中破损处的外形是台湾地图的剪影,生动精炼的图形与主题文字相呼应,海报主题得到了明确而清晰的传递:破损的梅瓶寓意尚未统一的祖国,台湾是中国不可分割的一部分,两岸同胞血浓于水,都是龙的传人,反对台湾独立、维护祖国统一是中华儿女共同的愿望和责任。再如,卓越形象品牌传播事业机构创意设计的可口可乐海报(见图5),给可口可乐套上青花瓷,让人眼前一亮,中外混搭的主题表达恰如其分,成为该品牌文化传播的一幅鲜亮的招贴。日本设计大师福田繁雄曾说过,“一幅好的招贴,应该是靠图形语言而不是靠文字注解”。^[3]该设计作品图形通俗易懂,正是对此话的最好注解。

4. 标志设计

标志是艺术设计中的小品,具有以小见大、以少胜多的造型特点。它以精炼之形传达特定的涵义。在中国商标网查询关于

青花瓷商标的注册情况,可查到28个之多。除了一个是在2001年注册且已经作废之外,其余的27个青花瓷的商标包括服装、饮料、牙膏、太阳能、化妆品、计算机甚至卫生巾、假发等,可以说包罗万象。其中,95%的青花瓷商标是在2008年以后注册的。^[4]青花图形的应用设计蕴藏着巨大的商业潜力,但它绝不是万能胶,而是有其适用语境的。2004年靳埭强设计奖金奖作品《平面设计在中国——苹果电脑标志》(见图6)给了我们有益的启示。作品为一个别具一格的青花苹果电脑标志,苹果标志图形中心是一个龙凤呈祥的青花瓷盘,画面中龙、凤各居一半。龙是升龙,张口旋身,回首望凤;凤是翔凤,展翅翘尾,举目眺龙。龙与凤交织流动形成太极的漩涡,周围瑞云朵朵,一派祥和之气。设计者将中国的龙凤瑞祥图案浓缩在简约的苹果电脑标志中,作品中东西文化交相辉映,意境深远,韵味浓厚,引发人们对于东西文化互动交融的思考。又如三元陶瓷愉筷品牌标志设计(见图7),该设计以篆书为基础,将“愉筷”两字的偏旁变形为产品筷子的形象,再与青花蓝、开片纹组合构成完整的视觉力结构,表明企业的性质和行业特征,也表达了企业的个性和文化追求。

三、青花图形符号在现代平面设计中的创新

平面设计重在传播。传播作为一种信息的共享活动,通过符号来进行社会互动



图3 “青花笔”包装设计



图4 不完美的中国



图5 可口可乐海报

并共享其意义。可以说,平面设计的过程就是一个符号化(编码)和符号解读(解码)的过程。设计作品则是一个将图形、文字、色彩等符号语言,按照视觉传达规律的组合方式构成图像并形成具有完整语义的图像符号系统,通过这个符号系统,最终实现作品语义的有效传达,使受众对于设计形式进行合理的解读。

青花图形符号作为设计作品中的一部分,既有相对独立的属性,又存在于一定的语境关系中,同一符号在不同的语境中可能会有完全不同的意义。因此,青花图形符号的创新表达必须从两个方面来考虑。

一是青花图形符号创新表达的关键在于传统青花图形的现代转化。这种转化不是简单的形式改观,而是对图形中所积淀的越来越多的内容进行的扬弃。这就要首先明晰青花图形符号形式与意义的形成方式——“俗成”。“俗成”这种方式是人们在长期的社会实践中反复使用从而逐渐固定下来的。“俗成”虽不具有强制性,但一经形成就具有社会性,要进行有效的交流,人们就需要遵守,尊重这种“俗成”是设计创作的前提。解构是现代设计创作常用的一种方法,用这种方式打破青花图形内在诸要素既往的平衡关系,使之重新排列、组合,可形成新的结构和意义。这种新的结构和意义的形成是在受众的创造性阅读中实现的,但受众的理解总是基于原有的经验和知识

体系做出的,故符号新的形式和意义在设计作品中的转化并非轻而易举就能完成。从符号学可知,能指和所指具有非对称性,正是这种所指与能指非对称性的存在,为冲破原有符号的封闭性和稳定性从而促成新符号的诞生(即原有符号转化的实现)提供了可能。如符号的某种新形式常被作为新符号使用,就出现新语义,成为准符号;准符号在被长期反复使用的过程中其形式语义逐渐固定,最终导致新符号诞生并被纳入既有的符号系统,如此周而复始不断推动新符号的创造与衍生。^[9]新的符号是原有符号的延伸,既有承接又有更新,是发展中的变革与扬弃。比如《奥运中国》海报设计(见图8),将抽象的乒乓球运动员形象与青花纹样相结合构成新的图形符号形式。作者别出心裁地将民族文化意象与现代奥运精神有效融合,受众从既熟悉又陌生、既传统又现代的图形中对海报主题获得了理解和把握。

二是青花图形符号的创新表达还在于新的符号形式必须与青花图形所处的语境完美地融合成一个整体。常言道:“红花还需绿叶配。”意思是说,红花的鲜艳夺目离不开绿叶的陪衬,绿叶为红花的脱颖而出营造了一个富有感染力的语境氛围,即“场”。这对于设计作品观念的表达、文化的传承、审美的呈现以及意义生发机制的形成有着重要的启示。青花图形语义的有效表达,在一定程度上有赖于其语境构



图6 平面设计在中国
——苹果电脑标志



图7 三元陶瓷愉瓷品牌
标志设计



图8 海报《奥运中国》

成——图形、文字、色彩等各种符号的合理运用。设计中的语境体现的是一种观念、一种文化。适宜的氛围可以有效形成作品的意义基础，设计作品的整体语义也会在这样一种氛围中得到强化^[6]，这主要通过暗喻、烘托等手法来实现。优秀的设计作品往往是图形符号与所处的语境的完美融合和综合表达。过分强调任何一方都会形成视觉错位和意义含混，误导设计作品传达的意义。

四、结语

青花图形是中国传统图像系统中的重要组成部分，是中国传统文化的宝贵财富。同时，青花图形又具有广泛的国际共识性和影响力，为世人所钟爱。将青花图形与现代平面设计相结合，创作出具有民族特色的设计作品，无论是出于保持本土文化的独立和繁衍的需要，还是出于与国际对话、交流的需要，都有着重要的价值和意义。虽然目前的青花图形应用设计已取得了一些成果，但也存在着诸多不容回避的现实问题。这需要我们进一步分析和研究传统图形，把握当下的时代特征、审美风尚、设计文化，从形式、内容到精神综合考虑，以逐步提高设计艺术的品质。

参 考 文 献

- [1] 曾立平. 书如青花 文如珍瓷——读王德安的《青花写意》[N]. 收藏快报, 2008-04-23(8).
- [2] 李砚祖. 视觉传达设计的历史与美学[M].

北京:中国人民大学出版社, 2000:78.

- [3] 林家阳. 图形创意[M]. 哈尔滨:黑龙江美术出版社, 2003:138.
- [4] 杨简茹. 青花瓷不能承受之重[J]. 美术观察, 2011(5):27.
- [5] 张宪荣. 设计符号学[M]. 北京:化学工业出版社, 2004:50.
- [6] 海军. 视觉的诗学——平面设计的符号学向度[M]. 重庆:重庆大学出版社, 2007:250.

[基金项目]蚌埠学院人文社科项目(2010SK12)

[作者简介]周光云(1976—),男,湖南省衡阳市人,蚌埠学院讲师,硕士,主要研究方向:陶瓷艺术与与设计。

[作者已有相关成果]

- [1] 周光云. 青花图形符号的认知与语义解读[J]. 重庆科技学院学报, 2012(5):65.

[相关主题文献]

- [1] 潜铁宇,李文涛. 青花装饰在现代包装中的审美价值与信息传递[J]. 包装工程, 2009(11):164.
- [2] 陈达强,刘志. 青花纹样的特点及其在包装设计中的体现刍议[J]. 湖南包装, 2009(2):25.

[本文创新点]从符号学的视角探讨了青花图形所具有的符号学特征及其在平面设计中的应用情况与创新思路。符号学的方法更有利于我们把握元素符号的本质精神,更易于激活青花元素的创意设计,实现传统文化与现代设计的创造性融合。