

利用水墨元素打造南通户外媒体的江海文化特色

Creating Jianghai cultural characteristics on Nantong outdoor media applying for wash painting essence

□ 成娟

(南通大学 杏林学院, 江苏 南通 226007)

[摘要]现代户外媒体的设计应吸收当地的文化资源,体现城市的文化素养。南通地域文化与水墨艺术都具有“水之韵”、崇尚自然、人文式的审美情趣等文化特性。因此,在南通市的城市主入口、主干道等地的户外媒体设计中,可借鉴水墨艺术元素,运用自然灵动的形态、低调的中性色彩,“计白当黑”的布白技巧,将水墨意趣融入城市形象建设中,以张扬南通江海文化特色。

[关键词]水墨元素;户外媒体;江海文化

[中图分类号]G206.2 **[文献标志码]**A

[文章编号]1009-3729(2012)02-0065-04

随着城市的发展,户外广告媒体以其独特的传播价值而在传播媒介严重分流的今天被越来越多的广告主所看好。2000年以来,中国户外广告媒体的快速成长引发的户外广告与城市环境之间的冲突引起了学术界的持续关注,学者们从规划学、设计艺术学、景观学、传播学等多个角度来探讨城市户外广告媒体与城市形象之间关系上存在的问题及解决办法,其基本共识是:户外广告设置应与城市景观、城市区域文化紧密结合。但如何将区域文化落实到户外广告媒体的具体设计中,这方面研究甚少。本文拟从设计美学的角度,探讨水墨艺术元素在南通户外广告媒体形态、体量、布局

等方面的应用,以塑造具备南通个性特色的户外广告媒体形象,提升南通市的文化品味。

一、南通江海文化与水墨艺术的共性

南通因为临江靠海而孕育了自己的江海文化,江、海的自然要素促成了南通许多富有区域特色的文化形态,其物质文化和精神文化都烙有江与海的印记,因而南通的文化形态、文化题材及文化意蕴都显现出浓郁的江海风情。南通的文化个性与中国传统水墨艺术有着诸多共同的特征,这主要体现在三个方面。

1.水之韵

水是南通文化和水墨艺术都不可或缺的媒介。水墨画区别于其他画种的独特之处是墨借助于不同量的水分稀释在画纸上自然深化,从而产生一种富有流动感和气韵节律的艺术美感。水与南通同样有着不解之缘,水是南通重要的自然资源,南通集海水、江水、河水于一境,海水的大气磅礴,江水的源远流长,河水的灵动秀美,凡此种种意蕴都深深地渗透在南通的文化产品和文化现象之中。

2.崇尚自然的精神

中国传统水墨艺术是借助水和墨两种载体在纸绢上抒发情感,水与墨自由流动、自然交融,构成了不事雕琢的形态,营造出逼真自然的情趣。丰富的水资源陶冶了南通人豁达的胸襟和壮阔的情怀,这种由大海陶冶的胸襟和情怀也化为一种独特的意蕴渗透在南通文化中。水文化影响下的包容精神使吴越文化和淮扬文化在南通融合、发展,这种崇尚自然、崇尚人性的江海文化带给人们一种亲切、温和的氛围,赋予人们一种从容、闲适的人生体验,这种特质同样可以从水墨艺术中感悟到。

3.文人式的审美情趣

中国文人向往一种世外桃源般的闲适生活。宋代之后,文人成为画坛的主流,作为主创者,文人将自己所崇尚的理想生活状态带入了水墨绘画,水墨艺术的空灵明净是中国文人追求自然淡泊、清净高雅情趣的体现。从人文环境来看,南通偏安一隅,个性中缺乏闯荡的冒险精神,自古重视教育,崇尚读书,享受隐逸之乐的审美趣味也是南通人比较崇尚和追求的。南通江海文化与水墨艺术的这种共性,为利用水墨元素打造南通户外媒体的江海文化特色奠定了基础。

二、水墨元素在南通户外媒体设计中的应用方法

南通的户外广告媒体虽然有了很大的发展,但其艺术价值不高,无法给人以美的

熏陶和艺术的享受,也无法起到美化城市、提升城市形象的作用。水墨艺术与南通的江海文化有着共同之处,将水墨艺术的表现手法及其特色元素应用于南通户外广告媒体的设计中,有助于呈现户外广告媒体的艺术美感和南通江海文化的气韵。

1.营造自然灵动的形态

外在的形态是设计风格最直观的体现,户外媒体作为一种视觉媒体,建立独具特色的视觉符号必须充分考虑载体的形态。传统水墨艺术的形态是一种东方式的高度抽象的形态,是借助笔形、墨色和质地构造的视觉符号。户外媒体如果直接选取水墨形态,人们看到的只是一种形,而难以表现出艺术韵味,只有形与情相融才能触动心灵,让人领悟到其中蕴涵的意趣。一个城市的市民对本城市的地方艺术会有深厚的感情,也比较熟悉它们的形态特征。南通户外媒体的形态设计可提取板鹞风筝、蓝印花布、通派盆景等南通地域性艺术资源并结合传统水墨的自然“形”,抽象转化成新设计元素,使用新的构成语言和表现形式,重新演绎水墨的自然形态,构筑户外媒体优美的外型轮廓。可将传统水墨的精神气韵融入户外媒体设计中,让户外媒体设计更有特色,这样的户外广告设计才能真正被市民认同和接纳。

借鉴水墨艺术的元素,将其作为南通户外媒体的艺术表现媒介,需吻合时代的审美观。媒体的造型可模仿水墨艺术中自然随性而耐人寻味的美态,通过不同的自由形组合、相接,改变南通户外媒体以严谨的圆、方形为主的单一造型;通过组成新的视觉符号延续水墨艺术的精髓,将传统水墨那种自然天成、生机勃勃的特征融入南通户外媒体设计中。

2.选用低调的中性色彩

户外媒体色调选用的原则是:不破坏城市的自然、建筑美感,同时又容易吸引人的眼球,从而可以较好地传达广告内容。户外广告媒体首要的目的是传播信息,如果边框的色彩过于花哨,必然会喧宾夺主,尤

其是户外广告媒体集中的城市商业街,各种色彩竞相斗艳,削弱了广告的效果。中性色彩作为户外媒体的造型色彩非常有利,黑、白、灰是中国传统水墨艺术的主色彩,具有独特的艺术魅力,是中国水墨的精髓。运用中性色系可将户外媒体自身色彩对广告传播内容造成的干扰降到最低。目前户外媒体的材质主要是不锈钢、铝合金、锌铁板、铝塑板等,这些材料本身的颜色就是灰色,色彩上不需要再加工处理就可以达到户外媒体色调选用的低调要求。

3.融入“计白当黑”的布白技巧

布白是中国水墨画构图的一大艺术特色,布白是对画面疏密、结构、层次、主次等形式要素的处理,“计白当黑”是为更充分地表现主题而留出的“空白”。户外媒体形态运用传统的布白原则,可凸显广告传播的主题,使形态美感与功能价值平衡统一。水墨绘画中的布白由空而实、实中有空,是形式与内容相融合的意象形态,它通过空幻朦胧的艺术符号体现出一种灵动的意境。布白技巧在户外媒体设计中的运用要注意两点:一是单个媒体形态应考虑整个媒介的形态与其中广告展示部分形状的对比与和谐;二是同一区域的户外媒体设计需考虑媒体与周围环境的关系,如间隔密度、大小比例等,以营造整个区域的户外媒体的节奏感与韵律感,从而生成江海韵的艺术情境。

三、南通户外媒体需重点打造的区域

户外媒体种类繁多,不同的户外媒体有不同的表现风格和特点。借鉴水墨元素不是要南通所有的户外媒体都采用统一的造型和风格,而应有重点地引导设计户外媒体精品,以点带面创造户外媒体的区域特色,展现城市文化内涵。从城市地域特色角度来看,对城市空间、城市形象影响最为密切的是城市入口和城市主干道上的各类户外媒体。

1.城市主要入口

城市入口的户外媒体事实上是展示城

市形象和个性的景观艺术品。其艺术水准代表了一个城市的经济实力和人文素养。就南通目前的情况而言,从苏通大桥进入南通市区可以看到一系列广告立牌,立牌上简单的大字和炫耀式的语言缺乏基本的艺术美感,不利于打造南通的城市形象。

南通城市入口的户外媒体设计应借鉴水墨意蕴来表现南通艺术文化,其形态设计应追求对南通传统艺术形式神韵、意趣的模仿再现,将南通传统艺术特征巧妙显现于户外媒体的设计中,由直观的体态和形态视觉形象引发美的感受,让人从中体悟到南通的文化特色。

2.主要交通干道

城市主要道路是户外广告展示的重要区域,从媒体的投入成本与收益的角度考虑,城市的主要道路因其人流量大而受到广告主的青睐。南通几条主干道如工农路、青年路人民路两边的户外媒体形式丰富多样,集中了灯箱、灯杆、广告牌、候车亭及流动的公交车身等多种形式的广告载体。就现阶段而言,最适合塑造南通个性文化的是南通城市主要景观道路上候车厅媒介和依附路灯的吊旗媒介。鉴于道路两边的户外媒体设计需要兼顾媒体本身造型的艺术美感和信息传播效果两方面,这类户外媒体形态应遵循造型简洁、内涵丰富的原则:以内敛的灰色为基调;造型上摒弃严谨的圆、方传统形状,而改用具有深刻寓意的不规则形状;借鉴传统水墨表现手法将南通的特色艺术移植到户外媒体的形态设计中,实现江海文化题材在媒体形态中的创新;同时考虑到展示信息内容的方便性,展示广告信息的部分仍采用常规的形状,仅在边缘或某一局部作变化处理,以户外媒体自身的色调及形态的装饰衬托其信息传达主体部分的活跃性和醒目性。通过这种设计,将南通市的户外媒体与其他城市的户外媒体区别开来,传承南通市特有的文化符号。

四、结语

户外广告媒体作为城市的文化设施之

一,是城市特色文化最直观的展示平台,对提升城市形象、打造城市品牌具有不可估量的作用。从中国传统水墨中汲取营养,可以给南通的户外媒体的设计带来新的气象。融水墨艺术的精髓于户外媒体的设计之中,加强对本土文化资源的理解、提炼、重构和再创造,将水墨意趣融入城市形象建设中,以张扬南通江海文化特色。

【参 考 文 献】

- [1] 杜国清,邵华冬.中国户外媒体发展趋势研究报告[M].北京:社会科学文献出版社,2008.
- [2] 于海漪.南通近代城市规划建设[M].北京:中国建筑工业出版社,2005.
- [3] 尤世玮.南通特色文化[M].苏州:苏州大学出版社,2006.
- [4] 黄毓任,冒建.南通历史文化概观[M].北京:新华出版社,2003.
- [5] 曹琳.江海文化论纲[J].艺术百家,2002(1):125.
- [6] 丰坤武.江海风情:南通文化特色之一

[J].南通职业大学学报,2009(3):1.

【作者简介】成娟(1979—),女,江苏省南通市人,南通大学讲师,主要研究方向:广告学及设计史论。

【作者已有相关成果】

- [1] 成娟.广告对商品符号的建构规则[J].沧桑,2009(6):123.
- [2] 成娟.人文精神在户外媒体中的塑造[J].艺术探索,2010(6):107.

【相关主题文献】

- [1] 丰坤武.江海风情:南通文化特色之一[J].南通职业大学学报,2009(3):1.
- [2] 张国斌.水墨艺术审美样式在现代平面设计中的运用[J].民族艺术研究,2011(4):150.
- [3] 尹洪,李芸玲,黄婉春.水墨元素——在海报设计中的体现与创新[J].美术大观,2011(7):141.

【本文创新点】将水墨艺术应用于户外媒体的设计,可达到彰显南通江海文化特色的目的,探索出一条将南通市的户外媒体与其他城市户外媒体区别开来的新途径。