

# 中国传统素色图案与红色图案中的 和合生存观分析

叶 蕤

(北京印刷学院 设计艺术学院, 北京 102600)

**摘 要:** 中国传统文人艺术审美下的“崇墨”文化与中国民间艺术的“尚红”文化,传达出来的艺术气质相去甚远,它们出现于同一个社会中,看上去似乎格格不入,而这恰恰反映了人们在整体观的社会生活中对于幸福追求的两种既矛盾又统一的心理与生存状态。当我们探进传统文化的深处和传统中国人的内心世界后,即会发现:诸多表面上看似矛盾的现象,实则源出一处。这些矛盾的文化现象皆是对注重整体和谐的“和合观”不同的生命表达。它们似是对集体共识的“和合”生存理念的背离,却恰恰皆源于“和合”,又归于“和合”。

**关键词:** 和合;生存观;崇墨;尚红;传统图案

**中图分类号:** J01

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1004-8626(2017)01-0067-03

## The Analysis of “Harmonious Life View” in Monochromatic and Red Chinese Traditional Pattern

YE Rui

(Beijing Institute of Graphic Communication,  
the School of Design, Beijing 102617, China)

**Abstract:** “Advocating the ink” culture under the aesthetic view of Chinese traditional literati art and “advocating the red” culture of Chinese folk art co-occurred in the same society, it seemed to be at odds, which reflect the two mentality and life states of people who having the “whole view” and pursuing the happiness. Exploring into the depths of the traditional culture and traditional Chinese inner world, we will find that many phenomena seemingly contradictory come from the same source. These cultural phenomena just express harmony concept in different way. They seemed to deviate from the idea of harmony concept, actually, harmony is the result and the reason of these two cultures.

**Key words:** harmony concept; life view; advocating the ink; advocating the red; traditional pattern

“和合”是中华文化圈特有的生存观,反映了中国人“向内看”、关注整体的思维模式,是一种注重整体和谐的和谐精神。这种生存观在中国传统图案中打上了深刻的烙印,成为中国传统文化艺术中的重要美学观。本文即对其中的素色图案与红色图案展开分析,探求在“崇墨”与“尚红”这两种看似矛盾的文化现象中所蕴含的“和合”民族精神。

中国传统的人伦等级社会注重集体利益与整体和谐,同时忽略个体对于生存空间与生存利益的欲求,即“灭私欲,名天理”的思想。中国传统图案中的素色与红色,则是在人伦等级制度的压力之下,人们在图案中对自我生存空间与生存利益追求的含蓄表达,但又终究以“和合”为生存精神的主轴,彰显出对于和谐共生的生存理想。这一矛盾现象非常类似于德克·布德(冯友兰先生的《中国哲学简史》译者兼美国的汉学家)曾提到的:“西方仅仅一知半解的这种哲学精神,使中国人在西方人眼中成为既有高居峰巅、在松树下沉思默想的圣人,又有十分实际、只问眼前的俗人。”<sup>[1]</sup>

### 一、绘事后素的素色图案

在中国的造型艺术中,单色系的色彩表现应用最广泛的恐怕是中国传统的文人水墨画了。那些没运用任何色彩的黑白水墨画使人们感到画面中闪烁着不可思议的光彩。各种各样的水墨“山水画”,虽然没有采用真实山水所呈现的丰富色彩,但黑色具有的凝重力却蕴含着山水的生命节奏,展现了中国士族文人的审美情趣。而中国传统图案中也有一类深受文人审美标准的影响,即素色图案类型。有些图案采用中国绘画中的墨色,有些则采用纯白色或是纯度较低、视觉上较为素净的单一彩色。如殷商时代的雷纹白陶瓷和隋、唐时代凤凰白

瓷瓶,宋代的白地、黑刻蔓藤纹瓶与划花青白瓷碗,元代的白地青花蔓藤纹器皿等等皆属于素色传统图案。也因相似的用色,中国传统的水墨画与素色传统图案中都有着朴素、清雅的气质,散发着独特的艺术魅力。那么,中国的古代文人为何喜用墨色(或素色)来表现自然界中原本五彩缤纷的物象呢?这种艺术魅力又源自何处?

我们首先从中国绘画色彩发展史中寻找答案。在南北朝之前的绘画中墨色变化不够成熟,主要以色彩为主,多赋重色,重于笔力,并因此有“丹青”之称。魏晋之际,文人们谈玄论道,不仅喜欢以艺术比兴,而且常常雅集在一起交流书法绘画。这不仅促进了书法与绘画这两种不同艺术形式的结合,还促进了绘画由传统的五彩色逐渐向重墨色的转化。此后,自王维推崇水墨以来,文人画更是逐渐形成了“逸墨洒脱”“无墨求染”等审美取向。唐代张彦远更是明确提出“运墨而五色具”的概念。从“崇色”向“崇墨”转变的色彩发展时间轴来看,恰好与中国哲学史上由汉代董仲舒倡导的独尊儒术、建立完整的儒家道德体系之后,道禅两家的思想随即兴盛的发展脉络一致。这种时间上的一致并非巧合,而是社会普遍价值观的建立与完善过程中,生存意识和生存形态在图案文化中的人文反应。儒家伦理等级制度虽对于营造社会整体和谐有着积极作用,但对于个体生存却构成了无形中的巨大压力。道家即以朴素而被动的态度应对,自外向内地去往生命的内部深层寻找“生发”生命力的自由空间。而儒家则是站在社会主流思想的位置上,要求人们克制自我的欲望。因此,儒道两家虽以不同的角度,却采用同样克制的态度看待人表达自我欲求的生存本能。而同时发展的禅宗也起到推波助澜的作用——更是向心灵深处探寻自我内在的灵性与超然。被崇为文人画始祖的王维深受禅宗的影响,他善于运用水墨画的黑白对比。禅宗也认为只有黑白的无色世界才是真实的,黑白世界能体现宇宙的深邃与广袤的心灵。在传统图案的文化领域,这种表达自我的生存本能就包括了色彩的表现与运用。我们知晓,从人的视觉心理层面,每种色彩由于其波长各不相同,就会给人不同的情绪、情感的本能心理体验。例如,暖色系给人温暖感,冷色系让人感觉寒冷、冷静。也正由于色彩与人的本能心理反应之间的对应性,人们很自然地在艺术作品中通过色彩表达内心强烈的情感、情绪。但在礼制等级社会中,尤其是熟读儒家圣贤书的士子们是

应当克制自我表达欲望的。孔子在《论语》中教导:“绘事后素。”意为画面在最后完成时的效果应是清白素雅的,白的使用方法与清白的空间是绘画的根本。对于古代文人而言,他们也逐渐从滤化物象本色的墨色里,体味出由表面的单纯水墨变化成的“墨分五色”所显露出的独特风韵。在这单一的色彩中,生命的表达力是向内延展的,没有不同色相之间色彩与色彩的矛盾与冲突,而是将心灵置入墨色之中获得“世外”的虚静与空明。文人们往往借助水墨山水画的题材去作“不似而似”的水墨写意,其画面是一种高傲、脱俗、不食人间烟火气质的图像。有些文人画家甚至隐居山林,更有甚者还出家做了僧人。他们在单纯的笔墨中追求审美意境,在笔墨中表达自我的情趣。对于墨色的审美情结,是古代文人士子在中国传统家邦式等级社会里的儒释道三家思想共同作用下形成的文化现象。而在中国传统社会的各等级中,三教思想对于文人阶级的影响最为深刻,他们熟读儒家经典,得到仕的身份才能立身,必须遵循封建仕途官场的各种礼法与规则,却往往不得其志,深受礼制社会的巨大压力,只有在佛道的出世中获得内心的释放。墨色既是文人士子们的心灵被外在等级伦理制度“挤压”进的自我克制之“空间”,又是独属于他们的可以自由徜徉的灵魂世界。可以说,单纯墨色的应用正是外在等级制度在文化上的逆向反应,也是人们在礼制社会压力下的内在平衡现象,并由此平衡获得个体的和谐,进而巩固了等级社会整体的和谐,最终达到整体生存的“和合”态。

另一方面,古代文人们仍旧以整体观的“和合”精神看待这单一的颜色,“墨分五色”就是将墨色看成一个无形中的“整体”,即“和合”观中向外封闭、向内延展的“合”概念,由墨之“整体”向内划分成“五色”,这五色经由艺术家的协调表现,将五色“合”而渲染于纸上,浓淡相宜间形成视觉上的“和”状态,达到图画和谐美感。

并且,古代文人们还将墨之整体与自然的有机整体相对应,印合了“天人合一”的宇宙观。张彦远认为自然之五色会随四季和光感的变化而不同。如果用墨的层次变化把大自然的特征表现出来,就会产生与自然物体同等的效果,不必用同色渲染。可见,以单纯墨色绘事,源于整体观等级制度压力下个体生命力表达的欲求,却又终究离不开向内看的整体观“和合”的思维模式。

在中国人眼中,运用于传统图案中的墨色或素

色已非客观意义上的色彩,而是一种“和合”生命观的体验与展现。正如日本染织装饰艺术家城一夫的评论:“墨在表现其本身的同时,又包含了全部的色彩。当然,白色的画纸也具有同样的功能。西方绘画的黑与白是单纯作为色相的黑和白出现的,而中国、日本水墨画中的黑和白则是物体所有色彩的体现,它已超越了本身的概念。这些黑和白的色彩在我们面前展现了一个以纯色为中心的色彩世界。”<sup>[2]</sup>墨色或素色的运用是中国传统文人在整体观等级社会中的自我意志的含蓄“抗争”和自我心灵的自由放飞,是将精力移向对事物内在本质的探究,实现更强的主观意志表达,从物质的性灵体现物象以外的意境,达到物、心相通,终融为一体。因而,传统图案的墨色或素色中蕴藏着的是在“和合”的人文环境下鲜活生命的跃动,如此,绽放出“和合”生命形态的魅力。

## 二、喜气祥瑞的中国红图案

红色,在中国所有的传统图案象征色彩里显得尤为突出,老百姓甚至将国名与之连在一起,合而称其为“中国红”。在色彩“大家族”里,获得如此“殊荣”的仅此一例。对于中国人来说,红色更多地象征吉祥、兴旺、喜庆、成功、吉利、忠诚等几乎所有美好、吉祥的含义。例如,“开门红”意味着获得成功的第一步;“走红运”意味着好运;“事业红火”是指一个繁荣的事业;一些红脸的人代表忠诚的英雄,例如关羽。红色的对联,红色的蜡烛皆能带来快乐和好运,等等。在图案文化里,红色则是民间最为常见的传达吉祥的喜庆色彩,过年的窗花图案一律为红色,新娘的盖头和礼服上的图案为红色,庆寿礼盒上的图案为红色的,仿佛中国人生活在这片红色里,才是最为幸福的表达。对于红色的热爱与推崇,是中国吉祥文化的重要内容。

红色在西方传统文化中也具色彩的象征性功能,但更多地为贬损的含义。代表残酷、危险、狂热、激进、暴力、血腥等。如“red battle”意味着血腥战斗,“red activities”意味着暴力活动;“see red”意味着有人勃然大怒、发疯;“red flag”意味着危险信号;“red neck”意味着粗人;“paint in red”指一些令人震惊的消息,“go into the red”意味着导致财政赤字,等等。此类例子数不胜数。

然而同样是红色,为何东西方在象征寓意上存在如此大的差别?我们应如何理解中国传统红色图案中的“尚红”情结?

笔者认为,应当将民俗文化里的“尚红”与文人艺术里的“崇墨”放在一起解读,即可找寻到中国人红色情结背后潜藏着的社会根源。此外,还要将中西方传统文化对待红色的差异认知放在一起分析,也才能更为深刻地理解我们中国红的文化根源。

### (一)与崇墨文化并置,来看中国民间尚红文化

根据现代色彩学原理和现代光学科技研究表明,红色的波长为700~630nm之间,是所有人类可见光中波长最长的。“色彩的波长影响到对色彩的距离感,波长较长的色彩,感觉比较近;波长较短的色彩,其距离较远。色彩的波长由长到短依序为红、橙、黄、绿、蓝、紫。”“暖色即长波长的红、橙、黄持有前进性,短波长的绿、青、紫持有后退性”。“长波长的暖色含有扩散性,而短波长的寒色含有收敛性的特征,同时也有非常引人注意的性质,或不引人注意的迟钝感”。“彩度(纯度)高的色彩有前进感,且大些,彩度(纯度)低的色彩则有后退感。”<sup>[3]</sup>

可见,作为高纯度的红色,具有注目性高、刺激性强、有膨胀感与前进感的视觉特征。因此红色能给观者带来增高血压、加速血液循环,并产生兴奋,甚至亢奋的由视觉至生理的奇妙体验,对于人的心理产生巨大的鼓舞作用。无疑的,从心理层面,红色能给人带来强烈的生命感,通过鲜艳的红色在图案中的运用(且往往配以大胆的夸张造型),人们既获得了心理上对于生命能量的感受,又是对生命最为强烈的热爱与追求的表达方式之一。

传统绘画艺术中的墨色与传统图案中的墨色或素色,代表了人们在中国传统等级社会的强大压力下,于外在极力克制自我的同时谨慎而含蓄地向内在精神世界延展生命维度的生存状态。在墨色或素色中,人们获得更多的是心灵的自由,也就是在内心体验广阔生存空间的自由与纵逸;而在传统图案中常见的“中国红”,则是人伦等级压力下,人们在世俗生活中释放心灵的出口,在红色里人们更多的是获得原本被外在世界压抑着的对于生存利益的欲求之心释放出来后的内心满足与喜悦,包括获得福禄寿喜财之“五福”、家庭和睦等所有美好的内心体验。追求墨色(或素色)里的心灵世界和欲求红色里的吉祥喜庆,这两种文化心理,是以不同的方式寻求在社会压力下人们内心的自我平衡与心理上的自我补偿,向内消除外在社会带来的内

(下转第83页)

地区特色饮食文化为主题,进行衍生品和食品包装的设计,反映当地传统饮食文化的精神内涵,提高传统特色食品包装的文化品位。

1. 状元饺衍生品设计。大兴梨花村人有吃状元饺的习俗,以此祝愿考生金榜题名。“状元饺”衍生品设计将状元饺的造型与状元服装相结合。一颗小小的状元饺,承载着梨花村人对莘莘学子的祝福。设计将传统文化中的艺术内涵与生活理念巧妙地融入产品中,以状元饺为主题元素做成产品,以文具为载体传达出对青年学子的祝福。

2. 状元饺包装设计。状元饺包装设计点来源于饺子馅的谐音,“芹菜”与“勤财”、“韭菜”与“久财”、“白菜”与“百财”、“鱼肉”与“余财”、“甜菜”与“添财”等等,吉祥并且有特色。用这些吉祥话作为内包装元素,消费者一目了然,也就知道包装里装的是什么口味的状元饺。通过文化性设计,将吉祥祝福的文化寓意与传统特色食品进行有机的结合,使其更加具有文化亲和力,为消费者提供更多元化、更为丰富的物质与精神享受。

(上接第69页)

心矛盾,弱化现实生活中欲望被抑制的痛苦感,达到心灵和谐,最终形成皆大欢喜、一派和气的“和合”状态。它既是个体生命在整体观群体共识下的生存欲求的表达,是对外在社会注重礼法、要求整体和谐的“和合”人文精神的隐性抗争,同时也是对“和合”生命状态的回归。

## (二)从中西方民族对红色的认知对比来看中国民间尚红文化

同样一事物,可以往正面的方向去联想,也可往负面的方向去联想。就如红色,可以使人联想到流血、战争、死亡、愤怒、破坏等;相反的,也可以与艳阳的光芒、红润的脸颊、盛开的红花等愉快的事物联系起来。然而,中西方在红色与社会人文之间为何建立起的是近乎相反的信息联系?

就此点,还须从中西方不同的民族个性与生存精神里寻觅答案。环地中海文化圈里的各民族属于海洋民族,拥有广阔的海洋,多海峡、高峻的山脉、半岛、岛屿,大陆轮廓破碎,不仅造就了他们流动性极强的商贸生活与极其频繁的民族文化交流,且促成环地中海多国并存的局面的形成,当然还有

## 四、结论

北京地域特色旅游文化产品的设计,重点在于解决北京传统文化与现代技术、地方性与一般性之间的矛盾,使其完美匹配。本次文化创意设计比赛是以京南地区的旅游文化资源为基础,采取现代设计方法,以传承北京古老的皇城文化、挖掘大兴的特色旅游“礼”文化为目的,突出市场导向,重点体现文化地域性、纪念性、便携小巧性、层次多样性等特点。本次京南地区特色旅游文化产品设计大赛,对大兴旅游文化纪念品进行了创新性设计,进一步推广和宣传了京南地区的特色旅游文化,为深入发展和推动大兴区文化旅游创新工作进行了积极的探索。

## 参考文献:

- [1] 杨晨. 锦州城市旅游工艺品资源创新研发之文化解读[J]. 包装工程, 2014(8):109-112.
- [2] 陈长虹,孔艳平,宗娟,付宏伟. 融入地域文化的产品设计实践[J]. 包装工程, 2008(8):192-194.

(责任编辑:王冬冬)

不断向外扩张领土的欲望……如此种种自然环境的特点导致西方人向外寻求生存、并注重个体存在及需求的生存精神,在冲突中求生的生存方式使他们对变化与冲突并不感到陌生与害怕,习惯于冲突,也就不回避冲突。也因此,同样为红色,西方人从中侧重关注到的是代表战争、死亡等个体间的冲突信息。相反,中国人习惯于固守家园,在循环往复的家邦式宗法制的农业生活中展开人生,因此,回避矛盾与冲突,崇尚“和合”的生存理念,将红色中隐含着的死亡、战争等负面联想信息在心理上“屏蔽”掉,而将红色与能给人们带来整体和谐的吉祥寓意联系起来,满足人们对于“和合”共生的和谐追求。

## 参考文献:

- [1] 冯友兰. 中国哲学简史. [M]. 北京:新世界出版社, 2004.
- [2] [日]城一夫. 色彩史话[M]. 亚健,徐漠,译. 杭州:浙江人民美术出版社, 1990.
- [3] 李晓春. 色彩的波长变化对视觉调节的影响[J]. 科技信息, 2007(14):128.

(责任编辑:王冬冬)