

平面设计中传统文化元素的渗透

赵利娜, 王锋

(内蒙古农业大学职业技术学院, 包头 014109)

摘要: **目的** 探究传统文化元素在平面设计中的有效渗透及发展方向。**方法** 以我国悠久的传统文化为缘起, 分析其在当前的社会变化中所扮演的角色, 然后将落脚点放在平面设计领域, 思索传统文化元素在丰富设计创意和形式、促进传承与发展以及提高作品审美情感等方面的良好作用, 接着选取了海报设计、标志设计和包装设计这三个十分有代表性的设计方面, 就其对传统文化元素的合理借鉴与应用展开探讨, 并分别聚焦于文字、图形和色彩等元素进行了诸多的设计方向与方法的论证与实践。**结论** 传统文化元素历经千百年的磨练, 已经形成了不可估量的审美价值和艺术价值, 其在平面设计中的渗透是可行的, 只要应用得当, 必定增强作品的观赏性, 引发受众的情感共鸣, 进而更好地对民族传统文化实现继承和发扬。

关键词: 平面设计; 审美情感; 艺术价值

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)06-0352-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.06.053

The Infiltration of Traditional Cultural Elements in Graphic Design

ZHAO Li-na, WANG Feng

(Vocational and Technical College of Inner Mongolia Agricultural University, Baotou 014109, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the effective penetration and development direction of traditional cultural elements in graphic design. Based on China's long-standing traditional culture as the origin, this paper analyzes the role of traditional cultural elements in the current social changes, and then puts its foothold in the field of graphic design, thinking about the good role of rich traditional culture elements in the design ideas and forms, promoting the heritage and development, and improving the emotional aspects of aesthetic works of good effect. Then the poster design, logo design and packaging design are selected as three very representative design aspects, and the reasonable reference and application of traditional cultural elements are discussed, and the demonstration and practice of many design directions and methods are respectively focused on text, graphics and color elements. After thousands of years of training, traditional cultural elements have formed inestimable aesthetic value and artistic value, its penetration in graphic design is feasible, as long as the appropriate application, will enhance the appreciation of the work, arouse the audience's emotional resonance, and better to achieve the inheritance and development of national traditional culture.

KEY WORDS: graphic design; aesthetic emotion; artistic value

中国的文明史源远流长, 其中最绚烂的浪花当属传统文化, 无论是宗教、哲学和美学还是风俗、礼仪和文学, 都蕴含着丰富的文化内涵和悠久的历史, 代表着民族精神与中国文化的高度凝结, 既有着很强的

亲近感, 又有一定的神秘性。正是这样的一种文化形式, 在不断的发展过程中逐渐渗透到平面设计的各个领域, 让当下正在不断探索设计路线和过多地模仿借鉴西方的设计方式开始了全新的尝试, 不再墨守成

收稿日期: 2020-12-09

作者简介: 赵利娜 (1981—), 女, 内蒙古人, 硕士, 内蒙古农业大学职业技术学院副教授, 主要研究方向为视觉传达设计和蒙古族工艺美术。

通信作者: 王锋 (1980—), 男, 内蒙古人, 内蒙古农业大学职业技术学院副教授, 主要研究方向为广告设计。

规,在追求与时俱进的同时,开始了在传统文化领域的深入探索,并大胆地将传统文化中的经典元素艺术化地融进了设计中^[1]。事实证明,借助这样一种有着深厚群众基础的代表性文化元素,可以更好地表达情感诉求,瞬间拉近与受众的距离,从而走出一条传统形式和内蕴与现代理念和手法科学融合的创新之路。

1 传统文化元素渗透于平面设计的可行性分析

在5000年的民族文化发展中,水墨、陶瓷、图腾和文字等都已经成为标志性的符号,展示着古老的文明和历史的发展进程,同时彰显着独特的艺术魅力^[2]。这些传统文化中的佼佼者至今仍然有着众多的受众,并在各个领域发光发热,努力地实现着自身的价值。在平面设计中融入传统文化元素是可行的,也是意义重大的。

1.1 突破思维界限,拓展作品深度

设计师是平面设计的主要执行者,其思维的局限与否对平面设计作品的艺术效果有着重要的影响^[3]。传统文化中所蕴含的丰富的形式和意蕴总是有着耀眼的光芒,这恰恰给平面设计师提供了灵感的来源,帮助他们进一步地拓展思维的广度,而那些融合了传统文化元素的平面设计作品也变得不再空洞和单调,开始赋予其内涵,其艺术魅力得以淋漓尽致地展现^[4]。

1.2 传承传统精髓,追赶时代步伐

在时代的发展大潮中,传统文化一直凭着自身鲜明的形式与深刻的内涵传达着人们的文化精神和道德观念,从而衍生出多姿多彩的文化形式^[5]。将这样的艺术精髓置于平面设计的载体中,可以使作品不再空洞,拥有自己的灵魂,而融合了传统文化精髓和民族精神的平面设计作品也因此成为了独特的存在,其传统之中孕育时尚,时代之下注重内涵的发展方向也得到了越来越多受众的认可。

1.3 借助美学力量,凸显审美意境

无论是书法还是水墨,无论是图形还是色彩,都在历史的发展中对美有着永恒的追求,这就体现了人们的一种美学追求,讲求和谐、对称均衡等,皆有之强大的生命力,并在传承的过程中对平面设计领域产生了重要的影响^[6]。这就给了现阶段的平面设计以更大的发展空间,越来越多的设计师开始将传统文化元素中所蕴含的美学精华进行放大和应用,不仅弥补了平面设计作品的缺陷,还成功营造出一种审美意境,有效地增强了自身的艺术效果,给受众以良好的审美体验。

2 平面设计中传统文化元素的渗透路径

从以上论述中,不难发现传统文化元素的确有着

丰富的形式与深刻的内涵,有着顽强的生命力,并在当前的社会发展中充当着一个重要的角色形象。但是,在漫长而悠久的发展历史中,传统文化同样需要得到更好的保护和发展,借助生存载体的创新与变化,实现自身的质的飞跃。本文主要选取了文字、图形和色彩等具体的元素,就其在海报设计、标志设计和包装设计三大领域的具体实践展开探索。

2.1 文字元素与海报设计的碰撞

在当前社会,各种新技术和新手段不断出现,在满足着人们的现实需求的同时,也不自觉地促进了人们需求的多样化,尤其在平面设计领域更是因此对设计师提出了更高的要求,不仅要有着专业的素养,还应以灵活的创造力和想象力去提升设计作品的文化价值和艺术魅力,以更好地设计出符合大众审美的艺术作品^[7]。在大量的设计实践和经验积累方面,文字作为平面设计中不可或缺的存在引起了设计师的更多关注。这是因为文字元素有着丰富的形式和灵活的可塑性,通过对其明暗和字体的改变,或者与其他元素的充分融合,可以展现出与众不同的视觉形象,并以更为强大的审美张力对平面设计作品进行辅助。从当前的海报设计来看,文字元素在其中的渗透已经十分深入且发挥出强大的感召力,在满足受众视觉体验的同时,对其思想和认知也进行了一定程度的影响^[8]。

第一,对文字笔画进行科学处理。对于文字元素而言,笔画是其十分重要的存在形式之一,也是其基础所在。设计师在应用文字元素辅助海报设计时,可以从文字的笔画着手,不断地深入挖掘其内涵,结合具体的设计要求进行大胆的变化,或者与其他的视觉元素相结合,充分发挥文字元素的艺术感染力,打造一种理想的艺术境界,让受众更好地体会其中的中心思想和设计意图。在“本草纲目”系列海报设计中,设计师就将石门铭风格字体进行了艺术化处理,整体的字体均呈上扬趋势,让字形更加舒展,并在寻求视觉平衡的过程中将“捺”简化成点,以展现一种相互支撑的状态。在此基础上,设计师还配合几何和线形图案进行辅助设计,将背景底色选择为浅灰色,搭配树叶线性剪影,另有进行药用价值介绍的小字进行辅助,创造出了清新和幽静的感觉。

第二,对文字的字形进行艺术处理。文字的构成离不开笔画和笔形,所以海报设计中除了对笔画进行改变外,还可以对字形进行艺术化处理,以更好地打造出一种全新的文字图像。例如,电影《大圣归来》的海报设计就将“大圣归来”4个字进行了一种字形的灵活处理,传递出一种力量感,而这恰与齐天大圣解除封印,与恶势力正面交锋的故事情节相契合,展现出强大的斗争精神。另外,在一些悬疑犯罪电影的海报设计上也常会选择书法字形的改变去强化整体的紧张氛围,增强电影的视觉吸引力^[9]。

2.2 图形元素在标志设计中的渗透

图形元素是我国传统文化元素中的常见符号,也是一种十分具有代表性的符号,其基本由点、线和面三个要素组成,通过合理的艺术化配合成为了真正有意义的存在。正是得益于这样的一种视觉符号形式,艺术设计领域的发展便具备了强大的资源宝库,也造就了无数的经典设计作品^[10]。在标志设计中,图形元素的应用同样精彩且有着鲜明的个性特征。具体来看,图形元素在标志设计中的应用大致分为两个方面。

第一,具象图形的适当借鉴。具象图形有着突出的真实性和直接性特点,多是将事物真实自然地呈现在大众的面前。这样的图形在标志设计中的有着广泛的应用范围^[11]。比如,内蒙古博物院的一款标志设计就对当地的具象图形有着充分的借鉴。设计师在进行这一标志的设计时,最终将目光锁定在了蒙古族传统“勒勒车”车轮的形象上,将这一具象的图形进行了艺术化的创造,使其形象更加抢眼,内涵更加丰富,那似流水又似飘带的形象既有着鲜活的灵动性,又有着深刻的文化性。在看到这一标志的瞬间,人们的耳畔似乎响起了勒勒车车轮转动的声音,不禁心驰神往。

第二,抽象图像的艺术处理。抽象图像与具象图形相比,更富有多多样化的表现方式。在利用抽象图形进行标志设计的过程中,设计师应与实际的设计目的相结合,并对自己的设计思想进行高度概括,在动态与静态、艺术与现实的碰撞中,造就更高的艺术价值和文化魅力,让作品的审美特征得以完美呈现。比如,内蒙古成吉思汗酒业的标志设计就以被蒙古人奉为神物的“苏勒德”为原型,借鉴的正是传说中成吉思汗征战时长生天赐予他的神矛,这也是蒙古民族精神力量的载体。经过设计师的艺术化处理后,该标志将成吉思汗酒业倡导的积极进取和勇攀高峰的精神进行了展现,也代表着该酒业集团的战无不胜和无坚不摧。

2.3 色彩元素在包装设计中的融合

研究发现,色彩元素在吸引受众的注意力上有着突出的优势,由此可见色彩的重要性。这一点在平面设计中同样有着鲜明的体现。这里主要选取包装设计领域对传统色彩元素的借鉴与融合为基础视角,进行深入的分析与探索^[12]。在我国几千年的历史文化积淀中,红色和黄色等色彩成为其中的佼佼者,渐渐地被人们赋予了一定的文化寓意和情感内涵,并不断地与各个领域相融合,其在包装设计中的艺术化应用就十分突出^[13]。比如,在故宫博物馆文创产品的包装设计上,朱红色、明黄色与白色等一直占据着重要的地位,很多工艺美术作品的包装都以这些元素为主色,很好地突出了自己的文化特色,还深化了作品的内涵,使整个包装被赋予了浓厚的文化意味,大大地激发了受众的购买欲望。另外,在一些土特产品的包装设计上,传统色彩元素也成为不可或缺的存在,其要求设计师

对土特产品的产地文化有深入的了解,尤其在色彩的应用上应以其代表性色彩为根本,结合其他的色彩元素进行灵活处理,以包装去融合文化,以文化去展现产品,从而实现色彩与包装甚至内在产品的文化的共鸣,让消费者在见到包装的第一眼就被强大的视觉张力所吸引。

3 结语

中国传统文化的传承与发展是一个不容回避的现实,尤其在当前这个国外文化不断渗入的背景下,将自己文化中的精髓元素进行艺术化的改造,并不断地与各个领域进行合理的融合,是十分正确且极具现实意义和社会意义的行为。平面设计作为融合传统文化元素的一大关键,必须对此进行客观地认知和科学地实践,深入地分析文字、图形和色彩等文化元素在海报设计、标志设计和包装设计等领域的可行性方向和策略,在具体的落实上不断地进行尝试和挑战,促进设计思想的更新和作品的升华,真正推进平面艺术设计的国际化发展进程。

参考文献:

- [1] 赵美岩. 传统文化元素在现代平面设计中的传承与应用[J]. 传播力研究, 2019(13): 29.
ZHAO Mei-yan. Inheritance and Application of Traditional Cultural Elements in Modern Graphic Design[J]. Communication Research, 2019(13): 29.
- [2] 李子衿. 民族元素在平面设计中的体现[J]. 艺术科技, 2019, 32(5): 235.
LI Zi-jin. National Elements in Graphic Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32 (5): 235.
- [3] 王泽群. 中国元素在平面设计中的运用[J]. 艺术科技, 2019(6): 216.
WANG Ze-qun. Application of Chinese Elements in Graphic Design[J]. Art Science and Technology, 2019(6): 216.
- [4] 彭黎. 传统美学元素在平面设计中的应用[J]. 艺术科技, 2019(6): 214.
PENG Li. Application of Traditional Aesthetic Elements in Graphic Design[J]. Art Science and Technology, 2019(6): 214.
- [5] 薛舒阳. 浅析民族元素在平面设计中的应用[J]. 中国民族博览, 2019(5): 186-187.
XUE Shu-yang. Analysis on the Application of National Elements in Graphic Design[J]. China Nationalities Fair, 2019(5): 186-187.
- [6] 李冬影. 浅谈现代平面设计中视觉审美元素的构建[J]. 科技资讯, 2019(17): 214.
LI Dong-ying. Construction of Visual Aesthetic Elements in Modern Graphic Design[J]. Science & Technology Information, 2019(17): 214.
- [7] 张越童. 中国传统艺术元素在平面设计中的融合与应

- 用分析[J]. 艺术科技, 2019, 32(5): 236.
- ZHANG Yue-tong. Analysis on the Fusion and Application of Chinese Traditional Art Elements in Graphic Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(5): 236.
- [8] 孙晓毅. 论中国传统文化元素在艺术设计中的创新应用[D]. 长春: 吉林大学, 2006.
- SUN Xiao-yi. On the Innovative Application of Chinese Traditional Cultural Elements in Art Design[D]. Changchun: Jilin University, 2006.
- [9] 张来源. 中国传统文化艺术元素在现代平面设计中的运用[J]. 包装工程, 2008, 29(8): 156-158.
- ZHANG Lai-yuan. Application of Chinese Traditional Culture and Art Elements in Modern Graphic Design [J]. Packaging Engineering, 2008, 29(8): 156-158.
- [10] 邓晓新, 陈新宇. 平面设计中中国传统文化元素应用分析[J]. 艺术评鉴, 2017(8): 179-180.
- DENG Xiao-xin, CHEN Xin-yu. Analysis of the Application of Traditional Chinese Cultural Elements in Graphic Design[J]. Art Review, 2017(8): 179-180.
- [11] 赵利娜, 杨珍. 谈蒙古族传统图形在现代平面设计中的应用方法[J]. 企业导报, 2015(14): 168.
- ZHAO Li-na, YANG Zhen. On the Application of Traditional Mongolian Graphics in Modern Graphic Design [J]. Enterprise Review, 2015(14): 168.
- [12] 丁楠. 刍议现代艺术设计与我国传统文化[J]. 牡丹江教育学院学报, 2016(6): 122-124.
- DING Nan. On Modern Art Design and Chinese Traditional Culture[J]. Journal of Mudanjiang College of Education, 2016(6): 122-124.
- [13] 林子. 中国传统文化元素在现代展示设计中的应用研究[J]. 艺术品鉴, 2019(6Z): 234-235.
- LIN Zi. Research on the Application of Chinese Traditional Cultural Elements in Modern Display Design[J]. Art Gallery, 2019(6Z): 234-235.

(上接第 351 页)

- [4] 于娜, 陈祖贵. 广告设计中的民族化元素[J]. 新闻爱好者, 2010(20): 38-39.
- YU Na, CHEN Zu-gui. Nationalization Elements in Advertising Design[J]. News Affection, 2010(20): 38-39.
- [5] 汤妮娜. 浅谈茶叶包装的民族化设计[J]. 艺术时尚旬刊, 2013(10): 79.
- TANG Ni-na. On the Nationalization Design of Tea Packaging[J]. Journal of Art Fashion, 2013(10): 79.
- [6] 苗甜, 关梦盼. 平面设计的民族化表现[J]. 现代装饰(理论), 2015(11): 116.
- MIAO Tian, GUAN Meng-pan. Nationalization of Graphic Design[J]. Modern Decoration (Theory), 2015(11): 116.
- [7] 杜桂丹, 雷雨霖. 汉字在企业标志设计中的应用[J]. 神州, 2011(5): 72.
- DU Gui-dan, LEI Yu-lin. Application of Chinese Characters in Corporate Logo Design[J]. Shenzhou, 2011(5): 72.
- [8] 刘力夫. 中国标志设计民族化的探讨[J]. 美术界, 2013(8): 81-82.
- LIU Li-fu. Nationalization of Logo Design[J]. Journal of China Fine Arts, 2013(8): 81-82.
- [9] 刘平. 论广告设计创意思维的民族化趋势[J]. 现代商贸工业, 2015, 36(27): 73-74.
- LIU Ping. On the Nationalization Trend of Creative Thinking in Advertising Design[J]. Modern Business and Industry, 2015, 36(27): 73-74.
- [10] 向世前. 浅谈中国传统文化元素在招贴设计中的运用[J]. 致富时代月刊, 2010(9): 309-310.
- XIANG Shi-qian. On the Application of Chinese Traditional Cultural Elements in Poster Design[J]. Get Rich Times Monthly, 2010(9): 309-310.
- [11] 郑望平. 发展民族化的现代中国平面设计[J]. 考试周刊, 2011(38): 45-46.
- ZHENG Wang-ping. Development of Nationalized Modern Chinese Graphic Design[J]. Examination Weekly, 2011(38): 45-46.
- [12] 余朗. 现代平面设计中的民族化趋向探究[J]. 艺术科技, 2012(2): 46-47.
- YU Lang. Research on the Trend of Nationalization in Modern Graphic Design[J]. Art Science, 2012(2): 46-47.
- [13] 金东杰. 现代平面设计的民族化问题之我见[J]. 大众文艺, 2009(12): 92.
- JIN Dong-jie. My Opinion on the Nationalization of Modern Graphic Design[J]. Public Art, 2009(12): 92.
- [14] 张浩. 全国十四运会视觉形象设计的时代性[J]. 工业设计, 2019, 1(1): 28-36.
- ZHANG Hao. The Time Nature of the Visual Image Design of the National Games[J]. Industrial & Engineering Design, 2019, 1(1): 28-36.