

中国传统元素在视觉传达设计中的应用

郝志刚

(山西职业技术学院, 山西 030006)

摘要: **目的** 探析视觉传达设计中的形式、内容与方法的创新以及对传统元素的艺术化应用策略。**方法** 结合传统元素的丰富形式与内容所表现出的普遍性、独特性特点,引出其文化价值、审美价值和商业价值,并将目光聚焦在了视觉传达设计领域,以设计师普遍认可并遵守的相关应用原则为基础,在色彩、符号和空间三大层面总结了基本的应用方向,然后分别选取了传统吉祥元素、传统绘画元素和传统花纹元素,就其在包装设计、展示设计等视觉传达领域的创造性应用进行了深入细致的探究和分析,找到了两者融合的可行路径。**结论** 视觉传达设计不只是向受众传达一种视觉化的内容,更是以丰富的文化内涵和多元化的形式冲击受众视觉神经的关键,尤其在融入中国传统元素后,作品的外在与内在都得到了升华,能够以更加强烈而独特的民族风格助力视觉传达设计作品,促使视觉传达作品真正打开市场,成为独特的中华民族风格的艺术化存在。

关键词: 中国传统元素; 审美价值; 吉祥元素

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)10-0334-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.10.049

A Brief Analysis of the Application of Chinese Traditional Elements in Visual Communication Design

HAO Zhi-gang

(Shanxi Polytechnic College, Shanxi 030006, China)

ABSTRACT: This paper is to explore the innovation of form, content, and method in visual communication design and the artistic application strategy of traditional elements. According to characteristics such as universality and individuality embodied in the abundant forms and contents of traditional elements, raise its cultural value, aesthetic value, and commercial value. With the attention focused on the field of visual communication design, and based on the related application principles which designers generally recognize and comply with, the basic direction of application in color, symbol, and space is summarized. The traditional auspicious elements, traditional painting elements, and traditional design elements are selected respectively, the intensive exploration and analysis on the creative application in fields of visual communication such as packaging design and display design are conducted, and the viable path of mutual combination is found. Visual communication design not only conveys to the audience a visual content, but also is critical to shock the optic nerve of the audience with rich cultural connotation and diversified forms. Especially, the blending of Chinese traditional elements, refines the external and internal of works, improves visual communication design works with more strong and unique national style, and makes visual communication works truly open markets and be a unique style of the Chinese nation's artistic existence.

KEY WORDS: Chinese traditional elements; aesthetic value; auspicious element

在中华民族悠久的历史长河中,传统元素不断形成并发展、壮大着自身的形式与内容,不但在不同的

收稿日期: 2021-02-03

基金项目: 山西省教育科学规划课题“基于晋商文化山西高职装饰设计人才培养的实训模式研究”(GH-18157)

作者简介: 郝志刚(1975—),男,山西人,硕士,山西职业技术学院副教授,主要研究方向为美术学和艺术设计。

时期表现出独特的艺术表现力,而且历经几千年仍能持续发展壮大,得到人们的永久传承,这是其他艺术元素所难以比拟的。从众多的题材中,剪纸、水墨画、龙纹、书法等一直是传统元素的闪光点,它们各自有着丰富的形式和深刻的内涵,还在不断地发展中融合与催生出更多的新的元素符号,并被人们赋予了吉祥、富贵的美好寓意。得益于此,我国的传统元素开始在各个领域逐渐渗透,并以迅雷不及掩耳之势开始了与众多艺术设计领域的融合与创新,无论是对其内在精神文化符号的传递,还是对其进行创新的过程,都让传统元素得到了丰厚而肥沃的生长和发展的土壤^[1]。可以说,传统元素无论在文化价值、审美价值还是商业价值上都表现出一种优越感,并且这种感觉随着艺术设计领域的扩大而拓展,成为众多艺术领域争相效仿并进行艺术化借鉴与创新的合理化选择。尤其在视觉传达领域,越来越多的设计师开始将其作为艺术创造的主要表现对象,在整体的过程中进行艺术加工,将传统元素的精髓科学应用于视觉传达设计,让作品得以呈现出独特的视觉传达效果,有效提升了整个设计的外在及内蕴。

1 传统文化元素在视觉传达设计中的应用原则

视觉传达设计将传统文化元素融入其中是紧跟时代潮流的表现,也是关照传统文化的一种尝试,其艺术应用价值和效果有目共睹,尤其是越来越多的融合了传统文化元素的视觉传达设计作品的出现,都给这样的尝试拓展了空间,也给受众带来了不一样的视觉感受^[2]。事实上,传统文化元素在视觉传达设计中的应用也有着一定的原则可循,在这样的基础上进行艺术创造,总是能够带来更多的可能与惊喜。

1.1 丰富空间的立体表现

当前的社会不断发生着这样或那样的变化,随着互联网智能技术的发展,各个行业都面临着机遇与挑战,视觉传达设计在应用传统文化元素时也开始更加多样的尝试。一方面,视觉传达设计逐渐不满足于二维平面形式,开始了向三维立体形式的转变,并结合各种表现形式与传统文化元素融合,形成了极富视觉表现力和强烈感染力的艺术效果^[3];另一方面,视觉传达设计并不仅限于古今汇合的方式,还提倡中西交融,让整体的空间立体感更加凸显,实现了审美冲击力的提升。

1.2 增强色彩的表现力

从色彩层面上看,我国传统文化元素中的代表性色彩主要有红色、黄色等,且在不断的发展演变中逐渐与各种艺术形式融合,凭借自身的色彩表现力,给了视觉传达设计更多的灵感。比如,在突出空间感的

过程中,设计师可以借助灰色、黑色以及自然色,也可以将这些颜色进行适当地变动,营造一种现代空间感,给受众带来传统与现代的艺术碰撞之感,从而使视觉传达设计作品更具灵动性,彰显出更加深厚的情感积淀,引发更大范围的情感共鸣^[4]。

1.3 突出元素的艺术化创新

视觉传达设计对传统文化元素的应用并非照搬照抄,而是从元素符号本身的设计感着手,结合其中厚重的历史感和文化感,进行艺术化的创新加工。这是因为完全照搬传统文化元素不仅不能与现代人的审美相符合,还会在大量的重复性、简单化的艺术加工中迷失自我,陷于固化的思维^[5]。比如,龙纹、凤纹、剪纸、水墨、京剧脸谱等元素符号有着深厚的民族文化底蕴和深刻内涵,对这些元素符号进行艺术化的创新加工,使其兼有传统与现代两种艺术感,能够将视觉传达设计作品的艺术表现力进行拔高,让浓郁的历史韵味与现代艺术发展彼此融合与互促。

2 传统文化元素在视觉传达设计中的应用路径分析

无论是吉祥纹样还是绘画元素,都有着丰富的文化积淀与表现。因此,传统文化元素的应用范围十分广泛。纵观艺术设计本身,这些传统文化元素始终闪耀着迷人的光辉,让人移不开视线,迈不开脚步,深深被其吸引。为了让具体的应用路径更加科学,也为了传承与创新,实现更高层面的视觉效果,现对视觉传达设计中的传统文化元素进行探讨与分析。

2.1 传统吉祥元素

传统吉祥元素以梅兰竹菊、龙凤等为突出代表,表现了人们对美好生活和未来的向往,也有着对祖先的怀念与尊重,在不断发展传承的过程中,其形式与内涵都得到了一定的发展,不仅占据了传统文化的一席之地,还与各种行业领域逐渐融合^[6]。将这样的吉祥元素与视觉传达设计相融,可以增添作品的视觉传达效果,给受众留下深刻的印象,同时使所要传递的内容与思想得到完美的展示与延伸。

在图案纹样方面,传统吉祥元素多讲究完整性和对称性,同时结合寓意、隐喻、象征等修辞手法对纹样的内涵进行丰富,实现了寓意的深化。中国传统鹤文化寓意就是其中的代表,从鹤的羽毛及眼睛、脚、脖子等细节进行创造,且赋予了吉祥、如意、长寿的美好寓意。视觉传达设计中的鹤元素就有着一一定的应用价值和意义^[7]。口红产品包装为了增强视觉传达效果,有的品牌会选择吉祥元素,而鹤文化元素就被故宫彩妆的一款哑光雾面口红的包装设计选中,整体包装上有两只鹤,形成高低不一的错落感,所展示的形态为鹤飞翔的姿态,并借助剪影的方式进一步突出鹤

的形态。在此基础上,设计者还选用黑色作为底色,以金色装点鹤身,庄重、高雅而神秘质感油然而生。再借助强烈对比效果和鹤本身具有的美好寓意,让这款浮天沧海仙鹤哑光雾面口红的包装设计拥有了极具个性的视觉效果,为产品的推广带来了极大的好处。

在图案色彩方面,不同的视觉传达需求总是对应使用不同的色彩元素^[8]。比如,月饼包装礼盒就将红色与黄色作为主色调,在迎合节日氛围的同时,更加突出包装的视觉吸引力,凸显高贵和喜庆的气质。另外,黑色也是十分重要的一种传统色彩,黑芝麻糊包装设计多以黑色为背景,将产品的特色进行了视觉宣传效果的强化。

2.2 传统绘画元素

优秀的绘画形式在不断的发展中形成了独特的表现形式,水墨画更是其中的佼佼者。借助水与墨的完美结合,营造出了一种绝佳的意境,也给了其他艺术设计领域更大的融合空间^[9]。水墨元素在视觉传达设计中有着很高的应用价值。这是因为水墨画中刚柔结合的点线面的组合给予了视觉传达设计作品更具张力的内容和情感,同时凭借独特的审美效果强化了作品的艺术性。正如齐白石所言:“妙在似与不似之间。”这一点在茶叶包装设计上有着突出的应用,仅“茶”字就可以水墨为基调,进行各种自如的变体构建,以新颖个性的形式和独特的民族审美进行深化,尤其是那水墨的浓淡枯湿处更有一种遒劲坚韧的文化积淀在其中^[10]。一款乌龙茶的包装设计就将视觉要素的表达与水墨进行结合,借助似与不似之间的巧妙笔法,以水墨勾勒龙的造型,并在抽象概括中实现了主题的表达与升华。除了水墨浓淡的应用,茶叶包装的视觉传达设计方面还可以借助水墨的意境进行更加深刻的艺术表达。比如,设计者可以结合大面积的留白表现,以虚实结合的手法凸显高山云雾缭绕、虚无缥缈的风采,并借助极少的视觉形式最大化地传递信息,在方寸之间引发人们的无限情思。

2.3 传统花纹元素

传统花纹元素一直是人们生活中不可或缺的装饰与点缀,其带给人的是一种审美的愉悦,加之自身所具有的象征意义,更是让人喜爱至极,因此传承至今。比如,红色花纹代表爱恋、关怀,黑色花纹代表沉着稳重,斜条花纹和圆点花纹分别代表洒脱和倾慕等。这些都让传统花纹元素的应用范围逐步拓展,视觉传达设计就借助这一元素尝试构筑传统文化元素的外在形式和内在气韵,从而进一步强化视觉美感^[11]。以展示设计为例,其中有很多应用传统花纹元素的案例。几何纹的图案相对简单,且装饰效果强;回纹的方形或圆形的回环状也有着连绵不绝的美好寓意;云气纹的高升和如意寓意^[12]等。这些都给了展示设计以灵感,带来了许多优秀设计案例,如2008

年北京奥运会的奥运火炬造型就应用了云纹,以展示中国传统文化;潍坊风筝博物馆的造型设计就应用了大量回纹元素,凸显中国传统文化的魅力。这样的经典案例都表明了传统花纹元素的艺术价值,只要结合实际合理创造和应用,一定能够将视觉传达效果发挥到极佳。

3 结语

传统元素的独特造型和美好寓意是众所周知的,其传承与应用的价值和意义也是社会所普遍认同的,尤其在各种文化交织融合的今天,传统文化元素中的经典更是表现出旺盛的生命力,凭借着自身的优势逐步渗入各个艺术领域,为艺术效果的升华创造了更多的可能^[13]。视觉传达设计对视觉传达效果的追求恰恰可以从传统元素中进行探寻,结合其中经典的吉祥元素、绘画元素和花纹元素与包装设计、广告设计、展示设计等视觉传达领域实现互融与共促,通过视觉传达手段对中国传统文化的魅力进行展现,对深厚的文化底蕴进行传承,设计出具有一定历史感和文化感的视觉传达设计作品。

参考文献:

- [1] 柏乐. 浅析中国传统元素在视觉传达设计中的应用[J]. 山东工业技术, 2019(11): 234.
BAI Le. Analysis of the Application of Chinese Traditional Elements in Visual Communication Design[J]. Shandong Industrial Technology, 2019(11): 234.
- [2] 吴琼. 基于中国传统元素的视觉传达设计实践研究[J]. 神州, 2019(4): 48.
WU Qiong. Research on Visual Communication Design Practice Based on Chinese Traditional Elements[J]. Shenzhou, 2019(4): 48.
- [3] 安童, 齐铁军. 中国传统元素在视觉传达设计中的运用[J]. 艺术科技, 2019, 32(2): 213.
AN Tong, QI Tie-jun. Application of Chinese Traditional Elements in Visual Communication Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(2): 213.
- [4] 何娟. 视觉传达设计中笔墨元素的应用[J]. 科技风, 2019(20): 236.
HE Juan. The Application of Pen and Ink Elements in Visual Communication Design[J]. Science and Technology, 2019(20): 236.
- [5] 雷雨甜. 中国传统文化元素在视觉传达设计中的应用分析[J]. 传播力研究, 2019, 3(6): 19.
LEI Yu-tian. Application Analysis of Chinese Traditional Cultural Elements in Visual Communication Design[J]. Communication Research, 2019, 3(6): 19.
- [6] 王白石. 试论中国传统文化元素在视觉传达设计的应用[J]. 艺术科技, 2019, 32(4): 198.

- WANG Bai-shi. On the Application of Chinese Traditional Cultural Elements in Visual Communication Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(4): 198.
- [7] 邢文文, 苗玮. 探讨中国传统元素在现代包装设计中的应用[J]. 戏剧之家, 2019, 310(10): 134.
- XING Wen-wen, MIAO Wei. Discuss the Application of Chinese Traditional Elements in Modern Packaging Design[J]. The House of Drama, 2019, 310(10): 134.
- [8] 江伟. 传统文化符号在视觉传达设计中的运用[J]. 宿州教育学院学报, 2017(2): 33-34.
- JIANG Wei. The Application of Traditional Cultural Symbols in Visual Communication Design[J]. Journal of Suzhou Education Institute, 2017(2): 33-34.
- [9] 刘骏. 传统图形在视觉传达设计中的应用研究[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2019, 485(4): 23-24.
- LIU Jun. Application Research of Traditional Graphics in Visual Communication Design[J]. Satellite TV and Broadband Multimedia, 2019, 485(4): 23-24.
- [10] 戈子龙. 中国传统文化元素在视觉传达设计中的应用与研究[J]. 当代旅游, 2018(8): 297.
- GE Zi-long. Application and Research of Chinese Traditional Cultural Elements in Visual Communication Design[J]. Contemporary Tourism, 2018(8): 297.
- [11] 孙迎峰. 中国传统元素在视觉传达设计中的应用研究[J]. 艺术科技, 2015(7): 219.
- SUN Ying-feng. Research on the Application of Chinese Traditional Elements in Visual Communication Design[J]. Art Science and Technology, 2015(7): 219.
- [12] 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. Fusion and Application Analysis of Chinese Traditional Art Elements in Graphic Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(5): 236.
- [13] 杨磊. 平面设计视觉传达效果和中国传统美术色彩分析[J]. 艺术科技, 2017, 30(10): 269.
- YANG Lei. Visual Communication Effect of Graphic Design and Color Analysis of Traditional Chinese Art[J]. Art Science and Technology, 2017, 30(10): 269.

(上接第314页)

- [4] 马永敏. 产品的质感问题研究[D]. 武汉: 武汉理工大学, 2006.
- MA Yong-min. Research on the Sense of Material of Products[D]. Wuhan: Wuhan University of Technology, 2006.
- [5] 王小莱. 实用、增值、创新: 包装设计与材料[J]. 装饰, 2018(2): 46-49.
- WANG Xiao-mo. Practicability, Appreciation and Innovation in Packaging Design and Materials[J]. Zhuangshi, 2018(2): 46-49.
- [6] 任童. 设计中的色彩[J]. 现代装饰(理论), 2013(8): 105-106.
- REN Tong. Color in Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2013(8): 105-106.
- [7] 姜天予, 樊力源. 中国饮料包装设计的现状及发展趋势[J]. 包装工程, 2019, 40(14): 74-78.
- JIANG Tian-yu, FAN li-yuan. Current Situation and Trend of Packaging Design for Beverages in China[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(14): 74-78.
- [8] 肖佩青. 从消费心理学角度浅析极简主义包装设计——以“无印良品”为例[J]. 大众文艺, 2018(20): 109-110.
- XIAO Pei-qing. Analysis of Minimalism Packaging Design from the Perspective of Consumer Psychology: Taking MUJI as an Example[J]. Popular Literature, 2018(20): 109-110.
- [9] 黄强琴. 色彩艺术[M]. 北京: 电子工业出版社, 2010.
- HUANG Qiang-qin. Color Art[M]. Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2010.
- [10] 杨宜男. 插画在饮品包装设计中的应用[J]. 艺术百家, 2016, 32(S1): 147-148.
- YANG Yi-nan. Application and Development of Illustration in Drinking Packaging[J]. Hundred Schools in Arts, 2016, 32(S1): 147-148.
- [11] 李江, 唐也栋. 视觉、功能、文化: 现代包装设计的情感价值[J]. 装饰, 2018(2): 42-45.
- LI Jiang, TANG Ye-dong. Vision, Function and Culture: The Emotional Value of Modern Packaging Design[J]. Zhuangshi, 2018(2): 42-45.