

文化因素对艺术设计的集成性影响

胡 静

(湖南涉外经济学院, 长沙 410205)

摘要: 分别从文化因素使艺术设计满足人的审美需求、文化因素的含量提升设计的层次、艺术设计的文化因素吸引消费者这3个方面论述了文化因素对艺术设计的集成性影响。希望引起设计者对文化因素的重视,以提升艺术设计的内涵和层次。

关键词: 文化因素; 艺术设计; 审美需求

中图分类号: J0-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)06-0122-03

The Integration Influence for Art Design of Cultural Factors

HU Jing

(Hunan International Economics University Arts Faculty, Changsha 410205, China)

Abstract: It discussed the integration influence for art design of cultural factors from three aspects, that cultural factors make the art design to meet the aesthetic needs of people, the content of the cultural factors to enhance the level of design, cultural factors of art design to attract consumers. It hope the designer to attach great importance to cultural factors, in order to improve the content and level of art design.

Key words: cultural factors; art design; aesthetic needs

当今世界正处于全球一体化的信息时代中,随着设计活动和设计产品在当代社会经济和文化场景中重要性的突显,设计领域正受到广泛的重视。无论是出于艺术角度还是经济利益角度的设计活动,都越来越注重与文化的结合。提倡文化因素在设计艺术中的应用,是这个时代的需求和趋势。设计既是创新,也是对文化的传承,这种传承不能简单照抄和拷贝,而需要对传统造型进行再创造,是一个重新选择和重新发现的过程。设计作为一种极具创造性的活动,其文化特征变得越来越明显,并且在促使人们生活视觉化、美学化、文化化方面起到了突出作用,因此,在艺术设计中应重视文化因素产生的影响。

1 文化因素使艺术设计满足人的审美需求

一切艺术活动都是以人为中心进行的,人类最初的设计正是满足一些最普通最基本的需求,而随着人们生活水平的提高,艺术设计的意义更多是用来满足

人的审美需求,任何一件产品的设计和造型都在其实用价值上,最大化地达到审美目的。审美行为无疑必须建立在文化的基础上,什么样的文化环境造就什么样的审美观念和审美标准。例如东方文化以含蓄为主,那么文化因素运用在设计中就应该表现为含蓄、抽象、耐人寻味;西方文化以自由热情为主,那么相应的文化因素运用在设计中就应该表现为大胆、突出和颠覆。设计者想要吸引受众的目光,那么研究其所处的文化环境肯定是必不可少的。

2 文化因素的含量提升设计的层次

进行任何一项创作活动,若只是为了艺术而艺术,为了设计而设计,那么它一定会缺乏文化深度和文化内涵,只能流于表面形式,无法对观众产生深刻的印象与感染力,因此,艺术设计的创作必须包含文化因素,文化因素的作用会在设计活动的各个方面表现出来,影响设计者的创作过程和观众的理解、欣赏

收稿日期: 2012-10-17

作者简介: 胡静(1979—),女,湖南长沙人,硕士,湖南涉外经济学院讲师,主要从事环境艺术设计的教学和研究。

过程。

2.1 增强设计内涵与意义

设计者的文化背景会对其创作产生影响,例如会给设计者带来许多意料之外的灵感和创意,并且每一种特定的文化因素都会导致创作向某方面倾向,使最后的设计成品包含着独特的文化内涵。从受众的角度来说,文化元素使设计更加有内涵,根据欣赏的角度不同,设计能够更加耐人寻味。可见,设计创作中加入文化因素,赋予了创作在设计学之外的文化内涵,并且在很大程度上增强了作品的生命力。

2.2 深化设计意图与设计理念

一个具体的设计必须有一个完整的设计理念与目的来贯穿始终,因此,对设计的不同理解和发掘深度就会产生不同的设计架构。其中,多学科文化的渗透可以有效地帮助理解设计理念与目的,创造出较高立意的设计。社会科学、哲学等学科可以促进设计者探寻和发掘设计中的社会性、人文性因素;美学、心理学等则可以帮助发掘设计中的情感因素和人类更深刻的诉求;而行为学、营销学、经济学等则会在形式与内容的制约关系上影响设计者,探索一种更科学的设计形式和更具吸引力的表现形式。若将上述学科文化综合运用,那么设计也就有了多样化,能够适应更多的场合和需求。

2.3 增加设计的延伸性与多向性

设计通常具有针对性,不同领域、不同行业需要其特有的设计活动反映社会生活的各个方面。设计过程中的设计者为了满足某种设计诉求,需要通过分析、解构、重组设计对象。每个设计者之间的个体差异——对本专业或本领域的熟悉情况,可能会使设计局限于这个专业或领域,导致设计创作活动基本遵循于本领域和本行业的框架,设计思路单一、设计形式单薄、设计语汇苍白无力,缺乏深度和广度。而通过将文化因素引入设计各方面,可以赋予设计创作独特的理解角度,充实设计内容,并且加深加宽作品的内在文化底蕴。这种机制,可以有效地弥补某一专业或领域的设计作品缺乏延伸性与多向性的不足,提升设计层次的同时也使单纯的设计过程转化为文化体现下的艺术欣赏过程,满足观众的审美需求。

2.4 提升设计者综合修养与设计水平

设计者是设计过程中最重要的部分,可以说,一件设计作品的成败与其设计者的综合素质相关。所

谓“做事先做人”,优良的设计基本来自设计者的综合素养,尤其是文化修养。纵观西方设计界的许多设计泰斗和名家,有很多同时也是哲学、社会科学等学科方面的大师。在这一点上,国内设计人员的文化水平参差不齐,他们往往急于求成,只学习设计专业领域内的知识,而忽视了文化修养的提升。事实上,任何一个大师级的人物都会重视多元的文化因素对于设计的促进作用,因为重行为而轻理论的想法,会导致设计欠缺内涵和层次感,作为其设计师也难有较大的发展空间。而设计者在本专业外的多学科发展,各学科文化对其的有机渗透与相互影响作用,不仅能起到提升设计者本身素质修养的作用,更可以提升设计的水准,增加文化内涵。

3 通过艺术设计的文化因素吸引顾客

艺术设计的目的都是为了吸引消费者的目光,获取赞同感,因此,合理运用文化因素在其间的作用,形成整体风格,会达到极好的效果。

3.1 对称、均衡

对称形式在自然界中普遍存在,人类对于对称形态的认同是由于人的自身形态的特点,由此在人的审美过程中对称有着特殊的地位。这个特点在中国传统文化中尤为明显,例如在春节时所贴的春联、室内家具的摆设等,中国人都习惯在日常生活中运用对称的形式,这些无不体现着一种自然、和谐与平和的秩序美,但是,过分的整齐容易造成死板和缺少生机、变化的缺点,于是一种在整体对称的基础上,作出局部变化的形式又被探索出来,即均衡的形式。对称与均衡形式的结合应用很大程度上满足了大众的审美需求,增强了包装设计的吸引力。当然,这也反映了人们在提升艺术设计的过程中不断的探索与追求。

3.2 斗方

斗方来源于中国的馈赠习俗,在传统的礼仪中,古时候的人们会在馈赠给亲友的礼品包裹外再贴上一张斗方红纸,在上面写上自己的美好祝愿。于是,融入了祝愿后的这一张菱形红纸,即使形式简洁却寄托了馈赠者的情感。斗方红纸沿用至今,其本身也自然而然携带美好祝愿这一层意味,成为中国文化中象征吉祥的意象。现如今,将斗方的形象重新整合运用于现代设计中,在传承内涵的情况下衍生出更丰富的

新形式,势必能使设计更符合现代人的审美需求,并获得更多年龄段人群的接受。

3.3 意象

中国所崇尚的含蓄、内敛,是自然界许多实物所具备的独特的文化内涵,例如莲花象征高洁,牡丹象征富贵,明月包含思乡的意味等。这些出现在古代文学作品中的意象,现在也可以运用于艺术设计中,这就使受众自然而然地将图形本身的寓意以及文化内涵带入到该商品中,间接的赋予了商品一种文化层面上的意义。这种设计不仅帮助商家提高了销量,达到经济目的,同时也给消费者带来美感以及在馈赠亲友时更富情趣。

4 结语

将文化因素运用于艺术设计,不仅能使设计活动中的设计意图深化、设计理念增强、设计内涵与意义增加、设计的延伸性与多向性提升,更是在营销层面上吸引顾客。当然,文化因素的应用不能简单地照抄和拷贝,而需要对传统造型进行再创造,是一个重新选择和重新发现的过程,使当代的艺术设计成品能够

表达这个时代的某种理念和时代特色,同时也体现民族个性。

参考文献:

- [1] 蒋之炜.多元文化因素在艺术设计中的影响[J].浙江工艺美术,2007(2):25—27.
JIANG Zhi-wei.Multi-cultural Influences in Art and Design[J].Zhejiang Arts and Crafts,2007(2):25—27.
- [2] 张凯.中国传统文化对现代设计的影响[J].金田,2011(11):81.
ZHANG Kai.The Influence for Modern Design of Chinese Traditional Culture[J].Jin Tian,2011(11):81.
- [3] 黄静.现代包装设计中的传统文化元素[J].包装工程,2005,26(1):180—181.
HUANG Jing.Elements of Traditional Culture in Modern Packaging Design[J].Packaging Engineering,2005,26(1):180—181.
- [4] 岳广军,徐明霞.传统文化元素在当代艺术设计中的营销传播[J].北方经贸,2012(2):65—67.
YUE Guang-jun,XU Ming-xia.The Marketing Communications of Element of Traditional Culture in the Modern Art and Design[J].Northern Economy and Trade,2012(2):65—67.

(上接第121页)

分体现展示空间的艺术魅力。

在展示设计中色彩可以区分不同的区域。运用色彩区分展览馆的不同区域,例如,运用色彩分别显示走道区、休息区、展示区和洽谈区等区域。一方面,使观众可以在第一时间弄清各个区域,少走弯路,减轻观众因为参观而产生的疲劳;另一方面,可以提高工作人员的工作效率,便于管理。

展示设计中色彩可以体现展示的个性。随着当今展示设计的变化与发展,展示设计个性的体现已经成为衡量一件展品质量高低的重要标准。在日益激烈的市场竞争面前,如何在众多企业的展位中脱颖而出,体现本企业的产品、品牌和特色,从而吸引参观者,展示设计中“设计个性”便显得尤为重要。要突出展示的个性,色彩个性化设计则必须得到充分地运用,只有科学合理地对企业标志色及其延伸色彩的运用,营造出一种和谐统一的有别于其他展位的视觉环境,才能吸引参观者的注意。

5 结语

在展览设计中要充分地运用色彩的作用,并结合相关的设计美术知识,让展览设计再上一个台阶,更好的为社会以及人们的生活服务。

参考文献:

- [1] 王贞辉.建筑设计色彩的应用[J].土木建筑学术文库,2009(12):49.
WANG Zhen-hui.Architectural Design and Application of Color[J].Civil Engineering and Architecture Academic Library,2009(12):49.
- [2] 芝兰斯基·保罗.色彩概论[M].文沛,译.上海:上海人民美术出版社,2004.
CHILANSKY Paul.Color Introduction[M].WEN Pei,Translate.Shanghai:People's Fine Arts Publishing House,2004.
- [3] 姜澄清.中国色彩论[M].兰州:甘肃人民美术出版社,2008.
JIANG Cheng-qing.China's Color Theory[M].Lanzhou:Gansu People's Fine Publishing House,2008.