

平面设计中传统图形的新视觉表现

郑翠仙

(湖北工业大学, 武汉 430068)

摘要: 从视觉、心理经验以及行为活动较深层次研究和创造的角度入手,分析了图形及传统图形符号在现代平面设计中的意义和作用,结合经典案例论述了传统图形新视觉表现的魅力和对当代平面设计的影响,提出了传统图形的新视觉表现在各个方面具体运用的基本方法。

关键词: 图形符号; 传统图形; 再创造; 新视觉表现

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)10-0103-03

New Visual Expression of Traditional Graphics in the Graphic Design

ZHENG Cui-xian

(Hubei University of Technology, Wuhan 430068, China)

Abstract: Starting from the angle of the visual, psychological experience and activity of the deeper research and the creation, it analyzed the role and significance of graphics and traditional graphic symbols in modern graphic design. Combined with classic case, it discussed the charm of new visual expression of traditional graphics and influence of contemporary graphic design, put forward new visual expression of traditional graphics in various aspects using the basic method.

Key words: graphic symbol; traditional graphic; re-create; new visual expression

在艺术设计中,图形符号是视觉设计的最重要的形式语言之一,它具有强大的形象传达功能并在不同的传播领域和媒介中起着极为关键的作用。传统图形作为图形符号的一种,它承载着人类社会长期形成的各种文化信息,包涵着深刻的文化积淀、风俗习惯、民族的心理情感、审美情趣以及审美观念。在当代艺术设计领域,用好传统图形对设计的发展能起到推波助澜的作用。

1 图形与传统图形

图形语言直观、生动,它不仅能够传递信息,也能帮助人们理解文意弥补文字的不足,起到语言文字难以达到的图示作用。利用图形艺术设计的作品,视觉穿透力更强。随着人类社会物质文明的高度发展,人们对精神文明的追求日渐加剧,传统图形作为一种信息载体,已被人们所重视。中国传统图形凝聚了几千

年华夏文明,积淀深厚,是一个民族文化及生活的表现。设计师要善于把广大人民群众心中根治的传统文化从生活中提取出来进行再表现,把传统图形巧妙地运用到当代艺术设计中来,不仅能给艺术设计注入丰富的内容,也能使优秀的传统文化发扬光大^[1]。

2 传统图形的新视觉表现

2.1 传统图形在当代广告招贴中的新视觉表现

“好的招贴是靠图形而不是靠文字说话的”,好的广告招贴能引人入胜让人产生联想^[2]。靳埭强就主张把中国传统文化巧妙地融入到现代设计中,并强调这种融合不是简单的相加,而是建立在对中国文化深刻理解基础上的融合。我国是一个有着悠久历史的文明古国,传统图形符号为人们提供了大量的值得借鉴和思考的设计源泉,应将其能反映中国民族特征和文化特征的图形元素与现代艺术特征及国际性的视觉

收稿日期: 2013-01-10

作者简介: 郑翠仙(1983-),女,湖北孝感人,湖北工业大学讲师,主要研究方向为平面设计及其理论。

传达融为一体,在世界设计领域建立具有中国特色的设计文化和设计地位。在靳埭强创作的大量文化招贴设计作品中,都融入了表达我国传统文化的传统图形符号,表现出很强的文化特征和民族特征^[3]。苹果电脑标志见图1,正是采用了传统图形中的龙凤呈祥



图1 苹果电脑标志

Fig.1 Apple computer logo

元素,2只灵兽舞动的姿态呈现在中国青花瓷盘中,形成了一个别具风格的苹果电脑标志。设计者以龙凤瑞祥图案与推动当代生产力高度发展的电脑相结合的奇妙构想,创作出具有东方韵味的苹果电脑新标志招贴,引发人们对东西文化互动相融的深刻思考。第六届中国艺术节海报见图2,是以龙为元素所创作,把



图2 第六届中国艺术节海报

Fig.2 The sixth China art festival poster

人的手和龙结合起来,呈现出数字六的形状,以突出主题是第六届,这样很贴切地把主题图形化了,表现得既简洁又恰当。

2.2 传统图形在当代标志设计中的新视觉表现

标志是一种用特殊文字或图形组成的传播符号,它具有视觉象征意义和特定的文化内涵^[4]。如何使标志具有深刻的文化内涵,这就要求设计者对中国文化

和图形符号有深刻理解和认识。例如北京王府饭店标志,见图3,在店徽的中心有一个“王”字,它既是王



图3 北京王府饭店标志

Fig.3 Beijing wangfu hotel logo

府饭店的字头,又寓意着饭店的权威和领先地位,标志细节上的精心处理,也凸显了设计者对传统文化的认识。标志四角处的线条有意断开,寓意希望像一口“井”有取之不尽,用之不竭的吉祥之意义。有着传统文化特色内涵的中国银行标志采用了古钱和绳的创意,钱孔与红绳构成了“中”字,见图4,在其年报封面



图4 中国银行标志

Fig.4 The bank of China logo

的设计中,运用了古钱结红绳的创意,表现中国银行与属下机构的紧密联系^[5]。可见,传统元素及图形新视觉表现地运用给标志设计的发展带来新的契机,在视觉信息的传达上获得了更强的识别性和认同感,十分具有时代的感召力^[6]。

2.3 传统图形在当代包装设计中的新视觉表现

包装装潢设计的目的在于使消费者能直接感受、体会产品与服务,图片及图形就是一件极具说服力的武器,越来越多的包装设计师将图片及图形放在包装上,一方面向受众展示包装内产品的样子,另外一方面通过图片及图形的风格给包装增添艺术的气息。包装设计的表现从过去较多追求装饰美感的表现,逐步转向以“文化表现”为中心的设计观念^[7]。

3 传统图形新视觉表现的方法

3.1 加强对传统思想文化、民族艺术文化的理解和认识

中国传统图形是基于中国传统哲学思想基础上的对于形象的认知的视觉表现,中国传统哲学提倡理性与感性统一,提倡主观与客观统一,极具有民族特色。一方面在于它是科学的、理性的,是祖先对自然规律的认识和总结;另一方面它又极具想象和象征的意识。我国哲学思想体系作为我国传统图形艺术的思想理论基础,对传统图形的演变与发展产生了很深刻的影响。儒、道、释等哲学思想形成了中国人独特的民族心理及民族性格。我国传统图形艺术资源极为丰富,一些传统图形元素随着时间的推移,历史的发展不断变化和沿袭,形成了极为丰富并具有深刻文化内涵的图形和纹饰。在当今平面设计中,通过对传统图形的挖掘及新视觉的表现,旨在保持原有传统含义的同时,巧妙地融入现代设计理念,无疑会使设计更具文化性和民族性,更具内涵和艺术性。

3.2 合理运用传统图形的手绘表现及书法表现方式

随着科学的进步和技术信息的发展以及电脑的日益普及,当代设计中各类作品层出不穷。如果平面设计中能合理地运用传统图形手绘表现,就能增强作品的视觉传播效果,体现出深厚的艺术文化价值。使用手绘表现是体现设计者风格和底蕴的方式之一,也能使平面设计更具有意象美、含蓄美、意境美,并具中国文化的传承性。中国书法是用墨来表现文字及相关事物,表达情感的。图形用墨来表现可以产生丰富的画面效果,达到五墨六彩的奇妙境界。在进行传统图形新视觉表现时,可以很好地用墨来体现传统意境,使设计图形更具文化性和地域性特征。

3.3 现代图形设计构成法进行传统图形的视觉表现

同构、置换、正负形、元素替代等图形设计构成法在现代平面设计中广泛运用。将这些图形创意方法合理地用在传统图形新视觉表现中会起到事半功倍的效果。设计时经常说对于传统图形的“形”的借鉴,并不是指对传统图形直接拿来主义,而是对传统图形进行同构、置换及替代等手法的处理,是对传统图形元素进行提炼,对传统图形进行新视觉的表现,随后将其合理地运用到平面设计的创作中,这样就使得传统图形赋

予了新的内涵,使平面设计具有鲜明的民族特征。

4 结语

我国传统图形是中华民族历史文化的深厚积淀,它不仅仅具有很强的实用价值,同时还具有丰富的社会文化价值。中国传统图形作为中国艺术文化重要的组成部分,在我国历史的发展进程中,其形成方式和演变过程,成为了中华民族丰厚的文化资源。合理并充分使用传统图形,在设计全球化的潮流中使设计民族化,设计民族化并不意味着保守和守旧,而是创造性地对传统文化进行的现代解读^[8]。研究中国传统图形的新视觉表现,找出传统文化与当代设计的相交集,将中国传统图形跟当代设计完美结合,形成自己的设计风格是探寻中国平面设计特色的发展之路。

参考文献:

- [1] 左汉中.中国民间美术造型[M].长沙:湖南出版社,1994.
ZUO Han-zhong.China Folk Art Modelling[M].Changsha: Hunan Publishing House, 1994.
- [2] 刘巨德.图形想象[M].沈阳:辽宁美术出版社,1994.
LIU Ju-de.Graphics Imagine[M].Shenyang: Liaoning Art Publishing House, 1994.
- [3] 马泉.广告图形创意[M].武汉:湖北美术出版社,2003.
MA Quan.Advertising Graphic Originality[M].Wuhan: Hubei Fine Arts Publishing House, 2003.
- [4] 黄建平.标志创意设计[M].上海:上海美术出版社,2006.
HUANG Jian-ping.Mark Creative Design[M].Shanghai: Shanghai Arts Press, 2006.
- [5] LISA Silver标志创意设计经典[M].陈君,译.北京:中国青年出版社,2003.
LISA Silver Mark Creative Design Classic[M].CHEN Jun, Translate.Beijing: China Youth Press, 2003.
- [6] 桑林.中国广告设计中的意味[J].包装工程,2011,32(14): 102—105.
SANG Lin.China's Advertising Design of the Mean[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(14): 102—105.
- [7] 杜杰,周晓辉,王家民.中国民族化风格包装设计研究[J].包装工程,2010,31(12): 16—18.
DU Jie, ZHOU Xiao-hui, WANG Jia-min.China Nationalization Style Packaging Design[J].Packaging Engineering, 2010, 31(12): 16—18.
- [8] 肖虹.标志设计的简繁探析[J].包装工程,2011,32(12): 12—14.
XIAO Hong.Logo Design Jane Numerous Analysis[J].Packaging Engineering, 2011, 32(12): 12—14.