

地方文化在图形创意中的嫁接与融合

康拓, 郭振山

(河北工业大学, 天津 315000)

摘要: **目的** 探索地方文化在图形创意中嫁接与融合的创作法则, 得出图形创意的新方法。**方法** 运用中国传统哲学思想, 对民间图形进行研究, 分析地方文化在民间图形创意中的嫁接与融合。借助创意的思维方式, 运用地方文化与图形创意的相互关系, 寻找出嫁接与融合的创作方式的合理性, 从而产生图形创意的新方法。**结论** 地方文化是民间图形创意的源泉, 将地方文化与民间图形创意相联系, 深化了图形的意义。嫁接与融合的创作法则是图形创意有效的新方法, 是文化传播与融合的新途径, 是图形意义的升华。

关键词: 地方文化; 民间图形创意; 创意法则; 嫁接与融合

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)20-0104-05

Grafting and Fusion of Local Culture in Graphic Originality

KANG Tuo, GUO Zhen-shan

(Hebei University of Technology, Tianjin 315000, China)

ABSTRACT: It aims to explore the creation principles of local culture in the creative and grafting of graphics, and get a new method of graphic creativity. By using the traditional Chinese philosophy, combined with the in-depth study of folk graphics, based on the analysis of actual case, local culture in folk graphics ideas is analyzed. With the help of the creative way of thinking, using the relationship between the local culture and the creative graphics, we can find the rationality of the way of marriage and integration. Local culture is the source of folk graphic creativity. It is of practical significance to combine the local culture with the creativity of folk graphics, deepen the graphic meaning, accord with the characteristics of the times. The creative law of grafting and fusion is a new effective method of graphic creativity. It is a new way of cultural communication and integration.

KEY WORDS: local culture; folk graphic creativity; creative principle; grafting and fusion

地方文化与大众的文化生活密不可分, 图形创意实际上与各地的风俗民情和地域文化是相互彰显的关系。中国传统的民间图形实际上就是地方传统文化长期沉淀的产物, 它传承与发展了各地的传统文化, 为图形创意带来了巨大的价值, 为当代的艺术设计提供了丰富的营养。地方文化在图形创意中的嫁接与融合给民间图形创意带来了新的契机。民间图形创意需要地方文化的融入, 才能成为当代艺术设计的酵母, 为中国当代设计的本土化和民族化提供深厚坚实的文化底蕴。

1 地方文化的传播者——民间图形

1.1 民间图形创意来源

地方文化所呈现的文化内容一般是指特定区域内的文化内容, 如生态、民俗、传统、习惯等, 这些文化内容与整个社会主流文化不同, 这是中国传统文化与其他民族文化的主要区别点。地方文化对民间图形创意的深远影响, 使民间图形在视觉形象上具有强烈的代表性, 其所具有的地域性、独特性、抽象化的

收稿日期: 2017-05-02

作者简介: 康拓 (1991—), 女, 内蒙古人, 河北工业大学硕士生, 主攻艺术设计。

通讯作者: 郭振山 (1964—), 男, 天津人, 硕士, 河北工业大学教授、博士生导师, 主要研究方向为视觉传达及理论研究。

个性特征,也同样表现在民间图形创意中,体现了民间文化的价值,反映了民间图形所处年代的生活细节的特点。

民间图形是人们通过现实经验而形成的物像化的创作,这样的创作来源于生活,是人们平凡生活的真实反映,是地方文化的缩影和代表。作为民间美术造型中的重要组成部分,民间图形具有较高的审美价值。从本质上讲,民间图形创意不仅体现在形式上,更多的是通过表象的造型与色彩传达出人们的生活状态与精神追求。

每个地方的文化都独具特色,在现代社会普遍推崇“个性”,图形创意也要遵循这一规律,正因如此地方文化成了图形创意的源泉。

1.2 民间图形的创意法则

1.2.1 造型形态——提炼与创新

民间图形的造型形态不仅随着历史的发展而发展,还随着社会发展而转变,从而在现代社会得以创新与传承。民间图形大致可以分为视觉元素、技法元素和文化元素,民间图形的创新本质上是造型元素的创新。造型元素的创新应扎根于地方文化的艺术土壤,使其显现出明显的地域特征。以剪纸为例,不同地域的造型形态差别很大,甘肃庆阳剪纸线条流畅、古拙质朴、外形呈开放的形态,却不追求外轮廓的浑整;安塞剪纸外形粗犷豪迈,外轮廓是完整的形象;河北蔚县剪纸造型则多用面和线加以装饰,色彩艳丽。

民间图形的造型元素在一定程度上代表了地方民众的审美风格,是经过历史沉淀而形成的艺术形态,具有深厚的群众基础。各民族、各地区、各地方根据不同的地域特征也归纳出不同的民间艺术风格,这些众多艺术风格体现了我国文化的博大精深,也为现代图形创意提供了丰富的民间艺术元素。

1.2.2 文化内涵——探求与挖掘

民间图形创意并不是对民间造型简单的复制和拼凑,而是利用民间图形的寓意进行艺术加工,并表达出民间图形真正的寓意。这样的民间图形创意升华了事物的形象,使图形彻底摆脱了表象,深化了图形所表达的意义,使图形创意的效果由外在变为了内在,有托物的寓意。例如第十一届全国运动会标志,见图 1。据介绍,会徽由 11 个运动人形组成,其中造型语言借鉴中国传统“四喜人”的创作手法,造型之间共用人形,巧妙地完成 11 个运动人形的组合,在点明“第十一届”国运动会的同时还体现了吉祥美好的寓意^[1]。

在具体的民间图形创意的过程中,一方面民间图形造型的物质属性得到极大的满足,另一方面其精神文化内涵得到了传递。这种精神文化内涵是对图形创



图 1 第十一届全国运动会标志
Fig.1 Logo of the eleventh national games

意效果的极大提升,是现代艺术设计中应高度重视的关键因素。

1.2.3 色彩搭配——借鉴与利用

在中国传统五色中,青、黄、赤、白、黑为正色,象征吉祥美好,是以阴阳观、无形观与八卦观为基础观念的传统民间艺术色彩体系。黄色代表五行中的土,代表大地,通常出现在皇家装饰纹样中,在民间生活中很少出现,而民间图形色彩也根据不同地域,采用不同的色彩进行搭配。民间生活中更是流传着“红红绿绿,吉祥如意”这样的俗语,说明人们利用高饱和的色彩表达平安吉祥的愿望,但因受到不同地方文化的影响,不同地域的图形色彩搭配并不相同。

在蔚县剪纸的民间图形配色中,设计师大量运用高纯度、高明度的浓艳色彩,将明亮鲜艳的颜色与镂空的留白搭配在一起,以此来增强画面的立体感;而甘肃彩色剪纸中的图形配色清新淡雅,主色调多以低明度和高明度的颜色作为搭配,中明度的颜色作为点缀色,图形色调柔和。通过不同地域的剪纸图形色彩对比,可以看出不同地域的民间图形,其色彩搭配也大有差别。因此,设计师要从现代图形创意的需求角度出发,对民间图形色彩进行借鉴与利用,对色彩形式进行大胆创新,寻求民间图形色彩和现代图形创意的最佳契合点,努力将地方文化中具有民族特色的民间艺术色彩融入图形创意中。

2 图形创意新方法——嫁接、融合的创作法则

2.1 嫁接概述

“嫁接”一词来源于植物学,是把一种植物的枝或芽,嫁接到另一种植物的根或茎上,使嫁接在一起的两个部分长成一个完整的植株^[2]。嫁接的意义在于保持接穗品种的优良性能,又可以利用原本植物的特性,使作物利于繁殖,增强作物的品质。利用嫁接这

一概念,运用于图形创意中,用地方文化元素作为接穗,将民间图形作为原本的植物,使得地方文化在民间图形上得到新的生命。

鲁迅曾在《论“旧形式的采用”》一文中阐述:“旧形式的采取,必有所删除,既有删除,必有所增益,这结果是新形式的出现,也就是变革”^[3]。鲁迅阐明了旧形式与新形式的辩证关系,将其运用到地方文化与图形创意的关系中来,有着巨大的指导意义。可以把“旧形式的采用”理解为现代图形创意采用地方文化中的造型、造物元素。比如,可以从地方文化艺术造型中提取其形、色、质的视觉元素,结合图形中的构成手段,运用同构、置换、共生、透叠等方法,将这些提取的元素根据图形创意主题进行新的构成。通过对原形的合理分解、转变和重构,产生既有地方文化艺术精髓,又符合现代审美的新的艺术形态,从而实现嫁接图形创意^[4]。运用嫁接方法所形成的图形创意,既保留了地方艺术的文化神韵,又能够体现鲜明的时代特征。同时,设计师可以从地方文化元素中利用人文精神,以此丰富设计素材,形成具有感染力的图形创意。

2.2 嫁接与融合的创作法则

2.2.1 思维创新, 意形嫁接, 构筑情景

在图形创意中, 中国古人经常采用“取象比类”的哲学思想, “象”是事物的特征, 是通过全方位的观察、比较得出的造型^[5]。这种造型观念解放了图形的表现方式, 使得图形的内涵极为丰富。同时, 将形态和意图相结合, 使原有的地方文化观念或民间图形造型作为“嫁接”的接穗, 并通过“嫁接”这一创作方法, 与现代图形创意的造型或现代图形创意的手法相融合, 借助民间图形表达独特的意境, 抒发人民群众美好的愿望, 符合当代的艺术审美。不同事物的杂糅, 不同时代观点的碰撞, 营造了极具张力的艺术氛围, 这不仅传播了民间传统文化, 还让图形创意展现出非凡的想象力和感染力。

将地方文化“嫁接”于图形创意中, 一般有 3 种创作方法: 方法一是进行思维嫁接, 可以将地方文化中的思想文化, 通过图形语言嫁接于图形创意中。例如: 2019 年篮球世界杯设计, 见图 2, 其灵感来源于北京地区最具标志性的文化元素——京剧。整个图形采用了京剧脸谱对称的造型形态, 犹如“二龙戏珠”的场景, 两条龙围绕着珍珠上下翻飞。而最能感染人的是, 这一图形将京剧演员的智慧、坚持、力量、精神与参与世界杯的各国球员和国家队联系起来, 体现出每位球员想要获胜所必不可少的精神, 也是举办方美好的祝福。京剧中美好的思想文化, 也通过“嫁接”的创作方法, 使图形创意传递出中国传统文化丰富的精神内涵。



图 2 2019 年篮球世界杯会徽
Fig.2 2019 Basketball world cup logo

方法二是意与形的嫁接, 即将地方文化中的民间造型形态, 与现代图形创意所要表达的含义相碰撞, 进行一场意与形的对话。现如今很多图形单调且没有深意, 只是将中国传统造型形态重复利用, 并没有表达其精神含义, 有“形”无“意”, 正好印证了中国传统“有形无意为死, 有意无形为空”的哲学思想。例如海报设计作品《活色生香》, 见图 3, 该作品仅仅利用了中国传统“龙”的造型, 与海报主题“活色生香”毫无关联, 这样牵强的运用传统造型不仅不利于文化的传播, 还影响主题的表达。

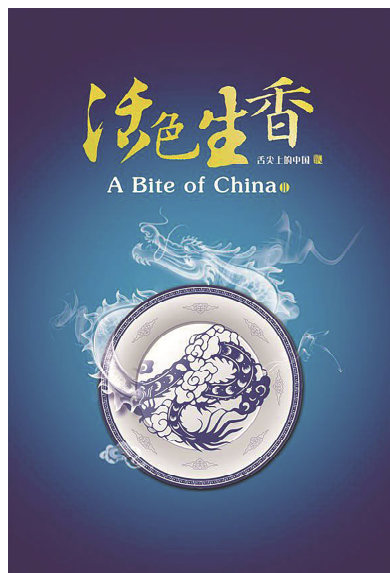


图 3 《活色生香》主题海报
Fig.3 "Lively Colour Brings Forth Fragrance" theme poster

方法三是“移花接木”的嫁接方法。如今, 人们追求“大体为美”的哲学思想, 将“移花接木”这样的嫁接方法应运于图形创意中, 强化了民间造型的独特魅力, 还充分表达了图形创意的含义。例如北京申奥会标志, 见图 4, 该图将中国民间工艺品“中国结”与中国传统体育太极拳相结合, 将传统工艺“中国结”的造

型形态嫁接于太极这项运动上，与太极精神相结合，突出了奥运精神。同时，展现了中国特色文化和奥林匹克精神，富有动感，充分体现了时代精神。



图 4 北京申奥标志

Fig.4 Beijing bid to host the Olympic logo

将地方文化所体现的情景“嫁接”于现代图形创意中，形成特定的情境氛围，使图形创意主题鲜明、形态灵动。中国自古就存在以“意”为美的哲学思想，艺术中的美在于“虚空”的意境，是超脱具体物象的美。

2.2.2 手法创新，象征融合，相映成趣

中国文化是强调群体和合的文化，强调人融于自然，“天人合一”的哲学规律。因此在图形创意中，要体现人与社会、人与自然、人与环境融为一体的“融合”的创作法则^[6]。“融合”的创作法则应用在图形创意中，并不是对传统图形的生搬硬套，而是通过“嫁接”等创意手法将图形进行再创意。因此，优秀的图形创意不仅要具有浓厚的生活气息，体现形式美感，还要物化人的美好愿望，融入情与理、意与趣，达到神韵美的境界。例如第十三届全国运动会的吉祥物“津娃”，见图 5，其图形创意源自于天津杨柳青年画中的大头娃娃形象，见图 6。在杨柳青年画的人物塑造中，设计者将人物的头部处理得较大，四肢相对头部较为短小^[7]，由于在东方人的意识中，头部是人与人之间交流的重点，眼睛更成为交流过程中的重中之重，所



图 5 第十三届全国运动会吉祥物“津娃”

Fig.5 The 13th national games mascot "Tianjin Eva"



图 6 杨柳青年画

Fig.6 From New Year pictures from "Yangliuqing"

以必须突出塑造重要的部位，从而使人物形成独具东方特色的装饰特点。而吉祥物“津娃”的造型，就是将这样的造型形象嫁接于现代吉祥物的设计中，使地方文化与吉祥物的造型完美融合。

罗兰巴特在其著作《符号论要义》中，阐明了图形的意义可以由符号的基本构成来分析，分为图形本身与图形包含的意义，这是一种属于精神事物的人造因素，被称为“思想表象”^[8]。在图形创意中，常会将图形形态与表达意图相结合，真正做到图形形态与表达意向的相映成趣，借助图形表达呈现出独特的意境，从而抒发出美好的愿望与期待，体现“融合”的重要作用。将地方文化与图形创意进行“嫁接”时，要对地方文化元素有所扬弃，注重现代设计的审美要求和特点，保留地方文化元素的本土原始文化和哲学思想，这样嫁接形成的“作物”才能寄托人的主观感情，引发人民群众的共鸣。在嫁接与融合的过程中，只有做到对地方文化元素艺术造型的提取、创新以及文化意蕴的延伸与表达，才能真正从中汲取营养。图形创意并不是对民间图形元素造型进行直接的模仿，而是通过对民间造型元素的分析、研究，提炼，删繁就简^[9]，增加视觉冲击力和识别力。

3 结语

图形创意是将具有创造性的意念或设计构思转化成视觉设计形式，是重新组合元素的过程，同时也是追求个性的过程^[10]。个性的原则是要尊重自己的文化，尊重我们的民族特色、地域特色、文化特色等。地方文化为图形创意提供了庞大而又优质的素材库，利用嫁接和融合这样有效的创作方法，使得地方文化精神与图形创意思维进行了一场对话。有了嫁接和融合孕育出的新图形，自然有了个性，从而构成独特的视觉语言，对现代视觉设计也会起到巨大的作用。

图形创意是一堆需要不断投入燃料的篝火，而地方文化元素则是丰厚的“燃料”，它可以让现代图形创

意的“篝火”燃烧得更为旺盛。地方文化与图形创意的“嫁接”与“融合”，使图形创意创造性地继承和传播了中国文化，为文化的传承与发展尽了一份绵薄之力。

参考文献：

- [1] 代福平. 标志设计文化论[M]. 北京：清华大学出版社, 2011.
DAI Fu-ping. Logo Design Culture Theory[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2011.
- [2] 孟鹏. 接穗与砧木互作研究进展[J]. 防护林科技, 2015(2): 60—61.
MENG Peng. Advances in Research on Interaction between Scion and Rootstock[J]. Protection Forest Science and Technology, 2015(2): 60—61.
- [3] 赵健. 画封面与封面画：中国现代书籍设计的早期形态[J]. 装饰, 2010(9): 74—78.
ZHAO Jian. The Cover and Cover Painting: the Early Form of Chinese Modern Book Design[J]. Art & Design, 2010(9): 74—78.
- [4] 张明. 从“中国样式”到“中国方式”——全球视野下的本土化产品设计方法研究[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2016(4): 179—201.
ZHANG Ming. From the "Chinese Style" to "Chinese Way": the Perspective of Global Localization of Product Design Method Research[J]. Journal of Nanjing Arts Institute(Fine Arts & Design), 2016(4): 179—201.
- [5] 宗椿理. 从“观物取象”到“立象尽意”——秦人早起设计艺术的物象表达[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2016(4): 179—201.
ZONG Chun-li. From the "View Content Like" to "Stand Like Dao": the Qin People Early Design Art Object Expression[J]. Journal of Nanjing Arts Institute(Fine Arts & Design), 2016 (4): 179—201.
- [6] 唐立影. 文化认同与视觉传达——广州市户外公益广告设计研究[J]. 装饰, 2017(2): 138—139.
TANG Li-ying. Cultural Identity and Visual Communication: Guangzhou Outdoor Advertisement Design Research[J]. Zhuangshi, 2017(2): 138—139.
- [7] 张旭, 杨正春. 杨柳青年画民俗艺术的衍变解析[J]. 包装工程, 2016, 37(18): 44—48.
ZHANG Xu, YANG Zheng-chun. Evolution Analysis of Yangliuqing New Year Paintings Folk Art[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(18): 44—48.
- [8] 葛璇. 传统民间剪纸艺术在现代平面设计中的应用[J]. 包装工程, 2016, 37(14): 189—192.
GE Xuan. Traditional Folk Paper Cut Art in the Application of the Modern Plane Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(14): 189—192.
- [9] 孙亚云, 郭忻璐. 地域文化下的城市视觉创意设计[J]. 包装工程, 2017, 38(2): 73—76.
SUN Ya-yun, Guo Xin-lu. Under the Regional Culture of Urban Visual Creative Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(2): 73—76.
- [10] 陈慧姝. 广告设计中图形创意的艺术表现方法[J]. 包装工程, 2015, 36(8): 120—123.
CHEN Hui-shu. The Artistic Expression of Graphic Creativity in Advertising Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(8): 120—123.