

民俗文化在平面设计中的新生

张海龙

(内蒙古赤峰学院, 赤峰 024000)

摘要: **目的** 探究民俗文化在平面设计中的创新应用及其发展方向。**方法** 从民俗文化的传承与发展谈起, 结合现状引出平面设计对民俗文化的创新与借鉴的可行性, 接着以民俗文化的内涵为基础, 总结民俗文化在平面设计中的商业价值、文化价值和审美价值, 再分别结合具体实例论述民俗文化在标志设计、招贴设计、广告设计、包装设计等平面设计领域的全新应用方式, 总结未来民俗文化与平面设计融合的发展路径, 并对相关的设计师提出要求。**结论** 在现代平面设计当中创造性地应用民俗文化元素是时代发展的必然选择, 如此既能够为优秀的民族文化开拓出更加广阔的传承路径, 又能借助中华民族的情感认同更好地体现设计思想, 引发人们的强烈共鸣, 从而取得更加理想的设计效果。

关键词: 民俗文化; 平面设计; 审美价值

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)06-0276-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.06.054

Rebirth of Folk Culture in Graphic Design

ZHANG Hai-long

(Inner Mongolia Chifeng College, Chifeng 024000, China)

ABSTRACT: It aims to explore the innovative application and development direction of folklore culture in graphic design. Starting from the inheritance and development of folk culture, combined with the status quo of feasibility leading to innovation of graphic design of folk culture and reference, and then based on the connotation of the folk culture as the foundation, it summarizes the folk culture in graphic design, commercial value, cultural value and aesthetic value, and then combined with the new application specific examples to expound the folk culture in logo design, poster design, advertising design, packaging design, graphic design, sums up the future development path of folk culture and the integration of graphic design, and puts forward the relevant requirements of the designer. In modern graphic design, the creative application of folk culture is the inevitable choice of the era development, so as to inherit the path for the excellent national culture to develop a broader, but from the emotional identity to better reflect the design thought of the Chinese nation, triggering a strong response from the people, so as to achieve the design effect is more ideal.

KEY WORDS: folk culture; graphic design; aesthetic value

在我国悠久的历史长河中,民俗文化凭着广泛的题材、丰富的内涵、多样的形式以及鲜明的民族特性,影响着人们社会生活的方方面面。正因如此,民俗文化才能不断发展壮大并世代相传。然而,社会的迅猛发展与人们审美思想的提升,使得民俗文化逐渐变得暗淡,面临着一个尴尬的境地,即便有人喜欢也多是出于对一个存在着文化隔膜的逝去年代的怀念,失去

了实用价值的民俗文化与当代社会的经济基础、文化状态存在着巨大的鸿沟。平面设计作为一种现代化的传播方式,不仅是一种创作形式,而且承担着唤起人们对真、善、美的追求的责任。为了凸显本土特色,将平面设计作品与国际现代设计接轨,越来越多的设计师开始从中国传统民俗文化中寻找生机与源泉,不仅丰富了平面设计作品的形式与内容,而且让民俗文化

收稿日期: 2017-11-09

作者简介: 张海龙(1984—),男,内蒙古人,内蒙古赤峰学院讲师,主要研究方向为油画。

获得了新生。

1 民俗文化的界定

所谓民俗文化是民间风俗文化的统称,反映着一定地区中广大人民群众最基本的人生需求和价值取向。具体到民俗文化的元素构成,主要包含物质层面、社会层面以及精神层面^[1]。物质层面的民俗文化元素,多是生产、服饰、居住民俗等;社会层面的民俗文化元素,主要包括民间娱乐文化、礼仪文化、节日文化等;精神层面的民俗文化元素,主要是形态、色彩、纹饰、文字形象、意象元素等。不论哪种民俗文化构成,都是某一地域人们的价值观念与历史情感的沉淀,最突出的代表便是贴春联、祭门神、挂蒿草、舞龙狮以及年画、剪纸、刺绣等,这些民俗文化都是特定历史时期的产物,有着极高的辨识度和传承价值。

2 民俗文化在平面设计中的重要价值

2.1 增强人们对传统文化的认知

民俗文化是一种具有地域特色、人文特色的文化,其最大的价值在于提升人们对民俗文化认知度,加强彼此了解,实现和谐共处^[2]。随着政治经济的不断融合发展,不同地域、民族的民俗文化逐渐形成了发展与交融并存的趋势。在这一过程中,人与人之间的互动、文化与文化的碰撞,能够有效增加人们对传统文化的认知。

2.2 提升企业的文化认同度

我国广阔的地域和众多的民族特征使得民俗文化在具备共性的基础上,还存在着一定的差异性和多样性。在市场经济发展日益成熟的社会背景下,这些特性使得民俗文化的商业价值逐渐凸显。将民俗文化应用在平面设计当中,能够提升企业形象,缩短受众对于产品的文化认知时间,促进品牌营销的实现,达到最大化的附加价值。

2.3 强化平面设计作品的美学价值

在发展过程中,民俗文化并不受任何形式元素的限制,自由性和多元性使得其不断扩充内容与形式,涵盖了社会生活的各种美。将民俗文化的美学元素融入平面设计中,能够深度还原真实的历史影像,迎合人民群众对于自身文化认识的内在性特点,同时也有利于不同地域、种族、文化背景的人们更好地接受民俗文化。

3 民俗文化在平面设计中的新生

3.1 标志设计中的民俗文化

标志设计的表现手法多种多样,创作起来也有着

较为广阔的素材与灵感,但想要在世界标志设计领域占有一席之地,必须在创新的基础上融入民俗文化,强化作品的文化底蕴和民族性特点^[3]。首先,企业品牌标志中民俗文化的应用。在标志设计中,很多设计师会选用民俗图案进行设计以取得理想的艺术表达效果。比如,北京王府饭店标志采用的是中国民俗图案方胜盘长,经纬分明,延绵不断,寓意生生不息、事业兴旺;中国银行的标志设计对天圆地方的古钱币进行了创新应用,充分表明了中国银行是面向全球的国际性大银行。其次,节会旅游标志设计中民俗文化的应用^[4]。节会旅游标志设计的关键在于对旅游地的民俗文化的提取与应用,力求创造出有助于人们理解和接受的,有着民俗文化渊源与历史文脉的标志图形,以获得大众接受与认可,提高宣传推广效果。比如,2005中国(抚顺)满族风情国际旅游节会徽在设计时,将清朝满族女性服饰的帽子以及传统吉祥图案莲花、鸽子作为造型元素,配合传统的黑、红、黄色调,在剪影装饰手法的作用下,呈现出了具备浓郁满族风情的充满历史文化气息的标志图形;云南江川首届“开渔节”会徽的设计采用我国基本的民间色:红、绿、蓝与我国独有的民间剪纸元素相配合,在传递欢快热烈的氛围的同时,凸显了浓厚的民间艺术特色,视觉效果十分强烈。

3.2 招贴设计中的民俗文化

招贴是一种具备强大传播力量的平面设计形式,在其中加入民俗文化元素,能够进一步强化视觉冲击力,促进传达效果的提升^[5]。首先,剪纸元素的应用。剪纸是中国民间美术中最具代表性的艺术样式,在民俗文化中有着重要的位置。一直以来,传统剪纸表现的大多是婚嫁、耕种、典故、吉祥纹样等民俗题材,整体的线条比较繁杂。在招贴设计中,设计师可以借助现代化的设计理念和表现手法,对传统剪纸艺术进行简化,从而获得更加贴合时代同时又彰显特色的招贴设计作品。比如,《平安奥运》的招贴设计就大胆选用了剪纸的形式进行图形表现。在谐音平安的花瓶中插上代表四季的花朵,并融入了仙鹤、祥云、童子、寿桃等象征吉祥的剪纸纹样,寓意“四季平安”,既具有浓郁的民间风情,又个性时尚,迅速抓住了受众的眼球。其次,地域元素的应用。为了凸显民俗色彩,招贴设计通常会应用一些具备浓郁地域特色的民俗元素^[6]。比如,电影《白银帝国》招贴设计极具哲学意味。整幅作品采用了极简风格,营造了一种水墨意境,在背景中心部分配以典型的山西民俗大院中青色的圆形砖雕图案,彰显出了浓浓的山西特色。舞剧《一把酸枣》的招贴设计同样选取了山西晋商大院的一个院落,高深幽静的宅院,再配合男女主人公优美舞蹈造型的背景,直扣主题。

3.3 广告设计中的民俗文化

广告设计主要是为了某种特定的需求,通过一系列的手段,将某一项商业信息转变成广告传递给消费者,因此必须具备强大的说服力。将民俗文化元素应用于广告设计,可以在很大程度上吸引人们的视线,获得理想的设计效果^[7]。首先,公益广告。公益广告中的民俗文化元素必须具备主题的现实性、社会的效益性和表现的号召性3方面特质,人们在观看公益广告时,常会被其中的民俗文化元素所传递的情感所吸引,获得心灵的震撼。比如,经典公益广告《妈妈洗脚》讲述的就是一位年轻的母亲在为儿子讲完故事后便去给孩子的奶奶端水洗脚。看到这一幕,儿子也给妈妈端来了洗脚水,边走边说“妈妈洗脚”。这则公益广告虽然没有出奇的创意,却在平淡之中见真情,通过家庭生活中一件看似不起眼的小事,融入了中华民族传统的“孝”文化,平凡中的真情反而更能打动观众,从而实现广告主题“父母是孩子最好的老师”的传达。其次,民俗文化广告。一般来说,民俗文化广告中主要通过色彩、声音传递情义。这些具备民族特色的色彩和声音能够迅速引起观众的注意,增加广告的视觉冲击力。比如,对我国传统民俗文化色彩——红色的使用。可口可乐一则春节贺岁广告和伊利牛奶一则春节贺岁广告,不约而同地选择了中国元素红色,渲染喜庆和欢乐的同时也透露出了浓浓的中国民俗,轻松地达到了传播的目的。

3.4 包装设计中的民俗文化

在现代包装设计中,民俗文化的融入能够使包装设计在社会潮流的发展下展现民俗特色,从而增加产品的附加值,提升其艺术性。正因如此,越来越多的包装设计师开始对民俗文化进行开发和应用,出现了一大批优秀的包装设计作品^[8]。首先,酒类包装设计。酒是一种生活食用产品,经过包装后成为了商品。不得不承认,好的酒类包装设计总是能够让消费者在选购时产生良好的视觉印象,进而产生深入了解和品尝的兴趣,促成购买行为。比如,安徽亳州的井中集团酿酒有限责任公司生产的“店小二酒”,采用了极具民俗特色的怀抱酒坛的店小二形象,笑容可掬的人物造型具备很强的亲和力,能够迅速吸引消费者的注意力。又如“迎驾贡酒”和“剑南春”酒包装中对民俗色彩红色的使用;“洋河大曲”酒包装中的蓝色系列的运用;“黄鹤楼”、“水井坊”酒中对黄色的应用等。这些都是对传统民俗文化的创新应用,不仅展现出酒品的档次,而且还有效增强了商品的差异性和可识别性。其次,礼品包装设计。在现代礼品包装设计风格的确立上,设计师常常被要求在这种特殊商品的包装中体现传统的设计风格,但必须把握好“度”,实现传统与现代的完美结合,从而凸显礼品的独特形式与深厚内

涵^[9]。比如,程湘如设计的茶月礼盒,便将目光锁定在如皇帝龙袍般的金黄色,实现了对中国民俗习惯的延伸。将茶和月饼共置一盒,月饼的浓郁口感配合茶的清醇,更是将消费者带进了皇家境界。这一礼品包装的成功之处便是实现了民俗文化与现代审美的完美融合,大大提高了消费者的购买欲望。

4 结语

在设计一体化和全球化的今天,平面设计领域的首要任务便是探索中华民族特有的传统艺术和哲学思想,将独具中国特色的文化元素融入其中,实现更高层次的中国设计^[10]。民俗文化极强的认读性和可读性能够为平面设计提供源源不断的灵感来源,同时浓郁的“乡土情结”也大大增强了平面设计作品的竞争力和感染力。作为平面设计师,必须认识到民俗文化在平面设计中的延伸价值,勇于吸收,敢于继承,善于交融,将更多的民俗文化元素灵活应用于平面设计,使这一传统的文化形式能够更好地为设计服务,并在这一过程中获得新生、永久传承。

参考文献:

- [1] 王丹. 试论我国民俗文化元素在电视广告中的应用[J]. 新闻世界, 2011(4): 123—124.
WANG Dan. On the Application of Folk Culture Elements in TV Advertisements[J]. News World, 2011(4): 123—124.
- [2] 朱黎音, 苏箐. 中国民俗文化在平面设计中的延伸[J]. 名作欣赏: 文学研究旬刊, 2016(11): 42—43.
ZHU Li-yin, SU Jing. Extension of Chinese Folk Culture in Graphic Design[J]. Masterpiece in Graphic Design Appreciation: Literature Research Magazine, 2016(11): 42—43.
- [3] 顾明辉. 现代中国标志设计中的民俗观念[J]. 装饰, 2003(8): 12.
GU Ming-hui. The Concept of Folk Custom in Modern Chinese Logo Design[J]. Zhuangshi, 2003(8): 12.
- [4] 陈大楚. 节会旅游标志设计中的民俗性表现[J]. 艺术教育, 2009(1): 30—31.
CHEN Da-chu. The Folk Custom Expression in the Design of Festival Tourism Logo[J]. Folk Art Education, 2009(1): 30—31.
- [5] 张宛生. 浅析山西传统民俗文化元素在当代招贴广告中的应用[J]. 文物世界, 2011(2): 64—65.
ZHANG Wan-sheng. Application of Shanxi Traditional Folk Culture Elements in Contemporary Poster Advertisement[J]. World Heritage, 2011(2): 64—65.
- [6] 杨敬飞. 论文化招贴设计中的“中国风”[J]. 洛阳师范学院学报, 2013(9): 131—136.
YANG Jing-fei. On the "Chinese Wind" in the Cultural Poster Design[J]. Journal of Luoyang Normal Univer-

- sity, 2013(9): 131—136.
- [7] 赵国红. “孝”文化在电视广告中的应用[J]. 电影评介, 2014(3): 84—85.
ZHAO Guo-hong. The Application of Filial Piety Culture in TV Advertisement[J]. Film Review, 2014(3): 84—85.
- [8] 张焱. 云南民俗文化在云酒包装设计中的运用[J]. 今日湖北旬刊, 2012(4): 55—56.
ZHANG Yao. The Application of Yunnan Folk Custom Culture in the Design of Wine Packaging[J]. Hubei Today Magazine, 2012(4): 55—56.
- [9] 陈慧. 现代礼品包装设计中的民俗观念研究[J]. 美术教育研究, 2011(9): 20—21.
CHEN Hui. Research on Folk Custom Concept in Modern Gift Packaging Design[J]. Art Education Research, 2011(9): 20—21.
- [10] 单春晓. 浅议中国民俗文化带给视觉艺术设计中的灵感[J]. 科教导刊: 电子版, 2014(23): 77.
SHAN Chun-xiao. On the Inspiration of Chinese Folk Culture to Visual Art Design[J]. Herald: Electronic Science, 2014(23): 77.