

中国风与平面设计的结合

黄 钺

(青岛大学, 青岛 266071)

摘要: **目的** 中国风格充满文化底蕴, 展现国家文化能量, 与设计行业的融合也是由来已久, 探究中国风与平面设计相结合的可行性及策略成为当今的设计热点。**方法** 中国风渗透到平面设计的各个领域, 用特有的文化符号来表现, 用充满内涵的文化精髓提升设计水准, 营造出独具魅力的视觉体验。由平面设计与中国文化相结合的具体途径入手, 深入挖掘传统文化的造型、符号语言, 凝练中国风的表现方法, 通过“形”、“意”的结合探讨中国文化与平面设计融合的形式, 进而深入分析中国风的平面设计在包装设计、标志设计和海报设计中的具体表现。**结论** 中国正在崛起, 中国文化受到世界的瞩目, 当今时代的平面设计只有立足于中华民族的传统文化以及审美情趣, 充分融入我国传统文化的精髓, 才能创造出屹立于世界的中国风, 获得更加长远的发展。

关键词: 中国风; 平面设计; 审美情趣

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)14-0260-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.14.048

The Combination of Chinese Wind and Graphic Design

HUANG Yue

(Qingdao University, Qingdao 266071, China)

ABSTRACT: Chinese style is full of culture, show national culture and energy, and the integration of design industry also has a long history, explore the feasibility of the Chinese wind combined with graphic design and strategy is becoming a hot spot of today's design. The Chinese style permeates all fields of graphic design, manifests with the special cultural symbol, enhances the design level with the connotation cultural essence, constructs the unique charm visual experience. By plane design and combined with the concrete means of Chinese culture, in-depth excavation of the traditional culture and modelling, sign language, concise Chinese wind the performance of the method, through the combination of "shape", "meaning" the fusion of Chinese culture and graphic design discussed in this paper, and in-depth analysis of Chinese wind of graphic design in packaging design, logo design, and the manifestation of poster design. On the rise in China, Chinese culture is the world's attention, in today's era of graphic design is only based on Chinese traditional culture and aesthetic temperament and interest, fully integrated into the essence of traditional culture in our country, to create a standing in the world of Chinese wind, get more long-term development.

KEY WORDS: Chinese wind; graphic design; aesthetic taste

近年来, 文化的渗透, 思潮的涌入, 使得国际化趋势不断加强。在这种现实背景下, 拥有 5000 年的历史沉淀的中国传统文化决不能被无情埋没, 必须在这个时代中崭露头角再现中国风。平面设计作为走在时尚前沿的艺术领域, 对传统文化有着义不

容辞的传承责任, 单纯地求新求变, 偏离本土文化, 会失去独有的风格个性和地域特征, 阻碍自身的进一步发展^[1]。客观来讲, 博大精深的中国文化有着丰富的形式、深刻的内涵和无穷的魅力, 这些都为平面设计提供了广泛的题材和无尽的源泉。如果能够将这

收稿日期: 2018-03-12

基金项目: 山东省社科规划项目《山东省综合性大学公共艺术教育创新性与地方特色化研究》(15CWYJ36)

作者简介: 黄钺(1978—), 女, 山东人, 硕士, 青岛大学讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

些具有中国特色的文化元素与平面设计完美融合,再以现代的艺术手法将传统元素、传统氛围以符合现代人审美观的方式呈现出来,做到本土文化与世界文化、中国风与国际化的互动、互融、互补,既能够使平面设计具备深厚的文化底蕴,又能在一定程度上促进中国传统文化传承和弘扬。

1 平面设计与中国文化相结合的途径

所谓中国风,即中国风格,是一种建立在中国文化和东方文化基础上,以中国元素为表现形式,有着自身独特魅力和性格的艺术形式。在探索其与平面设计的结合过程中,可以通过以下几个层面进行深入研究与实践。

1.1 深入挖掘传统文化

经过漫长的历史凝练后,中国传统文化展现出具有典型文化内涵的元素。将这些富有民族形式特征的元素有机地组合到现代平面设计中,能够给平面设计以全新的设计思路,形成设计界的一股清流。首先,传统绘画艺术。中国的传统绘画艺术注重对意境的营造和美的展现,讲求一种人与天地万物的和谐共生,因此自然形象是许多绘画作品中十分常见的对象。将这种有着自然情趣、美好意境的元素与平面设计结合,能够深化平面设计的思维深度,使作品具备更加典型、独特的艺术效果。其次,传统工艺美术。漆器、帛画、剪纸、木版年画、建筑饰纹、戏装、面具等传统工艺美术,一直伴随着中国 5000 年文明的发展,它们或简约或繁复,或质朴或奢华,或工整或粗放,无论何种特点,这种独特而丰富的表现形式和图式语言,都在一定程度上改善了电脑技术的单调划一缺陷,为平面设计带来了富有情感和特点的全新艺术语言。

1.2 多种方式结合

面对民族的古老文化艺术,人们一方面要看到它为艺术设计工作者提供了丰沃的艺术创作资源;另一方面,要加强多种方式结合,让这些创作资源真正发挥作用。首先,“形”的结合。在中国传统文化中,图形一直植根于中国民族性、区域性的传统艺术渊源中,有着独特的装饰性和完整性,讲究均匀对称。这种图形所表现出来的物象外形与结构,经过现代化的创造与应用,能够为现代平面设计带来更加丰富的表现形式,进而创作出极具中国特色的现代化设计样式^[2]。其次,“意”的延伸。传统文化中的图形元素,并不仅仅因为有着独特的审美外形而被世人传承与应用,更大程度上是有赖于自身所蕴涵的某种深层意义,因此,在平面设计中,设计师可以借助其内部的深层意蕴,通过一定的设计手法,创造出中国特有的艺术风采。

2 中国风与平面设计结合的具体表现

2.1 中国风的包装设计

在现在包装设计中,包装起到无声推销员的作用。其中,中国风格的包装设计需要注重“中国式”包装的特征,以鲜明的民族和地域性,以及独特的造型、文字、图案和色彩进行美好吉祥寓意的传达,实现更具科学和审美意义的现代设计^[3]。首先,中国风的包装造型。造型是包装设计中一个辨识度极高的特征。中国风的包装设计若能挖掘中国传统文化的精髓,利用好中国传统的造型元素,形成独特的中国式包装造型,便能开拓出广阔的设计空间。比如,陶罐、青铜器、瓷器、青花瓷等中国味十足的造型能够为酒品包装提供造型参考,贵州茅台酒的瓷瓶造型、海南椰子酒的椰子壳造型等就是很有代表性的包装实例^[4]。其次,中国风包装文字。中国的书法源远流长,气韵生动、变化无穷的特点更是其他文字所不具备的重要特点。在中国风包装设计中,中国的书法有着高度的装饰性和艺术性,古色古香、刚柔并济的审美特点,能够与包装品牌形成合力,将包装效果最大化。比如,“水井坊”包装以毛笔书写其名,浓郁的中国风不仅深受国人喜爱,更获得了西方人士的赞赏;“剑南春酒”颇具特色的繁体隶书变体,古朴浑厚,将十五年窖藏的特色淋漓尽致地展现了出来,有着深厚的文化意蕴。再次,中国风包装图案^[5]。中国风的包装设计在图案选择上,常常会将中国画这一民族艺术形式作为参考和应用的依据,以独特的视觉效果展现深厚的中国风文化。仍以酒品包装为例,“沱牌酒”在图案设计上就将两幅人物古画拿来进行了借用,一幅是顾闳中所作《韩熙载夜宴图》,一幅是文人墨客在松林山石之间作诗吟唱、饮酒助兴的场面。这两幅图案将酒与文人雅士的深厚联系表达出来,独特的画面意境引人联想,文化意味深厚。最后,中国风包装色彩。有了造型、文字和图案,包装设计还需要具备中国风的色彩,张扬个性。其中,红色作为喜庆的象征,是东方极具代表性的色彩;黄色作为中国皇家的专用色,更有一种高贵、典雅的味道。在包装设计中,这些有着典型中国风的色彩是提升商品文化价值的有效保证。比如,“剑南春”酒在包装色彩的选择上应用了红黄两色,在凸显大气、喜庆的同时,也反映了厚重的文化积淀。

2.2 中国风的标志设计

标志是一种特殊的视觉传播符号。在对标志设计进行中国风的融合时,设计师要从图形、色彩、文字 3 方面入手,充分发挥视觉符号的作用^[6]。首先,标志图形。就中国风图形而言,没有那种图形能够比龙更有代表性。龙是中国人的特殊印记,是中华文明的象征之一,承纳着丰厚的民族文化积淀,蕴涵着中国

文化的基本精神^[7]。在我国 2000 多年的封建社会里,龙象征着皇帝的地位,同时也是天子的象征,如“真龙天子”、“龙椅”、“龙袍”等。“龙”的汉语成语很多,如“白龙鱼服”、“笔走龙蛇”、“藏龙卧虎”等。古往今来,中华儿女都骄傲地自称为“龙的传人”。在标志设计中,将龙的图形应用其中,能够将这种特殊符号与装饰美相结合,让人过目难忘。比如,长江证券标志的主体形象就是“龙腾长江”。千百年来奔流不息的长江一直被奉为中华民族的母亲河,在此基础上增加弯曲的龙形,展现出自强不息、奋发向上的精神,寓意长江证券的事业蓬勃发展,蒸蒸日上。其次,标志色彩。红色作为中华民族最喜爱的色彩之一,经常被称为“中国红”,将“中国红”元素运用于标志设计当中,作为中国人的复杂情感的一个重要载体,能够呈现出具备浓浓中国风情的标志设计作品^[8]。比如,第 29 届奥运会的会徽在设计时,被设计师大量应用了红色这一东方色彩,与白色的搭配设计更加具备了强烈的视觉冲击力和良好的辨识度,将中国人民对举办奥运会的激情完美地呈现了出来。再次,标志文字。草书、隶书、篆体、魏碑等中国汉字,有着独特的艺术形式和特点,它们或端庄挺拔,或行云流水,或精致典雅,有着其他文字所不具备的意境之美。将这些中国特色的文字应用于标志设计,能够使标志设计与中国特有的文字元素更紧密地结合在一起,营造一种独特的设计美感。仍以第 29 届奥运会的会徽设计为例,其将北京的“京”字进行了巧妙的变形,实现了文字与传统印章的结合,中国味道十足。更难能可贵的是,设计师巧妙地将“京”字变化成为一个运动的人形,迎合了运动赛事的主题表达,中国特色文化底蕴的表达又在一定程度上将北京人的热情和真诚展示在了世人面前。

2.3 中国风的海报设计

海报是一种用来宣传和推广的艺术表现形式。我国的海报设计也经历了一个较为漫长的发展过程,从最开始对国外海报的模仿,到结合中国传统文化进行自我创作,渐渐形成了独特的设计风格,极具观赏性和装饰性。首先,水墨元素的运用^[9]。中国传统的水墨艺术有着独特的线条和墨色,将其应用于海报设计中,能够给设计师带来许多有益的启发和借鉴,形成一个具有中国本土特色的时尚创新海报设计。比如,2010 年意尔康春夏品牌发布会的海报设计就将中国水墨画形神兼备的特点融入其中,随意的水墨线条、或深或浅的墨色,将中国水墨艺术的自然、和谐、简约与所勾勒出的运动人物相得益彰,给原本商业味浓厚的海报设计带来了意蕴深远的思想内涵,让人印象深刻。又如,景德镇陶瓷的一则海报设计同样运用了水墨元素,将茶杯融于水墨画的背景中,营造出完美画面意境,更显得茶杯悠远古雅。其次,书法元素的

运用^[10]。书法是博大精深的中国书写艺术,其深刻的文化内涵,能够充分反映中华民族源远流长的历史。在海报设计中,要想塑造浓郁的中国风格,书法元素的应用必不可少。以电影海报为例,很多都有对中国书法的借鉴。电影《盲山》的海报设计就将“盲山”两字借助传统书法描绘出来,辅以红色更显得苍劲有力,其所构成的连绵起伏的山峦在侧面反映了山里的落后与荒芜的生活状况,引人深思,起到了很好的宣传效果。

3 结语

中华文化上下 5000 年不断的传承,同时也在不断地适应新环境。尤其在国际化的今天,更没有理由守旧,一成不变,而是要通过新媒介去适应新环境使文化继续传承弘扬下去,向全世界展示中华文化的博大精深^[11]。将这种具备浓郁中国风的文化元素与现代平面设计相结合,不仅有利于中华文化的传承,而且能在一定程度上拓展平面设计的发展空间,丰富表现形式,因此,设计师在进行平面设计时,要多从中国传统文化中汲取相关元素,在传统与时尚之间灵活切换,使两者相互碰撞、相互融合,创造出更多优秀的富有东方韵味的平面设计作品。

参考文献:

- [1] 丁瑛瑛. 现代平面设计与传统中国文化的结合运用[J]. 文艺生活, 2011(7): 77.
DING Ying-ying. The Combination of Modern Graphic Design and Traditional Chinese Culture[J]. Literary and Artistic Life, 2011(7): 77.
- [2] 谭晨, 纪龙镭, 刘子奇. 传统文化与现代平面设计的融合[J]. 现代装饰:理论, 2013(2): 175.
TAN Chen, JI Long-mei, LIU Zi-qi. The Traditional Culture and Modern Graphic Design[J]. Fusion Modern Decoration: Theory, 2013(2): 175.
- [3] 冯婧. 从酒包装设计风格看中国风设计[J]. 艺术科技, 2013(10): 195.
FENG Jing. From the Perspective of Wine Packaging Design Style of Chinese Wind Design[J]. Art Science and Technology, 2013(10): 195.
- [4] 李鑫龙. “中国风”的包装设计浅谈[J]. 中国包装工业, 2015(8): 49—50.
LI Xin-long. Packaging Design of "China Wind"[J]. China Packaging Industry, 2015(8): 49—50.
- [5] 石廷金. 浅谈“中国”风格的包装设计[J]. 中国包装工业, 2014(10): 41—42.
SHI Ting-jin. Discussion on the Packaging Design of "Chinese" Style[J]. China Packaging Industry, 2014(10): 41—42.

(下转第 266 页)

- [9] 于雪波. 传统图案在现代标志中的应用[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2013(11): 182.
YU Xue-bo. Application of Traditional Patterns in Modern Logo[J]. The Life: Wenhai Yiyuan, 2013(11): 182.
- [10] 董裕乾. 浅谈传统图案艺术在标志设计中“意”象的表现[J]. 大舞台, 2010(1): 70—71.
DONG Yu-qian. On the Expression of "Image" in Logo Design of Traditional Pattern Art[J]. Grand Stage, 2010(1): 70—71.
- [11] 周媛媛. 浅论标志设计的信息源切入创意[J]. 设计, 2017, 30(18): 104—105.
ZHOU Yuan-yuan. On the Information Source of Logo Design to Cut into Creativity[J]. Design, 2017, 30(18): 104—105.
- [12] 王鑫. 格式塔完形法则在标志设计中的应用分析[J]. 设计, 2017, 30(22): 132—133.
WANG Xin. Analysis on the Application of Formatting Method in the Design of Symbols[J]. Design, 2017, 30(22): 132—133.
- [13] 徐敏. 浅议中国传统寓意图形在现代标志设计中的解构创新[J]. 设计, 2017, 30(24): 112—113.
XU Min. Discussion on the Deconstruction and Creation of Chinese Traditional Meaning Graphics in the Design of Modern Symbols[J]. Design, 2017, 30(24): 112—113.
-
- (上接第 262 页)
- [6] 吕宝来. 中国元素在标志设计中的运用[J]. 大众文艺, 2011(14): 80—81.
LYU Bao-lai. The Use of Chinese Elements in Logo Design[J]. Popular Literature and Art, 2011(14): 80—81.
- [7] 夏丽萍. 浅析标志设计中的“中国龙”[J]. 文艺生活旬刊, 2012(2): 170.
XIA Li-ping. Analysis of Logo Design in the "China Dragon"[J]. Art Life Magazine, 2012(2): 170.
- [8] 阳威. 中国红在现代标志设计中的应用[J]. 商业文化月刊, 2012(2): 328.
YANG Wei. Application of Chinese Red in Modern Logo Design[J]. Journal of Business Culture, 2012(2): 328.
- [9] 常磊. 中国元素在海报设计中的视觉传达[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2013(8): 181.
CHANG Lei. Visual Communication of Chinese Elements in Poster Design[J]. The Life: Wenhai Gallery, 2013(8): 181.
- [10] 吴颖, 吴皓. 中国水墨艺术在海报设计中的表达[J]. 中国包装工业, 2014(18): 57—58.
WU Ying, WU Hao. Expression of Chinese Ink Art in Poster Design[J]. China Packaging Industry, 2014(18): 57—58.
- [11] Tina. 当中国风遇到有机设计[J]. 家具与室内装饰, 2014(3): 66—69.
Tina. When the Chinese Wind Meets Organic Design[J]. Furniture & Interior Design, 2014(3): 66—69.