

# 浅析中国传统图案在广告设计中的应用

夏宁宁

(绍兴贸易经济学校, 浙江 绍兴 312000)

[摘要]在广告设计中,传统图案元素是中国文化的独特景观和宝贵财富,它题材广泛、内涵丰富、形式多样、流传久远。在日益现代化的今天,“民族传统文化就是世界”这一理念已经被越来越多的业内人士所认同,更多的设计人员开始重视中国传统文化艺术。如何应用传统元素,合理、有效地将这些传统图案融入到广告设计中,设计师们做了很多探索与尝试。

[关键词]中国传统图案;中国传统文化;广告设计

[中图分类号]J524.3 [文献标识码]A [文章编号]1005-3115(2009)01-0085-02

## 一、中国传统图案浅述

中国传统图案是中华民族人类智慧的结晶,是中华民族文化的精髓,是中华民族悠久历史的象征和表现,也是现代设计取之不尽、用之不竭的资源。中国历史悠久,留传下来的传统图形资源丰富,有大量的文献资料和实物资料。每一个历史时期的图形符号都各自形成独特的、具有典型中国情调和东方意味的文化样式,富含深厚的民族传统和视觉文化,形成中华民族传统文化体系中不可或缺的传统视觉文化体系。传统图案不仅真实地记载了祖先们对真、善、美观念的追求,也完整地记录了各个历史时期不同结构形式的图案纹样等视觉符号。这些图案是人们想象出来的美好事物,即便是描绘日常现实中的事物,也经过了加工和变化,力图表现一种圆满和谐的意境和美感。

传统图案在中国有悠久的历史,作为一个重要的设计元素,传统图案不仅包含那些代表某些抽象概念的文字和生动的人物造型,譬如书法、印、图腾等,并且包含那些装饰,譬如建筑样式、雕刻、饰品等。现在,这些图案出现在服装、食物、建筑、汽车上,不是一次单一的视觉表现,而是一个想法、一个艺术性的表示,更重要的是这些图案也代表了对于事物真实美的表达,代表了一个民族的特色文化。

## 二、广告设计中的传统图案

随着消费者日益上升的审美需求,社会文化形态的不断丰富,经济活动方式的不断改善,科学技术的迅猛发展,大众传媒的日益增多,西方文化大量涌入中国,当今人们对审美需求趋向简单化、符号化、自然化、

淳朴化、个性化,我们应利用并吸收异质文明的良好基因,以敏锐、超前、延伸、综合的理念,将中国传统图案与世界视觉语言相接轨,把汉字、印章等典型传统元素融入到广告设计中并发挥到极至。广告招贴是一种简单形象、直接有效的视觉传播形式,合理创新地将传统图形运用于招贴设计,必将推动广告设计向着创造性与文化性的本体趋势积极发展。

著名平面设计师靳埭强教授说:“对传统承传的意义,不在于把传统僵化的保存,而在于如何在传统的基础上创新,使传统具有新的生命力。”他所创作的海报作品中大量运用了中国山水画、书法、汉字、印章等典型传统视觉图形元素,表达出深刻的中国传统文化思想,创造出了现代又不失传统的上乘佳作。他主张把中国传统文化的精髓融入西方现代设计理念中去,强调这种相融并不是简单相加,而是对中国文化深刻理解上的融合。例如中国银行的标志,整体简洁流畅,极富时代感,标志内又包含了中国古钱,暗合天圆地方之意。中间一个巧妙的“中”字凸现中国银行的招牌,将现代设计的法则、材料和技法语言与传统文化的神韵、意境有机结合起来,使作品散发出浓郁的现代气息与东方风采。靳先生作品的和谐之美,是他以中国人文精神观照宇宙,获得“人与自然在精神上同享生命无穷的喜悦与美妙”。其墨与色、黑与白、拙与巧、实与虚等的交融与和谐,使观者感受到他艺术精神与心灵的浸润。看靳先生之海报作品,夺目而来的是那气贯长虹的灵韵水墨,或如蛟龙,破纸欲出,或如处子,意守静笃。

2008年北京奥运会中的传统元素,从奥运会徽到火炬设计,再到广告宣传品,无处不体现中国特色,无

处不包含传统图案。例如张武的设计团队所做会徽,由印形部分、“Beijing2008”字样和奥林匹克五环组成,印面以阴文入印,像舞动的人,潇洒飘逸,充满张力。新会徽集合了中国传统的篆刻,英文配以中国的传统书法,将中国文化巧妙地与西方文字结合,象征开放的、充满活力的主题,反映出了古老中华的文化底蕴,意义深远。再如上海同济大学展出的“2008 北京奥运会招贴画评选”中的金奖作品——肖洋的《新时尚》,充分体现了传统与现代的结合,作品中中国传统的环形发髻,在设计者的笔下成为鲜艳夺目的五彩奥运环;端庄静穆的旗袍背影和红色圆形耳坠相映成趣,显露出浓浓的中国风情。与此同时展出的还有数十幅获奖招贴画作品,包括孙小明的以汉字书法为创意设计的作品《新北京、新奥运》和《更快、更高、更强》等,处处蕴涵中国传统文化,具有强烈的现代观念,而又不失民族风格,是现代招贴设计走向世界的-一个发展趋势。

除了平面广告以外,一些流动立体广告中也能完美地体现传统民族文化,把传统艺术元素糅和到现代广告设计观念里面。不难发现,奥运火炬造型就来自于中国元素,作为华夏文化符号象征的祥云代表着祝福,书卷代表着中华文明,还运用了承载千年中国印象的漆红。整体简约而生动的画面造型结合了中国四大发明“纸”在受力变形后的韧性和张力感。还有一些另类的设计,突破了传统,例如环状设计,这种设计可以使

火炬手是成双成对举着奔跑、接力,母女、父子、姐弟、兄妹等都可以一齐上阵,成为火炬传递的火炬手。这一切无论从造型上还是色彩上都体现了中国传统元素。什么颜色最能突出火?当然是水,当然是冰。而现实中,代表水和冰的象征色只有银色。在银色铝合金表面上,雕刻着富有中国文化特色的漆红色的预示“祥云升腾”的云纹铭文。这些云纹不仅是作为千年华夏文明抽象出来的符号,使整个火炬凝练了厚重的中国文化特色,而且给整个奥运火炬注入了几分轻盈和灵性。火炬手把持的下半部分则喷涂了漆红色的橡胶漆,这个沿用了数千年的中国色,烘托出一派喜庆的气氛。

总之,广告设计是有目的的策划,招贴设计是这些策划将要采取的形式之一,在招贴设计中需要用视觉元素来传播设想和计划,用文字和图形把信息传达给观众,让人们通过这些视觉元素了解设计者的设想和计划,这才是设计的定义。设计要让人感动,足够的细节本身就能感动人,图形创意本身能打动人,色彩品位能打动人,材料质地能打动人……要把设计的多种元素进行有机艺术化组合,让大众接受认可。传统文化元素包罗如此之广,正是设计师们吸取营养的沃土,对招贴设计有着深刻的启迪和借鉴作用,而在我国有着深厚的文化背景,设计师从中获取的设计源泉也是取之不尽、用之不竭的。

#### [参考文献]

[1]靳埭强.《中国传统图形与现代视觉设计》[M]. 济南:山东画报出版社,2005.

[2]林家阳.《设计创新与教育》[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2002.