

交互媒体设计中传统文化元素的运用

刘婷

(湖州师范学院艺术学院 浙江湖州 313000)

【摘要】 交互媒体是传统媒体模式的一种创新方式,交互媒体更加重视的是使用者的体验感受,将传统文化融入其中可以创造出更具有中国特色的媒体。本文通过对于传统文化和交互媒体分析,来讨论应该如何创新交互媒体。

【关键词】 交互媒体;传统文化元素;应用

目前,随着我国的互联网技术发展速度不断加快,我国像是交互媒体这样的新兴媒体方式也随之快速发展,同时也对其提出更高的设计理念要求。我国历史悠久,文化传承发展较好,可将这些文化与交互媒体内容设计相结合,创造出属于我国特有的交互媒体设计形式。

1、交互媒体理念及其和传统文化融合的意义

1.1 交互媒体理念

交互媒体指的是,使用者和媒体之间以及使用者和使用者之间的借助某一特定媒体平台以实现互动的状态的媒体,融合媒体能够将人机和人与人之间进一步促进,在日常生活当中最常出现在大众眼前的交互媒体就是计算机和多媒体平台。交互媒体有着非常明显的特征,尤其是在交互性的体现上,主要表现在和受众和作品的交流当中。在交互媒体当中的观众和设计作品的互动形式,就打破了传统艺术作品的封闭性。

交互媒体的多媒体特点也比较明显,能够将多形式信息互动完美展现,交互媒体能够对于多种信息载体进行综合利用。比如,将声音视频、图片和文字等形式的综合利用,进一步提高信息流通的速度。此外,交互媒体在个体学习和合作学习方面有着较为突出的作用,能够有效将一对一和一对多的交流效率提升。

1.2 交互媒体同传统文化融合的意义

近些年来,随着移动设备的不断推陈出新,交互媒体在人民群众的日常生活当中的重要作用也不断凸显出来,已经成为人们生活当中不可缺少的部分了。这就要求交互媒体设计要具备多种设计方式,以满足不同受众群体的不同需要。在对交互媒体进行设计时,融入我国传统文化元素,就能够展现出具有独特效果的设计形式^[1]。我国由于文化传承历史悠久,传统文化形式多种多样,交互媒体和传统文化融合方式也有很多种,这就加快了交互媒体的发展速度,对交互媒体发展起到了推动作用。

随着人们的经济实力不断提高,对于精神世界的塑造追求也不断提升。交互媒体广泛应用,信息传播速度显著提升,让人们获取信息方式更为便捷。将传统文化融入到交互媒体设计当中,不但能够促进交互媒体的创新发展,还能够对优秀传统文化的传播作用,有效刺激交互媒体的活跃程度。同时,传统文化的应用还能够为受众带来更多儿时回忆,感受时代变化的魅力,为受众带来经验的视觉体验。

2、交互媒体设计的现状

最近几年,随着移动设备数量的大规模增加,交互媒体也随着快速发展,由于使用平板和手机的人数不断增加,受众对于交互媒体的设计要求也不断提高。从一开始的网页搜索到现

在通过手机下载移动软件。目前,受众不但对于交互媒体功能要求增加,还要求交互媒体的设计要符合受众审美,并且易于使用。再加上这些年硬件设施不断地完善,交互媒体的设计工作人员受到图片分辨率和整体大小的限制,淘汰了以往的静态设计,出现了变化较多的动态设计,而且也逐渐从单层设计进化成多层设计。

3、我国传统元素的特征和含义

我国的传统文化在历史长河中传承了上千年,产生了具有独特含义的文化艺术形式。这其中的独特艺术元素,正是中华民族精神文化的象征。每一个独特的艺术元素都代表了不同的含义,不仅反映了我国的民俗风情,还是让世界了解我们的一种无形名片,下面将结合交互媒体设计形式,对于一些常见的文化元素进行简述。

3.1 传统绘画元素和书法汉字元素

中国传统绘画是由“笔墨”构成的,其主要的选题包括山水花鸟等自然景观和对于人物的描绘。在中国的传统绘画当中充分地展现了中华民族的优秀民族精神和人们的审美喜好,展现了人们对于自然和社会各方面的认知^[2]。中国的绘画并不被条条框框所拘束,落笔形式随性自然,但又能够让欣赏者感受到作者的内心情感变化。

书法汉字是我国传统文化当中的重要构成元素。同时,汉字也是目前世界上唯一还在使用象形文字,汉字经过千年的演变,发展出了多种的字体,展现出了独具特色的书法艺术。

3.2 剪纸、壁画和瓷器等元素

剪纸、壁画和瓷器等艺术元素充分展现了我国古代人民的生产生活活动。剪纸体现我国古代人民对于年节的向往和喜悦的心情,壁画则是具有一定的宗教色彩,瓷器更是成为中国的代表艺术品,远销海外。

3.3 中国红及其包含的儒家思想

中国红是我国极具代表性的颜色。大红色完美地展现了我国的民族色彩,我国的剪纸、灯笼和对联等都是对于中国红的完美展示,红色代表着一种喜悦、热情和自信。而中国红更是对儒家思想的一种诠释,是“士不可以不弘毅,任重而道远”的大国担当。我国的艺术表现手法都比较委婉,体现出了一个由点到面的艺术层次。

4、传统文化元素在交互媒体设计中的有效运用

中国的传统文化元素不仅仅是中华民族的文化的集中体现,同时也是中华民族审美爱好的文化象征,对于中华传统文化进行了充分的展示。在融合设计的过程当中,要充分考虑到传统文化的复杂性,因为传统文化当中包含了许许多多的内容和类型,

对于传统文化的提炼也比较复杂，这就要求相关的设计人员进行仔细思考研究，下面将简述几种将传统文化和交互设计的方式方法：

4.1 将传统文化进行提炼

下面以春节的交互媒体设计为例，简述如何将传统文化进行提炼。春节作为中华民族最重要的传统民族节日，对于中国百姓来讲意义深重，同时春节也蕴含着厚重的民族文化内涵。春节能够经历数千年时间的洗礼流传至今，与其承载着不断丰富发展的民族精神有着很大的关系。一提起春节，人们就会联想到很多或是抽象或是具体的事物，比如说烟花爆竹、春联和年兽等等，这些传统文化元素是对于我国劳动人民生活和生产过程的累积。但是，随着社会不断发展，近几年的春节氛围远不如以前氛围喜庆活泼，一直息息相关的传统元素也随之不断减少。因此，将交互媒体作为载体，对春节元素进行提炼和重新设计具有极强的现实意义^[3]。

交互媒体设计过程，主要有两个环节组成。第一，先对于春节元素符号进行平面设计。例如，在今年鼠年春节中，百度一系列手机软件的视觉包装，就是对于鼠年春节元素的合理运用和将主题元素进行卡通化设计。大红色和金色的背景配上舞狮元素，充分地展示了厚重的春节气息，带给我们“年味”。第二，将平面形象动态化。将原本的单一形象进行动态化改造，将原本画面变得更加具有观赏性，在手机等移动客户端的网页页面设计当中最常使用的设计方式就是动态转化交互媒体设计方式。例如，在春节期间的百度新闻网页设计，就是视同叠化发将传统的剪纸元素融合到检索栏和按钮当中。在传统文化当中，剪纸本就是在春节期间才会使用的一种艺术形式，百度将其文化内涵和形式与自身的搜索引擎充分融合，不仅完成了引擎页面的美化，还充分地展现了中华传统剪纸艺术形式。

因此，传统春节文化应该在现代的交互媒体设计当中得到充分的挖掘和融合，从而创造出符合现代人审美的交互媒体页面。当然对于交互设计的内容选择也不仅限于春节，而是应该将更多的传统节日文化特色与交互媒体设计相结合，不仅对交互媒体设计内容的丰富，更是一种对于传统节日的传承和发展。

4.2 转变相关设计师的设计理念

从目前的交互媒体市场来看，交互媒体作品不论是作品的品质还是数目都已经有了较高的水平。但是，不论是在网站当中还是手机应用市场当中，交互媒体设计都出现了大量的照搬照抄现象，特别是那些应用传统文化元素的交互媒体设计，部分设计已经达到不考虑他人作品的内涵，将文字和图片进行简单的修改就拿过来直接使用，设计出来的作品风格和内容没有

丝毫联系，毫无意义。

就如比如说，之前中央电视台设计了一套运用了水墨元素风格的系列宣传片《相信品牌的力量》，广受观众好评。市场上其他的交互媒体看到这套作品的成功，就在自己所设计产品中大量地使用水墨元素，导致水墨元素在泛滥。不是说不可以借鉴水墨元素，而是不可以不考虑自己产品特性随意借鉴元素，在目前的交互媒体平台上，随处可见用水墨元素来表现一些较为阳刚的坚硬，与水墨风格极其不符的作品^[4]。在交互媒体平台上运用传统元素，宣传传统文化本是值得赞扬的事情，但是将中国传统元素错误的表达，造成宣传效果达不到理想效果。在市场上还有一类作品，就是将传统文化东拼西凑的结合在一起想要达到对于产品的宣传效果，这样的广告形式经常出现在部分运动健身和瑜伽宣传当中。这类作品通常内容涵盖较广，较为琐碎，没有一个整体的设计概念。还有部分设计没有考虑过东西方文化的差异，没有对双方文化进行充分的思考融合，最后到这设计出来的产品让人不知所为。

就以网易云图标为例，网易云将繁体的“读”字运用到了软件标识的设计当中，采用中国红和白色的结合，给人们带来了强烈的视觉冲击，同时采取了不对称的布局方式，让其软件表示更加醒目，让人容易记住。

4.3 确定目标受众

一般情况来说，设计一个产品都是为了满足受众的基本需求。不同年龄阶段、性别和爱好的人对于加厚媒体平台的使用需求也有所差别，所以在设计开始前要清楚受众定位以及受众的使用需求。比如说，受众年纪在6-18岁之间，他们使用交互平台主要是为了获取知识，辅助学习；年纪在18岁以上的受众，使用交互媒体主要是为了娱乐或是工作。在明确受众需求后再进行设计，就可以更好地满足受众需要。比如小孩子多使用网站进行搜索，就可将搜索引擎按钮设置成像是喜羊羊等卡通动漫人物，以此吸引小孩子的注意力，增加受众群体的黏性；对于年纪较大的就可以适当采用传统艺术元素进行设计，让界面看起来更加富有内涵^[5]。确定目标受众，也可有效帮助工作人员提取传统元素并运用。

5、结语

综上所述，在交互媒体设计中，对于设计理念的创新和提升远比对于他人作品生搬硬套更为重要，设计人员应不断提升自身传统文化素养，加强自身设计能力，才能够促进传统文化与交互设计当中不断发展。

参考文献

- [1] 郝瑾. 浅谈交互媒体设计中传统文化元素的运用 [J]. 戏剧之家, 2015 (24) :266.
- [2] 李勇. 交互媒体动画对传统文化艺术的再现——以《王羲之的书法艺术》创作为例 [J]. 新闻知识, 2018 (8) :33-35.
- [3] 钟正林. 交互媒体设计中传统文化元素的实践 [J]. 艺术科技, 2019, 32(04):112.
- [4] 王琦. 融入文化元素的情感化交互产品设计 [D]. 贵州师范大学, 2016.
- [5] 王雅墨. 交互媒体设计中传统文化元素的运用 [J]. 数码世界, 2018(02):341.