

# 关于中国传统绘画元素在现代平面广告设计中的运用探讨

陆尧诗

(广东工商职业技术大学 526040)

**摘要:**中国的传统绘画艺术历史悠久,源远流长,将中华的历史和人文底蕴完整地展现出来。当代大众仍然推崇传统的绘画,并将这些古典的元素运用到平面广告的设计之中,使得广告中充斥着一种古老的文化气息,显示出一种内敛的意蕴之美。将传统的绘画艺术融入到现代的平面广告中,既能为传统的艺术内容增添更多的内容,又能推动中国的现代化进程。文章通过对传统艺术要素的观念特征的分析,探讨如何运用传统的绘画要素来进行平面广告的创作,以期对平面广告的创作实践有所帮助。

**关键词:**传统绘画艺术;现代平面广告设计;元素运用

## 引言

当前,具有中国特色的文化要素,通过多种途径、以各种形式展现其自身的独特魅力。中国画元素由于可以赋予多种艺术形式的启发,中国绘画的要素早已深受大众的喜爱。特别是在平面广告中,它的作用尤为明显。当代的平面广告的设计注重于视觉上的冲击力,将视觉的情绪融入到广告中,使读者更加清楚地理解产品的含义。中国绘画以留白、润色、线型、移动视点等要素为主体,使人感受到和谐与圆满,表现了一种矛盾的调和,是一种均衡之美。如何将二者结合起来,让中国的传统元素更加的完整,这是我们必须要解决的问题。

### 一、中国传统绘画元素的风格特点

#### (一)中国传统绘画的点线面构成元素

中国绘画是由点、线、面等元素组成的,“点”在图像上的位置和大小会引起人们的不同的视觉体验,经常用来表达情感和韵味。在山水画中,“点”的深浅和粗细都有很大的区别,峰顶的笔触可以给人一种向上的感觉,山脚下的线条可以勾勒出一片森林的形状。“线”在绘画中是一种特殊的美学意义,它的刚、软、厚均表现出了丰富的情绪表现。“线”的“承”、“转”、“启”、“合”,最讲究的是力度的美感,“线”则是绘画的审美品质与个人素养,而“线”的动感与韵味则蕴含着丰富的感情元素与视觉效果。“面”是通过“线”产生的艺术表达,“线”可以通过“线”的延伸和重按来形成一个“面”。另外,面还有“统染”、“泼墨”、“破墨”等写意技法,“面”中所包含的各种感情与情绪,在传统的绘画要素中有着极为广阔的运用<sup>①</sup>。

#### (二)中国传统绘画的诗书印画构成元素

中国传统的绘画要素主要包括诗、书、画、印等,这些要素各有特色,又彼此融合,形成了中国绘画的整体要素。在中国古代的传统名画中,在作品上留下自己的名字和诗词,绘制的黔印本就是一种独特的艺术形式。印是一种极高的艺术价值,它在形态上起着反衬和调节平衡的功能。中国古代已有印玺,至唐、宋以前,作为征信之物,而唐、宋两代的书法和书法成为鉴定收藏的主流,而印章则成了一种鉴赏的象征。每一时代的古印章的质朴、质朴的风格,都表现出对书画艺术之美的认识与追求,具有历史的神秘与深邃之美。由此可以看出,中国传统的艺术要素具有浓厚的美学意蕴,其深厚的艺术意蕴能够有效地提升其文化与美学因素。

### 二、中国传统绘画元素与现代平面广告设计融合的意义

当代的平面广告艺术,实质上是一个基础绘画的表现形式,较之早期的图案平面设计要先进得多,但是其根本还是来自于传统的绘画。因此,从最基础的形体技巧和美学观念来分析,当代平面广告所传递的主要内涵仍然是各种传统的绘画要素,其思想和创作观

念也是如此。“平面设计”虽然是一个现代的概念,但在中国古代,中原就有这样的文化,比如《清明上河图》,就有一幅名为“酒楼”、“商业牌匾”,可以说是一种比较隐晦的平面设计。与此形成对比的是当今的时代,这个时代的表现更为的开放与明朗,随着人类的审美观的不断提高以及美学内涵由传统的文化到现代的逐步转变,平面广告的发展也在逐步地展现出不同于现代生活、城市发展、企业竞争与形象宣传,它所呈现的视觉符号更明显且更有冲击力,它改变了人们的美学需求与美学情感。因此,将古典的视觉元素融入到当代的平面广告设计之中,可以看作是中华传统的艺术元素的一种革新和二次创作,它的当代平面广告作品,是将中国传统的传统绘画元素的多种表达方式和文化意蕴都吸收了进去,期望能够在静止画面基础上,再进一步地挖掘出更多的内涵<sup>②</sup>。在看到了不同的文字、图形和其他丰富多彩的艺术元素之后,人们就会在平面广告中寻找传统的元素,重新创造和利用传统的元素,而再去欣赏这些传统的元素,不禁让人感慨。其实,这正是将中国传统的绘画要素引入到当代平面广告的创作之中所具有的实践和价值。

### 三、现代平面广告设计的发展状况

#### (一)现代平面广告设计的发展历史

在中国古代,有很多原始的广告。起初,有些商贩以吆喝的形式出售他们的商品。之后,有人发明了一种更省力、更方便的办法,那就是将自己出售的物品,用文字和图形的形式雕刻在布料上,制成一块牌子,这就是最初的广告。现代社会,受各种原因的制约,广告以宣传思想文化为主,以横幅、报纸等形式进行宣传。到80年代,广告的内容已基本集中在对商品进行推广和发展的方面。在现代,营销手段的变化,也影响了整个产业的发展。同时,平面广告的设计也面临着更高的门槛和更苛刻的需求。随着西方国家的广告创意逐渐走入中国,中国的广告平面设计也随之出现了变化,一种崭新的创意理念为中国当代广告业注入了新的活力。

#### (二)现代平面广告设计的发展方向与策略

在当今的信息化时代,信息的迅速传递对广告业产生了很大的冲击。在我们的生活中,我们的周围总是充斥着各种信息,比如手机、电视、商场广播、传单等等。平面广告的发展趋势主要有两个方面:一是内容创意。当今,要在这一领域取得成就,就需要不断地进行革新,打破常规的设计思维,使其在内容设计上更加突出和更加新颖。在你的作品中,要有自己的创意和顾客的创意。第二,要能理解公众的需求,要能让公众产生共鸣,能够理解顾客的需求,能够完美地反映出顾客的需求<sup>③</sup>。要想在设计中形成自己独特的风格,就必须做出顾客满意的产品,才能在设计行业站稳脚跟。

### 四、传统绘画元素在现代平面广告中的运用

#### (一)传统绘画章法布局在现代平面广告设计中应用

中国传统的绘画要素章法布局,是以主题和对象为中心的布局方式,与当代的构图有许多相同之点,如宾主布局、虚实布局、平衡布局、对比布局等。宾主布置是在作品的内涵上要有主次、要有主次、要清晰、要突出主体的清晰、要把结构的紧张性最大化、要把对象的形象加以衬托、加深,这样才能让作品更富有美感和层次感。而在现代的平面广告设计中,信息元素的主宾层次要求更为明显,因此,要使产品的主题元素成为焦点,就需要在第一时间吸引人们的注意力。而在画面作品中,宾主物象要互相对应,人形与故事要形成一个有机的整体,互相配合,这样就可以使得整幅作品更具色彩。比如,在林语山庄的广告画上,设计师将人,鸟,森林和山形形成一个循环呼应系统,使得整个作品显得更为自然和逼真。其次,“虚幻”是指一幅作品的远近、聚散和疏密,以虚为实的背景构成了一种空间的艺术,它的白空间是虚的,主体是真实的。在当代广告中,虚与实的相互映衬,能够使作品更清晰、更鲜明地表现主体意象,增加作品的艺术魅力,让人浮想联翩<sup>[4]</sup>。

#### (二) 传统绘画笔墨元素在现代平面广告设计中的应用

中国传统的笔墨要素蕴含着中国传统的哲学、文化观念,其特有的艺术表达方式、意境美、含蓄美,是提升平面广告的内涵和民族特色的关键因素。所以,当代的平面广告应该从传统的水墨中,发掘出其所蕴含的感情和艺术表达,从而使其更加丰富、更加贴近大众思想和美学需要<sup>[5]</sup>。而在笔墨要素中的点染、效擦、虚实、强弱、快慢等,则用以表现抽象事物的形神。当代的平面广告是由点、线、面相结合的一种美术形式,设计师要从总体上掌握各种图形要素的规律与整体性,将其视觉特性与文字相结合,以增强设计的文化适应能力,传递出设计的文化魅力,从而使其在设计的构图上体现出中国传统的绘画语言。在平面广告的创作中,水墨蕴含着浓厚的文化传统,使其具有了艺术的生机与灵性,成为一幅诗画相融的图景,并借助其所传达的信息,达到了一种陶冶和感染的心理效果。比如,将“山”、“水”、“风”、“云”等意象融合到作品中,就能让人们有一种飘逸非凡、天人合一、飘逸悠远的感觉。

#### (三) 诗书印章元素在现代平面广告设计中的应用

在当代的平面广告中,以传统的笔墨和书法的形式表现出一种意蕴与古典的魅力。其行书欢快活泼,楷书娟秀,篆书均为圆润柔和,其蕴含的书法精髓为平面广告的创作增添了新的设计趣味。设计师以书法为形象的视觉语言,既是中国传统文化的深厚底蕴,又是对中国传统文化的一种创新。书法中深厚的意蕴,既是当代平面广告艺术的文化精髓,又是传播国家文化的需要。比如,李宁体育的广告,就将当代的图案和传统的字体结合起来。李宁体育品牌的优雅字体,不但充满了动感魅力,而且很有亲和力,从总体上体现出中国的传统文化内涵与现代技术的结合。设计师根据书法的点划的运动路线,把“以人为本”的设计思想融入到了艺术抽象之中。而绘画印章又具有传统的神秘之美,将印的工艺融入到现代平面广告的设计之中,展现出中国深厚的历史和文化底蕴。比如世界著名的北京奥林匹克会标,其图案就是以红印为主要元素,而设计者则将中国文化的精髓融入到北京文化之中。

#### (四) 构图法元素在现代平面广告设计中的应用

中国传统绘画的构成要素是构成要素,比如,空白是一种很有代表性的表达要素。中国人把这种结构称为“布白”,也就是在画面上的空格。中国道教的“黑白相生,二者相互依存”,故有“黑从白现”之说。当今的平面广告,要充分发挥其玄妙的艺术特征,以“留白”的方式给观众以无尽的想象空间。比如《苏杭园林红梅青竹》的海报上,就有大量的留白,突出了苏杭花园的干净和典雅。

整体的结构简单而强大,给人一种强烈的视觉冲击,但空白不是无用的,而是与“红梅青竹”并存的,而在白色的背景下,则是梅花和竹子的绚烂,这些刻意的留白,充分利用了观众的欣赏能力,确保了整体的空间。

#### 五、传统绘画艺术在平面广告设计应用中应注意的问题

结合当代平面设计的成功案例,在设计理念和思维、设计手段和风格、材料选用和运用等几个层面,对中国传统的艺术设计进行了较为系统和深刻的探讨,对当代平面广告中的传统绘画要素进行了剖析,将传统的绘画要素运用到当代平面广告的创作中,是我们所要学习和研究的一个方面。而将传统的绘画艺术运用于平面广告时,应该考虑到下列问题。

第一,传统绘画艺术的特征应与广告的内涵相结合。在广告中,将绘画艺术与广告的内容相结合,必须坚持“自然统一”的基本原理,不能机械地进行组合,不可机械地模仿,要力求两者之间的有机结合和协调。

第二,将传统的绘画艺术运用到平面广告中,必须遵循商务传播的宗旨。广告的主要价值取向并非以美学为目的,而在于以针对性的方式进行营销。广告设计是一种商业上的成功,它是通过广告的传达来达到消费者对其商品和服务的忠诚度。将绘画艺术融入到广告中,必须防止其过分的艺术化。潜在观众的审美心理、审美水平、审美能力和审美倾向是其设计的一个主要出发点。在绘画艺术创作过程中,我们不能丧失观众的主动,也不能忽视商业活动的传播目标。

第三,在传统的绘画艺术中,应把广告画面与商品需要相联系,进行特殊的构思或绘制,然后再使用。在运用传统的绘画艺术来进行平面广告的设计时,必须依据产品的特性来选择不同的绘画,并运用传统的方法来进行重现,从而达到广告设计的效果。如此,广告的效果就不会僵化,而适合于广告的画面构图则会变得更为完善,形状也会变得更为天然,能够更好地呈现出产品的特性。

第四,仔细检查和审阅在传统绘画和商品的推广中的可能性。不得随意使用或违反规定,以免侵害作品有关版权。将传统的绘画艺术运用于平面广告的创作中,需要对其进行全面的了解与研究,不断审视广告画面,使广告效果变得自然,从而达到将传统绘画与广告的内容有机地融合在一起的目的。

#### 总结语

中国绘画的艺术要素,是体现了中国民族的审美基础,以其古朴、灵动、高雅的技法展现中华传统艺术的意韵与气势,是提升平面广告艺术的一种重要表达手段。所以,当代平面广告应与当代审美需要相适应,将传统的绘画元素特有的图形形态美融入到平面广告设计中,使现代设计风格与山水、人物技法融为一体,形成具有人文精神的广告艺术设计。

#### 参考文献:

- [1]邓辉.绘画元素在现代平面广告设计中的应用探究[J].传媒论坛,2020,3(15):128+131.
- [2]徐梦瑶.中国传统绘画元素应用于现代平面广告设计[J].山西青年,2020(02):293.
- [3]柯扬.浅议传统绘画元素在现代平面广告设计中的应用[J].明日风尚,2019(08):95+189.
- [4]关孙蕊.现代平面广告设计中传统绘画元素的应用[J].艺术品鉴,2018(20):216-217.
- [5]贾亦晗.中国传统水墨元素在现代平面广告设计中的应用体现[J].数码世界,2017(12):278-279.