

传统民俗艺术应用于平面广告设计的研究

王丽

(晋中职业技术学院 山西省晋中市 030600)

摘要: 本文主要从传统民俗艺术应用于平面广告设计的研究进行阐述说明。在现代社会中,广告成为了当前宣传的主要手段。在实际的广告设计中,需要既满足消费者自身的需求,又要彰显广告的实际功效,可以将民俗艺术元素融入设计中,使得消费者不仅可以了解产品的相关信息,还可以让消费者感受到广告的艺术性,促进自身的审美体验感得到提升,满足消费者对民俗文化的感知,欣赏民俗文化的发展需求。通过民俗艺术设计元素,促进广告设计的品味得到提升,宣传产品的形象。

关键词: 民俗艺术;平面广告设计;应用研究

引言: 在当前全球化发展的趋势下,国际贸易、国际间的经济文化交流与经济技术之间合作相对频繁。我国的广告想要在激烈市场中全面发展,走向世界、立足世界,那么最为根本的就是在广告设计中融入自己的文化特色,民俗艺术就是其中一种。通过民俗艺术在平面广告设计中的运用,可以实现民俗艺术的传承与发展,升华民俗文化发展内涵的同时,彰显出时代发展的实用性价值,从而展现我国企业与产品在全球经济发展中的形象。

1. 创意广发的发展趋势

广告在创新期间,需要格外注重艺术性的设计。作为广告设计人员,可以将民俗艺术融入到广告设计中,创新广告设计的形式,提升广告的艺术性,并且通过这样的方式的应用,可以实现民俗艺术的传承发展,促进其传播。在新媒体全面发展的背景下,创新广告设计形式内容已经成为广告界所关注的重点问题,而将民俗艺术应用到广告设计中已成为广告创新的主要方式,成为了设计的全新方向,得到了众多广告设计人员的重视,成为市场潜力的设计手段。用户通过这种设计语言,可以全面了解产品主要传递的信息与内涵民俗艺术。使得艺术元素与产品广告设计的理念相适应,两者处于同一高度,相辅相成,共同发展。

2. 民俗艺术元素在广告设计的现状

民俗艺术是长时间的发展中所形成的,其中融入了历代人的精神思想,这样的艺术在漫长的历史发展中并没有因此而消失,并且呈现了较强的生命力,是人民智慧的结晶,这样的艺术形式在现代社会得到了重视,并且现代人民运用全新的形式也在对民俗艺术进行保护,使得渊源流长。这是对历史的尊重,是对传统人民精神文化的肯定。将民俗艺术元素融入到广告的设计,使其运用广告的形式进行艺术文化的传播,并且实现了广告设计内容的全面丰富,可以让受众达到一种亲切的感觉,促进广告宣传效果的提升。

但在实际的民俗艺术元素与广告设计的整合中还存在问题:

(1) 民俗艺术元素在广告设计中的运用,这样的设计理念在全社会的发展中并没有实现统一,并且广告设计中应用民俗艺术元素并没有得到所有广告人的认可。(2) 广告设计在吸收民俗艺术元素方面的设计经验并不足,只是处于简单的模仿状态,实际的民俗意识

内涵的理解与认识并不够深刻,不能实现美感整合的效果。民俗艺术设计运用广告设计的实际效果并不能全面的显现出来。例如,在知道剪纸艺术作为一种原始的艺术载体,其中的剪纸符号承载了较多的民俗文化内容,彰显了吉祥与祈福的寓意。但是此种艺术形式在广告设计中没有得到高度的重视,蕴含的民俗艺术元素恰当的应用到广告中并不多,即使在部分的广告设计中运用了剪纸元素,但是蕴含在广告设计中的意义没有全面的彰显出来。在当前数字化发展的时代,广告需要全面推广与升华设计作品的内涵,合理的运用民俗艺术元素进行广告设计,促进广告设计的内涵更为的丰富,迎合当前消费者的需求。由此才可以更好的促进广告的设计水平得到提升,彰显出广告设计的功能与效果。

3. 传统民俗艺术应用于平面广告设计的研究

3.1 合理运用民俗艺术,提升广告设计的内涵

我国是多民族的国家,不同地区、不同民族,自身的民族心理以及民族文化是不同的。因为产于不同的地区,不同民族的民俗艺术,其中蕴含的民俗文化与精神内涵也是有所不同的。在实际的广告设计期间,设计人员需要全面针对消费群体进行研究,掌握消费群体的心理需求以及情感。在研究消费者心理的基础上,全面引进适当的民俗艺术,由此才可以促进广告设计的内涵得到提升,保证消费者在消费的期间可以感受到民俗文化的魅力,激发消费的情感,全面彰显广告宣传的目的。此外,广告还具备时代性的特点,在实际广告设计中运用民俗文化,需要对传统民俗艺术进行创新的运用,保证全面彰显时代性。通过民俗艺术在广告中的融入,激发购买欲望,使得广告宣传彰显更为生动的表现力,在触碰作品中感受情感,由此才可以全面彰显出广告设计的内涵与价值。

3.2 运用民俗艺术创建设境,对消费者的视觉与心理形成刺激

在广告设计期间,需要合理的运用民俗艺术,进行合理的设计,对民俗艺术元素中所蕴含的文化价值与内涵进行全面且深入的研究,在理解的基础上,运用民俗艺术创建独特的意境,对消费者的视觉与心理形成刺激,这样的广告设计作品才可以称得上成功。例如,水井坊电视广告(金狮篇)中,广告设计具备明显的独特性,并且有着丰富的意义,可以在视觉上达到刺激。这样的广告作品是

以雄狮为图腾进行设计的,并且通过水墨彰显出祥云,积极对广告的意境进行表现。这样的广告设计作品可以在内容上更加的庄重醒目,在图片的处理中彰显浓厚的历史观念,促进意境创建与广告设计之间的整合发展,全面发展民俗艺术在广告发展中的内涵,保证消费者在欣赏的期间可以感受到民俗文化的意境美,提升消费的独特审美体验。

3.3 合理的运用剪纸艺术,实现平面广告设计

剪纸是我国流传最为广泛的民间艺术形式之一,受到了许多人的喜爱和欢迎,其作为一种独特的艺术符号,可以给人带来丰富的视觉体验。在平面广告设计的过程中,可以充分发挥剪纸艺术的特色,不仅可以降低设计的成本,还具有一定的环保特点,可以满足现代人对产品的要求。剪纸艺术可以在造型结构、色彩选择、文字设计几个方面应用。在造型结构上,可以运用剪纸的镂空效果,通过镂空的处理来增加产品的美观性,同时也能提升产品的可识别性。可以在基础的纸盒包装上增加镂空的外包装套,增加包装的层次感,使包装更加美观。也可以在内部添加镂空剪纸图案,在外包装打开后,可以增加一层古代窗户图案的镂空剪纸,给人一种新奇感,透过剪纸的镂空位置可以观看产品的局部内容,吸引人的注意力,使消费者对产品内容更感兴趣;在色彩设计上,中国传统民间艺术普遍青睐于红色的应用,因为红色代表着生命力、积极性,也可以带来较强的视觉冲击,寓意着喜庆吉祥、欢快活泼。所以大部分剪纸都采用红色作为主色调。在平面广告设计中,颜色的选择不仅要考虑颜色的寓意,同时也要结合产品的特性、功能、销售对象等进行选择。当前比较常用的颜色为红色和金色,代表着华贵、喜庆、吉祥,普遍在酒、折扇、地方特产等产品中应用,或者在节日庆典的特殊包装中应用;在文字设计上,要发挥文字的作用,使消费者可以通过文字了解产品的内容、功能、名称等信息。在包装中,文字是不可或缺的组成部分,因为剪纸艺术本身具有寓意美好的含义,所以通常会采用花好月圆、吉祥如意、喜气洋洋等祝福类的文字应用在包装之中。剪纸艺术源于民间,所以没有固定的字体要求,通常会在文字周围搭配各种花纹图案,增加文字的外观样式,使整体效果更加活泼,赋予产品积极、热情、吉祥的内涵。可见,在平面广告设计中应用剪纸艺术可以增加包装的艺术性、美观性和文化内涵。

3.4 鲁绣在文化创意产品设计的表现形式

当前社会,中国许多优秀的传统文化并没有得到广泛应用,导致发展空间越来越局限。致使传统的鲁绣技艺基本只是出现在较为常规的服装、饰品中,缺乏更加广泛的运用空间,与当前现代社会生活越来越远。将鲁绣的技艺应用到文化创意产品中看,实现民间鲁绣的加工再利用,满足当前社会的发展需求,并且丰富鲁绣的传播渠道。鲁绣运用在文化创意产品设计中的主要表现形式有以下几个方面,比如:以针代笔、以线着色、独特的材质与触感、刺绣材

料的创新。

首先“以针代笔,以线着色”在某种意义上理解可以将其与绘画进行对比,两者之间有着许多的相似之处,无论是鲁绣还是绘画,在开始之前都需要勾勒出草图,然后进行设色,而绘画所使用画笔与颜料,鲁绣则是用针来代替画笔,并且用彩线完成色彩的构造,所以充分彰显了鲁绣的一大特色,将这样的艺术手法投入到现代的文化创意产品设计中,直接使整个产品的质感有明显的提升,并且是与当前工业印刷所产生的效果截然不同。

其次是所运用的特殊的材质,给人们的触感将会带来不同的体验,当前印刷的手感过于的平面化,并不会有明显的触感,而绣线所带来的触感是显而易见的。所以绣线所勾勒出来的图案有着与生俱来的优势,本身就有着天然的审美特征。例如,日本的设计师原研哉为日本银座设计的招贴设计——《发生在银座的事情》,在整个的设计中有其独特的见解,他提出将白色这中色彩与材质这种触觉进行联系,直接是受众与设计者之间情感进行充分彰显,在这样的刺绣招贴中,融入了日常物质材料与刺绣元素,让整个版面在设计中增添了立体的氛围感,并且使人们的触感被充分激发,给人们焕然一新的感觉,使人们对招贴设计有了全新的认识。鲁绣通过这样的形式表现出来,将鲁绣的材质感与文化创意产品设计进行完美的结合,使传统技艺在原始形式上有了突破性,产生了全新的形式。

4、结束语

总而言之,设计形式会受到产品特点、消费者需求、社会效益等因素的影响。产品的外观、质量会对产品的销售效果造成一定的影响。国内平面广告设计的题材比较单一,材料结构也缺少创新性,没有充分体现出地域文化内涵,所以平面广告设计的效果并不理想。对此,可以将民俗艺术应用于平面广告设计中,彰显平面广告设计的特色,同时也可以使产品宣传更加符合消费者的审美和使用需求,增加产品的吸引力,促进产品的宣传和销售。

参考文献:

- [1]张新闻.中国元素在现代平面广告设计中的实践及其发展[J].品牌研究,2019(18):111-112.DOI:10.19373/j.cnki.14-1384/f.2019.18.041.
- [2]李丽.广告设计中的民俗文化符号融入——评《民俗艺术符号与当代广告设计》[J].教育理论与实践,2019,39(12):2.
- [3]简佐磊.浅谈民俗艺术图形符号在现代广告设计中的应用[J].美术教育研究,2015(19):70.
- [4]刘娟.民俗艺术元素在广告设计中的应用[J].兰州工业学院学报,2015,22(03):102-104.
- [5]马赫.民俗艺术文字符号在现代广告设计中的应用价值[J].艺术科技,2015,28(06):186+202+291.
- [6]杨雪.现代广告设计中民俗艺术文字的应用[J].大众文艺,2014(22):98.