

试论在视觉传达课程中渗透多元文化的价值及途径

周 胜

成都大学美术与设计学院 四川 成都 610106

摘要:随着视觉传达设计的快速发展和社会大众的审美意识和审美鉴赏能力不断提升,单一的文化元素无法满足创作者的设计需要,同时也难以满足受众的审美需求,因此,多元文化元素的应用在视觉传达设计中越来越普遍,可以说是当下流行的趋势。但是,这也给设计师带来了更大的挑战,如何良好的展开应用,真正达到设计目标,是当下亟待讨论的课题。

关键词:视觉传达;多元文化;渗透价值;渗透途径

概括来说,通过视觉形象传达给受众的设计即视觉传达设计。具体而言,可视形式的内容非常多样,包括文字、色彩、标志、图片、包装等等元素。视觉传达则强调了设计需要呈现出的交互性,需要给受众带来交互体验。也就是说,视觉传达设计是将各类视觉元素通过创意性的搭配组合,来达到传递某种理念、与受众进行信息交互的目的,让受众获得视觉审美、思想理念等感受和信息。就目前而言,视觉传达设计这一种设计方式,已经被广泛应用于广告设计、门店环境设计等等商业性的平面设计和空间设计。通过这种设计,从视觉上实现企业与消费者的良好沟通互动,也能够让消费者更好地感知和体验到商品的设计理念和应用特性。

一、在视觉传达课程中渗透多元文化的价值

(一) 迎合视觉传达设计的发展趋势

随着视觉传达设计的发展,其设计形式更加丰富多样,单一的文化元素无法满足创作者的设计需要,想要设计出更加具有创意、更加优秀的设计作品,往往需要融入多种文化元素,实现多元文化元素的应用。

(二) 提升受众的视觉体验

随着我国人们整体文化水平的不断提升,且当前人们获取信息的渠道非常多样,社会大众的审美意识和审美鉴赏能力不断提升,对于视觉设计的审美要求更高,单一的文化元素往往难以让受众获得较好的视觉审美体验,多元文化元素才能够让受众从视觉上感受到设计的层次感和丰富感。

(三) 创造更高的商业价值

作为具有商业目的的视觉传达设计,只有抓住受众的眼球,同时,使受众获得良好的视觉体验,才能够收获受众的关注和好评,从而有可能创造更高的商业价值。而在信息爆炸的时代背景下,想要抓住受众的眼球,必须拿出有创意的设计,而应用单一文化元素往往难以有很大的创新,往往需要多种文化元素的新颖的搭配和组合,才能够达到预期的效果。

二、当前我国多元文化元素应用存在的问题

(一) 模仿西方设计,缺乏自主创新

现如今一味的模仿甚至照搬优秀设计师的设计,缺乏自身原创的东西。一方面不利于我国视觉传达设计的良性发展,使得设计出来的成果缺乏本国文化特征和内涵。另一方面,地域文化差异较大,不同地域审美也是存在较大的差异的,模仿和照搬其他类型文化元素,往往难以获得广大受众的理解和喜爱,从而难以达到预期的互动传播效果。

(二) 过于追求形式,缺乏文化底蕴

就当前的多元文化元素的应用趋势而言,很多设计师

为了达到设计效果,往往只注重形式,而忽视了文化底蕴,没有在设计中很好的传递文化价值。好的设计不是达到抓住受众的眼球的目的就成功了,还需要真正让受众在设计中感受到美,感受到正能量,对于有商业目的的设计,还需要通过设计让受众去了解和认可企业文化和产品的价值。多元文化元素的应用是以文化为落脚点的,如果不能体现文化内涵,就不是真正地应用了文化元素。此外,文化元素的选择也需要跟设计主题相契合,这样才能够让受众快速将文化元素与主题相联系,从而对设计主题进行进一步的思考和体会。

(三) 没有注重新多元文化元素应用的和谐统一

多元文化元素的组合搭配可以比较新颖、比较独特,但是,也需要有一定的和谐性,能够在保持审美价值的同时,保持文化价值的统一。目前,有些设计师偏好中西方文化元素的融合应用,并认为这样就能够快速简洁地体现出创新,提升作品的水平和质量,抓住受众的眼球。然而,这种思路其实是提高了设计的难度的,想要将两种或者多种文化融合在设计中,这对于设计师的专业素养提出了更高的要求。一些设计师不能够充分地设计融合尺度,没有实现多种文化元素的和谐统一,最终无法如愿以偿,不仅没有打造出高品质的作品,反而降低了作品的艺术价值。也就是说,应用多元文化元素的目标是为了提升作品的艺术和文化价值,然而,一些设计师却缺乏合理应用的能力,没有真正达到这个目的。

三、在视觉传达课程中渗透多元文化的策略

(一) 强化自主创新,发扬中国文化

设计师在进行视觉传达设计时,不要一味模仿甚至照搬西方设计师的设计形式,一方面西方设计师展现出来的文化元素对于中国大众来说是比较陌生的,是难以快速实现精神层面的共鸣的;另一方面现在信息获取的渠道非常多样,国内的受众也能够通过各种渠道去看到西方设计师的设计,国内设计师如果总是模仿他人,缺乏自主创新,简单重复的利用文化元素,即使是应用了多元文化元素,也难以激发受众观看的兴趣。基于此,设计师要坚守设计初心,坚持原创原则,强化自主创新,除了应用西方的文化元素,也要积极的发掘中国文化元素的文化价值,实现中国文化元素的多元化应用,这样不仅能够提升作品的原创性,还能够发扬中国文化,让国内的受众快速关注到作品中应用的文化元素,并快速感知到其中的文化内涵,从而快速实现设计的交互性,这样在能够提升设计作品的艺术价值的同时,又能够很好地实现设计作品的传播价值。

(二) 要注重文化元素和文化内涵的和谐统一

文化元素就是文化的一种特质,且这种特质是一种最小的单位,比如,一句典型的方言等等,都属于文化元素的范畴。文化是动态发展的,同时,也是丰富多样的,文化本身就具有包容性和多元性的特征,且随着时代的发展,文化呈现出前所未有的融合发展的趋势,包容性和多元性的特征在当前文化发展中更加凸显。多元文化元素的理念就是进一步强调多种文化元素的融合运用。文化元素具有象征意义,是文化内涵的表征,这种象征意义是历史文化赋予的,是不能随意去更改和另外赋予的。在进行设计创意时,设计者要真正去理解文化元素的内涵,在应用过程中,要注重文化元素的表现形式要与文化内涵相统一,这样才能做到表里如一,让受众在观赏设计作品的同时,去学习和体会其中的文化价值。如中国传统的动植物文化元素,其各自拥有一些精神内涵,而这些文化元素就是这些精神内涵的符号,在应用过程中,要注重两者的和谐统一。

如梅兰竹菊四种植物作为中国传统文化元素,其蕴含着清雅淡泊、顽强不屈的精神内涵,如果想用这四个元素来表达其他的精神内涵,那么,就显得不伦不类。在梅兰竹菊这四种文化元素的应用时,可以结合中国水墨画的绘画元素或者中国书法的元素来衬托其清雅高洁的精神内涵,水墨画和中国书法素雅的线条和大片的留白能够很好地烘托这种淡泊的意境。

(三) 要注重设计主题与文化元素的和谐统一

设计师在进行设计实践时,要注重设计主题与多元文化元素的和谐统一,如果是围绕着某个产品或者理念展开设计,那一定要保证元素的应用于设计主体的价值理念是存在一致性的。如在对某一陕西名产的包装进行设计时,就比较适合中国传统元素的多元应用,如果融合西方文化元素就无法与产品主体契合,设计师可以融入陕西地方的地域文化元素,

在包装上综合应用陕西方言、剪纸等文化元素,提升设计的新颖性、趣味性的同时,能够很好地烘托产品,让消费者感觉自己买的不仅仅是产品,还有这背后蕴含的厚重的文化,从而能够真正通过提升消费者的购物体验来提升产品的商业价值。

(四) 要保持多元文化元素的内在一致性

多元文化元素的应用可以有一些混搭,可以体现出冲突感,但是还是要保持文化内涵的一致性,这样才能够给受众一个明确的价值导向,而不会让受众感觉眼花缭乱,不知道想要表达什么。如中国结元素和唐装服饰元素,从内在性来说就是一致的,它们的组合和搭配是存在文化的同一性的,设计师在进行这两类文化元素的多元化应用时,可以用中国结来展现立领、对襟、布扣等唐装元素,让人耳目一新的同时,也能够发扬中国传统文化。

四、结语

通过以上内容可以得知,应用多元文化元素是当下视觉传达设计的趋势,对于提升受众体验、提高设计作品的商业价值和文化价值都有着非常重要的意义。设计师在设计实践过程中,不能一味模仿西方设计、过于追求形式,需要强化自主创新,注重文化元素和文化内涵、设计主题与文化元素的和谐统一,更重要的是,要保持多元文化元素的内在一致性。

参考文献:

- [1] 罗雨婷. 浅析当代视觉传达设计与传统元素的融合——以陈幼坚的设计作品为例 [J]. 艺术科技, 2019, 32 (05): 226
- [2] 金婕, 任凌. 中国传统文化元素在视觉传达设计造型中的应用探究——评《视觉传达设计中的造型要素研究——图文之美》[J]. 中国教育学刊, 2019 (03): 119.

