

书法元素在平面广告设计中的应用研究

徐煜晖

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年8月12日; 录用日期: 2023年9月7日; 发布日期: 2023年9月15日

摘要

作为一种独特的文化媒介, 广告在一定程度上影响着人们对传统文化的认知, 在传承中国传统文化元素方面扮演着至关重要的角色。因此, 如何将传统文化元素融入广告设计中成为当下广告行业面临的重要问题。书法作为中国传统文化元素之一, 在广告设计中融入书法元素已成为时代发展的必然趋势。通过对平面广告中蕴含书法元素的案例进行深入剖析, 本文探讨了现代广告中书法元素的运用方式和独特特征, 以期能启发广告设计者两者融合处的独特美感和创新性, 为广告企业提供参考意见, 更好地推动平面设计行业的蓬勃发展。

关键词

书法, 元素, 平面设计, 应用研究

Research on the Application of Calligraphy Elements in Graphic Advertising Design

Yuhui Xu

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Aug. 12th, 2023; accepted: Sep. 7th, 2023; published: Sep. 15th, 2023

Abstract

As a unique cultural medium, advertising influences people's perception of traditional culture to a certain extent, and plays a crucial role in passing down traditional Chinese cultural elements. Therefore, how to integrate traditional cultural elements into advertising design has become an important issue for the advertising industry. Calligraphy, as one of the traditional Chinese cultural elements, has become an inevitable trend in the development of the times. Through an in-depth analysis of cases containing calligraphy elements in print advertisements, this paper discusses the use and unique characteristics of calligraphy elements in modern advertisements, with a view to

inspiring advertisement designers with the unique aesthetics and innovativeness of the integration of the two, providing references for advertisement enterprises, and better promoting the prosperous development of the graphic design industry.

Keywords

Calligraphy, Element, Graphic Design, Applied Research

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 书法的特征

在中国五千年传统文化艺术的发展过程中，书法被视为民族符号的经典标志，它是用毛笔写汉字的艺术形式，具有审美惯性。自甲骨文产生那天起，人类就由于生产和生活上的需要，学会了以灼烧龟甲兽骨占卜记事，从而直接使甲骨文具有了图画性。在这种情况下，书法应运而生，并开始被人用来记录文字与图形之间相互转换的关系，从而形成我国独特的书法艺术。

“汉字为世界上古老的文字之一，经历了历代的演变在字形结构上越来越简洁、严谨、规范化[1]。”就字体而言，书法大致可划分为篆、隶、草、楷、行五大类，其元素大致以这五类为基准。篆书“尚婉而通”，用笔清瘦劲健，其式或厚重苍茫，或婉转流畅，或清新典雅，或雄浑奔放，千百年来为历代书家所青睐。隶书品种丰富，端庄均匀，生拙奇伟而又意趣盎然。草书，构形简要，用笔绵密。气势贯穿整个作品，错综多变，虚实相生。楷书，也叫真书、正书，其笔画方正、雍容华贵、大气磅礴。行书比楷书柔韧，比草书扁平中正，处于两者之间。

从传播学视角来看，汉字本身所具有的艺术性、知识性及实用性等特点，它为人们提供了丰富的信息来源，并通过这种方式传递出自己独特的魅力与精神内涵。这都体现了文字符号独有的特殊功能。这些都有利于传播效果。分析当前含有书法元素的已取得良好传播效果的书法和商业效益的广告设计作品，大多在视觉上富有巨大的震撼力，能够给受众留下深刻印象与余韵。

2. 平面广告设计与制作发展的现状分析

我国目前正处于社会转型期。当前市场经济条件下，人们对美的追求日益提高，视觉文化也随之发生着变化。随着人们对商品质量与品牌意识的不断增强，传统的广告形式已经无法满足时代的要求，需要通过新媒体进行推广和创新。人们越来越多地将注意力放在了商品上，而忽视了视觉形象的塑造与表达。因此，要想使企业获得更高的经济效益就需要加大广告的创意与创作力度，以此来提升产品竞争力。

汉字作为书法元素的主体，汉字作为中国特有的书写系统有着强烈的文化内涵与特殊的美学价值。用于设计时，书法能通过笔墨色彩，笔画粗细、走向等多角度在平面设计上创造出不一样的视觉效果并呼应特定设计主题，提高设计品质[2]。但是近年来，因为国内广告设计与制作产业远滞后于西方国家的发展，因此随着西方文化的渗透，我国许多设计师在广告设计与制作的过程中融入了大量西方广告设计理念，一味地模仿和抄袭使得我国在广告设计和制作中缺少创新，也丧失了对中国传统文化的继承，极大地限制了我国广告设计和制作产业的发展。鉴于此，为了促进我国现代广告设计与制作事业健康发展，就需要加大广告内容创意力度，强化新媒体与传统文化的融合，唯有如此，方能推动中国本土企业的品

牌建设和市场竞争力的增强。

3. 中国书法艺术与平面广告设计结合的可行性

(一) 审美性的统一

我国的文化艺术讲求书画同源，也就是说文字本身就是由图画派生出来的。有关学者认为中国汉字起源于古代陶土中的描写，因此汉字中也蕴含着一定的审美性和实用性。我国书法艺术经历了漫长的演变历史，文字雏形可上溯到新石器时期，书法艺术随着文字的产生而产生，随着人类文明的发展，书法也逐渐从语言符号转变为艺术形式。平面广告和文字一样都是以传达信息为主，但又因为各民族历史文化的差异，使得平面广告设计风格多样，并且当代平面广告艺术在发展过程中需要建立在民族文化历史之上，在很多方面影响着人们的生产生活，再来满足人们在物质以及精神层面上的发展。平面广告本身就是一种视觉传达艺术[3]，因此，它必须按照美学规律进行审美创造。通过对图形文字等设计语言进行排列组合和创意，表现现代文明的人文之美、感情之美、时尚之美。一件平面广告作品需要通过文字，图形还有色彩这些不同要素的结合，然后才能将完整的信息表达出来，并且将美感体现到平面广告形式之中，进而体现平面广告之美。

(二) 艺术性和技巧性的统一

书法艺术本身就是一门技巧性较高艺术形式，其写作过程需要执笔灵活确保灵活自然，进一步显示了书法艺术之技巧性。同时书法自身也有一定艺术性，表现为它线条活泼、结构虚实相宜，而布局又有朦胧意境之美，这都体现了书法艺术性。同时各种书法形式反映出的艺术美感又各不相同，如行书反映出委婉圆润的艺术美感，草书反映出豪迈洒脱的艺术美感，但篆书所体现出的一种优雅与凝重之美，借助这些书法形式还将使得平面广告设计形式变得更为丰富，推动平面广告不断向前。而平面广告设计是指通过视觉语言来表达企业形象和产品信息的一种策划过程。其最终结果往往体现为一个完整的形象或者理念，广告创意是企业或个人在特定环境下对所传播的内容和主题所作的有目的而具体的构想及行动。它涉及人们日常生活方方面面的活动，从衣食住行、工作学习、娱乐休闲等等都包含着广告人的思维活动和行为方式，因此为了将书法与平面广告设计的结合效果达到最佳，技巧性和专业性必不可少。

4. 平面广告设计中的书法元素功用

(一) 为平面广告设计注入力量

一方面现代平面广告设计主要以传达目的信息为主，使得受众能够在特定时空条件下能深刻地感受到广告内容。而平面广告设计要达到这一目标，也就必须给平面广告设计注入新动力，然后才能给受众留下更深的感受。另一方面，书法的本质即是通过文字的书写来抒发某种情感，线条的合理搭配和笔势的轻重缓急将能够本来具有抽象意向的线条能够体现出更强的力度，继而给人们视觉感官以更强烈的心理体验。同时，书法艺术中的明与暗、虚与实、疏与密、粗与细都能使得平面广告设计更加鲜活生动，增强作品的画面感。

(二) 在平面广告设计中体现出空间美

平面广告设计所能体现出的空间美主要是平面设计的画面呈现给人的时空之美，而这种空间感又给人带来了某种幻想与想象的余地，并通过与书法造型融合在三维空间之中，构成了多种层次的空间形式。在平面广告设计中，画面的纹理、大小、明暗、重叠等变化都是为观众创造空间感的首要因素[4]，例如通过尺寸的改变就能给人以近大远小空间感，通过改变倾斜程度，可以给人们带来不平衡视觉感；通过字与字之间疏密结合，可以增强书法艺术的空间感、艺术性，更好地对作品布局进行控制，实现各个部分的协调，形成优秀的审美视觉效果。

(三) 在平面广告设计中体现出意境美

我国传统文化历来推崇天人合一的思想，主张天地万物皆生于一，故天地之本原应宁静，无为而虚，故书法中亦多讲究意境之追求，以使书法作品在达到无可无不可精神意境的同时，能体现意之神韵，反映虚无之魅力。这一意境在审美上亦以表现为主，要求做到和谐共生。在平面广告设计中融入书法这一意境特点，能够让平面广告作品从意境美的层面上体现出更高的境界，给予观众更多的想象空间与思想感染。

(四) 在书法艺术中体现出简约美

传统书法兼具形体美和意境美，便于进行创意设计和多次传播，为广告设计提供了丰富的图示语言和表现形式。书法平面设计应用过程中简约美的体现方式主要有汉字偏旁部首元素为平面广告设计元素，能够解构并组成无画处皆成妙境的简约美。同时，广告的目的便是引起受众注意、传递信息进而促进购买行为的产生，因此要想达到预期的效果，必须将创意与形式完美结合。对于平面广告而言，图形与文字可以起到非常重要的作用，这也就决定了平面设计需要以字体来传达视觉形象，这样才能让受众更容易理解其含义。以《塑书悲贴》系列作品为例，其在创作中融入了行书和草书等书法艺术形式，同时通过不同的角度拍摄出不同的形态美，使得作品从每一个角度观察都能够体现出一定的美感，能够更好地表达出保护环境的主题。

5. 平面广告设计中书法元素的具体运用

广告除具有物质属性之外还具有文化属性，广告文化涉及商品设计、生产、流通和消费各环节的文化现象，能够提高物品价值，使得受众在物质需要和文化需要两方面都得到满足，对受众的价值观和世界观产生潜移默化的影响，进而改变着人们生活方式。当代随着传统文化热、国学热的持续高涨，书法研究有愈演愈烈之势，从侧面反映了国人对书法这一传统瑰宝的肯定，同时给书法融入商业文化增加了可能性。书法自身所包含的丰富底蕴使得它对广告设计有着无尽的表现力，能够“借助隐喻和转喻方式将中华民族朴素的人生哲理有机寓于广告之中^[5]”将书法元素融入广告设计当中是我国现代广告设计的极佳选择，而不同的产品就需要运用不同的书法元素来设计。

举例而言，如下图中的剑南春隶书 logo 既把书法元素融入广告设计中，又把本土文化与本土产品结合起来，提升广告设计吸引力(见图 1)。从古到今，书法和酒文化同样难舍难分，在之后数千年的发展过程中，两者更是休戚相关，紧密相连。由“颠张醉素”到“饮酒养性，行草书畅志”书法和葡萄酒已融入中国人的血液，镌刻于中国人骨子里。“用户体验设计和交互设计在设计中的应用有着很大的影响，用户体验设计最鲜明的特征就是为人们提供一种身临其境并且难以忘怀的体验，这也是艺术设计的最终目的^[6]。”现今国内外酒类包装设计都有很多书法元素，并在产品交互体验中取得了不错的效果。



Figure 1. Jiangnanchun brand logo
图 1. 剑南春品牌 logo^①



Figure 2. Beijing Olympic emblem
图 2. 北京奥运会会徽^②

再如(图 2)北京奥运会会徽上各种书法元素的混合。奥运会广告宣传设计作为一个重要环节,不仅应该得到中国人的承认,也应该得到全世界人的认同。会徽以“舞动的北京”灵活展现书法表现手法,小小的标识里蕴涵着深邃的智慧与意蕴。标识设计中的图形可以看作是“京”,接近缪篆字体的盘曲回环,充满古意,表现了 2008 年奥林匹克运动会主办地——北京的历史文化气息。同时这个图形还可以看作是一个重复奔跑的角色,可以理解成中国人民用最诚挚的热情迎接世界各国客人的到来,同样表现了永不停息的奥林匹克精神。“Beijing 2008”采用英文字母和数字结合的方式,汲取了两千多年前汉代竹简风格,受益于汉字书法包容性强、简约自然、稳重大气、与奥运会五环和谐结合,再一次展示出我国中华文化兼容并蓄、兼容并包的优良品质。设计者别出心裁地把中国书法元素中的“枯笔”之效融合在一起,创造出独特之效,使整体设计更显自然率真的行云流水,纯真而富有生气,与奥林匹克更快更高更强的概念不谋而合。标识设计的一个基本功能就是传播信息,同时又强调审美效果的体现。中国书法极具民族特征,包含着深刻的文化内涵,易在心灵深处激起文化上的共鸣。

书法在广告设计中的作用日益显著。将书法运用到广告设计中,在物质层面上不仅能精准地传递产品信息,还能起到推广美化产品的作用;在意识层面上提升了物的文化价值和情感表现,留存独特的东方韵味,为画面增添了无穷的味道,深刻地体现了当下书法和广告设计融合的重要性和必要性。“现代平面广告设计处在纯艺术和应用设计的交叉点上,兼有绘画和设计的特点,具有高度的象征性,在这样结合的情况下能透射出深厚民族文化底蕴的视觉艺术[7]。”维护中国书法在广告设计中的持续发展,在关注书法结构、线条、造型等外在风格的同时,更应突出中国书法内在精神中的人文关怀。中国书法和平面广告设计有着不可分割的联系,将二者融合在一起可以对我国优秀传统文化有更加深刻的认识,同时也是中国当代广告设计可行的发展方向。

6. 结语

“中国书法源远流长,书法的笔墨元素不仅仅是一种视觉符号,更是传达书法精神和内涵的载体,具有丰富的文化内涵[8]。”将中国书法元素运用到平面广告设计制作当中,是我国优秀传统文化之精华体现,历经数千年的历史发展演变而来,其文化价值以及文化内涵十分丰富。将书法元素应用到平面广

告设计制作当中，能有效地提升作品的文化内涵和审美品位，进而吸引更多消费者的注意和重视，实现广告设计与制作。同时，把这些具有民族特色的文化元素运用于现代广告的设计与制作，使得我们的广告设计制作更富有民族特色，这多元文化背景之下，对我们广告设计制作产业的发展是大有裨益的。在全球一体化日益发展的今天，将书法元素应用于现代广告设计之中，既有助于我国现代广告设计和制作向国际化方向迈进，并有助于弘扬和继承中国传统文化。所以，将书法元素应用到平面广告设计和制作当中，对于我国广告的设计和制作有着重要价值，同时对于弘扬和继承我国传统文化也有重要意义。

注 释

①图 1 来源：网页引用，

https://baike.baidu.com/item/%E5%89%91%E5%8D%97%E6%98%A5/995910?fr=ge_ala

②图 2 来源：网页引用，

https://baike.baidu.com/item/2008%E5%B9%B4%E5%8C%97%E4%BA%AC%E5%A5%A5%E8%BF%90%E4%BC%9A%E4%BC%9A%E5%BE%BD?fromtitle=%E5%8C%97%E4%BA%AC%E5%A5%A5%E8%BF%90%E4%BC%9A%E4%BC%9A%E5%BE%BD&fromid=1564041&fromModule=lemma_search-box

参考文献

- [1] 毕经猛. 《中央日报》香烟广告中的美术字研究(1928-1937) [D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京师范大学, 2021.
- [2] 孙越. 书法元素在平面设计中的图形化应用路径研究[C]//中国智慧城市经济专家委员会. 2023 年智慧城市建设论坛上海分论坛论文集. 2023: 94-95.
- [3] 杨志卿, 王柏迅. 广告设计与书法语言融合研究[J]. 艺术大观, 2022(32): 82-84.
- [4] 孙立. 浅析中国书法元素在平面广告设计中的应用[J]. 吉林广播电视台学报, 2018(5): 93-94+97.
- [5] 陈微, 杜小红. 家风家教主题公益广告的多模态隐喻和转喻研究——以央视家风家教系列公益广告为例[J]. 陕西理工大学学报(社会科学版), 2023, 41(3): 76-83+92.
- [6] 邵易. 探析用户体验设计和交互设计在设计中的应用[J]. 大观, 2022(9): 27-29.
- [7] 王艳. 中国传统绘画元素在现代平面广告设计中的应用研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 西北师范大学, 2015.
- [8] 薛一. 书法笔墨元素在商业媒体广告中的运用研究[J]. 美术教育研究, 2022(13): 81-83.