

民间艺术元素在纸媒体广告设计中的创新运用

□ 江 伟

摘要：纸媒体广告凭借独特的触感体验和视觉效果，在特定场合和目标群体中发挥着重要作用，将民间艺术元素融入纸媒体广告设计中可有效增强广告吸引力和影响力。在此过程中，民间艺术丰富的图案、色彩和材料使用为纸媒体广告设计提供了灵感来源。文章就民间艺术元素在纸媒体广告设计中的创新运用展开探讨，以期为文化传承与创新提供实践案例。

关键词：民间艺术；纸媒体广告；品牌形象

纸媒体广告作为一种传统的广告载体，其设计和创新变得尤为重要，将民间艺术元素融入纸媒体广告设计中已成为一种创新趋势。民间艺术承载着丰富的文化信息和深刻的社会意义，其独特的视觉符号、色彩使用和材料选择，为广告设计提供了美学资源。广告设计的核心在于如何有效传达信息，并吸引目标受众的注意力。赫伯特·西蒙的“有限理性理论”强调，在信息过载的时代，消费者的注意力成为了一种稀缺资源，因此广告设计需要通过创新的方式来捕获和维持消费者的关注。传统的广告设计方法已难以满足现代市场的要求，而民间艺术的创新运用则能够为纸媒体广告带来新的视觉体验，深化广告的文化内涵，增强品牌与消费者间的情感连接。在此背景下，文章从民间艺术、纸媒体广告的概念及其特点入手，着重探讨民间艺术元素在纸媒体广告设计中的创新应用，以进一步推动设计创新和文化遗产的深入发展。

1 民间艺术的概述

1.1 民间艺术的定义及分类

民间艺术也被称为民间工艺或传统艺术，是在特定文化和社会背景下，由民间传承，通过世代相传的方式保留和发展的艺术形式。民间艺术表现形式多样，包括绘画、雕塑、纺织品、陶瓷、木工、金属工艺、纸艺和其他手工艺品。这些艺术作品不仅是美的创造，更是文化和传统的载体，蕴含着深厚的社会和历史意义^①。在很多文化中，民间艺术的创作材料直接来源于自然，如木材、泥土、植物纤维等。这些材料的选择和使用不仅体现了对自然资源的深刻理解和尊重，而且也体现了可持续性和环境友好原则。在审美特征上，民间艺术强调功能性与美学并重。许多民间艺术品是为了日常使用而创作的，如陶器、织物和家具等，既具有实用功能，又具有装饰效果。这种审美观念来源于生活、服务于生活，展现了民间艺术独特的风格和魅力。

1.2 民间艺术的传统元素及其象征意义

民间艺术的传统元素涵盖着图案、色彩、材料和

制作技术等多方面，且每一种元素都承载着独特的文化意义与象征价值。

图案是民间艺术最直观的表现形式，包含自然图案、几何图案和抽象符号。如花、鸟、水流等象征自然界的和谐与美丽，反映着人们对自然的崇敬和与自然和谐共处的愿望；龙象征着雨水、丰收与权力，是吉祥和尊贵的象征；凤凰则代表着高贵、美丽及和平，常与龙并列，寓意着吉祥如意和夫妻和睦。这些图案经常出现在刺绣、陶瓷和建筑装饰中，不仅美化了设计创作，也传递了对自然界秩序与和谐共生的深刻认识。

色彩在民间艺术中也承载着丰富的象征含义。红色在多数东方文化中象征喜庆、热情和力量，是婚礼和节日的主要色彩；而在西方，红色除了代表爱情、热情外，还象征危险或勇气。使用冷色调的图案和装饰可以在视觉上带来清凉感，反映出人们对炎热气候的抵御与适应；温暖色调的使用则能营造出温馨、舒适的生活氛围，满足人们对家的向往和对美好生活的追求。

民间艺术的制作材料来源于自然，包含木、石、布、纸等。这些材料的选择反映出人们对自然资源的尊重与利用。

制作技术则包括编织、雕刻、绘画、刺绣等，不仅展现了匠人的技艺，也代表了文化的传承和创新。

2 纸媒体广告设计的概述

2.1 纸媒体广告的定义

纸媒体广告是一种传统的广告形式，是通过报纸、杂志、传单、海报等纸质媒介发布的广告内容，多以图文并茂的形式出现，利用视觉元素和文字信息向公众传达商品、服务或品牌的宣传信息^②。在数字媒体迅猛发展的今天，纸媒体广告因其特有的物理属性和传播方式，依然具有不可替代的价值和作用。一个优秀的纸媒体广告设计不仅能够吸引受众的目光，还能够传递品牌的核心价值与文化理念，为品牌传播提供多元化的选择和广阔的创意空间。

2.2 纸媒体广告的特点

纸媒体广告之所以能够在信息爆炸的时代保持独特的竞争力，很大程度上得益于其出色的针对性和区域性。报纸和杂志等纸质媒介拥有明确的读者定位，如专业人士、特定兴趣爱好者等，能为广告主提供一个精准触达目标客户的平台。纸媒体广告的区域性特点则使地方性企业能够通过地区报纸或社区刊物，有效覆盖特定地理位置的潜在客户，提升广告投放效率，使广告内容能够更好地与当地文化和消费习惯相融合，从而提高广告吸引力和影响力。纸媒体广告还具备设计灵活的特点，设计师能够利用各种印刷技术和视觉艺术手法展现丰富多彩的广告形式。从选用的纸张材质、印刷工艺到字体设计、版面布局，乃至图像和色彩的运用，每一环节都具有无限的创意空间。这种设计上的灵活性能有效吸引目标受众的注意力，加深受众对广告信息的记忆。

2.3 纸媒体广告的设计要点

一方面，纸媒体广告设计需要注重制造视觉吸引力。视觉吸引力的营造依赖于创意的视觉元素组合，包括色彩使用、图像选择、版式布局等。其中，色彩作为视觉传达强有力的工具，能够通过其心理影响力调动人的情绪反应，进而增强广告的吸引力；高质量的图片和精准的图像语言能够直观传达广告信息，激发受众的情感共鸣；良好的排版布局则能够引导读者的视线流动，并通过视觉的层次感和节奏感，提升信息传递效率和美感。另一方面，纸媒体广告设计还需要保证信息传递的清晰性。设计的根本目的在于传递信息，因此文字内容的编排和表达方式应简洁明了，要选用恰当的字体和适宜的字号提升阅读体验，并对信息进行合理分级和排序，使广告内容结构清晰，逻辑分明，让受众能够迅速抓住广告的核心信息和主要卖点。在设计过程中，创意人员应综合考虑各种视觉和文字元素的运用，通过精心的设计实践，实现广告设计的最优效果，从而在竞争激烈的市场环境中获得优势，达到最终的营销目的。

2.4 技术进步对纸媒体广告的影响

数字化时代，纸媒体广告开始逐渐借助数字技术进行内容创作和用户互动，突破了传统纸质广告的局面。设计者可以利用二维码技术，让纸媒体广告与数字内容无缝连接，使观众仅需扫描广告中的二维码即可跳转至线上平台，获取更为丰富的信息内容或互动形式。这种技术的融合有效地增强了纸媒体广告的功能性和互动性，为品牌与消费者间建立更为紧密的关联提供了帮助。同时，通过数据分析和挖掘，广告商能够根据目标受众的偏好和行为特征，定制个性化的广告内容，进而提升广告的针对性和实用性。尽管这

在纸媒体广告中的应用相对有限，但在邮寄广告和特定杂志广告中却发挥着重要的作用，为纸媒体广告的创新开辟了新路径^[9]。此外，印刷技术的创新则从另一个维度推动了纸媒体广告的发展。先进的印刷技术如立体印刷、UV印刷等的应用使得广告能够展现更为精细的图像质量和特殊视觉效果，增强了广告的吸引力和艺术价值。特别是立体印刷技术的应用，实现了在平面广告上创造立体感，为受众带来了全新的视觉体验；UV印刷则能够提供更鲜艳的色彩和更持久的色彩保持度，使广告更耀眼、更吸引人。随着社会对环保的重视以及大众环保意识的增强，使用可回收或生物降解材料的纸媒体广告逐渐成为了新趋势。纸媒体广告设计应用这些环保材料不仅体现了企业的社会责任感，而且也满足了消费者对于绿色生活方式的追求，有助于塑造品牌的正面形象。

3 民间艺术元素在纸媒体广告设计中的创新应用

3.1 民间图案的现代化再设计

传统民间图案往往具有复杂的线条和繁复的细节，虽然这些特征富有鲜明的民族风情和深厚的文化内涵，但在现代广告设计中却会显得过于繁琐，不易于快速传递信息。因此，设计师通过对传统图案进行简化与抽象化处理，去除冗余元素，突出核心图形，使其更符合现代审美习惯和传播需求。在此过程中，设计师可将复杂的民间花卉图案简化为几何形状的组合，或将多层次色彩组合简化为黑白或简约色系，既能保留图案的原始韵味，又能赋予其现代感，使广告更容易被现代受众接受。民间图案的现代化再设计还体现在其与现代审美的融合上。设计师不仅需要在形式上对图案进行创新改造，更需要在色彩、材质、布局等方面将现代设计元素与民间图案相结合，以创造出既有民族特色又符合现代审美的广告作品。具体实践中，设计师可将民间图案与现代流行色彩趋势相结合，使用大胆的撞色或渐变色效果，使传统图案呈现出全新的视觉效果；或者在布局上采用对称或非对称的现代设计理念，赋予传统图案更多动态效果和时尚感。这样的创新融合可以让民间图案以更鲜活的形式呈现在受众面前，从而大大增强广告的视觉冲击力和艺术感染力。

3.2 色彩语言在视觉设计中的创新应用

民间艺术中的色彩往往蕴含着丰富的文化意义和深厚的情感价值。在纸媒体广告设计中，通过对这些传统色彩的创新运用，可以有效地增强广告的文化情感共鸣。设计师可以将具有吉祥寓意的传统红色在调整色彩饱和度和明亮度后融入现代设计语境中，使其既能引起观者的传统文化共鸣，又能满足现代审美要

求^[4]。通过这样的色彩创新应用,纸媒体广告不仅传递了品牌信息,更深层次地触动了观者的文化情感,增强了广告吸引力和感染力。同时,在纸媒体广告设计中,设计师还可以通过将民间艺术色彩元素与品牌理念巧妙结合,创造出既具有文化特色又符合品牌个性的色彩方案,使品牌在众多竞争者中脱颖而出。设计师可以选择某一民间艺术中的典型色彩,如象征清新自然的蓝色与白色组合,将其应用于品牌的纸媒广告设计中。这种方式不仅能够赋予品牌独有的视觉识别特征,也能向公众传达该品牌倡导自然、纯净生活方式的理念。在此基础上,设计师可用渐变、拼贴等现代艺术手法来进一步增强品牌的表现力,使品牌形象更鲜明、记忆点更突出。这需要设计师综合考虑色彩心理学原理及其在不同文化背景下的解读差异,确保所选色彩能准确传达品牌的价值观和情感调性;同时,也要兼顾目标市场的文化接受度和大众偏好,有效提升广告的艺术审美价值,为品牌建立深刻的情感连接与文化认同。

3.3 传统符号与现代品牌的结合

民间艺术符号蕴含丰富的文化价值和深远的历史意义,在纸媒体广告设计中融入这些传统符号可以有效传达特定文化的价值观和生活哲学,增加广告的文化深度和信息的传播力度。设计师可以对传统符号进行再现和创新解读,将我国传统文化中的“福”字或“龙”“凤”图腾融入现代广告设计中,激发目标受众的文化认同感,传达品牌尊重并传承传统文化的设计理念。同时,也可以将传统符号与现代品牌相融合。在全球化背景下,品牌只有具备独特的个性和记忆点,才能在竞争激烈的市场中脱颖而出。利用民间艺术符号的独特性和象征意义可以为品牌打造独一无二的视觉符号和品牌故事。例如,设计师可以选择将传统陶瓷图案或民间剪纸艺术融入到品牌标志和包装设计中,传达品牌对传统文化的尊重和传承,并在目标受众心中树立品牌独特的艺术形象和创新精神。通过这样的设计策略,可以有效吸引受众注意力,增强其与品牌间的情感共鸣。

3.4 传统手工艺技术与现代设计理念的结合

传统手工艺技术如剪纸、木版印刷、织锦等,是民族文化的重要组成部分,代表着人类智慧与审美的结晶。在纸媒体广告设计中,将这些传统技术与现代设计理念相结合,可以创造出既有传统韵味又符合现代审美的广告作品。具体而言,设计师可以采用木版印刷技术制作广告,使其独有的质感和温暖的色彩给人以亲切、温馨之感,使广告信息的传达更加生动有力。设计师也可以对民间故事、历史传说、传统节日

等文化元素进行提炼与再创造,并将这些元素融入纸媒体广告的设计中,让广告不仅仅是传递信息的媒介,更成为文化传承与教育的载体,从而丰富广告内涵,提升受众文化体验,增强广告信息的传播力和影响力^[5]。此外,在全球化浪潮下,人们越来越渴望寻找文化根源和身份认同,传统手工艺的元素能够唤起人们对过去的记忆和对文化的尊重。对此,设计师可以巧妙地将民间织锦的图案应用于时尚品牌的广告设计中,展现产品的独特魅力,体现对传统工艺美术的珍视和传承,使广告作品成为连接过去与未来的桥梁,实现文化与创新的高度融合;此外,设计师也可选择可持续材料、提倡手工艺技术的环保特性以及通过设计传达可持续生活方式的理念,将传统手工艺技术的环保属性与现代设计的创新思维相结合。在这一方面,设计师可以利用再生纸张或生物可降解材料进行包装设计,并结合传统手工艺元素,展现品牌对传统文化的尊重以及对环境保护的承诺。这一创新不仅可以为纸媒体广告带来新的视觉体验,而且也可以为公众提供环保和可持续发展的相关启示。

4 结语

综上,民间艺术元素的运用为纸媒体广告带来了新的生命力。其在纸媒体广告设计中的创新运用应遵循恰当的方式和原则,设计师在创作过程中需要深刻理解民间艺术的文化内涵和美学特性,确保其运用既能体现民间艺术的原始魅力,又不失现代设计的创新性和实用性。后续研究可以进一步探索更多元化的民间艺术资源提供借鉴,为广告设计领域带来更多创新思路和设计灵感。

参考文献

- [1]钟夏.纸制品在现代广告设计中的创意运用[J].造纸信息,2023(12):115.
- [2]沈丹虹.深融趋势下纸媒广告经营的取胜之道[J].传媒评论,2022(3):59.
- [3]王艳红,关国锋.探寻传统纸媒广告经营突围之策——《河南商报》广告全方位革新的有益探索[J].新闻爱好者,2021(10):45.
- [4]张静雅.互联网背景下纸媒广告经营的困境与改进对策[J].人文天下,2021(1):32.
- [5]刘惠丽,杨拓.新媒体背景下传统纸媒转型发展路径探析[J].宝鸡文理学院学报(社会科学版),2020,40(5):125.

(作者单位:无锡科技职业学院数字艺术学院)

