

视觉符号在平面设计中的功能及应用

吴国荣, 濮暄芸

(南昌大学, 南昌 330031)

摘要: **目的** 探寻平面设计的主要发展方向及其对视觉符号的借鉴与应用方式。**方法** 沿着人类认识世界的轨迹, 引申出视觉符号的重要作用, 分析视觉符号的基本内涵, 总结其在平面设计中体现的简明性、时代性和民族性特点, 接着从其在平面设计中的功能着手, 探析其交流、表达、实现和编码功能, 最后分别将目光聚焦在包装设计、海报设计和标志设计等方面, 就这些平面设计领域在设计过程中对视觉符号的创造性借鉴进行论证, 多方探寻其应用路径与方法。**结论** 视觉符号在平面设计中的合理利用与创新, 能够体现平面设计的文化性特质, 适应文化产业发展的客观经济性要求, 进而更好地传达设计师所要传递的信息, 吸引人们的注意, 获得理想的视觉传达效果。

关键词: 视觉符号; 平面设计; 功能

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)04-0263-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.04.043

The Function and Application of Visual Symbol in Graphic Design

WU Guo-rong, PU Xuan-yun

(Nanchang University, Nanchang 330031, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the main development direction of graphic design and its reference and application to visual symbols. Following the trajectory of human's understanding of the world, the important role of visual symbols was extended, the basic connotation of visual symbols was analyzed, and the characteristics of simplicity, timeliness and nationality reflected by visual symbols in graphic design were summarized. Then, starting from the functions of visual symbols in graphic design, their communication, expression, realization and coding functions were analyzed. Finally, the eyes were respectively focused on packaging design, poster design and logo design, etc. The creative reference of visual symbols in these graphic design fields during the design was demonstrated, and the application paths and methods were explored in many ways. The rational use and innovation of visual symbols in graphic design can reflect the cultural characteristics of graphic design, adapt to the objective economic requirements of the development of cultural industry, and then better convey the information that designers want to convey, attract people's attention and obtain ideal visual communication effect.

KEY WORDS: visual symbol; graphic design; function

在人类认识世界的过程中, 主要以符号的形式表达对世界上的事物的认知, 再借助一定的排列、组合, 使大脑得到一个可以理解的过程。这说明人类通常会借助符号来表达对事物的理解。从现实来看, 符号的发展已经有了 100 多年的历史, 及至现在, 各种符号已经和社会各类科学知识相融合, 出现了符号学这一门新的科学研究^[1]。在众多的艺术领域应用中, 平面

设计对视觉符号的应用十分突出, 这是因为平面设计是以传达信息为主要目的, 依赖的正是作为思维主体的符号。

1 视觉符号元素概述

除了面对面的有声语言交流, 人们之间的交流与

收稿日期: 2018-10-15

作者简介: 吴国荣(1973—), 男, 江西人, 南昌大学副教授, 主要从事设计艺术学方面的研究。

互动还有赖于无声的视觉语言,即通过文字、图像、色彩等形式进行表达,简而言之,就是借助一些符号元素完成视觉语言所担负的职能,这就涉及到了视觉符号的概念^[2]。所谓视觉符号,就是用人脑中的记忆、联系、想象等一系列的思维方式,对事物的发展与其外在表现进行深入地观察,由此判断事物所表现出来的性质以及所要传达的信息,从而使人们能够迅速明白事物的特点^[3]。在平面设计中,视觉符号能够用最简单的方式把人与设计联系起来,进一步平衡作品的布局、节奏、平衡,实现更具创造力、活力、影响力的艺术效果。具体而言,其所展现出的特性主要有以下几点。其一,简明性。视觉符号具备简明性特点,能够在极短的时间内吸引人们的眼光,传递某种信息,从而使人们快速记忆。其二,民族性。视觉符号想要被人们广泛接受,必须符合该民族的传统审美情趣,以约定俗成的文化尽可能多地进行信息传递,同时注意引进不同民族的视觉语言,助力平面设计目标的实现。其三,时代性。使用具有时代性的视觉语言进行设计理念的表达和设计信息的传递,能够体现价值观的多样性以及生活结构的多元化等,这对于设计理念的表达和设计信息的传递有着良好的促进作用^[4]。

2 视觉符号在平面设计中的功能

视觉符号之所以能够比其他语言符号更受平面设计师的青睐,其原因正是因为自身所包含的强大功能。具体而言,主要包括以下几方面。其一,交流功能。视觉符号在表达方式、表达内容、描述能力、推理和判断上存在很多优势,能够以极其简单的方式表达出密集的信息,使平面设计作品的宣传效果更加理想。如禁止抽烟标志、李宁等知名企业商标,这些可以在某一层面上引发受众联想,产生语言难以表达的复杂意义^[5]。其二,表达功能。视觉符号的表达功能主要表现在图示概念、综合性信息、情感表达等方面,多会借助色彩的组合表达某个主题与数字的关系,将人类情绪、情感和态度转变为可见形式等手段,形成一种信息交流机制。其三,实现功能。视觉符号的实现功能主要表现在客观反映事实、指示抽象或具象事物、再现等功能上,其作用是帮助人们通过视觉符号与抽象或具象事物产生联系^[6]。其四,编码功能。视觉符号在平面设计中是编码与译码的桥梁,能够将信息原材料转换成可供传播的代码,实现更大意义的价值功用。得益于这些丰富多样的功能,视觉符号在平面设计中的应用越来越广泛,并呈现出良好的发展态势。

3 视觉符号在平面设计中的应用路径

发展至今,视觉符号在平面设计中的应用越来越受设计师的重视,并实现了很多领域的成功尝试。综合来看,无论是在包装设计、海报设计还是标志设计

中,都已离不开视觉符号的加持,有了更多的设计思路和更加多元的实现路径。

3.1 包装设计中的视觉符号

在包装设计领域,视觉符号具有不容忽视的内涵和底蕴,是其他元素不可替代的存在。具体来看,视觉符号在包装设计中的创新应用主要包含以下路径^[7]。其一,改善外形设计。戏剧脸谱的图形、龙凤图案、彩陶纹样等视觉符号已经被广泛应用于包装设计中,如果不求创新必将出现泛滥成灾的局面,不利于包装价值的发挥。为了使包装设计更加新颖,更好地塑造品牌形象,设计师可以对视觉符号进行简化、抽象化、繁复化等改良,按照现代化的设计表现手法对外形进行渲染,凸显符号的内涵与产品形象之间的联系。其二,融合内涵意义。在设计过程中,设计师要利用符号变形,剔除传统文字符号中那些晦涩难懂的符号,通过进一步在内容上的提炼与内涵上的加深,以独特的文化内涵和审美价值吸引消费者的注意^[8]。其三,创新色彩运用。色彩的审美有利于消费者对产品进行识别与认知,因此,设计师在设计包装时要建立包装设计与产品之间的联系,创新色彩符号创新,升华符号元素,强化其视觉传播性,实现视觉与产品本质上的统一。以月饼包装为例,其若要在短暂的时间内快速赢得竞争激烈的市场,就必须能够预见市场未来的趋势,对包装的视觉符号进行全新改造与升级。在形态上,可进行仿生形态设计,以仿各类动物形象的月饼甚至还有卡通形象的月饼为突破口,吸引消费者的目光;在图形上,恰当地运用视觉符号图形能更好地体现中秋民俗文化内涵,在嫦娥奔月、玉兔、祥云图案搭配各种花卉造型泛滥的当下,设计师应将目光简化,以更加简洁、现代的蝴蝶结、丝带、各类几何形等元素配合适当的英文字体来凸显时尚元素,与现代人视觉审美、心理趋向相符。在色彩上,视觉符号并不见得必须依附于红和黄这两种传统色彩,还可以根据企业文化推出不同类型的月饼包装色调。华美的金丽莎系列冰皮月饼在包装设计中将色彩选用与月饼的原料保持一致,主体是乳白色,设计师又在其中搭配了淡淡的粉、蓝、紫,这些清晰单眼的颜色将月饼的包装衬托得赏心悦目,让人从心底产生了一种甜蜜、清香的感觉。

3.2 海报设计中的视觉符号

视觉符号是影响整个海报的最重要因素,其能够满足观众所需,可观可意,是最好的可接受元素。一个成功的海报设计,不仅要吸引人,还要能吸引人看下去、体会其中内涵,而这就要借助视觉符号的作用,因此,对于海报的设计师而言,必须具备灵活应用视觉符号的能力,让海报能够产生视觉中心,形成被受众所接受的视觉效果。无论是公益海报、商品促销海报还是电影海报等,都要注意视觉元素符号的应用^[9]。

其一，图形语言的表达。一个有主题但非固化的海报创意设计是一个提炼和概括的综合过程，图形的设计更像是一种形象设计，是一个语言升华的表达形式。从众多信息中直接提取获得符合需求的符号元素是海报设计的重要过程，必须做到以特定、符合海报内容的形象来传达信息。以电影海报为例，其主要目的是进行商业宣传，如果一味大面积应用文字不会吸引眼球、提高注意力，更不能鲜明地表达电影的主旨和所要传递的内容。设计师要在设计时利用人物造型、空间位置、情节背景、整体色彩等视觉符号进行比例搭配，直接将情感表达出来，精炼、感性且直观。其二，绘画语言的表达。绘画不分年纪、不分语言，能够临摹和创作情节，表达内涵，有利于欣赏者根据自己的想象能力和理解能力将信息接收，建立起创作者与欣赏者之间的桥梁，因此，在设计过程中，无论是具体的还是抽象的，简单的还是复杂的艺术效果表达，海报设计师都可以利用绘画这一元素将意图表达出来。例如，电影《功夫熊猫》的海报设计就将中国传统文化与好莱坞精神结合起来，中国式背景、建筑、五种拳法、龙图腾、筷子、汉服、兵刃等视觉符号迅速抓住了观者的视线，引发了情感共鸣，最终成为了将好莱坞的叙事模式转化为中西方结合的经典范式。

3.3 标志设计中的视觉符号

标志设计是一个能够诠释出更多信息和含义的高度浓缩的设计领域，其主要借助简约的图形、文字、色彩进行信息传达^[10]。从目前来看，标志设计的所有视觉要素都有着各自不可或缺的存在价值，但从宏观上看，主要分为静态化标志和动态化标志两种。在静态化标志设计中，设计师主要利用视觉符号相互贯穿，形成一个相辅相成的整体结构。比如，世界卫生组织的标志设计就以蓝色为背景，画面主体是一只蛇缠绕在一根针上，其寓意来自古希腊传说医神阿斯克勒庇俄斯的故事，旨在让人们看到这个标识就能想到治病救人的典故。在画面下方还用经纬线代表卫生事业带给世界的影响，再配以橄榄枝代表良好的生态环境，各个视觉符号之间相互独立又相互配合，最后融合成一个完整的有着鲜明信息表达的标志，加大了过目不忘的吸引力。在动态化标志设计中，设计师主要利用静态图形与影像进行巧妙地结合，使标志更丰富，甚至“动”起来，告别了静态标志单一的表现形式，而这一效果同样离不开视觉要素的帮助。比如，米高梅电影公司的标志，就以一只狮子吼叫的影像作为主体，动态化的视觉符号让人们印象深刻，同时提升了公司的企业形象，提高了公司的知名度。

4 结语

符号是人类最伟大的发明，而视觉符号的独特性，更在各个领域中凸显出了极大的使用价值。在当

前的平面设计中，视觉符号仍然是包装设计、标志设计等领域不可缺少的重要元素，因此，广大平面设计师在进行作品设计时，要透彻地研究视觉符号的功能、特点和生成方法，并结合自身的设计需求灵活使用和改造，充分发挥视觉符号在平面设计中交流、表达、实现和编码4方面的功能，最大限度地发挥设计魅力，创造出更加专业且富有生趣的设计作品，实现更大的价值。

参考文献：

- [1] 范曼. 浅论视觉符号在平面设计中的重要性[J]. 文艺生活·文艺理论, 2015(1): 60.
FAN Man. On the Importance of Visual Symbols in Graphic Design[J]. Literary Life · Literary and Artistic Theory, 2015(1): 60.
- [2] 王春燕. 平面设计中视觉符号互动性研究[J]. 数位时尚, 2011(4): 102—104.
WANG Chun-yan. Study on Interaction of Visual Symbols in Graphic Design[J]. Digital Fashion, 2011(4): 102—104.
- [3] 洪双双, 杨晔. 平面设计中的视觉符号[J]. 现代装饰(理论), 2015(7): 102.
HONG Shuang-shuang, YANG Ye. Visual Symbols in Graphic Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2015(7): 102.
- [4] 李梦灵. 平面设计中图形符号的视觉认知分析[J]. 艺术研究, 2015(4): 7—9.
LI Meng-ling. Visual Cognition Analysis of Graphic Symbols in Graphic Design[J]. Art Research, 2015(4): 7—9.
- [5] 吕颖颖. 视觉语言在平面设计中的表现分析[J]. 商, 2015(40): 118.
LYU Ying-ying. Analysis on the Performance of Visual Language in Graphic Design[J]. Shang, 2015(40): 118.
- [6] 童烁. 浅析视觉语言在平面设计中的表现[J]. 魅力中国, 2010(4): 24.
TONG Shuo. A Brief Analysis on the Performance of Visual Language in Graphic Design[J]. Charming China, 2010(4): 24.
- [7] 潘景果, 姚玉娟. 探析视觉语言在平面设计中的运用[J]. 作家, 2012(24): 281.
PAN Jing-guo, YAO Yu-juan. Application of Visual Language in Graphic Design[J]. Writer, 2012(24): 281.
- [8] 和一星. 探析当代平面设计视觉语言符号元素[J]. 现代交际, 2015(2): 70.
HE Yi-xing. Exploration and Analysis of Symbolic Elements of Contemporary Graphic Design Visual Language[J]. Modern Communication, 2015(2): 70.
- [9] 黄成军. 浅析视觉符号在海报设计中的应用[J]. 艺术与设计(理论), 2016(7): 48—50.
HUANG Cheng-jun. A Brief Analysis of the Application of Visual Symbols in Poster Design[J]. Art and Design(Theory), 2016(7): 48—50.
- [10] 令晓君. 视觉符号在包装设计中的价值体现[J]. 文艺生活旬刊, 2012(1): 85.
LING Xiao-jun. The Value of Visual Symbols in Packaging Design[J]. Art Life, 2012(1): 85.