

平面设计中符号语言的意义探讨

李 慧

(河南机电高等专科学校, 新乡 453000)

摘要:通过分析符号语言的含义以及平面设计的目的,论述了符号语言在平面设计中的意义,即符号语言使平面设计更加吸引受众;使平面设计的表达方式更加丰富和多样化;使平面设计具有较强的视觉冲击力;使平面设计能更加充分地体现地域性和民族性。研究表明,符号语言在平面设计中的作用是多方面和多角度的。

关键词:平面设计;符号语言;意义

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)04-0105-02

Discussion on the Significance of the Symbolic Language in Graphic Design

Li Hui

(Henan Mechanical and Electrical Engineering College, Xinxiang 453000, China)

Abstract: Through the analysis of the meaning of the symbolic language and purpose of graphic design, it discussed the significance of the symbolic language in graphic design, that graphic design more attractive to the audience; richer and diverse expression of graphic design; graphic design has a strong visual impact; graphic design can be more fully reflect the regional and national character. Research showed that the role of sign language in the graphic design was multifaceted and multi angle.

Key words: graphic design; symbolic language; significance

图形是传播学研究的一种符号,它在平面设计中充当着传达信息的主要角色。平面设计是将创意视觉化、创意符号化的一个过程,在思维设计意象的指导下,对视觉元素加以挑选、变换、组合、有机的关联以及编码,最终形成特定的符号系统^[1]。在平面设计中,符号语言主要承担着传播信息、服务受众的作用,是事物特征的表征和认识事情的简化手段,发挥着不可或缺的理解、沟通作用^[2]。

1 关于符号语言与平面设计

1.1 符号语言的含义

符号指的是主体将一种能够被感知的对象和其他某种事物相连接,从而让某一特定的对象可以用来代表某一件事情或者事物,在这种象征或者规定被大众认同或者接受成为集体约定的时候,其就可以看作是一种代表事物的符号了。符号是信息的重要载体,

其自身包含着很多约定俗成的含义。符号学是研究社会中符号生命的一门科学,同时作为社会心理学的重要组成部分对社会生活各个领域有着至关重要的影响^[3]。

经历了漫长的时间,社会才让共同生活的人们在使用符号的代表上达成了共识。在人们日常生活中不乏一些丰富的符号,如语言、表情、文字和吉祥图案等等。伴随着信息时代的到来,现代社会已经从文字文化逐渐迈向图形文化,步入了“图形时代”,这在一定程度上将图形符号设计引入了视觉传播领域。随着社会的不断发展,符号数量越来越多,一些新的符号被创造出来,一些新的概念被视觉符号化。符号需要规范化,但这还需要一段时间的努力。也就是说图形设计师要坚持从传播学、从科学而系统的角度出发去传播信息,确保图形符号可以更好地为使用者、欣赏者提供理解上的便利,从而达到更好地为受众服务的目标。图形符号的设计是将图形符号以信息的形

收稿日期: 2012-08-11

作者简介: 李慧(1982—),女,河南新乡人,硕士,河南机电高等专科学校讲师,主要从事艺术设计的教学与研究。

式传递给受众的一个过程,这一交叉、综合性强的学科和人们的生活方式息息相关,它在平面设计中的意义不容小觑。

1.2 平面设计的目的

平面设计是将平面上的相关基本要素,如图形、文字、字体、色彩、标志等符合视觉要求的要素组接起来,成为可以批量生产的印刷品,不仅可以传达视觉信息,而且能够以设计的形式给受众带来视觉上和感觉上的享受和心理满足。平面设计的主要目标在于营造一个完美、积极而又主动出击的形式,这不但可以给受众在视觉上、心理上带来强烈的冲击,还可以主导受众的视觉反应,调动使用者、欣赏者的情趣,从而赢得受众关注的同时也得到广泛的接受与认可。高效的视觉形式不但可以发挥引导受众视觉方式的作用,还可以以某种特定的方式引导受众对平面设计作品所包含的信息加以深入解读,最终确保平面设计传达信息、服务受众的目的的实现。平面设计是充分发挥图形符号这种表现方式的作用来传达信息,设计者借助受众自身的思维活动与结论,最终实现引导受众与说服受众的目的。而受众也恰好借助这一平面作品和自身的文化水平、个人经历对一些熟知的图形符号加以比较、验证,从而理解设计师所要传达的意思。平面设计作品的成功,在一定程度上直接取决于设计者在创作过程中对符号语言的认识、挑选、组合、再生等运用手段的有效程度^[4-5]。

2 符号语言在平面设计中的意义

2.1 形象、表意

符号语言可以充分发挥简洁图像符号的作用来实现表达创作者意图,而且表现方式形象生动、言简意赅又直截了当,方便人们记忆。相比较于文字而言,图形能够在最短的时间内抓住受众的眼球,赢得受众的青睐,甚至不用过多言语来加以说明,就能够将产品的优点展示在受众面前,让受众对产品的印象十分深刻,同时符号语言还可以使得受众产生一定的联想,从而受众可以将尚未发生的故事以脑海中的画面补充完整。此外,符号语言传达信息的速度惊人,相比较于其他信息更加快捷,一闪而过的同时也让受众记忆深刻,即使时隔数日也还记忆犹新。譬如百事可乐和微星主板的广告,这两幅平面广告画面中所使

用的语言都不是很多,特别是百事可乐的平面广告几乎没有使用一个文字,而产品的魅力丝毫没有打折;微星主板的广告主要是借助婴幼儿对母亲的那种天然信任而给受众一种类比信任的感觉。两幅平面广告在设计中几乎都直接借助一些直观图形和生活中常见的动作来演绎,赢得了受众的广泛好评与认可,这些图形符号语言在平面设计中的充分运用给受众耳目一新的感觉,使得受众在短时间内就理解、接受、认可了它,达成以一种共识和情感上的共鸣,最终实现了平面设计中传达信息、实现创意并服务受众的终极目的。

2.2 多样化

符号意义具有多样性,事物的特性也是如此,因而可以说一件事物的某种特性是不可以简单地用一种符号来表现的,可能是多种符号的交叉使用才可能将创作者的意图充分体现出来。总的来说,符号语言在一定程度上使得平面设计的表达方式更加丰富、更加多样化,进而为创意提供了更为广泛的发展空间。

2.3 较强的视觉冲击力

相比较于文字而言,符号凭借其鲜艳的颜色和创意的形式在一定程度上可以给受众带来强烈的视觉冲击力,不仅更加容易吸引受众的眼球,而且对于平面设计传达信息、服务受众的最终目标的实现大有裨益。例如在一则瓦楞纸箱的平面广告中,瓦楞纸被裁出手的形状,不仅给受众一种信赖和呵护的感觉,而且巧妙地表现了瓦楞纸箱产品的特性,用瓦楞纸表现的创意符号语言——手,使得这则平面广告看起来十分抢眼,在最短时间内吸引了受众的好奇心和目光。

2.4 充分体现地域性和民族性

符号和文化一样也具有一定的地域性和民族性。一个相同的符号因为其所处国家、地区、民族的不同而有着各种各样的寓意。再加上地域、民族受到自然、环境以及人文等方面差异的影响,在一定程度上致使每一个地区的符号发生了意义上的变化和偏差,在受众凭借自身文化经验去领悟、欣赏平面设计作品中的符号时,要注重对平面设计作品中符号语言的个性理解。在面对同样的图像符号时,不一样的经验背景和文化背景会导致使用者、欣赏者产生不一样的理解,那么这也暗示着唯有符合特定背景的符号

(下转第 110 页)

汉代服饰一个显著特征就是对于交衽的设计,在服装的装饰设计上通常表现在对交衽花边的设计。基于交衽元素的优盘设计,外形是交衽的左右衽,色彩上选用红色为主体色,见图9。

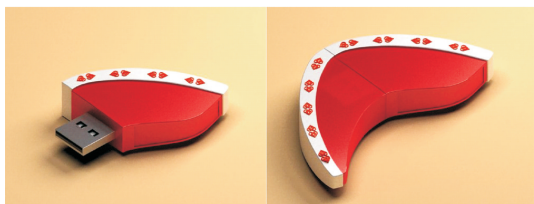


图9 交衽元素的优盘造型设计

Fig.9 Jiao Rencostume modality of USB flash disk modeling design

4 结语

设计是文化艺术的承载体,经过以上分析和设计,可知运用产品的形态借鉴和分割等设计手法可以清晰地使产品表达出特定的文化元素,使设计的产品具有文化性和民族内涵,这既能体现产品的实用功能又能体现产品的精神内涵,使具有中国特色的设计得到传承和发展。

(上接第106页)

才可以达成某种程度的共识。同时,设计者在进行平面设计作品创造的时候要注重去了解此符号语言在该地域有怎样的象征意义,这是至关重要的。

3 结语

符号语言在平面设计中的作用是多方面和多角度的,特别是其传达信息、实现创意和服务受众方面功不可没。要深化对符号语言的探索和研究,将各种符号语言按照受众的认知习惯加以组织起来,以便可以以更好的结构和有效程度来传达信息、实现创意、服务受众,在充分发挥自身优势的时候更好地为平面设计服务,从而设计出高质量的平面作品。

参考文献:

[1] 陈宗明,黄华新.符号学导论[M].郑州:河南人民出版社,

参考文献:

- [1] 彭赞乐.汉代服饰考析[J].美术大观,2008(12):228—229.
PENG Yun-Le.The Textual Research on the Han-Period Costume[J].Art Panorama,2008(12):228—229.
- [2] 徐蕊.汉代女子服饰类型分析[J].中原文物,2009(2):85—93.
XU Rui.Han Dynasty Woman Clothing Type Analysis[J].Cultural Relics of Central China,2009(2):85—93.
- [3] 范强.汉代服饰风格及其成因探析[J].南京艺术学院学报,2008(4):109—111.
FAN Qiang.The Han Costume Style and Its Causes Explore and Analyze[J].Journal of Nanjing Arts Institute,2008(4):109—111.
- [4] 高亮,马春泽.汉代服饰文化对现代艺术设计的启示[J].大众文艺,2012(2):66—67.
GAO Liang, MA Chun-ze.Han Clothing Culture of Art in Modern Design Inspiration[J].Popular Literature and Art,2012(2):66—67.
- [5] 张路得,李志春.产品设计中文化的表达要素解析及应用[J].包装工程,2011,32(20):117—120.
ZHANG Lu-de, LI Zhi-chun.Analysis and Application of Cultural Expression Elements in Product Design[J].Packaging Engineering,2011,32(20):117—120.
- [6] 2004.
CHEN Zong-ming, HUANG Hua-xin.Introduction to Semiotics[M].Zhengzhou:Henan People's Publishing House,2004.
- [7] 芦影.平面设计艺术[M].北京:中国人民大学出版社,2005.
LU Ying.Graphic Design Art[M].Beijing:China Renmin University Press,2005.
- [8] 李彦艳.设计符号在招贴广告信息传播中的应用研究[D].昆明:昆明理工大学,2007.
LI Yan-yan.Application of Design Symbols in Poster Advertisement Information Communication[D].Kunming:Kunming University of Science and Technology,2007.
- [9] 罗兰·巴尔特.符号学原理[M].王东亮,译.北京:三联书店,1999.
ROLAND Barthes.Principles of semiotics[M].WANG Dong-liang,Translate. Beijing:Sanlian Bookstore,1999.
- [10] 尹定邦.设计学概论[M].长沙:湖南科学技术出版社,2001.
YIN Ding-bang.Introduction to Design[M].Changsha:Hunan Science & Technology Press,2001.