

论视觉转移中的异质性导识

黄莉娅

(四川理工学院, 自贡 643000)

摘要: 运用视觉心理学的原理,从视觉转移中的图形异质性导识、色彩异质性导识、肌理异质性导识三方面对具有信息引导和传达功能的视觉设计方式进行了系统化分析。分析表明,异质性视觉导识既有助于视觉设计实践中图形的具体功能的实现,又可以为视觉设计理论分析提供有效的视觉心理学方面的指导方法和依据。

关键词: 图形异质性导识; 色彩异质性导识; 肌理异质性导识

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)16-0021-03

Discussion on Heterogeneity Guiding System in Visual Transformation

HUANG Li-ya

(Sichuan University of Science and Engineering, Zigong 643000, China)

Abstract: With the application of visual psychology principles, it provided a systematic analysis and research on visual design forms by means of image heterogeneity guiding, color heterogeneity guiding, and texture heterogeneity guiding, which all focus on information instructions and communications. It revealed that the application of diversified means of visual guiding could not only help the specific functional fulfillment of visual design practice, but also contributed to theoretical study on visual design or educational conduct as an efficient visual psychology method.

Key words: image heterogeneity guiding; color heterogeneity guiding; texture heterogeneity guiding

在平面设计领域,设计者运用图形语言,以直接、具象、确定的方式诉诸于受众的眼睛,其目的是为了

实现图形所含信息的传达,从而发挥设计作品的经济或社会功能。为了要达到这个目的,设计者在设计中必须认真研究视觉传达方面的准确性,其中视觉转移导识的布局安排十分重要。“导”意为指导,是指以设计者为主导的一个设计行为。“识”则是受者为主体,在“导”之下完成“认识”、“了解”的感性行为过程。在信息社会的今天,要使设计作品与受者产生更好的共鸣,准确迅速传达信息,异质性导识问题应引起大家的高度重视。

1 图形异质性导识

图形异质是指图形的独特形态所引起视觉印象的异质性,它是一种对形的变化,打破原有的形态,重组成多种新的表现符号,用以表达多种意识形态和语言形态。通常这种变异的形态能强烈刺激人的感知

器官,并与人的感知经验迥异,从而引起视觉的新奇或特别的关注,这种现象在心理学上称为异质性心理。图形异质被广泛地运用于设计门类,是设计中主要图形的造型方法之一。图形表现的意义是一种有意为之,具有特定思想意识支配下的蓄意刻画和表达形式,它不是仅仅以审美为目的的一种装饰,而是为了一定意义下的信息传递所产生美学意义上的升华,有时还具有深刻意义的哲理给人们启示。如福田繁雄的作品,大多数图形设计都是用图形的变异而产生新的视觉语言,已达到与读者的沟通。他的“UCC”咖啡馆海报、京王百货宣传海报、“F”海报系列、“贝多芬”海报系列等,应用异质同构、图底反转、图形变异等手法,使变化后的图形形成异质性心理感受,具有很强的视觉冲击力,以新的视觉形象诠释了主题的内涵,在逻辑上产生了更深远的意义。

人类视觉特征共性的视觉流程主要是视觉习惯导识、线性导识、异质性导识。在一件设计作品中,主要图形(或文字)承担着传达设计的主要信息的任

收稿日期: 2013-02-17

作者简介: 黄莉娅(1960—),女,四川古蔺人,四川理工学院副教授,主要从事艺术设计的教学和研究。

务。要让受者第一眼就能接收到主要信息,设计者必须采用相应手段,想法突出主要图形(或文字)的“主角”身份。冲突和变异是引起视觉冲动的绝妙方法,也是打破视知觉定势的最佳手段^[1]。设计中通常采用以下4种特别引人注目的图形异质性手段来处理主要图形。一是有角的形态容易成为主要图形,因为具有角的图形,在一般情况下比直线拥有更多更复杂的信息内容。二是曲线的形态容易成为主要图形,因为曲线本身的形态特征容易与其他单纯或繁杂的图形形成强烈对比。三是图形外轮廓是任意形态的容易成为主要图形,如广告、包装设计中采用书法文字作为主要图形,文字图形的外轮廓是任意形态,产生一种动感,它与其他图形或图底形成动、静对比,动感形态自然成为第一关注目标^[2]。四是图形占位较大时容易成为主要图形,图形占位是指主要图形在画面分割时所占面积,不是说面积大的图形就一定形成主要图形,往往是被包围的图形比包围的领域容易成为图形,而且小的形态比大的形态有利。在设计中为突出主要信息,对主要图形的形态设计要认真研究,只要主要图形的形态异质性特点鲜明,就会产生图形异质性导识。

2 色彩异质性导识

色彩功能不是再现真实的自然,而是纯化、净化自然界的色彩,用主观色彩来表现内心的情感,极大地满足主客体的视觉审美需求^[3]。色彩异质是指图形赋予的色彩在色相、色度、明度方面对比强度的色感形态所引起视觉印象的异质性,是设计中主要图形的造型方法之一。设计中的视觉语言传达,重在“传达”二字,而归根结底是应让人理解设计师所“传达”的“视觉”。视觉传达是通过视觉语言来进行的,其所要传达的内容与设计者在设计中有意识地合理布局视觉转移轨迹息息相关,尤其是对色彩异质性导识问题不能忽略。当代杰出的色彩教育家约翰内斯·伊顿说:“如果你能不知不觉地创作出色彩的杰作来,那么你的办法就不需要色彩知识,但是,如果你不能从没有色彩知识的状态中创作出色彩的杰作来,那么你就应当去寻求色彩知识。知识和理论在技巧不熟练的时候是最好的东西,而在技巧熟练时,自然凭直觉判断就能解决问题^[4]。”这就充分说明色彩的运用需要从

理论学习和艺术实践2个方面去进行。色彩对比是图形设计处理中最基本的表现语言,它是用一种元素的色彩去打破或干扰另一种元素的色彩秩序或平衡,使二者之间产生冲突和比较,从而凸显对立一面的元素色彩的个性,在视觉心理上有异质感,能产生新的视觉形态,在强调了形、意存在的同时,加大了信息传递的功能。不同的色彩能引起人们不同的视觉反映和心理联想^[5]。在对比中为主要图形寻求色彩异质性,是视觉转移导识的主要手段之一。

从色彩学讲色相、色度、明度的强度对比将对人的视觉产生不同的刺激,对比强的色首先进入眼里,这就形成了色彩异质性导识。一是从色彩的色相对比中为主要图形寻求色彩异质性。色相是色彩的最大特征,是指能够比较确切地表示某种颜色色别的名称。色相对比一般运用冷、暖的对比关系,如万绿丛中一点红的红色,就容易形成主要图形。二是从色彩的色度对比中为主要图形寻求色彩异质性。色彩的色度是指色彩的纯净程度或鲜灰度,它表示颜色中所含有色成分的比例,比例愈大,则色彩愈纯,比例愈低,则色彩的纯度也愈低。在设计中要想主要图形色彩达到最大限度的效果,取得成效的最好方法是在这种色彩的周围用上它的补色。三是从色彩的明度对比中为主要图形寻求色彩异质性。明度是指各种颜色的不同明暗程度,由于各种有色物体它们反射光量的区别,会产生颜色的明暗强弱。如书上的文字,黑白明暗对比强烈,文字显眼,有利阅读。在色彩异质性造型方法中,通常将色彩的色相、色度、明度对比手段综合运用,以求达到突出主要图形的同时,让色彩关系既对比又协调。

色彩异质性靠色彩对比,但对比也应适度。虽然“度”在各画面处理不同,也不可能有定论,但以传达信息的主次进行色彩配置处理,以达到第一眼能看到主要信息的色彩为佳。

3 肌理异质性导识

肌理是指图形表面的组织纹理结构,即各种纵横交错、高低不平、粗糙平滑的纹理变化,是表达人对设计物表面纹理特征的感受。生物的肌理、材质与造型为设计的材质与造型提供了视觉灵感^[6]。一般来说,肌理与质感含义相近,对设计的形式因素而言,当肌

理与质感相联系时,它一方面是作为材料的表现形式而被人们所感受,另一方面则体现在通过先进的工艺手法,创造新的肌理形态,不同的材质、不同的工艺手法可以产生各种不同的肌理效果,并能创造出丰富的外在造型形式。

人们视觉感有一种倾向,对各种已熟知图像物的不寻常的组合形式反应强烈。质感是材料自身的物理性质与其给人的生理、心理感受相互结合的产物^[7]。肌理异质是指用各类材质、加工工艺将图形赋予独特的表面纹理形态所引起视觉印象的异质性,是设计中主要图形的造型方法之一。

一是应用各类材质塑造主要图形的肌理异质性。印刷所使用的各种材料,如金属、塑料、陶瓷、玻璃、纸张、特种纸等,都属于人工材料,在很多情况下,纸、塑料、金属等单一材料因其自身的缺陷很难达到多项特殊的需求,因此,将2种或2种以上的材料,通过一定的方法加工整合,使其具有各种原材料的特性,以弥补单一材料的不足,这就是综合材料。综合材料肌理异质性的运用,使图形层次明亮丰富,有立体视觉效果。具有这类肌理异质效果的图形能促使人的视觉兴奋并激发华丽、变幻的审美感受,这种形式美感对人有着很强的视觉感染力。如印刷中的综合材料运用,使用金、银等各色电化铝处理图形或文字,在画面上产生强反光的金属质感,这种肌理异质性使主要图形形成强烈的视觉冲击力。二是应用现代化的加工工艺塑造主要图形的肌理异质性。如印刷工艺中采用的凸版印刷,其特征是印纹部分高出非印纹部分,并在印刷纹路上印刷油墨或烫金,在版上看到的都是负像,印后反成正像,通称凸版印刷。凸版的版面凹凸非常明显,有浅浮雕效果,易于表现主要图形。图形或文字局部还可以进行亚光、明光、覆膜等肌理异质性处理。

在新材料不断涌现的今天,肌理异质性导识运用所选择的材料面十分宽广,设计者设计时首先应考虑肌理异质性与设计作品的属性是否一致,其次要注意画面的整体性。设计作品传达信息有主有次,往往不是单一的。当人们观赏一件作品时,如果视线被盯住在某一图形上,就不能及时地把注意力转向其他方面,会影响对作品整体信息的传达。这种情况就要考虑肌理异质性对象与其他图像之间的强度对比是否太大,应加强它们之间的呼应、过渡,使肌理异质性图形与其

他图形有机联系,统一起来,从而使设计作品有正确的视觉转移导识,诱导受者迅速得到应获取的信息。

4 结语

异质性导视广泛运用在平面设计中,是设计者在设计实践中发现和提取的经验和设计方法。从图形异质性导识、色彩异质性导识、肌理异质性导识三方面对视觉转移规律进行探讨和研究,有助于设计作品中主要图形的形成,使主要图形具有较强视觉冲击力,准确迅速传达图形信息。运用异质性导识这种设计方法不仅可以分析设计,同时还是指导设计的有效方法。

参考文献:

- [1] 罗岷.看悖理图形[J].苏州大学学报,2004,24(6):90.
LUO Mei.See the Paradox Graphics[J].Journal of Soochow University,2004,24(6):90.
- [2] 李春雷,雍磊.广告设计中视觉传达的模糊性[J].包装工程,2008,29(2):155.
LI Chun-lei, YONG Lei.Vagueness of the Visual Transmission in Advertisement Design[J].Packaging Engineering,2008,29(2):155.
- [3] 胡左英,裘德燕.传统艺术的“线”在包装设计中的应用研究[J].包装工程,2012,33(24):7.
HU Zuo-ying, QIU De-yan.The Applied Research of Traditional Art "Line" in Package Design[J].Packaging Engineering,2012,33(24):7.
- [4] 约翰内斯·伊顿.色彩艺术[M].杜定宇,译.北京:世界图书出版公司,1999.
JOHANNES E.Art of Color[M].DU Ding-yu, Translate.Beijing: World Publishing Corporation,1999.
- [5] 张天涛.包装色彩对消费心理的影响[J].包装工程,2009,30(11):225.
ZHANG Tian-tao.Influence of Packaging Colors on Consumption Psychology[J].Packaging Engineering,2009,30(11):225.
- [6] 李娟,吴磊.自然元素在包装设计中的介入[J].包装工程,2012,33(24):14.
LI Juan, WU Lei.The Application of Natural Elements on Package Design[J].Packaging Engineering,2012,33(24):14.
- [7] 杨子奇.谈商业展示设计的形式美要素[J].包装工程,2012,33(24):25.
YANG Zi-qi.On the Elements of Formal Beauty in Commercial Exhibition Design[J].Packaging Engineering,2012,33(24):25.