创意图形在现代平面设计中的应用

何万里, 熊英

(河北民族师范学院, 承德 067000)

摘要: **目的** 探究创意图形在现代平面设计中的应用方式。**方法** 从创意图形的基本表现形式出发, 结合创意图形在表达主题思想、融入附加功能和保持创意领先等方面的应用原则, 对其在包装设计、广告设计、封面设计、招贴设计4种平面设计领域的实际应用进行理论联系实例的论述。**结论** 将创意图形应用到平面设计中具有十分重要的现实意义, 不仅能够增强平面设计作品的表达效果, 而且还能够有效提升附加值, 为创意图形技术带来更大的发展空间。

关键词: 创意图形; 平面设计; 视觉语言

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)08-0242-03

Application of Creative Graphics in the Modern Graphic Design

HE Wan-li, XIONG Ying

(Hebei Normal University for Nationalities, Chengde 067000, China)

ABSTRACT: It aims to explore the application of creative graphics in the modern graphic design. Starting from the basic forms of creative graphics, combined with creative graphics to express the theme, with additional features and the principles of maintaining the leading creative use, in the packaging design, advertising design, cover design, poster design, four kinds of practical application in the field of graphic design has carried on the detailed theory with examples. Apply creative graphics to graphic design has very important practical significance, not only can enhance the expressing effect of graphic design work, also can effectively promote value-added, bring creative graphics larger development space.

KEY WORDS: Creative graphics; graphic design; visual language

在平面设计领域, 图形化的视觉传达模式有着强大的优越性, 其不仅比文字更加生动、幽默、直观, 更具备文字所没有的国际性, 能够超越语言文字的障碍, 让身处不同国家和地区的人们轻松解读其所传达的信息, 给人留下完整、深刻、强烈的印象^[1]。得益于此, 在当前这个商品经济高度发达的时代, 创意图形在平面设计的各个领域得到了越来越广泛的应用, 其所产生的说服力与感召力远远胜过千言万语的文字说明。下面即对创意图形在平面设计中的应用作一些初步的探讨。

1 创意图形

作为一种视觉语言, 图形以其独特的想象力、创造力以及超现实的自由创造力, 常常可以轻松跨越地域的限制、语言的障碍、种族的界限, 在展现美的同时表情达意。创意图形是对图形的进一步升华, 是一

个“以意生象, 以象生意”的过程, 要求设计师从设计理念、设计风格出发, 借助联想、比喻、借代等手法将一些与意向相关联的图形元素进行加工创造, 以独特的视觉魅力使客户、观众产生兴趣并印象深刻, 最终被大众接受^[2]。一般而言, 在平面设计中创意图形主要有同构图形、异构图形、寓意图形、分解重组图形等表现方法。同构图形主要按照一定的内在逻辑关系对事物与事物之间某些相似元素进行创意所形成的创意图形; 异构图形是在保持原有形态的基础上, 出现异于常态的局部变化或质的转换替代, 使内涵得到延伸和转折, 形成既熟悉又陌生的创意图形; 寓意图形是借其他事物寄托、隐含本意的一种图形组织形式, 常通过比喻、象征、夸张、幽默的手法确立两个事物之间的相似关系, 以此言彼、简化概念、增强说服力; 分解重组图形是有意识地破坏一个完整的形象, 使其陌生化, 再赋予其某种暗示使观者窥见实质、体味意义。在具体的应用时, 设计师应根据表达目的

收稿日期: 2017-01-14

作者简介: 何万里(1964—), 男, 河北人, 河北民族师范学院副教授, 主要研究方向为美术学。

和实际需要,灵活选择适合的创意图形表现手法对设计素材进行整合,使创意目的最大化^[3]。

2 创意图形置入平面设计的原则

在图形创作的过程中,设计者需要充分利用视觉形象进行创造性思维。虽然每个设计者的艺术修养和生活实践各不相同,在设计中的创意有着鲜明的个人特色,但也存在着某种共性,有着相同的几项原则,具体如下。

2.1 充分表达创意思想

在现阶段的平面设计领域,创意图形的设计与应用一直深受推崇,逐渐成为设计师在交流过程中表达语言的一种主要方式^[4],但这并不意味着在平面设计中可以肆意发挥、毫无章法,在实际的设计过程中必须整理出清晰的思路,严格按照自己的所思所想进行图形创意,发现其中的差异,着重突出设计对象的特点。只有这样才能以清晰的思路给欣赏者以正确的指引,使其沿着设计师的意图来解读作品。

2.2 适当融入附加利益

为了让欣赏者在设计师的创意思维中得到满足感、体会美的感受,设计师要打破传统的思维框架,将社会中不同阶层的人对美的认识与感受充分的融入到作品之中,使多种艺术通过美的形式表达出来,同时适当融入一定的附加利益,为艺术的表达带来戏剧性的效果,抑或是某种经济利益。

2.3 坚持做到创意领先

生活是平面设计的依据,因此,在创意图形的设计与选材上,设计师通常不会远离人们的生活,但若想全面提升整个作品的艺术价值,仅仅依附于生活实际是不够的,设计师还必须打破传统的设计理念,及时关注时代潮流的变化,在现实与非现实的结构模式中自由创作,更好地展现整个作品的结构性,提升艺术表现力,保持创意图形在整个市场发展中的优势。

3 创意图形在平面设计中的应用

在当前的平面设计作品中,图形总是占据大部分甚至全部画面。究其原因,主要是图形设计可以突破地域、语言和文化的限制与障碍,且不需要文字便能够进行无声的交流,达到理想的艺术效果。下面主要从包装设计、广告设计、封面设计、招贴设计等平面设计领域逐一论述创意图形的具体应用方式。

3.1 包装设计中的创意图形

在包装设计中,一个成功的创意图形,既能够美化商品,又能够在没有任何提示的情况下与购买者产生视觉交流,迅速把商品属性特征表达出来,因此,创意图形在各种商品包装设计中被广泛应用^[5]。首

先,化妆品包装。为了迎合现代女性追求时尚、引领时尚的心理,当前的化妆品包装中常常会用抽象化的图形构成精美简洁、极富现代感的图案进行品牌与产品的描述和展示。比如某品牌一款以蜂蜜为主要原料的系列护肤品包装,其所用的创意图形就是来源于与蜜蜂有关的六边形,之后又采用共生图形的结构对其进行了艺术变形,整体包装简洁唯美,既能够迅速吸引消费者,又能够使其在第一时间明白主要原料是蜂蜜。其次,礼品包装。礼品作为馈赠物品,更多的是专门为消费者赠送方便而特别设计的,因此,在图形创意方面必须要有能够增强人与人之间感情交流的信息。比如,台湾某个品牌的凤梨酥的礼品包装就做到了这一点,其设计的创意图形既有传统的手绘插画元素,又有符合西方人的审美的图形元素,通常被旅游观光者当作伴手礼赠送,在无形中既促进了消费,又加强了情感交流。

3.2 广告设计中的创意图形

在广告信息传播中,创意图形一直以其独特的视觉语言和传播优势占据着重要地位。合理进行图形创意能够帮助广告作品给生活节奏快的现代人留下深刻印象,不被信息海洋所淹没。首先,明确主题。商品广告设计的初衷就是展示和宣传产品,因此设计师在设计时并不需要过多地使用图形创意,恰到好处、不多不少的图形运用反而能够准确传达广告的主题^[6]。比如美即面膜的一则广告,背景是清新自然的田园美景,配合占据大部分屏幕的一个形象逼真的面膜贴纸,创意化的图形设计既给人以美的视觉享受,又直截了当地表明了这是一款面膜广告。其次,增强视觉冲击力。在广告中利用图形的视觉冲击力,能够吸引受众的注意力,在传递深刻含义的同时激发受众的情感。比如在一则珍惜水资源的公益广告中,不停往下滴的水滴仿佛直接滴入每一个观众的心中,强大的视觉冲击力击痛了观众的内心,激发出了一种强烈的爱护水资源的意识。

3.3 封面设计中的创意图形

封面设计中,拥有一个好的图形创意至关重要,其不仅表达书籍的主题思想,而且还能在一定程度上唤起读者的情感共鸣、激发阅读兴趣。当前,随着人们欣赏水平和生活节奏的提高,书籍的封面设计必须以独特的表现形式和新奇的创意获得读者的关注。在运用创意图形时,对创意方法有了更高的要求^[7]。在此,简单以同构和借代两种手法为例进行说明。首先,同构手法。在封面设计时,设计师并不需要刻意追求生活上的真实,只需将两个或两个以上带有独立意义的图形通过某一种相似点和共性进行构成、排列与融合,以全新的图形带给读者联想即可。比如,在一期标题为“金钱能买到的最佳法案”的《Time》杂志封面设计中,就

采用了异质同构的方式将金钱与建筑、储蓄罐等形式进行改变,组合出的新图形既很好地点明了作品的主题,又给了读者想象的空间,完美地传达了情感诉求。其次,借代手法。创意图形的借代手法是借助特定的象征形象或符号实现情感上的借代类比,在这一过程中,常常会以其他元素替代通常使用的元素,将抽象的问题形象化。比如,2008年4月的《经济学人》杂志封面就通过借代手法,以爬行的蜗牛指代美国的经济恢复,将美国经济恢复速度之缓慢生动形象地表达了出来,这样的图形创意可以让读者在获得视觉享受的同时深刻领悟到其所要表达的深刻含义。

3.4 招贴设计中的创意图形

创意图形在招贴设计中同样有着广泛的应用。纵观各个方面以及各种类型的招贴,经过加工、编码所形成的创意图形是成功的关键。尤其随着社会的不断进步与发展,经过独特的构思和新奇的视觉所构成的创意图形更是未来招贴设计的主要方向^[8]。首先,注重“意”的表达。优秀的招贴广告创意图形,绝不是无的放矢的随意表达,而是在创意过程中对图形进行不间断的提炼、取舍、删减,保留并强化需要突出的部分,以最简洁有效的元素来表现富有深刻内涵的主题,这样的招贴作品才能迅速吸引观者,促使其产生需求的思维空间,不由地停下来思考广告的内涵。其次,注重“味”的传达。幽默是一种智慧,在招贴设计中利用现实生活中一些司空见惯的事物进行图形创意,能够传达一种美的享受,让人在轻松和快乐的心境中获得精神和心理的双重放松,感受到不同的滋味^[9]。以平面设计大师福田繁熊的招贴设计作品为例,其总会通过图底关系、矛盾空间关系,将不可能的空间关系与事物进行巧妙组合,在表达“意”的同时凸显“味”,使受众获得视觉上的满足与愉悦,这一点在其于1984年设计的《UUC咖啡馆》招贴作品中得到了完美体现。该作品采用放射状图底反转的方法,通过搅拌咖啡杯产生的正负纹理交错的漩涡在视觉上构成众多拿着咖啡杯子的手,并列呈现出相互回转展开的动态感的形象。诙谐幽默又独特的设计创意,迎合了人们的精神需求,给人带来了强烈的好感。

4 结语

纵观当前的平面设计作品,创意图形的应用越来越多,形式也越来越多元,为更多优秀平面设计作品的出现提供了可能^[10]。作为平面设计工作者,在具体的应用过程中应认清创意图形的基本含义与表现方式,在遵循基本原则的基础上大胆突破传统的表现手法,积极从生活环境以及自身周围去发掘全新的创意思路,使创意图形得到更加丰富的表现。唯有如此,才能使图形在“创”与“意”中实现更大的价值,使平面设计作品在有效传播

信息基础上,获得更丰富的形式美感和审美趣味,为平面设计的发展开辟出更广阔的道路^[11]。

参考文献:

- [1] 陈曦. 浅谈平面设计中的图形创意设计[J]. 大众文艺, 2011(3): 81.
CHEN Xi. Introduction to Graphically Creative Design in Plane Design[J]. Journal of Popular Literature and Art, 2011(3): 81.
- [2] 罗雪. “形象整合”图形创意方法在平面设计中的运用探讨[J]. 科技资讯, 2009(18): 31—32.
LUO Xue. "Image Integration" Graphically Creative Methods in Graphic Design to Explore the Application[J]. Journal of Information Science and Technology, 2009(18): 31—32.
- [3] 陈砚池. 平面设计中的创意图形研究[J]. 艺术探索, 2006(3): 21—22.
CHEN Yan-chi. Research on Creative Graphics in the Plane Design[J]. Journal of Art Exploration, 2006(3): 21—22.
- [4] 陈娴. 平面艺术设计中创意图形置入探究[J]. 现代装饰, 2014(12): 56—57.
CHEN Xian. In the Design of Plane Art Creative Graphics Into Explore[J]. Modern Decoration, 2014(12): 56—57.
- [5] 黄穆菡. 探析图形创意在包装设计中的运用[J]. 现代装饰, 2015(11): 39—40.
HUANG Mu-han. Discusses the Application of Graph Creativity in Packaging Design[J]. Modern Decoration, 2015(11): 39—40.
- [6] 王擒龙. 浅谈广告设计中的图形创意[J]. 北方经贸, 2012(11): 13—14.
WANG Qin-long. Introduction to Graphically Creative in Advertising Design[J]. Journal of Economic North, 2012(11): 13—14.
- [7] 张秀. “创意图形”在封面设计中的应用[J]. 青年记者, 2011(21): 39—40.
ZHANG Xiu. "Creative Graphics" in the Application of Cover Design[J]. Journal of Youth Press, 2011(21): 39—40.
- [8] 李晓玲. 浅谈创意图形在招贴广告设计中的价值[J]. 青年文学家, 2011(2): 56—57.
LI Xiao-ling. Discuss the Value of Creative Graphics in Advertisement Design[J]. Journal of Youth, 2011(2): 56—57.
- [9] 吴可亮. 图形创意与平面设计的关系问题研究[J]. 科技资讯, 2014(22): 69.
WU Ke-liang. The Problem of the Relationship Between the Graph Creativity and Graphic Design Study [J]. Journal of Information Science and Technology, 2014(22): 69.
- [10] 李丹. 平面设计中的图形创意研究[J]. 大舞台, 2014(3): 81—82.
LI Dan. Graphically Creative Research in Graphic Design[J]. Journal of Stage, 2014(3): 81—82.
- [11] 黎敏. “快餐式”设计在家具行业中的影响与启示[J]. 家具与室内装饰, 2016(5): 14—15.
LI Min. "Fast Food Type" Design Influence and Enlightenment in the Furniture Industry[J]. Furniture and Interior Decoration, 2016(5): 14—15.