

平面设计中不平的多元化媒介研究

黄婷

(西安文理学院, 西安 710065)

摘要: **目的** 探索“平面不平”作品中媒介的表现形式和运用方法, 充分发挥多元化媒介在设计中的创新作用。**方法** 通过分析国内外不同的优秀设计案例, 归纳了媒介的三大结合类型, 即同形同质、同形异质和异形异质, 总结了媒介选择与运用的方法, 展望了多元化媒介的研究方向。**结论** “平面不平”设计中多元化媒介的研究与利用, 有利于拓宽平面设计理念和创意表现, 有利于设计师提升作品视效和价值以满足受众的需求。具体设计实践时应从图形与媒介的结合方式、空间比例、媒介的保存以及情感属性等方面进行全面考虑。

关键词: 平面设计; 多元化; 媒介; 平面不平

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)10-0095-05

Uneven Diversified Media in Graphic Design

HUANG Ting

(Xi'an University, Xi'an 710065, China)

ABSTRACT: It aims to explore the forms and application methods of different media in "uneven flat" works, and let diversified media playing important role of innovation in design. By analyzing several different excellent domestic and foreign cases, it generalizes the three major types of media: same form with same substance, same form with different substance, and different form with different substance; and summarizes the design methods of using media as well as the research directions of diversified media in the future. The researches and applications of diversified media in "uneven flat" design can help to broaden the concept of graphic design and creative expressions, and help designers improve the visual effects and design values to meet the needs of audience. During the design practice, it is important and necessary for designers to fully consider these aspects: the combination ways of graphics and media, the space proportion, the preservation of media and its emotional properties.

KEY WORDS: graphic design; diversification; media; uneven flat

平面设计是视觉传达设计的主要表现形式和研究方向, 是视觉传达系统向外界展示的主要手段^[1]。传统平面设计被定性为二维空间中形态要素的组织与安排, 设计作品大多是以印刷方式实现、以纸张为媒介的二维形态呈现^[2]。然而, 随着时代的发展和科技的进步, 平面设计已不再局限于平面形态, 开始由平面、模拟、静止的空间形态向立体、真实、动态的多维空间形态延伸, 将虚拟设计元素与真实元素相结合, 成为设计统一体^[3]。平面设计师开始尝试突破维度、突破媒介载体、突破视觉表现, 将多元化媒介和

设计方法相结合进行综合运用。

1 “平面不平”媒介的结合类型

从广义上而言, 媒介是指使事物之间发生关系的介质或工具^[4], 凡是能使人、人与物或事物与事物之间产生联系或发生关系的物质都是媒介。本文中的媒介是指视觉传达设计中信息源和受众之间的中介, 是承载信息和创意的载体。在西方艺术领域中, 材料、媒介作为载体一直备受关注。随着 20 世纪初

收稿日期: 2017-02-08

基金项目: 陕西省 2015 年度高等教育教学改革研究项目 (15BY101); 西安文理学院 2015 年度教学改革项目 (JG2015B012)

作者简介: 黄婷 (1981—), 女, 陕西人, 硕士, 西安文理学院讲师, 主要从事艺术设计、视觉传达设计教学与研究。

立体主义的发展,多种媒介就已经出现在艺术创作之中。艺术大师毕加索和布拉克就曾尝试在绘画中植入木屑、报纸、甚至香烟等综合材料。此后的综合立体主义阶段,立体主义、现实主义艺术家们进一步使用如植物、金属、皮毛、泥沙、石块等更多种类的媒介进行综合材料艺术创作。这些艺术理论和作品至今对今天“平面不平”创作都有着重要的影响。

“平面不平”从媒介的角度来看,主要可分为同形同质、同形异质和异形异质三大类型。这里的“形”指的是图形、形象等视觉信息,而“质”指的是承载视觉信息的材料或实物。

1.1 同形同质

同形同质是指设计作品中所有视觉信息以同一种表现形式呈现,且承载视觉信息的载体是同一种媒介,但由于展示空间非平面或表现技法非平面而产生立体的视效。国外某品牌保健品的海报(见图1),设计师利用在两个相连却不同平面的墙上张贴海报,表现吃了该品牌营养品后将身强体壮能徒手掰弯硬币的创意,其构思精妙令人折服。此海报与传统海报设计并无不同,只是展示空间发生角度变化。而利用

特殊表现技法产生立体效果的作品,其视觉感受也是令人印象深刻的(见图2)。该系列海报是为 Single Trek Cycle 品牌山地车设计的,设计师将同种材质的纸张处理成揉皱、折痕、压痕等不同类型的肌理效果,象征各种自然路面的崎岖难行。海报右下方山地车 LOGO 的出现,表达了此品牌山地车具有良好的质地和性能,能够在任何路面条件恶劣的地区行进。此外,仅单单利用纸张的材质肌理或印刷工艺的不同,就可达到“平面不平”的视觉效果^[5]。



图1 某营养品海报设计

Fig.1 The poster design of nourishment



图2 Single Trek Cycle 山地车海报设计

Fig.2 The poster design of Single Trek Cycle mountain bike

1.2 同形异质

同形异质是指在同一设计作品中的视觉信息具有相同的外形、颜色、肌理、质感等外在表现,而承载视觉信息的载体截然不同,最终形成两种或多种媒介相结合、二维平面和三维实体元素相融合的视觉效果。这种类型作品通常视觉效果自然逼真,令人产生“真”“假”难辨的心理感受。日本的平面设计师渡边良重创作的“丝带”年历(见图3)就是运用同形异质的手法。该年历每一页的图形各不相同,但都会出现一条“丝带”。其特别之处在于所有“丝带”都是由虚拟图形和丝带实物结合而成的。同形异质就体现在年历中

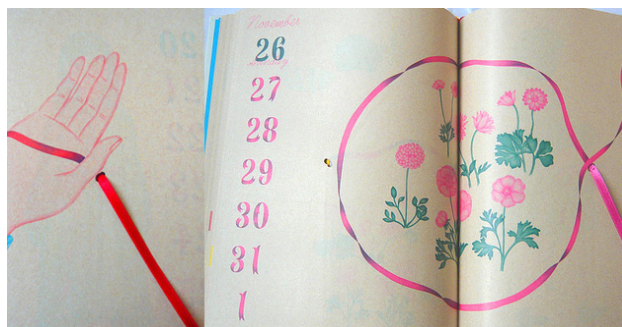


图3 “丝带”年历设计

Fig.3 "Ribbon"calendar design

“丝带”都具有相同的外在表现,且结合自然巧妙;而其实一假一真,一个是以纸张为载体的虚拟图形,一个是真实的丝绸材质。

1.3 异形异质

异形异质和同形异质表现相近,是指在创作过程中将虚拟图形和三维实体元素根据设计创意进行必要的结合,但依然使用不同的材料或实物为媒介以形成鲜明对比,引发视觉冲击。其中,二维图形和三维实体元素在外观上并不相似或根本不同,受众可以进行明显地区分。这种异形异质的创作方法不仅拓展了“平面不平”的应用领域,如产品包装设计、户外广告设计等;还进一步丰富了承载视觉信息的媒介类型,使其更加多元化,甚至任何材料或实物都可能成为设计创作的一部分。某品牌节能灯的系列包装设计(见图4),设计师就使用了异形异质的方法。该包装以镂空的方式将部分纸质印刷图形和产品“节能灯”相结合,形成完整的“点心”、“甜筒”、“蛋糕”视觉形象,使受众将节能灯与奶油、冰淇淋产生联想,表达了该产品能给人们生活带来甜美愉悦感受的设计理念。



图4 节能灯包装设计

Fig.4 The packaging design of energy-saving bulb

2 “平面不平”媒介的选择与运用

媒介作为设计作品物质和精神功能的基本载体,

通常会对设计效果具有决定性影响^[6]。因而,设计师需要对媒介的基本属性和情感属性进行全面的认识,才有可能合理地选择和运用。这里基本属性主要是指通过视觉、触觉等形成的感知特性,如造型特征、大小体积、质感肌理、颜色温度等。

2.1 图形与媒介的结合方式

在进行“平面不平”创作时,平面图形和三维实体元素的结合应讲究自然合理。为此,需要考虑所选材料、实物与“替换”图形在造型外观、大小体积等基本属性方面相同或相似。同时,还应注意实体元素的数量和排列方式也应符合图形实际的特点。某创意图形设计(见图5),主要以“图钉”作为实体媒介,与金鱼、刺猬、玉米图形相结合,替代了金鱼的鱼鳞、刺猬的刺身和玉米的谷粒。图钉的数量、形状大小和排列方式与所替代的图形保持一致,其中鱼鳞和玉米粒采用



图5 创意图形设计

Fig.5 Creative graphic design

了图钉正插叠加方式,刺猬的刺身采用了图钉侧插方式。用色方面,平面图形使用银色丙烯为颜料,与图钉银色金属质地结合自然,整体风格统一、生动有趣,又极具装饰效果。

2.2 图形与媒介的空间比例

平面图形与实体元素的结合,应讲究两者之间合理的面积分割和空间比例关系。通常情况下,整个作品当中平面图形和二维空间区域所占的比例须远远大于实体元素。单个实物或实物群的面积、体积不易过大,一般最多不能超过整个作品二维空间的一半,否则会给人带来沉重压抑之感。实体元素的运用在此类型作品中永远只起到“点睛之笔”的作用,因而设计师应把握好图形和实体媒介的空间比例关系。

2.3 媒介的保存

作品创作所选择的材料、实物不同,其生命周期则不同。国外设计师曾使用糖果、水果、零食等食品作为创作材料,课程中学生也曾尝试用木、花、叶、壳等天然物质材料进行创作,但都不可取。因为食品极易融化分解、腐烂变质;而天然材料的直接应用虽然是产品包装的常见手法^[7],但却极易褪色变色、变形变质、破损腐坏,最终破坏整体设计创意的视效。因而在“平面不平”创作时,应选择适合于保存,能延长作品生命周期的媒介,如形态、质地、色泽稳定的工业材料。从图5创意图形设计可以看出,材料“图钉”的选用较为合适。因为它具有稳定的外轮廓,质地坚硬不易变形,更重要的是能使作品长期保存。

2.4 媒介的情感属性

很多材料媒介、实物媒介除了自身基本属性外,还具有带给人们亲切感、认知感等情感属性。由于它们源于生活,并深入到人类思想意识中的基础认知与情感之中,因而其自身便蕴含着人类情感^[8]。在主题性作品创作时,只有利用它们与人类之间的思维联系和情感联系,才能更好地将其情感属性与作品的人文内涵、主题思想相融合,使设计与受众形成良好的互动与共鸣。通常情况下,只要基本属性条件符合要求,能准确表达情感和理念的材料或实物都可用于创作。设计者通过真实的材料或实物更容易表达真实的观点与理念。

“拒绝杀戮”海报设计(见图6),将媒介情感属性融入到设计里。该系列海报运用了多种材料和实物,如替代鹿角的锯条、浸透血渍的纱布、食用猴脑的刀叉和射向猎豹的子弹等。这些材料、实物与平面动物图形结合的自然形象,情感属性和作品风格、设计理念结合紧密,表达了呼吁停止杀戮、保护野生动物的强烈诉求。



图6 “拒绝杀戮”立体公益海报设计
Fig.6 The 3D public poster design of "No Killing"

3 “平面不平”多元化媒介研究方向

3.1 多感官体验的媒介

多感官体验是指媒介的“形、声、气、味、触”给受众带来视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉等多感知的信息与感受。平面设计作品中融入听觉、味觉、嗅觉等多样化感官信息和材料媒介,能够从多个感官通道刺激受众的通感,从而产生独特的设计效果。这种人类感官获取信息方式的多样性,有利于信息传递效率的提高。目前,研究“形”和“触”相对较多,而“声”、“气”、“味”在设计作品中体现极少,这方面的媒介有待于深入研究和实验性尝试。

3.2 新科技媒介

平面设计维度拓展的创意离不开多元化媒介的介入,而多元化媒介的介入离不开新科技、新仪器设备的支持。以先进的科技和设备为基础,将能引起发声、发光、放电、喷气等现象的媒介应用到“平面不平”设计当中,则会给人们带来意想不到的创意效果。《The Economist》杂志的某广告(见图7)采用了感应系统来控制画面当中突出的大灯泡^[9]。当人们走到大灯泡正下方时,灯便亮起来了,说明了该杂志能带

给人们想法和创意。可见,多元化媒介运用的背后需要新兴高科技的支持。

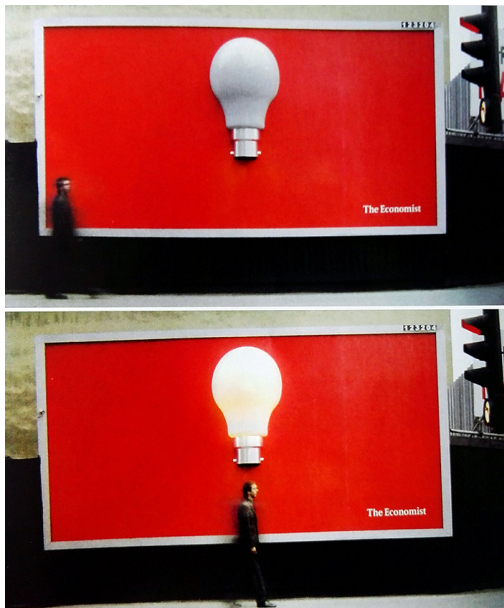


图7 “The Economist”杂志的某广告设计

Fig.7 The advertisement design of "The Economist" magazine

3.3 “人”为媒介

在国外许多成功的设计案例中,受众也纳入了媒介的范围^[10],成为不可或缺的媒介形式来传递设计信息、体现设计创意。以具有互动性的“人”为媒介,不但引入时间空间维度,使静态画面在人的参与中产生动态视觉效果;还增强了设计与受众之间的交流,使作品由单方向信息传达变成富有趣味的互动设计。为了达到设计的目的和效果,设计师需要对受众的生理心理、消费习惯、行为模式等进行全面研究,并对人的感受、反应和行为进行超前预想和设计。在图7中,路人就成为了设计师提前预想设计好的媒介元素。只有当路人出现并走到大灯泡下时,整个设计创意才得以完整呈现。

4 结语

多元化非平面媒介元素的运用是平面设计逆向思维的结果,是平面设计理念和手段突破的全新形式。这种思维方式进一步拓宽了平面设计的设计思路和创意表现,使得作品更具观赏性和趣味性,给受众更多想象空间、多感官体验以及参与互动的乐趣。梳理此类作品媒介的结合类型,归纳总结媒介选择与运用的方法原则,分析今后多元化媒介研究方向,有助于设计师把握“平面不平”的创作方向,有助于其在感性的设计过程中将不同媒介进行合理地运用,从而提升媒介的创新作用和作品价值。总而言之,深入研究“平面不平”的多元化媒介能为当代平面设计提供多样

化、可行性的发展方向,具有探索和实践的双重意义。

参考文献:

- [1] 林思. 视觉传达设计中“二维平面”与“三维空间”的关系[J]. 教育探究, 2014, 9(1): 33—35.
LIN Si. Relationship Between 2D Graphic and 3D Space Design in Visual Transmission[J]. Educational Study, 2014, 9(1): 33—35.
- [2] 李兰. 论平面设计的视觉规划[J]. 包装工程, 2015, 36(18): 148—151.
LI Lan. Visual Layout in Graphic Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(18): 148—151.
- [3] 黄婷. 平面设计向三维空间拓展研究[J]. 包装工程, 2013, 32(10): 18—22.
HUANG Ting. Research on Extension from Graphic Design to Three-dimensional Space[J]. Packaging Engineering, 2013, 32(10): 18—22.
- [4] 肖勇, 张尤亮. 信息图形设计[M]. 哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2012.
XIAO Yong, ZHANG You-liang. Information Graphic Design[M]. Haerbin: Heilongjiang Fine Arts Publishing Press, 2012.
- [5] 王凯. 纸质材料的肌理在海报设计中的信息传达与应用[D]. 太原: 山西大学, 2014.
WANG Kai. Paper Material Information in the Poster Design Communicate With the Application[D]. Taiyuan: Shanxi University, 2014.
- [6] 王岳. 材料在产品中的创新应用研究[J]. 包装工程, 2015, 36(8): 68—71.
WANG Yue. The Innovative Application of Materials in Product Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(8): 68—71.
- [7] 施爱芹, 王健. 天然材料在现代包装设计中的创新应用方法[J]. 包装工程, 2014, 35(18): 5—8.
SHI Ai-qin, WANG Jian. Innovative Application Methods of Natural Materials in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(18): 5—8.
- [8] 袁芳. 海报设计的综合材料创意表现研究[D]. 沈阳: 沈阳航空航天大学, 2015.
YUAN Fang. Comprehensive Material Creative Expression Representation Techniques Research of Poster Design[D]. Shenyang: Shenyang Aerospace University, 2015.
- [9] 苏杰. 不平的平面[M]. 北京: 人民美术出版社, 2012.
SU Jie. Uneven Surface[M]. Beijing: People's Fine Arts Publishing Press, 2012.
- [10] 周雅琴, 钟蕾. 探析互动性平面广告设计中的众媒介[J]. 包装工程, 2013, 34(14): 106—108.
ZHOU Ya-qin, ZHONG Lei. Analysis of the Media Groups in the Interactive Graphic Advertisement Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(14): 106—108.