

【视觉传达设计】

视觉传达设计的执行环境研究

王晨萱

(天津美术学院, 天津 300402)

摘要: **目的** 研究执行环境对增加设计本身的传达效果的影响。**方法** 主要使用分类法, 将视觉展示的附加元素分为稳定附加和变动附加两种, 提出视觉设计预设理念的有效性与执行环境之间的关系。**结论** 个体都有将周围信息自动联结的本能, 使得个体对于视觉传达设计的理念认知不可避免地受到执行环境的影响。设计师有效利用执行环境的原理, 通过预设视觉设计的执行环境影响因素, 将之作为设计传达的辅助, 使视觉设计预设理念更完美的呈现, 从而进一步加强视觉传达设计预设理念传播的有效性。

关键词: 感知; 执行环境; 预设; 信息

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)22-0064-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.22.011

Execution Environment of Visual Communication Design

WANG Chen-xuan

(Tianjin Academy of Fine Arts, Tianjin 300402, China)

ABSTRACT: The work aims to research the influence of the execution environment on the addition of communication effect to the design itself. The classification method was mainly used to classify the additional elements of visual presentation into two different types: stable addition and changing addition. The relationship between the effectiveness of presupposition of visual design and the execution environment was proposed. Every individual has the instinct of automatically connecting the circumference information. This makes the individuals inevitably influenced by the execution environment for the cognition of the philosophy of visual communication design. The designer uses the execution environment principle effectively and treats the factors affecting the execution environment of visual design as assistance of design communication by preinstalling such factor to present the visual design presupposition more perfectly, thus further reinforcing the effectiveness of the spreading of visual communication presupposition.

KEY WORDS: perception; execution environment; presupposition; message

一个视觉传达的设计作品的认知是离不开执行环境的, 本文主要探讨视觉传达设计的执行环境。视觉传达设计所反映出来的认知意识和对人的思考影响, 与执行环境息息相关, 任何视觉传达设计都不可能是完全孤立的, 一定是有一个展示环境的。视觉传达的程序操作, 并不意味着可以达到预期有效程度。传达的有效性才是最为关键的^[1]。视觉设计执行环境, 无疑对于这种有效性影响是很大的。适宜的执行环境可以对视觉设计的目的性表达产生良性刺激, 反之则会出现人们对于设计传达内容的理解偏差。现代

广告意义的构建, 一方面基于主题信息的内需, 另一方面则要充分考虑受众的心理依托^[2]。关于人的主观认知和执行环境之间的这种互为依托的关系, 历史上很多心理学家都做了与之相关的实验, 心理治疗中所采用的厌恶疗法就是采用了感知伴随原理来解决心理问题的。当人的一种经历或者记忆、行为发生时, 基本都带有相同或者相似的伴随性环境, 那么这种伴随性环境就会主观的在人心产生联系。让人产生两者统一性的思维混淆, 这在设计中就代表执行环境。这种环境包括嗅觉、听觉、视觉触觉、感觉和想象惯

收稿日期: 2019-08-12

基金项目: 天津美术学院校级科研项目 (2017006)

作者简介: 王晨萱 (1975—), 男, 河北人, 博士后, 天津美术学院副教授, 主要从事视觉设计理论研究。

性等带有伴随性的额外条件。现代传播学认为,受众在接受信息来源时并不是被动的,而是基于多种因素的一种积极构建行为^[3]。在视觉传达设计中,对于视觉传达和执行环境的连带关系的原理,美国心理学家桑代克在很久以前就提出了相关理论。

1 桑代克的联结理论

关于人的联结意识,桑代克认为,人生来就具有联结的“原本趋向”,在人的头脑中有很多神经元,神经元之间以联结的形式存在并互相传递信息,形成了许多“原本的联结”。在结构上,人脑具有联结的本能特征,这是“人的本性”,它决定了后天联结的趋向。桑代克认为,学习就是在一定环境刺激影响下,唤起“原本联结”中的一种联结倾向。

根据桑代克的理论,视觉传达设计,实际上是在营造一个特定的环境,让使用该环境的群体,在视觉设计与所在环境双重因素叠加的情况下,所发生的人们对于设计在视觉上的理解。这种联结记忆是自动完成的,是出于人的联结本能意识。人在使用一种环境功能时,不可避免带有情感联结。视觉设计所在的执行环境的影响,有些时候并不一定需要在这一个环境下进行重复联结,才会产生强效作用。有些经验记忆,可以在转换环境时,伴随记忆依然会产生联结影响。例如,即便味觉没有受到影响,居住在垃圾箱附近的居民也会由于视觉和记忆的原因,对垃圾箱产生不适的感觉。因为前期对于垃圾箱的经验记忆传达给了个体,此时通过视觉诱发记忆感知。

2 附加元素与视觉传达设计功能性的实现

每一个视觉传达设计,都有一个主题或者说主要的预期功能性。视觉传达设计所处的环境“不仅仅表示一个区位,一个空间,它还表示空间属性”^[4]。视觉设计的功能性实现会因外在执行环境的变化而变化,包括气味、环境治理、人文习惯、环境使用的人数、噪音、人的素质等。同一个视觉传达设计的执行环境,也会因为周围附加因素的参与,而改变原来的设计预期功能的体验。例如该视觉设计体验的人不同,或者同时体验该视觉设计的人数不同,都会对于视觉设计预期目的的功能性产生影响。确切说,视觉设计在复合环境和单纯的原始基础建设环境这两种不同的执行环境中展示,对设计目的的理解,人们会有不同反应。

某视觉广告展示,见图1。在这种执行环境下,突出视觉传达的广告理念展示需要两点:(1)采用黑白效果,从而区别与周围过多的彩色展示环境,在众多的视觉展示中凸显;(2)面积不能太小,因为在这种比较复杂的执行环境中,有太多的视觉吸引,面积是一个很好的吸引眼球的方式。



图1 琳琅满目的广告牌

Fig.1 Lots of billboards

有些则仅仅是由于不同的观察方式,视觉设计的目的性实现也会出现差异。我国的经济稳步发展,城市化水平进一步提高,但是作为城市中重要角色的公共设施的建设和发展却是相对滞后的^[5]。设计视觉和执行环境考虑不足是一个普遍问题。

附加元素是指附加在视觉设计的执行环境上的一种额外的非原始设计。很多视觉传达设计的传播,有一个预期的原始执行环境,但是在实际发布的时候,执行环境往往会发生变化,不再是单纯预期的发布环境,其中有一部分附加元素在某些情况下会对最初预设的视觉传达设计的功能实现产生影响。附加元素又分为稳定附加和变动附加两种情况。稳定附加就是指环境在投入使用以后,由于某种原因,某些元素常年伴随原视觉设计执行环境进行同步使用。有些变动附加,就是指某些元素只是暂时的伴随原设计执行环境进行使用。例如有些海边旅游城市,在夏季旅游人数突增,城市的消费和出行环境被大大改变。到了冬季,旅游人数很少,城市又恢复到了原始居民生存环境状态,无论是消费还是其他生活状态,都与夏季相比存在很大差异。这就属于变动伴随。那么在该城市进行的户外视觉传达设计的执行环境就会因为季节不同,城市活动人数不同,设计的被理解程度也不同。

某街边广告牌,见图2,该视觉广告设计在设计之初,是将该广告牌定位在人比较稀少的执行环境中,那么设计理念的传达自然是没有问题。但是当附加环境-人的数量考虑其中,如果在该广告展示的执行环境中白天持续密集的人流,使得人群视觉基本受阻。夜晚人流过少时,视觉传达的设计理念就会无法正确传达。这种情况一般容易出现在一些旅游景区。

另外,在有些视觉传达设计的展示执行的时候,就要考虑到周围环境对于视觉设计接收信息的情况。例如当一个广告牌设计的执行环境是在一个高速公路拐弯处,此时视觉展示就不能设计的太复杂,就需要尽量简明扼要的传递信息。这是因为广告传递给司机信息的时间很短,在有限的时间内传递的信息量受限,因此就需要视觉传达的信息量也不要太大。某

广告牌采用纯粹的文字展示简单明了，在高速公路进行展示是较适合的，见图 3。



图 2 街边广告牌
Fig.2 Billboards on the street



图 3 高速路边广告牌
Fig.3 High-speed roadside billboards

桑代克的联结理论，有关于“原本的联结”的“经验记忆”对视觉传达的影响。有很多带有明显区域特征的符号附加，都会影响到视觉传达作品本身的理念传播。从普遍角度而言，带有中国元素符号，如国旗、八卦等，就会将设计作品的理解方向向着中国理念的角度诱导；带有自由女神像的元素附加，就会将人的理解引向美国文化。那么视觉传达作品在设计之初，这些连带性记忆给作品会打上特殊标记的情况，也是设计师所需要注意的。

很多外来因素，如果视觉传达设计预期理念的传达之初就已经做了相关考虑，尽量将视觉设计的执行环境处于预期变化内，则视觉设计的执行环境就不会

对原设计预设理念实现产生太大影响。但是如果对视觉设计的执行环境预期考虑不足，则会出现执行环境附加元素影响甚至破坏视觉设计原预设理念的传达。

3 视觉传达设计的执行环境与主观认知导向

视觉传达设计的感知，除了设计本身的理念传达以外，人们对于设计的理解，其中执行环境作为基本的附加元素的介入，是必不可少的。由于执行环境的概念介入，使得视觉传达设计的理解不再是单纯的设计本身的范围。“任何一种设计形式确实都可以起到不同程度和角度的强化效果，但是真正有意义的强化，在于强化的有效性增强”^[1]。这种有效性增强，很多时候是和视觉设计的执行环境密切相关的。执行环境元素使得视觉设计的理念预设传达带有更多的不稳定性。

这是因为人们对于事物的认知，并不单纯是从直接的视觉环境获取信息并使用，而是通过多项信息叠加，再经过人主观加工后形成的。即“各个空间所营造的气氛共同组成了建筑场域内的整体场域气氛”^[6]、“空间总体形象是……结构、材质等因素的综合体”^[7]。换句话说，主观上对于视觉设计理念的传达理解和认知方向，是经过主观加工后形成的。而与此同时，每个个体都有将周围信息自动联结的本能。这就在客观上，使得个体对于视觉传达设计的认知，不可避免带有了其他的伴随因素，也就是执行环境。美国《应用科学学报》在谈到滑跌提示的问题时提出，“如果进行有效提示，就可以大大减少出现滑跌的发生”^[1]，强调的就是视觉传达提示的有效性程度。有效性太差，视觉提示就无法达到预期。

表 1 是在基本条件相同的情况下，通过对 23~26 岁健康正常的男女各 50 名进行的视觉识别实验数据，最终所得 UCOF 数据对比（UCOF 是实际摩擦系数，ACOF 是可得摩擦系数，即鞋与地面间的水平力与垂直力的比值，也称为过渡摩擦系数，当 $UCOF > ACOF$ ，人就会滑倒。），从表格中可以看出，提示方式不同，人的反应状态也有差异。该表格分别列出了使用文字、图形和声音提示 3 种，从数据上可以看出，使用图形的视觉提示，对于个体的提示有效性远远高于文字的视觉提示效果，这说明视觉提示的不同形式，对人的影响也是不同的。表 1 比较直观地阐述了视觉传达设计形式的差异，对于人的感知有效性是不同的，同时对于实现预设功能也是有很大影响的。

表 1 实验最终所得 UCOF 数据对比^[10]
Tab.1 Comparison of UCOF data finally obtained in experiment^[10]

信息方式	图形	文字	语言声音（汉语）
UCOF 数据	0.023 3~0.424 6	0.295 4~0.754	0.295 5~1.119 8
UCOF 平均值	0.227 8	0.552 6	0.718 9
UCOF 标准差	0.160 5	0.180 2	0.309 5

设计师有效利用感知伴随的原理,可以通过预设视觉设计的执行环境,将其作为视觉设计的辅助力量,从而可以更为突出和加强主体视觉传达设计功能性预期实现。

执行环境所带来的感知伴随是人们对于视觉设计主观认知导向的主要影响因素。一个好的视觉传达设计,如果每次在被解读和理解的时候,都会伴随着周围环境的巨大干扰,如温度、噪声、光线等等。那么对于视觉设计的理解和身体对于周围执行环境的不适这两个元素就会被个体主观联结,从而无法正确认知视觉设计的预设方向。这种带有多信息联结的本能,会使得有些执行环境完全颠覆一个视觉传达设计的最初意图。除了直接的破坏或者促进视觉传达设计主题意义的元素以外,还有同一元素数量对于视觉设计意义表达的影响。关于这一点,上面提到的是直接的破坏性或者促进性,而此处所提到的是在一定数量限制内是无害的,当数量超过了预期以后,才会对原设计预期功能实现产生不良影响。最为典型的就是旅游景点中的视觉传达设计。对于在可承受范围内的旅游人数,对视觉传达设计的认知和预设理念并没有太大影响,但是当旅游人数过满,远远超过预期数量,旅游景点的视觉传达设计的预设理念被认知程度就会大打折扣,甚至视觉设计的理念完全无法被认知。这是数量对于环境功能性实现的影响。

4 结语

人具有将外在环境诸多信息互相联结的本能意识。因此,个体对于视觉传达理念的认知判断是一个综合信息联结的过程。个体在理解和认知一个视觉设计的理念的同时,不可避免的会受到视觉传达设计的执行环境中其他因素的影响。因此,对于视觉传达设计理念的认知也是基于主体预设设计方向和执行环境中诸多元素的总体印象来判断。视觉设计的执行环境所附加的外在元素的影响,有可能完全颠覆视觉设计理念预设认知的功能实现。因此,在进行设计的同时,执行环境本身对于的设计原初理念的预设实现程度,有着非常重要的影响。处理好主体视觉传达设计之外的附加元素,使得执行环境可以更加促进主体视觉设计预设理念的被认知,则可以最大限度增加视觉

传达设计理念的实施与原始意图的吻合。同时,视觉设计的执行环境又可以分为稳定的和不稳定的两种,同一个设计在同一时间和同一空间人流量的不同,对该视觉设计的认知也会出现差异。如何将执行环境与视觉传达设计完美结合,是设计师需要特别关注的。

参考文献:

- [1] 王晨萱. 论视觉设计个体意识的方向与有效传达[J]. 艺术与设计, 2017(7): 33.
WANG Chen-xuan. On the Direction and Effective Transmission of Individual Consciousness in Visual Design [J]. Art and Design, 2017(7): 33.
- [2] 刘花弟. 现代广告设计中的图形语言[J]. 包装工程, 2016, 37(4): 21.
LIU Hua-di. The Graphic Language of Modern Advertisement Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(4): 21.
- [3] 何彤. 中国传统人文精神在包装设计中的运用研究[J]. 包装工程, 2016, 37(12): 12.
HE Tong. Application of Traditional Chinese Humanistic Spirits in the Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(12): 12.
- [4] 孟东生, 李敏, 何雪. 景观设计中场所精神的表达探究[J]. 艺术与设计, 2017(7): 51.
MENG Dong-sheng, LI Min, HE Xue. The Exploration of The Expression of The Spirit of The Place in The Landscape Design[J]. Art and Design, 2017(7): 51.
- [5] 周鑫海, 曹星. 基于地域文化的城市公共设施设计研究[J]. 包装工程, 2017, 38(2): 206.
ZHOU Xin-hai, CAO Xing. Research on Urban Public Facilities Design Based on Regional Culture[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(2): 206.
- [6] 陈西木, 宋桂杰, 陈思昊. 扬州段大运河文化体验馆设计方案分析[J]. 艺术与设计, 2017(7): 70.
CHEN Xi-mu, SONG Gui-jie, CHEN Si-hao. Analysis of the Design Scheme of the Grande Canale Cultural Experience Museum in Yangzhou Section[J]. Art and Design, 2017(7): 70.
- [7] 孟东生, 奚茜, 张馨予. 购物中心室内创意街区的气氛营造[J]. 艺术与设计, 2017(7): 54.
MENG Dong-sheng, XI Xi, ZHANG Xin-yu. Atmosphere Building of Interior Creative Block in Shopping Mall[J]. Art and Design, 2017(7): 54.