

平面设计中视觉与触觉的审美构建

李超

(内蒙古农业大学 材料科学与艺术设计学院, 呼和浩特 010018)

摘要: **目的** 探索视觉与触觉在平面设计中的多元化呈现及应用路径。**方法** 立足于平面设计中的审美与功能的双向视角,从视觉与触觉对平面设计的艺术潜力与价值进行挖掘,总结两者在平面设计中必须遵循的秩序性、冲击感和功能性三大原则,并在此基础上深度探寻应用领域,总结两者共同作用下的平面设计在合理构图、色彩搭配、材质升级、强化交互等方面的创新与突破,展示其中的典型案例,总结更高层面的审美价值的表达与创作。**结论** 良好的触觉感知及视觉冲击在平面设计的发展壮大过程中发挥着重要作用,在有效提升平面设计水平的基础上,深度挖掘出平面设计本身的情趣,最大限度地满足了人们的审美需求,也找到了彼此融合与发展的共促路径。

关键词: 平面设计; 视觉; 触觉

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)06-0293-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.06.047

Aesthetic Construction of Vision and Touch in Graphic Design

LI Chao

(College of Material Science and Art Design, Inner Mongolia Agricultural University, Hohhot 010018, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the diversified presentation and application paths of vision and touch in graphic design. Based on the two-way perspective of aesthetics and function in graphic design, the artistic potential and value of graphic design were explored from the perspective of vision and touch to summarize the three principles (order, impact and functionality) that must be followed in the graphic design, and on this basis, an in-depth exploration of the application fields was carried out to summarize the innovations and breakthroughs in rational composition, color matching, material upgrading and enhanced interaction of graphic design under the joint action of vision and touch, show the typical cases, and summarize the expression and creation of higher-level aesthetic value. Good sense of touch and visual impact play an important role in the development and growth of graphic design. On the basis of effectively improving the level of graphic design, the appeal of graphic design itself is deeply excavated, which meets people's aesthetic needs to the greatest extent and also finds a common way to promote mutual integration and development.

KEY WORDS: graphic design; vision; touch

平面设计是艺术设计领域的重要组成部分。在当今社会,设计新奇、个性凸显的平面设计作品不在少数,并以一种独特的创意形式向人们传递目标信息,一方面让受众感受到了良好的视觉体验,另一方面也改变了受众的视觉审美标准^[1]。平面设计作品的视觉冲击能力及触觉感知感的体现与深化,更具有极为广泛的意义,不仅促进了平面设计作品与受众的情感交互,还刺激了受众的感官世界,带来了更大意义上的功效。因此,将触觉与视觉进行深入剖析,找到

平面设计中能够升华这两方面感受的基本点,无论是文字、画面还是构图形式,都可以进行艺术化的设计和加工,并配合不同的材料肌理进行艺术效果的呈现,以此增强平面设计作品的表现力,使受众感受到美好的体验^[2]。

1 平面设计中视觉与触觉的构成原则

视觉与触觉都是人体的一种独特的感受,视觉更

收稿日期: 2019-12-10

作者简介: 李超(1983—),男,河北人,内蒙古农业大学材料科学与艺术设计学院讲师,主要研究方向为艺术设计。

加直观,主要是人们通过视觉接触到外界的刺激后经由中枢神经系统对这一感受进行分析的过程;而触觉强调的是人的表皮游离神经末梢所感受到的外界刺激,是皮肤直接接触和感受才产生的反应^[3]。总的来说,视觉与触觉的构成过程是复杂的也是有序的,所有随意为之、胡乱拼凑的行为都不可取,因此,秩序性、冲击感和功能性成为不可忽视的3个基本构成原则。

1.1 秩序性

自然界的万事万物都存在着一定的秩序性和规律性,这也给平面设计带来了一定的设计灵感和设计规范。如果设计师在设计的过程中毫无章法,过于随意,将各种视觉元素随意放置,那么不仅不会起到良好的视觉冲击力,还会大大降低设计作品的艺术价值,甚至让受众产生厌恶感、排斥感^[4]。所以,设计者要根据实际的设计情况,充分落实秩序审美元素,让多个单位的位置、层次按一定规律联系在一起,将艺术设计作品造就得更加形象和具体。这样才能在设计过程中很好地把握住各元素之间的位置和层次之间的关系,给受众带来一种细节上的和谐,产生平衡感、舒适感。

1.2 冲击感

当人们第一眼就被作品吸引时,就会愿意更加深入地了解作品的内容和信息^[5]。设计者在设计时不能只限于表面,而应从更多的方面综合思考,结合受众现实的内心变化和审美需求,将作品的形式与内容进行丰富与创新,在突出主题的同时,能够给受众一种新鲜的冲击感,以此形成强大的视觉张力,紧紧抓住受众的眼球。

1.3 功能性

从更深层面分析,功能性也是平面设计中的触觉与视觉得以强化的重要方面,因为平面设计的主要应用范围仍然是商业圈,所以强化艺术功能,宣传产品信息,引发受众的认同至关重要^[6]。要实现这一目标,设计者就要从作品所处的环境着手,结合个性化特征进行独特的定制,以更加独特的方式设计与众不同的平面设计作品,强化艺术功能性,促进艺术效果的最大化。

2 基于视觉与触觉视角的平面设计作品的艺术构建

2.1 构图合理,强调整体的功能性

图形、文字和色彩是提升平面设计作品视觉效果的关键,其中的各元素无一例外都是由点、线、面构成^[7]。将这些细节元素进行艺术化的设计和创新,将其直观化、形象化,不仅可以实现构思和创意的良好展示,还能实现功能性的升华,在视觉视角形成全新

的存在。从构图的层次感来看,设计者要注意对主体的突出和次要因素的陪衬,以主次分明的形式进一步强化各元素的视觉效果,避免喧宾夺主。比如,肯德基的图标设计将主图设计为一位笑脸相迎的老人,背景选用红色,突出了“KFC”3个字母,做到了主次分明,既突出了所要表现的品牌信息,又避免了喧宾夺主的情况。从构图的视觉牵引来看,想要获得理想的效果,设计者就要充分利用视觉同感进行合理的色彩搭配,并以此引导受众进行联想,最大化地实现内容认同。比如,在食品和饮品的包装设计上,橙色被应用得十分广泛,这样的颜色选择与应用可以在一定程度上引发人们的视觉同感,刺激食欲,这便是受到了构图牵引的影响。

2.2 利用色彩,营造良好的冲击效果

视觉审美元素在冲击力方面总是能够实现意想不到的效果^[8]。一般情况下,设计者会选择调节色彩的明暗度,借助不同的色相、饱和度及明度诠释情感,吸引人们的眼球,并给予人们一种震撼的力量。具体来看,实际的应用主要结合3个方面:(1)色彩与内容应统一,如白色代表淡雅和纯洁、黑色代表悲惨和哀伤等,将这些色彩的情感与设计内容进行科学合理的统一与融合,便可以最大化地形成视觉冲击力,给受众带来个性化的审美体验;(2)色彩与图像的统一,统一图形与色彩之间的关系,需要根据具体的图形因素,对图色进行严格的分析^[9],比如,对平面设计中的卡通图形进行设计时,为了进一步凸显卡通形象的生动性,设计者可以优先选择相对艳丽的色彩,吸引受众的视觉注意;在设计一些传统图形时,为了体现传统图形的时代性特质,可以在颜色的选择上进行传统与时尚的融合与创新,不必拘泥于一般的用色,将色彩的魅力最大化;(3)色彩与市场的统一,平面设计的市场性对色彩的要求也十分高,如果能够做到色彩与市场的统一,将实现更加理想的视觉效果创造。由于不同的受众群体有着不同的色彩需求,他们对色彩的喜好和理解均不相同,所以设计者在设计时必须充分考虑这些因素。这一点突出表现在成人喜欢含蓄的色彩,儿童喜欢鲜艳的色彩;南方人倾情于相对素雅的色彩,而北方人喜欢更加浓烈的色彩。世界上不同国家或者民族之间对色彩的喜好同样有着极大的差别,有的甚至存在截然相反的情况。因此,设计者的设计必须充分考虑色彩的受众差异,并在此基础上进行色彩与图形的合理搭配与应用,如此才能展现图形与色彩的双重魅力,形成一个具备强大视觉冲击力的艺术设计作品^[10]。

2.3 材质升级,带来良好的触感体验

材质是物体的质地,也是平面设计想要展现视觉与触觉效果的必备要素。从整体上看,材质分为两种,一种是自然材料,如木材等,常给人一种亲切自然之

感;另一种是人工制造的材料,虽然不及自然材料能够产生一种让人倍感舒服的质朴厚实之感,却能够凭借自身的优势与平面设计完美结合,带来自然材料所不具备的更加多元的艺术效果,具体的应用视设计本身的需求而定^[11]。比如,在茶叶包装设计中,设计者常会尽可能地选择竹木、粗陶等材料,用这种粗糙原生态的材质呈现自然的表面肌理触感,从而让消费者可以在视觉与触觉的双方面深入了解商品信息,对茶叶的内在品质与特质有一个初步的掌握。另外,设计师在进行人工材料的艺术设计与创作时,不应仅限于雕刻、拼压等手段,还可以与包装产品的属性进行呼应,并进一步创造出个性化的肌理状态,以独特的外观形象和质感实现更高的艺术设计效果。更为独特的是,人们在长期与材料肌理的接触过程中,甚至达到了不进行触摸便能感受其质地的程度。这样的境界总是无形中在人的心理层面呈现出不可言状的感受。条纹、花纹凹凸等都是其中比较有代表性的肌理元素,也是设计者经常采用的代表性元素。另外,光泽度也是不同材质可以进行个性化表达时所要遵循的设计方向。在平面设计中,材料的光泽度不同,这些不同的光泽度总是能够与设计相互促进,实现更加个性化的表达,从而给受众带来不一样的视触觉体验,因此相关的应用在平面设计中必须予以重视^[12]。

2.4 强调交互,提高作品的竞争力

功能性也是一大难题。这是平面设计中现实存在的,必须引起设计师的重视。正因如此,在平面设计过程中,设计师十分强调交互性,并希望能够以此带来视觉与触觉的冲击,让受众在面对作品时不自觉地被其中的艺术魅力和冲击力所吸引和震撼。比如,男士香水的设计多从男性受众的特点出发,强调一种阳光、粗犷的感觉;而女性香水迎合的是女性群体的审美,大多强调细腻、光滑的质感,以此促进不同性别、不同审美的人群与包装表达的情感进行交互。在书籍装帧设计领域,设计者也会选择用交互性设计进行更大意义上的求新求变,由外入内,让读者能够随着视觉的流动,对每一页的精巧安排留下美的印象与享受,从而使原本静止的书籍装帧设计作品产生韵律,形成一种流动性,在视觉与触觉的感官体验中获得知识的满足和审美体验的提升,从而带来更加理想的设计效果^[13-14]。

3 结语

平面设计与当前的社会生活息息相关,不再只是一种简单的商业宣传的手段,更是一种艺术,有着一种秩序美和强大的冲击力,同时也凭借极强的实用价值和独特的审美价值实现了艺术设计效果的升华。为

了将这样的效果进行维持与升华,进一步提高作品设计质量,广大平面设计者必须做好触感及视觉表现的平面设计工作,通过对图形、色彩、材质等元素的构建与组合,将平面设计作品的视觉与触觉效果进行强化,让整体的艺术效果更加理想,以全面的艺术感受带来最大的艺术价值和社会价值。

参考文献:

- [1] 王海燕. 平面设计中的视觉与触觉[J]. 设计, 2017(11): 64-65.
WANG Hai-yan. Vision and Touch in Graphic Design[J]. Design, 2017(11): 64-65.
- [2] 张婷. 平面设计中视觉审美元素的构建[J]. 科学技术创新, 2013(24): 91.
ZHANG Ting. Construction of Visual Aesthetic Elements in Graphic Design[J]. Science and Technology Innovation, 2013(24): 91.
- [3] 张静. 浅谈平面设计中视觉审美元素的构建[J]. 美术教育研究, 2011, 8(7): 56-60.
ZHANG Jing. Construction of Visual Aesthetic Elements in Graphic Design[J]. Art Research, 2011, 8(7): 56-60.
- [4] 王斯妮, 郭春方. 触觉在平面设计中的作用[J]. 现代装饰, 2012(7): 120.
WANG Si-ni, GUO Chun-fang. The Role of Tactile in Graphic Design[J]. Modern Decor, 2012(7): 120.
- [5] 李丽丽. 触觉设计在平面设计中的应用研究[J]. 戏剧之家, 2016(13): 154.
LI Li-li. Application Research of Tactile Design in Graphic Design[J]. Theatre House, 2016(13): 154.
- [6] 魏丽娟. 基于平面设计中触觉的应用分析[J]. 中文信息, 2017(6): 225.
WEI Li-juan. Application Analysis of Tactile Based on Graphic Design[J]. Chinese Information, 2017(6): 225.
- [7] 金国勇. 论触觉表现在包装设计中的创新与运用[J]. 美术教育研究, 2013(5): 93-94.
JIN Guo-yong. Innovation and Application of Tactile Performance in Packaging Design[J]. Art Education Research, 2013(5): 93-94.
- [8] 潘文娟. 触觉设计在产品包装设计中的研究和应用[D]. 南京: 南京理工大学, 2012.
PAN Wen-juan. Research and Application of Tactile Design in Product Packaging Design[D]. Nanjing: Nanjing University of Science and Technology, 2012.
- [9] 孙汝淑, 祁素萍. 渗透在平面设计中的触觉设计[J]. 包装工程, 2008, 29(11): 187-188.
SUN Ru-shu, QI Su-ping. Tactile Design Penetrating in Graphic Design[J]. Journal of Packaging Engineering, 2008, 29(11): 187-188.

(下转第299页)

- 84-86.
- [8] 卢禹君. 中国传统文化元素在服装设计中的应用研究[J]. 艺术教育, 2016(7): 276-277.
LU Yu-jun. Research on the Application of Chinese Traditional Cultural Elements in Fashion Design[J]. Art Education, 2016(7): 276-277.
- [9] 冯华. 传统文化在包装设计中的运用[J]. 包装工程, 2008, 29(4): 134-136.
FENG Hua. Application of Traditional Culture in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(4): 134-136.
- [10] 周弘宇. 论传统文化在包装设计中的传承和超越[J]. 美与时代, 2004(7): 66-68.
ZHOU Hong-yu. On the Inheritance and Transcendence of Traditional Culture in Packaging Design[J]. Beauty and Times, 2004(7): 66-68.
- [11] 叶国强. 民族传统文化在标志设计中的魅力[J]. 艺术探索, 2006, 20(2): 78.
YE Guo-qiang. The Charm of National Traditional Culture in Logo Design[J]. Art Exploration, 2006, 20(2): 78.
- [12] 尚慧琳. 浅谈中国传统文化在标志设计中的体现[J]. 商场现代化, 2007(9): 331-332.
SHANG Hui-lin. On the Embodiment of Chinese Traditional Culture in Logo Design[J]. Modernization of Shopping Mall, 2007(9): 331-332.
- [13] 丛庆, 徐金丹. 浅谈现代平面设计中的中国传统文化元素[J]. 艺术科技, 2013, 26(1): 113-114.
CONG Qing, XU Jin-dan. On the Elements of Chinese Traditional Culture in Modern Graphic Design[J]. Art Science, 2013, 26(1): 113-114.
- [14] 周俊俊, 江牧. 中国古代设计中的服务设计思维[J]. 工业工程设计, 2019, 1(1): 37-40.
ZHOU Jun-jun, JIANG Mu. Service Design Thinking in Ancient Chinese Design[J]. Industrial & Engineering Design, 2019, 1(1): 37-40.

(上接第295页)

- [10] 蹇奕. 平面设计中的触觉及其设计技巧探析[J]. 参花, 2017(13): 145.
JIAN Yi. Analysis of Tactile and Design Skills in Graphic Design[J]. Flower, 2017(13): 145.
- [11] 贺慧芳. 探讨平面设计中视觉审美元素的构建[J]. 现代装饰, 2015(6): 89-90.
HE Hui-fang. Construction of Visual Aesthetic Elements in Graphic Design[J]. Modern Decor, 2015(6): 89-90.
- [12] 王巍. 基于平面设计中视觉审美元素构建的研究[J]. 艺术与设计, 2015(8): 39-41.
WANG Wei. Research on the Construction of Visual Aesthetic Elements in Graphic Design[J]. Art and Design, 2015(8): 39-41.
- [13] 张箴. 探究平面设计中视觉审美元素的构建[J]. 美术教育研究, 2016(4): 67-68.
ZHANG Zheng. Construction of Visual Aesthetic Elements in Graphic Design[J]. Art Education Research, 2016(4): 67-68.
- [14] 周俊俊, 江牧. 中国古代设计中的服务设计思维[J]. 工业工程设计, 2019, 1(1): 37-40.
ZHOU Junjun, JIANG Mu. Service Design Thinking in Ancient Chinese Design[J]. Industrial & Engineering Design, 2019, 1(1): 37-40.