

触觉在平面设计中的影响及应用探析

李肖雄

(内蒙古建筑职业技术学院, 呼和浩特 010070)

摘要: **目的** 探索在平面设计发展过程中对触觉的强化和凸显及实践途径。**方法** 结合当前平面设计领域的现实发展需求和其对信息传递的重视程度,以触觉为突破口,关注与迎合受众的心理与情感,得出触觉在增强平面设计的宣传效果、完善设计素材和强化情感体验等方面的影响,并从这三个方面的优势出发,结合材质、肌理和互动功能的创新与突破去探索书籍装帧设计、包装设计等对触觉元素的艺术化应用策略。**结论** 触觉元素之于平面设计是一种关键性存在,其不仅让原本单一的艺术形式变得丰富立体,增强了平面设计的多样化、艺术化效果,还凭借自身的优势给当前的平面设计指明了发展方向与融合路径,给平面设计作品的创新提供了动力,这一点值得肯定,也有必要在今后的设计实践中大力践行。

关键词: 发展需求; 信息传递; 感知空间

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)04-0419-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.04.052

Analysis on the Influence and Application of Tactile Sensation in Graphic Design

LI Xiao-xiong

(Inner Mongola Technical College of Construction, Huhhot 010070, China)

ABSTRACT: This paper is to explore ways to strengthen and highlight the tactile sensation in the development of graphic design. Combining with the current realistic development demand in the field of graphic design and its importance for information transmission, we take tactile sensation as a breakthrough to focus on and cater to the psychology and emotion of the audience, and derive the influence of tactile sensation in enhancing the publicity effect of the graphic design, perfecting design materials and strengthening emotional experience, etc., and starting from the advantages of these three aspects, combined with the innovation and breakthrough of material, texture and interactive capabilities to explore the artistic application of tactile elements in book binding design, packaging design and so on. Tactile elements are a key element in graphic design. Not only do they make the original single art form become rich and three-dimensional, strengthen the diversification of the graphic design and artistic effect, but also show the development direction and integration path for the current graphic design with its own advantages, and give impetus to the innovation of graphic design works, which is worthy of recognition and necessary to be vigorously practiced in the future design practice.

KEY WORDS: development demand; information transmission; sense of space

事物的色彩、形状、质感等特征全有赖于感官的参与才能被人更好地认知。今天,感官体验已经不再仅限于自身,而是融入了人们获取信息的各个途径,实现了更大范围、更多方面的实践与升华。以触觉为例,其在很多的领域发挥着重要作用,平面设计领域尤其突出^[1]。这是因为借助触觉进行设计的平面设计作品不仅能够将所要传达的信息进行更好地表达,还

能够上升到情感层面,与人的精神达成共鸣,受到了设计师和受众的认可与喜爱。如果说曾经的平面设计多以视觉要素为中心,那么未来的平面设计将有着更加广泛的应用方向^[2]。触觉设计思维的融入就是其中之一,它从外在到内在、从形式到内涵,给平面设计带来了更加新颖且深刻的艺术体验效果,满足了设计师的设计需求和大众的审美需要。

收稿日期: 2021-09-10

作者简介: 李肖雄(1980—),男,内蒙古人,硕士,内蒙古建筑职业技术学院讲师,主要研究方向为美术学。

1 触觉对平面设计的影响

进入 21 世纪,触觉逐渐成为设计的新思潮,尤其在平面设计领域,触觉元素的使用已经成为一种潮流^[3],其不仅在外在层面上满足着受众的需求,还在实际的材质和肌理等层面升华着设计的艺术效果,推动了设计材料、文化内涵的更新与升华,也突出了宣传效果和情感交流效果。

1.1 实现信息传递,强化宣传效果

触觉元素在平面设计中的应用大大拓宽了平面设计的领域,实现了信息传递功能,也强化了宣传效果^[4]。这好比一个有着大量文字介绍的平面设计作品和一个有着精练符号与真实触感体验的平面设计作品,人们大多喜欢后者,其原因就在于通过触觉感知,人们可以更好地感受设计作品的物理特性,从材质、温度等方面与视觉相结合,促成作品与受众之间的沟通。

1.2 体现文化特点,促进情感交流

将触觉元素符号融入平面设计中能够在一定程度上实现对文化的传播^[5],这种文化传播可以是地域性的文化符号的展示,如地域性材料和色彩的搭配所产生的独特肌理效果,如此既可以让作品中的文化内涵得到展现,又可以吸引更多的人去了解地域特色文化,在实际的触感体验下实现文化的宣传与情感的交流。

1.3 提供更多素材,促进设计创新

在现代平面设计中,每一个平面设计作品都有其自身独特的美感^[6]。从这一层面看,触觉元素的应用必要性更加突出,它可以为设计师提供更多的创新素材,而设计师也可以结合材料的纹理特征进行设计与改造,甚至创新,让作品在拥有原有纹理特点的特质同时与其他作品形成一定的区别,如此便能极大地提高平面设计的设计独特性,打破传统平面设计中的局限性,实现设计效果的提升。

2 触觉在平面设计中的实践路径

平面设计与触觉的关系是帮助受众从材质、肌理以及功能等方面进行更好地体验与感受,这意味着触觉在平面设计中是一种重要的存在元素,其不仅帮助平面设计作品实现了艺术设计效果的最优化,同时反映出人类文明的进步^[7]。下面主要围绕材质、肌理和交互功能的实际应用与实现展开分析。

2.1 材质选择

作为仅次于视觉的一种感官,触觉对人们认识事物和升华情感有着重要的促进作用,尤其是在触觉元素与当前平面设计领域的融合中,其作用和意义更是

不容小觑。在书籍设计领域,随着当前各种印刷技术的进步,书籍设计的材质也越来越多,除了最为普遍的纸质,还有了布料、金属、化纤、丝织品等,且不同的材质总是能够给人一种独特的使用感受,如丝绸的流畅、金属材质的厚重以及不透明的纸张的安全感等^[8]。可以说,书籍作为一种文字载体,在传播知识的同时还能够借助触感的体验带给读者更好的使用感受。除了色彩、文字、图形等视觉元素的参与,借助材质所实现的触感体验同样值得借鉴和应用。这一点在儿童书籍设计中十分突出。究其原因,儿童书籍一直以来就拥有大胆夸张的色彩、生动活泼的文字以及造型独特的图形等视觉元素,而不同的材质又凭借自身的特点给儿童阅读带来了独特的体验。鉴于此,在实际的书籍设计中,设计师可以尝试将某种特殊的材质和独特的工艺进行书籍的创新^[9]。比如,一本与小猫成长有关的儿童故事书的设计就是从材料方面进行触感的激发的。书中的小猫采用立体的形式,配合布料进行设计,小朋友在阅读时还可以试着将自己的两根手指伸入用布料所做的猫耳朵中,这样一来,小朋友一边阅读一边在不知不觉中融入故事情节,仿佛自己成了那只小猫,在不同的场景中开始了自己的历险之旅,阅读兴趣也能在不知不觉中得到增强。

在包装设计中材质的应用也进一步强化了触感的体验,让这个快节奏的生活现实拥有了不一样的存在,尤其是将那些天然的材料加入包装设计后,能够以自身的绿色环保、质朴无华提升包装产品的附加值,给消费者眼前一亮的感觉,而且这种材质的使用恰恰是可持续发展理念的实践^[10]。麻质材料就在纸质材料的基础上实现了更好的情感升华,它拥有触觉上的优势,能够在粗糙的现实特点中兼顾透气性,其在酒类包装设计中有着很好的应用前景,能够让酒类的包装更加具有独特性和触觉体验,让消费者从中感受到粮食谷物的天然和酒的香气,从而快速吸引并接受,引发购买欲望。日本清酒的包装设计就采用了麻质材料,值得一提的是,麻材料的应用还可以进行效果升华,即在原基础上辅助一种手工编织,如此既起到了很好的装饰作用,还凭借更加独特真实的触感带给消费者一种真实感和亲近感,迅速拉近了酒品与消费者的距离。

2.2 肌理塑造

制造不同的肌理是提高平面设计作品视觉效果和触感体验的良好选择。这是因为人的视觉感受能够引发对肌理的联想,尤其实际的触摸更会带来独特的体验,虽然肌理本身是没有情感的,但在设计师的设计创新中成为了一种情感的传递工具^[11]。材料不同,肌理形式也不同,其多表现为粗糙、光滑、软硬等实际特点。这样的存在恰恰有利于搭建人、海报之间的情感沟通桥梁,在肌理所强化的情感作用下,使海报的艺术效果更加突出。一般在海报设计中,肌理材料

多借助图片处理软件进行简单加工,以此实现良好的设计效果。在此基础上,设计师还可以借助点、线、面的形式或者光线、比例、空间等元素对肌理所呈现的效果进行加持,从而使海报设计的效果更加完美。

另外,在包装设计中融入肌理也十分有效。比如,用特定的某种材料进行肌理模仿,以达到触觉和视觉的强化,并以此实现向消费者传递信息的目的^[12-16]。“美之源”果粒橙的包装就通过模拟肌理的手法创造出凸凹形状的果粒形状,不仅有效凸显了橙汁中的浓浓果粒,实现了口感的传递,还起到了很好的防滑作用,方便消费者饮用。更值得指出的是,这种凹凸不平的肌理在阳光的照射下还有着晶莹剔透的视觉效果,更加强了消费者的触感体验。

2.3 交互体验

互动体验是触觉区别于其他感官的一大方面,以触觉体验为导向,将平面设计作品与受众建立情感联系,让受众从中感受到一种美好和舒适,是当前触觉融入平面设计的一大实践方式。在包装设计领域,触觉设计便是以互动体验为出发点,在触觉体验的支持下增强生命力,让情感化、人性化、多元化的包装设计更好地服务消费者,以此唤醒消费者的消费情感^[17-18]。一款空气清新剂的概念包装设计十分富有创意,设计师采用橡胶材质设计出全新的瓶盖的造型,分别设计出柠檬、草莓、冰淇淋的外形,且在本身材质柔软细腻的基础上实现了更加形象生动的造型设计,拉近了产品与消费者的亲近感,也抓住了消费者的心。这种交互性设计在儿童书籍设计中也多有体现,那些从触感层面出发,在书籍设计中加入趣味化情节的做法,不仅增添了书籍的趣味性,还可以让儿童更易于接受信息,在交互式体验中体会到阅读的趣味。也正因为如此,在当前的儿童读物市场上,各种形式的图书广泛出现,并凭借着独特的触感体验与抓人眼球的视觉感受,带来了更大的效益,如布偶书、“床挂书”等,这些都是很有代表性的,能够借助触感体验引发儿童阅读,从而实现良好互动的形式。另外,还有的儿童读物被设计成相关的微缩模型,有潜艇、汽车、猫咪等,这些元素都可以实现交互体验,从而更好地刺激他们的大脑发育。

3 结语

在当前这个技术进步飞速的当下,触觉已经突破了以视觉为中心的设计局限,开始为平面设计领域拓展更加广泛的灵感和素材。事实上,触觉可以触动人们的某种情感,但其并不是简单就可以实现理想的设计目的和效果的,其想要在平面设计中发挥灵感和创造力,还有赖于设计师拓宽视野,对设计思路与设计手法进行科学审视,从而准确把握平面设计中那些容易被感知的触觉元素,以此增强平面设计作品的亲近

感,打动人们的内心,实现更加理想的设计效果。因此,在未来的设计实践中,触觉元素的应用并不是盲目随意的,而是建立在合理的设计思路和设计手法,以及实际设计需求基础上的,是一种融合与创新。本文的写作目的也是为广大设计师提供更多的理论基础和实践经验,促进两者的和谐共生,同时促进平面设计的长远发展。

参考文献:

- [1] 王斯妮,郭春方.触觉在平面设计中的作用[J].现代装饰(理论),2012(7):120.
WANG Si-ni, GUO Chun-fang. The Role of Touch in Graphic Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2012(7): 120.
- [2] 盛键.肌理元素在现代平面设计中的运用研究[J].中国包装工业,2015(2):43.
SHENG Jian. Research on the Application of Texture Elements in Modern Graphic Design[J]. China Packaging Industry, 2015(2): 43.
- [3] 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.
- [4] 彭璐琼.浅谈色彩肌理在平面视觉设计中的应用分析[J].大众文艺,2019(5):79.
PENG Lu-qiong. On the Application and Analysis of Color Texture in Graphic Visual Design[J]. Popular Literature and Art, 2019(5): 79.
- [5] 王唯茵.视触觉在包装仿生设计中的导入[J].美术大观,2013(6):122-123.
WANG Wei-yin. The Introduction of Visual and Tactile Sensation in Packaging Bionic Design[J]. Grand View of Fine Arts, 2013(6): 122-123.
- [6] 刘佳莹.视触觉在食品包装设计中的应用研究[D].武汉:湖北工业大学,2019.
LIU Jia-ying. Application Research of Visual Touch in Food Packaging Design[D]. Wuhan: Hubei University of Technology, 2019.
- [7] 张佩颖.浅谈视触觉在现代包装设计中的应用[J].文艺生活旬刊,2013(3):66.
ZHANG Pei-ying. On the Application of Visual and Tactile Sensation in Modern Packaging Design[J]. Literary Life Xunkan, 2013(3): 66.
- [8] 许兵.触觉在书籍设计中的应用[J].电子设计技术,2013(11):44-45.
XU Bing. The Application of Touch in Book Design[J]. Electronic Design Technology, 2013(11): 44-45.
- [9] 丁雯.探究书籍的触觉设计[D].上海:上海师范大学,2012.
DING Wen. Exploring the Tactile Design of Books[D]. Shanghai: Shanghai Normal University, 2012.

- [10] 张路娟, 游天保, 肖迪, 等. 触觉引导性在包装设计中表现形式的研究[J]. 设计, 2020(5): 28-29.
ZHANG Lu-juan, YOU Tian-bao, XIAO Di, et al. Research on the Expression of Tactile Guidance in Packaging Design[J]. Design, 2020(5): 28-29.
- [11] 赵蓉. 浅谈平面设计中的触觉体验[J]. 戏剧之家, 2019, 302(2): 139-140.
ZHAO Rong. On the Tactile Experience in Graphic Design[J]. House of Drama, 2019, 302(2): 139-140.
- [12] 刘丽敏. 印刷工艺在平面设计中的应用研究[J]. 文教资料, 2014(25): 48-49.
LIU Li-min. Research on the Application of Printing Technology in Graphic Design[J]. Culture and Education Data, 2014(25): 48-49.
- [13] 张媿媿. 肌理元素在平面设计中的运用探析[J]. 现代装饰(理论), 2016(7): 94-95.
ZHANG Ti-ti. Analysis of the Application of Texture Elements in Graphic Design[J]. Modern Decoration (Theory), 2016(7): 94-95.
- [14] 李双忠, 吴明华. 双面数码活性印花工艺[J]. 现代纺织技术, 2020, 28(6): 92-95.
LI Shuang-zhong, WU Ming-hua. Double-sided Digital Active Printing Process[J]. Modern Textile Technology, 2020, 28(6): 92-95.
- [15] 蔡彦, 杨允出, 钱江瑞. 基于结构参数的机织物等效热导率数学建模[J]. 现代纺织技术, 2021, 29(2): 43-49.
CAI Yan, YANG Yun-chu, QIAN Jiang-rui. Mathematical Modeling of Equivalent Thermal Conductivity of Woven Fabrics Based on Structural Parameters[J]. Modern Textile Technology, 2021, 29(2): 43-49.
- [16] 赵沉沉, 赵连英, 顾学锋. 染色棉纤维进行柔软整理后的性能研究[J]. 现代纺织技术, 2020, 28(4): 84-88.
ZHAO Chenchen, ZHAO Lian-ying, GU Xue-feng. Study on the Performance of Dyed Cotton Fiber after Soft Finishing[J]. Modern Textile Technology, 2020, 28(4): 84-88.
- [17] 张迪婧, 侯增选, 黄磊, 等. 融合用户满意度的产品需求配置方法研究[J]. 图学学报, 2020, 41(4): 649-657.
ZHANG Di-xuan, HOU Zeng-xuan, HUANG Lei, et al. Study on the Configuration Method of Product Demand that Integrates User Satisfaction[J]. Journal of Graphic Sciences, 2020, 41(4): 649-657.
- [18] 贺雪梅, 曹廷蕾, 宋宁, 等. 基于用户需求细分的产品形态群化设计[J]. 图学学报, 2017, 38(5): 689-694.
HE Xue-mei, CAO Ting-lei, SONG Ning, etc. Group Design of Product Form Based on User Demand Segmentation[J]. Journal of Graphic Sciences, 2017, 38(5): 689-694.

(上接第 382 页)

- [10] 荣跃明, 包亚明. 上海文化消费调查报告[M]. 上海: 上海人民出版社, 2020.
RONG Yue-ming, BAO Ya-ming. Report on Shanghai Cultural Consumption Survey[M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2020.
- [11] 解春风. 地域文化元素在文创产品设计中的应用[J]. 包装工程, 2020, 41(8): 313-316.
XIE Chun-feng. Application of Regional Cultural Elements in Cultural and Creative Product Design[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(8): 313-316.
- [12] 郭晓燕, 高锐涛, 汪隼. 商品包装的情感化设计研究[J]. 包装工程, 2016, 37(2): 38-43.
GUO Xiao-yan, GAO Rui-tao, WANG Juan. Research on Emotional Design of Commodity Packaging [J]. Packaging Engineering, 2016, 37(2): 38-43.
- [13] 杜维明. 全球化与上海价值[J]. 史林, 2004(2): 73.
DU Wei-ming. Globalization and the Value of Shanghai[J]. Shilin, 2004(2): 73.
- [14] 韩欣悦. 从行为经济学视角看盲盒经济之谜[J]. 商讯, 2019(27): 117-118.
HAN Xin-yue. The Puzzle of Blind Box Economy from the Perspective of Behavioral Economics[J]. Shang Xun, 2019(27): 117-118.
- [15] 葛畅. 文创产品设计过程中的需求分析及转化[J]. 装饰, 2018(2): 142-143.
GE Chang. Demand Analysis and Transformation in the Process of Cultural and Creative Product Design[J]. Zhuangshi, 2018(2): 142-143.
- [16] 王伟伟, 宋贞贞, 李培. 文创类图形中的相似意象设计因子可拓重构方法[J]. 图学学报, 2020, 41(6): 1024-1030.
WANG Wei-wei, SONG Zhen-zhen, LI Pei. Similar Image Design Factors in Literary Graphics can be Expanded and Reconstructed[J]. Journal of Graphic Sciences, 2020, 41(6): 1024-1030.