

【视觉传达设计】

文字符号在视觉传达设计中的双重构建

陈小琴, 朱永明

(苏州科技大学 传媒与视觉艺术学院, 苏州 215009)

摘要: **目的** 分析文字在视觉传达设计中形意构建的双重性问题。**方法** 以文字设计应用为线索, 通过设计实践的符号学分析, 从语义与形式两个层面进行文字内在属性、结构与功能的探讨。**结论** 文字在视觉信息构建与媒体传播中具有语言和图形表达的双重身份, 这是由文字语言符号形式与语义的双重属性决定的, 同时也是语言性文字透过图形化视觉表现的必然结果。这决定了文字在视觉信息传播中形意共生的基本结构, 并呈现出语言的文字与艺术的图像之间的共生关系。它既可以是传播本体的语言表述方式, 也担负着喻体象征的视觉艺术功能, 极大地拓展了视觉传达设计的创造空间与可能。

关键词: 文字; 图像; 符号; 视觉传达设计; 图形语言; 艺术

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)18-0050-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.18.012

Dual Construction of Text Symbols in Visual Communication Design

CHEN Xiao-qin, ZHU Yong-ming

(School of Media and Visual Arts, Suzhou University of Science and Technology, Suzhou 215009, China)

ABSTRACT: The work aims to analyze the duality of text construction in visual communication design. With the design application of texts as a clue, through the semiotic analysis of design practice, the intrinsic attributes, structure and function of texts were discussed from the semantics and form. The text had the dual identity of language and graphic expression in visual information construction and media communication. On the one hand, it is determined by the dual attribute of symbolic form and semantics of the text language, and it is also the inevitable result of the graphical visual expression of the linguistic text. This determines the basic structure of the text in the visual information dissemination, and presents the symbiotic relationship between the texts of language and the image of art. It can be the language expression of dissemination ontology, and also bears the visual art function symbolized by the vehicle, greatly expanding the creation space and possibility of visual communication design.

KEY WORDS: text; image; symbol; visual communication design; graphic language; art

每天, 人们都会接触大量的视觉媒体信息, 但综其本质不外乎图像与文字符号两大类型。文字是介于语言与图像之间极为独特的符号介质, 它的语言标注功能与图形化的艺术形态犹如天作之合, 巧妙地融和在一起, 并在双重构建效应下, 产生独特而卓越的沟通表达能力, 与图像一起相互辉映, 相得益彰, 构成视觉传达设计的核心组成部分。

1 文字符号的双重属性

文字作为记录人类认知思维与言语表意的视觉

符号系统, 在数千年的演变发展中, 已经兼具了表音与表意的两大功能, 音、形、义3位一体, 架构了具有高度抽象性的逻辑话语体系。文字因其言语的注音功能具有语言表达的强大能量, 同时因为视觉的形式呈现与感知, 所以也具有图形表意的审美价值。文字的话语体系与图形意味见图1。

1.1 语言性的符号内容

人是符号的动物, 亦即能利用符号去创造文化的动物^[1]。无论媒体如何变化, 文字符号的语义属性决定了其不管通过什么物质形式承载都是为了实现意

收稿日期: 2018-03-21

作者简介: 陈小琴(1993—), 女, 陕西人, 苏州科技大学传媒与视觉艺术学院硕士生, 主攻艺术设计。

通信作者: 朱永明(1968—), 男, 安徽人, 硕士, 苏州科技大学教授, 主要研究方向为视觉传达设计。



图 1 文字的话语体系与图形意味

Fig.1 Words of the discourse system and graphics means

义的传送。瑞士语言学家索绪尔认为，语言是由“言语”和“文字”共同组成。语言是指人类代代传习和沿用的语言系统，包括语法、句法和词汇，语言还包括社会的法典、规范、标准等各种约定俗成的方面。言语则是特定情况下个人说话的个别行为，包括说话者可能说的或是理解的全部内容，而言语和文字一起共同发挥作用反映语言本身^[2]。

文字与言语的根本差异在于其视觉性的识读方式，但其音义合一的语言本质与言语是共通的，因此，文字在视觉传达设计中的核心意义首先表现在语言性的功用上，是对图像系统的重要辅助和补充。即使是装饰性、形象性的图形文字表达，也是基于文字的语言特性，结合文字的语义优势展开的。

1.2 视觉性的符号形式

因为文字的视觉符号样态，所以决定了其必须通过视觉载体与表现技术才可能得以呈现，这既属于形式的层面又有技术的基本要求。对于符号化的视觉设计而言，文字的任何一种形式的展现都是语言内容的明确表达，也具有图形的意涵。人对视觉对象所产生的特定情感与认知，首先要借助形式来获得。

正如赵宪章先生所指出的，语言与图像是人类符

号的两翼，同源共存，对立统一，缺一不可^[3]。人类早期文字的发明，主要借助于视觉的符号形式将外在可见世界与声音语言连接。中国汉字的发展就是在音义同体的同时从拟物象形逐渐抽象和简化而来。在欧洲，尽管文字的发展早在古希腊时期就已经脱离形象的规则转向字母表音，但并没有因此影响其成为视觉传播中重要的图式符号。文字的物质形式既包括载体的媒介物，也包括工具技术造就的视觉符号造型。通过字体笔画和结构的新构成设计，或是以文字书写为基础，进行添加、同构的装饰与形象化表现，都是典型的物化的视觉符号形式^[4]。

显然，文字不是形象与意义分离的二元对立关系而是形意相生的统一体，从符号学视角来阐释，就是符号语义与符号形式相互依存的双重属性。没有情感与意义承载的形式是没有生命、没有文化和传播价值的空洞躯壳；同样，没有形式的载体，内容无所依托，没有形式审美与语境提升，仅有孤立的内容也只能是枯燥贫乏的信息记录。

2 形意相生的基本结构

文字语言的使用是视觉传达设计的基本模式与策略，在构造上具有物质与精神共生的结构关系。文字在其中不仅可以注音明义，还拓展了图形形意的话语艺术功能。这种文图合体的双重身份，可以在语义的互补中强化意义的效果^[5]。

2.1 设计本体的语言表述方式

由于图形在时间性与逻辑性的表述上存在局限性，所以往往需要具有更明确语义和抽象概念表达力的文字信息弥补不足，才能更好传递传播者的思想与意图，因此，文字担负了辅助与揭示设计本体的重要职责。特别是涉及抽象的情感、概念与思想，是直观性、经验性图形难以有效呈现的时候，文字就成为不可或缺的设计内容。这也是绝大多数视觉应用设计必然包含文字信息的根本原因。

随着现代媒体传播与设计策划的快速发展，因应消费群体细化与攻心策略的需求，设计传播的目标与观念更加趋向创意的表达方式，所揭示的视觉概念会避免单纯的外在展现，视觉传达中的诉求“本体”往往不会直接指向自身的外在形象，而是特指其某一方面的典型属性或特征，强化诉求对象独特的功能或情感倾向，这是传播者着力传递的信息卖点与核心概念。不论是 USP 独特的商品功能，还是事关社会、文化与情感的深层观念思想，趋于感性的抽象的表意方式，往往采取图形的符号隐喻象征和抽象的文字概念相结合的策略，文字的语言形态成为本体诉求的重要手段。例如包装、展示中的品牌命名与概念，广告文案、品牌推广理念的语词，产品、服务信息等，都可以通过文字语言性的有效辅助，甚至主体地揭示传达

目标和意图,成为宣传对象与中心主题的重要指引。包装作品中文字的作用见图2。



图2 包装作品中文字的作用
Fig.2 The role of the text in the packaging works

2.2 图形象征的语言性喻体

视觉传达虽然是以视觉图像为主导的艺术创意设计,但文字创意同样有着不可或缺的重要意义^[6]。因为文字可以通过标题、随文或者图形化相结合的方式实现图形难以表达的创造意涵,所以文字在传播设计作品中还扮演了视觉喻体的重要角色。这首先体现在视觉文本中文字的字体、字号、色彩及版面编排的构成审美上。不论是字体笔画结构的再造设计、图形元素与文字的同构,还是文字的层次化版面编排,这些文字的视觉形态的艺术化设计,本质都是对文字意涵的修饰与升华,具有情态的、语义的修辞价值,对信息的传播效果有重要的提升作用。更为重要的是,文字还能当担起喻体的创意功能。例如,宣传招贴中的文案,往往都是经过精心的构思与创想,或者直接作为喻体,或者与图形一起构成创意概念的组合;还有广告、包装、展示中的主题文字插图,能够以绝妙的文图同构与想象构建起喻体的隐喻象征^[7]。文字作为语言性喻体见图3。

3 视觉传播的“语言”艺术

正是因为文字独特的“语言”能力,所以其在视觉传达中也就拥有了独特且不可替代的重要价值。文字不仅具有语音标注的基本语言功能,同时也具有视觉性图形的典型特性,这种形与意共生互补的功能为视觉传达设计表达提供了更多创意空间与可能。

3.1 文字的图形化

文字的图形化涉及文字体系化前后字形与结构的创造方法和造型表现,镌刻、书写、印刷、工艺与



图3 文字作为语言性喻体
Fig.3 Text as a linguistic body

现代传播设计等都涵盖其中。

文字图形化具体体现在两个层面。第一个层面是文字本体所具有的寓意象形、形意相生的造字法则。这主要存在于汉字符号体系中,欧美国家的字母文字因为早期注音化转向,已经切断了相关历史渊源。汉字本体形态的“图形”价值可以从汉字生成与发展的历史演变来考察。由于汉文字的结构主要是以模拟自然物象的经验逻辑建立起来的,所以汉字本身就是高度简约化、认知性的表意形态。随着由繁入简的线性、抽象性的规则演变,不仅主体地保留着这一典型特征,还出现大量依据视觉经验逻辑形成的形声转义、假借与转注文字,有效强化了文字抽象表意与逻辑关联能力,也成为文字视觉创意的重要源泉。第二个层面是通过线性本体的意象化、形象性、装饰化表现实现功能化、审美化的社会传播。这已经属于艺术与设计的范畴,并普遍存在于所有文字体系的应用实践中。从汉文字到西文字母,至少数千年来线性笔画与结构姿势,就是视觉“图”像的显性特征,包括字型、字号、色彩、装饰形式及在图式中的空间样态等。它透过姿态万千的笔意构造与审美创造,使“文”化的意象与视觉的意涵统一在更高的精神文化层面。汉字的“书法”,中西文中印刷文字、新字体设计都是其卓越成就的典型例证^[8]。文字图形化的意味形式见图4。

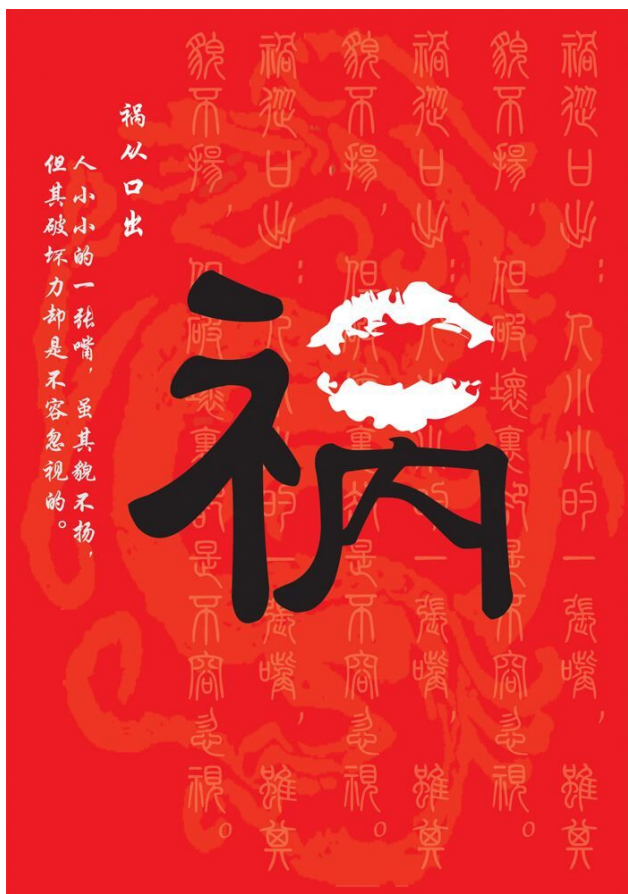


图 4 文字图形化的意味形式
Fig.4 Text graphical form of meaning

文字的图形化还包括文字的装饰与形象化设计构成，是通过形象性元素、装饰性图纹与文字的同构来实现的，因为形象与装饰的图像元素导入，形式更具新颖独特的感染力。另外，在中国传统认知中，图像并不局限于形象、装饰的图画，图示、图表的图文编排形态也被涵盖在“图”的范畴，甚至完全是文字的构成。这正应合了颜延之所言图理、图识、图形的划分^[9]，也同样契合今天的图式观念，可以通过符合主题要求的版面编排，呈现生动优美的视觉效果，在有限的空间里，强化图文信息视觉层次与表现力。

3.2 创“意”的图式

所谓创“意”，并非仅是形式的创新，在视觉传达设计中更是视觉概念的艺术表达，是具有创新意义的视觉表述方式。通常，文字在设计中的创意途径主要集中在以文辅图、以图辅文与文字图形 3 个层面，图文相互补充、共谋构境，成为不可分割的整体，也构成本体与喻体关系中创意喻体的重要组成部分。

以文辅图，是以图形为主，文字为辅，在视觉传达设计中占据的比重最大。文字在设计中起到辅助图形与明确设计诉求的作用，包括标题、品名与随文等内容。当然，标题的文字往往是精心设计的，也会隐含诉求概念与创意点。

以图辅文，是一种以文字为主导的主宾结构关系，图形只是起到辅助作用的插图与装饰，文字的创意与概念成为作品的焦点。例如一则颇有影响的公益广告，就是以黑板上手写的“如果没有老师，你就看不懂这句话”文案作为核心卖点。在包装与展示设计中，以文字概念为核心的创意图式更是比比皆是。

文字图形创意包括文字基础字体上的进一步装饰、美化，以及形象性元素与文字的同构设计，主要通过图像符号与文字内涵的关联，生动地隐喻传播对象的独特意涵。因为文字图形内部结构是由形式与语义元素共同构造而成，使大家可以把不同时空中的“思想的对象同另外的事物建立类似点，造成另外的事物来比拟该思想的对象”^[10]，并在同一个意义层次与维度，根据对象特征与属性上的相似性比较，由此推出被类比对象所具有的相似性因素的结论，这种事物关系的类比、隐喻，是人类智性发展的重要标志，可以构建起关联、类比的视觉修辞形态，形成整体的视觉语境下表意本体与象征喻体之间的修辞关系，已经成为文字图形创意的重要领地。

今天，随着新媒体技术的发展，技术性因素对文字设计的影响越来越深刻。文字在人机、网页界面中数字化技术要求越来越高，影像、动画等动态文字的普遍使用，涉及的帧画面的运动状态、空间层次等叙述结构的形式要素，尤其是因为时间流的介入，以及空间转换的形态，赋予文字艺术创造更为广阔的表现舞台。

4 结语

文字符号的双重构建效应，在视觉传达设计中发挥了极为关键和重要的作用，这是文字语言独有的属性、结构与功能使然。它深刻影响与左右了视觉传达设计文本模式与艺术形态，也决定了视觉创意设计的可能策略与方法。如何充分把握与发挥文字在视觉传达设计中的双重价值与作用，更好推进视觉传达设计领域与效能，这是值得视觉传达设计工作者高度重视的重要课题。

参考文献：

- [1] 朱永明. 视觉语言探析——符号化的图形与意义[M]. 南京: 南京出版社, 2011.
ZHU Yong-ming. Visual Language Analysis: Symbolic Graphics and Significance[M]. Nanjing: Nanjing Publishing House, 2011.
- [2] 朱永明, 钟健. 传统汉字图形艺术[M]. 南京: 南京大学出版社, 2015.
ZHU Yong-ming, ZHONG Jian. Traditional Chinese Graphic Art[M]. Nanjing: Nanjing University Press, 2015.

- [3] 苏珊·朗格. 艺术问题[M]. 南京: 南京出版社, 2006.
SUSAN L. Art[M]. Nanjing: Nanjing Publishing House, 2006.
- [4] 恩斯特·卡西尔. 人论[M]. 北京: 西苑出版社, 2003.
ERNST C. Human Theory[M]. Beijing: Xiyuan Publishing House, 2003.
- [5] 朱永明. 信息化图像时代的视觉编码与修辞[J]. 包装工程, 2010, 31(8): 195—197.
ZHU Yong-ming. Video Coding And Rhetoric in Information Age[J]. Packaging Engineering, 2010(8): 195—197.
- [6] 索绪尔. 普通语言学教程[M]. 北京: 商务印书馆, 1980.
SAUSSURE. General Linguistics Course[M]. Beijing: Commercial Press, 1980.
- [7] 上海书画出版社. 历代书法论文选[M]. 上海: 上海书画出版社, 1979.
Shanghai Calligraphy and Painting Publishing House. Shanghai Painting and Calligraphy Publishing House [C]. Shanghai: Shanghai Calligraphy and Painting Publishing House, 1979.
- [8] 赵宪章. 文学和图形关系研究中的若干问题[J]. 江海学刊, 2010(1): 183—191.
ZHAO Xian-zhang. Study on Some Problems in the Study of the Relationship between Literature and Graphics [J]. Jianghai School, 2010 (1): 183—191.
- [9] 张彦远. 历代名画记[M]. 杭州: 浙江人民美术出版, 2011.
ZHANG Yan-yuan. History of ancient paintings[M]. Hangzhou: Zhejiang People's Fine Arts Publishing House, 2011.
- [10] 杨琳. “延伸”段子: 语言与图像之狂欢[J]. 武汉理工大学学报, 2016, 29(2): 278—282.
YANG Lin. "Extension" Paragraph: The Carnival of Language and Image[J]. Journal of Wuhan University of Technology, 2016, 29 (2): 278—282.