

触觉设计在平面设计中的应用研究

韩佩妘

(重庆大学城市科技学院, 重庆 402167)

摘要: **目的** 探究触觉设计在平面设计中的应用方向及策略。**方法** 从触觉设计的产生背景着手, 结合触觉与平面设计的关系, 指出其在平面设计中丰富形式语言、满足审美需求、提升心理享受等方面的具体作用及相关注意事项, 进而分别从书籍装帧设计和包装设计两个方面, 分析触觉在平面设计中的表现及应用, 并对每一方面的应用进行了细化与举例, 深入探讨不同层面、不同方式的设计实践, 最后总结触觉与平面设计结合的整体价值及发展路径。**结论** 将触觉设计融入到平面设计中, 可以赋予平面设计多样的形式和多维的感官效果, 从而打破平面设计的传统形式, 丰富平面设计的表现手法, 大大提升平面设计的魅力, 并为其获得更加长远的发展提供支持。

关键词: 触觉设计; 平面设计; 表现

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)08-0273-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.08.044

Application of Tactile Design in Graphic Design

HAN Pei-yun

(College of Urban Science and Technology, Chongqing University, Chongqing 402167, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the application direction and strategy of tactile design in graphic design. From the creation background of tactile design, combined with the relationship between tactile and plane design, it was pointed out that it enriched the form language in graphic design, satisfied the aesthetic needs, promoted the specific role of psychological enjoyment and related matters needing attention. Then tactile performance and application in graphic design was analyzed respectively from book binding design and packaging design. Each application was elaborated with examples to discuss design practice from different levels and modes in depth. Finally, the overall value and development direction of combining the sense of touch and graphic design were summarized. Integration of tactile design into graphic design can give a variety of graphic design form and multidimensional sensory effect, break the traditional form of graphic design, graphic design rich expressional gimmick, greatly enhance the charm of graphic design, and provide support for long-term development.

KEY WORDS: tactile design; graphic design; performance

当前, 科学技术及数字印刷技术快速发展, 对平面设计产生了巨大冲击。最为明显的就是在平面设计中的空间运用上, 逐渐从二维空间向三维甚至四维的空间发展, 大大丰富了平面设计作品的形式, 充实了内容, 给受众带来了更加多样的感受方式^[1]。其中, 触觉设计的影响力最大。触觉元素在平面设计中的不断探索和尝试, 给平面设计注入了新鲜血液, 其综合了人体的眼睛、双手、大脑等一系列感觉器官, 并以

此为基础进行了信息的整合分析, 促成了设计作品多维度、多感官、多形式扩展的发展方向。但在实际的应用过程中, 由于一些因素的现实存在, 在一定程度上阻碍了触觉元素与平面设计的融合, 从而使得在很长的一段时期, 能够应用触觉元素, 实现触觉化平面设计的领域较为局限, 无法获得更大意义上的价值提升, 所以对触觉设计在平面设计中的应用进行分析, 探讨其在平面设计中的发展前景和应用方法, 成为当

收稿日期: 2018-12-31

作者简介: 韩佩妘(1982—), 女, 重庆人, 硕士, 重庆大学城市科技学院讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

下平面设计师的普遍追求与探索的重要内容。

1 触觉设计与平面设计的关系

所谓触觉,便是人们所说的五感之一,是表皮的游离神经末梢对外界事物刺激的一种接收和反应。通俗来讲,触觉是对审美、情感和视觉的反应。在现实生活中,触觉可以结合设计媒介材质质感的各种感觉,如天然材料或人工材料外表的纹理结构和排列,形成纵横交错、高低不平的纹理变化,从而给人带来软、硬、光滑、粗糙等不同的触觉感受^[2]。具体到平面设计领域,触觉同样有着积极作用。首先,丰富平面设计作品的形式语言。虽然与视觉相比,触觉的灵敏度稍弱,但是却能给人以细腻和微妙的感觉,其所带来的多元化的认知和细腻、微妙的心理感受,恰恰是对视觉感受的补充^[3]。在平面设计中应用触觉元素,能够丰富平面设计作品的形式语言,使原本简单、抽象的平面设计作品变得丰富起来,承载更多的信息。其次,满足人们更深层次的审美需求。触觉在平面设计的运用,能够给人带来不同的审美感受。通过触摸不同材料所做成的平面设计作品,或给人温馨舒适的体验,或产生浪漫典雅的感觉,从而使平面设计作品充满迷人的魅力。再次,带来超值的心理享受。触觉在平面设计中的作用越来越重要,充分利用触觉元素,不仅可以丰富平面设计作品的形式语言,满足人们更深层次的审美需求,还可以给人以超值的心理享受,为平面设计作品打下良好的感情基础。结合触觉设计这些突出的优势,在应用触觉元素进行平面设计时,必须考虑对比因素,借助不同的材质与光泽,赋予平面设计强大的冲击力和感染力。另外,还要充分考虑整体性,使材料的整体性与主题的整体性相协调,否则过于强调对比就会形成一种违和感。总之,要实现整体性和对比原则的统一,同时结合实际需求,灵活融入平面设计中,以获得最优化的设计效果。

2 触觉设计在平面设计中的应用

研究表明,长期经历过度的感官刺激,会让人产生视觉疲劳,进而不堪重负,一旦感觉超载,人们就会产生相反的生理和心理效果。在平面设计中,改变这一现象的方法便是在对受众群体进行充分了解的基础上,结合更多的技术与艺术编制成的信息符号、图形语言,促使平面设计从二维变为超平面的、立体的、拥有不同触感的创意形式。本文从书籍装帧设计、包装设计两方面入手,对这样一种全新的触觉化设计理念及形式进行深入探讨。

2.1 触觉设计在书籍装帧设计中的应用

对于书籍而言,虽然其最终目的是便于阅读,但是仅有简单的印刷和装订显然不能满足人们多样化

的需求,因此,书籍装帧设计便获得了人们的普遍重视。所谓书籍装帧设计,是书籍所需的材料与工艺的总和,是设计师借助感情与思想进行创作表现,把握和反映书籍内容的特殊方式。为了带给人们更多的阅读体验,在书籍装帧设计中,设计师逐渐开始了触觉元素的应用,希望借此赋予书籍以美观与真实的功能,带给读者以美的享受。首先,儿童书籍设计中的触觉体验。儿童类读物是开发儿童智力和早期教育的有效形式,其设计对触感有着较高的要求。其一,趣味性。研究表明,儿童在娱乐的同时更容易接受导入的信息,因此,在儿童读物的设计中,应选用多种材质的物体渗透进儿童书籍的设计中,再配合趣味性的情境,让儿童尽可能早地接触不同材质的物体。比如,在儿童书籍设计中有这样几种类型,即床挂书、布偶书,它们的整体设计就采用了针对不同事物特征所做成的微缩模型,诸如可以潜水的潜艇、可以奔驰的汽车等,这样的触感设计,有利于增强儿童认知世界、适应新事物的能力,同时刺激儿童的大脑发育。其二,交互性。在儿童书籍设计中,交互性与趣味性是一种统一的关系,除了依赖色彩、文字、图形和形态增强趣味性外,还要借助不同的材质和肌理,给读者带来不一样的交互式阅读体验,促使儿童在充满乐趣的状态下学习。比如,一本关于小猫成长的儿童读物,设计师在设计时大胆进行创意设计,用布料制作出书中的主人公小猫,儿童在进行阅读时,可以将自己的两只手指伸入布料制作的指套中,成为小猫的耳朵,如此,这些小读者便成了主人公小猫,而随着阅读的深入,他们的阅读兴趣会更加强烈,仿佛自己正在经历一场奇幻的历险之旅。其次,成人书籍设计中的触觉体验。与儿童书籍设计相同,成人书籍设计中同样需要一定的触觉元素,给读者带来美好的阅读体验。比如,曲闵民设计的《乐舞敦煌》一书,为了更好地展现敦煌研究所一位退休的老先生近几十年对敦煌壁画的临摹本,设计师在书中大量采用了不同颜色、种类的毛边纸,配合手撕拼贴的方式,形成了做旧的效果。同时,在内页的设计上,设计师将所有的画稿都设计成不同的残卷效果,呈现出强烈的年代感,表面上看很破旧,却有一种独特的美,将敦煌艺术的历史感和沧桑感淋漓尽致地表达了出来。吕敬人设计的《朱熹千字文》,在封套上使用了书法字帖的形式,将一千个字反着雕刻在桐树质地的木板上,既保持了文字的原汁原味,又突出了木雕印刷的效果,让人们在阅读时可以通过触摸体会中国印刷术的精妙^[4]。不只于此,在细节部分,设计师还采用了如意木扣合的书盒扣子,蒙肯纸的内页纸材,实现了从形态到材质的精致处理,让读者的阅读充满了趣味性。

2.2 触觉设计在包装设计中的应用

在包装设计中,触觉元素逐渐成为设计师关注的

焦点,以作为视觉的补充,达到引导消费者的情感^[5]。一般而言,触觉导入现代包装设计的手段主要有以下几种。其一,包装材料。材料是包装设计中触觉影响最大的因素,合适的包装材料,不仅能够向消费者传递出产品的信息,还能通过质地和肌理之美来彰显产品的某一特征,增进包装设计的情感化表达。其二,包装处理工艺。在包装设计中常常会涉及各种材料,但大多会在表面进行一定的装饰,以给人多变的触觉感受。比如,玻璃能够给人带来清澈、透明、光滑等触感感受,在此基础上,再根据玻璃材料的特征进行不同的表面处理,创造出不同的表面肌理,效果往往更好。其三,包装印刷工艺。在包装材料与工艺选择的基础上,还要进行印刷工艺的流程,或凸印,或凹印,或胶印,或丝网印,只要能够塑造出理想的触觉质感,能够促使消费者产生购买的欲望,便是成功的。比如,一些高档红酒的包装在材料的选择上,会将木材作为首选。这是因为木材有着细腻丰富的材料肌理语言,天然的纹理和色泽能够赋予产品古典、感性的美,这是直观的图形和文字所不能比拟的,其所形成的视觉和触觉两方面的感官刺激,能够将信息完整传达给受众,引发他们情感上的共鸣,具有很高的美学价值。另一种触觉表现,是通过将包装的产品材质肌理要素设计在产品的外包装上来实现的。比如,无印良品的系列果汁包装设计,就直接将水果的材质特征移植到包装上。该系列的香蕉汁包装就被设计师创意性地进行了肌理要素设计。在整个包装造型上,利用包装纸材将香蕉的真实表皮材质肌理刻画得惟妙惟肖,灵动地展现了产品的材质语言,给消费者带来了一种纯天然无添加的感受,这就是触觉元素的魅力所在。在礼品包装方面,触觉元素同样能够给包装设计增添亲和力。礼品的包装设计虽然属于平面设计,但是完全可以突破二维空间,在其上设计一些小饰品,或者粘贴一个毛茸茸的小尾巴。这样,当人们收到礼品时,便会不由地开始抚摸这些小饰品或者那条毛茸茸的小尾巴,在大脑中想象着礼品会是什么。在这一过程中,不同年龄段、不同社会阅历的人,能够产生不同的心理感受,无论好奇、欣喜,还是温暖、愉悦,抑或震惊,总之,这样一份独特的礼品包装设计,为礼品增添了浓浓的神秘感和亲和力。

3 结语

除书籍装帧设计与包装设计之外,平面设计的很多领域也开始广泛地尝试及推广触觉设计。这是因为在平面设计中渗透触觉设计是一种积极的沟通方式,

它能够受众的感受融入设计中,解除人们对于色彩和图案的审美疲劳,有效拓宽平面设计表现手法的自由度,增添平面设计的魅力。否则,一味地使用一成不变的传递方式,必然会引起受众对其信息与形象的视而不见,因此,在实际的设计过程中,设计师应将目光聚焦在能够引发受众独特触觉体验的材质、肌理或形式上,对传达模式进行更深入、更全面的研究,将人类情感需求的满足作为设计的初衷,在广阔的平面设计领域实现艺术的升华。有理由相信,在未来的平面设计领域,触觉设计的合理与创意应用,定能为平面设计带来更加丰富的表现形式与内容,能够给人们带来更加真实美好的触觉体验与心灵感受!

参考文献:

- [1] 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. Study on the Application of Tactile Design in Graphic Design[J]. Family of Drama, 2016(13): 154.
- [2] 耿凌艳. 平面设计中的触觉设计研究[J]. 艺术百家, 2014(4): 250—251.
GENG Ling-yan. Graphic Design in the Design of Tactile[J]. Art Hundred, 2014(4): 250—251.
- [3] 王艳歌. 探讨触觉在平面设计中的作用[J]. 现代装饰(理论), 2016(9): 91.
WANG Yan-ge. To Investigate the Role of Tactile Sensation in Graphic Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2016(9): 91.
- [4] 张林燕. 基于触觉表现的包装设计[J]. 中国包装工业, 2015(20): 88.
ZHANG Lin-yan. Packaging Design Based on Tactile Representation[J]. China Packaging Industry, 2015(20): 88.
- [5] 张佩颖. 浅谈视触觉在现代包装设计中的应用[J]. 文艺生活·文艺理论, 2013(3): 66.
ZHANG Pei-ying. On the Application of Visual Sense in Modern Packaging Design[J]. Literature and Art Life, Art and Literature Theory, 2013(3): 66.
- [6] 黄洪澜. 触觉在现代商品包装视觉传达设计中的积极作用[J]. 企业导报, 2010(2): 270.
HUANG Hong-lan. The Active Role of Tactile Sensation in the Design of Modern Commodity Packaging Visual Communication[J]. Enterprise Herald, 2010(2): 270.
- [7] 刘为龙, 陈旺, 夏国栋. 浅谈用户体验在网站设计中的体现[J]. 艺术科技, 2013(9): 69.
LIU Wei-long, CHEN Wang, XIA Guo-dong. The Embodiment of User Experience in Website Design[J]. Art and Technology, 2013(9): 69.