

【高校设计研讨】

图形创意在视觉传达设计中的运用策略

张放

(大连艺术学院, 大连 014030)

摘要: **目的** 探析视觉传达设计中的图形创意特点及其具体应用。**方法** 结合当前的时代背景,以视觉传达设计为支点,探讨图形创意在其中的几个突出特点,接着以此为基础深入分析图形创意在视觉传达设计中的平衡、借鉴、情感、联想等全新设计理念,最后再以具体的设计案例为指引,分别从其在标志设计、包装设计、平面广告设计等视觉传达设计领域的应用路径逐一分析,希望能够从中获得更多的对图形进行现代化设计与艺术处理的更多路径。**结论** 图形创意在视觉传达设计中的融合能够以更加直观甚至无声的语言形式消除受众之间的国别差异和观念差异,从而更加直接、有效和迅速地传播信息,不仅实现了自身的趣味性、创新性,而且还丰富了作品的内涵,加深了记忆,从而使图形创意的前途更加广阔。

关键词: 图形创意;视觉传达设计;情感化设计

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)02-0281-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.02.043

Application Strategy of Graphic Creativity in Visual Communication Design

ZHANG Fang

(Dalian Art College, Dalian 014030, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the graphic creativity in visual communication design and its specific application. Combined with the background of the current times, the visual communication design was taken as the supporting point to discuss the outstanding characteristics of graphic creativity. Then, on this basis, the balance, reference, emotion, association and other new design concepts of graphic creativity in visual communication design were analyzed deeply. Finally, specific design case was taken as the guidance to analyze the application paths in logo design, packaging design, graphic advertisement design and other visual communication design fields one by one, hoping to obtain more paths for modern design and artistic treatment of graphics. Fusion of graphic creativity in visual communication design can eliminate differences between nationalities and between audience and concept in the form of more intuitive and even silent language so as to spread information more directly, effectively and rapidly, not only realizing its own interest and innovation, but also enriching the connotation of the works, deepening the memory, and making the future of graphic creativity broader.

KEY WORDS: graphic creativity; visual communication design; emotional design

在现代通讯技术与传播技术迅猛发展的现实背景下,当今的人类社会正在逐步迈进信息时代。受此影响,图形的重要性逐渐显现出来。作为世界通用的一种形式,图形在信息时代不拘泥于一国一言,其强烈的视觉表达效果与信息传达浑然一体,不仅有着很强的趣味性,而且还有着更加丰富的内涵,使信息的表达更直观和简洁。从各领域艺术创作中对图形的具体应用来看,视觉传达相关的设计领域一直对图形情

有独钟,无论是标志设计、广告设计还是包装设计,只要是与视觉传达相关的方面总是不可避免地需要依赖和借助于图形元素^[1]。这就在一定程度上促进了设计者思维创意空间的开发,并促使其具备化平淡为神奇的能力,从而在设计的海洋中脱颖而出,达到传播的目的。那么,如何才能信息时代逐步实现图形创意的价值意义呢?广撒网,多捕鱼,不断拓展思维,以更多的创意创造出更加优秀的作品,这才是其

收稿日期: 2019-09-03

作者简介: 张放(1986—),女,辽宁人,硕士,大连艺术学院讲师,主要研究方向为视觉传达设计。

中的关键所在。

1 图形创意理论概述

作为一种传播信息的视觉形式,图形本身就是一种语言,是在特定思想意识支配下,借助艺术的形式将某一个或多个元素组合的一种蓄意刻画和表达形式,只是这种语言需要视觉的传达来完成^[2]。因为它不同于标记、标志与图案,而是一种经过精心策划创造出的一个特定意义的过程,旨在引发人们某一方面的情感共鸣。可以说,对于图形而言,其效果的好坏与和创造性、发散性思维方式是密不可分的^[3]。想要了解原本的信息内容,就必须对该信息中原本的信息内容进行分析,并做出正确的表达,如想象出事物的原形或原状,并赋予其一定的意义;想象出事物特定的意义(原意),并借助与之相关的其他形象进行另一层面的准确表达;想象出事物特定的限定意义及原型,有创意地进行更好的组织与整理,实现准确的把握与表达。越多的创意思维路线越能引发设计者的创意方面,不仅可以给视觉传达设计以更多的创意灵感,丰富选择性,而且还能带来更好的质量效果。

2 图形创意在视觉传达设计中的表现手法

图形创意作为一种拥有独创精神的思维活动,合理应用于视觉传达设计中可以起到良好的辅助作用,实现理想的设计效果。

2.1 讲究平衡

凡事过犹不及。图形创意虽然讲究创新和新奇,但并不意味着过奇过怪就是好的。如果超出一定的限度,不仅不会起到良好的信息传递的作用,而且还会造成视觉袭击,在色彩和形状等方面形成不协调的效果^[4]。鉴于此,在图形创意中总是需要一定的原则,找到平衡的点,然后恰如其分地运用对比,将图形的点、线、面、色等各要素进行合理安排,形成和谐的视觉效果,这样才能给受众带来一种视觉的享受,感受到图形创意的魅力。

2.2 善于借鉴

借鉴创意法讲究的是源于现实生活、源于经典^[5]。在生活层面,每一处都分布着图形,这些图形是设计师可以借鉴的,只要用心发现生活的美,从生活中借鉴图形,再借助独特的视角要将它们艺术化,就能获得良好的视觉效果。在经典层面,那些优秀的图形创意灵感是建立在众多优秀设计师的创作理念之上的,是一种精华的所在,从中进行适当借鉴,取长补短,可以帮助设计师更加完美地展现自己的创意。

2.3 渲染情感

在日常生活中,人们总是对刻板的事物提不起兴

趣,更不要说引发高层次的情感共鸣了。同理,在视觉传达设计中,情感表现如果过于呆板,不仅不会有效传递信息,而且不会在视觉上给受众带来刺激,因此,在图形创意中,设计师要适当进行情感渲染,必要时可以进行一定的艺术夸张,以此实现良好的视觉效果^[6]。

3 图形创意在视觉传达设计中的运用策略

图形创意在视觉传达设计中的运用十分广泛,也呈现出许多优秀的设计作品。但无论哪种形式,都需要设计师结合实际进行更加灵活、有效的创意设计。

3.1 标志设计中的图形创意

早在没有文字的原始社会,人们之间为了满足基本的交往需求创造了图形,以此作为标志来传递信息。及至当前,图形创意更是成了一种具有象征性的大众传播符号,凭借着精练的形象表达一定的含义,给视觉传达领域带来了全新的体验^[7]。在标志设计中,图形创意被应用得十分广泛且具有代表性,突出表现在具象型标志、抽象型标志、综合型标志、文字标志等具体方面。具象型标志设计有着直观、便于记忆、识别等特点,其中的图形创意方式多是以插图的形式出现,能够让受众直观地理解所要表达的事物及思想。抽象型标志设计主要是借助抽象事物来实现意念和感觉的表达,无论是利用几何中点、面、线组成的无机图形还是有机图形,其都有着鲜明、间接和易于复制等特点,观赏价值和艺术价值颇高^[8]。综合型标志设计主要借助于设计师对设计方法的提炼与积累,其天生有着诸多优点,可读性和可视性强是现代标志性设计中广泛应用的一种设计类型。文字标志设计主要通过文字图形化将图形赋予全新的含义,这给当前人们难以准确通过文字进行真实表现这一短板以解决的途径。由此可见,在标志设计中,图形创意的存在与发展至关重要。以苹果手机的标志设计为例,在设计时并没有过于追求完美化的视觉表达,而是进行了寓意的传递,尤其是它在设计师独特的思维模式下所呈现出来的不完美恰恰显示了它的特点。整体来看,苹果手机的标志设计是一个十分简单的水果,但在标志中的被咬过的那一口有着十分深厚的内涵。当人们拿起苹果手机时,就会不自觉地跟随其思路进行联想和引申,联想并分析科学家牛顿,而在这一过程中,苹果的标志设计逐渐让更多的人发现其科技性、人文性与效率性。可以说,这样的设计是一个很成功的标志图形设计。

3.2 包装设计中的图形创意

一个成功的创意图形,并不需要对受众进行提示,便能够轻松在视觉交流和解读时传递信息^[9],这一特点与包装设计的设计诉求十分相符。随着消费市场的不断变化,产品包装成为商品制作商重点关注的

部分,同时也成为消费者十分感兴趣的内容。在这一现实需求下,产品包装设计的重要性越来越突出,不仅是在产品与消费者之间提升亲和力的有效手段,而且还是产品在众多的同类产品中脱颖而出的关键环节。为了进一步提升包装设计的吸引力,实现这一理想的包装设计目标,设计师开始尝试从图形创意着手,利用图形更直接、有效地表达创意,进行信息传递,希望借此提升商品的吸引力,促进消费^[10]。从实际的图形创意方式看,包装设计中的图形元素主要包括装饰图形、具象图形和抽象图形3种。在具体的设计中,设计师除了对这些图形进行基本的设计改造外,还要遵循以下原则。其一,从个性化入手,以新奇的形式引发消费者的购买欲望,帮助产品脱颖而出;其二,从艺术性入手,图形创意的应用既是在表达商品的信息,更是在传达一种文化,进一步丰富艺术性可以使产品形成更加吸引人的文化特质;其三,从地域性入手,分别针对不同民族、不同地区以及不同国家的人们所不同的兴趣爱好、风俗习惯进行图形创意,使包装设计更加符合消费群体对象的喜好^[11]。比如,在Cider饮料包装设计中,设计师就进行了大胆的图形创意,将产品名Cider以竖排方式置于瓶体上,同时将首字母C放大变成一个微笑的嘴唇,将第二个字母i进行大胆改造成为两只眼睛,整体看上去,仿佛半眯着眼睛微笑的人脸。这样的图形创意在巧妙传递了产品名称及基本信息的同时,更进一步凸显了装饰美化的附加功能,给消费者带来一种美的体验,并由此成功激发出消费者的购买欲望,最终实现促销的目的。另外,在固体类的食品包装设计中,图形创意的应用范围及方式也十分广泛。有时简简单单地应用一些富有生活气息的、诗情画意的图形就能形成独特的效果,带给消费者以丰富的想象。比如,某品牌系列牛轧糖的包装盒设计就是一个突出的代表。设计师在设计中以凸显不同地域的人文风情为原则,将该系列的4个包装盒进行组合式拼接,拼在一起就是一幅完整的建筑风景。这样的设计给消费者一种久违的亲切感,在一定程度上激发了产品与消费者的情感共鸣,十分吸引人。

3.3 广告设计中的图形创意

图形创意在广告设计中的应用越来越频繁,主要借助独创性思维意念赋予广告美的形式、合理的视觉流程、特别的版面以及恰当的表现手法,使其能够更大可能地吸引消费者的注意,达到信息的有效传递^[12]。以汽车广告为例,其所追求的是在同质化现象严重的汽车市场,挖掘自身品牌的独特卖点,既要美好地呈现产品,又要与其他产品广告形成差异性。比如,奥迪汽车的“甲虫篇”设计,就是设计师进行图形创意的成功之作,其中甲虫抓布的瞬间正对应了全时四驱带来的强劲抓地感受,不仅与其他品牌形成了差异性,更凸显了QUATTRO这一奥迪车的王牌科技。

4 结语

近年来,视觉传达设计涉及的领域逐步扩宽,而不同的视觉传达艺术有着不同的设计条件^[13],这就要求设计师必须根据时代因素不断学习和完善自己的观念,以更加敏锐的视角和更加个性的创意,给视觉传达设计领域带来全新的发展路径选择。从现实来看,设计师们也逐渐认识到了这一点,并不断进行创意实践,最突出的代表就是对图形创意的灵活应用。可以说,无论是标志设计、包装设计还是平面广告设计,任何视觉传达设计领域都需要依赖设计师的创意思维,也只有不断从生活中发掘创意思路,在设计中选择合适的表达方式和表现形式,才能帮助设计师成功实现设计目的,呈现出最具震撼力、影响力和视觉冲击力的创意图形设计作品。

参考文献:

- [1] 梁成栋. 图形创意在视觉传达设计中的运用[J]. 中国科教创新导刊, 2012(34): 121.
LIANG Cheng-dong. The Application of Graphic Creativity in Visual Communication Design[J]. China Science and Education Innovation Guide, 2012(34): 121.
- [2] 王崇东. 图形创意在设计中的运用[J]. 电影评介, 2006(17): 73.
WANG Chong-dong. The Application of Graphic Creativity in Design[J]. Film Review, 2006(17): 73.
- [3] 姚芬月. 视觉传达设计中图形创意的运用与价值阐述[J]. 商情, 2017(7): 135.
YAO Fen-yue. Application and Value Description of Graphical Creativity in Visual Communication Design[J]. Business, 2017(7): 135.
- [4] 李鸿明. 论图形创意在视觉传达设计中的作用[J]. 神州民俗, 2009(12): 46-49.
LI Hong-ming. On the Role of Graphic Creativity in Visual Communication Design[J]. Shenzhou Folk Customs, 2009(12): 46-49.
- [5] 李龑利, 张纪. 浅谈图形设计在视觉传达设计中的美学应用[J]. 艺术科技, 2016, 29(2): 286.
LI Yao-li, ZHANG Ji. On the Aesthetic Application of Graphic Design in Visual Communication Design[J]. Art Science, 2016, 29(2): 286.
- [6] 李凯宇. 浅谈字体创意在视觉传达中的美学运用[J]. 艺术科技, 2013(12): 280.
LI Kai-yu. On the Aesthetic Application of Font Creation in Visual Communication[J]. Art Science, 2013(12): 280.
- [7] 孙建峰. 论图形创意在标志设计中的运用[J]. 现代企业教育, 2007(14): 21-22.
SUN Jian-feng. On the Application of Graphic Creativity in Logo Design[J]. Modern Enterprise Education, 2007(14): 21-22.

(下转第290页)

- [9] 付硕. 情感理念在包装设计中的应用研究[J]. 现代交际, 2017(8): 68-69.
FU Shuo. Application Research of Emotional Concept in Packaging Design[J]. Modern Communication, 2017(8): 68-69.
- [10] 何鹏. 插画在包装设计中的应用[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2015(3): 184.
HE Peng. Application of Illustrator in Packaging Design[J]. Literary Life·Wenhai Yiyuan, 2015(3): 184.
- [11] 严晓明, 王冰玲. 商业插画在包装设计中的运用[J]. 现代装饰(理论), 2016(4): 100.
YAN Xiao-ming, WANG Bing-ling. Application of Commercial Illustration in Packaging Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2016(4): 100.
- [12] 王璐. 试论现代包装设计中的情感信息传达[J]. 艺术科技, 2014(1): 212.
WANG Lu. On Emotional Information Communication in Modern Packaging Design[J]. Art Science, 2014(1): 212.
- [13] 宋洁. 插画的情感表达与构图形式的运用[J]. 内蒙古教育, 2017(9): 81-82.
SONG Jie. The Expression of Emotion and the Application of Composition Forms in Illustration[J]. Inner Mongolia Education, 2017(9): 81-82.

(上接第 283 页)

- [8] 陈丽. 图形创意在企业标志设计中的应用[J]. 电脑知识与技术, 2017, 13(33): 231-232.
CHEN Li. Application of Graphic Creativity in Enterprise Logo Design[J]. Computer Knowledge and Technology, 2017, 13(33): 231-232.
- [9] 金波. 浅谈图形创意在包装设计中的应用[J]. 艺术教育, 2015(8): 64-65.
JIN Bo. On the Application of Graphic Creativity in Packaging Design[J]. Art Education, 2015(8): 64-65.
- [10] 黄穆菡. 探析图形创意在包装设计中的运用[J]. 现代装饰(理论), 2015(11): 5-6.
HUANG Mu-han. Exploring the Application of Graphic Creation in Packaging Design[J]. Modern Decoration(Theory), 2015(11): 5-6.
- [11] 王利支. 浅析包装设计中的图形创意[J]. 艺术教育, 2011(9): 138.
WANG Li-zhi. Analysis of Graphic Creation in Packaging Design[J]. Art Education, 2011(9): 138.
- [12] 朱艳, 马景凤. 图形创意在广告设计中的作用[J]. 中国教育技术装备, 2011(21): 89.
ZHU Yan, MA Jing-feng. The Role of Graphic Creativity in Advertising Design[J]. China Educational Technique and Equipment, 2011(21): 89.
- [13] 高学强. 试分析平面广告设计中图形创意的应用[J]. 戏剧之家, 2015(17): 163.
GAO Xue-qiang. Analysis of the Application of Graphic Creativity in Print Advertising Design[J]. Theatre House, 2015(17): 163.

(上接第 286 页)

- ZHU Xin-xin. Exploring the Application of Color Elements in Food Packaging Design[J]. Shandong Youth, 2015(5): 131.
- [9] 邓文静. 植物图案在食品包装设计中的装饰运用[J]. 戏剧之家, 2018, 277(13): 155.
DENG Wen-jing. Decorative Application of Plant Patterns in Food Packaging Design[J]. Theatre House, 2018, 277(13): 155.
- [10] 刘杰. 新理念绿色食品包装设计趋势[J]. 现代装饰(理论), 2013(4): 111-112.
LIU Jie. The Trend of New Concept Green Food Packaging Design[J]. Modern Decor(Theoretical), 2013(4): 111-112.
- [11] 于莹, 蔡晟滢. 浅谈食品包装设计中色彩的运用[J]. 设计, 2014(2): 124-125.
YU Ying, CAI Sheng-ying. Discussion on the Application of Color in Food Packaging Design[J]. Design, 2014(2): 124-125.
- [12] 张思琦. 自然主义的生态观在食品包装设计中的运用[J]. 设计, 2016(9): 124-125.
ZHANG Si-qi. The Application of Naturalistic Ecological View in Food Packaging Design[J]. Design, 2016(9): 124-125.
- [13] 丁颖. 互动性在食品包装设计中的体现[J]. 美术教育研究, 2012(15): 101-102.
DING Ying. The Embodiment of Interaction in Food Packaging Design[J]. Art Education Research, 2012(15): 101-102.