

平面设计元素视觉表现的多维化研究

殷盛男

(辽源职业技术学院 吉林 辽源 136200)

【摘要】 伴随着社会经济的发展,人们的物质生活水平得到了显著的提高,精神生活的满足逐渐成为了人们追求的主要目标,这就使人们的审美观念也发生了变化。在计算机信息技术的不断刺激之下,平面设计元素的视觉表现也逐渐朝着多维化的方向发展,通过与多媒体的综合运用,平面设计元素已经从传统平面空间视觉思维模式向立体空间媒介和虚拟空间媒介扩展。本文根据大量实践,结合实际,对平面设计元素视觉表现的多维化进行了探讨,提出了很多富有建设性的意见和想法,在我国平面设计元素视觉表现多维化的发展道路上做出了有意义的探索。

【关键词】 平面设计;元素;视觉表现;多维化

1 平面设计的含义

从“平面”和“设计”两个基本组成词语可以知道,平面设计就是将图形、文字、颜色等在平面上绘出的因素和创作者的创作思想、设计相结合的一种艺术。随着现代信息的发展,平面设计中的文字和图形等视觉因素都得到了很大的发展。在生活中,很多极具多维化的图形、文字因素都能够被受众体会到。“多维”这个概念不仅是几何意义上的,也是平面设计创作者思维的发散性、多维性。

2 从平面设计的角度解释多维化的含义

2.1 从几何的角度

平面设计不能停留在传统的点、线、面上,不能将视觉停留在平面上,而要结合多个维度,让人在视觉上将平面设计看成是立体的。通过平面设计运用不同的维度可以体现不同的效果,给予视觉不一样的刺激。这不仅突破了传统的约束,更提高了平面设计水平,最后达到视觉上的不同享受,使平面设计更加丰富多彩。

2.2 从表现手法的角度

当代平面设计的创作过程多运用科学技术,科学技术不仅可以使得平面设计在视觉上由静态向动态发展,也可以借助现代多媒体技术,使得媒介能够转变为多维化的空间。现代技术已经成为了平面设计创作过程中不可缺少的一部分,是平面设计创作的基础,也是发展的重要推动力。

2.3 从视觉元素表现的角度

平面设计是将文字、图片通过思想整合成视觉上的有意义的设计结果,但是这种视觉元素不是简单的拼凑,一个在视觉上可以被受众接受的多维化设计组合理念,需要被设计者重视。

2.4 从信息传达的角度

一个优秀的平面设计是否能被更多的人知晓,关键在于设计的创作要结合受众的心理,以受众的心理欲望来进行受众的诉求分析,使得作品和受众产生共鸣,从而使得受众从被动的接受信息转为主动搜寻相关信息,从而使得信息传达更加有效。

3 平面设计元素视觉表现的多维化举措

3.1 对视错觉的运用

视错觉是一种非常有趣的现象,这其实是人为地利用人类视觉天性上的各种生物特性以形成与众不同甚至匪夷所思的平面设计视觉效果。比如,“远小近大”的透视原理不仅是绘画艺术的基础性理论,也能够多维化创新思路中巧妙地运用到平面设计视觉表现中。有一个很早就出现且十分经典的例子——脚踢比萨斜塔。这是一幅摄影作品,画面的远景是世界闻名的比萨斜塔,近景则是一个表情夸张抬起脚做出蹬踏动作的男子。由于男子高高抬起的那只脚的鞋底吐哈与远处比萨斜塔倾斜的侧面形成交叠,在观看者眼中就成了一幅极其的搞笑图画——这个男人一脚把塔踢得倾斜到一边。运用视错觉的优势在于能够实现二维平面的突破,使其具有三维立体的观感,又或是能够利用对静态图案的人为设计形成动态的效果等。

3.2 对阴影的运用

这是平面设计对司空见惯的光与影的创新与创造。有一则戒烟广告就是典型。广告采用黑白两色对比。画面前缘是一个嘴里叼着香烟,举起胳膊抬起拇指准备按下打火机的烟民形象。但是,

在他投射到画面后缘的背影上,香烟、打火机、拇指却形成了一个转轮手枪的图形,枪口正对着烟民微微张开的嘴。于是,这幅画明亮的前半部与黑暗的后半部形成了惊奇的对比——当一个人准备点燃香烟时,其实如同准备向自己发射子弹。无疑,这则广告想要传达给受众的主题正好就是“吸烟等同于自杀”。运用阴影的优势在于光线在投射到不同表面上时会有不同程度的模糊甚至变形,这吐合哈是平面设计作品可以充分发挥想象力实现多维变形的地方。设计者利用这种创意设计平面作品时应当秉承符合逻辑的前提下大胆夸张的原则,以尽可能向受众传达出设计理念和思路。

3.3 对文字的运用文字运用

在平面设计视觉表现多维化上可以是变形,比如2008年北京奥运会的“京”字图标就是代表。设计者将文字进行了动态、曲线变形,使文字呈现出如人舞蹈一般的动态效果,给文字的运用注入了生命的活力。也可以是拟态。比如杭州G20峰会的图标“杭”字。这是文字与中国传统古建筑融合后形成的拟态,左右两边文字的上半部模拟了飞檐斗拱,下半部则如同杭州标志性风景建筑苏堤和断桥。

3.4 作品呈现形式的多维化

互联网的快速发展,使得原有的平面设计形式突破了传统设计手段和方式的限制,向多维度、多视角的方向迈进。平面设计者不再局限于技术手段的制约,在设计产品时,将动态的、现代化的设计手段和静态的、个性化的设计元素有机地结合,从而实现动静之间的和谐转换和效果呈现。如汽车广告的广告设计,企业为了多方面、立体化地展示汽车的功能,在制作设计过程中,往往会采用表现形式更立体化、视觉效果更具有冲击力的动态设计元素和形式,如多媒体显示屏,以使消费者能在最短时间内接受最有效的和最直观的信息,进而提高产品的吸引力。除此之外,随着互联网的快速发展,设计者的交流手段和设计元素更加多样化,选择也更加丰富,多媒体设计不仅使设计者在进行平面设计时有了更多样性的选择,也使设计者能够更细致、更准确地表达产品信息,在设计过程中可以根据产品信息进行修改和调整,进而向消费者传达相关信息,从而拉近消费者和消费市场之间的距离,实现最有效的产品信息传达。

4 结束语

综上所述,平面设计的多维化不仅融合了多种设计元素,同时也利用现代媒体和多元化的设计理念实现了现代化的发展。对平面设计实现多维化,不仅需要考虑设计方式和手法的创新,还需要设计者进行更加深入的思考和观念更新。通过更加符合本土化的设计理念和消费方式,创造具有表现力和感染力的平面设计作品,提升现代平面设计的影响力,在深化现代设计理念的基础上,实现对大众消费心理和审美需求的影响,实现平面设计的长远发展。

参考文献

- [1] 王艳歌. 平面设计元素视觉表现的多维化. 现代装饰(理论), 2016.08.120.
- [2] 郑敏. 平面设计元素视觉表现的多维化. 今日科苑, 2015.12.48-49.