

现代图形设计的视觉传达功能性研究

周 乙

(通化师范学院美术系 吉林 通化 134100)

[摘要]20世纪80年代,我国商业艺术复苏,视觉形象设计在越来越多的商业品牌中得以体现。伴随近年来,国民经济水平显著提升,商品经济的发展发生较大的转变,商业艺术也迎来全新的发展空间。我国市场中外产品增多,这正是我国设计领域突破当前发展瓶颈的机遇。且国内外设计领域交流日益密切,我国设计师能够外出学习和进修,不断开拓艺术设计思维与视野,能够在现代图形设计过程中,更好的发挥视觉传达功能,提高整体的设计效果与价值。因此,本文总结现代图形设计的视觉传达的价值与功能性,以期为提高认知提供参考借鉴。

[关键词]现代图形设计;视觉传达;功能性

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2019.11.759

引言

现代图形设计是视觉传达至关重要的表现形式,通过图形设计转化,避免了由于思想和认知差异,造成的理解与沟通障碍问题,让受众能够更加清晰的了解作品。所以,探讨现代图形设计的视觉传达功能性具有重要意义。

一、现代图形设计的视觉传达的价值

图形是通过色彩和形象,来进行信息、观念和思想的视觉语言传递,图形不仅具有很强的视觉吸引力,能够让人产生无限的联想与思考,并且不会受到时间、地点、语言以及国界的局限,是当代人类沟通交流中重要的视觉符号,并且对于社会发展以及信息交流,均具有十分深远的意义。图形设计是一种视觉艺术的表现形式,是将艺术思维轨迹实现可视化,以及视觉文化的前提。在艺术设计的过程中,无论是建筑、环境、平面还是包装设计,图形设计均是至关重要的基础。对于乐队如烟,图形设计能够让过程更加丰富,在诸多书籍领域均有十分广泛的运用,进一步强化了现代图形设计的视觉传达效果。

二、现代图形设计的视觉传达功能性

(一) 传递设计主题

图形正是因为具备一定的象征性含义,才能起到视觉传播的效果,现代图形设计最本质的功能和价值,则是将艺术形态的主题和内涵充分传达,可以体现在不同的形态中,包括舞台艺术、艺术海报、商业广告、服装设计等等,现代图形设计,则是将图形语言通过设计的形态呈现出来,设计师需要通过正确把握主题的基础上,形成创意性的设计方案,并且将主题内涵转化为视觉语言形象,以此来获取受众的喜爱和青睐,继而使其能够通过图形设计,来感受视觉传达的主题内涵,实现准确的信息传递。在动画片《猫和老鼠》中,全程并没有配备任何的台词与字幕,主要是通过图形来进行故事的讲述,这也充分体现出现代图形设计的视觉传达功能和价值。高质量的图形设计,相比文字说明,更能够体现出其含义,带来更好的视觉效果,传递的信息准确性更高,且会带来受众深刻的记忆。

(二) 发挥暗示作用

图形想要发挥出暗示性作用,则需要设计师在现代图形设计的过程中,融入诸多联想的线索,不断延伸和拓展图形的内涵,将设计师自身的创意思想进行凝聚,使其成为瞬间确定的图形,并且在设计过程中,运用象征性手法,将其中的意蕴更加广泛的传递,让受众在看到图形后,能够展开丰富的联想,并且准确的获取图形所传递的信息内容,激发广大受众的情感共鸣与心灵感应。图形视觉传达的暗示性功能,在我国广告设计领域的运用最为普遍,许多商业广告,通常均会以图形来进行暗示,最后激发消费者的购买行为。例如,女性用品的广告设计过程中,图形大多均为女性的本身,以此来形成暗示作用,获取更多的经济利益。例如洗发水,通常会用女性飘柔的秀发,来暗示女性消费者洗发水的功能作用,可以向广告一样获得柔顺光泽的秀发,能够有效激发消费者的购买欲望。图形设计的视觉传达暗示性功能,不仅在商业广告中广泛运用,同时亦体现在诸多公益广告中。例如在环保广告《飞翔的青蛙》中,图形的设计是在漫天飞沙中,一只长翅膀的青蛙在飞翔,并寻找自己的栖身之地。青蛙本身的生存环境是水,但是伴随地球环境保护的重视度低,水资源不断消耗和浪费,青蛙难以在自己的家园中生存,水资源的枯竭带来的严重后果。这个公益广告十分引人深思,简单的图形设计画面,却让人为之惊心,通过视觉传达暗示性功能,告知人们环境污染愈演愈烈的后果,以及保护环境、节约水资源的重要性。公益广告的效果更高,充分体现出图形设计视觉传达暗示性功能的重要应用价值。

(三) 实现诱导性表达

导向图、路标是日常生活中最为常见的物品,现如今,诸多道路旁均会设置指示箭头,商场的墙面会标记图形出口、引导购物的脚丫图形等等,非常直观的将图形设计具备的诱导性功能体现了出来。现代图形设计的诱导性功能,实质上则是通过图形视觉传达的引领,将个体的视觉和行为引领到具体的方向或事物中,这也是

图形设计的根本目标,在带给受众强烈的视觉冲击后,则会产生更加强烈的情感活动,意识和行为同样会受到影响。因此,在现代图形设计的过程中,必须要充分了解人的视觉特征和规律,在此基础上,通过密集与疏松、实在与空白、黑白灰等诸多设计手法,进一步增强图形设计的视觉诱导性,使其不会过于突兀的出现在大众的视野中,而是十分流畅、自然的融入,发挥图形的信息传递作用,并对受众的意识和行为形成引导。

(四) 对图片进行识别

现代图形设计中视觉传达的识别功能,通常体现在企业VI是被体系,以及商品的标志中,所以,要求现代图形设计人员,要正确解读品牌的理念,了解商品的性质与个性,在此基础上通过图形设计表现出来,图片识别功能是现代图形设计视觉传达最重要的功能之一。人们在获取资讯的过程中,通常也会借助这种不同的图形设计来展开识别,成为十分重要的识别标志。例如,在20世纪80年代下,企业CIS运动广泛兴起,事实上,这则是一种基于个性化VI图形设计导向下,展现其本身识别功能的手段,且能够增强表现的效果。

(五) 促进消费者购买

促进消费者购买商品,是现代图形设计过程中视觉传达功能,运用最为普遍、广泛的,通常体现在各大商业领域中,例如产品包装、书籍、海报等等,优秀设计师能够在图形设计的过程中,融入多种创意性元素,并配合个性化的色彩,增强整体的视觉形象,进而使消费者在看到后,能够产生更加强烈的购买欲望,以此来推动商品交易的成功。由于商业领域的发展过程中,主要以获取经济利益为主,在这一基本特征背景下,现代图形设计的过程中,要注重整体画面设计的简约、明确、一目了然,能够让消费者眼睛落在商品上后,迅速抓住其注意力,对其形成强烈的吸引。因此,在现代图形设计的构思过程中,要立足于现实并超过现实,将图形简约化处理,运用十分显眼的色彩,夸张的构图形式,在传递商品内涵的同时,带给消费者更多的联想,进而对商品的利益认知更加清晰。个体在购买商品的过程中,如何能够激发购买欲望,则是商品本身价值+带来的利益,这比精美的外形设计,更能够吸引消费者。所以,现代图形设计的过程中,要注重创设联想空间,实现商品价值与利益的传递,以此来促进消费者购买。

结语

综上所述,通过充分了解现代图形设计中的视觉传达功能,能够更加深入的认知现代图形设计的现实意义与价值。在实际的现代图形设计过程中,设计师通常是将所表达的内涵,赋予简单的图形中,让人们在看到图形后,则能够领会其中传递的内涵与意境,这样才能发挥出视觉传达的效果与功能。基于现代图形设计中视觉传达的传递设计主题、发挥暗示作用、实现诱导性表达、对图片进行识别、促进消费者购买的功能,为了进一步提升视觉传达的效果,设计师要注重把握象征性元素,让图形设计作品有精神支持,真正获取广大受众的青睐,提升图形设计的价值。

参考文献

- [1] 吴琳.“互联网+”时代背景下的视觉传达设计要素研究[J].北京印刷学院学报,2019,27(11):65-67.
- [2] 甘为,季焕秋,李紫丽,胡飞.视觉传达设计方法比较:目的与手段的综合框架[J].包装工程,2020,41(04):82-95.
- [3] 王梦莹.图形设计与符号学原理在视觉传达中的运用研究[J].赤峰学院学报(自然科学版),2017,33(16):31-32.
- [4] 夏明锦.虚拟现实环境下计算机图形图像设计与视觉传达设计[J].电子技术与软件工程,2016(18):94-95.

作者简介:

周乙(1999.09),男,汉族,吉林省长春市人,通化师范学院美术学本科