

# 现代平面设计中图形符号的特征及其应用再探析

刘 淼

(辽宁广播电视大学 辽宁 沈阳 110034)

**[摘要]** 图形符号是现代平面设计元素之一,其之所以能够在现代平面设计领域广泛应用,主要缘于其生动直观、简洁明了、通俗易懂等特征,以及良好的视觉传达功能;为了我们能够进一步深入认识与理解图形符号,以及创作出更多更加生动形象、新颖独特的平面设计作用,促进现代平面设计的更好发展,笔者在简要概述图形符号内涵及其分类等内容基础上,对现代平面设计中图形符号的特征及其应用问题进行了专门探讨。

**[关键词]** 现代平面设计; 图形符号; 特征; 应用

所谓图形符号是指以图形为主要特征、以信息传递为主要功能的视觉符号;是现代重要的信息传递媒介形式之一,也是重要的现代平面设计元素之一。图形符号之所以能够在现代平面设计领域广泛应用,主要缘于其生动直观、简洁明了、通俗易懂等特征,以及良好的视觉功能,可以同时被不同地域、民族、年龄的人接受和理解;研究图形符号的特征及其在现代平面设计领域的应用,对于我们进一步深入认识与理解图形符号,以及创作出更加生动形象、新颖独特的平面设计作品,促进现代平面设计的更好发展具有重要意义。

## 一、图形符号概述

就符号而言,其本质上一种信息的载体和表现形式,是实现信息传播、交流功能的有效途径;另外,符号还表现为一种约定俗成的、有某种指代意义的“标识”,其可使人联想到其他事物,从而进一步实现其信息表达、传递功能。符号就种类而言,可分为语言、非语言符号两种。就符号的信息表达机制而言,著名的语言学家索绪尔认为,符号应该包括“能指”和“所指”两部分,其中前者是指“表示者”,后者是指“被表示者”,在能指和所指二者之间并不一定具有天然联系,其也可能是一种人为主观的“想象”,也是符号意义具有抽象性、多变性等特征的体现。图形符号属于典型的非语言符号,是对模拟对象或与对象相似的直接意指,由于其能够再现“对象”的部分视觉信息,因此人们可以通过图形形象辨别出指代对象;具体分类上又可以分为象征符号、指示符号和图像符号三种;所谓象征符号是指相对含蓄、主要用来表意的符号,其借助于相对简单的形式实现表达深刻含义和复杂观念的目的;所谓指示符号是指与客观对象存在时空关联的符号,多表现为相对直观、简略的图式;所谓图像符号是指用“图像”来表现、指代某一对象或者实物,其表达、传递的对象相关信息更多也更具体。鉴于图形符号种类的多样性、信息传递表达功能的丰富性,其在现代设计领域的应用也是越来越广泛。

## 二、现代平面设计中图形符号的特征及其应用

### (一) 辨别性特征及其应用

图形符号是现代平面设计领域重要的信息、思想、情感传递载体,受众对图形符号“意义”的解读依赖和受制于自身的生活经验、知识阅历及审美经验的影响;确切一点说,受众自身生活经验、知识阅历及审美经验等更多影响的是受众的图形符号意义解读的深入性及水平的高低,另外可能也有部分受众在对图形符号所传达信息的获取上存在些许障碍,这些都需要平面设计师在进行作品设计时予以充分考虑。总之,在现代平面设计中,设计师在使用图形符号进行作品创作时,首先应该考虑到图形符号的可辨别性,目的就是要最大限度的被尽可能多的受众所认知,以广大受众为接受对象,致力于图形符号信息的清晰、明确传递。比如,对于位于公共场所的一些标志的设计,应该充分考虑到所用图形符号的可识别性、辨别性,要能够为不同民族、区域、年龄的人们所认知和理解,此外还应该注意由于世界各国文化的

差异,同一图形符号对不同文化群体可能造成的“歧义”。

### (二) 大众性特征及其应用

现代平面设计主要面向的是社会大众,可以说是一门针对社会大众的艺术设计;平面设计师们在使用图形符号进行作品创作时,要考虑到所使用的图形符号是否符合社会大众的审美情趣、心理需求及思维方式等,对于社会大众来说奇异的图形符号不一定能给作品带来“奇异”效果,进行作品创作时还是应该遵循“大众性”原则;要求平面设计师们一定要从社会大众普遍的生活经历、心理需求出发,运用简单明晰、通俗易懂的图形符号进行创作设计。如前所述,图形符号本身就具有强大的跨越民族、区域、年龄进行信息传递、表达的功能,并且随着人们生活视野的不断开阔、认知能力的不断提高,图形符号的“大众性”特点将越来越明显,在现代平面设计领域的应用也将会越来越广泛。

### (三) 制约性特征及其应用

图形符号对于社会大众并不是广受认知和理解的,其同样受制于社会大众所处的文化环境,所处不同文化环境下的社会大众对同一图形符号“意义”的理解是不一样的,具体如社会大众所生活区域的历史传统、风俗习惯和宗教信仰等都会影响到其对图形符号“意义”的认知;因此,我们说图形符号在现代平面设计领域的应用具有“制约性”特点。受到图形符号“制约性”特点的影响,在应用其进行平面设计作品创作时就需要考虑到图形符号所传递表达信息与受众所处文化环境的关系,只有图形符号所传递表达信息与其在受众所处文化环境下的意义“相符”,才能应用到作品创作,如果欲用图形符号传递表达的信息与其在受众所处文化环境下传递表达的信息差异较大,那么极有可能影响作品的宣传效果,甚至适得其反;平面设计师们在应用图形符号进行作品创作时,一定要注意其“制约性”特点。

### (四) 创新性与理解性特征及其应用

信息传播领域有一条规律,就是信息的新颖性与可读性是成反比例关系的;即设计作品的新颖性、创新性越大,作品被理解的可能性就越小。在应用图形符号进行平面设计作品创作时,要充分考虑到上述规律的影响,正确处理好图形符号给作品创新性和可理解性可能造成的不利影响;既要求以崭新的图形符号形式表达作品的思想主题,给受众营造一种耳目一新之感,但也不能一味地追求图形符号应用的新、异,而影响到所设计作品的可理解性,最好的状态是做到图形符号对平面设计作品创新性、理解性影响的一种“折中”,将“最好”的作品呈现给受众。

### 参考文献

- [1] 曾涵喻. 平面设计中图形的符号视觉传达分析[J]. 大众文艺, 2016, (16).
- [2] 黎颖. 中国传统图形符号在现代平面设计中的运用[J]. 艺术科技, 2016, (05).
- [3] 李午兴, 崔贝贝. 论平面设计中的图形符号艺术[J]. 大舞台, 2014, (11).