

# 视觉传达设计中图形创意的作用分析

程晓梅

山东捷瑞数字科技股份有限公司 264003

**[摘要]**人类的视觉能够直接向大脑传递多种多样的信息,因而能影响和带动人的思维与行动。在视觉领域中,图形创意能够将新颖的设计理念以及意图传达至人心,从而实现其价值。在视觉传达设计中,技术成熟的设计师会围绕着设计意图,采取恰当的思维方式以及设计方式来呈现图形创意。对此,文章着重从海报设计、Logo设计两个方向切入,进行了关于视觉传达设计实践中图形创意突出作用的分析。

**[关键词]**视觉传达;作用;图形创意

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.254

## 前言

图形是和语言文字有着相似作用的表达方式,能够基于人的视觉传达来为人脑提供信息,且其表达非常形象、直观。所以它也是一种变相的语言。图形的范畴广泛,可囊括所有点、线、面组成的有型的平面图。因此,“创意+图形”的语言表达是自由的,具有想象力的,能展现出设计师的独特思想魅力,最终形成典型的视觉效果。这也是视觉传达设计想要打造的图形创意效果。

## 一、视觉传达设计定义

视觉传达包括视觉符号及传达两个基本概念,其中视觉符号是指人眼所能感知的、可体现事物性质的符号;传达是指设计者利用上述视觉符号向受众传递信息的过程<sup>[1]</sup>。视觉传达设计从根源上讲,是在遵循当代人的审美需求的前提下,为实现更有效的信息传播而展现出的一种艺术形式。视觉传达设计是对平面效果表达的重要核心<sup>[2]</sup>。因为当代科技发达、信息渠道广泛,所以人们的审美视觉需求并不易被满足,其要求愈发高,对视觉传达设计的丰富性也更有追求。例如,现代人会更倾向于接受与其自身的文化环境、审美原则相契合的视觉传达设计内容,而社会文化的多元化发展则要求视觉传达设计师能基于自身的艺术水准对设计内容进行更多方面、更灵活的考量,这其实是提高了对设计师的要求。

在生活中,VI设计、书籍装帧设计、招贴设计等平面设计都属于是视觉传达设计。在呈现方式上,视觉传达设计主要是依托于文字字体以及图形。其中,文字字体也可视作是一种另类的图形,因而图形成为相关设计的不容忽视的媒介。图形对视觉传达设计的呈现更能跨越文化程度的差别,即使是认字不多的儿童也能够对其有直观的解读。其表达直接而方便,容易使人意会。

鉴于社会的发展繁荣,视觉传达设计的行业市场竞争更为激烈,所以缺乏创意的图形表达会很快被淘汰,只有优秀的创意才能够在大浪淘沙中被留下,甚至成为经典案例。这也是人们始终追求对图形创意进行研究的动力源泉。

## 二、图形创意概述

图形是沟通信息的直观表示<sup>[3]</sup>。图形创意中,设计师思维及设计方式的选择会决定其创意作品的沟通、宣传成果。以下从这两方面进行细述:

### (一) 思维方式

视觉传达中,图形是具象化的载体,其承载着设计师的艺术思维。好的图形都是对设计师创意思维的外化。在具体的图形创意过程中,设计师通过思维的发散与创造来赋予图形以灵魂,使之不再是孤立的、单纯的图形,而能让观者产

生系列的联想,继而受到触动。

在人的大脑的思维活动中,其正在进行中的思维不一定是单一的,而可能是多种思维交替进行的。其可选择交替进行的思维方式很多,诸如具象思维、形象思维、意象思维、抽象思维、发散思维、逆向思维等。这些思维方式的选择与运用,能够带动设计师创意形成不同类型的作品。例如,同样是设计环保主题的公益平面广告牌,运用具象思维时,其广告画面图形就会尽可能具象,将宣传相关的场景呈现出来;运用逆向思维时,其广告呈现则要把环保问题出现的原因、结构进行顺序的倒置,进而以恶性结果的呈现来警示人们,使其自动推演原因,从而达到宣传效果。

### (二) 设计方式

在创意思维发挥的基础上,视觉传达设计师还需对图形创意进行进一步的艺术设计,从而突出创意的内容核心,放大所表达内容的效果。这就需要设计师基于独特的创意思想,将感性的理解与理性的宣传目的有机结合,继而归纳、总结出个性化的设计程序以及理念、方法,将其最终应用于实践。

图形创意的设计方式运用需要设计师把握几大要点:其一,能够根据视觉传达设计的意图进行对事物的合理想象,主要是想象出相应事物的本真形态,继而寓意于其中;其二,在关联了特定的意义之后,要能够继续用联系的思维在大千事物中广泛选择除事物本真形态外的其他形象来更有效、准确地进行表达;其三,对事物的特定原形进行深度思考,并作出意义限定,从而在多种形式表达中选择、整理出最合适、最准确的一种表达,继而确定图形创意。

## 三、视觉传达设计中图形创意的表现方式

优秀的视觉传达设计中,图形语言无需冗余的文字注解即可传情达意,给人以心灵上的触动。所以,图形创意的成功,依靠的是正确的表现方式的选择。其一,和谐的思维韵律。思维韵律的和谐,要求设计师在保持创意个性的同时,使图形的视觉传达不突兀、不中断,能够流畅地表现想要输出的信息。例如,图1的图形创意思维就是韵律和谐的,其图中的三条鱼在体态线条上保持相同的波动幅度;从左至右由小而大,带动视线走向开阔;颜色上也是由浅入深,仿佛点燃起观者心中向往幸福、红火的希望后,令其火苗越燃越旺……由此,图形的视觉传达创意效果就达到了,也和“鱼”的主题象征相辅相成,且韵律感、层次感都能兼顾。

其二,合理的元素构成。图形创意中需要结合对元素的运用来实现视觉传达设计目的,所以要恰当组构其中的元素,以放大图形意义和传达效果。例如,图2的图形元素组构就较为合理,体现出了国画创作者的艺术造诣,其色彩元素



图 1

的组构在于突出主题“秋实”，将葡萄果、叶进行突出，而周边事物浅淡朦胧，并且葡萄有黄有绿，使视觉更加跃动，层次感强；其叶与果的元素组构上，呈倒三角形，让人的视觉由上到下，舒适下移并最终定格在光闪闪的果实上，心中不由一悸……由此，此图的视觉传达就达到了目的，对生命孕育果实之光的展现很有冲击力。



图 2

#### 四、视觉传达设计中图形创意的作用分析

图形创意从初始到设计结束的过程中，设计师都是要紧紧围绕着视觉传达的基本意图，以达到信息广泛传播的良性效果。这也是图形创意想要发挥的作用。为了更加形象地说明其作用，以下选择海报、Logo两种设计实践来说明。

##### (一) 海报设计

海报是人们日常的常见事物，也是视觉传达设计喜欢选择的传播载体。海报能够非常醒目地展示商家的平面广告，将视觉传达设计意图付诸现实。可以说，将图形创意加之于海报之上，用以进行语言的视觉传达，能够给商家的广告宣传带来事半功半的效果，让生动的画面构成直观的形象吸引到消费者，并久久萦绕在消费者的印象中。使图形创意发挥作用的主要海报设计方式有以下几种：方式一，图形创意基于事物真实形象展开。该方式在海报设计的表意上相对直接，令人无需过多思考，即可了解到宣传的意图，所以其图形创意倾向于尊重事物真实形象的特点，但是会着重挑选

具有代表性以及诱导能力的形象来进行宣传。例如，在一些大型商超的店庆、打折促销活动中，通常会制作相应的海报来吸引消费者，其海报除了部分文字表达外，也会加入满满的购物袋、购物车，抑或店内特色的诱人商品形象等内容。这类海报的图形创意内容不复杂，但视觉冲击力并不弱，能够直接勾起人的消费欲望。方式二，图形创意进行对事物原本形象的夸张、放大、变形。如此处理后的图形，在外在形象上就能够激发人的兴趣，使其停下目光、深度注视，从而思考和意会到图形创意表达的内涵。其中，创意变形后的形象会更加带有诙谐的色彩，让人在夸张与真实之间感受到表达的力量，从而形成心灵冲击。该种海报的设计表达方式相对于第一种更有突破性。例如，某咖啡厅的海报设计中，将咖啡杯突出放大，并且其杯体构成全部是咖啡豆，这就在图形放大之外，带给人一丝幽默感；同时，咖啡杯上所升腾起的热气，夸张地聚集成了一团白云，还有一个人的形象在云中打坐，这就非常趣味性地告诉人们：这里是惬意之所。方式二的海报设计令图形创意更加自由，同时融合了抽象与具体，带给人的视觉感受也十分多样化。

##### (二) logo设计

基于品牌打造的需要，商家们均要在logo设计上加以用心，通过logo图形形象来加深消费者的品牌印象，形成购买欲。优秀的logo设计在宣传效果上不亚于广告语，其相对具象性的标识能够令消费者基于认知经验形成直接的行动反应。logo设计中，会选择图片方式来呈现图形创意。例如，肯德基的品牌logo设计中，除了附带文字“KFC”三个字母之外，还加入了创始人的简图，其简图是微笑的、和蔼可亲的老爷爷形象，给人的视觉感受十分地直观，只要知道肯德基创店历史的人们看到这个logo，就可以直接联想到创始人的初心，而不熟悉历史的人们也很容易被可亲的迎客形象所吸引。除了肯德基这样相对具象的logo设计之外，还有很多抽象化的品牌logo设计。例如，彪马、安踏这样的运动品牌logo设计，就保持了抽象性，其logo上没有复杂的场景故事性，但是保留了力量感，将运动形象、理念加以抽象，并夸张呈现，最终形成几何范畴下的由点或是面线构成的图形。抽象图形的直击心灵的作用没有具象化图形强，但是却带有简明特点和艺术性，在搭配恰当的广告宣传之后，能够令人们更快地记住它，并深入心灵。特别是在图形创意的加持下，抽象的logo设计在宣传表达上的优势会更加明显。

##### 结语

综上所述，在视觉传达设计中，图形创意是居于核心位置的，能够使视觉内容宣传更加有生命力。其中，不同创意思维以及设计方式的运用搭配，将使图形的呈现更加自由、灵活，从而丰富多彩。人们可从生活中常见的海报、logo等的设计中发现图形创意的运用妙处，同时也应鼓励视觉传达设计领域的设计师们继续深挖这些妙处，从而促使图形创意以及相关设计持续升级，为社会生活实际带来更多的现实意义。

##### 参考文献

- [1] 王乃昕, 邢晗. 网络广告中的视觉传达设计艺术探究[J]. 美与时代(上旬刊), 2021(12): 77-79.
- [2] 霍文仲. 视觉传达设计中图形创意的色彩表现分析[J]. 流行色, 2021(11): 25-26.
- [3] 常采琳. 浅谈视觉传达设计中图形创意的表现[J]. 环球首映, 2020(11): 20.