

# 符号学在视觉传达设计中的应用研究\*

杨 玲

(重庆工商大学 设计艺术学院,重庆 400067)

**摘 要:**现代视觉传达设计的发展必然要求对设计理论与方法进行更新。本文旨在探讨视觉传达设计中的新的方法论——符号学的作用,用具体的标志设计加以印证,以提供新的视角达到繁荣视觉传达设计的目的。

**关键词:**符号学;视觉传达设计;应用研究

[中图分类号]J0-02 [文献标志码]A [文章编号]1672-0598(2011)02-0154-04

## 一、引言

现代视觉传达设计是在工业大生产文明对传统设计进行反思并强调“民主与平等”的基础上建立起来的。如现代主义设计大师米斯曾经说过:“少就是多”,要求将繁琐的“花体”改革为简洁的“黑体”以适应最广大的人民群众的认读要求。追求设计的民主性,强调设计为大众服务而不是为少数贵族服务的设计思想是一次伟大的变革和进步。

但是,过于强调“技术理性”和“元叙述”形态,必然会走向所不希望的另一面,也就是“千人一面”的国际风格。人的主体性受到严重的挑战,由几个设计大师所制定的设计法则代替了人们审美的多元性和开放性。在“形式追随功能”的大旗指引之下,用“形式”与“功能”之间机械逻辑关系代替了设计本身的复杂性、文脉性,那种“乌托邦”式的理想必然遭到后现代主义设计的强烈反对。

随着哲学领域中的存在主义、现象学、诠释学等的兴起,后现代主义设计从20世纪70年代以

来逐渐掌握了设计的话语权,从尊重人性和文化的多元性入手,使设计的风格和样式重新回到了“丰富多彩”的生动场景上来。

而在这一转化过程中,符号学不仅作为一种思想方法更是作为一种设计工具起到了推波助澜的作用。

## 二、从视觉传达设计的角度理解符号学

何谓符号,不同的人站在不同的角度和领域有着不同的认识,对于视觉传达设计而言尤为如此。

皮尔士认为:“符号或表现体是某种对某人来说在某一方面或以某种能力代表某一事物的东西”,它是“确定另一事物去特指一个它所特指的对象任何东西。”

莫里斯对符号定义的一般表述是“一个符号‘代表’它以外的某个事物。”他还从行为科学的角度,对符号做过更为精确的表述:“如果任何事

\* [收稿日期]2010-12-17

[作者简介]杨玲,女;重庆工商大学设计艺术学院。

物A,是一个预备刺激;这个预备刺激在发端属于某一行族为族的诸反应序列的那些刺激对象不在场的情况下,引起了某个机体中倾向于在某些条件下应用这个行为族的诸反应序列去作出反应,那么,A就是一个符号。”

法国当代符号学家罗兰·巴尔特在其《符号学要论》一书中认为,自有社会以来,对实物的任何使用都会变为这种使用的符号。例如,雨衣的功能是让我们防雨,但是这一功能又同表示一定天气的符号结为一体。

归纳起来符号首先表现为一种有机体能够感受到的非实在刺激或刺激物,如点、线、面、体等形态要素。强调“非实在”,则是为了将符号与那些实在的刺激区别开来。其次,符号表现为两个事物之间的代表或者媒介,比如,现代的广告就是各种符号的组成,它只是“代表”商品本身来同顾客沟通。最后,符号总是和某种意义联系起来。没有无意义的符号,也没有不寓于符号的意义。<sup>①</sup>

通过上面的分析我们找到了符号学的方法论基础,而要在视觉传达设计中具体应用,我们还需将符号学进一步划分为语用学、语意学和语构学,以便我们在设计中找出可以具体采用的方法和步骤。

### (一)设计语用学

设计语用学的理论来源于语言学的研究,索绪尔认为:说话者头脑中固有的、在言语链的同一位置通过联想存在多个可以与之替换的不同的话语单位之间的关系称为纵聚合关系,将已经排列为组合段的不同话语单位之间的关系称为横组合关系。<sup>②</sup>对于设计而言就是要求在设计时,考虑作为在一定地区或者企业的自然、风土、生态等经过长时间的积淀形成的特定产物的地域(企业文化、生活(企业行为)方式及时代的审美特征等“文性”的因素,也就是说将设计置身于一个设计生态环境之中进行系统的“文脉”(context)考虑。

### (二)设计语意学

语意学在设计上应用研究始于1985年在荷

兰举办了全球性的产品语意研讨会上,飞利浦公司采取“造型传达设计策略”的设计理念获得极大成功,在有关专题研讨会上展现了产品语意理论的具体应用成果。<sup>③</sup>以后逐渐形成遍及世界的设计潮流。而在视觉传达设计中,就是要找到能够体现在设计语用学阶段所提炼出来的地方(企业的文化要素,然后将这些要素作为体现设计意图的“能指”加以排列组合。

### (三)设计语构学

语言学上,言语是依靠说话者调动其头脑中固有的词汇单位、遵循一定的句法和词法规则、按照时间先后顺序排列成组合段而形成的个人言语活动。那么对于设计而言就是按照设计的法则来组织和建构在设计语意学中提炼出来的设计元素,而依据的法则主要是设计的形式美感,如均衡、对称、节奏、韵律等。

有了符号学所提供的这三个向度视觉传达设计将变为一个可以操控的程序,而不是依靠玄妙的灵感发现。总结起来,符号学给我们提供的新的设计“范式”,就是利用设计语用学尽可能地收集到设计情报来形成设计策略,然后利用设计语意学来表达和实现所规定的设计策略,应用设计语构学来完成最后的组织与建构,形成最后的设计。

## 三、符号学在视觉传达设计中的具体应用解析

实例来源于重庆比阳·工商大学工业设计研究所为重庆力帆汽车所做的标志投标方案,在进行创意中主要依据符号学为其提供的方法进行设计,主要的步骤如下:

### (一)应用语用学形成设计策略

首先是对设计的大环境进行分析,收集市面上常见的汽车标志进行分类分析,发现其标志主要有两大类:

#### 1. A形态复杂的盾形标志

① 皮永生. 产品语意设计[M]. 重庆:西南师范大学出版社,2009:43.

② [西]费尔迪南·德·索绪尔. 普通语言学教程[M]. 高名凯译. 北京:商务印书馆,1985:39.

③ 张凌浩. 产品的语意[M]. 北京:中国建筑工业出版社,2005:15.

这类标志的汽车生产厂家一般都具有悠久的历史,体现着它所在的那个时代的文化内涵,造型上采用具象的形态,复杂而有深意,着力于表现汽

车品牌的历史,体现文化的延续和品牌的传承(见图 1)。



图 1 形态复杂的盾形标志

## 2. B 形态简洁的环形标志

这类标志形象简介,以环形为主指向性明确,

现代感强体现时代气息,便于识别贴近大众,符合企业大众化市场的目标(见图 2)。



图 2 形态简洁的环形标志

然后就是分析力帆的企业文化和目标诉求,通过对力帆企业文化的调研,力帆的企业文化可以归纳为:“踏实、实在地做事,地道、厚道地做人,重质量、抓创新,做民族的、年轻的企业”。

结合力帆的企业文化和市场上的标志现状我们做了相关的推演,从而提出了设计策略:环形设计、抽象形态、直线与大曲线交替(见图 3、图 4)。

### 结合力帆企业文化与企业生存理念

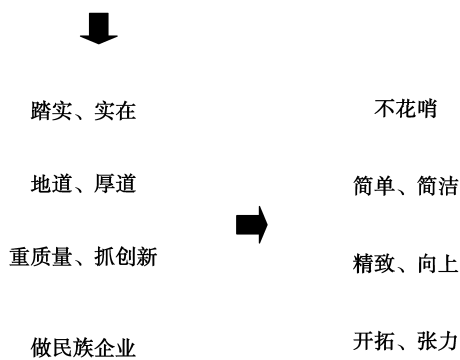


图 3 企业理念推道为设计关键词

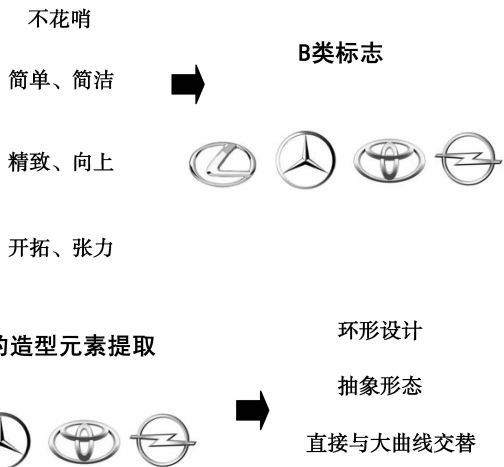


图 4 设计关键词退到出具体的设计形象和策略

(二)应用设计语意学、设计语构学完成设计  
在充分挖掘设计可能利用的条件以后,认为应该在现有标志设计中保留以前力帆标志的风帆形象,而又要在此基础上进行“否定”,使其更加地符合时代的特征。从语意学的角度出发,如何选择相关设计要素来表达,从“能指”与“所指”的

角度,我们选择了环形与帆形进行初步设计,基本能够体现我们所要表达的含义(见图 5)。

在新的标志中,元素与意义都有了,但是缺乏美感,就需要用设计语构学对其进行结构和组合方式的调整,使其符合形式美感法则,经过最后的调整,我们为其赋予的意义为:该 LOGO 以力帆的



图5 新标志初步方案

企业理念和企业文化为基调进行设计,标志中环形是符合现今的简约设计潮流,同时它也表示了全球理念;环形的开口代表了企业发展的张力和开放性;倾斜的三个抽象帆形,形态清晰地指明了标志的企业指向性;由下部的汇聚到上部的开放暗喻了力帆敢于创新、勇于开拓的企业理念和蓬勃向上的动力。整个标志设计力求以形寓意,设计简介易于传播,采取了大曲线与直线的结合,精致有力(见图6)。



图6 新标志确定方案

#### 四、结语

通过符号学作为视觉传达设计的设计方法论的论述到应用实践分析,基本建立起了符号学作为视觉传达设计方法论的理论范式框架,实例以视觉传达设计中常见的标志设计作为分析的素材,具有典型性和一般性。本文并非提供一个一般性的设计程序,而是想用另一个角度去审视视觉传达设计,从而为广大的设计师和理论研讨者提供新的思维模式,促进视觉传达设计的繁荣。

#### [参考文献]

- [1] 詹和平. 后现代主义设计[M]. 江苏:江苏美术出版社, 2001.
- [2] 王受之. 世界现代设计史[M]. 北京:中国青年出版社, 1998.
- [3] 查尔斯·詹克斯. 什么是后现代主义?[M]. 李大夏. 译. 天津:天津科学技术出版社, 1988.
- [4] 杨裕富. 设计的文化基础:设计·符号·沟通[M]. 台北:亚太图书出版社, 1998.
- [5] 张宪荣. 设计符号学[M]. 北京:化学工业出版社, 2004.
- [6] 马克·第亚尼. 非物质社会[M]. 成都:四川人民出版社, 2000.

(责任编辑:朱德东,段文娟)

## Research on Application of Semiology to Visual Communication Design

YANG Ling

(School of Design Art, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

**Abstract:** The development of modern visual communication design is inevitable to require the renewing of design theory and design method. This paper aims to discuss the role of semiology which is a new method in visual communication design, and uses the logo design to verify the method in order to provide a new perspective to achieve prosperity of the design of the visual communication.

**Key words:** semiology; visual communication design; application research