

海报中的英文文字图形化设计

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2017.02.014

王奕文

湖南大学

设计艺术学院

湖南 长沙 410000

摘要: 在国外的海报设计中, 英文文字是传递信息的图像符号, 也是视觉传达的重要元素之一, 将英文文字进行图形化处理, 有利于表达文字的内涵和情感诉求。在海报中, 英文文字的图形化设计主要是通过造型、肌理和色彩等表现形式, 使文字发生形象变化, 以增加海报的趣味性, 提高海报的视觉吸引力。

关键词: 海报; 英文文字; 图形化设计

中图分类号: J524.3

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2017)02-0085-04

0 引言

海报是能在短时间内快速、直观、明确地传递信息的一种传播媒介, 是树立企业形象、提高产品知名度、促进销售的重要途径, 其具有广告和艺术的双重功能, 能给人带来审美愉悦^[1]。海报一般由图形、文字和色彩3个要素构成。其中, 文字是记录信息的图像符号, 也是视觉传达的重要元素之一, 作为信息传递的工具, 在海报中起着至关重要的作用。文字设计的目的是将一个商品品牌的内涵准确无误地传达给受众。文字设计可以增强视觉传达效果、提高作品诉求力、赋予版面审美价值。

随着人们文化生活的丰富和审美水平的提高, 文字设计也不断发展、变化和创新, 设计师们不应仅停留在美化文字的层面, 还应对文字形态的表达不断创新。因此, 本文拟以英文文字设计为研究对象, 探讨其在海报中的表现形式。

1 英文文字与其图形化设计的关系

英文文字起源于象形文字, 最初是用来描绘某种动物或物体形状的图画^[2]。经过几千年的变迁, 英文文字由最初的图画符号演变为现在的表意抽象符号。在海报中, 繁杂冗长的文字会给受众带来一定的阅读

障碍, 破坏受众对海报的印象, 不利于实现海报的传播功能。为此, 在海报设计时设计师要使文字准确传递信息, 就要努力探寻提高文字艺术表现力的方法, 从文字形态表达着手, 突破常规思维, 将变形字体进行拓展, 增强文字的视觉魅力, 努力提高海报中文字的视觉生命力^[3]。将文字进行富有创意的图形化设计, 就是将抽象文字转换为图形化的文字视觉符号, 将文字由理性的概念符号转变为充满生命力、情感和个性化的视觉符号, 使其具有表意性和图形具象性。

文字图形化设计要从文字的适合性、辨识度、视觉美感3个方面考虑。

1) 文字的适合性。文字设计的基本功能是传播信息。因此, 文字设计要满足所要表达的主题, 要与主题内容相一致, 以达到文字诉求效果。

2) 文字的辨识度。随着生活节奏的加快, 人们更喜欢高效率的、便捷的阅读方式。将文字进行图形化设计, 既要使文字具有表意性, 又要使文字具备图形的直观性和形象性, 能够给人留下清晰的视觉印象, 并能准确地向受众传达信息。

3) 文字的视觉美感。文字是海报的重要元素之一。文字设计要有创意, 与画面风格和谐统一, 能给人以美的感受。好的文字设计可以增加海报的趣味性, 提高海报的视觉吸引力。

收稿日期: 2016-11-20

作者简介: 王奕文(1990-), 女, 湖南益阳人, 湖南大学硕士生, 主要研究方向为视觉传达设计,

E-mail: 87542979@qq.com

2 英文文字图形化设计的表现形式

文字图形化是将文字进行变形处理,通过改变视觉元素的局部或整体,运用夸张、变形等手法使画面呈现出理想的效果。将英文文字运用夸张与变形的方法进行构图,通常从元素的造型、肌理、色彩等入手,使文字发生不同形象变化^[4]。这种反逻辑的设计构图法有着化平淡为神奇的魔力,能够增强画面艺术感染力,渲染出独特的视觉效果^[5]。

2.1 造型

在英文文字的造型设计中,点线面的构成与塑造的画面意境息息相关,当字母的形态、风格特征与画面的表述目标相一致且和谐时,便能形成主题明确的诉求^[6]。字母排列后结构的变化、形体间不同的距离都会产生不同的视觉效果。这种集合不仅多样统一,而且具有理性的抽象之美。

图1(图片来源: <http://lkdy.vicp.cc/images/?6ez8bz3ez9bz6ez3czdbz6czoir>)所示为RIO鸡尾酒海报。设计师通过改变文字的形态、方向,巧妙地构造了一个瓶子形状。虽然瓶身的英文字体数量繁多,但是瓶颈下面的“RIO”字号要比其他英文文字大很多,使“RIO”文字从景物中凸显出来,让受众一看就知道这是RIO鸡尾酒。这种构图法有着化平淡为神奇的魔力,画面深深震撼了受众的心灵,强烈的视觉冲击更具有观赏性^[7]。



图1 RIO海报
Fig. 1 RIO poster

绝对伏特加的“绝对城市”系列之绝对芝加哥海报如图2(图片来源于 <http://i.mtime.com/sunhappy/blog/912204/>)所示。芝加哥是风城,当地人自嘲芝加哥“一年一场风,从春刮到冬”。设计师正是根据芝加哥的这一特色设计了绝对芝加哥海报。在该海报中,绝对伏特加酒瓶右半部分的文字随风飘扬,以一种十分简洁并充满动感的图形文字宣传绝对伏特加就这样在风中凌乱的状态^[8]。这种诙谐幽默的设

计唤起了芝加哥消费者对绝对伏特加的喜爱。

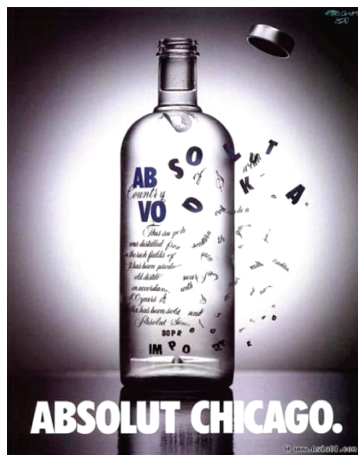


图2 绝对芝加哥海报
Fig. 2 Absolut Chicago poster

2.2 肌理

肌理即质感,由于物体的材料不同,其表面的组织、排列、构造也不尽相同,所产生的触觉感和视觉感不同。不同的材料有不同的肌理美,不同的肌理美给人带来的心理感受也就不一样。如木材给人以自然纯朴、轻松舒适感,玻璃给人以晶莹剔透、干净感,金属给人以强烈的冷漠、坚硬光滑感。因此,利用材料的肌理感进行英文文字设计具有独特的魅力,能引起人们对生活的美妙联想和情感上的共鸣。

图3(图片来源: <http://huaban.com/pins/1118147465/>)所示为朗姆酒海报。海报中,“Quench your Curiosity”被设计成玻璃材质字体,黄色的霓虹灯与宁静的夜晚相互呼应,能够让受众在视觉和心理上产生新鲜感,激起他们的好奇心。这张海报上的文字不仅达到了传递信息的目的,而且还展示了文字图形的魅力。

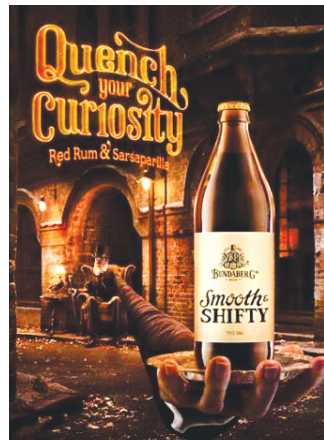


图3 朗姆酒海报
Fig. 3 RUM poster

图4（图片来源：http://arts.cntv.cn/2016/02/24/ARTIMGtd8mP3XVI4ueNAdp2e160224_2.shtml）所示为一幅电影节海报。

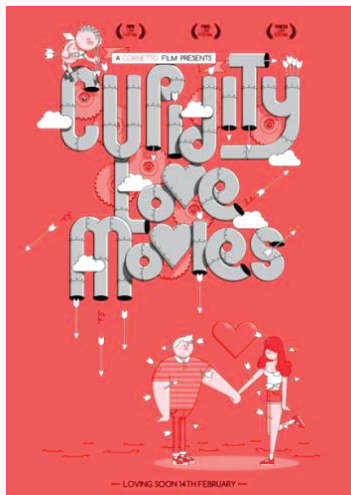


图4 Cupijity Love Movies 电影节海报
Fig. 4 Movie poster of Cupijity Love Movies

在该海报中，“CUIPIJITY LOVE MOVIES”被设计成金属材质字体，且文字被设计成金属管道的形状。金属管道文字不仅具有传递信息的功能，而且还暗含着管道可输送丘比特射出的爱情之箭的意思。这张海报富有童趣，简单一幅画面藏有不少古灵精怪的创意点。

2.3 色彩

色彩能影响受众对画面的视觉感受，不同的色彩使人产生不同的情感反应和心理联想。如红色使人联想到火和太阳，给人以温暖感，被称之为暖色；蓝色使人联想到大海和天空，给人以凉爽、舒适感，被称之为冷色。色彩的魅力来自于色彩对比。强烈的色彩对比会给人带来巨大的视觉冲击力，使海报能在众多的作品中脱颖而出，快速吸引受众的注意力，能让受众看了第一眼就留下深刻的印象，因此色彩有利于传达信息诉求。

图5（图片来源：<http://huaban.com/pins/549249829/>）所示为可口可乐海报。可口可乐公司树立的企业形象为热情、积极、充满活力，宣传海报以红色为主色调，与企业形象相统一^[9]。在该幅可口可乐海报中，白色文字“Coca-Cola”在红色背景的衬托下显得很鲜明，很抢眼，能够给受众留下深刻的印象。可口可乐的宣传海报打破了传统的表现方式，在饮料类中别具一格、独树一帜。



图5 可口可乐海报
Fig. 5 Coca-Cola poster

图6（图片来源：<http://www.3lian.com/edu/2015/09-21/247035.html>）所示为对伏特加的绝对节日系列之“绝对新年”海报。绝对伏特加酒瓶摇身一变成了一颗圣诞树。金色的小灯营造出浓厚的圣诞气氛。黑色背景下，蓝色文字“ABSOLUT VODKA”显得非常神秘，能够引起受众感情上的共鸣，使他们非常期待圣诞节的到来；白色文字“ABSOLUT NEW YEAR”清晰明了，突出了海报主题。



图6 绝对新年海报
Fig. 6 Absolut New Year poster

3 结语

海报是宣传的重要手段之一，更是一种文化的载体。设计师们要发挥丰富的想象力，以其新颖的构思、短而生动的标题和广告语，以具有个性的表现形式，

展示海报的远视性和艺术性。海报的文字不仅是传递信息的载体,也是视觉传达设计不可或缺的组成部分。文字语言的艺术处理要力求准确、生动和精炼,并注意其形象性。英文文字图形化设计就是设计师在准确表达文字意义的基础上,充分发挥其丰富的想象力,运用独特的思维方式所进行的创造性活动。设计师富有创意的英文文字图形化设计主要通过造型、肌理和色彩等表现形式提升文字的内涵和情感诉求。

参考文献:

- [1] 陈 竑, 朱和平. 论当代伊朗招贴设计中书法字体的艺术特征 [J]. 包装学报, 2012, 4(2): 72-75.
CHEN Hong, ZHU Heping. Art Features of Calligraphy Font in Contemporary Iranian Poster Design[J]. Packaging Journal, 2012, 4(2): 72-75.
- [2] 厉致谦. 西文字体的故事 [M]. 上海: 同济大学出版社, 2013: 15-30.
LI Zhiqian. The Story of the Western Font[M]. Shanghai: Tongji University Press, 2013: 15-30.
- [3] 池 晗. 字体美学刍议 [J]. 大众文艺, 2011(15): 38.
CHI Han. On the Aesthetics of Fonts[J]. Mass Literary, 2011(15): 38.
- [4] 刘洋西. 英文字体的造型特征及应用 [J]. 艺术与设计 (理论), 2009(9): 92-94.
LIU Yangxi. Molding Features and Application of English Typefaces[J]. Art and Design, 2009(9): 92-94.
- [5] 卢 强. 文字艺术在平面设计中的地位 [J]. 大众文艺, 2009(18): 124.
LU Qiang. The Position of Writing Art in Graphic Design[J]. Mass Literary, 2009(18): 124.
- [6] 刘洋西. 漫谈英文字体造型的演变 [J]. 美术大观, 2009(2): 120-121.
LIU Yangxi. On the Evolution of English Font Modeling[J]. Art Panorama, 2009(2): 120-121.
- [7] 王 敏. 英文文字设计与受众的情感体验 [J]. 常州工学院学报 (社会科学版), 2009, 27(1): 67-70.
WANG Min. English Character Design and Audience's Emotional Experience[J]. Journal of Changzhou Institute of Technology (Social Science Edition), 2009, 27(1): 67-70.
- [8] 曹 艳. 绝对创意: 论绝对伏特加的包装设计 [J]. 包装学报, 2012, 4(2): 52-56.
CAO Yan. Absolute Creative: On the Packaging Design of Absolut Vodka[J]. Packaging Journal, 2012, 4(2): 52-56.
- [9] 刘金艳, 刘 涛. 论百威啤酒的广告文化策略 [J]. 包装学报, 2016, 8(2): 88-91.
LIU Jinyan, LIU Tao. The Culture Strategy of Budweiser Advertisement[J]. Packaging Journal, 2016, 8(2): 88-91.

Graphic Design of English Characters in Posters

WANG Yiwen

(School of Design, Hunan University, Changsha 410000, China)

Abstract: In poster designs abroad, English character is the graphic symbol to deliver messages, while it is also one of the important elements in visual communication. The graphics processing of English characters is conducive to enhancing the wording connotation and emotional appeal. Graphic designs of English characters are mainly expressed by manifestation of shape, texture and color to bring about the image transformation in texts, which results in the enhancement in entertaining effects and the increase in visual appeal in posters.

Keywords: poster; English character; graphic design