

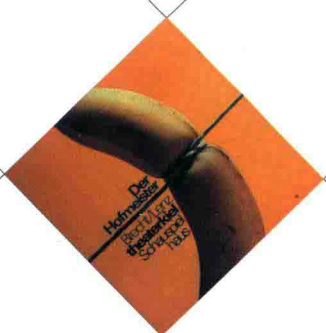
Visual communication

视觉传达设计中的 创意表现及发展

吴婷婷
◎
著

Design

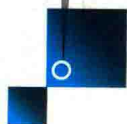
Originality



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS
WWW.NNUP.COM

东北师范大学出版社

SHIJUE CHUANDA SHEJI ZHONG DE
CHUANGYI BIAOXIAN JI FAZHAN



视觉传达设计中的 创意表现及发展

吴婷婷 © 著



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS
WWW.NEUP.COM

东北师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

视觉传达设计中的创意表现及发展 / 吴婷婷著.
— 长春: 东北师范大学出版社, 2017.5
ISBN 978-7-5681-3093-6

I. ①视… II. ①吴… III. ①视觉设计 - 研究
IV. ①J062

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 116183 号

☐ 策划编辑: 王春彦

☐ 责任编辑: 卢永康 赵鑫伟 ☐ 封面设计: 优盛文化

☐ 责任校对: 赵忠玲 ☐ 责任印制: 张允豪

东北师范大学出版社出版发行
长春市净月经济开发区金宝街 118 号 (邮政编码: 130117)

销售热线: 0431-84568036

传真: 0431-84568036

网址: <http://www.nenup.com>

电子函件: sdchs@mail.jl.cn

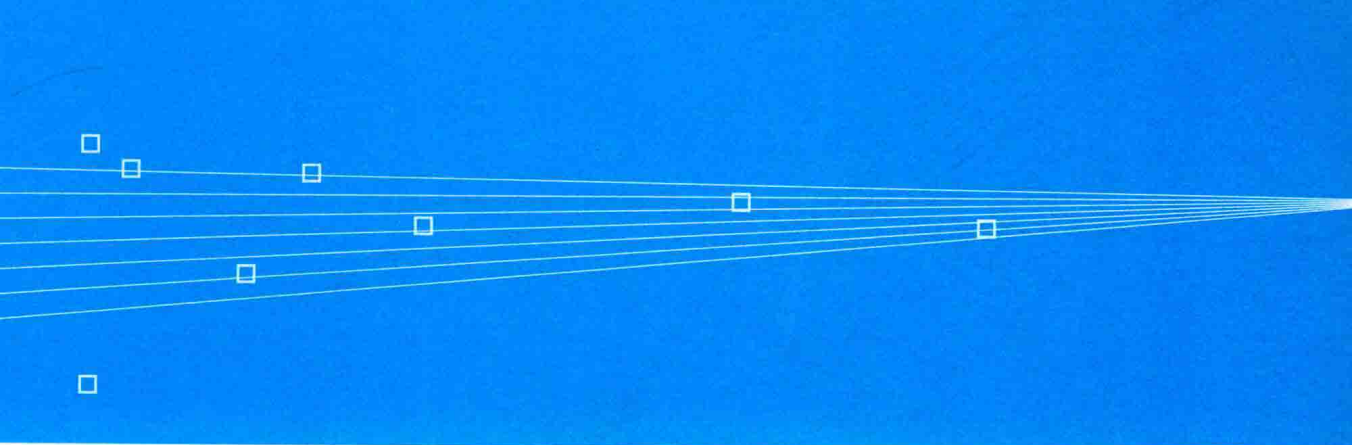
河北优盛文化传播有限公司装帧排版

三河市同力彩印有限公司

2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷

幅画尺寸: 185mm×260mm 印张: 17 字数: 331 千

定价: 72.00 元



前言 PREFACE

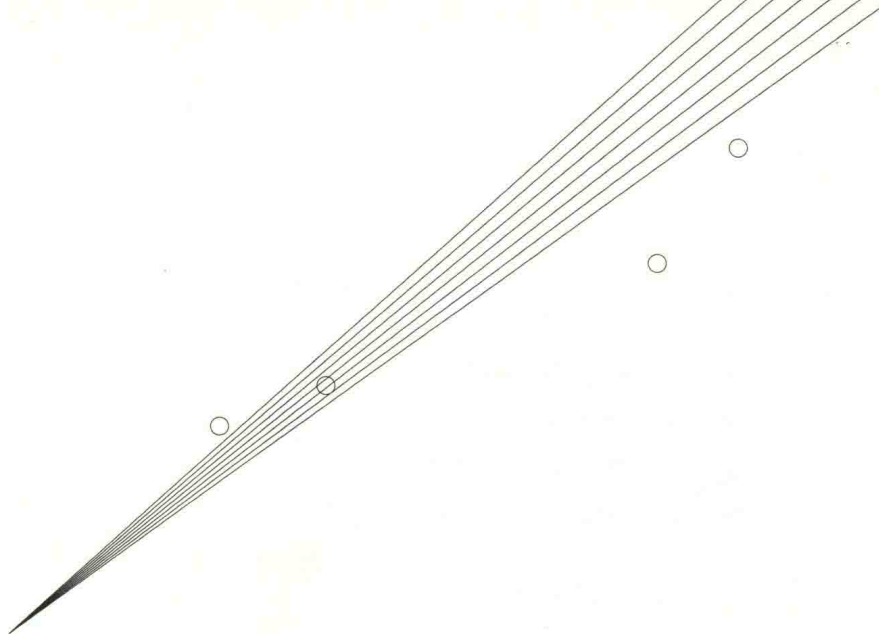
“设计”伴随着世界科技的进步，产业革命浪潮的冲击，各国经济的不断发展，以及人们消费观念、生活方式的变化而不断发展。

视觉传达设计是用形象与色彩将某种意义的内容表达出来的造型活动。从发展进程来看，视觉传达设计是19世纪中叶欧美印刷美术设计，又译为“平面设计”“图形设计”等的延伸与扩展。随着科技的进步，视觉传达的领域日益扩大，并与其他领域相交叉。视觉传达设计的性质已从一个应用形式的美术转化为现代设计形式的视觉信息的传达，也就是说视觉传达设计也成为当今设计领域中历史最长、影响最大、涉及面广、变化最快的一个学科领域。视觉传达设计正从一个纯艺术学科走向艺术与科学的综合学科。

在视觉传达设计中，创意思维的融入是每个设计工作者、教育者和学习者必须拥有的精神，而创意思维是支撑所有设计行动的灵魂。创意思维是用全新的思维角度和方法来分析、认定和处理设计问题。它可以运用正向、逆向的线性思考模式进行，也可运用横向和纵向的思考模式进行，但创意思维终将逻辑、形象、灵感、直觉、审美等各种因素交融在一起，形成一个三维和多维的立体思维。

本书对视觉传达设计中创意思维的表现进行了深入研究，根据学习知识的习惯，循序渐进，由浅入深，系统地对视觉传达设计中文字、图形、色彩、招贴画、标志的创意设计进行分析，同时还广泛地讨论了各种设计的形式和法则，旨在为艺术设计专业人员提供相关参考用书。

由于时间仓促，编者水平有限，书中难免会有不足之处，还望各位专家、读者批评指正。



目录 CONTENT

第一章	视觉传达设计	001
第一节	视觉传达设计的概念与相关概念	002
第二节	视觉传达设计的原理与特征	004
第三节	视觉传达设计的发展历程	014
第四节	视觉传达设计的要素与领域	019
第二章	视觉传达设计中的创意思维	027
第一节	人类的思维形式概述	028
第二节	创意思维的特征	030
第三节	创意思维与设计	032
第四节	创意思维的培养训练	036
第三章	文字的创意设计表现	057
第一节	文字发展历程	058
第二节	文字结构创意设计	069
第三节	文字意象创意设计	076
第四节	文字图形创意设计	082
第五节	文字创意设计的运用表现	088

第四章	图形的创意设计表现	095
第一节	图形设计释义	096
第二节	图形创意思维	105
第三节	图形创意组织方法	110
第四节	图形创意设计的运用表现	121
第五章	色彩的创意设计表现	127
第一节	色彩的原理与感知	128
第二节	色彩设计原则	135
第三节	色彩设计创意表现	138
第四节	色彩创意设计的运用表现	147
第六章	招贴画设计	161
第一节	招贴画的功能与构成	162
第二节	招贴画的发展	170
第三节	招贴画的艺术表现形式	189
第四节	招贴画的创意设计应用	192
第七章	标志设计	201
第一节	标志设计释义	202
第二节	标志设计的构成与功能	209
第三节	标志内容设计的文字、图形与色彩表现	220
第四节	标志设计的专项应用	231
第八章	创意化视觉传达设计的发展反思与走向	237
第一节	设计作品个性特征不够明确	238
第二节	数字化趋势不可避免	240
第三节	创意化设计从传达走向体验	258
第四节	创意化视觉传达设计的人文美学观	261
	参考文献	265

第一章

视觉传达设计

VISUAL COMMUNICATION DESIGN



第一节 视觉传达设计的概念与相关概念

一、视觉传达设计的概念

视觉传达设计 (Visual Communication Design), 是为了创造性地构成并传达视觉信息所做的设计, 通过视觉媒介表现来完成传达信息的目的。它是对视觉环境进行管理、构成, 并以综合的立场创造出与人类最为匹配的视觉传达的创造性活动。视觉传达设计以眼睛为主要的信息载体, 进行造型的表现性设计, 视觉传达设计源于平面设计, 随着印刷技术的发展, 欧美等国家在 19 世纪中叶出现了为平面印刷服务的平面设计师群体 (印刷美术设计、图形设计), 这就是现代平面视觉传达设计领域的先导设计群体, 代表人物有爱德华·鲍斯·克里保、丹尼尔·巴罗尼。1960 年, 在日本召开的世纪设计大会上, 提出了“视觉传达设计”的概念。

随着社会科技的发展, 视觉传达设计拓展到很多领域 (互联网、IT 行业、会展事业、环境空间、影视广告、三维动画、商业广告等), 形成相关产业链 (电脑、电脑设计软件、数码喷绘的硬件及耗材、视频设备与技术、互联网和 IT 行业的传送技术等)。

视觉传达设计所具有的含义是: 以某种目的为先导, 通过可视的艺术形式传达一些特定的信息到被传达对象, 并且对被传达对象产生影响的过程。

视觉传达设计主要是以文字、图形、色彩为基本要素的艺术创作, 在精神文化领域以其独特的艺术魅力影响着人们的情感和观念, 在人们的日常生活中起着十分重要的作用。很多人认为艺术设计 (视觉传达) 就是“平面设计”“图形设计”, 这样的认识有局限性。虽然视觉传达设计最早起源于“平面设计”或“印刷美术设计”, 但随着现代设计的范围逐步扩大, 数字技术已经渗透到视觉传达设计的各个领域, 多媒体技术手段对艺术与设计的影响和参与也越来越深。

2012 年以前艺术类专业目录中并没有视觉传达设计这个名字, 人们看到更多的是艺术设计。而科技发展日新月异, 设计表现的内容已无法涵盖一些新的信息传达媒体, 视觉传达设计便应运而生。

二、视觉传达设计的相关概念

1. 视觉传达

21 世纪是信息发达的时代, 传达活动都有可能随时随地在我们周边发生。传达 (Communication), 意为“沟通”“给予”, 它是一种以抽象的广义信息为被传达对象的授受行为。

视觉传达是凭借视觉符号系统, 通过人类的视觉器官——眼睛来传达信息, 表现物体一定的性质。视觉这种传达方式有着语言或文字不可比拟的优势性。另外, 它很少受到地域民族等文化差异的限制, 受众人群广泛, 具有显著的传达效率。

视觉传达是属于非言语的传达（Nonverbal Communication）的一种，适合于主观性的情绪表现与传达，其表现的方法有以肢体来表现或传达的，如姿势动作；有以图画语言（Pictorial Language）表现的，如记号、图画等；有以物体语言（Object Language）表现的，如服装、广告等。其中“图画语言”运用得十分广泛，在人们生活中扮演着重要的角色，如标志、绘画文字、图表等均包含其中。例如图 1-1，国际红十字会的三个标志：国际红十字会批准采用红十字和红新月标志之外的新增标志“红水晶”，这个新的标志被认为不具有任何民族、宗教或者文化的内涵，为以色列这样 60 年以来一直未能加入国际红十字会的国家入会铺平了道路。



图 1-1 国际红十字会的“红十字”“红新月”和“红水晶”标志

视觉传达是人与人之间利用“看”的形式所进行的交流，是通过视觉语言进行表达传播的方式。视觉的观察及体验可以跨越不同的地域、肤色、年龄、性别、说不同语言的人们，通过视觉及媒介进行信息的传达、情感的沟通、文化的交流，凭借对“图”——图像、图形、图案、图画、图法、图式的视觉共识获得理解与互动。

视觉传达包括“视觉符号”和“传达”这两个基本概念。

（1）视觉符号

视觉符号，顾名思义就是指人类的视觉器官——眼睛所能看到的能表现事物一定性质的符号，如摄影、电视、电影、造型艺术、建筑物、各类设计、城市建筑以及各种科学、文字，也包括舞台设计、音乐、纹章学、古钱币等都是用眼睛能看到的，它们都属于视觉符号。

（2）传 达

传达是指信息发送者利用符号向接受者传递信息的过程，它可以是个体内的传达，也可能是个体之间的传达，如所有的生物之间、人与自然、人与环境以及人体内的信息传达等。它包括“谁”“把什么”“向谁传达”“效果、影响如何”这四个程序。例如图 1-2 联合国的标志是一个从北极看上去的世界地图，周围用一个橄榄枝圆环围绕着的图案。1945 年，美国战略服务处为在旧金山召开的“联合国国际组织会议”设计了一枚联合国“国徽”。整个徽记是一幅以北极点为中心、方位角等距离的平面投影世界地图。地图上的陆地为白色，水域为淡蓝色，其 8 条经线延伸至南纬 60°，纬线由 5 个同心圆表示。图案由两根交叉的金色橄榄枝组成的花环相托，象征世界和平。



图 1-2 联合国标志

2. 视觉设计

视觉设计是针对眼睛功能的主观形式的表现手段和结果。与视觉传达设计的异同，视觉传达设计属于视觉设计的一部分，主要针对被传达对象即观众而有所表现，缺少对设计者自身视觉需求因素的诉求。视觉传达既传达给视觉观众也传达给设计者本人，因此深入的视觉传达研究已经关注到视觉的方方面面感受，称其为视觉设计更加贴切。

视觉设计的概念是由“视觉传达设计”演变而来的。因此有人推断，视觉设计最终将演化为信息设计。这样说的依据是：

第一，人所获得的信息约 80% 来自视觉。

第二，从知识爆炸到信息爆炸的现代文明进程观。

第三，优秀媒体和新媒体无一不是对视听渠道的整合结果。

第四，高科技时代的嗅觉、味觉和知觉需要或者已经在充分发掘。

可见，信息设计学的建立将会在未来得以实现，它的规模庞大，涉及面广，可能产生广泛深远的影响，从而极大地催动新学科新科技的诞生。

视觉传达设计包括标志设计、包装设计、字体设计、图像设计、书籍设计、广告设计、装潢设计、界面设计等多个方面。

第二节 视觉传达设计的原理与特征

一、视觉传达设计的原理

1. 视觉图像的形式

视觉图像的形式可以从具象图像与抽象图像、静态图像与动态图像两个方面来研究。

(1) 具象图像与抽象图像

具象图像是客观对象具体形态的表现，也能体现出一定的意境。它以直观的形象真实

地传达物象的质地美、形态美、色彩美等,具有真实感,容易从心理上取得人们的信赖,从视觉上激发人们的兴趣与欲求。尤其是一些具有漂亮外观的产品,常运用真实的图片通过精美的设计制作给人带来赏心悦目的感受。

抽象图像是一种高度理念化的表现,以非写实的抽象化视觉语言表现传达的内容。因其本身具有自由的抽象美的因素,抽象图像更容易表现出它的本质特征,更能发挥设计者的个性,因此其表现范围是很广的。此外,对有些无具体形象或形象不佳的产品,或有些产品用具象图像表现较困难时,采取抽象图像表现可取得较好的效果。抽象图像比具象图像更具有时尚感、现代感,它的形式美和视觉效果比具象图像更强烈,是人们审美意识的增强和时代精神的反映,具有更强的象征性、典型性。抽象图像的表现不受时空的局限,也不受任何表现技巧和对象的束缚,它能扩展视觉设计的表现空间。

(2) 静态图像与动态图像

静态图像通过静态的图片、文字、符号语义、形象并运用精美的设计,以“无声胜有声”的方式打动消费者,通过色彩的运用、图形的设计激发强烈的视觉冲击力,从而引发消费者的兴趣。现代设计中这种静态图像的运用非常广泛,如海报设计、包装设计、环境艺术设计、产品设计等。静态图像能引人深思,使人联想,可以表达深层次的内涵。精美的设计能使消费者爱不释手,并具有收藏价值,如一些好的包装设计和产品设计还能满足触觉上的感受。

动态图像是一种动态的富有变化的图像,现代设计主要是运用现代高科技电视、网络媒体等手段,结合设计师完美的设计理念,使观众感受到视觉和听觉的全方位的体验。动态图像不仅刺激观众的视觉神经,还刺激了观众的听觉神经,更有亲和力,易于接受,符合现代科技发展的需要。动态图像在现代高科技设计领域中经常出现,如网页设计、电视广告设计、展示设计、动画设计等。

2. 视觉图像的表达

图像有很多表达形式,其中传统表达方式在现代设计中运用较为广泛。每个民族都有自己的传统,只有从传统中挖掘精华的东西,使之得到传承和发扬才能使设计更具有生命力和感染力。从传统中汲取精华的表达设计,可以从传统文字、图案、传统绘画等着手。

(1) 传统文字的表达

文字是文化的载体,它是视觉冲击力和传达功能在现代视觉传达设计中最重要元素。在视觉传达设计作品中,文字不仅是简单的说明符号,还是传达信息、唤起情感、形成设计形式美感的重要因素。传统文字对现代设计起着举足轻重的作用。书法艺术更是一种抽象的艺术,它的一笔一画都透露出含蓄的、生动的、朦胧的内涵。书法就像音乐的旋律,它有快慢和谐节奏,还有强弱统一节拍,它是无声的音乐;书法有如舞者在纸上舞动着长长的水袖,时而静止,时而风姿绰约;书法还有如绘画,虚实相生,浓淡相宜,像五彩的绘画。此外,书法还如棋的布阵,诗的韵律等。中国传统书法讲究虚实相结合,实是有形,讲究结构章法。虚是无形,讲究气韵和意境。

(2) 传统图案的表达

世界各国每个民族都有自己的吉祥图案和富有寓意的图案,如古代希腊、罗马,欧洲

文艺复兴时期的装饰图形,花边、点饰、角花、二方连续、四方连续等都在现代设计中得到运用并体现了深厚的民族文化内涵和历史。中国民间传统吉祥图像是通过寓意、谐音、变形的手法,用吉利祥瑞的图形符号表达人民日常生活理想的独特视觉艺术形式。它是人们文化心理和生活智慧的外化符号,是人民日常生活理想的视觉演示。传统图案是极具民族文化特色的既古老又时尚的艺术形态,蕴含了丰富的文化道德内涵、民族审美情趣、形象思维方式。

(3) 传统绘画的表达

传统绘画来源于传统文化,欧洲国家以油画为主,中国则以国画见长。在中国书画本同源,把中国画运用到设计中,能使设计更具有章法和气韵,虚实相结合,使观众惊叹设计背后的神韵。这方面中国设计大师靳埭强运用得非常好,将中国绘画运用得出神入化,时尚又富有内涵。

3. 视觉的统一多样性

事物的复杂性越大,往往越不知道从何处入手,追求创新,却没有揭示最基本规律与问题之间最短的联系,只是停留在表层的复杂性上,反而离问题越来越远。只有删除不必要的部分,本质就会暴露出来。视知觉的简化倾向即是舍弃一切复杂的表象。在视觉传达设计中,我们也在追求用最少的视觉语言表达最丰富的内容。

在统一中求多样,在多样中求统一,这种交融、渗透,淡化了两者间的界限,让它们相互包容、相互孕育。同时,产生了视觉的模糊化,这里的模糊不是模棱两可,不是层次的混乱,而是观察者视觉上、心理上的不确定的状态。只要“模糊”得恰当、适度,就会激起人们“探照究竟”的潜在的创造力量。只有注意力高度集中,潜力才能得到充分发挥,整个身心全力投入,伴随任何一种创造性知觉活动或创造性思维活动特有的紧张,这种适度的紧张以及解决问题后的松弛,正是产生审美愉快的源泉。完形心理学认为,最成熟的完形或者说是整体,即人们常说的多样统一的“形”,这也是设计能力的表现,无论用于再现自然和用于表现内在情感生活,它都是胜任的,因为它是生命力和人类内在情感生活的高度概括,是它们真实和本质的反映。就对受众情感的刺激力来说,它们大大超过简单、规则的完形,因为它蕴含着紧张、变化、节奏和平衡,蕴含着从不完美到完美、从非平衡到平衡的过程。虽然,统一是设计作品的原则,借由它的特性,使作品表现高尚且权威式的情感,以达成平衡及调和的美感。然而过分强调统一,将会失去活泼性而流于呆板。所以在讲究统一的同时,还需要注意到“多样”“变化”。

在视觉传达设计表现中的空白、不完全或者反过来对完整形的破坏、断裂、残缺都可以造成悬念或是创造出更大的形式意味和刺激力。给观众更深、更广的思维空间。在视觉传达设计中,如何通过不完全的形造成更大的形式意味或刺激力是设计师创造能力发展的一个重要表现。

(1) 省 略

从设计方式来看,它是在不损坏揭示客观事物的本质,不减少形象感染力这一限制下

的一种概括、简捷的方法。在创作过程中,将一些细节去掉,突出形象的主要部分,将能够激发人们内在经验的部分突出,让观者通过自己的视知觉去主动地联想、想象、补足。但省略并不意味着减少,而是追求视觉上的简洁、集中、概括,便于记忆。在中国画中,历来追求“以少胜多”“以一当十”。中国著名画家齐白石匠心独运地处理画面的虚实、照应关系,留下大量空白,空白即水,给人以无限想象空间。他不把对自然的如实模仿当作创作的最高境界,提出“作画妙在似与不似之间,太似为媚俗,不似为欺世。”这种“由小见大”“以少胜多”正体现出省略的效果。在现代图形设计中,为了便于形象的传播,让观者记忆,要求设计简洁、概括,具有吸引力。许多设计师都积极运用了省略的方法,通过不完全来追求画面的节奏,吸引观者的注意力。如图1-3,德国设计大师冈特兰堡的许多作品运用省略来造成视觉形象的断置,这种形象的不完整并没有阻碍观者的认知,分离的部分依然保持着连贯性,制造出律动感,反而创造出更有趣味的形式。再如图1-4,荷兰画家、图形大师埃舍尔作品中正负形运用得炉火纯青。这种正负形的关系是由“省略”了某一个单位元素的轮廓而造成的,当两个图形的轮廓线存在“一侧功能”,即一个图形的内轮廓是另一个图形的外轮廓,此时正负形的关系就确立了。近现代的设计师日本的福田繁雄先生的许多招贴作品中,充分运用正负形的关系,以自己独特的具有很强感染力的简洁图形语言传达信息,深化印象。这种图形之间巧妙、奇特的构合,要比精确地描绘物像更为不易,在全神贯注于一个物形的同时又能注意到之外的空白处,就像捉迷藏一样,让你一眼看不完,在图形中寻找、回味,领略其中的妙处,是现代图形创意的亮点,如图1-5。



图 1-3 德国设计大师冈特兰堡作品

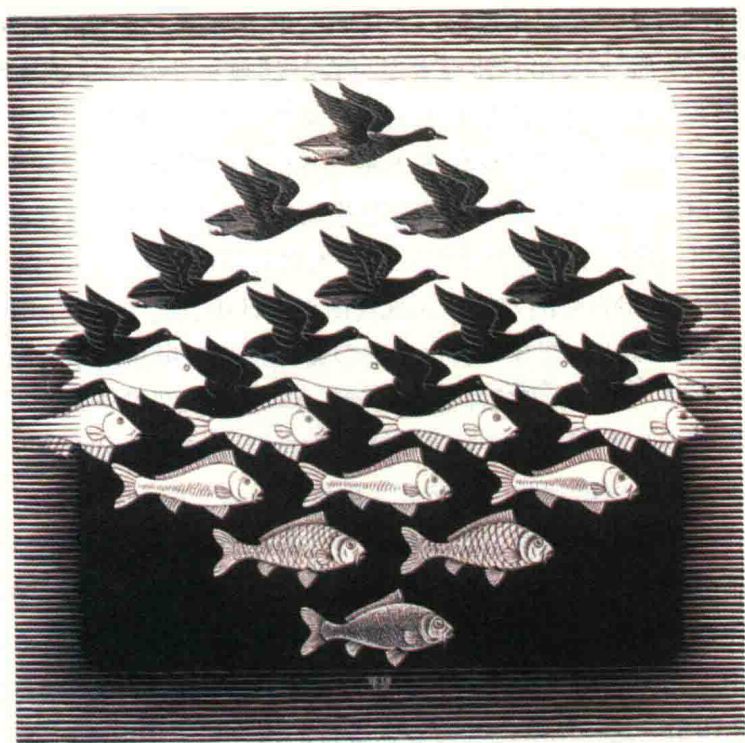


图 1-4 埃舍尔作品

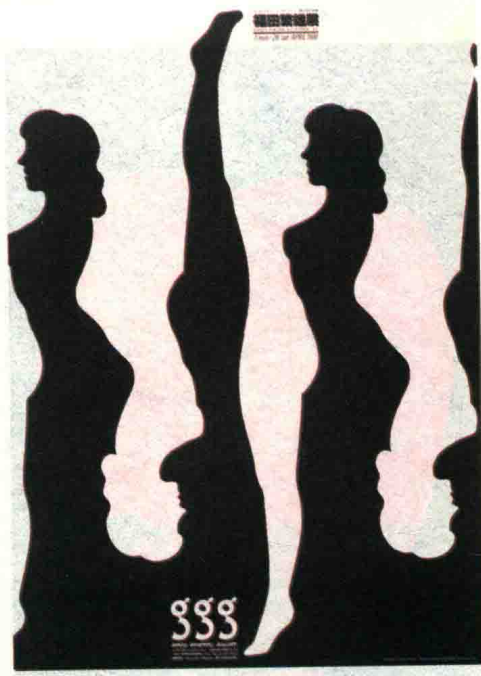
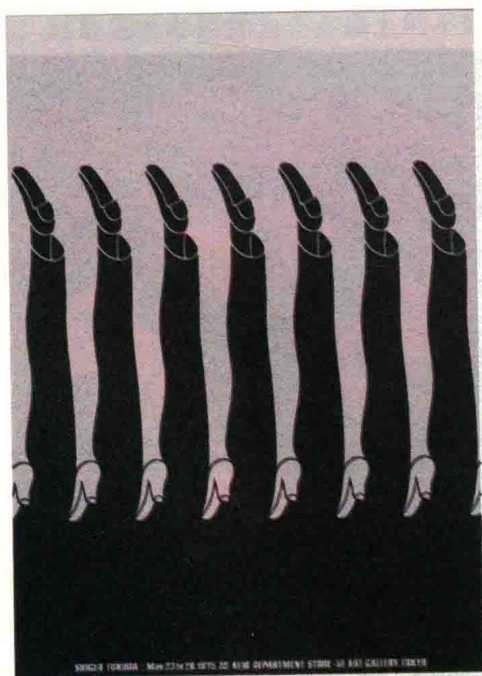


图 1-5 福田繁雄作品

(2) 偏 离

任何视觉上的偏离，都会造成与经验的心理图式不匹配的紧张感和视觉上的不确定感。在创作过程中，偏离从构成上来看，是指位置上的变动，无论是形的错开、位置的调动，

还是角度的旋转,只要是对以往的秩序、规则的改变都是一种偏离,一种经验上、视觉上的偏离,都会造成一种多样性的表现。例如一个正三角形,让它的尖角向下,就会造成视觉上的不稳定感,造成心理的紧张。在描绘荷兰的绘画作品中,那些偏离风车垂直与水平的骨架,角度有变化的风车,更具有运动感,描绘出风车旋转的态势。如在版式设计中,很多设计师抛弃了传统的对称设计和风格派坚持严格的横和竖的设计,而是把画面空间设计成为一个“紧张的力场”,利用各种元素的有效偏离,设计出有节奏的构图,造型之间具有动态关系,使整个视觉场具有活力。在招贴设计中,这种偏离不仅是形式上的,更是意义上的,它表现为一种在经验限定下的不合理,当形与形结合,制造出的新形象是我们以往并不熟悉的,或是现实生活中无法看到的。正是利用偏离于以往经验的想象力,才使得新形象如此吸引人,打动人。而应注意的是,偏离不论在形式上还是意义上,无论在哪种平台上,它作为一种操作方式,思考方法目的均是为了扩大造成设计空间、思维空间,释放视觉传达设计场的张力。

可见,删除不必要的部分以追求视觉的简化是一种节约,是一种以最小的力产生最大的功率,而结构的简单,则必然是稳定的,犹如古埃及的金字塔之所以风雨之后保存下来,是因为其结构的简单。

统一多样两者是相互包含的,虽然两者间存在对立,更存在统一。而多样统一的前提必须是“简洁”。否则,就会流于混乱。用最简单的形式表达最丰富的内容,因为“一切具体的都是有限的”,只有简洁的东西才具有最大的孕育性和想象空间,才能达到“言简意赅”的境界。

4. 视觉传达设计与格式塔原理

格式塔理论明确指出,眼脑作用是一个不断组织、简化、统一的过程,正是通过这一过程,才产生出易于理解、协调的整体。

如果一个格式塔中包含了太多的互不相关的单位,眼脑就会试图将其简化,把各个单位加以组合,使之成为一个知觉上易于处理的整体。在大多数人的眼里,那种极为简单和规则的图形是没有多大意义的,相反,那种稍微复杂点、偏离一点和不对称的无组织的图形,似乎有更大的吸引力,因为这种图形经过视知觉的组织和建构,一般能唤起更长时间的视觉注意和好奇心。在视觉传达设计创作中,如何通过不完全的形、模糊的形、重复的形和形与形的组合等,造成更大的形式意味或刺激力,这就需要充分运用格式塔原理,使得图形设计的张力最大化。格式塔心理学依据人们的视知觉和视觉思维的动力机制,提出了一系列图形的视觉原理,运用这些原理进行视觉传达设计,可以丰富我们的视觉语言,形成画面的审美张力。

(1) 图形—背景分化原理

这是格式塔原理中最基本的一条。每一视知觉都构成图形—背景关系。通常,人们把知觉对象的某一部分选择出来,视作图形,而把其余部分当作底子或背景。一般而言,图形是鲜明、积极、突出的,而作为背景的底子则相对模糊、消极,退隐其后,对图形起着衬托的作用。格式塔心理学强调图形—背景模式是视知觉的一种自发和先天的结构,而不是一种后天学来的知觉经验。关于图—底关系,格式塔原理证实,在其他条件相同的情况下,决定图—底关系的因素主要有:第一,相对较小、相对较封闭的区域易被认作图形。

封闭性使图形有了明确的轮廓和形状。而扩散与弥漫的背景则被认为是无具体形状的。第二,相对规律者易被认作图形。第三,在知觉上“有意义”者易被认作图形。第四,在视觉上“优美”者易被认作图形。而在艺术现实中,我们常常会面对更加复杂的图—底关系,它们不一定是单层的,而可能是多层的,甚至可能是重叠、复合、错综交叉的。除此之外,对图—底关系的认知还受到观者的态度、兴趣、注意力指向、价值判断标准,以及文化背景的影响。艺术家在创作实践中,应视画面的具体情况灵活处理。然而图与底的关系并非是一种静态的和不变的,它可以通过设计者对其形体进行巧妙的重构组合而达到图与底之间的连接勾合,一种超常的、新颖的视觉语言在不依赖过去经验,而是设计者运用创造性思维使之展示在人们面前。由于图与底出现了可逆转的模糊图形,就使得知觉中心处于一种不稳定的状态,便呈现出极为有意思的图形与背景在知觉中交替频繁的互动形象。图形与图底的关系,实际上是辩证的关系。人们在习惯上把作为视觉主体的形象视作“图”,其所占的区域被认为是“正空间”;而把背景视为“底”,其所占的区域被称作“负空间”。其实,二者是相互依存,相反相成,并且在一定条件下随着视觉焦点的不断变换,图与底相互转换。因而,图—底转换成了图形创意中简约图形、增强视觉趣味的重要手段。图—底转换图形中的图与底都能分别成为独立的知觉整体上可以相互转化的。许多招贴就是利用图—底共生互换原理设计的,收到很好的视觉效果。

(2) 图形组合中的“完形”原理

对于图形的结构组织,知觉活动会产生一种改变它们并使之成为完美结构的倾向是格式塔又一特征。在人的视觉中对不完整图形的组合会有一个主动将它“补充”或恢复到应有的“完整”状态的冲动。这种冲动成为提高知觉认知度的本质。它是建立在知觉对形象“完形需要”的审美心理效应基础上的。实验表明,轮廓闭合的对象比轮廓不全的对象容易被看成一个整体,但是如果我们面对自己所熟悉的对象,即使轮廓缺少一部分,视觉仍会将它感觉为一个整体。视觉心理学的研究表明,人的视知觉可以凭借经验世界,借助视觉定势对一些物体形的残缺加以补充和“修复”,也就是“完形”。根据这一原理,我们的图形

设计可以用简省的手法,刻意创造一种残缺和不完整的图形,以便调动受众的视觉功能积极性加以补充和修复,从而产生亦真亦幻的视觉效果。如图1-6中的人脸只有鼻子和嘴唇的轮廓线,其余都是空缺,但是我们的视知觉仍然能够感觉到那是一张青春少女的脸,“空缺”不但丝毫未影响图形的完美,反而更富巧妙,耐人寻味。

这种将完整的形体进行有意识地巧妙分解成虚缺状,将视觉感受由熟悉引向陌生,使之产生新奇,在观赏形象的同时,通过视觉的自觉完形想象,必然会发现以前未曾感受到新的认识和新的形态。即将人们观念中的一些不可



图 1-6 少女

能或不该分解的图形文字有意识地使之断裂和虚缺,从秩序到无秩序或再回到秩序,这个过程中会构成新的形象或产生新的观念,同时也会打破正常的心理和经验,显现出强烈的视觉印象。这种方式,也是一种富有创造性的思维方法,许多设计师以此思维力图推翻常规经验,分解固有形象,构筑探索新的图形组织方法,从而赋予图形新的意念和视觉效果。

(3) 错视原理

人类对外界物象的识别与表现是自身通过对空间的实际体验得来的,是根据距离、大小、方向等因素来判断的。这种现象在欧洲文艺复兴时期便以科学的解释而被界定为透视学。由于它符合人的视觉对物象观察的客观实际,所以被认为是最科学的,成为反映客观现实空间的唯一方法。然而人们并不满足于这种对空间物象的认知方式,在展开新的探索尝试中伴随着其他学科对视觉空间思维方式的新发现,便产生了一反固有正常的空间透视方法的认识,即物象表达中的错视现象。利用对错视的体验,也是格式塔心理学家们研究的课题。错视就是我们的眼睛所看到的图形与实际存在明显的差异。格式塔心理学派对这一现象的研究,极大地丰富了视觉认知图形领域,扩大了艺术家们进行各种图形表现与尝试的途径。利用错视原理所表现的物象空间突破了一般形象思维再现自然的习惯方式,使之形成了无限与有限的矛盾,荒诞与真实的对比,无序性与有序性的复杂交错。这一特点成为现代标志设计所追求和体现时代感的重要组成部分。图 1-7 就是运用错视原理创作的作品,它们借助艺术的手段,在同一图形空间中表现出矛盾的空间观念,由于是建立在看似合理的空间透视关系上,其形象之间的共存关系就显得天衣无缝。尽管这种图形在现实生活中被认为是荒诞的、不能成立的,但我们的视觉还是乐于接受。利用错视原理,形成超现实的世界,其荒诞与奇特不但使受众在生理及心理得到刺激,而且还能引发更丰富的联想,将视觉传达变得更有趣味性和新奇性。

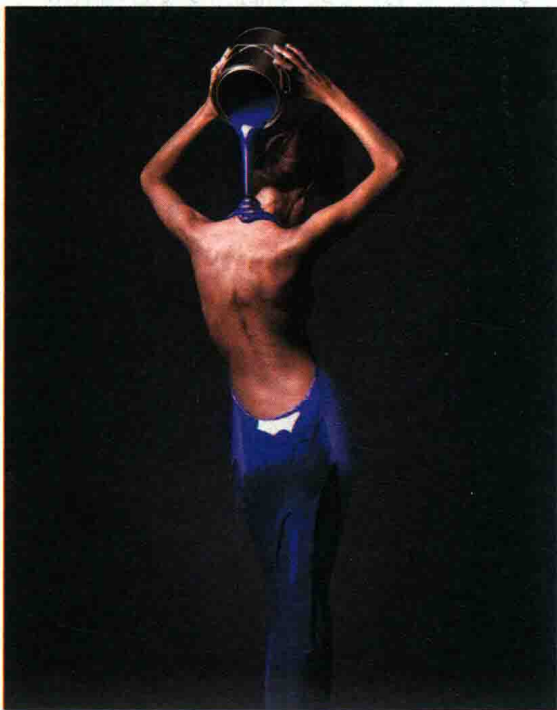


图 1-7 错视作品欣赏