



G R A P H I C D E S I G N



# 图 形 设 计

童燕康 王建伟 编著



广西美术出版社



# 图形设计

童燕康

王建伟

编著



广西美术出版社

(桂)新登字 07 号

## 图形设计

童燕康 王建伟 编著

☆

广西美术出版社出版

(南宁市河堤路 14 号)

广西新华书店发行 广西民族印刷厂印刷

\*

开本 787 毫米×1092 毫米 1/16 印张 8 插页 2

1998 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

印数 0001—3000 册

ISBN7-80625-481-1 定价:32.00 元  
J·379

## 前 言

图形设计在现代设计中应用相当广泛,如:商业美术设计、书籍装帧插图设计、广告设计、影视动画设计、展示设计等等。特别是进入瞬息万变的信息革命时代,新科技、新观念、新设计如雨后天春笋般层出不穷,学习创造性的思维方法,全方位地激活艺术想象,使之发挥出最佳创造才能,无论对初学设计者还是已经从事设计专业的人都有必要。《图形设计》一书就是以激发设计者的创造智慧、挖掘创造潜能、促进创造力的发展作为核心,图文并茂地展开论述。全书分四个章节:第一章从造型要素点、线、面入门,着重探讨和理解三原

形的变化及组合规律。第二章与第三章的图形创意与表现是本书的重点,在这两章里,我们详细分析了创造性思维及艺术想象的特征,以及图形设计中充满创造智慧不拘一格的表现手法。第四章分析了平面构成形式在图形设计中的应用。

学习图形设计的目的在于掌握科学的设计思维方法,在于理论联系实际,研究法,又不为法所束缚,使创造灵感能够源源不断,作品具有新颖感与独创性,从而有效地服务于社会。

作者 1997.12

## 目 录

|                        |   |                         |    |
|------------------------|---|-------------------------|----|
| <b>第一章:基础图形</b> .....  | 1 | <b>三、相似图形</b> .....     | 10 |
| 一、造型要素:点 .....         | 1 | <b>四、分解组合图形</b> .....   | 12 |
| 二、造型要素:线 .....         | 1 | <b>五、夸张与省略图形</b> .....  | 13 |
| 三、造型要素:面 .....         | 1 | <b>六、幽默与拟人化图形</b> ..... | 14 |
| <b>四、单元形的构成</b> .....  | 2 | <b>第四章:构成与图形</b> .....  | 16 |
| (一)形与形相遇时的八种组合形式 ..... | 2 | 一、骨格与构成 .....           | 16 |
| (二)单元形的四种形式 .....      | 3 | 二、构成形式 .....            | 16 |
| <b>第二章:图形创意</b> .....  | 4 | (一)形的秩序构成 .....         | 16 |
| 一、创造力与创造性思维 .....      | 4 | 1. 重复构成与图形 .....        | 16 |
| (一)创造性思维的综合性 .....     | 4 | 2. 渐变构成与图形 .....        | 17 |
| (二)创造性思维的连动性 .....     | 4 | 3. 发射构成与图形 .....        | 18 |
| (三)创造性思维的独创性 .....     | 4 | (二)形的对比构成 .....         | 18 |
| 二、艺术想象 .....           | 5 | 1. 变异构成与图形 .....        | 18 |
| (一)虚构 .....            | 5 | 2. 对比构成与图形 .....        | 19 |
| (二)联想 .....            | 6 | 3. 分割构成与图形 .....        | 19 |
| <b>第三章:图形的表现</b> ..... | 8 | <b>黑白图例</b>             |    |
| 一、重合图形 .....           | 8 | <b>彩色图例</b>             |    |
| 二、共用(巧合)图形 .....       | 9 | <b>作品欣赏</b>             |    |

## 第一章 基础图形

图形是人类通过视觉形象传达信息的一种特殊的形式。图形设计实质是视觉传达设计,即借助视觉图像来传达信息、思想和观念。

基础图形是指对图形的共通性、基础性的问题而进行的专门研究,这就是从造型要素点、线、面起步,深入探讨形的变化及组合规律。

### 一、造型要素:点

点是相对而言的,在相对大的空间中被视为点,在相对小的空间中则被视为面。点有两种类型:视觉上可见的点称为积极的点或实点;而概念上的点,如线与线的交点、形象的棱角等被称之为消极点。把线切断,稍稍拉开则形成虚点。

点具有许多视觉特性:单一点有集中或凝固视线的作用,两个以上的点会使视觉产生动的感觉,点的连续会产生节奏、韵律和方向,大小不同的点会构成不同深度的空间感。点的自由构成形式有点的线化和点的面化。点的靠近,形成线的感觉;点的聚集,又产生面的感觉。黑白图1是点构成的几种形式。彩图1、2、3是点构成在广告设计中的应用。

### 二、造型要素:线

线是点移动的轨迹。线有两种类型:视觉上可见到的线,称之为积极的线;而概念上的线,如面的边沿则被称为消极的线。

由于点移动的方向变化,线具有明显的方向性,如直线、曲线、折线。其特征是:

(1)垂直线具有直接、严肃、坚强、阳刚及上升下降感。

(2)水平线具有静止、安定及左右延伸感。

(3)斜线具有飞跃、积极的动势。

(4)折线具有运动、方向、空间感。

(5)曲线具有间接、优雅与动感。

线的要素首先就是长度,然而在造型中线的宽度却特别重要,它具有种种不同的表情,如力度感、运动感、方向性等。粗直线钝而有力有前进感,细直线锐而纤弱有后退感,几何曲线明朗而有理性,自由曲线柔和、优美而有人情味。

线的自由构型形式有:不连接、连接、交叉。黑白图2是线构成的几种形式。

彩图4、5、6是线的构成在广告设计中的应用。

### 三、造型要素:面

面是线移动的轨迹。面与点、线一样有消极与积极两种类型:消极的形态是指点和线的聚集,积极的形态就是线移动的轨迹。可见,点、线、面几种形态之间没有绝对界线,如点扩大可成面,线

加宽也成面,它们的界线是相对的。面的种类可分成“几何形”、“有机形”、“偶然形”与“不规则形”。

几何形的感觉是明确、简洁、有秩序美,富于哲理性,它的原形是:正方、三角和圆形。

有机形并不像几何学的理念形那样规矩而角度分明,它是一种不具数学含义的形,它的形状特点不但是曲线的、圆滑和具有美感的,而且也是单纯、合理和带机能美的,如蛋形、沙滩卵石、花木的叶子、蝴蝶的翅膀等形态。

偶然形是自然造就的不可重复的形态,如墨水瓶摔破墨水溅开之形,水油相渗所出现的奇特之形,吹彩法、滴流法、挤压法所创造的形等等。若能有意地运用这些偶然形,就可获得一般情况下难以取得的形态效果,使视觉传达更加丰富多彩。

不规则形是有意识地创造出来的形态,如用手撕出来的造型、用蜡烛烤出来的造型、用毛笔顿挫出来的造型等。它们的外轮廓并不像几何形、有机形那样规整和有秩序,但正因其不规则而在造型上别具一格。

面的特点是充实的,因为面形与面形的间隙、联合、围拢或由面的透叠而产生的新形,要比线移动的轨迹所形成的机会多得多,所以,面在平面构成上总是以一定的形出现。对造型要素的探讨,目的是为了把这些要素巧妙地组合起来,水乳交融地形成各类作品。这种通过特定的组织形式进行的设计活动称为构成。彩图 7、8、9 是面的构成

在广告设计中的应用。

#### 四、单元形的构成(单元形的分解与组合)

单元形是单形、复形、正负形、独立图形的总称。

构成作名词解释指组合、组织、构造、配合;作动词使用是指将两个以上的单元统一起来,指的是组合结构。我们学习单元形构成的目的是在造型要素点、线、面的基础上对三原形正方、三角、圆的变化从直觉到逻辑推理进行严格训练与探讨。

(一)形与形相遇时的八种组合形式:

(1)接触:一个形与另一个形的边缘恰好接触,产生一个如两形相连的组合形。

(2)层叠:一个形的一部分重叠在另一个形的上面,两形之间产生上下、前后的感觉。

(3)透叠:一个形叠在另一个形上,但两形同时显映出来,产生幻觉效果。

(4)联合:两个形覆叠时,联合成一个新的大的基本形。

(5)减缺:一个形被另一个形减缺产生新的形。

(6)差叠:两个形覆叠后,只有共用面显示出来。

(7)重合:两个形完全重合,犹如一个完整的基本形。

(8)分离:一个形与另一个形相分离。但若将其中一形扩大,另一形缩小,大的形对小的形会产生引力效果。

黑白图3是形与形相遇时的八种组合形式。将以上方法综合运用,再将形进行扩大、缩小或改变其方向、位置,可构成千变万化的丰富图形。

#### (二)单元形的四种形式:

(1)单形:指形在视觉效果中只有一个。三原形的联合、重合、差叠、减缺容易得出此效果。其中联合是研究形的加法,而减缺、差叠是探讨形的减法。

(2)复形:在视觉效果中,有两个或两个以上的形称为复形。接触、层叠、透叠、分离易产生复形效果。

(3)正负形:正形与负形是指画面图与底的关系。在平面设计中形象通常被称为图,也就是正形,它具有前进、明确、醒目、集中等特征。负形是底,是背景,起衬托和点缀作用,它具有后退、不明确、分散等特征。但在图形中通过特定的设计,图与底、正与负,视觉效果存在着相互变换的现象。如《鲁宾之杯》(黑白图4),当眼睛盯着白色图形看时,黑退为底,画面呈现的是酒杯的形象;但眼睛盯着黑色图形看时,白色

退后为底,画面呈现的是两个相对的侧面人像,它们都成为有意义的图形。正是这种正负形图底互换,促成构成效果丰富多变。单元形的正负形设计是表现两形共边线的一种特殊图形形式。

(4)独立形:独立形是单元形的一种特殊形式,它的重点是表现形的各种组合排列方式,以及组合后的独立形、完整形、正负形等形式美。

独立形的构成要求基本形不要太复杂,以简为宜,基本形可以是点、线、单形或简单的复形。

独立形的基本构成有对称、旋转、移动三种。将三种基本方式结合起来运用,加上形的变化、扩大、缩小、近似、渐变,可使独立形变化无穷。

现在让我们从造型要素点、线、面入手,研究形的创造、变化、美感、比例、主次、韵律、平衡、协调、统一及组合规律,为下一单元学习较为复杂的图形创意及表现打下良好的基础。(如黑白图5、6、7、8)

## 第二章 图形创意

图形的生命和灵魂在于创意。

创意是一种思维过程,即平常所指的构思,是对我们所要表达的内容进行想象、提炼、组合和创造,使表现对象由现实美升华为艺术美的一种创造性劳动。

英国图形大师艾伦·弗莱彻说:“在设计中除了意念,其他所要做的就只不过是敷色和涂抹罢了。”所谓“意念”指的就是图形中的创意,而每件充满智慧的设计作品又是与设计者的创造力及创造性思维分不开的。

### 一、创造力与创造性思维

创造力是指设计者在创造过程中表现出来的知识、思想、概念、创意以及创造性思维能力与技能的总和。

创造性意味着以新的方式提出问题、解决问题,敢于打破思维方式和设计类型方面的清规戒律。创造性思维是指富于创新精神的思维方式。从图形创意的角度来看,创造性思维具有以下特点:

#### (一)创造性思维的综合性

创造性思维在图形创意中,将宇宙万物转化为造型元素进行综合。当然这不是简单的拼接,而是按一定的目的

加以系统组合,调动形象的潜能创造新事物、新图形。经综合的元素来自万物却又超越万物,产生出现实中没有的幻象。如:龙是九种动物的综合,凤是几种鸟类的综合,还有佛教画中的千手千眼观音、民间艺术中的人兽合体等。在人们的创造与想象中这些图形都有了超乎寻常的神力,是人们美好愿望与追求真善美的理想体现。

#### (二)创造性思维的连动性

创造性思维在图形创意过程中思考问题往往是“举一反三”、“自此思彼”。就形态而言,无论现实中物象差异有多大,经过设计者主观想象的加工选择提炼,找到其中的相似点,让形态发生转换、融合,化腐朽为神奇,变不可视为可视。彩图 10 由手的动态想到金鱼的尾,于是手与鱼连结;又由手的动态想到跳跃的猫,于是手与猫组合。彩图 11 借形在视觉上的同一性联想,以一形带出多形,又以一形表达多意。连动性的思维方式创造了妙趣横生的新图形。

#### (三)创造性思维的独创性

创造性思维在图形创意中要求对事物具有独到见解,敢于破除清规戒律,提出新问题。在思维模式上,不满足于传统的深挖洞、叠罗汉式的直接思维法,而是从纵向、横向、逆向、集中、分散等多角度、全方位来思考问题,天马行空,不拘一格,以提出问题、解决问题,创作出有影响、有个性的作品为目的。《沟通》(彩图 12)将两个对立的头像合为一体,造成视觉上反常规的幻

象,作品以一种不合逻辑的外在形式表现了一种符合逻辑的深刻内涵,即“沟通——关键在于对立面的”统一,形简而意明。彩图13通过剪贴重合,将一对男女不同表情的眼和嘴与脚掌重叠,使观众首先在头脑里产生疑问:“怎么回事?”再看只在画面占很小位置的鞋,以及虚线组成的三角形交点所指位置的眼,不用看文字,马上明白了广告内容的含义:穿过此鞋的人非常满意,发出了会心的笑;没穿过此鞋的人急切盼望能买到。这就是创意的独到和绝妙。做鞋的广告,不直接夸鞋如何好,而是抓住人的心理,在“祈盼、满意”上大作文章,无疑能起到促销的作用。这就是在综合思维分析问题的基础上,以反常规的形式、荒诞而幽默的手法显示出的独创性。它跳出一般模式而直达要表现内容的核心。

## 二、艺术想象

爱因斯坦有句名言:“想像力比知识更重要,因为知识是有限的,而想像力概括着世界上的一切,推动着进步,并且是知识进化的源泉。”

图形的生命与灵魂在于创意,而创意又是以艺术想像力的高度发挥作为内核的。

美学家认为:“艺术想象有两个特点:其一,艺术想象是主动积极的创造性复合想象,而有别于日常的记忆性或再现性的单纯表象活动。也就是说,艺术想象不是事物印象在头脑里的简单再现或拼凑相加,而是要通过虚构创造

全新的形象。其二,艺术想象是结合着理解力的有意想象,而有别于日常无意识的梦想与幻想。”

美国当代心理学家阿瑞提在《创造的秘密》一书中指出:“人类的想象的创造力离不开理性的逻辑力量的指引,创造力的本质在理性与非理性的结合,创造的精神并不拒绝这种原始的(亦或古老的、陈旧的、脱离常规的)心理活动,而是以一种似乎‘魔术’般的综合,把它与正常的逻辑结合在一起,从而展现出新的、预料不到的而又合人心意的情景。”这里“魔术般的综合”即是指主观与客观、虚与实、现实与理想、理性与非理性的“中介”、“桥梁”,即创造性想像力的关键——“虚构与联想”,它是综合思维作用的结果。艺术想象正是凭借着这一对翅膀可以超越时空,摆脱客观对象与现实中的种种条条框框的束缚,帮助我们解放思想,放开思路,无拘无束地在图形想象的空间中自由飞翔。

### (一)虚构

虚构是想像力高度发挥的产物,是创造性想象的重要特征,是主观对客观从概念到形象的臆造。古今中外一切文学艺术作品都离不开虚构。

虚构帮助创意表达深刻的内涵。“白发三千丈,缘愁似个长”,“问君能有几多愁,恰似一江春水向东流”,“突报人间曾伏虎,泪飞顿作倾盆雨”是诗的虚构。梁山伯、祝英台生前不能结良缘,死后化蝶成双对是古典戏剧的虚构。七仙女下凡、孙悟空七十二变、《聊斋志异》中的人鬼相斗或人狐相恋是小

说中的虚构。我国的龙、凤、宝相花,埃及的狮身人面像,西方古典绘画中长翅膀的小天使,以及近代最有影响的艺术  
家毕加索的立体主义绘画,集神秘、智慧、悖论于一体的埃舍尔的绘画,都是艺术虚构的集中体现。在现代图形创意与表现中,虚构更是时时可见,处处可寻。歌剧招贴画《费加罗的婚礼》(彩图 14)中男人、女人跳舞的脚与音符同构,显示活泼而热烈的欢快气氛,画面极其简练,一个虚构的音符概括了一切。《梵高与向日葵》(彩图 15)中梵高的头像被自己的名作《向日葵》包围并置换,产生一个亦真亦幻的复合形象。是向日葵像梵高?还是梵高像向日葵?或许作者正是要通过这种虚构的模糊形象向观众讲述一个真实而感人的故事:梵高的一生犹如向日葵,短暂而灿烂。作者与观众正是通过想象的默契,达到视觉沟通的同一性。

毕加索说:“艺术家必须懂得如何让人们相信虚构中的真实。”这是因为艺术的真实不等于生活的真实,即艺术想象的虚构正是通过对生活深刻的理解、高度的概括,以夸张、比喻、象征、拟人、联想的手法变无为有,变不可视为可视,造成一种真真假假、假假真真的真假统一体。“虚构”不是真实,但却更深刻、更全面、更感人地反映和揭示了真实。(如彩图 16)

## (二)联想

联想是从一事物想到另一事物的心理过程,是事物由此及彼的相似性的内在关联性导出的新结果。联想是从

偶然到必然的形象激发,往往是创作中灵感的突破点。达芬奇的名作《蒙娜丽莎》中永恒的微笑就是从微风吹起湖水的涟漪受到启发产生联想而找到创作灵感的。毕加索的立体主义绘画受启发于非洲木雕,亨利·摩尔的现代雕塑受启发于东方园林的奇山异石。美学家朱光潜说,“凡是两个观念联系在一起时都用联想”。“意识在活动时,就是联想在进行”。联想是设计、艺术创意中的粘合剂。联想把遥遥相距毫不相干的事物消除了界限,打开了通道,找到了事物本质间的共性。所以联想也是艺术想象的关键。

联想具体可以分为接近联想、相似联想、对比联想、因果联想。

在图形创意中,具有各种不同联系的事物反映在头脑里,就形成各种不同的联想。

(1)接近联想:利用空间或时间上相接近的事物联想。彩图 17 是《一画会》的封面设计。《一画会》是一个香港现代水墨画会的展览刊物。封面意象是运用一个画字,以毛笔浑厚的一画与严谨的线构成组合,使“一画”合为一体,以体现各会员把传统与现代观念相结合的创作实践。用毛笔画出的“一”,浑厚而亲切,自然让人联想人们熟悉的毛笔及毛笔后面的东方文化。几何线构成的“画”字又是现代平面构成的象征,并让人联想到近代西方冷抽象大师蒙德里安的绘画。而在接近的时空中运用人们熟悉的典型事物进行设计,更能唤起观众的联想和共鸣。(如彩图

18)

(2)相似联想:在形状或内容上相似的事物容易产生联想。彩图 19 是纽约艺术俱乐部第 58 届展览的宣传海报,作者将铅笔与纽约帝国大厦以形状及构成要素相似同构。现实中纽约最高的建筑帝国摩天大厦与铅笔比例的悬殊简直无法以语言表达。只有艺术想象才能以魔力般的综合不可思议地将超级巨大与渺小的两个相距甚远的物体堂而皇之地放在一起,并且合情合理。这张海报给观众以平常的视觉感受但却留给观众不平常的心灵震撼。这就是相似联想的魅力。彩图 20 是艾米利城市节日的招贴画,画面却没有出现任何人或景观,作者以幽默的手法画了一个红色的揭开了顶的绅士帽,冒着五彩的热气,它既像红色的大烟囱,又像儿童神话中的城堡。就是这个活泼的复合形给人以此处无人胜有人的联想,它将一个热烈、热火朝天、热气腾腾的城市节日浓缩于画面,而把具体的热闹情节留给观众去回味、想象。热气腾腾的绅士帽与城市节日的热闹在内容上相似默契而极富表现力。

(3)因果联想:利用事物的因果关系联想。日本《第 25 届全国植树节》海报(彩图 21)中,作者将植树节的标志转化成五彩树。作品以诗一样的视觉

语言告诉观众,植树美化了环境,环境将还给人类一个鸟语花香、五彩缤纷的世界。环保广告《明天已为时太晚》(彩图 22),则是运用因果联想从反面说明问题的图例。

(4)对比联想:利用有对立关系的事物联想。彩图 23 是东京电力公司多种沟通招贴画,彩图 24 是呼吁招贴画,《天堂还是地狱由你选择》是从事物的对立面进行创意和表现的。作品都是超越时空,将天地遥遥相距的物体组合到一起,产生虚幻的形象。这些虚幻形象有如音乐般美妙、诗词般概括,给人以耳目一新的感受。《畏惧与傲慢——和平的敌人》(彩图 25),作者以对称式的构图安排了两个形体一样的身体,而别出心裁地将一个缩小一个放大的头像分别与身体造成不合比例的同构。这两个歪曲了的形象造成视觉和心理上的强烈对比与冲突,以一种“不平衡”意味深长地告诫人们,在对待和平的问题上,畏惧不行,狂妄自大、骄傲也不行,人与人只有平等相待,才能真正和平共处。

可见,在联想过程中,真实中的虚幻、虚幻中的真实相互包容、相互撞击,它使图形创意情景交融,虚实相合,达到理想与现实完美的统一。

### 第三章 图形的表现

如果说创意是图形的灵魂,那表现则是图形的载体,它们相互渗透、相互依存、相互作用共同构成了图形生命的统一体。

现代图形设计是创作者创造性思维与艺术想象高度发挥的过程。因此现代图形的表现形式决不只是视觉要素的简单排列组合,而是建立在对人的心理活动较深层次的研究和对设计的目的意义深刻理解基础上的创造性活动。表现在造型活动中,不同事物间真实与虚幻、已知与未知、现实与理想以及具象与抽象之间的碰撞、交融、转化、结合,形成了图形设计新颖的形式、不拘一格的多样化表现手法。

#### 一、重合图形

重有重复、重叠之含义。

合指综合、组合、合成、统一、化合。

将两种以上的视觉元素按照一定的内在联系与逻辑进行重合,产生一种新意念、新形象,称为重合。

“重”在构形方法中指几个形象在空间中的不同组合方式,如重叠、透叠、联合、重合。

“合”从创意来理解,是一个全局的观念、整体的意识。世界上一切相反的

事物,往往互为其根,相互依存。没有白就没有黑,没有轻就没有重,没有杂多就无所谓统一,没有分解也无所谓组合,这是矛盾对立的统一。

“合”通过创造性的综合想象,也即“虚构”、“联想”、“喻意”、“象征”等产生巧妙的构思、神秘的形态、新奇的意境,具体在图形表现中,是要善于找到不同元素之间或毫无联系的事物之间内在的联系,才能做到把“众多合为单一”,以构成新的机体,产生新的价值与功能。彩图 26 是反对战争的招贴画,作者将两个完全相异的形——绳与枪重合产生现实中的荒诞。作者正是通过典型化的形,虚构重合造成一种视觉冲击力和心理张力,相异的形却在抽象意义上强有力地“合”,使人类厌恶战争、希望和平的愿望得以强调和升华。彩图 27、28 是《保护地球绿色植物与人类活动》系列海报,前者地球与发芽的种子重叠,无穷大合于无穷小,象征地球上将充满无限绿色的生命,绿色会给地球带来勃勃的生机。它们互为作用合二为一,意义无穷大。后者地球与人的双臂紧密相连合为一体,象征人与地球紧密无间,人类保护地球正是保护人类自己。握着的手象征人类同心协力、人定胜天、人定胜地、人能改变一切。日本图形大师福田繁雄正是运用逆向思维,将大存于小,以小拥抱大,表现形式上的反常规不合逻辑却相当精彩地表现了内容的深度和广度,这是无理中的有理。电影宣传海报《来自第三世界的电影构架》(彩图 29),其中几个侧面的

形象相联合,形成一个有意味有变化的超然形。侧面的头像叠映着正面的眼睛,这是几只有特色的眼睛,它们或深思、或凝望、或咄咄逼人;侧面的形象似乎侃侃而谈,很有动感,与正面的眼睛形成对照。它们合成全方位的多面体,简练生动地向观众传达着丰富的图形信息及思想内涵。彩图 30 是福田繁雄在美国个展的海报,图中一正一反两个抽象的人联成一个循环并与圆重合,产生了世上独一无二的充满想象力和智慧的眼睛,这也是画家、设计家心灵的眼睛。彩图 31 重合的形式多样,联合、透叠、层叠,视觉元素多样,平面、立体、流动、发射,思维模式必然是不拘一格,画面意喻全方位的综合有着光彩夺目前景。

《童趣》(黑白图 9)、《憨牛》(黑白图 10)、《浮云》(黑白图 11)、《滚滚红尘》(黑白图 12)、《翔》(黑白图 13)、《回归》(黑白图 14)都是多种重合形式综合的插画设计。

## 二、共用(巧合)图形

一举两得、一箭双雕、一语双关常给人以智慧、巧妙的联想。

在广告语中,利用俗语谐音巧改文字,巧妙的借用常收到言有尽而意无穷的良好效果。如:打字机广告“不打不相识”、“百文不如一键”(百闻不如一见),服装广告“百衣百顺”(百依百顺),洗衣机广告“闲妻良母”(贤妻良母),热水器广告“随心所浴”(随心所欲),邮局广告“曲径通邮”(曲径通幽)等。这种

语言艺术中谐音的“共用”(巧合),令人过目不忘,回味无穷。同样,图形设计中“共用”(巧合)也给人留下无“巧”不成画的深刻印象。在图形设计中,共用是指形与形的相互适合、相互转化、互借互用。形与形的轮廓线相互借用称为共用线,形体相互重合互借互用称为共用形。“共用”是艺术虚构的手段,它利用形的巧妙配置,使形转换,从而实现形的共存和意的共生。

《虎》(黑白图 15)初看是一静止的虎头,仔细观察,在虎头中还叠映着一只凶猛、跃跃欲动的虎,静中藏动,妙趣横生。《武士脸谱》(黑白图 16)凤鸟的外形与人的鼻子、脸的轮廓线互借互用,它们既相互制约又相互依存,虚实互化共同组合成一个有趣的日本武士脸谱。黑白图 17 是形体的互借互用,眼睛盯着黑的形时是鹿与孔雀,眼睛盯着白的形时则是温驯的羊与跃动的鱼。形体的互借互用也称为“以共用形相生”,它们共生共用,图地合一,凝聚为不可分割的有机体。

共用图形是一种有趣味的形式,图地两种形式相互依存并相互显隐,一种形象显出来,另一种形象则隐下去。“共用”(巧合)将设计思维转入对图地的双向乃至多向思考,它扩大了画面限定空间的表现力,使图形的寓意更深刻、含蓄,也更耐人寻味,如埃舍尔的两幅作品《八个人像》和《人形》(黑白图 18)。

彩图 32 是福田繁雄的招贴画设计,黑形与白形部分巧妙的共用,产生

一种黑白交替、律动的效果。彩图 33 是《罗密欧与朱利叶》戏剧招贴海报,这是莎士比亚笔下的一出著名悲剧。美国图形设计大师兰尼·索曼斯以极简练的造型,刻画了一对热恋中紧紧相拥的青年。再仔细看,黑形衬托出的白形则是惊恐的眼睛,一把锋利的十字短剑正刺在象征爱情的心形上……作者正是利用图地共用、黑白巧合,将热恋中的美好与死神呼唤的恐惧合二为一,将悲剧以共用图形精练的手法推向高潮,使人看后引起强烈的心灵震撼!

共用图形绝不是自然表象,它是设计者在形象思维与逻辑思维的综合中,通过夸张、取舍、提炼、变形、联想、巧合乃至虚构的产物。

共用图形又是一种限制中求变的形式,它在图底的交替与制约中求得完美。任何艺术、设计都有它的限制,正是这种特定的限制练就了艺术家与设计者的功底。研究限制、利用限制,就能在限制中独创,并在艺术表现的天地中自由翱翔!

总结共用图形在表现手法上有三种类型:

(1)图形与图形部分共用,各自形成完美独立的形,且产生时间上的延续性与动感。彩图 34 是步行旅游广告,这种构成限于同类事物,三头六臂的金钢与千手千眼观音都属此种构形。

(2)不同类型的图形部分共用,各自形成新意义的形,合在一起则有一形多义、奇特、幽默的效果。彩图 35、36 是在思维上是采用了借形联想的方法。

(3)图形与图形图底完全共用,又分为规则变化与不规则变化两种。如图底在虚实变化中完全一样,称为正负形,又称为规则变化,反之则属不规则变化。这两种形式都有图底相互显隐的效果。

共用图形巧妙的设计,犹如言简意赅的语言,以一当十,这也是艺术家或设计家出奇制胜的手法之一。(如黑白图 19、20)

## 三、相似图形

贡布里希在《秩序感》一书中指出:“在一切都处在变之中,什么都无法预测的情况下,习惯便成了我们描述各种经验的参照框架。”他在《自然中的秩序及其用途》一章的导论中引用了 K·R 诺普尔“客观知识”的一段话:“我先是在动物和儿童身上,后来又在成人身上观察到一种对规律性的强烈需求——这种需求促使他们去探寻各种各样的规律。”这里的“习惯”、“规律”就是指在设计创意中,形象思维力图找到事物之间的相似性与内在的关联性,因此都以相似特征为出发点调动想象的一切潜能,海阔天空地联想,“先摸索后了解,或先寻找后发现”,尽量在表面看来没有丝毫共同之处的事物中找出或人为地造出抽象的相似点,用以联结现实与理想、具象与抽象,把彼此的差异化为统一。毛泽东诗云:“一桥飞架南北,天堑变通途。”“桥”是天堑变通途的关键,而抽象的相似性则是艺术家、设计家把彼此分离的事物联系起来的重要中介

——桥。在图形设计中充分利用形象之间的相似、经历的相似、意义的相似、颜色的相似、结构的相似获得象征、借喻、暗喻的效果,使不合逻辑的形式产生逻辑的联系。

“山舞银蛇”是毛泽东面对千里冰封、万里雪飘的北国风光,找到群山起伏与银蛇舞动形的相似,仅用四个字把连绵不断的雪山写活了。“残阳如血”的比喻则是来自两者颜色的相似。

在图形设计中,抽象的相似性为创意与表现提供了勃勃的生机。黑白图 21 是一组蝙蝠的变化,有的似花卉植物,有的似群山起伏,有的似远古的玉佩,有的似静寂的月夜,蝙蝠的变化只留下寓意、象征性的形而更加耐人寻味。黑白图 22 是一组骆驼的变化,骆驼的外形与石山、树、人像的融合等都是找到形与形化合的相似性组合成新意念的形。黑白图 23、24 是一组花的变化。尽管木板、钉子、编绳、手套、房子、火纹与花都沾不上边,但作者通过人为的变化与组合使之与花的结构相似,而获得别有趣味的花的图形。黑白图 25 是一组龟的变化,作者抓住了龟的性格和外形特征,从龟兔赛跑的寓言故事到北方的守护神玄武,从类似园林的假山石到严格的分割构成,作者始终让图形的种种形式变化,如抽象、具象、传统、现代都围绕着龟愚笨中见灵巧的个性与外形作文章,使之在不同的图形中获得意义上的相似。《大千世界》(黑白图 26)中舞蹈的黑人与鹿头相似,变化的脸谱与树叶相似,植物、动物、人物

同构,共同组成丰富的大千世界。《海的女儿》(黑白图 27)中温柔而飘逸的长发与微波荡漾的海浪相似,它们共同编织着一个古老而动人的故事。

从以上图例的分析中我们不难发现,创意过程中想象的形态是如何人为地找到种种相似点,使具象抽象相互转化又相互包容,使“毫不相干”的事物统一起来。而种种“相似”为获得借喻、暗喻、象征等效果,又多是以置换质地为特征的。也许,相似的意义正是在于人们司空见惯的事物或形态上,借用一个形象的质地去置换另一个形象的质地,从而产生异质同构的奇特效果。

置换可以全部异质,也可以局部异质,习惯的打破与秩序的中断,将引起人们的注意并产生视觉的显著点,而这也是图形设计中的趣味所在。

彩图 37 是“要和平不要战争”的招贴画,做成手枪的手式,食指置换成枪管却斩钉截铁般断了,充分表达了不要战争才是理想的和平意念。彩图 38 找到树与奔马的相似点,由动组合成静。彩图 39 是日本文化设计会议宣传海报,作者将多层次的经纬线复杂地编织在一起,却出人意外地在视觉中心将经纬线置换成紧紧相握的手,复杂的编织暗喻着丰富、深厚的日本文化,而紧握的手却画龙点睛地点出了会议的内涵——通过会议的交流、沟通,必将携手共进,使日本文化从多角度、多层面上组成统一的整体。彩图 40 是书籍宣传海报,猫先生张大着嘴对着的话筒却是老鼠。这海报的题名为“本文有如音

乐般美妙”，话筒的置换与广告语的幽默给人留下深深的回味。彩图 41 树枝与网相似，白鲸与白云相似，它们共同构成了保护环境、保护动物、保护植物的图形信息。

#### 四、分解组合图形

老子说：“道生一，一生二，二生三，三生万物。万物负阴而抱阳，冲气以为和。”庄子说：“道通为一。”这深刻地阐述了宇宙万物分与合的原理。分解组合也即打散构成（详见姜今先生《打散构成》一书，湖南美术出版社）。从构成原理来说，无不是贯穿着分解与组合、变化与统一的原理。“分”从旧的窠臼中脱出，为的是产生新的意念，达成新的组合。分解不仅有利于了解结构，对艺术与设计来说更能深刻地了解事物的内核，分解的方法比表面深刻得多。“不破不立”，分解的本质是“破”。“破”在此有两层意义，一是本身的打破，形成残缺的美。二是提取元素进行新的组合。

“破”在三原形的减缺中，我们可以窥见一斑。一个完整的形通过有意义的破坏可以诞生无数新的优美的形，这也犹如材质优美的布帛通过设计和裁剪可以制成变化无限的时装。这种“破”是创意，是设计。同样，在图形表现中，我们运用这种方法，对司空见惯的形加以有意破坏，是产生视觉冲击力和引起心理张力的一种有效手段。

招贴画《犹太人的问候与告别》（彩图 42）视觉中心像刀刻过的否定符号

“×”成为了空白与灰蒙蒙的底色减缺的肌体同构，这是怎样的问候与告别！？主体部位的减缺与空白产生了此处无画胜有画的奇特效果，留给观众无限的想象空间。

分解从表面看是一种破坏，实质是一种精彩的提炼，是创意与表现过程中打破常规的提炼。（如彩图 43、44）

“破”的另一层含意是对形象进行分解，为了元素化、典型化，以达成新意义的“合”。彩图 45 是环保广告，减缺的地球、红唇与敲响人类警钟的惊叹号三者重合，无论是在视觉上还是在心理上都造成强有力的震撼：从孤独悲哀的鸟，到海洋微小的生命，如果我们不重视保护人类赖以生存的环境，一个地球毁灭了，不会再有，人类以什么生存！？广告招贴画《印刷设计展》（彩图 46）中，两个减缺的形，重合成沉思、展望，印刷精致，设计手法新颖、奇特，使人过目难忘。

从艺术创作与设计创新的角度，我们把熟悉的事物看作陌生，以便从多角度重新审视、认识、发现乃至表现对象；而对陌生的事物又以熟悉的态度来对待，从而可以从相似之中展开丰富的联想，找到同一性。从分与合、对立与统一的规律出发，将万物元素化，我们就能够以各种设计为目的，对表现事物进行有特定意义的分解与组合。异物同构、同物异构、异物异构、多次分解、多种组合，设计的内容无穷尽，相应的表现手法也将无穷尽！如彩图 47—52、黑白图 28、《龙传人》（黑白图 29）、《莲