

高等院校“十二五”应用型艺术设计教育系列规划教材

视觉传达设计史

王文广 钱安明 杨永波 陈昊 编著

合肥工业大学出版社

高等院校“十二五”应用型艺术设计教育系列规划教材

视觉传达设计史

编 著
王文广
钱安明
杨永波
陈 昊

合肥工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

视觉传达设计史/王文广等编著. —合肥: 合肥工业大学出版社, 2014.3
ISBN 978-7-5650-1690-5

I. ①视… II. ①王… III. ①视觉设计-工艺美术史-世界 IV. ①J509.1

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第313798号

视觉传达设计史

编 著: 王文广 钱安明 杨永波 陈 昊

责任编辑: 王 磊

装帧设计: 尉欣欣

技术编辑: 程玉平

书 名: 视觉传达设计史

出 版: 合肥工业大学出版社

地 址: 合肥市屯溪路193号

邮 编: 230009

网 址: www.hfutpress.com.cn

发 行: 全国新华书店

印 刷: 安徽联众印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17

字 数: 390千字

版 次: 2014年3月第1版

印 次: 2014年3月第1次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5650-1690-5

定 价: 42.00元

发行部电话: 0551-62903188

目录

第一章 视觉传达设计与平面设计

第二章 中国古代视觉传达设计

- 016 第一节 史前到秦汉
- 033 第二节 魏晋南北朝至隋唐时期
- 037 第三节 宋辽金元时期
- 049 第四节 明代时期
- 056 第五节 清代时期

第三章 国外古代视觉传达设计

- 069 第一节 国外岩画
- 073 第二节 古罗马庞贝古城
- 076 第三节 古代希腊
- 079 第四节 古代两河流域
- 084 第五节 古埃及装饰风格
- 089 第六节 地中海
- 095 第七节 古代非洲
- 100 第八节 古代美洲
- 105 第九节 大洋洲
- 110 第十节 伊斯兰
- 117 第十一节 中世纪至工业革命时期的国外视觉传达设计

第四章 中国近现代视觉传达设计

- 125 第一节 危机与变革
- 129 第二节 “月份牌”画与商业美术
- 138 第三节 近代书籍艺术设计的发展
- 157 第四节 近代设计教育
- 161 第五节 新中国成立后的视觉传达设计

第五章 国外现代视觉传达设计

- 185 第一节 维多利亚时代
- 189 第二节 “工艺美术”运动
- 196 第三节 “新艺术”运动
- 202 第四节 20世纪视觉传达设计的源起
- 211 第五节 现代艺术对视觉传达设计发展的影响
- 226 第六节 包豪斯
- 235 第七节 美国的现代设计运动
- 251 第八节 观念形象视觉传达设计
- 261 第九节 “后现代”视觉传达设计

参考文献

高等院校“十二五”应用型艺术设计教育系列规划教材

视觉传达设计史

编 著
王文广
钱安明
杨永波
陈 昊

合肥工业大学出版社

试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

视觉传达设计史/王文广等编著. —合肥:合肥工业大学出版社, 2014.3

ISBN 978-7-5650-1690-5

I. ①视… II. ①王… III. ①视觉设计-工艺美术史-世界 IV. ①J509.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第313798号

视觉传达设计史

编 著:王文广 钱安明 杨永波 陈 昊

责任编辑:王 磊

装帧设计:尉欣欣

技术编辑:程玉平

书 名:视觉传达设计史

出 版:合肥工业大学出版社

地 址:合肥市屯溪路193号

邮 编:230009

网 址:www.hfutpress.com.cn

发 行:全国新华书店

印 刷:安徽联众印刷有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:17

字 数:390千字

版 次:2014年3月第1版

印 次:2014年3月第1次印刷

标准书号:ISBN 978-7-5650-1690-5

定 价:42.00元

发行部电话:0551-62903188

总序

设计的关键在于创新，设计教育的目的之一是培养学生的创新能力。

本系列教材本着“培养精英型设计人才，致力于研究性教学”的理念，以知识创新为引领，追踪国际艺术与设计专业前沿，注重对学生全球视野与创新能力的培养，注重对学生专业技能和综合素质的培养；通过重构课程体系，改革教学方法，强化实践环节，优化评价体系，以培养具有自主学习能力、社会就业能力和创新精神的艺术设计人才；使学生的多种能力能够更进一步提高，也将会使得教学效果更加突出。

本系列教材，是将在教学中不断探索的具有前瞻性的教学理念、教学方法、教学内容、教学手段和教改思路，通过教材的形式展示出来，起到一定的示范作用。教材的内容既符合课程自身要求，又与社会实际需要相结合，与当今人才培养的要求相适应，具有强烈的时代感、突出的创新性和可操作性，使教学成果能够获得广泛的应用和推广，为高等院校艺术设计专业的研究和设计提供有价值的参考依据，为设计类教学课程体系的改革发展作出贡献。

本系列教材的编著者均是一直从事基础和专业教学的中青年骨干教师。他们积极参与设计学科的建设和设计教学的改革，具有很强的超前意识和勇于创新、探索的精神，充满活力，有很强的进取心和丰富的教学、实践经验。

本系列教材主要解决的问题是针对目前我国艺术设计和工业设计教育的研究比较薄弱的现状，立足于设计教育教学的探讨，从教学的理念、方法、内容、手段等方面进行新的尝试和探索。

1. 培养学生对造型基础设计形态和形式的综合理解，以及对材料的运用能力，发挥他们在基础设计训练的过程中，对于视觉形态新的观察和思考，摆脱既有形式法则的束缚，达到自主地观察、研究造型艺术领域中的创造性艺术语言形式的目的，激发学生的潜在艺术素养与造型能力，提高他们在设计过程中创新的表达能力和扩大思维视角。

2. 本系列教材解决的是学生专业技能的训练，但并不是传统的知识灌输，而是将设计课题置于应用实践过程中，从而逐步掌握专业基础知识。在培养创新型的专业人才的前提下，课题化教学过程的实施，将传统的以教为主的教学模式转化为以研究为主的互动教学；提高学生学习的主动性，培养学生研究和解决问题的创新意识、方法和能力，使他们挖掘自己的创造潜能，不仅在构思阶段需要创造性，在如何学习和如何获得资源、组织资源、管理团队等方面都需要创造性发挥。

3. 加强基础知识与专业知识融会贯通。面对未来社会需要，本系列教材加强与专业化方向学习的紧密联系。专业化方向学习的重点是如何将融通的专业基础学习知识运用于设计的专业化方向。其目的是让学生自主学习、独立思考、体验过程，使学生在解决问题的过程中学到知识与技能，并运用这些知识与技能从事开发性的设计工作。

4. 注重对新技术、新媒体的综合开发和运用。本系列教材将设计基础教学与新技术、新媒体的综合开发和运用相结合，为设计基础教学体系注入新鲜血液，探索用各种材料、多种表现手法、多媒体进行多层次的综合表现，开发新的组织构思方法。

5. 将传统美的培养方法与创造美的心智感化过程相结合，让学生从生活中去发现美、感受美，从而达到自觉进行美的知识训练，提高专业审美鉴赏力。本系列教材尝试构筑开放性的基础教学体系，加强多个层面造型要素与形式相互的延伸、渗透和交叉的训练，在认识造型规律的同时，进行形态的情理分析、意象思维训练和艺术感染力、审

美意趣、精神内涵的表现,注重增强基础知识和专业知识的连贯性、延展性、共通性,使基础教学更具自觉性和目的性,在更广泛的领域中和更丰富的层次上培养学生对形态的创造能力和审美能力。

6. 教师要在专业课程的教学中,教师要通过专业理论的系统性学习和研究,在设计实践中充分发挥设计的功能和媒介作用,体现人的心理情感和文化审美特征,尝试更丰富、更新颖的设计表现形式和方法,使专业设计更好地发挥作用,培养能够快速适应未来急剧变化社会的复合型人才;培养学生具备更为全面的综合素质,积极回应未来社会对于复合型人才的需要;注重学生的创新性思维 and 实际动手能力的培养,注重实践与理论相结合、传统与前沿的结合、课堂和社会的结合;重创意,重实践;培养学生从需求出发、而不是从专业出发,从未来的需求出发、而不是从满足当前的需求出发的思考方式;逐渐从应对设计人才培养转向开发型设计人才的培养,从就业型人才培养转向创业型设计人才的培养。

在本系列教材的编写中,把握艺术设计教育厚基础、宽口径的原则,力求在保证科学性、理论性和知识性的前提下,以鲜明的设计观点以及丰富、翔实的资料和图例,将设计基础的理论知识与设计应用实践相结合,使课程内容与社会实际需要相结合,与当今人才培养的要求相适应,既符合课程自身要求,又具有前瞻性内容。通过强烈的时代感和突出的实用性,使本系列教材具有可读性和可操作性。

这套系列教材应用范围广,可作为艺术设计、工业设计、环境设计、视觉传达设计、公共艺术设计、多媒体设计、广告学设计等专业的教材、教辅或设计理论研究、设计实践的参考书;对高等院校艺术设计专业师生的研究和设计提供有价值的参考依据,对于设计教育的改革与发展具有一定的参考和交流价值,对我国的设计教育有新的促进作用,起到抛砖引玉的效果。

设计改变生活,设计创造未来!

2014年初春
丛书编委会

目录

第一章 视觉传达设计与平面设计

第二章 中国古代视觉传达设计

- 016 第一节 史前到秦汉
- 033 第二节 魏晋南北朝至隋唐时期
- 037 第三节 宋辽金元时期
- 049 第四节 明代时期
- 056 第五节 清代时期

第三章 国外古代视觉传达设计

- 069 第一节 国外岩画
- 073 第二节 古罗马庞贝古城
- 076 第三节 古代希腊
- 079 第四节 古代两河流域
- 084 第五节 古埃及装饰风格
- 089 第六节 地中海
- 095 第七节 古代非洲
- 100 第八节 古代美洲
- 105 第九节 大洋洲
- 110 第十节 伊斯兰
- 117 第十一节 中世纪至工业革命时期的国外视觉传达设计

第四章 中国近现代视觉传达设计

- 125 第一节 危机与变革
- 129 第二节 “月份牌”画与商业美术
- 138 第三节 近代书籍艺术设计的发展
- 157 第四节 近代设计教育
- 161 第五节 新中国成立后的视觉传达设计

第五章 国外现代视觉传达设计

- 185 第一节 维多利亚时代
- 189 第二节 “工艺美术”运动
- 196 第三节 “新艺术”运动
- 202 第四节 20世纪视觉传达设计的源起
- 211 第五节 现代艺术对视觉传达设计发展的影响
- 226 第六节 包豪斯
- 235 第七节 美国的现代设计运动
- 251 第八节 观念形象视觉传达设计
- 261 第九节 “后现代”视觉传达设计

参考文献

前言

视觉传达设计在中国及至世界都有着悠久的历史 and 辉煌的成就。人类进化之始，便可谓视传之初。图画在人类生活初期就已经出现，它是人类生活中原始本能的再现，是人类有目的的社会性创造活动，属于人类社会的物质文化活动。由此可见，视觉传达从古至今都出现在人们生活的方方面面，是人类物质文明生活的重要组成部分。

几千年来，世界各国在不同的历史时期创造了各个时代丰富博大的视觉传达设计艺术。其风格各异、变化多样，充分显示了创造者的聪明才智及不同的风俗民情。一方面，视传艺术给我们留下了丰富的视觉形态，极大地丰富了本土文化。另一方面，视传艺术也是激发现代图形设计创作灵感的不竭源泉。在如今高度科技化、高度信息化的现代社会中，导入新的观念与思维方式，从现代设计的角度出发，重新审视传统视传的造型艺术，充分理解其内涵，毫无疑问能指导现代视觉传达设计的各个方面，并为当今艺术设计人才的培养打下坚实的基础。引导学生了解和研究传统视传艺术，承其精华，传其神韵，借鉴和吸收国内外优秀视传艺术的构成形式和装饰手法，进一步结合新技术、新材料进行视觉传达设计，不仅能提升设计者自身的修养和图形创作的水平，更能促进设计师设计出富有时代气息的优秀作品，这也是本书编写的意义所在。

“艺术学”上升为门类是当代人文社会学科领域重要的“事件”，其意义的显示方兴未艾。“视觉传达设计”专业随之取代“平面设计”专业之际，本教材是第一部立足“古今中外”视角专门描述“视觉传达设计史”的专用教材。翻阅本教材，读者会发现这是一本列举了大量图例的书籍，编者整理并收集了众多国内外的经典图案作品，并包含大量编者在授课过程中产生的优秀学生习作。本教材试图以图文并茂的方式为读者提供一个具体可行的研究、学习方法，便于其掌握更全面的视觉传达设计的历史。教材以张夫也先生《外国工艺美术史》，高丰先生《中国设计史》，李砚祖先生主编、芦影编著的《视觉传达设计的历史与美学》，王受之先生《世界平面设计史》以及陈瑞林先生《中国现代艺术设计史》为基本内容，结合编者多年来从事视觉传达设计史的教学经验。在本书编写的过程中，得到了许多同仁的帮助和支持，在此表示衷心的感谢。同时，由于笔者水平有限，在编写过程中难免存在不足之处，望广大读者批评指正。

王文广、钱安明

2014年3月

第一章 视觉传达设计与平面设计

一、概念之分

“视觉传达设计”这一术语流行于1960年在日本东京举行的世界设计大会。其内容包括：报刊环境视觉设计杂志、招贴海报及其他印刷宣传物的设计，还有电影、电视、电子广告牌等传播媒体，它们把有关内容传达给眼睛从而进行造型的表现性设计统称为视觉传达设计。电影海报，简而言之，视觉传达设计是“给人看的设计，告知的设计”。从视觉传达设计的发展进程来看，它很大程度上兴起于19世纪中叶欧美的印刷美术设计（Graphic Design，又译为“平面设计”、“图形设计”等）的扩展与延伸。随着科技的日新月异，以电波和网络为媒体的各种技术飞速发展，给人们带来了革命性的视觉体验。而且，在当今瞬息万变的信息社会中，这些传媒的影响越来越重要。设计表现的内容已无法涵盖一些新的信息传达媒体，因此，视觉传达设计便应运而生。

视觉传达设计的核心是通过视觉媒介表现并传达给观众的设计，体现着信息化时代图形国际化和大众文化、商业文化的特征，其所用设计图形具有丰富的时代特征和历史记忆，跨越了地域、时空、国家的限制，其领域随着科技和文明的进步、新能源的出现和产品材料的开发应用而不断扩大，并与其他领域相互交叉，逐渐形成一个与其他视觉媒介关联并相互协作的设计新领域。其内容包括：印刷设计、书籍设计、展示设计、影像设计、视觉环境设计（即公共生活空间的标志及公共环境的色彩设计）等。我们常见的视觉传达设计在工业革命前，多是以印刷物为媒介的平面设计（纸张没出现前还多以石、木等其他方式为载体）。从发展的角度来看，视觉传达设计是科学、严谨的概念名称，蕴含着当前和未来平面设计的趋向。就现阶段的设计状况分析，其视觉传达设计的主要内容依然是“Graphic Design”，一般专业人士习惯称之为“平面设计”，为什么这样说，是因为无论是平面设计三维化还是现在常见的影像、动态设计，本质上还是由二维空间的平面组合而成。从这一点讲，视觉传达设计本质上还是“平面”设计。以此看，“视觉传达设计”、“平面设计”两者所包含的设计范畴在现阶段并无大的差异。“视觉传达设计”、“平面设计”在概念范畴上的区分与统一，并不存在着矛盾与对立。当前确立的“视觉传达设计专业”方向更强调的是立足商业文化和大众文化的现代商业服务的设计艺术，主要还是包括标志设计、广告设计、包装设计、店内外环境设计（展示设计）、企业形象设计、数码影像设计等方面，由于这些设计主要都是通过视觉形象传达给消费者的，因此称为“视觉传达设计”或者说以视觉调动为主要目的，进而引发消费者其他感官参与的设计，它起着沟通“企业—商品—消费者”桥梁的作用。视觉传达设计主要以文字、图形、色彩为基本要素，“声、光、电”共同参与的一种设计艺术创作，在精神文化领域以其独特的艺术魅力影响着人们的感情和观念，在人们的日常生活中起着十分重要的作用。作为“设计”，其核心主要功能是为商品起到传播和推广的作用。

据国务院学位委员会[2011]8号文件发布的新修订后的《学位授予和人才培养学科目录(2011年)》,新增艺术学为第13个学科门类,下设五个一级学科,即艺术学理论(1301)、音乐与舞蹈学(1302)、戏剧与影视学(1303)、美术学(1304)、设计学(1305),其中“设计学”由于跨学科边缘交叉缘故,可授艺术学、工学学位。设计学包含:视觉传达设计、环境设计、工业设计、建筑设计、服装设计、公共艺术、工艺美术、数字媒体艺术等。

长期以来,艺术学作为文学门类之下的一级学科,被艺术界人士戏称为“艺术是文学的儿子”。艺术教育专家们普遍认为,艺术学从文学门类中分离,标志着艺术学已成为与自然科学学科互补共进的人文学科的重要组成部分,是对我国艺术学科发展成绩的肯定。艺术学门类的设置对我国学科专业设置和人才培养提供了更大的空间和自主性,同时也伴随着新的思考和挑战。

在以“信息时代”、“图像时代”、“视觉文化时代”等描述当前世界时代特征背景下,视觉传达设计比以往任何一个历史时期都更能显出其意义和价值。“地球村”的居民,在传达、交流、协作、共进的活动中,或许会有碍于彼此语言上的阻隔。但是,通过视觉的发现、观察和体认,借着对图形语言的某种共识,同样能在众多领域实现沟通。相对靠语言进行抽象概念传达而言,视觉传达凭借视觉性符号进行传达,其本质是感性的和形象的,它可以使信息和情感的传达跨越地域、种族、语言、文化等差异,使得国际化的交流成为一种真切

可能,从越来越国际化的设计比赛中来看,毫无疑问,成功的设计足以超越国界。(图1-1)

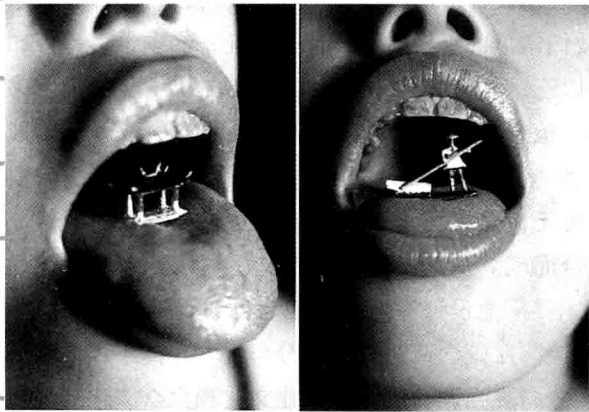


图1-1 陈晓华的东方视觉艺术

众所周知,对话与交流、沟通与互动是发展的良好之势,视觉传达设计在这个方面首当其冲,且功不可没。从某种意义上说,设计师犹如一位文化使者,创造着国与国、民族与民族、人与人之间联系与沟通的纽带。“传达”是必须坚守的,“为人”则是传达的根本。在设计这种本身许可特性的规定下,自我表现的自由和艺术个性的追求都退居其次。

视觉传达设计(Visual Communication Design),随着2011年艺术学升格为门类,“平面设计”这个沿用多年的专业术语让位于“视觉传达设计”这个专业名称。目前,国内各院校所开设的视觉传达设计课程,印刷物为媒介的平面设计已经渐渐退居其次,随着新媒体的迅速发展,电脑图形语言的创新和发展“视觉传达设计”的内涵更丰富、更前卫。

本教材所涉及的图形设计、文字设计、标志设计、广告设计、包装设计、书籍设计等主要

内容,“平面设计”一词还不可避免,究其原因,一是与书中论述的设计研究对象确切相符,二来也比较客观地反映了设计现实。本质上讲,“视觉传达设计”和“平面设计”在概念范畴上的区分与统一,并不存在矛盾对立。只是从当前设计发展的现状和学科专业目录调整实际来看,“视觉传达设计”更能涵盖不断发展的设计内容。因此,它的使用,无疑会帮助读者树立起前瞻性和整体性的全面认识。通过了解世界最新的设计思潮和发展趋向,使读者在认识和理解上更贴近时代、放眼未来。

王受之先生《世界现代平面设计史》一书的前言中指出:“平面设计这个术语,应该说到目前为止已经比较规范化和取得国际认识的一致性了。所谓‘平面设计’,指的是在平面空间中的设计活动……”

视觉传达设计史研究的对象还是在“平面”二维空间中展开。当今社会,人们习以为常的站台广告,异彩纷呈的户外广告,种类繁多的报纸、期刊,“麦当劳”、“肯德基”、“永和豆浆”之类的快餐店等,均以独特而醒目的形象吸引着所有经过的人群,视觉传达设计无所不在的影响、引导着我们的生活(图1-2)。我们周围的几乎每一件人造物品都是设计的结果,很大程度上我们生活在一个人造环境中,如丹尼尔·贝尔所描述的工业社会,由于生产商品,人们面对的是一个“制作的世界”(fabricated nature)。

如此看来,设计师确有责任为人们生活创造一个美好的视觉环境,孕育一种优秀的视觉文化,而作为平面设计的诉求对象,大众至少愿意是一个愉悦的被告知者。

“现代美学如此突出地变成了一种视觉美学”,“当代文化正在变成一种视觉文化”,在这种情形下,平面设计依然是视觉传达的重要组成部分,它制造了另一种让我们赖以生存的“贴身”环境,充分体现其商业和文化的多重价值。它从各个层面、各个角度,以各种手法吸引大众的视线,艺术化地将资讯传达给观者,并力求以艺术化的个性表现和强烈的视觉冲击力,赢得大众的视觉好感和心理认同。从视觉传达的功能角度看,平面设计中各种充满语义的符号、色彩、图形、文字,都在施加着影响,“劝说”人们努力改变思维的定势和惯常的生活方式,积极地接纳新生事物和新观念,最终达成一种持久的可信度,而人们的生活也在这连续不断地感受与体认中潜移默化地变化着。

现代生活的一个众所周知的特征是科技革命,特别是信息产业革命,导致了运输和通讯成本的大幅度降低,人类社会在信息、技术、商品、金融和人员交往方面空前频繁。渗透在我们生存空间的各



图1-2 具有中国品牌影响力的永和豆浆标志



图1-3 国外当代字体设计

了人们的视觉空间，干预着人们的生活方式，丰富了人们的视觉经验”（图1-3）。由此可见，在未来社会，视觉传达设计的重要性是不言而喻的。同时，现阶段的平面设计发展也经历了信息时代科技革命的洗礼，从而引发了从设计工具到设计观念的变革。也正以超越民族、文化、地域的视觉形式，在人类精神文化领域散发其独特的魅力和影响力，同时对社会、经济的发展也起到了不可估量的作用。

二、“平面”之解

“平面设计”，译自英文“Graphic Design”一词。最早使用这一术语的是美国人德维金斯(William Addison Dwiggins)，1922年他用这个术语来描述自己所从事的书籍装帧设计工作。但这个术语在当时乃至以后相当一段时期，并未被设计界所接受。“真正使‘平面设计’这个术语成为国际设计界通用的术语，应该是第二次世界大战之后的事，特别是20世纪70年代以后的发展了。”“graphic”一词在《新英汉词典》中的解释共分两类：一是作为形容词，意为“图形的；图示的；印刷的；书写的；绘画的；雕刻的”；二是作为名词，意为“说明性图画或图表”。而在大多数相关的设计专业书籍中，通常认为“graphic”一词是指版画和印刷术，或是指通过复制手段如印刷等而大量传播的图形或图像。因此，“graphic”常被译为“图形”或“印刷”，例如：“Graphic Arts”，译为“图形艺术”或“印刷艺术”。

图形一词的涵盖面非常大，而且还在不断地更新。广义的图形设计，就是视觉传达之平面设计，它涉及广告、招贴、字体、商标、标志、版面、包装、书籍及唱片封套、插图、产品说明书及目录、图表等。关键点，都与图形、印刷有关。因此，Graphic Design，通常译为“平面设计”、“图形设计”或“印刷设计”。也有人译作“视觉传达设计”，如柴常佩先生翻译的《二十世纪视觉传达设计史》即是一例（原著名为*A History of Graphic Design*）。“视觉传达设计”这个术语的使用在当时的国内，包括专业领域也是鲜见的。

首先让我们看一下，“平面设计”最早在20世纪80年代由港台引入大陆时是如何定义的。

平面设计是透过图案、字体、插图及摄影的表现方式，来表达作品的内容与意念，而广泛地被利用在商业设计上，此商业设计的行为，为使大众留下深刻的印象，以达到它的促销目的而通过专业的视觉设计与精美的印刷，表现在标志、传单、包装、型录、报纸、杂志、月历、DM、海报等媒体上，把迅速而正确的意念、讯息传达到消费者身上，以达成销售的目的。^①

①叶国松，张辉明。平面设计之基础构成。台北：艺风堂出版社，1988。

平面设计是指经由印刷过程而制作的设计,因此又称为印刷设计。如海报(Poster)、报纸杂志广告、包装盒(Packaging)、包装纸、标贴(Label)、编排设计、封面、广告信函(Direct mail/DM)、说明书(Leaflet)等;又如电影、电视片头、广告影片等设计也包括在内。^①

上述定义和近似的一些概念一直在国内广为流传和使用,尽管设计实践随时代的发展出现了惊人的变化,但是,因为视觉传达的本质和平面设计的基本范畴没有根本性改变,因此,原有的概念、定义仍在沿用,只是加入了不少因传播媒介的功能扩展带给设计的新内涵。

再看一看,设计理论家王受之先生在《世界现代平面设计史》中对“平面设计”的界定:

平面设计是设计范畴中非常重要的一个组成部分,所有二维空间中的、非影视的设计活动都基本属于平面设计的内容。

除了平面上的活动这个含义之外,还具有与印刷密切相关的意义,特指印刷批量生产的平面作品的设计,特别是书籍的设计、包装设计、广告设计、标志设计、企业形象系列设计、字体设计、各种出版物的版面设计等等,是平面设计的中心内容。

平面设计是把平面上的几个基本元素,包括图形、字体、文字、插图、色彩、标志等等以符合传达目的的方式组合起来,使之成为批量生产的印刷品,使之具有进行准确的视觉传达的功能,同时给观众以设计需要达到的视觉心理满足。

由于平面设计所涉及的范围广泛,对它的论述和概念的界定确有一定难度。王受之先生的定义概括了平面设计十分详尽的组成内容和所涉及的视觉传达功能和目的,以及最终采用的表现手段和完成方法等等。这显然可以让读者对平面设计的基本面貌和内容,形成一种理性而简略的初步认识。

同时,我们也看到国外设计界,虽然把平面设计(Graphic Design)视为“艺术和产业的完美联姻”(the perfect marriage between art and industry),但仍有许多设计师和艺术理论家们一直在就平面设计的界定问题争论不休。平面设计毕竟涉及诸多领域的内容,各种设计所形成的一种“混杂的影响”(a hotchpotch influences),使平面设计的论述确实难以“一言以蔽之”。而且,现代平面设计已经走过了一个多世纪的发展历程,其间的每一次重大演变都会赋予“平面设计”崭新的内涵。如同本世纪最有影响力的一位设计大师汉瑞恩(F.H.K.Henrion)所说,50年的设计生活使他亲历并目睹了设计师从“商业艺术家”(commercial artist)到“平面设计师”(graphic designer),再到“视觉传达者”(visual communicator)的转变过程。

由此可知,设计的范围在不断扩展,设计师的工作内容在不断扩充,设计活动越来越不局限于某一领域,机遇更多,挑战更多。唯一不变的是平面设计的重要品质,那就是,设计来自于眼睛和智慧,也来自于头脑和心灵。

译自“graphic design”的“平面设计”,实际是指在二维空间里进行的图形语言的构思与表现活动。在这个术语中,“平面”的侧重点并不在于所谓的二维空间。即使究其“graphic”的原义,“图形”或“图示”之义更切近设计活动的内容实质。也就是说,“平

①何耀宗.商业设计入门·传达与平面艺术.台北.雄狮美术出版社,1979.

面设计”的概念重点突出的是造型性活动。关于这点,从世界范围内平面设计的发展来看,其内容的扩展也依然符合“graphic”所具有的图形性特征,便是很好的说明。“平面”在空间维度上严格的形式限制,是为了强调所谓二维空间是作为一个直接有助于内容表现的充满生命力的整体来运用的。

简单地说,平面设计是一种以视觉媒介为载体,经由印刷制作而完成的向大众传播信息和情感的造型性活动。

上文中也提到,电影、电视片头、广告影片等设计也包括在平面设计范围内,许多国外的专业资料也将影像设计(TV, film),纳入平面设计,这可能会引起读者的疑义。在此需要指明的是:就目前平面设计的现状看,属于平面设计范畴的设计内容是为拍摄准备的脚本画面分析、影视片头、结尾创意图示或称分镜头示意图的部分,而这些内容显然是可以纳入视觉传达设计范畴的(图1-4)。

平面设计通过大众传播的视觉媒介展开传达性质的造型活动,小从个人家庭,大至社会国家,推广范围迅速而广泛,是开创人类美好生活与未来的一个重要齿轮。一位优秀的平面设计师,必须要有正确而明快的传达观念,以及改善视觉环境、提高生活美感的抱负与责任。一件成功的平面设计作品是为每一个人而诞生的,绝非只为它的始创者而作。因此,它必须具备有效的传达功能,必须是优异的设计技法与格调高尚的艺术表现兼顾一致。只有这样,平面设计作为日常生活不可缺少的讯息来源,其设计的精美与色彩、造型的巧妙配合所呈现的美好形式和内在精神,才能真正丰富我们的视觉文化,提升我们对美的感受与生活的品质。

平面设计的发展与它所处时代的政治、文化和经济有密切关系,特定的时代有特定的文化倾向和审美情趣,平面设计的直接性和即时性、广泛性和渗透性,使它比人类其他的许多表达形式更能体现一个时代的精神风貌。

三、图形:视觉传达的肇始

如果说,自有人类起就有视觉传达,并不为过。属于现代设计范畴,以视觉媒介来表现和传达的视觉传达设计活动则兴起于近代。现代印刷和传播手段的介入,可视为视觉传达设计的真正开端。



图1-4 福克斯的片头设计

尽管如此,具有视觉传达设计意义的作品却是自古有之,且蕴涵的文化可谓源远流长。

古代的洞穴画和崖壁画(又称岩画)可视为最原始的视觉传达设计。房龙在《人类的艺术》中描写了古老的洞窟壁画的意外发现:

1879年,西班牙的一位叫德梭托拉

的侯爵，决定带四岁的女儿去西班牙北部坎塔布里奇山区的阿尔塔米拉山洞散散心。小女孩对父亲找化石不感兴趣，要独自探险。洞里有一处很低，大人从不注意，她却沿着低垂的洞顶，爬进去，借着蜡烛的亮光一看，吓了她一跳，一头野牛的两只眼睛正盯着她。^①

她吓坏了，把爸爸叫过去。于是，我们最有名的史前人的绘画，就这样被发现了——而且是由一个小孩，在无意中发现的。（图1-5）

岩画，外国学者一般通称为“岩石艺术”（Rock Art），根据作画位置不同，岩画又称为“洞穴画”或“崖壁画”。

在中国，早在郦道元的《水经注》中所记载的岩画点已多达二十余处。据考古发现，中国岩画中有代表性的为：阴山岩画、黑山岩画、沧源岩画、花山岩画等。中国岩画所反映的内容丰富多彩，大致有实体图像、符号、图形以及少数图画文字。若从社会经济角度去概括，有生产经济活动和社会生活方面的场景，也有直接反映精神心态的崇拜图像和祭礼图像。

从古代人类遗留下来的大量岩穴壁画中，我们可以窥见原始人心灵深处的某种智慧的曙光，即原始人对于色彩已具有强烈的感受力，也能把握动态的表现和线条的优美。但是，这些人类最早的画，从其动机和目的分析，并不完全同于现代意义的绘画表现，其意图是非审美的，传达的特征比较明显。视觉传达的历史，也就以此为发端。

从世界岩画出现的时代看，几乎可以上溯到4万年前，那时的人们在他们居住的洞穴、岩壁上刻画出家禽、野兽等动物，描绘生动、形象简练，具有强烈的符号和视觉传达特征。法国南部拉斯考克地区的山洞中发现的15000~10000年前的原始人壁画，北美洲的印第安人岩画，中国的贺兰山、阴山和将军崖等处的岩画均可以作为代表。在这些岩画中，看到了更加简练、更富于标志特点的图形符号，这是图形用于视觉传达活动最早的文化现象。

随着社会的进一步发展，图形符号逐渐发展和完善起来，这时文字产生了。文字的出现使信息可以进行广泛而准确的传播，使人类的文明得以传承和发展。大约公元前3000年，两河流域的苏美尔人创造了利用木片在湿泥板上刻画的所谓楔形文字，基本属于象形文字（图1-6）。古埃及也发明了以图形为核心的象形文字，称为埃及象形文字，这是原始图



图1-5 （西班牙）阿尔塔米拉洞《受伤的野牛》

^①房龙. 人类的艺术. 北京：中国和平出版社，1996：22.