

艺术设计要点指导

郝玉明 主编

阮雯 著

畅游 两极

平面设计中的极端语言

河北美术出版社

B
E
T
W
E
E
N

E
X
T
R
E
M
E
S

华北水利水电学院图书馆



209310404

J524

R895

艺术设计要点指导

郝玉明 主编

阮雯 著

畅游两极

平面设计中的极端语言



河北美术出版社

931040

策	划	张晨光	贡小秋
责	任	李菁华	戴建慧
封	面	郝 军	段建昆
版	式	张爱民	张英博
设	计		

图书在版编目 (CIP) 数据

畅游两极：平面设计中的极端语言 / 阮雯著

—石家庄：河北美术出版社，2004.1

(艺术设计要点指导)

ISBN 7-5310-2191-9

I. 畅... II. 阮 III. 平面设计 IV. J506

中国版本图书馆CIP数据核字 (2003) 第094750号

艺术设计要点指导

主 编	郝玉明
著 者	阮 雯
出版发行	河北美术出版社
地 址	石家庄市和平西路新文里 8 号
邮 编	050071
制 作	品味设计工作室
制版印刷	深圳华新彩印制版有限公司
开 本	787mm × 1092mm 1/16
印 张	4.5
版 次	2004 年 1 月 第 1 版 第 1 次印刷
印 数	1~5,000 册
定 价	32.00 元



阮 雯

1972年生。1995年毕业于天津美术学院装潢系。1997年考入该院视觉艺术设计系攻读研究生，毕业后在本系任教。1998年承担天津华富宫大饭店VIS视觉图形系统展开部分设计工作，作品入选《1999年中国设计年鉴》。1999年担任新大业广告公司VIS视觉图形系统设计工作。2001年担任美国VIVIDUCT品牌保健药品的宣传与包装的整体设计工作。同年参加亚洲基础造型协会年会（韩国大会），发表论文并展示设计作品。



● 序 1 p

● 黑、白——各显神韵 2 p

1. 神秘的黑
2. 丰富的白

● 刚、柔——各领风骚 17 p

1. 阳刚之气
2. 阴柔之美

● 冷、暖——各有千秋 44 p

1. 冷的空寂
2. 暖的浓烈

● 繁、简——各臻其妙 31 p

1. 繁而不乱
2. 简而不空

● 动、静——各得其所 52 p

1. 动的永恒
2. 静的瞬间

2014/5/6

序

Preface

本书尝试从一个新的视角探讨与论述在平面设计中使用极端语言的设计理论与实践。如大面积、单纯地使用黑或白；在形式语言中强调繁复或简约的极端性；在色彩的使用上运用极端的冷色调或暖色调等等……这些设计在生活中虽不常见，但有一个现象不容忽视，那就是当代设计与艺术在表面特征上的疆界已变得十分模糊，如何在坚持设计原有立场的基础上将其融入一个崭新的、更加具有博大气息的亦即更具抽象性的领域，这将成为一个新的课题。它将使视觉艺术设计的内在法则得到进

一步揭示，摆脱更多不必要的束缚，设计工作与成果也将更加充满活力，更加贴近自然和人性。当然，这里所涉及和探讨的只是博大的设计领域中的一个小角落，只是其中的一个点。但发现这些点，并经由这些点出发，我们将更加体会到设计的趣味和深意。



一 黑、白——各显神韵

1. 神秘的黑

黑，只是一种色彩。一种处于终端位置的无彩色。然而，它在感性层面上被赋予了极为深刻而又相对的双重印象。褒义方面，黑代表着高贵、神秘。而贬义方面，它又是邪恶、死亡的象征。黑所具有的这两种基本属性所产生的能量几乎同样巨大。而它的形成很可能源于早先人类的自然观，即日与夜带给人类的自然感觉：与光的颜色——“白”所具有的正面意义即正义、纯洁对比起来，黑夜显现出神秘的多重性格。在埃及，黑色象征着大地和母性。另一方面，夜狰狞、恐怖，隐藏着邪恶的力量。黑夜中人们容易感到寒冷、恐惧与绝望。黑色即成为这诸多矛盾感受的载体。

艺术创作的基本出发点是人的情感抒发，黑色便因有了丰富的表情而成为了宠儿。在视觉艺术设计、工业设计、环境设计、染织服装设计等诸多领域，黑色成为设计家十分钟爱的设计元素。许多家用电器的外观采用黑色；而无论私家还是公共卫浴的大理石材亦以黑色为时尚；女人们大都向往或拥有黑色的礼服……显而易见，没有任何其他的色彩

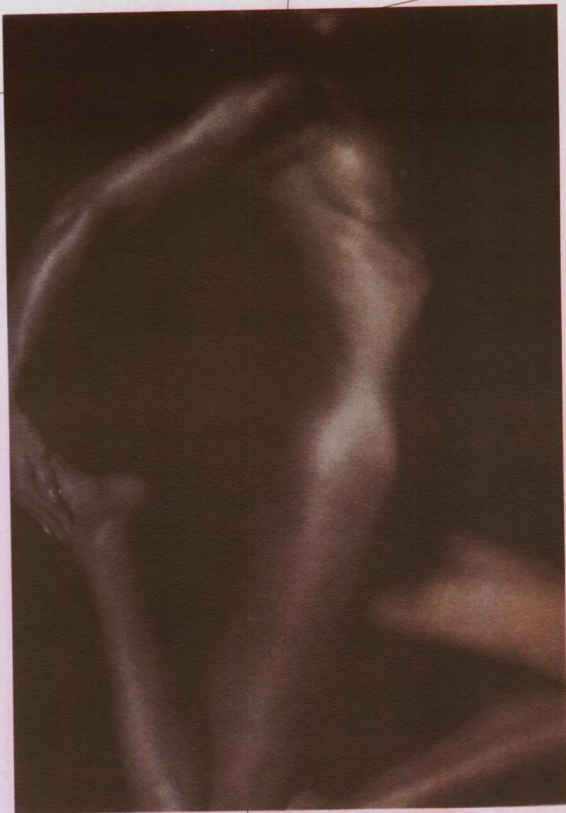
比黑色更能映衬出它们的高贵与庄重。

从科学的角度看，黑吸收所有的色光，视觉上具有吸附、凝聚、内敛而具有很强的吸引力。也许这正是黑之所以显现出高贵、神秘魅力的原因。同有彩色系中单纯反映一种色光的其他色相相比，黑显得含蓄、沉静。它是色彩世界中明度与纯度最低的色。这使黑与其他色彩相邻时，一下子退居到最后的层面，而那些在黑色世界荡漾的有彩色会无一例外地变得明亮、鲜艳起来。黑色还是最好的调和因素，它与任何色彩环境如冷的，暖的，复杂的，单纯的，沉稳的，浮躁的等色彩氛围都具有良好的调和性。它是色彩中最有力的调和元素。试想大千世界如果只呈现五光十色的一面，而缺少了黑，那将是多么可怕、狂躁不堪的场面。

黑与白是有色世界中惟一的一对例外，它们分别代表着光明与黑暗，是一对延续生命必不可少的二元对立元素。中国的黑白两色的阴阳图也表达着万物生发、周而复始的观念。而中国的书法、绘画，西方的素描、版画所使用的基本色都以黑为主，它

是画面中的正形之色。设计中的黑白搭配构成极为清雅的气质，具有历久不衰的美感。黑色则将形的特征变化，如掘、巧、润、涩、刚、柔等形式美感清晰有力地呈现出来。现代书籍装帧内页中的文字亦以黑色为主，黑与白形成最具知性的美感。

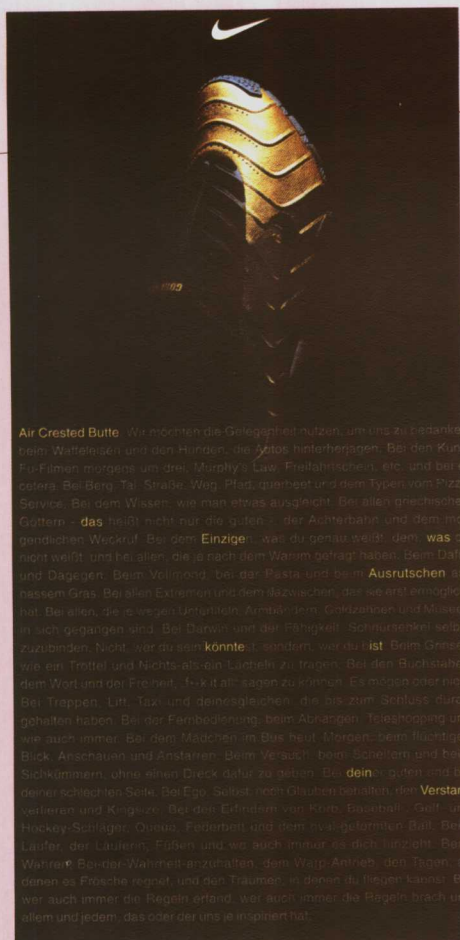
本文论述围绕着黑，有必要探寻它与白作为惟一一对无彩色在性质上的基本区别。我们可以借助一个简单的比较来展开分析：今年夏天，我从巴黎蒙马特艺术社区古老街边小店里获得一件可爱的装饰品：一只木制的小猫。它的造型很简单，黑色的底漆上分布着白色的圆点儿。整体看上去非常统一，但它在那些玩偶中非常醒目，显得可爱而精致，体现出黑与白经典的搭配效果。当黑色底面被装饰上白色的形态时，这个形象的整体将给人留下精致、华丽、高贵的印象。如黑色丝绒盒子中闪耀的钻石，这实际上是采用色彩的优势调和法来作的典型设计：大的黑暗的块面将面积小而明度高的色彩映衬得无比耀眼，弥足珍贵。反过来，白色底上装饰黑点儿的作品却不常见。试想将黑的点布置于



摄影作品 (德国) < <<

人物的明度基调同背景融为一体，令人不禁探寻与回味画面中形体与空间暧昧的关系之美。

白色的底面上，则会显示出消失、破损的意味。当然这个时候，很重要的是控制黑色点的大小与数量，从而保持白色基调的完整性。这个比较过程使我们得到一些基本结论：黑色比白色看上去更具有空间与深度感；而白则更趋于平面性。作为底色，黑可以作为背景与其上的白色纹样共同构筑精



耐克推广海报 < <<

国际著名运动品牌耐克产品的推广海报，黑色的底调，神秘、幽远，暗金色则衬出极高的品质印象。画面中最亮的一点为白色的标志造型，非常醒目，具有卓尔不群、独一无二的视觉意味。



餐厅包装盒 < <<

显而易见，黑色是设计寻求独特印象的出发点，食品包装设计中极少使用黑色，而剧场这一特殊的人文环境则为这款设计提供了个性表现的基础。可以看出，这款设计更加强调内在的吸引力。以对称的文字编排体现其文化内涵，而以色彩的另类与简约风格同时体现出它的现代味道。



展览海报设计 < <<

维也纳举办的一个展览的海报设计。棕色为以黑色为主的色彩环境添加了醇和的味道，并在其中以少许的红、白点缀，展现出迷人的文化氛围。深沉浓重的低调色将展品的色彩、形态衬托得分外醒目。



咖啡瓶签设计 < <<

白色的文字非常醒目，与黑色背景共同组成具有清新美感的画面。

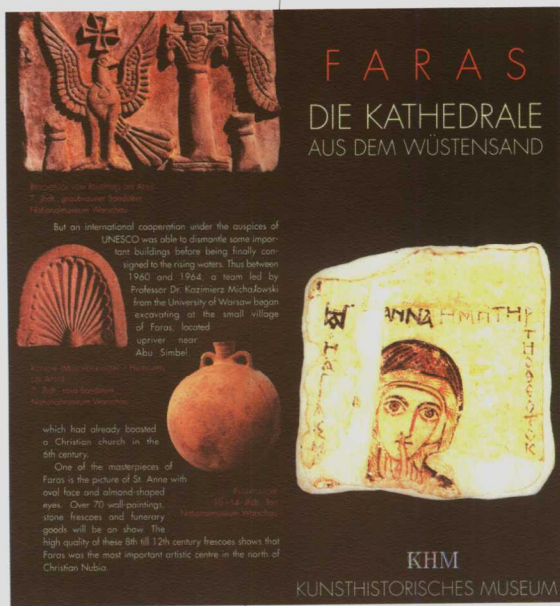
致、完美的色彩氛围；而白色的纯洁性不宜随意打破。黑色像深邃的夜空那样引人遐想，白色则使人觉得清雅、平实。黑色的这些特质被许多摄影家很好地运用。其他方面如展示设计、建筑中大面积墙体的设色、T型台等大空间的色彩运用中，黑色则是不适宜的。黑色会使空间变得过分空洞，给人消失的印象。

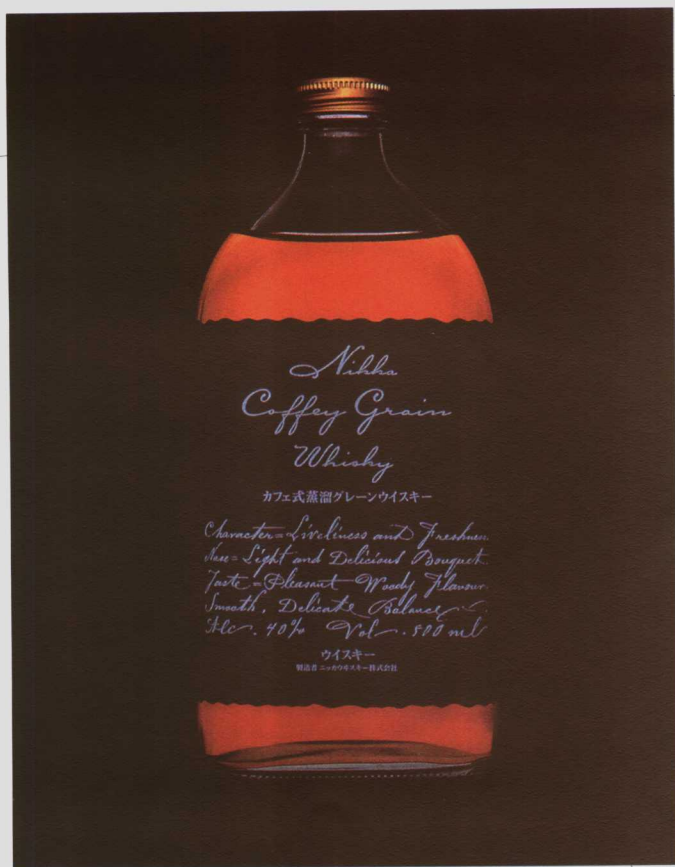
在平面设计创作中，黑色的基本优势是强调品质与档次。以黑色作为主调，辅以极简装饰文字、纹样的范例很多。此外，黑与金、黑与红还构成极为华丽、高贵的基调。

在欧洲的每个城市，都存在着大量的艺术博物馆，而为这些场所所作的海报与宣传品设计，也多使用黑色基调。

黑色作为基调，在商业平面设计中多以优势调和的方式与其他色彩形成低长调的对比关系，这样可以帮助实现对产品造型、名称、标志等重要信息的突出与加强。

此外，黑色还自有其朴素、清新的一面。原研哉为尼柯威士忌所作的标贴设计中，使黑色底面看





起来如同过去年代常常见到的黑色木板，设计师在其上巧妙地布置板书体文字，内容为各种菜谱。画面看上去清新、质朴，使人联想到巴黎街头餐厅随处可见的亲切场景。设计家选择的别致角度与轻取之道都足以令人叹服。MAX·Mara 女装的推广海报设计，这一品牌亦使用了简约、质朴的清新风格，黑色的服装与女性优美的形体姿势，使广告具有纯粹的美感。下方的品牌文字亦采用无色系的白，形成画面中最亮的调子，同时也是活跃的变化元素。

←

尼柯威士忌标贴 原研哉 < <<

→

三宅一生系列推广设计 (日本)

< <<

↘

《雷·查尔斯音乐会》海报 < <<

黑色背景映现出歌唱者(盲人)的世界，虽然黑暗却丰富神秘的世界。

↓

MAX·Mara 女装推广海报 < <<



BELTS



Norman Granz
presents:
The Ray Charles
Show '69
Featuring
The Raeletts

» You
must have
a song «

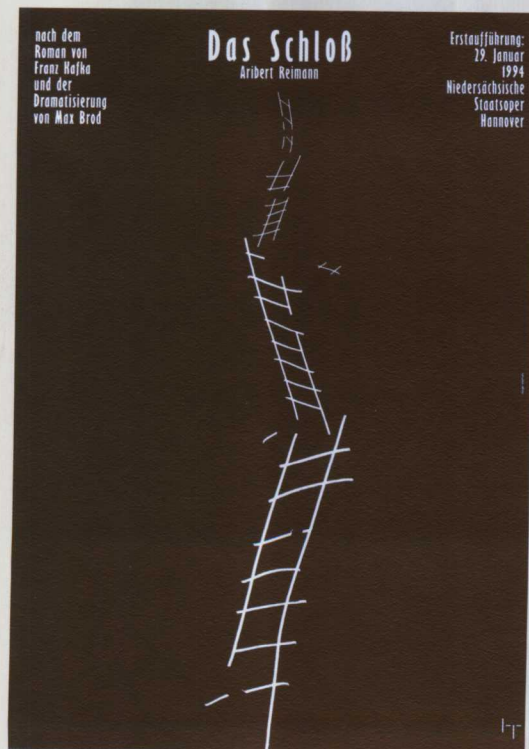
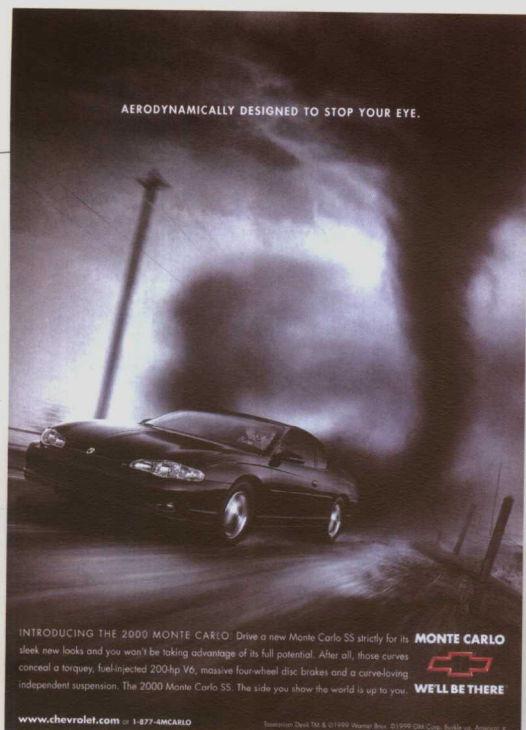
Yes!
indeed!

I say...
I say...

**Ray
Charles**
in concert

应该说，黑色很重要的一个审美特征是具有理性、睿智的美感。就如三宅一生的系列推广平面设计中的黑色的乌鸦，看起来怪诞、有趣，其实蕴涵着深意。乌鸦在伊索寓言中不顾多次失败仍然顽强地生存，对设计中使用黑色，手册中亦附加了有趣而富含深意的文字：“天生脸色正直，脸色决不说谎，不欺骗自己，不欺骗别人，说谎的，恐怕是闭上眼睛的你。”而在设计中作为重要元素的黑色，当然不只表现着乌鸦羽毛的本色，更使画面看起来深邃而充满灵性。

总的说来，设计主题个体的目的性是设计师对形、色作出选择的决定因素。这里所陈述的，即有关黑作为色彩的种种优势，也只能涵盖与之相应的设计主题，只有如此，对于黑色的生命与价值，才算得上是真正的成全。



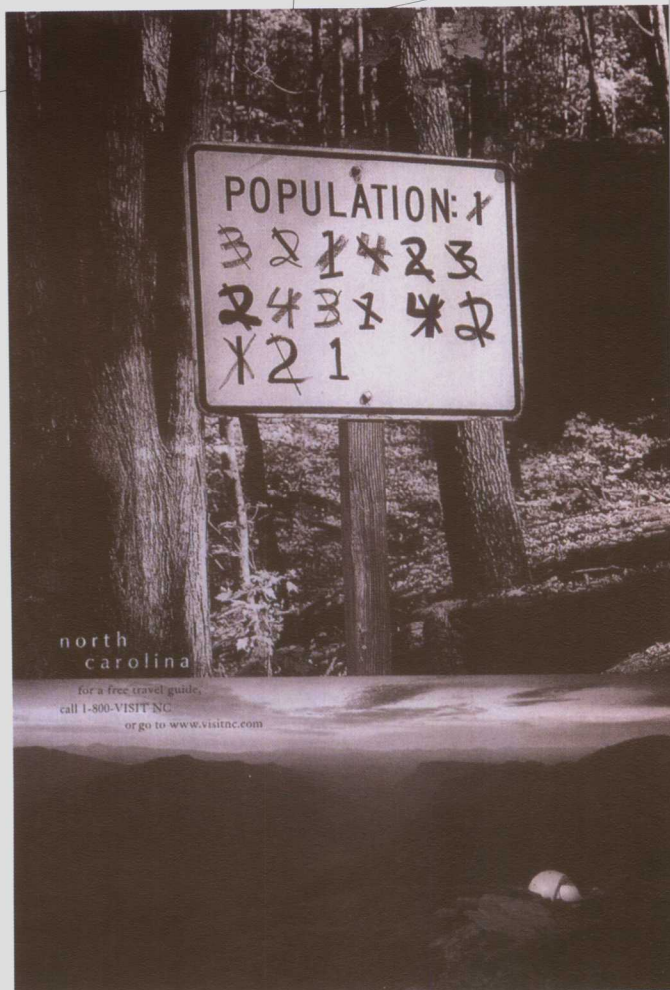
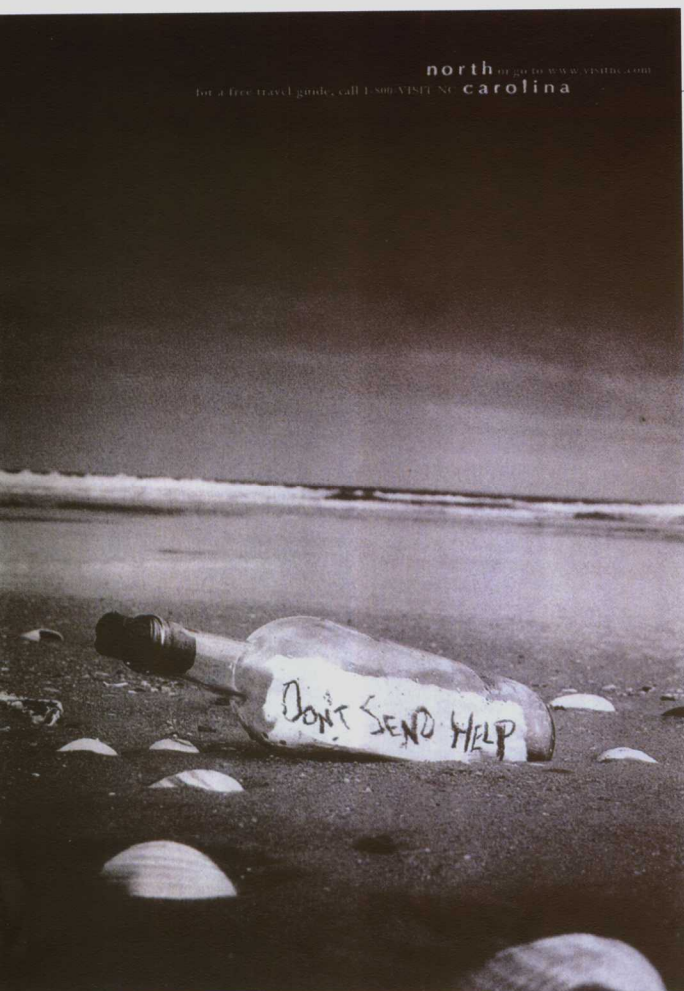
保护环境海报 < <<



通用汽车公司海报 < <<



汉诺威国家歌剧院海报 < <<



探险活动海报 < <<

美国旅游探险活动的海报设计，幽密的森林与原始的无人区共同构成了深邃迷离的美，仿佛召唤着即将前去的人们。

朦胧而略带刚性的白色调沉着、恬静，使人沉醉在美的迷雾里。设计以白色有效地传达出这个服饰品牌的高格调。

2. 丰富的白

对白色展开研究是一件有趣的事，这个过程你会发现整个问题存在着诸多相悖与丰富的侧面。比如说，视觉上白色最空，属于无色系，但在物理学中，白色光却为全色光，它包含了所有光色，只有当这些有色光均匀地混合在一起进行反射时，我们才会看到白。大部分人喜欢使用白色的餐具，而其他的任何有色系的色相却不能轻易取而代之。白以它亦空亦实的个性使人沉醉、迷恋。与有彩色比起来，白色的作用有更多层次：在视觉效果方面，它既具抽象性又具广博的包容性。同时，它还具有非常明确的调和功能。当白与其他色相搭配使用时，你会发现它呈现出不同的个性，比如白与绿搭配会使白看起来润泽、清新。与红相配时，白又会散发出坚固与理性的气息。而与黄色在一起使用时，白色变得十分明朗并充满现代感。

白色是光的颜色，是大自然中最博大、纯净的色彩。它使人心灵感受到安详与慰藉。也许正基于此，白色成为通往幸福天国的色彩，基督教中的白鸽代表着圣灵与和平，印度的泰姬陵也使用白色的



FÉRAUD SHOP WIEN WEIHBURGGASSE 8
PHONE: 01 / 512 73 99 FAX: 01 / 512 73 99-4
OPENING AB AUGUST 2002

石材修建, 在中国, 古代庙宇里的白塔亦显现着圣洁的光芒。现代环境设计中, 具有空间分割、衔接作用的门、窗、墙壁、栅栏等也大多选择使用白色。在大的空间与平面中白色减少了建筑实体形成的压抑与沉郁。而门、窗部位使用白色, 则使空间看起来更加通透, 白色的高明度与无色性质使空间制约被有效地消解, 使人精神感到自由与放松。

从另一个角度来看, 白色亦具有消极的心理意象: 如荒芜、凄清、颓败等。在西方现代绘画无路可走的20世纪60年代, 当极简的形式元素、模糊的内在意识都不能将绘画带离消亡的危机之时, 画家山姆·弗兰西斯在1967年以《绘画》为题, 展出了一幅白色的画布。一方面, 这张空白的画布在无奈地展示着画家无以为画的悲哀。另一方面, 又以广域的白色, 寄托了画家对形式竭尽全力的设想与构建。此时的白, 以它的无垠与无痕, 适时而巧妙地对应了艺术上解构主义的兴起。笼罩在白色迷雾中的画面呈现出多变的美感, 既可以清新、浪漫、唯美, 又可呈现出凋零与落寞。许多时候白色的丰富视感使之看上去具有贵族气

白がつづく、澄んだ肌へ。



化妆品广告 < <<

