

A HANDBOOK OF MODERN GRAPHS

中国青年出版社

现代
设计家
创意图典



现代设计创意图典

中国青年出版社

127887

(京)新登字 083 号

责任编辑:李志刚

封面设计:夫 龙

图书在版编目(CIP)数据

现代设计家创意图典/夫龙工作室编

著. —北京:中国青年出版社

ISBN 7-5006-1538-8 1994. 2

I. 现… II. 夫… III. 实用美术
—设计—图集—外国 IV. J532-61

中国青年出版社 出版 发行

社址:北京东四12条21号 邮政编码:100708

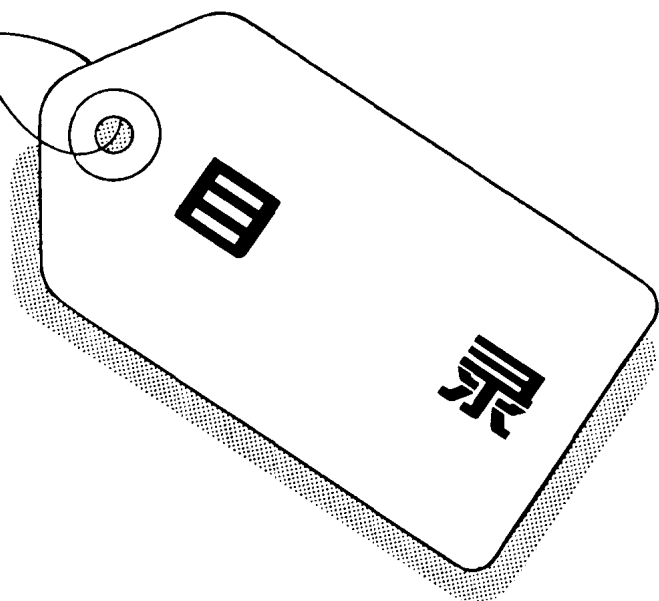
中国青年出版社印刷厂印刷 新华书店经销

787×1092 1/16 38.25印张 4插页

1994年2月北京第1版 1994年2月北京第1次印刷

印数1—2,000册 定价:48.00元 (.)48.00元

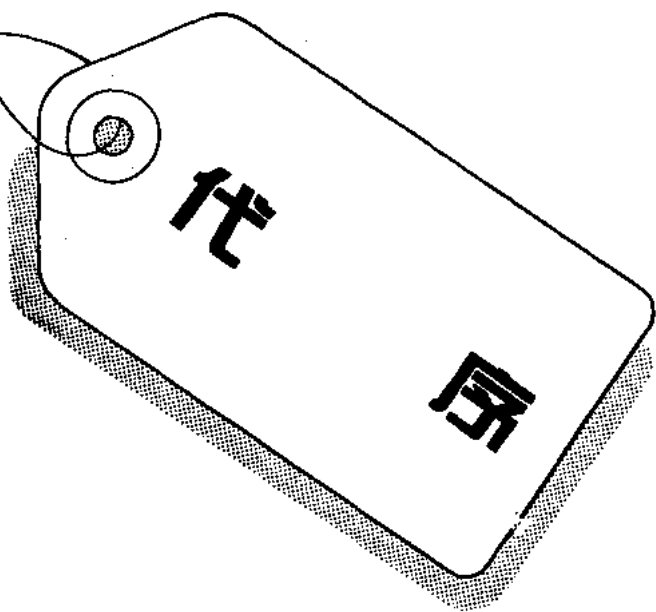
绪 论.....	6
等点图形.....	20
差点图形.....	30
网点图形.....	40
等线图形.....	50
差线图形.....	60
异线图形.....	70
体字图形.....	82
首字图形.....	92
书字图形.....	102
组字图形.....	114
饰字图形.....	126
意字图形.....	138
画字图形.....	150
形字图形.....	162
编字图形.....	172
国语图形.....	184
负影图形.....	196
附影图形.....	206
仿影图形.....	216
编影图形.....	226
异影图形.....	236
透透图形.....	246
遮透图形.....	256
仿拟图形.....	266
仿透图形.....	276
仿结图形.....	286
仿曲图形.....	296
曲带图形.....	306
延异图形.....	316
戏谑图形.....	328



填置图形·····	338
换置图形·····	348
拼置图形·····	358
显异图形·····	368
增殖图形·····	378
尚形图形·····	384
断置图形·····	394
套画图形·····	404
异面图形·····	414
虚画图形·····	424
漫像图形·····	436
谬义图形·····	446
悖象图形·····	450
两歧图形·····	460
双关图形·····	464
反转图形·····	474
虚带图形·····	482
闭锁图形·····	488
错视图形·····	498
歪视图形·····	504
越随图形·····	516
混维图形·····	528
互悖图形·····	540
随歧图形·····	546
共线图形·····	556
共形图形·····	568
双面图形·····	578
交像图形·····	584
悖悖图形·····	594
解构图形·····	606
后 记·····	610

现代
设计
创意图典

中国青年出版社



欣闻夫戈先生与他工作室的同仁奉献给大家的《现代设计家创意图典》一书即将出版,非常高兴。同时应夫戈先生之约为此书代写序言亦感荣幸。

记得在第27届国际编辑设计、字体设计展上初次见到夫戈先生设计的作品——一本印刷精美的《中国民航报画刊》——时,其非常实用的编排既富现代气息又放而不浮、既夺目又雅致,细节的处理和整体的把握都恰到好处。

据悉自从1988年至今,夫戈先生及其同仁一直以以他名字命名的工作室的方式工作,并就视觉传达设计的思维基础和展现方法从理论到实践做了大量的研究和开发。把新创意的展现方法归简,使之成为简洁、易于掌握的设计方法,是夫戈先生所致力研究的课题。

在没有看到此书的原稿时,我对代写序言并没有什么把握,可当读过原稿之后,我的顾虑全消。此书充满睿智,富有想象。清晰的论述及广博知识的掌握,涉及如此众多的领域,能把思维、观念和展现方法三者恰到好处地结合在一起,并使之成为科学的、实用的系统方法,足见作者在视觉传达设计的思维和展现方面所

01/13/20

作的努力是值得称赞的。无疑,失龙先生在此做出了贡献。日本著名视觉传达设计师福田繁雄也曾在这方面做过研究,但其广度和实用性却远不如失龙先生所做的工作。

如果你想成为优秀的视觉传达设计师的话,可参阅此书。这是一部不断令人思索,不断使你产生创新观念的经典。她能帮助你获得实际的启示和灵感,她会使你重新看待视觉传达设计的思维方法的重要性和展现方法的多样性,以及民族性和设计语言的国际性等诸多假设。因此,此书所涉及的领域远远超出此书所记述的范围。

前几年,我曾写过一篇《设计家的责任》一文,其中说到,许多发展中国家的设计作品,当然也包括中国,没能步入国际一流作品的行列是不足为奇的,因为那里几乎没有人能把国际流

行风格融入具有本国文化特色的优秀的视觉传达设计中,其作品难以为国际观众所接受,当然这不仅仅是教育问题,经济的落后是关键。

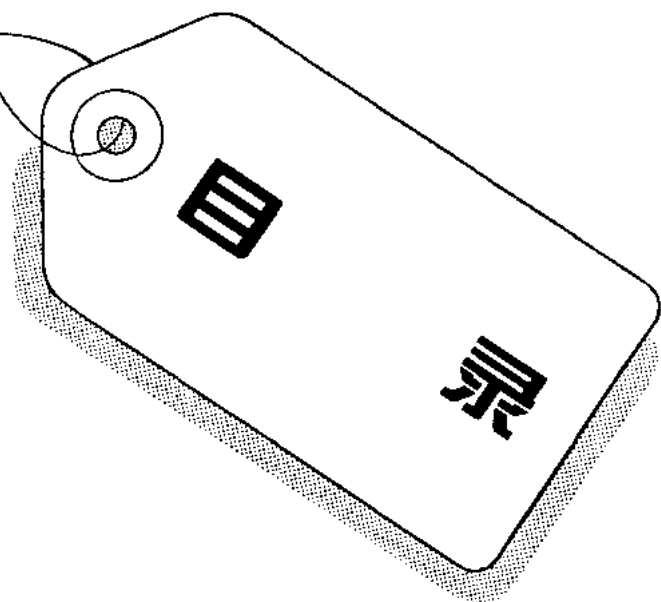
如今,中国的经济在飞速发展,中国的设计工作者也在更广泛的范围内与国际的同行们进行交流和切磋。只有设计者本身的水平不断提高,才能准确地理解其他设计者的作品;只有加入国际设计行列,才能从中获取创作的鼓励和引导。

失龙先生所做的工作对中国设计界来讲是非常有帮助的,中国的设计界也一定会大受其益。

最后,我对优秀的视觉传达设计下个简单的定义:既富有较深的内涵,达到一定的艺术水准,又不足商业实用效益。不过,制作价值也是一件优秀作品总体价值不可分割的一部分。难以想象一件构思优良而制作粗糙的作品能获得成功。视觉传达设计师的崇高责任和理想,是设计师和科学家的结合,是满足社会的物质和精神的高度和谐。

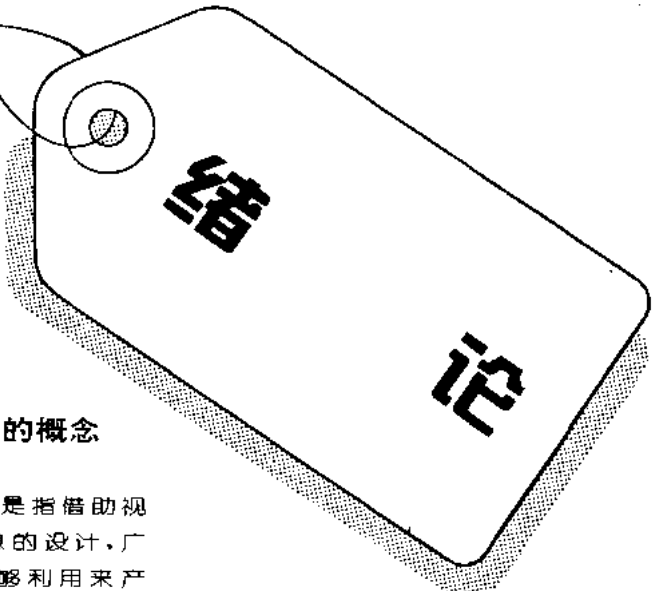
Chernyshevsky

美国著名视觉传达设计家
前美国视觉传达艺术学会(AIGA)理事
埃文 彻梅耶夫



绪论	6
等点图形	20
差点图形	30
网点图形	40
等线图形	50
差线图形	60
屏线图形	70
体字图形	82
首字图形	92
书字图形	102
组字图形	114
饰字图形	126
意字图形	138
画字图形	150
形字图形	162
编字图形	172
国语图形	184
负影图形	196
附影图形	206
仿影图形	216
编影图形	226
异影图形	236
透透图形	246
遮透图形	256
仿拟图形	266
仿透图形	276
仿结图形	286
仿曲图形	296
曲带图形	306
延异图形	316
戏谑图形	328

填置图形·····	338
换置图形·····	348
拼置图形·····	358
显异图形·····	368
增殖图形·····	378
尚形图形·····	384
断置图形·····	394
套画图形·····	404
异面图形·····	414
虚画图形·····	424
漫像图形·····	436
谬义图形·····	446
悖象图形·····	450
两歧图形·····	460
双关图形·····	464
反转图形·····	474
魔带图形·····	482
闭锁图形·····	488
错视图形·····	498
歪视图形·····	504
越位图形·····	516
混维图形·····	528
互悖图形·····	540
随歧图形·····	546
共线图形·····	556
共形图形·····	568
双面图形·····	578
交像图形·····	584
悖悖图形·····	594
解构图形·····	606
后 记·····	610



绪论

■视觉传达设计的概念

视觉传达设计是指借助视觉图象来传达信息的设计,广义地说,是所有能够利用来产生视觉图象并转为信息传达的技术。

“视觉传达设计”一词于本世纪二十年代开始使用,而正式形成于六十年代初。1922年,著名的书籍设计师威廉·阿迪生·德怀金斯(William Addison Dwiggins 1880——1956)提出了“视觉传达设计师”的名称,从而使一个正在形成的专业获得了一个恰当的名字。这一名称是指印刷技术和视觉设计的结合以及传达信息的个人活动。

“视觉传达”一词英文译为“graphic”,源于拉丁文“graphicus”和希腊文“graphickos”,其意指由绘、写、刻、印等手段产生的图形符号;是具有说明性的图画形象,以区别词语、语言、文字的视觉形式;可以借助各种方法进行大量复制;是传达信息的视觉形式。

如今在欧美等国,有时把视觉传达设计译作“Visual Communication Design”或“Information Design”,但一般仍写成“graphic”。

视觉传达设计的主要特征

是传达信息,有别于以功能为主的工业设计、环境设计,当然,视觉传达设计所涉及到的不仅是二维平面,也包括三维立体和四维立体的设计。

“视觉传达设计师的天职是用图形传达信息。”这是美国著名传达设计师赫博·卢巴宁(Herb Lubalin 1918—1981)凭借其设计师的经验从设计师的角度对视觉传达设计下的定义。美国著名视觉传达设计理论家菲利普·布麦格斯(Philip Bmeggs)在谈到视觉传达设计与美术的区别时认为:“如果视觉传达设计不具有象征性和语词的含义,则就不是视觉传达,而是美术了。”诚然,美术作品的原稿最具价值,而视觉传达设计的原稿却不具价值,真正有价值的是成品。视觉传达设计的过程是将观念转换成视觉图形,最后将视觉图形复制出来,从而使信息得以充分、准确地传播。

■视觉传达设计的范围

视觉传达设计的范围甚广,不仅包容了二维、三维和四维设计,甚至不排除触觉和听觉。总体上包括以下内容:

文字设计

各种文字的设计以及铅字、活字、照相制版、排列的字等。

图表设计

箭头、交通图语、会场标识、构造图、列车运行图、电路配线图、统计图表、地图、导游图、绘画地图、立体地图等。

标志设计

注册商标、公共标志等。

插画设计

摄影、动画片、商业广告片、电影、电视等。

陈列设计

橱窗、展览会、博览会、空间展示陈列、舞台装置等。

■视觉传达设计的演化

“工艺美术”最早流行于十九世纪初期,随着工业革命的发展以及机器时代美术地位的降低,一部分美术家把美术与手工艺结合,产生了“工艺美术”这一新兴的技术加艺术的行业。

由于美术家和工匠从事着广泛的物品外表装饰及外观样式的设计,从而,“装潢美术”一词便应运而生,被广为应用。

到了十九世纪上半叶,以英国为先导,法国、德国等国家随后,率先走向工业化,从而大大提高了生产效益,商品生产日益发达。那时的工艺美术师是为商品生产服务的,因此,当时又有过“商业美术”的流行称谓,现在中国港台地区还使用这一词。

以后,随着工艺美术的社会作用不断扩大,不断出新以及广泛应用于社会和生产的各个部门,“应用美术”或“实用美术”这两个术语也开始出现了。

二十世纪初,欧美一些国家逐渐步入大工业生产的时代,出于为工业生产服务的社会需要,美术和工艺美术的结合开始走向新的阶段。“工业美术”就用来泛指这种并未真正具有独立性的服务行业。

1919年,在德国创立了世

世界上第一所将美术、工艺、技术和科学结合于一体的“包豪斯设计学校”。该校的建立对社会产生了巨大影响。此时,一个新的时代——“设计”的时代开始了,从而结束了设计的从属地位,使之成为一门独立的新兴学科。同时,以往的其它术语也被“设计”一词所代替。

“设计”是艺术与实用的高度结合,它区别于纯审美艺术的绘画。“设计”泛指将美学和技术的原理科学地应用到实践中。原有的一些词汇已不再具有普遍的实用性,尤其是“工艺美术”一词,现代的许多国家仅用其称谓非机器、非大量生产的,手工性质的民间美术和工艺品。

由于现代社会的发展使社会分工愈来愈细、日趋科学化,那么,“设计”这一被现代人普遍使用的概念就显得比较笼统了。

如今,人类进入了信息时代,视觉传达设计也随之迈进了时空领域。人们被各种各样的信息所包围,比如消费信息是人们生活中不可缺少的一部分,在视觉上准确生动地传达信息愈发显得举足轻重,视觉传达就能使消费信息变成人们的精神享受。从而,“设计”进入了视觉传达领域。可以说,“视觉传达设计”这一称谓是信息

时代诞生的产物,它意味着人类的各种民族文化正日益迅猛地向国际文化汇流,视觉传达使人类消除了语言的障碍,能够使语言通过视觉传达得以快速识别和传播。加拿大教育家、传播理论家马歇尔·麦克拉汉(Marshall McLuhan)就曾预言:现代社会已由文字文化转变为视觉传达文化,并进入了视觉传达的“图形时代”

■视觉传达设计的媒介

电视广告

电视广告也叫“CM”，是通过电视影像、声音的传达，集影像、声音、语言和文字组成的具有时间维度的媒介。

报纸广告

自从报纸一诞生就已开始刊登具有告知机能的广告。报纸广告由于不受时间、空间的约束，可以反复阅读，所以具有说明力强、灵活的特点。

杂志广告

杂志广告和报纸广告是非常相似的媒介，不同的是两者大小不同、时间有差异。不同内容的杂志，其读者群也不同。杂志的阅读时间较长，同时也可传阅，广告效果便明显倍增。

邮送广告。

邮送广告是写有收件人名字的广告，是一种直接将信息邮送到广告主选定的人的媒介。邮送广告又称“DM”。

包装

包装的基本目的是为使商品在运输中不致破损、便于储存、迅速明确数量。但是如今，包装除这些根本条件外，逐渐成为产品不可缺少的一部分，成为争夺购买者的重要竞争条件。

POP

POP是为方便顾客购买并在视觉上引起对商品及品牌的注意而设计的媒介，又可以称之为“导卖点的广告”。一般来说，POP陈列在高显的进口处、柜台上或摆放在商品货架的空间等处。

招贴画

招贴画自古以来就以“通知”为目的，文字与图象的结合成为视觉传达的比较直接而受人喜爱的媒介。有的招贴画用以扩大商品销路，有的用于公共目的，有的与政治直接有关，而有的则以观光旅游为目的等等。

编辑设计

为使报纸、杂志、书籍和小册子等印刷品更有效地传达信息，进行更有吸引力的编辑，将各种文字的组台、图表、插图、照片等巧妙组合，使之易读并提起兴趣。

标志和组字

标志和象征标志是介于文字和图画之间出现的一种传达符号。在造型上都是采用简化的图象，且必须是无类似的独创。

组字是文字的象征化的标志，组字必须始终明确具有文字的记号性，文字作为一种特殊的视觉符号，与标志一样

可以申请登记得到法律保护。

图表设计

地图、统计图、交通时刻表、结构图和年表等由图和文字构成的一览表,统称图表设计。大部分图表都是把一些图象符号化,以便容易阅读。图表的设计一定要整齐美观。

二十世纪末到二十一世纪初,是媒介发展史上的转折点。在此之前,媒介的设计和使用主要是方便发讯者,发讯者在信息传达过程中占主导地位。在这之后,媒介的设计和使用主要是方便收讯者,收讯者在信息传达过程中占主导地位。

二十一世纪,媒介的发展进入到收讯者占主导地位的新时代,其最主要媒介将不再是报纸或电视,而是集电话、电视、计算机三者为一体的信息服务网络的多维媒介。

视觉传达设计的略史

公元前

从公元前旧石器时期到新石器时期。在欧洲、非洲原始人曾居住的洞窟内,遗留有大量图象符号,最为著名的是法国南部的拉斯克科斯岩洞窟中的图象符号,它们并非美术,而是早期的视觉传达图象符号,其意义是在生产劳动和社会活动中传达信息、为宗教服务。

公元前 3100 年,美尼斯统一埃及之后,美索不达米亚的许多发明被古埃及沿用,其中包括文字和书写的基本原理、建筑设计和装饰性题材及形式,并发展了自己的绘画性图文系统,统称“象形文字”及其特殊写法。

中国最早的文字,是出现在公元前十八世纪甲骨文上的“甲骨文”,亦即中国早期的象形文字。中国古代的许多发明已成为人类发展的主要动力。其中造纸、汉字和印刷技术对视觉传达设计产生了深远的影响。公元前 2550 年仓颉创造了形意文字,每一个字高度概括、和谐,其文字本身就是典型的视觉传达设计,欧美国家设计师还称之为“最高的美术和视觉传达设计成就”。公元 105

年,中国造纸术的发明被誉为继文字之后人类文化的第二次重大革命,是视觉传达设计具有历史意义的发明,从而视觉传达和人类文化的发展产生了大的飞跃。中国是印刷术的故乡,八世纪前后我国产生了雕版印刷术宋仁宗庆历年间(1041—1048)毕升发明了活字印刷术。八世纪中国印刷术传入日本。九世纪,中国发行印刷纸币,这是世界上首次视觉传达设计。

公元前一世纪,古罗马跃为地跨欧亚非的强大帝国,同时罗马也成为希腊文明的传播者。罗马把希腊字母完善为拉丁字母体系。在庞贝城的墙面上,至今还留有当时的路牌广告的早期形式,商标在当时被广泛用以识别地名、生产厂家的产品等。公元前190年用羊皮纸制作的手抄书,是现代书刊的早期形式。古罗马的字体设计和视觉传达设计是西方古典主义的设计典范。

中世纪

十二世纪中叶,罗马式风格开始演变成哥特式风格。哥特式视觉传达设计始于法国,它由盛行彩饰风格转变成写实与自然主义的倾向,开始对空间、形体、明暗和色彩的探索。

十三世纪,木刻版印刷术

由中国流入欧洲,纸牌是当时最流行的视觉传达设计。由于中国木刻版印刷术的启示,欧洲此时也开始了活字印刷的探索,其中德国人古登堡(Gutenberg 1387—1468)最有成就,他于1450年初次采用活字印刷成的第一本书,成为印刷时代开始的标志,也使视觉传达设计向大众传达信息迈入了最重要的一步。印刷技术的发展促成和加快了欧洲文艺复兴时期的到来。

文艺复兴

十四世纪的意大利文艺复兴预示着人类从中世纪往现代的过渡。文艺复兴时期的文化艺术成就是多方面的,在视觉传达设计上集中体现在印刷与应用上。

十五世纪仍重视手抄书的设计,由于大都采用花卉图案用于家具、建筑、室内和图书设计上,形成“细线风格”。

十六世纪是视觉传达设计的盛期,它广泛采用数学法则应用于视觉传达设计以及字体设计上,讲究艺术效果和科学性的结合。在法国,由于把花饰用于字体的设计上,很快便成为流行欧洲的“国际风格”。

十七世纪,视觉传达设计的特征是“巴洛克风格”时期,

其豪华、奔放和奇特,在美术、建筑、工艺品和室内等设计上展现出来。

在视觉传达设计中最具有历史意义的是报纸媒介的诞生。1609年,最早的报纸于德国的奥德斯堡印出,很快在欧洲流行。

十八世纪始于法国的“洛可可风格”成为当时文化艺术和视觉传达设计的代表风格。洛可可的装饰方法主要是“S”和“C”型曲线,结合漩涡形、桃心、鸽子、小天使和来自中国、波斯的装饰风格而成。一八世纪末,在意大利创造了视觉传达史上称为“现代风格”的形式,强调几何形和空间设计,表现为柔和、轻快的调子,优美的质感,数学、几何和机械的形式,均衡的构图,强调对比统一。

工业革命

十九世纪以英国为中心爆发的工业革命,使视觉传达设计在销售商品、促进生产、提高生活质量、普及教育和科学技术知识方面发挥了巨大作用。工业化的大生产使印刷成本降低,从而使视觉传达设计进入了大众传达时代。

1803年,第一台造纸机在英国的诞生,预示着知识和教

育传达时代的到来。1835年,塔尔博特(Talbot 1800—1877)制出世界上第一张显微照片,引出视觉传达设计自印刷发明后的第二次重大革命,改变了整个人类的视觉世界。1871年,美国人约翰·卡尔文·莫斯(John Calvin Moss)最先发明了照相制版工艺。预示着印刷复制时代的到来。1877年,电影摄影试验成功,被称为“活动照片”。进入二十世纪,视觉传达设计师从手工时代向机器时代过渡,并获得了更大的自由表现。

十九世纪三十年代产生于英国的工艺美术运动,标志着现代工业设计的开始。该运动的领袖人物威廉·莫里斯(William Morris 1834—1896),提倡合理地服从于材料性质和生产工艺、生产技术和设计艺术的区分,“美就是价值,就是功能”。工艺美术运动展开了具有世界影响的视觉传达设计运动,开创了字体设计和视觉传达设计的新观念。视觉传达设计形成初步的理论体系。

十九世纪中叶,英国设计师、色彩专家欧文·琼斯(Owen Jones 1809—1874)写成《装饰法则》一书,通过大量设计原理、方法和实例而成为十九世