

二十一世纪设计家丛书

视觉 表述

向海涛 编著

VISUAL
EXPRESSION

ART DESIGN SERIES

西南师范大学出版社

511164

二十一世纪设计家丛书



向海涛 编著

VISUAL
EXPRESSION

西南师范大学出版社

ART DESIGN SERIES

视觉表述

出版、发行：西南师范大学出版社 重庆北碚 630715

责任编辑：柏 松 胡小松 傅孝修	封面设计：周琮凯 版式设计：傅孝修	经 销：新华书店 制版印刷：四川新华彩印厂（都江堰市）
		开本：787×1092 1/16 印张：11.5 字数：320 千 版次：1996 年 9 月第一版 印次：1996 年 9 月第 1 次印刷 印数：1—6000 册 书号：ISBN 7—5621—1555—9/J·62 定价：68.00 元

序

我们面对一个设计的时代，大到城市环境，小到身边的日常用品，从无到有都始于设计，设计的事物比比皆是。设计伴随着科学技术和人类文明的不断发展，被广泛用于社会的各个方面，已成为现代物质与精神文明生活之必需。

设计这种利用知识、智慧密集型的创造活动满足日益增长的物质与精神生活的需要，正在改变着社会，推动社会的进步与发展。设计在开发产品，诱导消费，提高商品竞争力，改变人们的生活方式、生活结构，创造新的生活环境和对企业的发展起着重要的推进作用。尤其在信息社会，设计将信息转化为商品价值，为推动社会发展作出贡献，因此，设计越来越受到世界各国的重视，意识到设计是进步与革新的重要组成部分，80年代设计已成为投资的重点，设计教育成为许多经济发达国家的基本国策，受到高度的重视。

设计是整个物质文明与精神文明的结晶，是一个国家科学与文化发展的重要标志，它不仅创造着今天，也规划着明天。

20世纪已接近尾声，21世纪正快步向我们走来，新世纪的曙光已依稀可见，我们正处在人类历史上最伟大的第四次科学技术革命的前夜，历史和未来将在此交汇。

21世纪，设计具有重大的历史使命，未来的时代将是决策的竞争，是技术与人的素质的竞争，是将以设计决定胜负的时代。

专门研究发展趋势的美国未来学家约翰·奈斯比特在其新著《亚洲大趋势》中强调，21世纪将回归到龙的世纪，他认为中国将成为一个世界强国。这将是一个前所未有的崛起。面对时代运转潮流的机遇与挑战，走向21世纪的中国，要更好地参与国际竞争并使之尽早成为一个新的世界强国，必将需要大量高素质的设计人才，要求设计教育的崛起和更大的发展。

当前国内设计教育和设计产业的迅速发展呼唤着设计理论的引导。恩格斯说过，一个民族如果没有理论思维，就不能立于世界民族之林。同样，如果现代设计人才缺乏较高的专业理论素养，不能用专业理论来指导设计实践，自觉地去把握设计的固有规律

与发展趋势，真正发挥设计的特殊功能，从一种自发的设计行为转化为自觉的创造性劳动，就决不可能设计出具有价值的作品。为顺应时代发展的需要，传播现代设计理论，更好地培育适应 21 世纪社会发展需要的艺术设计人才，我们特地编辑了装潢设计与环境设计两套系列丛书。

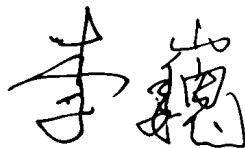
现代设计是一门新兴的、自成体系的门类，是 20 世纪工业和商品经济高度发展中，科学、经济和艺术结合的产物，是工业社会与现代生活的产物，是人类社会进入现代社会的标志。作为一门新兴的学科，在其发展过程中已形成了自身较完善的理论体系。本丛书按照编辑主题，作者们结合设计教学和实践的探索与思考，力求向读者介绍当代设计领域的最新成果，即设计的新思维、新观念、新理论、新技巧和新作品，以期能帮助读者开阔视野，把握未来设计的发展趋势，提高理论素质，更好地迎接 21 世纪的到来。

本丛书主要是为我国高等院校设计专业的学生和在职的年青设计师们编写的，他们将是下个世纪中国设计领域的主力军，是中国设计界的未来与希望。我们衷心地期望有更多的设计教育界和设计界的朋友们来做这一工作，共同推动我国设计教育的发展。

本丛书的编写力求融科学性、理论性、前瞻性、知识性、实用性于一体，观点明确，深入浅出，图文结合，可读性、可操作性强，可作教材参考及自学之用。

由于我们学识与掌握的资料有限，加之写作时间仓促，丛书中缺点、错误在所难免，希望能得到批评指正，以便今后修订与完善。

谨将丛书献给世纪之交的年青的设计师和未来的设计师们！

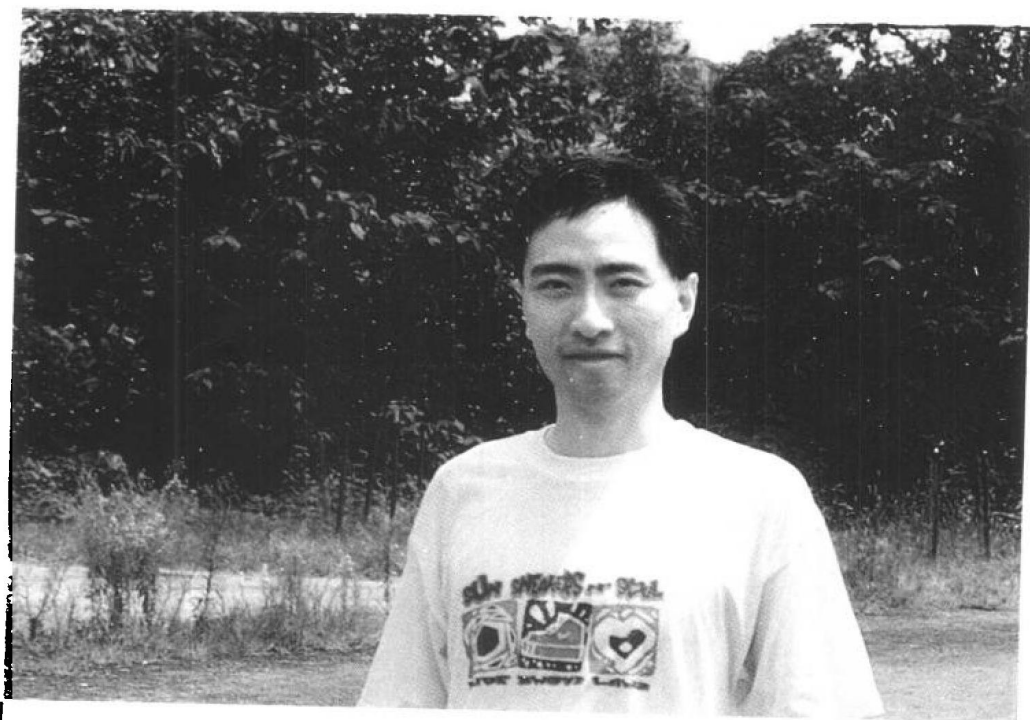


1996 年 4 月

丛书编审委员会委员

主 编:李 巍

马一平	(四川美术学院)	副院长	教授)
罗 力	(四川美术学院)	副院长	副教授)
宋乃庆	(西南师范大学出版社)	社长	副教授)
黄宗贤	(西南师范大学美术学院)	副院长	副教授)
郝大鹏	(四川美术学院装环系)	系主任	副教授)
杨仁敏	(四川美术学院装环系)	系副主任	副教授)
李 巍	(四川美术学院装环系)		教授)
夏镜湖	(四川美术学院装环系)		教授)
樊文江	(西安美术学院设计系)		教授)
王国伦	(中央工艺美术学院装潢系)	系主任	副教授)
孙晴义	(中国美术学院装潢系)		教授)
应梦燕	(广州美术学院设计系)		副教授)
孙 明	(鲁迅美术学院装潢系)	系主任	教授)
尹 淮	(重庆市建筑设计院)		高级建筑师)



向海涛

1968 年生于重庆；

1984 年升入四川美术学院附中；

1992 年毕业于四川美术学院工艺系，获学士学位；

1992 年起任教于渝州大学美术系；

1995 年起任教于四川美术学院装潢环境艺术系。

1986 年至 1996 年期间，先后与人合作绘制实用系列丛书《装饰花边集》、《装饰题花集》、《装饰花草集》、《装饰人物集》、《装饰动物集》，参与深圳海王集团“拥有一片故土”活动的 CI 设计工作，参与及独立进行数起大型工程设计活动，作品多次在国家级专业刊物上发表并入选《中国设计年鉴》（首卷册）。

向海涛



前言

视觉语言的演化和发展

人类自身的造物活动促进了人本身的进化。在人类的发展史上,始终坚持不懈地探索和寻找观念与思想感情的视觉表现形式,即将个人或集体的意念和想法、信息和知识转换成有序的、明晰的,并能储存和传递的图形视觉语言形式,使人类能更好地延续和发展。

语言的障碍已给生活在地球上的不同国家和民族的人类造成了交流的不便。思想的隔阂带给了这个不同文化背景的人类大家庭冰冷的气流。原始社会时期,人们就开始煞费苦心地寻找各种方式相互传播信息和表达思想感情。在这一过程中,出现了最能传达思想感情的媒介物——图形符号。例如:在战争中,用泥土制成色彩涂在脸上,用此识别敌我,增强信心,恫吓敌人,在木头上留下痕迹来界定自己的领地范围;堆积石块以进行原始宗教活动;在罐上刻出印记和标记以区别罐内所装物品以及结绳记事等。总之,原始人类除了使用语言、声音、动作、表情以外,

还使用各种标记和记号来传达信息。

在亚洲、欧洲和非洲许多原始人居住过的洞穴里,发现了他们遗留下来的大量的用以表达他们生产劳动、社会生活及宗教活动的图像符号。这可以说是早期的视觉传达图形符号。

人类在生活和劳动中发出的口头语言用符号记录和整理之后,逐渐形成文字。文字的出现给人类传递信息,交流感情带来极大的方便。造纸术的发明与改进又使知识和信息的广泛传播成为可能。北宋庆历年间,布衣毕升发明的活字印刷术,客观上加快了视觉设计发展的步伐。同一时期,中国四川地区所发行的印刷纸币——“交子”,便是中国古代典型的视觉传达设计印刷品。

约在15世纪上半叶,德国人约翰·古登堡改进了中国人发明的活字印刷术,推出了铅活字印刷术,使印刷速度更快捷,成本更低廉,从而使视觉传达设计向大众传播迈出了重要的一步。





但只使用文字和语言来传达所有的事物,也有其局限性。旅行时对异国风俗的见闻,或以往不曾看过的动物之形貌,或陌生的街景市容等,无论怎样使用语言描述或文字描写,都无法形象地、淋漓尽致地表现出来。这个时候,人们便将这些看到的、听到的或从书上读来的情景描绘成图形,借助图形的排列语言化,协助甚至是目不识丁的人了解其内容。但当时一般来说绘画要比文字的书写困难些,复制技术更加复杂,致使当时视觉语言的发展极为缓慢。

1609年,德国奥德堡印刷出最早的报纸,其后,报纸在欧洲各国很快流行开来,信息的传达速度变得越来越快了。

19世纪的最后20年,由于商品经济的迅猛发展和市场竞争的日益激烈,出现了以促销为目的的印刷招贴。印刷技术的发展使招贴进入了现代视觉图形设计的新阶段。招贴的出现标志着在以往的看图会意的基础上产生了新的视觉语言形式。国际性的美术运动波及了所有的设计领域,并发展为一场设计革命。1835年世界上第一张由塔尔博制出的显微照片,一定程度上改变了人类的视觉世界。这是自印刷术发明以来视觉传达领域的又一次重大革命,使得人们的意图不完全依靠语言来传达成为可能。

在这时期中,由于现代美术运动的兴起,一大批现代主义流派纷纷出笼,极大地丰富了图形设计的表现形式,很大程度上改变了当时的视觉语言和视觉传播方式。

1919年,德国建筑学家格罗庇斯创立的“国立魏玛包浩斯学校”成为世界上第一所将美术工艺、技术和科学结合为一

体的学校,是现代美术设计的先驱和摇篮。一个新时代——设计的文明时代开始了,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。

进入 20 世纪以后,科学与技术的发展,对视觉语言产生了重大影响。无线电广播和电影的出现,宣告了媒体传播进入了现代化电器、电子时代。这一时期,设计师为了将信息在视觉上有效地传达给观众,首先要创造出极富表现力、象征力的形象,更要创造出大众易于理解、具有绘画性的形象。形象与设计的结合产生了“图像现代主义”的风格。20 世纪 60 年代工业化高潮在发达国家达到顶峰。工业社会奠定的高科技基础,为工业社会全面转向信息社会提供了物质上、科学上、经济上的条件。图形化的视觉语言在设计各个领域反映出来。德国视觉传达设计师奥拉夫·利尔在 1966 年谈到:设计不再有任何民族性特征和国家属性。他将各种国际化倾向看成一股潮流。如今,人类社会进入了信息时代,图形设计已远离了大众共同追求的国际化风格的模式,随之而来的是个性表现和电子计算机绘图时代。图形已没有统一规范,视觉语言更加丰富多彩。直觉和自由创意的方法成为当今设计的一种风尚。

图形在视觉传达设计中的地位和作用

设计师在寻求新的观念和表现方法时认识到,视觉传达设计中用来表达观念和思想的“观念图形”必将出现,亦即形象不仅传达信息,而且能传达思想和观念。在美国,观念图形取代了注重精细、繁琐

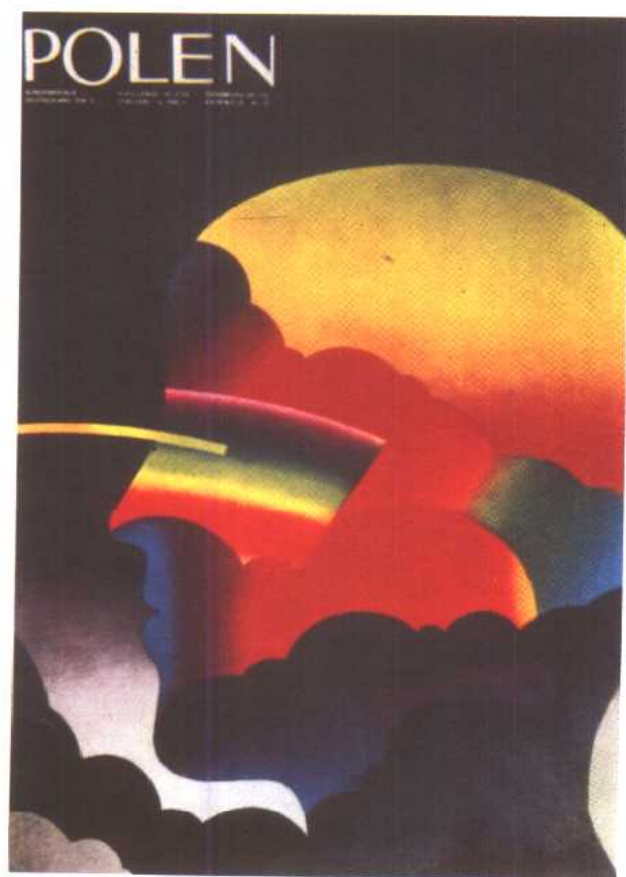
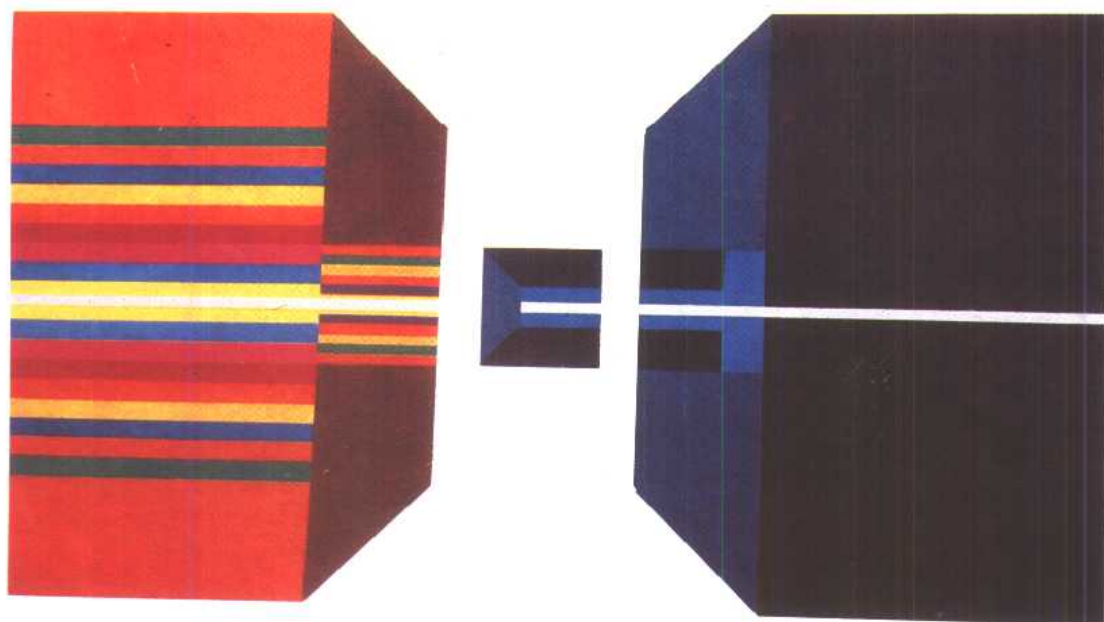
插图风格。以西蒙·什瓦斯特(Seymour Chwast,1931—)为代表的观念性视觉



传达设计风格尤为引人注目,并以专门的杂志作为新观念的论坛和试验所。60 年代的美国,掀起了图形广告的浪潮,并影响到设计的各个领域,使图形在视觉传达中具有不可替代的地位和起到极为重要的作用。

图形发展的趋势

在物质文明高度发达的现代社会,地球已经变得越来越小,各地区人们相互之间的交往越来越频繁,交流的内容越来越繁杂。文学语言作为交流中使用的最主要语言形式,其本身的局限性越来越明显,有时甚至严重地干扰了人们的正常交往活动。在这这种情况下,人们迫切要求寻找另外的语言形式来作为文学语言的补充。早在 20 世纪 20 年代,一些具有超前意识的人们自觉不自觉地兴起了一场探索“非文学的世界语”的活动。到 20 世纪





目 录

前 言

——视觉语言的演化和发展

1 第一章 现代视觉语言概论

1 第一节 现代图形设计概述

1 一 图形概念

1 二 图形的时代变迁与主要形式

2 三 图形的语言

7 第二节 视觉语言的相对性

——具象与抽象

7 一 商业插图中的具象语言形式

8 二 抽象的视觉语言

14 第三节 视觉语言的基本要素

15 一 点的构成形式

16 二 动线的创造

18 三 面的性格特征

19 四 构成平面空间的力场

20 五 视觉符号

——语言图形的标志

25 第四节 积极图形和消极图形

27 第二章 视觉语言的内涵与外延

27 第一节 图形语言的创造逻辑

28 第二节 视觉语言的联想

29 一 重象同构

29 二 一形多义

29 三 残象同构

31 第三节 视觉语言的表象



31	一	单纯与模糊
35	二	秩序与混沌
37	三	视觉稳定与视觉平衡
39	第四节	视觉语言的意象
39	一	视觉语言的虚空
49	二	视觉语言的移情说
53	第三章	视觉语言中的思维活动
53	第一节	视觉语言的常规思维形式
53	一	图形设计中的垂直思维法 (因果关系)
54	二	横向思维(相关关系)
55	三	扩散思维
56	第二节	视觉语言中的反向思维活动

57	一	不确定图形 ——埃舍尔的反向思维世界
57	二	达利超现实主义的反向思维 活动
58	三	毕加索的立体主义反向思维 活动
62	第四章	视觉语言的应用
62	第一节	视觉语言的基本创意思路
64	第二节	广告的视觉表现
70	第三节	标志的视觉表现
79	第四节	包装装潢的视觉表现
87	第五节	书籍装帧中的视觉表现

第一章 现代视觉语言概论

第一节 现代图形设计概述

一、图形概念

人类在传达信息的方面不仅靠口头语言或文字,在图形传达方式上也下过极大的功夫,即通过视觉传达方式,把计划、构思、设想、方案等利用图形传达出来。那么,我们可以说现代图形设计是现代视觉传达方式之一。现代视觉传达设计不仅包括二次元的平面设计,还包括三次元的立体设计。图形,是属于平面设计范畴的。

“图形”一词的英文为“Graphis”,源于拉丁文“Graphicus”和希腊文“Graphickos”。图形早期的概念意指由绘、写、刻、印等手段产生的符号,是具有说明性的图画形象,以区别于文字、语言、词语的视觉形式,并便于借助各种方法进行大量复制。这实际上是“图形”狭义上的解释。而从广义上讲,图形是所有能够利用来产生视觉图像并转为信息传达的视觉符号。

现代设计是基于现代社会、现代经济和市场、现代技术条件、现代生产条件等几个大的基本因素的。由于电子计算机和摄影等现代高科技手段的采用,以前的手工绘画或简单的刻印等手段已逐渐被取代。因此,图形在概念上又有了新的含义:由绘、写、刻、印及现代电子和摄影等手段产生的能传达信息的图像符号。

二、图形的时代变迁与主要形式

图形是随时代变迁和生产力的发展而不断演变的。早期的图形是在文字发明前的洞穴壁画和图绘文字等视觉符号,是被人类用来传达信息或作为具有现时目的的咒语。现代图形含义不仅仅局限在简单的视觉符号传递信息的范围。随着电子时代的发展,在资讯化的社会中,图形的空间在不断扩大,其目的已



不再是传达单一的信息,而是在这个复杂的社会组织与纵横交错的视觉环境中,针对新资讯化动态而构筑的新的价值体系,并开发新的传达系统及视觉语言,而且是以能配合人的思想、行动为优先考虑的。

一般而言,客观的思想适合用文学语言来传达,而情绪性、主观性的意象则适合采用非文学的语言方式传达,才能够具体地传达无法用文学语言表达的意念。图形语言就是非文学传达方式的主要形式(非文学语言还包括动作语言和实体语言)。

科学研究证明,人的视觉性资讯最为广泛,人类感知外界事物 65%都是来自眼睛。图形语言主要包括:标志、地图、绘画、记号、照片、图表、招贴、包装、字体等能配合人的思想、行为而不须过多借助文学形式而能传达某些意念的图像。

三、图形的语言

图形的语言是形象、色彩和它们之间的组合关系。设计师正是运用这些要素来传达信息和意念的。

房子会说话,树木会说话,一个手势、脸上掠过的表情、坐在灯光下的一个人、一个视点、一个视角、运动的感觉、静止不动的画面等都会说话,所有这些都是图形语言的素材。图形语言像其它语言一样,有一套自己的语汇,有语法结构和风格,并像所有别的语言(动作语言、实体语言、影视语言)一样,是在不断地演变的。图形的语言发展到今天,已经是相当丰富的了。图形设计师现时要做的

不是如何创造新的语法结构,而是进行新的思想和观念的探讨。自包豪斯设计学校开设基础训练以来,图形语言的语法结构几乎没有多大的改变,然而这期间所出现的创意性的图形,却是由于社会经济的发展,人们的思想和观念发生了变化的结果。

图形语言和绘画语言是有着很大的区别的,绘画语言的创造不强调以视觉经验为基础,不是追加视觉语言,而是重新认识话语模式的根源,重新解释艺术与人的联系。图形语言的创造,是在人的视觉经验的基础上,运用现代的科学和技术,以寻找新的表现方式来传达出现代人的思想观念和精神观念的变化为目的的。

图形语言的目的是互通信息。因此,从最广的意义上来说,一幅图形的画面,就是其语言的文字。文字仅仅是传达信息的手段,而不是信息本身,要获得表现力,它们必须按照一定的语法结构组合成词语或句子。为了使图形语言更准确地传达信息,必须先了解各设计因素的潜在涵义。人们对于视觉形态,也有一种自然归纳为语义的习惯。因此,人类在图形语言上和处理文学语言的能力一样,有基本的“视觉直觉系统”。设计师正是利用人们的这一习惯,运用图形符号“词汇”的重新组合,从而获得有崭新创意的“语句”。如日本 GDA 和平与环境招贴展中,有一幅表现地球环境被破坏,呼吁人们节约木材、保护森林的招贴,就是运用一些被公认的图形符号“词汇”(地图、树木)的重新组合构成的一个崭新的创意。画面中大树被砍伐得支离破碎,而大树