



# 视觉符号 完全手册

章莉莉 编著

Handbook about  
**Sign**  
Design



上海書店出版社  
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE



视觉符号  
完全手册

章莉莉 编著

Handbook about  
**Sign  
Design**



上海書店出版社  
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目(CIP)数据

视觉符号完全手册/章莉莉编. —上海: 上海书店出版社, 2008. 8

ISBN 978-7-80678-915-5

I. 视… II. 章… III. 视觉形象-实用美术 IV. J524

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第115046号

## 视觉符号完全手册

|      |                                                                                                   |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 编 著  | 章莉莉                                                                                               |
| 责任编辑 | 张 轶                                                                                               |
| 封面设计 | 凌怡亮                                                                                               |
| 出 版  | 上海世纪出版股份有限公司上海书店出版社                                                                               |
| 发 行  | 上海世纪出版股份有限公司发行中心                                                                                  |
| 地 址  | 200001 福建中路193号                                                                                   |
|      | <a href="http://www.ewen.cc">www.ewen.cc</a> <a href="http://www.shsd.com.cn">www.shsd.com.cn</a> |
| 印 刷  | 上海丽佳制版印刷有限公司                                                                                      |
| 开 本  | 889×1194mm 1/32                                                                                   |
| 印 张  | 8                                                                                                 |
| 印 数  | 1-4000                                                                                            |
| 版 次  | 2008年8月第一版                                                                                        |
| 印 次  | 2008年8月第一次印刷                                                                                      |
| 书 号  | ISBN 978-7-80678-915-5/J·380                                                                      |
| 定 价  | 35.00元                                                                                            |

生活中充满视觉符号……

视觉符号如何进行交流？

怎样用符号的方法进行创意？

通过发现、学习和再生三大篇章，

帮助我们从生活中发现视觉符号，

逐渐在创意设计中运用这些符号。

符号的方法使设计有章可循，

让我们做个快乐的设计人，

送给在设计路途上探索着的朋友们。

# 序

“设计是什么？”在无数次完成设计之后，我们开始反思。  
身在设计行业之中，也许难以认清其真面目。

近年来在国外的游历过程中，我惊讶于图形符号的沟通能力。在语言不通的异国文化背景下，图形符号成功地跨越国界、无需语言、瞬间识别。

现代符号学让我们看到了一些设计背后的东西，这就是人类的交流欲望，在此触动下人类社会形成了。从岩画到文字，这是人类交流方式上的第一次飞跃，文字提供人类交流复杂信息的可能性。如今当代社会面临国际化交流的需求，如何突破各国之间语言文字的局限，达到无障碍的全球化交流，又促使我们再次从文字回归到图形，这是人类交流方式上的第二次飞跃。此时的图形已不再是最初的图形，而是一种具有特定意义的全球认知符号。

用“大设计”的视野来看，图形和文字，都是用来传递信息、表达情感的视觉符号，设计就是对于视觉符号的再次组织和运用。

首先我们需要建立的概念就是“视觉符号在哪里”，也就是本书的《发现篇》，设计是建立在一定数量的符号不断积累基础上的。其次通过学习现代符号学理论的启蒙原理，也就是本书的《学习篇》，从语言学角度借鉴了更多图形传递信息的方法。最后通过视觉符号的选择和再生，也就是本书的《再生篇》，探讨了如何用符号进行创意的方法。

如何创意？首先我们要认识到社会生活中所受的局限性。比如文化就是一种局限，一种规则，我们从小所受的教育，告诉我们要做什么，不做什么，从一定意义上讲，局限了我们的思维可能性。所以创意只有在认识到有局限的前提下，才能打破局限，超越规则。

《再生篇》中介绍的三种符号构思法，结合了这些年来我在设计项目和设计教学方面的实践经验与感想，形成本书的理论与方法体系。平行思维法告诉我们举一反三的能力，在看到绝妙的创意之后如何学习借鉴；交叉思维法告诉我们如何通过联想进而突破局限、超越常规；而逆向思维法引导我们进入一种全新的思考途径，一种图形逻辑的变通能力。

同时，我们的创意思维过程通常是梭形的，两头小，中间大。首先我们从一个信息点扩散到无数个图形的点，再从中选择并组合构成最终的设计作品，因此，整个思维符号的堆砌和比选过程就是一个梭形。任何一次成功设计的背后，都经历了一次庞大的思维发散和排除过程，一个不为人知的故事。

观察力和创造力，是设计师必备的两种能力，首先从生活中发现、积累符号，然后在创意中组织、再生符号。设计就是这样简单，我们要做个快乐的设计人，快乐生活，快乐设计。

## 参考书籍

- 《Pictogram Design》，太田幸夫(日)，1967年。
- 《Signs+Emblems》，F. Bruckmann KG(德)，Erhardt D. Stiehlner Dieter Urban，1962年。
- 《The art of looking sideways》，Alan Fletcher，PHAIDON出版社。
- 《Marks of Excellence》，PHAIDON出版社。
- 《Japanese Graphics Now!》，Eds. Gisela Kozak & Julius Wiedemann，2006年。
- 《What is Graphic Design?》，Quentin Newark，中国青年出版社。
- 《Breeze in China》，AGI Congress 2004 Beijing。
- 《东西方图形艺术象征词典》，詹姆斯·霍尔，中国青年出版社，2000年。
- 《世界近代平面设计史》，王受之，新世纪出版社，1999年。
- 《世界艺术史》，修·昂纳·约翰·弗莱明著，范迪安译，南方出版社，2002年。
- 《记号·艺术情报》，励忠发，正中书局出版社，1985年。
- 《安迪·沃霍尔》，何征广主编，李家祺撰文，河北教育出版社，2005年。
- 《康定斯基论点线面》，康定斯基，中国人民大学出版社，2003年。
- 《PABLO PICASSO—A RETROSPECTIVE》，the museum of modern art newyork，Willian Rubin，1960年。
- 《世界巨匠丛书——毕加索》，BBS美术出版社(日)。
- 《视觉导读——圣家族大教堂(中文版)》，西班牙MUNDO FLIP EDICIONES出版社，2006年。
- 《罗浮宫美术馆全集——浪漫派的抬头》，日本放送出版协会，1967年。
- 《可见的乌托邦——城市建筑手记》，胡硕峰，清华大学出版社，2007年。
- 《艺术与设计》杂志，第89期、第93期、第96期、第97期，艺术与设计出版社。
- 《ppaper》杂志，第46期。

特别鸣谢:

在此对本书作出贡献的朋友们表示感谢!

感谢在本书编辑过程中, 学生朋友们的积极配合与努力! 同时也感谢本书的责任编辑张轶的悉心工作!

作者 章莉莉

著有《城市导向设计》、《设计色彩教程》、《标志设计完全手册》、《校园新创意POP设计》等书籍。



# 目 录

## 引子

INTRODUCTION

- 2 感想两篇
- 4 调查一项
- 6 公式一则

## 第一篇章

## 发现

DISCOVER

### 视觉符号在哪里

- 12 海伦·凯勒的故事
- 16 世界充满符号
- 24 视觉传达的任务
- 28 人脑的无限遐想
- 32 启发思维的对比发现

### 视觉符号演变史

- 40 神秘的史前符号
- 45 与图像分手，文字
- 48 符号的鼻祖，纹章
- 54 文明的投影，十字符号
- 60 权力与统治的媒介，钱币学
- 62 图形文字的活化石，东巴文
- 66 跨越国界的符号，ISO体系
- 72 符号的世界盛会，奥运符号
- 79 科技回归图像，网络符号

## 第二篇章

### 学习

STUDYING

#### 现代符号学理论

- 82 符号学与视觉传达
- 86 皮尔斯符号学理论
- 92 索绪尔符号学理论
- 96 理想传达和非理想传达
- 100 依索体系运动
- 108 符号语言的尝试

#### 视觉符号辉煌史

- 112 顽童毕加索，符号的再现
- 118 柏林有只熊，符号的传播
- 122 日本人与点，符号的情感
- 128 高迪的自然界，符号的源头
- 134 埃及艺术与德国设计，符号的秩序感
- 138 大众文化意向，符号的社会性
- 142 绝对伏特加的世界，符号的营销
- 148 买商品还是买符号，符号的价值

## 第三篇章

### 再生

CREATING

#### 创意的可能性

- 156 视觉符号的多样性
- 170 视觉符号的环境
- 174 视觉符号的变身
- 180 视觉符号的提炼
- 186 视觉符号的通感
- 194 视觉符号的传播

#### 创意思维法

- 196 超越规则产生创意
- 202 平行推演法
- 214 交叉构思法
- 218 逆向思维法
- 222 创意的梭形思维过程
- 234 在似与不似之间
- 237 用视觉符号来讲话
- 240 做个快乐的设计人

引子

INTRODUCTION

感想两篇

Feelings about Sign

## 肢解设计

将设计肢解，我们得到视觉符号。

它们被设计师通过思维的线，固定在特定的视觉环境中。

一点点、一颗颗，

记录下逻辑思维的痕迹，散发着创意睿智的光芒。

我们的世界充满着符号，

符号，使创意有章可寻，

让我们发现符号并再生符号，

设计，正是在创造有价值的视觉符号。

## 设计的点、线、面

符号，是设计的点。

找准点，好比棋盘上占住了角。

思维，是设计的线。

用思维串联合适的点，好比棋子间微妙的关系。

创意，是超越常规的线。

情理之中，意料之外，好比棋局中出奇制胜的一着。

情感，是设计的质感与肌理。

赋予设计生命，到达人的心里，好比下棋人与观棋人的互动。

而设计本身，就是一个丰富的面，一局精彩的棋。

## 调查一项

On the investigation  
of design

对于从事设计行业多年的人士，或者在艺术院校孜孜求学的学生，有没有思考过这样一个问题，我们所钟爱的设计专业或职业，它究竟是什么？

通过一项问卷调查，我们可以从多角度来审视一下，设计究竟是什么？让我们试着用简单的词汇去定义设计。

问卷调查 主题：设计是什么？

根据实践经验，总结对设计的理解，填写以下空格。

设计 = \_\_\_\_\_ + \_\_\_\_\_

设计 ≠ \_\_\_\_\_

## 调查结果

通过100位设计界人士的调查，我们发现对于设计的理解，大部分人会从自己的专业视角及观念意识去理解；设计背景相近的人士，对设计有着相近的认知，但各不相同。

调查结果的典型观点如下：

|                                         |                        |
|-----------------------------------------|------------------------|
| 调查结果A<br>设计 = 设想 + 计划<br>设计 $\neq$ 艺术   | 被调查者身份<br>一位广告策划公司老总   |
| 调查结果B<br>设计 = 创意 + 执行<br>设计 $\neq$ 个人喜好 | 被调查者身份<br>一位设计公司高层管理人士 |
| 调查结果C<br>设计 = 科学 + 艺术<br>设计 $\neq$ 美术   | 被调查者身份<br>一位大学设计专业教师   |
| 调查结果D<br>设计 = 动脑 + 动手<br>设计 $\neq$ 商业   | 被调查者身份<br>一位大学设计专业学生   |
| 调查结果E<br>设计 = 发现 + 创造<br>设计 $\neq$ 装饰   | 被调查者身份<br>一位设计信息学者     |
| 调查结果F<br>设计 = 个性 + 观念<br>设计 $\neq$ 传统   | 被调查者身份<br>一位新锐设计师      |

## 公式一则

One Formula

“设计”一词，现代英语中叫“Design”，其实它在古老的拉丁语系中就已经存在，但两者在读音和意义上都有差异。现代英语中“Design”的重音在中间，是个独立的词汇。而拉丁语中的“Design”重音落在前面，是“画记号”的意思，并由词根“de-”和单词“sign”两部分构成。其中词根“de-”有多种含义，在这里理解为“再一次、又一次”，而单词“sign”表示“符号”的含义。

现代英语从拉丁语系中发展而来，可见很久以前，人们对于设计，其朦胧的认知就是“符号的再次构成”，或者叫做“符号的再生”。

Design = de- + sign

设计 = 符号的再生

现代社会将行业和专业进行细分，不断形成新的语汇，但是其中组词的基本元素和思考方法是一致的。符号学理论虽然最初源于语言学范畴，对于艺术和设计方面，同样具有借鉴和推动作用。人类社会图形和文字的产生，都是由于沟通交流的初衷所致。我们从“Design”一词的最初形成，看到了设计所归属的性质和承担的责任。

图01. 工业设计协会海报

图02. intellecta公司形象