

新世纪高等艺术教材——艺术与设计基础教学

设计信息学

DESIGN
INFORMATICS

视觉信息的设计传达

◎ 励忠发 著

 四川出版集团
 四川美术出版社

设计色彩学

设计色彩学

J06/151

2007

新世纪高等艺术教材

DESIGN INFORMATICS

设计信息学

—— 视觉信息的设计传达 ——

励忠发 著



四川出版集团
四川美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

设计信息学/励忠发著. —成都: 四川美术出版社, 2007. 3
新世纪高等艺术教材

ISBN 978-7-5410-3218-9

I. 设… II. 励… III. 设计—艺术—信息学—高等学校—教材
IV. J06 中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第017117号

新世纪高等艺术教材

XINSIJIGAODENGYISHUJIAOCAI

设计信息学

SHEJIXINXIXUE

励忠发 著

责任编辑: 何启超

封面设计: 周靖明

责任印制: 曾晓峰

责任校对: 培 贵 李 慧

电脑制版: 廖振宇 邓静雯

出版发行: 四川出版集团 四川美术出版社

(成都三洞桥路12号 邮政编码 610031)

网 址: WWW.SCMSCBS.COM

经 销: 新华书店

印 刷: 四川华龙印务有限公司

成品尺寸: 185mm × 260mm

印 张: 17.5

图 片: 618幅

字 数: 179千

版 次: 2007年8月第1版

印 次: 2007年8月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5410-3218-9

定 价: 68.00元

著作权所有, 违者必究

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系调换

工厂电话: 028-87737043 地址: 成都市马家花园铁二局文化宫

《设计信息学》 编委会

主 编:
励忠发

编 委:
(按姓氏笔画顺序排列)
陈小林
郑 强
周靖明
何启超

图片提供:
章莉莉

制 作:
TIDA DESIGN



励忠发

●一九五一年生于上海 ●一九七八年毕业于中央工艺美术学院(现清华大学美术学院)
 ●一九九一年取得日本武藏野美术大学视觉传达专业硕士学位 ●曾任中央工艺美术学院装璜系教员 ●现任上海、四川等多所大学美术和艺术学院的客座教授 ●日本平面设计家协会会员(JAGDA) ●现旅居日本 ●普通邮票《中国民居》的设计者 ●曾为“中国联通”“海通证券”“云南白药”等著名企业和品牌设计形象标志,并多次获得最佳企业形象设计的金奖 ●出版书籍有:《现代图形设计》《CI设计的春天》《记号、艺术、情报》以及散文集《樱花和相扑》等



《新世纪高等艺术(美术、设计、音乐)教材》

编 审 委 员 会

主 编:	黄宗贤 (四川大学艺术学院)	院 长	教授)
	马一平 (川音成都美术学院)	院 长	教授)
	林 木 (四川大学艺术学院)		教授)
	(四川师范大学视觉艺术学院)	院 长)	
	程丛林 (四川大学油画艺术研究中心)	主 任	教授)
	王岳川 (北京大学中文系)		教授)
	梅锦辉 (四川美术出版社)	副社长	副编审)
	田 曦 (四川美术出版社)	副社长	副编审)
编 委:	吴 翔 (上海东华大学设计艺术学院)	院 长	教授)
	魏绍龙 (上海师范大学美术学院)	院 长	教授)
	刘境奇 (广东省轻工设计学院美术学院)	院 长	教授)
	赵 健 (广州美术学院设计学院)	院 长	教授)
	冉昌光 (四川师范大学设计艺术学院)	院 长	教授)
	张 林 (重庆邮电学院传媒艺术学院)	院 长	教授)
	刘遂海 (成都大学美术学院)	院 长	教授)
	李晓寒 (西华大学国际动画学院)	院 长)	
	甄忠义 (石家庄东方美术学院)	院 长	教授)
	叶 苹 (江南大学设计艺术学院)	副院长	教授)
	朱 飞 (南京艺术学院尚美设计学院)	副院长	教授)
	徐伯初 (西南交通大学艺术与传媒学院)	副院长	教授)
	甘庭俭 (西南民族大学艺术学院)	副院长	教授)
	张 苏 (四川大学艺术学院)	副院长	教授)
	徐仲偶 (四川大学艺术学院)		教授)
	(四川师范大学视觉艺术学院)	副院长)	
	龙 全 (北京航空航天大学新媒体艺术系)	主 任	教授)
	陈小林 (四川大学艺术学院艺术设计系)	主 任)	
	(四川师范大学设计艺术学院)		教授)
	周靖明 (川音成都美术学院视觉传达设计系)	主 任	教授)
	巴 荒 (北京中国电影艺术中心)		高级编辑)
	刘春明 (四川师范大学视觉艺术学院平面设计系)	主 任	教授)
	洪志钧 (南京工程学院设计系)	主 任	教授)
	何启超 (四川美术出版社第三编辑室)	主 任	副编审)
策 划:	何启超 陈小林 翟幼林 徐仲偶 黄振国		

序Preface

乙酉年春节刚过，励忠发拿来了他写的《设计信息学》书稿请我过目。

作为一位设计师写了一本理论书，看来是下了一番工夫的。励忠发是我教过的学生，算起来已是二十七年前的事了。他具有良好的绘画基础和装饰能力，因此，为他的设计创造了一个多种样式、风格各异的表现手段。他多年从事设计实践工作，应该说是一位有着丰富理论和实践经验的平面设计师。

忠发平时注意生活积累，讲求学习方法，运用举一反三的道理，触类旁通的思维方法，将知识转化为实际能力。他在日本留学多年，获得了武藏野美术大学视觉传达专业的硕士学位。但是，他没有被“东洋化”，在他的思想里仍然很“中国”，并融入于他的设计中。他回国后的第一件设计作品就是“中国联通”的标志，借用了中国民间吉祥图案“盘长”，属性把握得很是贴切，视觉语言和形式都体现出了浓郁的中国风格。

搞设计离不开设计理论，好的设计理论又是从设计实践中总结出来的，两者不可偏废。在目前设计界“浮躁之风”盛行的情况下，忠发能够静下心来作些设计理论的研究，实属不易。他整理挖掘出一些关于视觉信息与设计方面的大小道理，对于当前的中国设计或多或少是会起到帮助作用的。

设计，特别是视觉传达设计，是“眼睛”的艺术。要研究“眼睛”背后的道理，才能看明白设计的好坏缘由。设计创意是一种视觉思维的活动方式，如果不去了解视觉在信息传达方面的功能作用，就不会很好地理解设计上的许多道理。我曾提到过标志设计的八字方针：“易解、新颖、美感、适用”。细说起来就是关于视觉信息传达的道理在标志设计方面的明确要求。设计就像说话，不能含糊不清，词不达义，避免产生信息的误导现象，防止理解上的歧义和繁杂化。许多的设计道理都是人们多年设计创作实践所积累的思想浓缩，而能够说出道理的设计就是通过思想分析而表现出来的创意成果，也才更具设计应用的文化价值。

目前，应当鼓励年轻的设计师们多学点设计理论，因为他们才是最有创造活力的设计群体，了解和理解设计上的更多道理，对于他们的创作将是十分有用的。

陈汉民

清华大学美术学院教授

中国美术家协会平面设计艺委会主任

2005-3-1 于北京

写在前面的话

Design informatics

不知道为什么，我一直就想写这样一本书。

这对一个搞艺术或是搞设计的人来说，其实是一件很枯燥、很乏味，有时甚至是很痛苦的事情。

首先我是一个搞设计的，从小就喜欢画画，好容易进了中国的最高学府，当时的中央工艺美术学院。尽管在老师的帮助下学到了许多，但总觉得自己缺的还太多。

我一直在思索，也一直在寻找……

于是，又进了日本的最高学府——武藏野美术大学视觉传达系攻读硕士学位。

面试时，满头白发，叼着榆木烟斗的主任教授岗井睦明老头看着我设计的“中国民居”邮票，笑着对我说，“武藏野能教你的老师没有，自己到图书馆看书去吧”。

但我还是向指导教授下村千早先生提了许多有关设计方面的问题。每当我向下村先生提问时，他总会到图书馆去搬来一大堆的书，并在里面夹上条，一页一页地告诉我，这是德国人在一八几几年说的，这是美国人在一九几几年说的，这是日本人谁谁谁说的……

原来，这些就是我要知道的，看来学艺术搞设计也还是要讲点道理的。

我现在写的这本书，就是从我能看到的日本有关记号、信息、心理、传达和设计等方面理论书里感悟到的一些体会中筛选出来的，我以为是能与设计进行对话的一些道理；是从大量令人厌烦的数据堆里，像牙膏那样一点点挤出来的大小理由。

这也许就是所谓的理论研究了吧，但我还是认为，任何时候我们都没有必要把这样的理论研究看得太轻，也不要看得太重。看轻了你会不重视，看重了又容易教条。

其实理论这东西，有时候倒有点像个情人，你越觉得她好，她就越好；你越觉得她有用，她也就越有用。但所有的理论无非就是前人的一些经验，是总结出来给人用的。那么，你觉得有用，你就可以用；你觉得没用，你就可以不用。

有时候想起来，这些理论也许还会有点用，所以就把它编成了这本叫《设计信息学》的书。

谢谢你能在如此众多的信息中，关心这本视觉传达设计方面有关信息学的理论书。

励忠发

2004年10月于上海

目 录

一、设计信息学概述

1. 一门新兴的设计基础学
2. 设计信息学研究对象
3. 设计信息学概念的界定
4. 设计信息学研究的方法

001

003

007

009

视觉学

二、视觉认识的发生 【信息篇】

1. 视听觉认识过程
2. 视觉生理学原理
3. 视觉心理学基础
4. 视觉认知现象

012

013

022

028

037

信息学

三、视觉信息的构成

1. 视觉信息的定义
2. 感性与理性信息
3. 信息认知的特性
4. 信息的文化象征

046

047

055

066

073

记号学

四、信息记号学理论

1. 视觉信息的记号学
2. 信息记号的语义论
3. 信息记号的关系论
4. 信息记号的实用论

078

079

087

113

121

设计篇

五、视觉设计的要素 【设计篇】

1. 造型

140

141

2. 构图

144

3. 色彩

147

4. 节奏

150

5. 图形

152

六、视觉设计的方法

1. 设计阶段
2. 设计思维
3. 设计方法
4. 设计开发
5. 设计评价
6. 设计管理

160

160

162

171

177

180

184

七、视觉设计的创新

1. 内容与形式
2. 形式与风格
3. 功能与表现
4. 构思与创新
5. 互动与责任
6. 潮流与趋势

188

188

190

191

192

193

195

传达学

八、视觉设计的传达

1. 什么是传达
2. 传达生理学
3. 传达认知学
4. 传达广告学

198

199

221

221

224

附录

※ 实用记号附录 (I 标准部分 II 非标部分)

227

228

一、设计信息学概述

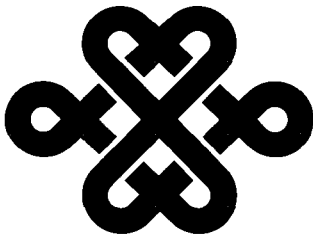
【现代视点】

就事论事的设计方法已经过时，代替它的是一种全新的，以信息为视点，以信息的量和信息的传达为主导的新设计，我们称之为“现代设计”。

这种全新的、现代的视点和认识设计的方法，就是用信息的眼光来看设计，来理解有关设计方面的问题和作为衡量设计好坏的一种标准。这就是人们常说的，设计所含的信息量，设计给人们带来的信息资源。

就设计作品而言，我们在说：“没有最好，只有最合适”的时候，这里的最合适，也就是指设计信息的对称性，信息表现的正确性和信息达到率的有效性等方面的问题。

※中国联通标志



1. 一门新兴的设计基础学

设计的本义和功能就是一种视觉信息的传达。

因此不了解信息，不懂得传达，也就无法搞好设计。包括设计所含的信息量，以及设计信息的达到率等。

在设计中对信息的认识与理解，已经成了一种新设计的认识论。信息对设计的检验，又成了一种新设计的方法论。用信息与传达的方式去进行设计，也成了“设计”与“现代设计”之间根本区别的分水岭，同时也已经成了衡量现代设计的具体标准之一。

由于这样一种信息设计和传达的需求，也就产生了我们所说的新的，符合现代设计需求的信息学基础。

新的设计基础大致可以分成以下三个方面：

即信息基础、设计基础与传达方式。

也就是人们常说的现代设计中必须具备的三种能力：

(1)信息能力(对信息理解与应用的能力)(2)设计能力(造型、色彩等综合构成的能力)(3)沟通能力(通过设计进行信息传达和沟通方面的能力)。

作为设计信息教育的第一步，就是要求作为设计者首先需要具备的一种现代的视点。

所谓现代的视点，也就是要用信息的眼光来看设计，要用信息的方法来进行设计，要用信息传达的标准来衡量我们的设计。

就以中国联通的标志设计为例，标志的原形是中国传统的盘长纹样，而从信息的角度来看，是否可以发现其中包含了这样三个层面的信息关系：①首先它是个吉祥图案，给人带来一种喜庆、吉祥的可信度。②然后它是个无始无终的纹样，正好都是连着通着的，跟“联通”公司名称象音。③再就是它突在前面的两颗“心”，通信、通心、心心相通，这样三种含义的信息。

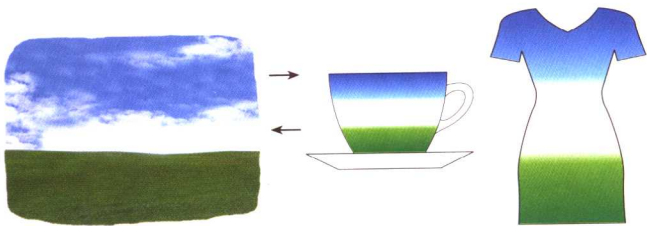
然而，同样的标志要是用在其他的通信公司，如“电信”或“移动”上也许就不合适了，这也是由于传达信息的不适合，或者说成是信息的不对称。由此可见，在设计中没有最好，只有最合适，所谓的合适也就是指信息的适宜性。

从某种意义上来说，信息在我们的设计中是一种意识，同时也是一种方法。设计离不开信息，设计同时又是信息必不可少的媒介。只有通过各种不同的设计与媒体，信息才能得到更有效的传播。

在设计信息和信息设计中, 信息和设计之间的关系不仅是以上我们所说的那种相互依存的关系, 同时又是一种可以互相转换的关系。

信息可以转换成设计, 同时设计又可以通过传达使人们获取更多的信息。

从下面的图例中, 我们不难体会到信息与设计的这种关系。如一片大草原的风景, 通过我们的设计, 可将其转换成一件美丽的裙子或是一只可爱的杯子。然而人们又能通过对杯子或裙子的联想, 从杯子和裙子的信息中, 获取大草原等美丽景色的感受, 难道不是吗?



由此可见, 在设计前我们首先要弄清楚, 究竟想通过自己的设计向人们传达哪些信息, 然后才是一个如何表现和传达方面的问题。这样才不至于使我们在设计时无从入手或无所事事, 也只有这样才能更好地避免人们常说的信息误导, 以及出现所谓信息不平衡等方面的问题。

在信息设计里还要注意这样一种现象, 那就是在我们设计的信息中会同时存在着两种不一致的信息现象, 即内容信息和形式信息 (也就是美的信息) 的不一致。其中内容信息越是突出, 形式信息也就越被削弱。换言之, 也就是艺术性越强的设计 (如抽象作品), 其内容的可读性也就越差。这也是内容和形式信息互转性方面的问题, 在以下有关信息的章节里, 我们会进行更加具体和专门的阐述。

将信息和传达的学习作为现代设计学中一门基础理论的研究, 无疑是由于设计的发展, 研究学科分类越来越细的原因。原有一些边缘学科, 渐渐地变成了我们设计中必不可少的学习内容。而随着电脑技术的发达, 原来必不可少的技巧训练, 倒反而显得不那么重要了, 这也是在“设计”发展成为“现代设计”的过程中, 基础学习循序渐进方面的问题。

现代设计的基本功训练, 除了以上我们所说的三种能力以外 (信息能力、设计能力、沟通能力), 其基础的学科

【现代设计】

由于信息的原因, 现代设计在某种意义上已经发生了变化, 我们说现代设计的变化主要表现在“信息设计”和“设计信息”这样两个方面。

设计是通过传达信息来完成的, 而信息又是通过设计来达到其传达目的的。这就是信息与现代设计的关系。

所谓的“信息转换”, 也就是指信息通过表现可以转换成设计, 同时设计通过传达又能转换成为信息的这样一种信息与设计方面的理论, 这也是信息的表现和传达的需求所决定的。

也就是说, “设计信息”和“信息设计”之间的关系也是可以互相转换的。



【现代基础】

随着现代设计思维的变化, 在设计的基本功训练和学习方面, 也一定会出现与以往不同的基础内容, 如何更好地掌握现代设计的本领, 就存在着如何去进行现代设计基础的教育与培训方面的问题。

现代设计其基础部分重要的方面, 就是要加强信息表现和传达技巧的培养与训练, 其中还包含了信息学中对记号的研究与应用。

这样的学习与研究, 我们可以将其分为三个方面的能力教育, 即“信息能力”、“设计能力”、“沟通能力”的学习。同时还可以进行“信息教育”和“设计教育”这样两个方面的培训。

还可以分成两个方面：即信息教育和设计教育。

所谓的信息教育是设计中的前期教育，其中包括：信息学、记号学和传达学等方面的内容，我想更多的是有关设计意识方面的培养和教育，是以理论学习为主的学习和培训。

而设计教育，则包括了以往我们经常进行的所谓专业基础方面的学习，也就是形与色以及各种图形等有关技巧方面的培养和训练。当然二者缺一不可，但人们却往往容易忽略前期有关信息学习的基础部分，然而现代设计则更看重的是人们的意识，只有意识和气质的转变，我们的设计才能焕然一新，才能从根本上改变人们对设计的理解与看法。

为此，本书在构思中，除了前面的概述部分以外，将这种基础的学习分成“信息篇”和“设计篇”来进行阐述。

※云南白药标志



就以云南白药的标志设计为例，其中就包含了我们所讲的这样两个方面的设计基础。

反映在前期设计意识方面的是标志传统的“宝相花”和“葫芦”以及代表云南少数民族特点的色彩信息。

当然云南是花的王国，宝相花是花王的象征，在悬壶济世中葫芦又代表了药等反映在构思方面的信息。

而表现在图形美、对称形式以及色彩关系等方面，就是我们常说的有关专业基础的训练，二者不能偏废。

但从本质上来看，如果没有了前者，后者存在的意义就会完全不同，就好比设计没有了灵魂，躯壳存在的意义也就不大了。

【信息语言】

语言是表现与表达的一种方法。

信息有信息的语言，设计有设计的语言，不同的信息形式，还会有不同的信息语言。在某种场合下，信息语言是通过设计来表现的。因此二者之间还会有一定的同一性和相对的一致性，当然也不是所有的场合都是如此。

信息在没有形成设计前，它的语言方式肯定就是一种信息的语言。在这里我们会以记号学的方式来向大家介绍有关信息语言的各种形式。

就当今的信息社会而言，我们周围的一切都是信息，那么反映在设计中的信息到底有哪些，和我们的设计形成了一种什么样的关系呢？

2. 设计信息学研究的对象

设计信息学的主要研究对象，首先是信息的语言方面，然后才是设计的环境和传达的方式等这样三个方面的学习和研究。

一个信息通过设计并且得到了有效的传达，需要经过以下的过程。

首先是信息的有形化，也就是所谓的记号化，然后再是设计的加工处理，当然光有这些还不够，一个好的设计是建立在有效传达基础之上的，得不到有效传达的设计也就很难说是一个好的设计。

就语言而言，如我们常见的有文学语言，有音乐语言，有戏剧语言，有建筑语言等。在我们日常的生活中还会有

其他各种各样的语言,如哑语、旗语,甚至还有鸟语、兽语等,其语言的传达方式都不会是一样的。就是设计也是如此,同样会有工业造型和平面设计,环境设计和多媒体,其设计的语言和传达的方式也都是不一样的。

信息语言大致可以分成视觉和非视觉这样两个方面。同样在视觉中,信息语言又可以分成感性的信息语言,理性的信息语言和有机信息等不同语言。

在感性信息中,人们能接触到的只是一种感受,如果要将这种信息通过设计传达给人们的话,还需要经历一个物化的过程,也就是要图形和视觉化。例如当我们感觉到一样东西高档有品位时,那么如何让大家来感受这种品位和高档呢?这就有一个信息语言的处理问题。

同样理性信息也是可以通过理智的分析来使其进行语言识别的,当然理性信息也一定有着与感性信息不同的语言特征与表现手法,也同样存在着语言上的视觉化。

在视觉中,有机信息是运动的,是不断地变化着的,因此有机信息在语言的视觉化过程中,相对以上两种形式又会有所不同。

由此可见,同样都是信息还会有这么多的语言区别,更何况我们前面提到的设计环境和传达方式了。任何一种表现形式都会有它相应的语言形式和规律,也都会有人们常说的语法和规则。也就是说,信息语言、设计环境、包括传达方式也都是有规律可循的。

为此,会在后面不同的章节中具体的进行分析与介绍,同时也希望大家一起来进行这方面的研究与探讨,只有这样才能从根本上改变我们以往对设计的认识与看法,才能真正地在观念上提升我们对现代设计的认识。

有关信息语言的规律,虽然不像设计语言那样明显,那样突出,但也一定是有规矩可循的。就拿我们最常见的“天气预报”来说吧,天气的好坏在很大程度上其信息的语言是交叉的,既会有感性的信息,如气候中的一些前兆、温度的冷暖等,又会有一些与天气相关的理化数据,甚至还会出现一些有机的信息,虽然有些也有形,但它们却又是瞬息万变的。

如果我们在媒体中要想进行预报的话,那么首先就应该弄清楚用什么样的方法才能传达给大家。

环境是信息设计和传达中的一件大事,无论是信息的设计还是传达,我们经常自觉或不自觉会受到来自各方面的干扰。

如在信息方面容易出现的暧昧现象等,为什么人们会对信息产生一种危机感?这也是由于信息的受益者对信息

当然,反映在设计方面信息更多的是与我们设计有关的可视性信息,在这之间还存在着一种将无形信息有形化的可能性。

也就说,所谓的设计信息,有时是一些有形的,有时是一些无形的,有时甚至是一些有机的,需要我们去加以整理,需要我们去经过有形化的可视处理。

这样的设计信息,还需要经历由“信息”到“记号”(也就是定义化),再从记号到设计(也就是可视化),然后再进行传达(也就是媒介化)的这样一个实施过程。

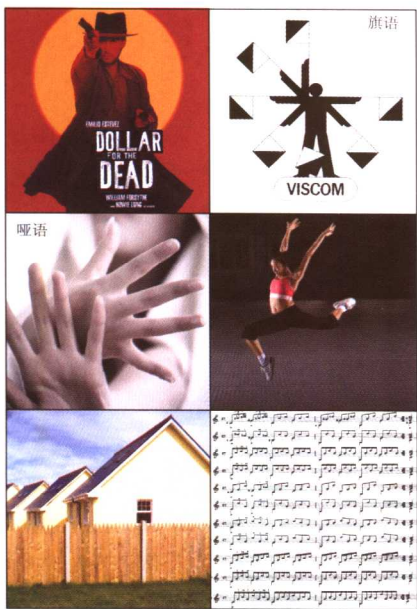
【设计环境】

我们所说的“设计环境”,是指设计所具备的条件。其中包括了一定的信息环境,与信息相关的设计环境,以及与设计信息相关的传达环境。

所谓的“环境”,在这里也就是指一种可能性,是指一种信息的可能性,一种设计的可能性和一种传达的可能性。

在我们的实际生活中,并不是所有的信息都能成为设计,也并不是所有的设计都能成为信息,或者说是不得所有信息和设计都能得到很好传达的。

换言之,也就是要想得到好的设计信息和信息设计的有效传达,无论是在信息方面、设计方面、还是在传达的过程中,都需要有一个好的环境,有一个可以展示其能量的空间。



的来源,信息的正确性和清晰程度等产生怀疑,产生恐慌的缘故,这就是设计环境方面的问题。

所谓设计的环境还比较好理解,其中包括了设计的表现方式,设计的语言能力,设计的展示技巧等都会影响到我们设计的表现,也就是会干扰我们的设计,使我们设计不能处在一个良好的环境中。

在信息的设计环境中,往往容易受到来自这样两个方面的干扰:(1)首先是来自信息源方面的干扰,我们到底想知道哪些信息?人们究竟能够得到多少自己想知道的信息?这些信息和我们的设计又有多大关系?甚至我们在设计时还经常会遇到这样那样的苦恼,人们不知道自己的客户想要什么,也不知道自己想表达些什么。(2)还有就是表达方面设计环境的问题。有了好的想法,有了明确的信息却又不能很好地表达,或者是要表达的东西太多,都会影响到我们设计中信息的表现。

然而在这三者之间信息语言在设计和传达中起到了一个主导性的作用。一旦信息暧昧的话,你的设计,你的传达都会大打折扣。在这几个方面,具体的表现我们会分别在以下的正文中作出具体的阐述。

其实在某种意义上信息的暧昧化,也是信息表现的一种手法。在具体的设计与传达中,人们还有故意利用这些暧昧的信息,去达到一些意想不到的效果,这时的暧昧信息就不见得都是坏事,如我们常见的抽象画,就是暧昧信息中非常典型的实例,所有这些也都属于信息语言和设计环境方面的问题。

但要是我们在设计飞机航班的时刻表时,如果出现了这些暧昧的信息关系,那么后果就将不堪设想。

因此我们在设计信息的学习中,如何把握好信息的语言、设计的环境和传达的方式显得尤为重要。

在信息的语言、设计环境和传达方式方面,这样的例子在我们生活中也是很常见的,尤其是在我们日常的信息设计中,如公共场所的导示标志等,就是一些非常典型的例子。

就拿公共场所“非常口”的导示来举例说明吧。“非常口”的导示要表现的是一种动态的有机性信息。这就需要设计者在设计的过程中,首先要了解所要表现的对象是一种什么样的信息,然后还要具备将这种信息可视化的能力,最后在传达中人们还需要有一种共识,也就是需要有一个共通的“代码”(code)。只有这样的设计,才可以作为公共

【传达方式】

至于传达的方式也就更明确了,传达是由信息语言和设计环境所决定的,什么样的信息语言,什么样的设计环境就一定会有相应的传达方式和不同的传达效果。当然传达的方式也是受信息语言所制约的,你是什么样的信息语言,就一定会产生出对应的传达方式来。

所谓传达的效果除了以上我们所说的主观方面的影响以外,往往还会有一些客观的原因干扰了我们的传达。如由于传达环境造成的听不清、看不清,没有及时引起注意,甚至传达的一方和接受的一方并不持有相同的code等,都会影响到我们正常的传达,都会成为我们设计信息中传达的障碍,都会影响到我们设计的冲击力和感染的能力。

其实要能做到以上我们所说的那样，并不是一件容易的事情，这就需要我们掌握大量的相关信息，在设计与传达中要经历大量的学习与训练。



【设计信息】

设计信息,通常是指我们在进行设计时所需要的信息支持,以及我们的设计中所包含的设计信息。

为此,设计信息的本身就可以从两个方面来对设计信息学的概念进行界定。首先是我们设计所需要的信息应该是哪些,而后再是通过我们的设计,究竟要向人们传达哪些信息等方面的问题。

所谓的“设计信息”,顾名思义就是指为设计服务的信息。在人类有设计的历史中,几乎从来就没有无目的的设计,也不会有无信息的设计,只要你想设计就一定是有目的的,只要有设计也就一定会包含和传达着某种信息。否则人们就不会去经营和从事此类的设计活动,即便是产品和建筑的设计也不例外。

3.设计信息学概念的界定

设计信息学概念的界定是一个全新的领域,用信息的眼光去看设计,用信息的方法去判断我们周围的设计,用信息的概念去鉴定我们设计的优劣,既然信息已经成为我们设计学中一门学科的话,那么,我们首先就应该弄清楚什么是设计信息,设计信息包括了哪些方面,设计信息学的概念究竟又是什么?

我想设计信息学大体可以包含这样两个大的门类,也就是“设计的信息”和“信息的设计”。

有关设计的信息还比较容易理解,大体可以分成设计的前后信息。

即设计的前期信息,也就是设计所需的信息,在设计中必不可少的信息。而设计的后期信息更正确地应该叫设计的结果信息,设计所反映出来的信息,设计所能传达给人们的信息,有时甚至就是设计的本身。

严格意义的设计前期信息,我们还可以归纳为设计的“使用信息”,和帮助我们进行设计的“判断信息”。

使用信息无疑是用于我们的设计,最后能用作传达用的设计信息。而判断信息就不同了,在众多的判断信息中,有些是可以直接用的,有些却不能,而更多的则是指导我们如何来运用,如何来进行设计的相关信息。

有关广告的商法等就是帮助我们用来判断什么样的信息可以运用在我们的广告中,什么样的设计是违反广告法的。例如中国的“药品广告审查标准”中的第九条就明文规定:药品广告不得含有直接显示疾病症状、病理和医疗诊断的画面。这就属于我们设计中必不可少的“判断信息”,而在实际的操作中也是人们最容易忽视的设计信息。

那么,就拿我们给上药集团设计的感冒药“新帕尔克”的媒体广告来说,在这其中就不能出现感冒的症状,而且作为一个患者也一定是希望能看到一些向上的、明快的、健康的形象来帮助自己摆脱眼前的困境。

这一类的设计信息是我们在日常进行设计前一定不能忽略的调查研究阶段,作为一名设计人员在设计的信息方面需要做的工作是多方面的、长期的,有时甚至还是很艰巨的。这样的信息有时是在设计前你可以通过调查得到的,有时却是需要我们靠平时的积累,有时甚至还需要有专业公司和专家来提供帮助。

综上所述,还只是设计信息概念界定的一半,也只是设计对信息需求的一方面,信息对设计需求的另一方面,

※ 新帕尔克媒体广告范例



就是所谓“信息设计”的部分。至于信息设计也就更容易让人理解了，通常我们把为信息所作的设计叫做“信息设计”，信息设计的本身并不是什么新鲜的事情，甚至可以上溯到远古时期，但作为一门学科，在设计学校进行传授，倒还是近几十年的事，这也是由于社会的进步，各种技术的急速发展和普及，信息需求的不断提高，以及设计学科的完善与进化，学科分类的逐渐细化等原因所产生出来的结果。

随着人类的种群化，随着城市的集居化，又随着民族文化的发展和交流的国际化，如何使信息变得更加完善，使传达变得更尽如人意，人们需要不断地将原始的信息进行重新安排，重新设计，这就产生了有关设计信息学概念界定的另一个方面，也就是“信息设计”的过程。

在传达中信息为了能达到它的最佳点，需要进行整理、进行归纳、进行强调、进行再处理。

所谓的信息设计就是对信息进行重新处理的一种有效的方法和手段。尤其是随着印刷技术的发展和多媒体科学的不断发达，信息不断地膨胀，设计手法变得多样化，大量的生产和大量的消费，对产品说明性的信息设计大量涌入了人们的生活。

说来说去，信息设计到底是干什么的呢，说白了就是为了方便我们对信息理解的一种设计。尤其是在众说纷纭的广告世界，在杂乱无章的商品世界和光怪陆离的市场环境里，我们想说的、想让别人知道的信息是什么，我们想告诉别人的和希望对方能明白的信息又是什么，通过什么方式才能使信息能得到更有效的传达，这就是我们要进行学习和研究的“信息设计”。

在我们周围有关信息设计的例子实在是举不胜举，就拿传统的“皇历”和用作电话本的“黄页”来说，不就是一些很好的例子吗？但这还只是一些平面的印刷物，而今类似这样的信息设计已经深入到了各个信息的领域。广义的可以扩展到天上的飞船那样的大型广告，狭义的一张地图、一张小的产品说明书都可以说成是所谓的“信息设计”。

其实信息学的内容包罗万象，视觉信息学的范围又非常之广，但作为设计方面的信息学，包括其概念的界定，归纳起来无非就是以上我们说的“设计信息”和“信息设计”这样两个方面。

其中设计的信息囊括了我们所有设计的整个过程，而所谓的信息设计却只是一门单独的学科，是信息在设计中的应用方面。

【信息设计】

信息设计是指我们在进行信息传达时所需要的设计支持，是一种纯粹为信息的设计。

为此，从设计信息学概念界定的角度来看，信息设计的本身又可以说成是信息通过设计进行的整合。

所谓的“信息设计”，顾名思义就是指为信息服务的设计。在人类设计长河里，只要有信息就会有设计，相反的只要有设计也就会有信息和信息的传达。当然在不同的年代，信息在设计中的表现，包括设计自身的表现都会是不一样的。

所以我们可以这样认为，随着时代的发展和文化的进步，信息的设计无论是在形式上还是在内容方面也都应该是与时俱进的。

