

Bücher-Report

黄越著

图形想象新思路

 重庆出版社

设计新视点系列丛书

SERIES OF NEW VIEW DESIGN

《设计新视点》系列丛书

第一批书目

《招贴广告新视角》
《标志设计新趋向》
《礼品包装新空间》
《文字设计新意象》
《行录设计新表述》
《平面广告新思维》
《网页设计新天地》
《手提袋设计新时尚》

第二批书目

《广告摄影新形象》
《版面设计新体验》
《装饰设计新语言》
《吉祥物设计新风采》
《唱片封套新格调》
《图形想象新思路》
《VIS 设计新风貌》
《名片设计新文化》

图书在版编目(CIP)数据

图形想象新思路 / 黄越编著, 一重庆: 重庆出版社,
2001.10

(设计新视点系列丛书 / 李巍主编)

ISBN 7-5366-5411-1

I. 图… II. 黄… III. 图案-设计

IV. J51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 057113 号

设计新视点系列丛书

图形想象新思路

黄 越 编著

责任编辑 欧治渝

封面设计 欧阳雨田

技术设计 黄 越

重庆出版社出版、发行

新华书店经销

深圳华新彩印制版有限公司印刷

开本 850 × 1168 1/24 印张 4

字数 30 千 插图 120

2001 年 10 月第 1 版

2003 年 1 月第 1 版第 2 次印刷

印数 5,001-8,000

ISBN 7-5366-5411-1/J · 883

定价: 35.00 元



《设计新视点》系列丛书

主编：李巍

编委：夏镜湖 郝大鹏 罗力 杨仁敏 陆平 张雪

责任编辑

欧治渝

▲ 重庆出版社

序

我们正生活在一个新的时代，一个设计的时代。

21 世纪，设计将会成为社会进步与革新的重要组成部分。

在这个新时代里，传统概念上的“设计”，无论从现实上还是从理论上来看，都已经不存在，现实将对此作出证明。

在这个新的时代里，设计将与艺术更加靠拢，设计过程将与艺术创造更加接近，设计与艺术之间的界限正在消失，二者之间对话的“边缘地带”正在形成。

从第二次世界大战至今的这个时代和过去的岁月相比，在各个方面已有了质的不同，这个质变还将不断扩大。

正如美国评论家弗雷德里克·詹姆森所说的：我们“开始生活在一个不断发展的时代，在这个时代里传统正在不断地消失”。这个时代是“可以用各种说法来概括的一个新的社会，后工业社会、跨国资本主义、消费社会、信息社会……新的消费模式，有计划的人为的商品废弃，服装时尚日益加快地变换节奏，广告的渗透，电视和传播媒体在社会中前所未有的普及……”。

面对新的时代，设计正面临革命，社会结构与技术领域的重大变革使人的思维与实践的方式产生了变化，“设计”的内涵本身也在改变，而且越来越与文化的变革息息相关。设计是科学与美学、技术与艺术、产业与文化在现代工业文明背景下的高度融合。作为现代设计家必须对所处时代的美学特征和文化倾向有所把握，对整个人类和社会有深刻的理解，对蕴涵着丰富文化内容的艺术化处理方法能熟练驾驭。

“新视点”设计系列丛书的初衷就在于通过不同的“视点”，从时代变革的大背景下，从直接影响设计时尚变化的文化层面来捕捉这些新的变革的点点滴滴。“新”是我们撷取的标尺：“新”即新观

念、新思维、新思潮。每个“视点”我们不求高、大、全；但求小、精、深，做到这点也是十分之不易，还要努力而为之。我们可能难以为读者在每个层面上描绘一个清晰的面貌，但却想为读者勾画一个大致的轮廓，为读者提供一个思索的线索，展示一个新的思维空间，留下一些启示，激发一点灵感，那《设计新视点》系列丛书的初衷就已达到。但愿我们能做到，能做得更好。

追求一定的理论层面和深度是系列丛书把握的重点，展示适量的当今世界优秀的设计成功范例也是系列丛书把握的另一个要点，目的在于用生动直观的形象论证书中所表述的观念和观点，同时也能集中地展现某些特定历史时期和某些最新创意表现的风貌，给读者直观的视觉感受，留下一个品味思索的空间。

文化内涵是设计的生命力所在，处于发展相对滞后的中国设计产业和设计教育更需要文化的滋润、理论的武装、观念的交流，只有这样，我们才能大步跟上时代的步伐，借助我们自身的传统文化优势，使我国的设计文化在 21 世纪展现一个全新的面貌。

但愿有更多的人来做这一文化的铺垫工作！

但愿《设计新视点》系列丛书的出版，能对我国设计产业和设计教育的设计观念和设计思维的拓展起到一些推动作用。

李 巍

1999 年 8 月

作者简介



黄越 1963年生，重庆市人。1981年考入四川美术学院绘画系，85年毕业，获学士学位，并留校任教至今，现为四川美术学院造型艺术系副教授。

图形想象新思路

目 录

前言	1	5. 夸张变形	60
一、图形新解	2	6. 荒诞怪异	60
1. 图形即“有意味的形式”的艺术符号	2	7. 悖论图形	66
2. 图形设计与绘画作品的共性和交融	8	8. 抽象表现	70
3. 孕育图形创意的摇篮——创造性思维	16	9. 文字游戏	72
二、现代图形设计三大学科的诠释	28	10. 图底互换	74
1. 建立在社会学意义上的图形设计	28	11. 解构重组	76
2. 建立在心理学意义上的图形设计	34	12. 迁想妙得	77
3. 建立在艺术学意义上的图形设计	44	13. 名人效应	80
三、图形想象新思路	52	14. 一形多义	80
1. 写实形态	52	15. 影子魔方	82
2. 超级写实	52	16. 随意生发	84
3. 超现实主义	54	17. 偷梁换柱	88
4. 幽默谐趣	58	后记	91

前言

时间倒回到十几年前,美术院校许多设计专业的学生都有毕业后改行搞绘画的想法,因为当时国内的人们在观念上多少有些将美术设计排斥在艺术之外的感觉。如今,情况发生了逆转,其原因在于市场经济的发展,社会对设计人才的需求剧增,设计艺术开始与绘画艺术并驾齐驱,相互渗透,两者之间的壁垒正被不断打破。

面对纷至沓来的形形色色设计艺术作品,我惊诧于它们所体现出来的“纯艺术”韵味居然如此浓烈,以至于超过了许多绘画作品。我尤其钟爱那些图形设计作品,如招贴、广告、插画、标志等等,那分明就是些“有意味的形式”。从某种意义上讲,图形设计与绘画艺术原本是一家人。从艺术起源来看,倘若依照“生存说”的观点,从旧石器时代开始,粗糙的原始石器被创造出来之始,功能和装饰两者就是不可或缺的。正是它们,成为人类幼年时期在物质和精神两方面的支柱,也包括了实用与审美的统一。人们难以从它们身上找到绘画艺术与图形设计之间的分野。再从图形设计与绘画艺术的现状来看,虽然两者曾经有分有合,但当前却加速了相互渗透,界线越来越模糊。上个世纪八十年代以来,人们对于设计的范畴、功能、定义的理解已经非常复杂广泛,设计开始被视为解决功能、创造市场、影响社会、改变行为的手段,而不仅仅是功能与外形的问题了。“作为‘工具理性’之典型表现的设计领域,却越来越追求‘一种无目的性的、不可预料的和无法准确测定的抒情价值’,(Marco Diani 语)和种种‘能引起诗意反应的物品’。(Alessandro Mendini 语)(《非物质社会》第4页),显然,这种价值正是后现代艺术设计与绘画共同追求的价值。

作为一个学绘画出身的好事者,冒班门弄斧之嫌,发表自己对图形创意的一管之见,倘若能以另外角度为大家提供一个参考的视点,也算实现了撰写此书的初衷。由于水平有限,研究不深,时间仓促,书中偏颇在所难免,尚望专家学者不吝指正。

黄越

2001年3月于四川美术学院

一、图形新解

1、图形即“有意味的形式”的艺术符号

图形语言是人类交流思想的一种工具,它的雏形可追溯到上古时期,最简单的图形语言可算是人类最早的刻树、结绳、堆石以及东方的象形文字。随着人类思维、社会活动的复杂化,图形也变得复杂起来,虽然除了图形语言之外,人类还可以创造其它的语言形式,如身体语言、文字语言来交流思想,但图形语言以其特殊的属性、优势还在大行其道。世界上人类所使用的语言至少有 5000 多种,人与人之间的沟通存在着语言的障碍,图形语言可打破这障碍,有利于沟通,在人类交往活动日益频繁的今天,图形语言的地位便显得尤其重要。

图形是一种有别于语言的视觉形象,与它近义的词不少,如图案、形状、标记、符号等。国内设计界对“图形”一词所下的定义也不尽相同。有人认为,所谓图形主要指按照现代视觉传达的规律(心理学或精神力学的规律)所创作的图形。另外有人认为,图形区别于标记、标志与图案,它既不是一种单纯的标识记录,也不是单纯的符号,而是在特定的思想意识下的对某一个或多个元素一种蓄意的刻画和表达形式。还有人认为,图形是由绘、写、刻印等手段产生的图画记号,是说明性的图画形象,是有别于词语、文字、语言的视觉形式。众说纷纭,莫衷一是。出现这种现象非常自然,每个人都有自己诠释的角度,因为我们处在一个文化多元化的时代,观念瞬息万变的时代。

图形设计在我国高等艺术院校以前的教学中,更多的是采用“图案设计”这一概念,从词义本身来看比较符合

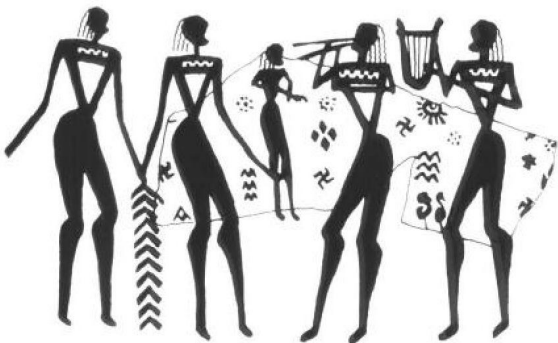
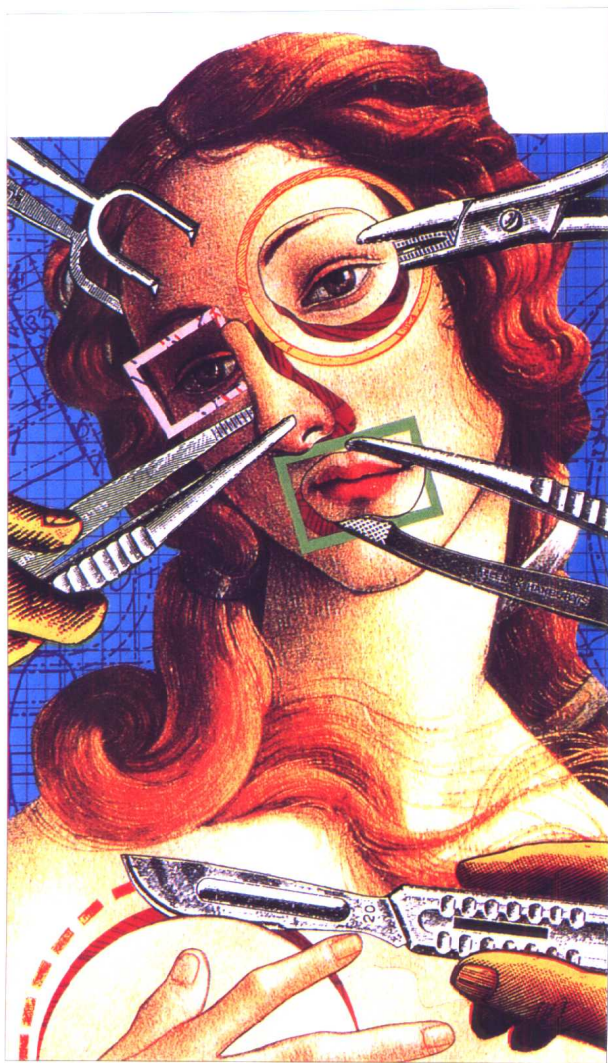
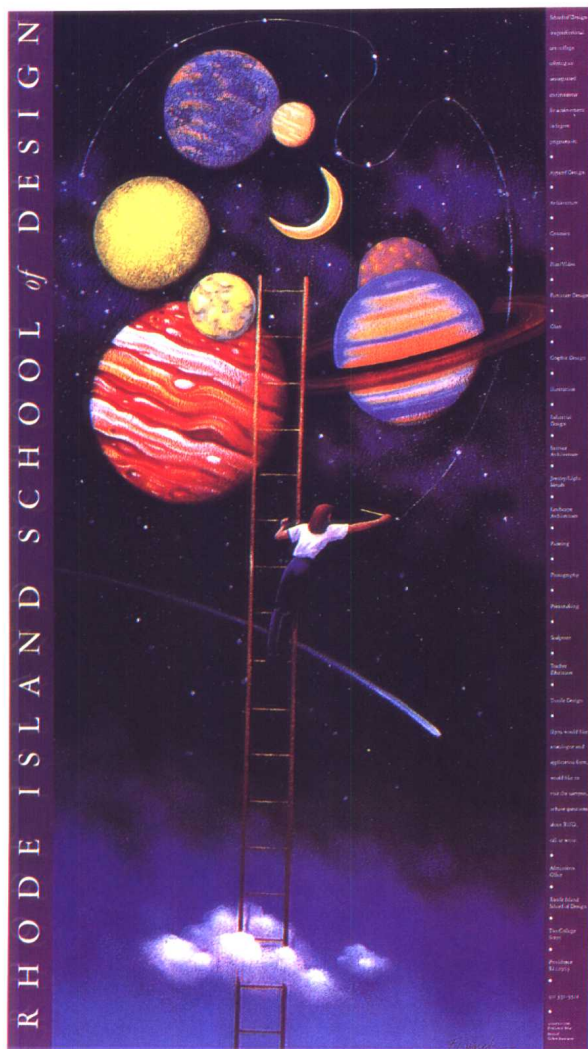


图 1—1—1 希腊瓶画



图 1—1—2 希腊瓶画



“Design”一词的含义。但却侧重于“写生——变化”的教学模式来进行,使图案设计成了简单的纹样变化。把“Design”一词的重要内核即创意给淡化了。其根本问题在于没有建立开拓学生创造性思维的理论框架。从这里可以看出随着时代观念的变化,图案、图形设计等概念的内涵已经发生了根本性的变化。

二十世纪的后几十年,经济发达国家的现代设计理论研究发展迅速,它不再是孤立的从材料和工艺出发来谈论技巧,不再是简单地认为设计就是艺术加科学,也不是封闭性的单向体系,而是多学科交叉、开放性的多维系统。人类对视知觉、心理学、艺术学、思维模式的研究,以及科学技术发展大大拓展了我们的视野。因此,图形设计的表现形式、传播媒介、使用价值、服务对象、创作方法有了更多的拓展,对图形设计一词的理解自然会仁者见仁、智者见智。笔者认为,图形是有别于语言的视觉形象,是一种有意味的形式。

图形是一种视觉语言,有意味的形式。图形设计是一种有目的性的艺术符号的创造。艺术家、设计家通过对线条、色彩和空间的组织,构成有意味的视觉形式,使概念、思想、情感得以表达出来,并通过一定的媒体进行传播,因此,可以说图形设计也就是图形语言的创造。

图形是符号化的视觉语言,人类在漫长的进化过程中创造了图形语言、身体语言、文字语言等多种语言方式来交流思想、表达感情。人类语言大致可分为符号型语言与文字型语言两种。在思维活动过程中,两种语言起着不同的作用。符号型语言形象直白、易于理解,它的含义是浮在形式表面上的;文字型语言则存在着复杂的认识结构,“符号型语言与语义型语言的区别就在于符号型的性质定是毫不含糊地存在于我们认识的对象之中,而语义型语言

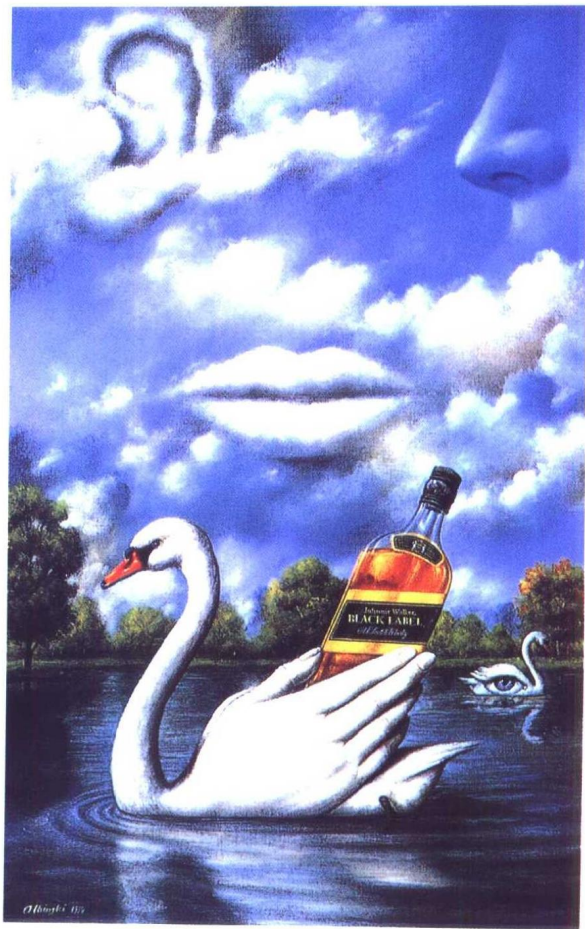


图1—1—5



图 1—1—6



图 1—1—7

的性质依赖于它和无数的其它对象的关系。符号型的性质原则上讲是确定的,没有什么秘藏的内容,秘藏的内容这个特点是属于语义型的性质。”

图形是有意味的形式。美学家克罗齐明确指出:“画家缺乏了形式,就缺乏了一切”。图形设计师就是将来本来各不相干的物体形象、文字图形、摄影照片等等一切可视的形象,按照一定的意念组合在一起,构成一组有意味的形式,来表达某种概念、某种思想。他可以用一条简单的线,一个简单的记号,也可以用极其复杂的图案集合、一堆毫无意义的文字。问题的关键在于他用这些材料组成了一种有意味的形式,这样的图形具有意念内涵和象征意义,它是一种特有的艺术符号。正如美国符号美学家苏珊·朗格在《艺术问题》一书中指出的那样:“对它所表现的东西,我们不是称它为‘意义’,而是称为‘意味’。意味是某种内在于作品之中并能让我们知觉的东西。它是由作品清晰呈现出来的。”“这种艺术符号是一种单一的有机结构体,其中的每一个成份都不能单独地去表现某种情感。”图1-1-8是意大利一家公司的企业海报。该作品采用数字作为设计的基本元素,每一个单一的数字并无意义,但众多的数字考究地组合在一起,却充分体现了一个现代企业的形象。

艺术家、设计家不时不在进行艺术符号的创造。哲学家运用逻辑概念来解释世界,科学家用模型来摹拟世界,而艺术家、设计家则构建有意味的形式来映射世界,这样的图形形式既反映客观的现实,亦是主观感情的表现。作为一种特殊的艺术符号与一般意义上的记号、信号、符号是不同的。记号只指明事实,信号可引起我们的反应,但不能使我们的心理活动从一个对象扩展到别的对象上去,而艺术符号则能给想象的静观提供形式。有意味的形式就

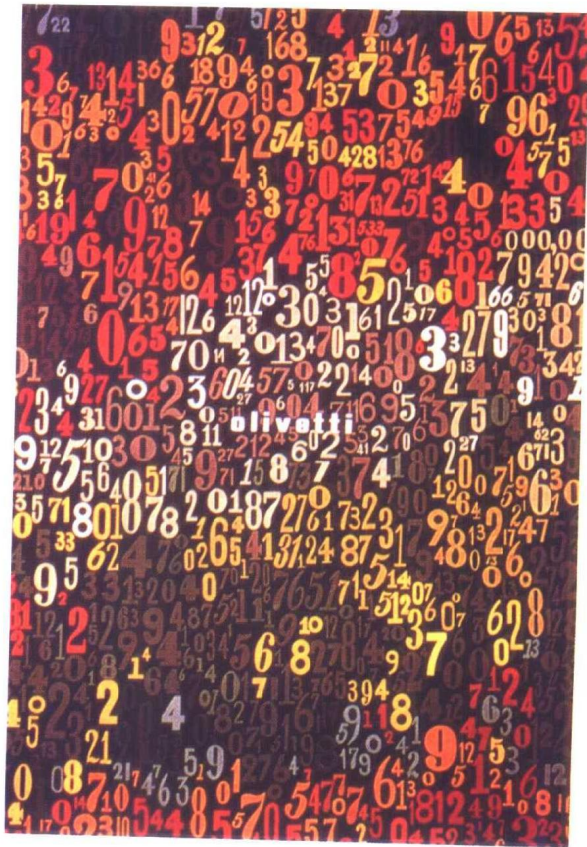


图1-1-8



图 1—1—9



图 1—1—10

是对符号进行有效的组织, 这种形式表现感情, 本身就是一种意义。它是一个整体, 而不是各部分的简单相加, 艺术的价值就在于是否能够创造出这样的形式。

2、图形设计与绘画作品的共性和交融

在一般的观念中, 图形设计作品与美术作品是有很大区别的, 而且往往还人为地拉开二者之间的距离。美国著名图形设计理论家菲利普·布麦格斯在谈到图形设计与美术的区别时认为: “如果视觉传达设计不具象征性和语词的含义, 则就不是视觉传达, 而是美术了。” 这样的论断笔者认为过于武断片面。难道美术作品的形象不具备象征性, 不具备某种概念的语词含义? 这种观点实质上并未说出图形设计与美术作品的差异。有人认为, 美术作品的原稿最具价值, 而图形设计的原稿却不具价值, 真正有价值的定是原作, 也没有从本质意义上将二者区别开来。

图形设计与绘画作品从思维方法、表现形式、创作手段、表达的媒介等几个确定其性质的主要特性来看没有本质意义上的差别。前面说过, 图形是一种有意味的艺术形式, 绘画亦是如此。它们都是符号型的视觉语言, 运用形象思维, 通过线条、色彩、空间的处理, 使用对比、夸张、象征、比喻等手法塑造复杂多样的艺术形象, 借以表达思想感情, 反映客观世界, 说明某种观念, 达成信息的交流。可以说图形设计与美术作品创作的全过程基本上是一致的, 表现的形态也大同小异。从这个意义上讲, 图形设计与绘画创作是一回事, 至于原作的价值问题是不关宏旨的。因为美术作品的原作, 的确很有价值, 这个价值包含有文献的价值。而美术作品对人类文化的巨大影响, 主要还是靠其它传播媒介来实现的, 如印刷品、影视等。从广

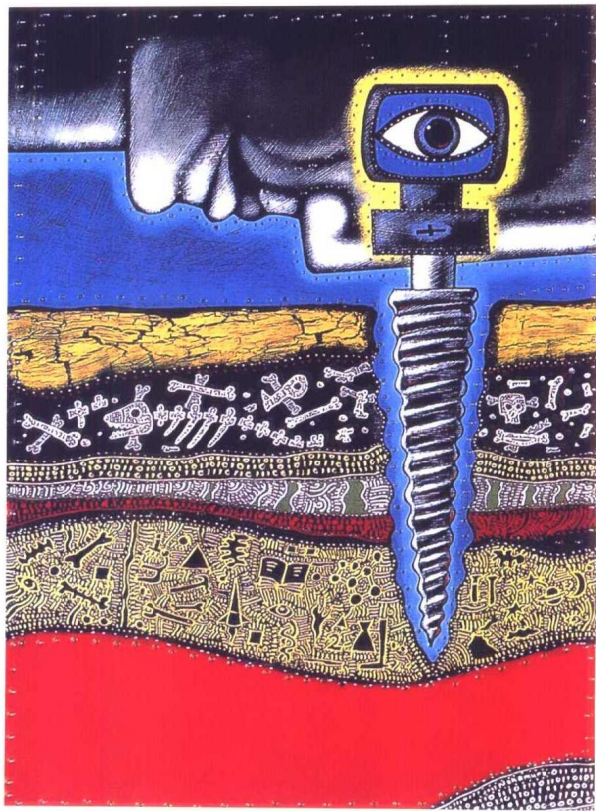


图1—2—1

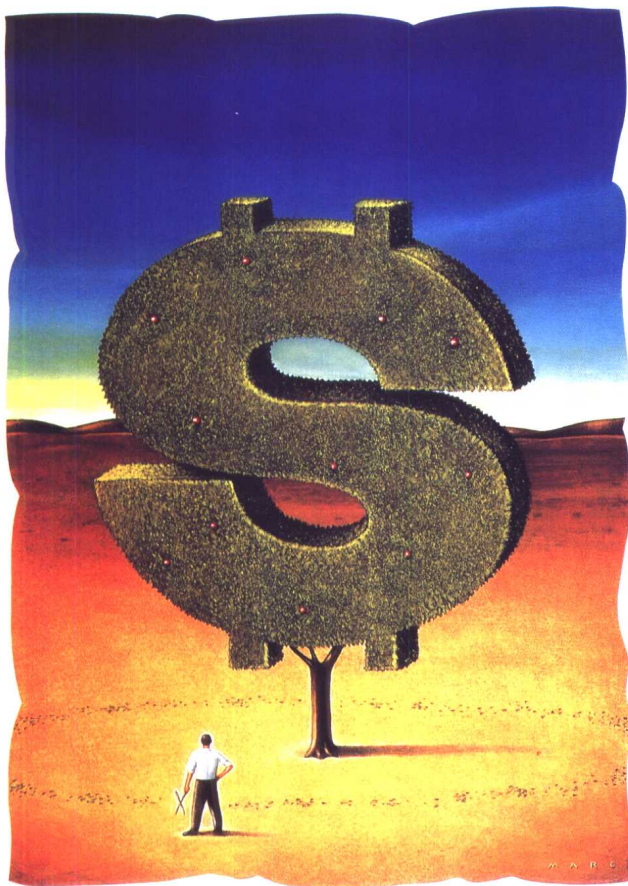
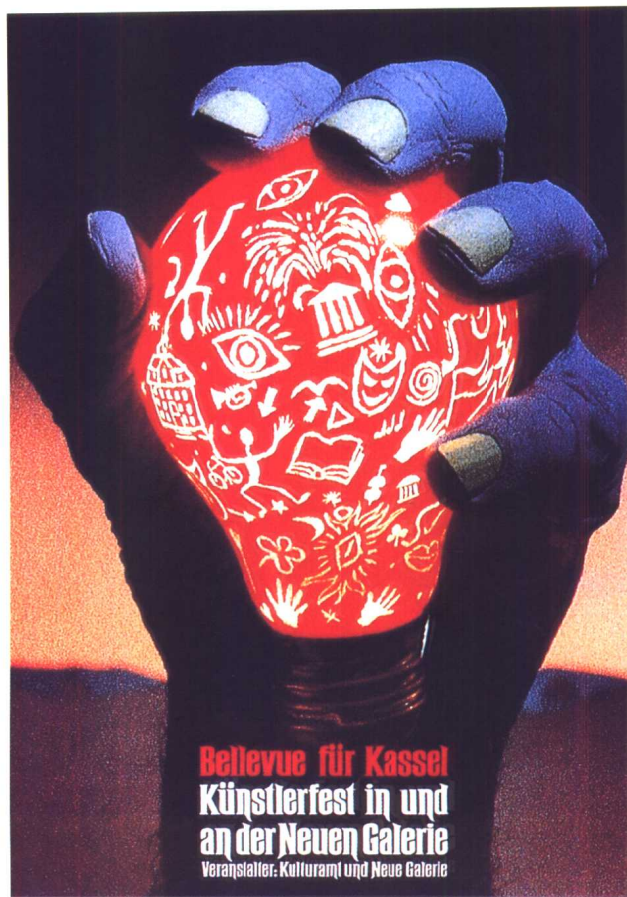


图 1—2—2

图 1—2—3 冈特·兰勃作



义上讲,这是美术作品的使用价值。再以雕塑作品为例,米开朗基罗创作的《大卫》、罗丹的《思想者》都被复制了许多,陈列在不同的地方,对于广大受众来讲,原作与复制品同样具有感染力。

在一定的范围内,图形设计与绘画作品存在着差别,图形设计较多地受客观的制约,如表现对象的制约,接受对象的制约,观念的制约,技术条件的制约等,因而呈现出自身的一些特点。受客观条件的影响大,图形设计与绘画作品的差异就大,受客观条件的影响小,差异就小。艺术史上,二者的距离忽远忽近,而现在正是处在交叉融合时期,图形设计与绘画创作大有融为一体之势。

纵观美术史,可以发现绘画与设计从诞生之初到如今,有几次历史性的交融,那些史前艺术如彩陶上的图形、洞穴壁画,你很难将它判断为装饰图形,或是绘画作品。

人类制造的第一件石器,是物质与精神的混合体,快感与美感的混合体,随着社会的逐步发展,产生了审美意识,并沿着两条主线发展。一是以生产工具、生活用品为代表的物质产品;一是以人体装饰、巫术、图腾为代表的精神产品。美的创造,是交织在物质产品与精神产品之中的。对于生产工具进行最初级的设计、生活用品的简单装饰,与表现朴素世界观的人体绘画、巫术使用的图形绘画二者之间没有质的差异。把原始社会的纹身、器物的刻绘等等简单的称为“装饰”,是很难理解这样做还会有其它神秘的目的。普列汉诺夫认为,以野兽的骨角皮毛作装饰,“可以作为他的力量、勇气、灵巧的证明和标记”。在这个阶段,设计与绘画同一,它们从精神和物质两个方面维系着人类的生存与死亡。

“如果第一件旧石器的诞生是人类创造活动的和一个里程碑,那么,新石器的诞生则是它的又一个里程碑,一

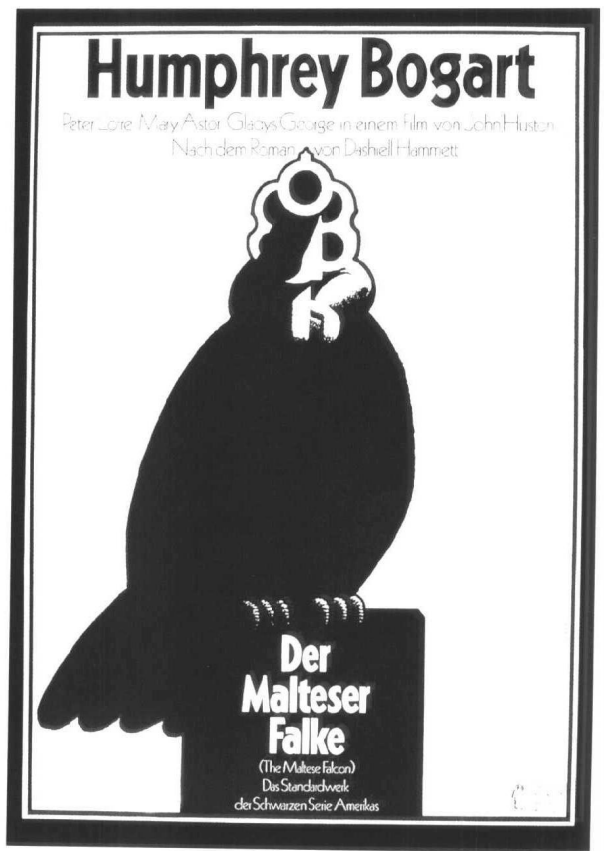


图1—2—4 电影招贴 希尔曼作

图 1—2—5 唐辉（学生作品）

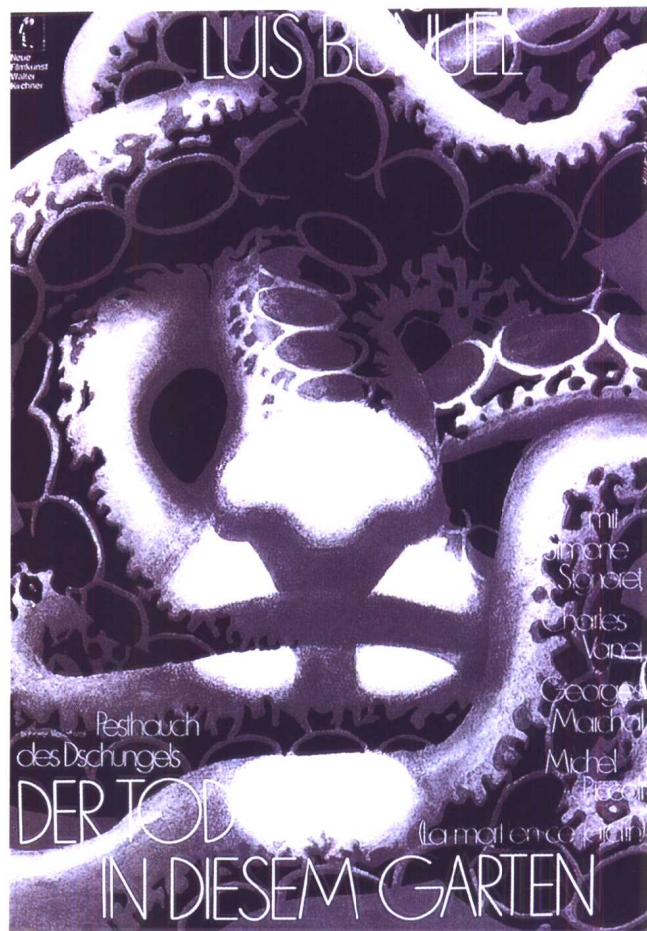


图 1—2—6 电影招贴 希尔曼作