

西南师范大学出版社

工艺美术设计丛书

XIANDAI

TUXING SHEJI

现代图形设计

辛敬林 编著

西南师范大学出版社

工艺美术设计丛书

现代图形设计

2000年2月第1版	西南师范大学出版社	出版、发行
2000年2月第1次印刷	中国·重庆	邮政编码 400715
	全国新华书店	经销
	重庆卡多美彩色制版有限	制版
	四川省印刷制版中心	印刷
	开本 787×1092 1/16	6印张
	字数	67千
	印数	00001~10000

ISBN 7-5621-2234-2/J·153

定价：25.00 元

工艺美术设计丛书

现代图形设计

前言

20世纪以来,图形化的传达模式已经非常普及,无论我们在什么地方,几乎每时每刻都可以获得各种各样的图形信息,加之现代电子媒体形式的广泛运用,图形的传播似乎缩短了时空的距离,打破了国与国之间、不同民族之间语言的隔阂,使人与人的交流显得更为方便、快捷。为此,图形也就成了人类难以割舍的一种视觉传播形式。并且随着各种新媒体的不断出现,设计图形也将会在未来的社会中,逐步弥补文字语言的局限性,为世界化的信息交流发挥着极其重要的作用。

当今的时代是一个多变的时代,每当我们面对着多样化的图形世界发出感慨之时,也会发现人们的文化形态、生活习俗和情感世界已经在悄悄的改变,这对创造具有时代感的图形无疑是一种暗示。表明了现代的图形设计,从设计创意到表现形式,仿佛都进入了一个新的设计层面,这种变化可以说是一个时代性的变化。特别是由于现代科学技术的迅速发展和各种现代艺术流派的波及,人们的设计观念已经冲破了原有专业的局限,许多图形设计家均以多元化的知识结构和超常的艺术想象力,创造着图形

设计的新风格,人们对图形的认识,也随着时代的发展,走向了新的自觉。

目前,图形设计已作为一项独立的学科,引起了人们广泛的关注,国内各大艺术院校的视觉传达设计专业,大多都设置了图形的课程,并作为本专业的主要设计课程之一进行传授,广大学生在不断创新的设计观念指导下,从不同的设计角度,探讨着设计的多种可能性,也已经取得了许多可喜的成果。

本书针对国内图形设计教学的现状,较为系统的叙述了图形设计的基本问题。多少年来在图形设计领域,设计的创新始终是第一位的。我认为图形设计的创新有两方面的意义:首先是设计观念上的创新。观念的创新也就是赋予设计以新的思想,从多样化的选择中,发现有创意价值的新视角,创造出与众不同的设计图形,使设计呈现出全新的面貌。其次,是设计形式上的创新。形式上的新意来源于生活的启示,各种自然化的形体和结构,当被赋予特定的精神性时,就具备了语言的特性,各种新颖的形式语言,才能给人耳目一新的视觉感受,有着良好的传达性。

本书共分八个章节,全文从三个方面对图形设计作了详细地论述:一、图形设计的基本概念和基本风格。从理论的高度给现代图形设计以基本的界定,使读者能够对现代图形设计有一个明确地认识。二、图形创意的想象。从理论基础和实践体验两方面,论述了图形设计创意

的基本要点和基本方法,希望能够引导读者在不断想象的基础上,开拓思路、勇于创新,在想象力的引导下,使设计思维步入丰富的意念和幻想化的境界。三、图形设计的表达形式。图形设计的表现是多种多样的,特别是在各种视觉元素和艺术形式相互融合的时代,图形的表现有着多样化的可能性,人们在灵动的选择中,创作出了各种各样的视觉形式。本书在这三个方面都做了积极的探索,点明了图形的关键问题,可以使读者在不断的体验中,步入图形设计创意的新境地。

本书从编写的方式上,注重基本理论同现代设计观念的有机结合,为使所描述的观点更加有利于读者的理解,采用了大量的附图,以图文并茂的形式,将基本的观点视觉化,使之成为一本名副其实的图形设计指导读本,在编写的过程中,注重各个层次读者的不同要求,采用深入浅出的叙述方式,将各种新观点溶入具体的设计范例之中,具有更为实际的可操作性。我认为真正富有创造性和想象力的思想,是溶入具体地研究之中的,编写本书的目的也在于能够使读者阅读之后,收到实际性的启发,使设计的思想转化为设计的创意,如果能达到这样目的,也是我感到最为高兴和欣慰的。

最后,在编写的过程中,由于时间的仓促和篇幅的限定对某些问题的叙述可能还有不完善和不正确的地方,敬请各位专家、同行给予赐教。

辛敬林

于天津美术学院

现代图形设计

目 录

前言

第一章 总论 1

- 现代图形的概念 1
- 现代图形设计的特征 2
- 现代图形的设计风格 3

第二章 图形的演化 5

- 图形设计的重要变革期 5

第三章 图形创意的思维特征 17

- 飘逸的思维现象—灵感 17
- 情感因素 18

第四章 现代图形的创意模式 20

- 想象—创意的原动力 20
- 寻找创意的切入点 36

第五章 图形创意的相关问题 39

创意思设计的思考 39

第六章 图形创意的相关问题 46

- 图形表现的模式 46
- 图形表现的元素 48
- 图形表现的空间因素 53

第七章 图形与视觉传达形式 55

- 常见的媒体形式 55

第八章 图形设计的未来走向 66

- 风格的导向 66
- 媒体形式的扩展与更新 68

编写后记 71

主要参考书目 72

作品欣赏 73

现代图形的概念

图形一词在英文中称为“GRAPHIC”，是一种说明性的视觉符号，是介于文字和艺术之间的视觉语言形式。其本意是通过可视性的设计形态来表达创造性的意念，也就是给设计思想以形状，使设计造形成为传达信息的载体，并且能够通过印刷及各种媒体进行大量复制和广泛传播的视觉形式。

现代的图形设计是多种学科交叉的产物，它超越了一般造型的审美限定，集现代哲学、视觉心理、艺术造型、语言符号、信息传播、市场营销等学科于一体。它以固有的属性，构成了现代信息传播中的特殊文化现象。加拿大传播理论家马歇尔·麦克鲁安曾说：“现在社会已由文字文化转为图形文化。”图形文化正在逐步地改变着千百年来人们习惯了的文字表述方式，它以超地域、超时空的全球性语汇，给不同语言背景

下的民族提供了更为方便的交流方式，几乎成为世界性信息传播的主要交流形式。

现代的信息传播摆脱了早期的传播形式，已进入了大众传播的模式之中，现代图形在多元、交叉的信息环境里，有针对性地选择信息源和信息的传达方式，对获得理想化的传播效果是非常关键的。由于人们相互间的民族、文化、社会地位、个性、年龄、性别等方面的差异，对于信息的接受会有不同的反应。所以，设计时首先要明确被传达的对象，了解被传达者各方面的情况，选择恰当的图形表述方式，做到有的放矢的设计，才能够使被传达者清楚地了解图形所传达的意义，使双方在心理上产生共鸣，起到良好的视觉传达的作用。尤其是在现代信息产业迅猛发展的时期，各种图形信息纵横交错，充实着人们生活的各个领域，为使自己的设计能从杂乱的环境中突显出来，强调图形设计的定位显得尤为重要。然而，由于现代广告业的高速运

转和现代科技的迅速普及,广告传播的媒体也日趋多样化。各种媒体形式的广告给图形设计提供了更为宽泛的世界性语言。19世纪以来,科学技术的进步,加速了报纸、广播、电影、电视、传真机和印刷术的高速发展,带动了信息产业的深化,计算机的发明,又引导人们进入了一个更为深层,错综复杂的信息传播环境,改变了人们的生活观和价值观。同时也给图形设计提供了一个自我表现的场所,拓展了新的传播媒体形式,在这样一个超地域、超时空的传播环境中,图形以它自身特有的超越性,改变着人们生活的方方面面,而且信息传播的领域还在不断地进一步扩大。

20世纪末,人们的目光从人类赖以生存的地球延伸到更为广阔的宇宙空间,将一颗颗负载着信息的探测物,不间断的投向那神秘的宇宙空间,探索着人类从未认识到的宇宙奥秘,我想在不远的未来也许会产生一场新的信息革命,它将更为彻底地改变人们的观念、意识,人类会在自我否定的基础上,创建新的世界观,这对社会的发展和信息的传播,也必将带来前所未有的新景观。

现代图形设计的特征

现代图形设计从语言规则、造型秩序的表现上,比以往有着突破性的改善,杰欧尔吉·凯佩斯在《视觉语言》一书中明确的指出:“近代造型运动教导我们,在类似语言符号的情况下,将色彩、空间、材料等,原本没有任何意义的无名要素所具有之固有性格,在无限结合的关系中,创造出明确而新颖的法则,使之与人类欲求之间的关系,被赋予人为意义,大大丰富了人类的作业。”这段叙述明确地指出了现代图形设计的基本特征。现代图形设计涉猎范围极为广泛,它覆盖着艺术造型、设计思维、语言符号、心理研究、大众传播、市场经营等方面的知识。设计者只有具备宽阔的知识面,才能使自己的思维海阔天空自由驰骋,这也是作为一个设计者的基本条件。

现代图形设计是表现力很强的传播形式,在各种表面看来毫不相干的事物之间,通过想

象思维,可以获得直观的传达力,所传达出来的视觉信息往往可以弥补文字语言和声音语言传达的缺陷,有着不可替代的信息传达功能。而且由于现代信息公路的发展和传播结构的改善,形成了现代图形设计的基本特征,总括起来大致有五个方面:

(1)奇特化—奇特的设计原则是设计个性化的表现。设计作品的个性化,可以给人以新的视觉体验,特别是在现代多层次交叉的信息环境中,倡导设计作品的个性化,将更有利于强化视觉冲击力,起到出奇制胜的传达效果。同时个性化的表现风格也是20世纪的设计风格,它吻合了现代人的文化心理和视觉环境,更加适合于视觉传达的表现。

(2)单纯化—单纯化是图形设计的基本追求。单纯化的设计可以给人以明确、清晰的视觉效果。将复杂的意念浓缩到单纯的图形中,去掉那些多余的、杂乱的视觉成分,使人能够在瞬间感受到设计者的思想和意念。随着现代社会信息量的增大,人们对视觉信息的接受大部分是在无意识状态下的被动式接受,单纯化的设计图形,可以让人在不自觉的情况下,自然而然地接纳图形所传递出的视觉信息,是比较理想化的设计形式。

(3)审美性—由于图形设计最终是依赖于图形的形态来传达意念的。由于人们对于美的精神追求和心理祈盼,对图形的接受是有着审美性选择的,图形本身的审美因素,会直接影响着视觉的传达效果,具有视觉美感的图形能够促使被传达者愉快地接受所传达的信息,容易在心理上引起共鸣。因此,图形设计追求美的形式感,激发出人们的审美情感,对图形的传达效果也有着极为重要的辅助意义。

(4)象征性—象征性历来都是图形设计的基本特性。图形设计离开了象征性则失去了它自身存在的意义和价值,图形设计的象征性,也就是透过图形的表象,去发掘其深层的属性,感受其内在的意义。在现代图形设计中,象征性的设计语言,更加丰富、更加多样化,人们对象征意义的理解和表现,从表象的特征深化为心理的意象,使象征性这一常用的表达方式,显示出时代的特征和光芒。

(5)传达性—图形设计是以形状表述思想的设计形式。现代媒体的传播模式,在传达者和被传达者之间架起了一条互通的隧道,设计图形通过特定的传播媒体展示出来,同时媒体的形式也限定了图形设计的方式,图形设计同传达模式,构成了现代图形设计的表现特征。而且当今的信息传播环境出现了多元化的局面,人类几乎被各种各样的图形信息所包围,社会上每个人都在消耗着大量的信息,图形设计作为大众传播的主要媒体,充当了信息传播的重要角色,它使世界变小,使得不同地域和文化的民族之间交往更加方便、快捷,同时也由于图形的传播特性,消除了语言上的障碍和思想上的隔阂,国际化的统一风格已在逐步地形成。

现代图形的设计风格

现代图形设计的风格是时代精神的反映,充分体现了现代人的文化属性,对风格的认同,集中地表现出现代人的情感和意志,抓住设计风格这条主线,就能使我们的设计有一个基本的设计方向,在多元化的视觉传达氛围中,能够保持鲜明的时代感。

▲冷漠的设计

在现代图形设计中,冷漠感几乎成为一种设计的时尚。由于信息化传播模式的飞速发展,改变了信息交流的方式,人与人之间的交流变为人与机的对话,人类之间和人与自然之间,出现了形式上的分离,造成了人的冷漠情绪。反映到图形设计上也有着冷漠的精神倾向,许多图形那只有动作毫无表情的人物形象和那深沉、静穆的画面空间,都会给人以冷冰冰的心理感应,表现出一种无生命的气息。特别是在欧洲的一些图形设计中这种表现风格相当普遍。据业内人士解释,这类设计一方面反映出信息时代,人们孤独、冷漠的文化心理,适合了现代人的精神状态。另一方面,有人认为:那些冷漠、毫无生命气息的图形,恰恰能反衬出商品的热烈、爱心和人情味儿,更加具有商业传播功能。像图 1-1 那恐怖和神秘的鳄鱼形象,给人视觉上造成了苦涩的冷漠感和心理上的距离感。图 1-2、3 那毫无表情的人物形象也充分地反映了现代人的文

化心理特征,可以透过现代人虚伪的表象,直观地表现出现代人孤独、冷僻、充满幻想的精神状态。从这一点来看,冷漠设计似乎是一种真实的设计,同现代人的真、善、美意识和精神追求相互吻合,它比那种假装的热烈和虚伪的微笑要真实的多,给人视觉上的感觉也是轻松自如,朴实无华、没有任何精神负担的,这相对于现代的繁闹商业环境,形成了鲜明的对比,更加有利于突出设计的主题,提高视觉传达的力度及画面欣赏的效果。

但是,目前这类冷漠的设计在我国的设计界则还受到一定的限制,这方面或许与我国的审美习俗有关,中国人一般喜欢热烈、圆满,讲究人情味儿,认为那冷冰冰的面孔和静穆的画面空间,缺少热情的服务意识,广告客户和消费者难以接受这种冷漠的情感。但是我认为随着时间的延续,大众的审美意识也会逐步地改变,冲破传统文化的禁锢,对图形的认识也会从一般的心理习惯扩展到对多元化传播功能的理解,设计的风格也会多样化,走向现代的时尚。

▲幽默、怪诞的设计风格

幽默是人类高尚情趣的体现,可以引发出人类快乐的情感,激起人们热烈的情感波澜,给人以轻松欢快的感受,幽默的情感运用到图形设计上,便可以使人们对所传达的内容产生极大的兴趣,让人在一片喜悦之中,获得美的享受和信息。设计上,人们将生活中有趣的事物和使人兴奋的焦点,采用各种方法尽情地夸张、强化,大大地加强了信息传播的力度。如图 1-4 延伸的脚印同人物的动态、表情构成了有趣味感的中心点,使意念注入了情趣。图 1-5、6、7 则利用漫画的表现形式,夸张、突出某些有趣味的细节,使人物充满了喜剧性的色彩,同时采用超现实主义的表现手法,在一些局部复合上有意义的图形,从形式上冲破了传统的审美范畴,幽默的情感几乎被表达的淋漓尽致,有着滑稽的表现意境,这种图形表现方式,在现代人的心目中几乎成为一种时尚,是一种新文化的象征。

于幽默情趣相比,怪诞的设计风格也出尽风头。它主要是以离奇古怪的形象,表现了极端化的幽默,使人达到欲笑不能的程度,甚至还可能制造出恐惧的形象和场面,以表达与主题的

反差,反衬出传达的事物。视觉研究的结果证明,司空见惯的景物容易让人熟视无睹,而奇特、反常的图形却能显得更为突出,异常的图形往往能使人产生新奇感,吸引观众的注意,又能使观众从中获得视觉上的调剂,与依附于真实情节和空间的图形相比,更富有一种时尚趣味,这与人类求新的文化心理是相吻合的。

怪诞的设计尽管有荒诞的结构情节、难以揣摩的处理手法以及梦幻般的设计意识,但实际上怪诞的设计风格,并不意味着胡编乱造、任意组合,它更需要用奇特的、精心的构思来弥补客观存在的局限性。像图 1-8 以荒诞地思维模式,创造了一个奇怪的形象,人物脸上的疙瘩,被演化成人物头像,给人难以言说的心理感受。从设计方法上,利用了脸上疙瘩同人物头像在造型上的相似特征,通过想象的异变,使图形带有明显的怪诞色彩。图 1-9 将人体同小提琴进行了置换,改变了自然的形象结构,那奇特、怪诞的形态,更为深刻地表现出视觉传达的主题。

近年来这种怪诞、前卫的设计风格,在设计圈内较为流行。特别是在一些广告图形中大量出现,它以其自身独特的设计风貌,创造了虚拟的设计空间,强烈地冲击着人们的视觉,使人们在遭受各种信息冲击的同时,常常被那些创意幽默、制作精美的广告图形作品所打动,它像一把利器,慢慢地渗透于受众的心目中,改变着市场的走向和人们的观念,成为现代图形设计的一项重要特征。

▲纯艺术设计的追求

现代设计还有一个显著的特征,就是除了它本身所包容的信息量不断丰富和多样化以外,更多地追求形式感,讲究构成和特异的变化,提倡一种超

越现实的艺术化境界。这类图形设计一般在确定主题之后,不去过多地考虑现实的约束,常常以想象加特技的设计手段,创造形象鲜明、对比强烈、视觉冲击力强的艺术效果。图 1-10 运用纯粹的表现主义艺术手法,强调绘画性,从设计的意境上,给人以许多的想象和艺术的感染,具有很强的视觉冲击力,那朦胧的图形又有着符号的暗示性。这种设计风格从形式语言上,很容易激活受众的兴奋点,让人在艺术的氛围中,寻求新、奇、特的视觉感官刺激图 1-11 也有类似的风格特征。目前这类图形设计,被大量地运用于各种公益、文化、商业等广告图形之中,从其中既可以感受到梦幻般的艺术境界,又能找到抽象几何形视幻艺术的影子,有着新奇的视觉力。像图 1-12 图形具有一种粗狂地表现性,绘画效果非常明显。由于设计上强调艺术形式的表现,讲究意识流的多层面效果,符合了现代青年人的审美观,几乎成为现代青年追求时髦的设计形式,具有鲜明的时代特性。

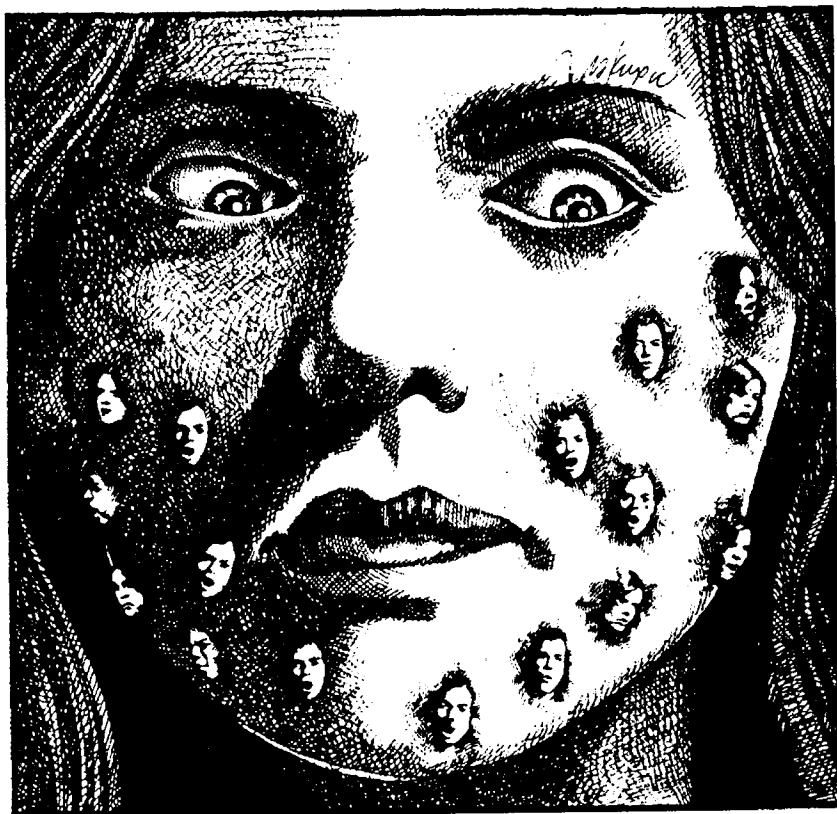


图 1-8

现代图形设计

图形的演化



图形设计的重要变革期

图形设计的演化经历了三次重大的变革。一是原始符号和原始的文字的形成期,它带有很强的民族文化属性和神秘的原始精神。二是由于印刷术的发展和工业化的兴起,它给图形设计的传播带来了新的启示,媒体形式也得到了广泛的拓展。三是包豪斯的成立开创了现代图形设计的新纪元,为现代图形设计奠定了坚实的理论基础,它像一面设计界的旗帜,使设计步入了现代的新领域,随之引起了历史上的第三次重大变革。加之第二次世界大战后,由于文化科技的蓬勃发展和艺术思潮的影响,使各种设计的思想趋于完善,给图形设计的创意提供了思维上的可能性,设计思维超越了自然的限定,进入了现代设计的新时期。

▲最原始的图形

以图形的方式记录生活、传达信息,在人类

的童年时代就已经开始。原始图形起源于人类早期的原始本能,人类从原始的体悟中,凭借着本能,把自然的现象和对自然感悟所产生的心象,通过单纯的、象征性的图形连接起来,创造了记录其精神的视觉化图形。这些现象在长期的熟识默记过程中,通过对自然物象不断内化、图式化的过程,形成了稳定的心理符号体系和图形样式。并且随着原始图形的不断延展,逐渐形成了特定的部落符号和原始精神崇拜的象征物。像早期的岩洞壁画和各类图腾纹样都是比较典型的原始图形,这些图形一方面记录着原始生活的一些事项,起着记录生活的作用,另一方面又是自己身份、种族的象征物。如图 2-1 是最原始的岩画图形,画面中所描绘的动物,一般都是意象化、符号化的,有着很强的象征性。表现上的自由、随意,反映了纯真、率直的原始精神,我们透过图形可以深切地感受到原始人类超自然的梦幻心理。

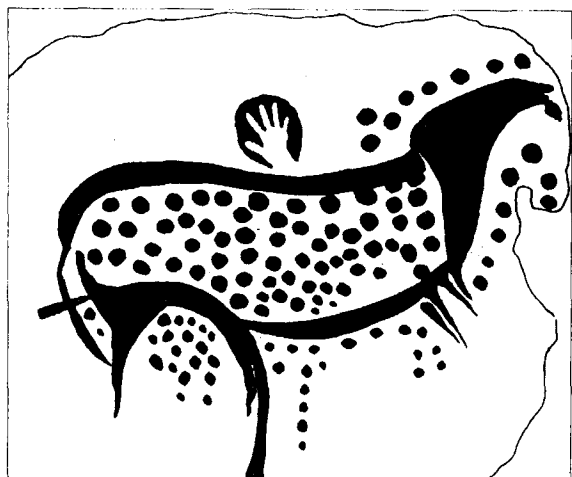


图 2-1

早期在没有出现文字的年代,作为记录性的原始符号,基本上都是以图形的方式表现出来的。人类群体化的生活情结,使人们的交往和信息传递成为相互沟通的必备条件,人们将要传达的信息和理念用图画的方法,刻划在自己生活环境周围的墙壁、树皮和各类动物皮毛上,起到记录事件和传播意念的作用。而在现今的一些少数民族和土著人的部落中,还依然保留着这种原始的现象。同时,早期阶段文字的幼形也是图形化的,无论东方或西方的文字都起源于自然的启示,有着象形化的特征。这一点我们从许多古文字中不难看出象形图形的原始生态,像图 2-2、3、4 文字的造型几乎都是的象形

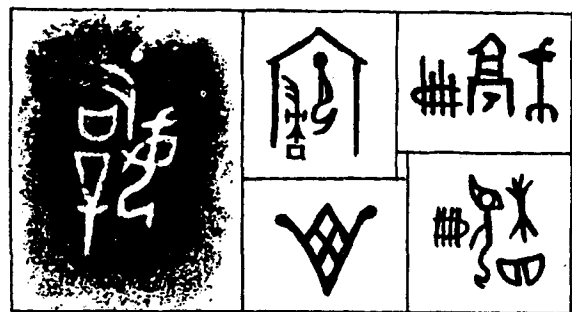


图 2-2

化的图形,从单纯的图形里我们也可以感受到原始人的精神性和文化性。因此,这类图形是最单纯、最原始的记录行为,也是图形用于视觉传达活动最早的文化现象。

▲图形设计发展的背景

图形的存在形式,虽然可以追溯到原始的符号化图形,但是,图形设计作为一门独立的学

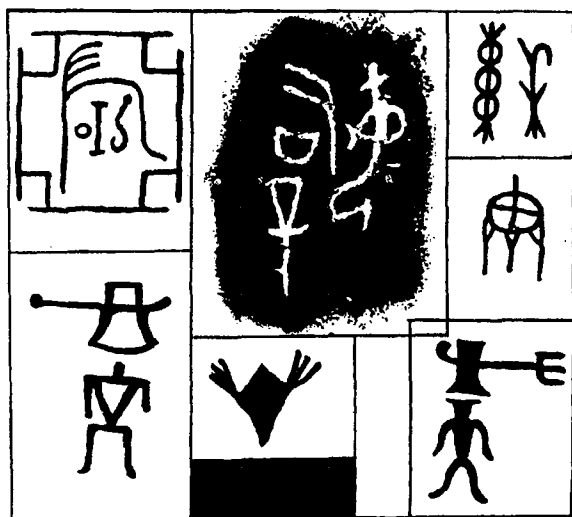


图 2-3

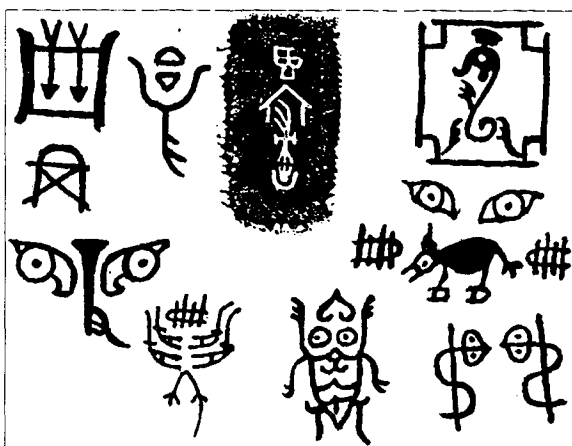


图 2-4

科,还是近代的事情。印刷术的出现改变了人们的生活观念和广告传播方式,同时也促进了图形设计的更新和发展。印刷技术最早产生于中国,是我国古代劳动人民四大发明之一,根据史料记载:6、7 世纪时,人们已经采用雕版印刷技术。唐代以后,又陆续传入朝鲜、日本、越南、菲律宾、伊朗等国家,以及影响到整个非洲和欧洲。11 世纪随着社会生产力的迅猛发展和商业活动的兴起,印刷技术出现了重大的改革和发明,以锡、铜、铅等金属制成的活字版问世。1450 年德国古登堡用铅字制成了活字版,灵活的印刷方式,更加方便了丰富文字的排版。1798 年逊纳菲尔德又利用水油不相溶的原理,发明了石板印刷技术,也就是后人所称的平板印刷术。发展到 19 世纪中叶,随着新科学技术的发明,印刷技术已由手工生产方式过渡到机械化、自动

化的生产方式,印刷技术的改善,更新了图形设计的传播形式,在传播模式上产生了飞跃性的突变,图形设计的传播媒体也得到了发展。为适应广告宣传的需要,标志、招贴、样本、插图、摄影等各种形式的图形被广泛地应用于商业活动,图形设计迈入了多元化的发展取向。(图 2-5)

同时,在两次世界性战争中,各类海报和宣传品也得到了广泛的传播,图形设计的样式和方法取得了很大的进展,多样化的创意形式不断出现。各种以征兵、募捐、节约物资、生产救国等宣传主题的海报设计,有效地传达了当时的宣传主题,产生了良好的社会效果。二次大战以后,由于多年的战争摧残,人们普遍地追求安定的生活环境,发展经济、改善自身生活条件的呼声越发强烈,为适应当时人们的社会心理,社会上各种以促进经济发展为目的的商业活动蓬勃兴起,各种形式的大型博览会、展销会相继出现,各种商业性海报、招贴、宣传品铺天盖地的充实着人们的视觉空间,成为促进社会发展的直接推动力。在以后的商业促销活动中,各种设计方法和视觉传达模式,被广泛地应用于市场,产生了良好的效果,并呈现出不断更新的趋势。

▲包豪斯理论的影响

包豪斯的出现,对艺术设计领域起到很大的影响。工业革命以后,大规模的机械化生产强烈地冲击了传统的手工艺技术,大量的机械化工业替代了早期的手工业,各种新技术、新材料不断出现,人们的生活需求也发生了巨大的变化,加之第一次世界大战后,工业、商业处于一片萧条、百业待兴的局面,创造符合现代生活环境的产品和新的造型语言成为当时的一个重大课题。因此,许多艺术家积极地投入到这场创造性的设计革命之中,德国的包豪斯学院就是在这样的氛围中应运而生的,包豪斯的创建倡导了设计的创新精神,其宗旨是用乌托邦的渴望去创造一个新的精神社会,探索艺术和工艺的相互统一,以现代设计取代浪漫主义的中世纪精神和表现风格。其代表人物格罗皮乌斯强调:“历史表明,美的观念随着思想和技术的进步而改变。谁要是以为自己发现了永恒的美,它就会陷入模仿和停滞不前。真正的传统是不断前进

的产物,它的本质是运动的,不是静止的。传统应该推动人们不断地前进。”格罗皮乌斯的这种创新思想,吸引了欧洲许多著名的艺术家凝聚在包豪斯的周围,成为 20 世纪初设计革命的积极探索者。像康定斯基、克利、伊顿、莫霍利-纳吉、阿尔巴斯等都曾担任过包豪斯学院的教师,并积极投身于设计革命的探索之中。康定斯基编写的《点、线、面》和克利编写的《教学笔记》都对现代图形设计产生过深刻的影响,艺术教育家莫霍利-纳吉所写的《新视觉》一书,使 20 世纪的图形设计、广告印刷、摄影、书籍装帧等,从设计理论与实践上,都发生了本质的变化,也为创造图形设计语言提供了新的思维方式和造型方法,从本质上改变了传统的设计观念。包豪斯的设计理念有两个导向:一方面提倡将音乐、戏剧、美术、设计融为一体,在各种学科间形成一条纽带,相互补充,最大限度地丰富设计语汇,将各种艺术门类的精华,通过实践性的艺术创作使其浑然一体。另一方面将平面设计从建筑、雕塑、绘画中分离出来,进一步清除各类艺术中不纯的要素,努力追求各自固有的造型语言,保持设计语言的自律性和纯粹性。各种艺术设计门类逐步分离化、清晰化,广告设计也从各种艺术门类中脱离出来,许多设计家从画家的圈子里走了出来,成为专职的广告设计家,在社会上逐步确定了他们的地位。广告设计也完全地脱离了绘画与装饰趣味的表现,从设计观念上得到了革命性的更新。(图 2-6)(图 2-7)

随后由于商业销售活动的蓬勃兴起,在商业领域出现了大规模的广告活动,图形设计的功能,在广告传播的过程中得到了充分的展示,并向更深层的视觉传达领域不断扩展。广告设计的专业化、多样化、大众化,也使得图形设计受到了社会和企业的广泛关注,在生产与营销的复杂体系中,图形设计已占据了重要的地位,大量地广告媒体使图形设计几乎成为广告的一个基本形式。

▲现代艺术的波及

20 世纪是任何一个时代都无法比拟的时代,各种艺术形式在反传统的基础上,呈现出千姿百态的景象,它几乎很难用一种风格和形式加以描述,也很难用传统的观念进行分类,一些

作品已经打破了艺术门类的界限：它既不属于绘画，也不属于设计；既不属于雕塑，又不属于工艺，它与其他艺术门类相互融合、错位，所表现的形式更是五花八门。这千姿百态的艺术现象，给图形设计带来了想象上的思考和实践上的启示，图形设计在自觉的层次上步入了多元化、自由化的表现境地，人们可以从不同的思维角度和心理走向，表述自己的设计观念，在实际的操作中，广泛借鉴和吸收各种艺术上的成果，使各种设计观念和 design 方法得到了更为广泛的拓展和应用。

如果我们从图形的设计观念上看，可以深深地感受到现代艺术对于图形设计所产生的巨大影响，各艺术流派的不同风格，对图形设计的发展带来了观念性的改变。首先以毕加索为代表的立体派画家，创造了一个独立于自然的艺术空间概念，主张同一个物体可以从不同的角度、多个视点进行观察分析，并以从观察中得来的感性认识，去构成一个有节奏感的、多维的组合空间。它提出的空间新观念，给图形设计带来了新的启示，各种有意味的图形，以多视角的设计思维创建了新的时空观，将不同时空的物象有机的组合起来，开拓了设计思维的空间范畴。像图 2-8 设计者将各种动物置于一个人体形态中，各种物体超越了自身生存空间的限定，多种时空的组合，体现了新的设计观念，深化了设计创意的主题。

而未来派艺术家则是在固定的视点上，审视运动中的物体，改变了传统的静态表现模式，把艺术载入了动态的视觉思维之中，使三维空间的造型艺术进入了四维的时空环境，确立了时间和空间的造型新观念。图形设计在其影响下受益非浅，图形设计的造型，也已不再限于静态的、程式化的模式，而是静态的物象和动态的空间相互的融合，运动中的物象在统一的视觉传达意念中凝聚，使图形设计步入了主观意念和时空组合的新领域。（图 2-9）

接着抽象主义者则把视觉元素基本化、单纯化，打破了原有的自然化表述模式，把单纯的抽象元素融入秩序化的排列之中，寻找着音乐

性的结构原理，各种抽象的形体有机地组合成具有审美节奏和艺术韵味形式，把发展到极至的造型情感融入理性的分析之中，使各种抽象的形体有机地组合成具有审美韵味的形式，使人们在抽象的领域找到了新的设计语言。如图 2-10 以旋转的曲线和充满韵律感的结构，表达了抽象主义的意境。图 2-11 那具有视觉冲击力的形，也使人们的视觉在流动的形、色里，得到了视觉上的平衡和心理上的满足。抽象主义对改善传统的图形设计语汇和设计方法，提供了理论的基础和实践的参照，成为现代图形设计的一种新风格。

然而，达达主义的出现，则否定了传统审美观念和艺术的造型方式。把许多表面上不相干的、荒诞的图形有意识地组合在一起，使人在不可思议之中，进入了荒诞艺术的新境地。图 2-12 从设计方式上，受到了达达主义的影响，各种物象的组合是荒诞的，女性的躯体被变成了绅士的头像，女性的大腿组合成服装的纽扣，各种形象的错位和变异，充分地表现出作者反传统意识的自由化心境。这对冲破传统的固定审美模式和图形设计框架无疑是有积极意义的。而且，在弗洛伊德探索的直觉、梦幻和无意识理论的影响下，超现实主义也在达达派自由想象，任意组合观念的基础上诞生了。它以超越现实的梦幻般思维方式和细心地自然主义绘画方法，创造了出乎意外的现实和幻觉，真实和虚构的并置。图 2-13 以梦幻般地想象，将象征着古老统摄力的神灵之眼，同现代的梦幻少女形象融合在一起，构成了视觉上的强烈对比，恰当地描述了阴与阳、男与女、美好与罪恶、真实与虚假的矛盾性，在历史的错位中展示了梦幻的意境。然而，梦幻意识的出现又启迪了一大批图形设计家探索超现实主义的艺术形式，使现实的形象在幻想的空间中自由碰撞。由此，一些超现实的、怪诞的设计图形便应运而生，给人以崭新的视觉体验，这些都恰当地吻合了 20 世纪人们求新、求奇的审美欲望，成为现代图形设计普遍追求的表达方式之一。

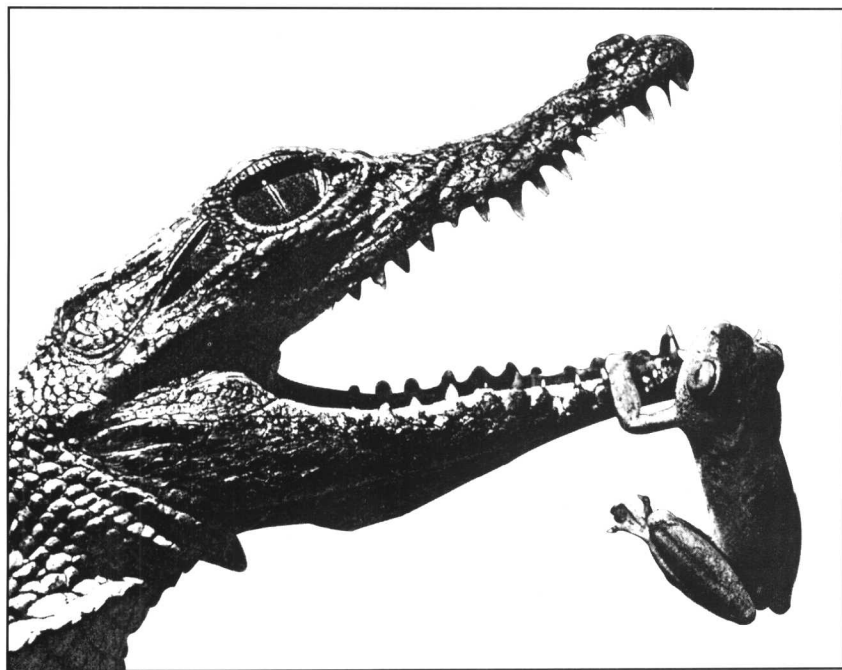


图 1-1

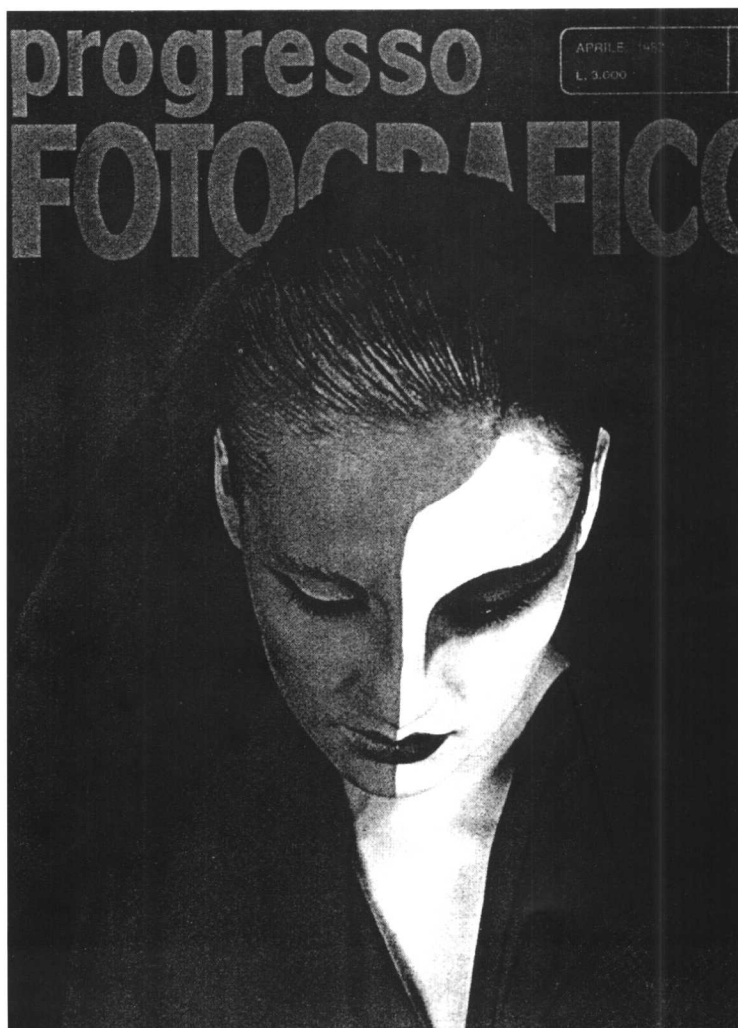


图 1-2

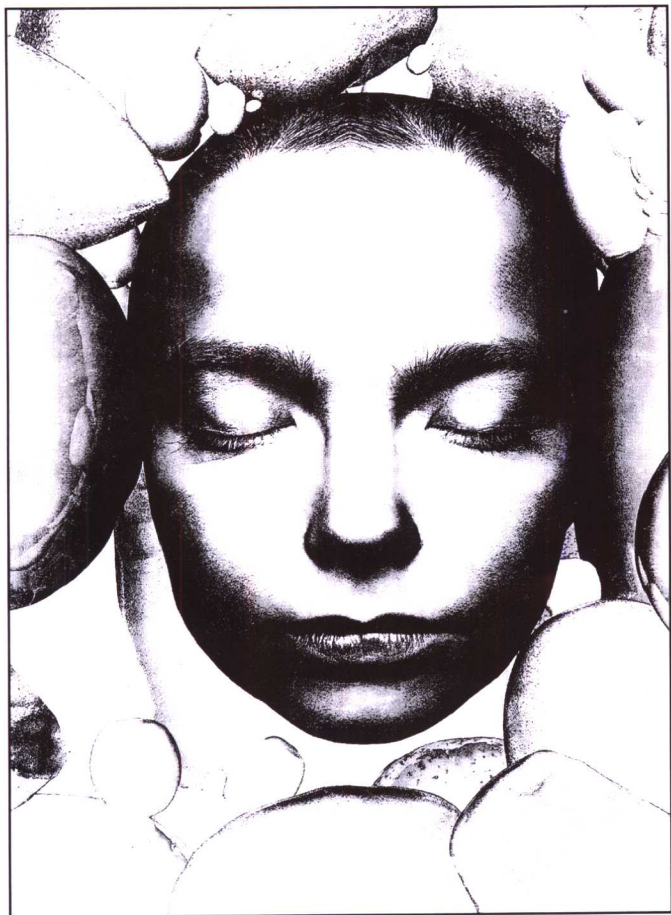


图 1-3



图 1-4

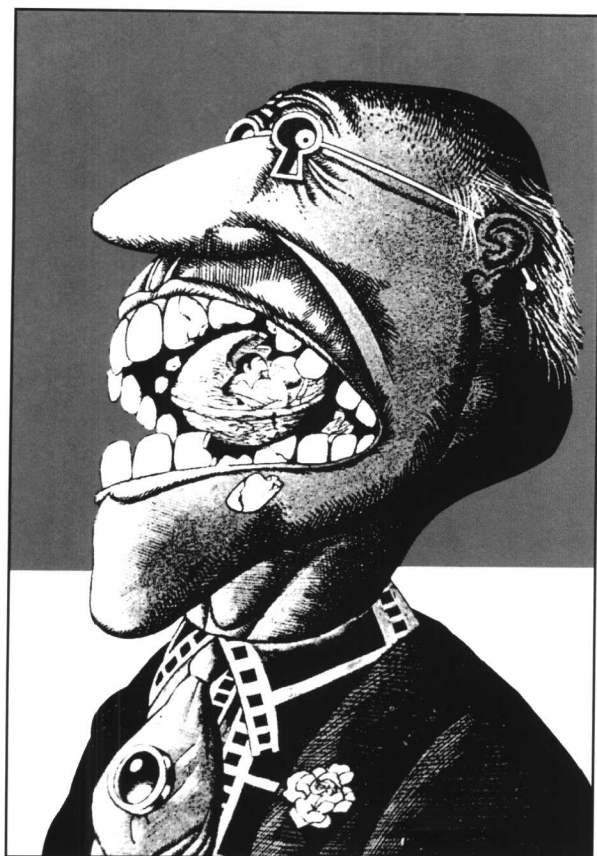


图 1-5



图 1-6

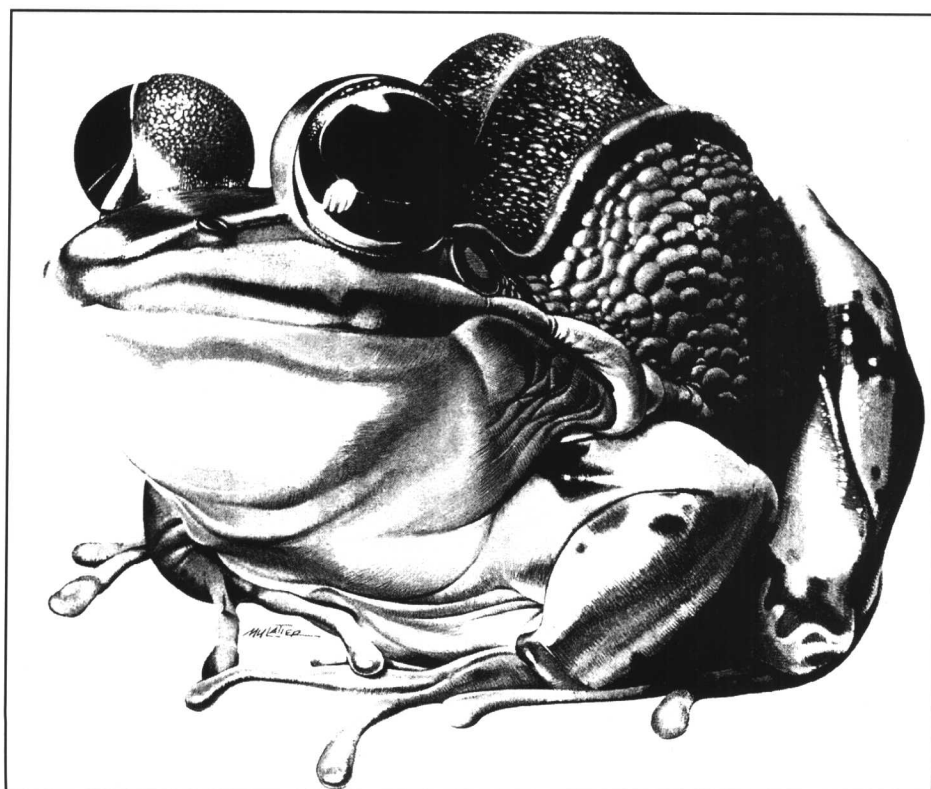


图 1-7