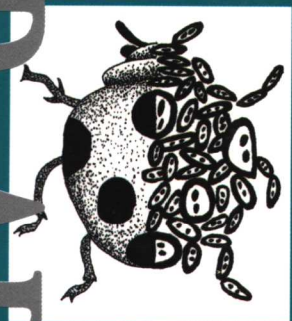
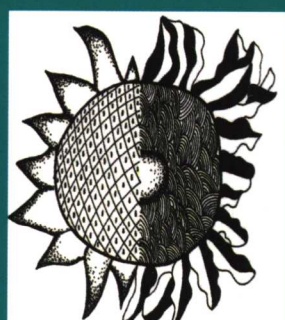


现代设计教材丛书

图形创意

TUXINGCHUANGYI

张如画 张春丽 于 涛 编著

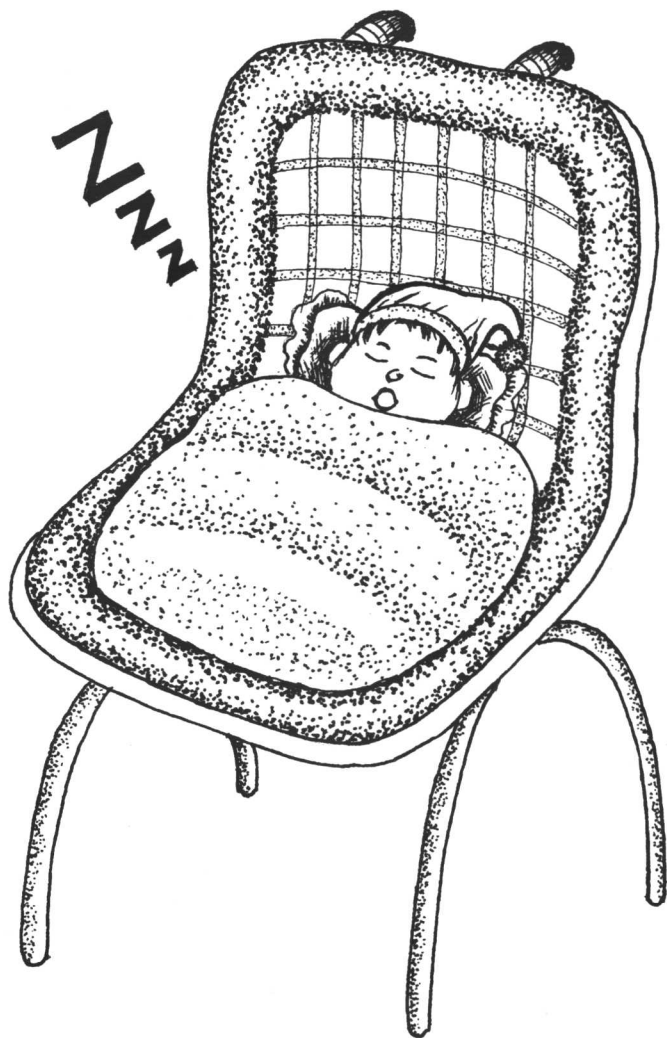


现代设计教材丛书

吉林美术出版社

图形创意

张如画 张春丽 于涛 编著



吉林美术出版社

亲爱的读者:

为了使我们的编辑工作更加出色,希望您多提出宝贵的意见和建议。如果您有好的作品和选题,请与我们联系,我们在此正式向您约稿。同时我们欢迎您为我们主编书稿,我们也希望出版人加盟。真诚合作——精美的印制和良好的声誉会令您满意。我们工作室的全体员工,将献策献力成为您得力的助手和知心朋友,共同制作精美图书,共同创造美好未来……

地址:长春市人民大街4646号出版大厦 吉林美术出版社 1316室 李莉收

电话:0431-5637189 13578931431

邮编:130021

E-mail:g_2y@163.com

图书在版编目(CIP)数据

图形创意/张如画编著. — 长春:吉林美术出版社, 2006.1 (现代设计教材丛书)

ISBN 7-5386-1966-6

I. 图... II. 张... III. ①图案—设计—高等学校—教材 IV. J51

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第158893号

现代设计教材丛书

图形创意

丛书主编:张如画

编 著:张如画 张春丽 于涛

责任编辑:张学杰

技术编辑:赵岫山

装帧设计:张如画

图片摄影:万伯乐

出版发行:吉林美术出版社

(长春市人民大街4646号)

印刷:延边新华印刷有限公司

开本:787 × 1092mm 1/16

印张:7

印数:1 — 3600册

版次:2006年1月第1版 2006年1月第1次印刷

书号:ISBN 7-5386-1966-6/J · 1647

定价:全套(2册)70.00元 本册:35.00元

序

图形是设计作品的表意形式,是设计作品的灵魂。

优秀的设计作品都以自己特有的图形语言,准确形象地转述设计主题与概念。

德国当代著名视觉设计大师霍尔戈·马蒂斯教授曾经说过:“一幅好的招贴作品,应该是靠图形自身语言说话,而不是靠文字注解。”

《图形创意》作为现代设计教育的训练课程,它以开拓思维想象力、培养学生设计观念来创造多元视觉形象,使学生能够在客观世界中寻找并发现、提炼主观的形象因素,加深对图形语言的演变与转换等规律的认识;通过联想、想象等方式,增加形式美感,使其更加符号化、意象化,以达到图形独特的视觉冲击力。

本书在创意思维与创意方式、组织应用等方面,结合系统知识与典型案例,比较全面地介绍了图形创意的一般知识与训练过程,为图形创意的教学与研究都提供了较为实用的参考资料,具有一定的参考价值。

张宏燕

目 录

一、图形概述·····	1
二、图形的演变·····	2
三、格式塔心理学·····	4
四、图形语言特征·····	6
五、图形创意·····	7
六、现代图形设计的特征·····	8
七、图形创意的思维特征与思维模式·····	13
八、图形创意的切入点·····	17
九、图形创意的表现手法·····	19
十、造型基本要素·····	37
十一、图形的分类·····	41
十二、图形创意的形式表现·····	42
十三、形式美法则·····	44
十四、图例欣赏·····	48

一、图形概述

图形一词的英文为“graphic”，源于拉丁文“graphicus”和希腊文“glaphi-kes”，意思就是“适合于绘写”的艺术，亦可复制的艺术作品。它区别于词汇、文字、语言的形式，是作用于视觉的信息传达形式。图形在广义上是指一切与信息传播有关的视觉形象，图形的应用范围极广，包括平面设计、影像设计、电脑图像设计等。图形在平面设计中是画面的视觉形象，最大的特征是以传播信息为目的。作为平面设计基本要素的图形，它的功能远远超出了传统意义上的审美形式，已经拓展演变成为一种以视觉艺术形象为载体的传播媒介，一种以视觉艺术为形式的交流语言。从人类交流史看，图形这种交流形式亦可以追溯到原始社会人们在木、石上的刻画和洞穴壁画。人们最早的远距离和历史性交流主要是通过图形，这不仅是人类艺术天性的反映，也是人们相互交流的一种方式。抽象的图形形式表现在许多原始艺术作品中，如岩画所描绘的图形，大都是省略细节，只表现物象的基本形，有些则表现为抽象化和符号化。在画面上运用概括、夸张、均衡、对称、对比等手法将现实生活中的形象与艺术手法相结合，创造了独特的视觉语言。陕西半坡彩陶人面鱼纹样和人面纹结合，轮廓共用，并以抽象的手法绘制，线条简洁明快，色块分明。希腊彩陶中各种装饰图形，以黑绘、红绘为主，图

形简洁流畅，线条张弛有力、气韵生动。由此可知，图形的基本特征是：

1. 由绘、写、刻、印等手段产生的记录图像的符号。
2. 它是一种说明性的图像，早在原始社会，就出现了记录事件的原始符号与图形。（图1~图4）
3. 它是视觉传达的主体形象，简明、清晰、便于记忆。
4. 可以通过各种视觉传播媒介进行大量复制、传播。

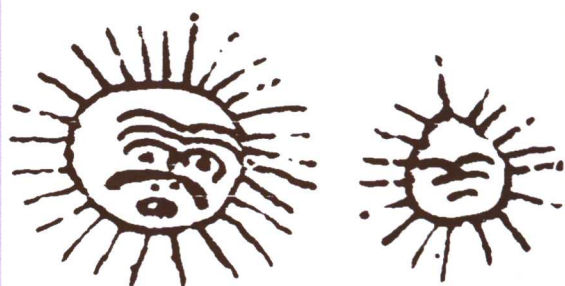


图1



图2



图3



图4

二、图形的演变

当我们祖先还在钻木取火、以洞穴藏身之时，图形就已经出现在岩壁上，原始人类为了传授狩猎要领、感受，为了传达对侵犯领地敌人的警告，创造了许多原始的符号。图形成为联络信息、沟通、表达情感和意识的媒介。如在木头上刻画痕迹，以此来表示自己所在的领地；把石头堆积在一起形成一定的形状进行宗教活动；在脸上绘制各种彩绘图案，象征自己的地位和威力；用绳子打结来记录数字等。结绳记事是原始人在现实生活中独创的一种，除能够记录数量之外，更是一种便于记忆、便于区分事物性质和关系的一种记事方式。原始人往往用不同颜色和不同质地、长短不一的绳子打结。结绳记事的形式经过世世代代的流传演变，已远远超出记事、捆绑、扎系的功能，具有了新的内涵和意义。与绳结记事共同存在的另一种方法是在竹木上刻画记事。原始人在木片、竹片或树皮上刻画各种纹道、符号和图形，作为记录事务的方式。人类文明得以进步的一个重要的因素就是人们能将生活中获得的知识、经验进行归纳总结，通过视觉符号传达出来，这些符号、图形经过多年的沿袭，约定俗成，形成了日后的文字或某种图像的雏形。竹、木上刻画记事是人们对事物观察后，经过简单的思考，将其模仿、绘制出来，带有原始的、蒙眬的设计与创作的成分。在一个个象征符号体系中，这些符号释放着巨大的感染力，不断传袭、演变，成就了今天系统的图形符号系统。

图形在原始社会是洞穴壁画或陶器、兽骨上的纹样符号，再后来这种在竹木上的刻画一方面演化成文字，是文字的源头；另一方面又逐渐演变为各种具有美感的雕刻，如木雕、石雕、玉雕等等。这些源自于本能的无数偶然刻画的符号给后人思维的发展带来了无限的创意与思考，带有原始性、图腾性、审美性、宗教性、神秘性的各种图形包含了造型、形式、对称、均衡等艺术设计的美学原理。苏珊·朗格在《情感与形式》一书中说“艺术是情感符号”，准确地将艺术可以称为表现符号体系，以显示它同推论符号即语言的本质区别。苏珊·朗格认为从人类发展的角度看，表现性符号的产生甚至比推论性符号的产生具有更大的可能性和历史必然性。符号的最基本功能恰恰在于将经验客观地呈现出来供人们观照、认识和理解。符号意义不管是形式还是结构的，都可以认为是手段，其最终目的是为了获得形式和结构背后所蕴含的意义。刻画图形虽是原始人类记事的方式之一，但并非所有的图形都是用来记事的，其中有许多都是人们用以表达思想的。图形大都是原始人生活环境中能够观察到的自然景物，虽然再现的水平反映出稚拙与纯朴，但同时也表现出原始的思维方式已从单纯、片面逐渐走向复杂和成熟。这些图形符号是当时人类在生产劳动和社会活动中进行交流的信息传递媒介；尔后文字的产生又意味着人类开始寻找能够综合复杂信息而又易于领会的视觉传达方式。符号学家认为，人是符号动物，人的本质也在于他能利用符号去创造文化，人类实践经验、情感以及文化的交流、发展、延续，都要靠符号——文字、语言、图

形。而图形就是人类创造的具有审美因素、情感因素和表现因素的特殊符号。它不是词语符号和推理符号,也不是作品中的单元符号(符号因素),而是知觉符号或图像符号,它是意识形态的外化,是由人的主体精神和客体社会或自然交互作用的特殊反应与表现。

在历史的长河中,几项重大的发明推动了图形的发展与演变。造纸术的发明使信息的传播和记载更为快捷,印刷术的发明推动了书籍的发展,15世纪上半叶,德国人约翰·古登堡改进了中国人的活字印刷术,推出了铅活字印刷术,从而使视觉向大众传播迈进了一大步,图形在书籍中的应用达到相当大的范围。19世纪印刷术随着欧洲工业革命又得到了进一步的发展,蒸汽动力印刷机和造纸机的发明和使用大大降低了印刷成本,使印刷品为大众服务成为了可能。科技和工业的飞速发展给图形设计带来了新的契机,尤其是摄影技术的发明,为图形表现形式的自由和传达的丰富而准确创造了有利条件。摄影的感光材料、感光技术和摄影机械在19世纪末和20世纪初不断完善。1919年德国包豪斯学院的成立开创了现代图形设计的新纪元,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。包豪斯的设计理念包含了众多方面,启用了当时在设计前沿的多位艺术家,无论从教学还是创作都处于前卫,为现代图形设计奠定了坚实的理论基础。

目前人类处于高科技时代,通过图形设计传达信息这一古老的方式也得到新的发展,而且其自身的地位和作用也得到了强化。语言和文字多是依靠一个个单词按

时间前后作连续排列才能传达意思,语言文字受地域和民族的限制,不同的国家和地区其语言文字都有所不同,这就为交流带来了不便,但图形具有超越国界和语言障碍的优越性,是一种直接传播信息、交流思想的特殊语言形式,能够同时地、直观地使人们理解深层含义。图形渗透到社会的各个角落,在商业流通领域,图形是沟通消费者与商品生产者的桥梁;在意识形态领域,图形以其独特的视觉语言向社会、个人、团体传递信息、观念、意志、情感。图形成为世界各民族共同的语言,简洁凝练且可视性极强。(图5)

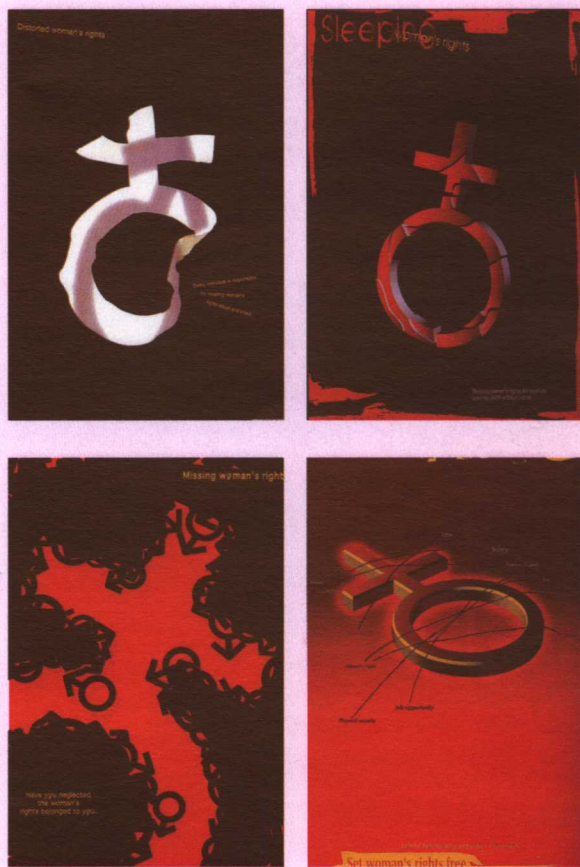


图5

三、格式塔心理学

作为现代信息交流主要媒介之一的图形设计,其研究与开拓来源于格式塔心理学,“格式塔”是德文“Gestalt”的译音,格式塔心理学中的“形”既不是一般人所说的外物的形状,也不是一般艺术理论中的笼统形式。前一种偏指一种空间结构,后一种偏指各部分的排列关系,它们都不符合格式塔的确切含义。为了将它与上述二者区别开来,中文一般把格式塔译为“完形”。这个词比较接近“格式塔”的原意,因为格式塔心理学在谈到“形”时,的确非常强调它的“整体性”。格式塔心理学重视事物的形式,更重视人的心理,强调心理固有的组织特征,并以物理学的力学、电学等方法来研究心理学。格式塔心理学所说的形是经由知觉活动组织成的经验中的整体,任何“形”都是知觉进行了积极组织或构建的结果和功能,而不是客体本身就有的。格式塔心理学理论反对那种把知觉过程视为被动记录刺激信号过程的“脑似水桶理论”的知觉理论,它认为任何结构在人们看来都不是匀整的,因为记录感官信息的“书”具有某种内在的特征,大脑并不是原封不动地把刺激信号都留在记录信息的“书板”上,而是把它们存入预先安排好的各个部位里,再经过组合,构成新的“形”。

格式塔的两个最基本特征:一、凡是格式塔都是由各要素或成分组成,但它绝不等于构成它的所有成分之和。一个格式塔是一个完全独立于这些成分的全新的整

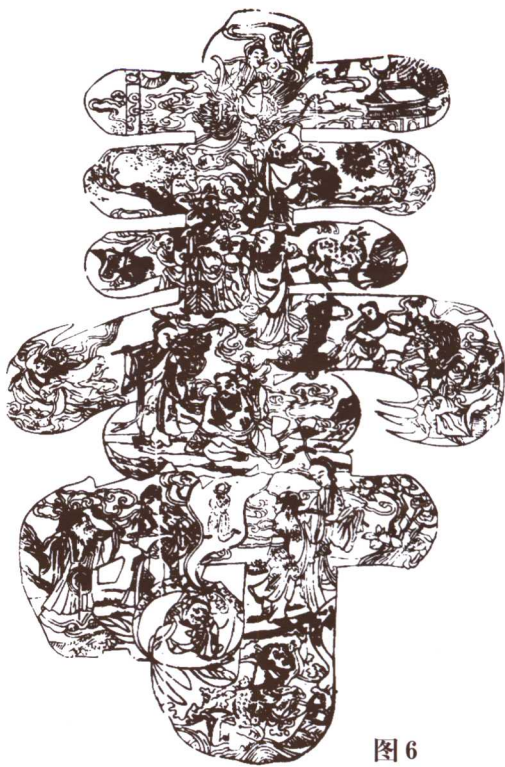


图6

体。这里的新是相对于原有的构成成分而言,换句话说它是原有的构成成分中“突现”出来的,因而它的特征和性质都是在原构成成分中找不到的。二、“变调性”。按照厄棱费尔的见解,一个格式塔即使在它的各构成成分——如大小、方向、位置等均改变的情况下,格式塔仍然存在。从以上对格式塔的描述中可以看出,所谓“形”乃是经验中的一种组织或结构,而且与视知觉活动密不可分。它既然是一种组织,而且伴随着知觉活动而产生,就不能把它理解为一种静态的和不变的印象,也不能把它看作各部分机械相加之和,或者说先有各部分感觉,然后把这些感觉加在一起。“形”是一种直接的、同时性组织活动的产物,随着这种组织活动的展开,必定会有紧张、松弛、和谐等感受相伴随,当然在一般情况下,甚至还包括构成一个整体的

某个独立成分。从这个意义上说不管是一幅画、一种意象、还是一个句子、一首曲调、一幕剧、一个动作、甚至一种颜色、一种触觉都可被视为格式塔。格式塔即为研究人们在生活中的经验与印象,对物象产生的整体感觉,从而对图形进行发想构成。人们的知觉偏爱简单的结构、直线、圆形以及其他的简单秩序。在混乱的外部世界里往往易于看清的是有规则形状,而不是杂乱的形状。格式塔心理学提出图形论,即当外物与艺术形式中体现的力的式样与某种人类情感生活包含的式样达到异质同构对应时,事物与艺术形式就具备了人类情感的性质。阿恩海姆认为,对于艺术形式的审美知觉,本质上是对其中式样的知觉。格式塔心理学家认为,知觉中表现出的这种“简化”倾向,是一种以“需要”的形式存在的“组织”倾向。即一旦某两个特定事物在大脑中激起的式样在结构上相似时,即使这两个事物的外表和种类都不相同,但引起的情感经验或本身具有的情感表现性也会相同;同样,如果某种外部事物或艺术形式在大脑中激起的式样与某种情感生活所具有的式样同形,那么就可以用这种可见的艺术形式或事物去再现或表现内在的和不可见的情感生活。

不同的地理环境、文化背景等因素使东西方人的宇宙观、世界观以及设计形式都有所不同。不同的爱好和审美意识造就了形态各异、趣味无穷的图形艺术形式,也产生了各具特色的思维取向。中西方人由于各自民族历史和审美方式不同,产生了不同的审美意识和创作意识。对和谐的理解又是各不相同的。“美是和谐”,是一个十分古老的命题,无论中西方,都把“和

谐”作为对理想之美的描述。东方人在思维形式上表现出比较集中,注重综合思考,带有感悟、神秘性和唯美的特质;以朴素、自信、高度概括的宇宙观和审美观为指南,以追求天人合一、物我和谐、心理平衡和精神超脱为目的,选用物质结构有限然而信息容量极大的造型符号,曲折反映了中华民族的精神、心理和文化。孔子认为人生的最高目的即“克己复礼”,即达到以“仁”为核心的“圣人境界”。表现在艺术审美中,就是提倡以宗法社会的道德精神为美之本。中国人主要通过艺术来彰显主体的“心理和谐”,以实现社会理想人格的塑造以及人与大自然的心灵沟通;西方人主要用艺术来实现对客观世界“形式和谐”的把握,在视觉的理想美形式中寄托主体对客观世界的把握。换言之,中国的审美和谐是偏向于内向“心理的”,西方的审美和谐是偏向于外向“物理的”。

以日本为代表的东方人的思维方式与以西欧为主的西方人的思维方式各自都有自己独特的源流,产生出不同的思维形式。西方人扩散式和分门别类的思维形式,带有表现独特个性的特质,充满了现实主义的自由性和个人意识。西方人顺应时代和社会的不断发展,以积极反映和干预社会为目的,通过模仿性的具象艺术的精确然而有限的模式,直接反映了西方人激烈的感情冲突、矛盾的心理状态和个体主义的精神力量。随着图形理论的建立,图形的艺术形式越来越引起设计界的重视,图形设计及其表达形式所起的社会作用,日益被人们所认同,图形的设计理论正逐步作为一门独立的课程与学科来研究和讲授。

四、图形语言特征

图形是一种以传播为目的的视觉形象,它是平面造型设计的重要因素,不仅在视觉接触上最为人们所熟悉,而且在视觉传达的形式上也丰富多样,是一种视觉语言。图形设计的发展逐步使图形艺术的设计融入了更多的信息时代的特征。构成图形最基本的要素是图形的视觉形象和图形的内涵,即形态与意义,也就是我们通常所说的形态符号和寓意功能。“图”与“意”紧密相联,相互作用,“图”可以表“意”,“图”也可以产生“意”。在图形设计中运用非直接性的视觉元素往往比直接诉求的方式更容易引发受众情感的共鸣,而这种非直接性的视觉语言更具有强烈的艺术魅力和个性色彩。因此,图形也成为平面设计中尤为重要的一个内容。然而,图形语言并不等同于绘画语言,通常情况下,人们对绘画语言的应用比较熟悉,而对图形语言的应用相对生疏。它们两者同属于视觉形象,遵循同样的艺术基本法则,如视觉原理、美学原理、心理学、社会学。它们的共性在于:都是造型艺术的载体,都需要通过各自的语言应用来获得有意味的视觉愉悦,达到实现审美创造的目的。它们之间明显的区别在于绘画形象是画家借以抒发个人的主观意愿,追求独特的审美价值,显示的内涵比较复杂,欣赏要求更为严格,审美意义相对宽泛。而图形的传达却以有效的、成功的传播为目的,艺术的审美和价值都以这一目的为准绳。

现代符号学之父索绪尔1894年提出符

号学概念,1938年,美国哲学家C·莫里斯在前人研究的基础上,把符号学分为语形学、语义学和语用学三部分(主要针对语言符号)。伴随社会的发展,当代的符号学研究逐渐向广义的符号学挺进,逐渐融入了逻辑学、哲学、人类学、心理学、社会学、生物学、传播学、信息学等领域的方法和研究成果,展现出了独特的作用和非凡的价值。图形作为更具代表性的符号语言,使人们把信息与某物相关联,然后再通过视觉感知其代表的事物。图形在设计构成中具有简洁、醒目、变化多样的视觉体验,它具有三方面的内涵:隐喻性、形象性和指示性。

图形的隐喻性:图形综合了绘画、文字、符号的美学原理、价值和功能,可以将无形的概念、意识、思想等都化为动人的形象,即运用感性、含蓄的符号,暗示和启发人们在大脑中的知觉经验和生活中的共识,产生联想,提示着情感内容和思想观念,增强画面的神秘感,使观者在不



图7 韩秉华

知不觉中沿着设计者的思维去发现、回味。

图形的形象性：是以具体清晰的图形去直接表现设计形象、内容、情节，图形与内容的传达往往是一致的，直接表述主题，它与事物的本质联为一体，具有清晰明朗的特点。

图形的指示性：即图形具有命令、传达、指示性的功能。我们通常所用的标志就具有此类内涵，标志的指示功能被全球所共知。图形以其独特的形象力、创造力及超现实的自由构造在设计中展示着独特的视觉魅力。

在艺术设计领域，图形主要用在平面设计中，平面设计包括广告、包装、书装等。随着科技的发展，这些设计与印刷相联系，批量生产，直接面向大众，并开始被广泛地应用于各种装饰，因此在装潢美术中包括了大部分的图形设计。新学科的建立，使图形设计又分属于“视觉传达”领域，从而建立了一个新的视觉标准。运用图形的艺术家单独被称为图形设计师。作为平面设计的基本要素的图形，已经远远超出以往的设计领域，日益被显现出来。同时图形设计的造型手段、表现方式为设计领域增加了不同的审美情趣，图形已被广泛运用于众多设计领域。

随着科技的迅猛发展，信息传递方式从纸面走向多媒体形式，摄影、电视、电影、电脑等高科技产品的应用，使图形从平面走向立体，从静态走向动态，尤其是电脑的使用突破了图形设计的局限，带来了前所未有的视觉感受。(图7、图8)

五、图形创意

创意在设计活动中指有创造性活动的意图、策划。相对于图形而言，图形创意就是指新颖、独特、有开创性的表达方式。“意”是设计者对设计的主题进行反复推敲、深度研究的结果，是创作中的闪光点。创意是在确定主题后，使意图变为现实存在，创意必须同具体形象相结合，只有“意”融入图中，“图”中传达“意”，创意的价值才能体现，创意的过程才能完全实施。创意是图形设计的必备条件，创意来自思维，只有抓住一瞬间的感受，才能把一闪即逝的意念变为具体形象。当前的艺术形式已经不是单纯的艺术形式，它是多学科交叉的艺术形式，任何领域的发展都离不开其他学科的进步与发展。图形设计也是交叉学科下的产物，涉及了众多的门类，社会学、心理学、视觉符号、信息传播、色彩学等，它在现代社会中借助一定的媒介形成了一种特有的文化，与人们的生活息息相关。



图8

六、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。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、市场经营等方面的指示,设计者只有具备宽阔的知识面,才能使自己的思维自由驰骋,这也是作为一个设计者的基本条件。

现代图形设计的基本特征,包括七个方面:

(一) 传达性和快捷性

我们身处于一个“信息时代”、“网络时代”、“传媒时代”和“读图时代”,现代化的设施,媒体的广泛性与重复性,使传达者和被传达者之间建起了一座桥梁。设计形式、现代媒体的传播模式,使设计图形通过特定的传播媒介展示出来,图形设计同传达模式构成了现代图形设计的表现特征。图形以具体可视的形象来表述信息,它丰富的表现力能轻而易举地吸引大众的视线,感染观者的心理情感。图形的这一特征我们称之为图形的传达性。现代标志设计、现代广告及各种影像传达,就是充分利用图形的这一优势。图形自身具有的形、色、质感,结合光、声、摄影等各种现代化手段创造的形象、展现的场景,具有强烈的说服力和视觉的震撼力。图形作为文字和口头语言的补充,是一种简单、明了的视觉语言,具有极其鲜明的视觉特征,它能超越国家与民族的界限,在不同的文化背景中达到共识。现代标志的设计已成功地体现了这一点,尤其是公

共标志的使用,使我们的生活变得方便、快捷。图形设计的传达性充分体现了人类的智慧结晶,早在原始社会,不同的国家和人民在不同的发展时期,对图形的认知是共同的,都经历了相同的阶段。

文字的发展是在图形的基础上发展起来的,它在古代是一种象征意义的图形,时代的变迁使文字已经发展成为不再具有表象

意义的语言符号,是一种理性的思维符号,在传播上图形的优势远远大于文字的传播。由于生活的快节奏和精神的紧张,现代社会人们更愿意接受简单、清晰的视觉图形,图形以生动的形象呈现于视觉,可视性使传达过程简捷、迅速,因而带来了图形的另一个特征——快捷性。人们在紧张工作之余,更愿意接受快捷、愉悦的视觉图形,人们更愿选择一目了然的图形来了解一切。(图9—图16)

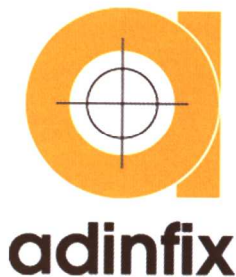


图9



图10

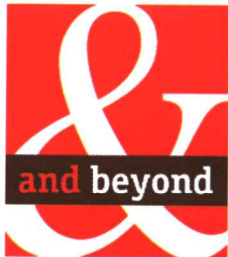


图11

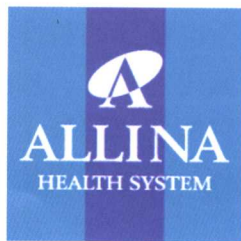


图12

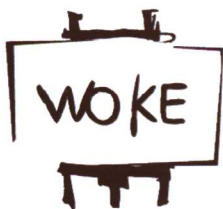


图 13 北绘公司设计



图 14 北绘公司设计



图 15 北绘公司设计



图 16 北绘公司设计

(二) 概括性

概括性是图形设计中最基本的法则。在这个世界上,根本就看不到两种毫无共同之处的事物,对大多数的事物来说,几乎都要与别的事物发生特定的关系,而且有着相当多的共同之处,每个具有共同特征的群体都可以把它们置于同一个概念之下。对于每一个个别的事物来说,它具有多少种特征并能以多少种方式与别的事物相结合,就可以被归纳到多少种不同的群体之中。图形设计正是抓住这种共同的特征,体现其共性,在大多数情况下,一个概括性概念的形成,都是循序渐进的,每一个概括性图形的形成也是在不断深入和实践的过程中得到改善的。概括的图形给人清晰、明确的视觉效果,使人能在短时间内领会设计者的意图。(图 17)

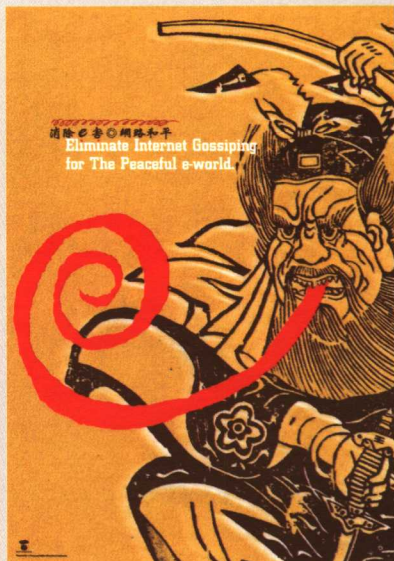


图 17

(三) 象征性

象征性是图形设计的基点。图形的象征性已大大超过了文字所能表达的范畴,是随着时代变迁不断演化,早在文字发明之前图形就承担着信息传播的功能。图形文化综合了绘画、文字、符号的美学原理、价值和功能,将无形的概念、意识转化为真实的形象。象征性是通过某种具体可以感知的形象或符号,来表现某一事物的本质或内涵,图形所要诉求的主题,存在着“形”和“义”两个方面,一个图形虽然只有一个“形”,却可以从象征和寓意上切入,对“义”的表现是多方面的。图形设计的象征性也需要一定的文化背景,当一种事物的传达具有某个事物的“义”时,能代表某种事物的内在含义时,这个图形就具有象征意义,能引发观众去发掘其深层的理念,引起视觉与心理的共鸣。象征是利用隐喻的手法把深层含义与借用之物在并无必然联系的情况下,自由地表征对象。象征性手法在我国民间艺术中,具有很强的表征,我国的象征性符号与西方现代符

号学把全部艺术视为符号系统的观念不同,我国的象征性符号方式是劳动者由最早的图腾符号发展为极其自由的一种造型方式。(图18、图19)



图18



图19

(四) 装饰性与审美性——是图形设计中的视觉美感属性

装饰在古代叫“装束”、“装修”、“装潢”,“束”、“修”、“潢”都含有“饰”的意义,装饰在现代设计中是体现视觉美感的一种传达方式。装饰图形依附于其所装饰的图形内容,传达它的意义,由于装饰手法的运用,使语言、文字等难于表达的抽象感情和含义焕发光彩。平面设计中,由于装饰语言这种艺术手段及艺术技巧的存在,造成了平面设计中的空间深度感、不同材质触觉感及立体感。装饰性是图形设计中最为丰富的语言,是集多样性与可变性于一身的语言。

审美性是人类在长期的劳动与创造中不断积累的对美好事物的评判能力,人们对图形有着主观意识的审美取向,图形设计随着人类意识形态的丰富、发展,逐渐演变为观念的语言符号,成为意识的形象形态。由于长期以来人们对于美的追求在大脑中形成了一定的内在模式,所以在设计中对图形的接受具有一定的审美选择。这种内在模式促使图形的传达具有一定的

视觉美感,引起观者心灵上的共鸣,对各种信息愉快地进行归纳整理,形成心理愉悦。(图20)

(五) 超越性、可变性和创新性——图形设计以现实生活、形象为基础,却又超越其形象

图形设计的超越性,不仅仅表现在对现实生活和形象的超越上,还表现在对视觉思维方式的超越,对视觉接受力的超越。它不以模拟对象为目标,而是综合了多种思维方式、多种变化技巧、多种设计理念,是以象征观念、互渗心理、幻想、超越现实为基础,即以特殊的视觉观念和意念造像来达到强烈的视觉冲击力。

时代在变,追求的生活方式在变,思维方式在变,人们的心理接受也在变。作为视觉语言的图形在以传播为目的、注重图形准确性的同时,图形的可变性和创新性更为重要。我们的大脑与视觉每天都处于一个视觉与思维的疲惫状态,大量信息充斥着我们的生活空间,使我们

图20



我们无时无刻不是处于一种信息的硬性接受中,各种信息又以五光十色的形式瞬息万变。图形设计的主要功能就是视觉传达,如何使图形的传达功能在复杂多变的信息传达方式中独树一帜,是图形设计必须考虑的问题。作为视觉图形,要吸引视觉,提高注目

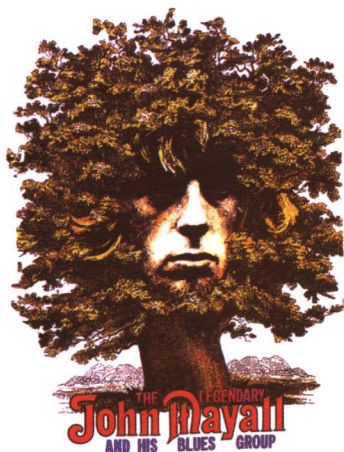


图 21 金泽·凯特个人音乐会招贴

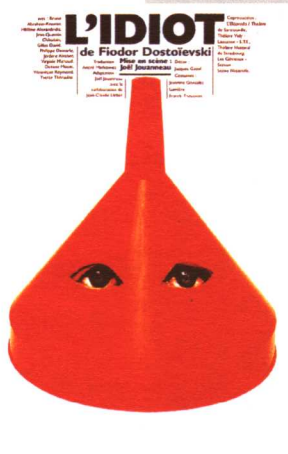


图 22 米雪尔布维一戏剧招贴

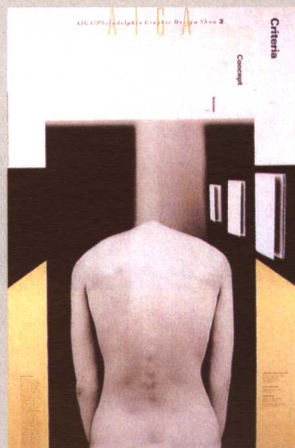


图 24

率,其途径总是求奇、求异。视觉原理告诉我们,要制造“视觉焦点”,寻找“视觉突破点”,在平淡中寻求变化,在秩序中出现非秩序,非秩序中产生秩序。就像音乐中的高低调变化,突破常规,险中取胜。(图21—图24)

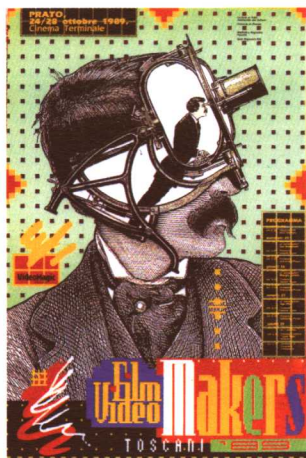


图 23

(六) 抽象性

——抽象性的设计原则是对现代社会与生活的提炼

现代设计与抽象艺术的联系极其密切,并相互交叉与渗透。真正的抽象是看不见、摸不到的事物形象,但是作为艺术的抽象,是对具象的相对而言。抽象具有很强的人工成分,是指用点、线、面变化形式构成的非具象图形。在心理学中,首先是一种思维过程,是指在分析、综合、比较的基础上抽取的同类事物的本质属性而形成概

念的过程。现代与后现代艺术之后,那些不满足于仅仅如实表现客观物象的艺术家们,开始探索新的表现形式,以此来表达自己的内心体验,从而出现了立体派、野兽派、抽象派等。现代设计中的造型艺术,还是依赖于“形”,只是这个“形”不表达具体的形,而是表达更深的思维活动的“意向”,是超脱自然形态的人为形态。现代人高速的和失调无序的生活方式,对图形的要求是要在刹那间将他们所代表的某种意义识别出来,这些图形本身不代表任何具体的东西,却可以用它解释具体的事物,是以画面为自律结构的形态关系。现代商标设计就是图形的抽象化的典型代表,一个好的现代商标,总能展示出某种明确而又清晰的“视觉力”的结构,并通过这种活生生的结构,去解释商品的独特性质。任何符号,其意向的抽象水平,都是其所



图 25

图 26

代表的经验或意义的归纳与总结。大脑经验到的任何一种现象，假如被看作是从一种更加复杂的事物当中提取出来的，就成为抽象的符号。这些现象，可以是高度精炼简约得体的式样，也可以是充分体现出某类事物或事件的独特性质的某一个别事物或事件。这种抽象是相对于一定的文化和一定的社会背景而言的，不同的国家与民族有不同的文化、地位，这一切都会对读图产生影响。(图 25、图 26)

(七) 准确性与模糊性

图形的准确性是一种直观、简便的视觉行为，这类图形在视觉传播中具有很高的识读率，是指用图形直接描绘出所指的事物，图形中的视觉形象是对事物的直接描摹。人们通过直观的视觉活动获取必要的信息，图形在此发挥了其准确鲜明的特征，比如在一些公众场合使用的导向性标志图形；平面广告设计中的对产品的直观表述，使人们能在短时间内抓住所要传达的主要信息，了解其广告内容。

模糊性概念产生于对事物的分类，任何视觉艺术都重视造型的视觉效果，尤其在现代图形设计中更是视觉艺术的直接表现结果。现实生活中有很多抽象性的概念、思想或情感，模糊性是要用图形表达这些难以直接用具象的视觉语言来表述的概念、情感和思想。在多变的视觉效果中，产生了超越平面与立体空间的、纯理性的、梦幻式的空间，这些形态的出现，在模糊学中有专门的研究与概括。模糊性尽管是不确定的、相对的形态特征，但模糊是在准确性的基础上产生的，是在精确的基础上，

克服了它绝对化的一面，从整体上实行最优化的设计。抽象图形语言的接受与交流需要特定的文化背景与观念，所以图形语言需要寻找替代物或象征物，它们是这些抽象意义的载体，通过它们来实现信息的传播。换句话说，图形要告诉人们的并不是它所展示的形象，它只是借助这个形象为媒介，最终获得的信息要通过观者的理解、联想、想象并借以一定的文化背景才能得以完成，这类图形比较容易产生模糊性。当不同的文化相碰撞时，这种图形语言的模糊性就变得异常清晰，往往容易产生歧义。所以在图形设计时要充分考虑其使用的人群和应用的地域。(图 27、图 28)



图 27

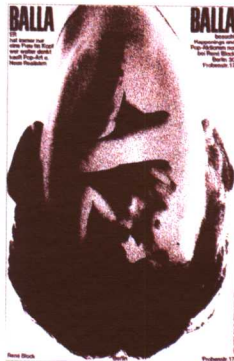


图 28 冈特·兰堡为画廊设计的招贴