

现代设计创意与表现系列

设计

表

现

的

突破

图形



解读现代设计精粹表现

门德来 编著



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

艺术设计遵循形象思维的规律。它从灵感的激发、捕捉而产生创意,再到形象的构成、表现,最后到达创作目的的实现,其间经历一个又一个形象变换组织交叉揉合等等复杂的思维过程。这一过程从艺术的角度讲,并不追求完整、连续或全面,设计者可以从中撷取某一片段、某一方面,或从某一局部有意识地予以突破,有时往往会达到意想不到的效果。当然,这是相对于那些已有一定基础的的设计者讲的。真正有价值的作品,常常是有突破性的作品。这种突破,可能是某种思维定势的突破,可能是构思环节的突破,也可能是某一技法手段的突破,还可能是某种完整的破坏或某些已有形象的超越,等等。本套丛书的作者们正是从他们的艺术设计实践中,提炼出或创意、或表现、或构思、或制作的某一局部某一方面某一环节进行突破的经验,以供同行和初学者参考。本套丛书的作者都是美术院校或高校艺术专业的教师,丛书内容是他们设计和教学经验的结晶。丛书可作教材亦可为同行借鉴。

编者

2005.1

现代设计创意与表现系列

设计表现的



包装

图形

文字

服装

VI

版式

影像与平面

装饰造型



门德来

1988年毕业于中央工艺美术学院

(现清华大学美术学院) 装潢系

现任西安联合大学艺术学院艺术设计系副教授

授中国企业形象策划设计委员会会员

陕西省美术家协会艺术设计专业委员会委员

《中国广告与设计分类年鉴》编委

出版著作

《现代平面广告设计与CIS企业战略》

《现代图形设计创意与表现》

《现代标志设计创意与表现》

现代设计创意与表现系列

设计

表

现

的



图形

解读现代设计精粹表现手段

门德来 编著



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

内容导读

本书通过对现代图形设计表现方法的分析,抽取了最具表现感染力和视觉震撼力的图形表现形式。从表现原则的引导到图形的表现形式手法,都体现了对习惯观念的突破、对接受者心理影响和视觉感受的增强,提高了图形表现功能的最大化。通过图形设计作品展示,分类、集中地讲解了现代图形设计表现的重要手段,使读者能够通过阅读本书掌握相应的具有实际应用价值的表现手段与表现技巧。

本书可作艺术院校教材,对从事平面设计专业人士、院校的教学及学生的创作都有启发和指导意义。

图书在版编目(CIP)数据

表现的突破. 图形 / 门德来编著. —西安: 西安交通大学出版社, 2005.1

(现代设计创意与表现系列)

ISBN 7-5605-1921-0

I. 表... II. 门... III. 图形—设计 IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 111376 号

*

 西安交通大学出版社出版发行

(西安市兴庆南路25号 邮政编码:710049 电话:(029)82668316)

 西安卡多美彩色电脑制版有限公司制版 (029)87413429

深圳华新彩印制版有限公司印装 (0755)82409915

各地新华书店经销

*

开本:960mm × 1250mm 1/32 印张:2 字数:52千字

2005年1月第1版 2005年1月第1次印刷

印数:0 001~6 000

定价:22.00元

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

4	开篇
6	同构
14	矛盾
18	图底
20	变异
22	神秘
26	再设计
28	风格
36	诡模
38	装置
42	偶形
44	意象
48	民族精神
52	破坏
58	文字

图形是设计作品的表现形式，是设计作品中敏感和备受关注的视觉中心。图形（无论是具象的、还是抽象的），意在创造一种能够迅速传递信息的印象。若想使人们在瞬间被所要传递的信息所击中捕获，并在瞬间给人留下完整、深刻、强烈的生动形象，就需要独特的表现形式以增强图形的注目效果，而表现的突破则是提升图形视觉传达强度的关键。现代图形设计的表现形式在突破习惯观念、研究接受者心理、增强视觉感受方面运用并综合了现代绘画及新科技的成果，创造了符合时代特色及审美特征的图形设计艺术。表现是图形终极形式的体现。由于图形设计是由“意”和“形”组成。图形设计的目的是以“形”达“意”。好的形式，必定是由好的意念造就而成。意念是当代设计的核心，意念是人类文化的结晶。因此寻求图形表现上的突破应在图形“意念”的创造前提下进行。必要的表现方法，将会使意念的创造更加具有效率及更好的视觉传达效果。

20 世纪的现代美术运动，直接影响了图形表现在不同历史时期的主流风格。图形设计的发展直接与现代绘画相联系。现代绘画对色彩、造型等形式语言的探索，以及纯粹精神性的个人情感表达，都直接渗入到了图形表现领域。现代艺术 或是在意识形态上给予现代设计以营养，或是在形式上提供了改革的借鉴。图形表现语言的演变和发展其实是一部图式的历史。

优秀的平面设计作品，创意与表现虽不可或缺，但优秀的表现形式，有时却可作为创意的一种形态。因此成功的设计者都善于属于个人独特的图式样式，在平面设计史上占有自己的特殊位置并丰富着图形表现语言。伴随着时代的进步，当代电脑制作技术手段的强大的图形处理功能使繁复的绘图工作变得简单，而随之而来的问题是设计手段的近似，使得表现语言的同值化（即近似的图式语言）。特别是在信息时代的信息爆炸的背景下，人们对视觉形式日益显得麻木。因此那些具有高度视觉刺激的图形语言形式则显得更为重要和易于接受。而这类图形语言的表现，更注重独特的图式形式及表现上的原创性，而表现形式的探寻和人性化（强调个性的表现）则是设计师应为之尝试的目标。在图形表现的突破上如下理念可供参考：

1. 独特的发现：善于以特殊的视角，发现某些可供利用的形式要素，如从自然界状态、意识形态领域、姊妹艺术的借鉴等方面的观察、了解、分析入手，提炼并加以完善，

进而形成独具特色的图式。其发现的眼光越独到，突破的力度越强。

2. 极端的表现：在表现上不走中间路线，或简洁或繁复、或朴素至极或精美至极等，总之让欲表现的效果达到极致，使视觉的感受形成极端化。
3. 艺术的表现：通过美术流派图式语言的借用，提升图形表现的艺术趣味，增强图形的风格特征。
4. 视觉的类比：善于以某种事物来表现某类图形的本质特征，如要表达朴素、平实、简单的概念，可通过某一生活中的物品所具有的内涵来进行类比，并应用于图形的表现之中。在看似不相关联的事物中找到概念上的共性。其所类比的跨度越大，越有惊人的表现效果。
5. 手法的转换：在恒常性的思维状态下的表现手法，往往无法摆脱习惯的影子及老套的形式，因此需要进一步的思考，勇于寻找新的表现途径，并进行表现手法的转换，从而保持作品表现上的新鲜感受，是挑战自我意识的表现。
6. 人性的发挥：强调保留个人本能性的特色表现手段，以利于表现上的特色印征，从而形成表现上的差异性。如造型观念、表现手法的特殊性，作者的情趣、性格特点和素材的偏好等。个人印记越多越易形成表现特色，使图形表现领域更加丰富多彩。
7. 知觉的尖锐化：要使图形的表现具有强烈的震撼力和视觉刺激，在创作中要善于制造视觉上的冲突，图形的冲突表现在各类对比因素的利用和违背视觉常理的表现上，其视觉对立造成的知觉的尖锐化程度越强，对接受者来说形成的心理冲击越大。

由于本书篇幅的限制，在此仅简述并列举部分带有普遍意义的表现形式，以此为抛砖引玉之用。但切忌将一切方法公式化。读者可以此为基石用特有的创造力，挖掘、创造并丰富图形设计表现领域。

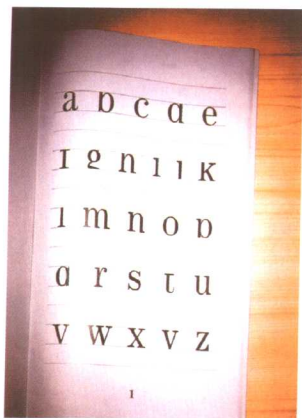
本书在编写过程中参考并吸收了国内外专家的研究成果，恕不一一注明，在此表示感谢。

门德来

同构就是构造相同。同构本质是一种映射，即指一个系统的结构可以用另外一个系统表现出来。简单地说明同构就是保持对信息的交换，只有找到了那些不同的形象与他们的表现形式之间的共同点和相似点，才能使其产生同质或异质的同构关系。如：诗人笔下的“燕子掠过天空”，实际上是诗人在一把锋利的刀和一只在天空疾飞的燕子的动作之间找到了相似点。同构是图形设计重要的表现手段。

图形的同构就是利用事物之间某种属性关系和相似来传递信息。这种属性关系的相似范围是很大的，形式也是多种多样的。它可以是含义上的相似，也可以是视觉形式上的相似，或两者兼备。

含义同构：以事物含义引发联想，通过另一与之相似的事物的属性，把所要表达的事物的特征用视觉形象表现出来。含义同构表现手法偏重于对物质含义的联想。



1	2	3
4	5	6

①②③ “Kokike” 剃刀广告

④《中国美术学院建校70周年校庆》招贴设计：毕学锋

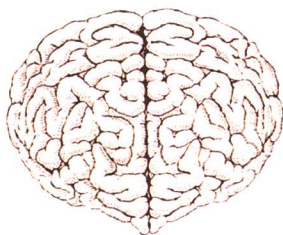
⑤“Andersen” 咨询公司广告

⑥ 海尔笔记本电脑平面广告 设计：马超 陈臻



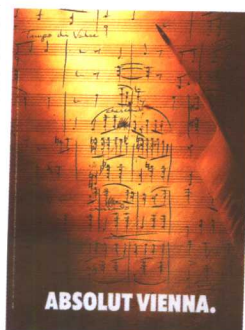
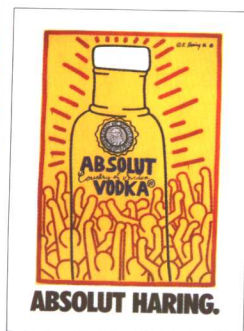
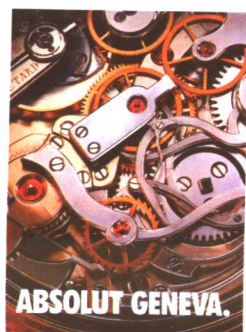
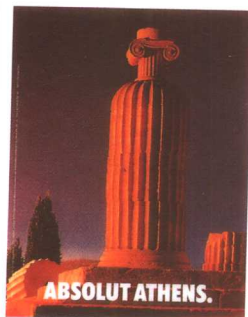
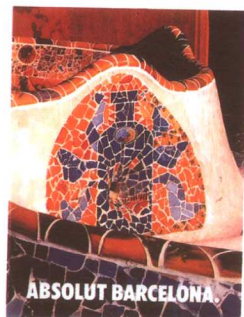
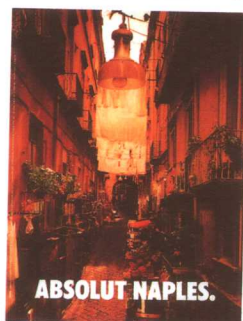
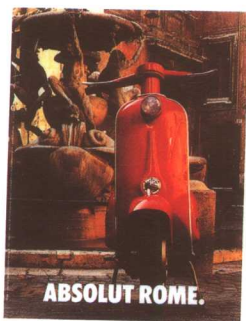
当我们面对众多表示意义的“形”，往往会感觉到只取其一好像并不能说明问题，而将众多要素简单地进行罗列看上去又显得乏味，所以要想使概念表达得充分，而且又想使“形”更具有趣味和引人注目，就需要我们找到或发现形与形之间的共性因素，并将其综合地再现，这就是同构意义所在。

形式同构：是物象之间形式结构上相似的同构。通过相似的形态，利用视觉上形式因素的相似，使人把两种不同的物象含义在心理上连接起来。这种形态必须是事物本质的表现，这种形式同构的特点，在于它的视觉效果是把不合理的现象合乎逻辑地连接起来，以此产生出奇制胜的视觉冲击力。形式同构则偏重于视觉形态上的联想。



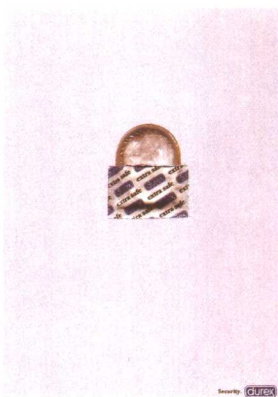
- ① 设计: Creative Showcase
- ② 设计: Amanda Testa (意大利)
- ③ Powerdesign 标志
- ④ 保护生态公益广告 (巴西)

设计: F.Nazca

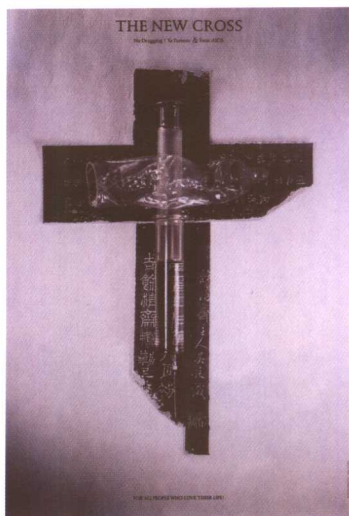
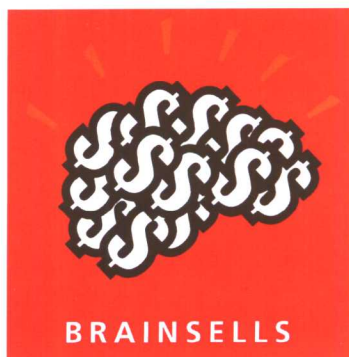


瑞士“ABSOLUT”酒平面广告

瑞士“ABSOLUT”酒在多年的商业推广中，其策划及设计始终围绕着挖掘与“ABSOLUT”的瓶型具有同样造型的客观实像这一主线，在惊叹设计师的观察力的同时，使图形形象产生在观者心灵上的铭记。

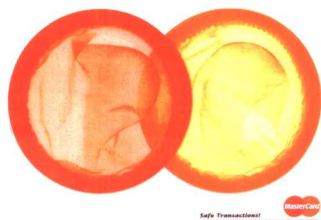
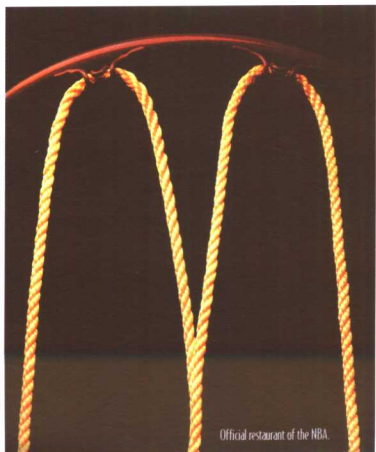


形义同构：就是利用含义相似和形式相似的双重同构。形义同构中，形式同构作为一种手段，含义同构作为一种目的，它们有机的结合形成了形义同构表现的丰富性。



1	2	3
4	5	
6	7	

- ① “Libra” 卫生巾广告。
- ② “Durex” 安全套广告。
“安全性”是其承诺。
- ③ BRAINSELLS标志
- ④ 雪铁龙汽车广告以速度为契合点，将标志与音响快进符号和谐统一在一起。
艺术指导：Patrick De Zeeuw
- ⑤ 《新十字架》招贴
设计：郭显军
- ⑥ 麦当劳（NBA-指定餐厅）广告
- ⑦ “MasterCard” 信用卡广告



异质同构：由于物质的物理性质不同，其表面的质地也表现出不同的特性，如坚硬、柔软、粗糙、光滑等。而对于我们所熟悉的物质能够凭借经验和观察判定物质的表面质感，像皮肤是光滑柔软的，而石头是粗糙坚硬的。为了克服视觉上的麻木，可将这一切都颠倒错位，用其他东西来取代原有组织结构中的一部分，结构关系不变，面貌却焕然一新，使我们所看到的与头脑中以往的经验发生矛盾，这种矛盾的产生加强了图形的“趣味性”，我们的视觉将更加关注这一变化。并留下一定的理解空间由观者去补充去寻味。



$$\begin{array}{r} 3 \quad | \quad 2 \\ \hline 3 \\ \hline 4 \end{array}$$

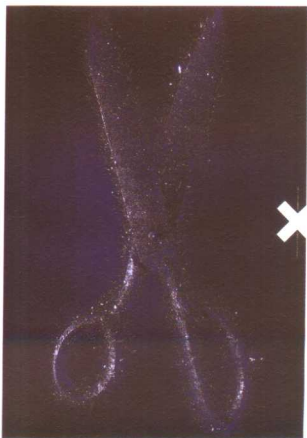
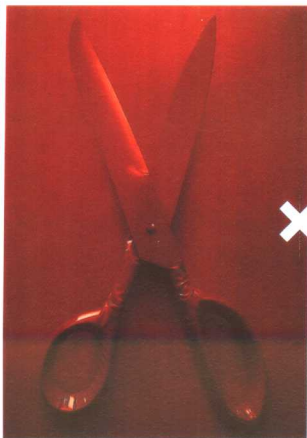
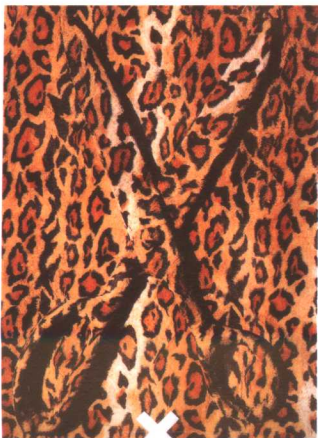

① 设计：Serge Lutens（法国）

② 火的肖像（油画）Giuseppe Arcimboldo
（意大利）1566

作者运用丰富的联想将日常生活常见的物品如鱼、水果、花等进行组合，构成怪异的人面造型。以该种表现手法创造了自己独特的绘画风格。

③ 创意：Zach Gold（德国）

④ 设计：Holger Matthies（德国）



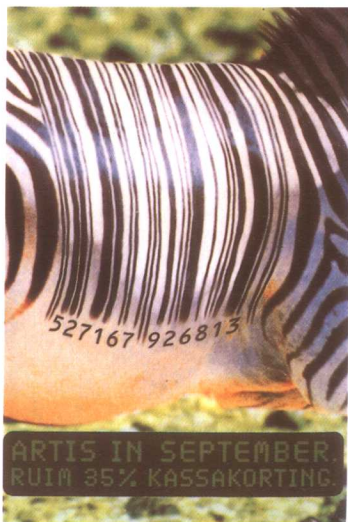
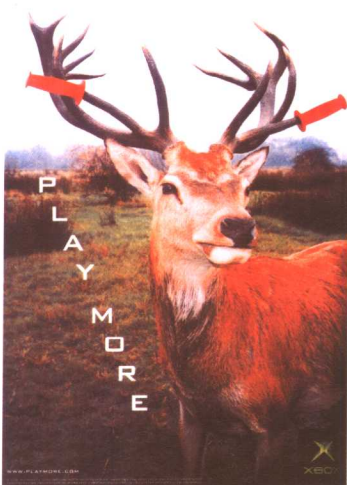


- ① PREPARATION H 痔疮软膏的平面广告
- ② 创意: Deciphering Design公司 (英国)
- ③ 《克隆》招贴: 何见平
- ④ 艺术指导: Ferdinand (美国)

1	2
3	4



元素的替代: 是指将原有图形结构中的某一组成部分用另外的物质形态进行替换, 保持其图形结构的完整性, 并产生具有新的视觉趣味和象征意义的图形。元素的替代可视为异质同构的一种, 但不是将图形结构整体的改变或多方位的替换, 其局部的变异一定是视觉趣味中心的突出反映。



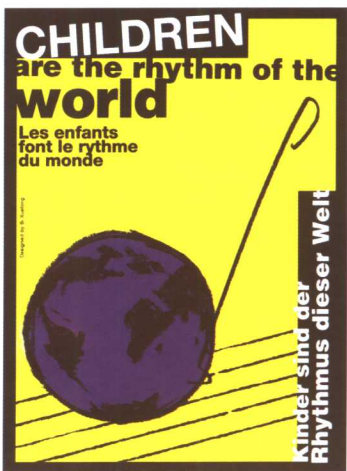
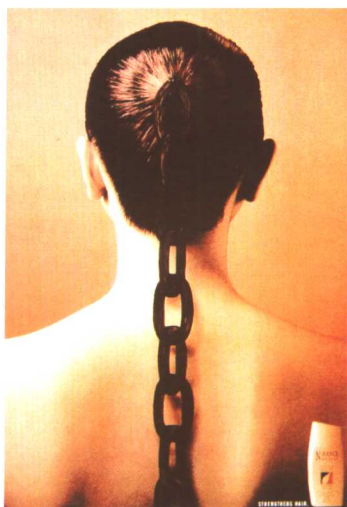
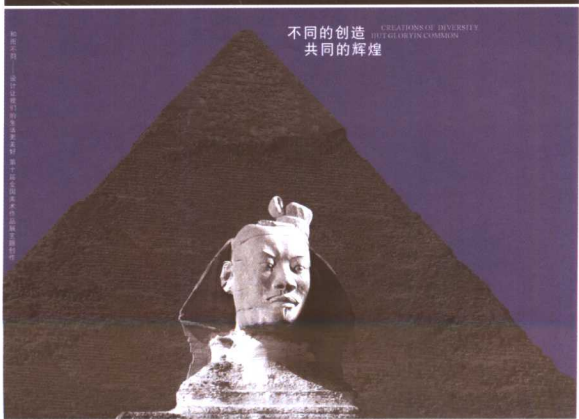
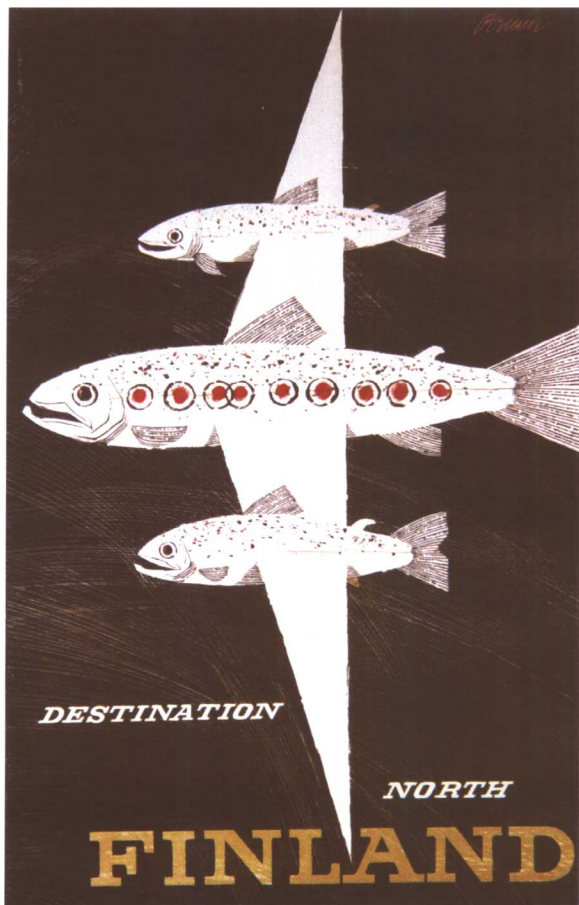


① De Standaard 报纸广告

以“文字的力量”为主题，将该报定义为用文字打动人心的非凡读物。

②《我爱深圳》招贴 张达力

③《贪得无厌 必有后患》招贴 胡小平

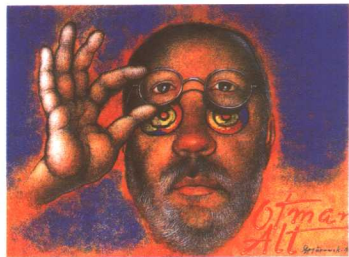
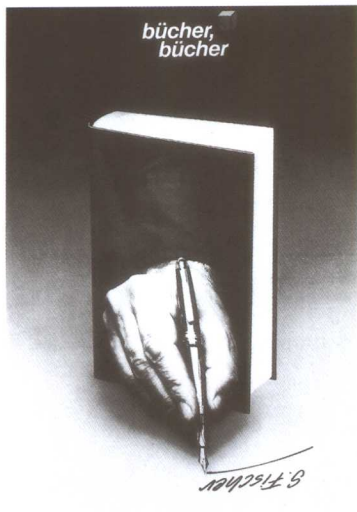
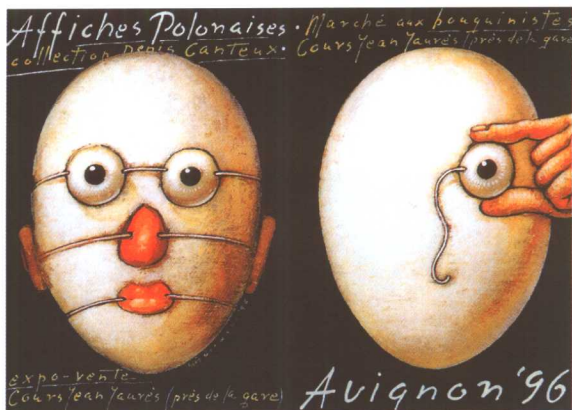


1	2
3	4

- ① 《芬兰航空》招贴 设计: Erik Bruun (芬兰)
- ② N-HANCE 洗发剂平面广告
- ③ 《不同的创造 共同的辉煌》招贴 设计: 门德来
- ④ 《儿童是世界的旋律》招贴 设计: 毕学锋

悖论是逻辑学名词。“悖”为违背、违反、谬误、惑乱之意，泛指与人的直觉和日常经验相矛盾的结论。荒唐与真实、有限与无限的对比，往往会给人以强烈的悖论感。悖论主要有三种形式：一种为看起来似乎是正确的论断，但实际上却是错误的；一种为看起来似乎是错误的论断，但实际上却是正确的；一种为推理似乎是无懈可击的，可是却导致自相矛盾。在图形设计中使用悖论原理而产生的自相矛盾的情景，将形成逻辑与视觉的强烈的自相矛盾，使人在惊诧之中，面临左右为难的境界的同时，感受到奇异的视觉冲击。

矛盾的表现通常是讲将矛盾的物体或场景统一成为一个新的整体。从形象的矛盾、逻辑上的悖论、视觉风格的差异、功能上的冲突等多种意义上的矛盾概念进行形象的组合及创造，一般来讲，其矛盾构成的视觉反差越大，矛盾概念造成的视觉冲突越强，形成的视觉震撼越有力。



①② 招贴设计。Mieczyław Gorowski (波兰)

③ 《走路》摄影。莫娜·哈图 (黎巴嫩)

④ 平面广告设计。Jeff Foster

⑤ 《水》环保招贴设计。李昆

⑥ 《画画的双手》M. C. 埃舍尔

⑦ 招贴设计。冈特·兰博

	1	
5	2	
6	3	
	4	