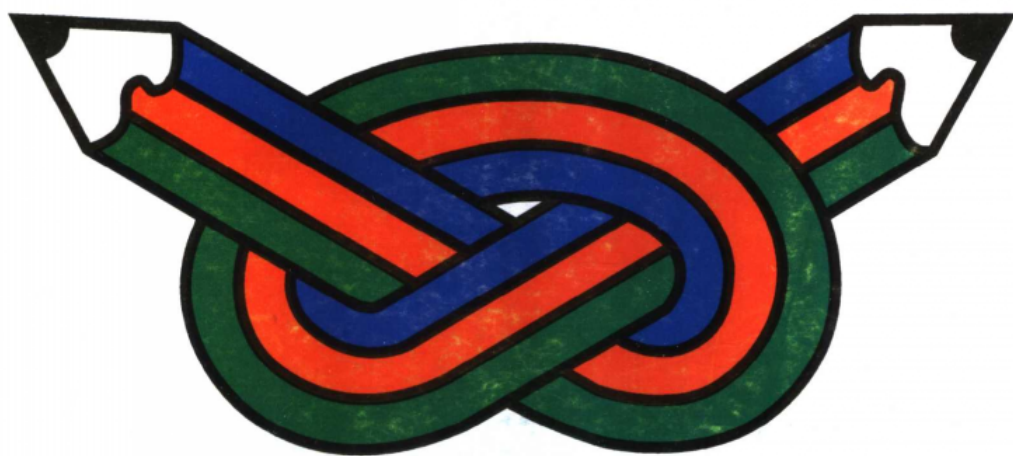


杨伟等编著

现代图形设计

河南美术出版社



现代图形设计

杨 伟 任留柱 杜亚州
王 蕊 徐治山 权 华 编著

河南美术出版社

现代图形设计

编著 杨伟等 责任编辑 赵毅冰

河南美术出版社出版发行 郑州市东方红彩印厂印刷
1997年9月第1版 1997年9月第1次印刷 字数:130千字
787×1092毫米 16开本 6.25印张 印数:1—2000册

ISBN7-5401-0645-X/J₂·530

定价:32.00元

目 录

第一章	二十世纪视觉传达设计综述·····	(1)
第二章	现代视觉传达设计的构图特征·····	(9)
第三章	现代视觉传达设计的构图形式·····	(15)
第四章	现代视觉传达设计的造型特征·····	(21)
第五章	造型的形态构成·····	(30)
第六章	造型的形象构成·····	(46)

第一章

20 世纪视觉传达设计综述

20 世纪的视觉传达设计是视觉传达设计自身合理运动和发展的结果,埃及、罗马、中国的象形文字、中国的纸和活版印刷术、中世纪书稿的装饰、早期欧洲的印刷排版、文艺复兴、维多利亚时代至新艺术运动时期的插图、招贴及其它的平面设计使 20 世纪的视觉传达设计成为一种历史运动的必然产物。然而仅仅看到这一点是不够的,因为这种纵向的自我发展始终和横向的社会文化运动结合在一起,尤其是 20 世纪社会文化各个领域表现出的相互作用、相互促成深刻影响了视觉传达艺术的发展。对 20 世纪视觉传达设计影响较大的有现代艺术运动的立体派、未来派、达达派和超现实主义。

本世纪初,西班牙画家毕加索(Pablo Picasso)和他的合作者布洛克把立体派发展为一个极有影响的艺术运动,他们放弃具象的外貌描绘而用抽象的几何形去组织画面。1910 年~1912 年他发展了所谓的分析立体派,把由各个视点得来的视觉形态几何化地合并为一个画面或形象。1913 年立体派发展至综合的立体主义,这种主义是根据过去的视觉经验创造了符号化的形象以表达事物的内在本质,前者为视觉传达设计带来了几何化的处理,后者为视觉传达设计带来了符号化的象征图形。

1909 年意大利诗人马利纳蒂(Filippo Mcvrinetti)建立了未来派。未来派诗人打破印刷版面文字的横竖结构,用动态的、非直线的构图把词和文字粘在构思的位置上,然后照相复制,他们认为印刷版式本身可以成为视觉的表达形式。未来派的画家们深受立体派的影响,他们还把运动、能量、影片镜头的连续引入作品。未来派直接影响了版面设计。

达达派是以一种反抗和调戏的态度来对待社会和艺术的,他们抛弃一切传统,追求完全的自由,崇尚偶然机遇和故意选择的结合,把偶然性引入版面设计,这种偶然性有时表现为玩笑和胡闹。达达艺术家还发明了照相综合(Photomontage),把找到的照片形象进

行任意和偶然的结合,这在未来的视觉设计中得到了广泛的运用。

超现实主义是以达达派、法国青年作家和诗人的文学小组为基础发展起来的,创始人是勃兰登(Andre Breton),他们声称要探索“比真实世界背后的真实更真实”的东西,这是一种由弗洛伊德发现的直觉的、梦幻的、无意识的真实。超现实主义的画家们研究怎样赋予这种真实的视觉形象,并发明了新的技法,他们为视觉传达设计提供了用视觉语汇表达幻想和直觉的经验。

另外,摄影技术和摄影的现代运动也为视觉传达设计提供了一种新的技能和形态基础。

第一节 包豪斯以前的视觉传达设计

20 世纪前半叶的欧洲招贴是 19 世纪 90 年代招贴的继续,但它是受到现代艺术尤其是立体派和构成主义的强大影响和两次世界大战的需要而发生变化了的,由于受现代艺术的影响而呈现出现代主义设计造型的追求,又由于向一般大众传达的需要又须具备一般图画的面貌,这就是图画的现代主义。

1905 年德国青年伯哈特(Priester)为火柴公司设计的火柴招贴,以其简化的自然主义的火柴形象设计及字体编排推进了视觉招贴,形成了视觉招贴的伯哈特风格:均匀的背景色,大而简单的形象和产品的牌号。他的简化的图形设计预示着构成主义运动。

第一次世界大战期间(1914 年~1918 年)轴心国(德国和奥地利——匈牙利为首)和同盟国(法国和英国为主,然后在 1917 年美国参加)都利用视觉传达设计家创作大量的招贴设计以进行战争宣传。以伯哈特为代表的德国、奥地利、匈牙利的视觉招贴设计继续维也纳分离派的传统,利用简单的符号化的象征意象去构思并与词语结合;同盟国的各种反战招贴主要是用形象加文字而以文字的意义感染观众。

战后,欧洲和北美各国积极发展工业、机器和技术的信念日益强化,机械的造形成了一个重要的形态资源,再加上立体派的空间组织和结合意象的表现观念,在视觉传达设计中激发了一个新的方向。运用机械化造型和立体派的原理进行设计,最著名的是考费(E. Mcknight Kauffer),他把立体派从不同视点得来的感性印象构成几何形的有节奏的画面和总结过去所见创造简洁的更有代表性、象征性的符号的原理运用在视觉传达设计上,取得了非常杰出的成就。

两次世界大战中,与图画现代主义并行发展的视觉传达设计潮流,还有俄国的至上主义(Suprematism)、构成主义(Constructivism)和荷兰的风格派运动。当时,俄国的艺术家们看到立体派给视觉传达设计带来的新启示,他们积极地催生一种适合于印刷版面和造型的视觉传达设计方法。马列维奇(Kasimir Malevich)研究了立体派和未来派之后,创造了用抽象的基本几何形和单纯的色彩表现的绘画风格,抛弃了实用功能和绘画写实风格,

这就是他的所谓至上主义(Suprematism)。阿勒克西·甘(Aleksei Gan)1922年出版了他的“构成主义”(Konstruktirizm),指责抽象主义画家们没能与传统决裂,而他的构成主义才是真正现代的,他宣布构造、质感和结构是构成主义的三个原理。使构成主义理想得以成功实现的是视觉传达设计师列捷斯基(EI(Lazar Mankovich)Lissitzky),列捷斯基完全用印刷版面的各构成元素进行版面设计,这些构成元素如字距、行距、字的排列方式、字的形态大小、照相图片的大小、位置、方向等等都成了视觉传达设计的造型元素。1917年以后风格派运动在荷兰形成,风格派以蒙德里安(Piet Mondrain)的哲学为自己的精神内核,认为应对自然界进行较立体派更为彻底的抽象,完全抛弃一切具象因素,把自然界简化为纯现实的,这种纯现实应同时排除个人主观情感,要求象蒙德里安那样用原色、黑白色、直线、正方形、长方形作为视觉的基本语汇进行视觉传达设计。杜斯保(Theovan Doesburg)是这种设计的杰出代表,他将直线、正方形、长方形作为版面设计的基本格式(图1)。

1919年4月12日,德国国立包豪斯宣告成立,校长格罗毕斯(Walter Gropius)号召艺术家解决工业社会产生的视觉设计问题,认为纯美术和应用美术没有界限,它们应统一到建筑中来,而包豪斯的使命即是实现艺术和技术的新的统一。在视觉传达设计方面包豪斯所进行的工作是与这种思想一致的,荷兰风格派和俄国构成主义是包豪斯现代视觉设计的基本理论,莫霍莱·诺吉是一位颇具实验精神的视觉传达设计师,他认为新的版式构图应完全由内部表达法则和视觉效果支配,他运用立体派和列捷斯基的理论进行设计。他实验了物影照片的运用和照相造型,认为他的照相造型比直率的模仿更有创造性和功能性,因为照相造型的各种组合设计提供了广泛的创造与想象空间。

在包豪斯的影响下,一大批视觉传达设计师运用来自俄国和荷兰的新的造型语言,借鉴现代艺术的各种理论和技法进行了新版面设计的广泛探索。德国的塔希萧尔特(Jan Tschichold)把包豪斯和构成主义的新的设计概念发展为新版面设计的基本理论,1928年他发表的《新版面设计》一书是这个理论的系统化的表述。他认为新的版式设计应抛弃繁琐的装饰,寻求传达功能的合理设计,但他反对纯粹的功能主义,倡导人性和材料的美;他认为不对称结构的设计更能反映大机器工业时代的动感;无衬线铅字的粗细变化、大小变化更具现代感;视觉形态设计在潜在的网线上更具简洁的秩序感;照相的精确性和客观性更符合视觉传达的要求。

荷兰设计师兹华特(Piet Zwant)将风格派的功能主义的明确结构和达达主义的幽默表现结合起来,创造了一种端庄生动而又颇具幽默感的设计风格(图2),他用粗大字体书写的简短的口号和斜线结构又使匆忙的现代人群大感兴趣。与兹华特同时进行这方面探索的还有荷兰的华克曼(Hendrick N. Werkman)、捷克的萨特纳(Ladislav Sutnar)、瑞士的麦特(Herbert Matter)等,他们在视觉传达设计技法上都有独特的创造。

第二节 美国现代运动与瑞士国际版面风格

30年代以后,来自欧洲的移民如潮水般不断涌入美国,他们为美国的现代发展带来了新的机遇。大批欧洲文化界的著名领袖来到美国,其中有许多视觉传达设计师,他们促成了美国视觉传达设计的现代运动。纳粹于1933年关闭了包豪斯,包豪斯的教职员分散到了世界各地,格罗毕斯(Walter Gropius)、温德罗(Mies van der Rohe)和勃罗那(Marcel Breuer)、莫霍莱·诺吉(Laszlo Moholy-nagy)、麦特(Herbert Matter)、卡洛(Jean Carlu)、萨特纳(Ladislav Sutnar)等人都来到了美国。其中莫霍莱·诺吉、贝耶、麦特等人把他们创新的视觉传达设计带到了美国,为这个国家的视觉传达设计做出了重要贡献。

莫霍莱·诺吉1937年在美国芝加哥建立了新包豪斯,由于财政不支于一年后停办。1939年他又开办了设计学院,芝加哥企业家佩帕克(Walter·P·Paecke)为学院的生存和发展提供了道义和经济上的强大支持。佩帕克作为一个有远见的企业家又为视觉传达设计师们提供了设计的园地——他的容器公司。1936年佩帕克委托杰克逊(Egbert Jacobson)为容器公司新建的设计部主任。1937年5月卡桑迪(A·M·Cassandre)接受容器公司的委托,创作了一系列广告,他的广告以一个突出的主体视觉形象和一行有关容器公司的简单文句组成,一改美国的传统的标题加冗长的文稿的惯例。贝耶和麦特都为容器公司设计过广告。

第二次世界大战期间,视觉传达设计师们还接受美国战时新闻处的委托,创作了大量的招贴以支持正义的战争,这些招贴在风格上与美国第一次世界大战中的招贴风格已很不同,图形的象征性很强。战后,贝耶、麦特、朋德、吉斯蒂、萨特纳等人都在招贴、标志、版面设计等各方面进行了广泛的、卓有成就的探索。

特别是贝耶担任设计和编辑的容器公司出版的《世界地图册》成为40年代晚期和50年代的视觉传达设计的主要成就。

美国的现代设计运动后来在纽约发展到了一个崭新的阶段,纽约成为20世纪中叶世界文化中心,视觉传达设计在这里达到了一个空前的高度,形成了显著的、独创的美国特征:务实的、直觉的设计,自由大胆的空间处理,新奇的制作技巧和高度独创的设计意念,个性的表现与大众视觉传达的一般要求达到了有机的融合。设计师鲁巴林(Herb Lubalin)曾称这种风格为美国视觉传达表现主义派。这种风格最先也最突出地表现在设计师兰特(Paul Rand)身上,他深受克莱(Klee)康定斯基和立体派等现代艺术的影响,把内容减少压缩为简单的象征性图形,自由地安排视觉造型的各种元素,戏谑的、特异的、超常动态的东西时常溜进他的作品。他的《设计随想》一书启发了一代设计师。纽约派的视觉传达设计师勒斯蒂格(Alvin Lustig)以他的主观想象和个人符号的结合;汤姆森(Bradbury Thompson)以他对复杂组织、造型和视觉流程的精通与运用;贝斯(Saul

Bass)以他任意的装饰字形和健壮简单的象征图形为美国的视觉传达设计作出了卓越的贡献。而著名的设计家兼设计教育家勃罗道维奇(Alexey Brodovich)和他的学生斯托奇(Dtto Storch)、华尔夫(Henry Wolf)则发起了一场编辑设计上的革命,他们使构思、文稿、艺术和印刷版面的各种因素有机地结合起来。伯巴哈(Bill Bernbach)则在广告领域发展了与视觉和语言概念相适应的新的设计与协作方法,使分立的视觉形象设计与语言写作设计统一起来。

1925年,由英国伦敦的亨特(E. K. Hunter)和奥古斯特(R. C. August)发明的索斯密克(Thothmic)照相排版机揭开了印刷排版新时代的帷幕。照相排版的灵活性为从事排版的视觉传达设计师提供了新的创作天地。鲁巴林(Herb Lubalin 1918年~1981年)被称为“他的时代的版面设计的天才”,他使词和单字成为形象,实物形象和词或单字在版面上互换。鲁巴林致力于照相排版的研究,他把照相排版提供的字的伸缩变化、空间的收放变化等作为有力的设计手段来加强视觉传达的表现力。

1950年当美国的现代运动蓬勃发展,开始形成独创的美国风格的时候,瑞士产生了自己的风格——国际版面风格。这一风格得到了全世界的响应,并作为主要的设计潮流活跃了20年之久。这一国际风格的主要视觉特征是:在根据数学原理画出的网格上不对称地组织设计元素,达到视觉上的统一;使用无衬线字体;版面左边平齐而右边进出变化;视觉形象和文字信息用客观的照相和文稿以明晰和事实的方式表述,不作过分的夸张处理。这种国际版面风格是从风格派、包豪斯和1920年到30年代的新印刷版式成长起来的。在早期的构成主义的视觉传达设计和二次大战后形成的新的运动之间起承前启后作用的是鲍尔梅(Theo Ballmer)和比尔(Max Bill)。当《新视觉传达设计》期刊1959年开始在瑞士出版时,瑞士设计终于发展成为一个国际视觉设计运动。勃洛克曼(Josef Muller-Brockmann)是这个运动的主要理论家和实践家,他致力于一种特殊的和普遍的视觉传达设计,这种设计排除设计师个人的主观情感,以客观的方式传达给观众,不做夸饰的宣传。他的作品有《今日美国书》展览招贴、《关于影片》展览招贴。奥德麦特(Siegfried Odermatt)是位自学的视觉传达设计师,1950年他开办了自己的创作室,他在把国际版面风格应用到企业和工业传达方面起到了重要作用,他将清晰、高效的信息展示与视觉形象的动感恰当地结合起来,他客观地应用照片,艺术地剪辑和使用照片的质感和形态,使他的作品极富戏剧性。

瑞士国际风格在20世纪60年代以后和公司形象设计与识别系统的发展连接为一个运动,得到进一步的发展。

第三节 企业形象与概念形象

20世纪50年代,由于世界经济的发展,公司的作用与地位日益突出,一些大的工业

和商业机构逐步认识到在其经济活动中企业需要一个统一的视觉识别系统,这个系统帮助企业树立一个具有社会和经济双重意义的良好形象。这个要求主要产生于经济发达国家,反映这个要求的企业形象设计在美国和欧洲以迅猛的势头得到发展。早期运用企业形象的识别系统比较成功的是哥伦比亚广播网(CBS)的设计。CBS 公司形象的有效性并不靠为所有的公司视觉传达采用一种风格来实现,力促每个设计不受限制地追求适宜的新的更有效的设计特征,使 CBS 公司能建立一个不断前进的和成功的公司形象。

戈尔登(William Golden)为 CBS 电视设计的广告,杜夫斯曼(Lou Dorfsman)为 CBS 广播公司设计的广告、版式布局极有秩序感,视觉刺激感极强。戈尔登为 CBS 设计了 20 世纪最成功的商标之一,这个电视标志是一只简化的人眼,CBS 几个字母位于眼球正中,它被放在布满云朵的天空中。这个商标被用到公司众多的印刷材料上,但他们将它和多样不同的其它公司标记一同用在印刷上,当它不合适时就将它去掉。1966 年 CBS 建造了一栋高层总部办公楼,杜夫斯曼设计了印刷版面的一切方面,甚至挂钟、电梯上的数字等。总之,CBS 的形象设计是一个动态的、不断演进的、不完全一律的形象系统。

到 20 世纪 60 年代,企业形象设计进入了一个成熟的时期。作为一种企业发展战略——CIS 战略开始引起全世界的注意。CIS(Corporate Identity System)作为企业识别系统,它包括企业的经营理念(MI)、行为活动规范(BI)与视觉传达(VI)。VI(Visual Identity)作为企业视觉识别或企业视觉形象的识别系统是最先得到发展的,因为这种识别最为直观。继 CBS 公司之后,企业视觉形象设计得到进一步发展,IBM 企业及西属家电公司等相继建立企业视觉识别系统,随后而来的是欧洲的奥利维蒂(Olivetti)的意大利打字机和电子计算机业、菲亚特汽车工业、英国的 LUCAS 汽车生产企业等。1970 年,美国可口可乐公司同时全面改新了世界各地可口可乐标志、统一了识别设计,此举影响了全世界。

除了公司形象的视觉识别设计,社会活动的其它方面对视觉识别设计的需求也日益增长。1974 年美国交通部委托美国视觉传达艺术学会(American Institute of Graphic Arts AIGA)创作了一套适用于乘客和行人的符号系统,这套标志共 34 个,最后由柯克(Roger Cook)和辛诺斯基(Don Shanosky)完成(图 143)。

在企业视觉形象设计日益成熟发展的同时,概念形象的视觉传达设计也在二次世界大战后特别是 20 世纪后半叶显著地发展起来。形象不仅传达事实信息,而且也传达思想和概念,有关概念的意象主义的视觉传达设计取代了对思想概念的图解。整个的视觉艺术史特别是现代艺术运动为视觉传达设计师提供了丰富的形态资源,较大的自我表现的机会使他们创造了个人风格和技巧,波兰、美国、德国甚至古巴都成了现代视觉传达设计师创作现代概念形象的大舞台。

战后,波兰的视觉传达设计师们的主顾是国家管理的机构和工业,国家对招贴设计给予了巨大的支持。到 50 年代,波兰的招贴开始受到国际的注目,1964 年两年一次的华沙

国际招贴展览首创,世界上第一所用于展览招贴的帕拉克多(Plaktu)美术馆在华沙附近建成,60年代以后波兰的招贴进入艺术创造的黄金时期,波兰招贴那鲜艳悦目的风格和显著的哲学意蕴给人以深刻的印象。弗列萨克(Jerzy Flisak)的 Rzeczpospolita Babska 影片招贴是那种节日气氛的代表作。在招贴设计上卓有成就的设计师还有兰尼卡(Jan Lenica)、特拉伯可夫斯基(Tadeusz Trepkowski)等。

50年代以后,概念形象的设计在美国得到长足进展,视觉传达艺术家们对用视觉形象表达概念的各种可能性进行了广泛的探索。1954年格莱泽(Milton Glaser)开办了“微不足道”(Push Pin)工作室,创造了所谓的 Push Pin 风格,这种风格实际上并无统一样式,他们用他们的实践强调了一种永不间断地创造新造型、新技巧的态度和使词和形象结合为一个视觉传达设计整体的能力,格莱泽不断尝试用各种新的办法,对他来说几何形和数字不仅是抽象的符号,而是一种可以用来产生生命和活力的视觉形态。他的音乐会招贴和唱片封套设计别具特色,他为民间摇摆歌唱家达兰(Bob Dylan)画的肖像画形象有力地表现了达兰个人的风格,同时也成为一代人的视觉传达设计偶像(图3)。夏斯特(Chwast)、齐特(Barry Zaid)、戴维斯(Paul Daris)等设计师为 Push Pin 风格作出了重要贡献。美国其他设计者如赫斯(Richard Hess)、杜兰特(Michael Doret)的成就使他们在美国概念形象的设计上具有不可替代的地位。

60年代到80年代德国出现了一种诗意的视觉传达设计风格,一批德国设计师利用摄影制作拼贴画和综合画(蒙太奇),根据某种诗意的构思方法——这种构思方法被认为是把各种不同的事物结合在一起的方法,设计师任意延长时空、拓展空间、撕裂合并物体、挥洒和漂浮形象。这个运动的杰出人物是卡埃泽(Gunther Kieser),卡埃泽的设计把有表现力的造型和内容联系起来,到80年代卡埃泽甚至企图构造使人信服的真实物体。20世纪后期,最具创新特质的设计创作室之一是德国法兰克福视觉传达(Frankfurt Grafik)和摄影(Foto)小组。他们按照诗意的方法处理摄影媒质,不拘一格地进行组合或移动日常生活形象。这些人包括仑波(Gunter Rambow)和兰纳迈耶(Gerhard Liene-meyer)等人。

在20世纪后期,视觉传达设计在全球范围内得到高速发展,而且这种发展逐步表现为设计风格的多样化,虽然来自美国的自由设计与瑞士的纯粹主义的几何形仍然保持其主导倾向。但一些国家的设计师已在探索自己民族的视觉传达设计风格,这方面卓有成就的是日本,在龟仓雄策(Yusaku Kamekura)和增田正(Masuda Tadashi)的带领下,日本的视觉传达设计师们逐步发展了日本民族直观、精美、秩序、简洁的视觉设计风格(图4)。英国的设计师们也为创作英国特色的视觉传达做出了努力,英国人的设计形成了洋溢着才智和适宜性的风格。

除了地域上的视觉传达设计开始分化的同时,视觉传达的潮流也在发生变化。被称为超视觉传达的设计将设计的触角引向高大的建筑物,巨大的字体与建筑物结合,这种设

计迅速进入公司形象系统。而后现代主义的视觉传达设计进一步扩大造型的语汇,直觉和随意性进入设计过程,同一个词里可以有粗细各种字母对比,建立一个网又可随意打破,这方面的著名人物是德国的温加特(Wolfgang Weingart)和他的学生格丽曼(Armin Greiman)。

第二章

现代视觉传达设计的构图特征

现代视觉传达作为一种设计,它的第一位的东西是构图。因为构图是设计的基本组织方式,它决定任何一个设计作品给观众的基本感受和第一印象,观众凭这第一印象决定是否进一步接受这一设计提供的视觉信息。如果这第一印象对观众是有吸引力的,他会集中他的全部注意力去欣赏设计,会上下左右、部分整体地观赏玩味,而视觉传达设计师赋予设计形象的种种视觉信息则会在在这个过程中源源不断地被观众接受。如果相反,这一视觉传达设计的基本构图是枯燥乏味和缺乏吸引力的,那么观众就会扭头而去,他甚至会把这东西看作是一种视觉干扰,因为现代人每天都接受大量的甚至是超量的视觉刺激,任何无用的和有害的刺激对现代人来说都是不能容忍的。为了保证视觉感受的质量,现代人不得不快速辨认,迅速判断,生活节奏的加快、工作的繁忙使他们只能如此。现代视觉传达设计是一种功能性极强的设计,它不是休闲的玩赏品,它要把它打算传播出去的东西迅速传播出去,因此它不容许它在人们看它第一眼时就被忽略,这样它就必须加强它的构图的感染力。现代视觉传达设计师对这一点是有足够的认识的,也正是基于这样的认识,他们才竭尽全力在设计的构图上做文章,不断创造出各种新的构图技法。而人类有史以来在视觉传达设计上的各种创造、20世纪现代艺术的各种实践、人类在造型艺术各领域的探索都为现代视觉传达设计师提供了丰富的借鉴和参考资源,特别是现代艺术各流派在构图上各种创造更是为视觉传达设计提供了取之不尽用之不竭的源泉。立体派的抽象、未来派的无拘无束和运动感、达达派的自由和戏谑、超现实主义的紧张感和深透视都给设计师们以有益的启示,我们观看现代视觉传达设计师的作品时,常常感到现代艺术的强大影响,假如我们愿意,常可将这种影响拿来分析理论一番,指出它们是如何和怎样按照现代艺术的影响构成的。当然,我们也必须指出,由于现代主义的运动是一个整体性

的运动,因此在很多情况下视觉传达设计师们不一定是借鉴现代艺术的,也许在某些方面倒有可能是现代绘画和其它造型艺术借鉴了现代视觉传达设计的。不管怎样,我们看到的现代视觉传达设计,在构图上是极具创造性、丰富多采和富有感染力的,它们那强烈的时代特征是有目共睹的,我们将就这些特征做一总结。

在总结前,需要说明的是,由于现代视觉传达设计风格与技法上的多样化,这里所总结出的任何一个特征,都不可能在每一个现代视觉传达设计上得到体现,甚至在某些设计中我们会发现某些特征与和它相反的特征共存。我们所说的特征是从属于一个特征体系的,它只有在这个特征体系中才能获得定性,这个特征体系是现代视觉传达设计的基本特征的存在方式。下面将要论述的特征是一整套相辅相成的东西,就像国际流行色协会每年发布的流行色一样是成套存在的,每个流行色只有在这套流行色中才成其为流行色,抛开这套流行色系统就很难说它是一个什么流行色了。

第一节 平面空间的分割

在人类的视觉艺术史上,艺术家们始终为突破绘画艺术的平面性而持续不断地进行探索,直到发明了焦点透视。艺术家们认为画面平面的二维性是一种缺陷,对于绘画、装饰、视觉传达设计来讲,要竭力避免这种缺陷,因为它严重妨碍了艺术家创作意图的实现,也就是限制了对自然对象的如实模仿,突破这种限制成了一代又一代艺术家奋斗目标之一。当然这与那个时代人们的审美趣味有关,那时人们感兴趣的是幻觉艺术,人们醉心于在绘画平面上制造幻觉空间、幻觉形象,而画面的平面空间又始终是作为幻觉空间的对立面而出现的。艺术家们只看到了它消极的一面而没有看到它积极的一面。事实上,在艺术上是不能简单地把某种限制看作消极东西的,限制有时往往是优势和特色。平面空间就是这样,如果我们换一种思维方式,换一个观点,就会发现这正是平面视觉艺术可以大有作为的地方。现代视觉传达设计师们正是认识到了这一点,他们致力于发掘这种平面空间的艺术表现潜力,在有限的平面空间中,设计师们做出各种各样的尝试,立体派对焦点透视的突破他们认为是十分有益的,因为立体派把不同视点得到的印象进行综合,形象的各部分都有自己的透视,这样绘画的平面空间反而得到强调;未来派的版面处理也使他们大受启示,因为这种版面处理是在平面上做的文章;风格派的空间分割更是给他们提供了新的思路。

对平面空间处理的兴趣同时也使设计师对空白的看法发生变化,由于空白被当作空间来对待(就像形象占有的平面空间一样),空白就不再是消极的,而成为积极的画面构成部分,这部分因而具备了显著的美感,它开始要求观众重视它的存在,于是我们面对现代视觉传达设计时就有一种特殊的感受,这种感受是由包括空白在内的所有平面空间的形

态运动促成的。

现代视觉传达设计的平面空间大多是几何形的,因为这种空间处理简洁明快,便于安排形象和文字,又极富现代感,所以成为设计师们喜爱的手法,这种处理常见的有自由式的处理和风格定义的处理。前者是一种较为自由的处理,空间的分割以视觉美感的要求为准则,大大小小的虚空间和不同形态的实空间穿插交错、相得益彰,富于空间的美感和动感;后者是受蒙德里安的影响而形成的一种处理方法,这种方法创造的空间有极强的逻辑感、秩序感,把形象安排进这样的平面空间有一种显著的构成美,我们为能够把世界放进一个如此强有力的秩序中而感到一种精神上的愉快,这是一种理性主义的快感,也许现代人太喜欢对世界进行理性的重建了。如图5是一种典型的蒙德里安式的处理方法,人物头像所占据的长方形画面与文字占据的带状画面将构图分为若干矩形,左上方矩形又安排了一块白色方形,人物的头部将中间的画面与文字联结起来。整个构图的平面分割生动而又端庄,极富秩序感和理性美。

第二节 非平衡构成

传统的视觉艺术对画面构图的要求一般有两种:一种是均齐式,这种构图要求画面的绝对对称,对称轴二侧的图形的分量也完全一样,这种构图方式在一般的装饰如适合纹样、二方连续等图案中常见,在其它的视觉艺术的传统形态中和传统的版面设计中是常见的,当然在现代视觉传达设计中,部分设计也是使用这种构图方法的,如标志设计等。传统视觉艺术中常用的另一种构图方式是均衡式,这种构图方式的特点是构图的等量不等形及构图的不对称式均衡构成,画面的各部分由画家进行协调处理,其中使用了类似杠杆平衡的原理,通过处理达到一种画面的视觉平衡。上述两种画面处理方式的核心都在于实现画面的平衡,平衡给人以平静感、稳定感和安全感,可以说这样的处理方式在人类视觉艺术史的某个阶段出现决不是偶然的,它与那个时代社会的心态有关,这种心态的社会基础决非商品经济,可以肯定地说它的主要社会基础是自然经济,因为只有自然经济才对社会的静态的均衡与稳定的活动方式抱有强烈的需求,而商品经济社会需求的社会活动方式不是静态的稳定与均衡,而是动态的稳定与均衡,这种方式把不断出现的不平衡看作动态均衡的组成部分。商品经济的激烈竞争必然导致不断出现的各种不均衡,社会活动的复杂化、巨量化使各种不均衡层出不穷。商品经济的心态与自然经济的心态表现在视觉艺术上就有不同的表现形式。

现代的视觉传达艺术是诞生在商品经济的基础上的,它是现代商品经济社会的一种表现形态,为生活在这个社会的人类提供与其心态相适应的视觉艺术以满足其视觉欣赏的需要,为这个社会提供视觉传达艺术所承担的视觉传达方面的功能性服务。这当然是

一种艺术功能,它是现代社会人造环境艺术的一部分,作为一种艺术,它得符合现代人类的心态,这就是对不平衡的欣赏,人们厌恶四平八稳的生活,崇尚竞争、奋斗,而不平衡即表现了这个竞争的过程,它是这个过程的某一横断面的视觉表达。另外,视觉传达设计的功能方面也提出了对非平衡的需求,因为非平衡构图能够提供富于动感的形象,在满足非平衡心态的同时最大限度地吸引人们的注意,撼动人们的心灵,以期将他们携带的信息传达给观众。现代视觉传达设计发展出了一整套非平衡构图的图式,这些图式包括倾斜的构图、图形的偏置、视觉重心的上移,引力线的倾斜等。

图6是一个倾斜的构图,各局部形态沿着一条波状线集聚成一个倾斜的形象,局部形态的跳跃感与整个形象的倾倒感造成了一个极具动感的画面。

第三节 分裂的深度空间

在前边我们叙述平面空间的分割的时候,谈到空白被作为具有美感价值的东西来对待,同时也谈到平面空间被视觉传达设计师们进行分割处理,这已经预示着本节将要论述的问题——深度空间的分裂,因为平面空间被分割组织就说明被分割开来的局部空间具有相对独立的价值,这样分割开来的局部平面空间相对独立的进一步自我发展,就是一个合乎逻辑的运动方向。这种发展的一个重要趋向就是各自形成独立的深度空间系统,形成多视点的透视状态,这样完整的单视点透视系统走向分裂,让位给多视点的空间透视系统。这就是立体派的画家们创造的空间体系,在这里透视不是作为再现对象的手段,而是作为表达某种意义的手段来运用的,它已经成为一种表现艺术家创作意图的语法结构,对这种语法结构的进一步的自由处理与运用就成为必然的趋势。这种趋势在视觉传达设计中得到了进一步的发展与运用。在这些设计中,事物的各个组成部分必须分别去服从那些互相杂乱地交织在一起的不同空间系统的法则。我们看到,设计师们显然是得到了立体派的启示而去瓦解了一个统一的深度空间系统,从而也消灭了由这统一的深度空间系统所形成的强烈的统一印象,一个新的更加有力的视觉感受因这一印象的消失而产生,我们感受到一种视觉上的强大张力,相互矛盾的深度空间系统彼此相互排斥、相互冲突,造成一种视觉上的紧张感,这种紧张感填补了统一空间的消失而出现的空白。

在现代视觉传达设计中分裂深度空间的做法有两种,一种是服从于平面空间分割的需要,在这种平面分割的基础上,分别为局部的平面空间建构各自的深度空间系统,在整个的平面空间中,各个不同的深度空间系统被组织成一个完整的视觉传达设计构成。这种构成一种是自由的构成,所谓自由的构成是指平面空间分割是自由的,因而在这种平面空间分割的基础上形成的深度空间系统也是较为松散的。如图7,在一个圆形空间里面有一个白色“W”形分割线,分割线上下各有两个空间系统,合起来就有4个空间系统。这

种构成的另外一种风格主义的,其构成方式如蒙德里安的构图,全是方形、长方形的,不同的空间系统被放入这大大小小的方形、长方形中。这种视觉传达设计显示出较强的秩序性。第二种分裂深度空间的做法是将不同深度空间系统的形象拿来复合处理,这种构图具有强大的来自空间矛盾方面的张力,因为每个形象代表一个空间系统,这些形象又是结合在一起而无明确的平面分割界限,各个深度空间系统不规则地甚至是断续地交织在一起,深度空间的分裂以真实形象的结合面貌出现,形象的真实感似乎想掩饰空间系统的矛盾,然而空间系统的矛盾在形象的真实感后面更显得神秘诱人。

第四节 非完整性

在传统的视觉艺术中,画面的完整性是一个不容破坏的定律,任何形态都不能出现缺欠,特别是人物形象要保持完整,但这个定律在现代视觉艺术尤其是现代视觉传达艺术中却被破坏,大量的非完整性构图,非完整性物象被广泛运用。

这是一个十分有趣的现象,在传统的社会环境中人们对非完整性画面是不能接受的,他们要求艺术家在画面上把一切东西都画出来,要尽可能地清晰、具体、准确,人们在欣赏时可以毫不费力,不需要更多的主观参与活动,这确实确实是那些时代特有心态的反映,这是一种求稳怕变、喜静不喜动、被动接受、缺乏参与意识的心态,自然经济的封闭、保守、自给自足、自我完善促成了这种心态,它在艺术上的反映就是任何时候都无限制要求完整性、完善性的构图。当自然经济结束它的历史使命而被商品经济取代的时候,这种构图的社会心态基础就动摇了,一种新的社会心态出现了,社会分工和社会协作的深入促成了相互依存、相互补充的心态,人们不再要求自给自足,由于社会的发展人的参与意识也逐渐增强。这些反映在视觉艺术上就是非完整性特征。

在视觉传达设计中我们看到了如下构图:一个完整的方形或长方形的构图,在某个部位被切去了一块,或被任意撕去了一块,某个完整的视觉形象被放进一个构图时被构图的边框切去了一部分,或许是人物的头顶、耳朵等;构图中的某个部分出现空白等,这些构图显示了什么呢?它显示了召唤性,这是对我们视觉心理的召唤,因为我们必须调动我们的视觉经验去补充那些缺欠的部分,我们必须根据部分去推演整体或根据整体去推演部分;这种构图也显示出一种开放性,它将形象引伸到画面以外使我们从画面走向更广阔的形象世界甚至现实生活,一个封闭的世界被打破;这种构图也显示出一种挑战性,它对我们视觉心理寻求完整形象的视觉惯性提出挑战,因而构成视觉心理的紧张感,造成一种有力的视觉刺激。它的召唤性,满足了我们积极参与创作的心理需求;它的开放性满足了我们辐射想象的心理需求;它的挑战性满足了我们寻求视觉挑战性的心理需求。

在图8中,左上角有一双女人的脚和腿,大腿以上的部分被构图的边框切去,这一部