

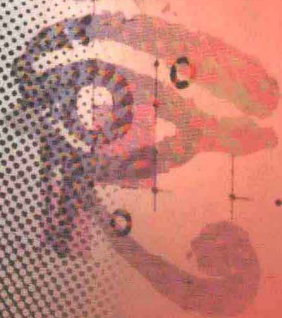
視覺設計

新

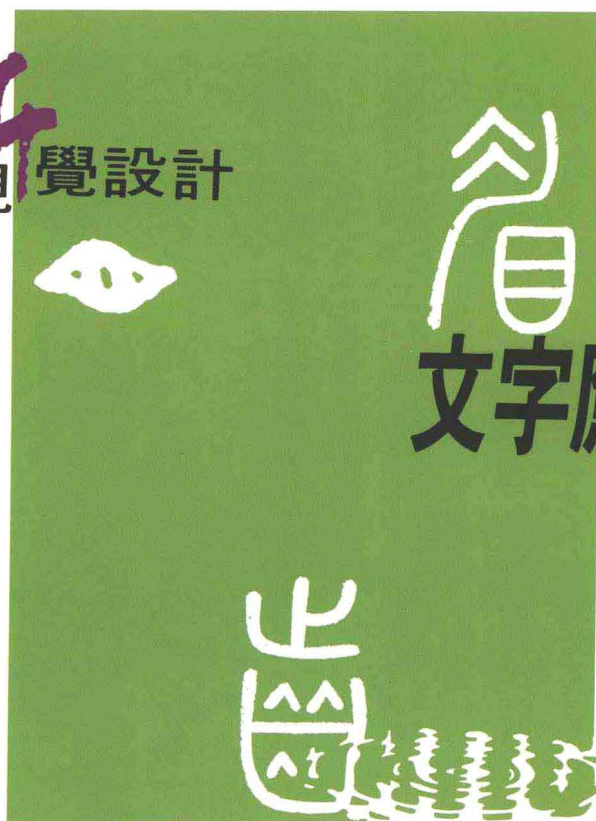
# 文字應用設計

李天來 編著

S I G N  
S I G N  
E D N O



新  
視覺設計



文字應用設計

博雅藝術有限公司·羲之堂文化出版事業有限公司

—— 聯合出版 ——

# 目錄

目錄……2

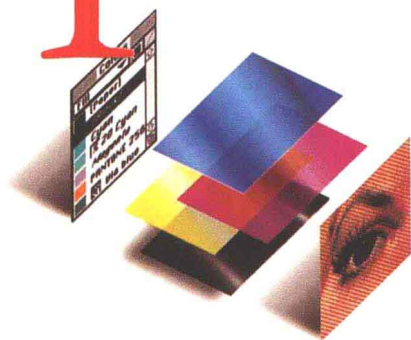
序……4

## 1 視覺系統的認知……5

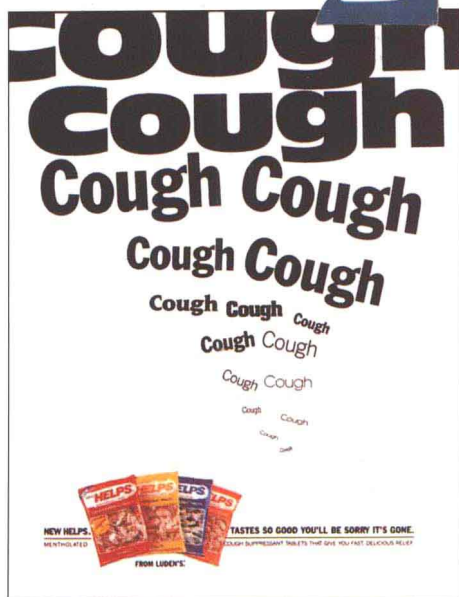
一、視覺的現象……8

二、錯視的視覺矛盾……13

三、圖與背景分化……16



## 2



## 視覺設計的原動力……25

一、視覺的概念元素……29

二、視覺平衡的構圖……35

1. 對稱的平衡……37

2. 不對稱的平衡……38

3. 對稱的原則……39

左右對稱……39

點對稱……39

連續對稱……39

三、分割與集積……41

1. 等量分割……45

2. 不等量分割……47

3. 自由分割……48

四、看與讀的視覺誘導……50

五、虛與實的留白空間……60

六、律動原則……63

七、比例原則……67

八、對比原則……68

九、群化原則……72

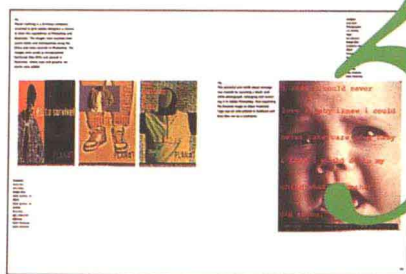
十、統一與調和原則……76

十一、重度原則……81

十二、共同邊原則……83

## 色調與色彩……84

- 一、視覺吸引力……85
- 二、持續看的興趣……88
- 三、版面協調功能……90
- 四、聯想的互動關係……92
- 五、明度與彩度……95



## 圖形插畫的發展……100

### 一、文字與圖案的相關性……103

1. 圖形商標……104
2. 文字商標……104
3. 標題、標語、說明文……108

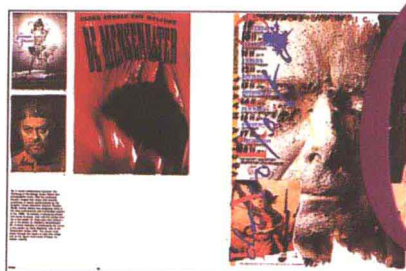


## 編排構圖的順序……109

## 編排構圖的目的……112

### 創新文字的視覺語言……114

- 一、字型尺寸與粗細……116
- 二、連字設計……128
- 三、文字形狀構成……130
- 四、手寫文字圖案……138
- 五、應用素材的表現……148



# 序

傳聞創造中國文字的倉頡，夜觀點點繁星，下察龜殼上的紋樣與鳥類的足跡，而體悟到文字的韻律並創造出中國文字。

現代的設計師，是資訊和創意靈感的融合，在潛意識中，屬於過去的和現在的事實與幻想相互衝擊，一直周而復始地依循著廣告、構思、設計、定案的程序來完成，無論那一種過程，最重要的就是一瞬間的靈感，在這靈感觸發後的喜悅，莫過於發現文字與圖形在設計中的相互衝擊與融合。

具有謎般魅力及特質的文字應用設計，被廣泛運用在現代的廣告設計活動中，身為設計師，對於文字的功能角色，不但要非常的尊重，且必須深知其所有的挑戰性，這項新的挑戰，即是將常用的書法、字體、字型、圖案及色彩等等……自傳統的標語中解放，突破舊有的慣例型式，將字型設計成抽象的輪廓，使文字在色彩和視覺上看起來更調和，呈現嶄新而帶有抒情結構的圖案。

不同的設計品味和潮流，讓文字的應用和裝飾性產生變化，促使創作者必須不斷地挖掘新創意，產生新的視覺衝擊，例如在都市中，隨處可見的廣告標語，還有商店的招牌、流行 T 恤、包裝袋、DM、海報、雜誌等精美印刷品，電視和電影螢幕上都可看到的電腦合成圖案，帶領我們進入生動的視覺對話中。

本書主要提供將文字設計的靈感，透過對字體的完整接觸，在視覺和平面媒體上將文字設計與編排的角色定位，對整個設計作品的美感和實質的影響，循序漸進的說明每個步驟。

其他如字型的尺寸、粗細、變化及色彩等等，分別加以探討，再從單一字體到一個連字，文字圖案與色系的搭配，手繪字體、書法、現代書寫法的豐富與方便性，以及如何運用壁畫的嘲諷效果，為你做完整的介紹，內文所學的文字創作範例，可以提供你簡單而實用的編排技巧，使你在設計時能夠應用自如，不同的字型與不同的效果組合技巧，可以讓你解除刻板的文字表現觀念，啟發你對文字美學的樂趣，從中學習如何修飾文字並創造出視覺上的吸引力。

**Our Many Strengths Stem from One Source: Our Determination to Serve You Well.**

As the largest industrial real estate firm in Houston and the nation, Trammell Crow's caliber is irreplaceable. But what does deserve discussion is the source of our accomplishments. For it is our commitment to excellence that is the key to our customer satisfaction — and our success.

**Inventory.** With some 20 million square feet of prime real estate to our credit, Trammell Crow can offer you an unparalleled selection of service center and office/warehouse space throughout Houston.

**Planning and Design.** Expert land planning ensures that each site realizes its full potential. Equally important, Trammell

Crow designs each project with an eye to durability, user efficiency and visual appeal.

**Service.** To Trammell Crow, good service means offering a quality product at a reasonable price. It also means providing the kind of ongoing property management that puts the needs of the tenant before anything else.

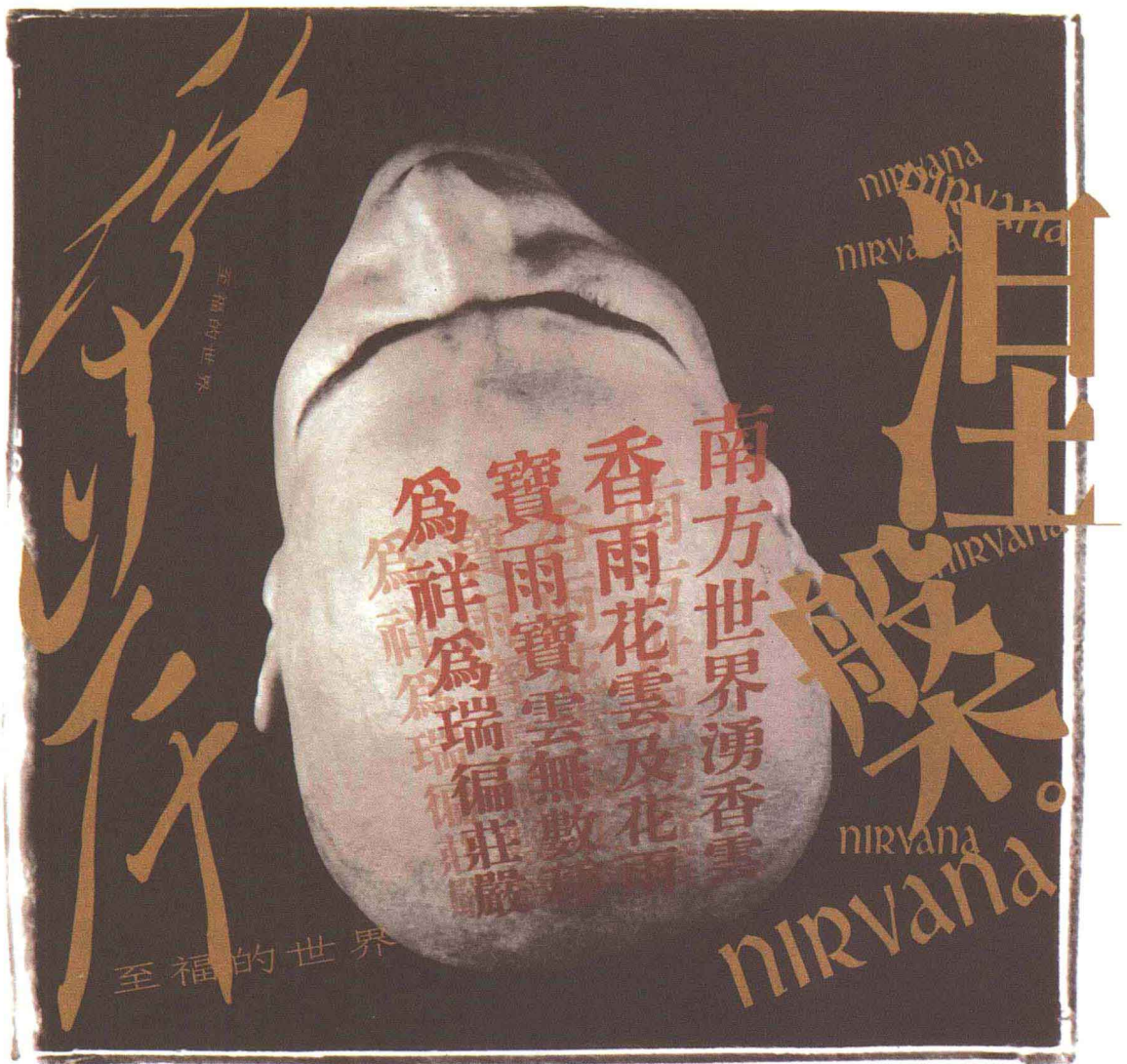
For the Trammell Crow team of professionals, customer satisfaction has always been our top priority. And that is easily the best reason why you should consider doing business with us. Call your broker, or contact us for more information today.

**Trammell Crow Company**  
1800 Wood Loop South Suite 6001 Houston, Texas 77057-7113-626-8633

## 視覺系統的認知

人類的感覺器官可將光、聲音、味道、或皮膚觸感等等刺激，傳達到大腦去，而形成所謂的視覺、聽覺、嗅覺、味覺、觸覺等。其中**視覺**認知約佔83%。另知識之獲得經視覺認知的為35%，而聽覺只不過是將文字圖形化的一種暫定記號，經由**聽覺**認知的為65%。由此可知視覺系統是接觸外界訊息最常用的器官，它能將現象做理性分析、聯想、感受、詮釋與領悟，並且在視覺過程中對訊息輪廓的認知依其方位、角度、動作等特性偵測，再由記憶系統做輔助判斷，因此視覺不僅是心理與生理的知覺，更是創造力的根源，其經驗乃得自四周環境中領悟與解釋，在人類文化的發展中，扮演極重要的角色。

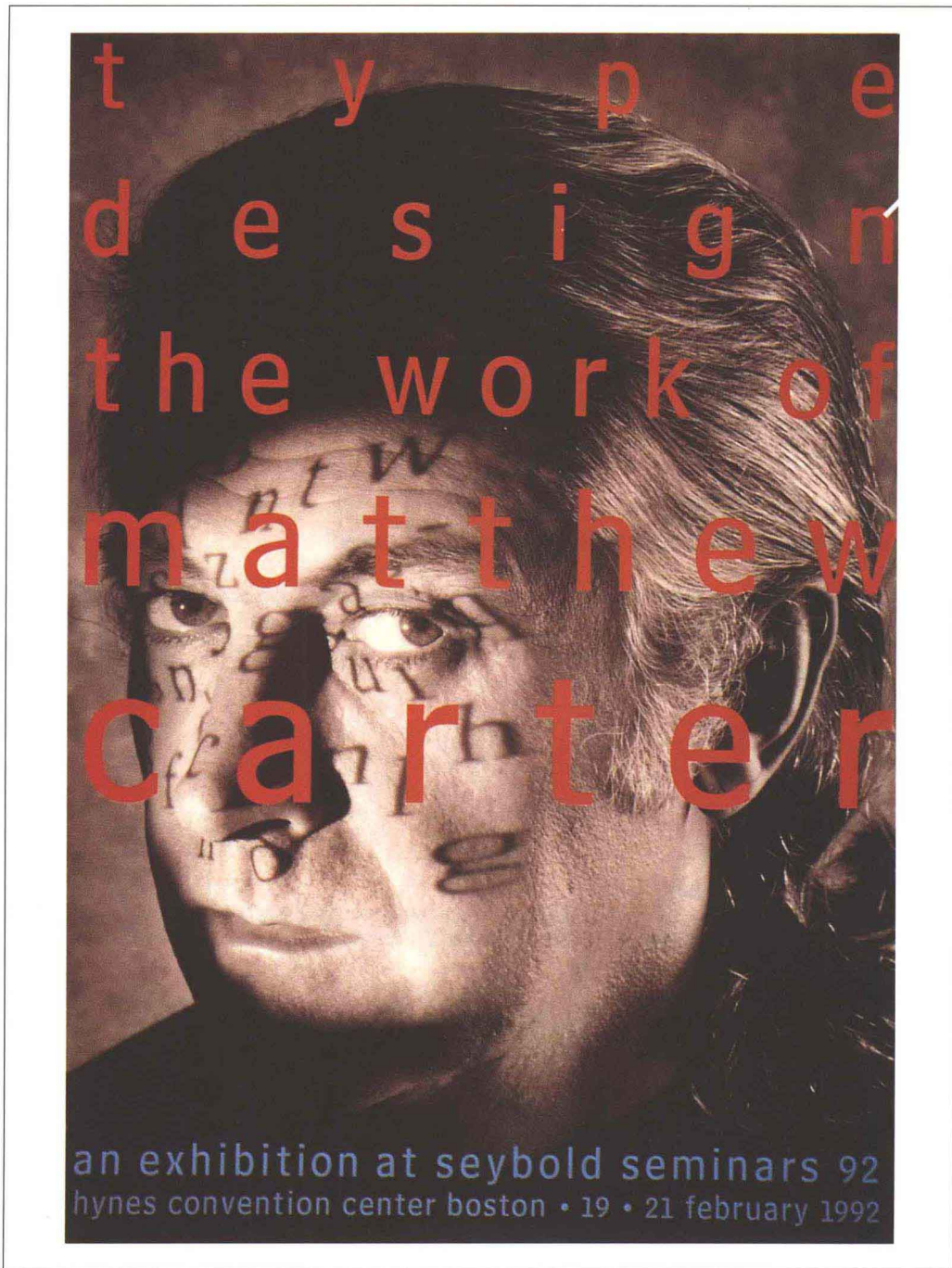
知覺的傾向、偵測意願及特徵識別並非全是與生俱來的，而是透過聽覺或觸覺等所作的各種傳達方式，來提高認知的程度。知覺經驗對環境事物存在的認知，是一種物象。經過眼睛網膜，再傳送至大腦視覺的皮質裡，所得到的視覺影像，刺激因素即視覺刺激本身之形、色、大、小、強弱、質感、動感等特性。主觀因素，則依觀察者的需要、心情、個性、經驗、價值觀等，影響視覺認知的選擇性及注意與判斷。



## 大於大為大 獨於一為乙

知覺的產生是將複雜的影像抽離去，再供給於知覺構成的過程，此時知者的內在體驗或運動，通常與其環境相對應。視覺的記憶則是以現在所給予的情報為主，再與貯藏的情報基礎相配合而成的。

對於複雜的知覺過程，可將之簡化為感覺←知覺←認識；設定刺激＝情的接受，將知覺視為感覺與認識（思考）的橋樑，或是含有知覺或感覺的知覺機、知覺系統。前者在視覺過程中，較重視心理學的層面；而後者則比較重視生理學的知覺機能，許多心理學家往往會利用各種多義圖形或錯視圖，來探求知覺的構造與看的過程組合。



時至今日如無視覺傳達可說無法生活。因此視覺的傳達亦可稱為Non-Verbal communication（非語言傳達）。而所謂創造力，是指知識、推演、構想上的評估，只有掌握知識擁有新媒體的資訊，才能孕育出更多的理念與創意。

設計及藝術家，往往無意識地透過視覺的特異現象，運用在其作品中，因此瞭解視覺的特徵，則有助於實際作品的意念和創作力上。





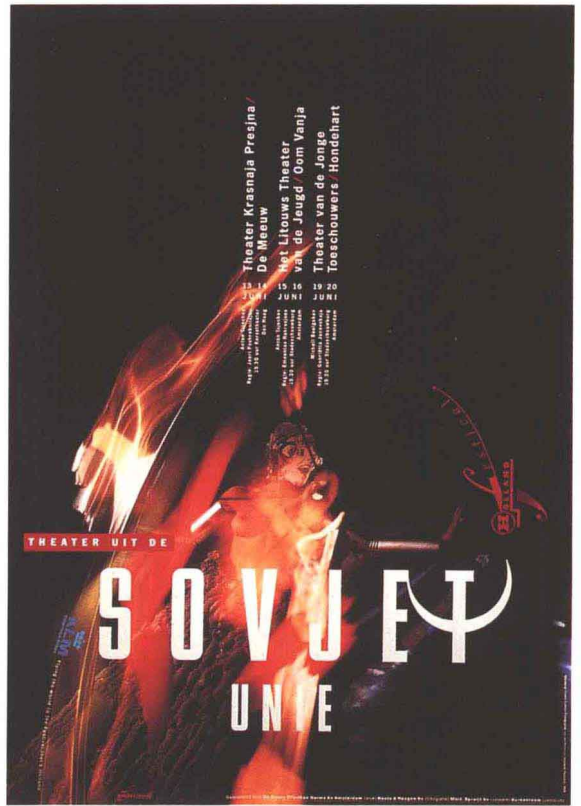
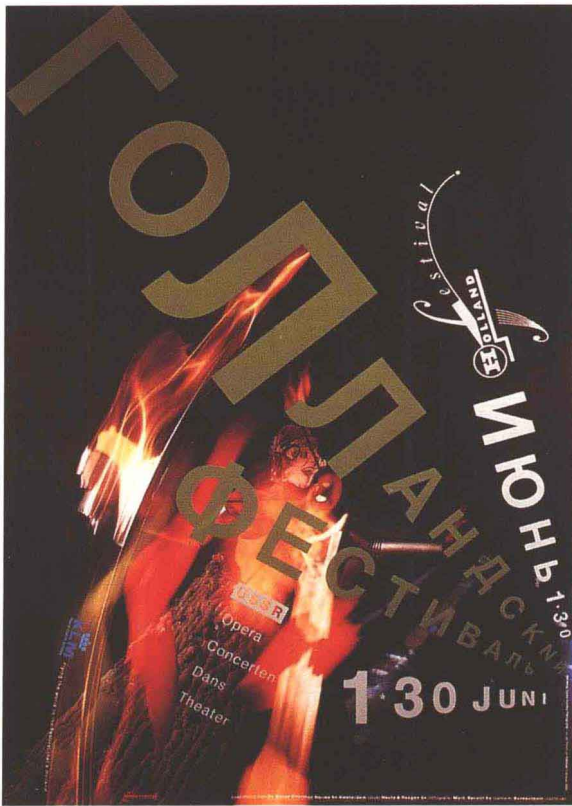
▲使人在乍看之下就感覺矛盾的視覺圖象，主要因其外觀的因素、引起觀者產生強烈的吸引力，平面設計者爲了突顯其創意，因而把習慣性的視覺印象，使用不合理的重疊及結合的方法，創作出強烈的特殊效果，製造出另一種視覺震撼。

在描述過較具代表性的知覺現象後，下面則再說明其他的現象。

## 一、視覺的現象

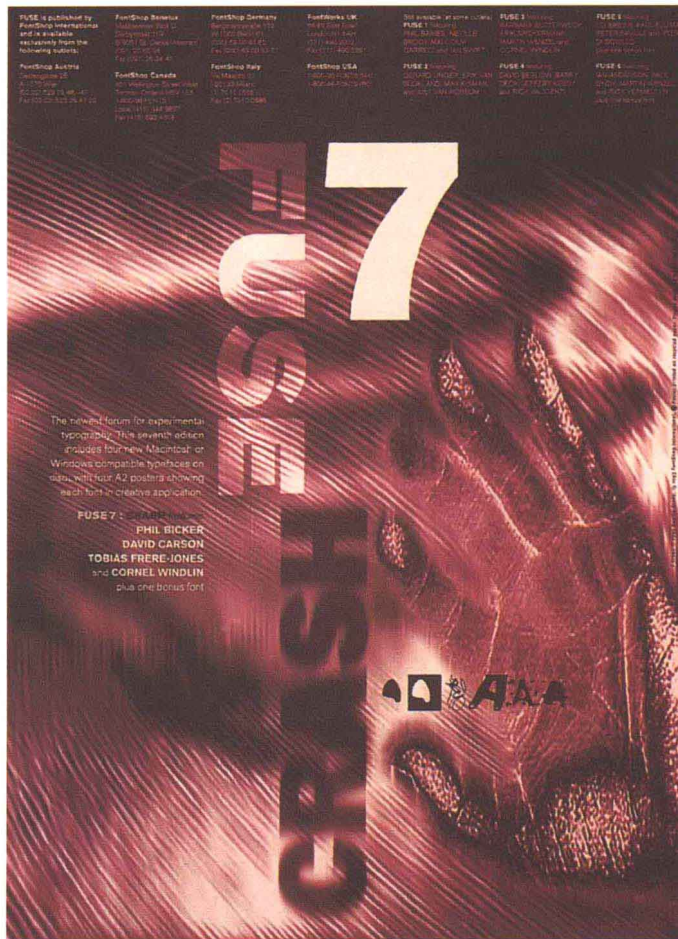
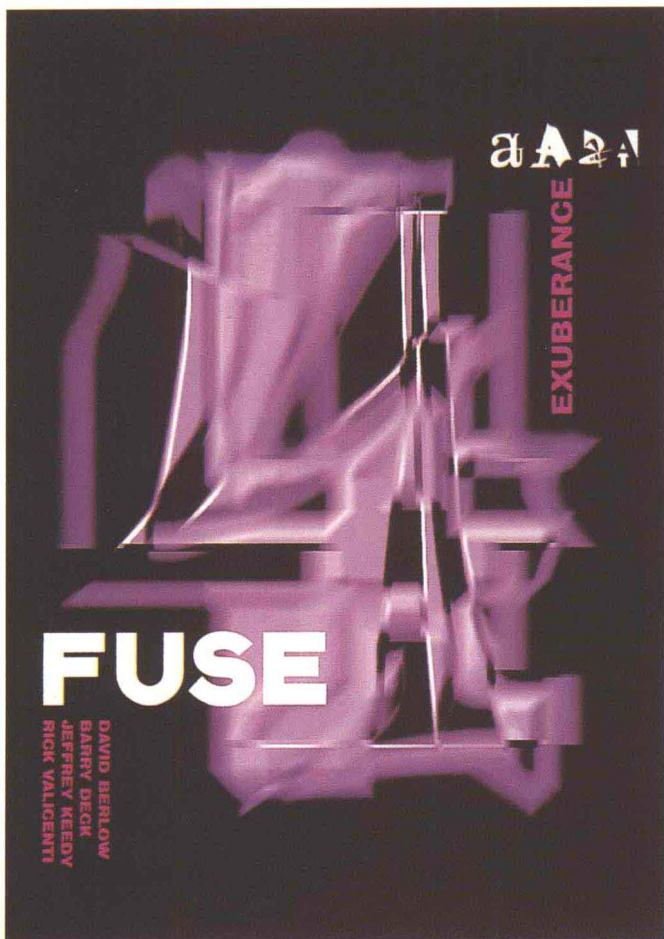
所謂的〔空間知覺〕，就是觀察者與對象物的距離知覺，以及對象物本身、對象物相互前後，相對距離的知覺。遠近法便是在二次平面中，表現空間知覺深度的方法。在文藝復興時代的畫家所關心的遠近法，則是用來解決如何在二次平面中，將事物的遠近感及立體感表現出來。空間知覺是利用到形態及其配置來表現遠近；而色彩亦可利用其色差、明暗、及配色等方法，來表現這種深度的空間知覺現象。

印刷分色製版，藉由攝影的連續再現，軟片網點的粗密，來表現明暗的變化及遠近感，這也是利用空間知覺的現象來做表現。



▲把文字的字形切為構成單位點的集合，近距離的點集成連線，距離遠近所形成的濃淡感，使整個畫面能夠顯示出平均的表面效果。

1. 群化的原理——在一個空間中，如果相互接近的事物，或類似性的事物，連續配置湊在一起時，則會覺得這些是同樣的事物。例如照相製版的網點分色使圖形重現等，便是利用這個原理。
2. 知覺空間的——看的方向不同水平方向、上下方向、或距離非等方性，同一樣東西，其大小、距離等也會有所不同。例如建築方面的透視圖或某些照片就是這種表現。
3. 時間的知覺——這也稱為連續知覺，或律動知覺，也就是某種現象持續的意思。例如電影的動態表現，便是律動的感覺。
4. 社會的知覺——感情或意識的運作，往往會受到社會經驗的影響，而對於某種事物則有固定的認知內容，故也稱為文化知覺。例如在廣告宣傳中，常常利用某種圖案或色彩，來象徵人事或情景。



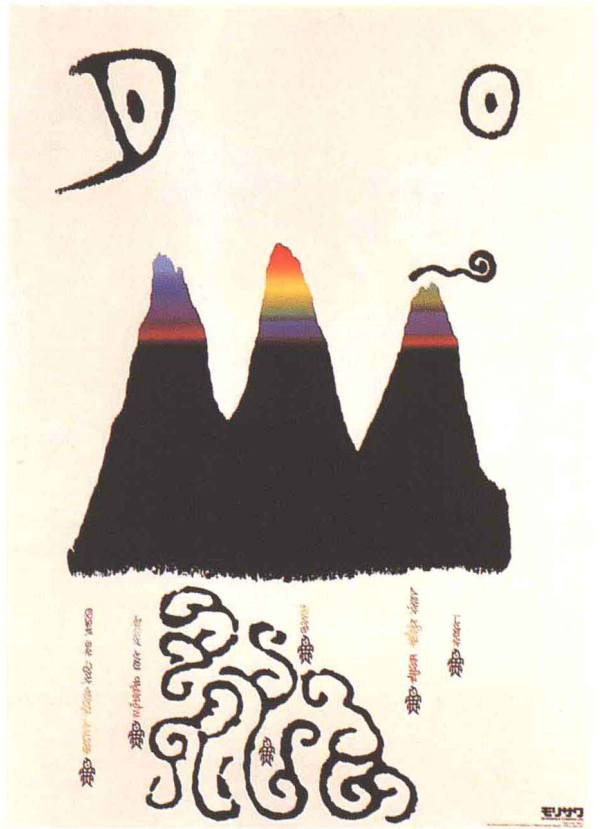
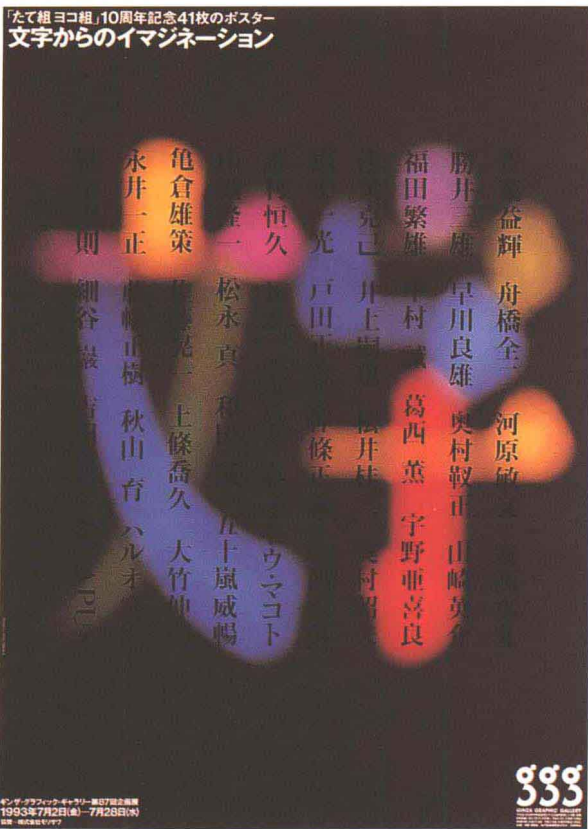
▲ 設計必須能讓視覺以最舒適的方式掃描。當設計太普通，可能觀者很快便失去觀看的興趣，而當設計主題不明顯，可能導致觀者滿頭霧水，使觀者很快失去觀看的興趣，而無法傳遞完整的資訊。

5. 恆常現象——當局部的刺激條件有所改變時，對原有的事物知覺內容，並不會有所變化，這就是知覺內容的恆常性。例如對於大小、形狀、明亮或色彩，都有這種恆常現象。

在我們的日常生活中所看的事物，往往受到這些知覺現象所左右；而這些現象也有相互關連，使我們對於複雜的外界事物等，有所認知與感覺。造成這些知覺現象的原因是：

1. 由於眼睛調節的生理機能、兩眼視差、光的刺激等原因所造成的。
2. 當刺激與記憶相照合時，其經驗條件歪曲了認知內容。

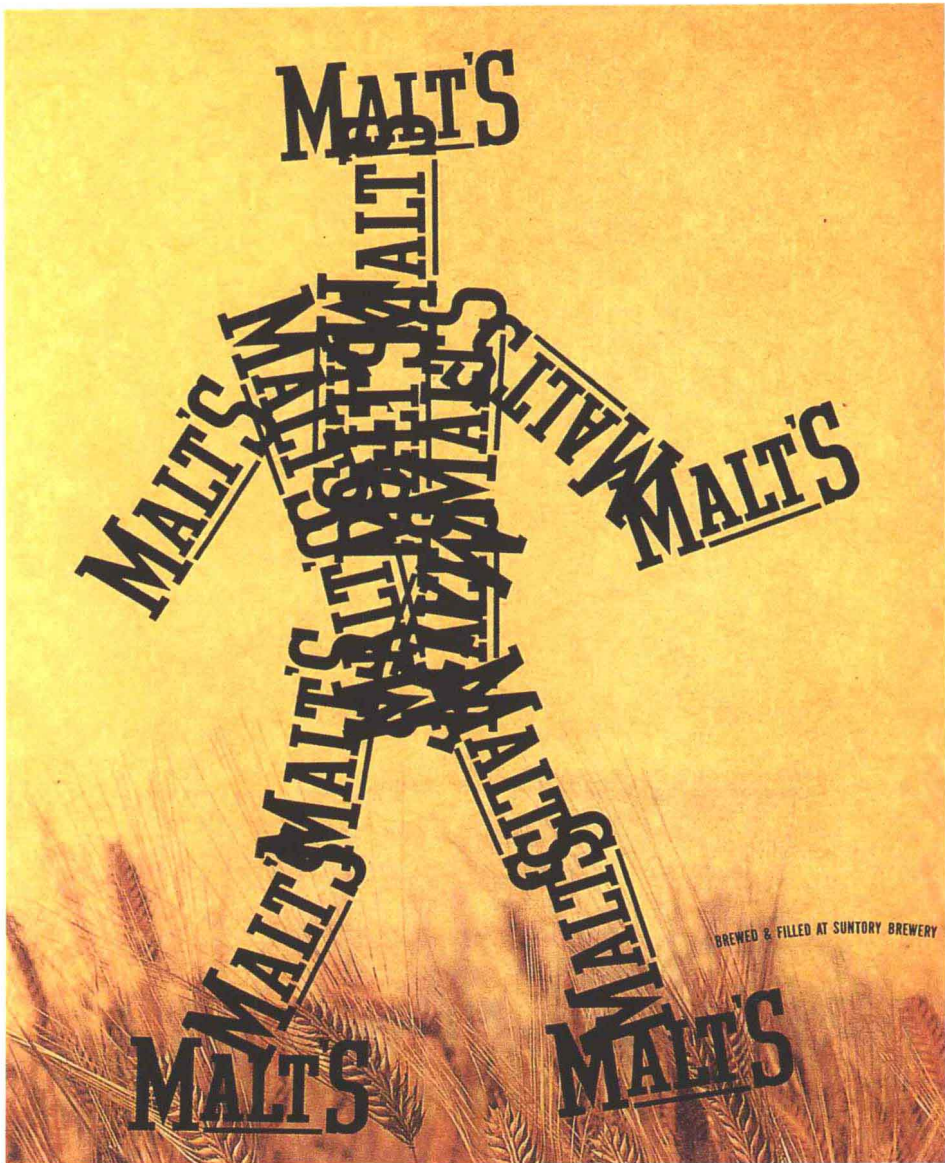
由於這二種因素，使視覺在生理過程與心理過程中，造成以下所說的種種現象。相對地，我們也能透過這些現象，而瞭解視覺的過程與組合。



▲自一段距離外看設計品，設計品必須能吸引注意力，且單純清晰、易於明瞭。

進行視覺傳達設計必須有各式各樣的傳達媒體，在沒有文字的時代裡，首先將事物形象化，也就是象形文字，製作出「人」、「男」、「女」或「山」、「川」等生活不可欠缺的「記號」。這些「記號」即為視覺傳達上的第一要素。「記號」發展到讓人瞭解其內容意義的圖形，稱為「圖畫語言」作為第二視覺傳達要素。只要能看明白該形狀所傳達的涵意，不拘是什麼樣的形狀，閱讀者會從中感受到某種感情，因此必須更貼切地根據目的來選擇圖畫的形狀。為了產生更多的效果，必須加上多樣化的色彩，做為其第三要素來彌補「圖畫語言」的不足。其次除了表現要素本身之外，在視覺傳達設計上無論使用何種媒體，都必須能契合傳達的目的，而且必須具有可讀性才有意義，因此除了圖形與色彩、文字，還要有如何構成，亦即版面設計的問題；為視覺傳達的要素。

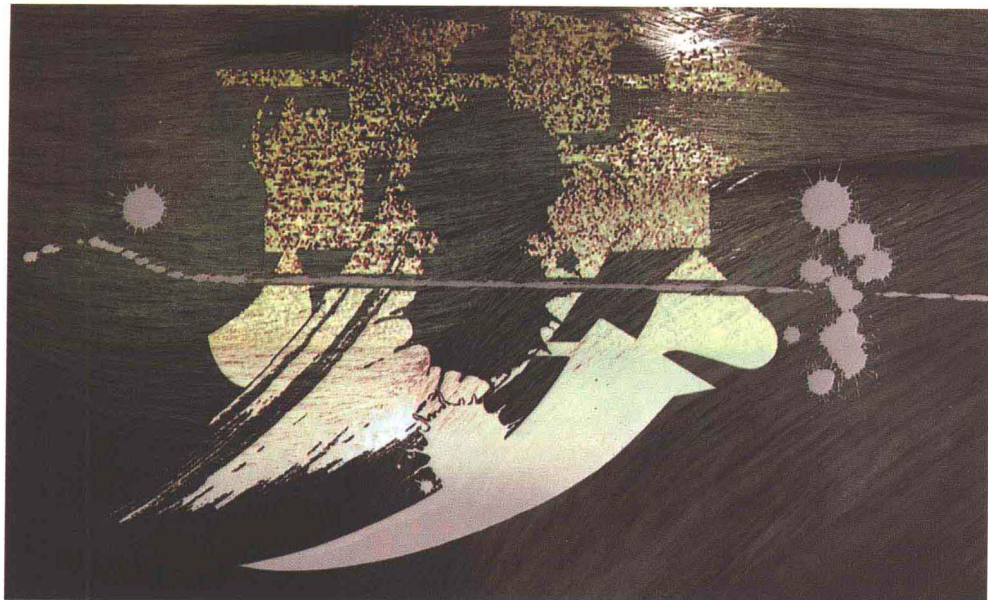
所謂「視覺知覺」的認識在設計上，可以解決易認、易讀之設計問題，使圖形更為突出。



▲雖然大小、字體顯著程度、和設計成品所在位置亦影響吸引力的高低，但調查顯示，彩色廣告遠較非彩色廣告更令人注目。

(一) **視覺知覺**的完形法則是以簡潔化原理的視覺經驗來進行。雖然是個人主觀形態，但是完形心理學家卻認為視覺有著基本的定律：「任何刺激物之形象總是在其所給予之條件許可下，以最單純的結構呈現出來。」

(二) **視覺錯覺**是由大小、形象、明暗等的因素可以決定圖形的主從及圖與背景關係。圖與背景是決定在我們觀察對象物、與其環境相對刺激關係，它們可能促使情況發生逆轉，圖形變成背景，背景變成圖形。

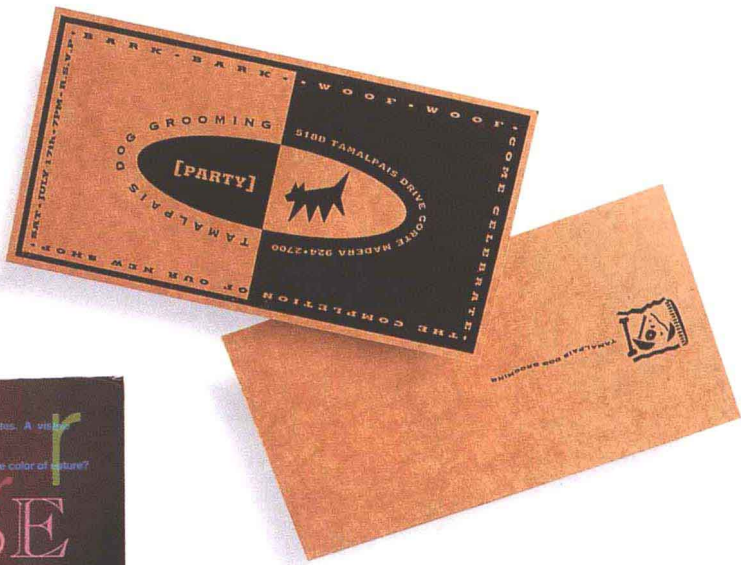
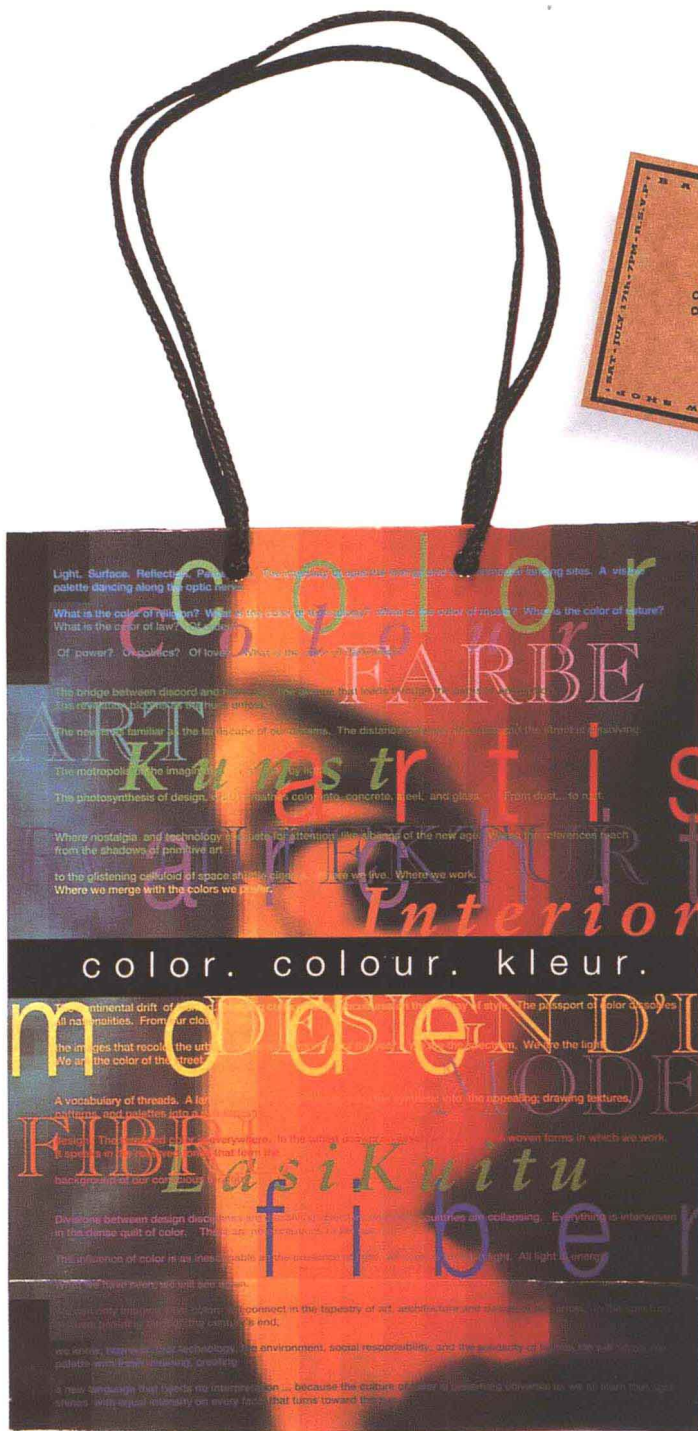


▲印刷作品中的傑作以輕鬆活潑的手法表現字型的變化。在圖中的排列方式充滿了動感，形式和空間的安排都很出色。

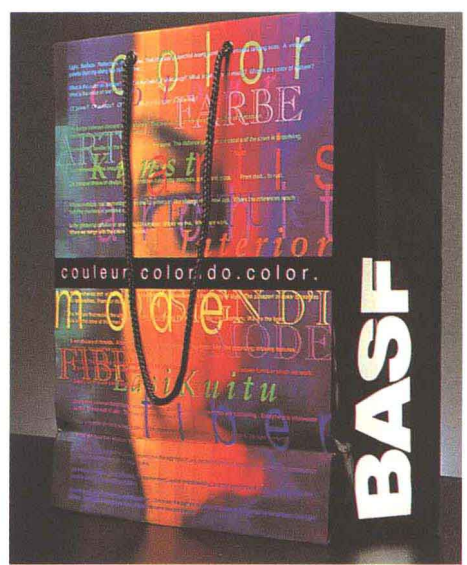


## 二、錯視的視覺矛盾

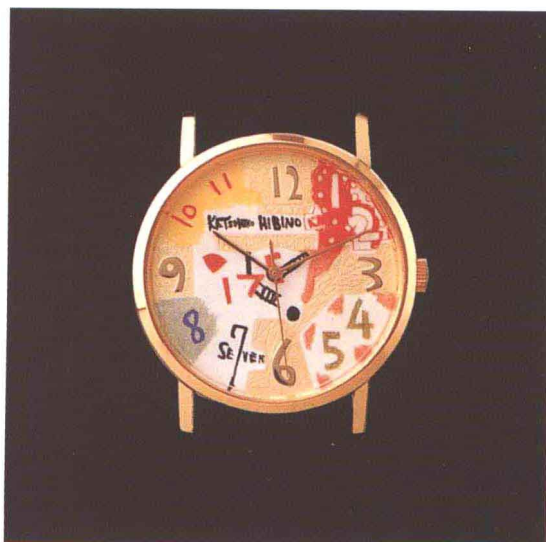
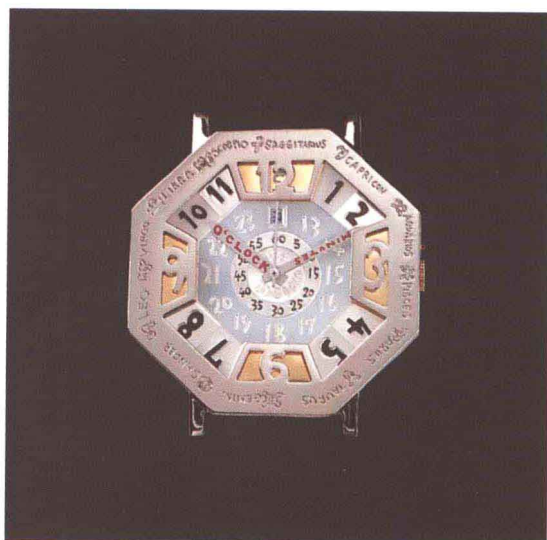
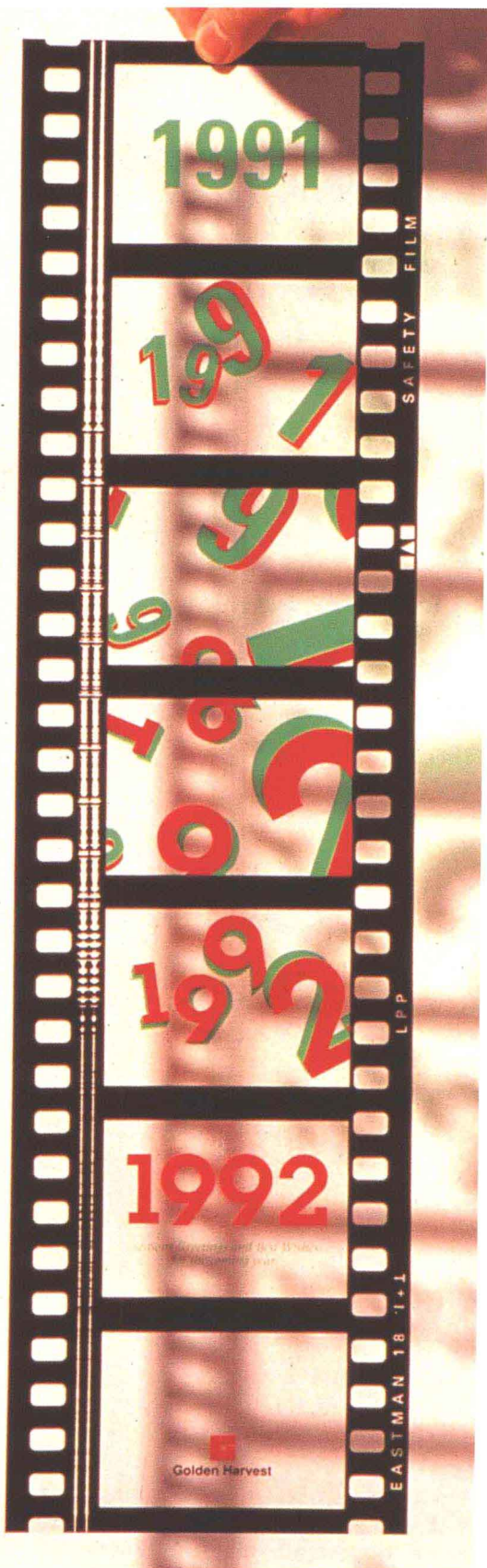
錯覺就是我們的知識判斷與所觀察的形態在現實的特徵中所具有矛盾的錯覺經驗。錯覺是純粹以吸引觀者在感覺階段上的情緒為目的，此外尚使用在產生語言所具有的意義與視覺所包含意義之間的獨特結合。在日常生活中，我們常常會提到錯覺，這是指錯誤的知覺或是知覺的錯誤。這是因為外界周圍的環境，因觀察者的狀態，即使其刺激條件不定，有時在知覺的認知內容上，會有所差異，所謂的〔錯覺〕是一種知覺的錯誤，特別是指認知內容，與事物的客觀性質有所差異，這是因為人對於這種錯誤感覺遲鈍，而使知覺的錯誤更加明顯。



◀ 當設計圖案，或是任何有關色彩的作品，設計者必需仔細考慮色彩的搭配是否恰當，以有效地激起顧客的好奇心。

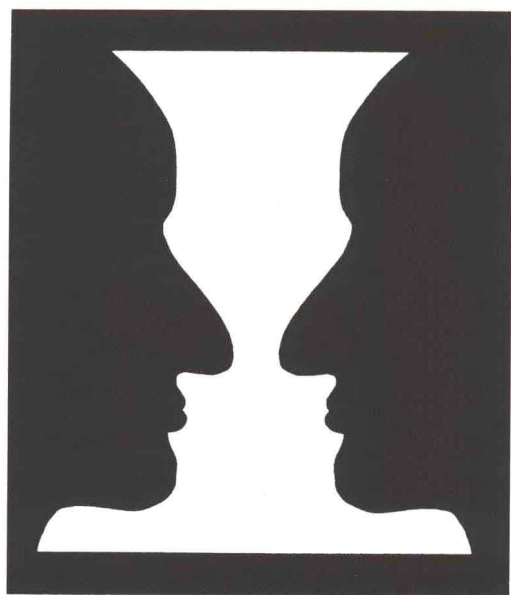
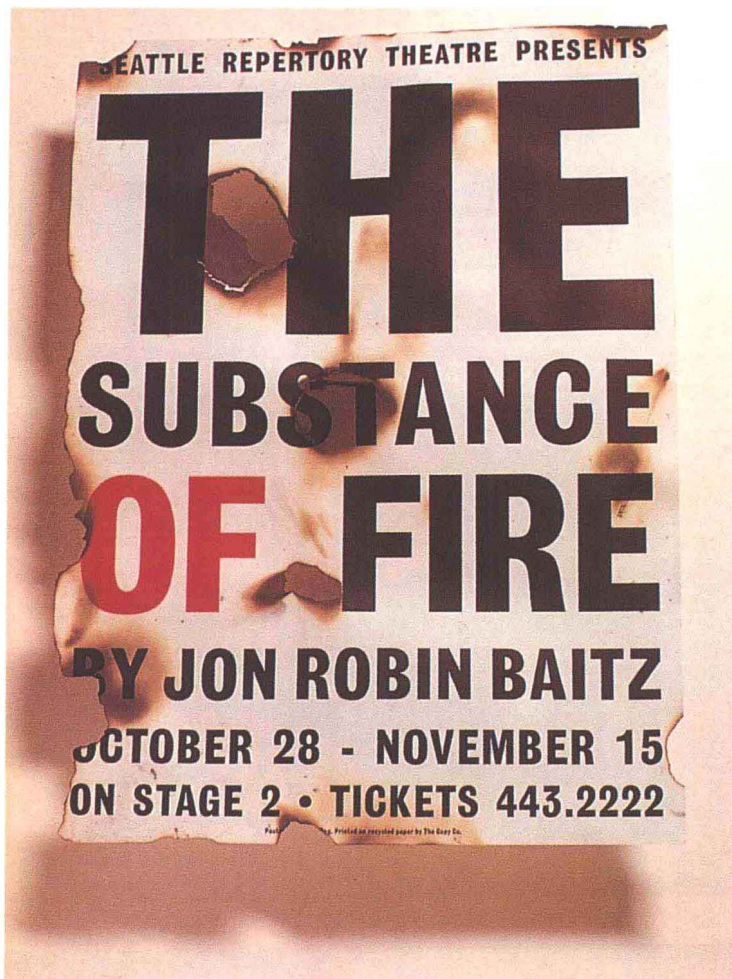


其實，許多的知覺現象，多半是利用錯覺來完成的。例如動畫的表現，是將一張一張的圖畫底片連續播放，使一張張的圖畫看起來好像在動一樣。像這種與刺激對象的客觀事實，不相一致的錯覺，也能在二次平面中表現出來。例如美術或圖案設計中，常常利用這種錯覺，在二次平面中表現三次元。



▲ 文字的立體表現，由二次元轉化為三次元，再由三次元轉化成四次元的嘗試。立體造形文字，時而突出，時而障，時而分離。文字的造形變化，在設計家的創意上成為畫面中最重要的主宰。





▼ ▲魯賓的反轉圖形、背景與圖可以相調換。



### 三、圖與背景分化

常常被心理學家所介紹的有名的魯賓反轉圖形，見圖一，看起來是有二個人的側面臉相向在一個空白的背景上，或是一個白色的壺在黑底上。在魯賓反轉圖形中，背景與圖可以互相調換的目的就是在欺騙視覺的注視力，隱約的表現真實的圖像，所以使用容易混淆的輪廓以及畫面來偽裝表面，把明顯的圖，形隱匿在背景中。而當我們在看這種圖時，必須將圖與背景區別出來。這就是所謂的〔圖與背景的分化〕視覺現象。例如現在有一張彩色印刷的圖片，有個靜物在桌子上面。就靜物與桌子的關係而言，靜物是圖，而桌子是背景；但在背景關係來說，如果靜物與桌子是圖，那麼其背後才是背景。因此，如果印刷的海報是做為貼於牆壁的裝飾品時，那麼整張印刷海報，就是圖；而牆壁則變成了背景。

WORKING  
WOMEN