

第一章

视觉传达设计的源流



第一节 视觉传达设计的基本概念

一 基本概念

视觉传达设计 (Visual Communication Design) 是指利用视觉符号来传递各种信息的设计。设计师是信息的发送者, 传达对象是信息的接受者。

视觉传达设计也是指利用视觉符号来进行信息传达的设计。视觉传达包括: “视觉符号” 和 “传达” 这两个基本概念。所谓 “视觉符号”, 是指人类的视觉器官——眼睛所能看到的, 表现事物一定性质的符号; 所谓 “传达”, 是指信息发送者利用符号向接受者传递信息的过程。视觉传达设计的主要功能是传达信息, 它是凭借视觉符号进行传达, 不同于靠语言进行的抽象概念的传达。视觉传达设计的过程, 是设计者将思想和概念转变为视觉符号形式的过程, 而对接受者来说, 则是个相反的过程。

视觉传达设计体现着设计的时代特征和丰富的内涵, 其领域随着科技的进步、新能源的出现和产品材料的开发应用而不断扩大, 并与其他领域相互交叉, 逐渐形成一个与其他视觉媒介关联并相互协作的设计新领域。

二 专业由来

很多人认为视觉传达设计就是 “平面设计”、“图

形设计”，这样的认识有局限性。虽然视觉传达设计最早起源于“平面设计”或称“印刷美术设计”，但随着现代设计的范围逐步扩大，数字技术已经渗透到视觉传达设计的各个领域，多媒体技术手段对艺术与设计的影响和参与也越来越深。

2012年以前艺术类专业目录中并没有视觉传达设计这个名字，人们看到更多的是艺术设计。而科技发展日新月异，设计表现的内容已无法涵盖一些新的信息传达媒体，视觉传达设计便应运而生。

2012年新版专业目录将部分专业进行了调整，艺术设计专业被细分为：视觉传达设计、环境设计、产品设计等专业。视觉传达设计在国外兴起较早，国内一些院校也是很早就设立了这个专业。从名字上来看，这个专业名称更加科学、严谨，蕴含着未来设计的趋向。

三 专业内涵

视觉传达设计是指依据特定的设计目的，对信息进行分析、归纳并通过文字、图形、色彩、造型等基本要素进行设计创作，是将可视化信息传达给受众并对受众产生影响的过程。

简单来说，视觉传达设计是通过视觉媒介表现传达给观众的设计。它是“给人看的设计，告知的设计”。视觉传达一般归纳为：“谁”、“把什么”、“向谁传达”、“效果、影响如何”四个程序。在我们的生活中视觉传达设计所涉及到的领域有很多，如电视、电影、建筑物、

造型艺术、各类设计产品，以及各种图标、舞台、文字设计等。

清华大学美术学院教授何洁认为，20 世纪以来，数字化媒体的出现使社会环境发生了质的变化，静态的媒体时代已经不能完全满足新世纪的需求。视觉设计也渐渐超越了其原先的范畴，走向愈来愈广阔的领域。网络技术、数码艺术设计、数字电影电视、多媒体广告短片等相继登上历史舞台。人们企盼视觉传达设计在新精神、新艺术、新工具、新空间、新媒体空前发展的情形下，能够展现出神奇的风貌，满足各方面的需求。

四 核心课程

视觉传达设计专业的主要课程有：设计基础、品牌设计、广告设计、包装设计、编排设计等。各校的课程设置根据培养方向和教学特点有所不同。

例如，浙江大学视觉传达设计专业本科核心课程主要分为三大块：一、视觉要素基础训练课程。如图形语言、色彩语言、创意形态学；二、平面设计类课程。如品牌设计、包装设计、书籍装帧与版式编排设计等；三、多媒体、综合设计类课程。如交互设计、影像设计、动画设计、展示设计等。着重培养学生对图形、色彩、文字等视觉要素的敏锐感知力和创造力，训练学生运用视觉元素进行平面设计综合表达能力，突出对多媒体技术在视觉设计中的应用，强调技术和视觉设计的交叉融通。

五 设计划分

顾名思义，视觉传达设计主要就是通过用视觉来向人们传达各种信息，所以构成视觉传达设计的主要要素就是文字、插图以及标志，这三个，是视觉传达设计中最重要构成要素，这也就决定了视觉传达设计的主要功能就是通过这三个要素，把设计者想要表达的东西通过这些要素传递给每一个接受到这个信息的接受者，它的主要功能就是起到传播的作用。关于视觉传达设计所涉及到的领域有很多很多，像电视上的各种广告、马路边上的指示牌等等，都属于视觉传达设计的领域，但在设计学中，还是对视觉传达设计作出了一个划分，主要有：

1. 字体设计，像现在流行的把一些个性签名弄得很漂亮，这个就属于是字体设计的范围。

2. 展示设计，像展览会上每个物品的摆设以及位置等等。

3. 包装设计，几乎在现实生活中都能够看到的，新买回来的没拆封的物品外面那一层包装就是。

4. 标志设计，就是每个公司都有属于自己的一个LOGO，对这个LOGO的设计就是一种标志设计；还有就是编排设计以及插图设计。

5. 招贴设计，也称海报设计，被张贴于公共环境中，通过图形、文字和色彩的创意表现提升视觉传达的效力，主要包含：商业类招贴、公益类招贴、文化类招贴等，是视觉传达设计的主要形式之一。

六 主要特点

视觉传达设计是通过视觉媒介表现并传达给观众的设计,体现着设计的时代特征和丰富的内涵,其领域随着科技的进步、新能源的出现和产品材料的开发应用而不断扩大,并与其他领域相互交叉,逐渐形成一个与其他视觉媒介关联并相互协作的设计新领域。其内容包括:印刷设计、书籍设计、展示设计、影像设计、视觉环境设计、(即公共生活空间的标志及公共环境的色彩设计)等。

视觉传达设计多是以印刷物为媒介的平面设计,又称装潢设计。从发展的角度来看,视觉传达设计是科学、严谨的概念名称,蕴含着未来设计的趋向。就现阶段的设计状况分析,其视觉传达设计的主要内容依然是 Graphic Design,一般专业人士习惯称之为“平面设计”。“视觉传达设计”、“平面设计”两者所包含的设计范畴在现阶段并无大的差异,“视觉传达设计”、“平面设计”在概念范畴上的区分与统一,并不存在着矛盾与对立。

视觉传达设计是为现代商业服务的艺术,主要包括标志设计、广告设计、包装设计、店内外环境设计、企业形象设计等方面,由于这些设计都是通过视觉形象传达给消费者的,因此称为“视觉传达设计”,它起着沟通企业——商品——消费者桥梁的作用。视觉传达设计主要以文字、图形、色彩为基本要素的艺术创作,在精神文化领域以其独特的艺术魅力影响着人们的感情和观念,在人们的日常生活中起着十分重要的作用。



第二节 视觉传达设计的发展

一 视觉传达的发展简史

1. 图形传达时代

人类最初是通过声音、手势、烽火、结绳等进行人与人之间的信号联络。随着人类文明的进程，人类通过模仿自然创造了图形这一视觉媒体。旧石器时代后期的阿尔达米拉和拉斯克洞窟壁画中的动物形象就是以图形作为记号传达信息。

2. 文字传达时代

经过漫长的历史进程，视觉传达的方法从原始的写实图形发展到线条化的抽象符号——文字。中国、巴比伦、苏美尔和埃及的文字是这一发展的例证。埃及的象形文字能够复原为事物或者概念的原始图形，中国的文字则直接来源于图形的变形，至今仍保持一种简化的象形会意的图形特征。位于埃及和苏美尔之间的腓尼基人通过学习埃及的象形文和苏美尔的楔形文最终发明了字母表。从此，文字便由最终的象形符号演变为两大文字系统，一个是象形文系统，另一个是字母系统。古希腊和古罗马先后对腓尼基的字母表进行了发展，完成了有 26 个字母的文字系统。文字的发明使得时空的传达成为了可能，并且使信息传达更为准确、更为方便。

书写材料对于文字的保存和传播也起着巨大的作用。中国发明的纸和印刷术，打开了文字的广泛传播之门。公元 10 世纪，毕昇发明了胶泥活字印刷技术，从此以后，制作活字的材料不断完善更新，先后产生了木活字和金属活字。

中国的造纸由阿拉伯传入欧洲，1340 年在意大利的法布里亚诺建起了第一个造纸用的磨。15 世纪中期，印刷术也被传到了欧洲各地。

3. 印刷传达时代

1445 年诺阿内斯·古腾堡改进了金属活字印刷技术，印刷了欧洲第一本书，从此以后，活字印刷技术被广泛应用。1480 年，印刷技术被传到英国，在伦敦教会的门上出现了最早的英语印刷广告。1609 年，第一份定期发行的报纸在德国的奥格斯堡和法国的斯特拉斯堡出现；1620 年，欧洲第一份周报在阿姆斯特丹出版。活字印刷术不仅是技术史上的重大事件，在思想史上也有重大影响。书籍和报纸与 18 世纪的欧洲启蒙运动是密不可分的，报纸和政治小册子参与了 17、18 世纪所有的政治运动和人名革命，而教科书使得大规模公共教育具备了基本的条件，印刷成为现代文明之母。随着 18 世纪后半期的产业革命，商业领域开始了激烈的销售竞争。为了让人们了解产品，吸引大量的购买者，商业宣传广告应运而生。虽然广告自古便有，但真正的发展还是在石版画发明之后，18 世纪末期发明的石版印刷，经过不断的技术改良

而扩展到全世界。19 世纪中叶起,彩色石版印刷使广告有了新的表现手段。

4. 艺术传达时代

1866 年,法国的珠儿·谢列特把从英国学到的彩色石版印刷招贴画技术带到了法国,使招贴画在法国兴盛起来,他在招贴画设计中将传统的绘画语言转变为招贴设计表现语言,被称为“现代招贴画之父”。同时期的著名画家波纳尔和劳特累克等创作的招贴画普遍提高了人们对视觉设计的认可。石版印刷技术的原理向着金属平版印刷发展,为多色印刷创作了更为有利的条件。

视觉传达设计是从以招贴画为中心的各种印刷物的设计发展而来的,当时,只是作为一种美术形式被称为应用美术。第一次世界大战以后,发展成为商业美术。商业美术一词源于英国的杂志《商业美术》,商业美术仍包含着应用美术的因素。

20 世纪初的现代艺术运动,如立体派、未来派、达达派、风格派、超现实主义、至上主义和构成主义等给予了视觉传达以直接的影响。伴随着交通工具的发达,特别是铁路与大型船舶促进了观光旅游,旅行主题的视觉传达设计便兴旺起来。这一时期的代表性招贴设计家是法国的卡桑德洛,他以立体派的表现风格为基调,创作平面构成的独特视觉形式,设计了有国际影响的作品。与此同时,摄影逐渐成为视觉传达的重要方式之一,在商业设计中发挥这重要的作用。

1920年,前苏联的埃尔·列捷斯基用照相合成法创作招贴画引起了强烈的反响,他成功的构成主义设计对现代视觉传达设计的发展产生了深远的影响。1930年,瑞士的赫伯特·马特在商业设计中采取了照片剪辑的技法,特别在为瑞士国家旅游局设计的一些列大型旅游招贴中运用摄影角度效果和集成照片技法,构成了富有视觉冲击力的画面。摄影图片开始逐渐被用于视觉传达设计中。20世纪50年代,被列为国际版面风格的瑞士设计影响着全世界,并作为视觉传达设计的主流延续至今。其先驱人物马克斯·比尔曾在包豪斯学习,他认为发展一种基于数学思想的艺术是可能的。这个时期著名的设计家有瑞士的布洛克曼、美国的波罗·兰德等。

1946年,美国和英国开始播放黑白电视,1951年,美国正式播放彩色电视节目,电视使视觉图像的传送广泛应用于人类生活的各个方面,报纸、杂志、电视成为信息社会大众视觉传播的三大媒体。1960年,在日本东京举行了世界设计会议,与会者认识到由于信息传播媒介的日益扩大,应该根据认为交流的本质,综合不同媒介与技术特点,归纳视觉信息传播的设计方法,从此,视觉传达设计便作为一个设计学科而逐渐得以确立。

5. 数字传达时代

20世纪80年代以来,计算机技术的发展带来了视觉传达设计的数字化,整个视觉传达设计得基础发生了变化。从最初的凸版印刷的金属活字排列到1960年之后的

胶版印刷的图像，版面一直是实体的。现如今，借助于计算机技术，设计程序变成了废物质实体的电子形态。1984年，苹果电脑公司推出的麦金托什机问世，开创了视觉传达设计的数字时代，计算机技术模糊了传统的印刷、电影、电视等媒体的分界，互联网使各类媒体相互融合，视觉语言和设计理念的通用性更加明显，视觉传达设计图片了传统印刷设计的局限，成为具有广阔应用领域的设计学科。

二 视觉传达的发展历史及主要特点

从视觉传达设计的发展进程来看，在很大程度上，它是兴起于19世纪中叶欧美的印刷美术设计（Graphic Design，又译为“平面设计”、“图形设计”等）的扩展与延伸。随着科技的日新月异，以电波和网络为媒体的各种技术飞速发展，给人们带来了革命性的视觉体验。而且在当今瞬息万变的信息社会中，这些传媒的影响越来越重要。设计表现的内容已无法涵盖一些新的信息传达媒体，因此，视觉传达设计便应运而生。

视觉传达设计是通过视觉媒介表现并传达给观众的设计，体现着设计的时代特征图形设计和丰富的内涵，其领域随着科技的进步、新能源的出现和产品材料的开发应用而不断扩大，并与其他领域相互交叉，逐渐形成一个与其他视觉媒介关联并相互协作的设计新领域。其内容包括：印刷设计、书籍设计、展示设计、影像设计、视觉环境设计（即公共生活空间的标志及公共环境的色

彩设计)等。

数字化多媒体的出现不断地挑战并充实着传统的视觉传达方式,扩展了当代视觉传达设计外延,视觉传达由以往形态上的平面化、静态化,开始逐渐向动态化、综合化方向转变,从单一媒体跨越到多媒体,从二维平面延伸到三维立体和空间,从传统的印刷设计产品更多转化到虚拟信息形象的传达。广告作为视觉传达的重要形式,也在数字多媒体技术的推动下发生了质的飞跃。网络广告、数字影视广告、多媒体电子显示屏、多媒体互动广告等新一代的广告视觉传播方式以飞速发展的趋势渗透到社会生活的各个方面。

所谓多媒体,即多种信息媒介的综合。多媒体技术不是各种信息媒介的简单复合,而是一种把文本、图形、影像、声音、视频、动画等形式的信息结合在一起,并通过计算机进行综合处理和控制,能支持完成一系列交互式操作的数字信息技术。在当今信息社会,以计算机科学为标志的数字多媒体技术给广告设计和传播带来了新的气息,取得了令人瞩目的社会效益和经济效益。在数字多媒体技术的推动下,广告推广战略也从单纯的品牌推广阶段向更加细化的市场推广阶段转化,开始注重和选择区域媒体、行业媒体以及更加细化市场定位的媒体,数字多媒体广告运作和发布的方式也更加多样化和人性化。

三 当代中国视觉传达设计的现状

推动中国视觉传达设计发展的因素从 1990 年以后,我国拥有了自己的经济体制,随着这种经济体制的发展以及完善,为上述设计的改进以及发展提供了一个好的平台。我国的许多有志青年为了能够让这种设计理念更好的适应我国的实际情况,找到符合我们自己的技术,他们都自愿走出国门去国外学习这方面的知识。与此同时,许多企业的领导对这种设计理念都表示赞同,并积极地发展这一设计。他们看到了这种设计的潜力,认为如果能够很好地将其运用,一定可以把自己的产品推销出去,为企业创造更多的利润。现如今这种设计理念在不断适应我国实际情况的环境中有了突飞猛进的发展,已经成为我国当今社会不容忽视的一部分,差不多延伸到人们日常生活的每一个角落,逐渐被人们所认可接受。另外,当今社会处在高速发展的阶段,许多高科技的产品应运而生,这些高端的技术与视觉设计进行有机的结合,让我们的视野更加宽阔,也使我们的生活更加便利。

视觉传达设计发展主要表现在一方面,运用计算机对设计进行帮助已经占据了当今设计的主要市场,视觉设计也逐渐地从以前具体的物体信息转变成数字信息。数码图形技术随着社会的发展取得了很大的进步,从而也帮助电脑辅助设计在人们日常生活中的传播和发展。现如今电脑这种高端技术产品的应用把现在许多工作实践以及各种技术变成了自动化的形式。运用电脑进行设计的方式为设计者在设计构思以及实际操作提供了非常

大的方便。电脑所创作出来的艺术不仅可以很直观地表现对事物进行的描述,更重要的是还可以将人们想象的东西很客观地表现出来。也就是说它不仅可以对二维空间进行提现,还可以展现三维空间的魅力,并且能够将两者进行随机的转换。另一方面,互联网的出现,让信息的输送以及运用不再受到空间和地域等因素的阻碍,让整个世界变成了一个整体,使各种信息能够进行交叉组合,通过这种看不见的网络技术把世界各地的不同人群,不同个体紧密地联系在了一起,从而让人们更加方便快捷地获取信息,运用信息。

四 中国现代平面设计中视觉传达设计的发展

视觉传达设计这一术语流行于1960年在日本东京举行的世界设计大会,其内容包括:报刊环境视觉设计杂志、招贴海报及其他印刷宣传物的设计,还有电影、电视、电子广告牌等传播媒体,它们把有关内容传达给眼睛从而进行造型的表现性设计统称为视觉传达设计电影海报,简而言之,视觉传达设计是“给人看的设计,告知的设计”——(日本《ザイン辞典》)。

给人看的设计,告知的设计,这很好地概括了视觉传达核心的东西,一张好的招贴画判断标准,第一就是能否将设计者想要表达的东西完整而准确的传达给观者看。虽然核心的东西并未发生多少改变,但是上面的定义显然已经无法跟上时代的发展。20世纪以来,尤其是

进入 21 世纪以后, 数字化媒体的出现使社会环境发生了质的变化, 而视觉设计也渐渐地超越了其原先的范畴, 不在仅仅局限于平面和印刷品上, 而是走向愈来愈广阔的领域。网络技术、数码艺术设计、数字电影电视、多媒体广告短片等相继登上了历史舞台, 它们制造着成千上万的、色彩纷呈的视觉信息, 这无疑预示了一个新时代的到来。

毋庸置疑, 它们在不断地挑战着当代艺术设计形式的同时, 也在充实着当代艺术设计的外延。多元化的视觉观念暗示着新的视觉传达方式就是要打破传统设计门类的界限, 让艺术设计变为一种能够自如地融合多种学科的载体。由此, 传统的视觉传达设计在形态上由平面化、静态化开始逐渐向动态化、综合化方向转变。

很高兴地发现, 北航内就有这样的例子, 食堂和宿舍内的电子海报将传统意义上的平面海报动态地展示出来, 这样海报的内容可以瞬时改变, 在人流速度很快的时候, 人们可以在一定时间内接收到更多的信息。而且动态的图像也更容易吸引人们的主意。由于电子技术的发展, 平面图形的动态化已经很容易实现, 因此我们看到一张海报可以比它在平面时获得更多的内容, 比如海报的显示方式、消失方式、文字的动态变化等等。这些动态的内容将是未来视觉传达设计很重要的信息。

除了北航校内这种电子海报外, 未来设计师能通过任意的一种媒体来表现自己的设计概念, 这就包括三维动态图像、多媒体、数字电影以及其他的视频领域。在

这个方面做的最早也最为出色的是国际著名的设计公司 Tomato（番茄），对此，他们有着自己独到的见解：“创造一些人们从未见过的东西，并使它独具审美。”他们希望改变传统观念中把视觉传达设计视为静态展示形象的做法，希望通过尖端技术来呈现设计概念，并创造出动态的、具有可持续发展的、与时代及世界相对应的新形象，他们认为静态的媒体时代已经不能满足新世纪的需求了。而其为耐克、索尼公司设计的推广短片更进一步证明了视觉传达设计的新走向。

随着经济全球一体化进程的临近，国际性的传播媒体及各种信息的大爆炸，原来一成不变的单调设计方式受到人们多元化需求的冲击。求新、求变的新生人群从思想上为这一时期的设计发展提供了未曾有过的选项。尤其是在对于设计责任的重视程度方面的调整，造成了在传统设计基础上的各种新设计的萌发。同时，由于物质上的极大丰富，消费水平的大幅度提高，人们对于精神方面的需求也发生了改变。年轻的人们已经失去了往昔的理想与标准，他们摒弃传统，期望改变世界的面貌，而网络世界为他们提供了无限的可能。无处不在的商业文化，大量涌现的廉价消费品，日益刺激着消费者的购买欲望，形成了巨大的超级消费市场。人们对于视觉传达设计的态度已经不再是基本功能、属性上的满足，而更多的希望其能够日新月异，并更加个性化，更加关注自我心理层面的需求。这也就引出了视觉传达设计未来发展趋势的另一个方面，表现内容和传达的信息上更加

深刻，更加关心人类所面临的共同问题。

视觉传达设计介乎于商业和艺术，设计师可以不是商人，但很多时候我们都是在为商人工作，因此功利性在以前很长一段时期内成为视觉传达设计的主题。当今人类面临越来越多的共同问题，全球气候变暖、森林减少、动物灭绝乃至人类的地区不均衡发展、饥饿战争等等问题都成为平面设计关注的内容。视觉传达设计曾经是人类征服自然达到功利性目的的一个很重要的手段，但是当人类开始审视自己征服自然、改造自然的失与得时，视觉传达设计也成为人类反思自己的一个很重要的工具。当然我们可以认为近年来平面设计内容的转变更多的是为了迎合消费者的心理需求，但是一张好的设计作品却可以将这种反思和警示传达给更多人，起到很重要的媒介作用，这是谁都不可以忽视的。

视觉传达设计内容上另一个主要发展趋势是内容更加贴近观者的内心世界，未来的设计将不再是依靠某种设计技巧或者绚烂的色彩去吸引人们的注意了，而是依靠对观者内心世界的把握，设计者利用创意去贴近和打动观者的内心。这个发展趋势是来自于我自己的个人经验，看过那么多视觉传达设计的作品，真正给我留下深刻印象都有一个共同特点，那就是打动了我的心，或者说是设计者传达出的信息和我的生活经验产生了共鸣，这些作品或者幽默、或者感人，他们都没有运用多么出人意料的设计技巧或技术，更多是设计者的匠心独运在起作用。各种设计技巧是可以通过日益发达的各种软件