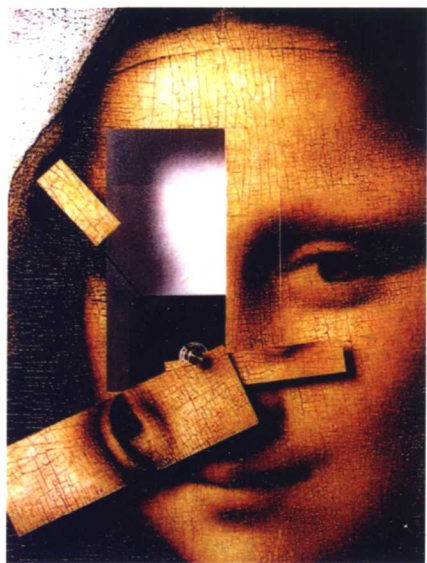




主 编 潜铁宇 熊兴福

全国高等院校艺术设计专业新思维丛书

■ 视觉传达设计

武汉理工大学出版社
Wuhan University of Technology Press

高校新思维艺术设计系列丛书

视觉传达设计

主 编 潜铁宇 雄兴福

副主编 李 琳 龚晓天

白晓健 林小明

武汉理工大学出版社

内 容 提 要

一股视觉传达设计热潮正在中华大地上蓬勃兴起。由于视觉传达设计涵盖了不断发展的设计内容,视觉传达设计的名称应运而生。它的使用,无疑会帮助读者对视觉传达设计树立前瞻性和整体性的全面认识。

本书受篇幅的限制只对文字设计、标志设计、广告设计等领域进行重点研究,对“范畴与理论”、“设计与表现”两大部分着重阐述,并进行了充分的展开,提出了设计的新思维观点、创造观念的更新,新思维的观点是符合当代审美的需求,同时也是《视觉传达设计》的基本思想。

图书在版编目(CIP)数据

视觉传达设计/潜铁宇,雄兴福编.—武汉:武汉理工大学出版社,2005

ISBN 7-5629-2190-3

I. 视… II. ①潜… ②雄… III. 视觉形象-艺术-设计 IV. J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第006729号

出版者:武汉理工大学出版社(武汉市:武昌珞狮路122号 邮编:430070)

印刷者:武汉精一印刷有限公司

发行者:各地新华书店

开 本:880×1230 1/16

印 张:7.75

字 数:251 千字

版 次:2005年1月第1版 2005年1月第1次印刷

印 数:1—3000

定 价:46.00 元

(本书如有印装质量问题,请向承印厂调换)

中国高等院校新思维艺术设计丛书

编审委员会

顾问：扶名福 柳冠中 诸葛恺 吴家骅 吕品田 廖 军
吕品昌 何小佑 陈圣谋

主任：王向阳 熊建新 雷绍锋
副主任：潜铁宇 张 远 胡红忠 金晓明 吴国荣 蔡德民

委员：（按姓氏笔画顺序排列）

万 莉	王 平	王 钢	王向阳	支 林	尹 洪
帅茨平	白晓健	朱明弢	杨戈斌	杨明朗	李 琳
肖鹤飞	吴国荣	宋柑霖	张 远	陈 锋	陈海涛
林 辉	林小明	罗 坚	罗时武	金晓明	周曙华
郑浩华	胡红忠	徐 津	桑任新	龚晓天	梁 骏
曾 颖	虞 斌	熊兴福	熊建新	熊玲林	潜铁宇

秘书长：刘永坚

总责任编辑：王兆国 徐 扬

前 言

当今世界进入了日新月异的设计时代。“设计”伴随着世界科技的进步,产业革命浪潮的冲击,各国经济不断发展以及人民消费观念,生活方式的变化而不断发展。近几十年的改革开放,我国的经济不断发展和人民物质的不断提高,人民对设计的要求提出了更高的需求。设计院校如雨后春笋般的成立,一股设计热潮正在中华大地上蓬勃兴起。

视觉传达设计是用形象与色彩将某种意义的内容表达出来的造型活动。从发展进程来看,视觉传达设计是十九世纪中叶欧美印刷美术设计(Graphic Design,又译为“平面设计”、“图形设计”等)的延伸与扩展。视觉传达设计的性质已从一个应用形式的美术转化为现代设计形式的视觉信息的传达,也就是说,视觉传达设计正从一个纯艺术学科走向艺术与科学的综合学科。视觉传达设计这一学科名称的外延比装潢设计来得更为广泛、更为全面、更能涵盖不断发展的设计内容,它的内容包括:字体设计、标志设计、广告设计、包装设计、CI形象设计、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色彩设计)、展示设计等等。它的使用,无疑会帮助读者树立前瞻性和整体性的全面认识。

视觉传达设计也成为当今设计领域中历史最长、影响最大、涉及面广、变化最快的一个学科领域。

本书对文字设计、标志设计、广告设计等领域进行重点研究,提出了设计的新观点、创造观念的更新,新思维的观点是符合当代审美的需求,也是《视觉传达设计》的基本思想。

我期望本书能对广大从事设计工作的专家,院校师生有所借鉴,由于编者水平有限,缺点和错误在所难免,恳请广大读者提出宝贵意见。

潜铁宇

2004年10月于南昌大学

目 录

1	视觉与传达	1
1.1	视觉传达的概略	1
1.1.1	视觉传达的定义	1
1.1.2	视觉传达的特征	2
1.2	相关名称	3
2	范畴与理论	6
2.1	文字设计	6
2.1.1	绪论	6
2.1.2	中外文字简史	6
2.1.3	字体造型风格	11
2.1.4	字体设计的概要	13
2.1.5	书法创意	16
2.2	标志设计	18
2.2.1	标志的概念	18
2.2.2	标志的特征	18
2.2.3	标志设计形式	20
2.3	广告设计	25
2.3.1	广告的定义与分类	25
2.3.2	广告的基本特征	41
2.3.3	广告设计的三大原则	41
2.3.4	广告创意设计	44
2.4	包装设计	48
2.4.1	包装的基本概念	48
2.4.2	包装装潢设计	51
2.4.3	民族风格与传统	56
2.5	CI 设计	58
2.5.1	何谓 CI	58
2.5.2	CI 的作用	58
2.5.3	CI 的历史	59
2.5.4	CI 的组成	63
2.5.5	视觉识别	63
3	设计与表现	73
3.1	图形设计	73

3.1.1 图形的功能	73
3.1.2 图形的分类	74
3.1.3 追求图形设计的方法	74
3.2 色彩表现	81
3.2.1 色彩的配色规律的运用	81
3.2.2 色彩的感情规律的运用	84
3.3 字体编排	86
3.3.1 形式	86
3.3.2 空间	94
3.4 编排之美	97
3.4.1 编排原理	97
3.4.2 视觉流程	97
3.4.3 编排形式	99
4 附录	107
参考书目	116

1 视觉与传达

1.1 视觉传达设计的概略

1.1.1 视觉传达设计的定义

现代文明生活的发达,使人类各个方面彼此依赖,紧密协调,互相合作与交流。全球化的冲击,地球村的形成,使视觉传达设计比以往任何一个历史时期更能显出其意义与价值。正如丹尼尔·贝尔所阐述的一样:“现代美学如此突出的成为了一种视觉美学,当代文化正在变成一种视觉文化。”可见,视觉传达的重要性。

视觉是“感受和辨别光的明暗、颜色等特性的感觉,物体的影像刺激视网膜所产生的感觉。”因此,视觉作为人的基本生理特征,通过它来感知世界,接受文明,改造世界。而视觉传达设计恰恰是注重对“视觉”的研究,注重视觉美感的探讨,同时,依靠视觉图形符号向大众传播信息。地球村的人们在合作、交流、传达的活动中,或许会有语言的障壁、地域的限制和文化的差异,但通过视觉的传达,借助对某种图形符号引发心领神会的共识与理解。这种视觉语言的沟通,就是“同构”现象的反应,“同构”使视觉传达设计成为一种万国通的语言。

视觉传达设计(Visual Communication Design)这个外来词是一个深受西方文化和传播学影响的学术名称,而这一术语流行于1960年。当时在日本东京举行世界设计会议,与会者都认识到,在不断扩大的影像媒体中,视觉和影像已作为独立的传达手段而存在,它们与其他传达手段(如语言等)不同,而是更能得到充分表现的设计,概括而言即为“视觉传达设计”。视觉传达设计这一名称的出现和认识是随着世界科学技术的日新月异,而原来的印刷美术所包含的种种活动和表现内容已无法涵盖新的信息传达媒体需要,为了包括影像设计、电子读物设计、多媒体设计等新的信息传达媒体,因此,“视觉传达设计”便应运而生。

从发展进程来看,视觉传达设计的形成是从招贴画为中心的各种印刷物的设计发展起来的,当时是一种美术形式,称“应用美术”,是十九世纪中叶欧美印刷美术设计(Graphic Design,又译为“平面设计”、“图形设计”等)的延伸与扩展。视觉传达设计的性质已从一个应用形式的美术转化为现代设计形式的视觉信息的传达,也就是说,视觉传达设计正从一个纯艺术学科走向艺术与科学的综合学科。它的内容包括:字体设计、标志设计、书籍装帧设计、广告设计、包装设计、CI形象设计、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色彩设计)、展示设计等等。以1999年昆明世博会江西室内馆展示设计为例(获国家级室内展览设计与制作金奖殊荣),总设计师潜井生先生用独具匠心、回归



图 1-1 1999 年昆明世博会江西室内展区
总设计师:潜井生

自然的创意充分体现江西省“人杰地灵”的主题;他以井冈山的翠竹为主要材料,由“梅、兰、竹、菊”四根竹雕镂空花柱顶起一圈嫩绿色灯带,顶部的竹花、四周的竹灯、竹制的展台和展架营造出一个清新典雅的展示空间,为宣传江西作了极佳的视觉传达(见图 1-1)。也正如,罗伊娜·里德·科斯塔罗所说:“设计艺术家首先是一个具备视觉洞察力的人。我一直相信,一个美术家、图文设计师和工业设计师或者是一个建筑师在基本的视觉关系上没有什么本质的区别,区别在于各自的位置要求的视觉造型的复杂程度不同。此外,每个行业所用的材料不同。我一直相信,在所有这些领域中存在一个通用的视觉原理……”^①

总而言之,视觉传达设计是以通过视觉媒体表现并传达的设计,是一门以图形设计为信息载体的应用性传播与艺术结合的综合性学科,也是一门边缘学科。

1.1.2 视觉传达设计的特征

(1) 信息性

不论是印刷设计、包装设计、展示设计,还是影像设计等哪一种形式,都是以传播信息为目的,信息的飞速传播也见证了人类文明的发展。早在远古时期,原始人的记事、结绳记事、刻木记事三种记事方法,都是借助实物化的符号或符号化的实物来储存信息,成为最早的“为传达而设计”最好的佐证。

社会进入大量生产和大量消费时代后,以视觉传达设计来传递视觉信息倍受瞩目。20 世纪商业美术逐渐成为独特设计表现形式,并应社会发展之需茁壮发展起来。进入“20 世纪 70 年代的电子革命带来了新一代的传播媒体和传播效力…它将所欲传达的信息和情感,诉诸于人的视觉”。信息的释放成为视觉传达设计的客观要求。

视觉传达设计的本质,取决于信息的传达。视觉信息传达的成功与否,取决于设计师考虑传达对象的视觉经验的差异,对视觉信息的理解与感受;考虑民族、地域、文化差异,从而确定一套切实可行的信息传达的形式与方法。正如日本电通扬雅广告公司设计的富豪汽车一样,用一枚安全别针曲成汽车的图形,并且画面上配上“你可信赖的汽车”广告语,一目了然地突出了该汽车的安全特性,一举征服了 1996 年戛纳广告节上众多的评委,夺得该届平面设计的金奖。可见,视觉信息符号的有效传达,产生了共鸣,其信息的意义才能传递。

(2) 折衷性

“折衷”是对不同意见取调和态度。视觉传达设计与艺术创作有所不同。艺术创作的第一属性是艺术性,它可以自由地表达个人的情

^①罗伊娜·里德·科斯塔罗教授是在美国普拉特学院教授了 50 年工业设计。

感,而视觉传达设计第一属性是商业性,不能随意表达个人情感,它离不开战略方案。设计师在设计之前,必先对市场进行调查、分析、预测,并在此基础上制定自己的图形、语言、色彩、宣传措施及推行计划作出科学的战略指导,这一过程的本身,就是科学性。

因此,视觉传达是富于科学性的,但它又不能算是一门真正的科学,它涉及到美学、传播学、消费心理学、经济学、市场学等各个学科。视觉传达设计的传达对象是人,其传达的内容又需通过艺术形式来表现,通过各种艺术表现手段来引起人们的注意和产生购买动机,从而达到传递信息的目的。所以,视觉传达设计既是科学性的,又是艺术性的,具有折衷性,因此是一门综合性的边缘学科。

(3) 广泛性

视觉传达设计作为人类的基本生活方式,其涉及的领域如同人类生活那样广泛,以致于很难用简单的语言来概括。“为传达而设计”来进行视觉传播,使传达更有效、更深刻、更广泛。正如蒙豪利·纳基所说的那样:“设计并不是物体表面的装饰,而是以某一个目的为基础,把社会的、人类的、经济的、技术的、艺术的、心理的、生理的等诸要素综合起来,使其能够纳入工业生产的轨道的制品设计与计划技术”。

总之,视觉传达设计深受设计与技术进步的影响,科学技术的进步,使视觉传达设计从平面向立体转变,是一种丰富;从单媒体向多媒体转变,是一种飞跃。

1.2 相关名称

装潢设计、平面设计是视觉传达设计运用最多的有关联的二个学科名称。“装潢”即装裱,古代书画用潢纸(以黄蘗染的纸)装裱故名。《唐六典》:“崇文馆装潢匠五人,秘书省有装潢匠十人”。也有把“潢”作水池解,由于书画边缘装饰凌锦,其本身如池,故名。《通雅·器用》:“潢,犹池也,外加缘则内为池,装成卷册,谓之‘装潢’,即‘表脊’也”。明周嘉胄《装潢志·裱背十三科》“《辍耕录》云:画有十三科,表背亦有十三科”。装潢已成为中国古代书画和书籍装帧的装裱的代名词。

随着时代的发展,社会的进步,装潢的含义也在不断的扩大和延伸。国内各大院校所开设的视觉传达课程,均以印刷物为媒介的平面设计,又称装潢设计。“装潢,泛指商品包装、书籍装帧、各种视觉图形设计、标志、广告设计等。在现代信息社会的传达与接受、商品的流通、销售、消费都需要以视觉传达设计为主旨的工艺装潢设计为媒介”。但从长远地看,随着电脑设计课程的开设,新时代电脑图形语言的创新和发展,多媒体技术的应用,“装潢设计”这一名称已经不能准确、全面地概括这一学科本质与特征。于是,中国美术学院率先将“装潢设计”专业更名为“视觉传达设计”以适应设计这一学科快速发展前进的步伐。

最早使用平面设计(Graphic Design)这一术语的是美国人德维金斯。1922年他用这一术语来描绘他从事的书籍装帧工作。但“真正使‘平面设计’这个术语成为国际设计界通用的术语,应该是第二次世界大战之后的事,特别是20世纪70

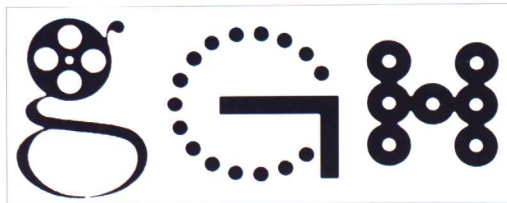


图 1-2 字体设计



图 1-3 标志设计



图 1-4 包装设计

年代以后的发展。”

设计理论家王受之先生在《世界现代平面设计史》中对“平面设计”的界定为:平面设计是设计范畴中非常重要的一个组成部分,所有二维空间中,非影视的设计活动都基本属于平面设计的内容。平面设计是相对立体设计而言,“平面”主要指二维空间,“二维平面却是有情感的,是充满了幻想与活力的。”而“立体”主要指“三维”或“四维”空间,它们有着运动的美感和张力。

平面设计是把平面上的几个基本元素,包括图形、字体、文字、插图、色彩、标志等等以符合传达目的的方式组合起来,使之成为批量生产的印刷品,使之具有准确的视觉传达的功能,同时给观众以设计需要达到的视觉心理满足。简单地说,平面设计是一种以视觉媒介为载体,经由印刷制作而完成的向大众传播信息和情感的造型性活动。

所以,“Graphic Design”一词也被译为“印刷设计”、“图形设计”。平面设计提出与运用,与“装潢设计”名称相比,算是一种进步。但“平面设计”也只能局限于表达二维空间的范畴,很难有包容三维和四维的能力。“视觉传达设计”在名称上有取代“平面设计”之势,但本书所涉及到字体设计、标志设计、包装设计、广告设计、CI设计等主要内容(见图1-2~图1-6),即是“视觉传达设计”主要研究对象,也是“平面设计”研究对象。为此,本书以此为切入点,无疑是给设计者树立了前瞻性与新的思维。



图 1-5 中国银行 CI 设计

设计:靳埭强



图 1-6 广告设计

2 范畴与理论

2.1 文字设计

2.1.1 绪论

古代社会人类为了与人交流,为了表达思想感情常常利用与生活密切联系的大自然原有的物象,摹仿设计了许多代表性的形态性记号,这些形态性记号是用图画来表达的,称为“象形文字”。世界上最古老的象形文字,表意文字都是来源于图画和符号,也是文字产生的第一步,文字成为人类信息不可缺少的传播载体,同时,成为大众信息传播最为基础的艺术形式和表现手段。

文字是用图像来表示语言声音的视觉符号。

世界上各民族文字的演变过程,都历经数千年陶炼,并且受各地域、各民族的文化熏陶,产生了当今世界各具其趣又各具面貌的文字造型。总的来说,文字有两种构成方法:“表意文字”、“表音文字”(见图 2-1、图 2-2、图 2-3)。

“表意文字”来源于图画和符号,用来表示语言的意思(如汉字)。我国表意文字是由形象为首,并用独创的方法把音、形、义结为一体使之演化成独立的文字体系。我国表意文字创作方法和方式,可归纳为六种,被称为“六书”。“说文解字”中称“六书”是指:指事、象形、形声、会意、转注、假借”。

“表音文字”也称拼音文字,用来表示声音的,流行于欧美各国。表音文字是用字母来表示语言文字,形式显然是抽象的。

表意文字和表音文字的形成与构造都别具一格,但如果把它们纳入设计范畴的话,则有相通之处,成为重要的视觉传达媒体之一。设计界常用“文字造型”、“字体设计”一词,来探索文字透视视觉美学的原理、文字机能性、社会性与审美性等综合性质。

2.1.2 中外文字简史

远古时期的结绳记事、简单的实事记事交流已不能满足社会的需求,也有一定的局限性(见图 2-4)。图画符号、记事图画、图腾的出现是原始人运用象形的方式进行信息交流的媒介物。直至后来的文字出现,运用文字来表达思想、情感、记事、人类的信息交流才日益丰富和便利,人类文明才得以不断发展(见图 2-5)。

(1) 汉字字体

汉字是中国传统图形中最富于想像力,最具有概括性的抽象图形。



图 2-1 中国的表意文字



图 2-2 古埃及象形文字



图 2-3 罗马文碑铭

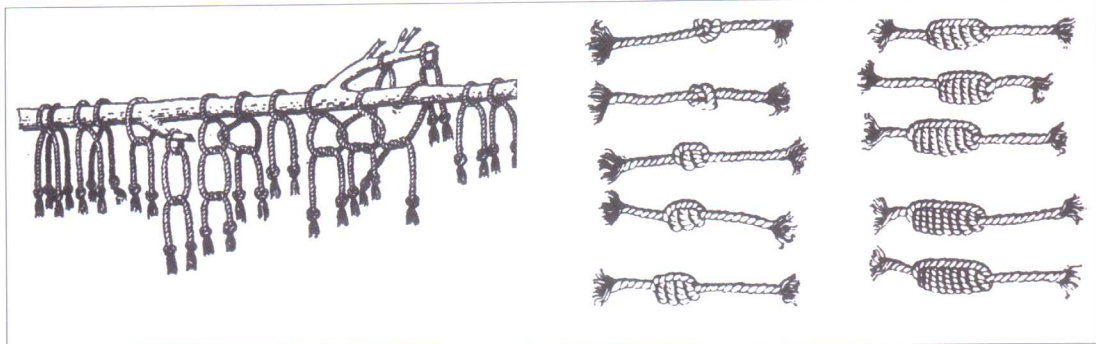


图 2-4 结绳记事

甲骨文又称“殷墟文字”,距今已有三千多年,甲骨文字以象形为基础,笔画纤细,字形优美,并且它已有六书的文字形式,是我国目前发现最早的成熟文字。郭沫若曾在《殷契粹编序》说:“卜辞契于龟骨,其契之精而字之美,每令吾辈数千载后人神往。”(见图 2-6)

金文,旧称“钟鼎文”、“大篆”、“古文”,是铸或刻在商周青铜器上的铭文,是汉字由图画型向符号性过渡的文字形式。西周大盂鼎铭是西周早期的金文,其文字古朴厚重,苍劲有力,在金文书法艺术上占有重要地位(见图 2-7)。

经过几千年的锤炼,由汉字派生出各种各样的书体与风格。就书体而言,有“篆、隶、楷、行、草”之分。篆分大篆和小篆,篆书字体整齐、均匀,呈长方形,笔画的始末均呈园状,字的重心偏上;隶书,也称“左书”、“史书”,是由篆书简化演变而来。从隶书再经演变,则成为今天的楷书字体;“楷书”也称“真书”、“正书”,结构严谨,笔画工整,便于阅读,成为现代汉字的标准字体,楷书始于汉末盛于唐,如唐朝欧阳询、颜真卿、柳公权等的楷书堪称典范;行书是由隶书和楷书简化而



图 2-5 鸟、鱼字体的演变



图 2-6 甲骨文



图 2-7 西周 大盂鼎铭

来,王羲之的书体字里行间透出行书的魅力;草书又有草书和狂草之分,是为书写便捷而产生的字体(见图2-8、图2-9、图2-10、图2-11、图2-12、图2-13)。

可见,篆书的古茂、隶书的稳健、楷书的端庄、行书的洒脱、草书的奔放呈现出千姿百态的风貌,体现了中国艺术和中国美学的精髓。鲁迅先生曾十分准确地概括了汉字的审美特征:“中国汉字有三美:意美以感心,一也;音美以感耳,二也;形美以感目,三也。”



图 2-8 东汉 袁安碑 篆

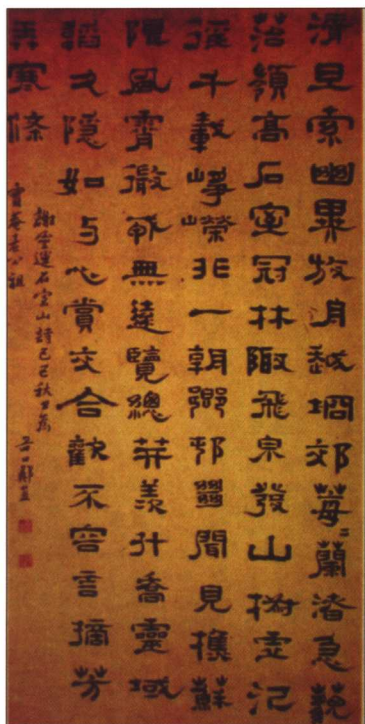


图 2-9 清 隶书 郑簠

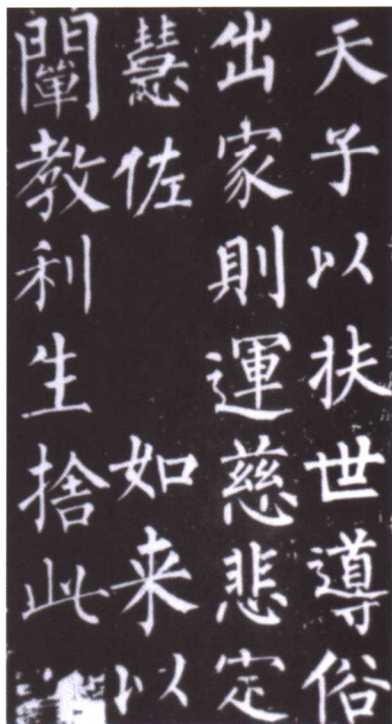


图 2-10 玄秘塔碑 柳公权

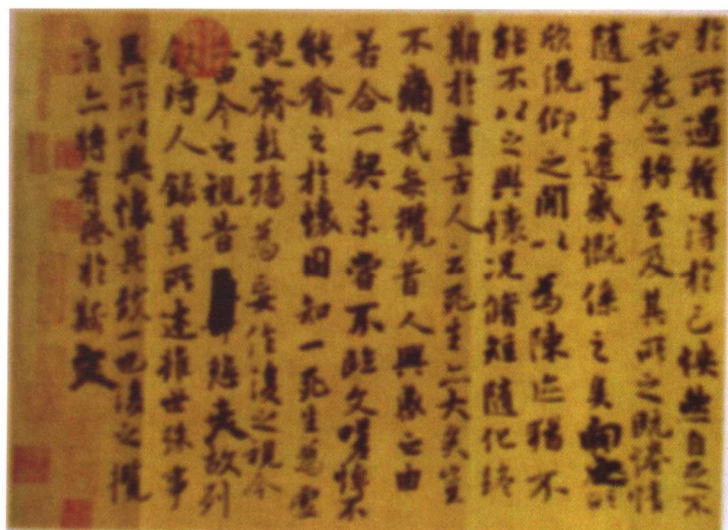


图 2-11 东晋 兰亭序 王羲之

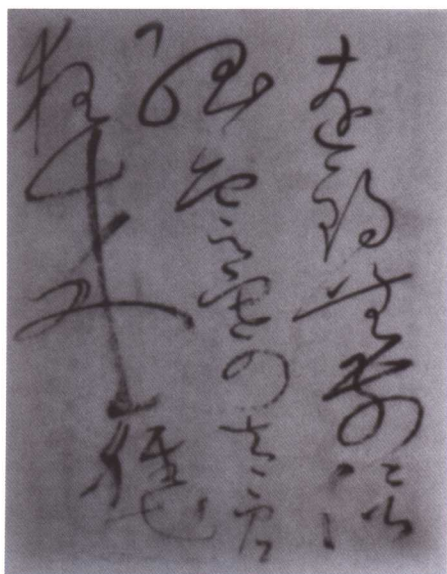


图 2-12 唐 自叙帖 怀素

(2) 拉丁字体

古埃及象形文字,是铭刻在陵墓、神殿的墙壁、纪念碑等上面,被称为“神的语言”。古埃及人用它传承文明,用它表达对神的敬意(见图 2-14)。

楔形文字是古代远东的苏美尔人和巴比伦人、亚述人使用的文字(见图 2-15)。

罗马字母文字出现在公元前 2000 年左右的地中海东南部地区,后来以腓尼基文字为媒介,传播到西方。只有 22 个子音文字,它的字脚(或称“饰线”、“衬线”)富于变化,端正雅丽,形态与罗马柱相似。加洛蒙体是古老的罗马体之一,是应用广泛的字体,带有优雅、亲切、平易近人等特点,能增进阅读兴趣的特性(见图 2-16)。

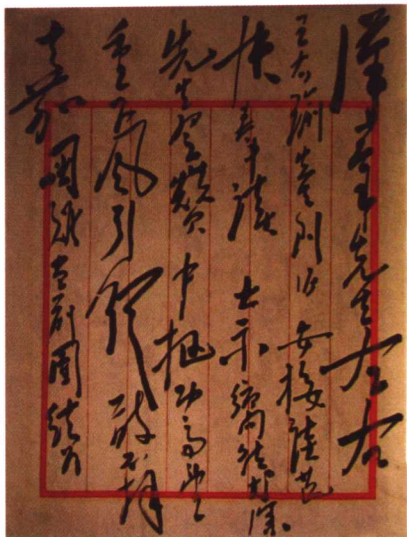


图 2-13 现代草书 毛泽东



图 2-14 写在纸卷上的埃及象形文字



图 2-15 楔形文字

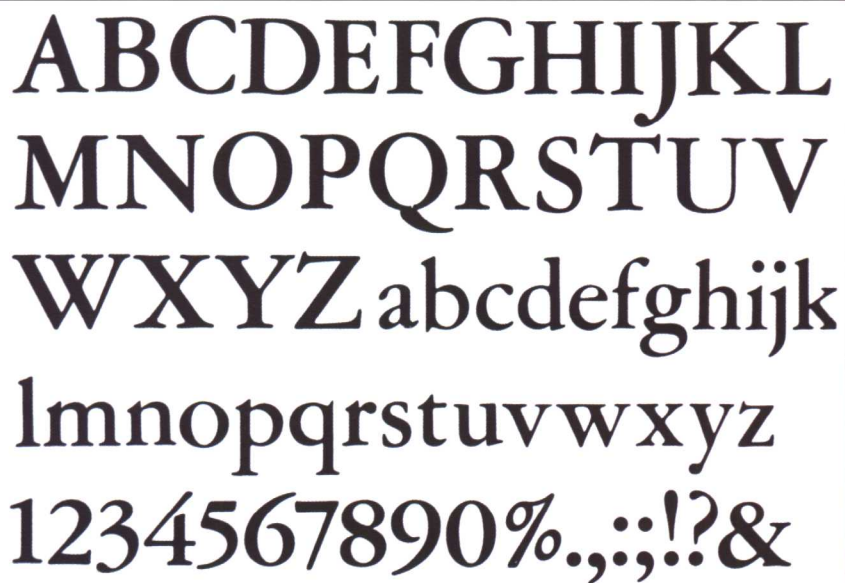


图 2-16 加洛蒙体



图 2-17 古典拉丁字母

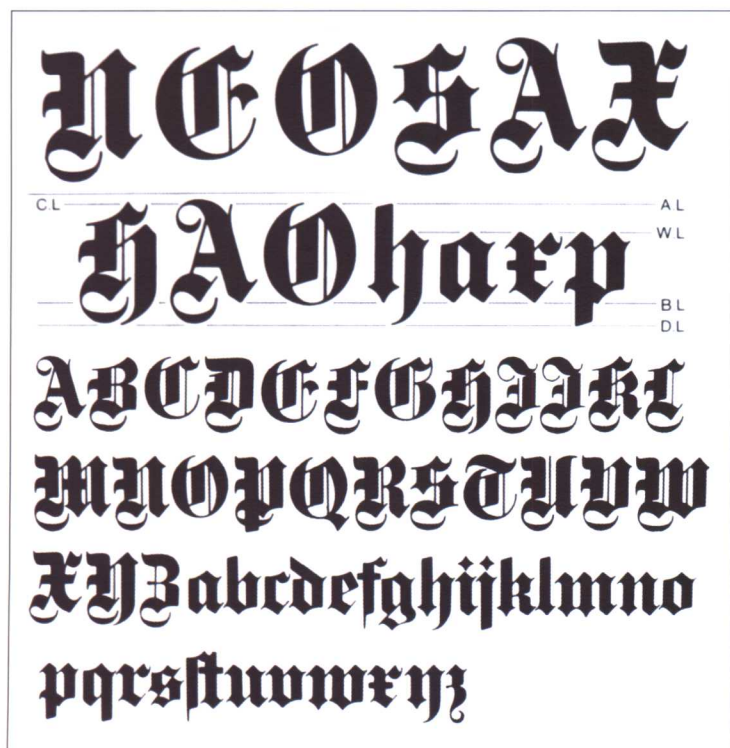


图 2-18 哥特体 (Gothic Bold) 架构及字样

拉丁书写体指用鹅毛笔书写的拉丁字及其法则,主要包括鲁斯梯卡字体、安色尔字体、卡罗琳字体、哥特字体、意大利斜体、草书体等(见图 2-17)。

哥特体,又称“黑体字”、“无衬线字体”,流行于欧洲 13~15 世纪。古登堡(Gutenberg)发明的铅字与此颇为相似。字体结构紧凑,字距窄小,显得庄严肃穆,常用于宗教经典的印刷,用于标志及指示性说明,极富装饰性(见图 2-18)。

意大利斜体,14~16 世纪文艺复兴时期,其风格自然流畅,具有方向性的动感,增添作品的活泼感。

草书体,主要出现于 16~18 世纪的意大利和法国。有优美华丽之感。