

设计家丛书

山东美术出版社

张福昌 王延羽 著

视觉传达设计



设计家丛书

视觉传达设计

张福昌 王延羽 著



山东美术出版社

顾 问 张一民

主 编 张福昌 耿本清

副主编 沈祝华 朱 铭 赵建源

鲁新登字04号

视 觉 传 达 设 计

张福昌 王延羽 著

山东美术出版社出版

(济南经九路胜利大街39号)

新华书店发行经销

山东新华印刷厂德州厂印刷

787×1092毫米16开本

11.75印张 4插页 70千字

1995年10月第1版 1995年10月第1次印刷

印数: 1-3,000

ISBN 7-5330-0925-8/J·924

定价: 30.00 元

前言

当今世界早已进入了崭新的设计时代。“设计”伴随着世界科技的进步、产业革命浪潮的冲击、各国经济的发展以及人们的消费观念、生活方式、生活构造等因素的变化而不断发展。当今世界已由过去的谁控制了质量谁就控制了世界，转向谁控制了设计，谁就控制了市场。世界上一些发达国家，早已把设计作为新的高技术产业的核心和振兴国家经济的重要战略列入国策。设计已成为世界上的热门职业。

改革开放迎来了中国工业设计事业的春天。随着我国经济的发展和人民生活的不不断提高，人们对商品设计也提出了更高的要求。企业对设计也日益重视，设计院校的建立如雨后春笋，一个工业设计的热潮正在祖国大地蓬勃兴起。

由于我国设计事业的历史较短，长期以来设计教育发展缓慢，设计人才奇缺，绝大部分企业没有设计人员，因而形成了产品互相仿造，不求创新。由于设计工作落后，仅包装设计不善每年造成的损失就有上百亿元。许多产品是一等原料，二等质量，三等价格，在国际市场缺乏竞争力。因此，迅速造就一支数十万具有现代设计意识、掌握现代设计方法和技术的专业设计队伍，是发展我国经济、提高经济效益的当务之急。而这一艰巨任务的完成，也不是仅靠现有的正规艺术院校所能完成的，还必须辅以多渠道、多层次、多种形式的办学，广泛开展设计教育，大力提倡自学成才；同时，还要重视在职设计人员的业务提高，把业务培训提到重要的议事日程上来。为此，我们急需为广大设计人员出版一套现代设计丛书，以满足社会的需求，本书就是为此而编写的。

《视觉传达设计》(VISUAL DESIGN)这一术语在国内还不普及，即便现在沿用的包装装潢、装潢设计、商业美术等名称也不完全统一。目前国际上广为使用的“视觉传达设计”一词，是指具有视觉传达功能的设计，简称为“视觉设计”，例如，报纸、杂志和其他印刷宣传品，以及电影片、电视片、广告牌等大量媒体(Mass Media)。它们把设计内容传达给眼睛，从而进行造型性的表现性设计。视觉传达设计虽与商业设计、宣传设计、印刷美术设计和平面图形设计相类似，但它并不只限于产业活动的领域，还包含公共的、政治的宣传，也包括印刷设计这类平面之外的展示和广告类的主体设计。总之，视觉传达设计是“给人看的设计”，“告知的设计”，一般是“相对产品设计而用的。”(引自日本《广“サ”イニ小辞典》)

视觉传达设计这一术语，在世界上流行开始是在1960年。当时在日本东京举行的世界设计会议，与会者认识到，在不断扩大的映像媒体中，视觉和映像已作为独

立的传达手段而存在,它们与其他达传手段如语言等不同,而是更能得到充分表现的一种设计。

通过视觉来传达某种内容的设计,在十九世纪中叶到二十世纪中叶已经逐渐兴起。当时世界各国广泛采用的装饰美术、应用版画或商业美术等,在日本被称为“图案”或“商业美术”(Graphic Design)。这些作为通用的名称沿用至今。“视觉传达设计”这一名称的出现,是随着世界科学技术日新月异的发展,原来的印刷美术设计所包含的种种活动和表现的内容等,已不能适应社会的需要,于是,包括影视等新的信息传达媒体——视觉传达设计便应运而生。

视觉传达设计是用形象和色彩将具有某种意义的内容表达出来的造型活动。随着科技的进步,视觉传达的领域日益扩大,并与其他设计领域相交叉。尽管视觉传达设计十分广泛,但在社会生活和产业中,其主要的设计方面是较为明确的。视觉传达设计主要由文字、标记、符号等要素构成。其领域主要有:文字设计(包括中文、外文、数字等),商标、标记、象征符号、组合字体、图形文字等设计,印刷美术设计(包括报刊广告、插图、唱片封套、书籍装帧、地图、统计图表、POP广告、产品样本和说明书等的设计),包装设计(主要指产品的容器、包装箱、包装纸等的设计),展示陈列设计(如展览会、展销会、博物馆、科技馆、美术馆、交易会、商店橱窗及展台设计等),广告设计(影视广告、招贴广告等),CI设计(这是视觉传达设计中最新的综合设计,是企业形象、企业文化和设计战略的重要组成部分。它越来越受到世界各国的重视)。

视觉传达设计是世界设计领域中历史最长、影响最大、涉及面最广、变化最快,也是与人的接触最密切、设计人员最多的一个领域。随着其领域的不断扩大,前景越来越广阔。

本书使用“视觉传达设计”一词,是为了与国际接轨,尽可能采用目前国际上通用的名称。实际上我国的视觉传达设计领域也由早期的商品包装、招贴、样本、书籍装帧、广告等原件作品的设计,扩大到产品系列、展视陈列、影视、CI计划和视环境规划设计。一代具有现代设计观念、掌握现代设计方法和技术的设计队伍已在形成。

我们期望本书能对广大从事设计工作的专家、企业家、美术院校师生有所借鉴。由于编著者的水平有限,缺点、错误在所难免,恳请广大读者提出宝贵的意见。

最后,应当感谢山东美术出版社的领导和编辑,是在他们的帮助和支持下本书才得与广大读者见面的。

张福昌

1993年11月

目 录

前言

绪论 1

第一节 视觉传达设计发展概略 1

第二节 视觉传达设计的作用 3

第一章 视觉传达设计的构成要素 ... 7

第一节 文字设计 7

第二节 插图设计 17

第三节 符号、标记设计 29

第二章 编排设计 45

第一节 版面设计原理 45

第二节 文字编排 63

第三节 图版设计 70

第四节 图表设计 78

第三章 广告传达设计 88

第一节 广告概要 88

第二节 广告媒介 89

第三节 广告计划 97

第四节 广告表现 102

第四章 展示陈列传达设计 108

目 录

第一节 展示陈列设计概要	108
第二节 展示陈列设计范围	120
第三节 照明、色彩、映像设计	121
第四节 展示设计的规划	139
第五章 包装传达设计	144
第一节 包装概要	144
第二节 包装的视觉表现	147
第六章 摄影	154
第一节 照相器材	154
第二节 摄影技术	158
第三节 摄影设计	160
第七章 印刷	170
第一节 原稿设计	170
第二节 制版技术	171
第三节 印刷版式	175
第四节 装订	176
后 记	180

绪 论

第一节 视觉传达设计发展概略

视觉传达设计,指视觉传达机能的设计。在人类生活中,交流是不可缺少的。交流的方法虽然各种各样,但用眼睛观察取得信息,即视觉传达的方式,在交流中占有重要地位。

人们最初是通过声音、手势、语言、烽火、结绳、图形……进行人与人之间的信号联络。旧石器时代后期的阿尔达米拉和拉斯克洞窟画中的动物形象,即是以图画作为记号传递信息。视觉传播方法的发展导致了文字的发明,从写实的图形发展到线条化的抽象符号——字,经历了漫长的道路。中国、巴比伦、亚述、苏美尔和埃及的文字,是这一发展的很好例证。埃及的象形文能够复原为事物或概念的原始图形,中国文字至今仍保持一种简化的图画形式。文字的发明使跨越时空的传达成为可能,并且,使信息传达更准确、方便。

书写材料对于文字的保存与传播无疑起着重要作用。中国人发明的纸和印刷术,打开了文字的广泛传播之门。中国的造纸术由阿拉伯传入欧洲,1340年在意大利的法布里亚诺建了第一个造纸用的磨。十五世纪中期,印刷术也传到欧洲各地。1445年德国的若阿内斯·古腾堡发明了金属活字,印刷了欧洲第一本书,从此活字印刷技术被广泛应用。1480年印刷术传到英国,在伦敦教会的门上出现了最早的英语印刷广告。1609年第一批定期发行的报纸在今天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大事件,在思想史上也有重大影响。书籍和报纸与十八世纪欧洲启蒙运动是联系在一起的,报纸和政治小册子参与了十七、十八世纪所有的政治运动和人民革命,而教科书使得大规模公共教育成为可能,“印刷是文明之母”。在人类活动的各个领域,在发展交流方面,印刷有着无法估量的重要作用。

随着十八世纪后半期的产业革命,开始了激烈的销售竞争。为了让人们了解产品,吸引大量购买者,商业宣传广告应运而生。虽然广告古已有之,但真正的发展是在石版画发明之后,十八世纪末发明的石版印刷,经过不断的技术改良,扩展到全世界。十九世纪中叶起,彩色石版印刷使广告有了新的表现手段。1866年法国的焦耳·谢列特把从英国学到的彩色石版印刷招贴画技术带到法国,使招贴画在法国兴盛起来,谢列特因此被称为“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识。石版印刷技术的原理,向着金属平版印刷方向发展,为多色印刷创造了更为有利的条件,迎来了视觉传达历史的新纪元。

科学技术的发展,给现代社会带来了变革。人们希望在每天的生活中得到更新、更正确的信息。迅速传达的手段和方法是随着电信的发明出现的。电信给国际情报交流带来了革命。由此,通讯社可以将世界新闻及时提供给报纸。十九世纪末期,欧洲出现了发行量超过一百万份的报纸。以后又发明了将声音送到远处的电话,进而产生了无线电通讯。1920年美国开始了作为大众传播媒体的公共广播。德国实验的电送传真设想和无线电原理的应用促成了电视的发展。1946年美国 and 英国开始播放黑白电视,美国于1951年正式播放彩色电视。电视使视觉传达迅速发展,图像传送被广泛应用于新闻、工业、科研、教育、医学、文艺、商务等各个方面。报纸、杂志、无线电广播、电视成为现代信息社会大众传播的四大媒体,视觉传达设计在这种大量传达的情势下产生、发展,担负着越来越重要的作用。

视觉设计是从以招贴画为中心的各种印刷物的设计发展起来的,当时,只是一种美术的形式,称为应用美术。第一次世界大战后,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》。商业美术仍包含应用美术的因素。二十世纪初的现代视觉艺术运动,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直接影响了视觉传达设计。随着交通工具的发达,特别是铁路与大型船舶,促进了观光旅行,观光主题的视觉设计便兴旺起来了。这一时期代表性的招贴设计家是法国的卡桑特洛,作为“街头风景创造的第一人”,他以立体派的表现为基调,用平面构成上的独特形式,创作了有国际影响的作品。与此同时,摄影渐渐成为视觉传达的重要方式之一,在商业设计方面扮演了重要角色。1920年,苏联出生的爱尔·利希基在德国用照相合成法创作招贴画引起强烈反响,他成功地实现了构成主义理想,对视觉传达设计产生了很深的影响。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观光招贴中,运用摄影角度效果和照片剪辑技法,构成了激动人心的空间表达,为把摄影用于视觉

传达设计作出了重要贡献。

五十年代，瑞士设计影响了全世界，称为国际版面风格，它作为视觉传达设计的主流持续了二十多年。其特征包括：以数学网格组织设计元素，达到视觉秩序的统一；使用无衬线字体，版面左齐型编排，图文信息清晰、客观展现。设计师舍弃个人偏好，采取普遍和科学的态度进行设计，他们认为设计师不是艺术家，而是信息传达的导线。其先驱人物马克斯·比尔早年受教于包豪斯，曾任乌尔姆设计学院校长。他认为发展一种主要基于数学思想的艺术是可能的。这时期著名的设计家有瑞士的布洛克曼、美国的保尔·兰德等。由于信息时代的开始，人们从交流的本质出发，从技术、媒介，到心理、功能，综合考虑适合视觉信息传递的设计方法，从而产生了视觉传达设计的概念。其范围包括：广告、招贴、字体、版面设计、书籍、图表、产品目录、标识、商标、包装、展示陈列、映像等广泛领域。

图 1：谢列特设计的招贴。

图 2：卡桑特洛设计的招贴。

图 3：卡桑特洛设计的招贴。

图 4：利希基设计的招贴。

图 5：马特设计的招贴。

图 6：马特的两幅招贴设计。

图 7：布洛克曼的设计作品。

图 8：比尔的设计。

第二节 视觉传达设计的作用

传达信息，感知环境，必须借助感觉器官。视觉在人类感觉系统中占主导地位。当同时呈现给视觉系统和其它感觉系统以相互矛盾的信息时，视觉信息总是占支配地位，而其它感觉器官收到的信息则被撇到一边，不予理会。这一现象，在考拉韦塔对视觉与听觉的研究，吉布森关于视觉和触觉反馈的研究以及洛克的研究中都得到证实。

在人类交流活动中，结合视觉形象的信息传递，准确性更高。就是在语言的传达中，也有字形和排列等视觉因素。此外，视觉也能形象地表现其它感觉，如音符和乐谱就是由视觉传达听觉的表现。视觉传达就是凭借形态、色彩及其构成的视觉形象传递信息，它不是对语言传达的替代，而是与之有机结合，互为补充进行有效

的传达。

现代社会的视觉传达中，以电视为中心的映像设计和印刷设计（报纸、杂志、广告等），已成为社会不可缺少的组成部分。在信息量繁杂的今天，视觉传达以其深刻的洞察作用和理解作用充斥于人们生活的时空中。以科学的方法和创造性的独特形式，提高信息的视觉识别性，使之迅速、清晰传送是视觉传达设计的基本目标。

航空的发达使国际交流日益兴旺，全球已成为一个“世界村”。这导致了视觉传达设计具有国际共同性。例如：与旅行有关的铁路、公共汽车、地铁的交通线路图，导游图、地图、旅行说明和公共标识等设计，必须符合国际通用化的表现。

随着技术革命带来的变化，视觉传达设计的领域不断扩大，传播信息的工具和技术不断变化，但视觉传达设计的作用永远是把思想和概念转变为视觉形式，并为信息带来秩序。视觉传达设计的新形式和新方法将随时代的发展不断涌现。



图 1



图 2

图 3

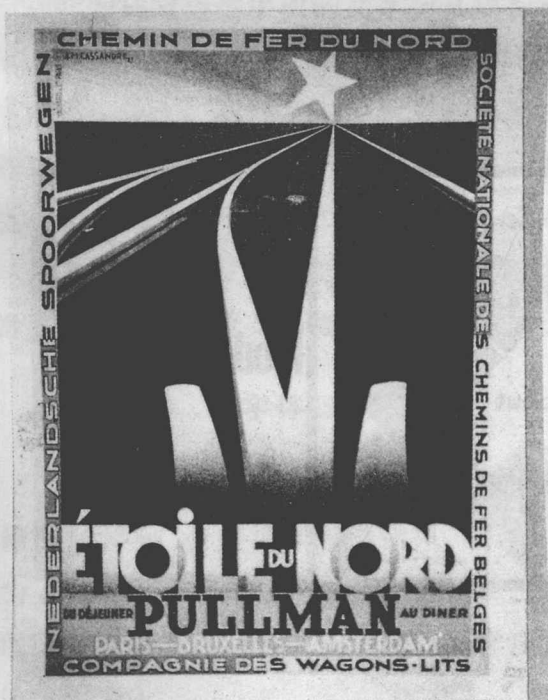


图 4





图 5



图 6

图 7



图 8



第一章 视觉传达设计的构成要素

视觉传达设计是以信息传达为目的,对文字、插图、符号等构成要素的形态、色彩进行处理和安排。不仅如此,成功的设计要了解和分析传播对象、传播媒介和传达环境。所以,今日的视觉传达设计已不是单纯的平面设计,而是建立在传播学分析与人因工程学研究基础上的系统设计。

第一节 文字设计

作为视觉传达手段的文字与其表现材料和工具密切相关。石、金属、骨、芦苇笔、毛笔、羊皮、牛皮、纸等,这些材料和工具的不同,必然影响到文字的形态,如早期的甲骨文、石鼓文以及后来的毛笔字。印刷术发明以后,刻字刀对字形产生了深刻的影响,字形分成了机械用铅字印刷体和书写体两类,字的排列方法也随之发生变化。现代出现的各类新材料、新工具,使文字的表现越来越丰富多样。

文字设计,即运用视觉规律研究文字的点划、结构、间距及编排等形态组合,根据文字本身的意义与所要达到的目的,设计出视觉美观、传达机能高的文字。

(一) 字体设计

错视与设计:针对错视现象,在设计时对字形、笔划等进行相应调整。常见的错视有水平二分错视和纵横错视。水平二分错视指上下相等的两部分在视觉上显示为上大下小,设计时应将上部相应调短(图9)。纵横错视指纵横两个方向上相等的线段在视觉上显示为纵长横短,同样现象也表现在正方错视上,这时应调为纵短横长(图10)。

汉字的字形不同,大小不一,设计字体时应视笔划的繁简、方向等作相应的调

整, 进行压缩、增粗、扩展使字字匀美(图 11)。

(二) 英文字体

字体结构: 基线, 是一条水平线, 所有字母都排在此线上。X 高度, 每套字母无论大小写, 以 X 字母高度为基准(图 12)。英文字形可分为方(HM)、圆(O、Q)、三角形(AV)三种; 有单结构(O)和双结构(B)之分; 在比例上又分为 4:4(M)、4:3(S)、4:2(L)。一般横线比竖线细, 转折处和交叉点相应调细些, 锐角和圆形字顶部稍超出平均水平线。但也不绝对, 具体设计可按需要进行必要的调整 and 变化(图 13)。

(三) 字体种类

汉字字体主要分三大类: 书写体、照相排版字体和手绘美术字。书写体包括篆书、隶书、楷书、行书、草书。照相排版字体的大小以正方形为基准, 以级(Q)为单位。80 级的字是 $80 \times \frac{1}{4} = 20$ 毫米边长的立方字, 包括字距在内(图 14)。照相排版字体, 使用变形镜头等技术, 可产生多种变化(图 15、16)。手绘美术字主要以宋体(明体)和黑体为基础进行字形、笔划、结构方面的变化(图 17)。

英文字体种类繁多, 约有一千五百多种。每种字体中又有大小、粗细、倾斜度、宽度等变化, 但从形态角度可概括为三大类: 衬线体、无衬线体、装饰体。衬线体(SERIF)笔划末端有装饰性部分, 与中文宋体字类似, 多用于正文排字, 笔划粗细对比明确, 容易读。无衬线体(SANS SERIF)笔划末端无装饰性部分, 粗细变化不明显, 类似中文的黑体字, 较适于远距离的传达, 如标语、海报、标识等。装饰体(DECORATIVE)是一种花体字, 花巧的设计往往产生与众不同的字形, 给人以深刻印象, 但不容易读(图 18、19、20)。英文字体大小以点(Point)为单位, 点的尺寸是从上升笔划线到下降笔划线的距离, 一英吋大的字为 72 点(合 25.4 毫米)(图 21)。

(四) 设计手法

1. **叠印:** 一般文字都是印在白纸上, 但有时为了追求特殊效果而将文字印在图形或另外的文字上。应注意的是这种处理虽然丰富了文字的表现, 但也降低了易读性(图 22、23)。

2. **强化:** 强化的形式很多, 如为文字加边或加内线、衬条、断裂等, 使其产生与众不同的效果(图 24)。

雨 雨
高 高

图 9

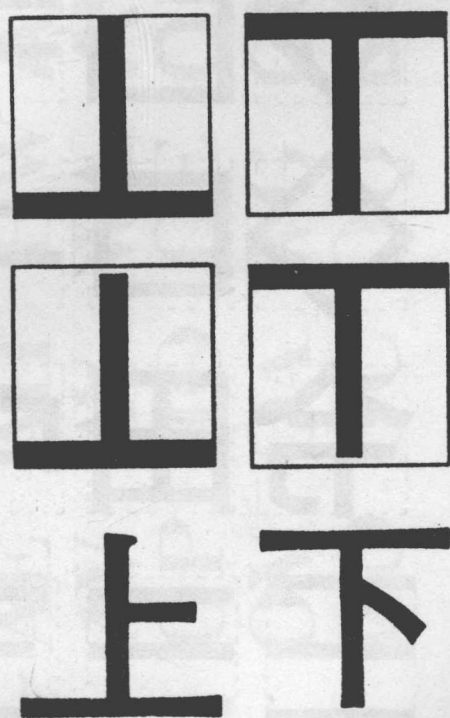
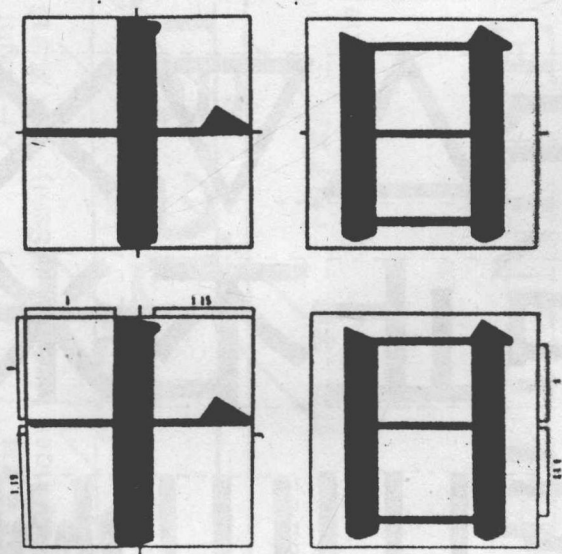


图 10

十 工 夕 口 口 口

十 工 夕 口 口 口

十 巫 夕 匹 凶 用

◇ 口 丰 △ ▽ ×

◇ 口 丰 △ ▽ ×

令 田 中 止 不 米

三 三 王 山 川 州

图 11