

境象与视像

现代视觉艺术设计散论

IMAGINATION & VISION
ON MODERN VISUAL ART DESIGN



金帅华 著

 河南大学出版社
HENAN UNIVERSITY PRESS

境象

境象与视像
现代视觉艺术设计散论

金帅华 著



IMAGINATION & VISION
ON MODERN VISUAL ART DESIGN

视像

图书在版编目 (C I P) 数据

境界与视像：现代视觉艺术设计散论 / 金帅华著. — 郑州：
河南大学出版社，2019.8

ISBN 978-7-5649-3870-3

I. ①境… II. ①金… III. ①视觉设计—研究 IV. ①J062

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 178720 号

责任编辑：杨风华

责任校对：范亚青

封面设计：金帅华

出版 河南大学出版社

地址：郑州市郑东新区商务外环中华大厦 2401 号

邮政编码：450046 电话：0371-86059701 (营销部)

网址：www.hupress.com

印刷：北京虎彩文化传播有限公司

版次：2019 年 8 月第 1 版 印次：2019 年 8 月第 1 次印刷

开本：890mm × 1240mm 1/32 印张：6

字数：158 千字 定价：48 元

(本书如有印装质量问题，请与河南大学出版社营销部联系调换)

你所做的必是所爱的

金帅华

从聆听大学的第一门课程开始，冥冥中我的内心告诉我：“这将是我一生的追求！”从那一刻开始，读书、工作、熬夜，每一份付出都是为了心中对专业理想的执着。岁月的光阴，没有磨灭激情和心智，没有放弃和退缩，只有对实践缺陷的遗憾，对理念未能达成的困惑。这就是爱吧，或者是一种偏执。路总在脚下，信念永远是动力的源泉。

从北京到广东纵向三千多公里，跨越了中国地理南北的分界线，也跨越了政治中心和改革开放前沿地域的文化差异。时间的维度和空间的维度相互作用，设计理论和设计实践相互交织，共生共存。与纯艺术更多个性、风格、观念的表达不同，设计的理性因素更多，条件与参数直接影响最终的结果。有设计师说：“设计是戴着锁链的舞蹈。”我认为设计是解决问题的手段，而不是目的。在这个解决问题的过程中，情感与思维是必须同时具备的二元因素，兼而有之，不可偏颇。我将这本书分成两个部分也是为了表达这个含义。

“境象”是从设计历史和美学的角度去诠释图形、文字背后的精神世界与符号的关系。“视像”描述具象环境下，设计结果的成因和设计方法。“境”是情境、意境，是思维层面的，是不可见的；“视”是可观察的，是思维的可视化表现。二者合在一起，构建一个框架，这个框架将设计整合成一个思考的过程。

在视觉设计领域里，我更加偏爱字体设计。全书更多地列举了文字设计的案例。文字的双重属性更能体现出设计的智慧与情感。同时，也可以在极小的平面或是极大的空间展示其丰富的变化，拓展的领域包括二维、三维，也包括静态和动态。借助这个视点，观察视觉设计的变量与趋势是一个很有趣的视角。写这本书的另一个动机，来自一次聊天。几位设计师关于心性的探讨，佛家在《心经》中讲“起心动念”，这是一个很值得体味的哲学概念。特别是这个“动”字，心动则万物随动。有了“动”念就有了追求，有了坚持，有了因果。“动”还是行动，一切行为源于内心的动机。希望和我一样对视觉设计有追求的朋友一起共勉。

2019年4月2日，广东珠海

“夫境象不一，虚实难明。
有可睹而不可取，景也；可
闻而不可见，风也；虽系乎
我形，而妙用无体，心也；
义贯众象而无定质，色也。”

《文镜秘府论·南卷·论文意》

“良以冥本幽绝，非物象之所举；运通理妙，岂粗迹之能酬？”

《弘明集·答恒》

境象

序 / I

PREFACE

第一章 人性化设计与现代品牌推广 / 01

THE EXPRESSION OF HUMANIZED DESIGN IN MODERN LOGO

- 设计与人性 / 03
- 标志设计与人性化 / 09
- 设计艺术思潮与标志人性化表现 / 22
- 人性化标志设计是社会进步的必然 / 29

第二章 情感化设计视阈下的字体感知 / 39

THE INFLUENCE OF EMOTIONAL DESIGN ON FONTS

- 情感化是字体吸引力的源泉 / 41
- 字体情感化的视觉层次 / 43

第三章 基于东方美学语境的汉字创意研究 / 49

RESEARCH ON HANZI CREATIVITY BASED ON ORIENTAL AESTHETIC
CONTEXT

- 中国美学的基本精神特质 / 51
- 汉字创意中的东方美学精神 / 52

第四章 书籍中由内及外的设计思维 / 65

THE DESIGN THINKING FROM INSIDE-OUT IN BOOK

- 书籍设计的整体观 / 67
- 可视化的书籍结构 / 69
- 由内及外的工艺材料形式 / 73

第五章 字体结构、笔形、细节 / 77

THE FONT DESIGN OF STRUCTURE, SHAPE AND DETAILS

- 字体设计中的骨骼 / 79
- 字体设计中情感丰富的“肉” / 82
- 字体设计中的“血气” / 84

第六章 汉字符号为媒介的文创产品特质 / 89

THE CHARACTERISTICS OF CULTURAL AND CREATIVE PRODUCTS BASED ON HANZI

- 汉字文创产品的实质 / 91
- 汉字图形符号的双重性因素 / 91
- 汉字符号文创产品的创意元素 / 93
- 汉字符号文创产品的设计定位 / 96

第七章 从拉丁字母演变看中外字体的共生关系 / 99

THE RELATIONSHIP OF CHINESE AND LATIN FONT FROM THE EVOLUTION OF LATIN ALPHABET

- 从拉丁字母的基本分类分析其差异 / 101
- 拉丁字母间距的变化和阅读的关系 / 103
- 中文与拉丁文的正确搭配 / 105
- 词间距与行间距的协调 / 107
- 中文与拉丁文的段落排版的异同 / 109
- 拉丁文字体对汉字字体创意设计的影响 / 111

视觉

第八章 互联网生态下的包装设计趋势 / 115

TRENDS IN PACKAGING DESIGN WITH THE INTERNET LIFE

- 互联网生态下的消费特点 / 117
- 互联网生态下包装设计的变化 / 119
- 互联网生态下包装设计的发展 / 123

第九章 版式设计中的等级法则 / 127

THE RULE OF RANK WITH LAYOUT DESIGN

- 何谓版式设计等级法则 / 129
- 版式设计等级法则的表现形式 / 130

第十章 空间信息的传播因素——视觉导视 / 135

VISUAL ELEMENTS IN THE DESIGN OF SIGN SYSTEM

- 采光和路线对视觉设计合理性的影响 / 137
- 视觉表现的人性化 / 139
- 延伸图形对个性化设计的影响 / 142
- 色彩与材料的选择 / 144

第十一章 演示文稿中的视觉要素 / 147

THE VISUAL ELEMENTS IN PRESENTATION DESIGN

- 演示文稿的视觉逻辑架构 / 149
- 正确的字体选择 / 150
- 利用框架设定合理版式 / 151
- 色彩搭配的合理性 / 152
- 信息图表的合理使用 / 153
- 生动有趣的创意图片 / 154
- 动态效果的合理分布 / 155

第十二章 5G 前景下的移动端字体应用 / 159

APPLICATION TREND OF SCREEN DISPLAY FONT DESIGN IN 5G

FOREGROUND

- 信息媒介决定显示屏字体设计风格 / 161
- 显示屏字体应用的动态化表现 / 164
- 高技术对移动端字体未来设计应用的影响 / 166

后记 / 171

EPILOGUE

参考文献 / 173

图片索引 / 177

THE EXPRESSION OF HUMANIZED DESIGN IN MODERN LOGO

人性化 / 多元化 / 个性化

HUMANISM / MULT-CULTURE / INDIVIDUALITY

人性化设计体现的是标志设计发展过程中设计师对社会、受众的关注。设计仅仅提供使用功能是远远不够的，还应体现出对人文精神的关怀，让人们感受到人与人之间的温暖。人类社会呈现出多元化，个性化的发展，使人性化成为标志设计发展的一种趋势，也是人们崇尚以人为本的根本体现。标志设计中呈现出更为自由、更为人性、更具情感性的意境，在表现上可简单可烦琐、可传统可前卫、可具象可抽象，有一点必定是相通的，它们的设计源泉和灵感均来自设计师与受众共同的社会文化根源。人性化正在为设计师、普通群众所接受和理解，这种设计理念是时代和社会文化发展的趋势。

设计的本质

一、后工业时代的设计

从18世纪末到19世纪欧洲工业革命完成，出现了附属于工业社会的新生物——现代设计，其特征为工业式的机械化、批量化生产。现代设计大致经历了三个阶段：

（一）前期：1850—1920，以英国伦敦国际博览会为起始，是设计的发展孕育阶段；

（二）中期：1920—1980，以德意志制造联盟和包豪斯设计学院成立为起点，是现代设计成长和确立的时代；

（三）现阶段：1980年后以计算机信息技术为划分标志，是设计的成熟期、稳定期。

20世纪后的现代设计，经历了重功能、重实用的理性主义设计，这个时期正是国际主义风格流行的时代。跨国公司的出现，大量资本在国际市场快速流通，全球一体化进程加速，各式各样的工业产品进入世界各地。现代设计在给人类生活带来方便的同时，也给地球和人类造成了无法挽回的灾难：环境污染、交通堵塞、生态失衡等。国际化把世界各地的大都市都变成了钢筋混凝土的世界，人们开始对现代设计整体反思。现代主义设计风格开始逐渐被后现代主义设计风格取代。后现代主义主张反传统、重视开拓创新精神，具有强烈的回归人性、回归自然的倾向。设计开始重视人性化、多元化、自由化、个性化，追求品位和独特的审美。

二、后工业时代的社会的特点

二次世界大战后，西方社会进入快速发展的阶段。科学技术的迅猛发展，人类进入外太空的实现，计算机微电子技术的出现，使物质产品的生产和种类得到了极大的丰富，人们开始更多地关注生活品质和生活质量。20世纪90年代以后社会多元化进程加快，收入和教育水平的差异使社会阶层越来越明显，并逐渐形成了属于各自阶层的审美趋向和审美价值。同时，社会包容性也在迅速扩大，各种观点、各种理念不断涌现，并被不同人群所接纳。现代社会的人性化趋势和特征越来越突出。当今社会的人们渴望在生活中表现自己，张扬个性，对自由平等的向往和相互尊重构成了多元化的社会意识，创造了不同的生活态度和生活方式，其结果是多种文化在同一时期并行存在。网络时代的到来使个人有了更大、更多的表现空间，并开始渗透到社会的各个角落。

三、设计是为人服务的

设计作为社会经济、文化的体现，必然将社会形态表现出来。设计的这种变化根本是社会经济和文化的变化，体现了社会的整体发展水平。设计是要为人服务的，人们对设计的要求不仅是满足生理的需求，而且要满足心理的需要。现代社会激烈的竞争、繁重的工作让生活在都市中的人们身心都感到疲惫，人们开始寻求一种心灵的归属，寻找精神层面的心理安慰。人性化设计正是迎合了这么一种生理、心理需求。设计不仅要实用，而且要适用，不仅要适用，而且要在设计中赋予更多审美的、情感的、文化的、精神的含义。正如美国设计家普罗斯所说，“人们总以为设计有三维：美学、技术和经济，然而更重要的是第四维：人性”。那种冷漠的功能主义，抽象的几何造型无法唤起人们内心回归自然的愿望，返璞归真已成为一种社会潮流。设

计与人的互动成为一种趋势，人性化就是这种趋势的显著特征。人性化设计更具人文关怀，追求亲和力，把情感、个性、环保融入其中，符合社会时代发展的需要。

设计的人性化

一、设计的目的

什么是设计的最终目的？从人类开始造物以来，人们就对器物设计不断扩张和深化。综观人类在不同时期的设计产品，无不体现了人们在该时期的审美意识、道德伦理、精神情感等因素，此为物的“人化”。作为设计产品必然承担人的精神需求和功能需求。因此设计反映的是人，根本目的就是为人，即“以人为本”。显然设计必须是以人为中心和尺度，满足人的物质与精神需要，使人充分享受使用的趣味和快感，使人性得以充分的释放和满足。从而让人的心理更加健康、情感更加丰富、人性更加完善，达到人与物的和谐，为人创造出一个合理、完美的生存方式和生活环境。设计的目的既然是为人，其核心必然是“人性化”。

二、设计人性化的实质

设计的目的在于满足人自身的生理和心理需要。需要成为设计的原动力。需要的产生和满足，不断推动设计向前发展，影响和制约设计的内容和方式。美国行为科学家马斯洛提出的需要层次论，揭示了“设计人性化”的实质。马斯洛将人类需要从低到高分成五个层次即生理需要、安全需要、社会需要、尊敬需要和自我实现需要。马斯洛认为上述需要的五个层次是逐级上升的，当下级的需要获得相对满足后，上一级需要才会产生，再要求得到满足。人

类设计由简单实用到除实用之外蕴含各种精神文化因素的人性化走向正是这种需要层次逐级上升的反映。作为人类生产方式的主要载体——设计产品，它在满足人类高级的精神需要，协调、平衡情感方面的作用却是毋庸置疑的。因而人性化因素的注入，绝不是设计师的“心血来潮”，而是人类需要的自身特点对设计的内在要求。在社会经济水平到达一定程度时，人们对设计产品的挑剔也就不足为奇了。例如，20世纪80年代以德国西柏林为中心的设计家组成的“新德国设计”流派就公开强调设计的生动化、人性化的特点。其精神领袖克里斯提安·邦格拉博对沉闷的、冷漠的、理性的德国设计发起强烈攻击，反映了对极端理性主义设计的厌恶情绪。过于刻板、冷峻、理性的千篇一律的设计面孔，其发展结果必然是选择变化、突破——由理性化走向感性化，由非人性化走向人性化。

三、人性化设计在视觉传达设计中的表现

平面设计作为连接艺术与市场的桥梁自然也不例外。从使用环境上看，它所使用的范围相当广泛。包装设计、书籍设计、招贴设计、标志设计、网页设计等作为平面设计的重要组成部分，也将人性化列为设计原则之一。简单地讲平面设计已经改变了过去对功能的单一满足而上升为对人的精神层面的关怀，在设计中赋予更多情感的、文化的、人文的内涵。

（一）包装设计

人性化包装设计理念包含了重视人和尊重人的思想，强调把尊重人作为包装设计的基础。包装设计中材料的运用也不例外，例如，星巴克盛咖啡的纸杯，由于是热咖啡，为了防止烫手，另外配有一个瓦楞纸的护套，上面还印有一排文字，提醒你注意别烫痛你的手。由于瓦楞纸的结构有空隙，它可以隔热，避免了烫手；并且结构很简单，一片展开图是扇形的瓦楞纸，两边