

文 | 字 | 与 | 图 | 形

——图形设计语言

菲利普·B·莫格斯 著
杨敏 译

第一章 图形设计元素

普通人很难理解平面图形设计与美术之间的差异。设计师们讲述了一个图形设计师如何向他的祖母解释这项工作。首先设计师给他祖母看了他近期的作品，并解释道：“你一直问我从事何种工作？奶奶，我是一名图形设计师，这就是我设计的。”

祖母指着作品中的照片问道：“这是你画的吗？”

“哦，不，那是一张照片。那不是我画的，我只是对它进行了设计安排。首先选择摄影师，协助他挑选模特或道具，再安排如何布局 and 摆设，然后从艺术的角度指导拍摄的最佳时机，最后从中选出适合的照片，再按需要进行裁剪取舍。”

“那这些配文是你写的吗？”

“不是，”设计师应道：“但这是我与文案撰稿员共同商讨出的创意。”

“哦，我有些明白了。那么是你用印刷体字母写的这个标题吗？”祖母又指着标题继续发问。

“不是，那是由一名排字工按我指定的字型 and 字号将文案进行了排版。”

“那角上的这张小图片是你画的吗？”

“不是。但是我找到插画师，告诉她要画的内容，然后我再确定图片的位置及其在版面中的大小比例。”

“那么，这个你称之为标志的小图形是你画的吗？”

“不是。那是专门从事策划视觉识别方案的设计公司为其客户设计的。”

祖母有点迷惑了，她的孙子所从事的到底是什么工作呢？为什么还对别人所做的工作引以为荣？

I 设计师的工作

图形设计的概念使人们对设计师的工作产生了困惑。设计师将图形素材加以组合——词语、图片以及其它图形元素——来构成一种整体视觉传达 (gestalt)。这个德语的单词在英语中没有确切的译意。它意味着一种独具特色的整体构图或结构，而不是从其各个部分的概要中派生出来的。图 1—1 就阐明了这个原理。A 图中的十二个点，随意自由排列，它除了代表即在纸上的几个点以外并不具备任何含意和内容。与之相反，B 图中的十二个点则有意识地组构成一个显而易见的通用符号——罗马字母里的 H 字母。从某种意义上说，字母“H”并无明显的表现，但人们眼看到这些点并通过大脑将之连结成为一个可识别的图案——一个字母的构型。在 A 图中，观众看见的是一些任意分散的部分，而在 B 图中，观众则看到了整体。

将这些点组织成一个简单的视觉整体是图形设计过程的象征：设计师将视觉符号和图形组合成一个观众能够理解的图文并置的整体。图形设计师既是信息的传播者又是形态的创建者。这项复杂的工作包括在建立一种有内在凝聚力的构图的同时，又形成一种错综复杂的信息传达，其目的在于从各个元素之间的联系中获得秩序感和清晰度。

设计师工作的另一方面是给设计思想赋予共鸣 (resonance) 的内容。“resonance”这个词源自音乐，意思是回响或共鸣，是一种微妙的难以捕捉的音调或音色。小提琴以它的回声自傲，它使音乐更富表现力。而图形设计师则在视觉传达过程中产生一种“共鸣”或“回声”，例如，图像的大小、对比及裁剪、字型及色彩的选择等。

II 图形形态的双重性

从句末的一个小句号到最复杂的彩色照片，几乎每一个图形的形状都具有

双重特征：它既具有自身的视觉特征，又与其它符号一起构成信息传递信号。

图 1—2 中的三种形态。说明每个图形自身都有符合标准座标的视觉中心点，每个有机的形态和置于不稳定的动态空间中的形态都有各自的中心。张力产生于图形空间中的形态。即使是静止的形态，如图 1—2 中完全均衡的字母“M”，它的张力则是通过它与版面的深浅色调的对比而产生的。除通过色彩的深浅或图片与底色间肌理对比产生的张力外，这种张力也能从其潜在的运动性和方向性中感知出来。字母“M”之所以看起来是静态的，是因它的水平及垂直轴线将其平均分割成为四个近似于均等的部分，并形成对称的九十度角。字母的线型呈水平线的运动，并引导观众的视线朝向右。某些形态的张力呈放射性状态（即向外扩张的量），某些形状的张力则呈内敛性状态（即向内收缩）。即使这个正在跑动的人形剪影图形有着强烈的张力感，它也依然保持着平衡，因为它的各个部分都围绕着轴线而相对均衡。这三个形态都与版面保持着一种平面的、二维空间的联系。

在一张平展的纸上，图形也能产生运动的错觉，忽而远离观者，忽而又迎面而来，甚至有凸出纸面的感觉。这两个透视图即表现了一种空间深度的错觉，它在平面的版面上营造了三维空间，在这个空间中它似乎凸出向前迫近观者，又似乎隐退向后方。在后两例中，图形中所隐含的轴线也在空间中前后运动着。

除了其感性与理性的特征之外，图形还有集符号与图像于一身的象征性，它们相互组合起来，并将信息完整地传达给观众。这种传达的作用只存在于某种文化氛围中，因为符号都是根据一种既定的系统或规则来传达信息的。譬如中国书法和英语字母，都是预定的系统，它只能被那些学过这种语言的人所理解。

图 1—3，是保罗·雷德为作家杂志《Direction》1943年春季号所创作的封面，他用插图形式清晰地阐明了图形所具有的双重性。对这个封面的以下两种分析——既作为视觉设计，又作为图形传达——清楚地表现了这种双重特性。

图 1—4，这个形象化的构图一目了然，且多被作为抽象画来分析。一个三角形和一个矩形以相互动态的关系并置。两种形态都各自以其内在的，较柔和的形式在一个较大的形态中形成一种引力或张力。矩形暗部与三角形重复，并使两者产生一定的联系。这条手绘的粗黑曲线又和三角形建立了联系，看起来就象有一种磁力把它拉向三角形。然后矩形似乎移开形成一定的角度与三角形的边相呼应。每个形都产生一条线，这些粗细不均的曲线折穿行于整个空间，将白色背景分割成三个开放式的面积，并使其随着线的律动而流动。当线在空间运动时，仿佛又交替着相互吸引和排斥。版面上方的刊头标题是稳定而静止的，它与动态的移动，倾斜形态的量感以及流动的线条形成对比。它的位置恰好与版面的边缘的水平线平行并与之统一成为一个整体。这样，一个生动而又均衡的构图就形成了。

另一种分析近似于信息传达这种现象。刊头标题表明这是《Direction》杂志，下边的手写体则表明这是第一期第六卷的创刊号，出版于 1943 年春季。因为《Direction》是一本作家杂志，所以这个三角形的钢笔尖图案则被读者理解为象征作家的标志。在二十世纪八十年代，这张浓烟滚滚的烟囱的矩形图案常被视为工业污染的象征。但在二十世纪四十年代早期，它却被视为重工业的标志。笔尖画出的线代表作家的作品，而烟囱冒出的浓烟则代表工业产品。通过《Direction》杂志，读者就明白将举行一次由工厂工人的写作比赛。照片的位置与各种曲线之间的对比隐含着一种张力，它取代了一种秩序感和协调性，同时更预示着置身于工业大战中有创作天份的工人作家那种痛苦难以调和的生存状况。

这本杂志的封面是四十多年前一位不满三十岁的青年设计师所创作的，它

清晰地表明了图形设计师的双重身份:既是信息制造者,又是形态的创造者。

III 信息与传达

信息是关于事实与事件的知识,而传达则是在人群之间的信息的传达。我们生活在一个不断传递和接受信息,同时又搜集和传播信息的通讯传达的世界。随着二十世纪通讯技术的发展,传达或信息传递的理论逐渐得以形成。它的中心前提是信息能够被研究和开发,这非常近似于物理学中的质量与能量。沙伦和威弗关于传达的基本理论是建立在一种综合性的传达系统的基础之上,其组成部分如图1—5所示。

被传递的信息源自产生信息或产生未加工的原始信息。

传播器将信息源转换成一种信号的形式,它使其适合于通讯线路。

通讯线路将编码信号传送给接收站。信号失真或电波干扰(例如在无线电接收中的静电或电视中的“雪花”),被称为噪声或杂音。

接收器或解码器则将接收到的信号再翻译还原成原始的信息或近似于它的信息。

接收站或终点站则接收那些解译过的信息。

基础信息理论是建立在一种被称为二进制数位基本信号的基础之上,二进制数位是计算机或其它电子传播系统中最小的信息单位。二进制数位由两个二进制代码单位中的一个构成,表示了“1”或“0”。通过减少传播的过程,沙伦和威弗成功地传播技术的发展打开了大门。计算机、录像机和移动式手提电话就是数码技术传送信息的典范。基础信息理论提出传播的方法而不是传播的内容或目的;因此,它不足以解释包括文学、音乐或图形设计的传达艺术形式。人类的传达可能是主观的,表现的和唯美的,但是基础信息理论却是附着于冰冷的,非人格化逻辑的机器之中。观众和千变万化的图形信号超越自身范围的平面设计的主要方面。

IV 观众

复杂的符号创作活动的年代至少可追溯到三十万年前——最早期的典型例子是有意识地以雕刻形式表现象征性符号——在法国发现的以双弧线装饰的一只公牛的肋骨图案。早期的视觉符号包括: Pictographs(再现对象的原始图象), ideograms(表现一种观念或思想,而不是特定的对象本身); Petroglyphs(凿刻在岩石上的图像)。图1—6,是罗伯特·卡特从居住在美国科罗拉多大峡谷的 Paiute 印第安人所凿刻的岩壁画中摹拓而来的图形。它描绘了一个站立者,一个骑马人及一头骡犁(产于北美洲的动物)。从整体来看,这幅图表现了一个狩猎场面。从这些简单的原始岩画中可看到,民俗文化已经逐渐演化成为一种集合性的,复杂的,能让部落成员交流、传播的符号系统,而这种符号系统足以将文化的内涵充分传达出来。观众识别和理解一幅图形设计的能力成为影响图形形式和内容的主要限制因素。密尔顿·格莱塞曾经说过:“新形式通常不是来自于设计活动本身,其原因在于设计在很多方面都是一种本土语言的反映。而与设计有关的创作都预先假设那些特定观众对于某种语汇具有预知能力。”这是创作的前提;同时“这些创作所传达的信息都以观众的理解能力为基础。”观众的语言和文学水平意味着在理解并运用视觉形态方面的技巧,而这种水平与设计师是否成功地传达信息是息息相关的。

语汇的开发就如一个幼童开始学说话时,他首先会尝试着去理解特定文化范围内的视觉语言系统(例如字母等),同时又要将这些符号系统作为一种与口头语相似的视觉符号运用于阅读之中,在此过程中,他对语汇的认知力是通过反复试验法(即解决问题的一种方法,借助多次试验逐渐消除错误的认识,也称尝试错误法)的体验逐渐发展起来的。在尼泊尔从事保健工作的美国大学生的调查表明:观众有限的读写知识是如何阻碍信息的有效传达。他们在一个村镇进行了一次“健康保护”的测试,他们向村民们展示了一张高达三英尺的苍蝇的图片,并向村民们解释苍蝇是如何将传染病菌留在食物上的。然而当村民们嘻笑着离开这个在他们看来无甚必要的集会时,大学生们预备向其传授卫生知识的希望即刻破灭了。毕竟在村民们所在的村庄不可能有那种三英尺高的巨蝇,有的只是那种极小的苍蝇。换句话说,村民们既不懂得如何去阅读那张图片,更不可能理解那张巨大的图片仅是普通苍蝇的一个放大图象而已。传播者终究还是显得幼稚,因为他们并不知道这群特定观众缺乏一种识别和分辨信息的能力。

在每一种文化的共有标志及共同体验中,每个个体都有其自身的“现实世界”,这是由个体独一无二的经验和能力塑造形成的。有一个图表现男人、女人及儿童观看同一街景的图例。三者中每个人都以一种略为不同的方式,潜意识地理解同一个整体的全然不同的细节。女人或许注意到了服饰店橱窗里的新潮时装;儿童对此却浑然不觉,他所看到的是女人未看见的一只滑稽的小狗。两个人阅读同一本杂志可能会发现完全不同的信息。个人的经验会影响他的看法和直觉,同时亦会塑造一个多方位、多元化的社会。经济状况、种族和宗教背景以及年龄在我们这个特定文化环境里组成了各种形式的群体和部族。不同的部族反映出不同的图形方法,甚至图形的风格也能作为部

族识别的重要象征。运用在弗兰克·西勒特的唱片封套上的图形对于热衷于重金属摇滚乐的观众来说是完全不适合的,反之亦然。

V 图形信息

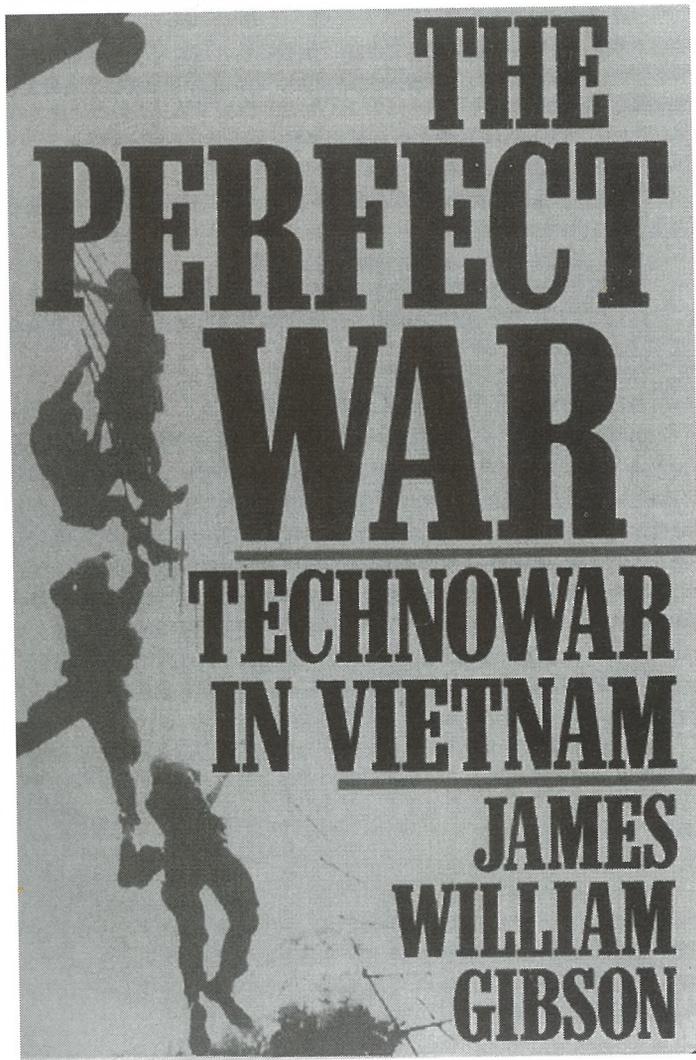
克罗伍德·多恩将图形设计原理发展为传播学是一种重要尝试,他定义了传达信号的三种与众不同的独特形式,并为其各自命名。

原始信号是传达中实在的素材,原始的事物或图象。“Alpha”是希腊字母的起始字母,它代表开端或基础。多恩认为电话号码簿的目录、证券交易市场的告示栏以及计算机显示屏上的数据都是最纯粹的原始信号。那么我们可以说,原始信号传达是最真实,最客观的部分,它不歪曲、不强调、不剪辑、不添加、不宣扬、不夸大或缩减,一言概之,即不浮夸和修饰。原始信号是固定信息的内容。如图1—7中“stop”这个单词即表现了交通信号的原始信号。

Parasignal(辅助信号)表示在原始信号的周围运动以进一步增强和支撑原始信号的一种信号模式。在“stop”这个标志中,红颜色和多边形通过支撑和美化原始信号作为辅助信号的传统用法而逐渐为人们所接受。多恩指出,在婚礼请柬上优雅的手写体文字和精致的铸版印刷是辅助信号的一个范例。他还特别提到,独立的原始信号也能通打字机输出复制的方式来传达信息(这种复制品出自一种既快速又廉价的印刷设备)。

Infrasignal(潜在信号)是隐含的能表现传达意念的信息。如果一个经过规划的社区里设置的交通讯号,如图1—7所示,驾驶员会因其不是由公路局“正式的”设立的交通标志而忽略它们。色彩是恰当的辅助信号,而心形和手写体文字却传达了完全不同的含义。多恩强调说,潜在影像不应和杂音相混淆,因为杂音是一种环境因素,它是在传达者传达信息之后发生的,它会干扰传达者和接受者之间的清晰的信息传达。而潜在信号是和原始信号及辅助信号一起由传达者传达出来的一种信号模式。

多恩的理论是分析和理解复杂图形形态的极为有用的方法之一。另一种方法则是哲学性符号学的基本原理,它是关于符号和符号运用行为的普遍性原理。



VI 符号及其运用

一个符号就是一个标志或语言单位,它代表或泛指不同的事物。表示增加的符号——“+”作为特殊口语发音的字母“A”,单词“apple”和一张简单的苹果图片都是符号。符号和其所描绘的对象都有一种简单的联系。它们构成一种一对一的关系。在特定对象,符号及传达者之间存在着三种联系,特定对象是指被表现的物质本身(例如苹果),符号是再现物质对象的一种标记(如“苹果”或苹果的照片),传达者则是接收信息并将之转化为符号的人。

符号的转译受其上下文、其它符号及环境的联系的影响。图1—8表现了同一个红色圆环的三种不同的运用。它是日本国的象征:国家、人民及文化都是用这个简单的符号来定义的。

在南卡罗林纳,国家法律禁止商店设立招牌来宣传其商品,于是这些商店只好将巨大的红色圆圈或红点画在墙上示识别,如图1—9。1933年废除禁酒令以后,在南卡罗林纳的查里斯顿,一名妇女开设了一家酒店,并雇用一名油漆匠将墙漆成白色,完工后,她(他)们共同观赏着这个焕然一新的店铺。这名女士认为国家不允许设立招牌是荒谬可笑的,于是她突发奇想——是否可用符号来区别她的酒店呢?此时,油漆匠点着一根香烟,他瞥见“Lucky strike”香烟盒上的红色圆圈,于是他提出可以在酒店的墙面上画一个红圆圈。不久其它的商店也纷纷仿效。自此一种使用象征符号作标记的风俗得到确认并流传开来。这段从插曲说明了关于视觉符号的几个事实。以潜意识来赋予符号的内涵使符号具有更大的随意性。符号只能将其信息传达给那些领会这种符号符号系统的个人。从东方来南卡罗林纳旅行的人如果不知道这些红色圆圈代表着当地的贩酒业,他们则很可能会猜测那些酒店是日本便利店。

图1—10表明,词语的表现力可直接向观众传达一个符号或视觉形态的确切含义。它是俄罗斯构成主义学派的成员艾·李斯基以图解形式表现的伏拉基米尔·玛雅科夫斯基的一首诗、在这首题为“伏拉基米尔·玛雅科夫斯基在复日别墅的奇遇”的诗中,七月的一个炎热的下午时分,阳光来拜访了在别墅里饮茶和聊天的孤寂的玛雅科夫斯基。这个巨大的红色圆圈代表拜访者——太阳。在这本1923年版的《For the Voice》的编排设计中,李斯基破天荒地首次运用基本的几何元素作为插图。他的这种编排方式旨在表现玛雅科夫斯基诗文的主题。

符号因其形式而被分门别类,一个学者由此发展出了一套有着六十个等级的复杂系统。运用在图形传达中的符号通常可分为四个基本类型:

“图像”与其所再现的对象相近似,绘画性的描写,一张摄影照片、一张摄影照片、一个建筑物模型或者一张星系图,都是图像,因为它们模拟或复制对象的外观。图1—11是表现一只鸟的图像。

“标志”则与其客观对象有一种真实的、因果的联系。潮湿的街道表示刚下过雨,烟雾则表示起火。图1—12是一张鸟巢的图像,但它也是一张表示鸟的标志,因为观众看到这个图形即联想到鸟。

“符号”在标记和所表现的事物之间存在一种随意的联系。译者通过其既有的知识和经验来理解这种象征性。口语或书面语都是一种象征符号。如图1—13,“bird”这个词语就起着象征符号的作用。

“变异的符号”即符号的含义已超越了实形范围即简单的一对一的关系。历史、文化、及传统在形成变异符号时都扮演着同一个角色,例如这只衔着橄榄枝的鸽子就是和平的象征。符号就具备了这些特征。对于那些宗教的追随者来说,基督教的十字架和印度教的坛场(佛教中菩萨形象的画像及供奉菩萨像的清静之地)即是具有这种超越特性的图形标记。

创作者给符号赋予了更丰富的内涵,在图1—15的“卍”字中得到生动体现。这个符号被发现于古代的欧洲、亚洲和美洲。在远古时代它被称为“十字形 gammata”因为它由四个“T”组成(“T”是希腊语的第三个字母),据说它是太阳及火的神秘象征,同时更是生命的神秘象征。在公元早期,它被刻在许多墓碑上作为基督教十字架的替身。1935年,它被德国纳粹党选定为正式的国徽,因为他们都荒谬地信仰它为古日耳曼民族的象征符号。如今,这个“卍”字符号的涵义即指德国纳粹、阿道夫·希特勒以及大屠杀。

图形设计师运用符号作为传播信息的强有力的媒介。基本形态经过组合来表现内容。为了用图形来衬托一篇名为“变革的时代”的标题,迪特玛·温勒运用一组方形和圆形相对转换——从方形到半圆形,再到圆形——的视觉形态来表现时代的变迁,如图1—16。

作为一种语言发音符号的字母也能被设计师运用来表现其它事物。劳瑞·路易将字母“Q”设计成新美国写作杂志,《The Quarterly》的标志。字母的大小、字体和位置都是固定的,只有色调,其它辅助形及期刊号的数字随各期刊物的出版而改变,使读者能够相当迅速地领会并识别,如图1—17。

基本符号能直接而强烈地传达信息。如图1—18这本假日酒店的折叠式小册子,杰克·彭斯勒在封面上采用了一张苹果的照片和一个等号(苹果在传统意义上是教育的象征符号)。等号暗含指向小册子内页之势,旨在促使读者打开它,从而发现“一个苹果等于两个苹果”。这个引发兴趣的等式激发人

们进一步去阅读,同时也就会了捐款累积增加的道理。

色彩也能形成强烈的象征性内涵。在色彩领域里存在着大量的可变通性。例如红色,根据它与其它符号及图形之间的联系及其所处环境,它含有爱、愤怒、血、革命、危险及圣诞老人的意思。在图1—18中,红色发挥了两种功能,一方面它增强了苹果的形象,另一方面它又与黑色背景及白色边缘撕裂纹的轮廓线形成了鲜明对比,进而营造出强烈的视觉反差。

“X”具有双重作用,在单调“exhilarate”中是字母,同时也可作为一个足球运动员的象征符号。路·多夫斯曼利用这种特性,在电视上借助图表的形式创作了一个关于足球赛的强有力的图例说明,如图1—19。

图1—20是艾斯电子网络公司的标志,约瑟夫·迈克尔·埃赛克斯用类似于电线的线条的相互穿插环接来构成字母“A”,同时也象征这个电子网络。

在图1—21中,符号经过组合获得了象征性。这是威廉·郎豪塞为艺术家马特·马利肯所作的展览会宣传海报,展览会的旗帜和纪念物上都有诸如标靶一类的图形。郎豪塞利用马利肯姓名的首写字母及其作品中的一个形态,创作出了一幅黑白对比强烈的构图。他将一个“M”用作白底色,另一个“M”配以标靶一样的黑色以此形成强烈的正负形的视觉对比:白对黑、开放对封闭、完整对不完整。

在肯尼斯·纳夫和理查德·菲尔顿为太阳公司设计的标志中,光芒四射的太阳与“Sun”太阳这个语汇符号结合运用。如图1—22。

图1—23,读者要一看纳特·亨托夫的自传标题《波士顿少年》就会知道此书讲述的是在波士顿的成长历程。设计师詹妮特·欧基斯将词语符号“boy”和象征图形“大卫王之星(犹太教的六芒星形标志,意为大卫王的盾牌)”加以组合成以便于书店的随意翻阅者能立刻领会这本书的上下文的内涵。字母“O”中的符号形成了相对或相反的空间。

图1—24号“高山咨询队”的标志,弗兰克·阿姆斯特龙将字母“S”与三角形合并成为一个整体,形成了一座山峰的图形。

为了大众电视台一年一度的筹资拍卖会,迪特玛·温克勒利用数字符号来表现一种目的明确的创意,他在一个有四片叶子的苜蓿植物图案上添加数字“2”;从而完善了创意。(四叶苜蓿图案在传统上是一个象征好运气的符号。如图1—25。这些形式多样的范例说明,当设计师创造性地运用图形符号和标志来创建快速而直接的信息时,图形符号和标志所具备的潜能。

VI 外延和内涵

外延即一个词语,一个标志或一幅图形的直接含义;内涵则是第二层含义,它传达或暗示除外延之外的含义。“politician”和“statesman”都是泛指被选举或任命并主动投入政府运动中的政治家,但这两个词还有各不相同的内涵。“politician”特指一种关注个人利益的政客,他尤其助长狭隘的个人利益思想。“statesman”则特指关注所有公民的长期利益的一种个体。

图形也能够产生强烈的内涵性。图1—26和1—27都是相当直接地进行描述的广告。广告标题与一张泛指同龄男子的经裁剪的肖像照片紧靠,两位男士都用手托着下巴,眼睛直盯向观众。在其共性之中,两张照片还具有天渊之别的内涵。

图1—26中,照片的各个视点都特指作为一名金融顾问所具有的沉着、冷静,值得信赖的男性个性形象。这位男士有着一张刮得光洁的脸,头发亦经过整齐修剪和修饰。他穿着一件旧式的职业服,手拿一副有角质架的眼镜。画面清晰的用光暗示一间有着明亮照明设备的商务办公室。

与之相反,图1—27的照片则特指一名有着不羁个性的摇滚乐迷。这位男士不修边幅,头发未经修饰而显得蓬乱。一条毛巾绕在他的脖子上以显示他健康的体格。照片的黯淡、神秘的布光隐藏并遮掩了他的脸。

这些特异性并不是偶然产生的,就如同一个新闻记者审慎地选择“politician”或“statesman”来描述一篇文章的题目一样,这些广告的艺术指导和摄影师也同样审慎地选择表现的角度。

图形不仅传达感性信息,而且传达文化信息。一个年满五十正计划退休的厌恶摇滚乐的中年人和一个有狂热摇滚乐癖好的青少年或年轻人对于这两则广告的反应是炯然不同的。如图1—13至1—38,当观众面对这张描绘前总统理查德·尼克松的图片时,他们感受更多的是尼克松的身体状况的好坏。此图片更能引起一种条件反射。有的人感觉他已被逐出内阁;有的人则认为他可能遭到了指责。观众对于尼克松先生这位唯一从政府辞职的总统的态度和评论必然受到了图形的诱导。

VII 印刷文字

我们的文化建立在字母和数字之上。这些基本的符号没有语义上的含义,但是却被指定为语言发音和计算上的视觉化的替代物。这些简单的符号,已经能够使人们建立起详尽的哲学、科学及文学体系,也能积累这些来之不易的知识进行写作和排版印刷,并且不受时间和地点的限制和影响。

在历史上,“typography”这个词指书籍等的印刷工艺,它通过有凸起字形

的铅字(不同于橡皮图章),并在其上覆以油墨,然后交付印刷的一系列工序来完成。在今天的电子时代,印刷工艺包括了通过多种手段来传达和传播字母及数字的信息,其中包括印刷字体、视频传播、计算机屏幕显示、以及电子信号等。

在论及建筑学时,路德维希·米尔·范·德·罗菲认为“God is in the details——上帝在细节之中”。它同样适合于印刷工艺——一种严格的度量 and 均衡、内容与形式的艺术。它还包括复杂的比例和空间的视觉关系。字母组成词,而词的组合形成句子、段落及专栏。微妙的空间关系对于文字的清晰度和易读性是必不可少的。

设计师通过给这些基本元素分配角色来创建印刷文字的信息,而读者更凭借一种直观的理解力来看待它们。如图1—28所示,在早期印刷史上它已得到发展,在这幅早期的书籍页面中印刷文字发挥了如下的作用:

在这张表现等级制度概念的页面中,主标题是起主要作用的文字。它的醒目位置和大号字体在瞬间提示给读者它作为首要信息的身份。在一次关于印刷品传达方面的调查中显示:在阅读主标题的每十个人中,仅有两人阅读了内文。这足以说明主标题对人视觉的吸引力。

副标题以较小字号与主标题相区别,它表明次要信息的职能在于进一步阐明或详述主标题的内容。

图例的解说词是解释或描述图象的小标题,它被靠近图形放置,且字号的大小足以使读者能够清楚明晰地识别。经调查显示图例解说词的读者总数是正文读者总数的两至四倍,这使得图例解说词的重要性大大超过了它的传统功效。

正文(也称流动文或本文)通常是印刷版面上最长单位的文字素材,也是写作中的主要原始资料。阅读正文的人或者是对主题极感兴趣,又或者是因为受到图形或标题的促动而寻求更进一步的信息。

放置于正文中的小标题是一种文字单位,它通过字号大小、轻重或空间分割的对比来加以区别。小标题按照内容将内文分割成各个独立而又联系的部分。它们能够分散内文在视觉上所形成的灰色块,使读者面对内文时不至于手足无措,同时也增加了读者量。

签名等同于著者或出版此文字素材的个人或一个组织。依照我们的习惯,人们在阅读时是依从左到右、从上至下的次序,而一个签名的逻辑性位置则位于内文结尾处的右下角。

图1—29使印刷文字传统的角色分配得到新的延伸。这是一本名为“Vegetable(蔬菜)”的新版书的食谱部分,它由美术指导其特·欣德雷奇所创作。在这篇食谱的各章节中,印刷文字系统有十一种显著的作用。它有一个章节性的主标题和一段以较大字号表现的简明扼要的简介性文字——它几乎发挥着标题的重要作用。在每一道食谱栏中,运用规则线将各部分信息相互分割开来,以使信息更加清晰易懂。欣德雷奇精心地选择这些单位文字的大小、字体及用色来创建一种有清晰视觉效果分类。这些元素的排列密度能够使读者迅速地领会设计师在此页面中所强调的秩序感。

插入正文中的放大的首字母占据一定的栏高度,它们在正文的开端处形成一个焦点以捕捉住读者的视线,并引导它进入正文,因此放大的首字母的运用能增加读者数量。

印刷铅字在传统上有一种潜在的几何形结构。古代希腊人将字母建立在方形、圆形及矩形的结构基础之上,同时设定两条水平导线来推动文字素材朝着有序性和韵律感方面发展。随着将铅字字模固定在钢板槽中的印刷术的出现,则更进一步加强了水平线和垂直线的重要性。在二十世纪,现代艺术运动的新视觉语言与先进印刷工艺手段的结合打破了严格的字级大小运用方面的限制,同时也解除了在水平——垂直线定位上的过分依赖。

印刷铅字作为语言传达和视觉形成的双重性并不是同时存在的。读者意识到文字作为信息传达的特性的同时,实际上往往忽略了文字的视觉特性。然而,视觉特性更能引起人的共鸣,同时也能吸引或排斥潜在的读者群。由于印刷铅字既能组合形成时空的先后关联性和音乐的韵律美,又能形成语言形式的线性结构和绘画的动态空间,因此我们说印刷铅字所具有潜在的生命的非同凡响的。

VIII 图形

图形是指从简单的石壁画到插画再到摄影照片中延伸出来的各种类型的图片。在最早期的印刷品中,图形是指配有文字并以黑油墨印刷的简单的线条状木版画,如图1—28。现代图形创作则得以广泛延伸,它包括所有工业制图、绘画及插图。摄影照片在今天还可以通过数字化处理并利用电脑生成图象来进行处理和组合。图形可能是一种可代替的真实,一种人为的虚构的真实或一种附加的真实。比如一幅如来佛、默罕默德或耶稣基督的插图则显示了作为替代物的图形的力量。一些宗教领袖的图像没有被他们的时代所留存下来,插图家的构想则成为对已逝去的客观对象物的一种替代。而那些宗教的追随者则将神的旨义附着于这些图形上,使之得以形象化和具体化。时

装广告摄影则表现了一种人为虚拟的客观环境:化妆师、发型设计师、摄影师利用高级相机和灯光技术、以及照片修版师合力制造出生活中并不存在的一种理想化的美。

从最简单的象形图形到逼真的插图,所表现的图形都以一种视觉化的句法(syntax)为基础。它的独立部分(如点、线、色调、形态、边缘等)都经过有序性和一致性的排列而使图形具备了强烈的内聚力。如图1—30至1—35即表明某些图形从简单的符号到全色调或色彩表现的可能性。

图1—30,这个具象征意义的符号用线条表现,提炼后的画面更简洁。这是图形创作最基本的,因为它用最小限度的图形内涵体现了对象的本质。

图1—31.象形图形通过形态的体积感和重量感来表现。对象的原始形态被精简为一个简练的几何形,它以其普遍性代替了特异性。

图1—32.剪影图形与摄影照片的不同之处在于它表现了主体物的特殊形态,而不是普通的、概括的形态。

图1—33.轮廓图形类似于抽象符号,它借用线条来表现概念性的图形,因为这些富有想象力的轮廓线在空间勾勒出了主体形态的边缘线。

图1—34.以明暗调表现的钢笔画。密集或分散的点状图案表现出图形的渐变色调。

图1—35.无论是从色调还是从整体色彩的运用上,都尝试着再现处于特殊光线环境里的主体物的自然特性。

绘画的手段常被运用来表现一个图形,它所反映的信息成为视觉传达的重要组成部分。虽然这些图形都特指一种鸟类,但每一个图形又因其不同的表现形式而具有了完全不同的视觉传达。对于任何主体物的诠释,绘画都具有无穷尽的潜能,而在表现过程中它只受艺术家想象力的限制。

如果说图1—30至图1—35是对同一信息对象的不同感性认识的变化过程,那么图1—36至1—38则是对同一信息对象的不同类型特征的变化过程。插图家通过改变图形形态而改变其内涵,这一系列插图表现了理查德·尼克松总统的心理变化过程:从他赢得竞选之时到水门事件的曝光再到国会提出责难的一系列面部表情的刻画来影射其心理活动。

摄影术的信服力以人们的预见为基础。在这里,摄影照片对于外延含义的传达来说是一种强有力的媒介:一个现实世界的记录通过一部机器来记载。早期的摄影照片要经过长时间曝光来产生一种固定影像——如同今天司机的驾驶执照上的照片。一个半世纪以来的摄影史可以被理解为具有内涵性和艺术性的相关事物的演变过程。正如图1—26和1—27所表现的那样,摄影照片具有非凡的内涵力。

每一幅摄影照片都能将其对象表现为一个单一的固定影像,同时每一个主体对象又包括无限量的潜在图形。

摄影师将其对视点、光线、镜头、焦距、景深、胶片类型及其它各方面因素的选择结合起来形成图形特殊的内涵线。

首先要弄清楚的一点是我们如何去“阅读”一张摄影照片。我们认识和了解周围世界的 ability 是借助摄影照片的图像表现出来的。我们将摄影照片的无深浅反差的色调或色彩看作是对真实物质世界的转化。图1—39是一幅表现因风化而褪色的海滩小屋的走廊的黑白照片。较暗的灰色带将亮调天空的轮廓线边缘区分出来,它表明:灰色的地平线是沙丘,同时也感受到走廊和天空之间的茫茫的大气层空间的存在。虽然这张照片的真实性由一系列低反差的灰色调所形成,但我们“阅读”这张照片却纯粹出于一种本能和一种无意识。这张黑白照片充分地表现出具有纯朴民风的民族的个性特征,但他们却不太可能领会这张照片的内涵,他们仅能看出这是一张变了色的灰色调的平面的纸。

IX 图形的转换

图形设计师通过改变、扩充、及组合图形来创建一种全新的、观念性的客观对象,从而使图形充满表现力和传达力。计算机化的电子编辑、修图及组合图形的能力能够使当代设计师以各种方式来转换图形,这是过去所未曾料到的。

1)、图形的改变

图1—40是为专门生产医院烹饪厨具的工厂所创作的招贴画、传统的瑞士国刀经过改装,用厨房用具代替了军用刀片。形式多样的厨房用具暗示了其用途的广泛性,同时也传达了联合制造工厂的概念。

2)、图形的夸张

图1—41是美国图书馆协会在一战中委托插画家查理·B·福斯设计的海报,其主题为“书籍缺乏读者”。福斯以夸张手法表现士兵手托图书的数量和书本重叠的高度来强调一种需要,同时亦增强了图形的视觉冲击力。这里的夸张手法运用得相当成功,因为征求书籍的活动正好迎合它的主题。

3)、图形的组合手法

图形经过组合,使其内容得以增加。如图1—42,为了表现“英国的今与昔”这个主题,设计师组合了一张英国君王的传统风格的肖像——一幅精细而复杂的版画——来表现英国的过去,同时又用一幅色彩明亮具现代气息以

色块表现的肖像,代表英国的今天。经组合的图形表达了新与旧、过去与现在此时彼时的观念。

4)、照片的蒙太奇手法

早在1918年,伯林·达戴斯就倡导了一种通过组合摄影照片的图像来创造一个全新结构的技法。它使设计师能够以一种快速方式来表现复杂的创意。为了表达一个题为“工程师的审美与建筑”的演讲会的内涵,大卫·柯里将两张图片组合起来泛指建筑,如图1—43、这个希腊式柱头特指美的因素,而密尔斯·凡·德·罗夫的湖滨公寓大楼的多层写字间所形成的网格图案则表示这项工程。

图1—44是一幅名为“Gingham Dog”的戏剧公演的招贴画,这部戏是关于公民权运动和马丁·路德·金博士的。它运用吸引人的蒙太奇手法将所搜集的一系列新闻摄影照片并排叠置于版面上;而置于其下方的托马斯·杰斐逊总统的肖像画的颠倒放置则暗示当时时局的不稳定状态,这是一个强有力的补充说明。

图1—45是设计师杰弗·巴恩斯和摄影师克里斯托弗·霍克共同为基弗·诺德公司创作的挂历。它运用蒙太奇手法,将一块名为“幸存者”的小糖块变换为一个巨大的救生圈,这种变法足以让人大吃一惊。此图形是在一个Scitex电子图形处理器上完成的,它能对图形进行电子修版、组合及修改。它通过激光扫描仪扫描出原图,再将图片转换成数据。功能强大的计算机被用来采样、编辑、组合这些已从摄影照片转化成了计算机图形的图像。静态的照片和有生动图象的视频影像之间,图片修改的先进潜能迅速地打破了我们在传统观念上视照片图像为绝对真理的信念。在不久的将来,照片可能会失去它作为法律依据的有效性。而照片一旦失去它作为真实事件依据的合法性,它的自称大大超过插图和绘画的真实性即被破坏和摧毁。

5)、摄影的角度和视点

当设计师或摄影师运用一种全新的方式来处理图形时,即使是最普通的图形也能被一种新方式转换并呈现在观众面前。图1—46是美国集装箱公司的折迭式宣传单,它表现了关于合成罐头的信息。设计师杰夫·巴恩斯用广角镜头拍摄了两个罐头,从表面看它们在底部边缘保持平衡。这种引人注目和创意独到的处理手法使得陈旧的主体对象更显趣味性。

图1—47是另一个运用生动而独特的处理手法的范例。杰夫·巴恩斯委托丹尼斯·曼拉奇拍摄了一张将家具斜靠于地板上的照片。巴恩斯将这张照片运用于室内设计的一次广告活动中,他使主体物的垂直轴线恰好与页面的垂线相符合,矩形照片依据对角线定位于页面中心。读者被这些照片意想不到的形态所吸引,继而去破译这些不同寻常图片的含义。

6)、裁剪手法

裁剪或去除一张图形的多余部分能够大为增强常规图形的效果。图1—48是用纯粹的单色表现的免费周末音乐会的宣传海报。迪特玛·温克勒拍摄了一张吹长笛者的普通的照片,并将之转化成对比强烈的图形,然后将图形旋转一定的角度,并去掉多余部分,以便使观众的视点滞留于吹笛者的肩上。这个唯一完美视角与影像图案相结合,给这个普通图形赋予了更多的内涵。

图1—49更证明了一张图形的裁剪所具有的生动的动态效果。上部的图形,赛马置于矩形的中心,它创造出一种稳定而牢固的结构。下部的矩形中,马突然从右角冲进画面空间。不平衡的构图与马前方的开阔空间相结合,更为有效地表现了活力和动感。

X 图形辅助元素

图形辅助元素与文字及图形的不同之处在于它是一种视觉素材,除了能够对设计效果有所助益以外,它并不代表特殊的信息。这些辅助元素包括规则线、边界线、装饰物、图案、色彩、形态和背景。它们能构造空间,并引导读者的视觉流程。在形成对应关系上,它们通常起着重要作用,它的这种能力只受到设计师想象力的限制。图1—50是为女高音歌唱家琼·赫伦制作的宣传小折页,弗兰克·阿姆斯特朗运用的规则线和色块在设计中起到重要作用:组织文字使它更具有条理性,创建并平衡版面空间,随之产生了表达主题内涵的音乐韵律感。

XI 图形设计的语言形式

语言是传达意念或抒发情感的一种系统化的手段,它借助符号(如声音、形象的手势或标志等)来理解含意。我们的语言是最重要的传达系统,它的语法和修辞对于其它传达方式来说是最主要的模式,它包括绘画艺术和图片与词语信息的混合形式:如电影、电视、计算机图形以及图形设计等。图形设计从多样化语言和视觉形式(如词语、照片、符号及色彩)的组合中所获得的丰富内涵又形成了复杂的视觉传达。

源自古希腊的修辞学艺术是对具有有效传达力和说明力的言语的原理性及规律性的一种研究。虽然修辞法的许多意念被限制运用在现代图形设计之中,但来自于日常用语和文学作品中的修辞法的分类却是极为有用的,因为视觉符号和图形常常以同一种方式加以运用。在1975年Icograde会议的授礼仪式上,克劳德·科塞特说道:“如果我们通过图形的方式将修辞定为一门具备信服力的修辞学学科,那么每个人都能设想那些实用图形的创作者将会如何理解这门艺术……”汉纳·埃塞斯则运用修辞学的原理来分析图形设计。他写道:“从广义上说,修辞是论述口语及书面写作运用的艺术。其目的是被定义为有效用语的修辞。根据Aristotle的说法,其影响在于“发现了在任何情况下都具有说服力的有效方式,或是充满理性的号召力,或是使人愉悦并企图打动每个观众。”设计师不会仅仅因为它使用新奇的措词和相似概念的极其精确的解释而忽略修辞的用语,因为在事实上修辞的规定的传达技法常被图形设计师运用来解决实际问题。

修辞法最重要之处是表现一种联系性和相似性,并且在视觉传达亦具有图形的类似性。其中最简单的也许是明喻的手法,它是指存在于两种不同事物之间的对比或类似。下面这些句子中包含有明喻的手法,例如:“学期论文上的级分就象打在脸上的一记耳光”;又如“他的心肠硬如磐石”。这是句法上的修辞,而视觉上的明喻修辞则表现在为阿尔伯特·吉尔科米特的雕塑展所作的宣传海报中。如图1—51,戴特玛·温克勒给印刷文字赋予了具体形态;通过再现雕塑作品的高大、修长及向上运动之势,使印刷文字具有了类似于吉尔·科米特的某个雕塑作品的构形。连吉尔·科米特的名字也被制作成形似于他的某个雕塑作品的外形。

隐喻手法也表示相似性,但它是通过替代手法表现。如“船在海上穿行如同在地里犁田”是一种明喻,而“船在海上犁田”则是一个隐喻。如图1—53是R·D·斯卡德拉瑞为威廉·福克纳的书《八月的光》所创作的护封,画面暗部隐含的引力是绞索的一种隐喻,更被引申为死亡。此设计存在着两种解释:在下午晚些时分一扇溅满雨水的窗户的细节描写产生了一种弥漫不散的回声和气氛,同时这个形如绞索的形态传达了濒临死亡的信息。

拟人化手法是以有生命的图形来表现无生命的事物或抽象观念;譬如丘比特象征“爱”。拟人法归因于针对动物及无生物而言的人类的品性、思想及行为。约翰·坦内尔的取自于《艾丽斯漫游仙境》一书的白兔的插画就证明了这个观点,如图1—54。

借喻手法是用一事物的名字来代表相关的它事物。如果一个新闻广播员报道说:“怀特·豪斯今日所言”,那么我们即刻会知道它实际意思是“总统的代言人今日如是说。”在这里,怀特·豪斯是总统及其助手的一种转喻。图1—55是以色列Tel Aviv的二十世纪书店所发行的题为“独立日”的招贴。耶哈达·雷维拍摄了一张被巨大的结系在一起的以色列国旗和巴勒斯坦国旗的照片。这两面相互缠绕着的国旗成为代表以色列人和巴勒斯坦人的借喻,它表示两个民族的和平共处。丹尼尔·J·沃尔什的关于自由解放的图形是为了纪念被以色列人作为其独立日庆祝的五月十五日;而巴勒斯坦人则将它作为灾难日的纪念,因为在历史上的这一天以色列人武装占领了他们的国土。

提喻手法是以局部代表整体,或用整体喻示局部。在这本说明残疾人行动问题的小册子中,提喻法发挥了强有力的作用,如图1—56。正在引导一个残疾人开启瓶盖的一只手的细部特写表明了两个人(帮助者和残疾者)及其相互之间的关系。

据埃利·金斯所观察,“一个双关修辞手法的实质是一种现象,即一个符号可能具有两种或两种以上的更多的含义;两个或以上的符号也可能具有相似或同一的图形,但其含义却各不相同。”换句话说双关修辞法是在相关发音或拼写上表现不同含义或作用的词语的运用。

在一个饭店里,有人嬉笑着同塞缪尔·琼森博士探讨关于十八世纪的伦敦著名的文学修辞:“琼森博士,给我们讲个双关语吧。”

琼森回答道:“关于什么主题?”

“嗯,关于国王!”这个人以挑衅的口吻说道。

此时面对那人的朋友们所发出的阵阵嘲笑声,琼森博士怒吼道:“国王无主题。”

那人离开时还坚信琼森博士输给了自己,但他却未料到琼森博士仅需要八个词(八个英文单词)和两个简炼的句子就已传达了两种双关意义。

双关修辞可以是视觉的、词语的,也可以是两者的结合。图1—57是约瑟夫·迈克尔·埃塞克斯为埃拉积木玩具店设计的信笺,它形成了一种视觉上的双关语——张儿童积木的照片的运用。

图1—58是克里斯·普尔曼运用词语的双关手法所创作的一张引人注目的广告,这里的双关手法表现为在夏奈尔5号香水和大众电视台的第2频道之间的相似性。这也是一个以一件作品来模仿其它作品风格的幽默作品的典范,它通常带有诙谐或讽刺的意味。

图1—59是吉姆·雅各布电影制片厂为反传统风格的古典戏剧的演出所设计的招贴,它通过一种视觉——词语混用的双关手法获得了异常强烈的

反响。标题“不平凡的莎士比亚”即暗示反传统风格的演出,而身着二十世纪服饰的威廉·莎士比亚的插图更反应出他的不平凡的一面。

夸张手法是为强调而夸张。如图1—41是查理·B·福斯设计的题为“书籍需要人类”的招贴,它通过夸大图形的表现力来达到夸张法的目的。一个士兵可能不喜欢去阅读或携带如此大量的书本;然而,它却强调了一种人类潜意识中的需要。

与夸张法相对的是间接肯定法,它将具否定意义的词加以否定来表示一种肯定,比如说“他并不是一个糟糕的摄影师”即意指他是一个优秀的摄影师。在视觉传达上这种手法可能十分有用,这在图1—60中得到证实。美术指导海默特·克罗恩和文案员朱丽安·凯恩尼格用一个词——“柠檬”——作标题来描述这辆汽车,它是你所能谈及的关于小汽车的最反面的事物。它暗示其在制造上的缺陷。广告内文则阐述这个特殊的小汽车未通过检验的原因在于汽车仪表盘上的小贮藏柜的电镀层脱落这个小缺陷,而只有补救了这个小错误才能正常行驶。反面的陈述更暗示了汽车的优越性能,并引起消费者对细节的重视。

对偶修辞法是在两种对立的意念或构思之间形成尖锐对比来加强两者间的不同。例如“变革换来了自由,却同时产生了奴役”比“变革产生了奴役”有更深刻的强化性。通过在自由和奴役之间的尖锐对比,对偶修辞法强化了热烈的情感。图1—61这张招贴即运用了对偶修辞法,它直接针对中学生并警告他们酒后驾驶的危害性。标题“让一条腿为他送行”和一幅描绘在交通事故中丧失一条腿的人的照片尖锐地对比。美术指导汤姆·罗斯和文案史蒂夫·特格在由《读者文摘》杂志主办的全国性比赛中创作了这幅广告招贴画。

反语法是一种有意识的对比,它表现所期望的事物的反面。譬如,一辆消防着火并燃烧,那么此画面很可能传达反面含义。在这篇高度评价大西洋的关于美国海军战备情况的文章中,美术指导朱迪·加兰委托西奥·鲁得纳克创作了插图,将强大的海军军舰表现为蹲伏着的野鸭,如图1—62。这个封面意味着这支海军军备不可能具备的战斗力的反语。

比方是一种象征性的比喻。对于一个意念或原理,文字的手段或特性被作为一种象征符号来运用。比如纪念解放的丰碑是自由的一种象征,又如美利坚合众国则以山姆大叔作为象征。图1—63是为科罗拉多音乐节所创作的广告招贴画,巴瑞·赞得利用潘的形象作为欢快的乡村音乐的象征。潘是古希腊神话中掌管森林和牧羊人的神,他发明了一种能吹奏出高音的风笛,且喜爱在田园牧歌式的山林中吹奏曲子。

杰里米·坎贝尔写道:“语言最重要的特征之一是当语言符号在对真实的物质世界的描述中有形可依时,它就不必再被那种形态所表现了。符号能够完全结合自有形现实之中来达到一种更广大或更细微的程度。词语常常引导行动,但它不代表行动。符号比物质实体更能够自由地处理,同时它也能被处理成全新的只具有尝试性或象征性的诉求和表达。”它的一种潜在的自由性的运用或许最令人愉悦且丰富多彩,或许令人难以理解并产生误导。作为创造强有力信息的传达者,图形设计师对观众负有一种道义上的责任,因此他不可能有意识地创造或运用符号来错误地歪曲真实。

图形设计是一种具有丰富表现力和创造力的活动,其存在的各方面的问题都有很多可行的解决方法。本章探讨了有关图形设计的元素:符号、标记、文字、图形以及辅助元素。关于形态及其如何进行传达的原理包括:克雷弗德·都恩的关于图形符号方式的理论,符号学的调查研究及其内涵及外延,以及将特定的传达图形含义的文字进行分类的修辞学的运用。上述的原理及理论对于理解更深层次的视觉传达是极为有用的。

图形设计的目的是在人群之中传达思想、意念或情感。在日常生活中被理解和使用的图形设计元素是一种普遍性的视觉和语汇并存的文化传播形式。符号和图形是为满足人类的精神需要而产生并得以运用的。在图1—64中,一幢待拆除的空屋的窗户上画着一个表示和平的标记,这是杰拉尔德·霍尔顿于三十年前设计的公益性标志,它表现战争与和平所导致的生存与死亡的深刻主题。另外,在将图形成素经条理性的组织而形成一种整体视觉传达时,图形设计师有时会创造新的符号来解释人类活动的体验;同时更给人类的存在赋予深刻的内涵。

第二章 文字与图形的统一

图形设计师在结合文字与图形来传达视觉语言信息之时,必须先处理好两个问题,第一是视觉组合问题,因为两个截然不同的传达系统——文字符号和图形——要合并为一个有内应力的产生“场”效应的整体。第二个问题则涉及到信息的制造者:怎样才能将这两个不同的传达系统合并为一个整体,同时又相互增强和补充呢?

I 文字与图形的相互作用

按照惯例,文字是主导,而图形仅作为插图的形式或进一步阐述内文。文

字的主导性地位贯穿始终,而那些形象化地描述内文中人物或事件的图形则明显占少数。到了二十世纪,伴随着时代的飞速发展和信息环境的日益紧迫,这个惯例被从根本上彻底地打破了。在这个重要的历史性变革中,文字则成为意指和强化图形的一种支配性的信息。诺兰·巴塞斯说:“从前,图形是文字的插图(它使文字更加清楚易懂);如今,文字则反过来强化图形。”

文字能够成为一种强有力的媒介物,它能改变图形的含义并为我们解释它的内涵。在图2—1这张题为“成功与失败”的会议的图形中,文字的功能得到充分体现。大拇指朝上表示赞同的态度,同时也更准确地识别“Success”成功这个词语;反过来,大指指朝下则表示反对意见,同时也更清晰地表现“failure”失败的涵义。设计师贝鲁特用文字语言来赋予图形特定的含义。这个图形也可配合“生存”与“死亡”的文字来传达古罗马时代的死刑及格斗的信息。上述例子表明:即使一个单纯图形的复杂性和隐晦性也能配合文字的语言表现能力将信息完整地传达给观众。文字比一张图形具有更为特殊的内涵性;但文字更能够与图形组合成某种特定的含义。当文字向观众传达某种特殊含义时,它的独立性即被削弱。

来自一张伦敦街头小报上的头版头条新闻——“他们濒临死亡的边缘,他们的脸证明一切”——与一张表现伊丽莎白皇后及菲利普亲王相携离开机场的照片充分表现了文字所具备的内涵力。然而,在被拍摄之时,这对夫妇并未意识到他们侥幸躲过了一次生死攸关的事故。而不知内情的读者立即认同了专栏记者的这种观点。

内涵力不仅限于文字对图形的包容力,因为文字也能够包容其它形式的文字;图形既能包涵其它相类似的图形,更能包涵文字。后者在第六十五届美术创作年鉴的封面中得到证实,如图2—2。在设计年鉴一类书中很少见到现实与虚构如此相冲突的图形,设计师鲍伯·基尔则虚构了一张图形来暗示这个一年一度的美术创作展是一场“谋杀与暗箭伤人”的盛会。

詹姆斯·威廉·吉布森编著的名为“完美战争”的精装书与平装书的鲜明对比则表现了一种含蓄的相互联系性(此书分析美国在越南战争中的情况)。精装书护封的设计者安迪·卡朋特为此书加了一个副标题——“在越南的技术战”——以及一张用高科技武器装备突袭阵地的士兵的图片。这个小标题和图形充分说明了这本书的内容是关于在越南使用先进的军队装备的情况。由安吉拉·斯塔克设计的平装书的护封则一改标题为“一场我们所做的不能遗忘的战争”。它综合了两张图片:一张表现越南附属机场的地图及一个怀抱伤童的越南青年。这个标题和图形从完全不同的角度来表现此书的内涵,同时更表明了作者所要传达的意念:尽管美国具备强大的军事技术力量却仍不能赢得胜利,原因何在?男青年、儿童及一张真实的军备地图的并置表现了陷于非人政治和军备武力中的人民的痛苦与挣扎。

面对这本书的两个版本,一名读者表达了不同的观感:精装书是关于所有在战争中使用的新技术武器的内容;而平装书则“强化了书名的反义。这怎么可能是一场完美的战争呢?没有赢家。它反而让我感到我们的所作所为是对生命的一种摧残。”

有这样一句谚语,“不能从现象看其本质。”然而,当你看到这本书的封面时会怎样?它的封面设计已经向你作了明确的阐释。

书名、大标题、副标题及内文对于图形都有着各不相同的相互联系性。书名、大标题与图形往往处于同一地位。如果它们表述同一个对象,则丰富的视觉语言能够加强信息传达。一张以大字标明表演者名字并附带其照片的唱片封面也是对视觉语言的丰富。标题与图片相互作用以阐明,修饰和扩充它们的内涵。

副标题(或图片的说明)则从属于图形,它提供信息来描述、注解或识别图形。对于连贯性的内文,图形的联系通常占据着传统的位置,被识别的图形作为对内文里的人、事、物的详尽描绘或形象的描述。

II 图文并置

当正文栏从跨版页的图形中分离出来时,文字与图形的分离部份仍然有着传统上的视觉联系。这些分离开来的元素都可以各自不受干扰地传达信息。设计师常常以一种新颖、独特的方式将文字与图形进行排列组合,以此来加强图文的传达力。

排列文字的常用法有两种:或将文字叠印在图形之上,或反过来将文字与图形分离。在图2—5中,“我们的行动问题”这本小册子则充分运用了这种技法。它构建了一个强烈的视觉空间层次来进行有效的视觉传达。叠印的文字字号的大小、位置及色调的对比使其成为主要的构成因素。读者能够迅速理解图意;溢出牛奶的玻璃杯暗示一个残疾人的行动问题。在文字与图形之间形成了一种因果关系。设计师阿姆斯特朗半反白的主题文字考究地排列在照片中较暗的地方。这些叠印和反白的文字都必须经过仔细规划和排列。在背景图形和文字之间的适当对比是关键,因为对比不足时会造成文字模糊不清,而背景过于复杂又会干扰文字的可读性。

在中世纪的手稿中,画家和图形设计师就已经在字母与图形的组合中表

现出伟大的创新。图2—6是十九世纪九十年代的以大写首字母作插图的名为《画室》的一本英语读物,它表明字形能包含图形,能被图形创建成一个字母的形态。图2—7是一本关于展览会的书的内页,设计师威廉·朗豪斯将字母形转换成与印刷成品有关的标志,它包括一个印刷机滚筒、螺旋形的滚条、线形绷带。一个版面编排的草图及裁切线的标注。

在图1—51中,狄特玛·温克勒借雕塑家吉尔特密特的名字构成一幅带象征意义的图形,这是字母组合的一个极好范例。

如图2—8,一个图形或物体能够作为一个“版面”,并在其上安排主题文字,这如同R·D·斯卡德伯瑞为《布兰奇戏剧集》第五卷所作的封面。反过来,文字也能成为一个“版面”或图形的背景。如图2—9,布拉德伯里·汤普森在“Mademoiselle”这本书的封面上将“Mademoiselle”这个词重复排列,使之形成文字性图案,并将之置于一个模特图片之后作为背景。

在《堡垒》杂志的一篇社论性文章中表现了一种更为复杂的图文并置的形式,如图2—10。这篇文章论述美国及其本土的印第安部落之间的关系。斯特莫用新罗马字体将乔治·华盛顿致电 passamaquodias 的印第安人的电文排满全页。文字与乔治·华盛顿的图形相重叠,黑色图形上的文字反白,在脸上及领花上的文字印以蓝色,而背景上的文字则印以红色。

图2—11是 Legname/Bermann 电影公司的标志。设计师克雷格·弗雷泽用粗黑的无边线字体表现公司的名称;并放置于电影胶片的齿孔处,即将文字化为齿孔图形;黑色笔触点形成的胶片在页面上的投影有渐变推移的效果,营造出在灯光照射下的氛围,同时亦意味着公司的透明度。

图2—12是《斯特拉汶斯基作品集》唱片封套。理查德·曼特将具现代风格的字形放大作主要的构成元素,将文字字脚的边线作为隐形的舞台地板,在其上放置一些呈表演状态的戏剧人物。字母“U”成了大门,字母“Y”和“O”则变为窗口;字母后还放置了一些戏剧人物形象,从而创造出了一个较为生动活泼的空间结构。

III 图形中的文字

图形空间能包容字母与词语作为其中的构成元素。如图2—3,在比·菲特为《Ms》杂志设计的封面中,词语被转化成图形。它将内文信息制作成霓虹灯效果,并以其所散发的夺目的红光来反衬黑色背景,对比鲜明,主体信息更加突出。

如图2—14,报纸的大字标题在哥伦比亚广播系统的一则广告中起着作为广告标题的作用。这则广告讲述一个真实事件:“1927年CBS的新闻报道在老曼彻波里顿歌剧院大楼首次广播,距今——1996年9月27日恰好39周年。”多芙斯曼借这则广告来庆祝曼彻波里顿歌剧院搬迁到林肯中心。

如图2—15,在这幅题为“街道启示录”的插图中,设计师詹姆士·麦克玛兰在图形空间里安排了表示城市噪音的词语。汽车的喇叭声、街头音乐家的小提琴声、狗的吠叫声及女人的说话声,各种声音汇集以词的形态来表现图形。使版面仿佛回荡着真实的城市噪音和街头俚语。

IV 图文合成

二十世纪早期,在意大利发动未来主义运动的艺术家们认为:不同视点能形成一个相互穿插的过程,我们称之为同时性合成。所谓同时性,即组合不同形式,使其在同一时间并存,共同发挥功效。未来主义派艺术家运用巴黎立体派艺术家的视觉表现技法来表现一个物体的多视点空间。这个观念对于从事视觉传达设计的图形设计师来说是很有用的。

1) 图形作字母

在相互转化过程中,一个图形能在一段话中充当字母的角色。如图2—16,在这个题为“寻宝记”的故事中,赫伯·卢伯林将一个大大标题放置于沙滩图形上,两把铁锹的刀片恰好替代标题里“treasure”和“Hunt”中的字母“U”,它被转化为字母图形。标题印以金色,象征此次寻宝活动的目标。

字母形态也能借图形表现出来。如图2—17,这本直邮折叠式小册子是介绍三层楼高的 Neiman - Marcus 百货商店隆重开业的信息。希伯尼/彼特借用剪影画来拼写“third”这个词;“T”是餐饮部侍者的形象;“H”借新婚夫妇的图形来表现婚礼沙龙;“I”借女性的优雅身姿来表现女性内衣店;“R”则是代表儿童服装、玩具和鞋类;“D”以精品店里的一个顾客形象表现。

2) 字母作图形

字母经过处理可形成图文兼备的整体。图2—18日迪安娜·格雷厄姆为纽约东区网球俱乐部设计的标志。“S”包含在圆环里以表示网球的形态。在这些有着几何造型的无边线字体中,带圆弧的形都是满圆,这对于“S”形和网球形的完美融合是极为必要的。

如图2—19,在 Knapp 鞋的标志中也存在着共同性。字母“K”末端延伸出的角被视为脚形,恰好暗示了产品的性质。这个字母形以拟人化的脚隐喻一个行走中的人。

3) 词语作图形。

在人类的语言传达中,如果说字母是原子,那么词语就是分子——这个口头及书面传达中的最小单位具有特定的含义,而不仅仅是一个简单的发音。通过改变一个词的视觉形态,图形设计师增强并延伸了它的内涵。

图2—20是迪安娜·格雷厄姆为后门(Backdoor)艺术画廊所设计的标志。他将“backdoor”这个派生词的前后两部分作正反方向的对比排列,恰好暗合画廊的名称。字母“K”和“R”夸张的延伸部分左右对称,形成紧密结合的整体。

图2—21是集产销种子和植物于一体的乔治·J·鲍尔公司的标志。它包含三层含意:印以绿色的“Ball”是公司名称,字母“i”上方的两个红点是球的符号标记;同时,绿色垂直线上的这两个红圆点也代表花的抽象形态,它是此经销商的主要产品之一。

芝加哥摇滚乐队的标志有着浓郁的美国本土风情,它由维多利亚式花饰风格的粗黑线手写体构成。约翰·伯格为其设计了一系列唱片封套,其中的节选部分如图2—22至2—30所示。此标志适合于各种不同基调的背景,并以各种工艺制作而成。这个词已演化为一个图形,具有象征性的实体形态。詹姆斯·威廉·格塞尔为乐队这样写道:“不可能期望从这个印刷词语中证实一种真实的音乐体验,谈到他们所出生的那个城市(其中一人除外),在那儿他们受教育并茁壮成长,在那儿所有这些惊人的音乐鲜为人知,如果你一定要称谓他们,那就叫它“芝加哥”吧。

一种形象的比喻——标志和指纹的一致性——为图形的观念提供了基础,如图2—22。

图2—23。有着粗糙纹理的干裂的木板作为标板,标志雕刻其上,造成一种浑厚坚实的质感。

图2—24。在牛皮上完成的艺术作品包括芝加哥城的历史图片,如大火和牛栏。在深褐色的背景上加以浅调褐色,再压印浮雕式图形,精致地表现原作。

图2—25。刺绣工艺再现乐队运动服装的缀饰,使它与其它运动服装的标志之间的类似性得到强化。

图2—26。在灰纸上配以钢板雕刻的蓝色调拼贴画作装饰,使其具有证券类单据的鲜明特征。矩形的摄影照片也具有同一种雕版印刷的风格。

图2—27。一幅反映芝加哥城旧时的地图,标志与背景画面相互交叉。

图2—28。乐队成员扮成粉刷工,正在墙上描绘其标志。

图2—29。撕裂的巧克力包装纸显露出凸印在糖块上的标志。

图2—30。一个有质感的,三维空间的画面,从铝板上切割下的标志形,再放置于一块闪亮的薄片上。

4) 文字段作图形

将正文排列成一个标志或图形的形式,几个世纪以来一直为排版员和设计师所沿用。图2—31是1834年2月27日发行的法国 Le Charivari 日报的封面。它将国王路易·菲利浦的梨形脸滑稽地模仿成一个水果的形态。同时它还传达了另一层含义,因为“pear(梨子)”这个词在法语里特指傻瓜或笨蛋,是一种地方俚语。

5) 文字形作环境图形

图2—30说明印刷用的文字形也能成为有具体物质形态的多维空间的物体。来自于二维平面中的字母与词语能够构建成为三维空间的立体界面。图2—32是迈克尔·曼沃来茵为印度流域工业园设计的预制混凝土材质的标志。从其整体规模看,它可以看作一个标志,或一个雕塑,又或是手工艺品。设计师提及在此标志安装完毕后,他曾用手在这些字母形之间游走,以此来感受作为实物的字母形的有机体。

图2—34是弗吉内尔尼协会的迈克尔·拜尔雷特所设计的海报。二维平面的画面却形成了三维空间环境的一种错觉。它借用一张室内地面效果图组合成为图形符号——美元的代称;它表现了这样一个主题,即室内设计师关于本行业务方面的一系列研讨会。

图2—34是弗吉尼亚·蒂姆和尼克·弗希安共同为查理·艾夫斯设计的唱片封套。它表现了各种不同的空间感。字母形镂空,渗进镀层,使字母轮廓里包含了图形,标志及一些色彩模式,从而引出艾夫斯关于美国史实的主旋律。

V

客观地运用文字及图形时,两者都具有强有力的外延性及相对自由的个性或强烈的内涵性。设计师运用视觉传达的基本元素来传情达意,将两个具近似性的形态并列,就会产生一个附加过程。

1) 附加于图形里的字母

图2—35是美国仿真智力协会为其一年一度的会议所作的宣传海报,“仿真智力,人脑和机器——最终的设想”。设计师克雷格·弗雷泽在海报中放置一个放大的字母形“A”,印以有金属质感的银色,字母形内填充以浅浮雕状的均匀分布的重复圆点图案。旁边放置一张镂版印刷的眼睛的图形。设

计师借用这些直观而有冲击力的具共性的图形来定义仿真智力。这是一种比较性的研究：几何的对有机的；机械形对人形，象征符号对写实图形，首字母对画谜(rebus)。所谓“rebus”是指借客观的图形表现词语或音节；它的称谓与它所意指的词或音节在发音上相类似。例如，这幅眼睛的图形的相同发音也等同于字母“I”的发音。

2) 附加于图形里的词语

图形的视觉冲击力能够延伸并深化一个词语的内涵。图 2—36 至 2—41 是瑞典设计师齐格非·奥德玛特为纽辛伯格·弗斯奇龙根保险公司设计的一系列宣传单张。图中重复出现的粗黑线意味着：“在你和广告之间，介入纽辛伯格保险。”

水篇。来自水龙头的水使 Wasser(Water)这个词产生错位，从而传达了设计意念，如图 2—36。

事故篇。用一张断骨的 X 光片通过“unfall”这个词相应的移动来加以强调，图 2—37。

火篇。被烧焦而炭化的木头的高反差照片意指火灾的破坏；“Feuer(Fire)”这个词用红色来表现火，图 2—38。

汽车篇。在车祸中因猛烈撞击而破裂的汽车，“Auto”这个词的字母无序地紧靠以呼应主题，图 2—39。

玻璃篇。玻璃尖锐的边缘传达危险和损坏的意思。“Glass”字形因玻璃的破裂也显得支离破碎，但磨砂玻璃上仅存的字母仍能传达准确的信息，如图 2—40。

盗窃篇。在这个系列单页中，大部分图形都是直接表现主题的图片，而这个指纹的图案却是特指盗窃的一种暗喻，如图 2—41。

VI 视觉图形与词句的协同作用

图文的协同性是指运用文字与图形的协同作用共同创建一种涵义，它比任何一个个体的涵意还要强大。道尔·戴恩·伯恩贝奇广告代理公司的文案撰稿员比尔·伯恩贝奇即推崇这个观念。这个代理公司关于大众汽车的营销活动就是运用上述技巧的一流典范。图 2—42 表现了这个原理。由于标题——“骡子死后它是唯一要做的事”——要求清晰而完整，因此如果没有图，标题就缺乏完整性。那么什么是在骡子死后要做的唯一的事呢？这张照片作了正面回答——购买一辆大众汽车。

如果没有文字来向读者提示骡子的死亡，那么这张照片则仅仅被作为一对乡村夫妇和他们的房子及汽车的快照。每一个读者都会在其生活背景及生活经历的基础上设想各自的解释，标题给图形赋予了特殊的含义。

图文的协同性也能激发强烈的情感冲击。图 2—43 是一张告诫高中生酒后驾车的潜在危险的招贴，它理性地写道：“并不是每一个酒后驾驶者都会死。”这幅表现未成年人的可怕的脸的照片与标题形成震撼人心的反差。这张招贴是在《读者文摘》的全国性比赛中被挑选出来的。它由美术指导萨·迪威

特率领的创作小组所创作，杰米·塞兹撰文。

图文的协同性并不仅限于广告。如图 2—44，这张来自纽约的巡回展的宣传海报上写道：“这个大苹果将在 Orange 州打开。”这个涵义模糊不清的标题通过摄影照片而被赋予了更多的特殊涵义。这个正开启的包裹里有一幅框以苹果照片的画，图象紧扣主题。通过同时阅读文字和图片，我们即得知这个来自纽约的展览将在 Orange 州开幕。

VII 独立的图文

不带图形的文字或无文字图形也能进行有效而完整的视觉传达。图 2—45 是洛·多夫斯曼为首次登月旅行的书籍设计的封面，在这个表现月球表面坑洼图案的浅浮雕式的灰色封面上，贴着一张首次月球漫步的彩色照片。这里已没有必要对图片再加以文字性解释了，因为这张封面的图象已经在瞬间传达了本书的主题。

与之相反，赫伯·鲁伯林则在一个关于减价出售存货的报纸广告中表现了无图形文字的形式。如图 2—46，鲁伯林服包装袋的平面化图形来表示在减价销售存货以后还剩下什么——其实根本一点不剩。从某种意义上说，对于形象化描述功能的缺乏，图形往往能独立完成视觉传达的使命。虽然文字与图形的组合在相互影响和协同性上都有极大的潜能，但以上两个例子则说明了当它们作为单独的个体时也仍然具有潜在信息传达的能力。

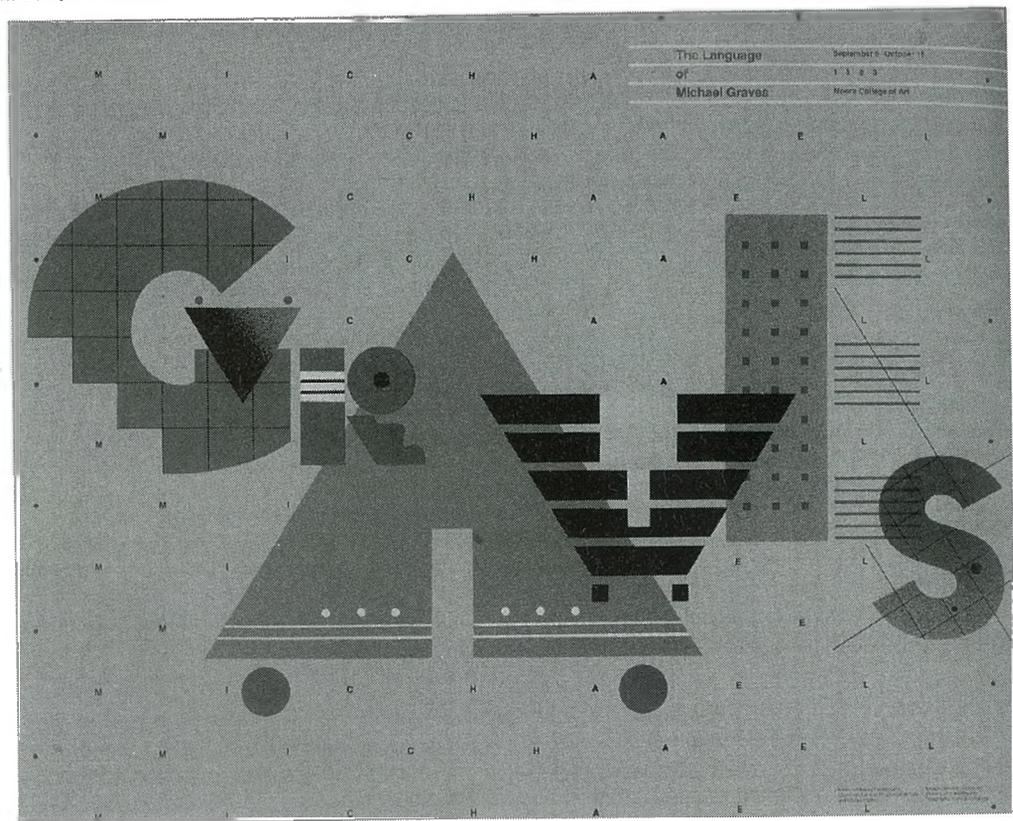
本章详细阐述了：当文字与图形增强信息传达并产生意想不到的视觉效果时，两者之间存在的联系。书面的词句和图形都有着完全不同的传达方式。通过转换和综合字母、词语及图形，图形设计师逐渐扩充和延伸了人类设计语言的可能性。

第三章 图形空间

要想彻底领会图形空间的实质，就必须考虑空间画面的特征和人类视觉的本性。每幅图案设计都出现在一个通常是平坦的，由一张纸或其他媒介，如胶片、录像带或电脑荧幕等的四边所界定的二维平面区域里。图案的设计者将所要传达的信息的视觉与语言要素，组织起来表现在这种表面上，并将各种不相似的因素构图为一个有序的统一体。纸张的水平与垂直的边界划定了这块区域，它们也是最终容纳和左右整个构图的设计的最初四条线。图形既能与边界相融合，制造出一种稳定和有序的感觉，也能在构图中，与边界相对立，制造出生机和力量的感觉。

每幅图画的面都有一个水平轴垂直轴。这两个轴交叉处所构成的几何中心，是一个有巨大潜在力量的焦点。对于人眼而言的视觉中心，稍稍位于几何中心——靠测量而获得的中心的上方(图 3—1)。

人文因素



威廉·朗哈什设计

人们都有一种与我们的本性和经验密不可分的、很强的水平和垂直方向感。地球引力——一种垂直的指向地球中心的拉力——和与它相对立的人的直立站姿会产生一种垂直方向感。水平线之所以看起来是水平的，是因为和地球的体积相比较起来，人的形体与高度显得太微不足道了，因此地表的那种弯曲度被拉平了。我们生活中的建筑、家俱式样和城市规划都加强了这种水平和垂直感。

人类视觉的工作方式对于图形信息的交流过程具有重要意义。人的视线很强烈地集中在一小块面积上。将你的视线集中在一行文字的中间一个单词上，然后体会一下两边尽头的词语是怎样在瞬间里丢失了词义的明确性。朝一行文字的末端的地方，词语变成了模糊灰暗的斑点。这种敏锐性的降低是很精确的：在偏离最敏锐点的两点五度处，视觉精确性减弱百分之五十；而偏离最敏锐点的四十五度处，精确性则降至百分之二点五。

我们的视觉会逐渐变得模糊，直至在它的视觉范围以外消失。将你的手臂伸展开来直到一个看不见的位置，然后，当你一边慢慢地向前移动它们，一边观察你在什么时候、哪个位置时觉得较难确定能感受到它们的出现。它们的影像很模糊，直到它们移动到你身体的前面来。

当我们的眼睛在浏览、转移和选择时，它们常常处在快速的运动之中。尽管图形空间通常为固定的和二维平面的，它也不应被视为是静态的，因为当眼球在一个表面上追溯着一条动态的线条轨迹时，它的这种运动常会产生一种活力和运动感。一条静止的线就通过读者的眼睛的运动被转换成了一个充满动感的、有动词含义和视觉韵律的连续性整体。尽管当我们的眼睛迅速地从一焦点扫向另一焦点时，我们的视觉意识的连续性中会有某些中断，我们通常仍然将我们的视觉过程看作一个无缝的连续整体。

另一种影响设计的视觉现象便是后象。在观看了一幅色彩鲜艳的图案后再去看一个空白的表面，我们会看到这幅明亮图案的补色。强烈的明暗或色彩对比会产生一种闪烁的感觉。在某块区域里所感知的鲜明，或者明亮与暗淡并不是绝对的，因为它由周围或相邻区域的色彩与明暗所影响和决定着。在昏暗的光线下，色彩和明暗与这种昏暗相对比着，直至消失，什么也看不见。

物体在远处会显得小些，当平行线向远离我们的空间伸展时，会越来越靠近并最终交汇。空气透视——空气的一种，当物体距我们的视点越来越远时，使物体在色彩方面显得更冷、在明暗方面显得更亮的倾向性——会改变我们对事物的感知。所有这些视觉现象都会对在图形空间的信息传达过程产生影响。

从古希腊时起，西方文化中书面与印刷品的交流就形成了一种从左上角到右下角的水平线式的移动的习惯与风俗。这种运动方式便是我们在图形空间中的基本导向(图3-3)。

人们在环境及交流中总会寻求秩序和清晰。人类学家爱德蒙·卡隆特说：“人类是伟大的图案设计家和图案领悟者。无论他的处境是多么艰难，也无论他是多么痛苦，他都不会生活在一个混乱的世界中。在任何地方，他都会竭力营造形式。观众对秩序的要求必须由图形设计者通过他或她自己的方式达到空间的有组织状态而获得揭示和满足。

图形空间中的形式关系

形式在空间中通过一些可辨识的原理而在相互之间建立起联系。这些原理经由设计者的运用，将一些截然不同的因素变成一个密不可分的整体。

联合

当形式及其边界或中心轴彼此联合起来，关系与联系便在它们之间建立起来了。

继续

形式会在一页纸上引起眼睛运动，线条的因素，比如线条的类型，会产生一种在线条的末端仍然会继续的眼球运动——就如一艘船在发动机熄灭以后仍然会在水中继续缓慢地向前移动一样——除非它因另一个焦点而转向。

继续的原理能使要素之间产生联合，发生关系。

接近

在图形空间中彼此相距很近的形式会在它们之间形成某种关系。在图3-6中，上面一幅中的两个数字因为它们位置的接近而形成了某种关系；然而，当第一幅图中的两个数字也分别加进了一个与它们位置更接近的数字时，新的关系又形成了。第一组两个数字间的空间间隔——在第一幅图中将它们联系起来——而现在则将它们分开了。

当读者很专注地读着某页上各幅插图的准确解说词时，这位设计者便很成功地运用了接近原理。如果读者对哪一段解说词与哪一幅插图相配套感到茫然无绪的话，那么这位设计者就是没有考虑到这个原理。

一致

当图形都具有一致的视觉特征，比如相似的尺寸、形状、色彩、调子、肌理

或者方向，它们便会发展成某种联系或一致性。在图3-7中，上图中的三个几何形体各不相同，看起来也是三个不和谐与互不关联的形体。在下图中，相似特性的联合：大小、色调和肌理，使得观察者能够感受到它们之间的某种有意义的联系。相似的特性在图形空间中将各种形状吸引并且统一起来，而不同的特性则会产生冲突，彼此排斥。

完整

当各个要素之间通过联合、继续、接近和一致这些原理产生了充分的关联时，一个人就会把它们当作一个完整的形式或统一体来看待。图1-1中的小点通过人眼能感知隐含的关系的能力而变成了一个“H”型。由作者设计的“全国反有毒公害运动”的标志，是由二十条独立的线条组成。它们之间相似的性质(方向、色调、形态)和组合使观众所感知的不仅仅是二十条线段，而是一个环形。由粗细线条所构成的区域，被观众的视觉连接了起来，感觉到那种传统的、强调了有毒物的标志从环形中显现出来。

当设计者提供的是一些不完整的信息时，观众的参与成为一种因素，使他在这种交流过程中参与译解信息。在底特马·温科勒为一个铜管乐器演奏会设计的招贴画中，观看者将一个印刷形体的左上边缘与一纯白线条联接起来，便会得到一个铜号的剪影。也许有的观众在看第一眼时并不能体会得出这个形象。招贴的正文与图案的黄铜色提供了暗示帮助观众完成这一形象。

对称与非对称

“对称”这个词具有两层含义。它通常用来指比例匀称协调的部位，具有一种从这些部位有序排列形成一个整体而衍生出的美感。具体地说，它是指在一条划分线或一个平面的两边形状或布局的相似性。自然界的对称，包括人体和面部的对称特性，是艺术与设计中对称的一个强大的灵感源泉。双边对称是将相同的形状与重量安置在一条中线的两边。各要素间的大小、形状和位置保持一次(图3-10)。早期的印刷工人将双边对称作为他们的组织原理，使整个印刷版面井然有序，浑然一体(见图1-28)，许多广告创意者也喜欢运用这个原理创造出对称系列的图象、标题和颜色复制(见图1-16、1-61、2-42和2-43)。

《蔬菜》(图3-11)这本书的封面，由汤姆·特拉西摄影，凯特·亨利兹、D.J.海德和列诺勒·巴兹设计，就很鲜明地运用了双边对称手法。照片的构思为淡色的蔬菜在中心物品上方和下方鲜嫩欲滴，并以对称轴扩展。

其他形式的对称也可以在设计或自然界中找到。在辐射对称中，各要素从一个中心轴或中心点向四周辐射，就如一幅太阳爆炸图(见图1-22中，太阳爆炸揭示了辐射对称，它与单词间具有一种非对称关系)。当各要素围绕一个中心点旋转时就会出现旋转对称。它将三百六十度的圆圈划分成若干相等的部分，比如每个角都占据了一个圆的七十二度的五角星。装饰性或晶体系对称是在一个空间里密集地充塞着相似的图案。浴室地面瓷砖上的六角形图案就是在一个二维平面上装饰性或晶体系对称的一个范例，自然界中水晶体形成的复杂过程是处在三维立体空间的一个例子。

在图3-13中，作者简·斯塔美的照片被放置在右下角，以便和左上角的印刷字母取得平衡。所陈列的图案的左边的垂直点线是布局中的一个关键因素，因为它把图中非正式印刷体的字母总体与版面和照片的垂直边界联系起来。稍低的印刷字母所形成的线行的轴心在逐渐向左转移，仿佛那张照片有一种神奇的魔力，因而制造出了一种与书的对角线相呼应的斜线运动。

“对称加强了宁静和粘合，”达哥伯特·弗里说，“而非对称则加强了运动和松散。一个意味着秩序和法律，另一个则意味着任意和事故；一个代表着正统、刻板 and 限制，另一个则代表生机、嬉戏和自由。”在做出是采用对称性还是非对称性构图的决定时，应源于考虑到设计的主题和内容，因为两者都可能会是达成图形空间的有效手段。

比较一下兰斯·海迪为休列特图书馆所设计的一幅招贴画与由杰夫·巴内斯设计、丹尼斯·曼纳凯摄影的、为科夫——诺德公司发行的一幅日历的版面，就会显示对称与非对称性的空间布置会具有多么强大的力量。海迪运用绝对双边对称来造成时间的短暂中止，为一个神学图书馆的命名仪式创造了一种庄严的、具有纪念性意义的气氛。巴内斯运用充满动感的非对称性来表现春天里自然界的盎然生机，使人联想起三月的春风和含苞欲放的春花。海迪有效地运用了绝对双边对称而获得一种极度有序的效果，而巴内斯则在动态的平衡中运用了非对称因素而达到一种不可抑的生机的效果。

基本单位关系

模数是一种能被联合起来和重复运用而成为某个整体的基础的最小基本单位。物理世界的分子和晶体结构，所有生物体的孔状结构，以及许多艺术和设计作品都是建立在基本单位关系的基础上的。基本单位结构在图形设计中最常见的运用，便是由水平和垂直线条所划分出来的单位网格。一个网格结构能形成许多图案：一系列规则的正方形或长方形；为期刊所设计的栏目格式；而复杂的基本单位关系可以达成多种多样的印刷效果和形形色色大小和形状的形象。