

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2015.04.013

论海报设计中的汉字图形化设计

刘翠莲

(湖南工业大学 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

摘要: 海报设计中的汉字图形化设计具有可传播性特征、形式美感特征和装饰性特征。海报中的汉字图形化设计可采用直接汉字图形化和间接汉字图形化两种表现手法,前者是把主题汉字作为图形元素运用到海报中,并对文字的形式进行提炼,使之以图形的形式呈现,能更直观地传递海报内容,表现艺术美感;后者是对汉字进行变形、夸张、繁化,或者对汉字的某些点、线等笔画进行变形设计,或其他设计元素进行拼接设计,把汉字的构成形式与所要传达的图形内容结合在一起,使字图融为一体,给人带来突变的视觉感受,以吸引受众。

关键词: 海报设计; 汉字图形化; 表现手法

中图分类号: J524.3

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2015)04-0066-06

On the Graphical Characteristics of Chinese in Poster Graphic Design

Liu Cuilian

(School of Packaging Design and Art, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract: Graphical Chinese character in poster design has certain features such as communicability, decorativeness and beauty in form. Either direct or indirect conversion of Chinese character into graphics could be taken as the artistic presentation technique in posters. Direct conversion extracts useful shape of a character before utilize it into the design. Therefore, graphical characters take the function of both expressing the meaning inside and improving aesthetic value of a poster. Indirect conversion takes some measures to remould those characters. The frequently used way is to exaggerate and reshape the whole character, or make the shape more complicated. Except overall reconstruction, sometimes designers will focus on partial modification, for example, changing a line or a point of the Chinese character strokes or mingling some other design elements with the basic ones. All the measures are taken to add aesthetic sense to the posters, while the combination of Chinese characters and graphical content could deliver a strong visual impact to viewers, which makes those works more attractive.

Key words: poster graphic design; graphical expression of Chinese; presentation methods

0 引言

当今社会正处于经济、文化高度发展的时代,科学技术日新月异,传媒技术不断创新,互联网、智能手机等新闻传播媒介随之产生。在这个信息大爆

炸的时代,人们被随处可见的、五花八门的海报紧紧包围,早已失去了对海报的兴趣,迫切需要得到新的视觉体验。因此,现代设计师需要不断探索,创作出具有视觉美感和吸引力的平面设计作品,让生活在这个快节奏的社会中被各种海报轰炸的广大受

收稿日期: 2015-05-20

作者简介: 刘翠莲(1990-),女,湖南邵阳人,湖南工业大学硕士生,主要研究方向为艺术设计, E-mail: 624305707@qq.com

众能够接受有效信息,并且使之能够对平面设计产生审美兴趣。

中国汉字历经数千年的演变,不但具有独特的美感特征,而且蕴含着深厚的文化内涵,是中华民族智慧的结晶和体现。汉字的这种优势能够给人带来一种内在的亲切感,对每一位中国人而言,汉字是最好辨认的视觉符号,也是能够最直观地传达某种意义的符号。因此,汉字是海报设计中必不可少的元素,因为汉字不但能够起到信息传达的作用,而且兼有增强海报形式美感的功能。

所谓文字图形化,就是根据文字的具体内容运用丰富的想象力和情感灵活地重组字形,在不改变文字可读性的前提下,使之图文并茂,更直接地体现文字的精神内涵,使文字的结构内容情节化^[1]。换言之,汉字图形化并不是简单的字体设计,而是将汉字与图像巧妙地结合,以一种包含着主题信息的图形形式出现在受众面前。汉字图形化设计比一般的字体设计更具积极意义,更能体现设计者的创新思维。汉字图形化设计能够以图文并茂的方式将海报的深层内容有效、直观地传递给受众。因此,将汉字图形化设计运用到海报设计中,不仅能够使海报更加生动,更具文化内涵,使人们轻易地从日益复杂的海报内容中获取信息,而且还能够满足人们享受视觉美感的需求。

1 汉字图形化设计的特征

1.1 易于传播

在海报中,汉字图形化作为一种设计手段其需实现的首要功能就是“可读”。汉字最初以象形文字出现,本身就具备图像画的性质,能够直观地反映某些事物。几千年来,中国人都是用汉字作为传情达意的符号,人们将汉字的“形”迅速传递到大脑并转为“义”,这一流程在人们脑海中已形成了直觉反应。汉字是由图形演变而来的,它源自于人类为把储存的记忆和经验有序、清晰地进行传达与交流而开始萌动并积极地探索储存信息和传播信息的形式。汉字图形化能够实现储存信息与传播信息的功能,这也是其运用到海报设计中的落脚点,因为汉字图形化能够使海报更具有视觉情趣,并起到有效传递信息的作用。

人们对文字图形化设计的海报所产生的最初的视觉映像来源于海报中占有面积最大的形,在脑海中通过这个海报媒介的“形”转变为可读性的“义”,并最终返回到对整个图形的解读与分析。因此,海报设计中运用汉字图形化这一独特的方式可以第一

时间吸引受众的眼球,从而充分发挥海报易于传播信息的作用。在当代海报设计中,设计师们寻找各种方式将汉字与图形相结合,使得海报传播的信息更加直观、准确,视觉冲击力更强,更具有艺术张力。面对内容复杂、繁琐的海报,设计师可通过汉字图形化的设计使受众大脑对所传达的内容拥有清晰的印象,而海报设计也会显得不落俗套,能够引人注意。

台湾著名平面设计师王炳南先生于1995年创作了一张以戒毒为主题的宣传海报(如图1所示,图片来源:<http://www.arting365.com/vision/character/2012-08-16/content.1345083429d261391.html>),这张海报运用了汉字图形化设计的方式,去除了“寿”字的上半部分,用“毒”字来覆盖,使“寿”与“毒”二字融于一体、合而为一,表达了“吸毒去寿”“去毒得寿”的观点,该海报设计使图形与意义结合得天衣无缝。图2(图片来源:http://image.haosou.com/isrc=360pic_strong&q=%E6%AF%95%E5%AD%A6%E5%B3%B0%E4%BD%9C%E5%93%81)所示是我国内地著名设计师毕学峰为第六届深圳国际水墨双年展设计的一张海报,该海报将传统汉字设计成一种图形,并将其作为主要的视觉元素,体现双年展“水墨”的主题。水墨两个字以图形化的手法进行处理,给人一种似与不似的感觉,这种突变的形式,更加吸引人的注意力。在编排上,该海报从左至右排列的“水墨”二字符符合人们的视觉习惯,并巧妙结合自上而下的文字内容,清楚地传递了第六届深圳国际水墨双年展的主题信息。该海报以传统书法的形式,融合了图形设计与文字设计的手法,并紧密结合海报主题,将海报的传播功能发挥得淋漓尽致。



图1 戒毒主题海报

Fig. 1 Posters of rehabilitation



图2 水墨双年展海报

Fig. 2 Posters of ink art painting biennale

1.2 富于形式美感

海报设计不仅要传递信息给受众，而且要在传达信息的同时增强海报的艺术感染力，将海报设计的艺术美感也传递给受众。古老的中国方块字，通过平面布置的点画组合，形成特殊的空间构型，因而具有一种特殊的装饰美感^[2]。不同字体的汉字，其字体结构原本就具有很强的形式美感和艺术性，如宋体端庄典雅、格调高雅，黑体深沉厚重、造型规整。不同字体的汉字给人不一样的视觉感受，尤其是汉字图形化的海报，处处都蕴含着形式美法则，

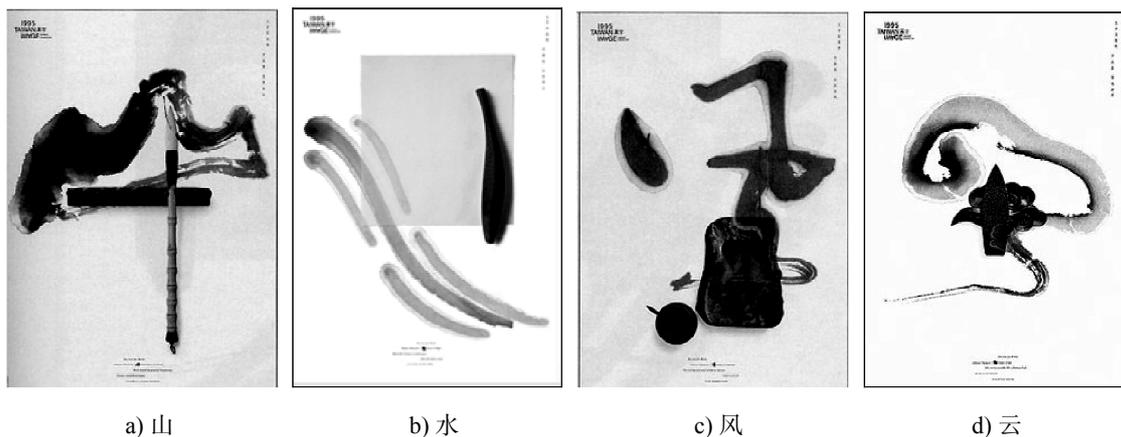


图3 《汉字》系列海报

Fig. 3 Posters of Chinese Characters

1.3 具有装饰性

汉字是中华民族的先人们传递情感、记录事情、为满足其自然审美感受而创造出的具有装饰美感的文字。汉字的结构形式无不体现出艺术美感所具有的均衡、协调、统一的装饰原则，且由于其结构的

如对比、突变、统一、节奏、韵律等。一成不变的海报形式已不能唤醒人们的美感情趣，缺乏变化的设计形式也已满足不了人们的视觉审美需求。只有充分利用形式美感法则才能使汉字图形化设计的海报展现美感，使观众在愉快阅读的同时对海报留下深刻印象。反之，汉字图形化设计如果过于凌乱，内容粗俗，就难以给受众带来美好的视觉感受，也不能给人留下深刻的印象。

设计师在海报中进行汉字图形化设计，就是要将汉字的字意与其表现形式融为一体，使受众不仅能从海报中读取其中的信息，还能欣赏具有艺术美感的图画。但在海报中进行汉字图形化设计使之产生形式美感，并不是让设计师无限发挥其艺术思维，而是要在考虑社会大众的审美感受以及在符合时代、社会、民族文化环境中形成的共同美感的情况下发挥其设计才能。图3（图片来源：http://image.haosou.com/i?src=360pic_normal&q=%E9%9D%B3%E5%9F%AD%E5%BC%BA%E8%AE%BE%E8%AE%A1%E4%BD%9C%E5%93%81）所示是香港平面设计大师靳埭强在台湾印象海报展的参展作品《汉字》系列海报作品。作品将山、水、风、云赋予浓厚的中国水墨气势，这种磅礴大气的作品让观赏者心旷神怡，使人深感山之“峰峦雄伟”、水之“灵动悠远”、风之“骤动无影”、云之“如烟似雾”以及天地万物蕴藏着的天人合一的灵气。《汉字》系列海报运用汉字的笔画与图形的重构达到了出神入化的境界，体现出海报诗情画意的美感和文人气息^[3-4]。

方块特征和图形的装饰美，成为许多热爱中华传统文化的设计师在海报设计中不可缺少的元素。汉字图形的装饰性就是根据汉字的字义，探索汉字形态的美感，从汉字的笔画中派生出图形，然后将文字信息传达功能与图形化创意设计融合到海报设计中，

把艺术想象力和创造意识体现在海报设计之中,使海报表现出强烈的装饰艺术效果,从而达到海报信息传达更加准确、迅速、独特的目的。

海报设计中汉字图形化设计的装饰性使得海报设计更有趣味性,更具独特的美感,因此,汉字图形化能够为海报设计注入新的生命力。图4(图片来源: http://www.dolcn.com/data/cns_1/news_21/icn_211/cgen_2119/2008-02/1203394477.html)所示为我国澳门平面设计师张国伟设计的“第七届澳门设计双年展”海报,海报的全部元素是汉字。设计师将“第七届澳门设计双年展”这10个汉字分成4个小块,每个字的横笔加粗,竖笔极细,横与竖形成强烈对比,并且竭力地将每个字挤压成长条状,以线条的形式呈现在海报的中心位置。整个设计采用点、线的构成形式赋予海报极强的装饰感,并由内而外地散发创

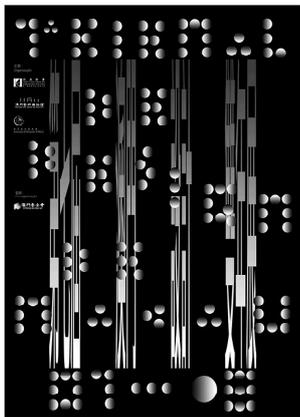


图4 第七界澳门设计双年展海报
Fig. 4 Poster of Macao design biennale



图5 《无》
Fig. 5 Nothing



图6 《佐藤可士和》
Fig. 6 Kashiwa Sato

意的设计气息,给阅读者留下了过目不忘的印象。图5(图片来源: <https://huaban.com/pins/138862015/>)所示为2013年台北室内合唱团的演出海报《无》,目的是阐述人起于“无”,行于“有”,终悟于“无”之体悟。海报将繁体汉字“无”中间部分拉长并处理成抽象的曲折小路,象征着人对生命旅程的探索是漫长而曲折的,这种汉字设计形式为海报增添了强烈的装饰美感。图6(图片来源: http://image.haosou.com/i?src=360pic_normal&q=%E4%BD%90%E8%97%A4%E5%8F%AF%E5%A3%AB%E5%92%8C)所示为佐藤可士和设计的广告招贴,日文中汉字的写法源于中文,因此日文中的汉字与中文汉字大同小异。这幅招贴不依靠具象的图形配合,而是完全利用汉字的结构和笔画进行灵活设计,构成一种具有趣味性、装饰性的海报。

2 汉字图形化的艺术表现手法

千变万化的汉字结构、丰富多彩的字体样式、神韵十足的汉字风格、兼具形式美和文意表现功能的汉字能够使广大的平面设计师选择切合海报的创作主题和符合人们的视觉审美规律的字体,使之以图形的形态出现在海报中,传达出海报设计的精神内涵,并最终实现与受众的无声交流。然而,要设计出有创意的海报,设计师除了要对汉字图形化的特征有所了解之外,还应该掌握独特的汉字图形化艺术表现手法。汉字图形化的艺术表现手法一般包括直接汉字图形化和间接汉字图形化2种,后者与其他图像符号共建画面。

2.1 直接汉字图形化

汉字本身是依照事物的外貌特征创造出来的,拥有与生俱来的图形化特征^[4]。由于它具有可欣赏性和可读性特征,所以将汉字运用在海报中可以清

晰地传达意图。每个人的思想情感、文化修养以及个人经历都有差异,所以,如果一张海报仅仅依靠图形的设计传达海报内容,而没有结合汉字的设计,那么每个受众可能会对海报产生不同的理解,甚至有可能产生疑惑或分歧。因此,把主题汉字作为图形元素运用到海报中,并对文字的形式进行提炼和升华,使之最终以图形的形式呈现,能更直观地传递海报内容,表现艺术美感。

图7(图片来源: http://news.china.com.cn/txt/2011-10/13/content_23617410.htm)所示为“两岸四地海报设计百分百”展览作品之一,作者为“走过壹佰”设计赛的参赛者。此次展览为隆重纪念辛亥革命100周年(1911—2011),由两岸四地100位知名平面设计家发起。该作品将中国繁体汉字“壹”字作为海报的视觉中心,突出纪念辛亥革命100周年的主题,同时也表达了对革命志士的怀念和对祖国和平统一的美好期盼。

将“走过壹佰”4个字设计成印章的形状来点缀整个海报,起到了点明主题的作用,具有独特的艺术形式美感。图8(图片来源:http://image.haosou.com/i?src=360pic_normal&q=%E9%99%88%E5%B9%BC%E5%9D%9A%E4%BD%9C%E5%93%81)所示为香港平面设计大师陈幼坚先生设计的招贴作品《我》。陈幼坚深爱中国的传统文化,但对中国文化遗产的执着和骄傲,并没有使他变成一个固守传统的“艺术遗老”,而是让东西文化在他的设计理念中更为合理地融合在一起^[5]。该作品中的汉字“我”中的一笔——竖勾,用一个有肌理的英文“I”替换,而英文字母“I”就是中文的“我”;汉字部分设计成虚幻的效果,极富现代数码感,这种以直观、简洁的汉字图形化为主要视觉元素的海报,充分、准确地表达了主题。图9(图片来源:[http://www.designedu.cn/showposts.aspx?](http://www.designedu.cn/showposts.aspx?type=p&columnid=46&id=169)

type=p&columnid=46&id=169)所示为我国著名的平面设计教育家余秉楠先生设计的招贴《家》,作品直接采用了中国书法“家”的形式和家的寓意,设计了一张以宣传台湾回归中国为主题的招贴海报。海报运用了各种中国不同的书法字体“家”作为装饰整个画面的视觉元素,书法字线条的疏密、点画的轻重、行笔的缓急等产生了独特的形式美感。最具特色的当属画面的主要视觉中心元素,即用草书书写的那个大大的“家”字,它巧妙地运用了汉字的结构与笔画,将“家”字最后一捺的位置以台湾的地形轮廓加以替换,巧妙地描绘出祖国统一的美好情境^[4]。该作品以文字本身的含义作为设计灵感,在形式上切合主题,对文字稍作修饰就有效地传达出海峡两岸一家亲的主题思想,既升华了作品主题,又使读者耳目一新。



图7 《走过壹佰》
Fig. 7 Through one hk



图8 《我》
Fig. 8 I



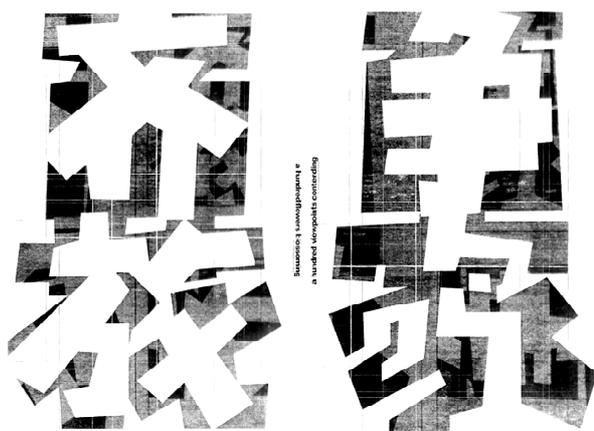
图9 《家》
Fig. 9 Family

2.2 间接汉字图形化

所谓间接汉字图形化,就是在海报设计中对汉字进行变形、夸张、繁化,或者对汉字的某些点、线等笔画进行变形设计,抑或其他设计元素进行拼接设计。在海报设计中,间接的汉字图形化设计可以给人带来突变的视觉感受,因而能满足人们的好奇感^[6]。把汉字的构成形式与所要传达的图形内容结合,通过设计家的精妙构思和安排,字图之间则能够融为一体,并能使画面显得简炼。

一件作品如能有效地满足观众在视觉上求新求异的冲动,并且尽可能地将海报的所有视觉元素组织成符合人们视觉习惯的简洁统一的画面中,那么这样的作品就可称做成功的海报设计作品。如图10(图片来源同图2)所示为毕学锋先生的“百花齐放百家争鸣”设计系列作品,该作品将“齐放”与“争鸣”分别以“百花”与“百家”作为背景底图,将复杂的肌理底图文字与简洁的汉字巧妙重叠,使该

海报的表现形式显得变化多样和富于个性,体现了强烈的现代设计气息。



a) 百花齐放 b) 百家争鸣

图10 “百花齐放,百家争鸣”系列海报

Fig. 10 Posters named Letting a hundred flowers blossom and a hundred schools of thought contend

图 11 (图片来源同图 3) 所示为靳埭强先生创作的另一幅海报作品。该作品以“心”为主题,运用了汉字图形化的形式进行设计,把“心”字笔画中处于最高处的一笔用红太阳代替,其他笔画以写意画的形式呈现,描绘了清晨的山脉烟雾缭绕,一轮红日缓慢升起的场景,体现出中国传统的绘画艺术思维。海报字中见画,画中有字,半字半画,书画的生动与文字的概括相结合,使海报具有中国画的韵律和美感,表现出海报的独特感染力。这种设计手段成就了海报设计的最高境界。



图 11 《心》
Fig. 11 *Feeling*

3 结语

在海报设计中将汉字进行图形化设计,拓宽了中国设计师的设计思路,丰富了海报的表现形式,给人们带来了本民族设计文化系统下崭新的视觉感受。汉字图形化设计是海报设计中艺术美感的体现,汉字作为我国的文化瑰宝,蕴含着几千年深厚的文化精髓。因此,当代中国设计师应重视汉字在海报设计中的作用,加强开发与利用汉字的力度,充分利用其所具有的独特的图形魅力与传播作用。在探索海报设计的路上,设计师们应该不断学习与借鉴靳埭强、陈幼坚、王炳南、毕学锋等我国优秀设计师

在汉字图形化中的思考方式和创意手法,同时注入设计师自己的创新精神,通过形式美的汉字设计,传递中国汉字内在的精神意境,这是中国当代平面设计师真正意义上对中国文化进行承传与创新的体现。

参考文献:

- [1] 关吉柱. 论现代文字图形化特征[J]. 艺术与设计, 2009(10): 65-67.
Guan Jizhu. On the Characteristics of Modern Graphical Text[J]. Art and Design, 2009(10): 65-67.
- [2] 梁燕. 论传统汉字装饰的材美工巧[J]. 包装学报, 2014, 6(2): 61-66.
Liang Yan. The Material and Craftsmanship in Traditional Chinese Character Decoration[J]. Packaging Journal, 2014, 6(2): 61-66.
- [3] 焦晓琼. 靳埭强文化招贴作品鉴赏:《汉字》系列之山水风云[J]. 黑龙江史志, 2008(20): 46.
Jiao Xiaojiong. Jin Daiqiang Culture Poster Works Appreciation: Posters of "Chinese Characters" of Landscape[J]. Heilongjiang Chronicles, 2008(20): 46.
- [4] 肖燕萍. 汉字设计之意境美[J]. 包装学报, 2015, 7(3): 83-88.
Xiao Yanping. Artistic Conception of Chinese Characters in Design[J]. Packaging Journal, 2015, 7(3): 83-88.
- [5] 周红惠. 东情西韵 融汇古今: 论现代平面设计的中国本土化[D]. 长沙: 湖南大学, 2003.
Zhou Honghui. The Chinese Indigenization of Graphic Design [D]. Changsha: Hunan University, 2003.
- [6] 余涵雅. 汉字在海报中的三种形态[J]. 艺术与设计, 2010(8): 74-76.
Yu Hanyu. Three Forms of Chinese Characters in Poster[J]. Art and Design, 2010(8): 74-76.

(责任编辑: 蔡燕飞)