

福田繁雄海报的图形创意分析

徐英

(湖南涉外经济学院, 长沙 410205)

摘要: **目的** 对日本设计大师福田繁雄海报的图形创意进行研究。**方法** 通过对图形创意设计的基本概念和图形创意的艺术手法进行阐述,对福田繁雄不同历史时期的具有代表性的海报作品的图形创意根据艺术创造的独特性进行分析。**结论** 福田繁雄海报作品在图形创意设计方面通过奇思妙想的图形,反映出了他高深的艺术魅力,具有非常重要的美学价值。

关键词: 福田繁雄; 图形创意设计; 创意思维

中图分类号: J511 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)14-0091-04

Graphic Creative Analysis of Fukuda Shigeruo Poster

XU Ying

(Hunan International Economics University, Changsha 410205, China)

ABSTRACT: It studies the graphic creation of Fukuda Shigeruo poster who is a numerous Japan design master. Based on the Basic concept and art gimmick of creative graphic design, it analyzes the graphic creation of the representative poster by Mr Fukuda in different historical periods according to the uniqueness of art creation. Mr Fukuda's works in terms of graphically creative design by ideas of graphics performance reflects his profound artistic charm, which has a very important aesthetic value.

KEY WORDS: Fukuda Shigeruo; graphic creative design; creative thinking

二战后,日本面临着一切都要进行重构的局面,在这样的社会历史背景下,日本的平面设计受到了欧美等国家思想文化的影响,得到了快速发展。由于日本长期受到中国禅宗文化简单、朴素的影响,其设计的作品表现出自然朴素之美。这一时期代表性的平面设计大师福田繁雄的作品,走上了国际平面设计的前沿。

1 图形创意分析概述

1.1 创意的概念

创意,指在表面上看似毫不相关的事物之间寻找使其可以进行联系的因素,这种寻找方式主要是运用联想的思维^[1]。运用设计和图像把这种联系表

现出来,在进行联想思维的过程中,通常是有意识和无意识的相互交错而完成,有意识是对无意识的反映,无意识的思想流体可以形成有意识的设计理念。两者相辅相成,在矛盾的对立和联系的过程中能动性地发展。

1.2 图形创意思维

1.2.1 图形创意的概念

图形创意,指在视觉传达上具有独特性意念的图样形式,以创造性思维为基础,寻找独特新颖的意念表达方式,其最终的目标是进行意念的传播。创意是图形设计的核心要素,以创造性思维的方式,用理性的推理和判断获取视觉形象,表达设计主题^[2]。创意思维是设计师和受众之间进行互动交流的思维过程,在揭示出客观事物本质联系的同时,创造出新的视觉

形象。

1.2.2 图形创意思维的特征

图形创意思维具有独创性,图形创意设计过程是在日常事物中进行挖掘,运用构成、重组、再生的表现方法来表现事物的形状,表达深刻的创作主题。图形创意思维具有多向性,其创作过程要从多角度进行思考,全方位地分析问题,从而设计出多样化的方案。创意思维是对事物整体的把握,在空间上对事物进行概括和综合,是多种思维的协调统一。

1.3 图形创意的艺术手法

不同的设计主题需要不同的艺术手法来表现设计效果,以使欣赏者对设计的主题产生共鸣^[3]。在造型艺术的影响下,当今的图形设计趋向于自然、丰富、自由的艺术创作空间。比较常见的图形创意表现手法,大致可分为7种。(1)象征。象征是指运用某一特定的物象或文化符号来表示某种复杂抽象的内涵,具有含蓄深沉的表现特征,其要求图形表现的意念必须明确、易读。(2)比喻与借代。比喻是指运用大众熟知的物象表达未知的事物,可分为明喻、暗喻、借喻、博喻等^[4]。借代是指借用和表现的事物相关联的其他事物来代替说明的一种图形创意表达方法。(3)夸张对比。夸张是指通过对事物重要特征的强化、夸大,将视觉矛盾和冲突激发到极限,从而引发欣赏者产生丰富的联想以此来渲染出强烈鲜明的艺术效果。(4)幽默诙谐。幽默诙谐是指通过以喜剧、谐趣但又具有含义的艺术表现手法,表达出一种内部庄严外部和谐的形态,使欣赏者在意料之外、情理之中体验到艺术创意的奇巧智慧^[5]。(5)比拟卡通。比拟可以分为拟人和拟物两种形式,拟人是指通过赋予花鸟鱼虫、山石树木等自然物象人格化的特征,来赋予图形生命和新的意义。拟物是指将人的形态用物的形态来表现。(6)荒诞和怪异。荒诞怪异就是一种不真实,不合理。在图形艺术创作过程中通过正常与反常、熟悉与陌生、真善美和假丑恶、现实和超现实等相互矛盾对立的形象,来表达设计背后的深刻理念。(7)抽象。抽象是指与具体形象相对立的概念,是从多种事物之中提炼出其共同点加以综合而成的一种新的艺术形态^[6]。

2 日本设计师福田繁雄概述

2.1 福田繁雄在平面设计中的重要性

福田繁雄出生于1932年的日本东京,毕业于东京

艺术大学,从20世纪中期至今,他获得了国际平面设计的许多奖项^[7]。他的海报作品享誉全世界,在国际上受到了众多设计师的关注,其设计的海报以极具个性化、神秘性和趣味性而著称。

2.2 福田繁雄进行平面设计艺术创作的历史

日本设计的发展与现代西方设计文化有着重要的历史渊源,日本在注重本国设计理论和实践发展的基础上,借鉴了西方国家平面设计的优点,尤其是在20世纪中期后吸收了大量的西方社会文化的艺术成果。在这一时期,福田繁雄受到了超现实主义和视错觉艺术的影响,在三维艺术设计表现手法中有效地应用了在二维表现手法的成果^[8]。其将日本传统文化和现代造型主义设计思想相结合,以简单洗练的设计艺术风格为主,这一时期的作品以鲜明的民族性为主要特征。

20世纪80年代风格确立。在这一时期福田繁雄的作品更加突出幽默感,以漫画的方式将生活中琐碎的景象进行表达,使人们能在他的作品中欣赏到幽默性和趣味性。

20世纪末至今,是福田繁雄设计风格的深化和发展时期。日本的平面设计借助于丰富的历史文化资源得到了深入的发展,传统工艺和原始绘画等都是平面设计灵感的来源,日本设计师自觉地把这种传统的历史资源加以有效运用,使作品的特色具有极强的民族特色^[9]。福田繁雄的设计以传统民族特色为基础,以国际视觉传达的需求为设计理念,创造出了将民族传统和国际性融为一体的平面设计的新出路。这时他的作品以简约化的设计风格来突出平面艺术设计的功能性和人情味。

3 福田繁雄海报的图形创意分析

海报是一种视觉传达的媒体,其独特的特征是其其他宣传媒体所不能取代的,在海报设计中图形是最为重要和基本的元素。图形既可以是实物的形态,又可以是独创性的思维形式,因其具有独创性在海报创意设计中得到了广泛的应用。具象、抽象和意象是海报设计图形的主要形象因素^[10],它们通常以相互融合的方式表达海报设计的图形结构。这里对福田繁雄在海报设计中对图形的创意设计进行分析。

3.1 矛盾空间图形的运用

这类图形是通过视错觉原理,通过有意转化、交

替十点来违反正常的透视规律和空间概念,使二维平面设计的海报图形表现出三位立体的物性。矛盾空间图形,简而言之就是图形在视觉上和图形实际存在性的一种矛盾关系图形,只有通过视觉的延伸才能感到实际图形在空间中的不存在性。在海报设计中这种具有趣味性、个性和标新立异特征的图形,应用得十分广泛。

在福田繁雄的海报设计作品中,有大量运用这种视错觉的表现方法设计出来的作品。在他设计的海报作品中,运用了视错觉原理将空间进行分解然后按照自己的设计理念又将这些空间重新组合,表现出一种图形在空间之中的怪诞组合,他以高超的艺术表现方法将陌生的空间变成熟悉的现实存在。通过这种运用视错觉原理的矛盾空间图形的分解与组合,使其设计理念和艺术表现完美组合,给人以审美的视觉享受。福田繁雄通过海报设计中矛盾空间图形的运用,探寻出了立体空间的平面表现和立体空间的平面还原的图形构建。从空间和人的关系,平面艺术作品和艺术欣赏着之间的关系,进行艺术表现手法的挖掘,福田繁雄搭建了自己艺术世界通往欣赏者的桥梁。

人体见图1,这副海报作品运用简练的线条,描绘出几个人形轮廓和几何图形进行搭配,组合构造出了多重图形和多维度的矛盾空间。当观者把注意力停留在人形轮廓上时,就注意到了人形轮廓的背后所包含的几何空间,表现出传统绘画中画中有画的意象表达方法,给人以清晰明快的视觉享受。

3.2 正负图形的应用

所谓正负图形,就是指由正形和负形两部分组成的创意图形。正形指能够引起观者注意的图,负形就是图周围的部分,称为底,两者之间相互依存和相互借用,共同表现出设计作品的内涵。正形和负形是相互矛盾的对立统一体,在海报设计中运用这种独特的艺术语言表现形式,使海报作品表现出空与实的空间表现力。福田繁雄在其海报设计作品中,通过相互转换和融合的正负图形,设计创造出了双重的艺术形象,追求对图形的单纯化表现,用简约化的设计形式,表达出复杂有序的设计内涵和外象整体,使简单和复杂相互协调统一。

紧握的原子弹见图2,该作品是为了纪念长崎原子弹爆发50周年而创作的。运用黑白两种色彩之间的巨大反差,将字母和紧握的拳头相组合成一幅整体的图形,强化视觉冲击力,用以表达人们应该站在高角度对战争进行深刻反思,表达出和平反战的设计主题。



图1 人体
Fig.1 Human body

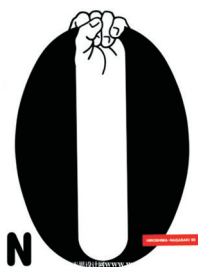


图2 紧握的原子弹
Fig.2 Hold of the atomic bomb

3.3 同构图形的运用与表现

所谓同构图形,就是按照事物之间相似的元素来进行逻辑构成,可分为含义同构、形似同构和形义同构,分别对事物的含义、形象以及含义和形象双重同构。根据不同的同构形式可分为共生同构图、延边同构图和字画同构图。同构图形是选择一个常规简洁的基本图形,保持其基本轮廓不变,设计师再根据创意进行构思,置换新元素组成新的艺术形象。

在福田繁雄的海报作品中有大量的同构图形的应用,他在图形语言表现方面通过对不同性质和空间进行整合,以形成新的艺术形象来表达出更为深远的现实意义。他不但对事物的形态进行简单更换,而且对置换的元素进行反复的艺术推敲,始终保持着自己独特的设计风格。贝多芬第九交响曲见图3,该幅作品中人物头像作为基本元素,福田繁雄对头像上的头发进行了元素替换。在海报设计中,音符、鸟、马等元素也巧妙地运用在了整幅作品的设计中,丰富了海报设计的内涵,体现出他非凡的想象力。



图3 贝多芬第九交响曲
Fig.3 Beethoven's ninth symphony

3.4 双重图形的运用

双重图形是一种将空间进行分割然后又进行重构而组成的一个既微观又宏观的创新图形结构。双重图形是在一个平面内,图形结构由于图层相互连接和递进的性质而能很好地对空间和时间的概念进行

表达,从而给欣赏者带来不同的幻视性视觉感受。福田繁雄在海报图形设计中更强调图形的灵动性质,使观者可以体验到不同的视觉感^[11]。

3.5 对立图形的运用

对立图形也是错视觉图形表现语言的方式。对立图形是指不同的图形之间或图形的自身局部之间进行的相互排斥、对立的创新图形结构。胜利见图4,以简洁诙谐的艺术语言描绘出子弹反射回枪管的图像,借此来讽刺发动战争者自食其果的寓意,表达出他对和平信念的坚持。



图4 胜利

Fig.4 Victory

4 结语

福田繁雄在图形设计创新方面为日本的设计思想打开了新的局面,其设计理念和思想被全世界广泛传播。我国许多学校的平面设计教材收录了他大量的作品,对其作品的研究已经取得了相当大的成就,如周莹、王松等人对其设计理念和思想的研究已经取得了国际领先水平。通过这里的描述可以看出福田繁雄在海报图形创新设计中高超的艺术驾驭能力,其善于运用正负图形、矛盾空间等艺术表现语言,创造出了热情机智、幽默灵巧的视觉世界。

参考文献:

- [1] 罗胜京.图形创意与表现:设计路线图[M].重庆:重庆大学出版社,2009.
LUO Sheng-jing.Graphic Creativity and Performance: Design

- Road Map[M].Chongqing:Chongqing University Press,2009.
- [2] 黄玮雯.论传统图形在现代平面设计的应用[J].包装工程,2014,35(18):82.
HUANG Wei-wen.The Application of Traditional Graphics in Modern Graphic Design[J].Packaging Engineering,2014,35(18):82.
- [3] 陈靖.图形创意与实训[M].南宁:广西美术出版社,2010.
CHEN Jing.Graphic Creativity and Practice[M].Nanning:Guangxi Fine Arts Publishing House,2010.
- [4] 安佳.日本设计师福田繁雄海报作品的美学探析分析[D].长春:吉林大学,2008.
AN Jia.Aesthetic Analysis of Japanese Designer Mr Fukuda Shigeruo Poster Works[D].Changchun:Jilin University,2008.
- [5] 郭宇承,刘森.海报设计中图像表现形式的创新[J].包装工程,2014,35(24):76.
GUO Yu-cheng, LIU Miao.Innovation of Image Form in the Poster Design[J].Packaging Engineering,2014,35(24):76.
- [6] 何方,张健.图形创意与设计[M].武汉:武汉理工大学出版社,2005.
HE Fang, ZHANG Jian.Graph Creativity and Design[M].Wuhan:Wuhan University of Science and Technology Publishing House,2005.
- [7] 胡艳霞.福田繁雄海报的视错觉图形表现语言探析[D].北京:北京交通大学,2012.
HU Yan-xia.Optical Illusion Graphics Language Analysis of Fukuda Shigeruo Posters[D].Beijing:Beijing Jiaotong University,2012.
- [8] 刘丹丹.视错觉图形在海报设计中的应用[J].包装工程,2014,35(24):80.
LIU Dan-dan.Application of Optical Illusion Graphics in the Poster Design[J].Packaging Engineering,2014,35(24):80.
- [9] 李路葵.创造性思维模式下的图形创意研究[D].西安:西安美术学院,2007.
LI Lu-kui.Graphic Creative Research in the Creative Thinking Mode[D].Xi'an:Xi'an Academy of Fine Arts,2007.
- [10] 金晓丹.神来之笔——浅析福田繁雄的海报设计[J].美与时代,2010(11):64—66.
JIN Xiao-dan.Inspiration: the Poster Design of Mr Fukuda Shigeruo[J].Beauty and Times,2010(11):64—66.
- [11] 郭欣欣.图形语言在包装设计中的探究[J].包装工程,2014,35(24):72.
GUO Xin-xin.Exploration of Graphic Language in the Packaging Design[J].Packaging Engineering,2014,35(24):72.