



圖 4-1 林盤聳（台灣）  
台灣印象



圖 4-2 靳埭強（香港）藝術季海報

## 第四章

### 圖案 運用與現代設計之關係

圖案是裝飾媒介的一種方法，一種手段為裝飾構成之概念，以達成圖案之使命，用盡各種方法描繪設計者的創作力、想像力來滿足美的慾求（圖 4-1）。

數千年前人智未開發的遠古時期，原始民族居住的壁面上就出現相當稚拙的裝飾。這可以證明，對美的慾望，這乃人類之本能，就懂得紋飾、化妝、結髮及裝飾環境，來表現‘美’的意義。

裝飾即圖案，當裝飾構成具體化（圖 4-2），形狀、模樣、色彩三要素的處理，在表現出創造力、想像力，即成形法、模樣構成法等自然就形成為圖案。而圖案就是為美與實用之結合，實用之美化稱‘工藝’。所以工藝又為裝飾。

#### 第一節 工藝圖案之特質

“圖案者，工藝之母也！”（註 1）圖案之需要一是平面的如印刷物、染織等，另一是立體的如傢俱、飲器等，前者稱平面圖案，後者稱立體圖案。



圖 4-3 攝影 單色系

在此圖案用何種類型呈現，我們要賦予它工藝的價值，也就是在用途中與精神性的趣味要結合實用上具機能性、耐久性、堅固性、經濟性，不但如此還要有反映時代潮流，由此可見圖案的意義是如此重要。至於在表現形態上，要符合了審美的、藝術的、科學的三要素。工藝品在表面裝飾上更需要適度的刺激，如：

1. 靜穩感
2. 興奮性
3. 牽制力

讓生活活潑，有朝氣，這是適度刺激之美（圖 4-3），提昇審美的趣味。再者裝飾必要性是有藝術感的如寺院裝飾或陶醉恍惚之劇場內裝飾，又符合聯想的要素，華麗與興奮感有情操之對象，藝術的傾向，不適觀賞樂趣。為了這廣告的目的，惹人注目，誘起顧客的購買心理下裝飾，此時非以美化為目的，不只如此還要加重觀賞者對裝飾的強烈刺激，常須異狀異變，這種感覺更是達到意想不到的效果。



圖 4-4 杜華林（中國）人口與糧食

裝飾要流行及趣味性，流行乃指應於人類的飽滿性及好奇心之慾望而生成的任何物件，在群眾的共鳴而產生風靡之狀態。工藝品之流行要有形狀、模樣、色彩、三者，稱之為“流行”。但趣味嗜好正與流行不同，所謂“味”乃是趣味的感覺，感覺洗凍程度要有敏銳的差異性。（圖 4-4）



好比氣質及嗜好就因“味”的不同有所區別。不止如此，各民族因宗教及教育背景不同對象徵“吉、凶”看法也不相同，如：日本以龜為長壽之代表，中國吉祥圖案也以蝙蝠(福)，牡丹(富貴)，桃(壽)，靈芝(如意)等為象徵。但回教視“豚、豬”為惡動物。但印度人又好牛、龜、孔雀、眼鏡蛇等。對於樣式，而有趣味性的差異。

## 第二節 構成之要素

圖案構成基本以“點”、“線”、“面”、“體”為構成素，而圖案質料也以抽象，具象構成為主(圖4-5)，如下圖：

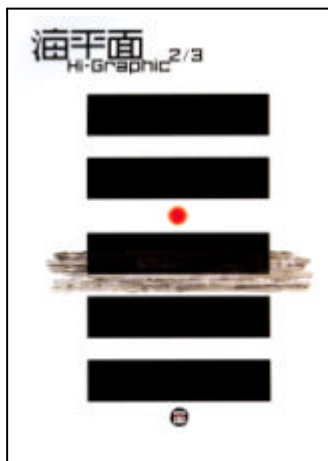


圖 4-5 靳埭強 (香港)  
《海平面》封面



圖 4-6 韓秉華 (香港) 日本竹  
尾紙業百周年展《和光同慶》

- 圖案外形質料
- ▶ 抽象質料：  
    情操有象徵意味有情。  
    理智有象意味有寓意。  
    (圖 4-6)
  - ▶ 具象質料：  
    人為方式：  
    幾何的形態、文字、機械、建築物等。  
    自然方式：  
    人物 動物 植物 天象、地象等。



圖 4-7 靳埭強（香港）藝術海報

有情質料；進行要具情操的象徵意味。有情資料有二大類別：1.現實的。2. 懷古的。懷古又與現實相離，因此它有著追憶的意義存在，這種特性就引起人們的興趣。（圖 4-7）

寓意質料；特定的意義中含寓意成份在內。文字圖形表現內也有著象徵與寓意之內容，這種圖案僅限於特別功利為條件。

### 第三節 符號的意涵

祖先對於審美的紋樣皆因神話故事思想為起源，而產生“符號”。它有象徵與紀念意義價值。如掠奪品、種族酋長、偉人等，這都是永續紀念的一種形象。再者宗教上的意義，人物、動物或畏恐性質的形象物體以及與畏懼、出生、死亡、稀有的無形，有形體如天使、惡魔(基督教)、惡鬼(佛教)都代表象徵意義。在現代社會中也可以找得到隱藏真實意義及形象的藝術符號：

- 企鵝 —— 南極
- 竹子 —— 步步高昇
- 荷 —— 出污泥而不染
- 菊 —— 君子之風
- 火 —— 生命
- 盾牌 —— 武士
- 羊 —— 犧牲

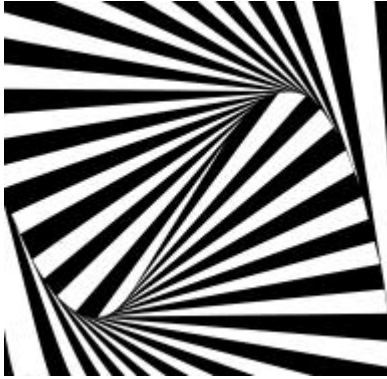


圖 4-8 視覺造形的基礎構成  
直與曲線之美(一)



圖 4-9 視覺造形的基礎構成  
曲線之美(二)

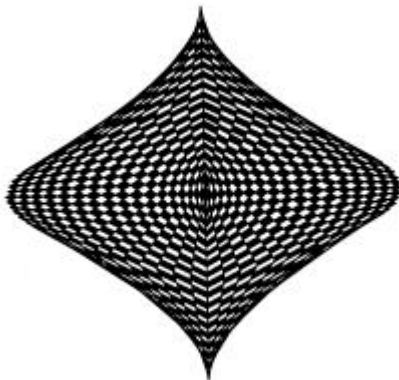


圖 4-10 視覺造形的基礎構成  
曲線之美(三)

## 第四節 “美” 的要素

能稱作“美”一定有它的原因存在，這是種感覺，感覺通常因眼、耳、鼻、舌、皮膚而產生視覺、聽覺、嗅覺、味覺、觸覺。然而圖案美也因材料、形象、色彩感覺來決定之外。也要有線的感覺之美，面的感覺之美，色彩的感覺之美。

### 1. 線的感覺之美

線是形成任何形象所必備的基本要素，線有二種：一種是直線，一種是曲線：

直線——有堅實、強壯、嚴肅、呆板、意志的男性美。(圖 4-8)

曲線——浮動、柔味、浪漫、優雅、順暢的女性美。(圖 4-10)

“直線”在表現“強硬”的時候使用，表現“柔和”的時候用曲線，曲線中以圓弧最單純，其他規則與不規則的波狀曲線變化就繁多了。

### 2. 面的感覺之美

面的感覺特質，因線長短比例不同及組織形狀之線種類而有所差異。



正方形 —— 垂直線堅固又有支撐力，水平線又有靜止與安定感，然而各邊相等時，頗乏味又單調。

長方形 —— 長方形與正方形都是水線，二線長短不同，頗趣味性。

三角形 —— 靜態之中有生氣，又暗示著屬於動感的形狀，雖然兩邊的是斜線，還是可以表現出安靜狀態。

圓形 —— 雖然線在同一軌道上行駛完成與終結感，但頗單調。

橢圓形 —— 長短二軸線對圓形之關係，就如正方形與長方形相同，周邊方向巧妙之變化，一是尋著“律動” 一是尋著“急” 變化不同，各有千秋。



圖 4-11 色相環

### 3. 色彩感覺之美

色相環(圖 4-11)的赤、橙、黃、綠、青、紫六色，一般使用最多的顏色，而圖案以使用對比色來配置，可呈現出鮮明視覺感受如：橙與青、青與綠、黃與紫這種對照，在廣告適用最為平凡。



圖 4-12 消極與積極



圖 4-13 對比之美



圖 4-14 彩度與前進色

色有明、暗色、寒、暖色；前進、後退色、對比、互補色其顯出特質與差異性：

#### A、涼（寒）色與暖色

兩個中性色，紅橙黃為暖色、綠、藍綠、藍為寒色。

暖色 具有積極外向形、重量感、密度高。（圖 4-12）

寒色 具有消極內向形、重量輕、密度低。

明度 明度較高為涼色、明度較低為暖色。

彩度 彩度較低為涼色、彩度較高為暖色。

#### B、前進色與後退色

色彩前進與後退的生理現象是因為色光的折射率而引起眼睛的水晶體產生調節作用，因長波長經水晶體折射後，因折射率小把影像聚結在網膜後方所以有前進的感覺，短波長經水晶體折射後，因折射率大把影像聚結在網膜前方所以有後退的感覺。（表目錄 5）

前進色與後退色又為膨脹色與收縮色暖色與寒色。（圖 4-14）

明度 明度較高為前進色，明度較低為後退色。

彩度 彩度較低為後退色，



彩度較高為前進色。



圖 4-15 抽象圖案  
與心理反應



圖 4-16 對比之美

C、影響色彩調和的因素有四：

1. 色彩調和和嗜好有關，對調和好惡的心理反應，依人而不同會因時地而有差異。(圖 4-15)
2. 色彩調和會受面積大小的影響。
3. 色彩調和會受到造形的影響。視點的動向不流暢的情形，會阻礙色彩調和的感覺。
4. 色彩調和會受到設計意義及解釋的影響。流行趨勢的不同，對色彩調和看法會不同。(圖 4-16)

註釋：

【註 1】傅抱石 基本圖案學 P.4

“圖案者，工藝之母也!”此語嚴密繩之，



雖未足至。而究竟圖案之需要，以工藝為最多，且依工藝圖案之意義，始得發現。