

三、 觀念形象設計與其設計應用

在世界因為科技技術不斷創新而掀起一股數位熱潮的同時，藝術設計的領域中，也出現了突破現代藝術主義風格的觀念形象設計。觀念形象設計是在二次大戰後出現於歐美中一個非常重要的平面設計派流，他不僅僅是把各種藝術表現風格引入平面設計，還更進一步的透過精心的設計把藝術與平面設計融合成一體，達到藝術性與傳達功能皆有的新設計風格。觀念形象海報設計不單只運用傳統手繪或是攝影的手法去製作海報，它還會運用設計的觀念，將圖片、圖像或是手繪的圖案，以扭曲、拼貼、重組等等手法加以表現，來傳達某些意念或是主題。



3.1 觀念形象設計之定義

所謂的觀念形象設計，是指第二次世界大戰結束之後在歐洲和美國形成的平面設計的新派流，它從 1945 年第二次世界大戰結束開始發展，一直延續到 1989 年前後為止。觀念形象設計與強調視覺傳達準確的、理性主義的、比較刻板的瑞士國際主義平面設計風格，以及比較講究規則性的紐約派相比，這個派流更加強調視覺形象、強調藝術的表現、強調藝術和設計的結合，透過平面設計，把抽象的、象徵性的、照片拼貼的、運用字體進行組織的形象，進行新的重組，作設計觀念的傳達（王受之，2002）。現代主義藝術運動在 20 世紀蓬勃發展，而此時期發展出的各個主義，像是立體主義、象徵主義、未來主義等等，都與觀念形象設計有很密切的關係。1960 年代前後，西方出現的抽象表現主義、普普藝術，也對觀念形象設計帶來了影響，無論是西方國家的或是非西方國家的觀念形象設計作品，我們都可以在這些作品中找到這些藝術風格的痕跡。觀念形象設計突破了從包浩斯時期以來、在戰後於瑞士發展到登峰造極的國際主義侷限，開創了視覺傳達設計

的一個全新面貌。

3.2 觀念形象設計的發展起源

在第二次世界大戰期間以及戰後東西方兩陣營長期的「冷戰」對峙時期，政治宣傳品的需求度大幅增加，因此促進了海報和其他具有政治宣傳作用的平面設計作品的發展，此外，在戰前有極少數設計家開始把二十世紀上半葉現代藝術運動中的許多手法運用到平面設計上去，用設計表達出自己的觀念。像是義大利設計家阿曼多·特斯塔（Armando Testa）（圖 3-1）很早就進行了利用隱喻方法來表達自己觀念的測試，他是最早的觀念設計探索人之一。



（圖 3-1）特斯塔等人於 1972 年設計的橡膠和塑料展覽會的海報

圖片來源：王受之，2002，世界現代平面設計 P.332

戰後的觀念形象設計除了單純的政治需求、國家需求之外，還存在另一種意涵：設計家的個人表現，特別是利用現代藝術的各種手法通過平面設計的個人表現。這種把各種現代主義特徵融合到現代平面設計中去的探索，說明了自從二次世界大戰結束之後，世界各國的平面設計家中出現的個人風格發展、個人觀念發展的趨勢，這是設計中個人風格和潮流風格並存局面的開始；這兩方面的內容結合起來，形成這個時期獨具特色的「觀念設計」的內涵（王受之，2002）。

3.3 觀念形象設計在世界之發展

觀念形象設計的發展主要可就非西方國家，特別是東歐國家，以及美國兩方面來討論。在非西方社會主義國家中，觀念形象設計的海報主要是爲了政治目的而產生，除了爲了傳達具體的政治內容：宣揚社會國家主義，它們同時還包含了某種理想與觀念：社會主義制度與資本主義制度相比，社會主義制度具有高度的優越性。這些海報設計，基本上是先訂出文稿的內容，然後再確定創作設計的形式，之後交給設計家作最後的海報圖樣設計，海報的設計內容，大部分都是鮮明的標語口號。參與海報設計的除了平面設計家，還包括了很多的藝術家在內，所設計出的作品具有相當高的藝術水準，這些傑出的作品，標語口號通常非常簡鍊，以圖像、圖形來突顯出主要的思想內容，形象與觀念間有著非常緊密的連結，因此設計界將這種設計稱爲「觀念形象設計」。在波蘭、蘇聯、中國、古巴這些社會主義國家中，這種以政治觀念掛帥、爲樹立政治形象爲中心的觀念形象設計，從 1945 年第二次世界大戰結束開始，一直延續到 1989 年前後爲止的這段時期，有著相當耀眼的成績。因爲非單純功能主義的觀念形象設計的發展，才促進了非西方國家的平面設計的進步，所以觀念形象設計具有相當重要的歷史和使用意義，是戰後平面設計重要的發展之一。

在西方國家中，政治對海報設計的影響不如社會主義國家來的多，因此海報的設計無論是品質或是數量，都不能與社會主義國家相提並論。但是，也有少數的西方國家重視觀念形象設計，在政府部門或者私人財團的促進下，也設計出一些具有水準的作品，在這些西方國家中以美國和西德的發展較爲耀眼。另外一提的是，由於觀念形象設計的藝術性和傳達功能兼具的特點，使得他對在戰後逐漸發展起來的使得他對在戰後逐漸發展起來的新平面設媒介—唱片封套設計，具有重要的促進作用。因爲利用繪畫的手法，能夠把唱片的音樂形象綜合起來，運用平面設計的韻律、肌理、色彩、色調、，與音樂中的旋律、韻律、音樂肌理（曲式和結構）、音樂色彩和調性互應，相得益彰

(王受之, 2002), 這正是為什麼觀念形象設計能被一些大的唱片公司肯定的原因, 在 1960 年代初期, 觀念形象設計開始被美國的哥倫比亞唱片公司接受, 並逐漸把這種設計風格運用到唱片的封套設計上。

在某些國家中, 平面設計家比藝術家的設計自由度還要大, 許多在藝術上受到意識型態控制的風格, 在平面設計上卻可以隨意運用, 比如波蘭、古巴就是典型的例子, 傑出的藝術家因而喜歡設計海報, 通過海報設計表達了自己的藝術傾向; 這種情況, 使平面設計的水準進一步得到促進和提高(王受之, 2002)。觀念形象設計於在社界各國中的法展, 以沒國籍波然的成績最為耀眼, 對世界平面設計的影響也最大, 我將在以下各章節對觀念形象設計於波蘭及美國的發展作更深入的探討。

3.3.1 波蘭的海報設計與其發展

社會主義國家的政治宣傳海報是二十世紀平面設計相當重要的一環。這些社會主義國家海報的主導權不同於西方國家, 屬於設計師的個人意志, 而是屬於政府的, 海報宣傳的內容也與當時政治目的有著密切的關連, 因此, 這些海報設計的內容與主題, 都反映出了社會主義國家在特定時期政治與社會的狀態。並非所有的社會主義國家都具有傑出的海報設計水準, 這些一般的海報僅僅只具宣傳政治主張的功能, 毫無藝術價值, 但是, 有幾個社會主義國家的政治宣傳海報和非政治性的宣傳海報, 卻都具有著非常高的設計藝術水準, 引起全世界平面設計界的注意和高度評價, 波蘭的觀念形象海報設計水準, 在這些國家中可以說是首屈一指的。

波蘭的海報設計, 無論是關於政治議題的海報或是其他內容的海報, 在全世界上一向是備受肯定, 因為它們在設計上不但有著高藝術價值, 還有著獨特的設計風格。波蘭的海報設計不但能夠符合政府的要求, 還能展現出設計家個人的觀念與想法。波蘭的平面設計家相當重視用獨特的方式, 把他們個人的觀念表達出來, 他們的海報設計不

是說教式的僅僅宣揚政治議題，而是將二十世紀各種現代藝術運動的特徵，像是立體主義、超現實主義、表現主義和野獸派等等的風格，融合在自己的設計作品中，因此這些宣傳海報具有相當高的藝術水平，在設計上也成為現代藝術與現代設計融合的典範。波蘭的政治宣傳海報將現代藝術與現代平面設計中往往存在的對立消弭，使這兩者融結合在一起，形成一個全新的風格，成為世界平面設計界中非常傑出的典範。

波蘭的平面設計，特別是海報設計，二次大戰後在政府的領導下，完全從無到有的成長與發展起來，因為波蘭的印刷業、設計業以及波蘭其他的文化藝術的部分，在長年的戰爭侵襲之下，不止根本無法發展，甚至幾乎都要消失殆盡。在二次大戰後，波蘭的平面設計，尤其是廣告設計，基本上全部是由政府部門來主導，波蘭政府成立了新的藝術和設計教育體系，主要由華沙藝術學院（The Warsaw Academies of Art）和克拉科夫藝術學院（The Krakow Academies -of Art）為主，培養新一代的、為無產階級政治服務的藝術和設計工作者（王受之，2002）。波蘭大部分傑出的平面設計家，都是由這兩個藝術學院所培育出來的，這些傑出的平面設計家同時也都是「波蘭藝術家協會」成員。

在波蘭的平面設計家中，其中一個最重要的先驅人物為特列科夫斯基（Tadeusz Trepcowski）。他的海報設計雖然是應政府要求而做，但是他還將自己的情感、想法表現於海報中，像是他自己對於戰爭所造成的巨大破壞的壓抑感，以及他對於未來的憧憬。特列科夫斯基的海報設計強調的是一個非常簡單的視覺形象（圖 3-2）（圖 3-3），因為他認為最簡單的視覺形象最能夠將內容及觀點準確的傳達給觀者。特列科夫斯基代表了波蘭海報設計的第一波。



(圖 3-2) Tadeusz Trepkowski 所設計的海報，1950



(圖 3-3) Tadeusz Trepkowski 所設計的海報

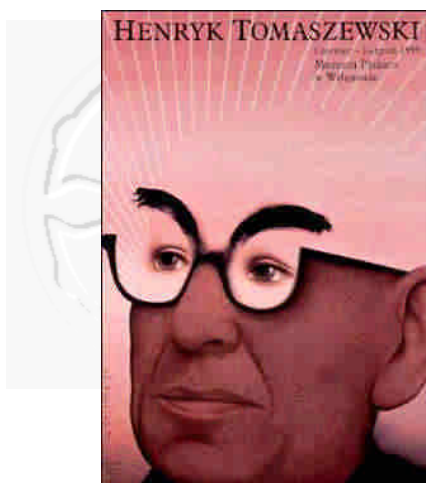
圖片來源：

(圖 3-2) 網頁 <http://plakat.norulez.pl/plakaty/image/037.jpg>

(圖 3-3)：網頁 <http://oregonstate.edu/freedomonthefence/trepkowski-exhibition1934.jpg>

波蘭戰後的文化生活相當單調、貧乏，無線電廣播節目總是一成不變，報紙的內容也非常少，國家爲了提升文化氣氛，因此需要大量的海報來宣傳各種文化活動。波蘭的海報在這種背景之下，開始擺脫政治的議題，而朝向非政治化的方向發展，海報的宣傳內容多是關於表演演出、馬戲、音樂會、電影等等主題。雖然海報內容已朝向文化生活的主题發展，但政治海報於此時仍佔有一定的地位。海報已成爲波蘭人生活中不可或缺的一項重要文化，因此波蘭對於海報的重視是高於其他國家許多的。1964年，波蘭舉辦了第一屆華沙國家海報雙年展（The Warsaw International Poster Biennial）、華沙附近的威拉諾夫市（Wilanow）的普拉卡圖博物館（Muzeum Plakatu）成爲世界上獨一無二的海報博物館等等，都顯示出海報設計在波蘭文化中重要的地位（王受之，2002）。

波蘭的海報設計第二波就在這高度重視海報的優良環境下展開。此時期最具代表的設計師是亨利克·托瑪澤維斯基 (Henryk Tomaszewski) (圖 3-4)，他努力將戰爭的陰影從人們的生活中去除，並且發展出自己獨特的設計風格。他希望能將希望與快樂之感，透過海報傳遞給所有的民眾，因此他的作品運用明快的色彩、生動活躍的形狀表現，並且都帶有高度的裝飾性 (圖 3-5)。他將這些設計因素採用拼貼的手法，簡單的利用手撕和拼貼彩色紙張的方法進行隨性的組合，他所創造出來的海報形象往往都具有象徵性和隱喻性的特徵。除了發展出個人獨特的設計風格，托瑪澤維斯基本人也是一位教授，任教於華沙美術學院，他培育出無數的下一代波蘭平面設計家，對於促進波蘭的平面設計發展，托瑪澤維斯基有很大的貢獻。



(圖 3-4) Henryk Tomaszewski 以自己照片為主題設計的海報



(圖 3-5) Henryk Tomaszewski 設計的海報

圖片來源：(圖 3-4) 網頁 <http://socialdesignzine.aiap.it/sdz/images/tom3-thumb.jpg>

(圖 3-5) 網頁 <http://www005.upp.so-net.ne.jp/pgk/ht1.jpg>

波蘭從 1962 年開始，政府就大力提昌馬戲活動，因為這種表演形式輕鬆，且適合所有年齡層的民眾，因為馬戲的發達，所以也大大提升了海報的需求量。托瑪澤維斯基為馬戲設計了不少的海報，其中都會帶有歡樂、活潑、生動、輕鬆的特點，他所設計的馬戲海報在波蘭全國各地張貼，為深受戰爭所害的波蘭帶來了生動活潑的色彩。此時另外一位設計師傑里·佛里沙克 (Jarzy Flisak)，他的海報設計充滿了生動與活潑的表現形式，具有旺盛生命力，這種設計風格形成波蘭海報的新形式，也是波蘭平面設計開始擺脫戰後陰影的起點。

波蘭的第三波海報設計始於 1960 年代，並在 1970 年代達到高峰。在 1956 年發生了匈牙利事件之後，波蘭的政治氣氛開始出現了很微妙的改變，大量的蘇聯軍隊駐紮在波蘭，而波蘭人民對於這種情況表現強烈的不滿和不安。因為這些不滿的情緒與不安定的環境，使的這個時期的海報設計開始出現了超現實主義的隱喻守法、超自然形而上的設計趨向。在這大環境下，所產生出這種沈重的、自省得的、陰暗的氣氛，取代了托瑪澤維斯基時代的那種歡愉和樂的氣氛。

法蘭西斯克·斯特羅維斯基 (Franciszek Starowiejski) 是最早發展出這種設計風格的設計家。另外一位以這種設計風格發展的設計家是約翰·萊尼卡 (Jan Lenica)，他的海報設計手法多半是利用彎彎曲曲的超現實主義圖形，然後再組合成內容意識較不清楚的新圖形；1976 年他為華沙海報雙年展所設計的海報就是這種形式的代表作 (圖 3-6)，在海報中，有一雙眼睛位於一群彎曲扭曲、像煙煙霧一般的曲線中。這種風格在當時大受波蘭民眾的喜愛。



(圖 3-6) 萊尼卡 1976 年為華沙海報雙年展所設計的海報

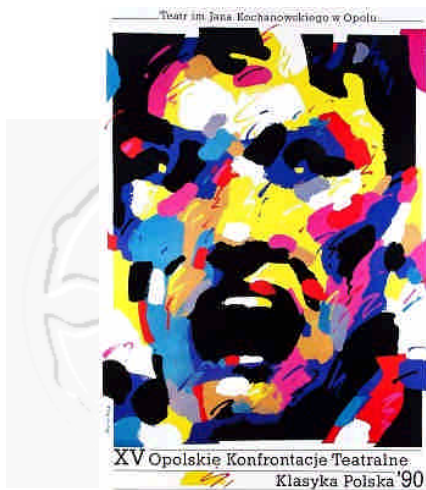
圖片來源：王受之，2002，世界現代平面設計 P.333

斯特羅維斯基和萊尼卡代表了與波蘭戰後初期以及波蘭主流設計脫離的新一代設計家。他們的政治立場不止與戰後第一代的設計家不同之外，他們還都認為海報設計必須要有個人獨創的風格、更加個人的表現，不能完全承襲受到正統學院派風格，而是要走出更加藝術化的道路來。他們認為，如果將海報設計程式化、規格化，那麼波蘭的設計將會面臨一場災難。

在新一代的設計家中還有不少傑出的新人，像是瓦德瑪·斯威茲 (Waldemar Swierzy)，他運用水彩、蠟筆、彩色鉛筆作為設計的工具，作品裡有著濃厚的表現主義的藝術表現手法。他的平面設計作品具有帶有強大的視覺傳達功能，除此之外，多種媒材的混合使用又為他的作品帶來強烈的藝術色彩，這是他個人獨特的風格。在他設計的作品中，他喜愛關於表演藝術的題材。瓦德瑪·斯威茲的設計代表了波蘭新一代海報設計家的成熟 (圖 3-7) (圖 3-8) (圖 3-9)。



(圖 3-7) Waldemar Swierzy 所設計的 poster



(圖 3-8) Waldemar Swierzy 所設計的 poster，1990



(圖 3-9) Waldemar Swierzy 所設計的 poster，1972

圖片來源：

(圖 3-7) 網頁 http://www.yanef.com/images/plates/lautrec_hommage/HL_85.jpg

(圖 3-8) 網頁

http://www.polishposter.com/Merchant2/merchant.mvc?Screen=PROD&Product_Code=3460

(圖 3-9) 網頁

http://www.polishposter.com/Merchant2/merchant.mvc?Screen=PROD&Product_Code=0568

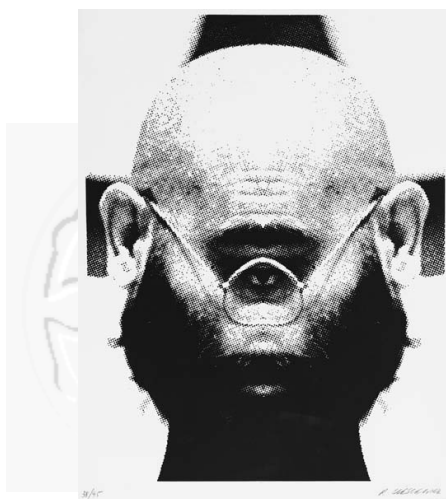
另外有許多旅居海外的波蘭平面設計家，他們的設計有具有較高的水準，甚至影響了西方的平面設計，其中一位設計家是羅曼·契列維茨 (Roman Cieslewicz) 戰後，他於二次大戰後旅居巴黎。契列維茨與波蘭前衛派的舞台設計界有著很密切的關係，他的設計風格受到舞台設計的影響，他把舞台設計中的前衛風格帶入自己的海報設計中，創造了一種用語言難以表達的、表現出形而上藝術的新海報形式，這種新的個人表現方式，改變了原來海報設計的大眾化與普及化的特點 (圖 3-10)。契列維茨採用的設計手法包括照片拼貼 (圖 3-11)、蒙太奇式的拼貼、把印刷的網點放大成爲形象、將兩個不同的形象重疊 (圖 3-12)，其作品具有非常奇特的效果 (王受之，2002)。



(圖 3-10) Roman Cieslewicz 於 1971 年設計的海報



(圖 3-11) Roman Cieslewicz 於 1963 年設計的海報



(圖 3-12) Roman Cieslewicz 於 1974 年設計的海報

圖片來源：

(圖 3-10) 網頁 <http://membres.lycos.fr/yrol/PEINTURE/CIESLEWICZ/cieslewicz.htm>

(圖 3-11) 網頁 <http://membres.lycos.fr/yrol/PEINTURE/CIESLEWICZ/cieslewicz.htm>

(圖 3-12) 網頁 <http://classes.bnf.fr/portrait/images/2/04.jpg>

1980 年，波蘭因為電力貧乏、食物和住房短缺，無法滿足民眾的生活所需，引起民眾的騷動，因而出現了地下工會組織：「團結工聯」(Solidarity labor union)，波蘭有不少的海報設計家都參與了這些地下組織活動。波蘭此時的海報宣傳內容，從原本侷限於波蘭國內的政治、民生，開始轉向以國際問題為主，也因為如此，波蘭的觀念形象海報

設計漸漸到世界性的承認和喜愛。

波蘭的海報在近半個世紀的發展中，早已成爲波蘭人民生活中的一部份，也使得波蘭人民形成了對於平面設計的新意識與特殊的喜愛，隨著時代變遷，波蘭政權早已轉移，原本爲政治宣傳的海報，並不因此而消失，反而繼續不斷的發展，如今已成爲波蘭平面設計最重要的一部份了。

3.3.2 美國的觀念形象設計

美國的觀念形象設計的發展與國際主義、紐約派是同時期一起進行的，這也代表著美國在平面設計上已經能夠獨當一面，發展出自己的設計體系，而不在只是跟隨歐洲的腳步，而各種設計風格的同時法展，也反映了因爲經濟成長對於設計的需求更加多元化，使美國的平面設計風格具有多種面貌。

3.3.2.1 圖釘設計集團

約在 1950-60 年代期間，在設計觀念上一向比較自由的美國設計界中出現了新一代的設計家，他們重視平面設計所呈現出的感性效果，並注重個人的觀念形象表現，在設計中將平面設計手法與藝術形式結合起來，這些新一代的美國平面設計師也開始運用攝影圖片和插圖混和的手法來設計新的平面作品，從中傳達自己的觀念。這批年輕的平面設計師，成爲了美國平面設計中觀念形象設計派別的奠基人。

紐約市是這些新一代設計師的大本營，因爲他們大部分都是紐約藝術學院和設計學院的青年學生，其中較典型的代表人物有西摩·什瓦斯特 (Seymour Chwast)、米爾頓·格拉塞 (Milton Glaser)、雷諾茲·魯芬斯 (Reynolds Ruffins)、愛德華·索勒 (Edward Sorel)。在求學期間，這些人就因爲志同道合，共同租用了一間工作室，用來交流彼此對設計的想法和觀點。畢業之後，他們合夥共同出版了一份雙月刊，

命名為《圖釘年鑑》(*The Push Pin Almanac*)，透過這份刊物將他們的設計思想和探索表達出來。並於 1954 年正式成立了「圖釘設計事務所」(the Push Pin Studio)，這個新的設計事務所成為了新一代平面設計的中心。雖然設計事務所存在的時間並不長，幾位成員陸續的離開，獨立發展，但是他們依然在設計上有所聯繫，因此這個設計核心一直存在，並且形成獨特的風格。他們原來創辦的刊物《圖釘年鑑》也改為《圖釘平面設計》(*The Push Pin Graphic*) (圖 3-13)，這份具有實驗性的刊物為美國平面設計的新思想和新觀念，提供了一個交流的管道以及試驗的場所。



(圖 3-13)《圖釘平面設計》封面

圖片來源：網頁 http://www.cranbrookdesign.com/comments.php?id=1246_0_1_0_C

平面設計一向是以幾種互相區別開來的平面元素：圖形、插圖、文字、字體、標誌等進行版面編排的，十九世紀末、二十世紀初以來，一些新一代的平面設計家對這種分開來的元素拼合的設計方式進行改革，把所有的平面元素混合一體，「新藝術」運動時期的穆卡、布萊德利等等都進行了類似的探索。而「圖釘」集團的格拉塞、什瓦斯特等等，也繼續了這個傳統，他們都是這個改革的重要設計人物(王受之，2002)。

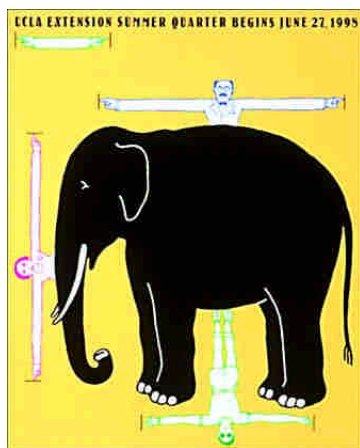
「圖釘」設計集團的成員延續了之前幾位藝術大師的探索，並且希望將這種融合各個設計元素的方法發展至更高的水準，他們想將每一頁紙張都設計成一個融合各種手法，獨立、無法分割的作品。他們

收集了相當多的平面資料，從文藝復興以來的繪畫，一直到流行的連環圖畫，都是他們作為設計的參考。他們的設計能夠把觀念通過自由的方式組成一體，並且具有自由、活潑的風格，這種折衷的設計方式，在當時的確令人耳目一新。「圖釘」設計集團在設計觀念、技法上都對當時的平面設計帶來了相當的影響。

「圖釘」設計集團的成員都具有非常鮮明獨特的個人色彩，以下將對幾位重要的代表人物作較詳細的介紹。

（一）西摩·什瓦斯特（Seymour Chwast）

什瓦斯特曾於 1971 年獲選為美國視覺藝術協會會長，在 2002 年時任教於中國同濟大學傳播與藝術學院。他的設計與當時流行的瑞士國際主義平面設計風格的刻板、單調、以及理性風格有著明顯的對比。他在設計上關心的重點是，如何將個人獨特的風格和具有普遍傳達功能的設計結合在一起。他蒐集兒童讀物的插圖、原始藝術、民間藝術、表現主義的木刻、連環圖畫等等資料，作為他設計的參考，維多利亞時期的平面設計風格也深受他喜愛，因此在他的作品中，有時可以發現維多利亞時期的風格存在某一局部。他運用各種不同的平面設計元素將它們融合成一體，使他的設計充滿了生機並具有藝術的韻味。他的設計代表了「圖釘」設計集團在設計上探索的方向，而民眾的讚賞與喜愛證明了他們的探索是成功的。



（圖 3-14）Seymour Chwast 設計的海報



(圖 3-15) Seymour Chwast 設計的海報



(圖 3-16) Seymour Chwast 設計的海報

圖片來源：

(圖 3-14) 網頁 http://www.uclaextension.edu/mastercovers/pages/98.su_Seymour%20Chwast.htm

(圖 3-15) 網頁 http://www.artoftheprint.com/jpegimages/chwast_seymour_kilkennycats.jpg

(圖 3-16) 網頁 http://www.yanef.com/images/plates/lautrec_hommage/HL_17.jpg

(二) 米爾頓·格拉塞 (Milton Glaser)

格拉塞的設計大膽的採用新的觀念和新的技法，很難對他的風格加以歸類。在 1960 年間，他採用了非常細的黑色線條作為他設計的輪廓線，並以彩色膠片代替塗料為作品上色，這種設計手法，跟美國當時流行的連環圖畫的插圖手法非常相近，單線平塗為其共同的特色。

也因為這種單線平塗的手法，使他的設計作品與當時流行的普普藝術（Pop Art）具有異曲同工的相似處。他的作品與當時美國文化的潮流相符，因此受到廣泛的歡迎，他的風格也受到大眾的模仿學習，成爲了一股流行，但是格拉塞並不因此就停止他對於平面設計的探索，他仍然不斷的追求新的突破，使他永遠走在最前端



（圖 3-17）Milton Glaser 設計的海報



（圖 3-18）Milton Glaser 設計的海報



（圖 3-19）Milton Glaser 設計的海報

圖片來源：

（圖 3-17）<http://www.imageandart.com/tutoriales/teoria/imagenes/idea11111.jpg>

(圖 3-18) <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/thumb/5/52/Ilovenewyork.jpg/180px-Ilovenewyork.jpg>

(圖 3-19) http://www.udem.edu.mx/paso/academico/profesorado/m_avalos/MiltonGlaser_dylanreprobig.jpg

(三) 巴利·查德 (Barry Zaid)

查德是在 1960 年到 1970 年代初期這個時期，深受「圖釘」風格影響的美國第二代設計家中傑出的其中一位，他也是「圖釘」設計集團中的一員。原本學建築和英語的他，因為對設計以及插畫的熱愛而無師自通。他相當重視藝術歷史中的各種風格，對每一個時期的風格都加以研究並從中學習，他也試圖將這些風格的某些元素應用到設計作品中，設計出與眾不同的新作品。查德的設計充滿著歷史風格，但這並非是抄襲歷史，而是把歷史風格中的某些特點與元素，與他個人獨特的平面編排手法、視覺空間的佈局整個組織融合成新的視覺效果。他對於歷史的注重，形成他個人獨特的設計風格，也讓他成為「圖釘」派中傑出的新一代設計家。查德其中一個代表作品是《裝飾藝術運動》一書的封面，這是他在 1970 年時為英國藝術史專家貝維斯·希勒 (Bevis Hillier) 所設計的，他成熟的把歷史風格與現代視覺傳達的目的融合在一起，成功的表現他傑出的設計能力，也顯現出他對裝飾藝術的喜愛。

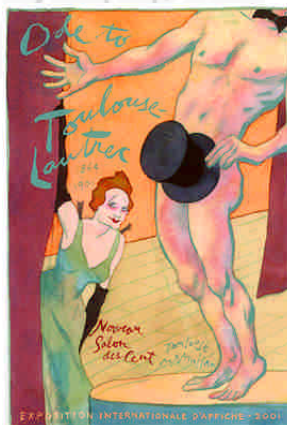
(四) 詹姆斯·麥克穆蘭 (James McMullan)

麥克穆蘭是一位平面設計家同時也是位插圖畫家，他相當努力於將平面設計與插畫融合在一起，在插畫方面，他運用鋼筆線描與水彩技法融合的手法來創作，當這種特別的插畫技法與平面設計結合在一起時，就產生了很好的效果。到了 70 年代，麥克穆蘭的水彩技法已到達了相當高的境界，此時，他是利用照相寫實主義的技法，使插圖的部分具有相當逼真、近真實的效果，其間，他又設計了各種的流暢字

體，為的是要讓插圖與平面設計的其他部分能夠吻合，這些字體也成為麥克穆蘭設計中重要的一部份。他在 1977 年為美國劇作家尤金·奧尼爾（Eugene O' Neill）的劇作〈安娜·克里斯蒂〉（Anna Christie）設計的海報（圖 3-20）內容中，水彩插圖與他專為這海報所設計出的流暢字體結合在一起，坐在室內裡的劇中人物與背景中的海景疊和在一起，產生了一種時空感，也將劇中的內容特點作了一個交代。這幅作品具有很高的藝術韻味，也成為了麥克穆蘭的代表作。



（圖 3-20）麥克穆蘭 1977 年為美國劇作家尤金·奧尼爾（Eugene O' Neill）的劇作〈安娜·克里斯蒂〉（Anna Christie）設計的海報



（圖 3-21）麥克穆蘭設計的海報

圖片來源：

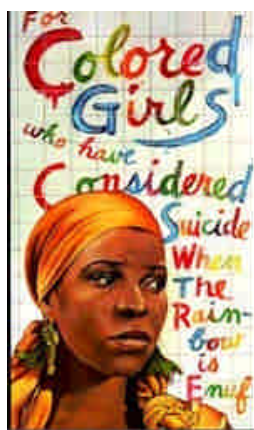
（圖 3-20）

http://www.greetingsfromhollywood.com/images/theater_files/theater%20posters/anna%20christie.gif

(圖 3-21) http://www.yaneff.com/images/plates/lautrec_hommage/HL_57.jpg

(一) 保羅·戴維斯 (Paul Davis)

保羅在參加「圖釘」設計集團的初期，就以木刻的手法來設計平面作品，這種獨特的設計手法，具有強烈的藝術風格，也使得他在一開始就受到了矚目。之後他開始轉向以美國殖民地時期的寫實風格作為他設計的參考，此時其他的繪畫作品風格充滿了飽滿、結實與真實。他也和其他「圖釘」設計集團的成員一般，注重插圖和其他平面設計組成部分，尤其是圖與字體的統一關係。在設計上，因為以美國殖民地時期的寫實風格作為他設計的參考，所以崇尚高度寫實的自然主義，因此他所設計的字體，基本上是用描繪的手法來表現。他在1976年設計的戲劇海報〈為色彩斑斕的姑娘〉(For Colored Girls...)(圖3-13)，利用逼真的肖像繪畫為中心，背景加上塗鴉式的彩虹色字體，使繪畫和文字結合的非常好。因為這個戲劇的背景是紐約，所以他把紐約地鐵的裝飾磁磚和標誌做為海報上其他文字—包括演出的地址、時間和演員名單等等的設計動機，統一了藝術性和平面設計的視覺傳達，達到很高的藝術水準，這也是他的探索非常成功之處(王受之，2002)。



(圖 3-22) Paul Davis 在 1976 年設計的戲劇海報〈為色彩斑斕的姑娘〉

圖片來源：王受之，2002，世界現代平面設計 P.340

「圖釘」設計集團這種將平面形象的綜合使用、把個人的藝術觀念和平面設計結合起來的設計手法，特別是將圖形和自己結合起來運用的手法，被平面設計界稱為「圖釘風格」(Push Pin Style)，「圖釘風格」在世界各地廣泛的流傳和並成為設計師仿效的對象。他們設計的手法對於整整一代的美國平面設計家來說，具有很大的影響力，並且是美國平面設計在戰後對世界平面設計最重要的影響之一。

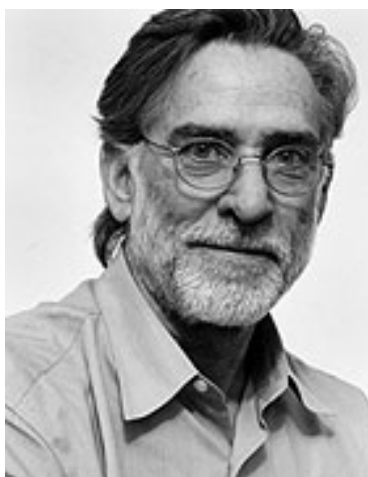
雖然「圖釘風格」因為其與眾不同的設計風格，受到廣泛的歡迎，並且對美國本土與世界平面設計界帶來了相當程度的影響，但是他卻沒有像瑞士國際主義平面風格一般，具有對美國和其他西方國家平面設計的壟斷地位，探討其原因，主要是因為把藝術和平面設計結合在一起的設計手法，在需要高度視覺傳達的地方並不適合，因此，「圖釘風格」這種廣泛採用繪畫與攝影藝術為依據的風格，為它帶來了侷限性，因此圖釘派始終無法成為具壟斷地位的設計派流。

3.3.2.2 德州的觀念形象設計

美國觀念形象設計的另外一個重心是德州。德州的石油發展促進了德州經濟的繁榮，並在 1970 和 1980 年代達到高峰，因為經濟的高度發達，因此也帶動了平面設計的發展。經濟成為德州發展平面設計的強力後盾，也是德州能夠成為美國觀念形象設計中心，並進而影響世界平面設計的一個重要原因。雖然美國在 1980 年代之後，經濟開始衰退，但是這並不影響德州平面設計的繼續發展。

德州於 1970 到 1980 年期間，發展為美國平面設計的中心，他的設計風格包含了美國觀念行的特點，並融入德州當地的民情特徵：開朗、友好以及強烈的幽默感，這兩個特徵於德州的平面設計中結合，形成當地獨特的風格。在德州平面設計派別中，比較重要的有以達拉斯為中心的里查茲設計集團 (The Richards Group) 以及德州平面設計家伍迪·皮爾特 (Woody Pirtle) (圖 3-14)。里查茲設計集團的中心領導人物是斯坦·里查茲 (Stan Richards)，他是形成德州觀念形象設計

的主要設計家之一，達拉斯也由於他的領導，而成爲德州的平面設計中心；他的設計充滿了想像力，在作品中還充分展現出德州的觀念形象特徵。另外一位平面設計家伍迪·皮爾特則是將德州的觀念形象設計推進到全美，使德州成爲美國平面設計界的重要中心之一。他的作品不但具有著德州派的生動、開朗、幽默，另外還在他的設計中加入了通俗易懂的細節，並同時保有普遍性和國際性的特點，因此他的設計得到了全美國與國際間的認同。在他爲美國最大的辦公傢俱公司諾爾公司（Knoll）所設計的海報中（圖 3-15），就充分的展現了德州觀念形象設計的特點。在設計手法上，他喜歡採用簡單的赫爾維提加字體作爲設計的基礎，但是並不同於國際主義平面風格的刻板風勢，而是運用各種隱喻、名喻的表現手法，並融合攝影、插圖於一體。在 1988 年，皮爾特把自己的平面設計事務所遷移到紐約去，並且和英國設計事務所「五角」設計事務所（Pentagram）合併，成爲具有國際聲望的設計中心（王受之，2002）。



（圖 3-23）觀念形象平面設計師：Woody Pirtle



(圖 3-24) Woody Pirtle 1982 年為辦公傢俱公司諾爾公司所設計的海報

圖片來源：

(圖 3-23) http://www.pentagram.com/images/partners/artwork/woody_pirtle.jpg

(圖 3-24) <http://www.dnp.co.jp/gallery/artist/woody/woody3.jpg>

3.3.2.3 個人的設計探索

美國的觀念形象設計除了「圖釘」派這個重要的國際主義派別以及德州的還有一些人在從事個人設計的探索，這些個別的設計活動，試著找尋出解決視覺傳達方面問題的不同途徑，而這些個人的探索，也有著不錯的成果。

3.4 觀念形象設計表現手法分析

觀念形象設計受到了許多藝術設計派別的影響，因此它的設計風格與表現手法具有相當多的樣貌，每個國家都各自發展出具獨特性的設計形式與表現手法，即使是屬於同一派別的平面設計師們，所設計出的平面海報也都會有相當大的差異性。這些觀念形象平面設計家所抱持的設計中心思想是相同的，就是將藝術風格與平面設計透過精心的設計安排，將兩者融唯一體，但是表現手與卻因國別與個人而有相當大的不同，皆下來本研究將針對觀念形象設計的表現手法作一整理。

(一) 拼貼

將攝影的圖片、手繪的或是電腦繪圖畫出來的圖形在同一個畫面上作非現實的重組，產生獨特的視覺效果。



(圖 3-25) 波蘭平面設計師特斯塔 1954 年為輪胎公司佩列利設計的海報

圖片來源：王受之，2002，世界現代平面設計 P.332

(二) 抽象

觀念形象設計中的抽象手法，就是將一些寫實的圖形加以重組、變形或取局部的特點，使觀眾見了海報便可以聯想到其所能表達的意義，視覺的表現力強。同時，也可以採用比喻、象徵、幽默、浪漫等圖形的表現方法。



(圖 3-26) John Berg 1963 年設計的歌劇唱片〈威廉·泰爾序曲〉封面

圖片來源：王受之，2002，世界現代平面設計 P.341

(三) 平塗

以黑色的線條為圖形的輪廓線，再以彩色膠片或是傳統塗料將區塊上色，形成的效果，很像是電腦繪圖軟體中用油漆桶工具，做出來的區塊效果。

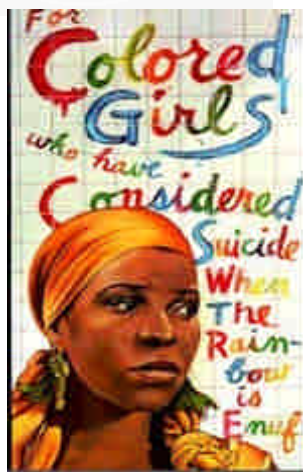


(圖 3-27) Seymour Chwast 1968 年設計的反戰海報，反對美國在越南戰爭中對河內進行轟炸

圖片來源：王受之，2002，世界現代平面設計 P.337

(四) 寫實藝術風格

在海報的繪製，講求圖像的寫實、自然，運用傳統的繪圖技巧，使插圖的部分達到逼真的效果，在版面的編排，則運用了平面設計的原理。



(圖 3-22)



(圖 3-28) James McMullan 設計的海報

圖片來源：(圖 3-28) <http://www.footlightsgallery.com/imagelg/ny.jpg>

