



全国高职高专教育“十一五”规划教材

# 图形设计

(第二版)

唐丽春 主编



高等教育出版社  
Higher Education Press

全国高职高专教育“十一五”规划教材

# 图形设计

(第二版)

唐丽春 主编



高等教育出版社

## 内容提要

本书是全国高职高专教育“十一五”规划教材,在教育部新世纪高职高专教改项目成果教材《图形设计》的基础上修订而成。

本书主要包括:图形概述,图形的种类及表现,图形美的形式法则,图形设计的表现方法与载体,寓意图形,语义图形,图形的创意,图形的表现形式,现代图形的应用等。在编写上注重基本理论与现代设计新理念的有机结合,采取深入浅出的叙述方式,以图文并茂的形式介绍国内外古今经典图形及现代图形设计理念,并将国内外先进的图形设计教学经验及编者在教学实践中积累的经验和体会贯穿其中。

本书可作为高等职业院校、高等专科院校、成人高等院校、本科院校高职教育艺术专业学生学习用书,也可供五年制高职学校、中等职业学校艺术专业学生及其他有关人员使用。

## 图书在版编目(CIP)数据

图形设计/唐丽春主编.—2版.—北京:高等教育出版社,2008.6

ISBN 978-7-04-023163-2

I.图… II.唐… III.构图(美术)-造型设计-高等学校:技术学校-教材 IV.J061

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 041217 号

策划编辑 刘 回      责任编辑 周素静      封面设计 张志奇      责任绘图 宗小梅  
版式设计 范晓红      责任校对 张 颖      责任印制 韩 刚

出版发行 高等教育出版社  
社 址 北京市西城区德外大街 4 号  
邮政编码 100120  
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司  
印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 850×1168 1/16  
印 张 13  
字 数 370 000

购书热线 010-58581118  
免费咨询 800-810-0598  
网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>  
网上订购 <http://www.landaco.com>  
<http://www.landaco.com.cn>  
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2003 年 8 月第 1 版  
2008 年 6 月第 2 版  
印 次 2008 年 6 月第 1 次印刷  
定 价 39.60 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 23163-00

## 第二版前言

新世纪高职高专教改项目成果教材《图形设计》自2003年7月出版以来,受到了不少院校和读者的欢迎,先后多次重印,这对编者是一个很大的鼓励。时至今日,我国高等职业教育经历了飞速的发展。为适应这种发展,编者在高等教育出版社的大力支持下,对这本教材进行了修订。

《图形设计》的再版是在第一版的基础上,根据设计类专业教学改革的需要,遵循高职高专教育为培养应用性、技能型人才服务的宗旨,侧重于从专业能力分析入手组织教学内容,强调实用性,关注学生综合素质、创意思维和创新设计能力的培养,修正上一版不合理的部分,使新版的知识点、技能点更明晰,内容更紧凑,案例更丰富。具体表现在:

(1) 本教材每章前有学习目标,后有思考与讨论、课堂活动、实践与训练、创意训练课题等栏目,做到形式与内容紧密结合。

(2) 本教材相比第一版,增加了新的经典案例,对原教材的部分章节缺少的图例进行了补充,并对部分图例进行了替换和删减,使教材内容更加丰富,更具有可读性,更加符合当前高等职业教育的教学要求。

(3) 本教材新增设了创意训练,主要将笔者从事本课程教学工作期间学生的优秀习作列入,以供读者参考。

为了便于教学,本书采用了国内外设计师们的一些精彩设计图例,对于这些图例,编者在书中尽量说明出处,但有些图例则因为多次辗转,加之编者精力有限,已无从详细考证出处,敬请谅解。在此,向这些图例的原作者表示衷心的感谢。

尽管编者非常希望能精益求精,但受水平所限,书中缺点错误在所难免,不足之处,敬请专家、学者及教学第一线的老师们批评指正。

编者

2008年2月



# 第一版前言

图形不会因国籍、民族等的不同而出现交流的障碍,它既是语义的浓缩,又是视觉形象信息传播的重要手段。

图形设计是艺术设计教学体系重要的基础组成部分,是设计师解决设计中图形的形式、意义、想象、创意以及挖掘其内涵并加以肯定和发挥等方面问题的理论依据和方法指导,是艺术设计各专业的一个重要基础课程之一。此课程在国际上受到各大专院校和重视还是近几十年的事,有的院校不仅将此课程开设在艺术设计学科,而且在绘画和雕塑专业也开设此课程。我国近几年来也越来越注重图形设计这种培养艺术设计素质的教学。

本书在编写上,注重基本理论与现代设计新观念的有机结合。为了方便学生理解与掌握,编者以图文并茂的形式将基本内容视觉化,采用深入浅出的叙述方式,将传统图形及现代图形的观点、精神与精髓融入具体的设计及研究中,使学生在学图形设计理论的同时,能欣赏到中外优秀图形设计作品,并从中获得创意、联想和想象等方面的启发。通过实训可以使学生进一步掌握和巩固关于图形设计的知识,培养其图形设计的能力,使其面对不同的设计课题时能正确拓展思路,确立设计图形的方法。

本书可作为艺术院校本专科学术生的专业教材及专业设计人员提高素质和修养的参考书。

编者在写作过程中,阅读了大量国内外的相关书籍,从中获益匪浅。本书大部分插图选用了国外名家及国内同仁的优秀作品,在此深表谢意。书中一部分插图选用了我的学生的习作,虽然不能说它们很完美,但有其闪光之处,我衷心地感谢他们。同时向所有为本书撰写提供过帮助的学校领导、同事和朋友们表示深深的谢意!

广州大学汤重熹教授为本书草拟大纲并审阅书稿,给予编者极大的帮助,在此深表谢意!

由于受时间和本人学识及经验所限,书中难免有疏漏或不妥之处,诚恳希望专家、同行与读者们批评指正。

编者

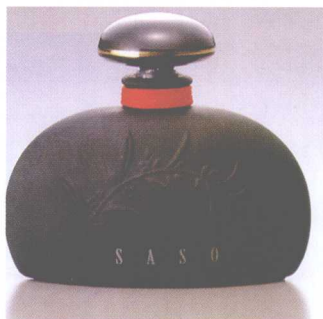
2003年1月

# 目 录

## 第一章 图形概述

1

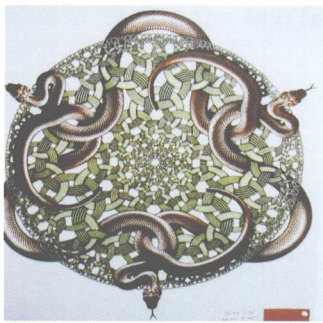
- 【学习目标】 1
- 第一节 图形的起源与变迁 1
- 第二节 图形设计的目的和意义 6
- 第三节 图形的传达形式 7
- 【思考与讨论】 9
- 【课堂活动】 9
- 【实践与训练】 9
- 【图形创意训练】 课题一:设计元素的联想——点 9



## 第二章 图形的种类及表现

13

- 【学习目标】 13
- 第一节 图形的种类 13
- 第二节 图形的写生与变异 27
- 第三节 图形的整合与解构 33
- 【思考与讨论】 36
- 【课堂活动】 36
- 【实践与训练】 36
- 【图形创意训练】 课题二:设计元素的联想——线 37



## 第三章 图形美的形式法则

39

- 【学习目标】 39
- 第一节 对称与平衡 39
- 第二节 变化与统一 42
- 第三节 条理与反复 43
- 第四节 对比与调和 44
- 第五节 节奏与韵律 45
- 第六节 渐变与延异 46
- 【思考与讨论】 48
- 【实践与训练】 48
- 【图形创意训练】 课题三:渐变图形 48



### 第四章 图形设计的表现方法与载体

54

【学习目标】	54
第一节 逼真图形	54
第二节 比喻图形	55
第三节 象征图形	58
第四节 幽默图形	60
第五节 浪漫图形	62
第六节 夸张图形	63
第七节 图形的表现载体	65
【思考与讨论】	67
【实践与训练】	67
【图形创意训练】 课题四:幽默图形	68



### 第五章 寓意图形

70

【学习目标】	70
第一节 寓意图形表现的题材	70
第二节 寓意图形表现的形式与特点	72
第三节 图形的寓意	73
【思考与讨论】	80
【实践与训练】	80
【图形创意训练】 课题五:投影图形	80



### 第六章 语义图形

84

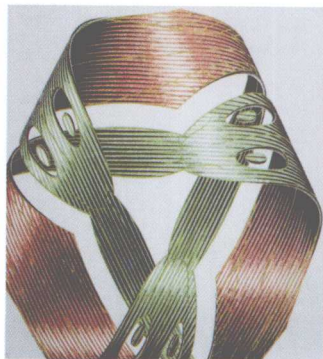
【学习目标】	84
第一节 语言的意义	85
第二节 图形的意义	86
第三节 语义图形化	88
【思考与讨论】	92
【实践与训练】	92
【图形创意训练】 课题六:语义图形——条形码、手指、走、游、飞等的联想	93



### 第七章 图形的创意

95

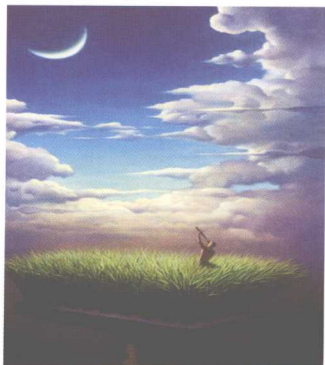
【学习目标】	95
第一节 图形的创意思维	95
第二节 图形的联想与创意	98
第三节 概念联想的展开及概念图形化	103
第四节 图形与符号	107
第五节 文字与符号的形意再创造	111
【思考与讨论】	114
【实践与训练】	114
【图形创意训练】 课题七:同构图形	114



## 第八章 图形的表现形式

122

- |                       |     |
|-----------------------|-----|
| 【学习目标】                | 122 |
| 第一节 图形的错视与想象          | 122 |
| 第二节 悖理图形              | 129 |
| 第三节 图底互换图形            | 131 |
| 第四节 荒诞图形              | 135 |
| 第五节 超现实图形             | 136 |
| 【思考与讨论】               | 138 |
| 【实践与训练】               | 138 |
| 【图形创意训练】 课题八:主题——视觉简历 | 138 |



## 第九章 现代图形的应用

140

- |                              |     |
|------------------------------|-----|
| 【学习目标】                       | 140 |
| 第一节 图形在标志设计中的应用              | 140 |
| 第二节 图形设计在广告设计中的应用            | 143 |
| 第三节 图形在书籍装帧中的应用              | 147 |
| 第四节 图形在产品中的应用                | 148 |
| 第五节 图形在包装设计中的应用              | 150 |
| 第六节 图形在展示设计中的应用              | 153 |
| 第七节 图形在服装设计中的应用              | 155 |
| 【思考与讨论】                      | 157 |
| 【实践与训练】                      | 157 |
| 【图形创意训练】 课题九:主题联想——<br>传统与现代 | 157 |



## 作品欣赏

161

## 主要参考文献

196



# 第一章 图形概述

## 学习目标

### A. 知识点

- 了解图形的起源及变迁过程；
- 认识图形设计的目的和意义。

### B. 技能点

- 清楚图形传达的形式；
- 掌握简单象形文字的写法。

## 第一节 图形的起源与变迁

图形的产生可追溯到文字产生以前,人类祖先还在洞穴栖身的史前时期,图形就以一种似画非画的形式出现在岩壁上,担当起联络、沟通和传达意识情感的重任。

据推测,在言语期和文字期中间其实还存在一个图形期。从已发现的4 000~8 000年前的象形文字可以判定:图形的出现要比文字久远很多。依据法国南部的洞穴艺术的出现年代可以判定:洞穴艺术中的图形要比埃及和中国的象形文字早3万多年。如果从洞穴艺术的成熟状态去估算它们的萌芽期和成长期,很可能会有近十万年的图形期。<sup>①</sup>先祖们在狩猎、劳动和社会活动中,把图形作为信息传递的媒介,将狩猎的情况及技巧用图形与族人进行交流和传授。如图1.1、图1.2,就可能是他们在狩猎之前为了更好地协作而进行信息沟通的“语言”。<sup>②</sup>就像战地指挥员随手折断树枝在地上画图,用木炭或石子在岩石上画图一般,通过图形与其他人交流、分析、讨论来指挥作战的情形。



▲ 图 1.1 阿尔塔米拉洞穴多色野牛岩画



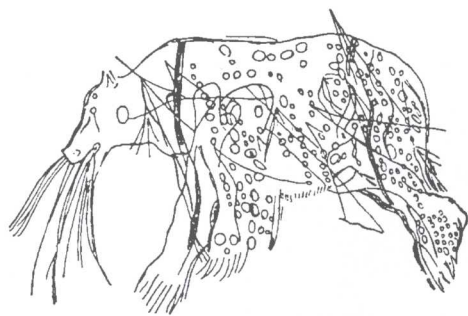
▲ 图 1.2 原始岩画

① 尹定邦:《图形与意义》,湖南科学出版社,2001。

② 周宋凯:《图形与创意》,西南师范大学出版社,1997,第3页。



▲ 图 1.3 半鹿半人



▲ 图 1.4 被攻击的猎物



▲ 图 1.5 莱斯·科巴里尔斯洞穴及泰根遗址出土的动物形象

如图 1.3 半鹿半人的形象,有学者认为是伪装的猎人;有的则认为是一个术士,披上兽皮和戴上头具来为狩猎举行巫术性的仪式;有的认为是保护猎人和带来丰富猎物的猎神。

大量的资料证明,原始艺术都是二维的,而不是三维的,图形大多运用了直线和曲线,普遍都具有对称性、重复性和节奏性等特征,如图 1.4、图 1.5。原始艺术出现了规则、对称、简洁的图形,就等于在迷乱中创造了秩序,在黑暗中创造了光明。正因如此,原始艺术家才被原始人视为巫师,在他们朴素意识中,原始艺术家似乎代表着上帝和先知。<sup>①</sup>许多原始部落的巫师在巫术咒语的祭祀活动中,脸上、身上画满了图形,借此以告之神灵或象征祈祷的内容。

在人类认识世界的早期阶段,图形做出了极大的贡献。当人的心灵还不具备把握那些高度复杂现象的能力时,其概念只能以一些简单的形状和整齐划一的动作出现,<sup>②</sup>见图 1.6。如在西班牙、法国发现的壁画等史前艺术为我们留下的是图形<sup>③</sup>,其对造型的提炼及将意义的归纳融会,使图形简洁明了到让人吃惊的地步。图 1.7 生动地表现了史前先祖们围猎的情形:排列有序的圆点可能是表现猎物的足迹,而原始人手持类似现在斧头一样的工具,腰挎弓箭,追逮围猎的人物造型可以帮助我们了解和窥视远古先祖们的生活及劳动的状况。另外,北美洲印第安人岩画中的图形也很简练,富于标志化的设计特点。

原始时期的文字雏形都是图形化的。无论在东方或西方,文字都起源于人类凭借着本能把对自然现象、社会现象的感悟及所受的启示,通过单纯、简洁的象征性图形连接起来,创造出记录生活事项的视觉化图形。原始人类经过长期的生产、劳作和群居生活的交流,使图形化的过程逐步完善,形成了相对稳定的图形样式和特定的部落符号。它们将要传达的信息刻画在居住的岩壁、树皮或兽皮上,有着象形化的特征。文字造型的雏形基本上都是图形,见图 1.8、图 1.9。

随着原始人类的进化与发展,图形也开始了它自身发展和完善的历史。两河流域的苏美尔人(Sumerian)早在大约公元前 3000 年,就创造了象形文字——楔形文字,见图 1.10。公元前 3100 年左右,美索不达米亚及苏美尔文化从两河流域被引入埃及,对埃及文字的创造、发展起到了决定性的作用。埃及以图形为核心的象形文字称为古埃及象

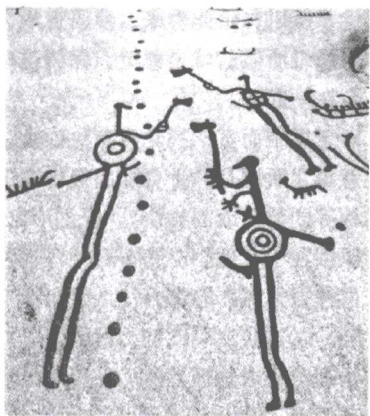
① 王受之:《世界现代平面设计史》,新世纪出版社,1998,第 10 页。

② [美]鲁道夫·阿恩海姆:《视觉思维》,腾守尧译,光明日报出版社,1986,第 11 页。

③ [美]鲁道夫·阿恩海姆:《视觉思维》,腾守尧译,光明日报出版社,1986,第 272 页。



◀ 图 1.6 人类最早的视觉传达基本都是利用图表进行的



▲ 图 1.7 史前壁画



▲ 图 1.8 杀人者死的布告



▲ 图 1.9 安妮·西维金的财产清单



▲ 图 1.10 两河流域地区的楔形文字(在目前的泰国北部地区、埃及的尼罗河三角洲、中国的黄河流域与长江流域的下游都有发现)





▲ 图 1.11 古埃及象形文字

形文字,见图 1.11,“象形文字”这个词的原义是“神的语言”或者“神的文字”(英语称为 Hieroglyphics)。这种古代的埃及文字基本完全是象形图画式的,<sup>①</sup>而中国早在新石器时代,就已发现有类似文字的图形。直至今日,汉字仍然是世界上保持着象形文字特点的文字,见图 1.12。文字推动了人类文化的传播与交流,中国是发明象形文字的国家之一,也是世界上仅存的极少数依然采用这种古老文字的国家。而若要在一定的地域范围内更加广泛准确地交流、传播文化与信息,对传播媒介——“文字”就得有一定的标准和规范化要求。正因如此,人类对象形文字进行了历史性的伟大变革,完成了能综合繁杂的信息,通过简单的视觉传达的方式,使众人都能容易理解、会意的文字变革。为人类文化的

广泛传播与交流的视觉化做好了准备。象形文字还被祖先们作为装饰和图案应用于生活用品中,见图 1.13、图 1.14。

中国的造纸术和印刷术的发明,为世界文明的视觉传播活动作出了巨大的贡献,使视觉信息在短时间内得到广泛传播和大量复制的幻想变为现实。

欧洲人一旦掌握了造纸技术,就设法广泛运用。其中最早的创造是意大利人于 1262 年在他们制造的纸张上采用了水纹(watermak)图形,以作为产品的标记。大约在 1400 年前后,欧洲出现了最早的木版印刷,产品大部分是宗教肖像或者当时的政治领导肖像。最早的印刷书籍是有大量插图的宗教典籍,如《启示录》、《诗篇》。印刷术对于欧洲的资本主义经济发展起到了重要的促进作用,它促使各种文化知识、科学技术迅速传播与普及。同样地,印刷术的逐渐普及和提高又推动了图形设计的发展,无论文艺复兴还是启蒙运动都与印刷分不开。<sup>②</sup>

文艺复兴艺术的一个巨大贡献,就是绘画上透视技术的发明和广泛运用。透视运

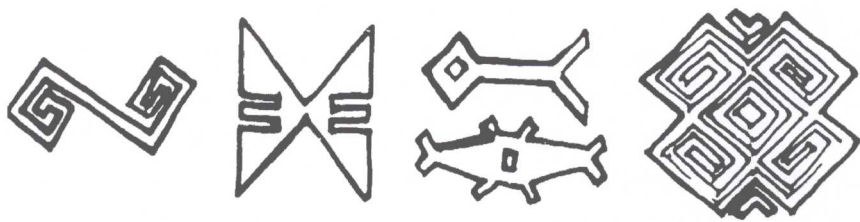


▲ 图 1.12 象形文字

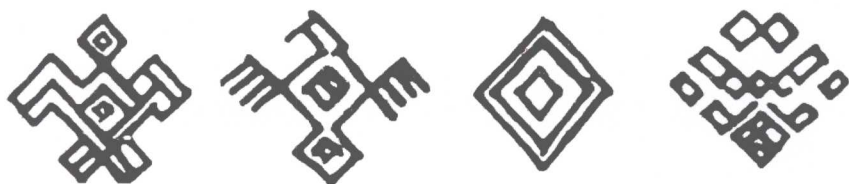
① 王受之:《世界现代平面设计史》,新世纪出版社,1998,第 11 页。

② 王受之:《世界现代平面设计史》,新世纪出版社,1998,第 23~24 页。





▲ 图 1.13 景颇族织花图案: 蛇蚓花、蝴蝶花、鱼花、乌龟花



▲ 图 1.14 苗族织锦: 人花、鸟花、蜂窝花、蝴蝶花

用于绘画,使画面产生了逼真的艺术效果,应用在书籍插图上,不但吸引了众多的读者,还开阔了他们的想象思维空间,有助于读者更好地了解和学习科学知识。

欧洲最早利用排版设计方式,带有插图的书籍出现于15世纪中期的德国。1498年,丢勒为《启示录》(the Apocalypse)一书作了15张极其精彩的木刻插图,描绘生动,线条丰富,黑白处理得当,构图紧凑,成为这个时期德国艺术的登峰造极之作,见图1.15。至1860年,德国杰出的石版印刷家普朗,在美国自己的普朗公司,开始设计石印的彩色贺卡。1874年设计出版了美国的第一张供邮寄的圣诞卡。<sup>①</sup>艺术与科学的结合,是文艺复兴时期对图形设计的重要贡献。随着印刷技术的发展改进,不同风格和种类的图形应运而生。在15世纪初、16世纪末,欧洲大众文化的提高和逐渐普及带动了出版业的繁荣,使与印刷相关的平面设计和插图得到很大的发展。这期间,涌现了一批杰出的艺术设计家,从事以印刷为载体的图形设计。他们使图形设计作品的图像画面更加清晰精美,加上色彩效果的作用,图形越显生动突出。

17世纪初,于1609年在德国出现的世界上第一张报纸《阿维沙关系报》,为图形设计带来了新的突破,也为日后的海报以及商业广告的发展与应用创造了条件。1840年左右,以木刻为主的印刷插图方式日渐普及,在广告、海报领域的使用也日益增多。木刻制作的昂贵费用给出版社和印刷商很大的压力。因此,纽约发明家约翰·莫斯尝试用摄影于印刷制版引起了社会广泛的关注。1880年3月4日,美国的《纽约每日图画报》(New York Daily Graphic)第一次以丝网制版的方法刊载了摄影照片《尚地镇的风景》。19世纪摄影技术在印刷上的应用,为图形信息确立了一种新的媒介,改变了人们对图形的视觉习惯及认识,图形设计的表现获得了崭新的天地和空间。摄影制版方式使印刷从手工木印发展为大批量的机器生产,促进了印刷技术的进一步革新。而



▲ 图 1.15 《启示录》插图 [德]丢勒

① 王受之:《世界现代平面设计史》,新世纪出版社,1998,第26、32、62页。

摄影的出现对电影艺术媒介的产生起到了重要的促进作用。电影这一新兴的传播媒介使静止的图形“活”了起来,并有声、光、色的配合,是艺术与科学技术结合的又一次重大突破,电影的发明是对人类视觉传播的重要贡献。

一切设计均是以人为中心。设计是为了人类的生活更舒适、更方便、更合理而进行的。一切先进的科学技术都可能成为发展和推动图形设计的源泉,“地球村”拉近了世界的距离,图形设计如何才能更好地为不同国度、不同语种、不同皮肤的人传播视觉信息,先进的科技成果的承诺是:只有想不到的,没有做不到的。图形是没有任何界限的视觉信息传达媒介。

## 第二节 图形设计的目的和意义

在人类历史发展的进程中,图形以其特有的方式将人类社会文明、进步、发展的里程记载和流传了下来,错综复杂的历史记忆浓缩于简洁的图形中。这种世界共通的视觉传达“语言”不仅能够直观地将综合复杂的信息予以形象的表述,使人易于领会,同时还是人们观察自然和社会,经过思考、总结并用以表达和交流思想情感的一种媒介。

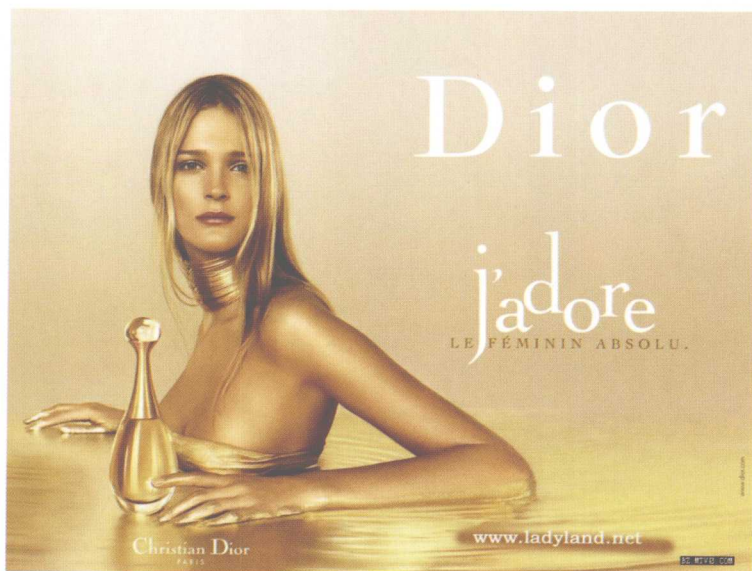
图形设计作为现代信息交流的主要媒介之一,其不同的审美意识、图形形式和思维取向乃至艺术趣味带给受众不同的感悟。

在激烈竞争的商业社会,图形设计自然成为商家们宣传产品、促进销售最快捷易行的视觉传达媒介之一。因此,图形不仅要通过设计有效地传达商业信息,更要通过其艺术形式塑造出独特的个性来提高企业、产品在消费者心目中的认知率和可信度,从而有效地赢得市场。为此,如何更好地利用图形及其表达形式发挥其社会作用,如何确立图形的传达方式,达到吸引受众,并被认同与领悟的效果,既是当今图形设计追求的目标,也是它的目的与意义。

当我们向一部分人传递信息时,可以通过语言,而要向众多的人群迅速地传达某种信息就必须借助传媒工具。如今的传媒方式很多,如电视、报纸、网络、广播、杂志等,凡是能被利用的媒体均被调动起来,但它们传播的效果是有所差异的。广播是属于听觉的传播方式,要了解它所传达的信息,需要在固定的时段,花一定的时间才能获取到。电视、报纸等为可视性信息传达方式,相对听觉而言,视觉传达更直观、更快捷。同时,受众可以自己灵活地掌握时间来接收信息。视觉传达语言有文字与图形两种,当文字与图形同时出现在眼前时,人的视线总会不由自主地图形优先。图形因其丰富的可视性、直观性和准确性而成为极具吸引力的信息媒介。“百闻不如一见”,文字表达毕竟有一定的抽象性。如描述一个人的体形,习惯用胖瘦的字眼来形容,但胖到什么程度、瘦成什么样子,却无法准确具体,得要靠读者通过自己的想象来确定,十个读者或许会有十种不同的理解,其偏差之大是可想而知的。图形能使人一目了然,若设计新颖,寓意深远,色彩运用合理,可让人过目不忘并留下深刻的印象。

图形设计在有的书中被称为“语言”设计。生活快节奏的现代人,工作、学习竞争激烈,无暇顾及身边事,更不用说花时间去读大段的商业广告词,好的图形设计通过其特定的视觉传达方式,略去了长篇大论的文字说明,仅在短短几秒钟内即可抓住人们的视线并引起关注及领悟,使受众无形中获得信息,既节省了时间,又达到了传播信息的目的,见图 1.16。





▲ 图 1.16 香水广告

### 第三节 图形的传达形式

社会的发展,科技的进步,为图形设计及其传达形式提供了前所未有的契机。在“时间就是金钱”的现代快节奏生活中,图形语言的传达形式及其优势越来越引起社会各界的关注。

用一大段文字向人们传达一个信息,对其内容的领会,往往受读者语言理解能力、阅历、文化水平等因素的影响。文字语言的抽象性为人们提供和创造了一定范围的想象空间,因此,接受信息的人们很难完整无误、准确一致地获得文字语言所传达的信息,而图形语言是最具准确性的信息传达形式,具有形象简洁、易识别、易记忆、可视性强、富有感染力等优势。因此众多的媒体均愿意选择用图形作为广告的视觉传达的媒介。如电视广告可谓目前覆盖面最广的传播媒介之一,中央电视台的天气预报和新闻联播节目前后的几分钟广告时间,成为众多商家不惜以重金竞标其中的几秒钟来作电视广告的重点。其原因就在于电视广告受众不受年龄、区域、教育等方面的局限,可以将商品及其寓意直接呈现给观众,透过图形、色彩和少量的文字,直观地刺激消费者的购买欲,引导他们产生消费的意念进而实现购买产品的行为,达到促进销售商品的最终目的。

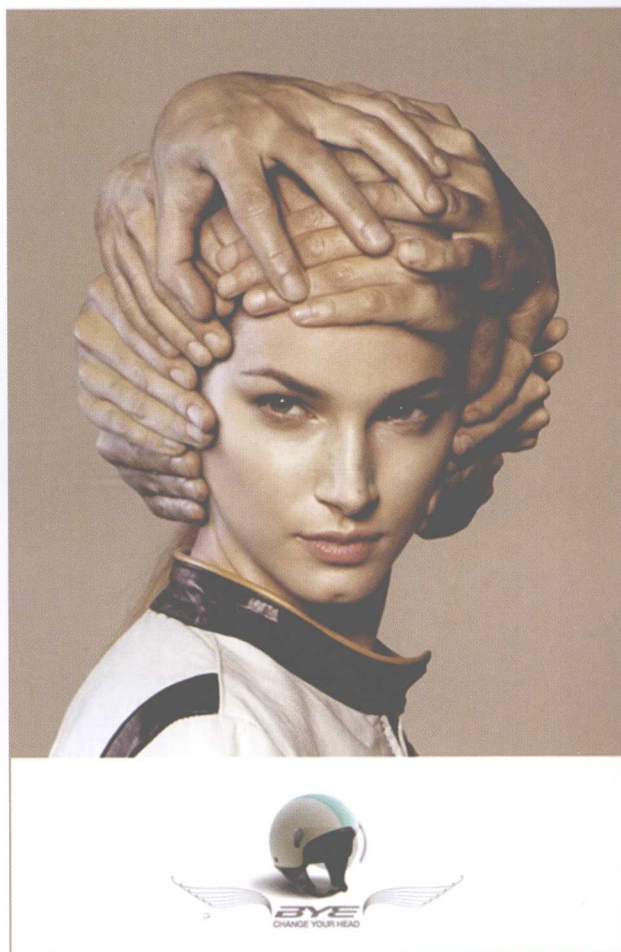
如住宅楼的电视广告可以让电视观众亲眼目睹住宅的优美环境、配套设施、室内装修情况,以其真实的展现使之成为具有说明性和说服力的传达形式。食品广告运用电视对形、色的直观性刺激人们的食欲,甚至还利用演员享用过程的画面来诱导和感染受众。而印刷广告相对电视广告来说,更精练、更简洁,需要浓缩长篇大论的文字和时空的距离,并赋予图形以寓意,使之与观众产生共鸣。因此,现代图形设计在形式上日趋符号化,以简练的形象来适应现代生活的快节奏和激烈的竞争。

图形传达主要通过如下几种形式进行传播,见图 1.17 至图 1.22:

- (1) 电影、电视;
- (2) 招贴广告;



▲ 图 1.17 电影广告



▲ 图 1.18 招贴广告

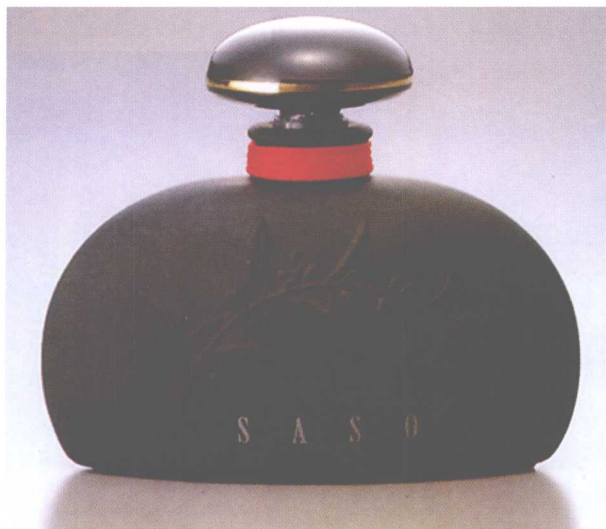


▲ 图 1.19 网络广告

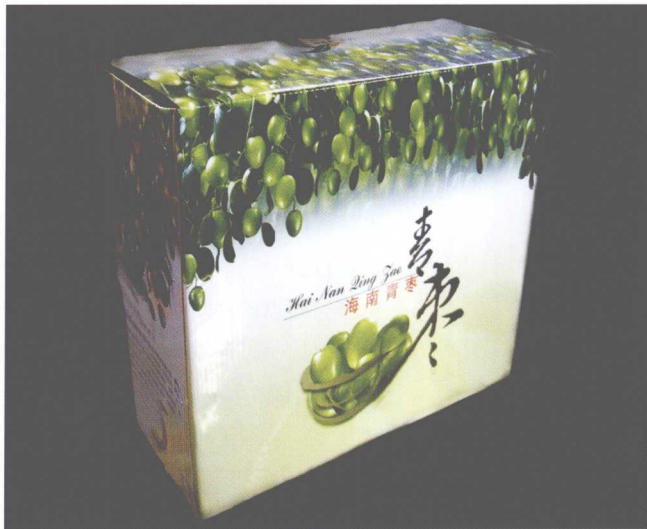


▲ 图 1.20 报纸广告





▲ 图 1.21 容器设计



▲ 图 1.22 包装设计

- (3) 网络;
- (4) 报纸、杂志;
- (5) 包装。

### 【思考与讨论】

1. 试述图形的起源及图形与文字的关系。
2. 由象形文字逐步演化为相对统一的简要字,对信息的传播起到了什么作用?
3. 图形设计的目的和意义是什么?

### 【课堂活动】

活动规则:教师或同学自主命题。

### 【实践与训练】

课题:象形文字

#### 【实训条件】

以小组或全班为单位。

#### 【内容与要求】

1. 书写并记住 20 个汉字的象形文字。
2. 对照现代常用汉字,找出与它们对应的象形文字。

#### 【实训目标】

1. 认识和了解中国传统文化之一的象形文字。
2. 理解图形传达的方式能对人们的生活产生影响。

### 【图形创意训练】

#### 课题一:设计元素的联想——点

#### 训练要求:

通过点展开联想,并将其分类为以下几种形式。