

《高等院校大学生素质教育系列丛书——设计卷》

图形创意设计

TUXING CHUANGYI SHEJI

于洁 高雪 主编



东南大学出版社

《高等院校大学生素质教育系列丛书——设计卷》

图形创意设计

TU XING CHUANG YI SHE JI

于洁 高雪 主编

东南大学出版社

·南京·

内容提要

本书为《高等院校大学生素质教育系列丛书——设计卷》之一种。本书由理论、设计实践、鉴赏三大部分组成。第一章到第五章主要介绍了图形的概念、图形的历史与现状、图形的应用、图形的构成与表现等图形创意的理论知识。第六章在图形创意设计练习中,主要运用图形创意理论知识,进行具体的设计实践。在第七章图形创意欣赏中,精选了大量优秀的图形创意设计作品,期望这些创意设计作品能给广大读者提供设计参考。

本书理论与实践相结合,配以大量插图直观生动、应用性强,适用于高等院校艺术设计专业教学使用。

图书在版编目(CIP)数据

图形 创意设计 / 于洁, 高雪主编. -- 南京 :
东南大学出版社, 2010. 8
(高等院校大学生素质教育系列丛书. 设计卷)
ISBN 978-7-5641-2372-7

I. ①图… II. ①于… ②高… III. ①图案-设计
IV. ①J51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 151184 号

《高等院校大学生素质教育系列丛书——设计卷》

图形创意设计

主 编 于 洁 高 雪

选题总策划	李 玉	特聘外审	高祥生
责任编辑		责任印制	张文礼
文字编辑	新 宁	封面插图	于 洁 高 雪
责任校对	子雪莲	封面设计	顾晓阳

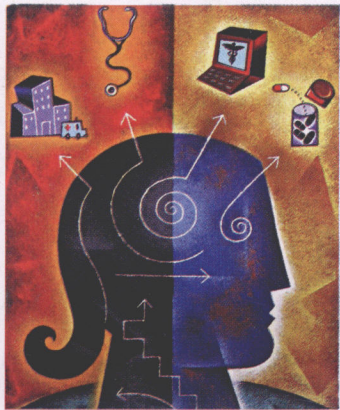
出版发行 东南大学出版社
出 版 人 江 汉
社 址 南京市四牌楼 2 号(邮编 210096)
印 刷 南通印刷总厂有限公司
经 销 全国各地新华书店经销
开 本 889mm×1 194mm 1/16
总 印 张 71
总 字 数 1880 千字
版 次 2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷
印 数 1-2 500 套
书 号 ISBN 978-7-5641-2372-7
总 定 价 498.00 元(本套丛书/设计卷共 10 种)

* 东大版图书若有印装质量问题,请直接向读者服务部调换。电话(传真):025-83792328。

目录

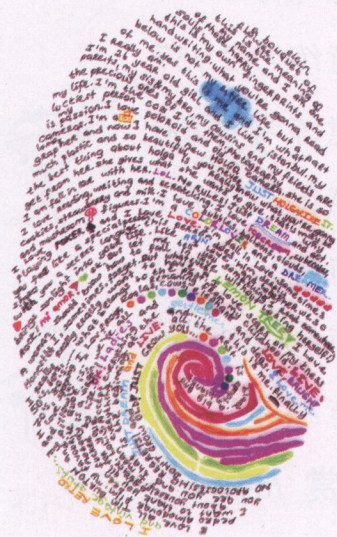
第一章 概述 /1

- 第一节 什么是图形 /1
 - 第二节 图形的历史与现状 /1
 - 第三节 图形的应用 /5
 - 第四节 艺术设计家的图形语言 /9
- 思考与练习 /13



第二章 图形的形态 /14

- 第一节 具象形 /14
 - 第二节 抽象形 /16
 - 第三节 正负形 /17
 - 第四节 矛盾空间 /18
 - 第五节 点、线、面与图形形态 /19
- 思考与练习 /20



第三章 图形创意思维 /21

- 第一节 概念及定义 /21
 - 第二节 图形创意的思维模式 /23
- 思考与练习 /24

第四章 图形创意中的联想和想象 /25

- 第一节 联想 /25
 - 第二节 想象 /30
- 思考与练习 /31



第五章 图形创意的构成和表现 /32

第一节 图形创意的构成形式 /32

第二节 图形创意的组织语言 /37

第三节 图形创意的表现方法 /46

思考与练习 /50

第六章 图形创意设计练习 /51

第一节 图形创意练习 1 /51

第二节 图形创意练习 2 /57

第三节 图形创意练习 3 /60

第四节 图形创意练习 4 /61

第五节 图形创意练习 5 /63

第六节 图形创意练习 6 /66

第七节 图形创意练习 7 /68

第七章 图形创意欣赏 /69

参考文献 /79

后记 /80

第一章 概述

第一节 什么是图形

图形是以视觉形象来传递信息的符号。“图形”是来自英文“Graphic”和希腊文“Gra Phikos”，意为适合于绘写的艺术，亦指可复制的艺术作品。因此，图形的本意应该是通过可视性的图画来向别人阐释某个观念，或某种思想内容并具有创造性思维的视觉形象。图形概念的确定直到现代设计出现才产生。随着社会的发展，图形呈现出多种视觉样式。与其他传递信息的符号相比，图形更直观、生动。（图 1-1）

对于具体图形概念的理解不是宽泛的，这里的图形是有别于纯绘画艺术表现的。图形的创意不仅仅只是个性的体现，更应该是一种视觉共性与视觉个性的统一，是将信息从属性与个人理解通过一种大众的视觉认同表达出来的方式。因此，图形不受国家、地域、民族的局限，具有易读性和普适性。图形的这种特性使其能够引起注意并能留住注意这种强烈视觉冲击力，这一点是文字和语言无可取代的。（图 1-2）



图 1-1 这组人物图形生动亲切，具有现代审美趣味 红点奖



图 1-2 唱片设计中夸张、另类、诙谐的图形，具有强烈的视觉冲击力

第二节 图形的历史与现状

图形从古至今一直是人类文化发展过程的载体。早期的图形作为人类记录信息的一种方式出现，并帮助文字的逐渐形成，那时候的图形带有很强的民族特色和神秘色彩，可以说在很长的一段时间里图形都带着这种特点。（图 1-3~ 图 1-6）

随着人类社会的发展进步，图形的载体和媒介发生了变化，印刷的产生让图形的传播方式发生了巨大的变化，甚至使图形成为商品增加价值的一种力量，人们对图形的需求越来越多元和迫切，这将图形的发展与大众心理需求结合在了一起，指引了其发展的方向，图形设计也随之变得职业化。包豪斯成立后对各种文化科技与艺术思潮的研究成果，为图

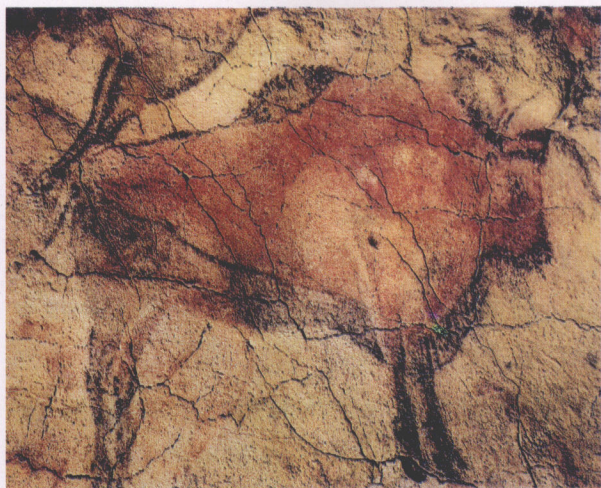


图 1-3 洞穴壁画



图 1-4 河姆渡猪纹陶钵



图 1-5 战国图形印



图 1-6 汉代肖形印

形设计奠定了坚实的理论基础，给图形设计的创意提供了思维和理念上的可能性。特别是摄影的发明，为图形信息增添了一种全新的媒介，并完全改变了人类的视觉意识，图形设计获得了空前的表现自由和方便，信息投射更加准确，视觉呈现也更加丰富。（图 1-7~ 图 1-15）



图 1-7 新艺术运动图形(一)



图 1-8 新艺术运动图形(二)



图 1-9 现代主义图形(一)



图 1-10 现代主义图形(二)
《疾风》杂志封面 W.刘易斯 1915 年



图 1-11 装饰艺术运动图形(一)
不妥协者招贴 卡桑德尔 1925 年



图 1-12 装饰艺术运动图形(二)
展览招贴 J.卡尔鲁 1937 年



图 1-13 后现代主义图形(一)
玛丽莲·梦露 沃霍尔 1967 年



图 1-14 后现代主义图形(二)
戴兰招贴 (美)M.格拉泽 1967 年



图 1-15 后现代主义图形(三)
金手臂电影招贴 巴斯 1955 年

到了今天,一切先进科技成果都已经成为图形设计发展的动力,使图形设计进入了一个超时空领域。艺术家与科学家的合作,使新时代的图形设计观念和设计条件都发生了巨大的变化,设计与现代科技的结合,一切可以创造视觉形象并进行信息传播的手段都是图形设计,一切可以产生视觉形象的技术和设备,都可以成为设计师的创作条件。这使现代设计摆脱了传统的思维模式,摆脱了媒体材料的束缚和对表现方法的存疑,留给设计师的工作更多的是如何创意,如何创造性地运用视觉语言形式进行信息传达,如何使这种语言形式更加新异、绝妙。(图 1-16~图 1-21)



图 1-16 1576 公司, T 恤衫设计



图 1-17 Island 唱片公司, 基因乐队 三个士兵 唱片封面图形

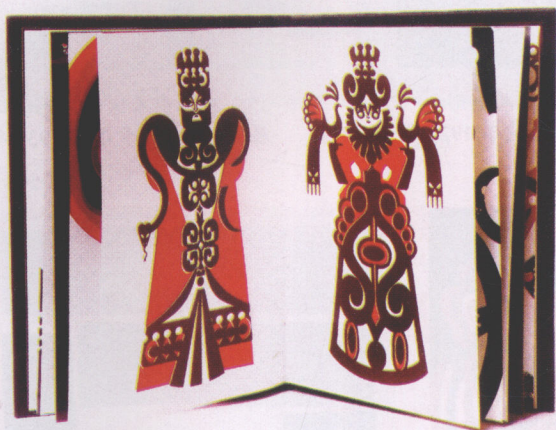


图 1-18 Island 唱片公司, 基因乐队 限量版歌词集中的 图形



图 1-19 电视机与鸟的身体的组合 使图形 具有幽默感, 这种组合非常符合现代人的审美

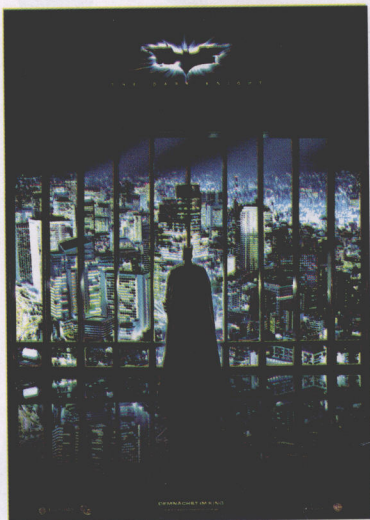


图 1-20 蝙蝠侠海报中奇幻图形的运用



图 1-21 时尚、动感、表现力丰富的现代图形

图形自身表现的可能性也一直是艺术设计家们所关注和探讨的问题, 而如何在平面的二维空间视觉上创造多维空间的艺术形象, 或许是解决该问题的关键所在。原始社会时, 人们在洞窟石壁上描绘的自然界的形态, 就是对二维平面里试图表现三维或四维空

间的尝试。然而,直到文艺复兴时期,随着科学的发展,人们才对远近透视、大小比例、色彩冷暖、明暗关系等自然规律有了科学的认识,并使得艺术家在二维平面上创造三维空间成为可能。在经历了达·芬奇等之后的漫长探索,到20世纪初,未来主义、波普艺术、立体主义、表现主义、超现实主义等现代艺术流派开始在平面上以新的视角表现具有运动感的四维乃至多维空间超视形象,如毕加索等人创立的分析立体主义,使人们观赏到了同一平面上同一物体的多个侧面,荷兰画家埃舍尔在图形错视空间的研究中以视觉悖论的构形视点及变形观念对现代图形设计产生了深刻的影响,丰富了平面视觉艺术的表现力。现代科学技术对艺术的影响,使得不少设计家们在图形研究中不断寻找新的突破、尝试用新的语言来增加平面设计的魅力,图形语言被直接应用于设计领域,广告、摄影、动画、影视等都根据其传达信息的需要而相继采用超视图形,而超视图形设计中的一切人为的变形处理,是一个在客观物象中融入主观、注入形式法则的过程,它包含了创造的因素,使形与形互为关联、渗透,使主观与客观、具象与抽象、现实与虚构交合成趣味无穷的表现形式。因此图形的整个发展历程是人文、科技发展共同作用的结果。

第三节 图形的应用

今天图形的应用遍及生活的各个角落,这种现状与图形和商业的结合是分不开的。在信息时代的今天,图形的直观易读、形式多变、信息承载等功能特点,让图形设计广泛传播于社会的商用价值和广告效应。在商品市场激烈的竞争中,产品的竞争已上升为图形设计的竞争,好的图形创意设计能够获得消费者的好感,促使其产生购买行动,完成产品的价值实现,甚至起到增值的作用。另一方面,载体的丰富也成为图形应用广泛的重要原因,现代图形传播形式越来越多,从电视、网络到报纸、书刊、杂志、招贴、包装、动漫等应有尽有,图形的发展也从传统的二维发展到三维。声、光、电的应用,影像与多媒体交互技术的使用,创造了一个前所未有的视觉动力时代。可以说,今天的图形艺术语言已发展到一个后现代时期,一切先进的科学技术成果都可能成为图形艺术的发展动力。科学与艺术在这个时代相互依存、相互补充,使创新成为可能,有创造才有艺术性,有创新才有生命力。

随着时代的不断发展,我们逐渐发现传统的设计模式,传统视觉艺术观念和运用方式在表现当今社会、当今人的精神世界时已显得乏力。图形创意在今后的应用过程中,必须不断发展其呈现形式与各类载体之间的关系。英国著名设计师艾伦·弗莱彻就认为:“设计需要在综合考虑方方面面的诸多要素之后对所呈现的一种非同寻常的个性化视觉形式进行思考。设计首当其冲的问题在于如何运用设计智慧去创造一种附加的价值和视觉的形式。”时代呼唤我们要以崭新的艺术创作思想,以全新的创造性思维观念和全新的艺术表现手法,追随时代的精神,把握时代脉搏,对传统视觉设计观念应敢于反叛,摆脱固有规律、敢于尝试失败经验、勇于探索求新,使现代图形设计以全新姿态创出

更易读、更生动、更感人、更贴近生活需求的表述形式。(图 1-22~图 1-47)



图 1-22 MTV 和 Toonami 频道 标志



图 1-23 “Strange Birds”系列海报 红点奖



图 1-24 个性图形在 MP3 上的应用



图 1-25 时尚的图形给打火机穿上了漂亮的外衣



图 1-26 图形与包装的外形巧妙的结合



图 1-27 时尚的图形元素提升了玻璃杯的价值

T X C Y S U



图 1-28 普通的杯子,搭配上图形元素,展现出个性时尚的面貌



图 1-29 图形在产品设计中的应用



图 1-30 图形在产品设计中的应用 (一)



图 1-31 图形在产品设计中的应用 (二)



图 1-32 图形与服装的巧妙结合

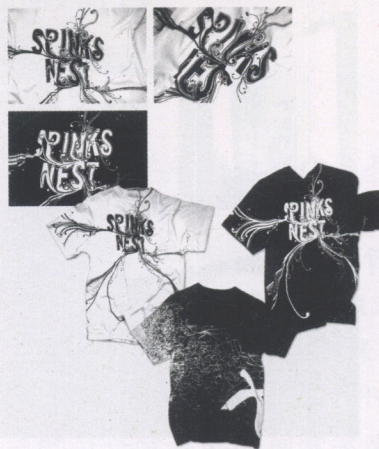


图 1-33 图形在服装设计中的应用 (一)



图 1-34 图形在服装设计中的应用 (二)

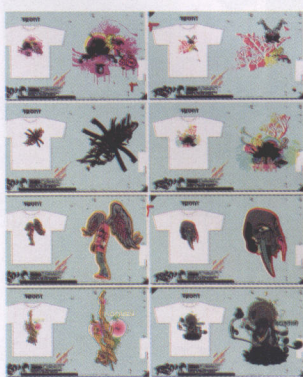


图 1-35 图形在服装设计中的应用(三)



图 1-36 图形在服装设计中的应用(四)



图 1-37 图形在展示设计中的应用 时尚的图形与展示的服装形成完美的组合

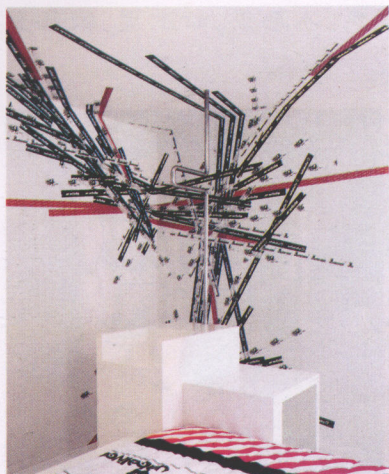


图 1-38 图形在室内设计中的应用(一)

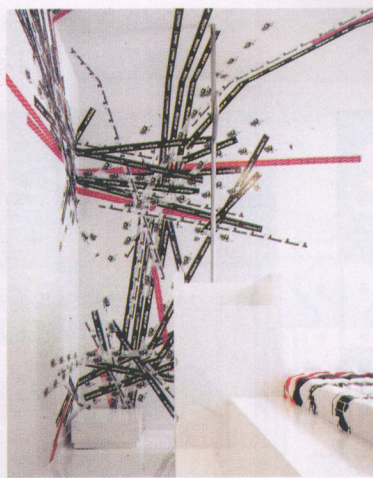


图 1-39 图形的应用与室内环境完美的融合在一起,增添了空间的动感

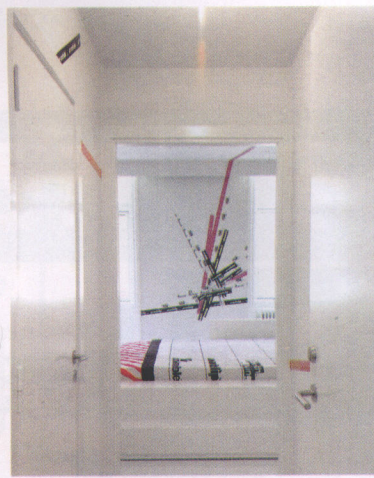


图 1-40 图形在室内设计中的应用(二)



图 1-41 图形在室内设计中的应用(三)



图 1-42 简洁现代的图形与室内空间完美的融合,极具时尚感



图 1-43 可爱的图形营造出温馨的室内空间

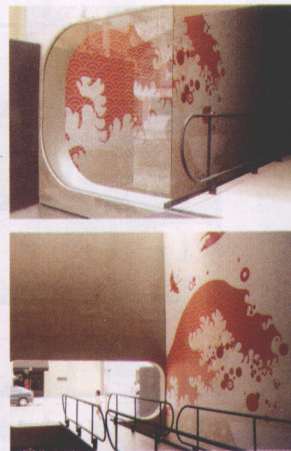


图 1-44 时尚的图形装点着周围的环境





图 1-45 图形在室内设计中的应用
(四)

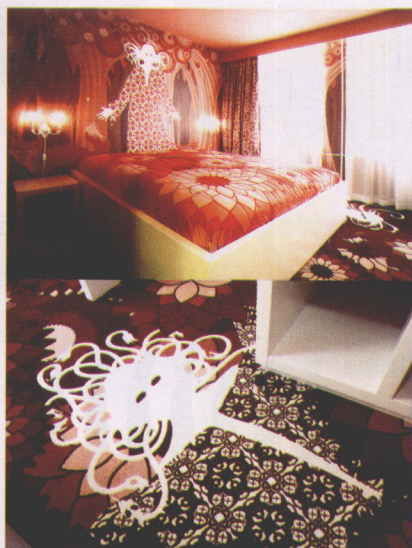


图 1-46 图形在室内设计中的应用
(五)



图 1-47 图形在室内设计中的应用(六)

第四节 艺术设计家的图形语言

一、福田繁雄的图形语言

福田繁雄是日本当代视觉设计大师,他的设计理念及其设计作品所取得的成就,对当代平面设计界产生了深远的影响。福田繁雄与岗特·兰堡、西摩·切瓦斯特并称为当代“世界三大平面设计师”。福田作品突显魅力的法宝,是对错视原理的精到掌握和应用。他善于运用图底关系、矛盾空间等错视原理,使其作品大放光彩。正如福田自己所说的:“我的作品,无论是平面的、还是立体作品的创作核心,都是围绕着以视觉感官的问题为前提来进行思考。”因此,他不断地对视错觉进行探求,将不可能的空间与事物进行巧妙的组合达到视觉上的新知,将合理的与不合理的共同营造出奇异的视觉世界,在看似荒谬的视觉形象中透出一种理性的秩序感和连续性。

1. 异质同构原理的运用

福田是将异质同构的设计理念,以视觉符号的形式呈现在其海报作品中的先驱。在福田许多的海报作品中,可以看到他对该设计原理的巧妙运用。(图 1-48、图 1-49)

2. 图底关系的运用

图底关系,有时也被称为正负形、反转现象或视觉双关原理。福田的海报还追求图形的单纯化,来共同诠释“图”与“底”的关系:即“图”与“底”发生反转并彼此融合成一个整体,进而产生双重的意象,同时也



图 1-48 福田繁雄
费加罗的婚礼



图 1-49 福田繁雄
SHIGEO FUKUDA 在美国

赋予整个画面无限扩展的空间感。例如,1984年《UCC 咖啡馆》海报,他以搅拌咖啡的杯中漩涡正负纹理交错,造型成众多拿着咖啡杯子的手,并呈螺旋状重复并置,突出咖啡这一主题图形又不失幽默情趣(图 1-50)。我们称这种将主题图形分置并列呈现出相互回转展开的动态意味的手法为“放射状图底反转”。又如 1986 年福田繁雄作品展海报,他将女人躯体的轮廓从中部横向分割,并将被分割的图形做重复的平移式交错重组(图 1-51、图 1-52),造成图底交叉会合的错视,我们可称之为影像的“水平交错式图底反转”。



图 1-50 UCC 咖啡馆海报



图 1-51 福田繁雄作品展海报

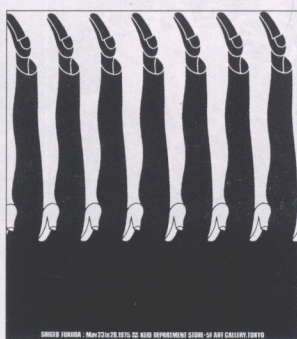


图 1-52 福田繁雄作品

3. 矛盾空间的运用

如 1987 年在《福田繁雄招贴展》的招贴设计中,福田将静止坐在台前的人的四个不同视角的状态,表现于同一画面,用单纯的线、面造成空间的穿插,大面积的黄色与人物黑色剪影对比,使整个画面产生强烈的视觉效果。这种空间意识的模糊,在视觉表现上具有多重意义的特性。又如,1999 年福田为日本松屋百货集团创业 130 周年的庆祝活动设计的海报,在同一画面中呈现两个视角不同的人形,一个是仰视的角度,一个俯视的角度,由此产生了视觉的悖论,从而带来视觉趣味。(图 1-53、图 1-54)

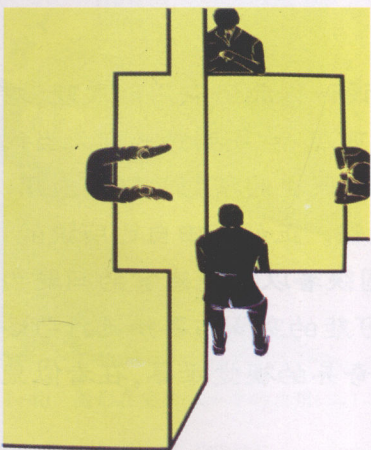


图 1-53 1987 年福田繁雄招贴展



图 1-54 福田繁雄,日本松屋百货招贴

二、西摩·切瓦斯特的图形语言

西摩·切瓦斯特(美国)(Seymour Chwast)是全世界最著名的平面设计家之一,他是 20 世纪新美国视觉设计运动的重要代表人物。他的作品都是以手绘风格的形式出现。切瓦斯特消除了瑞士国际主义的单一、刻板的形式主义的影响,并采用体现当代文化和历史风尚的信息,以令人振奋的、幽默的设计取而代之。他是把艺术和商业成功结合的杰出人物之一。切瓦斯特的图形语言受波普艺术、嬉皮文化的熏陶,充溢着浪漫、幽默的氛围。他大胆采用新观念和新技法,以黑线条作为图形的轮廓线,用彩色胶片加色

和色彩平涂,近似于美国流行的连环画插图的手法,与当时盛行的波普艺术有异曲同工之处。招贴中充满了异想天开、天真烂漫的情怀。

1. 线描手法的运用

线描是以精确、流动的线条为造型基础,用单色线对物体进行勾画。切瓦斯特对线有着深刻的认识和高超的创造,他利用千姿百态的线,抒发情感,使“线”在艺术作品中具有独特的魅力。(图 1-55、图 1-56)

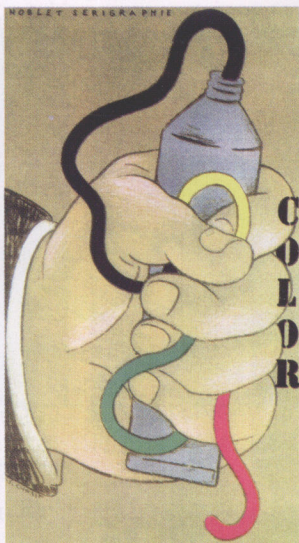


图 1-55 色彩主题海报 1995 年



图 1-56 和平海报

2. 色彩平涂法的运用

色彩平涂可以使画面透明简洁。大面积平涂色块的装饰画法,使画面没有透视感、没有色彩的层次,充满着主观的装饰味道。切瓦斯特喜欢运用色彩平涂法,注重追求图形的简化和色彩的装饰效果,对木刻画及东方绘画的风格也十分感兴趣。其作品用线条和强烈的色块组成,具有浓厚的主观色彩和装饰效果。他把色彩和线条当成抽象表现的形式,比起大多数同辈艺术家,他的探索在更大程度上受到了东方艺术尤其是中国艺术的影响。(图 1-57 ~ 图 1-59)

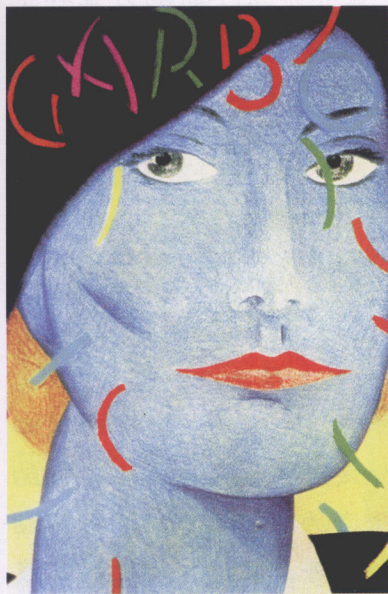


图 1-57 人物插画



图 1-58 EARTH DAY 海报



图 1-59 演出海报

3. 异质同构原理的应用

切瓦斯特的作品引入了异质同构的设计理念。海报中他经常采取偷梁换柱的手法,

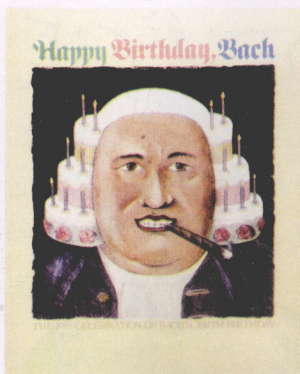


图 1-60 《巴赫生日快乐》音乐海报



图 1-61 华沙海报个人展



图 1-62 人物插画

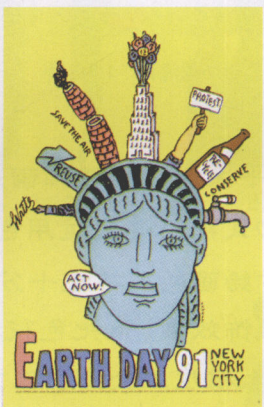


图 1-63 EARTH DAY 海报

置换组合要素中的某一方面或某一部分,形成异常组合,并造成出人意料的视觉和心理震惊。置换是异质同构设计理念的一种表现形式,是指选择一个常规、简洁的图形为基本形态;保持其骨骼不变,再根据创意,置换新的元素,组成新形。这种表现手法,虽然物与形之间的结构不变,但逻辑上的张冠李戴却使图形产生了更深远的意义。这种新的组合关系通过对不同事物间内在联系的揭示,使事物间内在逻辑的一致性与外部逻辑的荒诞性奇妙地构合在一起,从而达到别具一格的创新效果。(图 1-60 ~ 图 1-63)

三、冈特·兰堡的图形语言

冈特·兰堡是一位欧洲“视觉诗人”派公认的最有创造力的招贴大师,他始终坚持用视觉形象语言说话,追求画面的韵律感、层次感,用最简单的视觉形象表达最深刻的内涵;他的作品追求平面之外的视觉效果,给视觉世界带来了新的力量和生机。兰堡力图通过设计表现个人的艺术思想、

意识观念和形态立场,在基于视觉传达功能的基础之上,把设计当成诗歌那样创作,高度地个人化、自由化。他更加强调自我意识和对生活的领悟,在视觉效果上追求视觉冲击力,强调平面效果的突破。

1. 深度的分离

深度的分离是指在空间和层次上的分离,也包括元素的分离,整体和部分的分离。兰堡的土豆系列作品就具有明显的深度分离特征。土豆是冈特·兰堡作品中经常出现的一个设计主题,其土豆的系列海报曾在威斯巴登博物馆的个人展上展出过。冈特·兰堡出生于二战的发源地德国,土豆伴随兰堡度过了苦难的青少年时期,因此土豆深深地印在了他的脑海里。兰堡对土豆有一种特殊的感情,他认为土豆是德国的民族文化。他的土豆招贴令人称道的不是土豆本身,而是奇特的创意和视觉效应的魅力。土豆系列招贴体现了兰堡对土豆的钟情,也反映了兰堡对同一种设计主题的执著。这种平面上的深度分离并不是偶然为之的。纵观兰堡的设计作品,很多招贴都运用了这种深度分离的手法。那是因为当一个平面因为深度分离而显得比原来更容易理解时,观赏者注注会倾向于感知这种简化的形式。(图 1-64 ~ 图 1-67)