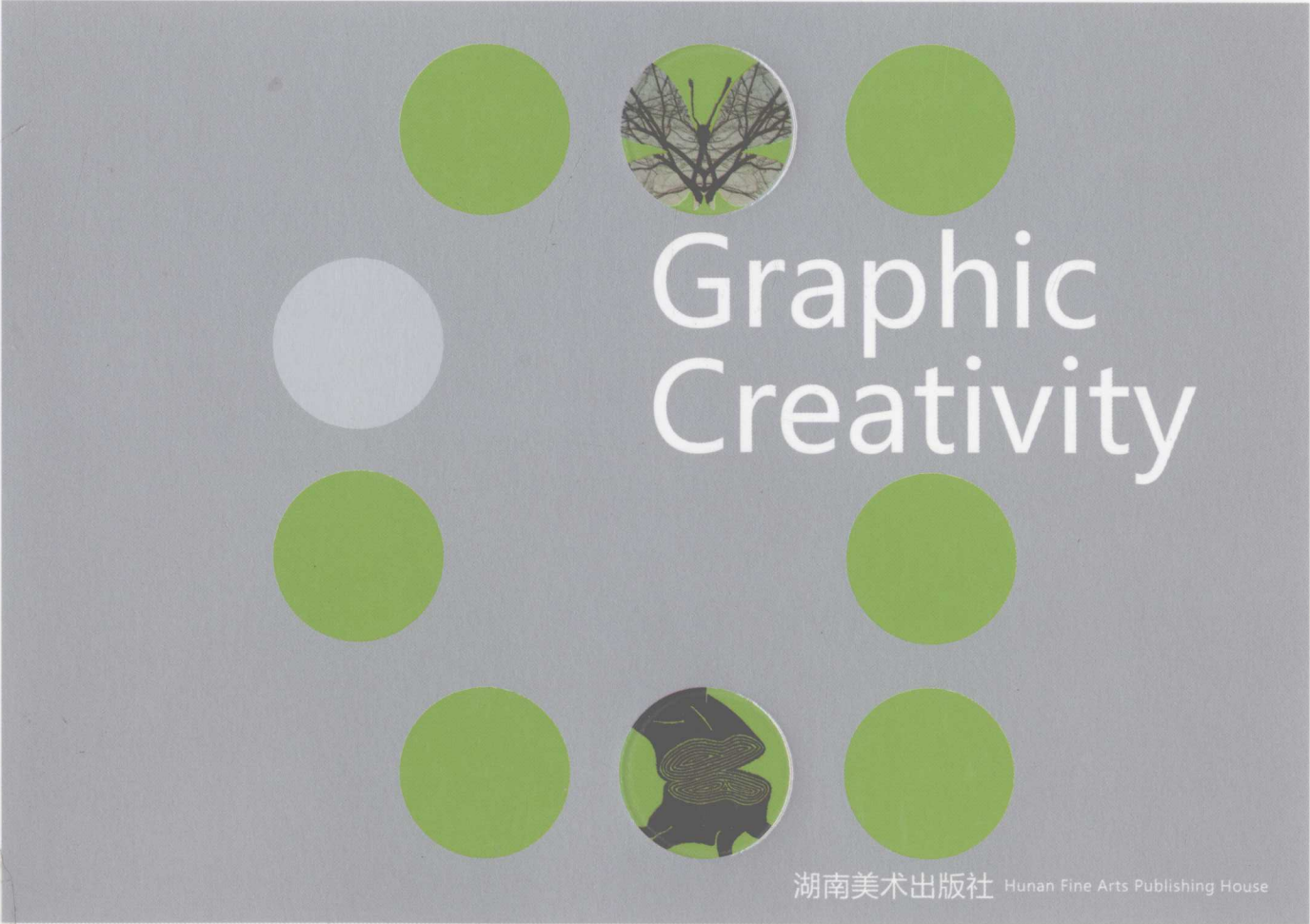


陈 珈
戴秀珍
编 著

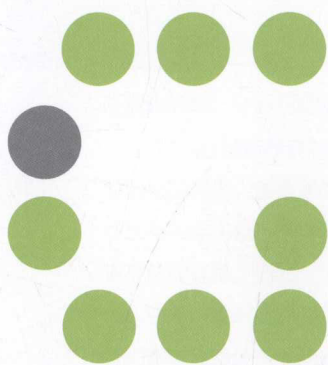
Art & Design 广州美术学院艺术设计教程
Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

图形创意



Graphic
Creativity

湖南美术出版社 Hunan Fine Arts Publishing House



Art & Design 广州美术学院艺术设计教程
Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

图形创意

Graphic
Creativity

编著：陈珈 戴秀珍

湖南美术出版社
Hunan Fine Arts Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意 / 陈珈, 戴秀珍编著. —长沙: 湖南美术出版社,
2009.7

广州美术学院艺术设计教程

ISBN 978-7-5356-3131-2

I. 图... II. ①陈...②戴... III. 构图 (美术) —高等学校—教材

IV. J061

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第205912号

Art & Design 广州美术学院艺术设计教程
Courses of Guangzhou Academy of Fine Arts

图形创意

编 著: 陈 珈 戴秀珍

责任编辑: 陈秋伟 彭凯燕

特约编辑: 肖 芸

装帧设计: 戴 宇

版面制作: 肖 芸

出版发行: 湖南美术出版社

(长沙市东二环一段622号)

经 销: 湖南省新华书店

制 版:  嘉伟文化

印 刷: 长沙湘诚印刷有限公司

(长沙市开福区伍家岭新码头95号)

开 本: 889×1194 1/16

印 张: 6.5

版 次: 2009年7月第1版

2009年7月第1次印刷

印 数: 1 - 3000册

书 号: ISBN 978-7-5356-3131-2

定 价: 39.00元

【版权所有, 请勿翻印、转载】

邮购联系: 0731-84787105 邮编: 410016

网 址: <http://www.arts-press.com/>

电子邮箱: market@arts-press.com

如有倒装、破损、少页等印装质量问题, 请与印刷厂联系调换。

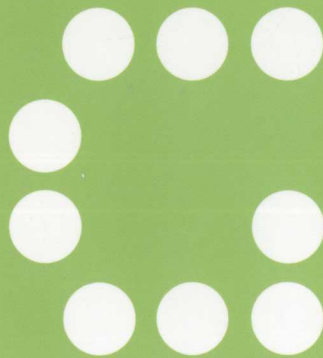
联系电话: 0731-84363767

陈 珈

女，讲师。2002年毕业于广州美术学院国画系，获学士学位；2005年毕业于广州美术学院设计学院视觉传达设计系，获硕士学位；同年留校任教于视觉传达设计系。所开设专业课程包括编排基础、出版设计等。2006年赴英、法、意参加著名设计院校的设计夏令营，进行交流与学习。代表作包括为广东中烟工业有限责任公司设计的双喜牌《尊贵逸品》、《经典1906》等香烟包装，为广东省委宣传部主办的“‘广东与二十世纪中国美术’国际学术研讨会”进行形象系统的策划与设计制作。

戴秀珍

女，2002年毕业于广州美术学院设计分院视觉传达设计系，获学士学位；2006年毕业于广州美术学院设计学院艺术设计学广告方向硕士研究生并留校任教，主要负责图形造型及商业插画课程教学。海报设计作品《绿色拯救系列》被中国广告协会广告公司委员会选送法国巴黎参加第十六届联合国国际招贴画沙龙大赛。曾担任南方日报传媒集团插图编辑，为《21世纪经济报道》、《南方都市报》、《广州日报》、《MANGAZINE名牌》、《私家地理》等报刊创作过大量专题插图和漫画。2004年被《广告导报》评选为“中国最具影响力的广告平面设计师100人”之一。2006年被《广告导报》评选为“2005—2006年度中国新势力平面设计师10强”之一。



《广州美术学院艺术设计教程》

编委会

主 编

吴卫光 李小山

副主编

李喻军 田 春 陈秋伟

编 委

(按姓氏笔画顺序)

丁嘉明 王 涛 邓 源 田 春
任 夷 任小红 李小山 李喻军
吴卫光 吴伟烨 肖 勇 陈秋伟
陈 珈 郑念军 欧阳莉 周顺平
郭湘黔 黄 晔 戴秀珍 莫宇红

Preface

设计的发展一般与社会文化、科学技术的发展及时尚潮流的变化同步，因此，设计教育总是处在动态的发展之中。现代设计不仅要满足人们生活的需求，同时还引导着社会文化的潮流。功能性和超前性作为设计的双重性质，往往让高等设计教育显得滞后。如何培养学生，使之既能够适应社会的需求，又能够在未来的设计中获得可持续的发展，甚至成为引导设计潮流的新一代设计人才，是高等院校设计教学必须面对的问题。

完整的教学体系离不开明确的培养目标和科学的课程大纲。课程是设计教学的核心内容，无论是充满理想的教学目标还是庞大的教学体系，最终还是靠一个个具体的课程来完成。现代意义上的设计教育一般认为从20世纪初德国的包豪斯开始，包豪斯设计教学课程体系中最闪亮之处就是它的实践性，即培养学生动手的能力。本套教材的特色正是基于课程的实验性和现场感，通过基础理论的引导，注重课程内容和课程方法的创新。课程内容的创新主要是为了适应社会的需求、学科的发展；课程方法的创新则更加注重培养学生的创意能力和解决问题的能力。一些比较成熟的设计课程中，基础理论相对稳定，课程创新也就更多地体现在设计案例、作业练习、评判标准等方面的改革上。尤其是设计练习，我们更提倡的是加强设计过程的教学，而不是孤立地看设计的结果，过程往往能培养学

序：课程创新与创新课程

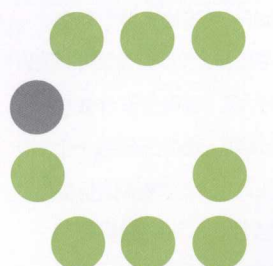
生提出问题、分析问题和解决问题的能力。

作为设计教学的设计者，我们不仅要求课程在教学过程中的创新，还要求设置创新的课程。创新课程既是对原有课程体系的更新和完善，同时又是在设计行业发展的迫切要求下，在不同学科的交叉过程中，为充实学生的知识结构而做的课程结构调整。当然，创新课程对教学的决策者或执行者无疑都是一个残酷的挑战，它意味着对原有课程的革命，直接涉及对原有部分课程的扬弃。但是，既然我们都认可设计是在动态中不断发展的学科，那么，我们也就应该充分认识、理解、适应和把握设计教学的持续性和它的开放性，不断创新，才能逐步形成相对完善和稳定的设计教学体系和教学模式。

本套教材着眼的是课程的建设与创新。首先强调课程自身的完整，并不将课程片面局限在某一个专业的范畴，而是使课程具有设计学科内部各专业之间的共享性；第二，强调教材的现场感，作者都是处在教学第一线的教师，教材中有大量设计作业案例的过程分析，内容更加贴近学生，更容易为学生所接受，让学生在教学中具有参与性；第三，强调教材的基本信息构成，将课程的基础知识与专业设计的应用技能结合，保证学生未来发展的可持续性。事实上，本套教材涵盖的课程较多，每个课程基本上按照课程的教学特点编写，体现出了作者的探索精神。我们期望各院校的教师、学生给予更多的教学反馈意见，使这套教材进一步完善。

吴卫光

2009年6月18日于广州美术学院



Contents

目录

前言	4
课程教学大纲	7
一、教学目的和任务	8
二、教学原则和要求	8
三、教学方法	8
四、授课年限和学时安排	8
五、教学内容和时间安排	8
六、课堂作业	8
七、教学质量标准	8
八、考试安排和评分方法	8
九、教学参考	8
第一章 图形概述	9
一、图形的历史与发展	10
二、图形的定义	12
三、图形的特征	12
第二章 图形创意的思维方式	17
一、联想——图形创意的开端	18
二、想象——图形创意的动力	25
三、图形创意思维训练	28
第三章 图形的形式与表现	35
一、观察与积累	36
二、图形形式的探索	47

第四章 图形创意的手法	62
一、同构的意义	63
二、具体手法	67
三、课题作业	76
第五章 图形创意的应用	85
一、墙面设计	86
二、家具设计	88
三、产品设计	91
四、服饰品牌设计	96
五、文身设计	98
参考文献	99
后记	100



前言

图形创意并不是一个新鲜话题，在大大小小的专业书店里，关于图形创意的书籍林林总总，都因为这个内容已是各大设计院校视觉传达设计专业里的必修课，其重要性已被反复验证。我国设计教育里程碑式的人物——尹定邦先生的《图形与意义》，是近年来在这一学术领域中较有影响的著作。

可惜的是，在目前的出版环境下，此类书籍正呈泛滥之势。君不见大小出版社的出版计划里，总少不了《图形创意》这类书的踪影。在国内设计教育日渐强大，展开面越来越广的条件下，一些书，因沿用原有的课程框架，少了一些声音，少了一些不破不立的研究精神。诚然，在当前的教育形势下，我们需要持续的、稳定的常规教学。但是课堂是设计思潮最重要的萌发基地，通过教学的实践，通过与交叉学科的互相借鉴，结合当下的设计趋势，设计教育才会是开放的、灵活的、与时俱进的。

我们不敢说这本书就能做到掷地有声，但至少我们大胆地提出了一些问题，并尝试在探讨原有观点的过程中寻找一些新鲜的角度。

首先，一个创意图形的诞生，并非只在于图形创意方法的套用，更多的是从观察和体验生活开始的，这也是各类设计甚至艺术创作的本源。因此本书将“观看之道”也作为创意前期的重要方法，对生活元素的观察与搜集及其对图形创作的影响作了比较详细的讲述，以期激发学生从生活细节及自身体验中寻找灵感，并带出差异化的思考方式。

其次，关于图形创意的手法，笔者认为，“同构”实为各种手法之基础概念。从“同构”这个词的来源及定义来看，同构本是一个数学概念，顾名思义，就是构造相同。同构本质上是一种映射，通过这种映射，一个系统的结构可以用另外一个系统表现出来。可以说，通过同构才使形式产生了意义。用更直截了当的说法来表达，同构就是一种保持某种相互信息交换的形式。

在图形创意中，“同构”的定义为：利用不同元素之间存在的某些相似性质，按一定主题进行拼贴，或按某种内在联系与逻辑进行缝合。同构的本质是“一对一的映射”，是由物态在形象、意象、隐喻、文脉、表现或其他因素的相似中形成视觉的整合状态。这种相似可以是内容上的、形式上的，也可以是心理上的或经验与认知上的。

由此定义，我们系统地观望其他创意手法，就会发现，这些手法的所指都离不开在结构关系中改变固有的元素，超

越原有形态与价值意义，形成新的视觉语义与效果。正是这种置换，解构了原有事物或物象的正常结构与语义表达，并在重构中使新的关系与意义得以建构，从而迸发创意、引起视觉震惊。它们都是从属于同构之下的具体操作手法，所以本书把这些手法称为共生同构、正负同构、置换同构、异影同构等。

最后，是关于图形的运用。在我们脑海里，图形似乎只是平面的，纸张上的视觉元素，实际上图形已进入了空间。我们仔细研究设计的领域，便能很快地发现，不管是二维平面、三维空间还是四维空间，图形都在发挥着它的魅力，增添出许多趣味，让我们生活逐渐变得更有趣。因此，在第五章中，我们挑选了一些算是新型的设计领域，如墙面设计、家居用品、生活产品、服装等，这些领域一般都存在于三维空间中，但在图形的衬托下，使得它们更具设计感，也使得人们的生活更加绚丽多姿。

如果我们把眼光再退远一点就会发现，近年来，设计更注重与人的关系。“情感设计”、“体验设计”这些名词都带着明显的人本意识。过去，人们注重技术，而忽视人的心理与情感。事实上，人是产品的创造者与设计者，同时又是最终的使用者，人理应是关注的焦点。

世界著名的两个品牌——ALESSI、SWATCH的成功就充分证明了这一点，这两家公司的产品对于图形的应用正是他们的成功之道。

SWATCH因为把手表由日用品转变为时尚品而出名，他们对外宣称：我们不是一家手表公司，而是一家情感公司。SWATCH认为人们应该像拥有多条领带，或者鞋子，甚至衬衫一样拥有多块手表。SWATCH手表的外形总是相同的，不同的是表盘与表带上的图形。他们的网站这样写道：SWATCH为创造性的设计提供微小空间。正是这微小的空间却对艺术家有着不可抗拒的吸引力。为什么？因为手表的表盘和表带可以呈现最原始的想象概念，最不同寻常的思路，鲜明的色彩，令人振奋的信息，艺术和喜剧，今天和明天的梦想，以及更多更多的东西……

ALESSI公司也早已是声名在外了，各种场合里已有详尽的文献资料，这里就不多做介绍了，第五章选用了数件ALESSI著名的产品，并做了简单的介绍。

严格来看，此内容之于本书有模糊了图形创意原本的概念之嫌。这些家具设计师、产品设计师、空间设计师也许更多地把图形解读为图案，而后附加在新的媒介上。但这种

“图案”与传统的装饰图案不一样，因为这时的“图案”和我们的生活，和我们的观察方式，和我们的使用方式发生了关系，这些都是创造性的，蕴涵了无穷无尽的信息。一只挂钩、一块锅垫、一面镜子……都因为图形的使用，出现了新的情节。其戏谑的、思辨的视觉内容和原来我们坚守的平面图形的概念如出一辙。第五章是笔者对欧美当下设计趋势的观察与分析整理所得的，其中包括了德国科隆家居展（IMM COLOGNE）、法国家品设计展（MAISON & OBJET）、意大利米兰卫星展（SALONESATELLITE）等的资料。我们的工作也只是整理了一些资料，并未做深入的分析、研究。希

望这个课题能引起更多专家、同行的参与。

整本书的结构我们就是这样处理的，还恳请各位同行指正。而且这个系统是开放的，希望得到大家的检验与充实。我们的声音也许是鲁莽的，未经深思熟虑，但本着一点真诚与懵懂，希望在抛出我们的思考和观点后，能与大家共同探讨及实践，继续前行。在本书完成之际，感谢广州美术学院版画系副主任李喻军教授，与他一起进行学术上的探讨是饶有趣味的事，而且如果少了他无私的帮助，我们也就没有机会去完成本书。



课程教学大纲

课程名称：图形创意

课程对象：本科生

课程性质：专业必修课

英文名称：Graphic Design

一、教学目的和任务

此课程目的在于激发学生对图形创意的兴趣和潜能,着重训练学生的形象思维,以图形表意。提高学生的感受力和创造力,以反常规、反逻辑,但又能获得共鸣的设计思维去创造图形,抒发心中臆想。

二、教学原则和要求

图形教学的原则是对学生创造能力的培养,充分运用创造学的原理,提高学生设计分析能力和综合设计能力。从启发性教育到开发性教育,从横向思维到纵向思维,从复杂到简单,从单纯的形式入手,把设计引向深入。

三、教学方法

图形创意原理采用课堂讲授与快题练习相结合,训练学生的设计敏感性和思维灵活性。

四、授课年限和学时安排

授课学期:二年级上学期;周学时:16学时;总学时:48学时(3周);学分:3。

五、教学内容和时间安排

第一周

第一讲:创意图形的概念和释义 4学时

第二讲:图形设计的思维方式 4学时

第三讲:学生搜集资料展示 4学时

第四讲:图形创意思维训练 4学时

第二周

第五讲:生活元素的观察与搜集 4学时

第六讲:创意图形形式分类 4学时

第七讲:图形创作的工具与材料 4学时

第八讲:图形创意思维训练 4学时

第三周

第九讲:图形创意的手法 4学时

第十讲:图形创意手法作业点评 4学时

第十一讲:图形的应用设计 4学时

第十二讲:课程小结 4学时

六、课堂作业

课堂快题练习。

七、教学质量标准

按时按量完成,质量上要求符合设定的主题,表现到位,手法多样。

八、考试安排和评分方法

1. 先由学生在课堂上陈述自己的作品意念,再由任课教师即时给出评语,并对作业进行初级评定。

2. 集中全部作业细阅,分别给出具体分数。

3. 如有需要,集中相关老师汇看作业确定分数,无异议后上报。

九、教学参考

尹定邦.图形与意义.长沙:湖南科技出版社,2003年

曹方.视觉传达设计原理.南京:江苏美术出版社,2005年

林家阳.图形创意——交点视觉设计丛书.哈尔滨:黑龙江美术出版社,1999年

崔生国.中国高等院校艺术设计专业系列教材——图形设计.上海:上海人民美术出版社,2003年

王绍强.创意空间.广州:岭南美术出版社,2002年



第一章 图形概述

一、图形的历史与发展

图形的产生源于人类认识和改造世界的需要。人类在认识和改造自然、社会的过程中依靠的是视觉与思维,在这个辨认与思考的过程中又要借助形象与概念,然而仅借助于自然形象是远远不够的,必须人为地创造一些形象,一部分用来表达自然现象,另一部分用来表达概念。于是,图形就产生了。

图形的历史可以追溯到几万年前。据考古发现,在人类的语言期和文字期之间其实还存在着一个图形期。从已发现的4000~8000年前的用象形文字所记载的文字资料中可以判定:洞穴艺术中的图形要比埃及和中国的象形文字早三万多年。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(图1-1、图1-2)。

在图形如此长的发展史上,无论是远古时期的洞穴壁画,还是早期的象形文字,图形帮助人类认识世界、表达思想、走向文明。各国的古老图形在人们的沟通需求、神祇崇拜、劳动游戏等因素的推动下不断发展,一步步走过了漫长的岁月,留下了一段段文明的轨迹,终于迎来了工业革命的成功。自十九世纪工业革命以来,视觉设计在促进生产、商品销售及提高人们生活质量和科技教育等方面都发挥了巨大作用。经济的繁荣发展对视觉艺术提出了新的要求,也创造了文化艺术革新新条件。艺术大师们大胆的艺术实践为视觉艺术的繁荣奠定了基础,成为图形的创造与表达方式不断推陈出新的灵感源泉,使设计师们创造出很多震撼世界的经

典作品。随着科学技术的发明和进步,以及人类传播历史的进展,图形的形态也随之发生改变。从“绘、写、刻、印”的原始图画记号和传达单一的信息,发展到现代生活环境中复杂、繁多的多媒体新视觉语言,并借此影响着现代人的思想观念和生活方式。图形设计是一种图像记号,是传播信息的视觉形式,图形设计师们通过一种形态的变化将某种社会事物浓缩成一种视觉的符号、标记和代码,使之成为一种具有政治、经济、文化或生活价值的东西,并以此来表现任何主题。

图1-3是2008年北京奥运会上所运用的运动项目标志的设计,是一套完美融合古今的作品。据设计者介绍,2008年奥运会体育图标以篆字结构为基本形式,其特点就在于兼具中国古代甲骨文(图1-4)、金文等文字的象形意趣和现代图形的简化。在中国,“篆”有“圆转”之意,圆润流畅、秀美典雅、刚柔并济,集中体现了中国传统美学的精华与神韵。我国的先人“仰则观象于天,俯则观法于地”,用象征性的线条形象地反映自然万物,由此而诞生的甲骨文可以说是一种表意的图画文字。而在随后的长期发展与演变过程中,甲骨文逐渐形成了自己的一套成熟的文字建构体系,与我们今天使用的汉字构成体系相差无几。在这个设计中,设计师试图透过事物繁杂的表象,找寻事物的本质规律,并依据此规律来建构一套科学的、规范的设计思维模式。通过对甲骨文字进行分类、解析、归纳和概括,发现了其潜在的规律性,并依据设计意图重新设定基本部件的形态特征,将其按模数关系规范化,再按逆向思维通过部件之间的有机组合



图1-1、图1-2 牛 西班牙阿尔塔米拉洞窟壁画



图1-3 2008年北京奥运会体育项目图标



图1-4 甲骨文

生成具有新的视觉风格的字根，字根与字根间的组合又生成了符合设计意图的新的文字，从而将原始的字体进行了重编码，设计出现在的这套标志系统。它不仅符合体育图标易识别、易记忆、易使用的简化要求，更通过其特有的形态动势将体育图标的运动特征和丰富的文化内涵予以凝练。

到现在，我们所处的是一个愈来愈图形化的时代。在过去，我们更为信赖的是用文字来记录事情，表情达意，而对图形图像，只是看中其直观性与愉悦性。人们普遍认为语言作为思维的工具要比形状和声音好得多。但正如英国艺术批评家伯格（John Berger）所说：看先于词语。视觉在人类的感知系统中占有优先的地位。视觉文化的崛起是时代发展的必然趋势。图像与形象组成了包围人们生活的视觉世界，图像成为比文字更具有优势的媒介，并成为人们生活形态中

的重要组成部分。特别是到了科技手段高度发达的今天，影视、网络和多媒体的普及，配合传统的印刷文化，使得图像成为传递信息的主要载体。从远古时期旧石器时代的洞穴艺术，到古埃及、中国、印度、希腊和巴比伦所创造的灿烂文化与文明，到近代及现代图形设计概念的导入，图形成了传递信息及表达情感的重要载体。

二、图形的定义

那么什么是图形呢？从实际形成来看，下面所列的都可以称为图形：

1. 人类眼睛所看到的景物；
2. 用摄像机、录像机等装置获得的照片、图片；
3. 用绘图机或绘图工具绘制的工程图、设计图、方框图；
4. 各种人工美术绘画、雕塑品；
5. 用数学方法描述的图形（包括几何图形、代数方程或分析表达式所确定的图形）。

可以看出，图形有一个宽泛的范围，它既包括了描述图形，也包括了自然图形。对于描述图形来说，这是计算机图形学早期重点解决的问题，它包括各种几何图形，由函数式、代数方程和表达式所描述的图形。然而，目前，计算机图形处理的范围已经远远超过了用数学方法描述的图形，它已经从纯粹的“图”的概念进入到了动态的“形”的深度。所以，从广义上讲，它还包括自然图形，即景象、图像、图案、图片以及形体实体。

图形设计的概念正式形成于上个世纪六十年代初，英文“图形”一词是“Graphic”，它的词义是：由绘、写、刻、印等手段产生的图像记号，是说明性的图画形象，以别于词语、语言、文字的视觉形象，是介于文字和绘画之间的视觉语言。“图形”一词在《辞海》中其词义是“用线条、颜色描绘的事物形象”。在设计理念中，它不同于单纯的标识、图案，它既不是一种单纯的标志、记录，也不是单纯的符号，更不是单一以审美为目的的装饰，而是在特定思想意识下对视觉元素有意识地刻画和表达，具有美学意义上的升华，富有深刻寓意的哲理，能给人们以启示。视觉传达设计中的图形，其概念既可以从视觉文化的宽泛的景观去认识，也可以从形式语言的构成特指去解读。现在随着计算机的普遍应用，大量图形都用计算机来绘制，这时的图形是由点、线、面、体等几何要素和明暗、灰度（亮度）、色彩等非几

何要素构成。所谓的图形就是从客观世界中抽象出来的带有灰度或色彩及形状的图或形。这是计算机图形学当中图形的概念。

今天，我们所说的图形设计是多种科学交叉的产物，它超越了一般造型的审美限度，集现代哲学、视觉心理、艺术造型、语言符号、信息传播、市场营销等学科于一体。它以固有的属性，构成了现代信息传播中的特殊文化现象。

图形创意设计实际上是通过可视的设计形态来表达创造性意念的一种说明性的视觉符号，也就是把设计思想通过创意、造型转化为信息传达的载体，并通过印刷或媒体进行复制和传播的视觉形式。现代设计在经济推动方面的作用日趋重要，相应的，承载设计的媒介日趋多元化。图形设计的范围亦从昔日的海报、报纸杂志和商品包装等扩展到摄影图形、影视图形、计算机图形、环境图形等方面的设计。

最后，对图形的概念的界定，考虑到与“图案”、“图画”、“图像”、“图法”、“图式”的区别，应具有专门性和独特性，进而仔细考虑具有图形性质与意义的关于特指的“图”的发展过程和演化现状，并根据视觉传达设计学科的特征进行分析辨识。于是我们可以产生这样的认识：就功能而言，图形的主要价值在于信息的视觉承载与形式传达、传播，并与图像的记录性、图案的装饰性、图画与图法的说明性、图式的风格性相区别；就意义表达而言，图形在某种程度上即是创意的同义语，它十分讲究采用象征、寓意、隐喻、文脉等修辞手法的运用，赋予视觉形象与形式单纯或复杂的信码与译码，实际上是采用意象组织的方式；就构成手法而言，图形的经典手法是同构，其中同质同构是同一性质的物象的局部拼贴，异质同构是不同性质的物象的碎片的叠加、错构与编织，这种构成是一种视觉的游戏；就技术手法而言，图形可以用摄影、绘画、符号、纹饰、卡通、版画、素描及印刷肌理或某些装饰技法乃至涂鸦笔触完成。

三、图形的特征

从以上对图形的定义，我们看到图形有着宽泛的一面，包罗视觉传达设计中所有关于“图”的类型与样式，这里面有摄影、图案、字体、影像、符号、绘画、插图、地图、表格、卡通、制图表达手法等。但是在今天的设计活动中，图形应该有着更明确的，属于自身的身份特征。本书认为，图形有以下三个特征：