

著 何 靖

图形创意

合肥工业大学出版社

著 何 靖
合肥工业大学出版社

图 形 创 意



图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意 / 何靖著. — 合肥: 合肥工业大学出版社, 2006.8

(现代设计艺术丛书)

ISBN 7-81093-459-7

I.图... II.何... III.构图 (美术) IV.J061

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 094929 号

现代设计艺术丛书 (第二辑) 编纂委员会

主 任: 钟玉海

委 员: (以姓氏笔画为序)

万藤卿	方福颖	刘继潮	刘明来	刘咏松	吕 慧
孙志宜	孙晓玲	庄 威	汪 洋	余 进	陆 峰
陆开蒂	陈亚峰	陈海玲	杨 帆	陈 可	孟卫东
周小平	胡是平	胡祥龙	钟玉海	郭 凯	黄 凯
詹学军					

策 划: 方立松



形 创 意
Graphics Creation

图 形 创 意

著 何 靖

责任编辑 方立松

出 版 合肥工业大学出版社
地 址 合肥市屯溪路 193 号
邮 编 230009
电 话 总编室: 0551-2903038
发行部: 0551-2903188
网 址 www.hfutpress.com.cn
E-mail press@hfutpress.com.cn

版 次 2006 年 10 月第 1 版
印 次 2006 年 10 月第 1 次印刷
开 本 889 × 1194 1/16
印 张 6
字 数 170 千字
发 行 全国新华书店
印 刷 安徽联众印刷有限公司

ISBN 7-81093-459-7/J · 39

定价: 39.00 元

如有影响阅读的印装质量问题, 请与出版社发行部联系调换

设计素描
设计色彩
图案设计
装饰艺术
平面构成
色彩构成
立体构成
标志设计
广告设计
包装设计
形象设计

室内设计与应用 CIS设计
装饰材料与构造 展示设计

现代设计艺术丛书

Morden Design Art Series

责任编辑：方立松 装帧设计：高原

合肥工业大学出版社

设计概论 室内陈设设计 环艺设计表现
设计思维 环艺模型制作 工业设计表现
造型基础 青铜艺术设计
字体设计 动画场景设计
图形创意 动画角色设计
摄影艺术 人机工学与设计
版式设计 人物形象与化妆
插图艺术
POP广告
印刷工艺
型录设计
饰品设计
动画技法
网页设计
家具设计
装饰雕塑
景观设计
设计赏析

设计艺术是个有中国特色的词语，在国外这一学科仅被称为“设计”。“设计”更多的是服务于人的生活，“艺术”则会让人得到美的启迪与享受。设计艺术学科是实用艺术与纯艺术、自然学科、人文社会学科、科学技术等交叉的产物，它融合了众多的学科。虽然设计艺术在不同的时代会赋予其不同的含义，但设计艺术的核心特征还是在实践。

我国的设计艺术教育经过20多年的探索与发展，正逐步走向成熟。21世纪，人类面临着知识经济的新时代，我们的设计艺术教育应如何开拓学生的视野、加厚学生的文化底蕴、激发学生的创造力，培养与时代发展同步的高素质、创造性的复合型人才，是重构设计艺术教育观念中亟须解决的突出问题。

现代设计艺术教育应立足于教学、实践、科研于一体的形式，提倡学生在实践中学习、在研究中学习、在应用中学习。由合肥工业大学出版社组织编写的现代设计艺术丛书，结合了大量的教学与实践成果，不仅强调基础理论知识、基本技能的重要性，还强调培养创造力与适应时代的综合能力，这套丛书的出版无疑会对现代设计教育起到一定的促进作用。

设计艺术教育水平可以反映一个国家的经济发展水平，我国的设计艺术教育除了吸收西方设计教育的基本要素之外，应更多地整理和研究中华民族传统文化中的精髓，对设计艺术教育观念进行不断地更新和发展，努力构建具有中国特色的设计艺术教育体系，以适应新经济发展对设计艺术教育的要求，为培养更多的具有国际文化视野、中国文化特色的创造性设计人才做出应有的贡献。



清华大学美术学院教授 博士生导师

《装饰》杂志社主编

2006年4月

图形创意 Graphics Creation

前言

德国当代图形设计大师霍尔戈·马蒂斯教授曾经说过：“一副好的设计应该是靠图形语言，而不是靠文字来注解。”所以说，图形是平面设计的关键，它的好坏直接影响了作品的整体效果和内在张力。图形语言是一种最直接、最容易传达的视觉语言。

图形创意是平面设计创造性主意的视觉性表现，通过设计师的独具匠心可以将普通的信息和概念转化成生动的视觉形象，从而去感染人，给人留下深刻的印象。图形创意是一个“以意生象，以象生意”的过程，即根据内容创造形态，通过形态传达内容。

未来世界是图形的世界，图形传达以其自身的优势将会为人们越来越重视，而对于从事设计艺术行业的人来说，努力寻求与探索新的图形表现形式和主题，为创造平面设计新的造型语言和观念服务，就显得尤为重要了。

本书是编者几年来从事图形创意教学和研究过程中的一些经验体会，同时参考了同行专家、学者的著作（书后一一列出），在此表示感谢。安徽商贸职业技术学院艺术设计系王茵雪老师（编写第一章）、张翀老师（编写第六章）、孙湛老师（编写第七章）参与了本书的编写，在此一并致谢。

由于编者水平有限，书中难免有错误疏漏之处，敬请广大读者批评指正。

何靖

● 目录

● 序

● 前言

● 第一章 图形概述

第一节 图形的起源与发展 1

第二节 图形的定义 4

第三节 图形传播的意义 5

第四节 从视觉感知到图形创意 6

● 第二章 图形的组织与形式

第一节 图形语汇 7

第二节 图形设计“形”的发现 13

第三节 图形组合构成 15

● 第三章 图形创意思维

第一节 图形创意思维的概念 19

第二节 图形创意思维的特征 20

第三节 图形创意思维的方式 23

Contents

目 录

● 第四章 图形的种类

第一节 同构图形 33

第二节 共生图形 43

第三节 正负图形 45

第四节 悖论图形 48

第五节 矛盾空间图形 51

第六节 异影图形 53

第七节 延异图形 55

第八节 文字图形 57

● 第五章 图形创意的基础训练

第一节 图形的循环联想 62

第二节 概念的多向发想 63

第三节 特定形空间的想像 66

● 第六章 图形创意的表现

第一节 形式美感 68

第二节 手绘表现 71

第三节 电脑表现 73

● 第七章 图形创意的应用

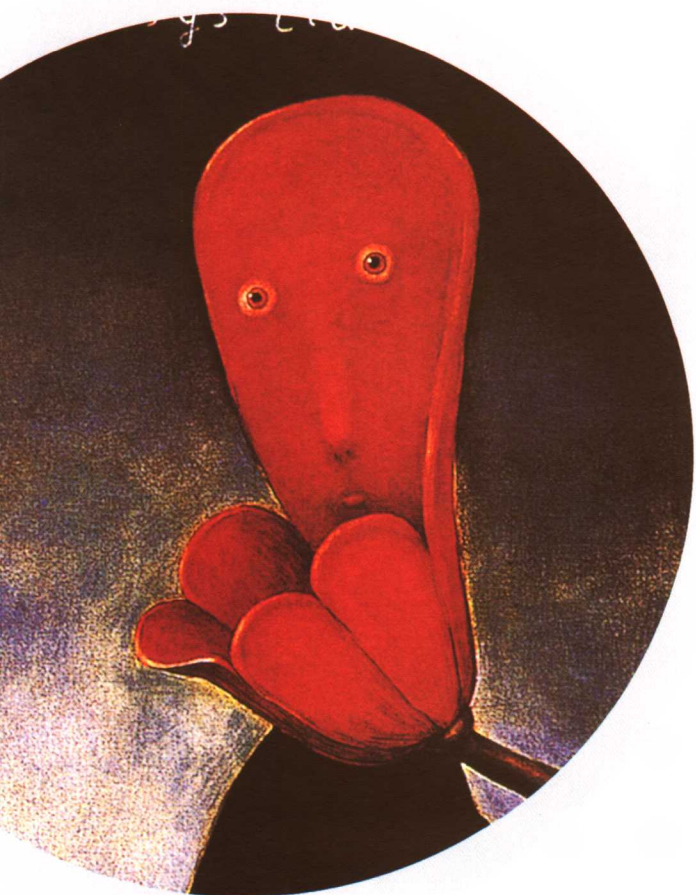
第一节 图形创意在标志设计中的应用 75

第二节 图形创意在广告设计中的应用 78

第三节 图形创意在书籍装帧设计中的应用 83

第四节 图形创意在包装设计中的应用 86

● 参考文献



第一章 图形概述

第一节 图形的起源与发展

图形的起源可以追溯到人类的远古时期，从已发现的4000—8000年前的象形文字可以判定，图形的出现要比文字的出现久远很多，早在原始社会，人类就开始以图画为手段，记录自己的思想、活动、成就，表达自己的情感，进行沟通和交流。这一点贯穿于图形从产生到今天的每一个时期和阶段。

远在原始社会，人类就产生了对于图形的兴趣。他们力图把各式各样的图形反映出来，目的主要是获得美学上的意义和实用价值。根据出土文物可知，在5500年前的埃及，人们生产的陶器上已有丰富多彩的几何图形，非常美丽。1953年，在我国的安徽和浙江，也发现许多新石器时期的陶片，上面就有方格、米字、回字等几何图形。有人认为陶器上的各种图形对于文字的形成有一定影响，而这些图形也许还有一定的宗教含意。除此以外，在河南安阳殷都废墟上发掘出来的车轴，上边也刻有多边形图案。在陕西西安半坡村，考古学家

发现一处距今约六七千年以前的氏族村落遗址。这个村落的房屋有圆形和方形两种,每座房子的面积约为十多平方米。这说明,我国劳动人民很早就对方圆有一定的认识。以上提到的图形,都可称得上是人类最原始的图形。

原始装饰中具有普遍意义的是“图腾”(Totem)。图腾原为印第安语,意为“他的家族”。它大约与氏族公社同时产生。在原始社会中,每个氏族往往采取一种动物(或植物)作为本氏族的标志,并认为他们的祖先是由这种图腾演化来的,因而保护他们,使他们的子孙繁衍。这是人们在生产力非常低下的情况下,把自然人格化,并赋予一种想像的超自然的力量,以企求达到保护自己的作用。

这种图腾是最早的具有使用意义的一种装饰。

从法国南部和西班牙北部的洞穴艺术中,可以断定它们的萌芽和成长期,有近十万年的时间。先民们就在他们居住的洞穴、岩壁上刻画出家禽、野兽、狩猎的场景或群体化生活的情节图形,作为相互间联络、沟通、表达情感和意识的媒介,作为最原始意义上的图形起到记录时间和传播意念的作用。从这些图形,我们可以感受到早期人类先民们的精神和文化世界。这是图形用于视觉传达活动最早的文化现象。记事性原始图画,图形简练,是易于识别的特征符号。随着人类社会的进一步发展,人与人之间的交流日益频繁。原始简练的识别符号——特征图形已不能适应这种需要,于是人类就在寻找一种比较准确、系统、简便传播信息的视觉传达方式,不断对原始图形进行完善,渐渐地将文字从图形系中分离出来,经过不断简化图形特征,使之抽象化更强,成为一种符号——象形文字。(附图1-1、1-2、1-3、1-4、1-5)

在国外,图形设计已经成为一种专门的职业,图形设计师的地位已伴随着图形的表达方式所起的社会作用,日益被人们认可。20世纪中期,世界各国涌现出许多杰出的图形设计大师,如日本的福田繁雄、德国的视觉诗人冈特·兰保等等(图1-6、1-7),他们的作品充满了智慧,促进了世界语言的多元发展。

19世纪英国工业革命以来,视觉设计在销售商品、促进生产、提高生活质量、普及教育和科学技术等方面发挥了巨大作用,商业对促进其繁荣的视觉艺术提出了



图1-1
加拿大岩画



图1-2
阿尔及利亚
雅巴兰岩画



图1-3
大麦地岩画
符号天象

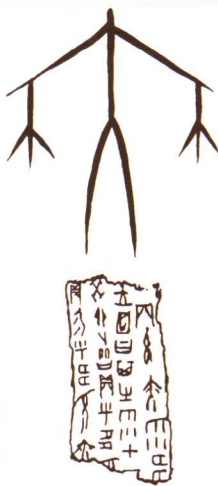


图1-4 甲骨文“舞”“祈雨”

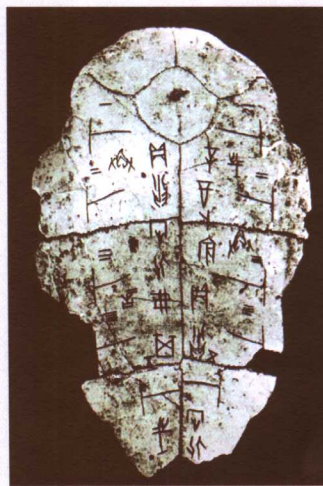


图1-5 先秦书法龟甲占卜文

新的要求。随着人们生活方式的改变,人的审美意识有了很大的变化,传统的绘画艺术语言已经不能满足和符合人们的视觉需要。这时候,出现了一代先锋艺术家,比如马格利特、埃舍尔、毕加索、达利等,他们的出现为欧洲的现代视觉艺术繁荣发展奠定了基础,也正是受他们的影响,使得一代视觉设计大师得到了灵感,确定他们在欧洲的影响,也带动了世界经济的发展。

中国的视觉设计以其美学意义上的典雅和功力形成了自己的风格,在国际设计界占据了一席之地。但在真正设计意义上的创造与西方相比还显得苍白。

图形演化经历了三个阶段

第一个阶段图形演化革命是在原始符号和原始文字的形成期,即原始符号演变成文字。第二个阶段图形的演化革命是源于西汉时期发明的造纸术和毕昇发明的活字印刷术,造纸术的发明促进了文字和图画的传播与应用,印刷术的发明使视觉信息得以批量化的复制。第三个阶段图形的演化革命源于19世纪欧洲的产业革命,特别是摄影技术的发明,由此带来的制版方式及印刷技术的革新。如今电子、数码、网络高科技的相继出现,图形才真正成为一种世界性的语言。人类信息传播的速度空间迅捷,范围已经达到世界的每一个地区,信息受众为每一个人。

正是经历了三次重大革命和无数次变革,图形进入了设计的学科领域,图形设计有了巨大的飞跃。(附图1-8、1-9、1-10、1-11、1-12、1-13)



图1-6 门房 约翰·格瑞达

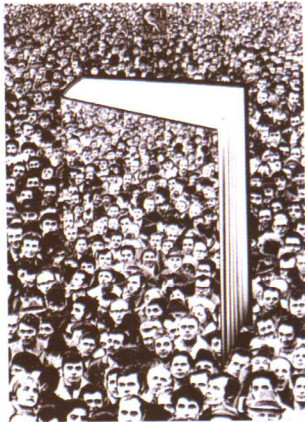


图1-7 戏剧海报 冈特·兰保

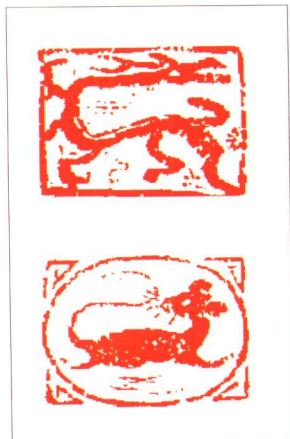


图1-8 中国古代肖形印

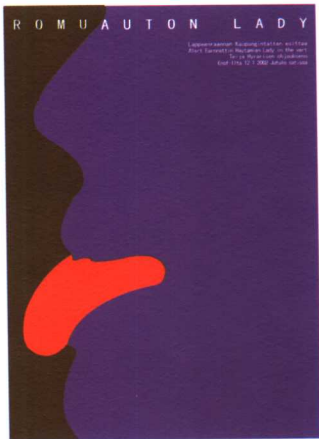


图1-9 海报 Loiri Pekka

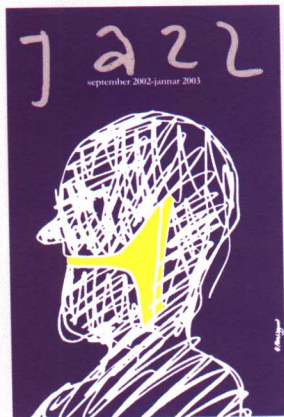


图1-10 爵士乐系列招贴
Nygaard Finn

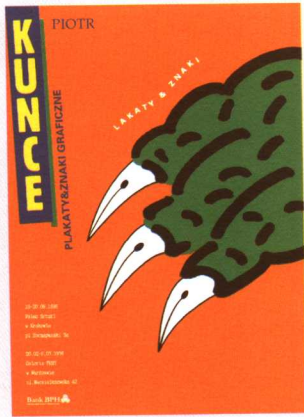


图1-11 海报 Piotr J.Kunce



图1-12 海报 Piotr J.Kunce



图1-13 海报
阿莱克·克里斯坦

第二节 图形的定义

一、图形释义

什么是图形呢?“图形”在英文中为“graphic”,源于拉丁文“graphicus”和希腊文“graphikos”——其本质特征是由绘、写、印、刻等手段产生的图像记号,是说明性的图画形象;可以通过各种手段进行大量复制;是传播信息的视觉形式。

应该说现代“图形”是伴随着市场对视觉艺术的需求,设计师采用不同的表现方式,追求图形的原创性来增强图形视觉冲击力,形成了图形概念的明确指向。著名设计理论家尹定邦教授在《论图形的产生》一文中指出“所谓图形,指的就是图而成形,正是这里所说的人为创造的形象。”很明显图形的价值就是传达。

由此可见,图形与我们常说的文字、绘画、图案作品有本质的区别。较之文字、绘画作品更含蓄。绘画作品主要是为了创造美,反映社会生活或者宣泄情感。而

图形的功能性很强,是为了传播某种概念、思想或者观念而存在。由于图形是在创意思维的统筹下,表现形式不断更新,又明确区别于标记、标志、图案。它不是一种单纯的标识或符号记录,也不是以审美实用为目的的图案或装饰画。

综上所述我们可以得出图形的定义。图形是指所有能够用来产生视觉图像并转化为信息传达的视觉符号,是以应用各种技术手段,如绘、写、刻、印及经高科技成像等,大量复制、广泛传播视觉作品来达到传达设计师理念为最终设计目的。图形在传播中兼具美术与信息传递的双重功能,以提高人们的生活品质,满足人们日益增长的文化要求。这就给图形设计者提出了一个更高的要求。图形的发展是有限的,我们新一代的图形设计师不但应吸取前人手法的精华,还要以独特的观察以及令人吃惊的丰富灵感去开发新的图形领域,推动图形的发展。(附图1-14、1-15、1-16、1-17、1-18)

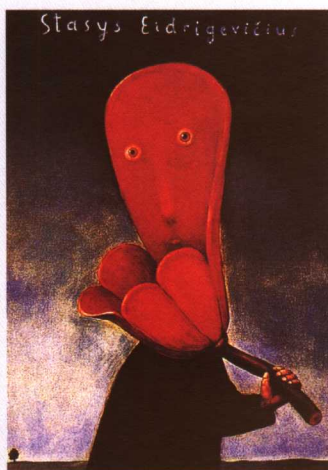


图1-14 展览海报 作者: 斯塔萨



图1-15 艾米利城市节日招贴画

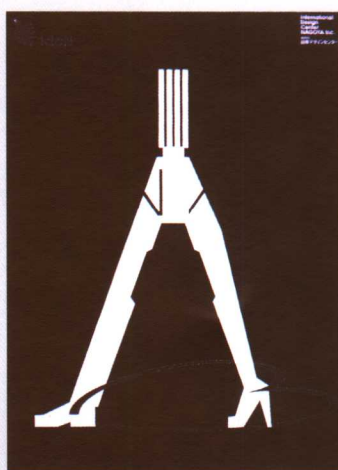


图1-17 插图平面设计



图1-16
当代艺术中心
展览招贴画

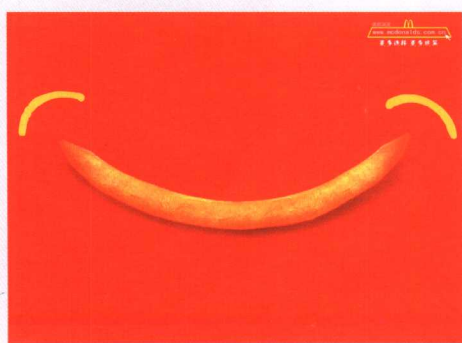


图1-18
mcdonalds
广告

二、关于图形

图形是视觉传达设计中最为关注的视觉焦点,是视觉传达设计传递信息、符号的重要组成部分,在人类社会生活中处处都充斥着丰富多彩、形态各异的图形。无论是商品包装、招贴广告,还是交通标识、服装设计,小到邮票、书籍,大到城市景观、建筑等等,图形随处可见,与人息息相关。图形设计是设计师针对某项具体内容进行构思与表现,是对图形的统筹把握;图形设计是设计师充分发挥其创意思想,体现设计师的设计观念,用富有创意的表达形式,达到传播目的。因此,我们对图形、图形设计、图形创意的理解,就应该客观和全面地认识,避免产生混淆与曲解。

图形反映的是现实生活的事物,是我们对客观自然界的认识和经验的体现,高明的创意设计师以其独到的见解与敏锐的感知力,所设计的图形同样都是现实生活中的事物,却能让人从图形中产生观念上的共鸣,挖掘出不同的滋味。要想达到如此水平,就需要设计者付出辛勤的劳动。首先要拓宽知识面,其次要有雄厚的专业理论知识和艺术素养。学习伊始,就要在图形和图形创意基础知识上下工夫,掌握视觉传播的形式特征,从设计观念上对图形的内涵加以认识。

图形语言是现代社会人与人之间交流与沟通的重要视觉语言形式,与文字语言相比,图形语言更形象、直观和具体,同时也更具有世界意义。任何国家、民族通过图形语言的直观表达,互相间有了了解,有了沟通,思维也超越了国界、地域和民族从而产生共鸣。图形是视觉传达设计表现的基础,它与文字、色彩同为构成视觉传达设计的三大要素。

图形的应用范畴原来只是在插图、书籍装帧和广告招贴中应用,而现代图形设计的应用范围就比较广泛,可以用于图表、标志、符号、装饰、包装、印刷、印染、报刊、杂志等众多领域。

第三节 图形传播的意义

从广义上解释图形语言,是指任何荷载信息的视觉形式都属于图形语言的范畴,只是不同的传播载体有不同的传播形式。狭义上解释具体的图形语言,是指形象、色彩、质感、量感等因素及它们之间的构成关系。

图形是视觉艺术信息载体的重要组成部分,是设计师通过构思后创造出的视觉语言。

图形语言的目的是互通信息。图形语言在信息传播中,以简洁、真实、直观的形象,承载着大量的信息,让人易于识别、记忆并产生影响,图形语言的生动性、直观性、象征性的表现特点让人毋庸置疑,它们的明晰性、记事性与设计师寻求图形表现个性的语言,弥补了因文字语言障碍的不足,帮助人理解、解释概念和传达思想,这种强大信息传播备受当今设计师和商业人士的重视,并为企业开拓市场、产生经济效益的重要手段之一。

一、传递信息直接有力

图形是一种图画式语言,通过图形的视觉传播,尤其是摄影、电视等实景图形,这种语言是靠图形说话,而不是靠文字来注释,是一种有助于视觉传播的简练而单纯的语言,使人们对图形所提供的信息一目了然,具有直观性,能直接呈现在你的面前,犹如事实的再现,可视性好。俗话说“眼见为实,耳听为虚”。人对图画或语言传达的信息可信度超过了纯粹的语言、文字,使它成为最具说明性和说服力的语言形式。此外,图形具有很强的可读性。人们在观赏、理解的同时,也认同于图形所传达的思想、内容。正如美国设计教育家弗里德曼(DanFriedman)的注释:“可视性注重语言信息传递的明晰性、可读性”。(附图1-19、1-20)

二、传递信息生动、准确

文字虽然能比较准确地记录和传播思想和信息,但不能消除信息传播过程中的模糊性。要消除这一点必须



图1-19 mcdonalds 广告

碍。而图形是具有世界性的,它可以超越国家民族间的语言障碍进行广泛的交流传播,因为构成图形的视觉元素大都来源于人类的生活或生存环境,它们是相同的或相似的。

第四节 从视觉感知到图形创意

人的眼睛有着接收及分析视像的不同能力,从而组成知觉,以辨认物象的外貌和所处的空间(距离),及该物在外形和空间上的改变。脑部将眼睛接收到的物象信息,分析出四类主要资料:就是有关物象的空间、色彩、形状及动态。有了这些资料,我们可辨认外物 and 对外物做出及时和适当的反应。在人类进行思想交流和信息互通中,图示形态的表述是最直接、最有效的,这种图示形态就是我们通常说的“图形”。图形是信息传递系统中最基本的“语言”,是视觉传达的基础信息之一。

视觉对图形的感知是由三个方面的因素决定的,即物理现实、生理感知、心理反应。物理现实是指客观现实存在的物质图像;生理感知是指现实中的物质图像作为一个刺激物为视网膜所接受而形成视觉映像的生理现象,这种人的视觉感觉是对直接作用于感觉器官的事物个别属性的反映,同时人的视觉感觉过程同思维过程是密切联系的,所以对图形的感知不是简单的在视网膜上被动的接受。心理反应是指不同的视觉映像信息被传递到大脑,又经过判断、解释、快递,作用于人的心理并做出某种判断及延伸性解释的现象,这种现象是建立在人的知觉基础上的复杂心理体验的综合反应。图像信息只有通过视觉感知传递后,经大脑进一步知觉,才能以图形的方式被人认知。

在一般认识中,图像与图形往往被人们认为是同种概念,其实不然。图像是物理现实的存在,是人类视觉感觉感知的基础因素。图形是人类通过有意识地对图像信息进行认识和判别,而后形成的总体认识。有了图形概念后,画面才能为人们所理解,才可以被人们有计划地运用。我们不难看出,图像具有现实性、自然性,图形更具有精神性、社会性。图形概念的形成是建立在图像存在的基础上的,图像的属性影响着图形所传递的信息内容。

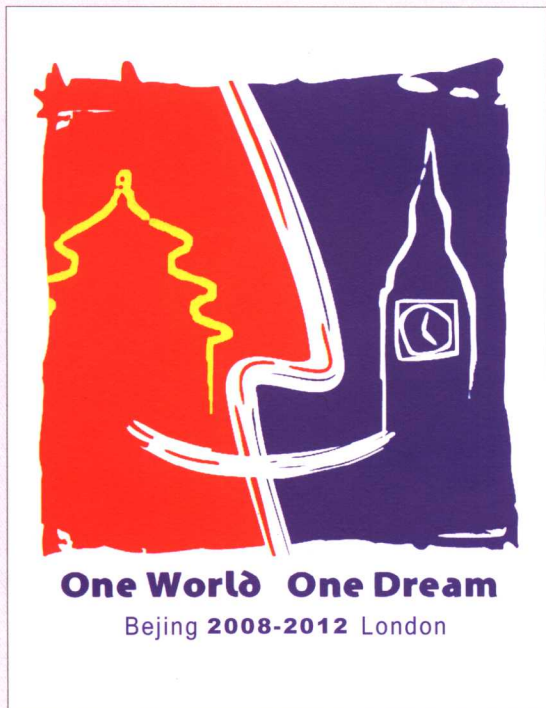


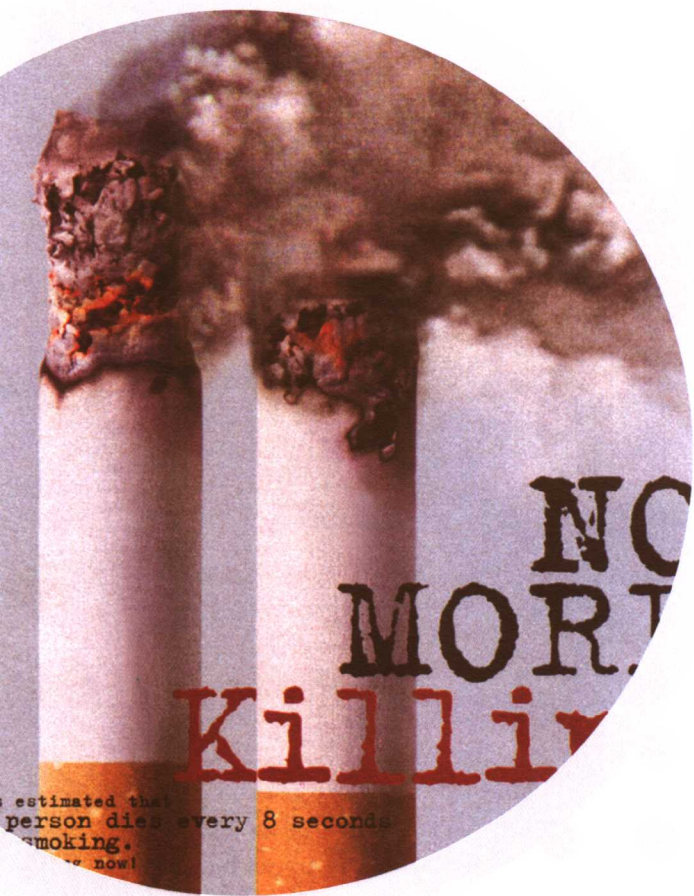
图 1-20 《2008—2012 共同梦想》招贴设计大赛作品

通过图形来确保信息的准确性,如图 1-20,左右两边的图形分别代表北京和伦敦,两者有机地结合,生动、准确地传达“one world,one dream”这样一个主题,这是文字难以达到的,由此可见,图形可以准确生动地再现、传播信息,使人们情绪受到感染,产生共鸣,并接受图像传递的信息。

图形是在传播信息和观众之间架起的一条互通的隧道,通过特定的传播媒介展示出来,除了图画式语言直接表叙主题内容外,还以人的视觉经验为基础,运用简洁的表达方式,透过图形的表象去发掘其深层的属性,拨动其内在的思想观念和精神内涵。尽管表现手法是间接的,但所构成的形象是直观的,并给观众留有遐想的空间,调动观众的视觉经验,勾起观众的心理感应之弦,激发联想,达到情感交流及思想的沟通,实现表象至深层的属性归居——传播信息,它明显有别于绘画作品的语言。

三、可以超越国家民族间的语言障碍

语言文字具有民族性、地域性,各民族都有自己独特的语言,这已成为世界各族人民沟通交流的一大障



第二章 图形的组织与形式

传播学告诉我们，要实现信息的传播，必须使用一定的传播载体（媒介）。一般而言，文字语言可以表现较为明确的概念，但是它使用的范围很有限，即只有在信息的传达者和接受者之间具有相同的文字语言认知能力时，才能实现顺利的信息传播。而且遇到一些具象、生动的意象，文字语言则显得无能为力。而图形语言则有着它独特的魅力。

图形语言这种传递信息的载体，正是依靠其优美的造型、艺术的构图、恰当的色彩，直观、形象地传播着信息、概念、情感，吸引受众的眼球。

第一节 图形语汇

一、图形语汇释义

图形语汇是视觉语汇的一种。

它如同文字语言中的字、词、句，舞蹈中的肢体动作，音乐中的音符一样，通过其一个个不同形状、性质的个体组合成无穷无尽的新形象，它以特有的说

明性、寓意性内涵成为图形创意的本体。

在图形创意中,图形语汇并不代表对象,而是事物的某种功能展现或者显示对象的一种概念。图形语汇首先是图像性特征,它是事物的表面形式或具备识别作用的局部特征。

在高度发达的社会传播机制中,图形语汇正是以其鲜明的视觉特点而具有文字语言无法比拟的优越性。它所转达的信息是经过传达者(通常为设计师)选择的并确定为传播内容的特定因素,它是设计师表达信息的重要途径。

图2-1至2-5中几幅作品是涂鸦大师凯斯·哈宁的作品,他以独特的图形语汇来表现对生活的认识、追求及个性化的遐想。画面富有激情和张力,似信手拈来,却又浑然天成。凯斯·哈宁已将图形中的点、线、面、色彩运用得恰到好处,也正是其对图形语汇的深刻理解所致。



图2-1

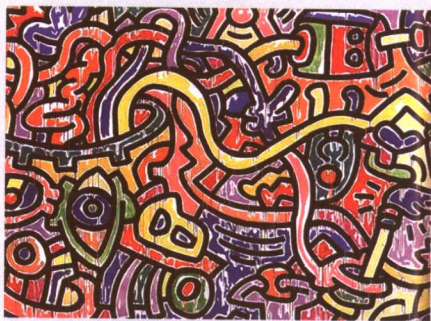


图2-2



2-3



图2-4

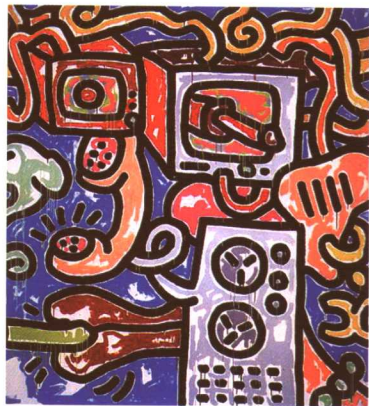


图2-5

二、图形语汇的性质和特征

图形语汇比文字语言表达更为直观,它与文字语言的主要差别在于,文字表达要受到语言系统地域性特点的限制,而图形语言大多源于人类生活或生存环境,它们是相同或相似的。因此它可以超越地域和时空,为不同语言背景的人们提供交流的方便。所以,图形这种语汇具有全球性。例如图2-6的环保招贴,十字架是一种“帮助”、“营救”的形象代名词,将十字架染上绿色,其义不言自明。不过,图形语汇在某种情况下还具有一定的民族性,著名的德国“视觉诗人”冈特·兰保做了大

HELP!



图2-6 环保招贴