

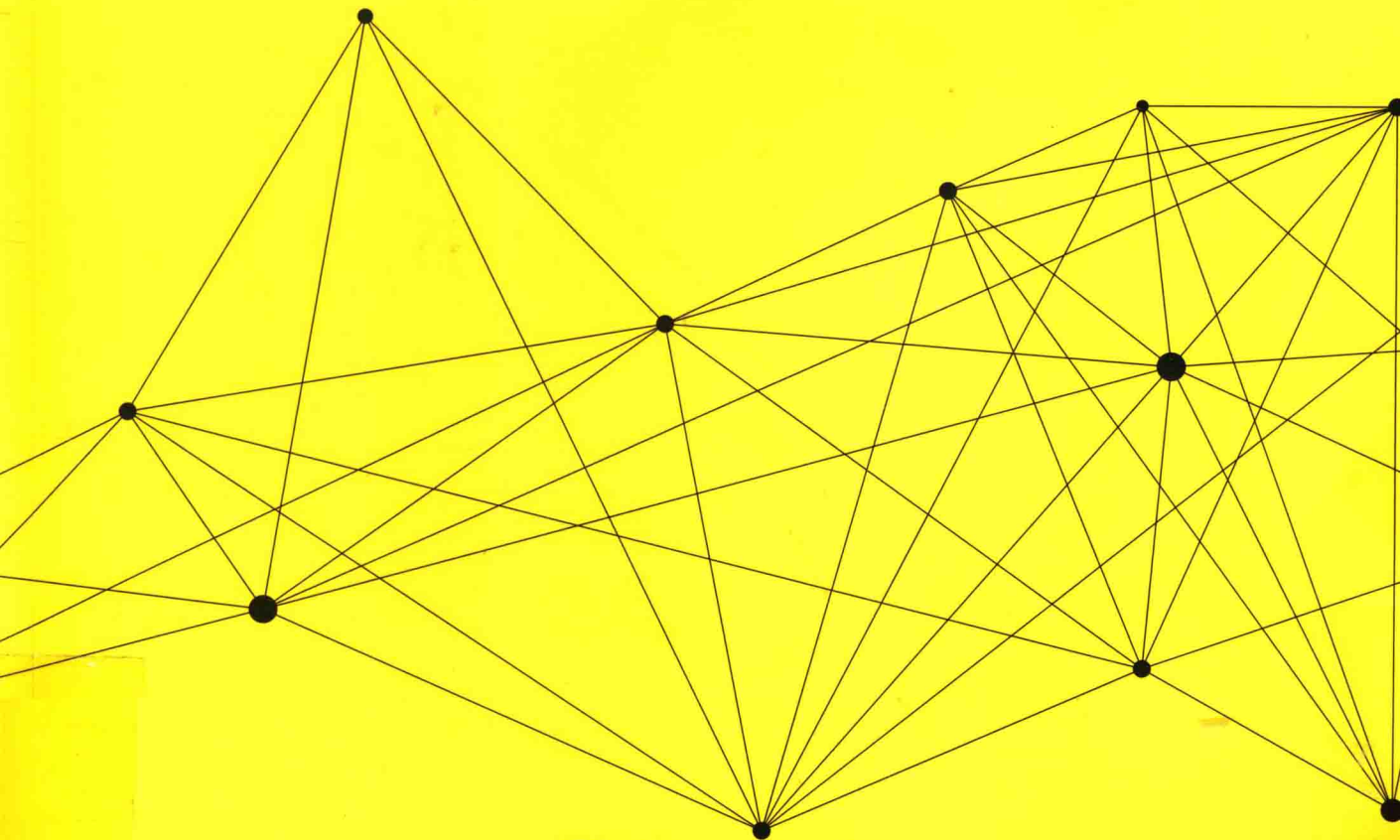


高等院校艺术设计类“十二五”规划教材

GRAPHIC DESIGN

图形创意设计

主编 吴利锋 严浪



中国海洋大学出版社
CHINA OCEAN UNIVERSITY PRESS

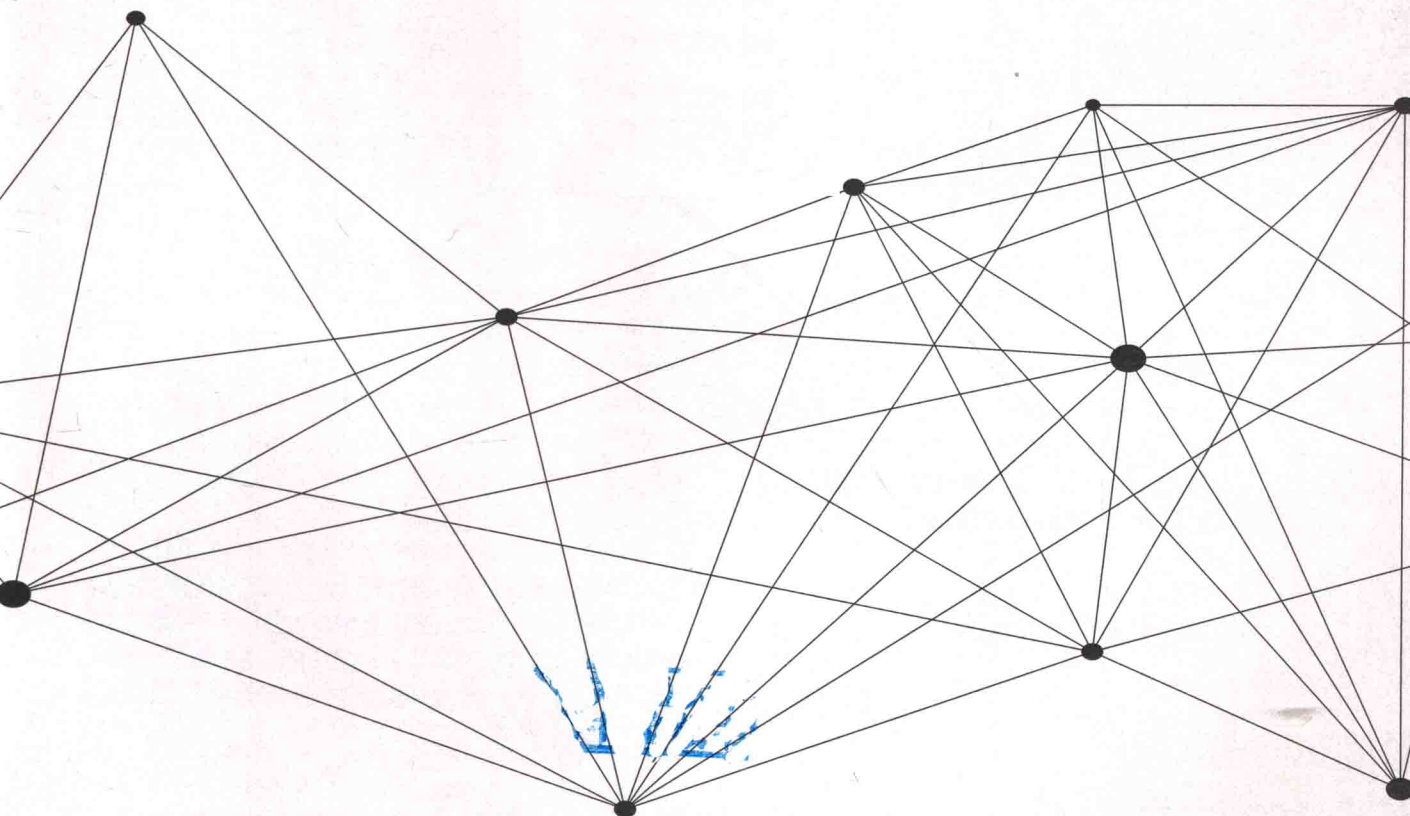
高等院校艺术设计类“十二五”规划教材



GRAPHIC DESIGN

图形创意设计

主 编 吴利锋 严 浪
副主编 杨 翼 肖娅晖 荆世鹏 吴 佳



中国海洋大学出版社
· 青 岛 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意设计 / 吴利锋, 严浪主编. — 青岛: 中国海洋大学出版社, 2013.8

ISBN 978-7-5670-0394-1

I. ①图… II. ①吴… ②严… III. ①图案设计 IV. ①J51

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 191684 号

出版发行 中国海洋大学出版社
社 址 青岛市香港东路 23 号
出 版 人 杨立敏
网 址 <http://www.ouc-press.com>
电子信箱 tushubianjibu@126.com
订购电话 021-51085016
责任编辑 郑雪姣
印 制 上海汉迪彩色印刷有限公司
版 次 2013 年 9 月第 1 版
印 次 2013 年 9 月第 1 次印刷
成品尺寸 210mm×270mm
印 张 10.5
字 数 172 千字
定 价 45.00 元

邮政编码 266071

电 话 0532-85901092

前言

为了加强本书作为高校艺术设计类专业教材的应用性,适应课程改革的需要,并有效提升图形创意设计课程教学的质量,本书编写组在图形创意课程改革研究的基础上,历经近十年的沉淀与酝酿,紧扣图形创意设计课程的目标、性质和任务等关键要素编写本书。

作为术语,专业主干课程已广为高等教育的研究工作者所使用,即高等学校专业教学计划中起核心作用的课程,与高校的公共课程和专业一般基础课程不同,主干课程是标志一个专业之所以成为独立的专业,并且得以与其他专业相区别的主要课程。拥有一定数量和质量的主干课程是专业存在的必要条件。专业的建设和发展,很大程度上取决于主干课程的建设和发展^①。一般而言,视觉传达专业的主干课程有设计思维与造型、图形设计(图形创意设计)、文字设计、版式设计、标志与品牌设计、书籍设计、包装设计、广告设计等。由此可见,图形创意设计是视觉传达设计专业的基础设计课程和主干课程之一。

课程目标是课程教学要解决的关键性问题,那么图形创意设计课程究竟要解决什么问题呢?我们认为,培养学生能够运用独特的创意和表现方法设计图形,以利于准确表达设计主题,简而言之,培养学生用视觉艺术的手法将语言翻译成图形的能力。以研究内容关系为视角来看,视觉传达设计专业的课程体系由“造型基础、设计基础、基础设计、专业设计”四大类别课程群建构而成^②。造型基础是研究视觉与技术(材料、工艺、结构)的关系,主要研究形态与色彩。设计基础是研究技术与功能(物质功能、对人的功能、对环境的功能)的关系,主要研究原理、技法、思维、概念等知识和技能。基础设计是研究功能与视觉(物、人和环境系统)的关系,主要研究设计元素之间的创意和谐关系。专业设计是研究设计与经济领域的关联,主要研究设计在商业媒体中的应用。

课程任务是为了达到既定的课程目标、教学所采取的必要路径与所要完成的主要学习过程。图形创意设计课程的主要任务有三个:一是要掌握基本理论知识,理解图形的概念与特点,了解图形设计的起源与发展,理解图形传播的价值与意义,了解国际图形设计大师和部分新锐图形设计师及其

作品特点,掌握图形创意设计的方法和程序;二是完成课程实践训练,运用图形创意与表现的方法,针对设计主题进行图形设计实践;三是以项目为内容,以作品为形式,进行教学效果的综合考核与评价。

本书的特点如下:从内容上看,它弥补了现有教材和市面相关书籍内容以图形的创意理论与实践为主而忽视了后期表现技法和设计实践的不足。从案例上看,本书除了选用经典案例外,还大量选用了近年国际、国内参展或获奖的作品,举一反三,信息量大,内容充实。在图形的分类问题上,本书创造性地采用了以学科大类为逻辑,将图形分为自然图形、社会图形和艺术图形三大类。而艺术图形中又以造型维度为纵向逻辑,以具体艺术表现形式为横向思维,将艺术图形分为二维、三维和四维三大类。在图形设计方法问题上,本书融合跨学科概念,深入浅出地将图形设计的理念系统而多元地展现出来,丰富了图形设计的理论,全方位地引导学生学习图形设计的理论与实践。

本书在编写的过程中,引用了一些精彩观点和图片,但有部分作品,难以找到出处,恕不能列出作者姓名,在此表示诚恳歉意。

由于作者能力所限,书中难免有不足之处,欢迎广大同仁和专家批评、指正。

编者

2013年6月

① 张焕庭.教育辞典[M].南京:江苏教育出版社.1989.第238页.

② 吴利锋.艺术设计人才培养与专业课程改革思路研究[J].艺术教育,2013(02),136~137.

内容简介

本书以图形设计艺术为核心内容，分为认识基础、设计程序和设计鉴赏三大模块，包括6章，分别从设计者、设计过程以及设计作品的角度，阐明了图形创意设计的一般规律，加深了人们对图形设计艺术的了解。本书总体结构如下：

第1章 概述。介绍了图形的概念与特点，图形设计的起源与发展以及图形传播的价值与意义等内容。

第2章 图形的创意定位。介绍了主题分析、理念引入、思维发散和提炼整合等前期创意环节。

第3章 图形的草图呈现。介绍了理念的形象化、图形的形式化的一般方法。

第4章 图形的艺术表现。介绍了二维图形、三维图形以及四维图形的经典艺术表现手法。

第5章 图形的视觉优化。介绍了运用计算机图形设计软件对图形形态的优化与调整以及对图形色彩的匹配与调和的方法。

第6章 图形设计作品赏析。介绍了国际设计大师作品以及国内优秀设计作品。

本书既可作为应用性本科院校和高职高专院校艺术设计、视觉传达设计、广告设计等专业的课程教材，也可作为平面设计师、广告设计师和艺术工作者的学习参考书。

课时分配建议

总课时：64

章 节	内 容	建议课时	
		理 论	实 践
第1章	概述	4	6
第2章	图形的创意定位	2	4
第3章	图形的草图呈现	6	6
第4章	图形的艺术表现	8	8
第5章	图形的视觉优化	8	4
第6章	图形设计作品赏析	4	4

目 录

Contents

第1章 概述.....001

1.1 图形的概念与特点.....001	001
1.1.1 图形的概念.....001	001
1.1.2 图形的分类.....005	005
1.1.3 图形的特点.....008	008
1.2 图形的设计起源与发展.....011	011
1.2.1 图形的起源.....011	011
1.2.2 图形的发展.....013	013
1.3 图形传播的价值与意义.....014	014
1.3.1 作为核心形象要素广泛地应用在现代设计领域之中.....014	014
1.3.2 作为万能语言有效地传播在信息交流之中.....019	019
小结.....020	020
思考与练习.....020	020

第2章 图形的创意定位.....021

2.1 主题分析.....021	021
2.1.1 信息资料的调查收集.....022	022
2.1.2 现场体验与资料分析.....022	022
2.2 概念引入.....023	023
2.2.1 搜索关键词.....024	024
2.2.2 灵感顿悟.....024	024
2.3 思维发散.....025	025
2.3.1 思维导图.....025	025
2.3.2 头脑风暴.....026	026
2.4 提炼整合.....027	027
小结.....028	028
思考与练习.....028	028

第3章 图形的草图呈现.....029

3.1 概念的形象化.....029	029
3.1.1 形象相关性联想.....029	029
3.1.2 形态的草图描绘.....030	030
3.2 图形的形式化.....031	031
3.2.1 图形的创意构成法则.....031	031
3.2.2 图形的形式美法则.....042	042
小结.....044	044
思考与练习.....044	044

第4章 图形的艺术表现.....045

4.1 二维图形的艺术表现.....045	045
4.1.1 矢量绘图表现.....045	045
4.1.2 摄影表现.....046	046
4.1.3 拓印表现.....047	047
4.1.4 印章表现.....048	048
4.1.5 印染表现.....049	049
4.1.6 水墨表现.....050	050
4.1.7 绘画表现.....051	051
4.1.8 唐卡表现.....060	060
4.2 三维图形的艺术表现.....061	061
4.2.1 材质拼贴表现.....061	061
4.2.2 计算机三维建模表现.....062	062
4.2.3 装置表现.....064	064
4.2.4 雕塑表现.....065	065
4.2.5 陶泥表现.....066	066
4.2.6 纸塑表现.....068	068

4.2.7 布艺与刺绣表现	069
4.3 四维图形的艺术表现	072
4.3.1 行为艺术表现	072
4.3.2 影视表现	075
4.3.3 虚拟现实表现	079
4.3.4 全息表现	081
小结	082
思考与练习	082

第5章 图形的视觉优化083

5.1 形态的优化与调整	083
5.1.1 图形设计中容易出现的形态问题	083
5.1.2 形态优化与调整的方法	085
5.2 色彩的匹配与调和	097
5.2.1 图形设计中容易出现的色彩问题	097
5.2.2 色彩匹配与调和的方法	100
小结	115
思考与练习	116

第6章 图形设计作品赏析117

6.1 设计大师作品赏析	117
6.1.1 德国冈特·兰堡作品	117
6.1.2 日本福田繁雄作品	120
6.1.3 美国西摩·切瓦斯特作品	124
6.1.4 金特·凯泽作品	129
6.1.5 尼古拉斯·特罗斯勒作品	131
6.1.6 佐藤晃一作品	135
6.1.7 永井一正作品	136

6.1.8 田中一光作品	138
6.1.9 卡里·碧波作品	139
6.1.10 艾伦·弗莱彻作品	140
6.1.11 安尚秀作品	141
6.1.12 秋山孝作品	142
6.1.13 韩家英作品	143
6.1.14 靳埭强作品	146
6.2 优秀设计作品鉴赏	149
6.2.1 新锐设计师作品	149
6.2.2 师生作品	154
小结	159
思考与练习	159

参考文献161

第1章 概述

教学目标

通过本章学习，学生能够掌握图形的概念与特点，了解图形设计的起源与发展及图形传播的价值与意义，对图形设计产生浓厚的兴趣，树立科学的现代图形设计观。

重点与难点

重点：图形的概念与特点

难点：图形设计的起源与发展

图形传播的价值与意义

1.1 图形的概念与特点

日常生活中，有不少图形往往让我们耳目一新、驻足神往。但是人们有时并不清楚什么是好的图形设计，为什么它们会有如此的魅力吸引着我们的眼球、影响着我们的生活？追根溯源，图形与文字、与其他设计到底有什么样的联系与区别？我们应该怎样界定这一概念？

图形其实是一种有别于文字的符号，它具有直观性、生动性、艺术性、准确性、广泛性的特点。

1.1.1 图形的概念

从词源角度看，“图形”一词有许多可供参考的概念。

《宋书·礼志四》中有：“自汉兴以来，小善小德，而图形立庙者多矣。”这里的“图形”指的是画出的形象、图样。

《辞海》中，“图形”被解释为“用线条、颜色描绘的事物形象”。

《现代汉语词典》中，“图形”被解释为“在纸上或其他平面上表示出来的物体的形状”。

英文中，“图形”称为“graphic”，它源于拉丁文“graphicus”和希腊文“graphikas”，是指书画刻印的作品，或说明性的图画。“graphic”有“印刷”的含义，它是一种可以通过印刷及种种媒体大量复制和广泛传播的，用以传达信息、思想和观念的视觉形式。

从上述解释中可以看出，对于图形概念的解释会因社会环境、历史局限和侧重点的不同而不尽相同。现在，“图形”的概念已经从图样、描绘的事物形象拓展到了可以使用现代化技术——电脑、摄影等制作来表达设计者意图的图形；从平面上的表现发展到了立体及有声、光、电的三维图形以及具有时间维度的四维图形；从印刷及媒体的大量传播扩展到了包括多媒体等现代媒介全方位的传播，图形在现代社会不管是从广度还是深度上都有着更多的含义。

我们可以把图形的概念表述为：图形是承载设计者思想并用来传递信息的，能通过



图1-1 《下楼梯的裸体女人》 杜尚



图1-2 《向日葵》 梵高

各种手段如绘、写、刻、印及高科技成像技术、摄影等进行大量复制并进行广泛传播的一种图像符号。

它包括以下几层含义。

(1) 传递信息

图形的主要价值在于信息内容的视觉承载与形式的传达、传播，一切作用于信息传达的视觉形式都属于图形语言的范畴。尽管绘画艺术有着符号般的视觉形式，亦是图形设计的表现技法之一，从以下几方面看，图形设计有别于纯绘画艺术：

① 从创作出发点来看，图形设计与绘画艺术创造有着本质的不同。艺术作品所表现的是艺术家的思想和情感，它并不苛求他人的理解与共鸣，有许多艺术家在他们的时代是不被世人所认同的，如杜尚、梵高等，这是因为他们侧重表现的是自己内心的感受和对事物的独特理解（图1-1、图1-2）；而图形存在的意义则不仅仅是表现设计师个人的情感，它强调的是与他人交流，将思想观念通过视觉媒介传达给受众，如何使受众注意并能正确理解图形背后的信息，这才是设计者所要考虑的问题。艺术家可以张扬个性，而一位优秀的图形设计师不仅要在作品中体现自我的设计风格，更重要的是要表现出普通观众认可的“共性”，只有“共性”与设计师自我“个性”并存的图形设计才能更有效地发挥出图形所具有的大众传播信息的功能。图1-3是一则系列公益广告，采用了绘画的手段，用儿童的视角再现了地震之后对家园重建的坚强信念，很好地表达了“‘5·12’我有一个理想”的主题。图1-4是系列商业广告图片，尽管采用了素描绘画的表现手段，但其使用了强力对比手法：a. 一个国家队运动员与13亿人民；b. 彩色摄影表达的运动员与炭笔素描刻画的群众；c. 一个个运动员名字（胡佳、郑智、隋菲菲）与13亿人；d. 阿迪达斯与北京奥运。设计师把品牌信息表现得淋漓尽致，深刻地烙印在人的脑海里。

② 从训练方法上看，图形与绘画也应该予以区别。绘画往往强调形式感、空间感，强调画家对事物的独特感受。图形设计则往往寻求对事物的概括能力和独特的表达能力。如上面的商业广告的图形设计中，图形的表达往往要与商品的实际利益挂钩，所以这时的图形设计



图1-3 《“5·12”我有一个理想》 杨毅弘



图1-4 Adidas China 2008平面广告 麦肯光明广告 莫康孙

计要为商品服务,它所要求的图形设计是符合商品利益点的,要不就是利用图形之间形的相似而唤起观者的注意,要不就是利用图形之间内涵的相似唤起观者情感的共鸣,只有引起受众反映、接受、认同并引起购买的图形设计才是有意义的。其他许多领域的图形设计也一样,图形要与市场一致,它既要体现设计师对事物的理解,也必须获得受众共鸣。所以在训练方式上,绘画往往强调画面的空间感,强调怎样通过技法表现事物的面貌,表现艺术家内心的狂热;但是图形设计要求设计师有很强的图形概括能力和结合图形或创造图形的能力,它要求设计师会从生活中提炼图形、演化图形和创造图形。

图1-5中,设计者提炼了学位帽与农村瓦房的造型特征,在形与形之间找到了图形的契合点。这就要求学生对事物特征有很强的概括能力和联想能力,并能在不同图形中寻找新图形的切入点。图1-6,采用借代的手法,将壶进行了变异,能从视觉上让人为之一震。

“壶”变形中,设计者用图形语言诠释了自己对“雅舍小品”的理解。图1-7中,设计者利用阴阳相悖、图地反转的设计手法将“和谐”、“生活”同构在一起,不可分割,这就是图形的魅力,它要求设计者能从生活中提炼图形、概括图形、创造图形。

从上述比较和阐释中可以看出,图形可以传达某种意味或某种内在的含义。它不是事物,而是概念的媒介。图形设计的过程就是一个将创意视觉化的过程,思维根据设计意象对视觉元素进行挑选、变换、组合,将视觉元素进行有机的关联、编码,使之形成特定的图形系统。图形设计的目的是以“形”达“意”,即将特定的信息和概念视觉化地再现出来。

(2) 创造性

图形在某种程度上即是“创意”的同义语,著名设计理论家尹定邦教授在《图形与意义》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。”它十分讲究采用象征、寓意、隐喻等修辞手法的运用,赋予视觉形象与形式单纯或复杂的编码与译码。图1-8是为香港癌症基金会做的一个公益广告,广告中采用了寓意的修辞手法,利用乳房与报警器形的相似进行创意,提醒女性:不要等到有问题了再去做检查,那样会为时已



图1-5 公益广告 席辉

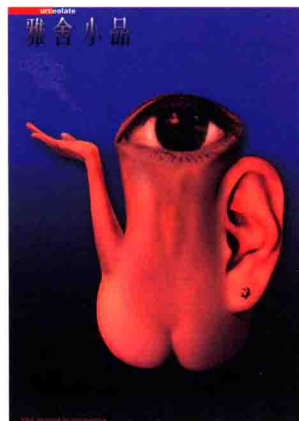


图1-6 《雅舍小品》杂志封面 吴利锋



图1-7 《和谐共生》《生活同在》海报 吴利锋



图1-8 香港癌症基金会公益广告



图1-9 《酒后别开车》公益广告



图1-10 保护野生动物公益广告

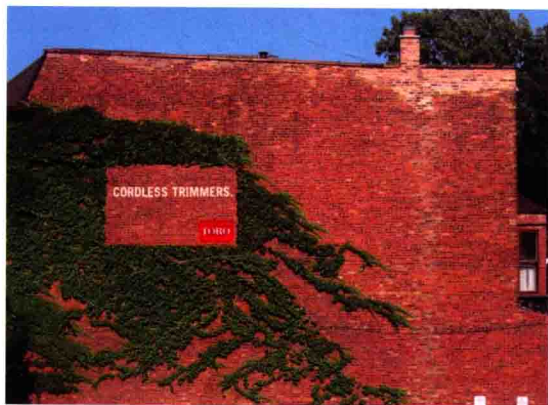


图1-11 低碳经济的户外媒体广告



图1-12 《天堂与地狱》Samsonite Cosmolite系列
旅行箱广告 智威汤逊(上海)公司

晚。图1-9则是采用图地反转的手法，将开瓶器镂空形与倒立的汽车轮廓外形巧妙构合，寓意酒后开车的后果之恐怖，这一视觉震撼远远超过了单纯的文字说服。图1-10，让人不禁想起“保护野生动物就是保护我们自己”的广告诉求。

(3) 表现手段多样化

图形可以用摄影、绘画、拓印、陶艺、雕塑、布艺等传统艺术表现形式来完成。随着社会的发展，艺术设计领域进入了数字化时代，设计手段的提高，丰富了图形的表现语言与技法。

图形设计过去往往是在平面上进行的，随着科学技术的发展，图形的设计手段由绘、写、印平面表现扩展到雕刻、塑造、纺织等三维表现，再发展到动画、虚拟现实等四维表现，信息的载体也由平面的印刷品扩展到电影、电视等立体的、声光综合的活动形象，从而使图形创意超出了平面设计的范围，如图1-11至图1-14所示。

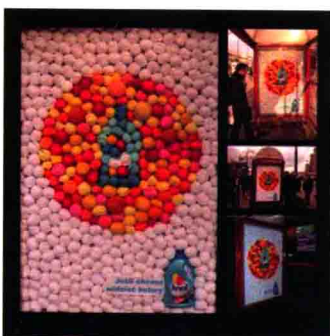


图1-13 户外媒体广告中的图形



图1-14 德国红点大奖的动态标志图形

1.1.2 图形的分类

图形的分类有多种,以学科大类为逻辑可以将图形分为自然图形、社会图形和艺术图形。

(1) 自然图形

所谓自然图形,是指人们在自然现象中发现的客观真实存在的图形,这类图形既包括微观世界的物象(图1-15),又包括中观世界的具象图形(图1-16),也包括宏观世界的用于描述客观规律的抽象图形(图1-17)。这类图形有着独特的形态结构和造型规律,具有生命力和可塑性。

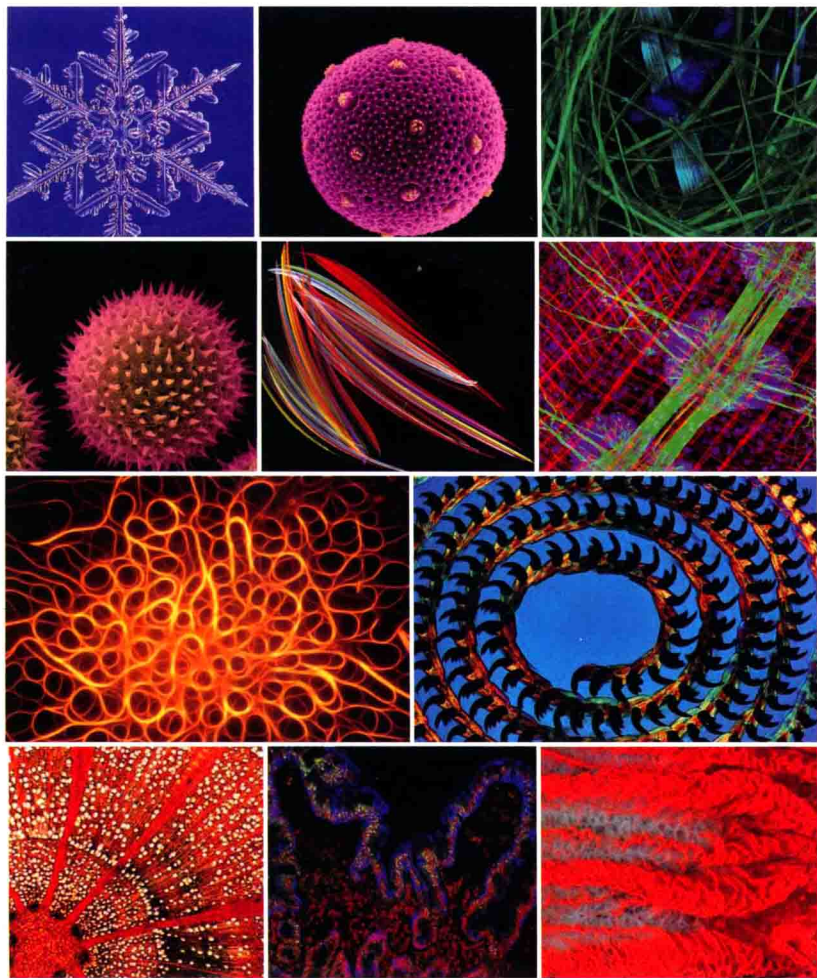


图1-15 微观世界的自然图形



图1-16 中观世界的自然图形

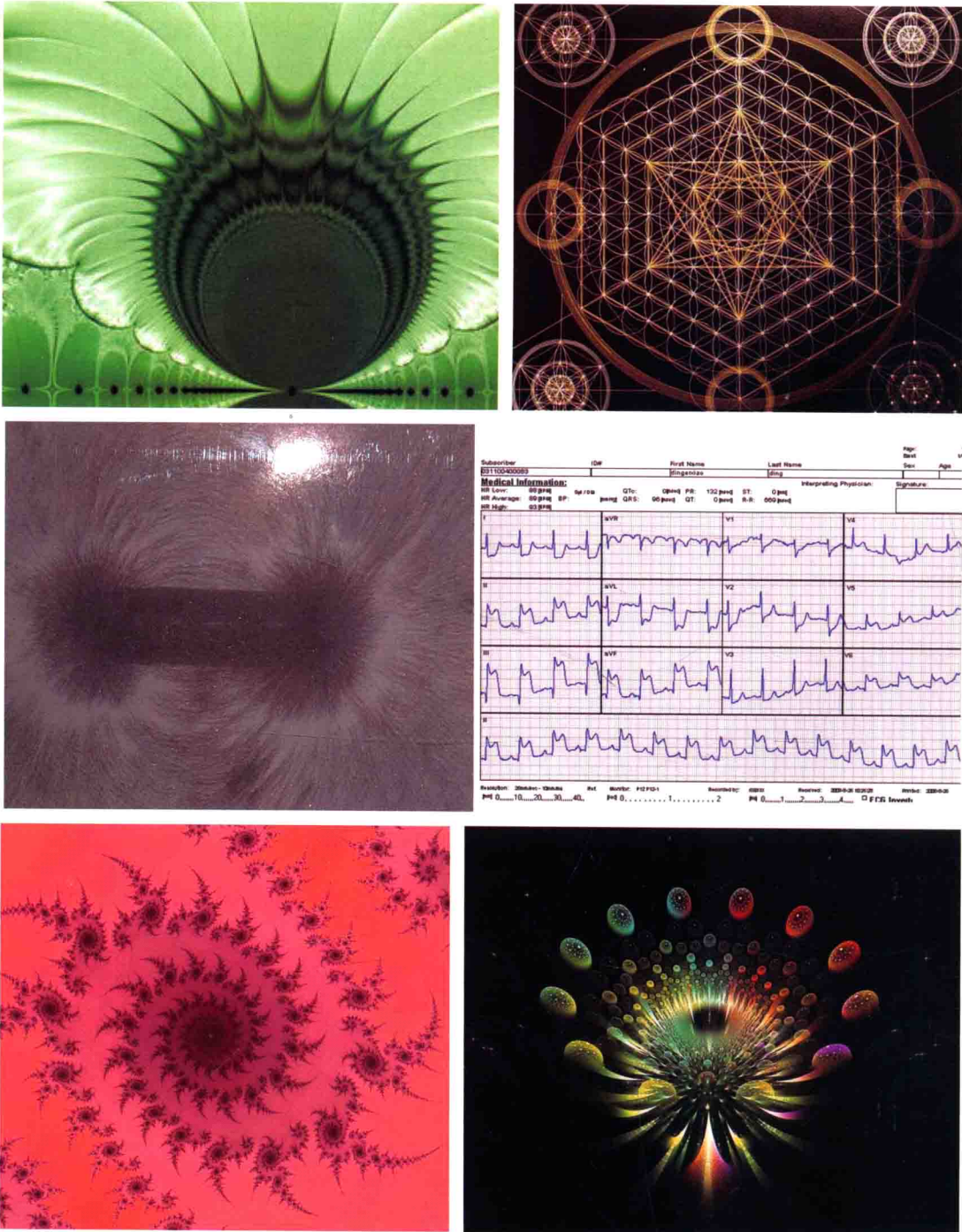


图1-17 宏观世界的抽象图形（自然科学数理表征描述和数学分形高光的图形）

（2）社会图形

所谓社会图形，是在同一语境中，经过一定的历史积淀，具有约定俗成用于指示、告诫和象征意义的符号，包括文字。这类图形的特点是所指简洁明确，易于传播复制，共识性大于艺术性，一般性大于独特性，内容大于形式，如公共标识（图1-18）、手势（图1-19）等可视化的视觉语言。



图1-18 公共标识



图1-19 手势语言

（3）艺术图形

所谓艺术图形，即人为用于创造表达个性的所有图形。这类图形独特性大于一般性，审美性大于应用性，形式大于内容。艺术图形与社会图形的本质区别在于艺术图形具有情感性。艺术图形的艺术性体现在表现手法的艺术性和构成形式的艺术性（图1-20至图1-22）。



图1-20 陶泥艺术图形 万长林

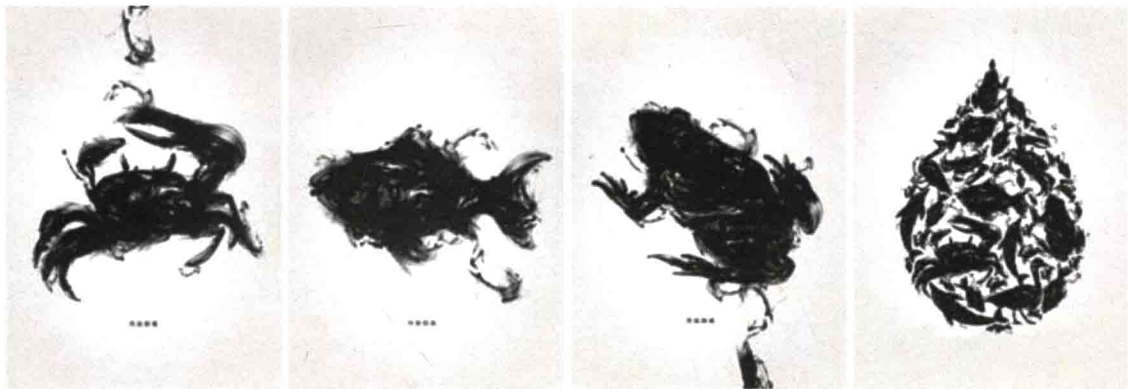


图1-21 水墨艺术图形 刘江平

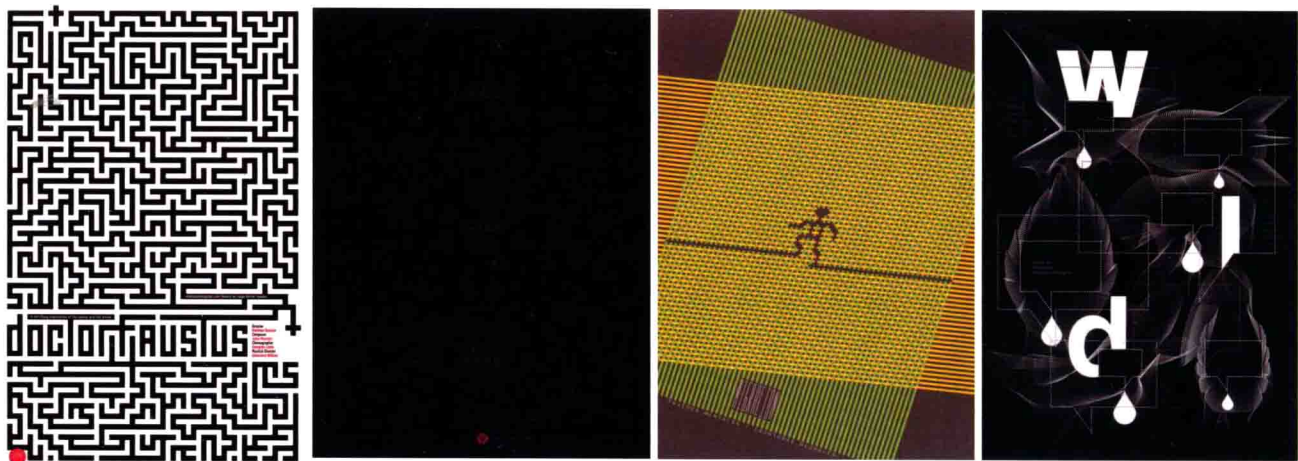


图1-22 点线面构成艺术图形

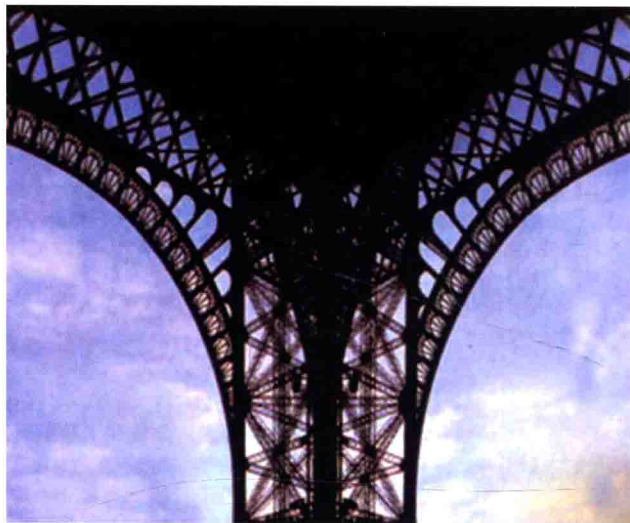


图1-23 [法] Lise Charnel内衣广告



图1-24 [韩] 男·女厕所识别图形

1.1.3 图形的特点

图形是用于承载设计者思想并用来传递信息的图像符号。与文字相比，它有其自身的特点及优势。

(1) 直观性

图形是用形象来传递思想的，这种形象是一种有助于视觉传播的简单而单纯的语言，它能使人们对图形所承载的信息一目了然。这是因为创造图形绝非纯精神文化现象，而是人类劳动价值和实用功利价值观的表现形式，这种直观的图形来源于人们对真实世界的感悟，人们无需分析转换就能通过眼睛进入大脑进行判断，使人们对其传达的信息信任度超过了纯粹的语言。

如图1-23所示，独特的视角使埃菲尔具有别样的感觉，如此美妙的结合，不仅交代清楚产品、产地、类别、面料等，同时还传递出法兰西的浪漫风情、性感、曼妙、个性的信息。而图1-24中，其图形更为直观，幽默有趣地将男女如厕的不同行为特性隐喻出来，让人倍感愉悦和轻松。

(2) 生动性

图形设计在本质上是一种感性的表现形式，情感在其中有着至关重要的作用。然而，在特定的历史条件下，人的情感要受到政治背景、伦理规范、文化环境的制约，并且人的感官又随当时的具体心理状况以及平时的生活经验而不同，设计师在进行创作时，常常会加入自己对事物的理解。这些感性的不确定因素往往导致图形的模糊性。图形的模糊性则会刺激受众的想象力，引起受众某种内心深处的情感体验，丰富和拓展图形语义，使得图形传达更加生动。图1-25中，设计师将轮胎“安全、护体、耐磨、强劲”的特性通过图形语言生动地再现出来，让人记忆深刻，意味深

长。图1-26中,设计师幽默地将小狗隐藏在扫帚里面,容易丢失的概念和小狗可怜的形象很容易打动受众,好像在呼唤着受众快来动物保护协会认领你们的小动物一样,图形的表现比文字更为生动、更能打动观众。

(3) 艺术性

图形表现的艺术性主要体现在两个方面,一是图形表现形式的艺术性,二是图形构成形式的艺术性。图形反映的是现实生活的事物,但它不是对客观世界的简单摹写,而是对客观世界认识和经验的提炼,高明的设计师能以其独到的见解与敏锐的感知力让人从所设计的图形中产生观念上的共鸣,挖掘出不同的视觉感受。图形还能借用数学、化学、生物学、物理学、艺术学等学科中的布尔运算、化学反应、物种生成、属性变换、风格应用等科学思维方法和摄影、拓印、绘画、陶艺、雕塑等艺术形式营造客观事物,使表象的图形下还深藏其内在的意义,通过图形的组织结构、营造方式、形体秩序给人以强烈的心理暗示,给人以遐想的空间,在构成形式上也要遵循艺术的形式美法则,使其达到内容与形式的完美结合,激发人们的审美感情(图1-27、图1-28)。



图1-26 [新]动物招领保护协会公益广告



图1-25 商业广告

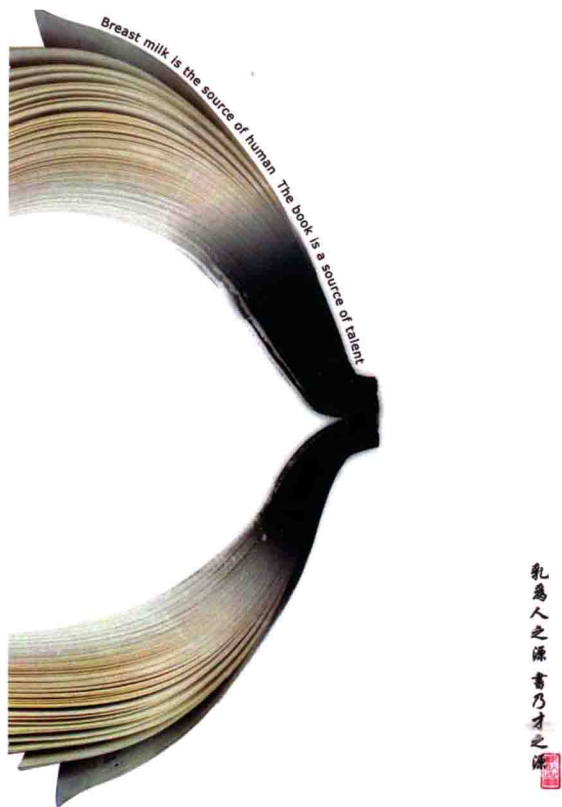


图1-27 《源》 李洁兴

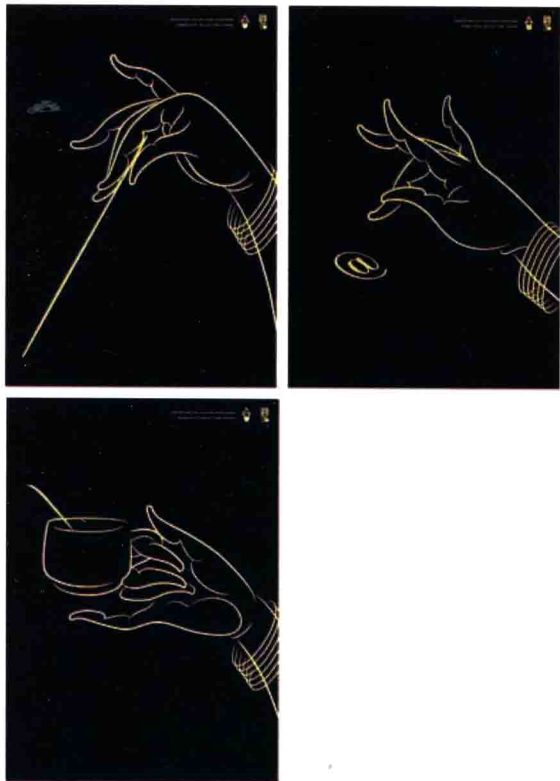


图1-28 《合璧》 唐国峻

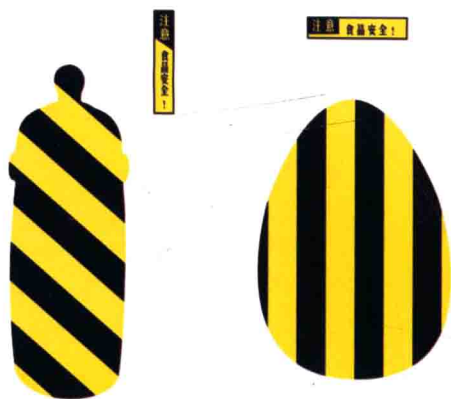


图1-29 《注意食品安全》 刘硕



图1-30 《反战》 福田繁雄



图1-31 《最后的水源》 福田繁雄

(4) 准确性

图形与传播是不可分离的。图形的传播不同于表音的文字和语言，它与人们的生活息息相关，可以跨越国界、超越时空，不同国度、不同时代的人可以通过图形进行交流。人们在无需占有大量精确数据的情况下，就能灵活、有效地对图形加以识别，从而做出较准确的判断。观者在观赏图形时，也不必对设计师的看法、理念以及设计师所特有的“图语”做详尽的考察，仅凭借以往积累的经验和大致的信息材料，就能明了图形本身所传播的信息。设计作品在视觉传达形象的过程中，只有传达有效，才能更好地体现设计者的设计思想及相关主题的表现。观念鲜明、直接有力的图形才是好的图形设计。它是将复杂的意念浓缩到单纯的图形中，去掉多余的、杂乱的视觉成分，使人能够在瞬间感受到设计者的思想和意念。内容太多，杂乱无章，反而影响主题的表达。图1-29中，设计师企图以最具有功能意象的图形，针对社会最受关注的议题，用公路上最常见的警示条作为画面元素来唤起人们对食品安全的关注。图1-30中，设计大师将图形进行了大胆的舍取，用最少的形态捕捉瞬间的时刻，没有任何的细节。设计师的反向思维成为画面的焦点，诙谐、幽默、辛辣，昭示了战争发动者自取灭亡的下场。图1-31亦是如此，其图形所传达的诉求信息，不言而喻。