



高等院校艺术设计专业教材

图开创意

Creative Ideas For Figures

翁炳峰 / 著

福建美术出版社



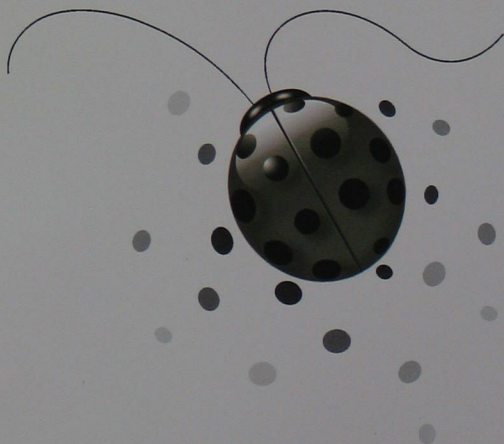
高等院校艺术设计专业教材

图开创意

Creative Ideas For Figures

翁炳峰 / 著

福建美术出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意/翁炳峰著.——福州:福建美术出版社,
2004.8
ISBN 7-5393-1442-7

I.图… II.翁… III.图案—造型设计 IV.J51

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第056230号

图形创意

翁炳峰 著

责任编辑:陈 艳

装帧设计:翁炳峰 蔡凌华 陈 艳

出 版:福建美术出版社
(福州东水路76号)

发 行:福建美术出版社发行部
(电话:0591-87520545)

印 刷:福州华彩印务有限公司

开 本:635mm×965mm 1/8

印 张:13

版 次:2004年8月第1版第1次印刷

印 数:0001-5000

书 号:ISBN 7-5393-1442-7/J·1358

定 价:48.00元

(如有印刷、装订质量问题,请寄印刷厂调换。)

前言

图形是人类丰富的符号创造形式之一。

如果按符号的结构属性来分,符号可以分为系统的和超系统的两大类。所谓系统的符号,是指以严密的系统对应为特征的符号,如文字。所谓超系统的符号,是指以严密的系统对应为特征的符号,如文字。所谓超系统的符号,是指以某种共有的意义系统为基础的个别话的符号,如图形。

文字符号借助于人们对于字型、字义、字音的严格规定而得以流传、解读和传播,它的意义通过系统规则的完整和严密性而实现。而图形符号既有公共意义的一面,又有个性化创造的一面,既要借助于人们可以普遍接受的象征意义而被接受和传播,又要具有自身的独特个性而彰显创造的价值。

所以,图形符号的形态更具有丰富性和启示性,是人类的视觉符号创造中最具有人文特征和艺术价值的一种。从更宽泛的意义来说,图形符号也是包括文字在内各种视觉符号形式的基础,因此,图形的创造是人类文明创造的重要组成部分。

图形创意在这个意义上构成它对于设计教育的重要意义。掌握图形创造能力,不仅是掌握某种主题与题材的视觉化的表达方式,更重要的,是学会一种思想穿透和形式突破的能力。从设计基础能力训练的角度而言,图形构成中使用的元素相对单纯,因此可以在学习过程中排除其它因素的干扰而比较集中地训练创意和视觉表达的能力,但

是这并不意味着图形训练的课程就是简单化的黑白纹样作业。尽管图形创意课程最终也要求完美的视觉形式,但是对于学习过程来说,最为关键的是创意构想和视觉形式的完美契合,这是需要教学双方高度配合和全力追求才能达到的目标。为了实现这一目标,需要调动学习者多个心理活动层面的经验积累和感受,从灵活的和宽泛的视角展开创造性思维,以求得最佳视觉传达效果。这个过程既是心理的也是视觉的,既是解析的又是感悟的,既是经验的更是创新的,学习者在这一过程中可以得到融基础性、综合性、专业性于一体的全面的锻炼和提高。因此,图形创意课程不仅仅对于平面设计教学是重要的,对于各个设计艺术专业也都具有重要的基础训练意义。

我国设计艺术高等教育脱胎于美术教育,在经历了一个从无到有、从贫乏到活跃、从不明晰到明晰的艰苦过程之后,正在逐步形成完备的教学大纲和课程体系。在这过程中,专业基础课程始终是重要而又薄弱的一环。在设计艺术教育各类课程中,由于相关学科成果与国际先进经验的率先引进,基础课程和专业课程都有较快的发展,也取得了较为明显的教学成果。但是,在从一般造型转向专业设计的转换过程中,作为专业能力转换和衔接的关键环节的专业基础训练课程却表现出明显的不足与薄弱,长期以来由于缺乏对这类课程的研究的投入而造成的课程与师资匮乏的后果,正在日益明显地表现出来。专业基础课程承担着将学生已具备的造型能力、思维方式引向着专业所需

的方向与方法的重任，成功的专业基础训练可以大大加快和深化这一过程，减少进入专业设计课程以后的学习障碍，其重要意义不言而喻。但是，由于缺乏设计艺术设计专业基础课程的系统研究和长期建设目标，学生专业基础能力不够扎实和教师授课缺乏内容创新，已是国内各高校普遍存在的问题，同时也构成加速我国设计艺术教育发展和提升教学质量的“瓶颈”。

对此，一批高校与有关专业院系也正在加大投入、重点攻关、以求突破，近年来不断有有关设计艺术专业基础课程攻关课题和实验教学成果屡见报道，显示出一个意义重大的战略动向与良好态势，这是具有战略价值的举措，令人鼓舞。在这类课程中，如图形创意，既有突出的专业设计意味，又有明显的基础训练效果，是理想的专业基础训练方式和内容，近年来日益成为深受师生关注和欢迎的重点课程。由福建师范大学翁炳峰副教授所著的《图形创意》教材，即属于这类在长期的专业基础教学改革中积累了丰富实践成果的教学收获之一，它的出版是值得庆祝的。

翁炳峰副教授1988年毕业于南京艺术学院工艺美术系设计专业，长期从事于平面设计实践与专业教学，担任过《设计原理》《图形创意》《广告设计》《包装设计》等多门专业基础与专业设计课程，出版《色彩构成》《创意思维》等教材、专著，现为福建师范大学美术学院视觉传达设计教研室主任、硕士生导师。《图形创意》一

书是作者多年从事图形创意实践与教学的总结，全书从图形创意的概念、分类、创意思维与创意方式、组织与应用方法等方面，结合系统知识与典型案例，比较全面地介绍了图形创意的一般知识与训练过程，对于图形创意的教课与学习都应当是一部比较实用和有价值的教材。相信该书的出版对于推动国内各高校设计艺术专业基础教程的改革与发展会起到应有的作用，也同时期望作者继续有更多的研究成果早日问世，以共同繁荣这一大有可为的领域。

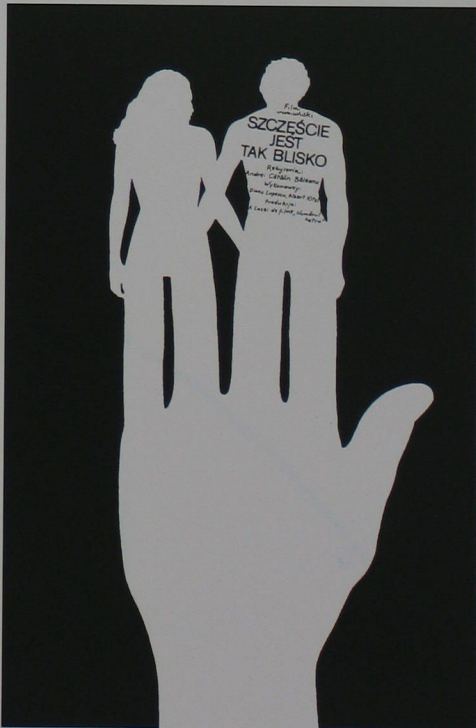
许平

2004年8月于中央美术学院

关于图形

图形是视觉传达设计中最关注的视觉焦点，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；无论是报刊杂志，还是路牌灯箱广告；无论是邮票、书签，还是大型的景观，城市建筑群，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维，体现设计师的设计理念，用富有创意表达形式（图形），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或经验的体现，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功夫，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。



麦瑟斯罗·华兹莱文斯基《到手的喜悦》，表达作者初恋时的心情，用手指与男女下肢形成共用形，协调自如。

作者简介



翁炳峰，1988年毕业于南京艺术学院工艺美术系设计专业，现为福建师范大学美术学院副教授，艺术学、艺术设计学硕士生导师，视觉传达设计教研室主任。曾获福建省教委“福建省优秀青年教师”称号。

作品曾参加《首届中国国际电脑艺术设计展》（2001年）、《福建省五所高校艺术设计联展》（2001年）、《2000北京国际商标标志双年奖》等，并获奖；2003年为中国文化部《第三届全国舞剧观摩（比赛）演出》、日本创价学会池田大作先生《与自然对话》巡回摄影展等作系列设计；作品多次被《装饰》、《美术与设计》、《齐鲁艺苑》等刊物作专题介绍；发表论文十余篇；出版著作有《色彩构成》（合作）、《创意思维》。

参考文献

- 1、王文博《创意思维与设计》 中国纺织出版社
- 2、杨为渝、周靖明《图形创意》 重庆大学出版社
- 3、崔生国《图形设计》 上海人民美术出版社
- 4、林家阳《图形创意》 黑龙江美术出版社
- 5、刘境奇《图形设计》 中国轻工出版社
- 6、辛敬林《现代图形设计》 西南师范大学出版社
- 7、廖军《视觉艺术思维》 中国纺织出版社
- 8、肖卫《魔术创新思维》 内蒙古人民出版社
- 9、[美]利昂·费斯汀格, 郑全全译《认知失调理论》 浙江教育出版社
- 10、陈莹《论艺术设计的同构思维方式》
- 11、蔡涛《创意图形的思维模式》 《包装设计》
- 12、周韧《从平面设计到空间思维》 《包装设计》

说明与鸣谢

本书在编撰过程中, 由于时间紧、工作量大, 无法及时与部分图片作者取得联系, 在此深表歉意, 并欢迎与作者联系。

目录

前言

第一章、图形的概念	1	第五章、图形创意的思维方法	29
一、图形释义	2	一、联想系列创意	30
二、图形的起源与发展	3	二、想像组合系列创意	37
三、图形在设计中的重要性	4	三、类比系列创意	41
四、图形语言的特征	6	四、同构系列创意	45
第二章、现代图形创意	11	第六章、图形创意的基础训练	49
一、现代图形创意的范畴	12	一、特定符号的联想	53
二、现代图形创意的观念	12	二、数字的联想	54
三、现代图形创意的理念	14	三、汉字的联想	55
四、现代图形创意的文化	15	四、特定形空间的联想	57
第三章、图形创意思维	19	五、自我形象的再设计	59
一、图形创意思维的对象	20	六、语言文字与视觉形象的转换	60
二、图形创意思维的主体	20	第七章、图形创意的组织方法	61
三、图形创意的思维实质和特征	20	一、图形的形态特征	62
第四章、图形创意的思维方式	23	二、图形的组织方法	70
一、发散思维	24	三、图形的系列化设计	81
二、收敛思维	25	第八章、图形创意的应用	85
三、反向思维	26	一、主题设计	86
四、从后思维	27	二、基础设计课与图形设计	87
五、形象思维	27	三、专业设计课与图形设计	88

后记

图形的概念

第一章



图形语言是现代社会人与人之间相互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，相互间有了了解、有了沟通，思维也超越了国界、地域和民族而产生共鸣。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的基本因素。

一、图形释义

什么是图形呢?

对“图形”一词,有以下几种解释:

- 1) 中国的概念,认为“图形”即是图样(见《宋书·礼志·四》)。
- 2) 在《现代汉语词典》中解释:
 - a、在纸上或其他平面上表示出来的物体的形状;
 - b、几何图形的简称。
- 3) “图形”在英文中为“graphic”,源于拉丁文“graphicus”和希腊文“graphikas”,是指书、画、刻印的作品,或说明性图画。“graphic”含有印刷的含义,指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。

上述不同解释,可以看出中国传统意义的图形概念和《现代汉语词典》解释以及西方设计学科中对图形概念的理解,存在一定的差异。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形式,追求图形的原创性来增强图形视觉冲击

力,形成了对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,视觉传达设计中的“图形”概念与信息传播有着密切的关系,英文“graphic”原概念明显区别于文字、美术作品等视觉形象,图形设计的主要功能是说明性图画形象,较之文字、美术作品更含蓄、更有趣味,较之音乐更直接,更具现代感。由于图形是在创意思维的统筹下,表现形式不断新颖,又明确区别于标记、标志、图案、装饰性绘画。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,更不是画家情感宣泄以引起观赏者共鸣的美术作品。此外,图形与其他造型艺术也有区别,作为非文字的“图形”,

它具有自己鲜明的表象特征。

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,是应用各种技术手段如绘、写、刻、印及经高科技成像等处理在社会上大量复制、广泛传播达到传达设计师理念为最终设计目的。



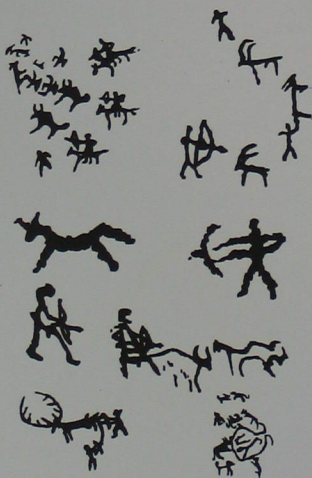
上图:国外书籍装帧,创意空间

下图:possi Lemel《血浴》,“以色列巴勒斯坦2002”盛满半缸鲜血的浴缸,向人们展示一种现状与结局,战争的真实与残酷,令人震撼。



二、图形的起源与发展

图形的起源可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得多。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期和成长期,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结图形,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事件和传播意念的作用。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。



古代岩洞壁画的图形符号是远古时期人类的象形图形。

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能比较准确、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,渐渐地文字从图形系中分离出来,经过不断减化图形特征,使之抽象化更强,成为一种符号——象形文字。



古代象形文字,这是图形向象形文字转化的时期。

文字产生后带来的图形的发展时期。文字是人类社会文明发展的一个重要标志,随着人类沟通交流的密切,一种能综合反映复杂信息内容,沟通大众的图形形式并为我们人类所重视和利用,使得图形的发展空间更加扩展了,这就是现代图形的魅力。

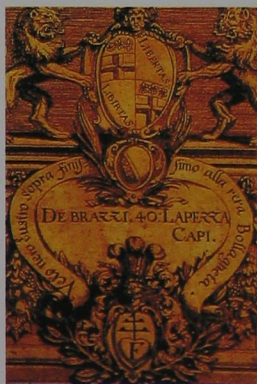
图形的演化经历了三次重大革命

第一次图形设计的演化革命,在原始符号和原始文字的形成期。原始符号带有很强的图腾神密感和民族文化属性,原始文字的形成,含有一定程度的规范性,便于人们记事、识别、交流和传播。



螺纹半人像
道教太极图

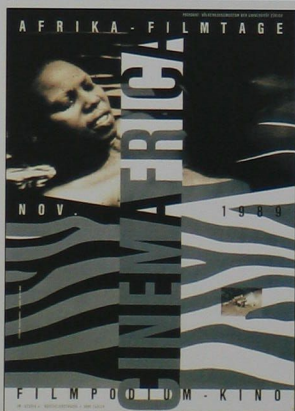
第二次图形的演化革命是源于中华民族对全人类的伟大贡献。西汉时期发明的造纸术和毕升发明的活字印刷术,使人类的文字和图画通过纸的大量复制印刷,信息传播变得范围扩大,受众面更广。造纸术和印刷术的出现,繁荣了唐代、宋代的文化,中国发明的技术传入欧洲促使文艺复兴时间提前到来,带来了图形设计的变革,涌现了不同流派风格的图形。



意大利布料的标贴图形。

第三次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,为图形的变革创造了新条件,它与印刷、制版工艺相结合进行技术革新,使传播的途径进一步普及。如今电子、数码、网络高科技的相继出现,图形才真正成为世界性的语言。人类信息传播的速度空前迅疾,超越时空局限,复制扩散和保存信息的能力迅速增强。人类进入以数字式传播为代表的大众传播时代。信息传播将世界各地变为零距离。

拉甫·舒拉沃格,设计与印刷紧密结合。



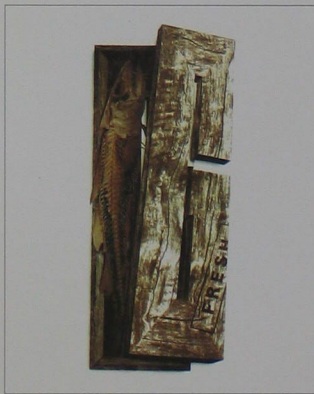
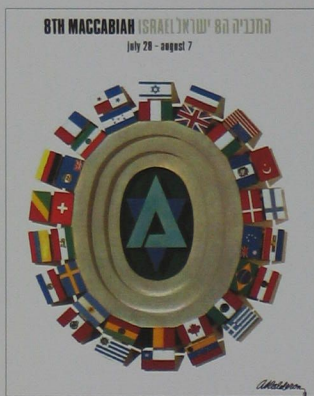
三、图形在设计中的重要性

首先,在视觉传达设计三大基本要素中,图形以其不可替代的形象化特征成为设计三大要素中视觉焦点,随着现代科技的发展,计算机辅助工具在设计中的应用,使图形设计手法和意识表现日趋多样化,设计师将图形视觉语言转化为一种强大、准确有效的信息源,让受众接受,最终实现设计的价值。图形成为信息载体,它在商品市场经济中扮演着不可或缺的角色,体现艺术和商品价值,促进了社会经济的繁荣发展,从而奠定了图形在设计应用中的重要地位。

其次,人类传播的视觉信息主要分为图形信息与文字信息两种,它们各有特点。

文字源于原始图形,是人类长期发展过程中,日益简化并从原始图形中分离开来,形成了听觉语言的抽象化视觉符号,它能有效记录人类的思维和语言,并广为传播。现代的图形与原始图形虽然都是人们对客观事物的表象认识,而现代的图形更注重反映客观事物的内在联系,即人们的理念转化为信息图形进行交流的主要方式,而文字受地域和民族的限制给交流带来了不便。显而易见,图形具有超越国界和语言障碍的优越性,图形传递信息的速度要比文字快得多,越是简洁的图形越能在最短的时间内抓住观者的视线,并快速地传递所携

信息,具有直观性、通识性、可信性。虽然图形有诸多优点,但因为感知力和理解力是因人而异的,文化背景、地域生活的不同,也会造成人们对同一事物的看法不尽相同,因此对图形的解读难免产生差异。这就要求图形必须保证视觉信息充分准确地传播,必须顾及受众的理解和接纳程度。它的设计过程必须是将观念转化为视觉形式,并将这种形式表现出来,才能实现直接进入人与人沟通和交流的平台,产生准确、有效的信息传播。



上左: 艾舍·凯尔德隆《第8届马加比厄运动会》,用旗帜表示参赛国,中心用会徽表明以色列犹太人的奥运会。

上右: 日本, 高桥正实《六面日历》创意, 将六面体的前后面各代表半年, “摸起来令人愉快”, 使用者听到零部件装置的声音时就可断定日历是否安装好了, 实用美观。

中左: 日本, 高桥着丸《生态·自由》用干枯的鱼骨象征性字母传递死亡的生态, 令人触目惊心。

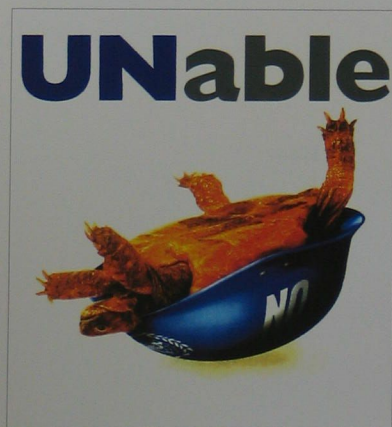
中右: 日本, 高桥着丸《生态·绿》用枯木, 干裂的泥土与主题字母“H”结合, 指意明确。

下图: 英国, 玛尔联合广告公司《烟屁股》, 认真看“烟屁股”是一具裹着白衣的尸体(烟与尸体形相似)。暗示吸烟与死亡的关系, 图形在给人震惊中得出结论。





翁炳峰《第三届全国舞蹈观摩(比赛)演出》招贴设计,招贴画优美的舞姿、舒展的造型,背景自上而下暖色变化,舞台灯光效果强,情侣做了影变处理,衬托女主人公的形象,表现舞剧内容。



四、图形语言的特征

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

征性的表现特点已让人无可置疑,它们明晰性、记事性与设计师们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,这些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,作为产生经济效益的重要手段。



印度,达西孟买广告公司,《保护森林》,“森林,不仅仅因为砍伐而毁灭”,请使用非木制铅笔,保护森林资源。主要在“木”字上做文章。

莱米尔·格拉萨尔工作室《无能为力》,“UN”是联合国的英文缩写,含有“不”的意思。笨重的龟壳喻指联合国蓝盔部队,频繁的战事使得“乌龟”无法翻身,象征维和行动屡遭失败。



释：可视性注重语言信息传递的明晰性、可读性，从第二层面上强调能够激发观看——阅读兴趣的表现形式。

达西孟买广告公司《动物保护》，用虎背纹构成森林树木，告诫人们保护动物，从保护森林开始，赖以生存的森林一旦消失，动物自然就消失。

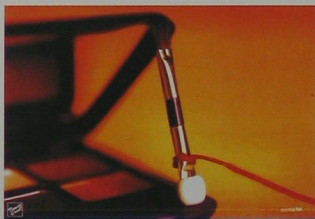
尼劳斯·特罗勒《国际爵士音乐节》海报，用水墨手法设计海报，将墨水倒在纸上，化成不同形状的音乐节奏，体现了JAZZ音乐的魅力。



2) 生动性：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

1、图形语言的信息特征

1) 直观性：图形是一种图画式语言，通过图形视觉传播。尤其是摄影、电视等实景图像，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”，人对图画式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，也认同了图形所传达的思想、内容。正如美国设计教育家弗里德曼（DanFriedman）的注



萨奇兄弟广告公司《口红陷阱》，口红更像一颗颗子弹；《化妆陷阱》，化妆台布置成陷阱，眼影笔作诱饵，女人配备上这些精良的“武器”，怎能不让男士“束手就擒”？

陈放《胜利》，手掌代表人类体态：V形手势是跨越种族和人文界限的胜利符号，民间意识的手纹记载过去，预测未来。X光影欠缺的三只手指增加了海报的戏剧性，发人深省。



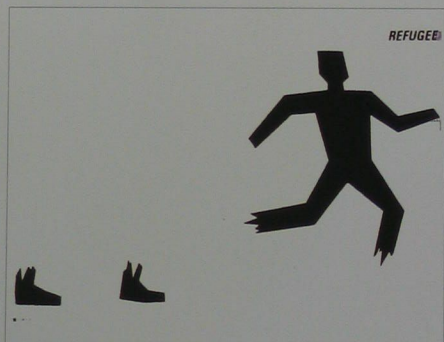
一点必须通过图形来确保信息的准确性,如对某个自然景观的瞬间,再生动的文字描述也难以对自然界的形形色色客观事物作详尽生动的描述,只有图形才能准确生动地再现,传播信息使人们情绪受到感染,产生共鸣,并接受图像传递的信息。

3) 象征性:图形是在传播信息和观众之间架起了一条互通的隧道,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,达到情感融汇与交流及思想的沟通,实现表象至深层的属性归属——传播信息,它明显有别于绘画作品的语言。



金特·凯泽《法兰克福爵士音乐节》招贴,运用小号与椅“金属”共同元素进行同构,表现室内交响乐与普通大众的关系。



上图:歌林公司《父亲节》,运用象征性的手法,让人联想。

下图:莱克斯·德文斯基《难民》,用剪影手法,将脆弱“难民”身分分离背井离乡,灾难性强。

实验证明,人们对图形信息产生正确的认识必须满足三个基本条件:一、在认识之前已具备一定的视觉经验;二、图形必须能提供足够的信息;三、要有能衔接视觉经验的图形信息的联系活动。三者缺一不可。