



GRAPHIC DESIGN

顾劲松 应海明 编 著

图形设计 创意指南

上海科学技术文献出版社



顾劲松 应海明 编著

图形设计

创意指南

上海科学技术文献出版社

图书在版编目 (CIP) 数据
图形设计创意指南 / 顾劲松编著. - 上海: 上海科学技术
文献出版社, 2009.4
(现代设计创意丛书)
ISBN 978-7-5439-3846-5
I . 图… II . 顾… III . 构图 (美术) - 造型设计 - 指南
IV . J061-62
中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第013203号

总 策 划: 吴亚生 钱永宁
编 著: 顾劲松 应海明
责任编辑: 胡德仁
书籍设计: 策人堂设计工作室
版式设计: 钱永宁 覃旭瑞
图片编辑: 朱卫平 李从梅
出版发行: 上海科学技术文献出版社
社 址: 上海市长乐路746号 (邮编 200040)
网 址: <http://www.sstlp.com>
发行电话: 021-54039725
编辑电话: 021-54037672
印 刷: 江苏常熟人民印刷厂
开 本: 889×1194 1/20
印 张: 5
版 次: 2009年4月第一版
印 次: 2009年4月第一次印刷
书 号: ISBN 978-7-5439-3846-5
定 价: 35.00元

前言

设计师是一个特殊的称谓，这个称谓属于未来构筑文明与梦想忠实的执行者；她的成就形成一个明晰的人类文明发展的特殊符号，成为历史、文化、民族的代言人。设计师们以自己优异的工作成就为一个时代、一个地域、一个民族标记出清晰的文化烙印；我们编纂这套系列丛书就是想从不同的设计领域，呈现出设计师们不同的创意观念、思路和方法，从而进一步分享丰盛的“创意大餐”。

BACKGROUND

我们这套系列丛书的编纂旨在：从设计思维方式入手，通过对材料、表现技法等方面进行系统整理，呈现艺术设计中创造性思维的关键点，并着重在创造性思维的特点和对象，以及如何依靠创意思维的方法与手段进行创造力的充分发挥，从而达到创新设计之目的。

艺术设计思维不仅仅是单纯的形象思维，而是实现设计成果制作流程与设计成果美学价值提升的艺术思维定向，科学设计方法与创造性思维辩证统一、相辅相成的有机结合。科学的设计思路将有利于创造性思维的发挥，从而提升创造能力，不断增长创造能力，同时又可促进更多方法的形成与逐渐成熟，进而形成创造思维主要、基本和典型的形式。

由于受时间所限，编纂中难免有疏漏之处，恳望各位同仁斧正为盼！

《会展设计创意指南系列丛书》编委会

P R E F A C E

设计的作用无非在于传达有关产品、
观念或者公司的相关信息。每一位设计师
都将面临着同样的问题：如何选择合适的
方式，将设计的各种元素组合起来，以最
恰当、最独特，并且最有效的有**序**方式
传递信息。



序

近年来,“创新”、“创意”这些词语在设计领域中已被多次提及了,但很多为“变”而“变”的“创新”、“创意”,是一种空泛而又干巴巴的口号。

真正的“创新”与“创意”不是硬生生做出来的,它是自由生发,合乎规律,顺其自然。

在图形设计领域中,本书所要叙述的“创意”也是基于这种观点。

本书的主要内容首先是引导初学者去体会在图形设计过程中,对外界形状的观察是一种视觉行为,必须在一开始就进入到一种视觉状态中去,这是至关重要的第一步。

其次,应适当了解平面的视觉规律,掌握表现平面形态的视觉规则。

再次,需加强图形的传达与表现的练习,逐步具备创意表达的最基本能力。

接下来的“创意”就由读者自己去理解专研了,因为优秀的创意是无法教授的,它们来源于你自己的内心。所以,本书并不是一本告诉你“怎么做”的书,也不是一本关于具体技巧的书,虽然也有这方面的知识要点,如一些常用的创意方法,但目的只是起到抛砖引玉的作用。本书真正的指导含义是在视觉传达范围内,对“图形设计创意”基本内容的初步引导与梳理。

编 者

CONTENT

目 录

01	第一章 图形的基本概念
07	第二章 观看形状
09	一、你看见了没有
13	二、去除概念化的辨识形状， 丰富大脑中的形状图库
14	三、抽象造型元素的存在
16	四、用视觉充分感受物体
19	第三章 形态的基本视觉内容
21	一、形态的分析
21	1. 形的边缘
23	2. 形的动势
25	3. 形中的力与力的方向
26	4. 形的感觉与闭合
26	5. 形与形的协调与对比
27	6. 形的层次
29	二、形与空白空间
32	三、新形状的生成
35	第四章 图形中的概念
37	一、物体的概念
38	二、概念的延伸

CONTENT

39	三、概念的改变
42	四、图形中的概念
45	第五章 图形的视觉表达
47	一、图形的感觉表达
47	1. 图形的各种表达
49	2. 图形的感情表达
52	3. 图形的意象表达
55	4. 图形的概念表达
55	二、保持图形的单纯性
59	第六章 创意方法
61	一、变换视点，寻找非典型视角
62	二、熟视有睹，寻找物体之间形状的联系
68	三、放松自己，打开思维，寻找视觉关联
71	四、出人意料的替换
74	五、尝试探索各种可能性
78	六、让自己幽默起来——戏仿
78	七、运用视觉隐喻
79	第七章 作品赏析
92	参考文献

第一章 图形的基本概念

Foche o
melanzane?

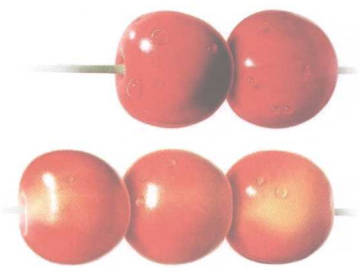


Bosco o broccoli?



ESSELUNGA
S
Da noi la qualità è qualcosa di speciale

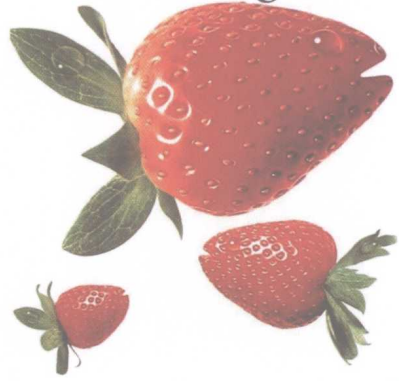
Pallottoliere o ciliegie?



Sembra uno scienziato ma è solo una cipolla

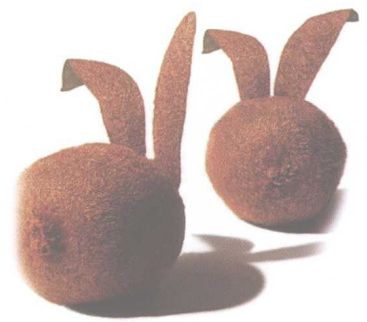


Pesci o fragole?



ESSELUNGA
S
Da noi la qualità è qualcosa di speciale

Coniglietti o kiwi?



Canoe o piselli?

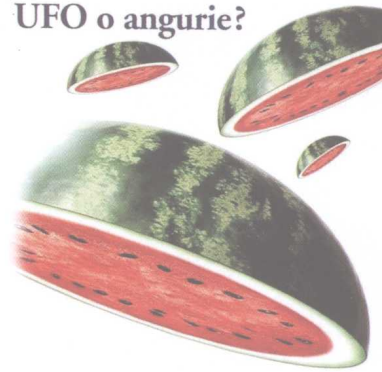


Triciclo o pasta?



ESSELUNGA
S
Da noi la qualità è qualcosa di speciale

UFO o angurie?



Palle da tennis o pompelmi?



ESSELUNGA
S
Da noi la qualità è qualcosa di speciale

Topolino o rapanello?



ESSELUNGA
S
Da noi la qualità è qualcosa di speciale

Colonne o formaggio?



Basket o arancia?

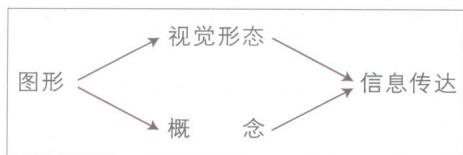


图形的基本概念

图形，“GRAPHIC”这一概念源于20世纪20年代，它是指一种说明性的视觉符号，它是介于文字与美术之间的视觉语言形式，是传达设计信息的载体。从广义上来讲，图形是所有能用来产生视觉图像并转为信息传达的视觉符号。

一个图形通常由两个部分组成：a. 图形的视觉形态，b. 图形中的概念。图形设计的最终目的是信息传达，这种信息传达

是图形的概念和图形的视觉形态共同作用的结果。



一个优秀的图形应该具备准确完美的信息传达功能,这种信息传达是通过图形完美的视觉形态和图形明确的概念指向来体现的。

图(1-1)是瑞士著名设计师克拉斯·特罗克斯设计的一张颇具震撼力的招贴,它是为了表达希望瑞士加入欧洲联盟的主张,设计师将本应是红底白字的瑞士国旗变成了蓝底黄字,而蓝、黄两色是欧盟旗帜的颜色,从这个概念上他表达了加盟的愿望,这使许多瑞士人因为看到国旗

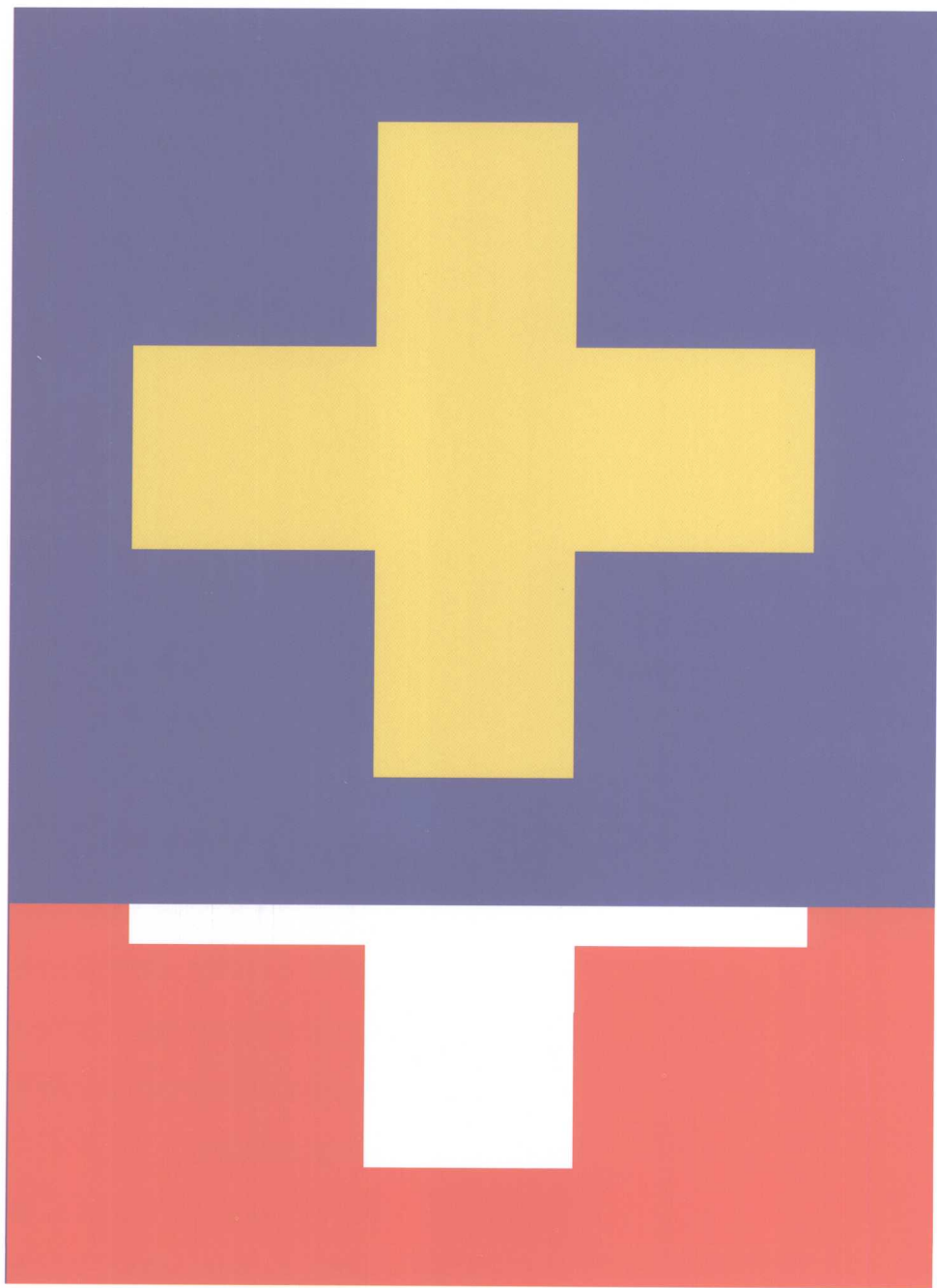
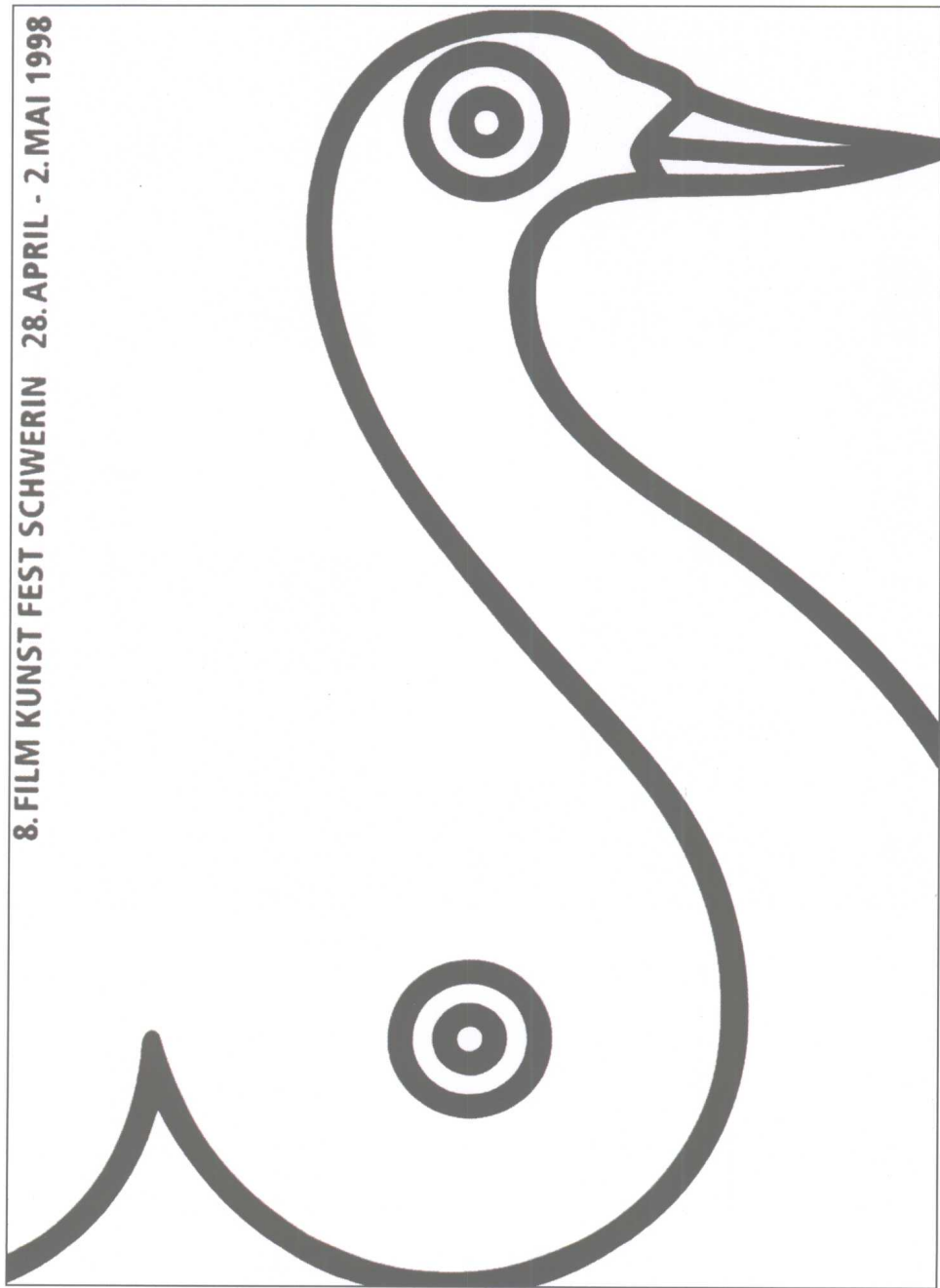


图 1-1

8. FILM KUNST FEST SCHWERIN 28. APRIL - 2. MAI 1998



变成了如此奇怪的另一种颜色而感到震惊。从视觉形式这方面来看，上面的大块蓝色对下面小块红色有一种巨大的压力，它暗示着一种阻力，由于人的视觉有把不完整的形状完整化的倾向，所以下面不完整的十字在视觉上有向上延伸的倾向，这暗示着一种愿望，而这种向上的顶力和向下的压力使画面形成了一种矛盾，产生了一种力量的对比，隐喻遭受的阻力和冲破阻力的强烈愿望。

图(1-2)是他的另一张以情爱电影为主题的电影艺术节海报。设计师参照了经典情爱传说丽达与天鹅的故事内容，天鹅象征着爱情，从概念上反映了电影艺术节的主题。此外，画面展现了天鹅柔美光滑的线条，在视觉上表达了情爱的甜美和

图1-2



温馨。

以上两张海报都是说明图形是怎样从视觉形态上和概念上进行信息传达的。本书的主要内容也是围绕图形的视觉规律和概念成分，进行图形设计中的创意探索。

为了使图形能更好地传达信息，避免图形信息的堆砌和滥用，这就要求设计人员充分了解图形的涵义，掌握图形设计最基本的规律，充分发挥自己的想像力，创造优秀的原创图形，发掘与运用图形的视觉形式和图形背后的概念成分，以及寻找视觉形式与概念之间的关系，创造性地进行视觉信息的传达。

第二章 观看形状

