

A stylized illustration of a person, possibly a woman, wearing a dress with a pattern of small circles. The figure is rendered in white and yellow against a dark background. The person's arms are raised, and their head is tilted back. The overall style is graphic and modern.

万萱 编著

西南交通大学333实验室及设备管理处 主审

西南交通大学『333实验室工程』系列教材

图形创意



西南交通大学出版社
[Http://press.swjtu.edu.cn](http://press.swjtu.edu.cn)

西南交通大学“323实验室工程”系列教材
西南交通大学出版基金资助

图形创意

万萱 编著

西南交通大学实验室及设备处 主审



图书在版编目 (C I P) 数据

图形创意 / 万萱编著. — 成都: 西南交通大学出版社,
2008.9
(西南交通大学“323 实验室工程”系列教材)
ISBN 978-7-5643-0088-3

I. 图… II. 万… 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 139723 号

西南交通大学“323 实验室工程”系列教材

图 形 创 意

万 萱 编 著

责任编辑	王 婷
封面设计	叶 欣
出版发行	西南交通大学出版社 (成都二环路北一段 111 号)
发行部电话	028-87600564 87600533
邮 编	610031
网 址	http://press.swjtu.edu.cn
印 刷	四川省印刷制版中心有限公司
成品尺寸	210 mm×285 mm
印 张	5.25
字 数	81 千字
版 次	2008 年 9 月第 1 版
印 次	2008 年 9 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5643-0088-3
定 价	48.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

序

近年来我国艺术设计领域的设计水准已取得了快速的发展与进步，许多优秀设计作品在国际设计竞赛中荣获殊荣，纵观这些获奖作品，均具有两个基本特征：一是出自于绝妙的创意图形表现，二是以自己独特的图形语言准确又清晰地转述了设计主题。因此提高图形的创意水平，创新图形创意的表现方法，便成为设计师提升自我综合能力的关键。目前图形创意的教学在国内的艺术院校得到了高度重视，其研究探寻也处于发展之中。本书尝试对图形创意的思维方法与表现方法进行探讨、分析，意在为从事艺术设计专业人士及学生提供快速掌握图形创意的思维方法与表现的技巧，以应对日趋激烈的市场竞争和图形创意国际化的需要。

为了更为集中地体现图形创意的实质，本书除了探讨、分析图形创意的思维方法与表现方法外，增加了图形创意概念的表达方法，这一方法打破了创意思维的神秘性和短距性，从而增强艺术设计专业人士及学生将想法变成作品的能力，为他们创造性的发展开辟了一个新天地。

本书在编写过程中参考并吸收了国外专家最新的研究成果，在此表示衷心的感谢。同时还要感谢西南交通大学艺术与传播学院的同事和同学们，他们在图形课上投入了大量的精力和热情，是他们的才智和想象力使我可以完成本书，也给了我很多惊喜和启示。

由于篇幅的限制和个人的水平有限，本书对影响图形创意的另一重要因素——设计者本身对母语文化的传承和多元文化的吸收方面没有深入论述。本书还可能存在不足、疏漏之处，希望能得到读者的指正。

作 者
2008.9

目 录

第一章 图形创意的概述	1
第一节 图形的起源与发展	1
第二节 图形创意的概念与特征	5
第三节 图形创意的目的与意义	9
第四节 图形创意的原则	9
第五节 图形创意的应用范围	10
第二章 图形创意的思维方法——联想	15
第一节 形象联想	15
第二节 意象联想	20
第三节 连带联想	22
第四节 逆向联想	24
第三章 图形创意的表现方法——图形的组织	26
第一节 同构图形的组织	26
第二节 异影图形的组织	31
第三节 共生图形的组织	32
第四节 混维图形的组织	35
第五节 仿穿透图形的组织	38
第六节 仿结图形的组织	42
第七节 特定空间图形的组织	44
第四章 图形创意综合训练——概念的表达	48
第一节 概念的定义	48
第二节 图形创意概念的表达	49
第三节 概念表达时应注意的问题	49
第四节 图形创意概念的表现方法	50
第五章 图形创意作品欣赏	62

第一章 图形创意的概述

[学习目的] 掌握图形的基本概念，明确图形创意课程为后续专业课程学习的重要作用。在学习的过程中，要求学生能够结合图形语言的发展历史，有针对性地进行多方面的资料收集，从而为深入学习图形创意积累素材。

第一节 图形的起源与发展

一、图形的起源

图形是伴随人类的出现而逐渐演变产生的。出于人类认识和改造世界的需要，从人类劳动生活的记事符号开始。早在洪荒的旧石器时代，人类先祖就开始用木炭或矿物颜料在他们居住的洞穴和岩壁上刻画出家禽、野兽、狩猎的场景或群体化生活的情节图形，这些图形就成为他们联络信息、沟通、表达情感和意识的媒介，起到了记录事件和传播意念的作用。史前壁画（如图1-1）、西班牙卡斯蒂洛洞穴中的手影（如图1-2）、我国半坡遗址的彩陶鱼纹（如图1-3）和阿尔塔米拉石窟的野牛残骸（如图1-4），这些拙朴的图形，蕴含着极为丰富的情感，形成了现代图形的原始雏形。

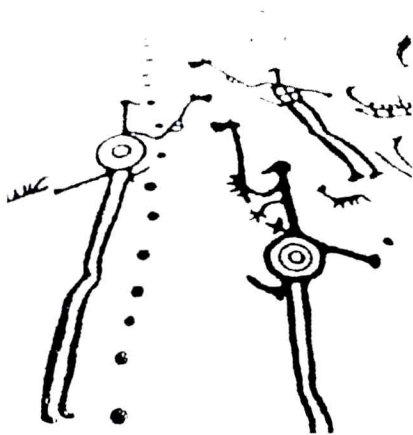


图1-1 史前壁画



图1-2 西班牙卡斯蒂洛洞穴中的手影

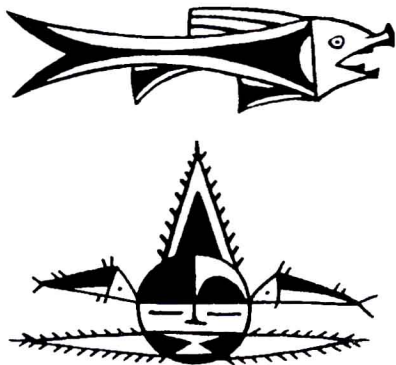


图1-3 半坡遗址的彩陶鱼纹



图1-4 阿尔塔米拉石窟的野牛残骸

人类最早的视觉传达方式基本是利用图形进行的，如图1-5是北美印地安人在史前的岩画，全部都是用图形来表达的。随着人类社会化发展的进程，生存空间的不断扩大和对交流重要性的进一步认知，使一部分原始图形开始向文字演进。如图1-6，奴隶社会早期，文字从图形的范畴中慢慢地脱离出来，逐渐形成了独特而完整的符号系统。文字，这种具有一定规范性、标准性在一定范围内的视觉传达形式，使得信息在更加广泛的范围内进行传播。从中国的象形、会意和拟声文字到美索不达米亚地区的楔形文字、埃及人的象形文字等都是图形设计的开端。

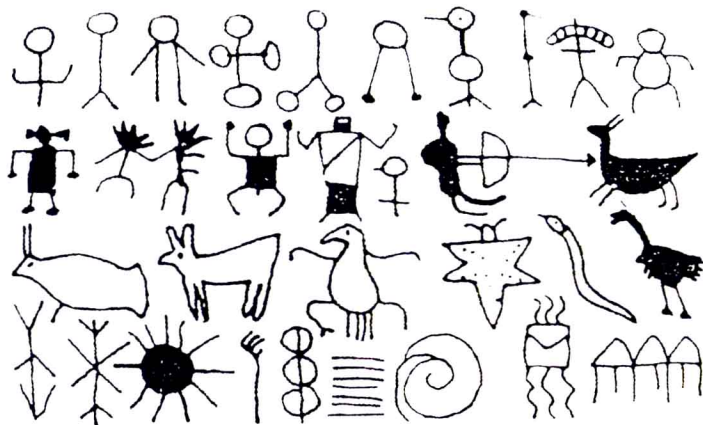


图1-5 北美印地安人在史前的岩画

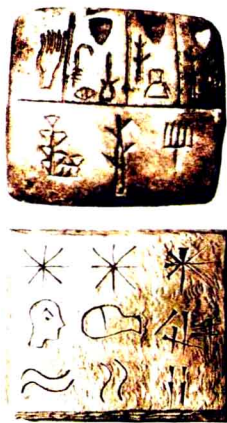


图1-6 公元前3100年埃及人的象形文字的泥板版

图形的历史进程大致分为三个阶段。第一个阶段是原始图形形成。原始图形形成是与人类发生和进化的过程相伴而形成和发展的。第二阶段是文字的产生。随着人类社会的发展，人与人之间的交流日益频繁，原始图形已经不能适应这种需要，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简化，演变成为一种新的符号——象形文字。文字的产生，标志着人类进入了文明时代，而同时，它又促进了人类文明向新的领域发展。第三阶段为文字产生后带来的图形发展。在文字这一视觉传达形式使人类的沟通与交流更加密切的同时，能够超越文化障碍，传递综合复杂信息的图形语言则更为人类所重视和利用。

二、图形的发展

图形的发展经历了三次重大革命：

第一次革命是一部分原始图形演变成成为文字，如图1-7中国的象形文字是一种原始图形，也是先祖们信息传递的方式。中国是发明象形文字的国家之一，是世界上仅存的及少数依然采用这种古老文字的国家之一。文字这种具有一定程度的规范性、标准化程度的视觉传达形式，使信息可以在一定范围内准确传播。可以说，文字的产生使人类向文明的发展迈出了伟大的第一步，它意味着人类已经开始寻找一种能综合复杂信息内容让大众极易领会的视觉传达方式。这是图形设计史上的第一次重大革命。

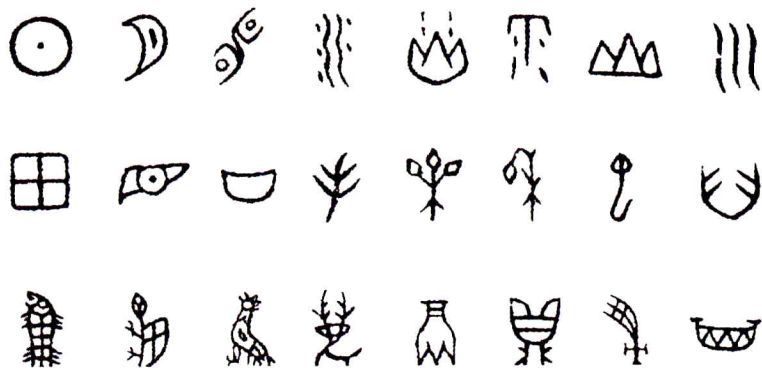


图1-7 中国的象形文字

第二次革命是源于中国造纸术和印刷术的诞生。他们的诞生给图形设计的传播带来了新的启示，使人类的视觉传播活动产生了第二次变革。这两大发明，使人类的文字和图形在大量复制中得到广泛地传播。印刷技术的拓展改善更新了图形设计的传播形式，在新的传播模式下，图形设计的流派风格表现愈加的丰富多彩。此时的图形已不仅仅起到说明的作用，而以插图的方式涌现，加深了对文字的认识和理解。使图形设计独特的表现风格得以发扬光大。



图1-8 1470年欧洲文艺复兴时期的出版物（著名的宗教人物），通过印刷技术与手工着色的结合增加了图形设计的风格

第三次革命源于19世纪以来的科技和工业的变革，这次变革给图形设计带来了更多的发展机遇。其一，最具代表性的是摄影技术的发明为图形设计增添了一种全新的媒介（如图1-9 欧洲19世纪发明的箱式摄影机的结构和原理，是世界上最早的摄影机）。如图1-10是约瑟夫·尼伯斯1822年利用阳光腐蚀摄影法制作出世界最早的人物摄影：安布鲁斯红衣主教肖像，这是第一个没有通过人手重新描绘的绘画摄影复制品，开创了摄影技术的先河。摄影的使用完全改造了人类的视觉意识，图形设计表现获得了极大的表现力，信息传达更加准确，图像的表现方法变得丰富多彩。

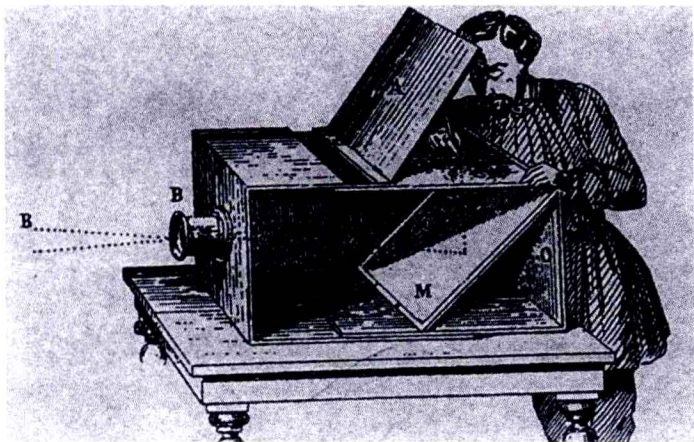


图1-9 欧洲19世纪发明的箱式摄影机的结构和原理



图1-10 安布鲁斯红衣主教肖像

其二，摄影的产生还导致印刷技术的进一步革新，照相制版方式使印刷正走向机械化的批量生产，传播的广泛性进一步扩展，图形真正成为了一种世界性的语言。如图1-11 《艺术家游击队》第一辑封面设计，这种新的视觉手段是“一种全新的大众艺术”的代表，并且象征着当时真正的精神和风格，这些极具煽动性的设计，往往是赞扬重大的历史或社会事件。作者运用透视法、特写镜头和连接不断的重复，从而使得照片本身向观众展示。



图1-11 《艺术家游击队》第一辑

其三,今天计算机技术的应用使图形设计获得了空前的表现自由和便捷,信息投射更加准确,视觉呈现也更加丰富;计算机技术的应用使图形传播超越了时间的局限和空间的距离,传播的速度奇快,而范围已达世界的每一个地区,信息受众涉及每一个体。



图1-12 计算机图形设计

社会进步一直是图形革命的动力:科学技术的发展极大地丰富了传媒的手段,图形设计正是在不断适应这些新技术、新传媒中实现自我革新、自我发展的。特别是视觉原理和规律的发现以及印刷业的产生,使图形设计更具科学性的设计技巧和多样化的艺术效果,图形设计开始走向市场。激烈的竞争使图形设计得以空前的发展,也促成了专业图形设计人员和机构的出现。在经历了三次重大革命和无数次的变革后,图形进入了设计的学科领域,图形设计发生了质的飞跃。

第二节 图形创意的概念与特征

一、图形创意的概念

(一) 图形的概念

“图形”一词由英文学名“graphic”直译而来。它起源于拉丁文“graphicus”和希腊文“graphikos”。其词意是:由绘、写、刻、印等手段产生的图像记号,是说明性

的图画形象，是区别于文字、词语、语言的视觉形式。这实际上是“图形”的狭隘概念。从广义上来讲，图形是所有能够用来产生视觉图像并转为信息传达的视觉符号，是以绘、写、刻、印、摄影技术和计算机技术为工具，经过人的直接或间接劳动而产生的、能传达信息的图像记号。

图形是人类所创造的形象，是物质的客观存在，是人的视知觉感受的反映。它既是一个概念，也是一个符号。为人们所认知，又为人们服务。

图形是说明性的图画形象，是为了阐释某个观念或传达某种内容的视觉形象。

图形有别于音乐。音乐是用有组织的乐音来塑造形象的听觉艺术，图形较之音乐更直接、更具现实感，人们常说音乐无国界，其实图形更无国界。

图形有别于文字，文字是语言的书写符号，图形较之文字更含蓄，更有意味，它是有“意味”形式的艺术视觉符号。

图形有别于图案，图案是有装饰意味的花纹或图形，强调的是装饰效果，是对具象事物进行抽象概括的表现，以客观描绘为基本手段。而图形是以主观需要为出发点的形态，根据一定目的重新构建创造新的形态，这是两者的根本区别。在图案的创作中有时会用到图形创意的手法，而图形表现上也会借鉴图案的形式，但不能将二者混为一谈。

图形有别于纯绘画艺术。绘画家可以张扬自我的体现，而一位优秀的图形设计师不仅在作品中要体现自我设计风格，更重要的是表现出普通观众认可的“共性”。只有“共性”与“个性”并存的图形设计才能更完全、更有效地发挥出图形大众传播信息的作用。

图形艺术与其他造型艺术不同，它有自己的艺术规律和鲜明的特征。图形作为非文字的世界语言，其表象特征是可以通过各种手段进行大量复制；其价值也是通过大量复制的作品在广泛的受众群中传播后产生的效应来体现；其功能主要是指它传播和交流信息的功能。

（二）创意的概念

在英文中，“创意”一词包含了“Idea”和“Creative”两层意思。其中“Idea”的意思是指“主意、念头、想法”。“Creative”原意为“有创造力的、有创造性的”。

在汉语中，由“创”字可以联想到“开创”、“创造”、“独创”。“创，始造也”，“创”字包含着最先的，崭新的意思。由“意”字联想到“主意”、“意念”、“意识”、“意会”、“意向”、“意味”，而最接近“创意”的基本意思即是“意匠”一词，是指构思之意，是对作文、绘画等事物的精心构思。

无论是外来语，还是汉语，均可以看出“创”与“意”的结合，不但强调思维作用于行为、并指导行为的能力，更强调了创意是一种非物质的精神活动行为。因此，创意是一种有思想有意识的创造性行为；创意是一种无止境的联想；是意念的创造，是人类高度思维创造活动的过程。

设计师经过严谨的构思和若干技术环节创造图形，并以独特的视觉语言准确而清晰地转述设计主题，就构成了创意活动。优秀的设计作品，其创意不仅贯穿作品创作的全过程，还应该包括作品呈现方式的创意、对观者视觉影响的创意、对社会影响的创意。创意不仅是单一作品要素，更是设计师永恒的追求。

图形创意是指设计者根据表现主题内容的要求,以说明性的图画形象为造型元素,运用一定的形式构成与规律性的组织变化,赋予图形本身更深刻的寓意,从而调动视觉来激发心理层面,并准确传递信息、沟通情感。

图形创意并不是一个单纯地寻求新奇视觉形式的过程，它始终围绕传播信息这一主旨来展开创造性的活动。所以，图形创意是以传播信息为根本原则，以创造性思维为先导，寻求唯一性、新颖性的意念表达方式，以独特、清晰的表现形式阐释信息内容，以独具匠心而新奇的形象画面引人关注、产生感染、留下深刻印象，从而使观众不得不接受信息。

图形作为一种创造设计活动的产物，它有其自己独特的语言特征，即以图说话。

在我们的生活中习惯于用语言文字来表达感情、传达思想，习惯于用语言文字把我们的感受、想法加以抽象而文字化，使其得以保存。但事实上，我们头脑中有60%以上的信息是通过视觉获得的。因此开发我们的图形表达能力，掌握图形创意的方法，对整个社会的发展、信息交流、观念沟通都具有更为广阔的意义。图形不同于图画，它的最终目的是为了传播信息、进行交流，所以针对性很强。我们可以通过图形的对话，感受到一种文化、观念的沟通，它和语言、文字等交流媒介一样是人们生活中不可缺少的交流手段，而其鲜明的视觉特征又有着语言文字无法比拟的优越性。从某种意义上讲，我们可以称图形为“视觉通讯”。图形超越文字、时间、空间的限制，通过某种媒体传达信息，不但赏心悦目，更可洗涤心灵，极具感染力和教育功能，可向人们普及多方面的知识。

图形语言清晰可辨,往往设计师会费尽心思突破一般和视觉习惯的东西,以简约化、符号化的形式来表达最丰富的内容,通过高度精练的图形语言传达预想的意义。因此其特点大致可以这样概括:

第一,图形具有可视的便捷性。人们通过图形来获得信息是未来世纪国际文化大融汇最便捷的渠道,如公共厕所的男女图形标识,无论是哪一国家的人都能看懂,“对号入座”。又如:一个带有箭头指示的路牌标志,完全可以把一个身处异地而有语言障碍的人送到目的地,达到一种“此时无声胜有声”的视觉效果。这都说明了图形可以超越国界语言的差异,最大限度、最大面积地传达信息。如图1-13奥地利博士欧·诺依拉特努力倡导国际性图形语言,制作了2000个图形符号,并与相关文法编成《视觉辞典》,作为在国际性运动会和博览会等国际活动中使用的视觉语言的基础。

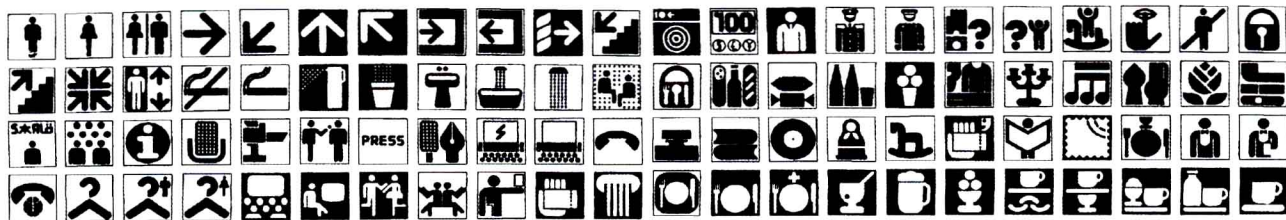


图1-13 (奥地利) 博士欧·诺依拉特制作的部分公共场所共识图形

第二，图形具有直观性。语言文字是抽象的线性的，它传递信息首先经过耳或眼，再传到大脑进行分析转换为形象判断想象，比较理性。而图形源于图画，非常直观，通过眼睛直接进入大脑进行判断，无需分析转换，比较感性。我们在“读”懂一段文字和“看”懂一幅图形之间的感受过程是明显不同的。事实胜于雄辩，看情景、观图像，一目了然，可以直观感受它的意念和氛围。我们用文字或者语言形容某人的长相，无论描绘得再详尽仔细，相信十个人听到会有十种不同的想象，但如果展示他的照片，那个人的形象特征就一览无余了。可见图形在传播信息中占有直接、客观的优势。如图1-14是作者设计的快餐店海报，将电话与食品有机地组织在一起，观者一看便知道作者要表达快餐店的方便快捷、足不出户、食全食美(十全十美)等主题。

第三，图形具有情趣性。语言字符号能准确传递信息，但难免给人生硬感，人们在认知其传达的信息时，必须顺从它的符号固定式与规划式；相对而言，图形因表现形式的多样化在传递信息时，能给人留下轻松愉快的情趣感。如图1-15喜力啤酒广告设计的广告语是：“你也会在海鲜店爱上喜力。”表现了啤酒和海鲜的“非常”关系，凸现产品和海鲜搭配带来的惊喜和乐趣，调动了消费者现有的消费习惯和消费方式，引导并改变了人们的生活方式。

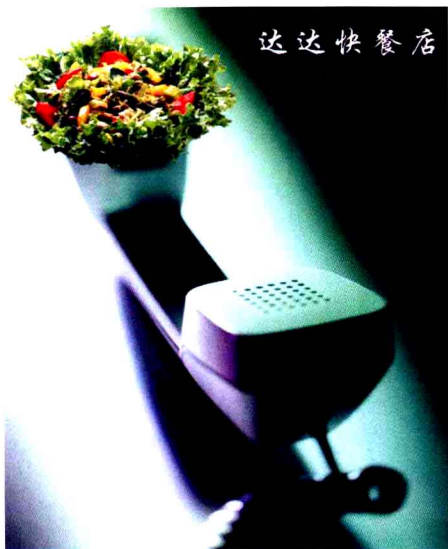


图1-14 达达快餐店海报



图1-15 喜力啤酒广告

第四，图形的其他特征。与其他艺术门类一样，图形也具有强烈的民族性，以图形对一代又一代的本民族人民进行传统民族文化的教育，这是艺术家的一份责任。当然，图形作为人类共识的传达媒介，一方面继承和发扬某一民族的传统民族文化，让其光大；另一方面是离不开多民族，多文化的大交融，也只有这样才能推动全球化信息的互动传达；再有，图形本身作为艺术家的一件作品，一旦创作成功，它就有可能超出民族的概念，属于全人类。和平是当今社会的主题，科学技术又是当今社会进步的标志，图形样式也将越来越多地服务于这样的社会，图形的时代性也就自然产生。图形的创造反过来又启迪科技的开发，如科幻电影带给人们未来生活空间向宇宙求生存的知识，简约的平面图形也让科学技术在研究它的空间艺术是否在未来的实现。

这些图形的特征也就诠释了其作用。如果说图形为人类生存和发展提供了丰富的精神粮食和物质信息便利,那么图形也为当今和未来社会的精神世界和物质世界抹上更加绚丽多姿的色彩。即图形是最受人们欢迎并最终引导人们思想和行为的最便捷、最直观、最具情趣,同时又最具时代气息的一种传播媒介,我们学习它的意义也是源于此。

第三节 图形创意的目的与意义

一、图形创意的目的

图形创意的目的是通过直观的创意图形形象,在瞬间留给观者完整、深刻、强烈的生动印象,发人深省和传达视觉信息,进而获取一定的社会效应与文化启示。这一目的可以从创意——图形作品——传播结果——产生的效应等方面看出。图形作品的好坏取决于创意的优劣,创意的优劣又直接影响到信息传播的有效程度,信息传播的有效程度直接关系到社会经济和文化的发展。在现代社会中,图形所具有的直接可视的形象使它几乎每时每刻都在同受众对话,从而使图形创意活动成为大众认同的行为。

二、图形创意的意义

图形创意的意义在于将这一特殊的视觉语言世界化。在于准确、生动、直观地反映出社会关注的话题,在于运用视觉造型语汇来记录和表达人们的思想、情感、经验、警示等信息,使可感受的视觉形象在易理解、易感动、易煽情、易诱惑上发挥着更大的作用。

图形创意作为设计的基础教育,解决在一切视觉传达艺术中视觉形象的创造和视觉语言的表述问题。因此,在基础训练阶段,它不受设计范围或媒体的限制,使我们可以专注于创造性的发掘上。从这个意义上讲,图形创意在设计的基础教育中的地位是其他任何训练手段都不能替代的。

第四节 图形创意的原则

根据现代创意图形的评判依据,我们可以总结出设计过程中应该遵守的原则:

1、以图形说话

在图形创作中要始终坚持以图形来表述思想,形态不是为了装饰而是为了表达,不要试图以文字语言来解释图形。

2、图形语言通俗化

图形创意的目的是使受众正确理解其中的含义,因此必须考虑受众对图形理解的方式,图形语言要通俗化,选择元素要注意在公众认识中象征意义,不能过多地仅从设计者个人的理解出发,否则可能引起信息传递的阻碍或偏差。

3、创造新形象

图形创意的最终结果是要创造出一个新的图形形象,不是现实形态的简单再现或拼凑,这种创新是现代图形的根本所在。

4、生动的表现

现代创意图形的表现元素是以具象物形为主的，无论是用绘画、摄影等任何手段，在表现上都要生动，形态强烈，有设计者自己的表现风格，具有美感，这样可以在传达的过程中提高图形的吸引力、记忆度与亲和度。

5、原创性

任何设计都要强调原创性，图形尤其需要。现代图形强调的就是创造性，对于他人的优秀作品可以学习其方法、吸取其灵感，但在设计中一定要有自己的创见，才能创作出与众不同的图形。

总之，现代图形创意要本着“意料之外、情理之中”的原则创作，意料之外指的是全新的表现形式，情理之中则是内在寓意的逻辑合理性。

第五节 图形创意的应用范围

图形创意以其独特的思维模式和丰富的表现方法被广泛地应用于视觉传达设计的各个领域，如广告设计、包装设计、标志设计、书籍装帧设计、器物装饰、商业摄影、电影、电视图形、计算机图形、环境图形、动画作品等等。图形创意不应该被看着是一个有限的范围，因为媒介的转移和共用，呈现形式的多元性和扩展性，它的含义也扩大到包含所有能够产生视觉图像并转化为信息传播技术的范畴。图形创意不仅被应用于视觉传达设计的全部领域，还渗透到政治、经济、文化和生活的各个领域。

图形创意是通过图形进行视觉沟通，在视觉沟通中实现思想沟通。这种沟通是以发出、接受和运用以视觉信号为基础的信息，通过引起受众的兴趣对其感染、理解和产生记忆来体现出价值。图形创意作品在推销商品、促进生产、提高生活质量、普及教育和科学技术方面发挥了巨大作用。



图1-16 图形在标志设计中的应用

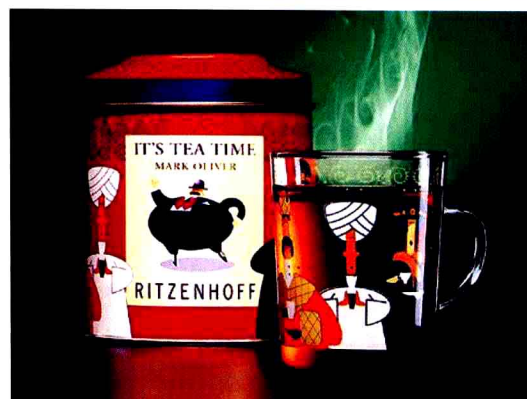


图1-17 图形在包装设计中的应用

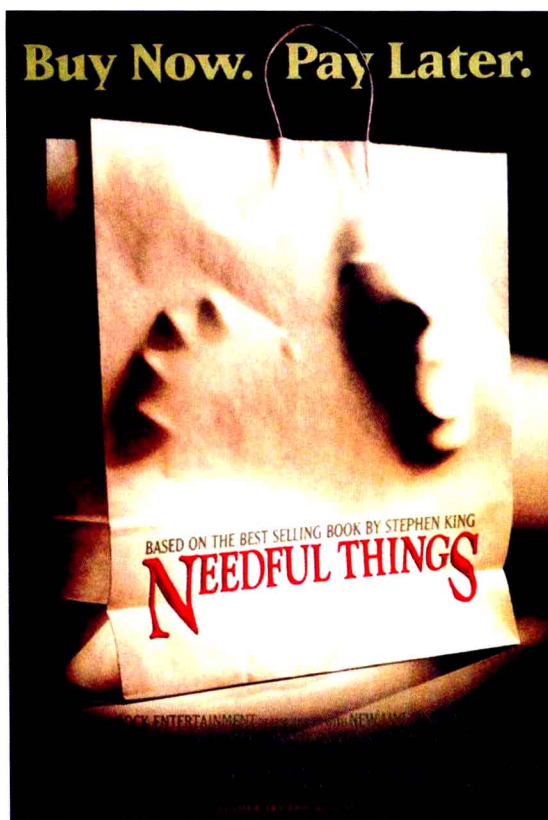
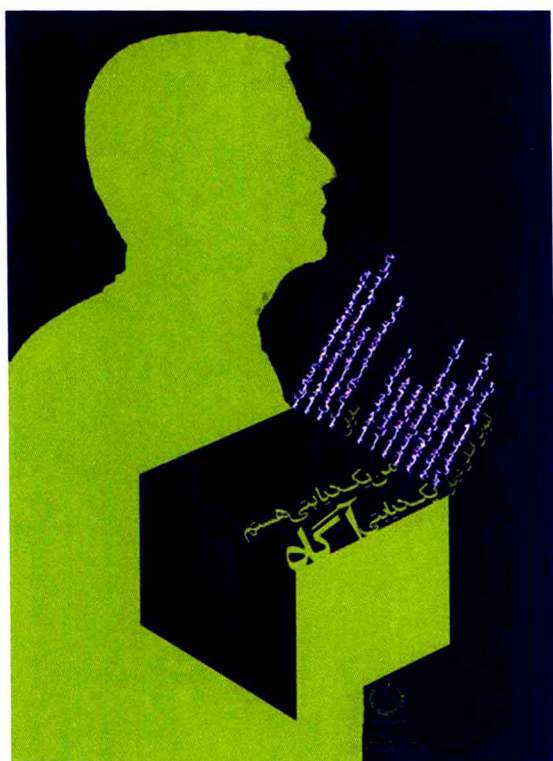


图1-18 图形在广告设计中的应用