

全国普通高等院校艺术设计专业教材

图形创意

——现代创意图形的设计

顾媛媛 著

课题一 图形创意概述

图形
图形创意设计

课题二 图形创意与图形的视知觉特征

视觉与视知觉
视知觉的基本特性
图形的视错觉

课题三 图形创意与基本造型语言

“点”语言
“线”语言
“面”语言
“体”语言

课题四 相关视觉艺术对图形创意的启示

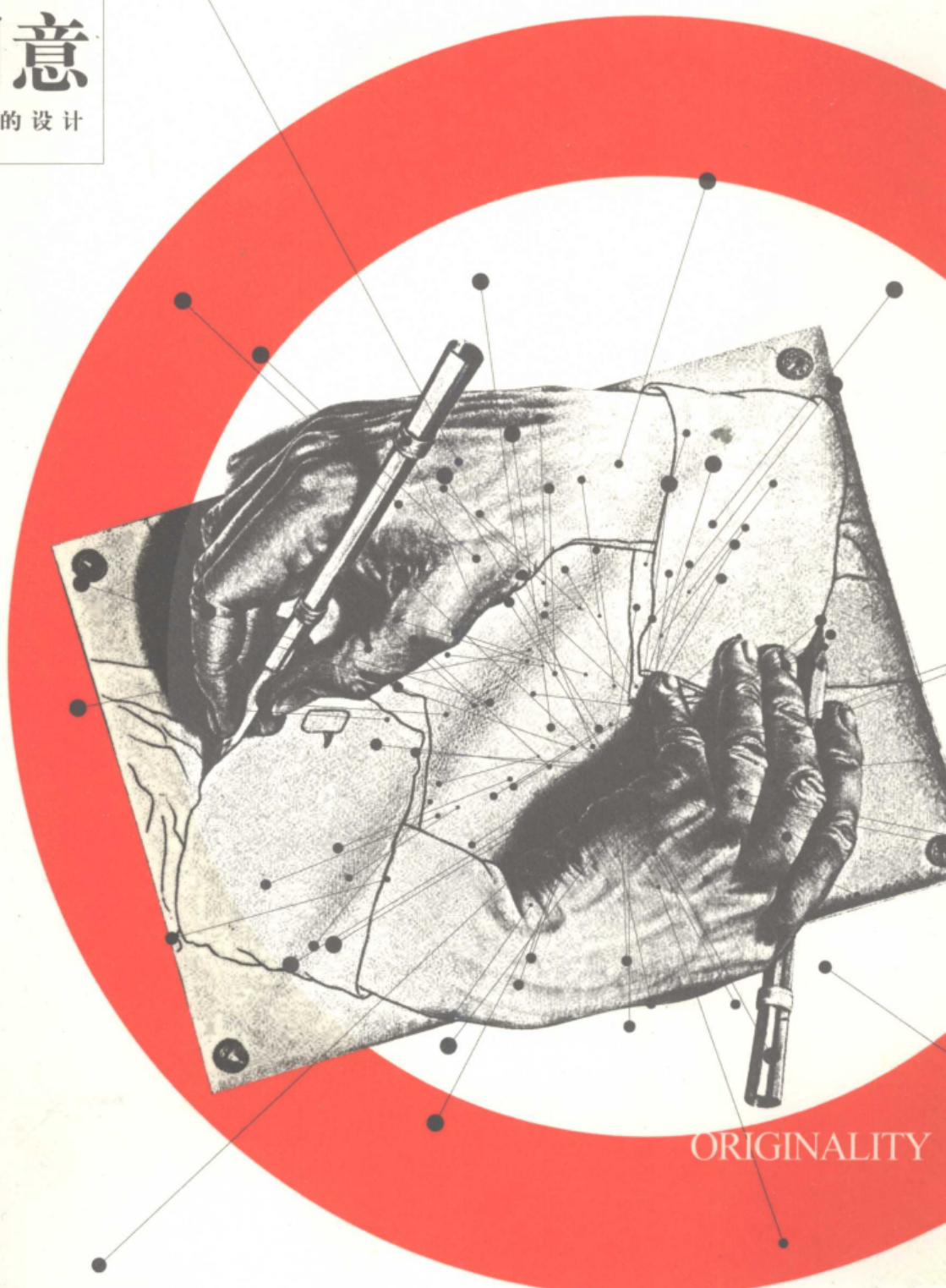
对传统图形造型方式的借鉴
对西方现代艺术流派的借鉴
现代相关图形艺术形式的借鉴

课题五 图形创意思维

创造性思维方法
图形创意思维方法

课题六 图形创意表现方法

单形的解构——重构
多形解构——同构




ORIGINALITY

全国普通高等院校艺术设计专业教材

ORIGINALITY图形创意

现代创意图形的设计

顾媛媛 著

 南京师范大学出版社
NANJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

郑重启示:

本教材中所引用图片均供广大师生教学研习之用,
部分图片未能一一注明来源。在此对其原作者深表歉意并致以诚挚的感激!

图书在版编目(CIP)数据

图形创意——现代创意图形的设计/顾媛媛著.

——南京:南京师范大学出版社,2008.12

全国普通高等院校艺术设计专业教材

ISBN 978-7-81101-823-3/J·82

I. 图… II. 顾… III. 图形-设计-高等学校-教材 IV. J51

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第213830号

-
- 书 名 图形创意——现代创意图形的设计
作 者 顾媛媛
责任编辑 徐 蕾 何黎娟
版式编排 顾媛媛
出版发行 南京师范大学出版社
地 址 江苏省南京市宁海路122号(邮编210097)
电 话 (025) 83598078 83598412 83598312 83598059(传真)
网 址 <http://press.njnu.edu.cn>
E-mail nspzbb@njnu.edu.cn
印 刷 江苏淮阴新华印刷厂
开 本 850×1168 1/16
印 张 11
字 数 248千
版 次 2009年4月第1版 2009年4月第1次印刷
印 数 1-3 600册
书 号 ISBN 978-7-81101-823-3/J·82
定 价 44.00

出 版 人 闻玉银

南京师大版图书若有印装问题请与销售商调换

版权所有 侵犯必究

图形

图形创意概述

创意

课题 一

[本课题学习重点]

图形语言的传达特性

图形创意的造型特征

图形创意的表现手法

[参考课时]

本课题主要对图形和图形创意的相关概念、特征加以介绍。第一节介绍了图形的定义、图形的分类、图形设计的起源与发展和图形语言的传达特性。第二节介绍了图形创意的造型特征、表现手法以及图形创意设计学习的目的和意义。这些都是图形创意设计学习所必须掌握的基础知识,对后面课题内容的学习起着整体理论指导的作用。

第一节 图形

一、图形的定义

希腊著名哲学家苏格拉底说过:“我给图形下的定义是:立体的边缘。”

几何学中的图形概念为点、线、面、体。在计算机语言中,由于描述的数据方式不同,视觉形象分为矢量图形和位图图像。对于图形的定义,汉语词典中普遍给予的定义有:

- ① 画像,图绘形象。
- ② 物体的轮廓、形状或外部的界限。
- ③ 图样。
- ④ 几何图形的简称。

在艺术设计学的范畴中,“图形”一词英文为“Graphic”,来源于拉丁文“Graphicus”和希腊文“Graphikos”,意为由绘、写、刻、印等手段产生的图像记号,可以通过各种手段进行大量复制,是传播信息的视觉形式。在现代艺术设计概念中,图形设计(Graphic Design)的范围要宽泛得多,与图形、图像、文字等都有关联,在表现方式上可以是绘画、摄影、雕刻、涂鸦等多种手法,设计视觉传达范围内的所有视觉形象。

二、图形的分类

从不同的角度去看,图形有不同的分类方法。

按照图形的产生方式可分为:自然图形、人为图形。

按照图形的艺术表现形式可分为:绘画图形、摄影图形、雕塑图形、手工艺图形、产品图形、建筑图形、多媒体图形等。

按照图形的表现手法可分为:传统手绘图形(包括油画、素描、国画、书法、涂鸦等)、手工图形(包括剪纸、织染等工艺品图形)、计算机数码图形、摄影图形等。

按照图形的单元构成方式可分为:单形图形、多形图形等。

三、图形设计的起源与发展

图形的起源几乎是与人类的起源同步进行的。

“古代人类并非如我们想象的那样仅满足于茹毛饮血的生存活动,原始的宗教仪式和图形艺术创作在远

提示与补充

图形与图像

在平面设计领域里,经常会有图形与图像概念之分,一般来说,图形是指手绘的、具有一定抽象程度或简洁程度的视觉形象,具有主观性;图像多是指采集的现有的图片,如摄影图片及已经存在的客观物质形象。

在计算机的视觉形象描述中也有图形图像之分,图形为由计算机生成的点、线、面等形,是矢量图形;图像指由计算机记载的位图图片或照片,具有层次感、灰度级别和像素大小,在计算机中两者的数据格式不同。在本书中,我们不做这样的划分,统称为图形。

图形与图案

图形与图案在形态上没有区别的必要,所不同的是图案作为装饰用途有着比较明显的构成骨架,比如说二方连续、四方连续等图案(有时也被称为纹样),它的美感来自于规律与重复。图形虽然在广义上也包括图案,但通常情况下还是被大家看作是具有独立特征的个体形象。

古时代与温饱和生殖繁衍一样,在古代人类社会占据重要地位。远古时代的人们通过将熟悉的和想象中的事物形象化的方式,将信仰、生命和艺术联系在一起。古代图形艺术的产生为人类图形艺术的发展奠定了基础。”¹ 图形创作是人类的一种本能,是人类生活的一种基本的、原始的需求。

原始人类的图形创作题材与日常重要的狩猎活动密切相关,多为表现动物和人类本身。由于受原始宗教和巫术的影响,原始人类在创造图形的同时往往会将精神因素融入其中,如对捕食和生存的祈求、盼望、图腾崇拜等。在人类的初始时期,由于对自然的认识水平、生活方式的相近,不同地域的原始人类的图形创作有着惊人的相似,如洞穴壁画中的图形基本上具有夸张的动态和对某些局部细节的特写。据原始艺术家分析,这些细节的特写与原始宗教、信仰等祈求愿望有密切的关系,原始人类认为对某些局部细节进行充分的、突出的刻画能够增强形象的内涵,加强图形的精神功能。²

原始图形在构图上具有很强的平面性,互不遮挡;在造型上具有抽象几何性、夸张性、复合性的特征。其中作为现在图形创意的常用创作形式的复合图形,体现了原始人类的视觉形象智慧,它的产生与原始宗教和图腾崇拜有关。原始人类通过把不同的图形巧妙地结合在一起而赋予图形以新的内涵,如半坡人面鱼纹盆图形、狮身人面像等,这也是现今民间

图形创作的常用手法。

新石器时代原始图形出现了明显的符号化形象,象形文字开始从原始图形中产生,这是图形的一个重大发展。因为文字的产生方便了人类文明的传播和记载,促进了人类思想的交流,加快了人类社会的进步。

由于载体的变化、发展,从山洞、岩石壁画发展而来的绘画图形渐渐转变为在帛、砖、木材上表现的绘画形式,因媒介的不同表现为不同的图形形式。如帛画、画像砖、漆画、纸上书法、绘画中的图形形式与岩石壁画就有很大的不同。

图形形象的发展是一个长期而复杂多样的过程,它伴随着政治、文化、艺术、经济、科学技术等的进程不断地发展,受诸多因素的影响。政治(包括哲学、宗教)影响着人的精神世界与思维方式,直接反映在图形所表达的内容、创作方式上;文化可以使图形有不同的地域和意识特征,形成鲜明的文化差异;艺术流派、艺术思潮与图形表现形式、创作手法以及所蕴含的精神价值有关,对艺术流派的研究可以很好地了解图形语言结构的象征性和表现意义;经济与人类生活密切相关,经济的发展、商品的流通以及各种形象信息大范围传播的需要为图形提供了广阔的表现舞台;科学技术的进步更为图形的发展带来了深远的影响,如造纸、印刷术的发明和应用为复杂、细节丰富的图形提供了传播、记录的载体,照相技术使图

提示与补充

原始宗教

原始宗教的基本特点包括对食物、繁殖、祖先、死亡、自然万物以及社会群体的神秘观念和祈求敬拜,并由此发展出对超自然体之神灵的信仰及崇拜。其信仰的表现形态多为植物崇拜、动物崇拜和天体崇拜等自然崇拜以及与原氏族社会存在结构密切相关的生殖崇拜、图腾崇拜和祖先崇拜等。它们的发展一般都经历了参与具体崇拜活动和形成抽象神灵观念的演变过程。

图腾崇拜

据《辞海》解释,“图腾崇拜”是一种宗教信仰,约发生于氏族公社时期。“图腾”发音来自印第安语“totem”,意为“属彼亲族”。原始人相信每个氏族都与某种动物、植物或其他自然物有亲属或其他特殊关系,一般以动物居多。作为氏族图腾的动物(如熊、狼、蛇等),即是该氏族的神圣标志,为全族的忌物,禁杀禁食,且为其举行崇拜仪式。图腾的图形形式表现为族徽、纹身等。

1 | 陈瑞林,尹彤云. 外国图形艺术简史[M]. 清华大学出版社, 2005. 6

2 | 在汉中. 中国民间美术造型[M]. 湖南美术出版社, 1992. 绪论: 10

形的逼真成像成为一种简单快捷的行为,影像图形因此能够轻而易举地再现,计算机成像的普及应用则使图形的传播、制作、变形、修改更为高效灵活……社会各种因素共同介入了图形的发展,有物质的因素也有精神的因素。图形是一种极具生命力与包容力的信息传达方式。

四、图形语言的传达特性

文字发明之前我们的祖先靠图形记事,文字发明以后人类仍然乐于用图形传递、记载信息,在当今的读图时代、信息时代,图形的地位和作用更加重要。据调查,在一般情况下人类接收的信息大约80%依靠视觉形式传递,其中图形以其显著的传达特性通过视觉媒体传递着大量的信息。在艺术设计领域,具体到视觉传达设计的包装、平面广告、海报设计等,图形和说明性文字是传递信息的主要视觉语言,而前者又是决定设计效果、传递信息效率的重要要素。

图形有着三个主要的信息传达特性:直观性、感染力、象征性,这三个方面或多或少地和图形与文字的传达特性比较结果有关。

(一) 直观性(形象、高效地传递信息)

文字与图形是视觉信息传播的两种主要形式,前者严谨具体,后者形象灵活。文字作为记载、传播文化的重要工具,具有不可替代的地位,但文字需要读者去读懂、理解、想象,而图形形象则可以瞬间带给读者直观的印象和形象的表述,提供视觉上的感性体验。

宋代史学家、目录学家郑樵所著《通志略》中的《图谱略》就专门讨论了图与文的关系:“见书不见图,闻其声不见其形;见图不见书,见其人不闻其语。即图而求易,即书而求难。古之学者为学有要,置图

于左,置书于右;索象于图,索理于书。”文中提出了图对于获知、理解的重要性,指出了有书无图,书不可用,书籍必须用图辅助说明,体现了图形的直观性、形象性的特点。

对于书籍而言,不论是以图为辅的书还是以文为辅的画册都能明确地显现图形的直观性特征,利用这种特性,各种广告、海报、包装更加积极地利用图形语言,进行直观的视觉展现,形象地传达信息。

图形信息的直观性传递使其本身不受文化差异的影响,可以被不同文化水平、不同语言的人所认识,从而成为高效的信息传播形式。如我国最早的商品标志形象——济南刘家功夫针铺的标志形象,文字围绕在一只捣药的小白兔的图形周围,这就使针的主要顾客——妇女易于辨认,即使是不识字的妇女也可以“认门前白兔儿为记”(标志广告语),辨认刘家功夫针铺的商品(如图1-1)。



1-1 图

刘家功夫针铺的标志形象

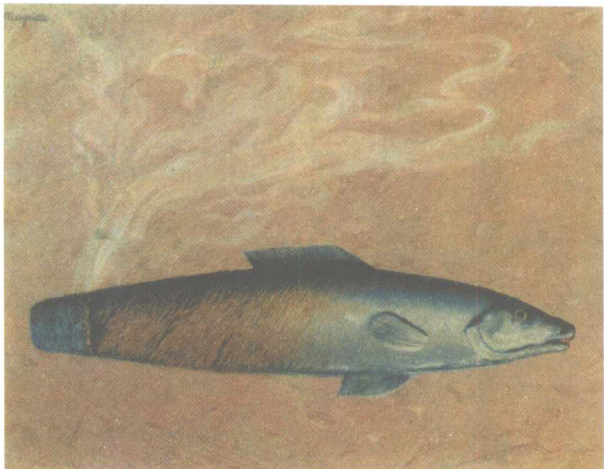
随着社会的发展,商品的国际性流通已经是很普遍的现象,加上全球人类生活习惯的相似化发展趋势,宣传、广告、品牌形象所利用的图形可以被大多数不同文化的人所认知、解读,而且特定的图形形象、某种商品的品牌标志、特有的包装图形风格、广告形象等可以方便地指引不同语言地区的人快速找到其所需,并成为辨认和寻找某种商品的依据,如麦当劳标志、可口可乐包装形象等。另一个典型的例证就是在很多公共场合都起到指示、说明作用的国际通用符号,如道路、交通符号、公共场所便利设施指示等,或者是商品的使用说明等都利用直观的图形进

行信息传递,不受文化差异的限制,方便有效。

(二) 感染性(吸引注意力、引发兴趣)

对于我们所面对以图形和文字作为主体设计元素的视觉传达设计作品,其目的从根本上说为了是通过视觉语言说服受众,引发兴趣,从而进一步对所包装、宣传的商品产生欲求,进行消费。在视觉上作为传递信息的两个重要载体——图形和文字各负其责,担当着重要的任务,而图形的作用和“风头”似乎更强一些。图形形象具有较强的视觉感染力,更能够吸引读者的注意力。现在我们常把这个现象归因于读图时代大众对图形的偏爱,但实际上更要归因于图形本身具有的特性,只是如今,图形在读图时代更加巩固了自己的地位。从我国早期的平面广告、宣传作品来看,图形形象在说服受众、吸引注意力和引发兴趣上的优势都是设计者以它作为重要手段的原因。

保罗·梅萨里(Paul Messaris)在《视觉说服》中从图形形式与图形角度两个大方面探讨了图形形象的感染性与受众的注意力之间的某些联系,提出视觉图形可以通过反常理的、趣味性、差异性的表现方式,利用图形的动态、独特视角来引发相应的心理反应,从而将人们的注意力和兴趣放在图形形象之上。在相应的设计应用中,如平面广告设计、海报招贴设计都是利用图形的感染性吸引受众的注意力。对于这种视觉说服性的设计,图形向来是重要的设计内容,设计者也尽可能地通过各种方法利用图形语言吸引眼球。(如图 1-2)



1-2 图

（三）象征性（表述未说出来的意思）

象征性是图形特征的一个重要方面。曲线可以象征波动的水，直线可以象征地平线，半圆的弧线可以看作是正在升起的太阳，发射状的线条可以象征光芒……

图形中的点、线、面作为造型的基本元素可以看作是抽象、概括了的形象，从而象征具象的形象或抽象的含义。不同的点、线、面有不同的形象，可以给人不同的心理感受，因此在设计中巧妙地利用图形的基本造型元素是一种明智的选择。图形不仅能够以抽象的形式象征具象的形象，而且可以以具象的形式象征抽象的意义，有时这种象征也被称为暗示，即表达本身形象之外更多的含义。比如当特定图形与特定的商品在视觉中被放置在一起时，我们会习惯性地认为它们之间有着一定的联系。如万宝路香烟的牛仔形象和香烟包装或品牌标识、名称同时出现时，我们会认为这种商品可能具有男人味的、粗犷的气质，牛仔形象在这里象征了一种人们欣赏的形象或者生活方式。或者当一件艺术品的形象与某种商品形象被安排在广告画面中时，这种商品在视觉上就被赋予了艺术品所象征的有品位的、高档的价值。图形的象征性使设计者乐于运用这种暗示的手法，来塑造品牌及商品的形象。

提示与补充

在平面信息传达中图形与文字哪个更重要？

这个问题经常出自于初学者。在视觉传达上图形确实有着文字所不及的上述诸多优势，但图形也不是万能的，对于需要确定概念的表述或说明，文字的优势是显而易见的，如图形的点题、广告语、介绍说明等。可以说在视觉传达设计中图形与文字是相辅相成、互为补充的，图形提供形象的感性信息，文字提供理性信息。

第二节 图形创意设计

一、什么是图形创意

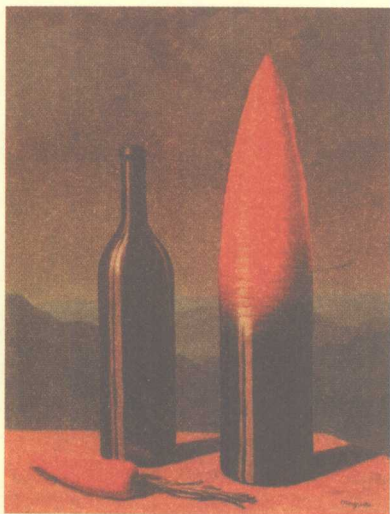
“创意”源于英文“Idea”和“Creative”，分别意为“主意”、“想法”、“意念”和“创造性的”、“创作的”，既指创出新意（动词），也指所创出的新意或意境（名词）。“创意”作为名词经常与巧妙的想法和独到的见解联系在一起；作为动词它是创造性行为，是将独到的、有新意的想法加以实现的行为。作为人大脑的一种高级的思维活动，创意要满足的条件就是首创和具有特定的新意。

因此，图形创意就是指通过创造性思维创造图形，将图形赋予新意的行为，是图形设计的高级层次，要求的是从表现媒介到表现方法、内容、意义等方面的创新，寻求独特。图形创意的过程是人们在某种目的的要求下发挥图形想象力的过程。人类生来就具有一定的图形想象力，许多图形设计研究者经常把童真新奇的儿童画作以例举，但是儿童涂鸦还不能算是图形设计作品（也许可以称其为艺术作品），因为这种创作过程没有客观的约束，也没有体现主观能动性，并不是有意识、有目的、有要求地进行创造，而图形创意设计中“设计”的含义是不容忽视的。“设计”具有很强的计划性与目的性，服务于一定的受众，需要准确地传达信息，让受众能够快速接受、理解。因此图形创意设计需要经过专业的创意设计思维训练，学习图形的视觉思维规律和特征，把握创意图形的设计方法，训练创造性思维，提高创意图形的表现能力。

二、创意图形的造型特征

(一) 可辨性

可辨性即可识别性。作为传达信息的视觉手段，创意图形首先要易于被识别、读懂，可以传达或象征特定的含意。当受众的目光与图形相遇，就意味着图形信息传达的开始，如果受众看到的是令人费解的图形，以至于无法理解图形要表达的内容，那么这种创意图形就意味着失败，因为信息无法得到有效传递。因此创意图形应该在视觉上一目了然、一语中的，而不是吞吞吐吐、含糊不清。(如图 1-3, 图1-4)

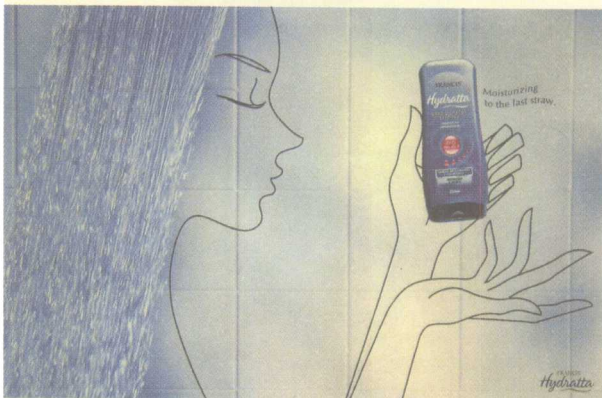
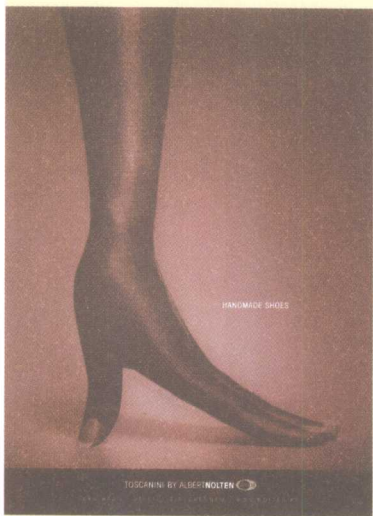


“每一滴都非常纯净” 饮品广告

(二) 准确性

图形有着与文字不同的传达效果，相对于文字传达信息的确切性与准确性，图形信息在传递的过程中会受到一些外因的影响，如人本身的经历、知识背景、情绪、周围的环境、图形自身表现的方式等。创意图形如何准确地传达信息是至关重要的一环，因此要尽量避免产生歧义，恰当运用表现形式，使读者通过视觉的判断寻找到创意图形的表现焦点，理解其真正含义。(如图1-5, 图1-6)

1-3	1-5	图
1-4	1-6	

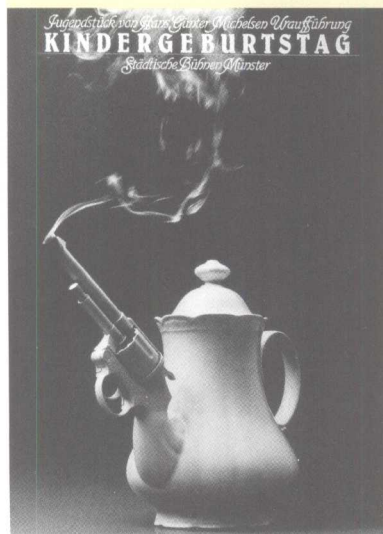


（三）创新性

创新是创意图形的生命,怎样做到巧妙,做到出乎意料,做到新颖、别出心裁是图形创意一直追求的目的。创意图形一般有两种表现形式,即单形和多形。前者通常通过图形本身的外观拉伸、扭曲变形、解构、变化排列方式等作出新解(如图1-7);后者通过多形之间的有机组合、同构使图形之间发生新的组合关系。好的创意图形与复杂的造型手法没有必然的关系,也许通过作者简单的造型手法,便可以使图形具有创造性的新意,达到创新的目的。从图1-8中可以看出,丰富的想象力是图形创意的前提,深刻地理解图形、善于灵活地利用图形、熟练地掌握图形造型手法才可能更好地表现出图形的创新性。



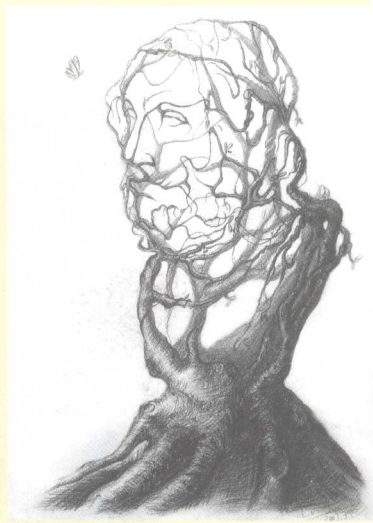
马格利特作品



霍尔格·马蒂斯作品

（四）艺术性

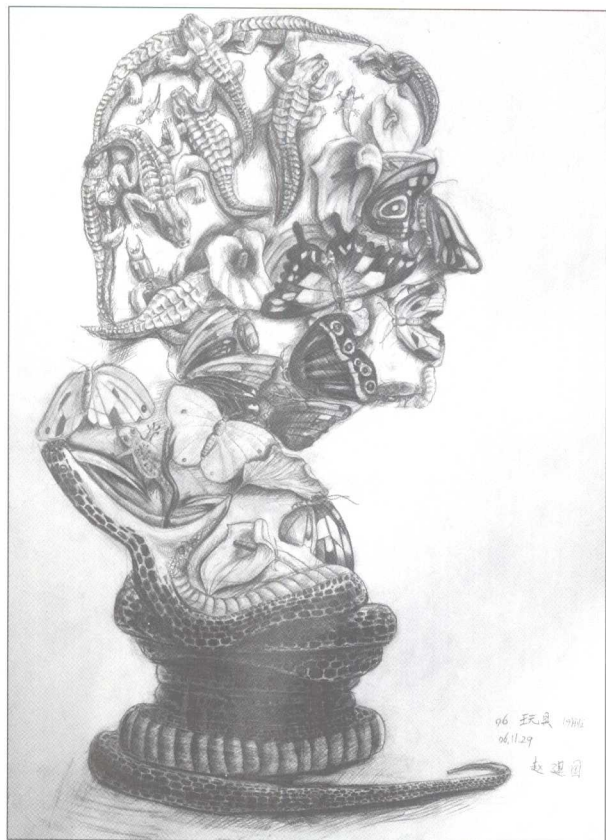
作为视觉语言,创意图形在表现上要具有美感、艺术性,给人以视觉享受,才可能吸引更多的视线、留下深刻的记忆。在画面表现上创意图形的视觉冲击力、感染力、形式美感等方面是需要认真对待的,图形需要精心制作,版面需要仔细琢磨。图形的制作和表现会决定创意图形的视觉表现力和信息传达效果,具有艺术性的、更具有美感的表现形式在信息传达上往往会起到事半功倍的作用。因此好的创意图形会用艺术性的语言说话,好创意要有好的视觉表现形式。(如图1-9,图1-10)



艺术绘画作品 骆芸

1-7 1-9 图
1-8 1-10





材质替换设计素描习作 赵建国

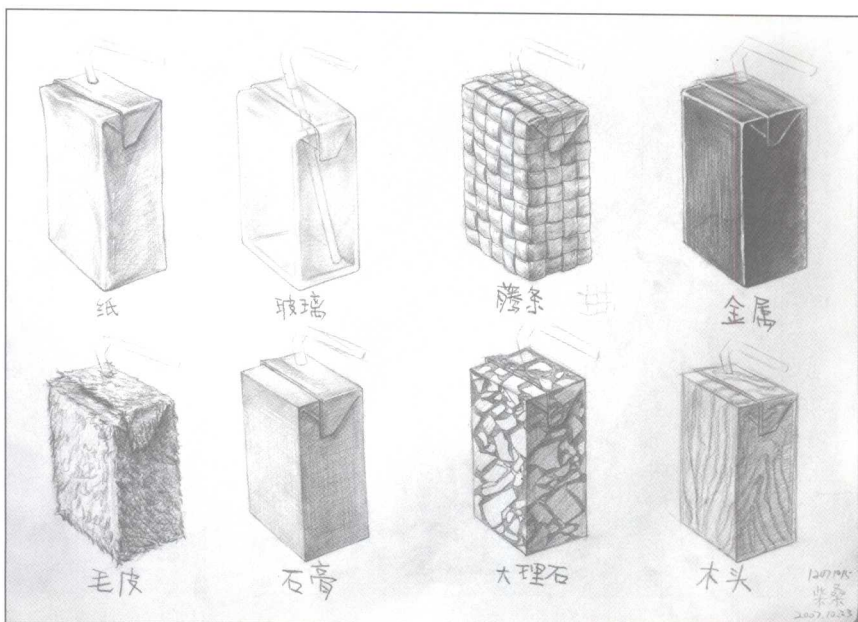
三、相关联的先修课程

(一) 素描速写基础课程

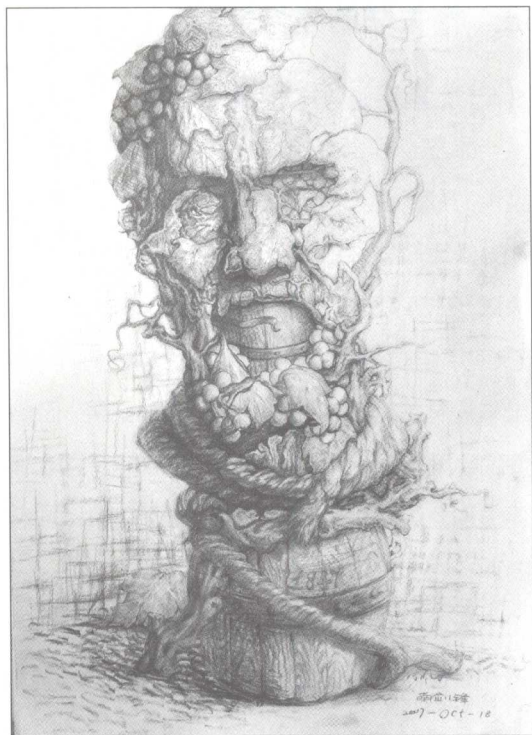
素描、速写等绘画类基础课程是为了训练手绘造型能力和表现技巧。对于图形创意设计者来说，绘画能力是比较重要的，人的想象力与表现能力没有必须关联，但却有着必然关联。图形创意的过程往往是联想、想象与草稿构图共同参与的，这个创作过程是思维与视觉之间来回的感知、促进的结果。因此有了较好的绘画基础就能够轻松做到使创意想法准确呈现，促进形象思维，有助于图形创意的设计。(如图1-11，图1-12)

现在很多学校的设计类专业都开设了设计素描这一课程，有针对性地对对学生进行素描造型训练，且训练题目、内容也更趋向于设计方向的视觉造型练习，比如材质替换素描练习、视觉通感素描练习、具象与抽象造型语言训练等。

1-11 图
1-12



材质表现练习 柴桑



材质替换设计素描习作 南剑锋



材质替换设计素描习作 覃伟华

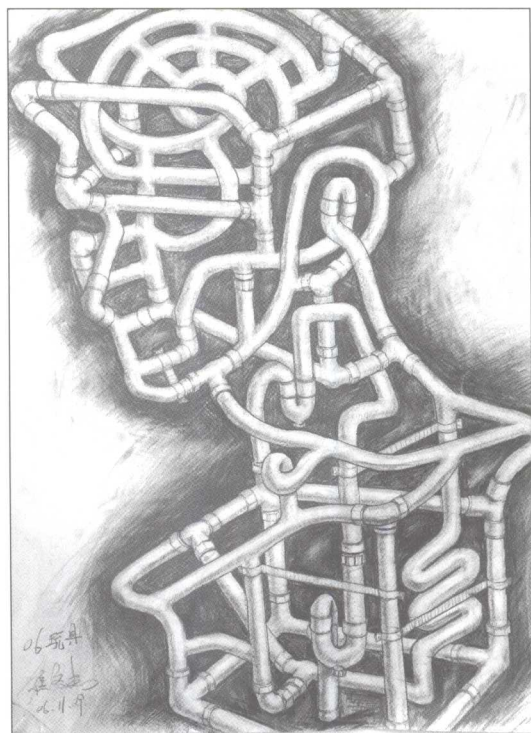
1-13 1-14

图

1-15 1-16



材质替换设计素描习作 刘乙洁



材质替换设计素描习作 焦文杰

（二）构成基础课程

构成基础课程我们一般理解为平面、色彩、立体等方向的构成学习。所谓构成是一种造型概念，也是现代造型设计用语，其含义是将复杂、具象的对象通过基本视觉单位，如点、线、面、体等造型元素配合色彩塑造成形，目的在于培养学生对视觉形态的抽象分析、归纳能力。

构成类基础课程是各专业学生所必需的基础知识，（尤其是平面构成课程）直接关系到图形的抽象解析，为图形创意设计提供了抽象造形基础。

（三）其他相关课程

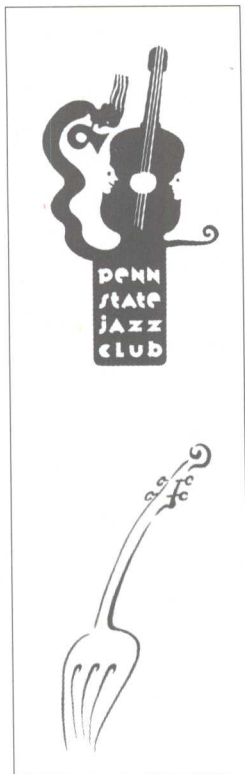
图形创意设计可以借助摄影、电脑制作等手段实现图形的取材和制作。摄影主要用于图形取材，电脑软件主要用于图形处理和制作。好的创意要有好的视觉表现，这些与图形创意相关的课程可以帮助我们取得更好的视觉表现效果。尤其是电脑软件与图形创意的关系更为密切，如今图形、文字的各种丰富的变化效果几乎都离不开电脑软件的处理。自从电脑软件开始应用于设计制作，创意图形的表现变得更加具有可操作性，可以更方便、快捷地实现更多的效果，包括以假乱真。（如图1-17至图1-19）

运用摄影、电脑技术合成的图形类作品

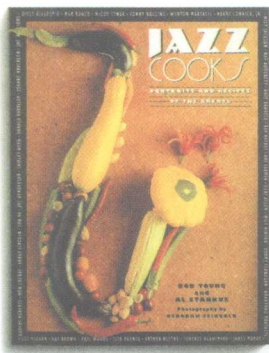


图

1-17 1-18 1-19



标志设计

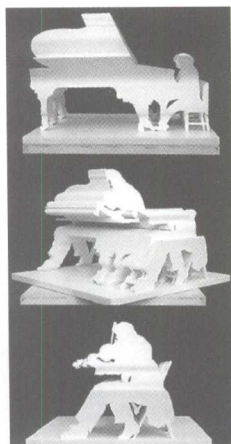


海报设计



融入图形创意概念的产品设计

1-20	1-21
	1-22
1-23	图



雕塑作品 福田繁雄

这件雕塑作品将弹钢琴的人物形象与拉小提琴的人物形象巧妙地设计在一个空间雕塑的两个观看角度上。

提示与补充

图形创意设计能够通过学习培养吗？

对于图形艺术而言，有些人对图形的把握、领悟能力要高些，而有些人则要弱些。不过既然图形创意作为一门专业基础课程出现，就说明对图形、形象的创造性思维和表现能力是可以通过学习进行培养的。艺术需要天分，更需要勤奋。创新不易，我们应该不断地进行思维方法和表现形式的探索和学习，提高图形创意设计能力。

四、图形创意设计学习的目的和意义

图形创意设计的学习目的从根本上是培养创造性思维，丰富图形创意表现方法。作为视觉传达专业的基础课程为广告设计、标志设计、包装设计、海报设计、书籍设计及动画多媒体设计应用的学习打好基础。如在平面广告设计、海报设计中，创意图形是吸引眼球的主体，是留住印象的法宝，图形创意的表现在很多时候可以成为决定这些设计好坏的关键因素，也是众多设计师长久以来不断探索和思考的重要内容。

创造性思维是设计学科各专业学生所必需的能力。创造对于艺术设计类学科并不意味着诸如理工学科的全新发明，而往往表现为对已有形象的新的角度的理解和把握。图形创意设计的客体是图形形象，它的应用范围包括平面、立体空间及多维的多媒体艺术设计，如视觉传达设计、产品设计、环境艺术设计、动画设计等。作为一门基础课程，图形创意训练学生的形象创新能力，同时要求学生对于图形创意设计有积极主动的学习态度，善于观察生活，对视觉形象有高度的敏感性和记忆力，有丰富的想象力。（如图1-20至图1-24）

图形创意课程有着承前启后的作用。要求学生具有良好的绘画表现能力，通过系统的思维方法的学习提高创意图形的设计能力与创造性的思维能力，为以后的专业课程打下良好的基础。

思考与练习：

思考图形与文字在视觉传达的角度上各自的职责和优势，举例并作详细分析。

图形
图形创意与图形的视知觉特征
创意
课题 二

[本课题学习重点]

了解视知觉的基本特征

了解视错觉的特征,并能在实际中加以应用

[参考课时]

图形的视知觉特征基于格式塔心理学关于视觉图形的完形理论，格式塔完形理论中的“完形”不是普通字面意义上完整的形态，而是一种视觉心理共同参与的对客观视觉形态的认知。

对图形的视知觉探知对于图形创意设计的学习有着积极的意义，只有了解关于图形的视知觉特征才能够掌握图形的普遍视觉认知规律。因为我们的视觉有时候感知到的形态是被我们的“视知觉”加工后的结果(如图2-1)。

第一节 视觉与视知觉

一、视觉

视觉对象被感知是通过以下过程:

视觉对象—光—眼睛—大脑

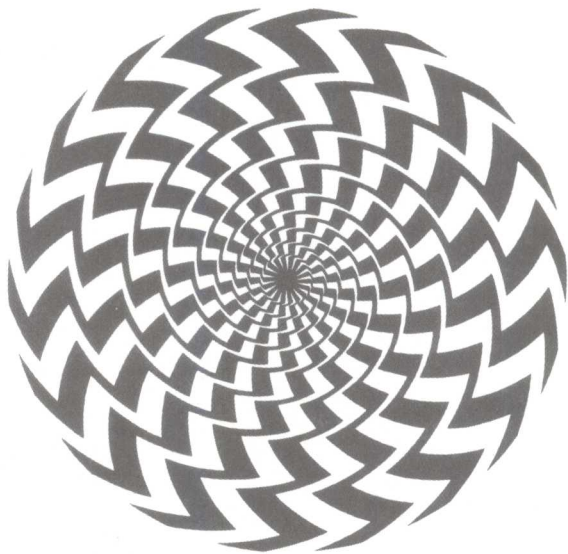
视觉对象和光是视觉的两个基本物理条件。

眼睛与大脑是视觉形成的生理条件。

很久以前人们认为光是从人的眼睛里发出的，而今众所周知，光的来源是外界物质而不是人眼。光是一种电磁辐射，分为人造光和自然光。波长为380nm—760nm的光即可为人类肉眼感受到，称为可见光，超出这个波长范围的是不可见光，如红外线和紫外线。我们看到客观世界的各种形象是物体发射、反射或散射的光进入眼睛后的成像。

视觉对象在我们的眼中有着相对的透视关系，每一个人眼中的物体因为视角、透视等原因都有着或多或少的表象差异，但我们却可以凭借视觉经验和透视现象比较客观、正确地认识每件物体的真实形象。

“视”强调观看，“觉”强调感知，视觉的形成是眼睛与大脑共同作用的结果，当人们观看物体时，对象的影像经过瞳孔(控制光进入量)和晶状体(调节



2-1 图

韦德螺旋视错觉
是同心圆还是螺旋线?

提示与补充

格式塔心理学

格式塔心理学是西方现代心理学的主要流派之一，1912年在德国诞生，后来在美国得到进一步发展。根据其原意也称为完形心理学，主张从整体上来研究知觉对象，格式塔是德文“整体”的译音。