

高等院校信息化教学“十三五”规划教材

杜羿纬 / 艺术顾问

图形创意

主 编 邓焱 林琳 黄继红

HEUP 哈尔滨工程大学出版社

“十三五”规划教材

图形创意

主 编 邓 焱 林 琳 黄继红
副主编 陈一墨 尹 丹 周 磊
陈顺和 曾庆亮

内 容 简 介

本书基于课程的实验性和现场感而编写，主要包括图形与创意概述、图形创意思维、图形创意的方法、图形创意的表现、图形创意的应用，注重基础理论的引导及课程内容和课程方法的创新。课程内容的创新主要是为了适应社会的需求、学科的发展；课程方法的创新则是为了培养学生的创意能力和解决问题的能力。本书注重设计过程的教学，因为过程往往能培养学生提出问题、分析问题和解决问题的能力。

本书可作为高等院校艺术设计相关专业的教材，也可作为设计爱好者的学习用书。

图书在版编目（CIP）数据

图形创意 / 邓焱，林琳，黄继红主编. — 哈尔滨：
哈尔滨工程大学出版社，2018.1
ISBN 978-7-5661-1781-6

I. ①图… II. ①邓… ②林… ③黄… III. ①图案设计—高等学校—教材 IV. ①J51

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第330860号

策划编辑 徐 峰 李 慧
责任编辑 崔 岩
封面设计 广通文化

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
地 址 哈尔滨市南岗区南通大街145号
邮 编 150001
发行电话 0451-82519328
传 真 0451-82519699
经 销 新华书店
印 刷 北京紫瑞利印刷有限公司
开 本 889mm×1194mm 1/16
印 张 6
字 数 206千字
版 次 2018年1月第1版
印 次 2018年1月第1次印刷
定 价 42.00元

<http://www.hrbeupress.com>

E-mail: heupress@hrbeu.edu.cn

对本书内容有任何疑问及建议，请与本书编委会联系。邮箱 designartbook@126.com



序

PREFACE

设计是一个广泛的概念。如果一定要追溯它的起源，则远古的先人用一块石头砸向另一块石头以打出有某种功能的工具时，设计就产生了。换言之，设计其实就是人类把自己的意志加在自然界之上，用以创造人类文明的一种广泛的活动。简单地说，设计是一种文明。

自改革开放以来，我国的设计不仅得到了社会各界的认可，而且已发展成为一个巨大的产业。设计已经深入生活的方方面面，一点一滴地改变着人们对自身的认识。但设计本身依然存在着许多问题，而最严重的问题就是缺乏对设计教育系统、深入的研究。不从观念入手，不解决教育问题，设计的发展必将受到影响。

图形一身兼二职，既是一门独立的艺术，又在设计中举足轻重；既能充分满足艺术的种种审美要求，又能适应信息、技术、学习、生活及大众传播的需要。图形成为20世纪后半期以来信息传播的主要手段。然而，图形与语言、概念与形象并非截然分开的两个领域，“语言”可以“图形化”，概念也可以转化为形象。设计这个现代概念，可谓图形与语言的结合体。

图形创意是各专业设计师进行设计创意的起源，是了解和学习设计的敲门砖，是解决设计问题的重要方法。它对开启想象力和创造力、拓宽设计领域具有深远的指导意义。

本书着眼于课程的建设与创新。首先强调课程自身的完整性，并不将课程片面地局限在某一专业范畴，凸显了设计学科内部各专业之间的共享性；其次强调现场感，对大量的设计案例进行了分析，内容更加贴近学生，更容易为学生所接受；最后强调教材的基本信息构成，将课程的基础知识与专业设计的应用技能相结合，保证了学生未来发展的可持续性。

相信经过专业学术团体协作，由一线专业教师编写出来的这本教材会发挥它应有的价值。
是为序。

杜翠纬

广州美术学院视觉艺术设计学院副教授
清华大学美术学院博士



前言

FOREWORD

随着经济与社会的发展，图形创意设计日益受到人们的重视。图形作为视觉传达的重要基础，与平面设计的各个环节密切相关。如果把平面设计比作一棵大树，图形创意就像树的根基。图形设计以符号化的形象表现多层次的内容，以新奇的形象吸引大众的视线，并为人们提供无限的联想空间，启发大众的智慧。

设计教育的基本宗旨是培养适应现代科学与艺术发展的高素质设计人才。设计教学的基本目的是最大限度地挖掘学生的潜能，激发学生的设计思维与设计欲望。图形创意是体现此目的的重要手段之一，也是设计类专业的重要入门课程。

一般认为，现代意义上的设计教育从20世纪初德国的包豪斯开始。包豪斯设计教学课程体系中最闪亮之处就是它的实践性，即培养学生的动手能力。本书从课程的实验性和现场感出发，通过基础理论的引导，注重课程内容和课程方法的创新。本书的创新更多地体现在设计案例、作业练习、评判标准等方面的改革上。尤其是设计练习，更加注重设计过程，而不再孤立地看设计的结果。

本书在编写过程中，得到了许多专家、学者、老师和同学的帮助，特别是华南农业大学艺术学院吴祝元教授及广州美术学院杜羿伟教授给予了极大帮助和支持，在此表示感谢。另外，还要感谢为本书提供优秀习作的同学们。

由于时间仓促，书中疏漏之处在所难免，欢迎广大读者批评指正。

编 者

目录

CONTENTS



第一章 图形与创意概述 / 001

- 第一节 图形的定义 / 001
- 第二节 图形的特征 / 002
- 第三节 图形的发展历程 / 005
- 第四节 创意与图形创意 / 007



第二章 图形创意思维 / 009

- 第一节 创造性思维的阻力 / 009
- 第二节 图形创意的思维方法 / 011
- 第三节 图形创意思维训练 / 017



第三章 图形创意的方法——同构 / 021

- 第一节 同构概述 / 021
- 第二节 同构的类型 / 025
- 第三节 同构的课题训练 / 032

CONTENTS



第四章 图形创意的表现 / 039

第一节 绘画表现 / 040

第二节 立体材料表现 / 049

第三节 数字技术表现 / 052



第五章 图形创意的应用 / 055

第一节 图形创意在视觉传达设计中的应用 / 056

第二节 图形创意在服饰设计中的应用 / 063

第三节 图形创意在产品设计中的应用 / 069

第四节 图形创意在工艺美术设计中的应用 / 073

第五节 图形创意在数字艺术中的应用 / 076

第六节 图形创意在插画艺术中的应用 / 081



参考文献 / 090



第一章 图形与创意概述

本章知识点

图形的定义、特征与发展历程，以及创意与图形创意的基本理论。

学习目标

重点掌握图形的定义与特征，熟悉图形的发展历程，掌握创意与图形创意的基本理论。

第一节 图形的定义

“图形”是日常生活中使用频率很高的一个词，但是如果要认真地给它下一个定义，却又似乎变得陌生和复杂。

那么，什么是图形呢？从实际形成来看，下面所列的都可以称为图形：

- (1) 人类眼睛所看到的景物。
- (2) 用照相机、摄像机等装置获得的照片、图片。
- (3) 用绘图机或绘图工具绘制的工程图、设计图、方框图。
- (4) 各种人工美术绘画、雕塑作品。
- (5) 用数学方法描述的图形（包括几何图形、代数方程或分析表达式所确定的图形）。

可以看出，图形是一个宽泛的概念，它既包括了描述图形，也包括了自然图形。对描述图形来说，这是计算机图形学早期重点解决的问题，包括各种几何图形，由函数式、代数方程和表达式所描述的图形，它已经从纯粹的“图”的概念进入了动态的“形”的深度。对自然图形来说，则包括景象、图像、图案、图片以及形体实体。

图形设计的概念形成于20世纪60年代初，“图形”的英文词是“Graphic”，指由绘、写、刻、印等手段产生的图像记号，是说明性的图画形象，以别于词语、语言、文字的视觉形象，是介于文字和绘画的视觉语言。“图形”是“用线条、颜色描绘的事物形象”。在设计理念中，不同

于单纯的标志、图案，它既不是一种单纯的标志、记录，也不是单纯的符号，更不是单一以审美为目的的装饰，而是在特定思想意识下对视觉元素有意识的刻画和表达，具有美学意义上的升华，富有深刻寓意的哲理，能给人们以启示。视觉传达设计中的图形，其概念既可以从视觉文化的宽泛的景观去认识，也可以从形式语言的构成特征去解读。现在，随着计算机的普遍应用，大量图形都用计算机来绘制，这时的图形由点、线、面、体等几何要素和明暗、灰度（亮度）、色彩等非几何要素构成。从客观世界中抽象出来的带有灰度或色彩及形状的图或形，即计算机图形学当中图形的概念。

今天所说的图形设计是多种学科交叉的产物，它超越了一般造型

的审美限度,集现代哲学、视觉心理、艺术造型、语言符号、信息传播、市场营销等学科于一体。它以固有的属性,构成了现代信息传播中的特殊文化现象。

图形创意设计实际上是通过可视的设计形态来表达创造性意念的一种说明性的视觉符号,也就是把视觉思想通过创意、造型转化为信息传递的载体,并通过印刷或媒体进行复制和传播的视觉形式。现代设计在推动经济方面的作用日趋重要,相应地,承载设计的媒介日趋多元化。图形的范围也从昔日的海报、报纸杂志和商品包装等扩展到摄影图形、影视图形、计算机图形、环境图形等。

对图形概念进行界定时,要考虑到与“图案”“图画”“图法”“图式”的区别,应具有专门性和独特性,进而仔细考虑具有图形性质与意义的关于特指的“图”的发展过程和演化现状,并根据视觉传达设计学科的特征进行分析、辨识。于是我们可以产生这样的认识:就功能而言,图形的主要价值在于信息的视觉承载与形式传达、传播,并与图像的记录性、图案的装饰性、图画与图法的说明性、图式的风格性相区别;就意义表达而言,图形在某种程度上即创意的同义词,它十分讲究采用象征、寓意、隐喻、文脉等修辞手法的运用,赋予视觉形象形式单纯或复杂的信码与译码,实际上是采用意象组织的方式;就构成手法而言,图形的经典手法是同构,其中同质同构是同一性质的物象的局部拼贴,异质同构是不同性质的物象的碎片的叠加、错构与编织,这种构成是一种视觉的游戏;就技术手法而言,图形可以用影视、绘画、符号、纹饰、卡通、版画、素描、印刷肌理或某些装饰技法乃至涂鸦笔触完成。

第二节 图形的特征

从图形的定义可以看出,图形包罗视觉传达设计中所有关于“图”的类型与样式,包括摄影、图案、字体、影像、符号、绘画、插图、地图、表格、卡通、制图表达手法等。但是在今天的设计活动中,图形应该有着更明确的、属于自身的特征。

一、信息性

现代图形设计的目的是把信息通过媒体传播给观众。图形是介于文字和绘画的视觉语言。图形设计的特

点,可以说是由“意义”——主题、内容、内涵、象征、隐喻等通过复杂的心理活动、联想机制,由“形象”——题材、资源、信息、原型等进行不同质的解构与重构,由形式法则进行拼贴、编织及视觉化细节的处理,创造出具有视觉本体语言特征的图形,而受众则通过图形的结构组织、视觉感应引发联想机制,产生视觉心理效应,解读“意义”的内涵,从而达到视觉传达的目的。

在信息传播方面,相对于文字而言,图形更具备灵活、快速、直接、信息量大等特点,它的传播缩短了时空距离,打破了国与国、不同民族之间语言的隔阂,使人与人之间的交流显得更为方便、快捷。

虽然文字在很长时间内是信息传播的主要手段,但图形在信息传播中却有着独特的优势。正如英国艺术批评家伯格(John Berger)所说的“观看先于语言”,在文字还未真正成为人类阅读文献的主要媒介的时候,基督教教堂已经通过窗画来向民众图释教义。由于图形的形态与表现的对象,在视觉感知形式上存在相似性,信息接收者在视觉上能直接把握图形所表现的对象,理解其所包含的意义。因此,图形在信息传递上比文字更直观(图1-1)。

Engineering the Futuro of Food



图1-1 玉米粒成了一颗颗药丸,图片很强烈地传递出了工程化食品的未来是多么可怕

除了直观的描绘,许多图形在传播中还包含约定俗成的深层意义,这与文字表达的隐喻性相似。它借助了人类心理的联想思维,使信息接收者通过对某个图形的联想,从而简洁地把握所指,体会其中的语义。美国学者菲利普·B.梅格斯(Philip B.Meggs)曾说:“如果图形设计不具有象征的词语的含义,则不再是视觉传播,而成为美术了。”从这个角度看,意义的实现主要是以同质异构及异质同构的手法生成视觉意象。一般意义上的图片、绘画、图案的直接移植很难具备图形的意义表达和实际能力。

还有一些图形,特别是一些表达抽象的概念、思想、感情的图形,它们本身没有具体的形状可以参照,而优秀的图形设计师可以将它们生动地表现出来。这时图形与对象的关系就成了象征性的关系模式,图形的意

指作用主要依靠象征性图形所具有的社会文化惯约和规则来实现。

从流通的范围来看,我们可以发现图形文化简洁易懂,易于传播,消除了语言的隔阂,成为现代信息社会中人们生活的一部分。一般来说,图形与语言都是人类交流的媒介,图形交流与对话交流很接近,对话交流是通过发音塑造一个用耳朵干涉的“声音形象”来表达我们所要说的意思;而图形交流是通过图形塑造一个观者可以用眼睛干涉的“视觉形象”来表达我们所要说的意思。但与对话不同的是,我们解读平面设计的图形前并不会接受专门训练,而且不需要文字提示即可看懂它的含义,因此图形可以跨越语言障碍而成为一种“世界语”。在国际交流中,它可以为不同语系的人所理解,成为一种更广泛的语言,并受到国际活动组织者的重视,在社会交流中扮演着积极的角色。图形语言不仅可以跨越语言障碍为更多的人所理解,也可以表达出复杂的情绪和对事物更深层次的思考。可见,图形设计的重要任务之一是研究及寻找将信息视觉化与视觉意义产生的方式。

二、艺术性

图形要完成信息传播的任务,但其过程并非如将军宣布命令一般冷漠、硬性,而是用感性、美观的视觉语言传达着信息。语言是抽象化的理性表意符号,在传播过程中有着说一不二、面目一致、讲究实效等特点。但图形诉诸眼睛与心灵,视觉上感受到审美的愉悦、震撼,进而使心灵接受信息。这就说明,图形天然地带有艺术性。

目前发现的史前艺术广泛分布在世界各地的岩洞或露天岩石的表面遗迹中,这些岩画中的造型非常简洁,并具有形象性、象征性、指示性等图形的内涵特征,因此,有学者把图形的渊源归于史前艺术。包豪斯在现代设计教育中的探索也表明,设计是艺术与技术相结合的产物,它从艺术中吸取美学元素并在艺术的推动下不断向前发展。因此,从图形的起源及设计发展研究上看,图形作为现代设计的重要元素,作为一种视觉语言,除了具有显著的设计特性外,依然具有鲜明的艺术特质。

图形的艺术性一方面表现在原创性上,原创是艺术与设计意义所在,也是我们不断进行探索与创作的动力;另一方面表现在独创性上,当我们在观看不同图形设计大师的作品的时候,会感受到不同图形鲜明的性格特点,或强烈,或温婉,或幽默……然而,仔细分析,它们都潜藏着一些相似的基本规律:适应、多样、统一、单纯、尺度等,只不过他们把这些规律灵活运用,用不同的组合方式使其在个性的呈现上发挥最大的作用。

独特的艺术性也有助于信息的传达。尤其是在这个图像信息过剩的时代,各种图形与形象包围了人们的生活,只有独特的视觉表现才能从庞杂的图形信息中跳脱出来,引起观者的注意,提升信息的到达率,促成有效的信息传播(图1-2至图1-5)。

图1-2至图1-4是Tadanori Yokoo 横尾忠则的招贴画。横尾忠则本身就是一位前卫艺术家,其作品融入了日本浮世绘版画和欧美前卫艺术的因素,具有很强的艺术性。

现代图形创意就是寻求视觉传达的独创性意念构想,而现代图形设计需要符合视觉美的艺术性要求。通过美好的造型、艺术的构思来吸引人们观



图 1-2 横尾忠则招贴画(一)

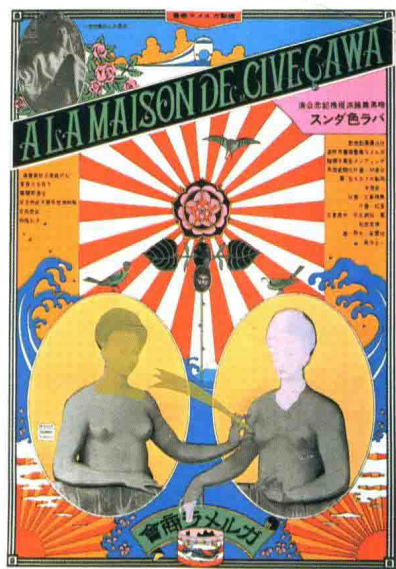


图 1-3 横尾忠则招贴画(二)



图 1-4 横尾忠则招贴画(三)

看、解读，视觉传达的冲击力更强，传达的概念信息更多元化，从而使人们在欣赏画面的同时能更直观、快速地接受所传达的信息。



图 1-5 德国柏林大幅户外涂鸦

三、文化性

图形与文字一样，是人类的一种语言形式。文字和数字是描述人们思想和语言的工具，而图形是描述形态的工具和形态的载体。虽然图形不像文字那样受制于地域，但是作为文化的组成部分，在不同的文化环境下，图形亦具备不同的

文化内涵。图形在不同的民族里代表着不同的意蕴，这与社会风俗、宗教信仰的发展有着紧密的联系。

一种图形在不同的语境中往往呈现出褒贬不一的象征意义。比如蛇这一形象，它在不同的时代、不同的文化地域中就被赋予各种各样的寓意。最早它是同太阳崇拜联系在一起的，蛇定期蜕皮，如太阳每日常新，因此成了死亡与再生的象征，人们设立各种仪式，供奉物品安抚它，将它当成人们的保护神。在远古某些部落里，蛇被当成生殖崇拜的对象，因为它的外形与男性生殖器相似。在希腊宗教中，蛇被看作死者特别是英雄人物的灵魂转生。在信奉基督教的西方，蛇是撒旦的同义语（图 1-6）。在亚洲，蛇的形态则与水相联系。蛇是中国历法地支中的第六位，河神往往以蛇的形象出现。在中国，蛇因为具有顽强的生命力和旺盛的生殖力，被许多部族视作图腾。中国古老传说中的伏羲与女娲的本始形象是人首蛇身，是中国古代供奉的蛇图腾的变形（图 1-7）。随着国家文明的萌生与发展，蛇意象又逐步演化



中国图形源泉

为龙意象，折射出中国上古时代的自然和社会的历史性变迁。

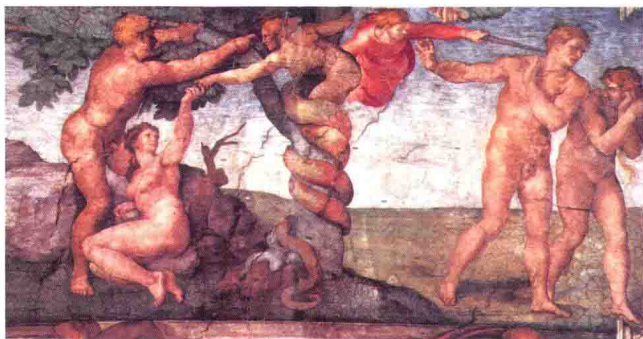


图 1-6 米开朗基罗《西斯廷天顶壁画》局部，描绘了基督教故事中蛇诱惑亚当和夏娃偷吃禁果的情景



图 1-7 马王堆汉墓一号T形帛画

在现代，我们依然常常可以见到与蛇相关的图形，比如在欧洲的街头，常常见到药店门口挂着一个蛇形的标志，这个图形被称作“蛇杖”或“蛇徽”。希腊是蛇徽的发源地，从古至今，蛇徽遍布希腊各地。到了近代，美国、英国、加拿大、德国以及联合国世界卫生组织都用蛇徽作为自己的医学标志。蛇徽由来已久，具有特定的意义。希腊伟大的诗人荷马，在史诗中赞颂民间医生阿斯扣雷波为伟大的十全医生。传说，阿斯扣雷波是公元前 400 年被奉为医神的阿波罗的儿子，他是一个庄严、文雅、慈祥的医生，手持一根盘绕着灵蛇的神杖，云游四方，治病救人。因为医术高明、为人善良，阿斯扣雷波特别受人拥戴。后世出于对医神和灵蛇的崇敬，也为了纪念阿斯扣雷波，便以“蛇绕拐杖”作为医学标记，这就是蛇徽的由来。据说，蛇杖表示云游四方、为人治病之意，灵蛇则是健康长寿的象征。在古罗马画家、艺术家的作品中，几乎都有描述健康之神手拿

杯子喂蛇的场面。从中世纪开始,欧洲各国的药店就开始出现这种标志。直到今天,蛇在西方仍是医务工作者的标记,一些医科学校的校徽上蛇的形象也源于此。无论在生活中,还是在设计中,蛇与医药都结下了不解之缘(图1-8)。



图 1-8 德国药店的统一标志

又如我们司空见惯的人行道上的红绿灯,都是通过两个不同形态的人来表示“禁止”和“通行”,然而德国却有着他们自己风格的“红绿灯小人”。这两个小人是两德统一前,东德特有的一种交通信号形象,于1961年诞生于柏林,是由一位交通心理学家设计出来的。他想用更加贴近人们生活的形象标志来提醒人们遵守交通规则,防止危险的发生。另外,这个形象必须亲切可爱,同时又简单易懂,还不应带有任何的政治色彩。所以这个小人的没有戴上当时流行的先锋队领巾或是劳动帽,取而代之的是一种比较中性的墨西哥宽边帽。也许正是这种不含政治性的设计,又很有德国风味的图形,才使得它能在两德统一之后依然发挥作用。在两德统一后,东部许多城市以西部为榜样发展建设,红绿灯信号也大都改成了西部的模式,原来的标志面临着被全面取代的危险。然而许多东德人对这个标志颇为不舍,希望将它保留下来,于是在多方倡议下,联邦政府决定把这个“红绿灯小人”作为纪念东德的吉祥物保留下来,沿用至今(图1-9(a))。

图1-9(b)中的人行道红绿灯图形摄于奥地利的维也纳。在欧洲,人们对自行车这种交通工具的喜爱,体现了他们对闲适、环保生活的追求,而这种红绿灯标志设计体现的正是对骑自行车人的关怀。

随着世界经济和科技的发展,文化上的地域界限逐渐模糊,一些新的视觉语言符号正在形成,许多图形也被赋予了超越不同社会和宗教背景的新的意蕴,成为一种更国际化的视觉语言。因此,了解各种图形的多元化文化内涵,对我们拓宽图形设计的思路,灵活使用各种图形元素进行创作非常有益。

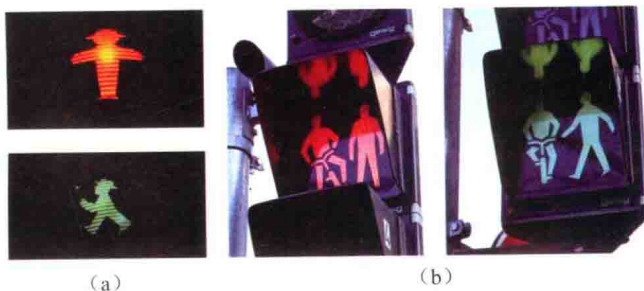


图 1-9 红绿灯标志图形设计
(a) 德国柏林红绿灯标志图形设计;
(b) 奥地利维也纳红绿灯标志图形设计

第三节 图形的发展历程

图形的产生源于人类认识和改造世界的需要。人类在认识和改造自然、社会的过程中依靠的是视觉与思维,在这个辨认与思考的过程中又要借助形象与概念,然而仅借助自然形象远远不够,必须人为地创造一些形象,一部分用来表达自然现象,另一部分用来表达概念,于是图形就产生了。

图形的历史可以追溯到几万年前。根据考古发现,在人类的语言期和文字期之间其实还存在着一个图形期。从已发现的4000~8000年前的象形文字所记载的文字资料中可以判定,洞穴艺术的图形要比古埃及和中国的象形文字早3万多年。如果从洞穴艺术的成熟期去估算它的萌芽期和成长期,很可能会有近10万年的图形期(图1-10、图1-11)。

在图形漫长的发展史上,无论是远古时期的洞穴壁画,还是早期的象形文字,图形都帮助人类认识世界、表达思想、走向文明。各国的古老图形在人们的沟通需求、神祇崇拜、劳动游戏等因素的推动下不断发展,走过了漫长的岁月,留下了文明的轨迹,终于迎来了工业革命的成功。自19世纪工业革命以来,视觉设计在促进生产、商品销售及提高人民生活质量和科技教育水平等方面都发挥了巨大的作用。经济的繁荣发展对视觉艺术提出了新的要求,也创造了文化艺术革新的条件。艺术大师们大胆的艺术实践为视觉艺术的繁荣奠定了基础,成为图形的创造与表达方式不断推陈出新的灵感源泉,使设计师们创造出了很多震撼世界的经典作品。随着科学技术的进步,以及人类历史的发展,图形的形态也随之发生改变,从“绘、写、刻、印”的原始图画记号和传达单一的信息,发展到现代生活环境中复杂、繁多的多媒体新视觉语言,并借此影响着现代人的思想观念和

生活方式。图形设计是一种图像记号，是传播信息的视觉形式，图形设计师们通过一种形态的变化将某种社会事物浓缩成一种视觉的符号、标记和代码，使之成为一种具有政治、经济、文化或生活价值的东西，并以此来表现任何主题。



图 1-10 法国拉斯哥洞窟壁画

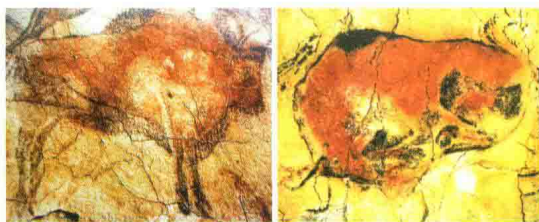


图 1-11 西班牙阿尔塔米拉洞窟壁画

图 1-12 至图 1-14 是北京 2008 年夏季奥林匹克运动会标志设计竞赛中的一套作品。以运动员为主题的“圆形文字”的集聚，表现出了因北京奥运会而沸腾的地球与中国的跃动。这和传统印章的形象也相通，是一个以中国五千年历史文化和现代设计结晶而成的象征标志。它不仅符合体育图标易识别、易记忆、易使用的简化要求，而且通过其特有的形态动势充分表现了体育标志的运动特征和丰富的文化内涵。



图 1-12 北京奥运会标志设计（一）



图 1-13 北京奥运会标志设计（二）

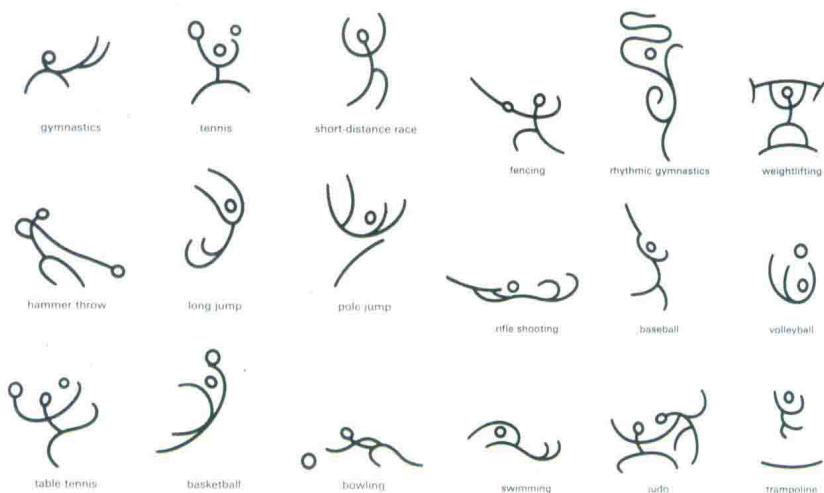


图 1-14 北京奥运会标志设计（三）

在中国，“篆”有“圆转”之意，圆润流畅、秀美典雅、刚柔并济，集中体现了中国传统美学的精神。我国的先人“仰则观象于天，俯则观法于地”，用象征性的线条形象地反映自然万物，由此而诞生的甲骨文可以说是一种表意的图画文字。而在随后的发展与演变过程中，甲骨文逐渐形成了自己的一套成熟的文字建构体系，与我们今天使用的汉字构成体系相差无几。在这个设计中，设计师试图透过事物繁杂的表象，找寻事物的本质规律，并依据此规律来建构一套科学、规范的设计思维模式。人们通过对甲骨文进行分类、解析、归纳和概括，发现了其潜在的规律性，并依据设计意图重新设定基本部件的形态特征，将其按模数关系规范化，再按逆向思维通过部件之间的有机组合生成具有新的视觉风格的字根，字根与字根间的组合又生成了符合设计意图的新的文字，从而将原始的字体进行了重编码，设计出一个标志系统。

我们现在所处的是一个越来越图形化的时代。在过去，

我们更信赖的是用文字来记录事情，表情达意，而对图形图像，只看

中其直观性与愉悦性。人们普遍认为，语言作为思维的工具要比形状和声音好得多，但视觉在人类的感觉系统中占有优先的地位，视觉文化的崛起是时代发展的必然趋势。图像与形象组成了围绕人们生活的视觉世界，图像成为比文字更具有优势的媒介，并成为人们生活形态中的重要组成部分。特别是到了科技手段高度发达的今天，影视、网络和多媒体的普及，



中国汉传佛教
艺术

配合传统的印刷文化,使得图像成为传递信息的主要载体。从远古时期旧石器时代的洞穴艺术,到古埃及、古中国、古印度、古希腊和古巴比伦所创造的灿烂文化与文明,再到近代及现代图形设计概念的导入,图形已成为传递信息及表达情感的重要载体。

第四节 创意与图形创意

一、创意

“创意”是个含义丰富的词,这个词在我们语言中出现的频率越来越高,可以用来形容一件设计作品、一个主意、一部电影、一句话、一个人,甚至一个名字。在对这些事物作评价的时候,也常常用“有创意”“没创意”来评述,在设计领域更是如此,创意成为体现设计价值的重要因素。“创意产业”作为一个新生事物越来越发挥出其商业潜力。

在设计中,创意主要指设计构思,侧重于思想和方法的范畴,“创”即创造、创新,强调前所未有的革新性和不与人重复的独特性;“意者,心之所发也”。一个独特的、创新地解决问题的办法、点子可以叫作创意,一个出人意料的有意思的广告也可以称为创意,创意还经常指设计过程中的方案构思环节或阶段——寻找独特的、新的方案。这些创意的不同形式有一个共同点,就是强调思想和意念的创造性和独特性。从这一点来说,创意有以下几个要素:

1. 创造性

创造性是创意的核心,甚至可以说是艺术、科学等许多学科的重要价值体现。最伟大的创造经常是从无到有的发明,比如电视的发明改变了人们的生活方式和思维方式,从而改变了整个世界的面貌;电脑的产生创造了整个数字和信息时代,包括艺术的形态也发生了翻天覆地的变化。同时,创造也可以是对旧事物的革新和改进,比如福特推出的T形车就改进了汽车的制造生产模式,使生产流程和零部件更加规范化和标准化,大大降低了制造成本,提高了生产效率,从而使汽车快速地普及起来,对整个世界也产生了极大的影响。

2. 独特性

任何一种艺术都强调独特的个性,独特性意味着陌生和特殊,雷同、重复和平庸都是艺术所唾弃的,只有具有独特性的创作才能得到承认。在中国的书法史上,著名的书法家无一不是依靠独特的艺术风格自成一派。现代艺术更加强调个性,甚至不惜以各种怪诞的方法来追求独特和陌生效应,在设计中尤其如此。司空见惯的产品不能引起消费者的购买欲,平庸的广告也不能吸引观众的眼球,更不能造成观众的记忆。独特性是将一个构思变为好的设计的第一个前提。

3. 构想性

一件艺术创作或一项设计是由构思和表现构成的,构思是想象和思考的过程,属于诉诸大脑的思想范畴,而表现或制作时实物化的实现过程,属

于诉诸双手和工具的技术范畴。创意是“心之所发”,强调意念和思想,一个富有创意的构思可以是超前的,可以超越实现的技术而体现其价值,这也就是为什么我们常常给予一些“未中标”、“未实现”的方案极高的评价的原因。另外,“概念设计”也是超越了当前的实现技术的大胆设想,没有这些前瞻性的构想,设计就不可能发展。

二、图形创意的基本理论

创意是一个广泛的概念,在不同领域表现为不同的形式。图形创意包含两层含义:

(1) 以图形实现的创意,即以图形作为创意的主要表现元素,用图形来表达创造性的意念。比如图1-15,热狗中的香肠是一条狗的形象,热狗和狗联系在一起带出引申的含义——狗是人类最好的朋友,而人类却在不停地杀害它们。这个主题如果用文字来叙述,必然带有强烈的说教气息,而图中没有过多文字,所有的意义都由观众从一个简单到不能再简单的图形中读出来,不仅没给人以说教的感觉,其传达效果也远远胜过文字。再如,图1-16中牙刷和牙齿的奇妙组合,图形的趣味刻画强化了作者的构思。



图 1-15 热狗

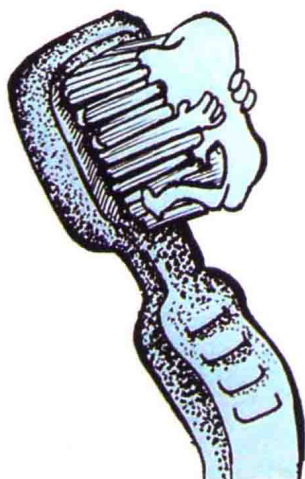


图 1-16 拥抱

(2) 给图形以创意，就是为图形的表现注入创意，使图形具有创意的美感和意义。比如图 1-17 中设计师用剃须刀和一个普普通通的冷气口巧妙地组合在一起，创意给图形带来了非凡的表现力，同时图形传达出来的轻松幽默的气息体现了设计师独特的眼光和出众的想象力。

具有创意的图形已经广泛地应用到了设计的许多领域，比如广告、包装、数字艺术、装饰，甚至是环境设计，其共同点统一为三个要素：形象、意义、内涵。形象就是图形直观的视觉表象，必须是可以被清楚地识别并能给观众带来审美体验的形式；意义是图形所包含的和所要传达的概念、信息，是图形在特定环境下的所指，其和形象符号具有一定程度的统一性，才能够被观众有效地理解；内涵是构思的创造性的体现，是形象与意义的微妙关系所传达出来的附加信息，如图 1-15，热狗和狗合体表达保护动物的意义的同时，也传达出了设计构思及表现的技巧，观众在与设计者的同感与共情中领会其思想内涵。



图 1-17 Park Avenue Shaving Razor 剃须刀在冷气口的宣传广告——给你同样的凉爽感受



本章小结

本章主要讲述了图形的定义，图形的特征，即信息性、艺术性、文化性；简述了图形的发展历程、图形与图形创意的基本理论。



思考与练习

1. 找出存在于你身边或生活中的十个图形，思考一下它们对你的生活产生了什么影响。
2. 试用具体的设计案例说明不同的地域文化如何影响图形作品的表达。



第二章 图形创意思维

本章知识点

创造性思维的阻力，图形创意的思维方法，以及图形创意思维训练。

学习目标

了解惯性思维与偏见思维，掌握联想与想象的思维方法。

第一节 创造性思维的阻力

范景中编的《贡布里希论设计》中谈到：“如果一幅画的目的首先是为了吸引注意力，那么简约性和有选择地强调就会在这幅画中使用，因为它们具有唤起力和产生惊讶的效果。一幅没有完成的图像或无法预料的图像会成为脑子里的一个谜，如果解开它，我们便会觉得它有趣，并会记住它的答案，而纯信息性图像则显得单调，不会为人们所注意和记住。”

设计师尤卡在一次出国的旅途中，因腹泻前往药店买药，但语言不通，他急中生智，画了一幅图（图 2-1），药店医师在哑然失笑的同时明白了他的来意，并开出了适合的药方。图 2-2 所示是另一种表达方式，趋向于表现和腹泻有关的事物和具体的动态，片段式符号的截取甚至还会引起理解上的歧义。图 2-1 中恰恰是用两个不相干的事物的组合，戏剧性地强调了信息的主旨。当图形被当作语言使用的时候，它和文字有着同样的属性。一样的字符，有的可以组织成一段美文，传达精辟的思想和感情，有的简直味同嚼蜡甚至是文理不通的文字垃圾。并非简单地将某种主题、概念、情感图式化就完成了它的使命，图形进行信息传达的有效性往往取决于它是否能引起人们从视觉到思维的兴趣、理解和记忆。可见，创意性乃是图形语言的生命。

图形为我们打开了一扇窗，推开这扇窗，我们通过有趣的方式接收到各种信息，在我们内心，多希望通过这种鲜活生动的方式，表达某种特定的意

义或信息。当我们面对一个图形设计的练习或任务时，每个人都期望超越他人，超越自我，在这个过程中，创意必然成为关键词。然而灵感并不是常有的，它就像是个调皮鬼，总不按时赴约。更多的时候，笔杆上爬满了我们冥思苦想时的牙印。

一只小熊可以在母熊的教习下掌握捕鱼的技巧，但永远不可能创造一艘渔轮；一只羽翼未丰的小鸟在历经上百次的扑腾之后，终究会翱翔蓝天，但永远不可能制造一架航天飞机。人作为生物的一种，也有学习的本能，所不同的是，人在积累和传习经验的过程中，具有一种超越其他物种的能量，那就是解决预见性问题的愿望和能力。中国古典名著《西游记》中对“千里眼”

和“顺风耳”有所描述，而当年看似神话的描述，在现代已被电视、广播、网络、无线通信等科技设备所实现，从实际的操作性与功能性来讲，这些科技产物所深入的程度和所达到的外延要比神话中的描述深刻得多。在异志小说《聊斋》中，曾有换置人心的情节描写。如今发达的医学早已使移植人体器官不是难事。人类的进步，正是在这一次次自我命题自我解题的过程中实现的。而创新必然是获得新的解题方案的金钥匙。大约 50 万年前，人类开始了直立行走，50 万年的时光更替并没有使人的生物体征发生本质性的变化，而在创新力量的推动下，人类社会的方方面面已在一次次的“蝶变”之后，闪耀着人类智慧的光芒。不可否认，在文明的进程中，创意发挥着重要作用。与此同时，也存在一个我们不能回避的现实，虽然对于人类整体来讲是取得了创造力的推动下的巨大进步，但是这种进步在不同的国家和地区间存在着较大的差异。创意产业在我国的发展仍较为滞后，虽然很多人都振臂高呼，但空泛的呐喊，只会导致最终的虚无。我们每个人都知道创新的重要性，那么如何才能具有创造性思维呢？对这一问题的探究也许更有助于我们获得新的启迪。



图 2-1 设计师尤卡的画



图 2-2 腹泻的另一种表达方式

一、偏见思维

偏见思维指由局限的经验判断和认知观所引起的片面性的思维方式。

偏见是不可超越的。一个小孩从牙牙学语开始，“我”的概念便慢慢建立，“我的苹果”“我们班”“我的国家”等。“我”的意义的确立，标志着他对事物的归属感、人和人之间的疏亲关系等都有了明晰的界域判断，在认知过程中客观空间的限制和求知欲的强弱都在很大程度上“规定”着一个人的观念和判断力。偏见也必然是这一局限思维中不可避免的认知特性。

暂时摆脱偏见思维的方法是“换位思考”。多一些思考角度，从更多的层面去思考问题、寻求办法，是获得创意灵感的有效手段之一。我们不

可能彻底地摒弃或超越偏见，但最大限度地克服偏见对我们思维方式的限制，将对创新大有裨益。

二、惯性思维

按照常理或前一思考路径的引导，以经验方式继续思维延伸，从而导致其他思考方向的闭塞的思维称为惯性思维。

1. 通过游戏验证惯性思维的多发性和解决问题的局限性

“汉字读半边”，这是很多中国人识字的一个习惯，我们可以通过这种方法来验证惯性思维的多发性和解决问题的局限性。例如“法”字，如果直接让大家去读，绝大部分人都会回答正确，读“fǎ”，但是如果在前面做了一些引导，先让大家读“来”和“滦”，再让大家读“去”和“法”，可能大部分人都因为思维的惯性把“法”念成“qù”。另外，有一个脑筋急转弯的游戏涉及大家对数量的惯性思维。提到“一盘”，按照习惯的理解，我们会认为会有很多东西。当我们说一盘红豆和一盘黑豆混在一起炒，炒完之后倒在一个盘子里，豆子自然分成两部分，一半红豆，一半黑豆。大家可能一时很难解答这是怎么回事。其实答案就是一盘红豆里只有一颗豆，一盘黑豆里也只有一颗豆，所以混合后极易分成两部分。提到“一盘”，按照习惯的理解，一定有很多豆子，按照这一路径进行思维延伸，则找不到解题的出路。在生活中，还存在着大量的例子能说明惯性思维对创造性地解决问题所形成的障碍。

2. 克服惯性思维方式的限制，将对创新途径的开拓有所帮助

惯性思维是人类思维过程中的一种本能，人们通常在经验范畴内