



21世纪高等学校艺术设计专业新系列



# 形 创意&设计

何方 张健/主编

# GRAPHIC DESIGN



武汉理工大学出版社  
Wuhan University of Technology Press

J51  
59  
2005

WUTP  
武汉理工大学出版社  
Wuhan University of Technology Press

21世纪高等学校艺术设计专业新系列

# 图形

## 创意与设计



主编/何方 张健  
副主编/任赛赛 宋新娟

图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意与设计/何方, 张健主编. —武汉: 武汉理工大学出版社, 2005. 8

ISBN 7-5629-2281-0

I. 图… II. ①何… ②张… III. 构图(美术) IV. J061

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第083977号

---

出版者: 武汉理工大学出版社

社 址: 武汉市武昌珞狮路122号

邮 编: 430070

电 话: 027-87394412 87384729 87395219

传 真: 027-87397097

Http://www.techbook.com.cn

E-mail: yang91234@sina.com

开 本: 880 × 1230 1/16

印 张: 6.5

字 数: 208千

版 次: 2005年8月第1版

印 次: 2006年7月第2次印刷

印 数: 3001—8000册

定 价: 36.00元

承印厂: 武汉精一印刷有限公司

(本书如有印装质量问题, 由承印厂负责调换)

## 21世纪高等院校艺术设计专业新系列 编委会名单

---

主任: 尹定邦 鲁晓波 许开强 王心耀  
雷绍锋

(以下按姓氏笔画顺序排列)

副主任: 何 方 涂 伟 彭 亮 詹必传  
委员: 万晓霞 王传东 王安霞 王宏岳  
方 卫 方志凌 朱 华 朱 涛  
全 泉 李国庆 张伟博 张 健  
张 焘 张瑞瑞 邵忠国 汪尚麟  
武明煜 易西多 郝少波 高胜寒  
曹 琳 崔光辉 蔡新元 翟 音  
欧阳超英

总责编: 王文祥

秘书长: 杨 涛

图形设计是视觉传播中最直接、最醒目的表现方式之一，它伴随着人类文明的足迹已成为传播和交流的必然构成。20世纪以来，图形化的传达模式已经非常普及，无论我们在什么地方，几乎每时每刻都可以获得各种各样的图形信息。图形设计课程的开设，更是拓宽学生设计思路，实现思维转化的良好开始。国内各大艺术院校的视觉传达专业，大多设置了图形设计课程，并作为本专业的重要过渡课程进行讲授，学生也在不断创新的设计观念指导下，探讨设计的多元化和多样性，取得了一定的可喜成果。但总的来说，国内尚缺乏系统性、实践性的教学范本，这就导致供需链处于非平衡状态，本书就是在这样的前提下进行编撰的。

图形的语言是一种国际化语言，它似乎缩短了时空的距离，打破了国与国之间、不同民族之间语言的隔阂，使人与人的交流显得更为快捷、方便。加之现代科学技术的发展，各种新媒体蜂拥而至，世界的交流越来越频繁，对图形的需求也更为迫切。图形设计也将在未来社会中，逐步弥补文字语言的局限性，为世界的信息交流发挥越来越重要的作用。

本书针对国内图形设计的教学现状，较为系统地阐述了图形设计的方法和设计理念。本书共7个章节，全文从三个方面对图形设计作了详细地论述：一、图形设计的基本概念和历史渊源；二、图形设计方法；三、图形表达形式。从理论的高度给现代图形设计以基本的界定，同时结合实践，论述了图形创意的基本要点、方法、表现形式等。编写形式上，注重基本理论与现代设计相结合的方式，为便于读者理解，采用大量附图，以图文并茂的形式，将基本的观点视觉化。同时，针对性地增加习题的趣味性，将各种新观点融入具体的设计范例当中，对读者有一定的启发性。

最后，在编写过程中，由于时间仓促和篇幅所限，难免存在不少疏漏和欠妥之处，真诚地希望得到读者和同仁的批评与指正，以便修改与完善。

编者  
2005. 5. 3

→ 目 录

1	1	图形的历史
1	1.1	图形的基本概念
1	1.2	图形的起源与发展
7	2	图形的特点及分类
7	2.1	图形作为设计的元素
8	2.2	图形的特点
11	2.3	图形的分类
13	2.4	优秀图形具备的特征
15	3	图形的创意思维与表现形式
15	3.1	图形创意的思维方法
20	3.2	图形创意的形式语言
31	3.3	图形的表现形式与技法
35	4	图形设计实例解析
35	4.1	图形设计程序
38	4.2	实例解析
45	5	图形的综合练习
45	5.1	对不同风格流派与设计艺术大师的模仿
48	5.2	对潜意识的表达——梦与超现实主义
53	5.3	空间的多重维度
57	5.4	汉字与图形
60	5.5	摄影与设计
63	6	图形在平面设计中的应用
63	6.1	图形在标志设计中的应用
69	6.2	图形在书籍装帧设计中的应用
72	6.3	创意图形在招贴中的运用
73	6.4	创意图形在包装中的应用
77	7	作品欣赏
77	7.1	大师作品欣赏
86	7.2	学生作品欣赏

# 1 图形的历史

## 1.1 图形的基本概念

所谓图形，指的是图而成形，它的产生源于人类认识和改造世界的需要。而图形设计作为一门新专业的提出是在上个世纪20年代，形成学科在60年代初，随着历史不断发展，今天以独特的面目出现在人类文化史中。

英文的图形一词是“graphic”，它的词义可以帮助我们理解图形设计的本质特征：一、由绘、写、刻、印等手段产生的图形符号；二、是说明性的图画形象，以别于语言、文字的视觉形式；三、可以通过各种手段进行大量复制；四、是传播信息的视觉形式。这些词义，都把图形作为介于文字和美术之间的视觉形式，实际上现代图形包括科学图形、技术图形、艺术图形、信息图形等，它是一个概念，是物质图形、光学图形、视觉图形多样反复、加工概括而形成的一个概念。人们往往把图形设计仅仅看成是平面设计，实际上图形设计可以采用无限的材料和形式来表现，不但可以是立体的，也可以是运动的，其主要功能是传播视觉信息。美国美术指导戈尔登强调“图形设计的宗旨亦是保证使视觉信息充分而准确地传播”。英国图形设计教育家巴克斯特也谈到：“图形设计过程，是将观念转换成视觉形式，最后将视觉形式复制出来的过程”。我们可以通过这些图形设计理论家的观点，更深刻理解图形设计的性质和意义。这也是当今许多国家把图形设计专业也称为“视觉传播设计”或“信息设计”的原因。

图形的表现形式也很多，但其主要表现形式为平面艺术设计。平面艺术设计一般是指在二度空间上进行的艺术设计，而二度空间领域是人类最基本的创作空间。

图形艺术设计原先只是在插图、书籍装帧和广告中运用，而现在已广泛用于图表、标志、符号、装饰、包装、印刷、印染、报刊、杂志、视频影像、电脑、摄影等众多领域。其运用领域将随着科学的进步和社会的发展而不断扩大和延伸。

图形设计的艺术形式是当代设计师非常重视的一个问题。随着图形理论的建立，优秀的设计师不仅研究当代的图形和设计理论，而且以独特的观察力和丰富的灵感去开发着一个又一个新的图形领域，从各种相关艺术中及新的科技探索中得到灵感。

## 1.2 图形的起源与发展

### 1.2.1 图形的产生

在人类产生之初，图形为人类认识世界作出了极大的贡献。从旧石器早期到新石器时期，非洲和欧洲的原始人类在洞穴中留下大量的绘画图形，这些洞穴壁画并非专属美术，它同样应属原始的视觉传播图形，它是为了满足人与人、人与自然、人与社会和历史之间无止无尽的传播需求，依靠视觉与思维并借助形象与概念进行创造。其功能是在生产劳动和社会活动中传播信息。如在阿尔塔米拉洞穴的壁画上，我们可以感受到

这样的信息传播量：成群的牛马，自由自在的鹿群，让人感觉到几万年前穴居人美丽纯朴的生活；而动物形象的旁边画上矛的标志，表示着巫术仪式中将得到猎获动物的神力、预示狩猎成功，而其具有的教育功能，是将打猎的技艺通过这些画传授给年轻一代。抽象的几何符号及其他标志经常和动物形象结合在洞穴壁画上，这些符号就是他们在生活劳动和社会活动中进行信息传递的媒介，有的可能是集体狩猎之前，为了更好的协作而进行信息沟通的“语言”；有的可能是向下一代传授狩猎技巧的图示语言；有的可能是巫术或祈祷内容的表征……这些一直让现代人还在仔细揣摩的原始形象，就是现代图形的原始雏形（如图1-1）。

随着人类意识的进化、人类生存空间的扩大和对交流重要性的进一步认识，一部分原始图形开始向文字演进。文字的产生使人类向文化传播迈出了伟大的第一步，同时也是图形设计史上的重大革命。

### 1.2.2 图形与造纸、印刷和摄影

与图形设计有关的伟大发明有造纸、汉字书法、木版印刷和摄影等。

中国是世界上文明发生最早的国家之一，中国文字——汉字是迄今依然被采用的世界仅有的象形文字，它本身就是典型的图形设计形式。早在新石器时期发现的一些彩陶上，已具有类似文字的图形。中国文字的最早形态是与其代表的内容、形式相近的图形，比如“日”、“月”、“水”、“木”、“雨”、“犬”等等。它们大量出现在商代的甲骨文上，进而出现在刻在青铜器皿上的“金文”中。公元前259——前210年的秦始皇时期，将不同的文字书写体统一成主要的“小篆体”，由直线体演变成优美的曲线体，笔画结构更加和谐匀称。汉字本身作为完美的图形构成，其书写表现形式异常丰富，具有独特的图形设计审美价值，汉字书法也是一种纯粹的视觉艺术形式和地道的抽象设计。

早期的视觉语言系统包括：楔形文字和象形文字，每一种视觉语言系统均是按绘画图形——画谜图形——表意图形——符号文字字母——表音文字秩序演进的。字母系统是一组简单的代表基本语音的视觉符号，它们可以组合成表示任何语言、音节和语词的视觉形式。成千上万的象形文字和表意文字被20—30个简单的字母符号所代替，这不能不说是人类智慧的伟大结晶。我们称文字的发明是人类文化的第一次重大革命。

现代图形设计与印刷有不解之缘。公元一世纪，中国人发明了造纸，这是图形设计媒介具有历史性意义的发明。之后印刷术也在中国发明了，从此视觉传播和文化传播的发展产生了大飞跃。13世纪木刻版印刷术由中国引进欧洲，早期欧洲各国通常在布料上印刷图形。

在木刻版基础上欧洲国家开始探索活版印刷，其中最早也最有成果的就是德国人古登堡，西方往往将他于1450年采用活版印刷印成的第一本书，作为印刷时代开始的标志。在纸张上采用活版印刷，使图形设计向实现大众传播迈开了最有意义的一步。





图 1-1 岩画

18世纪末叶，意大利人创造了图形设计史上称为“现代风格”的形式，强调几何形和空间的设计。该风格表现为柔和轻快的调子、优美的质感，采用数学、几何和机械的形式以及均衡的构图，强调对比与统一，以及新古典主义的高雅。另外一些图形设计师提倡富于想像和表现的绘画性风格的图形设计，采用浮雕蚀版印刷，并加以手工着色，图形优美感人，图形设计成了一种独立的创造性的专业。

19世纪是革新的时代，一系列的发明创造都很快变成图形设计发展的动力。摄影术的发明引起了图形设计自印刷发明后的又一次重大革命，进入20世纪，摄影成为越来越重要的图形设计手段。照相制版技术使图形复制从手工时代向机器时代过渡，图形设计师获得了新的表现自由，照相铜版印刷的质感和色调特征改变了印刷的视觉效果，电影摄影表明了图形设计能够表现时间和空间关系，活动图形的表现成为可能。

### 1.2.3 图形设计与绘画

进入20世纪，技术与科学的发展对图形设计产生了重大的影响。无线广播和电影的发明，宣告图形传播进入了新时代。现代技术已为我们提供了探索的多种可能性。现代图形设计受绘画流派的影响，同时又影响现代绘画艺术。德国的表现主义、风格派，法国的野兽派、立体派、达达派，俄国的至上主义、构成主义，意大利的未来派，美国的超现实主义派和波普艺术等均改变了图形语言和视觉传播方式。20世纪的图形设计发展是直接与现代绘画相联系的。现代绘画以其无限的创意及震撼力引起世人的认同，其对色彩、造型等形式语言的探索，以及对纯粹精神性的个人情感表达、造型等形式语言的探索，都直接渗入了设计领域，从创作观念和表现形式上影响了图形设计的造型语言和感受体验方式。

立体主义者开创了新的美术传统和观察方法，从而结束了文艺复兴以来四百年绘画艺术的传统，用面的转换来表达空间和透视，事物对象仅仅成为创造视觉语言的形式。他们在图形中以特有纯色和纯形体关

系，采用几何的字体图形，进行创造性设计和块面构成。

未来主义否定静态和谐，强调动态平衡，主张在印刷图形中采用标点、音符、数字、字母等符号进行富有动感的构想，即使单是文字也应强调运动和跳跃，提倡应用具有动态特征的斜线和弧线强化感情的冲击力，并创造了“图形诗”的格式。

达达主义反对所有的传统艺术，争取完全的艺术与自由，将自发偶然性行为与周密的考虑结合，摆脱了传统的规划，发明了剪贴的图形设计方式，创造了不和谐的并置和偶然的联系（如图1-2）。

超现实主义的目的旨在“探索比现实更真实的世界”，这是弗洛伊德所探索的梦幻和下意识的领域。超现实主义开创了新的视觉表现技术，以比例的改变、违反常规的明暗关系、神秘的三度空间的多层次立体感等手段表明人类的梦想和直觉，丰富着图形视觉语言的表达。

风格派探索平面纯色几何图形，认为“纯实在”的表现才是艺术的最终目的，主张简化视觉语言并使有限的视觉要素和谐，并影响到图形设计领域中。

波普派艺术创造的艺术形象是取自美国的流行文化，它打破艺术与生活的界限，打破艺术与实体的界限，以人们常见的东西作为艺术品，从极平常、极普通的物质中造成美感，它具有的刺激效果和特有的表象方式深深影响着现代图形设计（如图1-3）。

# PROFILO ITALIA

UN CERTO STILE MADE IN ITALY  
DESIGN, ARTE, CREATIVITÀ ITALIANA IN MOSTRA A TORINO



PALAZZO VELA DAL 10 AL 25 NOVEMBRE 1990

图1-2 Armando Testa (意大利)

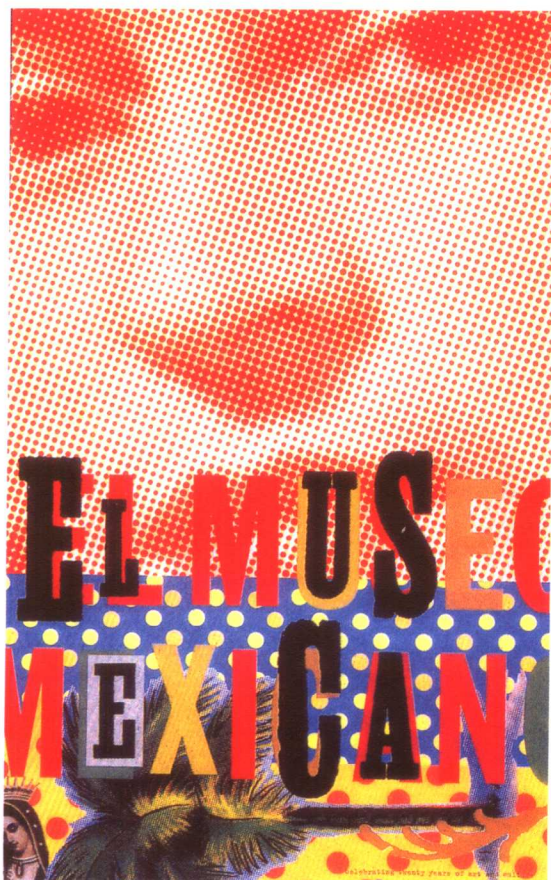


图1-3 Jennife Morla (美国)



图1-4 《丛林》萨尔夫

视觉派利用纹样和色彩制造幻觉效果，使人产生错觉，给人强烈的刺激性、新奇感，它能使静止的画面产生流动的感觉，造成视觉印象的变幻无穷。其特有的美感形式使图形设计师产生了浓厚的兴趣，并影响到实用美术与装饰性艺术领域。

自20世纪70年代以来后现代主义盛极一时后现代主义展示了一种新的漫不经心，一种新的游戏性，一种新的折衷主义。它颠覆了美学的边界，绘画语言呈不和谐的风格混杂及戏谑式的符号混合。画面的处理上带有很大的随意性，使艺术创作进入一个更为宽松的时代（如图1-4）。

现代艺术在意识形态上给予现代图形设计以营养，在形式上为图形设计提供了改革的借鉴。现代艺术和现代图形设计既受时代的美学思想的影响，同时又在实践与探索中不断总结而形成新的美学思想。

现代图形视觉艺术的创作也越来越向往一个宽松的艺术环境，寻求多视点、多方位，提倡多元风格的共存，并且试图打

破传统创意与表现模式的框架，在多元化的背景之下，设计者可完全以个体的风格在传递信息及以图形进行沟通的过程中，寻找与自身价值观念等同的受众。因此近代的图形设计具有更为广泛的创意空间。20世纪的艺术是一个探索的复合体，它使旁观者感到迷茫，但充分体现了这个时代。

#### 1.2.4 图形设计与心理学

图形的开拓研究，应当说源于格式塔心理学的开创与研究。

格式塔心理学是1912年发源于德国的心理学派。德文Gestalt一词意译为“形”、“形状”、“形态”，它源于动词“gestalten”，意为“构成”、“形成”的方式和内在因素。

格式塔的重点在于研究完整感觉，因为在我们经验中的东西，印象中总是一个整体，整体的特征是突现新事物。我们注意到，整体不是简单的各部分总和，往往多于或大于各部分的总和。例如：元素合成整体时，物质特征不是简单的元素、原子特性相加，而是取决于化合过程中元素、原子间的组合关系。在该元素的特性基础上，又增加了原子间关系所表现的特性，所以整体大于或多于部分之和。

从设计形式上来看，例如一个正方形，是四条线构成的。但一旦构成，就不止于四条线，还是四个直角，加上闭合图形——正方形及其外部空间，整体远远大于局部之和。这一研究有助于我们对形及其整体价值的认识。

格式塔心理学重视事物的形式，更重视人的心理，强调人心理固有的组织特征，用物理学的力学、电学等来研究心理学。格式塔心理学提出“图形论”，即当外物与艺术形式中体现的力的式样与某种人类感情生活包括的式样达到同构对应时，事物与艺术形式就具备了人类情感的性质。阿恩海姆认为对事物、艺术形式的审美知觉本质上是对其中力的式样的知觉。也就是说，如果某一特定事物与另一事物在大脑中激起的力的式样在结构上相似时，即使这两事物的外表和种类都不相同，它们引起的情感经验或本身具有的情感表现性也会相同；同理，如果某种外部事物或艺术形式在大脑中激起的力的式样与某种情感生活所具有的力的式样同形，那么，就可以用这种可见的艺术形式或外部事物去再现或表现那种内在的和不可见的情感生活。

### 1.2.5 图形设计与视觉传播

人认识自然、社会和人生，要依靠视觉与思维，而视觉与思维又需要借助形象与概念，仅借助自然形象是不够的，人们还必须人为地去创造。一部分创造为了表达自然形象，另一部分创造则是为了表达人类所特有的某种概念。除了认识之外，人还要改造自然、社会和人生，这就需要创造形象与概念。为此人类始终在不懈地探索和寻找观念与思想感情的视觉表现形式，以及将信息和知识有序化、明晰化并形成能储存和传递的视觉图形，使人类延续发展。早在文字发明之前，图形就已承担了信息传播的功能，原始绘画是现代图形的雏形。

随着摄影技术的发明及其在印刷和复制生产上的应用，图形设计才开始真正成为大众传播的一个重要手段。

在信息传播学中，人类信息形式主要分为图形信息和文字信息两种。信息学家考证，文字信息在表达和理解上容易出错或失真，另外因文字语言的不同，往往容易造成交流障碍，其信息容量也远不如图形。对于信息传播活动而言，图形形式具备很多传播上的优势。具体来说，图形是最易识别和记忆的信息载体，是超越国度、民族语言障碍的世界通用语言，因具有直观展示事实的表现优势，所以说是大众传播中最具情绪感染力和精神渗透力的信息传导形式，图形对受众的心理影响作用是文字无法替代的。

图形语言之所以要“设计”的原因之一，就是将传播功能与审美功能结合起来，只有这样，才能构成图形媒介的完整价值。用图形语言传播信息并使之兼有社会文治与教化作用，设计才有完整的意义。

### 1.2.6 图形设计与现代科学

过去，印刷技术促进了图形设计的发展，今天图形设计已从印刷媒介、电子媒介转向多维媒介，现代科学和文化观念给图形设计带来新的思想，通信技术方面的激光通信、纤维光导通信、传真通信、宽带通信系统、电信系统、卫星通信等；计算机应用方面的图像数据系统、计算机信息系统、文字处理机等把电视、电影、照片、录音与电话、光纤电缆连接起来，融通讯、数据、传媒、教育、医疗、娱乐、服务、商贸于一体，形成了崭新的文化格局——网络世界。第四媒体——网络的出现，即将在21世纪的人类文明进程中产生巨大的作用。互联网将是平面设计新的舞台，其信息资源无限、图文互动、高速高效的特点对印刷媒体有巨大的冲击，网络经济也对图形设计带来深远的影响。

网络信息传播具有声、像、图、文以及视觉、听觉、互动的传达效果，它是全球化的交互信息。网络艺术家在未来的眼球大战中代表着新文化的产生。网页设计师把网站上的图文信息进行整合，并设计出赏心悦目的界面，给浏览者以强烈的视觉冲击力和吸引力。

其他科学研究方面，如数学、医学、物理学等科学领域的不断探索，都给图形设计家带来极大的鼓舞。如何吸收科技和艺术的成果，如何将新科学技术、新材料、新工艺应用在图形设计上，这些是信息时代的图形设计师面临的又一课题。

本章重点：

1. 图形设计的性质和意义。
2. 图形设计的发展与其他艺术门类的关系。
3. 技术革新对图形设计的影响。

关键词：图形、视觉形式、视觉传播、格式塔心理学

讨论题：谈谈你能想到的几种不同媒介的图形表达形式。

思考题：举例说明图形设计与绘画的关系。

## 2 图形的特点及分类

### 2.1 图形作为设计的元素

我们知道，设计从现象描述的定义本身就包含有图形的含义，可以说图形是设计的一个内容要素；从设计的功能上讲：“设计是问题的图面解。”因此，从这一层面上要求图形，就是图形必须赋有意义。

平面设计中的图形，无论是具象的、还是抽象的，意在创造一种能够迅速传递信息的印象。若想使人们在瞬间被所要传递的信息所击中捕获，直观的图形必须在瞬间给人留下完整、深刻、强烈的生动形象，并能引发联想，产生形有尽而意无穷的效果，从而使信息得以正确、充分的传达（如图2-1）。

图形作为设计的主要元素，是设计作品中敏感和备受关注的视觉中心。优秀的设计作品都以自己独特的图形语言准确、清晰地转述设计主题，使概念、思想、情感借助媒介得以表达，蕴含着设计师心灵世界和精神世界向往的全部情感。

图形构成的元素大都是自然客观存在的物象，物象有生命体也有非生命体，如果这些物象没有任何背景，它就只是单纯的物象，但当我们将它放入适当的背景进行研究，它就会产生相应的文化。



图2-1 《胜利》陈放

人类文明得以进步，一个重要的原因就是人们能够将生活中获得的知识、经验通过图形符号传给后人，使后人能在先人经验的基础上前进，世代相承而延续不断。所以，在人类历史的发展过程中，图形符号起到了连接历史与时空的作用。

图形符号是人们传达信息和理念的视觉传播工具，它的出现是人们观察自然、总结经验的结果。生活中的物和事是能够真实接触和感受到的实体，但在设计中用于表现和传达信息的图形一旦只是停留在简单的描摹生活上，就会显得平庸无味，也就失去了存在的意义。一个好的图形作品，即使是描绘生活中同一事物，也能让观众从中体会到设计者不同的理念和感觉。要达到这种境界是需要敏锐的设计感觉、扎实的理论知识和系统科学的训练为支撑的。因此，在进入具体的图形创意之前，先了解图形及创意的相关理论是非常有必要的。

## 2.2 图形的特点

图形是构成平面设计的重要因素，不仅在视觉接触上最为人们所熟悉，而且在视觉传达的形式上也丰富多样。图形设计的发展逐步使图形艺术的设计融入了更多信息时代的特征。图形所具备的符号和寓意功能，使图形设计中运用非直接性的视觉元素往往比直接诉求的方式更容易引发受众情感的共鸣（如图2-2）。而这种非直接性的视觉语言更具有强烈的艺术魅力和个性色彩。因此，图形也成为平面设计中尤为重要的一个内容。然而，图形语言并不等同于绘画语言。通常情况下，人们对绘画语言的应用比较熟悉，而对图形语言的应用相对生疏。它们两者的共性在于：都是造型艺术的载体，都需要通过各自的语言应用来获得有意味的视觉愉悦，达到实现审美创造的目的。二者的区别在于绘画语言所显示的内涵比较复杂，欣赏要求更为严格，审美意义相对宽泛。

### 2.2.1 共识性

当人们对某一图形所表现的意义达成共识和理解，某一特定的信息便随该图形在人们之间传播。离开共识性，图形无法成为人类交流的工具。由于图形多出现在平面设计中，而平面设计所特有的平面性，使设计者与受众之间的沟通较之产品设计要弱一些。受众对平面设计意图的了解，需经过一个心理过程，而没有身体上的具体体验，因而共识性就成了沟通的一个必要前提。也就是说，只有双方都认可某物或某物的替代性，某物才能承载信息。比如：只有甲方和乙方都将“玫瑰”形视为“爱情”的象征，甲方才能用“玫瑰”形来向乙方表达爱情，“玫瑰”形也才会被视为爱情的象征而不是被视为别的事物，这样双方才能在共识的基础上进行交流。

### 2.2.2 视觉形象性

图形是用形象来传递思想的，这种形象是一种有助于视觉传播的简单而单纯的语言，它能使人们对图形所载的信息一目了然。这种形象的图形仿佛真实世界的再现，具有可视性，使人们对其传达的信息的信任度超过了纯粹的语言。比如：商品外包装中常用到一些非常逼真的图形，这些图形生动地展现了商品的优秀品质，其说服力远远超过了语言（如图2-3、图2-4）。

这种图形形象可以完全是生活中现有的形，也可以是新创造的形。新创造的形应与其代表的内容存在一种可被理解和可被接受的关系。如：冈特·兰堡以“门”为题材所作的一系列设计，就是把原本看似不相干的形组合

在一起，创造出一种新的图形，然而由于所采用的形所包含的意思都能被人们很好地理解，在组合后所产生的新的含义也很容易被人们所接纳。

### 2.2.3 易于记忆性

观形看像是人类理解现象的方法，是人们与生俱来的一种需要，人们在此基础上了解社会，发展文化。文字也由图形发展而来，但图形形象直观，生动准确，富有特点，比语言文字更易识别，方便人们记忆（如图2-5）。因此，尽管有了文字这种沟通交流的工具，我们很多的视觉传达还是要配上图形才更能说明问题。人们看到禁止符号，就会条件反射般地停下来，只因为那简洁有力、表意准确的视觉形象符号已深入人心，比任何文字都来得直接。如：奥运会场馆指示的路牌标志，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“此地无声胜有声”的视觉效果。图形所具有的识别能力使得标识产生并推动其迅速发展。

### 2.2.4 民族文化性

每个民族都有其自身的文化特点和文化属性，不同的民族在其发展的过程中会逐渐形成具有本民族特点的图形，这种图形不仅反映了本民族的社会生活，同时也符合本民族的心理特点，代表了一个民族的群体意向和精神道德。这种在图形中所具有的民族文化的特点，其反映方式往往是间接的和曲折的（如图2-6、图2-7）。

此外，图形的民族文化特点还呈一种连续性。因为任何一个民族的文化在其发展过程中都具有连续性，图形作为民族文化的一部分，也必须具有一种延续性。我们不可能全然抛弃传统的图形而去创造新的图形。比如：由陈汉民先生设计的北京王府饭店的徽标，就是在吸取中国传统图形的精华基础上进行创造的。设计采用几何图形构成，以中国传统的“方胜盘长”的图形为本，经变化组合成垂直和水平的直线，构成上下左右对称的正方形，正吻合于王府饭店的墙面方块装饰。同时在店徽的中心设一“王”字，这既是该店的字头，又寓意着该饭店在行业中的权威

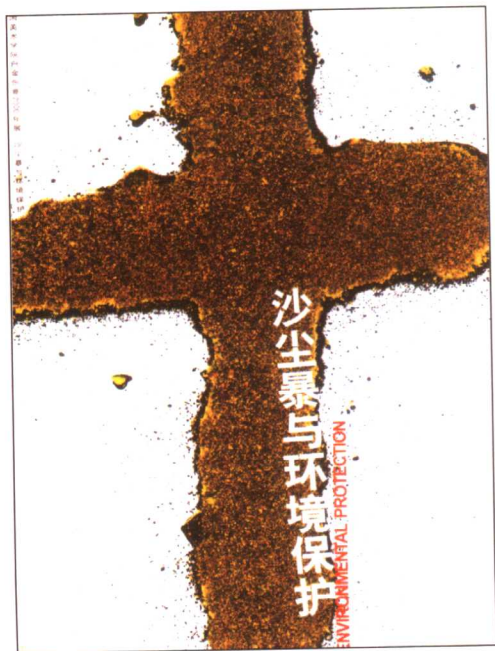


图2-2 《沙尘暴与环境保护》 陈正达



图2-3 《包装设计》 涂以仁（台湾）



图2-4 《包装》林水旺(台湾)

性。另外，在一些细节上精心处理，四角处有一断开，意在一定程度上接近汉字的“井”。“井”又取中国传统中取之不尽、用之不竭的吉祥之意。

### 2.2.5 一形多义性

图形创意中的一形多义，常具有两层意思：一种为任何形状、形式都有非常丰富的象征意义；二是图形之间能够形成共生的形态，如图底转换、共用形、共用边、互为彼此（如图2-7）。

信息有“约束性的”和“非约束性的”的区别，前者是用明确的语言来表达，而后者则需要借助模糊的语言来表示，凭感觉去感受，需要人去补充、想像，因而相对信息量较多。图形有别于文字的一对一的清晰直白式的表述，在表意上具有复杂性，一个图形往往能够同时表述多种含义，形成一种一形多义、复义现象。

图形容许接受它的人做充分的想像。因为从信息传达的角度而言，信息发送方和信息接受方是完全不同的个体，人本身又是一个复杂、变化的有机体，有着大量的模糊性思维，很难用精确的语言来表述。不同人的价值观念、文化程度、生活阅历、生活氛围等都不可能完全相同，因此信息发送方借助图形来传达的意思，接受方不可能完全接受。这一点既是图形的缺陷，同时也是其魅力所在。现代心理学已证明模糊性能使人们产生综合思维活动，不同人对图形所载信息的接收会因个体的差异，而各自找到令自己满足和认可的信息。从这一点而言，文字符号虽能准确清楚地传递信息，但人在接受信息时还是处于一种被动状态，而不像图形能充分调动人的联想、记忆等，给人以自主感、参与感。

### 2.2.6 时代发展性

图形具有时代发展性，图形的发展性与它所代表的事物的发展密切相关，所代表事物本身的发展促使代表它的图形不断发生变化。在图形的身上具有非常明显的时代性，可以说在任何一个图形上都体现了特定时代的审美、文化等等特点。比如：工业这个行业的行徽，就随着工业自身的进程而在不断地发生着变化。早期工业行业用锤子形表示，后又用齿轮形来表示，这充分说明工业自身的发展进程。现在，工业已进入了电气电子时代，于是工业行徽又在发生着新的变化。由这一例子我们可以看出是工业本身的发展在不同的时期有不同的特点，才使代表它的图形发生变化。而人们总是偏向于使用具有代表性、典型性的图形来代表一类事物。事实也证明，只有使用有代表性的图形，在信息传达中，才会更有说明性，才能使更多的受众接受。



图形的时代发展性，还指图形自身的变化发展，这种变化发展是指图形自身的表现语言、表达方式的变化。图形在一定时期里也会采用一个时期特定的语言。如：百事可乐公司从1898年首次采用文字商标起，历经1905年、1906年、1962年、1969年五次修改，最后于1973年改为目前所用商标，从中我们可以看出不同时期设计语言的不同（如图2-8、图2-9）。

此外，图形在其发展过程中不断吸取外界的营养，转化为自身发展的动力。科技的进步、外来文化的吸收融合，都会成为促进图形发展的因素。

## 2.3 图形的分类

综合图形的精神实质与构成方式，可将图形分为以下两大类：具象类图形和抽象类图形。

### 2.3.1 具象类图形与抽象类图形

具象类图形是以具体的形象为其表现的基础，其最主要的特点就是写实。具象类图形是一种直观的视觉表达，其图形所用形象是其内容的实质表现。此种图形适合于公共场所的较为直接的大众化的传播。

相对于具象类图形而言，抽象类图形具有原形的本质，而没有视觉上的具体形象的再现，它们创意的表达是通过联想、象征、暗示等方式来完成，这类图形多表现精神、意向方面的东西。

### 2.3.2 具象类图形与抽象类图形的细化表达

通过上述具象类图形与抽象类图形的划分，我们又可将二者细化为如下表达类别：

#### (1) 联想与会意

联想是人类最基本的思维方式，是由一事物想到另一事物，从一种观念推想到另一种观念。联想有着极大的自由度，它所传递出的信息只是表示一种可能性，而受众在接受信息时可以依据自己以往的生活经验去解读图形。

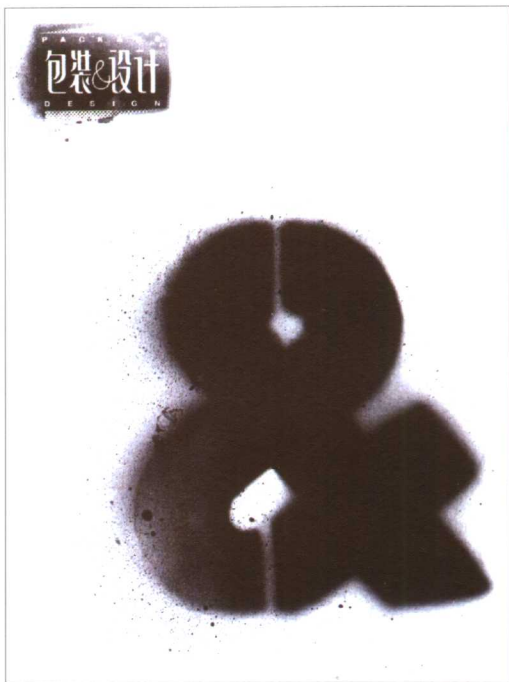


图2-5 《包装&杂志》封面 潘沁



图2-6 《春虫、春风、春雀、春游》明信片 董媛