

中 青 新 世 纪
高 等 院 校 艺 术 设 计 教 材

图 形 设 计

 中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

王志俊 编著

作为视觉传达媒介的图形语言被广泛应用于视觉传达设计的诸多领域,它在沟通人与人、人与文化、人与社会的信息等方面起到了不可忽视的作用。随着社会进步和全社会都重视视觉创新的今天,如何进一步改进图形设计教学,加强图形创新、图形规范、图形创意能力的训练,并实现和提升图形传达的现实意义,是需要我们积极探索的。因此,我们应该重视对图形的研究与认识,从生活中发掘更多的图形特性,更准确地运用科学原理和人性化方法来进行平面图形设计的学习。



律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。本书正版图书封底均贴有“中国青年出版社”字样的激光防伪标签，凡未有激光防伪标签的图书均属非法出版物。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本图书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至95881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至9588128。客服电话：010-58582300。

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 010-65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-64069359 010-84015588转8002

Email: law@21books.com MSN: chen_wenshi@hotmail.com

图书在版编目(CIP)数据

图形设计 / 王志俊 编著. —北京: 中国青年出版社, 2007

ISBN 978-7-5006-7746-8

I. 图... II. 王... III. 构图(美术) —造型设计—高等学校—教材 IV. J061

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第117561号

书 名：图形设计

编 著：王志俊 编著

出版发行：中国青年出版社

地址：北京市东四十二条21号 邮政编码：100708

电话：(010) 84015588 传真：(010) 64053266

印 刷：北京嘉彩印刷有限公司

开 本：787×1092 1/16 印 张：11

版 次：2007年10月北京第1版

印 次：2007年10月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5006-7746-8

定 价：48.00元

本书主要特色：

- 本书结合视觉传达图形语义的理论研究，以现代传播学、语言学、符号学、哲学等理论为依托，分析图形在视觉传播过程中的功能、意义与作用，探索图形创意表达的种种可能性。
- 本书吸取传统教学方法中的许多宝贵经验，注重从学生角度出发，将学生看作有思想的艺术家，力图用开放、互动的教学方式，激活学生的新鲜感受，激发他们的个性思维。同时本书重视图形设计教学理论的方法探索，使教与学在一种有意义的经历中完成。



中 青 新 世 纪
高 等 院 校 艺 术 设 计 教 材

图 形 设 计

 中国青年出版社 CHINA YOUTH PRESS 王志俊 编著

目录

第1章 感知设计——无所不在的图形世界	5	2.1 统一性与多样性	34
1 视觉感知	6	2.2 同一主题的变化	34
1.1 视知觉	6	2.3 设计中的平衡	35
1.2 图与底	7	2.4 节奏	38
2 图形与视知觉	10	2.5 强调	39
2.1 图形	10	2.6 比例与尺度	39
2.2 知觉原理与体验	11	2.7 选择的意图	39
2.3 形态的心理感受	13	3 图形的特征	40
2.4 格式塔	13	第3章 创造之美——图形传承与创新	41
3 图形实质——视觉语言的媒介	14	1 原始艺术的启示	41
3.1 设计中的选择	15	2 痕迹与意识	45
3.2 图形传达	16	2.1 直觉与意识	45
4 图形体验	18	2.2 原创的美感——儿童绘画中痕迹的意义	47
5 读图——图形对话	21	2.3 印痕符号与视觉经验	49
5.1 让图形自己说话	21	3 情感释放与视觉实验	54
5.2 图形对话训练与体验	21	3.1 情感的心理释放——灵感	54
第2章 图形设计元素与设计语汇	23	3.2 情感的图形表现	54
1 图形设计元素	23	4 传统图形解读——静观与反思	58
1.1 点	23	4.1 感悟	58
1.2 线	24	4.2 剥离	59
1.3 面	27	4.3 渗透	61
1.4 形状	28	4.4 精神转化	61
1.5 结构	31	5 传统的镜像	63
1.6 空间	31	第4章 图形语言的视觉表达	65
1.7 肌理	32	1 概念的视觉语言转换	65
1.8 时间元素	32	1.1 概念与符号	65
2 形式语汇与设计原则	34	1.2 形的提取与衍变	69

1.3	意的沿用与延伸	75	5	图形创意的形式构成	126
1.4	势的体会与传承	77	5.1	形态同构	126
2	图形与文字——图形表达与文字语言转换训练	80	5.2	形态分离与重组	128
2.1	用图形说话——图形语言的创造	80	5.3	置换重构	129
2.2	故事	81	5.4	悖论图形	131
3	符号与图形	84	5.5	适形和填充的图形	132
4	不同的声音——图形表达中的个性体现	88	5.6	共生的图形	132
第5章	图形创意的思维发掘与整合	91	5.7	夸张对比	135
1	图形创意的思维发掘	91	5.8	仿形构成	135
1.1	思想的碎片	92	5.9	隐形构成	137
1.2	小事物的启示——日常的非常	93	5.10	视幻与错觉	138
1.3	文字图形化	95	5.11	对称	138
1.4	元素的组合——图形的形象与关系	101	5.12	视觉延异	139
1.5	具象到抽象	104	5.13	嫁接与融合	139
1.6	感受空间形态与构造——图形与建筑美	107	第7章	图形传达的媒质转换与视觉呈现	141
2	图形创意的思维整合	110	1	环境图形与行为	141
2.1	变化与替换	110	2	观看之道——图形与编排	144
2.2	分析与综合	111	3	图形与声音	146
第6章	图形创意方法及形式构成	113	4	图形与身体语言	149
1	情感的魔力——图形创意的人性幽默	113	第8章	实验的精神——观念拓展与视觉创新	153
2	趣味的创造——从文学比喻到图形比喻	117	1	他山之石——哲学、观念艺术与图形设计	153
3	文化象征与图形象征	119	2	言简意赅——图形的极简表达与视觉冲击	157
4	图形联想与想象	121	3	非常态的眼睛	160
4.1	图形联想	121	4	超越图形——图形表达媒介的拓展与创新	163
4.2	图形的想象	123	5	未来的可能	172
			参考书目	173	

第1章 感知设计

——无所不在的图形世界

阶段目标:

1. 要求学生充分了解图形的概念, 及其在日常生活中对于行为的影响、引导、教育及其他功能。
2. 通过体验和感受图形的魅力, 领悟其在符号基本属性基础上呈现的多重意义。
3. 体验图形在生活中鲜活的语言性。
4. 通过大量的学习, 提高对图与形的认知和感受能力和对图形审美能力。
5. 好的东西不是纯粹形式的, 一定是有承载内容、学会思考并具有客观评价的能力。

当我们步入陌生的城市, 当我们在高速公路行驶, 当我们从机场寻找正确的出路, 当我们由于语言障碍和外籍人士在纸上交流, 当我们阅读产品包装上的使用说明……在这些日常的生活中都会用到图示说明。箭头、轮廓图示、红绿灯、自动扶梯、宣传海报、展览会场、幽默提示、品牌形象、电池、食品包装、打印机墨盒以及公共用具上的图示说明和警告的图示内容。这些图形都是如此理性、客观、清晰, 不带任何多余或内部细节的可视信息。一种不需要语言而只凭借单纯的视觉形式, 就能满足我们交流和获取知识的需求。并且超越不同语言 and 文化的界限来传达信息。它们展示了在我们的世界中正越来越被需要的一种功能: 在不需要文字的情况下快速传达信息。这也是一种有古老艺术传承的视觉艺术形式, 使用图画、符号和其他存在形式的图形体系来传递信息, 从古代延伸至今, 而且正延伸到其他从前未涉及的领域, 扮演着特殊交流媒介的角色, 并使人们从中获得了极大的便利。

这就是一种能够标记我们时代烙印的图形设计。

图形设计每时每刻都会在我们周围悄悄地出现。现代社会需要越来越多的国际化、即时性的交流, 单纯文字语言的使用已不能满足我们的需要。一个图形的世界——或是个性的、直接的, 或是明显的、模糊的、系统的, 或是特别的、高科技的, 或是低科技的、地域性的, 或是全国性的、国际化的, 更或是宇宙性的图形化交流的世界已经出现。

问题不是我们做什么, 也不是我们应当做什么, 而是什么东西超越我们的愿望和行动与我们一起发生。

——[德]汉斯·格奥尔格·加达摩尔

1 视觉感知

正常的认知过程是很实际的，它能使我们认知事物。当我们看到一棵树时，我们就能辨认出它是一棵树，因为它的形态和结构与我们概念中的树的形式是一致的。如果我们看得更仔细的话，我们还将能够感知树的具体形状、大小、色彩、质感和种类。这种超出一般识别的观察能力对于一个设计师来说是极其重要的。我们必须不断地去注意和品味事物的具体视觉特点，以及它们之间如何通过相互联系、相互作用来构成我们视觉环境的美学品质。

1.1 视知觉

我们可以用一种简单的模式来理解人的视知觉：看见事物，然后作出反应——即我们的反应是视知觉的产物。关于视知觉的科学争论有很多，最为人们普遍接受的一种认识是：世界上存在许多我们看不见的图像，这或许也是最重要的科学理论观点。视知觉受制于个人经验和个体反应，我们之所以能辨认出某个物体是因为它本身的特质和个性，而其特质和个性具有意义的原因在于我们自身的阅历和经验。

在一幅图中，有的人观察到图中央有一个长方体，有的人则会将注意力集中在长方体上倾斜的条纹。这是一种视错觉，它频繁出现，变化无常，具有浓厚的个人色彩，在观察的过程中这种视觉差异明显存在。这个例子告诉我们，我们所看到的东西是由每个人各不相同的视知觉特点决定的，只有以此为前提，我们才能对其作出相应的反应。^[图 1-1]

对知觉特性的认识会以各种方式影响设计师。抽象派艺术家的作品中缺乏可辨别的形状。这些艺术家发现人们常常是在不经意间发现某些形象的，就好比我们在某些事物中看见其他事物的形状，会让你想起某些曾经见过的东西。我们从杰克逊·波洛克的滴流作品《大教堂》中可以看出在滴洒与泼溅的画布上，波洛克消除了所有的符号和标志，用平面肌理创造了一种浩瀚、搏动的环境，充满张力。画家运用技法将绘画本身的行为转化为一种实现自我的探险。^[图 1-2-3]

我们的视觉世界是一种混合形象，它建立在连续的图底关系上。我们可以明确感受到这些关系的存在，我们对所看到物体的形状、大小、色彩和质感的感知能力受视觉环境和我们所分辨出的物体与视觉环境之间的关系影响。如果我们所看到的東西没有差别，就什么也不会看到。然而，当色彩明度和质地发生了明显变化时，我们就开始从背景中辨认出物体的形状。所以，为了弄清物体的线条、形状和形态，必须首先意识到它们之间的对比关系。



1.2 图与底

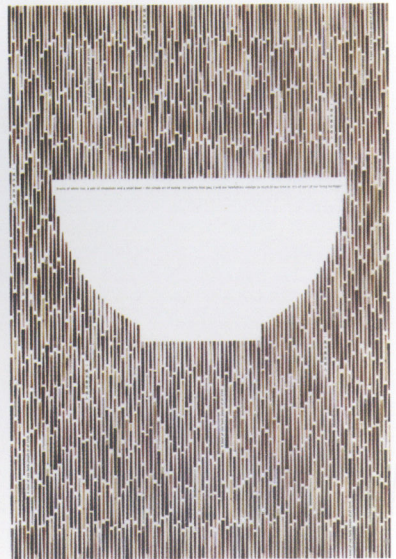
图与底是图形设计中两个基本的表现因素。通常，图是设计的主体，给人的视觉印象深刻、明确，易于生成概念。底则作为图的附属而被忽略，往往不被人重视。空间位置一般是图在前而底在后，主次关系不可更改。但是图底互换的设计原理，则强调图底的统一性和传达力的等同关系，利用图底本身的图形属性，构成共存、互换的图形。【如图4】

那些看上去从背景中显现出来或呈现在背景前面的元素叫做“图”。除了色调的对比外，将一个“图”从它的背景中识别出来还与背景的形状与大小有关。当“图”与它的背景共用一个边界时，它便具有更显著、更易于识别的形状，使它看上去像一个物体。有时候，“图”被叫做积极的元素，具有确定的形状。而背景被描述成消极的或中性的元素——缺乏明确的或可识别的形状。

当被大面积背景包围时，图是最容易辨认的。【如图5】当图的大小挤满背景时，背景就能够体现出自己独特的形状，并与图的形状相互作用。【如图6】当一组元素像图和底一样被交替着看到而不能同时被看到时，模糊的图底关系就出现了。【如图7】

3 2
1

2/3 杰克逊·波洛克与他的滴流作品《大教堂》



4	6	9	11
		8	10
7	5		

5 室内抽象绘画图形

6 “一样米养百样人”文化海报 陈幼坚

7 Ralph Schraivogel 爵士乐海报

8 足球——20世纪文化

Raffaele Fontanella, 意大利 R. Fontanella: “我想要描述足球的国际个性: 藉由5个彩色的圆周(奥林匹克运动会的5个颜色)我用光学的色彩混合设计出一个在绿色背景上的足球员。”

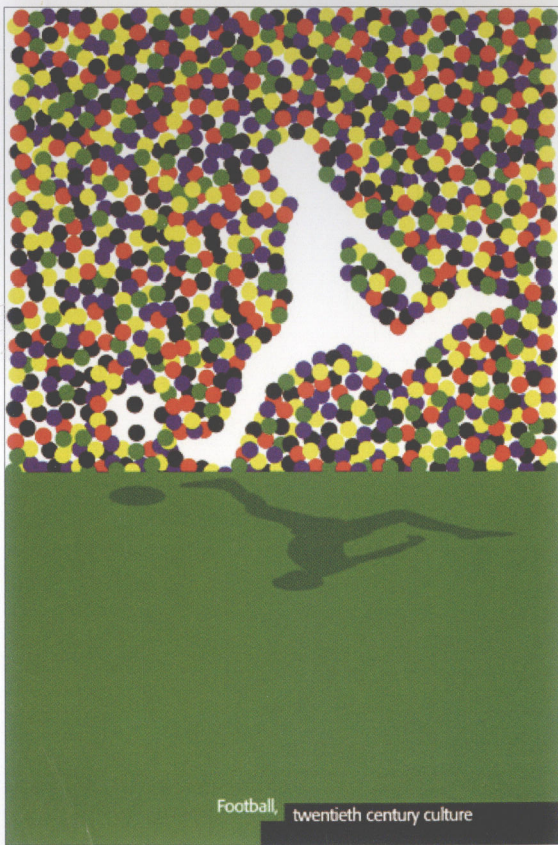
9 Ideia 13

巴西 文字成为图的内容被表达出来 Helga Miethke

10 Eye Day 李华佳

11 由图的空白形成的文字图形 李敬





图的内容是含有精神和表情的，图依于形的表面显示内容特征。如传统的图、令人激动的图、读不懂的图、眩目的图、平静的图、动感的图……随着摄影技术与媒体的发展和普遍运用，其还原与凝固现实的功能愈显优势。尤其是电视的出现与流行，使社会进入了“影像时代”。图使用的数量、质量、大小、色彩等方面都达到了空前的规模，实现了“视觉冲击”效果。当然，其中最重要的还是图通过其内容所反映的令人思考的成分。【如图8-11】

2 图形与视知觉

2.1 图形

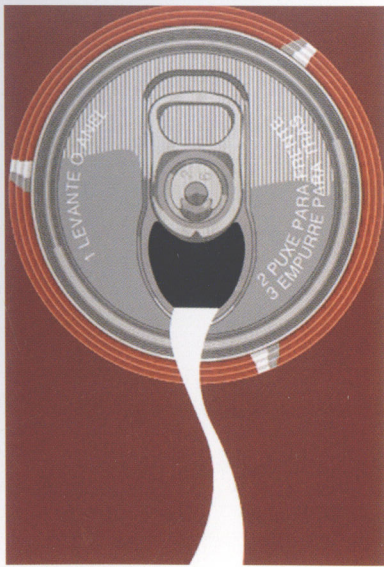
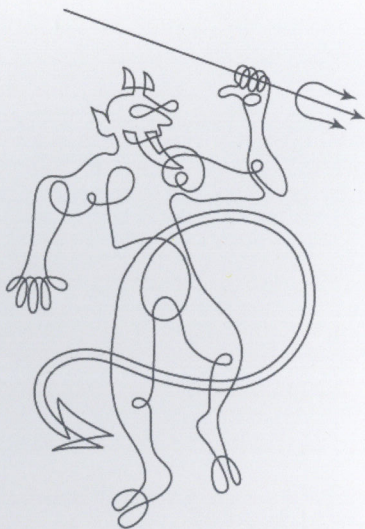
图形，可以理解为人为创造形成的一切图和形，或者可以理解为以视觉为表达意图的途径，并能引起人与人之间信息交流的具体的形状和姿态。图形是人有意、有目的地发现和创造，以其独特的想象力，在视觉要素中形成提高视觉注意力的重要素材。图形往往能引起人们的注意，并激发阅读兴趣，图形给人的视觉印象要优于文字，故而，对我们来说，合理的运用图形符号显得尤为重要。【如图12】

作为一个图形，首先它是通过视觉途径进行的；其次它是具体的、生动的形象最后它是能引起信息交流的视觉符号。

21世纪是一个读图的时代，二维画面、三维画面、静的画面、动的画面都要求富有创新概念，以此吸引人、感动人，达到传播的目的。图形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，使人与人的交流显得更为方便快捷。因此，图形成了人类难以割舍的一种视觉传播形式。【如图13】

图形首先是作为一种交流信息的媒介而存在的，和文字语言等媒介一样有很强的功能性，有一定的信息量，是为了传播某种概念、思想或观念而存在。大多数图形要通过在社会上大量复制、广泛传播而达到最终的设计目的，实现艺术价值。

图形本身是视觉空间设计中的一种符号形象，是视觉传达过程中较直接、较准确的传达媒体，它在沟通人们与文化、信息方面起到了不可忽视的作用。现代图形是多种科学交叉的产物，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。【如图14】



12 15

13 14 16

12 某网站形象图形

Murat Celep, 土耳其

13 Savas Cekic 沟通设计展海报

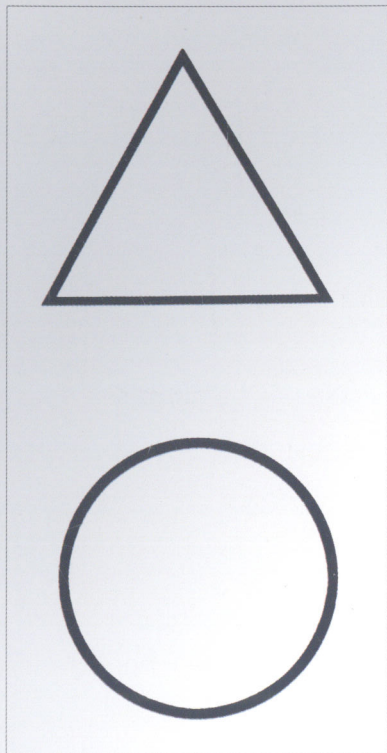
Savas Cekic 土耳其

符号和数字形状堆积成呐喊的人形让我们看到一个充满信息时代特征的沟通个体。这个形象完整地显示出图与形的巧妙结合

14 Coca-Cola的形象图形

15 最基本的一组对立面

16 城市让生活更美好常坚



2.2 知觉原理与体验

如前所述,图形是以视觉途径达到表达的意图,或者可以理解为以视知觉——视觉思维。视觉是人类最重要的感觉通道,视知觉研究是认知心理学研究最多也最深入的领域。被称为“思维”的认识活动是知觉本身的基本构成成分。这里所说的认识活动是指积极地探索、选择、对图形设计本质的把握、简化、抽象、分析、综合、补足、纠正、比较、问题解决,还有结合、分离以及在某种背景或上下文关系之中作出识别等。

认识是指接受信息、储存信息和加工信息时涉及的一切心理活动,如感知、回忆、思维、学习等。

体验,是人的一种反思状态,它要求人以一种状态体察万物。无论是直接经验还是间接经验都是艺术体验不可或缺的重要方式。

体验的深入,需要情感的沉淀,静默的体察,深入的感知和开阔的思维。体验是包含情感、理解、想象、体味等在内的对客体世界、社会人生的反复的感受、体会和思考。体验离不开体验基础上的想象活动。

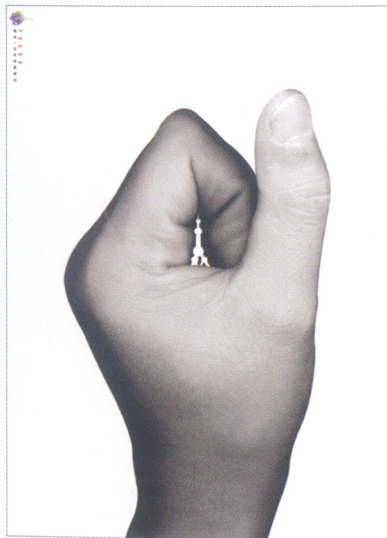
“图与形”具有超语言文字的叙述功能,是人类认知世界的基本方式之一。无论从人类社会发展的历史还是从个人成长的历程来考察,“图与形”始终伴随着人类认识能力的进步。“图与形”这种认知方式具有形象、直观、便捷等特性,摆脱了由文字符号的抽象性所带来的理解上的艰涩。

“形”一般指事物所表现出来的物象外形与结构,即物态空间的外部映像,是除了物体空间位置和方向等性质之外的外部形象。

线附于形体的边界而成“形”。与“形”相关的英文“form”(形式)或“shape”(形状)。格式塔心理学认为,它既不是指一般人所说的外物形状,也不是一般艺术理论中笼统指的形式,而是经由知觉活动组织成的经验中的整体。任何“形”都是知觉进行了积极组织或建构的结果或功能,而不是客体本身就有的。由此我们可以看到,形的把握是建立在人的理性分析基础之上的,是主观处理得到的结果。我们说的“形”,是一种具有高度组织水平的知觉整体,它从背景或与其他物体清晰地分离开来,而且其自身有着独立于其构成成分的独特性质。

形物,指描画出物体的轮廓、形状或外部的界限。

基本形是由形的基本要素点、线、面、体构成的,具有一定几何规律的形体。【如图15】



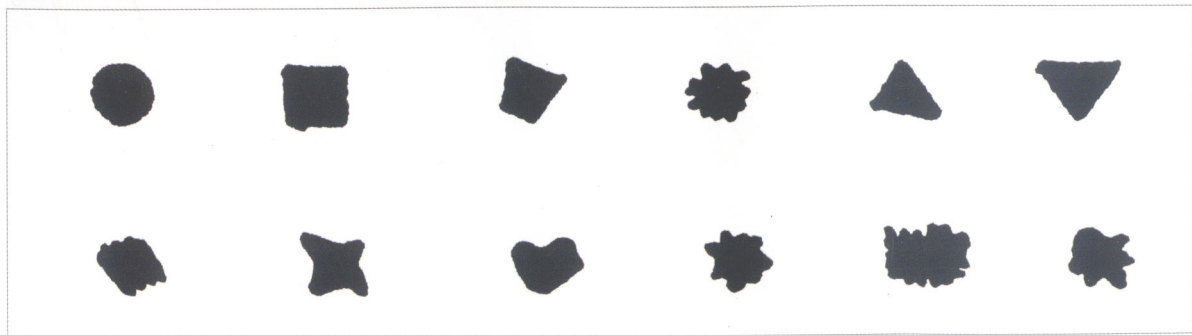
在一维空间中,形是单纯的线;在二维空间中,形是线围绕的面;在三维空间中,形是面构成的体。在术语中,形指有形状大小的边界特征。形态指形状质量与空间的因素、动与静态势的表现特征。形体指形态的空间体积特征。构造指形体内容的有机联结关系。在后面我们将逐一涉及形以外的其他方面的内容。【如图16】

在造型观念中，形又分为抽象形和具象形。简言之，以点、线、面、立体等几何因素构成的非具象形叫抽象形，又称理念形象。具象形又称现实形，是指视觉可感知的一切自然形。任何“形”都是知觉进行积极组织或建构的结果，而不是本身就有的。人类通过视知觉将形从背景中分离出来，是一种具有高度组织水平的知觉活动。[如图17]

形是感知的对象，也是感知的内容，它导致了人的其他感觉、知觉以及思维和想象，它是人的客观认知媒介，人类可以认识形，也可以创造形。

“形”是动态的。它是一种组织或者结构，而且伴随知觉活动产生。它是一种直接的、同时性组织活动的产物，在被观看、体验、传达的过程中，会有喜、怒、哀、乐，紧张、松弛、秩序、破坏、和谐、向往等等不同的感受伴随。“形”本质上是从构成成分中突现出来的一种抽象关系。简洁完美的形会给人一种缓和、完美的心理感受，非简洁、不规则的形会给人紧迫、缺失的心理反应。[如图18-19]

我们可以看出，在实际生活中，复杂凌乱、残缺的图形往往比简单和规则的图形更容易引起人们的视觉注意和好奇。它由于不合常规的形的特征引起人的注意和紧张，从而得到视觉心理有节奏、有起伏的丰富感受。





2.3 形态的心理感受

■量感

就是对形态在体量上的心理把握。

■力感和动感

由于实际生活中对力、运动的体验，使我们在看到某些类似的形态时会产生力感和动感。

■空间和场感

场感是人心理感受到的形对周围的影响范围。空间感必须以形体作为媒介才能产生，完全的虚空并非我们构成意义上的空间。

■质感和肌理

质感是人们对形的质地的心理感受。通过对形的表面纹理的处理，可以产生不同的肌理，创造极为多样的视觉感受。同样材质的形，也会由于不同的肌理处理产生差异极大的视觉效果。

■错觉和幻觉

错觉是人们对形的错误判断；幻觉是由形引起的人的一种想象。二者有细微的差别。【如图20】

■方向感

有运动感、力感的形体能体现出方向感，反之却不尽然，有方向感的形体不一定体现出运动感和力感。方向感和形体的轮廓有直接联系，当各个方向上的比例接近时，形体方向感较弱，反之则较强。

2.4 格式塔

“格式塔”(Gestalt)来源于德语词，一般而言，人们将它与“整体性”的概念联系在一起。自1912年起，这种观点在各种心理学思潮中形成一种极具影响力的理论，它强调研究行为的整体模式，而不是孤立的心理现象。一系列有关形状知觉的心理学实验发现，人对形状的知觉不依赖于组成形状的各种单一元素，而是倾向于从总体上进行把握。在设计领域，格式塔理论仍被认为是观察者对视觉形象产生知觉的有效途径之一。【如图21】

尼古拉斯·特罗斯勒利用趋向闭合现象的认识特点，自如地运用技法，从细微处入手制造出图形。轮廓和外形是可以用“整体性”的概念来暗示的，观察者通过自动补全图像，参与到创作过程中来。

小节课题：

用线条画一个你觉得最美的，令人最愉快的形和一个你觉得最丑、最痛苦的形。对比并讨论结果。

18 | 20
19 | 21
17

17 不同的形
19 由实物造型提取的形构成了展示的一部分，丰富了观者的视觉审美内容
20 你将会想，这是乐趣！