

高等院校艺术设计“十二五”规划教材
GAODENG YUANXIAO YISHU SHEJI SHIERWU GUIHUA JIAOCAI

图形创意与联想

TUXING CHUANGYI YU LIANXIANG

主编◎邹冬芳 张智铭 焦拥军



高等院校艺术设计“十二五”规划教材
GAODENG YUANXIAO YISHU SHEJI SHIERWU GUIHUA JIAOCAI



图形创意与联想

TUXING CHUANGYI YU LIANXIANG

主编◎邹冬芳 张智铭 焦拥军

北京工艺美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意与联想 / 邹冬芳, 张智铭, 焦拥军主编.

—北京: 北京工艺美术出版社, 2016.6

高等院校艺术设计“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5140-0266-9

I. ①图… II. ①邹… ②张… ③焦… 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 (2012) 第 293215 号

总 策 划: 肖大洲

主 编: 邹冬芳 张智铭 焦拥军

副 主 编: 古 婷 张小娟 曹国洪

出 版 人: 陈高潮

责任编辑: 梁 瑶

封面设计: 侯建军

版式设计: 北京纬图传媒

责任印制: 宋朝晖

高等院校艺术设计“十二五”规划教材

图形创意与联想

邹冬芳 张智铭 焦拥军 主编

出版发行 北京工艺美术出版社

地 址 北京市东城区和平里七区 16 号

邮 编 100013

电 话 (010) 84255105 (总编室)

(010) 64283627 (编辑室)

(010) 64283671 (发行部)

传 真 (010) 64280045/84255105

经 销 全国新华书店

印 刷 北京旺鹏印刷有限公司

开 本 889 毫米 × 1194 毫米 1/16

印 张 6.5

版 次 2016 年 6 月第 2 版

印 次 2016 年 6 月第 1 次印刷

印 数 1~3000

书 号 IISBN 978-7-5140-0266-9

定 价 38.80 元

目录 CONTENTS

1 第一章 认识与准备

课题一 图形创意的认知 // 2

- 一、图形与图形设计 // 2
- 二、图形的起源与发展 // 3
- 三、图形创意与现代绘画艺术 // 8
- 四、图形语言的特征 // 12
- 五、现代图形设计应用 // 16

课题二 图形创意的思维 // 18

- 一、感受创意思维 // 18
- 二、图形创意思维的方式 // 20
- 三、拓展创意思维的方法 // 21
- 四、图形创意的思维过程 // 26

课题三 综合项目训练 // 28

- 综合项目一 图标设计 // 28
- 综合项目二 元素设计 // 29

31 第二章 图形创意的表现与程序

课题一 图形创意元素 // 32

- 一、图形的提取 // 32
- 二、图形元素 // 34

课题二 图形元素的组织原理 // 37

- 一、图形的同构 // 37
- 二、图形的异构 // 40
- 三、图形的解构 // 42

课题三 图形语义的表达 // 44

- 一、图式化语境 // 44
- 二、意向语境的创造 // 45
- 三、幻象语境的创造 // 46

课题四 图形创意的程序 // 48

- 一、解读设计任务 // 48
- 二、确定主题构想 // 50
- 三、选取设计素材 // 52
- 四、安排图形结构 // 56
- 五、选择表现手法 // 60

课题五 综合项目训练 // 70

- 综合项目一 杯子的图形创意设计 // 70
- 综合项目二 植物的图形创作 // 71

72 第三章 图形创意的项目应用

课题一 图形创意在标志设计中的应用 // 73

- 一、现代标志设计 // 73
- 二、综合项目实训 // 76
- 三、佳作赏析 // 77

课题二 图形创意在广告设计中的应用 // 80

- 一、现代广告设计 // 80
- 二、综合项目实训 // 85
- 三、佳作赏析 // 92

96 参考文献

图形创意与联想

第一章

CHAPTER ONE

认识与准备



学习目标

一、图形与图形设计

1. 图形

2. 图形设计



图1-1 雀巢咖啡广告



图1-2 速溶咖啡广告



图1-3 快递公司广告

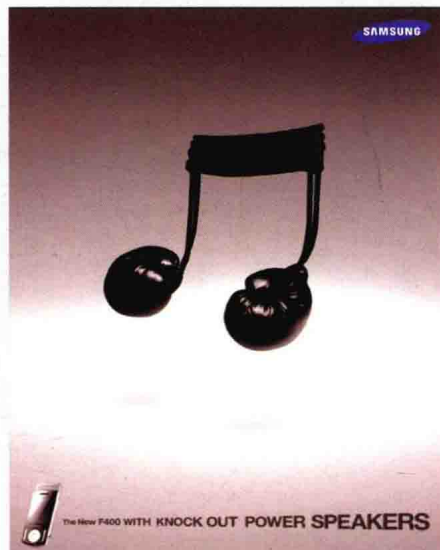


图1-4 播放器广告

二、图形的起源与发展

图形发展大致经过四次历史性革命。第一次革命是原始符号演变为汉字。文字的出现使图形符号规范化,并成为一定规范内记事和传播信息的重要手段。第二次革命是中国造纸术和印刷术的诞生。纸的发明促进了文字和图画的传播与应用,印刷术的发明则大大提高了效率,使视觉信息可批量化地复制。之后,图形成为固定意义的符号和交流的媒介,面向的受众更多,传播的范围更加广泛。第三次革命始于19世纪的科技和工业变革,这一时期工业化发展速度迅猛,由此带来一个思想最为活跃的时代,有些流派对现代图形产生了深远的影响,如立体主义、达达主义等。这一时期摄影的发明和由此带来的制版方式及印刷技术的革新也使信息传播的广泛性得到进一步扩展。第四次革命是20世纪20年代以来的关于视觉艺术的革新运动。在众多艺术流派中,对图形设计影响最深远同时也最直接的是超现实主义。超现实主义受弗洛伊德和存在主义哲学的影响,主张发掘、开发人的想象力,从而使人的思想全面解放。随着技术的进步,摄影、计算机、多媒体技术大大丰富了图形的表现手法,设计师可以从社会文化、传统文化以及前卫艺术中汲取营养,在传达信息的同时更注重个人风格的塑造,图形的传播也超越了时间的局限和空间的距离,传播速度更快,范围已达到世界的每一个地区,信息受众扩展为每一个人。

1. 原始符号演变为文字

图形是伴随着人类生产劳动、生活习惯等行为方式而产生的,图形的发展历程最早可以追溯到远古时期的图腾纹样、岩洞壁画等原始符号。现代发现的许多石器时代的原始人类居住的洞穴和崖壁上,用原始矿物颜料绘制了一些简单的图案,这些图案不仅仅为了装饰,其最初目的是为了记载事实,表达思想,如法国拉斯科洞窟壁画,描绘了早期人类狩猎的场景,表达了原始人类祈求丰收的愿望;再比如江苏连云港“将军崖岩画”,画面中描绘了三组符号,第一组以为人面、农作物为主,第二组以星象、鸟兽纹为主,第三组以人面夹杂符号图案为主,这些符号有些形似于象形文字,有些类似农作捕鱼的工具,有些疑为祭扫使用的祝辞,多表达了祈求风调雨顺,家畜兴旺之意。由此可见,这时候的图画符号语言已不局限于完全真实再现自然世界的现象,而是将自己的主观意向、愿望融入其中,成为以后出现的文字语言——象形文字的雏形。

(图1-5至图1-7)



图1-5 原始岩画



图1-6 法国拉斯科洞窟壁画



图1-7 连云港将军山岩画

随着社会的发展,人类认知的不断进步,使得图形根据其形态和表意内容不断统一和完善起来,逐渐形成了一些符号化的文字,这种具有一定的规范性、标准性、系统性的表意符号,使信息的传播更加广阔、准确与迅速。据考证,我国早在新石器时代的一些陶器上,就已经出现了类似文字的图形,如日、月、水、雨、木等,与其代表的物象非常相似。约在公元前3000年左右,青铜时代的苏美尔人用泥板通过图画的形式记录账目,这些符号逐渐演化为表意符号,进而发展为“楔形文字”。古埃及也发明了以图形为核心的象形文字,这是原始图形向文字发展的一次质的飞跃。

2. 造纸技术与印刷工艺

汉代造纸术的发明使文字的载体产生重大变化。在蔡伦发明造纸术之前的几百年,中国已经出现了纸的原型,汉代通过对造纸技术的完整化、规范化使得整个古代文化传播体系有了很大的发展。而印刷技术的突破,打破了只有少数人才能看到文字记载的传统,使得更多的平民知识分子阅读到书籍,促进了文化的交流。文字的发明促进了思想的系统性,纸张的发明则使思想得以广泛传播和全面保存成为可能,印刷术的诞生则推进了文化的普及,使得中国越来越多的普通人都能够看到书,从而将手写口传的文明变成了印刷时期的大众文明。

造纸术和印刷术不仅繁荣了中国文化,这些先进的技术传入欧洲后,也促进了文艺复兴的繁荣,带

来了图形设计的变革,从而涌现了不同流派不同风格的图形。(图1-8至图1-10)

3. 工业革命带来的技术革新

19世纪,发端于英国的工业革命是人类生产方式的一次巨大变革,更是科学技术的一次重大进步。商业的发展和市场的繁荣,使得信息传播的速度也越来越快。商业传播需求不断增大,直接催生了照相机、摄影机以及印刷系统,这就使得彩色印刷品能够快速大量地生产,从而为图形设计创造了新的条件。

工业革命在促进图形设计变革的同时,也造成艺术与技术的对峙,原有的艺术语言产生了新的革新,艺术设计的变革在所难免。

因为不满大工业生产对产品外形和装饰的忽略,一些知名的批评家不断批评大工业中粗制滥造的机械产品。在1851年英国国籍博览会(水晶宫博览会)后,约翰·拉斯金、威廉·莫里斯发起了工艺美术运动,强调手工艺生产,反对机械化生产,提倡自然主义风格和东方风格,对当时的设计艺术提供了新的设计风格。(图1-11)

19世纪末20世纪初在欧洲和美国装饰艺术领域发生的新艺术运动,则在延续了工艺美术运动的某些理念的基础上,更进一步地协调艺术与工业的矛盾,运用高度程序化的自然元素,采用工业新材料进行设计,广泛吸收了东南亚地区的艺术风格,尤其是东方式(主要是日本式)平面装饰的大量应用,为图形设计开创了另外的一番发展天地。

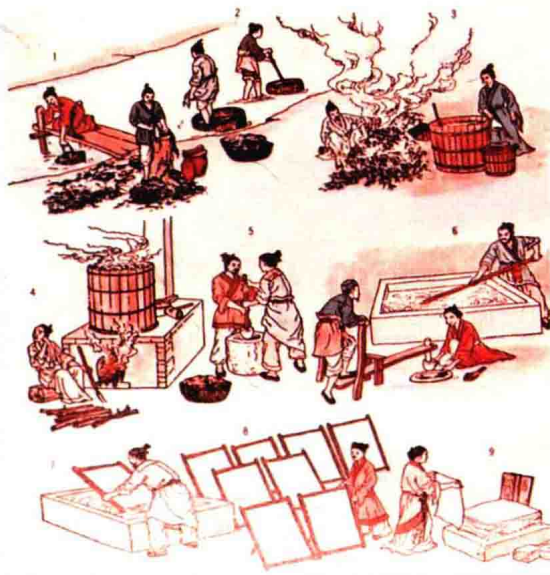


图1-8 古代造纸术



图1-9 古代雕版



图1-10 印刷金文



图1-11 水晶宫博览会



图1-12 包豪斯设计学院



图1-13 康定斯基作品

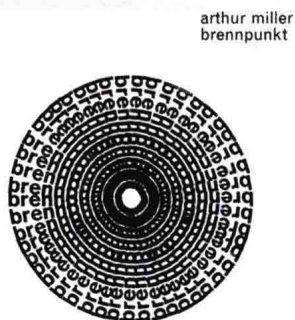


图1-14 国际主义风格编排



图1-15 瑞士国际主义风格

1919 年在德国魏玛建立了现代设计的教学机构——包豪斯学院，提出了“艺术与技术统一”的口号，对现代设计事业产生了深远的影响，使图形设计走上了一条艺术与技术生产相融合的道路。（图 1-12、图 1-13）

4. 20 世纪以来的视觉艺术运动

二战结束以后，一种崭新的设计风格形成，这种风格简单明确，传达功能准确，且深刻的影响到了平面设计，称为平面设计最重要的风格之一，这就是国际主义风格。国际主义风格以方格网为设计基础，在方格网上的各种平面元素编排方式基本是采用对称式结构，无论是字体，还是插图、照片、标志等，都规范地安排在这个框架中，字体也通常使用简单明确的无饰字体，因此得到的平面效果非常公式化和标准化，故而具有简明而准确的视觉特点，简单地说，它力图通过简单的网络结构和近乎标准化的版面公式，达到设计上的统一。1922 年，美国杰出的书籍设计师德维岑斯首先将图形设计的概念用于视觉形式的个人活动中，使图形符号与信息传达有机地融为一体。同现代艺术的其他形式相比较，图形设计作品充分运用传统的和现代的各种视觉符号，达到情、形、意的有机结合。作为现代主义及自然主义风格的响应者，图形设计顺应现代社会实际需要，成为构成形式的有力补充。（图 1-14 至图 1-16）

5. 数字化媒体技术的革新

20 世纪后期信息技术、通讯技术以及计算机处理技术的迅猛发展,使得先进的科技手段成为推动图形设计前进的动力,打破了视觉传播的时空限制,各种视觉信息都能以极快的速度,在全球范围内准确的传播。我们的传播媒介由报刊、杂志、书籍等二维空间延伸到电视、广播、网络等采用各种先进技术的多媒体传播载体,而在传播手段上印刷术、摄影术等技术的不断进步,使得色彩、视像、声音等方面将不同特质、不同形态的图像符号立体地传递到社会各角落,正是在这样高度发展的数字化时代,图形的传统性质有了巨大的改变。

(图 1-17 至图 1-19)



图1-16 美国国际主义风格

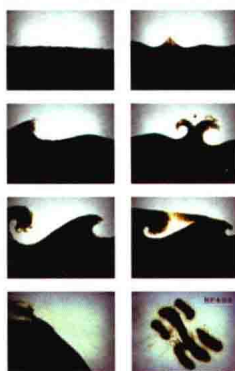


图1-17 沙画作品
《保护水资源》



图1-18 互动装置艺术

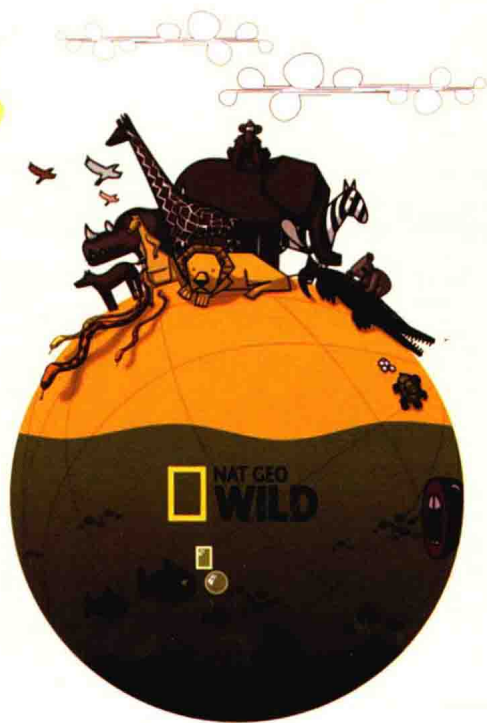


图1-19 动画艺术

三、图形创意与现代绘画艺术

现代绘画艺术是西方国家从 20 世纪初发展起来的现代美术中某些流派的统称, 包含了野兽派、立体派、未来派、达达派、表现派、超现实主义、抽象主义以及波普艺术。现代绘画艺术强调单纯化和平面化, 追求画面的装饰性, 摆脱了传统绘画的视觉规律和空间概念的发展方向, 这为图形设计开创了新的表现形式和设计灵感, 而新技术革命的兴起, 社会结构以及人的思想意识、价值观念以及人与人之间关系等的改变, 摄影技术的日益成熟, 日本版画为代表的东方艺术和非洲艺术的传入, 康德、黑格尔、叔本华、尼采等人的哲学思想和弗洛伊德心理学的影响以及西方现实社会的种种矛盾和弊端, 都对图形设计的发展起到了积极的推动作用。

1. 立体主义

1908 年始于法国的立体主义是西方现代艺术史上的一个运动和流派。立体主义的艺术追求碎裂、解析、重新组合的形式, 将形成分离的画面, 重新组合并置于

同一个画面之中, 试图从多种角度来描写对象, 从而构成一个有节奏感的、多维的组合空间。因此, 立体主义的作品中物体由各个角度交错叠放, 垂直与平行的线条相互交叠, 散乱的阴影使立体主义的画面并不像透视法造成的三维空间错觉表现, 相反背景与画面主题相互穿插, 使得立体主义的画面创造出独特的二维空间形式。毕加索是立体主义的代表人物, 其作品《亚威农少女》受到非洲原始雕刻和塞尚绘画的影响, 打破描绘对象的比例关系, 重置背景与对象之间的完整性, 分解为带角的几何块面, 探索出在二维平面上表现三维空间的新手法。(图 1-20 至图 1-22)



图1-20 毕加索《亚威农少女》

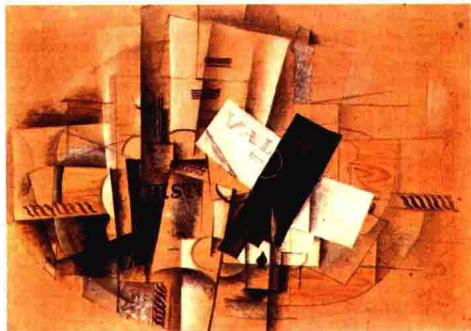


图1-21 乔治·布拉克拼贴艺术作品



图1-22 塞尚静物

2. 野兽主义

1905 年巴黎的秋季沙龙展览上, 以马蒂斯为首的一群年轻艺术家展示出有别于西方古典绘画的油画作品, 由此被批评家路易·沃塞尔戏谑地称为野兽, 从而“野兽主义”得名。马蒂斯受到后印象主义文森特·梵高、高更、塞尚和新印象主义画家修拉等人的作品影响, 追求更为主观和强烈的艺术表现力, 在他的作品中利用快速、粗放的笔触造型, 纯粹的色域组织画面, 吸收了东方和非洲艺术的表现手法, 使画面充满律动感, 极富装饰性。(图 1-23 至图 1-25)

3. 达达主义

20 世纪初欧洲各国出现的现代主义思潮广泛深入到艺术领域, 艺术家们批判传统道德观念和美学观念, 其中尤以达达主义的观念和行为最集中地体现了这种批判精神。达达主义的作品追求“无意义”的境界, 摒弃在美学和艺术语言上的追求, 以玩世不恭的态度对抗社会现实和现存的价值观, 因此极具破坏力和挑战力, 广泛采用拼贴和现成物作为创作的素材。达达主义的代表人物, 法国艺术家杜尚早期受到立体主义和未来主义的影响, 1912 年创作的《下楼梯的裸女》将“时间-运动”作为考察对象, 表现了静止的画面上展示连续运动的过程。杜尚的作品体现了对传统艺术的颠覆, 这种戏谑的手法改变了艺术创作的手段和观念。(图 1-26 至图 1-29)



图1-23 马蒂斯《有橙子的静物油画》

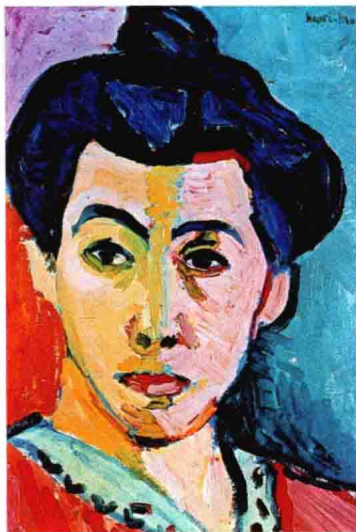


图1-24 马蒂斯《带绿色条纹的马蒂斯夫人像》



图1-25 马蒂斯《红色的餐桌》

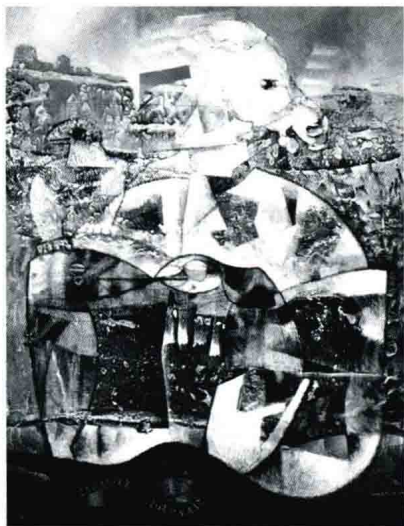


图1-26 达达主义作品《波兰骑士》



图1-27 杜尚《下楼梯的裸女》



图1-28 杜尚《带胡须的蒙娜丽莎》



图1-29 杜尚《泉》

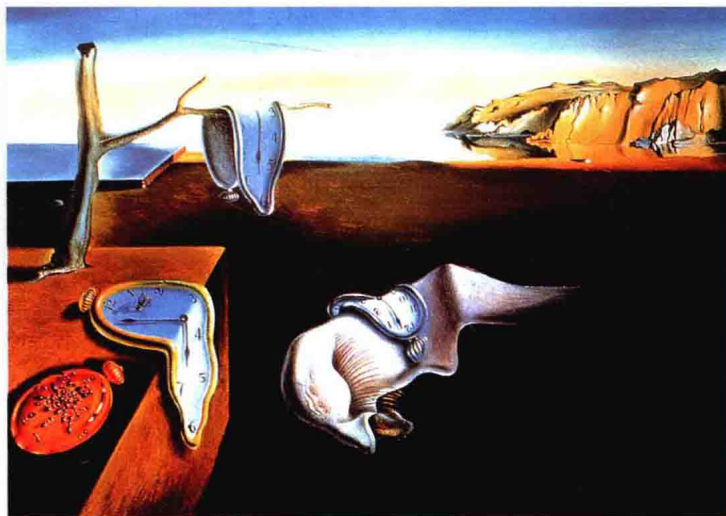


图1-30 达利《记忆的永恒》

4. 超现实主义

在达达主义基础上发展起来的超现实主义，受到奥地利维也纳大学精神病心理学教授弗洛伊德的精神分析学和下意识心理学理论的影响，突破逻辑关系与现实观念，把现实观念与本能、潜意识和梦的经验相糅合，以达到一种超现实的情境。超现实主义运动拓展了美术表现领域，这种不受理性和道德观念束缚的美学观念，使艺术家充分发挥自己的想象力和幻想力并探索用各种手段进行创作。例如比利时画家马格里特常用“换位法”将事物放置在非正常的位置，使他们不合逻辑的组合，以引起人们的关注、思考和感悟，作品极富奇思妙想。西班牙画家达利也惯用不合逻辑地并列事物的方法，将自己的内心世界的妄想、怪异加入或替代外在的客观世界，常用分解、综合、重叠和交错的方式，来反映潜意识的过程。米罗的作品中把儿童艺术、原始艺术和民间艺术糅合为一体，在画面中采用单纯的线条，色彩干净、明亮，试图用一种纯真的情感来嘲讽这个混乱的世界。（图 1-30 至图 1-32）

5. 抽象主义

50年代后的美国艺术日趋繁盛，二战后的美国人崇尚自由，反对束缚，抽象表现主义适时的反映了美国人当时的心理状态和审美要求。抽象表现主义继承了从印象派到超现实主义自由奔放、无定形的抽象艺术风格。这种风格追求艺术的抽象性、直接性、自动性和表现潜意识自我等方面的探索，用自由的行动和无目的性主题，将创作行为本身引入作品的表达中。

波洛克是抽象表现主义运动中颇具影响力的艺术家之一，在他的“行动绘画”中，他打破传统的绘画工具和材料，利用沙、玻璃碎片或其他东西混杂在颜料中，使其成为稠厚的流体在画面中进行随意地泼溅，流洒出的线条，体现了惊人的创造力。除此之外，波洛克还打破传统绘画的内涵，他在绘画开始通常并不预先设计好绘画的内容，而是经过一段的认知后，才渐渐传递出绘画的内涵，而他在绘画时通过全身的动作来表现内在的意识，开创了全新的绘画形式。（图 1-33 至图 1-38）

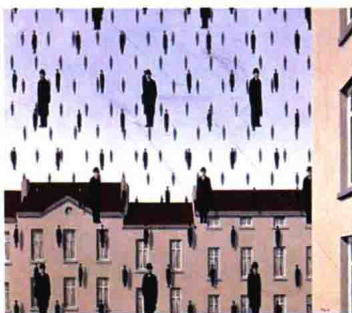


图1-31 马格利特作品

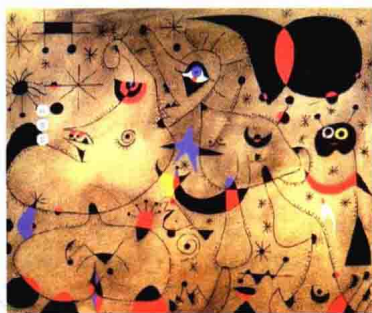


图1-32 米罗《星空》

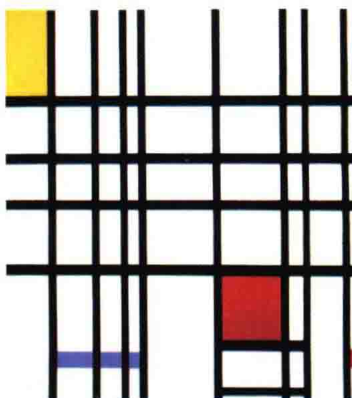


图1-33 蒙德里安《红黄蓝》



图1-34 里特维尔德《红蓝椅》



图1-35 伊夫-圣-洛朗作品



图1-36 波洛克《整整五寻》



图1-37 波洛克《蓝色的桅杆》



图1-38 波洛克《第31号》

6. 波普艺术

波普艺术是一种大众流行的艺术现象,50年代起源于西方的现代美术思潮,后期在美国艺术中广泛应用。波普艺术一改抽象表现主义对现代工业化的反对和对城市、机械文明的逃避态度,艺术家们利用生活中所接触的材料和媒介来制造大众所能理解的形象,将艺术语言和工业机械文明相结合,利用大众传播媒介(电视、报纸、印刷品)加以普及。为了达到有效的宣传效果,波普艺术利用大众、通俗的艺术中新颖、奇特、富有创造性的内容来吸引观众的注意力,刺激人们的消费欲望,成为一种消费文明的艺术。波普艺术善于捕捉大众文化的精神,表现形式对于不同艺术家则有不同的选择,例如美国著名的波普艺术家安迪·沃霍尔常用放大的海报或杂志广告,用丝网印刷的方式印在画布上,他的作品中包含同一形象的无数次重复,以使人们对经过他处理之后的常见形象有新奇感。

(图 1-39 至图 1-41)

四、图形语言的特征

1. 准确性和直观性

图形语言的最主要功能就是信息传递。尤其是当今这个各种信息交错,相互影响的环境里,图形作为一种视觉语言系统,既要传递复杂、丰富的信息内容,又要在瞬间抓住观者,让人一目了然甚至过目不忘,这就要求图形所反映的主题需要观点明确、概念清晰、重点突出。所以图形语言在表达上要尽可能的单纯化,简洁集中、以少胜多,在有限的时空中传达最有价值的信息。例如广告图形就是充分利用图形的准确性和直观性的特点,把良好的信息传递给受众,将广告主和设计者与广大受众友好的联系起来,使受众认识、理解、产生好感、引发兴趣、刺激需求欲望、达到共鸣,从而促成行为的发展。由此可见,图形在信息的传递上通过形、色、质感以及结合光、声、摄影等手段创造出的形象、展现出的场景,具有强烈的说服力和视觉的震慑力,这是其他传播形式无法替代的。

(图 1-42 至图 1-43)



图1-39 安迪沃霍尔《玛丽莲·梦露》



图1-40 理察·汉密尔顿作品

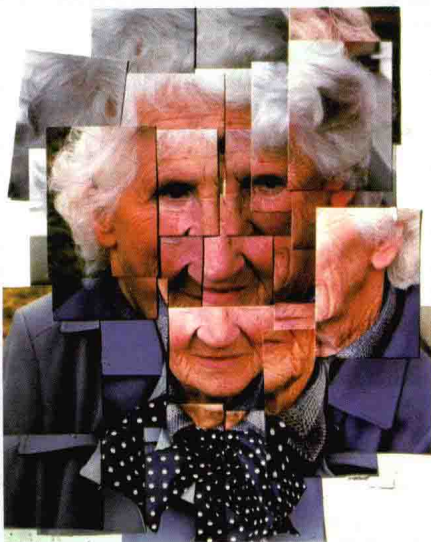


图1-41 大卫·霍克尼作品