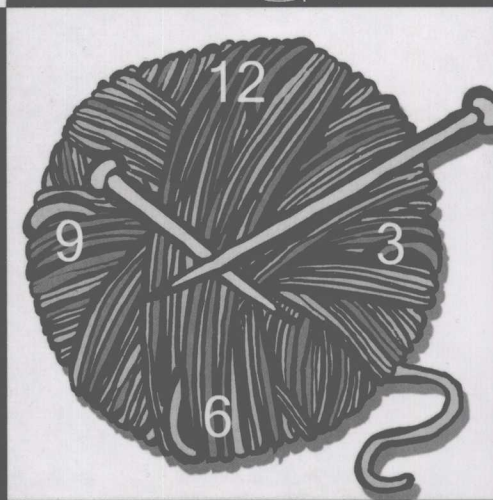
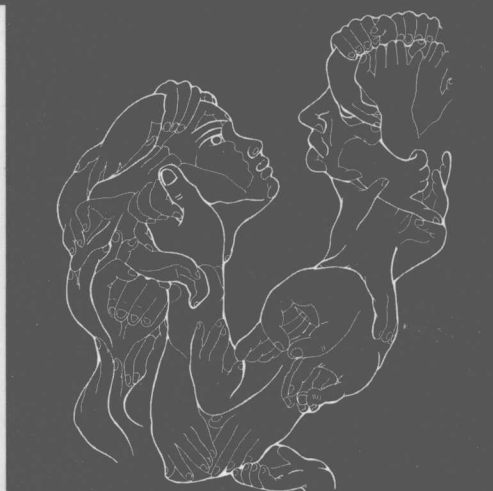
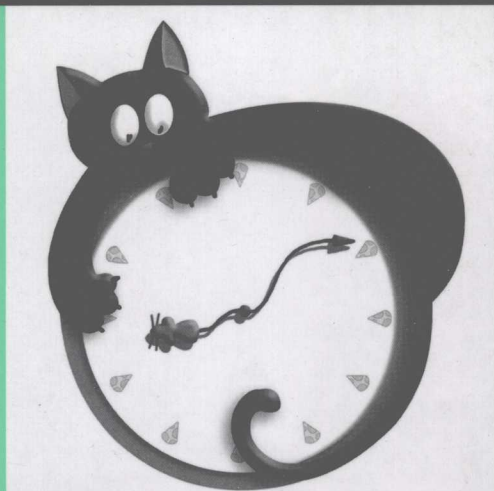


设计前沿课堂系列丛书
江南大学设计学院「十一五」重点学科建设丛书



图式的睿智

图形设计的拓展
思考与课程实践

Expansive Thinking and Practising
in Graphic Design

过宏雷 著 GUO Honglei

凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图式的睿智 / 过宏雷著 . — 南京 : 江苏美术出版社 ,
2008.1

(设计前沿课堂系列丛书)

ISBN 978-7-5344-2506-6

I . 图 ... II . 过 ... III . 图案—设计—教材 IV . J061

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 201497 号

责任编辑 孙建军
封面设计 王 俊
版式制作 南京晋韵文化有限公司
审 读 王春南
责任校对 刁海裕
责任监印 贲 炜

书 名 图式的睿智
著 者 过宏雷
出版发行 凤凰出版传媒集团
江苏美术出版社 (南京中央路 165 号 邮编 210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
制 版 南京新华丰制版有限公司
印 刷 南京凯德印刷有限公司
开 本 889 × 1194 1/20
印 张 7
版 次 2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5344-2506-6
定 价 40.00 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 13 楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换



过宏雷

1994年毕业于南京艺术学院，
2000年于无锡轻工大学设计学院获艺术设计硕士学位，
同年留校任教至今。
现任江南大学设计学院视觉传达系副主任、副教授。
在国内主流设计刊物发表学术论文多篇，
编著出版高等艺术院校视觉传达设计专业教材《企业与品牌形象设计》。
设计作品多次获得“华东大奖”、“江苏之星”、“苏州印象”等省级以上专业奖项。

GUO Honglei

Graduated from Nanjin Art University in 1994 with B.A. degree. In 2000, he graduated from Wuxi Light Industry University as a Master of Arts. He works as a teacher and deputy director of communication design department in his old school. Now, his professional job title is associate professor. He has published many specialized subject articles on chief design periodical and written the book 'Corporate & Brand Image Design' as a design teaching material of art colleges and universities. His design works have acquired many important prize from 'Jiangsu Star', 'Suzhou Image' and 'East China Design' competitions.

J061/87

2008

图形设计的拓展思考与课程实践 过宏雷 著

Expansive Thinking and practising in Graphic Design

设计前沿课堂系列丛书

江南大学设计学院“十一五”重点学科建设（研究·教学·实践）丛书

图式的睿智

凤凰出版传媒集团

江苏美术出版社

顾问：（按姓氏笔画）

王雪青 中国美术学院设计学院教授
王沂蓬 中央美术学院设计学院教授
宁绍强 桂林电子科技大学艺术设计学院教授
许 平 中央美术学院设计学院教授
何 洁 清华大学美术学院教授
何晓佑 南京艺术学院设计学院教授
过伟敏 江南大学设计学院教授
赵 健 广州美术学院设计学院教授
邬烈炎 南京艺术学院设计学院教授

主 编：叶 苹

总 编 辑：顾华明

编 委：（按姓氏笔画）

王 俊 代福平 叶 苹 沈 杰 李世国 过宏雷 张凌浩 陈新华 黄 军

责任编辑：孙建军

封面设计：王 俊

版式设计：南京晋韵文化艺术有限公司

BOOKS EDITORIAL BOARD

丛书总序

“前沿”，通常的理解是领先的意思，其实它还有另一层重要的含义：即特指某个领域或某个行业第一线的状态。

设计教育蓬勃发展的当下，我更关注教学的第一线，更加关注身处课堂前沿的实践者，以及他们在教学探索中获得的鲜活成果。

设计教育是推动设计创新的重要力量，而课堂教学则是设计教育的核心环节。当代设计教育的迅速发展，一方面体现为对社会的广泛影响，一方面体现为对自身的深刻反思。孕育这种影响、承载这种反思的源场所，就是设计课堂，尤其是大学的设计课堂。这其中，最有价值的是那些倡导独立思考、勇于探索、充满活力和拓展学问境界的学习课堂。

这个以“设计前沿课堂”命名的系列丛书，是以设计名校江南大学设计学院为开端的一个开放性的教学交流平台。它不预设一个完整的书目体系，而是把关注的目光投向设计教学的第一线，关注课堂中那些独特的思考和动人的创造过程，并把它们及时地记录下来。

设计前沿课堂，是教学过程和结果的真实展示，犹如一次美丽的设计旅行，一次激发设计兴趣、拓展设计视野、撞击设计思维、提高设计修养的旅行。它滋养着年轻的学子，为他们的独立之精神、自由之思想和创造之激情而奠基！

叶苹

于社桥老轻院

C ONTENTS



目 录 / Contents

丛书总序
前言

1 第一篇 图形的视觉传达

- 010 一、图形的基本概念
- 011 二、图形的信息特征
- 011 三、视觉心理与图形设计
- 012 四、视觉经验与图形设计

2 第二篇 图形的语言要素

- 016 一、拟象的变化
- 017 二、提炼与抽象
- 018 三、现代艺术思潮与图形语言
- 021 四、视觉蒙太奇
- 022 五、创意成就生活之美

3 第三篇 图形基础训练

第一阶段 图形的基础训练

- 026 一、形态捕捉
- 032 二、形态组织
- 035 三、形态自由变化
- 040 四、形态的控制变化
- 070 五、时间与空间元素的介入
- 077 六、意义的自然表达
- 088 七、意义的创造性表达

4 第四篇 图形的创造体验

第二阶段 图形的创造体验

- 099 一、创意表达的应用体验
- 113 二、形态的开发与再设计
- 123 三、图形向产品与空间的延伸
- 131 四、动态因素的介入
- 139 后 记

Preface

前言 PREFACE

图形语言作为平面设计的基本功，直接指向广告设计、插图设计、多媒体影视设计等专业。它不但作为一种国际通用语言经由各种媒体广泛运用在各个传播领域，而且能有效地培养创造性思维。创造性思维对任何设计专业来说都是至关重要的，产品开发、形象设计与空间规划都离不开创造性思维的潜能。

目前，设计教育界已充分认识到图形设计在学生综合能力发展中的重要性，但它作为一门课程引入国内院校时间不长，其开放性、包容性、多变性也使它难以形成全面完善的体系。从广义上讲，平面的视觉形象都属于图形，因此，泛泛的讨论难免浮于浅表。比如装饰、构成和表现的问题常常使课程主题变得模糊不清；直接针对某一主题的设计训练又有可能由于创作目的太明确而无法体现专业基础课所应有的实验性、研究性和深度。图形艺术虽然仍依托于绘画、摄影、书写、转印、剪贴等传统手段得到可视形象，但它具有与传统视觉艺术不同的审美机制、精神内涵和功能使命，针对它的基础训练也应该有专门的讲究。如果不能把握一门课程的实质与方向，没有明确的教学思路与内容，课程就形同虚设。江南大学设计学院多年来坚持设计教育改革，将学生创造性思维的培养体现在一系列特色课程中，其中，图形设计方面的教研成果较为突出，取得了一些初步的经验，在历次交流中广受关注，并且在这方面仍然继续着尝试与探索。

我们将图形设计理解为“在一定理念的支配下，创造性地使用、组合、变化客观形态，以全新的创意智慧和兼收并蓄的审美精神提升信息传播的质量”。按照海纳特的理论，针对某一种创造力，我们可以找到它的雏形和组成要素，即“类创造力”，它虽然不能等同于创造力本身，但它是创造力最终形成的准备阶段。图形设计课程即是设想围绕培养学生的图形综合创造力，化整为零，通过若干重要阶段的准备，提供通往真正设计创造能力的道路和使之成为可能的条件。

过宏雷
于无锡



1

第一篇 图形的视觉传达

图形的视觉传达

一、图形的基本概念

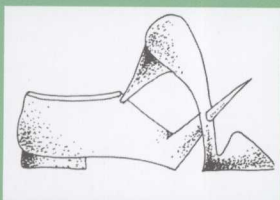


作为最古老的图形语言，原始岩画记录了很多信息

人通过感官接受信息，建立与世界的联系。在所有的人类感觉器官中，视觉是最为重要的途径。图形便是建立在人的视觉机制基础之上的传播方式与艺术形式，图形是重要的视觉符号。

传播学认为，传播是社会得以形成的工具。不仅如此，良好的传播也是一个社会进化发展的必要条件与衡量标准，而如此重要的使命似乎不能只靠文字语言来承担。从世界各地的远古文明中可以发现早在文字出现以前，图形就担负起信息传播的功能。远古先民凭借这些可视、可感的形象建立起与自然的联系。图形不但可以通过视觉语言传达信息，而且能将这种语言上升到艺术与审美的高度，其特殊的传达效果是文字语言无法比拟的。

作为高度抽象的符号，文字虽然是信息量扩大、人类思维能力发展和文明进步的必然结果，但它也不可避免地带来不同地域之间的交流障碍。再者，信息量的剧增正促使“非语言符号”成为传播的另一种有效工具，与视觉有关的感性表现是“非语言符号”传播的重要内容。视觉语言的内容广泛，它既包括所有传统视觉艺术形式，如绘画、摄影等，也包括对日常生活中场景、表情、动作、衣装、道具等对象的视觉体验。在现代视觉传达中，这些形象是经由整合重塑后承载信息的，而整合重塑的理念来自现代图形艺术。



我们生活在千姿百态的世界中，反映世间百态的图形于我们的生活无处不在，这些人为或自然的图像是有传达性或感染力的。事实上，人类的许多情感体验完全可以通过视觉图形来表达与传播。因此，图形语言越来越受到设计界的重视，应用日益广泛，涉及种种视觉媒体，渗透到经济、文化、生活的各个领域。

思想、观念、情感的表达与传递是人类的基本需求，也是推动社会文明发展的重要因素。工业化社会向信息化社会的过渡对视觉信息的交流与传递提出了更高的要求。在信息量剧增的情况下，图形语言成为一种传播的有效工具。在许多情况下，形象的传递远胜于文字的阅读。



形象变化带来意义的转换

信息传递功能是图形区别于美术作品的重要特性。图形是设计的语言，而不是纯粹的艺术表现，因此，对于设计师而言，图形设计不仅仅是一个视觉形象表现的过程，而且更是一个理念生成与信息传达的过程。

从广义上讲，平面二维的视觉形象都可以称为图形，但本书中所讨论的重点与广义的概念稍有不同。针对图形创意能力与创造性思维的培养，我们关注更多的是表意图形、创意图形。创意图形、表意图形不是仅为满足形式审美而存在，而要从审美上升至哲理的启示，在一定意念的支配下创造性地组合、变化现存客观形态。但是作为传播信息的手段，图形同时也是一门传播的艺术。由于图形的表现形式极为自由开放，因此它能满足更宏观意义上的审美，使观众忘却种种艺术形式的限制，丰富人的心理活动与精神世界。因此，图形艺术能促进审美情趣与艺术观的更新，培养兼收并蓄的美学精神。

信息传达是图形设计的本质与目的，所以图形的特性与人对图形的识别规律是设计中必须重点研究的

问题。图形是一个十分宽泛的概念,它既包括宏观世界所有的物态与形象,又包括人们意识中的、未来的或未知的对象。在信息交流的层面上,图形与文字等其他沟通方式具有相似的功能,图形是我们认识客观世界的依据,是交流与沟通的中介。

二、图形的信息特征

1. 图形是物质与能量形态的反映。比如形态、结构及特征。可以说图形是有关物质的信息。
2. 图形可以表现事物运动与存在的方式。图形虽然表现事物,但它并非事物本身。在图形与事物之间存在着概念的环节。概念的产生需要依靠综合、分析、归纳、概括,形成关于事物某一方面或一定条件下的理性认识。因此,图形是事物动态的反映,是主客观的统一。
3. 作为传递信息的符号,图形具有能指与所指的结构特征。视觉通过对其形式(能指)的感知,触发心理联想对其意义(所指)的鉴别、区分与理解。
4. 图形可以转换。图形是符号的形式,根据索绪尔的观点,符号的形式可分为形式的形式,形式的内容。图形素材是其形式的内容,素材的表现方法构成了图形的形式,二者共同体现图形的形象特征。图形的转换性表现在:一、对于某种形式内容,可采取多种不同的表现方法;二、对于同一种信息概念,可以用多种不同的形式内容体现;三、图形可以充分利用其二维表现的便利性突破时空的限制,通过解构、重构等方式进行变异生长与沿伸。
5. 图形可以存储、处理、传递、再现。印刷术的发明为图形的传播提供了有利条件,随着电子传媒时代的到来,图形的传播力与影响力空前提高,现代高科技的影像设备与计算机是人手、脑、眼功能的沿伸,极大地扩充了图形的信息容量,丰富了图形的表现手法,加快了图形的传播速度,使人类文明进入了“读图时代”。

三、视觉心理与图形设计

■ 注意力

根据认知心理学的研究与测试,视觉在视野范围内的注意力是不均衡的。如何吸引受众的注意力一直是设计中所需要解决的重要问题。由于图形所提供的是直接可感的形象较少地依赖于逻辑与思维,所以在传播中具有其他信息符号(如文字)不具有的优势。图形视觉优选的现象一直被设计师巧妙运用着。心理学家Paivio的双重编码理论指出,人对信息的摄入可以经由两个独立的系统:语言编码系统与表象编码系统。语言系统专门处理语言信息,表象系统专门处理非语言对象的知觉信息。语言符号这类抽象的事物只能由一个编码系统加工,而具象可感的对象可由两个编码系统加工。因此,可以直接感知的图象信息借助于视觉的优选功能,可以获得双重编码,比较容易进入观众的识别与记忆中。

■ 求变

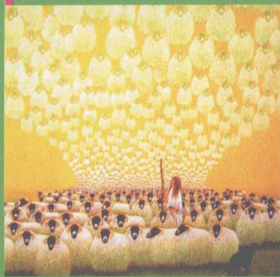
视觉具有不断发现新事物的功能与需要。视觉在发现事物后不会长时间地满足,又会去努力发展新的事物。这一视觉功能要求任何一种造型都要考虑到变化的要素。单调、重复、乏味不能满足不断发现



图形是招贴的主要设计语言



具有想象力的插画图形



的视觉功能需要。可转换性与多变性是图形的一大特征,形式上的突破可不断推陈出新,满足视觉的发现功能。

■审美

图形语言符合视觉的审美机制。通过丰富的图形变化,能够最大限度地开发利用空间、结构、色彩等造型元素与造型语言,巧妙运用形式美的基本法则,使信息载体同时成为赏心悦目的审美对象。

四、视觉经验与图形设计



图形视觉经验通过激活与利用人的视觉经验传达信息。在长期的生活与实践中,人们对某些事物包括其形态、色彩、肌理等视觉特性形成共识,或是通过一些规则与习惯的约定,形成一些事物的形象标准与识别象征,这就是视觉经验。视觉经验对事物的回忆不是对片断的简单再现,而具有综合的特点,即对同类事物形成集中的、代表性的回忆。自然界的人物、动物、花草树木、山川河流、日月星辰等最常见事物的图形,在人的印象中都具有最稳定明确的视觉经验;一些如红十字标记、奥运会标志等约定图形也通过视觉经验传达普遍一致的理念。图形设计就是运用这些既定的视觉经验,通过信息提炼与造型处理,将附合大众视觉思维的图形语言传达出去,使信息传递准确生动而富有新意。

当然,形象的视觉经验有时也会局限在某一时间或空间内,这些具有局限的视觉经验不具备更广泛的识别性。图形的表现力一定会受到文化、种族、地域等差异的影响。但是,随着时代的进步、媒体的发展、人类社会交流沟通的深入,人类对越来越多的事物将形成趋于共性的认识与体验,图形越来越成为一种人人易懂的世界语。



■联想

图形设计师通过调动视觉经验来进行传达与沟通,必须经过激发联想的阶段。联想是建立在思维视觉经验基础上,由某一事物转移到另一事物的心理过程。联想是心理活动的基础,是人类思维活动中重要的组成部分。联想又可按其产生的原因分为接近联想、相似联想、对比联想、因果联想等。图形联想又可简单分为“相似联想”与“连带联想”两大类。“相似联想”是指由事物之间形态、结构上的相似性所引起的联想。比如见到天空变幻的云朵联想到各种动物、人物;看到平静的水面想到镜子等等。“连带联想”是指由于事物的逻辑关系,因果关系而引起的联想,比如看到一件旧物想起一段往事。在图形设计中,联想发挥着重要作用。联想可以提交视觉信息传达的速度与准确程度。因为在视觉经验中,事物的形态往往直接表达了特定的信息。



■图形想象

联想能够让视觉感知的信息从一种媒介转移到另一种媒介,可以实现信息之间的相互转化。这一特性赋予图形设计极大的表现空间。通过生活,人们在意识或潜意识中积累着各种物象的视觉经验,这些视觉经验既包括物象的形状、大小、色彩等视觉特性,又包括与事物相关的意义、情感、理念、象征。前者与后者(即表层与深层)不管是对应或错位,都会引起相应的心理反应,这样,观者就能按照设计师的编排与计划,进行信息含义的理解与感受。

信息经由图形的载体作用于视觉后唤起种种视觉经验,又通过视觉联想得到了解读,而最终引起的心理活动就是图形视觉传达的目的与终点。图形设计师只有通过对符号特性和视觉心理的深入研究和把握,才能把握图形造型与表意的规律。

通过对视觉经验的利用和双关性的表现手法营造想象空间



