



# 视觉设计与创意

叶苹 主编  
叶苹 叶松 陈慧婧 编著

辽宁美术出版社

## 课题：元素锤炼与设计拓展

内容：从形式导入，锁定一个视觉元素向形态纵深和设计应用拓展。

目标：体会[形式风格]，感悟[设计品味]。

### 进程：

阶段	内容	路径	场所	提示
第一阶段	9周-10周	发现元素	笔录/图片	图书馆/其它
	10周-11周	选定元素	口述 [集体研讨]	教室 主要范畴 点/线/面/字体 /符号/图腾/纹 样等
	11周-13周	元素锤炼	①小稿[徒手] [集体研讨] ②大样[徒手] [集体研讨] ③完稿[电脑] [集体研讨]	教室/图书馆
第二阶段	14周-15周	元素拓展 [形式拓展]	①方案[徒手/ 电脑] [集体研讨] ②完稿[电脑/ 物化] [集体研讨]	教室 元素塑造与 元素拓展可 交替进行
	16周-18周	元素拓展 [设计拓展]	①方案[徒手/ 电脑] [集体研讨] ②完稿[电脑/ 物化] [集体研讨]	教室/实验室 形式设计与 设计拓展可 交替进行
	19周	口述/作品 [集体研讨]	教室	



J06/175

2008

SHI JUE SHE JI YU CHUANG YI

# 视觉设计与创意

叶苹 叶松 叶苹 主编  
陈慧婧 编著  
辽宁美术出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

视觉设计与创意 / 叶莘主编; 叶莘, 叶松, 陈慧婧编著.  
—沈阳: 辽宁美术出版社, 2008.1

ISBN 978-7-5314-3993-6

I. 视… II. ①叶…②叶…③叶…④陈… III. 视觉形  
象—实用美术—设计 IV. J504

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 010290 号

---

出 版 者: 辽宁美术出版社

地 址: 沈阳市和平区民族北街 29 号 邮编: 110001

发 行 者: 辽宁美术出版社

印 刷 者: 沈阳市第三印刷厂

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 6.5

字 数: 30 千字

出版时间: 2008 年 1 月第 1 版

印刷时间: 2008 年 1 月第 1 次印刷

责任编辑: 彭伟哲 严 赫

封面设计: 洪小冬

版式设计: 严 赫

技术编辑: 鲁 浪 徐 杰 霍 磊

责任校对: 张亚迪

ISBN 978-7-5314-3993-6

---

定 价: 44.00 元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnpgc.com.cn

## 总序

当我们把美术院校所进行的美术教育当做当代文化景观的一部分时,就不难发现,美术教育如果也能呈现或继续保持良性发展的话,则非要“约束”和“开放”并行不可。所谓约束,指的是从经典出发再造经典,而不是一味地兼收并蓄;开放,则意味着学习研究所必须具备的眼界和姿态。这看似矛盾的两面,其实一起推动着我们的美术教育向着良性和深入演化发展。这里,我们所说的美术教育其实有两个方面的含义:其一,技能的承袭和创造,这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分;其二,则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量,在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放,在思维解放的同时求得空前的创造力。由于众所周知的原因,我们的教育往往以前者为主,这并没有错,只是我们更需要做的一方面是将技能性课程进行系统化、当代化的转换;另一方面需要将艺术思维、设计理念等等这些由“虚”而“实”体现艺术教育的精髓的东西,融入到我们的日常教学和艺术体验之中。

在本套丛书实施以前,出于对美术教育和学生负责的考虑,我们做了一些调查,从中发现,那些内容简单、资料匮乏的图书与少量新颖但专业却难成系统的图书共同占据了学生的阅读视野。而且有意思的是,同一个教师在同一个专业所上的同一门课中,所选用的教材也是五花八门、良莠不齐,由于教师的教学意图难以通过书面教材得以彻底贯彻,因而直接影响到教学质量。

学生的审美和艺术观还没有成熟,再加上缺少统一的专业教材引导,上述情况就很难避免。正是在这个背景下,我们在坚持遵循中国传统基础教育与内涵和训练好扎实绘画(当然也包括设计)基本功的同时,向国外先进国家学习借鉴科学的并且灵活的教学方法、教学理念以及对专业学科深入而精微的研究态度,辽宁美术出版社会同全国各院校组织专家学者和富有教学经验的精英教师联合编撰出版了《中国高等院校21世纪高等教育美术专业教材》。教材是无度当中的“度”,也是各位专家长年艺术实践和教学经验所凝聚而成的“闪光点”,从这个“点”出发,相信受益者可以到达他们想要抵达的地方。规范性、专业性、前瞻性的教材能起到指路的作用,能使使用者不浪费精力,直取所需要的艺术核心。从这个意义上说,这套教材在国内还是具有填补空白的意义。

# 前言

## PREFACE

在本书的编写过程中我有二点思考：一是视觉设计的范围究竟有多大？这关系到本书所涉内容的前提，这个问题我在本书章节中有了阐述；二是如何将创意的思想和方法有机地融合到教学当中？换句话说，设计创意的教学内容应该如何组织？又如何运行？

创意是设计的灵魂，也是重要组成部分。但长期以来，在教育领域是注重基础，还是注重专业，是加强造型能力的训练，还是强调创意能力的培养，各有微词。其实，从设计实践本身来看，“创意”和“表现”是一个从思维到物化的完整的、不可分割的过程。“创意”不能只停留在脑子里，不只是一种抽象思考过程，“创意”应该也必须贯穿整个设计活动的全过程，从设计教育角度来看设计的创意活动包括：创意思维和形式创造两个方面。另外，我们将设计教学的课程结构划分为理论（史、论、法、学）、基础（技术、艺术、人文）和专业三个基本板块，理论上讲，创造性思维和方法都可以融入三个基本板块内，但又不能越俎代庖，消解三块课程的基本内容和必备的知识点。基于上述几点思考，我梳理出两点思路：

首先，就课程教学整体结构而言，将创意的思想和方法针对不同类型的课程融入到不同的教学内容中，比如可以在理论课中开设“创造思维”课程，讲述创造性思维的科学理论。在基础教学中强化形式创造，以表现力为基础不断寻求造型语言的创造性突破，而在专业教学中，强调综合运用创造思维方法去实现设计创新的最终目标。

其次，以注重形式创造训练和强化设计创意价值为目标来展开教学和撰写。为此，本书初步考虑分上、下两部，上部“视觉元素的锤炼与拓展”，侧重形式创造的基础，下部“创意理念与设计品位”，侧重设计创造活动的应用价值。上部又分上下两篇，上篇为课程导读，共分四章，前二章介绍视觉设计的含义及相关内容，以及重点阐述了图形符号的功能与造型类别，第三章对图形元素与设计创意的关联做了描述，第四章也是本篇重点部分，着重讲解形态元素从采集到凝练再到形式与应用拓展的原理和方法。下篇为课题实践环节，以“视觉元素锤炼与拓展”为课题，进行教学实践，并以图文形式加以展示。

随着当前设计教育课程改革的不断深入，必将引发对课程设置、课程内容和教学方法等不同层面的思考与探索，本人关于设计创意教学的一些看法和认识或许还不成熟，加之时间仓促，会有许多不足之处，敬请读者批评指正。最后感谢关心和支持本书编写的各位同仁，特别要感谢设计学院视传02级2班的全体同学给予我良好的教学配合，同时，也为他们的聪慧和灵性感到欣慰。

叶莘

2005年11月于社桥老轻院



# 目 录

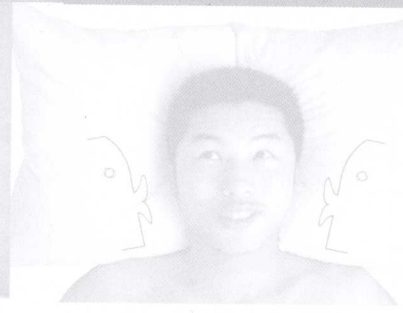
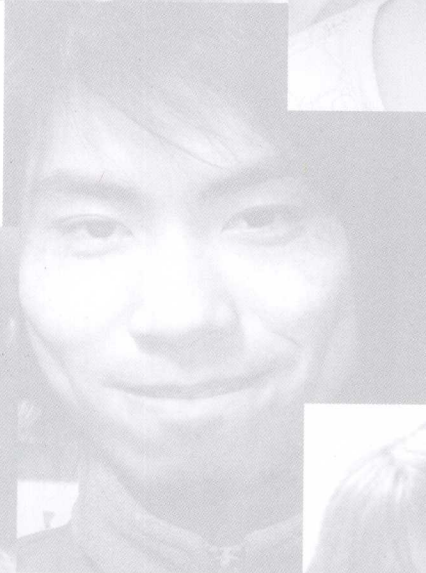
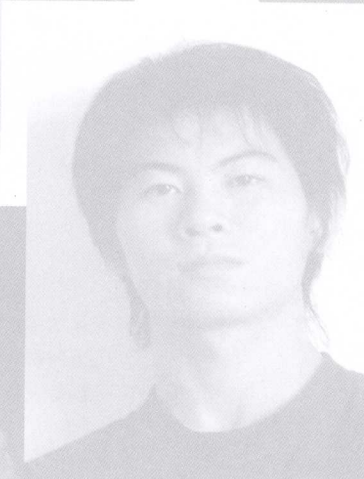
第三章 图形元素与设计创意	019
第一节 元素与形态造型 019	
第二节 设计创意与创造思维 020	
第三节 图形符号——设计师的独特语言 021	

第四章 视觉元素的锤炼与拓展	025
第一节 元素的采集与锤炼 025	
第二节 元素的形式与拓展 031	
第三节 元素的设计拓展 036	

总序	
前言	
第一章 视觉设计与图形符号	008
第一节 视觉设计的含义 008	
第二节 视觉设计的传达功能 009	
第三节 视觉形式与图形符号 011	

第二章 图形符号与形态造型	012
第一节 图形符号的界定与解读 012	
第二节 图形符号的形态构成 013	
第三节 图形符号的造型类别 014	

第五章 学生作品	039
1. 摇摇晃晃	
2. 爆米花	
3. 浮光掠影	
4. 回向偈	
5. 宜宝电玩	
6. 功夫	
7. 电电得正	
8. 点绛唇	
9. 剧装	
10. 黄金分割	
11. 非线性	
12. 微观新说	
13. 玩点	
14. BATTERY	
15. MR.D	
16. 吸吧	
17. 解	
18. 钢熔	
19. 并瓦子玻璃工坊	





中國高等院校

THE CHINESE UNIVERSITY

21世纪高等教育美术专业教材

The Art Material for Higher Education of Twenty-first Century

CHAPTER 1

视觉设计的含义  
视觉设计的传达功能  
视觉形式与图形符号



视觉设计  
与图形符号

# 第一章 视觉设计与图形符号

## 第一节 视觉设计的含义

### 一、本章要点视觉设计的广义性

人们通常理解的视觉设计指报刊书籍、包装海报等平面形态的印刷媒体设计。

其实,广义的视觉设计是以视觉生理和心理为机能,以图形符号和色彩为主要视觉元素,以二维、三维和多维等形态为载体并基于不同目的的视觉化设计。例如,建筑与产品中的界面设计、环境空间里的导向设计、电影戏剧中的场景设计,以及互动媒体中的网页设计等等都是一种视觉化的交流方式,都具有视觉设计的特征。

随着人们交流方式与观看方式的改变,视觉设计的内涵还会不断扩大。

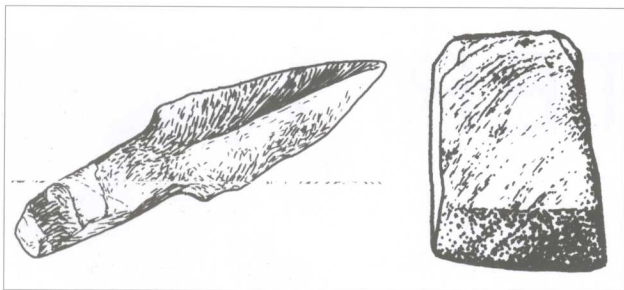


图 1-1、图 1-2 石器时代的生产工具

### 感知方式的分类

视觉艺术	—— 绘画
听觉艺术	—— 音乐
语言艺术	—— 小说

### 艺术形态的分类

雕刻	—— 空间艺术
播音	—— 时间艺术
诗歌	—— 时空艺术

图 1-3 艺术的分类

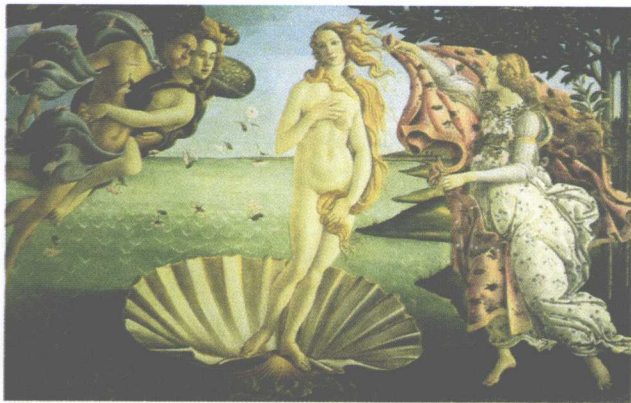


图 1-4 《维纳斯诞生》文艺复兴时期早期绘画作品 波提切利

### 设计的三大领域

为居住而设计	—— 住宅	桥梁	园林等
为使用而设计	—— 火车	口红	陶器等
为传达而设计	—— 报刊	映象	展览等

图 1-5 设计的分类



## 二、视觉艺术与视觉设计

为了对视觉设计的含义有全面的理解,应该理清视觉艺术与视觉设计之间的不同。

人类在长期的劳动和生活中创造了丰富多样的艺术形式(图1-3)。视觉艺术是指通过视觉感官接受到的各种艺术样式,如绘画、舞蹈、电影等等。视觉设计与视觉艺术的区别在于艺术与设计区别。艺术源于巫术,是人类对客观世界一种精神反映,是一种特殊的意识形态。设计来源于人类的生存本能,从人类学会制作石斧用来狩猎开始,设计行为便贯穿人类物质文明发展的所有阶段。艺术是一种感化工具,设计是以满足人的物质需求为动机,二者侧重于精神和物质二个不同层面。

当然,伴随人类文明的进步,设计用品不再是单一的功能性,也承载和包含审美意识等多重的文化信息。换句话说:设计是物质与精神、科学与艺术的结晶。同时,由于艺术价值的体现,往往在设计前冠于“艺术”一词,即:艺术设计。日本学者目野永一以目的为依据把设计划分为三大领域(图1-5),而视觉设计是一种以“传达”为最终目标的设计行为,所以我们也常用“视觉传达设计”这个词。

## 第二节 视觉设计的传达功能

### 一、人类的传达活动

沟通行为是人类社会属性的具体体现,是人类赖以生存的重要手段。日常生活中,人们无论是工作还是生活,都必须通过某种形式的传达活动来获取或交换各种信息。

信息传达依对象可分为个体内的传达、两个个体之间的传达和社会群体间的传达等。个体内的传达是指个体对自己的传达,如自己的思路,个人思考的图示等;个体对个体的传达是指一对一的交流和对话;社会群体之间的传达属于大众性传达,如会议、报刊杂志和电视新闻等等。

另外,依照信息传达受体的感官来分类,可分为视觉、听觉、嗅觉、触觉和体觉等。视觉传达又分言辞传达和非言辞传达。

言辞传达(Verbal communication)是指语言、书写、阅读等传达方式,非言辞传达是指除言辞传达方式外的各种视觉传达,如体势、手语、图画、物体等方面的传达方式。视觉传达设计属于非言辞传达。

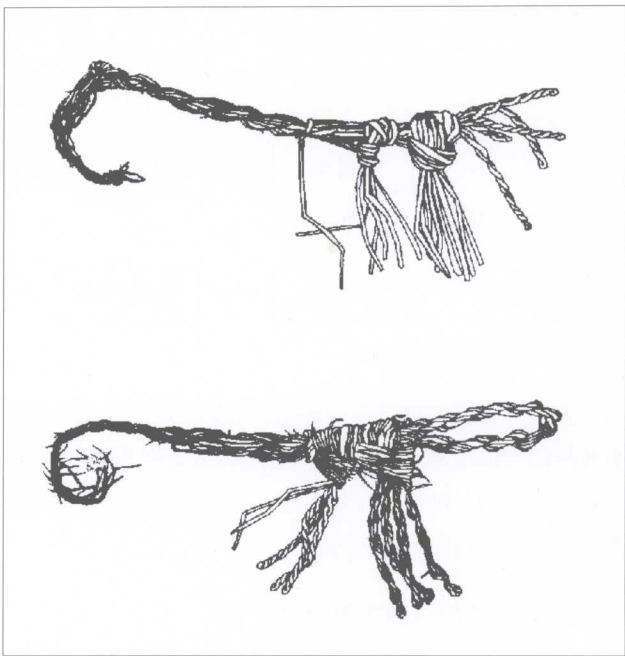


图 1-6、图 1-7 日本古代冲绳地区的结绳语



图 1-8 舞蹈《千手观音》

### 二、视觉传达的基本要素和传达过程

传达从属于传播学范畴。我们可以从大众传播学角度来剖析视觉传达的形成过程以及构成要素。

美国学者拉斯韦尔在传播研究中用九句命题便清晰的描述出传播的行为过程:谁?说了什么?通过什么渠道?对谁?取得了什么效果?这就是传播学领域里著名的“拉斯韦尔公式”。我们可以在“拉氏公式”的原理图上向视觉传达做一些扩展,并对其进行分析(图1-9)。

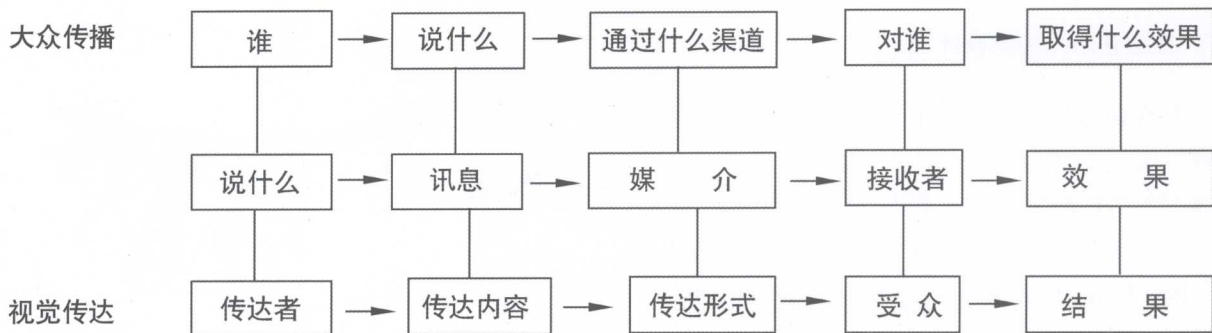


图 1-9 “拉氏公式”原理扩展图

从这个扩展后的图表中看出，视觉传达的过程就是信息传播的形成过程，而形成这个过程的主要要素是内容、形式和受众。同时沟通讯息与受众之间的必要渠道是承载信息的媒介，即传达的视觉形式。

### 三、视觉传达的主要特性

1. 传达性——传达是视觉传达的主要机能，是信息流动的导线和资讯互动的桥梁，也是视觉传达的目标所在。

2. 指示性——具有明确的指示导读机能，如信号灯、导向箭头、地图图表等。

3. 说服力——具有说明、劝导受众的机能，如海报、报纸、商业传单等各类广告性信息。

4. 可视性——指信息符号本身的可识别、可感知性。可视性是视觉传达的基本特性，是人的视觉生理所决定的。我们在视觉设计中常说的“冲击力”、“刺激度”都同可视性相关。

5. 艺术性——艺术性是基于视觉设计传达功能上的各种艺术化表现形式和艺术感受，如象征、夸张、幽默等等是对信息符号一种艺术性处理和艺术感受。

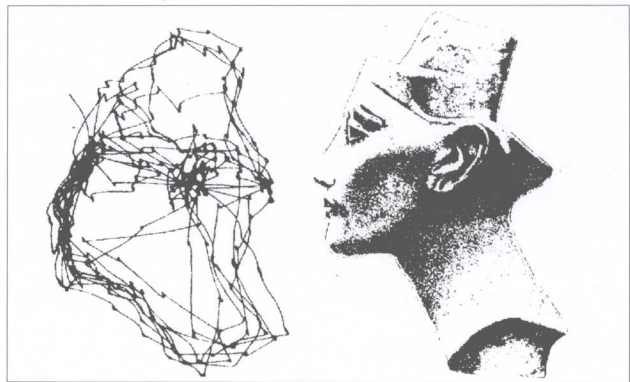


图 1-11 视线运动在素描头像的轮廓轨迹

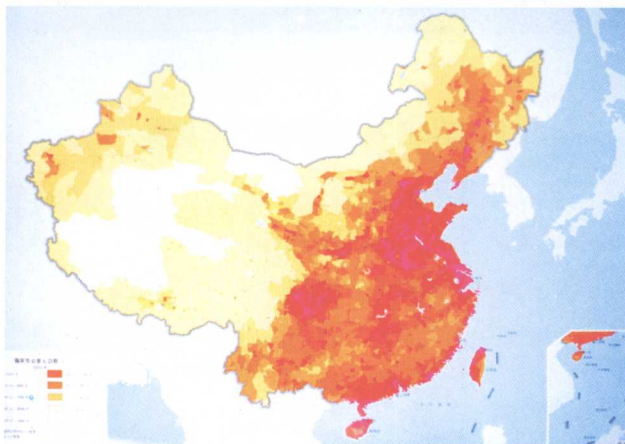


图 1-10 中国人口密度示意图表

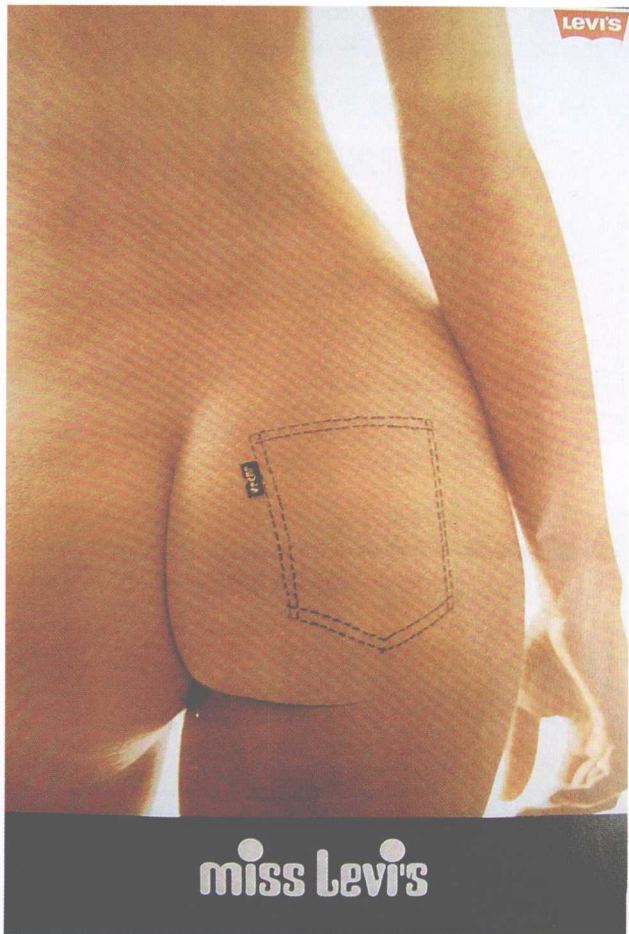


图 1-12 一幅独具诱导性的产品广告



### 第三节 视觉形式与图形符号

#### 一、设计与形式的关系

我们在第一节中就设计与艺术的不同目的作了简要的比较,从设计所具有的科学和艺术的双重性来看,设计活动涉及的知识领域相对宽阔。从“设计”的外来语“Discony”和汉语中的“图案”里我们可以理解:设计是制造物品(或服务)之前的各种想法或方案。而这些想法(或方案)又必须通过某种载体的具体表达来实现。这里的“载体”也就是指设计的形式。形式指事物的形状、结构,简单地说,形式就是指将想法具体化的某种手段。

#### 二、视觉设计的形式要素

视觉设计的形式可以从两个层面去理解:

一是构成视觉设计的整体形态、样式,如书籍设计、招贴设计和动画设计等等。二是构成视觉形态的具体要素,如图形符号、文字、构图、结构、材料、色彩等等。

1. 图形符号:构成视觉设计形式的主要造型要素包括各种绘画、插图、图片、记号、标记等平面视觉形态。

2. 文字:人类最主要的交流工具,视觉设计中文字作用主要是对信息内容的阐述和表达。文字形态也是视觉形象的一部分。

3. 构图:常以平面形态为对象,指视觉界面的图文组织形式和结构。

4. 结构:指突破二维形态的构造型式,如贺卡、纸盒包装等半立体和立体形态的样式,以及动态设计的连续性结构,比如电影语言中的蒙太奇结构等。

5. 材料:是构成形态的实体物质,不同的材质具有不同的形态特征和视觉表现力。

6. 色彩:是光和物质同人眼的生理机能所产生的视觉现象,色彩不仅具有色相、彩度和明度三种物理属性,而且在视觉设计中具有强烈的传达功能和情感象征的功能。

#### 三、视觉设计中的图形符号

图形与符号是视觉设计的重要形式语言,它不仅具有强大的形象传达功能,而且承载着人类社会长期形成的各种文化信息。对图形符号的挖掘和创造有助于视觉设计功能的最大化和视觉形式语言的多样化。

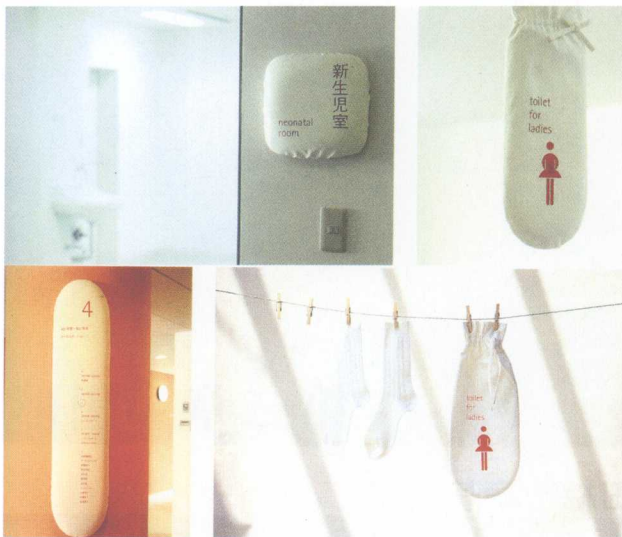


图 1-13 医院导向符号指示系统设计 原研哉(日)

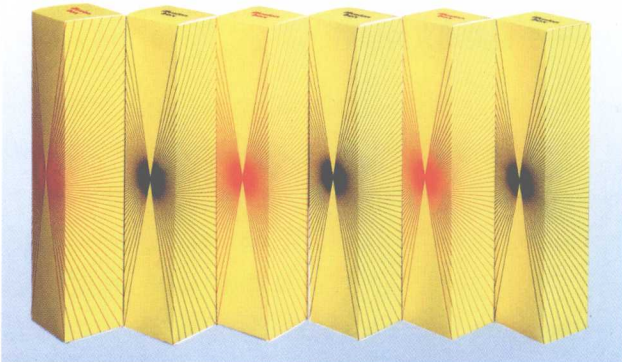


图 1-14



图 1-15



作者:太田微也(日)



作者:胜冈重夫(日)



作者:胜冈重夫(日)

图 1-16

## 第二章 图形符号与形态造型

### 第一节 图形符号的界定与解读

#### 一、相关词义的诠释

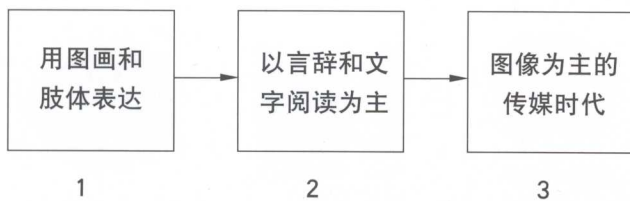
1. 图形：①汉语《辞源》中的注解。“图”为谋、绘、画；“形”为形状，形象；“图形”为画像（守书礼志四：“自议后以来，小善小德，而图形立庙者多。”）；②外来语的词义：“graphic”为图解、图示、写、绘、刻；“graphic”为图、图表、图形、图解；“picture”为画像、图片、图像。

2. 符号：从符号学角度来看，符号是指人类交流中某种必然性或某种形式结构，其范围极为广泛，如语言符号、音符、科学符号和人的行为符号等。狭义的符号特指具有代表事物特征的某种图形化的记号，包括各种运算符号、公式和标记、徽章等。

从上述解读中我们看到汉语中的解释限于“画像”的意思，而目前通用的外来语“graphic”也存在相对的狭义性。本书对图形含义的解读立足于更宽泛、更为全貌的观点（参见第二章第二节）。

#### 二、图形符号的起源与新图语时代的来临

综观人类文明的发展，人类在沟通行为和方式上有三次重要的转变：



人类最少在万年以前就开始用绘刻形式来表达某种情感和沟通某些信息，史前拉斯科洞窟岩画中的野牛图是目前考证最早的人类图画。我们的祖先在文字出现之前主要靠绘刻、肢体等非言辞类语言进行交流，这是人类沟通行为发展的第一个阶段。

在以后的两千多年里，人类创造了许多灿烂文明，尤其是在文学、哲学和科学领域，取得了重大成果，这也是人类历史上以言辞传达和文字阅读为主的沟通时代。标志人类第一次进入了真正意义上的文明时代。

第三个阶段是在19世纪初叶，人类开始出现了影像技术，并经过近二百年的发展，在影像技术、电子技术和信息技术等现代技术的推动下，人类进入了一个全新的以图像传播为主流的传媒时代。

与此同时，传媒时代促使沟通方式的新变革，并制造出更为丰富的图像世界，这些都直接影响和改变着人们的审美意识和行为方式。更为重要的是，传媒时代的发展必将影响和改变视觉传达设计的生存空间和发展趋势。



图2-1 拉斯科洞窟的原始绘画 选自《西方艺术史》



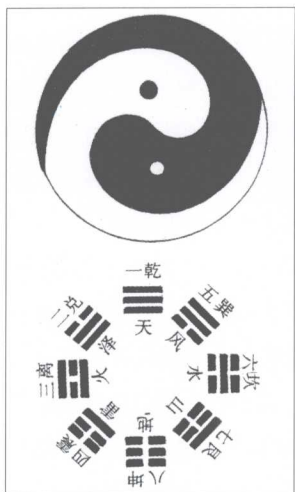


图 2-2 太极八卦图



图 2-3 中国甲骨文字



图 2-6 埃及古代金字塔



图 2-4 “图像大餐” 选自《视觉 21》

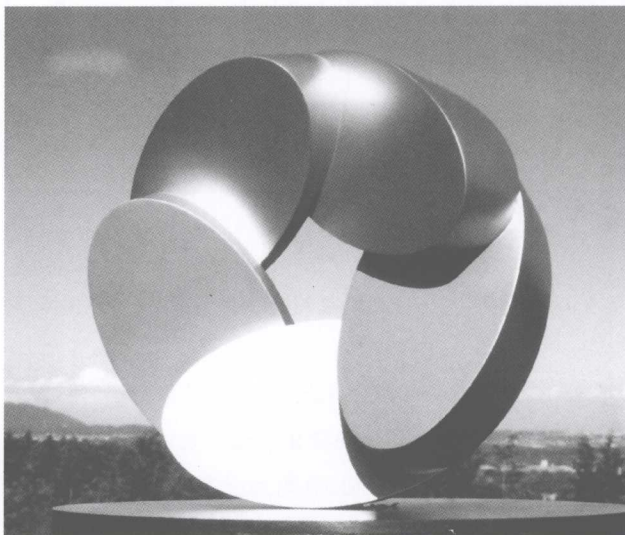


图 2-7 连续的椭圆 松尾光一(日)



图 2-5 《作品1号》 康定斯基



图 2-8

## 第二节 图形符号的形态构成

### 一、形态的含义

形态是指事物的表现形式，包括两个方面：一是事物所体现的客观形状；二是指人的主观对形状产生的一种情态知觉，如三角形的锋感和斜线的动感等等。

## 二、形态的分类

现实世界中的形象千姿百态,从形态的特征上可以划分为具象形态和抽象形态,从形态产生的来源上又可归纳成自然形态、人造形态和几何形态三大类(图2-9)。

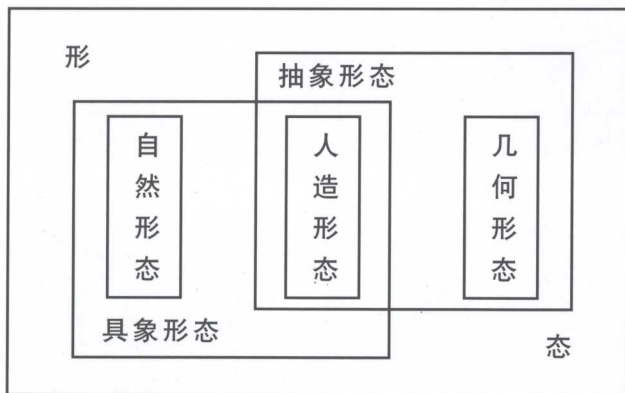


图2-9

1. 自然形态——大地自然产生的生态物,如山水、花鸟等。

2. 人造形态——人工制造的各种物质形态,如建筑物、生产生活工具等等,人造形态的创造处处体现了人对自然形态的模仿与提炼,如对称、节奏、比例等形式规律的运用。

3. 几何形态——源于数学概念的抽象形态,如点、线、面以及方、圆、三角、多边形等,也称纯粹形态。这些形态大体上由直线类形态和曲线类形态构成。

4. 具象形态——指再现物象的可认知的具体形态,包括自然形态和人造形态。具象形态具有直观、通识和丰满的视觉特征。

5. 抽象形态——指从现实物象形态中舍取个别、非本质属性,抽取共性的、本质的东西,或解构形态的内在结构并重新组合的形态。抽象形态包括几何形态和部分人造形态,抽象形态具有简洁、概括和理性美感。

### 第三节 图形符号的造型类别

图形符号的形态分类众多,笔者从图形的制作手段、表达方式和认识心理三个方面对图形进行梳理和归纳。

#### 一、图画图形与影像图形

从图形制作手段上可分为图画图形和影像图形。

1. 图画图形——图画指图绘、刻写等徒手制作的图形。

(1) [绘画]绘画形式丰富多彩,有油画、版画、水彩画等,同时,不同国家由于不同的文化历史背景,产生了各自不同的画种和表现风格,如西方的写实油画与东方写意山水,所呈现出不同的艺术风貌等等。同时,这些绘画艺术的发展对现代设计艺术所产生的影响至今仍很深刻。

(2) [插图]插图也是一种绘画形式,初始为书籍插画,但由于其生动的表现力和轻松的风格,被广泛运用到商业插画、招贴设计以及动画、漫画等各个视觉设计领域。

(3) [记号]指那些特征鲜明、易识别、易记忆的标记符号,人类不仅创造了文字,而且创造了许多具有记录、指示和象征作用的图标记号,如运算符号、通信符号、图腾刺青、标识商标、徽章印章等等。

(4) [图案纹样]图案和纹样分为两类,一类是源于人类长期劳动生活中各种用具的装饰,如半坡的彩陶纹样,苏州园林中的窗格,山东民间的老虎鞋等;另一类是用于观赏、戏玩等工艺美术品,如各种金银手饰、玉器和民间玩具、剪纸等等,这些精湛的传统造型艺术为现代设计的创新和发展提供了丰富的创作资源。

(5) [书法与图形化字体]书法特指书写的文字艺术,但除汉字的书法以外,也包括其他国家的书写文字。不同书写工具和不同的书法结构,创造了具有抽象特征的独特艺术形态。图形化字体在现代字体设计中,采取象形、意象或异化笔画等手法创造各种具有图形特征的字体形态。书法和图形化字体作为一种特殊的视觉图形要素,已经广泛的运用于标志、书籍、广告、包装等设计领域。



图2-10 民间佩饰品——戛纱香囊(选自徐艺工/孙建军《民间佩饰》)



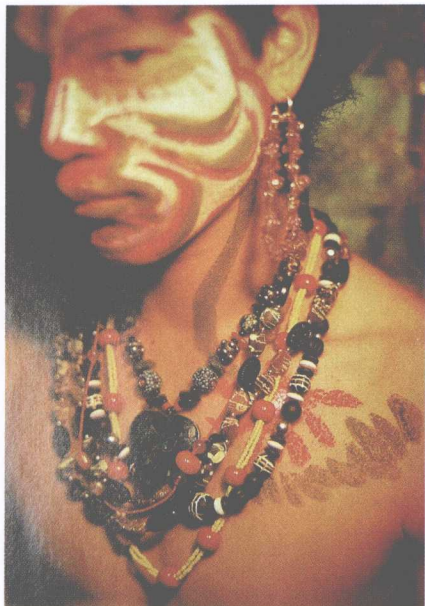


图 2-11 土著人的纹身

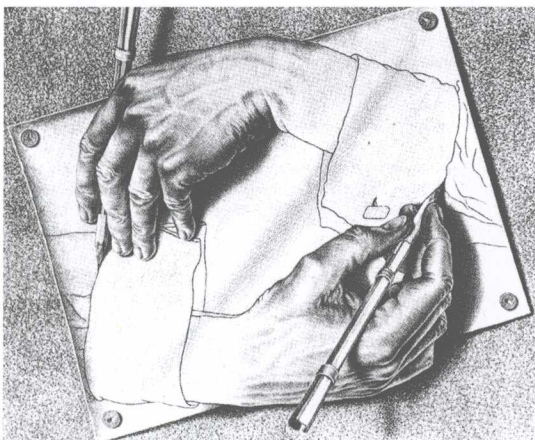


图 2-12 《画手》 铜版画 作者: 埃舍尔



图 2-13 超具象写实绘画

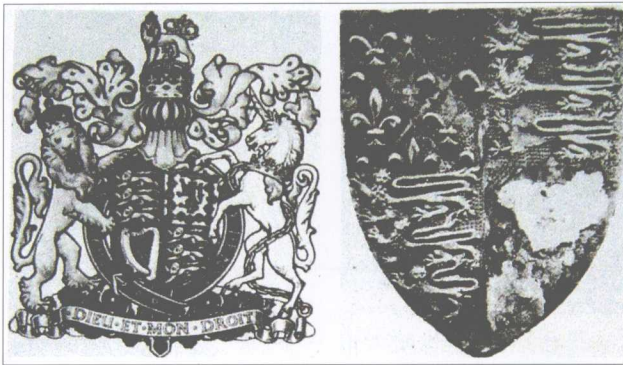


图 2-14 英国 18 世纪徽章



图 2-15 标识设计和图形化的汉字设计

2. 影像图形——影像利用相机、镜头、暗房和电脑等科学技术制作的图像。

(1) [照片] 采用摄影、摄像手段制作的图片, 由于其真实再现物象形态的特点, 另外通过镜头、技巧和后期处理等手段, 制作出各种特殊效果的图像作品, 在视觉传达设计中, 尤其在印刷媒体设计中对图像元素的应用最为广泛。

(2) [高技图像] 通常的照片是眼睛的复制品, 利用高技术, 如高倍望远镜和高倍显微镜摄取到的图像是肉眼无法感受的, 还有运用 X 光和磁振等技术制作的医学影像图片, 这些都给我们带来全新的图像感受, 同时也拓宽了视觉设计表达的空间。

(3) [像素图形] 20 世纪出现的计算机技术标志着人类进入一个崭新的时代, 并为人类的未来创造无尽的梦想和可能。计算机技术强大的图像处理功能开辟了一个新的图像传播空间, 如矢量图形和分层图形等等, 建立在这种数位技术上的图形样式深刻地影响着人们的审美意识和沟通方式, 并引领视觉图形风格的发展。

## 二、表征图形与象征图形

表征与象征是指表达事物不同的处理方式。图形符号