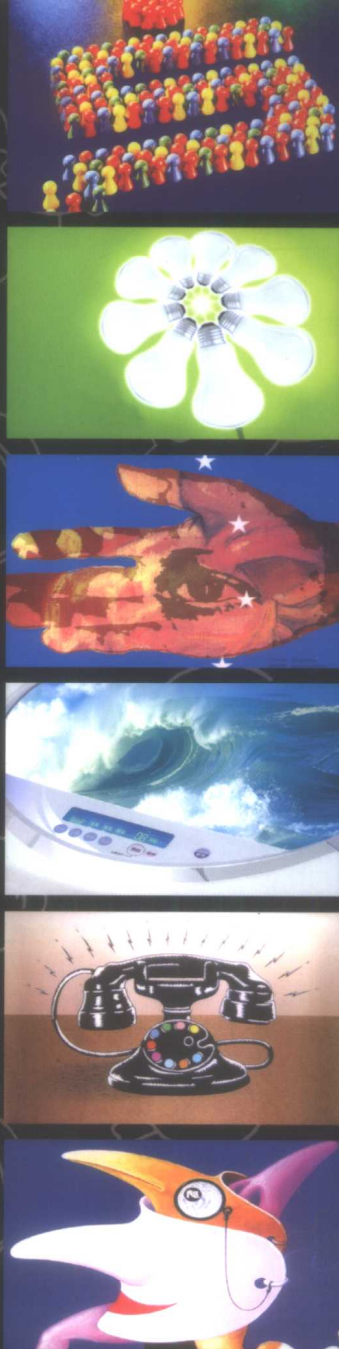


刘境奇
编著



高等职业教育·艺术设计教材

图形设计

 中国轻工业出版社

高等职业教育·艺术设计教材

图 形 设 计

(本教材可供本科艺术设计专业选用)

● 刘境奇 编著

 中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

图形设计 / 刘境奇编著. —北京: 中国轻工业出版社,
2003.5

高等职业教育·艺术设计教材

ISBN 7-5019-3915-2

I.图… II.刘… III.图案—造型设计—高等学
校: 技术学校—教材 IV.J51

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 007242 号

责任编辑: 王抗生 孙 千

策划编辑: 王抗生

责任终审: 孟寿萱

封面设计: 蓝先琳

版式设计: 郑 刚

责任校对: 郎静瀛

责任监印: 吴京

*

出版发行: 中国轻工业出版社(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

发行电话: 010—65121390

印 刷: 北京国彩印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2003年5月第1版

2003年5月第1次印刷

开 本: 889 × 1194 1/16

印张: 9

字 数: 272千字

印数: 1—3000

书 号: ISBN 7-5019-3915-2/J·214

定 价: 32.00元

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·

30040J1X101ZBW

中国轻工业出版社读者服务部电话: 010—65241695 传真: 010—85111730



出版说明

本系列教材于2001年9月经教育部中国高等职业技术教育研究会组织专家评估,被列为专家推荐教材。

本教材是在中国高等职业技术教育研究会指导下,由全国15个省市自治区、30余所高职院校参与策划、审稿、编写工作,使该教材具有一定广泛性,适合全国各地高职院校使用,同时可供本科艺术设计专业选用。

现将参与本套教材编写工作的院校列后:

西北建筑工程学院	辽宁经济职业技术学院工艺美术分院
西安建筑科技大学	杭州职业技术学院
苏州工艺美术职业技术学院	广西柳州职业技术学院
广东轻工职业技术学院	金陵职业技术学院
深圳职业技术学院	徐州建筑职业技术学院
广东顺德职业技术学院	江汉大学
广州番禺职业技术学院	昆明大学
广州成人教育学院	广东省肇庆学院
广州大学艺术与设计学院	北京市财贸管理干部学院
北京西城经济科学大学	洛阳大学
北京朝阳社区学院	北京工商大学传播艺术学院
北京职业教育集团	清华大学美术学院
天津职业大学	中央美术学院
西安美术学院成人教育学院	北京服装学院
四川教育学院	四川大学纺织服装学院
宁波职业技术学院	西北纺织工学院服装学院
北京轻工职业技术学院	四川美术学院成人教育学院

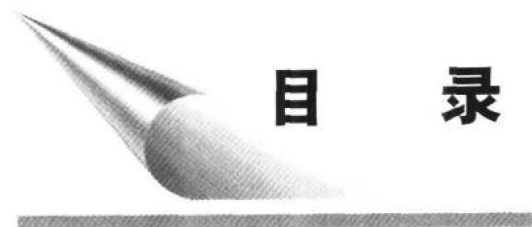
高等职业教育·艺术设计教材

编审委员会

顾问：李宗尧（中国高等职业技术教育研究会会长）
袁 晓（北京市职教成教教材领导小组办公室）

委员：王国伦 王国全 王抗生
孙 千 许之敏 刘伟平
刘境奇 吕美立 汤重熹
邱承德 李 巍 杨乾钊
张芷岷 张 星 张 楠
徐 雯 彭 亮 蓝先琳
潘吾华

本书主审：蓝先琳



第一章 概述	(1)
第二章 图形设计的程序	(6)
第一节 研究设计任务.....	(6)
第二节 确定主题思想.....	(8)
第三节 选取设计素材.....	(9)
第四节 安排图形结构.....	(14)
第五节 选择表达方式.....	(17)
第三章 图形设计的方法	(22)
第一节 联想——图形创意的基础.....	(22)
第二节 想象——图形创意的动力.....	(24)
第三节 解构——发掘形象整合的素材.....	(26)
第四节 同构——探寻形象整合的条件.....	(27)
第四章 图形的模式	(29)
第一节 聚成类图形.....	(30)
第二节 光影类图形.....	(34)
第三节 文字类图形.....	(37)
第四节 符号类图形.....	(42)
第五节 共生类图形.....	(43)
第六节 复合类图形.....	(46)
第七节 变异类图形.....	(50)
第八节 怪诞类图形.....	(54)
第九节 拟仿类图形.....	(56)
第五章 图形设计的训练和实践	(60)
第一节 基本训练——单形元素的视觉想象.....	(60)
第二节 图形结构训练.....	(85)
第三节 综合训练——主题设计.....	(117)
主要参考书目	(121)
后记	(122)
[附图]	(123)

第一章 概述

一、图形设计的含义

什么是图形?“图形”一词,在日常用语中是指通过绘制所表现的形象。例如,在《现代汉语词典》中,“图形”被解释为“在纸上或其他平面上表示出来的物体的形状”。而在设计领域中,“图形”则有着特殊的含义。

“图形”在英文中为“graphic”,源于拉丁文“graphicus”和希腊文“graphikas”,是指书画刻印的作品,或说明性的图画。“graphic”还有印刷的含义,指一种可以通过印刷及种种媒体大量复制和广泛传播的,用以传达信息、思想和观念的视觉形式。总之,它是经过设计以说明某种信息、思想和观念的、用于传播的视觉符号。因此说,“图形”就是“设计图形”的简称;而“图形设计”就是一种视觉传达设计。

图形设计不等于美术作品。美术作品的主要功能是审美性。美术家进行美术创作,主要是着眼于美术作品本身,通过美术作品来反映自己的思想感情,以引起欣赏者的共鸣。而图形设计的主要功能是说明性。设计师进行图形设计,主要是着眼于传播,设计师通过图形的大量复制和传播,来传达特定的信息、思想和观念,以期传播对象所广泛接受。

图形不等于平面设计。图形设计过去往往是在平面上进行的,随着科学技术的发展,图形的设计手段由平面的绘、写、刻、印扩展到摄像、电脑等;信息的载体也由平面的印刷品扩展到电影、电视等立体的、声光综合的活动形象。从而使图形设计超出了平面设计的范围。

二、图形设计的起源与发展

图形设计的起源,可追溯到人类的远古时期。早在旧石器时代,人类的先民们就在山洞的岩石上刻画出狩猎的图像和野兽、家禽的形象,作为传播的媒介。这岩画,就是原始图形。而同时,作为部落标志的图腾,也是原始的图形。因此说,它们不仅是记事和传递信息的符号,还是崇拜物的象征。

图形设计经历了三次重大发展。

第一次重大发展源于原始图形向文字的转化。随着人类社会的发展,人与人之间的交流日益频繁,原始图形已经不能适应这种需要,于是就出现了将原始图形简化而产生的一种新的符号——象形文字。文字的产生,标志着人类进入了文明时代;而同时,它又促进了人类文明向新的领域发展。文字从图形的系列分离出来,并形成独特的系统,使人类找到了另一种能够比较准确而简便地传播信息的视觉传达方式。



中国古代象形文字



原始岩画

第二次重大发展源于造纸与印刷术的发明。这两项发明均来自中国。它们的出现,使人类的信息传播得以在更大范围内,更加广泛地进行。造纸术与印刷术的出现,促进了我国唐代至宋代文化领域的空前繁荣。书法、绘画艺术的成熟,剪纸、木刻版画等民间艺术品的流传是我国古代图形的发展成果。造纸术与印刷术传入欧洲以后,促进了文艺复兴时期的到来,艺术性与科学性的结合是文艺复兴时期图形设计的重要特色,其杰出代表就是达·芬奇。印刷技术的进步,带来了图形设计的发展。特别是1870年平版印刷的改进,使图形设计作品获得更加精美的图像效果。

第三次重大发展源于产业革命。19世纪席卷欧洲的产业革命以大机器生产代替了手工业生产,从而带动了设计事业的飞速发展。照相机、电影机的出现,为图形设计创造了新的条件,开拓了新的天地。1919年在德国魏玛建立了现代设计的教学单位——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影响,使图形设计走上了现代的道路。随着生产力和商品经济的迅猛发展,社会信息量大幅度增加,作为视觉传播手段的现代图形设计也就应运而生,并蓬勃地发展起来。

而今,人类社会正由工业化社会过渡到信息化社会。现代化的传播技术正突飞猛进地发展。图形设计已经成为大众传播的重要工具。图形能快速地识别和理解,使不同国家、不同民族之间消除了语言、文字的隔阂,促进了全世界人类之间的交往,缩短了各地区之间的距离。

三、图形设计与现代绘画艺术

在现代图形设计迅速发展的时期,西方的现代绘画艺术也在广泛地发展着。诸如立体主义、野兽主义、机械主义、超现实主义、表现主义、未来主义、构成主义等等,如雨后春笋般地纷纷出现。现代绘画艺术的各种



山西剪纸



民间年画



海报 包豪斯

流派,不满足于传统艺术对客观世界的摹写,而是力图在艺术作品中反映艺术家自身的主观世界。这种创作思路与图形设计有许多契合之处,从而也给现代图形设计以程度不同的影响。

(一) 立体主义

以毕加索为代表的立体主义,是现代绘画艺术中影响最大的一个流派。立体主义画家主张,同一个物体可以从不同的角度以多个视点进行观察分析,并以观察所得的感觉,去构成一个有节奏感的、多维的组合空间。例如人物的头、鼻子或眼睛,可同时以正面和侧面的形象在同一个画面里出现,用以反映画家对人物的主观印象。该流派提出了一个独立于客观世界的艺术空间的新概念,这个概念给图形设计的思维开拓了崭新的领域。

(二) 野兽主义

以马蒂斯为代表的野兽主义,也是现代派艺术中颇具影响的一个流派。其突出的贡献是破除了传统造型理论对色彩的束缚。“野兽”一词,特指色彩鲜明,不拘一格,不管客观事物的外观如何,自由地运用强烈的色彩,构成以抽象的色块和线条组合起来的图景。马蒂斯的绘画使用轮廓线造型,并抛弃了透视,利用色彩的对比和并用产生一种独特的感觉。野兽主义的艺术处理手法,特别是色彩的使用手法,为图形设计提供了借鉴。

(三) 抽象主义

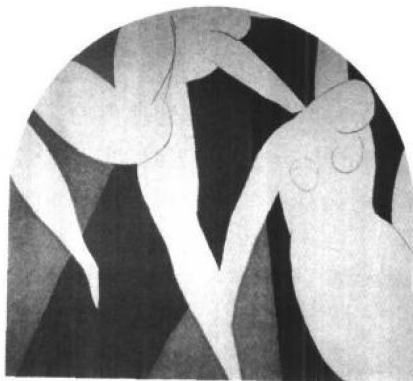
抽象主义者把客观世界各种物体形状抽象化、简单化,从而抛弃了客观世界各种物体具象的外壳,然后进一步把各种抽象的形体有机地组合成有节奏的、互相协调的、具有艺术韵味的图像。这种创作方式对于图形设计的影响是有积极意义的。

(四) 超现实主义

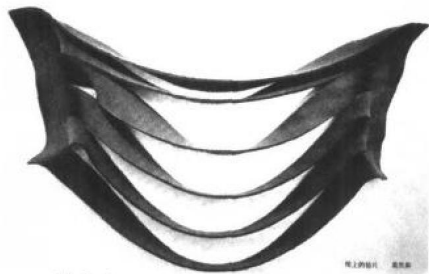
按照通常的观念只有现实生活是值得反映的,梦境与幻想则是不值得正视的。而超现实主义则认为,梦境与幻想往往是最具魅力的,值得重视



立体主义 《镜前少女》 毕加索



野兽主义 《舞蹈之一》 马蒂斯



抽象主义 《壁上的毡片》 莫里斯



立体主义 《扶手椅中的女人》 毕加索

的。因此,超现实主义者不以反映客观世界为满足,而是努力探索人的内心世界,把它看做是内部现实,并将梦幻与现实这两种内外现实统一而形成一种称作“超现实”的境界。为了反映这种“超现实”的境界,他们尝试着将生活中互不关联的事物进行组合,以达到将梦幻与现实统一于同一画面的目的。这一思路,直接启示了现代图形设计中的综合性联想创意。

总之,现代绘画艺术的各种流派,都是为了打破传统艺术的创作思路,寻找新的创作方式,所进行的各种尝试。不论这些尝试的结果如何,在尝试过程中所形成的各种理论和实践对图形设计都具有借鉴和启示的作用。因此,对现代绘画艺术的了解和研究,将有利于我们在图形设计中开拓思路,寻找新的表现形式。当然,形式是由内容所决定并且为内容服务的,我们不是就形式去论形式,而是要根据内容的需要,去寻找最适合的表现形式和表现方法。

四、图形的功能

人类传播的视觉信息主要分为图形信息与文字信息两种。它们是各有特点的。

文字信息源于原始图形,最早的象形文字实际上是原始图形的简化。但经过长期的发展,文字已经日益抽象化,而成为听觉语言的视觉符号。文字在功能上的优点是能够基本上如实地记录人类的思维和语言,并加以传播;缺点是脱离了图像。

现代图形虽然也发源于原始图形,但是经过长期的演变之后,已经发生了质的变化。原始图形反映的只限于客观事物的外形,亦即人们对客观事物的表象认识,而现代图形并不满足于此,它进而反映的,是客观事物的内在联系,亦即人们的理念,从而使自身的功能更加完善起来。与文字相比较,现代图形有以下优点:

1. 直观性。以文字传播信息,需将许多文字符号进行有序的排列,并由对方加以解读后,方能实现。而以图形传播信息,则可省去这一系列的繁琐过程,将有关图像直接呈现在对方的面前,为对方迅速接受。例如,介绍某一物体的形状,与其用文字,不如用图形。

2. 可信性。俗语说:“眼见为实,耳听为虚。”要使对方相信某一事物的存在,与其通过文字的描述,不如通过图形的传播,尤其是通过摄影和电视、电影等实地摄取的图形,更具说服力。

3. 生动性。形形色色的客观事物的生动性是文字难以描述的,但图形则能生动地、诙谐地加以传达,并通过视觉的感官,使对方的情绪受到感染。例如,在广告上,常以生动的图形来传达一种理念,从而引起消费者的共鸣。

4. 鲜明性。图形的鲜明性,是识别和记忆的基础。图形可以通过形、色、表现风格、构成形式等多种因素,形成自身鲜明的特色,使它成为易于识别和记忆的信息传播形式。例如,现代许多著名企业的商标设计,就



超现实主义 《卧室里的哲学家》 马格里特

是利用图形的这一功能来提高企业及产品在消费者心目中的认知率,增强记忆,以此获得推广,赢得市场。

5. 通用性。在当今的世界上,不同的国家和民族有着不同的语言文字。语言文字的不同,阻碍了人类的沟通。为了消除这一障碍,许多专家、学者致力于创造一种全世界人类都能接受的语言文字,至今没有成功。而图形则能够跨越这一障碍,在全人类之间传播信息。例如:利用“公共识别图形”,可以使我们了解异国他乡的公共规则;利用图形广告可以向外国的消费者传播商品信息。

6. 形象传播的准确性。文字虽然能比较准确地记录和传播思想和语言,但是不能准确地记录和传播形象,要做到这一点必须通过图形。例如:对于一个人的相貌,再生动的文字描写也难以准确地加以反映,而一张画像、一张照片或一段录像则可以准确无误地达到目的。

五、图形的设计观念

图形在功能上具有许多优越性,要想把这些优越性发挥出来,就要有一系列正确的设计观念:

1. 以传播为目的。我们从事图形设计,不是留给自己欣赏,也不是在少数人中间交流,而是要向大众传播。因此,要使广大群众都能接受,才能达到设计的目的。如果所设计的图形,不为广大群众所接受,那就违背了图形设计的初衷,失去了图形传播信息的应有价值。

2. 以策划为先导。现代设计往往不是单一的命题作画,而常常是根据客户的市场策划或广告策划来进行构思。因此,首先要对整个策划有深入的理解,才能使图形设计作为这个策划的一个环节来加以考虑,使之更好地符合整个策划的要求。

3. 以创意为内核。为了充分发挥图形的传播效力,必须强调创意。没有创意的设计,不可能引起人们的重视。这是由于人类有好奇的天性,只有新奇的图形才能获得人们的注目。因此,只要不偏离主题,就应力求标新立异。

4. 表达力求完整。按传统的观念,图形往往被看做是装饰,看做是文字的附件。而今,图形设计则要求充分发挥视觉形象的独特的表达优势,努力构建能完整表达信息内容的视觉语言,有效地进行信息的传播,并兼有审美的价值。

5. 形式力求简明。运用简明的视觉形式,来表达完整而丰富的信息内容,使之能快速而准确地进行信息传播,这是快节奏的现代生活和激烈的传播竞争对图形设计提出的一个基本的要求。

6. 手段力求多样。艺术和科技的历史成就创造了丰富的视觉表现手段,给图形设计以许多启示和借鉴,使图形设计可以吸取其中的营养,以利于信息的传播,从而使设计手段尽可能地多样化。



超现实主义《包着毛皮的杯、盘和勺》奥本海姆

第二章 图形设计的程序

图形设计应是图形的创意设计,即有创造性意念的图形设计。意念即图形创作的意图,要使创作意图具有创造性,就必须进行创造性的思维活动,亦即创意思维。创造性思维不仅在图形设计中存在,而且在所有创作领域里都存在着。从事这种思维活动的人们,大都有这样的体会:从事创造性思维,往往要经过漫长的酝酿过程,在通过反复的“苦思冥想”以后,会在偶然间豁然开朗,犹如“钻木取火”,在艰苦的劳作后,突然迸发出火花来。这种现象,一般被称为“灵感”。古人云“蓄之既久,其发必速”,这种闪电式出现的思维成果,实际上是思考者在思维之旅里长途跋涉以后所达到的一个新的境界。那么,这种思维的道路,真的是“虚无飘渺”,不可捉摸吗?实践证明,它是“有迹可寻”的。例如,人们对命题作文的构思程序,就有简明的表述:审题、立意、取材、结构、表达,共五个步骤。现根据本人在实践中的体会,也将图形设计的过程分为五个步骤,以反映图形设计创意思维的基本程序:

第一,研究设计任务。通过对设计任务的研究,弄清楚提出这项设计任务的主观动机、客观缘由,设计目标及其基本要求等,使图形设计有一个正确的出发点。

第二,确定主题思想。在研究设计的基础上,根据设计的目标和要求,确定图形要表达的中心思想,即图形的主题。

第三,选取设计素材。根据主题的需要,收集有关的素材,并从中选取最适于表达主题思想的素材。

第四,安排图形结构。就是把所选取的材料加以改造和组织,将它们组合成为有机的结构。

第五,选择表达方式。即通过适当的方式,将构思的成果以形象表现出来,并通过制作,加以传播。

在我们进行创意思维时,由于所设计的各种图形,其内外条件各有特点,其思维过程也不尽相同,所以以上只是对创意思维过程所作的基本划分,不能机械地去理解。但是,只要我们大体按照以上步骤逐一地转移思维的重点,我们就能通过思维上的艰苦“跋涉”,到达我们所期望的“新境界”。

第一节 研究设计任务

图形设计的每一项任务的提出,都不是孤立和偶然的,而是有缘由的,也就是由各方面的因素促成的。为了做好这项设计,设计者必先对这

项任务有一个比较全面而深入的理解,才能使设计有一个正确的出发点、有一个好的开端。而要做到这一点,就应通过研究,切实地回答以下四个问题:

(一) 为什么要提出这项设计任务?

人们提出任何图形的设计任务,都是有目标的。有时是出于政治和社会的原因,例如政治宣传画和公益招贴画的设计等;有时是出于经济的原因,例如商品广告的设计等;有时是出于文化生活的需要,例如文体活动海报的设计等。而这些任务的提出,又与当时的政治背景、社会状况或经济形势有关。一定的设计目标,必然派生出一系列的设计要求。对于这些,设计者均需一一加以研究。

(二) 图形传播的对象是谁?

我们设计的图形是用于传播的。由于设计的目的不同,传播对象(即受众)也就有所区别。设计前,对传播的对象群应有明确的界定,并且要对他们的情况有一番了解。以利熟悉传播对象的各有关方面,包括其兴趣、爱好、接受能力、生活习性等等,只有这样,才能使图形设计做到“有的放矢”,引起广泛的共鸣,收到“酒逢知己千杯少”的预期效果;否则就会出现“话不投机半句多”的尴尬局面,得不到预期的回应。

(三) 图形的传播媒介是什么?

传播媒介是图形的载体,媒介的状况如何,直接影响图形的传播效果;而反过来说,图形的设计,一开始就要与媒介的实际状况相适应,使媒介得以“扬长避短”,以充分发挥其“潜能”。因此,在开始时我们就要弄清所设计的图形的载体是什么?是招贴画呢,还是影视作品等等。如果图形是运用在报纸广告上的,那就要了解这种报纸的印刷条件,其印刷的种类为何?其印刷要素如印版、套色、纸张等状况如何?这种印刷条件的优势在哪里?劣势在哪里?这些都是在设计中需要考虑的因素。

(四) 图形传播的社会环境怎么样?

图形是在一定的社会环境中传播的,在社会的特定时间与特定地点,有特定的社会情况,包括政治氛围、文化底蕴、风俗习惯等等,这些,都是在图形传播中不可忽视的客观条件。怎样使图形设计的内容和形式与这些客观条件相适应、相协调,也是在设计一开始就要考虑的一个重要方面。

当然,我们所说的研究,并不是“闭门造车”,而是以调查为先导的。即带着问题,向社会学习。在调查中要采取各种手段,如观察、访问,收集有关文字、图片、实物等资料,然后将所收集到的资料集中在一起,进行综合与分析,以期获得符合实际的结论。假使所设计的是公益广告,我们就应调查社会上对这一设计课题的关心程度,在这一方面社会上存在哪些实际问题 and 思想问题,我们应怎样有针对性地进行设计?假使我们所设计的是商品广告,我们就要通过调查,了解该商品的销售情况和同类商品在市场上的流通状况,消费者对该商品有何反映和要求,应对消费者进行哪些评介和解释工作,等等,从而使我们的研究工作立足于现实的基础之上。

第二节 确定主题思想

在对设计任务作了研究,明确了这项设计的目的和要求以后,紧接着就要对图形的主题进行思考,在充分酝酿的基础上,发掘图形的主题思想。

(一) 主题的提炼

根据设计的目的和要求,设计者要对图形的基本内容进行大体的规划,在图形内容的范围圈定以后,还要找出内容的核心所在。这个核心就是主题。正如俗语所说的“千头万绪不离其宗”,这个“宗”就是“宗旨”,也就是主题。主题是图形的灵魂,图形是主题的躯体。主题思想通过图形表现自己,而图形的使命就是表达和传播主题思想。主题具有总结的性能,因为它的产生是前一阶段思维活动的结果;主题又具有启示的性能,因为它是后一阶段思维活动的指导。

在主题思想尚未找到合适的形象来表现自己的时候,可以先通过语言文字来加以表达。这种语言文字一般应比较简练。例如,提倡戒烟的图形,其主题思想可以表达为:“吸烟危害健康”;“吸烟等于慢性自杀”;“吸烟遗害下一代”;“吸烟损人害己”等等。

主题思想形成之初,带有某些不确定性,故而可以用多种大同小异的语言文字来加以表达。设计者经过多次反复地分析、联想和比较之后,再加以选择、修改,才能最终确定一种语言文字的表达方式,用以指导进一步的图形创意。这个过程就是提炼主题的过程。

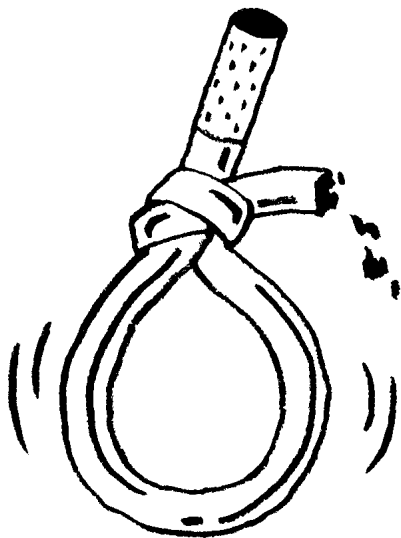
(二) 主题的分析

分析主题是在主题思想形成之后必须进行的一种思维活动。以“精炼的句子”表达的主题思想,句型可以是判断句、陈述句,也可以是祈使句等,而语句,都是由一些词构成的,这些词都是概念的代表。这就告诉我们:主题思想是由一批概念,以一定方式组织起来的。分析主题思想,就是把这些概念以及这些概念之间的关系,从主题思想的整体中剖析出来,分解出来,以利于创作思维活动的继续进行。例如:我们可以从“吸烟危害健康”这一主题思想中分析出“吸烟”、“危害”、“健康”这三个概念来。

(三) 主题的表现

通过分析主题,把主题思想分解为一批概念以后,还要把这批概念加以研究,找到能够分别代表这批概念的一批形象,从而把原来由语言文字反映的概念变成用形象反映的概念。在此基础上,再进一步按照主题思想的要求,把这批形象组合起来,成为互有联系的,即有机的、统一的图形,使之能够以形象来反映主题思想。这种把主题思想先分解为一批概念,再将这批概念转换为形象素材加以组合的过程,就是图形主题的表现过程。

例如:“吸烟”可以用“燃着的香烟”这个形象素材来代表,“危及生命”这两个概念可以用“一根绞索悬在人的头顶”这个形象素材来代表,把这批形象组合起来,就可以产生这样一个图形:一支燃烧着的香烟,变成了一根致人死命的绞索。这幅图形所表现的主题正是:“吸烟危及生命”。



吸烟危及生命

广东轻工职业技术学院学生作品

第三节 选取设计素材

图形是主题思想的体现。主题思想是由一批看不见的概念有机地组成的,而图形则是由与这批概念相对应的视觉形象有机地组成的。这些视觉形象就是图形设计的素材。形象素材是图形设计的源泉,图形则是形象素材的升华。要使图形设计取得成功,就必须积累起丰富的设计素材群,并从中精选适用的素材,供我们在设计中使用。

在图形设计中,常用素材的门类十分广泛,综合起来,大体有:具象素材、抽象素材、符号素材、文字素材等,现分述如下:

(一) 具象素材

具象首先是指客观实体的直观形象,它生动地反映了实体的个性,而把共性掩盖在个性之中;影像是光源照射的结果,是实体形象的复制品;民间工艺和传统艺术,也都是实体形象的摹写与再现。它们都反映了人脑对客观实体的表象即直观形象,都保留了实体生动的个性,因此,都是图形的具象素材。

1. 实体形象

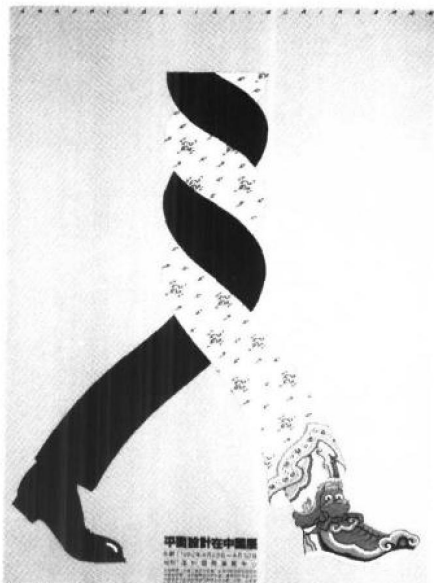
实体在英文中称作substance,意为实体、本体、物质。古代中国的哲学家们早已使用了“实体”一词,如王夫之以为:一切“对立之象”,“皆取给于太和之实体”。天下万物,包括“万物之灵”的人,都有自己的实体,也都有自己的形象。形象来自实体,实体是形象之源。实体的形象无数,而我们用作图形素材的形象,只是其中的与创意有关的形象,即用以传达图形主题的形象。在图形的主题里总是有一些概念是要通过形象来表达的,而其中有许多就是实体形象。例如为了反映“和平”这个概念,我们很容易联想起鸽子与橄榄枝。人们用这两个实体的形象来代表和平,起源于《圣经·创世纪》里的故事:在远古时代,大地被洪水淹没,留在方舟里保全生命的诺亚(Noah)和他的家人,曾放飞一只鸽子去探测洪水是否已经退去。鸽子回来时,嘴里衔着新摘下来的长着绿叶的橄榄枝。诺亚就知道陆地上的水退去了。后来人们就把鸽子和橄榄枝当作和平和友谊的象征。世界上有许多实体形象,都是由于同人类的经历和思想有着各种联系,从而被用来代表人脑中的一些概念,而成为具象素材的。

2. 影像

“光”是世界上一切视觉形象产生的根源,没有光就没有视觉形象。而有了光就必然有投影,投影也是一种视觉形象,它是光在背景上所产生的实象轮廓。影像所反映的实象轮廓有简洁鲜明的特点,是图形设计常用的素材。

3. 民间工艺作品形象

民间工艺作品是民间艺人经过长期积累创造出来的,其艺术形象生动鲜明,是图形设计的丰富素材库。其中平面的如木版年画、剪纸窗花、剪影肖像、皮影戏人物造型等;立体的如彩塑泥人、布娃娃、布老虎、木偶戏人物造型、雕刻等。这些都是图形设计的素材来源。例如借助民间纹样



传统艺术形象 《平面设计在中国》 陈绍华

独特的文化内涵，给图形以文化、历史的联想。

4. 传统艺术形象

中外传统艺术，包括戏剧、舞蹈、摄影、绘画、雕塑等，有许多艺术成果，其形象优美，且为众多群众所熟悉。以这些艺术形象作素材，也不失为一种创作资源。例如《平面设计在中国》的海报，就是以我国传统戏剧服饰的素材设计创作的，不但突出了中国的民族风格，而且反映了中国悠久的文化传统和深厚的文化底蕴。

(二) 抽象素材

抽象与具象是互相区别而又互相联系的。作为图形的素材，具象是实体的直观形象，而抽象则是同类实体的概括形象。所谓概括，就是把同类实体的共性归纳起来，舍弃了它们直观的个性。例如，世界上点状的实体很多，包括砂粒、米粒、豆粒等，而经过人脑的概括，它们直观的个性都消失了，只留下共性：“·”，也就是抽象的“点”。这种“点”，虽然源自砂粒、米粒、豆粒，但是已经发生了质的变化，不再是这些实体的直观原形。其他的抽象形体包括：线、面、体的产生，均可依此类推。这些抽象形体，都可以用作图形创作的素材。抽象素材作为图形的创作原料既可以加工成抽象图形，也可以加工成具象图形。

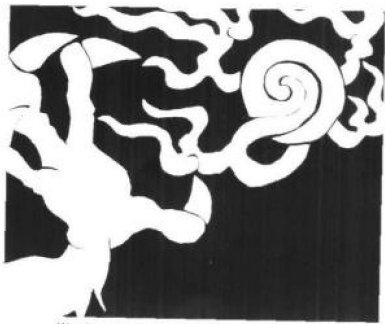
1. 点：作为图形素材的点，与几何学里的点是不同的。几何的点没有面积与体积，我们只能理解到它的存在。但图形上的点，则是人们凭眼睛能够看得见的，是占有一定面积的。而且点的形状，可以有许多种，不过最典型的点还是圆点。由于图形上的点占有一定面积，因此又有相对性：在相对大的空间里被视为点的，在相对小的空间中则可能被视为面。

点的数量不同，其视觉效果也不同：单一的点，有集中视线的作用；两个或几个点，有使视线不断移动的作用；许多点排列成行会产生线的感觉，许多点聚集起来会形成面的感觉。一群点形成有秩序的大小、形态变化，又会产生虚实感、远近感和立体感。

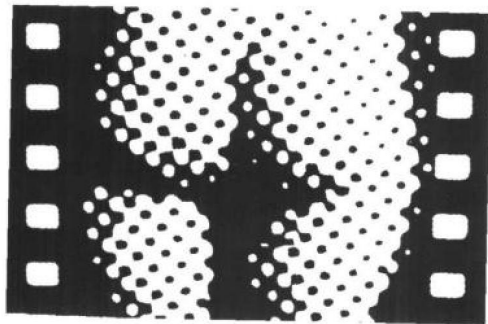
2. 线：作为图形素材的线，与几何学里的线也是不同的。几何理论上



点的图形



借助民间纹样的海报 石汉瑞



点的图形

的线,是点移动的轨迹,虽有位置和长度,却没有宽度。但图形的线,不但有长度,而且有宽度。

线有粗细之分,粗线浓重,细线轻淡,由粗变细,可产生浓淡、轻重的变化。线有曲直之分,曲线柔和,直线刚硬。线又有方向的区别,垂线有升降感,水平线有安全感,斜线有前进感,折线有力度感。

把一组线有秩序地加以安排,可以表现不同形状的面、面上的凹凸变化及其他变化。

3.面:作为图形素材的面,与几何学里的面也是不同的。几何理论认为:“面是线有秩序按一定方向移动的轨迹。”而图形中的面则是点的扩大、线的加宽,或者是点和线的集合。面的形态可分为:几何形态、有机形态、偶然形态、不规则形态等。

几何形态的面。其轮廓为几何形,由直线和曲线组成。其基本形态有正方形、三角形和圆形,并可在此基础上,通过分解、挖补和拼接,产生出各种复杂的几何图形来。这样的面一般可用数字计算其数值,以机器制作,给人以简洁、明快、工整和机械的印象。

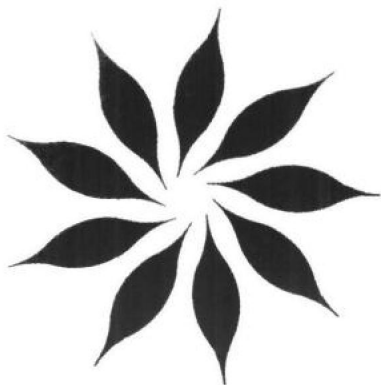
自然形态的面。它虽然不能像几何形那样可用数学方法求出,但它具有自然的特性和纯朴的秩序性美感。它是从自然界中找出原型,并加以适当整理而成的,可称之为半抽象形态。

偶然形态的面。它是于无意之中偶然产生的,是不由人的意志所能控制的偶发现象。它具有其他形态表现不出的视觉效果,可以用不同工具、材料及方法创造出来。如墨水瓶摔破墨水溅开之形,水油相渗所出现的奇特之形,吹彩法、滴流法、挤压法所创造的形等。若能适当地运用这些偶然形,就可获得一般情况下难以取得的形态效果,使图形的视觉传达更加丰富多彩。

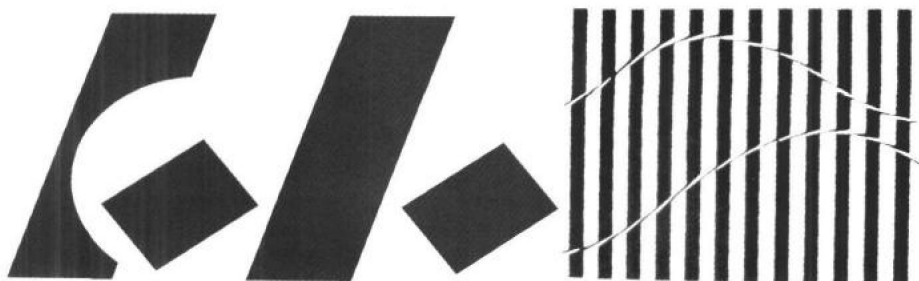
不规则形态的面。它是故意造出来的不规则形态,能够有计划地表现形象和设计师的感情因素。如用手撕出来的造型、用蜡烛烤出来的造型、用剪刀剪出来的造型、用毛笔顿挫出来的造型等。它们的外形虽不像几何



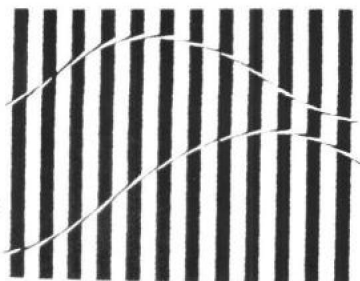
线的图形



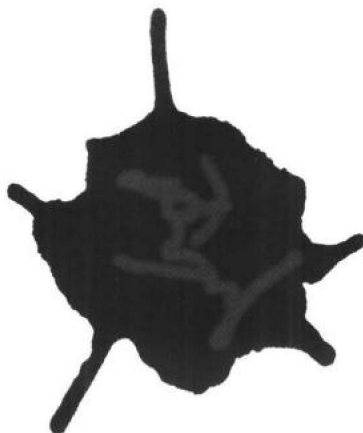
自然形态的面



几何形态的标志 刘境奇



线的图形



偶然形态的面