



图形创意设计

Tuxing chuangyi sheji

胡佳音 著

图形创意设计

胡佳音 著

图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意设计 / 胡佳音著. — 长春 : 吉林美术出版社, 2018.1

ISBN 978 - 7 - 5575 - 3452 - 3

I. ①图… II. ①胡… III. ①图案设计 IV. ①J51

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第029390号

图形创意设计

Tuxing Chuangyi Sheji

作 者	胡佳音
责任编辑	于丽梅
装帧设计	瑞天书刊
开 本	710mm×1000mm 1/16
字 数	120千字
印 张	8
印 数	1—1000册
版 次	2019年1月第1版
印 次	2019年1月第1次印刷
出版发行	吉林美术出版社
地 址	长春市人民大街4646号
网 址	www.jlmspress.com
印 刷	廊坊市海涛印刷有限公司

ISBN 978 - 7 - 5575 - 3452 - 3

定价：38.00 元

前言

人类为了更加密切地交流，一直在寻找一种超越语言文字障碍的方式。图形是人类有意识、有目的地创造出来的一种语言，它有效地跨越语言文字的障碍，使人类能有效地进行交流，在今天的设计中，尤其是平面设计中，图形以其特有的优势而被人们所接受。

现代社会图形无处不在，环顾我们的四周，从小小的书签、名片到巨大的建筑、或公共环境，都可找到图形的踪迹。图形不仅在设计与受众之间传递信息，架起了沟通的桥梁，而且还美化了环境，装点了生活，满足了人们视觉上的审美需要。图形作为语言，如同我们表述心中的感想和大脑的思维所运用的语言文字一样，有着自己独特的语言规律和运用、表达方式，可以说它是设计作品中最为敏感和备受关注的部分。优秀的设计作品往往是以其独特新颖的图形准确清晰地表述设计理念，其中蕴含着设计者心灵世界和精神上向往的所有情感。

图形区别于标记、标志和图案，既不是单纯的标志，也不是单纯的符号，更不是以审美为目的的一种装饰，而这种蓄意刻画和表达，是一种美学意义上的升华。

图形设计是视觉传播中最直接、最醒目的表现方式之一，它伴随着人类文明的足迹已成为传播和交流的必然构成。20 世纪以来，图形化的传达模式已经非常普及，无论我们在什么地方，几乎每时每刻都可以获得各种各样的图形信息。图形设计课程的开设，更是拓宽学生设计思路，实现思维转化的良好开始。国内各大艺术院校的视觉传达专业，大多设置了图形设计课程。并作为本专业的重要过渡课程进行讲授，学生也在不断创新的设计观念指导下，探讨设计的多元化和多样性，取得了一定的可喜成果。但总的来说，国内尚缺乏系统性、实践性的教学范本。这就导致供需链处于非平衡状态，本书就是在这样的前提条件下进行编撰的。

图形的语言是一种国际化语言。它似乎缩短了时空的距离，打破了国与国之间、不同民族之间语言的隔阂，使人与人的交流显得更为快捷、方便。

加之现代科学技术的发展，各种新媒体蜂拥而至，世界的交流越来越频繁，对图形的需求也更为迫切。图形设计也将会在未来社会中，逐步弥补文字语言的局限性，为世界的信息交流发挥越来越重要的作用。

本书在编写过程中参考借鉴了一些专家学者研究成果和资料，在此特向他们表示感谢。由于编写时间仓促，编写水平有限，不足之处在所难免，恳请专家和广大读者提出宝贵意见，予以批评改正，以便改进。

目 录

第一章 图形创意概述.....	1
第一节 图形概述.....	1
第二节 图形创意的特征及原则.....	6
第二章 图形创意的创意思维.....	12
第一节 图形创意的创意思维.....	12
第二节 图形创意的联想思维.....	16
第三节 图形创意的视觉元素.....	21
第三章 图形创意的方法.....	27
第一节 轮廓共生图形.....	27
第二节 正负共生图形.....	30
第三节 置换同构图形.....	33
第四节 异影同构图形.....	36
第五节 延异图形.....	38
第六节 混维图形.....	41
第四章 图形的历史.....	43
第一节 图形的基本概念.....	43
第二节 图形的起源与发展.....	45
第五章 图形的特点及分类.....	52
第一节 图形作为设计的元素.....	52
第二节 图形的特点.....	53
第三节 图形的分类.....	58
第四节 优秀图形具备的特征.....	61
第六章 图形的创意思维与表现形式.....	63
第一节 图形创意的思维方法.....	63
第二节 图形创意的形式语言.....	69
第三节 图形的变现形式与技法.....	79

第七章 图形设计实例解析	85
第一节 图形设计程序.....	85
第二节 实例解析.....	89
第八章 图形的综合练习	93
第一节 对不同风格流派与设计艺术大师的模仿.....	93
第二节 对潜意识的表达——梦想与超现实主义.....	96
第三节 空间的多重维度.....	100
第四节 汉字与图形.....	103
第五节 摄影与图形.....	106
第九章 图形在平面设计中的应用	108
第一节 图形在标志设计中的应用.....	108
第二节 图形在书籍装帧设计中的应用.....	114
第三节 创意图形在招贴中的应用.....	116
第四节 创意图形在包装中的应用.....	119

第一章 图形创意概述

第一节 图形概述

一、图形的含义

最早对“形”的解释出自于《说文解字》，文中提到“形，可见者也”，意思是说，看得见即为形，强调的是视觉形象。设计理论家尹定邦先生在《图形与意义》这一著作中指出，图形因图而成形。在传统意义上的解释中，图形也称为图样、纹样或者图案；而在几何学中，图形是几何形态符号的简称，是点、线、面的抽象组合形式。从艺术设计的角度来看，图形（graphic）是指由绘、刻、写、印及电子图像、摄影等手段来完成的一种视觉图像，是人类在漫长的发展过程中形成的形象化的“图形语言”。它可以用来交流思想、传递信息，也可作为一种独特的艺术来欣赏。所以，概括地讲，图形是人类通过视觉形象传达信息的一种特殊的表现形式，具有可观性和语义性，通过代表不同语义的形象来构成完整的视觉语句。它区别于语言和文字的首要特征就是图形是通过视觉图像来传达信息的。

纵观世界传播史，我们不难看出，人类主要依靠语言、图形、文字来传播信息。我们的祖先最初依靠语言来传达信息和表达情感，这是一种有声交流，声音的交流具有亲切性和直观性，传播信息具有实时性，但是这种面对面的语言交流具有瞬间性，不能长期保存。在这种情况下，文字符号就出现了，文字的出现是人类文明的象征，它所传达的信息和情感是最具概念化和稳定性的。但是，由于地域文化的不同，文字具有很强的国籍性特征，在信息的传播上具有一定的排他性。相对于语言与文字而言，图形作为一种新型

的传播信息的方式,在传达信息和表达情感方面有着自己独特的魅力。它可以像文字一样不受时间与空间的限制而长期保存,同时也可以不受民族与国界等因素的影响在世界范围内进行广泛的、无障碍的和无声的传播。因此可以说,图形是“世界的普通话”。例如 2008 年北京残奥会体育图标(如图 1-1)这一组标志设计抓住了人在各种运动状态下的动态形象,简洁而概括的设计,使观众能注意到并能正确理解每个图形所蕴含的信息。总而言之,图形的创意是设计师根据主题内容的要求,以说明性的图形为视觉元素,运用一定的独创构成形式来组织变化,使创意的图形更具有深刻的寓意,影响观众的心理,从而达到快速准确地传递信息的功能。



图 1-1 2008 年北京残奥会体育图标

二、图形的起源、演变与发展

(一) 原始图形时期

人类最初的交流活动是从对图形的认识和使用开始的,这是人们认识和改造自然的需要。当史前人们第一次在他们居住的洞穴和岩壁上作画时,图形就成为交流沟通、传达信息的必要媒介,这种古老的传播方式就是图形最原始的形式。例如西班牙的阿尔塔米拉洞穴中受伤的野牛(如图 1-2),洞穴里刻绘的是一只肥硕的公牛形象,并标出箭所射的要害部位,简洁明了地

传达出了捕猎对象及捕猎方法。

所以说，图形是伴随着人类社会的发展而形成的独特的语言符号。早期的图形艺术是图形发展的源头，孕育了视知觉意识的感知方式。随着人们对交流和记载的需要的增加，象形文字便产生了，而文字的诞生是人类文明的第二次飞跃。大多数文字都是从象形文字起始的，也就是从写实描摹的图画中开始的。两河流域的苏美尔人很早就利用木片在板上刻画简单的象形文字，并逐渐发展为由特定的点和线构成的字母，中国的汉字也是源于图画式的象形文字（如图 1-3）。



图 1-2 西班牙的阿尔塔米拉洞穴中受伤的野牛



图 1-3 象形文字的演变

（二）印刷术发展时期

图形的起源虽然可以追溯到原始时期，但图形作为艺术设计的一门独立的学科，是在印刷术产生之后。造纸术和印刷术的发明及应用为图形的传播提供了重要的技术条件，并开辟了图文传播的新天地，中国画和中国书法的鼎盛时期就是从那个时候开始的。随着平版印刷术的改进，图形作品能获得更丰富的色彩效果，并被大批量地复制和快速传播、使视觉信息也能被更多的受众认知，图形的传播范围也更加广泛。图形与文字相比较，具有形象、直观的特点，而文字则具有准确的特征。但在信息发达的时代，人类在不断追求对视觉信息的超越性过程中，图形在传播信息的过程中越来越具有大众化和实用性，媒体形式也得到了广泛的拓展。

（三）数字化时期

19世纪席卷欧洲的工业革命以机器生产代替了手工生产，人类进入了现代文明时期。计算机、摄影、多媒体的广泛应用，大大丰富了图形设计的表现手段，使图形概念从“绘、刻、印”等手段产生的“图画记号”拓展到包括摄影、摄像、电脑合成等手段产生的图像。随着传播技术的发展，信息跨越了时空的局限，图形设计的范围从传统的平面媒体领域，如招贴、报纸、书刊等扩展到包括电视、网络、手机等多媒体领域及环境空间的范畴；图形的呈现方式从平面、静态的方式转向立体、活动、声光综合的方式。这些变化使图形真正成为世界性的语言，进入了新的发展时期，渗透到了生活中的每一个角落。

三、图形的意义

歌唱家用声音来传递信息和表达情感，舞蹈家用肢体语言来呈现鲜明的艺术形象和内心世界，文学家用文字来表达对社会的思考，平面设计师则用图形语言来传达这一切。图形演变过程可以说是信息传播的历史。今天，人类进入了信息膨胀的时代，我们每天要处理大量的信息，图形正在代替文字成为传播信息的主要载体，它以超地域的特性给不同语言背景下的民族提供

了更为方便的沟通方式和方法，并广泛运用于视觉艺术设计的领域，它的时代性、功能性、审美性已渗透到我们的现实生活中。创意图形不仅是单纯依靠技术作为图形设计的前提，而且是需要发挥人们的创造性的，图形语言更具创意和启发性。只有设计观念的创新才能创意出新锐的图形。图形是视觉形象传播的主要语言，图形创意是视觉传达艺术设计创造性思维训练的有效手段，是设计师通过可视的设计形态来表达创造性的意念、传达思想、传播信息的载体。

第二节 图形创意的特征及原则

从图形的发展史来看,任何能承载信息的视觉语言都属于图形设计的范畴,但如何让图形快速准确和有效地传达信息是每位设计师所要思考的问题。

“奇”“异”“怪”的图形并非是设计师追求的目标,通俗易懂、简洁明快、出人意料的图形语言,才是达到强烈视觉冲击力的必要条件,才便于大众对图形有清晰的认识、理解与记忆。本节我们主要学习图形创意的特征及原则,为后期的学习做好准备。

一、图形创意的特征

图形是一种说明性的视觉符号,通过特定的物化形态供人阅读,呈现生动而且直观的表现形态来表达主体创造性的思想,这种信息是靠图形传播而不是靠文字来注解的。图形创意具有以下特征。

(一) 图形的简洁性

信息时代以传播信息为根本目的,所以简洁概括的图形在传播中有着强烈的直观性,因此始终以信息内容为设计诉求的中心,是现代图形设计的根本原则。耐克的标志(如图1-4),把千言万语浓缩成一个勾的图形,再赋予这个图形以积极向上的含义,很好地树立了耐克这个品牌形象。从其信息传达这个角度而言,图形形象越典型、越单纯、越集中,越易于内涵的深化,遵循“阅读最省力”的原则。



图 1-4 耐克标志

（二）图形的审美性

好的图形都是具有艺术美感的形态，图形传播的很大一个优势在于它的审美性，图形在满足图形信息传达的功能时，更趋于追求表现上的诗意性与审美性。优秀的图形无论是简洁的还是复杂的，无论是传统的还是时尚的，总会在造型、色彩和构图上带给受众一种审美愉悦感。以“美”作为信息驱动力，把人们对信息的消费需求转化为精神享受，只有将传播功能与审美功能结合，将信息价值与审美价值结合，才能实现信息的传达功能。例如原研哉的海报作品将自然中的具象形态进行抽象，抓住其本质的特征，使其简化后又具有很强的审美性。（如图 1-5）



图 1-5 原研哉的海报



图 1-6 北京奥运会海报

（三）图形的易识性

现代社会生活节奏快，强调图形能被瞬间识别和记忆的特点，所以图形的易识性是现代图形设计的基本要求。人们对图形能否留下深刻的印象取决于它的易识性。易识性是在表达物象基本特征时简化与抽象的结果。北京奥运会的海报（如图 1-6）这张金奖作品创意的高明之处就是，将观者习以为

常的五环，通过头发的形状表现出来，易识性高，同时使观者对图形产生丰富的联想和共鸣。

（四）图形的象征性

图形的象征性也是其重要的特征之一。传统图形的象征意义与宗教崇拜等相关，图形在传播过程中的象征情境与人们的心理感受有密切的联系。直观的图形犹如事实再现，使人们对图形所提供的信息一目了然，它以视觉效应来影响，因而具有可视性。不管图形是用直接的还是间接的方式表现事物，都是以人的视觉经验为基础，来传达人的思想观念和精神观念的变化，体现图形的情感和意义的。象征的表现方式比较适合传达这样特定的信息和意念。如陈放设计的海报“Victory”（如图 1-7）中残缺的手指构成“V”的形状，简明的图形包含着深刻的文化信息，直击人们的心灵深处，达到情感的交融，虽然表现的手法是间接的，但所构成的形象却是直观的。



图 1-7 陈放设计的“Victory”海报

（五）图形的原创性

原创的图形设计源于我们对生活独到的见解，对各方的信息进行整合，从而创造出较有个性的创意，它强调的是设计师对生活的敏感度。个性的原创图形更能带给人新鲜感，有利于强化视觉信息。只有找到全新的视点，对事物有了全新的理解方式，发现其全新的含义，我们才能从新的角度切入来表现主题，进而找到独特的表现方式。图形的创意设计与传统图形在形式与功能上有区别，传统图形更多是以辅助文字信息的说明功能而存在的，而创意图形是作为独立的信息传导实体而存在的，强调的是原创性。当然，中国的传统图形是创意图形的源点，只有立足于传统文化才能创意出新的图形样式。

二、图形创意的原则

图形语言有其特殊的传达优势，形象简练，容易识别和记忆，并可克服语言障碍所产生的局限性。同时，因其丰富的可视性而成为极具吸引力的信息符号，具有对信息投射表达的准确性、直观性，最具情绪感染力等特点。设计原则与设计过程同步发展，它是设计师不断作出各种选择的结果。设计师注重元素的处理，寻求作品的平衡，运用点、线、面和色彩来体现节奏。换句话说，设计作品中的设计元素就好比一道菜肴中的食材与配料，而设计原则就好比是厨师用特有的烹饪方式将食材与配料烹调成美味的菜肴。设计师只有让设计元素在一定的设计原则下进行创造，才能设计出好的设计作品。

（一）图形语言通俗性的原则

图形创意的核心是在图形的形态训练和图形元素组织的基础上对意识形态更深层次的研究，是在研究图形的发展、演变、规律和构成形式及法则的基础上建立起来的，它不仅要符合图形的设计规律、美学规律，而且通过对图形的设计使之升华到更深刻的意义上。图形创意的目的是使受众正确理解其中的含义，因此必须考虑受众对图形理解的方式。图形语言要通俗化，选择元素要注意其在受众认识中的象征意义，不能过多地仅从设计者个人的理

解出发，否则可能引起信息传递的阻碍或偏差。

（二）创意性原则

图形创意是运用不同视觉形象的图形设计创意的组织构建，创意性原则要求合情而不合理，这样的图形可以加强刺激感，即有意识地引起“注意”，使观众停留，诱发其产生兴趣、欲望、需求。体现创意性最好的方法是以多种方式、多种途径尝试和表达同一主题。好的图形必然具有吸引力，这种吸引力是通过创造性的形象表达出来的，给人带来“既意料之外，又情理之中”的感觉，所以既有个性又具创意性是必不可少的基本原则。

（三）信息传达的准确性

在信息时代，图形创意的本质是运用不同视觉形象寻求视觉传达的有计划的文化表达，图形存在的最终目的是信息传达，所有图形的视觉表现与创造均是围绕准确传递信息而进行的。在设计构思中，要始终坚持以图形来表达思想，形态不是为了装饰而是为了表达，不要试图以文字语言来解释图形。曾荣获平面设计在中国（简称 GDC）金奖的作品（如图 1-8）创作者从环境污染的角度，选择用塑料袋鱼骨头的图形暗示水污染的后果，使图形在创意构想中获得更深刻的寓意，从而传达环保的理念。尽管表现手法是间接的，但作品传达的信息却异常明确，使观众在欣赏图形的同时也接收到由图形所传达出来的信息。由此可以看出，优秀的图形创意意义明确，既可准确表意，又带给人深刻的印象，使意义表达出言有尽而意无穷的效果。