

艺术设计
与实践

图形创意 设计与应用

安雪梅 编著



清华大学出版社

艺术设计
与实践

图形创意 设计与应用

安雪梅 编著

清华大学出版社
北京

内容简介

本书详细介绍了图形创意的联想、构图、色彩和一些平面设计大师的图形创意设计欣赏等。全书共5章，内容涵盖图形的创意原则与联想方式、创意图形的构图与视觉流程、无处不在的图形魅力、创意图形的表现形式，以及大师们的经典作品欣赏等。通过阅读本书，读者能扩展思维、提升图形创意的设计技能。

本书适合于图形创意设计初中级读者学习与参考，也可作为相关专业的教材或参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。
版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目（CIP）数据

图形创意设计与应用/安雪梅编著. —北京：清华大学出版社，2019
（艺术设计与实践）

ISBN 978-7-302-51531-9

I. ①图… II. ①安… III. ①图案设计 IV. ①J51

中国版本图书馆CIP数据核字（2018）第249833号

责任编辑：陈绿春 薛阳

封面设计：潘国文

责任校对：胡伟民

责任印制：丛怀宇

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：三河市铭诚印务有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm

印 张：8.25

字 数：295千字

版 次：2019年6月第1版

印 次：2019年6月第1次印刷

定 价：45.00元

产品编号：079250-01

前言

PREFACE

图形无处不在，它是人们的视觉形象通过相关媒体传达出的一种特殊语言，无论在哪个领域都可见到它的身影。在当今视觉传播的年代里，人们的生活被各种各样的图形围绕着，图形表现在电视、广告、包装里，并占据了很重要的地位，它以一种强大的力量在向人们传达观念、情感和信息，在视觉上给人一种直观的感受。

图形的创建是一件很神奇、有趣的事情，我们能在图形创建的过程中感受到不一样的世界。在对图形想象的过程中，原先固有的思维会突然扩展开来，展现出奇妙的一面。正如爱因斯坦所说的：想象力比知识更加强大！

在平面设计中，图形也是必不可少的元素之一。所以作为一名设计师，要用心去体会图形给人们所带来的视觉感受和心理感受，才能更好地利用它、创造它。本书对图形的想象力、图形的颜色、图形的构图，以及图形的具体应用等做出了一定的分析，并展示了一些平面大师的作品供读者欣赏。希望读者可以在图形设计的学习过程中，训练出丰富的想象力、敏锐的观察力和良好的图形语言表达能力。

最后，希望本书的出版，能够给广大设计类学生、平面设计师和图形创作工作者带来一些帮助。

安雪梅

北京教育学院

第 1 章 图形的创意原则与联想方式

1.1 图形的意义	2	1.2.3 图形设计的现状	9
1.1.1 图形的语言	3	1.3 图形创意的原则	10
1.1.2 图形概论	4	1.3.1 创意的含义	10
1.1.3 图形的意义	5	1.3.2 创意思路	11
1.1.4 图形分类	5	1.3.3 图形创意	15
1.1.5 图形设计的特点	6	1.3.4 创意图形的原则	16
1.2 图形的起源与发展	7	1.4 联想方式	18
1.2.1 图形的产生	7	本章小结及作业	20
1.2.2 图形的革命	7		

第 2 章 创意图形的构图与视觉流程

2.1 创意图形的构图	22	2.3.5 放射型	31
2.1.1 构图的意义	22	2.3.6 圆图型	31
2.1.2 构图的基本要素	23	2.3.7 图片型	31
2.1.3 构图的形式法则	24	2.3.8 重复型	31
2.2 创意图形的视觉流程	26	2.3.9 指示型	32
2.2.1 视觉流动	26	2.3.10 散点型	32
2.2.2 视线的途径	28	2.3.11 切入型	32
2.2.3 视觉焦点	29	2.3.12 交叉型	32
2.2.4 错视现象	29	2.3.13 对角线型	33
2.3 创意图形的构成模式	30	2.3.14 横分割型	33
2.3.1 标准型	30	2.3.15 纵分割型	33
2.3.2 标题型	30	2.3.16 网格型	33
2.3.3 中轴型	30	2.3.17 文字型	34
2.3.4 斜置型	31	本章小结及作业	34

目录

CONTENTS

第 3 章 无处不在的图形魅力

3.1 平面设计中的图形	36	3.4 图形在旅游纪念品设计中的运用	73
3.1.1 标志设计中的图形运用	37	3.4.1 旅游纪念品	73
3.1.2 图形化的字体设计	40	3.4.2 旅游纪念品的种类	74
3.1.3 包装设计中的图形运用	42	3.4.3 旅游纪念品的设计原则	74
3.1.4 书籍设计中的图形运用	48	3.5 手工艺图形	75
3.1.5 招贴设计中的图形运用	57	3.5.1 漆画	75
3.2 商业广告中的图形创意	62	3.5.2 铁画	75
3.2.1 商业广告	62	3.6 信息设计与图形	77
3.2.2 广告创意的原则	62	3.6.1 信息设计的含义	77
3.2.3 广告中图形创意的方法	64	3.6.2 信息设计的用途	78
3.3 生活中的图形	68	3.6.3 信息设计的功能	79
3.3.1 创意家居	68	本章小结及作业	80
3.3.2 创意环保袋	70		
3.3.3 创意集市	70		

第 4 章 创意图形的表现形式

4.1 异构图形	82	4.3 重构图形	95
4.1.1 混维空间	82	4.3.1 一元聚积重构	95
4.1.2 矛盾空间	82	4.3.2 多元聚积重构图形	96
4.1.3 置换	84	4.3.3 透叠重构图形	96
4.1.4 特定形	84	4.4 解构图形	98
4.2 同构图形	88	4.4.1 残像解构图形	101
4.2.1 共生同构	89	4.4.2 裂像解构	101
4.2.2 延变同构	91	4.4.3 切割解体	101
4.2.3 异物同构	92	4.5 模仿图形	104
4.2.4 字画同构	94		

4.5.1 仿形图形.....	104	4.6.2 象征图形.....	107
4.5.2 仿影图形.....	105	4.7 悬念图形.....	108
4.5.3 仿结图形.....	106	本章小结及作业.....	108
4.6 寓意图形.....	107		
4.6.1 比喻图形.....	107		

第 5 章 大师们的经典作品欣赏

5.1 世界三大平面设计师.....	110	5.2 作品欣赏.....	115
5.1.1 福田繁雄.....	110	本章小结及作业.....	122
5.1.2 冈特·兰堡.....	111		
5.1.3 西摩·切瓦斯特.....	113		

第 1 章

图形的创意原则与联想方式

• 主要内容

本章主要从图形的意义、图形的起源与发展、图形创意的原则、图形联想的方式等方面进行介绍。

• 重点及难点

图形的联想方式及应用是本章的难点，可以通过大量的练习来掌握。

• 学习目标

明确图形在设计中的意义；了解图形的起源发展；掌握图形联想的方法。

1

1.1 图形的意义

在我们还不识字的时候或许就接触了一些图形，例如，圆形、三角形、长方形、正方形这样简单的几何图形，拿着画笔画着这些新奇的形状。渐渐地随着年龄的增长我们对这些形状有了新的认知：圆形代表着保护或无限，它们保护内里，同时限制外面；圆形代表着诚信、交流、圆满和完整；圆形可以自由移动或滚动，圆形的完整性暗示了无限、团结、和谐；圆形也非常优雅和美丽，如图1-1所示，以一条蓝色线缠绕出的圆形，充满了动感和活力，体现了无限的能量。

圆形和曲线代表了温暖、舒适，同时给人以性感和爱慕的感觉，如图1-2所示。柔美的曲线，仿若柔纱，那么的轻盈、柔美；又好似一位柔韧的舞者，在梦幻的世界中旋转。

三角形代表着稳定，当它旋转呈现角度时则代表了紧张、冲突、运动感和侵略性。三角形有着无限的能量和力量，基于不同的角度，它们可以有不同的运动感。其动态可以表现出各种冲突或稳定的感觉。如图1-3所示，以多个三角形构图，加上黑白的强烈对比和零散的小三角，表现出强烈的时尚感与运动感。

长方形是最常见的几何形状，我们阅读的大多数书籍都是长方形或正方形的。长方形有时也被理解为无聊，一般不会引起别人的注意，但当它们倾斜时就可以带来始料不及的感受。

正方形，或称“四边形”“四方形”，是一种四边相等、简单的几何图形，但在哲学、宗教、美学等文化领域中也有许多象征含义。正方代表方方正正、不偏不斜，上下左右四个方向，也泛指天下各处，如图1-4所示。古代中国、波斯、美索不达米亚等地认为地球是正方形的，“地方”一词就源于此；古印度认为，地球是四边形的，象征一个四方整体；欧洲神学认为，正方形的四边与空间的四个方位有关，由各自的守护神共同构建而成，正方形和长方形总是代表着符合、安宁、稳固、安全和平等，它们是熟悉的和值得信任的形状，意味着诚实可信，其角度代表着秩序、数学、理性和正式。

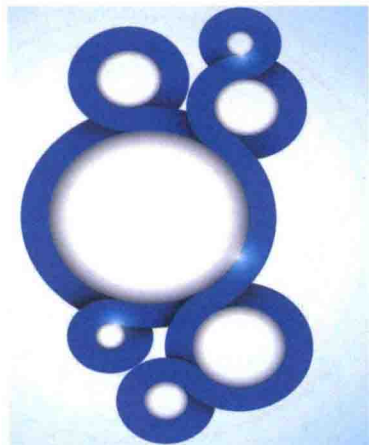


图1-1 圆形



图1-2 曲线

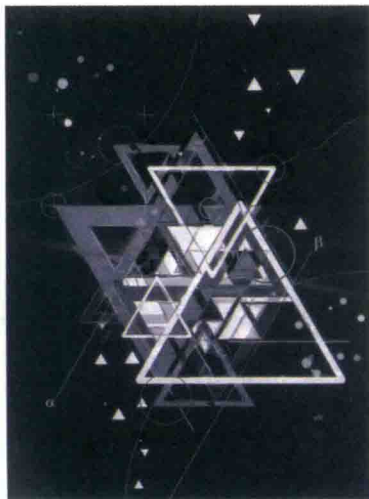


图1-3 三角形



图1-4 正方形

圆形、三角形、长方形、正方形……每种图形都有不一样的个性。通过对不同图形的用心体会和倾听，我们仿佛能够感受到自己及每一个人的故事（如图1-5和图1-6所示）。



图1-5 创意图形

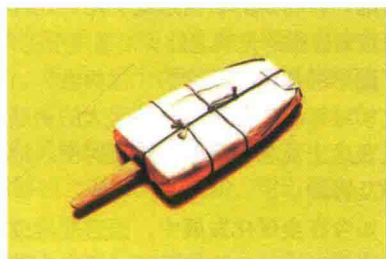


图1-6 生活图形的创意

1.1.1 图形的语言

图形与语言和文字一样都是人类为了传播信息而创造出的一种载体工具，是介于文字与美术之间的一种视觉传播方式。图形与文字最大的不同便是图形不受国家、地域、民族文化的局限，同时也不受时间、顺序排列的前后约束，它是一个独立的整体。如图1-7所示，以烟的形象来当作烟筒，排散出的气体造成了空气污染，严重影响了我们的生活，倡导不要吸烟，珍惜生命。

图形的语言特征不仅要准确、直观地传递信息，调动视觉引发的心理活动，更重要的是要顾及受众的理解能力，实现沟通和心理触动，达到一种情感上的交流，“一图胜千言”即是此意。图形所传递的是想象空间，它能够给人们一种特有的视觉冲击力，给人留下深刻印象，这些都是文字与语言无法替代的（如图1-8~图1-10所示）。

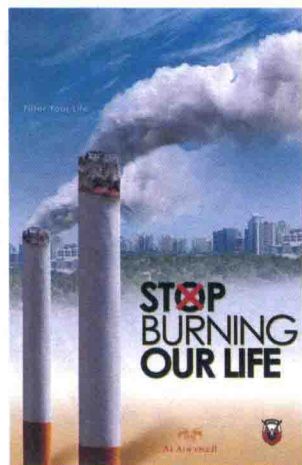


图1-7 公益海报

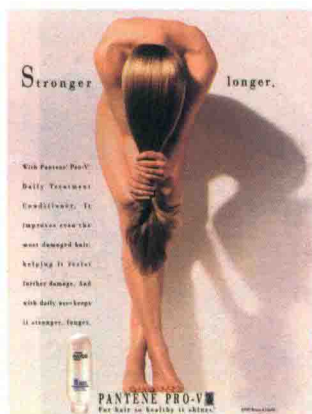


图1-8 洗发水宣传



图1-9 招贴海报



图1-10 饮品

1.1.2 图形概论

“图形”在英文中称为“graphic”，它源于希腊文“graphicus”，意思是始于绘写的艺术，也可以说是富有说明性的艺术作品。如图1-11和图1-12所示，图形是人类以视觉形象通过媒介传达出一定信息的一种特殊的语言形式。用尹定邦教授的一段话来总结就是：“语言对思维的无能之处，恰是图形的有为之始……”。

图形的优点在于它的“世界性”，无论在商业领域还是在社会文化领域等，它都是以一种强大的诱惑力来传递它的信息，以及向人们表达出观念和情感。这是时空、地域、民族、文化层次等因素所不及的。

如今在全球化发展中，语言差异成了主要的障碍之一，但是图形并不存在这种交流的障碍。很多人不认识中国的汉字，却能够读懂中国的水墨画传达出的那份意境，这就是图形的魅力。所以说在这个图形设计的信息时代里，又或者说是读图的时代里，图形更具有时代意义和特定的传播作用（如图1-13~图1-15所示）。



图1-11 创意图形

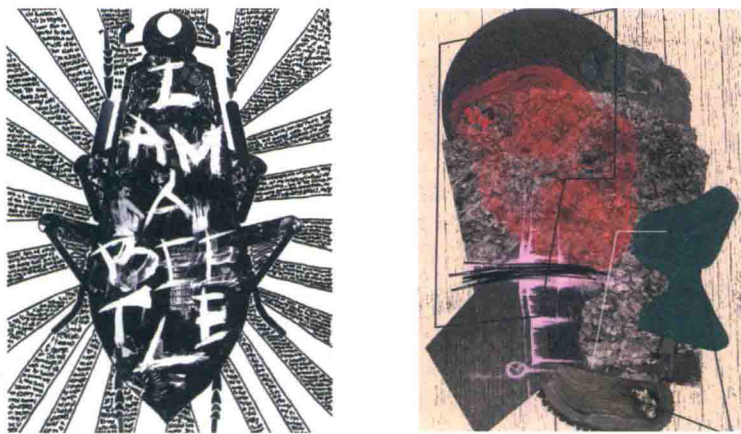


图1-12 招贴设计



图1-13 星球大战 电影海报



图1-14 我们在圣诞节的气氛

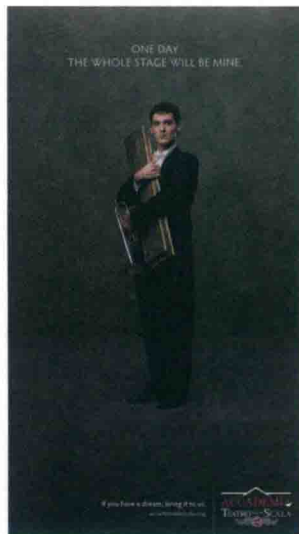


图1-15 音乐海报

1.1.3 图形的意义

过去人们比较注重“读”的过程，通过阅读文字记载的事件、情感等获得愉悦的体验，然而图形却得不到人们的重视。其实图形所传递的信息比文字更加快捷、准确，因为图形所传递的信息是通过视觉系统直接获取的，不需要通过阅读文字而加以思考。在现代社会中，人类的交流除了文字语言之外，便是图形符号了。

图形与文字有许多相同的地方，因此图形也享有“世界语”之称。图形在跨越民族与地域的文化对话交流方面，发挥了很大的作用。图形不仅作为一种承载信息的载体，同时能够准确、生动、直观地反映出社会关注的问题，起到指导与教化的作用。图形通过视觉创作来表达人们的情感、思想、警示等信息，在视觉形象中发挥了易理解、好辨识、强记忆的特点。

图形通过各种途径来传递信息，那么，图形的传播具有哪些特征呢？具体归纳为以下几点。

(1) 直观性：图形是一种简练、感性、单纯的图形化语言，它能够被大多数人所认知，可以强烈、直观地传递信息。

(2) 象征性：图形的作用就是利用多种隐喻、有内涵的符号来激发受众人群的想象力，从而达到思想与情感的交流，其传播具有很大的象征性。

(3) 指示性：图形中特定的符号、颜色，具有警示、提示性功能，多用于交通指示、危险场所等地方。

(4) 广泛性：图形的运用具有广泛性，已经运用到我们平时的杂志书本、招贴海报、媒体广告等中。

(5) 可读性：在图形传播的时候，受众通过视觉接收到信息，并且理解图形所传达出的思想，以及想要表达的内容，因此，图形的传播具有可读性。

(6) 准确性：图形传播信息的时候，要准确把握传递的内容，在理解所要传达的信息后进行图形设计，所以图形的传播具有准确性。

(7) 审美性：一幅好的图形创意作品，不仅能准确传递信息，同时有着一定的艺术性，能够吸引受众的眼球，达到观赏的作用。

1.1.4 图形分类

1. 传统图形

传统图形是现代设计常用到的一种表现元素，是传统文化精髓的传承。从设计的角度来看，西方艺术冲击性强，注重张力及时尚文化的表现，所以设计的图形颜色大胆、丰富，容易吸引人们的眼球。而中国传统则重视创意文化内涵、视觉形象的审美以及文化传统的继承与表现。如图1-16所示为我国传统图形，第一张多用于古代大户人家的门窗雕刻，寓意幸福绵延无边；第二张是寿桃与石榴结合的图形，寓意着长寿、多子多福。传统图形保留了各个地域的民族文化，传统图形的传承与创新对设计师自身的文化修养、创作技法等也都提出了更高的要求。

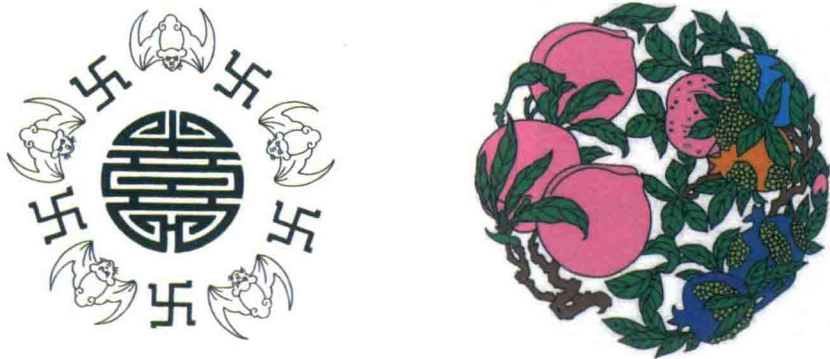


图1-16 传统图形

2. 现代图形

现代图形设计是一种很强的信息传播方式，通过图形特有的语言，直观地传达一些视觉信息，弥补了语言文字和声音与语言传达的缺陷。它的出现超越了一般造型的审美限定，图形汇集了视觉心理、艺术造型、语言符号、市场营销信息传播等艺术与科学一体的艺术形式，成为现代传播媒体中的一种个性化传播方式（如图1-17所示）。

1.1.5 图形设计的特点

图形的特点决定了图形设计的目的和职能，所以在设计图形的时候要考虑到信息传达的有效性和准确性，并且要得到受众的理解。在图形设计中本质的特征有以下几点。

- (1) 通过写、绘、刻、印、喷等手法制作图像（如图1-18~图1-21所示）。
- (2) 有说明性的图画形象，有别于语言文字的视觉形式。
- (3) 可以通过各种方式进行大量的复制。
- (4) 是传播信息的视觉形式。

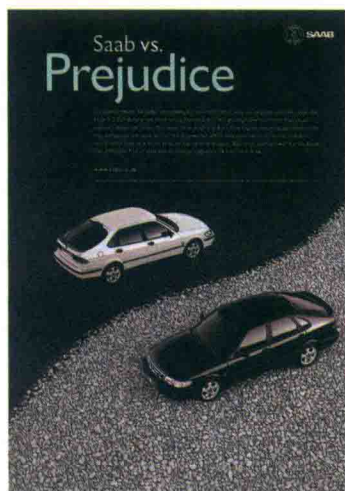


图1-17 现代图形



图1-18 手绘图片



图1-19 版画1



图1-20 版画2



图1-21 手绘

1.2 图形的起源与发展

1.2.1 图形的产生

图形的产生源于人类认识和改造世界的需要。从已发现的公元前1400年前的象形文字就可以看出，图形的出现远远早于文字的产生（如图1-22~图1-25所示）。在法国南部拉斯考克的山洞中也发现了大约15000~10000年前的原始人壁画。

早期的人类在生产劳动和社会活动中，通过交流形式的不断丰富，逐渐产生了一些系统性、原则性、指代性强的符号，这些符号就是图形的雏形。在交流使用中，这些符号逐渐被改良简化，准确性得到了加强，系统性也更加完善。我们在北美印第安人的岩洞壁画中可以看到非常简练、具有标志性简化特征的图形符号。如图1-23所示，如果人类没有这些可以让人理解的信号图形，那么人类在生产中的经验可能将无法传承，人类文明的产生也必将受到影响。

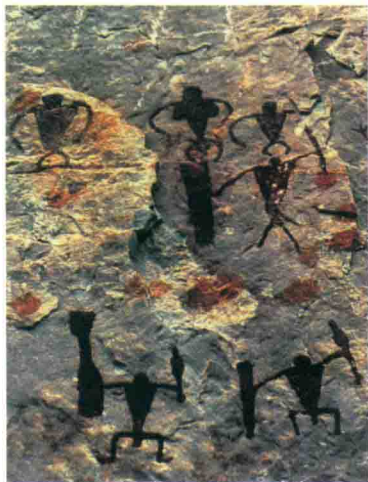


图1-22 早期的文字图形



图1-23 石刻象形文字



图1-24 壶的象形文字



图1-25 商量的图形化文字

1.2.2 图形的革命

图形的演变一共经历了三次重大的变革，每一次变革都推进了图形的发展，从而使图形发展成现在各个领域广泛应用的表现形式。

图形的第一次变革是原始符号和原始文字的形成期，不仅有着传递信息的作用，也记录了人们的生活。符号带有很强烈的图腾神秘感与民族文化特点。随着人类社会的发展，人们之间的交流也日益频繁，复杂的图形已经不宜人们的生活需求。于是人们开始简化图形，便有了由图形简化而产生的另一种符号——象形文字。象形文字的出现标志着人类社会文明的新发展，它也成为一种独特的视觉传达方式，以一种更加简洁、准确的方式出现在历史长河中。

第二次变革，源于中国西汉时期发明的造纸术和印刷术。由于这两项发明使人们能够大量书写与印刷，于是文字与图形便得到了广泛的传播。书法与绘画艺术的成熟，以及民间艺术中的版画、雕刻、剪纸(如图1-26和图1-27所示)等都表现了我国古代在图形发展上有了辉煌的成果。我国古代的这些伟大发明，吸引了西方国家的注意和喜爱，直到传入欧洲后，影响了欧洲社会文化，加速了文艺复兴的到来。在文艺复兴时期，图形设计出现了它的第二次变革，涌出了不同流派的作品和艺术家(如图1-28~图1-31所示)。

其中，如图1-28所示为美术史上凡·埃克兄弟的作品，运用了改革后的油画材料和油画技法绘制，作品描绘精细、逼真、新颖，富有创造性。画中是男女组合的全身肖像，在当时也是史无前例的。还有列奥纳多·达·芬奇的作品《蒙娜丽莎》(如图1-30所示)。达·芬奇是文艺复兴时期最杰出的画家、科学家、发明家，《蒙娜丽莎》是他的不朽之作。画中人坐姿优雅、笑容微妙，不论是在构图还是在手法上都将人物的形象表现得淋漓尽致。曾有人说过她的微笑含有83%的高兴、9%的厌恶、6%的恐惧和2%的愤怒。

图形的第三次革命，源于19世纪工业革命。在1840年左右，以木刻为主的印刷插图方式逐渐普遍了起来，在广告和招贴海报中的使用也日益增多，但是由于木刻制作的费用很昂贵，这样就给出版社和



图1-26 聚宝盆 剪纸



图1-28 《阿尔诺菲尔》凡·埃克兄弟

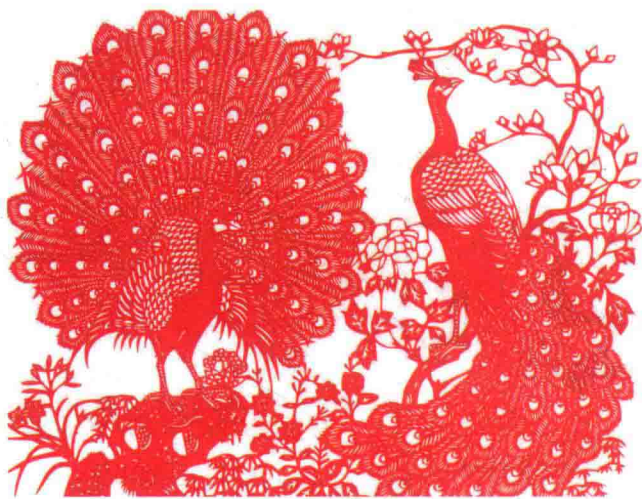


图1-27 孔雀开屏 剪纸



图1-30 《蒙娜丽莎》达·芬奇

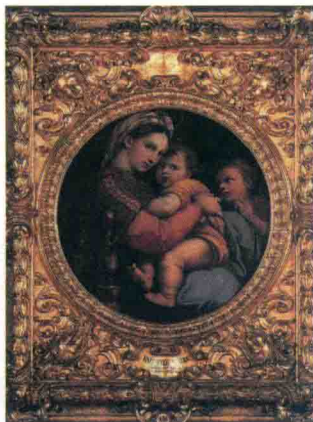


图1-31 《椅中圣母》拉斐尔



图1-29 《西斯廷圣母》拉斐尔

印刷商带来了很大的经济压力。当时纽约的一名发明家莫斯的摄影印刷技术问世，得到了社会的关注。于是在1880年，美国《纽约时报》领先将摄影技术用于印刷。1919年，德国的魏玛又建立了现代设计的教学单位——包豪斯学院（Bauhaus），提出了“艺术与技术统一”的口号，这一口号对当时现代设计事业产生了很深刻的影响，使图形创意设计走上了现代的道路。随着商业经济的发展与生产力的需要，社会信息量大幅增长，图形创意伴随着这股东风蓬勃发展，图形设计面临着一个前所未有的全新时代。

1.2.3 图形设计的现状

（1）形式多样，风格多样。艺术的共有特征决定了图形设计没有固定的形式，也没有死板的公式，多种风格并存、民族特色图形盛行是当代图形的设计现状。另外，在图形设计上还有一些创意图形、抽象图形、表现性的图形。其中，抽象图形是20世纪图形设计的基本形式特点，理性思维的迅速发展使人们的抽象意识不断增强。人们能够透过自然的表现发现一些内在的抽象与结构，能够通过抽象图形更多地感受到图形所带来的艺术价值和视觉享受。

（2）应用广泛。图形在现代生活中被广泛应用于各个设计领域，如广告、包装、海报、书籍、标志，等等（如图1-32和图1-33所示），充分体现了图形艺术特有的魅力与个性。无论是在视觉传达的传统领域，还是在新媒体的领域，图形表达具有趣味、灵活、强烈、直白的特点，被广泛应用在各个领域。

（3）利用科技设计图形。现代图形的设计从单一的图案、符号的表达方式，扩展到系列化的整体形象，从平面的二维空间转换为多维空间，利用科技将图形的设计扩展到最完美的状态（如图1-34所示）。



图1-32 包装设计



图1-33 标志设计

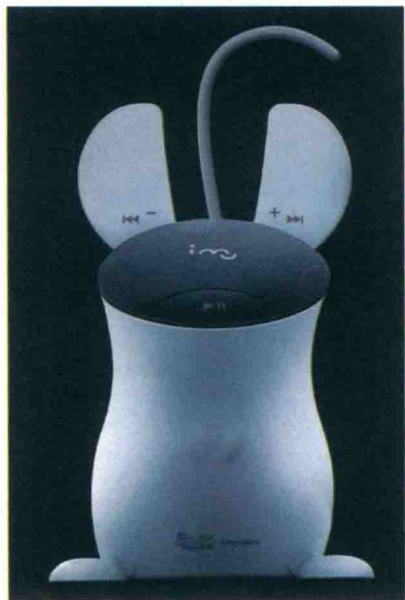


图1-34 创意鼠标造型

1.3 图形创意的原则

1.3.1 创意的含义

“创意”一词在英文中包含“idea”和“creative”两层意思，前者指的是主意、想法，后者指的是创造性的、有创造性的。在汉语中，“创”是创造的意思，“意”是意念、意识。所以说，不论是在英语还是在汉语中，创意不但强调了思维作用于行为，并指导行为的能力，更强调了创意是一种非物质的精神活动行为（如图1-35~图1-37所示）。



图1-35 云朵的创意图形



图1-36 蛋壳与橙子

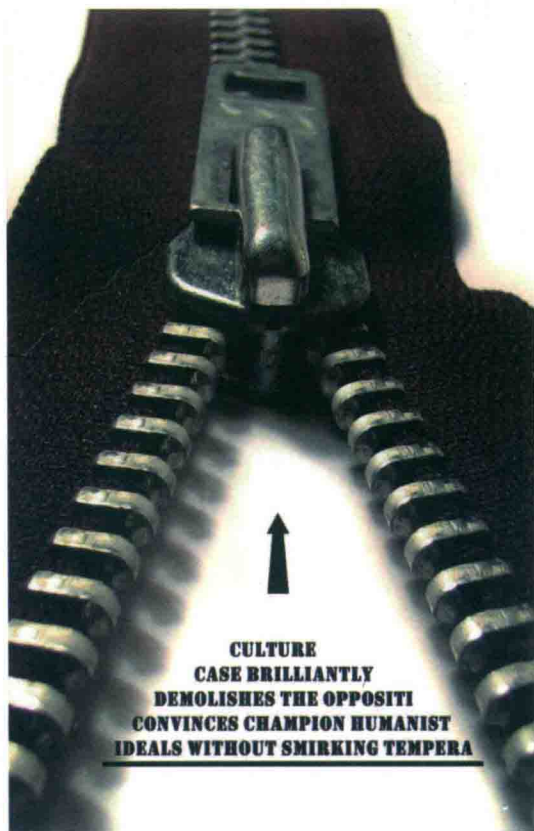


图1-37 拉链的创意构思