

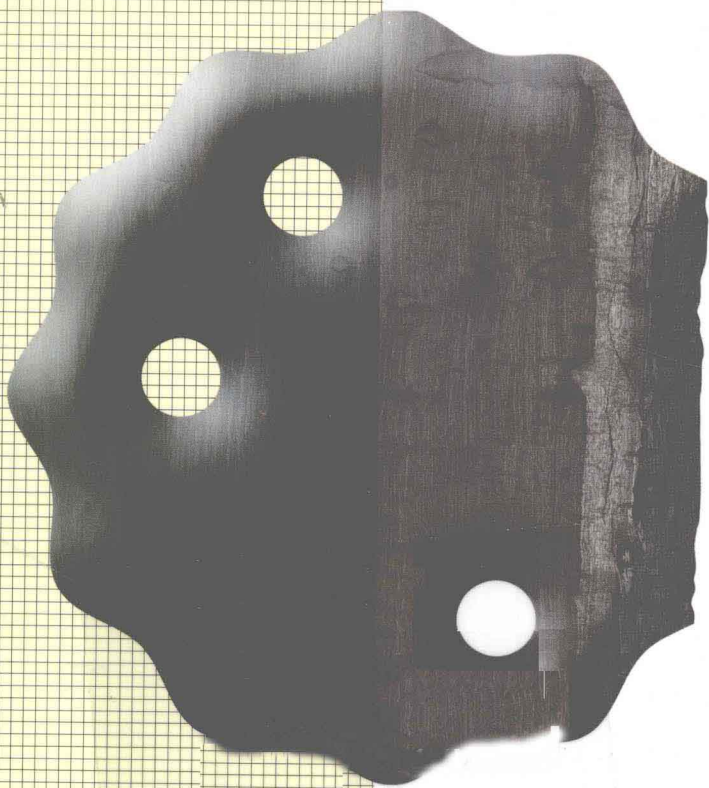
中国美术学院**新设计**系列教材

图形创意基础

(第二版)

上海人民美術出版社

江明 著



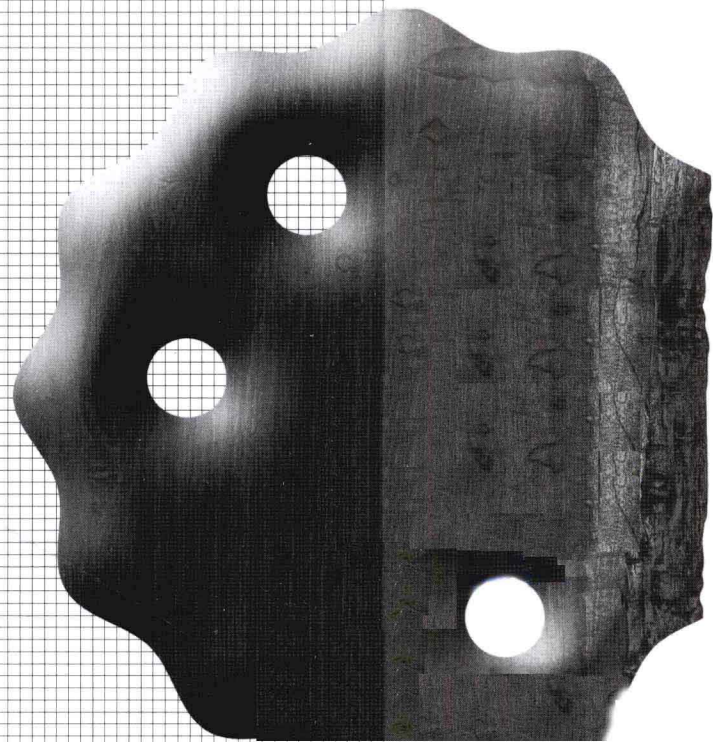
中国美术院校新设计系列教材

图形创意基础

(第二版)

上海人民美術出版社

江明 著



图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意基础/江明著. —2版. —上海: 上海人民美术出版社, 2012.3

中国美术院校新设计系列教材

ISBN 978-7-5322-7790-2

I. ①图… II. ①江… III. ①构图 (美术) —高等学校—教材 IV. ①J061

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第002611号

中国美术院校新设计系列教材

图形创意基础 (第二版)

总策划: 李 新

著 者: 江 明

责任编辑: 姚宏翔

统 筹: 丁 雯

版式设计: 江 明

技术编辑: 季 卫

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 邮编: 200040)

印 刷: 上海锦佳印刷有限公司

开 本: 920×720 1/12 12印张

版 次: 2012年3月第1版

印 次: 2012年3月第1次

书 号: ISBN 978-7-5322-7790-2

定 价: 38.00元

前言

随着信息时代的到来,媒体形态和数量都在极速丰富,每个人都生活在形形色色的资讯包围之中,我们的眼睛、耳朵、大脑每时每刻都在接触各种信息。这些信息的量早已超出了人们的接受能力,我们没有太多时间和精力去分析辨别哪些信息是自身所需要的,而是更倾向于接受新颖、直观、感性的信息,此时图形比文字具有更强大的吸引力,因此有人称今天是一个读图时代。在这样的时代背景下,视觉传达领域的设计师面临着如何去创造吸引人的视觉语言的课题,视觉语言形式的创新能力的培养成为当代艺术设计教育中的重要任务,而图形创意课程的开设为解决这一问题起到了重要的作用。

图形创意课程作为一门艺术设计学科开设的专业基础课自上世纪90年代被引入我国,至今已有十多个年头,目前在全国的各专业院校得到了广泛的开展。随着这门课程的深入、随着对外交流的开展以及大量国内外优秀图形设计作品的涌现,教学的内容和方式都在不断地完善和丰富。但相对于一些传统的课程,如三大构成来说,图形创意的教学毕竟为时尚短,缺少统一规范的教材,许多院校和教师都在不断地尝试和摸索中,在理论研究和实践教学中具有较大的随意性。本书的编撰目的在于结合多年实践教学的情况,对图形创意课程的基础知识进行梳理,形成一套针对普通大专院校艺术设计专业学生、较为全面并具有实际操作性的教材。

在本书的编撰过程中,始终得到了上海人民美术出版社的大力支持和帮助;同时江南大学设计学院的领导及同仁也给予了热情的帮助。感谢姚宏翔、赵志勇先生在本书的编辑过程中提出的宝贵建议与所做的大量工作。感谢江南大学设计学院视觉传达专业0302班、0401班、广告学04级和05级、公共艺术05级等班级的同学们,他们在图形课的学习过程中投入了大量的热情,真正做到了教学相长,使本书能够完成出版。

由于时间匆忙和个人水平有限,虽然本人已尽了最大的努力,但书中难免还存在不少疏漏之处,恳请有关专家、同行批评指正。

江 明

2006年11月于江南大学

03 前 言

07 第一章 导论

- 09 一 图形创意课程的基本内容
- 09 二 图形创意课程的目的和意义
- 10 三 图形创意课程与其他课程的关系

13 第二章 关于图形

- 15 一 图形释义
- 19 二 图形的起源和发展
- 30 三 图形的传达优势
- 32 四 现代图形的特征
- 33 五 现代图形的设计原则

35 第三章 图形创意的思维

- 36 一 图形创意的思维过程
- 37 二 与图形创意相关的创造性思维方式

41 第四章 图形创意的起点——联想

- 42 一 联想的定义
- 43 二 联想的方式
- 43 1 相似性联想
- 45 2 连带性联想

目 录

53 第五章 图形创意的核心——想象

- 54 一 想象的定义
- 55 二 解构
- 58 三 单一形态的想象创新
 - 58 1 打散重构
 - 61 2 材质异化
 - 64 3 分割裂变
 - 68 4 尺度夸张
- 72 四 多个形态的创新组合
 - 72 1 超现实组合
 - 94 2 技巧型整合
- 104 五 图形中的空间转换
- 116 六 图形的创意表现
 - 116 1 表现的多样性
 - 117 2 表现的风格化

121 第六章 图形创意的实际应用

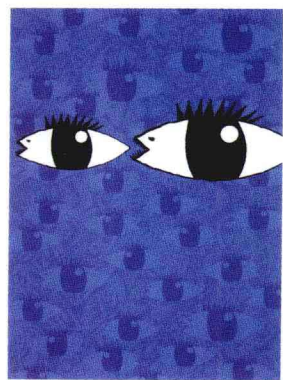
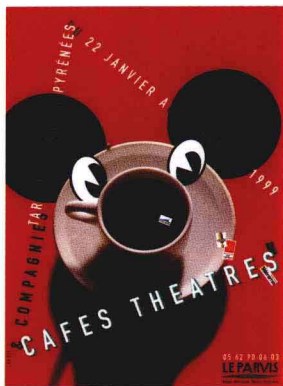
- 122 一 平面设计领域
 - 122 1 插图设计
 - 123 2 广告设计
 - 128 3 标志设计
- 129 二 向三维领域的拓展

133 第七章 图形创意基础教学实践

- 134 一 课程中的连续课题延伸
- 134 二 课题：“手”的图形创意

144 参考文献

导论



今天我们看到越来越多的图形作品，它们奇特的形态吸引着我们的目光，意味深长的符号给我们无限遐想。这些睿智的图形不仅让我们赞叹，更让我们产生创作的冲动，图形设计课将使更多人了解如何去欣赏图形、理解图形、创作图形。

图形创意基础课是一门学科基础课程，是艺术设计专业视觉传达方向学生的必修课和其他方向的选修课。通过本课程的学习和训练使学生掌握创造图形新形式和有效传达信息的视觉语言的基本技能，促进创新思维，培养现代设计的艺术观和审美观。

在我国四年制的本科教育过程中，图形创意课程一般开设在第一学年的第二学期或第二学年的第一学期，课时通常以40-60课时为宜，其中理论授课约占1/3，其余为学生练习及作业讲评的实践部分。

一 图形创意课程的基本内容

图形创意研究的是图形语言,从教学内容来看,主要分为理论知识点和实践方法论两个部分。其中理论知识点包括:图形的概念,图形发展的历程,现代图形的特征和创作原则、创意图形的构成形式等,同时穿插介绍与图形相关的视觉心理学、符号学、思维模式等方面的知识。方法论部分则包括:图形创意的思维方法,现代图形语言的表现形式、创作技巧以及图形的延展运用等。

值得一提的问题

图形创意基础课程为何放在一年级下半学期或二年级上半学期?

这种安排一方面是考虑到学习图形创意要有一定的前期准备,学生应该已具有基本的观察和表现能力,这需要通过素描等课程解决。同时由于图形创意的创造性思维方式直接影响到同学们今后的专业设计,因此需要在专业课程之前开设,选在一、二年级过渡阶段是最合理的。]

二 图形创意课程的目的和意义

开设图形课程的目的是双重的,一是培养学生创作图形形象的能力,包括构思和表现两方面的能力,建立起一种全新的视觉想象与呈现的手段;另一个目的,也是意义更深远的目的则是训练学生进行创造性的思维,学习如何在面对问题时通过恰当的思维过程多方位地挖掘解决问题的新方法。

应该说图形创意课作为一门设计基础课程是有其重要的意义的,它与其他课程共同构建起学生较为完整的基础知识和能力。在传统的艺术教学基础课程中,素描、色彩意在培养学生描摹表现世界的绘画表现能力,构成意在培养学生对形态的概括和演绎能力,制图意在培养学生立体感觉和技术表达技巧,而现代的图形创意课的重点则是培养学生创造视觉语言形象的思维与表现能力。

图形创意在艺术设计的教学过程中处于一种承前启后的过渡位置,它引导学生将前期已经具备的表现能力转向后期的专业设计中,而这个过渡就是通过创意思维来实现的。对于视觉传达等专业的学生来说,图形创意的能力直接可以运用到具体的设计实践中去,如广告设计、插图设计中大量地需要以图形来表达信息、塑造画面;对于建筑设计、工业设计、服装设计等专业的学生来说,图形创意中的创造性思维方式同样适用于塑造三维空间中的新造型,对于解决这些专业中的创新问题将起到一定的启发作用。

三 图形创意课程与其他课程的关系

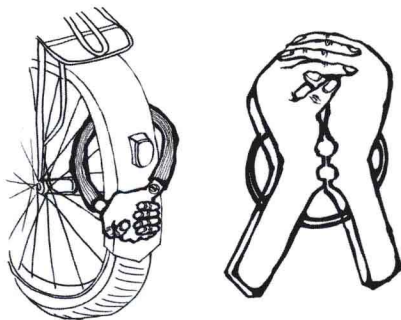
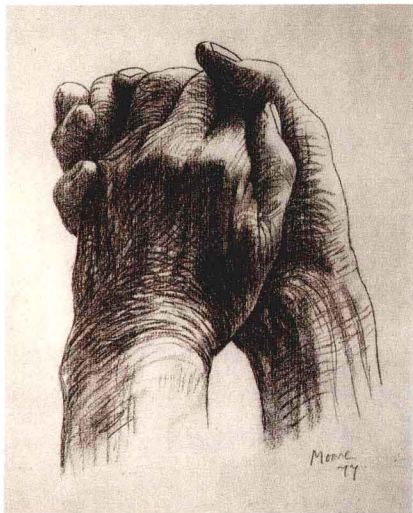
由于图形课程在整个教学过程中的特殊位置决定了在修学这门课之前学生应该已具备一定的能力,特别是基本的形态描绘能力,因此建议将素描、色彩、图案等作为先修课程。通过这些课程的学习使学生能够具备生动表现事物形态的绘画能力,并具备一定的审美能力,从而在下一步的图形课程中有能力将自己想象的图形形象准确生动地表现出来。

图形课程本身也是一门基础课,它研究的图形语言是视觉传达领域中泛专业的基本方法,真正运用到实际设计中去还有赖于专业课程的深入,同时一些专业课也只有图形创意的基础上才可能全面展开。所以作为图形创意的实际拓展,它的后续课程主要有:广告设计、插图、标志设计等。

图形课程所表现的元素是具体的事物形态,而以此为研究内容的课程还有一些,它们之间容易产生混淆,因此搞清其中的区别将有利于我们对图形的正确认识。

图形与素描

素描课是所有艺术及设计学科都必然开设的一门基础课,传统素描课以教授学生描绘表现物体形态的明暗关系、结构特征等为教学目的,现代的素描课也逐步将艺术的思维方式引入到素描的创作过程中去,从观察入手,在表现中加入了更多的思考和想象。但无论是传统素描还是创新后的素描课,它们虽然在作品的形式上与图形课有时会有类似,但其课程的根本目的和创作出发点是不同的,素描课培养的是动手表现的能力和技巧,而图形课研究的是视觉想象的过程和方法。



[上]素描作品

[下]图形习作

同样是以紧握的双手为表现主体,在素描作品中以再现对象物状态为目的,探求的是对结构、形态、肌理、光影等的表现手法。而在图形创意的表现中将手与其他事物进行了整合,以非现实的形态借助锁、夹子和绳子的结构和象征意义将握手动作的所隐含的紧密关系和两手腕相互纠缠的动势表达出来,可以看出此时创意和表现的重点与素描是不同的。



图案中的花卉

《罗密欧与朱丽叶》戏剧招贴

一对恋人沉睡的面容融入枯萎的玫瑰花中,象征爱情的花朵却有着岩石般的肌理,爱情的永恒、悲伤的剧情以诗意的图形语言展现在我们眼前,引起无限的遐思。



商业广告中的花卉

[左]毛巾广告。一朵普通的黄玫瑰,但请仔细看,花朵是广告的产品一块黄毛巾缠绕而成的,产品的柔软、鲜艳以优雅简洁的形象成功展现。



[右]衣物芳香柔软剂广告。纤柔的花瓣上缝上的衣扣,将产品的使用对象衣物的特征与暗喻产品利益点的花卉融合在了一起。

图形与图案

在视觉传达领域,还需要分清的一对关系是图形和图案,在以往的教学就曾出现有学生将两者混淆的情况。应该说图案的创作中有时会用到图形创意的手法,而图形在表现上也会借鉴图案的形式,但并不能将二者混为一谈。图案强调的是装饰效果,虽然是对具象事物进行抽象概括的表现,但仍是在现实形态的基础上进行夸张、变形,追求的是视觉上的审美效果;而图形创作的是以主观需要为出发点的形态,根据一定目的重新构建创造新的形态,这种新形态较之于图案对形态的变化在视觉上更为写实,但在内容上则更为“荒诞”,这是两者的根本区别。



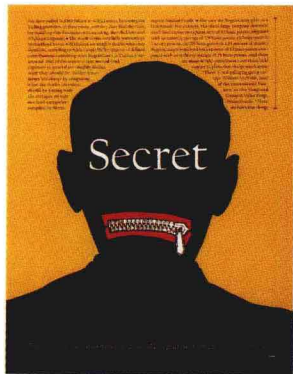
本页中的几幅作品均以花卉为表现主题,其中左上图为图案中的花卉,可以看出其关注点在于形态表现的装饰效果;其他三张为运用图形手法创作的戏剧海报与商业广告,作品中的花卉形态清晰可辨,但材质感有了变化,并与其他形态进行了结合,形成了全新的效果,传达出特定的情感和信息。

图形与插图

在现代插图中，有许多作品都是以图形创意的语言来表现的，一些插图作品也经常被用作成功案例在图形课上被示范给学生，同时图形作品的表现形式也非常像插图作品，但这并不等于两门课程可以等同视之。插图课是一门独立的设计专业课，它研究的是插图创作中的各种思路、技巧、风格，图形创意只是其中一种思维方式、表达手段。而对于图形课来说，插图是图形语言应用到实际设计中的领域之一，是将基本思想方法结合具体媒介的后续实践，两者间是一种交叉与延续的关系。



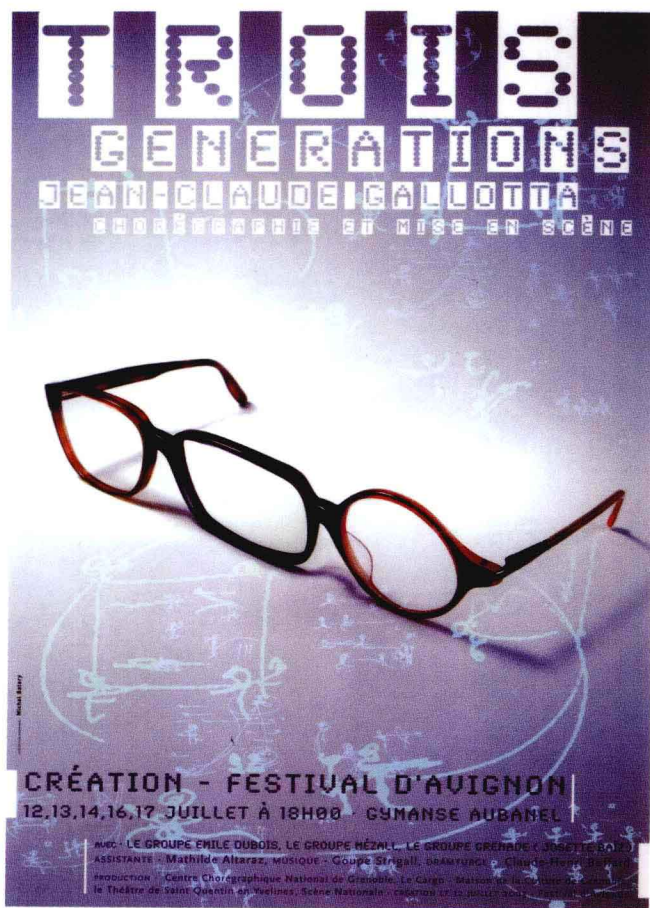
英国插图画家比亚兹莱（Aubrey Beardsley）的书籍插图作品，以再现文字描述的情景为创作目的，虽然极富形态美感，但并不是我们要研究的图形创意作品。



这是几幅运用图形手法创作的插图作品，具有形态上的超现实性和内容上的象征性。



关于图形



《三代》节日海报，作者：Michal Batory

三个不同风格的镜架拼成一个特别的眼镜，荒谬的图形却表达了海报的主题：三代人。



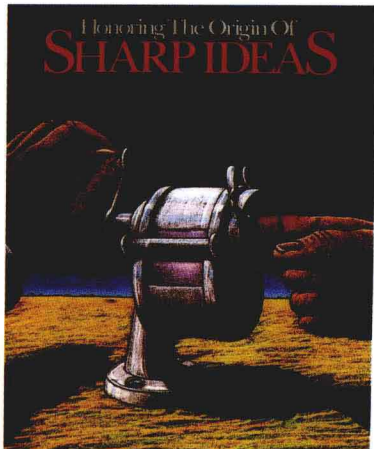
《直到果核》(To the core) 作者：Ingram Pinn

这是一幅杂志插图作品，所配文章的主题是批评银行通过柜员机的形式缩减对大众的服务项目、降低服务标准的现象。为了将文章的核心内容转化为视觉形象，插图将代表银行的建筑物化身为一个巨大的、已被咬到果核的苹果，自动柜员机被安装在果核上，将银行服务所剩无几的状态以出人意料却明白无误的画面表现出来。

值得一提的问题

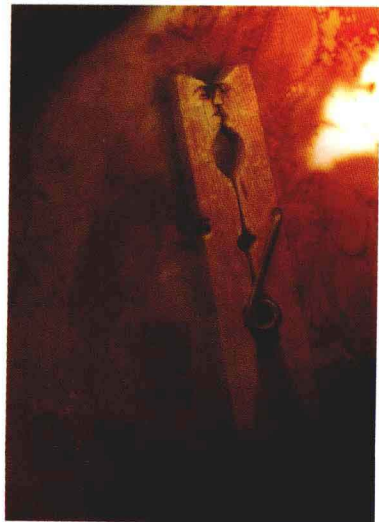
图形的表现是否一定要通过绘画手法？

【不是的。图形的定义关键在于其内涵的语意性和形态的创新性，对实现的手段并没有限定，任何造型手法都可以用来创作图形，而且不同的手法还能为图形增加更多的审美价值。当然在教学过程中为了操作的便利，多数作业会让学生以手绘的形式完成。】



《锐利的创意》海报

招贴中将手伸入了削铅笔器中，此时削笔器作为特定的视觉符号象征了追求尖锐、创新的含义。



《婚姻》作者：Mike Todd

画面中的夹子与脸相拼合成为一个象征符号，能指是它所呈现的状态：夹子的结构、亲吻的脸颊等，而所指则是其蕴含的婚姻中两个人相互依靠、成为一体的紧密关系。

一 图形释义

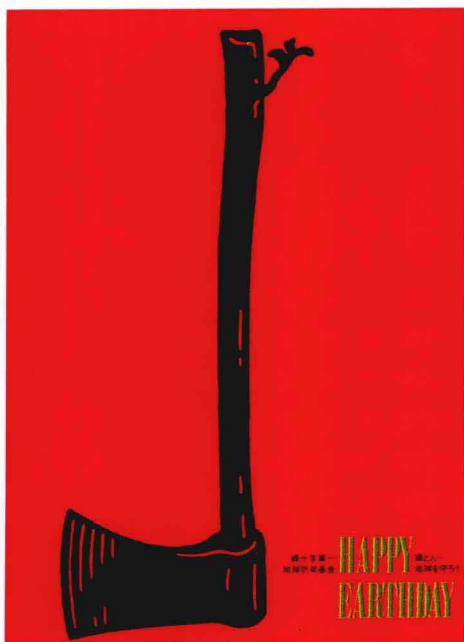
图形，顾名思义应该是一种非文字的形态，用通俗的话说是一种图画，那么是否所有视觉传达设计中的非文字的形态都是图形呢？答案当然是否定的。

图形的英文是Graphic，原意为图解、图示，引申为说明性的视觉符号。现在比较公认关于图形的定义是这样的：图形是介于文字与美术之间的视觉传达形式，能够在纸或其他表面上表现的、能通过印刷及各种媒体进行大量复制和广泛传播，它通过一定的形态来表达创造性的意念，将设计思想可视化，使设计造型成为传达信息的载体。从具体的形式上来看，图形可以是绘制的某种形态、绘画、摄影甚至一些象形文字等，但这些形态应该不是现实物态的简单再现和描摹，需加入创作者的主观意识并呈现出不同于现实形态的新形式。简单的说图形就是具有文字语言的内容、类似绘画影像的形态，在传播领域传递信息的视觉形象。

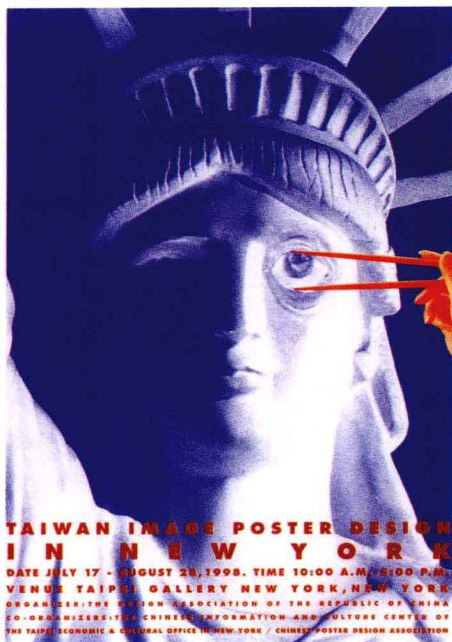
可以看出图形的实质是一种视觉符号，所谓符号是指“根据既定的社会习惯，可被看作代表其他事物的任何存在物”（意大利符号学家艾柯），如：交通指示灯中的红灯代表停止，V字的手势代表胜利，商标代表了某种产品品牌。符号都具有两个属性，即能指和所指，能指是符号的可被感

知的形态，如一个商标的形状、色彩等，所指是符号背后的象征意义，如商标所代表的品牌内涵、定位、理念等。图形作为符号中的一个分支，具有符号的这些基本特征，它的能指是对某一个或多个元素组合的蓄意刻画和表达的直观的视觉形式，包括形状、结构、色彩、风格等，而所指就是这些可视形态背后所象征的事物、观念、情感和价值。





《地球日快乐》环保海报 作者：福田繁雄
斧子是人类砍伐树木、破坏自然的工具，海报中斧柄上长出的幼芽表达了作者盼望人们停止危害自然的美好愿望。



展览海报
作为台湾设计作品在美国的展览海报，筷子—东方、自由女神—美国的对应关系使信息视觉化，用筷子剥开自由女神的眼镜，吁请大众关注来自东方的设计作品。



《生命》海报
燃尽的火柴头焦枯的余烬上却长出一片新绿，这在现实中不可能发生的事情却在图形中得以实现，让每个人都从中感受到了生命的可贵与顽强。