

汤雅丽/李路葵 编著

Part.1 设计基础之
创意图形

[Dd] 设计丛书

DIVINE design

陕西人民美术出版社

Part. I

创意图形

DIVINE design

陕西人民

图书在版编目(CIP)数据

设计基础之创意图形/汤雅丽, 李路葵编著. - 西安:
陕西人民美术出版社, 2003.8

(Dd设计丛书)

ISBN7-5368-1691-X

I. ①设... II. ①汤... ②李... III. 图案—设计
IV. J51

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第057002号

设计基础之创意图形

SHEJI JICHU ZHI CHUANGYITUXING

汤雅丽/李路葵 编著

陕西人民美术出版社出版发行

(西安市北大街131号)

新华书店经销 西安新华印刷厂印刷

889×1194毫米 32开本 4.5印张 30千字

2003年8月第1版 2003年8月第1次印刷

印数: 1-3000

ISBN7-5368-1691-X/J · 1337

定价: 28.00元



设计是时髦的词，设计是流行的事。什么都可以拿来设计一番，什么都必须设计一番。因此，就有了那么多的设计要做，也就有了那么多要做设计的人，所以得有更多的学习设计的人去前仆后继。

都说，现在是 e 时代。我说，它首先得是 d 时代，没有 d，e 得了吗？科技是生产力，设计也是生产力！

西安美术学院副院长



设计丛书 编辑委员会

DIVINE design

主 任：郭线庐

副 主 任：彭程

主 编：彭程 刘西莉

执行主编：陈青

委 员：（按姓氏笔画排列）

史 刚 刘时燕 刘 沛

吴林桦 李荣伟 李望平

李路葵 张 浩 周维娜

赵 战 柯建军 高 民

高晋民 黄向东 阎 评

郭 杰

目录

第4阶

进步 118

- 案例 1. 创意图形精彩案例解析 [p.118] < a. 福田繁雄的作品 / b. 冈特·兰勃的作品 / c. 卡里·碧坡的作品 / d. 白木彰的作品 / e. 尼古拉斯·特罗斯勒的作品 /
2. 条形码创意图形欣赏 [p.123]

第3阶

跑步 54

- 技巧 1. 异构图形的组织 [p.54] < a. 置换异构图形 / b. 矛盾空间异构图形 / c. 混维异构图形 / d. 特定形的空间异构图形 /
2. 同构图形的组织 [p.66] < a. 共生同构图形 / b. 渐变同构图形 / c. 异物同构图形 / d. 字画同构图形 /
3. 重构图形的组织 [p.80] < a. 一元聚积重构图形 / b. 多元聚积重构图形 / c. 透叠重构图形 /
4. 解构图形的组织 [p.90] < a. 残像解构图形 / b. 裂像解构图形 / c. 切割解体图形 /
5. 模仿图形的组织 [p.100] < a. 仿形图形 / b. 仿影图形 / c. 仿结图形 /
6. 寓意图形的组织 [p.106] < a. 比喻图形 / b. 象征图形 / c. 悬念图形 /
7. 创意图形的构形转换 [p.112] < a. 一形多义 / b. 一义多形 /

第2阶

漫步 20

- 概论 1. 对创意思维的思考 [p.20] 2. 创造性思维-创意图形的根本 [p.21]
3. 创造性思维的过程 [p.21]
4. 创造性思维的方法 [p.22] < a. 集中思维 / b. 横向思维 / c. 发散思维 / d. 转移思维 / e. 直觉与灵感思维 / f. 形象思维 /
5. 激发创造性思维的条件 [p.25] < a. 集中心智, 全神贯注 / b. 平和闲散的心态 / c. 快乐游戏的氛围 / d. 梦幻冥想的思索 / e. 内心冲突境界 / f. 危机警觉的感慨 / g. 心境孤寂的状态
6. 创造性思维的表达 [p.28] < a. 寓意思维表达 / b. 想像思维表达 /
7. 创意图形的思维特征 [p.31] < a. 求异性 / b. 跳跃性 / c. 辩证性 / d. 能动性 / e. 综合性 /
8. 创意图形的思维模式 [p.33] < a. 循环联想思维模式 / b. 转移联想思维模式 / c. 发散联想思维模式 / d. 逆向联想思维模式 /

第1阶

起步 1

- 导言 关于图形 1. 图形的起源 [p.1] 2. 图形概念的由来 [p.1] 3. 图形语言的特征 [p.2]
4. 图形的传播特征 [p.3] < a. 直观性 / b. 象征性 / c. 指示性 / d. 广泛性 / e. 可读性 / f. 准确性 / g. 审美性 /
5. 图形的含义 [p.5]
关于创意 1. 创意的含义 [p.6] 2. 创意与创造 [p.7] 3. 创意与创新 [p.7]
4. 创意、想象、联想 [p.8]
5. 创意的方法 [p.9] < a. 分析认识阶段 / b. 观察发现阶段 / c. 联想想象阶段 / d. 组合创造阶段 /
创意图形的概述 1. 何谓创意图形 [p.10] 2. 创意图形的目的 [p.10] 3. 创意图形的意义 [p.12]
4. 创意图形作品应具备的条件 [p.13] < a. 创意上 / b. 内容上 / c. 造型上 / d. 构图上 / e. 制作上 / f. 色彩上 / g. 社会效果上 /
5. 创意图形的应用 [p.14] < a. 广告设计中的应用 / b. 包装设计中的应用 / c. 书籍装帧中的应用 / d. 商业摄影中的应用 /

1. 图形的起源

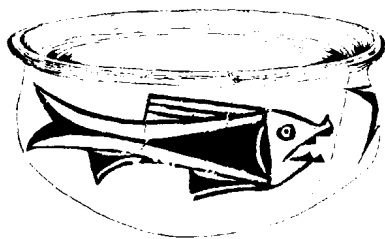
图形的产生源于人类的产生，在人类还处于指指点点，呼喝比划时期，便产生了这种图画式的记事性符号。人类以图画作媒介进行沟通交流，这种古老方式就是图形的原始形式，也是文字起源的雏形。图形从产生到今天经历了由原始符号到文字，乃至图形、文字各种体系，此起彼伏，此沉彼叠。在经过了漫长的岁月之后，迎来了充满图形的现代社会。

2. 图形概念的由来

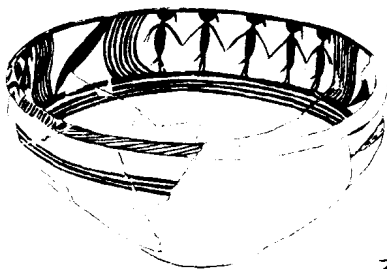
“图形”是来自英文“Graphic”和希腊文“Graphikos”，意为适合于绘写的艺术，亦指可复制的艺术作品。过去，人们对图形的认识更多的是对图案设计的理解，侧重于“写生——变化”过程中的纹样组织。但随着时代观念的进步、科学技术的发展，对图案图形内涵的再认识发生了根本性变化。以多学科交叉方式对视知觉、心理学、艺术学、思维模式等多维系统的研究，以及设计师们在追求图形的视觉冲击力度和反常规、反常理的表现形式过程中，终于形成了对图形概念的明确指向。20世纪20年代初，正式形成了图形设计概念，并诞生了图形设计学科。



仰韶文化半坡类型人面鱼纹彩陶图



仰韶文化半坡类型鱼纹彩陶盆

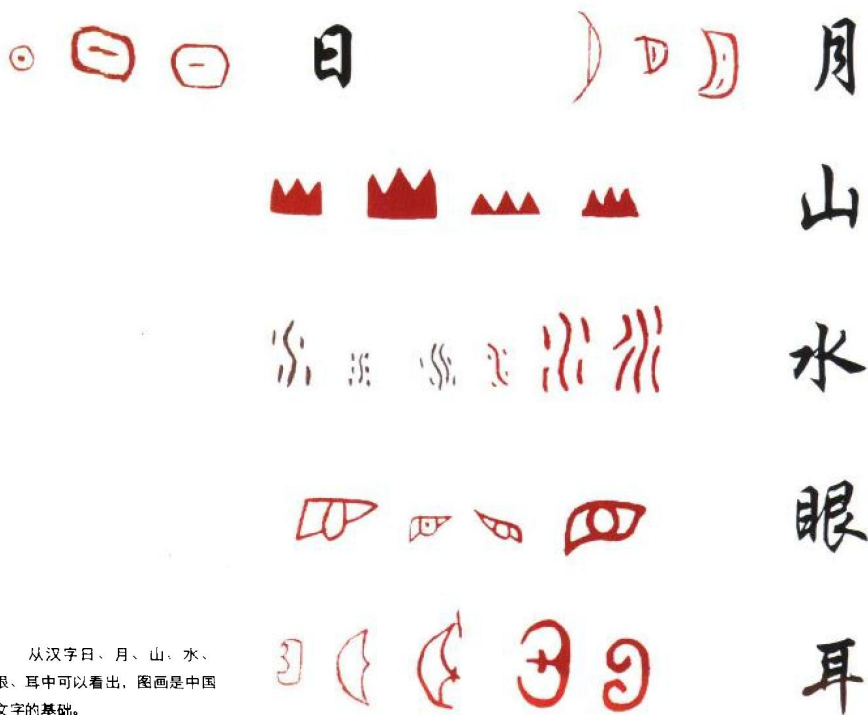


马家窑文化舞蹈纹彩陶盆



3. 图形语言的特征

图形、语言、文字是人类为传播而创造的一种载体工具，而图形是介于文字与美术之间的另一视觉传播形式。图形与文字的最大区别在于：其一不受国家、地域、民族的局限；其二不受时间、顺序排列的前后约束。与美术作品的区别在于：艺术作品注重艺术家个人情感的宣泄，艺术作品可以不考虑作品的使用价值，以及能否被大众接纳；但是图形语言却不同，图形语言的特征不仅要能够直观地、准确地传达信息，调动视觉激发心理，更重要的是要顾及受众心理的理解，实现心灵触动和沟通，最后达成情感的交流。俗语说：一图胜千言。因此，图形语言它能够引起注意，并能留住注意，它这种强烈视觉冲击力，永远都是文字和语言无可取代的。



从汉字日、月、山、水、眼、耳中可以看出，图画是中国文字的基础。

4. 图形的传播特征

自古以来,各民族都有结绳记事、画图、说话和写字的时期,其目的就是要与国家、民族、社会和人类相互“传播”。图形语言的传播特征,除了具有直观性、象征性、可读性、准确性、广泛性以外,还必须具备一定的审美价值和指示教化的作用。具体归纳为以下几点:

a. 直观性

俗语常说:事实胜于雄辩。图画式图形语言是一种可感、单纯而又简练的语言,它的传播有着强烈的直观性。

b. 象征性

运用感性、含蓄、隐喻的符号,暗示和启发人们产生想象,从而调动激发观者产生联想,达成情感与思想的交流。因此,图形语言的传播有着很大的象征性。

c. 指示性

图形具有命令、传达、批示性功能。

d. 广泛性

图形语言的传播具有广泛性。从静态广告,如报纸、杂志、招贴到动态的影视网络等方面,其传播领域的广阔,充分体现出图形创意运用的广泛性。

e. 可读性

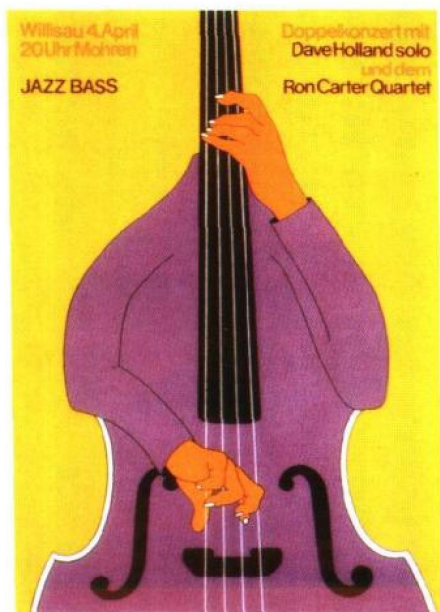
当受众被图形吸引而驻足欣赏作品的同时,也理解和接受了图形所传达的思想和表达的内容。因此,图形的传播应具有可读性。

f. 准确性

为了能够达到预期的个性化信息传递这一效果，图形内容与形式的准确性是信息传递中的重要环节。不准确或误导比不传递还糟，所以图形语言的传播应具有绝对的目标准确性。

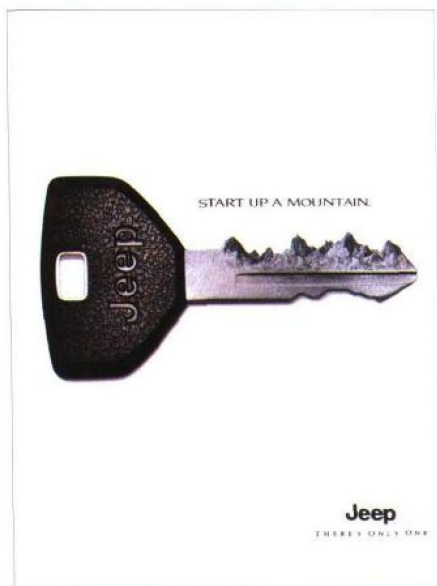
g. 审美性

优秀的图形创意作品，在传达信息的同时，不仅要注重不同层次消费者的审美差异，更要强调内容与形式的和谐统一美，好的图形作品能给人带来一种赏心悦目的愉悦感。因此，图形语言的传播有着审美性价值。



爵士贝司

· 尼古拉斯·特罗斯勒

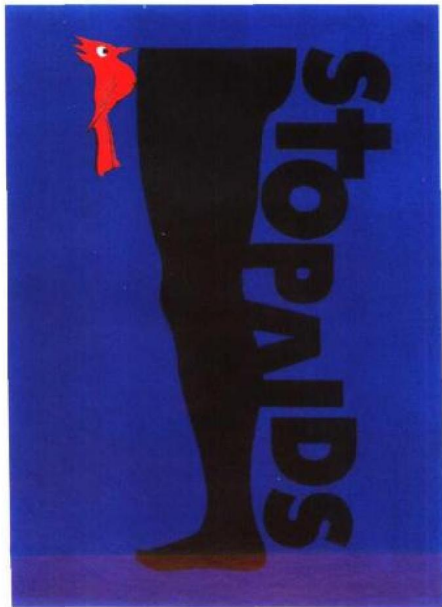


5. 图形的含义

所谓图形，是指使图成形，意为要人为地创造形象。因此，图形的本意应该是通过可视性的图画来向别人阐释某个观念，或某种思想内容并具有创造性思维的视觉形象。

图形有别于文字、音乐。图形是超地域、超时空的一种非文字的世界语言，是大众传播的主要手段之一，人们常说音乐无国界，其实图形更无国界。它较之文字更含蓄，更有意味，它是有“意味”形式的艺术视觉符号。

图形有别于标记、标志与图案。它既不是一种单纯的标识记录，也不是单纯的符号，更不是单一以审美为目的的一种装饰。图形有别于纯绘画艺术。艺术家可以张扬自我个性的体现，而一位优秀的图形设计师不仅在作品中要体现自我设计风格，更重要的是表现出普通观众认可的“共性”。只有“共性”与“个性”——并存在的图形设计才能更完全、更有效地发挥出图形大众传播信息的功能。



制止艾滋

• 陈绍华



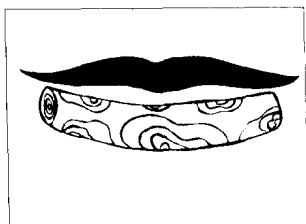
展览会请柬

1. 创意的含义

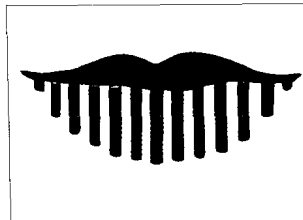
在英文中，“创意”一词是“Idea”和“Creative”。其中“Idea”的意思是指“主意、念头、想法”。“Creative”原意为“有创造力的、有创造性的”。

在汉语中，由“创”字可以联想到“开创”、“创造”、“独创”。“创，始造之也”，“创”字包含着最先的、崭新的意思。由“意”字联想到“主意”、“意念”、“意识”、“意会”、“意向”、“意味”，而最接近“创意”的基本意思即是“意匠”一词，是指构思之意，是对作文、绘画等事物的精心构思。

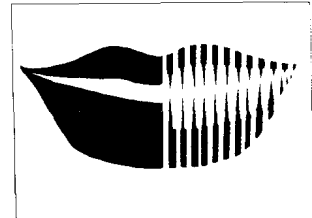
无论是外来语，还是汉语，均可以看出“创”与“意”的结合，不但强调思维作用于行为、并指导行为的能力，更强化了创意是一种非物质的精神活动行为。因此“创意”是具有一定创造性思维程序的产物，即是一种有思想，有意识的创造性行为。



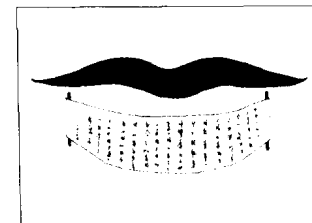
笨嘴拙舌



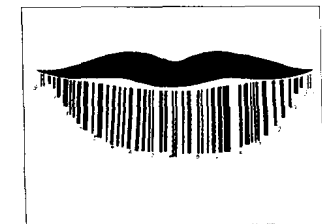
一言九鼎



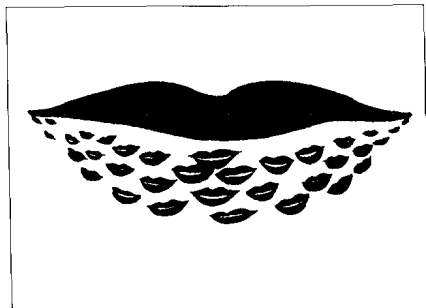
伶牙俐齿



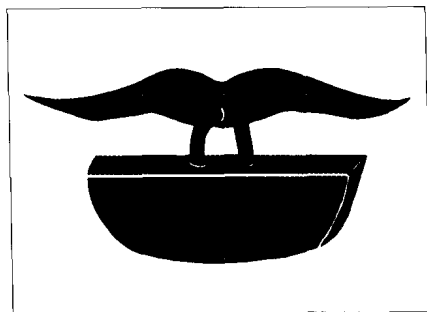
出口成章



绝无戏言



群雄争辩



有口难言

• 王慧玲

2. 创意与创造

“创意”一词是“创造”一词的延伸，或者说创意是创造活动的一个组成部分。但是“创意”不等于“创造”，创造是创作前所未有的事情。“创意”是对知识、前人经验及自我实践等长期积累的感情结果，也许是在瞬间诞生，但却不是一瞬间所孕育的。“创意”不是稍纵即逝的灵感，否则只能是简单的感觉滥觞，更不是理性的直接产物，否则枯燥无味。

3. 创意与创新

“创意”一词着重于创造性的思维，是对一种主意、念头、想法的挖掘，是相对单一的一种思维行为。而“创新”的含义则是在已有事物中发现别人未曾发现的，表现别人未表现过的，联想别人未能联想到的，象征别人从未象征过的，以及对画面的构图、制作、效果上采用别人未采用过的手法。因此，创新就是把发现、再现、想象、幽默、象征及其他方法加以互相交置和解析重构的创造性行为活动。

想象

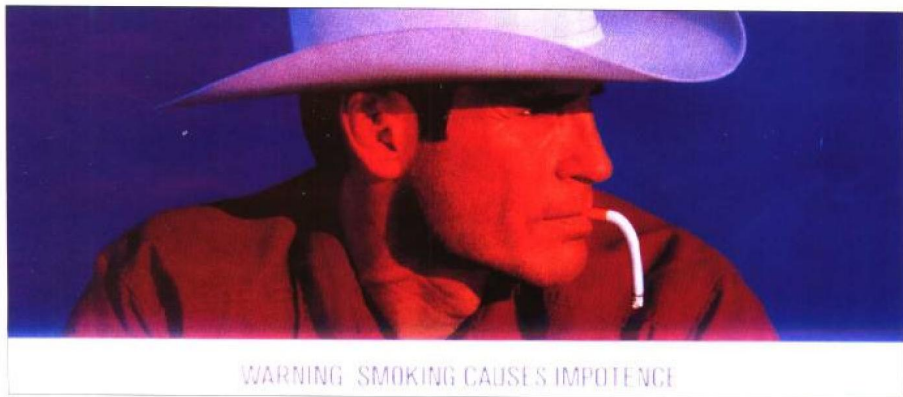
想象

知识

创造力

创意

联想



4. 创意、想象、联想

创意发想图表

分析阶段

收集资料

发现阶段

寻找相似点

联想阶段

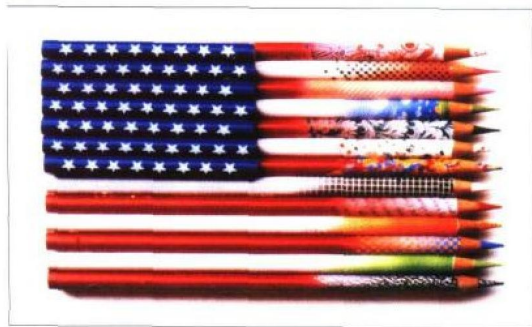
重组要素

创造组合阶段

所谓创意的好坏、高明，就在于尽管给观者看的图形是生活中平凡的物和事，却能让观者从图形中想象出不同的事情，“品”出不同的滋味。要达到如此境界，创作出优秀的作品，必然离不开雄厚的专业知识的支撑。因此创造力、想象力是对知识的长期积累，它们需要知识的滋养，也就是说知识是想象力、创造力赖以滋生的土壤。知识是相对有限的，想象力远比知识更宽广。因此人们的想象力是推动知识乃至世界上一切事物进步的源泉。

“想象”是通过联想在原有感性形象上经过组合创造出新形象的思维过程。想象的表达是不受任何时间、空间限制的，在图形创意领域里，通过想象可以使无生命的物象赋予生命和活力的形态，用有生命的形态取代无生命的物象，用不合理而合情的联想组合方法，来得到极具想象力的新形象。

“联想”是由一人、一物、一事或概念想到别的人、物、事、概念的心理过程。有人称之为“观念的联合”，即由一事物的观念想到另一事物的观念。联想和想象都是创意的关键，是视觉传达设计中不可缺少的组成部分，是决定设计成功与否的重要条件。只有通过对联想思维的训练，达到对形态的深层面认识与感悟，才能使想要传递的信息更有效地、准确地、直观地反映于画面，使读者被感化和感动，从而产生共鸣。



5. 创意的方法

a. 分析认识阶段

采集归纳所要传达对象的资料，可分为三种资料。一种是与传达对象相关的资料，另一种是包罗万象的社会生活等各方面知识，第三种是整理自我实践中的各种体验与知识。

b. 观察发现阶段

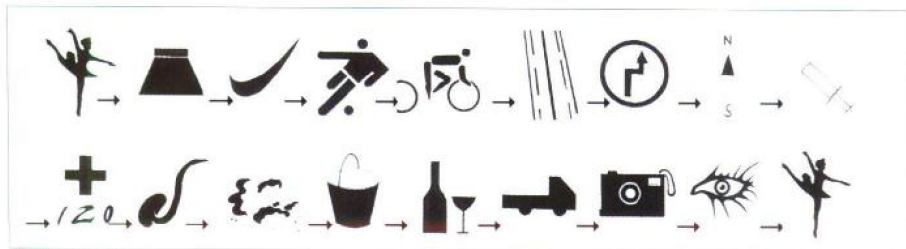
通过对以上三种知识和经验的分析与研究，可初步寻找出所需传达对象与资料中的物、事、概念、意义、环境、情景等之间的连接点、相似点，探索它们之间的关系，寻找各种组合的可能性。

c. 联想发想阶段

对初步形成可能组合的方案进一步从事物的各个方面进行相同、相似、相反、相远等方面的发想，让思维开阔、思想敏捷，认识由浅入深，从而使“新形象”既丰富而又新奇。

d. 组合创造阶段

在经过以上三个阶段之后，运用一定的组合规律和变化形式，将会产生新的结构、形态，创意便逐步明朗化。到此创意产生。



舞蹈的横向联想图

· 张毅

1. 何谓创意图形

创意图形是设计师根据表现主题内容的要求,以说明性的图画形象为造型元素,运用一定的独创形式构成和规律性的组织变化,使图形本身更具有深刻的寓意,从而调动视觉来激发心理层面,并准确传递信息、沟通情感的创造性图形。

2. 创意图形的目的

目的 a

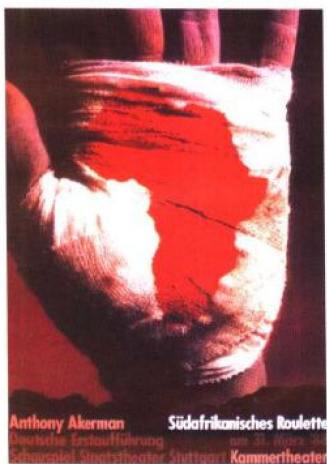
强调向受众进行视觉传递,进而获取一定的社会效应与文化启示。传达一词在拉丁语中意为沟通,给予人们的意思,是把信息通过媒体传播给他人之意。在传递的过程中能否达到预期的目的、效果,也就是能否产生好的效应,主要取决于图形作品的好坏,而图形的好坏又取决于创意的优劣。反之,创意的优劣直接影响到信息传播的有效程度,信息传播的有效程度又直接关系到社会经济和文化的发展。

创意

图形作品

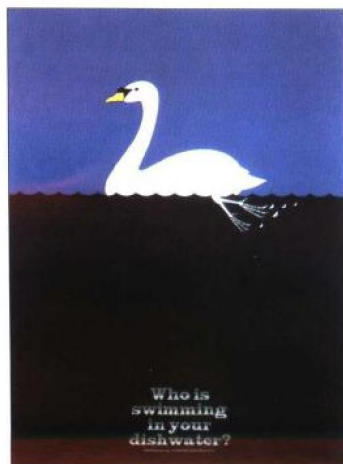
传播结果

社会效应



戏剧海报南非轮盘

• 冈特·兰勃



污染

• 安藤兼乡

目的 b

图形设计作品强调最大限度使创意设计符合商业性标准。所谓商业性标准，是指能够体现服务社会，产生经济效益的商用价值。

目的 c

图形设计作品强调避免与他人雷同、突出个性、独具特色并有效地展现出图形本身自有的艺术魅力。因此，恰当的表现形式和美的图形语言以及设计师的设计个性、观念等等，这些艺术价值在创意设计过程中是绝对不可忽视的。



伤感的鸟

• 汤雅莉