

21世纪高等院校

艺术设计专业『十二五』规划教材

◎ 鲁晓波 蒋啸镝 / 顾问
◎ 张夫也 孙建君 / 丛书主编

图形创意

GRAPHIC IDEA

李琳 魏敏 / 主编



南京大學出版社

21世纪高等院校艺术设计专业“十二五”规划教材

◎ 顾问/鲁晓波 蒋啸镝

◎ 丛书主编/张夫也 孙建君

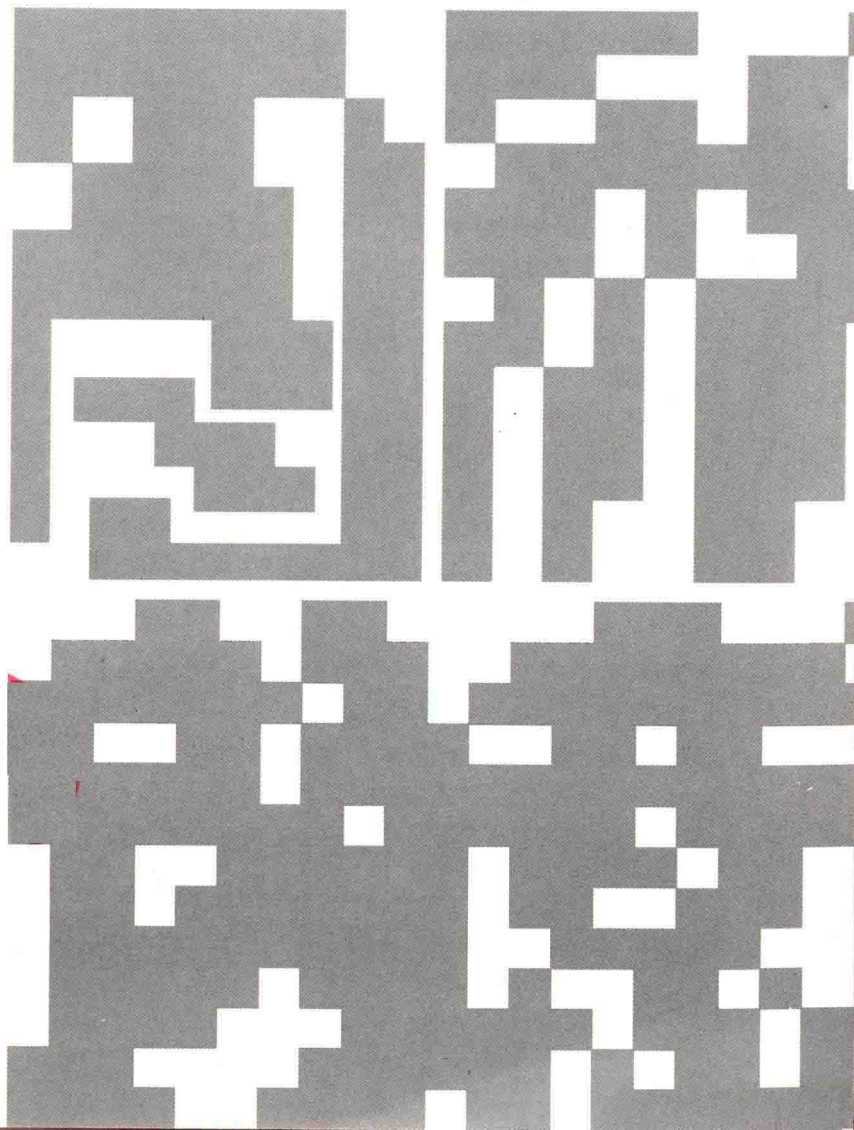
图形创意

GRAPHIC IDEA

主 编 李 琳 魏 敏

副主编 肖 巍 姜 丹 姚克难 夏 莲 高尚桢

 南京大学出版社



内容提要

本书以清晰的思路、翔实的文字,介绍了图形创意的相关知识,并配有大量图例,深入浅出、由简及繁,既便于教也便于学,有较强的可操作性。全书内容包括:图形概述、图形创意的思维方式、图形创意的来源与积累、图形创意的基本要素、图形创意的表现方法、向大师学习等。

本书可作为高等院校视觉传达专业及其他设计专业的教材,也可作为高等职业院校相关专业教材及艺术设计爱好者的自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

图形创意/李琳,魏敏主编. —南京:南京大学出版社,
2011.12
21世纪高等院校艺术设计专业“十二五”规划教材
ISBN 978-7-305-09543-6

I. ①图… II. ①李… ②魏… III. ①图案设计—高等学校—教材 IV. ①J51

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第281849号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路22号 邮 编 210093
网 址 <http://www.NjupCo.com>
出 版 人 左 健

丛 书 名 21世纪高等院校艺术设计专业“十二五”规划教材
书 名 图形创意
主 编 李 琳 魏 敏
责任编辑 李建钊 编辑热线 010-82893902
审读编辑 张 青

照 排 广通图文设计中心
印 刷 北京彩和坊印刷有限公司
开 本 889×1194 1/16 印张 6 字数 202千字
版 次 2011年12月第1版 2011年12月第1次印刷
ISBN 978-7-305-09543-6
定 价 39.00元

发行热线 025-83594756 83686452
电子邮箱 Press@NjupCo.com
Sales@NjupCo.com (市场部)

* / 版权所有, 侵权必究

* / 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购
图书销售部门联系调换

21世纪高等院校艺术设计专业“十二五”规划教材

顾问

鲁晓波 清华大学美术学院党委副书记, 教授, 博导
蒋啸镝 湖南师范大学教授

丛书主编

张夫也 清华大学美术学院教授, 博导
孙建君 中国艺术研究院研究生院副院长, 教授, 博导

专家指导委员会名单 (按姓氏拼音排序)

白天佑	甘肃政法学院艺术学院院长, 教授
陈劲松	云南艺术学院设计学院院长, 教授
戴 端	中南大学艺术学院副院长, 教授
丁 峰	徐州师范大学美术学院副院长, 副教授
杜旭光	河南师范大学美术学院副院长, 教授
高俊峰	河北科技大学艺术学院院长, 教授
谷 林	山东轻工业学院艺术设计学院, 教授
关 涛	沈阳理工大学艺术设计学院副院长, 教授
郭立群	武汉工程大学艺术与设计与学院副院长, 教授
郭线庐	西安美术学院副院长, 教授
何人可	湖南大学设计艺术学院院长, 教授, 博导
贺万里	扬州大学艺术学院副院长, 教授
胡玉康	陕西师范大学美术学院院长, 教授
黄兴国	河北师范大学艺术设计学院副院长, 教授
金雅庆	吉林建筑工程学院艺术设计学院副院长, 副教授
荆 雷	山东艺术学院设计学院副院长, 教授
李 兵	绵阳师范学院美术与艺术设计学院副院长, 教授
李 杰	中国传媒大学教授, 导演
李 林	淮海工学院艺术学院院长, 副教授
林 木	四川师范大学美术学院院长, 教授
刘彩军	山西大学美术学院副院长, 副教授
刘同亮	徐州工程学院艺术学院副院长
刘 丽	内蒙古建筑职业技术学院, 教授
马 刚	兰州商学院艺术学院院长, 教授
彭 红	武汉科技大学艺术与设计与学院系主任, 教授
潘 力	大连工业大学服装学院院长, 教授
舒 平	河北工业大学建筑与艺术设计学院副院长, 教授
涂 伟	武汉科技大学艺术与设计与学院院长, 教授
万 萱	西南交通大学艺术与传播学院院长助理, 教授
王承昊	南京晓庄学院美术学院院长, 副教授
王健荣	湖南师范大学美术学院教授
吴余青	湖南师范大学美术学院教授
谢 芳	湖南师范大学美术学院教授
徐伯初	西南交通大学艺术与传播学院副院长, 教授, 博导
徐青青	西安工程大学艺术工程学院院长, 教授
许 亮	四川美术学院设计艺术学院副院长, 教授
许世虎	重庆大学艺术学院院长, 教授
杨贤艺	长江师范学院美术学院副院长, 教授
袁恩培	重庆大学艺术学院教授
詹秦川	陕西科技大学设计与艺术学院副院长, 教授
张健伟	河南师范大学美术学院院长, 教授
张文川	河北大学艺术学院副院长, 教授

现代设计在我国起步较晚，要跟上国际设计发展的步伐就必须真正了解国际设计界的现状，转变设计观念，从大师的作品中悟出门道。在图形设计中，“创意”是最核心的部分，要学习设计必须掌握图形设计的基本知识。本书是学习图形创意的良好教材，对图形创意进行了详细的阐述，重点介绍了多种创意的思维方式。

本书针对学生缺少思维训练的状况，从对每个问题的不同解决方法中发掘解决问题的各种潜在因素和设计方案；鼓励用概念来发展技巧，冲破传统的习惯性思维，摆脱简单的对与错，指导学生从创意思维的角度去观察、认识、理解，融合并消化收集的信息，运用抽象的形式表现事物现象，创造多元的构形设计方法，用图形符号的形式再现自然与生活中的具体形态；让学生直接面对各种各样的开放式问题，主动自觉地去寻求多样化的解决方案，使学生发现生活中的创意元素，加深对图形语言重要性的认识，为学生开辟一个新天地，为专业设计打下创意基础。

创意来自思维，要经过大量正确的训练才能做到头脑灵活、思维敏捷。书中用实例来说明思维的方法，训练设计思维的能力，同时吸取前人的经验和各种可借鉴的资源，介绍了图形设计的基本要素和向前辈、大师学习的方法，相信会对大家有所帮助。



湖北美术学院教授

图形是设计作品的表现形式，是设计作品中备受瞩目的视觉中心。随着社会的发展和商业设计的不断成熟，作为视觉传达设计的重要基础，图形创意设计越来越受到人们的重视。图形创意设计是通过形态的变化将某种社会事物浓缩成一种视觉符号、标记、代码，使之成为具有政治、经济、宗教、文化价值的东西。它常以不拘一格的意念吸引大众的视线，并为人们提供无限的联想空间，启发大众的智慧。优秀的设计作品都以自己独特的图形语言准确、清晰地表达设计的主题，以最简洁有效的元素来表现富有深刻内涵的主题。由此可见，图形创意是设计的灵魂。

本书具有基于课程的实验性和实践性，通过基础理论的引导，注重课程内容和课程方法的创新。课程内容的创新主要是为了适应社会的需求和学科的发展；课程方法的创新则更加注重培养学生的创意能力和解决问题的能力。一些比较成熟的设计课程中，基础理论相对稳定，课程创新也就更多地体现在设计案例、作业练习、评判标准等方面的改革上。尤其是设计练习，我们更提倡在教学中启发创造力，每个练习项目都是以一个需要解决的问题作为创意思维的开始，在解决问题的过程中培养学生对界定问题、分析问题和解决问题的能力。最后一章“向大师学习”改变了以往教材仅介绍优秀作品的形式，而采用了着重介绍在图形艺术世界中取得卓越成就的设计大师，从而使学生更好地理解不同时代、不同文化背景下图形表达出的艺术精神和设计师的个人风格特点。

华中农业大学的李琳、姚克难、高尚桢，中国地质大学江城学院魏敏、华中科技大学武昌分校肖巍、武汉大学东湖分校姜丹、武汉职业技术学院夏莲参与了本书的编写。全书由李琳担任第一主编并负责统稿，湖北美术学院丁同成教授审阅了全书。本书涉及的作品，版权归作者所有，为本书提供设计作品的还有陈放、陈磊、杨柳，在此深表感谢。

由于编者水平有限，书中难免有疏漏和不足，欢迎广大同人和专家批评指正。

编者

目录 // Contents

第一章 图形概述/1

第一节 图形的定义/2

第二节 图形的起源与发展/3

第三节 图形的作用与意义/4

第二章 图形创意的思维方式/9

第一节 直觉思维/10

第二节 发散思维/11

第三节 类比思维和逆向思维/13

第四节 联想思维/17

第三章 图形创意的来源与积累/24

第一节 汲取传统资源/25

第二节 运用新技术、新媒体资源/29

第四章 图形创意的基本要素/35

第一节 形态要素/36

第二节 色彩要素/40

第三节 肌理要素/41

第四节 空间要素/42

第五章 图形创意的表现方法/44

第一节 异影图形/45

第二节 正负图形/46

第三节 共生图形/48

第四节 双关图形/48

第五节 聚散图形/50

第六节 同构图形/52

第七节 无理图形和混维图形/57

第八节 渐变图形和减缺图形/62

第九节 文字图形/63

第六章 向大师学习/68

第一节 埃舍尔/69

第二节 艾伦·弗莱彻/72

第三节 福田繁雄/73

第四节 冈特·兰堡/75

第五节 陈放/79

第六节 霍尔格·马蒂斯/81

第七节 兰尼·索曼斯/83

第八节 第埃尔·萨菲斯/85

参考文献/90

第一章

图形概述

本章知识点：

- 图形的定义、起源与发展，图形的作用与意义。

学习目标：

- 掌握图形的定义、起源与发展，理解图形的作用与意义，培养对图形创意课程的学习兴趣，树立良好的图形创意观念。

图形，作为视觉传达的图像记号，最早随着西方视觉传达设计理论的深入发展逐渐被带到中国。在中国市场经济的不断发展下，视觉艺术在人们的生活中也越发重要。在不断探索图形的表现形式和追求图形的视觉冲击力的过程中，图形的内涵也逐渐清晰化。

第一节 图形的定义

图形设计正式形成于20世纪60年代。英文“图形”一词是“Graphics”，词义是：由绘、写、刻、印等手段产生的图像记号，是说明性的图画形象，以别于词语、语言、文字的视觉形象。

图形可以通过各种手段大量复制，是传播信息的视觉形式；是人有意、有目的地发现创造出来，为人们所认识的提高视觉注意力的重要素材。著名的图形教育家林家阳先生认为，图形是一种具有说明性的视觉符号，其本意是通过可视性的设计形态来表达创造性的意念，也就是给设计思想以形状。

图形是作为一种交流信息的媒介而存在的，有很强的功能性，和文字语言等媒介一样，有一定的信息量，为了传播某种概念、思想或观念而存在。其实，我们也可以简单地理解为，图形是一种通过视觉形象传递信息的方式（图1-1）。在生活中，我们还可以看到很多有趣的标识设计，利用活泼、生动的图形语言向人们传达最简单的信息（图1-2）；同时，在一些标牌的设计中，当标牌本身也图形化之后，标牌所要传达的信息，更容易为人们所关注（图1-3）。

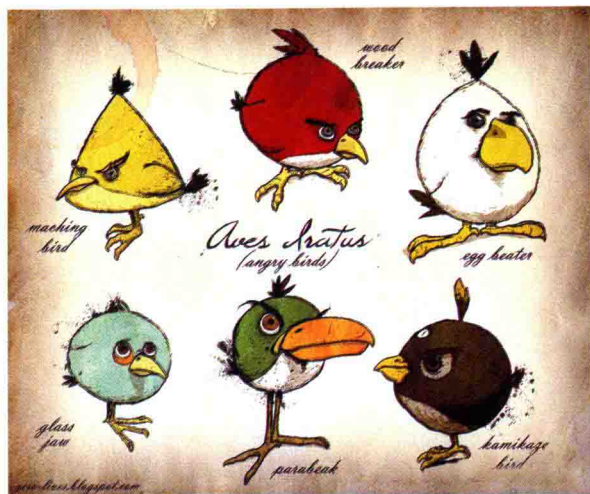


图1-1 不同图形的表情

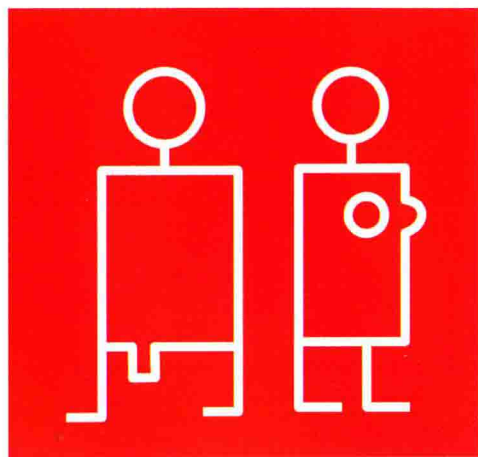


图1-2 卫生间标识



图1-3 道路标牌

图形是一种图像记号，是传播信息的视觉形式，图形设计师们通过一种形态的变化将某种社会事物浓缩成一种视觉的符号、标记和代码，而使之成为一种具有政治、经济、文化或生活价值的东西，并以此来表现主题。设计师不拘一格的意念和艺术家内心自然情感的流露将出现在非凡的图形创意当中。

图形设计是经过印刷以后大量复制的设计。媒体活动日趋重要，而宣传方式也日趋复杂。图形设计的范围亦从昔日的海报、报纸杂志和商品包装等扩展到摄影图形、电视和电影图形、计算机图形、环境图形等方面。

第二节 图形的起源与发展

伴随着人类文明的进步,图形的发展真实地见证和记录了这一历史进展的过程。受技术发展的影响,图形的发展传播经历了四个阶段。

第一阶段,随着人们之间日渐频繁的交流需要,在很多器物上、洞穴中都可看到大量的图画、标记和符号,这些就是最古老的原始图形(图1-4),随后又产生了象形文字(图1-5、图1-6)。文字从图形中逐渐分离出来,并形成了独立的体系,标志着人类的图形语言找到了可一一对应的准确含义,文字成为记事和识别的重要手段,开始作为传播载体来传达信息,人类文明向前迈进了一大步。



图1-4 欧洲史前洞穴壁画



图1-5 象形文字



图1-6 古埃及象形文字浮雕

第二阶段,纸张的产生与印刷术的发明推广,使图形等视觉信息找到了绝佳的媒介,并通过大量的复制,使信息传播范围更加广泛而深入,信息沟通更加便捷(图1-7)。



图1-7 早期的雕版印刷品

第三阶段,始于19世纪的大工业生产不仅对手工业生产产生了巨大的冲击,也影响了近现代跨大洋的文化系统和地区冲突。20世纪初期,图形设计的发展日渐得到了新的关注。照相机、电影等复制影像方式的出现为图形的设计与传播提供了更新的传播媒介,于是大家的目光共同投向视觉语言系统,其中最具代表性的是摄影技术的发明、制版及印刷技术的革新。这一时期较具代表性的艺术家毕加索与埃舍尔分别在视觉思维、视觉传达和图形创作技巧方面,做出了很多大胆的尝试(图1-8至图1-10)。



图1-8 《和平鸽与脸》毕加索

第四阶段,电子计算机技术的出现和运用使信息媒介的制造、传播与发展进入了新的历史阶段,图形设计表达完全突破了手工技术的束缚(图1-11、图1-12)。科学技术和社会文化的进步与发展促进了现代图形设计

观念的更新,也使视觉语言的传达向着更加多元化的方向发展。



图1-9 毕加索作品



图1-10 埃舍尔作品

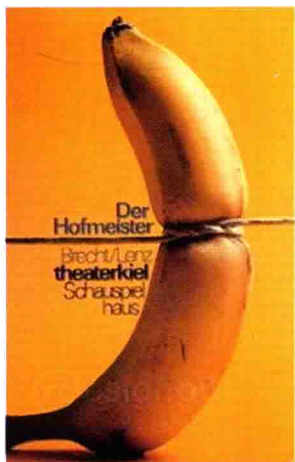


图1-11 图形创意大师霍尔格·马蒂斯作品



图1-12 创意广告

第三节 图形的作用与意义

在人类社会，图形被认为是最能传达思想感情的媒介之一，是人与人之间相互沟通的桥梁。特别是在信息时代，图形的传达已非常普及。在人类生活的周围，图形模式正逐步成为一种全球性的沟通模式。在图形设计中，“创意”就是创造性的意念和将意念或构想转化成具有创新精神的设计形式的思维过程。图形作品的好坏取决于创意的优劣，创意的优劣又直接影响到信息传播的有效程度，信息传播的有效程度则直接关系到社会经济和文化的发展。

图形创意作为设计的基础，解决的是在一切视觉传达艺术中视觉形象的创造和视觉语言的表述问题，图形在信息传播过程中的作用主要反映在传情达意方面。

图形与文字是平面设计中进行视觉传达时运用的主要媒介。

思想、情感、信息都是一种抽象的形态，看不见、摸不着。人们在进行思想情感交流时，需要用一种可以被我们的感官感知的物质形态来负载抽象形态的意义，这样才能实现交流。

在理论上，图形交流与对话交流是很接近的，对话交流是通过发音塑造一个“声音形象”来表达所要说的意思；而图形交流时通过图形塑造一个观者可以用眼睛感受的“视觉形象”来表达我们所要说的意思。与对话不同的是，我们解读平面设计的图形前并不会接受什么专门训练，并且不需要文字提示即可看懂它的意义，因此图形可以跨越语言障碍而成为一种“世界语”。在

国际交流中,这种“世界语”可以为不同语系的人所理解,成为一种更广泛的语言,并受到国际活动组织者们的重视。另有一些图形,特别是一些表达抽象的概念、思想、感情的图形,它们本身没有具体的形状可以参照,而优秀的图形设计师可以将它们生动地表现出来。从中我们可以发现图形语言不仅可以跨越语言障碍为更多的人所理解,同时也可以表达出复杂的情绪和对事物更深层次的思考。所以,平面设计中的图形发挥着类似语言的作用,在社会交流中扮演积极的角色。

图形本身是视觉空间设计中的一种符号形象,是视觉传达过程中较直接、较准确的传达媒体,它在人们的文化、信息沟通方面起到了不可忽视的作用。在图形设计中,符号学的运用影响着图形设计的表形性思维的表述。也正是由于它的存在,平面图形设计的信息传达才更加科学准确,表现手法也更加丰富多彩。

平面图形设计本身是符号的表达方式,设计者借它向受众传达自身的思维过程与结论,达到指导或劝说的目的;换言之,受众也正是通过设计者的作品与自身经验加以印证,最终了解设计者所希望表达的思想感情。显而易见,作为中间媒体的平面图形设计作品,这时即为设计者的思想感情符号,而这个符号所需表达的信息是否可以被观者准确、快速、有效地接受与认知,就成了设计作品成功与否的标志。这是由设计者在设计的思维过程中对图形符号的挑选、组合、转换、再生把握的准确有效程度决定的。由此可以说,符号是表达思想感情的工具。

对一个符号的解读过程也是发现图形意义的过程,当受众以其文化经验和生活积累去理解图形中的符号时,会产生对此图形的个性化理解。在图形范畴,符号可以分为三个不同层次:象形符号、指示符号和象征符号。

(1) 象形符号是直接意指的符号,代表某一特定事物或实物的视听形象或其他感性形象。象形符号和它所表征的实物具有相似性,通过模仿对象或与对象的相似性来表达意义。例如法国达能(Danone)公司的标志(图1-13),2008年中国北京奥运会的标志等(图1-14)。



图1-13 法国达能公司标志



图1-14 2008年北京奥运会标志

(2) 指示符号指一个事物最直接的时空特征。指示符号是最“原始”且作用最有限的符号,但在人类交际中得到了广泛的应用。例如在机场中随处可见的指示标牌(图1-15)、生活日用品包装上的使用说明符号等。



图1-15 机场指示标牌

同时,符号的指示意义首先依赖于符号的创建。例如,交通标志符号的意义依赖于交通规则的公告(图1-16),纪念符号的意义依赖于对历史特性保存的解释。

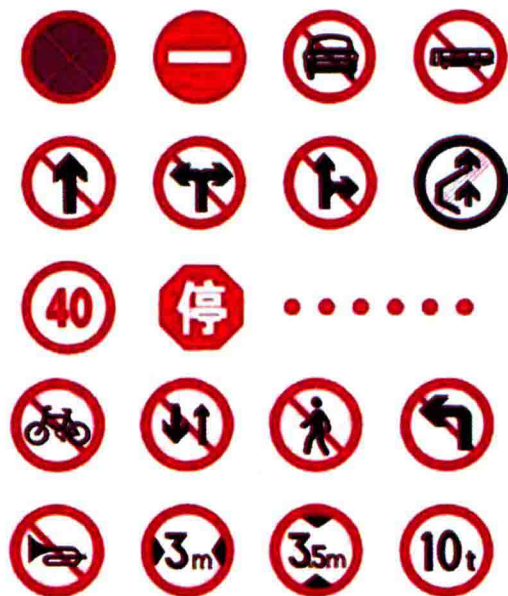


图1-16 常用的交通标志

(3) 象征符号不具有形式和符号所表事物或实物之间的自然性联系,只具有二者之间的规定性联系,而这种联系是约定俗成的。象征符号是人类所特有的符号系统,是不同国家、不同地区的人们为了表达自己的思想情感而创造出来的。例如红色代表着喜庆、革命,桃在中国人的眼中是长寿的象征(图1-17)等。



图1-17 桃形剪纸

虽然图形和意义是两个概念,但图形可传达一定的意义。图形是人有意、有目的地创造出来的,和意义有着天然而又密切的关系。意义虽然是对客观事物的认识与评价,却不只是图形才能引起和影响的认识与评价,同时,这认识与评价毕竟属于意识形态,可以和客观事物相分离,以概念等方式保留在人的思维和记忆之中。

图形和意义虽有区别,却可以结合起来。方式之一是先立意或先创意,再根据意义的特点和表达意义的要求去寻找、选择、加工、组织、探索或创造适合的形

式和形象,使之成为承载该意义的载体。方式之二是用图形去吸引意义。这就要求图形的创作者赋予图形以引人注目的魅力、受人欢迎的品质、容易接触的环境等,使图形有能力在人们的直觉中、认识里或应用后,找回对自己的意识与评价。如果被漠视甚至冷落,图形等于没有意义。方式之三是图形的需要者在观察、分析、比较和选择图形的过程中,把自己的知识、经验、好恶等投射到图形上,和图形的构成要素及其整体效果对应起来,从而产生需要者对图形的认识与判断。需要者不同,这种认识和判断肯定也不同,需要者和图形要素对应的性质和程度不同,这种认识和判断也有不同。方式之四,就是图形的使用。人们创造图形的目的就在于使用,也用于学习、研究、教育、传播、欣赏及娱乐,包括用于扩大政治力量,增强宗教影响,进行思想控制,以及其他生产、生活目的等。因为使用,图形的功能得以发挥,价值得以体现,意义也就在这个过程中得到认识、肯定与认同。

归纳起来,以上四种结合方式的结果有两种情况:第一是以意义为中心而创制的图形,即意义的图形;第二是以图形为前提而感悟或体验的意义,即图形的意义,及信息接受者通过图形感悟或体验的意义。第一个结果是图形的开始,第二个结果是图形的完成。对于开始,完成不仅是目标以及目标的实现,而且是新开始的出发点。这样一来,以对不同图形的解读、使用与评价去分析图形的意义,就成为意义的图形创作的极其重要的参照系。从直觉图形出发,沿着科学、技术、艺术和信息图形的线路,再进入逼真、比喻、象征、幽默、浪漫的范围,去分析和评价它们的意义。

图形可供解读,也可在解读中发挥作用。汽车司机解读交通标志,必须在瞬间读出,而且要准确无误,这是很典型的直觉解读方式。心脏科医生解读心电图,可以仔细观察,耐心比较。

人在直觉解读图形的意义时,时间很短,来不及分析比较,用不上逻辑程序,一眼看去,好就是好,丑就是丑,喜爱厌恶立刻分明。直觉与生俱来,人人皆有,但人与人又有所不同。德国科学家莱布尼茨认为,直觉是认识不言明的理性真理的能力。很多科学家更认为直觉是创造性思维的一个重要环节。直觉在视觉艺术领域里有更高的地位。画家、设计家和工艺美术家等,从孩提时代便已开始接受严格、系统的直觉训练,对形象、色彩和空间的敏感绝非常人可以想象;成年之后的每一件作品都要借助直觉的能力去完成;到了晚年,别的能力可能会迅速退化,直觉的能力依然敏锐。在这方面,欧洲印象派的画家马奈、莫奈、德加、雷诺阿、修拉等

人非常典型。近年来的广告界十分重视直觉解读的意义,直觉不仅仅是许多优秀广告创意的灵感之源,而且是顾客对广告反应中最重要、最珍贵的财富。顾客投向广告的视线往往就在一两秒钟之内,有时连1/10秒的时间都没有,这么短的一瞬间,广告若能使顾客眼睛一亮,心中一动,成功已经超过了一半。

人们理解图形的意义是建立在直觉解读的基础之上的,是观察之后的再观察和思考之后的再思考,如果没有直觉就不会跟进后续的理解。只有有了直觉的基础,反复的观察和思考才得以进行;所谓哲学的、逻辑学的、系统论的、辩证论的思想方法才能派上用场;各种知识、经验才可能发挥作用;思考者的世界观、人生观、价值观才可能产生影响。

科学图形的作用主要表现在理解方面。科学图形分两类:一类是研究性质的,需要借助图形去探讨自然和社会科学的真理;另一类是普及性质的,需要借助图形向大众宣传科学知识。科学图形还把非视觉形态视觉化,心电图、反射波这些图形所包含的意义需要科学家们花费一代又一代的精力,去分析、研究、假说和求证,逐步地理解、理解、再理解。每幅科学图形的认识直接推动了人类整个科学的发展与繁荣,推动了社会历史的进步。

技术图形的作用更多地表现在应用方面。应用是理解的一种求证,也是理解的合乎逻辑的发展。其一为设计类和模型类,如设计图、工程图、工程模型、实物试样。其二为实物类,即具体的工具、设备、仪器、机械、文具、兵器……它们是按图施工的成品,是技术功能的物质载体。

艺术图形的作用在于直接或间接地反映了自然、社会、历史和文化的种种现象、本质、矛盾和斗争,进而表现了人的思想、感情和才智,让人在得到直觉的意义之后,再得到认识和理解的意义。另外,艺术图形还有种种具体的用途,可满足各种精神生活的需求。为此,各种政治、宗教、经济、道德或教育的力量都来争取它、利用它和控制它,使它表现出使用的意义。

信息图形的提法是近才出现的,是大众传播蓬勃发展的产物。应该说此前的全部图形无一不传播着信息,无一不是地道的信息图形,即使是所谓的为艺术而艺术,为形式而形式,以及自我标榜为反传统、反社会、反文化的前卫艺术、装置艺术、行动艺术等,也实际上体现了作者们的艺术主张。在当今社会,一切都要为信息传播服务,所有的文字、形式、形象和符号都必须是信息的载体。

如果说传统图形传播信息有一种自发倾向,那么自

觉地传播信息便成为现代图形设计的灵魂。按表现方法的不同,图形分为逼真、比喻、象征、幽默、浪漫图形等。它们各有不同的作用。

逼真图形是指写实性绘画和照相器材摄制的镜映图形。随着照相设备和技术的进步,镜映图形的逼真感已达到了前所未有的程度,因而最具科学、艺术、技术和信息价值,并在信息图形中最具新闻价值。进入艺术领域后,它首先迫使传统绘画撤出大众肖像艺术的阵地,继而退出部分写实绘画的阵地,在留有大量历史照片的领域,历史画创作也开始撤退,整个西方油画终于由求形似转而求表达意境。镜映图形进入广告大大增强了商品的真实感、说服力和感染力。与此同时,镜映图形进入新闻报道,其具有的更高可信度使社会舆论的力量大增。镜映图形的最基本意义就在于逼真、可信、快捷、便利和经济。

比喻图形用比喻的表现方法完成。比喻是一个很古老的传情达意的方法,在今天的言语、文章、诗歌和小说中仍然被广泛采用,在信息图形的创作中也大受欢迎。例如用妈妈的手来比喻婴儿的鞋,相似点是对一双小脚的细心呵护,非常动人。又例如用猛虎头绵羊身的这样一头怪物来比喻在资本市场投资,相似点是威猛平和,进退相顾,令人信服。比喻的方法用了几千年,变化极为丰富,有明喻、隐喻、借喻、正喻、反喻、引喻、转喻、较喻、群喻、博喻等,在成千上万的广告图形中运用广泛。

象征图形用象征的表现方法完成。这里说的象征即指符号学所定义的那个广义的象征,也指文学艺术中使用了几千年的狭义的象征。象征的特点是象征形象代表象征对象,局部可以代表整体,如华表可以象征天安门,天安门可以象征北京市,北京市可以象征中华人民共和国,最后华表可以象征中华民族以及5000年的中国历史和文化;个别可以代表一般,如一棵树可以象征森林,一位少年象征全国的少年儿童,一株小麦象征全国粮食大丰收;形象可以代表概念,例如镰刀和斧头是形象,农民阶级和工人阶级是概念,前者可以象征后者。象征还有另外一些特点,如象征关系的相对稳定性,五星红旗象征中国,由宪法定下来不能改,其他国家也不能挪用。

把象征和比喻做比较,共同点都是借此言彼,差别在于前者关系稳定,后者关系常变常新,前者只能用形象象征概念,后者随机随意,比较自由。把象征和象征主义做比较,前者基础深广,有些陈旧;后者新鲜,效果新颖。

幽默图形用幽默的创作方法制成,是传统喜剧的一

种表现形式。在图形创作中,幽默活用真实、比喻、象征等方法,予以机智、诙谐地夸张和变化。跟伟大开玩笑,让它平凡些、亲切些;拿普通做手脚,让它更生动,更有价值;把某些不合理的人或事调侃一下,让人们在微笑中加以改进。

浪漫图形用浪漫的表现方法完成,富有诗意,充满幻想。浪漫主义又称理想主义,一切从主观出发,按理想的模式去看、去想、去画、去创造。观音可以千手千眼,如来可以亿万法身,这是宗教的浪漫;自由神可以出现在人民中间,高举着旗帜领导人民前进,这是法国资产阶级革命的浪漫;“寂寞嫦娥舒广袖,万里长空且为忠魂舞。”这是中国无产阶级革命家的浪漫。浪漫有一种极端倾向,激情只是其中之一,静寂、秀雅、壮伟、古朴、豪放、怪野等,随心所欲,追求巅峰般的完美,不受任何约束,不背任何包袱,理想不够再加幻想,人力不足就当神仙。今天的商业广告,既可以商品浪漫、服务浪漫,也可以环境浪漫、顾客浪漫。

在分析和评价图形的意义时,我们从视觉心理学的角度强调了直觉的意义,其实还应突出通觉的意义。在陈述科学图形时,我们强调了认识的意义;在分析技术图形时,我们强调了实用功能的意义;在涉及艺术图形时,我们只提到了与精神生活相关的内容;到信息图形,各种意义才集中起来。把科学、技术、艺术图形都归为信息图形,实际上强调了信息图形对它们的继承、活用和创新。其余逼真、比喻、象征、幽默、浪漫等图形的划分,看似表现或创作方法不同,其实是意义的价值观在发挥作用。逼真在于镜映可信,比喻

为着婉转而生活,象征长于用形象概括,幽默希望增加一些微笑,浪漫在于理想的描绘。图形的各种创作方法可为图形创作者开路,更为图形的需要者、使用者和欣赏者提供选择与理解的便利,进而更好地实现图形的意义和价值。

本章主要介绍了图形的定义、起源与发展,讲述了图形的作用和意义。作为平面设计中视觉传达所运用的主要媒介,图形是视觉传达过程中较直接、准确的传达媒体,它在人们的文化、信息沟通方面起到了不可忽视的作用。设计者在进行图形创意时必须合理地将图形和意义两方面结合起来,保证图形的视觉传达性,才能获得满意的图形。

本章小结

1. 寻找、观察、体会生活中有着信息传递作用的图形、符号,通过感受其作用和意义,以此为基础设计一组有提醒作用的图形。要求:这组图形须将人的行为、符号作用、规范图形等因素结合起来,既有提示性,又有趣味性。每组数量为4~6个。
2. 设计一组有一定指代意义的符号图形,以“可视的意指方式”表达一定的观点或意义。要求:在练习的过程中,不要将语言转换图形想象得过于复杂,要由简到繁、循序渐进。每组数量为4~6个。

思考与练习

第二章

图形创意的思维方式

本章知识点：

- 直觉思维、发散思维、类比思维、逆向思维、联想思维。

学习目标：。

- 掌握图形创意中各种思维模式的特点和联想方式，学会在实践操作中灵活运用思维方式。

现代创意图形具有丰富多变的形态。图形创意强调的是创造性,这种创造性依赖于特定的思维方式。创造性思维是多种思维的综合表现,是直觉思维、发散思维、类比思维、逆向思维、联想思维等各种思维方式的结合。

第一节 直觉思维

直觉思维指依靠直觉看到解决问题的途径,预感到问题或情景的意义和结果,直接指向目标,没有明显的分析活动和严密的逻辑推理。

图形创意中直觉思维的产生是设计主题、个人图形认知结构、人脑潜意识三者共同作用的结果。图形创意中直觉思维的表现形式是通过可视的设计形态来表达创造性的意念,是一种打破常规的、开拓创新的创造性思维形式。直觉是创造力的源点,是创造性思维的基础。图形创意中直觉思维的运用可通过图形猜测、图形设计洞察力和图形创意灵感三种形式来把握思维的运用规律,构建我们的创造性思维观念,以此来拓展设计师的创意空间,提高图形创意的成功率。

一、图形猜测

图形猜测是图形创意中直觉思维的最基本形式,是在对设计主题进行调查、分析、联想、类比、归纳的基础上,依据设计主题和已有知识经验对未知图形做出符合图形创意要求的合理推测。图形猜测表现为一种对未知图形的推测性想象,具有较强的偶然性。在面对设计主题时,直觉思维往往能帮助我们直接猜测出图形设计的结果。凭借想象,我们可以先在头脑中塑造出未知图像的各种形式和模型,在主观认识和客观对象之间架起一座由此及彼的桥梁,然后再进行严格的理论论证和实践检验,从而获得重大突破。正如爱因斯坦所说的那样,在创造性活动中,“真正可贵的因素是直觉”。

设计者在面对设计主题时,往往会凭直觉一下子对创意图形做出决断和猜测,然后在猜测的基础上再进行反复求证。如图2-1所示,设计者根据“链子”想到了“蛇”,这种图形的猜测是根据已有经验和头脑中存储的图形信息,凭借直觉把握了二者又细又长、弯曲自如的相似特质,然后通过异质同构的原理将这两种本不相

干的事物联系在一起。图2-2中的圆号与喇叭花的结合,是在逻辑分析的基础上通过对“圆号”的解构分析,利用了“圆号”的大喇叭将其与实际的喇叭花进行结合,从而得到了新奇的视觉图形。

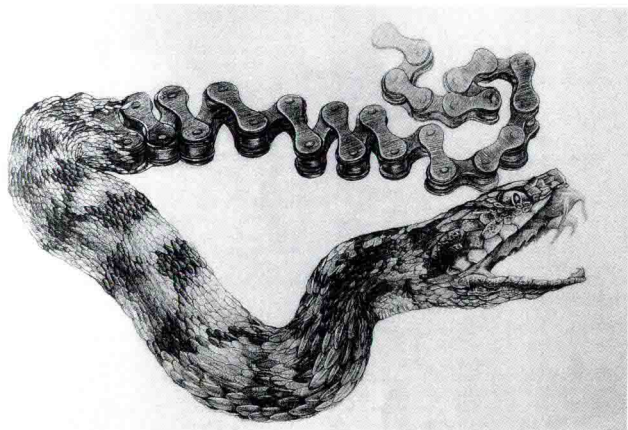


图2-1 直觉思维图形

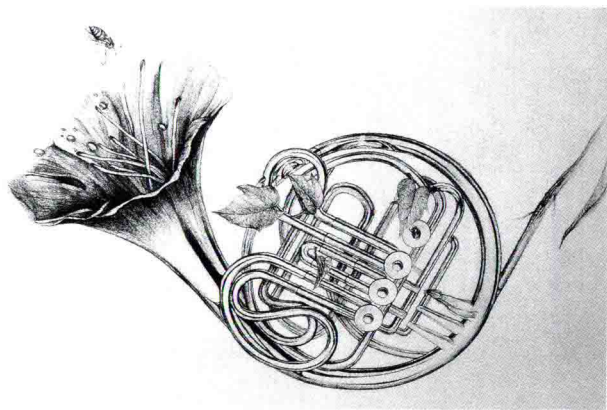


图2-2 直觉思维图形

二、图形设计洞察力

在图形创意中,直觉洞察力就是直觉判断,是人脑对设计主题与图形设计元素之间关系的一种迅速识别、直接理解、综合判断,是在整体上做出的直接把握。设计者在创意过程中运用这种图形设计洞察力,能在错综复杂的情况下排除假象,抓住设计主题的本质,并能够对图形的创意方法、思维路线与元素选择等问题进行快速、准确的判断。设计者在进行图形创意设计时,大都预先要思考几种甚至给几种可能的图形分解重构方案,究竟先选择哪种、放弃或者暂时搁置哪个方案,单凭逻辑思维往往很难确定,常常需要求助于直觉洞察力,凭借直觉在众多的设计元素中选择突破目标,在预先思考的方案中选择正确的思路 and 最佳方案。

图2-3是设计者在对“指甲刀”的众多创意方案进行图形洞察的结果。在进行图形创意设计的过程中,思