

图形视觉语言

张如画 欧阳慧 吴琼 主编

Graphic
Visual
Language

! 如何做——在复杂而又丰富的自然与社会体系中对图形视觉语言进行提炼，恰当地进行语言表述，同时能有效地进行运用是现代图形视觉语言的关键所在

! 多重性——图形符号的可述性、符号运用的广泛性、符号体系的多重性都为图形语言增加了无限可能地创造性，进而能够进行大范围、跨国界、多维度的表现和阐释。通过这种符号语意的传递和寓意的开发、利用，增加了图形视觉语言的无障碍传递，为现代社会的发展、交流提供了无限可能

! 提升你——图形视觉语言的开发、多角度表现不仅仅是思维的开发与利用，同时也是对个人综合能力的开发与利用，思维的提升，表现手段的提升，观察角度的提升，这都为今后的设计打下坚实的基础



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中南出版

图形视觉语言

张如画 欧阳慧 吴 琼 主编



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮

律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-50856028

E-mail: editor@cypmedia.com

图书在版编目(CIP)数据

图形视觉语言 / 张如画, 欧阳慧, 吴琼主编. — 北京: 中国青年出版社, 2017.6

中国高等院校“十三五”精品课程规划教材

ISBN 978-7-5153-4769-1

I. ①图… II. ①张… ②欧… ③吴… III. ①图形—视觉形象—研究 IV. ①J904

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第109078号

中国高等院校“十三五”精品课程规划教材：图形视觉语言

张如画 欧阳慧 吴 琼 主编

出版发行：中国青年出版社

地 址：北京市东四十二条21号

邮政编码：100708

电 话：(010) 50856188 / 50856199

传 真：(010) 50856111

企 划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：张 军

助理编辑：张君娜

书籍设计：邱 宏

印 刷：北京瑞禾彩色印刷有限公司

开 本：787×1092 1/16

印 张：8

版 次：2017年7月北京第1版

印 次：2017年7月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5153-4769-1

定 价：49.80元

本书如有印装质量问题，请与本社联系

电话：(010) 50856188 / 50856199

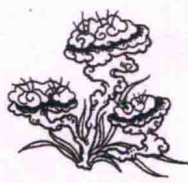
读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：www.cypmedia.com

GRAPHIC VISUAL LANGUAGE

目录

C O N T E N T S



PART 1

图形的发展

1.1 图形的解读	8
1.2 图形的形态	10
1.2.1 形态的认知	10
1.2.2 形态的种类	10
1.3 图形定义	11
1.4 图形视觉语言	13
1.4.1 图形的视觉传达功能	13
1.4.2 图形符号的秩序化、功能化	13
1.4.3 图形符号的情感表述功能	14
1.4.4 图形符号的寓意转化功能	15

教学实例	17
------	----

设计点评	19
------	----

课后练习	20
------	----

PART 2

图形的认知

2.1 图形符号学	22
2.1.1 符号的功能	22

2.1.2 图形符号语言的范畴	23
-----------------	----

2.2 图形符号语言的沿革	25
---------------	----

2.3 图形与格式塔心理学	28
---------------	----

2.4 图形语言的构成类别	29
---------------	----

2.5 图形语言的组构与联想	29
----------------	----

2.6 图形视觉语言的分类与研究价值	31
--------------------	----

2.6.1 图形视觉语言的分类	31
-----------------	----

2.6.2 图形视觉语言的研究价值	35
-------------------	----

2.6.3 图形视觉语言的领域拓展	37
-------------------	----

教学实例	39
------	----

设计点评	42
------	----

课后练习	43
------	----

PART 3

图形的过渡——具象与抽象

3.1 图形的具象语言表述	46
---------------	----

3.2 图形的抽象语言表述	48
---------------	----

3.3 图形的具象与抽象的混合语言表述	50
---------------------	----

教学实例	51
------	----

设计点评	52
------	----

课后练习	53
------	----



PART 4

图像的冲击

4.1 图像与图形的区别 56

4.1.1 狭义计算机领域中图形与图像的区别 56

4.1.2 广义文化领域中图形与图像的区别 56

4.2 东西方文化中图像与图形的阐释 57

4.2.1 东方文化的图形与图像阐释 57

4.2.2 西方文化的图形与图像阐释 57

4.2.3 现代图形与图像的语义拓展 57

教学实例 63

设计点评 65

课后练习 67

PART 5

图形信息的搜集与整理

5.1 图形信息的搜集 70

5.1.1 观察与思考 70

5.1.2 无处不在的图形视觉符号 72

5.2 图形信息的整理 75

5.2.1 图形的感知与解构 75

5.2.2 图形的概括与提炼 76

教学实例 78

设计点评 79

课后练习 80

PART 6

图形的思维模式

6.1 图形创意的思维特征 82

6.1.1 图形创意思维的原创性 82

6.1.2 图形创意思维的跳跃性 82

6.1.3 图形创意思维的综合性 83

6.1.4 图形创意思维的求异性 83

6.1.5 图形创意思维的能动性 83

6.2 图形创意的思维种类 84

6.2.1 发散思维 84

6.2.2 逆向思维 84

6.2.3 横向思维 86

6.2.4 纵向思维 86

6.3 联想与想象 87

6.3.1 联想——嫁接的纽带 87

6.3.2 想象——创意的原动力 89

教学实例 90

设计点评 96

课后练习 97



PART 7

图形视觉语言思维模式的设计法则

7.1 设计总法则	100
7.2 全面与细致	100
7.3 存同与求异	101
7.4 虚与实	102
7.5 图形视觉语言的深度表现	102
7.5.1 受众审美能力的提高	102
7.5.2 不断提升的受众群体创造力	102
教学实例	103
设计点评	104
课后练习	106

PART 8

现代图形设计表现特征

8.1 唯一性——创意	108
8.2 典型性——特征	108
8.3 明了性——快捷	109
8.4 概括性——普遍法则	110
8.5 抽象性——提炼	110
8.6 审美性与装饰性——视觉美感	111
8.7 超越性、可变性和创新性——凸显的表现	112
8.8 准确性与模糊性——视觉的碰撞	113
8.9 紧密性——有机体	114
8.10 象征性——基点	114
教学实例	115
设计点评	116
课后练习	117

图形视觉语言

张如画 欧阳慧 吴 琼 主编



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮

序言

现代社会已由文字文化转为图形文化，如今媒介的发展已经使信息的传达无处不在。图形视觉语言已经影响到了所有的视觉艺术领域，模糊专业界限和学科间的相互交叉已成为艺术领域的发展趋势。从某种意义上讲，大的美术概念就是涵盖所有视觉艺术的广义的图形创意学。

图形视觉语言作为现代平面设计作品中的主体创作对象，一直以来备受关注，也是视觉传达设计专业中的核心课程之一。本教材旨在使学生掌握图形视觉语言的基础构成理论、属性、形式要素与创意中的思维方法及规律。在锻炼学生思维能力的同时，培养学生思维的跳跃感和严谨性，做到能使用不同的载体、不同的表现方式呈现同一个主题，为视觉传达设计实践创作奠定扎实的基础。

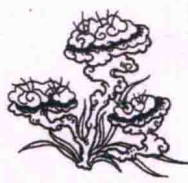
本教材通过大量的实践案例和学生作品进行阐述，着重讲解如何培养学生的自主性与创造性，开发学生的创意思维，培养学生的形式美感，增强学生的表现力。

编者

GRAPHIC VISUAL LANGUAGE

目录

C O N T E N T S



PART 1

图形的发展

1.1 图形的解读	8
1.2 图形的形态	10
1.2.1 形态的认知	10
1.2.2 形态的种类	10
1.3 图形定义	11
1.4 图形视觉语言	13
1.4.1 图形的视觉传达功能	13
1.4.2 图形符号的秩序化、功能化	13
1.4.3 图形符号的情感表述功能	14
1.4.4 图形符号的寓意转化功能	15

教学实例	17
------	----

设计点评	19
------	----

课后练习	20
------	----

PART 2

图形的认知

2.1 图形符号学	22
2.1.1 符号的功能	22

2.1.2 图形符号语言的范畴	23
-----------------	----

2.2 图形符号语言的沿革	25
---------------	----

2.3 图形与格式塔心理学	28
---------------	----

2.4 图形语言的构成类别	29
---------------	----

2.5 图形语言的组构与联想	29
----------------	----

2.6 图形视觉语言的分类与研究价值	31
--------------------	----

2.6.1 图形视觉语言的分类	31
-----------------	----

2.6.2 图形视觉语言的研究价值	35
-------------------	----

2.6.3 图形视觉语言的领域拓展	37
-------------------	----

教学实例	39
------	----

设计点评	42
------	----

课后练习	43
------	----

PART 3

图形的过渡——具象与抽象

3.1 图形的具象语言表述	46
---------------	----

3.2 图形的抽象语言表述	48
---------------	----

3.3 图形的具象与抽象的混合语言表述	50
---------------------	----

教学实例	51
------	----

设计点评	52
------	----

课后练习	53
------	----



PART 4

图像的冲击

4.1 图像与图形的区别 56

4.1.1 狭义计算机领域中图形与图像的区别 56

4.1.2 广义文化领域中图形与图像的区别 56

4.2 东西方文化中图像与图形的阐释 57

4.2.1 东方文化的图形与图像阐释 57

4.2.2 西方文化的图形与图像阐释 57

4.2.3 现代图形与图像的语义拓展 57

教学实例 63

设计点评 65

课后练习 67

PART 5

图形信息的搜集与整理

5.1 图形信息的搜集 70

5.1.1 观察与思考 70

5.1.2 无处不在的图形视觉符号 72

5.2 图形信息的整理 75

5.2.1 图形的感知与解构 75

5.2.2 图形的概括与提炼 76

教学实例 78

设计点评 79

课后练习 80

PART 6

图形的思维模式

6.1 图形创意的思维特征 82

6.1.1 图形创意思维的原创性 82

6.1.2 图形创意思维的跳跃性 82

6.1.3 图形创意思维的综合性 83

6.1.4 图形创意思维的求异性 83

6.1.5 图形创意思维的能动性 83

6.2 图形创意的思维种类 84

6.2.1 发散思维 84

6.2.2 逆向思维 84

6.2.3 横向思维 86

6.2.4 纵向思维 86

6.3 联想与想象 87

6.3.1 联想——嫁接的纽带 87

6.3.2 想象——创意的原动力 89

教学实例 90

设计点评 96

课后练习 97



PART 7

图形视觉语言思维模式的设计法则

7.1 设计总法则	100
7.2 全面与细致	100
7.3 存同与求异	101
7.4 虚与实	102
7.5 图形视觉语言的深度表现	102
7.5.1 受众审美能力的提高	102
7.5.2 不断提升的受众群体创造力	102
教学实例	103
设计点评	104
课后练习	106

PART 8

现代图形设计表现特征

8.1 唯一性——创意	108
8.2 典型性——特征	108
8.3 明了性——快捷	109
8.4 概括性——普遍法则	110
8.5 抽象性——提炼	110
8.6 审美性与装饰性——视觉美感	111
8.7 超越性、可变性和创新性——凸显的表现	112
8.8 准确性与模糊性——视觉的碰撞	113
8.9 紧密性——有机体	114
8.10 象征性——基点	114
教学实例	115
设计点评	116
课后练习	117

PART



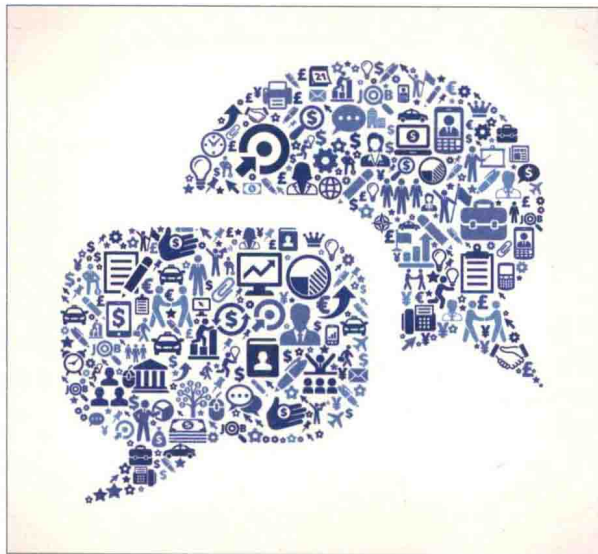
**图
形
的
发
展**

1.1 图形的解读

图形是一种既复杂又简单、既熟悉又陌生的视觉语言。在人类发展的历史过程中出现过不同的图形语言。在一段时期为人们所熟知的图形语言，由于地域、文化、风俗的转变，会变成一种陌生的图形符号，如我们至今无法解读玛雅文化，不知道如何以现代人的思维去理解当时的文明。当今的世界是一个图形符号盛行、图形符号全球化的社会，无论何种文明，只要通过有效的图形视觉符号进行转换，被人们所解码，即刻就可以成为全球共知、共享的图形语言。图形语言功能强大，它所带来的视觉刺激、心理呼应、感官交流、信息解码都使其成为一种不可替代和具有重要意义的表现手段，因此对于图形视觉语言的认知、理解、表现具有重要意义，如图1-2所示。

图形作为视觉传达设计中重要的视觉语言，与文字、色彩成为三大要素，图形的感知力和冲击力具有极强的交流表现力，能够在瞬间捕捉人们的眼球，触及人们的心灵，可以跨越民族、种族、地域、文化、语言、宗教的限制，成为有效的沟通手段。图形作为文化与历史积淀、演变的产物，有意识进行创造的视觉符号。

图形符号语言的诞生与发展，使人类的文明得以传承和发展。纵观人类社会的发展史，经历了言语时期、图形时期和文字时期，作为最早的记录人类日常生活和工作的符号，早在原始社会就被作为记录思想、情感、活动和进行沟通的主要形式，具有表情达意的功能。玛雅文化、西班牙阿尔塔米拉洞穴壁画、甘肃及内蒙古的大型岩画、北美洲印第安人的岩洞壁画、埃及和中国的象形文字等充分阐释了图形符号语言的魅力，如图1-3~图1-7所示。



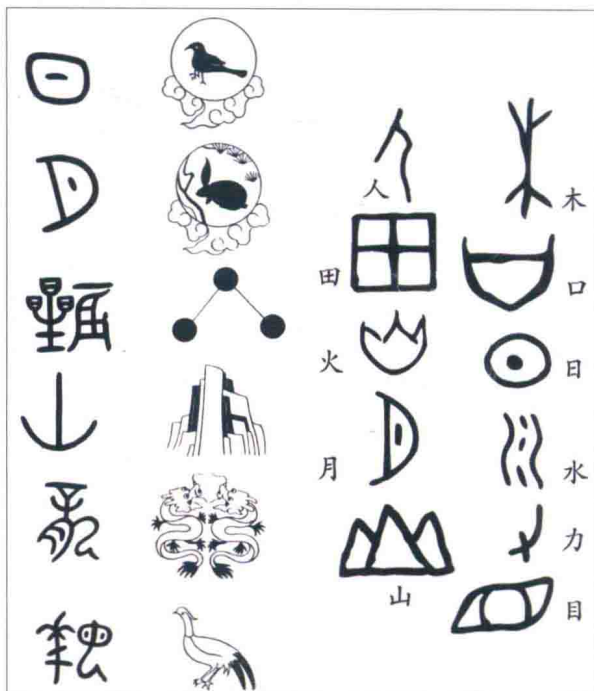
◆ 1-1 图形符号的填充增加了图形本身的魅力，看似简单的图形表现了无尽的可能



◆ 1-2 这张海报的创意来源于甲骨文“搜”这个象形文字。某种程度上，汉字的“搜”字是最能代表百度对外形象的重要语言符号，体现了用户通过提出不同的“query”然后利用搜索引擎来获取信息和答案的过程



◆ 1-3 位于西班牙的四万年前欧洲最早的壁画



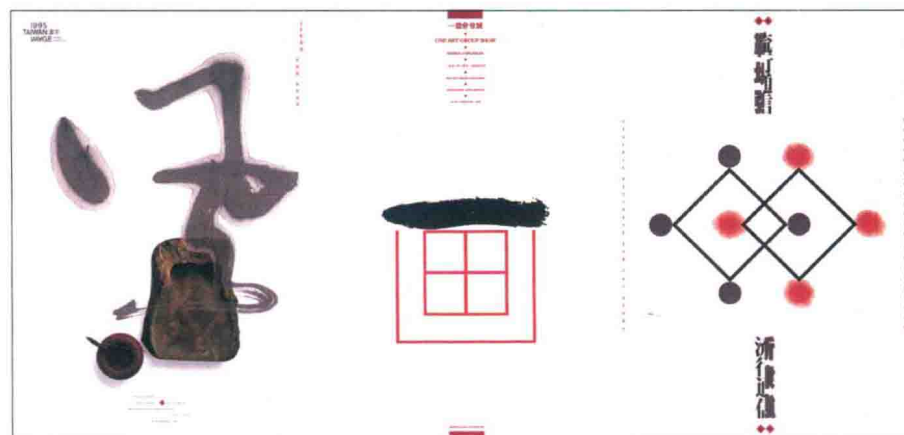
◆ 1-4 象形文字



◆ 1-5 埃及壁画



◆ 1-6 玛雅人图形符号



◆ 1-7 靳埭强海报

靳埭强的海报具有强烈的民族气息，其画面语言庄重、大方，通过现代设计手段与设计理念，主张把中国传统文化的精髓与西方文化有效地结合。靳埭强的这种表现形式不是简单地形式语言的融合，而是建立在对中西文化的深刻理解的基础之上。

1.2 图形的形态

图形从形态来分可分为具象形态、抽象形态；从空间来分可分为平面形态、立体形态；从动态来分可以分为静态形态、动态形态；从属性来分可分为人工形态和自然形态，随着社会的发展，图形的分类会越来越细化，种类会越来越多。

1.2.1 形态的认知

识别符形态是人们了解过的形体的感知和记忆的能力，是一种存在于记忆和经验中的意识与经验，形态分为现实形态和非现实形态两种。我们对于现实世界和未知世界的幻想、感知都与形态相联系，成为一种具有一定形态特征的特定事物。现实形态包括星河、宇宙、花草树木、动物、植物、人类、建筑，非现实形态是点、线、面及人类创造的文字语言，现代绘画的表现形式都已经进入了一种非现实形态的再创造，因此人们可以从中得到意识状态和心理状态的升华，如图1-8所示。

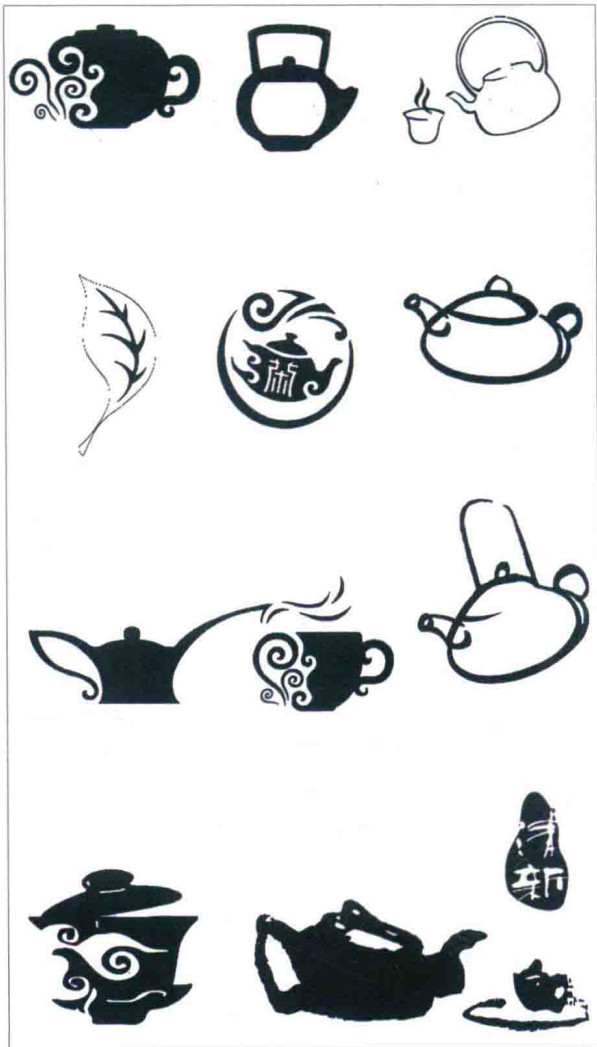
1.2.2 形态的种类

形态由图形和状态两者构成，图形包括不同的存在状



◆ 1-8 德国科隆大教堂
高耸入云的箭塔，繁复的雕塑，富有层次的建筑结构，使人受到视觉震撼，得到心灵升华

态，可静可动，可实可虚，可粗可细，可长可短。形即是具体的，也是抽象的，形可以被感知、被触摸、被臆想、被体味、被预知，每个形因其所赋予的客体不同，因而具有不同的品格特征。在造型领域中，“形”是人类的知觉系统积极活动的结果，如圆形、方形、三角形、椭圆形，这些形体的概括、定义、塑造可以产生不同的画面和心理定式。除了现实形体，人们对未知世界的探索、对已知世界中出现的种种奇怪形体都进行了深入研究，同时还创造了许多想象的形体和具有独特性格特征的形体，如图1-9所示。



◆ 1-9 现代设计符号 经典茶壶图形设计

1.3 图形定义

著名设计理论家尹定邦在其《图形的意义》书中指出,“所谓图形,指的就是图而成形,正是这里所说的人为创造的形象”。原始社会人们对于现实的描绘就是以点线面的形式刻画心中的理想世界,是一种对自然的提炼、架构与表现。

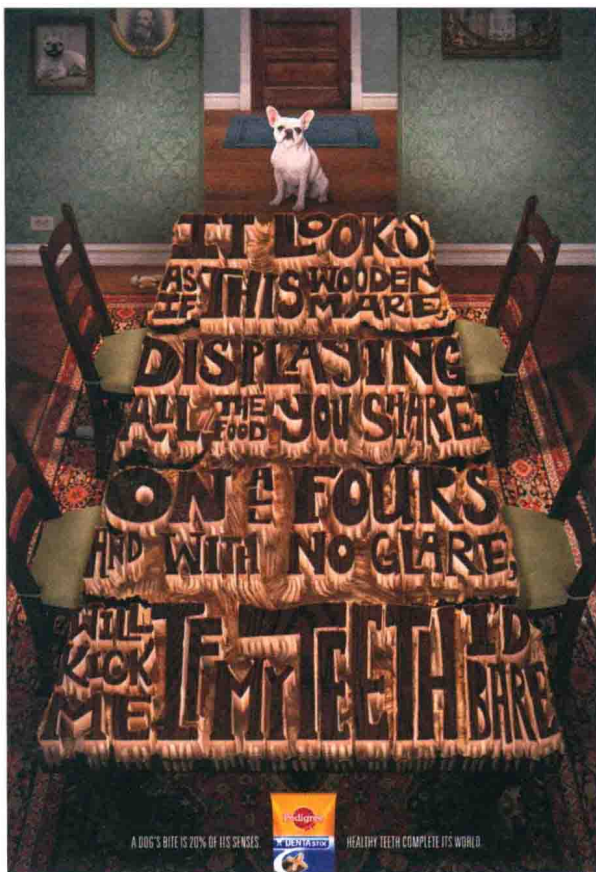
图形一词的英文为“graphic”,源于拉丁文“graphicus”和希腊文“glaphikes”,意思就是“适合于绘写的艺术”,亦可复制的艺术作品。图形视觉语言的出现丰富了传统语言的表述,作为一种对客观世界的感悟、再现、创造,展示着时代特征,具有丰富性、多元性和艺术性。随着社会的发展,图形视觉语言已经从简单的信息传递和表述过渡到复杂的,具有启迪、引导、警示作用的语义范畴,如图1-10及图1-11所示。

图形区别于词汇、文字、语言,既不是一种单纯的符号体系,也不是为了审美需求而进行的一种装饰行为,而是在特定的思想意识和行为支配下的以一个或多个视觉元素进行组合、刻画并作用于视觉的信息传达形式。图形在广义上是指一切与信息传播有关的视觉形象,图形的应用范围极广,包括平面设计、影像设计、电脑图像设计等。图形在平面设计中是画面的视觉形象,最大的特征是以传播信息为目的。作为平面设计基本要素的图形,它的功能远远超出了传统意义上的审美形式,已经拓展演变成为一种以视觉艺术形象为载体的传播媒介、一种以视觉艺术为形式的交流语言。从人类交流史看,图形这种交流形式可以追溯到原始社会。人们最早的远距离和历史性交流主要是通过图形,这不仅是人类艺术天性的反映,而且是人们相互交流的一种方式。抽象的图形形式表现在许多原始艺术作品中,如岩画所描绘的图形,大都是省略细节,只表现物象的基本形,有些则表现为抽象化和符号化。陕西半坡彩陶人面鱼纹样和人面纹结合,轮廓共用,并以抽象的手法绘制,线条简洁明快,色块分明。希腊彩陶中各种装饰图形,以黑绘、红绘为主,图形简洁流畅,线条张弛有力、气韵生动,如图1-12所示。



◆ 1-12 西方原始岩画

画面充斥着一种原始的冲动和造型特征,线条简洁凝练,色彩狂野奔放



◆ 1-10及图1-11 Pedigree Dentastix平面广告

画面通过有趣的抽象文字符号组成的具象图形,能够有效传递信息,表现物体特征