

艺术
设计

普通高等教育“十二五”规划教材

数字艺术 设计系列教材

SHUZI YISHU SHEJI XILIE JIAOCAI

意象图形 创意思维与应用

主 编 张英杰
副主编 刘晓欧 石 磊 王 宇



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

普通高等教育“十二五”规划教材

数字艺术设计系列教材

SHUZI YISHU SHEJI XILIE JIAOCAI

意象图形 创意思维与应用

主 编 张英杰

副主编 刘晓欧 石 磊 王 宇



中国水利水电出版社

www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本书作为设计学科意象图形思维训练的基础教材,在编写思路,紧紧围绕实际教学,注重对学生开展基础性、系统性、连续性和拓展性创意思维的训练,启发学生的奇思创想,改变单一视角为多视角去观察问题;以激发学生的发散性思维,提高学生的创意思维能力为主要教学目的。书中详细地讲解了图形创意的基本理论,阐明了关键性的知识点,结合各个专业方向的不同特点,将意象图形创意训练方法与学生的个性思维相结合。而且提供了大量的例证讲解与练习,以便学生巩固和提高学习效果;并在每章中设计了本章小结和课后习题,方便学生检验学习效果;也为教师课后作业的布置提供了良好的参考。

同时,本书是目前市面上首次站在整个设计学科的角度,全视野的将图形创意这门课程进行剖析和整理的教材。广泛且有重点的涉及艺术设计学各个专业方向应用的案例,如陶瓷、染织、工业造型、动画、环境艺术设计等相关学科。此书不仅可以作为设计学科学生的专业教材,也是美术学科其他专业的教辅用书,相信通过对本书内容的学习,将对学生在未来的设计和创作中起到奠基石的作用。

图书在版编目(CIP)数据

意象图形创意思维与应用 / 张英杰主编. — 北京 : 中国水利水电出版社, 2011.1

普通高等教育“十二五”规划教材. 数字艺术设计系列教材

ISBN 978-7-5084-8225-5

I. ①意… II. ①张… III. ①数字技术—应用—图案—设计—高等学校—教材 IV. ①J51-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第262960号

书 名	普通高等教育“十二五”规划教材 数字艺术设计系列教材 意象图形创意思维与应用
作 者	主 编 张英杰 副主编 刘晓欧 石 磊 王 宇
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (营销中心)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京英宇世纪信息技术有限责任公司
印 刷	北京鑫丰华彩印有限公司
规 格	210mm×285mm 16开本 11印张 280千字
版 次	2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	48.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

数字艺术是计算机技术与传统艺术相结合的产物。随着计算机技术,尤其是计算机图像处理技术的发展,数字艺术这种新兴的艺术形式也得以飞速发展,其应用领域也越来越广泛。

“数字艺术设计”是以计算机及其相关技术飞速发展为背景而孕育产生的交叉性专业方向,是科学与艺术的完美结合,具有很强的实用性与艺术性。本专业侧重培养学生在数字科技与艺术设计方面的整合能力,以及以用户体验为中心的创新设计能力。

本系列教材是中国水利水电出版社联合国家工业和信息化部中国电子视像行业协会中国数字艺术设计专家委员会,在推进中国数字艺术设计工程师专业技术资格认证的同时,面向高等院校、职业院校数字艺术设计领域推出的系统、完整的大型系列教材。本系列教材目前涵盖的专业方向有:艺术设计、环境艺术设计、工业设计、动漫游戏、数码影视等。

本系列教材按艺术设计、动画、影视等专业的课程体系设置进行编写,并根据实际情况确定明确的培养目标,重构课程体系,改革教学方法,注重能力的培养,强调实践活动;教学思路明晰,结构科学合理,项目教学案例资料丰富,把创意表现与技术表现融为一体,使教学的系统性得到较为全面的展现;以案例教学的形式进行讲解与阐释,让读者形象、直观地了解数字艺术作品的创意设计与创作实践过程。

本系列教材努力在以下几个方面做出特色:

- (1) 紧密配合课程内容与课程体系改革和实验教学改革的要求。
- (2) 体现课程内容的基础性和系统性。
- (3) 内容通俗易懂,理论联系实际,使学生真正学到有用的知识。
- (4) 保证教材内容的先进性和实用性。
- (5) 重视教学资源的建设,提供多媒体教学课件和光盘资料。

希望本系列教材的编写与出版能够有力地推动数字艺术设计新课程体系的建立与发展,同时也能为数字艺术设计教育带来与时俱进的活力和生机。

参与本系列教材编写工作的都是具有多年一线教学实践经验的教师,很多教材是相关学校的“教改优质课程”和“精品课程”,体现了作者对课程和教学的探索与创新。在教材编写过程中,他们本着学术性、艺术性、示范性、实用性等多方面兼容的主旨,根据丰富的教学经验,广泛借鉴国内外相关资料,针对学习者的需求,多次征求专家的意见,对教材的编写进行了多次修改与完善。

尽管很多人为本系列教材做出了许多努力,付出了许多心血,但由于到目前为止,一些专业方向仍然没有完善的教学体系与统一的教学大纲,加之新技术的发展速度很快,因此本系列教材一定会有各种不足与缺点,恳请使用教材的师生提出宝贵意见,以便再修订再版时改进。

有人说21世纪是一个充满视觉表现力的时代,无论是二维图像、三维图像亦或是静止画面、运动画面,都将以吸引人、触动人、感动人为标准,作为基础语言的图形更是如此。被赋予一定涵义的意象图形则以创新为首要,要求设计师不断地创新和改变固有的思维模式。意象图形创意是艺术设计专业的基础课程,可以说任何设计都离不开图形,通过对意象图形创意思维与应用的学习,能够使学生较好地掌握意象图形创意思维的具体方法,提高学生艺术欣赏力和解决实际问题的能力。

《意象图形创意思维与应用》是一本较为细致且全面的可供学习与参考用书,通过对图形、意象图形、创意思维基本特性与具体方法等内容的讲解,向专业人员以及广大学生提供了丰富的意象图形创意思维知识。在编写中,为了便于读者直观地了解和掌握意象图形与创意思维等知识点和创作方法,本书尽可能多地展示了在校学生作品,为读者提供了实际的借鉴榜样。同时还大量的收录了一些知名艺术家和设计师的优秀作品,帮助读者从这些优秀作品中汲取创意经验。本书为系统介绍相关知识,进行了大量的电脑和手绘示意图,以直观的视觉效果方便读者进行学习。

本书共分5章,第1章主要对图形的概念、发展历程、意象图形与创意思维在设计中的体现进行介绍。第2章重点介绍了创意思维、现代意象图形的基本特性。第3章重点讲解了意象图形的基本语言表达,图形形态结构与表现形式。第4章详细讲解了意象图形创意思维训练的具体方法。第5章重点讲解了如何赏析典型案例。

本书由张英杰主编,刘晓欧、石磊、王宇为副主编。在编写过程中,参与图片与文字整理的编者有李吉品、王默、苗颖等人,在此表示感谢。

本书的作者都是长期从事教学的一线教师。在本书编写过程中,参考了大量各类书籍和网上资料,教材中所引用的众多艺术家的作品、摄影图片、影片截图等,在此只作为教学研讨之用,版权归原作者所有;同时向原作者为我国的艺术教育事业作出的贡献表示衷心的感谢。本书在编写过程中难免有偏颇之处,希望从事数字艺术设计专业的同仁、从事数字艺术设计教育专业的同事多提宝贵意见,特对此表示诚挚和由衷的感谢!

编者

2010年5月

丛书序

前言

第1章 图形的概念、界定与意象图形的特殊性 … 1

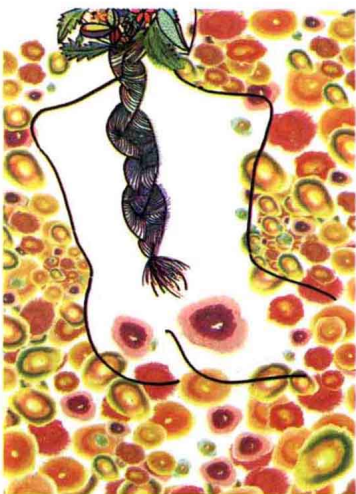
1.1 图形的概念和发展	1
1.1.1 图形的概念	1
1.1.2 原始图形的由来与发展	3
1.1.3 生活中图形的印记与传播	5
1.2 图形的界定	8
1.2.1 图形与图案的区别解析	8
1.2.2 随处可见图形的符号	11
1.2.3 记忆中的图形联想与创意解析	12
1.3 意象图形与创意思维在设计学科中的体现	15
1.3.1 何为“意象”和创意思维	15
1.3.2 意象图形在设计学科中的体现	16
1.3.3 创意思维是设计的灵魂	28
本章小结	29
课后习题	29



第2章 现代意象图形的基本特性 …… 30

2.1 创意思维	30
2.1.1 什么是创意思维	30
2.1.2 如何理解图形的创意思维	31
2.2 创意思维的基本特性	32
2.2.1 独创性	32
2.2.2 多解性	34
2.2.3 飞跃性	36
2.2.4 综合整体性	37
2.3 现代意象图形的基本特性与思维方式	38
2.3.1 传统直观性	38
2.3.2 抽象性和概念性	40
2.3.3 比喻性和夸张性	43
2.3.4 推理想象性	48





2.3.5 准确性与模糊性	51
2.3.6 变更性和独创性	51
2.3.7 拓扑结构性	53
2.3.8 假借文字性	53
2.4 现代意象图形的特殊应用	55
本章小结	59
课后习题	59

第3章 创意思维下意象图形的形态构成与

分解 61

3.1 现代意象图形的语言表达	61
3.1.1 基本语言——点、线、面、体、色彩	62
3.1.2 基本语言的相互影响和作用	69
3.2 有限形和无限形的对比	71
3.2.1 有限形的定义和常见应用	71
3.2.2 无限形的范围	73
3.2.3 两者的对比	74
3.3 基本形与派生形的区别	75
3.3.1 基本形的定义和常见应用	75
3.3.2 派生形如何产生	77
3.3.3 两者的区别	80
3.4 定形与不定形的变化	81
3.4.1 定形的定义和常见应用	81
3.4.2 不定形的表现	82
3.4.3 两者的差距变化	83
3.4.4 原生形与再生形的演绎和常见应用	84
3.4.5 静形与动形的观察和常见应用	88
3.4.6 错视空间形的理解和常见应用	93
3.4.7 单一形与复合形的拆分	96
3.4.8 显形与隐形的解构	100
3.4.9 意识形与无意识形的产生	102
本章小结	104
课后习题	104

第4章 意象图形创意的思维训练方法 105

- 4.1 创意思维基本元素 105
 - 4.1.1 观察 105
 - 4.1.2 积累 107
 - 4.1.3 提炼 107
 - 4.1.4 想象 108
 - 4.1.5 表达 109
- 4.2 创意思维形成的训练方式 110
 - 4.2.1 激发灵感的立异思维 111
 - 4.2.2 知觉与直觉的收敛思维 112
 - 4.2.3 侧向与逆向的诱导思维 113
 - 4.2.4 深度与广度的发散思维 116
- 4.3 意象图形创意的思维训练方法 116
 - 4.3.1 训练方法一：仔细的观察 117
 - 4.3.2 训练方法二：惊人的联想 122
 - 4.3.3 训练方法三：非寻常的夸张 132
 - 4.3.4 训练方法四：概念推理 136
 - 4.3.5 训练方法五：思维跳跃 141
 - 4.3.6 训练方法六：变异重生 146
- 本章小结 154
- 课后习题 154



第5章 意象图形的欣赏与解析 155

- 5.1 经典欣赏 155
 - 5.1.1 中国现当代作品赏析 156
 - 5.1.2 国外现当代作品赏析 158
- 5.2 容易出现差错的案例分析 163
- 本章小结 164
- 课后习题 164



第1章

图形的概念、界定与意象图形的特殊性

主要内容:

● 首先介绍图形的概念与发展历程以及图形的基础知识点;其次通过实例讲解帮助学生理解创意思维是设计的灵魂,以作品为例分析意象图形在设计中的体现和运用方法。

重点难点:

● 如何更好地理解图形的界定、掌握意象图形在设计学科中的创意原则和规律是难点内容,也是学习和训练的重点。

学习目标:

● 通过对图形的概念、发展及相关内容的学习,使学生了解意象图形在设计学科中的运用规律和方法。

1.1 图形的概念和发展

1.1.1 图形的概念

什么是图形?现代图形一词源于希腊文“graphickos”,原意指适合绘写的艺术。牛津英汉词典中对图形一词解释有三条:①用绘写刻印等手段产生的图画记号;②说明性、象征性的图画形象;③区别于语言、文字的视觉形式,可通过各种手段大量复制而传递的信息。

关于图形的概念,著名设计师和理论家尹定邦先生在《图形与意义》中指出:“所谓图形,指的是图而成形,正是这里所说的人为的创造的图像”。瑞士设计师罗斯·法耐弗则认为:图形既富有深刻的内涵,到达一定艺术水准,又不乏商业的使用价值与效益。香港设计师陈耀堂认为:图形是指经简化及平面化后,以线条和色块为主的具象和抽象的图形。综合众多学者的研究,图形实际上是一种以形达意的智慧的表达方式,它存在于各种视觉艺术中。图形具有形象化、符号化、文化性等特征,不受到地域、民族、语言的限制,是人们交流思想和信息传递的重要载体。

如图1-1所示，酒瓶包装设计图，简洁的标签设计由两个高脚杯图形正反相连组成。酒杯是酒文化的代表，酒杯图形早已被人们广泛认知，不受到时代和地域、民族的限制，即便在简洁的标签上，作为仅有的图形也足以表达商品的主题。

如图1-2所示，雷克萨斯车的广告，该设计中以艺术名作为创意源，分别在艺术大师梵高的《向日葵》与达利的《记忆的永恒》两幅名画的基础上，将汽车零部件图形与艺术品的局部进行置换同构，形象地表达了雷克萨斯汽车追求“造车如造艺术品”的理念。

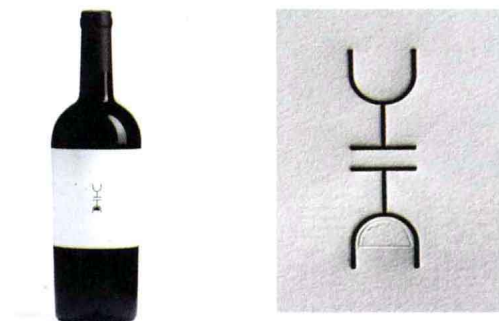


图1-1 酒类包装（摘自视觉联盟网）

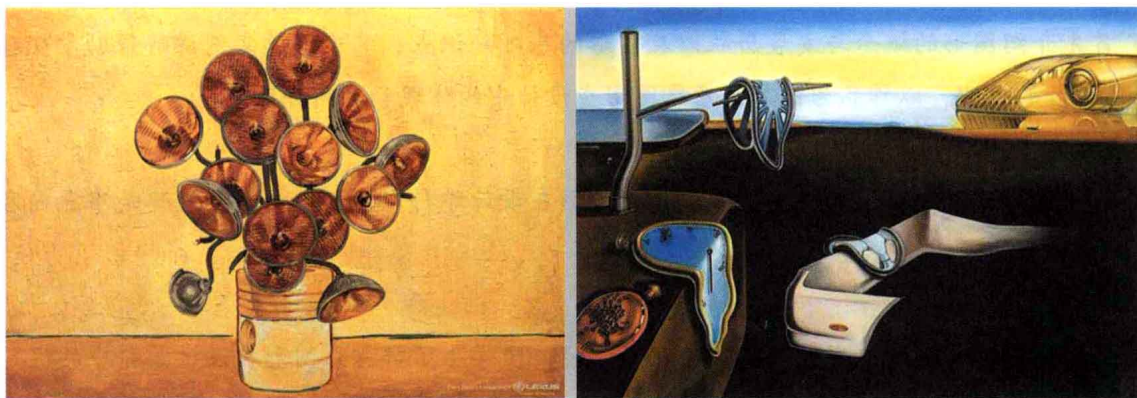


图1-2 雷克萨斯汽车广告（摘自视觉联盟网）

如图1-3所示，Aquafresh Flex Direct Toothbrush牌牙刷广告系列。画面运用夸张的创意手法，将牙刷紧紧缠绕着饼干、玉米和糖果，形成了近似封闭的图形，表达该款牙刷能将牙齿内的残渣一刷到底，让细菌无处可逃的设计理念。



图1-3 Aquafresh Flex Direct Toothbrush 牙刷广告（摘自视觉联盟网）

1.1.2 原始图形的由来与发展

人类在认识和改造世界的过程中很大程度要依靠视觉和思维进行,而视觉信息的传递依赖于图形,可以说图形的起源和发展与人类社会的历史发展紧密相关。在原始社会,人类就开始以图画为手段,记录自己的生活活动、生活方式、生活愿望、成就等,以此表达自己的情感,并以图形进行沟通和交流。例如在西班牙有着“史前西斯庭教堂”之称的阿尔塔米拉洞穴中的旧石器时代壁画《受伤的野牛》,如图1-4所示,这幅壁画中北美洲印第安人运用简练的造型,表达了原始人的艺术思想。画面中,以两只负伤的野牛作为主要造型元素,野牛蜷着身体,既有图腾的崇拜又记载了当时狩猎的生活状况。可见当时绘画的目的并非是为了欣赏美,而是具有表情达意的作用,因此当时图形是被当做一种沟通交流的媒介。

在欧洲的康巴奈洞、尼奥洞、梵德高姆洞等,壁画也都是以人们生活中常见的动物为主。而位于西班牙的拉文特岩画则不同,画面呈现的主要是人类祖先在围捕野兽或在欢庆跳舞的场景,具有一定的情节或叙事性。法国拉斯科山洞壁画的主要形象是鹿、马、牛等图形。如图1-5所示,拉斯科洞窟崖壁画描绘的是牛正在逃跑的情景,母牛的奔跑姿势栩栩如生,多层次的色彩,勾勒出野牛的体积感。若稍加注意,还会发现图像上有着重叠的影子,好像各种动作被画了几次。这头野牛除了表现力极强的轮廓线外,还曾运用喷色法(用鸟的骨管把颜料粉末吹到岩壁上去)进行描绘。拉斯科动物壁画之丰富、艺术感染力之强,超过了同一时期任何其他洞穴的壁画,因而被判定为旧石器时代艺术的顶峰。



图1-4 受伤的野牛（阿尔塔米拉洞穴壁画）



图1-5 黑色的野牛（拉斯科洞窟崖壁画）

由此不难看出,原始人类生活中使用的图形形象主要是动物、人类形象,还有一些非人非兽和似人似兽的形象;且多为狩猎题材,好多动物身上带着箭伤。虽然原始时期人们使用的图形造型简化,但生动活泼,且富有感染力。后来学者们分析,当时的图形多被赋予一定的巫术礼仪和符号意义。既表达了人类的精神世界,又起到一种记录和交流作用,是一种真正意象化的视觉符号,这就是最原始意义上的图形。

原始社会人们用凝重而粗厚的线条描写着图形,在奴隶时代人们用抽象的情节表现了人们内心的感受。在当今时代,人们用越来越多的高科技手段来勾勒图形、诠释图形。纵观国内外各个时代图形的发展历程,都反映了人类对图形创造由来已久的喜爱和孜孜不倦的追求。在这个过程中,也

体现了图形创造艺术的不断升华和发展。

从图形的时代变迁和传播方式上看,图形的发展应该有几次演变:

第一次演变——起源于原始文字形成的时代。文字的出现给人类带来文明,人们可以记录、识别和交流信息。我国的汉字源于图画的象形文字,早在新石器时代的一些陶器上,已经出现了类似文字的图形,如日、月、水、火、木等。还有关于远古时期结绳记事的传说,正如《周易·系辞·下》曰:“上古结绳而治。后世圣人易之以书契,百官以治。万民以察。”作为早期文字雏形的半坡陶器上的刻画符号(“书契”),超越了结绳记事阶段。经过漫长的发展演变后,在商王朝时期形成了较为完整的甲骨文书体系。这些甲骨文多以图形的形式记载中华文明的开始。同时古埃及也发明了以图画为核心的象形文字,这些文字通过概括性的图形记述世间万物,这是原始图形向文字发展的一次质的飞跃。

甲骨文发现于1899年(清光绪二十五年),是刻写在龟骨兽骨上记载人类占卜、祭祀等活动的文字。如图1-6、图1-7所示,分别为《祭祀狩猎涂朱牛骨刻辞》的正背面,这块牛胛骨的骨版正面刻辞4条,背面2条,共160余字。正面记载了商王武丁宾祭仲丁、狩猎时子口堕车、子口死、子寅用羌人十,举行宜祭。背面记载了天象情况。这些甲骨文的风格豪放,字形似图形般生动活泼,各尽其态,是历史的瑰宝,对当今人们研究历史具有深远意义。



图1-6 《祭祀狩猎涂朱牛骨刻辞》正面(摘自中国多媒体教学学报网)

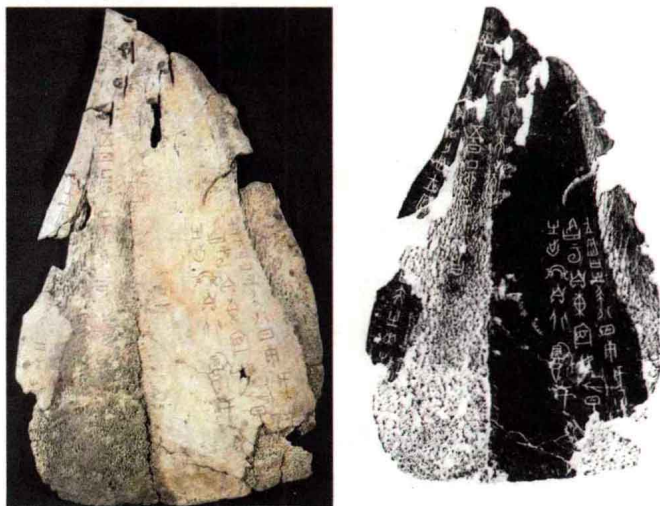


图1-7 《祭祀狩猎涂朱牛骨刻辞》背面(摘自书法字典网)

第二次演变——起源于汉唐时代的造纸与印刷术的发明。这些工艺技术的出现，使人类的信息传播范围更大，涉及面更宽。如纸张的发明，方便了图形的保存和携带，促进了我国唐代至宋代文化领域的空前繁荣。随着书法、绘画艺术的成熟，以及剪纸、木刻、版画等民间艺术品的流传，图形传播的范围大大扩展。在汉唐这些先进技术的基础上，隋朝又出现了雕版印刷术，使图形可以大量复制。可以说，印刷术和造纸术的发明又给现代图形的发展带来了广阔的天地，为图形的不断发展起到了推动作用。

第三次重大发展——起源于产业革命。19世纪席卷欧洲的产业革命以大机器生产代替了手工业生产，从而带动了设计事业的飞速发展。照相机、电影机等设备的被发明，为图形设计创造了新的条件，开拓了新的空间，也带来了制版方式及印刷技术的革新。随着生产力和商品经济的逐渐发展，使得视觉艺术也经历了空前的巨变。

作为视觉传播手段的现代图形迎合着科技的发展而成为大众传播信息的重要工具。正如加拿大传播理论家马歇尔·麦克鲁安说：“现在社会已由文字文化转为图形文化。”图形文化正逐步地改变着千百年来人们习惯了的文字表述方式，它以超地域、超时空的特点，给不同语言背景下的民族和人们提供了更为方便的交流方式，几乎成为世界性信息传播的主要交流形式。图形消除了不同国家、不同民族之间在语言、文字的隔阂，促进了全世界的交往，缩短了各地之间的距离。

可口可乐公司作为全世界最大的饮料产品生产商之一，经常为各种大型活动提供产品，如图1-8所示，可口可乐2010年加拿大温哥华冬季奥林匹克运动会全新包装。冬奥会是全世界人民瞩目的重大赛事，可口可乐公司为迎接冬奥会的胜利召开，以冬奥会各种体育项目中运动员的动势剪影为图形元素设计了新的包装设计，这些图形元素没有国家地域的限制，也没有时空的限制，得到了全世界人们的喜爱。



图1-8 可口可乐2010年加拿大温哥华冬季奥林匹克运动会全新包装（摘自中华印刷包装网）

1.1.3 生活中图形的印记与传播

同文字相比较，图形所传达的信息更加形象、具体、直观和准确，也更易识别和记忆。需要长

篇大论的众多文字才能完全、准确的表达清楚的信息内容，有时只要通过一张图片就能让人一目了然。就像中国文字是属于象形文字，有许多文字的诞生都是由近意的图像演变来完成的，例如学习“日”字，课本里就会在旁边画一个太阳；学习“月”字的时候，会画一个月亮；学习“火”字的时候会画一堆火，学习“水”字的时候，会画一条河……这就是为了便于直观的与文字所表达的内容进行对比、联想理解，也便于记忆。

美国苹果电脑公司是当代影响力最大的电脑公司之一，取名为“苹果”意在使受众注意到该品牌创新的自然特性。“苹果”是水果的名称。该公司的视觉符号是一只苹果被咬了一口，这个有创意的图形总是有人对其议论纷纷，有人说是牛顿将掉在地上的苹果捡起来后咬了一口，还有人说那是夏娃被蛇引诱后吃的那一口苹果，因此人类开始有了智慧……不管什么样的议论，醒目的“苹果”标志和其品牌一样成为人们喜爱的图形之一。如图1-9~图1-12所示，美国苹果电脑公司的标志和宣传册设计。图1-9为苹果公司1976年的标志，标志以牛顿坐在苹果树下的内容为主体；图1-10为苹果公司1977年开始推广形象时做的宣传册子，以苹果及其艳丽的颜色作为主打方向，体现公司简洁的创意；图1-11为苹果公司曾经采用过的彩虹标志，这是已经形成了初步的抽象性的图形概念创意，简洁通识性强，这款七彩的苹果颜色给人以丰富多彩、亮丽美好的视觉感受；图1-12为苹果公司现今的标志，晶莹剔透的标志主体表达了与时代同行的意愿。苹果公司自建立至今，缺口的苹果图形成为该企业的代表图形，“苹果”已经不是简单意义上的水果了，而成为当今人们追逐的品牌形象。



图1-9 1976年标志苹果公司（摘自百度网）

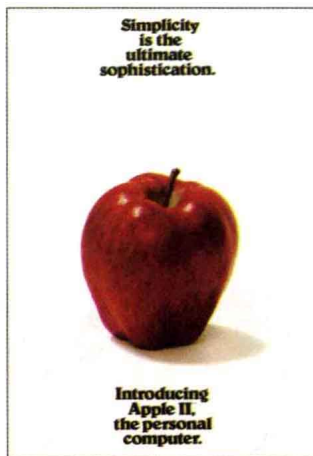


图1-10 1977年苹果公司宣传小册子（摘自百度网）



图1-11 20世纪90年代苹果公司彩虹标志（摘自百度网）



图1-12 现今苹果公司标志（摘自百度网）

图形作为一种视觉符号的主要功能是在于传播。图形以简洁、直观的形象承载着信息并传播着信息,让信息易于识别、记忆和联想。图形的传播,涉及人对外界的感知和对图形信息的接收、归纳、比较、概括和反馈等。这个过程是一个从传播到反馈的视觉传达互动,这样的互动可以理解为图形的传达是研究视觉的语言、信息接收的综合学科。在传媒技术逐渐发达的今天,图形更是越来越多的运用到现代传媒中,超越语言的局限性,并被给予了重要身份,甚至占有了主导作用,逐渐被不同地区、不同人种、不同年龄段的人们所接受。正如美国的图形设计理论家菲利普·美洛斯所说:“如果图形不具有象征和赐予的含义,则不再是视觉传播而成为美术了。”可以说,图形的传播一方面使人们获得了信息;另一方面也给人以美的熏陶与导向。图形被赋予了情感,丰富了人们的感知和感受。

在越来越追求时尚的时代,创新的饰品设计深受人们喜欢。旗袍是中国传统服饰的代表,是唯美与温柔的女性代表。如图1-13所示,首饰设计的整体造型是依照传统旗袍的衣领进行的设计,本款戒指借用了旗袍领口的形状,两片椭圆形的外壁上镂空着蜂巢式的六角空洞,利用方与圆图案的对比和温柔的曲线的轮廓造型展示了女人的妩媚端庄,聪慧秀美。如图1-14所示,手链灵感来源于原始壁画中的绘画方式,将各种运动姿态抽象为线条式的图形符号,以富有动感的图形装饰体现了运动健儿刚劲的拼搏精神,整款设计利用黑白对比色凸显了男士的刚毅与阳刚之气。如图1-15所示,耳环饰品是在风铃造型的基础上进行的概括与归纳,整个作品展示了在万籁俱静的世界,两只风铃带人聆听心声,给人以无限遐想的空间;如图1-16所示,戒指设计的整体造型以绽放的植物造型元素为主,以婀娜多姿的“枝条”上点缀了圆润的“花儿”,展现了精彩的韵味。

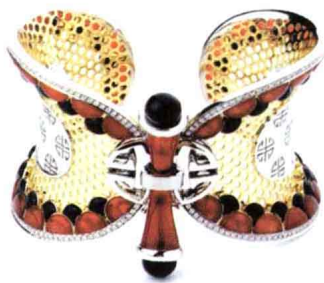


图1-13 旗袍领口戒指设计(摘自百嘉珠宝网)



图1-14 运动健将手链(摘自百嘉珠宝网)



图1-15 风铃耳坠(摘自百嘉珠宝网)



图1-16 绽放戒指设计(摘自百嘉珠宝网)

1.2 图形的界定

1.2.1 图形与图案的区别解析

“图”是比较宽泛的词汇，它的解释有几种，分别指用绘画表现出来的形象、画、计谋、谋取等意。图形和图案是“图”的不同涵盖范围的两种体现方式，图形中的“图”有画的意思，图案中的“图”有用绘画表现出来的想象之意。关于两个词语的区别，具体可以从词义和基本作用方面进行区别。

1. 图形和图案的含义区别

图形作为一种视觉符号在前文已经介绍，而“图案”源于日本学者对西方装饰的翻译。主要有两个层面的解释：广义上，《辞海》艺术分册对“图案”的解释为对某种器物的造型结构、色彩纹饰进行工艺处理而事先设计的施工方案制作图样，通称“图案”。狭义概念上，《现代汉语词典》中对图案的解释是“有装饰意味的花纹或图形”。由以上定义可得知图案最初主要使用在器皿上描绘方面，并对其起到装饰和美化的作用。

2. 图形和图案的作用

(1) 图形的基本作用有传播性、表意性和导引性。

传播性：图形本身是具有一定内涵与意义的，从古至今都有着传播性的作用，存在传播内容、频率、方式、环境等不同。在当今纷繁复杂的社会中，图形越来越成为人们生活中重要的部分，它能够代替语言表达信息，可以超越国界、民族、语言的障碍进行交流。同时图形还可以作为商业活动中宣传产品的主体设计，其言简意赅的直观表达方式更方便各种商业活动、文化生活的交流。

表意性：象征手法是经常被应用到图形的表意中，象征即用它物表达此意，用有形表现无形，用复杂体现简练等。

如图1-17所示，节能环保海报设计将树叶和灯泡两种图形进行组合，以叶子为主要造型元素，巧妙地将树叶生长在盘旋的灯管边缘，似一棵大树冒出绿叶。绿叶的形态让人联想到清新、生命、健康、和平等。以此寓意人们要注重培养节能环保意识，只有这样才能给人类以健康的生存环境。运用这样具有特殊含义的图形，其特有的象征意义往往不需解释就能达到不言而喻的表达效果。

导引性：图形是一种有表情的视觉传达，存在力量。图形能引导人们思想，影响人的行为等，它能表达一种趋向，能给人以鼓舞与振奋，也能带给人以忧郁与懊恼。如图1-18所示，四幅画面都运用到了“心”形，分别将心形运用到钥匙链、贴纸、便签、饰品，以图形作为传情达意的表达方式，引导人们理解其中蕴藏着的爱心、童心、信心等意义，能带给人温暖和力量。



图1-17 节能减排广告（摘自中国节能减排图片中心网）



图1-18 “心”图形装饰物设计（摘自百度网）

（2）图案的主要作用有装饰性、实用性和审美性。

装饰性：图案被广泛应用到生活中，其图案纹样主要起到美化和装饰作用。经过长久的使用，图案有了自己的构成模式，如二方连续、四方连续、单独纹样、适合纹样、对称式、均衡式、波纹式等。如图1-19所示，四方连续图案是一个单位纹样向上下左右四个方向反复、连续循环排列所产生的纹样，这种纹样节奏均匀，韵律统一，整体感强。如图1-20所示，对称式单独纹样是以中心点进行左右配置排列所产生的纹样，这样的纹样端庄工丽、规整有序。

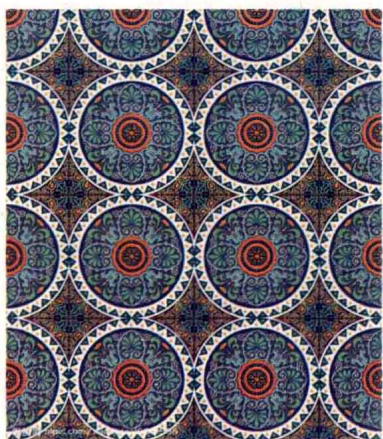


图1-19 四方连续图案（摘自百度网）

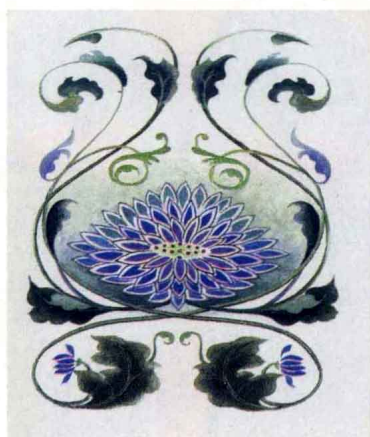


图1-20 对称式纹样（摘自昵图网）

实用性：图案纹样有着重要的使用价值，适合于人们日常生活的应用，并体现了产品的用途、性质、材料特性等。

刺绣历史悠久，特别是在我国更是中华传统文化的代表，无论是在日用品的装饰上还是服饰的点缀上一直占有重要位置。以图案为主要装饰的刺绣在欣赏价值上与绘画、瓷器、玉器等齐名，刺绣以精细的针法和美丽的图案结合，体现了无限的艺术魅力。在当代越来越时尚的今天，这些富有