

ART 国家示范性高等职业院校
艺术设计专业精品教材

高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

TUXING CHUANGYI

图形创意

主编 毕丹 杨智 艾青



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>



ART 国家示范性高等职业院校
艺术设计专业精品教材

高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

图形创意

TUXING
CHUANGYI

主 编	毕 丹	杨 智	艾 青
副主编	陈逢华	蔡妮娜	朱雄轩
	程蓉洁		
参 编	王 娜	杨祺君	龙 英
	黄 河	廖婉华	



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 简 介

本书从感知图形创意魅力、体会图形的创意思维、图形创意的构成形式、图形创意在平面广告中的语义传达及图形创意在设计领域中的应用等五个方面剖析了图形创意的实质。本书以开拓视野、扩大信息量、增强趣味性为前提,结合大量学生作品,通过项目教学的方式深刻解析图形创意的方法,以达到传授特色方法的目的。本书重在更有效地培养学生的创造思维能力,为后期的应用设计课程打基础。

根据高职高专艺术设计专业学生的特点,本书在编写过程中运用对比、分析总结、案例展示等方法深入浅出、通俗易懂地向学生传授各种理论知识和实践技巧。

图书在版编目(CIP)数据

图形创意 / 毕 丹 杨 智 艾 青 主编. —武汉: 华中科技大学出版社, 2011. 8
ISBN 978-7-5609-7084-4

I. 图… II. ①毕… ②杨… ③艾… III. 图案设计-高等职业教育-教材 IV. J51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 090809 号

图形创意

毕 丹 杨 智 艾 青 主编

策划编辑: 曾 光 彭中军

责任编辑: 沈婷婷

封面设计: 龙文装帧

责任校对: 李 琴

责任监印: 张正林

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027)87557437

录 排: 武汉正风天下文化发展有限公司

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 880 mm × 1230 mm 1 / 16

印 张: 6.75

字 数: 210 千字

版 次: 2011 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 38.00 元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

国家示范性高等职业院校艺术设计专业精品教材

高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

基于高职高专艺术设计传媒大类课程教学与教材开发的研究成果实践教材

编审委员会名单

■ 顾问 (排名不分先后)

- 王国川 教育部高职高专教指委协联办主任
夏万爽 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员
江绍雄 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员
陈希 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员
陈文龙 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员
彭亮 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员

■ 总序

- 姜大源 教育部职业技术教育中心研究所学术委员会秘书长
《中国职业技术教育》杂志主编
中国职业技术教育学会理事、教学工作委员会副主任、职教课程理论与开发研究会主任

■ 编审委员会 (排名不分先后)

- | | | | | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 万良保 | 吴帆 | 黄立元 | 陈艳麒 | 许兴国 | 肖新华 | 杨志红 | 李胜林 | 裴兵 | 张程 | 吴琰 |
| 葛玉珍 | 任雪玲 | 黄达 | 殷辛 | 廖运升 | 王茜 | 廖婉华 | 张容容 | 张震甫 | 薛保华 | 余戡平 |
| 陈锦忠 | 张晓红 | 马金萍 | 乔艺峰 | 丁春娟 | 蒋尚文 | 龙英 | 吴玉红 | 岳金莲 | 瞿思思 | 肖楚才 |
| 刘小艳 | 郝灵生 | 郑伟方 | 李翠玉 | 覃京燕 | 朱圳基 | 石晓岚 | 赵璐 | 洪易娜 | 李华 | 杨艳芳 |
| 李璇 | 郑蓉蓉 | 梁茜 | 邱萌 | 李茂虎 | 潘春利 | 张歆旒 | 黄亮 | 翁蕾蕾 | 刘雪花 | 朱岱力 |
| 熊莎 | 欧阳丹 | 钱丹丹 | 高倬君 | 姜金泽 | 徐斌 | 王兆熊 | 鲁娟 | 余思慧 | 袁丽萍 | 盛国森 |
| 林蛟 | 黄兵桥 | 肖友民 | 曾易平 | 白光泽 | 郭新宇 | 刘素平 | 李征 | 许磊 | 万晓梅 | 侯利阳 |
| 王宏 | 秦红兰 | 胡信 | 王唯茵 | 唐晓辉 | 刘媛媛 | 马丽芳 | 张远珑 | 李松励 | 金秋月 | 冯越峰 |
| 李琳琳 | 董雪 | 王双科 | 潘静 | 张成子 | 张丹丹 | 李琰 | 胡成明 | 黄海宏 | 郑灵燕 | 杨平 |
| 陈杨飞 | 王汝恒 | 李锦林 | 矫荣波 | 邓学峰 | 吴天中 | 邵爱民 | 王慧 | 余辉 | 杜伟 | 王佳 |
| 税明丽 | 陈超 | 吴金柱 | 陈崇刚 | 杨超 | 李楠 | 陈春花 | 罗时武 | 武建林 | 刘晔 | 陈旭彤 |
| 乔璐 | 管学理 | 权凌枫 | 张勇 | 冷先平 | 任康丽 | 严昶新 | 孙晓明 | 戚彬 | 许增健 | 余学伟 |
| 陈绪春 | 姚鹏 | 王翠萍 | 李琳 | 刘君 | 孙建军 | 孟祥云 | 徐勤 | 李兰 | 桂元龙 | 江敬艳 |
| 刘兴邦 | 陈峥强 | 朱琴 | 王海燕 | 熊勇 | 孙秀春 | 姚志奇 | 袁铀 | 杨淑珍 | 李迎丹 | 黄彦 |
| 谢岚 | 肖机灵 | 韩云霞 | 刘卷 | 刘洪 | 董萍 | 赵家富 | 常丽群 | 刘永福 | 姜淑媛 | 郑楠 |
| 张春燕 | 史树秋 | 陈杰 | 牛晓鹏 | 谷莉 | 刘金刚 | 汲晓辉 | 刘立志 | 高昕 | 刘璞 | 杨晓飞 |
| 高卿 | 陈志勤 | 江广城 | 钱明学 | 于娜 | 杨清虎 | | | | | |

术的物化。

近年来，教育部在高等职业教育领域组织了我国职业教育史上最大的职业教育师资培训项目——中德职教师资培训项目和国家级骨干教师培训项目。这些骨干教师通过学习、了解，接受先进的教学理念和教学模式，结合中国的国情，开发了更适合中国国情、更具有中国特色的职业教育课程模式。

华中科技大学出版社结合我国正在探索的职业教育课程改革，邀请我国职业教育领域的专家、企业技术专家和企业人力资源专家，特别是国家示范校、接受过中德职教师资培训或国家级骨干教师培训的高职院校的骨干教师，为支持、推动这一课程开发应用于教学实践，进行了有意义的探索——相关教材的编写。

华中科技大学出版社的这一探索，有两个特点。

第一，课程设置针对专业所对应的职业领域，邀请相关企业的技术骨干、人力资源管理者及行业著名专家和院校骨干教师，通过访谈、问卷和研讨，提出职业工作岗位对技能型人才在技能、知识和素质方面的要求，结合目前中国高职教育的现状，共同分析、讨论课程设置存在的问题，通过科学合理的调整、增删，确定课程门类及其教学内容。

第二，教学模式针对高职教育对象的特点，积极探讨提高教学质量的有效途径，根据工作过程导向课程开发的实践，引入能够激发学习兴趣、贴近职业实践的工作任务，将项目教学作为提高教学质量、培养学生能力的主要教学方法，把适度够用的理论知识按照工作过程来梳理、编排，以促进符合职业教育规律的、新的教学模式的建立。

在此基础上，华中科技大学出版社组织出版了这套规划教材。我始终欣喜地关注着这套教材的规划、组织和编写。华中科技大学出版社敢于探索、积极创新的精神，应该大力提倡。我很乐意将这套教材介绍给读者，衷心希望这套教材能在相关课程的教学发挥积极作用，并得到读者的青睐。我也相信，这套教材在使用的过程中，通过教学实践的检验和实际问题的解决，不断得到改进、完善和提高。我希望，华中科技大学出版社能继续发扬探索、研究的作风，在建立具有中国特色的高等职业教育的课程体系的改革之中，作出更大的贡献。

是为序。

教育部职业技术教育中心研究所

学术委员会秘书长

《中国职业技术教育》杂志主编

中国职业技术教育学会理事、

教学工作委员会副主任、

职教课程理论与开发研究会主任

姜大源 教授

2010年6月6日

项目一 感知图形创意魅力	(1)
任务1 图形创意的实质	(3)
任务2 图形创意与其他艺术形式的关系	(8)
任务3 图形创意表现形式上的多元发展	(10)
项目二 体会图形的创意思维	(17)
任务1 图形语言的传达	(19)
任务2 图形创意的思维方式	(21)
任务3 图形创意体验与训练	(23)
项目三 图形创意的构成形式	(33)
任务1 同构图形	(35)
任务2 置换图形	(44)
任务3 影射图形	(48)
任务4 共生图形	(49)
任务5 空间图形	(52)
任务6 文字图形	(54)
项目四 图形创意在平面广告中的语义传达	(61)
任务1 平面广告中图形创意的程序	(63)
任务2 准确把握广告主题到图形创意的转换过程	(68)
任务3 广告图形创意常见问题分析	(71)
任务4 学生广告图形创意作品赏析	(77)

项目五 图形创意在设计领域中的应用.....	(87)
任务 1 图形创意在标志设计领域中的应用.....	(89)
任务 2 图形创意在插画设计领域中的应用.....	(92)
任务 3 图形创意在产品造型设计领域中的应用.....	(93)
任务 4 图形创意在包装设计领域中的应用.....	(96)
任务 5 图形创意在形象设计领域中的应用.....	(98)
参考文献.....	(99)

项目一

感知图形创意魅力

T UXING
C HUANG
YI



任务 1

图形创意的实质



一、图形概述

ONE

经大量考古证实，图形的产生比文字早得多，无论是苏美尔人的楔形文字、古埃及的象形文字，还是中国古代的甲骨文，其原始形式都是图形。在人类历史发展的进程中，图形以其特有的方式将人类社会文明进步、发展的里程记载和流传了下来，错综复杂的历史记忆浓缩于简洁的图形中。

绘画能生成图形，是一种感受、思考与幻想相结合的活动。儿童通过绘画活动认识周围的世界，表达内心的感受，是认识反映感情的抒发，生活的再现（见图 1-1 和图 1-2）。在美术专业的学习阶段，绘画更多地是培养造型能力。这时绘制的图形更强调对象的形体准确、结构严谨、主次关系和虚实关系的处理等。这一阶段要求学生掌握绘画原理及基本技法，强化学生的整体意识观、空间意识观。针对不同的学习时期或学习领域，图形这个概念会有不同的指向。在设计领域和“图形创意”课程当中，图形可以理解为人为创造的一切图 and 形；或者可以理解为以视觉为表达意图的途径，并能引起人与人之间信息交流的具体形状和姿态。在此需要明确的是，作为一个图形，首先它是通过视觉途径进行传播的；其次它是具体的、生动的形象；最后它是能引起信息交流的视觉符号。图形是人有意、有目的地发现和创造，以人类独特的想象力，在视觉要素中形成提高视觉注意力的重要素材。图形往往能引起人们的注意，并激发阅读兴趣，它给人的视觉印象要优于文字，所以，合理地运用图形符号尤为重要。

图形作为一种交流信息的媒介而存在，和文字、语言等媒介一样有很强的功能性，有一定的信息量，能传播

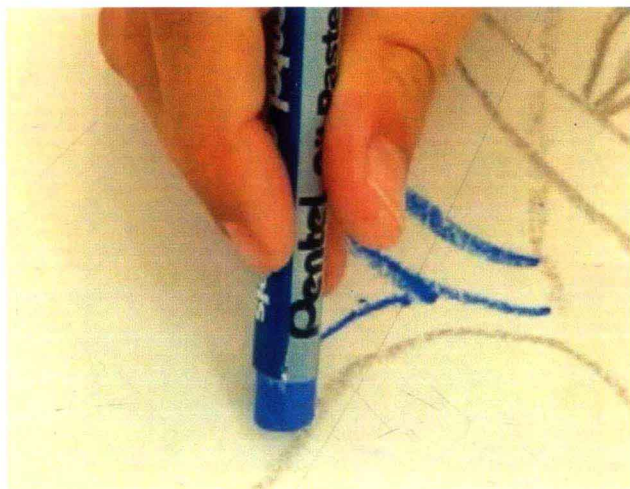


图 1-1 儿童涂鸦 1

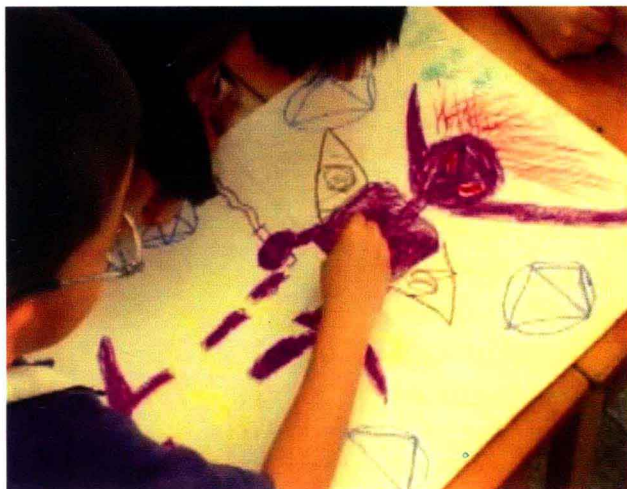


图 1-2 儿童涂鸦 2

某种概念、思想或观念。大多数图形要通过在社会上大量复制，广泛传播，才能达到最终的设计目的，实现艺术价值。它在人们与文化、信息的沟通方面起到了不可忽视的作用。现代图形是多种科学交叉的产物，它超越了一般造型的审美限度，集现代哲学、视觉心理、艺术造型、语言符号、信息传播、市场营销等学科于一体。它固有的属性，构成了现代信息传播中的特殊文化现象（见图 1-3 至图 1-6）。



图 1-3 《玫瑰》不锈钢雕塑 伊莎·金茨肯

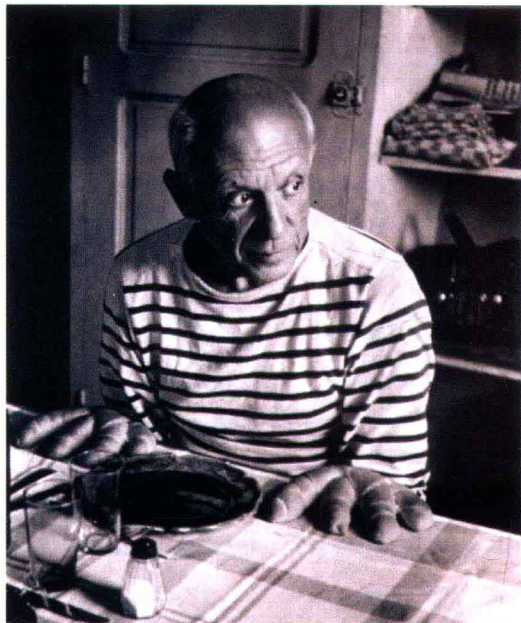


图 1-4 《毕加索的早餐》 罗贝尔·杜瓦诺

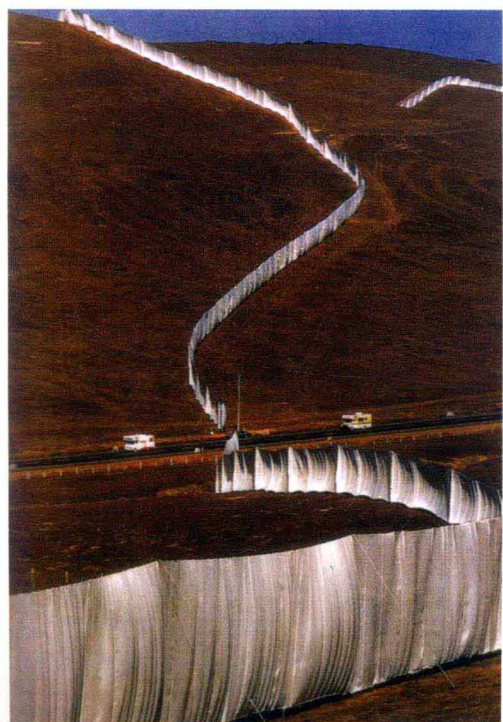


图 1-5 《飞篱》克里斯多 / 加利福尼亚

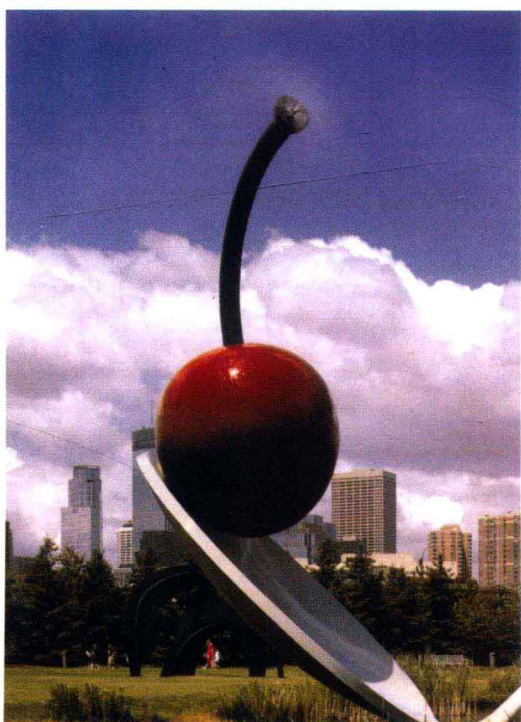


图 1-6 《汤匙与樱桃》不锈钢雕塑
克里斯·奥登伯格 / 布鲁根

二、图形创意概述

TWO

不同的创意能将不同的审美意识、图形形式、思维取向乃至艺术趣味带给受众,使受众产生不同的感悟。在竞争激烈的商业社会,图形创意成了商家宣传产品、促进销售最快捷易行的视觉传播方法。图形不仅要通过创意有效地传达商业信息,而且要通过其特有形式塑造出独特的个性来提高企业、产品在消费者心目中的认知率和可信度,从而有效地赢得市场。

不经意间,人类文化已经被全方位地“视觉化”了。这也赋予了“图形创意”前所未有的使命感。

1. 图形创意的定义

创意从设计的领域来说本身就包含有图形的含义,可以说图形是创意的前提要素。从功能上讲,创意就是要解决问题。因此要求所创意的图形必须有目的和内涵。概括而言,图形创意即以独特的图形语言准确、清晰地表达设计主题。

独特的图形语言体现在图形创意个性的表现上。个性主要表现在两个方面:一是设计创意的个性化,具有特点的设计创意,会使人从平淡的事物中领悟到更为深刻、更为有意义的视觉信息,给人留下深刻的印象,甚至会引发回味无穷的联想;二是设计形式的个性化,作为视觉传达设计的基本任务,创造的图形首先要引起人们视觉的强烈关注,只有在此基础上才能使人进一步深化对传达信息本身的理解。因此,个性化的图形创意,能使人的视觉从习惯中脱离,给现代图形创意注入新的活力。

2. 图形创意的特点

图形创意是针对人的创造性思维和表现进行的。图形创意是有主题的,它以传播信息为目的,以标新立异为主导,以新颖的设计、独特的意念和不同寻常的表现方式为宗旨,起到引人注目、新鲜奇妙、生动而有感染力的视觉效果,达到广泛传播信息的目的。在创意图形时应以此为核心,进而归纳图形创意的本质特点。

1) 传播的共识性

受众观看图形的过程就是接受信息、存储信息和加工信息的心理活动过程。当人们对某一图形所表现的意义达成共识和理解,某一特定的信息便随该图形在受众间传播开来。这种共识的达成要求设计者对受众心理的揣摩有相当的准确度,在知晓受众思维定式、文化背景、兴趣爱好的前提下再来考虑图形准确性的表现。也只有达成共识,图形才能成为人类交流的工具,信息才能得到有效的传达。这也是图形创意的核心所在。

2) 表现的简洁性

一般情况下,图形创意是精简元素的过程,目的是实现以最简洁的图形来表达事物的本质。好的图形创意要求拥有强有力的视觉冲击力,同时也容易记忆。形式上的概括、简化往往能加强人们对形象的认识。它也是能引起信息交流的视觉符号,我们要善于运用这些符号,而不是用冗长拖沓的画面和复杂的概念去再现某个情节或观点。符号作为具有强烈识别性和丰富内涵的图形,是以一定的理念为指导,将时间、印象、空间、文字、图像等因素通过互动交流结合在一起的。以高度凝练、概括、清晰、明快、强烈的图形语言,即用最简洁的视觉形式包含丰富的信息内容,使信息快速准确地传播。

3) 设计的独特性

独特的设计原则是设计个性化的表现。在图形创意中“求异”常常是关键。同样针对一个主题,独特性越鲜明,视觉表现的感染力就越强,刺激的程度越深,也只有表现独特、富有个性的设计才会引起人们的注意。优秀的设计者会别出心裁地寻找独特的表现视角、运用与众不同的手法去创造新奇的视觉感受。此外,设计的独特性除了表现在创意思维的角度上,还应表现在图形的形象上。图形是用形象来传递思想的,这种形象的“求新”也能加强人们对图形的印象,从而达到深度传达的目的。

小物件趣味图形创意作品如图 1-7 所示。



图 1-7 小物件趣味图形创意作品

3. 图形创意的意义

1) 视觉的情感表达

情感是对客观事物的心理反应，是创意思维的辅助线，也是创意思维活动中重要的心理因素，它渗透于图形创意思维的全过程。将语义图形化、直观化，不仅能让受众快速地了解语义，使语言概念视觉化，而且能让人在最短的时间内完成由阅读到记忆的全过程。让受众从图形的创意中理解它们的意义，并与之产生共鸣。鸡蛋图形创意作品如图 1-8 所示。

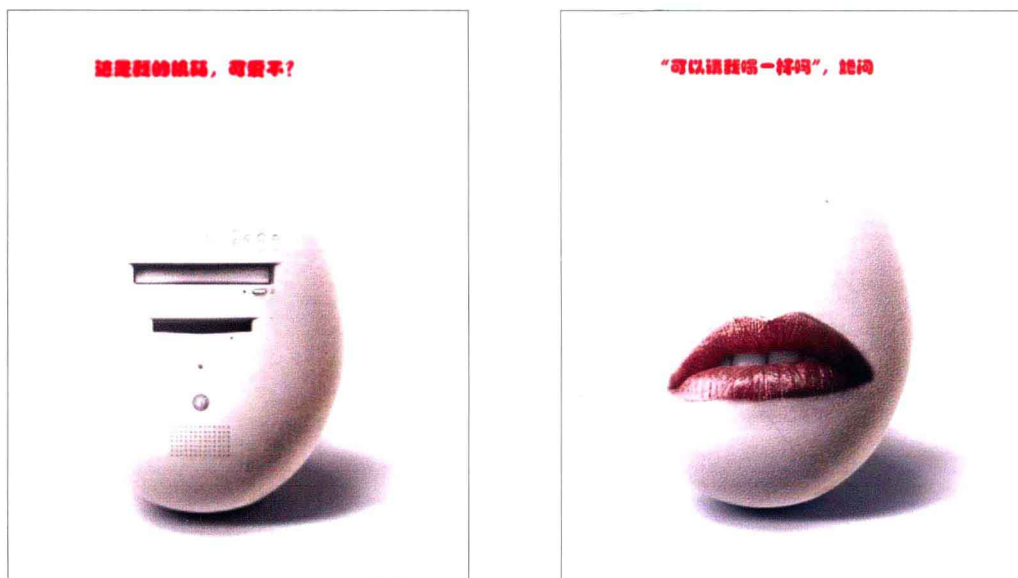


图 1-8 鸡蛋图形创意作品

2) 信息的实效传播

图形将长篇大论的文字进行高度的浓缩，以其简练的形象具体、生动地再现事物，使受众能在有兴趣的状态下短时间内完成信息接受的全过程。图形以其不受实际形象、色彩、时间、空间等元素限制的特点，将我们平时想看又看不见的、从字里行间产生想象的、理想化的诸多形象展现于眼前，突破民族、文化、语言的界限，成为实效性最久、地域性最广和受众面最广的传播媒介。

3) 创造生活的态度

图形创意是在特定思想意识支配下，对某一个或多个元素组合的一种蓄意刻画和表达形式，是对立意和表现形式的统筹考虑。创意就是把生活、自然形态中的关系重新处理，强调对生活点滴的领会和体验，重新审视身边再熟悉不过、再平凡不过的事物，发现很多有趣的事情，再以图形独有的形式将其放大展现出来的过程，它给予大众更多的个人灵感体验和自由探究能力（见图 1-9、图 1-10）。



图 1-9 房子的表情



图 1-10 蔬菜广告

任务 2

图形创意与其他
艺术形式的关系

一、目的的区别

ONE

图形作为一种信息交流的媒介,主要起说明的作用。设计师进行图形创意,主要着眼于传播,设计师通过图形的大量复制和传播,来传达特定的信息、思想和观念,从而让受众广泛接受。这与常说的美术作品、装饰图案、摄影作品在表现目的上有本质区别。美术作品主要通过描绘来展现画家对生活的理解、对社会的看法,有时则是画家个人情感的宣泄,它主要着眼于美术作品本身,通过美术作品来反映自己的思想感情,以期引起欣赏者的共鸣,而图形创意是以受众能接受的信息程度为目的的一种服务性活动,而不是单方面传播设计师的主观想法的活动。

装饰图案属于审美性的艺术活动,是要在一定技术条件的制约下完成的工作。它以美化、点缀物体为目的,从而达到体现物体形式美规律和装饰艺术审美风格的目的。相对图形创意而言,装饰图案的内容并不在于宣传某种特定的信息和观念,而更多地在于美化装饰物本身,更多的是让观众产生一种视觉审美的愉悦感。

摄影作品是一种借助摄影独特艺术语言为表现载体的图形形式,是以纪实为基本特征的图形艺术表现。由于摄影的真实性使人们倍感亲切、可信,所以,摄影所创造的视觉形象具有科学、艺术、技术和信息价值。较图形创意而言,它所拍摄的对象并不强调是否为人为创造的形,也并不着力强调作品的创新性。创意摄影作品如图 1-11 至图 1-13 所示。



图 1-11 创意摄影作品 1

二、表现形式的联系

TWO

图形创意在表现设计主题的时候,可以有很多不同的视觉表现手段,如绘画、装饰、摄影、拼贴、数字合成、材料实验,甚至动态图形、电子媒介图形等,或者可以用不同的视觉手法表现统一主题的系列图形创意。

作为视觉传播的表现形式,图形创意、美术作品、装饰图案、摄影作品等其他各种形式都要依靠视觉达到传播的目的。相互之间不断地影响和渗透,这些形式构架了人们的日常生活,它支配着人们的闲暇时间,塑造

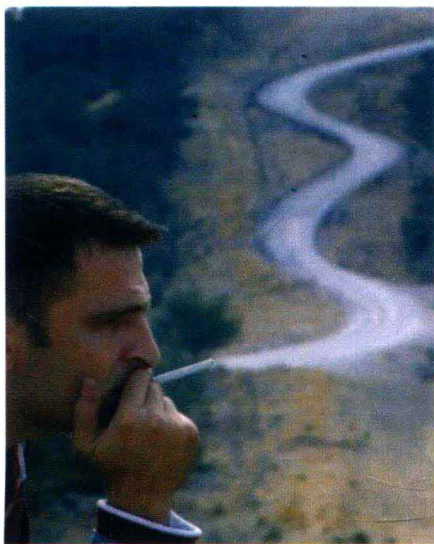


图 1-12 创意摄影作品 2

着种种观点和社会行为, 提供了我们构造自己身份的种种素材, 广泛作用于人们的各种情绪、情感和观念之中。光盘盘面设计如图 1-14 所示, Bela Borsodi 为鞋的陈列所做的一组纸艺广告如图 1-15 所示, “吸烟导致失明”垃圾桶设计如图 1-16 所示, 排水口涂鸦如图 1-17 所示, “最高骑士”步行自行车创意图形如图 1-18 所示。



图 1-13 创意摄影作品 3



图 1-14 光盘盘面设计



图 1-15 Bela Borsodi 为鞋的陈列所做的一组纸艺广告

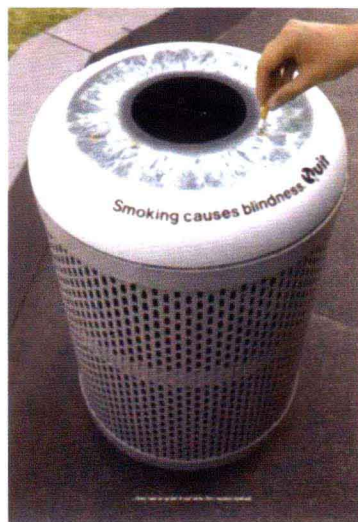


图 1-16 “吸烟导致失明”垃圾桶设计



图 1-17 排水口涂鸦



图 1-18 “最高骑士”步行自行车创意图形

任务 3

图形创意表现形式 上的多元发展



从 20 世纪 60 年代到 21 世纪初的几十年间,人类越来越切身感受到文化呈现方式的历史性变迁,视觉文化冲破以往视觉艺术的界限而向整体生活突围,逐渐渗透到人类生活的每一寸空间。随着社会科学技术的迅猛发展和人们生活方式的多元化,图形创意也越来越呈现出多样的表现形式。如今,图形创意已不仅仅局限于二维平面的表现,它逐渐向三维领域、动态形式和数码信息技术方面发展,以其独有的魅力为更多艺术设计领域提供创意思维(见图 1-19 至图 1-21)。在目前状况下,要想断定一种包含有不变的、固定角度的图形视觉的未来方向是不可能的,我们将会自由调动可以利用的一切媒介、一切风格和图形语言,以一种有意义的方式进行未来的创作,传递当代的情绪和责任。



图 1-19 李宁户外广告 08 One Show 青年创意竞赛铜奖作品