

第一章

图形创意概述

知识纵观

- 1.1 图形与图形创意
- 1.2 图形符号
- 1.3 图形与现代绘画艺术
- 1.4 图形创意的学习方法
- 1.5 图形创意设计材料与工具

知识目标

通过本章的学习，使学生能够理解图形创意的基本理论知识；掌握图形的产生与发展；了解学习图形创意的目的、图形创意的学习方法，以及图形创意设计材料和工具。

能力目标

通过本章的学习，激发学生主动学习图形创意设计的兴趣，提高学生分析优秀图形的能力，增强学生学好图形创意的信心。

课题导入

《狩猎图》(见图 1-1)和《大角鹿》(见图 1-2)是我国内蒙古阴山的岩画。这两幅岩画表明早在 3 万年前我国先民就已懂得了利用绘画的形式来表现丰富的感情并记录生活现象。这些画表现的主要是虎、豹、羊、鹿、马等各种动物形象及猎人狩猎的情景。这些岩画给我们留下了许多值得探索的奥秘,它们反映的内容和审美意识具有较高的研究价值,体现出了研究图形的重要意义。



图 1-1 阴山岩画《狩猎图》



图 1-2 阴山岩画《大角鹿》

图形不但是简单的图案,而且是传达情感信息的重要载体,是视觉传达中的重要环节之一,已经成为平面设计基础训练中的核心课程。图形创意应注重外在形式和内在寓意之间的关系。图形的外在形式是具有一定美感的形式表现,其内在寓意要通过外在形式去表现,否则图形的设计毫无意义,即寓意再好若没有美观的形式表现,也很难在众多图形中脱颖而出。所以,图形既要有深刻的寓意,又要有美的形式。图形创意就是要研究如何用外在的形式美感来表现内在的寓意,以使其在视觉传达设计中得到应用。

1.1 图形与图形创意

1.1.1 图形与图形创意的概念

1) 图形的概念

图形的概念源自英语“graphic”，意为由绘、写、刻、印等手段产生的图画记号，是具有说明性质的图画形象。上述的岩画就是刻在或画在石头上的记录人类生活的图形，它反映原始人的生活状况，带有一定的说明性。

图形可被理解为除摄影作品以外的一切图和形，它区别于图案，也区别于标志，但是它可被应用于图案、标志或广告设计中。图形是在特定思想意识支配下的对某一个元素或多个元素组合的一种蓄意刻画和表达形式，有时是美学意义上的升华，有时是富有深刻寓意的哲理。所以，图形是一种区别于语言、文字的视觉形式，人们可以只用图形就将所要表达的信息传递给受众。巧妙地运用图形要素可以创造出独特的创意作品。如1950年11月，为纪念在华沙召开的世界和平大会，毕加索画了一只衔着橄榄枝的鸽子，其被公认为和平的象征，并被称作“和平鸽”（见图1-3）。毕加索的《和平的面容》（见图1-4）和《和平鸽的脸》（见图1-5）都以鸽子、橄榄枝和脸为元素，不但具有美学意义上的升华，而且富有深刻的哲理。



图 1-3 毕加索的《和平鸽》

图 1-4 毕加索的《和平的面容》

图 1-5 毕加索的《和平鸽的脸》

图 1-3 |
——| 图 1-5
图 1-4 |



2) 图形创意的概念

创意（create new meanings）是创造意识或创新意识的简称，是指由对现实存在事物的理解及认知所衍生出来的一种新的抽象思维和行为潜能。

创意是对传统的叛逆，是打破常规的哲学，是破旧立新的创造与毁灭的循环，是各种思维的碰撞与人类

智慧的对接，是具有新颖性和创造性的想法。

图形创意是寻求视觉传达的独创性意念和构想。

图形创意是图形设计的核心，以信息传播为根本原则，以创造性思维为先导，以独特、新颖的视觉形式来表达，以独具匠心的形象画面引人关注，使受众产生兴趣与共鸣，从而使受众接受信息。如下两幅图（见图 1-6 与图 1-7）是雀巢咖啡的招贴，作者分别以瓦特发明的蒸汽机与牛顿的地心引力理论来表现雀巢咖啡的力量。这两幅招贴都借助独特的思维及创新的画面将所要表达的信息传递给受众，使其产生共鸣。

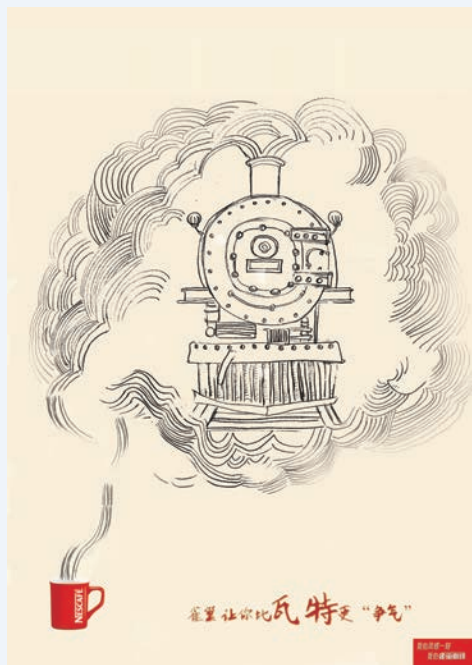


图 1-6 《雀巢咖啡》招贴 1（设计：田田）



图 1-7 《雀巢咖啡》招贴 2（设计：田田）

1.1.2 图形的产生

从某种意义上来说，人们已经进入了“读图时代”。在现代信息化的社会里，随着社会的进步与科技的发展，人们已经可以通过影视、网络、报纸等各种媒介来传递信息。在这种信息传递中，图形具有不可磨灭的功劳，人们也越来越能体会到图形设计所特有的魅力和不可低估的力量。好的图形是一种国际化的语言，它可以排除一切人类文字及语言的障碍，可以超越时空，为人类提供一种图形交流的方式。

在信息化时代之后，人们迫切地需要并将创造出一个更新、更美、更有人情味的形象时代，即以人造图形为主的图形时代。

从广义上来讲，图形源于原始的狩猎岩画、图腾等，源于人类认识世界和改造世界的需要。

人类认识图形、创造图形需要依靠视觉和思维，这两者又要借助形象，除借助自然界的形象以外，还要人为地去创造形象，这就产生了图形。图形是人为创造而又为人类服务的艺术，是社会所需要的图形。

图形源自以下三个方面：

(1) 图形源自物质等客观存在。自然界的山水树木、城市的高楼大厦等都是客观存在的物象，人们按

照自己的所见所闻、所想所需去选择搜集这些物象，然后归纳、提炼、设计、制作成所需要的图形。岩石上的图形就是古人基于生活与文化的需要，将一些打猎、劳动等场景描绘在了岩石上，有时古人还会把这些图形作为崇拜的图腾。

(2) 图形源自人的视知觉感受，是人的视知觉感受的反映。在人类的各种感觉中，视觉是最为重要的，因为人们得到的信息大多是通过视觉而获取的。

(3) 图形是用于传达信息的工具，在书面语言中它是特定的文字符号，在图形语言中它是个可以表达某种意义的符号。图形可以用于思考与交流，在人类的艺术语言中具有重要的地位。

图形产生的最原始的原因是人的本能与本性，即人的生命存在的自然性能。在生产劳动和日常生活中，本能的以感性欲望为主的需求除需要语言进行表达外，还需要别的形式来表达；再加之原始工具的简陋，人们可能会将其本能需求描绘在地上、木头上、墙面上、石头上或山崖上。随着时间的推移，很多图形被破坏掉了，只有留在坚实的或较为隐蔽的石头上、山崖上、洞穴里或陵寝里的图形留了下来，使我们得以看到法国南部的洞穴艺术，看到在阿尔塔米拉洞穴的壁画上成群的牛马、自由自在的驯鹿，让人们感觉到几万年前穴居人生活的雄健、纯朴和美丽（见图 1-8 与图 1-9）。在埃及法老的陵寝中，那些壁画、雕塑、石碑和建筑等让人感觉到达法老的伟大和神圣，感觉到辉煌的永恒。



图 1-8 法国南部拉斯柯洞穴的欧洲野牛的形象



图 1-9 西班牙阿尔塔米拉洞穴的壁画

1.1.3 图形的意义及其解读

图形是人造物，是人有意地创造出来的图形。意义是对客观事物的认识与评价，这些认识与评价并不只是由图形产生的。认识与评价皆属于意识形态，可以与客观事物相分离，并以概念的方式保留在人的记忆之中。

图形和意义虽然是各自独立的两个概念，但可以结合起来。设计师可以将这两者结合起来，结合的方法之一就是根据意义去创造图形；方法之二就是将图形赋予意义。根据意义创造图形就是先立意或创意，然后根据意义去创造、设计图形，使之成为承载该意义的载体及象征。将图形赋予意义要求设计师赋予图形魅力，使人们在对图形的直觉和应用中，获得关于图形的意识与评价。

此外，受众在观察、分析图形的过程中，把自己的知识和经验等投射到图形上，从而产生受众对图形的认识和判断。受众不同，对同一图形的认识和判断不同；受众与图形要素的对应关系与程度不同，认识和判断也不同。

人们创造图形在于应用，用其传播各种信息，进行思想教育等，使得图形的功能得以发挥，价值得以实现，图形的意义在这个过程中得到认识和认同。

我们应该正确地去解读各种图形的含义。在日常生活中有许多较为容易解读其含义的图形。如交通图形，人们通过对交通图形的解读准确无误地遵守直行、右拐、单行、停车标志及红绿灯信号等规则。一些公共场所也有容易解读的箭头路线图、安全门的导向路线图等。大型超市里有容易解读的服务图形，如针线使用、热水供应、VIP 卡办理等。因为这些图形是凭直觉来认知的，简洁醒目，所以容易解读。可是也有较难解读的图形。交通禁令标志（见图 1-10）如禁止超车、禁止掉头、禁止机动车驶入、禁止鸣喇叭、禁止左右转弯、禁止行人通行、禁止直行等都容易解读，但是限制宽度 3 m 的标志解读起来就稍微有些难度，需要别人告知或讲解。



图 1-10 交通禁令标志

对于图形的解读，有时要靠直觉来认知。直觉是人类与生俱来的，人人皆有，但不完全相同。数学家对数字的直觉非常强烈，能够对数学问题迅速做出直接领悟；音乐家对音符的直觉很强，凭耳朵听就可以判断音的高低；画家对形象的直觉比较敏感，可以瞬间捕捉人的神态并加以表现。但是，直觉不是天生的，与后天的学习、见识、训练等有极大的关系。德国科学家莱布尼茨认为，直觉是认识不言自明的理性真理的能力。他在《关于认识、真理和观念的沉思》一文中说：“足够的认识可以分为符号的和形象的。用符号进行的思维是‘瞎了眼睛’的思维，一切形象的认知都与直觉有关。”所以，许多科学家、艺术家都认为直觉是解读图

形的重要一环。

图形除艺术图形外还有技术图形、科学图形。解读技术图形和科学图形除需要直觉外还需要技术与科学方面的知识,如心电图需要医生来解读,土木工程图需要工程师来解读。

在视觉传达艺术方面,我们主要研究的是艺术图形。对于艺术图形的解读关键是设计师的创意与受众者的领会,这一解读过程需要心灵的沟通、意会的沟通、对图形的理解与想象。如下的校车安全招贴(见图1-11与图1-12)是针对频频出现的校车交通事故而设计的,设计创意是采用游泳圈和安全帽的图形(游泳圈是为了保护游泳者的安全,安全帽是为了保护工地工作人员的安全),然后在这两个图形的中间设计一个校车图形,用游泳圈和安全帽来强调校车安全的重要性,这正是设计师对这两幅招贴的解读与释义。



图 1-11 校车安全招贴 1(局部)(设计:田田)



图 1-12 校车安全招贴 2(局部)(设计:田田)

1.1.4 图形创意的意义

在人类的历史发展进程中,图形设计以其特有的方式将人类的社会文明、文化进步、历史发展历程记载并流传下来。图形作为现代信息交流的主要媒介之一,其不同的审美趋向、思想意识、思维方式、表现形式及艺术趣味带给受众许多不同的感受。

当人与人单体之间传递信息时,可以通过语言,而要向众多的人群迅速传播某种信息时就必须借助传播工具,如动态的电视、广播、网络,静态的报纸、杂志、海报等,由于所利用的媒体不同,传播的效果就有所差异。广播靠听觉形式传播,需要在固定的时段去获取信息;电视、网络靠视听形式传播,相对听觉形式而言,视觉传达更直观,更快捷,并且获取网络信息的时间更灵活。报纸、杂志、海报等静态的纸质的传播形式也有其优势,茶社、咖啡厅、商场等场地均可以传播,并且不受硬件的限制,这是一种更直截了当的视觉传播形式。

视觉传达语言有文字与图形两种,当文字与图形同时出现在人的眼前时,人的视线总会不由自主地先关注图形。图形因其丰富的可视性、直观性和准确性而成为极具吸引力的信息媒介。图形能使人一目了然,若设计新颖,寓意深远,色彩运用合理,可让人过目不忘,并留下深刻的印象。如图1-13的热水器广告《热水文明 欧美标准》利用埃菲尔铁塔、比萨斜塔和金字塔的造型,采用拟人化的图形创意方法,会使受众牢牢地记住这个热水器。



图 1-13 热水器广告《热水文明 欧美标准》(设计:田田)

德国当代国际著名的视觉设计大师霍尔戈·马蒂斯 (Holger Matthies) 教授曾经这样说:“一幅好的招贴, 应该是靠图形语言说话而不是靠文字注解。”图形不同于文字, 它能够以其独特的表现力在画面中展示其独特的视觉魅力。美国评委加里·戈德史密斯 (Gary Goldsmith) 在 1996 年的法国戛纳国际广告节上对获奖作品沃尔沃汽车平面广告的评价是:“它是一幅仅有一句文案 (一辆你可以信赖的车) 的广告——纯粹的视觉化创意。我认为我们所看到过的一些最好的东西, 都传递信息快, 并且到位, 无须费神去思考或阅读。”

在设计中图形创意的意义如下:

(1) 图形是人们有意识、有目的地进行视觉交流和心灵沟通的一种语言形式, 它能使人與人之间打破语言和文字的障碍, 建立起以图形为基础的交流形式。

(2) 简洁明快的图形语言能使所设计的作品具有强烈的视觉冲击力。新奇而又主题鲜明的图形创意往往会使广告作品比文字更具有说服力, 并加深受众对设计主题的认识、理解和记忆。

(3) 具有丰富的文化内涵和美学意蕴, 达到视觉美、意境美和思想性完美统一的境界的作品, 会向受众传达一定的信息或理念, 发人深省, 使受众通过这些可视的形象体会作品内在的含义。

一幅作品通过创意图形的直观形象在向受众传达信息的瞬间给人以深刻、强烈的视觉印象, 代替烦琐、抽象的文字, 达到一目了然的效果。它所解决的是视觉形象的创造和视觉语言的表达问题, 而不是单纯地满足画面的奇特、新异的视觉审美需求, 它以产生一定的文化启示效应为目的。因此, 在激烈的商业竞争中, 图形设计成为商家们宣传产品、促进销售的主要形式之一, 也是最快捷、最方便的视觉传达媒介之一。如商家常常利用平面广告宣传该企业的产品, 使消费者更好地了解产品。成功的广告要以成功的图形创意为基础, 这样才能更好地传达信息。因此, 图形不仅可以有效地传达商业信息, 更能通过其广告艺术形式塑造出独特的产品形象, 以此来提高企业和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。为此, 如何更好地利用图形及其表达形式发挥其作用, 更好地为商家服务并被认同与领悟, 既是当今图形创意所追求的目标, 也是图形创意的目的与意义。

现代人的生活节奏快、工作压力大、学习竞争激烈, 无暇过多顾及身边之事, 更不会花费太多的时间去阅读大段广告词, 所以, 好的图形创意能起到替代众多广告词的作用, 并能在较短的时间内吸引受众的视线, 引起受众关注。

1.2 图形符号

1.2.1 图形与符号概述

图形与符号的关系非常密切，图形包含符号，当某个图形已经成为人们所认知的、并在脑子里根深蒂固的一种符号时，它便是代表某种意义的符号了，比如禁止吸烟的符号（见图 1-14），它本来是一幅禁止吸烟的图形，但不断地在禁烟场所出现，它就成了一种人们所认可的禁止吸烟的符号了。所以，有些图形使用久了就变成了符号。符号可以是图形，但是图形不一定是符号。

符号是一个抽象的概念，它往往要通过视觉经验和视觉联想来传达其所包含的内涵。根据美国符号学家查尔斯·桑德斯·皮尔斯（Charles Sanders Peirce）（1839—1914 年）的符号学理论，任何一个符号都是由媒介关联物、对象关联物和解释关联物三种要素构成的，若某个符号未表现出这三种关联要素，它就不是一个完整的符号。符号是构成意义世界的东西，而不是世界本身。因此，符号本质上不指称某个实在物，而是表示某个意义；符号所指称的对象也是意义的一部分，要经过意义这一中介。符号有指称与含义的区分，指称属于意义的外延，含义属于意义的内涵。



图 1-14 禁止吸烟的符号

符号的结构有简单与复合之分。如“↑”“@”“¥”“干”等箭头符号、邮箱符号、人民币符号、邮政符号都属于简单符号。而世界地图、国家地图是复合符号，是由多个简单符号复合而成的。这上面有山脉符号、河流符号、铁路符号、疆域符号等。这些符号都有一个产生、流行和衰亡的过程，即这些符号也是有生命历程的。在社会生活中，如果用某个图形来表征另一事物，同时赋予其意义，那么一个符号就产生了。同时，这个符号还应得到社会的承认，由社会来约定这个符号的所指。如果这个符号产生以后得不到社会的约定，那么这个符号会“夭折”；如果在流行中得不到社会的继续约定或使用，那其就会走向“死亡”，这个符号的生命历程随即也就结束了。有的符号可能会经过多年的历程才结束其生命历程。可见，符号的社会约定性是符号的基本属性。

符号组成符号系统后才能产生意指作用。如交通路口的信号灯就是由红灯、黄灯、绿灯组成系统后才具有了意指作用；如果只有一个独立的红灯、黄灯或绿灯，那么其就失去了交通信号的意指作用，就不能有效地起到疏导交通的作用。许多其他的形形色色的符号也都有各自的系统，如许多企业、公司或医院所导入的企业识别系统（corporate identity system, CIS）。

1.2.2 图形符号与生活

早在古代，我们的祖先就已对图形产生了极大的兴趣，并给我们留下了许多宝贵的财富。在我国各地的原始遗址中出土的陶器上发现了各种记事符号，如岩画上的记事符号，内蒙古磴口县托林沟岩壁上有一些符号，左边是一个类人形，往右依次如图 1-15 所示。在磴口县额勒斯泰沟有一幅岩画，上面有五个符号（见图 1-16），可能是用这五个图形结合起来表达一个完整的意思，由此分析其具有文字的性质。图形记事符号的出现表明当时人们的抽象思维能力已有了进步。

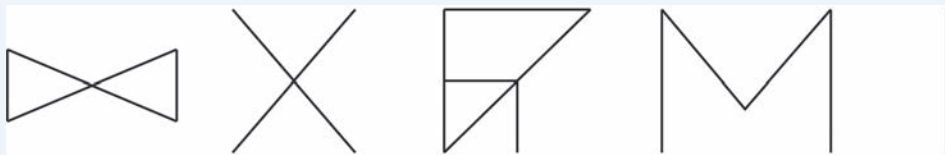


图 1-15 内蒙古磴口县托林沟岩岸上的符号



图 1-16 磴口县额勒斯泰沟的岩画符号

再如马家窑文化的舞蹈纹彩陶盆（见图 1-17）、菱格锯齿纹彩陶罐（见图 1-18）、平行线纹彩陶瓶（见图 1-19），仰韶文化的船形彩陶壶（见图 1-20），阴山岩画（见图 1-21 与图 1-22）等都是历史的写照。

无论是彩陶上还是岩画上都记载着古人的社会生活信息，而且这些纹样的设计对我们有很重要的历史意义。这些纹样对祖先来说既有实用价值，又满足了祖先的审美需求，祖先在劳作生活过程中不知不觉地设计着图形，丰富了生活。



图 1-17 马家窑文化的舞蹈纹彩陶盆



图 1-18 马家窑文化的菱格锯齿纹彩陶罐

图 1-19 马家窑文化的平行线纹彩陶瓶

图 1-17 |
图 1-18 | 图 1-19



图 1-20 仰韶文化的船形彩陶壶



图 1-21 阴山岩画 1（局部）



图 1-22 阴山岩画 2（局部）

从图形符号发展的过程可以看出，人的思维是由对事物的表象认识开始的，事物的表象被记录到大脑中形成概念，大脑皮层对这些概念加以归纳、整理并进行储存，从而使外部世界的物象在大脑中形成相对应的映像，这些映像以狭义语言为基础，表现为可视图形、文字、肢体动作等广义语言。这种狭义语言与广义语言的结合即为图形符号。日本学者持上嘉彦指出，当一事物作为另一事物的替代而代表另一事物时，它的这一替代功能被称为“符号功能”，承担这种功能的事物被称为“符号”。

图形符号与生活联系紧密，与艺术也联系紧密，所以艺术设计中图形符号的设计与运用是极为普遍的。一个图形符号既可以代表一个企业、银行等，又可以代表它们的知名度，或其品牌的知名度，人们通过对图形符号的认知去引导他们的行为。

1.2.3 图形符号的表示

大多数事物可以生成图形，图形又可以成为符号，这些符号在视觉语言中就是图形符号。在视觉语言里重要的是研究视觉图形符号的内涵，研究图形符号的替代关系。

世界上大多数物象都可以用图形符号来表示。太阳、月亮、山川、河流、大树、小草等自然物象均被称为符号的原体，经过人类的搜集、归纳、提炼等程序后被绘制成我们所认知的图形符号。由于这些图形是生活中的自然物符号化的结果，所以人们不需要去学习，不需要语言的沟通就可以认知这些符号。其他的一些创造物，如房子、桌子、椅子、茶杯等，也被艺术家或设计师概括、提炼成图形符号，因此也容易被认知。

但一些无形物，如社会、文化、经济、真理、真诚、感情、安静等这些具有含义的概念词语是否也可以用符号表示？在实际生活、工作中，我们发现，只要人的意识指向它，许多“只可意会不可言传”的概念也会被人们冠以一个固定的概念符号。但对这些没有固定形象的概念，如何用图形符号来表示，又怎么让受众理解，并不像概括、提炼有形物的图形那么简单。对一些无形物可以用某一图形直接表示，如可以用一个圆形表示“空洞”；用一张白纸表示“空白”；用一条细长的横线表示“平稳”等。而对另一些无形物可以借助联想去思考，如“感情”可以使我们联想到“眼泪”“红心”“男人”“女人”“孩子”等有形物，我们可以借助这些有形物的符号来表示无形物，只要应用贴切，人们就可以领会其意思；可以用与“爱”有关的“红心”“玫瑰”“双手”“巧克力”等有形物表示“爱”；用与“恨”有关的“刀”“匕首”“眼泪”等有形物表示“恨”。无论是有形物还是无形物，图形符号的内涵首先是文化的内涵，是人类社会发展过程中所创造的文化财富，文化本身的多样性又为图形符号增添了更加深厚、持久的魅力。文化是不断积累与更新的，因此，图形符号也是发展变化的，反映了社会文化的诸多方面与不同时代的不同特色。时代特色正是图形符号生命力的源泉和持续发展的表现，图形符号的内涵所体现出来的时代特点恰恰是不同时代的人们的意识、审美及表达方式的凝结。

1.2.4 图形符号与认知

对于图形符号的认知，我们可以从日常生活中的符号象征去理解，从生活的感知去认识。人的共识与文化使图形符号的命名合法化。

在图形符号现象中，一类为实体图形符号，如房屋、山水、人物、树木等是可感事物，是人的直接感知能认识的，其所对应的图形符号是实体图形符号。我们可以通过视觉、听觉、触觉等感知事物，用以区别此事物与彼事物的不同。这些图形符号有其特有的样式。另一类为虚体图形符号，如箭头、斑马线、直行符号、右拐符号等是通过视觉感知的功能性符号，每一种图形符号也有其一定的意义，这些符号在人的心理上生成一个同等的像，这个像所指代的是符号所对应的物理存在。像通过各种途径，以科学的手段经过长期的实践形成。所以，符号在某种层面上对某人而言指代某特定的事物。

1.2.5 图形符号语言

人类学和考古学早已证明：语言的直接源头是绘画、舞蹈和音乐。在人类文明初始时期，图形符号语言就已经是人类认识事物的主要手段了，以视觉形象为主的文化现象占据着主导地位。人类把这些图形符号留在了山崖峭壁上和山洞里，如花山崖壁画和阴山岩画等。这些图形符号语言描述的是人类狩猎、劳动和崇尚图腾文化的情形，实际上原始文字不过是简化了的绘画。人类学家赫尔梅斯说：“人类在运用词来记录其思想和经验之前，是用图画来行使这种（交际）功能的，许多只有从考古发现才为世人所知的人种，除了他们的艺术外，尚没有清晰表达的语言。视觉语言可以说是艺术的母语，在人类的长期使用中，经验要素就与包含了人类各种丰富经验的形象结合在一起。”可见，图形是人们交流的一种语言形式，它使社会中人与人之间可以打破语言、文字的局限和障碍，建立以图形视觉为基础的交流与沟通。

设计，尤其是视觉传达设计，非常需要符号及其意义理论的指导。但传统符号学将研究重点都放在语言和文字方面，其意义理论的核心是语义观念论，语义观念论并不适合形象符号设计的需要。形义视觉论才是与形象符号对称的意义理论，对视觉传达设计和其他设计有直接的帮助。所以，图形符号语言对平面艺术设计而言，除了体现思维的形式结果外，还在于透过视觉语言中所包含的思想和情感，促成设计作品与受众之间的对话，实现有效沟通。

1.2.6 图形符号的分类

根据图形符号的功能，图形符号分为以下三类：

（1）指示符号。指示符号是指物象与符号之间具有时空上的关联，人们通过指示符号来辨识符号的指涉，它简略的图式具有直观的特性，能获得受众的认可，达到认知的目的。如箭头图形，箭头具有一定的方向性，而且箭头也早已得到了受众的认可，所以人们通过箭头图形能达到认知方向的目的。

（2）直接意旨的图形符号。直接意旨的图形符号是通过模拟物象而构建的图形，复现物象的部分或全部的视觉信息，使受众在信息解读中再构建符号的意义。在禁止吸烟的图形中有一个香烟的图形，这就是复制物象的视觉信息，再加之上面的一条红线禁止符号，受众得知此处禁烟。

（3）象征符号。象征符号指物象与符号之间有性质上的相似性，却没有图形上的相似性，它是群体思维同化的结果。红旗、红领巾、鲜血三种不同物象却有着性质上的相似性，红旗和红领巾的红色象征为中国的命运而牺牲的革命者的鲜血。具有象征意义的符号在标志设计中也有大量的例证。例如，中国邮政绿色的标志，象征和平、青春、茂盛和繁荣，是“中”字与邮政网络形象的互相结合与归纳变化，并在其中融入了翅膀的造型，使人联想起“鸿雁传书”这一中国古代对于信息传递的形象比喻。同时，图形、标志和象征表明了一个符号可能的性质，这三者之间是相互依存的。在视觉传达设计作品中，图形、文字、色彩等视觉元素构成了符号系统，应对符号系统进行图形创意和整体的筹划，赋予它们特定的指涉功能，并且要与其客体功能相一致，通过三种不同的图形符号的不同视觉要素传达不同的信息，达到最佳视觉表达效果。

1.2.7 图形符号的效果

由于图形符号的表现力极强，所以它具有一些特殊的效果：注目效果、看读效果和诱导效果。

1) 注目效果

在被称为“眼球经济”的今天，视觉艺术设计的注目效果是显而易见的。就广告来说，多种广告形式都能够吸引受众的注意力，瞬间产生强烈的视觉效果，即注目效果。在这些广告形式中，因热气球色彩艳丽、体积庞大、极具视觉冲击力，所以热气球作为广告载体，会使人产生100%的记忆度，强烈的视觉冲击力会给

受众留下难以磨灭的印象。同时,热气球还能吸引媒体的注意力,是企业进行外部宣传的优秀载体。在国内外,热气球一直是著名大公司展示形象的绝佳舞台。例如,英国豪华汽车生产商 JAGUAR(捷豹)的热气球广告(见图 1-23)使本来就深受英国皇室推崇的御用座驾更具时代感和视觉冲击力。TESCO(乐购)是全球三大零售企业之一,TESCO 的热气球广告(见图 1-24)运用了商场购物车的造型,这一造型使其注目效果更加强烈。



图 1-23 英国 JAGUAR 的热气球广告



图 1-24 英国 TESCO 的热气球广告

2) 看读效果

一幅创意新颖的图形一般有良好的看读效果,可以准确地传达主题信息,使受众易于理解和接受。在通常情况下,注目效果好的图形看读效果就好,因为如果一幅图形引起了人的注意,人就会跟着视觉导向读取信息。

一幅图形要想有良好的看读效果应注意以下四个方面:

- (1) 在有限的范围内图形要少。
- (2) 画面要简洁、清晰。
- (3) 图形的主题与内容应该是受众感兴趣的。
- (4) 应使图形有很强的视觉冲击力。

如啤酒的车体广告(见图 1-25),由于形象逼真、面积较大,具有极强的视觉冲击力,所以看读效果非常好。如山体广告(见图 1-26),面积较大,且巧妙地使嘴的形状和隧道的形状相吻合,整幅图形简洁明了,看读效果优良。

看读效果好的作品可以有效地传播信息,加强受众的消费意识并促进受众去消费。



图 1-25 啤酒的车体广告



图 1-26 山体广告

3) 诱导效果

诱导效果与图形的创意及视觉流程有极其密切的关系。首先，一个图形要有一个主要的图形看点或吸引点，再将视线引至其他元素，使受众接受完整的广告信息进而去注日本作品（广告、包装、书籍、报纸等）所要宣传的内容，最终诱导受众的思想或消费行为。在许多消费场所都有导购员介绍商品的信息，从而引起受众的兴趣点，诱导受众去消费。实际上导购员是以一种真人语言的形式进行广告活动。而如平面广告之类的无声广告，是靠广告里的内容引起受众注目，诱发其心理反应，引导受众形成消费行为的。一幅优秀的无声广告具有强大的吸引力，会使受众看了之后产生好奇心，并促使其产生消费欲望，所以，优秀的平面设计具有诱导效果。

1.3 图形与现代绘画艺术

几个世纪前的西方绘画艺术具有诸多的限制，即反映能见世界的物象是所有绘画艺术的基础或标准。艺术家们以敏锐的观察能力，利用人物、景物、花卉、动物等来满足人们视觉上的需要。这些几乎是具象的形态反映，即使是非具象的，也能找到与现实客观世界的联系，所表现的内容一目了然，人人皆可欣赏，皆可理解。可是，随着 20 世纪的到来，绘画艺术发生了前所未有的变化，艺术家们在艺术创作中越来越多地采用抽象手法，把客观物象用变形等手法使绘画艺术不再是人们容易看懂的艺术。这种变化抛弃了将客观世界作为衡量视觉艺术的标准，产生了一种新的观念，即艺术可以主观地表现物象。这个时期出现了诸多的艺术流派，如立体主义、野兽主义、抽象主义、超现实主义等。现代绘画艺术的各种流派力图在作品中反映艺术家的主观意念，这种创作思路与图形创意有许多契合之处，从而给现代图形创意带来了较大的影响。

1.3.1 立体主义

立体主义（cubism）是 20 世纪西方现代艺术史上的一个重要流派，它的出现，标志着现代艺术进入了一个新的阶段。立体主义的艺术家追求破裂、解析、重新组合的形式，形成碎片分离的画面。立体主义的代

表人物有毕加索、乔治·布拉克、费尔南·莱热、胡安·格里斯等。他们从众多的角度来描写物象，并将其置于同一个画面之中，以破碎的块面来表达物象最完整的形象。物象的各个角度交错叠放造成了许多垂直或平行的线条角度，背景与画面交互穿插，创造出一个二维空间的绘画特色。立体主义者开创了新的美术观念和观察方法，是对文艺复兴以来的400年传统绘画艺术的突破。

毕加索的立体主义作品《亚威农少女》(见图1-27)，画面左边的三个裸女形象是人体的生硬变形；而右边的两个裸女粗野、狂放，充满了原始艺术的野性特质。这幅画破坏了许多规则，使画面分解为带角的几何块面，因为是整体画面的分解，这些非同寻常的块面使整个画面具有了某种完整性与连续性，以某种不同于自然秩序的秩序组建了一个纯绘画性的结构。毕加索的《镜前的少女》(见图1-28)表现的是少女照镜子的情形，是一幅耐人寻味的立体主义作品。少女身体的各个局部被几何化，并被规范成各种圆形，圆形的脸、乳房、臀部，椭圆形的镜子，以及镜中的反映物共同构成了富有装饰趣味的图案。



图 1-27 毕加索的《亚威农少女》



图 1-28 毕加索的《镜前的少女》

乔治·布拉克与毕加索同为立体主义运动的创始人，并且“立体主义”这一名称是由他的作品而来的。他的《埃斯塔克的房子》(见图1-29)、《乐器》(见图1-30)和《小提琴的弹奏者》(见图1-31)都通过风

景或静物来探索自然物象背后的几何形式。房子和树木皆被简化为几何形，乐器和小提琴的弹奏者也被简化为几何形。这几幅画中的几何形自下而上地推展，使一些物象一直达到画面的顶端；画面色彩朴素而协调，适度折中了自然主义的情趣，平静、和谐而又优美，构成一种新的艺术境界。



图 1-29 乔治·布拉克的《埃斯塔克的房子》

图 1-30 乔治·布拉克的《乐器》

图 1-31 乔治·布拉克的《小提琴的弹奏者》



图 1-29 |
图 1-30 | 图 1-31



1.3.2 野兽主义

野兽主义 (fauvism) 是自 1898 年至 1908 年在法国盛行一时的一个现代绘画流派。野兽派画家热衷于运用鲜艳、浓重的色彩，往往用直接从颜色管中挤出的颜料，以直率、粗放的笔触，创造出强烈的画面效果，充分显示出追求情感表达的表现主义倾向。

野兽主义的代表画家有亨利·马蒂斯、莫里斯·德·弗拉曼克、安德烈·德兰等。他们三个人的作品均具有野兽派的特质，个性的表现极为勇猛，尤其是亨利·马蒂斯的作品。亨利·马蒂斯因此也被称为野兽派的一代宗匠。野兽派是最先敲开现代艺术之门的画派，野兽派画家喜欢把人或景物的形状用简略的方式表现，并改变对象原有的色彩面貌，涂上自己喜爱的色彩，非常注意韵律的和谐与优美。亨利·马蒂斯的《红色的和谐》(见图 1-32) 把眼前的景象改为装饰性的图案，透视法被彻底改变了，人物和透过窗户看到的风景都成了图案的一部分。亨利·马蒂斯用深色线条勾出简单的形状，然后将墙壁、地板、桌子都涂上一大片红色，以饱满的色彩来展现一个充满对比色的世界。莫里斯·德·弗拉曼克的《红色的树》(见图 1-33) 同样是变幻莫测的红色与蓝色、绿色的交错，整幅画充满了强烈的对比色彩与感染力，由此表现出了他创作的激情。



图 1-32 亨利·马蒂斯的《红色的和谐》

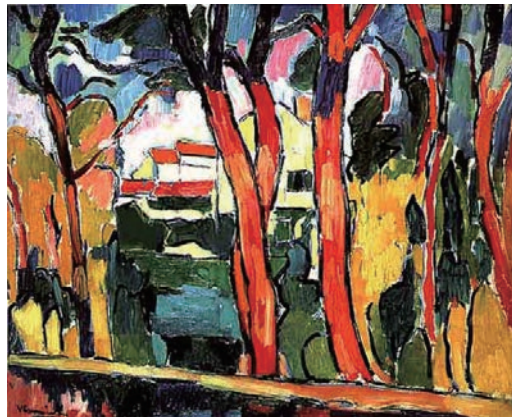


图 1-33 莫里斯·德·弗拉曼克的《红色的树》

1.3.3 抽象主义

抽象主义 (abstractionism) 又称抽象表现主义, 或抽象派。它是第一个由美国兴起的艺术派, 是漫长风格实验的开端, 标志着一个新的时代的到来。

“抽象主义”这个词用以定义一群艺术家所做的大胆挥洒的抽象画。抽象派画家的作品或热情奔放, 或安宁静谧, 都是以抽象的形式表达或激起人的情感。抽象派的代表人物有杰克逊·波洛克、莫里斯·路易斯、瓦西里·康定斯基等。杰克逊·波洛克的代表作有《鸟》(见图 1-34) 和《薰衣草之雾》(见图 1-35)。瓦西里·康定斯基以《艺术的精神》这一著作来阐述其理论, 探求抽象的形式。瓦西里·康定斯基还是一位卓越的音乐家, 他说听到音乐便会看到色彩, 因此, 在他的许多作品中如《黑场》(见图 1-36) 和《构成第四号》(见图 1-37) 中能看出音乐的影子。



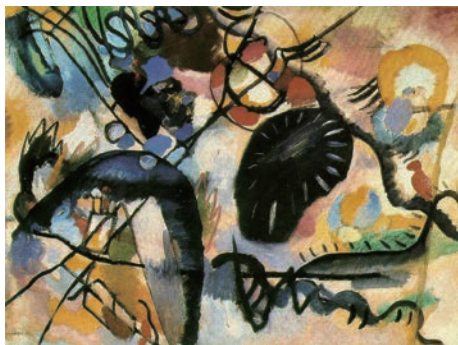
图 1-34 杰克逊·波洛克的《鸟》



图 1-35 杰克逊·波洛克的《薰衣草之雾》

图 1-36 瓦西里·康定斯基的《黑场》

图 1-37 瓦西里·康定斯基的《构成第四号》



1.3.4 超现实主义

超现实主义(surrealism)受到弗洛伊德的精神分析的影响,致力于表现人类的潜意识。因此,该派主张放弃以富有逻辑、秩序的经验记忆为基础的现实形象,而呈现人的深层心理的形象世界,尝试将现实观念与本能、潜意识与梦的经验相融合。该派的代表人物有胡安·米罗、萨尔瓦多·达利、雷尼·马格利特等人。胡安·米罗是超现实主义绘画的伟大天才之一。他的创作表现方式是有意打乱知觉的正常秩序,在直觉的引导下,用一种近似于抽象的语言来表现心灵的即兴感应,因此,在他的作品如《公鸡》(见图1-38)、《哈里昆的狂欢》(见图1-39)里会有象征符号和简化了的形象,从而使作品带有一种自由的抽象感,也有儿童般的天真气息,纯真简单,洋溢着欢悦。萨尔瓦多·达利是一位具有卓越想象力的天才画家,他把梦境的主观世界变成客观而又令人激动的形象画面,他对超现实主义做出了巨大的贡献,他的代表作《内战的预兆》(见图1-40)是超现实主义绘画的代表作。雷尼·马格利特常在无限空间的条件下,使人们司空见惯的东西随着层次的变化、大小的变化、重叠的变化如《戈尔康达》(见图1-41)激发人类的情感,给人类带来危机意识。



图 1-38 胡安·米罗的《公鸡》



图 1-39 胡安·米罗的《哈里昆的狂欢》



图 1-40 萨尔瓦多·达利的《内战的预兆》



图 1-41 雷尼·马格利特的《戈尔康达》

1.3.5 风格派

风格派产生于第一次世界大战期间,其思想基础是唯心主义与空想社会主义。艺术家们看到了社会的矛盾与混乱,看到了资本主义社会的腐朽。他们不懂社会发展的规律,误以为用精神和艺术可以拯救社会,可以用几何的、规则的抽象线条与色彩建立一个精神王国,以取代资本主义世界。所以,他们的绘画就把几何

结构单体进行组合,形成简单的结构组合,但在新的结构组合当中,单体依然保持相对独立性和鲜明的可视性。风格派的代表人物有彼埃·蒙德里安、里特维尔德等。彼埃·蒙德里安是荷兰画家,是风格派运动的幕后艺术家和非具象绘画的创始者之一,崇尚直线美,主张透过直角可以静观万物内部的安宁,创作了一系列直线绘画作品,如《纽约》(见图1-42)、《红黄蓝的构成》(见图1-43)。他的作品对后代的建筑设计影响很大。



图 1-42 彼埃·蒙德里安的《纽约》

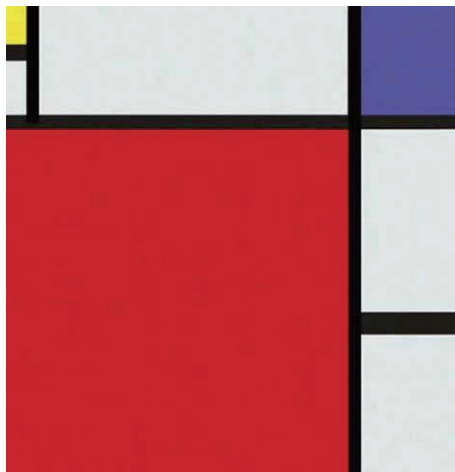


图 1-43 彼埃·蒙德里安的《红黄蓝的构成》

1.3.6 图形派

图形派的代表人物主要是荷兰艺术家摩里茨·科奈里斯·埃舍尔(以下简称埃舍尔)。

埃舍尔的作品独树一帜,自成一格,构成了一个自足而丰富的世界,如石版画作品《画廊》(见图1-44),画中的故事从这幅画中的画廊入口处开始,版画在墙上展示,左侧一位青年看的画不断衍生,一直到达窗边有一位老妇人的建筑物下,在这个建筑物的下面是画廊;同时,本来是看版画的青年,却成了版画中的人物。这幅画好像正向右转动,而且这种变化一直持续了下去。这幅画被认为埃舍尔的巅峰之作。埃舍尔自己也认为这幅画已经达到了他的思维能力与表现能力的极限。

现代绘画艺术的各种流派都有别于西方古典绘画。从现代绘画艺术的作品来看,艺术家们为了打破传统艺术的创作思路,不断尝试各种创作方式。在他们的尝试过程中所形成的各种理论与实践对图形创意都值得借鉴,具有启示作用。对现代绘画艺术的了解与研究将有利于我们在图形创意中开拓思路,并寻找到新的表现形式。当然,形式是由内容所决定并且为内容服务的,我们不应该就形式去论形式,而应该根据内容的需要,去寻找最适合的表现形式与表现方法。



图 1-44 埃舍尔的《画廊》

1.4 图形创意的学习方法

图形创意是目前我国各类设计院校和设计专业广泛开设的一门专业基础课程，是专业核心课程的先修课程，可以为以后的应用设计打下良好的基础。

图形创意设计的基本原理有广泛的指导作用，对视觉传达设计领域的标志设计、包装设计、广告设计、企业形象设计、版式设计、书籍装帧设计等都有铺垫作用。

设计来源于生活，生活中有很多具有美感的图形，学习图形设计要注重图形内容的发现与收集，要注重体验生活、观察生活，要做一个敏锐的观察者。同时，学习图形设计要浏览大量国内外优秀的作品，不仅包括视觉传达设计领域的作品，而且包括建筑、室内、服装、产品造型等多个设计领域的优秀作品。特别是要对艺术设计大师的作品进行浏览与解析，无论是观念上，还是形式上，它们都可以给设计者很多启发。

图形创意的学习方法有如下两种：

(1) 资料收集法。从各个渠道收集图形创意的资料，包括名家名师的现代绘画作品、图形创意、平面广告等资料；也包括虽不是出自名师名家但是优秀的作品，甚至是学生的习作（见图 1-45）。



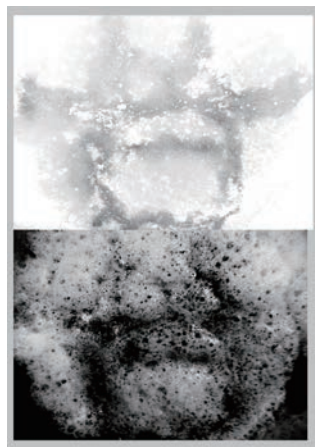
(a)



(b)



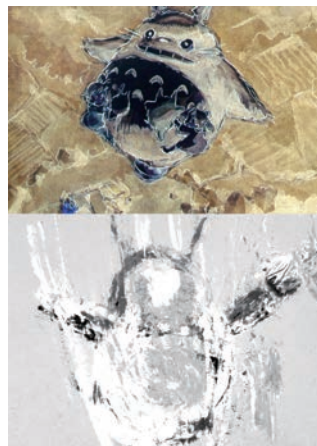
(c)



(d)



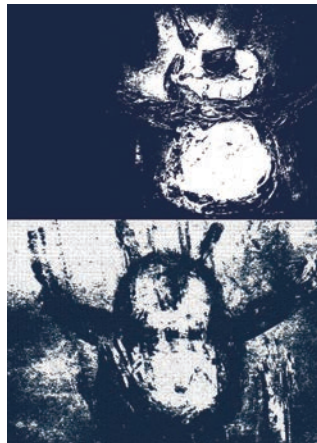
(e)



(f)



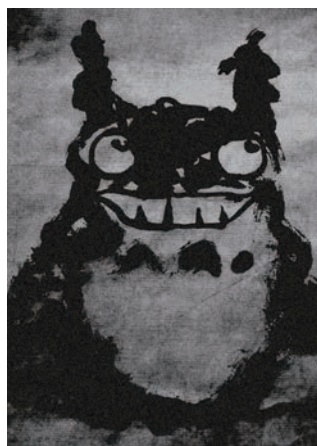
(g)



(h)



(i)



(j)

图 1-45 龙猫创意设计(设计:田田)

(2) 手绘练习法。手绘练习包括三个方面:模仿学习、模仿创作和独立创作。模仿学习就是临摹,临摹优秀的图形作品;模仿创作是对优秀作品进行改编,可改编局部,也可改编全部;独立创作是针对一个主题,如对鸟专门进行创作(见图 1-46)。



(a)



(b)



(c)



(d)

图 1-46 对鸟的独立创作（设计：田田）

1.5 图形创意设计材料与工具

1.5.1 手绘图形创意设计的工具

手绘图形创意设计的工具主要包括纸张、画笔、颜料及一些辅助工具。

1) 纸张

手绘图形创意设计常用的纸张有白板纸、素描纸、水粉纸、复印纸、白卡纸等，此外还有“特种纸”，如色卡纸、铜版纸、瓦楞纸、金箔纸等，甚至包括油画布、宣纸、板材等特殊材料。

2) 画笔

图形创意设计所使用的画笔有铅笔、彩色铅笔、水笔、针管笔、毛笔、水粉笔、水彩笔、油画笔、马克笔，如果想得到一些特殊的效果，还可以用油画棒、色粉笔，甚至可以自己制作特殊的用笔。

3) 颜料

图形创意设计最常用的颜料是水粉颜料，其次还有丙烯颜料、水彩颜料、油画颜料、水溶性彩铅等。

4) 辅助工具

图形创意设计常用的辅助工具有三角板、直尺、调色板、调色盒、画板、笔洗、圆规、曲线板、美工刀、橡皮等。

1.5.2 图形创意设计的计算机辅助设计软件

随着计算机辅助设计软件的普及与发展，很多院校已把使用手绘绘画工具的课程与计算机辅助设计教学结合到了一起。

图形创意设计常用的计算机辅助设计软件有 Photoshop、Coreldraw 及 Illustrator。

Photoshop 简称“PS”，是美国 Adobe 公司最为出名的图像处理软件。Photoshop 主要处理由像素所构成的数字图像。使用其众多的编修与绘图工具可以有效地进行图片编辑工作。Photoshop 有很多功能，涉及图像、图形、文字、视频、出版等各方面，在平面广告设计、标志设计、VIS（视觉识别系统）设计等方面使用最广泛，深受广大平面设计人员的喜爱。

Coreldraw 是一款由世界顶尖软件公司之一的加拿大的 Corel 公司开发的图形图像软件，是一款基于矢量的绘图软件。矢量图是由线条及色块组成的图像，它不同于位图是由像素点组成的图像。在产品效果图表现方面，矢量图最大的优势就是修改起来方便快捷。Photoshop 在处理图像和做各种效果上的优势是毋庸置疑的，但如果面对需要多次方案调整的产品效果图而言，就要逊色一些了。Coreldraw 功能强大，使用方便，其凭借非凡的设计能力被广泛地应用于标志设计、平面广告设计、插图描画、排版及分色输出等诸多领域。

Illustrator 即 Adobe Illustrator（AI）软件，是由美国 Adobe 公司推出的专业矢量绘图工具，被广泛应用于印刷出版、专业插画、多媒体图像处理和互联网页面的制作等，也可以为线稿提供较高的精度和控制，适合生产任何大小型设计的复杂项目。该软件最大的优点是用其所设计的图形图像放大到任何程度都能保持清晰，其标志设计、文字设计、排版功能特别出色。

计算机辅助设计软件的便利性与准确性对于图形创意的学习效率有很大的提高，尤其是其与就业接轨更快捷；但是，由于过分地依赖计算机会降低学生的手绘能力，失去艺术的灵动性和创作中偶发的灵感。所以，尽管计算机辅助设计是不可缺少的一门技术，但是手绘作业过程带给学生的启发与灵感是计算机辅助设计软件所不能取代的。

本章小结

本章以丰富的图片、广博的视角叙述了图形与图形创意的概念、图形的发展历史、图形符号、图形与现代绘画艺术等内容。在学习本章时，学生要深入了解图形创意的概念和各个现代绘画艺术流派对图形设计的影响；同时，针对图形设计的特点结合自身情况找到适合自己的学习方法。

思考题

- (1) 简述学习图形创意的目的与意义。
- (2) 简述图形的产生与发展历史。
- (3) 谈谈现代绘画艺术对图形设计的影响。
- (4) 收集图片及文字资料，深入了解图形创意的历史与相关知识。
- (5) 认识图形创意设计的工具材料，了解不同工具材料的特性与用法。