



艺术设计类专业创新型精品教材

图形创意

图形创意

TUXING CHUANGYI

主 编 任宏霞 花仕旺

北京出版集团公司
北京出版社

主 编 任宏霞 花仕旺

北京出版集团公司
北京出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图形创意 / 任宏霞, 花仕旺主编. —北京: 北京
出版社, 2018.6 (2023 重印)
ISBN 978-7-200-14110-8

I. ①图… II. ①任… ②花… 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 (2018) 第 121791 号

图形创意

TUXING CHUANGYI

主 编: 任宏霞 花仕旺

出 版: 北京出版集团公司
北 京 出 版 社

地 址: 北京北三环中路 6 号

邮 编: 100120

网 址: www.bph.com.cn

总发行: 北京出版集团公司

经 销: 新华书店

印 刷: 定州市新华印刷有限公司

版 次: 2018 年 6 月第 1 版 2023 年 5 月修订 2023 年 6 月第 3 次印刷

开 本: 880 毫米 × 1230 毫米 1/16

印 张: 9

字 数: 195 千字

书 号: ISBN 978-7-200-14110-8

定 价: 47.00 元

质量监督电话: 010-82685218 010-58572162 010-58572393

目 录

Contents

第一章 图形创意概论 / 1

- 第一节 图形与图形创意 / 2
- 第二节 图形在视觉交流环境中的功能 / 14
- 第三节 图形创意的范畴与特征 / 20
- 第四节 现代艺术风格与图形创意 / 29

第二章 图形元素与图形创意表现技法 / 36

- 第一节 图形元素 / 38
- 第二节 图形创意表现技法 / 45

第三章 图形创意思维 / 54

- 第一节 图形创意思维概述 / 56
- 第二节 图形创意思维的开发和过程 / 68


第四章 图形创意的语言表达与实际应用 / 84

- 第一节 图形创意的语言表达 / 86
- 第二节 图形创意的实际应用 / 103

第五章 图形创意组织与创作技巧 / 112

- 第一节 图形创意的组织方法 / 114
- 第二节 图形创意的创作实践 / 132

参考文献 / 138

The image is a collage of prehistoric cave paintings. It features several panels of rock art, including a large horse and a deer. A central text box with a light blue background and rounded corners contains the Chinese characters '图形创意' (Graphic Creativity). The background is a mix of light blue and white, with a dark blue horizontal bar at the bottom right.

图形创意

第一章

图形创意概论

创意即创造新意，寻求新颖、独特的某种意念、主意和构想。

图形创意就是寻求视觉传达的独创性意念、构想。图形创意是图形设计的核心，它以传播信息为根本原则，以创造性思维为先导，寻求独特、新颖的意念表达方式和表现形式，以独特而清晰的阐释方式说明信息内容，以独具匠心而新异的形象画面引人关注，使人发生兴趣，产生感染，并留下深刻印象，从而使观众不得不接受信息。

图形作为视觉传达设计的重要基础，如同字体和构成思维表现一样，与艺术设计，尤其是平面设计的各个环节无法分离。如果把平面设计比作一棵大树，图形创意就像树的根基，承担着重要的作用。图形设计是显示设计师的智慧和趣味的表现方式，它以符号化的形象表现多层内容，以新奇的形象吸引大众的视觉，以一种事物的发展过程预示另一种事物的结果，并能为观者提供无限的联想空间，启发大众的智慧。

从创意思维的角度去观察、认识、理解，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，使学生有意识地观察世界，发现生活中的创意元素，加深对图形语言重要性的认识，为专业设计打下创意基础。在科教兴国战略、创新驱动发展战略的当下，深入研究和学习图形创意，必将对我国艺术设计事业的发展起到有力的推动作用。

本章主要通过对图形与图形创意概念、图形在视觉交流环境中的功能和图形创意的范畴与特征以及现代艺术风格对图形创意的影响这四个主题的讲解让学生对图形与图形创意相关概念和理论有一个较为宏观的认知，同时明白自己作为一名从事设计工作者所应该具备的图形与图形创意相关知识和应用能力。



第一节

图形与图形创意

要点提示

1. 图形的产生和发展
2. 图形创意的概念
3. 图形创意的媒介与形式载体

理论模块

一、图形

1. 什么是图形

图形一词来自英文“graphic”，词义为由绘、写、刻、印等手段产生的图画记号，是说明性的图画形象。它是有别于词语、文字、语言的视觉形式，可以通过各种手段进行大量复制，是传播信息的视觉形式。图形是一种说明性的视觉符号，是介于文字和美术之间的视觉形式，是通过可视性的设计形态来表达创造性的意念。现代图形设计是多学科交叉的产物，它超越了一般造型的审美限定，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，并逐步改变着千百年来人们习惯了的文字表述方式，它以超地域、超时空的全球性无障碍语汇，给不同语言背景下的民众提供了更为方便的交流方式，正逐渐成为世界性信息传播的主要交流形式。

图以形为基础。我们实际生活在一个形的世界里，世界上的绝大多数事物都是有形的。图形信息是人类交换、处理信息中极为重要的一种，是人类从外界获得信息的主要来源。人们一般凭视觉、听觉、嗅觉和味觉来获得信息。据统计，在所获得信息中，有80%~90%的信息量来自视觉。这些视觉信息主要包括：人类眼睛所看到的景物，用摄像机、录像机等装置获得的照片、图片，用绘图机或绘图工具绘制的工程图、设计图、方框图，各种人工美术绘画、雕塑品以及用数学方法描述的图形（包括几何图形、代数方程或分析表达式所确定的图形）。

2. 图形的起源和发展

图形是人类本能的视觉感知对象，它有着悠久的历史，它的起源与发展与人类社会的历史发展



息息相关。早在原始社会，人类就开始以图画为手段，记录自己的活动及成果，进行沟通和交流，表达自己的情感。有着“史前的西斯庭教堂”之称的西班牙阿尔塔米拉洞窟中的旧石器时代壁画《受伤的野牛》(图 1-1)，北美洲印第安人的岩洞壁画中的那些造型简练、具有标志性特征的图形符号，都是人类早期图形创意的印记。原始人把动物当作主要的描绘对象，既有图腾崇拜的意义也有记载当时的生产生活活动——狩猎的作用，画面上那些带箭的野兽还清楚地反映了巫术的存在。



↑ 图 1-1 西班牙阿尔塔米拉洞窟中的旧石器时代壁画《受伤的野牛》

考古学研究表明，在人类社会的言语期与文字期中间还存在着一个图形期，图形比文字更早地记录了人类的发展历史。如法国南部拉斯科洞穴中的鹿、马、牛图形要比埃及、中国的象形文字早三万多。那时的人们在生产和社会活动中视觉的印记随处可见：如中国新石器时代彩陶遗址仰韶文化出土的半坡彩陶上所描绘的鱼、鹿、蛙等图形。西安半坡出土的人面鱼纹彩陶盆(图 1-2)，人面鱼纹绘于盆的内壁，人面头上顶着锥状物，似帽子，又似发髻，面颊两旁和口角绘出鱼形图，人口衔鱼，喻示人们在渔猎季节祈求获得更多的产物，其形态逼真，是先民们情感和思想的表达。原始人类的图形创造蕴含着丰富的内涵，其“交流思想、传播信息”的功能历经数千年流传于今。



图 1-2 西安半坡出土的人面鱼纹彩陶盆



湖南长沙子弹库墓出土的战国帛画《人物御龙图》(图 1-3),帛画人物采用单线勾勒和平涂渲染兼用的画法,技法娴熟。画中男士侧身直立,腰佩长剑,神情潇洒自若,高冠长袍,飘带随风拂动。男士御龙乘风,白鹭相随,虽是虚幻思想的体现,却反映出中华民族的先民们浓厚的浪漫主义情怀。从原始社会对自然忠实而拙劣的模仿,到奴隶社会抽象的叙事图像,再到现代社会对光影透视等自然法则的透彻研究,人类的图形创造能力随



↑ 图 1-3 战国帛画《人物御龙图》

着生产力发展不断加强。如今使用高科技手段如摄影、数字图像技术自由创作出的设计作品,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。这个过程反映了人类图形创造艺术的不断演变与升华。从时代变迁和传播方式演变的角度上看,图形发展经历了三次重大的演变。

图形发展的第一次重大演变是在原始符号和原始文字的形成期。原始符号带有强烈的图腾神秘感和民族文化属性,而原始文字的形成,含有一定程度的规范性,便于人们记录、识别、交流与传播。如最早的文字——苏美尔人的楔形文字(图 1-4)、中国的甲骨文(图 1-5)等,都充斥着比较具象的图形符号,通过概括性的图形记叙世间万物。因此,在语言文字还没有完全抽象化的古老年代,图形担负着人类记录、传递、交流信息的重任。



图 1-4 楔形文字

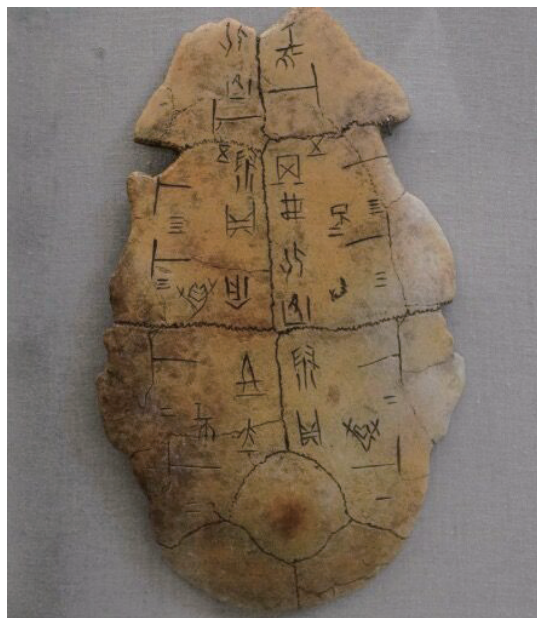


图 1-5 甲骨文



图形发展的第二次重大演变是从汉唐时期造纸术和印刷术的发明和推广开始的。造纸术和印刷术的发明运用为图形发展做出了不可磨灭的贡献。纸张的发明,使图形信息得以更方便地保存与携带,图形信息得以更清晰完整地保留和分享,图形的传播范围被大大扩展。而印刷术的发明,更使图形的传播效率跃上了一个新的台阶。早在隋朝出现的雕版印刷术,就可以大量复制图形,如唐代懿宗咸通九年(868年)雕版印刷的一份《金刚经》(图1-6)是至今存于世的中國早期雕版印刷品实物中唯一的一份留有明确、完整的刻印年代的印品。1907年英国人斯坦因第一次到敦煌即将其掠去,现存英国伦敦大英博物馆。毫无疑问,纸张与印刷的结合,在图形演变发展的悠远历史中留下了极其厚重的一笔。



图1-6 唐代雕版印刷《金刚经》(局部)

图形发展的第三次重大演变源于19世纪欧洲的产业革命,特别是摄影技术的发明带来的制版方式及印刷技术的革新,及在此基础上通过电影、电视进一步完善的现代多媒体图像体系,丰富了图形的表现语言。现代计算机技术的迅猛发展,新型设计软件开发,印刷术、摄影技术的不断改进,都使得视觉艺术经历了前所未有的巨变,人们已拥有了优越的多样化创造视觉形象与图形符号的条件。广泛的传播带来积极的交流成果,图形演变至此呈现爆炸式发展。激烈碰撞的思维火花,产生出一个个风格多变的创新图形,在现代印刷制品的“携带”下,遍布人类文明的每一个角落。文学、绘画、建筑带给了图形创意无穷的活力和取之不竭的灵感源泉。通信技术的发达,网络的快速普及,使得图形信息以接近光的速度在地球上流转,不知不觉间,人们生活在铺天盖地的图形世界中,人类从此进入以数字传播为主的大众传播时代,图形成为一门真正的世界性语言。

3. 图形是符号语言

图形作为设计的语言,要注意表意清楚。在处理中必须抓住主要特征,注意关键部位的细节。否则差之毫厘,失之千里。比如苹果、西红柿、橘子等在体量上差不多,但实际上却有很大不同,这就要在处理中抓住它们各自不同特征。由于人类特有的社会劳动和语言,使人的意识活动达到了高度发展的水平,人的思维是一个由认识表象开始,再将表象记录到大脑中形成概念,而后再将这些来源于实际生活经验的概念普遍化并加以固定,从而使外部世界乃至自身思维世界的各种对象和过程均在大脑中产生各自对应的映像。这些映像是由直接的外在关系中分离出来,独立于思维中运作的。这些映像以狭义语言为基础,又表现为可视图形、肢体动作、音乐等广义语言。“奇”“异”“怪”的图形并非是设计师追求的目标,通俗易懂、简洁明快的图形语言,才是达到强烈视觉冲击力的必要条件,以便于公众对广告主题的认识、理解与记忆。

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,它在沟通人们与文化、信息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，使平面图形设计的信息传达更加科学准确，表现手法更加丰富多彩。

意大利著名符号学家艾柯提出：将符号定义为任何这样一种东西，它根据既定的社会习惯，可被看作代表其他东西的某种东西，一个记号 X 代表并不在的 Y，成语“雪泥鸿爪”生动准确地表述了符号的概念，鸿雁在泥沼与雪地上留下的爪印，使人们得知曾有鸿雁经过这里的事实，并且可由此推断出鸿雁的大小、多寡等信息。爪印，是记号 X，而鸿雁是并不在的 Y。符号学，正是研究符号规律的科学。赛车场地中，设计者将转弯处的墙壁涂成黑黄相间条纹的图案，借以提醒车手集中注意力，警惕发生意外。这是因为每当人们看到黑黄相间的条纹时，都会不自觉地产生畏惧感和警惕性，这种感觉或不仅仅来自于图案色彩本身具有的视觉特性，可能也与黑黄色条纹使人们产生对虎或是蜜蜂等可能给人带来危险的动物的联想有关，人们对这样的图形的畏惧与警惕是人们共同生活经验中对老虎或蜜蜂的畏惧与警惕的延续（图 1-7）。相同的道理，绿色却常会使人们产生心旷神怡的愉悦感，仿佛置身于茂密的丛林与清新的空气之中，而生命在自然的环境下也得以健康的生长。因此，绿色，被更多地运用于医药、环保等关于生命领域的设计课题中。



图 1-7 黑黄相间条纹的联想

4. 图形与文字

文字的图形化特征，历来是设计师们乐此不疲的创作素材。中国历来讲究书画同源。其文字本身就具有图形之美而易达到艺术境界。以图造字早在上古时期的甲骨文就开始了。至今其文字结构依然符合图形审美的构成原则。世界上的文字也不外乎形象和符号等形式。所以说，要从文字中发现可组成图形的因素实在是一件轻而易举之事。图形文字则是在发展了几千年的汉字基础上，进行字体的图形化再创意。利用一些现代社会发展的产物作为创作的素材，同时用这种创意来表现现代社会中的某些行为。制造一种现代的气氛，使文字创意有现代感。不仅从形式上，而且从内容上进一步深化所要表现的内容，是一种意象化的图形文字。汉字的意象化图形创意的思想是源于图形创意的思想而发展的，就是把文字本身当作一种图形来对待，再加上其本身的文字内涵进行图形变化含义的延伸。但这种图形文字与原始的文字图形是有区别的，前者是图形，后者是文字。文字是在原始的图形基础上演变而来的，现代的文字图形又是在现有的文字基础上发展变化的，要比原始的图形文字更具深一层的文化内涵和新的表现形式；象形文字只是对事物表面形体上的认识，是一种传达信息的简单语言符号，是在当时的特定环境中产生的，还称不上文字。而且现代汉字发展已比较系统、完整、统一和规范化了，汉字的意象化创意就是在此基础上进行图形的再创意，利用现代社会发展的产物，现代化的元素符号，在汉字结构上的再图形化，再创意化，让人们在已熟悉汉字



的基础上想象变化后的另一种含义。如 2010 年上海世博会会徽，以中国汉字“世”字书法创意为形，“世”字图形寓意三人合臂相拥，状似美满幸福、相携同乐的家庭，也可抽象为“你、我、他”广义的人类，很好地诠释了该届世博会的“理解、沟通、欢聚、合作”理念。该届世博会志愿者标志的主体同样由汉字“心”、英文字母“V”、嘴衔橄榄枝飞翔的和平鸽构成。与世博会会徽“世”异曲同工，在呈现中国文化个性的同时，表达了志愿者的用“心”和热“心”（图 1-8）。

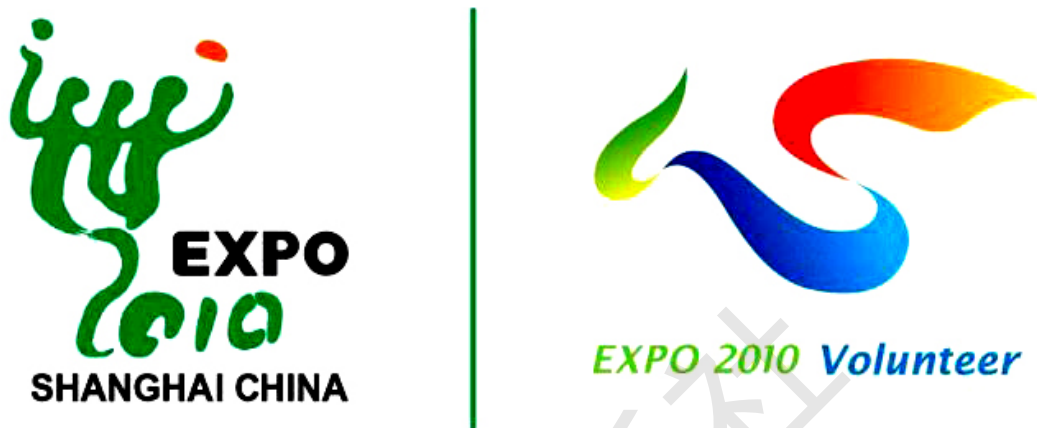


图 1-8 2010 年上海世博会会徽与志愿者标志

二、图形创意设计

（一）图形创意的概念和功用

所谓图形创意，就是指以前所未有的，能充分反映并满足人们某种物质或情感需要的意念或构想，并通过图形的视觉外化，以求免除地域、文化、语言、种族等人类交流会发生阻碍的因素，从而达到心灵之间的有效沟通。图形创意设计首先要注重说明性，通过精彩的创意设计，吸引相当数量的观众，经过不断广泛传播产生效应，从而体现其价值。图形创意设计往往受雇于社会来实施这一行为，由公司、企业、单位、个人或社会部门发起。所以在图形创意设计过程中必须考虑很多客观因素，如客户要求、受众心理等。

图形创意是广告设计作品的表现形式，是设计作品中敏感和备受瞩目的视觉中心。优秀的广告作品都以自己独特的图形语言准确又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，由此可以看出图形创意在广告设计中具有灵魂的作用，各类平面广告，包括公益广告（图 1-9）和商业广告（图 1-10）皆是



图 1-9 食品安全公益广告



如此。在当今的读图时代，一篇优美的广告文案远不如一幅富有创意的广告画面带来的视觉冲击力大，由此可见，图形创意在广告中占据着非常重要的地位。

图形创意是信息媒介的一种特殊形式，其目的是通过图形传递给观者相对完整的信息。在一些国家，将图形设计归入视觉传播设计或信息设计，如我们常见的以传播沟通为题材的广告插画（图 1-11）和各类招贴海报（图 1-12）等。



→ 图 1-10 宝格丽香水广告

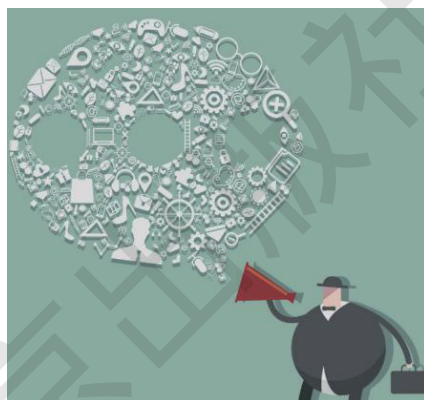


图 1-11 以传播沟通为题材的广告插画

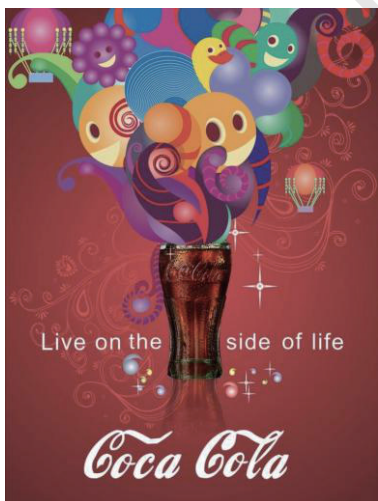


图 1-12 招贴海报



（二）图形创意设计的形式载体

图形创意设计的形式载体比较宽泛，图形创意设计可以利用一切图画，如照片、绘画，甚至是真实的物件（图 1-13）。而创意速写、创意素描、创意图案只是运用于教育教学或考试中，受“速写”“素描”“图案”等专业名词的限制。从宏观上讲，创意速写、创意素描、创意图案都是教学名词，是指专门应用于教育教学或考试的图形创意设计作品。它们是图形创意的不同媒介要求，也是图形创意的不同形式载体。即以速写、素描、图案等形式来表达创意思想的视觉图形，但比图形和图形创意的范围小。

创意速写一词最早出现在北京服装学院的入学考试的考题中，简单解释为：“在规定的较短的时间内，以线描速写的表达手段，完成题目要求，要有独到的创意思想和熟练的表达方式。”再换种说法，就是以速写的形式快速表达题目所要求传达的设计信息（图 1-14）。创意素描（图 1-15）和创意图案（图 1-16）是大学一年级的设计基础课程，是由绘画转向设计的转换过渡课程。创意素描要求以铅笔、碳铅笔等单色工具进行创作描绘，其形式语言不再是以“写生”为主要表达手段的传统意义上的素描。一般不要求对物写生，而是以写生变化、默写或依据图像资料进行有主题的描绘为主。一般要求创作者有明确的创作主题或创作思想，或者要求其呈现不同寻常的视觉效果。创意图案要求学生以图案的要求和技法去表达物象和创意思维。一般要求所创作的物体要去立体化，在二维空间内寻求变化。同时要求省略物体琐碎细节，抓住物体的本质特征并进行夸大。每一个或每一组图案都必须准确传达自己的设计思想和设计意图。



图 1-13 实物创意《忙》作者：戴雪梅

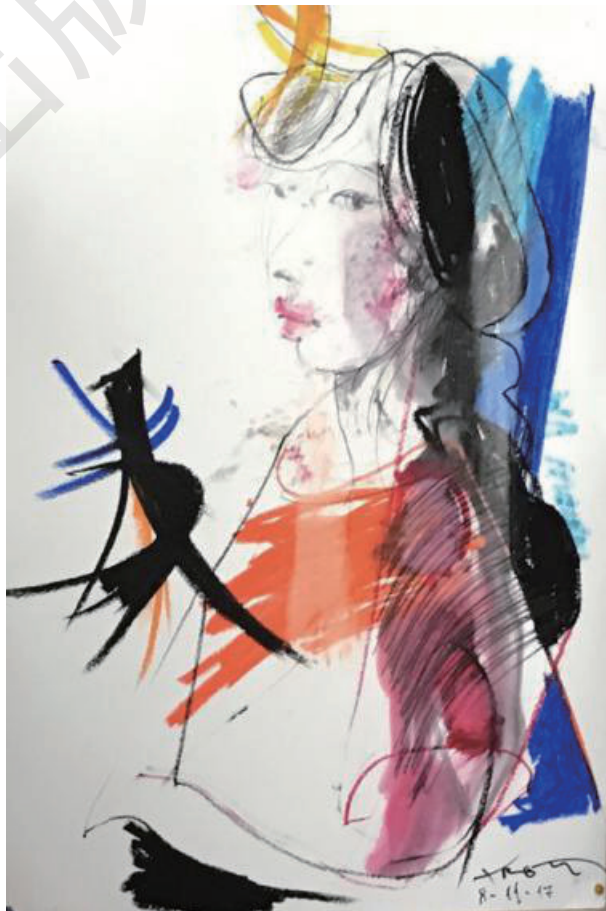


图 1-14 创意速写《少女》作者：桑德罗·特劳迪



图 1-15 创意素描 作者：陈艺尹 黄诗韵 陈绮茵 指导老师：花仕旺 任宏霞



图 1-16 创意图案《纸的秘密：世界地图》作者：黄怡文等 指导老师：花仕旺

（三）现代图形创意的观念与文化

21 世纪信息高速公路的全面开通，给图形设计带来了新的设计思想和更多的表现手段。现代设计师们充分利用计算机辅助绘图功能，最大限度地将灵感转化为更多、更新、更具视觉冲击力的图像语言、动画，这不仅改变了传统的图形观念，而且使人们对图形的设计与创造有了更新的认识。

1. 现代图形创意的观念

现代图形创意设计观念是建立在目标化、对象化层面的，是建立在传达的准确性和表现的艺术性以及思维的创造性上的，同时也建立在观众的接受、理解和想象能力上。现代图形创意观念具有个性化、信息化、符号化的特性。



(1) 个性化

它强调了设计师个人的主观思考、策划和表现上的独创性,即特立独行,与众不同。个性化是一个设计师表达好恶取向的手段,凸显了设计师个人的品质和品位,让观者在观看作品的同时,也能感受到设计师的性格与心理特征。

(2) 信息化

图形创意必须以传播信息的价值来体现图形本身的存在价值。这就要求在图形创意中,要力求满足图形的信息传达清晰、准确、有效,并传递与接受要遵循信息量化理论。在准确传达有效信息价值的同时,激活受众情感,实现图形表达的意义与审美价值。

(3) 符号化

国内著名设计教育理论家尹定邦教授在《图形的传播学解说》一文中指出:“媒介是符号的载体,符号是信息的载体,媒介相对稳定,符号可以更换,媒介和符号都可以独立于传者及受众而存在。”作为一种视觉语言,现代图形应具有简洁、易记、易懂的属性。

2. 现代图形创意的文化

优秀的图形创意源于设计师个人良好的修养、鲜明的个性,准确地把握主题思想和内容,以独特的视角、精辟的见解和新奇的手法准确传达信息,诠释个人认识,表达文化理念,传递蕴藏其中的深厚文化内涵。

(1) 深厚的民族文化底蕴

每个民族都有自己的习俗与文化,文化是一个民族的“身份证”。设计师如果不了解本民族的文化特征、地域差异,不进行深层思考,就难以找准创新设计的出发点,难以在激烈竞争的设计市场立足。设计师作为时代潮流的先行者,既要与时俱进,勇于挣脱传统的羁绊,创新艺术表现形式,又要注重吸收中国传统艺术形式中的精粹,创造出既新颖又具有深厚文化艺术内涵的设计作品。中国的传统艺术造型元素,在长期的艺术发展流变中,以其独特的绘画艺术语言和表现手法,诠释了深刻的东方哲学理念和中华民族的传统审美意向,令无数古人今人为之折服与倾倒。现代图形设计以中国传统和谐思想为指导,运用崭新的设计表现形式,对传统的、民族的文化元素加以改造,这一表现并非是对传统要素的简单运用,而是进一步的升华。

当代设计师如果能发掘中国传统艺术所蕴含的哲理与意境、表达与情趣,并将传统艺术的文化意蕴、精神内涵融入现代图形设计中,将是一件非常有意义的事情,是传统与时尚的融会,是千年文化艺术符号的重生与弘扬。如2008年北京奥运会会徽“舞动的北京”(图1-17),具有丰富的文化内涵,充分展示了北京奥运会的主题。该会徽以独特的、具有五千年历史的中国印章篆刻和书法为表现手段,构成人物的笔



图 1-17 北京奥运标志“舞动的北京”



↑ 图 1-18 香港凤凰卫视的台标设计

画以“京”字作为创作原型，用优美的中国传统书法一气呵成，极具动感的线条也可以诠释为一名生动的“舞者”，表达了13亿中国人民办好奥运会的心愿和欢迎世界各国来宾的热忱。该会徽简洁的线条勾勒出生动的形象，展现了运动员冲向终点拥抱胜利的姿态，体现了奥林匹克“更快、更高、更强”的精神，把中国传统艺术和现代奥林匹克精神充分结合起来。香港凤凰卫视的台标设计（图1-18）成功地借鉴了中国传统的凤凰纹样，并采用中国特有的“喜相逢”的结构形式组织，一凤一凰振翅高飞，铿锵和鸣，将媒体的特点、品牌高远的立意表达得淋漓尽致，用两只飞翔盘旋的凤凰形象代表中外两种不同文化的互补和交融，体现了融会东西的文化观念，具有明显的华夏文明的烙印。

（2）多元化发展方向

当代图形设计文化观念转变主要表现在多元文化价值观的体现。所谓设计多元文化价值观，指的是当代图形设计作品融合了东方与西方、传统与现代、主流与非主流、精英与大众文化等存在一定冲突的文化，这是由于时代的变迁，社会经济、文化日益向多元化方向演进。因此，图形艺术的表现形式也随之向多元化、特色化方向发展，这为各种文化元素在新的时代提供了展示的舞台。在世界文化交融的过程中，坚持弘扬自身民族文化，同时虚心学习其他民族的优秀文化，才能使我们的文化具有前进的动力。社会的进步和发展促进了现代图形设计观念的更新，当代图形设计已从平面印刷媒介、电子媒介转向多维媒介，如磁化反应、声动图像、光学图像等。表现形式更加多维、多元，从平面逐步走向了立体，含义也扩大到包含所有视觉图像转化为信息传播的范畴，并已渗透到政治、经济、文化和生活的各个领域。

（3）个性的张扬

当代设计师总是用一种最直接的知觉和感觉，用最直观、最简明的方式来表达对生活的理解以及对社会深层的认识。在进行创作时，设计师充分体现出随意性特点，即在想象阶段，往往是天马行空，大胆设想，大胆构图；在意识表现上无拘无束，力求把自己精神层面、内心深处的真实感受表现出来。这使得现代图形设计呈现出率真的一面和表达意识更强烈的一面。要使图形设计在现代众多的信息交流沟通中脱颖而出，一个重要的原则就是标新立异，张扬个性。这就要求我们在设计中要做到两个方面：一是设计创意具有独到性，从图形符号中深刻领悟到其寓意和文化内涵。二是创新性，只有创新形式，给人新的视觉感受，以独特的形式吸引人，才能让大众对图形有更深理解和把握。图形设计的个性化表现也是新一代设计师伴随着时代发展，思想观念、审美意识和设计文化在不同的历史时期不断地推进和演变的体现。



实训模块

实训主题：图形创意——人与自然

实训内容：围绕“人与自然”四字的内涵进行图形创意设计。

实训步骤：

1. 素材收集：查阅相关作品，体会作者的创意思维与表现手法。
2. 用线条和色彩绘出心目中能代表“人与自然”的图形（不少于20个）。
3. 将上述图形进行提炼、组合、赋予特定意味，组合形成画面。
4. 完成主题创意，画面图形富有创意，主题明确，画面整体美观。

实训要求：

1. 材料：纸（4K）、笔、水粉（彩）颜料等。
2. 实训方式：课堂实训与课后实践相结合。
3. 实训时间：4课时，其中2课时用于课堂讨论与作品点评。

实训向导：

1. 所有画面内容皆围绕“人与自然”四字的内涵进行图形创意设计。
2. 注意生活中图形元素的发现、表现和提炼。
3. 绘画可以用传统素描手法，也可运用平面化语言进行创作设计。
4. 可使用常用绘画工具进行创作，也可使用特殊工具。

思考与练习

你了解自己吗？你周围的人了解你吗？以“真我”为题，进行创意素描设计。画面主题明确，凸显“真我”二字的内涵。以全因素素描手法，也可运用平面化语言进行创作设计。4K整纸，时间1周。



第二节

图形在视觉交流环境中的功能

要点提示

1. 图形在视觉交流环境中的语言表述功能
2. 图形在视觉交流环境中的情感唤起功能
3. 图形在视觉交流环境中的形象记忆功能
4. 图形在视觉交流环境中的标识约定功能
5. 图形在视觉交流环境中的审美体验功能

理论模块

利用图形进行信息交流与传递较为直观、直接、形象，它是继语言、文字之后最为重要的简洁的人类沟通方式。利用图形进行交流，可以不受国家、地域、民族、年龄的限制，只要视觉器官没有问题，人们就能很快地理解所要传递的信息。在日常生活和其他特定环境中，图形非常重要，有着语言文字无法替代的地位和作用。在不同的视觉交流环境中，图形在语言表述、情感唤起、形象记忆、标识约定、审美体验五个方面具有独到的功能，是信息传递和思想传达的载体和手段。

一、图形在视觉交流环境中的语言表述功能

尽管我们无法考证，语言与原始绘画哪个更早地出现，但我们可以肯定的是，此两种交流方式的出现均早于文字。语言和绘画都是人们在原始社会末期交流情感、传达信息的主要手段。现存的西班牙阿尔塔米拉洞穴壁画（图 1-19）、法国拉斯科洞穴壁画（图 1-20）是现存的人类最早的绘画遗迹。中国的阴山石刻岩画（图 1-21）和连云港岩画（图 1-22）也是原始社会人民劳动的愉悦情感的传递和表达。由此可见，作为图形的雏形绘画，在人们了解自然和征服自然的过程中是多么的重要。

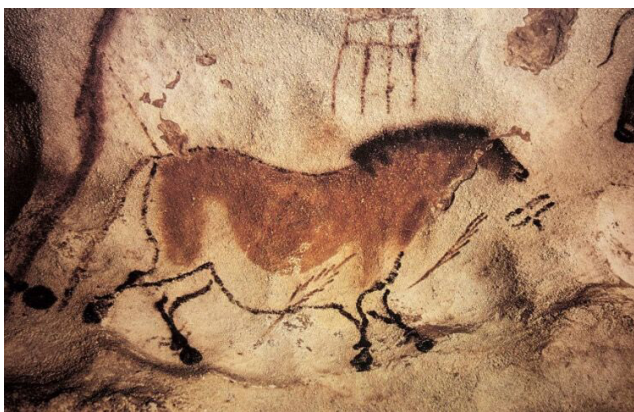


图 1-19 西班牙阿尔塔米拉洞穴壁画

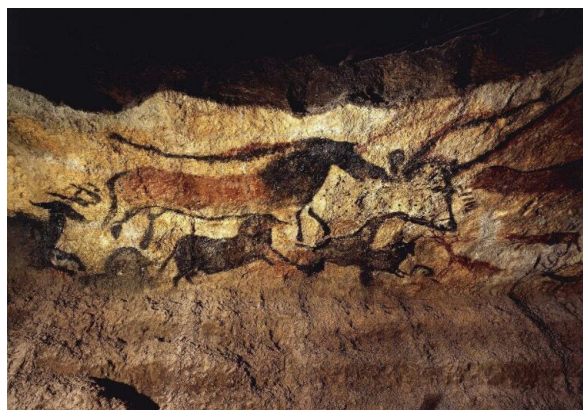


图 1-20 法国拉斯科洞穴壁画



图 1-21 中国的阴山石刻岩画



图 1-22 连云港岩画

自格式塔理论产生以来，人们越来越明确地认识到图像对于思维的重要性。思维往往伴随着抽象的人类语言和具象的图形产生。图形虽然不能像语言一样进行自由的抽象表述，但却能通过鲜明的形象，清晰地表达人们想要说的话，所要记录的事件，所要表达的期盼和情感，以及所要传递的文化知识。

二、图形在视觉交流环境中的情感唤起功能

图形是具有情感唤起功能的，一个优秀的创意设计，其图形形象必然充满着某种情感意韵，这种情感意韵能让观者瞬间了然，这是语言文字所无法比拟的。成功的图形创意，能够有效地传达设计师的主观思想和社会主张，进而唤起观者的情感共鸣。如阿迪达斯的户外球鞋广告（图 1-23），其绿色环保理念直白而又巧妙地唤起观者的情感共鸣，相信你看了这个广告也一定在微笑。这就是广告人需要掌握的图形在视觉交流环境中的情感唤起功能：瞬间满足情感需求。满足顾客的某种愿望，对品牌产生强烈的共鸣。在我们的生活中，情感是时时刻刻牵绊着我们的因素，也是人们在生活中对事物的一种态度。情感是人们判定客观事物对自身是否有需求而产生的一种体验。对户外广告主来说，广告的创意要能引起用户的情感。情感能够更好地促进用户的消费行为，所以户外广告所传达的情感与消费者之间有着十分重要的现实联系。



图 1-23 户外球鞋广告



三、图形在视觉交流环境中的形象记忆功能

图形的形象记忆功能是在能够被观者识别的前提下，迅速引起共鸣。一般满足两个要求：一是要求图形形象生动，鲜明突出，便于观者熟识；二是在熟识的前提下能够引发观者的情感共鸣和思想认同，能够起到引导观者，吸引观众的目的。如百事可乐的圆球 Logo（图 1-24），在这方面可谓是成功的设计典范，圆球上半部分是红色，下半部分是蓝色，中间是一根白色的飘带，视觉极为舒服顺畅，白色的飘带好像一直在流动着，使人产生一种欲飞欲飘的感觉，这与喝了百事可乐后舒畅、飞扬的感官享受相一致。而麦当劳 Logo（图 1-25）中的“M”只是个非常普通的字母，但是在许多小孩子的眼里，它不只是一个字母，它代表着麦当劳，代表着美味、干净、舒适。

图 1-24 百事可乐的圆球 Logo

图 1-25 麦当劳 Logo



四、图形在视觉交流环境中的标识约定功能

标准化标识是由国际图形符号技术委员会经过程序化处理而达成的世界通用语言，其突出的特征是直观、简明、易记、易懂，使不同的民族、不同的语言、不同的文化背景和文化层次的人都能理解。将这些标识设置于公共场所，向大众提供公共信息。如安全标识、交通标识、消防安全标识等都属于此类范畴。如健康（环保）标识（图 1-26），ECO 这一名称由 Ecology（环保）、Conservation（节能）和 Optimization（优化）合成而得，自诞生伊始，便是以技术、环保和经济性为设计研发的基本理念，这三大性能也成为 ECO 智能发动机家族系列产品始终追求的品质。不用任何语言去解释，观者就能明白这个标识至少代表了健康和环保。



图 1-26 健康（环保）标识

五、图形在视觉交流环境中的审美体验功能

如果去除图形的商业性质，一个好的图形完全可以当作艺术品，具有一般意义上的艺术作品的特征，尤其是艺术品的审美特征。图形的审美特征贯穿于创作、表现、欣赏、传播过程之中，在这一过程中体现了它的实用价值。观者在图形作品面前，能够感受到来自作品表象及内部的张力，感受到作品要传递的信息——说的是什么，感受到作品的内涵——艺术氛围。人们可以通过图形去弥补文字和语言所不能传递的意义，使它成为一个完整的信息载体（图 1-27 ~ 图 1-32）。



图 1-27 《眼》阮杰颜



图 1-28 《迷幻》吴晓銮



图 1-29 《梦境》吴晓銮

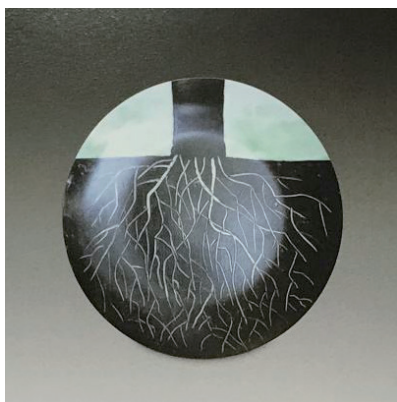


图 1-30 《秋风之落》黄泳珊



图 1-31 《浮生系列》黄莹玉



图 1-32 《根源》赵文瑞

实训模块

实训主题：图形创意的功能体验

实训内容：围绕“侃大山”三字进行图形创意组画设计。

实训步骤：

1. 素材收集：对“侃大山”的内容进行收集和分类整理。
2. 将这些图形进行提炼、组合、赋予特定意味，组合形成画面。
3. 完成主题创意，画面图形富有创意，主题明确，画面整体美观。

实训要求：

1. 材料：纸、笔、水粉（彩）颜料等。
2. 实训方式：课堂实训与课后实践相结合。
3. 实训时间：4 课时，其中 2 课时用于课堂讨论与作品点评。
4. 不少于 5 幅，每一幅有独立的主题。



实训向导:

1. 理解“侃大山”: 北京土话, 意为吹牛, 说大话。
2. 注意收集自己大学生活中“侃大山”的典型话题, 以图形元素进行表现和提炼。
3. 可以用传统绘画手法, 也可运用平面化语言进行创作设计。

思考与练习

假设你到一个陌生国度, 语言不通, 你想请酒店服务员帮你找一个懂中文、酷爱美食的年轻导游, 先带你去享用当地美食, 再去浏览当地名胜, 你如何使用图形元素与其交流, 试举一实例, 并用图形表达出来(不少于 15 个画面), 表现手法不限, 时间 1 周。

北京出版社



第三节

图形创意的范畴与特征

要点提示

1. 图形创意设计的范畴
2. 图形创意的文化性
3. 图形创意的单纯性
4. 图形创意的认同性

理论模块

现代设计可以分为四大系统，一是针对产品功能、外观及内部构造进行设计的工业设计；二是针对环境使用进行规划、美化，进行构思的空间设计；三是以人为专门对象的服装服饰设计，其中包含服装设计、鞋帽设计、服饰设计、箱包设计等；四是以信息传播为目的的信息设计，如书籍装帧设计（含书籍插图）、广告（招贴）设计、包装设计、标识（志）设计、字体设计、公共识别系统等视觉传达系统设计，包括影像、视频、网络媒介、人机交互等新型信息的设计形式。在这种信息设计中，一切作用于信息传达的视觉形式都属于图形语言范畴，一切与信息全部相关的专门性视觉形象设计都属于图形设计范畴。在以前的教科书中，图形创意设计仅限于广告招贴等商业传播媒介中的图形，其表述并不完整准确。

作为视觉艺术的图形创意设计，既符合艺术的总体特征，又有图形创意设计的个性特征。首先，图形创意设计必须有其他艺术所不能达到的独特艺术特征。其次，具有个性化的设计创意，通过独特化的艺术构思和表现手段，创造出不同寻常的视觉功效。再次，它能兼容并蓄地融入所有视觉艺术的形式、方法，运用各种视觉艺术表现手段和形象，创造新的艺术内涵。因此，图形创意设计可以是写实、写意或者抽象的，也可以是综合的；可以是古典、传统、民间的，也可以是当下的，甚至超前的，只要不违反区域或所在国家法律法规和道德规范，均可以大胆表现，灵活创作。

一、图形创意的文化性特征

文化是人类在征服自然、解放自然过程中的一切物质文明和精神文明。文化性则是每个民族特有的，经过长期积累、代代相传的思想沉淀。不同民族、不同地域的文化面貌都存在一定的差异性，



包含不同的文化价值。图形创意设计可以将传统文化与当代意识恰当结合，得到较新的创意点；以中国传统文化元素在现代招贴设计中的运用为例，所谓“传统文化”是指中华民族共有的、以儒家思想文化为基线的、涵括其他各种不同思想文化内容的有机构成体系。中华文明上下五千年，形成了源远流长的文化知识，传统文化元素自然也包罗很广，以下罗列了小部分元素：中国书法、篆刻印章、中国结、秦砖汉瓦、京戏脸谱、皮影、中国漆器、汉代竹简、甲骨文、文房四宝（砚台、毛笔、宣纸、墨）、竖排线装书、剪纸、风筝、如意纹、祥云图案、中国织绣（刺绣等）、凤眼、彩陶、紫砂壶、中国瓷器、国画、敦煌壁画、石狮、唐装、筷子、汉字、金元宝、如意、八卦等。设计要让人感动，足够的细节本身就能感动人，图形创意本身能打动人，色彩品位能打动人，材料质地能打动人……把设计的多种元素进行有机艺术化组合才能成功。《皇城印象》（图 1-33 ~ 图 1-37）将皇家文化元素融入当代大众生活中，让更多喜爱、欣赏皇家文化艺术的人们近距离去感受历史留下来的宝贵艺术精粹。由“皇城印象”出品的北京旅游纪念品系列，2012 年被北京市旅游发展委员会定为第一批官方版“北京礼物”。



图 1-33 皇城印象系列文具 陆显献



图 1-34 皇城印象系列奏折式笔记本 陆显献



图 1-35 皇城印象手机壳 陆显献



↑ 图 1-36 天坛印象储物罐 陆显献



↑ 图 1-37 皇城印象茶叶罐 陆显献

也可以用新的思想去“解构”传统文化，达到意想不到的效果。图形创意设计的文化性可以体现在突出文化主题，恰当运用本民族文化元素进行创意设计；也可以突出文化内容的独特性，以较强的文化差异能够引发新奇的效果；还可以体现在解构传统文化，这样能够给传统文化带来新的面貌和解读。

“功名到”创意卡片设计（图 1-38）：中国传统图形中以公鸡鸣叫表现“功名”，设计以昂首挺胸的公鸡形象为题材，配以少数民族服饰的装饰纹样与色彩；在卡片打开的那一瞬间，公鸡随即站立在眼前，表现“功名到”的寓意。

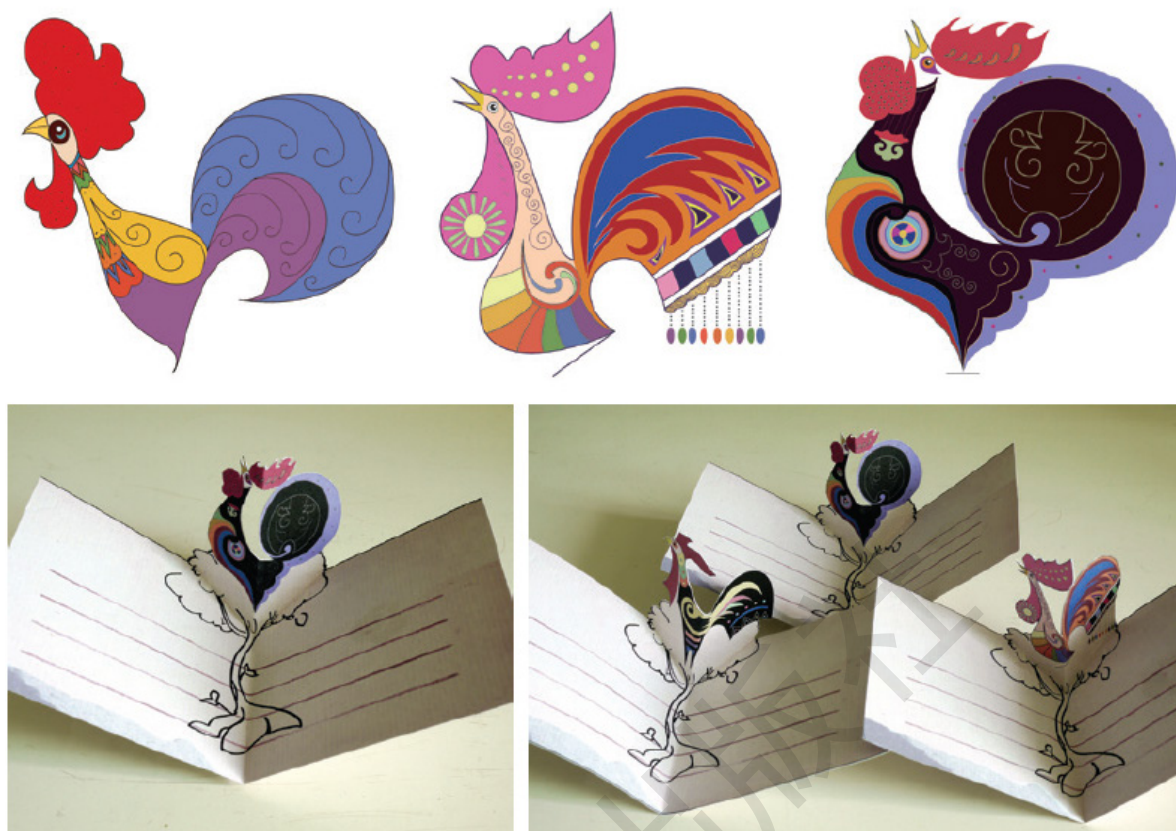


图 1-38 “功名到”创意卡片设计 梁培森

“城门楼子”立式卡片设计（图 1-39）：“城门楼子”是中国古代城墙的楼房式大门，立式的卡片设计将形态各异的城门楼的形象配以少数民族几何线条式的服装边饰纹，使建筑屋檐、瓦顶等结构巧妙结合，门楼形象、生动。

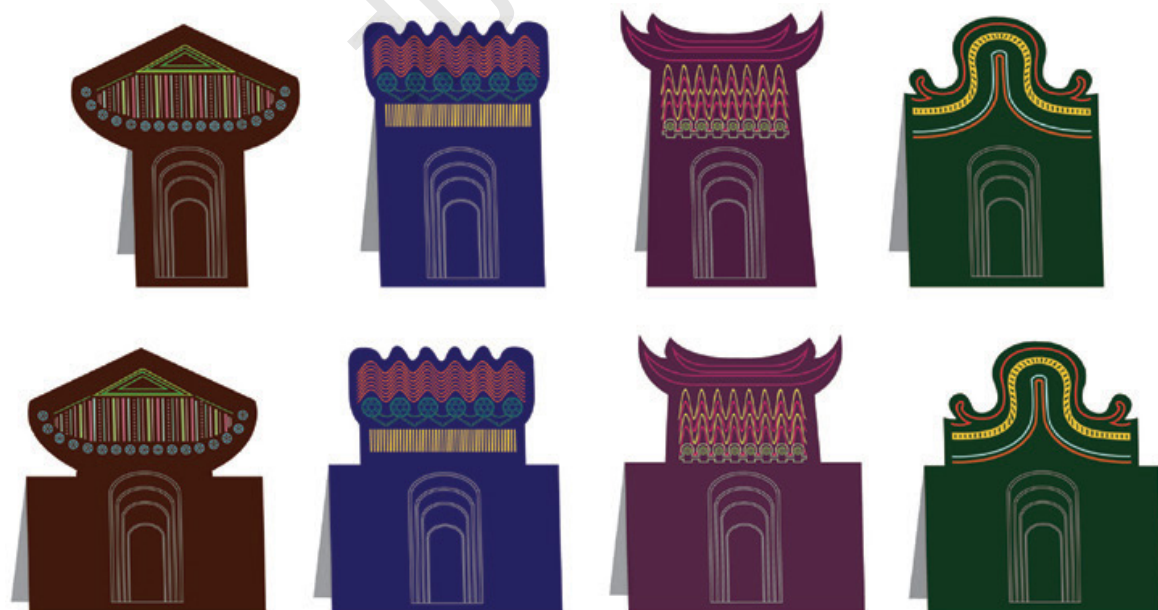


图 1-39 “城门楼子”立式卡片设计 张桂清



“宽衣解带”创意情侣卡片设计（图 1-40）：利用纸张的折叠特质，展现中国服饰对开襟的结构，图形设计幽默、诙谐，直线形的外形个性鲜明。

“跪拜礼”创意卡片设计（图 1-41）：中国古代盛行跪拜礼，君臣、母子、官民之间均行跪拜礼。这款卡片设计通过简单的几个折叠，即形成了跪立桌面的年历卡片，趣味性较强。



图 1-40 “宽衣解带”创意情侣卡 陈鸿胜

图 1-41 “跪拜礼”创意卡片设计 张小娴

二、图形创意设计的单纯性特征

突出主题，省略不重要的细节和内容，运用最直接、最简洁的手段和方法表达物象的特征，是图形创意的一大特点。将主体形象特征加以强调，使图形形象更加鲜明，更具感染力，是图形创意设计的基本要求和基本追求。图形的要素变化越小，数量越少，就越容易引起观者的注意，并容易被认知。如 Bond 创意公司为“Cloetta”设计的包装设计（图 1-42），将独特的形状和颜色融合到了最前沿的设计方案中，其结果是大胆和俏皮的包装让消费者看起来非常轻松，并且能够简单地识别不同品种。而来自插画师 Malaysian 的作品（图 1-43），这些美丽富有创意的插画目的和目标单纯到了极致，那就是让你嘴角微微上扬。



图 1-42 “Cloetta”包装设计 Bond 创意公司



图1-43 插画设计 Malaysian

三、图形创意设计的认同性特征

图形创意设计依赖视觉形象来传达信息。图形的传播广泛与否完全取决于受众的认同程度，这也是图形创意设计与绘画创作的本质区别。现代绘画作为个体艺术行为，可以忽略观者的接受程度，但图形创意设计作品必须迎合广大观者的喜好。观者包括客户、消费者和其他传播者。因此，一个好的图形设计师就必须考虑到各种因素，如国家、地区和民族文化差异；不同年龄、性别的认同差异；不同教育背景、专业的理解能力差异等。设计师只有找到能够让客户、消费群体都能够理解的图形创意及设计手法，才能使图形创意设计作品更好地为大家所接受。如江诗丹顿（Vacheron Constantin）艺术大师系列手表（图1-44）。自从2007年与Barbier-Mueller博物馆联合推



出的 M^étiers d' Art Les Masques 面具系列腕表开始，到后来的 M^étiers d' Art Chagall & L' Op^éra de Paris 系列和 M^étiers d' Art La Symbolique des Laques 系列，江诗丹顿艺术大师系列将各种古老艺术工艺通过腕表展现出来，每款都令人由衷赞叹。在 2012 年日内瓦表展 SIHH 上，江诗丹顿又推出了 M^étiers d' Art Les Univers Infinis 系列腕表，为艺术大师系列增加了新的成员。以平面密镶的棋盘格方式呈现多重图案的表盘设计，灵感来自荷兰画家埃舍尔的作品。M^étiers d' Art Les Univers Infinis 系列腕表融合了江诗丹顿的多项制表工艺：珐琅、宝石镶嵌、雕刻和机刻图纹装饰。表盘设计凸显几何图形的璀璨魅力，寓意深刻并极富动感，呈现出不同空间的无限排列布局。江诗丹顿在着色上极尽细致，各种色彩完美搭配，和谐共存，纵使各主题相互纵横交错，却又相得益彰。整体制作极致出色，令人心生共鸣，表盘透过重新诠释的平面密镶棋盘格镶嵌技法，迷人魅力令人如痴如醉。三款新品均采用了刻有日内瓦印记的 2460 型号自动上弦机芯。该机芯由江诗丹顿自行研发制造，性能可靠，并严格遵照日内瓦高级制表传统手工艺精细打磨而成。透过蓝宝石水晶玻璃表底盖，抛光倒角、手工绘制的侧面图案、圆纹处理的主机板、饰有日内瓦波纹的夹板和雅致的机刻图纹装饰摆锤一一展现在眼前。



图 1-44 江诗丹顿 (Vacheron Constantin) 艺术大师系列手表



实训模块

实训主题：创意脸谱

实训内容：以“创意脸谱”为题，绘制自己最为欣赏的脸谱。

实训步骤：

1. 素材收集：查阅相关作品，收集历史人物脸谱。
2. 将所收集历史人物脸谱图形进行提炼、组合、赋予特定意味，形成有现代意味的图形符号。
3. 用这些具有现代意味的图形符号在空白脸谱上绘出心目中能代表历史人物性格特征图形（不少于 10 个脸谱）。

实训要求：

1. 材料：空白脸谱、笔、水粉（彩）颜料等。
2. 实训方式：课堂实训与课后实践相结合。
3. 实训时间：4 课时，其中 2 课时用于课堂讨论与作品点评。

实训向导：

1. 所有画面内容围绕“创意脸谱”四字的内涵进行图形创意设计。
2. 在传统历史人物脸谱中提炼和创造出具有现代意味的图形符号。
3. 注意脸谱和历史人物性格特征的吻合。
4. 注意脸谱的时代性、创意性和历史文化遗产性。

思考与练习

生活中不乏趣味和有意义的图形和物品，请在规定的时间内，收集一些图形和物品，并根据自己的设想和思路将这些图形和物品用单色画笔进行描绘，进行再加工，再创意，使其具有新的意味、新的意义（不少于 10 幅），表现手法不限，时间 1 周。



第四节

现代艺术风格与图形创意

要点提示

1. 立体主义运动对图形设计的影响
2. 波普艺术对图形设计的影响
3. 达达主义运动对图形设计的影响
4. 风格派运动对图形设计的影响
5. 科技对图形设计的影响

理论模块

20 世纪的图形设计发展是直接与现代艺术运动紧密联系的。在欧美发达资本主义国家出现的立体主义运动、风格派、构成主义、波普艺术等艺术风格变革运动，全面、彻底颠覆了传统图形创意的内容、表现技法和媒介。现代绘画以其创造性和视觉震撼引起大众的认同，其对色彩、造型等形式语言的探索，以及对独立精神的情感表达，在观念和表现形式上深刻影响了图形创意语言和感受体验方式。

一、立体主义运动对图形设计的影响

立体主义是现代艺术中最重要的运动之一。从著名的法国后印象派画家塞尚不断试验采用秩序来规范以前凌乱的印象派画风开始，到后来的一代大师毕加索创造出组合块面和报纸拼贴等颠覆传统的抽象画风，立体主义始终在努力将理性注入感性的平面图形创作中，这在绘画史上是前无古人的创新之举，给图形设计突破传统局限提供了良好的借鉴。《亚维农少女》(图 1-45) 开始了立体主义画风的风行，毕加索与勃拉克等艺术大师便是这一画风的代表人物。

立体主义打破了传统绘画对空间透视等自然法则的顶礼膜拜，乍看之下凌乱不堪，其实是因为画家尽力将立体事物的每一个面都安排在平面空间之中，辅以创新的色彩和肌理的搭配，产生一种独特的美感。此风格一出现便震动了欧美画坛，成为图形设计突破思维定式，引爆创意的榜样和领航者。立体主义为现代图形设计提供了新的形式基础，其崭新的构造方式创造了新的造型方法，它



结合象征、寓意手法，对形体、空间、色彩肌理进行拼贴、综合组成的一种新的表现手段，给现代图形设计注入了新的创造活力，并且极大地丰富了图形设计的视觉语言。另外，立体主义对文字艺术的创新试验，也对图形设计中结合文字符号进行创意变化的风格起到了极大的推动作用。



图 1-45 《亚维农少女》毕加索

二、波普艺术对图形设计的影响

20 世纪 60 年代可以说是一个大众文化蓬勃发展的时代，许多的艺术家开始摒弃艺术为上流社会服务的传统观念，将服务对象和目光转移到普通大众身上，波普艺术应运而生。波普艺术的缩写是 POP，含有“popular”的意思，又译为“通俗艺术”或“流行艺术”，是 20 世纪后现代主义艺术中最为风行、传播最广、最有影响的艺术形式。波普艺术产生于 20 世纪 50 年代末，首先出现在英国，在 60 年代成为一种国际性的文化潮流。波普艺术的普及是在大众文化最发达的美国，最具代表性的画家是安迪·沃霍尔（Andy Warhol），他是美国波普艺术运动的发起人和主要倡导者，他的《玛丽莲·梦露》（图 1-46）系列作品大规模复制流行明星梦露的图像，

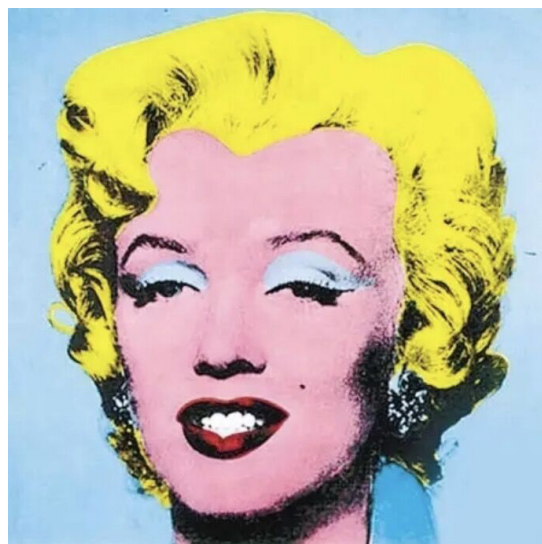


图 1-46 《玛丽莲·梦露》Andy Warhol



折射了 20 世纪 60 年代兴起的大众流行文化的思潮。美国的波普艺术与 50 年代的抽象表现主义有直接的联系，当年轻一代的艺术家试图用新达达主义的手法来取代抽象表现主义的时候，他们发现发达的消费文化为他们提供了非常丰富的视觉资源。

波普艺术设计思潮在诞生初期即与大众的消费文化有着千丝万缕的联系，所以，许多人认为它是为大众、平民所接受的文化。艺术家有感于大众文化的需求和兴趣，为了区别于所谓的一些高雅文化，他们以生活中大众化的形象作为设计表现的主题，以夸张、变形、组合等多种手法从事设计，从而产生了设计的浪漫性和喜剧性效果。波普设计以独特的风格与以往典雅的“优良设计”相对立，如英国设计师穆多什（Peter Murdoch）设计的一种“用后即弃”的儿童椅，由纸板折叠而成，纸板上装饰了大小无序的许多字母和造型，新奇独特，带有浓厚的波普情趣。波普设计者把一些风马牛不相及的物品混合在一起，创造了一种令人啼笑皆非、不和谐的波普形象，它受到世界各国人民的喜爱并产生了浓厚的兴趣，给人一种全新的感受和强烈的视觉冲击，深刻影响着当代图形设计的创作。

被誉为 Andy Warhol 接班人的 Jeff Koons 在 2014 年创作的橙色巨型装置作品《气球狗》（图 1-47）在佳士得纽约夜场拍出了 5 840.5 万美元，创造了当时在世艺术家的单品拍卖世界纪录。Jeff Koons 从不避讳对金钱的渴望，他被称作“最伟大的艺术推销员”。跟 Andy Warhol 一样，他把艺术品当成商品生产，把自己的名字塑造成品牌，甚至还雇用了专门的艺术形象顾问，来帮忙塑造和维护自己的公众形象。

日本艺术家草间弥生（Yayoi Kusama）创造了身临其境的艺术环境和互动装置，凭借“镜室”（图 1-48）系列以及密集恐惧症爆发式的纹路、图案而风靡全球。草间弥生的创作被评论家归类到相当多的艺术派别，包含了女权主义、极简主义、超现实主义、原生艺术、波普艺术和抽象表现主义等。但在草间对自己的描述中，她仅是一位“精神病艺术家”（obsessive artist）。从她的作品中可以看到，她企图呈现的是一种自传式的、深入心理的、性取向的内容；草间所用的创作手法有绘画、软雕塑、行动艺术与装置艺术等。



↑ 图 1-47 《气球狗》Jeff Koons



↑ 图 1-48 《无限镜室》草间弥生（Yayoi Kusama）



图 1-49 《泉》马赛尔·杜尚



图 1-50 《L.H.O.O.Q.》马赛尔·杜尚

三、达达主义运动对图形设计的影响

20 世纪初在欧洲兴起的达达主义在许多人眼中是一个荒诞的艺术流派，一如它的名字，“达达”一词是从法文词典中“信手拈来”的字眼，在法文中是“玩具木马”的意思，这个词本身并没有特别的含义，只是组织者认为将如此怪诞有趣的词语用作他们团体名称，标榜了个性、独立和与众不同。达达主义的代表人物非法国著名艺术家马赛尔·杜尚莫属，这位敢于把一个“尿壶”命名为“泉”（图 1-49）并送展的先锋派艺术家，也可以在达·芬奇的蒙娜丽莎脸上画上胡须并将这幅“大作”命名为“L.H.O.O.Q.”（图 1-50）。马赛尔·杜尚把达达的观念推向了极端，他强化了艺术的绝对自由性，认为艺术是绝对自由的，不受任何规律、规范、机构和行为准则的限制。其对艺术的颠覆的态度，表达了时代对艺术求新求变的要求，从此“戏仿”成了一种真正意义上的艺术创作手法。

达达主义运动拓宽了艺术创作的表现形式和表现手法，其拼贴手法，对影像素材的利用，以及挑战传统的无规则版面编排，对现代图形设计的创新求变具有深刻影响。达达主义集成了未来主义的叛逆精神，个性化的表现手法，表达了现代社会中叛逆的精神，这种风格对当代图形设计独创精神的树立和发展具有一定的借鉴意义。它对传统的大胆挑战，以及在设计上的革命性突破，都对后来的艺术和设计发展起到了巨大的推动作用。



四、风格派运动对图形设计的影响

绘画风格的演变历史是“具象——抽象——具象——抽象——……”的不停交替，而20世纪初便是抽象风格大放异彩的年代。著名的抽象画家蒙德里安和康定斯基分别创造了“冷抽象”和“热抽象”两种风格。蒙德里安对视觉艺术提出了新的观点，他认为作品应该是表现一种动态的平衡，而这种平衡需要通过有序的图形及排列来表现，因此我们可以看到他的很多作品采用纵横直线结构的抽象绘画方式，在白底上运用黑白线条和红、黄、蓝三原色颜料平涂的方式进行创作，色彩各异却又无比纯粹，他对图形的美感作了一种高度理性的诠释，为图形设计中稳定、朴实、冷静的风格提供了良好的借鉴，故名曰“冷抽象”（图1-51）。与之对比的是俄罗斯构成派康定斯基的充满激情和音乐节奏的“热抽象”（图1-52），两者都对图形设计的创造产生了一定的影响。

蒙德里安所属的流派是20世纪初在荷兰出现的风格派，“风格派”运动的代表人物还有杜斯伯格、胡扎等。风格派主张用纯抽象和朴素的风格创作作品。现代图形设计也深受影响，在某些作品中，我们需要更为平衡、有序和清晰的表达方式，而这种通过严格的数学方法计算来安排画面元素的编排和比例的思想，使设计的视觉开始呈现出高度理性化、功能化、减少主义和几何形式化的特点。

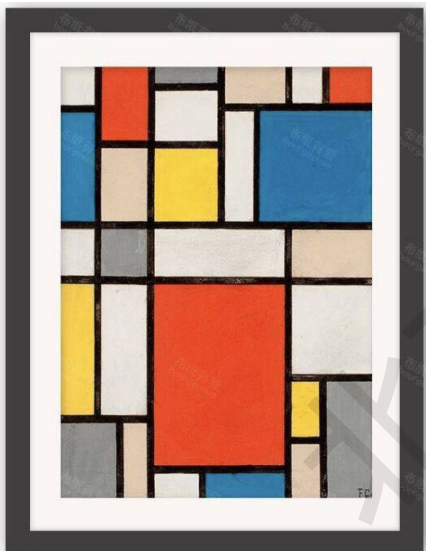


图 1-51 “冷抽象”蒙德里安

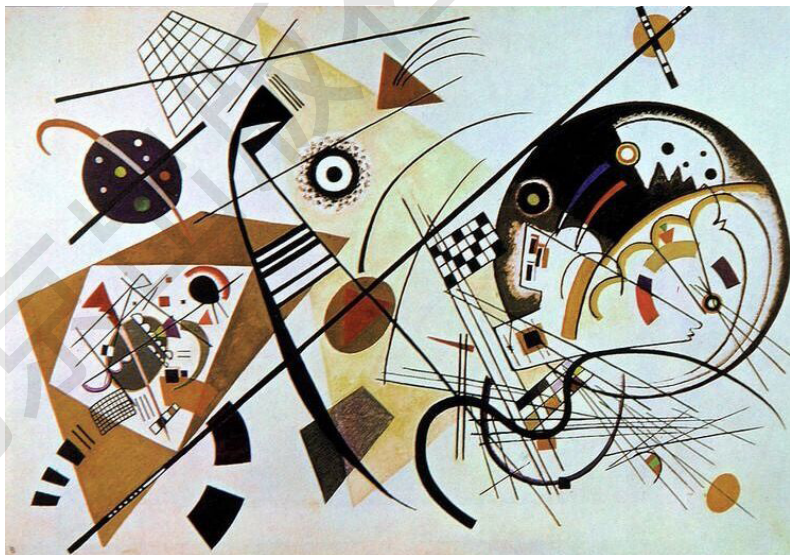


图 1-52 “热抽象”康定斯基

五、科技对图形设计的影响

信息科技在全球的迅猛发展，对图形设计产生了巨大的影响。这种影响既是一种冲击，又是一种挑战，艺术设计的面貌无疑起着巨大的变化：一是设计者的“主体性”得以鲜明地显现出来，设计艺术的交流与合作使得当代设计成为人类的共同财富。二是设计主体的独立使得设计发展趋于分散化，而人们通过互联网建立的艺术设计联系却大为加强。互联网的普及为各国、各地区的设计信息交互提供了最方便快捷的平台，有力地推动图形设计的快速发展。三是新型设计软件的研发改变了传统设计活动的方式，大大开辟了设计新天地。20世纪80年代以来，设计变革的最大推动力是计算机等数码技术在设计过程中的广泛应用，从编辑、排版、图形处理、插图创作、字体设计，到制版印刷、图形传播等设计工作方式都发生了翻天覆地的变化。设计工具画笔、尺子、剪刀等传统



工具被电脑、网络、数字笔、工作站所取代。数码的划时代革命促使图形设计、图像处理与版面编排变得更简单快捷，使设计者的创作空间大大扩展，为创作出更多、更优秀的图形设计作品提供了更人性化的平台。传统的印刷媒体如杂志、报纸得以复兴，并出现了许多风格独特的视觉语言。纵观近百年的图形设计发展历程，设计形式、工具对象等并没有发生过较大的变化，其发展一直是比较线性的、渐变的。但到了 20 世纪 90 年代，由于科技风格的深刻影响，以往静态的书籍和印刷品加入了数字、互动的多媒体因素，传统设计元素如字体、插图、版面等加入了动画、电影画面，而且这一进程还在不断地快速向前发展着，这都说明了无论从工具到对象都发生了翻天覆地的变化，图形设计发展正与时俱进（图 1-53、图 1-54）。

→ 图 1-53 《工业之城》刘健



图 1-54 《生息》刘博



实训模块

实训主题：体验现代艺术风格对图形创意设计的影响

实训内容：用三种不同的现代艺术风格设计绘制自己的个人形象。

实训步骤：

1. 素材收集：了解各类现代艺术风格典型作品，选出自己喜欢的类型。
2. 对自己的性格、特长、爱好、特征等进行梳理，并设计出具有现代意味的图形符号来表现自己的形象。
3. 用三种现代艺术风格结合具有现代意味的图形符号来设计绘制自己的个人形象。

实训要求：

1. 材料：4K 卡纸、笔、水粉（彩）颜料等。
2. 实训方式：课堂实训与课后实践相结合。
3. 实训时间：4 课时，其中 2 课时用于课堂讨论与作品点评。

实训向导：

1. 画面体现出某种“现代艺术风格”，注意不同现代艺术风格表现要领。
2. 为自己画像，要能结合自己的个性特征设计、提炼和创造出具有现代意味的图形符号。
3. 注意画面完整，主题明确，符合自己某些性格特征。

思考与练习

你了解自己所在的城市吗？请为你所在的城市设计一组能体现该城市特征的文化符号（不少于 20 幅草图），表现手法不限，时间 1 周。