



江西省“十四五”普通高等教育本科省级规划教材

“互联网+”新形态立体化教材·艺术设计类系列丛书

图形与创意

支 林 李 蓓 杨 超 主编

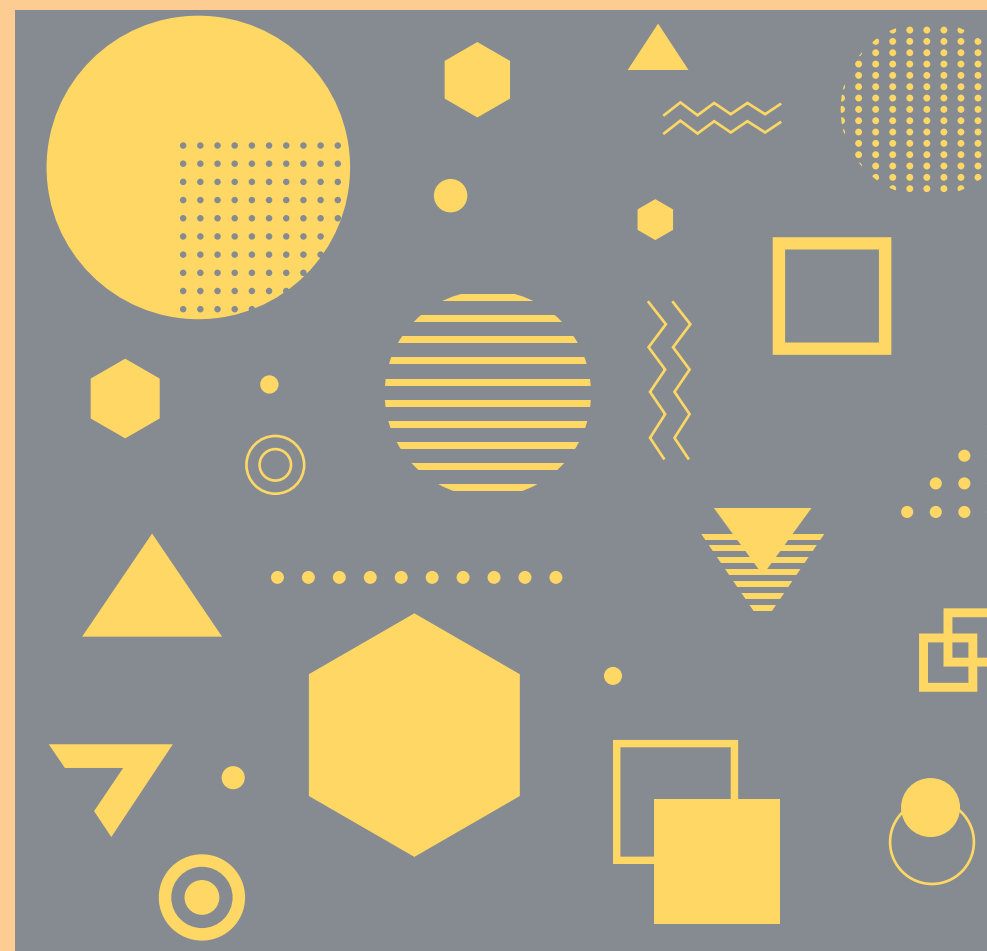
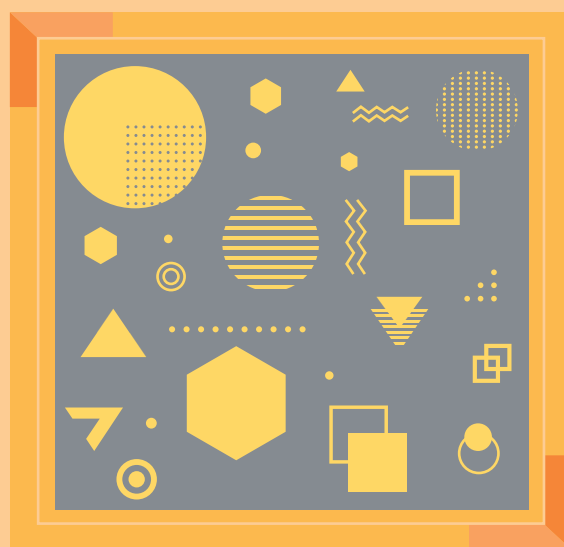
江西省“十四五”普通高等教育本科省级规划教材
“互联网+”新形态立体化教材·艺术设计类系列丛书

图形与创意

支 林 李 蓓 杨 超 主编

中国科学技术出版社

 中国科学技术出版社
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS



读科学 得真知
科学普及出版社漫漫读微信号

ISBN 978-7-5236-0037-5



定价：56.00元

图书在版编目（CIP）数据

图形与创意 / 支林，李蓓，杨超主编. — 北京：
中国科学技术出版社，2023.8
ISBN 978-7-5236-0037-5

I. ①图… II. ①支… ②李… ③杨… III. ①图案设计 IV. ①J51

中国国家版本馆 CIP 数据核字（2023）第 036084 号

策划编辑	王晓义
责任编辑	王晓义
装帧设计	唐韵设计
责任校对	焦 宁
责任印制	徐 飞

出 版	中国科学技术出版社
发 行	中国科学技术出版社有限公司发行部
地 址	北京市海淀区中关村南大街 16 号
邮 编	100081
发行电话	010-62173865
传 真	010-62173081
网 址	http://www.cspbooks.com.cn

开 本	889mm × 1194mm 1/16
字 数	230 千字
印 张	8.5
版 次	2023 年 8 月第 1 版
印 次	2023 年 8 月第 1 次印刷
印 刷	北京荣玉印刷有限公司
书 号	ISBN 978-7-5236-0037-5/J · 98
定 价	56.00 元

（凡购买本社图书，如有缺页、倒页、脱页者，本社发行部负责调换）



序

艺术设计是一门独立的艺术学科。所谓艺术设计，就是将艺术的形式美感应用于与日常生活紧密相关的设计中，使之不但具有审美功能，还具有实用功能。高校将艺术设计专业方向主要分为：平面设计专业方向、环境设计专业方向、产品设计专业方向、服装设计专业方向等，但设计的出发点还是落在为人服务上。在新时代美育教育背景下，学科交叉、全面发展已成为艺术设计的发展趋势。

继党的十八大报告首次将“立德树人”确立为教育的根本任务，党的十九大、二十大报告都明确要求“落实立德树人根本任务”“培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人”。在习近平总书记系列重要讲话中，高度重视美育在立德树人中的重要作用。在 2018 年全国教育大会上，习近平总书记更是明确指出，要努力构建德智体美劳全面培养的教育体系，形成更高水平的人才培养体系。要把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、社会实践教育各环节。美育是教育的主要方面之一，没有美育的教育是不完整的教育，只有文、理、艺术学科的相互交叉和促进，才能更好地践行立德树人根本任务。

目前，高校已十分重视美育教育，开设关于艺术设计的课程。这就需要具备系统的教学体系、完备的教育理念和培养艺术设计人才的专业教材。教育部原部长陈宝生在 2018 年 11 月 1 日的“2018—2022 教育部高等学校教学指导委员会成立会议”上强调了教育重心要重新回归到本科教学上来，并把教材质量作为最重要的环节。在这样的背景下，本教材坚持以美育精神引领教学、推动创作，适应新时代的美育需求孕育而生。

江西科技师范大学美术学院院长 支林
2023 年 3 月



前 言

图形与创意专业基础课程是一门非常重要的创意思维课程，是所有艺术设计创意的灵魂，也是设计内涵的根本，因此本书试图通过对当下的图形与创意研究，以最新的实际案例为基础，系统地分析、总结图形与创意的实现方式及其不同类型的表现方式，并结合时代的特征和发展要求进行有针对性的研究，以期探索出适合新时代的图形设计教学体系。希望本书的探索成果能为当下图形设计的教学研究做出点滴贡献。

本书共分为 3 章。第一章主要从图形与创意的概念、思维方法、图形的造型元素及图形设计创意流程 4 个方面总体介绍图形与创意的相关理论知识。第二章的图形设计实训分为 10 个课题，系统地介绍了学生需要掌握的知识点及其具体的训练方法。第三章的图形设计赏析，分别从当代图形设计的本土元素到国际风格、超越图形的图形与创意两方面鉴赏与分析了图形的应用延展和相关优秀设计作品。

本书得到了江西科技师范大学、浙江传媒大学、江西财经大学、赣南师范大学等学校老师的大力支持和帮助。在本书出版期间，我们就书稿编排和撰写的相关规范及要求进行了多次沟通，以保证书稿的整体质量。感谢他们在本书编写过程中提出的宝贵建议。

在本书撰写过程中，感谢第二主编李蓓、杨超二位老师，副主编周珊、李民、王东、冯立、支殿敏子；感谢一方心田艺术工作室每一位老师的支持，以及研究生谢雅玲、赵思衡、魏子月、徐琪、万佳怡、吴晶、王雪莹、王丽颖、邱爱心、孙莹、高畅 11 位同学为本书资料的收集与整理所付出的辛勤工作；同时，还要感谢所有参考文献的作者，他们的研究成果为本书提供了很好的参考和借鉴！虽然本人已尽了最大努力，但毕竟水平有限，书中难免存在一些不足之处，恳请有关专家、同行批评指正。

支 林

2023 年 3 月

课程安排

章名	章节内容	课时分配	
第一章 图形与创意的基础理论	第一节 图形与创意概述	1	5
	第二节 创意思维	1	
	第三节 图形与创意的基本元素	1	
	第四节 图形与创意设计流程及案例解析	1	
	第五节 中国传统图形设计	1	
第二章 图形设计实训	第一节 同构图形的组织	5	25
	第二节 异影图形的组织	3	
	第三节 仿穿透图形的组织	3	
	第四节 共生图形的组织	2	
	第五节 正负图形的组织	2	
	第六节 双关图形的组织	2	
	第七节 仿结图形的组织	2	
	第八节 空间转化图形的组织	2	
	第九节 特定空间图形的组织	2	
	第十节 延异图形的组织	2	
第三章 图形设计赏析	第一节 基于本土文化的当代图形与创意设计	1	4
	第二节 当代图形与创意设计的国际表达	1	
	第三节 动态可变式的图形与创意	1	
	第四节 图形设计中传统文化的介入	1	

目 录

第一章

图形与创意的基础理论

第一节 | 图形与创意概述2

- 一、初识图形.....2
- 二、图形与创意的概念.....11
- 三、图形与创意的构成要素.....12
- 四、图形与创意的特征.....12
- 五、图形与创意和现代设计.....14

第二节 | 创意思维.....18

- 一、创意思维的形式.....18
- 二、创意思维的特性.....32
- 三、创意思维的方法与理论.....33

第三节 | 图形与创意的基本元素35

- 一、点.....35
- 二、线.....37
- 三、面.....39
- 四、体.....40

第四节 | 图形与创意设计流程及案例

解析43

- 一、图形与创意设计流程.....43
- 二、案例解析.....45

第五节 | 中国传统图形设计49

- 一、龙凤呈祥.....49
- 二、连年有鱼.....49
- 三、福寿万代.....50
- 四、喜在眼前.....51
- 五、宝相花团.....51
- 六、龟鹤齐龄.....52
- 七、喜得连科.....52
- 八、双龙戏珠.....52
- 九、一路连科.....53
- 十、金玉满堂53
- 十一、喜象升平.....54

第二章

图形设计实训

第一节 | 同构图形的组织 56

- 一、项目概况.....56
- 二、设计案例.....56
- 三、相关知识点57
- 四、训练程序.....67

第二节 | 异影图形的组织 69

- 一、项目概况.....69
- 二、设计案例.....69
- 三、相关知识点.....72
- 四、训练程序.....73

第三节 | 仿穿透图形的组织 75

- 一、项目概况.....75
- 二、设计案例.....75
- 三、相关知识点.....76
- 四、训练程序.....77

第四节 | 共生图形的组织 78

- 一、项目概况.....78
- 二、设计案例.....78
- 三、相关知识点.....79
- 四、训练程序.....82

第五节 | 正负图形的组织 83

- 一、项目概况.....83
- 二、设计案例.....83
- 三、相关知识点.....84
- 四、训练程序.....86

第六节 | 双关图形的组织 88

- 一、项目概况.....88
- 二、设计案例.....88
- 三、相关知识点.....89
- 四、训练程序.....90

第七节 | 仿结图形的组织 91

- 一、项目概况.....91
- 二、设计案例.....91
- 三、相关知识点.....92
- 四、训练程序.....93

第八节 | 空间转化图形的组织..... 94

- 一、项目概况.....94
- 二、设计案例.....94
- 三、相关知识点.....96
- 四、训练程序.....100

第九节 | 特定空间图形的组织..... 101

- 一、项目概况.....101
- 二、设计案例.....101
- 三、相关知识点.....102
- 四、训练程序.....103

第十节 | 延异图形的组织 104

- 一、项目概况.....104
- 二、设计案例.....104
- 三、相关知识点.....105
- 四、训练程序.....107

第三章

图形设计赏析

第一节 | 基于本土文化的当代图形

与创意设计110

- 一、《山海经》系列海报设计.....110
- 二、《鱼和他的一百个家》系列海报设计.....111

第二节 | 当代图形与创意设计的国际

表达114

- 一、第十届北京国际电影节海报设计...114
- 二、“No Deforesting and Protect animals”系列海报设计.....114

第三节 | 动态可变式的图形

与创意116

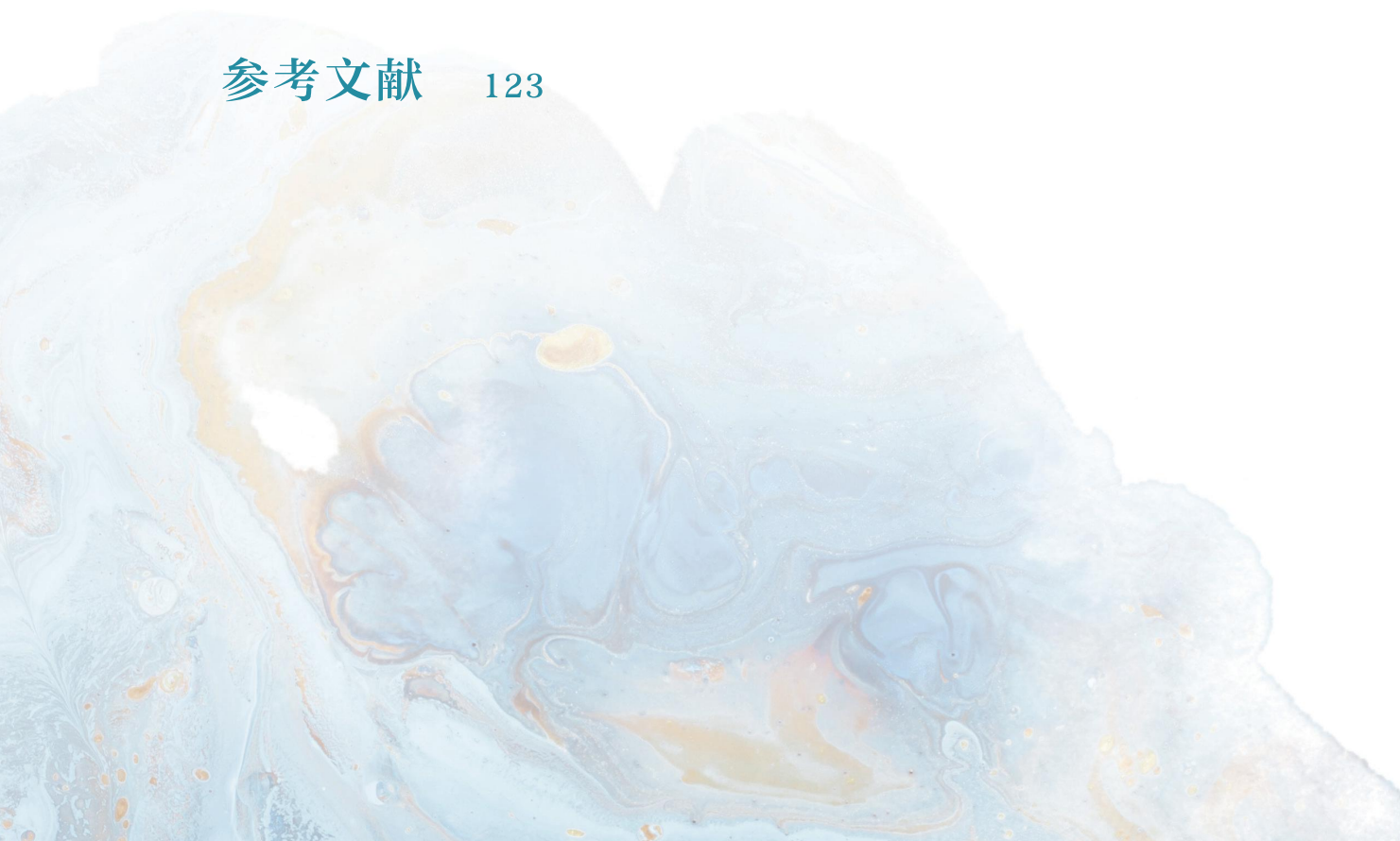
- 一、公司品牌形象设计.....116
- 二、公司品牌标志设计.....117
- 三、《金钱计划》系列图形设计.....118

第四节 | 图形设计中传统文化的

介入120

- 一、北京申奥标志设计.....120
- 二、Alan Chan Design Co. 设计形象LOGO 设计120
- 三、2008 年北京奥运会会徽设计.....121
- 四、2008 年北京奥运会图标设计.....121
- 五、靳埭强设计作品.....122

参考文献 123





第一章

图形与创意的基础理论

■ 本章概述

本章主要由图形与创意的概念、解读思维、图形的造型元素、图形与创意设计流程等内容构成，注重对图形的解读思维和造型元素介绍，以便通过对图形与创意设计流程的学习，为学生后期的图形设计实训打下基础。

■ 学习目标

通过本章的学习，使学生了解图形与创意的概念、起源和发展，掌握图形与创意的思维方法，以及图形与创意设计流程。

■ 素质目标

1. 掌握现代图形设计的意义和趋势，收集整理中国优秀传统文化图形，培养对本民族优秀文化的热爱。
2. 在对优秀的传统视觉样式的收集整理过程中恢复对工匠精神的继承，培养学生诚实守信、精益求精、执着钻研的优秀道德品质，增强设计强国的社会责任感和实现中华民族伟大复兴的历史使命感。

第一节 | 图形与创意概述

一、初识图形

（一）图形的含义

“图”，即图画、图案，是一种表现方法，具有可视性；“形”，即有形式的无形意念，也就是思维方式，不具有可视性。因此，图形的本意应该是通过可视性的设计表现来传达具有创造性的思维，具备视觉设计的原理。图形可用线条、形状、色彩、印刷等方式，把思维意念转化成可以用来交流和传播的视觉形式。

如图 1-1-1 所示，图形是作为一种交流信息的媒介而存在的，与美术、图案作品有本质区别。美术作品主要是为了创造美、反映社会和生活。它通过描绘来展示画家对生活的理解、对社会的看法，有时会是作者情感的宣泄。它一般以画家原作的价值为最高。而图形有很强的功能性，和文字语言等媒介一样，必然要有一定的信息量，是为了传播某种概念、思想或观念而存在。大多数的图形要通过在社会上大量复制、广泛传播而达到最终的设计目的，实现艺术价值。

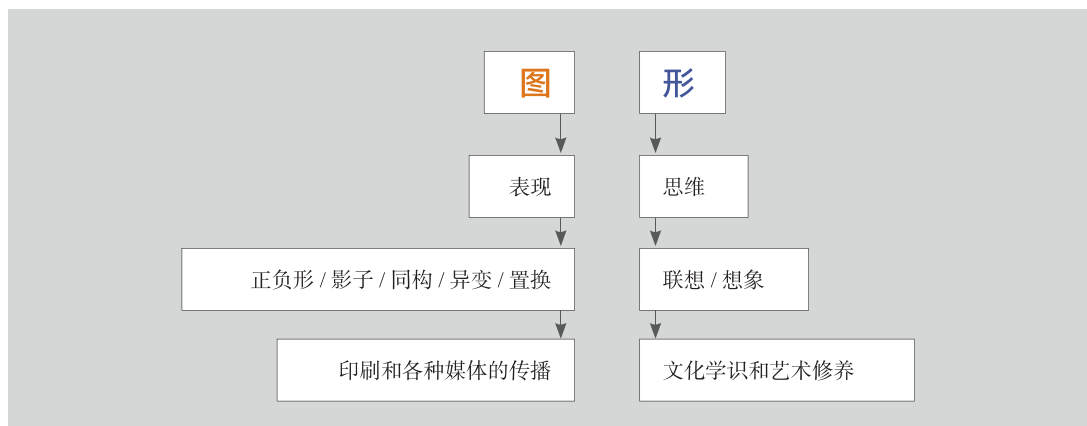


图 1-1-1 图形概念示意

（二）图形的起源与发展

图形的起源是伴随着人类出现而产生的。从根源上来讲，图形的产生可以追溯到远古时期的图腾纹样、岩洞壁画等原始图形符号。当人类祖先在他们居住的洞穴和岩壁上作画时，图形就成了联络信息、表达感情和意识的媒介。图形的发展可以说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。古人在岩壁上绘制图案并不仅是为了装饰，记录自己的思想、活动、成就，表达自己的情感，进行沟通和交流，更重要的是寄托某种精神与宗教的信仰，具有一定的实际目的。

当时绘画的目的并非是欣赏美,而是具有表情达意的作用,被作为一种沟通交流的媒介,这就成为最原始意义上的图形。这一点贯穿图形从产生到今天的每个时期和阶段。

在人类的传达史中,图是先于文字产生的,是最初记录和传递信息的手段,包括早期的象形文字也是在描摹客观事物以表达抽象概述的原则上产生的,在形式上更接近于绘画。这种图画的形式不断发展、分化,逐渐向几个方向演变:一是日趋抽象,从具象形态的描画中脱离出来,最终形成以特定的点线组合结构指示一定发音、表示特定意义的文字;二是逐渐弱化信息传递的实用功能,侧重于追求表现形式上的风格技巧的发展、强调精神领域的情感价值和审美价值的绘画艺术;三是强调装饰作用、大量运用于生活之中的装饰图案艺术,这一分支所描绘的形态或具象或抽象,创作遵循的是形式美的法则;四是成为独立于文字语言之外的视觉形象语言,以传达为目的的设计语汇,图形、标志符号都属于此类。视觉形象语言遵循的是传播学、符号学的原理,同时兼顾美学要求,利用象征的手法表情达意。

1. 图形设计的发展史

在人类漫长的历史中,图形设计的印记无处不在,从原始社会对自然拙劣的模仿,到奴隶社会抽象的叙事,再到现代社会光影透视等自然法则的研究,图形的发展随着生产力的发展不断地进步。

(1) 第一阶段

图形设计的起源,最早可以追溯到远古时期人类的原始社会,在没有发明文字之前,图形就承载着记忆、传播的功能,图形的作用是记录生活、传达信息,这在人类的“童年时代”就已经开始。如北美洲印第安人的岩洞壁画中的图形符号,以及古埃及的象形文字,又称“神的文字”,就具有强烈的图画倾向,有很重的装饰性。再如埃及的某个文字,从图形上来看是“蜜蜂、树叶、海洋、太阳”,但是在内涵上还表现了“信仰、四季”。原始图形起源于人类早期的原始本能。人类从原始的体悟中,凭借着本能,把自然的现象和对自然感悟所产生的心象,通过单纯的、象征性的图形连接起来,创造了记录精神的视觉化图形。这些现象在长期的熟识默记过程中,通过对自然物象不断内化、图式化的过程,形成了稳定的心理符号体系和图形样式。原始社会后期,图形就不单一作为信息交流或部落图腾了。图形慢慢融入了日常生活中,如在陶罐上标上标记,以区别里面的东西。人面鱼身纹盆、新石器时代陶盆里的舞蹈小人,都反映了当时的生活。这不仅表达了原始人类对自然的渴望,同时也成了最早的图形设计艺术。随着人口的增多、生产力的发展,原始的记事性图形已经满足不了人们的需求,于是象形文字就慢慢产生了。文字的产生是人类文明的一个重要的阶段,是更加规范化的表现符号。原始符号和原始文字的形成是图形演变的一次重大发展。

(2) 第二阶段

手工业发展时期,中国造纸术和活字印刷的发明,对图形的发展产生了很大的影响,是图形演变的第二次重大发展。纸张的产生,也使文字和图形得到较好的保存,便于携带,信息传播的范围越来越广,客观带动了图形的发展。印刷术的发明,使图形的传播速度越发地提高,同时促使欧洲进入了文艺复兴时期。文艺复兴在知识、社会和政治各个方面都引发了革命,但令其闻名于世的或许还属这一时期的艺术成就,以及由达·芬奇、米开朗基罗等博学家做出的贡献。在视

觉原理及规律上的发现,如绘画方面,直线透视法就是这个时期出现并发展的,都为图形设计的发展提供了重要基础。然而,18世纪前的设计活动主要是基于手工业为中心的活动,并且设计者和制作者往往是同一人,并没有精细的职业分工,艺术常常是贵族、宗教才能享有的奢侈品,图形设计并没有真正地得到大发展。

(3) 第三阶段

时间前进到工业时期,在19世纪以前的欧洲,人们传播信息主要依靠在路边张贴招贴。那时候印刷技术还不发达,招贴大部分以文字为主。但19世纪中叶后的工业革命,给世界带来了天翻地覆的改变。商业得到了很大的发展,信息传播速度的要求也越来越高,特别是摄影技术和电的发明带来了印刷技术和制版技术的迅猛发展,彩色印刷量大大地增加,招贴中的文字也渐渐被彩色的图形代替。这是图形演变的第三次重要的发展。1919年,第一个现代设计的教育学院——包豪斯学院,在德国魏玛建立。包豪斯学院的口号“艺术与技术的统一”对现代设计产生了很大的影响。这个时期的招贴大部分由著名的画家来设计,所以该时期的招贴与绘画的表现形式很相似。因此,早期的招贴具有很强的艺术性。在图形设计的发展过程中,现代艺术运动也对图形设计的发展产生了一定的影响。除此之外,工业的发展对工业图纸的需求提高也促进了图形设计的发展。这些都使工业时期阶段图形设计得到了迅速发展。

(4) 第四阶段

近代到现代20世纪以来,科技的不断发展,特别在第二次世界大战后,由于文化科技的蓬勃发展和艺术思潮的影响,使各种设计的思想趋于完善,给图形设计的创意提供了思维上的可能性,设计思维超越了自然的限定,进入了现代设计的新时期。加之电子摄影的产生,计算机的发展,卫星通信技术的发明,数码、网络的大量普及,使信息能迅速地传播。图形以独特的直观性、形象性跨越了国界,突破了不同国家语言交流的障碍,逐渐成了国际化的图形语言。这是图形演变的又一个重大的里程碑。人类进入了一个数字化信息传播的大众传播时代。技术上的进步突破



图 1-1-2 人蛇合一

了手工技术的束缚,同时科学技术和社会文化的进步和发展促进了现代图形设计观念的更新,设计手段的增加使图形变得多元化,图形的发展进入了一个前所未有的时代,图形不再局限于作为装饰和标记、交流、记录的符号了,也成为视觉传达的重要载体形式。

在图形的发展史上,从最初的雏形到今天丰富成熟的现代图形语言,经历了几千年的风雨。它的发展并不是孤立进行的。它受到人类社会经济、文化、科技等全方位的影响,伴随整个社会前进,与科学技术、哲学、艺术等交织在一起,互为启发。至今,人类社会的发展已经离不开图形设计。在此,我们将图形的历史分为东西方两支进行梳理。

2. 东方传统图形

如图1-1-2所示,东方文明,特别是中国文化强调的是“天人合一”,追求的是“形神兼备”。在这种思想的引导下,艺术与设计都更多地体现出主观因素在创作中的主导性,表现出令人惊叹的想象力,如女娲、伏羲——我们祖先创作出的人蛇合一的形象。

如图 1-1-3 所示,著名的“马踏飞燕”图形,表现出一种有意识的组合,其创意超越了现实世界的束缚,蕴含了图形与创意的精髓——以创新的形象表达特写的含意。

(1) 独特的象征

如图 1-1-4 所示,该作品展示了在民间艺术中,美好吉祥的祝福往往是创作的出发点,而这些愿望有时通过象征图案得以表现。这些象征有些是借用了自然世界中的某种事物(特别是动植物)本身的特点,如鱼繁衍快速象征了多子多福,牡丹花雍容华贵象征了富贵;也有一些通过谐音形成了象征的关系,这种方式在明清时期尤为盛行。在实际运用中,这些象征形态通常不是单独使用,或是将表达某一含义的几个象征形态组合,或是将多个吉祥含义的象征形态叠加,将丰富的画面效果和强烈的情感诉求完美结合。

(2) 求全思想

所谓求全是希望在一幅画面中将事物的方方面面都交代清楚。为了达到这个目的,许多作品抛开了现实世界中的观察障碍,将主观意象中对事物的多时空的认知展示出来。具体可以通过多视点透视、遮挡物透明化、多时态组合等方法来实现。

(3) 丰富的造型手段

在许多民间艺术品中,对于形态的塑造都表现出了艺人们丰富的想象力和自由的表现手法,创作出的形象不仅富有装饰美感,更具有超越现实的新鲜气质。主要手法有超现实组合、适形、共生同构等,这些也是现在图形与创意表现的重要手法。

(4) 超现实组合

根据一定目的将现实中无必然联系的元素组合在一起成为一体。在传统造型中往往是将各种吉祥符号组合成一个形态表达美好愿望。这种造型手法与现代图形中的拼置同构非常相似。



图 1-1-3 马踏飞燕



图 1-1-4 吉祥图案



图 1-1-5 适形图案



图 1-1-6 腿部图形的同构

（5）适形

如图 1-1-5 所示，通过变形等手法将元素塑造在特定的形态结构中。这种适形是因为功能和制作上的限制，要对内部图形的造型进行变形，内部图形要贴合外部图形的形状。适形的手法在现代图形与创意中依然被采用，它的造型效果与置入图形有着一定的相似之处。

（6）共生同构

如图 1-1-6 所示，将两个人的腿部图形通过共用，组合为一体，形式巧妙，富有装饰性。这种造型方法不仅增加了图案的装饰效果，有时也为表达信息起到作用。时至今日，许多设计师依然在通过共生手法创作设计作品。

3. 西方图形

在西方早期的文明中，理性的思想占据较为主导地位，直至文艺复兴时期，欧洲艺术一直以摹写和客观写实为主流。尽管如此，古希腊神话中的人马兽之类的形象还是让我们看到了图形与创意的影子。在中世纪，书籍成为重要的设计领域，精美的羊皮书虽然多以宗教内容为主，但其中也不乏创作者创作灵感的展示：首写字母为达到装饰效果被进行了精细的图案化设计，其中有些形象运用了图形与创意的手法。

（1）现代艺术思潮的影响

西方图形的真正发展和飞跃是在 19 世纪末到 20 世纪初。这一时期工业发展迅速，社会动荡，由此带来思想最为活跃的年代。现代艺术则空前繁荣，涌现出了各种流派，在艺术思想和表现手法上都对传统艺

术的写实主义进行了大胆的超越和否定。它们从形式语言、创作观念和美学思想等方面对现代设计产生冲击，其中有些流派对现代图形影响深远，使图形的思维角度和实践都得到了很大的启示。

（2）立体主义

立体主义开启了现代艺术之门，抛弃了人们的视觉经验，放弃客观物象的描绘，朝更加主观的方向发展；从多角度重新审视世界的真实性，创作不再主要依靠感性认识，而依靠理性和观念，将不同视点、不同状态下所观察和理解的事物形态构成一个独立于自然的艺术空间。这种对原形的分解、综合、重组，挖掘事物的内在真实的方法成为图形思维的重要途径之一，如图 1-1-7 和图 1-1-8 所示。



图 1-1-7 《埃斯塔克的房子》/ 乔治·布拉克



图 1-1-8 《亚维农少女》/ 巴勃罗·毕加索

（3）未来主义

未来主义艺术家则在现代工业科技的刺激下，用分解物体的方法来表现运动的场面和物体运动的感觉，改变了传统的静态表现方式，把三维空间的造型艺术引入四维的时空环境中，确立了时间和空间的造型新观念。艺术家更趋向于表现对速度、激情的崇拜，用线条和色彩描绘重叠、连续、交错的形态，将不同时间状态的画面组合在一起。这种融入了时间维度的创作思想引导图形与创意走出静态的模式，如图 1-1-9 所示。

（4）达达主义

达达主义的出现则否定了传统的审美观念和艺术造型方式，把偶然性、机遇性运用在艺术创造中。这对图形设计有很大的启发。把许多表面上不相关的、荒诞的图形有意识地组合在一起，使人在不可思议中，进入荒诞的境地。



图 1-1-9 《塔巴林舞厅有动态的象形文字》/ 吉诺·塞弗里尼



图 1-1-10 达达主义代表作《波兰骑士》/ 马克斯·恩斯特



图 1-1-11 《内战的预感》/ 萨尔瓦多·达利

以调侃和滑稽荒诞的形式表达自己“反对一切”的观念，其不受法则约束、在偶然机遇中和有意选择中发掘灵感的方法使图形获得更自由的创作空间。它们的拼贴画、照相剪辑则直接为图形与创意提供了具体的表现手法，沿用至今，如图 1-1-10 所示。

（5）超现实主义

在众多艺术流派中对图形设计影响最深远同时也是最直接的应该是诞生于 20 世纪 20 年代的超现实主义。它受到弗洛伊德思想和存在主义哲学影响，主张发掘未开发的想象、幻想、潜意识和心灵的世界，使人的思想全面地解放。超现实主义，以梦幻般的思维方式和自然主义的绘画方式，把现实与潜意识、梦境融合在一起，这种梦幻意识的出现又启发了一大批图形设计家。该流派的重要代表人契里柯、马格里特、达利的作品中变形的透视空间、细腻写实的绘画技法、充满隐喻意味的形象、梦境般的场景，形成了现实与梦幻、真实与虚构间的交错。在超现实主义的众多绘画中对形态的大胆变形、违反自然法则的光影描绘、物体材质的错位、不同物形的嫁接、一形多意的处理等都极大丰富了现代图形设计的表现语汇，使图形获得令人意外的视觉效果，如图 1-1-11 所示。

（6）现代设计思想的影响

除上述流派，其他一些艺术与设计思想如俄国的构成主义、荷兰的风格派、包豪斯的功能主义也都在思想或表现风格上或多或少地对图形发展产生过一定影响。

今天，图形设计在视觉传达领域依旧占据重要的位置，随着技术的进步，摄影、计算机、多媒体技术大大丰富了图形的表现手段，也不断产生着新的语言。

（三）图形的分类

1. 有限形与无限形

有限形与无限形是相对而言的。比如空气相对房子而言，是无限无形，但在太空中看，空气相比宇宙而言，宇宙空间是最终的无限形。

2. 基本形与派生形

宇宙中的自然物，由于适当生存，都有其基本形，又由于人类的加工而有了变化，即派生形。例如树木是圆形的，但一经加工成造型不同的家具时，树木则是基本形，而家具就是派生形。再比如一块布是基本形，裁剪成碎片成为抹布时才能产生出新形状，抹布就是派生形。

3. 定式与不定形

方、圆、三角为定式。自由形为不定式，例如火、空气、云、雾等一切运动中的物质均构成不定形。还有水是无定形，是宇宙间最大的不定形，因此在艺术与设计中对水的塑造有最大的发挥空间。

4. 平面形与空间形

在现代图形研究中，在平面上体现三维空间，有极大的发展表现空间。莫里茨·科内利斯·埃舍尔作了长期的错视空间研究并通过作品表现出来，是十分有意味与价值的。他使人的感觉不停留在平面上，而是在平面上制造空间。他使人从僵化的思维中解放出来，把魔幻般的错视表现为可能，使人们对形的观念不僵化定格，当然这些都是通过形的塑造来表现的，如图 1-1-12 所示。

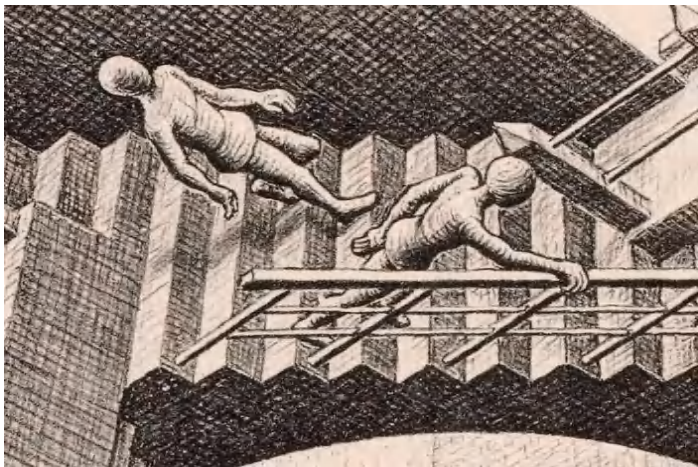


图 1-1-12 平面上体现三维空间 / 莫里茨·科内利斯·埃舍尔

5. 单一形与复合形

单一形是只有一个图形，如单纯的三角形、圆形、方形等。比如金字塔是规正的、明显区别于自然环境特征的、带有标识性的三角形，单纯、明确而伟大。

复合形多于单纯形，人类不能满足于单纯，总是追求复杂、变幻，于是产生越来越多的复合形。比如我们看到的城市就是一个复合形，它是由各种各样的单一形组合而成的。

（四）图形语言的优势

在传达领域，图形并不是唯一的语言。它之所以产生并一直存在和发展到今天，是由于具有其他语言所不具备的优势，具体可以分为以下几个方面。

1. 更具吸引力

由于图形是一种直观生动的形象语言，丰富的造型手段相对于以抽象线性为主的文字对受众更具有吸引力。

2. 更具感染力

图形在表现上可以更具艺术气息，表现的余地和空间非常广阔，能通过塑造形象、营造氛围等手段建立起与受众间的情感桥梁，使信息传达在情感上引起共鸣，触动受众，增强信息传递的有效性。

3. 易识别、易记忆

好的图形都是有个性的具象形态，不同的图形视觉形式差异明显，而语言不同的文字从整体结构上看却是相似的，这就使图形具有更好的识别性。也正是由于图形是通过具象形态的象征意义来完成信息传达，受众在阅读时要借助自身对形态认知的经验去理解图形，这种深层次的体验介入有助于加深印象，加上人们对具象形态的较强记忆能力，保证了图形具有更强的可记忆性。

4. 传播更广泛

各民族基本都有自己的语言文字，而人们对文字的阅读必须建立在受过一定教育的基础上，这就导致用文字传播信息受到了一定的限制。而图形可以跨越这种语言障碍，在更广泛的人群中发挥作用。

当然，图形也不是万能的，语言文字在传播信息的过程中往往可以更准确，通常不会产生歧义，而图形如果选择的象征符号不恰当则可能导致含糊不清甚至错误的理解，这就需要设计者用心地去创作。

图形的功能在于传播信息。它以简洁、直观的形象承载信息，让信息易于识别并产生影响。图形的信息传播功能备受设计师和大众的重视，并成为企业开拓市场、获取经济效益的重要手段。所以，现代社会对图形的基本要求，就是看它是否能够准确传递设计者所要表达的意念，让受众在第一时间接收特定的信息，并满足受众的审美需求。图形的视觉传达也可以理解为图形视觉信息的传达，它是研究信息媒介符号、视觉语言、信息接收与传达的综合性学科。它以图形、文字、色彩等作用于人的视觉，再由视觉所获得的感观效应激发心理产生反应，最终实现信息传播的功能。

信息技术的发展可谓一日千里，图形的数字化、信息化特征日益明显，较好地满足了人类渴望方便快捷的无障碍交流的需求。在人类发展的历史长河中，发展出了许多具有共识性的图形，这些图形为标准化的标识奠定了基础，从而产生了在全球大部分国家都通行的娱乐、交通、安全等领域的指示性图形符号。如高速公路旁的交通标识较多使用图形符号，而很少使用文字说明，这是因为在高速行驶中司机无法看清并阅读文字内容。同时，国际化特征的图形符号有利于不同国家、不同语言的驾驶者辨识。就传播的效果而言，图形比文字更易于认知和记忆。

如图 1-1-13 所示, 路况标志使人们更容易远距离辨认, 更准确、更快速地理解, 以便于迅速做出反应。如图 1-1-14 所示, 中国青年志愿者标志, 整体构图为爱心的造型, 图案中央既是手的图形, 也是鸽子的造型, 象征着“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神。



图 1-1-13 路况标志



图 1-1-14 中国青年志愿者标志

二、图形与创意的概念

图形是一种视觉符号, 是通过具有一定审美趣味的视觉形式向受众阐述某种观念或思想内容的一种视觉上的识别形式。在图形与创意的概念中, “创意”是核心。通过创意的纽带, 把两个或者多个图形组织成一个“具有意义的新形象”就是图形与创意。而图形与创意是以研究图形为主的创意设计, 是指以图形为元素的说明性的图画形象, 经一定的形式构成和规律性变化, 赋予图形本身更深刻的寓意和更宽广的视觉层面的创造性的行为, 必须“创”才有“意”。创意图形就是通过线条、形状和色彩等可视性的设计表现来传达具有独创性的思维, 其特点是独创的思维意念转化为可以用来交流的视觉形式。其最终目的是传播, 是以创造性思维为先导, 寻求独特、新颖的意念和表达方式, 以独具匠心的形象引人关注, 使受众接收信息。

图形与创意是设计思维和图形创造相结合的创造行为。图形是会说话的形象, 是思想和观念的载体。图形与创意设计的目的是介绍客观事物本质和事物内在的联系, 给思想和观念加上可视的形象外表, 从而准确地传达信息。图形与创意是以图形为基础的一种创造性的设计行为, 是为了表达一定的设计主题, 传递一定的视觉信息, 对图形进行创造性的表现。在图形与创意的设计中, 图形不是简单地表现, 而是通过一定形式的表现语言, 将图形创造性的设计表现出来。在视觉上既新颖独创, 又具有视觉冲击力的特征, 并且能够创造性地运用图形语言说话。

因此, 图形是图形与创意的来源和基础。在图形与创意中, 充满创意的图形是传递信息的工具, 承载着设计师的思想, 有创意的图形来源于设计师思维认识的提高和创造力的加强。在福田繁雄的设计作品中, 把狗夸张变形为一个问号, 寓意在视觉设计领域里, 任何图形都可以通过创意变成一个富有含义的新形象, 体现了视觉游戏的趣味性。

三、图形与创意的构成要素

综合图形与创意的实质与构成方式，我们把图形分为具体形和抽象形两大类。

如图 1-1-15 所示，具体形是对自然物的形态模仿和创造的形象，特点是写实。具体形是一种直观的视觉表述，图形所采用的形象是内容的实质再现。人们依据自身习惯的视觉经验能较为容易地将图像所展示的物象识别出来，且能依据图像的独特描绘而将艺术家希望传达出来的思想与审美等分析出来。因此，在现实生活里，具象表现出来的作品具有更加真实性和直达性的效果，更加容易被人接受。

相对于具体形而言，抽象形不受存在的自然物所限制，不以自然存在的形象为依据，而是通过联想、象征、暗示等方式来表达创意，运用形象思维来概括、集中、加工生活中的素材。用特定的方式创造出某种画外的意象与情趣的一些表现形式。抽象的图像潜藏着生命力之中含蓄的画意，如图 1-1-16 所示。



图 1-1-15 具象图形设计

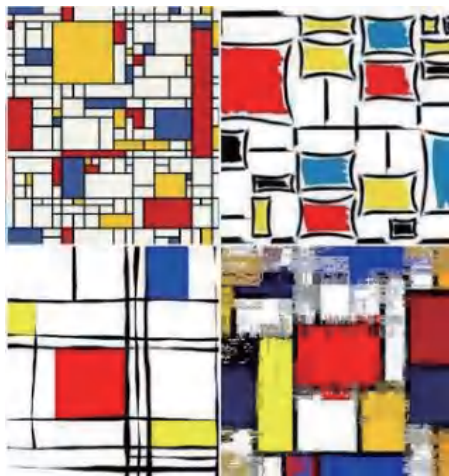


图 1-1-16 抽象图形设计

四、图形与创意的特征

在视觉设计领域，创意图形已成为普遍使用的表达情感和传递信息的手段。现代技术的发展，使视觉语言更加丰富多彩，受众的审美意识和生活、文化观的变化使图形与创意具有很强的时代特征。

（一）视觉审美性强

优秀的图形与创意设计作品既要有满足信息传递的功能需要，又需要体现强烈的艺术美，使受众能够从中体会到设计者智慧的火花和趣味性视觉形式的审美享受。有效利用图形的“视觉效果”，并且吸引人们的注意力。图 1-1-17 是儿童抑郁症广告设计作品，设计者用点、线、面的

构成方法，把课本图形和大脑图形进行同构，体现巨大的学业压力对孩子成长的影响。

（二）能引发观众的联想

图形与创意是设计者依据设计理念、设计风格，把一些与意向相关联的图形元素通过联想、比喻、借代等手法创作而成的图形形象。图形要新

奇、与众不同、有个性才会引起人们的关注，给人们带来不一样的视觉感受，加强人们对图形的印象。如图 1-1-18 所示，这幅公益广告作品中反映出了人们不应该沉迷手机，以免伤了身体、淡了感情。如今，低头玩手机的人随处可见，而且愈演愈烈，还有向低龄化蔓延的严峻趋势，对此我们必须重视。

（三）简洁而不简单

用简洁的图形表现最深刻的寓意。如图 1-1-19 所示，这是一张以全球变暖为主题的招贴设计作品，画面以醒目的红色为基调，以温度计和雪糕为构成元素，采用画面同构的技法，引起观众的注意。温度计中水银显示的刻度在上升，代表气温的升高，雪糕也将融化，暗示气温的升高对大气环境的影响。图片在视觉流程上作了反向处理，使人感到其深刻的内涵和一目了然的视觉传达效果。一张白纸，设计师仅用一个图形，不用文字，不用旁白，便与观众沟通，这就是视觉图形语言的魅力。



图 1-1-17 儿童抑郁症公益广告



图 1-1-18 拒绝做“低头族”的公益广告

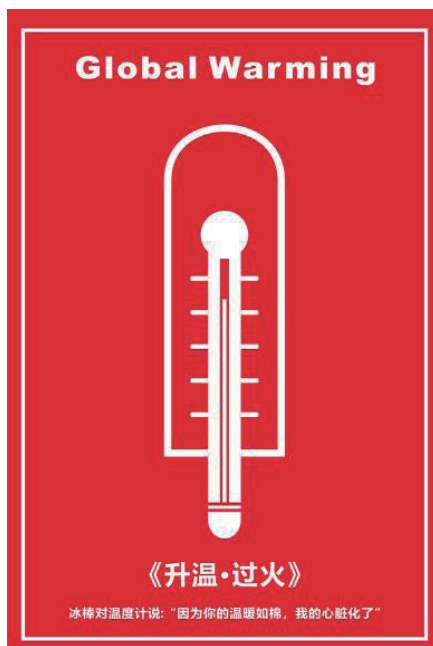


图 1-1-19 《全球变暖》招贴设计

五、图形与创意和现代设计

（一）现代图形的设计风格

现代图形设计的风格是时代精神的反映，充分体现了现代人的文化属性。对风格的认同，集中地表现出现代人的情感和意志，抓住设计风格这条主线，就能使我们的设计有一个基本的设计方向，在多元化的视觉传达氛围中，能够保持鲜明的时代感。

1. 幽默、怪诞的设计风格

幽默是人类高尚情趣的体现，可以引发出人类快乐的情感，激起人们热烈的情感波澜，给人以轻松欢快的感受。幽默的情感运用到图形设计上，便可以使人们对所传达的内容产生极大的兴趣，让人在一片喜悦之中，获得美的享受和信息。



图 1-1-20 怪诞图形设计

与幽默情趣相比，怪诞的设计风格也出尽风头。它主要是以离奇古怪的形象，表现了极端化的幽默，使人达到欲笑不能的程度，甚至还可能制造出恐惧的形象和场面，以表达与主题的反差，从而反衬出所传达的事物。视觉研究的结果证明，司空见惯的景物容易让人熟视无睹，而奇特、反常的图形却能显得更为突出。异常的图形往往能使人产生新奇感，吸引观众的注意，又能使观众从中获得视觉上的调剂，与依附于真实情节和空间的图形相比，更富有一种时尚趣味，这与人类求新的文化心理是相吻合的。

如图 1-1-20 所示，头部图形的处理就是用怪诞的设计方法。怪诞的设计尽管有荒诞的结构情节、难以揣摩的处理手法，以及梦幻般的设计意识，但实际上怪诞的设计风格，并不意味着胡编乱造、任意组合，它更需要用奇特的、精心的构思来弥补客观存在的局限性。

2. 冷漠的设计

在现代图形设计中，冷漠感几乎成为一种设计的时尚。由于信息化传播模式的飞速发展，改变了信息交流的方式，人与人之间的交流变为人与机的对话，人类之间和人与自然之间，出现了形式上的分离，造成了人的冷漠情绪。反映到图形设计上也有着冷漠的精神倾向，许多图形只有动作而毫无表情的人物形象和深沉、静穆的画面空间，都会给人以冰冷的心理感应，表现出一种无生命的气息。这类设计一方面反映出信息时代，人们孤独、冷默的文化心理，暗合了现代人的精神状态。另一方面，有人认为：那些冷默、毫无生命气息的图形，恰恰能反衬出商品的热烈、

爱心和人情味,更加具有商业传播功能。如图 1-1-21 和图 1-1-22 所示,题目是《网络是工具,而不是武器》。在现实生活中某些人把网络当攻击人的武器,直观地表现了被网络施暴的人,出现的孤独、冷僻、充满幻想的精神状态,给人视觉上造成了苦涩的冷默感和心理上的距离感。



图 1-1-21 冷漠图形设计 1



图 1-1-22 冷漠图形设计 2

3. 纯艺术设计的追求

现代设计还有一个显著的特征,就是除了本身所包含的信息量不断丰富和多样化,还更多地追求形式感,讲究构成和特异的变化,提倡一种超越现实的艺术化境界。这类图形设计一般在确定主题之后,不去过多地考虑现实的约束,常常以想象加特技的设计手段,创造形象鲜明、对比强烈、视觉冲击力强的艺术效果。

运用纯粹的表现主义艺术手法,强调绘画性,从设计的意境上,给人以许多的想象和艺术 的感染,具有很强的视觉冲击力,这种设计风格从形式语言上,很容易激活受众的兴奋点,让人在 艺术的氛围中,寻求新、奇、特的视觉感官刺激。

(二) 现代图形的特征

优秀的现代图形在风格表现上是各不相同的,但其中也有一些共通的特征,可以归纳为准、奇、美这 3 个字。

准指传达信息的准确。现代图形往往挖掘观念的核心内涵,用恰当的形象语言去表达,显得 直观有力。

奇指图形表现的创造性。好的图形必然是具有吸引力的,而这种吸引力往往是通过创造性的、与众不同的视觉形象获得的。今天的人们在面对司空见惯的画面时早已麻木,只有出乎意料、带来惊奇感的形象才会诱发进一步深入的兴趣。差异化、个性化、原创性是优秀设计必不可少的基本素质。

美指图形表现的艺术性。图形的优势很大部分源于它的审美价值,我们现在除了关注图形信息传达的功能实现,也更趋于追求表现上的诗意化,优秀的图形作品在视觉效果上无论是简洁还是繁复的、传统还是前卫的,总是通过生动的线条、完美的色彩、恰当的构图来创造符合形式法则的形象,给受众带来情感上的满足。

(三) 现代图形的设计原则

图形设计作为一种有效的传达信息的媒介,设计师要力求以不拘一格的艺术表现力、强有效的视觉冲击力,以及视觉的审美情趣来实现图形作为一种语言的价值。图形与创意这门课程正是要找到一种方法,便于大家运用图形设计的原则,有效地运用图形视觉语言中的语法,充分发挥图形的符号性意义与价值,以简洁概括的手法创造新颖、独特的高度浓缩的信息载体。而这个信息载体是否被观者准确、快速、有效地接受与认知,是设计的作品成功与否的标志。针对学生在图形与创意设计中常出的问题,特地探讨一下好的图形设计应具备的原则。从现代图形的特征上我们可以得出图形设计的基本原则,主要可以分为以下3点。

1. 信息性

现代图形设计的主要目的是通过图形为观众传达信息。图形是一种形象、直观、生动的视觉语言,它在表现方法上有更多的余地和空间,可以运用形象的、幽默的、象征的、夸张的、虚构的手法有针对性和目的性地诉求主题,通过图形的视觉感召力来塑造形象、营造氛围,使受众在情感上引起共鸣,起到一种说服的作用,达到信息传播的功能。现代图形设计的重点就是使图形含有一定的信息量,起到警示教化、说服感染的作用,通过视觉语言与观众达到交流沟通。一幅好的图形可胜千言万语,所以设计师在设计图形的时候务必考虑图形的信息性。

2. 通俗性、准确性

图形是一种具有象征性的符号,通过形象来完成传达信息的任务。在传播学中,信息传达的过程是这样的:信源—编码—信号—媒介—信号—解码—信息,在图形传达的过程中,设计者将信息通过设计也就是编码转化成一种可视信号,即图形,通过一定媒介呈现在受众面前,受众看到这个信号(图形),基于自己对该信号的理解进行解码,还原成一定的信息。在这里,受众解码后得到的信息是否是设计者想要传达的信息就决定了整个过程的成功与否,因此设计者在创作中选择的符号必须建立在一般受众对该符号的理解之上,否则就可能造成误解。要达到这点,需要站在以人为本的立场上,尊重受众,了解符号的一般社会含义。

3. 易读性

每个图形都有自己独特的具象形态,图形信息的传达主要通过图形本身的视觉感召力或象征意义来完成与受众之间的沟通交流。当今社会已经进入信息社会,生活中处处充斥着以不同方式传播

的信息，人们在接收信息过程中自然也会形成一种筛选的意识，即接收自己易于、愿意接收的信息。那些能够准确、快速、有效地传达信息的图形理所当然地易于被人们所接受，因此图形不应过于烦琐，而应简明扼要、准确有效地把主题表达清楚，使其具有更好的识别性和可记忆性。

4. 创造性

好的图形必须具有独特性、新颖性，这就需要设计师发挥创造性思维，通过创造与众不同、出乎意料的视觉语言来吸引观众的眼球。当今社会已进入读图时代，铺天盖地的图形呈现在我们眼前，人们对司空见惯、千篇一律的图形早已麻木，只有具有创造性的、独树一帜的图形才能脱颖而出。设计师需要用自己独特的视角来观察事物，对图形进行创造性的设计。创造性有两层含义：一是创造性地挖掘图形语汇；二是表现手法上的创新。

5. 审美性

审美性也指图形表现的艺术性。其实很多自然物体本身就具有色彩、肌理、形态美，这也是图形优于文字的重要方面。威廉·莫里斯强调功能与美的统一，美就是价值，就是功能。设计师在设计图形的时候不仅要关注图形的信息传达功能，还要关注图形设计的审美性，通过色彩、肌理或者形态创造出符合形式美法则的形象，给观众带来情感上的满足。

6. 艺术化

今天的图形在传达信息的理性之中更强调表现形式的艺术化。可以借鉴不同艺术形式的表现风格，加入中外文化的审美情趣，在时代性、文化性上走得更远，提升图形的价值。总的说来，现代图形与创意追求的应该是：“意料之外的外在形式，情理之中的内在逻辑。”

（四）图形与创意在现代设计中的意义

图形与创意是设计基础中一门重要的课程，着重于通过图形与创意表现的学习，培养创造性思维的习惯和方法。图形与创意的意义就在于通过思维和表现手法的训练，提高创造力。美国广告大师奥斯本说过：“创造力每个人都拥有一部分，所不同的是只有少数人学会了去应用它。有的人还没有形成创造的意识，创造力被深深埋藏在自己的心中。”图形与创意的目的就在于建立起一种全新的视觉想法与认识事物的方法；另外通过对图形与创意表现手法的训练，培养创造性思维的习惯，促进创新思维的形成，用创新的眼光去看待和面对问题，养成多维度思考、解决问题的能力。

①素描是绘画的基础，图形与创意则是设计的基础，图形与创意就是对世间万物的提炼和加工。

②在读图时代，图形与创意是广告设计作品的表现形式，是设计作品的敏感点和备受瞩目的视觉中心。以自己独特的图形语言准确而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，由此可以看出图形与创意在广告设计中具有灵魂的作用。

③图形表现趣味浓厚，能提高人们的注意力，得到预期的广告效果。

④现代图形与创意的观念是随着社会的进步和人们的审美心理的变化而不断更新、变化的。传统的图形设计观念认为图形与创意仅仅是指海报、标志和商品包装等平面的二维设计，而现代的图形设计已从这一范畴扩展到电影动漫、空间艺术设计、计算机图形等更丰富的领域。今天的图形设计已经涵盖了现代设计的方方面面，图形与创意在各个设计行业中都起着重要的作用。



第二节 | 创意思维

图形设计思维，从本质上讲，是一种具有创新意义的思维活动，是对人类认知领域的开拓思维，是人类思维的高级形式，也是人类智力水平高度发展的表现。

思维是脑的机能，创造性思维是有创见的思维，即通过思维不仅能揭示事物的本质，还能在此基础上提出新的、建树性的设想和意见。创造性思维，是一种具有开创意义的思维活动，即开拓人类认识新领域、开创人类认识新成果的思维活动。创造性思维是以感知、记忆、思考、联想、理解等能力为基础，以综合性、探索性和求新性特征的高级心理活动，是需要人们付出艰苦的脑力劳动。一项创造性思维成果的取得，往往要经过长期的探索、刻苦的钻研，甚至多次的挫折之后才能取得，而创造性思维能力也要经过长期的知识积累、素质磨砺才能具备，至于创造性思维的过程，则离不开繁多的推理、想象、联想、直觉等思维活动。

情感是人对客观事物的一种心理反应，是设计思维的辅助线，也是设计思维活动中重要的心理因素，它渗透于整个设计思维的全过程，由设计思维对象引起的视觉、知觉，都带有一定的情感因素。所谓思维活动中的赏心悦目，即是由情感产生的一种精神上的愉悦感。

通常，图形设计中借物抒情的语言现象是极为常见的。设计中引起情感的因素很多，既可以是对自然现象的一种感受和启示，也可以是对生活的一种联想、想象或者一种审美的欲望，还可以是一个优美的形象、一块协调的色彩、几条充满节奏感的线条。它们就像和谐的音符，会引发埋藏在人们心底的美好遐想和美妙意境。由此可见，情感就像设计中的一条主线，贯穿图形设计的始终。在设计创意思维阶段，只要做到从情入手、有感而发，就能从无生命的形象中，创作出具有生命意识的思想火花，使图形在激发自己的同时感染受众，最终达到传达信息的目的。

这节我们就从图形与创意思维出发讲解图形与创意的几种思维方式和方法。

一、创意思维的形式

创意思维的形式多种多样，下面我们主要对形象思维和逻辑思维、发散思维和聚合思维、逆向思维、联想思维、灵感思维、虚构性设计思维、空间性设计思维进行详细介绍。

（一）形象思维和逻辑思维

1. 形象思维

（1）概念

形象思维所反映的对象是事物的形象，思维形式是意象、直感、想象等形象性的观念，其表达的工具和手段是能为感官所感知的图形、图像、图式和形象性的符号。形象思维是凭借事物的具体形象或表象来进行的，而不是凭借对事物的理解，即不是凭借概念、判断、推理来进行的。

具体形象思维是运用事物的具体形象、表象，以及对表象的联想所进行的思维。这里所说的表象是外部事物的形象在头脑里的保留。形象性是形象思维最基本的特点。这种思维还不能真正揭示事物的本质特征。所谓的形象思维，主要是指人们在认识世界的过程中，对事物表象进行取舍时形成的，是只要用直观形象的表象解决问题的思维方法。形象思维的形象性使它具有生动性、直观性和整体性的优点。

(2) 特征

- ①具有具体形象性，即离开具体形象就不能进行思维活动。
- ②开始认识事物的属性，即通过对物体的感知，逐步认识事物的属性，区别事物之间不同的特点。

2. 逻辑思维

(1) 概念

在图形与创意中，逻辑思维占有非常重要的地位。图形逻辑性创意构思讲求严谨性，其构思过程必须服从许多设计的规律，要求考虑适应多种客观条件。逻辑创意图形首先要准确地表现主题定位；其次要严格地按照所确立的创意主题，进行多方面的逻辑思维；最后将各种不同背景因素加以合理的编排，组合和创造，以构成合情合理的艺术设计作品。

(2) 特征

- ①人们在认识事物的过程中借助于概念、判断、推理等思维形式能动地反映客观现实。
- ②只有经过逻辑思维，人们对事物的认识才能达到对具体对象本质规律的把握，进而认识客观世界。

(二) 发散思维和聚合思维

1. 发散思维

(1) 概念

发散思维是指从一个目标出发，沿着各种不同的途径去思考，探求多种答案的思维，是从中心向四周各个方向沿直线发散出去的思维模式，又称水平思维、辐射思维、多向思维、扩散思维、求异思维。发散联想的过程既是思维向外发散的过程，也是发现并获取创意的过程，如图 1-2-1 至图 1-2-4 所示。

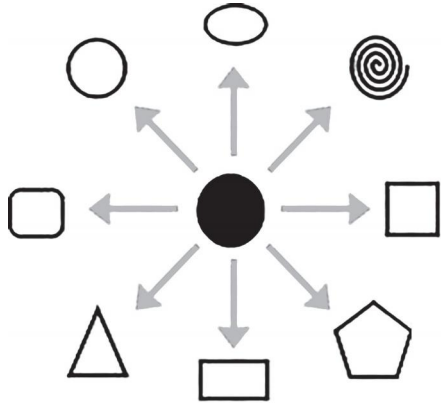


图 1-2-1 发散思维示意

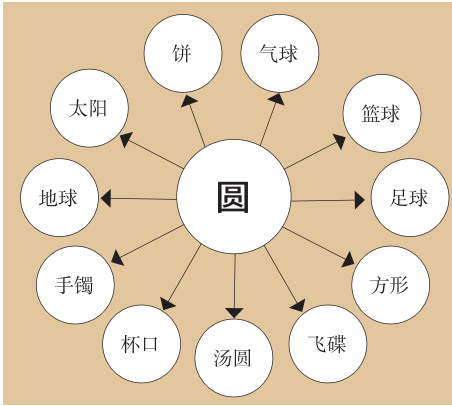


图 1-2-2 圆的发散联想

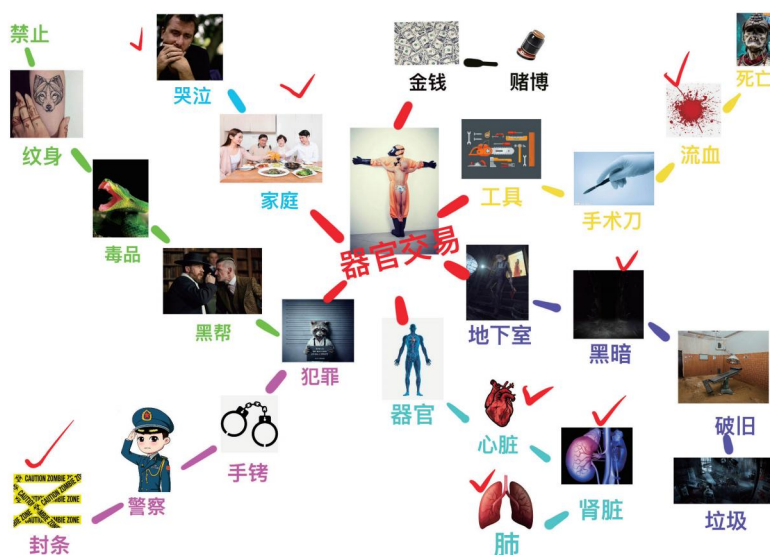


图 1-2-3 “器官交易”思维联想

(2) 运行模式

①链接式线性发散性思维方式，是一点连一点、一步接一步、一环套一环，逐渐向外生发开去，具有连续性（和平—信鸽—信—邮件—网络……）、自由任意性（意识流，洛可可—贝壳—沙滩—海……）、深入性（由大而小、由远而近、由总体到局部不断深入递进，生命—细胞—胚胎—子宫—卵子……）特点。

②辐射式面性发散性思维方式，是围绕主题而进行的不同方向的发散性想象，其思维呈现同一层面辐射状的轨迹，有跳跃性、表意性特点。如上海：白玉兰、外滩、东方明珠电视塔、浦东、南浦大桥。

③辐射式体性发散性思维方式，是在线面上加入时间空间的概念，形成立体式运行轨迹。如大海：珊瑚、海浪、船、帆、水手、航海、郑和下西洋……

作业：以权威性设计大赛主题为基本思维点，列出关键词，并据此采用辐射式发散性思维展开联想，保持思维的通畅和连续，将联想草案记录整理在 A4 纸上。

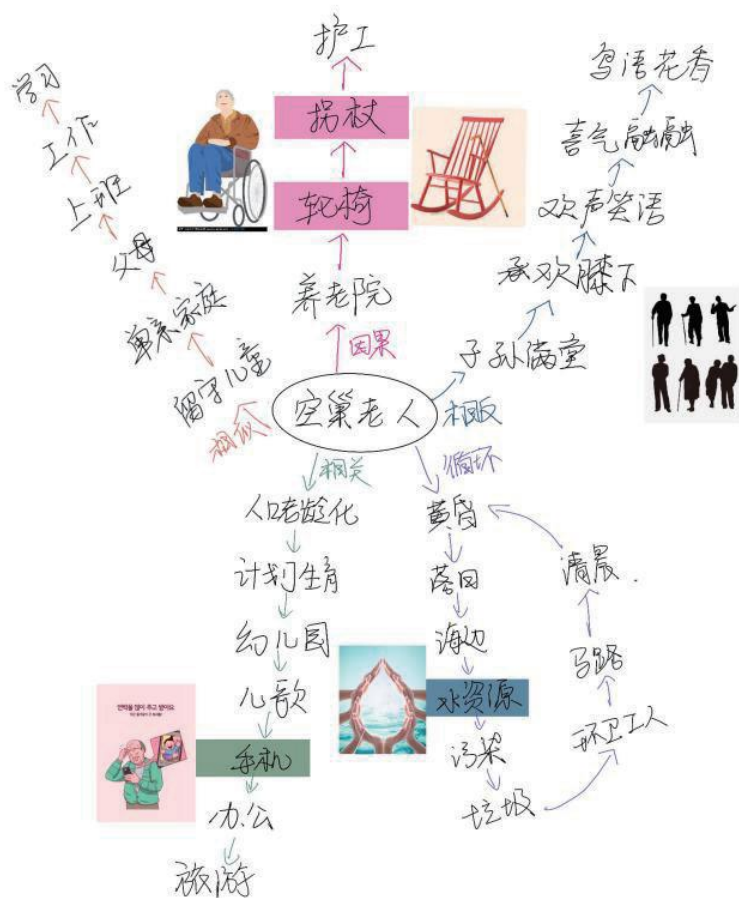


图 1-2-4 “空巢老人”思维联想

2. 聚合思维

(1) 概念

与发散性思维相对，聚合思维是一种在已有的众多信息中寻求最终理想答案的思维，又称集中思维。针对目标对象，调动和组织一切可以利用的资源、力量、方法，以及与问题有关的信息，把问题的面引到点的思维方法。在发散思维的基础上，运用总结归纳方法，寻找最佳的解决方法，思维的过程目的明确，集中向一个目标思考。其主要功能是求同，在思维过程中，它对信息进行抽象、概括、推理、判断、比较，使之朝着一个方向聚敛集中，形成一种答案，如图 1-2-5、图 1-2-6 所示。

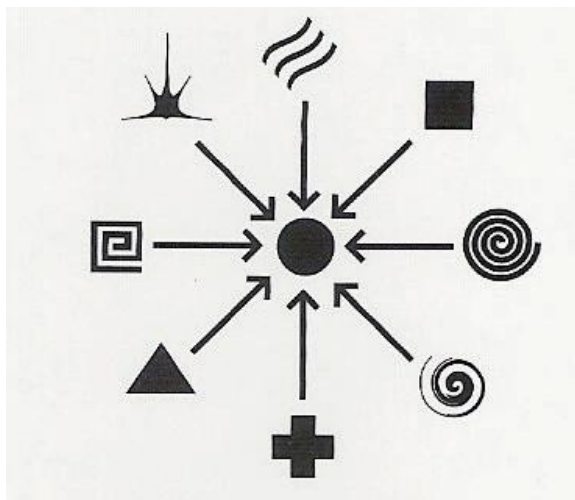


图 1-2-5 聚合思维示意

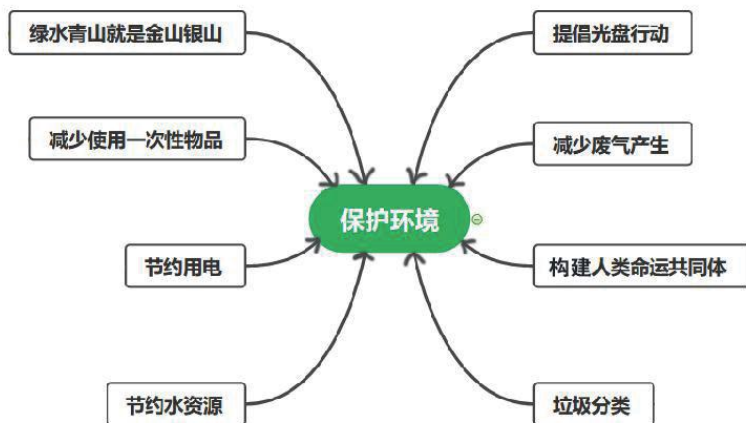


图 1-2-6 “保护环境”聚合思维示意

(2) 特征

①概括性，对某个事物进行观察、分析、整理，对彼此有关联的不同事物进行归纳，删除一些表面的、细枝末节的信息，从整体上把握事物的本质特征。

②指向性，针对性强。

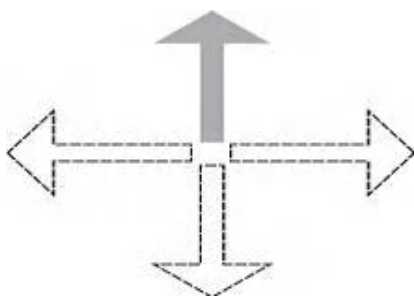


图 1-2-7 逆向思维示意

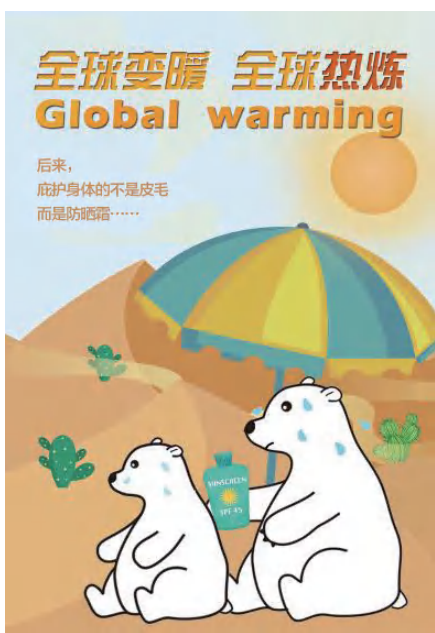


图 1-2-8 《全球变暖》公益招贴

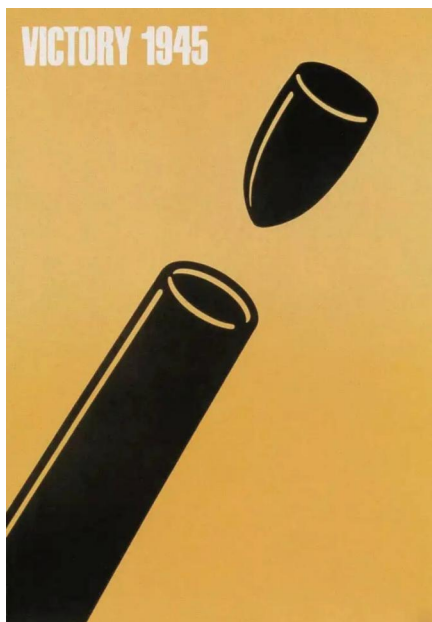


图 1-2-9 《1945 年的胜利》/ 福田繁雄

（三）逆向思维

1. 概念

逆向思维是对司空见惯的、似乎已成定论的事物或观点进行反向思考的一种思维方式。当人们习惯用常规的正方向思考问题时，采用“出奇制胜”“反其道而行之”的办法，让思维向对立的方向发展，反向解决问题，能够树立新思想，并创立新形象。

如图 1-2-7 所示，逆向思维不是对逻辑思维的背叛，而是打破原有固定的思维方式反其道而行之，是从相反的角度来看待和认识事物，是从事物结果引向原因的思维模式，是因果关系的倒置。

如图 1-2-8 所示，这是一张关于全球变暖的公益海报，它描述了北极熊在沙漠里晒太阳的场景，并配以文字“后来，庇护身体的不是皮毛，而是防晒霜……”这种图形结构的关系在人的思维观念中是反常规的、不合理的结合，然而它却是人们对理想、愿望渴求的具体体现。这种通过逆向思维路径而创作的作品，不仅能够巧妙地吸引观者的注意力，而且具有强烈的、感人至深的共鸣效果。

2. 类型

（1）方向逆转

打破视觉形象的恒常性，包括正与反、顺与倒、上与下、进与退、首与尾的方向逆转。如图 1-2-9 所示，这张作品是日本设计师福田繁雄设计的反战海报《1945 年的胜利》，他将一颗脱离弹筒的炮弹在视觉流程上做了反向处理，以鲜明的视觉传达效果传递了深刻的内涵。这张海报向人们传播一个历史的规律，它在向侵略者提出警告：谁发动战争，就将自食其果，自取灭亡。

（2）属性逆反

改变事物的属性和特质，包括金属与非金属、固体与液体、空心与实心、轻与重、软与硬、冷与热、大与小、干与湿、动与静、生与死的属性逆反。

（3）原理逆向

对传统艺术、理性与现实本质的，包括正常与反

常、传统与非传统、理性与非理性、现实与超现实、熟悉与陌生、真与假、美与丑的原理逆向。

(四) 联想思维

1. 概念

联想思维可以由一点出发向四面发散，如由圆形的形态联想到各种具有这一特征的事物：钟表、光盘、水管的断面、太阳、风扇、波纹等；也可以是按意识流从一点开始层层推演以线性发散思考，如从圆开始，到画圆的圆规—文具—使用者学生—教师—教学楼—建筑设计师。对于图形与创意来说，这两种联想的思路都是不可少的，在创意之初通过纵横双向尽可能多地搜寻相关元素，为下一步的想象提供更多的选择。

(1) 发散联想

发散联想是尽可能想象所有与主体相关的形象，被想象出的形象是完全围绕同一主题进行的，如图 1-2-10 所示。

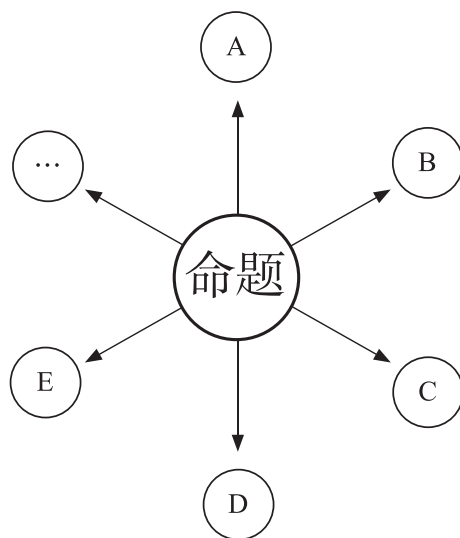


图 1-2-10 联想示意

(2) 跳跃性思维

跳跃性思维是在发散思维和聚合思维基础上，产生出的有悖于原有轨迹却又更贴近核心的一种超常规思维，如图 1-2-11、图 1-2-12 所示。

这类图用的是大脑激荡法和直觉感悟法进行图形训练的。

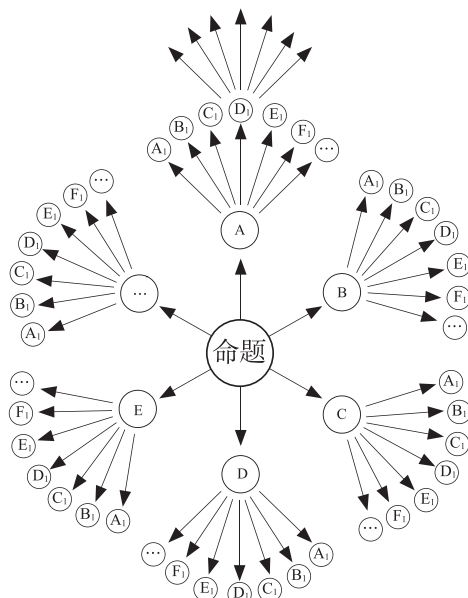


图 1-2-11 跳跃性思维示意 1

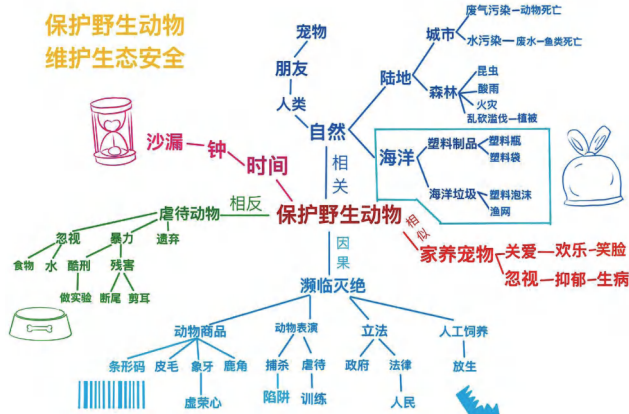


图 1-2-12 跳跃性思维示意 2

2. 类型

（1）形象联想

形象联想是人的本能反应，很直接，就是由一种物象的造型而引发的与之相似的形态的物象联想，源于人的感性认识，如图 1-2-13、图 1-2-14 所示。

比如看到圆，可以想到足球、篮球、气球、呼啦圈、肥皂泡；

可以想到西瓜、苹果、橙子、鸡蛋、汤圆；

可以想到桶、杯子、瓶子、罐、碗；

可以想到方向盘、飞碟、车轮、光盘、灯泡；

可以想到跑道、枪口、句号、禁止符号；

可以想到太极图、项链、钻戒、手表；

可以想到药片、药丸，等等。

这些事物都有圆的形象特征，依照它们之间形状的相似，将它们联系起来。



图 1-2-13 酒瓶与棺材的形象联想

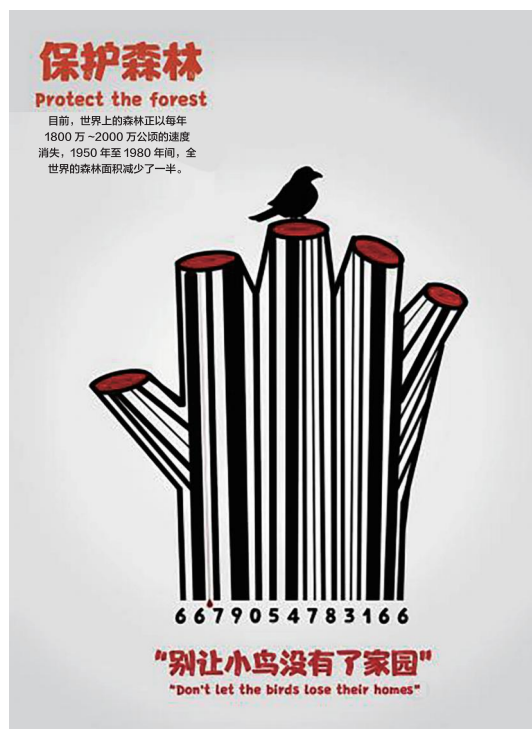


图 1-2-14 树木与手指的形象联想

（2）意象联想

意象联想是把表面不相干的事物，抛开它们的外形表层，通过它们之间某种本质上的共性而引发的联想，源于人的理性认识。如同文学上的比喻，将人们熟知的、公认的物质特性转接到要说明的物质上，以此来更形象、更生动地传递被说明物质的这方面特性，从而实现从 A 的多种特性中的一种联想到以这种特性著称的 B。

比如，同样看到圆，想到团圆：祖国统一、中秋佳节、家人团聚；

想到圆滑：泥鳅、狐狸、油、润滑剂；

想到周而复始：时间、轮回、滚动、旋转。

对手机的意象联想：

体积小：像火柴盒、纽扣、胸针、药片、钢笔；

厚度薄：像纸片、名片、丝袜、书签、身份证；

重量轻：像羽毛、棉花、气球、云、芦苇；

音质好：像鸟鸣、音乐、面对面、耳语。

(3) 连带联想

连带联想是从某一形象元素进行连续的逻辑推演的联想方式，包括通过一个物象的形象和意象而引发的相关的、连贯的各种联想，如图 1-2-15、图 1-2-16 所示。

①相似性联想：一些表面不相干的事物之间因外在或内在的某种相似之处而形成了一种内在“联系”，由此产生的联想称为相似性联想。类似的外在特征可以从各种可视、可感知的方向去发掘：形状、大小、肌理、色彩、速度、声音、味道等，如图 1-2-17 至图 1-2-19 所示。

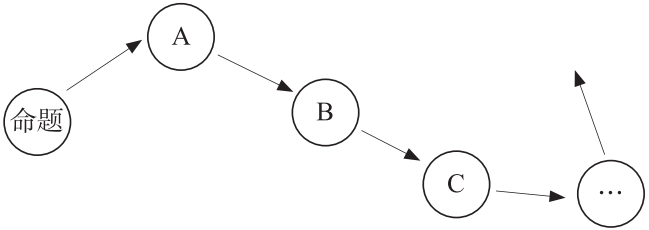


图 1-2-15 连带联想示意

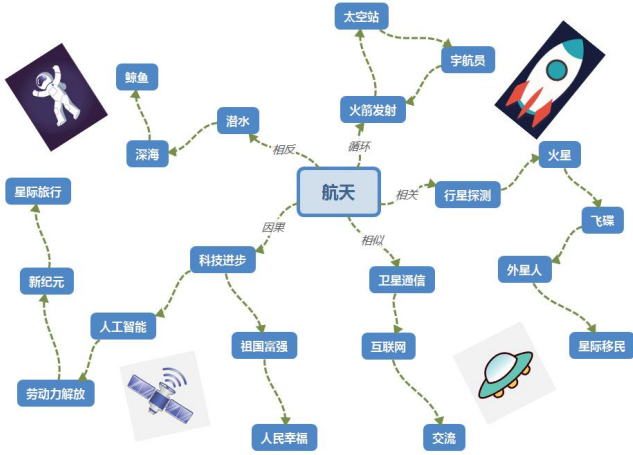
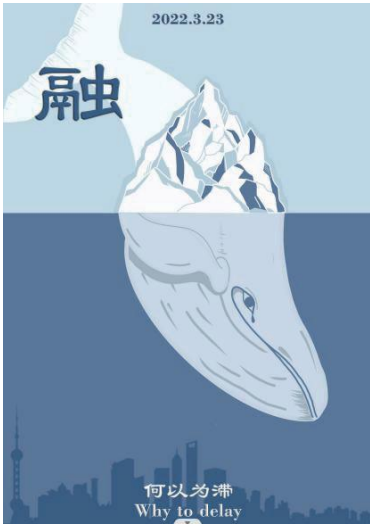
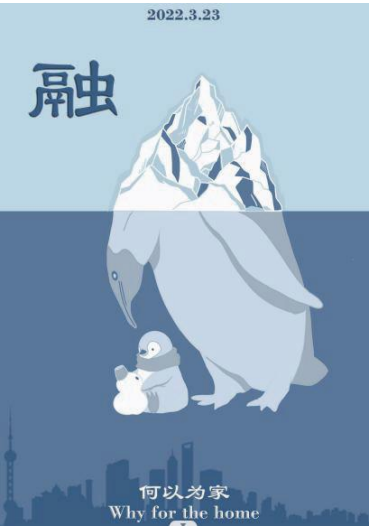


图 1-2-16 航天的连带联想方向示意



②相关联想：在空间或时间上接近的事物形成的联想。比如看到蜜蜂联想到花蕊、看到飞机联想到天空。

再次以圆为例，想到树桩上的年轮，想到树木森林，想到环境保护，想到植树造林，想到生态平衡……

看到杯子，想到水、想到茶、想到诗文、想到琴瑟、想到高山流水……

看到桌子，想到书、想到书海、想到船、想到飞机、想到鸟……

③相反的联想：有对立关系的事物形成的联想。看到火联想到冰、看到枯枝联想到绿芽。如图 1-2-20 所示，有水和无水，海豚呈现出不同的状态，提醒大家环境污染的危害性。

④因果联想：有因果关系的事物形成的联想。例如，看到大汗淋漓的人联想到运动、看到被丢弃的还在燃烧的烟头联想到火灾。如图 1-2-21 所示，吸烟会导致“黑肺”，就像浇过卤



图 1-2-20 公益招贴



图 1-2-21 吸烟有害健康

水的蛋黄一样。

⑤循环联想：以一个事物为题展开联想，最后经过层层联想后又回到原点的思维方法。

思维导视图是放射性思维的自然表达，是一种非常有效的图形技术，是打开思路、挖掘潜能的钥匙，如图 1-2-22、图 1-2-23 所示。

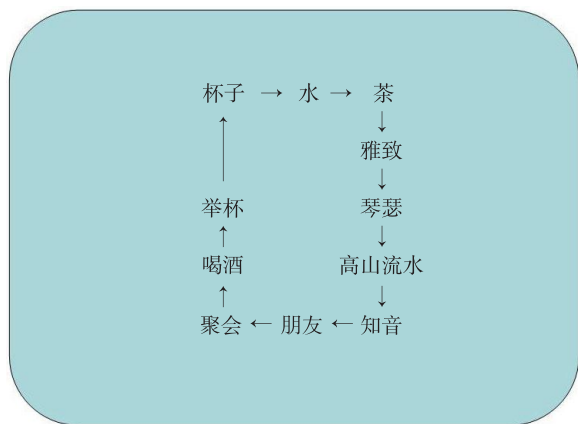


图 1-2-22 循环联想示意

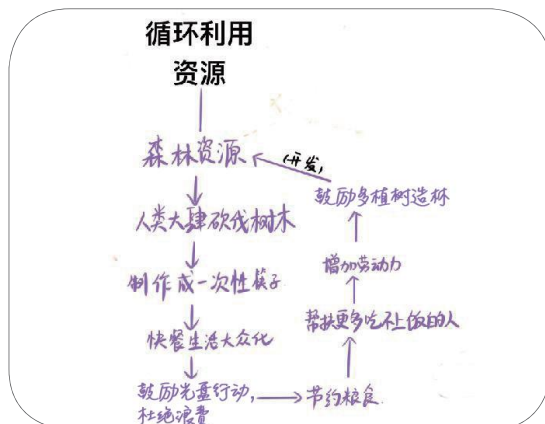


图 1-2-23 资源的循环联想

3. 思维导图

思维导图是用图表表现的发散性思维，而发散性思维过程也就是大脑思考和产生想法的过程。通过捕捉和表达发散性思维，思维导图将大脑的内部的过程进行了外部呈现。本质上，思维导图是在重复和模仿发散性思维，这反过来又放大了大脑的本能，让大脑更加强大有力。思维导图是一个工具，可以帮助我们的大脑本来运转的方式，进行记忆、创造、决策、记笔记、自我分析、提高学习技巧、甚至管理、演讲等，如图 1-2-24、图 1-2-25 所示。

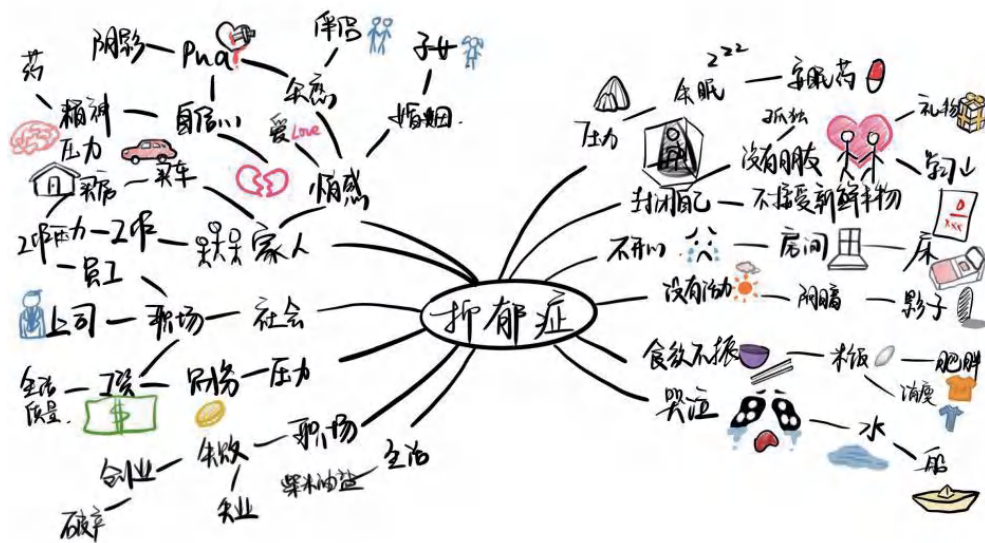


图 1-2-24 抑郁症 1 思维导图

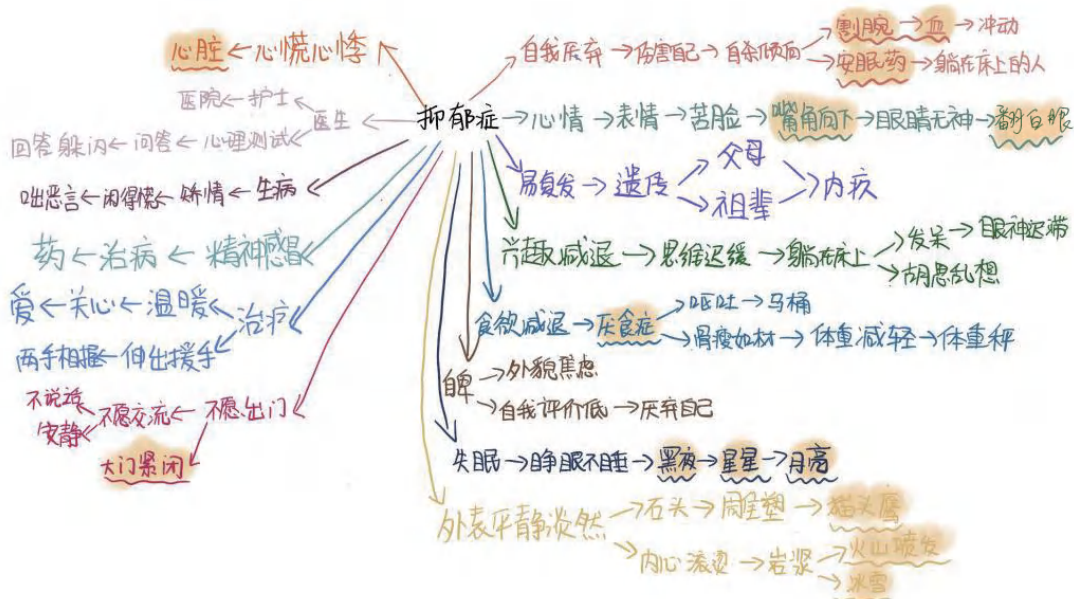


图 1-2-25 抑郁症 2 思维导图

（2）某茶饮广告设计

如图 1-2-29 所示，该作品是关于某茶饮品牌的思维导视联想图，通过形象联想、意象联想和连带联想等方式展开头脑风暴式练习，最终确定以下设计方案。

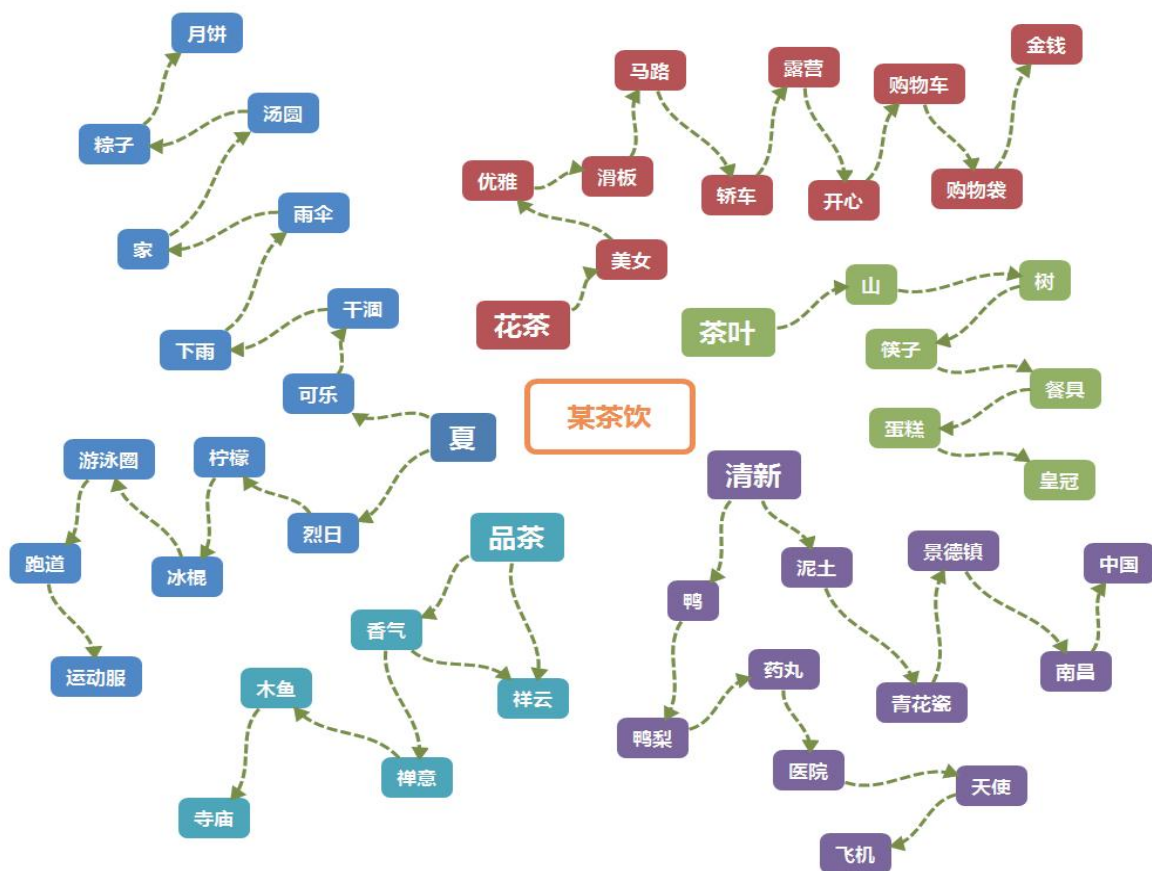


图 1-2-29 某茶饮思维导图

①如图 1-2-30 所示，该作品叫《禅茗》，禅是一种心境，茗是茶，喝茶的意思，茗人禅心指人要有一颗平淡善良的佛心，要经常喝喝清茶，诵读佛经，让心情平静下来，参悟禅意，向上向善。画面当中一个人在秋色中的水边静坐，几片树叶飘落，夕阳洒下几缕阳光，享受着秋天，与产品皇家金配色相呼应，在秋色中茶饮相伴，与主题相契合，描绘出一种享受秋色的轻松之感，给人以很舒适的享受生活之感，体现出清新、休闲的产品调性。

②如图 1-2-31 所示，该画面背景用了黑夜和白天各一半的形式，表示日夜相伴。用西式时钟表现时间，时钟的十二点、三点、六点、九点分别对应产品的珠兰花、玳玳花、桂花、接骨木花 4 种口味，一位轻盈的女

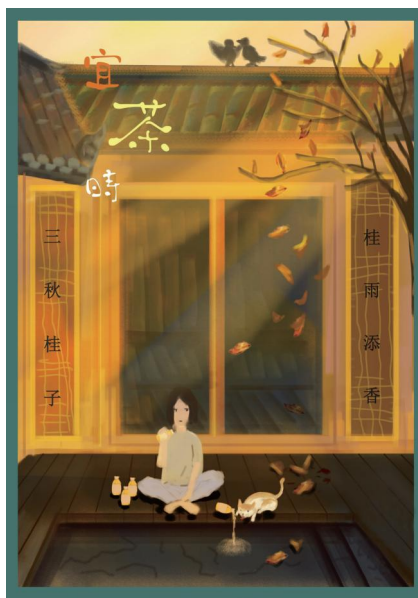


图 1-2-30 《禅茗》某茶饮广告设计 / 设计者 邹小燕 / 指导老师 李蓓



图 1-2-31 《日夜相伴》某茶饮广告设计 / 设计者 邹小燕 / 指导老师 李蓓

子在时钟中间翩翩起舞，暗示无论春夏秋冬、白天黑夜，时间流逝，茶饮无处不在，日夜相伴的主题。

（五）灵感思维

1. 概念

灵感是借助于直觉和潜意识活动实现的认知。从严格意义上讲，灵感思维不是如同逻辑思维一样的可控制的思维形式，它是长期艰苦思维中突然产生的思维结果，是一种短暂的心理过程，它不能在意识范围中孕育，它产生之前，必有对问题的连续反复的思维活动。灵感思维的主要特征是突发性、独创性、非自觉性。

万物皆有灵性是人类早期就已形成的哲学观念，人类的社会实践和现代科学研究也进一步地证实了灵感思维的存在。所谓灵感思维是人们直觉表现最活跃的

思维现象，是透过所有的生理器官和全部精力挤压出的创造性思想。灵感思维的产生往往是在人们对某种事物进行全神贯注之时，它存在于思维之中，但又无法通过理性的分析将其思维现象表述出来，对灵感的开发关键在于心理的体悟。

2. 类型

（1）突发的灵感思维

这种灵感的出现是突发性的，意念的产生带有很大的偶然性，它萌生于不自觉的状态下，有着不可表述的思维特征。

（2）交织的灵感思维

这种灵感往往通过一段痛苦的思维过程和混乱的意识状态产生。

（3）沉思的灵感思维

当人们围绕着设计主体聚精会神进行思考时，思维处于极端的集中状态，精神受到主观意志强大控制力的影响，显得异常的活跃，各种思绪向思维的主体凝聚，构成突破性的思考力，在思维的超越中，生发出设计的新思想。

3. 方法

（1）全神贯注

全神贯注即是围绕着思维主体，调动自己的全部精力，投入创意思维，通过理性的意志，使思绪处于高度集中的状态。

（2）平和心态

平和心态可以使设计思维处于一种平缓的思维状态之中，人的思绪只有处于平和状态，才能使思路畅通、思域广阔，这就给灵感的产生创造了一个酝酿的环境，促使灵感的出现。

（3）定向思考

在进行创意思维的过程中，一段时期内要有一条思考的主线，它会像一块具有吸引力的磁铁，使各种混乱的思绪凝聚在它的周围，使思维高度向某个思维的焦点集聚，形成强大的思维能量，使思考力得以大幅度的强化，引发灵感的出现。

（4）减弱理性

灵感的出现往往是在理性思维相对薄弱，人的潜意识、前意识处于相对活跃的状态之下，人的思维摆脱逻辑思维的制约，处于自由自在的思维境地之时。

（六）虚构性设计思维

1. 概念

虚构性设计思维是一种用现实符号在自由、超然、虚幻层面上进行想象的思维方式。“虚”要求充分发挥想象力对事物进行分析，由假设开始，使艺术真实高于生活真实，更深刻地反映现实；“构”是幽默的创意形式，以诙谐、夸张、变形的手段表现深刻内涵，通过假设，把其他事物的形象与人或物的特征有机联系起来，使创意富于人性化、易于理解、有亲切感、利于信息表达。

虚构是在创意思维过程中的一种假设，是对某一事物从预先假设开始，进而以虚构思维方式进行图形与创意设计，充分发挥想象、联想，对客观存在的事物进行主观的分析、判断所产生的虚构视觉效果。

2. 形式

①对实有事物的虚拟性，即现实性的虚拟，是模拟、渲染真实和现场感。

②对现实超越性的虚拟性，是对可能性的虚拟，一方面与现实相关；另一方面又超越现实，使现实有更多选择性、可比性。

③与现实背离的虚拟，即对不可能的虚拟，对现实而言是悖论或荒诞的虚拟，超自然，反规律。

3. 特征

①虚幻性，不受现有知识的局限，超常规、超现实。

②模拟性，是准真实性，如对外星人、魔鬼的塑造是对人类本身基本结构的模拟。梦幻情景大多是现实存在的。“置换”是指将一个物象的局部与另一个物象的局部进行“偷梁换柱”式的移植，置换的对象是两种不同性质的物象，但在某种层面上有着内在联系。

③原创性，它的奇异具有非模仿性、不可重复性。

④技术性，与数字技术和信息技术相关，“虚拟现实”。

⑤交互性，现场的效应，身临其境的感觉，包括选择权、多角度观察、参与方式。

（七）空间性设计思维

1. 概念

全方位、多角度、多层次思维方式，从点、线、面、体、范围、位置、方向的不同视角去探索平面作品，试图用平面的手法来概括多维和组合形式的不同表现和心理感受。

2. 类型

①虚空间，属于心理上的空间，如国画中的“计白当黑”，大片的空白中包含某种空灵之气，由虚而实也。平面设计图像的叠加、错位均扩展了有限空间。

②实空间，即在本质上实际存在的空间，作者要把设计对象想象成透明体，把被设计对象物体自身的前与后、里与外的结构明确表达出来。在形象的典型细节表现方面，可展开表现对象的结构关系，要说明形体是用什么构成形态的，它的局部是通过什么方式组合成一体的，除了表现看得见的外观，还要揭示看不见的内在连贯的结构。

3. 形式

①利用形态大小变化表现空间感，通过改变局部构成元素的大小，创造近大远小的纵深感。

②利用形态矛盾表现空间感，违反正常空间状态，便可产生似是而非的视觉差异，在同一空间中表现不同空间方位的并存，形成双重视幻效果。

③利用光影表现空间感，光既可以加强内容，也可以减弱内容，在光与阴影的强烈对比衬托下，形态的空间感突出。

④利用色彩变化塑造空间感。

⑤利用透视原理表现空间感。

二、创意思维的特性

（一）独特性

设计是一项典型的创造性思维活动，由于具有明显的创造性，从而决定了设计的与众不同，我们将其称为独创性特点。

（二）陌生性

说起陌生，人们都认为是一种不熟悉的东西，也正是因为陌生才给人带来一种全新感知或者感受。陌生性是创意思维的一项典型特征，不能给人以陌生感、新颖感，则不能称为创意思维。

（三）跳跃性

创意思维之跳跃性特征，主要是指依据常规思维进程来衡量，它缩减或略去了常规思维中的

一些步骤，从而给人一种跳跃感，这种跳跃不仅是一种显意识反应，同时也是一种潜意识反应，而在更多的时候是潜意识长期积累处于饱和状态后的一种迸发结果。

（四）综合性

基于创意思维的艺术设计，一方面是一个不断调整、改进的过程，在某一思路受阻后，需要马上进行调整，并更换另一条思路，直到取得预期设计效果；另一方面，它还是一个多种思维方式综合运用结果，因为任意一种思维方式都不可能解决所有的设计问题。

（五）偶发性

现代设计活动中的创意思维有偶发性特点，即表现为在毫无准备状态下的一种突然显现；在设计创作时，创意可能会突然地出现或瞬间消失，给人一种不可预期而又捉摸不定之感，这恰恰体现了设计中创意思维之重要，同时也体现了创意思维的难以把握特性。

三、创意思维的方法与理论

（一）头脑风暴法

头脑风暴法是广告创意行业最常见的创意激发方法，也是最为人所熟悉的创意思维策略，该方法是由美国人奥斯本所倡导的。此法强调集体思考的方法，着重互相激发思考，鼓励参加者于指定时间内，构想出大量创意的意念，并从中引发新颖的构思。头脑风暴法虽然主要以团体方式进行，但也可在个人思考问题和探索解决方法时，运用此法激发思考。

（二）思维联想法

思维联想法是指人们在头脑中将一种事物的形象与另一种事物的形象联系起来，探索它们之间共同的或类似的规律，从而解决问题的思维方法。

（三）广告大师们的创意思维理论

1. 李奥·贝纳的戏剧性理论

李奥·贝纳认为，任何商品都有戏剧化的一面，成功的创意广告秘诀就在于找出产品本身“与生俱来的戏剧性”，也就是商品本身所产生的恰好能满足人们某些欲望的固有属性，所以又被称为固有刺激法。

2. 威廉·伯恩巴克的 ROI 理论

广告大师威廉·伯恩巴克所提出的 ROI 理论是一种非常实用的广告创意指南。他认为，广告是说服的艺术，广告“怎么说”比“说什么”更重要。该理论的基本主张是优秀的广告必须具备 3 个基本特征，即关联性（relevance）、原创性（originality）、震撼力（impact）。

3. 罗瑟·瑞夫斯的 USP 理论

罗瑟·瑞夫斯认为，要想让广告活动获得成功，就必须依靠产品的独特销售建议（简称 USP，也有人称为独特销售主张）。

4. 大卫·奥格威的品牌形象论

品牌形象论是 20 世纪 60 年代由大卫·奥格威所提出的一种广告创意理论。大卫·奥格威认为，任何产品的品牌形象都可以依靠广告建立起来，广告应注重为塑造与维护一个高知名度的品牌形象服务，以达到满足消费者需求与提高销售力的目的。

第三节 | 图形与创意的基本元素

在了解了图形与创意的思维方式和基本方法之后，我们还需要掌握图形与创意的基本元素。就像学习一门语言一样，除了需要一定的语法知识，还需要掌握足够量的词汇。图形与创意的思维方式和方法就好比是语言中的语法知识，而基本元素就好比是语言中的词汇，只不过一种是以文字和声音为载体，一种是以图形为载体。从视觉感受上来讲，可以把图形与创意的基本元素分为点、线、面、体，它们是设计造型的基本语言。设计中的点、线、面、体是一切造型要素中最基本的元素，它存在于任何造型设计中。对于一个设计者来说，点、线、面、体的构成训练是必不可少的。研究这些基本的要素及构成原则是我们研究其他视觉元素的起点。本章分为4节，分别从点、线、面、体4种造型语言寻找创意图形的表现方法。

一、点

（一）点的概念

在几何学定义中，点是只有位置而没有大小的，点是一切形态的基础，也是设计的最基本元素。点的概念是相对而言的，将同一图像放置在远近不同的场景中，该图像元素所体现的状态是不同的。但通常点越小，越有点的特征，而点越大就越容易产生面的形态特征。

（二）点的构成

在等距离有秩序的排列下可以通过点的形式、大小、色彩的变化形成不同的点的构成，例如等点构成、差点构成和网点构成。

如图 1-3-1 所示，等点构成是点的形状、大小一致的构成方式，图形是由相同大小的点排列组合的，在一定的规律中，组合成多样的图形，别有一番新意的特征。

如图 1-3-2 所示，差点构成是大小、形状不同的点的构成方式。不但可以展示生动、各异的图形，而且给人以前进或后退、曲面或阴影及其他复杂的具有三维化的立体感、纵深感、节奏感和韵律感。用点的有次序的渐变排列，形成了一种闪光的画面呈现出它的韵律美。

如图 1-3-3 所示，网点构成是点作不同的排列和多种次序变化，产生明暗调子的构成方式。既带有机械性又有规则的网点构成的设计作品，图像清晰度虽然不高，但却能给人一种朦胧的神秘感，这恰好是设计者所追求的与众不同的表现特征，从而产生出的一种新的构成方式。



图 1-3-1 等点构成



图 1-3-2 差点构成



图 1-3-3 网点构成

（三）点的形态及其特征

1. 点的形态

作为图形与创意中的点，除了以圆形的形式出现在人们面前，它还可以是三角形、方形、标点符号。还有些不规则的点的形态，例如一滴墨、一粒瓜子、脸上的一颗痣、一叶小舟在一望无际的大海中漂泊。夜空中的点点繁星，有的体积远远大于地球，但由于距离我们非常遥远，而显

现为一个一个的点。因此，自然界中任何形态只要缩小到一定程度，在一定的对比中都能产生不同形态的点。

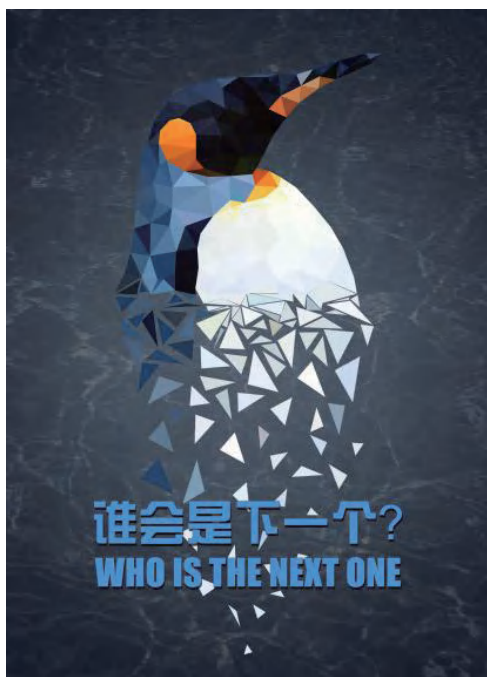


图 1-3-4 点视图形

2. 点的特征

不同形态的点，给人的视觉感受也不同。点的面积越大，其“面”的感觉越强，反之就是点的感觉越强。点具有简单、集中、无方向的特征。正确把握点的视觉特征，有利于其在图形与创意中表达得更准确。

（四）点在图形与创意中的运用

单个的点，显得有些乏味；而聚集的点，则更具生命力。点的聚集在图形与创意中有独特的魅力，任何图形都可以用点来表达。如图 1-3-4 所示，通过点的大小、疏密、浓淡的不同排列组合，可以形成不同风格的作品。

二、线

（一）线的概念

从数学概念中的线来讲，线只有长度、方向、角度、而没有粗细、肌理和颜色。

从几何学上来讲，线是点移动的轨迹，没有宽度和厚度，只有位置、长度和方向。

从平面设计概念来讲，当一个形态有细而长的视觉感时被称为线。线条是我们表达想法所运用最简单、最直接的形式。线也是最具情感表现力的造型要素，它的起伏、转折动态等，能够表现作者的情绪与对象的特征，如图 1-3-5 所示。

从视觉造型语言来讲，线是相对意义上的，具有线视觉特征，在图形表现中线的表现也比较丰富，可以用各种工具、各种材质实现线的造型。

从图形与创意来讲，线不仅有长度、方向，而且有一定的宽窄、粗细变化。



图 1-3-5 线的构成

（二）线的类型和特征

1. 直线的类型和特征

（1）类型

按粗细属性分为细直线和粗直线，按垂直水平方向分为垂直线和水平线，还有常见的锯齿状直线和斜线等。

（2）特征

如图 1-3-6 所示，细直线具有秀气的特征。如图 1-3-7 所示，粗直线具有强壮有力的特征。垂直线具有庄严的特征，水平线具有平和的特征，锯齿状直线具有焦虑的特征，斜线具有飞跃的特征。

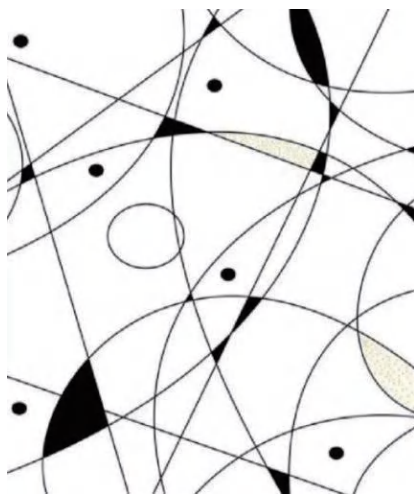


图 1-3-6 细直线的构成

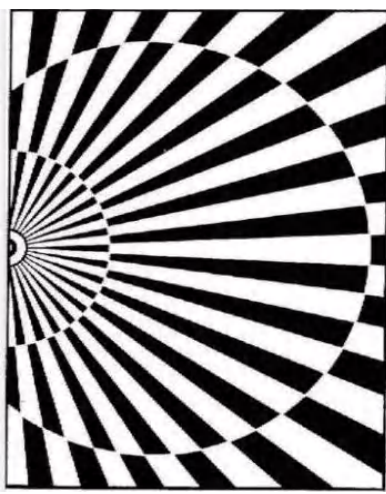


图 1-3-7 粗直线的构成

2. 曲线的类型和特征

(1) 类型

曲线分为几何曲线（包括正圆形、椭圆形、涡线形、抛物线等）和自由曲线。

(2) 特征

几何曲线是有规律的曲线，它是女性化的象征，比直线较有温柔的感情性格。几何曲线具有轻柔、优雅、圆滑、流利、婉转、起伏、多变等性格特征，如图 1-3-8、图 1-3-9 所示。



图 1-3-8 细曲线的构成



图 1-3-9 粗曲线的构成



图 1-3-10 自由曲线的特性

如图 1-3-10 所示，自由曲线的美主要表现在其自然的伸展，并具有圆润及弹性。用手画出来的线，由于使用的工具（笔、纸）不同，就会产生出种类繁多、不同性格的线。运用到设计中，可以取得丰富的效果。

我们在线的构成练习中，要认识到线的变化在平面构成中所起的作用。掌握线的构成语言，在作品中仔细考虑线的方向、宽窄、疏密、节奏韵律与均衡关系等问题。通过对线的处理，体现线的性格的多样化。

(三) 线在图形与创意中的运用

线是由无数点排列形成的，线在图形与创意中的运用有其不同的表现特征，其中最常见而且还是纯粹的线条。

如果设计作品中的图像与其他元素相比更具

有线的特征，就可以在作品中起到分割画面和引导视觉流程的作用。从引导视觉流程来看，不一定非要使用纯粹的线，也可以使用类似线条的具象形态进行设计。不同的线形会使作品表达出不同的情感特征，在图形设计中适当地运用各种线形进行表达，能够丰富画面，获得更好的视觉效果，如图 1-3-11 所示。

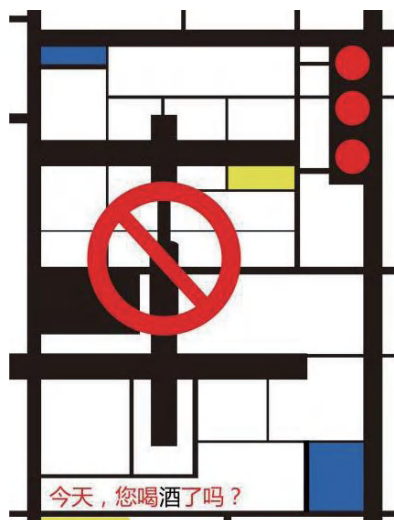


图 1-3-11 线的构成创意

三、面

（一）面的概念

面是由线的连续移动而形成的，即是线移动的轨迹。

面有长度、宽度，但没有厚度。点或线的扩张、规则排列都可以形成面。它是图形与创意中起主导作用的元素，也是在设计过程中运用最广泛的一个元素。

面是具有外形界定的二维平面的视觉形象，在视觉表现中，面的定义取决于一定的图底关系。面是相对完整独立的形态，允许有适当的厚度和肌理，可以是物体形态的外表、表面（如水草、墙面、桌面等），也可以是物体的剪影表现形态（如任何复杂立体的物体在平面的投影形态始终是面）。

（二）面的类型及其特征

1. 类型

面分为几何形（方形、三角形、圆形）、有机形、偶然形。

2. 特征

几何形具有严谨、理性、冷静的特征，如图 1-3-12、图 1-3-13 所示。

有机形是指自然与人文景观及生活中的各种物象概括的反映，大部分是靠自然外力的作用形成的，如山脉的轮廓、江河的流动形态、水滴、鹅卵石都是有机形的体现。它们具有事物本来的图形面

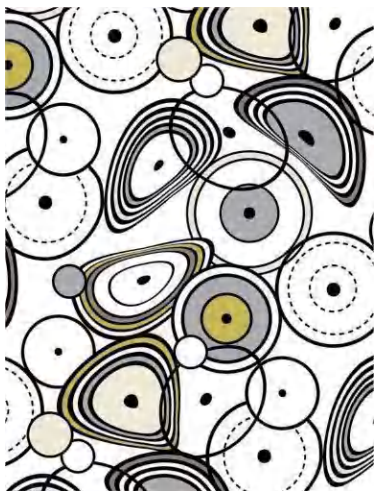


图 1-3-12 曲面

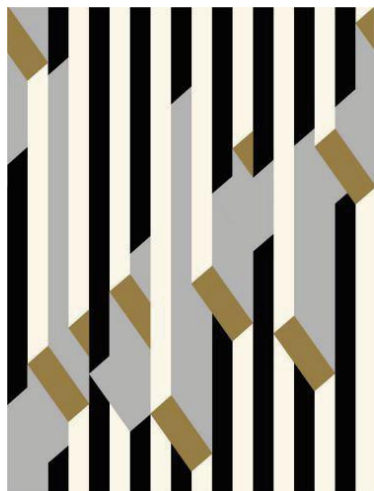


图 1-3-13 方形面



图 1-3-14 有机形——石头

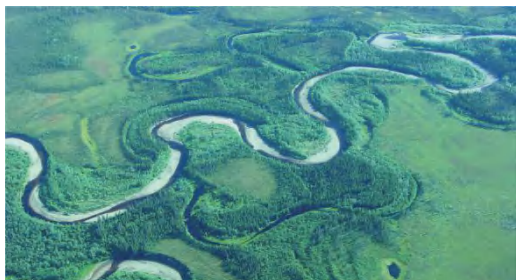


图 1-3-15 有机形——河流



图 1-3-16 偶然形

貌特征，如图 1-3-14、图 1-3-15 所示。

偶然形用特殊的材料和技法绘制而意外得到的有趣图形，是难以预料的形态，具有变幻莫测的艺术魅力。如不小心一滴墨溅到纸上产生的飞溅效果；踢球时不小心打碎窗户上的玻璃而留下的窟窿形态；用手撕开纸张所产生的形态；用颜料喷洒所产生的形态；用“油水分离法”产生的形态；等等。它们具有个性的特征，如图 1-3-16 所示。

（三）面在图形与创意中的运用

面在图形与创意中的运用非常广泛，由于面的形象在造型上显得繁多、新颖，所以许多著名的图形设计师对面的运用都情有独钟。当使用面作为整个设计作品的主题时，特别需要考虑面的形状，因为不同形状的面能够体现出不同的感觉。如圆形给人饱满、缺少变化的感觉；方形给人感觉严肃、规范；正放的三角形给人稳定感等。

四、体

（一）体的概念

立体空间图形几乎可以涉及我们生活中可见到的所有立体事物，凡具有长宽高，有明显体积感的形态都可以称为立体图形。立体图形语言更具有视觉丰富性。在图形表现中，立体和空间的表达一般凭借透视法实现。利用透视图法可以在二维的平面上描绘三维的实体或空间的幻想，表现视觉中的前后关系。

平面的立体感具有单纯、明确的形式特点，将三维的、真实的立体图像转换成平面的图形，是现代图形设计基本的表现形式之一。强调图形表现的平面化，并按照平面设计的构成原理，表达平面中的立体感，是现代图形设计的一项基本要求。通常，人们对空间的感知是通过立体的物象来辨别的，立体的三维图形可以使人感觉到空间的存在。而现代图形设计则利用平面的形式表现虚设的三维空间意象，创造着视觉的错位和幻觉的时空，使人感受到空间的存在。如图 1-3-17 所示，现代图形设计则利用平面的形式表现虚设的三维空间意象，创造着视觉的错位和幻觉的时空，使人感受到空间的存在。

（二）构成立体感的因素

一般来讲，平面的图形设计元素包括各种形态的点、线、面等因素，各种元素的不同组合将会产生不同的立体感觉，平面设计以此方式表现了三维空间的意象。从设计元素关系上分，构成立体感的因素大致有5个方面。

1. 点与线的疏密

如图 1-3-18 所示，点与线的疏密变化可以在视觉上构成形的对比和面的转折，创造立体的视觉效果。

2. 点与线的大小与粗细

如图 1-3-19 所示，点与线的大小与粗细变化，可以造成视觉上的对比，如果这种变化按照一定的结构方式来进行变换，则会形成结构上的凹凸感和远近感的视象。

3. 线的放射与转向

如图 1-3-20 所示，线的放射是由一个集聚点开始，在空间中由密集向松散分布，从而在视觉上产生错觉。线的放射可以形成发射状的空间深度，而且放射状的形态既可以是一级放射，也可以是多级放射，不同的形态会创造出不同的空间感。线条的排列由于方向的改变，既会在视觉上产生错觉，又会让人感觉面的转折，图形设计常常利用这种方式创造三维的空间结构。

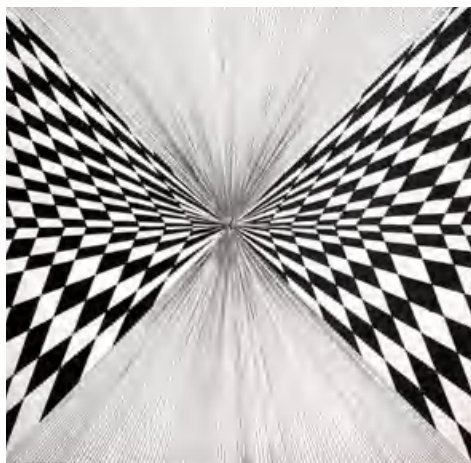


图 1-3-17 三维空间图形



图 1-3-18 点与线的疏密



图 1-3-19 点与线的粗细变化

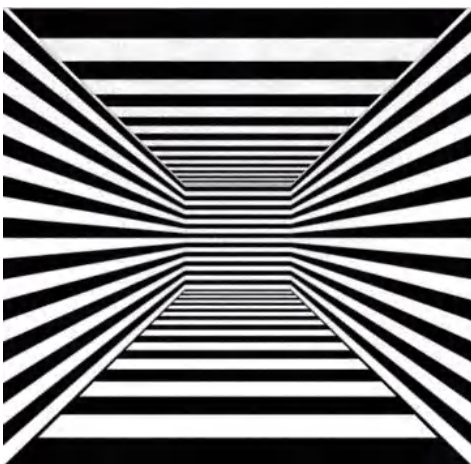


图 1-3-20 线的放射与转向

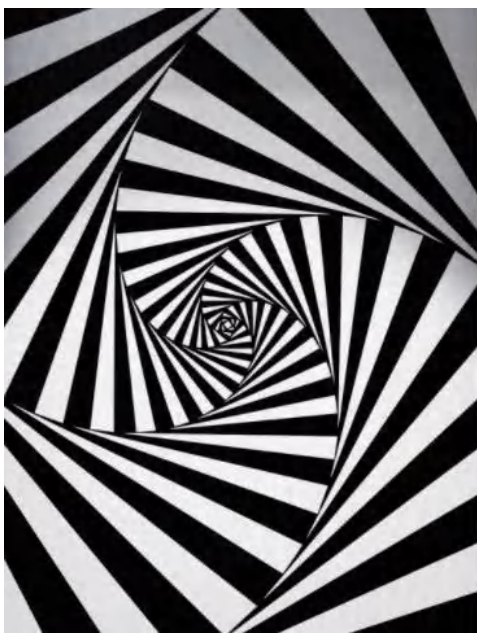


图 1-3-21 渐层的变化



图 1-3-22 阴影的运用

4. 渐层的变化

如图 1-3-21 所示，渐层的变化是单元图形的组合，构成具有推移的空间感。我们也许会有这样的尝试，在渐变的过程中，某个阶段突然加大图形的比例和色层的对比，即会产生视觉上的转折感，这样立体的视觉感就产生了。渐层的变化是单元图形的组合，构成具有推移的空间感。

5. 阴影的运用

如图 1-3-22 所示，阴影同物体是相伴而生的，这是一种自然规律的体现，平面的图形如果给它画出相应的阴影，即会产生立体的空间效果。阴影的长短、形态、位置的变化都会影响空间感的特性，在图形设计中，我们经常可以见到利用阴影表达空间的范例。

（三）体在图形与创意中的运用

如图 1-3-23 所示，现代平面二维图形已不能满足观者的视觉享受，平面三维空间图形，也就是立体图形设计是图形发展的必然趋势，用在二维平面上运用点、线、面、体表现三维空间的意象，将体元素运用到图形与创意设计中，会产生不同的视觉效果。



图 1-3-23 二维体现三维