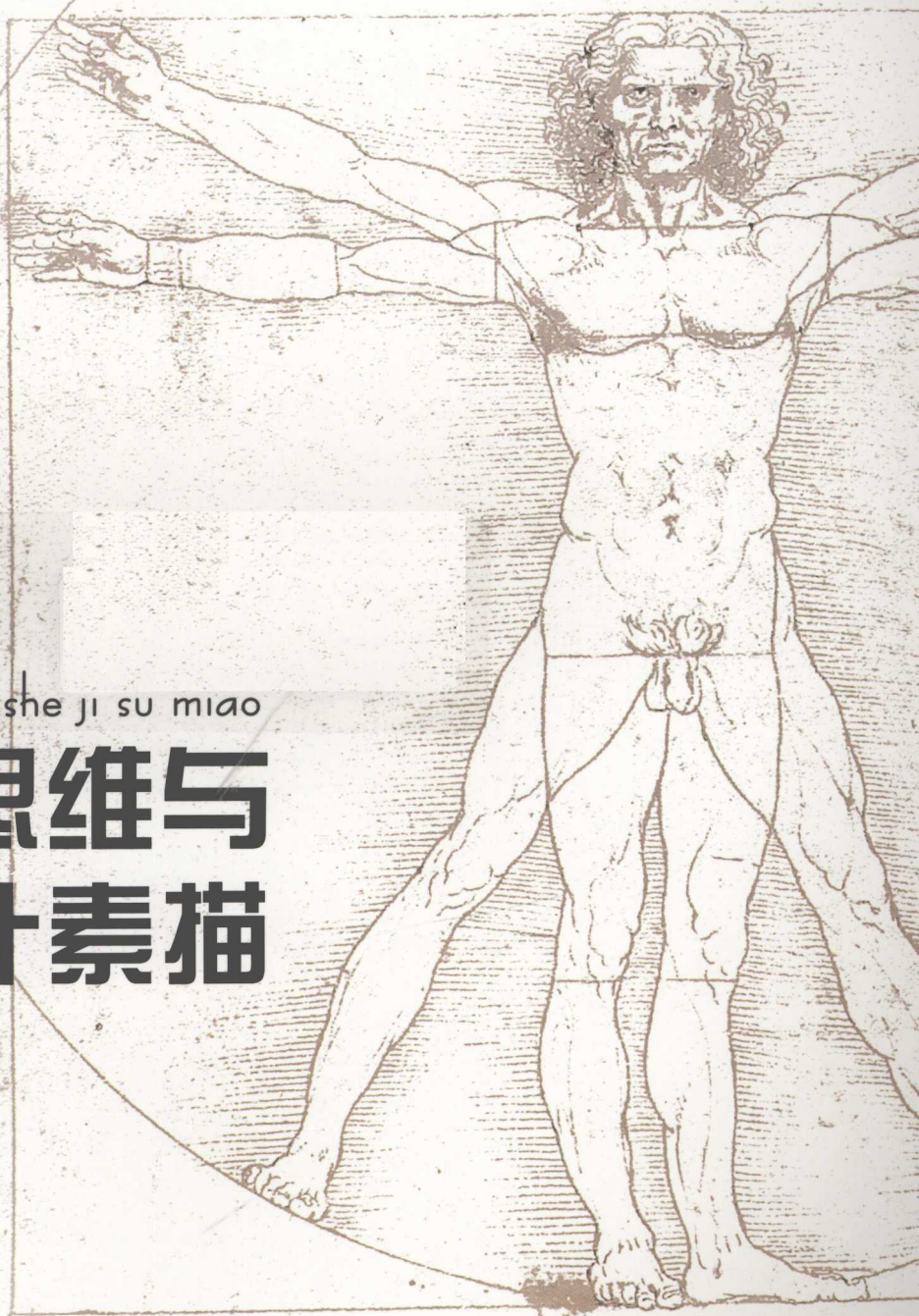


Chuang yi si wei yu she ji su miao

创意思维与设计素描

彭建斌 编著



江西美术出版社

创意思维与设计素描

Chuang Yi Si Wei Yu She Ji Su Miao

彭建斌 编著



江西美术出版社

目 录

前言

1

第一章

作为设计的造型基础训练

2

第一节

艺术家与设计师

2

第二节

此素描与彼素描

4

第三节

设计素描的特征

6

第四节

数字时代对设计素描的再认识

7

第五节

要做的事

10

第二章

观察与思考

11

第一节

不寻常的眼睛——观察与感受

11

第二节

观察与发现

15

第三节

『信息』之美

18

第四节

感觉的领域

20

第五节

换一个思维方式 你将无所不能

22

第三章

观察与训练

26

第一节

细节的观察

26

第二节

花开花落与时间的痕迹

31

第四章

造型艺术语言的训练

35

第一节

结构的形态语义与结构素描训练

35

第二节

线的表情语言

41

第三节

光造型与明暗语言的训练

45

第四节

运动思维与非常角度——构图的意象

52

第五节

材质——创意的魔力棒

56

第五章

创意思维与构想训练

64

第一节

破坏与添加的意境

64

第二节

幻想的构架与思维的翅膀

69

附录 发现创意的80种方法

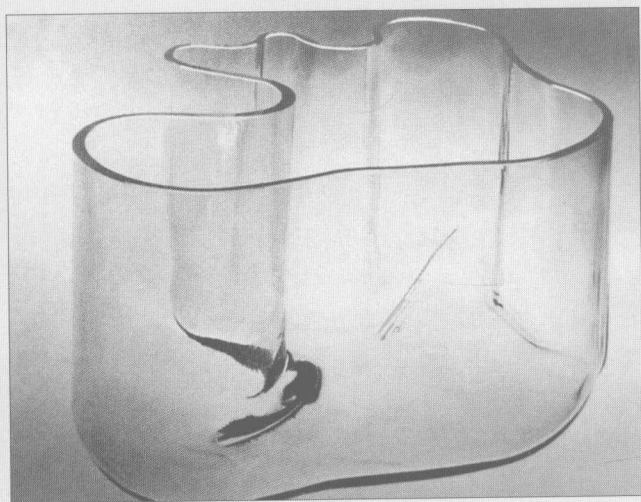
78

参考文献

79

前言

本教材从视觉艺术的直观感受出发,结合设计造型基础训练和创意思维的开发以及创意“表情”因素的运用,引导学生去发现创意、发现设计。在设计素描训练过程中把握设计造型基础的方法和规律。旨在从创意思维入手,通过设计素描基础造型训练来开发学生的创意本能和设计意识的形成。以培养学生的创造性思维能力为目标,探索设计专业基础教学与专业设计课程相衔接的有效途径。



部分图片源自:

- 1.陈慎任等 著,《设计形态语义学》[M],北京:化学工业出版社,2005年版
- 2.朱锷 主编,《山形季央的设计世界》[B],南宁:广西美术出版社,2000年版
- 3.陈进海 主编,《清华大学2000国际陶瓷艺术交流作品集》,哈尔滨:黑龙江美术出版社,2000年版
- 4.王敏 主编,《中央美术学院设计学院教师(学生)作品集》,南京:江苏美术出版社,2007年版
- 5.(法)PYRAMYD出版社,《平面与产品设计》,北京:中国青年出版社,2006年版
- 6.昵图网www.nipic.com
- 7.e库素材网www.iecool.net
- 8.国际设计在线www.lader.com

第一章 作为设计的造型基础训练

ZUOWEI SHEJI DE ZAOXING JICHU XUNLIAN

随着科学技术的不断发展,数字化、信息化成为生活的主流。从现代艺术和现代设计来看,无论是观念、方法和理论都发生了巨大的变化,而作为设计基础的造型训练方法、目的也应随之而变化。传统绘画素描是艺术家以再现对象来反映造型形态为目的的绘画手段,而作为设计的基础造型训练,既要表达造物的造型特征,更重要的是能开发设计师的创新思维和创意能力。通过造型基础的设计素描——结构性素描、表现性素描、装饰性素描、抽象性素描、创意性素描的训练,将造型语义的规律、形式美感的法则用于表现对象,并有创造性地发现各种材质媒介的物理特性和审美价值,设计、构架,创造出引人注目的全新的形态。

作为对学生创意思维和艺术表现能力的培养方式,设计素描不仅在今后的专业教学中起着重要的基础作用,而且为造就高素质设计人才也具有深远的意义。以创意思维为中心,打破固有的惯性思维,用发现的眼光去寻找创意的视觉元素,启发和挖掘学生的想象力、创意思维和形象表达能力,这是本教程的最根本的教学任务。设计素描课程带有很强的实验性的特点,通过对大自然造物的观察、体验,对现代视觉艺术语言的认识、探索、练习和运用,达到对其背后的理论基础的理。从而使学生由被动的描摹向自由的表达方式过渡,为设计专业教学打下一个良好的造型基础。

第一节 艺术家与设计师

目前,在设计基础造型训练中还有十分片面地沿用重造型基础训练,轻创意思维开发的教学模式。使得学习设计专业的还误认为自己是艺术家,而缺乏对设计的认识和社会责任感,摆不正艺术与设计的位。那么,艺术与到底有什么区别?它们的共性和个性在哪里?不弄清楚这些问题,设计教育将是无源之,容易迷失方向。

设计是什么呢?“设计(Design)”一词源于拉丁文Designave,本义是“徽章、记号”,即事物或人物得以被认知的依据或媒介。在《牛津艺术指南》中,“设计”被形容成“一种经常接近于在任何艺术作品中都有的结构原则的概念”。然而在更高的层面上,“设计”还包含了艺术家头脑中创造性的思维“常被认为在画素描稿时就酝酿着”^①,强调艺术家心中的创造性观念。我们不妨引用波迪内奇(Baldinucci)对“设计”所下的定义进行概括,即“事先在心中酝酿,在想象中已描绘出结果,并能通过实践使之成为现实的可视物”。

设计与艺术的最大区别在于设计有“合目的性”,而艺术则多为“为艺术而艺术”。“艺术设计师毕竟不同于艺术家。艺术家只是创作作品,设计师设计的是产品,从日用小百货到化妆品盒,从家用电器到交通工具,从厨房设备到军工产品,从室内风格到环境景观;艺术家的创作可以是嬉戏,是表达,设计师的创作是一种工作;纯粹的艺术创作过程可以充斥梦幻、迷狂、冲动,艺术设计却必须有功能、结构、技术、生产、销售这些因素的理性考虑;艺术家可以孤芳自赏,设计师却必须考虑公众的喜好。”^②因此,在创意思维的实现过程中,实用性不容忽视,优秀的设计作品必须考虑产品的使用价值、使用期限、可靠性、经济性等诸多方面,充分保障产品功能的各种价值。

“而设计基本上没有自我表现的动机,其落脚点更侧重于社会。解决社会上多数人共同面临的问题,是设计的本质。在问题解决过程——也是设计过程中产生的那种人类能够共同感受到的价值观或精神,以及由此引发的感动,这就是设计最有魅力的地方。”^③原研哉的这段论述基本上把艺术与设计的共同点和区别做了一个精辟的诠释。简单地说就是:艺术是个体的、感性的,更趋于鉴赏性,而设计是社会的、理性的,更趋于功能性。当然,这两者之间很难用一些简单的概念把它们区别开来,硬性地把它们区别开来或统一起来并没有什么实际意义,它们就是相互依存、相互影响并共同探索人类的审美价值。但是在造型基础训练的课程设置上是有其各自的特点的,这也是本教材要明确的教学目的所在,并着重探讨设计基础教学中创意思维训练这个焦点和核心问题。

俗话说得好:开什么花结什么果,撒什么种子发什么芽!“没有谁会为了设计一座建筑而去花一二十年的光景去训练花卉的写生和人物的运动规律的。我们也画素描,但目的不是为了绘画!”^④一个好的设计的出现需要一个适应它的造型基础和创新的意识。所以,如何让设计基础训练为创意思维的建立奠定一个良好的基础,这是我们设计教育的重要

①参见尹定邦《设计学概论》,湖南科学技术出版社,2000年版,第41页。

②凌继尧,《艺术设计十五讲》[M],北京大学出版社,2006年版,第239页。

③(日)原研哉著,《设计中的设计》[M],济南:山东人民出版社,2006年版,第40页。

④王忠义、许江著,《从素描走向设计》[M],杭州:中国美术学院出版社,1992年版。

课题。

现代设计与现代艺术除功能上有所区别之外，在很多地方是难解难分的。贡布里希曾说过“二十世纪所有的艺术运动均对设计产生过影响”，理论家则把现代艺术与现代设计称之为“血浓于水的关系”。而作为设计基础的创意素描与传统的绘画素描也是如此，既有所不同又有千丝万缕的联系。

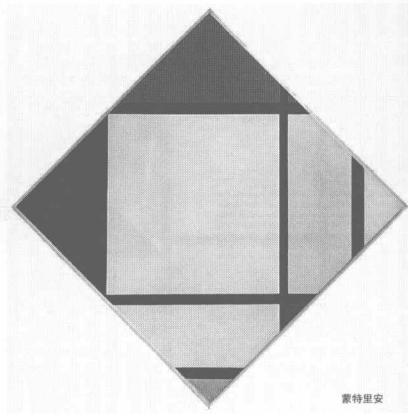
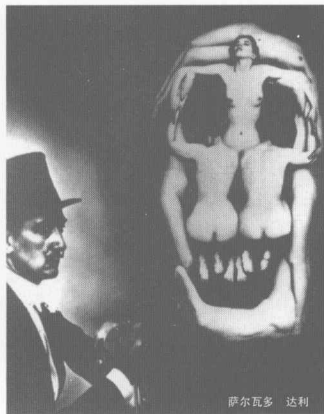


图1-1-1《永恒的时间》萨尔瓦多·达利

图1-1-2达利的摄影
图1-1-3毕加索的油画作品《少女》
图1-1-4蒙德里安的作品

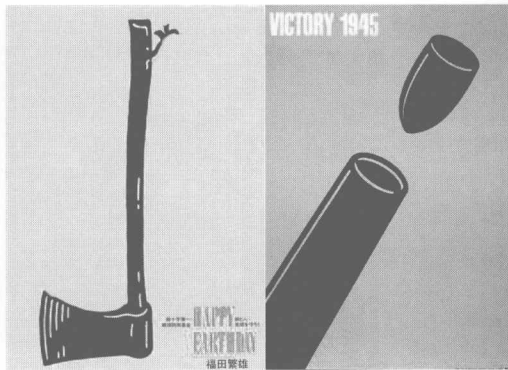
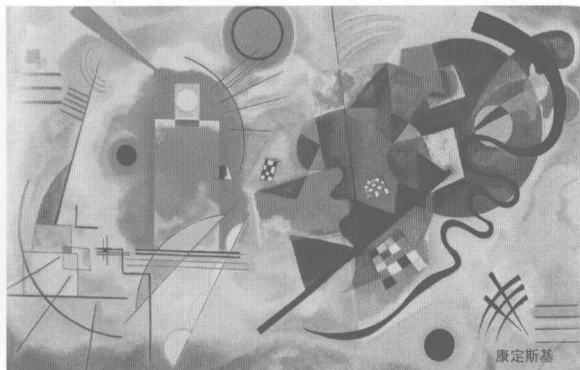
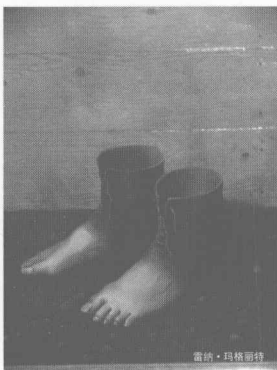


图1-1-5雷纳·玛格丽特作品

图1-1-6康定斯基作品
图1-1-7福田繁雄招贴广告

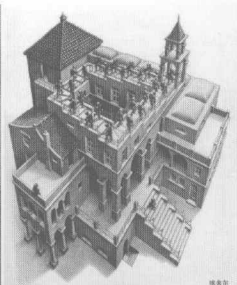
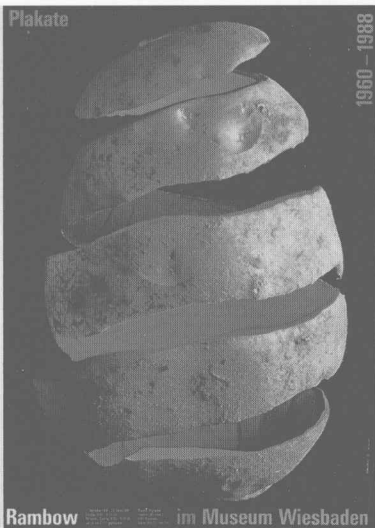
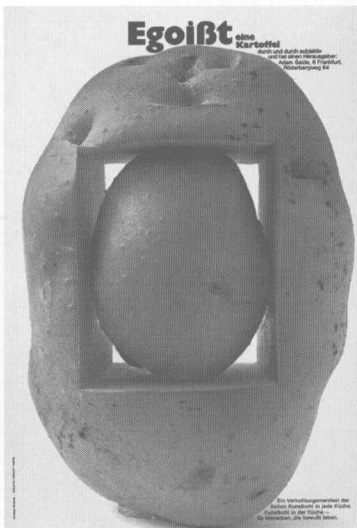


图1-1-8冈特·兰堡的土豆系列招贴广告

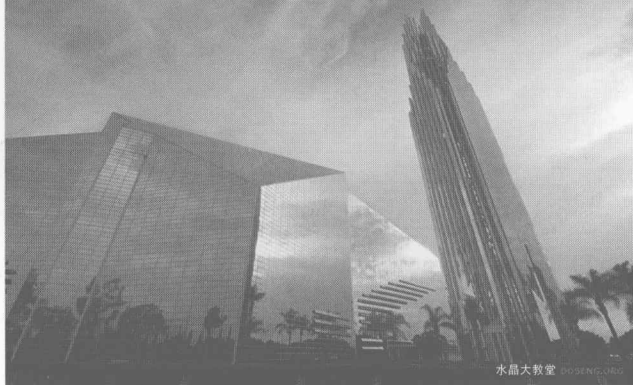


图1-1-9现代经典设计

第二节 此素描与彼素描

传统意义上的基础素描与设计素描同是造型基础教学的重要部分。

“基础素描”是作为造型艺术的基础技能课程。它以形象、结构、质感、明暗调子、空间感、虚实和画面效果控制等造型元素的塑造为特点,研究造型的基本规律,通过感受和再现对象的具象描绘来反映形态的技能训练过程。基础素描的重心是感性的技能培养,这种技能培养需要大量时间的堆砌和经验的积累。基础素描的画面以感性的视觉艺术效果为主要目的,它对培养形象思维,情感意识和富有想象、洞察、内涵的表现能力和表现手法,开拓学生艺术创作思路,提高造型能力、审美能力、判断能力、表现能力起着不可替代的作用。

“设计素描”从一开始就是引导学生进入真正认识美、体验美、表现美的过程。是在以上的传统素描的基础上赋予其空间思维、创意思维和设计观念等方面的创意思维能力为特点的,它是整个设计基础课程有机体中的一个重要环节,对后面的专业基础和专业设计课程起到一个承前启后的链接作用。设计素描更多的是对物象的科学理性的分析、理解和抽象形态的认识以及创造性思维的培养。开拓学生的设计思维,把基础训练与专业设计结合,把实用价值与审美价值结合,体现科学与美学、技术与艺术的统一,把对审美、感悟美的要求提到一个很高的高度,是从造型基础走向专业设计的必经之路。

包豪斯的领军人物伊顿倡导的基础造型教学的主要目的就是“解放学生的想象力和创造力”。著名的瑞士巴塞尔设计学校的基础素描大纲里,则把设计素描教学目的定义为:“旨在促进学生的视觉与技巧上的敏锐感、形式感,手头的灵巧,使其对设计程序有一个清晰的认识,同时能就此表现出学生的个体天赋。”^①他们认为基础素描是一种“视觉创作”,就是旨在“通过这种训练,对视觉敏感性,对形式、节奏及抽象的感觉上的区别能力都得到发展”。^②他们的设计基础课程都涉及了素描的明暗对比、节奏、造型表现、语言形式、立体空间研究、色彩理论、材料与肌理、理论与实践等内容,以及对美学原理的掌握和对学生的艺术天赋的体验、开发等等。

知识结构:

包豪斯(Bauhaus)——是德文DAS STAATLICHES BAUHAUS的译称。“包豪斯”是德国“国立魏玛建筑学校”的简称,是由“市立美术院”与“市立艺术工艺学校”合并而成的,从1919年创建到1933年结束,短短14年期间经历了从兴盛到衰亡的过程。它的创始人和领导者就是格罗庇乌斯,包豪斯是设计教育史上第一所以发展现代设计教育为己任的设计专门学校,为大工业时代的设计教育开创了新纪元,建立了设计教育史上的一座里程碑,被誉为“现代设计的摇篮”。

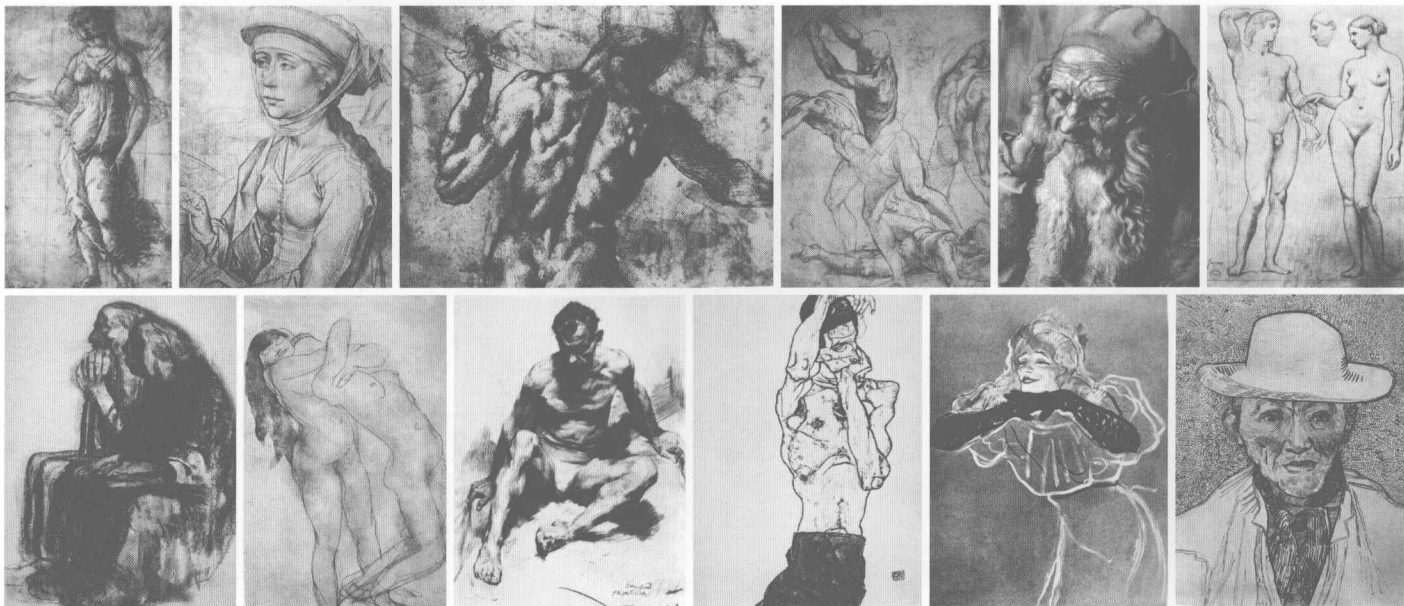


图1-2-1 历代大师素描组图(12幅)

①瑞士巴塞尔设计学校,《设计素描》教学大纲,吴华先译,上海人民美术出版社,1985版,第1、2页。

②瑞士巴塞尔设计学校,《设计素描》教学大纲,吴华先译,上海人民美术出版社,1985版,第1、2页。



图1-2-2现代素描 (15幅)

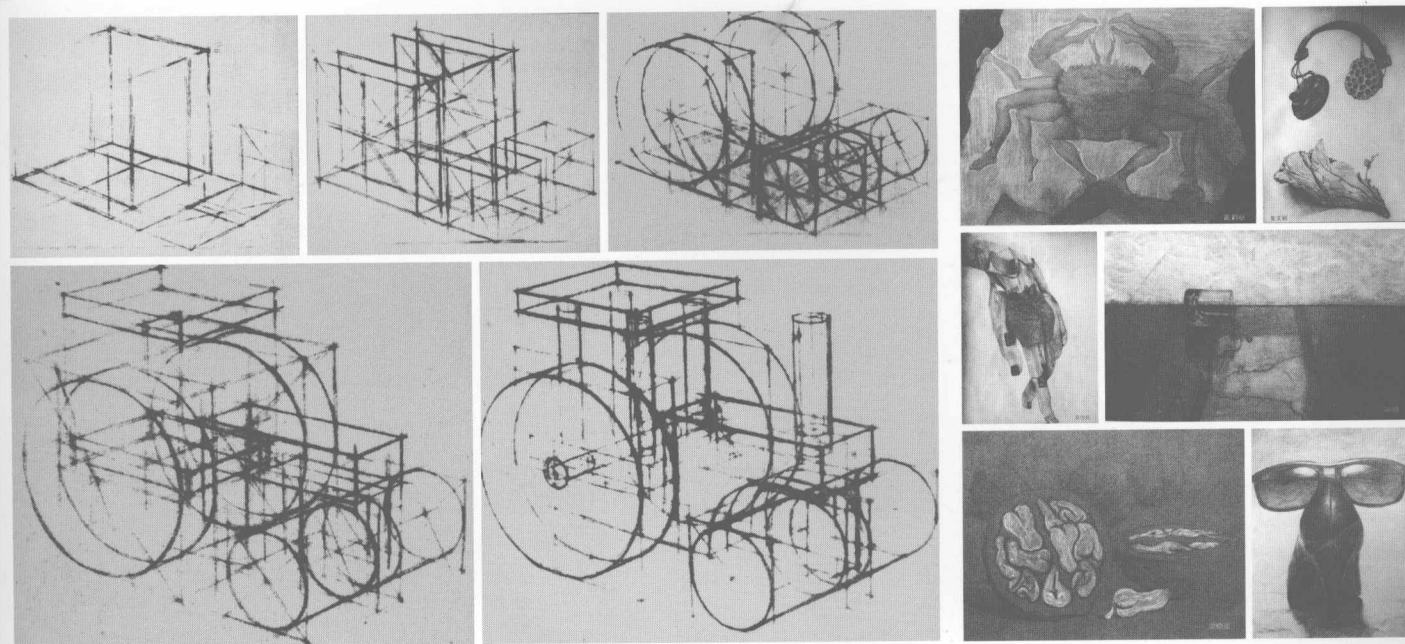


图1-2-3包豪斯设计学校工业产品造型设计步骤图

图1-2-4设计素描 (6幅)

第三节 设计素描的特征

从设计的观点出发,将素描训练引入其造型基础训练之中,是结合设计教育的基本特征而进行的必要环节。在教学过程中,有人认为设计素描就是仅仅把用线的方式表现造型的结构性来区别与传统的绘画素描,那是有偏差的。设计素描应当是以对自然现象的认识和感受,从创意思维出发将自然形态所具有的抽象意义和自然界各种形象本体所具有特定内容加以研究,并在造型训练中形成系统的有规律的认识方法和表现技法,强化设计意识。

从观念来看,结构意识、系统意识、功能意识、实用性、视觉传达意识等是设计素描的基本特征。它的着眼点不是纯粹的绘画技巧和语言形式的表现,而是以培养设计家的创意思维为目的,并在训练中注重培养观察、感受、想象、创造以及审美判断等符合设计目的的艺术素质。

从观察方面来看,不管是基础素描还是设计素描,观察都是它们的重中之重。整体的、比较的、有联系的“看”是基础素描与设计素描都必须遵循的重要原则。而设计素描的重要特征在于,它的观察更加注重全方位的、多角度的、多层次的观察方法。观察的对象位置不需固定,可以是围着它转,也可以是把它转动起来进行全方位的立体观察,理解和分析其内在的结构特点和形象的本质,并带着创造性的目的去体察周围世界,它的整体观察的涵义似乎更广。

从造型方面来看,设计素描的训练形式是“根据系统论原理,从设计教育的整体观念出发,围绕不同的视觉要素的基本能力的培养而拟定的。它在原有的聚合思维训练基础上倡导开展扩散思维训练,分阶段、分层次编排练习内容”。^①而造型特征则强调以线造型、以结构造型和以材料造型的方式,强调二维空间的平面意象和平面视觉的三维空间思维。设计素描的造型手法从自然形态到创形态,从细腻写实到抽象变形,在具象的基础上完成提炼概括、倾向抽象、完全抽象这样一个过程。如艺术大师毕加索的《牛》,画中的变化过程就是具象至抽象过程的经典范例。设计素描强化的是创意性、表现力、想象力,追求画面内涵意蕴和新颖奇特的造型特征。

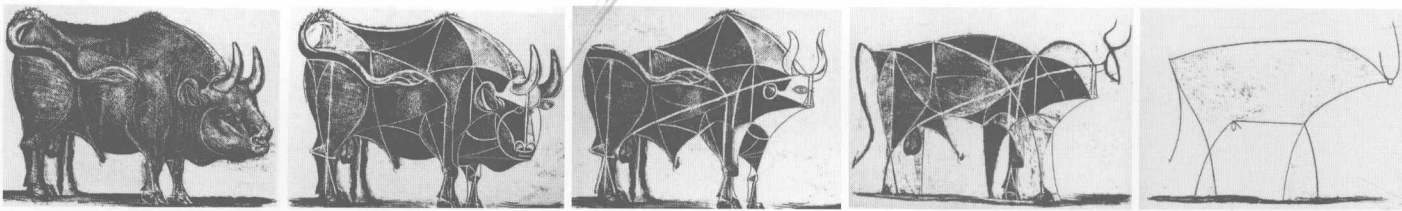


图1-3-1 毕加索的《牛》从具象到抽象演变过程

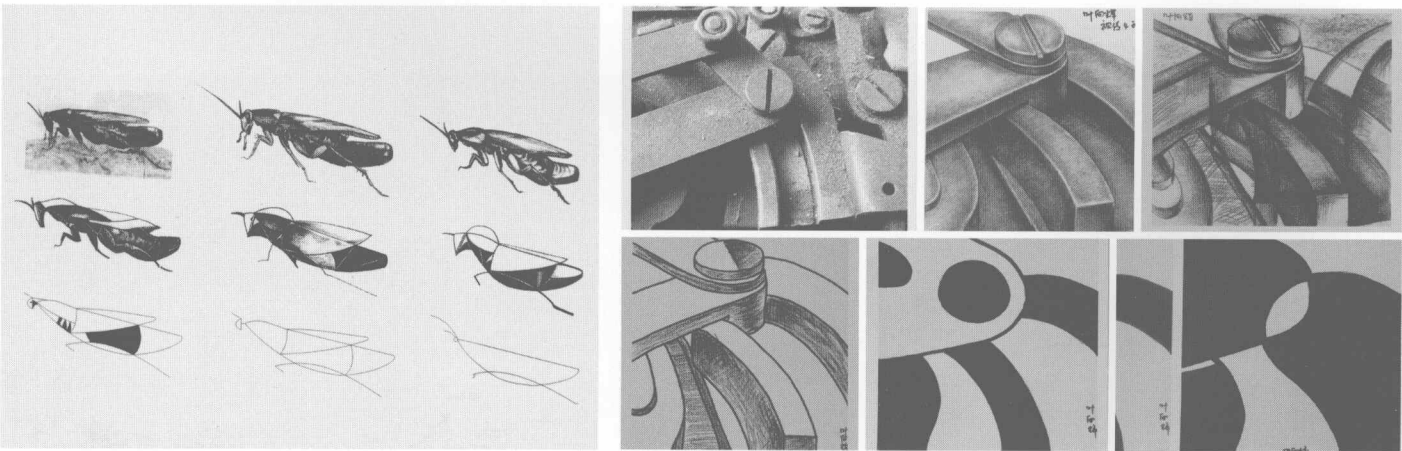


图1-3-2 一只蟑螂从具象到抽象演变过程

图1-3-3 设计素描从立体到平面的演变过程

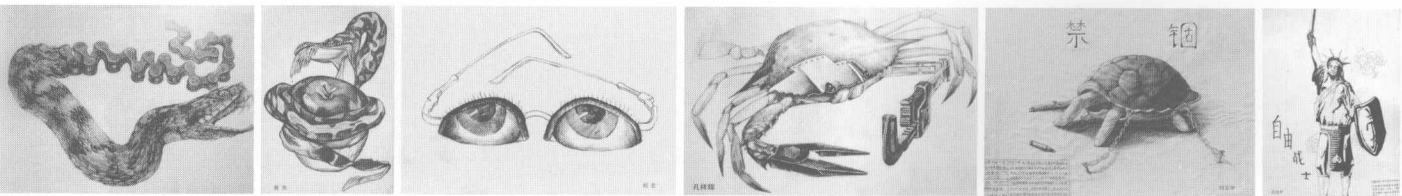


图1-3-4 学生设计素描习作（6幅）

^①王忠义、许江著,《从素描走向设计》[M],杭州:中国美术学院出版社,1992年版,第3页。

第四节 数字时代对设计素描的再认识

电脑是20世纪最伟大的发明之一,1944年,美国哈佛大学与IBM公司合作成功制造出了世界上第一台自动计算机——“哈佛1号”。随着计算机技术的飞速发展,人类文明进入了数字化的时代。在这个时代背景下,人们用微型计算机、多媒体、互联网等数字化元素重新构建一个数字化和信息化的生存空间,这也昭示着人类社会的方方面面都发生了深刻的、翻天覆地的变化。因此,现代设计的数字化创作方式与人性化思考就成了当代科学家与艺术家和设计师们所必须关注的共同主题。

1984年美国苹果电脑公司制造出了专门从事平面设计的第一代Macintosh电脑,俗称“苹果电脑”,这使设计师们从繁杂而效率低下的手工设计制图中解放出来,纷纷转而使用电脑进行设计。这是现代艺术设计史上设计方式的第一次伟大的变革,它标志着一种新艺术样式的产生,并给社会产生了巨大经济价值。

一、电脑与人

数字技术的出现具有划时代的意义,给我们的设计带来了无限的可能性,而艺术家、设计师们是富有情感的人性化的代表。数字技术在媒体、游戏、电视电影制作上以及平面设计上都有着广泛的施展天地。复杂的运算、精密的制图甚至电影中虚拟的人物形象和大型幻想场景都能由电脑很轻松地完成,电脑技术在设计学科中更是得到了普遍应用。坐在电脑前轻轻敲击键盘和鼠标就可以进行繁复的设计,二维平面的、三维运动的图形,逼真的超现实场景、虚拟的人物形象、建筑形象、道路系统、环境景观和光怪陆离的幻想空间等等,展示出的二维的三维的形体更生动、更直观、更有表现性。甚至是自然世界中不可能的瞬间影像,都可以用数字高科技手段达到以假乱真的效果,集声、画、动于一体,显示出电脑虚拟技术和多媒体技术所具有的特有品质,充分引起受众的共鸣。

在设计教学中,设计专业的学生运用电脑进行习作绘制和设计,给传统的设计教学方式注入了新的活力,带来了设计方法和设计观念的变革,成为设计和创作的新趋势。创意作品的物化过程得以自动化,彻底改变了传统的设计程序,在鼠标的点击与键盘的敲击声中,往日设计专业繁重的施工图绘制,演换成了简单的计算机操作,大大降低了设计者的劳动强度,也提高了设计精度和速度,并综合了多方面的表现因素,而使其具有“超前再现”的特性。因此,数字技术的运用使传统的创意思维受到很大的冲击,它以一个全新方式和全新的角度来激发、捕捉创作灵感的发生,这是一种全新的造型思维、形态思维、技术与艺术协调和整合的设计理念,为现代设计提供了一种创意的新途径和新方式。与包豪斯在大工业生产的背景下,追求质量和美感的技术与艺术结合的设计理念有天壤之别。

静下心来思考一下,电脑技术的运用也为设计的创意思维和设计灵感的缺失以及“借鉴”“抄袭”“千佛一面”的风气盛行埋下了伏笔,对于激发创意灵感则具有灾难性的意义。数字的魔力很快使人们陷入对电脑的痴迷,认为电脑无所不能,惊叹设计是那么的“容易”,运用电脑软件和强大的视觉图形库,对图形进行拼拼贴贴、东搬西凑,所谓的“设计”就完成了。这些现象都预示着电脑技术在设计行业的运用,对现代设计所带来的负面影响正向我们悄悄地袭来。

正如新生事物发展的必然规律一样,永远是在发展与质疑中



图1-4-1现代数码艺术设计(8幅)

不断推进,有其利必有其弊。数字技术就像一把双刃剑,它一方面辅助设计师完成精彩的创意,另一方面又在吞噬他们的思维。很多所谓的设计师沉湎于电脑的3Dmax、ACD、Photoshop的制作里,而疏于思考,对电脑表现出过高的期望与依赖心理,让人进入一个难以自拔的误区——将电脑操作与现代艺术设计画上等号。使现代设计造成了重“表现”轻“设计”的现象,一味地追求设计画面的电脑技巧和效果表现,而没有设计思想。因此,这种过分依赖电脑和沉湎于电脑,忽视严格的基本功训练,对创意思维的提升失去了应有的热情和追求的现象,最终会导致分析、思考、创意能力的丧失。

在冷漠的输入相关命令、数据和“执行”命令的过程中,一定程度上阻断了思维的延伸,扼杀了转瞬即逝的设计灵感和创意者在方案设计过程中偶发性、灵动性和模糊性的创意思维进发。电脑毕竟不是万能的,人脑才是设计的主导。电脑只是用来设计的一种工具,是设计的好帮手。因此,提高创造性思维能力是设计师成功的关键。

“千万不能用工具来思考,因为这样只会狭隘你的思路。用最潦草、最简单的线条来思考也要比电脑来得有效。”这是德国当代著名设计大师、设计教育家冈特·兰堡就创意过程中滥用计算机所持的批评态度,他认为创意思维会随着频繁使用电脑而日趋衰退。

二、徒手画与创意思维

在设计教学中,加强设计素描和徒手草图的训练是作为一个设计师成功的必经之路。通过视觉思维的方式即把设计过程中的有机的、偶发的灵感及对创意条件的分析过程,通过视觉的形象和图形将创意思考和思维意象记录下来。人们通过眼睛对事物的视觉认知和大脑不断的形象化思考并将其转化为形象语言,再通过徒手草图的勾勒,使视觉形象跃然纸上,所勾勒的形象又通过眼睛的“看”反馈到大脑,进而刺激大脑进行思考和整合,在如此循环往复的过程中,最初模糊的设计意象和创意构思也随之逐渐清晰、深入和完善起来。这就是艺术创造的有机过程:“观察——发现——思考——创造”,就是人们常说的“心智图法”。这是一种利用具体的图形刺激思维,根据图像来整合自己的想法和所接受的信息,是用形象去思维的一种方法,是观念的图像物化过程。这个过程有助于提高学生观察问题、发现问题、分析问题的能力,并产生更多的新构思和新创意,进而提高创造性思维能力以及综合的设计修养,这些基于“动手”能力和创意能力训练的过程就是本课程的主要内容和教学目的。

知识结构:

心智图法——心智图法又称为思维导图,是一项流行的全脑式学习方法,它能够将各种点子、想法以及它们之间的关联性以图像视觉的景象呈现。它能够将一些核心概念、事物与另一些概念、事物形象的概念组织起来,输入我们脑内的记忆树图。它允许我们对复杂的概念、信息、数据进行组织加工,以更形象、易懂的形式展现在我们面前。它们可能是关键字、短语或图像。

以线条、明暗、形象、符号、色彩等图形元素,将大脑里的意念、灵感、设想和信息等散乱的想法组合起来,以视觉形象的形式体现出来,成为一幅心灵的图形。画面上随意的勾勒,思维随着线条慢慢扩散并处于连贯状态,创意的思维过程可以不停顿地一气呵成,形成新的形象,并根据这一新形象元素刺激大脑产生新的“灵感”反应,达到扩散思维的目的。

鲁道夫·阿恩海姆曾经说过:“这样一些绘画式的再现,是抽象思维活动的适宜的工具,因而能把它们代表的那些思维活动的某些方面展示出来。”设计素描教学就是这种形象化的思考方式,是对视觉思维能力、想象创造能力、绘画表达能力三者的综合。在训练过程中,并不在乎你画得怎么样,而在于观察、发现、思考,通过动手达到动脑,即有效地提高和开拓创造性思维能力的目的。纵观国内外的许多优秀设计师的成功之道均得益于此,他们都有出色的徒手表现和方案评价的能力。

徒手草图可以表达创意中所蕴涵的情感历程,只要能用心描绘,创意草图的本身也会产生形式美和原始美。它是设计师的想象天地,也是从梦幻变成现实的自由世界。它的形式体现在创意思维和灵感的物化,并在有意识和无意识间撒落在画面空间里,形成一种抽象形式的美感。徒手草图的绘制在创意阶段其面对的主要是专业人士,那种随机性和偶发性的意境,更能引发专业人士共鸣。正如著名画家、建筑大师勒·柯布西埃所说:“自由地画,通过线条来理解体积的概念,构造表面形态,首先要用眼睛看,仔细观察,你将有所发现,最终灵感降临。”

无论电脑还是徒手,都是为了达到创意和设计的目的。电脑高科技所扮演的角色,就是充当人类认识、改造、创造未知世界的工具,而人的意识才是驾驭它的重要元素,人脑的知识内涵、思维方式是决定性的关键。只要摆正这个关系,高效的数字技术就会成为我们创意设计的有力帮手。

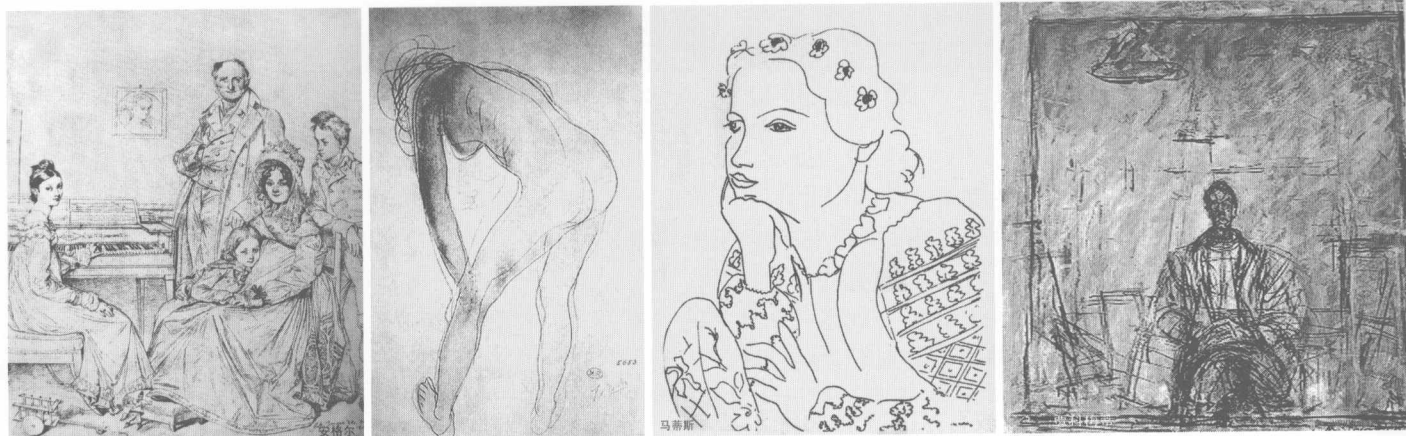


图1-4-2线描与草图 (4幅)

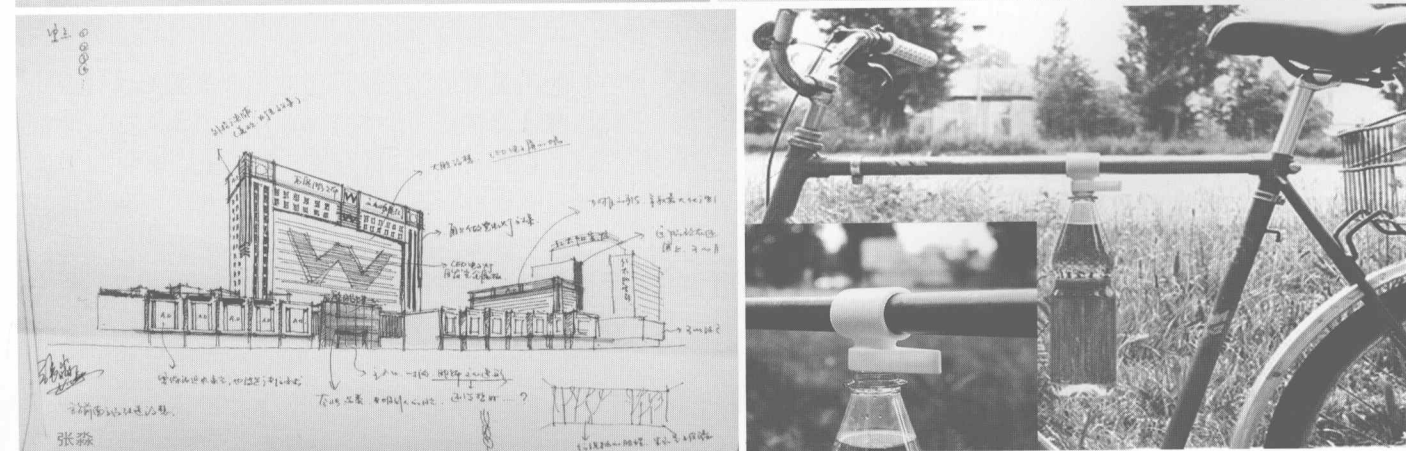
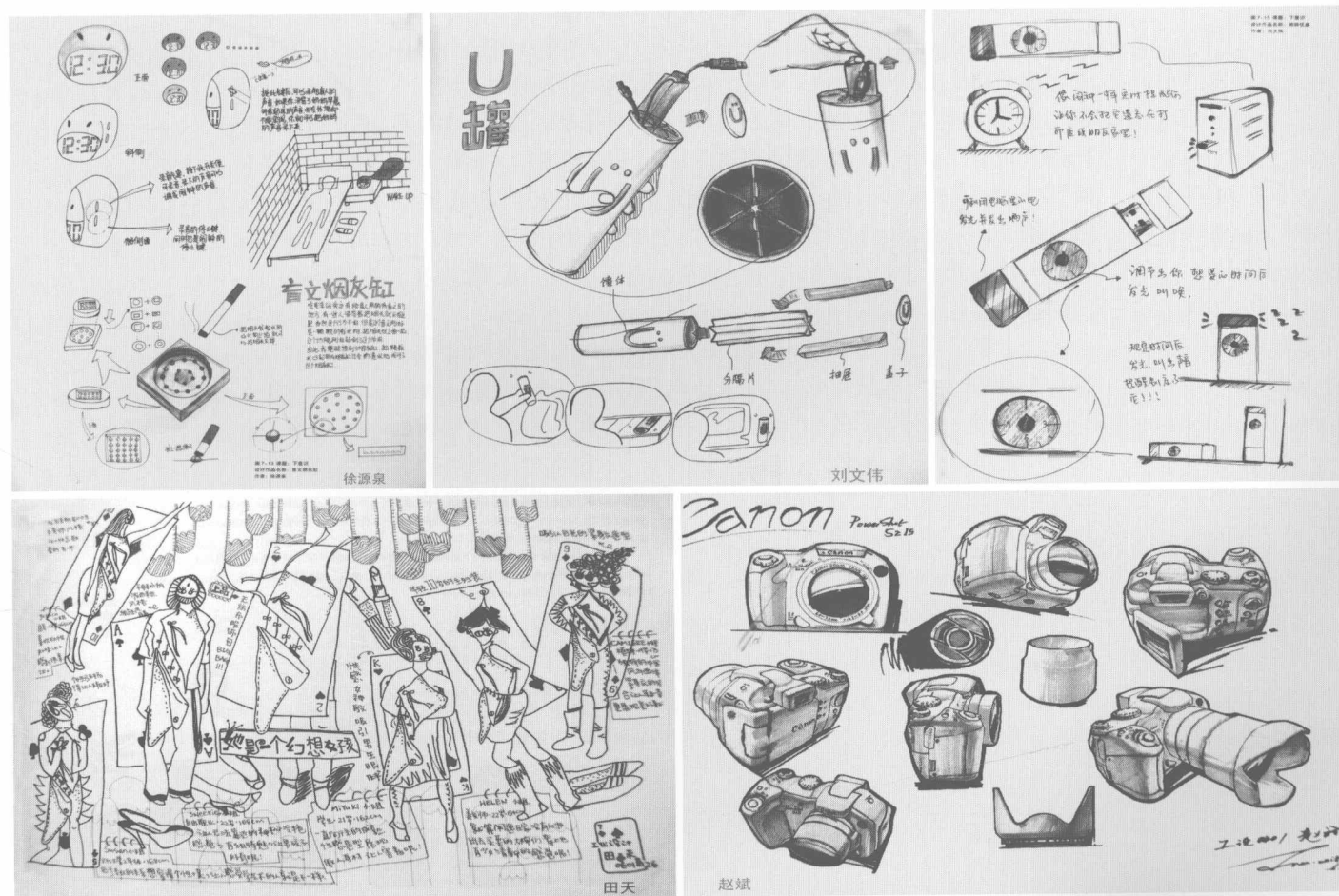


图1-4-3现代设计与创意手稿组图 (7幅)

一、勤于动手——我们知道，造型基础的训练就是对动手能力的培养，要提高自己的动手能力就必须多画，要通过动手达到积累经验进而提高造型能力和形象思维能力的目的。从抓速写训练入手是提高徒手草图能力的一个非常行之有效的方法。凯瑟琳·奥米拉曾经说过：“速写是一种徒手的技艺，它成为心灵的一种工具。为了记录一个空间，速写过程是发现秩序的一种途径。在观察一个地方的时候，一种形象可以引发出许多速写。由于这些速写是对现象的抽象，因此，它们也就形成了思想。用图像思考就是一种对话：速写是思想的源泉，速写是思维的记录，速写就是用铅笔来思考。”在大量的速写过程中，训练了观察、思考、分析、审美、创作等多方面的能力。一方面积累了创意素材，另一方面得以提高视觉思维能力、想象创造能力、绘画表现能力等综合素质。

二、精于临摹——也是一个提高徒手表达能力的很有效的方法。根据各个专业方向的不同特点，选择不同的范本进行临摹。比如，学建筑、环境、景观设计的，在造型基础阶段就可以临摹一些大师的建筑速写或他们画的建筑、环境、景观设计效果图，初步掌握大师的创意思想和绘制技法，慢慢融入自己的造型基础里去。古代中医诊断病情的“望、闻、问、切”是一个由表及里的过程，而要提高自身的徒手绘画能力也要做到“看、临、思、练”这种“用心观察、不断思考、临摹学习、刻苦训练”的积累过程。

三、善于积累——也是提高自身创意能力必须要做的功课，尽管目前各种数码拍摄、光盘记忆、网站下载都非常方便快捷，但真正能将资料“装”进脑子的最有效方法是把生活中感悟到的东西动手绘制下来，利用速写本把那些瞬间的想法、信手的涂鸦、一些有意的图形和感悟生活的只言片语，甚至是有意思的稍纵即逝的梦境，用徒手草图形式记录下来。这种由眼到脑，再由手到画面的记录过程会使人记忆深刻，这无疑是培养敏锐的眼光、形象思维能力、创新思维能力最有效的方法和途径，也是作为一个设计师所必须具备的良好习惯。

思考题：

1. 徒手画与创意思维的关联在哪儿？它们互动的机理是什么？
2. 如何从系统的、有规律的认识方法中强化设计观念，并逐步形成设计意识？

第二章 观察与思考

GUANGCHA YU SIKAO

“如果你有一双善于发现的眼睛，从路边的一朵野花，就能看到美丽天堂，你会感觉世界无处不美景；如果你拥有一颗善于发现美的心灵，从海边的一粒沙子，就能领悟奇妙世界，你会发现周围的世界是那么具有诗情画意。”

——英国浪漫主义诗人威廉·布莱克

“所谓大师，是这样的人，他们用自己的眼睛去看别人见过的东西，在别人司空见惯的东西上能发现出美来。”

——法国雕塑大师罗丹

第一节 不寻常的眼睛——观察与感受

从对自然物象的感知到对造物形式、结构、形态的认识，从客观再现到独具生命的“新形象”的创造，从对自然的具象描摹到抽象意识的形成，都离不开一点——那就是人们用自己的眼睛对大自然的观察，对生活的发现，创意是发现来的！发现就是一个“看”的过程，是一个体验的过程，也是一个考验你的眼睛敏感度、审美意识高低和文化积淀厚薄的过程。会“看”是每个艺术家和设计师所必备的素质，只有会看才能有创意。作为一名设计师，必须习惯于从多个角度观察事物，并坚持不断地培养自己的观察能力和逻辑思维能力，进而提高自己的创造意识。

设计属于视觉艺术的范畴，“视知觉”研究在其中占有很特殊的意义。大多数形象和信息都是通过视觉获得，艺术家和设计师通过对大自然和社会生活的观察、感受、体验取得了对物象形态、结构、语言以及细节的认知。但形成这种认知并不是一件很容易的事情，同一种物象或形式在不同人眼中会有不同的反映，也就像同样一块色彩放在不同的色彩环境中会产生不同的色彩效应一样。作为一般的欣赏者来说，他们只需要接受美的对象，而创造美的艺术家和设计师，则要懂得“看”，要在别人司空见惯的东西上发现美。他们的眼光应该具有“不同常人”之处，应该感知常人不能感受到的东西。“也就是说，大脑如果得不到关于在时间和空间中正在发生些什么事情的信息，它就一筹莫展，什么也想不出来。然而，假如大脑中搜集到的信息，仅仅是某种对外部世界中事物和事件的纯感性反映，或一些未作任何加工的原材料，同样也毫无用处。”^①

大千世界，林林总总会永无休止地向我们的眼睛扑来，不断地刺激我们的视觉神经，但它们决不会告诉我们什么是有用的！那就需要我们睁大眼睛去审视它们，用自己的理解在这些事物的呈现中发现不一般的东西，捕捉我们创造新形象所需要的东西。弗洛伊德则把这种发现归结为性本能的力量，“对人的日常生活的观察使我们知道，很多人成功地把他们性本能力量的相当重要的一部分引向他们的专业活动。性本能特别适于作出这类贡献，因为性本能具有升华功能”。生活中的各种表象升华为形象语言，是通过各种不同的“看”和“发现”来获取的，通过各个层面去捕捉形象语言，把观察融进造型，观察与形象思维相结合，就能同时提高我们的眼光和创意思维。这里用了“发现”一词，这是本教材的关键词所在。在数字化时代，电脑能轻而易举地让我们掌握任何造型技术。因此，如何提高发现性的“眼光”，从而启发创意，发现设计，就成了我们设计基础训练的重中之重。

一、一流的眼光与一流的设计

设计者的眼光要区别于普通人，也就是说要有一双“非同寻常的眼光”，就要改变固有的观察方式，在平凡的事物中探求存在于表象之下的真实本质。要看别人看不到的东西，努力从“寻常”中发现“另类”。这就要求我们主动看、多看、深入看、全面看、细致看，眼光就是在“看”中提高的。忽略了观察，以致对于身边的事物熟视无睹，宁愿坐在电脑前“闭门造车”，那何谈提高“眼光”。当然，眼光的高度是无止境的，理论滋养和实际训练是关键。提高眼、脑、心、手的联动性，通过练手达到练脑的目的。

会“看”是创意基础训练的关键，“眼光”的高低决定着设计水平的高下。“红顶商人”胡雪岩有这么一句名言，“如果你有一乡的眼光，你可以做一乡的生意；如果你有一县的眼光，你可以做一县的生意；如果你有天下的眼光，你可以做天下的生意”。胡雪岩的这个观点与衡量现代设计师的眼光同理：如果只有三流的眼光，你就只能做出三流的产品；如果有二流的眼光，你就能做出二流的东西；如果拥有一流的眼光，你才能做出立足于天下的设计来。

①（美）鲁道夫·阿恩海姆，《视觉思维》[M]，成都：四川人民出版社 2007年版，第1页。

二、眼光与素质

眼光的高低又取决于人们的素质高低,这与人的艺术的天分、扎实的理论基础、深厚的文化底蕴甚至脾气性格都有关。既然眼光的高度与个人的素质有直接的关系,那作为设计师需要具备什么样的素质?怎样才能提高自身的素质?这是一个很复杂的话题。对一个设计师而言,除了要求在本专业方面努力练好基本功之外,涉猎广博的知识是提高自身素质和眼光的关键。有意识地进行各方面的知识积累,培养自己对事物的感受能力,在设计时才能触类旁通。有句话叫“功夫在画外”就是这个道理。只有像海绵一样不断地吸收补充各方面的“营养”,方能成为一个具有国际眼光的设计师。

另外,提升“眼光”还要从市场出发,因为设计师必须面对的是产品从设计、制造到走向市场的全过程。因此,一定要时刻保持对市场的敏锐度和适时的前瞻性眼光。只有更准确地把握市场,才能设计出符合市场需求的产品,以最经济的方式制造产品,确保最大限度的市场收益。因此,设计师应当对消费群体的喜好和潜在的消费欲望进行详尽的调研,对顾客的心理进行“精准的扫描”。通过精准的市场调研、到位的市场营销、及时接受顾客反馈这一系列过程而产生出来的设计产品必然是区域性消费欲望的再现。那么,绝大多数情况下,“如果是在一个审美意识相对不成熟的国家



图2-1-1很有创意的现代设计(10幅)

进行精密的市场调研,就能生产出不太有美感的商品在这个国家热卖;但如果在一个审美意识比较成熟的国家进行精密的市场调研,则会制造出很有美感的商品,一样会在这个国家大卖”。^①然而,设计师的潜在职责应是对区域性消费欲望的审美意识进行启发,使设计的产品在满足消费要求的同时,对消费品位也起到一定的引导作用,即所谓“美感带来的好处”——当与缺乏美感的商品并置时,有美感的商品更具有吸引力,也更能开启人们的消费意识。而这就对设计师本人的眼光与格调提出了更高的要求,一种庸俗而滞后的眼光又如何能够完成“对消费审美的引导”呢?

三、“非正常人的眼光”

在弗洛伊德的精神分析理论中,艺术家是一个与神经病患者相差无几却拥有异常巨大的升华能力的人,借助特殊的天赋,将强烈的本能欲望转化为艺术的现实。因此,艺术家被置于一种介于正常人和真正的精神病患者之间的特殊的中间地带。而较之艺术家,设计师则需要赋予更多的理性思维和社会意识。因此,在这里提出“非正常的人眼光”来说明设计师的眼光,并不夹杂任何贬义,而是对一个设计师的一种特别的素质要求。对于正常人而言,万物皆是物,是普通之物;而对于设计师而言,万物皆有灵,是创意之灵。设计师的眼光应该区别于一般的正常人的眼光,要从不同的视角看世界。在寻常的大千世界中,发现足以刺激受众的神经和吸引人们眼球的创意,没有一种“非正常人的眼光”如何能做到?正如日本当代设计大师原研哉所说的:设计不是一种技能,而是捕捉事物本质的感觉能力和洞察能力。所以,设计师要保持对社会、生活、自然形态的敏感度。设计师的观察不光是要触动人的视觉,而是要触动人的全身感觉器官和精神世界。

实际上,“非正常的人眼光”与中国古代画论中的“逸品”有着某种暗合。所谓“逸品”的基本特征是“偶合神

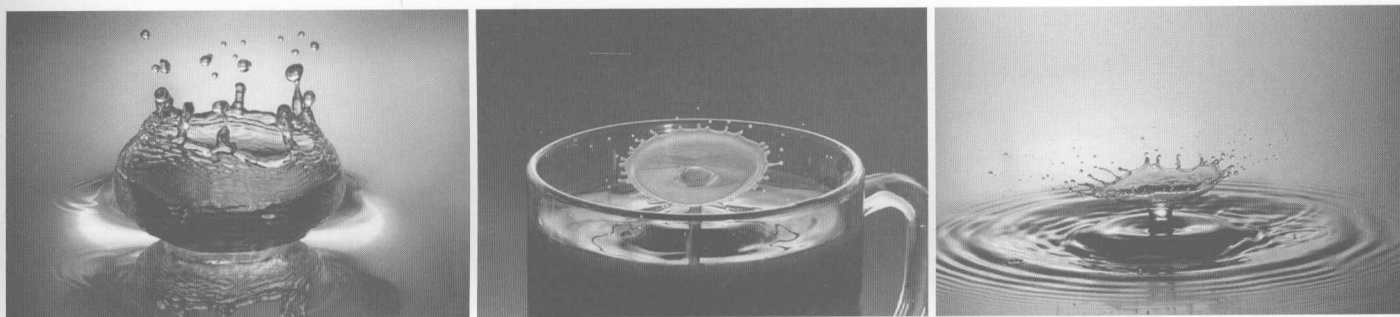


图2-1-2 高速摄影下的水滴形成的水花(3幅)



图2-1-3 瓶中变形的头像 3幅

① 原研哉《设计中的设计》[M], 济南: 山东人民出版社, 2007年版, 第134页。

交，自然冥契”，超然于单纯的技巧层面之上，达到“同自然之妙有，非力运之能成”的道学高度。而这也导致“逸品”成为艺术品体系中最难捕捉的一种格调与眼光，但凡入逸格者都有不循规蹈矩，富于变化的特质，即朱景玄所谓“逸格不拘常法”。设计师同样需要具备此种“踪任无方”的逸气、不循规蹈矩意识和“非正常人的眼光”，方能突破前人，有所创新。

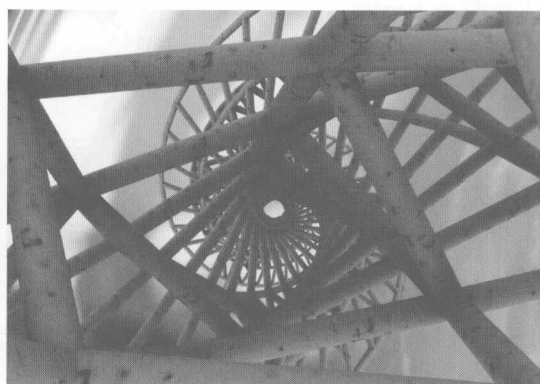
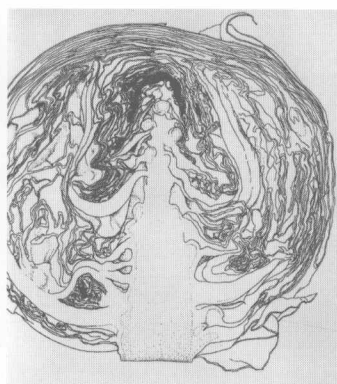
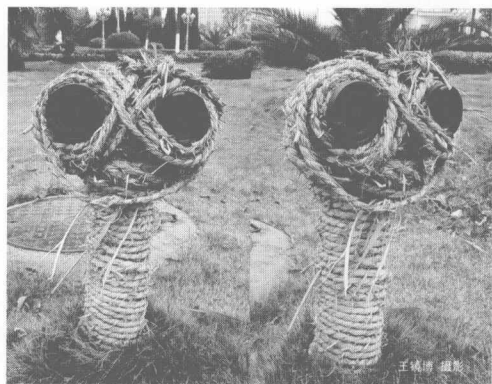


图2-1-4被发现的“ET”——包裹了的消防栓 王镜 博摄影

图2-1-5卷心菜中的发现

图2-1-6显微镜下发现的建筑

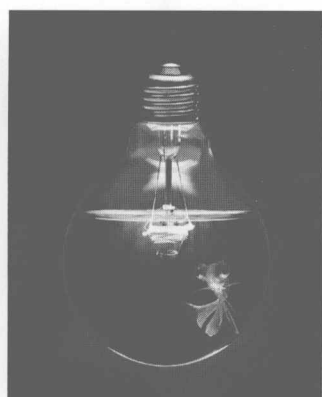
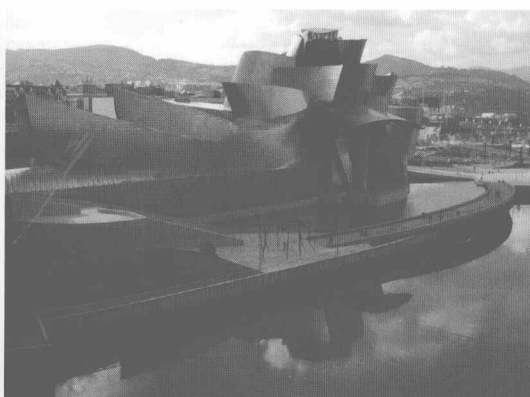


图2-1-7 奇特造型的古根海姆博物馆

图2-1-8鱼缸也疯狂

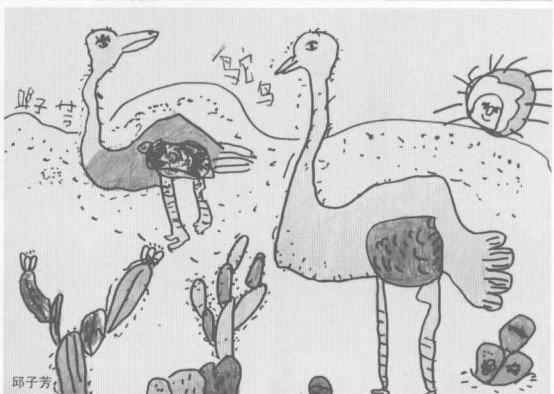
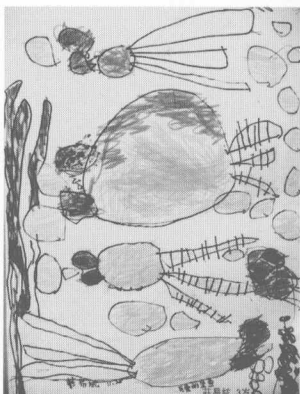
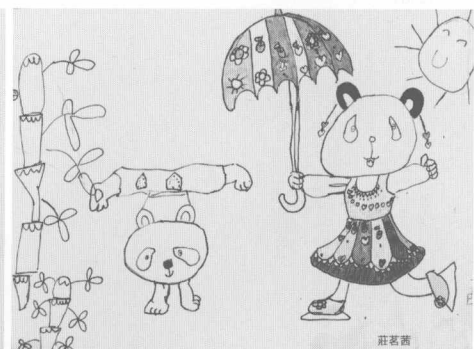
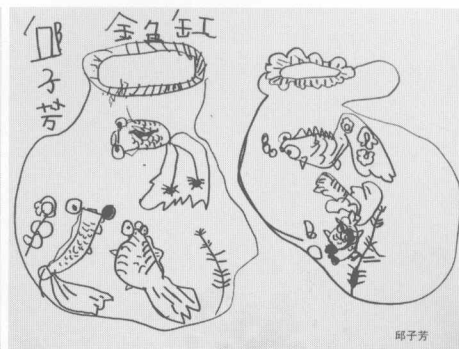
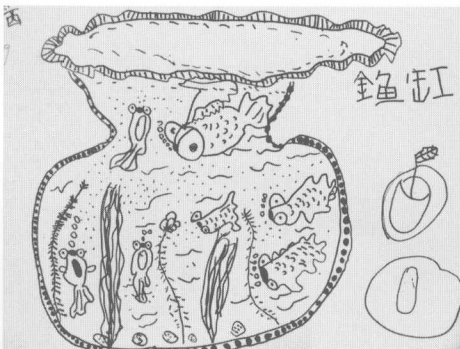


图2-1-9孩子眼里的世界 莊茗茜、莊易紘、邱子芳 画