

高等学校艺术设计类专业“十二五”规划教材
创意大师产学融合系列丛书

创意大师
产学融合

图形创意



陈云 马骏 杨伟 编著



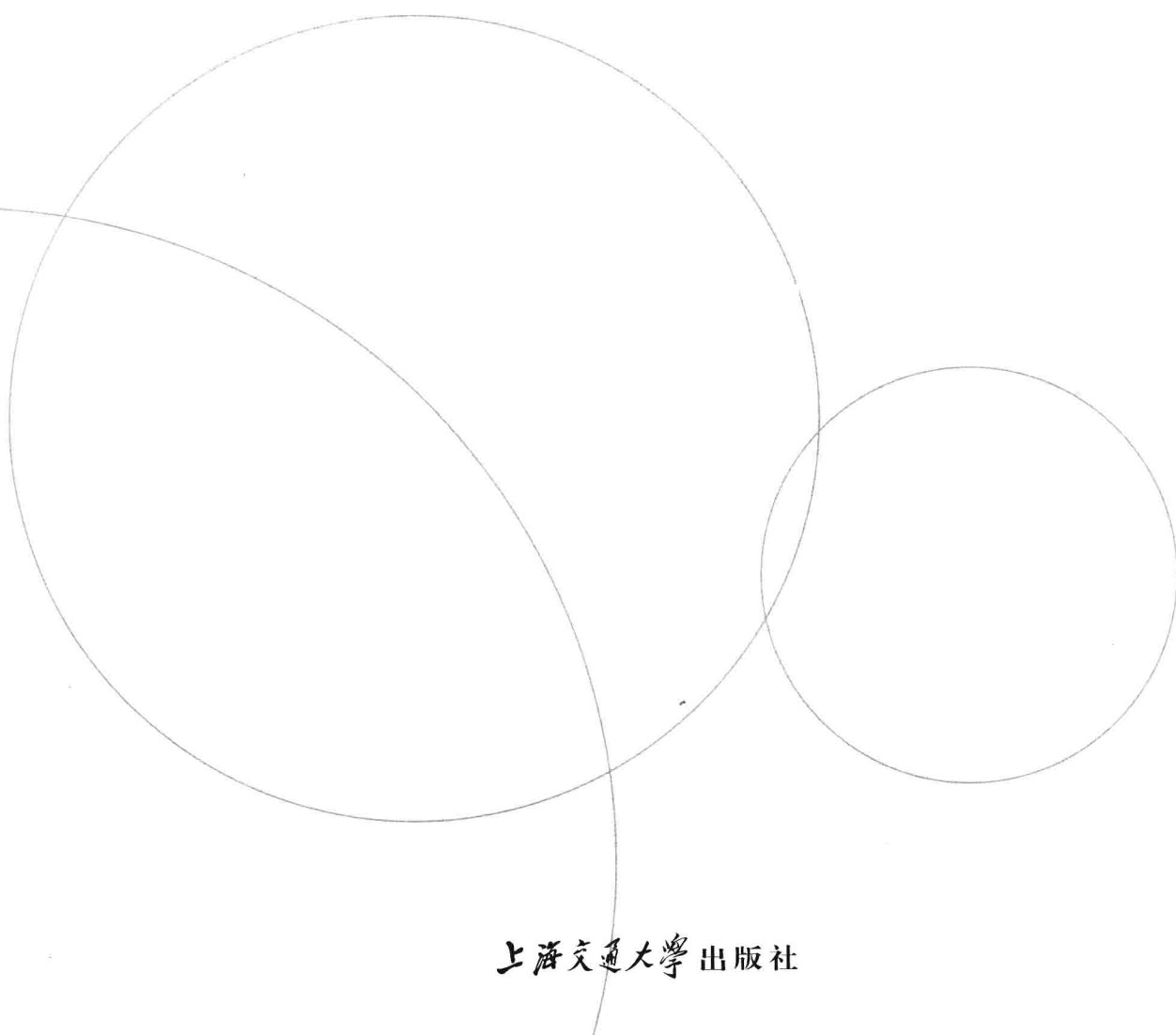
上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

高等学校艺术设计类专业“十二五”规划教材
创意大师产学融合系列丛书

图形创意



陈云 马骏 杨伟 编著



上海交通大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

图形创意 / 陈云, 马骏, 杨伟编著. — 上海: 上海交通大学出版社, 2012

ISBN 978-7-313-08779-9

I. ①图… II. ①陈… ②马… ③杨… 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(2012)第162337号

责任编辑 孙 侠 陈杉杉

设计总监 赵志勇

装帧设计 郁 悦

图形创意

陈云 马骏 杨伟 编著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路951号 邮政编码: 200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

业荣升印刷(昆山)有限公司印刷 全国新华书店经销

开本 787mm×1092mm 1/16 印张 11.5 字数 250 千字

2012年7月第1版 2012年7月第1次印刷

ISBN 978-7-313-08779-9/J 定价: 48.80元

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系
联系电话: 021-52711066



自序

PROLOG

数字化时代的属性决定了当下人们的阅读习惯和审美态度，快节奏的生活方式似乎让人们失去一些平和和耐心，当社会的高速发展裹挟着泛滥的海量信息蜂拥而至时，大家已经缺少了梳理消化的心情和热度。在这样一个时代，要想让人记住你的演说与观点，已不是那么容易了，一目了然的直接或许使大家还能注视你片刻。有人说这是一个快餐式的“读图”时代，但在大量的超饱和的图片信息面前，我们也已是意趣阑珊，普通的图形已不能激起人们过多的阅读欲望，这就需要在创造一个个图形时要有更多的耐心，付出更多的心思，真正做到让创意抓住眼球，让视觉确定存在。

“图形创意”是近二十年来新诞生的一门设计课程，该课程是在大量的艺术与设计实践基础上、在当前过量信息造成的粗放阅读和审美疲劳的狭缝中，自觉而生的一门课程。现在几乎所有大学艺术设计专业学生都必须学习这门课程，并做相关的课题训练。图形创意最大的魅力在于创意，而最大的难处也在创意，因为创意不是在苦等中“等”来的，也与稍纵即逝的灵感无多大关系，它是综合知识、前人经验以及自我实践长期积累的感悟结果；它也许在瞬间诞生，却不是在一瞬间孕育的；它也不是个人感觉的简单再现，更不是理性的直接产物，否则图形创意会成为枯燥无趣的噱头。此外，图形创意要尽量做到忠于视觉而又超越视觉，从形、意、文化、寓意、哲理等角度入手，深度展示图形创意的广度和厚度，使创意后的图形呈现出独特的趣味性，或诙谐，或幽默，或深沉，或寓意深刻，或说理独到，体现出独特的思想蕴藏，丰富图形的外延与内涵。只有真正懂得创意的真谛，才能深刻体会到创意的无极限和快感。

本书在编写过程中，得到了武汉工业学院艺术与传媒学院的老师和学生的大力支持，并为本书提供了部分作品，在此表示感谢。

由于编者水平有限，时间仓促，本书编写还有一些不尽如人意处，希望广大专家、读者能提出宝贵的修改意见，在此不甚感激。

编者
2012年5月

内容介绍

本书稿包括特定元素的联想和创意，形和影，同构图形，正负形，悬念图形，图形创意在设计中的应用等。在涉及到具体的创意母题时，本书稿有时从大家最熟悉但又最熟视无睹的对象入手，例如手指、鞋子、水果、人体部位等，赋予它们全新的生命力；有时则以传统文化、世界优秀文化作为母体，例如水与火、传统器型、世界名画等，从中汲取养分，提升创意的文化深度和思想含量；有时则对生命力强大的创意法则进行深耕，例如正负形、形和影、同构等。

本书稿适用于高等院校艺术设计专业学生，也可作为设计公司、职业设计人的参考用书。

作者介绍

陈 云

先后毕业于湖北美术学院美术教育油画专业和武汉理工大学公共艺术设计专业，文学硕士。现任教于武汉工业学院艺术与传媒学院。出版学术专著两部，文学著作1部。

马 骏

华中师范大学美术教育专业文学硕士。武汉工业学院艺术与传媒学院教授。出版画册、学术专著多部，作品多次参加展览并获奖。

杨 伟

毕业于广州美术学院平面设计专业。武汉工业学院艺术与传媒学院教授。出版学术专著多部。



目录

content

• • • • • ●	第一章	在视觉的中心——关于图形的创意与联想	1
• • • • • ●	第二章	从游戏到创造——特定元素的创意与联想	7
• • • • • ●	第三章	表里始终如一——形与影的创意与联想	13
• • • • • ●	第四章	统一与对立——同构图形的创意与联想	17
• • • • • ●	第五章	共生与排斥——正负形的创意与联想	23
• • • • • ●	第五章	残缺与刺激——悬念图形的创意与联想	27
• • • • • ●	第七章	让图形说话——图形创意在设计中的应用	31
• • • • • ●	第八章	创意的乐趣——图形创意作品欣赏	43
• • • • • ●	参考文献		178



第一章

在视觉的中心 ——关于图形的创意与联想

有人说21世纪是读图的时代。数字化时代快节奏的生活充斥着各种各样的信息，在铺天盖地的信息面前，人们没有更多的时间去一一梳理和消化，也没有更多的精力去将这些信息去伪存真。在众多信息里面，图片信息无疑有着文字信息无法比拟的阅读优势。通常情况下，图片或者图形以其直观、简洁、便捷、明确的阅读属性，给受众以轻松而人性化的感受；同时，图片不仅能传达大量有效信息，有丰富的视觉表现力和很强的欣赏性，给人以视觉的享受，并引发心理上的认同，甚至激起心灵震颤。由此可见，图片信息的转载在很多时候甚至超越了图形的本身，形成人类心灵沟通和交流的纽带。

在林林总总的设计活动中，当一出设计呈现在人们眼前时，按照人们通常的阅读习惯是先看图片，然后阅读标题，再追索正文或者其他辅助信息。因此可以说，在设计活动中，图形不仅在很大程度上决定着信息的承载量，而且对设计的成败起着举足轻重的作用，图形也因此成为了视觉的中心。

在中外设计活动中，很多经典的设计都强调图形的简洁、明确、形象、深刻，力求把丰富的信息量，深刻的寓意，丰厚的文化，强烈的视觉效果，以独到新奇的视角切入，给受众以强烈的印象和冲击。很显然，不是所有的图形或者随便一个图形都能拥有如此功效，这需要设计者在图形的处理上进行艺术加工，紧扣设计主题，对图形进行创意和联想。

在上古时代，人类先祖对图形的联想意义已经有了天然的领悟和感性的认识，他们赋予不同图形样式以变化，从而获得强大的视觉力量、精神力量和生命象征。神话传说的人类始祖女娲，她的身体就是一次图形的解构与重构的表达，女娲的头部是女人形，而身体则是蛇身。在远古洪荒，人类对自然有着一一种天然的敬畏与恐惧，对自然界强大神秘的物象和现象既害怕又神往。人面蛇身作为一种神秘力量和法力象征，非常吻合人类始祖的身份。此外，新石器时代的人面鱼纹盆（图 1-1），中国传统形象中的龙、凤凰、麒麟，商周时期青铜器上的某些纹样，

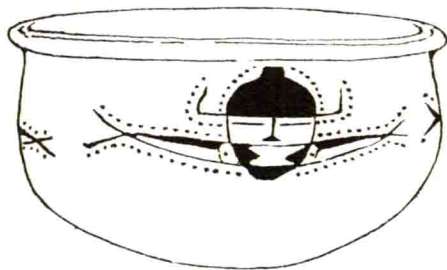


图1-1 人面鱼纹盆

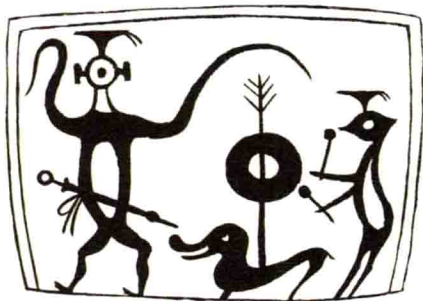


图1-2 曾侯乙墓鸳鸯盒漆器上的演奏者和起舞者图



图1-3 汉代画像石中带翅膀的“鸟人”

湖北曾侯乙墓鸳鸯盒漆器上的演奏者和起舞者(图1-2)，汉代画像石中带翅膀的“鸟人”(图1-3)形象等，都是对图形独到的见解和应用。在域外其他文明里，我们同样能看到许多这种借图形的创意变化，从而达到某种象征意义的文化应用，古埃及法老陵墓前的狮身人面像巨型雕塑，古希腊神话体系中的人面兽身或者兽面人身等。这说明不管是何种文明程度，也不管在什么文化环境里，图形的创造活动是人类视觉和心灵的一种本能活动，是情感的一种自觉释放。这些视觉创造活动不仅丰富了各自文明体系的内涵，也让人领略到了图形创意的强大文化魅力。

图形作为设计的一种表现形式以及作品中最敏感和倍受关注的视觉中心，无疑具有不可比拟的强大视觉效应和思想蕴藏，而优秀的设计作品都是以其独特的图形语言准确而清晰地转述设计主题，其间无不蕴涵设计者的心灵世界和精神向往的全部感情。德国当代著名的视觉设计大师霍戈尔·马蒂斯说：“一幅好的招贴，应该是靠图形语言说话，而不是靠文字注解。”设计中，图形语言追求的是以最简洁有效的元素，来表达富有深刻内涵的主题，好的设计作品甚至无须要任何文字注解，只需看图形就能让受众迅速理解作者的意图，传递着作者的设计观和思想观。在任何设计中，特别是平面设计中，如果没有文字注解，光靠图形让受众透彻理解设计者的思想，有时是一件比较困难的事情。而事实上，设计史上很多经典的设计作品能将图形符号在视觉上和文化上做到极致，确实难能可贵。当然，这个过程非一日之功，优秀的设计者更多呈现的是思想，是对世界的态度，是一种心灵自我需求的自然表达，而不是在技术上过度渲染。

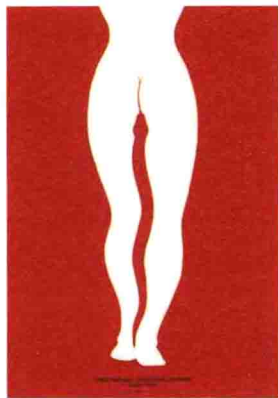


图1-4 德国设计大师德雷维斯基·雷克斯的广告招贴



图1-5 预防爱滋病的招贴



图1-7 反战招贴一/福田繁雄

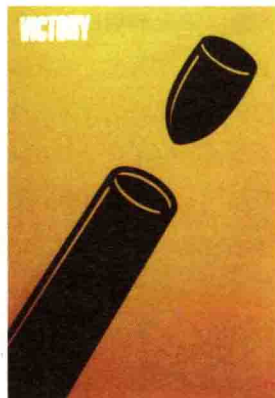


图1-8 反战招贴二/福田繁雄



图1-6 骷髅与白鸽



作品点评：

图1-4是德国设计大师德雷维斯基·雷克斯的广告招贴，设计师巧妙地运用正负形，一线两用，将女

性温柔的特性以及基督文化中蛇与女性的关系表现得恰如其分，在图形里，人们看到了柔美的女性形象，轻盈游动其间的蛇，而蛇与女性的气质相得益彰，互成因果。此外，图中蛇与人体的分界线浑然天成，线形随着视觉的变化而起伏。显然，这样的图形创意在世界上都能获得人们在认知和情感上的共鸣，特别是在中国，美女蛇也是人们熟知的一种文化符号，看到图后，大家也许会会心一笑。图1-5与图1-4有异曲同工之妙，如果说图1-4体现更多的是文化含义，那么图1-5的警世意味则要强烈许多，反映了设计师对人类生存状态的普遍关注。爱滋病是人类沉重的话题，在当今，爱滋病控制与预防成了世界性课题，怎样预防爱滋病，关爱生命也成了世界各国关注的重大话题。该图同样运用正负形，一形两体，让人感受到生命的不能承受之轻，以及人类所面临的责任。

战争与和平是永远不会衰竭的话题，关于这类的创意设计，有很多经典的作品可使我们强烈地感受到战争的残酷与和平的珍贵。整个人类史，也可以说是一部战争史，在国家利益和集团利益不可调和时，战争成了最简单和最有效的武器，有人好战，也总有人反战，因为战争最大的受害者永远是普通老百姓。即使在当今所谓的“文明世界”，战争也并没有离我们远去，只是战争的理由更加动听，更加冠冕堂皇。很多优秀的设计师在反战以及人类普遍价值和情怀的关注

方面,为我们创造了很多优秀的作品,这些作品对人类而言既是警醒,也是督促。图1-6运用同构的表现形式,表现的是在深邃望不到尽头的黑色背景上,一个恐怖的骷髅和一只温和洁白的鸽子组成的复合体。骷髅代表罪恶的战争,而鸽子代表的是美好的和平,于绝望之中透着希望。战争的话题没有终止迹象时,恐怖的白骨还将继续叠垒,和平有时很脆弱,但其普世价值总能让人们看到鸽子飞翔的曙光。

日本著名的设计大师福田繁雄在战争与和平题材上也创作出许多经典的设计(图1-7、图1-8)。20世纪70年代,美国陷入了旷日持久且看不到尽头的越战泥潭,美国国内和世界各地掀起了声势浩大的反战示威活动,作为日本著名的海报设计师,福田繁雄将自己的关注视角对准了这场战争,设计了一系列的反战海报。这些海报简洁大气,思想透彻,观点明确,图形直接,语言洗练,再多的话语也似乎抵不上这质朴而直白的图形诉说。

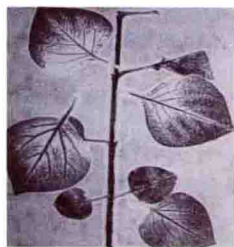


图1-9 图案图形



图1-10 摄影作品图案



图1-11 民间图案图形



图1-12 瓦当上的图形

图形有广义和狭义上的区分。广义上的图形即传统意义上的图形,包括符号、图案、标志、摄影、绘画等,例如远古彩陶文化中出现的象形符号以及一些图像符号、指示符号、象征符号、图式、民间图案、纹样、图腾,甚至一些摄影、绘画作品等,都可算作广义范畴的图形(图1-9至图1-12)。

狭义图形特指现代创意图形,它是一般图形的特例和发展,是一种特殊的视觉化、传递信息的符号,属于艺术形态,是意识、艺术和技术的组合,是艺术的再生形态和艺术的再模仿以及再升华,它给人一种视觉化的激情,体现着强烈的创造力和表现力。创意图形侧重视觉冲击力和引人注目,其内涵是创新和创造,是建立在新奇的想象、大胆的联想以及逆向思维基础之上的艺术再创造。它区别于标记、标志、图案以及某些影像和绘画,它既不是一种单纯的标识、记录,也不是单纯的符号,更不是以单一审美为目的的一种装饰,而是在特定思想意识支配下的对一个或者多个元素组合的一种含蓄刻画和表达形式,有时以富有深刻寓意的哲理给人以启示,有时则是以特别的方式诠释着新的文化蕴藏(图1-13、图1-14)。

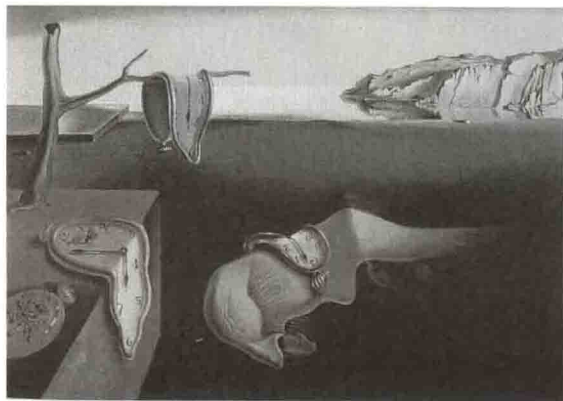


图1-13 达利的作品



图1-14 以特别的方式诠释内涵

创意与联想，是设计的两只翅膀。

创意是设计的灵魂。创意是需要条件的，这不仅需要设计者具有想象力、知识、学养、方向、动机，还需要有满腔的热情和坚定的意志。创意能力是一个人能否完成活动的个性特征，而人的创意能力的强弱在大程度上是以能否很顺利完成某项设计活动为衡量标准的。图形创意能力的发挥是由记忆力、观察力、想象力、思维和注意能力，以及听觉、运算、鉴别能力和组织能力等彼此关联、共同发挥作用的。图形创意不是稍纵即逝的灵感，是对知识、前人经验以及自我实践等长期积累的感悟结果，也许在瞬间诞生，但

却不是在一瞬间孕育的；图形创意更不是简单感觉的再现，也不是理性的直接产物，否则，创意成了枯燥无味的噱头。

联想是在原有感性形象的基础上，结合创造能力设计出新形象的思维过程。联想的表达不受任何空间的限制，在图形的创造过程中，通过联想可以使无生命的物象获得新的活力，以生命的形态取代无生命的物象，用不合理而合情的联想组合方式，从而获得极具想象力的新形象。

创意和联想都是图形设计的关键，是视觉传达设计中不可或缺的组成，是决定设计成败与否的重要条件。通过创意与联想的思维训练，达到对形态的深层面的认识与感悟，才能使想要传达的信息更为有效地、准确生动地、直观地反映于作品之中，使受众被感动和感化，从而产生共鸣。

在图形的创意和联想过程中，需要强调的是创造的观念，而不是去追求生活的真实，需要注重的是视觉意义上的艺术性和合理性。因此，在进行图形的创意与联想时，要根据自己所要表达的内容主题，打破时空界限，在构思中天马行空，最大限度激活艺术想象。有了不拘一格的思维模式，不论形与形、形与意，还是意与意、事与事，才会有了用形转述设计理念和情感的载体。很显然，这个转换过程并非简单的罗列和堆砌，而是深层次、多角度地寻找它们在最佳状态下的体现，找寻生活中似乎互不关联的事物之间的相关因素，在共性中找出个性，制造个性。创造反常规的手法，相互展现个性，将共性物合二为一，重新组合，使形象从立意到形式，都千锤百炼，具有明确、精练、象征性强、包容性广、一形多意、一意多形、富有深度哲理和文化包含的特征（图1-15至图1-17）。



图1-15 世界名画之联想图形一

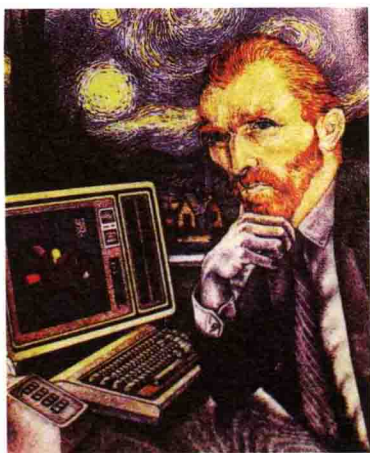


图1-16 世界名画之联想图形二



图1-17 《非洲轮盘》/冈特·兰勃



作品点评：

图1-15是一张在世界名画的基础上联想而成的图形，让人过目难忘。作品将法国著名画家米勒的“拾穗者”置换成一群“环保者”，在麦地里拣拾垃圾。环保一直是一个世界性话题，当西方国家的环保问题得到相对合理的解决后，发展中国家的环保问题则变得紧迫起来，这也是近年我国环保题材的招贴大量涌现的原因，这突显了现实，也体现着设计者的良知和责任。该海报以一种有意味的联想方式，既达到了宣传环保的目的，也暗示现代文明对自然的粗鲁破坏以及作者的态度。此外，海报的母体来自世界级艺术大师的经典作品，读者印象深刻，会更加加大对环保的关注力度。

图1-16也是一张在世界名画的基础上联想而成的图形。作者以凡·高的“星空”作为背景，前景人物则是凡高的自画像，整个场景置身在当代的信息社会中。这种穿越时空的错置，出其不意却也合情合理。这种知名形象的组合，让人印象深刻，说明信息社会无孔不入，无所不在，同时体现着强烈的艺术情怀和人文精神。

图1-17是德国世界级视觉诗人冈特·兰勃的招贴《非洲轮盘》。冈特·兰勃的作品揭示现代社会中的种种虚假和腐败，追求一种具有深刻内涵的浪漫主义情怀，其作品通常将生活中最平凡的物象升华为作品中非凡的思想和感情，他的作品具有严肃性、完美性、情绪鼓动性和非同寻常的表现力度，其凝聚着诗情画意的图形语言，非文字可以确切表述和描绘。

“非洲轮盘”具有血淋淋的视觉震撼，残损的手掌，白色的绷带，涸迹的非洲血色地图，寓意着非洲的现状：战乱、种族、贫穷、疾病、困苦，这些无不昭示着非洲残酷的现实，没有人在这片血色面前能平静坦然，它呼吁着人们，应该给予这块土地更多的关注和支持。

第二章

从游戏到创造——特定元素的创意与联想

创意的开端往往是从游戏开始的。从游戏发端，再到模仿，既而联想和创造，这是图形创意一个十分必要的过程。当然，有了这个过程并不意味着能产生优秀的创意图形，衡量优秀创意图形的标准除了在视觉上具有强有力甚至震撼的效果之外，还一定需要作品具有耐人寻思的哲理意味和深层的文化蕴涵。在此基础上，才能产生艺术的流派和设计的大作。

在图形创意的初期，设计者不可能立刻就创造出完美的图形，这需要有一个较长状态的酝酿期。在这个初期过程中，人最好能有轻松的心情，平和的情绪，这样才能积聚创造能量，打通创造思路。

在这种状态下，我们对图形的创意很可能有一种游戏性质，但这并不是什么不可思议的事情，我们这时候创意出来的图形很可能没有任何意义，也不能给人深沉的理性反思，也没有多少文化上的东西要告诉别人，仅仅是一种好玩或者有趣，或者在视觉上给人的新奇和怪

诞而已（图2-1至图2-5）。这种感性状态下创意的图形正是创造出深度作品的基础。

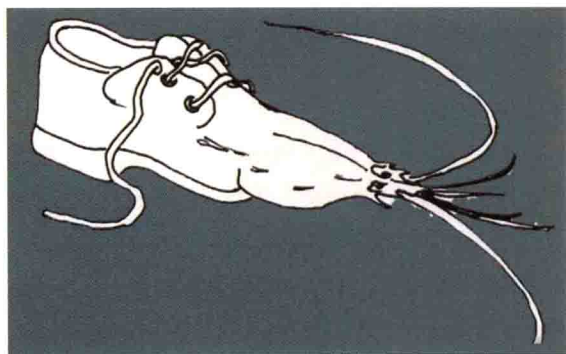


图2-1 创意图形一

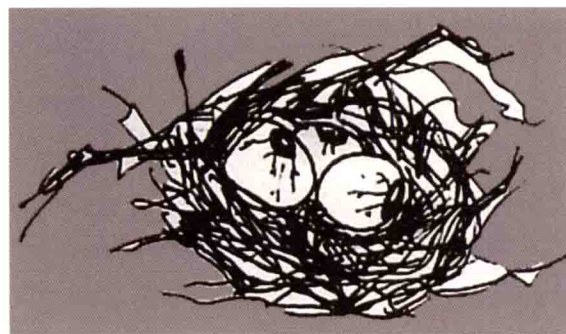


图2-2 创意图形二



图2-3 创意图形三

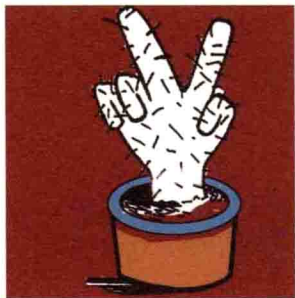


图2-4 创意图形四



图2-5 创意图形五



作品点评：

图2-1至图2-5是一组图形作品，这5份创意在一定程度上具有游戏性质，作品不追求过于玄奥的哲理，也无意去承载过多的文化含义。作品更多是在一种感性状态的直接联想，例如把翅膀联想成鞋，把眼球联想成鸡蛋，将仙人掌想象成手掌。或同构、或置换，讲究同构对象形的相似或者意的接近，充满轻松、活泼、愉悦的视觉效果，传达着作者的想象力和图形创意的表达能力。

从某种意义上说，模仿也属于游戏的范畴，只是这种模仿比起游戏来，显得更加“规范”，更加有迹可循和有规可依。

模仿也是我们获取有效图形创意的途径，作为最原始、最具有生命力的设计思想，模仿为设计者提供着一种便捷而有趣的学习行为。模仿型

的设计思想具有传承性、普遍性和持久性，人们以某种原形为参照，在此基础上进行变化。一切文字、图形、物像以及各种符号和自然形态，既是自然的恩赐，又是思维的产物和思维的载体，同时也是人们进行思维再生产的原形和源泉。模仿是创造技术，又和美学和心理学有直接的联系。在运用模仿法时，要特别注意模仿不是创造的目的，而是激发创意的一种手段。当我们思路阻塞、灵感枯竭时，多阅读一些资料，多与人交流，有助于发现可供参考的模仿对象，它就像催化剂一样，指挥头脑产生剧烈的化合效应，从而开出美丽的创造之花（图2-6至图2-9）。

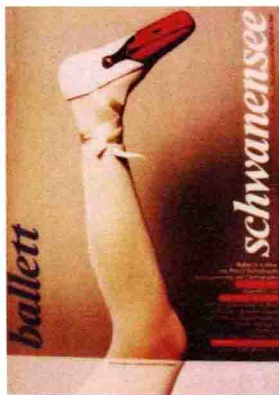


图2-6 《天鹅湖》/戴尔戈·马蒂



图2-7 模仿《天鹅湖》招贴的图形

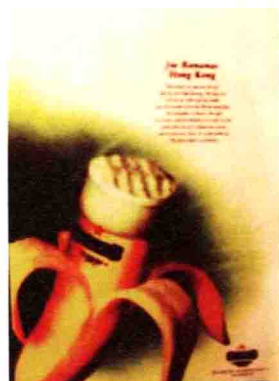


图2-8 喜力啤酒广告

图2-9 模仿喜力啤酒广告
的图形



作品点评:

图2-7是模仿图2-6而成,两图都是采取了同构的表现手法。图2-6是设计大师戴尔戈·马蒂斯为芭蕾舞剧《天鹅湖》设计的招贴,芭蕾舞演员轻盈的脚、优美的腿与天鹅的形象重构,并配合文字,使招贴的信息内容在视觉和心理上进行双重诉求。图2-7在视觉上借用了图2-6的外在形式,基本上达到了手与脚的和谐同构,虽无多少新意以及文化上的含义,但借鉴模仿名作,无疑是开启创意思路的一条有效途径。

图2-8是喜力啤酒的广告,初看该广告,似乎并无过多让人振奋的兴奋点,只是该广告的创意已经很早,有着其特定的渊源。图2-9从香蕉里伸出张开口盆大口的猛蛇,视觉效果奇绝,令人观叹,因为没有像喜力啤酒这样的特定背景,所以该创意就失去了根基,而事实上,虽是模仿,该图形创意自有其生动的地方。

日本哲学家将创造活动分为两个阶段:第一个阶段为人的初期创造活动,主要依赖模仿原形;第二个阶段是在模仿创造的前提下,进行再创造,为后期创造活动。在图形的创意和联想过程中,在运用模仿法进行创作时,不应受模仿资料和原型的制约,更不能翻版,而是将创造性的思维方式与传统的原型进行继承和创新,创造出与时俱进的新形象。

作为图形的创意和联想的初始阶段,可采用基本元素和形的视觉训练、单元形的视觉想象、特定元素的视觉想象等比较便捷和容易上手的方法。如通常的基本元素和单元形,某些特定元素包括点、线、面、各种几何形,以及眼球、嘴唇、手、脚、人体部位、水、火、树叶、鞋子、内衣、表情、电脑、脸谱、条形码、各种小动物、生活中的小用具、四季等。选取这些基本元

素、单元形和特定形进行图形创意时,要考虑到这些形的广泛性、包容性、直观性、可读性以及趣味性(图2-10至图2-15)。



图2-10 利用鞋子这一元素创意一

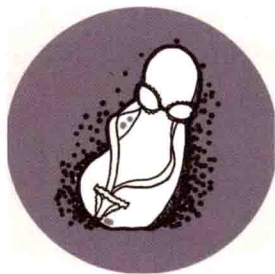


图2-11 利用鞋子这一元素创意二



图2-12 利用鞋子这一元素创意三



图2-13 利用眼球这一元素创意一

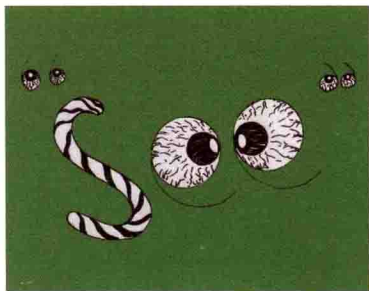


图2-14 利用眼球这一元素创意二



图2-15 利用人体元素创意

此外,以点、线、面作为图形创意的基本元素是常见的也是十分必要的,这些基本的元素,犹如一粒粒种子,包含着生命的全部,充满着活力和动力。单元形和特定元素题材比较简单,易于集中思路进行思索,这种由简入难的过程,可以使设计的初学者养成深入地、富有创建性地思考和表达的习惯。

在具体的创意方面,我们可以以下列元素作为创意母题进行一一分析,激活创意源泉和灵感,寻找创意路径。鞋子的联想与创意属于特定单元形的训练范畴。鞋子是所有人熟悉的事物,与我们的生活密不可分息息相关。在进行图形创意学习的初期,让学生以此为母题,比较容易入手。进行该训练时,需要对鞋子的不同种类、用途、材质、功能有所了解,接着再对鞋子的主要部分,例如鞋底、鞋帮、鞋舌、鞋眼、鞋带、鞋尖、鞋跟、鞋垫以及整体形状等进行分析,抓

住它们在不同情境下的形状特征、不同功能以及使用属性,展开联想,进行创意。既可以对局部展开,也可以对整只鞋展开;既可以根据形状展开,也可以根据与鞋子有关的特定意向展开,还可以根据与鞋子有关的一些典故、成语、俗语、歇后语、文化特质、符号性质展开。这类创意偏向趣味性。如果与文化结合,其思想性将会得到提升;如果与某具体的品牌结合,其创意将更具实用性和应用性(图2-16)。

手(手指)是人们最熟悉最重要的身体部位之一,它与人的生活息息相关密不可分,以此作为图形创意的母题,简洁明确,可以很容易打开学生的思路,激发学生的创意热情。在对其进行创意和联想时,我们可以从几个层面入手。首先,从手的整体外形以及各个局部进行,人手外形优美,它既是劳动的工具,也是触觉和其他感觉的延展,这个空间发挥巨大,能引发我们无穷的联想;此外,人的手指有长短,形态不同,功能各异,手心、手背、指甲、关节、手纹、经脉、手腕等局部也是进行创意的好素材,它们能衍生出更多的联想空间。其次,从手的文化层面入手,不同国家、地域、民族,都有自己关于手的文化习惯和表情,其中最具代表性的就是对手势的解读,这些手势蕴藏着丰富的含义,诸如团结、联合、友爱、力量、胜利、情爱、职责、反对、欢迎、号召、鄙视等。再次,结合某些特定的应用领域,对其进行联想创意,将单纯的趣味联想和文化解读上升到哲理意味,例如政治色彩、宗教思想、国际活动、禁烟运动、绿色环保、道德建设、行为规范等,在这些领域我们都能看到与手有关的创意作品(图2-17)。重点以手指的延展功能进行创意设计,容易入门,也容易出效果。

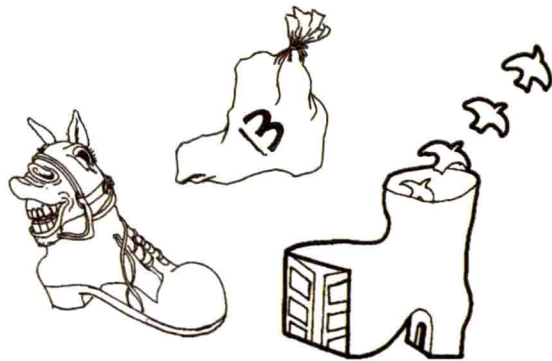


图2-16 从鞋子的局部和整体进行创意



图2-17 以手指的延展功能进行创意设计

在一切设计中,几何形是永远不会过时的

基本元素,眼球作为圆形的一种具体存在,也是图形创意课程中进行基础视觉训练的绝好母题素材。眼球是圆形的,眼球与眼睛是一体的,而由眼睛衍生出来的想象,将是绵延不绝的。这种训练元素的选取,将极大地调动学生的学习兴趣,从而更好地拓宽他们的想象习惯和视觉经验。在具体的训练方法上,我们可以把众多圆形的对象与眼球进行对比联系,发现他们的相似之处,如形状上相似,内在上有关联,引申关系的隽永意味以及其他相近或反差关系。由于眼球的联想训练是基础手段,是创意活动的开端,其目的主要是开启学生思维空间,对事物保持新鲜的感知力,所以这时候学生进行图形创意在很大程度上是一种游戏过程,并会出现模仿,甚至是重复,但这个过程也是非常重要和必须的,只有这样,他们的创意最终才会落到寓意、哲理和文化意味层面,进而达到一定艺术高度(图2-18)。

对人体进行创意和联想,容易令人感兴趣,人们对自己身体的认知远比其他事物的认知来得直接感性,关注程度也会高很多。以人体作为母题进行创意,不仅范围广,扩散得开,而且很容易激发联想,刺激创意。在具体创意方面,要求对人体不同部位的功能、形状、独特的文化含义等作深入了解,在手法上,既可以对人体部位功能和文化含义进行引申联想,也可以对人体部位的形状展开具体的想象创意,更可以两者结合。此外,在具体表现手段方面,双形同构、正负形、形与影、异变图形、元素的代替等手法都可以单独或者综合应用,形式活泼,内容多样,题材广泛,是很好的创意训练(图2-19)。

水果种类繁多,形状各异。球状的、条状的、不规则状的,其丰富的形态能给人多样的审美,其味道能给人甘甜美味的享受,其色彩也能

带给人情绪上的愉悦。用水果作为母题进行图形创意的训练,能激发学生巨大的热情和潜能,并且给学生更多的选择空间。在进行该训练时,需要学生对不同的水果特点、形状、颜色、味道、生长、独特文化含义等有一定的了解,在此基础上,再结合每种水果独特的属性,进行较深入地发掘该类水果有别于其他水果的特质,从而进行大胆的联想。在具体创意方面,由于水果种类过于繁多,可以根据自己感兴趣的水果进行选择,在颜色和味道方面,由于不具备形状的视觉优势,需要多动一些心思,从而使创意达到回味无穷,隽永清新的艺术效果(图2-20)。

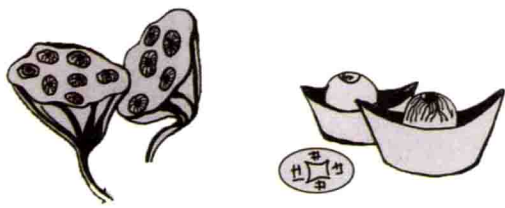


图2-18 莲蓬具有游戏性,银子则寓意“见钱眼开”



图2-19 从头颅、头发、手指进行联想,各得趣味,各具意味。其中手指与摩天大楼的结合,间接暗示劳动与建造的关系

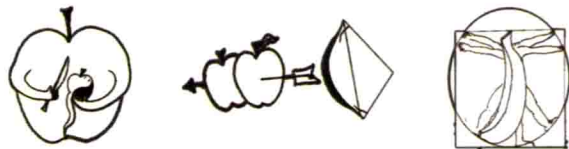


图2-20 该组的三个图形具有很强的趣味性,后两个与众所周知的文化符号结合,一个是丘比特之箭,一个是达·芬奇的名作,这样的结合加深了创意的文化涵义