

▲ 高等教育“十二五”全国规划教材

CREAT



CREATIVITY 创意探索 基于图形语言的创新设计

孙明 / 主编 赵璐 张阳 王佳琦 / 编著

VITY

人民美术出版社

The background is a light gray grid with faint, dashed lines. Scattered across the page are various geometric shapes: small gray triangles, a larger gray triangle, a gray hexagon, and several small green and gray dots. A large, bold, green 'C' is the first letter of the word 'CREATIVITY'.

CREATIVITY 创意探索

基于图形语言的创新设计

图书在版编目 (CIP) 数据

CREATIVITY创新探索：基于图形语言的创新设计 / 张阳, 王佳琦编著.

-- 北京：人民美术出版社，2014.12

(高等院校视觉传达设计专业系列教材)

ISBN 978-7-102-07075-9

I. ①C… II. ①张… ②王… III. ①平面设计-教材 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第299925号

高等院校视觉传达专业设计教材编审委员会

学术顾问：

韦尔申 刘晓华 田奎玉 李宝泉

主任委员：

孙明 常树雄 王亚非 张鹏 赵璐

委 员：

刘昕 李欣 张庆波 高驰 赵国斌 李晨 王卫东 赵国华 张东明 金明

鲁迅美术学院视觉传达专业系列教材编委会

学术顾问：韦尔申 刘晓华 田奎玉 李宝泉

主 编：孙 明

执行总编：赵 璐

CREATIVITY创意探索——基于图形语言的创新设计

出 版：人 民 美 术 出 版 社

地 址：北京北总布胡同32号 100735

网 址：www.renmei.com.cn

电 话：经典美术编辑部：(010)56692083

发行部：(010)56692185

编 著：赵璐 张阳 王佳琦

责任编辑：吉祥

版式设计：赵璐 吉祥 王佳琦

封面设计：赵璐 吉祥 黄林

责任校对：马晓婷

责任印制：文燕军

制版印刷：影天印业有限公司

经 销：新华书店总店北京发行所

2015年6月第1版 第1次印刷

开 本：787mm×1092mm 1/16 印 张：21.25

印 数：0001-3000册

ISBN 978-7-102-07075-9

定 价：82.00元

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题，请与我社联系调换。



序言

PREFACE

进入21世纪,以信息及数字多媒体技术、通信及网络技术为支撑的视觉传达设计构成人类崭新的视觉方式中最前沿的领域。以高科技性、高感动性及跨学科性为基本特征的新媒介已经成为链接传统平面设计、最新的信息技术应用设计及时尚娱乐方式设计三大分支的敏感接点,一个新视觉体验、视觉文化的时代正在到来。

视觉传达设计学科本身是一个开放的系统。在与其他学科的互动、交叉和综合中不断壮大和变革自己。新的科学技术、新的发明创造、新的材料、新的艺术形式、新的生活方式、新的社会观念和需求等,都会对视觉传达设计产生影响,导致其发生变革。

新媒介为信息传播提供了迄今为止最为广阔的空间,也为视觉传达设计领域带来了全面的更新和突破。今天的新媒介领域已发展到不仅是多重链接的科技装备和手段,而且达到有机组合的文化战略与策略的全新高度。从微观上讲,新媒介的“新”永远是个相对的概念,每个时代都会出现相对新的事物;从宏观上看,新媒介所引发的数字化革命却是根本性的。计算机与为之服务的外设和网络一起,成为向人们提供与他人交互的新介质。今天,“计算”被赋予激动人心的新含义,那就是,它有能力处理和传播各种媒介形式的各种信息并且延伸到更广大的受众那里,这种方式在互联网之前的时代是不可思议的。

本套丛书中的新媒介主要是指伴随着卫星通信、数字化、多媒体和计算机网络等技术的发展,而出现的新型传播媒介,其中互联网络集中体现了新媒介的典型特征。因此,在本研究项目中,将以新媒介的代表——互联网研究为主。

本套丛书的核心思想是,视觉传达设计的整合推进必须基于与媒介链接的基础之上,二者构成相辅相成的紧密联系。新媒介作为21世纪已经和正在产生深远影响的主流媒体,极大地丰富和拓展了人类社会发展中已形成的传播模式,比如多元性、交互性、实时性、信息传播的非线性、受众的主动性等等。新媒介时代的到来,为视觉传达设计的整合带来巨大的改变,视觉传达设计的数字化管理、发布、维护、设计者本身的数字化能力,包括数字化设计、数字化管理、数字化传播、数字化整合、数字化教育,将极大地有别于传统运作模式,其影响是空前而深远的!

鲁迅美术学院 编者

● 第一章Chapter one /001

带你走进一个奇幻的世界
——从创意说开去

一、关于创造性思维的意象设计 002

- 创造性思维 002
- 创造性思维的形成 006

二、思维方式 011

- 思维路径 011
- 大脑地图 026

三、让思绪飞 ——联想与想象 028

- 同构联想 028
- 联想思维的有效途径 032
- 想象 063

● 第二章Chapter two /067

古为今用
——充满表现力的图形语言

一、图形的概念 068

二、被影响 ——20世纪现代艺术 072

- 立体主义 072
- 超现实主义 074
- 达达主义 075
- 风格派 077
- 波普主义 079
- 未来主义 082

三、线索vs变革 085

- 历史的痕迹——线索 085
- 历史的转折点——变革 089

四、传统图形的重要地位 092

- 视觉设计与视觉审美 092
- 中国传统图形艺术的文化价值 095
- 中国传统图形的重构 097
- 对中国传统图形重构的分析 097
- 中国传统图形重构的方法及要求 105

● 第三章Chapter three /109

合力的美
——不可或缺的基本结构

一、图形的左膀右臂 ——文字与色彩 112

二、图形的价值 123

- 图形的艺术性 124
- 图形的传播性 130
- 图形的多元性——新媒介的介入 136
- 图形的象征性 152
- 图形的原创性 154
- 图形的互动性 156
- 图形的民族性 159
- 图形的趣味性 164
- 图形是国际语言 174

CONTENTS

● 第四章 Chapter four /177

设计的新衣
——丰富多彩的视觉传达

一、图形的形象 180

- 具象 180
- 抽象 188
- 意象 191

二、让图形有节奏起来 196

- 对比 196
- 密集 204
- 调和统一 206
- 重复 207
- 近似 208
- 群化 210
- 特异 212
- 节奏与韵律 214

三、寻找符号 218

- 图像型 218
- 指示型 220
- 象征型 222

四、观察、发现与图形语言的创造 224

- 观察与发现，寻找点线面 224
- 二维平面上的图形语言应用 248
- 三维形态的创造
与二维图形语言的转换 251
- 新媒体中图形运用 255

● 第五章 Chapter five /257

变“形”记
——千变万化的构形方法

一、构形变变变 260

- 异影图形 260
- 叠视图形 262
- 仿透图形 264
- 显异图形 267
- 混维图形 269
- 断置图形 273
- 仿曲图形 279
- 共生图形 281
- 仿结图形 284
- 置换图形 288
- 文字图形 292

二、图形语言“秀”出来 294

- 正负形 294
- 使用摄影技术和暗室技巧 296
- 拼贴 298
- 混合媒材 306

三、审美标准 308

● 第六章 Chapter six /313

在前沿
——新媒体，新表达

一、新媒体的概念释义 316

二、新媒体特征 318

- 虚拟的现实 318
- 综合的处理 319
- 互动的交流 320
- 技术的超越 323
- 图像的视频化 325
- 三、新媒体的传达方式 326
- 新媒体的综合运用 326
- 全方位的交互体验 326
- 更具特色的分众传达 328
- 更高的情感化 330

第一章 Chapter one

带你走进一个奇幻的世界 ——从创意说开去

- 关于创造性思维的意象设计
- 思维方式
- 让思绪飞——联想与想象

一件设计作品，超出常理的意念往往会令你感到惊叹不已。所惊之处在于动摇和震撼了观者的日常感观，把人们从正常的视觉禁锢中解放出来，给人们以全新的视觉感受。

图形创意所寻求的就是非常规的物的组合和不同的形、质的矛盾并列，冲出一般的习惯性的逻辑思维约束，以独有的逆向思维和发散性联想思维方式去完成设计。可以这样来说，图形创意是一种超生活的、虚构的、重构的再创造过程，同时又体现着客观物质世界新奇的视觉形态。

第一章：带你走进一个奇幻的世界 ——从创意说开去

关键词 创造性思维 联想 想象 同构联想

一、关于创造性思维的意向设计

创造性思维

罗丹曾说：“所谓的大师是这样的人，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发现出美来。”

如何让图形接受创意的洗礼，更好地为设计服务，是所有设计师需要解决的问题。而巧妙的设计往往具备天马行空、奇思妙想的创意，创造性思维正是这种具有开创意义的思维活动。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、探索性和求新性为特征的高级心理活动，与人的大脑密切相关。



将黄色的胶带粘贴在桌子、墙壁和椅子等物体表面上，与灯相结合，在视角与颜色之间做游戏，将图形创意的思维应用在立体空间中。



创造性思维是建立在抽象思维和形象思维的基础上，彼此作用不断发展起来的，抽象思维和形象思维是创造性思维的基本形式。

托尔斯泰说：“知识，只有靠积极的思维得来，而不是凭记忆得来的时候，才是真正的知识。”图形更是如此。

亚里士多德在《形而上学》开篇即讲：“求知是人类的本性。我们乐于使用我们的感觉就是一个说明，即使并无实用，人们总爱好感觉，而在诸种感觉中，尤重视觉。无论我们将有所作为或无所作为，较之其他感觉，我们都更爱观看，理由是即使我们识知事物，并显明事物之间的许多差别，此于五官之中，以得之于视觉者诸多。”



梅德赛斯奔驰创意广告欣赏
Mercedes-Benz

用矢量的表达方式可以使得画面清晰，趣味十足。



人的眼睛是可以捕捉到瞬息万变、色彩缤纷的各种图像的，这是由于视网膜受到了光的刺激而形成的，光线通过极度敏感和准确的视网膜传送到人的大脑，从而唤起人们的记忆情感进行图形的存储。

设计师的目的就是创造出能够吸引读者注意力的图形。只有新鲜的、独特的、与众不同的图形会激发人们美好想象，使人心情愉悦、精神启迪、心灵得到慰藉。因此人对图形的感知与创造、创意活动是人脑的想象活动。

视觉图像不单只是光学问题，乌尔里克·奈塞尔在《认识与现实》中说：“观赏者能看见什么，取决于他的预期和他的知觉探测。”因此对于图形来说，大脑对图形的敏感性和创造性是使图形设计语言更具有说明力、表现力的关键所在。



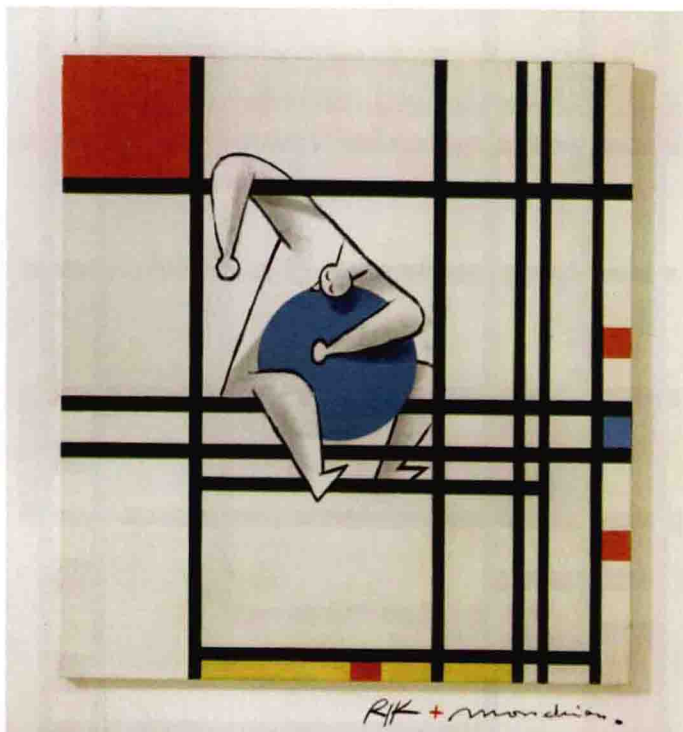
↑ 以纽约城市为主题的纸艺设计

创造性思维的形成

创意是一个独立的、个性的创造过程，是拒绝和排斥抄袭、模仿、雷同的。创意是要创造出未来的、独特的、新奇的、陌生的、新鲜的思维指向。没有人生来就会开车，我们要通过培训、学习系统的知识、反复训练来达到我们的目的。

先天的遗传固然重要，但后天的培育和改造更加关键，人类的各种机能都可以进行训练和学习，创造性思维也是如此。

本书引导学生打破常规和局限，让思维变得自由、独特、新鲜。具有创意的设计从本质上说是一种心灵的自然释放。创意的吸引力在于它永远面向未知的世界，预示着神秘未来有可能发生的事。



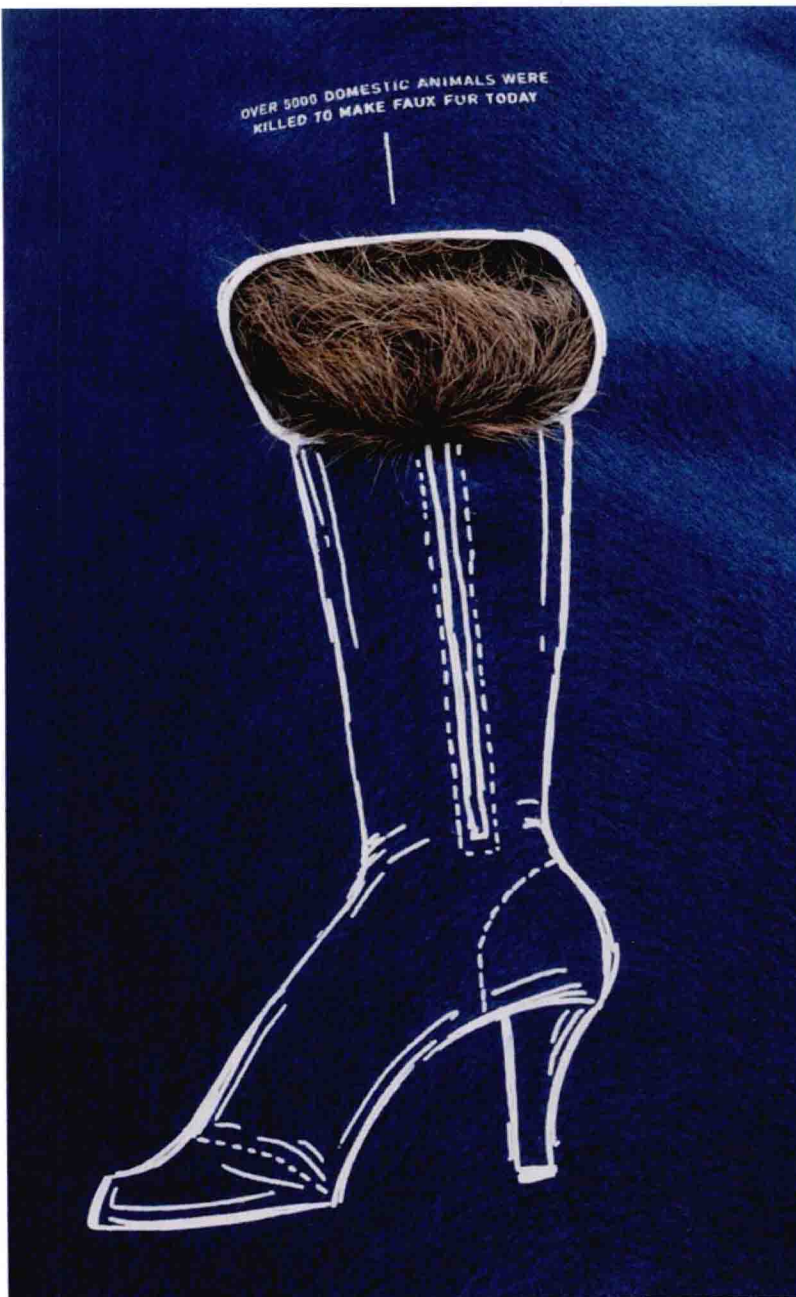
在蒙德里安的旧作上进行创新



利用图形的错视效果进行的创意设计



狗狗穿上这件小衣服之后，与背部画的图形又重新组合成了另一个图形。在考虑到形象的同时也没有违背逻辑，这个设计很巧妙，让狗狗变得更加有趣和可爱。



📌 Fur-Free—Truth Coat



④ 蔬菜便签

二、思维方式

思维路径

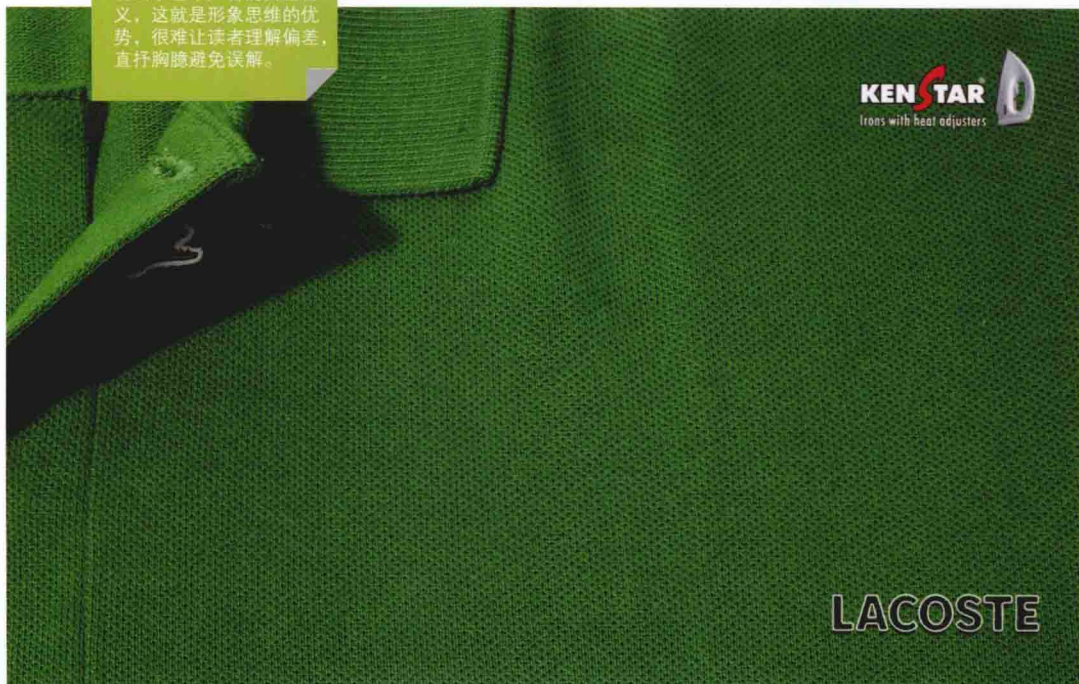
创造性思维的方法是多种多样的，常见的有形象思维、逻辑思维、发散思维、聚合思维、横向思维、纵向思维等。

形象思维与逻辑思维

“形象思维”可称直观思维或艺术思维，是对事物感性的直观的认知，有形象性、直观性。

形象性是形象思维最主要的特点。形象思维是人与生俱来的能力，也是抽象思维的基础。形象思维也是依靠直觉和感性的，人的情感使人感受一个事物的形状、色彩、方向等。而且形象思维带有一定的想象性，也就激发了创造性。

电熨斗广告充分运用了形象思维的方式，直观地表现出了这个广告的真正含义，这就是形象思维的优势，很难让读者理解偏差，直抒胸臆避免误解。



↑ Kenstar Crocodile