



汉字创意设计

郭长贤 编著



辽宁画报出版社

汉字创意设计

图书在版编目 (CIP) 数据

汉字创意设计 / 郭长贤著. — 沈阳: 辽宁画报出版社,
1997.5

ISBN 7-80601-106-4

I. 汉… II. 郭… III. 汉字: 美术字—书法 IV. J292.13

中国版本图书馆CIP数据核字 (97) 第06065号

辽宁画报出版社出版发行

(沈阳市和平区民族北街29号 邮政编码 110001)

辽宁美术印刷厂印刷

开本: 787×1092毫米 1/20 印张: 8 字数: 5千字

印数: 1—5 000册

1997年6月第1版

1997年6月第1次印刷

责任编辑: 周小风 韩 琦

版式设计: 郭长贤

封面设计: 小 风 郭冬梅

责任校对: 姜 玫

文字编辑: 恩 国 小 风

恩国等

定价: 14.80元

序 言

美术字作为现代社会生活信息传递的视觉语言载体，时刻沟通着人们与生存环境间多层面的交流和联系，潜移默化地影响着价值观和生活方式，以其需求的中介指南的特殊功能，引导着大众的心理取向。图书报刊、工商广告、产品装潢、招牌匾额乃至影视声像传媒，凡人们视觉感知的各个领域，美术字的应用，举目皆是，无所不在。其字体变化、风格样式异彩纷呈，既令人愉悦，又生发出让人难以回避的感召力，在心灵深处引动人们对物质文化、精神产品的需求欲。这文字形态的魔力，着实不可小觑。

功利孕育了行业，有志者专事文字形态形式的研究，遂衍生出“美术字学”。专家们几乎倾毕生精力于此道，探索规律，推进深化，构筑学术体系，以臻至善至美。如今，凡从事设计美术的学子，美术字课程业已列为专业技能训练的基础科目，但欲求娴熟驾驭，也并非易事。

字，原系语言符号，书之形之以表意，语之声之以达情。西方音素字简约抽象，东方形声字直观具象。中国，由字面书，演化成书的艺术，是有别于西方的独到学问。古之书迹，假镌于甲骨、泥陶、钟鼎礼器，或勒于砖石，书于竹、帛，传至后世，至宋、明两季梓木雕版，遂有印刷书体。字与书的演变，从商周甲骨、金文、春秋战国石鼓篆书，到秦蝌蚪、汉隶、晋楷及后世的行草，形成绚丽多彩、博大精深的书学体系。

字学，旨在训诂、诠释，疏解字声、字义、字韵及其源流，而书学，则专事研究字的书写形态。美术字，虽承袭中国书学遗脉，不失传统书道法度、精髓和魂魄，但其依生的母体，应是宋、明的印刷字样规范。凡学美术字者，必就宋、仿宋、黑体而习之，其理在从典范入门。

近代，美术字日渐宽泛、多样化，是设计家拓展的结晶。

诚然，宋明体固为习字之本，或据此派生变体，但不食而化之，也有失单调、古板，逃不出临仿前人的程式。即便是书法艺术，于漫长的历史岁月中，经众多大师巨匠的创意革新，也经历了数度嬗变，始有百家争雄、学派林立的局面，何况美术字又归属设计艺术范畴，其面貌的更新，形式的多样，内涵的深化，不仅是为了满足客观形势的紧迫要求，也是为永葆活力寻求自身发展的趋势使然。当代日本的前卫派意象书法、西方拼音字装饰

风潮的兴起，已为我们提供了有益的借鉴和明晰的启示。除了字形、字态的变化、美化、风格化，更具时代风采之外，尚须在书与字的源流上寻根溯源。在字义内涵、载体特征与字体形式之间，借助创意思维活力，创造新的形象语言，扩展设计意识含量，避俗求雅，在返朴归真中给人以较为广阔的联想空间，较为浓烈的体验情趣和意味，注入活泼的生机，产生捉人的力量，这对创新者来说，可能是畏途或险境，如若成功，被接受者认同，不谓不是巨大的贡献。

郭长贤先生，从教数十年，精通设计美术又倾心字体研究，造诣甚深，基于周密思考，辛勤耕耘，严肃实践，推出《汉字创意设计》专著，在美术字学领域独辟蹊径，拓出一片沃土，育出一抹新绿，于后学者之宽阔视野，萌动创意图新的胆识，定会大有裨益。简言以序，奉献知音。

李福来

目 录

序言	1
概述	1
一、汉字的科学	1
二、汉字的三大特性	2
1. 汉字的方块形	2
2. 汉字的望文生义与依形联想	2
3. 形声字	2
三、汉字创意设计的基本规律	3
1. 简单与复杂	4
2. 象征与象形	4
3. 笔画与图像	5
四、功能与作用	6
五、内容与形式的关系	6
六、构思原则	6
1. 构思要到位	6
2. 构思定位要准确	7
七、设计方法	8
1. 形声	8
2. 想象	8

3. 加强与减弱	9
4. 添加	10
5. 渐变与重复	12
6. 构成与组合	12
7. 虚与实	13
8. 情感字	14
9. 错觉	14
10. 穿插与共用	15
11. 会意	15
12. 趣味	15
八、成语的创意设计	16
1. 构思	16
2. 表现手法	17
后记	153
· 参考图例	19

概述

汉字是古老文化的象征，它是超越时空具有永恒价值的经纬。世界上的古老文字都是由图画演变成象形文字，又由象形演变成符号。然而，当今世界上所有的象形文字：美索不达米亚的丁头文字、巴比伦的楔形文字、埃及和印度的象形文字等都分别在公元前4世纪和5世纪消亡，唯有汉字成为当今世界上仍在使用的最古老的表意文字。

如果从甲骨文算起，汉字已有三千多年的历史，如果从山东邹平出土的龙山文化——陶文算起，其年代在公元前二千三百年左右，又将汉字的历史提前八百年。1992年初，山东大学于山东邹平县苑城乡丁公村发现的一件龙山文化刻字陶片上，共有五行十一个字，这些字排列整齐，笔画流畅，个个独立成字，刀法刻画有章法。如果从山东莒县城东十公里一处原始社会早期遗址中发现的刻画在十口大陶尊上的十六个图像文字算起，汉字距今已有四千五百年的历史。但如果从西安半坡发现彩陶上的符号——汉字的萌芽算起，至今则已有六千多年的历史。汉字以过去的光辉照亮了今天，以坚韧的纽带迎接未来，使中华民族的文化源远流长。我们现在提出汉字创意再设计的意义正是基于此，来继承人类文明的瑰宝，迎接明天的人类文明。

一、汉字的科学

翻开中华历史的页章，只见中华朝代的更迭，却不见汉字的消亡。

汉字，是科学的先进的文字，它将其强大的生命力，迈向现代化的21世纪。在信息时代，汉字如何输入电脑，这是汉字迈向现代化的关键。经过一代人的努力，汉字终于赶上了时代的步伐，在输入和输出方面获得了成功。曾经困扰中国长达一个世纪，使许许多多中国人没有想到的，就是汉字在信息时代却成为输入电脑速度最快的文字。过去一向认为汉字不利于在现代化的电脑通讯中使用，如今却成了电子计算机中广泛应用的热门文字。其原因就在于：汉字可提高电子计算机的存储量。如：“中国”一词在微机国际标码中用 2×14 位表示，而英语“China”在ASCII码中是用 5×7 位表示，相比之下，汉字所占的计算机存储量要少得多。在能讯和加密电讯中，同一信道中用汉语传输的信息量与信息密度之比英语大很多……难怪专家们确信，汉字将会继英语之后，成为世界第二大电脑文字，并得到最广泛的应用。

21世纪的新一代计算机将采用声控系统。专家们预言,它将摒弃由英文字母组成的键盘。这样,汉字将成为声控计算机的第一语言。

二、汉字的三大特性

1. 汉字的方块形

汉字是最复杂又是最简练的文字。从甲骨文上看,汉字已有四五千字,从康熙字典看是四万三千四百余字。而我国目前的各类词典中所收录的单字、常用字则有三千五百余字。无论是简单的汉字还是复杂的汉字,都是由“横”、“竖”、“撇”、“捺”、“点”、“竖勾”、“提”、“横折”等笔画所组成,也正是由这几笔简单的线条和点构成了方块形的汉字,形成汉字的一大特点。无论汉字怎样千变万化,又有多么复杂的内涵,都传达在这方形之中,成为中华文化之根,传递着中华民族之心。

2. 汉字的望文生义与依形联想

汉字,由图形变成笔画,由象形变成象征,由复杂变成简单。

中国人对社会和自然的细致入微的观察,始终没离开过写意,一直沿着观念化和哲理化发展,成为当今世界上最发达最完美的意音文字。汉民族在长期运用汉字的过程中形成了汉民族的一种特有心理:望文生义的理解和依形联想的审美观,这是汉字的又一大特性,这给汉字创意的再设计提供了最坚实的民族心理和设计构思的最基本出发点。再凭借汉字的基本笔画,作为设计者可以导演出汉字的千差万别的内涵和有声有色的情节来。

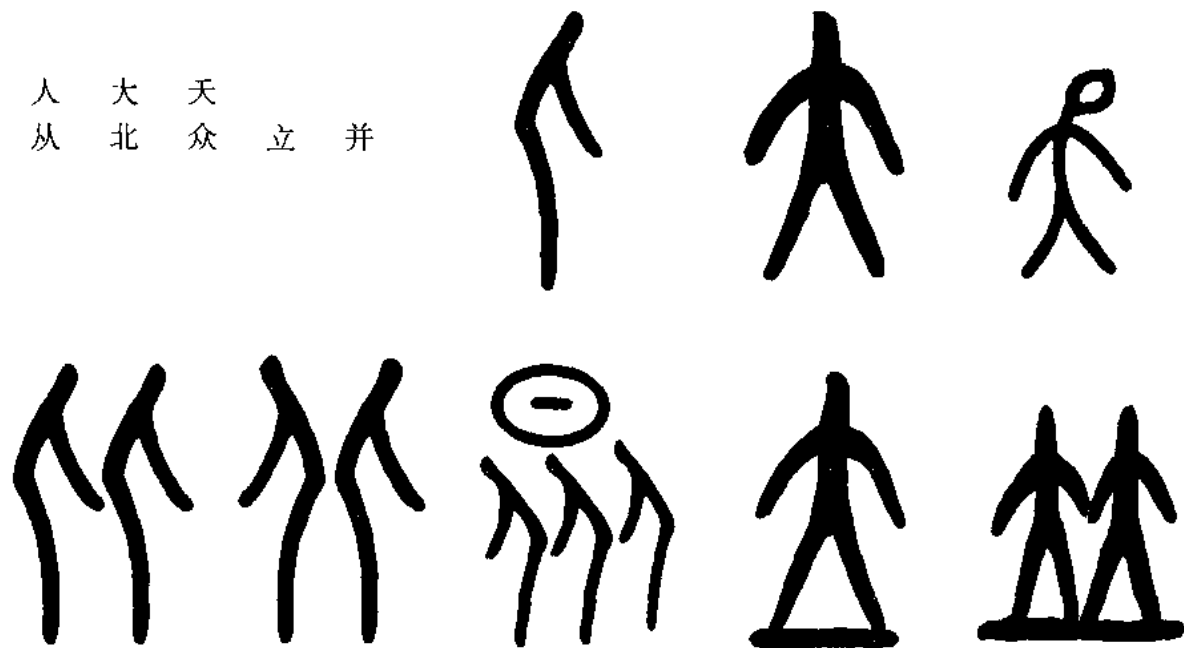
3. 形声字

象形、会意、形声是汉字造字的最基本方法。

(1)象形:是对某一事物精细观察的抽象表现。如“人”字是人的侧影亻;“大”字则是人的正面大人;人头倾斜𠂆就为“天”字,有病之状而夭折了;这种抽象不仅仅是外形的概括,而是把事物最本质最代表事物特征的东西抽出来,赋之于人的观念使之又回到事物的本身,这才是“汉字象形”的真正概念,这也是我们学习汉字象形的出发点。要仔细地观察事物,并准确地进行信息传递,不仅要有一定的形象思维,同时还必须有一个正确的逻辑思维,这样,作为设计者才能搞好信息传递。

(2)会意:是组合两个和两个以上并会合其意的字。如:“从”字是二人相随从;“背”字是二人相背背;三人众为“众”字,烈日当空,集聚很多人也许是在劳动,也许是……;一个人站在大地上立为“立”字;两个人站在大地上𠂆则是“并”字。在几乎是相同的形象中由于组合和构成不同,给了这些字以不同的生命。从这些字中我们

可以领悟到形象的写意性和逻辑的严密性。



(3)形声：声符与形符相结合，以声符读音，形符表意。如：“箕”、“柏”、“鸭”这三个字，竹、木、鸟是形符；其、白、甲是声符。用这种方法造字称为形声字，形声字是汉字最主要的造字方法。有人曾对新华字典所收录的7254个汉字进行划分，其结果是独体字258个，占所收字数的3.55%，合体字6996个，占所收字数的96.45%，可以说形声是汉字的第三大特性。

三、汉字创意设计的基本规律

汉字是沿着一条逻辑的轨迹演变发展出来的，把音、形、意如此和谐融合统一，激发了人们的灵感，它的内涵和外延能使人们获得无穷无尽的联想。汉字创意的再设计，不是去创造汉字，更不是照字画图，而是将汉字赋予你的灵感和联想跃然纸上（设计），使之既不失去汉字的可读性，又形象化地传递一个完整的概念，让人们得到新的联想和新的感受。

1. 简单与复杂

由简单到复杂。如“竹”字，将它的一半变成竹叶的形象，人们不难读出“竹”字的发音又很容易联想到是竹叶的概念。



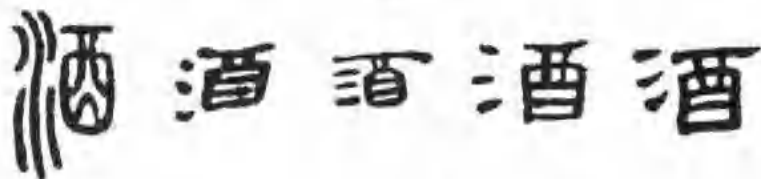
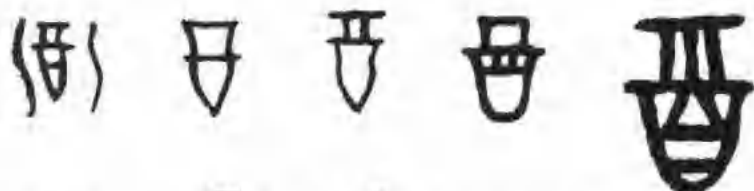
竹

2. 象征与象形

由象征到象形。如“酒”字，酒的象形字为𪚩形，意思是以装酒的坛子来示（象征）“酒”字，由“𪚩”、“𪚩”、“𪚩”、“𪚩”、“𪚩”、“𪚩”演变成今天的“酒”字，“再设计”所指的象形，已不再是象征性的象形，而是用现代概念，现代手段这种更为具象的象形，当然也可能使用抽象的或是意象的手段去象形。



酒字的演变



3. 笔画与图像

由笔画到图像。改变某些笔画（不是全部）而派生出新的概念，是一个汉字所不能表达出来的概念。如“时”字，将“时”字的“寸”旁进行错位，使人马上产生时间差的概念，再结合飞机及所形成的人头形，一个完全新的概念联想产生了：人在旅行中的时间差，这实际上是在提醒人们的一个标志。

由简单到复杂，由象征到象形，由笔画到图像，这是汉字创意再设计的基本思路和方法。



四、功能与作用

汉字创意的再设计能开拓设计者的思路，并且在设计领域里得到广泛的应用，如：商标、标志、包装装潢、广告、漫画等。漫画《看手相》将钱字与掌纹巧妙地结合在一起，使漫画原主题得到深刻揭示，又一目了然；油桶的包装主要设计了一个“油”字，它的可读性极其强烈，一眼看去就可以读出花生油，把一个抽象概念的“油”字变成了一个具有个性特征的字；音乐舞蹈的广告，突出了一个转动的“舞”字，并将它的“牛”换成了谱号“ G ”，把音乐和舞蹈完全有机地融合在一个“舞”字里，产生了强烈的视觉冲击力，似乎感到不仅舞字在动，而且人自身也在动。



舞(广告)

五、内容与形式的关系

汉字创意的再设计与美术字设计的区别就在于，美术字强调的是字形笔画、形体结构的变化。这种变化可以和字义有某种关联，也可以没有。利用汉字的偏旁笔画进行变化也是创意的再设计方法之一，但这种设计强调的是文字本身的内涵和外延，使它的时空范围得到扩大。

由于汉字的构成形成的方块特性，设计时必须考虑时空布局的疏密关系，力的均衡及笔画之间的穿插呼应。

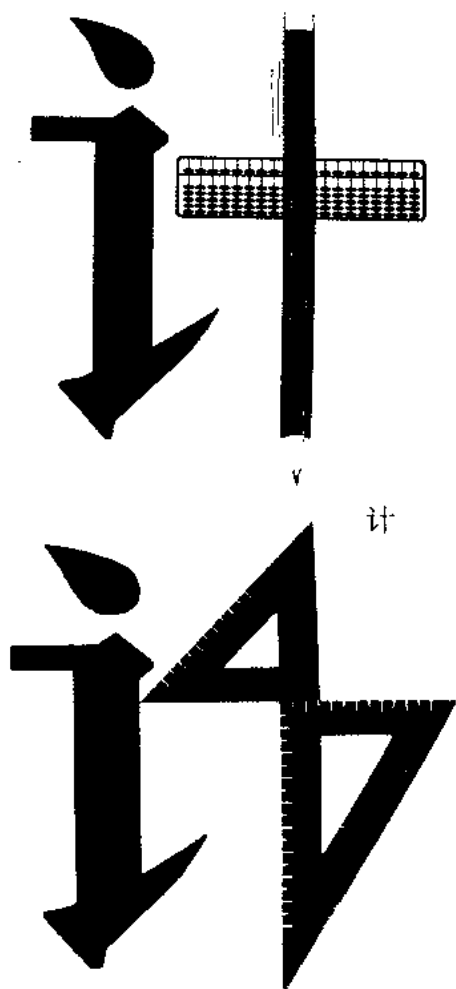
六、构思原则

1. 构思要到位

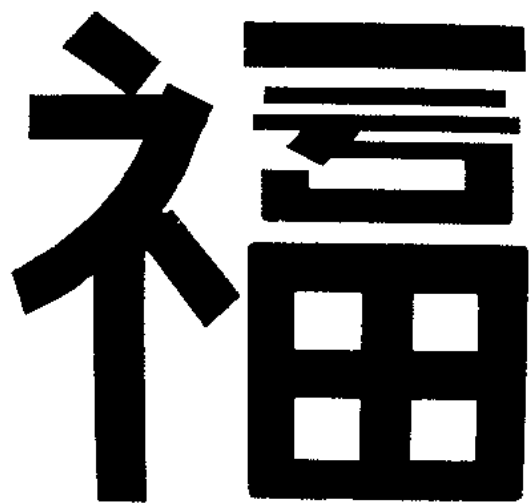
这是创意的再设计的关键。

如：“福”字是利用俗语“吃亏是福”变化而来的。为什么将“亏”字放在“一”和“田”之间，取代“口”字的位置，口是人们吃东西的嘴，把“亏”放在口的位置，采取了个偷梁换柱的办法，使人们能领悟到吃的是亏。此处虽改成“亏”，但又不影响“福”

字的整体形象和发音，仍然能认出是“福”字。我们平时所说的“点了”就是要想到恰到好处，也是这个意思。



计



吃亏是福

2. 构思定位要准确

望文生义，依形联想是汉字的又一大特性。“生义和联想”是汉字对共性的认识，而缺少对个性特征的认识。比如说“人”只是一个抽象的概念，分不出是男人还是女人、黑人还是白人，我们每天见到的是具体的张三、李四。汉字创意的再设计强调的则是个性特征，

通过对某个字的再设计，表现出一个事物的个性特征。所以，同一个字，构思定位不同，设计的角度就不同，传达出的概念和字义延伸出的方向就不同。同一个“计”字，一个是计算的“计”字，一个是设计的“计”字。当我们见到一个单独的“时”字时，自然会想到抽象的时间概念。再设计后的“时”字就形成三个很有个性特征的概念：时间就是金钱；时间的指示（计时）；时间就是运动。

七、设计方法

1. 形声

形声字是汉字的主要特性。利用这个特性，形声结合就成为汉字创意设计的主要手段。

在不影响识别字形及发音的前提下，如“舞”字，上半部保持原有的笔画，一眼就看出是“舞”的发音，而它的下半部换成龙的形象，使“舛”与龙建立在似与不是之间，这种形声结合，不仅使人识别出“舞”字，而且又能延伸到龙的飞舞而形成“舞龙”的概念。巧妙的结合，使人心领神会，更令人赏心悦目。

舞龍節
第五屆傳統



舞 星 神

2. 想象

想象是发掘汉字潜在意思的绝妙手段。

象形、会意、形声是创造汉字的三种基本方法，在汉字创意的再设计中，这三种方法从来都不是孤立应用的，而是综合考虑、相互渗透。但是无论怎么高明的手段，如果缺乏想象，表现出来的效果也一样会令人乏味的。

这里的“神”、“星”不再使人感到是迷信的神和遥远的星，而是使人们产生了一种新的感觉，这便是又重新回到了神秘浩瀚的宇宙中，让人们有一种新的时间和空间概念，使潜在事物展现在你的面前。这需要设计者有丰富的想象力，才能将汉字潜在的内涵发挥得淋漓尽致。

3. 加强与减弱

采用加强或减弱的方法使文字的含义更生动，内涵更丰富，给人以更加鲜明的印象。

加强不等于添加，也不是每个文字都可以采用这种办法，这种加强只有在和文字本身意义有某种内在联系时，才能得到文字含义加强的效果，使文字的内涵得到发挥。

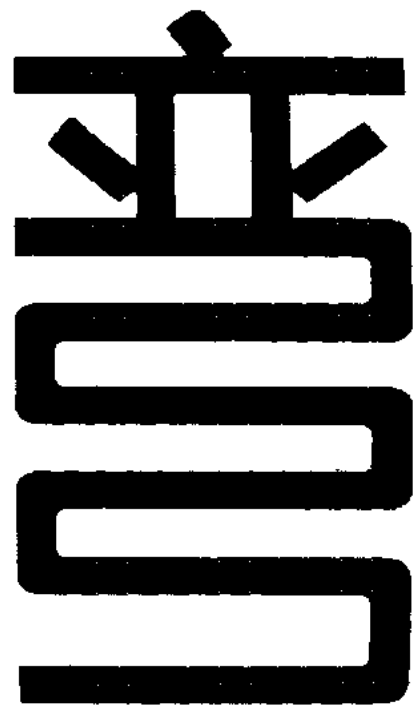
减弱就是和字义有联系的缺笔少画。应该注意的是，因为汉字的笔画不可以任意加减，有的文字因为多一笔或少一笔就变成另外一个意思。如“太”字少一点就变成“大”字，“大”字上面加一点就变成“犬”字。然而对汉字创意的再设计来说又是一个绝妙的好方法。如香港大一学院设计的“美”字，它的中心部位两笔缺了一小段就变成了一句成语：“美中不足”。

无论是加强还是缺少笔画，首先不能与其它文字相混淆，以免产生误导作用，同时要做到恰到好处才能达到妙不可言的艺术效果。

美中不足



弯





4. 添加

添加的办法是为充分表达事物形态，增加视觉传递效果。这是在不影响文字笔画的前提下，加进去与文字有关联的形象。这种办法对广告来说，特别是报纸广告是一种极为方便的办法。

“柠檬”二字在声符与形符之间加进一个柠檬的形象，虽然偏旁笔画被分开，但果实又把它们联在一起，仍然是一个完整的柠檬概念，增加了趣味性和装饰性。

“送”字与杯的形象原本是没有什么关系的。为了推销贝古啤酒，才送带“贝古啤酒”字样的啤酒杯，这样将杯的形象变成了“送”字的一部分，做到了既不牵强附会，又达到了广告的目的。

