

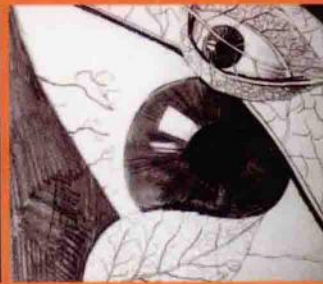
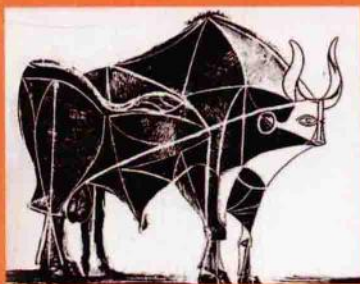
21 世纪高等院校设计专业教材

彭建斌 编著

设计素描

创意思维与形态造型

Design Sketch



世纪高等院校设计专业教材

设计素描

创意思维与形态造型

Design Sketch

彭建斌 编著



江西美术出版社
全国百佳出版单位

主 编：包礼祥 罗时武

副主编：李 民

编 委：黄松涛 彭建斌 况宇翔 陈 敏

韩吉安 刘 卷 张相森

图书在版编目 (C I P) 数据

设计素描 / 彭建斌编著. — 南昌：江西美术出版社, 2013.12

21世纪高等院校设计学科专业教材

ISBN 978-7-5480-2633-4

I. ①设… II. ①彭… III. ①素描技法—高等学校—教材 IV. ①J214

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第280425号

责任编辑：陈 军 李 佳 蒋 博 许越敏

装帧设计：同昇文化传媒

书 名：设计素描——创意思维与形态造型

编 著：彭建斌

出 版：江西美术出版社

社 址：南昌市子安路66号 邮编：330025

网 址：www.jxfinearts.com

经 销：新华书店

印 刷：南昌市红星印刷有限公司

版 次：2013年12月第1版

印 次：2013年12月第1次印刷

开 本：787×1092 1/16

印 张：10.25

ISBN：978-7-5480-2633-4

定价：48.00元

本书由江西美术出版社出版。未经出版者书面许可，
不得以任何方式抄袭、复制或节录本书的任何部分。

本书法律顾问：江西豫章律师事务所 晏辉律师

版权所有，侵权必究

作为设计基础课程的设计素描是20世纪初德国包豪斯设计学校首先引入设计基础教学的，是全部设计教学中最具实验性的课程。现代设计教育中的基础课程绝不是传统意义上的只是对规律和技法的传授，而是一个从观念意识、创意思维、创新表现等全面开发艺术智慧和设计意识的系统工程。因此，如何让设计基础训练为设计意识的构建奠定一个良好的基础，处理好基础教学与创意思维的培养之间的关系，这是我们面临的一个重要课题。本教材从一开始就着重引导学生进入真正认识美、体验美、表现美的过程，以在传统造型训练的基础上赋予其空间思维、创意思维、设计思维等方面的观念转变为特点，旨在对后面的专业基础和专业设计课程起到承前启后的衔接作用和从素描走向设计的有效途径。

本教材将着重围绕设计基础教育中创意思维培养这个核心问题进行编撰，加强实践教学环节中的实验课题的设计，通过大量的手绘课题训练让学生在把握造型基本规律的过程中开发学生的创意心智，使学生从个人艺术表现转到理性的、新媒介的、创意的表现上来，进而养成一种良好的创意思维的习惯，达到对创意思维的开发和形态造型规律的认知目的。

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，而作为设计基础的形态造型训练，学习目标、训练方法也应随之而变化。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，而作为设计基础的形态造型训练，既要表达造物的形态造型特征，更重要的是开发创新思维和对新形态的创意能力。通过分阶段分单元的课题训练，将形态的造型规律、语言表情、形式美感用

设计素描的方式进行表达，并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。

教学总体目标：

作为对学生创意思维和艺术表现能力的培养，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。以创新思维为中心，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和目标。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解，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。

课程的授课方式：

以课堂讲授结合课外考察和课题实训相结合的方式进行，既有大班的启发性的现代艺术与现代设计讲座和作品鉴赏等多媒体授课、作业总体讲评，也有小班辅导、针对个别学生的交流以及学生之间的观点讨论和思想火花的碰撞，将教与学保持在一种自由开放的状态，使灵动的课堂形成一个信息交流的互动场所，改变过去被动地接受知识的灌输和被动等待信息和答案的学习习惯，让学生的主动思维贯穿于对周围事物的直觉认知、知觉理解、设计创新的整个过程。鼓励学生走出课堂去开拓视野，面对大自然和社会生活去感悟体验客观世界，形成课堂讲授、课外体验、课题实训三位一体的3D式教学模式，这种开放式的教学方法，教师与学生都会从中受益匪浅。本教材在实验课题设计上只是起个抛砖引玉的作用，教材使用者可以根据自身的教学目的以及教学环境和特点，充分发挥主观能动性，进一步地设计出具有开发性的实验课题。

目 录

第一章 在理论探索中认识创意 / 2

第一节 创意——人类文明进程的原动力 / 3

- 一、创意思维的基本概念 / 3
- 二、创意思维的素质积淀 / 7

第二节 基于创意思维开发的设计素描 / 13

- 一、此素描与彼素描 / 13
- 二、数字化时代的造型基础 / 22
- 三、手绘与心智图法 / 23

第二章 在观察形态中发现创意 / 26

第一节 非常眼光与发现 / 27

- 一、眼光与发现 / 27
- 二、眼光与素质 / 28
- 三、眼光与创意 / 28

第二节 观察体验与信息感知 / 30

- 一、熟悉的地方没有风景? / 30
- 二、观察与体验 / 32
- 三、观察的视野与信息感知 / 33
- 四、记忆积累与信息之美 / 34
- 五、感觉的领域 / 35
- 六、观察与思考 / 38

第三节 观察与创意表情 / 39

- 一、细节的观察 / 39
- 二、时间的观察 / 48

第三章 在形态造型训练中开发创意 / 56

第一节 结构的形态语义与应用结构素描训练 / 57

- 一、认知结构 / 57
- 二、结构素描训练 / 59
- 三、结构语义与创意 / 63

第二节 线语言与线表情 / 72

- 一、线的“表情”与造型意象 / 74
- 二、线造型训练 / 76

第三节 明暗语言与光构成 / 81

- 一、光与艺术 / 81
- 二、光的表情 / 83
- 三、用光去创意生活 / 86
- 四、光构成与明暗的情感色彩 / 87

第四节 材质——创意的魔力棒 / 94

- 一、材料的“表情”语言 / 95
- 二、体验材料的魔力 / 99

第五节 非常态观察与构图意象 / 106

- 一、动态思维中的非常态观察 / 106
- 二、构图语言训练 / 107

第四章 在构想训练中体验创意 / 116

第一节 破坏添加语义与解构重构 / 117

- 一、添加的意境 / 117
- 二、“破坏”中的重构 / 120

第二节 创意的构架与幻想 / 126

- 一、概念转换 / 129
- 二、意志幻想 / 133
- 三、合情不合理 / 133
- 四、发散思维与超前思维 / 136

第三节 联想的语境 / 139

- 一、联想的概念 / 139
- 二、联想的层次 / 140
- 三、联想的方式 / 143

第四节 创意的表现 / 146

- 一、极致的夸张 / 146
- 二、快乐的幽默 / 147
- 三、逆向思维与反生活规律 / 148
- 课程结语：潜心修炼心法敲开创意大门 / 151

附录：发现创意的80种方法 / 156

参考文献 / 157

后记 / 158

21 世纪高等院校设计专业教材

彭建斌 编著

设计素描

创意思维与形态造型

Design Sketch



第一章 在理论探索中认识创意

“艺术是什么，它从何而来？又到何处去？”这是很多身在艺术行列或不在其列的人们以及善于思考的艺术理论家、艺术家、设计师经常发出的一种慨叹和疑虑。要从理论研究上探索创意的起源，我们不得不将目光从发达的后工业社会投向遥远的史前文明，在远古先民的原始艺术中也许暗含着对艺术之源的启示，有助于我们寻找创意思维的原点，借此而审视创意思维的发展轨迹。

本章教学目标提示：

1. 在本章的教学进程中，我们着重从理论的角度探索思维的概念、原理、特征以及对创意思维引发的内在的、外在的、直接的、间接的、概括的、联想的连锁反应。
2. 对设计素描与传统绘画性素描作一个分析比较，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的特定内容加以研究，并在设计基础训练中形成系统的有规律的认识方法和表现技法，进而强化学生的专业意识、设计意识与创造意识。



“石头的创意”——这是一块石头吗？是的。但它不是一块普通的石头！是距今几万年前的先人们用来狩猎的工具。这是山东大汶口出土的原始人制作的匕首，磨制得光滑细腻，刀锋锐利，特别是把手的曲线造型更是流畅而富有创意，完全符合人体工程学的要求，这充分说明人类的创造能力和设计意识已经开始萌生，人类最初在工具创制过程中展现出来的创造天性和朴素的审美观念给后人的创造性思维的形成留下很多的启示。

工业化进程将设计推向了一个更高的位置，也对设计师提出了更高的要求，设计师必须是极富创造精神、创新能力，具有丰富的联想、想象意识的特殊人才，而创意又是创意思维活动的结果。至此，我们无法再绕开创意思维的话题。



山东大汶口出土的新石器时期的石匕首

一、创意思维的基本概念

通过前述对原始艺术的探寻，我们可以得出以下结论：创意作为设计活动最重要的原动力，在人类文明伊始便已放射出耀眼的光芒。那么，在视觉形象极大丰富的今天，创意作为一种特殊的思维方式在设计行为中又处于何种位置？下面让我们先弄清楚思维的基本概念。

1. 思维、思维定式、创造性思维

思维——在北京师范大学心理学教授张厚粲先生主编的《心理学》教材中，思维被定义为一种人类特有的高级心理活动过程，是认知活动的高级形式。思维使我们能够以抽象的运作方式去处理外在世界，并给世界带来天翻地覆的变化。思维和感知觉不同，它是建立在过去的知识经验基础上的对客观事物的反映，在大量的感性材料的基础上，把一类事物的共同特征和规律抽离出来加以认识。

思维定式——思维定式是长期以来的生活知识、社会阅历、审美经验所形成的习惯性思维，而在对新的领域进行探索时先入为主的思维模式。

创造性思维——创造性思维是重新组织已有的知识经验，提出新的方案或程序，并创造出新的成果的思维活动，是人的整体能力中的核心。

创造性思维是多种思维的综合表现，它既是发散思维与聚合思维的结合，也是直觉思维与分析思维的结合。其中，发散性思维更是创造性思维的内核，它能够将学生的思维打开，使得创意的火花四射。发散性思维是一种推测、发散、想象和创造的思维过程。美国心理学家吉尔福认为，发散性思维是指“从给定的信息中产生信息，其着重点是从同一的来源中产生各种各样的为数众多的输出”。它具有流畅性、变通性、独特性等特点，是一个设计师在创意生涯中

必须具备的基本素质。发散性思维强调通过置换、移情、联想和幻想对同一个问题形成尽可能多的答案并寻找多种表现的途径。

创造性思维是对已有知识和经验进行重新组合,提出新的方案或程序,并创造出新的创意成果。但这种已有知识和经验往往会有一个固有的思维定式,长期的思维习惯形成先人为主的思维模式,使设计师的大脑陷于间歇的封闭状态,因而制约了创造性思维的开发,这对于设计者来说,是非常不利的。因此,突破习惯束缚,突破常规顾忌,改变原有思维模式的一种行之有效的办法就是进行多种创意思维训练,这样才能让你的思维脱离固有的思维习惯。所以,换一个思维方式,你将无所不能。

2. 创意与创意思维

安德烈耶夫曾说:“在一切令人惊异和不可思议的事物之中,最令人惊异和不可思议的是人的思维……当人们望着高山上白雪皑皑的顶峰时,就会赞叹不已和感到不可思议。但要是他们认识了自己的话,他们会比山峰更伟大,比世上一切奇迹和美景还要伟大。他们会由于自己的思维能力感到吃惊。”那么,被视为“第八大奇迹”的思维究竟是什么,彼得罗夫斯基为我们做出了精辟的定义:“思维是受社会所制约的,同语言紧密联系的,探索和发现崭新事物的心理过程,是对现实进行分析和综合继而概括反映现实的过程。”思维是建立在人们对自然、社会、生活等事物充分认知的基础之上,经过大脑的逻辑思考,对这些事物元素进行感性认识、理解、分析、总结,并因此而引发的对其本质属性作出内在的、外在的、直接的、间接的、概括的、联想的连锁反应。

那么创意又是什么?总体而言,创意是一个抽象的概念,神秘而又不可捉摸,时而如涌泉而至源源不断,时而如干枯的古井思维枯竭。“创意正意味着观察活动中视觉思维的进一步升华。创意过程需要来自想象力丰富的头脑所涌现的各种想法,还需要自由而有意识地使用、处理感觉经验因素的能力——观察一个事物的同时看到另一事物,在表面的无形之中看到有形,从混乱之中创造出秩序,这是视觉语言的诞生过程,即将所要表达的意图或观念转换成某种人们用眼睛能看懂的视觉样式。”我们可以将这一创意产生的过程简化为两个步骤:即“构想”与“执行”,赖声川先生把这两部分称作创意的“二部神秘曲”,既独立又互相联系,它是通过两个步骤进行的——欲望的涌现,以及表达这种欲望的方式。

因此,创意思维绝不同于普通的思维过程,而是要突破既有的惯性思维,从规则中“突围”,打破“心智的枷锁”,正如罗丹所说的“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够发现出美来”。创意思维是抽象思维和形象思维、发散思维和收敛思维、顺向思维和逆向思维、横向思维和纵向思维等多种思维形式的协调统一。

创意思维要求艺术家、设计师既有丰富而灵敏的形象构思能力,又不能缺乏缜密细致的逻辑思维,以及能将人的左脑显意识与右脑潜意识功能交融并孕育出创造结晶的灵感思维能力。如此说来,创意思维与阿恩海姆提出的所谓“视觉思维”(即视知觉)有着异曲同工之处,二者皆强调将感性与理性进行有益的调和。阿恩海姆提出的“视觉思维”弥合了当代哲学心理学中出现的感性与理性的思维裂痕,在知觉与思维之间重建了一座有效的桥梁,而在其中起着沟通的决定性作用的正是思维活动中的视觉意象。因此,概括地说,“视觉思维”是一种以视觉意象为运作单元且具有理性功能的视知觉,这种在思维活动中包含着感性因素的创造性思维最终“使人类的认识活动成为一个统一或一致的过程——这是一个从最基本的

感性信息的“捕捉”到获得普遍的理性概念的连续统一的过程”。正如阿恩海姆指出的，知觉中的思维成分和思维中的感性成分并非对立，而是互补的，甚至可以说，视觉思维起源于直接感知，本身具有从不知或未知到感知的探索性过程；它具有运用视觉意象为运作单元而有利于想象作用的灵活性，并且便于产生顿悟或诱导直觉，即唤醒主体的“无意识”的现实性，简言之，视觉思维还具有创新功能。而设计也是通过视觉语言和造型手法，对工业产品的功能、材料、构造、工艺、形态、色彩等进行形象构筑的一种创造性活动，所以说，在设计思维中视觉思维也是表达产品内部复杂的空间联系与简洁的外在形态的主要途径，同样重视视觉与灵感、想象与潜意识在创造活动中的作用。因此，设计中的创意思维必然显示出与普通的逻辑思维、具象思维截然不同的特征。

3. 创意思维的特征

在通常意义上，我们认为创意思维主要由发散思维、收敛思维、逆向思维、联想思维、灵感思维和模糊思维构成。那么，创意思维也是以上诸种思维方式综合协调、辩证发展的过程，是视觉手感、心智等与情感、动机、个性的和谐统一。其中，发散思维是指不受现有知识范围和传统观念的束缚，采取开放活跃的方式，从不同的思考方向衍生新设想，又称为辐射思维、求异思维、立体思维或横向思维等。发散思维时常能够激发设计师创意的火花，“正是在发散思维中，我们看到了创造性思维的最明显的标志”。

收敛思维是以某一思考对象为中心，利用已有的知识和经验为引导，从不同角度、不同方向寻求目标答案的一种推理性逻辑思维形式，也称定向思维、求同思维、集中思维或纵向思维。而逆向思维则是通过改变思路，用与原来的想法相对立或表面上看起来似乎不可能解决问题的办法，获取意想不到的结果的一种思维形式，具有双向性、创新性及转移性的特征。

联想思维是将已掌握的知识信息与思维对象联系起来，根据两者之间的相关性生成新的创造性构想的一种思维形式。而灵感思维则是人的接纳能力、记忆能力和理解能力长期积累的突发表现，也称为直觉思维。灵感思维是思维定向、艺术修养、思维水平、气质性格及生活阅历的综合产物，与阿恩海姆提及的“顿悟”颇为相似，为设计师提供“渴求已久的智慧之光”。但灵感的出现并非昙花一现，而是缪斯女神对求索者的眷顾，“产生直觉最典型的条件是：对问题进行了一段时间专注的研究，伴之以对解决方法的渴求；放下工作或转而考虑其他；然后，一个想法戏剧性地突然到来……”模糊思维显得有些玄虚难解，运用潜意识的活动及未知的不确定的模糊概念，实行模式识别及模糊控制，从而形成富有价值的思维结果。

通过以上六种思维方式建构起来的设计思维模式又呈现出跃迁性、独创性、易读性和同构性的特征。其中，跃迁性是对所研究的设计对象进行界定并展开意念创造时，从逻辑中断到思想飞跃的思维过程中跨越推理的质变过程。跃迁性源于知识经验的积累，启迪于意外客观信息的激发，得益于“智慧之光”的闪现。

在设计行为中，设计师很容易陷入对某一具体产品固有形态的认识窠臼，形成先入为主的思维定式，这显然不利于创意的产生和灵感的突显，而跃迁性的出现可以挽救或弥补这种不足。独创性是指在设计观念生成的过程中，设计师充分发挥心智条件，打破惯有思维模式，赋予设计对象全新意义，从而产生新的设计方案的思维品格。如此一来，便要求设计师具有永不满足的求知欲望、好奇心、成就欲、专注性等心理因素，以及流畅力、变通力、超常力、洞察力等智力因素。

而易读性则是将设计意念的各种符号信息按照易于理解的构图秩序组织起来,发展为语义结构的模式识别,从而完成设计语言转换的思维特点。现代设计最醒目的特征之一便是视觉化,在视觉图像和符号过度丰盛的后工业时代,一个成功的设计作品首先必须能够在商品和广告的海洋中被迅速识别出来,因此好的创意必须同时具备清晰易读的视觉特征,才能进入观众的视野和心灵。

相较之下,同构性特征显得有些费解,是指输入的知觉客体信息与已存储的审美主体经验信息间的顺应、受动与同化、再造的相互关系。“人的审美感受是设计到感觉、知觉、表象、联想、想象等多种心理活动的综合化过程,也是审美主体对审美客体不断同化、顺应的过程。一方面,审美主体顺应和受动于审美对象。另一方面,审美主体对审美对象又有着极大的吸收同化能力和再造建构能力。……审美主客体的同构关系是在审美对象主体化和审美主体客体化的双向运动中实现的。”

人脑中的创意过程,其复杂程度甚至最快的电脑也无法企及,有时又只是一瞬间闪过的直觉。而创新有时是人们描述未来远景的一种方式,设计师的任务则是借助本身的直觉能力去发掘与构筑世界的新价值,并具体地予以视觉化表现。阿兰·凯伊的“超级电子书籍”概念勾勒出了今日电脑使用模式的蓝图;富勒的“地球号太空船”的比喻则提前警示我们地球资源的有限性。由此可见,设计绝不仅仅是针对现有社会的要求,提供一个直接和短程的答案,而是要去发掘潜在的不易觉察的社会需求,并针对这些需求提出具有前瞻性的“整合性”的解决方案。上述的诸种思维模式和思维特征对于设计和创意而言就显得极为重要了。未来将是一个由创意引领的时代,或者说是天才人物的超凡想象时代,个人的独创性将成为21世纪社会发展的核心价值。

正如前面所说,仅仅具备独创性是远远不够的,未来开启的将是一个重视整合性创造力的时代。所谓整合性创造力是一种能够涵盖和平衡彼此矛盾的多价值观,而且是能够囊括丰富而混沌概念的一种综合及构筑性活动。在创意思维领域,我们应当奉行“整合性”原则,将思维的各个有生命力的部分加以吸纳组合,建构一个不断成长与进步的创意思维模式。

4. 创意思维的方式

前面说过,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”。设计师毕竟不同于艺术家,艺术家只是创作作品,其创作可以是嬉戏,是表现,创作过程可以充斥梦幻、迷狂、冲动等感性表达;设计师设计的是产品,其创作是一种工作,他的设计必须有功能、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。因此,在实现设计的过程中,创意的实用性不容忽视,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。

方法是为了达到某一种目的、解决某一项具体任务而采取的手段,是从实际上或理论上掌握或认识现实的方式或步骤的总和。面对几百种创意技法,如何形成系统化、条理化的创意技法系统,是一个很大的难题,就留给研究人员慢慢去琢磨,这里对创意思维方法中常用的类型有所认知就可以了。根据研究者的实践经验和总结出来的大致可以将其分类为脑力激荡法、戈登分合法、属性列举法、5W2H设问法、仿生模拟法、扩图转换法等。

创意方法首先就是要突破常规,逻辑规律被颠覆才有张力。一个好的创意,首先是具有原

创性,开发出来的应是未曾用过或未被引起注意的新元素,演绎的是一个创造性思维过程。

★一则广告创意的过程:

构建文案框架→依据灵感进行创意图形→联想关联图形组合创意→加入广告词表述

设计思维必须奉行“整合性创造力”原则,在方法论意义上,设计师必须是具有综合创造素质的人,“他应当是30%的科学家、30%的艺术家、10%的诗人、10%的商人、10%的推销员、10%的事业家”。艺术设计无疑是“戴着枷锁的舞蹈”,试图“在美学艺术与工程技术之间、在迎合市场与坚守艺术理想之间、在喧嚣的时尚与永恒的艺术价值之间找到一个平衡点”。

二、创意思维的素质积淀

我们这里所说的素质,包括专业素质和综合素质两个方面。专业素质是指艺术创作和设计行为能力,如观察能力、审美能力、创造思维能力、造型基础、手绘草图、电脑图文设计能力和专业理论素养以及独特的创意能力、无穷的想象力和创造力。综合素质则涵盖了与现代艺术设计相关的更广博的知识层面和个人品格,如自然科学、社会科学和文化修养等多方面的文化积淀,强烈的事业心和社会责任感、良好的精神面貌、良好的团队协作精神以及紧跟时代的超前意识。这是对一个设计师能否在日新月异的设计浪潮中,创作出令人瞩目的设计作品的基本素质要求。

要做好一个符合市场要求的设计师,除了要进行系统的专业训练,打好扎实的理论基础和造型基础,夯实丰厚的艺术修养和文化底蕴,培养独立的思考能力和敏锐的观察视角(眼光)以及对美的感受、体验、积累能力以外,还要注意对人的自身潜质的开发,简而言之,就是关注“好奇心”“灵感”和“想象”元素的发掘。这些也都是作为一个专业设计师所必备的专业素质。只有这样才能在不断更新发展的设计潮流中,做到胸有成竹、思如泉涌、信手拈来、触类旁通。

1. 好奇心——发现创意

好奇心(curiosity)是人们与生俱来的天性,是健康正常的心理行为。因此对好奇心的培养是调动各方面的积极因素、挖掘创造潜能、激发创造的动力和源泉。在幼儿教育中鼓励孩子多提问题,不管多么幼稚可笑的问题,老师和家长都不能不以为然。因为,每个孩子都会问“为什么”,都有探索这个未知世界的权利。孩提时代的小男孩都有这样的经历:在兴高采烈地获得父母买来的新玩具后不久,新玩具就会被“开膛破肚”。这除了小男孩破坏天性使然外,更多地是孩子与生俱来的对未知世界探秘的好奇心所致。他们拆开玩具,看看究竟,这是一种宝贵的品质,表现了孩子的认知欲和探究欲,是创造的萌芽。坐在鸡蛋上孵小鸡的爱迪生,也正是怀揣着强烈的好奇心才得以发明种种新奇的事物。好奇心是发现的原动力,怀疑是创新的起点,提出问题是得到答案的前提。同样的苹果,砸在别人头上,为何砸不出万有引力定律呢?是由于没有这份好奇心而无所发现,而牛顿却做到了。没有瓦特的好奇心,就没有蒸汽机的出现,英国的工业革命就会推迟。没有哥白尼对天文学的好奇心,就不会有“太阳中心说”的提出,黑暗的中世纪也许会延长若干年。尤其是对艺术创作而言,对周围世界的好奇、对生活的感悟、对艺术的体验更是作品成功的保证。作为一个艺术家最怕的就是没有好奇心,对周围的世界麻木不仁,对生活中的一切习以为常,没有童话般的奇思

异想,纵使技艺再高超也无法创造出动人的作品。

然而,好奇心只是人类探索世界的最初阶段,是人们浅层的思维反应,是一种本能和下意识的活动。人们常用“牛顿与苹果”“爱迪生与鸡蛋”的故事来说明好奇心与科学发现的关系,但在这里我们要思考的是:被苹果砸中脑袋的人恐怕不在少数,而为何发现万有引力定律的却是牛顿。很显然,其他人不会像牛顿那样对观察到、感受到的事物进行质疑和再思考。正如海德格尔所概括的“问之所问”与“问之何所问”,提问的问题本身就有其引导解决问题的前提了。这个问题的提出就不是简单的“好奇心”能替代的,而是一种思维方式,这种思维方式就是产生“灵感”的契合点。著名美籍华裔物理学家、诺贝尔奖获得者丁肇中也说过:“一个人最重要的不是多方面的才华,而是多方面的兴趣。要从事科学研究,首先要建立起对科学的兴趣,然后再加上穷追不舍的好奇心……因为兴趣比天才更为重要。”

国际著名的平面设计大师福田繁雄就是一个善于“发现”的创意者,他认为生活的经验引导我们去留意到部分事实,而没有被留意到的却与事实息息相关,因此设计需要去“发现”,发现是创作精彩作品的源泉。他用稚童般“天真无邪”的眼光和天生的热情以及与生俱来的“好奇心”,依照自己理想的思路和幻觉般的追求,用各种看似“不可能”的想象和比喻去表现世界,思绪如天马行空般在艺术的天空中自由翱翔,感动了一代又一代的观众。

2. 灵感——创意闪现

灵感(inspiration)的产生,就不光是浅层的“好奇心”所能引发的了。灵感是长期蕴藉的瞬间顿悟,或是艺术天才的本能闪现。古希腊哲学家柏拉图甚至把灵感归咎为神灵的禀赋,他认为人的一切知识都是由天赋而来,它以潜在的方式存在于人的灵魂之中,并通过“回忆”或某种方式激发出来。而精神分析学家西格蒙德·弗洛伊德则认为,灵感是由无意识的性欲冲动产生的。他认为艺术家是因无意识的某种触动激起丰富的想象,因为灵感不可能在意识中按照逻辑推测去进行。在无意识的直觉把握能力开始显示其功力的时候,人的神经系统就会把那些表面上看来互不相干的信息储备迅速地调集起来,组合构成整体的直觉意象而使创意的灵感闪现。当然,在这种无意识或潜意识的整合过程中,信息储备可以说起到了很大的作用。作为“长期积累,偶然得之”的产物,灵感就是一种来去无踪的直觉把握方式。就像美学家阿诺·德里所说:“无论创作的心理学上的途径如何,灵感总是被描写为一种洞察力的直接揭示,瞬间的顿悟总是直觉的一种证明。”很显然,灵感表现出的直觉能力使思维迅速地、高效率地趋向有序和优化,并获得最佳效果。依靠这种无意识的直觉能力,艺术家可以在平凡中见伟大,在腐朽中见神奇,在人们司空见惯的事物中发掘出美。

综上所述,所谓“灵感”要么是来自于“神灵的禀赋”,要么就是源于无意识的性欲冲动和迷狂状态,或是感情冲动的表现。但作为设计师来说,设计工作和创意活动往往是具有强迫性和被动性的。也就是说,设计和创意的过程往往是一种有意识的思维活动。虽然说,灵感的产生具有随意性和偶然性,正如人们常说,“有心栽花花不开,无意插杨柳成荫”,通常是可遇而不可求。在科技发达的今天,人们可以用先进的技术控制生产和生活,但却始终无法控制灵感的产生。那么,在主动的创作过程中能否产生源源不断的“灵感”和创作的冲动呢?回答是肯定的。设计师有意识地营造一种创作氛围,努力地通过自身的心理调节,尽可能地寻找刺激,通过对自然、社会、生活的感悟和各种信息下载、体验、刺激来激发“灵感”,自发地形成一种创作的冲动和表现欲望。这种努力终究会有所回报,因为灵感的

产生是世界上最公平的一种现象。美国画家惠斯勒曾慨叹：“艺术可遇不可求，它不会因为你是平民而对你视若无睹，也不会因为你是王公而对你青睐有加。天时未到，即使是最睿智的人也不能使艺术品诞生。”有时，伟大和平庸真的只在一念之间。

尽管创意灵感这个概念看上去很抽象，除了要整体提高自身素质外，一些有效的训练方法是可以将人们处于潜意识中的灵感挖掘出来的。

(1) 激励法：明确自己的创意目的和兴趣所在，激发自身的情感冲动和创作热情。可以多看看大师的好作品，多参观学习好的设计展览和参加各种比赛。最关键的就是要多出去走走，用新鲜的感受刺激自己的创作欲望。

(2) 回忆法：通过对自己大脑中存储的信息和往事进行回忆和冥想，在冥想和回忆过程中寻找创意的激发点和切入点，从而引发创作灵感的产生。

(3) 休眠法：在休眠状态中，使人的大脑、身心处于一种完全放松状态，使灵感在无意识中自然地流露。

(4) 5W2H设问法，由7个方面内容的英文头字母组成，简称为5W2H法，是个典型的设问法：为什么做？（Why）做什么？（What）从哪里开始？（Where）谁去做？（Who）什么时候做完？（When）怎么做？（How）什么标准？（How much）

当然，创意灵感的启发还有很多方法，将在以后的教学过程中慢慢去认识了解。不管“灵感”的产生过程多么玄妙甚至令人匪夷所思，但有一点是肯定的，读书是激发灵感的最佳方法。“读书破万卷，下笔如有神”就是这个道理。对于一个设计师来说，这里所说的“万卷书”除了我们自身所需要的文化底蕴、理论基础和设计素质以外，就是对大师的优秀作品的认识、理解和储存。当然，如果终日闷头在家，即使你是一个天才，创意也有干枯的一天。出去走走，每天都有新鲜事在发生，在与人沟通、与景沟通、与事沟通的过程中发现生活的“表情”。“行万里路”无疑是在“读万卷书”的基础上进一步激发灵感的有效方法。读书是基础，行路则是以行动的方式接触真实的自然、社会和生活，达到“取天地之灵气，悟生活之感受，获创意之灵感”的目的。

此外，灵感具有“取之不尽，用之不竭”和“稍纵即逝”的特点，这就要求我们及时地去捕捉，如果不能抓住随机产生的灵感，它可能永不再来。哪怕只是一个思维火花的闪现也要牢牢地抓住，马上以形象或文字的方式将其记录下来。也许短时间内这些思维的片段派不上用场，然而，不久的一天，当你为一个创意苦思冥想而不得其解时，把你的记录拿出来随意地翻动，创意便自然而然地产生了。因此说，灵感的捕捉对于创意者来说，是敏感与天性结合的职业品质的体现。

3. 想象——放飞心灵的翅膀

想象（imagination）是在人脑中对固有的表象进行改变、加工、重组，并创造出新形象的心理过程。想象在人认识世界和改造世界的过程中起着重要作用，如果没有想象，人就不可能有创造发明，不可能有任何预见，它是人们主观的、有意识的超前思维活动。

从弗洛伊德的精神分析学的观点上来看，灵感闪现的过程与想象是密不可分的。如果没有想象的参与，灵感也无从谈起。从想象的意识状况来分析，我们可以将想象分为无意识想象和有意识想象两种。无意识想象是一种没有预定目的、不受意志控制的、有时不需要你做出什么努力就出现的想象活动，属于自发的内觉的无意识活动。有时是做梦和冥想状态时脑

中浮现出的表象，这种想象活动产生的结果往往不能直接用于创意目的，但无意识想象却往往会因此受到某种启发而引发有意识的创作冲动或灵感的闪现，对创意的形成发挥巨大的作用。“在睡觉的时候，人的意识下降到了一种较低的水平，在这一水平上，生活的情景并不是以抽象的概念呈现出来的，而是通过含义丰富的形象呈现出来的。睡眠在所有人身上唤醒的创造性想象力都会使人惊叹不止，而艺术家进行艺术创造时，也正是依靠了这种潜伏在深层意识中的绘画语言能力。”鲁道夫·阿恩海姆如是说。

只有想不到的，没有做不到的。想象，极大地丰富了人们的精神世界，是开发新世界的原动力。当你具备了丰富的想象力和超前思维，也就容易产生新奇的创造。法国最著名的科学幻想作家儒勒·凡尔纳在他的《海底两万里》《神秘岛》《从地球到月球》等科学幻想小说中就显示了无限的想象力。当年鲁迅先生在翻译《从地球到月球》时就惊叹：“中国人做梦梦的是金榜题名、洞房花烛，而法国人却在幻想征服月球。”凡尔纳在他的小说中所做的科学幻想描述，很多都成为了现实。

然而，艺术创作又有别于科学研究，很多艺术中的想象内容似乎与现实毫无关系，完全是人脑的“自由创造”。“艺术可以创建一个虚拟世界，可以把现实中不可能的变为在视觉中存在的可能。创造性的想象力是艺术创造的先导和动力，想象的空间可以在天高地广之外，可以摆脱客观条件和现实逻辑的约束而心驰神往。”虽然有些想象脱离我们的现实生活，但也是以现实为基础的，是对客观世界中各种现实体验的一种反映。虽然看似十分荒诞或是滑稽，但构成这个想象的元素却总是来源于客观现实。人虽然能想象出在记忆中未存储和感知过的或现实中不存在的形象和事物，但这些内容总是或多或少地与客观现实相关联，被想象出来的事物是由已经认知的形象和事物加工改造而来。比如，谁也没见过外星人，在文艺作品中人们对外星人的想象则是根据对人本身的认知进行描绘，比如《E·T》中的外星人造型就是由人类的基本特征和元素组合变化而来。《西游记》中孙悟空的造型元素也是由人、猴的形象元素组合而成，其形态、动作、衣着、语言无不说明了与客观现实之间的联系。因此说，想象的天地是广阔的，但是不会从天而降。人的想象是在广泛地感知周围世界、积累丰富的经验和渊博的知识的基础上产生的。俗话说得好，厚积薄发，丰富的知识和阅历是想象的基础。



鱼的循环 克里



里希滕施泰因的波普艺术 罗伊