

密训·资料

广告设计基础（广东）

1901

MI XUN ZI LIAO

编前语

试卷说明：

广告设计基础这一科目可能出现的题型为**单选题、多选题、填空题、名词解释题、简答题、论述题等**题型，满分共 100 分。具体以真题中采纳的题型为准。

资料说明：

本资料提供的是课程中较重要的知识点，按照知识重要度分为☆、☆☆、☆☆☆。**星标数目越多，表示知识点越重要。**

资料对某些知识点的内容进行了精简或简化，如第六章第三节主要是介绍各个开设广告设计课程的高校的课程设置以及练习课题，几乎不作为考试范围，因此在本资料中将不予体现。

除此之外，资料中对知识点的关键点进行了加粗标红，这些主要是为了帮助同学们理解和记忆，同学们可以根据资料来进行考前的借鉴和复习。

预祝同学们取得理想的成绩！



目录

第一章 视觉设计的内涵	3
第一节 视觉传达设计的基本概念	3
第二节 视觉传达设计是一种视觉语言	3
第三节 视觉传达设计的社会意义	4
第四节 视觉传达设计的商业价值	5
第二章 视觉设计的形态属性	6
第一节 自然形态	6
第二节 人工形态	6
第三节 具象与抽象形态	7
第四节 设计的意幻形态	8
第三章 视觉空间的创造	9
第一节 平面与空间	9
第二节 形与空间的心理张力	10
第三节 形的分解与重构	11
第四节 视觉空间的创新	12
第五节 设计中的格式塔心理现象	13
第四章 设计构成的创造力	14
第一节 基本形	14
第二节 设计构成的构形形式	17
第三节 肌理的运用	18
第五章 视觉设计艺术的形式语言	18
绪论	18
第一节 比例与尺度	19
第二节 对比与统一	20
第三节 对称与均衡	21
第四节 节奏与韵律	21
第五节 整体与局部	23
第六章 视觉设计基础的创新表达	23
第一节 创新设计思维	23
第二节 创新思维的发掘	25

第一章 视觉设计的内涵

第一节 视觉传达设计的基本概念

1.1.1 视觉传达设计的形成☆☆

1960年,在东京举行的世界设计大会上,人们开始意识到视觉影像已作为独立的传达手段而存在,开始形成一种更能得到充分表现的设计,即为“视觉传达设计(visual communication design)”。

1.1.2 视觉传达设计主要的包含内容☆

- (1) 广告设计;
- (2) 建筑导向系统和环境设计;
- (3) 书籍和出版物设计;
- (4) 商业传播设计;
- (5) 电影、电视、计算机图形设计;
- (6) 视觉识别系统设计;
- (7) 图表设计和展示设计;
- (8) 包装和售点广告设计;
- (9) 社会、文化和政治宣传设计。

1.1.3 平面设计☆

“平面设计”是指在二维空间里进行的图形语言的构思与表现活动,“二维空间中的、非影视的设计活动都基本属于平面设计的内容”。直到20世纪70年代设计艺术充分发展之后,“平面设计”逐渐成为国际设计界通用的术语,而今又面临挑战。

1.1.4 视觉传达设计☆☆

- (1) 简单地说,视觉传达设计一种以视觉媒介为载体,向大众传播信息和情感的造型活动。
- (2) 视觉传达设计由以往形态上的平面化、静态化开始逐渐向动态化、综合化方向转变。视觉在现代社会获得前所未有的地位,以至于社会学家称现代社会为“读图时代”。

第二节 视觉传达设计是一种视觉语言

1.2.1 视觉设计是一种视觉语言艺术☆

- (1) 在人类文明之初,视觉是人类认识世界的主要手段。以视觉形象为主的文化现象占据着主导地位,绘画在原始人的意识中,除存有朴素的审美意识之外,最大的功能在于交际。
- (2) 原苏联语言学家斯皮斯皮尔金认为“原始图画”不是语言,而是对直觉和表象、对情境整体生动地再现。
- (3) 事实上,视觉语言无论在结构上还是在功能方面都与一般的言辞语言有相当程度的共同性,在传达信息方面近乎“异曲同工”。
- (4) 平面设计的研究以视觉语言为基点,视觉的重要性在于它的视觉暂留性和视觉记忆性。视觉交流是一种有效的快速交流,能在瞬间传达信息和情感。视觉语言的研究为平面设计传播效果的评价提供了一种系统参照的价值取向。
- (5) 视觉设计是一种生产力,自然地参与到社会文化、审美活动中。

1.2.2 为信息传达而设计☆☆

(1) 平面设计之根本是“**为传达而设计**”，意味着传达、理解、造型这三者并不具有独立意义，在其相互关联中，走向“文化图形”的形成。

(2) 设计的首要任务是**沟通**。广告的首要功能在于**沟通品牌与消费者**，因此无论创意还是视觉表现都要以策略为先导。在现代广告战略中，广告创意演化为“**观念营销**”的广告策略。

1.2.3 “注意消费者”是沟通的基础☆☆

客观条件决定了广告创作以“**他者**”为中心的特性。视觉信息的可读性要求视觉语言的清晰可辨。为此设计师在编制信息符号时，不能忽略情感性因素对信息传达在理解与认知方面的作用。

1.2.4 广告设计中的图像☆

视觉语言是以**视觉符号**为基本元素所构成的。广告设计实际上是一种将文学语言换成图像语言的艺术，但图像语言必须**简明易懂**，使得广告与受众的沟通更简单、直接，因为图形本身语义的传达才是设计创意的灵魂所在。

1.2.5 图像语言表达的三个标准☆☆☆

(1) 能否有效完成沟通

平面设计一定要考虑到传达对象的视觉经验的差异，把客观的目标受众作为诉求目标，以信息的可视性作为传达设计的前提，将所要传达的信息转换成易于理解、耐人寻味的创意。

(2) 能否吸引更多的注意

读图时代到来，在场眼球争夺战中，如果广告信息不能被注意，那就谈不上被接受、被影响。如何打开注意力这个消费者的大门，是创意首先面临的问题。

(3) 能否更简洁地完成传达

广告信息到达率越来越低。广告信息传达的简化与否直接决定着信息传播的效果。“对话与交流”是设计者创作的态度，设计是一种以接受者为中心的艺术。

第三节 视觉传达设计的社会意义

1.3.1 视觉传达设计的社会意义☆

(1) 设计艺术的发展推动了人类物质与精神文明的进步。

(2) 随着信息社会的发展，单纯的科技主义文化把不能满足人类的精神文化需求。设计已变成了一种**融合科技与艺术**的综合学科，也是在不断变化的。

(3) 设计离不开哲学思想和悠远的**民族传统**，以及由此产生的审美观和哲学观，是富有生命力、永恒的，是整个人类的精神财富。

(4) 设计作为当代文化创造的一种重要形式，与其他各式各样的文化形式有着千丝万缕的联系。

第四节 视觉传达设计的商业价值

1.4.1 大众传播☆☆

基本含义	以 大众 为本位，为“大众需要什么”而努力。
目标	传播消息、观念、意见，从而促进民意，家传公益，导引大众欲望， 满足大众需要 。
根本/本质	大众性 ，即为“大众”而产生，用来沟通“大众”的生命空间。
要求	大众传播的机制要求 大众的回馈反应 ，要求接受者 参与互动 。

1.4.2 平面设计要向大众传播☆

平面设计必须借助各种媒介向大众进行传播，以实现和促进其所强调的视觉传达功能，**快速性、渗透性和时效性**正是信息传达畅通无阻的有力保证。

1.4.3 设计通过可以被理解的视觉语言☆

- (1) 设计只是一个视觉载体，所负担的任务就是**传达信息、实现视觉沟通**。
- (2) 设计就是通过对视觉形象进行信息内容的有序组织，使形与图的组织关系形成语序，构成可以明晰表达信息内容的完整的视觉语言。好的设计可以在没有文字的情况下，通过视觉语言沟通理解，跨越地域、民族的界限及语言障碍和文觉传达。
- (3) 视觉设计实际上是在寻找与现实世界的意义能够产生同构的形式符号。

1.4.4 视觉沟通是一种双向调适的过程☆

- (1) 如果没有来自大众对视觉资讯的理解和信息反馈以及对目标受众的具体分析，也就无法通过视觉语言传递信息，建构具体的形象；
- (2) 如果观看者不能积极**发挥视觉联想**的能力，再强的视觉刺激也无法在脑海中产生视觉意义，反而徒增视觉干扰。

1.4.5 消费社会☆☆

“消费社会”的出现	自 20 世纪 90 年代以来，社会逐步进入物质丰裕的阶段，在物质极其丰盛的基础上， 消费 的地位被独立出来，成为整个社会运作的核心。
相关人物及作品	法国社会学家让·波德里亚；《物的体系》
观点	消费社会是一个以 符号经济 为主要特征的社会。
提出的命题	物必成为符号，才能成为被消费的物。

1.4.6 如何理解命题：“物必成为符号，才能成为被消费的物”☆☆

- (1) 概括地说就是：**商品具有两面性**。
- (2) “**使用价值**”。
- (3) “**符号价值**”是由商品的品牌形象设计所塑造出来的价值，构成了商品的意象，并成为消费者感性的选择对象，形成了附加性的价值。因此通过广告创意与设计来建构消费社会商品的符号价值愈发重要。

1.4.7 产品包装设计☆☆

含义	在社会文化中抽象出象征意义并转化为象征符号，然后把这种象征符号艺术地呈现在商品上。
在新世纪的主题	情感的沟通与互动 将成为产品包装设计的主题之一。现代商品必须具有功能性内核和包装符号系统的表现性外壳才能满足现代社会对商品的基本要求。在当前社会，

	商品包装和广告诉求的其差异化重点已从物的使用价值转移到 符号的象征价值 。
--	--

1.4.8 商品形象包装

重要性	形象包装 是商品信息最主要传播途径之一。
核心任务	最大限度地创作商品的象征价值。
能否达到良好的传播沟通效果的依据	设计师编码过程和接受者解码过程的一致与否。

1.4.9 广告创作中赋予商品象征意义☆

- (1) 广告创作中赋予商品的象征意义带有一定的**强制性**，并不是约定俗成的，需要通过大众媒体向社会公众进行广泛的传播、灌输给消费者，**潜移默化**地使之转变为商品的象征价值。
- (2) 广告设计将商品和某种象征意义或文化价值巧妙地整合在一起，使产品成为某种象征意义的载体。
- (3) 商品的符号差异性决定它的生存意义，代表着商品间的差异，并通过这种差异使符号具有意指作用，映射商品中**蕴涵的情感和社会价值**。

第二章 视觉设计的形态属性

第一节 自然形态

2.1.1 自然形态的含义☆

自然形态是自然界中一切未经人为因素改变而存在的现实形态。

2.1.2 人工形态与自然形态的关系☆☆

在我们实际生活中，**自然形态**无处不在，人工形态与自然形态有割不断的联系。大自然是第一位设计师、创造者，就连我们人类也是大自然创造出来的作品；许多人工形态都是从自然形态的启迪中萌生出来的。

2.1.3 自然界是艺术创作的源泉☆

自然界的丰富多变，给艺术创作和艺术设计提供了取之不尽的源泉，如世界著名的澳大利亚悉尼歌剧院、北京奥运会的主场馆鸟巢。

2.1.4 阿恩海姆☆☆☆

- (1) 提出**视觉思维理论**。
- (2) 一方面**强调想象力和创意力**，但另一方面也竭力**提倡从自然出发**，强调对自然的直接观察。
- (3) 阿恩海姆从自然中发现了“力动分析”的重要意义，并在教学中启发学生把自然中存在的各种物理力**转化为视觉力**。这些自然物的形状，往往是物现力作用之后留下的痕迹。

第二节 人工形态

2.2.1 人工形态☆☆

人工形态指人类**有意识地**从事视觉要素之间的组合或构成活动所产生的形态，人工形态的创造是在人类进化和时代发展的基础上开展的，它是人类有意识、**有目的**的活动创造的结果。

2.2.2 人工形态的分类☆

	含义	特点
具象形态	依 客观物象 的 本来面貌 构造的写实。	其形态与实际形态相近，反映物象的细节真实和典型性的本质真实。
抽象形态	是根据原形的概念及意义而创造的观念符号，使人无法直接辨清原始的形象及意义。	不直接模仿现实 ，是以纯粹的几何观念提升的客观意义的形态，如正方体、球体以及由此衍生的具有单纯特点的形体。

2.2.3 形☆☆

- (1) 宇宙万物虽然千变万化，但其外形都可以解构为**点、线、面、体**等基本要素。
- (2) **形**是构成形态的**必要元素**，它不仅指物体外形、相貌，包括了物体的结构形式。

第三节 具象与抽象形态

2.3.1 具象形态☆

- (1) 具象与抽象形态的划分是从艺术造型角度进行的，属于视觉艺术形态的范畴。
- (2) 在造型艺术领域中，泛指人们在生活经验中已形成概念并可以明确指认的存在物，凡是可以对应比照的形态，即是“**具象形态**”。

2.3.2 抽象形态☆☆

- (1) 抽象思维的含义

抽象思维是以概念、判断、推理等形式进行的思维，其特点是**把直观所得到的东西通过抽象概括形成概念、定理、原理等**，使人的认识由感性个别到理性一般再到理性个别，进行“去粗取精，去伪存真，由此及彼，由表及里”的再创造，从事物的表面现象入手深入到事物的本质之中，寻找出事物的共同属性和本质规律。

- (2) 原始社会时期的抽象形态

我国原始陶器上存在着大量的抽象几何纹样，如圆点纹、三角纹、漩涡纹、月牙纹、波折纹、回纹、火焰纹和图案化的鸟纹、鱼纹及蛙纹等。沃林格在《抽象与移情》论述原始人具有“抽象冲动”。

- (3) **中国书法**的抽象

唐代大书法家张怀瓘的书论中，把自然和造化作为艺术创作的源泉，抽取最本质性的内容，标示为“生气”或“神采”。

中国象形文字的演变，是从具象转到对自然物象的抽象，即所谓“观物取象”。汉字成为一种美的抽象符号，更能强烈地表达思想感情，在美学上的境界更高、更含蓄。

中国书法草书是抽象线条的世界。

2.3.3 抽象与具象的相对性☆☆

- (1) 抽象与具象具有**相对性**，两者在相对比较中存在，存在不确定性和可变性。
- (2) 抽象从形象思维来说，只能是具象的相对概念。
- (3) 当一个具象形态被概括、提炼，仍**保留原来的本质特征**，产生的新形相对原形来说就是抽象的。“抽象”即为事物本质特征的概括再现，这种再现，可能是具象形也可能是抽象形。
- (4) 抽象形态是对具象形态的**升华和概括**，并非是自然形的再现，而是由感性到理性发展的**视觉创造**。

2.3.4 抽象是否存在☆

- (1) 从形象思维来说，抽象只能是具象的相对概念，无形的抽象在视觉艺术中是不可能的。
- (2) 但要承认，抽象是客观存在的，人的精神世界是不能离开抽象思维的，这就是艺术抽象存在的基础。

2.3.5 抽象的概述☆

- (1) 抽象的形态，不是重复已有的形，而是立意，葫芦形从民间剪纸到现代标志图形形态和意义的演变。
- (2) 抽象的符号通过组合传达信息或主题，通过新的构成才能产生新的内涵和意境，如杭州手工艺博览会标志的形态演化。
- (3) 抽象是思维和形象的概括，也更深刻，摒弃描绘写实而注重表现创作者的感情，强调的是抽象语言的表现力和形式美感以及最终给人的精神感染。

2.3.6 抽象图形的作用☆

- (1) 抽象图形带有视觉意义的模糊性，给人以更广泛的联想余地，含蓄、耐人回味。
- (2) 抽象图形能深化为意义和情绪的暗示和渲染，具有丰富的语言表现力，单纯、简洁、明快，富有装饰性和象征性。

2.3.7 “热抽象”与“冷抽象”是视觉语言的内在张力所致☆☆

- (1) 康定斯基用线动感强，色彩强烈，常表现出一种沸腾的激情，西方称为“热抽象”。
- (2) 蒙德里安用最单纯的形与色，如垂直线、水平线及原色和黑、白色，做出理智、冷静的面的划分，被称为“冷抽象”。

2.3.8 抽象形态的举例和运用☆☆☆

方形	暗示一种稳定的情绪
圆形	暗示一种温暖的情绪
三角形	暗示一种紧张的情绪
交通信号“Stop（停）”	同时运用形、色、文字来传达信息

综上所述，一切科学的抽象，都更深刻、更正确，地反映着自然。人类科学进步加速了生活变化的速度，抽象的目的除了提炼出对象的本质特征外，也是为了快速、准确地传达信息，以适应现代人的审美需求和现代传播媒介的要求。

第四节 设计的意幻形态

2.4.1 “意幻形”的概述☆☆

含义	以客观现实为基础，发挥想象、联想，创造出全新的视觉形象，其中有许多虚构成分，不能在客观外界找到可以完全对应指认的形态。	
特点	(1) 表现非现实存在的梦幻、想象、哲理、隐喻等，有神话般的浪漫性，寄托着人们的审美理想。	代表形象：我国传统艺术中龙的形象、古埃及的狮身人面像。
	(2) 有深邃的理性，诱导观者参与图形创作，和作者一起分享造型与思辨成果。	代表人物：荷兰著名版面家 M·C·埃舍尔、日本设计大师福田繁雄先生、匈牙利设计大师伊斯特文·沃里兹。
作用	(1) 是介于具象与抽象之间的艺术再现，其形态特征似是而非，似非而是，既保留具	

象特征，又具象征的抽象意义，是抽象思维方式与具象表现手法有机结合的产物。

(2) “意幻形”领域的开拓，有利于我们在设计领域中的**艺术创新**。

第三章 视觉空间的创造

第一节 平面与空间

3.1.1 空间及其相关概念☆

(1) “空间”指介于**物与物**之间，环绕物与物四周或包含于物之内的间隔、距离或区域的意象。在视觉艺术里，空间兼具有二次元空间与三次元空间的特性。

(2) 空间构成的目的是二次元的平面空间中，**实现三次元**的空间表现和现立体效果。

(3) 空间艺术：涉及长、宽和高等概念的绘面和雕塑等造型艺术。

3.1.2 焦点透视☆☆

主要作用时期	在 欧洲文艺复兴时期 的欧洲，传统表现 空间感 的方法。
所形成的的空间感	空间感是运用透视原理，根据视觉 对象明暗、色彩深浅和冷暖差别 ，表现出物体间的 远近层次 ，使人在平面范围内获得立体的、具有深度的空间感觉。
重要性	焦点透视 符合客观实际 ，所以被认为是最科学的。

3.1.3 超现实主义☆☆

到 19 世纪，西方艺术家开始涉猎艺术的抽象领域，在超现实主义的绘面中，利用现实的具体形象和空间内容，作不合理的矛盾组合，或利用**错视的原理**即变形的方法构成一个**违反人的正常心理和视觉经验**的幻觉世界，以引发人们对形象的兴趣和奇异的心理感受。

3.1.4 著名的超现实主义画家及其主要思想☆☆☆

画家姓名	思想观点
马格利特	认为绘画是一种 唤起心灵现实的手段 。常利用含蓄、意想不到的比例、违反常规的明暗关系、意外的形象并置。
萨尔瓦多·达	利用焦点透视使画面建立三度空间的多层次的立体感和空间感，采用极其逼真和精确的描绘来处理超时空的画面形象，使人们仿佛置身于强烈的刺激中。
达利	20 世纪超现实主义画派的巨匠，以 探索潜意识的意象 著称，与毕加索、马蒂斯被认为是 20 世纪最有代表性的三个画家。达利说“超现实主义就是我”，开创“ 偏执狂批评方法 ”，最真实地表现最不真实的物体和情景图，如 柔软的钟表 。
恩斯特·米罗	利用视觉的自动性来创造内心世界的 意识流绘画 ，或通过变形等手段将形处理成有符号化特点的神秘和怪诞形态，来表现出一种 儿童般的感觉和梦幻 。
埃舍尔	研究和解决再现性的交错图形、给予现代设计创意极大的启示，表现的一个核心概念是自我复制。自称“图形艺术家”，专门从事于木版画和平版画。严密的理性思维与非凡的想象力结合，被称为“认为绘画是一种 唤起心灵现实的手段 。”

3.1.5 平面设计的主要功能☆

平面设计的主要功能是**准确无误地传递信息**，追随社会变迁，反映大众审美趣味。时代与文化的发展，以及社会与个人的因素，都会影响画家们对原有图式修正和变革。由于**风个人风格的**

追求，新的艺术已形成了多元化的艺术格局。

3.1.6 空间构成的表现☆

- (1) 平面设计是将不同的基本图形，按照一定规则在平面上组合成图案，二度空间范围内以轮廓线划分图与地之间的界限，描绘形象。
- (2) 平面设计所表现的立体空间感仅是图形对人的视觉引导作用形成的幻觉空间。埃舍尔的“绘画乃是骗术”说明造型艺术表现本身的性质，空间先于形象而存在，但形象决定空间的性质。
- (3) 视觉在设计中，未占有的空间也是重要的，比例及关系的改变，会使设计产生不同的感觉。

3.1.7 空间感表现的方法☆☆☆

(1) 利用大小表现空间感	大小相同的東西，由于远近不同产生大小的感觉，近大远小。在平面上一样，面积大的感觉近，面积小的觉得远。
(2) 利用重叠表现	在平面上，一个形状叠在另一个形状上，会有前后、上下的感觉，产生空间感。
(3) 利用阴影表现	阴影的区分会使物体具有立体感觉和物体的凹凸感。
(4) 利用间隔疏密表现	细小形象或线条的疏密变化可产生空间感，如一款有点状图案的窗帘，卷起部分的图案变得密集，间隔小，则感觉越远。
(5) 利用平行线的方向改变表现	改变排列平行线的方向，会产生三次元的幻象。
(6) 利用色彩变化来表现	利用色彩的冷暖变化，冷色远离，暖色靠近。
(7) 利用肌理变化的表现	粗糙的表面使人感到接近，细致的表面感到远离。
(8) 利用矛盾空间来表现	指在真实空间里不可能存在的，只有在假设的空间中才存在。

3.1.8 设计师需要具备的基本素质☆

从最基本的层面来说，设计师需要具备两种基本素质：

- (1) 富于创造力。
- (2) 善于解决工作中出现的各种问题。

第二节 形与空间的心理张力

3.2.1 视觉张力☆

在平面设计中，由于内部与外部力的作用，不论是什么样的形都会不同程度地作用于视觉而产生或延续、或收缩、或膨胀、或外射、或旋转的感觉。我们视觉感知身份仅仅是形状中潜在的一种向某些方向聚集、散发或倾斜的力，它是视觉心理的力，是视觉活动不可缺少的内容之一，传递的是一种事件，我们把它称之为“视觉张力”。

3.2.2 张力的作用☆☆

- (1) 张力作为知觉活动是一种积极探索、选择的活动，涉及的是一种外部力对有机体的作用，从而打乱了神经系统的平衡的总过程。有了这种对抗的力，我们在一定的空间中所感知到的物象就不会是静止的式样，在对抗力和相对平衡中充满活的张力，负载能量。距离相近的形象使观者还能知觉到旧的痕迹，而距离远的形象则会给人一种全新的、意想不到的视觉感受。
- (2) 真正有感染力的不完全形，是通过省略某些部分将另一些关键部分突出出来，使其蕴含着一种向某种完全形“运动”的“压强”或“张力”。
- (3) 格式塔心理学中认为不完全“形”所营造出的想象空间，能更好地满足人们的审美心理。

3.2.3 实形和虚形的多重性☆

实形和虚形所形成的张力蕴涵着合理性和不合理性,独立性和整体性,都可以被看作合理的形、也可以被看作是不合理的形。既可以被认知为独立的形,也可以被认知为是整体形中的一部分,具有**多重性**。

3.2.4 图形之间的互动性☆

(1) 运用**互相衬托关系**。至于哪些形处于前哪些处于后,一方面取决于设计者根据自己的意用运用平衡原理对形的铺排,

(2) 它与图地**互换**也能形成视觉张力。这种图地反复交替互换产生强烈的前进和后退、扩张和收缩的运动效果,促使视觉不停地在图地中来回跳动着。

第三节 形的分解与重构

3.3.1 形态的分解☆

对于平面设计而言,**分解与重构**是一个完整的造型上的连接体。为此,分解一个图形的意义在于取新的视觉元素,进而以此构成出与原来图形完全不同的“完形”面貌,也就是是原初图形或形象地被分解为。重新构成新的作品提供了基本的“原料”。

3.3.2 打散重构☆☆

总体描述	是一种分解合成的方法
本质	“打散”从表面看是“破坏”,实际是一种 提炼 的方法,分解是为了 元素化 、单纯化和系列化。并且 突破 空间和时间的局限,更富有造型特征和情感因素。
“分解”的作用	有利于了解结构,更能深刻了解事物 内在美 ,了解局部变化对形态的影响。分解客观的自然形态,了解造型规律,从理论上探索它的美的法则,提炼出艺术审美中构造的成分、元素、基因。这是促成自然形态向抽象转化的条件。
特点	这种成分是从原始形态中提炼出来的,但它已不是原始形态,也没有原来的功能性质。分解后再合成,产生了新的内容、新的形式。
受到限制的因素主	被分解的新元素可为重构提供形态上的无条件选择,为此,这种给定的元素从某种意义上看或许阻碍了想象力的发挥,然而,它却暗示出多种优秀的构成方案来。

3.3.3 传统符号打散再构的形式分析的归纳☆☆☆

分类	含义	特点
原形打散再构	分解后的元素如同纸牌一样有无穷的排列方式,这样在聚散组合中就会诞生新的形态。	分切裂查出来的形态不应按照原形的构成逻辑思维去理解。
关系构成	分解原始图形,扬弃全部或部分构成元素,只保留骨骼构成形式或规律,用另外的元素代替,从而得到全新的视觉形态。	甚至成为一种超民族性的隐喻。
嫁接构成	摆脱了传统符号的形象和常规构形观念,造型充满了奇想和异常。	新鲜的事物,只有新鲜的组合,黑格尔说:“把不相干的事物组合在一起,会引发诗意的燃烧”,将不同时空符号

		嫁接，用新的方法演绎旧的符号，也是民族样式和国际风格结合的一种尝试。
意象造型	创造形象时倾注着浓厚的意念成分，主张追求艺术的真实而不是现实的真实。	“不求形似，而求神似”，人们将这种造型方式称为“意象造型”。

第四节 视觉空间的创新

3.4.1 错视的概念☆☆

含义	我们的认知判断与所看到的形态产生矛盾的 错觉经验 ，是一种心理与生理的反应。
产生原因	由于观察者发现 视觉上的不均衡 ，从而不自觉地产生一种错觉的作用
作用	错觉 导致视觉映像与客观真实的矛盾状况，因而使知觉系统疑惑； 另一方面我们又乐于接受“ 视觉蒙骗 ”，这种特殊刺激导致的视觉紧张会激起心灵探索的欲望，感受到 创造的喜悦 。
对设计的影响	在造型设计中，我们必须在理解正常视觉机制的基础上研究错觉的规律性，利用错觉的原理，使设计方案更精密、巧妙和富于创意。

3.4.2 错视的图形效果的主要表现☆☆☆

(1) 尺度错视

长度的错视	长度相等的线段，由于所处环境差异或诱导因素不同，使视觉辨识产生错觉，感觉它们并不相等。
面积的错视	面积相同的图形，由于图底关系不同或是周围形的诱导因素之一，产生面积不相同的视觉感受。 向某一点集中的线形成潜在的透视结构，由于近大远小规律的影响，使同等大的图形，由于处于不同的空间位置而产生视觉上大小不等的错觉。
角度与弧度错视	由于周围诱导因素不同，致使相等的角或弧看起来并不相等。

(2) 形状错视

含义	视觉对形状的认知与形的真实状况不符的现象
产生原因	扭曲错视 由于相关因素的诱导、干扰，或背景环境的影响，导致形的视觉映像发生变化，使形状发生不同程度的扭曲现象。 由于本身或背景环境的线型诱导，会导致形状的变化或产生某种动感。

3.4.3 错视的表现——矛盾性空间☆☆

含义	构成设计中的一种模棱两可的空间， 是非真实的空间
特点	矛盾的空间在构成设计中是两不相让的，有极为 强烈的空间冲突 。
如何发生作用	由于其构形具有 空间观念上的双重性 和 视觉表现上的相互统一 的特点，从不同视角看，各种形体的共存是天衣无缝的，但在实际生活中却是荒诞的，这种在矛盾中并存的不同空间观念的变化，通常伴随着观察对象视点位置移动而产生。
作用	使原本静态的、实在的物象在视觉中产生了忽前忽后、忽上忽下的空间变幻效果，从而使观者的判断力失控、进入迷惑状态。它的荒诞奇特，能吸引观者的注意力、 引发更丰富的联想 。

3.4.4 错视的表现——正负形☆☆☆

	正形（也称为图）	负形（也称为底）
含义	形体本身	形体周围的“空白”
一般含义	积极向前的	消极后退的
在作品中的作用	具有完整性与力度	过于琐碎、具有流动性
形成正负形的因素	因素有许多，它依赖于对图形的具体表现与欣赏心理习惯。	
正确处理关系	画面中出处的任何元素都是一个整体，须审视和处理好正负形的关系。	
图形的边线共用	当正形与负形相互借用，图形边线隐含两种不同的明确含义，称为边线共用。正负图形各不相让，抗衡与矛盾使图形得到了艺术化同形的特殊魅力，并使人在视觉上得到满足与快感。	
图底反转	图与底的关系并非都是清楚的，常常发生混淆，这是所谓的图底反转。“反转”一词是指颠倒或者逆行。 鲁宾最早对此视觉现象加以研究，代表作品《鲁宾之杯》。	

3.4.5 图底反转的分类☆

（1）共存反转	由于观看方向改变、或由于注目点转移，形的感受也随之改变，原图形隐退，新图形突然显现。
（2）远近反转	由于视觉对局部形的空间深度有相反的理解，产生时而面凸出，时而凹进的现象。
（3）图底反转	由于视觉注目在图与底之间转换，所以图与底的意义也发生转换。

3.4.6 图与底之间的错视现象☆

- （1）可以预测错视可能带来的不利影响，主动地控制图形间的关系，从而修正完善方案。
- （2）巧妙地利用错视的视觉，使作品增添意趣和神秘感。

第五节 设计中的格式塔心理现象

3.5.1 设计中的格式塔心理☆☆

在设计中的地位	已经成为艺术设计的一个基础理论。
基本概念	人们的审美观对整体与和谐具有一种基本的要求。简单地说，视觉形象首先是作为统一整体被认知的，而后才以部分的形式被认知。即我们先“看见”一个构图的整体，然后才“看见”组成这一构图整体的各个部分。
格式塔心理学观点	断言人们在观看时眼与脑共同作用，在一开始是将各个部分组合起来，使之成为一个更易于理解的统一体。
	在一个格式塔（即一个单一视场，或单一的参照系）内，眼睛的能力只能接受少数几个不相关联的整体单位。这种能力的强弱取决于这些整体单位的不同与相似，及其之间的相关位置。
	有秩序的形易被接受，但缺乏变化、呆板单调，不能引起视觉兴奋。
对设计的影响	表现作品的整体感与和谐感是十分重要的。无论是设计师本人或是观者，都不欣赏那种混乱无序的形象。
对于审美的作用	不完全“形”营造的想象空间能更好地满足人们的审美心理，观者利用想象从“无”中获得更多的“有”，于是在“有”与“无”，“虚”与“实”的转换过程中产生了主客体的交流。审美快感由此产生。

3.5.2 设计中的空白空间的基本信息☆

空白留用的含义	指与“有形”相对的“无形”，与“实空间”相对的“虚空间”。“空白”，不是一无所有。	
原理	对画面中易见形周围的空白，视觉活动相对反映淡漠，往往成为视觉生理感知转化为视觉心理情绪的重要因素。	
形式	“非封闭性”空白	图形周围的空白，作用于形与边框的关系。
	“半封闭性”空白	图形与图形之间的空白，作用于形与形的关系。

3.5.3 “非封闭性”空白与“半封闭性”空白对视觉心理情绪的不同作用☆☆

空白既是一种设计形式，也是一种设计语言。

	“非封闭性”空白	“半封闭性”空白
其面积大小的作用	直接作用于心理情感的产生和变化。	暗示着形体之间的关系情绪。
空白大的视觉感觉	幽静、柔缓、飘逸	轻松、平和、节奏缓和
空白小的视觉感觉	直观、刺激、喧哗	紧张、刺激、节奏急促

3.5.4 空白空间的作用☆☆☆

(1) 空白空间可以营造虚实对比之美

如虚实、有无、紧张与轻松等，使得作品更具深层次的语意。空白的目的是为了更好地传达信息、表现主题，达到以少胜多的效果。

(2) 空白空间蕴含独特的审美张力

形和意产生出一种潜藏的张力，与主体图形形成作用与反作用的互动。需要观者从视觉心理上对其补充，给观者更多的自由想象和创造空间。

(3) 空白空间可以构造简约之美

空白可以使主体突出，在看似空白的地方又蕴含若无限的“有”，使设计作品哲理丰富而深刻。“空白”可以构造简约之美，现代设计中大胆使用空白，往往能为设计带来超然脱俗、清新雅致的简约意境，使创意的意旨得以升华，追求得以强化。

(4) 空白空间可以营造意境之美

“空白”留取可以给观者设计想象的空间，作品能发挥其熏陶、潜移默化的精神作用，形成空间之美、简约之美、意境之美。如中国画的空灵及其追求的“以少胜多”、日本传统审美文化已经和禅宗融为一体。

第四章 设计构成的创造力

第一节 基本形

4.1.1 设计的基本形☆

(1) 设计的基本形有形状、大小、方向、色彩、肌理等基本要素，这些要素的变化使基本形呈现不同的发展趋势，从而获得新的形态特征。

(2) 这些特征是逻辑构成的基本变化要素,当基本形纳入一定空间,则以图、底的形式呈现。

(3) 在平面构成中,点、线、面是造型的基础,可以说任何平面造型都是点、线、面的具体组织与再现。

4.1.2 点的概述☆☆

含义	点即相对较小而集中的形
基本特性	聚集。
特点	点虽有位置、形状、大小,但没有方向
功能	集中视线,紧缩空间,引起注意,常用来表现强调和节奏

4.1.3 点的情感特点☆☆

规则点	圆	封闭曲线围合面成,形象完整,内部饱满,给人内敛、圆融、稳定但又趋向不断运动的感受。如中国的阴阳太极图。
	方形点	外轮廓由直线构成,形象坚实、方正、规整、给人静止和庄重之感,与圆形点的温柔形成强烈的对比。
不规则点	由不规则线构成,形象自由随意,给人以灵动多变之感。	

4.1.4 点在设计作品中的运用☆

(1) 点因为其丰富的变化和情感特征,运用非常普遍。设计中的点往往成为画面的视觉中心,是画龙点睛之笔。

(2) 举例:靳埭强的海报设计中往往以水墨的形态呈现的点。日本设计师如田中一光的海报设计,形成图形与韵律美。

(3) 在平面设计中,点形态的运用主要是根据作品主题内容和形式美感的需要而拟定虚实的。

4.1.5 线的概述☆

含义	线是点移动的轨迹,尽管线有粗有细,但其宽度与长度必须差异悬殊才能称之为线。
本性	运动。
基本特征	视觉导向,引起的视线运动。
特点	线作为纯粹形态,其大小和形状变化能产生面的感觉。
应用	在平面造型中,线被广泛地用于表现形体结构,赋予作品多样化的艺术风格。

4.1.6 线的造型种类与特征☆☆☆

直线	总体特点	方向感极强,有坚定、严格、阳刚和上下升降的感觉,力度感大于曲线,给人以刚劲、有力的美感。	
	分类	水平线	与视线的方向一致,产生舒缓、宁静、无限延长的感觉。
		垂直线	纵向形态给人以向上耸立的基本感觉
		斜线	显得更为灵活,具有冲击和飞跃的感觉。 向上的斜线:奋发、挑战的积极美感; 向下的斜线:产生俯冲、倾倒甚至危机感。
曲线	总体特点	曲线给人以女性化的感觉,丰满、感性、轻快、优雅、流动、柔和、跳跃、节奏感强。	
	规则曲线	在绘画中运用比较少,因其缺乏变化	在设计和装饰画应用广泛,

		而显得 单调、呆板 。	体现设计的严谨和适用性。
	不规则曲线	表达情感更 自如畅达 ，更具有变化美感，更能体现出设计师独特的个性。	在 绘画和图形创意 中的运用更为普遍。
	圆线	精密、雅致	
	波线	优美、柔和	
	任意曲线	自由、奔放和洒脱	
	弧曲形的大曲线	像女性的人体，像水的波纹，抒情而优美，并具有 流动感	
	小曲线	如游动的小鱼或某些植物叶子的边缘，带有激动的情绪和流畅的运动感，有时又有着精美细致的感觉。	
曲折线	倾斜折状线与曲线并用	集直线的阳刚与曲线的柔美于一体 ，表现出直与曲在线性结构中的有机性。	
	徒手曲线	居于不明确，无秩序的感情。但富有人情味，由于表现工具的特殊，可以创造出 富于个性 的线，往往深受艺术家的喜爱。	
	几何曲线	总体特点单纯明快，一般具有理智而柔和的美感，富有自由、优雅的女性感，具有现代感和准确的节奏感	
		抛物线	具有 向外运动、扩张 的速度感。
		双曲线	对称又有变化。
		蛇形线	被称为 最美的曲线 ，一波三折的起伏富有强烈节奏感和韵律感，又不乏柔和与秀美。
		螺旋线	具有强烈的 上升感 ，将重复性和创造性相结合，运动感强且具有一种舒缓、逐步延伸的优雅美。

4.1.7 线具有情感特性☆

- (1) 原因：节省注意，即感官的省力；**暗示**的影响；**模仿**的运动；心理的联想；**移情**作用等。
- (2) 对于不同线的情感感知是从对应的现实世界的不同事物的日常经验系积中得来的。

4.1.8 线在设计作品中的运用☆

线形态有着鲜明、强烈的造型特色与超越客观自然的表現力量。线以自身形态的优雅丰富赋予设计作品以美感，并产生其深刻含义。在平面设计作品中，线形态的表现方式多种多样，以造型、技法、构成的方式取得画面的新颖优美。

4.1.9 面的概述☆☆☆

含义	面是线的移动轨迹，所有 非点非线 的平面形象统称之为面	
设计使命	在二维平面上 塑造三维空间	
分类	几何形	用数学方式构成
	有机形	用自由曲线构成
	直线形	用直线随意构成
	不规则形	用直线加自由曲线随意构成
	偶然形	用特别手段意外获得的形
面的特点	矩形	刚直、稳健
	正方形	有平稳、 单纯 、安定、 整洁、规则 之感，无论空间位置，整体平

		衡感都不会被破坏。倾斜放置的时候，会有运动的感觉。
	封闭圆形	由曲线构成，是一个 圆满 的世界，其圆润的边界线柔和、流动，给人循环不止的感觉，且有 丰富灵动 的动感。

4.1.10 形的特征☆☆☆

含义	我们把一个具体的面称作形。		
任意形的特点	不定性和偶然性 ，也叫有机形或偶然形。		
分类	积极的面	以封闭的实体为特征的面	既有完整明确的外形轮廓，又有统一充实的内部面形，画面明确且富于力度。
	消极的面	内部面形不充实，或外轮廓未封闭的面	有发散和开放的性质，因而在造型上有着转化的更大可能性。

第二节 设计构成的构形形式

4.2.1 重复构成☆☆☆

概念	重复是指同一画面上 同样造型反复出现 的构成方式，从信息传播角度来说，重复无疑会加深印象，使主题得以强化，同时，从造型角度来说，重复也是 最富秩序和统一观感 的手法。以形状、大小、色彩、肌理都相同的基本形为重复基本形，在设计中不断使用，这就是基本形的重复。		
分类	绝对重复、相对重复、不规则重复。		
作用	使设计产生绝对和谐的观感，但手法不当也会产生单调乏味的感觉。		
注意	在重复的统一中放等求变化为设计要点，在排列时要注意重复基本形的方向、色彩、肌理的空间变化。		

4.2.2 近似构成☆☆

概念	同质而不完全相同的要素 之间的组合构成，由于多数相同，少数不同，可以把近似看成重复的轻度变异。		
作用	在规律前提下适度的变异，使近似的形态具天然和谐的优势，有 统一协调 的观感。		
要点	取得近似的要点是“ 求大同，存小异 ”，使大部分因素相同、小部分相异，方能取得既统一又富于变化的观感。		

4.2.3 渐变构成☆☆☆

概念	渐变构成是一种 规律性很强 的形态等要素变化，在视觉设计中能产生强烈的透视感和空间感，是一种 有顺序、有节奏 的变化。		
特点	渐变有 严格的规律性 ，它的结构富于动感，以节奏韵律和自然取胜。		
原则	渐变中的和谐原则 ：在重复的渐次变化中寻求一种与其他美感法则和谐相处的对比与统一。		
	结构突变原则 ：构成设计利用人们乐于接受突变美感的审美心理，有意设置突变的“强音”。反向思维是突变构成中最重要的方法之一，如平静—骚动、黑暗—光明。		
运用	突变 是视觉整体构成中的“ 叛逆 ”行为，能刺激我们的心灵，给我们以快感。		

4.2.4 发射构成☆☆

含义	发射是一种特殊的重复和渐变，其基本形和骨骼线均环绕着一个或几个共同中心。
作用	发射构成是平面构成中最有 动态感 的一种造型，可以产生很明显的视觉中心，吸引人的注意力，同时发射具有强烈的视觉效果，能引起视觉上的错觉，形成令人炫目的、 有节奏的、变化不定 的图形。
特点	(1) 发射图案具有非常强烈的焦点， 易于形成视觉中心 。 (2) 发射能产生视觉的 光效应 ，使所有形象有如此光芒从中心向四面散射。
分类	离心式、同心式、向心式。

4.2.5 特异构成☆

含义	特异构成是规律的突破和秩序的局部对比，在整体规律之中，一小部分与整体相对立，又不失相互联系，这一小部分就是特异
作用	特异部分总能形成视觉中心，引起注意，传达强烈的视觉印象。
特点	特异程度有大小差异，应以不失整体观感的适度对比为宜。

4.2.6 密集构成☆

- (1) 密集是对比的一种特殊形式，其基本形数量众多，排列方式有疏有密。
- (2) 密集构成既是一种构型方式，也是一种构图方式，通过**元素的疏密**来构成图形的造型或画面的布局。

第三节 肌理的运用

4.3.1 肌理☆

- (1) 制作明暗与肌理的方法：数码处理、手工绘制、机械制作。
- (2) **肌理对比是现代设计常用的手法**。如：沙滩上的一只手表；毛皮与皮革组合。

4.3.2 肌理运用的作用☆☆

(1) 明暗和肌理都有助于完善设计元素的空间构成、丰富视觉元素的效果、加强版面的组织结构，肌理可以使 一个平面的视觉元素生动、活跃 。
(2) 可以根据具体需要 调节肌理的密度 ，创造出或平面、或有丰富明暗变化的视觉效果。
(3) 除用于图形的视觉效果以外，肌理还可以 用于表现某种态度 。肌理增强了格沃的“泥土文化美学”：勇敢、现实、叛逆、黑色幽默。
(4) 文字 是一种重要的肌理元素。排版后的文字可同时传达明暗、肌理和内容。将文字的各种变化形式交织搭配，会在低面或屏幕上形成不同的文字抽象肌理效果。

第五章 视觉设计艺术的形式语言
绪论

5.0.1 形式美与形式美法则☆

- (1) “形式美”是美学理论中的一个专属名词，指的是**客观事物和艺术形象**在形式上的美的表现，也指涉及社会生活、自然中各种形式因素（线条、形体、色彩、声音等）的有规律的组合。对形式美的探讨几乎是艺术各门类的共同课题。
- (2) 形式笼统来说，是指事物的形状和结构，它是事物矛盾运动的表现形态，有着基本的视觉

学习是一种信仰

效果,它的依据就是**客观存在的美的形式法则**,我们称之为**形式美法则**。它也成为现代设计的理论基础知识。

5.0.2 形式的内容☆

(1) 形式包含作品的组织结构、表现手段和形式美规律。

(2) 形式感:指客观的形式美与实践主体的知觉结构相互**适合、一致、协调**所引起的审美愉悦的感觉。

5.0.3 视觉艺术的形式构成☆☆

形式构成	重要性	具体内容
各形式因素之间的组织结构	内部形式	关注的是各种因素比如造型、色彩、线条、空间等在作品中相互关系,以及每个要素中各子要素之间的组合关系等。
视觉语言	外部形式	在音乐、建筑、书法等艺术门类中,其 外在形式有相对独立性 ,在艺术设计中具有重要的价值。
形式美规律	美的表现形态	——

5.0.4 形式的作用☆

(1) 美的形式的组织,使一片自然或人生的内容自成一独立的有机体的形象,引动我们对它有集中的注意、深入的体验。

(2) 美的形式的积极作用是**组织、集合、配置**,也就是构图,使片景、孤景能织成一内在自足的境界,自成一意义丰满的小宇宙,启迪着人生的更深一层的真实。

(3) 形式之最后与最深的作用,就是它不只是化实相为空灵,引人精神飞跃,超越美境;而尤在它进一步引人“由美入真”,探入生命节奏的核心。

5.0.5 视觉传达设计艺术中的“有意味的形式”☆☆

(1) “有意味的形式”是就是那些在**形式上符合形式审美规律**,能带给人们审美愉悦,具有一定意味、恰当表现了内容的形式。

(1) 此观点认为形式不能与内容分开,形式感也具有相对的审美价值,但是**内容**所拥有的表达作品主题的作用不可替代和忽视。

(3) 设计上的“有意味的形式”,并不是为了形式而形式,**为了表现而表现**。良好的视觉形式不单要具有一定的形式美感,更要有助于传达信息和内涵。

5.0.6 形式美规律☆☆

(1) 形式美规律必须通过**组织结构和视觉语言**体现出来,

(2) 包括:多样与统一、秩序与和谐、对比与调和、动态与平衡、比例与尺度、节奏与韵律等。

(3) 具有美的特征,具体应用在组织结构和视觉语言中,通过组织结构和外部形式体现出来。

(4) 社会活动变化与认识变化会导致对形式审美判断的变化,**美不能以规矩求之**。

第一节 比例与尺度

5.1.1 比例与尺度☆

(1) 比例与尺度指事物**整体与局部**以及**局部与局部**之间的关系,同时彼此之间包含着匀称性和一定的对比,是**和谐的一种表现**。

(2) 比例的含义：在艺术和审美实践中，比例实质上指对象形式要素本身、各要素间或要素与整体间保持的某种定数的制约关系，是人长期的心理经验形成的形象要素之间的一定对应关系。

5.1.2 尺度的含义☆☆

影响人的心理感受和审美判断的另一个重要因素。**完美的比例，适当的尺度差**是结构美的造型基础。在具体事物中的尺寸和度量准则所界定的内容，就是尺度。尺度的角度衡量的美包括实用的尺度和美的尺度。尺度随时代、社会 and 不同功能目标与审美需要而变化。

第二节 对比与统一

5.2.1 构成设计中的对比☆☆

含义	又称 对照 ，把反差很大的两个视觉要素成功地配列于一起，虽然使人感受到 鲜明强烈而仍具有统一感 的现象称为对比，
作用	能使主题更加 鲜明 ，视觉效果 更加活跃 ，且更富有精神。
地位	是构成设计中基本的使用方法之一
对比要素	大-小，长-短，宽-窄，厚-薄，黑-白，多-少，直-曲，锐-钝，水平-垂直，斜线-圆曲线，高-低，面-线，面-立体，线-立体，光滑-粗糙，硬-软，静止-运动，轻-重，透明-不透明，连续-断续，流动-凝固，甜-酸，强-弱，高音-低音，以及七色的色彩对比等。

5.2.2 构成设计中的统一原理☆☆

统一的相对性	对于设计来说，各种类要素要遵循的统一原理是必不可少的。 统一 是一种富有秩序的安排，是设计对整体美感所把握的主要方法和意图。	
	平面设计中的统一原理是以对立原理为前提，追求作品的统一，实际就是 追求对比中的和谐 。	
统一观感的实现	注意	使用对比时，须注意在画面中的某些因素具有统一其他诸因素的作用，以减少各种因素不必要的竞争。
	方法	(1) 以多数驾驭少数达到统一。
		(2) 以特异而引人注目，产生能控制整个画面的作用而具有统一感。

5.2.3 关于和谐观感☆☆

- (1) 和谐的广义解释是：判断两种以上的要素，或部分与部分的相互关系时，各部分所给我们的感受和意识是一种**整体协调**的关系。
- (2) 和谐的组合也**保持部分的差异性**。当差异性表现为强烈和显著时，和谐格局就向对比格局转化。统一赋予造型条理、秩序、和谐；变化激起新鲜感，使视知觉享受到持久的美感。
- (3) 变化的统一，通过比例尺度、平衡配置、协调秩序、节奏旋律等形式法则综合而成。

5.2.4 多样统一☆☆☆

- (1) 调和：毕达哥拉斯学派认为，调和即“**多样的统一**”，这一论断至今被广泛沿袭应用。调和是指两个以上的要素之间的统一关系和一种和谐状态，是多样化的统一，带给人审美的快感。所以，调和并不单调。
- (2) 多样统一：又称**有机统一**，任何视觉艺术（包括设计艺术）都是由若干不同部分组成的。这些部分与部分间既有区别、又有内在联系。当把这部分按照一定的规律，有机地组合成一个整体，从部分之间的差别可看出多样性和变化，从各部分间的联系又可看出和谐与秩序，即在统一

学习是一种信仰

中求变化,在变化中求统一,既有变化,又有秩序,这是一切艺术形式必然遵循的根本形式法则。

(3) 形式美规律与审美观念

	形式美规律	审美观念
差异	具有普遍性、必然性和永恒性。在共同的“多样统一”的形式美法则下,在形式处理上因审美观念的发展而产生各自不同标准。	随客观条件,如时代、民族、地域等不同而不断地发展变化。

第三节 对称与均衡

5.3.1 视觉设计中的对称法则☆☆

含义	将各类对称的美感现象集中纳入特定的对称形式之中。不仅表现出人类与生俱来的爱美动机,其严谨规范、安定端庄的美学性格也形成了它的明显标志。
分类	通常情况下,分为:相对对称、绝对对称。
平面构图运用对称法则的注意	要避免过分的绝对对称产生单调、呆板的感觉。 有时,在整体对称的格局中加入一些不对称因素,反而能增加版面的生动性。

5.3.2 平衡关系中的不对称形式——均衡☆☆☆

含义	均衡是平衡关系中的不对称形式,是对称的一种变态,指对应双方等量而不等形。
特点	以支点为重心,保持异形各方力学的平衡形式,是以心理感受为依据的不规则、有变化的知觉平衡。
作用	从严格意义上讲,对称可以看作是均衡的一种较完美的形式。均衡是打破静止局面,遵循力学原理,以同量不同形的组合取得平衡安定的形态,追求一种活泼、自由、轻快的富于变化和动感的美。
局限	均衡也较难掌握得恰当,它主要依靠经验和感觉,而不能用数理的方法来计算。
设计中的运用	(1) 把握知觉平衡的原则,通过各组成部分间的疏密、大小、多少、远近、轻重、高低、明暗、色彩对比,自由增减局部的形和色,调整图形均势,使其左右分量相近以求得平衡效果。 (2) 均衡的形式是艺术家和设计家们在视觉心理方面追求愉悦的普遍形式。
知觉平衡	形态的各种造型要素(如形、色、肌理等)和物理量感给人的综合感觉。
视觉平衡	根据形象的大小、轻重、色彩及其他视觉要素的分布作用于视觉判断的平衡。

第四节 节奏与韵律

5.4.1 节奏与韵律的含义☆☆

(1) 节奏:是节律运动中强弱缓急的有规律性的变化。

(2) 韵律:在节奏基础上形成的一种富于情感起伏的律动,更多地呈现一种灵活的流动美。

5.4.2 设计中的秩序美感☆

秩序的重要性	在造型领域中,秩序有举足轻重的意义。
如何打动视知觉	造型要素的规律性组织编排则以整体的秩序打动视知觉,我们的视知觉总偏爱简洁的结构和秩序。
建立秩序的方法	在构成中注入逻辑性,以抽象的数理关系组织形态要素,进行构成设计。
现代审美的重要特征	追求强烈的律动感

5.4.3 秩序美的探索与应用☆

(1) 秩序美的探索

人们追求、创造秩序,把美的秩序转化为视觉形象,作为赏心悦目的艺术品体现了每个民族最初年代对宇宙的赞美。随着人们审美能力的逐渐提高,艺术设计美学原则更加复杂,也更充分体现出人类对秩序美的探索与应用。

(2) 秩序是开启美的钥匙

秩序是统辖整体各部分的法则,给人以和谐的美。人在劳动生活中不断把自然界中秩序化的美带到手工创造中,强化了对秩序美的感受。秩序感是人类长期劳动实践和艺术实践的产物,具有很大的稳定性和包容性。

5.4.4 节奏与韵律在秩序化的艺术设计中的体现——秩序中的节奏元素☆☆

节奏的含义	节奏在构成设计上指以 同一视觉要素连续重复 时所产生的运动感。
重复与节奏	两者 不可分割 ,因为节奏是重复的结果。
艺术设计中的节奏关系	主要是通过视觉元素在一定空间范围内间隔的反复出现而被感知的,包括组成部分的数量、形式、大小等增加或减少的有规律的变化,是一种 “空间的秩序” 。
作用	具有美感的节奏,既是一种 客观与主观的统一 ,也是一种心理与生理的统一。

5.4.5 节奏与韵律在秩序化的艺术设计中的体现——韵律美感☆☆☆

韵律	节奏是按照一定的条理、秩序重复连续地排列,形成一种律动形式。在节奏中注入个性化,就有了韵律。
律动的美感	(1) 首先体现在 “动” 上,“流动”性的旋律,活泼、自由、明快、变化无穷、生机勃勃。 (2) 反复美 :用连续的方法组织空间,产生时间与空间反复转换的观感,给人强烈的视觉印象。
局限	过于单调的反复会 使人疲劳 ,产生心理厌烦。因此,单调的节奏很难产生持久的美感,而且会由于 单调乏味 、缺少特征,使人觉得印象浅薄。
运用注意	在反复中寻求动与静、单纯与复杂、细腻与奔放、定向与不定向因素的对比。特别要在 构成方式上多探索 ,才能产生丰富多变的节奏和富于美感的旋律。

5.4.6 节奏与韵律在秩序化的艺术设计中的体现——韵律与节奏在秩序中的统一☆☆

	节奏	韵律
美感的表现	条理性、重复性、连续性	一种抑扬关系有规律的重复、有组织的变化
相互关系	节奏是韵律的条件,韵律是节奏的深化。	
作用	节奏与韵律冲击人的心底,触动情感,营造情感氛围。韵律在视觉形象中往往表现为相对均齐的状态。在 严谨平衡的框架中 ,又 不失局部变化的丰富性 。	

5.4.7 韵律美的构成方法☆☆

(1) 韵律与反复构成

韵律的形式主要贯穿于反复之中,**反复**是构成韵律美的基石,即一个形态或一组形态在作品构成过程中不断地重复出现。

只有作品拥有韵律关系的**和谐性与秩序感**,作品的整体美才会有高度的艺术感染力。

(2) 韵律与渐变构成

与韵律形式并存,且有着类似美感效应的构成形式是渐变。渐变即为**形态、色彩在这一反复过程中变化推移结果**。

在单个形态的秩序排列中,虽然同样形态的不断反复能够形成强烈的韵律效果,但若结合渐变处理,韵律形式将变得更加富于层次。

第五节 整体与局部

5.5.1 整体与局部☆☆☆

(1) 形式的重要法则:**整体统辖局部,局部服从整体**。

(2) 局部在画面中不应是孤立存在的,应与整体形成**有机的联系**。

(3) 局部与整体涉及前边谈过的统一性问题,整体关系的重要性远远大于局部关系。形态的整体大于它的局部之和。我们通常所说的“**主从**”关系,也是指整体与局部的关系。

(4) 各个局部相加并不等于整体,一加一大于二。只有保持局部的某种程度的独立,才会形成局部特征。

(5) 要注意**着眼于整体设计**,要善于宏观把握,具有整体感。所谓整体感,就是画面的视觉各要素之间形成恰当优美的联系,各要素不是孤立存在的,而是**互为依存、互为条件**的存在关系。

第六章 视觉设计基础的创新表达

第一节 创新设计思维

6.1.1 如何做到创新设计思维☆

(1) 设计应以一种开放性思维探索新的经验,以一种全新的观点看待熟悉的事物,从而创作出独特的形式传达创意。赋予各种意念、情感和经验以具体的形式,是拓宽我们意识范围的一种手段。

(2) 从设计者的角度看,形式必须依据特定的情境和表现的媒介进行设计构思,在一个互动的“完形”场效应下,做创造性的“发明”。

(3) 从受众的角度看,对创意的领悟将直接影响视觉效果。视觉传达追求的效果却是超平面的、立体的、无限延展的。

(4) 在实际的传达设计中,应为对象接受、理解而传达,才能达到设计传达的真正目的,使传达的形式和方式进一步贴近传达的对象。

6.1.2 思维☆

思维是一个带有双重含义的概念,它具有精神的属性,是**物质的产物和反映**,又对物质具有**能动性**,是区别于直接反映客观现实的感觉和知觉的一种高级反映形式和高级认识阶段。

6.1.3 艺术思维的过程☆

(1) 含义:艺术思维是指体现在艺术家头脑中的与艺术有关的一切**思维活动**。在艺术创作过程中,艺术家对生活进行**观察、体验、分析**,并对所取素材进行**选择、提炼、加工**,孕育成意象,即在头脑中形成较为完整、成熟的艺术形象。

(2) 对设计者而言,精于分析受众的视觉心理有助于**使设计形象贴近目标受众**。如果画面表现了艺术家的视野,那它更隐含了这种高远的视野的获得有赖于想象,有赖于对世界的关注,也只有具备了高远的视野。才可能创作出与众不同的作品。

6.1.4 形象思维☆☆

含义	以事物的具体形象和表象为主要内容的思维形式。
动力形式	从表象着眼。视觉艺术思维中形象思维的表象动力较为复杂，它是将所观察到的事物经过选择、思考、整理、重新组合安排形成新的内容，即具有理性意念的新的意象，意与念的和谐统一。
原理	视觉艺术的形象思维始终依靠事物具体的表象展开思维活动，产生相关的思维联想并注入主观的内容，在脑中逐渐形成包含了自己的思想、感情、审美意趣等表现精神境界的“意象”。
特点	从艺术的角度说，形象是艺术作品的基本特征。 从产品角度说，形象是设计产品的视觉叙述。 没有了形象，设计艺术就没有思维载体和表达语言。
运用	设计者在设计实践中以各种原始的生活形象为原型，通过深化法，以一种模拟写实的手法表现出来，使目标消费市场产生共鸣，达到最终审美目的和实用目的，完成多种价值的实现。

6.1.5 抽象思维☆☆☆

别称	在思维学中，抽象思维又称为逻辑思维。
含义	以概念、判断、推理等形式进行的思维
特点	以推理为表征，把直观所得到的东西通过抽象概括形成概念、定理、原理等，使人的认识由感性个别到理性一般再到理性个别。
注意	设计者需要把握抽象思维和抽象思维的特性灵活运用。

6.1.6 灵感思维☆

灵感的产生	灵感是发生在认识的高级阶段的心灵感应现象。任何促使灵感发生的外界客观物象只有在人脑久已存在的主观意识作用下才能形成。	
产生基础	生活 and 实践活动。	
特点	灵感思维的形式具有无意识的特征，包含在一个人大脑深层的潜意识活动中。	
	艺术灵感也受到一定的逻辑规律的制约	灵感思维的出现建立在艺术家头脑思维活动的大前提之下，创作目标明确； 灵感思维不是凭空爆发，依赖于艺术家长期的生活经验、艺术修养以及长时间的思索。
重要性	灵感思维是视觉艺术思维中经常使用的一种思维形式。在灵感的出现是思维过程必然性与偶然性的统一，是智力达到一个新层次的标志。	

6.1.7 创造性思维☆☆

本质特征	本质特征是开拓和创新，是能动的思维形式。
概念	创造性思维是多种思维形式的协调统一，是高效综合运用和不断辩证发展的思维过程，是在创造活动中表现出的具有独创性的、产生新事物的高级、复杂的思维活动。
应用	当艺术家在创作中看到、听到、接触到某事物的时候，尽可能让思绪向外拓展，让思维超越常规，找出与众不同的看法和思路，赋予其最新的性质和内涵，使作品从外在形式到内在意境都表现出作者独特的艺术见地。

6.1.8 反向思维☆

别称	逆向思维
含义	实际就是 反过来想 ，它要求 打破常规的思维定式 ，从与习惯的思路相反的方向去探讨问题的思维
作用	从视觉传播的角度看“反向”， 正而效应大于负面效应 。 反常能引起人们知觉的震惊，从相反为方面来认识事物，打破就旧有的“思维定式”，建立起一种新思维的方式。

第二节 创新思维的发掘

6.2.1 如何提高创意思维能力☆

- (1) 设计创意的创新动力来源于**创造性思维活动**，正确的思维方法有利于创造性思维的开展。
- (2) 要提高创意思维的能力，除了要在专业知识的掌握上下功夫外，还要扩展自己的知识面，在实践中不断积累经验。
- (3) 还要更多地关注生活，周围环境中的许多事物往往能激发我们产生联想或受到启示。
- (4) 在表现主题时，可以以形象直接表现，也可以用**形象或符号**间接表现。

6.2.2 创意思维推演的方法——想象☆☆☆

推演方法	通过对事物对象的想象，能引发创新意识。设计师通过想象，把设计主题与各种有关的形象联系起来，把这些已积累的知觉材料经过加工改造，创造出全新的视觉形象。	
想象的特点	想象的表达是 不受限制的 ，在想象的过程中，以形象思维力求找出事物之间的相似性与内在的关联性。尽量把看来似乎毫不关联的事物，找到相似的共同特征，联结起来想象。	
分类	再造想象	根据语言文字或原有的图形给予某种启示，在头脑中再造出相应的新视觉形象
	创造想象	根据一定的任务、目的，在头脑中重新创造出新的视觉形象。相对而言，创造想象比再造想象更加自由灵活，活动领域也更加宽广
想象的作用	想象是图形创意的原动力，想象力越丰富，设计思路就越宽广。在艺术创作过程中，联想与想象是记忆的提炼、升华、扩展和创造，而不是简单再现。从这个过程中产生一个设想导致另外一个或更多设想，从而不断地设计创作出新的作品。	

6.2.3 创意思维推演的方法——联想☆☆☆

含义	联想是从一个事物的观念推想到另一事物的观念，有人称之为“ 观念的联合 ”。	
重要性	联想思维是设计创意思维中运用最广泛的一种思维方法。	
特点	客观事物之间是通过各种方式互相联系的，这种“联系”是联想的桥梁。通过联想可以找出表面毫无关系的事物之间内在的关联性。	
作用	可以开拓创意思维，以新的深层形象思维把某些对象转化为视觉语言，创造出丰富内涵的视觉形象。 联想可以 化平淡为神奇 ，将无形的、抽象的某种理念和心理状态转化为一种具体形象。	
方式	接近联想	含义：由时间和空间上接近的事物而形成的联想。 特点：时间上接近的事物，总是和空间上接近的事物相互关联。
	相似联想	依据事物之间性质、情态、内容等方面的相似或相近而构成的联想，是从

		“此”通向“彼”的灵感体现。
	对比联想	事物间相反的特征或相互对立事物间形成的联想是对比联想,也称为 逆向联想 或相反联想。
	因果联想	事物间的因果关系而形成的联想。

6.2.4 形象思维☆☆

- (1) 含义：形象思维是一种不受时间、空间限制，可以发挥很大的主观能动性借助想象、联想甚至幻想、虚构来达到创造新形象的思维过程。
- (2) 手段：**联想是形象思维的重要手段。**
- (3) 特点：具有**浪漫色彩**，不同于以理性判断、推理为基础的逻辑思维。

6.2.5 逆向推演☆☆

- (1) 含义：在视觉艺术思维中，如果只是顺着某一思路思考，往往找不到最佳的感觉而始终不能进入最好的创作状态。这时可以让思维向左右发散，或作逆向推理，有时能得到意外的收获，从而促成视觉艺术思维的完善和创作的成功。
- (2) 在艺术创作过程中运用逆向思维方法，有时能够起到**出奇制胜**的艺术效果。

6.2.6 寓意和象征☆☆

	寓意	象征
含义	借其他事物 来寄托本意	通过某种具体可以感知的形象或符号，用以表现某一事物的本质或涵义以及与之相似或相近的概念、思想和感情
表达	主要依靠 借题发挥 的手法进行表达	主要依靠 哲理和暗示性 进行表达
作用	既能为设计师的创意思维打开层面，又能使观者引起注意，接受并记忆图形所暗示的信息，从而 把设计师、作品、观者联系在一起。	