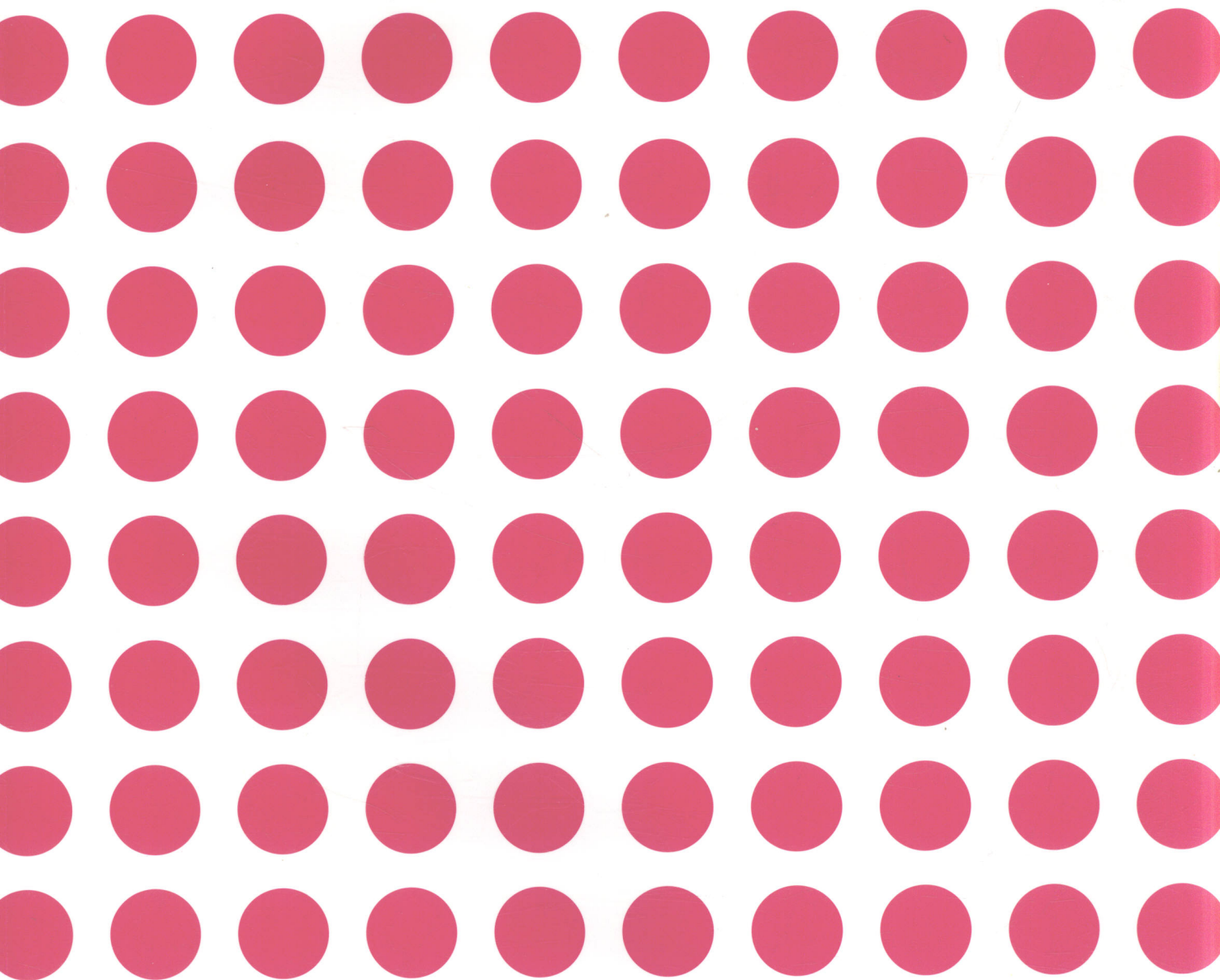


高等教育艺术设计规划教材 / 主编：徐福山 魏 嘉

FORMAT THEORY OF VISUAL COMMUNICATION DESIGN

视觉传达设计形式原理

潘尔慧 孟光伟 编著



主 编: 徐福山 魏 嘉

副主编: 刘木森 王向勤 段邦毅

编 委: 王东辉 王向勤 刘木森

吕在利 李 远 张岸芬

杨永庆 郁有西 段邦毅

唐济川 徐福山 赖健男

潘尔慧 魏 嘉

[以姓氏笔画为序]



銳設計工作室

www.ruiv.com

封面设计:

高等教育艺术设计规划教材

视觉传达设计形式原理

潘尔慧 孟光伟 编著
张 雷 赖健男 审

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

视觉传达设计形式原理 / 潘尔慧, 孟光伟著. — 北京:
中国轻工业出版社, 2007.1
高等教育艺术设计规划教材
ISBN 7-5019-5595-6

I. 视... II. ①潘... ②孟... III. 视觉形象-实用美术-
设计-高等学校-教材 IV. J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 104191 号

责任编辑: 王 淳 戚 雪 责任终审: 劳国强 封面设计: 锐设计工作室 宋琳媛
策划编辑: 王 淳 责任校对: 李 靖 责任监印: 胡 兵 张 可

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京国彩印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2007 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 889 × 1194 1/16 印张: 7.75

字 数: 198 千字

书 号: ISBN 7-5019-5595-6/J · 251 定价: 32.00 元

读者服务部邮购热线电话: 010-65241695 85111729 传真: 85111730

发行电话: 010-85119817 65128898 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

60641J4X101ZBW

前 言

当这本书最终定稿的时候，我们终于轻松地舒了口气。几个月辛勤劳动的背后，凝聚了长期从事设计基础教学工作的探索和积累。为了使理论联系实际，我们在书中除了系统地阐述基本理论外，还汇集了近 450 幅图片，其中既有多年来收集的优秀课堂作业，又有国内外设计大师的著名作品，图文并茂、相得益彰。

本书的内容是根据多年来课堂上不断充实与更新的讲稿编写而成的，难免有参照之处，但因时间久远，某些参照段落的出处已无法考证，在此向原作者深表感谢并希望得到谅解。

本书的图片，有的来自国内外优秀杂志和书籍，有的搜集于网络，还有的来自课堂作业。因工作量大，且有些图片的搜集时间较长，出处及作者亦无法查证，在此也向他们深表感谢并希望得到谅解。

由于时间仓促和英语水平有限，个别图片内容没有翻译或翻译存在偏差，或者本书内容有疏漏或不妥之处，敬请读者与专家同行多加批评指正。

同时，本书的编写出版还得到了有关领导及同行的大力支持和帮助，在这里向他们深表感谢。

如果本书对你正在从事或学习的视觉传达专业有所帮助的话，这正是我们编著本书的初衷和目的，我们将感到无比欣慰。

作者

2006 年 8 月

目 录

导论	6
第一章 点线面体	7
第一节 点的个性	8
第二节 线的特点	13
第三节 面与形态	17
第四节 体	27
第五节 形态之间的相互关系	28
第六节 图与底	35
第七节 自然单形的设计练习	38
第八节 总结	40
第二章 对称与均衡	41
第一节 对称	41
第二节 相对对称	45
第三节 均衡	46
第三章 节奏与韵律	50
第四章 分割与骨骼	53
第一节 规律性的骨骼	53
第二节 非规律性的骨骼	56
第三节 无作用性的骨骼	56
第四节 有作用性的骨骼	58
第五节 可见与不可见的骨骼	59
第五章 对比与协调	60
第六章 色彩	65
第一节 色彩的基本知识	66
第二节 色彩对比与调子	72

第三节	色彩的面积、形状、位置与色彩的调子·····	78
第四节	提高对色彩的修养·····	86
第七章	平面与空间·····	90
第一节	平面型空间的表现·····	90
第二节	写实型空间·····	96
第三节	矛盾空间与矛盾图形·····	98
第八章	静与动·····	103
第九章	文字的处理·····	108
第一节	增强文字设计的可读性·····	108
第二节	增强文字设计的艺术性·····	115

导 论

语言是人类沟通的最主要形式。当我们面对面时，谈话是交流的主要方式；当我们向更多更远的人传达信息，需要借助于广播、电视、报纸、广告、书籍等多种媒体。我们把报纸、平面广告、书籍等平面制作印刷称为平面设计，属于视觉传达范围。传达的艺术是值得研究的，是条理清晰还是语无伦次；是真诚动人还是平淡乏味，这直接关系到传达的效果。本书将侧重讨论有关广告、书装、VI设计等，在编排制作的过程中，如何调动标题、说明文、图形、标志等造型因素，使设计产生美感，从而最大限度地有效地达到传达信息的目的。

优秀的艺术作品是全人类的财富。莫扎特的曲子在全世界广为流传；毕加索的绘画使成千上万的人叹为观止。美，有没有通感？有没有规律可循？当我们漫步在商场里，造型包装优美的商品首先吸引我们的眼球，当我们随意翻阅杂志时，色彩清新，文字条理清晰的排版往往使我们想先睹为快。这就是视觉传达的魅力。与听觉一样，视觉也是人类高级的感觉，抽象的形式美语言对感官有极大的刺激作用。平面设计就是要把抽象的思想、概念、信息，通过特定的、经过处理的、具有一定美感的形式语言传达给看它的人，使人们在享受美感的同时不知不觉地接受信息。

我们知道，数学是所有学科中有关计算问题的抽象，那么视觉语言有没有抽象呢？我想，“点”、“线”、“面”、“体”可能就是视觉语言的抽象吧。再结合对图形、文字的表现力，形态之间的关系，整体的构图，色彩等问题的研究，就能够寻找出各种可能的美的表现形式。

第一章 点线面体

遥远的天空翱翔着一只矫健的雄鹰，在我们视野的范围内，可以把它看成一个“点”；一排小船驶过河流，按照它们的轨迹，又可以把它们想象成一条“线”；近处的高楼大厦，可以看作是“面”和“体”。“点”、“线”、“面”、“体”是我们在不同距离看不同物体时，赋予物体的一种概念（图 1Aa、图 1Ab、图 1Ac）。

同样，在具体的设计中，相对于画面的大小，我们可以把小的形当成“点”，窄而长的形当成“线”，大而阔的形当成“面”，幻觉上厚重的形当成“体”。设计中所有的因素：标题、副标题、说明文、标志、图形等，我们都可以把它当成“点”、“线”、“面”、“体”来对待。

比如把主标题当成一组等距离的“点”；把副标题当成一条“线”；把说明文当成一个“虚面”；把写实的图片当成“体”。无论是小的封面设计，还是大的展览版面，设计中所有的因素，都可以看成“点”、“线”、“面”、“体”。只要点、线、面、体搭配合理，设计的深层自然会蕴藏着韵律和秩序的美感（图 2）。

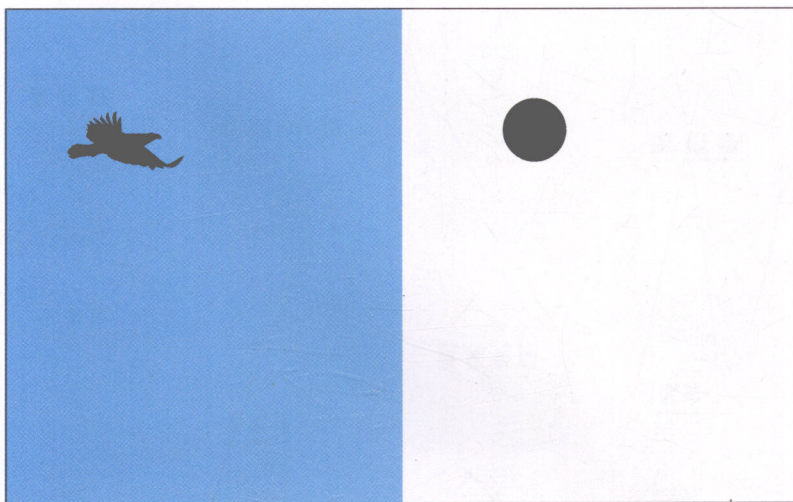


图 1Aa

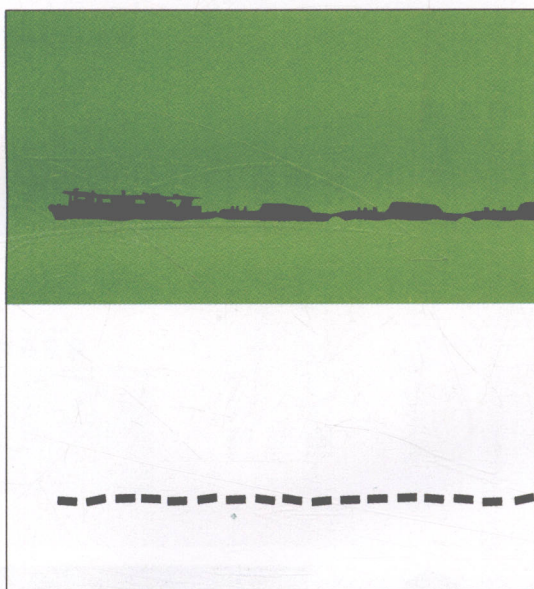


图 1Ab

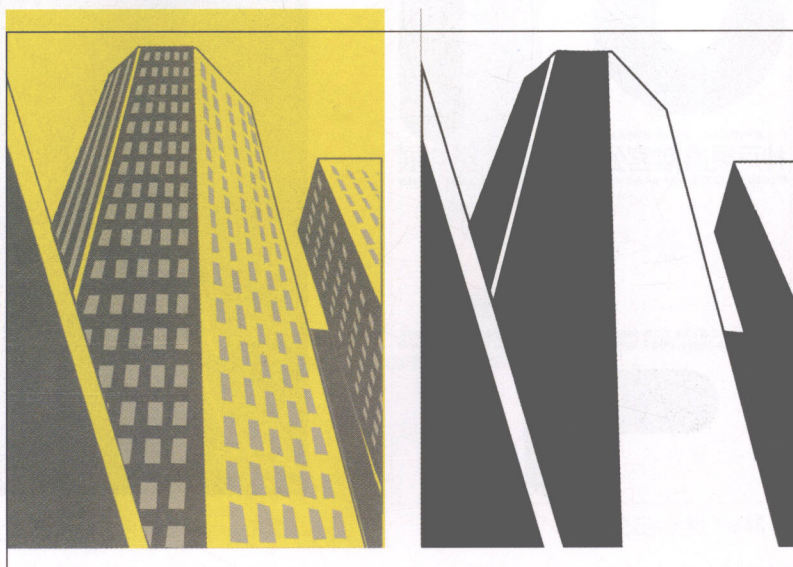


图 1Ac



图 2

当画面组合不好看时，只要调整“点”、“线”、“面”、“体”之间对比与协调的关系，就可以使画面产生美感。也就是说“点”、“线”、“面”、“体”这个矛盾的几方面，一定要注意不要杂乱或面面俱到，要突出主次关系，比如是以点为主呢（图 3Aa）？还是以线为主（图 3Ab）？或者以面为主（图 3Ac）？

第一节 点的个性

在一定距离之外，任何形象都可以看作“点”。点的美感作用在生活中随处可见，节日上空飘动的气球点缀出城市欢快的气氛；少数民族妇女身上叮叮当当的服饰使她们显得靓丽动人；劳模胸前的红花衬托出他们容光焕发的精神面貌；山区农村逢喜事煮的红鸡蛋使大家感到喜气洋洋；西方圣诞树上斑斑点点的灯火使圣诞夜晚格外温馨……



图 3Aa 展览招贴 日本

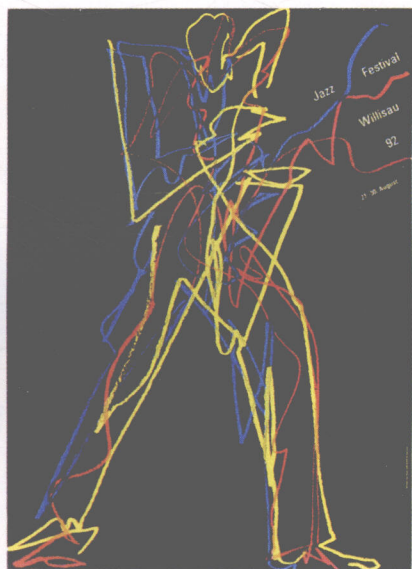


图 3Ab 爵士音乐节招贴 瑞士

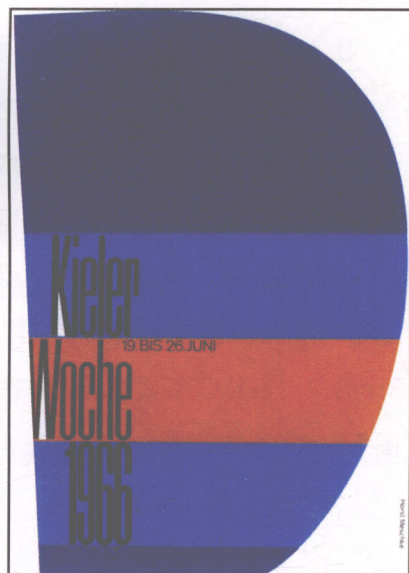


图 3Ac 水上文化周招贴 德国

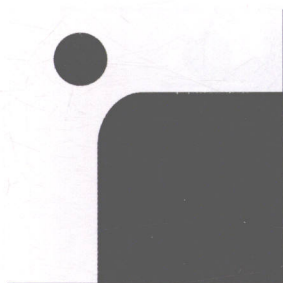


图 4Aa 焦点突出



图 4Ac 包装设计



图 4Ab 《DOMUS》杂志封面

点，与其他元素相比，是最容易吸引人的视线的。模特的眼神、口红引人注目；舞台上灯光射向主要人物，形成焦点。

点的大小、数量、空间及排列方式的不同可产生不同的心理效应，形成注目、活跃、轻巧、节奏韵律等不同的表现效果。

一个点，引人注目，是画面上的焦点(图4Aa、图4Ab、图4Ac、图4Ad、图4Ae、图4Af、图4Ag)。



图 4Ad 演唱会招贴

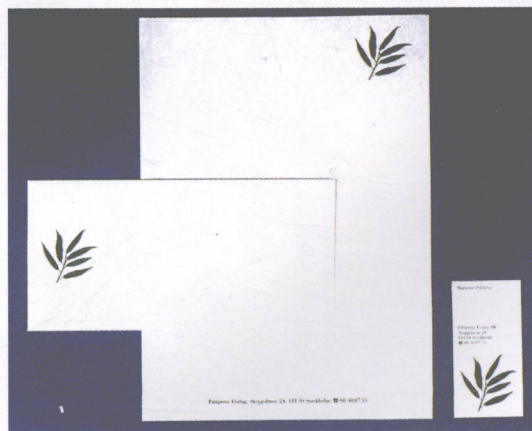


图 4Ae VI 设计 瑞典

众多的点可以活跃气氛，这种散点式的构图形式使画面显得热烈活泼(图4Ba、图4Bb、图4Bc、图4Bd、图4Be)。

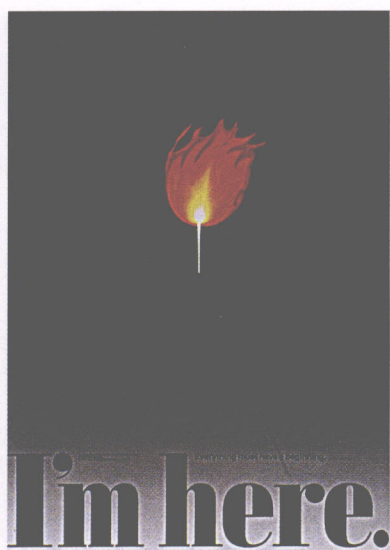


图 4Af 展览招贴 日本

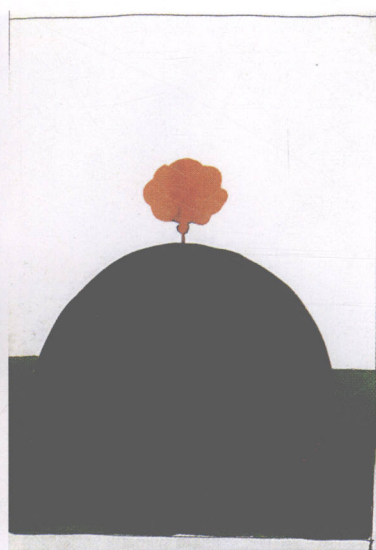


图 4Ag 西红柿唱片公司海报 美国

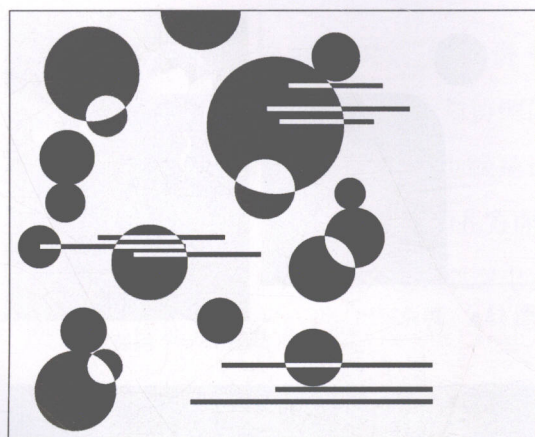


图 4Ba 山东轻工业学院 96 级 姬晓飞

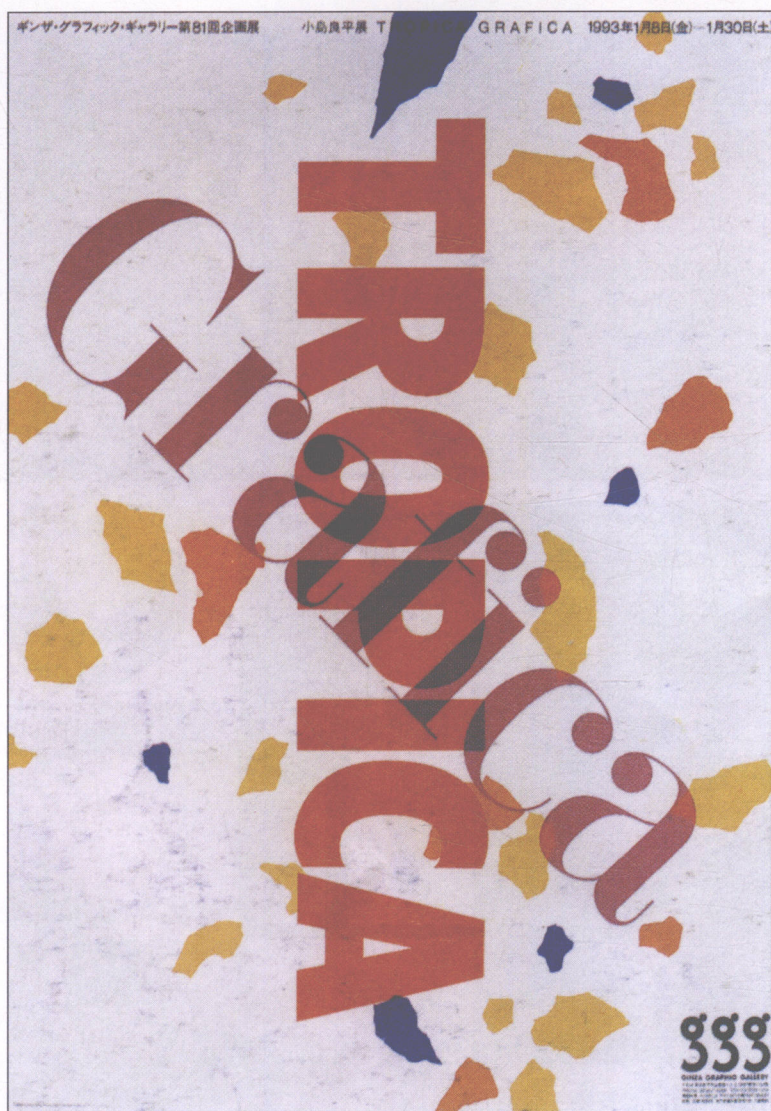


图 4Bc 展览会招贴 日本

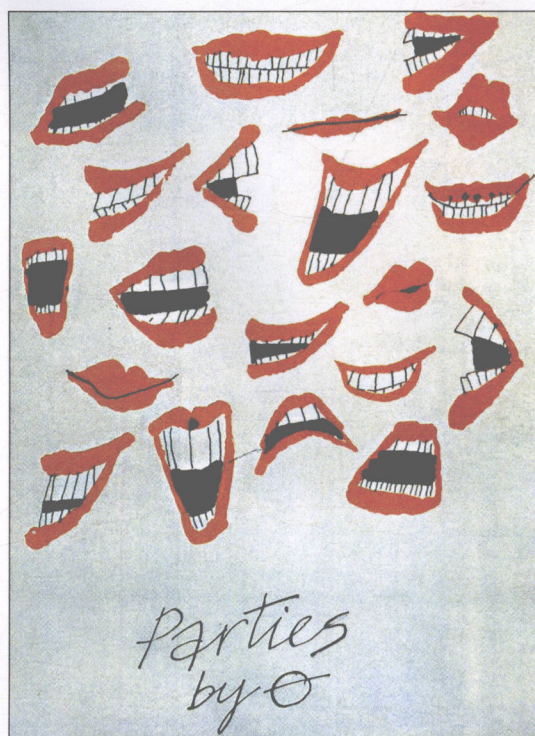


图 4Bb 会议招贴



图 4Bd 张红梅



图 4Be 赵沙沙

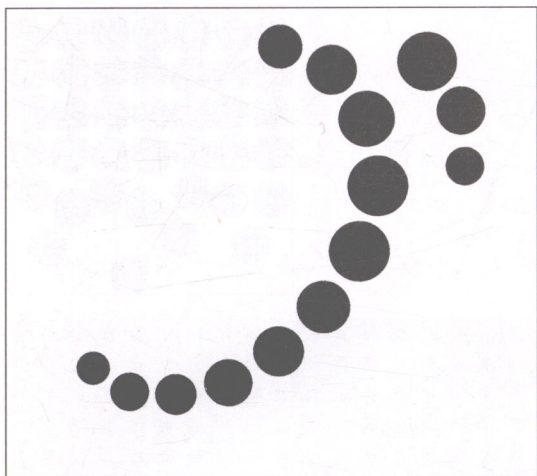


图 4Ca 山东轻工业学院 96 级 姬晓飞

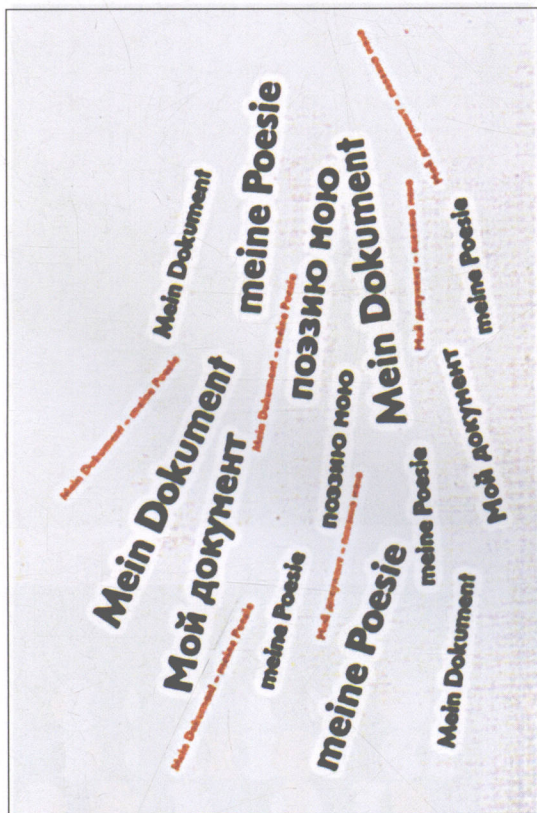


图 4Cb 招贴 我的文献我的诗

将点按一定的方向进行有规律的排列，给人的视觉留下一种由点的移动而产生线化的感觉。点化的线拥有线的优势，又有点的特征，是用得较多的设计方式。在设计中，往往把标题文字等，处理成点化的线，形成强烈的节奏感、韵律感（图 4Ca、



图 4Cc 名片设计

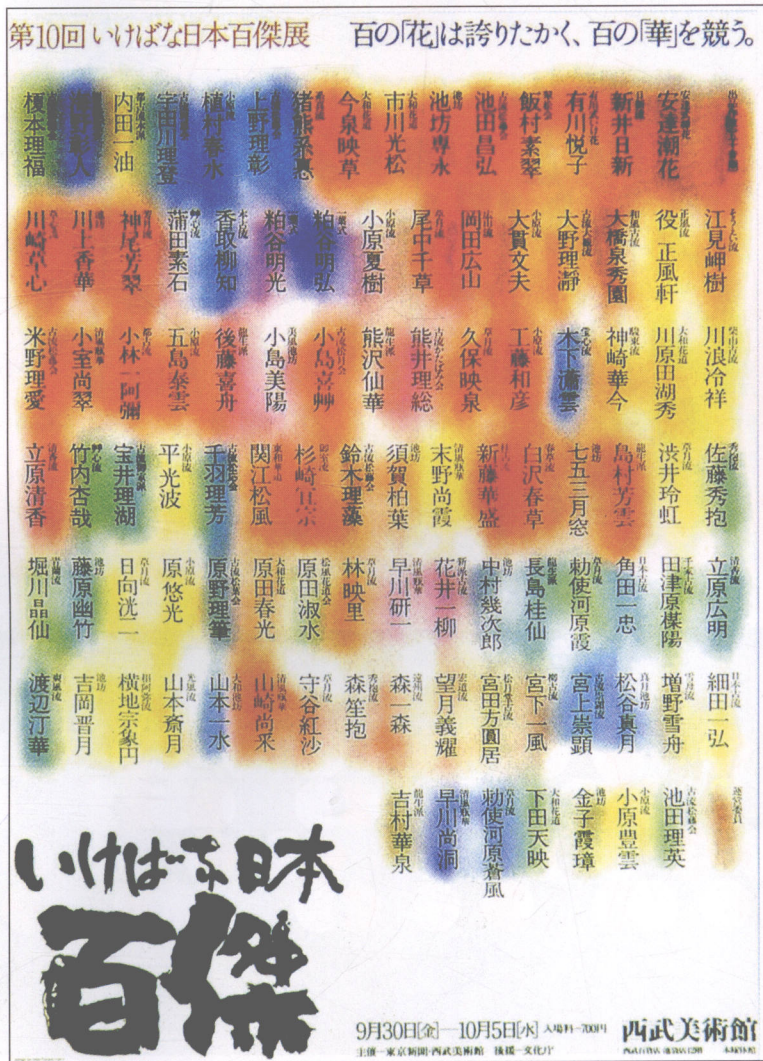


图 4Da 展览招贴 日本

图 4Cb、图 4Cc)。

三个以上不在同一条直线上的点可以形

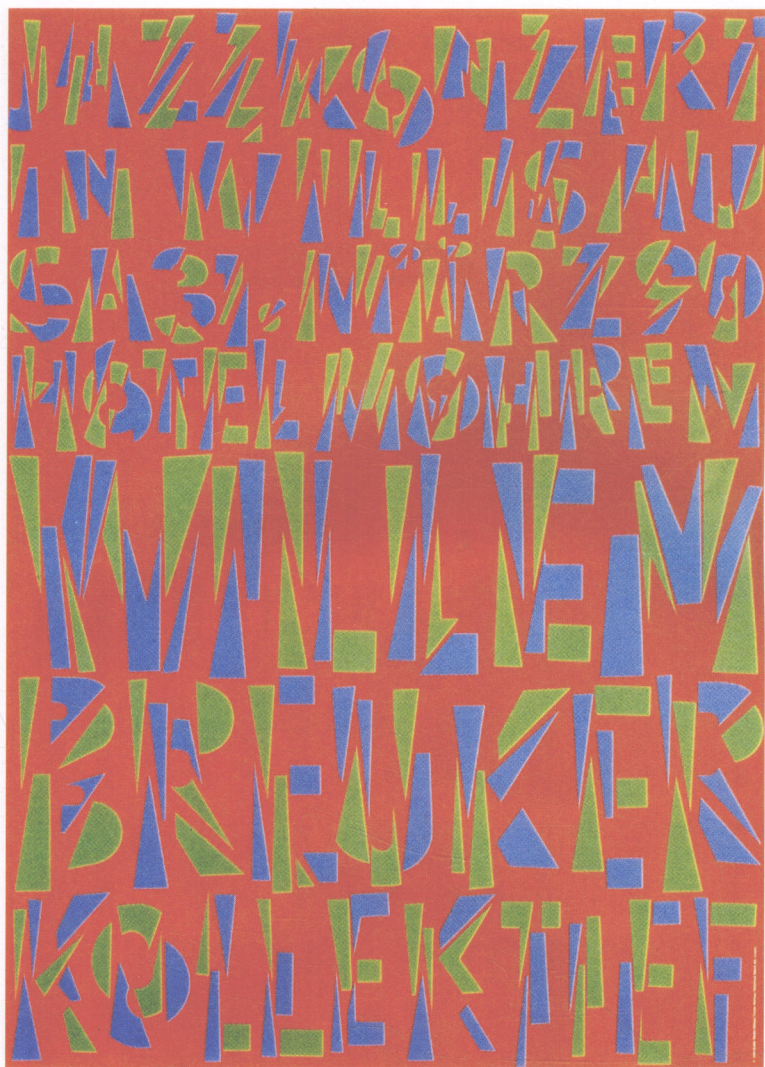


图 4Db 音乐会招贴 瑞士

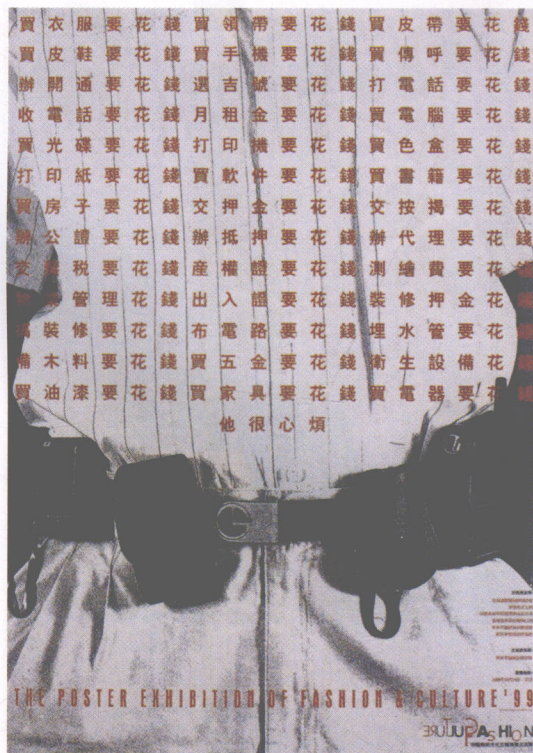
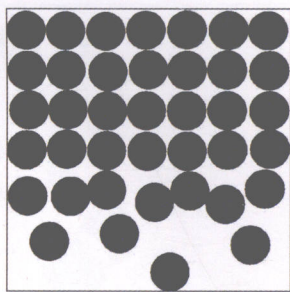


图 4Dc 服饰与生活 赵燕



图 4Dd 光盘包装设计

成面，我们可以运用点面这种方式来进行设计，把众多的点排列在一起，产生点的面化。点化的面不失点的美感，既有点的优势，

又有面的特征，看起来有种特别的美（图 4Da、图 4Db、图 4Dc、图 4Dd）。

第二节 线的特点

线：可具备任何形象，只是形状窄而长。线的性格比较复杂，线的设计，关键在于把握线的性格表现。

设计中的标题、副标题、说明文等都可以用线的形式来表达。线有各种各样的性格，比如，垂直线有肃穆、崇高的感觉；水平线有平稳、安逸的感觉等，这是由于我们把看到的线与日常生活经验联想的结果。

垂直线：容易联想到巍峨的山峰、参天的大树、城市里的高楼大厦，所以有崇高、肃穆、积极向上的性格（图5A）。

水平线：容易联想到辽阔的大海、无垠的草原、遥远的地平线，所以有远大、稳定、平静、平稳、安逸的性格（图5Ba、图5Bb）。

斜线：容易和倾斜、运动相联系，所以有运动、速度的性格（图5Ca、图5Cb）。

曲线：容易和有机形态如动物、植物、水纹等相联系，所以有舒适、流畅的性格（图5Da、图5Db）。

几何曲线：容易和几何形相联系，所以有弹力、紧张度、规则美的性格（图5Ea、图5Eb、图5Ec、图5Ed）。

细线：精致、挺拔、精巧、锐利（图5Fa、图5Fb）。

粗线：壮实、敦厚、粗犷、有力（图5Ga、图5Gb）。

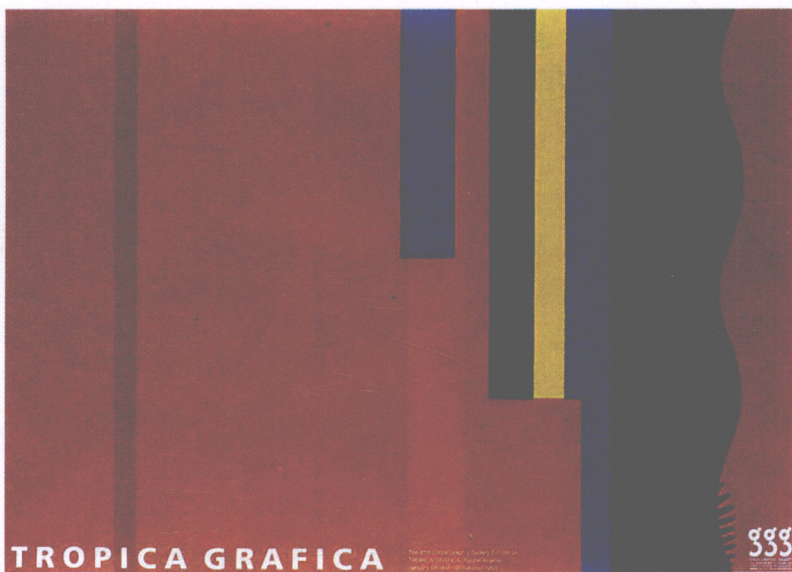


图5A 热带植物展招贴 日本

曲线：优雅、自由、流畅（图5H）。

直线：理智、坚硬（图5I）。

以水平线为主的构图显得平静、安逸（图5J）。

以斜线为主的构图充满动感（图5K）。

以细线为主的构图显得精致（图5L）。

以粗线为主的构图粗犷有力（图5M）。

徒手曲线随意自然（图5N）。

立体化的线更加别致（图5O）。

面化的线既有线的优势，又有面的特征，也是一种常见的设计形式（图5P）。

封闭的线构成了面（图5Q）。



图 5Bb 钢琴独奏会招贴 日本



图 5Aa 郭保峰

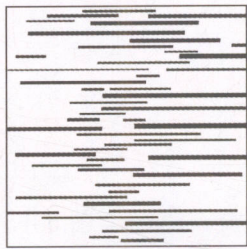


图 5Ba

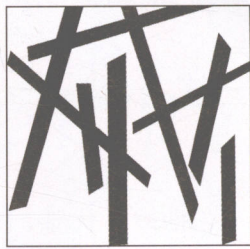


图 5Ca



图 5Da 郭保峰

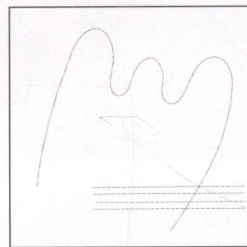


图 5Ea

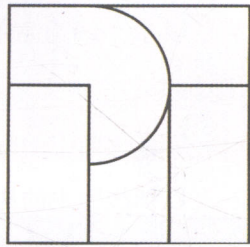


图 5Ed 标识 石汉瑞



图 5Cb 舞蹈节招贴 美国

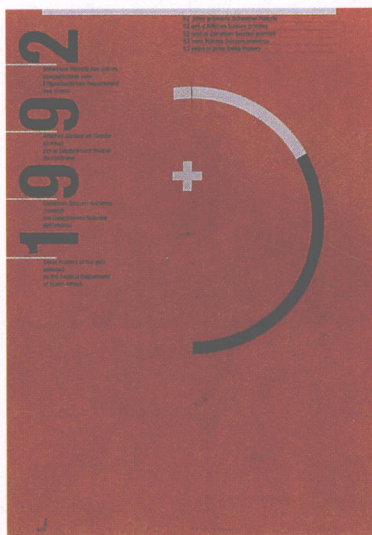


图 5Eb “瑞士 92 年最佳招贴展” 海报

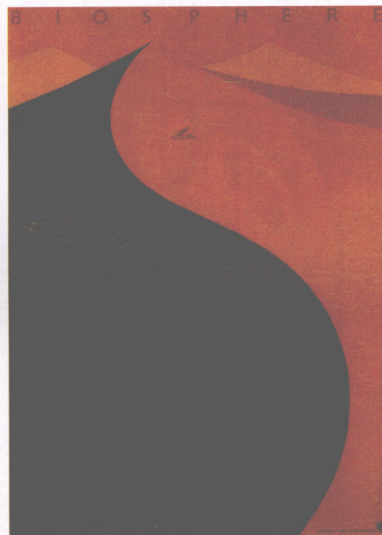


图 5Db 生命之源系列招贴之一 日本



图 5Ec

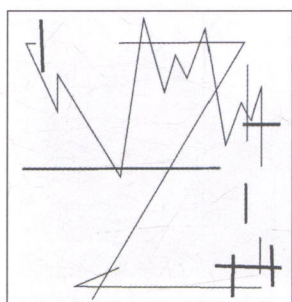


图 5Fa 潘壹波



图 5Ga



图 5Gb 纪念法国大革命招贴 日本

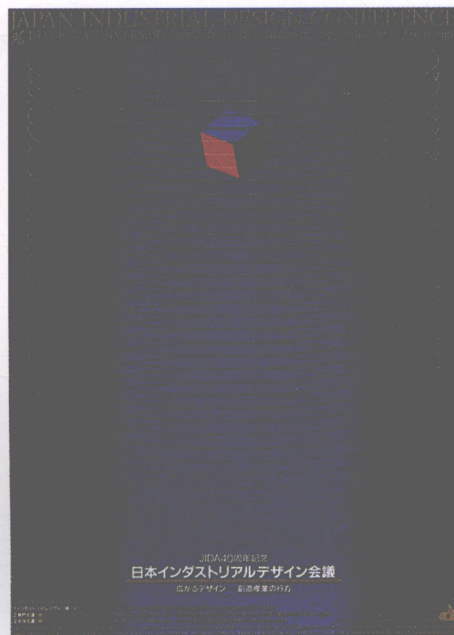


图 5Fb 日本工业设计研讨会招贴

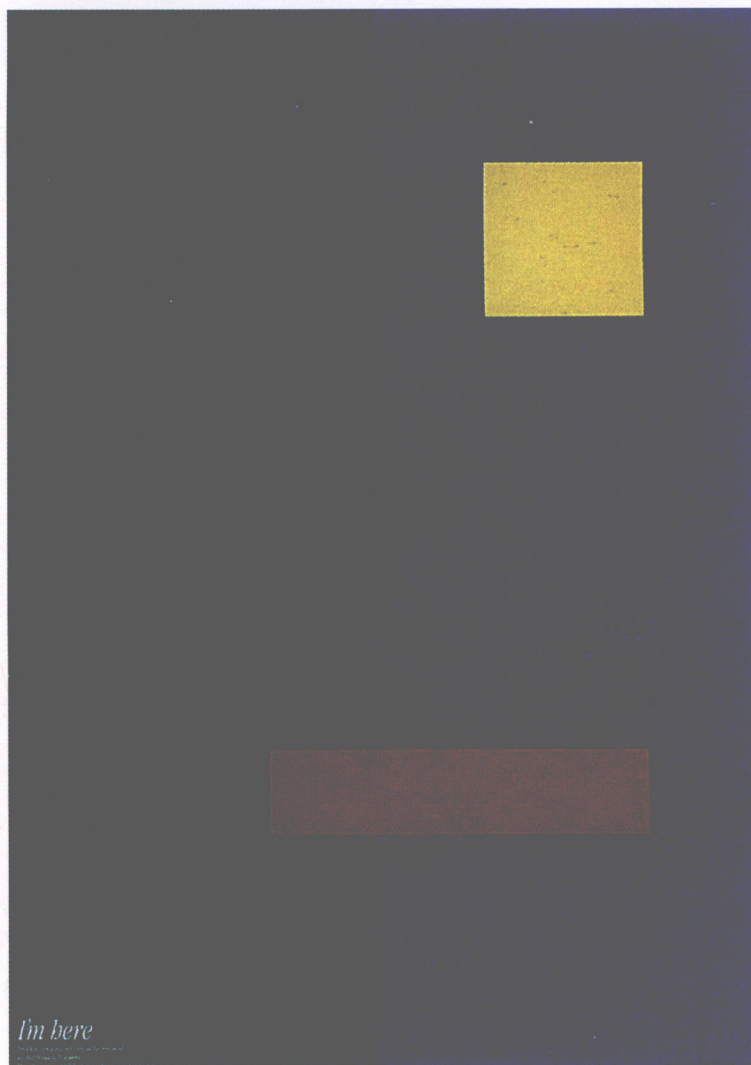


图 5I 招贴 日本

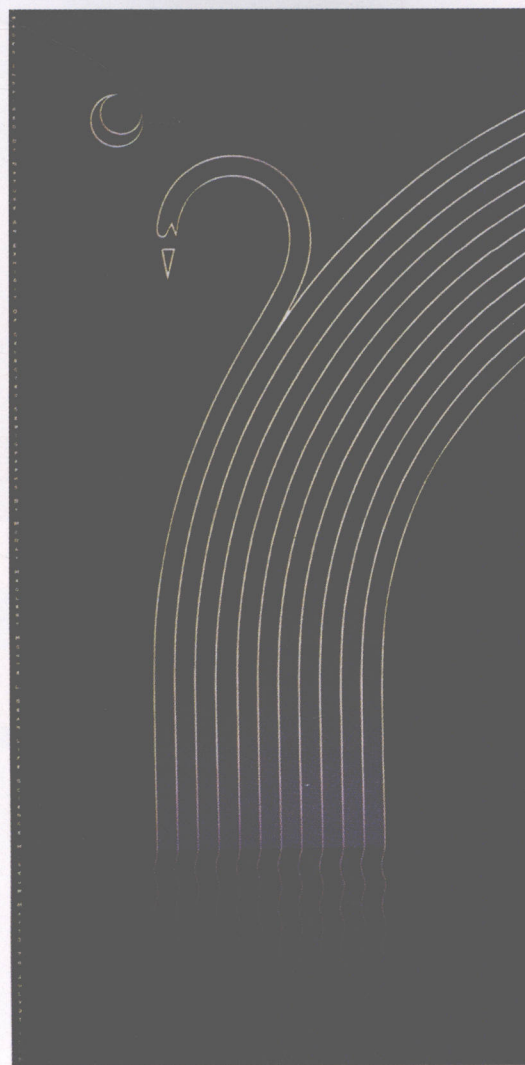


图 5H 展览会海报 美国