



高校艺术研究成果丛书  
Series of College Research Results in Arts

# 视觉传达设计的 多角度研究

蒋洁 边颖 钱翔 编著

*Shíjue Chuanda Shejì De Duojiāodu Yánjiū*



中国书籍出版社  
China Book Press



# 视觉传达设计的 多角度研究

蒋洁 边颖 钱翔 编著

*Shijue Chuanda Sheji De Duojiacodu Yanjiu*



中国书籍出版社  
CHINA BOOK PRESS

图书在版编目(CIP)数据

视觉传达设计的多角度研究/蒋洁,边颖,钱翔编

著. —北京:中国书籍出版社,2013.10

ISBN 978-7-5068-3822-1

I. ①视… II. ①蒋… ②边… ③钱… III. ①视觉设计—研究 IV. ①J062

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 251500 号

视觉传达设计的多角度研究

蒋洁 边颖 钱翔 编著



丛书策划 谭 鹏 武 斌

责任编辑 张 倩 成晓春

责任印制 孙马飞 张智勇

封面设计 崔 蕾

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号(邮编:100073)

电 话 (010)52257143(总编室) (010)52257153(发行部)

电子邮箱 chinabp@vip.sina.com

经 销 全国新华书店

印 刷 北京市登峰印刷厂

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 18.5

字 数 332 千字

版 次 2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5068-3822-1

定 价 56.00 元

# 前 言

世界上自从有了人类,就有了设计。设计是整个人类物质文明与精神文明的结晶,是一个国家科学与文化发展的重要标志。当今世界进入了一个日新月异的设计时代,在这个时代中,设计改变着社会,也改变着我们,同时还推动着社会生活不断地向前发展。特别是我国进行改革开放以后,经济的不断发展和人民物质生活水平的不断提高,使得人们对设计提出了更高的要求。为了对设计做进一步的分析和掌握,我们有必要对设计的各个门类进行深入而详细的研究。而在设计的各个门类中,视觉传达设计是最值得我们关注的。

视觉传达设计在现代设计中占有举足轻重的地位。它不仅是世界领域中历史最悠久的设计,还是涉及面最广、影响最大、变化最快,与人们接触最密切的设计。它自产生以来,就对人们的日常生活产生了重要的影响。同时,视觉传达设计所包含的各个领域,如标识设计、招贴设计、包装设计、装帧设计、广告设计、展示设计、导向设计、数码设计、CI设计、VI设计、吉祥物设计等都是我们日常生活中经常见到,且与我们的生活密切相关的。

在当今社会条件下,随着科学技术的发展,视觉传达设计已由美术的一种应用形式转化为视觉信息的传达。不但如此,它还突破传统印刷设计的局限,成为应用领域广阔的设计学科。但与此同时,它也面临着如何以科学的方法和创造性的独特形式,提高视觉信息的识别性,使之迅速、清晰地输送的问题。为了解决这个问题,笔者参阅众多专家学者的学术著作与研究成果,并结合自身多年的实践经验编撰了本书。

纵观本书,主要表现出三个方面的特点。首先,从章节结构上来看,它表现出全面而详细的特点。本书的内容共分八章,分别从八个不同的角度对视觉传达设计进行研究。第一章是对视觉传达设计基础理论的分析,内容涉及视觉传达设计的概念与特征、形态属性、风格、价值等。第二章是对视觉传达设计历史的研究,它以人类社会生产力的发展为主线,分为四节进行论述,内容不但涉及中国视觉传达设计的发展,还涉及西方视觉传达设计

的发展。第三章是对视觉传达设计的四大造型要素——文字、图形、色彩、编排的研究。第四、五、六、七章分析的是视觉传达设计的形式原则、思维、心理和媒体。最后一章分析了视觉传达设计的各个领域。

其次,从内容上来看,本书具有形象生动、图文并茂的特点。本书在撰写过程中,并不仅仅是作理论上的分析,还结合具体的图片案例进行详细的分析。如在第三章分析视觉传达设计中的各个造型要素时,就给出了具体的实例来进行说明,从而使内容形象生动,更便于理解。

最后,从撰写语言上来看,本书的文字注重简洁实用,没有长篇累牍的论述,对所涉及的大部分概念也没有作枯燥的描述,而是将抽象的理论融入通俗易懂的语言表述和具体事例中,从而使本书内容易于理解。

本书在写作过程中虽然力求科学准确、全面创新,但由于本书篇幅很大以及笔者自身水平有限,因此难免存在种种不足与缺陷,对具体实例的结合与分析也不够。对此,希望各位专家学者和业界同仁予以批评指导,以求本书今后能够逐步改善,从而实现它的价值。

作者

2013年9月

# 目 录

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第一章 视觉传达设计的理论基础 .....  | 1   |
| 第一节 视觉与传达 .....        | 1   |
| 第二节 视觉传达设计的概念与特征 ..... | 17  |
| 第三节 视觉传达设计的形态属性 .....  | 19  |
| 第四节 视觉传达设计的风格 .....    | 27  |
| 第五节 视觉传达设计的价值 .....    | 31  |
| 第二章 视觉传达设计的发展 .....    | 38  |
| 第一节 视觉传达设计的起源 .....    | 38  |
| 第二节 手工业时期的视觉传达设计 ..... | 42  |
| 第三节 工业时期的视觉传达设计 .....  | 51  |
| 第四节 后工业时期的视觉传达设计 ..... | 65  |
| 第三章 视觉传达设计中的造型要素 ..... | 68  |
| 第一节 视觉传达设计中的点线面体 ..... | 68  |
| 第二节 视觉传达设计中的文字 .....   | 78  |
| 第三节 视觉传达设计中的图形 .....   | 93  |
| 第四节 视觉传达设计中的色彩 .....   | 105 |
| 第五节 视觉传达设计的编排 .....    | 115 |
| 第四章 视觉传达设计的形式原则 .....  | 123 |
| 第一节 比例与尺度 .....        | 123 |
| 第二节 对比与统一 .....        | 130 |
| 第三节 对称与均衡 .....        | 136 |
| 第四节 节奏与韵律 .....        | 144 |
| 第五节 整体与局部 .....        | 151 |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| <b>第五章 视觉传达设计的思维 .....</b> | <b>153</b> |
| 第一节 设计思维概述 .....           | 153        |
| 第二节 设计思维的类型与训练 .....       | 156        |
| 第三节 设计思维的产生方法 .....        | 163        |
| 第四节 设计思维的案例分析 .....        | 167        |
| <b>第六章 视觉传达设计的心理 .....</b> | <b>174</b> |
| 第一节 设计与视知觉 .....           | 174        |
| 第二节 设计中的格式塔心理现象 .....      | 180        |
| 第三节 设计创意心理 .....           | 184        |
| 第四节 设计师与消费者心理 .....        | 188        |
| 第五节 设计审美心理 .....           | 196        |
| 第六节 流行时尚心理对设计的影响 .....     | 201        |
| <b>第七章 视觉传达设计的媒体 .....</b> | <b>206</b> |
| 第一节 印刷媒体 .....             | 206        |
| 第二节 影像媒体 .....             | 220        |
| 第三节 户外媒体 .....             | 229        |
| 第四节 新媒体 .....              | 235        |
| <b>第八章 视觉传达设计的领域 .....</b> | <b>244</b> |
| 第一节 标识与招贴设计 .....          | 244        |
| 第二节 包装与装帧设计 .....          | 260        |
| 第三节 广告与展示设计 .....          | 271        |
| 第四节 导向与数码设计 .....          | 276        |
| 第五节 CI 与 VI 设计 .....       | 278        |
| 第六节 吉祥物设计 .....            | 280        |
| <b>参考文献 .....</b>          | <b>287</b> |
| <b>索引 .....</b>            | <b>289</b> |

# 第一章 视觉传达设计的理论基础

## 第一节 视觉与传达

视觉不仅是人的一种生理现象,也是人的一种心理现象。因此,“视觉决不简单地等于视觉器官及其功能。对视觉完整的理解是:由视觉器官通过对光的感受获得对客观物体的映象,进而形成心理感受。也就是说,视觉由眼睛、物象、环境条件和心理感受四部分组成。”<sup>①</sup>事实上,人类获得的视觉已不仅限于人类本身。人们借助机器、计算机等技术工具和手段,正在获得人眼看不到的事物。并且,通过计算机技术,人类获得了展现虚拟现实的本领。

### 一、视觉类型

#### (一)人类视觉

人类的视觉是人的一种生理现象和心理现象,是人的基本特征之一。从生理上说,人类的视觉由视觉器官(即眼睛)起主要作用。虽说眼睛不只是人类独有,但人的眼睛在构造和功能方面是特别出色的。

而从心理上来看,人的视觉还包括了感觉、知觉、思维、情感、性格、能力等多种功能,是人的思维形式之一。因此,人类的视觉不仅有特有的心理活动,而且心理功能齐备而强大。

---

<sup>①</sup> 葛鸿雁. 现代设计大系·视觉传达设计. 上海:上海书画出版社,2000

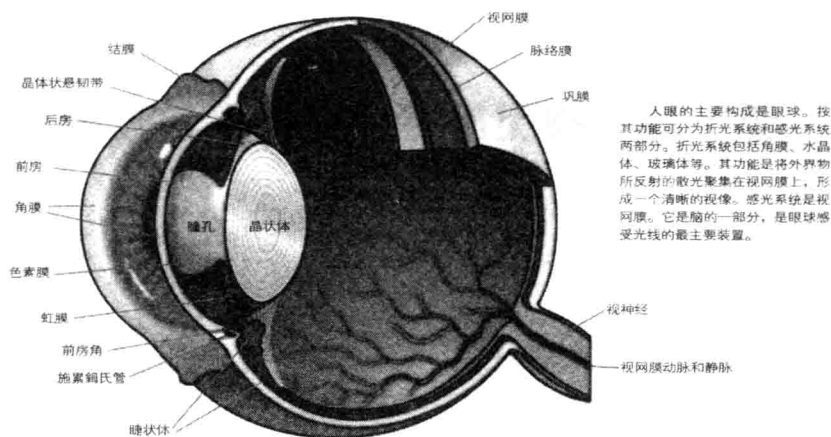


图 1-1 人的眼球结构

## (二)机器视觉

机器视觉是用机器代替人眼进行视觉测量和判断。其视觉过程是机器视觉产品被摄取目标转换成图像信号,传送给专用的图像处理系统,接着图像处理系统根据像素分布和亮度、颜色等因素,将图像信号转变成数字化信号。

机器视觉在本质上是对人的视觉原理与方法的模仿,同时又有所扩展。首先,机器视觉模仿动物的视觉功能,如照相机中的鱼眼镜及其摄录方式。其次,机器视觉利用机械与电子设备的特有性能(如广角镜等摄录方式等),形成特有的视觉能力。

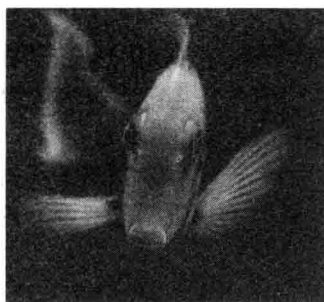


图 1-2 鱼的眼睛凸出且位于头部两侧

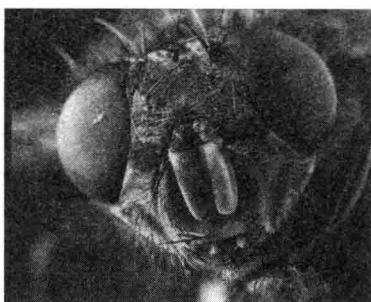


图 1-3 蝇头的复眼



图 1-4 鱼眼的世界



图 1-5 黑洞攻击星系<sup>①</sup>

### (三) 计算机视觉

计算机视觉是通过计算机及相关设备采集处理图像、直接生成数字三维信息图像。具体而言,就是用各种成像系统代替“眼睛”作为视觉器官,由运算器代替大脑进行解释和处理,逐步具备类人的视觉观察和理解能力,以及自主适应环境的能力。计算机视觉是对生物视觉的一种模拟,它的发展目标是为计算机和机器人开发具有与人类相当的视觉能力。

## 二、视觉传达中涉及的几个概念

### (一) 视角

#### 1. 视角的涵义

视角有三个层面的意义,即夹角、视觉方向、显示设备的被视角度。

首先,视角是指物体最边沿两点与眼睛的角膜或光学成像装置所形成的夹角。按照透视原理,细小的或远处的物体构成的视角小,反之则视角大。因此,能分辨物体的视角越小,视觉的敏锐度就越高。

其次,视角是眼睛观察物体或光学成像装置反映物像的方向,分前后左右、上中下(或高中低),以及平视、侧视、俯视、仰视、后视等。视觉方向的变化会影响人眼或光学成像装置获得物体影像的面貌,即决定显示物体的哪些部位和隐藏物体的哪些部位,还决定背景的内容,这一点在摄影中更加明显。

---

<sup>①</sup> 美国宇航局公布的黑洞攻击星系的实景照片。黑洞喷射强大的射流,冲击附近的一个较小星系。这样的图像只能来自人类创造的机器视觉。

其三,视角还指显示设备的被视角度,具体指人的视线与显示器等的垂直方向所形成的角度。人的视线指人的目光触及固定或移动物体的假想性直线。而屏幕在所有方向上的反射是不同的,在水平方向离屏幕中心越远,亮度越低;当亮度降到 50% 时,其观看角度被定义为显示设备的被视角度。在视角之内观看图像,亮度令人满意;在视角之外观看图像,亮度显得不够。

### 2. 视角的影响因素

#### (1) 观察角度

观察的角度不仅受到视觉方向的制约,还因视线高度、视点等因素的变化而变化。视线高度是视线距离地面的高度。它因个体身高、种族或区域人群平均身高、机位的位置等因素变化而变化。视点是眼睛观察物体的位置,即眼睛观察物体的角度和距离。

依据人的视觉方向的不同,人的观察角度可以分为平视、仰视、俯视和侧视四种,而机位是人获得自身器官以外视觉的观察角度。



图 1-6 平视



图 1-7 仰视



图 1-8 俯视



图 1-9 侧视

### (2)人的身高与姿态尺度

人的身高与姿态是影响人的视线高度和视点的重要因素。虽然每个人的尺度是不同的,但是将人类作为一个群体对象考察,其尺度是有规律可循的。人体测量就是通过对大量人体的测量,得到一定范围的人体尺度数值,再运用数理统计分析处理,总结出特定范围内人体的基本尺度值及其分布规律。

### 3. 可视视角

可视角度是能够观看的夹角,其大小受到观看者和被观看者的制约和影响。人的可视角度是指人眼观看事物的夹角。研究表明,视角在 $3^{\circ}$ 以内,视力最佳;视角在 $3^{\circ}\sim 18^{\circ}$ 之间,视力次之;视角在 $18^{\circ}\sim 30^{\circ}$ 之间,视力已经不济。如果不集中注意力,便难以看清视觉对象;视角再大一些,视觉效果就很差了。

显示设备的可视角度是指观看者从不同的方向清晰地观察屏幕上所有内容的角度。由于显示的光源经折射和反射后,在输出时已有一定的方向性,因此,在超出这一范围观看就会产生色彩失真现象。

### (二)视觉距离

视觉距离是眼睛或光学取景设备与被观测物体之间的距离。因观测主体的差异,视觉距离有视距和焦距两种类型。

#### 1. 视距

视距是眼睛观察物体的距离。它由纵向和横向的视角决定,一般根据被观测物体的高度确定。因观测距离差异,视距分为近视距、中视距、远视距等形式。由于不同的观测距离差异造成了不同的景象,因此,在摄影领域又称为不同的景别,如远景、全景、中远景、中景、近景、特写。

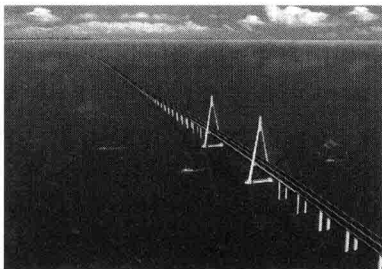


图 1-10 杭州湾跨海大桥远景

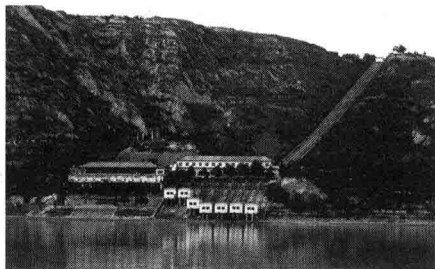


图 1-11 大禹渡全景



图 1-12 苏州东方之门中远景



图 1-13 近景

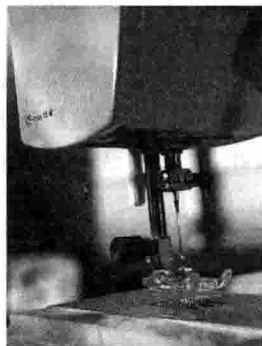


图 1-14 特写

## 2. 焦距

焦距是焦点到面镜的顶点之间的距离,是光学系统中衡量光的聚集或发散的度量方式。它既指从透镜的光心到光聚集之焦点的距离,也指光学摄录设备中从镜片中心到底片或 CCD 等成像平面的距离。一般来说,短焦距的光学系统比长焦距的光学系统具有更好的聚集光的能力。

焦距以有效焦距(EFL)表示,如前焦距(FFD)或前焦长(FFL)是系统前方的焦点至第一个光学表面顶点的距离,后焦距(BFD)或后焦长(BFL)是系统最后一个光学表面顶点至后方焦点的距离。

## (三)视界

在视觉传达设计中,视界是我们以一种方式观察到的事物或事件的时空界面。比如我们观看一个包装盒,首先会看到外表的 6 个面,这是一个视界;其次,当我们打开包装盒,观看里面的内容时,这又是另一个视界。在一

个视界中,眼睛的观察存在视野、视阈以及暗点、亮点(彩点)和黑点等因素。

## 1. 视野

视野,又称为视场,指眼睛固定一点时或通过仪器所看到的空间范围,常用角度表示。视野实际上就是人眼的最大视距,超出视野的物体显然非视力所及。

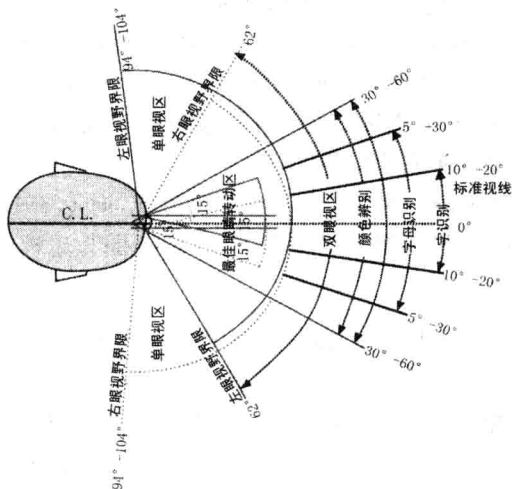


图 1-15 人眼水平面内的视野及其数值

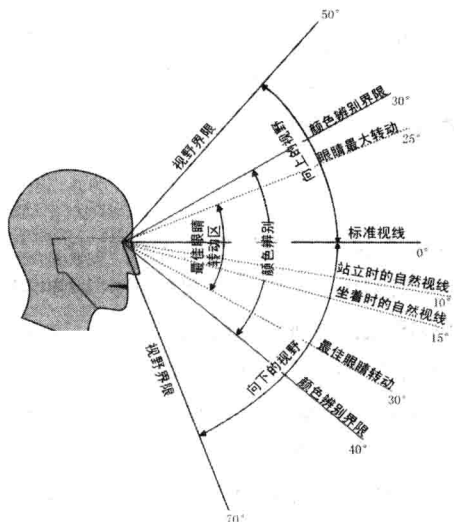


图 1-16 人眼垂直面内的视野及其数值

需要注意的是,人眼的这一视觉极限又会随着光照和色彩的不同而有所变化。一般情况下,光越亮视距越大,视野也越开阔;白色视野最开阔,红色视野次之,绿色视野最小。这主要是由于感受不同波长光线的锥体细胞比较集中于视网膜中心所致。

### 2. 视阈

视阈是指能产生视觉的最高限度和最低限度的刺激强度。单眼的视阈大约是 $166^{\circ}$ ,在两眼中间有 $124^{\circ}$ 的中心区域,双眼的视景在这个范围内重叠,形成有深度感觉的视景。在此范围内,有一个很窄的区域称为斑点区,是最精确的区域,出了中心区域,两侧单眼睛的视阈范围各为 $42^{\circ}$ ,称为周边区域。整体双眼的视觉范围是 $208^{\circ}$ 。

人眼睛的垂直视阈约为 $120^{\circ}$ ,以视平线为准,向上 $59^{\circ}$ ,向下 $70^{\circ}$ 。一般视线位于向下 $10^{\circ}$ 的位置,在视平线至向下 $30^{\circ}$ 的范围为比较舒服的视阈。

### 3. 暗点

暗点是视野范围内某一孤立的、不能看见的区域。暗点有两种:一种为生理性,称生理盲点,是视盘投射在视野上所表现的一个暗点,位于注视点颞侧 $15^{\circ}$ 处,呈竖椭圆形,垂直径 $7.5^{\circ}$ ,横径 $5.5^{\circ}$ ;另一种为病理性暗点,又可分为阳性和阴性两种。前者自己可以观察到,后者则不能,仅在检查时才能发现。

### 4. 亮点(彩点)和黑点

亮点,俗称彩点,以绿色和白色居多,它们不随屏幕图像的变化,而固定地显示为一种颜色的亮斑。黑点,又称暗点,是显示设备,如屏幕全白时出现的暗点,平时也会随着图像的变化而变化。

## (四)视力

视力是视网膜或光学摄录设备辨别物像的能力。人眼对物体的观察能力并不均等,在其视觉范围内,中心区域和边缘区域的视觉辨别能力是有差异的。一般来说,中心区域的视觉辨别能力要强于边缘区域的视觉辨别能力。所以,人眼的视力主要指人眼的中心视力。

人的视力可分为静视力和动视力两种。静视力是视网膜或光学摄录设备在固定状态时辨别静止物像的能力。

动视力是眼睛在观察移动目标时,捕获影像、分解、感知移动目标影像的能力。



图 1-17 静态视力



图 1-18 动态视力

### 三、视觉传达的方式

视觉传达是人与人之间的设计图像交流,也是人与人之间的设计图像信息共享形式。它的传达方式有阅读、图像传递和视觉交流三种形式。

#### (一)阅读

阅读是眼睛注视书面等材料上的文字、符号、公式、图表、图画,达到一定程度的理解的过程。因此,阅读是一种主动的过程,是由阅读者根据不同的目的加以调节控制的。

##### 1. 阅读的方式

###### (1)音读

音读是借助于语音明确语意的阅读形式。在音读的过程中,人的大脑经历了:眼睛看到字形或图形,大脑反馈出字音,明确含义,最终理解文字或

图像的意义。音读在文字的阅读中特别明显。它包含了看、念、听、思多个感受要素,是形一音一意的转换过程。但是存在阅读速度缓慢,阅读效率低的局限。

## (2) 视读

视读是指完全由人的视觉器官眼睛识别后直接由大脑发生知觉的阅读方式。它的特点是由眼睛识别后直接作用于大脑产生意义理解的阅读。从文字的阅读来说,视读的阅读速度明显比音读快,故又称为速读。

## 2. 阅读的方法

### (1) 浏览

所谓浏览,即粗略地观看,其目的是知道大意而已,是略观大意,与精读相辅相成。浏览大致分为扫描式和跳跃式两种。扫描式要求在阅读中一目数行,迅速扫视,摘取字里行间的重要信息,如读前言、目录、结束语等。跳跃式是根据一定的目的或某种需要,舍弃一部分不读,只快速地阅读相关部分,如标题、图表、与主题相关的关键词等。

### (2) 审视

所谓审视,就是仔细地察看,其目的是不仅要知道大意,而且要了解细节。审视是通过一个标准衡量和判断审视对象的好坏,带有研究分析的行为方式,具有反复观看、仔细核查、缜密思考的特点。

## 3. 阅读的类型

### (1) 线性阅读

线性阅读主要是对文的阅读。文的阅读是一种以词组为基础,以句子为中心的,以篇章为系统的阅读形式。从线的形态角度说,句子的方向既可以是单一向度的,也可以是多向度的。早期的书写是由右向左书写的,发展到后来才逐渐变为由左向右。

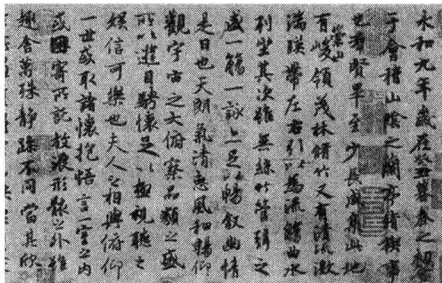


图 1-19 《兰亭集序》