



国家级传媒类实验教学示范中心系列教材

丛书主编 吴予敏 胡 莹

# 设计基础 实验教程

吴汶萱 编著

国家级传媒类实验教学示范中心系列教材

丛书主编 吴予敏 胡 莹

# 设计基础 实验教程

吴汶萱 编著

中国人民大学出版社

图书在版编目（CIP）数据

设计基础实验教程 / 吴汶萱编著. — 北京：中国人民大学出版社，2015. 4  
国家级传媒类实验教学示范中心系列教材  
ISBN 978-7-300-20916-6

I. ①设… II. ①吴… III. ①艺术-设计-高等学校-教材 IV. ①J06

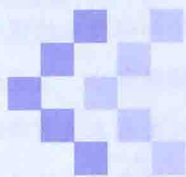
中国版本图书馆CIP数据核字（2015）第039247号

国家级传媒类实验教学示范中心系列教材  
设计基础实验教程

吴汶萱 编著  
Sheji Jichu Shiyan Jiaocheng

|      |                                                              |                                                              |              |
|------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------|
| 出版发行 | 中国人民大学出版社                                                    | 邮政编码                                                         | 100080       |
| 社 址  | 北京中关村大街31号                                                   |                                                              |              |
| 电 话  | 010-62511242（总编室）<br>010-82501766（邮购部）<br>010-62515195（发行公司） | 010-62511770（质管部）<br>010-62514148（门市部）<br>010-62515275（盗版举报） |              |
| 网 址  | http://www.crup.com.cn<br>http://www.ttrnet.com（人大教研网）       |                                                              |              |
| 经 销  | 新华书店                                                         |                                                              |              |
| 印 刷  | 北京瑞禾彩色印刷有限公司                                                 |                                                              |              |
| 规 格  | 185mm × 260mm 16开本                                           | 版 次                                                          | 2015年5月第1版   |
| 印 张  | 24.5                                                         | 印 次                                                          | 2015年5月第1次印刷 |
| 字 数  | 396 000                                                      | 定 价                                                          | 69.80元       |

# 总序



《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》指出，要牢固树立人才培养在高校工作中的中心地位，强调提高质量是高等教育发展的核心任务。近年来教育质量工程成为高校落实人才培养工作中心地位的重要举措。国家级实验教学示范中心建设是教育质量工程中的重要项目，对加强学生实践能力和创新能力培养发挥了显著的作用。

我国传媒类专业教育一直有一个好的传统，就是重视实践，不尚空谈。当今传媒科技日新月异，创意文化异彩纷呈，实验教学必然需要新的武装、新的观念、新的模式和新的内容。加强实验课程体系构建，重视创新性实验项目建设，始终应当以学生的能力培养、素质提升为目标。这不同于单纯的技术训练和职业化教育。我国的教育传统提倡“学以致用”。在“学”和“用”之间，往往难以一步跨越。因此，需要一个桥梁，这就是实验教学的特殊作用。

我们说，在传媒实验教学领域，要确立“素质为本，技能为用，学用贯通，创意实践”的教学理念。我们要以“创意实践”为枢纽，将素质、知识、技能这三个能力素质结构要素整合起来。“素质为本”，强调以综合素质（政治思想和道德素质、人文素质、专业素质等）的提高作为传媒人才培养根本；“技能为用”，强调传媒实验教学的应用型特色，要让学生实实在在地掌握一专多能的真本事，熟练掌握思想观念和创意表达的有效载体和手段；“学用贯通”，强调理论知识和社会实践、专业实践紧密结合；“创意实践”，突出创意实践的整合功能，将传媒创意能力的培养作为传媒实验教学的核心目标和基本途径。

在大力推进教育质量工程的过程中，我们欣喜地看到，高等院校的办学条件、实验教学设施得到了很大的改善。这为我们深化实验教学改革提供了良好的物质基础。但是，如何才能真正创造出教师乐于研究实验教学、学生乐于自

主从事实验的状态,如何才能把学生的实践能力与创新精神培养落到实处,培养学生形成科学严谨的思维习惯、生动活泼的创意氛围、扎实过硬的操作技能,在很大程度上需要实验教学师资团队精心打造出高质量的实验教学课程。

实验教学课程不同于以传授理论知识为主的课程。按照过去的教学观念,实验教学课程仅仅是理论性课程的辅助部分,主要通过一些辅助性的操作训练帮助学生掌握理解理论知识。因此过去基本没有实验教学专用教材,有的多半是实验操作手册。这一状况越来越不适合今天的传媒专业教育的需要。我们主张,实验教学要形成相对完整的教学体系,成为教师和学生开展创造性思考的技术环境和思维平台。实验教学改革要处理好几个关系:第一,处理好基础理论教学和实践教学的关系,提高实验教学的有效性和趣味性;第二,处理好素质教育和专业教育的关系、通才教育和专才教育的关系;第三,处理好大学实验教学和社会业界实践的关系。

我们从创造性传媒人才培养的目标出发,按照“以能力培养为核心,理论教学和实验教学有机结合,层次递进,条块组合,良性互动”的构想,根据基础性、综合性、设计性、创新性实验教学的递进规律,设计了“进阶实验+开放实验”双轨交叉的传媒实验教学体系。

进阶实验教学,主要是指在课程计划、学分结构和人才培养方案的规范框架内,按照教学计划层次递进的规律设计的实验教学系统。其特点是按照传媒人才的综合素质和专业化能力培养的规律,遵循专业教育质量要求来设计和组织。这一部分的实验教学,强调实验教学的规范性、统一性和系统性,与理论教学协调一致,保持实验教学体系的完整性、连贯性和相对独立性。

开放实验教学,主要是根据“因材施教”、“兴趣培育”、“重点拔尖”的教学观点,以学生为主体设置的自由开放的实验教学系统。开放性的实践教学不应当是管理上的无序真空地带,实验教学人员既要重视学生的自主性,也要做到有序设计、层次分明、目标清楚、效果到位。开放实验教学,从培养学生的专业兴趣入手,通过建立竞争激励机制、项目引导机制、典型示范机制、团队培育机制、创业扶持机制等,将实验教学开辟成为学生“创意—创新—创业”的发展空间。

上述两个实验教学系统,形成双轨交叉的传媒实验教学体系(见图0—1)。

本系列教材选自深圳大学传播学院和传媒实验教学中心的教师所开设的基础性实验课程和综合性实验课程,基本上是多年来实验教学经验的总结。

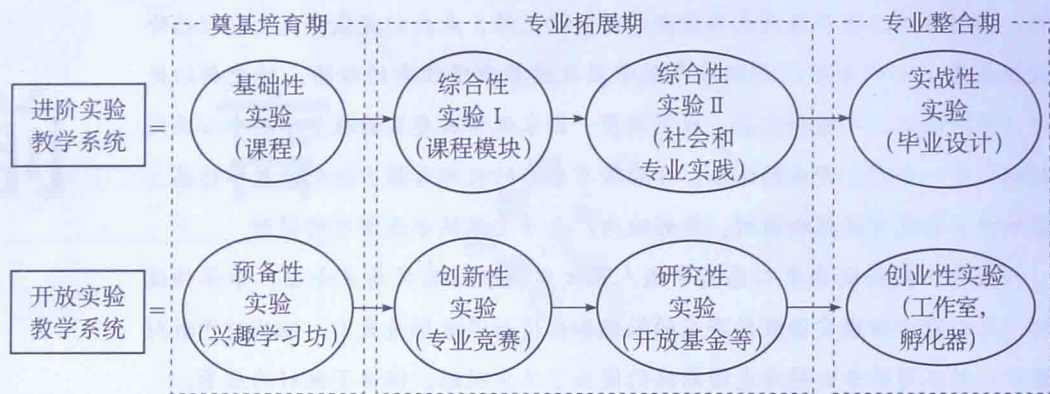


图 0—1 “进阶实验 + 开放实验”双轨交叉传媒实验教学体系

编写一套传媒类实验教材，殊非易事。这类教材过去没有系列化的成品，缺少可资参照借鉴的样板。一方面它们必须区别于以理论知识传授为特点的常规教材，另一方面它们又必须和坊间的各类软件操作指南、技术手册相区别。此类实验教材在保证基础知识、基本技能传授的规范性的前提下，更要突出教学主体（实验课程主讲教师）的教学的个性和特色。今天，能成为一名合格的传媒类实验课程的主讲教师也很不容易。这意味着他（她）必须是“能文能武”的理论和实践相结合的复合型教师。这样的教师不一定都有显赫的学历，但却是实实在在有真本事的人。

实验教材的编写体例没有一成不变的固定模式，它首先是实验教学过程的规律性的展开与推进。实验课程以实验训练和创新实验为核心，教学目标必须是非常清晰和明确的，是可以认定和检测的，也是具有明显的阶段性和连续性的。实验课程所赖以进行的实验条件、器材工具的描述，是必要的知识铺垫和引导。实验课程必须建立在坚实的理论知识基础之上，因此，支撑实验课程的理论要点，必须扼要地阐明，以便让学生知其然，也知其所以然。实验课程重在示范分析，典型案例的讨论，有时候正反两种类型多种表现形式的剖析，将实验课程内容变得丰富、充实而生动。实验课程中关于具体实验作业的要求、检验标准的规定，是对学生自主实验的引导和鞭策。在实验课程教材中，还包括对部分学生作品的分析，这在一定程度上来说，比之经典作品的分析还要来得切实，很有针对性和示范性。目前的这套实验教学教材编写体例是所有编写者共同探讨的结果。

2009年年底，教育部高教司批准深圳大学传媒实验教学中心成为国家级实验教学示范中心建设单位。这里编写出版的系列教材就是实验中心的建设项

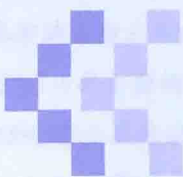
目。准确地说,这些教材是实验教学经验的总结,是我们发展和成长过程的阶段性成果。它们今后还要继续在教学实践过程中吸收新的经验,接受新的批评,不断修订、丰富和完善。我们期望“国家级传媒类实验教学示范中心系列教材”是一个完全开放的体系,今后将有更多的教师贡献出他们的教学结晶,容纳更多的优秀课程和教材,更好地为广大学生提供专业学习的帮助。

在此,我们还要衷心感谢中国人民大学出版社的司马兰女士、李学伟编辑,他们对于传媒实验教学事业的敏锐和热情始终激励着我们,他们对于教材编辑一丝不苟的专业精神也帮助我们校正了不少疏漏,保证了教材的质量。

吴予敏

2010年7月

# 前言



本教程属于“国家级传媒类实验教学示范中心系列教材”之一，主要面向平面设计、广告设计、传媒创意以及互动设计等专业的大学生。作为基础知识和基本技能的实验教学课程，主要通过基础理论的扼要讲授、典型案例分析和实验科目训练，以求围绕创意设计的实际能力培养这个主轴，在视觉思维和视觉表现方面完成基础教学的目标，为高级阶段的创意设计教学打下比较坚实的基础。

近年来，我国的文化创意产业发展非常迅速。我长期生活在深圳特区，后来又去英国修读设计专业数年。自己出国的时候，还深感中英两国的设计水平有较大的距离；待到回国以后，这些年下来，感到我们国家的设计产业进步非常显著，无论是产业规模还是行业素质，都有了很大的变化。深圳是我国第一个被联合国认定的“设计之都”，在这个新兴城市里，设计几乎就是这座城市的“名片”。从城市规划到景观布局，从产品包装到广告推广，从生活装饰到品牌形象，都无处不透出设计文化的艺术匠心。设计可以说是今天的经济生活和文化消费的助推器。“设计使世界更美好”，是千真万确的。设计产业的兴旺发达，不仅给经济产品带来了意想不到的附加值，也培养了高雅的生活品位和文化气质。

我们现在的大学课堂面对的都是“90后”的青年，他们已经不再是简单地冲着毕业文凭和职业饭碗而去的“知识贫困者”。他们旺盛的求知欲、表现欲和创造欲，是支撑他们踊跃投入学习设计课程的主要动力。我们从事大学教育的人，很难继续扮演“手执教鞭，声声训词”的角色，我们只能贴近他们，和他们共同探讨、共同成长。其实对于实验课程来说，与其说是对学生的训练过程，不如说是与之深入沟通的过程，互相激励、彼此磨砺的过程。这是我希望达到的“无距离感的设计教育”的理念所在。

什么是“无距离感的设计教育”？当然这首先是指教师和学生的互动关系的建立。我以为，最好的教师不一定非是设计大师不可。设计大师固然令人敬仰，可以唤起学生们对于专业的憧憬，也可以开辟出新的概念和方法。但是对于设计专业的教师来说，如何帮助学生建立起观察世界、表现世界、反观自我、表现自我的新的意识，如何帮助他（她）“读懂”设计语言，并且找到自己的设计语言，从而与世界建立起自我与之进行视觉沟通的联系，才是最关键的。为此，教师的功能是引导、示范和商议。

在教学过程中，我们还会遇到专业教育和非专业教育（素质教育）的尺度问题。当然，设计教学是有其专业训练的规律的，也是有它的专业化评价标准的。但是这不等于说，设计教学只能够在美术专业或设计专业的学生中进行。设计教育的过度专业化，不适合今天的设计文化广泛普及的现实。深圳大学的广告学专业教育，长期以来都是直接针对文科学生开设“设计基础”、“广告设计”等课程的。这并不是说，学生的视觉表现能力基础不重要了，而是说，学生的综合文化基础以及他们的艺术表现天赋应得到更多的重视。“设计基础”这门课，正在打破专业教育和素质教育之间的界限，这也是这门课在大学里广受学生欢迎的原因。

下面，我谈谈这门课程的教学结构和本书的框架。

本书共有十八课，是按照本科高校一个学期十八周的课程内容设计的。每一课的内容分别包括本课要点、实验教学理论知识、实验教学设备条件、实验教学设计与要求、实验教学示范与评价、作业以及参考资料这几大部分。其中的理论知识、教学设计与要求以及示范与评价是每课的重点部分。理论知识部分主要从设计构成的基本理论、视觉语言和创意表现等方面进行论述，通过讲解国内外优秀的设计案例，帮助学生理论结合实际，领会设计最基本的表达方法和表现方法；通过多层面多角度地剖析典型案例的设计原理，开阔学生的视野，拓展学生的创意思维。教学设计与要求部分则以我的广告设计教学经验为基础，通过具有针对性的课堂设计课题训练帮助学生深入掌握课堂所授知识。而示范与评价部分则将教学内容由课上延伸至课下，通过新鲜有趣的课下作业，要求学生举一反三，灵活运用所学知识内容。教学设计与要求部分以及示范与评价部分均收集了全球优秀设计案例加以细致的分析，同时精选了优秀学生的作业进行点评。这部分内容将细致地讲解分析学生作业会面临的问题以及优缺点。坊间不少讲授设计的书籍也会提供一些学生作业，但却很少分析解释

其优缺点。而本书中列入的一些看起来很不错的学生作业，我不仅要充分肯定其优点，也要分析为什么有些细节还不够好，以及应该如何改进等。优秀作业的点评可以拉近教学内容和教学对象之间的距离，帮助学生树立自信心，激发学生创意设计的热情和表现欲望，从而使其进入主动性学习的良性循环。

对于学习设计尤其是广告设计专业的学生来说，其面临的主要问题是面对一个课题项目如何进行创意思维以及如何实现视觉表现这两方面。本书重点在于教授如何将创意通过具有爆发力的视觉表现精确地表现在设计作品上。长期以来，设计的课堂教学主要通过单纯讲授进行，而脱离实际的案例，容易造成学生在面对具体的项目时，眼高手低，甚至离题万里或丧失客观对象性。因此本书着力搜集了比较先进并有针对性的设计案例来启发学生，将课堂上的知识运用在设计实操当中。此外，仅仅只在课堂上展示设计示范作品是有局限性的，所以本书在教学设计与要求部分、作业部分通过布置具有针对性的课堂作业和课下设计项目，使学生通过独立的实践训练切实将理论学习运用到自己的设计中去。总之，本课程不求“高大上”，而力求有效培养学生的设计思维和表现力。

有心的读者也许会注意到，本书的这十八课是分为两个类别组合的。第一类组合是本书前十四讲，侧重于系统讲授基础性的设计原则，以及如何运用抽象的设计元素和设计元素的组合来解决设计表现方面的问题。本教程所涵盖的内容是基本设计理论，实用有效，语言平实明了。丰富而典型的案例作品旨在详尽地解释设计元素在实际设计项目中的运用。这个部分是本课的主体部分。

第二类组合是专设的四次实验教学科目，分别是：素材本的准备与制作、头脑风暴和思维导图、设计调研以及形态学矩阵。这个部分主要是指导学生掌握学习训练方法的。我在英国学习期间，受到相关的训练，深感对于初入设计专业的学生来说，方法方面的指导非常有用。其中素材本的准备与制作是为了训练学生手绘视觉表现能力的，训练学生将个人想法通过视觉方式表现出来，开拓学生的视觉表现方法，激发学生涌现灵感，记录学生个人成长，初步在学生头脑中建立保护设计知识产权的意识。头脑风暴和思维导图是训练学生发散和聚合思维的能力，以及如何将创意思维准确扼要地切入设计主题的能力。设计调研部分主要是训练学生针对具体设计课题，科学地收集整理资料，找到解决问题的切入点。形态学矩阵是让思维更清晰更富有条理的

思考方法，通过矩阵图的罗列，能切实有效地解决学生遇到的设计思维过程中的困扰，寻求到简洁的设计解决方案。尽管从教材编写结构上，我们是将这两个类别分别排列的，但在实际教学过程中，我还是建议将设计学习方法的部分穿插在设计基础教学的过程中。这样就构成了这门课的教学与训练的复合式结构。

教育是永恒的事业。我以为，最成功的学生不是最有天赋的学生，而是那些用心学习，踏实训练，勇于将设计原则和理论运用到自己的设计实践中去的学生。认识、发掘和扩展学生的创造性的潜质，是教师的主要使命。

本教材所使用的学生示范作品，绝大部分是我在教学过程中挑选出来的优秀学生作业，在此向这些同学表示感谢！同时也衷心感谢深圳大学传播学院的领导和同事在教学过程中给予我的鼓励和支持，衷心感谢中国人民大学出版社的编辑在本书出版过程中给予的指导和付出的努力！由于本人经验和学术水平有限，本书中有待改进之处敬请读者予以指教。

吴汶莹

2014年9月10日

# 目 录

# contents

## 第一部分 设计基础

- 第一课 点的构成 / 003
- 第二课 线的构成 / 027
- 第三课 面的构成 / 054
- 第四课 图与底 / 078
- 第五课 基本形与骨格 / 095
- 第六课 形态构成形式(一) / 121
- 第七课 形态构成形式(二) / 142
- 第八课 形态构成形式(三) / 167
- 第九课 空间和动感的塑造 / 188
- 第十课 肌理 / 215
- 第十一课 形式美法则 / 232
- 第十二课 创意字体设计与编排(一) / 258
- 第十三课 创意字体设计与编排(二) / 278
- 第十四课 创意字体的实际应用 / 304

## 第二部分 设计思维与方法

- 第十五课 素材本的准备与制作(实验教学课一) / 327
- 第十六课 设计调研(实验教学课二) / 342
- 第十七课 头脑风暴和思维导图(实验教学课三) / 358
- 第十八课 形态学矩阵(实验教学课四) / 369

## 第一部分

---

# 设计基础

---





# 第一课 点的构成

## 本课要点

1. 认识点
2. 点的视觉特征
3. 点的错视
4. 点的分类
5. 点在组织画面时的表现功能
6. 点的设计构成
7. 点的设计应用

## 一、实验教学理论知识

### (一) 认识点

在我们周围的生活环境中,可以被看作点的物体有很多。比如说天空中闪烁的星星、

飘落在地面上的片片落叶、大海中的一艘小船等等都可以被看作点(见图1—1)。

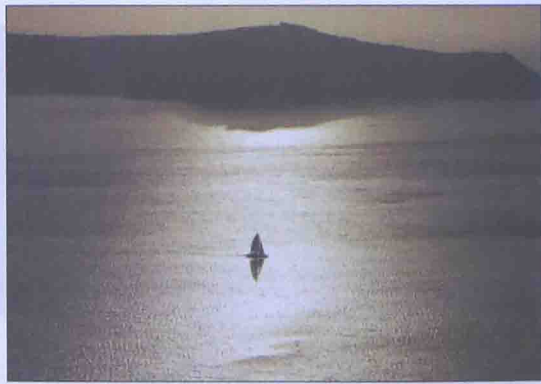


图1—1 星空和渔舟



人们理想中的点是细小的圆形，但实际上点的形态可以是多种多样的，可以是圆形、方形、三角形、星形等等（见图1—2）。此外，点还可以具有不同的色彩和肌理。

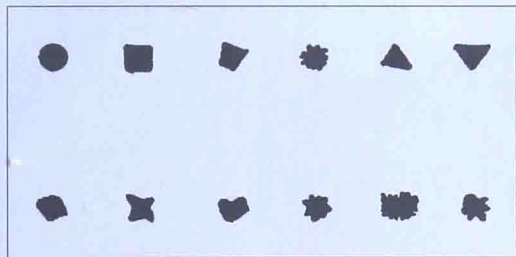


图 1—2 点的多种样态

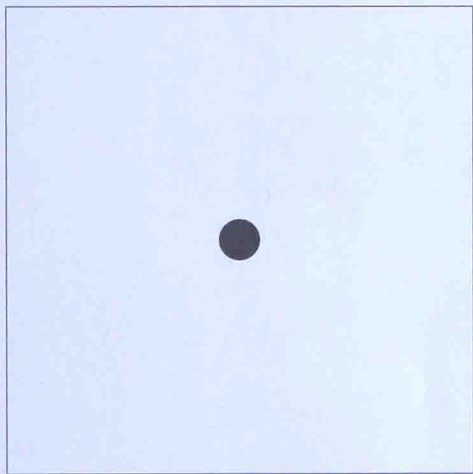


图 1—3 孤立的点

点具有向内的凝聚力或向外的辐射力。当画面中的点比较细小的时候，我们的视线会被牢牢地吸引住，盯着这个点，视线会走向点的深处（见图1—3）。

当画面中的点占据的空间较大时，这个点与周围的空间的张力就凸显了出来，点产生了明显的向外辐射的力量。点与周围空间不同的力的作用依照点不同的外轮廓而产生变化（见图1—4）。

当黑色的点变得越来越大，直至大到令人对其外轮廓的关注程度大于对其凝聚力的关注程度时，点就具有了面的性质，点就被看成了面（见图1—5）。

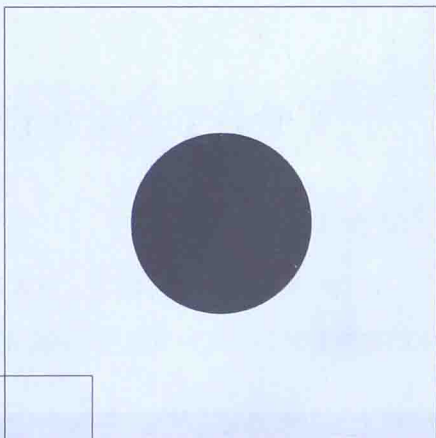


图 1—4 点的扩张

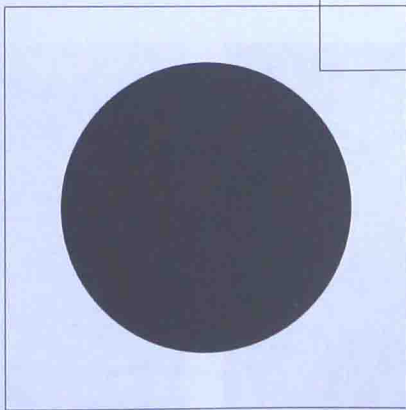


图 1—5 点变成面

## 【案例解析】

## 联合利华的标志

联合利华的标志采用Universe的首字母“U”作为元素进行设计，并在“U”形里填充了很多小的图形。这些图形有太阳、花朵、手、水滴、棕榈树等形状，尽管形状颇多，但由于其细小的性质，因此可以把它看作是一个个的点。由于该集团以生产日用品为主，所以填充的小图案都与日用品及其象征物相关。比如花朵、手和发丝，象征联合利华出品的乳液和洗发水，不仅柔软且散发着令人心醉的香气。比如水滴、气泡和浪花，象征联合利华的衣物洗护用品，干净、清新、充满活力。循环的标志象征着联合利华重视可持续发展，其产品环保，绝无污染。心形的形状象征联合利华呵护、关怀人们的健康。最上方的太阳代表生命的起源，象征联合利华将会给人们提供最好的生活必需品。



## (二) 点的视觉特征

## 1. 一个点在画面中

我们来看图1—6，一个点在画面中。当画面中只有一个点时，人的视线会不自觉地被吸引到这个点上去。点具有一种凝聚视觉的力量，成为焦点。当点的位置在画面中央时，点支配了它周围的空间，整个画面产生一种

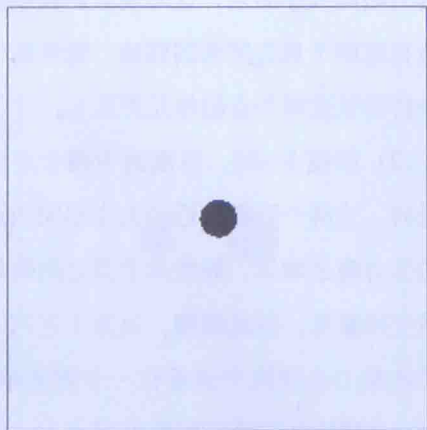


图1—6 点的平衡与纵深

平衡、静止的状态，并且有纵深的感觉。

如果我们把点的位置稍稍移动，使它偏离画面的中心位置，则点产生了向外的动势。点的移动影响了画面的平衡，使得画面空间产生了一种变化和张力，不再给人以静止的感觉（见图1—7）。

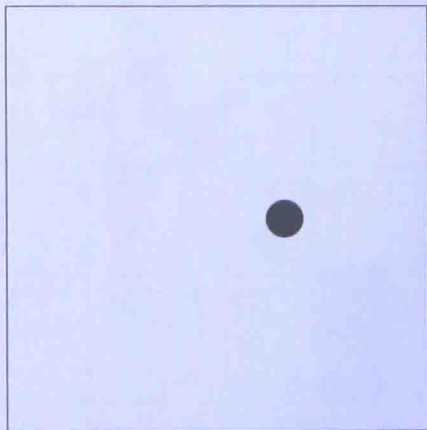


图1—7 点的移动