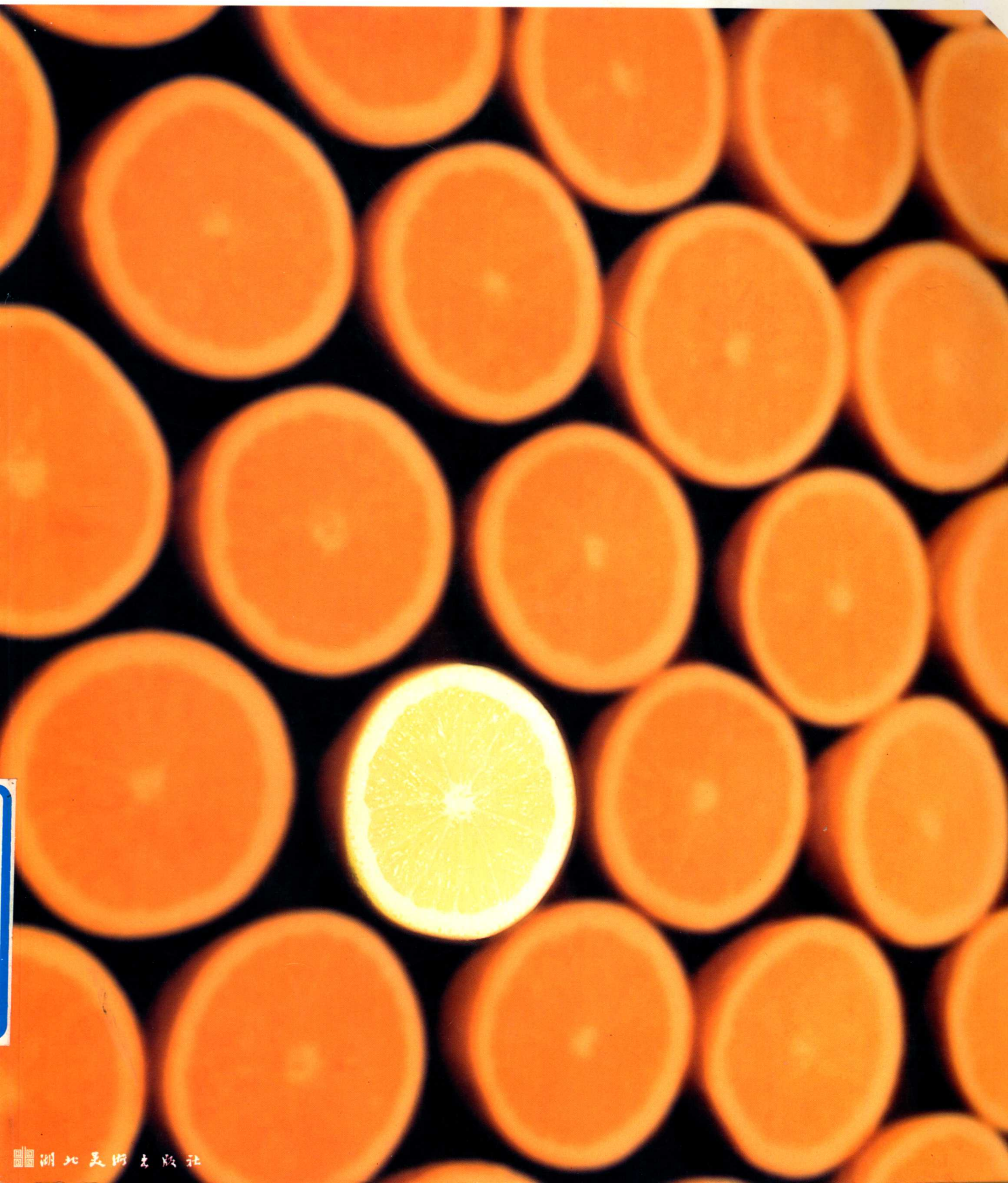


e ART DESIGN

平面设计

新世纪艺术设计专业教材

方卫 易西多/著



eART DESIGN

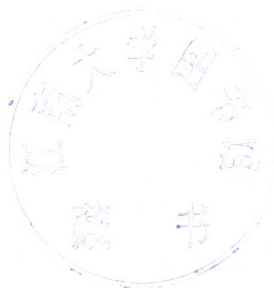
平面设计

新世纪艺术设计专业教材
方卫 易西多/著

江南大学图书馆



90851303



丛书主编：朱明健 许开强
责任编辑：戴建国 陈 歌
封面设计：敖 露
技术编辑：程业友

图书在版编目 (CIP) 数据

平面设计 / 方卫, 易西多著.

—武汉：湖北美术出版社，2005.2

新世纪艺术设计专业教材

ISBN 7-5394-1686-6

I. 平...

II. ①方...②易...

III. 平面设计—教材

IV. J506

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第011609号

平面设计 ©方卫 易西多著 新世纪艺术设计专业教材

出版发行：湖北美术出版社

地 址：武汉市武昌雄楚大街268号C座

电 话：027-87679522 87679553

邮政编码：430070

制 版：武汉精美印务有限公司

印 刷：湖北新华印务有限公司

开 本：889mm×1194mm 1/16

印 张：3

印 数：1—5000

版 次：2005年2月第1版 2005年2月第1次印刷

书 号：ISBN 7-5394-1686-6/J·1372a

定 价：18.00元

目录

平 面 设 计

第一章 平面设计专业概述	2
一、专业课程结构	2
二、教学目的	2
第二章 设计思维创意与表现	2
一、设计创意思维的基础	2
二、创意思维的基本特性	3
三、创意思维的开发	8
第三章 设计表达技法	18
一、设计快速手绘表现的概念	18
二、设计手绘表现的技法手段	19
第四章 作品赏析	26
一、CI设计	26
二、包装结构	28
三、包装设计	29
四、编排设计	31
五、海报设计	32
六、书籍装帧设计	33
七、图形设计	34
八、展示设计	35
九、房展设计方案	37
十、装饰画练习	38
第五章 试卷分析与试题	39
一、试卷分析	39
二、艺术类高考阅卷侧重序列	46
三、艺术类考生在考试中应注意的事项	47
四、模拟试题	48

eART DESIGN

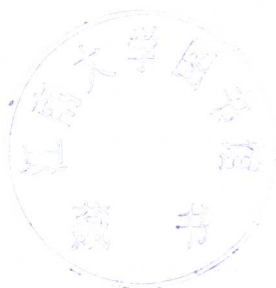
平面设计

新世纪艺术设计专业教材
方卫 易西多/著

江南大学图书馆



90851303



湖北美术出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com



第一章 平面设计专业概述

平面设计专业是在工艺美术装潢专业的基础上建立起来的。其办学方向是培养掌握平面设计专业知识与技能,具有多角度、多层次交叉学科综合知识,能够承担为企业的生产和销售活动进行形象视觉传达整体策划、创意、设计的装潢艺术设计专门人才。专业结构包括绘画基础、专业基础和专业设计三部分:绘画基础通过多门类的绘画训练为专业设计发展打下牢固的造型基础;专业基础主要强化在设计理论、形式构成、图案组成方面的能力。

一、专业课程结构

平面设计专业课程大致分为三大模块:

1. 基础课程:素描、色彩。
2. 专业基础课程:平面构成、色彩构成、图形设计、版式设计、图案设计、包装结构设计、计算机辅助设计等。
3. 专业课程:标志设计、CI设计、POP设计、书籍装帧设计、招贴设计、包装设计、展示设计等。

二、教学目的

1. 基础课中主要以设计素描和专业色彩的训练为主,强调学生拥有造型能力的同时增强其设计意识,动手与动脑相结合,使学生在拥有扎实基本功的同时能够为以后的专业课打基础。
2. 专业基础课程是整体教学过程中非常重要的一环,是基础课和专业设计课的过渡阶段。此课程具有较强的灵活性和伸缩性。各门课程相互补充,注重创新能力的培养和掌握熟练的专业技巧。
3. 专业课程是学生综合能力的体现,也是本学科教学的重点。它考察一个学生的创新能力、动手能力及专业素养。因此,专业课程的课时量相对较大,同时要求学生深入、系统地完成课题,是专业课程教学的主要特点。

第二章 设计思维创意与表现

设计创意的本质是创意的思维,是在认识客观物象的基础上,将思维的方法导入对图形的表述。分析构成图形形式的逻辑联系,认识图形创意是一种有意识的创造性行为,而非随意地将图形拼凑在一起。从图形创意的思维特征中引出其创意思维的模式,用理性的推理、判断获取独特的视觉形象,达到诉求主题的目的。敏锐地捕捉思维的切入点,确定图形创意的思维取向和定位、创意的策略和有效的抉择手段。

一、设计创意思维的基础

设计创意思维是指通过思维在客观事物基础上产生新颖的、前所未有的思维成果——图形。它给人们带来新的视觉享受和联想,带来新的信息和社会价值。设计创意的思维对于设计师来说是独立的个人行为,图形创意的过程就是一个想像的过程。对于与受众的视觉沟通而言,它又是受众同设计师互动的交流行为。

我们的思维是建立在客观世界基础上的,图形创意的思维目的是:既要通过思维揭示客观事物本质的、内在的联系,又要在原有感性物象的基础上创造出新的视觉形象,一种人类从未感知过的、实际上并不存在或现在还不存在的物象。平面设计的创意思维是指设计者的创造力和创造性思维。创造力是指设计者在创造过程中表现出来的知识、思维、概念、综合归纳、逻辑分析的一种能力。而创造性思维是一种独特的思维方式,对形态与意念具有深刻的理解和严密的逻辑性、思维的综合性、连动性与独特性。

从元素到创意的过程中,要求设计者拥有丰富的生活体验和广博知识,对艺术的领悟与深刻理解。在确立设计目标与市场定位,并对创意元素进行分析和提炼的同时,通过联想思维,从感性认识到理性分析,对一切事物表现出的视觉形象,进行研究与借鉴,集中表现视觉元素的突出特征,寻找联系,表现主题。使这过程独特的思维方式成为元素与主题的联系纽带,创意图形赋予视觉元素新的内涵或新的视觉形象。对视觉元素的思考和整合不是简单的元素特点的组合关系,要从视觉艺术思维的视角深入到事物的本



质特点中,去发现事物偶然现象中的必然因素,从根本上表现元素、创意和主题的密切关系,通过独特的艺术语言,突出主题,做到形式、创意与内容的统一。因而从客观现实生活中发现创意的契机就成为设计师应该具备的基础素质,设计师只有懂得图形创意的思维特征和方法,才能应用思维规律,调整思维的方向,激发思维火花,防止盲从,真正做到事半功倍。

二、创意思维的基本特性

一般思维是遵循着逻辑路线就事论事,它最大的特点是求同。平面设计创意的思维特征有别于一般思维。究其原因,是因为图形创意始终在力求思维取向的独特、追求结果的新颖。

1. 求异性

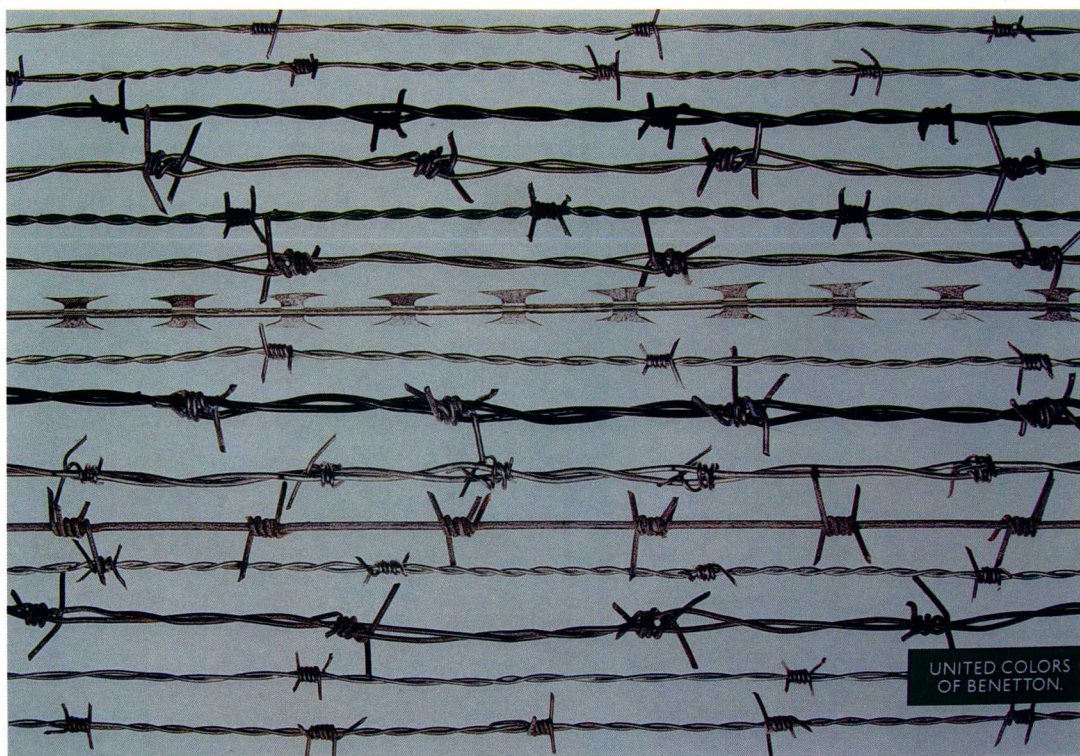
图形创意思维的求异特征是因形象思维造成的。设计师从反逻辑的角度出发,在客观世界的事物中寻找形象的变异、质的变异。这种求异性有赖于设计师对形象的感觉,从感性出发理性地思考问题。





2. 跳跃性

图形创意思维的跳跃性特征是指思考问题的方式是非连续式的，导致思维发展的突变和逻辑的中断。表现为形象的反常，表面上不相干的物形却蕴涵着本质上的关联。它不是循序渐进的逻辑推理结果，而是在跳跃性思维过程中出现的超视形象。

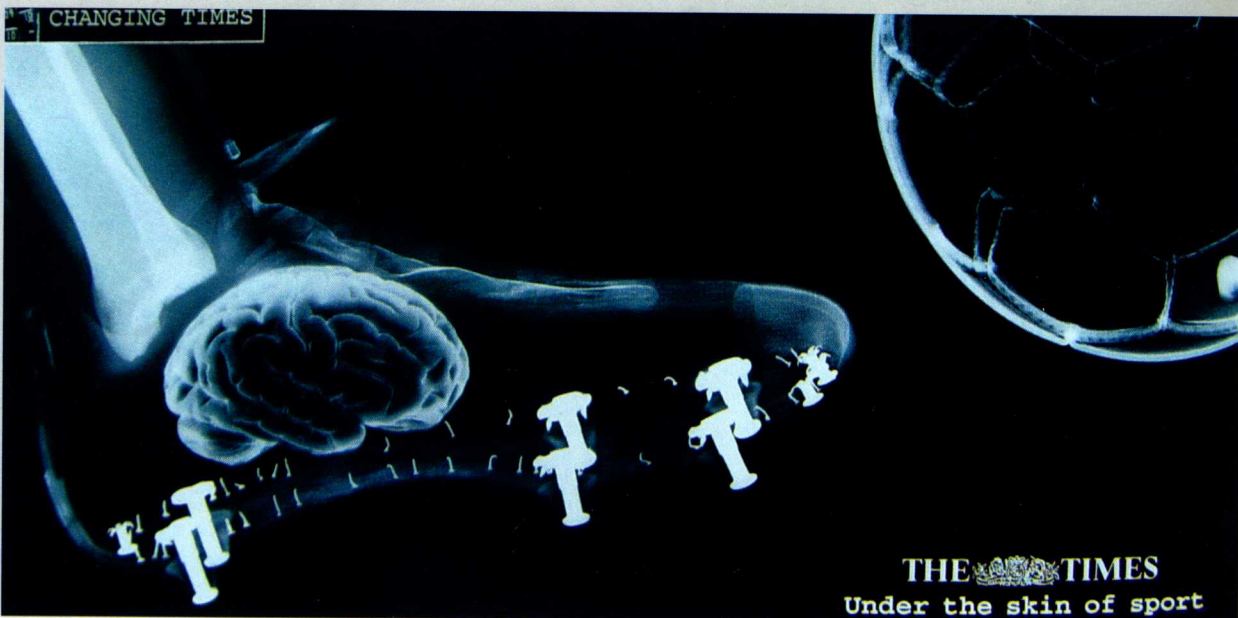
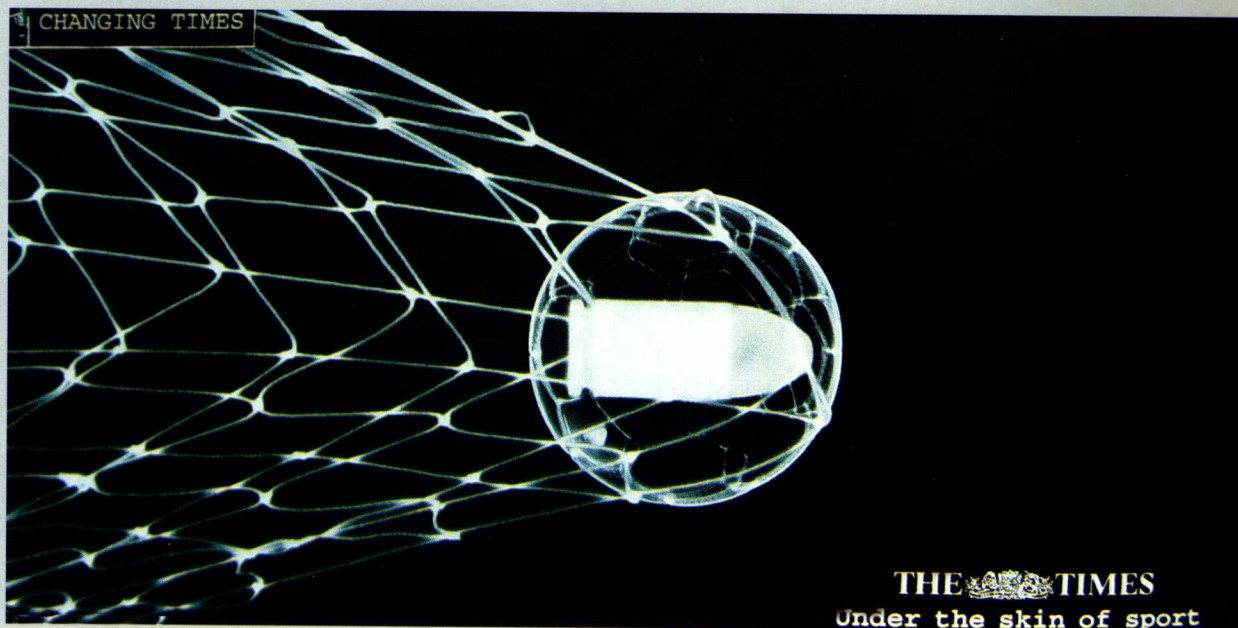




3. 辩证性

图形创意思维的辩证性特征指设计师的思维过程总是在寻找与发现之间进行，在求同和求异之间展开。在思维过程中，由一个形象而过渡或转换为另一形象，它们构成对立的双方，既相互区别、否定、对立，又相互补充、依存、统一，由此形成图形创意思维的矛盾运动，推动创造模式的发展。

另一方面，受众的思维过程也存在着辩证性。因为他们是靠视知觉来接受设计师创意的信息和观念的。对创意的理解不可能都会一目了然，所以他们也是在自己的思维作选择，形成辩证的思维过程。





4. 综合性

图形创意思维的综合性特征是指设计师需要有综合性的判断能力。图形的创造不是靠苦想就可以得到的,创造性思维是综合性思维的结果。它建立在对客观事物的形状、结构、秩序和意义的分析上,建立在多角度、多侧面、全方位的思维点的交叉和整合上,由此形成了从常规思维到逆向思维、反常思维、发散思维等多种创造性思维的形式和方法。



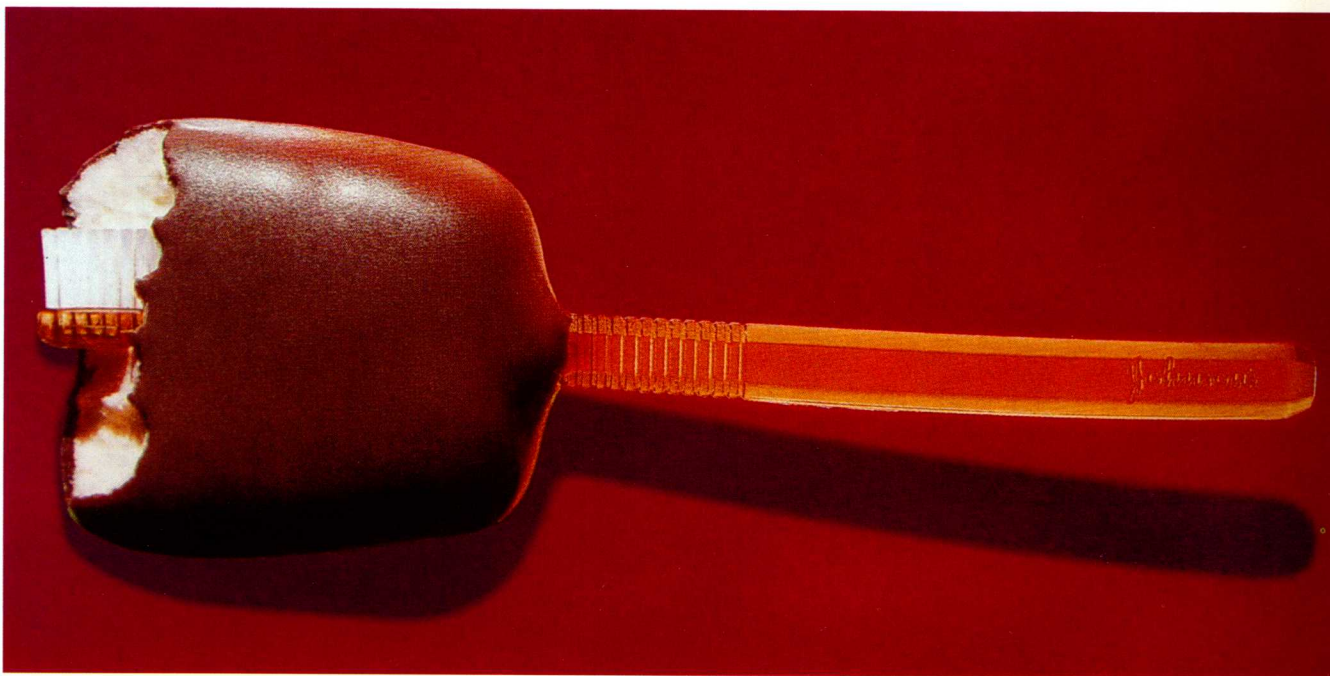
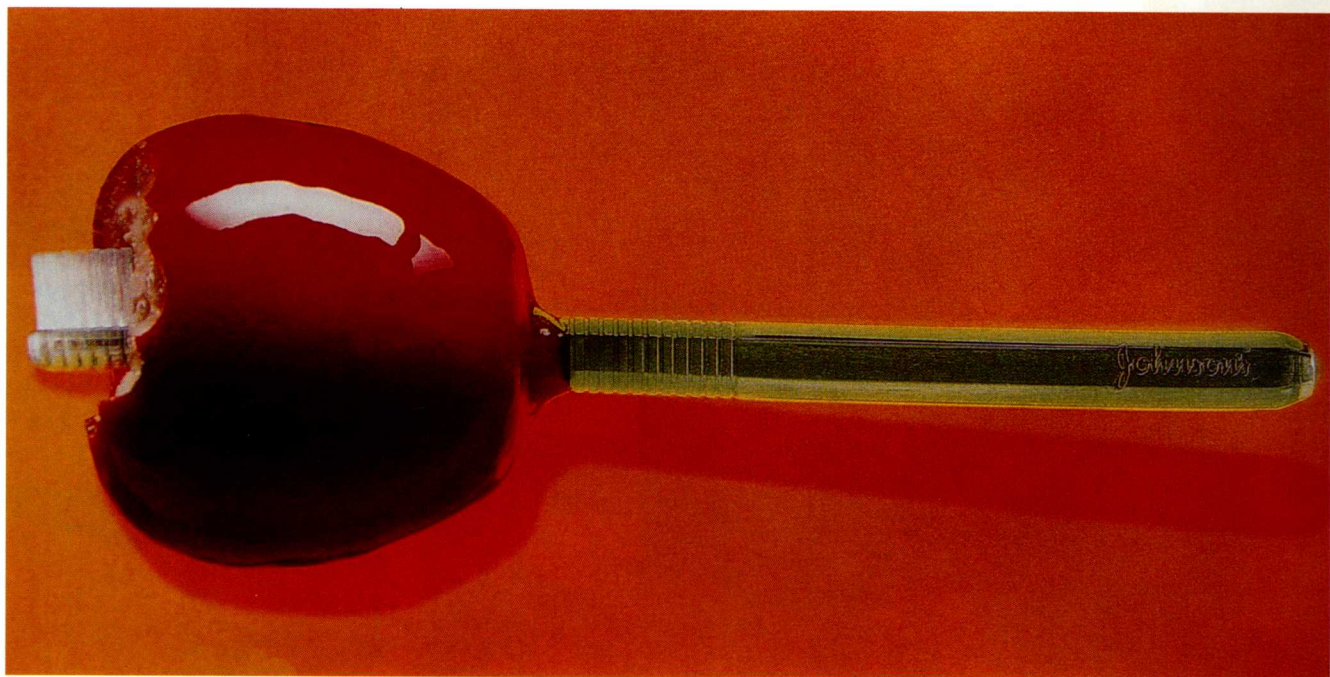


5. 原创性

图形创意思维的原创性特征是指其成果的新颖和惟一性。设计师思维的取向不同和创意的个性化,使创造性思维成果——图形在信息传播中不会与其他设计师的创意雷同,而业内人士和受众也充分尊重和认同原创的价值。同时,知识产权的保护也使这一成果为设计师本人所专有。

6. 能动性

图形创意思维的能动性特征是指设计师的创造性思维是一种有目的的活动,而不是客观世界在人脑内简单的、被动的反映。客观世界只是设计师创意的素材来源,而创造性的体现,是设计师经过对客观世界的想像、加工、组合后,创造的升华了的主观世界。





三、创意思维的开发

图形创意思维的发掘就是以设计师的诉求的目标和任务为前提,对当前知觉和以往积累的知觉经验及记忆材料上的定位和切入角度的综合把握。

1. 思维的切入

平面设计创意思维的切入与图形中用到的联想、比喻、象征以及比兴的手法是分不开的。客观世界中的时间与空间关系、形与义的关系、质和特点的关系等都是合适而且利于设计师把握的切入点。

(1) 从时空的关系切入

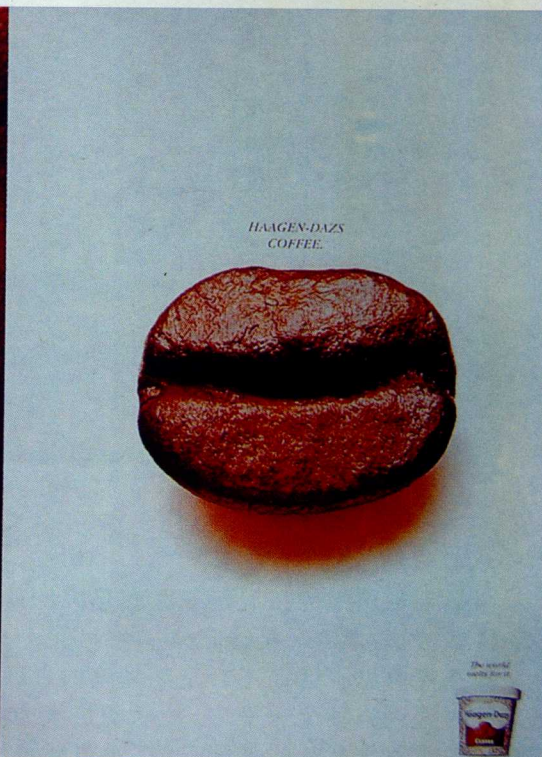
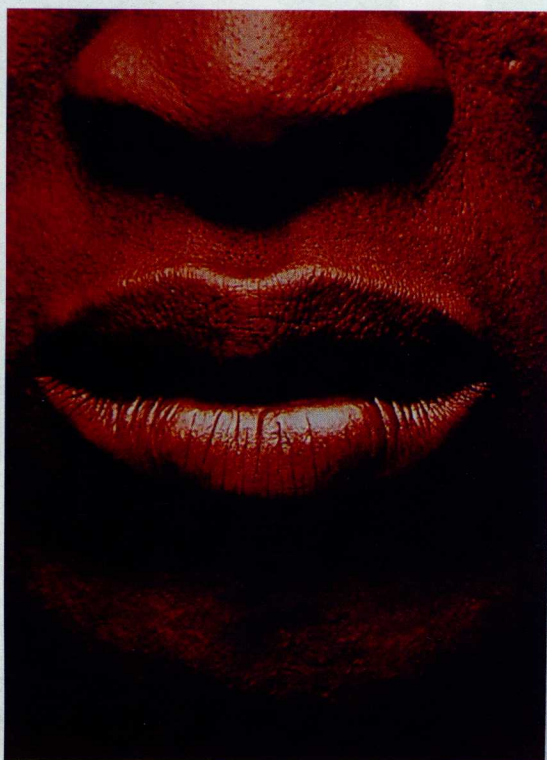
由时间或空间上接近的事物切入。利用事物间在时空上的接近关系,唤起观者与此相近的想像。由时间或空间上差异的事物切入。混淆事物间的时空关系,引起观者对过去的联想,借“古”喻“今”。





(2) 从形、义的关系切入

从事物的形、义关系切入。利用人对某一事物感知时,会想起与这一事物在性质上、形态上或其他方面相似或者含义相近的事物的回忆特点,实现形义转换,创造图形。





(3) 从质和特点的关系切入

事物的性质和特点所构成的关系必然有其相反一面,切入构形时利用事物在某一种共同特性中存在的较大差异,寻求创新。

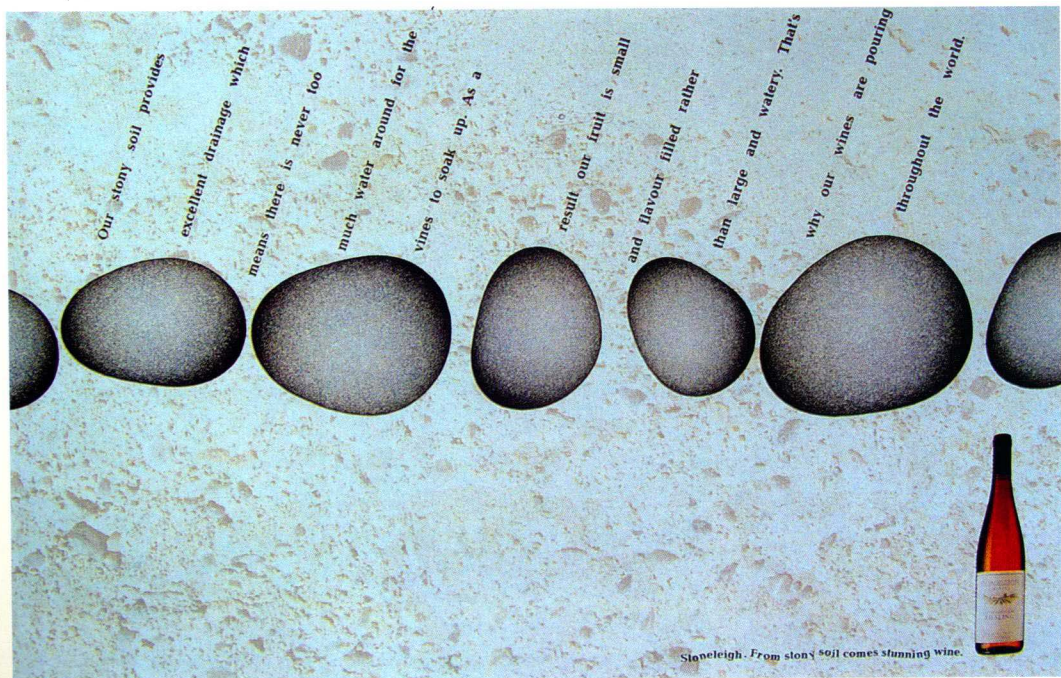


2. 思维的展开

图形创意思维的拓展是在联想思维的基础上对视觉语言的运用。

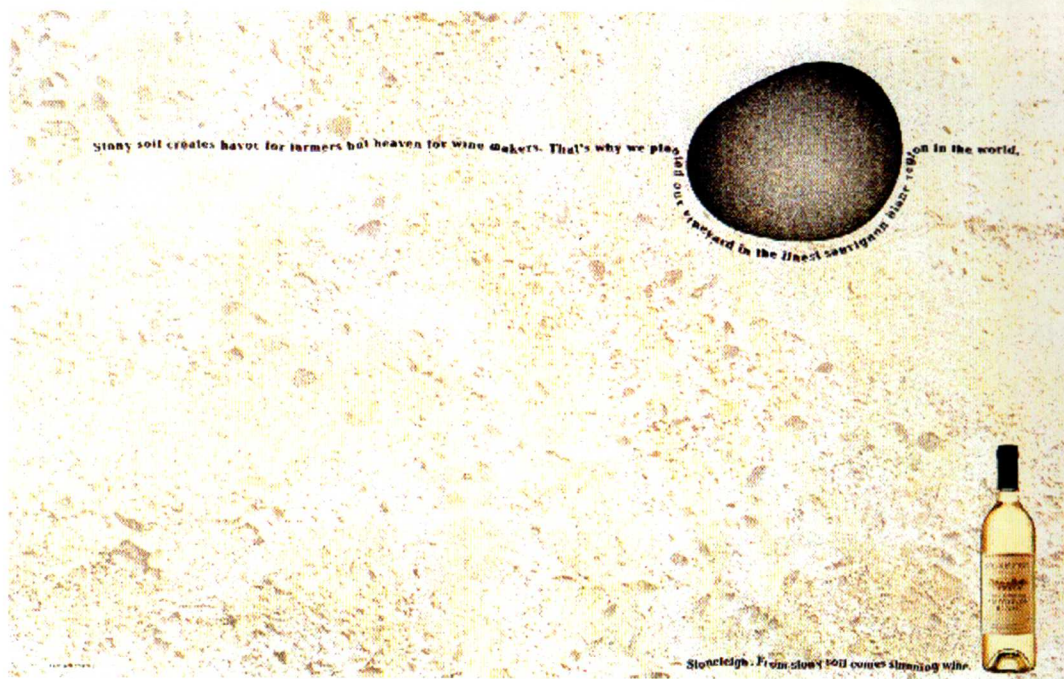
(1) 发掘抽象的视觉语言

创造性的思维活动不只是在具象的领域进行,在思维活动的另一面同样具有意义。运用逻辑工具对联想思维内容进行抽象和推演,把联想思维内容予以抽象,是思维的另一个层面。抽象的视觉语言仍旧是建立在客观对象是具体的基础上的,所谓抽象,只是脱离了客观对象的痕迹而已。





对象的抽象化是依靠符号甚至是语言和文字来进行的,进行联想的时候都依靠这些文字、符号语言的组合、搭配来表达事物或概念。在思维中运作的时候使用抽象的符号和语言,使转换的效率提高。这种联想思维方式不是对具体对象的直接描绘,而是把对象的思维抽象物整合成为反映客观本质的具体,用抽象的视觉语言深层认识具体的客观事物。



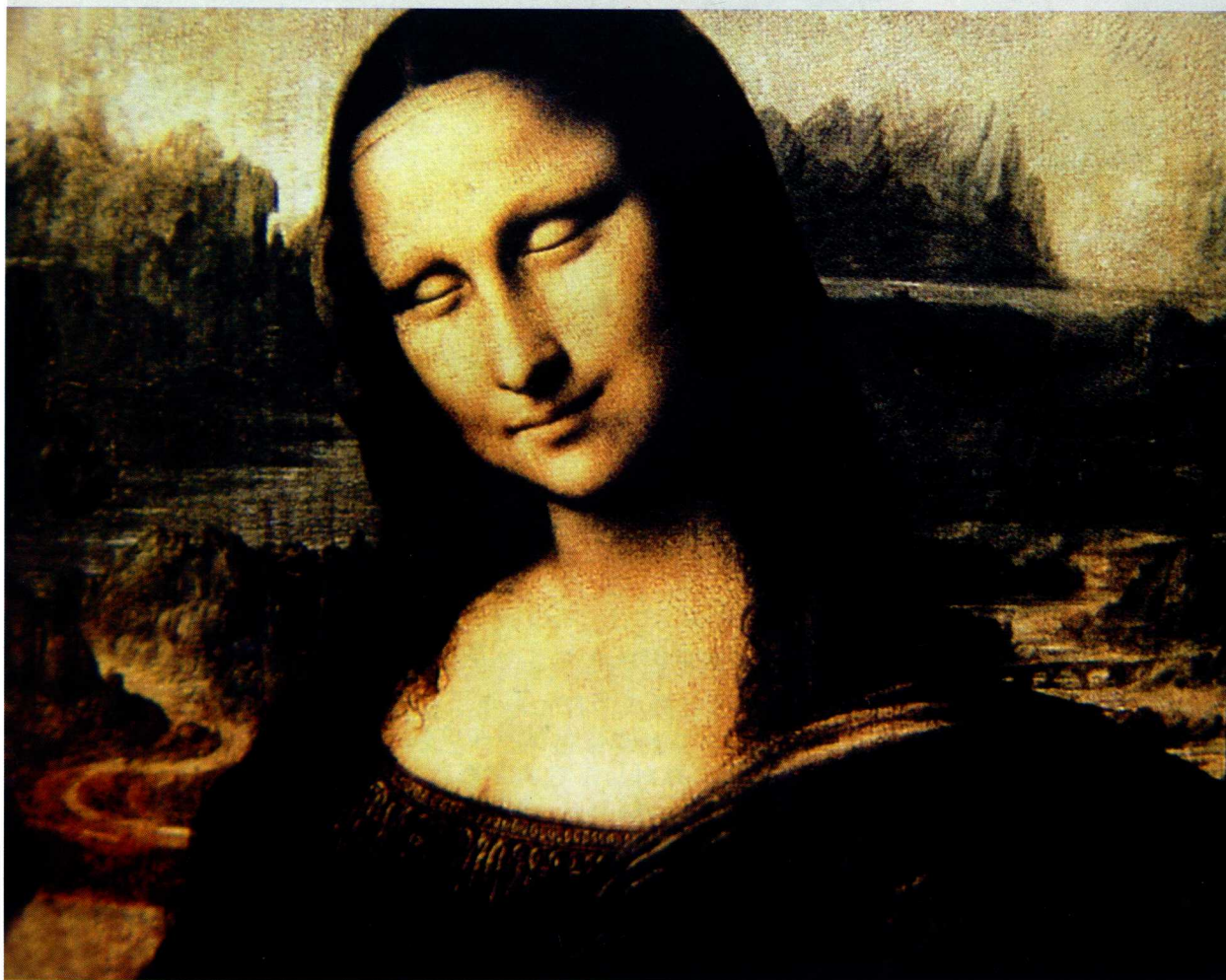
(2) 发掘广义的视觉形象

广义的视觉形象指可以被视觉化的对象和已经形成的视觉形象。视觉形象是联想思维活动中不可缺少的要素,离开了视觉形象也就谈不上展开图形创意的思维活动。





广义的视觉形象发掘是寻找多态的视觉形象,从单一的外形思考更加广泛的形象元素。由具体的形联想到相似形;由同类形联想到跨类形;由形联想到位置、空间、方向、角度、密度、尺度,或者想到运动、变化、速度、节奏、质地、色彩等。广义的视觉形象使联想思维的面得以扩展,能够较完整地把握对象的局部和瞬间,提高联想思维的效能。



3. 思维主题的表现方法

创意是一种思维过程,是对所表达的内容进行提炼、组合、想像和创造,使表现对象由现实美升华为艺术美的一种创造性劳动过程。

创造思维是各种思维形式的综合运用,具有独创性、连续性、综合性和科学性的本质特征。是能动思维、抽象思维、灵感思维和形象思维的整合与转化,是多种思维方式的协调与统一体。是设计师对事物的直觉性观察和思考、联想,通过创意联想强调创意元素的内在联系和突出特点的视觉形象,甚至对某一个视觉特征进行视觉处理使之更具个性化、视觉化、艺术化,使创意元素与主题中心紧密联系。创意思维的开拓和运用对创意的形象表现与理念表现都有至关重要的作用。

创意思维方式主要可分为:独创性思维方式,连动性思维方式,虚构创意思维,联想创意思维,综合性思维方式等。



(1) 独创性创意思维

创意要求对生活及事物具有独到的见解,敢于破除清规戒律,提出新的问题。

在思维模式上,要从纵向、横向、逆向、集中、分散等多角度,对来自各方的信息内容进行整合,集中思考,深入研究,寻找独特的创意切入点,从不同角度展开联想,创造出较有个性的创意。

