



高校|学|术|文|库
艺术研究论著丛刊

平面设计的视觉传达 与元素造型

主编 殷 俊 王曦茜 冯斌斌



中国书籍出版社
China Book Press

平面设计的视觉传达 与元素造型

主编 殷俊 王曦茜 冯斌斌



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目(CIP)数据

平面设计的视觉传达与元素造型 / 殷俊, 王曦茜,
冯斌斌主编. — 北京: 中国书籍出版社, 2017.9
ISBN 978-7-5068-6496-1

I. ①平… II. ①殷… ②王… ③冯… III. ①平面
设计 IV. ①J511

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 236749 号

平面设计的视觉传达与元素造型

殷 俊 王曦茜 冯斌斌 主编

丛书策划 谭 鹏 武 斌

责任编辑 张 娟 成晓春

责任印制 孙马飞 马 芝

封面设计 马静静

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) 52257140 (发行部)

电子邮箱 chinabp@vip.sina.com

经 销 全国新华书店

印 刷 三河市铭浩彩色印装有限公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 23.5

字 数 625 千字

版 次 2018 年 10 月第 1 版 2018 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5068-6496-1

定 价 89.00 元

目 录

第一章 平面设计理论基础.....	1
第一节 平面设计的概念与一般流程.....	1
第二节 平面设计的分类与特点.....	4
第三节 平面设计应具备的条件.....	11
第二章 平面设计发展的历史脉络.....	18
第一节 西方平面设计历史回顾.....	18
第二节 中国平面设计的发展历程.....	43
第三节 新时期的平面设计发展.....	65
第三章 艺术设计的构成理论.....	68
第一节 艺术设计的平面构成.....	68
第二节 艺术设计的色彩构成.....	87
第三节 艺术设计的立体构成.....	124
第四章 平面设计的视觉与形式原理.....	135
第一节 平面设计的视觉原理.....	135
第二节 平面设计的形式原理.....	139
第三节 平面设计的结构设计.....	146
第四节 平面设计的构图.....	150
第五章 平面设计中的视觉传达元素分析.....	166
第一节 平面设计中的文字元素.....	166
第二节 平面设计中的图形元素.....	183
第三节 平面设计中的色彩元素.....	190
第四节 平面设计中的编排元素.....	214
第六章 平面设计中的字体元素与造型.....	224
第一节 字体元素的设计原则与要求.....	224
第二节 字体与字体组合设计.....	231
第三节 字体元素创意设计的构思与方法.....	239
第四节 字体在平面设计中的应用.....	248
第七章 平面设计中的图形元素与造型.....	268
第一节 图形的文化内涵与时代特色.....	268

第二节	图形元素的设计法则与规律·····	271
第三节	图形的创意表现·····	280
第四节	图形创意对中国传统文化的借鉴·····	300
第五节	图形元素在平面设计中的应用·····	309
第八章	平面设计中的色彩元素与造型·····	317
第一节	色彩元素的设计原则·····	317
第二节	色彩元素的设计与配色法则·····	319
第三节	色彩元素在平面设计中的应用·····	329
第九章	平面设计中的编排元素与造型·····	335
第一节	编排元素的设计原则与形式·····	335
第二节	编排元素的设计方法与训练·····	342
第三节	编排元素在平面设计中的应用·····	356
参考文献	·····	367

第一章 平面设计理论基础

第一节 平面设计的概念与一般流程

一、设计与平面设计

(一) 设计的内涵

中文中的“设计”一词与英文中的“Design”一词相对应,应用非常广泛。1974年的《大不列颠百科全书》对“Design”的解释是:“指进行某种创造时计划、方案的展开过程,即头脑中的构思。”

中文的“设计”一词中,“设”和“计”均有其独立的含义。在中文中“设”有“设立、布置,安排、筹划,假设、假使”等含义;“计”有“计算,仪器,主意、策略,打算”等含义。

“设计”作为一个词出现的情况也比较多,比如说:设计陷害、设计一个实验、总设计师、计算机辅助设计、设计方案、设计图纸等。

归纳起来,中文的“设计”有动脑筋、想办法、找窍门、安排、计划、制订方案等含义。

值得一提的是,有的文献中认为“设计一词来源于英文‘Design’”这种说法欠妥。因为它既不是音译,也不是意译后新造的词,中文中原本就有“设计”一词,而非来源于什么英文的词。

在现代汉语词典中,对“设计”一词的解释为“在正式做某项工作之前,根据一定的目的要求,预先制定方法、图样等”。

在本书,我们对“设计”一词给出一个广义的定义:设计是一种有目的的创造性活动。它既可以指这种活动本身,此时它的词性是动词;同时,“设计”也可以指这种活动的结果,此时它的词性是名词。

(二) 设计的外延

“设计”一词的外延非常广泛,不仅仅局限于某领域。设计已广泛深入人类的知识体系中,尤其在应用学科中,设计是人为事物和活动的本质因素所在。而我们常说的艺术设计、工程设计、工业设计、平面设计、概念设计等都用到了“设计”一词,这里提到的“设计”都是针对特定领域的设计,是狭义的设计,必须要有前置的说明部分来限制其所指对象的性质和范围。

设计包括很广的范围和门类,如建筑设计、工业设计、产品设计、环境艺术设计、展示设计、

服装设计、平面设计等。

而平面设计现在的名称在平常的表述中却很为难,因为现在学科之间的交叉更广更深。传统的定义,例如现行的叫法“平面设计(Graphic Design)”“视觉传达设计”等,这也许与平面设计的特点有很大的关系,因为设计无所不在。

(三) 平面设计

设计是一种有目的的创造性活动,平面设计是这种活动所要采取的形式之一。

平面设计就是以文字、符号、造型来捕捉美感,捕捉、表达意象,表达意念与企图,进而达到沟通与说服效果的一种设计活动。在平面设计中需要用视觉元素来传播设计者的设想和计划,用文字和图形把信息传达给受众,让人们通过这些视觉元素了解设计者的设想和计划。

平面设计是为现代商业服务的艺术,主要包括标志设计、广告设计、包装设计、店内外环境设计、企业形象设计等方面,由于这些设计都是通过视觉形象传达给消费者的,因此又称为“视觉传达设计”,它起着沟通企业—商品—消费者的桥梁的作用。视觉传达设计主要是以文字、图形、色彩为基本要素的艺术创作,在精神文化领域以其独特的艺术魅力影响着人们的感情和观念,在人们的日常生活中起着十分重要的作用。

从范围来讲,用来印刷的都和平面设计有关;从功能来讲,“对视觉通过人自身进行调节达到某种程度的行为”称为视觉传达,即用视觉语言传递信息和表达观点。“视觉传达设计”“平面设计”两者所包含的设计范畴在现阶段并无大的差异,它们在概念范畴上的区别与统一,并不存在着矛盾与对立。

在了解了平面设计范围和内涵的情况下,我们再来看看平面设计的分类,如形象系统设计、字体设计、书籍装帧设计、包装设计、海报/招贴设计……可以这样说,有多少种需要就有多少种设计。

动画设计是在二维环境中营造出三维的空间影像,这是一种视觉化、虚拟化的模拟,不占有实际的空间、不具备真实性,因此在某种程度上仍属于平面设计的范畴。同样地,在广告设计中的立体效果的设计也属于平面设计的范畴。

而对于包装设计、展示设计、室内装饰设计等,设计对象的立体性和设计媒介的空间性决定了它们属于三维设计,但是大量的平面装饰出现在其表面,所以它们的设计往往是三维设计和平面设计的结合。

二、平面设计的流程

平面设计的过程是有计划、有步骤地不断完善的过程,设计的成功与否很大程度上取决于理念是否准确,考虑是否完善。在进行平面设计时,一般采用的流程如图 1-1 所示。



图 1-1 平面设计的一般流程

（一）设计构思

在进行平面设计时,构思是作品是否成功的关键。根据设计需求不同,构思所应考虑的问题也有所不同,一般包括以下三方面内容。

1. 了解设计背景

如进行产品广告设计,应充分进行市场调查,了解品牌、受众、产品及市场定位等情况。要确定表现的内容,即主题和具体内容,并确定作品的立意。

2. 选择表现手法

所谓表现手法,是指为实现设计目的而采用的设计技巧。例如,是完整完美地以传统美学去表现设计方式,还是采用新奇的或出其不意的方式达到目的;作品中是采用对比、夸张、对称、明暗、重复、放射和冷暖等形式,还是采用计算机图形处理效果与手绘效果相结合的方式等。表现手法应根据设计的目的和预计达到的效果,结合自己的技术水平选择合适的方式。

3. 选取设计元素

平面设计中的基本元素相当于作品的构件。因此,每一个元素都要有传递和加强传递信息的作用。元素的使用,应从整体需要考虑。在一个版面中,构成元素可以根据类别来进行划分,如标题、内文、背景、色调、主体图形和留白等。元素使用得恰当能更好地突出主题,获得强烈的视觉效果。

（二）准备素材

不同类型素材的使用,在平面设计中是不可避免的。获取素材的方式很多,要根据不同的设计方式采用不同的方法。素材可以是自己绘制的作品,也可以是其他形式的对象。如果使用计算机进行平面设计,那么素材不论是文字、图片,还是装饰性图案,均需要数字化。获取数字化素材的常用方法有数码摄像法和图像扫描法。

（三）制作成品

制作成品是指根据自己的构思,使用准备好的素材完成自己的作品。随着计算机技术的普及,平面设计的作品已经越来越多地依托计算机来实现,即使用图形软件对图像进行绘制,对版面进行排版、编辑以及添加各种特殊效果,从而实现设计的意图,完成作品的制作。

（四）发布作品

平面设计的最终目的是发布作品。不同的需求需要不同的发布模式。例如网页设计作品,需要对作品进行图像上的优化和裁切,以适应网络环境的使用。

当前设计作品更多的还是使用传统介质来传播,这需要将作品打印或印刷出来。作品在印刷前,往往要进行印前作业。所谓印前作业,是指使用计算机及外围设备对作品进行编辑、排版、扫描、打印印样和分色等处理。完成印前作业后,作品即可进行印刷。将分色胶片制成印版,然后将印版安装到印刷机上,就可以进行作品的印刷了。

第二节 平面设计的分类与特点

一、平面设计的分类

(一) 招贴设计

招贴,最早印刷于大木板、车辆或其他地方,用以宣传商品。它出现的历史较早,是古代乃至现代户外广告的主要形式。使用招贴,可以用最简单的语言来表现最深刻的思想。

1. 招贴设计的类型

(1) 以内容为分类依据

① 商业招贴

此类招贴是以赢利为目的的促销宣传品,有强烈的商品性和经济色彩。商品招贴肩负着改变消费理念、提升消费意识、促进消费行动的任务。

② 文化娱乐招贴

文化娱乐招贴的主要目的是为了提供和传播文化娱乐以及教育等内容。它包括运动会、电影、戏剧、音乐会的招贴及海报等。

③ 公益招贴

公益招贴不同于商业招贴,它不以创造经济利益为目的。公益招贴的使用主要是为了社会效益,如传播某种社会文明或道德观念,提高人们的文明程度等。这类招贴包括非商业机构、慈善机构、戒烟、优生、献血、交通安全、环境保护、绿化植树、净化空气、节约能源等的招贴。

④ 体育类招贴

体育类招贴是为了体育活动而设计的招贴。它可用于传播体育信息,传播体育文化,弘扬体育精神。

⑤ 政治宣传招贴

政治宣传招贴的主要内容是政府或政党的方针、政策、言论等。

⑥ 节日活动招贴

这类招贴主要是为了宣传节日或某庆祝活动而设计的招贴。

(2) 以表现形式为分类依据

① 单幅招贴

单幅招贴简单地说,就是可以单独使用的招贴,它的内容和形式都比较完整,能够完整地传递信息。

② 系列招贴

系列招贴的数量一般大于或等于两幅,所有招贴的风格表现手法都是一致的,可以形成整体的视觉冲击力,加深人们的印象。

③ 组合招贴

组合招贴不同于上述两种招贴,虽然单幅的组合招贴也可以传达完整内容,但组合起来可

以传递更为丰富的内容。

2. 招贴设计的特征

(1) 内容信息简洁

招贴是一种有效的广告形式。人们在接受招贴内容时,往往是在无意识中进行的,且是一瞬间完成的。这就要求它在传递信息时需要高度的概括和凝练。

(2) 主题思想明确

招贴张贴的环境比较复杂,它想要引起受众的注意,不但要概括和提炼出简洁的内容,还要有明确的主题思想。若内容过多,重点不突出,不但不会引起人们的注意,还会导致反感。

(3) 视觉冲击强烈

招贴大多张贴在户外,人们欣赏的距离较远,这就要求招贴在设计时必须要有强烈的视觉冲击力。这样才能在复杂的公共环境中引起人们的注意。

(二) 标志设计

标志是一种具有象征性的大众传播符号,它以简单、显著、易识别的图形或文字符号为语言,形象地传达特定的信息和含义。这种特定的视觉符号,是企业或社团等的形象、特征、信誉、文化的综合与浓缩,传达了明确的、特定的信息。

1. 标志设计的类型

标志设计在社会生活的各个方面都被广泛运用,其种类也多种多样。根据不同划分标准,标志可分成不同的种类。

(1) 以实际功用为分类依据

按照标志的实际功用划分,主要有商业标志、徽标两类。

① 商业标志

商标日益成为企业树立整体形象、传达企业理念、显示企业信誉等的重要图形符号载体。商业标志能树立良好的品牌形象,推广优质产品,在保护企业和消费者利益等方面,在激烈的市场竞争中有着极为重要的提升作用,因而具有明显的商业价值。

② 徽标

徽标则是从徽章演变而来,具有强烈的个性和民族色彩,其主要作用是标注其使用者的身份地及性质,徽标大到国徽、城标,小到团徽、校徽。

(2) 以使用主体为分类依据

按照使用主体划分,标志可以分为公共标志和非公共标志两类。

① 公共标志

公共标志在社会生活的有序化、科学化、现代化中发挥着不可估量的社会效益。在不同的公共场所及各种公共活动中,都有与其相对应的各种标志。这类标志在日常生活中随处可见,这就使得这类标志带有强烈的多样性特色,对人们的生活起到很好的指引作用。公共场所如公用洗手间、公共电梯、公用电话亭、停车场等,公共活动场所如体育馆、电影院、剧院、图书馆等,都有大量的公用标点。

② 非公共标志

非公共标志用来传达服务对象、服务理念、职能范围、机构性质等信息,主要包括世界各国

的地域标志如国徽、国旗,以及国内外的一些机构标志。

(3) 以性质为分类依据

按照性质划分,标志可以分为指示性标志和象征性标志两类。

①指示性标志

指示性标志通过简练规范的图形文字,给公众以引导,提示公众该做什么,不该做什么,什么时候该行,什么时候该止,哪里可以满足公众某方面的需要等。一般公共场所运用此类标志比较广泛,如安全标志、交通标志、禁止标志等。

②象征性标志

象征性标志则比指示性标志多了更深层次的含义,在简洁的图形文字下蕴含着更加丰富的思想文化内涵和理念内容,有着更加宽广的信息量,如“奥运五环”标志、红十字会标志等。

2. 标志设计的特征

从设计角度来看,标志是艺术设计中的“小品”,具有“以小见大”“以少胜多”的艺术特色。同时,作为一种信息传递的符号,标志形象比其他艺术品更集中、更强烈、更具有代表性。一般标志的特征可以概括为以下几个方面。

(1) 功能性

作为人们进行生产活动以及社会活动必不可少的直观工具,标志的主要用途并不是为了供人们观赏,其最主要的功能是实用。所以,功能性是标志的本质特征。不同类型的标志都各有不可替代的独特功能。尤其是具有法律效力的标志,它兼有维护权益的重要作用。

(2) 识别性

识别性是标志的基本特征。标志运用准确的图案传递信息和表达内容,并且最后要使视觉传达效果具有强烈的冲击力。各种标志直接关系到个人、集团甚至国家的根本利益,所以决不能相互雷同、混淆,以免造成错觉。因此,标志必须特征鲜明,易于识别,并且让人过目不忘。

(3) 象征性

象征性是标志设计的主要表达手段。一般是以想象或者是相关联的事物来象征另一种事物。例如橄榄枝和鸽子代表和平;狮子、老虎象征权威、强大;玫瑰花的含义是爱情等等。

(4) 时代性

标志的形式与色彩规律需要适合每个时代的审美观念。现在高速发展的现代化商业与旧式商业完全不同,所以在标志上也需要符合人们新的审美要求。例如形式上由烦琐转向简洁;绘画形式转向图形化形式;追求新颖、单纯的和谐美等等。

例如百事可乐的标志,为了顺应时代的发展,百事可乐公司的标志经过数次修正,现在所用的“百事蓝”标志红蓝对比强烈,曲线形成律动感,并且具有简约、轻快、自命不凡的气质。

(5) 艺术性

但凡设计,不但具有实用性还要求符合审美原则。标志设计也不例外。这就使得标志设计除重视功能性外,还要兼具艺术性。这不但是时代和文化的共同需要,是人们文化素养不断提高的表现,也是满足人们审美心理的需要。

(6) 准确性

标志的实用性要求它传递的信息必须准确。只有准确地传递信息,才能加深人们的理解和认识,避免意外的多解或误解。

(7) 多样性

标志的用途广泛,设计形式和表现手段多样,这就使得它具有多样性。无论是平面的、立体的,还是抽象的、具象的,都可用于标志设计。

(三) 广告设计

广告,是广告主以付费的方式,通过特定的媒体,运用相应的艺术表现形式来传达商品或劳务信息,以促进销售为目的的一种大众传播活动。广告设计具体分为三点:①是一种宣传、传播手段;②广告的内容主要是商品和劳务两大部分,此外还包括观念;③广告是通过一定的媒介来实现它的宣传目的。

1. 广告设计的类型

(1) 以目的和性质为依据的划分

按照广告的目的和性质,可分为商业性广告(即赢利性广告)和公益性广告。

① 商业性广告

商业性广告具有赢利性,是为了促销商品或推广服务所做的视觉媒体设计,遍布商业活动的各个领域。商业广告设计必须先经过科学、充分的市场调查分析,制订有针对性的广告目标和策划,以此为导向进行设计,避免凭主观想象和个人偏好的所谓艺术表现的盲目性设计。

② 公益性广告

除了赢利性质的商业广告之外,还有服务于社会的公益性广告,这类广告的主要目的是在伦理、道德方面对人们的行为进行引导和监督,从而加强了精神文明建设。

(2) 以媒介为依据的划分

按照媒介使用的不同,广告设计可以分为影视广告、印刷品广告、橱窗广告、POP广告(购买点广告)、网络广告、电视广告、报纸广告等。在这些广告媒介中,电视广告无疑是比例最大的一个,报纸广告作为平面设计中涉及面最广的媒介,也因其发行量大、受众面广、内容丰富多样而颇有影响,其他广告媒介也随着经济的发展扮演着越来越重要的角色。

2. 广告设计的特征

(1) 认知性

认知性是广告设计的首要特征。广告利用图形、色彩、文字、影像等设计要素,通过广告艺术丰富的传播媒介,旨在引起大众的注意,加强大众对广告信息的认知,增强大众对产品的了解,诱导大众的消费心理,从而使大众在自觉不自觉中了解广告所要表达的意见,并为之所动,进而产生购买欲、消费欲。

(2) 主题明确、突出

广告的认知性只有通过具有强烈视觉冲击力的艺术形象,才能让公众接受,才能以视觉可以认知的表现形式传达信息。广告效应要靠主题鲜明、形式新奇、夸张来吸引公众的视线和注意力,否则,广告只能成为人们习以为常的“狗皮膏药”而达不到其应有的效果。

(3) 形式多样

表现形式的多样性是广告设计的显著特征。随着时代的变化,在未来更高级的信息社会,广告设计将有更大的进步,发挥更大的作用。广告的发展带有显著的时代特征和个性,既有二维空间的平面广告设计,如报纸、杂志、招贴,又有三维空间立体广告设计,如陈列、展示,还有

四维空间的时间设计,如电视、数字电影。尤其是电子计算机以及网络技术运用,对广告设计观念产生很大的影响,视觉符号形式由平面为主扩大到三维和四维形式,不断地拓展着广告设计的时间性、空间性。

(四) 书籍、报纸、杂志设计

1. 书籍设计

书籍也属于一种商品,封面就是它的包装,因此,完全可以按照包装的要求来设计书籍的封面。封面必须包含一个商品应该有的基本内容:书名、作者、出版商、书号和标价。封面要起到商品的自我宣传和传递内容思想的作用,要根据摆放陈列的情况来设计封面和书脊。

书籍的封面如同平面广告。由于书籍封面的文字内容基本确定,需要设计的主要是图形创意和版面构图。创意的中心主题就是作者在书中所要表达的内容,而字体、编排和构图则需要符合创意的需要。当然,书名应该是画面中最突出和显眼的标题文字。^①

书籍的内页则主要是版面编排。内页有版权页、目录等页面,还有根据需要形成的篇章首页,但最主要的是主要内容的页面版式,这些工作可以参照排版设计中的网格系统来进行。

2. 报纸设计

报纸是传统的大众传播媒体,历史悠久,报纸的图片、文字量大,版面众多、发行周期短,由于受众类型非常广泛,因此,报纸的设计样式比起其他种类的平面媒体都更富于变化。

报纸的版面设计并没有杂志那么自由,报纸更多的是标题与文字的排版。报纸版面被一篇篇文章分割成许多板块,每个板块需要有一个醒目的标题,读者通过浏览标题来查阅感兴趣的内容。文字内容主要考虑分栏、行距、栏距和每行字数,这些是影响读者阅读的因素。图片也能起到标题的作用,能够吸引读者的目光,由于图片占据空间较多,报纸用的新闻图片一般不多。

3. 杂志设计

杂志的设计包括两部分:外封设计和内页设计。外封设计与普通的装帧设计一样,不过杂志往往利用封面来为该期的一些精彩内容做宣传,以便吸引读者的关注。内页设计则是一个很大的工程,需要考虑各个专栏和每一篇文章的设计,另外还有目录和广告页。

杂志与单行本的书籍不同,杂志的用户相对固定,大部分是长期读者,能够准确地预见读者的特点以及他们对杂志的期望,所以,杂志设计需要针对这些特定的用户群进行设计。杂志设计需要有统一感,这种统一不但要体现在每一期杂志之间,而且要体现在内容页面之间。统一的版式和设计特征能够帮助用户很好地辨别产品,无论读者偶然看到杂志的哪一页,他都应该很快地识别出这本杂志。

(五) 包装设计

包装设计是以保护商品流通安全,促进销售,方便消费为目的,依据商品的类别、形态和销售意图,通过设计策划形成设计概念,以艺术和技术相结合的方法,采用适宜的材料、造型、结

^① 余永海,周旭.视觉传达设计[M].北京:高等教育出版社,2006.

构、防护技术等,创新设计新型包装实体的过程。

任何商品都有包装,包装就像商品的服装,起到保护商品和美化商品的作用,同时包装又是传达信息的媒介,向消费者传达出该商品的必要信息。包装也是商品的直接广告,起到宣传商品、促进销售的作用。

包装设计通过图形、文字、色彩、材料及造型等视觉信息,明确指出商品的用途、功能以及各种特性。现代包装设计应该体现出安全性、便利性,信息传达的准确性,设计的标准化、系列化、个性化,以及审美形式、包装材料与环保等各方面的需求。

包装有纸质、玻璃、塑料、布和各种复合材料,这些材料的着色性各不相同。同样的图形,印在纸和塑料上,色彩会显得比较鲜艳。而印在麻、纸板箱等材料上,效果会比较灰暗和粗糙。包装一般有一个用于呈现产品品牌的比较主要的面,相当于一个平面,在这个平面上可以充分利用图形设计的各种创意和技巧。

包装设计是一门综合性的设计,它在包含三维立体设计中的造型设计和机构设计的同时,还包括二维平面设计中的图形设计、文字设计、色彩设计、版式编排设计以及商标设计等诸多内容,除此之外,还涉及包装材料和印刷工艺等相关的技术环节以及消费心理学、市场营销学、现代储运学、信息传播学等多种学科内容。

随着社会和经济的发展,人们对包装设计提出了新的要求,包装设计的观念也在不断地创新,如在包装材料、包装形态、设计印刷、文化性与民族特征、环保再生等各个方面的探索。总之,包装设计不仅为消费者提供在商品的海洋中选择自己所需的商品的信息,同时也肩负着社会进步和文化遗产等方面的使命。

二、平面设计的特点

(一) 手段性

设计本身不是目的,而是手段,它不可能为设计而设计。设计作品是一种中介,它的核心目的是最终传达设计者的意图。

设计作品是作为信息传达的媒介而存在的,因此当衡量一个作品的好坏时,是否达到设计要求、能否实现传达目的是首要的指标。不管构思多么奇妙、画面多么唯美、技巧多么纯熟、制作多么精良,如果起不到传达设计意图的作用,不能成为信息传达的中介,则是一个十足的失败之作。这一点是初学设计的青年设计师尤其需要铭记的。

(二) 主观性

平面设计是设计师的一种主观行为,他们利用各种设计素材,将设计意图借助视觉的方式表达出来,用自己的图形化语言来说话和传神。设计过程是设计师按照自己的主观意愿对设计资源和素材的重新组织、整合的过程。

主观性是平面设计的一个重要特性。对于同一个设计主题,不同的设计师会有不同的设计方案。这就是设计的主观性的体现。

我国清代著名书画家郑板桥将画竹的心得体会总结为“眼中之竹”“胸中之竹”“手中之竹”三个阶段。这三个层面形象地概括出了艺术家的创作心理和思维过程。从“眼中之竹”开始,

每个人的关注点都会有所不同;到“胸中之竹”时,即是对作品的构思,作者会调用各种元素、规则、风格来表现自己的设计愿望;而“手中之竹”则是作品的最终呈现,这又与作者的设计表达能力有关。

(三) 客观性

设计的主观性强调的是设计师的主观创造,而设计的客观性指的是设计表达的客观规律。

平面设计是通过人们的视觉来理解的,实际上是将信息用图形化的语言来表达的艺术。虽然平面设计有其主观性,不同的设计师设计的作品有不同的形式,但是都要传达一定的内容,这个内容要为广大所接受并正确解码。这就是平面设计的客观性。

如图 1-2 所示的是常见的体育运动项目的图形化表示,在各种场合我们可以见到不同的带有各种民族特点和造型风格的表示形式(图 1-3 所示是具有浓郁中国特点的运动项目标志),但是不管怎么变化,它们所表示的运动项目都是可以被不同国家、民族及文化水平的人们迅速识别的,这其中体现的就是平面设计在信息传达方面的客观性。



图 1-2 图形标志



图 1-3 具有浓郁中国特点的运动项目标志

(四) 创造性

设计不是模仿,设计的本质是创新。创新包含了很多方面的内容,简单地说,所谓创新性,是指对过去经验和知识的分解组合,使之实现新的功用。艾伦·弗莱彻是以设计为基础来探索意念的创造,因此十分强调设计意念的重要性,他说:“在设计中除了意念,其他所要做的就只不过是设色涂抹罢了。”

当谈到设计的创造性时,马克思说过:“蜘蛛的活动与织工的活动相似,蜜蜂建筑蜂房的本领使人间的许多建筑师惭愧,但是,最蹩脚的建筑师从一开始就比最灵巧的蜜蜂高明的地方,是他在用蜂蜡建筑蜂房以前,已经在自己的头脑中把它建成了。”

马克思的这段话说明了人类区别于低等动物的是低等动物的活动是本能活动,而人类的实践活动是有意识的活动,而且这种意识具有目的性、计划性、自觉能动性和创造性。

(五) 商业性

平面设计是在现代商业化的过程中发展起来的,大多数的平面设计都是来源于商业行为,平面设计本身就是一种市场化的活动,其目的是获得一定的效益(包括经济效益和社会效益等),因此从这个意义上说,平面设计具有商业性的特点。

第三节 平面设计应具备的条件

一、设计人员的知识与素质要求

在当前科技高度发达的社会中,平面设计实现了多学科多领域的知识交叉,设计的多元化需求要求设计人员具备多元化的知识及广泛的信息获取方式。

(一) 平面设计人员的知识结构

作为一名优秀的平面设计从业者,应该掌握平面构成、色彩构成、立体构成和透视学等相关知识,需要具备客观的视觉经验,建立理性的思维基础,掌握视觉的生理学规律,了解诸多设计元素。同时,还应具有优秀的草图绘制和徒手作画的能力,并掌握设计的基础理论知识。

随着计算机的发展,平面设计已经越来越多地依赖计算机来完成,因此,作为一名优秀的平面设计人员还应该具备相关的计算机知识,熟练地应用设计软件来完成作品。同时,作品的输出离不开最终的印刷,因此,设计人员也应该了解印刷的各种知识。

(二) 平面设计人员的素质要求

优秀的设计师应具有创新精神和渊博的知识,具备解决实际问题的能力。设计师也应该有强烈的社会责任感,在实现作品功能、表达自己思想的同时,作品也应该能够概括时代特征,反映出应有的审美情趣和审美理念。

作为一名设计师,必须有独特的素质和设计技能,能通过认真总结经验,用心思考,反复推敲和消化优秀设计作品的精华,实现新的创造。设计水平的提高是在不断地学习和实践中获得的。因此,设计者应善于发现和学习他人作品中的优点。好的设计并不只是图形的创作,更是综合他人智力劳动的结果。这就要求设计师要能积极地涉猎不同的领域,担当不同的角色,从而获得更为开阔的视野,不断地激发设计中的灵感。

有个性的设计来源于悠久的文化传统和富有民族文化本色的设计思想。民族性和独创性与设计作品的个性一样,都具有重要的价值,正所谓民族的就是世界的。民族精神和传统文化也能成为设计元素。作为优秀的设计师要能够认真看待民族传统和文化,领会其精髓,从中汲取有益的养分。这也是艺术创作灵感的源泉之一。

二、平面设计的工作环境要求

在计算机被引入平面设计之前,平面设计人员只能通过手绘、照相和拼贴等方法进行设计。时至今日,平面设计的工作都是在计算机中进行的。虽然,数字化设计制作的整个流程与传统平面设计差不多,但利用计算机完成的平面设计作品在具体的制作细节和成本等方面却相差很远,不但能制作成印刷用的胶片,而且还可以方便地转换成幻灯片、视频、动画、多媒体和网页等多种数字形式。

(一) 硬件设备

1. 计算机硬件

平面设计所涉及的使用软件对计算机的安装与运行环境要求比较高。平面设计对计算机硬件的基本要求如表 1-1 所示。

表 1-1 平面设计对计算机硬件的基本要求

设备类型	苹果机 (Mac)	PC
处理器	Power Mac G4 或 Power Mac G5	Intel Pentium III 或 Intel Pentium 4
RAM	256 MB	
硬盘空间	4G 以上	
显卡	配有 16 彩色或更高级显示卡	
显示器分辨率	1024 × 768 像素或更高的显示器分辨率	
其他	CD-ROM 或 DVD-ROM 驱动器	

2. 输入设备

在平面设计数字输入设备中,最常使用的是扫描仪和数码照相机。

扫描仪的种类包括平板扫描仪、底片扫描仪、滚筒扫描仪和手持式扫描仪等。平面设计对扫描仪质量的要求会根据目的的不同而不同。但总的来说,光学分辨率在 1200 dpi 以上、色彩模式为 24 bit 或 48 bit、扫描幅面为 A4 以上的扫描仪可以满足平面设计的基本需要。

数码照相机从原理上讲,就是把感光胶卷换成了 CCD/CMOS,影像通过 CCD/CMOS 感光