

艺术设计名家特色精品课程

视觉传达 设计原理 (升级版)

PRINCIPLES OF VISUAL COMMUNICATION DESIGN

杜士英 / 著

上海人民美术出版社

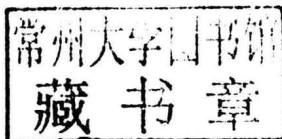
艺术设计名家特色精品课程

视觉传达 设计原理

(升级版)

PRINCIPLES OF VISUAL COMMUNICATION DESIGN

杜士英 / 著



上海人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

视觉传达设计原理: 升级版 / 杜士英编著. —上海: 上海人民美术出版社, 2018.1

艺术设计名家特色精品课程

ISBN 978-7-5586-0556-7

I. ①视... II. ①杜... III. ①视觉设计-高等学校-教材
IV. ①J062

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第255196号

艺术设计名家特色精品课程

视觉传达设计原理 (升级版)

编 著: 杜士英

主 编: 许 平 李 新

责任编辑: 姚宏翔

统 筹: 丁 雯

流程编辑: 孙 铭

技术编辑: 季 卫

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 邮编: 200040)

印 刷: 上海景条印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/18 13.11印张

版 次: 2018年1月第1版

印 次: 2018年1月第1次

书 号: ISBN 978-7-5586-0556-7

定 价: 48.00元

序 言

“视觉传达设计”也许在以前听起来总有些科学的、学术的或教育的生硬味道，但是，在我们这个时代中却并不那么陌生。现在，我们已经步入到一个“视觉时代”和“信息社会”。我们经常会听到“视觉艺术”“视觉设计”“视觉传达”“视觉语言”“视觉思维”“视觉效果”“视觉冲击”“视觉文化”等许多关于视觉的名词，这些也反映出了我们这个时代的特征。实际上，“视觉传达设计”这个名称是从平面设计发展而来的，在我们国家以前被称为装潢设计。在20世纪70年代，国外的设计界和一些艺术院校就已经开始提出并使用这个名词，如日本的武藏野美术大学在1974年就将原先的商业设计学科改名为视觉传达设计学科。后来一些学校也将原先的平面设计学科改名为视觉传达设计学科。近年来，国内的院校也陆续地将原有的装潢设计系或专业改为视觉传达设计系或专业，“视觉传达设计”这个名词已经逐渐得到了设计界和设计院校的认同成为共识。

为什么要用视觉传达设计这个新的名词呢？分析起来主要有以下几个原因：第一是为了更加明确设计的本质问题，更加重视设计的功能和目的。“平面设计”

(graphic design)这个词最早是由美国人威廉·阿迪逊·德威金斯在1922年首先提出和使用的，到第二次世界大战以后，特别是70年代，“平面设计”已经成为国际设计界通用的术语。平面设计主要是从设计的内容来进行划分的，由于它所涉及的内容主要是二维空间中的各种元素的设计和对这些元素组合编排的设计，它所表现的形式和使用的媒介也主要是印刷或平面的。普遍认为平面设计是调动所有的二维设计元素，通过视觉，最终达到传达信息的目的。实际上平面设计的目的和它所发挥的功能作用就是传达信息，这也是平面设计的根本。另外，原本和纯艺术较为接近的平面设计受到了现代传播学、语言学、符号学和信息学等新学科的影响，不少学者已不再过多地纠缠于表现风格、样式、历史等问题，而逐渐地将

注意力转向了准确的信息传达这个核心问题,从而使平面设计的概念发展为视觉传达设计。视觉传达设计这个新的术语是从设计的本质、设计最根本的目的和作用方面对设计的再划分和进行一种重新地界定,使设计的本质、目的和功能变得更加明确。第二个原因是设计媒介的不断发展和变化。以前装潢设计和平面设计的主要媒介是印刷,载体形式也主要是二维的平面,但随着科学技术的不断发展和进步,新的媒介不断出现,新媒介所要求的技术和内容已经超出了二维平面的概念。同时平面设计的内容也开始不断地向二维以外的立体和空间方面发展,如商业空间和公共空间设计、导向设计、展示展览设计等。所以用平面设计这个词已经很难涵盖这一类设计活动。第三是由于设计内容的不断扩张。随着社会的发展和人民生活水平的不断提高,特别是近年来数字技术的发展,对设计内容的需求也越来越丰富多样,尤其是数字产品和电子媒介的不断出现,都为设计带来了新的内容,如数字映像、多媒体、网络设计等等。虽然设计媒介和设计内容变得越来越丰富多样,但是,设计目的都是为了传达信息,途径又都是通过视觉,再加上设计内容的扩张以及设计功能的演进,这些都催化了能够揭示设计价值意义的“视觉传达设计”的出现。作为现代设计的一种方式,视觉传达设计的出现和确立,是时代发展的需要,是当今信息社会对设计提出的新的要求。视觉传达设计虽然是从平面设计发展而来,但它并不是装潢设计或平面设计的简单翻版,也不仅仅是一个专业名称的替换,它代表着设计观念的转变和更新,体现着以“装饰”为主的装潢设计向更加重视信息传达功能性的设计方式转变的一种发展趋势,并且在设计的手法、设计的样式以及设计的内容上都发生了很大的变化。

2011年国务院学位委员会印发了《学位授予和人才培养学科目录(2011年)》,其中设计学上升为一级学科,并写道设计学“可授艺术学、工学学位”,进一步明确了设计学为艺术与科学统合的学科特征,还原了设计学的本质与属性。

在《中国高等学校设计学学科教程》一书中的设计学学科范围一节中,明确指出设计学的学科主要包括设计历史与理论(含设计教育)、环境设计、工业设计、(含染织与服装设计)、视觉传达与媒体设计、信息与交互设计、手工艺设计等专业领域。并且,在视觉传达与媒体设计知识领域的相关课程中列出了“视觉传达设计原理”的课程名称及课程内容。

二

从“视觉传达设计”的字面上,便可一目了然地看出它的主要内容,“视觉传达设计”就是通过一切视觉媒介手段传达信息的一种设计活动,是以视觉的方式来实现人与人之间的思想交流和信息沟通。视觉传达设计虽然是一个具有时代性的名词,但是,人们通过视觉来传达信息这种行为和活动却是非常古老的。自古以来,人类一直都在寻找用视觉符号的方式来表达思想感情和传递信息的方法,同时也在不断地发现和创造视觉传达的媒介,从人类视觉传达活动的历史发展来看几乎都是由传达媒介的发展和变化所引起的。从文字的产生、印刷技术的发明一直到现在电脑与网络技术的发展都体现出了人们在这方面的努力和探索。人类通过各种设计实践活动不断地总结和归纳这种设计活动的规律,逐渐地形成了较为系统和规范的学科。人们的这种努力和探索也述说了整个视觉传达设计的发展和历史的演进过程。

人类为了传达自己的思想感情和必要的信息,逐渐地发展出了具有组织的音符——语言。语言不但可以准确地将各种事物区别开,并且可以把人类的生活经验传承给下一代,可以说,口头语言媒介是人类传达活动演变和进步的起点,也是人类社会传达活动发展中最基本的媒介。但是,口头语言有一定的局限性。一是空间的限制,即只能局限在面对面的人际传达范围内;二是时间的限制,因为口头语言出口即逝,不易记录和保存。因此,人类又创造了文字。文字的发明是人类文明

史上一次巨大的革命,文字能够把声音和说话人分开,使信息传得更久、更远,延伸了人际传达的距离,同时也把历史事实、生产生活经验记录保存下来。实际上,文字就是语言的视觉化,是语言的一种视觉符号,也是视觉传达的基本形态。自从有了文字,就有了文字的字体、编排和用以加强文字说明能力的插图等等。所以说,人类从创造文字和使用文字记录自己的思想开始就已经开始了视觉传达设计活动。

人类不但发明了文字,还制作了各种书写工具和记载材料,还想方设法把记录下来的文章和图画保存起来,并通过大量的复制以便阅读。这就呼唤着一种新的技术的出现——印刷。印刷技术的发明给视觉传达带来了一场革命,印刷品的大量生产和大量复制促进了视觉传达活动的飞速发展。并且随着印刷技术的不断发展与进步,形成了许多特征鲜明的媒介形式和丰富多样的视觉表现手法,而受到各个时代的政治、经济和文化等方面的影响,产生了各种不同的表现风格。在今天科技高度发展和进步、各种媒介不断涌现的时代中,印刷仍然是视觉传达设计的一个重要媒介形式,依然起着不可替代的作用。

现代视觉传达主要是利用现代的技术通过大批量的复制来完成的。摄影技术的发展和成熟,使它自然成为现代视觉传达设计的重要工具和新的媒介形式。之后,在摄影技术和电子播放技术基础上又发展出了电影和电视媒介形式。以摄影、电影、电视为主的影像媒介又开辟了与印刷不同的另一种媒介类型,把信息传达带入了一个以图像为主的新时代。

数字技术的出现给视觉传达带来了一次巨大的、飞跃性的发展,计算机技术、网络技术、多媒体互动技术可以将信息以数字形式进行分解、收录、制作、存储以及播放,不仅大大地方便了设计的操作,节省了大量的制作时间,同时也极大地丰富了视觉传达的手段和形式,极大地扩展了人们的视觉空间和视觉能量,增强了信

息传达的互动性,极大地提高了视觉传达的效能,使人们通过视觉来传递信息的这种行为变得越来越方便和普及。

从整个视觉传达的发展与演变过程来看,人类从发明文字开始直到现在,在数字、网络技术的应用上都做出了极大的努力,从视觉传达的媒介到传达的方式、方法上都发生了巨大的变化和进步。特别是20世纪后这一百多年以来,随着社会、经济、科学技术和文化艺术的迅速发展,视觉传达设计也越来越显示出了它的巨大价值和发展的潜力。传达媒介从原来的印刷发展到了影像、数字化技术,视觉媒介达到了空前的丰富多样,在维度上也从平面开始向时空方面不断地扩展。视觉传达设计的观念、表现手法也变得越来越科学和系统。然而,这些发展和变化的最终目的都是为了能够更加方便、迅速、准确和有效地传达信息。可以说,视觉传达设计的本质并没有改变,那就是信息传达的功能。这种传达功能,包括简单的物理功能需求——视觉传达的迅速和准确,以及心理功能需求——美观、大方、典雅、品位等审美需求。视觉传达设计给人类社会提供了极大的方便,刺激了人们思想的沟通与交流,促进了信息的流通和社会的交往,同时也形成了一种新的视觉艺术和视觉文化形态。

三

人类长期的视觉传达实践,为视觉传达设计的研究留下了丰富而宝贵的经验,在各个时期和阶段都有很多专家、学者对视觉传达设计的各种理论进行探索和研究,使视觉传达设计逐渐地变成了一种较为系统和科学的学科。特别是近几十年来,心理学、符号学、图像学、传播学等学科理论研究的发展,为视觉传达设计的研究提供了坚实的理论依据和借鉴。以前,人们对视觉传达设计的研究更多地是从表现的方法和具体媒介的形式特征或实际的应用设计方面展开的,对视觉

传达设计的基本原理以及基础理论方面的研究并不是很多,也不太深入和系统。现在许多学者不只是将目光放在表现形式和艺术性等方面,而更加重视信息传达的准确性和科学性等,更加注重对视觉传达基础理论方面的研究。为了能够更加明确和深入地阐述视觉传达设计的基本原理,本书试图以视觉传达设计最基本的功能——传达为主线,以设计的基本手段——视觉为核心,兼及在各种视觉媒介应用中的延展,重点从基础理论方面对视觉传达设计原理进行阐述。

视觉传达设计,是以现代设计的观念,利用视觉方式完成信息传达的一种设计活动,是对特定的信息通过视觉化的设想、计划、处理与表达来实现最后传达效果的。视觉传达设计活动的基本功能是传达信息,这也是视觉传达设计的主旨。这就涉及有关传播学和信息学的相关理论。从传达的现象上看任何传达都必须通过承载信息的物化实体——符号媒介来进行,这又涉及符号学的相关理论。从视觉传达设计的传达方式和手段来看,主要是通过视觉,这就涉及认知心理学和视觉心理学等视知觉特性的相关理论。从视觉传达设计的表现方面看,涉及视觉表达的原理、规则及形式构成等方面的研究。从视觉传达设计的具体应用和形式载体来看,又涉及各种视觉媒体特征与设计形态的研究等等。针对视觉传达设计的基本特征和原理,本书将分基础理论研究、视觉表达和视觉媒介三个部分进行阐述。第一章传达、第二章符号、第三章视知觉为视觉传达的基础理论研究。第四章视觉元素、第五章视觉表达方式和第六章视觉设计原则是对视觉表达的研究。第七章视觉媒介为媒介形式与设计形态的研究。

杜士英

2017年8月

作者简介

杜士英，上海大学上海美术学院教授，视觉传达设计专业主任，硕士研究生导师。1982年毕业于鲁迅美术学院，获文学学士学位；1992年毕业于日本爱知县立艺术大学大学院，获艺术硕士学位；1999年回国任教。主要从事艺术设计教育和艺术设计理论研究，编著出版有

《商业插图速查手册》《世界图饰经典》(翻译)、《招贴设计基础》，曾在《装饰》等重要期刊、丛书上发表学术论文。



目 录

Contents

一、传达/1

1.1 传达的含义/1

1.2 人与传达/3

1.2.1 传达是人类的基本需要/3

1.2.2 人的年龄成长与传达/5

1.2.3 传达对象的分类/7

1.3 传达的目的与作用/7

1.4 传达的过程与原理/9

1.4.1 传达过程的四个基本要素/9

1.4.2 传达的基本原理/10

1.5 传达媒介/12

1.5.1 语言媒介/13

1.5.2 印刷媒介/14

1.5.3 电子媒介/14

1.5.4 网络和多媒体技术/16

1.6 感官与传达/18

1.6.1 感官与感觉/18

1.6.2 感觉的分类与传达功能/19

1.7 语言传达与非语言传达/23

1.7.1 语言传达/24

1.7.2 非语言传达/25

二、符号/31

2.1 符号的基本概念/32

2.1.1 符号的约定性/34

2.1.2 符号的差异性/34

- 2.1.3 符号的性质/34
- 2.1.4 符号的形态与分类/35
- 2.2 符号的形式与内容/36
- 2.3 关于符号学理论/39
- 2.4 语言符号/43
 - 2.4.1 语言符号是最基本的符号形态/43
 - 2.4.2 语言是一切符号的基础和母体/43
 - 2.4.3 文字是记录语言的书写符号/44
- 2.5 视觉符号/46
 - 2.5.1 推论符号与表象符号/46
 - 2.5.2 视觉传达设计中的视觉符号运用/49
 - 2.5.3 视觉符号的语义表达/50
 - 2.5.4 视觉符号的感性特征与审美属性/57
 - 2.5.5 视觉符号的消费/58

三、视知觉/61

- 3.1 视觉生理/62
 - 3.1.1 眼睛/62
 - 3.1.2 大脑与视神经/63
 - 3.1.3 光/64
 - 3.1.4 视觉现象的产生过程/65
 - 3.1.5 眼球运动/66
- 3.2 视觉心理/66
 - 3.2.1 主动积极的视觉活动/67
 - 3.2.2 格式塔理论/70
 - 3.2.3 图与底/72
 - 3.2.4 形的群化与整合/77
 - 3.2.5 恒常性/81

3.2.6 视觉平衡/81

3.3 视知觉的基本现象/83

3.3.1 明度知觉/83

3.3.2 色彩知觉/84

3.3.3 立体知觉与深度知觉/85

3.3.4 运动知觉/88

3.3.5 错视觉/91

3.4 视觉认知/96

3.4.1 注意/98

3.4.2 识别/100

3.4.3 记忆/102

3.4.4 思考/104

3.4.5 语言/104

四、视觉元素（造型基础要素）/107

4.1 形/108

4.1.1 点/109

4.1.2 线/111

4.1.3 面/117

4.2 色彩/120

4.2.1 色彩的基本属性/120

4.2.2 色彩对比/122

4.2.3 色彩的调和/124

4.2.4 色彩的表现特性/126

4.2.5 色彩与传达效果/132

4.3 肌理（质感）/140

4.3.1 触觉肌理/141

4.3.2 视觉肌理/142

五、视觉表达方式/145

5.1 线的表现/146

5.2 平面的表现/148

5.3 体积与空间的表现/149

5.3.1 体积感/150

5.3.2 空间/152

5.4 时间和运动的表现/155

5.4.1 时间经过的表现/155

5.4.2 运动瞬间的表现/156

5.4.3 连续的同时表现/157

5.4.4 利用变形的运动表现/158

5.4.5 摄影的运动记录/158

5.4.6 新视觉的发展/158

5.4.7 利用频闪运动的表现/159

5.4.8 运动的扩大与压缩/159

5.5 光的表现/160

5.5.1 视觉艺术中对光的表现/161

5.5.2 光的造型/162

六、视觉设计原则/165

6.1 平衡/165

6.1.1 对称/166

6.1.2 均衡/168

6.2 节奏与韵律/171

6.2.1 节奏/171

6.2.2 韵律/172

6.3 比例与尺度/173

6.3.1 比例/174

6.3.2 尺度/175

6.4 调和与对比（统一与多样）/176

6.4.1 对比（多样）/176

6.4.2 和谐（统一）/177

七、视觉媒介/179

7.1 印刷媒介/180

7.1.1 印刷设计的发展/180

7.1.2 印刷媒介的设计类别与门类/183

7.2 影像媒介/195

7.2.1 摄影/196

7.2.2 电影/198

7.2.3 电视/199

7.3 时空媒介/199

7.3.1 书籍设计/200

7.3.2 包装设计/202

7.3.3 展示设计/203

7.3.4 视觉环境与感性传达/205

7.3.5 导向设计/208

7.4 数字化媒介/209

7.4.1 互联网（Internet）/210

7.4.2 多媒体/211

7.4.3 UI（界面）设计/213

7.4.4 信息可视化设计/215

参考书目/219

后记/221

第 1 章

Chapter 1

传达

“传达”是人的关系能够发展和存在的一种技能，包括一切思想的符号和在空间中传播、在空间中保存这些符号的方法在内。

——社会学家 C. 古里 (Charles Cooley)¹

视觉传达设计是运用造型手段，运用各种视觉媒介进行传达信息的一种设计活动，其中包括图形、色彩、影像等表现方法，并产生一定的艺术效果。其从表现的形式和效果来看属于造型或视觉艺术的范畴，但从视觉传达设计的目的性和功能性来讲，应该属于一种具有明确传达目的的设计活动，所以学习和研究视觉传达设计首先要对传达理论做深入的了解和研究。

1.1 传达的含义

“传达”一词的英文对应词是“Communication”，主要是指传达、传播、交流。英文“Communication”来源于拉丁文“Communicare”，具有“分享”“公共”的意思。因此，传达一词的含义中包含了沟通和共享的成分，只有通过沟通才能达到共享。沟通和共享既是传达的目的，也是传达的过程。

¹ 《Social Organization》，C. 古里 (Charles Cooley)，New York: Scribner, 1909, 第 61 页。

关于传达的解释众说纷纭,人们从不同的角度对传达有各种各样的解释,其中包括共享说、劝服说、反应说、交流说、了解说、互动说等等。共享说是从信息的理解、接受和共鸣出发,认为传达的过程是信息共享的过程;劝服说从传达会影响他人的观点出发,认为传达是有意识的影响,强调传达行为的主观性,将传达作为一种宣传的手段;反应说则认为传达属于有机体对于某种刺激的各种不同的反应。虽然各种说法不同,但在对传达本质的理解上还是一致的,都赞同传达是人的基本行为,传达的内容是信息。当然,传达的内容就是信息,没有信息,就无传达可言。传达是世界的普遍现象,不仅人类有传达,自然界中的生物和非生物也都有传达。所以说,可以把传达定义为“信息在时间和空间的移动和变化”¹。

我们在日常生活或学习、科学研究、生产等实际工作中,不断地将自己的思想、意图向别人传达,或者不断地从书刊、报纸、电视等媒体中获得各种各样的信息,这种行为全部可以称作传达。严格地讲,像这种传达的要素,包含在我们人类的一切行为之中。从广义上讲,传达包含了一个人的内心给予别人影响的全部方法,口头交流的语言、书写的文字语言、音乐、绘画、戏剧、舞蹈等很多的行为都可以包含进去。但是,我们在这里研究的主要是限定在具有传递信息内容意向的传达,或者说是以传达信息内容为目的的行为,并注重其传达的效果。例如,人由于恐怖而发出的喊叫声,也可以认为是一种传达。但是,在这里它可能是一种单纯的感情表达,不具备传达内容和目的,如果是为了得到别人的救助,当然这就是一种有目的性的传达了。因此我们可以看出,在我们人类的表现行为中存在着两种不同的传达。一是具有明确目的性的传达,并包含着传达效果的存在;另一种则是没有具体的传达目的的行为。如果我们这样区分的话,那种纯粹的感情表现也不应该属于具有明确传达目的的行为,因而,作为纯艺术的音乐、绘画、雕塑、舞蹈等也不应该属于具有明确目的性的传达。但是,如果音乐作为像电视广告那样以传达要素为主,或在广告中的绘画和插图通过感情的表现作为传达要素的主体,这些也应属于具有目的性的传达。

视觉传达设计属于一种具有明确传达目的的行为,也包括了传达效果在内,因此,传达理论应属视觉传达设计基础理论研究的范围。

1 《传播学通论》,戴元光、金冠军主编,上海交通大学出版社,2000年版,第3页。