

● 教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

构成艺术

GOUCHENG YISHU

贾京生 主编

构成艺术

中央广播电视大学出版社

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

构成艺术

贾京生 主编

中央广播电视大学出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

构成艺术/贾京生主编. —北京: 中央广播电视大学出版社, 2007. 7

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

ISBN 978-7-304-03892-2

I. 构… II. 贾… III. ①平面构成-电视大学-教材②色彩学-电视大学-教材③立体-构图(美术)-电视大学-教材 IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 117339 号
版权所有, 翻印必究。

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

构成艺术

贾京生 主编

出版·发行: 中央广播电视大学出版社

电话: 发行部 010-58840200

总编室 010-68182524

网址: <http://www.crtvup.com.cn>

地址: 北京市海淀区西四环中路 45 号 邮编: 100039

经销: 新华书店北京发行所

策划编辑: 来继文

责任编辑: 李京妹

印刷: 北京集惠印刷有限责任公司

印数: 0001~4000

版本: 2007 年 7 月第 1 版

2007 年 8 月第 1 次印刷

开本: B5 印张: 20.25

字数: 374 千字 插页: 4 面

书号: ISBN 978-7-304-03892-2

定价: 29.00 元

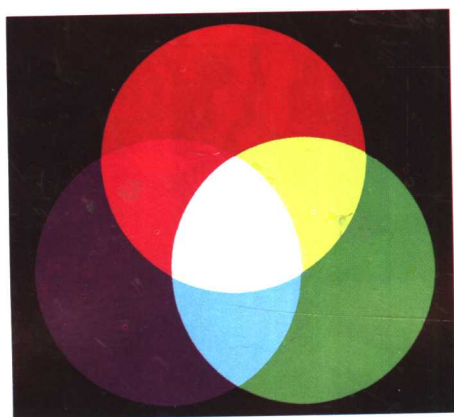
(如有缺页或倒装, 本社负责退换)



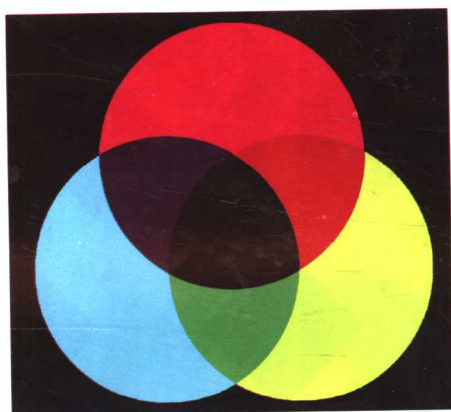
彩图1 伊顿色相环



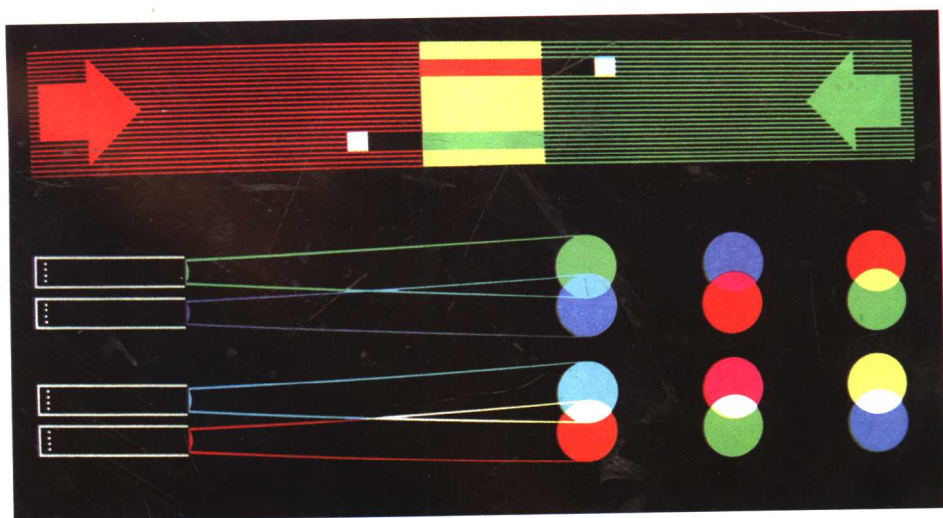
彩图2 24色相环



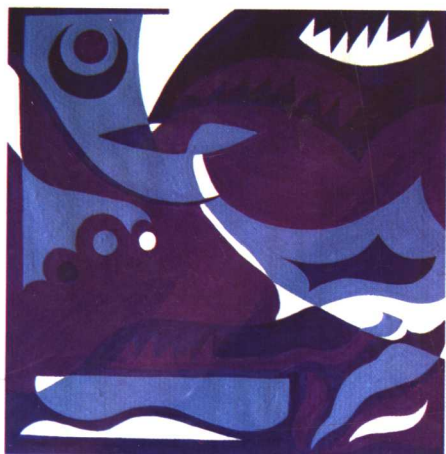
彩图3 加色混合



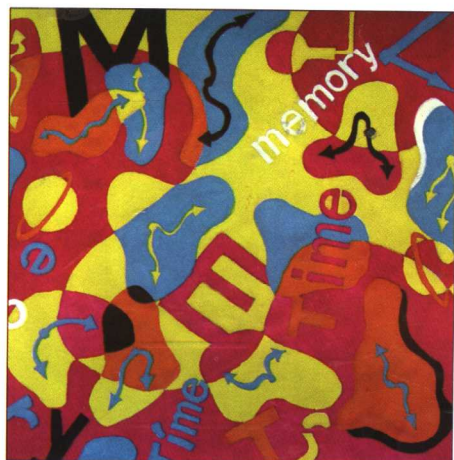
彩图4 减色混合



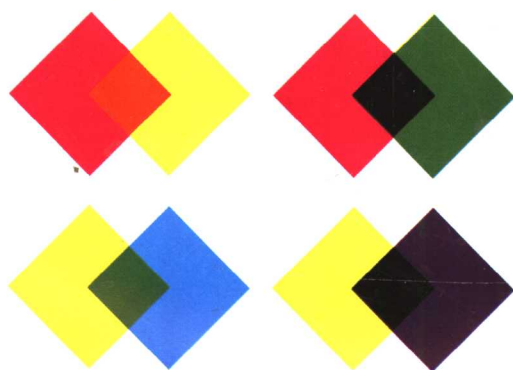
彩图5 色光混合



彩图6 明度的同时对比



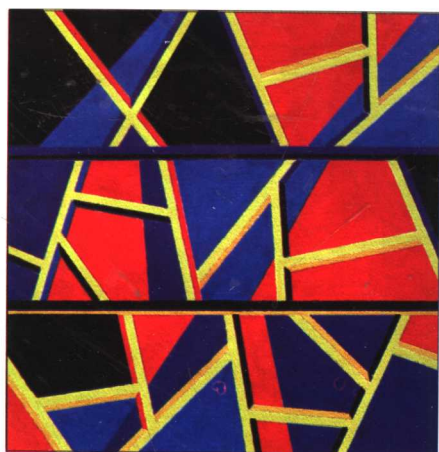
彩图7 色相的同时对比



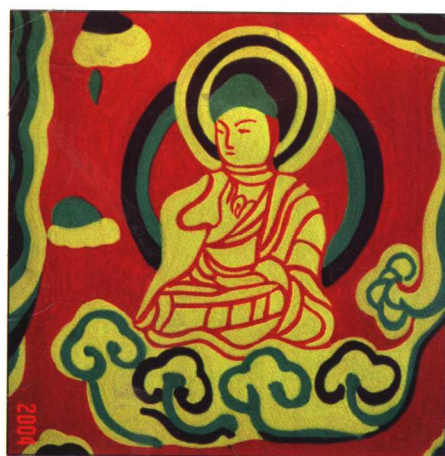
彩图8 间色与复色



彩图9 类似色相对比



彩图10 对比色相对比



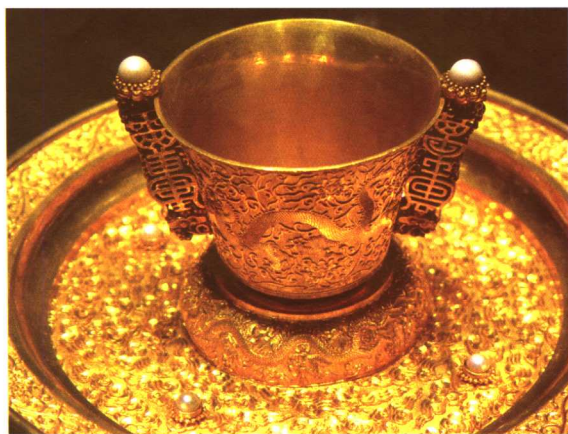
彩图11 补色色相对比



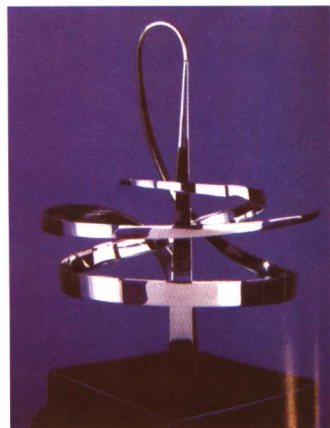
彩图 12 黑色调



彩图 13 白色调



彩图 14 器皿：金色



彩图 15 雕塑：银色

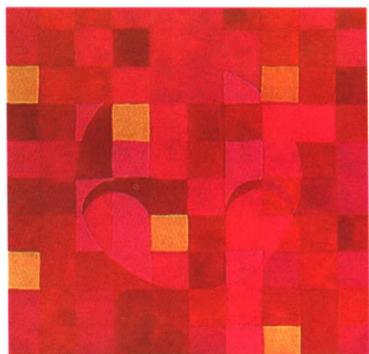


彩图 16 色彩心理：暖

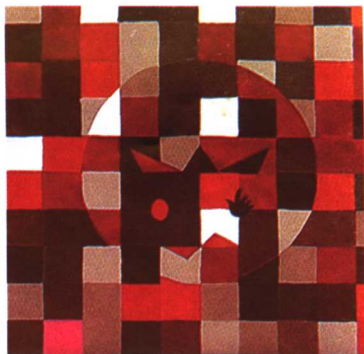


彩图 17 色彩心理：冷

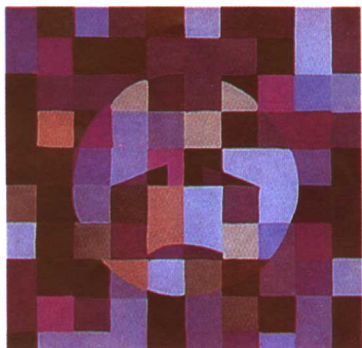
喜



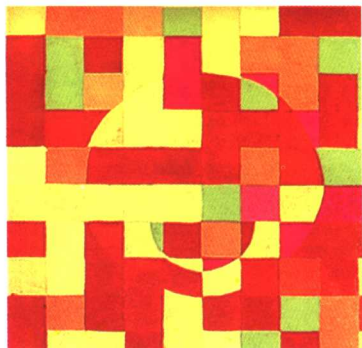
怒



哀

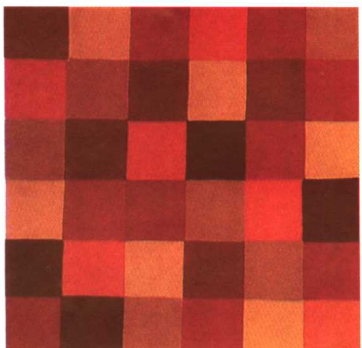


乐

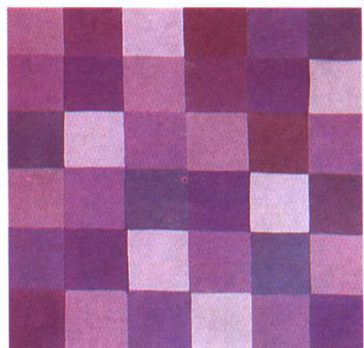


彩图 18 色彩心理：喜、怒、哀、乐

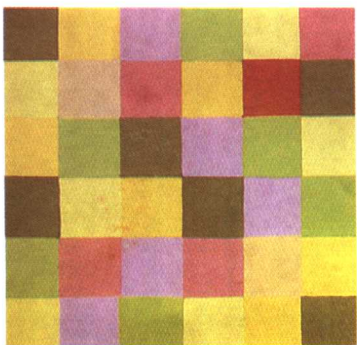
慈祥



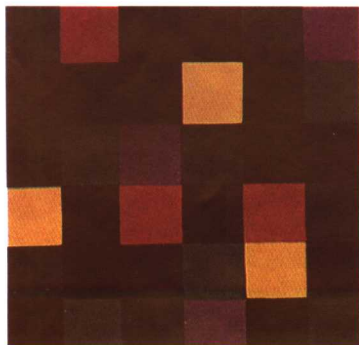
冷漠



幼稚



苦闷



彩图 19 色彩心理：慈祥、冷漠、幼稚、苦闷

说

明

教育部现代远程教育工程设立中央广播电视大学人才培养模式改革和开放教育试点项目，广告专业课程面向全国开放。这一改革着眼于我国广告教育的实际，必将对提高广告从业人员的专业素质和从业水平，起到不可估量的作用。

众所周知，目前我国广告界人才匮乏，教育适应市场经济发展的需要，应大力培养广告人才，以此为中国经济参与世界竞争服务，为改革开放服务。

中国广告协会立足于中国广告业的发展，同时也承担着广告从业人员的培训任务。

为适应培养人才的需要，中央广播电视大学与中国广告协会联合组织编写了这套广告教材。

这套教材是在中央广播电视大学文法部的统一策划和设计下，由新闻传播教研室全体教师分工合作，相互沟通，避免了教材之间内容的矛盾、重复，在编写过程中，尽量使教学内容科学化、系统化，对这套广告专业教材的全部教学内容进行了有机组合。除了这套文字教材外，还精心制作了与之相配套的具有广告实例，融知识性、趣味性、实用性和可视性为一体的音像教材。

参与这套教材编写的大都是目前在中国广告界具有丰富实践经验的专家、教授。这套教材的编写，得到了中国科学院、中国传媒大学、武汉大学、厦门大学、中国人民大学、北京大学、中国工商银行、清华大学美术学院等科研单位和高等院校，以及炎黄艺术国际推广有限公司、北京邮政广告公司、鑫金榜广告公司、小松广告设计室等广告实体专家、教授的大力支持。在此，我们谨向他们表示衷心的感谢。

广告专业教材编写组

2007年6月1日

序

广告学科，在我国是一门正在实践中发展的新兴学科。伴随着改革开放的进程，广告学理论在我国的传播、研究已取得了丰硕的成果，广告教育体系也初步形成，广告活动已渗透到人们的日常工作生活中。

祖国大陆的高等广告专业教育始于 20 世纪 80 年代初期（1984 年）。但早在 20 世纪 20 年代，我国第一批新闻学者（如徐宝璜、戈公振）就在自己的新闻学研究中涉猎了广告的内容。1920—1925 年，上海圣约翰大学、厦门大学、北京平民大学、北京燕京大学、上海南方大学等院校相继开设了广告学课程。40 年代，虽然战火不断，但我国也有 10 余部广告学著作、译著出版。当时，民族工商业经济与洋货展开了激烈的竞争，这在客观上也促进了中国广告学研究和教学的发展。1949 年，中华人民共和国成立，学术性的广告学研究基本终止。除了体制方面的原因之外，主要是因为当时有许多比广告更重要、更急迫的工作需要人们去做，有比广告更重要、更急迫的问题需要人们去研究。建国初期，百废待兴，做这种轻重缓急的安排，应该说是可以理解的。然而，自 1954 年生产资料广告退出市场始，就预示了中国经济将要走入误区。从 1950 年前后至 1960 年代中期，人们很少从学术的角度关注广告，而整个“文化大革命”时期，不要说从学术、理论的角度研究广告，就是实践层面的商业广告在祖国大陆也几无立锥之地，何论发展。

在现代社会，广告の有无与兴衰往往是一个国家（或地

区)经济生活的晴雨表、政治生活的温度计,人们可以从中解读出许多意味深长的含义。十一届三中全会之后,经济生活与政治生活逐渐恢复正常,广告业在祖国大陆全面恢复。广告业的快速发展直接催生了高等广告教育的发展,同时,广告教育的出现也是高等教育制度改革的结果。随着改革开放步伐的加快,高校办学的自主权不断扩大,一批符合世界教育发展趋势、适合社会经济发展需要、实践性较强的新学科、新专业也应运而生,广告专业便是其中之一。

目前,我国约有100多所高校开设了广告专业。同时,广告专业逐渐形成了专科、本科、双学位、研究生等多层次的人才培养模式,教学体系不断完善,课程设置趋向系统化。在不断的摸索中广告教学理论的雏形也逐渐形成,出版了几套影响比较大的教材或学术著作。如1989年出版的《现代广告丛书》(10本),在当时产生了一定的影响;1991年出版的《现代广告学名著丛书》(8本),精选了西方国家和我国港台地区比较流行的广告学专著,影响了祖国大陆整整一代广告人;1993年,厦门大学主编的《21世纪广告丛书》,出版后被许多院校的广告学专业选为教材;1994年四川大学推出了《实用广告学丛书》(4本),也对我国广告学研究做出了贡献;1997年出版的《龙媒广告选书》(第一辑9本),在很多方面填补了国内广告学研究的空白,完善了我国广告学研究的理论体系,是一套对十几年来中国广告学研究进行梳理的总结性丛书。应该说,中央广播电视大学在此时开设广告专业可谓“生逢其时”。

依靠各高校、科研院所和社会各界丰富的智力资源进行开放办学,是中央广播电视大学的特色和优势所在,广告课程的建设自然也不例外。中央广播电视大学广告学专业的这套教材是与中国广告协会、普通高校和广告实业界紧密合作的结果:不少在全国范围内有丰富的广告教学经验、学术视野开阔、治学严谨的专家学者和具有广告活动实践经验的广告界人士参与编写、审定了书稿,这就使得这套教材与市场上的同类教材相比,具有如下几个特点:有效地借鉴了国外广告经典理论和最新研究成果;立足于创新,在一定程度上避免了当前广告教材低水平重复的弊病;理论与实践并重,在系统介绍广告学知识的同时,吸收了国内外优秀的广告案例和优秀广告作品的制作经验,着重解决广告操作的实际问题;充分考虑到青年学生和广告从业人员的自学要求,知识结构较为完整,论述深入浅出。初读这套丛书的初稿,我作为一名广告教育工作者受益匪浅。此外,中央广播电视大学还配合这套文字教材编制了电视录像教材和自学指导教材等多种媒体一体化教材,充分体现了远程开放教育的特色。

把中央广播电视大学的这套广告教材放在中国广告学研究这个大背景下

来考察，可以看出我国广告学的研究逐步正规化、体系化的发展轨迹。历经近一个世纪，中国广告学研究从原来经济学、新闻学中的零星论述发展为一门独立学科，并形成了具有一定规模的专门研究，取得了巨大的进步，但与西方发达国家广告学研究的水平相比，还有一定的差距：我国的广告学对理论广告学和历史广告学的研究不足，本土化的自主性研究很有限，用科学方法对我国广告实践活动进行的实证研究还不够，同时也缺乏相应的批评性研究。

21 世纪的到来为中国的广告教育 and 研究带来了新的机遇，而中国作为一个广告高速发展的国家，也为广告教育提供了广阔的舞台，为广告研究提供了丰富的教材。我相信这套教材会使我国的广告教育 and 研究体系更加完善。

丁俊杰

2007 年初夏

序

3



前言

构成，在自然界和人们生活中，可以说无时不有和无处不在。宏观而论，多样的自然界、繁杂的社会中与浩瀚无垠的宇宙里都存在着无穷的构成；微观而言，物质的结构、生物的链性与细胞的组织也同样存在着无尽的构成。而作为构成艺术，是研究自然、解析生活、领悟宇宙精神的视觉造型科学。在设计艺术教育领域，既属于基础课，又属于专业课，国际上称之为“构成学”。对构成艺术的探究，既要“外师造化”、“取之象外”：即解读自然、解析自然、解义自然，研究怎样发现美的形式与功能，研究怎样形成美的境界与智慧；同时还要“中得心源”、“超之象外”：即解构设计、重构设计、创构设计。让构成艺术的设计能量产生巨大的创造力：化一为十的无限创造思维，化普通为神奇的无穷创造形态，化无为有的无尽创造方法，化人造为天造的无界创造精神……

从创造思维角度来说，构成艺术课程训练是一种综合的、创造性的思维训练。它是将形象思维与逻辑思维融为一体的综合思维方法，使思维的空间从单一性向多样性扩展，使造型的偶然性向必然性过渡。与灵感式思维方式不同的是，它是借助数学中的排列组合和结构理论，对造型的设计研究采用扩散性的考虑方法，科学地、理性地在一个较为广阔的领域里进行探索。通过分析研究对象，整体地把握对象各类要素之间的相互关系，用类推法把所有的可能性列举出来，然后根据目的、功能进行优化组合，使造型更有依据、更为合

理、更为多元。而单纯地运用形象思维或灵感式思维考虑问题,其思维的结果必然会带有偶然性和不科学、不合理的因素。所以,构成的思维方式无论对科学发明还是对艺术创造,都是极为重要和非常有益的。

从创造方法角度来看,构成艺术创造方式是感性与理性完美结合的产物。只有感性,会使思路太狭窄,在作品中所体现的思想内涵和形式功能又显得较为肤浅;只有理性的作品则显得缺乏生动感人的艺术魅力。将感性与理性完美结合,使两者互补、互衬与互生、互动,才能使作品所显现的内涵与形式更为丰富、更为完美、更具科学性,也更富魅力。构成设计训练,会使学生形成一种设计的直觉、一种美好的想象、一种活跃的追求,这对创造力的开发是极为难得的。与此同时,它又会使学生形成一种理性分析、一种逻辑演绎、一种系统的追求,这是面对更艰巨、更复杂、更现代的设计挑战不可缺少的。

从设计教育角度来论,构成艺术课程不是以传授系统知识为主要目的,而是强调学生在教师启发与引导下的自主探究。使学生的观察方法、思维方式、材料应用、综合创造诸方面能力,从被动到主动、从自发到自觉得到全面提高。它不仅仅是开发智慧,培养新的审美意识,训练基础设计能力的课程,而且,它本身就是一种设计、一种艺术、一种带哲学意蕴的造型设计,一种相当前卫的造型艺术。

构成艺术,作为一门学科与课程,在中国艺术设计教育领域,早已是最基础、最常见、最熟悉的事情。作为课程的实践训练,已经有了近30年的过程与积淀;作为课程的教材编撰,也已经有了近30年的探索与思考,尤其是教材的内容与训练的形式,经历了无数次争论、探讨、改革,因而变得更加丰富与完善。然而,这一切大多都是将“构成艺术”分门别类的研究和探讨——平面构成、色彩构成、立体构成,其结果淡化了原本的整体性、互融性和共存性。为此,本书从综合角度出发,将平面构成、色彩构成、立体构成三者融为一体来论述,并将基础设计训练延展到应用设计赏析,力求理论性与应用性并重、学术性与普及性兼顾。

本教材与现有的同类教材比较,其编写思想与特点有如下几点:其一,综合性。本教材将平面构成、色彩构成、立体构成整合为一体,使三者割裂的状态形成完整的整体,有利于学生能够从整体层面和全面角度掌握构成艺术。同时,纵向上采用与专业设计相连贯的延展的手法,横向上采用与美学理论相融合的方式,试图从较广泛的角度、较多的层面探讨构成艺术的诸问题。其二,系统性。本教材从构成的基础理论、构成的设计训练到构成的设计应用赏析,从构成艺术的概念、类型、价值、历史到构成艺术规律等进行了系统论述。力求避免偏重于技法,缺乏理论分析、缺乏设计应用论述所带

来的弊端，以求全面而系统。其三，适应性。本教材是针对电视大学学生撰写的，因此，内容上深入浅出，形式上图文并茂。对难点重点作了明确的提示，其思考题、练习题与课后阅读也作了细致要求，力求教材的适用性与实用性。

限于笔者学识水平和撰写时间短暂，不当之处在所难免，希望专家学者们批评指正。

贾东生

2007年5月

清华大学西北小区

目 录

第一部分 构成艺术设计概论	1
第一节 构成艺术概述	1
一、构成艺术概念	2
二、构成艺术的历史	3
三、构成艺术与其他学科关系	7
四、构成艺术与传统设计	11
五、构成艺术中的抽象与具象	13
第二节 构成艺术类型	16
一、构成艺术类型	16
二、构成艺术内容	18
第三节 构成艺术价值	19
一、研究构成原理的意义	20
二、研究构成艺术的价值	21
第四节 构成艺术设计规律	26
一、统一与变化	28
二、对称与平衡	31
三、比例与尺度	35
四、节奏与韵律	39
第二部分 平面构成	44
第一节 平面构成概述	44
一、平面构成的概念与课程目的	45
二、平面构成的基本元素	48

第二节 平面构成的基本形式	60
一、重复构成	63
二、渐变构成	71
三、发射构成	75
四、特异构成	78
五、对比构成	80
六、空间构成	83
七、肌理构成	88
第三节 平面构成应用设计赏析	93
一、平面构成与应用设计的关系	94
二、平面构成在设计中的运用	95
第三部分 色彩构成	117
第一节 色彩构成概述	117
一、色彩学研究的领域与色彩构成	118
二、色彩三属性与色立体	133
三、色彩的混合	146
第二节 色彩构成的基本形式	154
一、色彩对比	155
二、色彩调和	167
三、色构原则	181
四、色彩心理	196
第三节 色彩构成应用设计赏析	218
一、色彩构成与应用设计的关系	218
二、色彩构成在设计中的运用	220
第四部分 立体构成	244
第一节 立体构成概述	244
一、立体构成概念与课程目的	245
二、立体构成要素	249
第二节 立体构成的基本形式	255
一、半立体的构成	256
二、线的立体构成	260
三、面的立体构成	264
四、块的立体构成	275

五、综合的立体构成	279
第三节 立体构成应用设计赏析	285
一、立体构成与应用设计的关系	285
二、立体构成在设计中的运用	288
参考书目	304
后 记	306