

平面设计视觉审美元素

构成研究

徐继义◎著



吉林美术出版社 | 全国百佳图书出版单位

平面设计视觉审美元素构成研究

徐继义 著

 吉林美术出版社 | 全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

平面设计视觉审美元素构成研究 / 徐继义著. -- 长春: 吉林美术出版社, 2018.4

ISBN 978-7-5575-3901-6

I. ①平… II. ①徐… III. ①平面设计-审美-研究
IV. ①J511

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第105118号

平面设计视觉审美元素构成研究

PINGMIAN SHEJI SHIJUE SHENMEI YUANSU GOUCHENG YANJIU

作 者	徐继义	
责任编辑	于丽梅	
装帧设计	海星传媒	
开 本	710mm × 1000mm	1/16
字 数	205千字	
印 张	17.5	
印 数	1—3000册	
版 次	2019年1月第1版	
印 次	2019年1月第1次印刷	
出版发行	吉林美术出版社	
地 址	长春市人民大街4646号	
网 址	www.jlmspress.com	
印 刷	廊坊市海涛印刷有限公司	

ISBN 978-7-5575-3901-6 定价: 70.00元



作者简介

徐继义，男，40岁，中共党员，本科学历，副教授（艺术设计），重庆科创职业学院管理教学双肩挑骨干教师。研究方向：广告教学与管理，先后在国内权威期刊发表论文15篇，出版学术专著1部、参研国家级学会课题1项、市级科研教改项目5项，校级课题1项、主持校级精品课程1门。

2008年被永川区委区政府评为“优秀教育工作者”、2010年被重庆市教委评为“普通高等教育学生管理工作先进个人”；被学校评为优秀教师或优秀干部10余次；先后荣获学校5年火炬奖、10年金烛奖、20周年校庆“功臣奖”。

前言

随着市场经济的繁荣发展和我国文化产业的不断升级,科学技术为第三产业的发展注入了新的动力,平面设计已成为商业宣传和广告策划中必不可少的一项内容,因此提高平面设计的丰富性和吸引力显得至关重要。从平面设计视觉审美元素的构成角度来讲,它涉及的审美元素较多,需要设计师在设计过程中有着足够的细心和耐心,有着很强的审美理念和创造能力,在此基础上再将视觉审美元素合理融入,进而提高平面设计的效果。

从平面设计的专业归属角度来讲,它属于设计领域中的一种,随着时代的发展变化,平面设计的重要性也日渐凸显,逐渐成为当前设计领域中的核心,在整个设计过程中占据着举足轻重的主导地位,将非影视的设计活动直接作用在二维空间中。从商业宣传和广告策划角度来讲,平面设计是批量印刷作品中的重要构成部分,主要涉及图形、文字、色彩等元素,把这几个元素进行合理组合就会成为具有某种特定含义的作品,也就是说,对构成元素进行有机、细致的排列组合就可以将其转化为真正意义上的印刷品,从宣传效果和表达效果来看,它可以借助视觉效果来满足人们的视觉需求。

现代平面设计中，视觉审美元素的运用是必不可少的，它是提高设计作品独特性的关键，也是彰显商业产品信息的重要手段。在具体应用中，需要设计师有较高的审美水平，可以对视觉审美元素进行科学合理的搭配，并有效结合人们的审美特点，从而设计出审美效果最佳的平面作品。

总之，平面设计不是由某一独特的元素独立构成的，它是在审美观念和设计原理的基础上，结合多种视觉审美元素共同完成的。人们对设计作品的关注时间往往比较短，因此，设计作品力求简单明了而且主题突出，设计师在设计过程中要以作品所表达的中心思想为主旨，注重图形创意的设计和色彩元素的搭配，使作品意境更加贴合设计理念，所传达的信息和思想一目了然、简单明确。

目 录

第一章 平面设计概论	1
第一节 平面设计概念及内涵	1
第二节 平面设计的种类与风格	19
第三节 中外平面设计的发展历程与比较	26
第四节 平面设计软件的应用	31
第二章 平面设计的基本艺术特征	37
第一节 平面设计与绘画	37
第二节 平面设计与素描	44
第三节 平面设计与摄影	46
第四节 平面设计与三维设计	50
第三章 审美及视觉审美概述	53
第一节 审美的特征及心理要素	54

第二节	审美意识的概念及内涵	59
第三节	审美意识的时代变迁及理论发展	61
第四节	技术复制与审美疲劳	68
第四章	平面设计与视觉审美元素	71
第一节	平面设计中的视觉审美特征	72
第二节	平面设计中的视觉审美趋势	76
第三节	“单复数”视觉审美元素的应用	88
第四节	平面设计中 3D 视觉因素的应用	91
第五节	平面设计中传统文化元素的应用	94
第六节	平面设计中符号元素的应用	103
第五章	平面设计各领域中审美元素的构成	111
第一节	标识设计中的审美元素	111
第二节	包装设计中的审美元素	115
第三节	海报设计中的审美元素	119
第四节	书籍设计中的审美元素	120
第六章	图形在平面设计中的应用	123
第一节	图形的种类和形式	123
第二节	图形的发展变迁及时代特征	129
第三节	图形设计的风格种类	132
第四节	图形的创意设计	141
第五节	图形的简洁设计	144
第六节	图形的趣味设计	147
第七节	图形的含蓄设计	149

第七章 文字在平面设计中的应用	153
第一节 文字的发展变迁及时代特征	154
第二节 汉语文字的审美特征	161
第三节 拉丁字母的审美特征	166
第四节 文字的设计应用	170
第五节 文字排版的作用	186
第八章 图形与文字的设计应用	189
第一节 图形与文字的传播特征	189
第二节 图形与文字的作用	192
第三节 图形配文字的设计	194
第四节 文字附图形的设计	195
第五节 图形与文字的组合	196
第九章 色彩在平面设计中的应用	199
第一节 色彩与视觉审美	200
第二节 色彩设计的审美特征	212
第三节 色彩在平面设计中的运用手法	216
第四节 色彩简约主义趋势	222
第五节 永恒不变的黑与白	225
第六节 用色彩引导消费	228
第十章 平面设计中的新潮流	235
第一节 反审美潮流的起源与发展	236
第二节 “慢设计”理念	237

第三节 极简主义风格.....	243
第四节 虚拟性对主体的影响.....	246
第五节 合理运用留白.....	248
第六节 绿色设计与生态设计.....	253
第七节 和谐化设计.....	257
第八节 视觉错觉技巧.....	261
结 语.....	265
参考文献.....	267

第一章 平面设计概论

在对平面设计进行分析和论说之前,首先需要对平面设计这一概念进行简单、基本的介绍。本章分四个小节,分别阐述了平面设计方面的基本情况。首先,对平面设计的概念进行了明确。只有理解清楚了一个概念的内涵和外延,才能了解所论述对象并界定论述范围。其次,对平面设计的发展史进行简要的概括,有助于把握平面设计的历史发展轨迹。再者,对平面设计的发展历史和现状进行了论述和说明,便于理解现代平面设计在社会范围内如何创作、流通和发展。最后对平面设计软件及其应用做了简单的介绍。

第一节 平面设计概念及内涵

一、平面设计的定义

平面设计由英文“Graphic Design”翻译而来,最早是由美国人威廉·德威金斯在1922年提出并开始使用的。直到20世纪70年代设计艺术充分发展之后,平面设计才成为被国际设计界认可的术语。汉语中也会翻译成“视觉传达设计”或“图形设计”。平面设计具有艺术性和专业性,以视觉作为沟通和表现的方式,透过多种方式来创造和结合色彩、图形和文字等构成元素,用来传达想法或信息的视觉表现。可以利用字体排印、视觉艺术、版面构建等方面的专业技巧,来达

成创作的目的。

作为一门学科，中国以前称平面设计为装潢设计，高等院校设置了装潢设计系，现在都统称为平面设计系。平面设计主要是通过色彩、图形、文字的编排和设计来进行视觉传达，服务于特定的信息传递需要，主要用于产品的宣传和推广。

我国著名设计理论和设计史专家王受之先生在《世界现代平面设计史》中这样阐述：“平面设计是设计范畴中非常重要的一个组成部分，所有二维空间中的、非影视的设计活动都基本属于平面设计的内容。除了平面上的活动这个含义之外，还具有与印刷密切相关的意义，特指通过印刷批量生产的平面作品的设计，特别是书籍设计、包装设计、广告设计、标识设计、企业形象系列设计、字体设计、各种出版物的版面设计等，这些都是平面设计的中心内容。它是把平面上的几个基本元素，包括图形、字体、文字、插图、色彩、标识等以符号传达的方式组合起来，使之成为批量生产的印刷品，使之具有进行准确的视觉传达的功能，同时给观众以设计需要达到的视觉心理满足。”

从以上的表述可以看出，平面设计的表现空间是二维的，表现形式是图形和文字的编排，作用的领域是视觉，而创造的目的是信息传递。

其实，平面设计活动并不是在平面设计这个术语广泛运用之后才产生的，平面设计在产生之初，就脱离不开同印刷的关系，批量生产是平面设计的特质。在现代平面设计概念形成以前，平面设计活动就通过印刷方式形成的平面艺术形式，比如木刻、石版画、腐蚀版画、丝网印刷版画等体现出来。真正的平面设计，是从15世纪德国古登堡发明金属活字印刷术开始的，之后随着印刷术的日新月异，排版技术、摄像技术等不断发展演变，现代平面设计才开始具备了成熟的形态，并逐步发展壮大。

总之，平面设计将设计师的思想以视觉元素的多种形式表达出来。平面设计所表现的立体空间感，并非现实存在的多维空间，而仅仅是视觉元素对人的视觉



引导作用而形成的幻觉空间。

二、平面设计的基本要素

平面设计除了在视觉上给人一种美的享受外,更重要的是向广大受众转达一种信息和一种理念,因此在平面设计中,不单单注重表面视觉上的美观,还应该考虑信息的传达,现在平面设计主要是由以下几个基本要素构成。

(一) 创意

创意是平面设计的第一要素,没有好的创意,就没有好的作品,好的创意能够充分考虑受众、传播媒体、文化背景等多方面的条件。

(二) 构图

构图就是要解决图形、文字和色彩之间的空间关系,做到新颖、合理和统一。

(三) 画面

好的平面设计作品在画面的运用上讲究调和、对比、平衡、节奏与韵律。

不管是现在的报刊广告、电视广告、还是我们经常看到的广告招贴、网络广告等,都有这些要素的存在,它们通过巧妙的安排、配置组合而成为一个设计的整体。

三、平面设计的特征与属性

(一) 平面设计的特征

平面设计经过了长期的演变和发展,日趋现代化。现代平面设计呈现出以下几个特征:

1. 网络化

随着互联网技术的发展,以及各种平面设计软件的研发和广泛使用,平面设计艺术已经呈现出更为大众化的趋势,从创意到产品只需要很简单的操作即可完成。电脑技术拓展了艺术创作的想象力,让设计师可以天马行空地去发挥自己的创意。生活在现代的设计师,哪怕没有美术功底,哪怕没有在画室刻苦努力地

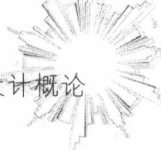
练习过素描,哪怕没有费尽心思地舞弄过调色盘,也可以同样享受艺术创作的快感,将自己的创意付诸现实。

常用的平面设计软件有Photoshop、Illustrator、FreeHand、CorelGraphics、PageMaker、CorelDRAW等。在这些软件的支持下,现代平面设计脱离了传统的手绘方式,不再依赖于画笔、水彩、油墨、画纸,在很大程度上可以通过电脑软件在电脑屏幕前虚拟一幅作品所需要的纸张和笔触。

新的创作方式带来了平面设计行业的变革,从时间上看,技术的发展提高了制作的效率,缩短了从创意到实施之间的过程;从技术上看,只需简单地进行设置,就可以得到所需的各种效果并能够直观地展现出来,包括明暗色调、色彩搭配方案,而笔画的粗细、干湿、浓淡,都能随心所欲地控制,甚至一些传统画笔所无法实现的特殊效果,都可以轻而易举地在电脑上呈现,使得创意的启发和实施过程都变得异常简单,各种元素的添加和合成,只需要掌握一些软件的功能就可以妥当地进行处理;从制作效果上看,因为新技术的参与,现代的各种印刷品日益精美,精致时尚的风格更容易得到实现,无论喜欢什么样的风格,比如清新田园风、粗野牛仔风、嘻哈风、复古风、现代风等,只要是能想到的,都能够通过技术手段进行快速制作出来。

网络技术的发达,使网页设计、界面设计等成为新的平面设计内容。强大的平面设计软件可以让设计师轻松地做出自己想要的图像效果,更加精确,而且效果逼真。特别是网购、网游、网络出版等领域,都是平面设计大展身手的重要舞台。

网络技术带来的另一个变化就是平面设计作品可以在最短时间内被分享和借鉴。博客、空间、网站等许多平台,都支持图形、图像的上传,确保创意作品在第一时间被发布和分享。以平面设计软件为基础的设计和发达的网络传播相结合,使平面设计步入了网络化的新时代。



2. 立体化与多维化

传统的平面设计多在二维状态中进行创作,从平面设计的定义也可以看出来,平面设计的作用领域是二维的平面空间。但是,停留在二维状态,会束缚设计创意的实现。随着计算机的运用,平面设计出现了立体化和多维化设计的趋势。现代平面设计力求突破二维,向三维、四维甚至多维空间进发。空间感和立体感的营造,拓宽了平面设计的表现领域,也成为平面设计的新潮流之一。

立体多维,不仅仅指平面二维变化为立体多维,还指多种媒体的结合运用。立体化在标志设计上表现比较突出,已经成为标志设计中的重要发展潮流。设计师们力图使设计突破二维媒介的局限,创造一种视觉上动态的效果。同时,光线的运用、材质的使用也使标志设计有了丰富的视觉感受,非平面化的三维立体形态将标志设计的视觉效果推到了新的高度。

在信息化时代的今天,数码被广泛运用于平面设计,随着“第四媒介”网络的出现、传统传播方式的改变、表现形式从平面到立体空间的变化、网络和多媒体的交互性特点这些因素的影响,平面设计的应用逐渐走向了多维的范畴。随着科学技术的进步和人文环境的变化,设计的外延在不断地扩大。许多设计师已经不再满足于平面设计仅局限在静态的状况,逐步开始“动”起来。他们打破传统规则,在静止的二维平面中加入“时间”,甚至是“行为”,使平面设计变得“多维”而富有表情。

在工业时代,设计师的才能受到了技术的限制,但信息时代的技术发展则可以使设计师的想象力如虎添翼。平面设计中的时空化和多维化,为设计师展现出丰富的空间符号,各种设计图像的叠加、透视、错位、渐变等使平面内的图像充满立体感。通过设计师的灵活运用和制作,文字、图形、颜色等可以形象生动地跳跃在页面上、屏幕上、包装盒上、产品标签上以及其他更多地方,这种动态的感受,是信息时代对平面设计的新需求。

当然,立体化和多维化的实现,不仅需要设计师熟悉色彩调配的技巧,更需

要从绘画、摄影中学习表现技法。比如达·芬奇的透视法、毕加索的立体主义，都是平面设计可以借鉴的元素。

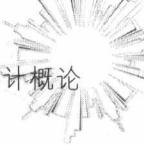
3.人性化

人性化设计指在设计中以人为本、考虑个体的利益和需求，从而使设计体现出对人的尊重和人文关怀。人性化设计是人文精神的集中体现，是时代的潮流与趋势，这样的设计能使人与物达到和谐统一。“以人为本”源于西方哲学思想，古希腊著名数学家毕达哥拉斯认为“人是万物的尺度，是一切事物存在的尺度；是一切不存在的事物不存在的尺度”。而设计师在理解人性化设计时，往往不能从太过于理论的概念出发，它应该理解为科学和艺术、技术与人性的结合。科学技术给设计提供技术基础，而艺术和人性使设计富于美感，充满情趣和活力。人性化设计可以理解为可用性和实用性，人性化设计就是可用性和实用性设计的思路 and 原则。在信息时代，人性化设计的含义则更倾向于充分为人考虑的设计、注重人的情感的设计、注重理性简洁而富于情感的设计。

从20世纪80年代开始，“人性化”一词就开始为人们所熟悉，并逐渐成为设计界引人注目的亮点，从而形成一股设计新潮流。这一潮流到现在已经成为设计的一种必然的发展趋势。发展到今天，受众对某个产品的设计要求已经不仅仅是停留在产品本身使用功能的层面上了，而更多地要求产品能满足感官上的享受。在这种情形下诞生的人性化设计不仅满足了产品的功能性和实用性需求，也满足了受众的心理需求。

人性化设计最主要的特点就是以人为本、为人而设计，设计的出发点和归宿点是人。人性化产品是人与物完美结合的设计，也是更高一个层次的设计，不仅仅是使用功能和审美功能，还反映了人文关怀、民族传统、宗教文化等层面的内涵。人性化设计表现为：追求产品的趣味性、娱乐性，满足人们深层次的精神文化和心理需求，追求更适合人们使用的造型形式。

人性化设计不仅在设计手段上表现出人性化，而且在平面设计的使用和流通



过程中,也能看到人性化的趋势。人性化设计通过它的色彩、线条、图形、文字契合人们的情感诉求和对美好生活的向往。人性化设计越来越注重功能与审美相结合,在进行信息传递的同时带给人强烈的审美愉悦。人性化设计承载起人类精神和心灵慰藉的重任,设计中所展示的生活方式和生活理念,构成了时代生活的风向标。

4.本土化与全球化

本土化是一个动态化名词,表示一直处于运动变化发展中,是民族文化特色发展的一个过程。简而言之,本土化是指处于同一个地区的人类群体,在一定时间阶段中,因为共同的生活地域和生活形态而达成心理共识,进而形成文化共识。我国地大物博、民族众多,在不同时期和不同地区形成了独具特色的地域文化。在近代历经百余年的历史进程中,我国的传统艺术形式伴随着西方文化的融入,产生了新的变化和发展。在经济全球化浪潮的席卷下,我国的传统艺术设计一度处于非常尴尬的状态,由于西方设计风格强烈的视觉冲突,让人们一度去追求本土以外的设计方式和设计理念,忽视了本土化元素在平面设计中的应用。为了重新打造传统艺术设计的魅力,很多人已经开始重新认识本土化元素,并将弘扬传统艺术设计作为己任,重拾并坚守本土化元素在平面设计中的应用,开辟平面设计的新领域。

我国的本土化元素种类丰富,传统绘画元素、水墨艺术元素、传统图案纹理、年画元素、书法元素和汉字艺术等都是我国比较著名的本土化元素。这些不同种类、不同地区、具备不同民族特色的本土化元素在平面设计中有着不同程度的应用。从我国的传统图形元素来看,包括文字、图形以及艺术类等古典元素,比如文字类又包括甲骨文、象形文字、书法等本土化元素。在本土化元素与平面设计进行有效结合后,我国的平面设计理念发生了本质变化,中国传统文化内涵以及传统图形元素在平面设计中开始回归。比如服装设计中的旗袍元素,唐装元素,建筑设计中的徽派建筑,天安门的华表,配饰设计中的头簪,文化领域中的