



普通高等教育“十五”国家级规划教材

# 视觉传达设计

余永海 周旭 主编  
许喜华 主审



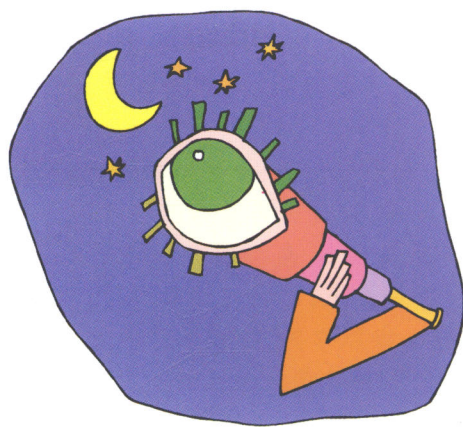
高等教育出版社  
Higher Education Press



普通高等教育“十五”国家级规划教材

# 视觉传达设计

余永海 周旭 主编  
许喜华 主审



高等教育出版社

## 内容提要

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材,面向本科工业设计、艺术设计的学生,可以作为视觉传达设计教学的教材,也可作为平面设计爱好者的自学书籍。使用本教材要求学生掌握一些基本的图形知识和表现技巧,有一定的创意思维能力,并预先学习过设计基础类课程(如构成等)和掌握一定计算机设计技能。

本书共分11章,分为三大部分,对应教学的三个层次。第1~4章是视觉传达的基础,主要讲述视觉信息的设计表达。第5~8章是提高部分,主要培养学生对画面的整体控制能力。第9~11章是应用与实践部分,从不同应用角度增强学生对视觉传达设计的理解 and 应用能力。本书在内容上循序渐进,基本涵盖了所有视觉传达设计的范畴。

## 图书在版编目(CIP)数据

视觉传达设计/余永海,周旭主编. —北京:高等教育出版社,2006.5

ISBN 7-04-019263-2

I. 视... II. ①余...②周... III. 视觉形象—实用美术—设计—高等学校—教材 IV. J504

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第061761号

策划编辑 宋晓 责任编辑 李瑞芳 封面设计 张志 版式设计 陆瑞红  
责任校对 胡晓琪 责任印制 宋克学

出版发行 高等教育出版社  
社址 北京市西城区德外大街4号  
邮政编码 100011  
总机 010-58581000

经销 蓝色畅想图书发行有限公司  
印刷 北京凌奇印刷有限责任公司

开本 850×1168 1/16  
印张 13.5  
字数 400 000

购书热线 010-58581118  
免费咨询 800-810-0598  
网址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>  
网上订购 <http://www.landaco.com>  
<http://www.landaco.com.cn>  
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版次 2006年5月第1版  
印次 2006年5月第1次印刷  
定价 48.90元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 19263-00



本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材,针对本科工业设计、艺术设计的学生而编写,可作为视觉传达设计教学的教材,也可作为平面设计爱好者的自学书籍。先修课程应该包括设计基础类课程(如三大构成之类的内容)和计算机辅助设计类课程(如绘图软件等的学习),要求学员掌握一些基本的图形知识和表现技巧,并有一定的创意思维能力。

### 写作特点

本书文字表达简短实用,没有长篇累牍的论述,对所涉及的大部分概念没有做枯燥的描述。本书的主要篇幅用于课程的教学活动中,将抽象的理论融入通俗易懂的语言表述和精心设计的教学活动,在课堂教学、讨论和实践中去解决问题和掌握规律。

图例是本书的重要特色,几乎都是针对课堂教学内容而精心设计和准备的,图文对照,非常方便学生学习和自我提高。

### 内容结构

本书分为三部分,分别对应教学的三个层次。第一部分为第1~4章,是视觉传达的基础,主要讲述视觉信息的设计与表达,培养学生如何理解概念,如何用视觉表达概念。第二部分为第5~8章,是综合提高的部分,主要培养学生对文字、色彩和版面的认识,以及对画面的整体控制能力。第三部分为第9~11章,是应用与实践部分,从不同应用角度增强学生对视觉传达设计的理解。三部分内容循序渐进,基本涵盖了所有视觉传达设计的范畴。

### 章节特点

本书的每一节都是一个独立的单元,主要围绕一个主题展开教与学,每个单元都对学生的参与做了要求,如[课前准备]、[课堂讨论]或[课堂考察]、[课后练习]。内容都以强有力的案例进行说明,文字描述简练。

[课前准备]对于教师来说是课前的收集和准备,可以在课堂上作为投影演示,以补充相关知识;对于学生来说是课前的预习,通过网站、图书馆查阅相关资料,辅助正常的课堂学习。

[课堂讨论]是重要的教学活动,要求通过小组讨论、小组成果发表和评价等过程,让学生参与整个教学,通过切身的体会和主动的研究,把握课程的内容,达到教学要求。

[课堂考察]是比课堂讨论更进一步的教学活动,要求通过小组讨论、设计草稿研究、方案评价、设计成果发表的小组设计活动,以及小组之间的互相评价等过程,让学生分工合作、互相学习,主动尝试理论与实践的结合,提高发现问题、解决问题的能力,通过切身的实践和主动的参与,把握设计理论和技能,达到教学要求。

[课后练习]是一些与课程内容相关的命题参考,难度和工作量与课堂考察差不多,作为自习或课后布置的作业。课堂考察和课后练习应该看做是一种命题模式的参考,教师和学生可以按照该模式自行设计命题和作业要求。

课程中有相当部分的练习是以[系列设计]的命题形式构成的小命题循序渐进,最终完成一个完整的设计作品。这种方式可以使学生按部就班地去实现自己的构思和设想,逐步解决设计中的问题,从而保证最终的设计达到目标。



## 致谢

本书的最终完成离不开许多人的帮助和支持,在此深表感谢!

感谢浙江大学的许喜华教授的审稿,为本书的最终完成提供了宝贵意见。

感谢湖南大学设计艺术学院的学生,他们是本教材教学实践的最早参加者。在视觉传达设计课程中,他们按照本书的教学要求进行了设计练习,提供了大量设计作品。我们也通过课堂教学实践得到了许多宝贵的反馈意见,非常感激他们的劳动!他们是新媒体研究室的袁祥、金海、王巍、张朵朵、林小蔚、邓丽君、李辉、廖海进、陈宪涛、桑林等。

感谢湖南大学设计艺术学院何人可院长,是他一直给予我们重要的支持和鼓励。

编者

2006.2

## 郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118





## 第一章 绪论

1

## 第二章 从信息开始

11

- 第一节 简单的信息 11
- 第二节 信息的修饰 17
- 第三节 信息的情绪 22

## 第三章 视觉表达的方法

27

- 第一节 视觉表达的方法 27
- 第二节 符号 35
- 第三节 文字 41
- 第四节 图案 45
- 第五节 绘画 49
- 第六节 影像 53
- 第七节 数字化与数字表现 57

## 第四章 准确地设计与表达

61

- 第一节 图标的设计 61
- 第二节 名字的设计 66
- 第三节 插图设计 70
- 第四节 综合创意表现 73

## 第五章 彩色的世界

78

- 第一节 了解色彩 78
- 第二节 从调和到对比 84
- 第三节 配色 89
- 第四节 色彩的表现 94

## 第六章 文字设计

99

- 第一节 文字 99
- 第二节 字体设计 103
- 第三节 文字创意 107
- 第四节 文字编排 111

## 第七章 基本的设计原理

115

- 第一节 视觉平衡 115
- 第二节 主次关系 123
- 第三节 视觉统一 128
- 第四节 整体与整合 134

## 第八章 排版设计

138

- 第一节 版面骨骼 138
- 第二节 网格系统 142
- 第三节 版面分析 146
- 第四节 排版创意 151

## 第九章 设计程序与方法

154

- 第一节 设计目标与定位 154
- 第二节 设计方法与思路 159
- 第三节 设计风格与创新 161
- 第四节 设计评价与欣赏 164

## 第十章 平面媒体的视觉传达

167

- 第一节 企业识别设计 167
- 第二节 广告设计 172
- 第三节 包装设计 177
- 第四节 其他印刷物设计 182

## 第十一章 数字媒体的视觉传达

186

- 第一节 数字图形 186
- 第二节 网页设计 191
- 第三节 界面设计 196
- 第四节 数字出版物 200

## 结束语

205

## 参考文献

206

## 绪论

## 一、视觉传达设计的目标

信息时代人们通过信息交流而取得联系,获取所要的情报,接受教育和了解世间万事万物。商业社会的发展和繁荣使得信息以几何级数不断增长,信息传播和流动的速度加快,人们沉浸在各种信息所编织的网中。视觉传达设计是以信息的表达和交流传播为研究对象,以信息的准确表达和高效传播为目的,对信息进行视觉化的设计和加工,从而满足人们信息交流的需要。

## 1. 视觉信息的世界

人们正被无处不在的视觉信息所包围:走在马路上,扑面而来的是各种商店招牌、巨大的广告牌和流动的汽车车身广告;逛进商店里,琳琅满目的是精美的商品包装和大幅海报、促销宣传单;回到家中,电视中播放着节目和插播的广告;坐在计算机前,看着眼前的网页,想想在这后面是互联网巨大的信息资源库;打开书本,精美的杂志上是五花八门的内容和插页广告。我们每天都是这样,面对着远远超过我们眼睛所能够攫取的信息内容。这就是这个世界,视觉的世界,信息的海洋,令人眼花缭乱。

图1-1,视觉世界(见章后彩图)。

## 2. 设计良好的视觉环境

在信息的两头,有传播和发送信息的主体群和希望获取所要信息的客体群,这是两个目标不同的群体,每个主体都希望信息能够被需要它的人所发现、接受和反馈,并达到其预期目标,而每个客体则希望在信息海洋中避开繁杂无用的信息找到所要的内容。打个比方,如果把信息看成是主体的叫卖声,客体则需要通过叫卖声去寻找他的目标,在这样的情况下,客体所听到主体群的声音是有些混杂纷乱的。如果主体群为了加强自己的效果,都加大嗓门,哦,这下不好了,世界立即充满了刺耳的噪声,我们当然不希望这样。如果有大量设计不当的信息充斥在人们的生活环境中,则无异于制造了一个噪声世界。

人们需要为改善生活而努力,而设计师的工作就是制造良好的视觉环境并不断改善它,这就是视觉传达设计的最终目的。





图 1-2,设计良好的视觉环境(见章后彩图)。

### 3. 准确有效地传达信息

视觉传达设计并不仅仅是对视觉信息的美化,人们通过信息来进行交流,信息的准确描述和表达在任何时候都非常重要,而同时,信息在有限时间和空间中,能否充分发挥其效用也是极为重要的。在纷繁的信息世界中,设计应该能够使信息交流更加准确、有效。准确并有效地传达信息是视觉传达设计的设计准则。

信息被视觉化后,影像、图形、文字和符号等视觉形式被应用到视觉画面中来,夸张、强调等手法,加上对称、主次、空间等排版布局的变化,视觉平面的这种多样性表现,越发使信息准确表达显得至关重要。在准确的同时,设计师还必须考虑视觉画面的趣味性、被注意程度、阅读舒适度等等问题,以求获取最大的视觉效率,迅速传达信息。可以说,准确性解决了知道与否的问题,而有效性解决了记住与否的问题。

图 1-3,准确有效地传达信息(见章后彩图)。

## 二、视觉传达设计的相关概念

如何理解视觉传达设计这门课呢?首先要明白几个概念。

### 1. 信息、视觉、传达与设计

信息是人类相互交流的载体,是设计的主体。信息本身没有物的形状,不是一个实体,因而不能被直接看到。人类早期用语言(借助声音和肢体表现)来面对面地直接交流,随着书写文字的产生,信息可以被记录下来,于是有了间接交流的可能,也就是说可以借助于媒介来传达信息。随着人类表达信息方式的多样化以及媒介的发展,信息可以用口语、文字、符号、音乐、图形、绘画、摄影和数字等形式来表达,包括声音和视觉两类主要形式。视觉是指眼睛所看到的画面内容,信息内容视觉化后,形成可被眼睛所感知的内容。视觉传达设计所要研究和设计的主要是视觉这方面的信息内容。

传达就是传达信息,也就是信息交流。我们对信息进行设计的过程中,不但要考虑传达的便捷、准确和有效性,而且对于交流双方的目标人群、媒介的选择等都会对信息的传达(效率)带来影响。

例如,一名教师希望给一群 6 岁的孩子讲述“狼来了”的故事,他可以有多种选择:

- (1) 自己口头讲述。
- (2) 给每位孩子发本“狼来了”图画书,让他们自己看。
- (3) 让孩子们看“狼来了”动画片。
- (4) 让孩子们自己表演等等。

比较一下,方法(1)可以迅速传达,但不够形象,难以让孩子准确理解;方法(2)可以准确表述,但孩子们需要自己理解其中的寓意;方法(3)可以有好的效果,但节目成本高,制作时间长;方法(4)可以加深理解,但时间周期更长。每种传达方式都有其优缺点,从目标人群的角度分析,对于大人,也许方法(1)就足够了,讲究传达的便捷性;对于孩子,“狼来了”的故事有很深的教育意义,必须有(3)和(4)的方法才能让其真正体会到。在这种情况下,传达的有效性是第一位的。

总之,视觉传达设计所要进行的研究和设计是以视觉化的信息内容为主要目标的,一方面要通过设计准确表现信息内容,另一方面要考虑传达的有效性。

### 2. 从媒介角度看视觉传达设计

对视觉传达设计的理解还需要从媒介的发展来对比研究。它们的发展是休戚相关的,信

息的传达需要媒介,媒介使信息得以被人所感知,无论声音还是视觉。声音是在电时代以后才可以被记录下来,通过唱片、磁带、CD等数字媒介物得以记录和保留声音,从而能够更广泛地传播,而之前只能通过传唱方式流传下来。视觉媒介物的出现则早得多,从甲骨、兽皮、石刻、金器、竹简和绢等,到现在的纸张、胶片以及数字存储媒介等等,人们在几乎任何一种可以加工改造的物质上进行着视觉信息的记录。

从传播角度看,信息的传播发展了几个阶段:

第一阶段是物流时代,或称原子时代,标志性的事件是印刷术和摄影术的诞生,它以书籍这类纸张媒介物为代表,通过人力传送,主要媒体为报纸杂志。

第二阶段是电子时代,标志性的事件是电磁的发现与应用,它以唱片、磁带、录像这类电子媒介为代表,主要媒体为广播媒体和电视媒体;

第三阶段是数字时代,标志性的事件是集成电路的诞生与互联网的发展,它以计算机、数字网络为代表,主要媒体为互联网。

现阶段,这三个时代的代表媒介物都同时存在,创造了信息时代的繁荣,报纸杂志、广播网、电视网以及互联网四大媒体使人们能够更好地交流、传递和输送信息([美]尼科洛庞蒂数字化生存)。

图1-4,视觉信息记录和传播的媒介形式(见章后彩图)。

### 三、视觉传达设计的发展

在信息视觉化的过程中,人们能够借助的手段和方法也不断发展进步,涌现了各种艺术形式和设计表现方法,视觉传达设计也随着时代的发展而不断向前迈进。

#### 1. 信息视觉化的发展进程

视觉传达设计是现代商业社会的设计艺术,但是古人创造和遗传下来的许多宝贵的艺术形式,至今仍然是视觉传达设计所看重的表现方法来源。这些艺术形式随着技术的发展,互相借鉴和融合,不断呈现新的技巧和手法,尤其是进入到数字时代,更是影响巨大。

按照时间发展的顺序,视觉化的艺术表现形式主要包括:

(1) 符号、文字:远古的人类通过简单的符号记录事情,进而发展为使用文字,这是最早的视觉信息,这些简练的符号和文字至今仍然值得借鉴。

(2) 图形:人们最早的艺术创作,如岩画、壁画和彩绘等图形、图案是我们现在学习图形设计的重要研究对象。

(3) 书法、篆刻与绘画:分别从文字、图形进化提升的艺术表现。

(4) 印刷:印刷术诞生以来,许多近于印刷技术的艺术形式如木刻版画、美术字等得以发展,成为图案设计、文字设计的借鉴对象。

(5) 摄影:它为设计提供了真实的照片插图,极大地改变了平面设计的视觉表现方法。

(6) 数字图形:它是当今使用最广的图形形式,极大地丰富了视觉表现语言。

#### 2. 不断融合的视觉世界

艺术形式和设计表现方法的发展,使现代的视觉平面呈现出丰富的变化,早期在印刷术诞生时,人们看到的是简单的文字与图形的组合。随着技术的改进,复杂的图案和绘画艺术被应用到视觉平面中来。摄影技术发明之后,真实的影像、精美的图片极大地增强了视觉效果和画面说服力。连续画面的摄像、动画,加上语音、音乐,使人类开始了多媒体的时代,而这些仅仅还是20世纪上半叶的事情。电视的发展,使视觉画面包容了文字、图案、绘画、摄影图片、动态影像、音乐、声音等多种艺术和表现形式。而进入20世纪末,数字世界的视觉则不仅



是多媒体的,而且是互动的。当视频录像、Flash 动画等多媒体的形式,被包容进广阔的网络与虚拟空间中时,人们的视觉世界变得五彩缤纷,信息的表达与传播更加贴近于真实的生活和想象的空间。

图 1-5,不断融合新技术、新方法和新的表现形式的视觉世界(见章后彩图)。

### 3. 数字的新时代

在数字信息时代,数字多媒体与网络新媒体的出现,为所有视觉设计带来了革命性的变化。首先,人们的信息交流方式正在悄悄地转变,从 1995 年到现在,万维网以及其他互联网应用一直影响着人们的生活。在数字网络时代,电子邮件逐渐取代了邮局,这种快捷的方式可以向朋友发送任何信息,比如图片、音乐等。更重要的是,商业公司开始通过 E-mail 传送图文并茂的数字信息,这种 E-Mail 甚至有音乐和动画,这是手写书信所无法比拟的。人们可以通过订阅自己感兴趣的数字杂志,随时了解某个事物的最新进展。QQ、MSN Messenger 等即时通信是数字网络时代的一个重要创造,俗称网络寻呼机,即时聊天(语音、文字视频)和文件传送等功能,得到了许多人的喜爱。更令人赞叹的是这个年轻的庞然大物——多媒体的万维网,它像一个可以随身携带的巨大的博物馆,无论身在哪里,无论什么时间,人们都能够搜索到所需要的信息,这是报纸杂志等媒体无法比拟的。

其次,数字设计正进军娱乐领域,逐步贴近人们的休闲生活,并在短时间内取得了巨大的成就。以卢卡斯的“数字光魔”为代表的数字特效电影制作公司,他们所推出的《星球大战》、《魔戒》等影片,以其逼真的计算机特效令人叹为观止。视频产品(电影、电视片头、MTV、广告等)用数字方法完成了大量现实中不可能完成的任务,征服了所有挑剔的观众。完全数字化的娱乐产品(如电子游戏与计算机游戏)正不断地续写辉煌,逼真的虚幻世界和绚丽的画面令无数人沉迷其中,计算机替代了电视,成为新时代的休闲品。

新时代的视觉表现是数字艺术,新时代的传播媒体是互联网,对于处在这个时代的人来讲,新时代就是数字化生活:信息(视觉的、声音的)的数字化、视觉表现(设计)的数字化、交流(媒介)的数字化,在整个信息生活中,数字解决了一切。

图 1-6,数字化生活——从信息角度看待数字时代的变革(见章后彩图)。







图 1-2 设计良好的视觉环境



王受之讲座:后现代主义之后(袁祥设计)。

- ▶ 上图:如果只是将内容在画面中摆出来,这等于没有设计。
- ▶ 中图:经过版面编排和色块处理后的画面,已经不错了,但是主题内容“后现代主义之后”缺乏深入的表达,画面仍感平淡,无法让观众准确体会到讲座的内容。
- ▶ 下图:最终的设计。无论文字、图形、色调都在努力服务于“后现代”的概念,观众当然愿意看到这样的视觉画面。

图 1-3 准确有效地传达信息



准确有效地传达信息:有趣的人物创意将何教授的形象和性格特征表达得惟妙惟肖,令人印象深刻;同时又突出了主题思想(袁祥设计)。



讲座主题是比较两地截然不同的设计风格和文化,设计者用巧妙的方式表现出这种对立(袁祥设计)。



图 1-4 视觉信息记录和传播的媒介形式



早期社会:

- ① 用兽骨记录文字的甲骨文。
- ② 用石头或墙壁记录文字图形的象形文字。
- ③ 用金属物记录符号文字图形的铁铜器。
- ④ 用竹子作为文字图形载体的竹筒。

商业社会:

- ① 以纸张印刷为媒介的书籍、报纸。
- ② 以摄影胶片为媒介的照片、电影。
- ③ 以电子媒介为记录和传播形式的录像视频。
- ④ 以数字方式记录和传播的网页、游戏。

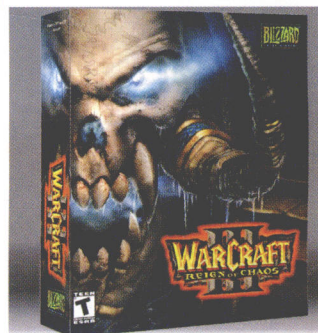
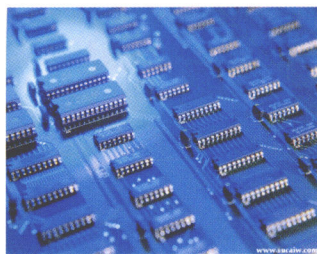
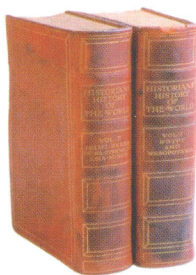
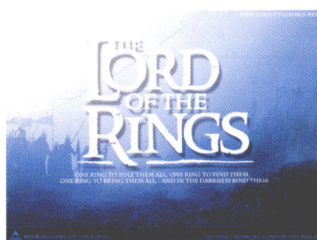
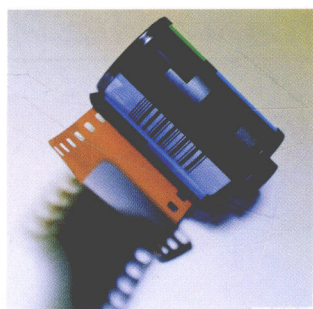




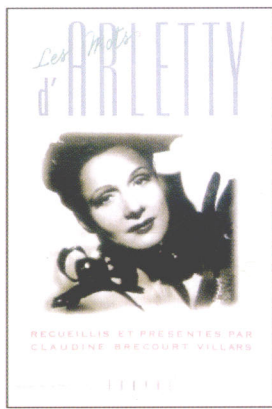
图 1-5 不断融合新技术、新方法和新的表现形式的视觉世界



▲① 1900 年的杂志封面: 文字 + 简单图形。



▲② 早期歌舞海报: 文字 + 绘画。



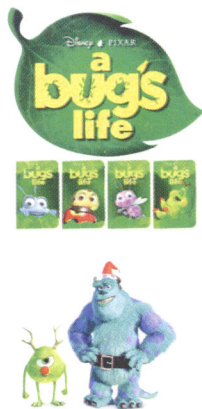
▲③ 文字 + 图片。



▲▼④ 动态影像和动画。



▲⑤ 现代平面设计: 文字 + 符号 + 图案 + 绘画或摄影。



◀⑥ 数字时代的视觉平面: Flash 动画、文字 + 符号 + 图案 + 绘画 + 图片 + 视频 + 动态视觉 + 数字艺术 (3D) + 声音 + 音乐。



◀⑦ 无所不在、无所不能的数字网络空间。万维网中包含了所有存在的视觉形式和多媒体形式。

▼⑧ 数字娱乐与虚拟空间。游戏、3D 空间、在线交流等等创造了崭新的信息交流与传播方式。





# 图 1-6 数字化生活——从信息角度看待数字时代的变革

① 还用写信吗？这里是一封图文并茂的电子贺卡。



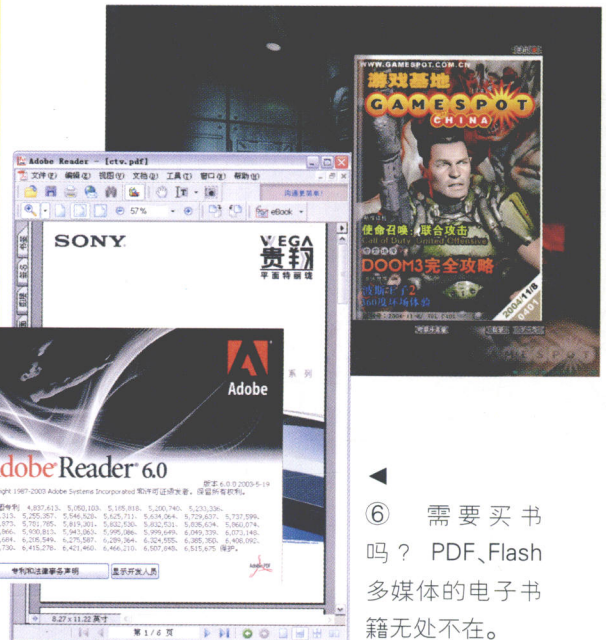
② 要去图书馆吗？万维网就是一个大的信息博物馆。



⑤ 需要查找旅游路线吗？这里有地图查询。



③ 需要打电话吗？我们有 QQ、MSN、Messenger 等即时聊天工具。



⑥ 需要买书吗？PDF、Flash 多媒体的电子书籍无处不在。



④ 要到商场去吗？这里有网上购物。



⑦ 需要听音乐、娱乐吗？这里有 Mp3、Flash 动画和游戏。

