

21 世纪素质教育系列教材

高等学校美育教材系列

视觉传达设计的历史与美学

李砚祖 主编
芦影 编著

 中国人民大学出版社

JJ01
L367

21世纪素质教育系列教材

高等学校美育教材系列

视觉传达设计的历史与美学

李砚祖 主编
芦影 编著



A0983313

 中国人民大学出版社

HAK08/07

图书在版编目 (CIP) 数据

视觉传达设计的历史与美学/李砚祖主编; 芦影编著
北京: 中国人民大学出版社, 2000
(高等学校美育教材系列)

ISBN 7-300-03063-7/G·565

I. 视…

II. ①李… ②芦…

III. 工艺美术 - 设计 - 高等学校 - 教材

IV. J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 53407 号

21 世纪素质教育系列教材

高等学校美育教材系列

视觉传达设计的历史与美学

李砚祖 主编

芦影 编著

出版发行: 中国人民大学出版社

(北京海淀路 157 号 邮编 100080)

发行部: 62514146 门市部: 62511369

总编室: 62511242 出版部: 62511239

E-mail: rendafx@public3.bta.net.cn

经 销: 新华书店

印 刷: 涿州市星河印刷厂

开本: 787×980 毫米 1/16 印张: 25 插页 5

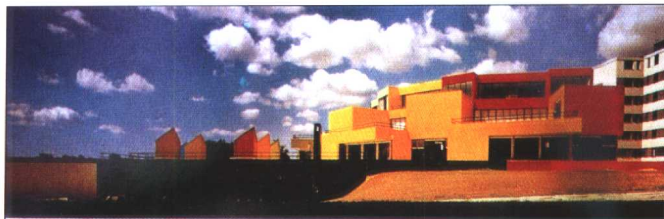
2000 年 1 月第 1 版 2000 年 1 月第 1 次印刷

字数: 428 000 印数: 1 - 8 000

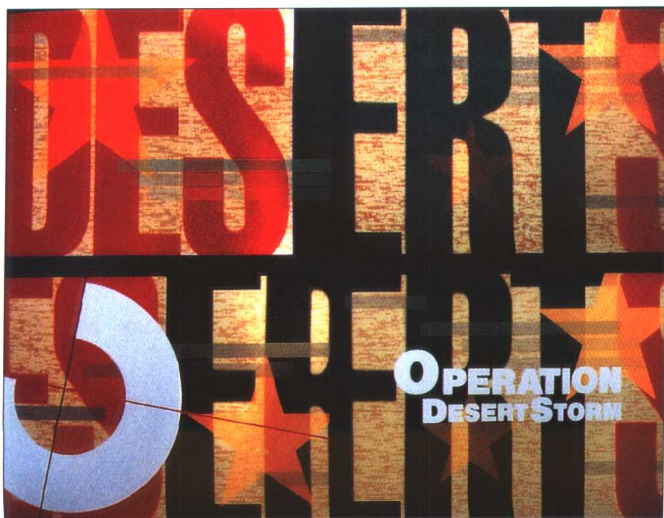
定价: 35.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

彩图2
Olivetti (奥利维蒂) 打字机广告
设计: Milton Glaser
(美国)



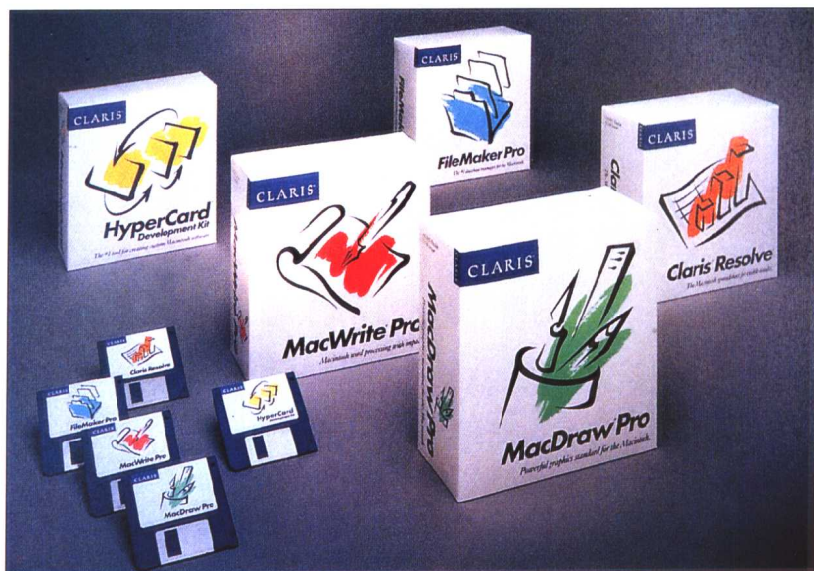
彩图1
“超平面风格”在环境设计中的表现，这是位于法国Cergy Pontoise 的一所学校
设计: Jean Philippe-Lenclos
(法国)



彩图3
电视“沙漠风暴计划”艺术与娱乐节目片尾(1992)
电脑设计: Judy Rosenfeld
(美国)

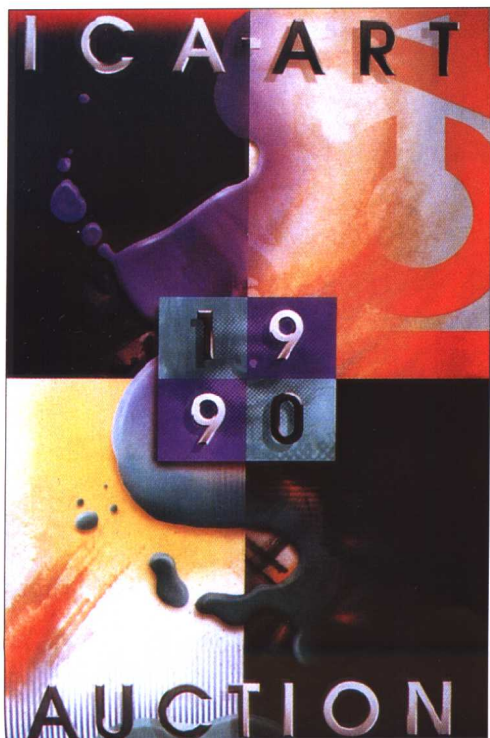
彩图4
电脑软件包装
(1990)

设计: Marty
Neumeier,
Christopher Chv,
Curtrs Wong
(美国)



彩图5
当代艺术目录(1990)

电脑设计: Paul Kroner, Marty Laphan
(美国)



彩图6
书籍形态(1990)

设计: Hideo Lchikawa
(日本)





彩图7
《共产党宣言》（1998年新版）
书籍设计：吴勇（中国）



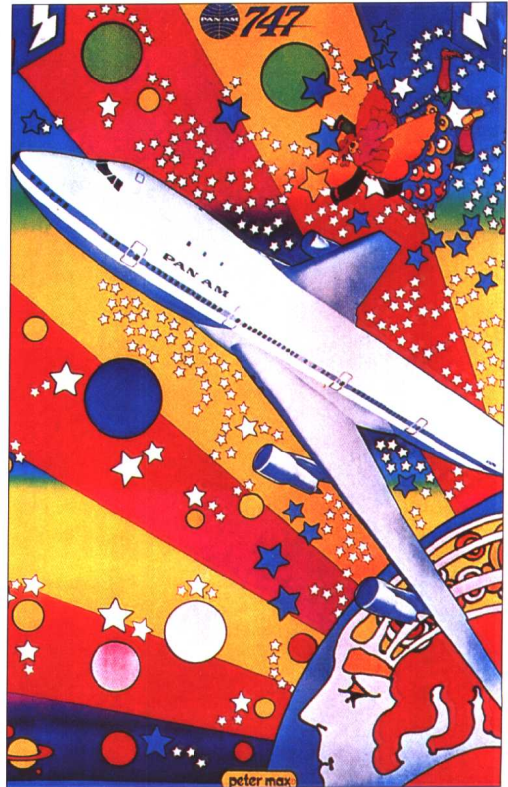
彩图8
霓虹灯广告
（拉斯维加斯，美国）



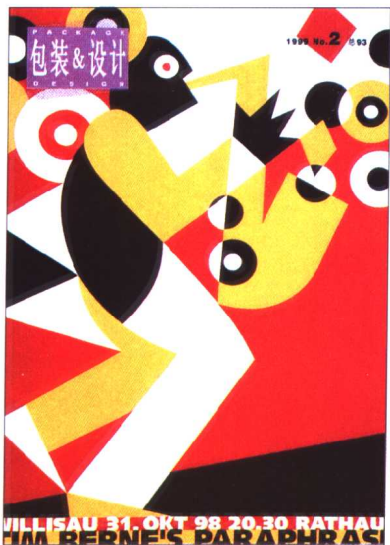
彩图9
有趣的店面，难忘的创意(1972)
设计：Echo Park
（洛杉矶）



彩图10
“超平面风格”某私宅室内装饰(1972)
设计: Charles W.Moore, Mary Ann Rummry
(美国)



彩图11
旅游招贴: “波音747”
设计: Peter Max
(美国)



彩图12

《包装与设计》杂志1999年第2期封面，选自瑞士“音乐”招贴。色彩强烈令画面似有“音乐”飘荡。(1998)



彩图13

公元10世纪用象牙雕刻的书籍封面，图中的圣乔治正在写经文，而3个抄写员正在复制手抄本。



彩图14
这是本克尔斯的伟大之作，是所有手抄本中最负盛名的一本，插图显示了《新经》福音书的首页（大约8世纪晚期）

彩图15
巧克力包装设计
(1910)
(美国)

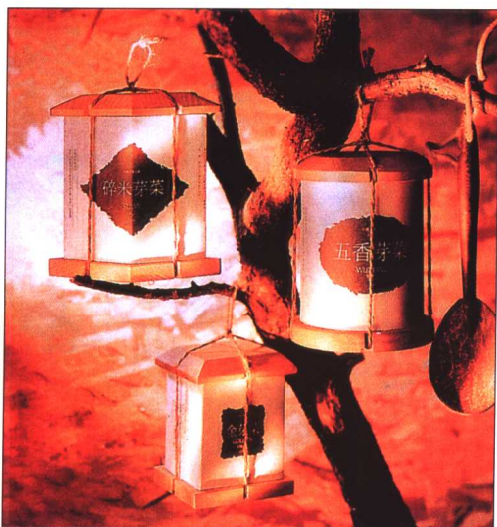




彩图16
俄国电影《五分钟》海报(1929)
设计: Anatoly Belsky
(俄国)



彩图17
日本设计师胜井三雄电脑设计的海报



彩图18
宜宾芽菜系列包装，获亚太区设计展铜奖、
“平面设计在中国”金奖。



彩图19
宣德贡糖包装设计，
洋溢着浓郁的民族特色
设计：郑志浩
(中国)



彩图20
标志精粹

一个人还是一个民族乃至一个国家的国民，其审美意识的强弱和审美水平的高低，不仅决定着其精神文明的水准，而且决定着其物质文明建设的水平；而国民审美意识的强弱和审美水平的高低，又决定于美育在国民教育中的地位与实施水平。

中国是一个富有美育传统的文明古国，在她发展的每个历史时期，美育都以其与社会发展相适应的内容及方法、途径，积极参与着人才培养与文明创造。但是，在新中国的教育史上，审美教育经历了一波三折。建国之初，国家对教育方针的提法是“德智体美”四育平衡发展，后来因为众所周知的原因，美育被砍掉了。然而，“野火烧不尽，春风吹又生”，至80年代又掀起了“美育热”。这次美育热潮是在我国实行改革开放后，社会主义现代化建设全面大发展、科教兴国战略付诸实施的背景下掀起的，带有很大的自发性，且具有空前的广泛性，它既反映了两个文明建设对提高国民审美素养的迫切要求，也反映着美的观念的多元并立，它像科技热一样引起了社会各方面的关注。

在这场美育热潮中，审美教育实施方式的丰富多彩，理论探讨的自觉程度和广泛深入程度，应该说都是空前的。人们都已看到，研究各种审美文化对社会发展的影响，阐发审美教育对提高国民素质的多重意义，探讨现代审美教育的不同层次以及新手段、新途径等等的论著不断问世；第七、八两个五年计划中，审美教育问题都被列入了社科研究的国家级重点项目；负责教育工作的国家领导人不断发表加强审美教育的指示；国家教委已将高等学校的美育作为综合文化素质教育的内容纳入了文科教学内容和课程体系改革的范畴，鼓励高校试编美育教材、试开美育选修课、开展丰富多彩的美育活动，直至国家以方针政策形式将美育在国民教育中的地位重新明确起来——贯彻“德、智、体、美”全面发展的教育方针……这一切都反映着社会各方面对迅速提高各种建设人才审美素养的迫切要求，也反映着现代人对美育的高度自觉。

对美育的意义及其在国民教育中地位的认识水平，无疑是正确有效地实施美育的最重要前提；然而，美育实施的内容与手段也必定制约着美育实施的水平与结果。为适应高等学校开设美育选修课以及广大建设者提高审美素养的需要，我社与各方面专家学者精诚合作推出了这一“高等学校美育教材系列”。

这套美育教材以其广博而深刻的思想内容和生动活泼的教育形式，体现着对当代美育的如下观点：

一、美育是传播美的知识，并用美的事物陶冶人的心灵的教育，它的意义在于完善人的知识结构，培养人的爱美情感和审美鉴赏能

力，以及追求美的精神和按照美的规律进行创造的自觉，从而提升人的精神，提高人的生活质量；美育绝对不仅仅是德育和政治思想教育的辅助手段，它同德育、智育、体育等一样都是完全教育不可或缺的重要组成部分。美育的上述目的意义，不是通过思辨美学的讲授和偏执的、单纯的艺术欣赏所能实现的，它必须将人类审美创造的历史知识、美学理论知识和具体生动、丰富多彩的审美鉴赏活动结合起来一炉共冶。

二、美育的内容和方法、途径，必须同当代关于美的观念以及审美创造水准相适应。我们必须看到，在现代文明建设中，人们关于美的观念已经从书斋、画室和各种艺术殿堂扩展到了机关、工厂、校园、街道、庭院、居室乃至城市规划建设、田园山川的规划美化，总之扩展到了每一件精神产品和物质产品身上。从某种意义来讲，现代物质产品的生产、社会环境和个人生活环境的营造均以满足人的审美需求程度来定优劣，这便是人们在解决了安全、温饱问题之后，于提高生活质量方面表现出的对美的饥渴。同时，有越来越多的科学发现向我们显示了微观世界和宏观世界真美合一的极境，在现代科学研究中，又往往是美引导人去追求、发现真理，实践进一步证明了马克思的论断：人类是“用不同的方式掌握世界”的。面对这样的时代，审美教育必须突破传统美育的历史局限，自觉更新观念，在重视其审美陶冶作用的同时，还必须自觉地传播与现代文明建设水准相应的美的知识，并把审美作为人类“掌握世界”的一种重要方式来对待其教育与训练的问题，从而使现代美育从内容到手段，都与现代文明水准相适应。

三、审美教育既有它的普遍性，又有它的层次性。那种认为“只有对中小学生才能实施美育”，而在高等教育和成人教育中“不宜”或“不必”实施美育，或认为高等学校进行审美教育“只是文学艺术专业的事”，对非文学艺术专业的人来讲“无必要”等等的认识，都是错误的。因为，第一，审美作为人类“掌握世界”的一种方式，任何文明人的生活与劳动创造都需要美的知识和审美素养，只不过是艺术专业人才在审美创造方面应该有更高的修养和更深的造诣罢了；第二，人的审美素养的提高是无止境的，它同科学素养、道德素养、健康素质等的提高过程一样，也有不同的阶段、不同的层次、不同的水平。也就是说，无论什么年龄、什么文化层次、从事什么工作的人，其审美素养都应该同他的其他方面素养的提高全面协调地发展，只有这样，才能避免建设人才发展的畸形。正因为美育需要伴随教育的一切过程和形形色色人的综合文化素质提高，所以它必然是分成不同层次的。

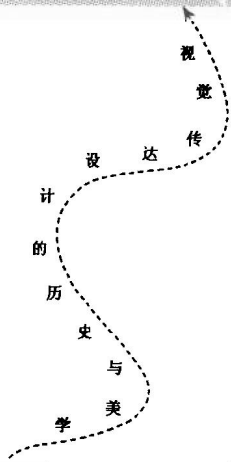
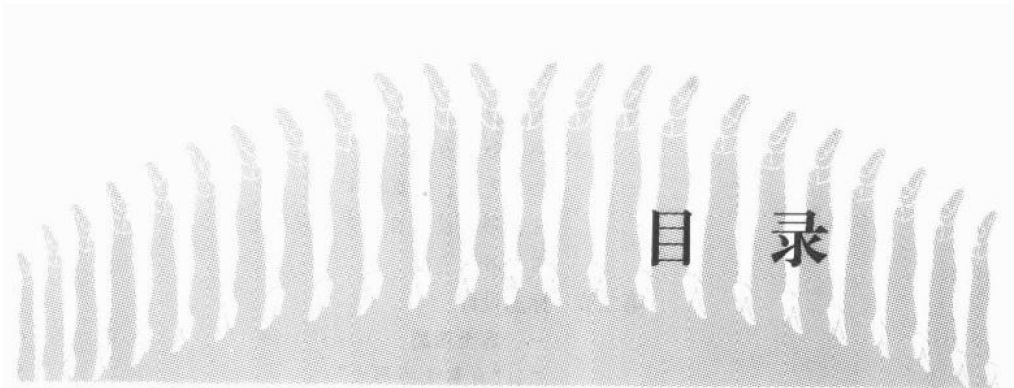
该套美育教材以适应高等学校美育教学和广大读者提高审美素养的需要为宗旨，特请有关方面专家将人类在各个领域审美创造的发展历程和重要成果，比较概括比较系统地介绍给读者，并对其中典型作品的审美鉴赏给予科学的指导，从而帮助这个文化层次的广大读者摆脱狭隘的审美经验和偏执的审美观念、审美情趣，自觉地用人类创造的的美的知识来丰富自己的头脑，在对人类创造的丰富多彩的美的鉴赏中接受美的陶冶，提高审美能力，深入理解美的本质，掌握美的规律，不断调节、改造自己的审美观念，完善、健全自己的知识结构和提升自己的精神境界，以便更自觉更有效地按照美的规律生活与进行劳动创造，使自己的生活与创造在真、善、美的各方面均达到现代文明水准。

四、编写出版高等学校美育教材是一项开创性的工作，它必然要经历一个从无到有、从有到成熟、完善的过程。目前将教材设计成这样一个系列，主要是适应当前高等教育中开设美育选修课的需要，同时兼顾社会上同一文化层次的人通过自学提高审美素养之用；选修美育（有的称“艺术教育”）的学分已有所规定（以后也可能修改），而每个人对选修内容的确定，主要有两个出发点：一是自己的爱好，二是有利于专业学习的加强和知识结构的完善。譬如人文社会科学各专业的选人选纯艺术的居多；选纯艺术的人中又有的喜欢音乐，有的喜欢美术，有的喜欢舞蹈……而理工科或工商管理专业的有些人就希望选工艺美术方面的产品艺术、装潢艺术、环境艺术等。

五、该套教材在以图书形式出版的同时，还配以相应的音像制品，以满足审美教育教学方式多样化的需要。

基于对当代美育意义、特点和目前高等教育中审美教育状况的上述认识，又考虑艺术教育是审美教育的重要途径和中心环节，以及目前高等学校开设美育选修课的情况，我们暂定每门艺术编一种教材，以供读者选修；而每一本教材都要做到史论结合，同时，要有适量的具体生动的作品分析与审美鉴赏内容，从而帮助读者了解该门艺术在人类文化史上的地位与意义，掌握该门艺术同其他艺术的区别与联系，进而从理论与实践的结合上，真正把握一门艺术的审美特质，并理解该门艺术中若干名作的审美价值。在此基础上，使读者更深入地理解美的本质，掌握美的规律，提高审美鉴赏能力。

目前，编写出版该类教材尚在初级阶段，我们这套教材，定存在很多待完善、待改进之处，望有关专家学者和广大读者多提宝贵意见。



1 章	视觉与传达	1
	第一节 概念之分	1
	第二节 “平面”之解	4
	一、“平面”在现实空间中	4
	二、“平面”之解	6
	三、“平面”在时间流变中	10
	第三节 视觉媒介	18
	一、大众传播	19
	二、视觉方式：眼睛与图像	21
	三、传达的载体	24
	四、平面的意念与形式	25
	第四节 为传达而设计	27
	一、绳子的故事	28
	二、信息的释放	29
	三、情感的传递	31
	四、对话与交流	32

2 章	范畴与理论	35
	第一节 文字设计	35
	一、心画为文	35
	二、文者，物象之本	37
	三、形美以悦目，意美以感心	39
	四、书法表现	46
	第二节 标志设计	48
	一、远至图腾	48
	二、“有意味的形式”	50
	三、图形·寓意·象征·符号	55
	四、商标危机与品牌策略	58
	第三节 广告设计	60
	一、广而告之：分类及特点	60
	二、创意与视觉强度	73
	三、信息符号与形象文化	79
	第四节 包装设计	85
	一、日常的美学	85
	二、商品美的时代观念	90
	三、情感设计	94
	四、民族风格与传统	98
	第五节 书籍设计	101
	一、书籍装帧的文化特性	101
	二、装帧的整体艺术	104
	第六节 CI 设计	114
	一、何谓 CI	115
	二、品牌个性与形象力	123
	三、中国的 CI 革命	127
3 章	图形与语言	131
	第一节 视觉语言	131
	一、语言之维	131
	二、视觉沟通	133
	三、现实的依据	135
	四、语言化视觉传达	137
	第二节 文稿之美	139
	一、文稿传达	139
	二、文字的信息内涵	141
	三、语义的情感诉求	143