

高等院校「十五」艺术设计专业精品课程系列教材

# Con- nst- itu- tion Design

构成设计

(第2版)

王安霞 主编

武汉理工大学出版社



高等院校“十二五”艺术设计专业精品课程系列教材

# 构成设计

主 编 王安霞

副主编 张 焘

(第2版)

武汉理工大学出版社

参 编 朱 华 方 如 史一飞



图书在版编目 (CIP) 数据

构成设计 / 王安霞主编. —2 版. —武汉: 武汉理工大学出版社, 2014. 7

ISBN 978-7-5629-4680-9

I. ①构… II. ①王… III. ①造型设计—高等学校—教材 IV. ①J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 166451 号

项目负责人: 杨 涛

责任编辑: 杨 涛

责任校对: 陈 平

装帧设计: 杨 涛

出版发行: 武汉理工大学出版社

社 址: 武汉市洪山区珞狮路 122 号

邮 编: 430070

网 址: <http://www.techbook.com.cn>

经 销: 各地新华书店

印 刷: 武汉市至和彩印包装广告有限公司

开 本: 880×1230 1/16

印 张: 9.5

字 数: 342 千字

版 次: 2014 年 7 月第 2 版

印 次: 2014 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1—3000 册

定 价: 53.00 元



凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题, 请向出版社发行部调换。

本社购书热线电话: 027-87515778 87515848 87785758 87165708 (传真)

· 版权所有 盗版必究 ·

高等院校“十二五”艺术设计专业精品课程系列教材

编审委员会名单

主任委员：杨永善 国务院学位委员会艺术学科评议委员会委员  
中国教育学会美术教育专业委员会主任  
教育部艺术教育委员会常务委员  
清华大学美术学院教授、博士生导师  
鲁晓波 教育部工业设计教学指导分委员会副主任  
中国美术家协会工业设计艺委会副主任  
田 高 武汉理工大学教授

副主任委员：(以姓氏笔画为序)  
丁肇成（中国台湾） 杨学忠 夏万爽

秘书长兼  
总责任编辑：杨 涛 武汉理工大学出版社副编审

委 员：(以姓氏笔画为序)

|     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 丁 晓 | 邓 嵘 | 邓后平 | 王珏殷 | 王梦林 | 史瑞英 |
| 刘 博 | 刘 辉 | 江 锐 | 刘小林 | 刘亚莉 | 朱国栋 |
| 刘锦玉 | 李 蕾 | 邱 红 | 邹 欣 | 陈 峰 | 张 健 |
| 杨 翼 | 余庆军 | 李学勇 | 张岩鑫 | 张朝晖 | 杨鲁新 |
| 金 波 | 周 燕 | 易西多 | 饶 鉴 | 赵记同 | 曹 琳 |
| 舒湘鄂 | 熊承霞 | 蔡新元 | 薛 勇 | 魏惠筠 |     |

# 目录

|                  |     |
|------------------|-----|
| 1 构成与设计          | 1   |
| 1.1 初识设计与构成      | 1   |
| 1.2 构成设计的教学目的和内容 | 9   |
| 1.3 构成设计的创造思维    | 9   |
| 1.4 从构思到创作       | 12  |
| 2 二维构成设计         | 16  |
| 2.1 何谓二维构成设计     | 16  |
| 2.2 二维化的空间表现     | 23  |
| 2.3 二维构成设计的法则    | 25  |
| 3 三维构成设计         | 41  |
| 3.1 何谓三维构成设计     | 41  |
| 3.2 三维构成与空间      | 43  |
| 3.3 二维化三维空间构成    | 45  |
| 3.4 三维空间         | 48  |
| 3.5 三维构成的法则与心理特征 | 51  |
| 3.6 多维空间构成设计     | 60  |
| 4 色彩构成设计         | 67  |
| 4.1 开启色彩构成设计之门   | 67  |
| 4.2 色彩构成的基本原理    | 71  |
| 4.3 色彩构成的法则      | 73  |
| 4.4 色彩构成的知觉效果    | 80  |
| 4.5 色彩构成的语言与情感   | 84  |
| 5 综合构成设计         | 98  |
| 5.1 材料构成         | 98  |
| 5.2 光构成          | 115 |
| 5.3 动态构成         | 120 |
| 5.4 多媒体特效构成      | 122 |
| 6 构成设计与艺术设计      | 129 |
| 6.1 构成设计与工业设计    | 129 |
| 6.2 构成设计与视觉传达设计  | 133 |
| 6.3 构成设计与服装设计    | 139 |
| 6.4 构成设计与展示设计    | 139 |
| 6.5 构成设计与环境艺术设计  | 140 |
| 6.6 构成设计与多媒体设计   | 144 |
| 后记               | 146 |
| 作者简介             | 147 |
| 参考文献             | 148 |

# 1 构成与设计

## 1.1 初识设计与构成

现代量子力学研究证明,“任何物质都是由基本元素构成的”。当然设计也是如此。设计从材料到色彩、从形态到空间环境,是由各种基本元素构建而成的。设计是随着时代的变迁不断发展变化的。

构成是为设计服务的。设计作为创造性活动,将设计者的愿望转化为具体的作品,向人们传达信息,以满足生活、消费等方面的各种要求。我们可以利用构成,表现和实现设计的目的,正确理解设计的意义。

### 1.1.1 何谓设计

“设计”一词中,“设”与“计”作为一个固定词组是现代汉语才有的。在古汉语中有“设”与“计”两字不连用。“设”在古代汉语中多用作动词,有“陈列”、“安排”、“建立”、“假设”等含义。“计”在古代汉语中含义较多,作名词时有计谋等意思;作动词时则有“计算”、“计划”、“考核”等意思。因此,“设计”(design)在现代汉语词典里是一个组合词,有筹划、计划、设想、设置、计算、计谋、绘图等释义,其意思就是指对要开展的事情进行设想、计划、规划,是设计师为了解决一个问题而进行的创造性的活动。(图1-1-01)

随着“设计”一词的广泛使用和含义的扩大,其语

义界限与人们习惯之间的矛盾显现出来。1973年商务印书馆出版的《现代汉语辞典》对“设计”一词的解释为:“在正式做某项工作之前,根据一定的要求,预先制定方法、图样等。”此外,从社会的角度来看,设计还是个人和组织、个人和事物、个人和环境之间的润滑剂,起着连接和交流的作用,如我们经常看到的汽车、家具、衣服、广告、商品包装设计以及室内装修设计等。看看我们的周围,可以说设计在人们生活、工作中无处不在。它存在于我们社会生活的各个层面,与每个人的生活息息相关。同时,设计使人们的生活变得更便利、更美好。

人们对美的追求是与生俱来的,我们需要美的生活、美的产品、美的环境、美的设计。如果从未考虑过这些内在的需求,人类是不会进化到现在这个程度的,可以说美提高了我们生活的质量。同时,美也受到文化的影响,不同民族对美的认识也不相同。人类从早期开始,就一直在装饰着自己,美化着环境。事实也证明设计改变了我们的生存环境,让我们的生活变得更加丰富多彩。(图1-1-02)

### 1.1.2 设计的分类

设计的范围之广,内容之多是不言而喻的。作为设计者了解他们之间的区别与分类,对于我们今后的学习尤为重要,而且不同的设计有着不同的功用。

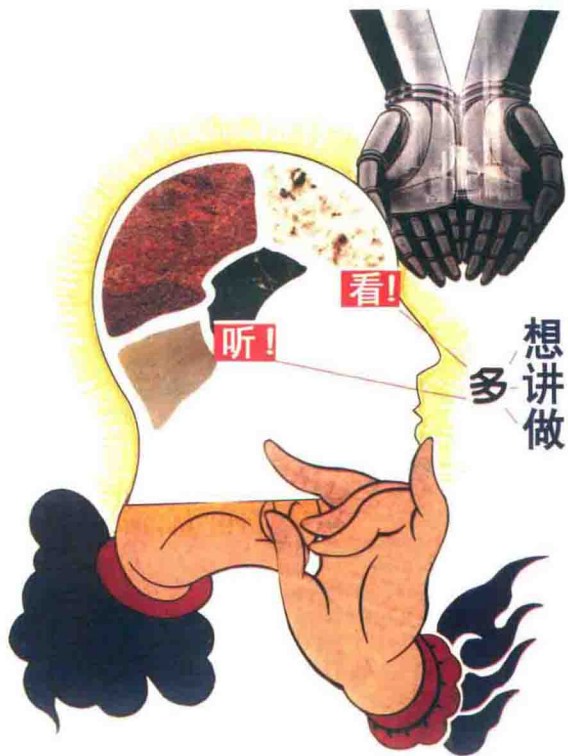


图1-1-01



图1-1-02



一般将设计分为以下四类：

第一类，日常生活用品设计，可称为功能性设计（即产品设计），如灯具、家具、电子产品、服装以及交通工具等。这类设计尽管一直在不断变化，但我们仍然很容易就辨认出来，它们是在我们每一天的工作、学习、生活中都会触摸和用到的。（图1-1-03~图1-1-05）

第二类，通常称之为视觉传达设计（即平面设计），也属于功能性设计。这类设计主要的功能是传达商品信息和保护、宣传商品。如招贴、广告设计（图1-1-06）、包装设计（图1-1-07）等。

第三类，属于功能性设计的范畴（即环境设计）。这类设计的对象是人们生活居住、工作学习的环境，如建筑设计（图1-1-08）、室内设计（图1-1-09）、景观规划设计等。环境设计往往受到自然环境和使用功能的影响。

第四类，属于非功能性设计的装饰设计，这类设计包括的范围比较广，如绘画（图1-1-10）、雕塑（图1-1-11）、手工艺品（图1-1-12）、摄影作品等（图1-1-13）。这些设计满足的是我们情感或美学方面的需要，并不是我们生活的必需品。



图1-1-03



图1-1-04



图1-1-05



图1-1-06



图1-1-07



图1-1-08



图1-1-09



图1-1-11



图1-1-10



图1-1-12



图1-1-13



### 1.1.3 设计师与艺术家

自人类诞生之日起,人们就在不断地完善自己的生存环境,并在不断地设计着自己的生活。日常生活中,我们每天都在设计自己。例如,我们往往根据要做的事情和场合决定穿什么样的服装,根据颜色和式样挑选适合我们的服装。我们的衣着取决于所选择的功能和它是否使我们看起来和环境相协调,能否很好地表现自己。我们为了努力地展示自己,甚至会考虑到发型和化妆,使之和我们的身材、五官最为搭配。作为一个人的“包装”、一个整体,应该说我们是综合了服装、发型、化妆、色彩等诸多元素的设计者和执行者。

无论是艺术家还是设计师,他们都要具备一定的基础知识和技能。基础是优秀创造的基本保证,是事物发展的根本起点,也是设计构思的原点。这里的基础具体表现为人的气质、精神、观念、意识、修养及基本知识和技能。所以,为了要弄清楚作为设计师的独特基础,就需要比较艺术家和设计师所具备的不同素质。艺术家的责任是给人们带来精神上的满足,给人以美的享受和愉悦的心境,同时,鼓励人们积极向上。设计师的责任是创造美好生活,陶冶人的情操,强调健康美好的形式,并使艺术性与实用性统一在设计之中。虽然艺术家和设计师都要创造美的形态,但艺术家更多是依靠形象思维进行创造,而设计师更多的是依靠逻辑思维与形象思维相结合进行设计。艺术家的美感可以是个性的、特殊的,而设计师的美感却必须是共性的、普遍的,否则,设计将因不被人们接受而不能成立。所以,设计师要在研究所有形态的本质美的同时,又要研究形态的使用功能。如电视不仅是一个家庭的陈设品,更主要的是人们获取新信息、享受新视听和娱乐休闲的重要产品。

设计师当然希望给更多的人带来快乐、幸福、愉快和美的享受,不仅体现自己的能力价值所在,而且可以提高收入。如果设计的作品仅仅让自己满意,却无法让他人分享快乐,那么这个作品作为设计本身的价值也就荡然无存,没有任何意义。有的设计者认为,“别人不理解我的作品没什么关系,怎么理解是他人的自由”。这种想法是绝对不可取的,也是设计的大忌。设计和艺术虽然有许多相通之处,但实际上它们有根本的区别。艺术创作可以不管别人的评论,而独立存在,只要创作者自己理解了,就可以称其为艺术。凡·高一生中虽然没有卖出一幅作品,但这并不能否定他的作品充满艺术性。设计则不同,如果你的设计不能被众人理解和接受,那么就可以断定它不具备价值。无论是广告设计、商品包装设计、工业产品设计,还是建筑设计,他们都是为人所用、为人服务的。设计首先是面向大众的,为企业创造价值和财富的,因此,设计必须进行大批量生产,如果生产条件不充分或是因其他原因不能将设计实施,则只能称其为“绘画设计”。正如著名建筑大师路易斯·萨利文说的“形式总是跟随着功能”,即是最好的设计方案是与基本需求紧密结合的。如冰箱设计,无论在形式上、功能上怎么变化,它的基本

功能就是冷藏食品,使食物能够长时间保持新鲜而不会变质,给人们的生活带来更多的方便。所以设计师实际就是为了解决一个问题而进行创造性活动的执行者,因此,提高和激发设计师的创新能力是非常重要的。

### 1.1.4 设计与视觉语言

科学研究证明,人的视觉资讯最广泛,人类感知83%的外界事物就是靠眼睛,大脑将眼睛感知的视觉图像进行识别,转换成新的符号形象。

对于视觉语言的研究早已流行于设计与自然科学领域。“视觉语言”一词自包豪斯年代已开始在设计学院及美术界使用。G.凯佩斯在他的《视觉语言》一书的序文中指出:“视觉语言统一了人类及人类的智慧……视觉语言可以经由其他的传播媒体而有效地传播知识。视觉传达是普遍性的,也是国际性的,即使是没有学问的人也能接受……它具有动态性形容的感觉性活力,有助于静态性的语言思考。”他叙述了现代视觉传达媒体的本质性语法,并对现代视觉原理、视觉元素及其组合规律进行了系统的研究,结合科学用造型艺术分析画面的构成。

设计实际是一个有目的性的视觉创造计划,是一种有目的性的审美创造活动,是科学、经济和艺术有机统一的创造性的活动。那么,掌握视觉化图形语言生成和创造的规律,将有助于我们创作出更好的设计作品。视觉语言的创造是在已知需求的基础上来确定形态,并且这种形态不仅要超越实用功能而且还要达到视知觉和视觉心理的满足。

视觉在传递信息的同时使人产生感性和理性的认识。感性的认识是由感官直接感受到的,关于事物的现象、事物的外部联系、事物的各个方面的认识。理性认识以抽象性、间接性、普通性为特征,以事物的本质规律为物件和内容。

理性认识包括三种形式:

第一,概念。概念是反映事物本质属性的思维形式,是构成科学体系核心的逻辑要素。

第二,判断。判断是反映事物关系的思维形式,是对事物的状况和性质有所判定的思维形式。

第三,推理。推理是由已知的合乎规律推出未知的思维形式,是通过对某些判断的分析和综合再引出新的判断的过程。

可以这样说,一切“造型”都来自于世界给予人的感受和启示,而人的视觉感受的立场、方法又决定了造型的结果。

视觉设计语言的目的是互通信息。因此,从最广的意义上来说,一幅通过设计而创作出来的画面,就是其语言的文字。文字仅仅是传达信息的手段,而不是信息本身,要获得表现力,它们必须按照一定的语法结构组合成词语或句子。为了使视觉语言更准确地传达信息,必须先了解各设计因素的潜在含义。人们对于视觉形态也有一种自然归纳为语义的习惯。因此,人类在设计语言上,与处理文学语言的能力一样,有基本的“视觉直觉系统”。设计师正是利用人们的这一习惯,运用设计符号——“词





图 1-1-14

汇”的重新组合，从而获得有崭新创意的“语句”。如图 1-1-14 所示，这幅冈特·兰勃的音乐招贴，通过作为“构成词汇”的“音乐符号”和“人物的夸张口形”这两种不同形态的符号的巧妙组合，传达出音乐的魅力主题。而某些图像对普通人来说没有特别的意义，也产生不出强烈的兴趣，但对于设计师来说，却可能触发灵感，把它运用于设计中，创造新的意念和语言。

我们可以让房子、树木说话；一个手势、脸上掠过的表情、坐在灯光下的一个人、一个视点、一个视角、运动的感觉、静止不动的画面等都会说话。所有这些视觉化形象语言的素材。视觉语言像其他语言一样，有一套自己的语汇，有语法结构和风格，并像所有别的语言（动作语言、实体语言、影视语言）一样，在不断地演变。视觉化的语言发展到今天，已经是相当丰富了。设计师现时要做的不是如何创造新的语法结构，而是进行新的思想和观念的探讨。自包豪斯设计学校开设基础训练以来，视觉化语言的语法结构几乎没有多大的改变，然而这期间所出现的创意性的设计形象，却是由于社会经济的发展，人们的思想和观念发生了变化的结果。

那么究竟怎样将形象具体化呢？有一种被称为“视觉语言化”的简单方法。下面以表现“高兴的欢跳”为主题作为例子来说明。首先考虑一下那是一种怎样的状态。用状态性语言来描述，例如笑脸、兴奋、欢蹦乱跳、开放性的、出声、夸张的动作、脸红等。然后，将这些状态性语言翻译成视觉性语言，比如明亮的、韵律感的、跃动的，等等。状态语言中表现笑脸、红脸的词汇，如果转换

成视觉语言就成了明亮的颜色，如黄色或红色等。表现动作的，例如欢蹦乱跳、夸张动作等状态语言，转换成视觉语言就是跃动的造型、开放的造型、动感的造型、圆润的造型等。而表示兴奋、出声之类的状态语言，可以通过重复类似的、韵律感的造型来表现。设计实际上就是将抽象的、不确切的形象和想象的理念通过视觉的表达形式表现出来，将模糊的形象转化为具体的形象。

### 1.1.5 设计与构成

设计（design）从广义上来说就是对要开展的事情进行设想、计划、规划，是为解决我们现实生活和梦想而进行的创造性活动。可以说现代的人们对客观环境的认识已经进入了理性的时代。设计离不开形态，而形态又以物质的形式而存在。自然也是由形态元素（形态、色彩、肌理）构成的。构成的空间形态首先是让人看到的、感觉到的，而感觉到的、看到的是眼睛接受刺激物的刺激后产生的相应的知觉、视觉和心理变化。因此，造型艺术与造型技术的有机结合就是形态构成。所以，构成是研究所有形态（包括具象形态与抽象形态）的创造规律。也就是说，设计是由各种基本元素组织而成，“构成”是为了解决造型问题而使用或安排各种设计元素的方式。构成是包含在设计之内的，设计与构成可以说在我们的生活中无处不在。我们经常会说某物设计得很好，尤其在它功能良好的时候，我们能够理解并意识到设计的优越性。

组成设计的成分已经存在于我们认识的几乎每一样东西中，无论它是人工造就，还是天然而成，在设计中将些成分称之为元素：形态、肌理、明度、色彩。然而是谁规定这些特别的东西，并明确设计的基本元素呢？分析各种各样的形式，建立今天的设计理论基础的荣誉首先应该归功于包豪斯。包豪斯是建筑大师沃尔特·格罗比乌斯于 1919 年在德国魏玛创建的一所工艺美术学院。他召集了一群经过多种技术培训的工匠和著名的艺术家共同进行学校的建设，并担任“魏玛国立包豪斯”第一任校长。这所充满创新精神的学校，也是最具影响力的学校之一。该校的主要目的是把艺术同工业结合起来。工艺美术学院在这所学校尤为重要，但是美与功能也同样重要，在构建这种联系时，某些标准出现了，所有的艺术都体现了这些标准，以至于它们已经变成了设计者的视觉词汇。

如果我们细心地观察一下周围的环境，会发现大自然本身就是根据自己的自然属性所构成的，它展现给我们的是超越人类想象的和无法预计的美。人类虽然是大自然的一部分，但是，在自我意识的支配和生存的需求下，人类发明了各种工具，开辟了适合居住的沃土，并渐渐过上了不完全依赖自然的生活。从整个自然的发展历史来看，这或许是微不足道的，但对人类来说却是至关重要的，因为人类的文明正是从这里起步，人类的文化从这里走向发达。从构成发生的观点来看，这些都是以构成为出发点。构成就是有意识地排列某种物品（因为某种目的而对一定的材料进行组合）。因此，每个平面、立体、空间等分别都有一定的构成，而用来组合的材料称为构成元素。



今天我们所说的设计与构成必须满足以下三个条件:

第一,构成行为必定带有某种目的性。

第二,必须有构成元素。

第三,要有一定的构成技术。

所谓的目的是代表构成行为的意志性。以上三个条件缺一不可。如果按照一定的计划进行构成,每种构成行为都是设计。如图1-1-15所示,这个电话机设计就是将构成的元素有机地结合在设计理念与目的之中,并且通过一定的技术处理,使其成为一个新的形式。

### 1.1.6 形态与设计

#### (1) 形态的概念

“形态”早期的概念指由绘、写、刻、印等手段产生的符号,是具有说明性的图画形象,以区别于文字、语言、词语的视觉形式,并便于借助各种方法进行大量复制。这实际上是“形态”狭义上的解释。而从广义上讲,形态是所有能够利用来产生视觉图像并转为信息传达的视觉符号。任何一个物象形态本身都有自己的外形体积、内部结构、色彩、材质以及肌理等要素,而这些要素在同类事物中就有着基本统一与相似。如图1-1-16所示的自然中的贝壳、海螺都有自己的外表形态、内部结构以及色彩、质感、肌理,形成了独特的造型特征,而这些线条、色彩、肌理等元素就构成了和谐漂亮的形态。

在形态的视觉传达设计里,人们是靠视觉来接受信息和观念的。如果是人的视觉经验中缺乏体验的形态,往往被认为是抽象的形态,只能依靠视知觉的联想来了解所传达的信息。而具象形态哪怕只是抽象构成元素的初步表现,也能让人一目了然地了解其含义。这时,抽象和具象的概念已变得模糊起来。更确切地说,这是一种相对意义上的具象和抽象。

#### (2) 形态的种类

我们常常把“事物”形态大致分为自然形态与人工形态两大领域。

##### ① 自然形态

自然形态是指大自然中所产生的一切可视或可触的形态,它包括了花、草、树木、石、水、鱼、鸟、虫等以及人在内的自然物质世界。事实上,视觉艺术和设计艺术的实践充分表明,自然物象与自然景观无疑是创造性设计活动的不竭的源泉之一,是激发创造灵感的动机之一,是获得创造动力的启示之一,是形成设计的艺术风格、语言形式的文本之一。同时,设计创造中的自然又以多种超越自然的方式呈现,使意象与形式更为纯粹与多样。如图1-1-17中海螺在以对数螺旋为主旋律的基础上发生变奏,它简洁有力地揭示了自然界中海螺形态的多样性;海螺在生长过程中都会发生形态变化,这种形态上的变化可以“准确”地按照对数螺旋模型给予我们更多的启示,比如建筑中的旋转楼梯、宝塔等。

##### ② 人工形态

人工形态则被认为是人类在发展自己的活动过程中,有意识地造物和造型所产生的物化成果。人类制造的第一件旧石器已有了“人造”的因素,但这制造主要是利用石块的碰撞、摔砸,在产生的各种形状的石片、石块中选择

有用的工具。而石片或石块一旦被选择作为工具,就会被保存起来多次使用。这样的造物行为,严格地说还不具备“预先设想”的性质。但碰撞、摔砸、选择又是动物所不具备的,这大概就是人类最早的造物行为。由于人类的生存需要,我们今天又创造了各种各样的工艺品、广告、绘画、服饰、产品及建筑等,使人为形态含有合理的、机能的功效。

以上两类形态均是设计者需要研究的对象。自然形态的丰富与美好,可以激发设计的美感和想象;人工形态的理性化,不仅具有使用功能,同时还给我们新的视觉感受。因此,作为设计基础的训练内容之一,以自然为认识与解读对象,学习者可以借此获得形式分析的方法,培养对自然形态的敏锐的观察能力、感悟能力,训练对形式分析和提炼方法的掌握,并开始过渡到设计意识与方式的显现。

#### (3) 具象与抽象

我们这里所说的具象形态是指在视觉经验的基础上,对自然物象忠实地再现,即通常所说的“看得懂”的图形。从艺术研究这方面来说,具象形态指的是未经过提炼加工的原形,即自然形态。但凡是从自然状态提炼、变化出来的形象或形态,不管是看得懂的还是看不懂的都是抽象的,只是抽象的程度不同而已。图1-1-18所示的毕加索的《牛》由具象到抽象的演变过程就证明了这一点。抽象形态是指从自然物象中抽取、提炼出其本质属性,形成脱离自然痕迹的形态,也就是人们常说的“看不懂”的图形。“看得懂”和“看不懂”是以个人的识别能力为转移的,是没有共同标准来界定的。因此,我们在区分具象形态和抽象形态时,不能仅仅以此为凭。

具象与抽象有着对立统一的关系。具象形态也有抽象结构状况,抽象形态有时也是具象的一种反映。事实上我们在忠实地描绘一头“牛”的外轮廓时,观者根据视觉经验判断所描绘的形态是“牛”,而这个形态是用抽象的点、线、面来组成。我们用摄影的方法拍摄的一组因化学反应而形成的结晶体,由于视觉经验缺乏体验,会被认为是抽象的图形。

抽象绘画语言是由符号形象构成,运用疏密对比、曲直对比、明暗对比、快慢对比等手段造成可视的韵律、节奏,是精神、情绪起伏的踪迹。如图1-1-19所示的康定斯基的绘画就是利用各种形态元素的曲直、疏密变化,形成一个可视的音乐韵律、节奏起伏的优美画面。

抽象空间的最大特点就是其不确定性(但它有明确的母题),所以无论是从可视性,还是从精神性上讲它都是无限的,没有固定的空间和时间概念,没有固定的形象。抽象艺术产生的不确定性具有神秘的意义,人类需要对未知世界去探索、去幻想,所以人类在这个世界上不但创造了科学,而且创造了神话。

如图1-1-20所示,米罗在作品《被一只鸟旋绕的女人》中用不同形态、线条,结合单纯色彩构成,形成具有韵律、节奏的变化而又有神秘色彩的画面,充分体现作者对现实世界的理解。



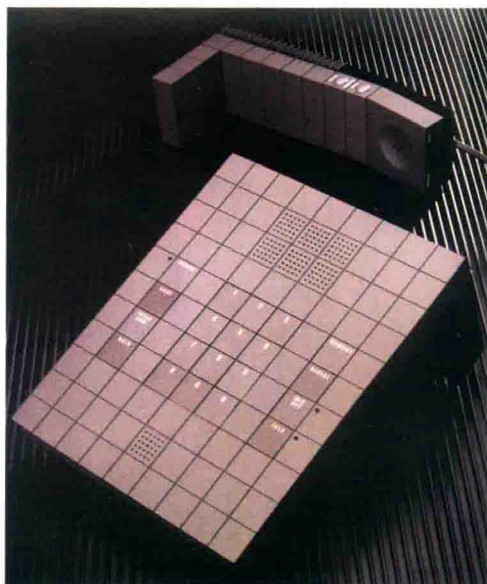


图1-1-15



图1-1-16

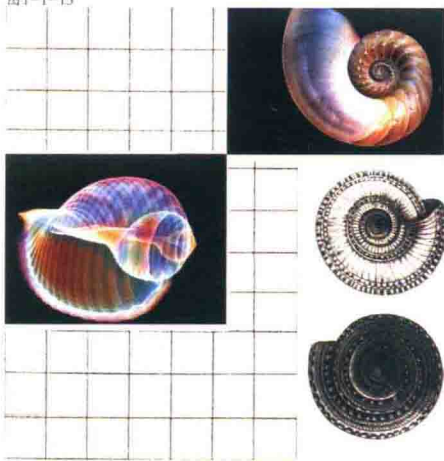


图1-1-17

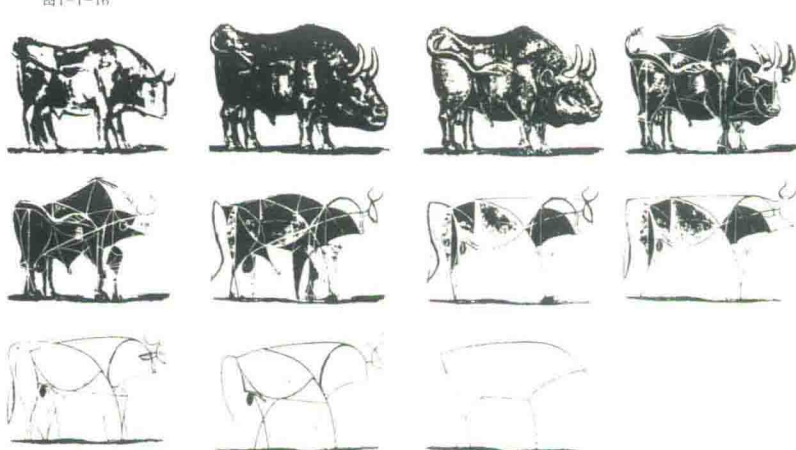


图1-1-18



图1-1-19



图1-1-20



抽象艺术不同于客观世界的具体形象和生活内容,它主张用抽象的语言表现纯精神的、纯理念的精神世界。抽象视觉艺术就是在造型的视觉形象中,看不出在我们日常生活环境中所遇到的形体,并且也看不到任何客观存在的现实,看到的是几何形体组合成的抽象的色彩和线条,是情感拨动的韵律。自然世界是杂乱中的有序,我们应该从中发现它的有序性。这种有序性是从自然界中抽象出来的内质因素,寻找它们内在的联系,我们将它们强化或分析,加以整理出美的因素,就能提炼出它本质的意义,传达出更有序的视觉信息,以超越自然的审美理想,呼唤出世界的内质力量。

图1-1-21所示为西班牙1982年世界杯足球赛广告,作品用几何图形和运动的线条以及鲜艳的色彩,形成强烈的视觉冲击力,虽然没有具象的图形,但却给人一种强烈的运动感。

抽象有三种方式:

第一,抽象的抽象。抽取一切感觉印象以及一切特定思想之后所剩下的纯粹形态,杜绝一切现实的联想。图1-1-22所示的《爵士乐》是抽象主义艺术家蒙德里安的作品,他在作品中尝试体现音乐韵律的表达,作品以欢快的、对比强烈的色彩节奏,小块面积的方形密集地垂直、水平方向,有次序的排列,表达了爵士乐那种快乐、跳

跃、快速变化的音乐节奏感。作者以感性的认知、抽象的色彩造型表现了音乐作品所传达的精神,为后人提供了在音乐中寻求作品创作构思来源的新途径。

第二,具象的抽象。从现实世界的物质形态中抽取出来的抽象形,依据感受对触觉、听觉、味觉等进行视觉化的意象形态,或者创造仿佛内含有机生物的抽象形态。图1-1-23所示为康定斯基的抽象绘画,他运用点、线、面以及色彩的节奏,谱写出一首美妙绝伦的乐曲,给人愉悦、轻松感。

第三,半抽象或半具象,常常有着现实形态的基本暗示,却又加以拆解、重组、添加、变形,使新形态介于具象与抽象之间。图1-1-24所示为毕加索的作品《三个乐师》,他遵循印象派画家塞尚“用圆柱体、球体和圆锥体来处理自然”的原则,把自然形态归纳为几何形状,同时主张从多个角度、用多种观点去观察和描写事物,去表现、揭示对象的形状、结构、外表、内部和底部,并把不同视图在同一个绘画的平面上并置、组织、表现,使二维平面的绘画展现了时间性的连续视觉印象。如正面、侧面形象交错共存,各部分形象脱离原有具象形正常的位置,按照作者主观的意愿重新组织与编排,把不同时空的形态并存于同一空间中等等,是“重新组合再构成”创作思路及造型手段的典型例子。



图1-1-21



图1-1-23

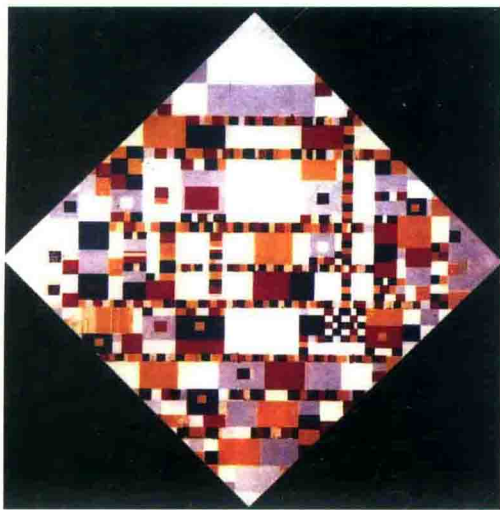


图1-1-22



图1-1-24



从事艺术设计要具备抽象视觉传达的功力，如平面设计除了考虑它的内容、功能外，还有一个重要因素就是视觉节奏。视觉节奏来自于点、线、面、大小、疏密关系，所以在设计过程中，如果将一行文字视为一条线或一条宽带，将图视为一个面或几个面，把设计中所有的因素视为抽象因素来考虑，所谓的节奏韵律、曲直、大小、疏密关系就容易理解了。所以训练抽象绘画，掌握抽象语言的感受，对艺术设计是有重要作用的。

抽象的艺术语言在艺术设计中运用很广泛，无论在广告设计、包装设计、产品设计、室内设计、装饰艺术中，经常可以见到一些抽象的元素和抽象的设计语言。图

1-1-25所示是包豪斯晚会的海报，作者为迪克，抽象的意味带出了无限的画面趣味。

图1-1-26所示为耶维科·埃格的作品，运用线条的错位组织和色彩产生了流动的视觉效果，并由此产生了节奏感。

图1-1-27所示的画廊海报的作者为安·达文斯·杜森伯里。这张象征艺术展的画廊海报于简约中给人以无穷回味。依据多位象征艺术家的作品，设计者用电脑组合了混合材料的艺术造型（如手形的混凝土状纸浆等）创作出一张极具抽象感的人脸。像解剖示意图一样，每位艺术家的名字被加以标识。



图1-1-25

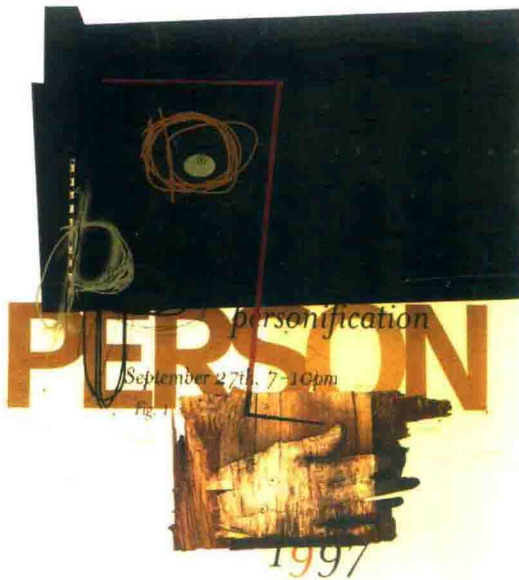


图1-1-27

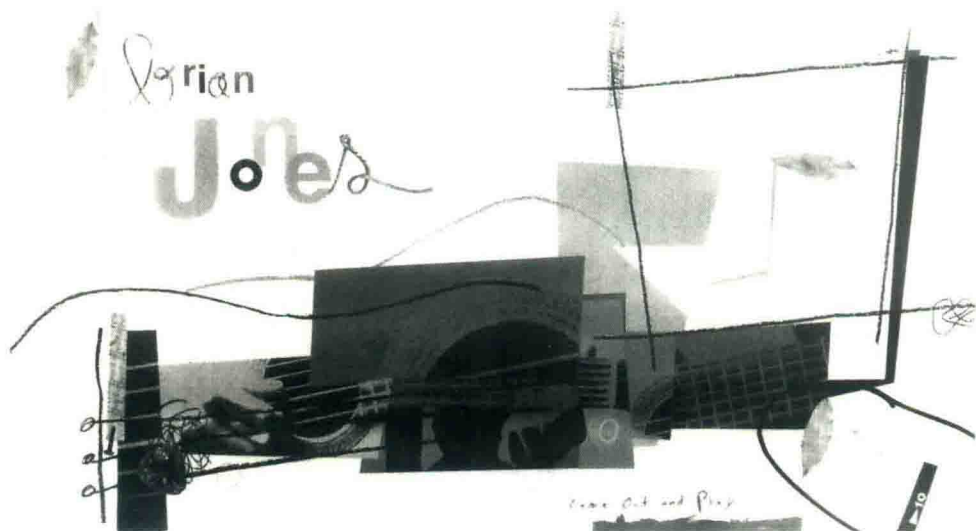


图1-1-26

## 1.2 构成设计的教学目的和内容

构成设计的教学宗旨是让学生学会如何运用构成的基本元素,按照构成的基本规律和法则去组合出不同的构成形式,探讨更多的构成组合的可能性,并在视觉、材料(媒体)和空间运用上展开深入广泛的探讨和研究。其实,在现实生活中无论是平面的还是立体的物象,都是由各种不同的基本元素构建而成,只是构成的形式不同而已。构成探讨的就是视觉、空间、时间中物象的形态的本质,其中所阐述的各种属性及其相互之间的关系,正是我们需要了解和掌握的。通过对构成的研究,我们将这些知识点融入设计的案例中,进而分析在具体的造型设计中,构成的形式是如何体现的。

构成课程以二维、三维、色彩、材料、肌理、光及动态的造型为基础进行创作训练,着重于对形的理解力的培养和训练,结合设计的形象思维与逻辑思维,开拓创作思路,剖析形态的本质,发掘材料、工艺和单纯机能的造型可能。着重培养学生的美感和表现能力,探讨造型设计中美的因素以及设计师所应具备的基本技术知识。要求学生能在艺术科学理论的层面理解形态的本质,将造型的研究推向设计专业应用的高度。从一般侧重于技法训练转为培养美的感觉和表现技能并重,以提高视觉的感知能力。从美学的角度出发,将构成的知识融入设计案例,有助于从基础构成向设计创作的

过渡,架起基础和设计之间的桥梁。构成是一种思维方法,对于艺术家、设计师、工程师以及艺术设计院校的学生来说,这种思维方法的训练非常重要。

## 1.3 构成设计的创造思维

### 1.3.1 设计联想

现实生活中每一个人都会产生各种丰富的联想。看到夜空的灿烂星光,会把各种分散的发光点连成线,想象成各种动物或者其他象征性的形象。碎石墙上的石头形状、裂缝和纹理等也会令人产生各种象征形态的联想。联想是通过人的视觉或触觉而产生的,视觉的联想还会让人触景生情。心理学家把人类的联想一般分为两类:一类是相似性联想;另一类是连带性联想。设计形态的想象和创造与相似性联想有很大的关系。在设计构思的过程中,相似性联想可以抛开事物的表层找到事物本质之间的共性,根据事物之间的抽象形状、形式、结构、性质、作用等某一因素或某几个因素的相似而进行联想,深刻地揭示事物之间的内在联系和本质。图1-3-01为音乐光盘设计,设计师用“河流”的图案反映了“时间与变化的关系”,正是音乐艺术的特点。图1-3-02所示冈特·兰勃设计的《纪念碑》广告——大海孕育着人类古老的文明,古希腊的残柱留给人们无限的遐想。

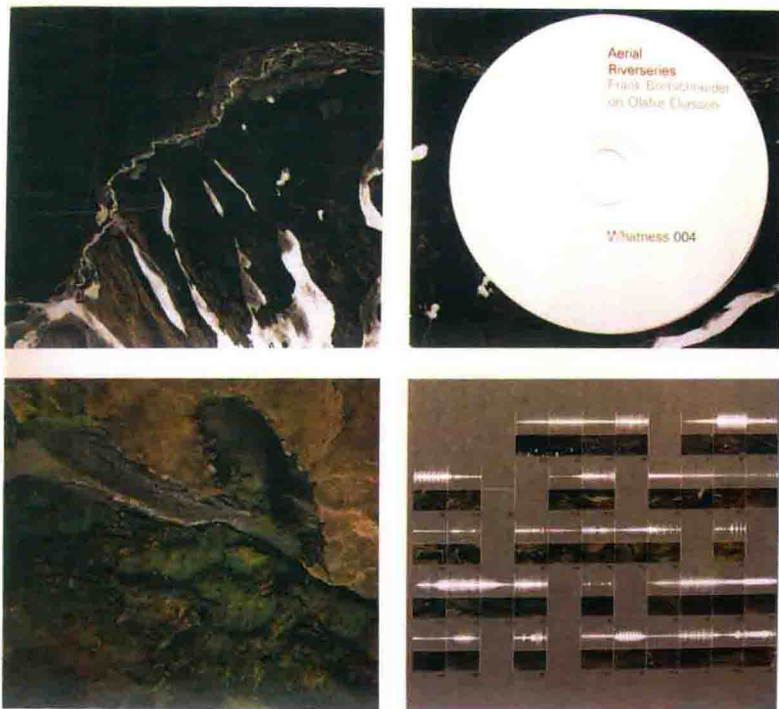


图 1-3-01



图 1-3-02



联想能以新的深层的形象思维把某种思想与信息转化为视觉语言,使心灵意识的不可观变为可观,使概念转化为形象,形成心理上的同构。同构就是相同的构造,我们周围的物象都有自己的形状、色彩、结构、属性和作用。不管是自然界的物体,还是人工制造的,都会对人产生不同的心理作用。我们在设计的创造过程中谈到形态的创造表现为基本形态要素的组合、变化和运动。自然界中有些物质内在的运动和变化具有相似的特征,人们通过这些物象内在的运动和变化的相同构造来领悟那真实而永恒的自然。在设计中,设计师也是通过形态内力的作用和运动的相似性,抛开形态的表层,使形态发生内在联系,让观者从中领悟到深刻的设计内涵。联想与同构,能够创作出丰富内涵的视觉语言,是设计师进行形象思维与图形想象必不可少的环节。

如图1-3-03所示作品《蓝色的海洋》,鱼已经没有了生存的环境,反映了人类对自然的破坏。这就是联想的效果。

### 1.3.2 意象思维

意象是客观物象与我们心灵感悟的情感意识所产生的心灵形象,也称之为胸中之意象。东方美学思想及审美特征就在于“意”,由于“意”产生了更大的审美空间,达到了源于自然而超越自然的审美境界,是东方美学天人合一的审美境界。意象是一种境界,需要长期修养才能得

到。从表现形象上说,是建立在似与不似之间的造型观念,不再是对客观对象的描述,而是对所表现的对象有了深刻的理解,对客观物象有了想象和联想。

图1-3-04所示为澳大利亚的悉尼歌剧院的建筑设计,它令人联想到在辽阔的海洋上行驶的帆船,让人有一种美好的遐想。

“似与不似之间”是意象造型的观念,需要很好地把握“似”与“不似”之间的距离。正因为有了这样的距离才产生了自由的空间,才能调动起我们的积极性,使我们的思维活跃起来,具有更大的创造力。

意象的思维给我们的设计带来了丰富的遐想,我们可以从客观事物中找到意趣的造型,使普通的形象有了意味、有了深刻的内容(图1-3-05所示的“苹果”标志)。我们要通过客观物象的外部形象去寻找和发现内部的意味,要用我们的心灵去“触摸”潜藏在客观形象里面的这种意味。同样一件事物,不同层次、不同性格的人对其理解是不同的,正因为有了这些不同才产生了造型的个性化,才有了丰富的意象趣味。在我们的学习中,意象造型的学习是比较难的。对初学者来说,刚开始时无从下手,无从思绪。由于对事物的认识不够成熟,经验不够丰富,没有经过系统的训练,只是一种原始的表现欲望,所以造成了不论是外在形象还是内在含义都与客观事物有了距离,结果造成了“形不准”的现象。

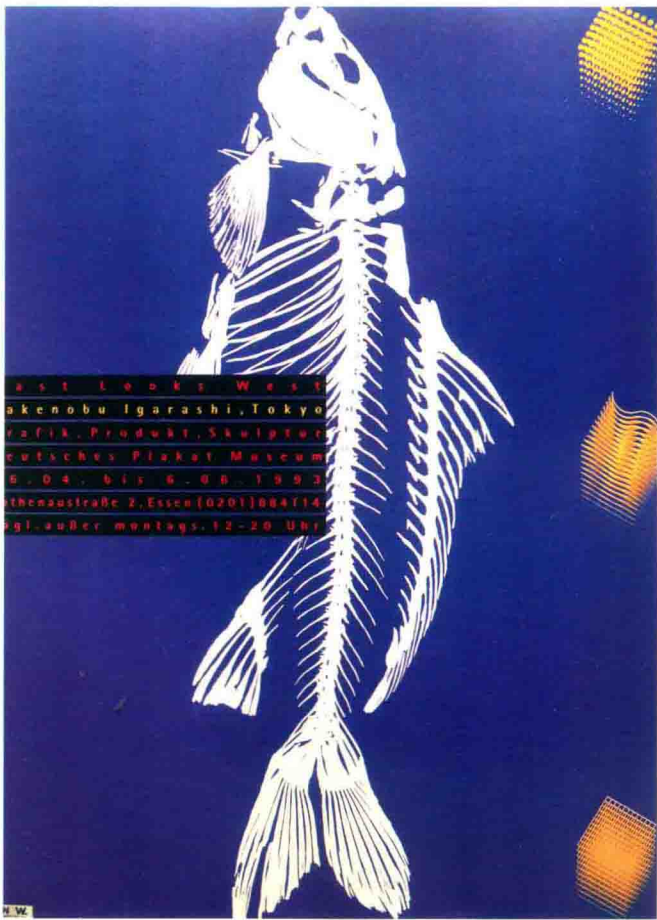


图1-3-03



图1-3-04

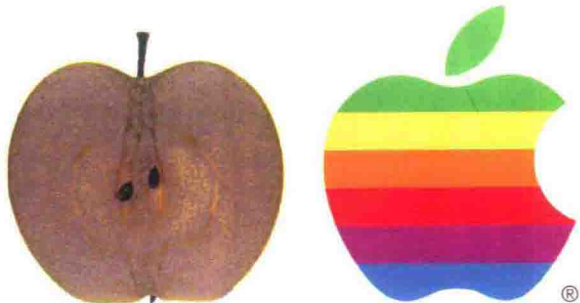


图1-3-05

意象性造型使艺术设计风格丰富，更加趋于个性化，在视觉传递中，鲜明的个性特征和趣味性能使艺术与设计完美地结合。不论是从事平面设计、工业产品设计，还是环境设计、建筑设计、服装设计，都有它的逻辑限定性，也就是功能性和技术性。人们很容易将它限定在一种范围内（通常是合理的范围），而意象思维会超越合理范围的限定，设计会在意象思维中得到很大启发。

如图1-3-06、图1-3-07所示的古根海姆博物馆设计草图与建筑设计，是建筑大师弗兰克·盖里的作品，被称为“永不破灭的神话”。随意的线条走向带出了作者的意象感觉。他的作品都是通过意象性思维创作的。他在设计中之所以能抓住“未完成”状态，主要得力于他受过意象绘画的训练。



图1-3-06



图1-3-07



## 1.4 从构思到创作

在设计开始之前，让我们先了解设计制作流程和基本概念。一般来说，设计作品都有明确的用途。弄清一件作品为何种目的而作，创作出来是给谁看的，是制作该作品不可或缺的前提条件。因为委托人支付金钱的目的就是为了获得作品的社会效益。因此，要制作出更具效果的作品，至少要遵循一定的步骤和程序，也就是说，不能完全任意发挥，自由创作。几乎没有一件作品是仅凭灵感或自己的想法而完成的。当然，为了在规定的期限内完成作品，必须要制订一个日程表。所以，在制作过程开始之际，首先要从全局上把握整个流程。（图1-4-01）

设计是一个综合了思维与技术的创作过程。构思是设计的前期准备阶段，这个过程十分重要，它掌握了设计的方向。构思需要设计师具有敏捷的思维，准确的分析头脑，丰富的生活能力和实践经验，还要有不怕吃苦的工作

热情，细心的工作态度。设计师通过反复地思考、琢磨，不断寻找设计创意点，完成创作的全过程。一个好的动机在构思、再构思的创作的过程里完成。构思需要灵感的“冲动”，冲动的过程很重要。（图1-4-02）

### 1.4.1 创意设计的过程

#### （1）创意设计来源

创作新的意图，给设计创建一个新的内容，是为了满足社会各个不同领域的不同需要。要用新的创意来满足使用者千变万化的需求，对于设计者来说是一件十分艰苦的工作。构思来源不能凭空胡想，不能脱离人的感受和使用要求，而应建立在设计者对生活的观察和分析的基础上。学会把握生活细节，发现周围事物的形态和运动规律，依据原始素材的方向制订准确的构思目标，拓宽设计视域，构思新颖独到的创意，使完成的作品达到良好的效果。（图1-4-03）

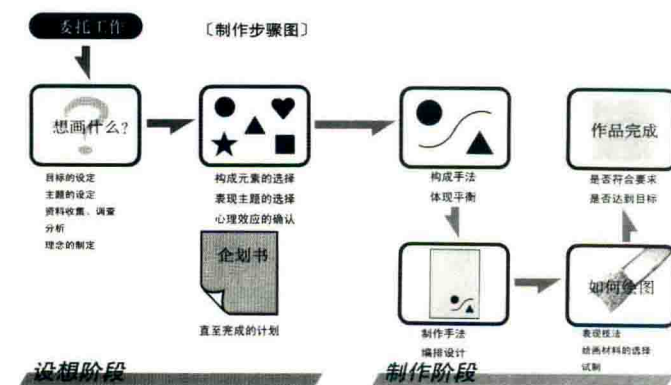


图1-4-01

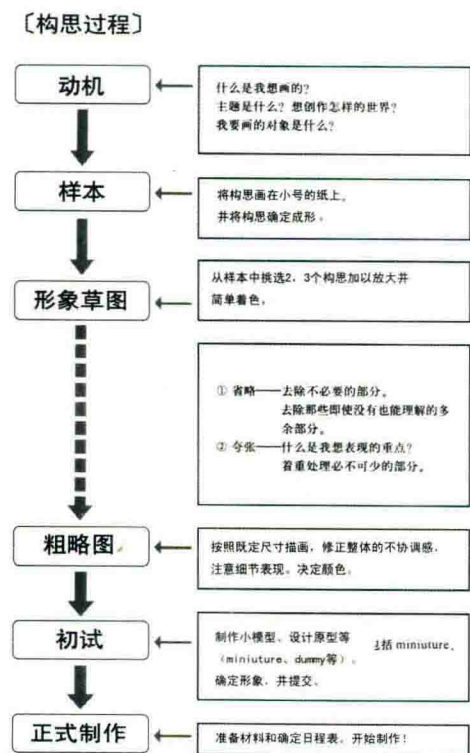


图1-4-02

### 形象的具体化

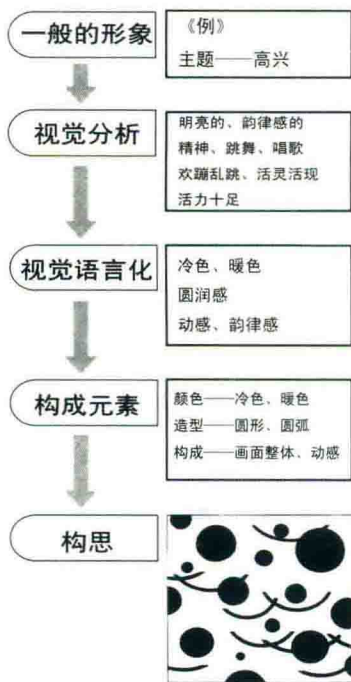


图1-4-03