

学术
文库

广告设计中的审美 与美术创作研究

陈丽 刘媛 梁娜 ◎ 著



世界图书出版公司

非外借

广告设计中的审美与美术创作研究

陈丽 刘媛 梁娜 ◎ 著

 世界图书出版公司
西安 北京 上海 广州

图书在版编目 (C I P) 数据

广告设计中的审美与美术创作研究 / 陈丽, 刘媛,
梁娜著. — 西安: 世界图书出版西安有限公司,

2017.10 (2019.4 重印)

(学术文库)

ISBN 978-7-5192-3848-3

I. ①广… II. ①陈… ②刘… ③梁… III. ①广告设
计—审美—研究 ②广告设计—美术创作—研究 IV.

① F713.81

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第250320号

-
- | | |
|------|---|
| 书 名 | 广告设计中的审美与美术创作研究 |
| 著 者 | 陈 丽 刘 媛 梁 娜 |
| 责任编辑 | 雷 丹 |
| 装帧设计 | 河北腾博广告有限公司 |
| 出版发行 | 世界图书出版西安有限公司 |
| 地 址 | 西安市北大街 85 号 |
| 邮 编 | 710003 |
| 电 话 | 029-87214941 87233647 (市场营销部)
029-87234767 (总编室) |
| 网 址 | http://www.wpcxa.com |
| 邮 箱 | xast@wpcxa.com |
| 经 销 | 全国各地新华书店 |
| 印 刷 | 北京虎彩文化传播有限公司 |
| 开 本 | 787mm×1092mm 1/16 |
| 印 张 | 14.375 |
| 字 数 | 230 千 |
| 版 次 | 2017 年 10 月第 1 版 2019 年 4 月第 3 次印刷 |
| 国际书号 | ISBN 978-7-5192-3848-3 |
| 定 价 | 45.00 元 |
-

版权所有 翻印必究
(如有印装错误, 请与出版社联系)

前 言

从根本上说，广告是一种工具，一种手段，它为所传播的信息——包括商品信息、服务信息、企业信息以及社会公益信息而存在。这决定了广告的依附性，它只能依附于它的信息目的。它的构思、创意、制作、效果，以及因此而来的对于它的接受与评价，都受信息目的所规定、所制约、所衡量。广告如果离开它的信息目的去另外追求自身的目的，如广告自身的精彩、广告自身的完善或广告自身的别出心裁，实际上就都是广告的否定。错把手段当成目的或不同程度地把手段当成目的，是很多广告误入歧途的原因。

美学的通常看法在于，美或艺术在历史发展与实践展开过程中，以自由实现或自由肯定的形式从其所关联的功利活动或功利内容、功利属性中超然而出，以其赏心悦目的独立价值唤起人们的自由体验；人们体验着自由，而自由便是功利压迫的解脱。但实际上，不管历史实践与现实实践给人们提供了怎样的自由，这自由都是物质实践的自由，是见于物质实践的自由。一方面，美或艺术是超然于物质实践的自由，一方面，美或艺术又总是根基于、关联于物质实践，因此又是见于物质实践的自由。既超越又关联，这是美或艺术对于功利性的实际情况。

本书以广告设计为基础，并结合广告设计的美学进行研究，从而

不断探求视觉规律和美学原则，不断为现代广告设计造型提供丰富的视觉体验。本书在对美术创作进行简要概述的基础上，对美学和广告美学进行分析介绍；之后就广告设计中的形式美、广告的审美特征、美学属性、审美活动、美学价值等方面对广告中的审美进行多方面的阐释。

本书共7章，约23万字。其中，第三章和第四章约8万字，由郑州成功财经学院陈丽撰写；第六章和第七章约8万字，由中原工学院信息商务学院刘媛撰写；第一、二、五章约7万字，由中原工学院信息商务学院梁娜撰写。本书在撰写的过程中，借鉴和吸收了一些专家学者的研究成果，在此，表示衷心的感谢。由于笔者学问有限，而广告设计与美术学研究所涵盖的内容又极其广泛，在写作的过程中难免有不全面、不准确之处，还请各位读者予以指正与谅解。

笔 者

2016年10月

目 录

第一章 美术创作	1
第一节 美术创作的主体	1
第二节 美术创作过程中媒介材料的作用	11
第三节 美术创作成果——美术作品	14
第二章 美学与广告美学	24
第一节 美学与广告美学的学科关系	24
第二节 广告美学的研究对象及其理论框架	33
第三节 广告美学学科建设的意义与任务	39
第三章 广告设计的形式美构成	46
第一节 形式美与广告的形式美	46
第二节 广告设计形式美的构成因素	54
第三节 广告设计形式美的构成法则	75
第四章 广告媒介的审美特征	95
第一节 平面广告媒介的审美特征	95

第二节	电子广告媒介的审美特征	101
第三节	视觉标志、展示广告的审美特征	115
第五章	广告的美学属性与特征	123
第一节	广告美的美学属性	123
第二节	广告美的本质特征	133
第三节	广告的审美价值	143
第六章	广告创意的审美活动	149
第一节	广告创意的审美文化语境	149
第二节	广告创意的审美思维特点	155
第三节	广告创意的美学原则	161
第七章	广告作品的美学价值	173
第一节	广告创作的思维特性	173
第二节	细节——广告传播的致效点	177
第三节	广告语言的修辞及审美价值	182
第四节	广告插画的功能及美学价值	206
第五节	广告摄影的美学特征	214
参考文献		223

第一章 美术创作

第一节 美术创作的主体

美术家是一切美术作品的生产者，是一切美术成果的创造者。这是毫无疑问的。没有美术家对美术作品的创造，一切相关的美术活动就通通不复存在了。比如美术理论的发展，美术批评和美术鉴赏活动以及美术教育的展开就不存在了。

美术家必须具备与一般的生产者包括物质生产者和精神生产者不同的特征和技能，即使在艺术领域，美术家与其他的艺术家也有着极大的差别，这是由不同的艺术特点所决定的。比如美术家与影视演员；美术家与音乐、文学、舞蹈家的行为方式、语言方式和情感方式，肯定不一样。所以，我们完全可以说，只有美术家才能创作出专业意义上的美术作品。

一、美术家是美术创作的主体

美术家作为美术创作的主体，他总是生活在某个民族和某个时

代！他必然要受到社会生活的影响和制约。他与社会生活的诸多方面都有着各种不同的联系。他们的美术创作一定要受到他们所生活的民族和时代的影响，因为他们在进行美术创作时不仅需要对社会生活进行体验与感悟，从社会生活中汲取创作的素材，而且要对社会生活进行评价和判断，社会生活中人们的喜怒哀乐，人们的悲欢离合，人们的生生灭灭、爱恨情仇都可以作为素材，进入美术家的作品之中，美术家对人生百态，对社会的进步或倒退总有自己的倾向与评说，总有自己的看法和观点。美术家的主观态度也必然要带入美术作品之中。因为美术作品也并不是社会生活的简单的形象再现，美术家总是要把自己对人生、社会的生命体验与情感体验熔铸到美术作品的形象之中。美术作品不是简单地再现客观对象，更不是简单地再现社会生活。美术家必然要将自己的思想和情感表现在作品中，那么美术家笔下的人物形象或山水、花鸟、走兽、虫鱼都融进了美术家的精神品格和情感抒发。从宏观上讲，美术家不得不受到他所生活的时代和民族的影响和制约。从微观上讲，美术家在进行美术创作时又必须具有充分的自由性和自主性，必须具有创作主体所具有的独立人格。也就是说他的全部艺术思维过程都应该是独立的，不被外界干扰的自由的思维和判断的表现过程，这个过程就是艺术思维汪洋恣肆、八方闪射的过程。这个过程就是优秀的美术作品诞生的过程，任何的制约、顾虑和心有余悸都会给美术作品带来瑕疵。美术家在美术作品生产过程中的思维和行为特点决定了其地位的神圣性。许多功利目的很强的美术作品，许多急功近利的美术作品，许多只关注市场行情不过问艺术价值的美术作品，就不是也不可能是美术家原本意志的真实体现，而是掺杂了诸多外部因素，被金钱或其他因素严重干扰的美术作品。例如当今的许多城市雕塑和大型公共场所的壁画和景观制作，美术家就受到出资人或其他人的制约，再如企业界、商业界的各种美术设计更是充满艺术被非艺术的因素控制的局面。美术家迫于经济和其他原

因不得不委曲求全。那么作为美术家来说,要保证自己的艺术主体性不受到侵害,首先要确定和保护自己在整个创作过程中不可动摇、不可改变的艺术意志。美术家的终极目标就是要利用美术创作的独特技巧方法和手段去传达对人类的情感,创造高雅的能让人获得美感享受的精神产品,让不同的文化层次的群体都能从不同的角度欣赏到美术作品的美。例如,齐白石的花鸟、虫鱼、蔬菜、水果,齐白石那带有浓郁童真童趣的意象山水,其间那简练的构图、苍茫的笔墨、那浓得化不开的诗情画意,高层次的文化人喜欢它,市民百姓甚至村夫农妇一样喜欢。

一个真正的美术家,他作为美术创作主体的价值就会在作品所产生的社会反响中体现出来。

美术家能否充分发挥美术的社会功能,这完全取决于他在美术制作中对整个创作思维与创作过程的驾驭能力,对各种美术创作技巧、技法的恰当运用,对所选素材的理解、把握的深度与广度,对主体的开拓和挖掘,以及对工具、材料的娴熟的把握等,以上涉及的诸多方面缺一不可,任何一个方面的疏漏或力不从心,都可能导致作品的艺术价值的减弱,作品的最后效果就会与当初的构想拉大差距,那么美术作品的作用就没有得到充分发挥,美术家作为创作主体的价值就得不到完全实现。美术家不能充分发挥应有的作用,往往与美术家在创作中不能拥有独立地位、独立的创作状态有关。这样必然会对美术家的主体性造成伤害。美术家要使其主体性得到充分发挥,一是要具备超人的艺术思维能力和对社会生活的感悟能力,要有对平凡芜杂的素材的艺术开采能力,还要具备相当高度的文化素养、专业素养、技能、技法以及对创作全过程的把控能力和驾驭能力。只有这样才能最大限度地发挥作用,以保证美术家主体性价值的充分发挥。

二、美术家的个性表现

所谓个性表现就是在美术家主体意识明确之后,必须充分传达美

术家本人内心对外界客观事物的最真实感受，并通过美术的视觉形象的途径使其转述为直观的美术形象。

美术家要表现的自我不是一个与外界无关的封闭的自我，这个自我是主客观高度融汇之后、是一个受外界社会各种因素影响之后的对现实生活有生命体验和情感体验后的自我。也就是一个人艺术意志与社会艺术意志高度融汇冶炼后的集合体。而这个集合体又是通过美术家的个人转述出来的。这个集合意志变成了个人意志，或者说是群体的自我在美术家那里凝结为单一的自我，这就是观者在美术作品中读出来的美术家的自我。这绝非美术家个体艺术意志被群体的艺术意志所覆盖，相反它正是在群体艺术意志的基础上发展起来的。

美术家力图通过艺术的自我表现去实现自己的艺术意志。

如果美术家在一件作品中所表现的自我在观众中引起广泛的反响，这说明他所表达的情感具有普遍性、典型性而引起了共鸣，这件作品就会是成功的。相反，一件作品没有引起所有观众的共鸣，包括在各种层次的观众那里都不可能引起共鸣，甚至美术家本人也不甚明了自己的意图，那么这件作品肯定是不成功的。

从美术欣赏、接受者的角度来看，高水平的观众往往要求美术家的作品要不断创新。求新、求变往往是这些观众对美术家的殷切期望。立体主义的代表画家毕加索先生每一个时期的作品都让人惊叹，当某些观众以为画家会顺着某一种风格和形式的画风走下去的时候，画家早已创造出新形式的作品，他的一生都在求新、求变中不断探索。康定斯基前期对印象主义以来的许多风格流派的作品进行过不懈的探索，最后终于以点、线、面构成的各种色块的几何体的叠加方式形成了一种他所独创的抽象绘画形式。他认为他营造了人类的一种和谐的精神秩序。他的作品可以直接与人们的精神世界对话。黄宾虹老年画了大量大气磅礴的大写意的意象山水，达到他晚年绘画的最高境界。真正有造诣的大师级的美术家，求新、求变、求异是他们创造生

命中的第一需要，他们的作品让那些具有高水平、高品位的接受群体获得无限的满足与刺激，美术家要真正得到那些高品位、高水平的观众的赞许就必须保持不断创新的意识，如果美术家停滞不前就会被欣赏水平不断更新和提高的观众无情地淡忘或抛弃。尤其在商品经济大潮已席卷艺术品市场的今天，这是每一个当下的美术家必须面对的现实问题。但是保持可持续发展的创新意识，并非所有的美术家都能做到。有些美术家想要保持也无法保持，想要创新也无从创新，因为创新是一个美术家综合素质的同步推进，首先需要随社会的发展不断更新自己的意识和观念，使自己对社会人生的感悟与观察，永远走在时代发展趋势的前列，而不是紧随其后。一个观念不更新的美术家是打不开出路的，因为他不可能以新的视角去审视旧的事物和新的事物。反之还会因循守旧，对新兴事物持反感甚至敌视的态度，这只能证明他的审美意识已经僵化，他的创造力已经固化。

三、美术家的文化修养与艺术修养

一个美术家所具备的文化、艺术修养是这个美术家不断创造、不断求新、求变追求美术个性发展的源泉。美术家的创造绝不同于一般的物质创造，不是材料加技术的简单组合。美术家是精神生产的创造者，他之所以具备常人所没有的精神生产的能力，说到底就是他具备了将普通人眼里的物质材料和简单的美术元素创造出可供审美欣赏的美术作品的本领。而他的全部的艺术修养、知识结构是滋润这种本领的源泉。创造本领的高低是由他的知识修养、文化内涵、审美水平、技能、技巧的高低来决定的。

美术家之所以成为美术家，首先是他比普通人对外界事物具有更高的敏感性和突出的审美感受能力以及丰富的情感表达能力，并善于以视觉的手段和方式传达其内心的感受，这类人在视觉艺术方面的天赋往往要高于一般的常人。他们对美术的思维方式和传达方式通常

比常人表现出更高的智慧和理解力。这就是常言所说的天赋。但天赋只是一个美术家能够成为美术家的一种潜能，最终能否成为美术家取决于后天对这种潜能的发现和发展，有这种潜能的人如果因环境的原因、经济的原因、教育的原因得不到发现和培养，就会被埋没。这种有天赋的人必须具备良好的专业技能，这就是专业美术家必须具备的第一种修养。

美术的专业技能必须通过特别的学习和训练才能获得，而要掌握高超的专业技能就必须接受系统、正规的训练。如果一味依赖于自己的天赋而轻视必要的专业技能训练，是不可能成为优秀的美术家的，甚至一般的美术家也成不了。因为再高的美术天赋也必将受到技能、技法的限制，技能、技法是传达美术家内在精神和艺术思想的手段。如果没有高深的娴熟的技能、技法，还谈什么传达和表现？许多学生的美术感悟能力超群，而在美术创作实践中，却表现得十分低能。艺术天赋与艺术天才之间还有很遥远的距离。

拥有很高艺术天赋的人只是具有成为艺术天才的潜在可能性，要真正成为艺术天才还必须经过多方面的刻苦学习和训练，还必须积淀深厚的修养。因此，对于一切选择美术事业的人来说，无论他的天赋有多高，过硬的专业技能学习和训练都是未来创作实践中不可或缺的重要修养。

以上谈到了专业美术家必须具备美术修养的一个方面——专业的技能、技巧。可以这样说，专业的技能技巧的训练和具备是为美术家进入创作实践准备了必要的条件，而如何去使用这些条件，则必须依靠他的审美能力，这是一个美术家还必须注重和具备的又一重要修养。如果缺乏这个修养，即使具备再娴熟的技能、技法也只能成为一个艺术匠人而绝对不能成为一个美术家。

审美能力首先体现在美术家的审美观念上，审美观念就是艺术家在对生活的积累感悟和体验中按照自己对美的本质的认识和理解，对

外界事物进行分析、判断和观照，最后形成自己对于美的理念和看法。美术家的审美能力是美术家在对现实的生活体验和专业的美术创作实践中逐步形成和确立的。审美能力是由许多因素构成，美术家的审美观念、人生态度、爱好志趣、文化素养、思想修养、心理结构、气质秉性等综合因素是构成美术家审美能力的集合体。

在以上众多因素中，美术家的文化素养与思想修养又直接关系到他审美能力的高低，审美观念的新与旧。文化素养是指一个美术家整体的文化知识结构，作为一个优秀的美术家，不仅要了解美术范围以内的所有的相关知识，还要了解与美术相关或相近的各种知识，如音乐、舞蹈、戏剧、影视、摄影、文学、历史、地理、民俗，乃至政治、经济、哲学、军事、环保、人权、人性、法律等各领域。

美术家提高自身诸方面的文化素养，还远不止于建立知识结构上的问题，重要的是应能从其他领域的修养中获取艺术创造的启迪和灵感。康定斯基著名的抽象绘画作品《粉色的音调》就是以视觉的美术作品去表现音乐的旋律和节奏，他的作品全部采用抽象的几何符号组成，那些众多的或密集或疏淡的或大或小的圆，分布在画面上，那些方形、三角形与这些圆混合交叉重叠在一起，并施以各种不同深浅的颜色，就构成了一部交响曲。在这幅画中，我们既可以听到高亢、激烈的华彩乐段，又可以听到悠扬舒缓的粉色的音调（康定斯基）小夜曲。如果康定斯基对音乐的知识 and 感悟一无所知，他是不可能画出这幅伟大的作品来的。

又如野兽派著名代表人物马蒂斯，用简练的构图、强烈的色彩对比，用两度空间的平涂形式，创作出一幅让世人震惊的作品——《舞蹈》，画面正中用纯红色画了五个手拉着手，正在翩翩起舞的裸体女子，五个女子的舞蹈动态表现出强烈的明快的音乐的节奏与旋律，此画的天空用蓝色，大地用绿色，舞蹈的人物用红色。舞蹈的节奏和音乐的旋律就在这简洁的构图和强烈的色彩对比中飞旋而出。如果马蒂

斯没有音乐、舞蹈方面的知识、修养，没有美术造型基本功的千锤百炼，他能够画出这样经典的作品来吗？再说当代美术中比较热门的观念艺术就是强调以架上或非架上的艺术形式去传达出社会文化观念的作品，我们通常称之为观念艺术。作为一个观念艺术家，首先你要想你的作品中传达什么观念？是政治的，还是经济的？是军事的、文化的还是环保的、生态的？艺术家做一个观念性的作品，里面传达的观念内涵是什么？这是首先要考虑的，其次是用什么方式构成作品去传达作者的观念。如果一个艺术家没有丰富的知识和深厚的文化功底，没有对人生、社会的独到的关注、判断与爱憎感情，你何来的观念？没有观念你又怎么去从事观念艺术的创作？

综上所述，文化素养的提高必然会有助于美术家思想水平的提高。思想水平又往往依赖于他在文、史、哲、美、心理学等诸多方面的综合修养。而思想水平的提高又会反过来激发美术家不断加强他整体的文化修养。当然，我们不是要求每一个从事美术创作的美术家都必须成为学者型的，甚至大师级的美术家，这是不现实的，也是不可能的，但是尽可能多地学习文化知识，提高审美修养则是一个美术家终身要做的工作。一个被称为美术家的人，至少应具备基本的知识结构和起码的文化素养与思想修养。否则就不可能被称为美术家。

一个美术家在具备了一定的文化素养与审美能力之后，还必须对生活有深入的感受和体验，这种体验和感受是有目的、有动机地去深入生活、体验生活、观察生活。因为“生活是艺术的源泉”。美术家如果脱离了生活是不可能创造出震撼人心的作品来的。所以，美术家对生活的观察和体验就与一般人截然不同。他们体验生活的必要性及其重大意义是由他们所从事的艺术创作所决定的。所以生活中人们的喜怒哀乐、爱恨情仇、生老病死，国际国内形势的风云变幻，气候的凉热骤变，股票、房价的涨跌等，这些都是一个美术家、一个艺术工作者必须要关心、要思索的。无论美术家的作品是直接以生活现象为

表现目的，还是将生活内容以高超的艺术手段隐藏于艺术表象背后，美术家自身独特的生活体验和感受都在其中发挥了作用。

还必须指出的是美术家的生活体验分为两个方面：一是对生活的直接体验和感受，这种直接体验往往给予体验者真实的、丰富的、直接的感受。这当然会对美术家的艺术实践起到直接的影响。但一个人的精力、时间是有限的，有许多生活是无法直接体验的，而那些生活又会对美术家的创作有着很大帮助的，那么对那一类的生活就只能间接地体验和感受。间接地体验生活是具有十分重要的意义的。间接体验，又叫作精神性体验，就是通过对各种史料的阅读积累，通过各种媒体的宣传报道，或者他人的传授，通过书本知识的积累等途径去获得对生活的体验。这种间接的体验（也就是精神性的体验）是必不可少的，有时甚至比对现实生活的体验更重要，比如历史题材的作家、画家，他们不可能回到逝去的历史时空，他们只能对历史提供的资料进行研究考证，获得间接的历史经验和知识，从而进行创作，这类艺术创作也出了不少大师。英国大诗人勃朗宁夫人是一个残疾人，终身不能行走，坐在躺椅上，不可能去体验任何的现实生活，而这并没有影响她成为世界级的大诗人。她就是通过间接的生活体验，获得生活的积累和创作的素材的，她可以在躺椅上阅读古今的各种史料，可以博览群书，可以通过报刊或他人口述获得间接的生活知识。这些知识进入她的头脑后，经过分析、判断、过滤、去粗取精、去伪存真，再以此为创作的素材，从而创造出感人的作品来。

中国当代著名作家苏童，生于20世纪的60年代，可他创作的作品大多以新中国成立前的生活为题材，他笔下的人物呼之欲出，那样的生活就像他亲身经历过一般。其著名作品《三妻四妾》被著名电影导演张艺谋改编成电影《大红灯笼高高挂》获得国内外多项大奖，这一事实充分证明，间接地体验自己并未经历过，也不可能经历过的生活，同样可以创造出激动人心、催人泪下的作品来。俄国19世

纪巡回画派的代表画家苏里科夫的作品场面宏大，人物众多，几乎全是17世纪的历史题材，《近卫军临刑的早晨》《女贵族莫洛佐娃》等震撼人心的世界名画就是其中的代表作品。就拿中国画来说，著名画家范增先生就是专以古代人物画为题材的画家，他笔下的人物多是中国古代历史上著名的人物，作为画家并不可能亲自与那些古代人物对话、交流，但他笔下的各类古代人物精神气质总是先声夺人。这说明范增先生对题材的体验仍然属于精神生活的体验。他的文、史、哲功底之深，圈内人是有目共睹的。正因如此，他才能将众多历史人物的精、气、神创造性地再现于他的作品中。这再次证明间接的生活体验同样可以创作出经典作品。间接体验是美术家或一切艺术家在体验生活中不可缺少的一种方式。值得注意的是在获得间接的知识、资料和经验以后，一定要用自己的思想和知识对间接经验做出深刻的细致的研究、分析和判断，从中汲取有益于艺术创作的因素。

间接的生活体验比起直接的生活体验毕竟存在诸多不足，尤其在生活的具体性、真实性、现场性方面是无法与直接体验同日而语的。一个有强烈责任感的美术家或其他方面的艺术家，在有条件尽可能深入现实生活进行直接的生活体验的时候，一定不要以资料或他人的间接体验代替自己的直接体验。

这里还得强调的是即便有条件进行现实生活的体验，也得充分运用自己的思想、头脑对所感悟到的真实生活进行分析判断，从中提取有利于艺术创作的典型素材，把对现实生活的体验上升到精神与文化的高度上，这样的体验才称得上是生命体验与情感体验。到了这个境界，才能创作出好作品来。为什么这样说呢？因为不是每个生活中的人都能成为艺术家，有生活体验之后还要有目的地上升到艺术创作的高度，这种体验才有意义。只有体验但无艺术创作的目的和目标，没有提炼和升华，那么再真切再深入地体验也没有用。作为一个美术家，或者一个其他门类的艺术家，无论他是在进行现实生活的真实体