

全国中等职业技术学校美容美发与形象设计专业教材

形象设计概论

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

形象设计概论/肖彬主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2004

全国中等职业技术学校美容美发与形象设计专业教材

ISBN 7-5045-4589-9

I. 形… II. 肖… III. 个人-形象-设计 IV. B834.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 059487 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码:100029)

出版人:张梦欣

*

新华书店经销

厂印刷 装订厂装订

787毫米×1092毫米 16开本 5印张 2彩插页 123千字

2004年8月第1版 2004年8月第1次印刷

印数: 册

定价:9.00元

读者服务部电话:010-64929211

发行部电话:010-64911190

出版社网址:<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话:010-64911344

简 介

本书根据劳动和社会保障部培训就业司颁发的《美容美发与形象设计专业教学计划》和《形象设计概论教学大纲》编写，供全国中等职业技术学校美容美发与形象设计专业使用。

本书主要介绍了形象设计的概念、形象设计的设计要素、形象设计的审美原则、形象设计的设计语言、整体形象设计等内容。

本书也可作为职业培训教材。

本书由肖彬主编，陈金梅参编，崔唯审稿。

目 录

第一章 形象设计导论.....	(1)
§ 1—1 形象设计的背景及概念.....	(1)
§ 1—2 形象设计的意义.....	(2)
§ 1—3 形象设计的构成要素.....	(4)
思考与练习题.....	(9)
第二章 形象设计的设计要素.....	(10)
§ 2—1 形象设计的形态要素.....	(10)
§ 2—2 形象设计的色彩要素.....	(16)
§ 2—3 形象设计的肌理要素.....	(23)
思考与练习题.....	(32)
第三章 形象设计的审美原则.....	(34)
§ 3—1 统一与变化.....	(34)
§ 3—2 对称与均衡.....	(35)
§ 3—3 节奏与韵律.....	(37)
§ 3—4 尺度与比例.....	(40)
思考与练习题.....	(42)
第四章 形象设计的设计语言.....	(43)
§ 4—1 化妆设计.....	(43)
§ 4—2 发型设计.....	(45)
§ 4—3 服装设计.....	(50)
思考与练习题.....	(54)
第五章 整体形象设计.....	(55)
§ 5—1 脸型、发型、体型的整体协调.....	(55)
§ 5—2 服装服饰与整体形象的统一.....	(61)
思考与练习题.....	(74)

第一章 形象设计导论

§ 1—1 形象设计的背景及概念

一、形象设计的背景

随着人类文明的不断进步、社会经济的高速发展以及生活方式的日益多彩，关注与追求流行时尚已经蔚然成风。形象设计作为诸多时尚设计门类中与人们生活、工作息息相关的组成部分，其产生和发展的时代背景及不可或缺的必然性越发显而易见。尤其是信息时代的到来以及中国加入 WTO 后所受到的国际化潮流影响日趋加剧的现实，也使人们的审美需求、生活方式更加国际化，这是一个追求新奇、追求变化、追求个性的时代。

事实上，形象设计作为人类的一种文化形态，其历史可谓源远流长。就中国文化史而论，关于形象设计的史料记载、典故，特别是历代绘画及文学作品的种种艺术形象，曾深深地影响着华夏民族穿衣打扮数千年，其中许多内容至今仍闪耀着璀璨的光辉。

从历史角度看，现代形象设计在国外的发展历史较长，并且也较为普遍，而国内在此领域则尚处于起步和发展阶段。化妆界曾流行过这样一句话：20 世纪 60 年代讲化妆，70 年代讲香水，80 年代讲健美，90 年代讲美容，21 世纪讲形象。由此可见，对人对己进行全方位的形象设计，是社会发展的必然产物，也势必成为现代社会的一种时尚。

二、形象设计的概念

提及形象设计的概念，首先必须要明确何谓“形象”，何谓“设计”。

“形象”（Image）一词在英语中含有偶像、相像、映像之意，在《辞海》中被解释为形状、相貌及根据现实生活各种现象加以选择、综合所创造出来的具有一定思想内容和审美意义的具体、生动的图画。“形象”的含义应从广义和狭义两方面来概括，广义上是指人和物，包括社会的、自然的环境与景物，狭义上专指人。

“设计”（Design）一词源于拉丁语，含有徽章、记号、图案、造型、形式、方法、陈设等意；在《辞海》中被解释为根据一定要求，对某项工作预先制定的图样和方案。

形象设计从属于现代艺术设计的范畴，它是集现代设计的共性和自身特点于一身的艺术造型形式。它的构成形式即是运用各种设计手段，借助视觉冲击力和视觉优选，引起人们心理的美感判断，并着重于研究人的外观与造型的视觉传达设计。

“形象设计”一词作为近年来最为时尚的词汇，我们早已耳熟能详。但无论是在专业书籍还是在报纸杂志中都较少对其概念进行确切的界定，这或许是因为形象设计尚处于发展完善阶段的缘故。所以，在我们分别明确了“形象”和“设计”的含义之后，再从广义和狭义两个角度来解释其概念就显得水到渠成。

广义上讲，形象设计是指人们在一定的社会意识形态支配下进行的一种既富有特殊象征寓意又别具艺术美感的艺术创作与实践活动。

狭义上讲，形象设计是以审美为核心，依据个人的职业、性格、年龄、体型、脸型、肤色、发质等综合因素来指导人们，使化妆、服装服饰及体态礼仪等要素达到完美结合的创造性思维和艺术实践活动。

§ 1—2 形象设计的意义

形象设计是一门综合性学科，其建立是社会物质文明和精神文明高度发展的需要和必然结果，同时也是由形象设计在社会交往中的重要作用决定的。通常，形象设计的意义可从以下两方面来概括。

一、形象设计的个体意义

形象设计的个体意义主要体现在，它是以审美为核心，综合个人的职业、性格、气质、年龄、体型、脸型、肤色、发质等因素，通过化妆造型、服饰搭配、形体姿态，以及礼仪规范的完美结合，来呈现一个人在社会群体体系中特定的地位、身份等，也就是其在社会环境中所充当的角色。形象可以被理解为一个人参与社会生活的“名片”。

莎士比亚有一句名言：“如果我们沉默不语，我们的衣裳与体态也会泄露我们过去的经历。”的确，在生活中，人们往往通过一个人的形象来判断其年龄、身份、性格等，并予以相应的交往和沟通。正如我们常说的“7/38/55”定律：对于一个人的认知，有7%是通过其语言，38%是通过其肢体动作，而另外的55%则是依据其外表装扮。

例如，医护人员一向以素雅洁净的白色着装为形象特征，没有浓妆艳抹的痕迹，于是，留给患者的感受是信任和亲切。但是，这样又难免过于冷淡和乏味。近几年，许多医院改进了着装色彩，并且允许医护人员化淡妆。如儿科、妇产科的医护人员改穿粉红色服装，使人感到格外温馨；手术服改为浅绿色，一方面，绿色象征着生命、祥和、生机，有助于病人消除恐惧感，增强重新康复的信心，另一方面，红色血液残留于绿色手术服上可以避免医生因产生视觉混乱而影响手术。红色血液落在白布上，若医生注视红色斑痕后再转视另一白布，就会看到大小形状完全相同的一块浅绿色斑痕。而长时间注视红色血液后，将视线转移到浅绿色的布面上，不仅不会产生此现象，同时还会缓解医护人员眼睛的疲劳。所以绿色手术服可以融合血色产生的绿色残像，避免视错现象的产生。

当今社会已进入信息时代，人才竞争越来越激烈，要想在激烈的竞争中赢得一席之地，必须掌握竞争手段，提高竞争能力，而形象设计则是竞争手段中不可忽视的重要部分。

当前文艺圈歌手的包装就是最好的例子。歌手恰当的包装，能够更好地诠释其音乐，树立其个人风格。比如近年来走红的周杰伦，他总是以牛仔裤、大T恤衫、鸭舌帽、篮球鞋的形象亮相，其形象包装正是当今国际上最为流行的Hip-Hop文化（Hip-Hop即街头艺术的总称，音乐、舞蹈、衣着都是Hip-Hop文化的组成部分）的典型，由于Hip-Hop文化在国内已渐渐流行，所以周杰伦的音乐和他的形象成功地在中国找到了生存的土壤。

不仅演艺圈如此，现在，任何一个求职者要想得到一个理想的职位，除了要具备丰富的

德、才、学识等内在要素外，还必须在言谈、举止、服饰打扮等外在要素方面充分加以注意，这样才能在求职面试时充分展示自己的最佳形象。奥斯特是迪金森大学的教授，他曾向 300 多家公司寄去同一假想的求职者的个人简历（区别在于所附照片有的是“求职者”修饰形象前拍的，有的是修饰形象后拍的），请公司确定其薪水。结果，修饰形象后与修饰形象前相比，公司愿意付的薪水要高 8%~20%。这个事实说明，恰当的形象设计在求职面试中是绝不可忽略的一个环节。一般来说，在应聘时，服装整洁、得体非常重要，尤其是在细节上，如皮鞋是否光亮、纽扣是否扣好等。头发也很重要，新修饰的发式会给人焕然一新之感，但不要梳太夸张的发型，面妆以淡雅为佳（见图 1—1）。



图 1—1 职业形象设计

二、形象设计的社会意义

形象设计是人类文明的重要标志之一。就个人来说，它体现着一个人的文化素质和生活态度；对于公司企业来说，它标志着一个企业的兴衰成败；对于一个城市来说，它还会影响到其经济文化的发展速度。因此，形象设计不仅个体意义重大，社会意义也不容忽视。当今小到公司企业，大到城市国家，都已经或正在兴起一股形象包装的热潮。

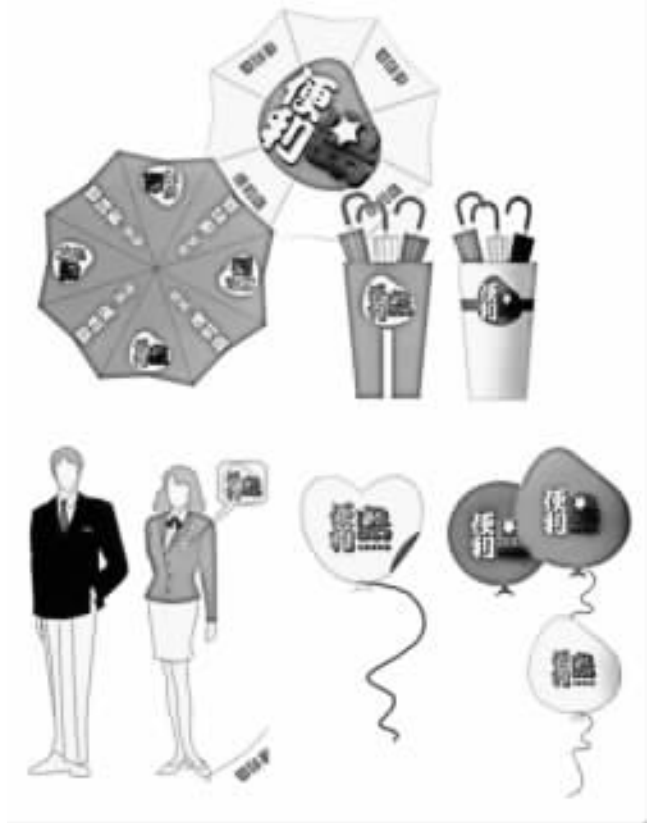


图 1—2 某公司部分 VI 系统设计

例如，企业的成败很大程度上取决于社会对企业的认同，而这种社会认同的取得与公司的整体形象包装是分不开的。每个人都有自己独特的人格和行为模式，这就是个性识别。企业也应该有自己的统一形象。以工商企业形象塑造为主体的企业形象设计（CI）便是企业形象包装的一种形式，它是一种涵盖企业内的人、事、物、时、地的整体形象设计系统，其构成要素包括理念识别（MI）、活动识别（BI）和视觉识别（VI）。CI设计规范了企业统一的形象识别，以最快的速度让社会大众了解专属于某一企业所有的企业名称、企业标志、企业个性化产品等，帮助企业在市场竞争中保持恒久的生命力。图1—2所示为某公司的部分VI系统设计。通过企业整体形象的包装，该公司以一个统一协调的形象出现在世人面前，并获得了社会的公认。

在整个社会高速发展的今天，城市的发展也越来越快。近些年来，随着城市旅游经济的飞速发展，城市的形象设计及包装渐渐地被提到日程上并受到越来越多的关注。城市的整体形象包装包括城市风格的整体定位、城市色彩的设计、城市标志的设计及城市花卉的选择等。一个好的城市形象设计不但能对城市的地理、文化等方面准确定位，而且能向全世界展示和传达此城市的面貌和乡土人情。因此，适宜的形象包装必然会极大地促进城市经济和文化的发展。

§ 1—3 形象设计的构成要素

形象设计的构成要素包括化妆造型、服装服饰和体态礼仪三个方面。

一、化妆造型

1. 化妆造型的概念

化妆造型即是利用化妆用品及用具，并运用一定的化妆技法进行的面部和头部的形象塑造，包括面部化妆造型和发式造型。

2. 化妆造型的价值

头部是一个人的中心，也是观者的视觉中心，一个得体、和谐、美丽的面部化妆和发型设计是给人留下美好印象的重要因素。所以说，化妆造型是形象设计构成要素中最为重要的部分。

3. 化妆的类型

化妆的类型有很多种划分方法。在学习化妆之初，可以结合光源来划分化妆方式，因为人们带妆出现的场合只有两种光源情况，即日光光源和灯光光源。除此之外，还可以有其他划分方法，如按照化妆材料不同划分、按照化妆用途不同划分等。下面介绍按照光源及化妆用途不同划分的化妆类型及其化妆要点。

（1）按照光源的不同划分

1) 日光环境中的化妆 日光属于散射的光，自然界中的万物呈现出清新自然的面貌，人的面部受光面积大，因此在此环境中带妆出现应该注重生动、自然、简洁，以追求“清水出芙蓉，天然去雕饰”的审美效果与意境，将个性生动形象地表现出来。

2) 灯光环境中的化妆 灯光具有一定的装饰性，所以在该环境中的化妆除了与服装相

协调以外，还要特别注重化妆造型和色彩与环境气氛场合的协调，既可以化得收敛些也可以化得夸张些。

(2) 按照用途的不同划分 按照化妆用途的不同可以将化妆分为艺用化妆和实用化妆。影视、舞台化妆属于艺用化妆，而我们常用的生活化妆则属于实用化妆类型。

1) 舞台化妆 舞台化妆是舞台美术的一个组成部分。舞台上的演员与观众有一定的空间距离，加上舞台灯光比较强，使人物形象缩小、模糊。若不在演员面部加以强调、扩大，观众就会对剧中人物辨认不清。因此在化妆时，强调色彩的对比、浓艳鲜明及在符合自然规律的基础上加以夸张（见彩图 1）。

2) 影视化妆 电影是通过放映机在银幕上展现画面，任何略为夸张的痕迹都会暴露在观众眼前，因此，化妆必须做到细致、真实、自然；电视由于屏幕小，清晰度弱，不如电影精细，因而电视化妆有时可以运用较夸张的手法来帮助突出人物的典型特征，但仍然要求细腻、柔和、真实（见彩图 2）。

3) 生活化妆 生活化妆也称为淡妆，是生活中应用范围最广泛的妆型。在人们日常工作、生活、休闲时，均可应用，且适用于各种年龄、各种类型的人。生活化妆用简洁的手法和淡雅、自然的色彩来美化人们的面部，化妆效果以清晰、自然、少人工雕琢的痕迹为佳，对轮廓、五官的修饰不能太夸张，并要与整体形象和谐（见彩图 3）。

4. 化妆造型与形象设计

化妆造型时应研究人与自然、人与社会的相互关系。我们在进行形象设计时，如果能深入了解一个人的独特气质与内涵，设计的效果就更能体现出外表与内涵兼备的活灵活现的人物。

具体来说，在形象设计中要考虑人的形、神、骨肉、气色、声音、姿容等要素。

(1) 形、神 形是指人的形体、外貌，如身材、体态等外观特征；神是指人的精神状态，与生理、心理、意志和生命活力有关。神集中体现在眼神上。

(2) 骨肉 骨肉是指人的形体与外貌，主要是由骨骼和肌肉体现的。面部骨肉的结构特征体现了人的外形特征。

(3) 气色 气色是中国医学独有的概念。气是指生命体内的一种原动力，色是指人体内的气体在皮肤上的肤色。气有先天和后天，色有主色和客色。先天的气是人体自然形成的，后天的气是指人对社会的适应程度和个人修养。主色是先天的肤色，客色是受各种因素影响形成的肤色。

(4) 声音 声音也是体现人的形象的一部分。声音的大小，不只是生理现象，还是人体内部的神和气的反映。在化妆中，对唇部的渲染是表现声音的一种手段。

(5) 姿容 姿容是指人的举止和仪态。人的行走、坐卧、谈吐以及喜怒哀乐的表露，是人体的一种语言，是人体动作传递的信息，也是人的内心世界的内在表现。优雅的姿容主要是靠后天的培养形成的，是性格修养的反映。它也是化妆中应考虑的一个要素。

二、服装服饰

1. 服装服饰的概念

服装即衣着；服饰即鞋、帽、腰带、包、首饰等具有实用性和装饰性的服装配件。

2. 服装服饰的价值

服装是人的第二肌肤，却给人第一印象。有人说衣服会“说话”。一个人的经济状况、

教育水平、社会地位、学识、心理状况以及生活情趣等，均能透过其衣着表露出来。而从某种意义上说，衣服也是最会“说谎”的，它可以让人在转眼间改头换面。

形象设计师在进行服装服饰的搭配设计时一定要因人而异、因时而异、因场合而异。对此，我们将在后面的章节中做详细论述。

3. 服装服饰艺术与形象设计

运用服装服饰是形象设计最重要和最直接的手段之一，同时，服装服饰作为一门独立的学科有其自身的科学性。因此，只有在对服装服饰本身及其相关学科有一定的学习和了解后，我们才能在形象设计中对服装服饰的运用和搭配做到得心应手。

(1) 人体工程与形象设计 在服装服饰艺术的制约因素中，首要的一个因素是人的形体对服装的制约，这也是服装服饰艺术与其他造型艺术之间的最根本区别，它不仅把人作为表现对象，而且直接把人作为表现要素来处理。为此，必须要研究人体解剖学。人体解剖学是一门复杂的学问，对于设计师来说，应更多掌握的是构成人体外形的骨骼结构和肌肉组织，这是现代服装设计的最基本知识，对于形象设计学习过程中的服装服饰设计也是非常重要的。如肩胛和胸廓的骨骼结构决定着上衣的基本形态；髋骨的结构是裙、裤造型的重要根据等。

(2) 服装卫生与形象设计 服装卫生学是从生理学、卫生学的角度研究人体的生理健康和衣服之间的科学关系的学科，其相关知识要求我们在形象设计中要注意：服装服饰的审美艺术性要建立在人体健康的基础之上，只有充分地考虑服装服饰与人体健康的关系，整体形象设计才能符合现代人的审美要求。同时，服装卫生学还指出了我们在形象设计中要避免的一些弊病，如妇女过分束胸会造成横膈膜上移、心脏向右倾斜，有害于健康。

(3) 服装色彩与形象设计 着装效果在很大程度上取决于服装的色彩，所以，作为一名形象设计师，注意和研究服装色彩非常必要。除了应掌握色相、明度、纯度色彩的三属性，色彩的对比和调和理论，以及服装配色的美学原理等服装色彩学的基本知识以外，还要掌握服装的流行色。从某种意义上讲，服装的流行色与服装的配色原理具有同等重要的作用。

(4) 服装造型美与形象设计 色彩、造型和面料是构成服装的三个基本要素，其中，服装造型和其他造型艺术一样，也是由点、线、面三个基本造型因素组成的。

作为一名形象设计师，必须掌握运用点、线、面进行服装造型的技巧，除此之外，还要注意到在形象设计中服装的廓形对整个形象的造型和局部造型的制约作用。服装的廓形就是服装的外轮廓线，是撇开立体的、多样变化的造型后，留下剪影式的外轮廓时所呈现出的形态，从这个意义上讲，廓形也具有线的性质。廓形常常被简化为几种几何形，如 H 形为长方形，A 形为正三角形，以及梯形、圆形、方形等。

(5) 服装服饰艺术发展史与形象设计 服装服饰艺术的发展都是纵向的历史延续，都能从其历史的和社会的延续中找到它们存在的理由，毫无根据的作品是找不到的。这就是说，服饰艺术的发展都是有其历史的内在联系的，昨天的服装是今日服装的原型和基础，而今日的服装又将为以后的服装提供设计参考，成为以后新颖造型和色彩搭配灵感源泉。图 1—3a 所示为 15 世纪下半叶法国艺术家富盖的作品，我们不难看出，作品中圣母穿着的服装与图 1—3b 所示现代服装中的吊带裙有异曲同工之妙。图 1—4a 所示为 16 世纪法国艺术家弗·克洛埃的绘画作品，现代服装里带花边的高领和泡泡袖等元素都能从这张画作中寻找根源，如图 1—4b 所示。因此，任何新的服装服饰艺术作品都不是凭空诞生的。法国服装设



a)



b)

图 1—3 艺术发展史的借鉴 (1)

a) 圣母子 富盖 1451 年 b) 吊带裙



a)



b)

图 1—4 艺术发展史的借鉴 (2)

a) 奥地利的伊丽莎白 弗·克洛埃 1571 年 b) 高领衫、泡泡袖

计师缪格勒认为, 时装款式的新颖是一种周期性的变化, 从来就没有真正全新的式样, 所谓新潮流行款式, 不过是旧翻新而已。我们恐怕不会想到, 现代的摇滚服装源自“禁欲”的中世纪的平民服装, 20 世纪 80 年代欧洲流行的造型、色彩的不对称, 亦是源于中世纪。因此, 我们可以通过对服装服饰艺术发展史的学习, 根据具体情况将其中的知识灵活地运用到现实的形象设计中来。

三、体态礼仪

英国哲学家约翰洛克曾说: “美德是精神上的一种宝藏, 但是使它们生出光彩的则是良好的礼仪; 凡是一个能够受到大家欢迎的人, 他的动作不但要有力量, 而且要优美, 无论什

么事情必须具备优雅的方法和态度，才能显得漂亮，得到别人的赞赏。”世界著名绘画大师达·芬奇也说：“精神应该通过姿势和四肢的运动来表现。”在现代多变的社交场合，人们的言谈举止、仪表礼仪都有一定的规范，这是人的整体形象的又一表现形式。

1. 体态

体态就是身体的姿态。一个人身材匀称，体态很美，就有了一种迷人的魅力。在进行形象设计时，必须把体态这个因素充分地考虑进去。

优雅、动人的体态对每个人尤其是女性的重要性是不言而喻的。那么一个人的体态怎样才算是优美动人呢？下面分别从坐姿、站姿、走姿三方面来阐述。

(1) 优雅的坐姿 坐时应保持双腿合拢，两膝不要分开。假设是坐在沙发上，身体不可全部往内靠，而应稍微坐在边上一些，手、肘自然地放在扶手上，这样会给人一种轻巧的印象。

至于腿部的姿态，除了大腿之外，小腿也应合并在一起，可将小腿斜着合并在一边，或者将靠内侧的脚背斜倚在外侧的足踝上，这样小腿会显得修长。假使习惯架腿也可以，只要将两腿并在一起，架在上边的那条腿的脚背注意不要往上翘，应自然地下垂。也可将双腿斜斜地合并在一边，双脚的脚背向外斜放，这样不但可显得双腿修长，姿势也好看得多。

(2) 得体的站姿 一般的站立姿态要求肩部平衡，两臂自然垂直，身体不弯曲，也不故意挺直，两腿并拢，脚部呈丁字形站立。若要使自己的立姿更能表现出女人特有的美感，就需要做一些辅助练习。可以对着穿衣镜练习下列几个动作：

- 1) 站立呈丁字形（一条腿前伸，一条腿在后）。
- 2) 将前伸的那条腿的膝盖部微弯，显出腿部的线条。
- 3) 重心放在后面直立的腿上。
- 4) 胸部挺直，腰部微微扭向与前伸的腿相反的方向，紧收腹部。
- 5) 两手自然垂直，或将与前伸的腿部平行的手部叉于腰间。

(3) 合适的走姿

1) 头部 走路时，头部与躯干应成一条线，歪、仰、斜等都有损美感，并应注意切勿任意东盼西顾，而使头部向左右做大角度的转动；当你要找寻道旁某目标时，头部斜角应以不超过 15° 为宜。假若偶然发现道旁某种吸引自己的东西，应停步转身观看，切勿边走边看，甚至将头部向后转过大于 90° 的角度。

2) 胸部 胸部向外挺是走路美的一个基本条件，胸凹背驼会显得老态龙钟。但挺胸时，应注意勿令腹部同时凸出，而使全身成为弧形。

3) 双手 走路摆动双手时，手臂不宜太直，双手摆动的角度应稍向内或外偏斜 $5^\circ \sim 10^\circ$ ，这样可以增加行走的美态。

4) 两脚 女性穿上高跟鞋时，走路的步伐要正直向前，脚不要向外，切忌鸭步式摇摇摆摆。要抬平头，眼向前看，不要俯腰低头往地上看。举步时要足膝略弯，不可过于挺硬，步伐应比穿平跟鞋时略小，足跟要全部着地，使身体重心落在后跟上。此外，走路时要注意快慢适中，脚步轻盈。

2. 礼仪

礼仪风度不是天生的，也不是完全自发形成的，主要是逐渐学习积累而成的。在现代社会，礼仪可以有效地展现一个人的教养、风度与魅力，是人的学识、修养和价值的外在表

现。因此，礼仪也是在进行形象设计时必不可少的一方面。

(1) 礼仪的概念 礼就是文明人对于自然和社会的态度；仪就是礼的样式，是体现礼的行为与表现。

礼仪规范从形式上看，只是些举手投足、表情达意的小事，没有什么复杂高深的学问和技法技巧，但是没有对各种礼仪的学习和感悟，在社交活动中便很难成功，这一点在形象设计上也显得尤为重要。

(2) 注意与人交往的礼仪 在公共场合注意仪态是非常必要的，尤其是第一印象，其不良影响是不易挽回的。有些小动作是无意识的但确实令人感到难堪、尴尬。如在交谈和听别人讲话时，打哈欠或者伸懒腰都是很不礼貌的，尤其是在会议场合，因为那样的动作似乎表明对谈话或演说不感兴趣或厌倦。避免在社交场合或开会时打哈欠的方法很多，如饮浓茶或咖啡都能帮助解除疲劳，提神醒脑。

在公共场合打喷嚏、咳嗽都是令人尴尬的事情。喷嚏不止时，可用一汤勺盐加温水溶在杯里，用脱脂棉蘸少量盐水涂于鼻孔中，即可止住喷嚏。咳嗽时要尽量用手绢或纸巾遮住嘴巴，把脸从周围人的方向移开，而且在咳嗽后应向别人道歉。另外，在餐桌上剔牙也是不礼貌的，应尽量避免，若一定要做，应用一只手遮住嘴巴，另一只手去剔牙。

在我们的生活和工作中，除了以上提到的几种常见的礼仪问题外，还有很多场合需要我们注意，如初次见面、业务洽谈、婚礼、舞会等场合都有相应的礼节。此外，根据不同的场合，进行合适、得体的化妆以及服饰、发型设计也是一个人具有良好仪态的重要表现。

总之，体态和礼仪是一个人自我形象的一部分，良好的体态和礼仪会给人留下美好的印象，一个完整的、优秀的形象设计，必然是包含了体态和礼仪在内的整体设计。

思考与练习题

1. 试述形象设计的概念。
2. 思考当前提倡形象设计的必要性，并简要叙述形象设计对人们的工作生活有哪些重要作用。
3. 形象设计的构成要素包括哪几个方面？谈谈你对各个方面的理解。

第二章 形象设计的设计要素

形象设计的设计要素是指包括形态、色彩、肌理在内的视觉对象。正如语言是由文字、词汇、句法构成的一样，形象设计师就是借助于蕴涵着各种信息的视觉语言，将一个完整的视觉信息传达给受众对象。

§ 2—1 形象设计的形态要素

形象设计的形态要素是进行形象塑造的基本元素。它主要包括点、线、面、体。形象设计师就是通过点、线、面、体构成的具象的或抽象的、平面的或立体的各种形态，赋予人们视觉上和心理上的形态差异。

一、点

1. 点的定义

点是最小的基本形态。其特点为细小，没有面积，只有位置。在形象设计中，凡是在视觉中可以感受到的小面积的形态就是点。

2. 点的特点、变化及作用

(1) 点的特点 点表示位置时，它是一条线的开始或终结，存在于两条线的交叉处。点的连续排列会产生线的感觉；点的集合排列可产生虚面的感觉。

(2) 点的变化及作用 几何形的点强化了庄重感；任意形的点突出了活泼跳跃；相同或相似的点如果反复出现，可以产生节奏和韵律之感。此外，平面上设置若干个点，由于它们大小和排列方式的不同会使人产生截然不同的心理效应，如发射感、光感、运动感、方向感等，如图 2—1 至图 2—4 所示。

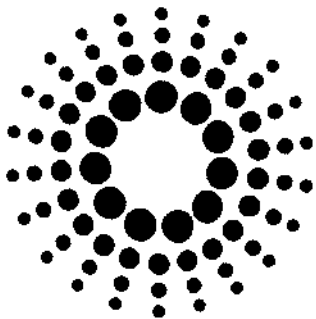


图 2—1 点的发射感

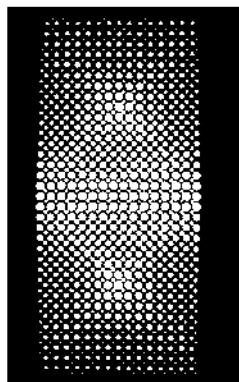


图 2—2 点的光感

由于点具有细小单位的特点，所以能创造丰富多彩的新形态，具有简洁、生动、有趣的特点。其中单个点的存在还具有突出与强调的作用，集中人们视线，形成视觉中心。比如，头饰作为点配置在上部，其装饰的不仅仅是头部或脸部，而是通过强调整体形象上部的一点来达到某种整体效果，如图 2—5 所示。

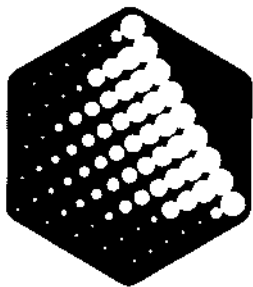


图 2—3 点的运动感

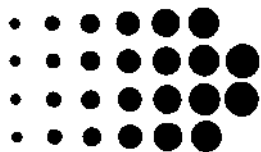


图 2—4 点的方向感



图 2—5 点的作用

3. 点的性格

点还有自己的性格：点的不同形态，往往能引起人们对自然物和自己经历过的某些事物的多种联想，加之单纯的点能给人以某种情感的表达，因此，不同的点有着不同的性格。比如，方形的点使人感觉坚实、规整、静止、稳定和冷静；圆形的点往往给人饱满、充实、运动、不安定的感觉；多边形的点会有尖锐、紧张、躁动、活泼的联想；不规则的点会有自由、随意的感觉。

4. 点在形象设计中的运用

形象设计中的点是相对面而言的，是指外形较细小的形态，如纽扣、项链、衣饰、发饰（见图 2—6a、b、c）以及服装款式或面料图案中涉及的点的形态等，它们能够丰富外观形象，起到画龙点睛的作用。它们既可自然随意，也可秩序井然；要么生动明朗，要么整齐规范。

二、线

1. 线的定义

线是由点的连续移动至终结而形成的图形。几何学上的线有长度而无宽度，图形中的线则有宽窄粗细之别、位置方向之差。

2. 线的形态及性格

线的形态有两种，即简洁轻快的直线和流畅迂回的曲线。

(1) 直线 直线分为水平线、垂直线和斜线。水平线具有平静、安稳、被动、限制的感觉；垂直线给人向上、权威之感；斜线含有运动、刺激、紧张的心理感应。向上方倾斜的线



a)



b)



c)

图 2—6 点的运用

具有上升积极的感觉，向下倾斜的线具有沉降消极的感觉。水平线与垂直线的组合令人感到安定、秩序、平稳，如图 2—7 所示；斜线与水平线或垂直线的组合则给人以运动、方向的感觉，如图 2—8 所示；垂直线的并列使用产生横向动感，水平线的并列使用则产生纵向扩张的动感，如图 2—9 所示。

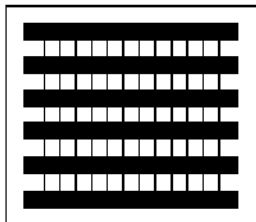


图 2—7 水平线与垂直线的组合

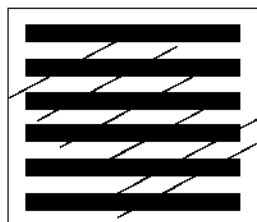


图 2—8 斜线与水平线的组合

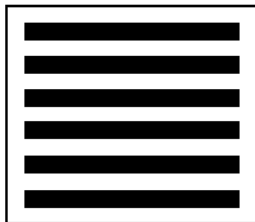
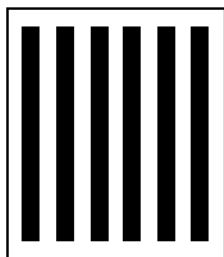


图 2—9 垂直线和水平线的并列

(2) 曲线 曲线分为几何曲线和自由曲线。几何曲线是可以数学方法绘制出来的，如圆、椭圆、抛物线、双曲线等，给人以优雅、明了、确定、节奏之美感。自由曲线的形成具有很大的随意性，常表现出柔软、优美、婉约、丰满等特征。

3. 线在形象设计中的运用

形象设计中的线的运用无所不在，面部化妆中的眉型、唇型、眼型都是线的运用，如图 2—10、图 2—11 所示。身体的线型、服装的内外轮廓线等无不是由线来构成整体的视觉效



图 2—10 线的运用 (1)



图 2—11 线的运用 (2)

果的。这些线在形象设计中的作用，关系到设计的整体效果，它可以改变形象的风格，也直接影响到形象美感的效果。平淡的形象，可以借助线条来增添风采；体型有缺陷的人，可以借助线条变化来掩饰自身的不足。比如竖的线条能引导视线纵向移动延伸，产生纵长的感觉，此理运用到形象设计中能使身材矮小的人显得修长，如图 2—12 所示。横粗线间隔较疏时，视觉效果稍显呆板但有粗壮感，用于高而瘦的人，可增加壮实感，如图 2—13 所示。



图 2—12 竖线条的运用



图 2—13 横线条的运用

三、面

1. 面的定义

面是由线的连续移动至终结而成的。面有长度和宽度而无深度或厚度，它是体的表面，界定着体的形状和大小。

一般来说，面往往在画面中所占比例较大，因而面的大小、形态、位置就显得十分关键。面的形态对设计的整体效果起着主导作用。

2. 面的形态及性格

面的形态可以分为规则形和不规则形。

(1) 规则形的面 规则形的面是由圆形、方形、角形等规则的几何图形组成的。

1) 圆形 视觉效果完整且具动感，如正圆形的中心对称性使其柔和中见沉稳，在圆形中截取的任何一部分即是弧形，弧形比圆形更具有运动感与速度感。