

高等院校服装设计专业精品教程

人物形象设计

IMAGE DESIGN

周少华 编著



FASHION
DESIGN
TEACHING
MATERIALS
FOR ART
COLLEGES

FASHION
DESIGN

HUBEI FINE ARTS PUBLISHING HOUSE

湖北长江出版集团

湖北美术出版社

高等院校服装设计专业精品教程

人物形象设计

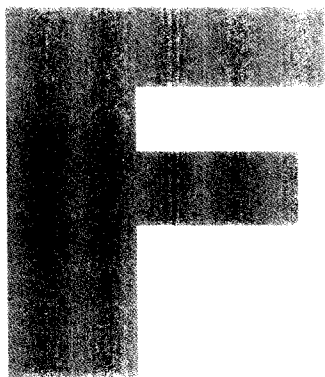
IMAGE DESIGN

周少华 编著



FASHION
DESIGN
TEACHING
MATERIALS
FOR ART
COLLEGES

湖北长江出版集团
湖北美术出版社



选题策划 / 王开元
责任编辑 / 何金祥
项目负责 / 余 杉 石锦华
封面设计 / 刘嘉鹏
技术编辑 / 李国新

图书在版编目(CIP)数据

人物形象设计 / 周少华 编著
—武汉:湖北美术出版社, 2006.8
高等院校服装设计专业精品教程
ISBN 7-5394-1893-1
I.人...
II.周...
III.个人—形象—设计—高等学校—教材
IV.B834.3
中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第100423号

人物形象设计

©周少华 编著

出版发行:湖北美术出版社

地 址:武汉市洪山区雄楚大街268号

电 话:(027)87679522 87679523

邮政编码:430070

H T T P: www.hbapress.com.cn

E - m a i l: fxg@hbapress.com.cn

制 版:武汉精一印刷有限公司

印 刷:湖北新华印务有限公司

开 本:889mm×1194mm 1/16

印 张:6.5

印 数:3000册

版 次:2006年9月第1版

2006年9月第1次印刷

I S B N 7-5394-1893-1 / B · 6

定 价:35.00元

高等院校服装设计专业精品教程

主 编 李当岐

执行主编 张秋山 周丽娅 丁国强

编 委 罗 旻 李莉婷 邱佩娜 毛春义 柯锡安
王 羿 李健丽 赵欲晓 刘美华 周永红
肖瑞欣 鲍殊易 杨 阳 贾 云 常亚平
吕 彪 周少华

参与院校 清华大学美术学院

北京服装学院

鲁迅美术学院

广州美术学院

湖北美术学院

中南民族大学美术学院

武汉科技学院

华中科技大学

序

自 1980 年我国的服装设计教育进入高等院校以来,全国各艺术院校、轻工院校、纺织院校都先后建立了服装设计系或服装设计专业。随着我国经济的飞速发展,面对强劲的社会需求,到目前为止,我国各类高校几乎都开设有艺术设计类的专业,而在这些艺术设计类专业中,大都开设有服装设计专业。另外,高等和中等职业技术教育、民办高校以及各种类型各种层次的培训班,也都在为我国的服装产业培养着各类人才。

——服装设计教育已经成为高等教育和职业技术教育当中一个重要的领域。但这个领域的师资队伍和教材建设还远远不能满足现实需要。为此,在湖北美术出版社领导的大力支持下,我们组织了一批活跃在教学第一线的中青年教师,共同编写了这套教材。他们来自不同的院校,有着不同的校园文化背景,各自身处不同的教学体系,分别承担着不同的教学任务,因此使这套教材具有集众家之长的综合性特色。

——这是一种有益的尝试,旨在整合各种教学资源,加强院校间的相互交流,促进我国服装设计教育事业的发展。

全套教材共 16 本,内容丰富,信息量大,知识面广,技能性强,教材明确规定了每门课的课时量、进度和作业量,可操作性强。不仅适合全日制高校的本科生或高等职业技术类院校的学生使用,而且,对于自学高考的同学也是一套很好的辅导教材。

感谢各位编著者的辛勤劳动!

感谢湖北美术出版社的大力支持!

李当岐

清华大学美术学院院长,教授

目 录

001	第一章	人物形象设计概述
001	第一节	概念
002	第二节	人物形象设计的基本要素
003	第三节	人物形象设计研究范围
003	第四节	成为设计师的条件
006	第二章	人物形象造型与形态
006	第一节	概念
006	第二节	点、线、面、体在人物形象造型中的表现形式
009	第三节	人物形象形态
013	第四节	形态与造型的区别、联系及表现侧重
014	第五节	形象美的设计原理
017	第六节	人物形象设计中的视错觉应用
021	第三章	人物形象设计的方法论
021	第一节	设计思维与方法
024	第二节	设计的视觉中心
025	第三节	设计及调整过程
027	第四章	人物形象设计构成要素
027	第一节	服装设计
040	第二节	化妆设计
053	第三节	发型设计
057	第四节	配件设计
067	第五章	人物形象设计风格
067	第一节	概念与意义
067	第二节	人物形象风格定位
075	第三节	风格转换
079	第六章	人物形象设计变化规律及流行
079	第一节	人物形象造型变化规律
080	第二节	人物形象设计与流行
083	第七章	人物形象专题设计
083	第一节	职场人物形象设计
091	第二节	影视、舞台人物形象设计
093	第三节	形象设计个案练习
100		参考书目

第一章

人物形象设计概述

教学要点：了解人物形象设计的概念、基本要素、研究范围以及成为设计师的条件，使初学者对人物形象设计有一个总体认识。

第一节 概念

表现与装饰是一体的两面，装饰是必要的。光有内涵还不够，外在包装同等重要。形象设计包罗万象，公司的形象设计、社会的形象设计、人物形象设计等都属于此范畴。人物形象设计又可称“人物造型设计”，是对人物整体形象的再创造。所谓“再创造”并不是完全脱离模特本身，塑造出一个与其毫不相干的形象，而是在保持原有的人物性格本质的基础上，结合考虑其职业、环境等外界因素，用服饰、化妆、发型等表现手法二度创作，设计出近乎完美的人物形象。

人物形象设计是围绕人的生活范围进行的，包括人在生活中每个细节的形象安排，如：出去旅行或去休闲场所时的穿戴该如何选择、容貌该如何设计、发型应如何梳理；平时上班该以何种形象出现或面对客户和顾客；参加正式的场合该如何装扮自己；不同风格的聚会该如何变换形象；找工作时该以何种形象面对考官；如何设计人生中最美好的形象，等等。在生活中，形象是社会公众对人物个体整体的印象和评价，也是人的内在素质和外形表现的综合反映。

早在20世纪50年代，“形象”一词出现在当时美国社会各阶层中，他们对于本身的信誉十分看重，尤其是工商企业界及政界人士纷纷有计划地塑造良好的个人形象。而“形象设计”这一概念则源自舞台美术，后来被时装表演界人士使用，用于时装表演前为模特设计发型、化妆、服饰的整体组合，随即发展成为特定消费者所作的相似性质的服务。由于形象设计不但有消费者构成的市场需求，而且化妆美容用品以及服饰厂商都可以借用它作为促销手段，因此，在国际上发展极快。在美国，形象设计已经是与商业紧密结合的产业，其设计形态已达到生活设计阶段，即以人为本，以创造新的生活方式和适应人的个性为目的，并对人的思想和行为作深入的研究。国内自20世纪80年代末以来，也出现不少从事形象设计工作的人员。他们一般是由美容、美发、化妆、服装（饰品）设计等职业中分流出来的。这些人员逐渐从业余到专业，从擅长一门（或化妆或美发或服装或饰品）到注重整体，取得了长足的进步和社会的认同。我国的形象设计业和国外相比虽然起步较晚，但是随着人们对美的认识和要求不断增强，市场需求越来越大，形象设计职业也越来越热。从职业性质角度分析，形象设计师与服装设计师、化妆师、美容师之间的关系为：四者既有联系又有区别。其共同点为，都是以“人”作为其服务对象，以改变“人的外在形象”为最终目的。主要区别在于：服装设计师主要工作是以面料做素材，给予人体以功能性和装饰性美感；美容师的主要工作是对人的面部及身体皮肤进行美化，主要工作方式是护理、保养；化妆师的主要工作是对影视、演员和普通顾客的头面部等身体局部进行化妆，主要工作方式为局部造型、色彩设计；形象设计师的主要工作是按照一定的目的，对人物、化妆、发型、服饰、礼仪、体态语言及环境等众多因素进行整体组合，主要工作方式综合设计。从社会历史发展过程分析，形

象设计师与服装设计师、化妆师、美容师之间的关系为：人类对自身形象的美化，最早出现的是“遮体”和“化妆”，人们通过在人体上装饰各种饰物来达到特殊的视觉美感或其他的目的。随后，“美发”、“美容（主要是指护理保养）”、“美甲”等逐渐加入进来，使得与美化人体形象相关的社会职业分工越来越细化。形象设计师则是这一组合中的最高层次，是整个人体形象美化工程的先导环节，也可以说是各相关职业的整合。

人物形象设计是围绕人体对外观、礼仪、体态、语言以及环境等众多因素进行综合设计的一门艺术，是通过将设计要素结合人的思想情感来表现其外观活动过程的实用艺术行为。人物形象设计本质是为人在出入一定场合创造的形象外表，其表现形式是围绕人体外观为设计前提，结合一定的约定程序、方式等来体现其整体的高雅、华丽、唯美……等风格特征和个性气质，用造型中的内、外、上、下、前、后视觉过程在受众视点移动的过程中，随时间和空间的变化分别将美感展现给大家，设计除了对人物本身形体、容貌等外表形象修饰外，还注重对人个体的内在精神面貌的设计。精神是人的内涵表现，也直接影响其社交活动中的形象美。

形象的最高境界在于充分体现属于自己的个性和特色。随着社会的发展，人们的生活质量在不断提高，越来越多的人开始认识到人的形象美不仅仅是对一张脸的修饰，而是整体形象美的综合表现。人物形象设计作为一门新型的综合艺术学科，正走进我们的生活。无论是政界要人、大款、明星，还是平民百姓都期盼有一个好的形象展示在公众面前。人们渴望设计师赋予自己以最美好的形象，以新的面貌更加充满信心地迎接工作中的挑战。

第二节 人物形象设计的基本要素

人物形象设计是由形象美感因素与被设计者外在的条件美组合而成。设计内容包括：整体美、服装材料色质美、服饰配件美、化妆发型美以及外界环境美等内容。

一、整体美

整体美又称意匠美，是一个社会实践形态。意思是指技术与艺术相结合的设计表现。人物形象设计的意匠美，是指设计出的形象作品富有表现力和生命力，是人性、自由的审美对象，是特殊才能与艺术结合的一种创造。这也是西方人所使用的“DESIGN”一词的完整含义。因此，要想获得“整体美”，设计师必须具有一定创造性的思维能力，从而创造出独特的、具有整体美的人物形象。

二、服装材料色质美

服装材料美是人物形象设计“具象美”的基础。每一种材料都有其本身的色彩与质地特性，有其他材料所不能替代的表现能力。材料的这些个性特征是形象美的重要因素，它为人物形象的艺术设计提供有利的条件，并增强人物形象美的多元性和无限性。

三、服饰、配件、化妆、发型美

在人物形象设计中，服饰、配件、化妆、发型设计是形成形象美的设计因素，通过不同的装饰手段综合再现人体的整体形象和美感。人物形象设计是有气质、有感情的动态艺术造型，所以服饰、配件、化妆、发型设计也必须作为有生命的艺术形象来与其选配或单独设计。只有将它们的本原美与人物形象有机地结合起来，才能表达出完整的形象美。

四、环境美

人物形象设计是社会整体物质文明和精神文明高度发展的物化结果,需要相应的氛围来烘托。设计必须与环境融为一体,相辅相成,形象才会有相得益彰的理想效果。如在晚间宴会厅若明若暗的灯光环境中,露肩贴身晚礼服显示出雍容华贵的审美效应;而正规的高级套装,只有在日间豪华的宾馆等场合,才能传达出典雅与优美。

第三节 人物形象设计研究范围

一、人物形象设计研究范围

为了对人物形象这门学科进行系统性的研究,必须明确其研究的范围。人物形象的研究范围可从两个角度来划分:其一是从自然科学的角度,把主体形象的包装物——服装、化妆、发型、饰品等属性作为主要研究对象,其二是从人文科学的角度,把人及人的着装礼仪、体态语言及环境等作为主要研究对象。

以物的属性为研究对象时,其研究内容可分以下两个方面:第一,把衣物、化妆、发型、饰品等作为物体来研究时,就要研究其素材、形态、色彩和构造等物质的内容。第二,把衣物、化妆、发型、饰品等作为人类的生活素材来研究时,就要研究其目的、用法、机能、效果等物质的价值。

二、人物形象设计研究方法

(一) 系统性研究

任何学科都不是孤立的,都与其他学科有或多或少的关联性。人物形象设计学横跨自然科学、社会科学、人文科学几大领域,有诸多与其相关联的周边学科。研究人物形象设计学就要将该学科与相关学科进行组合研究,形成一定的研究体系。从服饰、化妆的起源开始,研究社会形态中人们的生理需求、装饰意识和装饰心理等问题。

(二) 理论性研究

任何学科,都有其基础理论,有其要遵循的研究法则。人物形象设计学研究,首先要进行理论知识的研究,其研究内容包括两个方面:一是人物形象设计造型学科的专业理论研究,包括其专业基础理论研究等,如美术基础、三大构成、设计理论、造型基础等。二是与其有关的相关学科为基础,研究诸学科的有关领域,如服装设计学、服装人体工学、服装材料学、服饰美学、服饰心理学、化妆学、服装饰品学、发型设计学知识等。

(三) 实践性研究

人物形象设计学是一门实践性很强的学科,是建立在理论科学基础上的实践科学,因此在理论研究的基础上,必须进行科学的实践研究。对本学科的实践性研究可以采取理论指导先行、实践步步紧跟的方式,在理论学习的每一个阶段,都要进行有关实践。理论知识逐层深入,实践能力也循序渐进逐渐迈上更高的台阶。

第四节 成为设计师的条件

人物形象设计师要具备的基本条件具体归纳为三点:第一,设计的专业知识;第二,设计的心理素质;第三,设计的物质条件。

一、专业知识

人物形象设计的专业知识是指与其设计有关的学科中的内容,是可以通过比较系统的专业知识学习获得的。目前,我国许多服装院校开设了关于人物形象设计课程和与其直接有关的课程。具体分为三大科学体系,自然科学内容的课程有:服装人体工程学、服装材料学、服装卫生学、服装结构学、服装工艺学、化妆、发型设计学、服装整理学、染织工艺学、服装设计学等;人文科学内容的课程有:色彩美学、造型美学、服饰美学、文学欣赏、音乐欣赏、美术基础、广告学、摄影学、纹样学;社会科学内容的课程有:中外服装史、工艺美术史、公共关系学、环境艺术学、服装心理学、生活科学等。

二、心理素质

要真正做好一份事业,光靠专业知识的积累是不够的,心理素质是否完备,是专业知识能否正常发挥的主观因素之一。尤其是在竞争激烈的行业中,积极乐观、持续稳定和努力向上的心理素质往往是最终获胜的关键。就人物形象设计而言,心理素质主要表现在以下几个方面。

(一) 超前意识

在掌握了相当的专业知识以后,超前意识的建立和尺度把握是人物形象设计得以最大范围认同的关键。应该说,超前意识的建立并不困难,在流行大潮中经过一定时间的磨炼和较多接触世界文化信息,就能较快地理解超前意识的意义并逐渐形成。超前仅仅是一种意识,是人物形象设计与与时俱进的保证。“超前量”似乎看得见,却并没有明显的量化指标,是依靠设计师对流行的理解和感知而推断形成的。

(二) 美学修养

如何使自己的设计充满艺术魅力,这就需要设计师有很好的美学修养。对于一则成功的设计而言,美学因素是起主要作用的,因此,综合性的美学修养是设计师成功的方向盘,是使设计言必有物、游刃有余、品味与灵性贯穿作品中的保证。

美学修养可分为艺术修养和生活修养。艺术修养是指个人对艺术的理解和表达。艺术的范围是多方面的、有时间艺术、空间艺术、文学艺术等等,具体分类有音乐、影视、绘画、雕塑、诗歌、小说等等。仅仅会画上几笔并不能说明艺术修养之深浅,高尚的审美情趣和精深的艺术见解才是良好艺术修养的标志。生活修养是个人对生活的态度和由此而产生的生活行为。生活是提高修养的天然良师,只有具备一定的悟性和健康的心理状态,才会时时刻刻发现生活中的美好事物。好的人物形象设计师能让人们更好地享受生活的道具、创造典雅而优秀的生活环境和引发健康向上的生活情趣。

(三) 个性

现代人物形象的发展已进入到多元化、个性化阶段,作为新形式下的形象设计倡导者,设计师个性的重要性便显而易见了。个性是一个人有别于他人的性格上的识别标志。也是做好形象设计作品的另一基本前提。设计师个性是一种综合的能力反映,个性的形成不是一朝一夕之功,它有一定的自我发展的轨迹。很难说个性有无好坏之分,每种个性都有杰出人才的代表,设计师应该关心的是设计作品有无个性和如何把握设计个性,应该把更多的精力放在处理设计作品的个性上。

（四）敬业精神

人物形象设计虽然充满着挑战性和创造性，但也是一个非常艰苦的事业，没有良好的敬业精神是不会取得成功的。因此，初学者必须做好良好的心理准备，只有保持精益求精、锲而不舍的敬业精神，才能使自己的设计水平稳步提高、日臻完善。

知识链接：

本章知识内容可详细查阅：

徐肖庚：《现代设计艺术学》，长江文艺出版社，2003年；

（美）珍妮弗·克雷克：《时装的面貌》，舒允中译，中央编译出版社，2002年。

思考题：

1. 人物形象设计要素有哪些内容？
2. 服饰、配件、化妆、发型各要素在人物形象设计中的作用是什么？
3. 要成为一名合格的形象设计师应该从哪些方面进行训练？

练习题：

寻找10例形象设计代表作品，从外观审美的角度进行评判和分析。（以文字形式表达）

第二章

人物形象造型与形态

教学要点：了解人物形象造型与形态的概念，充分利用点、线、面、体在人物形象中的表现形式，分辨人物形象形态、造型的区别、联系及表现侧重。结合形象美的设计原理，分析人物形象设计中的视错觉应用。

第一节 概念

造型是借用一定的物质材料，按照审美要求塑造可视的平面或立体形象。物体是由其外轮廓和内结构结合而形成的，如服装中的帽子、喝水用的杯子、房间里的桌子等，其形状不同，特征也各异。人物形象造型，是运用写实或夸张的手法在人的自然相貌基础上弥补其形象缺陷、增添自然美感和创造一种真实形象风格的视觉艺术创作。是通过点、线、面、体四大造型要素，将人物形象形式从形态的上下、左右、前后等角度对服饰、化妆、发型等构成要素进行分割、组合、积聚、排列，并结合社会环境等外界要素来完美其形象整体美感的全过程。就造型理论来说，点的移动轨迹形成线，线的移动轨迹形成面，面的回转与结构组合形成体。人物形象设计就是运用美的形式法则将这些要素组合而成的一种完美的造型。

第二节 点、线、面、体在人物形象造型中的表现形式

点、线、面、体四大造型要素在人物形象设计中以各种不同的形式进行排列组合，从而产生形态各异的人物形象外观。造型设计的点、线、面、体与数学概念中的点、线、面、体既有联系又有截然不同的区别。首先，从各自相对的概念来理解，数学概念中的点、线、面、体与造型中的点、线、面、体有基本相同的概念，从概念的相对性上给人以相同的感受。所不同的是数学中的点、线、面、体是从理性的、抽象的角度来理解的，点只有位置没有面积，线有位置、长度及方向，面有不可以描绘的无限延伸性；而造型中的点、线、面、体是从感性的三维空间的角度来理解的，均有大小、面积、宽度和厚度，而且还有形状、色彩、质地等的区别。本章内容从造型的角度来讲解四大造型要素在人物形象中的表现。

一、点

点是零次元的非物质存在，表示位置，无方向。设计中的点有大小、形状、色彩、质地的变化，是相对较小的点状物。点在造型设计中是最小、最简洁同时也是最活跃的因素，它能够吸引人的视线，使设计中的点能够引人注目。点在设计中代表了东西的存在，并非是一个小圆点，也可以是别的形状。造型艺术中所指出的点，是既有宽度，也有深度，如服装上的扣子、饰品等。点从形状上可以分为两大类：一是几何形的点，轮廓是由直线、弧线这类几何线分别构成或结合构成的，如服装上的口袋、领结、钮扣等，这种点给人以明快、规范之感，装饰味比较浓；另一种是任意形的点，其轮廓是由任意形的弧线或曲线构成的，这种点没有一定的形状，如用柔软材料随意制成的头饰、饰物、包带等。这类形状点给人以亲切活泼之感，人情味、自然味道较浓。有

的点还具有方向性，如服装中有方向性的口袋、扣等，这种点给人以有秩序感和运动感。点是构成形式美中不可缺少的一部分，点的重复可形成节奏，点的组合可产生平衡，点可以协调整体，点可以达成统一。在人物形象设计中要恰如其分地把点与形象结合起来。下面介绍两种点的应用方法。

1. 单点的应用：点在人们的视觉中具有很强的注目感，如：点设计在人物形象的中心位置。但若设计在图形中的上方或左右位置，则给人不稳定感和相对的动感。

2. 多点的应用：两点之间会产生一种线的感觉，多点时则会出现不同排列、不同顺序的虚拟的面或形体。（如图2-1~图2-3）



图 2-1 装饰在面部的点，依次大小排列，使其成为整体形象的视觉中心。

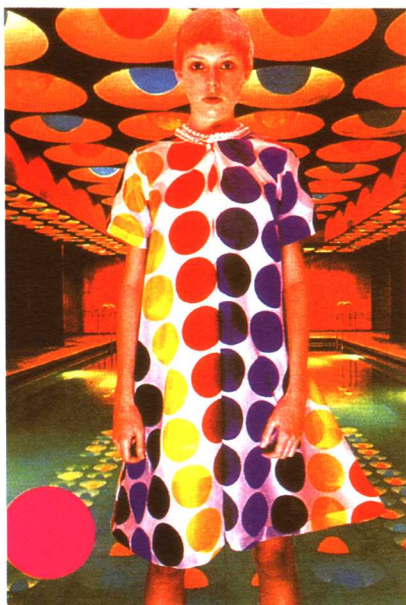


图 2-2 人物形象与环境中，大与小的点对比排列显得活泼醒目、动感跳跃。



图 2-3 立体的点组合成不同的配饰形象。

二、线

在几何学上线是指一个点任意移动时留下的轨迹,点的移动轨迹构成线。线有位置、长度及方向变化,没有宽度和深度。但是造型设计中的线可以有宽度、面积和厚度,还会有不同的形状、色彩和质感,是立体的线。如形象造型中服装、化妆、发型设计的型轮廓线等。线的本身是没有感情和性格的,但造型艺术中的线加入了人的感情和联想,线便产生了性格和情感倾向。线也是构成形式美的不可缺少的一部分,线的组合可产生节奏,线的运用可产生丰富变化和视错感,可以通过分割强调比例,可以通过排列产生平衡。线的形式千姿百态,运用在服装设计中可取得不同的设计效果。

在人物形象设计中,线的形态表现分为直线和曲线两种。直线形态主要表现如为:紧张、锐利、简洁、刚直感等特点;曲线形态则表现为:活泼,轻快、柔美、委婉等意味特征。(如图2-4~图2-7)



图 2-4 直线、曲折线的对比应用,赋予形象一种利落的时尚感。



图 2-5 直线、曲折线的对比应用,赋予形象一种利落的时尚感。

三、面

在几何学中,面是线的运动的轨迹,是无界限、无厚薄的。造型设计中的面可以有厚度、色彩和质感,是比“点”感觉大、比“线”感觉宽的形体。面是相对而言的,在视觉上要通过线围起来。被围的部分叫做领域,领域边缘存在着轮廓线。如果用线围起来的部分被别的轮廓线包围或分割的时候,就产生了别的领域,这两个领域之间就产生了不同的内容而形成不同的面。

面在人物形象造型中通常指各构成要素中个体组合块面的形体设计,不同形状组合块面的设计能给人不同的心理感受,如三角形、梯形的面常给人一种稳定、端



图 2-6 直线在色彩的变化中构成曲线视觉效果,赋予形象活泼、柔美、委婉等意味特征。



图 2-7 曲线的立体重叠使人物形象表现出柔美、华丽之感。

正之感；但如果将它们倒过来设计，则给人一种轻、不稳定的感觉。圆形则具有一种恒定之感。菱形或不规则形体则给人一种活泼、轻快之感。（如图2-8~图10）



图 2-8 面可以使人物形象表现出充实的量感。



图 2-9 不同造型的画面在人物形象中组合成新的形象领域，可以使人物形象表现出繁复感或华丽感。



图 2-10 不同的图案造型在人物形象中组合成新的形象领域，同样可以使人物形象表现出繁复感或华丽感。

四、体

体是面的移动轨迹和面的重叠，是有一定广度和深度的三次元空间，面是构成体的基本要素。设计中的体可以是面的合拢，点和线的排列集合等。设计上的体有色彩、有质感。

在人物形象造型中，正方体和长方体是用得较多的形态，如服装、饰品造型。体的构成可以通过材料的空间围合构成的虚体，以及由面组合成或块立体组合成的实体。虚体和实体给人心理上的感受是不同的。虚体使人感到轻快、透亮；而实体则使人显得庄重、厚实。体的虚、实处理给人物形象造型设计带来强烈的性格对比。（如图2-11~图2-16）

第三节 人物形象形态

一、概念

形态是事物的外形表现，是从事物中抽取出来的相对独立的形式要素。宇宙万物均具有形态性。形态能够在人们的经验体系内被直接或间接感知到，比如我们的五官和肌肤甚至大脑和心灵所能感知到的一切事物均以形态形式存在着。人物形象形态是指形象的内外轮廓及特征，是人物形象形态在特定环境下所呈现的外貌。人物形象形态包括形象形状、色彩、材质等要素内容。形象形状是被视觉感知的物体的基本特征之一，形状主要反映形象各部分的外轮廓特征，反映点、线、面的组合面貌，同时具有二维平面的性质；色彩是指任何可视形象都呈现色彩并由于色彩差



图 2-11 造型比较夸张的部件通常会有一种笨重感, 西方服装中使用裙撑来处理体积庞大的晚礼服; 冬装中用厚重面料表现的体则大多显得厚实。



图 2-12 由面形成的体使人物形象造型产生一种重量感觉, 让人感觉突兀于人物形象之外, 非常醒目。



图 2-13 由面组合成肥大宽松的袖体使人物形象造型产生一种空间重量感觉。



图 2-14 体的虚、实造型使得人物形象外观有强烈的性格对比。

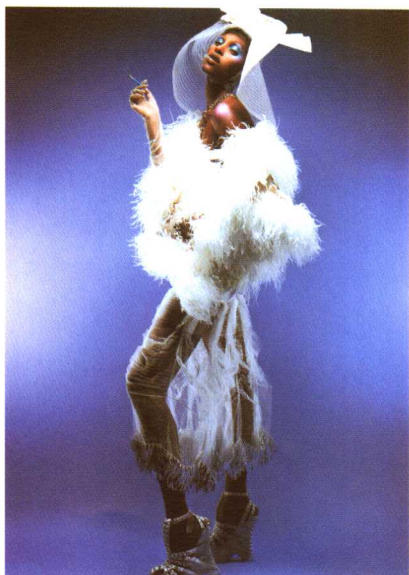


图 2-15 体的虚、实造型使得人物形象外观有强烈的性格对比。



图 2-16 体的虚、实造型使得人物形象外观有强烈的性格对比。

别的存在而被视觉感知。反过来, 色彩又因为附着于某种形态而通过这种形态被人感知。形态与色彩有各自独立的品格, 又互为依存; 材质则指塑造形状的不同物质而带给人的视觉和手感上的差异, 反映形态的物质构成特征。不同的材料及其构成形式给视觉以不同感受。(如图2-17~图2-19)

二、人物形象设计中的形态表现

(一) 量对形态表现的影响

量的表现与体的意义有相同之处。量有大小、长短、粗细、多少等, 量是相对的, 依靠对比

在一定条件下形成。不同的量对形态表情具有不同的影响。在人物形象设计中,量是影响人物形象形态表现的重要因素。例如,用单一造型元素进行人物形象设计,如果这种元素只运用一次,就可能使得设计非常单薄,设计元素不够突出。但是如果这种元素大量使用,并按照一定的排列形式进行大小、疏密、粗细的变化,设计就会非常丰富,而且不同的排列形式会有截然不同的视觉和造型效果,从而赋予人物形象以多重的形态表情。比如,一个小点在人物形象设计中感觉没有分量,一个大点则可能成为设计的视觉中心,而当无数个大点与小点进行有规则或者无规则的、交叉杂乱或秩序井然的堆积排列时,则可能会表现出大气浑厚、自由活泼或高贵华丽等不同的情感。因此设计者要在掌握了形式美的原理之后培养对设计元素宏观的统筹把握能力。(如图2-20~图2-21)

(二) 色彩对形态表现的影响

色彩包括无彩色和有彩色两大内容。无彩色是指造型中的黑、白、灰。设计中,无彩色黑、白、灰各自有着不同的性格,黑色具有重量感、后退感和收缩感觉等,白色与黑色的性格刚好是相反的,灰色取黑、白色性格的中间值。运用以上原理,人物形象的刻画可针对不同的身材外型选择不同的色彩包装。如胖子穿黑颜色的衣服可以显得瘦

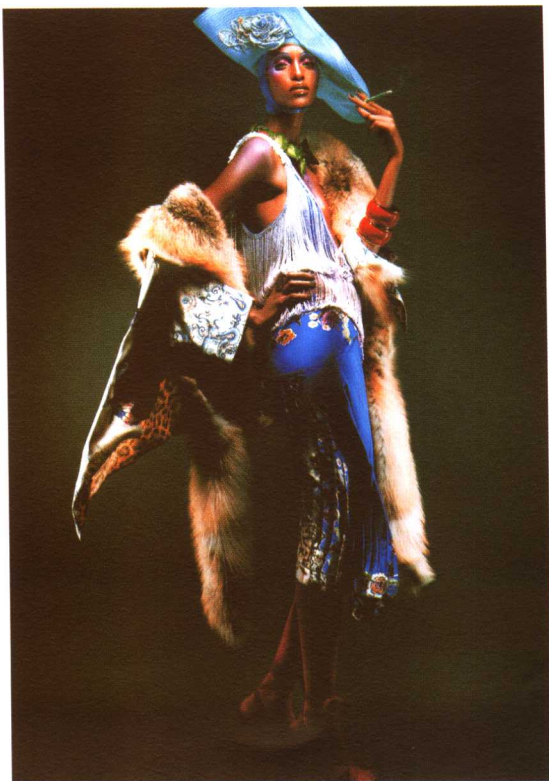


图 2-17 由里、外不同造型组合而形成的形态。

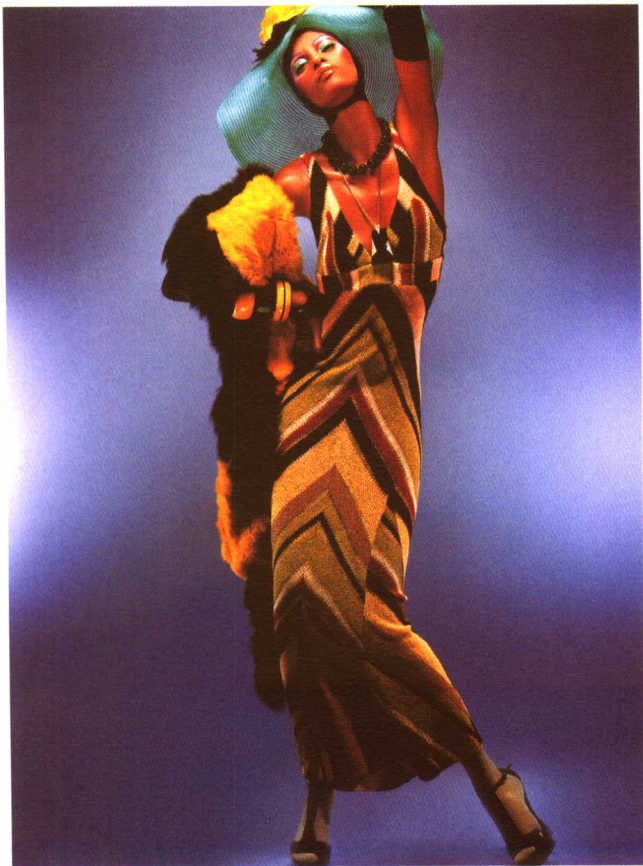


图 2-18 由配饰、服装、化妆组合而形成的造型形态图。



2-19 由配饰、服装、化妆组合而形成的造型形态。



图 2-20、图 2-21 多元素的结合和不同量的表现更为复杂丰富,用大量的线与多个体结合造型使形象表现出大气浑厚、高贵华丽。一点; 体形偏瘦的人穿白色的衣服可以增加在空间中的体积感。有彩色是指所有有色彩倾向的颜色。有彩色有冷暖之分,冷色的性格表现为寒冷、贫素、收缩、后退等,暖色的性格则表现热烈、华丽、前进、扩张等特征。在人物形象设计中运用不同的色彩对表达人物形象设计的情感因素有很大的影响,完全相同的设计,由于色彩的选择、应用不同,会出现完全不同的视觉效果。(如图2-22、图2-23)

(三) 虚实对形态表现的影响

虚实是人物形象设计中经常用来表现人物形象、形态、表情的手法。它带给人视觉上和感觉上的层次感和变化感,对人物形象设计的风格影响也较为明显。比如,用花色艳丽的丝绸面料做



图 2-22 穿黑颜色的衣服可以显得瘦一点。

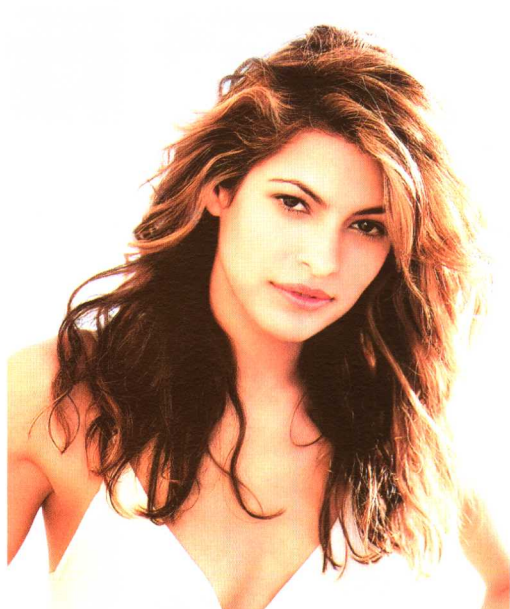


图 2-23 穿白色的衣服可以增加在空间中的体积感。