

王宏香 著

无

论平面设计之空白

生

有



24
207
207

B
E
I
Z
G
T
R
O
M
Z
O
T
H
I
Z
G
Z
E
S
S

华北水利水电学院图书馆



209314632

J524

W207

艺术设计要点指导

王宏香 著

无中生有

面设计之空白

郝玉明 主编



河北美术出版社

931463

策 划 张晨光 贡小秋
责任编辑 李菁华 戴建慧
封面设计 郝 军 段建昆
版式设计 张爱民 张英博

图书在版编目 (CIP) 数据

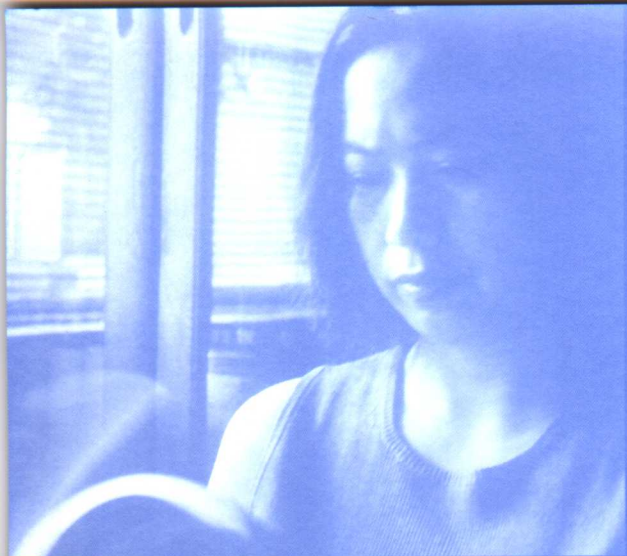
无中生有: 论平面设计之空白 / 王宏香著.
—石家庄: 河北美术出版社, 2004.1
(艺术设计要点指导)
ISBN 7-5310-2197-8

I. 无... II. 王... III. 平面设计 IV. J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 094675 号

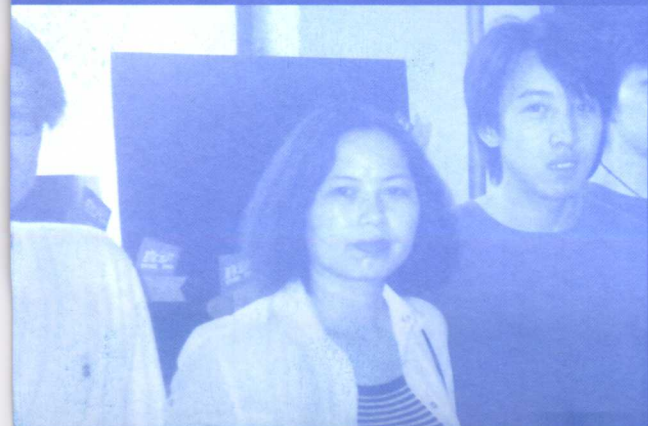
艺术设计要点指导 **无中生有** | | | | | | |
论 平 面 设 计 之 空 白

主 编 郝玉明
著 者 王宏香
出版发行 河北美术出版社
地 址 石家庄市和平西路新文里 8 号
邮 编 050071
制 作 品味设计工作室
制版印刷 深圳华新彩印制版有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 4
版 次 2004 年 1 月第 1 版第 1 次印刷
印 数 1~5,000 册
定 价 28.00 元



王宏香

陕西人。1987年毕业于天津美术学院装潢设计专业。现执教于西安美术学院美术教育系。致力于平面设计教学、研究与设计工作。作品曾多次入选全国及省级美展并获奖。出版连环画插本五集。设计作品多次被采用、发表。



虚与实，有与无是相依而存的，并在相互对照、转换中才得以显现升华。因此，空白既是一种形式，也是一种语言。

● 序 1
p

● 虚与实、有与无 2
p

● 无就是有 5
p

1. 无就是有
2. 海报设计中的空白
3. 空白是设计的生命、灵魂

● 画面的分割与空间支配 44
p

1. 形态的位置
2. 形态的方向
3. 形态的大小

● 无释放有 16
p

1. 空白使主体突出
2. 空白使主次分明, 视觉明晰

● 空白的美 27
p

1. 空白的美
2. 空白的聚散
3. 空白是一种情调
4. 空白的妙用

序

Preface

空白看似简单，实则不易。

尤如讲话、写文章，语言虽少，
句句得精粹、准确，罗嗦不得。

空白不易，还不易在，原本的无，
顷刻间已成为一种存在。

看得见与看不见，在此同等重要。

把握好看不见的，看得见的才会精彩；
把握好看不见的，画面才会耐人寻味。

若做到这一点，需要灵感，需要用心体
会、磨炼，空白即随你所愿。

一、有与无、虚与实

平面设计是设计艺术中一个重要的组成部分,其涉及内容主要是二维空间中各元素的设计和这些元素的组合编排;其目的在于信息传递、理念表达、情感沟通;而它的表现方式则离不开现代印刷技术。在 21 世纪的今天,平面设计已跨越传统的工具、技术,其影响力也在不断扩大。

设计,是一种打动人心的艺术,是一种给人深深关怀而不是说教的艺术……设计,正在悄悄地改变着人们的生活观念、生活方式,影响着人们的行为准则,引领着时尚与潮流,成为现代社会生活一个重要的标志,一道不可缺少的风景线。

平面设计已被广泛应用于各个层面的传播领域之中。其中包括书籍设计、包装设计、CI 设计、广告设计及各种出版物的设计。由于受传统观念以及农耕思想影响,以往的平面设计中,人们常常只注重图形、文字的设计与诉求,对图形、文字以外的空白(背景),则容易忽略,甚至有人认为空白就是一种浪费。

图形、文字是设计的主要元素,在设计中承载着一定的功能与信息,是理念、情感表达的载体。“可触”、“可摸”、“可感”是一种实的存在,是视觉之焦点,画面之主体,容易被关心、注意。图形是一种较为直观,易于识别传达、理解的信息载体和符号,具备点、线、面于一体的视觉特性,有较强的视觉冲击力。文字不单可帮助理解和传达信息情报、内容,而且具有一定的图形感。文字已成为设计的主角,除去文字内容所表述的意义外,更好地以图形的角色传递着艺术特征,成为艺术设计的重要手段。

空白在这里不是一般意义上的白,有时它会是某种色彩。色彩起烘托气氛,渲染情感的作用。空白是画面中的无,称为虚,是一种纯粹的、抽象的无,往往有助于信息传达、情感交流,起到以少胜多,提升作品感染力的作用。

虚与实,有与无是相依而存的,并在相互对照、转换中才得以显现升华。因此,空白既是一种

婴儿冰淇淋广告 < <<

其诉求是“产品纯正天然的品质”。背景空白的处理既使图像、文字的传达一目了然，又表达了深层的内涵，构成中的空白给人留下无限想像的空间。空白是纯净无瑕的象征，是对生命无私关爱的体现，画面高调处理更是对这一意念表达的强化。产品纯正天然的品质在此得到体现和升华。内容与形式得到完美体现。

形式，也是一种语言。一张白纸无所谓虚实，但无论一个点、一行字、一块面的出现，都会使版面产生虚与实、有与无、强与弱的变化。所以说虚实是相互矛盾、对

O

% 人造成分



Häagen-Dazs
Dedicated To Pleasure
至臻至享 至善至美

立的统一体，二者“相因而生、相比而显”。无虚也就无所谓实，无实也就无所谓虚，虚实是同一事物的两个不同方面。因而在谈论虚时必须以实为着眼点，处理实时必须考虑虚之存在。

清代笪重光说：“虚实相生，无画处竟成妙趣。”中国传统美学中就十分注重空白与虚之处理，

将虚看做是中国画之精髓。空白在中国画中无所不能，无所不容，是意境、情感与思想的特殊载体。空白也因此成为中国画区别于其他画种的主要特征之一。

关注虚与关注实同等重要。虚是实之影子，实是虚之躯体。虚虚实实，实实虚虚，相得益彰。在中国画中，山之实，常以水、云之虚来破；湖水太虚，则以鸭鹅之实来加强。设计与绘画一样，就是在不断地处理虚实、有无，是制造矛盾、统一矛盾的过程。矛盾设置越突出，视觉刺激就越感丰富，矛盾处理得好，画面就越精彩越耐人寻味。所以，在设计中更要注重利用空白强调制造二者的视觉形式效果。发挥空白的作用，使设计的个性品格更加突出、鲜明。

老子曰：“三十辐共一毂，当其无，有车之用，埴埴以为器，当其无，有器之用。凿户牖以为室，当其无，有室之用。故有之以为利，无之以为用。”也就是说，只有有了车轴穿过圆木的空洞，有了器皿中间的空虚，有了四壁中的门窗，才有车、器皿和房子的作用。“有”给人以便利，当它跟“无”配合时才能发挥出它应有的作用。



子林



松高鹤眠 陈子林 < <<

画家寥寥数笔，勾勒出一个静谧、超然的精神世界。鹤之神态在空白中愈显安详，是生命个体的体现。空白是画家精神世界的写照，给人以无限想像的空间。前景松枝的处理令画面产生前后、虚实的空间。

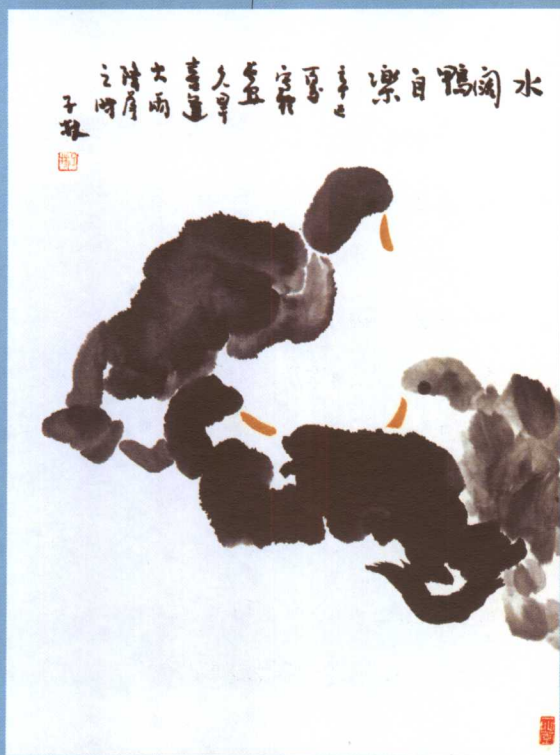
二、无就是有

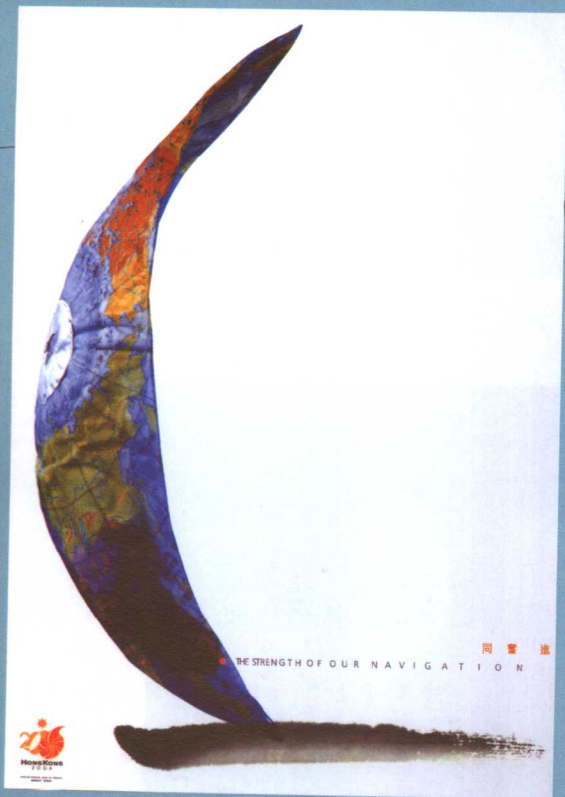
1. 无就是有

虚与实，有与无是相对的。有时虚可以产生实之效果，实却有虚之功效。画面中的空有时不等于空无一物，古诗中常有：“只见鱼儿不见水，此中自有波涛在”国画中画鱼、鸭，从不画水，周围一片空白。正是由于这一片空白，才能清清爽爽地把画中之实衬托出来，这空白给人以水的感觉，因此也就不觉得空。感觉中的这种水，是观者因主体联想而产生的结果。

由此，我们可以看出：版面中的无，实际却蕴涵着丰富的有，令人产生无限遐想。空白是为了更好地表达理念，强化主题，有意削弱其他的结果，是有意之空，是主观感受与视觉美感的统一，是内容与形式的高度统一。因此好的形式就是内容，内容即是形式，内容与形式难分彼此。

鸭 陈子林 < <<
在此画中，空白已成为一种存在。





↑
海报 靳埭强 < <<

为香港申办亚运会主办权设计的海报。张扬、激情、饱满的风帆充斥整个画面，给人以强烈、突出、充满活力与运动之美。在这里空白就是水，是体现运动美的自然。给人以具体的真实美的感受。



海报 李常胜(台湾) < <<

形象化比喻、个性化文字及大胆的空白向人们展示了一个独具个性的品牌形象。空白在这里是“生命”之水，是个性美的体现。



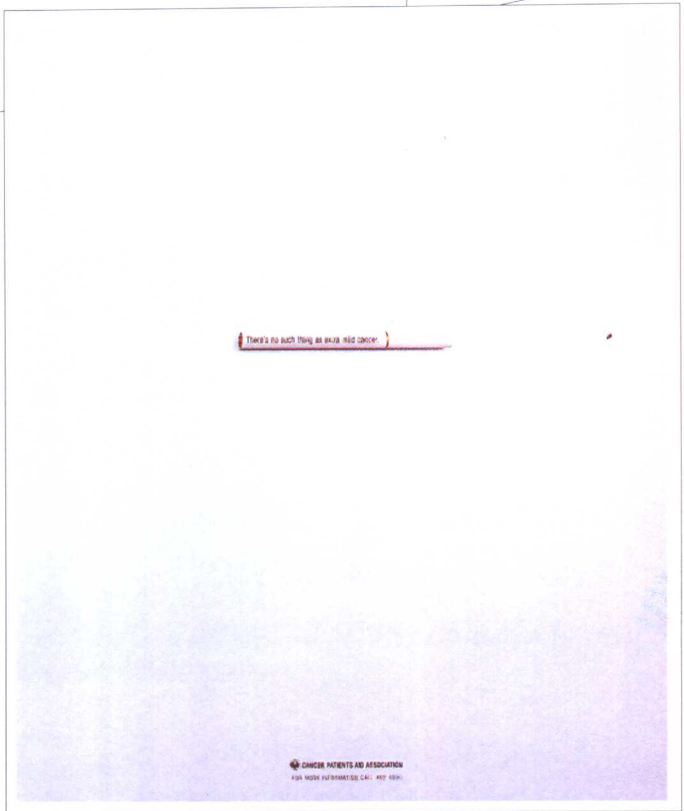
Lee 16年全新洗色·讓每條牛仔褲看起來都像穿過關 磨石磨 Rough Wash 藍石磨 Super Wash 磨石磨加噴砂 River Wash
 磨石磨 Cool Wash 磨石磨 Kansas Wash 磨石磨洗黑加噴砂 Lead Wash 磨石磨 Excell Wash 磨石磨洗黑 Vintage Wash



海报

CONTRACT ADVERTISING CINDIA IMVmbai <<<

第46届戛纳广告节平面获奖广告。这则戒烟广告画面非常简洁，诉求明确。主体是一支放置在画面视觉中心并不太大的香烟。烟体上的文字是“没有超越癌症这样的东西”。虽没有危言耸听的语言，也没有强烈的色彩，空白的处理却给人以渺茫、虚无甚至是恐惧压抑之感。这种主观感受是情感思绪所赋予的“色彩”，使主题意念表达得到充分体现。如果将白色面积减少，主体图形开始凸现，这种感觉便不强烈。空白增大，主体在空间中感觉较小，像失去灵魂的游物。空白在此有吞食、掩没甚至是颠覆一切的作用，是一种冷漠、虚无、失去活力的表现。这时“无”表达了一种极其抽象的“有”。



月刊杂志 涩谷大彦(日本) <<<
空白营造的高调空间，令人有无穷回味之余。



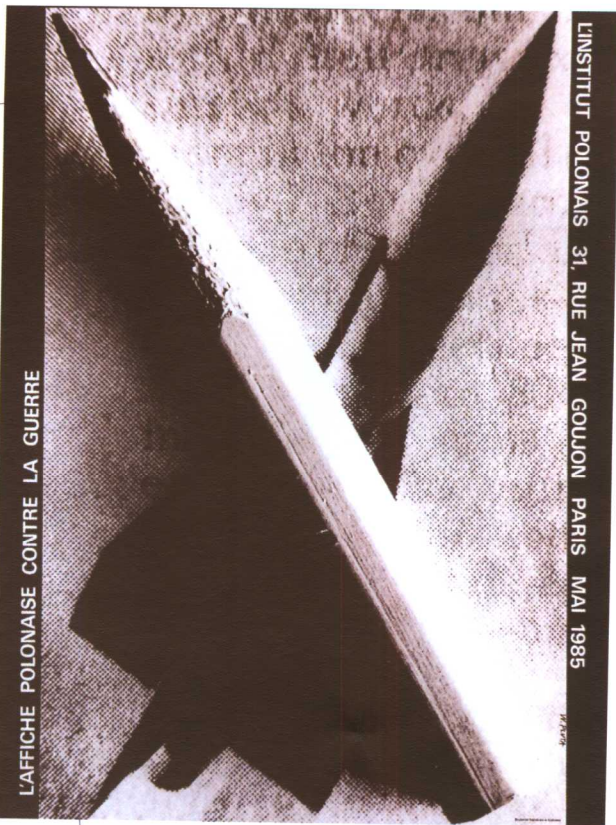
2. 海报设计中的空白

海报是一种主题性强，颇具感染力的艺术形式。对设计者来说，海报有较广阔自由的创作空间，能较好地体现自我，发挥创造个性。而在海报设计中，我们常常会发现，大胆的空白常能起到事半功倍、有的放矢的作用。空白可提升作品艺术感染，强化主题表达，为观者提供想像与回味的空间，起到实无法达到的作用与效果。

→

海报 < <<

大胆的想像使画面充满浪漫之情、动感之美。空白是“鸟儿”自由飞翔的天空，是纵横驰骋的空间。



↑

海报 < <<

物象构成的图形符号，产生强烈的视觉震撼，同时也表达了深层的主题内涵。灰色背景不仅强化了主题表达，起到渲染气氛的作用，而且还使主题更加突出。



无中生有

Being from nothingness

→

海报 < <<

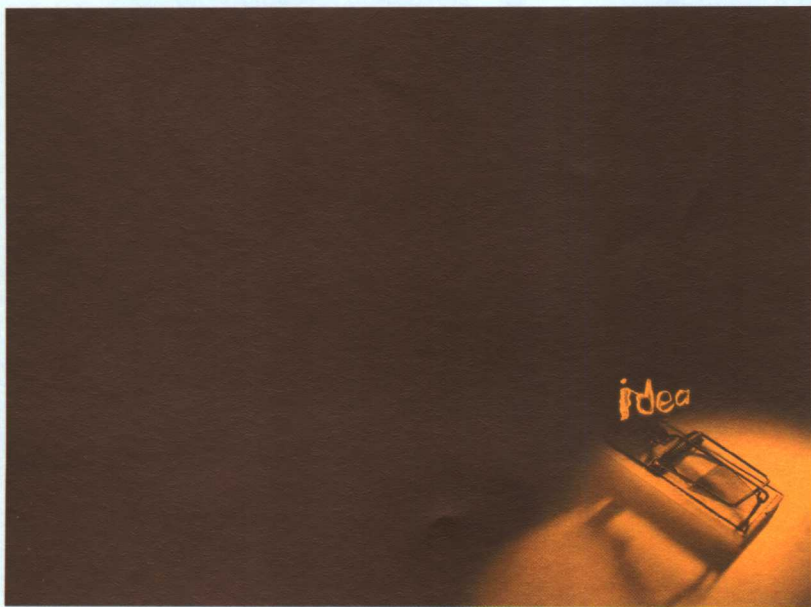
一个关于和平主题的海报，嗷嗷待哺的小鸟以头盔为巢，不言而喻道出了主题，它们渴望的目光是妈妈衔来的食物，还是向人们发出的呼吁？……然而对准它们口中的却是一枚导弹，正是周围的空强化了主题感染，令观者感受到生命的孤寂和战争的无情。也使人们对战争的反思不仅仅停留在血腥与死亡之上。战争带给人类的创伤是希望之毁灭。鸟是画面之主体，也是生命之代表。



←

海报 吴勇 < <<

为北京“设计博物馆”成立而设计的海报，画面右下角捕鼠器的构想体现了作者丰富、超群的想像力。捕鼠器是博物馆的化身，是博物馆形象的代言，象征着博物馆决不放过好的、有创意的设计。大胆的黑色设置使主体愈显灵动，想像更为丰富，视觉形式效果更加强烈。黑色是宇宙万物、客观主体，是每个人心中之象，是包容万物之“空”，是博物馆“捕捉”目标之大、范围之广的象征。缩小黑色的面积，就等于缩小了博物馆视野之大。





现在我们列举一下这则广告的几个要点：

(1)、商品的诉求点是：黛尔香皂的香味；(2)、表现方式：间接、诙谐、幽默；(3)、广告效果：单纯、明确、给人印象深刻；(4)、成功之处：空白的妙用，使创意意念提升，诉求得以强化。

倘若将空白缩小到【图B】那样大小，我们再共同来回答这样几个问题：(1)、诉求是否明确？大家可能觉得主体没变，诉求还算明确。(2)、给人印象是否深刻？较平淡。(3)、能否让你产生更多的联想与想像？空白减小，想象空间也随之减小，感染力减弱，诉求受损。

通过比较，我们感受到：画面中空白给人以广阔的空间印象与视觉形式美感，给人以浪漫的遐想空间。在这空间里，观者的想像思维得以完全释放。空白在这里是一种心理“路程”，给人以言已尽而意无穷之美。

香皂广告【图A】 迈阿密广告公司(美国) < <<
画面中偌大一片空白，是浪费还是无用？这是一个商业广告，左上角一位男士特写的腋下，一只爱吃花蜜的蜂鸟闻香而来，隐喻出了黛尔香皂的浓郁香气。



【图B】 < <<

3. 空白是设计的生命、灵魂

虚与实，有与无，就像鱼与水一样，互帮互动。只有鱼而没有水，生命将受到威胁。水宽鱼

自乐。空白常常是设计者煞费苦心的结果，是设计的生命、灵魂。不同的空白可呈现出不同的表达含义与风格，不同的空白可引起视觉与心理上的不同反应，空白也因不同的主题产生不同的作用。空白为视觉及心理提供了无限想像的可能与依据，是实的另一种表达，是实之补充与延伸，是想像之翅膀，是精神之家园，观者可在有限的空间中创造无限的乐趣，作由此及彼的联想，完成最终设计。虚、空具有永久的生命力，更为重要的是，它为观者提供了奇妙的想像空间，可以把创造者与审美者的感觉、愿望、情绪、精神以及知识、经验、信仰等统统放进去，并从中得到共鸣、慰藉、启示和力量。它也是情感、思想依托的空间。

餐饮业广告 慕德拉广告公司(印度) < <<
强烈的主观色彩与有趣的图形表达，给人以火辣十足的印象。

