



平面设计构图

杜兴顺 李金龙 编著 ● 黑龙江科学技术出版社

平面设计构图

PINGMIANSHEJIGOUTU

杜兴顺 李金龙 编著

黑龙江科学技术出版社

责任编辑 孙巧凤
封面设计 洪 冰

DK01/1=3

平面设计构图

杜兴顺 李金龙 编著

出 版 黑龙江科学技术出版社

(150001 哈尔滨市南岗区建设街 41 号)

电话 (0451)3642106 电传 3642143(发行部)

印 刷 哈尔滨市龙江印刷厂

发 行 全国新华书店

开 本 787×1092 1/16

印 张 10.25

字 数 205 000

版 次 1999 年 3 月第 1 版·1999 年 3 月第 1 次印刷

印 数 1-3 000

书 号 ISBN 7-5388-3419-2/TS·200

定 价 30.00 元

前 言

当今世界已经进入了信息时代，每时每刻都有大量的信息涌向人们的视觉和听觉。可是，有的信息人们视而不见，充耳不闻；有的信息却能引起人们的充分重视，甚至迅速促成了行为。究其原因，信息的传达存在着一个效率和效果问题。

现代平面设计作为一种视觉传播形式，如何优质高效地为信息传达服务，看上去只是一个简单的方法问题，而实质上却包涵着一个重要的思想认识，也就是设计观念的问题。因为只有正确的设计观念才能导致正确的设计方法。

以往的平面设计旨在装饰、装潢，美是目的。而现代的平面设计则旨在传达信息，美只是一种手段。显然，这是两种截然不同的设计观念。目前，由于两种设计观念的共存，就造成了当今平面设计鱼龙混杂的局面。

作为平面设计重要组成部分的构图，是单纯构成美的形式，还是调动一切形式因素，把信息有效地转换成可供迅速准确传播的视觉图像，已

是区分当今平面设计优劣的唯一分野。

造形、构图、色彩是平面设计的三大构成要素。三者对于平面设计具有同等重要的意义。可是，目前关于造形和色彩的论著比比皆是，却很少见到关于构图方面的著述，可见平面设计的构图问题还没有引起足够的重视。

作者长期从事平面设计的实践和教学，亲历了设计思想的变革，对此体会颇深，故写成此书。

仓促成书，一方面是想引起从事和学习平面设计的朋友对构图问题的重视；另一方面更是想抛砖引玉，与同行共同对平面设计的构图问题进行深入探讨，以推动平面视觉传达设计的发展。对本书的错误和疏漏恳请读者批评指正。

作者

1998年10月

目 录

构图概论	1
构图的概念.....	1
构图与视觉.....	2
构图与心理.....	4
构图与创造.....	5
构图的构成要素	6
内容要素.....	6
内容要素的形态转化.....	7
形式要素.....	31
构图的关系要素	47
形状关系.....	47
位置关系.....	49
面积关系.....	51
方向关系.....	53
层次关系.....	55
构图的形式规律	57
平衡.....	57
秩序.....	67
对位.....	73
调和.....	77
对比.....	81
统一.....	83
构图的基本形式	85
横向分割型.....	85
纵向分割型.....	87

纵横分割型.....	89
斜置型.....	91
轴线型.....	93
交叉型.....	95
指示型.....	97
几何型.....	99
散点型.....	101
自由型.....	103
构图范例.....	105~157

构图概论

平面设计泛指在长宽两度空间内进行的视觉传达设计。广告设计、美术印刷设计、编辑设计、书刊设计、包装设计、展示设计、图表设计等都属于平面设计。

平面设计构图，最初是从绘画构图演变而来的。早期的平面设计，就构图形式而言，可以明显地看出其单纯遵循绘画构图的形式法则，只关心画面的美学价值，不重视构图视觉传达效果的特点。这在当时经济不发达，信息量小的情况下是无可厚非的。然而在商品竞争激烈、各种媒体的大量信息充斥人们视野的今天，设计构图只关心美，显然就很不够了。因为平面设计不是供欣赏玩味的艺术品，而是旨在迅速准确传达特定的视觉信息，传达的效果已变成第一位的了。因此，现代平面设计的构图，必须从视觉信息传达功能的立场出发，研究构图与视觉，构图与心理，处理好美与传达效果的关系，使构图有效地为设计目的服务。

构图的概念

以往把构图叫做“经营位置”，“形象化的表现”，是“解决形象与空间的关系”。显然构图的任务和目的单纯是为了创造美的形式。这是不符合现代设计功能第一原则的。

现代平面视觉传达设计，就其全过程而言，大体可以分为二个阶段，即思想性阶段和视觉化阶段。在思想性阶段要进行关于设计目标、设计背景、设计方法等多方面的构想，从而产生明确的设计创意。这一过程，叫作构思。而在视觉化阶段，则是将构想好的创意，通过文字和图形的处理，转换成可视的图像信息。这一过程叫构图。构图的这一新概念，是从现代视觉传达设计的角度定义的。不难看出，现代平面设计构图的任务和目的，是制做可视的图像信息，而不是单纯的美的画面。

美与信息传达之间存在着一种辩证关系，即有利于传达的形式必须是美的，因为爱美是人类的天性，只有美才能为人们所接受。然而美的，并不一定都是利于传达的。调和是一种美，但调和的形与色，又存在于与之调和的环境之中，显然就丧失了视觉冲击力，而不利于信息的传达。只有构成既有视觉冲击力，又乐于为特定受众所接受的形式，才是现代平面设计构图的全部内涵。

构图与视觉

构图要诉诸视觉，就必须研究和尊重视觉认识的规律。

人的视觉在没有心理需求或者没有外界刺激的情况下，是不容易引起注意的。视觉注意一般有二种形式，即主动注意和被动注意。

主动注意是指人们出于生理和心理需求而有意的注意。这种注意完全出于人们的本意，在这种情况下，外界的提示会加强主动注意的程度。

被动注意则是人们尚无主观意识，在外界因素刺激下而产生的一种注意，平面设计在大多数情况下，都旨在刺激起人们的被动注意。在这样的刺激中，除色彩因素外，构图形式的视觉冲击力起着决定性的作用。

研究表明，构图形式刺激视觉注意必须具备下列条件：

1. 足够的面积

过小的面积是不能引起视觉注意的。因此，构图的画幅，应根据传播媒体的情况，确定相应的面积。报纸的中缝广告，无论如何是不会引起被动注意的，原因就是它的面积过小。此外，在同一构图中，主要信息的面积一般要大于次要信息，以免视觉不知所云，放弃注意。

2. 适度的对比

构图中的对比因素少，画面平静呆板，不容易引起视觉注意。相反，对比因素多，对比强烈，虽然可引起注意，但却可读性差，也会丧失传达价值，只有对比适度，形象鲜明，才会具有较高的注意价值。

3. 简练

简练的形式无需视觉特别注意，就可以感知。因此，

在构图时，要尽量寻求精练的形式语言，切忌画蛇添足。

4. 新颖

视觉具有喜新厌旧的特点。新颖独特的形式容易引起视觉的重视，构图切不可因循守旧，墨守成规，应努力开发和创造更多的具有视觉冲击力的构图形式。

5. 有序

视觉运动是依据长期形成的习惯进行的。一般视觉阅读的习惯顺序是从左至右，从上向下，从大到小，并往往在画面的中心部位稍有停留。这一现象一方面说明，在一幅画面中，左侧、上部、中心以及画面中较大的形态具有较高的注意价值；另一方面告诉我们，构图要尊重人的视觉习惯，有效地控制视线途径，指导视觉连贯有序地接受主要、次要信息。

构图与心理

每一平面设计都是针对特定受众群体的。不同的受众群体，对形式有着不同的心理需求。如青少年喜欢生动活泼的形式，女性大多喜欢优雅的形式，而老年人则喜欢稳重平静的形式等等。平面设计构图，必须根据信息的内容和受众的心理特点，寻求最恰当的表达形式，使之迎合受众的心理，与受众的感情共鸣，这样可以大大提高视觉的注意力和阅读兴趣，增强传达效果。

不同的形，不同的形式会产生不同的心理影响。研究和应用形式心理，是设计构图提高信息传达效果的核心问题。只单纯重视构图的形式美感，不关注形式的心理功能，是不适应现代平面设计信息传达需要的。特别是一些只根据个人的好恶去确定形式，无视受众的心理反映的构图更是不能容忍的。

构图与创造

设计本身就是一种创造性的劳动，可遗憾的是，在平面设计中，常常看到大量因袭和模仿的构图形式。这说明一些设计人员不重视自己创造能力的培养和提高。盲目套用基本形式，模仿现成构图式样，这是造成一些平面设计传达效果不佳的重要原因。

独特和个性是视觉传达设计的生命，因为视觉厌倦司空见惯的形式，而独特和具有个性的构图形式是创造的结果，因此，设计师必须重视自己创造能力的培养。

克服思维惰性，突破僵化的思维模式，不断开发创造思维的能力，这是现代设计师必须具备的基本素质。

构图的构成要素

平面设计是将各种信息通过适当的形式转化成视觉语言进行传播。从这一意义上讲，平面设计是由信息内容与表现形式两大要素构成。

内容要素

平面设计的内容要素包括文字、插图和标志三种类型。

文字 各种信息主要通过文字进行传达。文字的编写、设计与安排，直接影响信息传达的效率与效果，因此必须予以充分的重视。那种只关心插图和色彩，随便安排一下文字的作法是极不可取的。

平面设计的文字一般可以分为标题、内容、落款三个部分。构图时应理好主次关系。有些信息要求中外文、汉字与拼音同时应用，这时更应精心处理，引导视觉有序阅读，避免造成混乱，丧失传达价值。

插图 插图具有形象生动、不受语言文化限制、通俗易懂、提高阅读兴趣和吸引视觉注意等功能，是平面视觉传达设计的重要手段。平面设计插图的表现形式和表现方法多种多样，构图中应根据信息内容、受众心理以及传达需要选择恰当的形式和方法，并处理好与文字的主从关系。

标志 商标、企业形象标志、会议标志、防伪标志、获

奖标志，甚至条码等各种标志形象，都是现代信息的重要组成部分，因此，也是现代平面设计的重要内容。在构图中，标志的位置、大小、形状都应根据传达的需要以及与其文字与插图的关系妥善处理。

在实际设计中，文字和标志二种要素可以单独应用。也可以文字与标志、文字与插图二种要素组合应用。还可以文字、标志、插图三种要素组合应用。必须根据不同信息的传达需要，准确选择和应用内容要素。

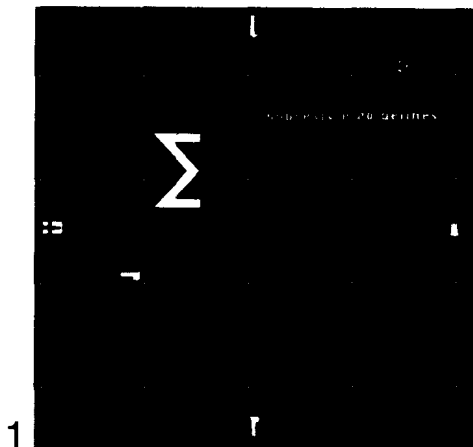
内容要素的形态转化

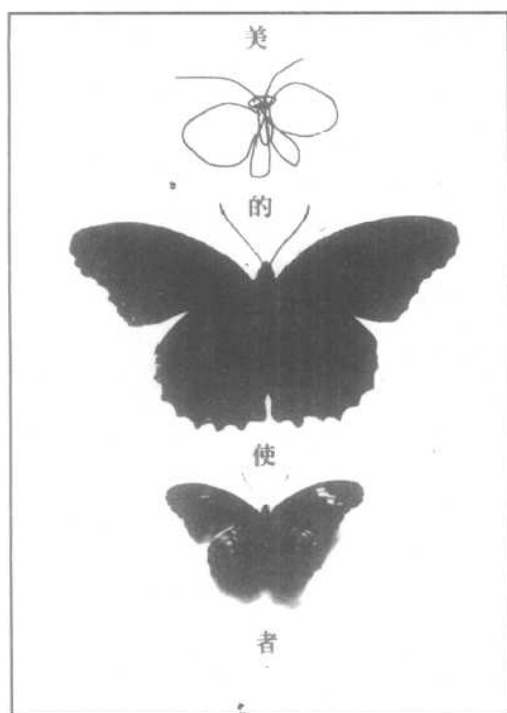
内容要素的文字、插图和标志在构图时必须转化成点、线、面、形等形态要素，才能按照平面构成的原理构成画面。

内容要素的形态化，有多种多样的转换方式。在构图操作中，应以准确有效传达信息为目的，确定相应的转换形式，切不单纯追求形式美感，盲目从事。

●文字的形态化

文字的点形态 单个的汉字或外文字母呈点的形象。将一组文字拆开，进行独立零散的安排，可以按点的形象进行构图处理。(图1~图4)





2



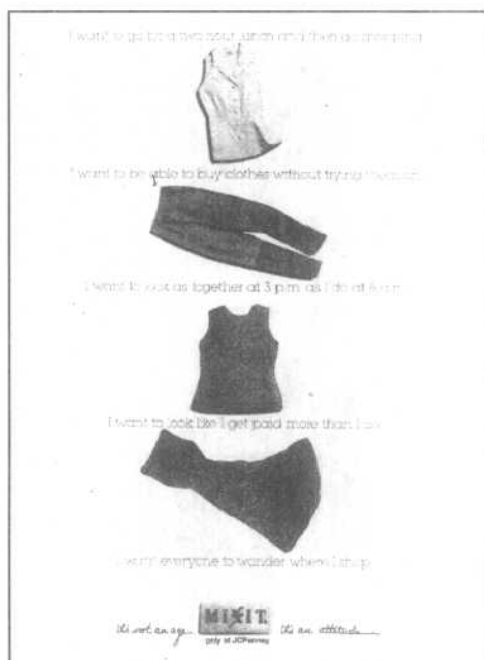
3



4

文字的线形态 成行的文字呈线的形象。将文字成行排列。可以按线的形态进行横、竖、斜、曲等构图处理。(图5~图11)

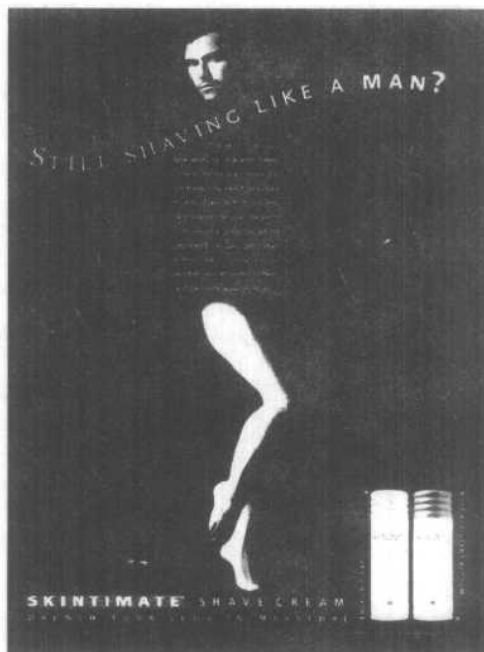
5



6



7

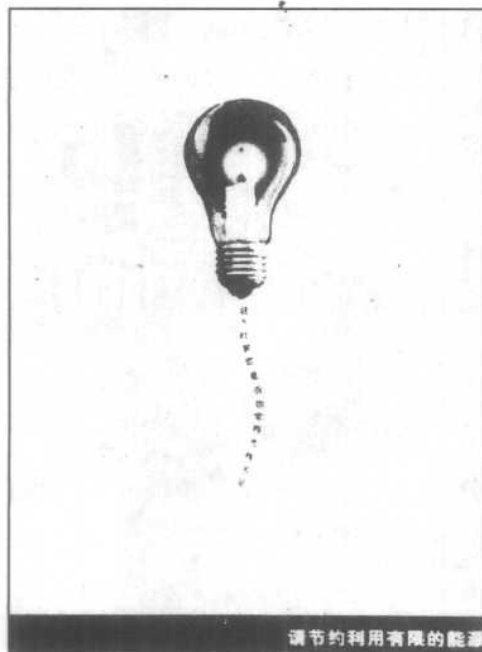




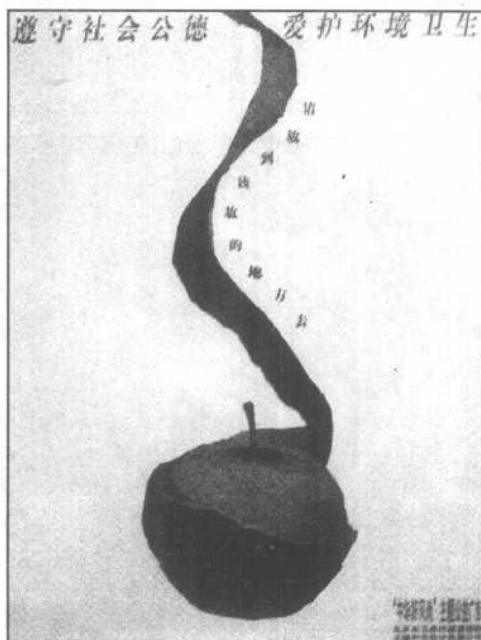
8



9



10



11