

平面设计欣赏与制作

主 编 白秀波

哈尔滨地图出版社

平面设计欣赏与制作

PINGMIAN SHEJI XINSHANG YU ZHIZUO

主 编 白秀波

哈尔滨地图出版社

· 哈 尔 滨 ·

图书在版编目(CIP)数据

平面设计欣赏与制作/白秀波主编. - 哈尔滨: 哈尔滨
地图出版社, 2007. 7

ISBN 978 - 7 - 80717 - 701 - 2

I. 平… II. 白… III. 平面设计 IV. J506

中国版本图书 CIP 数据核字(2007)第 115705 号

哈尔滨地图出版社出版发行

(地址: 哈尔滨市南岗区测绘路 2 号 邮编: 150086)

齐齐哈尔慧达印刷有限公司印刷

开本: 787mm × 1 092mm 1/16 总印张: 7.5 字数: 173 千字

ISBN 978 - 7 - 80717 - 701 - 2

2007 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1 ~ 3 000 定价: 28.00 元

《平面设计欣赏与制作》编委会

主 编：白秀波

编 委：（按姓氏笔画为序）

王文旭 张 元 吴兆涵 阴奇伟

林军伟 郑玉微 陈 晶 蒋春利

鞠 佳 魏春红

顾 问 委 员 会

总 顾 问：刘奇船

顾问委员：田毅鹏 李殿明 张永贵 潘丽敏

侯来存 席桂萍 崔晓东 马志科

赵 俊 赵云峰

目 录

绪 论

第一节 视觉(Visual)文化	1
第二节 视觉设计	2
第三节 平面设计(graphis design)	3

第一部分 平面设计入门

第一章 前期准备	5
第一节 平面设计需要美术知识	5
第二节 平面视觉的科学知识	5
第三节 审美要则	6
第二章 平面设计的一般流程	7
第一节 前期工作	7
第二节 策划构思	7
第三节 平面设计的基本技法	7
第四节 后期制作	18

第二部分 平面设计欣赏

第三章 标志的欣赏	23
第一节 标志的概念	23
第二节 标志的种类	24
第三节 标志欣赏	25
第四章 招贴画欣赏	33
第一节 招贴画的概念	33
第二节 招贴画的分类	35
第三节 海报与招贴画的鉴赏	35

第三部分 平面设计制作

第五章 标志设计制作	46
第一节 标志设计基础	46
第二节 标志设计制作	50
第六章 海报与招贴的制作	67
第一节 招贴画设计基础	67
第二节 招贴画制作实战	73

绪 论

第一节 视觉(Visual)文化

视觉文化为什么会在今天如此深入人们的日常生活?视觉文化为什么会在今天产生如此大的社会影响?视觉文化为什么会在今天引发诸多学科的密切关注?我们不妨在此进行一些回顾和思考。

人类早就有了视觉(Visual),也就有了我们通俗意义上的“观看”行为,也就有了观察事物的本能和经验。而观看,不是一个被动的过程,而是主动发现的过程。观看,可以说是人类最自然、最常见的行为,但最自然、最常见的行为并非是最简单的。观看实际上是一种异常复杂的文化行为。

人类社会生存的环境是由三类环境构成的:自然环境、社会体制环境、符号环境。而显现着现代文化特征的社会,某种意义上说是各种符号系统通过传播而构筑的社会现实。没有符号的处理、创造、交流,就没有文化的生存和变化。我们对世界的把握在相当程度上依赖于视觉,一切提供观看信息的媒介,如电影、电视、戏剧、摄影、绘画、时装、广告、形象设计、网络视听……甚至X光、虚拟影像都在构筑着视觉文化符号传播系统。有了视觉文化,随之便会产生视觉文化传播。传播媒介是文化发生的场所,也是文化的物化。在现代传播科技作用下的媒介变革,正使得这一“文化发生的场所”起了翻天覆地的变化。接触媒介和使用媒介已成为个人与社会交往的重要方式。而这其中,视觉文化符号传播系统正在成为我们生存环境的更为重要的部分。20世纪80年代人们才开始将视觉文化作为一种主导性的文化形态进行系统的学理研究,而视觉文化进入传播学研究的领域,则在20世纪90年代后才引起人们的关注。

当今媒体的高度发达,特别是数字化媒体的出现,更是构筑起了视觉文化的全球化平台。数字化媒体将成为传媒主流。传媒领域在数字化时代的发展,有两个显著的特点。一是各类传统媒体的数字化步伐加快。报刊书籍等印刷媒体,尽管最后的形态还是以纸介质呈现在受众面前,但制作全过程已经数字化;传统摄影正在向数字摄影发展;传统电影正在向数字电影发展;广播在经历了调幅、调频两个技术发展阶段后,正进入数字音频广播新阶段;电视也正全面迈向数字高清晰度电视及数字压缩卫星直播电视。二是基于数字技术的新媒体、新传播工具层出不穷,并推向了社会,为社会普遍接受。特别值得注意的是,数字影像技术导致了巴赞的影像本体论的解体。数字技术使得“任何的影像都是可能的,影像不能再保证视觉的真实”。这既为现实主义,也为非现实主义提供了可能。逼真不再是目的。这是技术与文化的双重选择(商业与市场的驱动)。电子邮件提出了虚拟社区问题;数字摄影提出了记录真实性和可靠性问题;虚拟现实提出了“化身”和它的认识功能问题;MUD(多用户空间)提出了认同构成问题;计算机提出了空间叙事问题;网络摄影提出了窥视癖与裸露癖问题。至此,一种可以称之为“后视觉文化传播观”的轮廓已经在传播科技的作用下勾勒

出来。

费尔巴哈曾说:“可以肯定,对于符号胜过实物、摹本胜过原本、现象胜过本质的现在这个时代,只有幻想才是神圣的,而真理,却反而被认为是非神圣的。是的,神圣性正随着真理之减少和幻想之增加而上升,所以,最高级的幻想也就是最高级的神圣。”

现代文化正在脱离以语言为中心的理性主义形态,在现代传播技术的作用下,特别是在数码技术、多媒体技术、网络技术三者合力作用下,日益转向以视觉为中心,特别是影像为中心的感性主义形态。视觉文化传播时代的来临,不但标志着一种文化形态的转变和形成,也标志一种新传播理念的拓展和形成。当然,这更意味着人类思维模式的一种转换。以视觉为中心的视觉文化符号传播系统正逐渐发展到与传统的语言文化符号传播传统共同存在的状态,并使之日益成为我们生存环境的更为重要部分。

第二节 视觉设计

随着人类社会从工业化社会进入信息化社会,视觉传达设计经历了商业美术、工艺美术、印刷美术设计、装潢设计、平面设计等阶段的演变,最终成为以视觉媒介为载体,利用视觉符号表现并传达信息的设计。对于每一位“为传达而设计”的设计者来说,如何正确、充分地传达信息是我们始终要面临的中心问题。

一、设计的内容

设计是一门综合性极强的学科,它涉及到社会、文化、经济、市场、科技等诸多方面的因素,其审美标准也随着这诸多因素的变化而改变;设计又是一门独立的艺术学科,它的研究内容和服务对象有别于传统的艺术门类。“设计是把某种计划、规划、设想和解决问题的方法,通过视觉语言传达出来的过程。”(www.dolcn.com)可以看出,设计的核心是一种创造行为,一种解决问题的过程,其区别于其他艺术门类的主要特征之一便是独创性。

二、视觉设计

“对视觉通过人自身进行调节达到某种程度的行为”,称之为视觉传达,即用视觉语言进行传递信息和表达观点。从信息载体形式上来讲,视觉传达设计就是“图形语言化”和“语言化图形”的过程。由于科技的进步,社会环境和社会秩序的更新,各种视觉媒介的充斥,影响着人们的思维、观念和感情,仅仅把传达信息的关键词定位于正确和充分显然是不够的,视觉设计的生命力在于创新。

1. 视觉传达设计的创新是对设计理念的创新

用马克思主义哲学观来看,创新就是事物螺旋式上升的运动。创新根据性质、程度的不同可以理解为继承传统式的创新和激进式的创新,后者发展到一定程度上甚至成为一种否定和反叛,尤其是对于长期以来自我潜意识所形成的一种固定思维框架的否定和反叛。在信息时代,人类生存方式上新观念的介入,在思维的引导和情感的表达上,以往贯穿于视觉传达设计中运用的法则正逐渐被打破,人类在跨越世纪的里程中力求找到合理化的视觉空间。个性化、多元化、民族化、国际化、绿色设计、人性化设计……怎样才是好的视觉传达设计?视觉传达设计怎样正确体现未来的价值观?面对新技术革命的浪潮的冲击,面对设计

的平庸化、程式化,设计师不得不面对现实,让自己的设计理念和思维接受信息化时代的洗礼。

2. 视觉传达设计的创新是对视觉语言的创新

视觉语言创新的重中之重在于对图形、文字、色彩这三大视觉元素的创新以及这三大元素相互之间的美学性构成的创新。为了达到信息传达的目标,设计师需要始终不渝地寻找、挖掘并创造出最佳的视觉语言,借以表现传达自我的设计理念和艺术主张。19世纪和20世纪的许多艺术和设计运动都是以探索视觉语言新形式为基本目标的,一种新的形式往往就是由反传统的艺术通过反对过去时代的艺术而创生的,“工艺美术运动”、“新艺术”、“现代主义”、“波普设计”和“后现代主义”等流派的设计运动在形式方面的试验与革命,以及为寻找并获得体现时代特征的形式和视觉语言而进行的探索都说明了这一点。而对于设计师来说,每一种视觉元素都是其表现自己设计作品的功能与风格的基本要素,在选择这些视觉元素来传达信息时,应该突破一般视觉所习惯的东西,力求以简约化、符号化的形式表现最为丰富的内容。

3. 视觉传达设计的创新是对技术表现方式的创新

随着技法、材料、工具等的变化,技术对于设计的创新产生着直接的影响。从造纸术、印刷术的诞生到摄影、电影、电视的发明,再到电脑多媒体的出现,伴随着传达技术的不断创新,视觉传达设计的领域和表现方式不断扩大。科学技术在人类历史发展中的作用是不言而喻的,它所提供的思维方式、理论模式、试验成果、先进机器工具等都为设计提供了强有力的精神和物质基础。从某种角度上看,设计就是设计者依靠对其有用的、现实的材料和工具,在意识与想象的深刻作用下,得益于当时的技术文明而进行的创造。视觉传达设计的每一个设计者不但要科学地认识到设计是科学技术商品化的载体这一特性,而且要清醒地意识到自己是使科技转化为现实实体的中介。对于科技的突飞猛进发展,我们要依靠敏锐的创造性直觉,在新的技术中发现新的表现可能。

进入21世纪,人类不得不承认技术正在重新构造我们的现实,它已经成为一种强大的力量,在很大程度上控制和决定了社会、经济、文化及其未来的发展。计算机技术、网络信息技术、多媒体技术使人们直接面临“数字化生存”,与此同时,它们也冲击着传统的传达方式,视觉传达设计正在经历着一场数字化的革命。而这些先进的技术、先进的探索设备、先进的研究方法和手段,也为设计师观察事物的角度和思维方式提供了不断延伸和扩展的机会。因此,我们的设计师只有主动地迎接信息时代的洗礼,从设计理念、视觉语言和技术表现方式的创新入手,坚持三者的辩证统一,才能彻底地推动视觉传达设计在信息时代的大发展。

第三节 平面设计(graphic design)

一、平面设计的概念

1. 平面空间:凡只具有长、宽尺度的空间叫做二维空间,即平面空间。

2. 平面设计:根据需要,在平面空间上以各种不同形态、色彩和肌理的元素进行设计传达视觉信息。平面设计是一种与特定目的有着密切联系的艺术,在平面设计中你需要用视

觉元素来传达你的设想和计划,用文字和图形把信息传达给受众,让人们通过这些视觉元素了解你的设想和计划。

二、平面设计的特征

1. 设计与纯观赏类的美术不同

设计即要符合审美性又要具有实用性、替人设想、以人为本,设计是一种需要而不仅仅是装饰、装潢。

2. 设计没有终点

设计的关键在于发现,在于创新,需要不断完善,需要向自我挑战。

3. 设计需要交流

设计要让人感动,足够的细节本身就能感动人,图形创意本身能打动人,色彩品位能打动人,材料质地能打动人,需要引起人们心灵的震动。

三、平面设计的种类

1. 标志设计:人们通过标志对某一事物产生一种印象、一种认同。它是一种特殊的图形符号,具有传达信息的功能。

2. 招贴(海报):招贴(海报)是广告设计中的一种表现形式,它主要是通过强有力的图像和简洁的文字来传达信息。

3. 装帧设计:书籍设计和包装设计。

第一部分 平面设计入门

第一章 前期准备

设计的核心是一种创造行为,一种解决问题的过程,其区别于其它艺术门类的主要特征之一便是独创性,设计要求新、求异、求变,否则设计将不能称之为设计,这是迈向成功的第一步。同时,设计又是追求美的,它也要遵循人类基本的审美意趣、审美法则。

所以,设计需要多元化的知识结构,必将要求设计人员具有多元化的知识及信息获取方式。

第一节 平面设计需要美术知识

我们需要具备客观的视觉经验,建立理性思维基础,掌握视觉的生理学规律,了解设计元素这一概念。也许,有些人需要从点、线、面的认识开始,了解和学习平面构成、色彩构成、立体构成、透视学等基础。

设计草图是思想的纸面形式,学习者最好是有一定的草图和徒手作画的能力,作为设计者应具备快而不拘谨的视觉图形表达能力,绘画艺术是设计的源泉,我们有理由相信绘画是平面设计的基础。

学习者最关键的还要让自己明白什么是艺术,注意培养自己的审美能力、表现能力和动手能力,多多少少要对传统的课程进行一些了解,如陶艺、版画、水彩、油画、摄影、书法、国画、黑白画等等。总之,这些课程将在不同层次上会开阔你的设计思路和设计能力,更重要的是在这一过程中你将发现你自己的个性。

第二节 平面视觉的科学知识

视觉会给人带来一连串的生理上的、心理上的、情感上的、行动上的反应,设计是视觉经验的科学,它包括两个方面:一个是不以人为而改变的即生理感受的人的基本反应;另一个是随即的或不确定因素构成,如个人喜好、性格,等等。

一、相对稳定的方面

主要是生理上的视知觉,人们的一些视觉习惯、视觉流程、视觉逻辑,如从上到下,从左到右,喜欢连贯的、重复,喜欢有对比的,还有在颜色方面人们最喜欢的其实是有对比的互补色,等等。这都是跟人们的生理上的习惯有关,都是人生理机能的本能反应。作为设计师应该对这些知识能充分了解、灵活运用,设计是对人本的关注,首先应对文化与人的感知方式这些相对稳定的方面进行研究,并且需要我们在实践中去总结。

二、不稳定的方面

不稳定的方面主要是指情感、素质、品位、阅历上的不同,在设计过程中你需要具备一定

的判断和把握能力,你需要客观和克制,才能完成卓越的设计。

第三节 审美要则

你能辨别设计的好坏,知道为什么吗?上面通过对设计基础知识的学习,不知不觉你已经进入了设计的模仿阶段,由此,从理论书籍的学习转变为向前辈及优秀设计师学习。这个阶段伴随着一个比较长期的一个过程,你的设计水平可能会很不稳定,你有时困惑、有时欣喜,伴随着大量的实践以及对设计整个运转流程逐渐掌握,开始向成熟设计师迈进。

一、协调之美

我们在欣赏或评价一幅平面设计的时候,要注意设计元素在空间的协调性。文字、图片组合在版面设计中绝不是低层次上的简单填充,而是在看似单纯的形式中隐含着更深层的意义。在二维空间上的节奏、韵律、渐变、穿插、跳跃、过渡、错落等形式美的变幻中呼唤着人们普遍感情上的激动、亲切、温暖、刺激、肃穆和庄严。这不仅仅是界定文字、愉悦视觉、触动快感,而是将文图的版面通过无言的方式传达出一种精神和感情,从而使人们的感情受到影响。达到愉悦人们心灵、调动人们美感和提高人们审美素质的目的。因此,版面设计的空间协调之美超越了形式的功能,进入心灵的观照。

二、均衡之美

在注意设计元素在空间上的协调性的同时,还要关注色彩的组成是否均衡。我们知道阳光由七色构成,当物体对阳光中的红、橙、黄、绿、蓝、紫六种颜色全吸收时,物体为黑色,如果对阳光中的红、橙、黄、绿、蓝、紫都反射时,则物体是白色,而部分吸收,部分反射时就是灰色,所以说黑、白、灰并不是无色。曾经有人做过这样一个实验,他将名画的色彩按比例调出摆放到能旋转的圆盘上,通过旋转后产生空间混合,却发现这些复杂的色彩变成了灰色。可见,灰色既非黑色,也非白色,而是一种全新的中间色。它包含了全部色彩的色调,又不是毫无遮掩地暴露出来。这个实验告诉我们,虽然有些绘画色彩极为复杂,它们虽然有强烈的色彩对比、冷暖对比、纯度对比,但最终这些对比达到的是灰色关系。它洋溢着色彩的功能和激情,它们的对比关系是均衡的,体现着“绚烂之极,归于平淡”的哲学思想。

第二章 平面设计的一般流程

平面设计的过程是有计划、有步骤的渐进式不断完善的过程,设计的成功与否很大程度上取决于理念是否准确,考虑是否完善,创意是否巧妙,态度是否认真,过程是否周密。

第一节 前期工作

一、调查

调查是了解事物的过程,设计需要的是有目的和完整的调查。背景、市场调查、行业调查(关于品牌、受众、产品,关于定位、表现手法,等等)调查是设计的开始和基础,是了解和掌握关于设计的背景信息的过程。

二、内容

内容分为主题和具体内容两部分,这是设计者在进行设计前的基本信息。

应补充内容,具体说明。

第二节 策划构思

一、调动视觉元素

在设计中基本元素相当于你作品的构件,每一个元素都要有传递和加强传递信息的目的。真正优秀的设计师往往很“吝啬”,每动用一种元素,都会从整体需要出发去考虑。在一个版面之中,构成元素可以根据类别来进行划分,如可以分为标题、内文、背景、色调、主体图形、留白、视觉中心等。平面设计版面就是把不同元素进行有机结合的过程。在字体元素当中,对于字体和字型的选择和搭配的好坏就是一个非常有讲究的。选择字体风格的过程就是一个美学判断的过程,还有在色彩这一元素的使用上,能体现出一个设计者对色彩的理解和修养。色彩是一种语言(信息),色彩具有感情,能让人产生联想,能让人感到冷暖、前后、轻重、大小,等等。善于调动视觉元素是设计师必备的能力之一。

二、选择表现手法

手法即是技巧,在视觉产品泛滥的今天要想把受众打动并非易事,更多的视觉作品已被人们的眼睛自动地忽略掉了。要把你的信息传递出去有几种方法:一种是完整完美的以传统美学去表现的设计方式,会被受众欣赏阅读并记住;二种是用新奇的或出奇不意的方式可以达到较好的效果。图形的处理和表现手法有很多种,如对比、类比、夸张、对称、主次、明暗、变异、重复、矛盾、放射、节奏、粗细、冷暖、面积等形式。另外还有从图形处理的效果上有手绘类效果,如油画、铅笔、水彩、版画、蜡笔、涂鸦……还有其他的如摄影、老照片,等等。

第三节 平面设计的基本技法

每当翻开一本版式明快、色彩跳跃、文字流畅、设计精美的杂志,你都有一种爱不释手的

感觉,即使你对其中的文字内容并没有什么兴趣,有些精致的广告也能吸引住你。这就是平面设计的魅力,它能把一种概念、一种思想通过精美的构图、版式和色彩,传达给看到它的人。其实只要掌握一些平面设计的规律,灵活运用,我们也能做出美妙的设计。

一、点、线、面的构成

形象是物体的外部特征,是可见的。形象包括视觉元素的各部分,所有的概念元素如点、线、面再现于画面时,也具有各自的形象。

平面设计中的基本形是指在平面设计中,一组相同或相似的形象组成,其每一组成单位称为基本形。基本形是一个最小的单位,利用它根据一定的构成原则排列、组合,便可得到最好的构成效果。

组形是指在构成中,由于基本的组合,产生了形与形之间的组合关系,这种关系主要有:

1. 分离:形与形之间不接触,有一定距离。
2. 接触:形与形之间边缘正好相切。
3. 复叠:形与形之间是复叠关系,由此产生上下前后左右的空间关系。
4. 透叠:形与形之间透明性的相互交叠,但不产生上下前后的空间关系。
5. 结合:形与形之间相互之间结合成为较大的新形状。
6. 减缺:形与形之间相互覆盖,覆盖的地方被剪掉。
7. 差叠:形与形之间相互交叠,交叠的地方产生新的形。
8. 重合:形与形之间相互重合,变为一体。

点效果欣赏:如图 2-1。

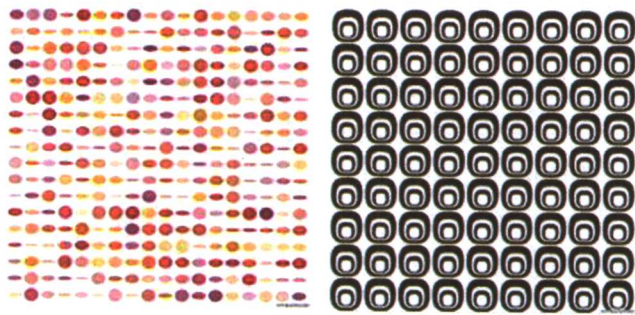


图 2-1

线效果欣赏:如图 2-2。

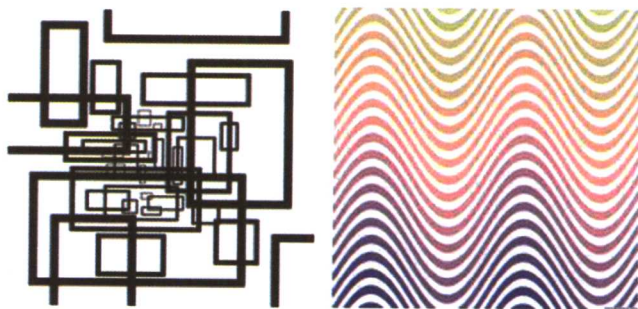


图 2-2

面效果欣赏:如图 2-3。

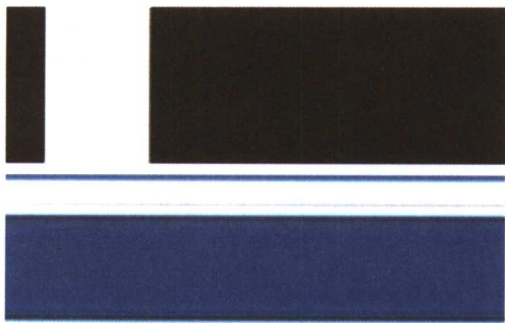


图 2-3

二、渐变

渐变是常见的一种效果,我们在自然界中能亲身体验到,在车辆行驶的道路上我们会感到树木由近到远、由大到小的渐变。

渐变的类型:

1. 形状的渐变:一个基本形渐变到另一个基本形,基本形可以由完整的渐变到残缺,也可以由简单到复杂,由抽象渐变到具象。
2. 方向的渐变:基本形可在平面上作有方向的渐变。
3. 位置的渐变:基本形作位置渐变时需用骨架,因为基本形在作位置渐变时,超出骨架的部分会被切掉。
4. 大小的渐变:基本形由大到小的渐变排列,会产生远近深度及空间感。
5. 色彩的渐变:在色彩中,色相、明度、纯度都可以出渐变效果,并会产生有层次感的美感。
6. 骨格的渐变:是指骨格有规律的变化,使基本形在形状、大小、方向上进行变化。划分骨格的线可以做水平、垂直、斜线、折线、曲线等各种骨格的渐变。渐变的骨格精心排列,会产生特殊的视觉效果,有时还会产生错视和运动感。

渐变的效果欣赏:如图 2-4。

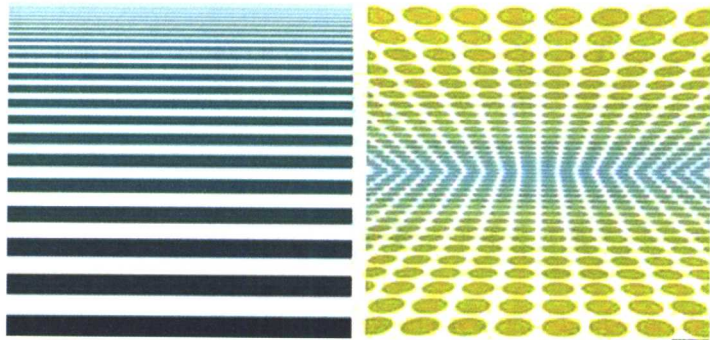


图 2-4

三、重复

重复的一般概念是指在同一设计中,相同的形象出现过两次以上,重复是设计中比较常

用的手法,以加强给人的印象,造成有规律的节奏感,使画面统一。所谓相同,在重复的构成中主要是指形状、颜色、大小等方面的相同。重复中的基本形:用来重复的形状称为基本形,每一基本形为一个单位,然后以重复的手法进行设计,基本形不宜复杂,以简单为主。

重复的类型:

1. 基本形的重复:在构成设计中使用同一个基本形构成的图面叫基本形的重复,这种重复在日常生活中到处可见。例如:高楼上的一一个个窗子。

2. 骨格的重复:如果骨格每一单位的形状和面积均完全相等,这就是一个重复的骨格,重复的骨格是规律的骨格的一种,最简单的一种。

3. 形状的重复:形状是最常用的重复元素,在整个构成中重复的形状可在大小、色彩等方面有所变动。

4. 大小重复:相似或相同的形状,在大小上进行重复。

5. 色彩重复:在色彩相同的条件下,形状、大小可有所变动。

6. 肌理的重复:在肌理相同的条件下,大小、色彩可有所变动。

7. 方向的重复:形状在构成中有着明显一致的方向性。

重复的效果欣赏:如图 2-5。

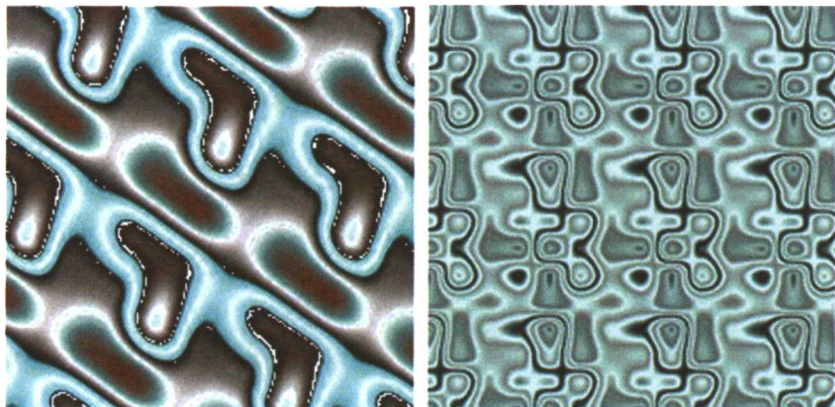


图 2-5

四、近似

近似指的是在形状、大小、色彩、肌理等方面有着共同特征,它表现了在统一中呈现生动变化的效果。近似的程度可大可小,如果近似的程度大就产生了重复感。近似程度小就会破坏统一。

近似的分类:

1. 形状的近似:两个形象如果属同一族类,它们的形状均是近似的,如同人类的形象一样。

2. 骨格的近似:骨格可以不是重复而是近似的,也就是说骨格单位的形状、大小有一定变化,是近似的。

注意:近似与渐变的区别,渐变的变化是规律性很强的,基本形排列非常严谨,而近似的变化规律性不强,基形和其他视觉要素的变化较大,也比较活泼。

近似的效果欣赏:如图 2-6。

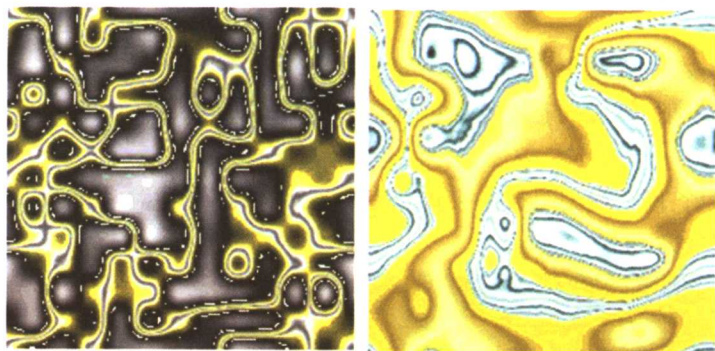


图 2-6

五、骨格

骨格网决定了基本形在构图中彼此的关系。有时,骨格也成为形象的一部分,骨格的不同变化会使整体构图发生变化。

骨格分为:

1. 规律性骨格:规律性骨格有精确严谨的骨格线,有规律的数字关系,基本形按照骨格排列,有强烈的秩序感。主要有重复、渐变、发射等骨格。
2. 非规律性骨格:非规律性骨格一般没有严谨的骨格线,构成方式比较自由。
3. 作用性骨格:作用性骨格是使基本形彼此分成各自单位的界线,骨格给形象以准确的空间,基本形在骨格单位内可自由改变位置、方向、正负,甚至越出骨格线。
4. 非作用性骨格:非作用性骨格是概念性的,非作用性骨格线有助于基本形的排列组织,但不会影响它们的形状,也不会将空间分割为相对独立的骨格单位。
5. 重复性骨格:是指骨格线分割的空间单位在形状、大小上完全相同,它是最有规律性的骨格,基本形按骨格连续性的排列。

骨格的效果欣赏:如图 2-7。

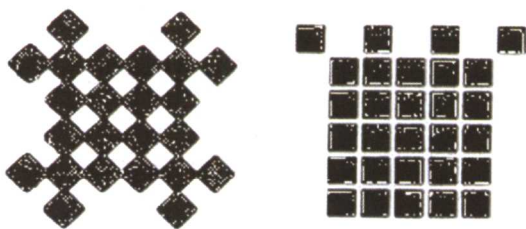


图 2-7

平面设计是将不同的基本图形,按照一定的规则在平面上组合成图案的。主要在二度空间范围之内以轮廓线划分图与地之间的界限,描绘形象。而平面设计所表现的立体空间感,并非实在的三度空间,而仅仅是图形对人的视觉引导作用形成的幻觉空间。

六、发射

发射是一种常见的自然现象,太阳四射的光芒就是发射的。发射具有方向的规律性,发射中心为最重要的视觉焦点,所有的形象均向中心集中,或由中心散开,有时可造成光学动

感,会产生爆炸的感觉,有强烈的视觉效果。

发射的分类:

1. 中心点的发射:由此中心向外或由外向内集中的发射。

2. 螺旋式的发射:螺旋的基本形式以旋绕的排列方式进行的,旋绕的基本形逐渐扩大形成螺旋式的发射。

3. 同心式发射:同心发射是以一个焦点为中心,层层环绕发射,如箭靶的图形。

发射的效果欣赏:如图 2-8。

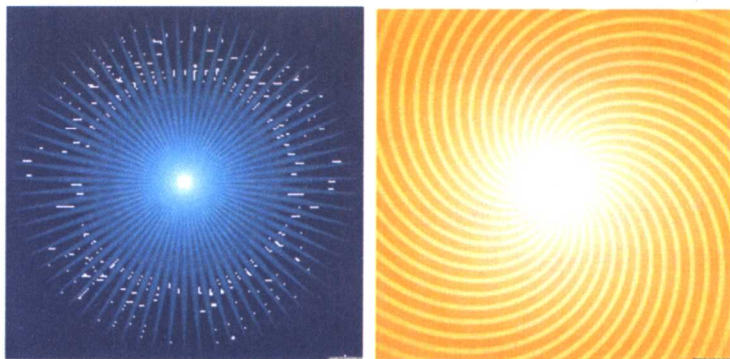


图 2-8

七、特异

特异是指构成要素在有次序的关系里,有意违反次序,使少数个别的要素显得突出,以打破规律性。

特异的分类:

1. 形状的特异:在许多重复或近似的基本形中,出现一小部分特异的形状,以形成差异对比,成为画面上的视觉焦点。

2. 大小的特异:在相同的基本形的构成中,只在大小上做些特异的对比,但应注意基本形在大小上的特异要适中,不要对比太悬殊或太相似。

3. 色彩的特异:在同类色彩构成中,加进某些对比成分,以打破单调。

4. 方向的特异:大多数基本形式有次序的排列的,在方向上一致,少数基本形在方向上有所变化以形成特异效果。

5. 肌理的特异:在相同的肌理质感中,造成不同的肌理变化。

特异的效果欣赏:如图 2-9。

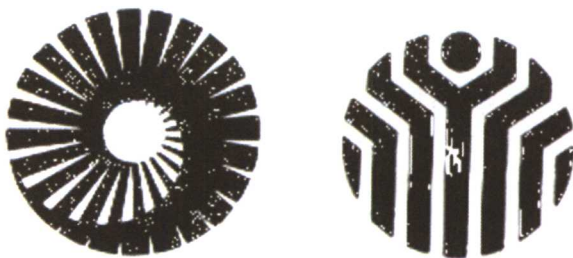


图 2-9