

DESIGN

设计与配色



浙江摄影出版社

ZHE JIANG PHOTOGRAPHIC PRESS

设计与配色

佟燕 孙晴义 著

浙江摄影出版社

责任编辑:邱东皓

文字编辑:杨秋林

版面设计:邱东皓

封面设计:草地

图案作者:

叶 萌 黄晓苗 王益群 谢 渊 方 华 沈丽萍 胡 珂 韩 绪 马 青 王 欣
胡雪晴 张 森 章 英 刘 莎 许 兵 王 翔 袁由敏 马向红 陈 益 孔莉莉
范华君 潘盛学 韩玉宾 周 峰 陶晓峰 罗伟民 陈金明 高 颖 顾生杰 卢 奕
杜天红 黄 寅 徐晶晶 潘振华 江宏庆 林 曦 俞文荣 沈 刚 严 磊 徐 雁
吴兴明 刘红艳 徐 超 陈 哲 胡尊哨 龚红烂 蒋聚波 张 朴 陆云飞 曹 霞
金 晖 宋善威 唐 筠等

设计与配色

出版:浙江摄影出版社(杭州市葛岭路1号 邮编:310007)

发行:浙江摄影出版社发行部(杭州市葛岭路1号)

经销:全国新华书店

制版:蛇口以琳彩印制版有限公司

印刷:利丰雅高印刷(深圳)有限公司

开本:12

字数:50千字

印张:13

印数:1—2 000

1998年1月第1版

1998年1月第1次印刷

ISBN 7-80536-480-X/J·255

定价:260.00元

(如有印装质量问题,请寄本社出版室调换)

前言

设计与配色

设计运动是孕育在产业革命之中的。它的诞生是人类社会文明发展的必然结果。

18 世纪末到 19 世纪中叶是社会发展历程中一个振奋人心的转折时期。

产业革命的发生,反映了都市的繁荣、工商业及贸易的兴盛,也推动了时代的飞速前进。工业产品的设计运动,由于先驱者们的努力,从微弱的“反抗”到莫里斯的“觉醒”,在历史上掀起了第一次高潮。

设计运动经历了两次世界大战,非但没有停顿,反而发展成世界性的规模。继莫里斯之后,在比利时,又掀起了一股新式样运动,给设计运动增添了新的创造精神。

在本世纪初,德国出现了“工作联盟”。为谋求所有造型艺术家的交流,该联盟提出把建筑、工业设计、工艺美术、绘画、雕刻等包容于包豪斯的教育体系之中,从而使之成为 20 世纪培养造型艺术教育家与设计家的摇篮。

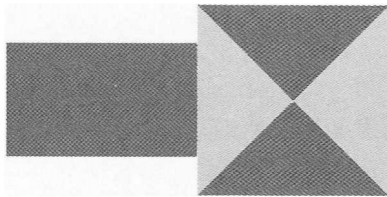
我国的设计事业,在近十几年中得到前所未有的发展。改革开放以来,社会经济浪潮迅猛向前推进。平面视觉设计领域人才大量涌现,竞争激烈。当前,设计者应该发挥出自己的聪明才智,在巨大的浪潮冲击中脱颖而出,并推动我国的设计水平尽快地与国际接轨。

人类处在充满着形与色的环境之中,形与色给予人们以感观刺激,进而激起人们的情感反应。设计家凭借这种认知和体验,运用恰当的视觉形式语言,将形和色展示出来,以达到推销产品和树立企业形象的目的,同时也对社会的经济发展起到推动作用。

一切视觉艺术,都具有两大形式要素,其一是形状,其二是色彩。“一切艺术形式本质,都在于它们能传达某种意义。”“没有一个视觉式样是只为它自身而存在的,它总是要再现超出它自身存在之外的某种东西,这就是说,所有的形状都应该是某种内容的形式。”(《艺术与视知觉》,鲁道夫·阿恩海姆著)这说明形和色是传达一切信息的重要因素。而信息传达得准确与否,表现的形式是否恰当,即是设计家施用技巧和功力之所在。

平面设计中的标志、包装、广告乃至与其相关的种类繁多的设计形式,都是由一些具体的文字、图形、色彩等组成的有机的综合体。它们之间的结合是一种有对象、有目的的审美创造,应是科学技术与艺术的完美统一,进而能在视知觉心理等方面引起消费者的共鸣。

中国美术学院



目 录

第一章 平面设计中的形象创造与表现

(一)基本形象与标志 1

(二)蒙太奇表现 46

(三)偶然形态 58

(四)形式美 66

第二章 平面设计中的色彩与配置

(一)人对色彩的感知 68

(二)色彩三要素 68

(三)色彩的编排体系 70

(四)色彩的错觉 72

(五)色彩的对比与调和 73

(六)配色与变调 78

(七)色标 86

第一章 平面设计中的形象创造与表现

在现代平面设计中,首先接触到的是形象的设计与处理。

设计者在作出了平面设计的承诺之后,必须要对企业或产品作一番详细的调研。在调研过程中,认识和了解委托方的要求,产品的性质、功能、定位以及销售市场的状况等,从而产生新的设计构思,并提出多种创意方案。然后进入具体的设计操作过程,将创意发展和转化为具体的视觉形象。通常,设计者要在有限的时间里提供大量的可行的设计方案,供委托方评估和挑选。然后再根据他们的意见进行修改。经过反复多次的研讨、论证,筛选出一种优秀的设计方案,最终双方形成共识。

(一)基本形象与标志

形象的类型多种多样。总的来看不外乎两种基本类型,具象形象和抽象形象。这两种形象既有着自身明显的特点,又在美感因素上有着相同的规律。在设计运用上,要看具体所要体现的内容而定,不能单以个人审美趣味为转移。

在平面设计中,标志设计占有及其重要的地位,因为标志是一个企业的经营理念、行为计划和形象定位的综合体现。

标志设计应把握这样一个原则:以最单纯的视觉语言的形式,表现企业形象的本质和精神。标志设计还是CI设计的核心。因此,我们不妨以标志为例,来分析基本形象的创造这一课题。

具象形象涉及的内容和题材非常广泛。它包括人物、动物、植物,文字、数字,以及各种工业用品与日常生活用品、交通工具等大量自然的和人造的形态。所谓具象形象是指能再现物象特征的形

象。在设计时,需要强化它们的典型特征,对其进行艺术加工和处理,以简洁的形式体现其内在含义。

设计者在艺术加工的过程中,需要有丰富的想象力,而想象力是建立在现实生活的基础之上的。我们在丰富多彩的生活中,应时时注意观察,积极地去思考,这样,才能在需要的时候大胆想象,将记忆中的信息发掘出来,强化、完善构思和创意。由于这种创意来源于生活的体验,因此,产生的形象会因带有某种特征而显得亲切。形象的设计并不是以简单模拟或再现对象的外部特征为目的。“设计”两字本身就包含有主观的和理性的艺术加工和处理。它是一种创造和表现的行为,因而最终的形象必须是具有审美价值的形态,并具有极强的视觉吸引力和艺术魅力。在这方面有很多成功的设计范例。



1



2

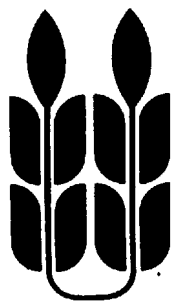


3

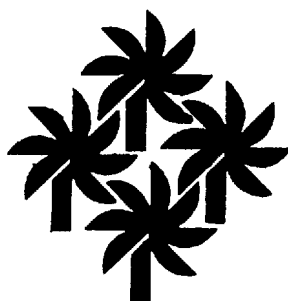
1 航空公司(加拿大)

2 种树联合会(美国)

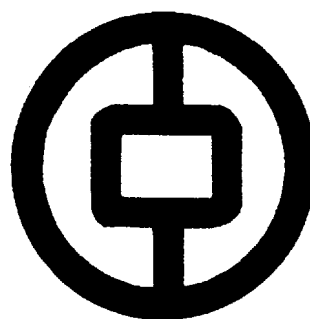
3 彩虹集团(中国)



4



5



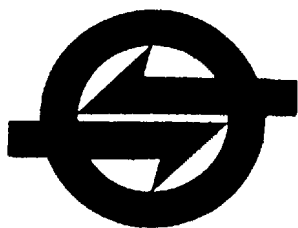
6



7



8



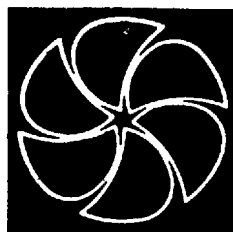
9



10



11

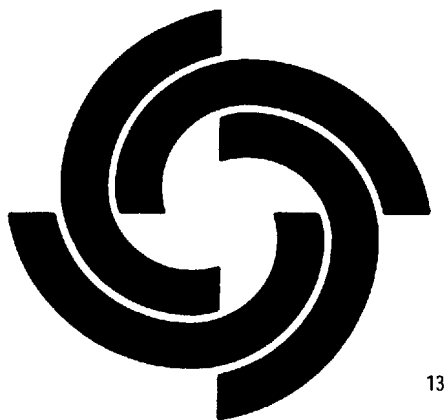


12

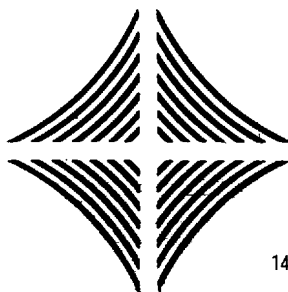
- 4 百货商店(日本)
- 5 椰子种植场(美国)
- 6 中国银行(中国)
- 7 国际视觉设计展(中国台湾)
- 8 制版厂(德国)
- 9 铁道公司(波兰)
- 10 旅游局(以色列)
- 11 动物园(日本)
- 12 工业展览(俄罗斯)

我们再来看一下抽象形象。在自然界中存在着很多几何形态。在科学高度发达的今天,我们也常常会在许多宏观和微观的世界里发现一些神奇的、美妙的形态。这不仅为我们开拓了新的审美视野,同时也为我们提供了丰富的想象余地。

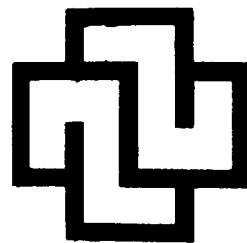
纯粹的抽象形象,不直接以物象的外部特征来体现对象,而是以点、线、面等为基本元素,严格地运用比例、正负的处理方法和利用方向、角度的转换(反正、回旋、对称、放射、渐变、扩散、收缩等),构成规律化、条理化的形象。这类形象显现出井然有序的理性特征,并常常体现出象征性的意义和运动的规律。它们或以动与静、柔与刚、空间与时间的变化,表现出音乐般的意境;或以自由弧线表现出有张力、有生命力的有机形态。基本形象的构成方法很多,分析目前国内外各类标志,可将其归纳为以下几种。



13



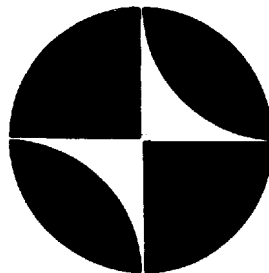
14



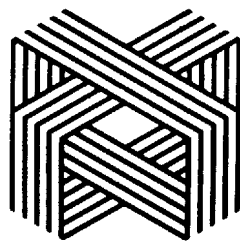
15



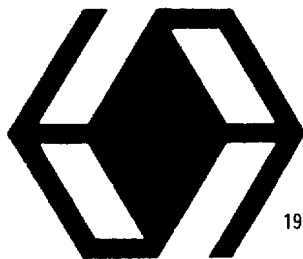
16



17



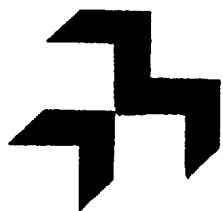
18



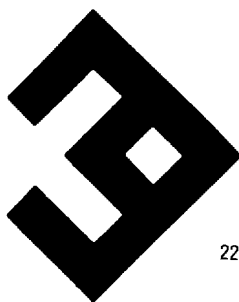
19

- 13 太阳机械工业公司(日本)
- 14 电器制品公司(日本)
- 15 信托银行(瑞士)
- 16 南德广播局(德国)
- 17 国际测地学、地球物理学
联合组织(美国)
- 18 包装金牌奖(法国)
- 19 电子测量仪(日本)

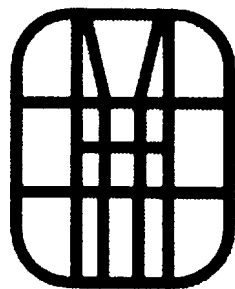
①以九宫格为原型的分割方法。这也是我国传统几何图案中常用的构成方法之一。以九宫格为基本单位,对其水平、垂直骨格线的距离、方向、数量、粗细加以变化,或加点、加斜线和加弧线等,求得多种形式的分割面。运用时根据需要加以取舍,可以获得意外的规则、均衡的形象。



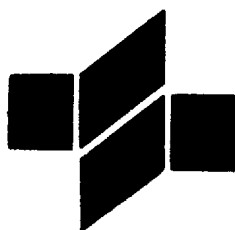
21



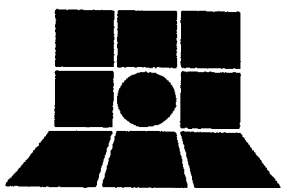
22



20



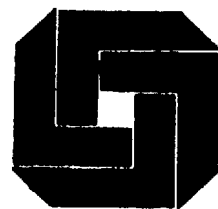
23



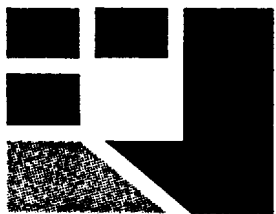
24



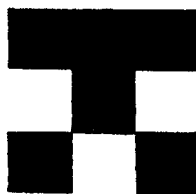
25



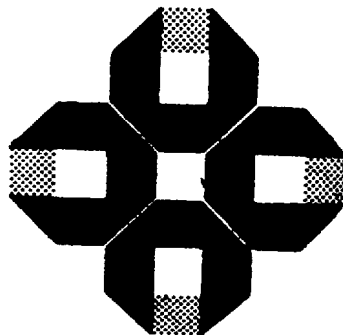
26



27



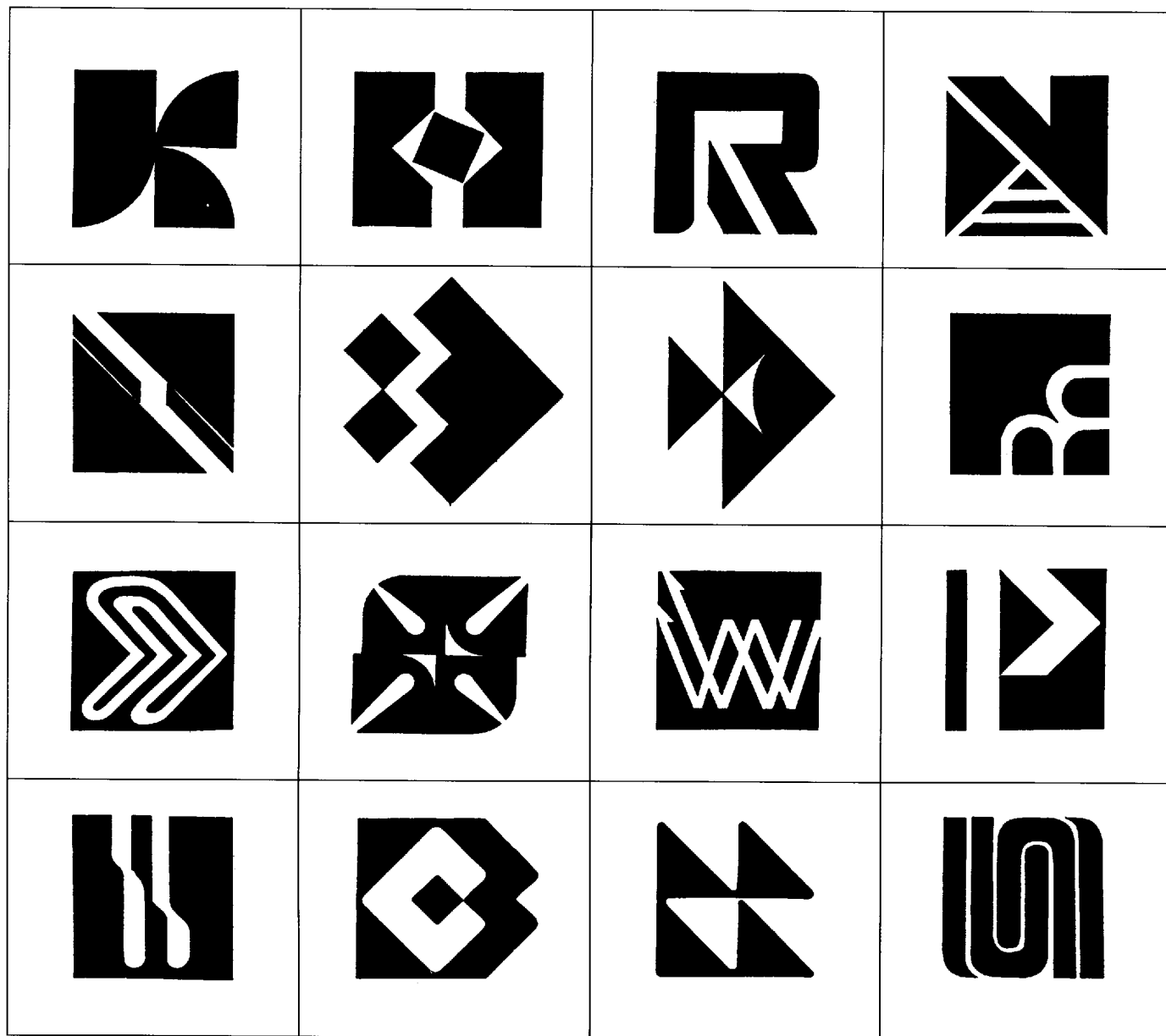
28



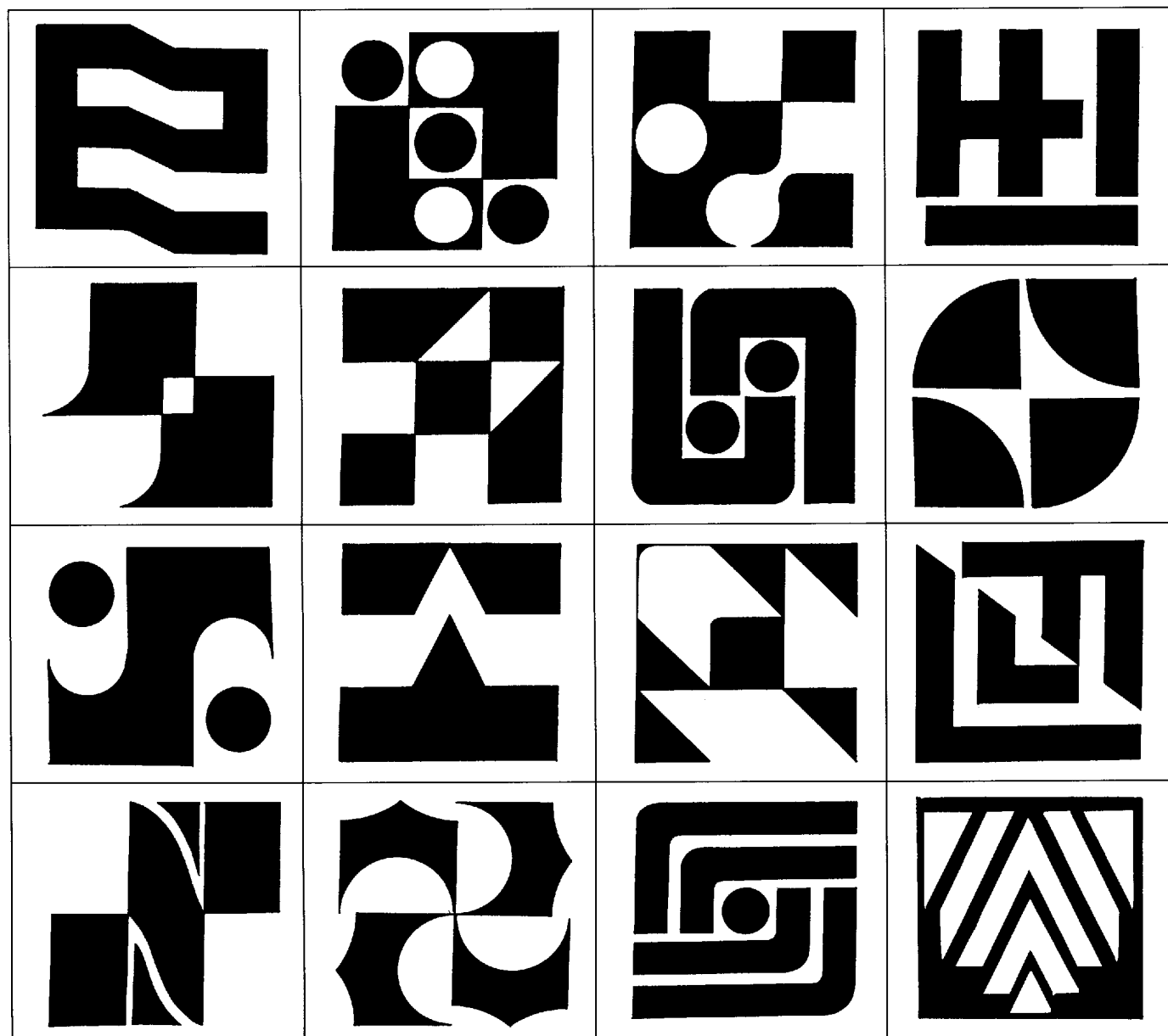
29

- 20 亚典图书公司(中国台湾)
- 21 出口业发展组织(英国)
- 22 精制糖公司(英国)
- 23 凯罗博格办公机构(美国)
- 24 造型美术(日本)
- 25 控电板厂(保加利亚)
- 26 钢铁专卖公司(荷兰)
- 27 电视文化研究委员会(中国台湾)
- 28 地板材料(加拿大)
- 29 渥太华卡尔顿大学中心(加拿大)

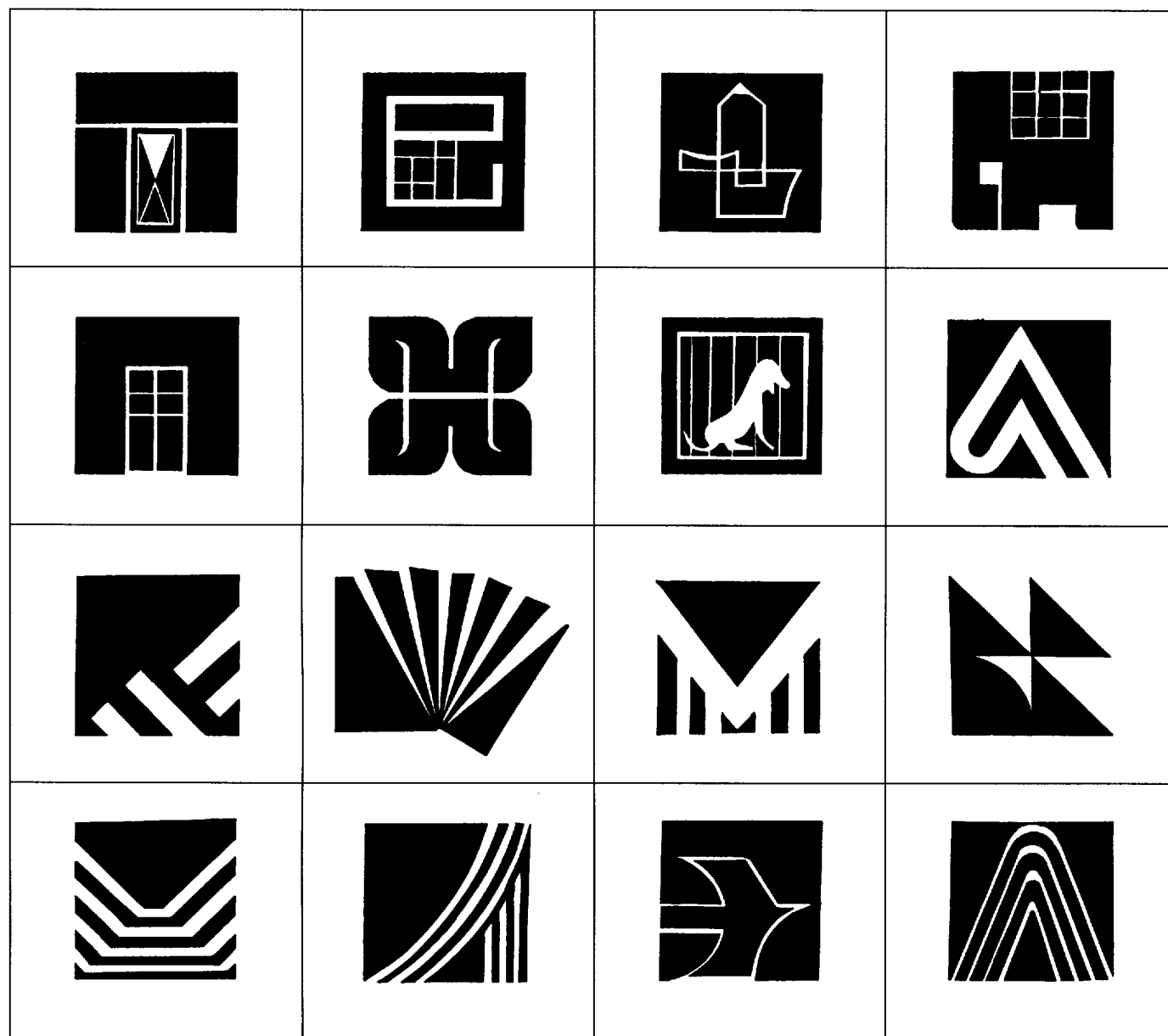
设计方法图例



设计方法图例



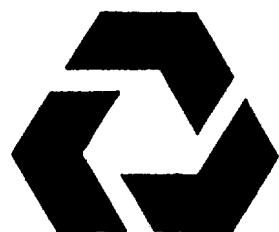
设计方法图例



②以基本单形作重复使用的方法。在重复排列组合时,可以利用单形的方向变化,形成上下、左右、旋转和三向、四向对称等图形;尽量找出形与形之间的关系和规律,使形象保持单纯统一。利用形与形之间的接触、透叠、重合、联合、减缺、覆盖等方法,控制形象的整体效果,构成即有规律又有变化的匀称协调的形象。



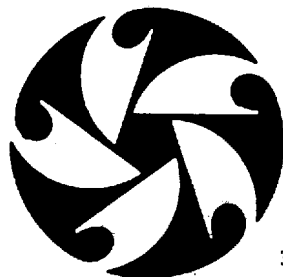
30



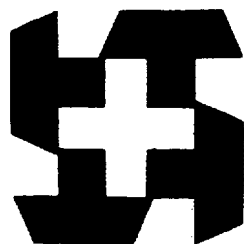
31



32



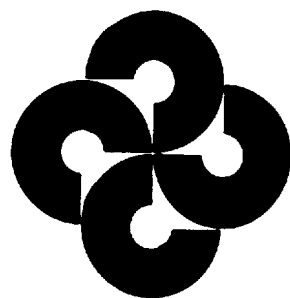
33



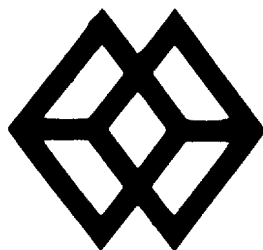
34



35



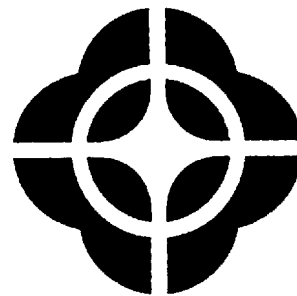
36



37



38



39

30 卡博莱登研磨剂公司(美国)

31 工程公司(美国)

32 东轮制造(葡萄牙)

33 旅游服务部(美国)

34 船舶工业公司(瑞士)

35 公正财团法人组织(美国)

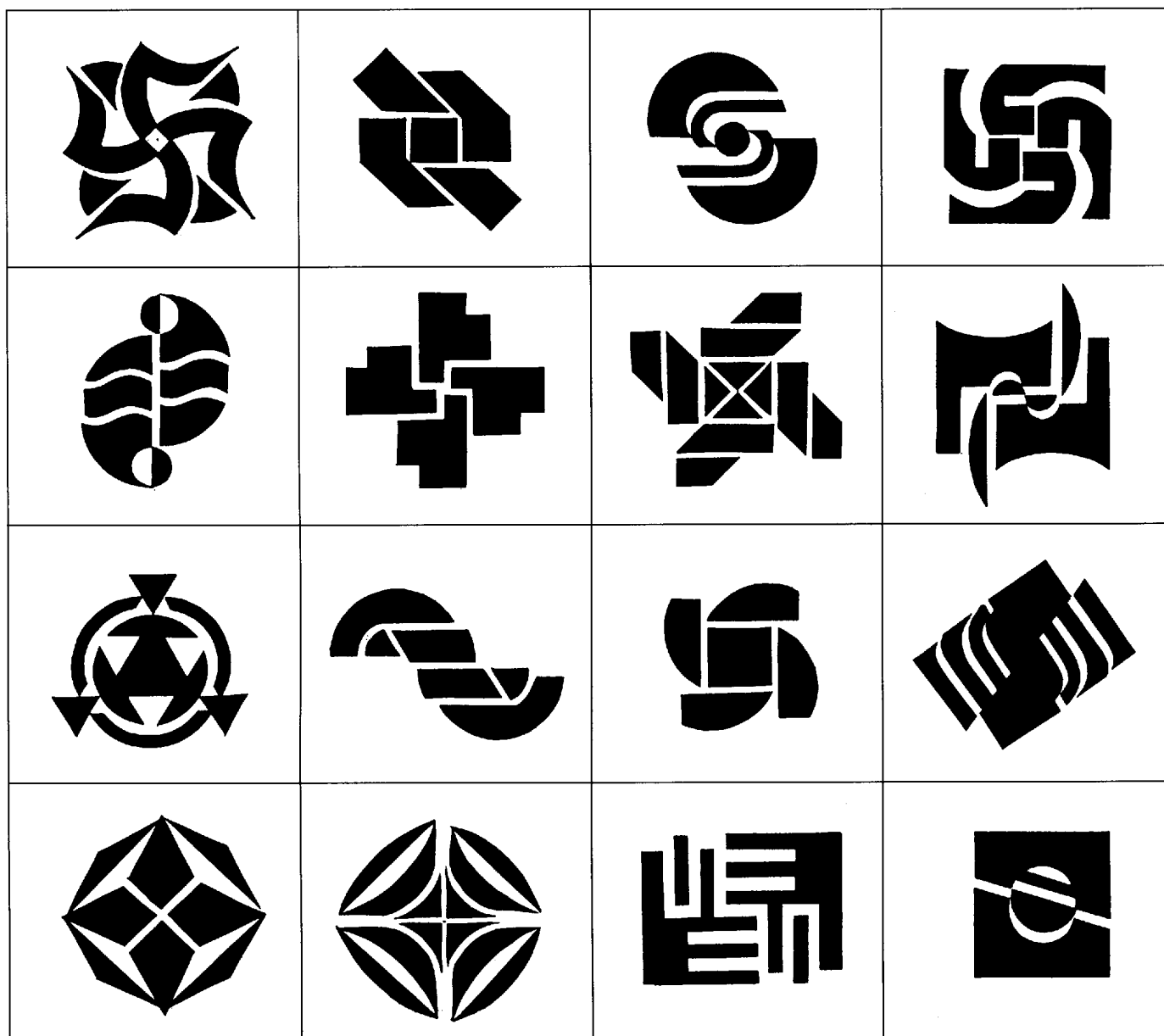
36 印花杂志特集“白与黑”标志(美国)

37 维李森家具制造厂(瑞士)

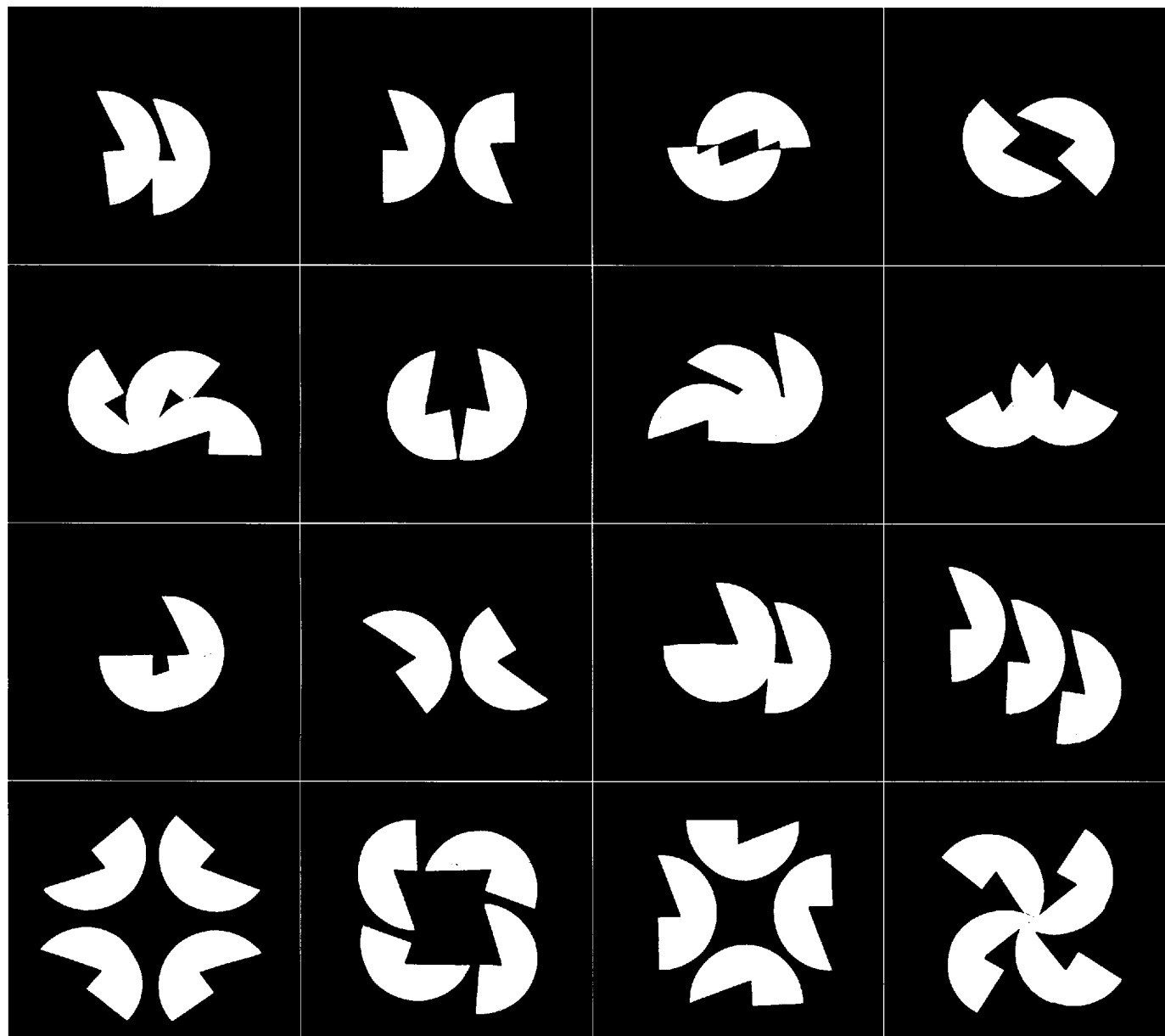
38 凡尔赛展览会(法国)

39 东怡营造公司(中国台湾)

设计方法图例



设计方法图例



设计方法图例

