

形象设计

◎孔德明 著

XINGXIANG SHEJI



科学技术出版社

形 象 设 计

孔德明 著

河南科学技术出版社

内 容 提 要

本书旨在建立完整的形象设计学科体系,较系统地阐述了形象设计的基本概念、基本理论。其内容有形象设计导论、形象设计语言、形象设计共性和个性、形象设计元素(形状与色彩、光线与肌理)、形象设计美学,以及电视角色的形象设计等等,图文并茂,丰富新颖,具有较高的理论水平和可操作性,是从事形象设计人员不可多得的良好参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

形象设计/孔德明著.-郑州:河南科学技术出版社,
1999.1
ISBN 7-5349-2242-9

I.形… II.孔… III.形象-造型设计 IV.J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 04725 号

形 象 设 计

孔德明

著

责任编辑 宋宇红

责任校对 李迎辉

河南科学技术出版社出版

郑州市农业路 73 号

邮政编码:450002 电话:(0371)5721450

河南第二新华印刷厂印刷

全国新华书店发行

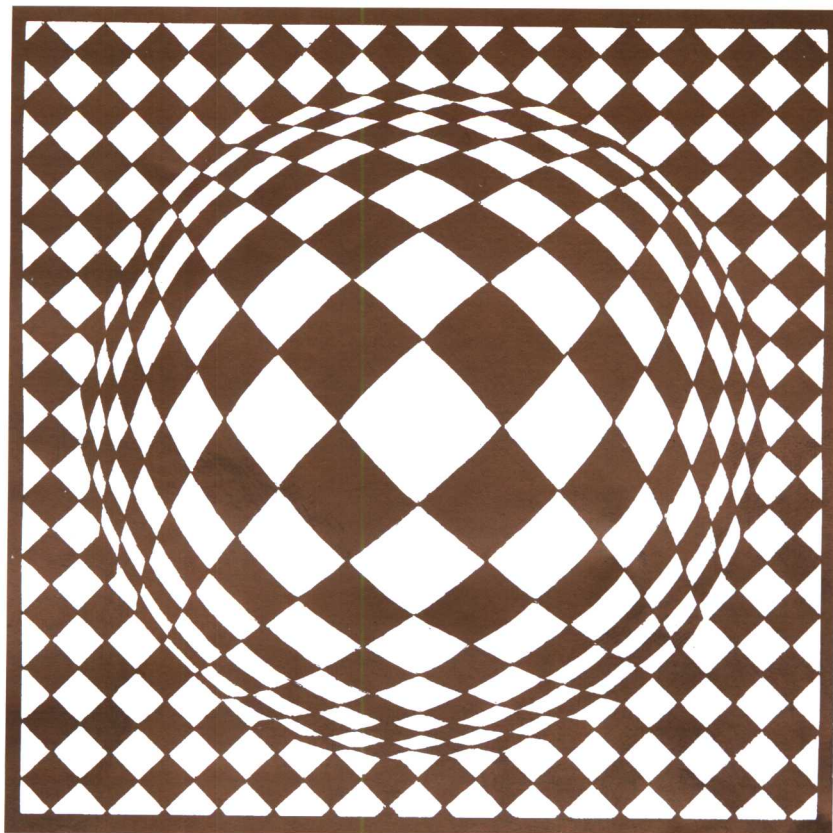
开本:787×1092 1/16 印张:11 字数:242 千字

1999 年 1 月第 1 版 1999 年 1 月第 1 次印刷

印数:1—4 000

ISBN 7-5349-2242-9/G·658

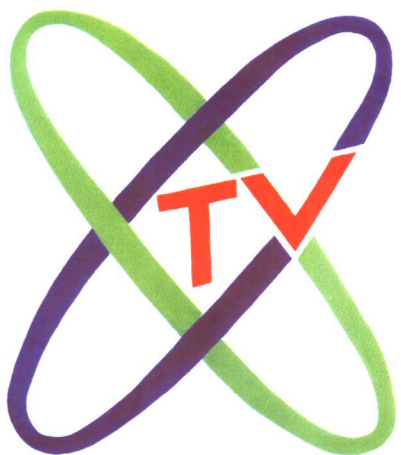
定价:30.00 元



彩图1 形的平面立体化



彩图2 色的平面立体化



彩图3 原中央电视台台标



彩图4 四川电视台台标



彩图5 云南电视台台标



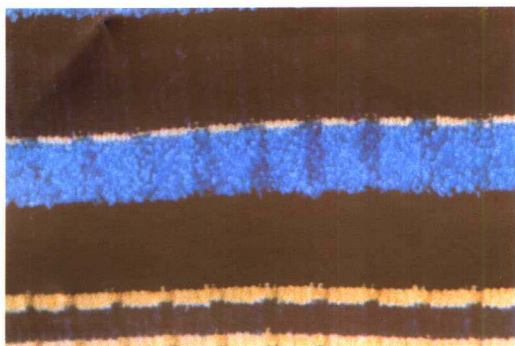
彩图6 北京电视台台标



彩图7 山东电视台台标



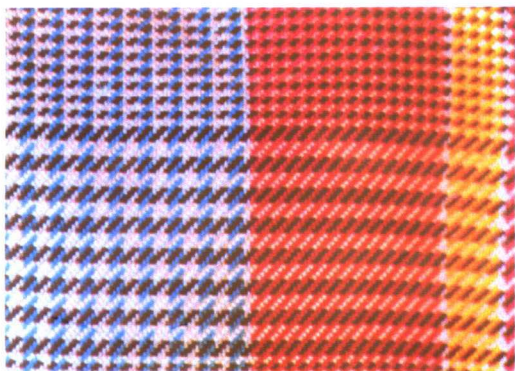
彩图8 浙江电视台台标



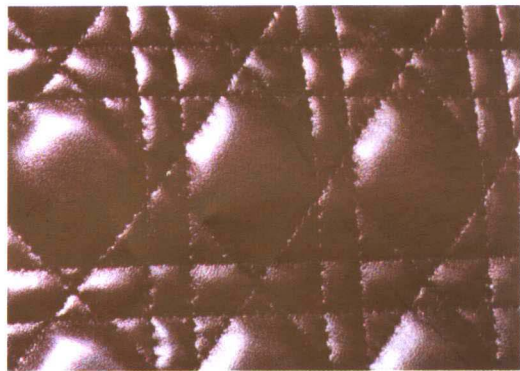
①



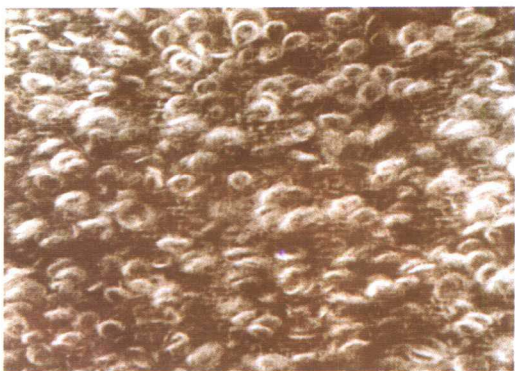
②



③



④



⑤



⑥

彩图9 面料的不同肌理

①毛纺面料

②丝绸面料

③精纺毛料

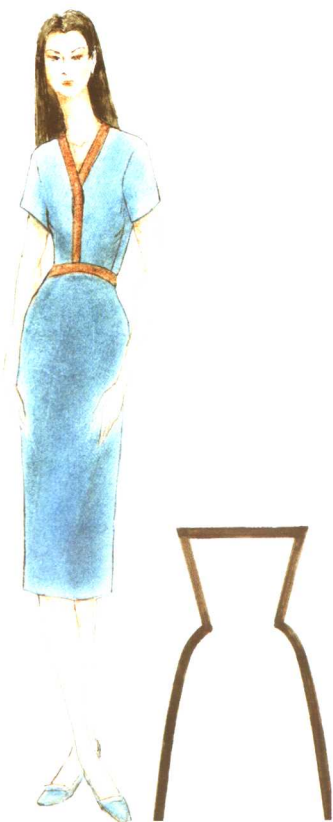
④皮革面料

⑤毛绒面料

⑥人造面面料



彩图 10 明代水田衣



彩图 11



彩图 12



彩图 13



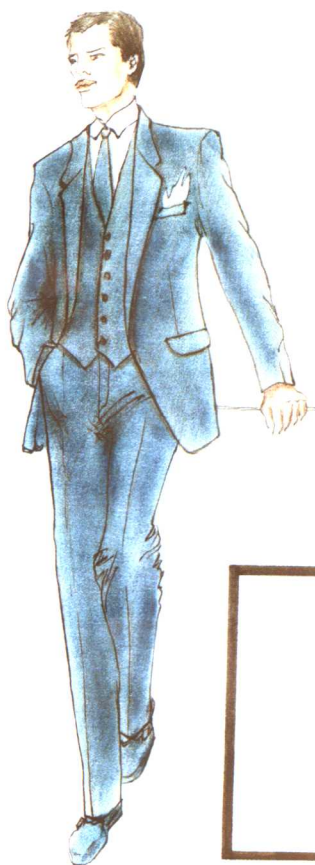
彩图 14



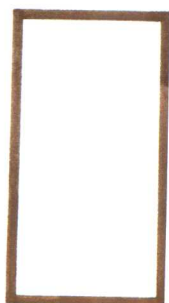
彩图 15



彩图 16



彩图 17



彩图 18





彩图 19



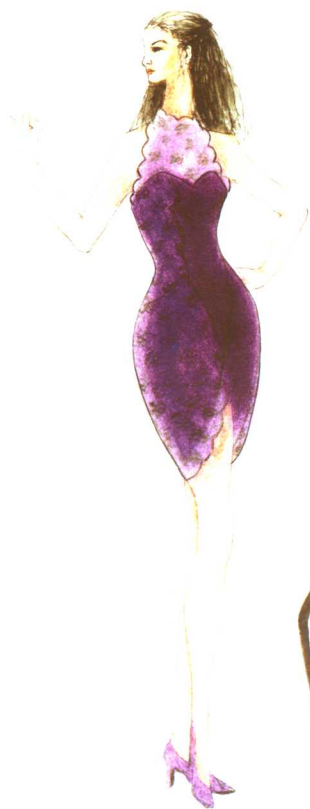
彩图 20



彩图 21



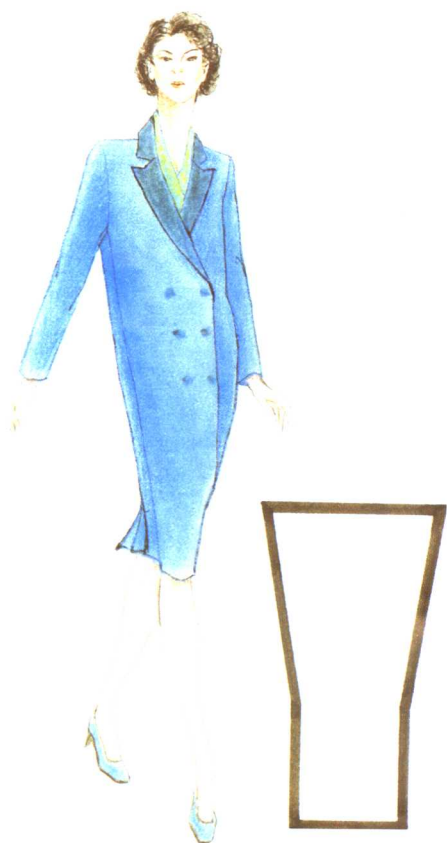
彩图 22



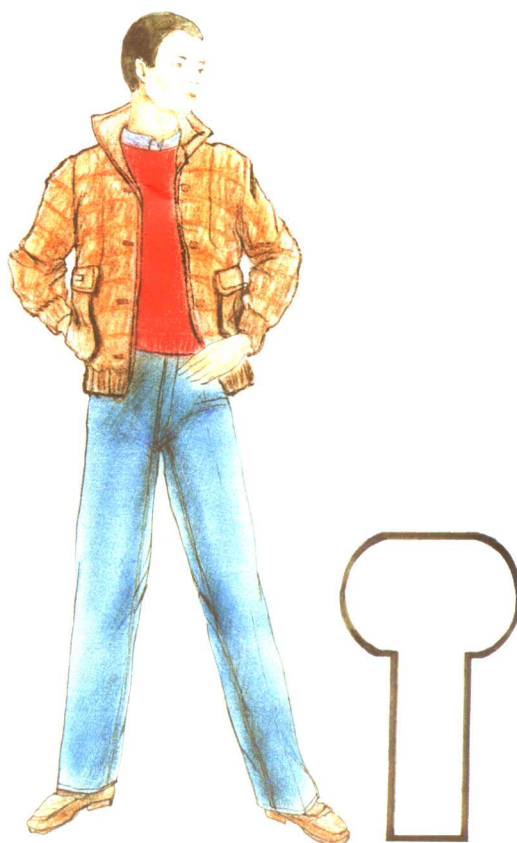
彩图 23



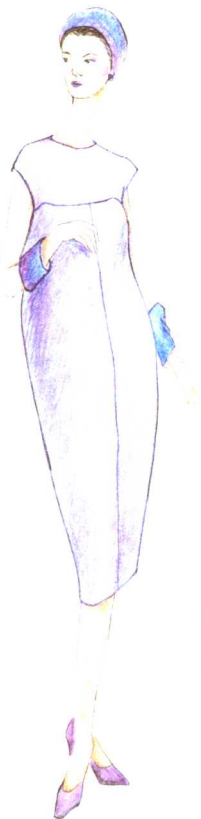
彩图 24



彩图 25



彩图 26



彩图 27



彩图 28



彩图 29



彩图 30



彩图 31



彩图 32



彩图 33



彩图 34

前 言

俗话说，第一个吃螃蟹的人是最勇敢的人。勇敢不敢说，做那种“第一个吃螃蟹的人”，我却是命中注定的了。尽管西方发达国家对形象设计早有研究，据说美国的“形象顾问”已达 364 位之多^①，形象设计在我国也逐渐成为热门，但作为一门独立的学科，形象设计的学科体系尚未建立，有关著作也是凤毛麟角。创立形象设计学科体系的重任，便自然而然地落在国内第一个开设《形象设计》大学课程的教授——我头上了。

形象设计作为人类的一种文化形态，早在古代就已经存在。源远流长的中国文化史，为人类留下了有关形象设计的丰厚知识。中国古代典籍《礼记》、《诗经》、《左传》、《论语》、《史记》、《战国策》等，对形象设计都有过生动的记述。我的先祖孔子说：“质胜文则野，文胜质则史，文质彬彬，然后君子。”^②儒家弟子曾子也说：“君子所贵乎道者三：动容貌，斯远暴慢矣；正颜色，斯近信矣；出辞气，斯远鄙倍矣。”^③这些精辟的言论，影响了世世代代的中国人民，至今仍闪耀着思想的光辉。

形象设计学科的建立，不是哪个人灵机一动的产物，而是社会物质文明与精神文明高度发展的需要，是我国改革开放深入发展的必然结果，由形象设计在社会交际中的重要作用所决定。

形象设计在社会交际中的重要作用，主要表现在以下几个方面：

其一，形象是一个人的“名片”。

莎士比亚有一句名言：“如果我们沉默不语，我们的衣裳与体态也会泄露我们过去的经历。”^④形象是一种视觉和心灵的感受，它像名片一样，在无言中向他人展示着完整的自我。在人际交往中，人们往往通过外在形象来判断一个人的年龄、身份、地位等等，并相应地决定对待他的态度。只要稍微注意一下自己的周围，就不难发现，凡是不修边幅、邋里邋遢的人，他成功的机会总不如风度翩翩、潇洒倜傥者。所以人人都在经意或不经意中进行着自我形象设计，都愿意以最美好的形象出现在大庭广众之中。但是，并不是所有的形象设计都能获得好的效果，有的使人光彩照人，有的却使人丑陋不堪。经典影片《窈窕淑女》叙述了一位下层社会的穷姑娘怎样被训练成上层社会贵小姐的全过程。这个故事告诉人们，美好的形象必须经过修炼：化妆，不在浓淡在相宜；穿着，不在华丽在合体；举止，不在做作在适度；风度，不在模仿在内涵。只有当衣（服饰）、形（体态）、神（气质）三者和谐统一的时候，形象设计才能成功。而成功的形象

① 责任者不详。1991 年个人形象顾问名录。美国：个人形象出版社，1992

② ③ 杨伯峻译注。论语译注。北京：中华书局，1980

④ 梁实秋。衣裳。见：中国百年文学经典文库（散文卷上）。北京：海天出版社，1998。325

设计，正是助你走向事业成功的阶梯。

其二，形象设计是参与社会竞争的需要。

美国学者约翰·奈斯比特在《大趋势》一书中，把社会的发展划分为农业社会、工业社会、信息社会三大阶段。随着这种社会类型的衍进，人类竞争的对象也发生了变化。他说：“在农业社会，竞争与对抗存在于人与大自然之间；在工业社会里，让人与人造的大自然进行竞争；在信息社会里，竞争与对抗出现在人与其他人的相互作用之中，这是有了人类文明以来的第一次。”^①姑且不论奈斯比特对于社会发展类型的划分是否科学，但人类竞争随着社会的发展而对象有所不同无疑是正确的。当今社会已进入信息时代，人人都要改变陈腐的观念，树立人才竞争的观念。只有掌握竞争手段，提高竞争能力，才能在激烈的人才竞争中赢得一席之地。而形象设计正是一种必要的竞争手段，尼克松与肯尼迪竞选总统的电视辩论就是一个非常著名的例子。作了好几年民主党参议员的肯尼迪声名有限，而作了8年副总统的尼克松则声名显赫，一般人认为尼克松应该是稳操胜券的。但是尼克松过于自信，过分轻敌，拒绝与电视顾问讨论脸爱出汗的补救措施；而肯尼迪却与他的电视顾问作了精心的策划。电视辩论时，一个是汗流如注、声嘶力竭的尼克松，一个是从容论道、挥洒自如的肯尼迪。这是美国历史上第一次总统竞选的电视辩论，由于双方政见无实质性分歧，双方的屏幕形象就成为胜败的重要因素。竞选结果不言而喻，肯尼迪当选为美国总统，而尼克松败下阵来。^②

其三，个人形象牵连着国家和民族的形象。

形象设计是人类文明的一个标志。就每一个人来说，它标志着一个人的文化素质；就一个国家和民族来说，它标志着这个国家和民族发达的水平。哪个地方到处是破衣烂衫，就表明那个地方贫穷落后。所以个人形象是与国家和民族紧紧联系在一起的。特别是各国的高层领导者，他们的形象设计往往代表一个国家和政府。

在法国总统希拉克执政100天之际，总统夫人贝娜黛特接受《巴黎竞赛画报》记者采访时说：“法国老百姓非常懂得，作为一国之主，他的言行不可能完全像普通人一样自由。但是，他应该在总统必须承担的严肃任务和他本人所希望保持的与同胞的亲情之间，找出一个正确的平衡点。”^③此话可谓一语道中。领导者的使命决定了只要出现在公众面前，他们的形象就要受到社会的挑剔和限制。所以，他们的言谈举止、服装发式，甚至衬衣领口是否洁白挺括、裙子是否长短适度等等，都应有严格的形象设计规范。正因为如此，很多国家的高层领导都设有一套鲜为人知的形象设计班子。如美国总统克林顿的形象设计班子包括办公室主任贝特西·赖特、竞选主任乔治·斯迪法诺波罗斯、政治顾问詹姆斯·卡维尔、新闻顾问弗兰克·格里尔、广告顾问曼迪·格伦沃尔德等。英国首相布莱尔的形象设计班子包括办公室主任鲍威尔、新闻主任坎贝尔、不管部政务委员曼德森等。俄罗斯总统叶利钦的形象设计班子包括总统办公厅副主任博伊科、独立电视台领导人马拉什科等。此外，像德国总理科尔的“思想仓库”，韩国总统金泳三的“亲信

① 约翰·奈斯比特原著，大趋势——改变我们生存的十个新方向，北京：人民文学出版社，1984，17

② 赵浩生，漫话美国总统选举，北京：中国青年出版社，1980，26—30

③ 雁文，法国总统夫人拉家常，见：北京日报，1995，9