

设计

BASIC KNOWLEDGE

入门

AND RULES OF DESIGN

2

文字设计

的原理

t
y
p
e

〔日〕伊达千代 & 内藤孝彦 著

悦知文化 译

教室

コ
ブ
ハ
ハ



中信出版集团 · CHINACITICPRESS

设计入门教室

2

文字设计的原理

[日] 伊达千代 & 内藤孝彦 著 悦知文化 译

type

图书在版编目 (CIP) 数据

设计入门教室. 2 / (日) 伊达千代, (日) 内藤孝彦
著; 悦知文化译. — 2 版. — 北京: 中信出版社,
2016.5
ISBN 978-7-5086-5937-4

I. ①设… II. ①伊… ②内… ③悦… III. ①艺术—
设计 IV. ① J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 037373 号

Design Rules "Moji"

Copyright © 2007 by Chiyo Date, Takahiko Naito

Chinese translation rights in simplified characters arranged Mdn Corporation, Tokyo
through Japan UNI Agency, Inc., Tokyo

ALL RIGHTS RESERVED.

本书仅限于中国大陆地区发行销售

设计入门教室 2

著 者: [日] 伊达千代 [日] 内藤孝彦

译 者: 悦知文化

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承 印 者: 北京盛通印刷股份有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印 张: 10 字 数: 71 千字

版 次: 2016 年 5 月第 2 版 印 次: 2016 年 5 月第 1 次印刷

京权图字: 01-2011-1899 广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5086-5937-4/J·115

定 价: 45.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849555 服务传真: 010-84849000

投稿邮箱: author@citicpub.com

目录

CONTENTS

Step 1 认识文字

文字与设计	10	东方语系字体——宋体	28
构成文字的元素	14	东方语系字体——黑体	32
西方语系字体——衬线体	16	东方语系字体——其他字体	36
西方语系字体——无衬线体	20	字体的变化	40
西方语系字体——其他字体	24	专栏：西方语系字体的规则	44

STEP 2 文字与意象

高级感与传统感	48	严谨感与信赖感	60
亲近感与柔和感	50	自然感与手工感	62
未来性与先进性	52	精致的印象	64
怀旧与复古	54	力道与冲击力	66
华丽感与装饰性	56	纤细与美丽	68
传统文化	58	专栏：文字的颜色与印象	70

Step 3 容易阅读的文字组合

何谓容易阅读的文字编排	74	视觉的导向	86
字号	76	接近和远隔	88
边界	78	内容和字体的关系	90
行长和分栏	80	对比	92
行距	82	专栏：版面的禁忌	94
字距	84		

Step 4 做出美观的版面

字号对比	98	宽排	114
重量对比	100	方向性	116
字体对比	102	着重点	118
色彩对比	104	阴影	120
节奏	106	边线与外框	122
材质	108	拟态	124
立体	110	裁切	126
紧排	112	专栏：将文字视为图片来处理	128

Step 5 各种作品中的文字编排

海报	132	宣传册	144
杂志	136	标志	148
书籍	140	简报	152

设计入门教室

2

文字设计的原理

[日] 伊达千代 & 内藤孝彦 著 悦知文化 译

type

前言

在平面设计中，“文字”的重要性无需多言。无论是海报、宣传手册、网页还是杂志，这些要求设计的作品，都离不开文字，但是一般来说，“文字”的设计仍处于不被重视的状态。特别是近来人们使用计算机作设计时，几乎不太会深思，而只以“用计算机中的字体设计”进行制作来引人注目。

在计算机普及之前，“文字”的设计需颇具匠心。要玩味一个个文字的形式，利用裁纸刀和小钳子，逐个字地剪贴并依照目的配置，花费好几天不断修正文字的大小、间隔。尽管如此，也不能认为过去的设计方式比较好，计算机无疑让“文字”的设计选择性更多，也是提高设计自由度的一项“工具”，但是，对于使用者来说，总不能不关心文字在设计上的可能性吧！

本书探求了“文字”设计在当今时代中的可能性，并将设计上要预先了解、牢记的“原理”分为五章，简单明了地予以说明。

持续钻研“文字”，看似会偏离“设计”这个令人充满想象的词语。但是，我们可以保证，这些规则将成为你设计制作的基础，大幅地提高作品的质量。请不要被计算机和字体等“工具”所限制，充分享受自由而又自信的设计乐趣吧！本书是怀着这样的期待撰写的，如果能让你在设计中使用“文字”的可能性大幅增加，即是我们的荣幸！

伊达千代 & 内藤孝彦

2007年3月

目录

CONTENTS

Step 1 认识文字

文字与设计	10	东方语系字体——宋体	28
构成文字的要素	14	东方语系字体——黑体	32
西方语系字体——衬线体	16	东方语系字体——其他字体	36
西方语系字体——无衬线体	20	字体的变化	40
西方语系字体——其他字体	24	专栏：西方语系字体的规则	44

Step 2 文字与意象

高级感与传统感	48	严谨感与信赖感	60
亲近感与柔和感	50	自然感与手工感	62
未来性与先进性	52	精致的印象	64
怀旧与复古	54	力道与冲击力	66
华丽感与装饰性	56	纤细与美丽	68
传统文化	58	专栏：文字的颜色与印象	70

Step 3 容易阅读的文字组合

何谓容易阅读的文字编排	74	视觉的导向	86
字号	76	接近和远隔	88
边界	78	内容和字体的关系	90
行长和分栏	80	对比	92
行距	82	专栏：版面的禁忌	94
字距	84		

Step 4 做出美观的版面

字号对比	98	宽排	114
重量对比	100	方向性	116
字体对比	102	着重点	118
色彩对比	104	阴影	120
节奏	106	边线 with 外框	122
材质	108	拟态	124
立体	110	裁切	126
紧排	112	专栏：将文字视为图片来处理	128

Step 5 各种作品中的文字编排

海报	132	宣传册	144
杂志	136	标志	148
书籍	140	简报	152

Step 1

认识文字

文字与设计

构成文字的要素

西方语系字体——衬线体

西方语系字体——无衬线体

西方语系字体——其他字体

东方语系字体——宋体

东方语系字体——黑体

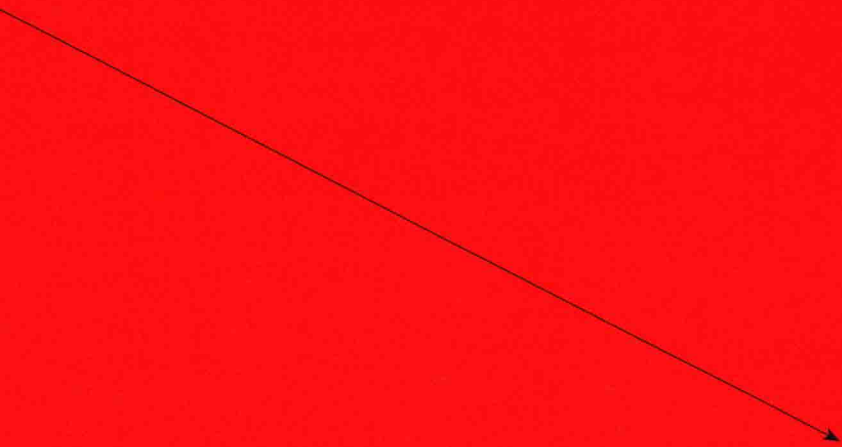
东方语系字体——其他字体

字体的变化

专栏

西方语系字体的规则

Step 1 认识文字



我们每天都会接触到“文字”。但是，真正仔细研究文字的外部形态、精通文字设计的人却少之又少。文字设计其实就是所谓的“字体”或“字体排印”（typography）。从公元前开始，很多字体便陆续发展起来。从古埃及、古希腊文明开始，经过罗马时期的罗马式（romanesque）及哥特式（gothic）的字体，发展到文艺复兴时期（renaissance）及巴洛克时期（baroque）的字体；以中国来说，是从商周时代开始，发展到隋唐时期的雕版印刷，宋代时出现活字印刷，一直发展到现代的数字影像……世界各地的字体都经历了这种演进过程。

本章从“有什么样的字体设计”入手来分类介绍各种经过设计的字体。虽然，字体的流变有各自发展的脉络，但还是可以大致分成几类。如果以树木类比，它们指的就是“树干”的部分。各个国家不同文化的变迁，也会衍生出属于那个国家或那个时代特有的字体设计，而它们就像是“树枝”和“树叶”。只有掌握了“树干”的部分，遇到“树枝”和“树叶”的字体设计时，你才能有系统地进行判断。

本章随后谈论的问题不会偏离字体设计本身的内容，虽然也会使用“专有名词”，但是都会用特征明显、易于理解的图片配合说明相应内容。正确理解这些专有名词，就能更容易认识文字设计的特征，也能了解字体设计的原理，从而理解这些原理的意义。而在后续的章节中，这些专有名词也会陆续出现，所以请逐步认识它们吧。

文字与设计

文字设计与图像设计关联紧密，因此，要将它们视为一体进行认识

无论是随手可得的杂志，还是不经意间看到的海报，我们都可以上面看到让我们产生各种不同感受的影像。看到旅游杂志就会觉得“好像很好玩啊”，看到电影海报就会觉得“好像很有趣啊”，这就是设计能够感动人心的力量。

设计包含了色彩、插图、照片、文字等多项复杂的要素。如果色彩、照片、插图等图像类的要素所表现的含义比较朦胧，文字就能正确且适时地起到补充传达信息的作用。但是，文字并非只是客观地传达信息，文字设计本身也能够表现出强烈的情感与力量（图1）。



图1 在广告牌或海报等处，使用各式各样的字体，除了传递信息外，还能传达出特定的感觉。就算不完全了解语言的意义或其具体内容，但只要字体使用得当，观看者同样能建立起广义的印象。

文字的设计注重“字体”的设计。字体各式各样，有给人严肃印象的，也有看起来让人感觉轻松的。同样的文章使用不同的字体，看到的人就会立刻有全然不同的感受。譬如说，同样以“禁止入内”和“危险”为内容做成广告牌，一边用细长的优雅曲线表现复古摩登风格的字体（图2），另一边则选择组合粗黑（gothic体）和宋体两种标准字体（图3）。虽然，两边的“信息”内容完全相同，但因选择的字体不同，所呈现出的效果令人感觉差异很大。

有时，我们要根据“易于传达”的标准来选择字体。但是，当语言文字无法完全传递“感



图2 曲线优美的字体。具有20世纪初期摩登纤细的风格，但是对于要传达危险的信息来说，似乎太过优雅，毫无强令禁止的感觉，这里若使用更有力的字体会比较适合。

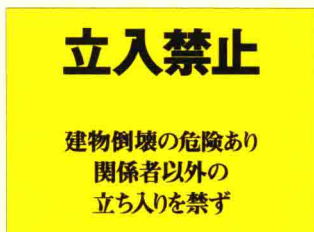


图3 使用黑体和宋体的广告牌。与图2相较之下虽然没有明显的设计感，但是在这种广告牌的设计中，使用黑体更能唤起我们的注意，宋体也能够明确地表现出危险的感觉。

- gothic体，原文为哥特体，在中文中称为“黑体”，在后边将会作完整的介绍。
- “宋体”亦称为“明体”，源自宋代，至明朝广为流行后传至日本，日文中称为“明朝体”，在本书中统一称为“宋体”。

觉”时，就必须选择适合的字体进行表现了。例如，在一张度假村海报上使用同样的照片、文案与排版，无论是选择可以给人强烈信任感的字体（图4），或是使用给人领略异国风情之感的字体（图5），设计完成后都能使整体气氛产生很大的变化。

那么，选择什么样的字体才适合这张海报呢？并不是说一定要在重视“易于传达”的字体与重视“感觉”的字体中二选一，其实并没有所谓的正确答案；但也不是按自己的喜好随便选一种字体就可以的！

由于度假村并非平常可见的影像，若选择

较具信赖感的字体，恐怕无法触动那些经常旅行的年轻女性的心。反过来说，年纪较大的夫妻在制订旅行计划时，与欣赏异国风情的影像相比，应该会更重视具有稳重感及信赖感的旅行社吧！也就是说，在制作海报时，必须针对不同的目标客户选择不同的影像，而字体选择的恰当与否也会因此而有所不同。

这样的文字设计具有轻松改变整体感觉的能力（图6）。为了能够在设计中具备灵活应用字体的能力，就必须了解各种与文字相关的知识。在后续内容中，会针对文字设计的原理逐一说明，让我们一起来学习如何正确、有效地使用文字吧！



图4 这是同时使用黑体和宋体字的广告。虽然给人实在、诚实的印象，但由于文字缺少特色，所以也就无法传达出度假村具有疗养效果的魅力与感觉。



图5 以图4为基础进行字体变换。针对亚洲的异国风情和女性目标顾客选择了适合的字体。



图6 这是具有疗养效果的度假村的特价旅行团广告牌。是不是马上跟前面的感觉不一样了呢？文字设计的变化使整体气氛大为改观。

Step 1 认识文字

这是将宋体字放在电影海报正中央的范例。使用这种传统型的细宋字体，让人仿佛进入一种安静纤细的文学想象之中。文字的字体被设定得较小，犹如引领照片气氛一般，并以标准水平及垂直的排版方式将文字呈现在大家面前。



Point

标题一般都会使用看起来较为显眼的粗体字，但此处却使用了纤细的细体字。这种字体大小又在画面左右营造出丰富的想象空间，选择这种直线与横线粗细相同的字体，能在画面上表现出相当的存在感。

