

(英)卡洛琳·耐特 杰西卡·格莱瑟 著
弓卫平 译

Layout: Making It Fit Finding the Right Balance Between Content and Space

版式设计: 合适最好

找到内容与空间之间的最佳平衡



中国海洋出版社

LAYOUT:making it fit





版式设计：合适最好

找到内容与空间之间的最佳平衡

(英) 卡洛琳·耐特 杰西卡·格莱瑟 著
弓卫平 译

Copyright © 2003 by Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be Reproduced in any form without written permission of the copyright owners. All images in this book have been reproduced with the knowledge and prior consent of the artists concerned and no responsibility is accepted by the producer, publisher, or printer for any infringement of copyright of otherwise arising from the contents of this publication. Every effort has been made to ensure that credits accurately comply with information supplied.

本书中文简体版经美国 ROCKPORT 出版公司授权,由中国纺织出版社独家出版发行。本书内容未经出版者书面许可,不得以任何方式或任何手段复制、转载或刊登。

著作权合同登记号:01-2004-2039

图书在版编目(CIP)数据

版式设计:合适最好:找到内容与空间之间的最佳平衡/(英)耐

特,(英)格莱瑟著;弓卫平译. —北京:中国纺织出版社,2005.1

ISBN 7-5064-3158-0/J·0170

I. 版… II. ①耐…②格…③弓… III. 版式—设计 IV. TS881

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 115532 号

策划编辑:刘磊 由炳达 责任编辑:谢健妤 责任校对:俞坚沁
责任设计:李然 责任印制:刘强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

电话:010-6416816 传真:010-64168226

http://www.c-textilep.com

E-mail:faxing@e-textilep.com

深圳利丰雅高印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2005年1月第1版第1次印刷

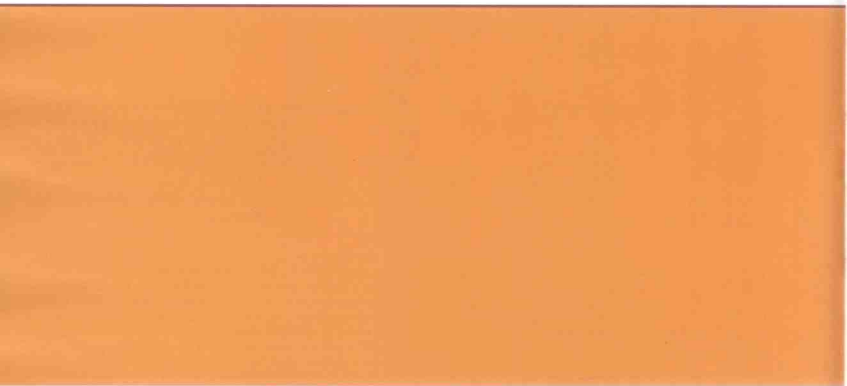
开本:965×1270 1/16 印张:12

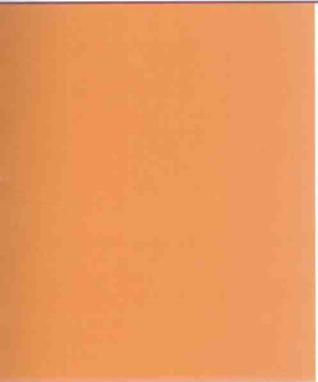
字数:250千字 印数:1-3500 定价:92.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

在撰写此书的过程中，我们得到了来自四面八方的支持和鼓励，其中既有个人也有很多组织。现在我们希望借此机会向他们表示感谢，感谢他们的支持、热情和贡献。我们珍视并且感激他们所给予的帮助和鼓励，他们是洛克波特出版公司（Rockport Publishers）、沃夫汉普顿大学（University of Wolverhampton）、我们的家人和无私提供作品的设计者们（不论我们选用与否），以下是设计者名单：

344 DESIGN • AIGA, BOSTON CHAPTER • APPETITE ENGINEERS • BAUMANN & BAUMANN • BBC DESIGN BRISTOL • BECK GRAPHIC DESIGN • BELYEA • BLACKCOFFEE • ADAMS OUTDOOR ADVERTISING • BRUKETA & ZINIC DESIGN MANUFACTURE • BURGEFF CO. • BÜRO FÜR GESTALTUNG • CARLOS SEGURA • CPD DESIGN • CROATIA AIRLINES • DDSN INTERACTIVE • DENNIS ICHIJAMA • DIGITAL VISION • DISINFOTAINMENT • DWELL • ELEMENTS LLC • EXQUISITE CORPORATION • FELTON COMMUNICATION • FISHTEN • FITZGERALD-HARRIS DESIGN • FUTUREBRAND • GEE + CHUNG • GREENFIELD/BELSER • GROUP BARONET • GUMPTION DESIGN • HAT-TRICK DESIGN • HAYMARKET PUBLISHING • HÉPA! DESIGN • HOLLER • HORNALL ANDERSON DESIGN WORK • HUME LAKE CHRISTIAN CAMPS • IDAHO • IDENTIKAL • INFOGRAPHICS DESIGN • INPRAXIS, RAUM FÜR GESTALTUNG • INTERBRAND • IIE) DESIGN • JERRY TAKIGAWA DESIGN • JOAO MACHADO DESIGN, LDA • JOHN BROWN CITRUS PUBLISHING • KARACTERS DESIGN GROUP • KATIE GARDNER DESIGN • KROC KRAKOVSKI • KYM ABRAMS DESIGN • LAUREY ROBIN BENNETT DESIGN • LIFT COMMUNICATIONS • LOVE • LOWERCASE INCORPORATED • MATT AND GEORGE • MEDIA CELL, LTD. • MEDIA CO., LTD. • METALLI LINDBERG • MIKE SALISBURY, LLC • MIRKO ILIC CORP. • MONSTER DESIGN • MOTOKO HADA • NIKLAUS TROXLER DESIGN • ODED EZER DESIGN STUDIO • OFFICE OF TED FABELLA • ORANGE SEED DESIGN • ORIGIN DESIGN • P22 • PALAZZOLO DESIGN STUDIO • PAPRIKA • PARHAM SANTANA • PETER KING AND COMPANY • PHILIP FASS • PILAR MUNOZ • PING PONG DESIGN • PISCATELLO DESIGN CENTRE • POCKNELL STUDIO, LTD. • PURDUE UNIVERSITY • RECHORD • RED BEE STUDIO • RED COMMUNICATIONS • RIORDEN DESIGN GROUP, INC. • RIPTIDE COMMUNICATIONS • ROUNDEL • SAGMEISTER, INC. • SAYLES GRAPHIC DESIGN • SCANDINAVIAN DESIGN GROUP • SCORSONE/DRUEDING • SILVIA VALLIN DESIGN • SK VISUAL • SPLASH INTERACTIVE • STOLTZE DESIGN • STUDIO INTERNATIONAL • STUDIO VERTEX • TEIKNA DESIGN, INC. • THARP DID IT • THE INDEPENDENT NEWSPAPER • TRICKETT AND WEBB • TRUDE COLE-ZIELANSKI • TULLETT DESIGN • UNIVERSITY OF WASHINGTON SCHOOL OF ART • WAGNER DESIGN • WHY NOT ASSOCIATES • WILSON HARVEY • WORKWRITE • XTRCT DESIGN • Y+R 2.1 • Z3 • ZGRAPHICS, LTD.





contents

序言

08

第一部分·设计者的梦想
无限的空间,有限的内容

12

第二部分·设计者的梦魇?
有限的空间,无限的内容

104

通讯录

190

关于作者

192



几乎每年的同一时间都会出现类似的情形——印着新闻简报的手提袋、信封背面用荧光笔写的便条、包装怪异的软盘、办公室中纷至沓来的电子邮件等等，这一切都是为了吸引人们的注意力，让时间在不知不觉中就溜走了。请别误会，我们非常乐意接受这些如雪花般的信息，因为与热情的客户合作是我们最享受的事情。但是有一点是毋庸置疑的，那就是这些被囊括在 *WCSP Annual Review* 中的信息，还需要我们花点工夫来解释。

我们能确定的一点是——在一本出版物中有的章节容纳了大量的信息，而其他的章节却只有只言片语。在过去的几年中正是这个课题——空间的使用让我们开始着手分析，因为，在版式设计中它有着特殊的地位。在定稿的时候你往往会发现：有几页被文字和图像塞得满满的，而另外的页面上只有寥寥数字和两三个图像。

序 言

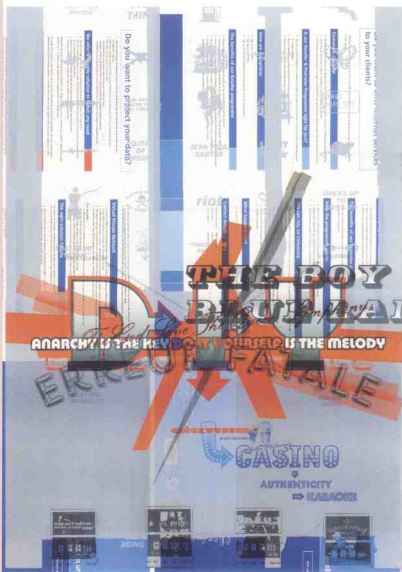
反思之后，我们认识到，其实这是一个非常常见的现象。几乎每天都要面对类似的情形并处理它们：要么是巨大的空间只包含微量信息，要么是大量的信息被塞在狭小空间中。纵观其他作品就不难发现，这一现象是相当普遍的，处理好这个问题就意味着大胆而又让人耳目一新的上乘设计作品的出现。在任何一个版面中空间的处理都是至关重要的，它与字体、图像处理有机地结合在一起；可是对于设计者来说，感觉空间缺乏或过量的时刻又往往是设计灵感火花迸发的时刻。我们写这本书的用意有两点：其一是突显那些用两种极端的方法处理空间问题的作品，其二是尝试分析在设计这些作品的过程中所运用的思路和方法。

设计公司 WHY NOT ASSOCIATES
设计者 WHY NOT ASSOCIATES
客户 MALCOLM McLAREN
项目名称 MALCOLM McLAREN POSTER

在做设计方案的时候,空间不均匀、过大或者过小都让我们感到头疼,因为两者都阻碍了我们表现自己的审美和设计理念。最后这种空间的限制只好被强加于设计中,从而影响了设计的整体效果。而在进行信息处理和分期时,我们又要刻意回避平均分配,积极地创造出所谓的“空间富余”和“空间狭小”的局面,照此方法设计出来的作品可以传递出具有强大视觉冲击力的信息。设计作品的格调、即将面临的目标市场和内在的吸引力都可以通过空间因素得到修正,从而给人留下诸如唯一的、奢华的、昂贵的、生动的、新潮的、可信的或倾注了人性关怀的等等一系列宽泛的印象。关于空间因素在设计中的重要性这一点,在古特·克里斯(Gunther Kress)和西尔·冯·卢文(Thien Van Leeuwen)两人撰写的《解读形象:视觉形象的潜规则》(Reading Images: The Grammar of Visual Design)一书中有所涉及。

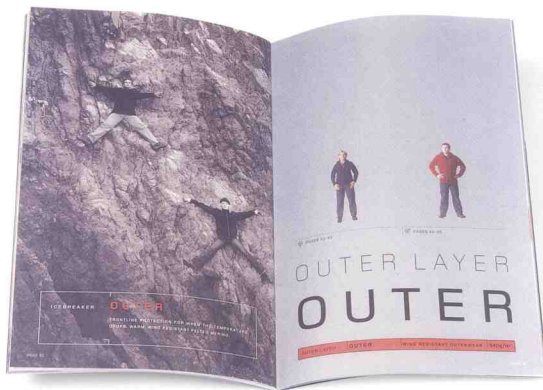
“视觉结构同样可以达到语言结构所要表达的意义……例如语言通过选择不同的词汇和不同的语义结构来表达意思,而视觉交流则可以通过选择不同的色彩和不同的布局结构等来实现。”

其实不论是被动地接受空间限制或是主动地选择空间搭配,空间的合理使用能够最大限度地传达所要表明的信息。在这幅由 Why Not Associates 设计公司为麦尔克福·迈克劳伦(Malcolm McLaren)公司所设计的招贴画中,我们可以看到相当数量的层次处理,以相互重叠的文字和图像作为搭配,最终产生的是生动、勇敢的形象,构成了强大的视觉冲击力。为了捕捉到浓厚的时代气息,招贴画的基调采用了朋克风格和一些麦尔克福·迈克劳伦与维维安·韦斯特伍德(Vivienne Westwood)合作时惯用的设计技巧。这幅招贴画传递出的是一个永不妥协者的坚持,可是设计者没有把这一点直白地暴露出来,而是把它糅合在那些不相关的信息中,以附带的方式呈现,这样的设计手法最终所产生的效果使人觉得设计者对于空间的处理是自相矛盾的——一方面,设计者对于空间的把握似乎是游刃有余的;另一方面,又让你对它一发现疑窦不定,就好像哥伦布发现新大陆时的心情一样,既惊喜且喜,内心忐忑不安。



“就这张招贴画而言,我们在设计时的想法是任何类型的纸张将它打印出来后的效果都是相同的。”Why Not Associates 设计公司的大卫·艾利斯(David Ellis)说,“招贴画会出现在各色各样的事物上,比如报告书、笔记本、婴儿尿布或食物包装等。对于空间的利用是否合理,在这一点上之所以不同的招贴画会招致褒贬不一的议论,很大程度上与这些设计的特征有关。我们很清楚最终的效果将会是杂乱无章,令人费解的,干脆就大胆到底,闭上眼睛多想点别的事儿吧。”

我们在为服装品牌“破冰船”设计商品目录的时候，把重点放在了目录的封面和简介部分。在这两处对于空间的处理相当夸张，对比强烈的空间感暗示的是产品的品质和风格，这样处理产生的最明显的效果是提升了读者对于产品的整体感觉，“必须立即拥有”的念头油然而生。灵活的空间布局能够增强整个设计的艺术感染力，能够引导读者的注意力；不仅仅是设计本身，还有图片、剪辑、印刷、纸张的使用和版式，都能够吸引读者的目光。甚至于连宽间距的字母和线条间隔都在告诉读者：所有的产品设计都是经过深思熟虑的，产品的做工是精密的，任何可能出现粗糙的细节都无处可选。



“我们的首要目标是以一种充满力量的方式讲述关于“破冰船”的故事，因此明晰、简洁的设计就显得尤为为重要。”新西兰原创设计公司（Origin Design）的瑞秋·佩恩（Rachael Paine）说。尽管所有的设计因素都相互呼应得恰到好处，慷慨大气的空间处理仍然当仁不让地显出来。在上图的右页中，分开站立的人物、简洁的印刷样式和红色横杠分别以动感形式出现在一大幅银色亚克力面上；左页和封面的处理是一样的，整幅图片的巨大空间环境中搭配的是较小的人物图像。这样的空间处理所带来的启示是：广袤的大自然独有的巨大空间散发出人类对雄奇的力量之美的崇拜和向往之情。

本书着力对那些在空间布局上的精彩作品进行回顾，这些作品通过比例大小、结构、空间布局的对比等创造性地诠释了空间的使用。同时在这个过程中，我们又注意到了一个非常有趣的现象，那就是收入书中的设计作品有一部分既适用于本书的第一部分“设计者的梦想”（过多的空间），又适用于第二部分“设计者的梦境”（过少的空间）。针对这一现象又该做何解释呢？看了此书您就会发现，同一款设计分别被选用在本书的两个部分中，它们在两个章节中的作用各有侧重，很多作品往往可以体现多个设计原则。

设计公司 ORIGIN DESIGN
设计者 ROBERT ACHTEN
文案 ICEBREAKER
客户 ICEBREAKER
项目名称 ICEBREAKER CATALOGUE

10

LAYOUT
MAKING IT FIT

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbo.com

在序言的开始我们已经阐明了为什么最近几年会特别关注设计中的空间使用问题，在以后的章节中它还会再次出现（见第 131 页）。毕竟这个问题是这本书写作的最初原因。



在这个章节里我们所收集的作品全部都是超大空间涵盖少量内容的精彩设计。选取标准中最基本的一条是：文字、信息尽量少而又少，有大块空间可做建设性搭配和装饰。但是其中也不乏有些作品有相当丰富的文字或图片，但是它们所要表现的基本要点依旧是简约的，所以我们仍然将其收取在本章中。

设计者的梦想

设计者往往希望接手空间大、约束小的项目，这样才能尽情挥洒灵感，发掘属于自己的风格，创作出具有震撼视觉的作品。美感空间的存在更是为设计者提供了创新和发挥想像力的平台，它比功能空间更具有价值和魅力。也许每一个设计者都有潜在的要求——希望作品是品质高档的，而这一点在巨大的空间环境中更容易做到。然而，不管最初的想法如何，依我们的经验，在内容较少的情况下要进行成功的版面设计是相当困难的。

首先，确保版面上的空间不起负面作用或不过多地分散读者的注意力就是相当困难和颇具挑战性的，同时要保证版面的各个组成元素也不只是简单地起到填充内容的作用。为了设计出成功的版面布局，设计者们可运用多种手段，包括版面布局、层次处理、规格和色调对比、设计元素的添加等，还有字体、色彩等多种因素。从众多的设计手段中选取最适合的才是设计过程中关键的一步。

开始着手一个版面设计时，有意识地把最主要的两个部分——内容以及内容的表现形式纳入考虑之中是非常有帮助的。内容的组成成分包括文字、图像、标记、格式、空间，它们能起到标志的作用，可以明确指出这本书是关于哪方面的，这个包装

袋里装的是什，这个网站侧重什信息等最基本的内容。主题的表现形式同样是多样化的，字体、笔画粗细、规格、颜色、材质等都可以不断地调整变化以达到最佳视觉效果。即使是最微小的变化也可以产生巨大的视觉冲击力，将整个版面提升到一个不同的层次，使之更便于与读者沟通。

我们能够认识并且享受设计进程中的细致调整所带来的不同凡响的效果，但是把这个过程用语言文字表达出来却是一件非常艰难的事情。从某种程度上来说，版面的调整与语言的雕琢有异曲同工之处，设计者把一条线变为一个点，蓝色换成红色，细体变为粗体，图片换成插图，都在悄悄地改

设计公司 HAT - TRICK
设计者 GARETH HOWAT, DAVID KIMPTON,
JIM SUTHERLAND
文案 D&AD
客户 D&AD
项目名称 XCHANGE



XPLORE



变整个版面的内涵：使版面从奢华到朴素，从平庸到独特，从清晰到模糊，都可以用类似的点睛之笔来实现。

肯尼斯·荷伯特 (Kenneth Hiebert) 在 *The Basel School of Design and Its Philosophy: The Armin Hofmann Years, 1946—1986* 中说：“寻找最合适的架构迫使设计者必须透彻地了解目标主题，将其内在本质与表面风格分离。在这个现今人推崇又费力艰苦的过程中，设计者同时在最简单又最复杂的层面上为自己的设计进行定义。”

在所有的版式设计中都必须给予空间布置以足够的重视，尤其在只有极少量信息的时候，它起着更为重要的作用。这时版式设计不可避免地会面临大量的构图选择，从而形成更多的视觉概念。以不同寻常的空间布局为典型特征的版面往往是活力四射的，暗含创新、前瞻的设计理念，而倾向于中心位置的平庸版面给人以静态、非成熟的印象。字

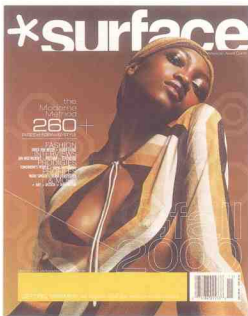
母之间、词语之间、行与行之间、文字与图片之间，处处都有空间的存在，空间布局从一定程度上可以决定版面上各元素之间的关系。技术的进步为设计者提供了先进的手段，能够更精准地掌控空间的布局。例如，同样是字母处理，用叠加的手法和用空间调节的方法得到的结果是截然不同的。细致的细节变化能够增加版面的内涵和稳定性、有效性、情趣性等。

设计公司 EXQUISITE CORPORATION
设计者 RILEY JOHN + DONNELL
文案 JEREMY LIN
客户 SURFACE MAGAZINE
项目名称 SURFACE

本书中第一部分所采用的设计都体现了它们在构思过程中的独到之处,假设一个字母或一个图形由完整改为裁切或外在表现与内在材质存在巨大的反差,那么整个设计的效果就会迥然不同。2002 D&AD Exchange 手册恰恰证明了这一点,设计中的字母“X”分饰多个角色,首先它是一个字母,然后它是一个具有多种涵义的图形,还是一个掏空了的孔,而最有意思的是它被周围的空间所环绕,是一个可以从多角度透视过去的框架。运用裁切和折叠的手法可以巧妙地安排空间,文字和图像的搭配更能产生令人心旷神怡、和谐一致的效果。

D&AD Exchange 手册要吸引专业设计人员的注意力,就需要在严肃的内容和多样的表现形式之间找到最佳平衡。手册的封面以明黄色为切入点,直指空心“X”;反过来,这个“X”凭借自身的特点,以一种充满诱惑力的形式引领读者去关注该书的每一页。而手册中的每一个双页面都充分利用空白空间来布局,每一个标题也都尽可能地以同一个空心“X”来开头。因此,虽然三分之二的版面是空白,却并不显得单调,反而在这些细节的点缀下更加赏心悦目。

前面已经提到,内容的表现形式是多种多样的,值得强调的一点是内容的各元素之间的组织结构及其发挥的作用。版面中的任何一个符号都从一开始就已经被赋予了某种特征,它们相互之间的关系也被确定,所有派生出来的设计构思都是在呼应最初定下的基调。这并不意味着版面将会是呆板、枯燥的,而是为了赋予每一个元素以“归属感”。看一看这张 Katie Gardner 设计的卡片,我们有理由相信每一个元素从色调、大小到位置都有它们存在的理由。有的时候字母或图像的内在特性还能激发新的联想。卡片中的“2”还起到了箭杆的作用。此外,各组成元素之间以及它们与边框之间的距离都是相互对应的。各种表现手法如定位点、纸张、色彩、基调和规格之间都是相互联系、相互依赖的,目的只有一个:达到完美和谐。



在版式设计中,超大空间中的微量信息既可能是选择的结果也可能是强加的结果,当设计者有足够的空间选择格式的时候,他们势必要先了解内容是什么,如何传递出来。设计中的难题是如何使信息量较少的章节与事先确定的布局版式保持密切的相关性,如何把重要与次要的信息放在同一个板块中,还要使它们看上去是一体的。同一层面上的信息、字体、元素组合等虽然应该是一致的,但是表现手法却不能相同。手册或杂志的封面常常就是这样的,封面除了包含一些文字和图像以外,它还是应该是主题内容的反映,至少也应该表露出具有特殊风格的表现形式。

SURFACE 杂志的封面就经常采用对比强烈的结构来制造令人印象深刻的视觉效果。封面使用光面纸质,有专门区域来标明书内故事,用图像、八角形、线形元素等来突出主体形象。该杂志的多张页面中都出现了八角形和剪切图像,如椅子表面出现了组成的八角形图案,大量的线形元素也组合成八角形。

以该杂志第 25 期为例,杂志的封面用土黄色,模特身穿八角形的衬衫,八角形、线形等元素反复出现,主要采用斜摆的方法,将透明、粗糙、光面等效果混为一体。尽管信息有限,但封面与整本杂志仍然浑然一体,不难看出设计者在色彩、格局、结构、剪切上花费了不少心思,而这些精心选定的表现手法贯穿了整本杂志。

设计公司 KATIE GARDNER DESIGN
设计者 KATIE GARDNER
客户 PERSONAL PROMOTION
项目名称 PERSONAL MOVING CARD

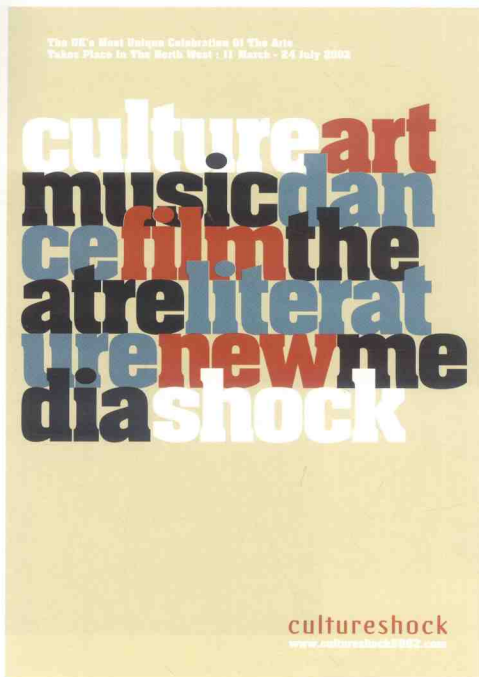


收到如此多的来自世界各地的设计精品使我们感到无比快乐,通过它们我们看到的是不同的人对于同一个课题的沟通与共鸣。可见不论设计者们身在何处,他们都渴望拥有更多的自主空间去实现他们的梦想。在欣赏这些作品的时候我们欣喜地发现,他们创造出来的效果远比我们的期望更令人振奋。

CULTURESHOCK 是一个文化艺术盛会,它与 2002 年在曼彻斯特成功举办英联邦运动会密切的关系。”而最小的花费把这项盛事的多元化核心表现出来是最重要的。”来自于 Love 设计公司的戴维·辛普森(David Simpson)说。

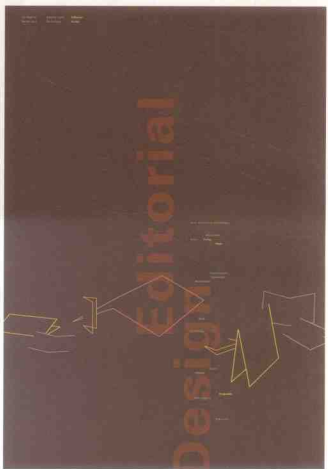
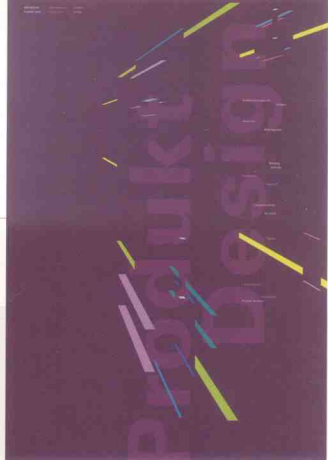
那么这个看似简单的信息又是如何传达出来的呢?首先,直接、循环的排字格式和厚重的粗体字产生了绝对吸引眼球的强大视觉冲击力。格外引起人们注意的是色彩和格调之间的相互影响。Love 设计公司接下来用紧凑的字母间隔来“吞噬”空间,并杂以色彩变化来分隔主题。

戴维·辛普森谈到了一些设计者如索尔·巴斯(Saul Bass)、保罗·兰德(Paul Rand)、米尔顿·格莱瑟(Milton Glaser)对他造成的影响。同时我们还应该注意到,在这款设计中,明晰的平行线设计风格是生机勃勃的曼彻斯特俱乐部所惯用的宣传手法。



设计公司 LOVE
设计者 DAVID SIMPSON
文案 DAVID SIMPSON
图片 MARTIN LAPORTE
客户 CULTURESHOCK
项目名称 CULTURESHOCK POSTER

设计公司 BÜRO FÜR GESTALTUNG
设计者 CHRISTOPH BURKARDT,
ALBRECHT HOTZ
客 户 AGD ALIANZ DEUTSCHER
GRAFIKER
项目名称 AGD ALIANZ DEUTSCHER
GRAFIKER MAGAZINE



AGD 属于大开本杂志 30cm × 43cm (12 英寸 × 17 英寸)。鉴于这一点，Büro Für Gestaltung 设计公司重在突出它的大规格，整个设计用短小且定位精确的文字信息、小幅图像和不十分明显的大号字来完成。版面上留下的并不是大幅的、毫无意义的空白空间，而是一块色调深厚、丰富的调色板。“每一个元素的使用都是以尽量不破坏空白空间（在这里指深颜色的色块）为前提的。”Büro Für Gestaltung 的阿尔伯特·豪兹（Albrecht Hotz）说。

生动的色彩赋予版面以生命，设计中各元素的运用毫无疑问在强调这样一个事实：这本时尚杂志想要面对的是具有专业水准的读者。