

美国视觉设计学院用书

Design Elements

A Graphic Style Manual

原著：〔美国〕蒂莫西·萨马拉

翻译：齐 际 何清新

设计
元素

平面设计样式

平面设计样式

© 广西美术出版社

美国视觉设计学院用书
设计元素——平面设计样式

Design Elements

A Graphic Style Manual

图书在版编目(CIP)数据

设计元素：平面设计样式 / (美) 萨马拉著；齐际，何清新译。
—南宁：广西美术出版社，2008.9
ISBN 978-7-80746-525-6

I. 设… II. ①萨…②齐…③何… III. 平面设计 IV. J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第138376号

本书由美国Rockport出版社授权
广西美术出版社独家出版
版权所有 侵权必究
合同登记号：20-2008-069

美国视觉设计学院用书

设计元素——平面设计样式

原版书名 / Design Elements

——A Graphic Style Manual

原 著 / [美] 蒂莫西·萨马拉 (Timothy Samara)

翻 译 / 齐 际 何清新

校 译 / 黄华琳

策划编辑 / 黄宗湖 姚震西

责任编辑 / 黄 玲 冯 波

版权编辑 / 冯 波

美术设计 / 陈 凌

责任校对 / 黄雪婷 吴素茜

审 读 / 林柳源

发 行 / 广西美术出版社

地 址 / 广西南宁市望园路9号

邮 编 / 530022

印 刷 / 利丰雅高印刷(深圳)有限公司

开 本 / 889mm × 1194mm 1/16

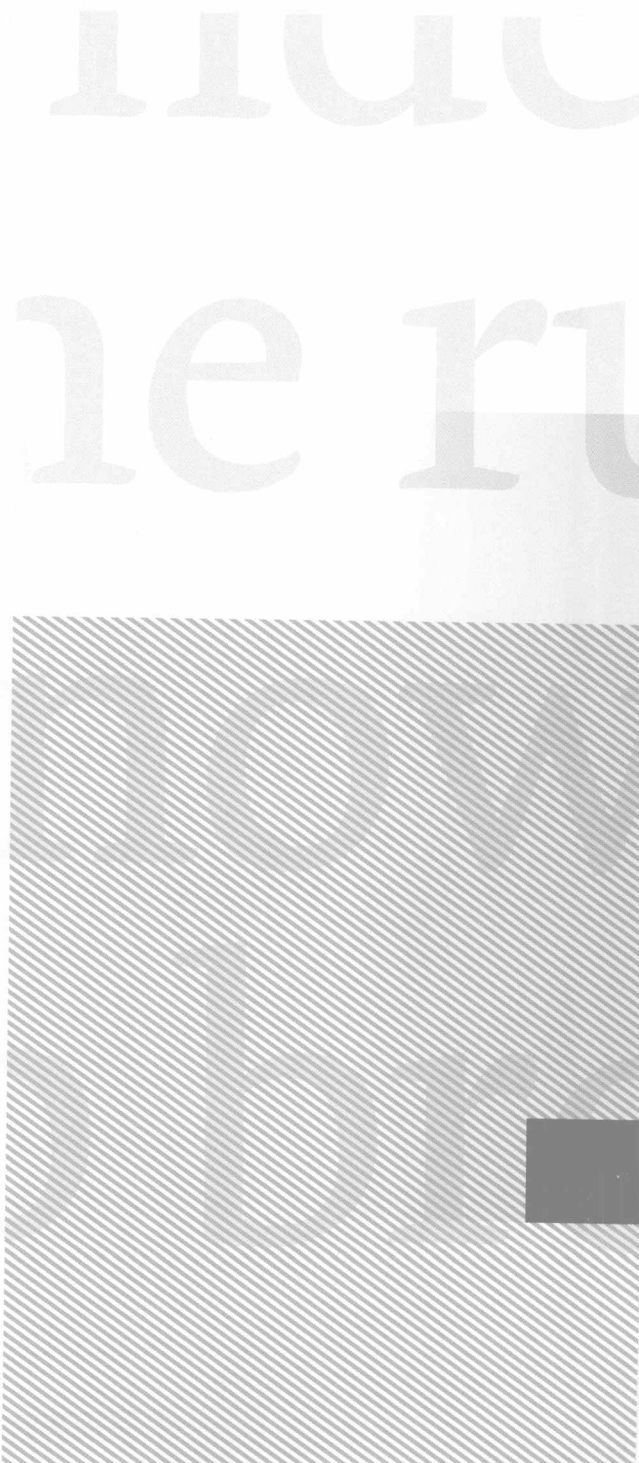
印 张 / 17

印 数 / 4000册

出版日期 / 2008年9月第1版第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-80746-525-6 / J · 955

定 价 / 89.00元



Understanding
Principles and

美国视觉设计学院用书

设计元素——平面设计样式

原著：[美国]蒂莫西·萨马拉 翻译：齐 际 何清新

广西美术出版社

目录

前言 006

平面设计的含义

导论 008

好设计的20条金律



第一章 030

造型和空间

造型与空间 032

造型的分类 042

空间的填充 062

构成的方法 068

意义的生成 074

contents



第二章 080

色彩基础

色彩识别 082
 色彩的相互影响 092
 色彩体系 104
 情感与信息 110



第三章 114

选择和使用字体

结构与视觉效果 116
 风格的问题 124
 文字的构成 132
 肌理与空间 146
 作为信息的字体 154
 色彩如何改变字体 160



第四章 164

图像世界

真实，非真实，另类 166
 媒介与手段 172
 表现的方式 184
 内容与理念 188



第五章 196

整合一切

视觉逻辑编排 198
 建构页面秩序 202
 直觉的编排方式 218
 组合字体与图像 226
 排版系统 236

附录1 246

最佳的设计选择

给职业设计师的20条提示

附录2 248

麻烦缠身

何时质疑本书的内容？为何要质疑本书的内容？

图片提供者 270

鸣谢 272

关于作者 272

第6页至第7页跨页设计作品的资料来源：

A 亚当斯·盛冈（美国）

B 穆塔博设计工作室（德国）

C LSD（西班牙）

D BBK工作室（美国）

E 穆勒设计（英国）

F Form品牌设计（英国）

平面设计师就是传播者，是怀有想法并将之以视觉形态呈现出来以便于他人理解的人。他们用图像、象征符、字体、色彩和其他素材——不管是有形的，如纸上印刷品，还是无形的，如电脑屏幕上的像素或电视上的光——来表达需要传递的思想，并把它们整合成统一的信息。平面设计师大都代表公司或其他机构来完成这项工作，把这些实体的信息传达给观众，从而达到引起特别反响的目的。

平面设计作为一个产业，与广告业具有表亲关系。二者都诞生于18世纪晚期至19世纪早期喧嚣的工业革命时期。此时的工人阶级，有了剩余时间和金钱，开始追求舒适的生活，他

们的购买欲不断增强，人也闲不住了。平面设计和广告业都有一个共同的目标——就是告知公众，某些产品、服务、事件和思想将对他们具有重要的意义；但是平面设计在达到其基本目的后，却与广告业分道扬镳了。当广告业向公众宣传某产品或事件的信息时，它是在“哄骗”公众花钱。然而，平面设计只是力图澄清信息，使它们表现为一种情绪化的体验。诚然，平面设计经常被广告业当作一种工具，用于协助销售产品和履行服务，但是，信息设计本质上是对自身意图的表达。

这个意图，就是平面设计有别于视觉艺术其他学科的地方。确切地说，这个意图是由委托人来定义、由设计师来阐明的意图，不是发自设计师内心的意愿。的确，在历史上，美术赞助人往往是大画家的委托人。19世纪，

What It Is

理解设计的含义就是理解元素的造型与内容的传达，并且认识到设计也是注解，是主张，是观点和社会责任感。设计不仅仅是组合、排列和编辑；它是要提升价值和含义，要阐明，要简化，要澄清，要修改，要突出，要改编，要说服，甚至可能要去愉悦。

设计既是一个动词，也是一个名词。是开始，也是结束。是想象的过程，也是想象的产物。

保罗·兰德 (Paul Rand)，平面设计师
摘自《设计、造型和混乱》
耶鲁大学出版社，美国纽黑文，1993

Gra



艺术创作才真正被理解为一个服务产业。19世纪30年代，才产生波希米亚画家是“自我的表达者”的说法。甚至直到最近，即20世纪70年代以来，才有平面设计师就是“创作者”的观点。

自从设计产业开始要求商业把其视为一种“专业”来认真对待的五十多年里，平面设计师因此被大为吹捧了一番，被称为“视觉战略家”或“文化仲裁者”等。这个时期，设计师巧妙地对渴望品牌的公众进行了视觉控制，同时在这个时期还形成了后现代视觉语言的大环境。这一切对平面设计均有重要的影响……但是，以防我们忘记设计师的简单的真正本质，让我们先回到平面设计师需要做什么上面来吧。

平面设计师要吸收言语概念，并赋予它们形态。设计师要把这些形态整合成有形的、可感知的体验。体验的质量须依赖于设计师在创作或选择阐明概念或信息的形态时的技巧和敏锐。一个设计师应为观众接收信息后所获得的体验和情绪负责。设计师的任务就是提升观众对信息的体验，使之超越字面的平凡传递和观众纯粹眼力下的自我感受——尽管这些对于设计师来说可能也很重要。总之，美是一种功能，是关于视觉信息的功能。正如散文可以写得很无趣，也可以写得很率真，或者编排得很漂亮，或者非常抒情一样，一件具有功利意义的物品也可以设计得超乎寻常。

大约在1932年，著名的维也纳建筑师阿道夫·路斯（Adolf Loos）曾说过：“茶壶和尿壶之间有极大的差别，

而在这个差别中却蕴含着文化的因素。”而且因素还极大。设计是一门学科，它凭借直觉，把大量知识和技巧结合到一起，涉及众多方面，但还远不止于此：理解造型与构成的基本原理；应用这些原理来引发观众的情感并突显出更高阶的理念；控制色彩的信息；理解不同的视觉符号及其关系；控制素材的间距和信息的主次；整合文字与图像，力求与信息达成一致；规划作品的构造，确保其作为客体的自然特性，无论它是印刷品，还是屏幕上播放的动漫作品，抑或是建筑物。

平面设计的含义

graphic Design



Twenty Rules for Making Good Design

好设计的20条金律

Rules can be broken—but never ignored.

可以打破规则，但不能忽视规则。

—戴维·朱里 (David Jury), 字体编排设计师、作家
摘自《关于面部》扉页, 瑞士RotoVision SA出版社, 2004

当人们谈到“好设计”或“坏设计”的时候，他们指的是从学习和经验中得来的对于质量的概念，往往也是来自早前成千上万的设计师和批评家的经验之谈。有时这个概念指的是美学上的概念，例如“不对称比对称更具有美感”或“您需要的是中性的字体”。有时这个概念则具有功能意义，例如“如果一个有衬线字体的字号小于10磅，在纯色的背景上就不要对它进行反白处理，因为它将显得很拥挤。这两种理论都有助于避免缺陷，都设法取得设计的解决之道，而不至于被恼人的困难所妨碍，终究使每个设计都尽善尽美。

然而，每当人们试图去寻找能掌控质量的规则的时候，就会毫无头绪：

“那太束手束脚了！”对于这些人，我会说：勇往直前吧。

规则，尤其是本书所述的类似标准一样的规则，都是众多经验积累的结果。同样地，规则也总有例外，可以在任何时候打破，但却不是没有理由的。打破一条规则，也许意味着加强另一条规则，也可能意味着真正的创新，在合适的背景下，将会确立新的规则。这就是人类创意工作的作为。

要弄清楚哪些规则重要，或至少在历史上被认为是重要的，及其重要的原因，重点就是弄清楚打破这些规则可能带来的后果，不至于因为疏忽而导致不合宜的事情发生。此外，规则就像向导一样，有助于引发公众对解析创意工作和评估创意工作的公共

讨论。如果每样东西都可以评为“好”，就不可能有真正的“好”。中肯地说，相对论的确伟大，然而它却妨碍了最诚实的判断，结果只能是普遍存在的平庸之才的一场庆祝而已。

我们决不能把任何规则，包括那些衍生出来的规则，当作宇宙法则来遵从。如果不相信，请翻到本书248页，本书所述的所有规则均被毫不留情地打破了。但是要知道，这些规则只是个起点，是进行设计创作时应考虑的一些好建议。而最后，将由您来决定如何或什么时候运用这些规则，或者放弃它们，并且对这两种做法所带来的后果有清楚的认识。

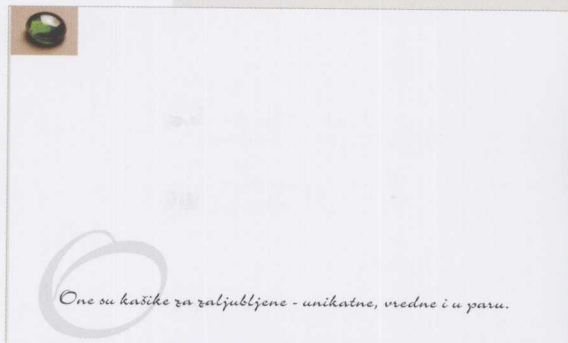
1

必须有一个概念 Have a concept.

平面设计如果没有信息，没有故事，没有观点，没有叙述，或者没有有益的经验，就不是平面设计。一件东西看起来多么漂亮都不要惊讶，如果不具有清晰的信息，它就是个空壳，尽管它很漂亮。这就是这条规则的复杂所在。让我们继续前进吧。

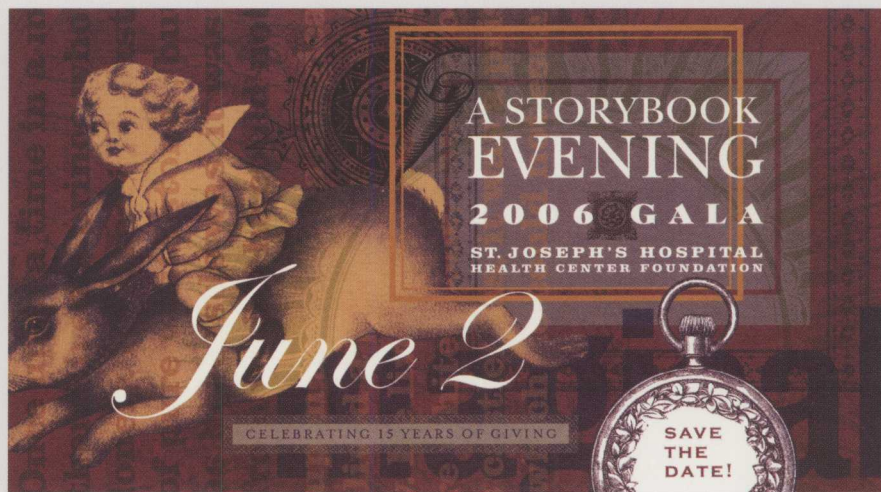
这个有限的版面，展示了独具风格的长柄扁匙和摄影环境，有助于传达它们的特征。照片中的素材，即摆成螺旋形的咖啡豆，在页面上巧妙地模仿了字体设计的形式。

Jelena Drobac, 塞尔维亚



系列侦探小说，采用贴有证据标签的拉链塑料袋包装，使图书本身成为这套系列小说的物证。

Thomas Csano, 加拿大



正如这张卡片本身的丰富和漂亮一样，卡片中的每个细节都传递出一个募捐者所能获得的丰富体验，其主题是幻想文学：手表暗示了时间的紧迫；孩童骑在兔子上，说明这是个儿童故事；而版画和字体的肌理形成了神秘的氛围，可使参与者的记忆活跃起来。

Lexicon Graphix and STIM
Visual Communication,
美国

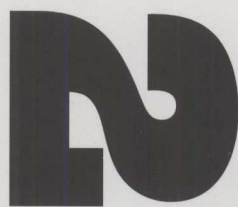
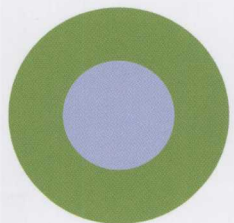
在这个小册子里，色彩和几何图形是仅有的视觉造型，传递了主张高效的商业行为的信息。圆形元素尽管抽象，却能通过布局、大小关系和色彩传达出大字引用语的含义。若再多加一个元素都属于画蛇添足。

And Partners, 美国

Seeing: Learn and build rapport by listening first, and talking second. Use the classic tools of plotting — who, how, what, why, when and where — as well as statements like, “Tell me more,” to keep them talking until you truly understand their challenges. Being: Avoid the temptation to show them how smart you are by telling them everything that Guy Carpenter can do for them, or risk appearing out of touch and overly complex. A solution dictated by the problem will be better received than a solution in search of a problem.

Follow effective action with quiet reflection. From the quiet reflection will come even more effective action.

— Peter F. Drucker



需要沟通，
不需要装饰

**Communicate—
don't decorate.**

噢……说得妙！但其确切含义是什么呢？这条规则与第1条规则有关联，是关于如何阐述至关重要的理念的。造型不管多么简单或多么抽象，都具有一定的含义。如果为特定的设计选择了不恰当的造型，那么传达的信息将会出现偏差。包括不知道如何选择对观众而言具有意义的造型，或者你根本不关心选择何种造型将对观众具有意义时，传递出的信息均不可能有既定的效果。利用形状、细节和特殊效果固然好，但如果只是胡乱一气地把它们填充进版面，而不考虑它们的含义，不考虑它们如何表达信息或如何又背离了信息，那么得到的将是混乱成一片的垃圾，根本称不上是设计。

用同一种语言，使设计的各个部分彼此联系……仔细观察每个元素，从大的图片到小的细节，并问问自己：“是不是每个元素相互之间都协调统一了？”一个好的设计，其视觉语言即内在逻辑是能使各个元素达到完美契合的，各个元素能相互加强，相互映衬，相互关联，不只在形状、分量和布局上如此，在理念上也一样。一旦有某个元素“开小差”，或者只是一个非常细微的地方被忽略，它对其他元素而言就是个“不合群者”，所传递的信息最终也将因此被削弱。

3

Speak with one visual voice.

用一种视觉语言来表达



商务实体在各种宣传印刷品上运用色彩和字体统一的标志，不但形成了自己统一的形象标准，而且还能让自己从竞争者中显得更加引人注目。

Templin Brink Design, 美国



最多使用两种或三种字体 Use two typeface families maximum. OK, maybe three.

根据需要选择字体。要做好，必须确定你的需要是什么，而你很可能就会发现，在一件设计作品中，字体对于正文只有两到三种用途。因为字体的改变通常预示着含义或功能的改变——所以请克制自己吧！一种字体加上不同的字号及其斜体就够用了；增加第二种字体对美观可能会有好处，但千万不要用过火了。用太多字体会分散人的注意力和自觉性，让观众感到混淆并产生疲劳感。

COMMUNITY PROGRAM 21

03

04

05



ASO ALL PESCO

Simon Kenway, conductor

An ever popular concert entitles the ASD annual calendar. This evening program will know classical music in the majestic surrounds of Mt Lotfy Botanic Gardens. You are welcome to bring a picnic along with a major chakra. Fresh coffee and cake, accompanied by well-kissed red wine, appetizer, and whilst alcohol will not be for sale, you are free to bring your own.

MT LOTFY BOTANIC GARDENS

Thursday 23 February, 6:30 pm
Gates closed: 5:30 pm



KEYS TO MUSIC

with Graham Abbott

A former music teacher, choral director and highly sought after conductor, what Graham Abbott doesn't know about classical music isn't worth knowing! In ABC Classic FM's top rating program 'Keys to Music', Graham shares his enthusiasm and passion for classical music with two specially informative and entertaining concerts.

In these one hour performances Graham and the AAO will put two great works under the microscope taking you through the action bit-by-bit and finishing with their complete performance. Both concerts will be recorded for future 'Keys to Music' programs to be broadcast on ABC Classic FM 100.9 or 97.2 in Adelaide.

Schubert Symphony No. 8,

Unfinished
Monday 1 July, 11:00 am

Schwann Symphony No. 1,

Spring (1st and 3rd movements)
Adelaide Festival Theatre
Monday 23 October, 11:00 am



SYMPHONY AUSTRALIA YOUNG PERFORMER AWARDS STAGE III FINAL

This national competition for classical musicians allows audiences to hear Australia's new generation of soloists and performers. Experience the energy that emanates from these rising stars.

Adelaide Town Hall
Thursday 8 June, 7:00 pm

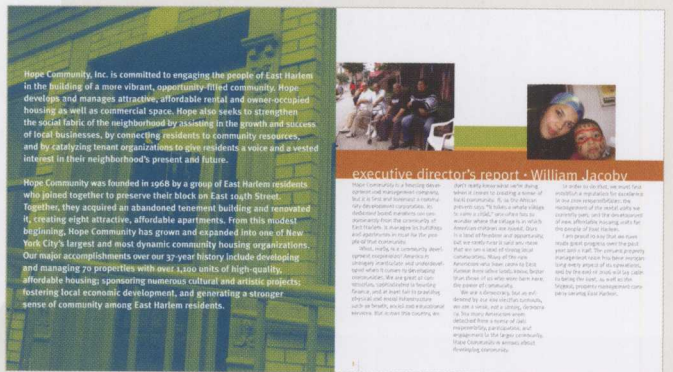


这是为一个管弦乐队设计的小册子，丰富而抽象的符号与给人宁静感的字体编排相得益彰。无衬线的正文字体和符号用起来非常方便，而具庄严感的有衬线字体给版面增添了暖色调和对比度，从视觉上弥补了图片的不足。

Voice, 澳大利亚

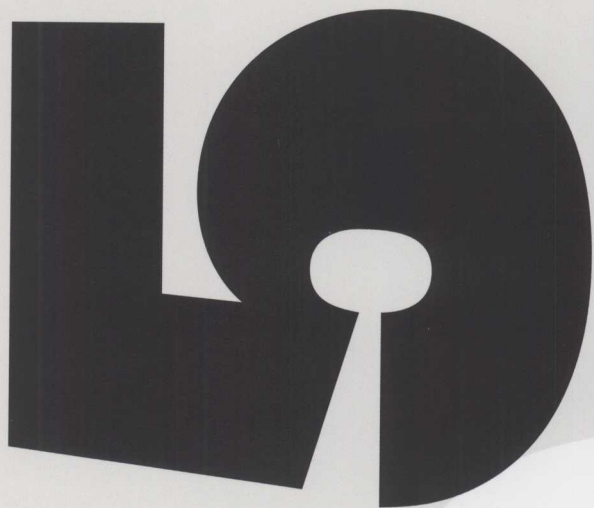
从这份年度报告可以看出，单使用一种字体也可以有出奇效果。设计师仅变换字号和字体颜色，就可对信息进行清晰分组，让人易于理解，又觉得雅致而严谨。

C. Harvey Graphic Design,
美国



我们在三十步远的地方，首先就能看到这张剧院招贴画的标题，然后看到的是剧院的名称，以及字体粗细和字号对比渐弱的其他信息。这里对文字以及标题和形状的动势处理，均有助于把观众的注意力从最重要的部分逐渐引向次要部分。

Design Rudi Meyer, 法国



Use the one-two punch!

分清主次，
先后出击！

首先要把观众的注意力吸引到重要的信息上，然后再引向其他部分。一般而言，用一个大的形状、一张突出的图片、一种特殊的字体处理或一次大胆的用色，往往能合理地削弱次要部分的活跃程度，而让重要的部分凸显出来。这就是建立一种层次关系，也就是你希望观众看到的该设计的每个部分的顺序，这是作为设计师让观众接收信息和使用信息的最基本的能力。做设计就是要抓住观众的眼球，让他们获取自己需要的信息，并帮助他们日后铭记于心。如果一个设计没有吸引眼球的亮点，那么这个设计师就打了败仗了。

6

Pick colors on purpose.

按需选择色彩

不要毫无目的地抓取色彩。要清楚当你把一些色彩结合使用的时候，它们发挥了什么样的作用，更重要的是，它们对于观众意味着什么。色彩可以透露丰富的心理和情感含义，不同文化背景的人群或个人对色彩的含义有时会有极其不同的理解。色彩可以影响视觉的层次关系、文字的易读程度，还会影响人们把迥然不同的事物联系在一起——有时我们称之为色彩编码——因此，选择色彩一定要明智。千万不要认为，一定的色彩或色彩组合适合于某些特定的设计是因为约定俗成的关系。例如蓝色对于金融服务业，是过去50年被用滥了的颜色。因此，运用色彩要选择适合的，而不是那些约定俗成的。



在这款香水的包装盒上，淡淡的玫瑰色调女人味十足；而偏向棕色的字体设计产生了一种奇妙而丰富的作用。绿色的黄金状条块俨然一个补丁，但它比凸版印刷花纹显得更为抢眼，表现出丰富的对比，并暗示了复杂和魅惑的风格。

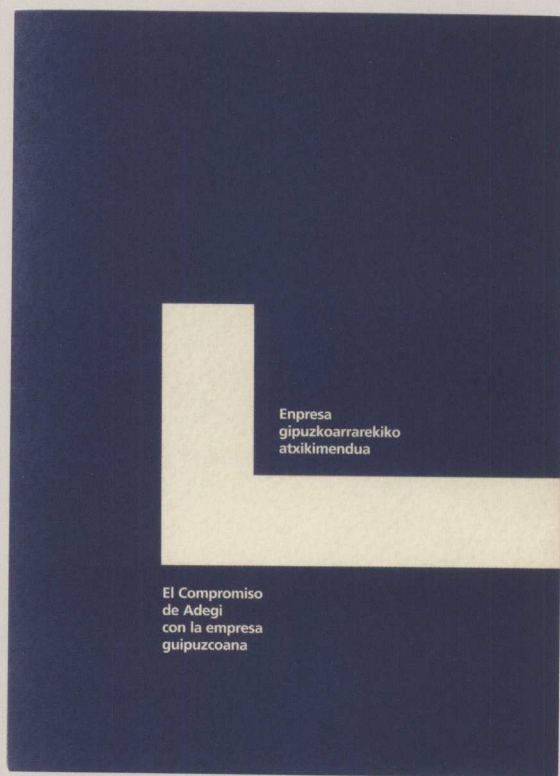
A10 Design, 巴西

现代主义给我们留下了一句格言，我们有时称之为“少即是多”（less is more）理论。这个理论现在已经不算是什么美学教条了，因为它已成为一个众所周知的常识：在一个特定的空间里，材料填得越多，就越难引导观众看到预期的东西。而且，多余的材料毫无价值可言，任何人都能把一连串的材料填充成一个枯燥无味的设计，并假装这就是一个综合的艺术品，但“复杂”与“综合”之间几乎具有天壤之别，“综合”往往出现于简单的背景下。

真正的艺术有赖于思想与独特创意的和谐交融。如果概念和图形都确实漂亮，但是没有丰富的经验，设计出来的作品也有可能不忍目睹。试想，我们每天走在大街上，会有多少视觉垃圾迎面扑来，我们还要问问自己：“如何才能取其精华，去其糟粕？”我们应赋予材料更多的意义，而不是滥用材料。如果不需要增加材料就可以把观点表达得清晰明了，那么增加材料就是一种“画蛇添足”；如果观点表达不清，并且在视觉效果上也很无趣，那么增加材料就相当于“在粗瓷碗上雕细花”，做不出好的东西。

敏锐而果断地控制好细小的元素，处理好它们的排列及其周围的空间，并在它们之间创造一个具有动态的、建筑般的立体型活跃空间……这些都是当你为一个当代建筑公司设计宣传册时需要真正考虑的方面。

LSD, 西班牙



**If you can
do it with less,
then do it.**

**如果能够做到“少即是多”，
就去做吧**