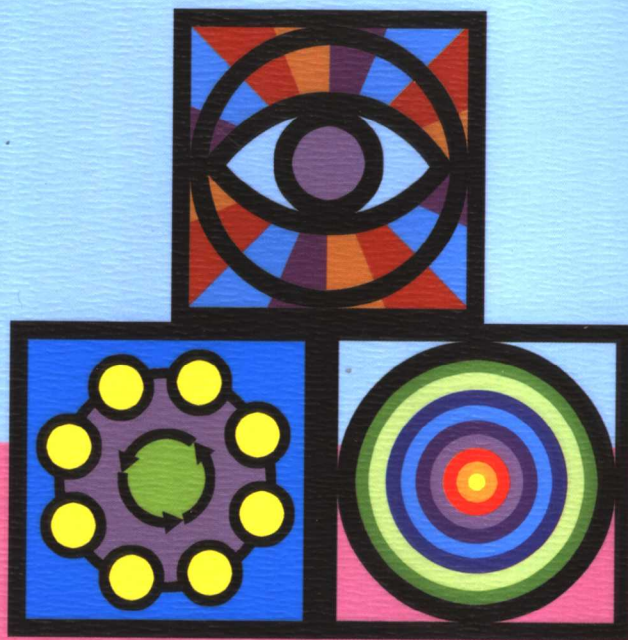


GRAPHIC DESIGN

VISION PROCESS PRODUCT

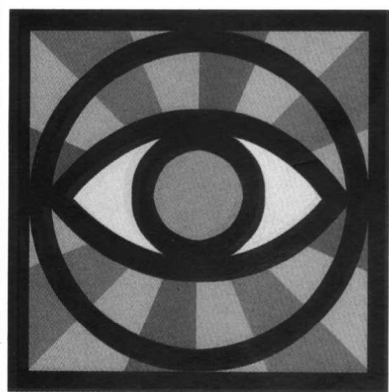
平面设计 原理实施步骤



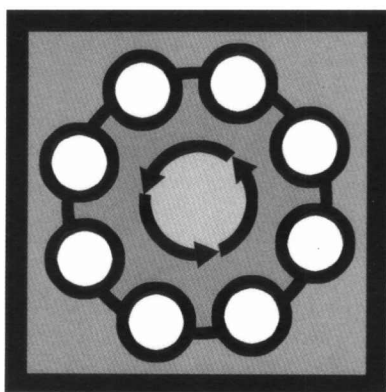
(美) 路易斯·奥塞派克 著

冯文静 译

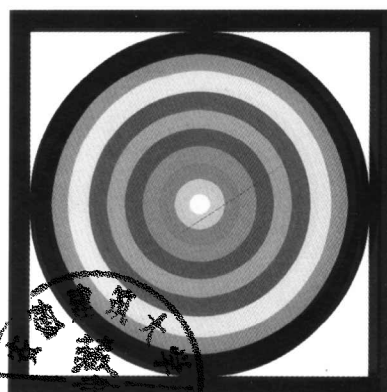
上海人民美术出版社



VISION



PROCESS



PRODUCT

平面设计原理实施步骤

GRAPHIC DESIGN

(美) 路易斯·奥塞派克 著

冯文静 译

图书在版编目(CIP)数据

平面设计原理实施步骤/(美)奥塞派克(Oceper, L.D)著; 冯文静译. —上海人民美术出版社, 2004.6

书名原文: Graphic Design: Visual Process Product

ISBN 7-5322-3866-0

I.平... II.①奥...②冯... III.平面设计 IV. J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第013201号

Authorized translation from the English Language edition, entitled GRAPHIC DESIGN: VISION, PROCESS PRODUCT, 1st Edition, ISBN: 0130418838 by OCEPEK, LOUIS, published by Pearson Education, Inc, publishing as Prentice Hall, Copyright © 2003

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by SHANGHAI PEOPLE'S FINE ARTS PUBLISHING HOUSE, Copyright © [Publisher shall herein insert the Year of Publication].

本书经美国培生教育出版集团授权, 由上海人民美术出版社独家出版。未经许可, 不得翻印。

合同登记号: 图字: 09-2003-417号

平面设计原理实施步骤

美国艺术与专业品牌教材

作者 路易斯·奥塞派克[美]
译者 冯文静
策划 钱欣明
责任编辑 张晶
孙青
装帧设计 孙青
技术编辑 季卫
出版发行 上海人民美术出版社
(上海市长乐路672弄33号)
经销 全国新华书店
印刷 上海市印刷十厂有限公司
开本 787×1092 1/16 13.25印张
版次 2004年6月第1版
印次 2004年6月第1次
印数 0001-5000
书号 ISBN 7-5322-3866-0/J·3575
定价 48.00元

引 言

平面设计的原理是一种全世界皆然的一般原理，这种原理不受时代和艺术风格的限制，它给一代又一代设计师的创造性劳动提供了坚实的基石。然而设计师从不套用某个或某些设计原理，因为视觉传达设计的各元素之间存在着微妙的相互影响关系。因此，设计过程本身虽然遵循一定的逻辑关系进行，但是它有与生俱来的不稳定性，常常伴随着随机性、直觉性和大量变数。

为建立一套系统的平面设计理论，本书各章节循序渐进。前面的章节介绍设计的基础知识、设计的内容、设计的先决条件、如何应对这些条件，以及设计的过程、观点与态度；中间章节重点介绍文字、图形和排版；后面的章节研究了生产制作中设计概念与元素组成之间的关系，以及选择何种媒介的问题。

本书将设计放在日常生活的大背景下加以审视，从而揭示平面设计对于服务社会具有不可或缺的重要性。书中选用了许多设计图例，之所以选择它们，是因为它们匠心独具、富于独创性、对特定设计原则有着杰出的应用，并且制作精良。另外，对于古典和现代的作品，还强调它们的历史价值和继承价值。

设计的原理可以按顺序逐条研究，也可以结合起来研究，比如字母、文字与色彩相结合，或设计过程与内容相结合。在每一章节的末尾开列了一些关键词，不但可以界定本专业的术语，还为业内人士的讨论和批评提供了框架。

我无意引导设计师只奉行一种标准，而是要指出一个道理：透彻地理解设计原理将有助于设计师去发现新知，从而使设计更加多样化、更富于创新。

致谢

感谢玛丽·沃尔夫对本书的肯定，她在书的编辑方面给了我专业水准的大力支持；感谢乔华·罗丝和墨西哥州立大学给予我写作的时间；感谢彼得·吉兰向我打开了设计艺术的天地；感谢比尔·格林的热情和好意。我还要感谢两位评论家，一位是辛辛那提大学罗门·沃特斯学院的朱丽·G·米切尔，一位是洛杉矶艺术学院的安德鲁·白若，他们给我提供了宝贵的真知灼见。我还想感谢杰罗·莫尔，他为本书提供了精美的照片，另外还要感谢有关设计师、博物馆、美术馆和企业的协助，感谢他们慷慨地为本书提供了作品。

路易斯·D·奥塞派克
(Louis D. Ocepek)
新墨西哥州立大学
艺术学荣誉退休教授

内容提示

设计师路易斯·奥塞派克用表格、图表和优秀的设计范例

循序渐进地解析了设计的过程，阐释了平面设计的各元素如何达到视觉传达的形式美与功能性要求

书中强调，要富于创造性地解决设计问题，一个重要的方法就是对设计的过程进行理性的分析

同时不应忽视天份和直觉的作用

因为它们的重要性丝毫不逊于理性的分析

在一些章节中，作者具体阐述了如何运用平面设计的基本元素，如字母、单词和图形，以优美的面貌来满足客户的各种要求

那些专业的设计元素，如空间、色彩、线和形被放在近代、现代、当代的设计案例中加以讲解

同时，作者阐述了这些设计元素对于内容和视觉形式的关键性作用

作者以实用性兼创造性的观点来看待设计的生产和制作过程，关于生产制作的阐述贯穿全书

其中，作者着重分析了怎样把项目预算和生产技术上的限制等不利条件转化为有利条件

每一章节末尾都列出了本章出现的关键词，以便激发对某些设计课题的进一步探讨，同时有助于丰富和发展平面设计语汇

平面设计原理实施步骤

GRAPHIC DESIGN

..... 目录CONTENTS

v 引言

001 第一章 平面设计的内容

014 第二章 平面设计的限制条件和问题的解决

025 第三章 设计过程

025 策划和前期协商

027 视觉设计之前的调研和分析

028 设计创意过程

029 整体排版

033 设计制作

033 后期事务

035 第四章 观点与态度

035 观点

042 态度

048 第五章 字母与词汇

048 字母

056 词汇

063	第六章 图像
063	写实主义
070	风格化
073	图标和象征图形
081	第七章 图文结合
093	第八章 安排与组织
107	第九章 线
118	第十章 形
127	第十一章 明暗与肌理
138	第十二章 色彩
152	第十三章 图案和节奏
163	第十四章 强调、夸张与对比
163	强调
166	夸张
168	对比
176	第十五章 装饰
186	第十六章 生产制作
195	索引

第一章

CHAPTER 1

平面设计的内容

CONTENT

由于社会组织之间需要用视觉的方式进行信息的传播，于是，平面设计这种职业便应运而生。平面设计师的客户来自从文化到商业的各行各业，因此平面设计的内容也包罗万象，主要包括如下领域：

广告设计

建筑导向系统和环境设计

书籍和出版物设计

商业传播设计

电影、电视、计算机图形设计

视觉识别系统设计

图表设计和展示设计

包装和售点广告设计

社会、文化和政治宣传设计

上述每一条都是视觉传达设计的专业分支，每一个分支的客户对设计作品的视觉效果都有着特殊的要求。设计师和客户通过讨论和分析，共同制定一个设计策略，然后用文字和图形来实现预想的目标。项目实施过程中将动用各种各样的工具、技巧、风格来最有效地传达每个项目的独特要求(图1-1)。

例如，图表设计的主要目的是传达具体的科技数据。如果不加以美化，这种内容就会平淡寡味，令人生厌；如果用艺术化的手法将信息传达出去，不仅可以使读者愉悦，还可以使设计师和客户都感到满意。

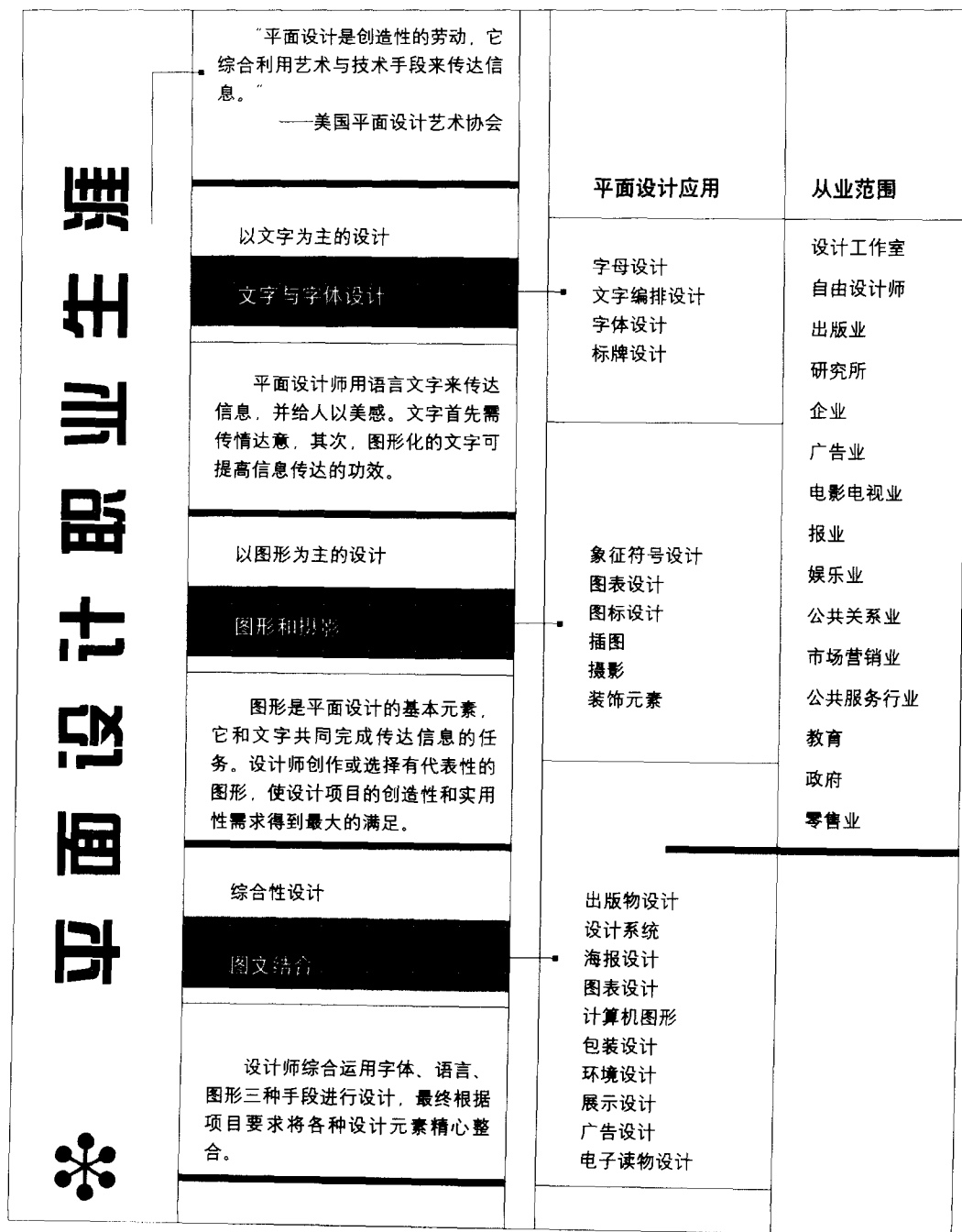


图 1-1. 平面设计职业生涯

安卓·塞拉利(Cellarius, Andrea)于1661年设计的北方星座图既富于幻想、又精确地传达了科学信息(图1-2)。当时出版了一本天文图表,书名叫《和谐的宇宙》,这块铜版雕刻的巨大星象图就是为此书设计的。它以平面的形式图示了宇宙的一角,标明了星座中各星辰的位置。

对于早期的天文学家,星座的轮廓就像动物形象或神话传说中的人物形象。这样比拟可以使观察星象的人更容易找到并记住星星的位置。在17世纪,星星的位置对日常生活有着重要的意义——人们根据星象预测未来,并为重大决策提供参考,星象还是航船的导向标。因此,不难理解,当时的社会对星象图有着一定的市场需求。塞拉利的星象图在艺术表现和天文现象之间找到了微妙的平衡,他成功地绘制了复杂的星座人物和动物,更重要的是,他清晰地标明了每一颗星星的位置。与当今的平面设计一样,完成这样一件了不起的作品需要许多专家的共同努力,包括一位天文学家、一位制图师、一位雕刻师和一



图1-2. 安卓·塞拉利 (Cellarius, Andrea):《和谐的宇宙》,1661年出版,阿姆斯特丹。维多利亚与阿尔伯特博物馆,伦敦/纽约艺术资源库

位出版商。

当发生重大灾难、需要全国民众甚至全世界人民动员起来的时候，平面设计师可以利用自己的传播技能去发动民众。1941年美国加入第二次世界大战之后，其军工产品和民用工业产品的产量迅猛增长。此时，需要进行大力宣传，来激励人们的生产热情和对战争的支持。加盟这项事业的人中包括一些最杰出的设计师。德军占领巴黎的时候，法国设计师兼插图画家让·卡鲁(Jean Carlu)正在美国，他抓住了时代的英雄主义精神，创作了战时获奖海报《美国的回答：生产！》(图1-3)。卡鲁以富于动感的倾斜构图和图文之间强有力的联系生动地表现了美国工人的强大力量，强调了生产对赢得战争胜利所起的重要作用。海报倾斜的排版、单纯的图形、对负空间的利用、以及宣言式的标题都是典型的欧洲现代主义风格，这种风格对美国设计的发展演变产生了重要影响。

某一个事件的当事双方都需要利用宣传手段来传播他们的主张。西蒙·切瓦斯特(Seymour Chwast)是美国20世纪最有影响的设计师之一。50年代，他与合作伙伴弥尔顿·格拉西(Milton Glaser)一起创办了“图钉工作室”。切瓦

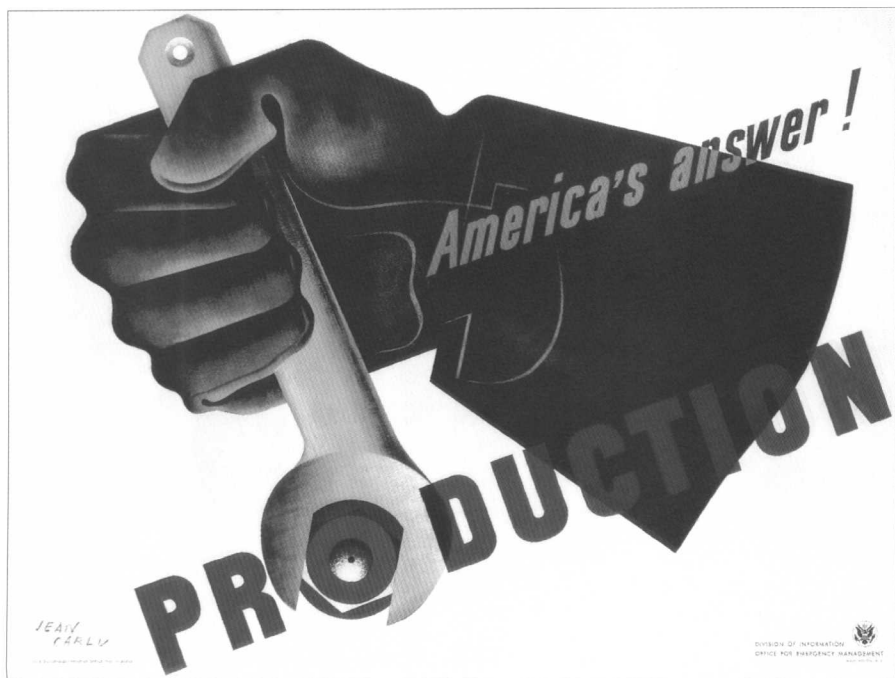


图1-3.让·卡鲁(Jean Carlu):《美国的回答：生产！》。1942年。史密森美国艺术博物馆，华盛顿特区/纽约艺术资源库

斯特擅长将各种设计风格和媒介运用自如，他总是充满智慧、出人意料。他的设计灵感来源于对文学、政治和全球文化的广泛关注。1982年，他创作了反对核武器海报《向和平和正义前进》，巧妙地图示了由草根阶层自发组织的和平运动的力量(图1-4)。切瓦斯特在他的《左撇子设计师》一书中说，和平运动委员会请求他创作一个正面的和平形象，而不是负面的战争形象。切瓦斯特创作的图形简洁优美、格调轻松愉快，与主题的严肃性形成了鲜明对比。在画面中只能看到前进者的腿，每条腿代表生活的一个阶层，各个阶层的人们团结在单词“和平”的拱门下。“MARCH(前进)”一词也很醒目，5个字母的颜色各不相同。在版面的上方依次行进，与下面各种各样的腿形成呼应。海报既巧妙地传达了信息，又表现出作者非凡的勇气和想像力，还透着切瓦斯特所特有的幽默感。

尽管致力于社会问题的组织机构通常与商业行为无缘，但它们也在自己的预算中划出用于平面设计的开支。有关社会问题的设计能够唤起公众的觉醒，并动员人们采取行动。在美国与墨西哥的边境线旁墨西哥境内有一个叫丘达·朱雷的地方，6年来有将近200名年轻妇女在那里惨遭杀害。有关人士围绕这一



图1-4.西蒙·切瓦斯特(Seymour Chwast):
海报《向和平和正义前进》。和平运动委员会，1982

问题召开了一次会议，会议的主题是“边境线上的坟墓”。美国和墨西哥的专家学者汇聚新墨西哥州立大学，共同讨论美国和墨西哥边境上的社会、政治和执法问题。

大会的海报必须传达事件的严重性，这一事件涉及种族歧视、性犯罪、毒品问题，以及由于爆炸式地发展“maquila(种植业)”而引起的社会和经济动荡。即便是瞥一眼这张海报也能立刻领会到其中的深意(图1-5)：一张惊恐的女人面孔被嵌入一个粗糙的十字架轮廓中，她的神情立刻抓住了读者的心。在粉红色背景的反衬下，一个撕出的十字架形更具悲剧性。在这里，女人求生的渴望与十字架代表的死亡被融合在同一个象征图形中。十字架的造型仿效了激进主义者在朱雷城抗议时临时制作的十字架。女人的脸是黑白照片，用半色调模式将色点加大。文字被粗暴地扭曲，就像在城市中犯罪率高发的街区经常出现的信手涂鸦。切德·白勒(Chad Ballard)的海报简直是从这一暴力事件上直接截取下来的，它向公众揭示了生活在边境线上的女人所经历的绝望和恐惧。

设计师比较乐于为文化活动、如展览会、音乐会、文艺演出而设计，但这

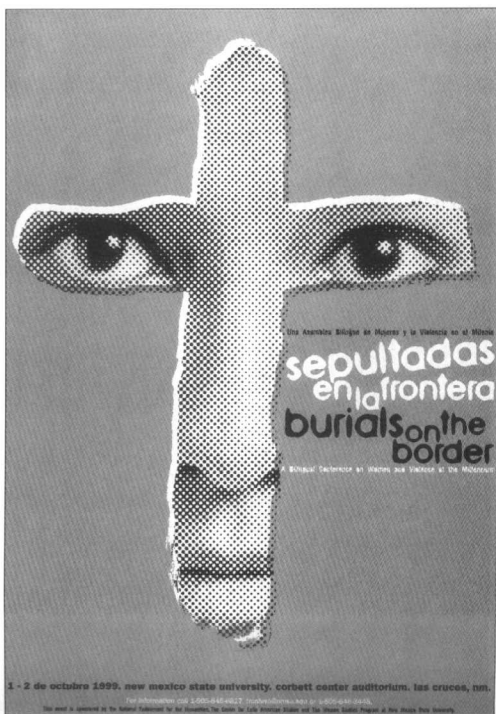


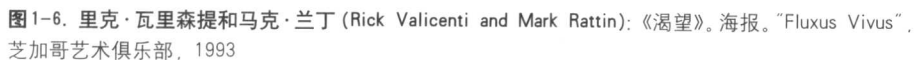
图 1-5. 切德·白勒 (Chad Ballard): 《边境线上的坟墓》。新墨西哥州立大学妇女问题研究项目。1999

类设计并不简单，它也有其特殊的挑战性。从有利的方面讲，这一类设计作品的观众都是些有文化的人，他们欣赏并支持文化艺术事业和生活中所有美好的东西。因此，文化活动的设计可以有更强的艺术性和更大的实验空间。从不利的方面讲，设计师往往必须使用已经存在的图像，如某幅画、某演员的肖像等，而且文字内容总是很多，有演员名单、时间、地点、票价等。当然，设计除传达必要信息之外，还必须美观、诱人。里克·瓦里森提和马克·兰丁(Rick Calicenti and Mark Rattin)接受芝加哥艺术俱乐部的委托，为新达达派艺术组织“Fluxus”成立30周年纪念设计海报。设计过程一开始，他们就一头扎进了该组织的精神世界。

这张惊人的大幅海报是给“Fluxus”画派的一份献礼，它表现了该画派的质疑性和叛逆性，它另类的文字设计以极强的表现力和高超的表现手法抓住了观众的心(图1-6)。动荡不定的标题字“FLUXUS VIVUS”将色彩古怪的电视图像分割成几片，再进行蒙太奇组合。这是对传统美学标准的颠覆，向我们传统意义上的“好的设计”和“可读性”原则提出了挑战。一切元素都是不稳固的，海报的表面处于游离状态，随时准备裂成碎片。外围空间挤满了层层叠叠的文字，直到纸张的边缘。读者被迫去“破译”哪怕是最基本的信息，如时间、地点、赞助人等等。这张大胆的海报侵犯了读者的思维习惯，使读者不得不作出某种反应。正是由于设计师真正领会了“Fluxus”画派的绘画理念，才将一种不妥协的美学风格赋予了这张海报。

正如上文提到的，平面设计职业的迷人之处在于客户的多样性。客户的需求各不相同，你永远无法预料下一个电话将给你带来什么样的项目。英国设计组织“何不协会”与戈东·扬合作，为著名的喜剧演员艾里克·莫可比创作了一个公共纪念场所。这个纪念性设计是环境的一部分，而不是通常意义上的平面设计(图1-7)。

与印刷品的暂时性不同，纪念场所必须永久存在。这是一个圆形的广场，莫可比的塑像栩栩如生地站立在广场中央，由文字铺成的小路排成同心圆，扩展到广场的边缘，小路上镌刻着莫可比生前讲过的锦言妙语和歌曲《聪明的莫可比——带给我阳光》中的歌词。这样，广场的设计不管从内容上还是从形式上都与设计的纪念性主题相符，它是献给那位深受爱戴的公众人物的一份鲜活的礼物。与一般的纪念性场所不同，这个设计不只是让参观者来到广场的中央，瞻仰一下某位名人的雕像，然后转身离去，而是强调互动性，脚下的文字使人们回忆起莫可比职业生涯中的精彩瞬间。从务实的角度看，这一设计项目



的成败在很大程度上取决于设计师是否愿意并有能力与不同专业的人士及分包商合作、是否愿意使用非常规的永久性材料。从创意方面看，这个设计充满激情，令人肃然起敬。



图 1-7. 何不协会 (Why Not Associates): 艾里克·莫可比纪念广场文字设计。兰开斯特市政厅, 1999 年。摄影: 杰里·哈德曼-琼斯 (Jerry Hardman-Jones)

詹姆士·霍夫 (James A. Houff) 为综合设计公司“彼得汉斯、李和金 (PRK)”设计的形象推广海报用文字和图像宣传了该公司的设计哲学和服务宗旨 (图 1-8)。这种设计主题比较普通, 在一位极少主义设计师的手里, 也许会设计得过于单调。而霍夫却勇于突破常规, 精心制作了一张清晰有力、颇有舞台剧风格的海报。海报的主题“Step (脚步)”是从德国哲学家歌德的一段话引申而来, 大意是歌颂勇敢、奉献和坚毅。通过把 PRK 公司和歌德联系在一起, 一种尊严、独创、聪慧的品质被注入该公司。这些品质构成了 PRK 公司的哲学基础, 并通过霍夫的手进行了图形化的表现。

“Step”一词用俊美的无衬线大写字体, 浮现在用照片拼贴法构成的画面上。在海报的右下脚有一个整洁、生动的小场景, 由图形和文字组成, 为 Step