

GRAPHIC DESIGN

设计教学丛书

尹定邦 主审

GRAPHIC DESIGN

GRAPHIC DESIGN

■ 刘达銮 编著

PINGMIAN SHEJI BIANPAI JIQIAO

广东科技出版社

平面设计编排技巧

GRAPHIC DESIGN

GRAPHIC DESIGN

LAY OUT DESIGN

设计教学丛书

尹定邦 主审

平面设计编排技巧

刘达銓 编著

广东科技出版社
· 广州 ·

内 容 简 介

本书是广州美术学院设计分院编著的《设计教材丛书》之一，是论述平面编排设计的理论及实际设计技巧的专著。作者是资深教育家和设计家。书中从新的角度，结合具体图例，对设计原理和设计元素进行阐释；对不同的平面设计媒体的编排特点及设计原则进行分析；对整合编排形式创意的原则和方法，进行论述；最后对100多年来典型的平面设计作品进行评析。比之以往的平面设计专著，除了编写角度新颖，还增加了新的内容，如“网页及网络广告的编排设计”，“图表的设计”等；注重对创意和风格的分析。

全书图文穿插，约250多幅彩图。既可作教材，又是从事平面设计专业人员极为有益的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

平面设计编排技巧 / 刘达銮编著. —广州: 广东科技出版社, 2001. 10

ISBN 7-5359-2687-8

I. 平… II. 刘… III. 平面设计 IV. J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第043906号

出版发行: 广东科技出版社

(广州市环市东路水荫路11号 邮码: 510075)

E-mail: gdkjzbb@21cn.com

出版人: 黄达全

经 销: 广东新华发行集团股份有限公司

印 刷: 广州培基印刷镭射分色有限公司

(广州市天河区广棠工业区广棠西路2号 邮码: 510630)

规 格: 889 × 1194 1/16 印张7.25 字数150千

版 次: 2001年10月第1版

2001年10月第1次印刷

印 数: 1~3000册

定 价: 68.00元

如发现因印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系调换。

我国高等设计教育应该从1918年开始,因为当时的国立北京美术学校首创了图案系。1956年,中央美术学院的实用美术系和它的华东分院图案系合并建立新校,定名为中央工艺美术学院。东北、中南等大区美术院校的图案组(或系)紧随其后,迅速更名为工艺美术组(或系)。

1978年,全国的工艺美术教育在改革开放新形势推动之下开始变革,向着设计教育的方向过渡。新形势更推动了大批的理工、师范和综合院校,开办设计的专业、系和学院。使改造和新办的院校之和约占全国大学总数的四分之一。而且都在抓紧编写教材,改进教学方法,建设教学实习和社会服务基地等,一派空前的欣欣向荣的景象。

但是,在欣欣向荣景象的后面,困扰工艺美术教育的思想,如大美术、实用美术、装饰美术和手工业工艺美术等,还在困扰新时期的设计教育家。妨碍他们建立科学、先进和可操作的教学体系,困扰着他们编写教材时妥善处理思想性与科学性、观点与材料,理论与实际,知识与技能的广度和深度,基础知识与当代设计新成就的关系;妨碍确立教材的教学目标的种种努力。

所谓大美术就是由美术把图案、工艺美术、实用美术和现代设计收编,组成美术大家庭,家长说话小的听。家长认为设计要绘画。俄罗斯的素描、印象派的色彩、美国的照相写实主义和传统的中国画,你得像样样学一遍。家长要求设计了解美术的历史,中、外、东、西的你都得学。只是工艺美术的历史靠边站,科学技术和设计的历史不准学。你说设计有自己的知识与技术结构,家长听不进去,说了等于白说。你申请调入一批理工、设计和史论的教师,他调进一批雕塑、油画和国画的专家,以保证美术永远当家长。

了解设计及其教育的美术教育家并不同意大美术的思想,大多数工艺美术教育家也不同意这思想。设计家不排斥美术,也不喜欢大美术。因为设计是事物运动的第一步,需要预见,计划和控制未来,以保证实现预期的目标,这就需要很多的知识与技能。需要向很多人、很多学科和学校、很

多机关与企业等寻求支持与帮助。说它是科学,技术、艺术、经济和管理的结晶,绝对没有一丝一毫的夸张。因此,要它喜欢大美术,并且只从属于大美术,那就变成自我否定,存在就没有了意义。

设计不排斥美术,却突出艺术。因为美术属于艺术,突出艺术中间包含了美术。为什么这样做呢?因为设计除了要用到美术知识、技能及作品之外,常常还要用到音乐、戏剧、诗、电影和舞蹈的知识、技能及作品,并且一定要研究视觉之外的听觉和触觉、味觉和嗅觉、力觉和动觉的规律。如果要设计只突出美术,排斥其他艺术,那仍然是对设计的否定。

最近去了一些大学,看到一个倾向:你说美术大,我便依从你,从你那里进货,现买现卖很方便。要我自己探索和建立设计教育自己的体系,必须付出艰苦的劳动,完成后还要说服上司、同事和其他学科的教授,万一不采用,几年时间就白白地糟蹋了。

事实上美术又称造型艺术,设计亦称造型计划,两者存在共性,又具有差别。传统造型艺术具象为多,基本上是人物、动植物和山川风物的再现变化。现代造型艺术增加了抽象,追求由再现的艺术为创造的艺术,但都与物质生活无关。

设计的造型计划分手工业和现代工业,还分技术、功能、信息、装饰、趣味及它们的综合。古代、中世纪和近代的物质文明,以手工业的设计造型为载体。现代和当代的物质文明,则以现代工业的设计造型为主导。技术造型如机械类;功能造型如用品类;装饰造型是对机械和用品造型的加工、美化和多样化;趣味造型是在技术和功能完善的基础上,让快乐更多些而已;信息造型的着意点是信息传播的质量与效率,以此为前提,其他不拘一格;无论选择、加工、使用任何造型,只要把知识与情感传播出去,达到传播者的目的,一定皆大欢喜。这些造型以全社会的物质生产和生活的需要为前提,同时要满足多样化的精神需求,比造型艺术的担子沉重得多。

很明显,仅仅用大美术的方法培养设计的造型能力是应该商榷的。美术界内部都知道:用培养安格尔的方法出不了毕加索,用北宋画院的方法出不了齐白石。那么美术界和设计教育界更应该理解:用培养毕加索的方法出不了格罗佩斯,用培养齐白石的方法出不了贝聿铭,用培养文艺复兴三杰的方法出不了现代工业设计大师罗维,广告设计大师奥格威及平面设计大师杉浦康平。这些道理非常浅显,和种豆得豆、种瓜得瓜一样。难以理解的是:为什么中国的工艺美术教育家和设计教育家,坚持用列宾的素描,永乐宫画师的白描,欧洲静物画的色彩来培训自己世纪之交的学生。要知道你放进鸡窝里的并不是鸡蛋,到时候孵出来的怎么可能是

鸡呢?

也许坚持者会认为:机械的观点有害于教育的艺术,正如乒乓球运动员要练篮球一样,学设计造型的学生可以学列宾的素描。种豆得豆的例子虽对,但列宾的素描不是豆种而是肥料,怎么会是错的呢?那么,对应的意见则是:乒乓球运动员练篮球、举重、长跑,主练还是乒乓球,设计的学生学造型,主攻方向还是设计。高楼大厦的基础深厚而稳实,运动场的基础宽厚而平整,两类建筑的基础必须分开,怎可以互相混同与取代呢?

当年,格罗佩斯创办包浩斯,就没有用传统绘画的素描和色彩训练学生。他不排斥美术,因为他请了一流画家任教。他也不怀疑设计,因为他自己就是世界级的设计师。但更重要的是他不为传统所左右,也不受时尚影响,坚决请教授们以美术和设计两大造型成果为依托,创造出造型的新理论,设计出理论的讲授、演绎和具体的造型训练课程,保证了教学的科学性、创造性和前瞻性。

格罗佩斯的创造性贡献永远载入设计教育的史册。不过,当年的造型理论过于集中在几何原形的构成规律方面,对于信息、装饰和趣味等造型缺少考虑。中国的设计家应该全面总结包浩斯以来的近80年的造型经验,前看传统,后想未来,然后去探索造型理论研究的新框架,设计造型课程的新系统,坚定地走自己的路,走出中国人的风采。

大美术还有一个说法,设计欠美感,要多学美术。这话也可换个词来说:音乐、舞蹈、戏剧和电影欠美感,要多学美术。也可以倒过来说:美术欠美感,要多学设计、音乐、舞蹈、戏剧和电影。把大美术的说法换了之后,句法、逻辑和道理都没有改变,美术家们的感觉又如何呢?

大美术的这一说法有对的一面:各类艺术都可能欠美感。应该通过互相学习和借鉴来弥补。但也有偏颇的地方:只向其他艺术学习和借鉴是不够的,主要的途径在于加强学习本门艺术的理论与实践,重视它的批评与鉴赏,达到本门艺术美学水准的提升。如果把主次颠倒了,又长期不改回来,事物的性质会发生变化;学好了美术荒疏了设计,鸡窝里孵出的都是鸭子。几十年的工艺美术教育已经培养出太多的美术家、美术理论家和一辈子都迷恋绘画的工艺美术家,今后的设计教育不能再继续这样的尴尬。

一提起实用美术就会想起中央美术学院办过的实用美术系和上海出版的《实用美术》杂志,以及过去年代的许多故事,如某某国画家在瓷器上挥毫,某某油画家在人民币上插图,某某学生到部队出墙报、贴大标语等。社会的确需要美术家在他们的创作之外,再为日常的生产、生活、工作等

做多一些事。欧美的美术院校开办插图系,学生毕业后专门为包装、广告、书刊和产品画插图,并且画得非常好,让你觉得那才是真正的实用美术。

但是,中央美术学院的实用美术系,上海出版的《实用美术》杂志,并非欧美非常专业化又非常发达的实用美术。在中国美术家的心目中,包装、广告、产品和装饰等,就是美化人民生活的实用美术,也就是中国的工艺美术家和设计师的职业。对于欧美式的实用美术,美术家没有兴趣,美术学院和政府也没有加以考虑,大家均为过去的工艺美术家和今后的设计师乐此不疲。谁知道此实用非彼实用,设计不承认自己是实用美术,而美术自身的发展离真正的实用美术愈来愈远,再不培养专门人才,实用美术的水平也有降低的危险。

设计为什么不承认是实用美术呢?例如广告设计,要用到的知识与技能最少有传播学与市场学、民俗学和文学、图形和字形、其他艺术和媒介技术等。又如室内设计,最少要用到建筑学、美术学、室内装饰的工程技术和室内空间的使用经验等。再如产品设计。最少要用到材料学、工艺技术学、人机工程学、价值工程学、营销学、产品开发经验等。所用到的知识、技术、艺术、经验和管理是如此之多、之广、之深,必须精心构建一个核心的知识、技术与能力,再为之构建一个更庞大的支持系统。如果 not 这样,我们设计的整体状况只能是落后、再落后。因此,不甘落后的设计就不会承认自己是实用美术。

很明显,中国的实用美术思想是大美术思想派生出来的。它很片面,准确地说应该是幼稚。但它从反面提醒我们:千千万万不要把美术当作主攻方向和核心能力,大学阶段不要这样,工作之后也不要这样。美术是门伟大的艺术,没有一定的天分,没有几十年的努力,这门艺术与你无缘。我们应该懂一些美术,并和不同风格、水平的美术家建立联系,需要时请他们支持与帮助。

那么,我们的核心能力到底是什么呢?是创造性地解决设计问题的能力。这就要求有发现问题的能力,应用知识与技术的能力,善于学习和寻求支持的能力等,以及用形象说话,创造形象去解决问题的能力。一个人不是万能的,一个专业、学校、机关和企业都不是万能的。对于设计,我们要专、精、深,要精心构建自己的核心能力,然后用同样的努力去构建自己的支持系统。千万不要限于实用美术,亦不要掉进万能的陷阱。

在实用美术的启发下,我们还应该重视一件事,那就是开发利用自己的潜能。大学的师生应该重视,设计工作时也应该重视。例如一个大学生,需要学习用图形语言说话。为什么要从头开始学呢?他已经学

了十几年的口语和书面语言、人的形体语言及其他自然形象语言等,不是已经很会说话了吗?教师为什么不想办法把这个潜能开发出来,让它和新的学习接轨,使新的学习更快更好呢?此外,几千年的文学留下了最好的语言和最好的理论,为什么不去借用一下,把它转化成图形的语言和理论,使新的学习起点更高呢?

装饰是人类的创造。为了抒发情感、表现智慧、追求美感以及满足其他精神需求,各个民族从古到今都在创造并十分广泛地应用。因此,装饰在某种程度上成为各民族不同时代的物质和精神文明的标志。的确,装饰的基础是生产力,是物质和精神财富的分配。一定的生产力只能有相应的装饰,财富如不均则装饰也会不均。第一次世界大战之后,社会生产力遭到重创,大众尚在水深火热之中,当时兴起的现代主义设计强烈反对装饰,批判装饰的罪恶,提倡形式追随功能。站在今天的角度,现代主义是对的。在不适宜的时间和地点、花不适当的精力和金钱,做不应做的装饰,那是装饰主义的行径,应该受到批判。但现代主义忽略了一点:需要装饰是大众的天性,正所谓爱美之心人皆有之。你看那浩如烟海的民间工艺美术品,纯朴、亲切、美丽,无论多么艰难困苦,始终跃动着一颗热爱生活的心。我们在反对穷奢极侈的装饰之时,要考虑大众的基本精神需要,要看到这需要的发展和变化及其多样性和复杂性,并努力调整学校的教育和设计师的能力,调整功能与装饰的关系,从而满足多样而复杂的需要。

装饰美术是又一个概念,一般指装饰绘画,装饰雕塑、室内外陈设等。其中有平面、半立体、立体、空间等形式。在中国的历史上和今天的世界各国,装饰美术都很发达。因为美术的功能中就有一个是装饰,自然而然地强化一下,装饰美术就产生了。目前,中国的装饰美术不是太多,而是不够,不是太新,而是陈旧,水平也十分有限。以后怎样提高和更新,到底是用形式去装饰还是用智慧去装饰,尚待进一步讨论。但一定要给它足够的空间让它繁荣兴旺。

不过,中国装饰美术的发展受到大美术思想的影响,让工艺美术教育或设计教育付出过多的代价,这是值得商榷的。现代设计的逆反,又把必要的装饰挤掉了。我们现在应该向装饰美术呼吁:还我设计,请不要挤占设计的空间。我们还应该自我呼吁:还我装饰,让我们的印染、墙纸、服装等工业健康发展,让我们的产品、包装、广告、环境等更加美丽。

最后再探讨一下手工业工艺美术问题。中国在1956年倡导手工业工艺美术是对的。在1980年倡导工业设计也是对的。这也算识时务者为俊杰吧。但是,中国几十年的高等工艺美术教育,教学的核心是手工业工

艺美术,还是现代工业的工艺美术,谁也没有提出过质疑,也没有加以明确地划分。你说它是手工业的吧,它又没有设过民间工艺美术和特种工艺美术的专业,没有输送过这方面的人才。你说它是现代工业的吧,它又欠缺现代工业工艺美术的专业意识,也没有适应这一性质的配套课程,反而是民间的泥塑、蜡染、刺绣、剪纸、年画等,占了很多课时。这种不清楚似是而非的情况延续了几十年,有些到工艺美术更名为工业设计时停止,有些延续到今天。这到底是为什么?是为手工业工艺美术?还是为工业设计?还是为其他?是现代设计的需要还是大美术思想作怪,这些问题值得深思。

编写教材是建设和发展高等设计教育的重要措施。虽然大学更重视课程,更重视课程的理论、框架、结构、要素、目标及其发展,因而不以教材为本,不搞统编教材,甚至在同一间大学和同一个学科里也不指定统一的教材,但教材仍然是教学的主要媒体,是师生在教学活动中所依据的主要材料。教材的编写关系到课程和学科的培养目标,关系到核心知识、技能与经验的掌握,以及对支持系统的了解,还关系到它们与设计最新成就的结合等。一般而言,教材编写要科学地总结过去,系统地规范现在,开放地迎接未来。个别而言,设计教育要尽可能脱离大美术、装饰美术、实用美术及手工业工艺美术的影响。尽可能把对设计不利的美术和手工业工艺美术课程减少些再减少些,把有利于设计的基本理论、基础技法和典型案例充实些,再充实些。有些课程未开就尽快开设,该引进就积极地引进,该开发就坚定地开发。

现在大学里编写教材,规范教学有之,改进和开发课程也有之。编写设计教材的意图应该是改进大美术思想影响下的课程,开发设计教育所欠缺的课程,重点开发基础造型,专业理论、设计装饰、设计创意及高科技应用等,从教材编写切入,迅速而有效地把这些重点课程开发出来。

教育是科学,同时又是艺术,尤其是用过去和现在的资源培养未来的人才方面,唯有艺术的想象力和创造力,才能弥补科学的不足。设计教育也是这样。例如课时少、课程多、技术训练严、创造思维活,还要尊重学生的个性,为将来的发展留有余地等,这么多互相矛盾的要求靠大美术不行,靠简单的加法与减法都不行,唯有靠教材编写和教学方法的艺术,靠教师把它们巧妙结合,不断更新,使改进和开发的课程获得成功。

新时期的设计教育家一定会不断地拿出办法来,我们期待着。故为序。

尹定邦
2000年5月26日

第一章	编排设计概论	1
第二章	版面视觉元素	6
(一)	框架	6
(二)	文字	8
1.	字体	10
2.	文字的组合格	13
3.	栏	22
(三)	插图	25
1.	照片	25
2.	插画	29
3.	图表	32
4.	饰线和块面	35
第三章	编排设计的形式原理	38
(一)	多样统一	38
(二)	比例与尺度	39
(三)	力场与动势	41
(四)	重心	44
(五)	骨架与版面动势	44
(六)	对称	50
(七)	均衡	51
(八)	空白	52
(九)	调和与对比	54
(十)	耗散	56
(十一)	节奏与韵律	59
(十二)	视觉流程	61
第四章	整合编排与形式创意	63
(一)	整合编排设计的功能和目的	63
(二)	整合编排创意设计的原则和方法	66
第五章	常用平面设计媒体的编排设计	68
(一)	报纸广告的编排设计	68
(二)	杂志广告的编排设计	70
(三)	网页及网络广告的编排设计	72
(四)	包装的编排设计	74
(五)	工业产品版面编排设计	78
第六章	编排风格创意与优秀编排设计赏析	80

诗人、作家讲究“章法”。他们用“章法”来特指文章布局，文章组织构成的法则和规律——如章节层次、文章体例；起、承、转、合等等。

画家讲究“构图”。国画家更强调“经营位置”为“画之总要”（张彦远语）。它们在确立创作主题和立意之后，在用笔、着墨、设色之前，先行对画面作一翻布局安排，如对画面的虚实配置，着墨的密浓、疏淡，以至题款落印之处，无不经过深思熟虑，精心布局。

平面设计师在设计过程中讲究“编排设计”和“编排创意”。编排设计虽然同样指画面的组织构成，形式布局的关系，但它与作家的“章法”和画家“经营位置”有着根本的区别。“编”，含有组织秩序、排列、制订的意思；“排”则是从排版、排字引用而来的。原意指：依照文案原稿把文字、线条、表格等元素排列组合在版面上的方案和工艺过程。人们亦习惯把这种排列组合所依据的形式称为“版式”。对这种形式方案的设计称“版式设计”。

如果说艺术家们在创作活动中所传承的“章法”、“构图”或“经营位置”的理论和技巧，同样适合艺术家个人于今天的创作活动。那么，为传播信息而服务于大众的平面设计家所从事的设计，在形式构成上不单与纯艺术创作有本质上的区别，就平面设计本身来看，无论在内容及形式上也与过去有着极大不同。当今，我们正步入图文信息化时代，对待大众传播媒体，平面设计家必须站在大众的立场上，既科学又系统地研究受众并服务于受众，必须与社会经济、科技和文化同步。而从另一方面看，在分工明细的当今社会，设计家所完成的“设计”只是整个物质生产或传播活动的一个环节。他们既要运用艺术手段结合当今的审美要

求进行创造性设计，并且更需要结合当今相关学科理论和最先进的科技手段完成设计作品的生产和为大众传播信息的目标与任务。所以，编排设计既是受制于生产、材料、工艺技术、内容与目标功能等因素的一个“工艺过程”，同时更是为了提高视觉传达效率，提高审美价值和产品质量而进行整合设计、形式创意的阶段，是设计在形式创意上的最终表现，是设计作品整体策划和视觉传达的最终式样。

综上所述，编排设计是指：在平面设计过程中，依据内容，目标功能系统的要求，把文字、插图、图表、饰边、饰线、色块等视觉元素，按照设计创意要求进行选择和加工，并运用艺术形式手段，富创意性地把它们组合配置在特定版面上的过程。简而言之，这种对视觉元素的选择加工和在版面上的组织构成，就是编排设计。

因此，依据上述概念，编排设计课程正是研究视觉传达设计的构成式样和构成形式规律的一门设计专业基础课程。编排设计的主要任务可概括为如下方面：

（1）组成要素，设计形象式样

形象式样是传达视觉信息的元素，人对图形信息的接受优于其他的传达方式。加强图形形式的表现是明确和强化图形的传达功能，使形象突出，信息传达清晰有力的手段。具体说，平面设计必须通过文字、插图、图表及其色彩等视觉符号系统和形象要素来传达信息内容。因此，对视觉符号及形象的选择、加工和设计，使之更准确、更恰当地表现作品内容和主题是重要的第一步工作。

（2）形成秩序，便于阅读

编排设计围绕主题内容，信息传递功能系统的要求，把各形象元素，以及部分与部分之间运用形式手段配置构成一个秩序化的整体，形成层次分明，条理有序的视觉信息传达结构系统，从而

达到更有效的阅读过程。

（3）创造个性，吸引视线

在信息爆炸的社会里，尤其在竞争激烈的商业世界，要让自己的设计先声夺人、抢人耳目，在第一时间吸引顾客，往往成为设计成败的关键。故此，设计家都力求在形象创意上标新立异，创造鲜明的个性化形象，创造新颖生动的编排风格，以期引起受众的兴趣和爱好。尤其对重要的部分，务求形式别出心裁，引人兴趣，吸引视线，按照利益和情感的驱动原则去诱发受众关心其内容。所以，从这点意义上说，设计的形式有时比内容更为重要。

（4）强化重点，便于记忆

与上两点相关联，信息经过选择，综合分类，分清轻重、主次等关系，便要进一步考虑如何设计构建一个有序的视觉传达结构系统。突出重点和形成秩序是整体设计的两方面。要让人加深记忆，首先要使信息的传递畅通，能让人对设计的图形语义解读清楚，准确理解，并通过艺术形式手段强化主体和重点信息，以引起兴趣和帮助加深理解。其次是整个信息应该是一个完整的秩序逻辑网络，抓好主体信息，就能带动和连贯着其余信息，这样才能科学地帮助受众更好地理解 and 记忆。

（5）形成意境，动人情感

与其他视觉艺术一样，编排设计的目的是使作品通过形象和形式语言的魅力让人动之以情，达到传情达意。从商业设计角度看，在竞争激烈的商业社会，广告、包装、展示等设计和传播完全是处在“受他”的方式下进行的。商家不能强迫消费者认同和购买。只能通过生动的设计，动之以情，感染和说服他们。因此，建构特殊的形式和感人的艺术语境，是达至设计目标和体现设计质量的重要标志。

（6）反映时代潮流，创造新的编排形式

从美学角度看，形式美是抽象的，它具有一般的朦胧的审美意味。从人类整个审美历史看，与美的内容比较起来，形式美的规律有更大的稳定性和承继性。因此，在承传基础上，某些形式美与形式感的对应关系会显得更牢固。这正是表现在审美文化心理方面所谓民族传统、表现程式、风格等具有相对稳定性的原因。但这并非说，在形式方面我们只能墨守成规。形式和审美观念是随社会发展变化而改变的。不同的历史时代和社会文化背景有不同的标准和尺度。当旧

的形式规范和技巧不能适应和表现新内容的要求时，就必须对旧的有所批判、有所选择、改造和发展。当今，我们步入信息时代的新世纪，人类无论在社会经济、科学技术、生活方式和思想观念等方面都发生极大变化，旧的技术和形式无论多么完美都必然不能满足和适应人们的需要。变革和创新成为时代主题。比如正在迅速兴起的网络媒介中所发展的网络广告理念和形式，必然要求同网络时代的传播方式和商业模式相适应。互动和不断切换的画面设计代替了静止不变的画面。简单地套用平面版面设计规律进行设计，肯定是不够的。多元化的社会导致设计的多元化发展，推陈出新、创造新的编排设计形式风格是社会的要求。所以，设计家在编排设计工作中，不断学习、研究和总结其变化发展规律，探索与条件变化相适应的新的形式，创造新的版式和适合时代、潮流的形式风格，是我们设计者需要为之毕生努力的。这点，下文还将作进一步论述。

一切以可视形态作为传递信息载体的媒体都需要进行编排设计。编排设计的类别，如果从功能形态区分，可以分为广告、包装、书籍、报刊、实用印刷品等类型。

广告类包括：招贴、路牌、灯箱、霓虹灯、POP（店面广告）、邮递或派发的广告（小册子或单张）、样本、招牌、电视广告、网页广告等。

包装及书、报、刊类包括：各种类型的大包装、中包装、小包装、配套包装、系列包装、单个包装等；各种大小报纸、杂志、书籍（封面、封套、扉页、内页）等。

其他各种实用印刷品类包括：挂历、贺卡、请柬、奖状、徽章铭牌、艺术图表、名片、信封信笺等。

如果从表现的形态区分，又可分为静态和动态两大类型。静态类的编排设计包括一切印刷品和平面设计作品，即一切非动态性及非表现动态过程的平面设计形式，如招贴、路牌、报纸、书籍、包装等。而对于动态类的编排设计，在目前是指如某些画面表现了动态转换变化过程的霓虹灯广告、活动路牌广告、活动POP广告、影视广告、网页广告等。这些活动的设计，尤其如后者一类的新视觉传达媒体，随着科技的进步，设计的画面在形象、色彩和表现手法上的巧妙组织和切换，形成了极其丰富绚丽、多姿多彩的视觉效果。

这些新的形式和手段为编排设计提出了新的研究课题,需要我们深入去实践和研究。

从上述类别介绍,我们了解到在视觉传达设计载体中,大至数层楼高的喷画广告,小至指头大小的激光商标,它们都离不开编排设计的形式规律。当今,资讯媒体日益发展,设计师设计的范围日趋扩大,出现了品类边缘模糊化的问题。所以,上述对编排设计相关连的分类,只是给大家一个大略的概念。实际上,与编排设计相关连的设计还远不止这些。比如,编排设计的原则和技巧还适用于工业产品造型(如操作版面设计和产品造型的比例和分割组合等)、建筑、展示设计、服装和装饰等专业设计方面。

通过编排设计学习要求达到两个目的:

第一,通过对版面视觉元素、编排形式因素及形式原理的研究及练习,掌握版面编排设计的基本技巧;第二,通过对古今版面编排设计发展变化的了解,分析影响其方法、技巧和形式风格变化的根本原因,从中领略编排设计的发展变化规律,为编排设计形式的创意打下基础。

编排设计既是专业设计技巧的基础课程之一,同时亦作为带普遍性专业设计的基础课程,这是对专业设计课程在内容和范围上的一个补充。事实上,设计公司里设计人员日常大量的“设计”——实质是进行编排设计的工作。本书安排不同媒体形式的编排设计练习,研究他们编排设计形式的特点,无疑使读者在专业设计技能的广度和深度上有进一步的认识。

事实上,有许多设计项目,设计创意探讨往往是从“形式”开始的(如许多化妆品的包装设计)。形式是整体创意的部分和最终的整合体现。

某一时代的编排形式风格是受当时的物质条件(如科技、工艺、材料)、人文因素(如文化、民族、生活习惯、宗教、价值观等)、功能因素(如传递信息的内容、数量、方式、范围、频率和对象等)的影响。因此,我们可视形式风格的变化为社会动态的过程。

在编排形式风格的演变上,只要懂得一点印刷的历史和传播学知识便很容易明白这道理:在竹简时代,无所谓排版。受材料限制,一条条小竹木片,一字一点刻(或写)上,绝对要求言简意赅。长条小竹片限制了排列和书

写,直行的文字排列成为书写和阅读的唯一方式。在这个口语和书写(刻)传播的时代,书写和阅读只在极少数人中进行,其功能着重于信息的储存和在极少范围内传播,多样性和随意性是当时表现在形式上的基本特征(图1)。

东汉以后纸的发明和书写使“书的形式多样化”如卷轴装、旋风装和梵夹装、经折装、蝴蝶装等得以产生。

印刷的出现才产生版式的问题。纸的发明,墨的材料和印的启示,产生了印刷术。粗糙的土纸、刻刀、木板、墨和棕刷——当时的物质条件和工艺限制了它的字体不可能太小,每版字符不可能太多,于是产生了方便刻印和阅读的宋体字。受竹简的启示,根据中国人的阅读和收藏习惯,折叠成册或装订成线装册……。印刷术的发明,开始了文字传播的文化时代,走出了向大众传播信息的第一步。形式和功能结缘,形式风格开始随社会的科技、材料、功能、效率和人的审美而发展变化(图2)。

在活版印刷时代,以金属蚀版术为技术突破,字体走向规范化、多样化。字可缩小到适于人们近距离阅读的大小(新五号或18级字体)。使单位版面的信息量大增,版式趋向规范、严谨。尤其以20世纪20~50年代瑞士派排版设计为代表(这一派在包浩斯影响下,主张版面严格的秩序——如遵循排版网

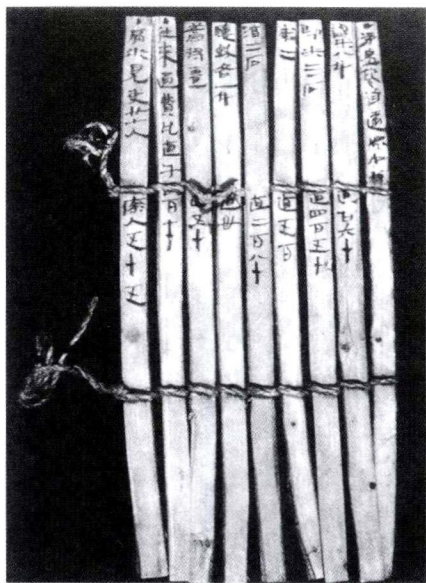


图1 东汉竹简
写上文字的竹(木)片称简,将简按顺序编在一起叫册。

格;字体多使用哥德体等无饰线字体;版面限制3种以内字样;照片多用角版(图片安排在成品版心内的编排形式。总的特点是工整、严谨、通透、高传达效率)。作为现代主义文化传播典范,

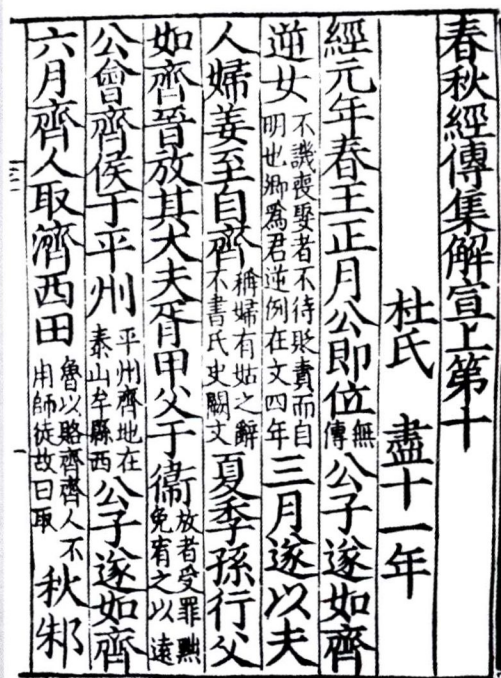


图2 宋代木刻板

近年来，微型计算机的普及，尤其高质素的微型计算机的普及应用，彻底更新了设计人员的观念，彻底改变了传统的设计与印刷的方式，让设计人员在创作和表现手段上再不受限制。过去的许多工序，如绘制彩稿、喷绘、墨稿、摄影修版、冲洗等工序消除了；而原来很难达到的效果，如照片连续重叠渐变、透叠、图文交错、反白配色等等都成为轻而易举的事。印刷品出现了特大型幅面；报纸彻底打破传统版式，打破中缝间隔，实现贯通全张排列（图5）。

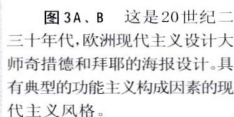
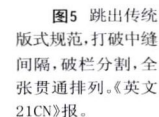
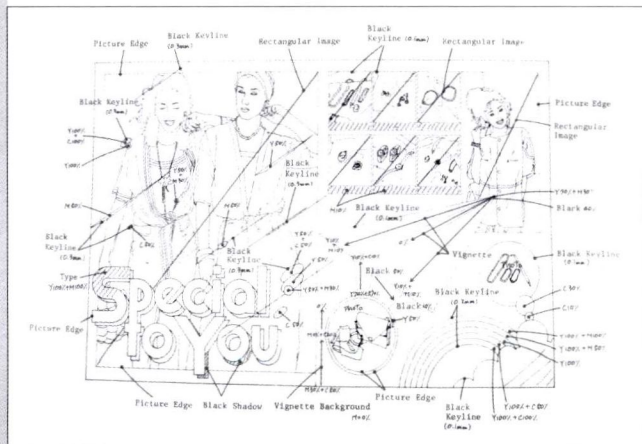


图4 植字照排时代的正稿绘制





作业:

结合本章内容, 阅读有关参考资料和书目:《世界现代平面设计史》——

王受之著, 新世纪出版社;《Creative Directors Sourcebook》或其译本《平面广告150年》湖南出版社;《COVER OF THE SATURDAY EVENING POST》;另在网上浏览有关设计杂志, 如法国《ELLE》杂志及其网页设计等。每人准备一份小组讨论发言提纲。题目:《平面设计的编排形式创意感受》。

尤应指出, 自设计人员使用电脑完成所有设计、排版和制版等印前工艺过程后, 过去设计上受各工序的工艺和技术要求所制约的因素不复存在了, 许多版式规定消失了。设计人员除了受商业功能的限制外, 设计有了极大的自由, 设计受各种艺术形式、艺术流派以至前卫派的影响, 使平面设计一时间五彩缤纷、眼花缭乱——怀旧式、波普式、视幻艺术、立体主义、未来主义、解构主义等(图6A~C)。

综上所述, 伴随印刷技术的革命, 版面设计在整个上世纪经历了包浩斯主义、构成主义、字体变革等深刻革命, 进入了今天图文信息的时代, 展现出了全新的风格。版面不再是单纯的一种技术编排, 而是通过设计视觉化、形象化, 传递出具有理念与感觉、主观与客观、秩序与超越、效果与功能、现代与传统等系统体现的完整信息。广泛调动公众的激情与理解, 从而实现版面设计的要求。

说到这里, 要说明的重要一点是:本书是以传统美学的审美观点、审美规范为依据的, 以理性的、逻辑思维的方法来解释作品和训练读者的编排技能和审美眼光。而丑、杂、乱、无序、零散、怪诞、幽默, 片面强调“表现力”而否定和谐统一美的前卫审美观点, 则不作为本书的基础。但是我们应清楚地看到, 在近一个世纪以来, 随着现代社会的转型, 西方传统美学受到极大质疑。与其一脉相承的现代主义设计正被多元化的设计观念和方式取代。所以作为当代流行文化, 我们应客观地看待当代各种前卫的设计观念、风格和表现形式, 吸收其大胆的革新精神, 丰富的表现形式, 活泼、生动、多变的技巧, 富于个性的精神。尤其对近年流行的新版面设计方式, 比如在强调对比, 矛盾的基础上, 走向新的统一和谐, 在更深刻的美学层面上产生更成熟的现代编排设计的方法, 是我们必须认真学习研究的。

本章作业的方式基本上要求用电脑操作完成, 也可采用出版物剪贴制作。作业练习要求多、快、好, 着重于形式和技巧探索, 不拘于具体一图一字的实际内容。

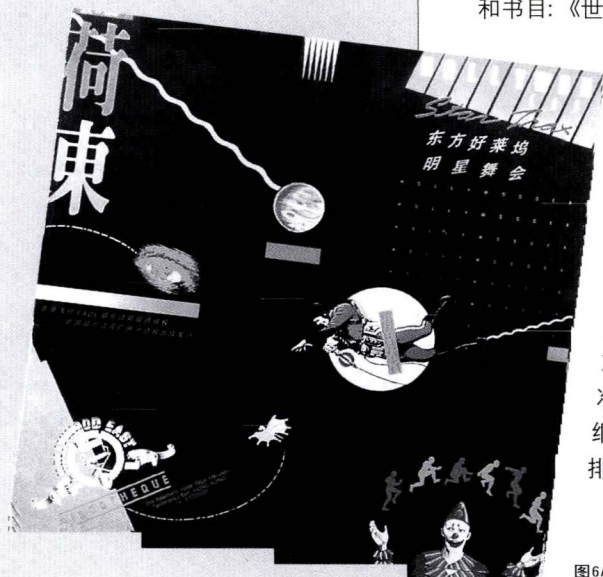


图6A 唱片封面



图6B WATSON影集目录
作者: 大卫·卡逊

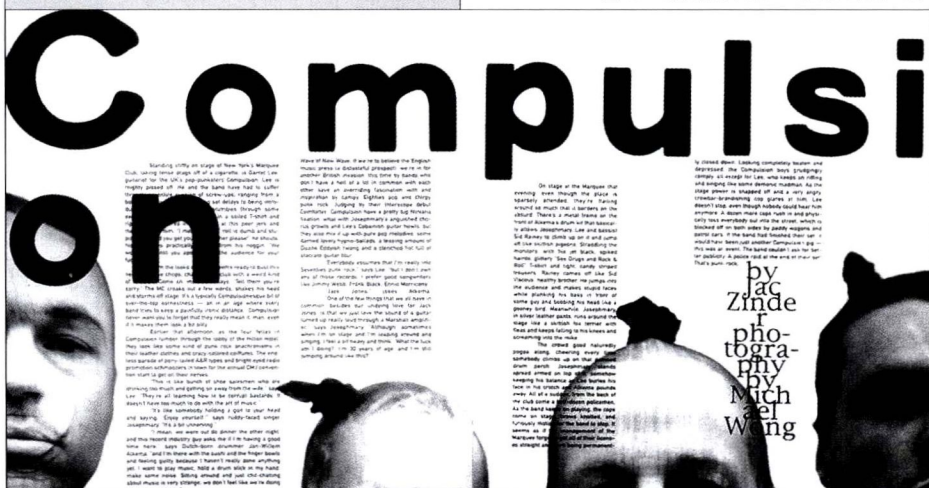


图6C 《强迫的冲动》 作者: 米高·王

第二章 版面视觉元素

如同一个建筑师必须了解建筑材料的种类、性能、品质和加工过程一样,设计师要编排设计出色的作品,也必须先对编排设计的元素有深刻的了解。

(一) 框架

所谓框架,是指编排设计的画面空间。在平面设计范围内,框架不独在平面上,还包括立体的表面,如纸盒(立方体)、罐(柱状)、POP(店面广告,异形)等。

框架是设计元素的载体,作为构成因素之一,同时给人传达某种信息和感受。就是说,不同形状,不同大小的框架具有不同的性格特征。故此,框架的设定对编排设计影响很大,是首先为编排设计定下的“大框架”、“大环境”。

从应用的角度看,框架分为三大类:矩形、正方形及异形。

矩形框架也有横矩形框架和竖矩形框架两种。事实上矩形框架由于长边和短边之间不同比例,及实际尺寸的变化而形成大小和形状不同的矩形框架系列,变化非常丰富,应用极广。矩形框架具有明显的方向性特征,横矩形框架稳重饱满,竖矩形框架挺拔庄重,窄长的矩形框架又会显露出秀气时尚的感觉。对

安排主次分明,主题性强的信息内容颇为适合。用黄金分割比例或标准德国比例构成的矩形框架是目前实际应用最广的。

正方形框架比之矩形框架要单纯得多。正方形的四边长度相等,形状极易判断,纯朴而饱满。因为四边相等,也就无方向指示感,故蕴含一种骑墙中庸的性格。正方形类框架极适合表现装饰性和小品之类的题材。正方形框架单纯、平易的性格和所谓“无等级”的印象使它成为现时流行的框架样式。许多学术类书籍,青少年类杂志,贺卡之类印件及大量的前卫艺术作品都极多地采用正方形框架。

异形框架是指矩形和正方形框架以外的所有框架形式:圆形、三角形、梯形、不等边形、星状形等等不一而足。因其形状千变万化,相对其性格感受亦千差万别。总的说,这类框架具有轻快活泼、动感强、形象个性鲜明的特点。正因为异形框架形状各异,在编排实际操作中必须随形而异。因为它不像矩形和正方形框架有水平和垂线起基线的稳定作用,所以如何使编排配置得平衡、稳定,则必须从具体图形框架特性作不同处理(图7)。



图7 框架形态
各种不同大小和形状的框架适用于不同内容和表现形式的印刷物品。它们传达出各自特有的信息内涵和性格。

如上述, 框架的选择和设定是编排设计第一件工作。设定框架考虑的因素是什么? ①首先明确设计的目的、用途、信息内容、信息量以及目标受众等因素, 再考虑形状和大小。可多画出草图或用纸剪出草样反复比较。务求设计出的框架和目标相一致。②从经济因素和工艺材料因素考虑。如果是印刷品的话, 使用多大开度的纸? 应尽量与纸的开度相吻合。如原大、对开、4开、8开、16开等, 纸张还有大度与正度之分。选择设定框架应尽可能与相近的纸开度相接近, 减少不必要的浪费(图8)。

作业:

1) 请写出原张大度和正度纸张的尺寸。并用1:10的比例在纸上进行分割练习。要求在分割练习过程中, 研究被分割出来的框架形态和比例给人的感觉和性格特征。

2) 分别用两个矩形, 一个正方形和一个异形作框架研究的编排设计。

要求: a. 框架的比例、形状、编排的内容和数量不限。b. 框架的设计要能适合自己设定的内容, 充分体现自己的编排创意。c. 每张设计附上扼要说明。

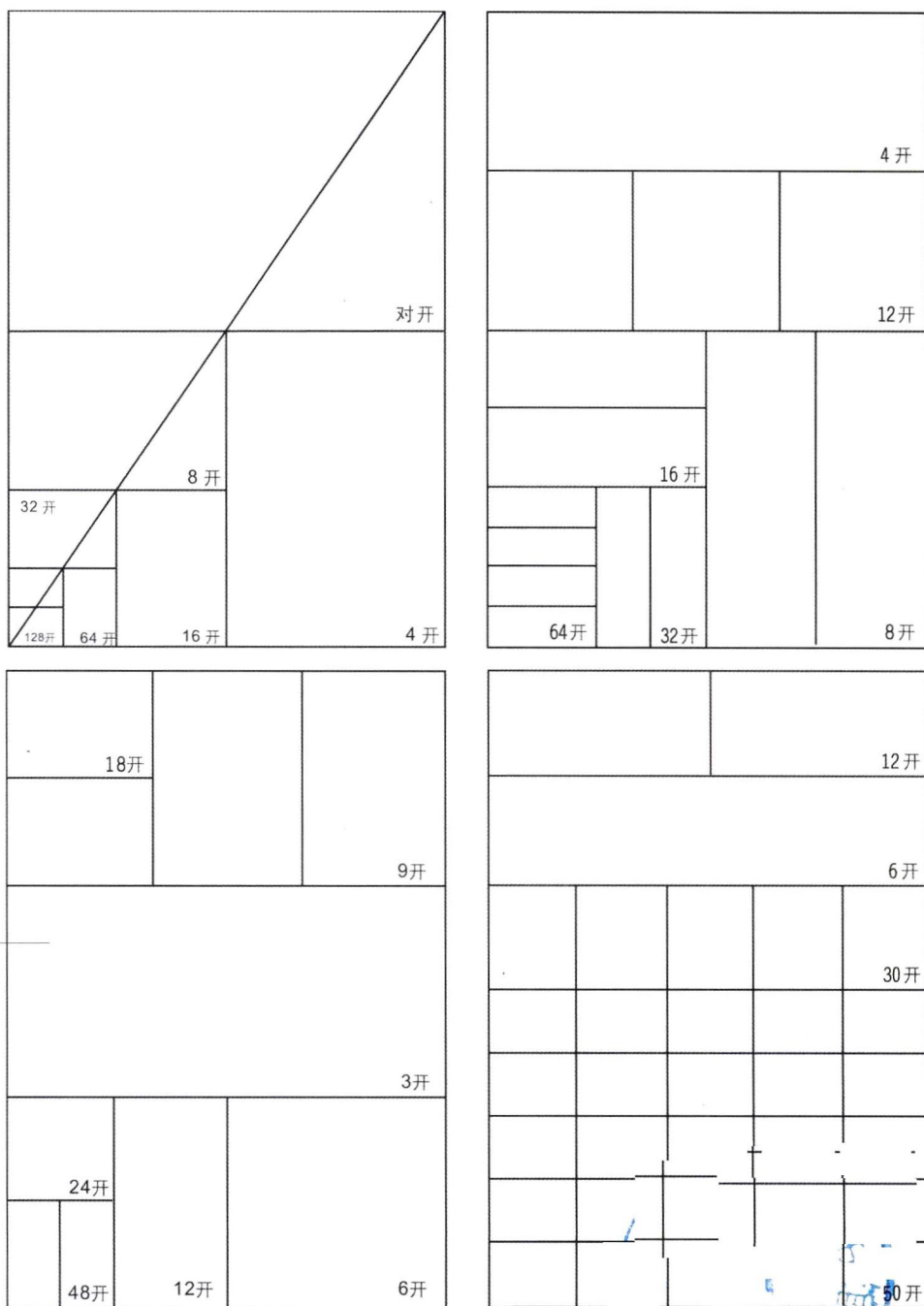


图8 纸张的开度

（二）文字

文字在设计作品中具有极重要的地位。一件广告设计作品可以没有插图和装饰，但绝少没有文字。文字作为语言符号，能精确地传达图所不能担负的如名称、内容的逻辑性、叙述性等方面的信息。另一方面，文字字体作为视觉形象之一，同时具有形象的诉求力量。如不同的字体有不同的性格情感倾向；不同的文字编排组合，会给人不同的阅读效果和视觉感受。所以，设计师对字体的选择和判断、设计编排和运用，在设计实务中实在是举足轻重的（如图9A~C）。

当代平面设计领域，文字的设计及其编排创新成为设计师们创意的主要课题。尤其是当代前卫设计师们所做的许多探索和尝试是有目共睹的。如美国平面设计师大卫·卡逊的设计作品，在他的作品里，字体被用来传达更多文字以外的东西。经过设计和编排的文字组合，产生奇异的视线感受，在引导人们的视线如寻宝般去进行阅读的同时，富于变化的并且已意向符号化的文字更唤起读者的情绪（图11A、B）。

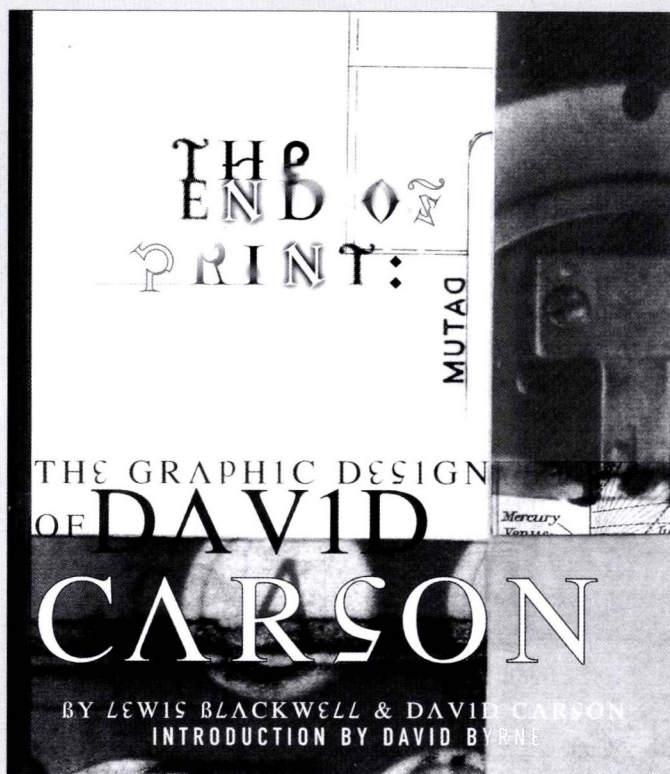


图9B 《印刷的终结》封面
作者：大卫·卡逊（美）



图9A 书法展海报
作者：陈汉标



图9C 无比石油气海报 作者：靳埭强（香港）

利用设计怪异字体和字体的组合，是当代前卫风格平面设计的一大特点。

特殊的字体设计，传达出特殊的个性化情感，设计家把文字设计的应用超出了字符的意义，成为语义和形象表现的有力手段(图 10A、B)。

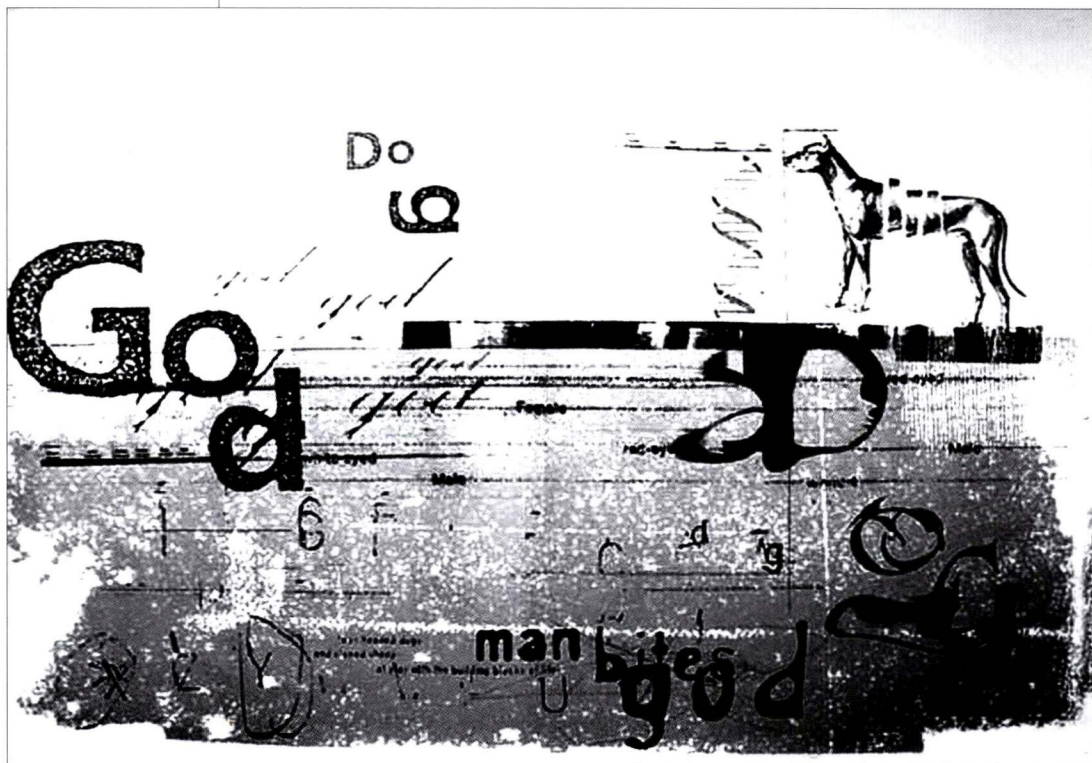


图 10A 创意海报设计
作者: 李永铨(香港)

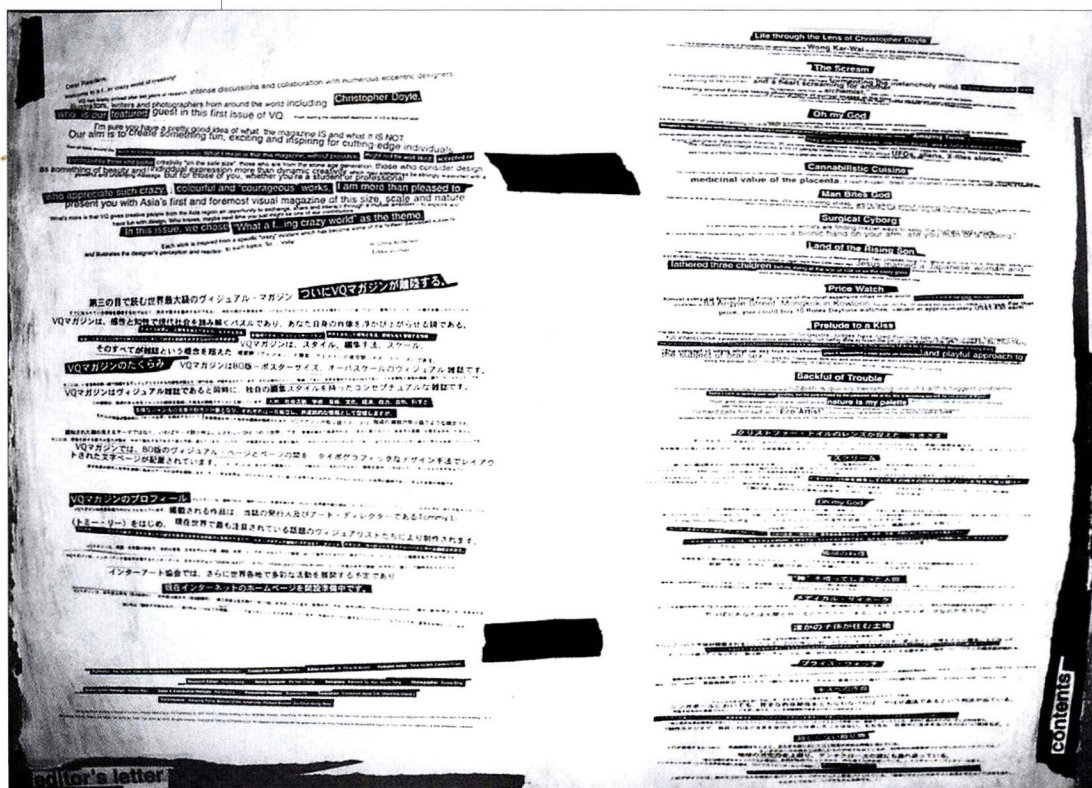


图 10B VQ杂志目录
作者: 李永铨(香港)
作者吸收瑞士和美国前卫设计的编排风格, 字体造型和编排, 骤看近乎“散乱无序”, 点、线和色调的构成甚觉潇洒随意。但细看之下, 你会发现, 这是在形象极富变化和活泼之中, 形式关系各要素之间结构极为严格的好作品。

1. 字体

设计师要掌握和运用好两类字体：一种是手绘装饰字体，另一种是印刷字体。

所谓手绘装饰字体是依据具体设计创意要求而特别进行构思设计绘写的字体。如商标名、产品名，特殊设计的广告语字体、招牌字体、标准字体等。这类字体设计特别强调本身的个性化反映和字体组合的艺术性和完整性，因为它们在画面中通常占据着重要的位置，是主要诉求形象之一。现代手绘装饰字体的造型和手法是非常丰富多样的。如手写体、连字组合、字与图组合、几何造型字，正负形字组合、装饰花体字、渐层变化效果字、电子风格字等等。设计师加强字体造型设计和书写能力，是搞好编排设计的必要基础之一(图11A、B)。

LEGA
ESTHETIQUE
ESPRIT
SHOP

HAIR CREATION
PALPUS

紙世界

1977 114
紙ひこうき

幸福なくらしのために
高柴家具

誕生祭

聖安娜餅屋
SAINT HONORE CAKE SHOP LTD.

LOUNGE
千鶴

風に愛

荷団

健康を送る店
CHIBUNEYA
千船屋
SOUTH CHIBUNE RICE SHOP

图11A 手绘装饰字体设计

豆乳

廣州酒家

CRAFTON

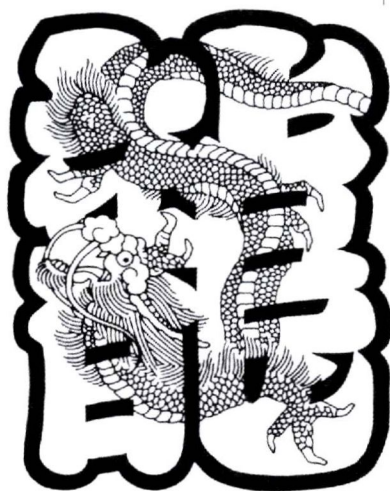


图11B 手绘装饰字体设计

印刷字体是指注重阅读功能，传递字符信息为主要任务的，由排字房或电脑软件提供使用的字体。目前已设计出通用的字体非常丰富，汉字不下百种，英文字体则多不胜数。并且同一种字体又能作大小变化：变宽变窄，左斜右斜，以及立体、空心、反白等，为我们在编排设计时提供了极大的字体选择和变化自由。正因这样，在实际设计中我们选用字体必须考虑两点：a. 字体的清晰度、视阅率；b. 字体造型是否与传达内容和版面整体效果相配（图12A～C）。

七 号 6pt
六 号 8pt
五 号 10pt
四 号 14pt
三 号 16pt
二 号 21pt
一 号 27.5pt
初 号 36pt
特 号 48pt

印刷字体

印刷字体

印刷字体

印刷字体

印刷字体

印刷字体

印刷字体

印刷字体

印刷字体

图12A 印刷字的字体、字号