

[美] 艾莉森·古德曼 著

平面设计的7大要素

THE 7 ESSENTIALS OF GRAPHIC DESIGN

THE 7 ESSENTIALS OF GRAPHIC DESIGN

Contrast/ Layout/

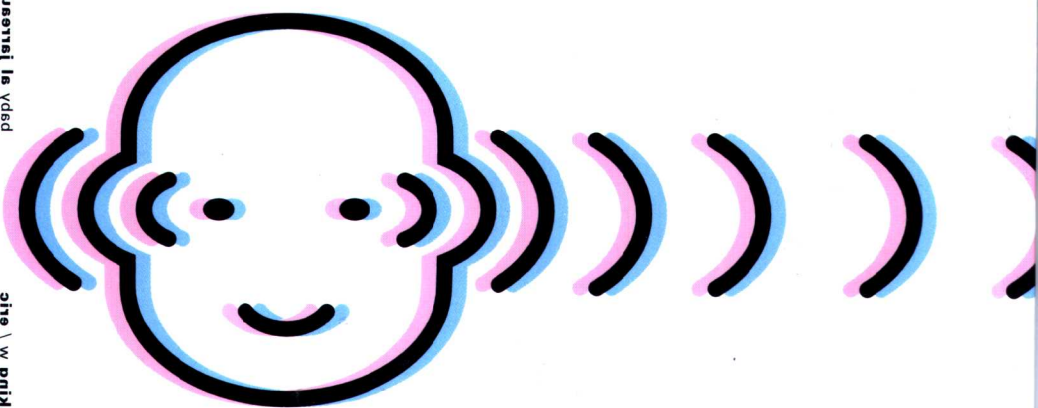
Grid Systems /

Identity Design: logos+logotypes/Critique+Analysis

transmission

МАСТЕР-КЛАСС

SONG

[illegible]

allison
GOODMAN

d.b.king w / eric clapton rock me baby at jarreau
we're in this love together school of fish 3 strange

上海人民美術出版社

图书在版编目(CIP)数据

平面设计的七大要素 / (美) 古德曼 (Goodman, A.) 著; 王群, 刘玉民译. —上海: 上海人民美术出版社, 2002. 6

书名原文: The 7 Essentials of Graphic Design
ISBN 7-5322-3243-3

I. 平... II. ①古... ②王... ③刘... III. 平面设计—研究 IV. J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第039410号

The 7 Essentials of Graphic Design. ©2001 by
Allison Goodman. Manufactured in China. All rights
reserved. No part of this book may be reproduced in
any form or by any electronic or mechanical means
including information storage and retrieval systems
without permission in writing from the publisher, except
by a reviewer, who may quote brief passages in a review.
本书经美国 F&W 出版公司授权, 由上海人民
美术出版社独家出版
本书中文版权由上海市版权代理公司帮助获得
版权所有, 侵权必究
合同登记号: 图字: 09-2001-219 号

平面设计的七大要素

编者: [美] 艾莉森·古德曼

译者: 王群 刘玉民校

责任编辑: 姚宏翔

封面设计: 姚正富

技术编辑: 陶文龙

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路672弄33号 邮编 200040)

经销: 全国新华书店

印刷: 上海中华印刷有限公司

开本: 889 × 1194 1/16

印张: 7.5

印次: 2002年6月第1版 第1次印刷

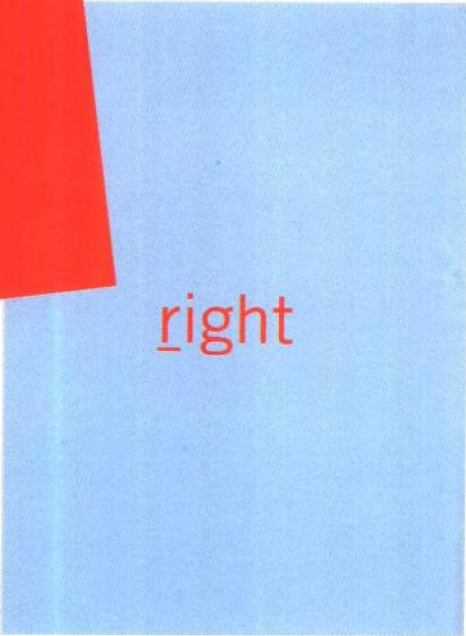
印数: 0001-3000

书号: ISBN 7-5322-3243-3/J · 3052

定 价: 49.00 元



react



right

left

这本关于大脑功能的小册子是通过设计传递信息的绝妙例子。关于左右大脑的主题通过列举与左右脑有关的功能来得以阐明，对字体的色彩及黑与白的处理更强调了这些区别。为了进一步深化大脑主题，关于右脑的文字被安排在了左边，反之亦然，形象地说明了大脑的实际工作状态。简单的字体处理通过大块的文摘式版面得以进一步的加强。

- 设计公司：洛伊/鲁宾诺设计集团公司
- 设计者：罗伯特·洛伊、阿什莱·莫斯

analyze
focus
logic
intellect
plan

L R



create
vision
passion
emotion
react

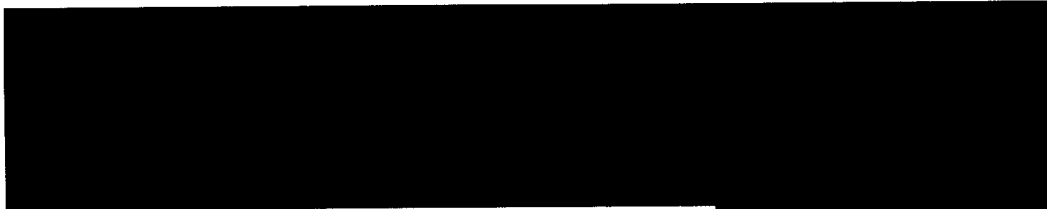
平面设计的七大要素



平面设计的七大要素

[美] 艾莉森·古德曼 著

王 群 译 刘玉民 校





平面设计的七大要素

[美] 艾莉森·古德曼 著
王 群 译 刘玉民 校

The 7 Essentials of Graphic Design. © 2001 by Allison Goodman. Manufactured in China. All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form or by any electronic or mechanical means including information storage and retrieval systems without permission in writing from the publisher, except by a reviewer, who may quote brief passages in a review.

本书中文简体字版由美国F & W出版公司授权上海人民美术出版社独家出版。未经许可, 本书任何部分不得以任何方式复制或抄袭。

本书中文版权通过上海市版权代理公司获得。

合同登记号: 图字: 09-2002-219

献 辞

谨以本书献给三位了不起的女性。

首先，献给我的外祖母露丝·布洛姆，她给了我智慧和灵感。

其次，献给我的祖母特尔莎·古德曼，她通过为我的大学教育作担保，部分地实践了她独立的理想。

最后，献给充满热情和责任感的我在大学本科时的教授凯伦·莫亚。

感 谢

由于教学工作对本书的诞生起到了积极而实在的作用，我首先要感谢我的许多学生和我的老师们，他们多年以来给了我设计的灵感和思路。我要感谢雷蒙·缪诺兹、安迪·戴维逊和朗·琼斯，是他们邀请我于艺术中心任教并一直给予我支持。

我还要感谢建议我编写此书的我的同事佩特罗拉·弗伦提克斯和给予我专业指导的HOW设计出版社的林恩·海勒、林达·黄、克莱尔·沃姆克和金·艾格利科拉。同时，我也要感谢慷慨地提供设计实例的许多设计工作室。最后，我要深深地感谢我的丈夫丹尼尔和我们的两个孩子。

publishing w / orie clapton took me baby all jarran
we're in this love together school of fish 3 strange
days ringo Starr weight of the world hadda brook
anytime, anyplace, anywhere alabama if i had you, old
lame kenny rogers coward of the county fleetwood
mac
red
turn
a.b.i
gone
the

table of CONTENTS

目 录

绪论/08/

第一章 调查研究/10/

第一节 客户想告诉你怎样一个故事?

第二节 研究策略

ch.01

第二章 印刷排版/22/

第一节 印刷排版艺术

第二节 字体发展历史

第三节 字体设计

第四节 字体的个性特征

第五节 字体技术和术语

第六节 字体的组合

ch.02

第三章 对比/42/

第一节 外形传递视觉冲击力

第二节 在各元素间建立先后顺序

第三节 对比和明暗

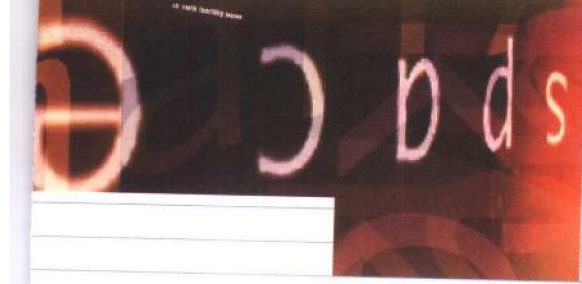
第四节 通过色彩形成对比

第五节 不拘一格(合乎情理)

ch.03

above nature and

above
time



第四章 版面设计/54/

- 第一节 好的版面能给观众恰当的引导
- 第二节 构成清晰等级的基本元素
- 第三节 绘制草图的七条规则
- 第四节 网上设计的构想

第五章 网格系统/74/

- 第一节 规则
- 第二节 运用网格系统的理由
- 第三节 网格的形成
- 第四节 网格不仅仅是由线条构成的

第六章 标识设计/90/

- 第一节 完美的形象
- 第二节 标识设计的三个策略
- 第三节 设计过程
- 第四节 四个建议策略
- 第五节 实际运用

第七章 批评与分析/102/

- 第一节 开发你的设计眼光
- 第二节 基本原理的最后总结

绪 论

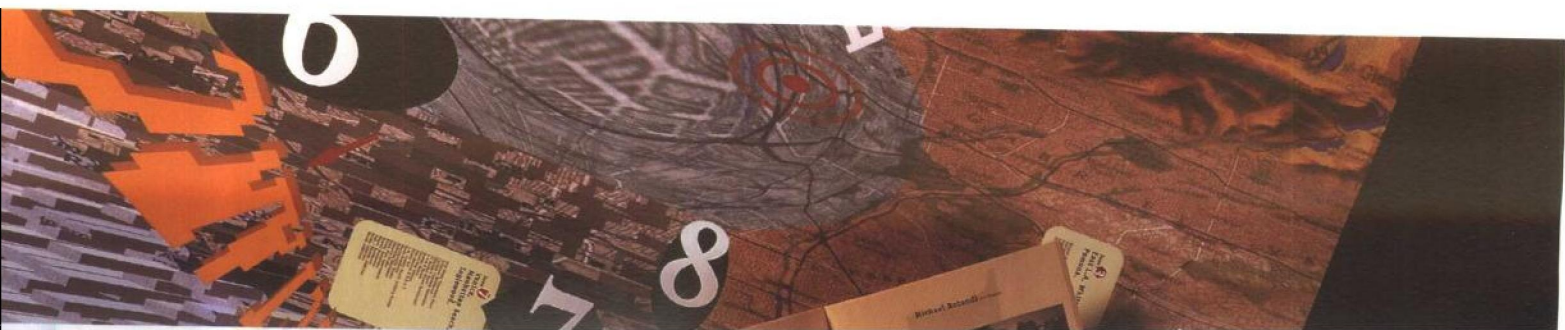
【“事实上我们生活

在一个被精心设计过的世界里，

因此我们将无法

在别的世界里生存。”】

——拉尔夫·凯普曼《通过设计》



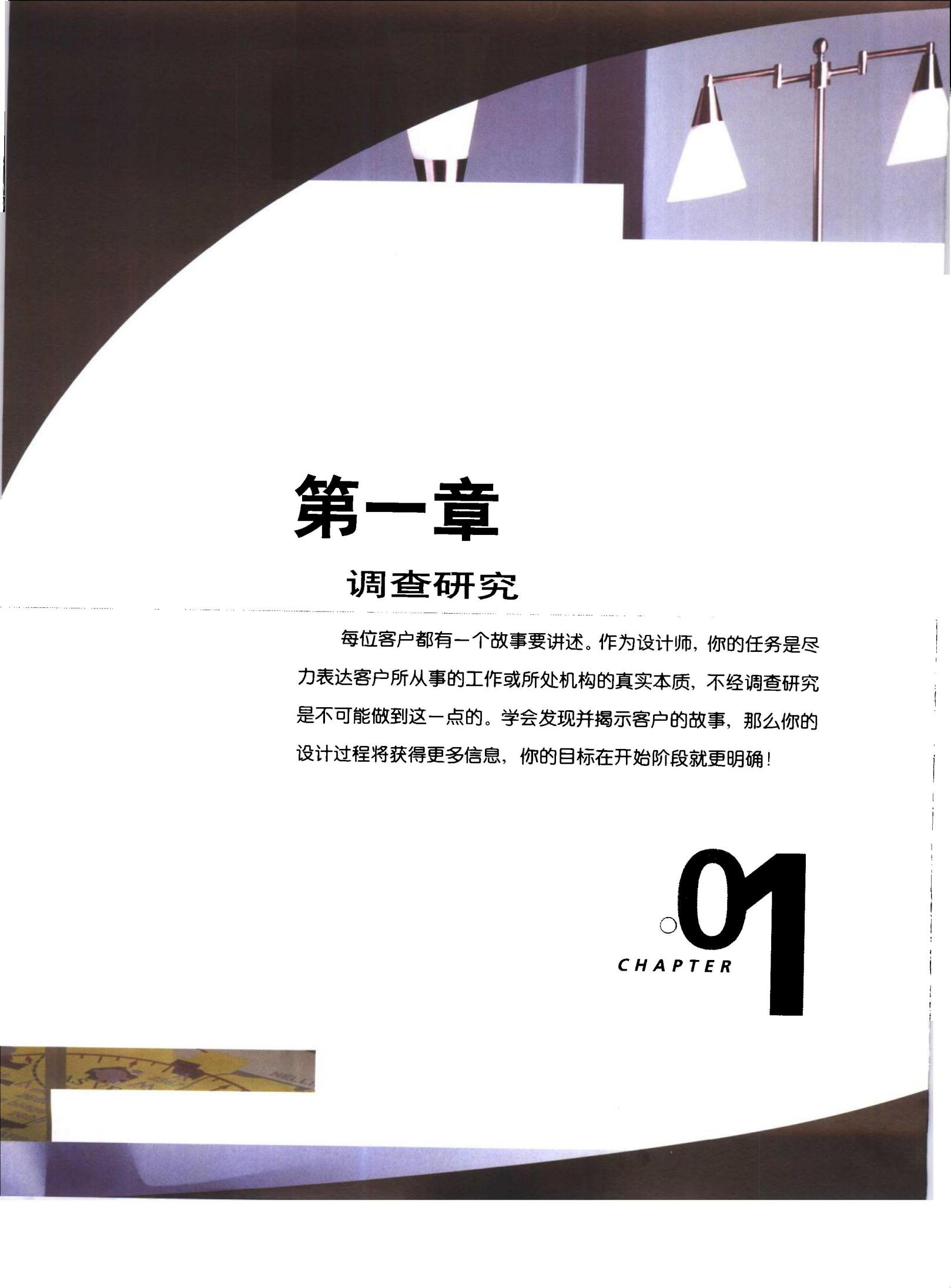
绪 论

在我实践并教授平面设计的 20 年中，我对这门艺术的迷恋和执着从未动摇过，这个职业不断地挑战着我的左右脑，培养着我对创造的极大热情，它同时也为我提供许多机会来思考我的行为在总体上对世界的影响。每次为客户设计作品时，我总要作大量的研究和探索，它为我提供了各种不同的经历，在创作中，我探索爵士乐和古典音乐的不同理念、女性的权力、棒球、偏执行为、餐饮及环球旅行——这里仅举几个例子——我有机会研究各个不同的主题，所涉及的面比我想像的要丰富得多。教书能给自己增加许多不同的经历，学生们能不断提供给我新的想法，他们把他们对文化及设计的思考带进课堂。

成为一名平面设计师是十分有趣的事，它给予你训练和经历，而最主要的是你对这个世界的“思考”及如何与这个世界上别的居民进行交流。当学生问起他

们该读些什么杂志来使自己成为世界顶级的设计师时，我回答说：“你喜欢的每日报纸及《纽约人》杂志”。当然，他们希望我推荐一些实在的设计方面的杂志。《纽约人》是我个人的选择，但阅读报纸却是必须的，因为如果你不了解这个世界，你就无法与别人交流，也就是说，关于平面设计的书籍和其他一些艺术类出版物是增加创意和灵感的绝佳途径（不要犹豫，尽量模仿你最喜爱的设计师，在经过足够的训练之后，你将形成你自己独特的风格）。

本书的意图是希望为你提供有价值的参考，通过对基本理念的解释，并辅以前成熟甚至复杂的作品来说明这样一点，即基本要素是成功设计的基础。我写作本书的过程是对自己这么多年来作为职业设计师和教师工作的反思和升华，把自己许多不同的设计思想规律化并变成文字是一件有趣的工作，就像人们用语言表达自己的思想一样。我希望本书能增强你对平面设计的兴趣，我也希望你的职业经历能提供你一个成长的机会，作为个人也作为一名设计师。

The background of the page features a large, curved white shape on the left side. In the top right corner, there is a photograph of a modern lamp with two adjustable shades. In the bottom left corner, there is a small, partially visible photograph of a clock face.

第一章

调查研究

每位客户都有一个故事要讲述。作为设计师，你的任务是尽力表达客户所从事的工作或所处机构的真实本质，不经调查研究是不可能做到这一点的。学会发现并揭示客户的故事，那么你的设计过程将获得更多信息，你的目标在开始阶段就更明确！

01

CHAPTER

everyday
hand & f
solutio
rejuvena
services
pedicu
a varied
environm
noun. 1. The perfect
(spa for hands & lo

【“创意可能在难题中诞生，

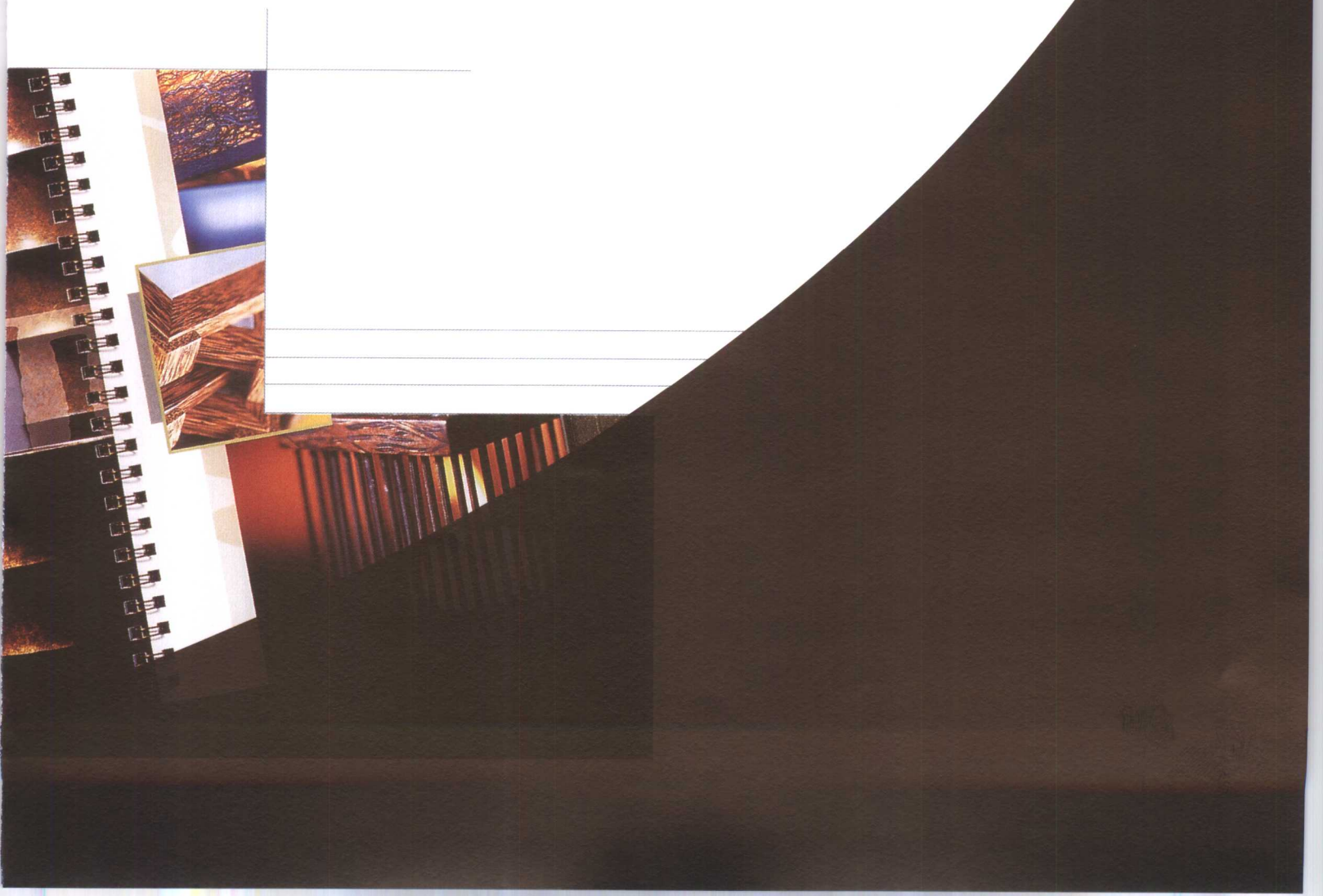
难题反过来则会变成答案的一部分。”】

——保罗·兰德《设计师的艺术》

【“设计师必须考虑用户的性质

和他们的需求。”】

——麦尔可姆·格利亚



第一节 客户想告诉你怎样一个故事?

在设计过程的视觉设计阶段真正开始之前,有一个调查研究的阶段,这个阶段给你一个机会,把你自己融入将进行专心设计的这个项目的“文化”氛围中,

这是一个拓展你的视野的机会,不仅给予这个项目更多的设计灵感,甚至会丰富你的业余生活。

这一阶段在总体上也许并不富有吸引力,但它对于一个成功的设计却是至关重要的,彻底的探究将帮助设计师:

(1) 用新鲜的信息丰富滋养自己的想像力;

(2) 给设计师和客户一个机会,就项目的最终目标达成共识。

了解客户生意的所有方面,从顾客简介到贸易手段,这都是十分重要的。

在这个温泉疗养地的名片上,色彩的选择与水、矿物泥、海草等天然材料保持一致,随意但清晰的Hands On标识清楚表明客户十分了解顾客对价格适中的温泉疗养地的期望值。这些是设计师在设计的前期阶段通过向客户了解情况而获得的。

- 设计公司:
弗伦提克斯设计工作室
- 创意主管:
佩特罗拉·弗伦提克斯
- 设计者:
佩吉·吴



第二节 研究策略

不同的研究策略可以单独或合并使用来帮助设计师及客户明确一个成功设计的基础是什么:

(1) 问题及答案:

这个策略涉及询问客户你在高中新闻课程上曾问过的相同的问题: 谁? 什么? 什么时候? 哪里? 为什么? 怎么样? 在组织“时髦的服装店”项目的调查中, 经过对调查结果的简要分析, 你会发现该店的图案设计应能吸引35至60岁年龄段的女性, 她们在给家人和朋友选购礼物时较少考虑价格因素, 相反, 较多考虑服务、创意及品牌。

(2) 寻找现存的例子:

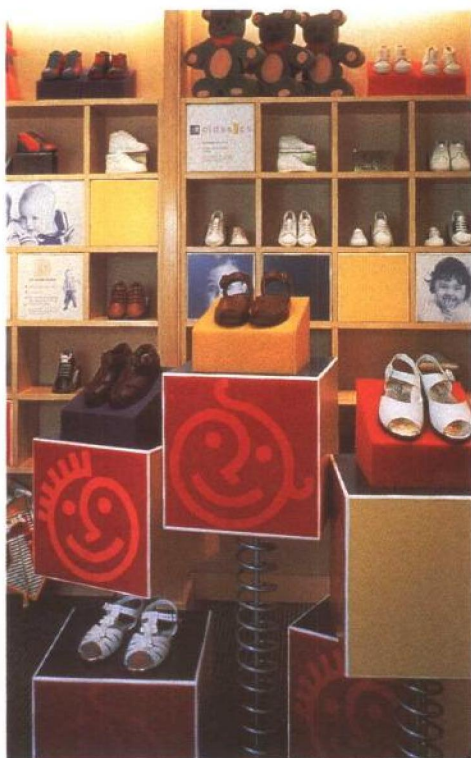
还是以上面所举的高档服装店为例, 如果你已经发现你的客户准备把这个项目制作成非常具有比佛利山庄品味的作品, 那么你可以作一些市场调查, 参观一下你所在城市最高档的地方, 收集丰富的资料, 观察一下类似的商店是如何通过平面造型来表现自己的, 购物卡、购物袋、店面的印象等等都是有用的收集素材。毫无疑问, 你将慢慢发现符合某

种零售企业的平面造型趋势, 把这些调查研究的结果组织、分类并面呈客户可能是成功调研的一个基础。如果想对现存的平面设计实例进行进一步研究, 那么你可以在迎合被你的客户预测为目标市场的那一部分人群的品味的出版物中



这是流行智力竞赛时间! 这张CD在设计时设计师想到了A) 米恩·艾尔瓦雷多还是B) 纳特·提克和斯克瑞普? 如果你不太肯定, 请阅读《创造独特情景》一节。

- 设计公司: 半流质设计公司
- 设计者: 麦克·洛尔



精确的市场调查 Stride Rite 的目标市场是受过良好教育，具有社交意识的年轻母亲，她们看重物品的价值和品质，依据这些信息，在为这家零售商店重新设计时设计者运用了手画的脸部图案，但画得干净利落也十分有趣，一切围绕“成长中的快乐”这一主题展开，强劲有力的商店标识清晰地传递着这一信息。在这些实例中，商店的基本定位及标识被仔细地运用在标牌、展示牌及包装用品上。

- 设计公司 塞尔伯特·珀金斯设计公司
- 创意主管 罗宾·珀金斯、克利佛德·塞尔伯特
- 设计者 罗宾·珀金斯、朱利亚·达吉特、米歇尔·费兰、姆伦·科森、基姆·里斯、约翰·鲁兹

