

COMMUNICATING INFORMATION THROUGH GRAPHIC DESIGN

信息化平面设计

INFORMATION GRAPHICS

AND VISUAL CLUES

Ronnie Lipton / 编著

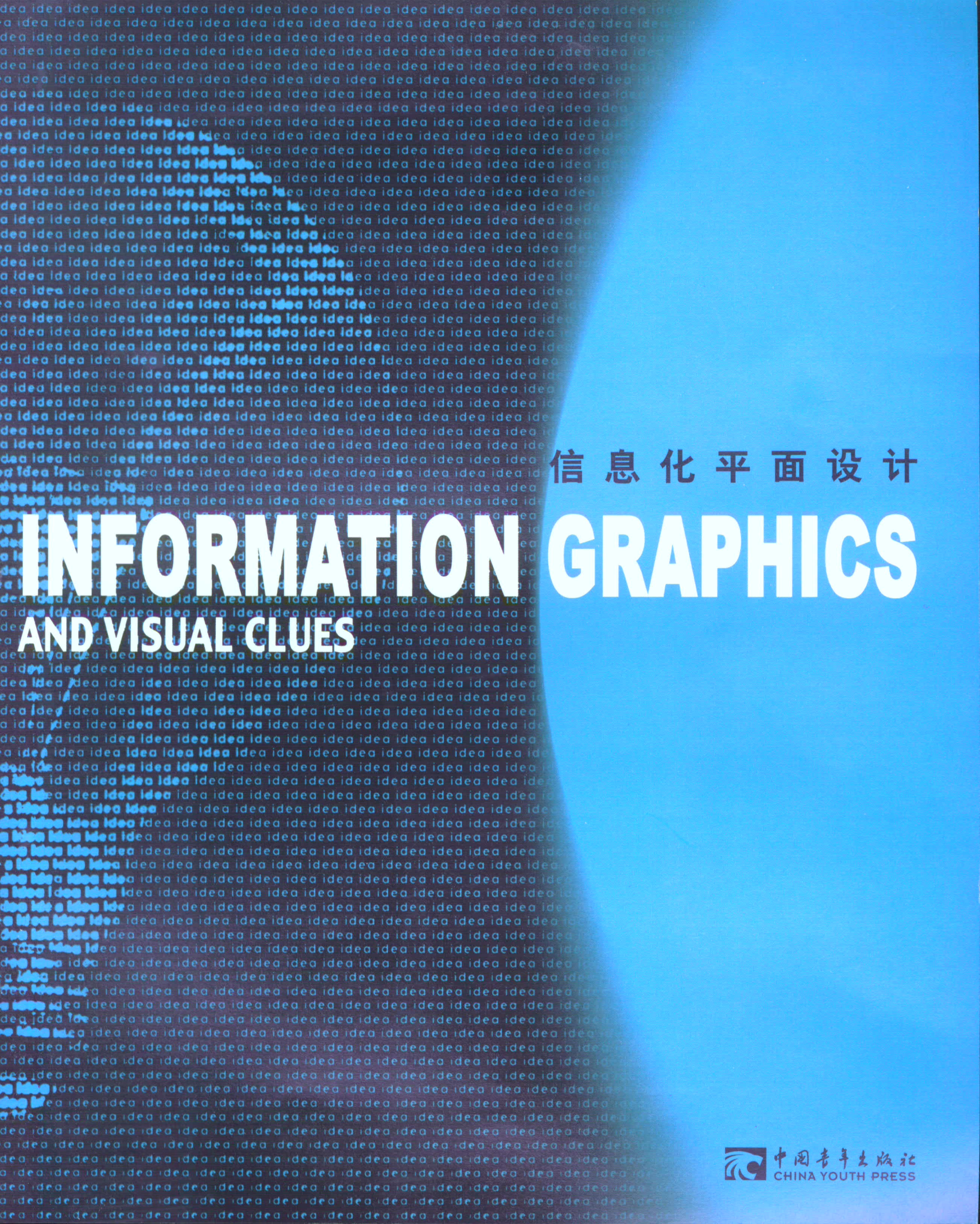
CHINA YOUTH PRESS



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



ROCKPORT



信息化平面设计

INFORMATION GRAPHICS

AND VISUAL CLUES

(京)新登字 083 号

本书由美国RockPort出版社授权中国青年出版社独家出版。未经出版者书面许可,任何单位和个人不得以任何形式复制或传播本书的部分或全部内容。

版权登记号:01-2003-2878

图书在版编目(CIP)数据

信息化平面设计/美国RockPort出版社编;陈君等译,北京:中国青年出版社,2003

ISBN 7-5006-5234-8

I. 信... II. ①美... ②陈... III. 平面设计—作品集—世界—现代 IV.J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第057337号

书 名: 信息化平面设计

编 著: Ronnie Lipton

翻 译: 陈君 等

出版发行: 中国青年出版社

地址: 北京市东四十条21号 邮政编码: 100708

电话: (010) 84015588 传真: (010) 64053266

网址: www.21books.com www.cgchina.com

E-mail: reader@21books.com

印 刷: 利丰雅高印刷(深圳)有限公司

开 本: 菊8开 印 张: 26

版 次: 2003年9月北京第1版

印 次: 2003年9月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5006-5234-8/J·539

定 价: 98.00 元



GLoucester MASSACHUSETTS

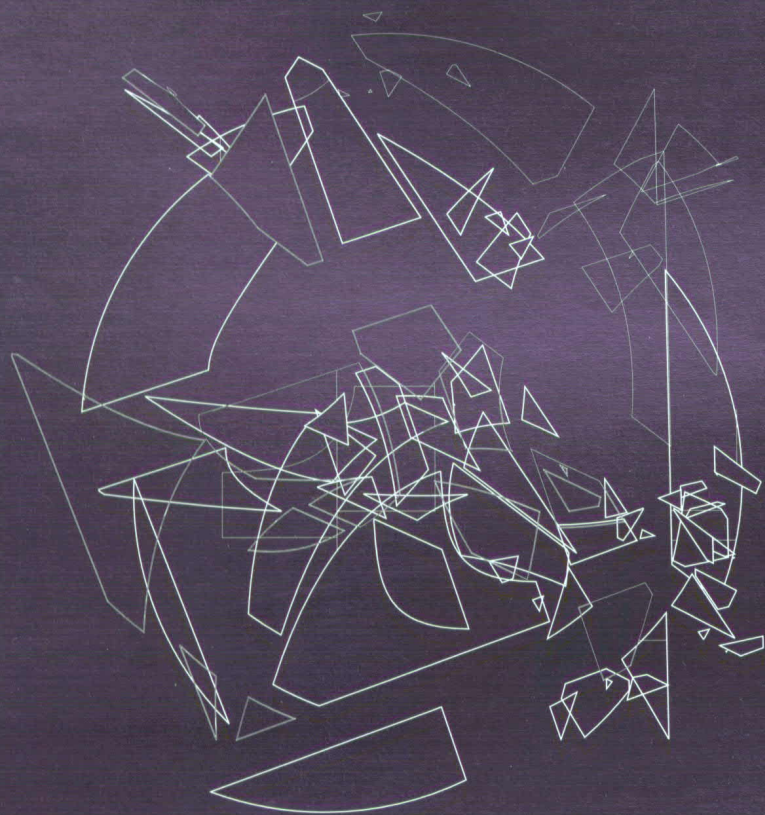
INFORMATION GRAPHICS

AND VISUAL CLUES

ROCKPORT
PUBLISHERS



RONNIE LIPTON



目录

引言	6
第 1 章	10
出版标识系统	
第 2 章	26
海报和其他宣传物	
第 3 章	108
标志和信纸	
第 4 章	172
插画	
第 5 章	186
节日贺卡	
设计师名录	206
致谢	208
作者简介	208

引言

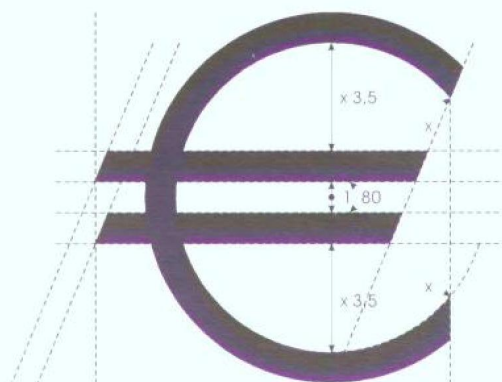
“被看到，被听到，被注意，被记住，”是马里兰州贝赛斯达的Tim Kenney Marketing Partners 公司的使命与口号，它概括了每一位图形设计师处理任何项目时的任务和目标：不是仅仅传递信息，而是要让信息能被人们所接受，能领会其含义，能让人回想起来。当然，这需要利用智能图形，也就是会说话的图形，才能立即达到这一目标。

采用图形的原因是，它们可以超前传递信息。观看者在看到文字之前，就能看到图形，并领会其表达的信息。实际上，图形可以被外籍人员、文盲或者那些忙碌紧张的观看者所理解，无需一词，他们就可以根据整幅图像领会图形所表达的意思。其他观众会根据看到图形的第一印象，来决定是否需要阅读文字。虽然字体并不过时，可与图形相比，即便是非常大、非常粗的字词，观众也要花费更多的时间来领会其意图，而且，有研究表明，除非是有足够的动机，否则，人们一般不会自找麻烦。

研究结果同样证实了，在设计中，图形的作用及状态是可视要素最重要的一点（这也证明了：与图形对等的词汇是什么？如果您曾听说过一次答案，那么，您就听说过一千次）。

最近，即使是世界强国，也在视觉和信息图形的作用上有过一些教训：

- 就 2000 年美国总统选举而言，根据其党派的不同，许多人对共和党获胜使用的误导性作用的选票褒贬不一。
- 您能想像得出，美国五角大楼里的官员，会进行一场有关颜色的辩论吗？2001 年 11 月，国防部决定改变阿富汗空投食品包装盒的颜色。开始他们使用的是黄色。这种颜色与当年在该国投放的集束炸弹中未爆炸的小炸弹罐颜色一样。所以联合国和人权组织指出，饥饿的贫民会因混淆这两种东西而受伤。因此，五角大楼后来计划使用蓝色。
- 2002 年，欧元的引入引起人们的广泛关注，其核心就是欧元符号的设计，它就是一个信息图形的例子。欧盟欧元事务主席 Jean-Pierre, Malivoir 和他的团队将平行直线（来自元、镑等货币符号的启示）与希腊字符 E 结合起来。显而易见，E 代表欧洲。



如果一幅图形构思奇特，同时又具有很好的表现力，就可以不使用词语，或者至少让字词处于从属地位。有一个广告相当引人注目，一个近乎空白的页面所传达出来的图形信息却可以成千上万。在这个广告中，设计者仅在白色光纸的右下角上绘有一个产品的小照片。

这个产品就是

漂白剂

哦！

我们来分析一下这张空白页。该广告具有两种效果。首先，当到处是繁杂的信息时（如该广告来自一本杂志），读者就很可能被这个空白所吸引，他们会迫切地希望了解是否漏掉了什么内容。将单独一个黑白广告放在众多的彩页中（如果不是因为预算），也是出于相同的考虑。有一条古老的广告标语这么写道：“如果您想引起别人的注意，就轻轻地说。”其次，一旦看到这空白页，读者就忍不住想看看，这几乎眩目的白光表达出的产品效果有多好。

如果能够告诉您这个广告的出现，厂商卖了很多漂白剂就好了，但事实并非如此。您不必感到惊讶，因为我们身边就有这样的例子：由于客户的拒绝，那些聪明的点子丝毫没能发挥作用（这个例子是因为它不适合品牌定位）。

本书介绍了许多设计理念，这些理念能帮助您赢得客户，被印刷成册，进入读者的内心世界。各章节按照工作类型划分，如标志、海报等等，但有些特殊的情况，对某一相同标识的各部分，需要进一步讲解群体划分单元。本书还提供了大量的图形系统（可视代码）的例子，它们将无声地向读者讲述他们看到的是什
么，属于哪一类，或者在哪里能找到。

在这些有效的信息图形中，有许多可用来帮助观看者找到自己的方向——在建筑物、城市和出版物中。它们都是为积极吸引观看者而设计的，能够让人伸手可及（正如另一句广告口号说的）。

实际上，这些图形传递的信息是如此令人信服，以致于人们无需借助于文字，就可以明白它们所要表达的意思。但这并不意味着您不会找到任何文字——在这一点上，我没有说服我的编辑。因此，您还需要找到各种灵感，来增强自己图形的表现力，因为每个图形上都带有文字，将有助于这一创造性过程，不能让观察者真正体会每个设计者的用意。

“被看到、被听到、被注意、被记住”是强有力的词句，但还是比不上用图形显示该信息来得快速和来得有影响力，下图说明的正是设计公司是如何传递该信息的。



Tim Kenney Marketing Partners

项目：网站、明信片

设计公司：Tim Kenney Marketing Partners

感观人像，再加上符号，有助于表达设计单位的使命：“被看到、被听到、被注意、被记住”。该图像第一次亮相于公司的网站，其设计目标非常直接。Tim Kenney 曾说，“没有人愿意花时间等待图像……漂亮的图像需要花很长的时间下载”。

当人们说，“不要以封面来判断书的优劣”时，您应该将它作为设计上的挑战。如果这句话是从字面的角度来讲，则必须针对只在封面使用标题的设计者（我相信，没有这样的人）；但是，如果设计者首先阅读或浏览了书中的内容，并与书的作者进行了探讨，而且了解该书针对的读者，那么，就没有理由说明封面不应给出书中内容的形象提示。因此，我们没有跳过该过程的借口。

经过精心设计和研究的封面，可以奠定内容的基调。不光书籍和其他媒体是这样，产品包装也是如此。优良的封面不仅仅是稳妥和可靠，而且当设计的产品与众多同类产品竞争时，好封面也起着举足轻重的作用。在当今社会中，产品不但要与其他同类产品进行竞争，而且还要在竞争中取胜。

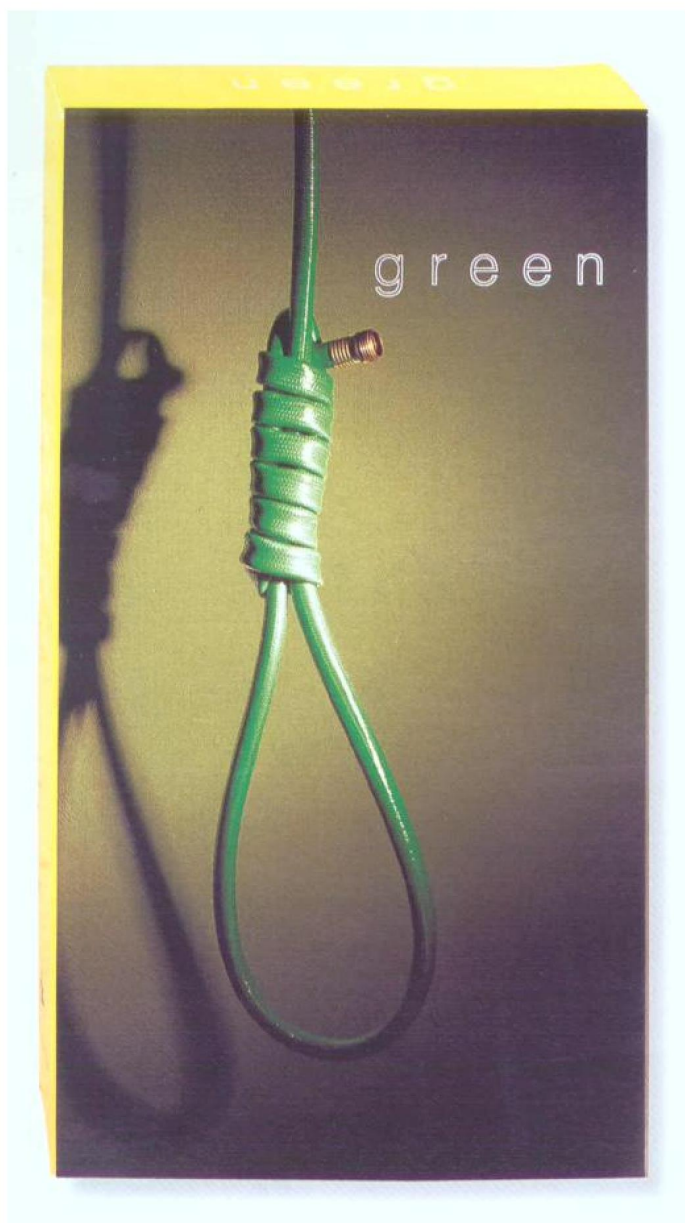
publication identity systems

第1章 出版标识系统

观众都易于冲动，感情用事，他们富有选择能力，通常比较苛求，因此，为了争取到他们的注意力，“聪明的人”都不会忽视这一点。能给人以深刻印象的封面，必须要有内涵，不但能激起观察者的兴趣，而且，必须能表现所代表的产品，此外，它还需要快速表现作品。为了满足这种要求，设计者通常需要使用清晰的图形，而不是文字。

在本章中，我们将提供各种实例，它们都采用信息设计系统，来揭示整个发行物的内容。年度报告便是其中的一类。多数实例都有自己的主题，从封面设计，到整本书，都要贯穿这种主题。为了让公司具有良好的形象，而且不致于让页面过于单调，比较实用的准则就是用大且吸引人的丰富图形填充页面。

当然，任何准则都有例外，因此，在有些年度报告中，为了达成某种效果，或者为了更合算，人们就会打破陈规旧则（如果出于更合理的预算，通常设计者会进行更有效的设计，以便让页面看起来更像设计的决策）。



Two Birds Film Company

项目：影视包装

设计公司：Group Baronet

制作总监：Meta Newhouse

设计：Brad Galles

摄影：Sam Martinez

由水管制成的一个套索，说明了该纪录片要表达的主题：某些企业疏忽了水源的污染

该纪录片考察了位于巴吞鲁日和新奥尔良之间的路易斯安那（又称癌症之路），该地区水源中，有毒物质散发的级别在美国居于首位。设计者选用强有力的套索图像，来表现该地区的高死亡率。由于套索也象征着私刑，因此，该图像暗示：本影片具有政治色彩。

在该地区的人口中，大部分是贫穷的非洲人和美国人。纪录片在反映污染的同时，还谴责了污染水源的塑料公司，所推行的种族歧视和杰出人物统治论。影片揭露了这样一个事实，那些想继续推行污染的公司，认为受害地区的人们非常无知，因而不会大胆地申诉，而且这些公司还认为，他们没有经济实力为自己聘请好的辩护律师。

这幅图更深层次的寓意是：套索不是用绳子打结成的，而是用水管结成，带有不祥的影子。套索是绿色的，与图像中标题指出的颜色一致，并且，与许多其他水管一样。此颜色可以代表环境，但也可以代表您不愿意喝的水的颜色。

Epinions

项目：标识系统

设计公司：MetaDesign NorthAmerica

设计：MetaDesign NorthAmerica



The good...



and the bad



What's your opinion?



Buy it!



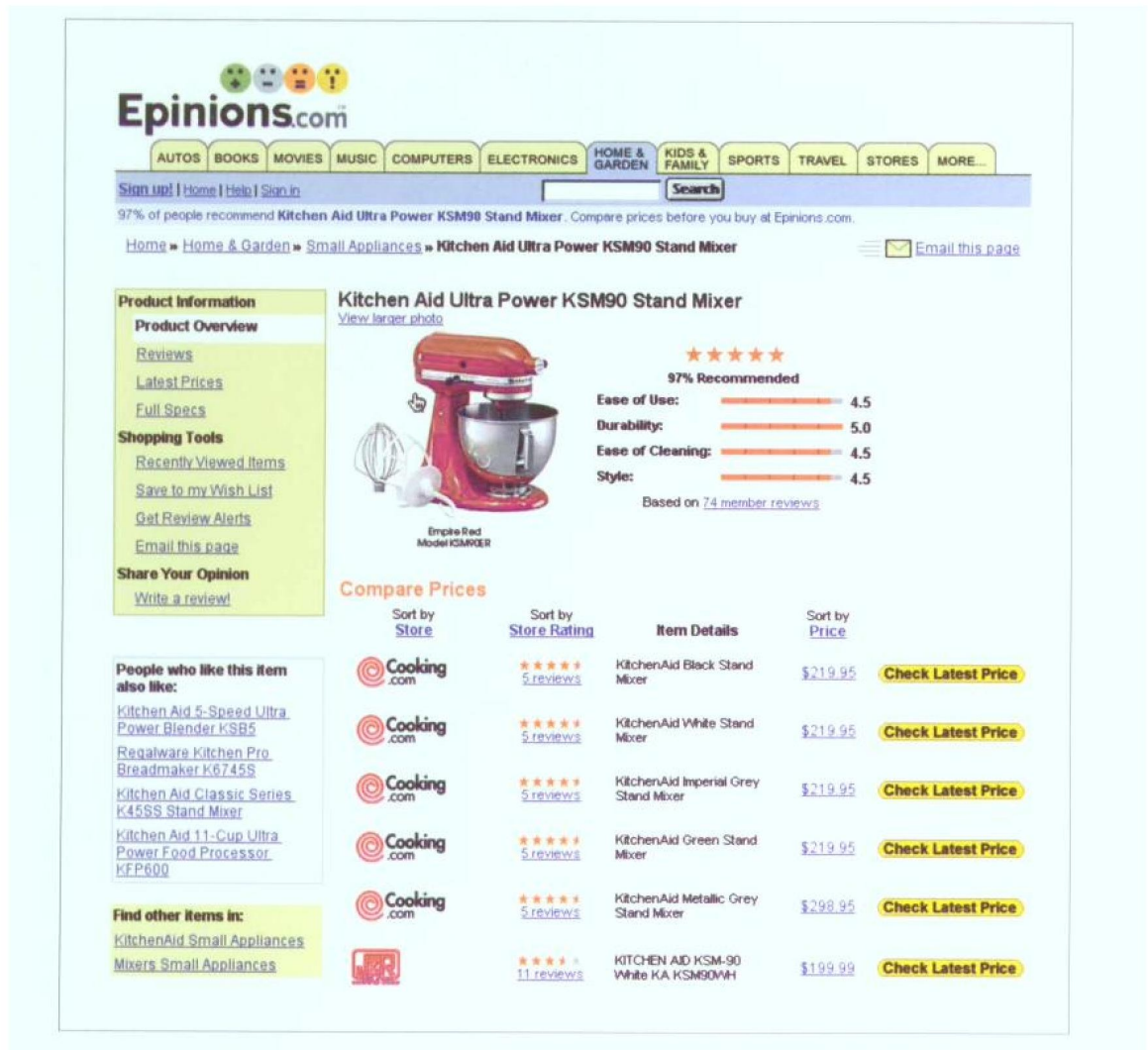
Epinions 是一家面向顾客的因特网公司，需要一种标识，来反映本公司独特的商业主张：由用户自己，而不是由专业评审员，创建并操纵产品和服务评审数据库。为了实现这项要求，Epinions 求助于 MetaDesign NorthAmerica。

在设计过程中，MetaDesign 与客户一起研究了一套核心参数，用以指导标识的开发。他们决定，设计应该显示出鼓舞人心、透明性（由于是由顾客操纵，Epinions 希望，该标识在网站上别具特色）和具有激情（顾客应该对所评审的内容充满热情）。共有性是 Epinions 希望该标识表现的另一个属性。为了获得比例和幅宽，MetaDesign 还讨论了各种可能的应用，包括从非常小的因特网链接图标，到非常大的广告牌。最后，Epinions 提供了最后一条信息，用反向的小写字母 e（该字母曾被用于先前的标识系统），制造了一个大概轮廓的头像。



有了这些参数后，MetaDesign 又确定了 4 种不同的标识设计方向。Sandy Speicher 创建的标识被最终选中，他说，“由于我们与客户之间的工作关系非常好，因此，当设计还处于进行中时，客户的制作总监便可以开始评审其中的部分工作。制作总监帮助提炼并制定了当时正在努力的方向。”所以，当 MetaDesign 提供 4 种解决方案时，很显然，Epinions 会选择最能够将它品牌运用到设计中的方向。

Speicher 补充说，“我们随后想尽了各种办法，以确保头、眼睛、面部表情和符号的颜色、样式和形状都恰到好处。”通过将普遍存在的字符图释放在头像上，MetaDesign 还向客户提供了一种完整的通信系统，该系统不仅集成了 4 种级别的系统，而且同时扩展了数字媒体和传统媒体。



Association of Croatian Architects

项目：杂志

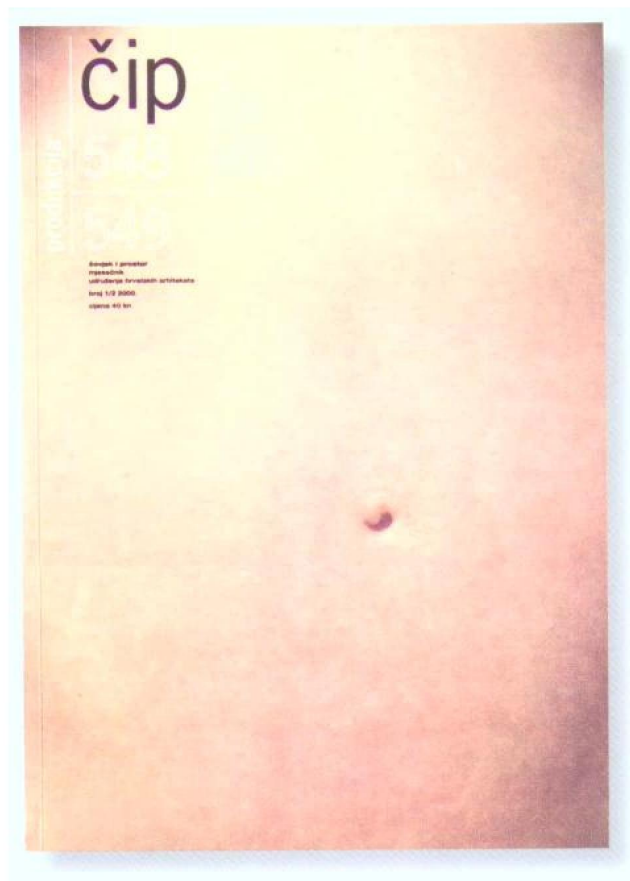
设计公司：Cavarpayer

制图/插画：Lana Cavar, Narcisa Vukojević

设计：Ira Payer



怀孕的腹部揭示了某建筑杂志
的新设计和期刊的主题：生
产

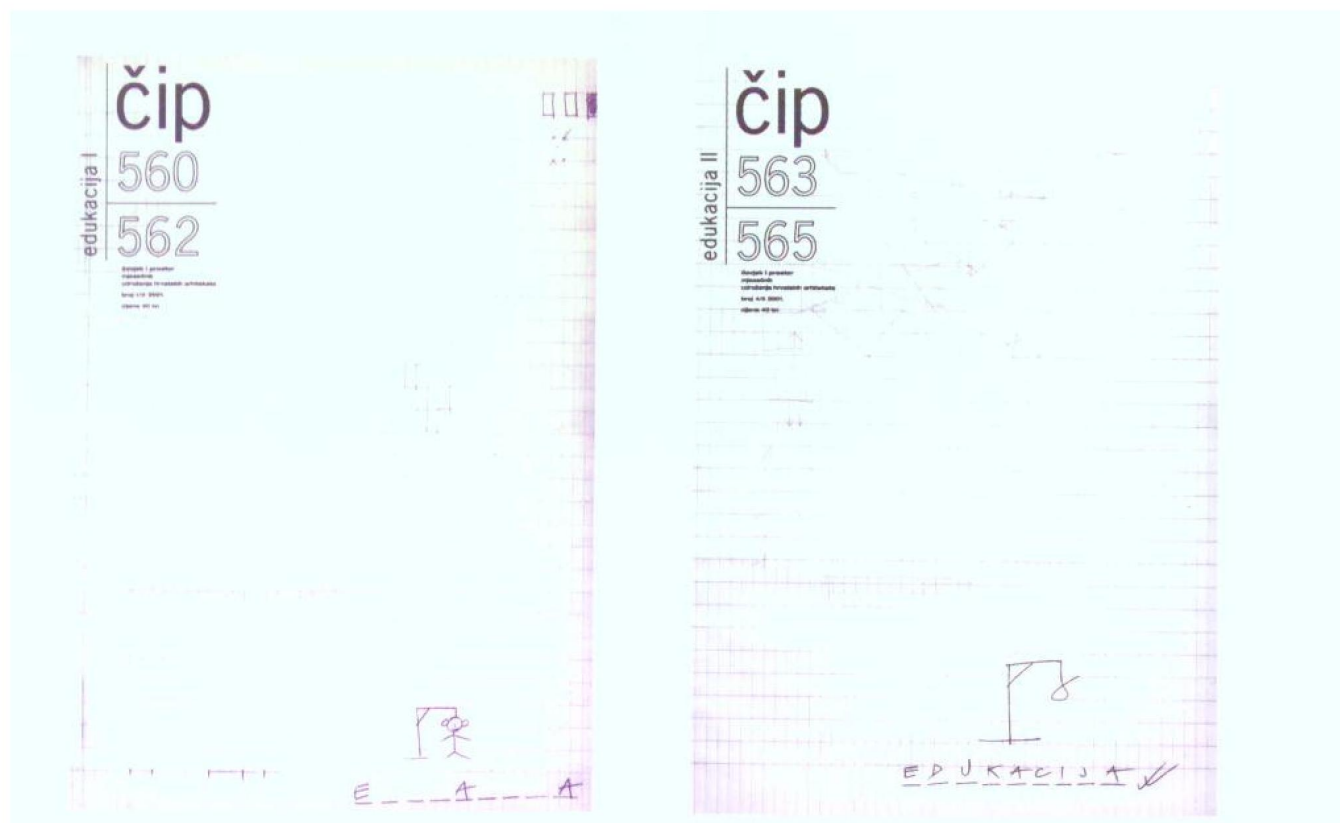


CIP 是 *Covjek I Prostor*（人与空间）的简称，它是 Association of Croatian Architects 公司的杂志。该杂志已发行 50 余年，经过 4 次重新设计。特大的期刊号嵌在横幅中（参见封面），并使用人的身体来突出该杂志的资历。

每个印刷物和封面设计都体现了这样一个主题。例如，有一期的封面是：一张充满血色的怀孕腹部的照片，这说明，该期与生产（*produkcija*）有关。此描述非常贴切，因为该期是重新设计的第一期（婴儿在杂志重新设计之前降生）。

另外两期的主题与教育（*edukacija*）有关，其中一期探究的是克罗地亚的建筑教育；另外的一期展现国外的建筑教育。设计者使用了刽子手游戏（学生的笔记本可能绘有此游戏），对两者进行了比较。在 *Edukacija I* 的封面上，描绘克罗地亚参赛者输了一场比赛，而 *Edukacija II* 封面上，则说明外国参赛者赢得了这场比赛。

在以教育为主题的两期杂志上，通过一个刽子手游戏（就像学生笔记簿中描述的那样），说明了在克罗地亚受教育的建筑师输了这场比赛（左图），而在国外受教育的建筑师，则赢得了比赛。



这些说明是设计者和编辑对本地建筑教育的评论，设计者 Ira Payer 和 Lana Cavar 写道，学校采用“面向教授的教育，学生不如教师重要”。这些封面收到了相当不错的杂志效果，引起了人们的思考。使本地学校“暗中惊慌”，教授们召开了一次会议、讨论相关的公众意见，并说：“我们对教育问题十分关心，就像我们两年前做学生时一样。”

刽子手游戏本身就是一个有趣的图像，反映了过去 10 年在巴尔干半岛战争中的战争罪恶，但设计者提到，并没有得到此灵感。

Parsons School of Design

项目：宣传册

设计公司：Parsons School of Design, Promotion Design

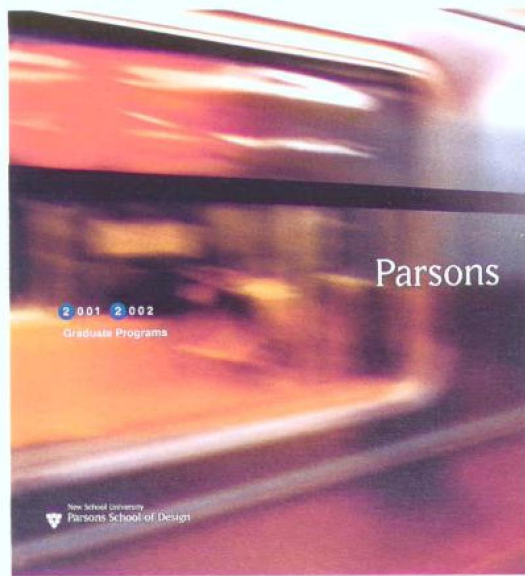
创作/艺术总监：Evelyn Kim

设计：Meg Callery

插画：Marty Heitner

制作：Tom Overgard

制片助理：Alvida McGlashan, Ismael Quintero



出租车和地铁上的模糊照片，
向学生展现了艺术学校周围快
节奏的城市生活。

地处纽约，是 Parsons School of Design 向其学生宣扬的一大特色，所以，该城市是此学校 2001~2002 年本科生和研究生计划宣传册的主题。在这两本书中，反映了设计者对艺术学校预料之外的设计方案所采取的哲学态度。Evelyn Kim 说：“如果我们否决了某种设想，就说明该设想过于平淡。”

在这种指导思想下，一本宣传册的封面上，刻画的是一辆出租车，另一本宣传册描述的是一列地铁；Kim 说，“这两个典型的纽约图标，均可以采用特殊的风格进行描绘。”颜色和模糊的照片，暗示了该城市的节奏、风格和活力，以及学校周围的气氛。通过将照片渗色，并穿过精美装订的书脊，延伸到封四，更能强调周围气氛的影响。