

王雪青 陈华沙 编著

SH 上海画报出版社

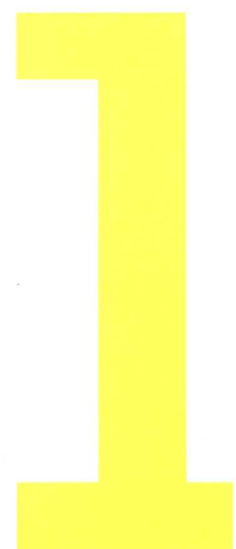


字体创意设计

上海设计学院

视觉传达设计
字体编排设计

经典课程教案



鸣谢

陈雨◆汪波◆戴星辉◆许晶◆韩文字◆李雅◆扬泳梁◆张晶◆吴剑峰◆马剑峰◆邢加满◆徐利◆宋岳峰
邢榕◆蔡雪卉◆赵洁◆瞿朱珠◆蒋润华◆许晓燕◆颜祚聿◆姚盈◆于洁◆张杰◆张丽◆张茵◆周渊源
周小溪◆赵洁◆俞凤鸣◆顾晓元◆竺燕娜◆曹隽◆陈坚◆陈雷◆陈苗苗◆顾淡艳◆蒋佳佳◆金冷冷◆潘可
潘珏◆盛文◆谭健◆汤乐昊◆王海唐◆唐旭军◆冯慧◆张珉◆蒋菲菲◆俞冯森◆杨忠海◆楼南立◆钱荟娜
俞菲◆沈斐斐◆程晓◆龚妍平◆张叶舟◆王悦◆王颖璐◆吴磊磊◆沈露◆盛欣◆林琰
和其它为本书提供字体设计作品的视觉传达设计系99级、2000级A、B班、2001级A、B班、2001级多媒体B班的学生们

图书在版编目(CIP)数据

字体创造设计(上):中国美术学院上海设计学院视觉传达设计系

字体编排设计课程教案经典/王雪青,陈华沙编著—上海:上海画报出版社,2003

ISBN 7-80685-164-X

I.字… II.①王… ②陈… III.美术字—字体设计—教案(教育)—高等学校

IV.①J292.13 ②J293

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第066514号

主 编: 邓 明 王雪青
副 主 编: 张仲煜 陈华沙
策 划: 陈华沙
责任编辑: 邓 明
技术编辑: 鲍 屹 李 荀
设计指导: 陈华沙
设 计: 瞿朱珠 赵 洁



字体创造设计(上)

——中国美术学院上海设计学院视觉传达设计系

字体编排设计课程教案经典

王雪青 陈华沙 编著

上海画报出版社出版

(上海长乐路672弄33号)

新华书店全国发行

上海彩世电脑制版印务有限公司制版

广州大一印刷有限公司印刷

开本 889 × 1194 1/16 印张 10

印数 0001-5000

2003年8月 第1版

2003年8月 第1次印刷

ISBN 7-80685-164-X

定价: 78元

Wang
Xueqing



王 雪 青

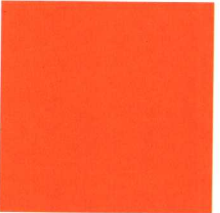
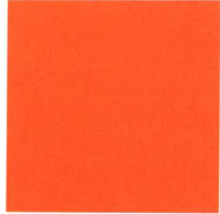
毕业于中国美术学院（原浙江美术学院）
工艺系装潢美术设计专业
现任中国美术学院上海设计学院
院 长 / 教授
专业方向 / 平面设计

Chen
Huasha



陈 华 沙

毕业于中国美术学院（原浙江美术学院）
工艺系装潢美术设计专业
现任中国美术学院上海设计学院视觉传达设计系
主 任 / 副教授
专业方向 / 平面设计



A1104062



王雪青
陈华沙 编著
上海画报出版社

视觉传达设计

字体编排设计

课程教案经典

中国美术学院
上海设计学院

试阅结束：如需全本请在线购买：www.dreambook.com





前言

TYPE

假如你关注与分析过近十年中平面设计的动向，假如你把这些特征与十年前的风格进行一下比较，你就不难发现这其中最大的变化就是文字的应用在平面设计中扮演着一种新的角色，对平面设计的发展起着一种革命性的推动作用。文字是传递信息的媒介，就平面设计而言，文字可以是“信息”的自我表白，也可以是对图型的说明，起着与图形的互补作用。在当代平面设计中，我们不难发现文字已远远越出了“说明”的概念，在“传递信息”的功能之外，它还能起到视觉扩张的冲力。而在不少的设计中，文字本身就是图形的情况常有发生，对字体的功能的最大值的利用已经越来越成为一种手段与趋势。应该说，全新的字体设计理念的出现是近十年平面设计中最具代表性的特征。一个现象的出现从来不是偶然的，全新的字体设计理念的出现是现代科学发展的必然结果。过去的十年，在平面设计领域是一个不平凡的十年。

的

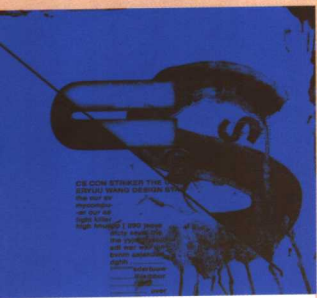
的

的

的

的

HAM49/06



TYPE



随着电子计算机技术被普遍应用到平面设计中，它导致了“黑白稿”的消失、照像植字业的覆灭、大批靠着传统印刷排版方式而生存的行业的倒闭，取而代之的是设计家自己主宰从设计到制版的命运。因此，对字体的控制便成了设计家自己的工作，他们不必再受制于任何人而可以自由地依照自己的构思、意愿，用自己的智慧去合理地安排文字。在这样的条件下，平面设计家们可以充分发挥自己“玩弄”文字的能力。事实上，不少的设计家在设计实践中把文字作为图形任意地摆弄，用文字这一小小的元素

字体的效应

玩出了一个“精彩的世界”。当我们谈起字体，许多人会想起早先的“美术字”，应该说以往美术字的基本概念是“练字”、“造字”或“画字”，尽管我们现在涉及的“字体设计”的范围也包括“造字”，但更多的却是提出了一个如何“用字”的问题。关于“练字”，随着时代的变迁、技术的发展，这已



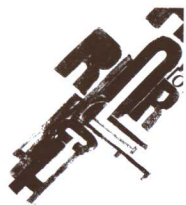


TYPE

不再是一个特殊的需求。“造字”，却是一项不易的工作。往往在一个具体的设计中我们需要去专门创造字体，如一张招贴的标题，一个包装的品名，它们往往需要一种特殊的字体与形态以突出自我的个性。但也有为别人造字的工作，我们平时在电脑中使用的不同字体便是由一些专业人士设计的。在法国就有一个专门从事字体研究的机构——法国国家字体研究工作室。这是一个研究中心又是一个教学机构。在研究工作室里由一批有造诣的导师——“字体专家”们与一批来自世界各国的“学生”一起对



字体进行研究。这种“研究”有对不同的新字体的创造,更有对文字在具体平面设计实践中的应用:如对不同的字体风格的选择、字与字之间的排列、组合、空间、布局、色彩等关系……这就是如何“用字”的问题。这个工作室实际上起到了在法国,乃至欧洲对字体应用的引导潮流的作用。不仅如此,由于这





TYPE



个工作室的“学生”来源甚广，因此由这个工作室所提出的字体理念会自然地被带到世界的各个角落。“用字”，一个既简单又复杂的问题，它包容了设计家对主题的理解，对设计的形式法则的掌握，更重要的是设计家自身的艺术素养、艺术品位。什么是适应主题的字体？什么是合适的字与字的排列关系？什么是最佳的表现手法？这一切都包含在设计家自身的能力之中。艺术设计创作有一定的规律，但没有一个模式。当数学的普通公式中 $1+1=2$ 的时候，我们在艺术设计创作中却未必是如此，我

们总是在寻找 1+1 之后的一个新的未知数。“用字”也是如此，“恰如其分”才是最合适的字眼。我们既要找到最恰当的图形语言去制造那种视觉扩张的冲力又要始终围绕着准确传递信息这个第一要素。在中国的平面设计领域，我们已经在设计实践中注意到了这个问题，但在平面设计教育中尚未





TYPE



从根本上提出与解决这个问题。在设计中常常出现诸如此类的问题：如字体选择不符合主题特征或对不同风格的字体缺乏从时代的角度去认识以至字体选择落伍；对文字没有一个“设计”的概念，使之仅仅停留在“解说词”的境界上；虽然有了一定的字体设计概念，但由于把握不当而显得过于烦琐、罗嗦与做作……。不仅如此，在设计学院中，学生在搞设计时有一个很大的误区：他们往往愿意把英文作为主要文字用到设计中。其实，这是一种很幼稚的做法，原因很简单：假如你在中国

搞设计，假如没有特殊原因，那么你首先要考虑到中国的受众。如有可能，可以考虑到懂英文的受众，但这也只是第二位的。在这种情况下，英文就被要求有一定的准确性而不仅是一种“文字摆设”。假如我们分析为什么存在此问题，大概一是有“崇洋”的思想，觉得英文很“洋气”，这是多年来一些国





TYPE

外产品、国外的设计给国人带来了现代崇洋印象。其二,也应该承认英文字、词就中文方块字而言,在节奏上有其独到之处:一个英文词可以由多个字母组成,这造成了不同的英文词在本身的形体长短上已经呈较多样、较丰富的状况。而恰恰汉字“一个是一个”的状态使中国文字在使用印刷字体时本身就比较平板,缺乏可变性。这也导致了汉字之间的关系比较难处理的现象。所以学生在设计时由于没有一个潜在的客户的约束而往往希望避开难点,避开“尴尬”的局面。但他们却没