

视觉传播 从理论到实践

从理论

到实践

(英) 乔纳森·鲍德温 / 卢西恩·罗伯茨 著 陈晶 刘小林 译

These key theories are then given
life industry responses

le Brody and Michael Bierut:

is way of theory that
seeing it as potentially
y. He considers
the unachievable
quise the
decision-
He
the

辽宁科学技术出版社



视觉传播
从理论到实践

前言
传播
文化
冲突
排版条目

乔纳森·鲍德温、卢西恩·罗伯茨 著
陈 晶 刘小林 译



辽宁科学技术出版社

TITLE:VISUAL COMMUNICATION:FROM THEORY TO PRACTICE

AUTHOR:JONATHAN BALDWIN & LUC HENNE ROBERTS

©2010,简体中文版权归辽宁科学技术出版社所有。

本书由瑞士AVA出版公司授权辽宁科学技术出版社在世界范围独家出版简体中文版本。著作权合同登记号: 06-2008第 153 号。

版权所有·翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

视觉传播从理论到实践 / (英) 鲍德温, (英) 罗伯茨著; 陈晶, 刘小林译. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2010.10

ISBN 978-7-5381-6386-5

I. ①视… II. ①鲍… ②罗… ③陈… ④刘… III. ①视觉形象—传播学 IV. ①J9

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第055698号

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路29号 邮编: 110003)

印刷者: 精一印刷(深圳)有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 220mm × 300mm

印 张: 24

字 数: 50千字

印 数: 1-3000

出版时间: 2010年10月第1版

印刷时间: 2010年10月第1次印刷

责任编辑: 陈慈良

封面设计: 张迪

版式设计: 张迪

责任校对: 周文

书 号: ISBN 978-7-5381-6386-5

定 价: 88.00元

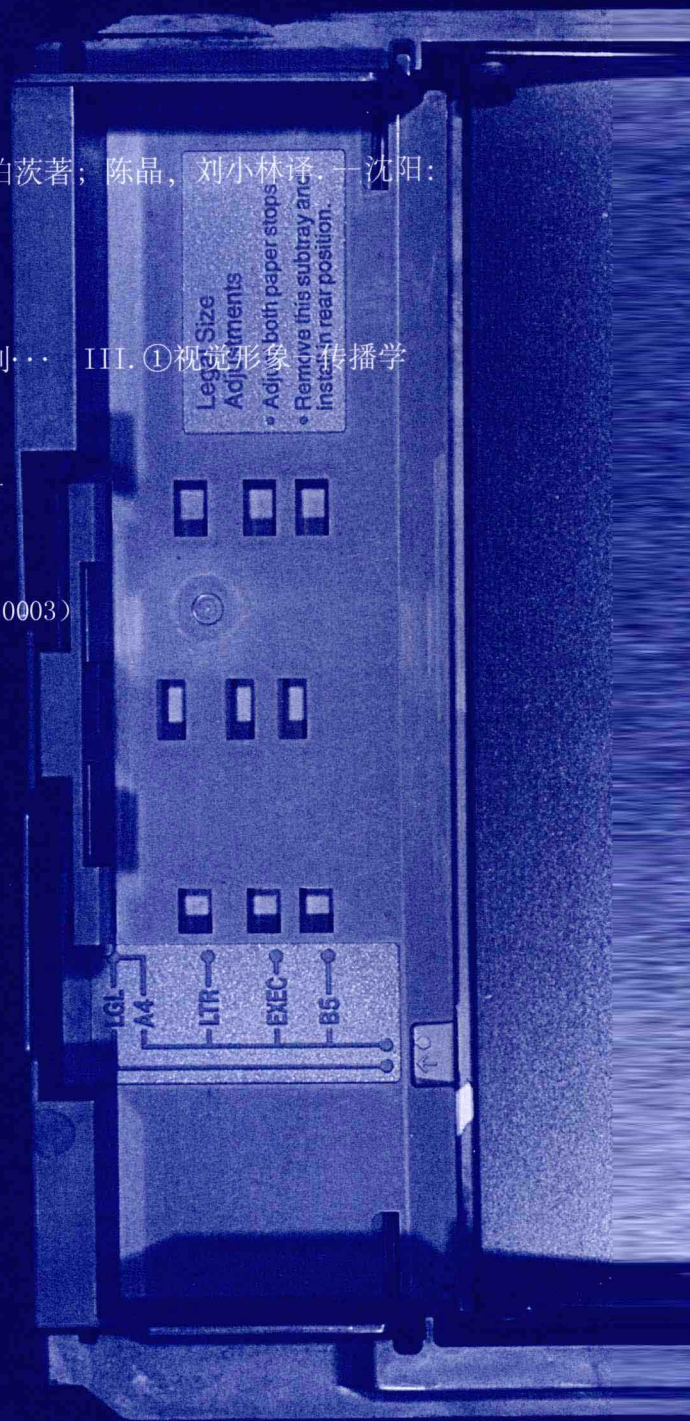
联系电话: 024-23284360

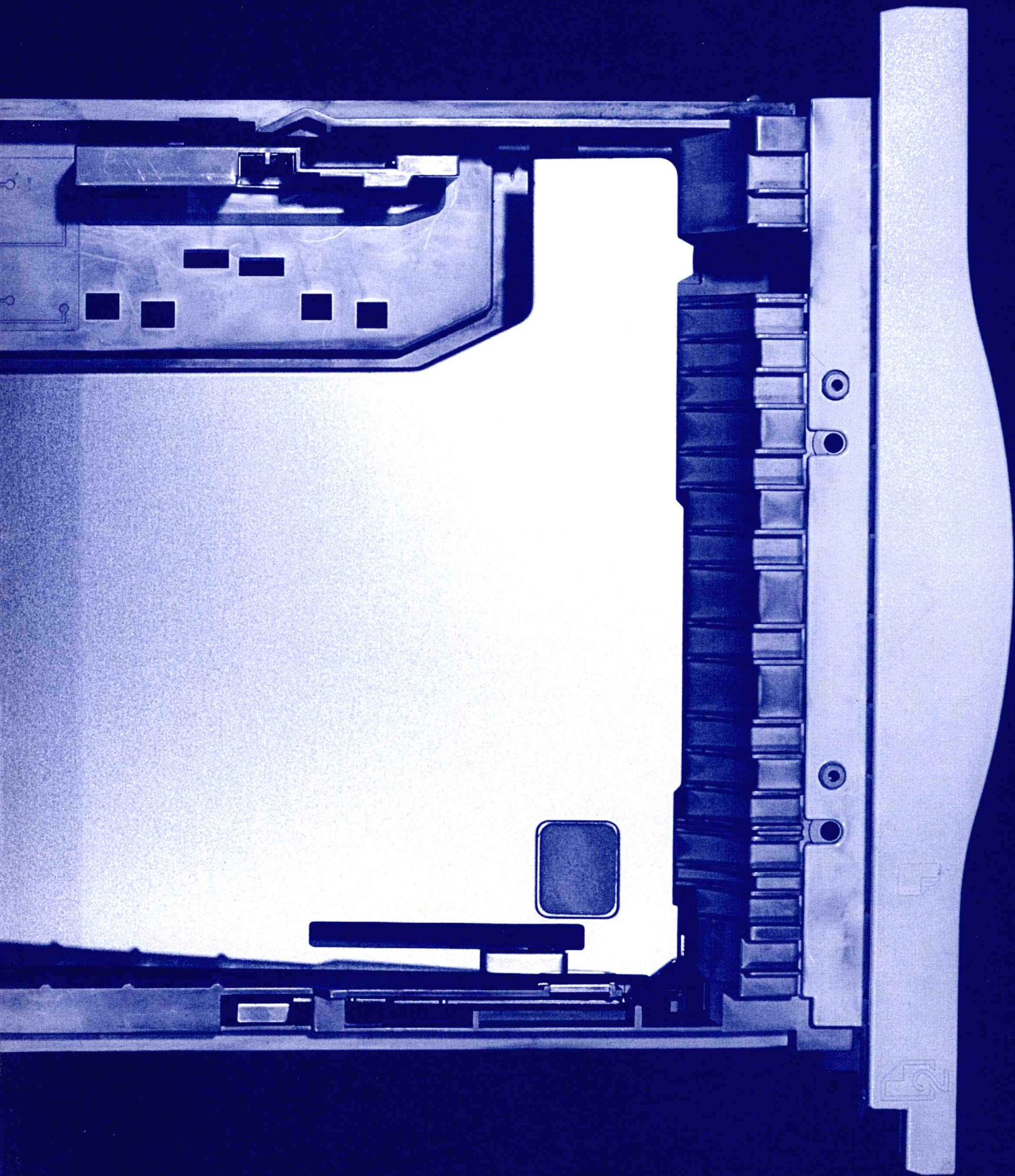
邮购热线: 024-23284502

E-mail: lnkj@126.com

http://www.lnkj.com.cn

本书网址: www.lnkj.cn/uri.sh/6386





致谢
乔纳森·鲍德温

我要感谢此书写作过程中提供帮助的下列诸位（他们可能是自愿的，或者其他情形）：理丁学院、萨理学院及布莱顿大学中的以前及现在的学生，他们允许我以自身的论点去烦扰他们，还要尤其感谢他们提出的一些论点。卡丽·梅，林恩·柯克伍德、詹姆斯·赫斯特，夏洛特·塔塞尔、贾丝明·拉兹纳汉、丽贝卡·卡利南、肖恩·莫里森，莉齐·奥斯巴尔德斯通、以及所有非常熟悉我创作该书的其他人。

特别感谢AVA出版公司的纳塔利娅·普赖斯·卡布雷拉、布赖恩·莫里斯、勒妮·拉斯特、凯特·沙纳汉和凯莉·约翰斯顿以及我的合作者卢西恩·罗伯茨。

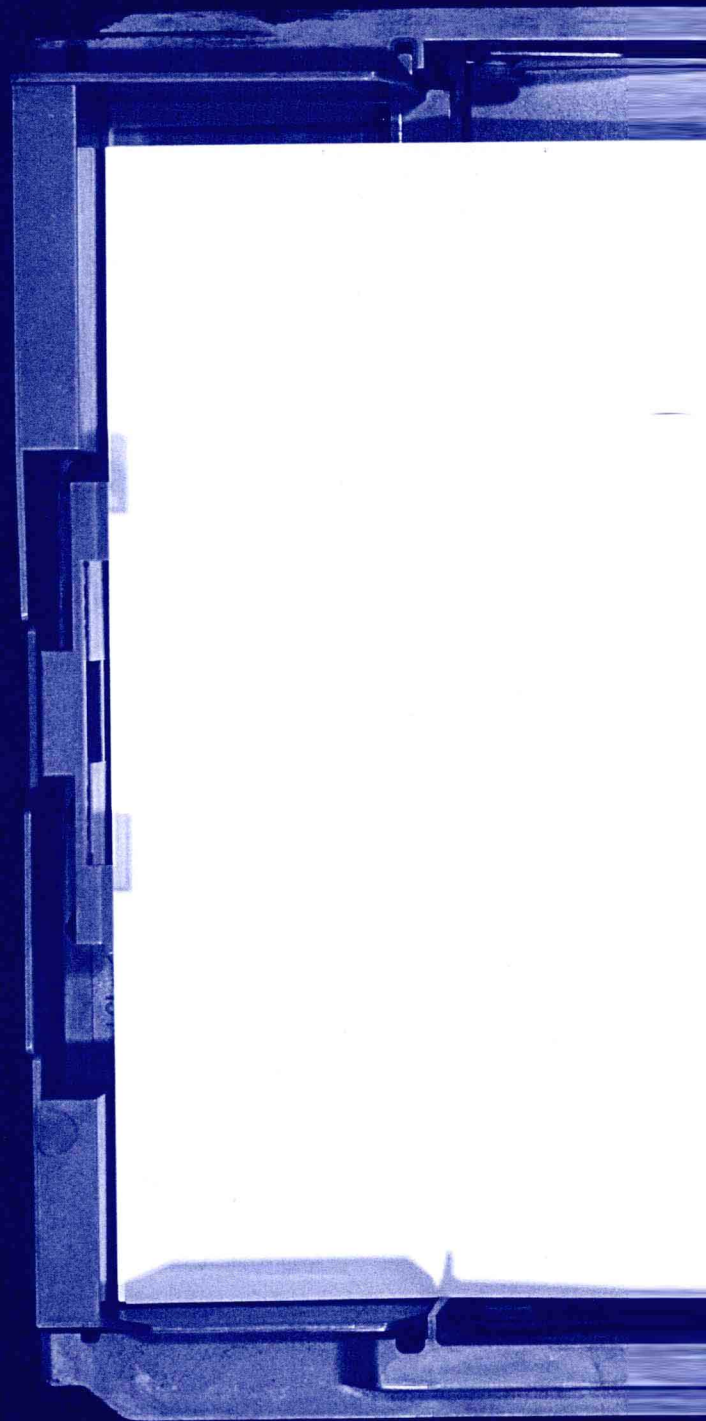
我还要感谢我的布莱顿大学的同事们（尤其是保罗·克拉克、布鲁斯·布朗、萨拉·麦克莱恩和琳达·德鲁）以及我的朋友安娜·格兰维尔·史密斯、薇拉·威尔科克和凯瑟琳·福格。

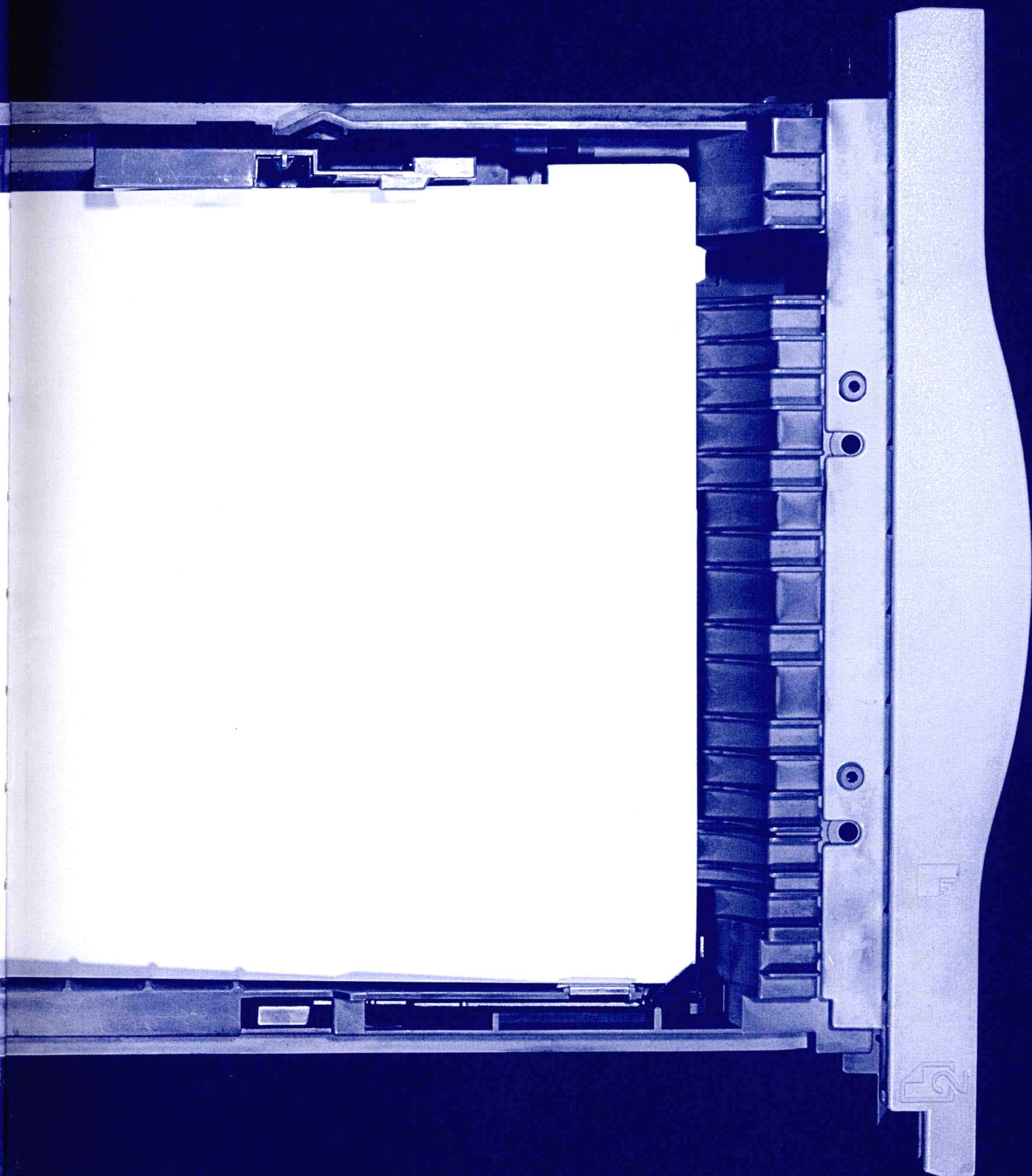
致谢
卢西恩·罗伯茨

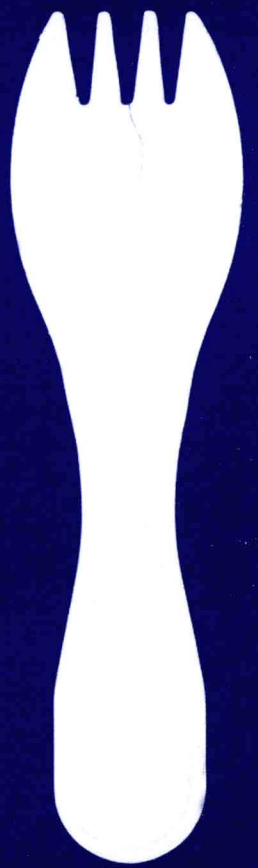
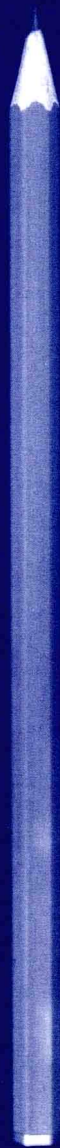
我必须感谢所有为此书作出贡献的人，没有他们，此书中我创作的部分不可能获得成功：内维尔·布罗迪、迈克尔·贝鲁特、琼·法勒、安积伸、安积朋子、埃里克·斯皮克曼和埃米·萨洛宁。

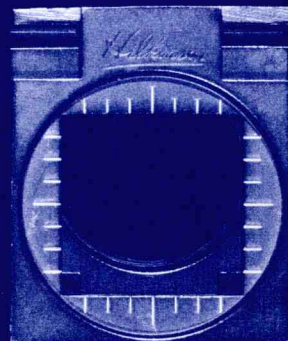
我还要感谢AVA出版公司，因为他们首先支持此书，感谢Teal Triggs的帮助和建议，感谢我的合作者乔纳森·鲍德温和丽贝卡·怀特，他们是我的良师益友，以及感谢AVA出版公司的每一个工作人员，尤其是布赖恩·莫里斯、纳塔利娅·普赖斯·卡布雷拉和凯特·沙纳汉。

最后，非常感谢鲍勃·威尔金森：您为此书的创作而渡过的不眠之夜都是值得的。









目录	
前言	传播

10 如何使用此书	19 第一章的目标
12 理论	20 理论
序言：设计不仅仅是“视觉”？	导言： 即使天然的过程也会有解释
14 实践	22 作为过程的传播
序言	23 三个层次的传播问题
	24 客户，设计师和受众
	28 描述受众
	32 干扰，冗余和熵
	34 符号语言学
	34 过程模式存在的问题
	35 实践中的符号语言学
	36 理论中的符号语言学
	36 一词多义
	38 作者的死亡
	40 所有设计都是政治的：第一部分
	41 意识形态——他们和我们
	42 跋： 规则不再？
	44 实践
	导言
	45 从业者
	46 内维尔·布罗迪
	58 迈克尔·贝鲁特
	68 问题总结

文化

冲突

排版条目

- 71 第二章目标
- 72 理论
 - 导言：日常视觉传播
- 74 什么是文化？
- 76 大众文化批评
- 78 设计愿望——广告人如何使用符号？
- 80 大众文化和意义
- 82 所有设计都是政治的：第二部分
- 82 霸权
- 84 文化消费——作为视觉传播
- 88 风格和特性
- 88 大后方
- 93 衣橱
- 98 跋：
 - “有意义”不同于“充满意义”……
- 100 实践
 - 导言
- 101 从业者
- 102 琼·法勒
- 112 安积伸（Shin Azumi）
和安积朋子（Tomoko Azumi）
- 124 问题总结

- 127 第三章目标
- 128 理论
 - 导言：
形式对功能：作为传播的风格构建
- 130 所有设计都是政治的：第三部分
- 130 现实世界的设计
- 134 符号的政治经济学
- 136 政治设计师
- 136 文化人为干扰
- 144 商业现实
- 146 威胁之下的设计？
- 147 现在我们都是设计师！
- 150 苹果电脑一代
- 152 不：规则更多
- 153 文化制作领域
- 154 设计是艺术吗？
- 155 循环的逻辑
- 156 跋：
 - 表面之下
- 158 实践
 - 导言
- 159 从业者
- 160 埃里克·斯皮克曼
- 172 埃米·萨洛宁
- 182 问题总结

- 184 设计/摄影传记
- 186 参考书目
- 187 索引
- 192 致谢

如何使用此书

此书三个章节中的每一章都被分成两个部分。第一部分刊载的是一篇理论文章，此文章是精心写就的，用以完美解释构筑商业艺术基础的抽象概念，以及尤其是平面设计的抽象概念。每章的第二部分向有着丰富经历的设计师，提供一个接触理论的机会。这些设计师的工作都和讨论的理论息息相关。借此，学生们可以自己判断从其他相关学科借用来的理论，如何在自己的工作发挥功效。

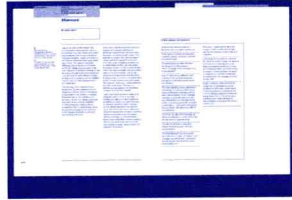
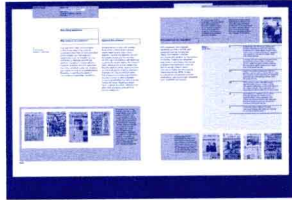
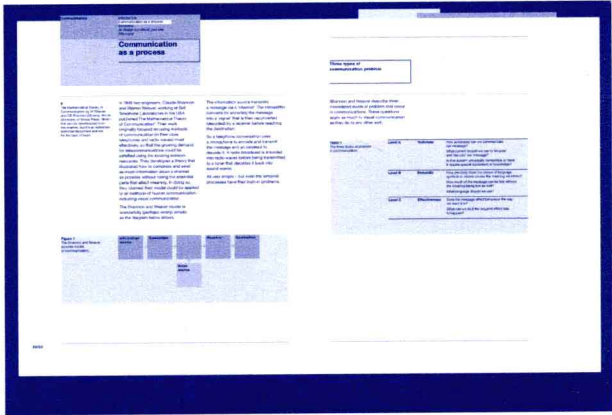
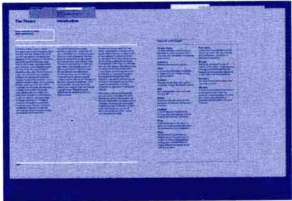
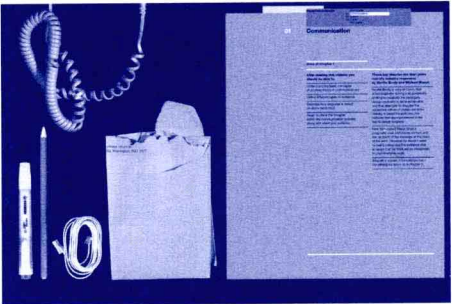
章节开端
三个章节中的每一章都有着这样的一页章节开端。在此页上，作者列出了理论文本的教育目标，以及实践访问中讨论的主要思想范畴。顶端的导航图则清楚指明了该部分在全书中的位置。

理论介绍
每一章都以简要介绍理论文章开始。此部分的重点是随后文本的显著要点。顶端的导航图清楚指明您在该章理论文章中所处的位置。

理论文章
每篇理论文章都使用各种各样的数字、图表和图片加以说明。各个层次的标题位于页面顶端，以帮助导航。页边注释遍布整篇文本。为了便于互相参照，这些注释通常位于相关文本的附近。

图像贯穿整个页面，通常包含在相关标题的彩色图像区域内。

理论跋
理论文章的结尾是对涉及内容和所提出主要问题的简要总结。



实践介绍

每章的第二部分由两组对设计从业人员或设计团队的回顾采访组成。该部分的第一段向读者介绍了采访中所讨论的理论思想，给被访问者一个评价的背景。从这开始，顶端的导航区清晰指明了您在该章实践部分所处的位置。

实践传记

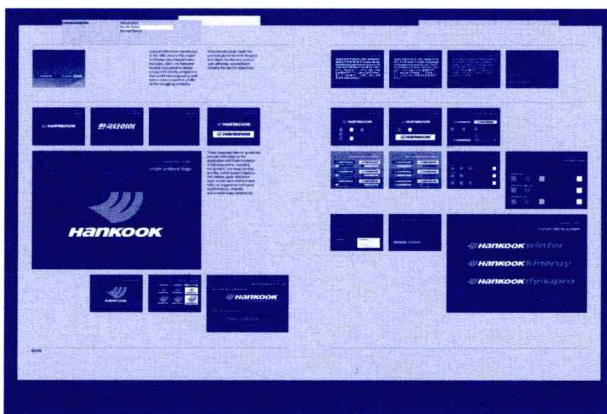
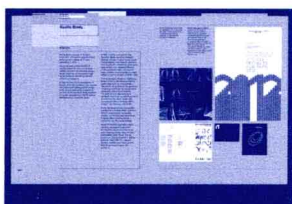
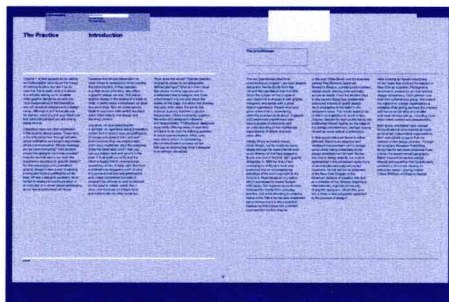
每个采访前都有从业人员的自传细节及图片，以介绍他们的工作。

实践回顾

采访部分非常详尽。项目要么在页面顶端的图片区被展示，或者进行了深度的分析。

章节结尾

每章的最后一页都提出了一些问题。有些能发人深省。设计这些问题的目的是进行深入的探究和讨论，使得每章和设计师及其工作实践更加密切相关。



理论是一个不适宜的术语。除了对那些喜欢阅读长篇大论的书籍、喜欢从事智力讨论和撰写很长学术文章的人之外，它通常表示不真实或未经证实的事物，而且不会产生什么结果。到头来，设计（注释1）就是视觉，不是吗？

事实远非如此。这就像说“制造汽车就是速度”一样。我故意选用了汽车的比喻，因为最近我注意到的事情之一就是，设计专业的同学再度怀疑我们生活的世界以及持有环境主义、可持续性 & 反全球化的思想。确实，这些问题和设计师在此中扮演的角色在第三章得到了探讨。现在，尽管上述种种事实和存在，我还是希望考虑一门以交通为基础的虚构机械课程（汽车，火车，飞机，等等）。除了所有期望的课程因素和机器工作原理有关之外，我完全有理由相信，大家希望此课程应该涉及下列问题：

交通的政治含义——政府政策、世界贸易的某些领域以及劳动力、燃料耗费、公共补助、私人对公共交通、税收，等等。

和交通有关的环境问题——可更新能源、可持续性、回收利用、石油燃料、石油钻探及采煤带来的影响，等等。

交通的社会影响——积极影响，如沟通的改善、减少隔离、贫困人群和老年人及残疾人流动性的改善；消极影响，如文化霸权、特征消失、因为乘公交车往返上班族占据农村而将那些世代居住于此的家庭挤出该地区而导致的地产价格上涨。

技术影响——积极影响，如成本降低、环境影响的改善；消极影响，如更多使用各种交通方式到达迄今为止人类尚未对其造成破坏的地区。

此四个方面——政治、交通、社会和技术（注释2）——可用首字母缩略字PEST来表示（或者STEP，只要你喜欢）。不难得出如下评论：这些应该是教导新司机、公务员、政治家、建筑师以及大量的其他职业（包括设计）的中心问题。

时装、制图、产品、包装——所有类型的设计都会对世界产生影响，不管你认为这些是多么的微不足道。正如此书展示的那样，设计是一种传播，而传播是人类关系和理解世界的基础。它影响并且被政治世界使用着。它有助于环境问题的解决（注释3），而且在环境问题上教育大众；它是部分社会黏合剂，使得我们联合，却也使得我们分离；在受到科技极大影响的同时，它又帮助人们走近科技（当设计不善时，则阻止人们走近科技）。

当不考虑上述四个方面时，是的，设计仅仅只是视觉——而且完全可以认为，它是完全没有关系的，是自我服务的。我们不应该问“理论的意旨是什么？”而是应该问“在不理解设计工作原理的情况下，设计的意旨是什么？”

人们经常听到的一个反面观点就是，这些方面是“显而易见的”，或者是一种“常识”。好吧，苹果落地是显而易见的，但是，只是牛顿才发现苹果为何没有离我们而去。在写作之时，我们刚刚登上了另一个星球月球，匆匆忙忙地探索彗星，将携带良好愿望信息的宇宙飞船发射出太阳系——所有的一切都是因为“显而易见的”或者“常识”被解释了。但是，更加严重的是，正如你在书中可以读到的一样，此书在每一章都将回归“所有设计都是政治的”这一言论，此处的政治是指广义上的政治。因为视觉传播处处可见，我们会认为它们是理所当然的，正如我们呼吸周围的空气一样。我们呼吸空气而长大，我们将其当作自然而然的事物。正如空气可能含有有害却是不可见的物质一样，我们的视觉环境同样可能包含对我们有害的事物。若不加分析，它们会更加危险。了解视觉环境很重要，因为物质环境是我们生存的基础，而视觉环境对我们培养人际关系和理解世界贡献最大。正如我们希望司机意识到他对我们环境造成的影响一样（有害或者其他影响），设计师也应该意识到他们对视觉环境造成的影响。（注释4）

假如你在研究设计或者是一位设计从业者，此书的目的是概述设计可能具备的强大影响以及其原理。和市场上不计其数的其他书籍不同，此书不会许诺教你如何制作“好的”设计作品，却提供了何以产生好的设计作品的想法——这并不完全和美学有关。有些话题故意设置成有争议性，并且所有话题故意仅在引导层次进行讨论，因为此书有着四个主要目标：

激发你的思考，并开始谈论设计，而非仅仅“做”设计。

鼓励你追求更有深度的问题。

不依赖学者和业内人士，形成自己的结论，即使你最终不赞同此时的观点。

试验一些创意，观察它们在实际中的工作原理（或者是否有效）。

拥有此书仅仅是第一步——下一步就取决于你了。视觉传播提供了大量的教育、报告、改进和获益的可能性；但这些并不会偶然发生。正如人们所说的那样，知识就是力量。

注释1.
此书将“视觉传播”和“设计”交换着使用——但这并不排除插图、电视或者电影；此书涉及的问题完全可应用于上述领域。

注释2.
若你学过商业研究课程，或许此前你就遇见过这些问题，只是“经济”代替“环境”罢了。在此，我将经济思考纳入政治和社会，并强调环境。

注释3.
比如，直接从事印刷的平面设计师可能促成了垃圾的生成，通过墨水的选用，造成了数百万加仑的水受到污染。简单选择他们使用的纸料和墨水，就可能对环境做出重要的贡献。所有设计专业的学生都应该意识到这些。

注释4.
设计师一直被称为“拟子工程师”，因为他们制作“拟子”或者文化信息单位，这些产品都是经过再创造并且发展而来的。关于拟子见理查德·道金斯所著的《自私的基因》（牛津：牛津大学出版社，1989），可了解更多。

此书的意图是实践联系理论的方式以及展示两者之间对话的价值。许多学者认为这种共生关系业已得到认同和尊重，然而，设计师们常常会警惕理论家们。

“他们使用的语言不同。我们的学生理解视觉，但不是意识形态，”为第二章投稿并且同时是一位业内人士的琼·法勒解释说。她有资格如此无畏。她参与了两个阵营，曾经是伦敦皇家艺术学院的研究人员，同时又是Marks & Spencer和Virgin Stores等零售商的时装、纺织品及品牌顾问。

上述误解很容易解释。艺术学校长久以来一直是特性类型群体的避难之所，他们不适合任何大学，导师不把自己看作专业教育家，而是看作艺术家和设计师。然而，在过去的40年里，设计教学已经走出了无学术、以工艺为基础的实践教学状态。标准化资格证书和批准程序的引入，将学术成就当作通过任何设计课程的必要条件。还需要不断进步才能达到这样的成就，而可能的结果是，设计理论和实践或许并不总是能够安然相处。

此局势因为设计实践的相对短暂而更加恶化。此书的重点是平面设计，它尚处于发展初期。平面设计师自身也不敢确定其职权范围，这是一个有待发展的学术研究领域。“我们从事的是一个非常小而年轻的行业”，埃里克·斯皮克曼解释说，他是一位平面设计师，还为此书第三章从实践工作并且投稿。“如谈论古典音乐、文学或者艺术，则有着大量知识和文章，它们探讨了不同的理论方法，但是在我们行业中，没有任何现实存在的东西。”

此书的三个章节都被分成了理论和实践部分。在每一章中会邀请两位业内人士或小组来评论对应理论文本中探讨的领域，思考可影响他人的程度。理论应该激发关于设计的思考，但不能是规定性的，因为有效解决设计问题的方法是不计其数的。不能说使用了此理论，你总是可以获得理想的结果，这种理论总是“正确的”。每位业内人士会提供替换阅读材料来证明这点。

例如，第一章考查了传播理论。两位平面设计师会思考其文本：来自英国的内维尔·布罗迪和来自美国的迈克尔·贝鲁特。他们的评论构成了一篇极其匀称的读物。布罗迪解释了他抵制一些导师的教条方法的原因。他的导师教导他，设计师应该在传播过程中采取中立的立场，但是他对此提出质疑，认为不可能达到客观的程度，而假装则是一种欺骗。贝鲁特则评论说，“重视设计中的自我表达，本身便已经成为一种教条。第三条途径就是超越外部规则和内部推动力，关注经常被两个阵营忽视的两件事情：工作的内容和传播应达到的受众。”

三个章节中都存在一种理念：设计是一种政治活动。贝鲁特对此进行了极其清晰的总结。“许多——假如不是全部的话——平面设计是关于传播信息的，许多此类信息的意图是说服，”他说。“这就将设计实践显然置于广义的政治范围之内，即使信息的内容不是关于‘政治’问题的。”

第二章考查了大众及排外性市场的设计，亚文化及反传统文化，以及公众是如何通过使用设计师的作品来维护自己的。设计师的目标受众反映了他们的世界观，但是设计师还必须承认，他们作品的意义由受众来决定。业内人士认为此文来自时装、家具和产品设计世界。来自英国的琼·法勒谈到了她在时装及纺织品设计方面的经历，她曾经为大型街道零售商工作，同时致力于提高人们对于废弃物和可持续性问题的意识。她讨论了很长的设计研发时间、激烈的价格竞争，以及时装产业的全球化因素——幕后工作的真相。日本产品及家具设计师安积伸（Shin Azumi）和安积朋子（Tomoko Azumi）在第二章发表了评论。她们曾经为大街上的无印良品（Muji）和居佳伴（Habitat）工作，也曾经为更多高端制造商工作，但都以一种极其民主的宗旨来开展她们的工作。

第三章更加密切地考查了此主题。主张理论和实践相关的业内人士有来自德国的埃里克·斯皮克曼和来自芬兰的埃米·萨洛宁。萨洛宁是一位理想主义者。她积极提出自己的主张，尝试各种各样的方法将政治事项和自身工作联系起来。她的经历教会她，政治事务可以以一个小写的“p”来结束。“我认识到，我不需要做反全球化或者反战方面的工作就可以达到政治和社会的目的”，她说。同时，斯皮克曼是实干型。他在2000年签署了“首要事务优先”的宣言，该宣言的目的是呼吁设计师在他们的工作中承担更多的社会责任。斯皮克曼认为这是一种理想不可能普遍实现，但他本着希望能实现的愿望签署了此口号。

业内人士完全有理由担心，必要的实践课题学术研究正在远离设计实践。然而，此理论文本将学术和“现实”世界并举，有助于方便、容易消化吸收和联系。乔纳森·鲍德温在其介绍中指出，理论理解有助于设计师认识他们的工作潜能，这能够赋予他们更多的能力。设计师不仅仅是在蛋糕上运用隐喻糖衣之人，只有设计师首先意识到这点，客户才能理解设计师的这种潜在扩张角色。设计师倾向于凭直觉工作，而不是有意识地运用理论，但通常在工作之后会认识到理论。

