

Ridiculous Design Rules
And 50 Other

Never Use White Type on a Black Background

黑底白字绝对禁用
及其他50条荒谬的设计法则

这本书荒唐有趣，让你躁动不安，对于渴望一场大笑的设计师来说，或者对于渴望狠狠嘲笑一下设计师的人们来说，没有比这更完美的礼物了！

——Playmedesign.com



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

Ridiculous Design Rules
And 50 Other

Never Use White Type on a Black Background

黑底白字绝对禁用
及其他50条荒谬的设计法则

这本书荒唐有趣，让你躁动不安，对于渴望一场大笑的设计师来说，或者对于渴望狠狠嘲笑一下设计师的人们来说，没有比这更完美的礼物了！

——Playmedesign.com



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

时尚与设计似乎总是充斥着漫无边际的各色法则：“少即多”、“功能决定形式”、“保持简单、淳朴”、“根据年龄装扮”等等。我们总是说些设计师的至理名言，借以为指导的大政方针和灵感的源泉。可是从另一角度来说，我们又不能把这些规则当成金科玉律来绝对遵守。

这些设计的教义和时尚的潜规则应被适当地限制、转变，甚至是打破。是为其限制，还是将其利用，无论你把自己放在哪一阵营，你都会从本书中获得灵感的源泉、心灵的慰藉和由衷的快乐。因为到了最后关头，每一条关系着或者限制着设计的规则都是荒谬的。

欧洲2009年11月至今最畅销的设计文化系列图书！上市短时间以来四次重印，各大媒体和机构纷纷报道，包括：Wallpaper, design.nl, Fast Company, Curated Mag, Superfuture, It's Nice That, moormagazine等。

一名学生可以学习这些法则，深信不疑的付诸实践，从而正式成为一名设计师。但是设计已经深受各种各样法则的困扰，在这么多法则的笼罩下，创意还有空间么？

——Design.nl

这本小小的格言揭露手册将帮助有抱负的创意人士凿穿陈词滥调。客户永远是对的？是不是只有展示乳沟或者大腿才好用，放在一起就不好用了么？这本书没有宣称提供任何答案，但是做好思想准备，来面对不可避免的思想大碰撞吧！

——Wallpaper

50条荒谬的设计法则，是设计行话的大全，包括创意的和妄想的，它对我们深信不疑的版式设计、字体设计和设计技法发起了挑战！

——Cool Hui

这是一本机智而有趣的小书，献给设计师、条条框框的制定者和打破者，也献给所有有头脑的

——Art X



同期出版：《媒介即讯息》和《不整屋不出门》。

Never
Use White Type
on a Black
Background
And 50 Other
Ridiculous Design Rules

黑底白字绝对禁用
及其它50条荒谬的设计法则

图书在版编目 (CIP) 数据

黑底白字的绝对禁用及其他50条荒谬的设计法则 /
(荷) 盖伦 (Galen, A. V.) 编: 韩晓旭译. — 天津:
天津大学出版社, 2010.8
ISBN 978-7-5618-3562-3

I. ①黑… II. ①盖… ②韩… III. ①设计学—研究
IV. ①TB21

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第135782号
著作权合同登记: 天津市版权局著作权合同登记图字第02-2010-102号



天津大学出版社大连分社暨国际设计出版中心 策划
地 址: 大连市沙河口区中山路427号星海创意岛
大轧2号3楼308室/大轧1号1楼103-105室
电 话: 0411-8437 6181/6182
网 址: www.archi-china.com
责任编辑: 张 蕾 李金花
装帧设计: 王 峙 刘 浩
封面设计: 张 蕾
艺术指导: 刘笔浓

黑底白字的绝对禁用及其他50条荒谬的设计法则

安妮洛斯·范·盖伦 (Anneloes van Gaalen) 编: 韩晓旭 译

出版发行: 天津大学出版社
出 版 人: 杨 欢
地 址: 天津市卫津路92号天津大学内 (邮编: 300072)
总 经 销: 天津大学出版社发行部 / 大连安基传媒有限公司发行部
电 话: 022-27403647 022-27402742 (邮购) / 0411-84376101/6102
网 址: www.tjup.com
印 刷: 北京广益印刷有限公司
经 销: 全国各地新华书店
开 本: 120 mm × 170 mm
印 张: 4.75
字 数: 184千字
版 次: 2010年8月第1版
印 次: 2010年8月第1次印刷
定 价: 29.50元

(本图书凡属印刷错误、装帧错误, 可向发行部调换)

Never Use White Type on a Black Background

And 50 Other
Ridiculous Design Rules

黑底白字绝对禁用
及其他50条荒谬的设计法则

目录

	前言	9
1	匠人摹形，大师化意	10
2	美化	12
3	时尚为过时而生	14
4	设计是思想的视觉化	18
5	骆驼是委员会设计的一匹马	21
6	切勿使用两种以上的字体	23
7	风格不是真理	24
8	优秀的设计就是恰当地解决问题	28
9	设计不等于艺术	30
10	极简主义一去不返	35
11	切勿使用复制粘贴	36
12	创新	38
13	切勿拍人们吃东西的照片	40
14	始终把主页标志设在左上角	46
15	保持简单、淳朴	48
16	切勿做繁冗拖沓的装饰	51
17	使用网格	52
18	一张图片胜过千言万语	54
19	切勿拉伸字体	59
20	熟能生巧，巧能生花	60
21	功能决定形式	62
22	商标必须通俗易懂	64
23	如果你不知道怎么做，那么就放大它并用红色	66
24	优秀胜于原创	70
25	可以购买潮流，但必须占有风格	73
26	Helvetica字体万能	74

27	乳沟与大腿不能同时出现	80
28	优秀的设计传达概念	83
29	让人印象深刻的着装	86
30	切勿与动物或孩子们一起工作	91
31	黑底白字的绝对禁用	92
32	放大标识	96
33	留到最后一刻	100
34	细节决定一切	103
35	发散思维	104
36	忍痛割爱	108
37	切勿为贪图舒适而牺牲风格	111
38	设计革新，化腐朽为神奇	113
39	媒介即讯息	116
40	客户永远是对的	120
41	鞋和手袋一定要搭配得当	122
42	倒转	124
43	不要相信任何人、所有的客户都是混蛋、多吃点鱼	126
44	少就是多	130
45	好的设计经得起时间考验	132
46	女为悦己者容——了解你的观众	134
47	如果你对自己的画面不满意，那就放个小狗在上面； 如果还不满意，那就在小狗周围做个边框。	136
48	一条臭鱼毁一锅汤	138
49	黑马	140
50	根据年龄装扮	142
51	打破常规	144

前言

时尚与设计似乎总是充斥着无边际的各色法则：“少即多”、“功能决定形式”、“保持简单、淳朴”、“根据年龄装扮”等等。我们总是说些设计师的至理名言，借以为指导的大政方针和灵感的源泉。可是从另一角度来说，我们又不能把这些法则当成金科玉律来绝对遵守。这些设计的教义和时尚的潜法则应被适当地限制、转变，甚至是打破。

法则自身就有其生命周期，随时间流逝而不断进化，抑或被全新的受众群体所采纳。举个例子，经典的“功能决定形式”本是发源于建筑业，而后来不胫而走成为所有创造性行业的共识。为揭示这些法则的各色发展演变，本书将它们依次列举出来，同时还有与之对应的设计师、建筑师、服装设计师、作家及其他创造性从业者。我们将之一一列举的目的不是为了让人们对此按部就班、墨守成规，也不是予以批驳讨论和评价指点，而是为了让人们知道创造无极限，墨守那么几条古老的清规戒律只会将你的创造力限制住。但是又不能完全置之不理，因为它们是设计的基本原则，每个设计师都应喜爱它，忠于它，并遵守它。

是为其限制，还是将其利用，无论你把自己放在哪一阵营，你都会从本书中获得灵感的源泉、心灵的慰藉和由衷的快乐。

另：在未来的日子里，设计出版业会涵盖更多领域，如版式设计、平面设计、网页设计、时尚与建筑设计。我们会不断探求这些领域的游戏法则，并重视读者们对它们的态度和看法。

Good designers copy, great designers steal

匠人摹形，大师化意

“匠人摹形，大师化意”，巴勃罗·毕加索的这句名言已经成为人们公认的金科玉律。可是“生活模仿艺术”这句名言也是毕加索从伊戈尔·斯特拉文斯基（Igor Stravinsky）那儿得来的，而斯特拉文斯基又是从艾略特（T. S. Eliot）那得来的。

“我们所有好的灵感都被前人偷走了。”

——弗雷德里克·W.古迪（Frederic W. Goudy 1865—1947年），美国字体设计师

“创作的秘诀就是要懂得如何掩藏自己灵感的来源。”

——阿尔伯特·爱因斯坦（Albert Einstein 1879—1955年），德裔美国物理学家

“卓越的作曲家从不会借，只会偷。”

——伊戈尔·斯特拉文斯基（Igor Stravinsky 1882—1917年），俄裔美国作曲家



“不成熟的诗人模仿，成熟的诗人偷艺；蹩脚的诗人使之丑化，卓越的诗人使之美化，起码也使之别具风格。”

——T. S. 艾略特 (T. S. Eliot 1888—1965年)，美籍英国诗人、剧作家、文学评论家

“从哪儿得来的灵感不重要，重要的是把灵感带到什么地方。”

——让·吕克·戈达尔 (Jean-Luc Godard 1930年)，法籍瑞士电影制作人

“不要为那些偷来的灵感而烦恼——如果真心喜欢的话，那么就庆祝吧。”

——吉姆·贾木许 (Jim Jarmusch 1953年)，美国电影制作人

“盲目模仿者注意：请远离马塞尔·万德斯的设计！”

——马塞尔·万德斯 (Marcel Wanders 1963年)，荷兰设计师，在一次版权问题胜诉后如是说

“抄袭和灵感之间有一条精巧的界限。”

——扎克·波森 (Zac Posen 1980年)，美国时尚设计师

rule
02

Make it pretty

美化

ome support

“不要做华而不实的东西，但如果它真的为人所需、能解人之困，那倒不妨把它做得极致美丽些。”

——沙克尔哲学 (Shaker philosophy)

“处理问题的时候，我总是只想如何解决，而不会去考虑如何美化。可若不能尽善尽美，即使是大功告成，也只是功败垂成。”

——巴克明斯特·福勒 (Buckminster Fuller 1895—1983年)，美国建筑师、作家、设计师

“美不是由设计师创造出来的，而是从选择、吸引、融入和爱中滋生浮现出来的。”

——路易斯·康 (Louis Kahn 1901—1974年)，美国建筑师

“如果没有美学的支撑，设计就是一堆庸俗乏味的复制品，或者是一团杂乱无章、哗众取宠之物；如果没有美学，电脑就是一部死气沉沉的机器，毫无意识地快速制造产品。总之，不是华而不实，就是粗鄙不堪。”

——保罗·兰德 (Paul Rand 1914—1996年)，美国平面设计师

“设计师的一生是为抵抗丑陋而不断战斗的一生，就如同医生抵御疾病，而我们要做的是抵御那些视觉上的疾病且用设计来治愈它。”

——马西莫·维格纳利 (Massimo Vignelli 1931年)，意大利设计师

“我已经把美观性和实用性融为一体，我追求的是美观实用性。”

——塔克·维美斯特 (Tucker Viemeister 1948年)，美国工业设计师

“使之生如夏花。”

——史蒂夫·乔布斯 (Steve Jobs 1955年)，苹果和皮克斯的联合创始人

“完美无暇会使人故步自封，缺憾才会引发思考。”

——贝扬·波特 (Bertjan Pot 1975年)，荷兰设计师

rule
03

**“Fashion is
made to become
unfashionable.”**

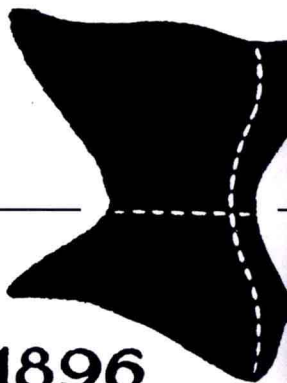
“时尚为过时而生”

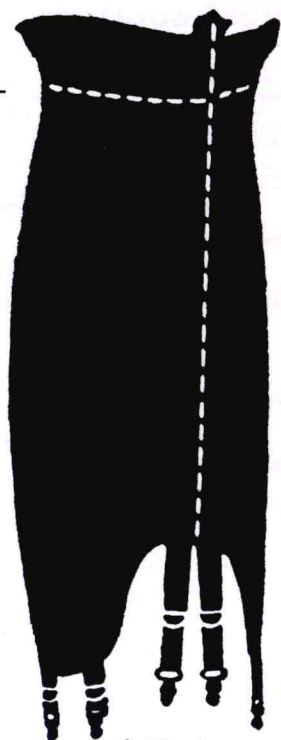
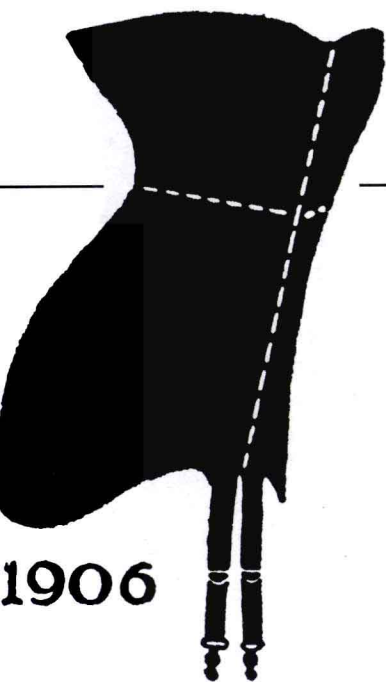
“时尚为过时而生。”

——法国服装设计师可可·香奈儿

（Coco Chanel 1883—1971年）不但带给世界很多黑色小礼服，她的这句黑色幽默也成为时尚多变性的总结陈词。

1896





“时尚一旦普及了，它也就过气了。”

——玛丽·冯·埃布纳-埃申巴赫
(Marie Von Ebner-Eschenbach 1830—1916
年)，奥地利作家

“时尚经不起推敲，所以我们只能让它保鲜六个月。”

——奥斯卡·维尔德 (Oscar Wilde
1854—1900年)，爱尔兰诗人、剧作家、
作家

“时尚易逝，风格永存。”

——可可·香奈儿 (Coco Chanel
1883—1971年)，法国服装设计师

“岁月使艺术品脱胎换骨，却把时尚变成残花败柳。”

——让·科克托 (Jean Cocteau 1889—
1963年)，法国诗人、艺术家、摄影师

“时尚在于瞬间与永恒，它为逝去而存在。”

——卡尔·拉格斐 (Karl Lagerfeld,
1938年)，德国服装设计师

“我很少论及风格，因为它隶属文化圈，而文化本身又是时尚的一部分。时尚终究会过时，过时才能带动消费，所以特点雷同对每个设计都是致命的打击。当新旧更替，人们会毫不犹豫地喜新厌旧，改变他们的习惯，而不会考虑哪种风格更具功能性。”

——菲利浦·斯塔克 (Philippe Starck
1949年)，法国产品设计师

“现今社会，时尚已经成为一种表达和回应的方式。它是一种自我展示，甚至是一种诉求。”

——赫尔穆特·朗 (Helmut Lang 1956
年)，奥地利服装设计师

“时尚会一直是热门话题。”

——安琪莉·韦达 (Angelique
Westerhof 1969年)，荷兰时尚基金会董事