

灵感⁺

现代平面元素剖析

the anatomy of design

- 41例典范作品

逐一剖析，解释隐藏其中的设计密码和创造性因子。

- 50种元素

归类拆解，着力发现相同设计元素的不同应用方式。

- 举一反三的设计法则

集中展示，激发你的设计灵感，拓展现代设计语汇。

灵感⁺

现代平面元素剖析

the anatomy of design

(美) 史蒂文·海勒 (Steven Heller) 迈克·尼可 (Mirko Illic) 编著
马 静 译

The Anatomy of Design

© Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without permission of the copyright holder.

© 大连理工大学出版社 2010

著作权合同登记06-2007年第258号

版权所有·侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

灵感+: 现代平面元素剖析 / (美) 海勒
(Heller, S.), (美) 尼可 (Ilic, M.) 编著; 马静译.

— 大连: 大连理工大学出版社, 2010.3

ISBN 978-7-5611-5384-0

I. ①灵… II. ①海… ②尼… ③马… III. ①平面设计—作品集—世界—现代 IV. ①J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第023576号

出版发行: 大连理工大学出版社

(地址: 大连市软件园路80号 邮编: 116023)

印刷: 利丰雅高印刷(深圳)有限公司

幅面尺寸: 185mm × 270mm

印 张: 10.5

出版时间: 2010年3月第1版

印刷时间: 2010年3月第1次印刷

责任编辑: 初 蕾

责任校对: 肖 彦

封面设计: 温广强

ISBN 978-7-5611-5384-0

定 价: 68.00元

电 话: 0411-84708842

传 真: 0411-84701466

邮 购: 0411-84703636

E-mail: designbook@yahoo.cn

URL: <http://www.dutp.cn>

如有质量问题请联系出版中心: (0411) 84709246 84709043

平面设计是一个由众多元素和灵感相互影响而构成的综合体，而平面设计技法、方式和各种风格的出现要受到科学技术发展程度或社会文化需求的制约。在19世纪末期，为了满足新兴商业文化的需求，广告艺术开始出现，并成为所有现代平面设计立足的基石。工商业的发展催生了平面设计，因此平面设计的宗旨在于吸引公众的注意力，并说服公众进行消费。设计师们往往会无意识地遵循这些设计惯例、风格和技法，直到有新的内容取代它们。

从考古学的角度来看，平面设计的历史就是一幅具有代表性的剖面图，揭示了不同时期的特点和风格。设计师们每隔十年，有时每隔一年或一个月就会推出一些与众不同的表现形式，而这些表现形式在用过一段时间之后就会被抛弃。这一点与其他涉及流行时尚的行业一样，过气的平面设计作品受到冷落，直到被敢于探索的先锋人士发现，再作为“新”的灵感源泉重新注入设计界。如今，旧元素可以迅速变成新元素，而在眨眼之间，又再次沦为旧元素。无论如何，每次的新旧轮换都会为不断扩展的现代设计语汇增添新的内容。

虽然其象征意义有可能被混淆，但所有的平面设计元素就如流淌在血管中的血液一样，滋养着设计领域，无论人们在何时或者最初是出于何种目的而创作出这些艺术形式的。将此概念加深一步，若从解剖学的角度来看，一件平面设计作品就是由许多不可或缺的部分构成的一个整体。剥开表皮后，我们会发现支撑着相互作用的各个部分的骨架，去除其中任一部分都将会导致设计的“病理”变化。当然，无论组成部分如何，最重要的是设计结果，但是了解设计的内在机理将有助于设计师欣赏其工艺的复杂性。解剖学可以使我们不仅知道胫骨与股骨相连，而且还能进一步了解身体机能和运动原理。在平面设计领域内运

用这种解剖学观点可以概括出某一设计作品的物理和基因构成。在海报、包装、图书封面或广告牌等作品表面之下隐藏的元素，即所谓的“创造性因子”，决定并定义了设计作品的基因。

在本书中，我们精选了41例平面设计作品，并对它们逐一进行剖析，以揭示其中隐藏的设计元素和设计灵感。尽管并不一定都是业内最广为人知的或最著名的平面设计作品，但是它们都含有典范作品的“基因密码”。它们就是一些带有明显或隐约现代风格的工艺品，构思精巧，工艺精湛，暗藏珠玑。有些貌似复杂，但仅凭肉眼即可发现其中隐藏的典型元素；而有些看似如此简单，让人难以相信后面还隐藏着独特的设计灵感。我们的编写形式是展示出重要设计作品的大型复制品，目的不是对作品进行划分，而是要着力发现不同作品中可能存在的对相同设计元素的不同应用，包括自觉或不自觉地应用于最终作品中的元素。实际上，这类设计元素比比皆是。

但是，我们怎么能肯定设计师们是否分享过典范作品中的设计元素或承认自己借鉴过某些作品呢？在大多数情况下，我们是给出自己的结论，因为本书并非出自设计师的传统案例分析，而是出自业内鉴赏家的分析批评。在可能的情况下，我们也向相关设计师确认我们的看法，但这并非必须为之。有时候，实际上在大多数时候，设计师们并不了解其作品的渊源。保罗·兰德（Paul Rand）就曾经说过，人们总是先设计出作品，然后再去找理由证明它。而且，概念与图像就在空中自由地“漂浮”，在被设计师“吸入”后才成为循环系统的一部分。当出现在作品中时，可能设计师自己也不知道它们从何而来。因此，我们通过观察界定出构成整体设计作品的各个部分，然后对其进行分析、拆解和展示，这样，作品中的设计元素和设计灵感就从这个解剖过程中跃然而出。

目 录

6	圣文森医院救护车 盾牌 箭头 彩绘玻璃效果 车身广告
10	布雷克 用图标做封面 教学图表 交叉排列 坚定的姿势
14	美国印制 指纹 条码 数字变为字母
18	认识世界 演变 国旗 独特的图表
22	自由意志 模板涂鸦 模板字体 模板艺术在印刷品上的应用
26	远离那些让你为其撒谎的公司 信息牌 图像并置 文字并置
30	《麦克白》与《玩偶之家》 血渍 构造 反白字 铅字
34	新泽西表演艺术中心 室外空间文字编排 室内空间文字编排 营造空间错觉的文字编排
38	美丽的腐朽 垂直重叠标题 融入环境的文字 强调拍摄角度的文字
42	《野性时代》 由不同材料组成的文字 裁切的文字 扭曲和折叠的文字
46	《冬夜红灯》 手绘 文字与图像 系列设计
50	音乐之友 光学图形 相同的设计, 不同的颜色 剪贴画
54	理查德·巴克曼和史蒂芬·金 着色的木材、石材和绳索 双联画、三联画 孔洞
58	《布鲁克林》 铁丝网 撕开的纸张 画谜和字谜
62	第二届国际展 独特的形状 褶皱的纸张 折叠的纸角 层叠的纸张
66	《Song X》 胶带 透明的图像 透明的文字
70	视觉艺术学院 涂鸦 丑化脸部
73	服饰品牌 半色调 叠影
76	凯瑟琳·施耐德 不完整的文字 裁切图像 叠印
80	绝对伏特加广告 插画 喷漆 对称 矢量艺术
84	太阳双子 镜像 颠倒图像 颠倒标识 数字字体
88	《卡里姆·拉希德: 演化》 摇头 金属箔 十字

长期存在于家庭中的“辱骂孩子”问题	92
向内缩图 张嘴 硬朗的字体	
安德鲁·科基·泰勒	96
中心重力 螺旋 拼贴	
老大哥	100
欧普艺术 像素化 俯视的艺术	
《双子城》	104
日历和周期表 网格文字 网格图像	
“曼彻斯特狗之家”年度报告	108
有序堆积的图像 有序堆积的文字 大量留白	
慢食	112
硬纸盒 独特的封面材料 法式折叠	
样本	116
十字绣 吊牌 流苏页	
《动感设计：工作过程介绍》	120
封面击凸、击凹和上光 切口装饰 模切	
《Amelia's》杂志	124
剪纸 封面模切 赠品 内文模切	
《埃里尔森：封闭的展馆》	128
腰封 螺旋装订 灵活的装订 极简的颜色和图像 变形的文字栏	
《一位设计师的意大利指南》	132
标签 烫印 粘贴 口袋 小册子	
大富翁	136
双封面 护封 游戏	
《奇普·基德：第一本书》	140
手 书中书 跨页 内页大、封面小	
企鹅丛书	144
彩虹 标识演变 创意书脊 纪念标识	
《动态模糊》	148
创意书盒 多种多样 图像运动 色彩运动	
《反书》	152
互动的图书设计 折纸的艺术 交互式设计	
行动或者忘却	156
曝光 艺术时刻 广告牌	
新闻周刊《L'Espresso》	160
大师作品 头骨 X射线	
《童魔》	164
头部剪影 刮痕 海报 背影	
致谢	168

圣文森医院救护车

设计师：Doyle Partners

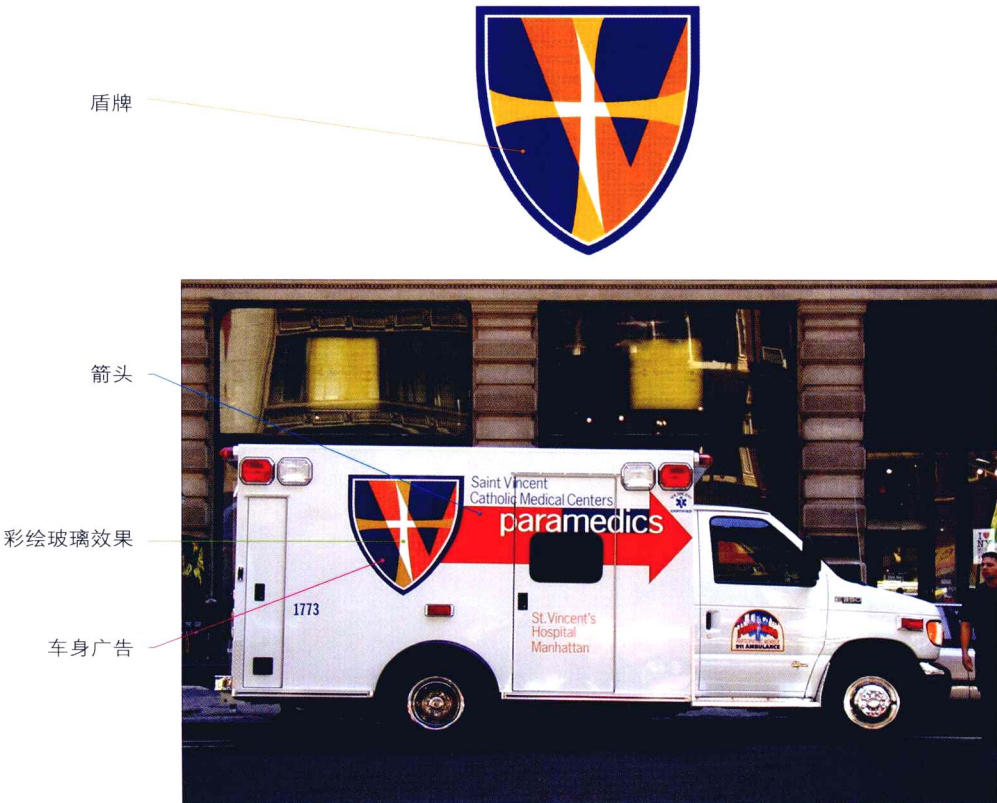
标识是体现和传播公司精神和雄心抱负的充满感情的符号，这个符号中所蕴涵的丰富意义既不应被低估，也不应被推崇至极。无论标识的外形是令人惊异还是优雅漂亮，它的好与坏最终只与自身所代表的实体相一致。可以肯定的是：没有一位设计师要刻意设计一个平淡无奇的标识。从本质上说，标识必须要展现视觉的力量，必须是一个有助于记忆，能引起人们产生感情共鸣的符号。在使用时要给人留下深刻的印象，在离开人们的视线时又必须能让人感觉历历在目。当然，标识可能由于企业并购，或者仅仅因为企业或组织想改变自身形象而发生变化，总之，它是自身形象的绝佳代言人。

当 Doyle Partners 的汤姆·克鲁芬（Tom Kluepfel）和史蒂文·道尔（Stephen Doyle）接到为纽约圣文森医院重新设计标识的任务时，委托方要求将这家已经与另外 8 家医院合并的机构的所有特征都统一到一个主题之下。因此，设计师们寻求将新标识建立在社区对医院已有认知的基础之上，并表现出医院新的发展。该标识的基本符号来源于经典图形，而所有的医院都有相同的天主教传统和象征符号——颜色、十字、盾形。起初，克鲁芬认为盾形

过于常见，因而反对采用这个图形，但后来他认为，熟悉的事物可以让人心生慰藉之感，而且它从某种程度上来说传递了一种积极进取的态度。

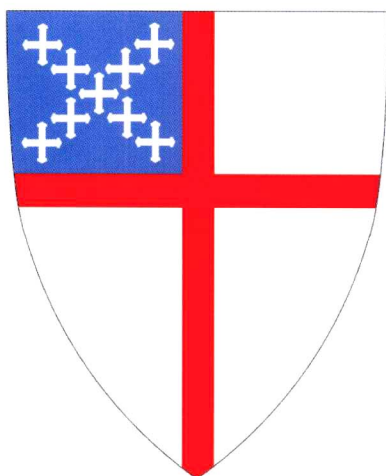
十字图形和盾形都是极具历史意义的设计元素。盾形图案的历史最早可追溯到公元前，它是十字军东征的象征符号。现在，盾形已经成为权威的象征，例如，警徽采用的也是盾形图案。用平面设计的术语来说，盾形构成了视觉创意的框架，就像形容词一样，修饰了基本概念，在这里这个概念就是代表慈善修女会的十字图形。

救护车是医院标识系统中最公开化的表达方式。粗体箭头的历史几乎与盾形一样古老，据称是最早的，也是出现在所有文化中的图形符号。无论指向何方，它都暗含着一种动作，隐含着冲刺、动机和结果。救护车本身即是一种广告，其车身图案就如同一个移动的广告牌，必须醒目、清晰、无误，让人能够一目了然，同时还能提升其所属机构的形象。这些富有表现力的视觉展示与一辆 UPS 快递车的车身展示有异曲同工之处，因为它们的设计原则是完全相同的。经过这些设计元素的融合，这辆救护车就如同一位肩负着特殊使命的十字军战士一样。





1



2



3



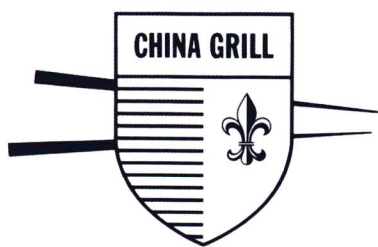
4



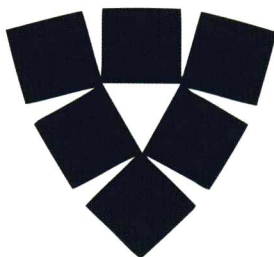
5



6



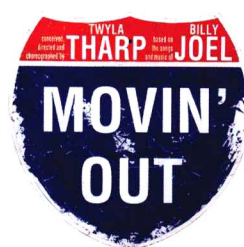
7



8



9



10

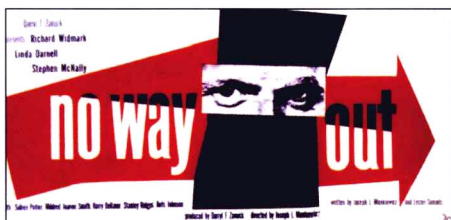
盾牌

1. 圣殿骑士团盾牌，11世纪
2. 美国圣公会教堂的盾形纹章，18世纪
3. 蓝十字会的标识，1939年
4. 基督教救世军的标识，1940年
5. UPS（联合包裹服务公司）的标识，1961年

6. BP Shield的标识，1968~1970年
7. 纽约China Grill创意餐厅的标识，1986年
8. 纽约新学院大学的标识，1993年
9. 鹿特丹的盾形纹章，视觉识别，2001年
10. 百老汇音乐剧《Movin' Out》的标识，视觉识别，2002年



1



2



3



4



5



6



7



8



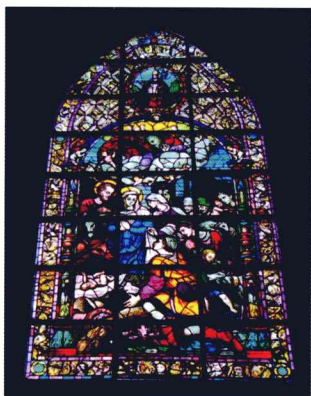
9

箭头

1. 包豪斯的朋友圈，商标，1924年
2. 《No Way Out》的电影海报，设计师将摄影术、印刷术、符号、平面图形与白色背景融合起来，这与典型的电影海报形成了鲜明的对比，1950年
3. SBB公司的标识，1972年
4. FedEx（联邦快递）的标识，标识中字母E和字母x之间的空
- 间营造了一个潜在的箭头，1973年
5. Joe Henderson《In'n Out》专辑的CD封面，1989年
6. City Trail（城市轻轨）的指示标志，1992年
7. Reno Cooking Conveyors 3的标识，2000年
8. 虚拟的高速公路指示标志，2002年
9. BBX快递公司的标识，2005年

彩绘玻璃效果

1. 西班牙塞维利亚大教堂的彩绘玻璃窗，15世纪~16世纪
2. 现代彩绘玻璃窗
3. Alfieri & Lacroix (艾法利&拉科鲁瓦) 的广告，1963年
4. Advertising (广告)，讲座的宣传海报，1998年
5. Millennium Images (千禧影像)，标识，1999年
6. Light Years (光年)，海报，1999年
7. Paul Auster系列图书的封面，为Paul Auster25周年纪念设计的一套包装系统，2006年



1



2



3



4



5



6



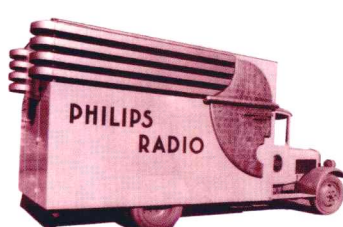
7



1



2



3



4

车身广告

1. 英国Express Dairy公司，1882年
2. 米其林 (Michelin) 宣传车，20世纪20年代后期
3. Philips Radio (飞利浦收音机) 广告卡车，1928年
4. Coke (可口可乐) 运货卡车，20世纪80年代

布雷克

设计师：Trio/Fabrika

迪诺·梅林（Dino Merlin）是一位著名的波斯尼亚歌手，Burek（布雷克）是其CD唱片的标题，这是一种螺旋状的夹肉馅饼的名字，是波斯尼亚非常著名的一种特色小吃。将整张CD的音乐和图形设计以“布雷克”为基础看起来是一个奇特的主题，但是，当我们将其简化为基本的图标时，“布雷克”就成为了一个能够让人们记住的标识，因为在波斯尼亚，这是一个尽人皆知的物品。与许多全球知名的标识一样，简洁是该设计的主要特色——将文化意义和视觉展示都压缩进一个看似抽象的容器中。也许并非所有人都能在第一时间理解“布雷克”的字面含义，但鉴于眼下许多CD封套上都使用了体现极简主义的符号，因此，这种图形本身也反映出了一种当代精神。

实际上，这个标识蕴涵着复杂的视觉叙述，这些都随着CD的打开而呈现在人们面前。直到那个时候，我们才明白原来梅林的唱片是在赞美，也可能是在讲述快餐、快餐文化、快节奏，以及政府、社会和文化从一种生活方式转向另一种生活方式的速度。这是一种宏观意义上的诠释。而在微观层面上，CD的设计显然是模仿了现代

主义者的视觉语汇——特别是那些在CD、海报等众多时尚设计项目中反复出现直至令人生厌的国际化的视觉符号——但同时又对这些设计的愚蠢进行了评论。

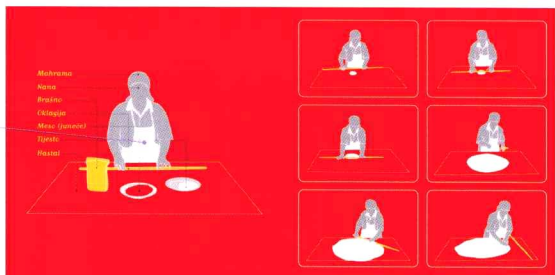
简约作为一种平面设计手法，当然也有其盛衰期。1968年，披头士（Beatles）乐队的《White Album》专辑之所以得名是因为其纯白色的封面上绝无它物。这一设计成功地证明了当极简主义被发挥至极致时，它甚至比带有文字和图像的黑胶唱片更引人注目。简约的风格可以在大量繁复的设计作品中脱颖而出，取得最佳的表现效果。

此外，这个设计还借用了传统的教学图表，这是近来已经成为一种流行趋势的插图修辞法。在CD的内页上印有一个分步简图，用传统的波斯尼亚俚语尽量简洁地说明制作“布雷克”的步骤。几乎没有什么平面设计流派能比这些线性指南更易识别，同样，也很少有比它更难以辨认的，而这正是其获得幽默家青睐的原因所在。这个也许有用的简图说明了就连日常生活中最复杂的一面也可能被简化为一二三步，而这似乎正是设计师所要批评的一点。

用图标做封面



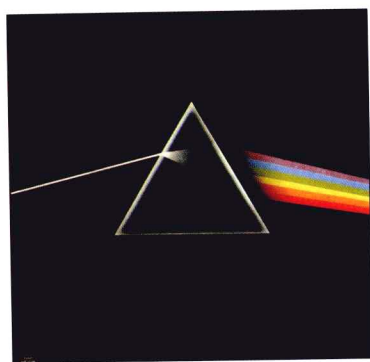
教学图表



交叉排列

坚定的姿势

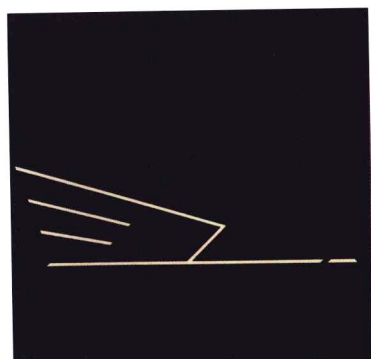




1



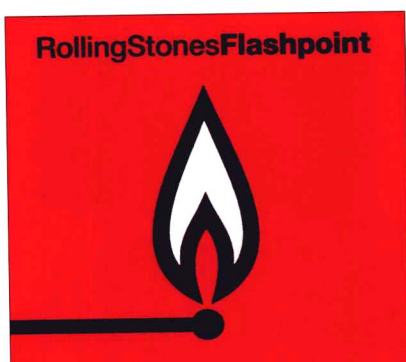
2



3



4



5



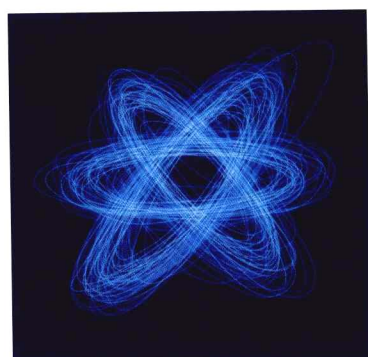
6



7



8



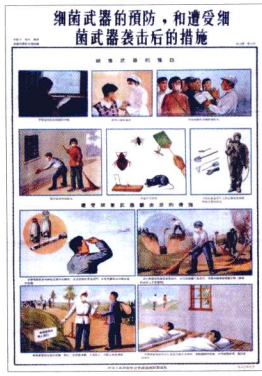
9

用图标做封面

1. Pink Floyd《Dark Side of the Moon》（月亮的黑暗面）专辑的黑胶唱片封面，1973年
2. Kraftwerk《Autobahn》（高速公路）专辑的黑胶唱片封面，1974年
3. Wild Swans《Revolutionary Spirit》（革命精神）专辑的黑胶唱片封面，1981年
4. King Crimson《Three of a Perfect Pair》（完美三兄弟）专辑的CD封面，1984年
5. Rolling Stones《Flashpoint》（引火点）专辑的CD封面，1991年
6. Gay Dad《Leisure Noise》（慵懒的噪音）专辑的CD封面，1999年
7. Medicine Drum《Supernature》（超自然）专辑的CD封面，2001年
8. Thievery Corporation《The Richest Man in Babylon》（巴比伦富翁）专辑的CD封面，2004年
9. Orbital《Blue Album》（蓝色专辑）的CD封面，2004年



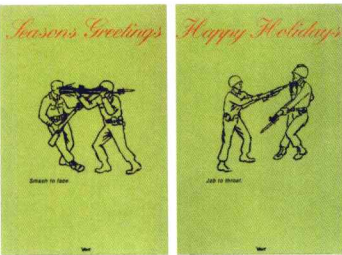
1



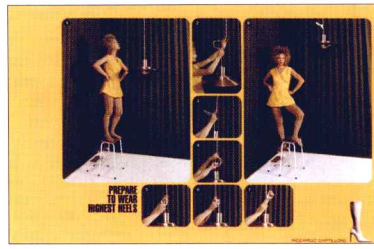
2



3



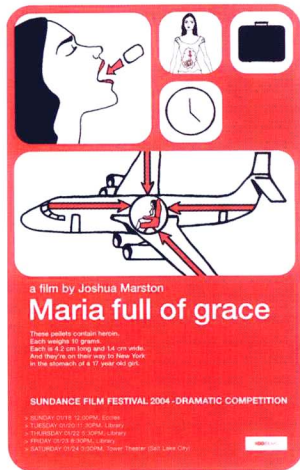
4



5



6



7



8



9

教学图表

1. ROSTA Window No 132的海报，1920年
2. 关于预防原子武器、化学武器和生化武器的基本信息的海报，1970年
3. 纽约地铁贴纸，这些贴纸看起来与纽约大都会运输管理局（MTA）传统的指示标志类似，应用在穿行纽约的地铁列车上，1994年
4. Seasons Greetings, Happy Holidays（节日的祝福，节日快乐）宣传单，1994年
5. Prepare To Wear Highest Heels（准备穿高跟鞋）时尚广告，2001年
6. Breath-Hold Technique（屏住呼吸的技巧），Hand Signals（手势信号）宣传海报，2001年
7. 电影《Maria Full of Grace》（万福玛丽亚）的海报，2004年
8. Give better, but be prepared（给予更好的，但要准备好）的广告，2004年
9. For your safety（为了你的安全），汉莎航空公司教学图表

交叉排列

1. 保卫彼得格勒（列宁格勒）的石版画，1919年
2. 西班牙共和国抵抗内战威胁的海报，1937年
3. Kraftwerk《The Man Machine》（人形机器）专辑的黑胶唱片封面，1978年
4. 《Let's Put the Future Behind Us》图书封面，1994年
5. CCCP衬衣，“每件阿迪达斯都有一个故事”活动的一部分，广告，2001年
6. 《Adbusters》杂志2006年日历，2006年



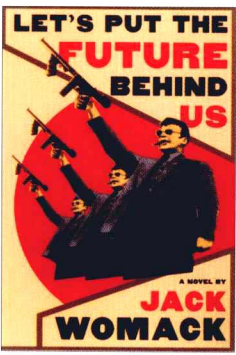
1



2



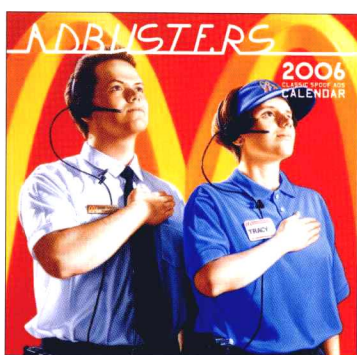
3



4



5



6



1



2



3

坚定的姿势

1. I am Telling You（我告诉你）海报，这张海报是为了宣传军事储蓄邮票，用于筹集超过10亿美元资金，1918年
2. R.T. French公司的视觉识别标识，1976年
3. 明尼苏达坎宁山谷罐头公司，后改名为绿巨人公司的视觉识别标识，1928年

美国印制

艺术总监/设计师：Emek

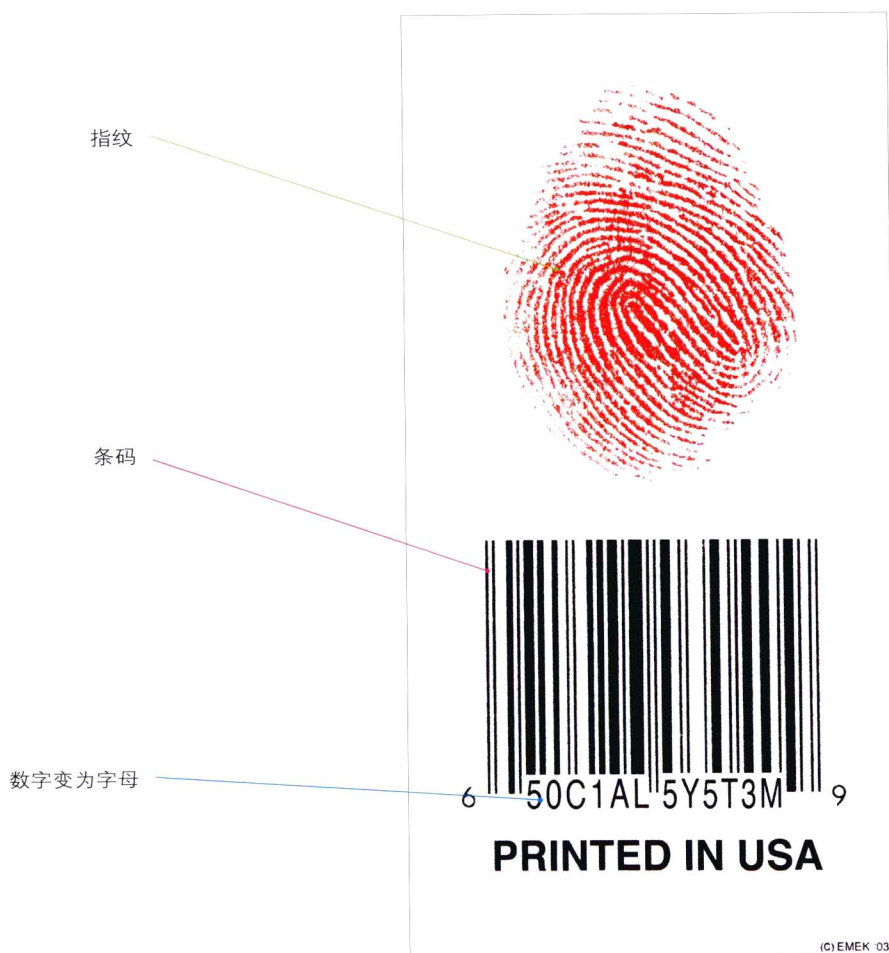
虽然世界上没有两个指纹是相同的，但是指纹在平面设计中却是一个非常古老的而且被反复使用到的图形。除了抽象性之外，指纹还具有丰富的象征意义，可以暗示从个性到犯罪等多种概念。通过不同的变换方法，指纹可以从表面化的图形轻松转变为具有隐喻性的物体，如变成一个头像、一片云彩或者一道田垄。指纹是获得图形双关效果的完美工具。

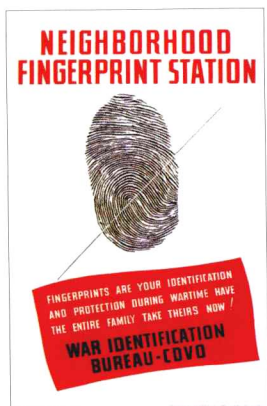
由约瑟夫·伍德兰德（Joseph Woodland）在1952年发明的普通商品代码（UPC）或称条形码具有类似的独一无二又随处可见的特点。在20世纪晚期，由电脑生成的条形码取代了指纹成为身份和个性（或缺乏个性）的主要象征。在许多时候，它可以被用来隐喻监禁、统治和经济等概念。

指纹是一些轮廓线的随意组合，因此看上去有些混

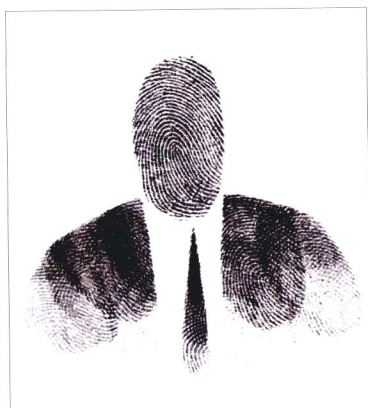
乱无序，而条形码重复的垂直线条使其看起来更机械化，也更使人难忘。现行法律规定，所有批发零售商品都必须带有条形码，因此在包装或者封面设计中，为了增加条码的趣味性，设计师往往会把它们设计成花柄或枪筒等形状，甚至偶尔把直线画成波浪线。但有一点需要注意：即使它被赋予更多的特征，也仍然是社会编制的一种标记。

在这幅海报中，设计师批判了这样一个事实，即美国政府及其安全机构正在不断加强对个人信息控制。实际上，设计师还借用了另一个在设计中常用的双关手法——以数字代替字母来再现两个同时并存的概念，即50C1AL 5Y5T3M代表SOCIAL SYSTEM（社会系统）。设计师曾经说过，这幅海报是献给美国2004年大选期间的全美普通民众的，旨在激发公众对个人隐私问题的关注。





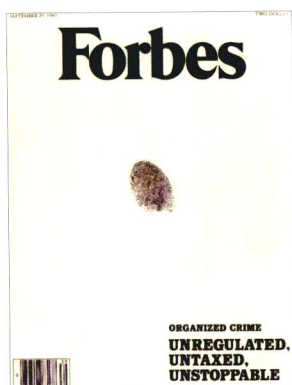
1



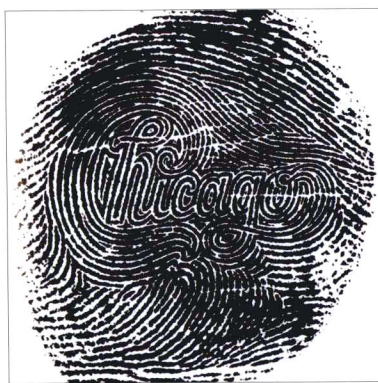
2



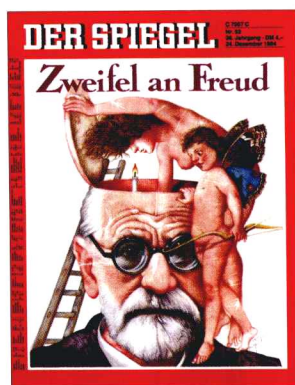
3



4



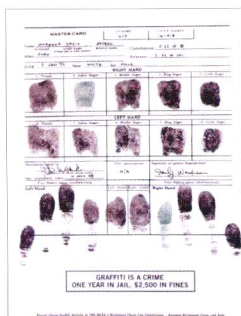
5



6



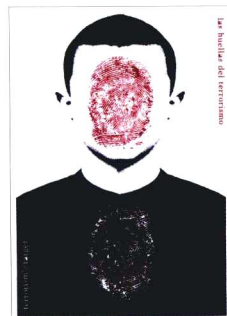
7



8



9



10

指纹

1. Neighborhood Fingerprint Station海报，20世纪40年代
2. The Passport（护照）绘图，1954年
3. 《Onkel-Onkel》（叔叔，叔叔）的海报，1966年
4. 《福布斯》杂志封面，1980年
5. 《Chicago XIV》唱片封面，1980年
6. 《Zweifel an Freud》（质疑弗洛伊德）封面，Michael M. Prechtli以手掌和指尖进行插画创作而闻名，1984年

7. 《Graphis Logo 1》（图形标识1）图书护封，1991年
8. Graffiti Is a Crime（乱涂乱画是一种犯罪）海报，1998年
9. 《Wildlife & Identity》（野生动物和特性）年报设计，这是为动物保护组织设计的年报，强调了人类的特性与野生动物是有联系的，1999年
10. Terrorism's Targets（恐怖主义的目标）明信片，2006年



条码

1. Clinomyn吸烟者专用牙膏的标识，1992年
2. Museum Event（博物馆活动）标识，1995年
3. All-American Theory（全美的理论）标识，2004年
4. Eye of the Swan葡萄酒和伦奇商店五金器具的条码设计，1986年，1993年
5. Supply Chain（供应链）标识，1996年
6. Bar code（条码）专利图样，1958年
7. 《Print》杂志封面，1984年
8. Japan海报，1988年
9. 《纽约客》杂志封面，1988年
10. Kreatura' 99波兰广告设计竞赛海报，1999年
11. The World is Full of Generic Mass Produced Homogenized Products. Don't Become One（这个世界充斥着普通的、大量制造的单一的产品。不要成为其中的一员）海报，2001年
12. Bar code tattoo（条码纹身），2002年
13. C.O.N.S.U.M.I.S.M.（消费主义），2004年