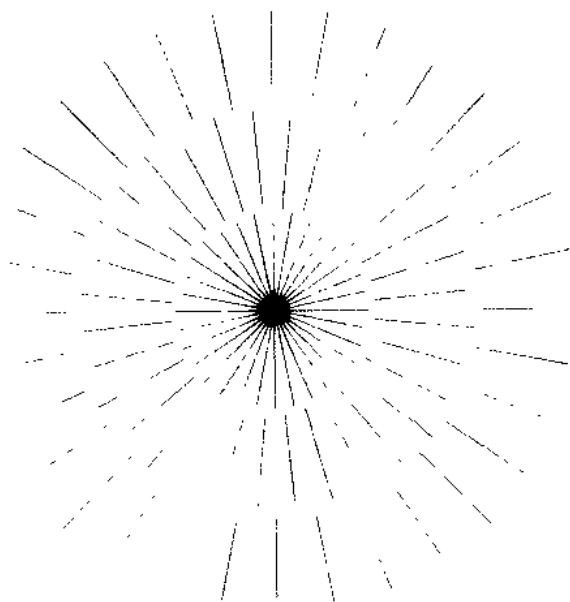
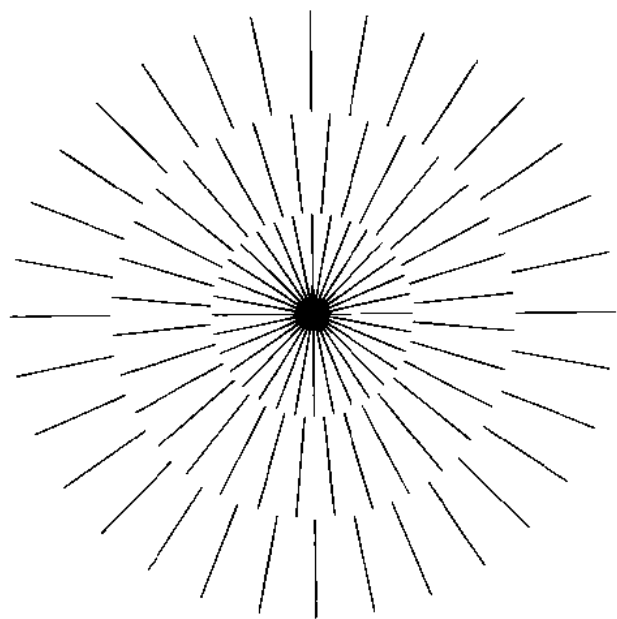




設計我的第2母語

Graphic Design as a Second Language



Bob Gill 著

邱順應 譯

設計我的第2母語／Bob Gill 著；邱順應譯。
初版。——台北市：滾石文化，2005〔民94〕

120面；16X23.5公分

譯自：Graphic design as a second language

ISBN 986-7718-22-4（平裝）

1. 美術工藝－設計

960

94001420

設計我的第2母語

Graphic Design as a Second Language

作者／Bob Gill | 譯者／邱順應 | 發行人／段鍾沂 | 主編／段書珮 | 責任編輯／李素卿 |
美術編輯／胡慧雯 | 出版者／滾石文化股份有限公司・台北市光復南路290巷1號6樓之1
・電話：(886) 2-2721-6121 | 總經銷／滾石文化股份有限公司・發行部傳真：(886) 2-
2775-1132・劃撥帳號：14805895・戶名：滾石文化股份有限公司 | 印刷／立德印刷有
限公司 |

| 出版日期：西元2005年1月初版 | ISBN：986-7718-22-4 | 定價 NT390元 |
(再版二刷：西元2005年4月)

原書名：Graphic Design as a Second Language

Copyright © 2005 by Images Publishing Group. Copyright © 2005 by Rock Publications Co., Ltd. All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission in writing from the Publisher.

ALL RIGHTS RESERVED 版權所有，翻印必究

作者介紹

鮑吉爾 (Bob Gill) 是一位設計師、插畫家、文案、電影製片及老師。

鮑吉爾先是在紐約自由接案，到了1960年他突然心血來潮奔赴倫敦，一待就是15年。他也與兩位腦袋頂級靈光的設計師在英國開立了Fletcher/Forbes/Gill設計工作室。

F/F/G剛開業時，只有兩位助理及一位秘書；現在其辦事處卻以Pentagram之名，在除了西藏以外的地方到處開立。

吉爾在1967年離開這家公司在倫敦獨立接案。

1975年再回到紐約，與畫家Robert Rabinowitz一起編寫與創作「披頭狂熱」(Beatlemania) 這齣當時百老匯最大型的多媒體音樂劇。

吉爾目前仍是自由創業的設計師而且仍繼續在教學，他在歐洲、南美、遠東及美國等地都開辦過個展。

他還榮登紐約藝術指導名人堂，英國設計與藝術指導聯盟最近更頒發終生成就獎給他。

這本是他關於設計與插畫的第6本著作，他也同時從事童書的寫作與繪製。

他現在住在紐約，並與任職於紐約公共廣播公司的太太Sara Fishko、兒子Jack、女兒Kate住在一塊。



譯者介紹

邱順應（邱丘）

德州大學奧斯汀校區廣告學碩士。曾任廣告雜誌文字主編、專欄作者，華威葛瑞資深設計、文案指導，中央研究院資訊所知識分析師、何嘉仁總處企畫部主管、中華民國美術設計協會副秘書長等職，目前為某文教機構企畫部主管。亦曾於輔大廣告系、中原商設系、實踐服裝系、實踐視覺傳達系教授創意策略、文案創作與廣告學等課程。譯有《如何製作有效的廣告影片》、《不守規則創意》；著有《創意相對論》、《黏黏》圖文集、《創意不正經》。

個人網站：拷貝黨 <http://copyshark.idv.cc>

設計我的第 2 母語

Graphic Design as a Second Language

Bob Gill 著
邱順應 譯



滾石文化發行

除非你已睡足 8 小時以上，且吃過營養豐盛的早餐，否則別開動任何重要的規劃案件。

毛澤東

"Never begin an important design project unless you have had at least eight hours' sleep followed by a nutritious breakfast."

Mao Tse-Tung

1 . 定義 Definitions 7

設計，問題 / 解決，描述，概念，
點子，文化，必然性，詞彙，美術剪貼，
蒙太奇，重複，趣味模仿，扭曲變形，連續性。

2 . 概觀 An overview 21

特效，真實感，電腦化。

3 . 淺談 Design lite 27

不自然狀態，內在邏輯，分離，欄位佈局，
自然的不規則欄位佈局，一致性 / 變化性，
印刷排版，濃縮，累贅。

4 . 流程 Process 37

摘要，問題就是問題，
研究，傾聽，誇張，少就是多，
多仍是多。

5 . 關聯 Connections 55

6 . 發現題材 Found objects 65

7 . 老套 Clichés 73

8 . 文字會說話 Word as word 81

9 . 以字體與文字為影像

Letterform and word as image 85

10 . 在另一方面...

On the other hand... 91

不可思議的影像，似是而非的矛盾，抽象概念。

**11 . 另一種聲音 另一種方法
Other voice... other ways 107**

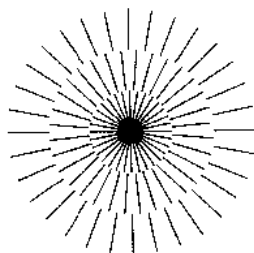
12 . 完結篇 Coda 113

理論，實務

1. 定義 Definitions

讓我們先從定義開始。透過一些專有名詞的界定，讀者將清楚地瞭解到當我論及設計時，我應用這些名詞之用意何在。

設計 Design



請參照第 100 頁

設計是一種組織事物的方法。你無法把設計握在掌心，因為它並不是一樣東西或一個事件，而是一種過程、一種系統、一種思維。

其實「好設計」與「壞設計」之分野沒那麼絕對。如果該設計符合你想要的，那就是好的設計；反之，設計總是不如你願、不合你調，那就是不好的設計。

為了一項設計，你必須組織一些東西。

問題 / 解決 Problem/Solution

什麼必須被組織起來？我把他們叫做「問題」。

而設計正是其「解答」。這意味著，若你早就知道設計該如何構成，以及心裡早有定數最後成品又會長什麼樣子。那麼，設計也將只被侷限分類成好的設計與不好的設計而已。

設計沒有絕對的原則。無論是色彩或平衡其有效與否，不變的法則與事實就是，他們要能幫助你達成你要的畫面或效果，否則，算了吧！

沒有哪種顏色、哪種字型、哪種構圖或哪種影像是永遠好的，也沒有哪種是絕對不管用的。

就好比塗鴉（graffiti），常會令人覺得礙眼。但當我看到一輛重型卡車上塗鴉著電影廣告時，卻察覺到這種表現竟是如此貼切傳神地帶出這一部描述洛杉磯年輕幫派電影的暴力印象與虛無氛圍。

我把這輛卡車拍照下來，並附上電影片名。



有一種可以打標籤文字的字型機叫做 Dymo，是一種便宜粗糙的打字機器模印出來的字體，非常不細緻。無論怎麼看，都覺得是較低階的字型。

我差點認定此字型該歸類為不好的字型；但是，當我必須去設計一款住址變更卡時，我卻選用了此款字型，這種選擇與舉動，正好跟每個紐約房東一樣，會把他們的房客名字，鑲放在寓所門鈴底下的狹槽裡。



身為一位設計，若還不知道問題所在，就已經知道答案的大致長相，這是非常可笑的，就好比數學家在拿到問題之前，就已經知道答案（正確數字）是112般那麼荒謬。

描述 Statement

當別人拋一個問題給你時，例如幫乾衣機設計一個logo，無論你的解決方式為何，它至少都必須在傳遞著「某種溝通」。而這溝通原則是

如果你原本的描述都不夠生動了，那麼也別奢望你之後的解決方案會有多精彩。

If your statement is boring, then chances are that your solution will be boring.

概念 Concept

請不要再濫用「概念」這個字眼。

愛因斯坦的相對論及牛頓的地心引力，這類偉大思想家的獨特創意，算是一種概念沒錯；但相對地，一堆影片製作人及汽車製造商，他們那些缺乏新意且令人興奮不起來的概念影片或概念車種，絕對有違「概念」之美名。

點子 Idea

我們這些卑微的設計人員，從來都不曾擁有過什麼概念，有的，也只是點子而已。但別把點子與事實混談在一起。舉例來說，你走進一間教室，你說「教室裡共有 26 張椅子」，這種說法是一種「事實」(fact)，只要懂得數學的人，都能辦到。

然而，如果你對這些椅子有獨到的見地，而說「正因為這些椅子排列如此整齊，我敢打賭在這間教室上起課來，氣氛一定很嚴肅拘謹」。而這就是一個點子，即使不怎深奧，卻仍是一個點子。

你將會擁有這些點子，從你個人的每一項新工作、新經驗中汲取而來，這些囤積而來的點子，將會大幅度地左右著你日後的設計品質。

如果你原本的點子都不夠生動了，那麼也別奢望你之後的視覺影像會有多精彩。

If your idea is boring, then chances are that your image will be boring.

文化 The culture

紐約大學教授尼爾·波茲曼 (Neil Postman) 在其著名的《娛樂至死》(*Amusing Ourselves to Death*) 一書中指出，當 1984 年來臨時，我們吹噓奧威爾 (Orwell) 不吉利的預言將兌現，人們將在 1984 年被那些大哥級的強權霸國所宰制。但事實上，從未發生。

波茲曼還提及到英國詩人赫胥黎 (Aldous Huxley) 在《美麗新世界》(*Brave New World*) 裡的預言真的應驗了，那就是人們愈來愈慣於擁抱科技，也愈來愈愛忙著、急著壓縮自己，這些都讓他們愈來愈沒有額外的「思緒空間」來作思考。

那可不是什麼獨裁者或專制組織在監看著你，而是迪士尼、時代雜誌、媒體大亨魯伯特·梅鐸 (Rupert Murdoch)，以及其他少數超大型的企業。

他們透過單一制式的電視、有線頻道、廣播、影片、劇場、雜誌、光碟等影像來映射我們的多元思維。他們還將內容設計訴諸較低俗的品味標準，以方便其大量向我們傾售。當然，如果你並非處身於中上流社會，他們是不會賣給你的，因為這樣才能展現其非廉價之劣質品。

而且，他們控制媒介的胃口，愈來愈難滿足，可預見的是，多元性的發展在未來將更不樂觀。

所以，如果你想成為一位具原創性的思想家，你必須把自己抽離，就像是要告別那種一片接一片白麵包般的單調日子，從那些大企業慣有的單調乏味中掙脫出來。

So if you're to become an original thinker, you've must extricate yourself from the mega-corporation's avalanche of white bread.

必然性 Inevitability

最糗的事，莫過於當一位玩雜耍的人，正在表演花招時，看的人都替他捏冷汗，因為看起來每個動作都有失手的可能。

就我的標準來看，藝術創作的難處在於它必須隨時看起來很簡單，而不會流於過度操作之匠氣，而這就是我所謂的「必然性」。

記得有一回在看派德·柴耶夫斯基（Paddy Chayefsky）的劇場公演，當尾聲謝幕時，坐在我旁邊的一位男士站了起來，並對他太太抱怨地說「這有什麼特別了不起的？這種劇本我也寫得出來」

從他的語句中，我判定他並不瞭解一個劇作家真正在做什麼。他似乎把這種重要角色想像成只是幫錄影機按個開關鍵而已，因而他覺得自己也可以勝任、可以寫出那樣優秀的得獎劇本。但事實上，劇本的功力就在於其讓劇情裡的每個角色都是那麼自然而具說服力。

而這種自然的說服張力正是我一直努力想要達成的部分。我喜歡自己想出來的點子就像柴耶夫斯基的劇本一樣那麼成功，會讓旁座的那傢伙有一模一樣的反應。

詞彙 Vocabulary

一旦我們想到了一個好點子，接下來就必須想一個跟此點子匹配的影像（例如一根香蕉），也就是說，我們必須決定影像該如何來構成。

該用插圖還是照片？如果是要用素描或水彩畫，要畫得很逼真寫實還是不用？

又如果是要用照片，那是要拍黑白還是彩色的？或者，輪廓線條有無需要做打淡、剪影等額外處理？

影像該如何構成，端視此影像是否能夠把該說的部分最適切地表達、呈現出來。

How an image is rendered, should always depend on how it helps express the statement best.

舉例：



以這張百貨公司在母親節做的內部張貼海報為例，媽媽和小孩都是以黑白分明的線條照相（line photograph）來處理。

正因為把細節割捨掉了，媽媽和小孩反更容易被清楚識別。這種線條式視覺版本就比過網的照片更具簡潔生動的視覺優勢。



我知道大多數讀者調查的結果裡，閱讀此雜誌的“理想型”夫妻長相大致為何。只是我捨棄他們的照片而不用，我決定把設計的畫面往另一個極端發想。

調查顯示，封面上刊登的這一對男女，其實是最不可能看此類雜誌的族群。但他們的個性一樣需要認真細膩地去探討。

當每一回我需要用畫圖來當設計解決方案時，我都嘗試先找到與該主題最匹配的線條。

這表示說，我並沒有固定的風格。

一些發稿子給我執行的藝術指導們都不喜歡這樣，因為他們無法確知我將怎麼執行。

問題是，我也不知道啊！

這裡就有 3 個範例：



為一家廣播節目的配銷商/製作人設計視覺商標時，使用的是比較單調機械化的線條。



為了彰顯出一齣悲劇裡的角色，以沈重傷感的線條來勾勒。



為一個幽默廣告而用了輕鬆甚至有點耍笨的線條。