

[美] 罗宾·莲达、罗丝·贡内拉 著

平面设计的诀窍

视觉创意实践手册



上海人民美術出版社

平面设计的诀窍

视觉创意实践手册

[美] 罗宾·莲达 / 罗丝·贡内拉 著
忻雁 译

上海人民美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

平面设计的诀窍: 视觉创意实践手册 / (美) 莲达
(Landa, R.), (美) 贡内拉(Gonnella, R.)著; 忻雁译.—上
海: 上海人民美术出版社, 2006. 1
书名原文: Visual Workbook, Creative Workout
ISBN 7-5322-4578-0

I. 平… II. ①莲… ②贡… ③忻… III. 平面设计 - 手册
IV. J506-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 123541 号

©2001 by Delmar, a division of Thomson Learning

“All Rights Reserved”

“Authorized Simplified Chinese Edition by Thomson Learning and SPFAPH. No part of this book may be reproduced in any form without the express written permission of Thomson Learning and SPFAPH”.

原版书号: 0-7668-1364-9

原作者名: Robin Landa and Rose Gonnella

原书书名: Visual Workout Creativity workbook

本书经美国汤姆森学习出版集团授权, 由上海人民美术出版社独家出版。版权所有, 侵权必究。

合同登记号: 图字: 09-2005-599 号

平面设计的诀窍——视觉创意实践手册

著 者: [美] 罗宾·莲达 / 罗丝·贡内拉

翻 译: 忻雁

策 划: 钱欣明

责任编辑: 钱欣明 辛岩

技术编辑: 陆尧春

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路 672 弄 33 号)

印 刷: 上海市印刷十厂有限公司

开 本: 889 × 1194 1/16 14 印张

版 次: 2006 年 1 月第 1 版

印 数: 0001-5000

书 号: ISBN 7-5322-4578-0/J.4132

定 价: 35.00 元

献 辞

谨 以 此 书 献 给 视 觉 艺 术 的 未 来 创 造 者

感谢

我们要感谢所有为本书做出卓著贡献的专家学者们——他们为本书提供了自己的作品作为范例，帮助我们检验书中的练习，或为本书提供练习，他们是尼尔·阿什比、詹姆士·伯恩斯、拉里·科芬、约瑟夫·克诺普卡、亨利·郭、劳拉·弗格森·门扎、阿尔瓦多·蒙特格纳、米奇·丽茜和吉利·西蒙。

在此还要感谢我们尊敬的同事，马丁·霍洛维教授和斯图亚特·托普教授。感谢他们为本书所做的杰出贡献和所提供的巨大帮助。

同样还要向肯恩大学的学生们致谢，是他们为书中的练习绘制插图。为本书做出贡献的值得尊敬的专家还应包括这些同学们！

一个很棒的出版团队往往会给作者创造极佳的创作氛围，我们很幸运地在德尔玛出版公司遇到了这样一支团队。本书的出版要感谢编辑托马斯·M·斯金先生的大力支持和他卓识远见。感谢尼科尔·瑞蒙、拉里·梅恩、菲奥诺拉·迈克埃维、雷切尔·贝克、桑迪·克拉克和Stillwater工作室的苏珊·马修斯。感谢对本书提出好建议的评论家们。

我们的家人和朋友还是一如既往地支持我们的工作。罗丝要感谢她的父母、弗林·贝瑞（特别助理），佛朗哥·荷莱翰（近乎疯狂的点子王）。罗宾要感谢她英俊的丈夫（兼舞伴）——哈瑞·格林斯潘博士，她至爱的母亲贝蒂·莲达和她可爱的宝贝也是她人生的最大成就——海莉·米娅迪斯。特别感谢琳达·弗列及其家人对海莉无微不至的照顾。

罗丝要感谢!deaWorks设计工作室的拍档——罗宾，她是一个如此开朗乐观、永远与时俱进的人。

罗宾要感谢!deaWorks设计工作室的拍档——罗丝，她是一个如此有责任心，永远走在时代尖端的人。

关于作者

罗宾·莲达

罗宾·莲达曾有八部关于艺术设计的著作被出版,包括《图形设计方法》(德尔玛·汤姆森教育出版集团出版)和《创造性思维:开启视觉想像力的新途径》(North Light 出版公司出版)。

最近,莲达与罗丝·贡内拉、丹尼斯·安德森合著了《激发创造力》和《激发创造性灵感》,由North Light 出版公司出版。她也曾荣获很多奖项,包括新泽西作家奖,基恩大学总统特别奖,“创造力26”大奖,同时也是美国女作家联盟、国家文学与艺术协会,新泽西美术指导协会成员。

莲达是基恩大学设计学院视觉传播学教授,同时也担任很多企业、社团的设计顾问。她还被资助教育发展事业的卡内基财团评为“当代最杰出的教师”之一。莲达在美国各地讲课,曾就设计、创造力和艺术等课题接受过电台、电视台和互联网的采访,同时也是iSyndicate.com网站的专栏作家。与罗丝·贡内拉共同组建了!deaWorks设计工作室。罗宾和她的丈夫哈瑞·格林斯潘博士,女儿海莉·米娅迪斯一起居住在纽约。

罗丝·贡内拉

罗丝·贡内拉是一位画家、作家和教育家。作为画家,她的作品曾多次在国内和在国际的团体、个人画展中被展出。她的一些画作还被位于华盛顿的美国国立艺术博物馆永久收藏。她曾为《夏日的楠塔基特》(Waterborn 出版集团出版)、《穿越楠塔基特》(Faraway 出版公司出版)两本书绘制插图。

在《剪贴簿的简单艺术》(Dell 出版)一书中,罗丝·贡内拉除了作为合著者,还担任了该书的装帧设计和插图绘制工作。此外,她还与罗宾·莲达、丹尼斯·安德森合著了《激发创造力》和《激发创造性灵感》,由North Light 出版公司出版。她近期在《Raw Vision》、《Hand Papermaking》和《Nantucket Magazine》杂志上发表的文章探讨了美术创作的艺术和哲学创造性。

贡内拉是基恩大学设计学院视觉传播学教授。她还与程序设计师拉里·科芬共同运作一个网页设计及技术工作室“Point Infinity”;与罗宾·莲达共同组建了!deaWorks设计工作室。

目 录

第一部分 准备工作

第1章 介绍

为什么要使用实践手册	2
学会发挥你的创造性潜能	3
平面设计师是干什么的	5
如何建立一个富有创意的平面设计方案	7

第2章 为何及如何使用这本书

构思	10
绘制草图	10
第一步 缩略图	10
第二步 设计草图	10
第三步 最终设计稿	11
为什么说这本书是一个巨大的资源	11
楠塔基特艺术联盟标志“N”——设计师马丁·霍洛维的案例研究	12
设计案例	12
目标	12
构思的形象化	12
最终的图形	12
哲学和设计	12

第3章 评估指导

如何评估你的设计草图	14
1. 分析问题	14
2. 你画了多少张草图	14
3. 你的草图是否足够清晰，能让别人看得懂	14
4. 你是否已经探究了各种可能性	14
5. 你的设计草图能否在视觉上引起人们的注意	14
6. 你的视觉设计概念“新鲜”吗	15
如何评价你的最终设计图	15
在概念形成阶段	15
在设计阶段	15
检验和评估的一般要点	16

第二部分 实践

第1章 富有表现力的排版

练习	24
1. 绘制出字母的大小渐变	24
2. “婀娜多姿”的字体设计	26
3. 图像背景反转	28
4. 拟声词	30
5. 设计字母表的第27个字母	32
6. 重新设计“&”号或感叹号	34
7. 将文字转变成具体的事物	36
8. 用物体替代字母	38
9. 用字体设计图案	40
10. 设计连字	42
应用	42

第2章 融合媒介和技巧

运用不同媒介的绘画技巧	46
拼贴手法	46
融合媒介和技巧	49
练习	50
1. 线条的特性	50
2. 仅用直线条	52
3. 学画符号	54
4. 刷出轮廓	56
5. 毛笔画和手写文字	58
6. 重返童年	60
7. 全色调范围	62
8. 有限范围	64
9. 高对比度和手写体	66
10. 用你的手指绘画	68
11. 比较的网格	70
12. 向阿尔贝托·贾科梅蒂致敬	72
13. 风格化	74
14. 文字拼贴	76
15. 图片拼贴	78
16. 纸拼贴	80
17. 混合媒介	82
应用	82

第3章 视觉冲击

什么是视觉冲击	84
---------	----

如何创造视觉冲击	84
什么是过时	86
什么是新鲜	87
练习	90
意想不到的图案	90
1. 设计一个视觉明喻或暗喻	90
2. 给出一个图案或物体的各种变化	92
3. 让不透明物看上去透明	94
应用	94
组合和对比	96
4. 报纸图片效果与照片效果的并置	96
5. 把两张图片或两个物体组合成一个完整的新图片或物体	98
6. 将所表现事物的感情色彩、结构或其他特征对立的图片并置	100
应用	100
我在哪看到过	102
7. 设计一个非传统的婚礼蛋糕小雕像	102
8. 改变一个现有的知名符号、标志或包装	104
9. 运用外国建筑的图案，选择合适的手写文字配合相应的建筑风格	106
应用	106
多棒的创意啊	108
10. 设计一个田园或都市风格的图案	108
11. 为菠萝设计一个包装	110
12. 重新设计一款名人的背包，传达出该位名人的个性	112
13. 通过领带上的图案展现出你的个性	114
应用	114

第4章 设计的出发点

什么是出发点	116
如何知道何时该作为设计的出发点	117
主题	117
寻找图片	117
练习	118
主题	118
1. 水的设计	118
2. 近景和远景的运用	120
应用	120
寻找图片	122
3. 为首日封邮票设计一个纪念邮戳	122
4. 替换乡村风光明信片的某一部分	124
5. 用物体制作图案	126
应用	126

第5章 付诸实践

为什么要付诸实践	128
实践中最重要的技能是什么	128
绘图	128
环境：你的设计会出现在哪里	129
标志、图表、图标、符号和标记	130
练习	132
绘图	132
1. 画一个像人一样的鞋子	132
2. 画出运动中的物体	134
3. 俯视自己的身体，然后画下来	136
4. 画出音乐声	138
应用	138
5. 水塔设计	140
6. 派对帽	142
7. 设计一个文身	144
应用	144
标志、图示、图标、符号和记号	146
8. 将图案简化为最基本的视觉要素	146
9. 用同样的绘画方法描绘物体	148
10. 设计一个表示对等且对立关系的符号	150
11. 为气象、情绪或家务劳动设计标志	152
应用	152

第三部分 案例

DMA 工作室	156
史蒂芬·布劳设计工作室	158
托尼·西库莱拉	161
多诺万和格林设计工作室	164
吉姆·德莱登插图工作室	168
艾玛设计公司	171
拉塞尔·哈塞尔	174
马丁·霍洛维平面设计工作室	177
Liska + Associates 设计公司	179
汤姆·佩恩	181
point b 设计公司	185
杰弗森·罗尔	189
西库拉设计公司	192
玛丽·安·史密斯设计和插图工作室	197
斯图亚特·托普	199
维瓦·多兰传播设计公司	201
弗朗提克斯设计工作室	205
!deaWorks设计工作室	207

第一部分 准备工作

第 1 章 **1 介绍**

第 2 章 **2 为何及如何使用这本书**

第 3 章 **3 评估指导**

第1章

1 介绍

为什么要使用实践手册

所有的专业设计师都不时地需要富有创意的点拨来激发他们的想像力。积极进取的设计师在专业化设计的过程中都需要创造性的点拨来丰富他们的想像力。

本书的内容能够激发设计师的创造力，并配合绘图训练增强设计创新的实践能力。你可以把它当作一本实践手册、素描簿、创意指南或参考书来使用。

作为一个设计师，或任何需要创意工作的专业人士，没什么比“一成不变”更令人感到厌烦的了。试想一下，当我们习惯于某种思维方式时，如果选择维持这种思考的模式，也许会让设计变得更加轻松，但这却会让每一个设计看上去都如出一辙。设计工作变成了千篇一律的“重复劳动”。没有大胆的尝试，没有设计的“冒险”；没有突破固有模式的动力；没有不落俗套的创想，一切周而往复，墨守成规。

本书注重实践操作，为你提供设计的灵感。它提供一系列练习和实践，提供解决平面设计和广告设计问题的方法。任何设计中的问题都不止一种解决方案，每个问题都有一系列解决方式。你越愿意尝试——你就越习惯去尝试——也就越善于寻找和发现设计的解决方案。

尝试有助于加强想像力，就像举重能帮助加强肌肉力量一样。力量练习本身并不带入体育比赛中，但却是比赛取得好成绩必不可少的。

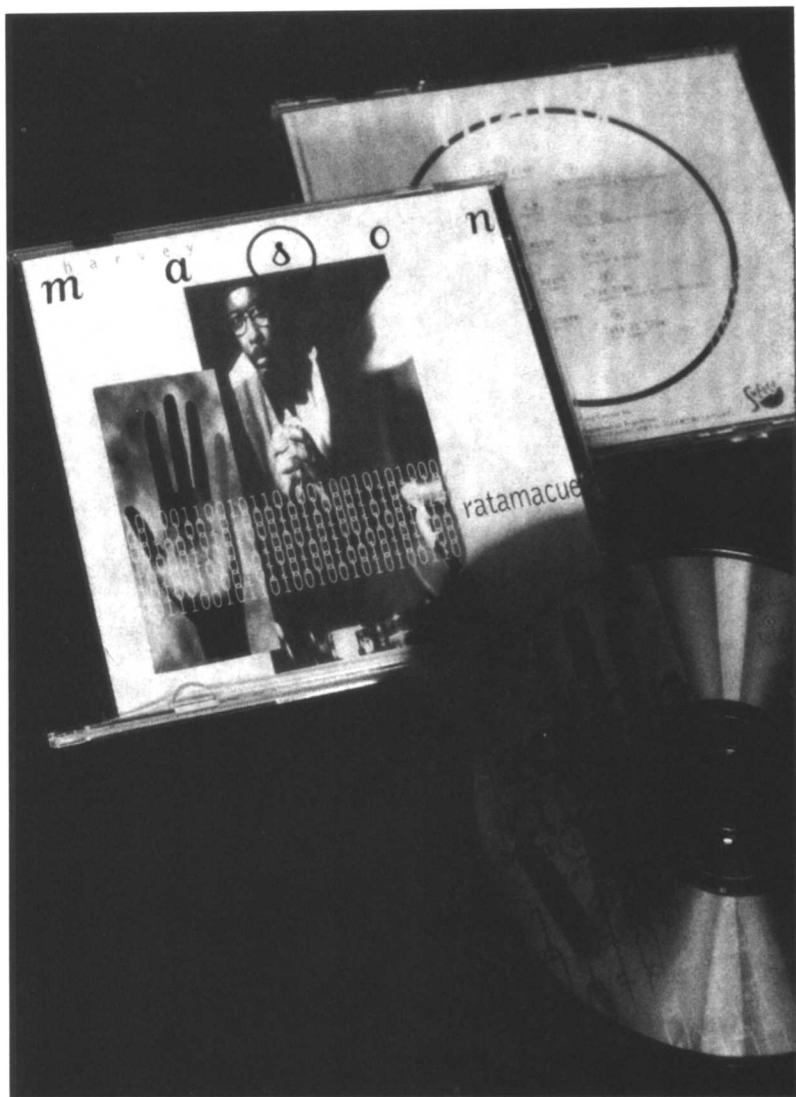
本书中的练习就是力求塑造你的设计“肌肉”。它们不是像设计一个书籍封面或企业形象这样的平面设计实践，而是一些富有创造性的问题，帮助你激发视觉思维和想像力，锻炼绘图和构思能力，鼓励你去尝试新的设计元素。

在书上绘制草图是很有趣的。不需要任何电脑操作，直接用你的画笔自由地在纸上进行描绘，同样也是一件很棒的事。绘图是个人的事，绘制的过程也是很迅速的，你只需将迸发的构思和创想用最简单的图像在纸上表现出来就行了。

大多数的学生和设计师在电脑上完成他们的设计。他们可能会跳过草图的构思过程直接开始构思初步的概念和方案。一个构思草图可以帮助你电脑制作出的模式化的设计效果进行很好的润色和补充。

虽然这本书的内容聚焦在绘制草图上，或者叫做“视觉形象”，但在每一章的最后也包含了一些实践应用，为你的设计构思带来一些创意。这些实践应用都可以在实际设计中被操作和执行。

如果你希望了解视觉形象，并使你的创造力得到激发，那么这本书会让你获益匪浅。



◀ 主题：哈维·梅森的CD，“Ratamacue”

设计工作室：

弗朗提克斯设计工作室。

洛杉矶

创意指导：

派屈拉·弗朗提克斯

设计师：

派屈拉·弗朗提克斯

摄影师：

詹姆士·明钦

客户：

哈维·梅森。

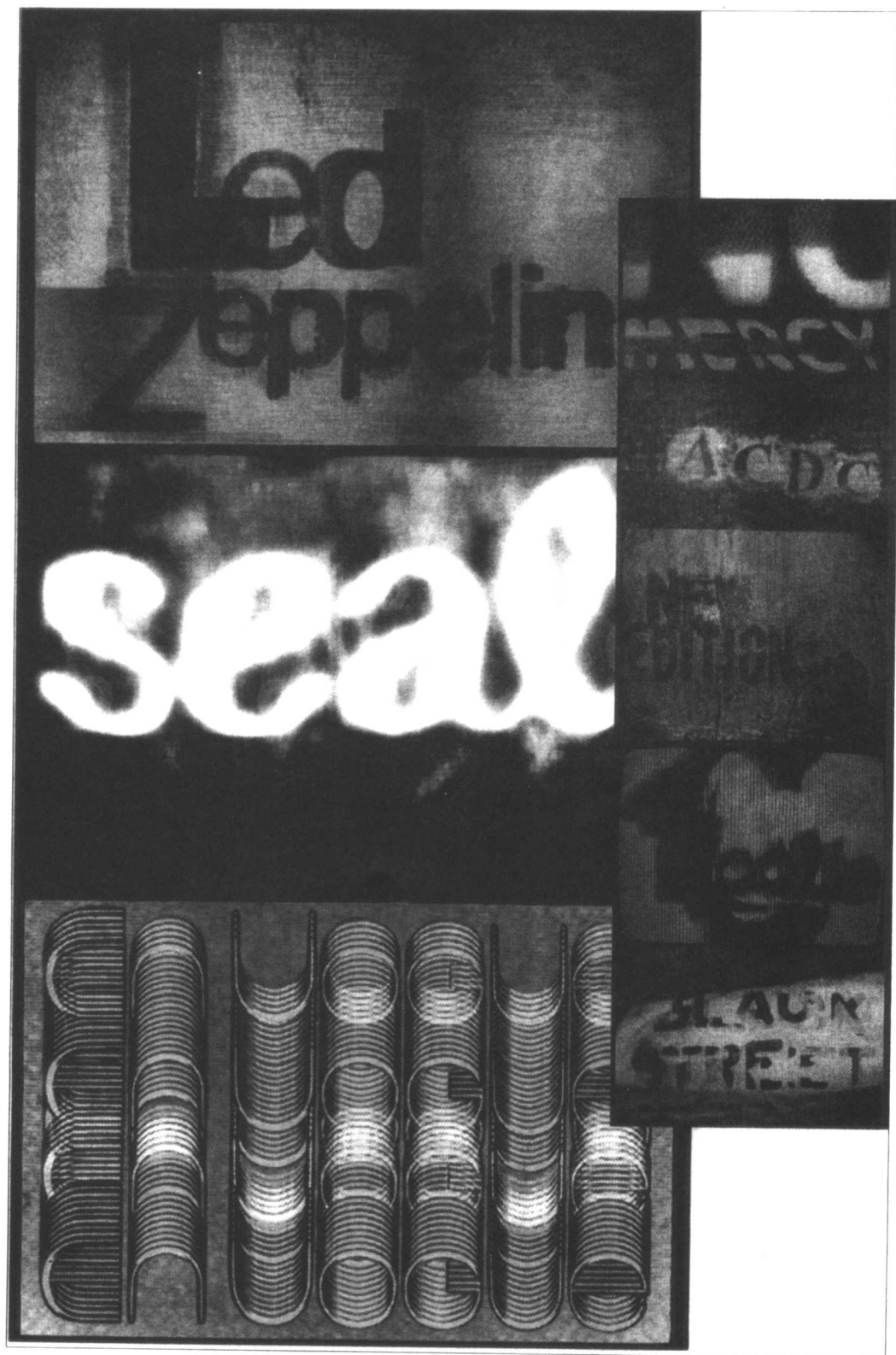
大西洋唱片公司

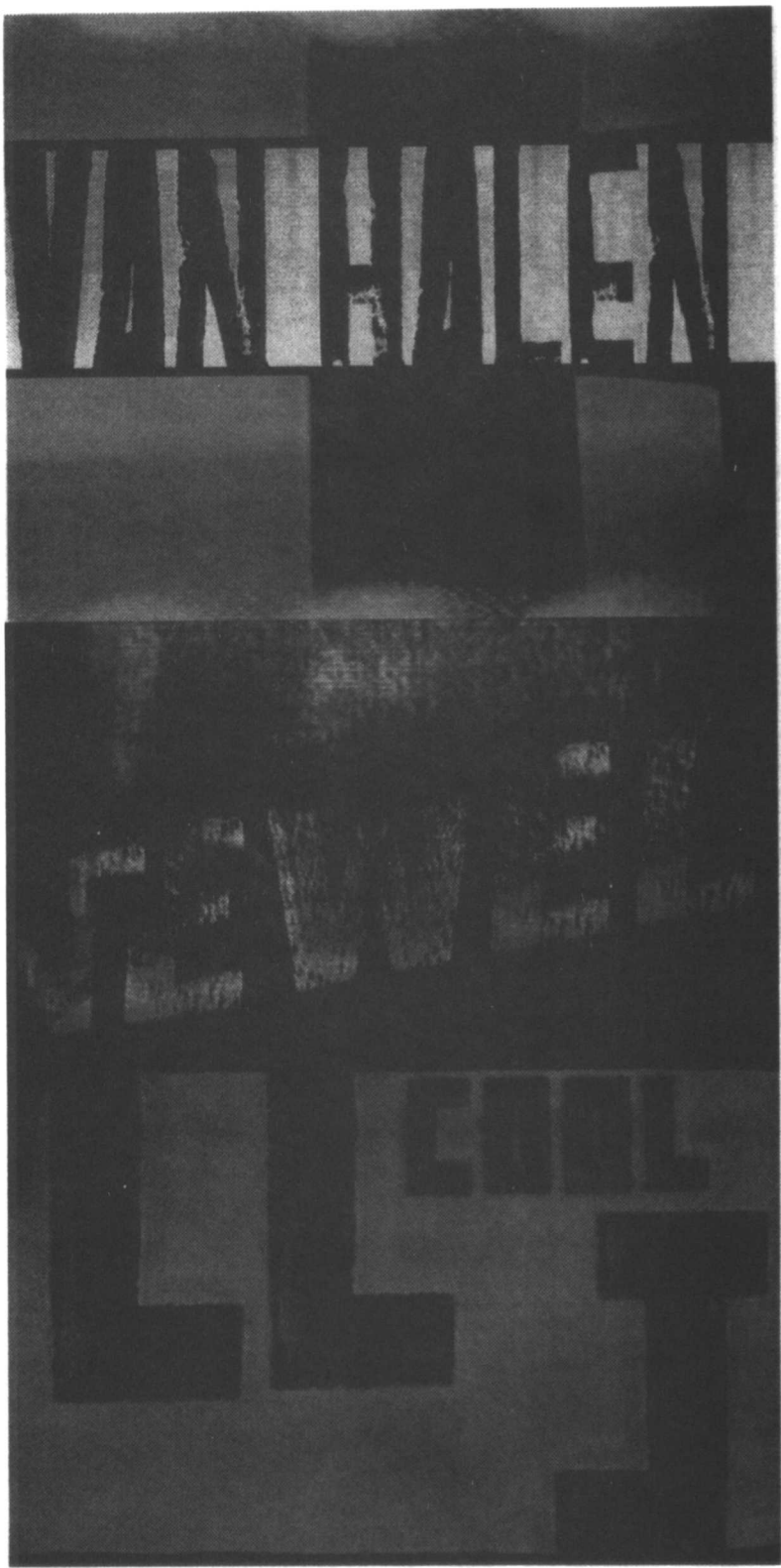
爵士打击乐手哈维·梅森的第
四张专辑“Ratamacue”。从专辑
名称可以看出，这是一张爵士
鼓乐专辑。专辑中将基本打击
技巧(手)和电脑(二进制编码)
用独特的方式相结合，制造出
全新的传统与数码结合的音乐。

学会发挥你的创造性潜能

当客户们已满足于安全、保守的设计方案时，为什么设计师仍应努力去寻找一个更具创新性的方案？毕竟只要让客户满意，你就能得到报酬，你的工作就算完成了。值得庆幸的是，平面设计并不只是为工商业服务的附属品，它可以成为一种极富表现力的传播媒介。

▶ 主题：电视广告标题
 设计工作室：
 西库拉设计公司，芝加哥
 创意指导：
 卡洛斯·西库拉
 美术指导：
 卡洛斯·西库拉
 设计师：
 劳拉·阿尔伯特
 客户：
 IQ-TV，亚特兰大





在信息的传达过程中，平面设计师同样需要极具创新性的表现力。在设计时，需要设计师能有创造性的“飞跃”，而正因为如此，才使得平面设计成为一项如此“伟大”的工作。

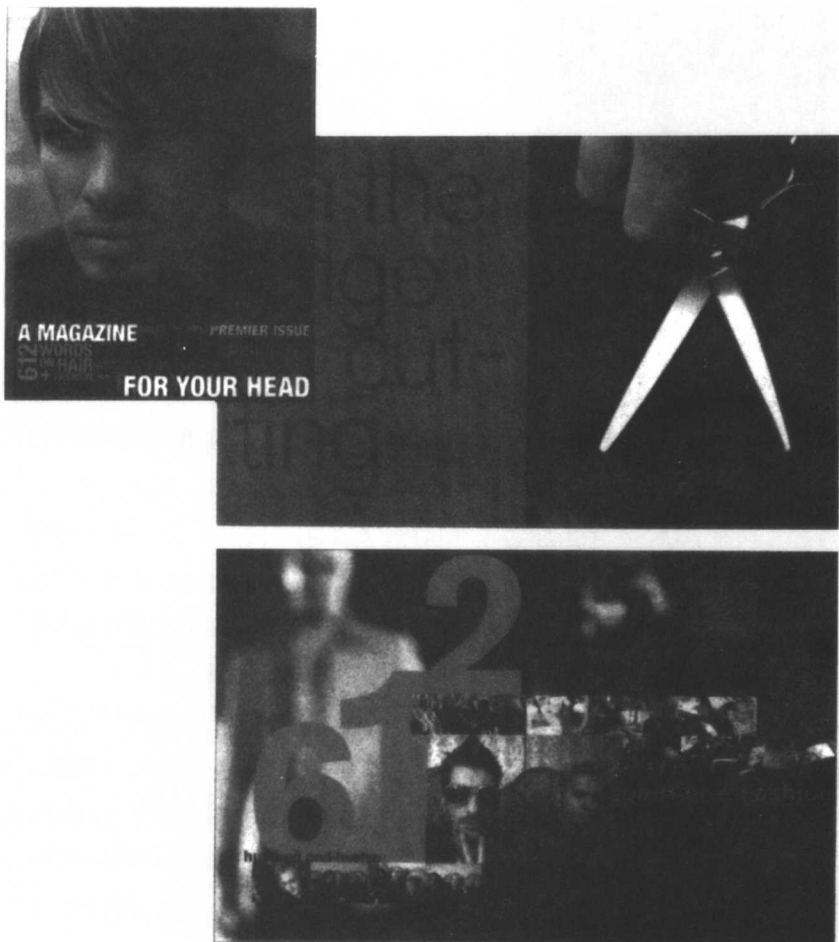
平面设计是如此普遍地存在着，CD封套、肥皂盒、菜单、海报、户外广告、网页、电视广告、杂志。我们身边充斥着各式各样的平面设计、广告和图案。今天，事实上所有经过包装、推销，最终被出售或阅读的东西都经过设计。试想一下，如果所有的设计师为“安全”起见都秉持保守的设计态度，那世界将会变得多么可怕！因为我们必须无时无刻不去面对那些千篇一律、令人乏味的设计。

平面设计师无疑是在制造着流行文化的视觉产物。无论是卡车车身上的图案，还是CD封套，设计师的作品往往反映出社会发展的潮流动向。平面设计师是商业社会中视觉环境的制造者，因此也有责任不断尝试和寻求观察、理解世界的新方式。

平面设计师是干什么的

平面设计师解决视觉的交流传播问题。他们运用语言和图像向受众们传达信息。信息的传达方式可以是电子的或是印刷品。

电子媒介包括网络、电视、CD-ROM。印刷品包括编辑设计，其包括报纸、杂志、书籍；宣传设计，其包括广告、企业形象、商业标志（LOGO）、包装、海报、封面、书籍封套、网页和户外广告牌；信息设计，其包括地图、图表、标记、符号、标幅和旗帜。



► 主题：American Crew 公司的 Menswork 杂志
设计工作室：

Liska + Associates 设计公司，芝加哥及纽约

创意指导：

戴维·洛库力亚

美术指导：

马寇斯·查维斯，Liska + Associates 设计公司

设计师：

艾米·希弗，Liska + Associates 设计公司

摄影师：

戴维·洛库力亚等

客户：

American Crew 公司的杂志“Menswork”，Menswork 是由 American Crew 公司出版的半年刊杂志，American Crew 是生产高级男士理容用品的公司，它的定位是美发行业的专家，同时它也出版商业杂志向美发沙龙的客户推介公司产品。这本杂志以介绍护发的最新趋势为主，报道相关的时尚动向和护发方面的专业文章。这是一本 60 页，装订精美的大开本杂志，采用黑白双色套印，配以 PMS 色卡中的银、灰两色。

虽然本书主要关注的是创意和草图，但也必须要强调调查研究的重要性。很多设计师往往希望不做任何调查研究直接进行构思。当客户没有提供信息或足够的信息时，设计师就必须进行调查，上网或去图书馆寻找所需的资料。而 CD-ROM 和互联网的运用使得寻找信息资料变得前所未有的简单方便。

设计师只有了解了客户的产品或服务，才能作出准确无误的判断，创造出“意味深长”的设计。客户经常会提供调查研究的结果，有时他们会期望设计师进行事前的调查研究，以对产品或服务有全面深入的认识。事实上，一些设计师或广告公司正是在这方面有专门的研究，例如药品设计和广告。

调查研究也有利于寻找设计方案中的视觉元素。许多设计专业的学生和初学者想知道该从哪里找到视觉元素。这里有一些小建议：

- 买一些常备的照片或图片收集起来，或储存在 CD-ROM 里。