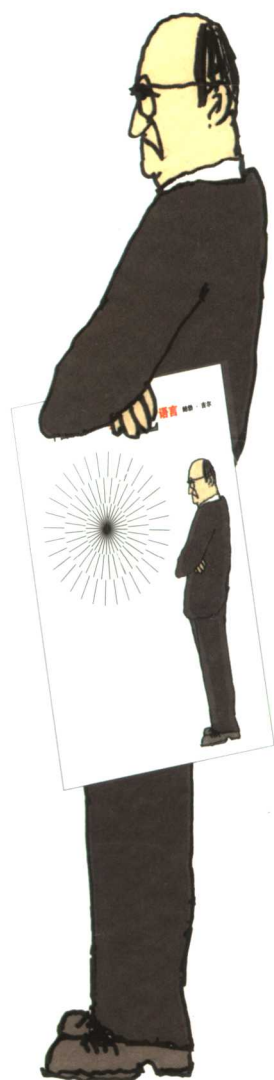
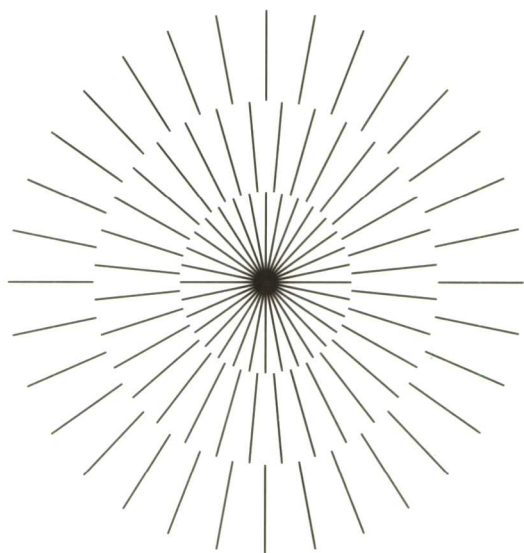


平面设计我的第2语言

[美] 鲍勃·吉尔 著
顾琛 译



上海人民美術出版社

能分辨吉尔昨天作品和以前作品的唯一方法，就是直接去看标示的创作日期。流行风格不断变化，但是他的创意和教学思想却是经得起时间考验的。这就是为什么鲍勃·吉尔能成为指引我和许多其他设计师迈向一流平面设计之路的英雄之一。

迈克尔·别拉特 (Michael Bierut) Pentagram 设计工作室

这是我所见过的设计入门书中最全面完整而又最通俗易懂的一本。

斯戴芬·莎格迈斯特 (Stefan Sagmeister)

吉尔最近出的这本书应该成为每一所设计院校的指定读物。他的书和时下流行的东西无关……而是和解决问题有关，和结构在设计方面根深蒂固的陈旧观念有关。

艾德·布洛德斯基 (Ed Brodsky) 马里兰大学 MFA 设计硕士班指导主任

这是一本在平面设计领域中把设计当作问题解决的标志性作品。吉尔能够用一种简单、清晰、准确的方法来解读设计过程，揭开了设计的神秘面纱。无论是对设计专业的学生还是对专家教授来说，这本书都是一个无比珍贵的灵感源泉。

理查德·王尔德 (Richard Wilde) 纽约视觉艺术学院平面设计系主任

不论是在设计中还是在教学中，鲍勃·吉尔都有一种独一无二的 ability。那就是一针见血，切中要害。面对一个复杂的问题，他总能找到一个激动人心，令人叫绝的智慧答案。他对获得新鲜创意其过程的说明，值得所有艺术专业的学生谨记于心。

露·多夫斯曼 (Lou Dorfsman)

吉尔最近出的这本书精彩绝伦，充满智慧，而且易于消化。对那些认为所有问题都只有一个解决方法的学生和那些只能提供模式化设计方案的设计师来说，这本书真是对症下药。他对传统设计过程的颠覆与解构既简单又易懂。

简尼特·奥德吉斯 (Janet Odgis) 库普联合大学 (The Cooper Union) 设计系副教授

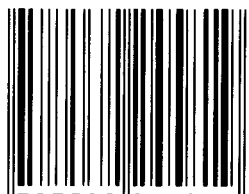
关于设计的书籍不计其数，但大多数都只是在展示结果。吉尔却可以告诉你并一步步做给你看，他是怎么得到这些结果的。

斯蒂夫·杰斯巴勒 (Steff Geissbuhler) Chermayeff & Geismar 公司合伙人兼负责人

杰出的思想家鲍勃·吉尔的近作能够引领每一位热爱设计，有志于此的人，一步步走进一个新的设计境界。而且每一步都是具有突破性的。

乔治·露伊斯 (George Lois)

ISBN 7-5322-4581-0



9 787532 245819

定 价：38.00 元

策 划：姚宏翔

责任编辑：姚宏翔

装帧设计：每日一文工作室

平面设计我的第2语言

Graphic Design as a Second Language

[美] 鲍勃·吉尔 著
顾琛 译

上海人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

平面设计我的第2语言 / (美) 吉尔 (Gill, B) 著;
顾琛译. — 上海: 上海人民美术出版社, 2006.1

书名原文: Graphic Design as a Second Language
I. 平... II. ①吉... ②顾... III. 平面设计
IV. J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 123545 号

GRAPHIC DESIGN AS A SECOND LANGUAGE by BOB GILL

Copyright: © THE IMAGES PUBLISHING GROUP PTY LTD 2003

This edition arranged with THE IMAGES PUBLISHING GROUP PTY LTD
through BIG APPLE TUTTLE-MORI AGENCY, LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright:

200X SHANGHAI PEOPLE'S FINE ARTS PUBLISHING HOUSE

All rights reserved.

合同登记号: 图字: 09-2006-256 号

平面设计我的第2语言

编 著: [美] 鲍勃·吉尔

译 者: 顾 琛

策 划: 姚宏翔

责任编辑: 姚宏翔

装帧设计: 每日一文工作室

技术编辑: 季 旦

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路672弄33号 电话: 54044520)

印 刷: 上海新华印刷有限公司

开 本: 636×956mm 1/16 印张8

版 次: 2006年1月第1版

印 次: 2006年1月第1次

书 号: ISBN 7-5322-4581-0/J·4134

定 价: 38.00元

目 录

1. 定义 7

设计, 问题 / 解决, 文字描述, 概念,
创意, 文化, 必然性, 词汇, 拼贴,
蒙太奇, 复制, 戏仿, 变形, 连续性

2. 综述 21

特殊效果, 真实感, 电脑制作

3. 设计ABC 27

不自然性, 内在逻辑, 间离效果, 网格布局
自然的“无布局网格”, 一致性 / 多样性
印刷排版, 多余

4. 设计流程 37

摘要, 问题本身就是问题
研究, 倾听, 夸张, 简单就好
繁复也有繁复的好

5. 相互关联 55

6. 发现题材 65

7. 陈辞滥调 73

8. 文字的力量 81

9. 以字体和文字为图像 85

10. 另一方面…… 91

不可思议的图像, 自相矛盾, 抽象概念

11. 其它的声音, 其它的方法 107

12. 完结篇 113

理论, 实践

13. 合作者、客户、本书作者简介 121

1. 定义

让我们先从几个术语的定义开始吧。这样一来，在我使用这些术语谈论平面设计的时候，读者就能够很准确地理解我的意思。

设计

设计是把事物组织起来的一种方法。

你不能把“设计”握在手中，因为它并不是一件实实在在的东西。它是一个过程，一个系统，一种思维方式。

世界上并没有所谓的“优秀设计”或“糟糕设计”。当设计符合你的目的，就是一个好的设计，否则它就是一个糟糕的设计。

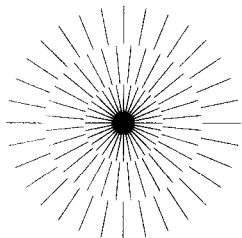
为了实现一个设计方案，你需要有一些东西来进行组织。

问题 / 解决

被组织起来的東西，我叫它“问题”。

设计就是“解决方案”。这就意味着，如果你知道设计应该怎样把事物组织起来，它最终的成稿又应该是什么样子的，那么它就只能被简单地地区分为“优秀”的设计或者“糟糕”的设计而已。

设计没有绝对的原则。设计中不变的法则与事实是，只有当色彩、平衡等等设计相关因素能帮助你达到你的心中所想时才是有效的，否则的话，还是算了吧。



请参见 100 页



没有哪种色彩、字型、构图或者图案是永远完美，或者绝对垃圾的。

就好比涂鸦，经常让人觉得不顺眼。但是有一次，当我正在为一个描写洛杉矶黑帮小混混的电影构思广告的时候，看到了一辆满是涂鸦的卡车。我意识到，这个意象正是我要寻找的，它是如此贴切传神地体现出与电影相衬的暴力和虚无感。

我把这辆卡车拍成照片，并把电影的片名加在上面。

有一种非常简陋，非常廉价的打字机叫做 Dymo，不管怎么看，它打印出来的字体都是比较粗糙的字体。

我以前觉得这种字体似乎是没多大用处的。不过，当我必须设计一款住址变更卡时，我却使用了 Dymo 字体。因为所有纽约的房东都是用这种字体来制作他们房客的姓名铭牌，然后放在寓所门铃下面的名片槽里的。

一个设计师，如果他在知道问题之前就知道解决方案大致会是什么样子的话，那是非常可笑的，就像一个数学家在拿到题目之前，就已经知道正确答案是 112 一样荒谬。

文字描述

如果有人给你出这样一道题：给一个干洗机设计 LOGO。无论你的设计方案是什么，你总会向读者传递一些东西。

如果你的文字描述很乏味，那你的设计方案极有可能也是乏味的。

概念

请永远不要再使用“概念”这个词了。

有两类人在使用“概念”二字，一类是像爱因斯坦和牛顿这样伟大的思想家，他们思考着相对论和地心引力这样的大概念。而另一类则是一大帮电影制作人和汽车制造商，他们也在构思着他们那些毫无新意的概念电影和概念车。

创意

我们，作为普通人的平面设计师，从来不说“概念”这个大词，而只说创意。

同时，别把创意和事实搞混了。

比如说：

你走进教室。你说：“教室里有 26 把椅子。”这是一个事实，随便哪个会数数的人都能这么说。

然而，如果你对于椅子有着个人的看法，你说：“这些椅子摆放得这么整齐，我敢打赌这间教室的气氛一定很严肃拘谨。”

这就是一个创意。并没有什么深奥，但它的确是一个创意。

你从你的每一项新工作、新经验中汲取的创意灵感，将在很大程度上决定你平面设计的品质。

如果你的创意很乏味，你创造的图像极有可能也会很乏味。

文化

纽约大学教授尼尔·波斯特曼(Neil Postman)在其名作《娱乐至死》中指出:当1984年即将到来的时候,人们曾危言耸听,说乔治·奥威尔在《1984年》中关于我们将在1984年被“老大哥”极端奴役的不祥预言即将兑现,但事实上,这种情况从未发生。

波斯特曼还说,赫胥黎在《美丽新世界》中的预言倒是真的实现了。那就是“人们越来越陷足于紧张压力,崇拜科学技术的力量,而逐渐失去了思考的力量”。

监视你的其实并不是什么“老大哥”,而是迪斯尼、《时代》周刊和媒体大亨鲁伯特·梅铎(Rupert Murdoch)以及其他一些极少数垄断集团。

他们通过几乎是单一模式的电视台、有线电视、广播电台、电影、剧场、杂志、CD等等来潜移默化影响我们的文化观念。这些大众媒体为了扩大销路,尽力迎合低级趣味,大多恶俗不堪。他们为了显示自己的品位并非低俗劣质,而理所当然地只把上流社会的精英人物作为销售对象。

而且,他们控制媒体的胃口越来越大,从这一点来看,将来的多元化前景将越来越不乐观。

那么,如果你将成为一名具有原创思维的思想家,你必须告别垄断集团意识形态控制下衣食无忧的世俗生活,把自己从他们制造的单调乏味中抽离出来。

必然性

最尴尬的事莫过于一位玩杂耍的人在表演的时候，看起来好像随时都可能失手，总是让人为他捏一把冷汗。

就我的标准来看，不管做艺术本身有多困难，它看起来应该总是简单的，从来不费力的。这就是我所说的必然性。

记得有一次去看戏剧《派德·柴科夫斯基》(Paddy Chayefsky)，谢幕的时候，坐在我旁边的人站起来，向他的妻子抱怨说：“这有什么特别了不起的？这种东西我也能写得出来。”

从他说的话中，我可以断定，他并不了解剧作家真正在做什么。他好像觉得创作剧本只是按按录音机按钮，一按按钮剧本就自然会流出来一样。而事实上，剧本中的情节和角色能如此自然而令人信服，这一切的一切都是剧本创作者的功力。

这种自然而令人信服的力量就是我所努力要做到的。我希望，有一天我的剧本能成功到让那个大言不惭的人看了以后有一模一样的反应，那就说明我的剧本像柴科夫斯基那部剧的剧本一样成功了。呵呵，这主意不错。

词汇

我们一旦有了一个创意，接下来就意味着寻找一个与此关联的图像（比如说，香蕉），再接下来，我们必须决定这个图像应该如何具体构成。

应该用手绘还是照片？如果是手绘，要用素描还是水彩？是写实风格还是

写意呢？如果用照片，应该是黑白照还是彩色的？再者，轮廓线要清晰还是打淡还是做成剪影效果呢？

影像如何具体构成应该取决于它究竟能如何有助于把要表达的意图呈现出来。

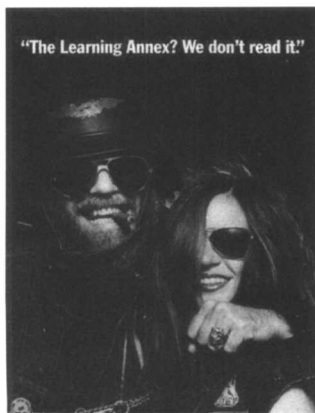


比如说：

这张百货商店在母亲节做的店内宣传海报上，母亲和孩子都是以黑白分明的线条照片来处理的。

正是因为把细节部分省略了，母亲和孩子的形象才更为突出。

这种线条分明的照片效果比逐渐淡出的照片效果在直观和简洁方面更有优势。



我心里其实很清楚，在这本杂志大部分的读者调查里，该杂志的阅读人群所认为的“理想”夫妇大概是什么样子。但我并没有采用这样的夫妻合影，而是决定走向另一个极端。

调查显示，封面上的这对夫妇属于最不可能阅读该杂志的群体，但他们的照片同样需要尽可能多的细节来表现他们的个性。

每当我需要用手绘图来完成我的设计方案时，我都尝试着先找到与主题最贴切的线条。

这就意味着，我没有一个固定的风格。

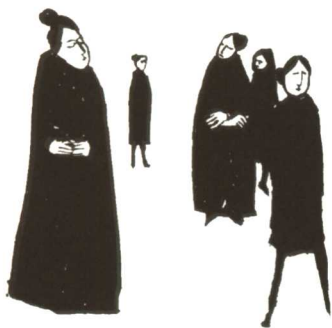
那些向我约稿的艺术指导并不喜欢这样，因为他们永远无法知道我会设计出什么样的东西。



我自己也不知道。

这里有三个例子：

为一个广播节目的经销商 / 制作人设计 LOGO 时，我使用的是比较单调机械化的线条。



为了表现悲剧中人物的悲剧性，我采用了凝重而悲伤的线条。



在一个幽默广告中，我则采用了轻快甚至有点故意显示拙趣的线条。

更多的词汇

拼贴

把纸张、布条等丰富多样的平面视觉材料集合融汇在一起，构成一个有机合成的作品。

比如说：

一张宽 17cm 长 22cm 的公司信纸，信的大致内容是希望他们的朋友和客户能拥有一个没有任何媒体干扰的假期。这是一家属于休闲行业的公司，他们提供捏骨按摩服务。也请参看第 86 页



蒙太奇

从不同的来源找到可以杂然共处的视觉素材，把它们集合在一起。

比如说：

我 11 岁的女儿凯特在完成学校作业的时候，制作了这张令人惊叹的照片蒙太奇。

也请参看第 93 页



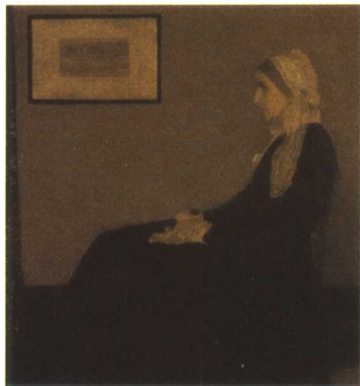
复制

单一的图像当然可以接受。但是，当这个相同的影像被大量复制组合时，它的魅力通常更势不可当。



戏仿

对另一部文学或艺术作品进行巧妙地模仿，以达到揶揄嘲讽的效果，这类创作就是戏仿。

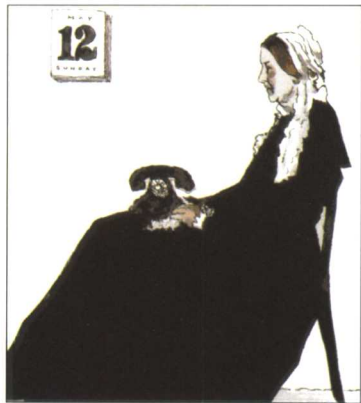


问题：

为母亲节画一张招贴画。

我总是无法摆脱名画家惠斯特的《母亲》那幅经典肖像画的巨大影响。

16



我把这幅画搬到了现代，把它改成了“母亲”正在等待着电话铃响。

变形

把原有的正常形态进行扭曲,(使它变形)是一种相当有效的、让视觉表达戏剧化的方法。

特别是当电脑成为平面设计师们的标准装备以后,对一个图像进行变形只需要轻轻点击鼠标就能轻易办到。

问题是,什么时候才适合下这类重药?

我的建议是:少用为妙。

有一本庆祝千禧年的日记本设计,里面引用了很多名人名言,彼此之间有很多矛盾之处。(日记本中更多的设计图像请参看第 96 和 97 页。)



日记的左页插图:

“有其父,必有其子。” (Like father like son)

——R. 罗雷 (R.Rolle)



日记的右页插图:

“孩子是大人的老师。” (The child is father of the man.)

——约翰·弥尔顿 (John Milton)