|  |
| --- |
| 可以打破规则，但不能忽视规则  一：必须有一个概念：  平面设计如果没有信息，没有故事，同有观点，没有叙述，或者没有有益的经验，就不是平面设计。一件东西看起来多么漂亮都不要惊讶，如果不具有清晰的信息，它就是个空壳，尽管它 很漂亮。这就是这条规则的复杂所在。  二：需要沟通，不需要装饰：  与第一条规则有关联，是关于如何阐述至关重要的理念瓣。造型不管多么简单或多么抽象，都具有一定的含义。如果为特定的设计选择了不恰当的造型，或者你根本不关心选择何种造型将 对观众具有意义时，传递出的信息均不可能有既定的效果。利用形状，细节和特殊效果固然好，但如果只是胡乱一气地把它们填充进版面，而不考虑它们的含义，不考经们如何表达信息或 如何又背离了信息，那么得到的将是混乱成一片的垃圾，根本称不上是设计。  三：用一种视觉语言来表达：  用同一种语言，使设计的各个部分彼此联系，仔细观察每个元素，从大的图片到小的细节，并问问自己：是不是每个元素相互之间都协调统一了？一个好的设计，其视觉语言即内在逻辑是 能使各个元素达到完美契合的，各个元素能相互加强，相互映衬，相互关联，不只在形状，分量和布局上如此，在理念上也一样。一旦有某个元素开小差，或者只是一个非常细微的地方被 忽略，它对其他元素而言就是不合群者，所传递的信息最终也将因此被削弱。  四： 最多使用二种或三种字体：  根据需要选择字体。要做好，必须确定你的需要是什么，而你很可能会发现，在一件设计作品中，字体对于正文只有两到三种用途。因为字体的改变通常预示着含义或功能的改变：所以请 克制自己吧。一种字体加上不同的字号及其斜体就够用了。增加第二种字体对美观可能会有好处，但千万不要用过火了。用太多字体会分散人的注意力和自觉性，让观众感到混淆并产生疲 劳感。  五： 分清主次，先后出击！  首先要把观众的注意力吸引到重要的信息上，然后再引向其他部分。一般而言，用一个大的形状，一张突出的图片，一种特殊的字体处理或一次大胆的用色，往往能合理地削弱次要部分的 活路种程度，而让重要的部分凸显出来。这就是建立一种层次关系，也就是你希望观众看到的该设计的每个部分的顺序，这是作为设计师让观众接收信息和使用信息的最基本的能力，做设 计就是要抓住观众的眼球，让他们获取自己需要的信息，并帮助他们日后铭记于心。如果一个设计没有吸引眼球的亮点，那么这个设计师就打了败仗。  六：按需要选择色彩：  不要毫无目的地抓取色彩。要清楚当你把一些色彩结合使用的时候，它们发挥了什么样的作用，更重要的是，它们对于观众意味着什么。色彩可以透露丰富的心理和情感含义，不同文化背 景的人群或个人对色彩的含义有时会有极其不同的理解。色彩可以影响视觉的层次关系，文字的易读程度，还会影响人们把迥然不同的事物联系到一起：有时我们称之为色彩编码：因此， 选择色彩一定要明智。千万不要认为，一定的色彩或色彩组合适合于某些特定的设计是因灰约定俗成的关系。例如蓝色对于金融服务业，是过去50年用滥了的颜色。因此，运用色彩要选择 适合的，而不是那些约定俗成的。  七：如果能够做到少即是多，就去做吧：  现代主义给我们留下了一句格言，我们有时称之为少即是多理论。这个理论现在已经不算是什么美学教条了，因为它已成为一个众所周知的常知：在一定特定的空间里，材料填得越多，就 越难引导观众看到预期的东西。而且，多余的材料毫无价值可言，任何仍都能把一连串的材料填充成一个枯燥无味的设计，并假装这就是一个综合的艺术品，但复杂与综合之间几乎具有天 壤之别的，综合往往出现于简单的背景下。  直正的艺术有赖于思想与独特创意的和谐交融。如果概念和图形都确实漂亮，但是没有丰富的经验，设计出来的作品也有可能不忍目睹。试想，我们每天走在大街上，会有多少视觉垃圾迎 面扑来，我们还要问问自己。如何才能取其粗华，去其糟粕？我们应赋予材料更多的意义，而不是滥用材料。如果不需要增加材料就可以把观点表达得清晰明了，那么增加材料就是一种画 蛇添足。如果观点表达不清，并且在视觉效果上也很无趣，那么增加材料就相当于在粗瓷上雕细细花，做不出好东西。  八：负空间具有神奇的力量——创造负空间，但不要填满它！  我们经常说负空间——有时也叫白色的空间（尽管周边并没有白）——比填充的材料还要重要。在很大程度上，这确实是直话。空间会把我们的注意力吸引到内容上，把它与周围不相干的内 容区分开，并可疑分子眼睛一个休息的地方。负空间就像形状一样，在构成中必须把它当作正空间的形状（不管是图片还是文字）来同等对待。如果对之置之不理，负容貌间就会显得死气 沉沉，难于与周边的视觉材料相融合。如果空间填得太满，构成会造成压迫感，那么没有人会对这个设计感兴趣。缺少负空间会让人产生压迫和混淆的感觉，很可能会使人感到厌烦。 |
| 九：把字体当作图像进行设计，因为字体至关重要：  今天，有批评指出，大多数失败的字体编排都存在这样的问题：要么是采用六十年前无数广告策划用滥的编排方式：大标题：图片：文字正文，毫无想象力地将照片从文本分离出来，要么 庆是盲目地把古怪的大字体置于图片上面，把字体做得足够大，而且还位于图片的上面，形成图文混排的效果。时间可骒检验真理！字体是一种视觉素材：由点，线，形状以及肌理组成： 需要在构成上与设计当中包含的其他东西关联起来，不管它们看起来有多么的不同。  十：让字体效果具有亲和力：  要让文字清晰易读或达到你所希望达到的其他效果，那就勇往直前。不要说什么不能阅读的文字就没有用用，而且，文字经得起重复。是提，字体编排具有一定的表现力。是的，在语文中 ，字体编排可以富有创造性地把结构元素相互连接起来。是提，字体编排可以与亚文化观众产生共鸣，可以涉及这样或那样的流行文化的时代精神。无论如何，字体编排如终可以传递信息 。字体，色块的生动奕化，以及对细节的关注，比如断字和起行，使宣传册跨页上的文字不仅编排有趣，而且易于阅读，衔接清晰。  十一：让作品人人都能看明白，不是自娱自乐：  与自己交谈是艺术家的范畴，而达到通用效果则是设计师努力的范畴。毕竟知道内情的观众只是少部分，对于大多数的观众，他们必须懂得你使用的这些形状，色彩以及对的图像要表达什 么样的含义。平面设计往往服务于某些事项：有时是非常小的事项，例如，邀请大家来参加电影节，而有时是相当大的项目，例如提示大家在大楼着火的时候找到出口。一旦忘记或者忽略 了这个事实，就有可能破坏信息同路人安全使用患难夫妻于清楚明了的要求。结果可能会导致死亡事件的发生，所以必须加以重视，而有可能发生的最糟糕的情况还有，虽然普通大众会认 为你设计的招贴画的是够酷：尽管他们记不住招贴画的内容，但是电影节的委托仍将不会再用你来实现自我价值了。试想如果你设计的是大楼的出口系统，而你却坚持使用在沈烟滚滚的环 境下根本就看洋清楚的墨水，在突发性紧急情况下，无疑会有人因为无法逃离而窒息死亡。  十二：动静有致A：  通过拉近某些材料的距离，而拉开另一些材料的距离，使它们在密度和节律上造成对比，从而使设计富有节秦感；通过把某些材料之间变得紧凑，而使另一些变得松弛，可以使这些材料之 间产生拍感，否则，设计将会显得呆滞，了无生气，甚对无趣。在这样的情况下，往往所有材料都是同等大小，同样粗细，同种颜色，同一间距。没有任何东西能像没有张力的呆滞的版面 更能谋杀伟大的创意了。没有对比将死气沉沉。  十三：烟花与朝阳：安排明暗关系。  借个摄影界的说滇池，就是：P要确保有较大范围的阶调值。个人理解为明暗灰度之差。亚当斯：主张把阶调值分为9个区，认为任何摄影作品如果不具备全部9个区是不具有足够的潜力的， 因此也不能发挥其潜力，再者，不要过于铺张地利用阶调范围，而应关注处于不同位置的明度最低和最高的地方，创造发光点和黑暗度，让它们与相关明度之间的微妙变化形成对照。总之 ，要在明与暗之间形成显而易见的一目了然的对比。  十四：要果断，要么按目标去做，要么就根本不动它：  要让事物以不同的方式呈现出来。理解视觉素材需要做的大量工作，就是去辨别事物间的差别。有个从民间留传下来的说法：P要知道摆在我们面前的大物体不是正在发起攻击的食肉动物， 而只须是大石头而已。我们应充满自信地利用视觉素材，要思路清晰地对材料的大小，布局及其与其他素材的间距等等作出决定。设计师的果将更易我观使用价值相信，这条信息传达出了 宁原本的初衷。如果在构成上显得虚弱中不稳定，将会引起观众对信息的种种不堪的想法，甚至或许他或她并不能聪明地意识到，这是因为设计师在利用某些材料时感觉错位或犹太豫不决 ，或者没有正确我用材料所致。这时，观看者会尽力去找出问题的所在，因而不能把注意力放在信息本身。这样的结果是我们所不能接受的。  十五：用眼睛测量：设计是视觉的设计：  一件事物诺不是它呈现出来打头子：设计师要让事物呈现出它本来的面貌。睛睛是很有趣的东西，我们的眼睛常常会被视觉刺激即幻视所欺胎骗。视觉的假象战友了构成的视觉逻辑达九成 。如在空间中有下坠感的地平线，经过向上调整后，看起来将处于上下居中的位置。圆形的造型卢来总是比在数学上具有相同高度的方形的造型要小，所以必须把它们稍微放大，才能与方 形的造型看起来大小一致。请代表你的观众做出决定吧：两个元素是否大小相同？造型是否触及版面的边缘？两个元素是否排列在一条直线上A？如果想要某个元素与另一个元素成一直线排 列，那就用目测：不要用工具测量。如果观看者眼睛所见的两个元素成一直线排，那么可以假定实际情况就是如此。如果用测量的方法把两个元素排在一条直线上，而它们实际看起来并非 如此，那也不要紧，因为它们的确排在一条直上的呀。只是观看者看见两个应排成直线的元素没有排在直线上，将会狂测是这个马大哈设计师忘记检查作业了。  十六：制作自己所需之物，不要选用现成之物：  需要什么就去创造，并尽你所能把它做到尽善尽美A：或者收买他人来帮你完成吧。再也没有什么东西比一张无处不见的摄影图片更乏味和无意应负的了，试着不要依赖于已有的素材，即使 它可能会比较便宜或很易获取，有时，一个比较简单和有意义的解决办法不外乎运用几个点和几条线，或者个性化的涂雅：虽然不够光滑，不够有光泽或不够色彩斑谰（而捡来的东西对于 你的设计而言意义不大，因为它可能在上周的时候就已经见于大型购物中心的报纸广告中，见于汽车广告牌里，或男士用品包装盒上了）：A或许能让观众产生强烈共鸣。此外，你还可以非 常自豪地说，这都是你自己设计的。  十七：对流行置之不理，严肃对等设计：  诚然，这可能是应遵守的一条需要智谋的规则，因为你的工作是要跟观众交流，而这些观众是存在于今天的，而且只能是今天现在，除非有时光穿梭机。生活于今天的人们对信息传达的方 式都有他们特殊的品味和期待。如果你周边的其他设计师都令人瞩目，因为他们的作品是如此地与时俱进，如此优秀。别管它。看看这个方法：如果设计一个方案，是围绕着含义来进行， 而不是迎合观众于对当今时沿理解的期待，那么头脑中定会冒出一些好东西，首先，这个设计对观众而言可能具有更多的含义，在长时间内仍会有用，所以它不会像垃圾一样那么快被扔掉 而污染生态系统。其次，它甚至可能具有相当于历史图书的价值。  十八：动起来！静止等于索然无味：  对于二维的视觉材料，人们有个奇怪的感觉：单调而沉闷！想想看。这就是为什么画家和设计师长久以来孜孜不倦地工作，为手是在平面上创作出三维动势效果的原因：也就是去欺骗观众 ，让他们产生运动的感觉！如果一个版式是平面的，并且不能传达出运动的感觉或空间的相互作用，而事实上这又是极易达成的状态，那么观使用价值可能会觉得索然无味，进而没有耐心读取这条信息。静态的构成会对观众说：我已经被你识破了，所以走开吧，这儿已经没有可看的东西了。  十九：回顾历史，不重蹈覆辙：  过去的设计有其自身的地位。思考传播方法和审美观点如何随着时间的推移发生变化，并了解他或她自己的设计如何达到思想与实践的统一，这对设计师来说是一件既有趣而又重要的事情 。甚或至更为有用的是，你可能会发现在设计发展进程中，也许另一个设计师也曾遇到过类似的问题并解决了它。如果百般辛苦的重复某个时期的风格，只因为它真的很了不起A：或者更糟 糕的是，只是因为委托人认为他们的马戏团派对邀请函应设计成1846年的木活字印刷招贴画的样子：这都是不可取的。可以学习他人的设计，但一定要创作自己的作品。  二十：对称是最大的祸害：  确实，对称立生于自然：只需看看我们的身体就知道，但并不意味着对称是设计的好方法。对称的视觉布局一般呈现为静态，极少表现出动态。更糟糕的是，对称的布局会使整体不对称的 图片材料显得笨拙，并限制了设计师处理本来不想做对称处理的内容的灵活性。最后，当然也很重要：对称布会大声地宣千，设计者是佣懒鬼，居然让版面自己来做设计。版面都有一个中 心轴，显然每个人都可以看到，为什么要让版面来指挥你的行动呢？应该是你来告诉版面谁是老大。 |