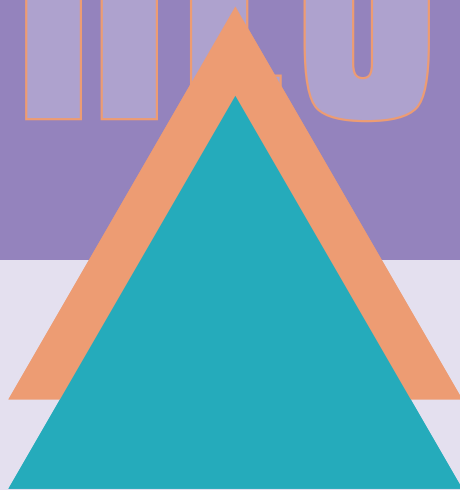


- 第一节 关于字体设计
- 第二节 国内外字体设计的发展
现状
- 第三节 字体设计的基本原则

第一章 认识字体设计

ZITI SHEJI



1



第一节 关于字体设计

人类在劳动与生活中创造了语言，然而，在漫长的社会发展过程中，声音语言缺乏稳定性与持久性，人们开始想办法将事物、记录保留下来，于是出现了刻画的符号。在经历不断的发明、总结和改善的过程后，形成了记录思想语言的视觉符号——文字。“文字”一词出自《史记·秦始皇本纪》：“一法度衡石丈尺，车同轨，书同文字。”文字既具有人类思想感情的抽象意义，又具有完整的结构规范，是抽象与具象紧密结合的一种设计。随着时代的发展，文字作为历史、文化和信息的传播载体，其内涵越来越丰富，超越了原有记录和阅读这一概念的层面。人类从书写的字体逐渐发展形成规范字体，再到印刷字体，再到现代的计算机数字字体，其发展变化是一个漫长而复杂的过程。文字作为一种艺术文化的形式，以不同风格和表现形式出现在人们的生活中。不论是传统纸媒，还是电子媒体，文字的地位从来没有动摇过。

一、世界上古老的文字

文字的产生经历了漫长的过程，是人类在生产生活中经过无数岁月不断创造和改进而成的。古人用刻画的方式帮助记忆，随着时间的推移，人们用它来代表事物的名称，组成了一套有规律的体系，形成了最原始的文字。世界上最古老的文字符号有五种，分别是苏美尔人的楔形文字、古埃及的圣书字、古印度的印章文字、中国的甲骨文和美洲玛雅人的玛雅文字。这些文字中，有些已经退出了历史的舞台，有些经过延续成长保留了下来，沿用至今。在

不同的社会发展阶段，文字所代表的文化形式和应用方式也有不同的要求和特征。因此，审视这些古老的文字，了解、体会这些原始图符的蕴含，可以扩展设计思维的源泉。

1. 楔形文字

楔形文字是源于底格里斯河和幼发拉底河流域的古老文字，也被称为钉头文字或箭头字。这种文字由约公元前 3000 年的苏美尔人所发明，是世界上最早的文字之一。已被发现的楔形文字多写于泥板上，少数写于石头、金属或蜡板上。

在苏美尔人约 3000 年的历史中，楔形文字的字形结构由最初的象形文字系统逐渐简化和抽象化。楔形文字起源于图画式象形文字，最初的文字外观形象并不像楔形，而只是一些平板图形。随着文明的发展与人们交流范围的扩大，这种图形文字逐渐发展成为苏美尔语的表词音节文字，用楔形符号代替象形符号，最后确立了以音节表意的楔形文字，如图 1-1 所示。

2. 古埃及的圣书字

圣书字创始于公元前 3000 年埃及第一王朝，目前仅存于古埃及的遗址中。圣书字有三种字体，即碑铭体、僧侣体和大众体。碑铭体起初是雅俗通用的，后来成为雕刻在金字塔和神庙石壁上或绘写在石器和陶器等器物上的庄严字体。其符号外形很像图画，但实际上大都早已失去象形功能。碑铭体是装饰性的正体。僧侣体是实用的草体，主要用于宗教写经。大众体又称书信体或土俗体，是僧侣体的简化形式。

圣书字由意符、音符和定符组成。意符有许多明显的象形字。音符大都是从早期的意符转化而成的，只表辅音，附带不写出的元音。定符是规定意义类别的记号，本身不读音，与其他符号结合成词，有区别同音词的作用，如图 1-2 所示。

3. 古印度的印章文字

在公元前 20 世纪，古代印度河流域已有文字，这些文字大多刻在皂石、黏土、象牙或铜等制成的印章上，称为印章文字。其大多雕有不超过 20 个铭文，还有许多形象生动的浮雕。其题材主要是当时常见的动物，内容为古印度河流域人民狩猎、航行、娱乐等情景及宗教神话。目前，已发掘出的印章共有两千多枚，其中很多符号是象形的，可能还处在象形文字阶段；但又因有表音节和重音的符号，所以印章文字也被认为是向字母文字过渡的表音文字。

印章上最引人注目的刻画图形是牛的形象，在摩亨佐·达罗出土的 123 个印章上有 36 个刻画着牛的图形，还有头上长角的立姿人兽图形和抽象的牛头图案。牛在古印度人的精神生活中占据着非同寻常的位置，不仅为人们提供了生产动力、乳和肉，而且更代表了一种丰足，成为人们向往美好生活的心理寄托和希望的象征。对牛的崇拜构成印度河流域文明最突出的一道风景线，如图 1-3 所示。

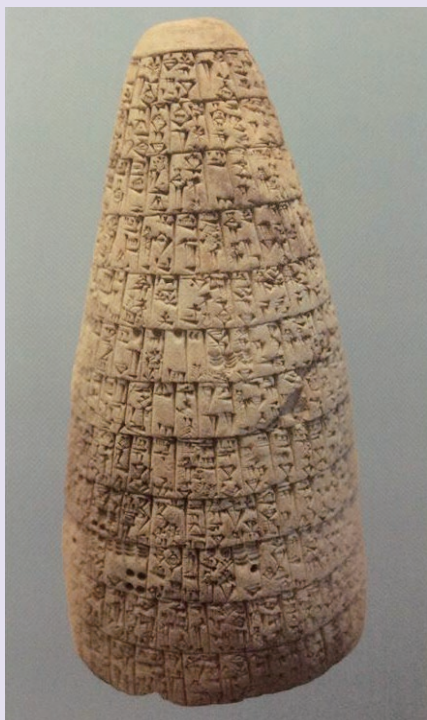
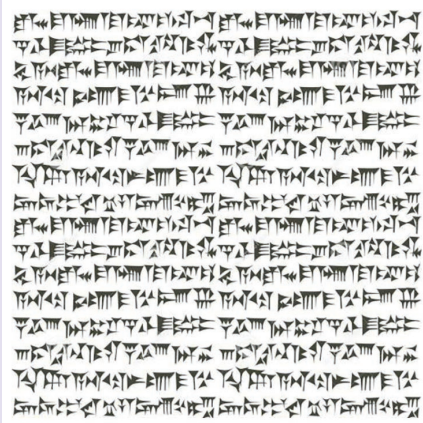


图 1-1



图 1-2

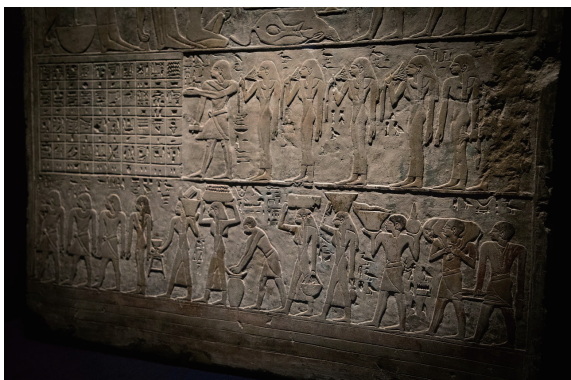




图 1-3

4. 中国的甲骨文

甲骨文主要指中国商朝后期王室用于占卜记事而在龟甲或兽骨上契刻的文字，又称契文、甲骨卜辞、殷墟文字或龟甲兽骨文。它记录和反映了商朝的政治和经济情况，是中国已知最早的成体系的文字形式。

甲骨文中出现的单字数量已达 4 500 多个，并已具备了象形、会意、形声、指事、转注、假借的造字方法，展现了中国文字的独特魅力。这些甲骨文所记载的内容极为丰富，涉及商代社会生活的诸多方面，不仅包括政治、军事、文化、社会习俗等内容，而且涉及天文、历法、医药等科学技术。由于甲骨文是用刀刻成的，刻出的笔画粗细不一，有的甚至纤细如发，笔画的连接处又有剥落，浑厚粗重。其结构上或是疏疏落落、参差错综，或是密密层层、十分严整庄重，故能显示出古朴多姿的无限情趣，如图 1-4 所示。



图 1-4

甲骨文十二属相



5. 玛雅文字

玛雅文明约形成于公元前 1500 年。玛雅人创造了辉煌的玛雅文明，而玛雅文字是玛雅人在公元前后创造的象形文字，盛行于 5 世纪中期。玛雅人是美洲唯一留下文字记录的民族。

现存的玛雅文字被刻在石碑和庙宇、墓室的墙壁上，或被雕刻在玉器和贝壳上，或用类似中国式毛笔的毛笔书写（或称描绘）在陶器、榕树内皮和鞣制过的鹿皮上，用以记载玛雅人的宗教神话、祈祷文、历史、天文、历象等。从这些玛雅文字中可以看出其同样源于原始图画，有着鲜明的图形特征，既象形，又会意和形声，是一种兼有意形和意音功能的文字，如图 1-5 所示。

二、字体设计的意思

视觉传达设计主要由字体、图形和色彩三个要素所构成，字体设计包含了字体的使用和创造两个方面。使用字体主要是对印刷字体（如宋体、黑体、方正中等线简体等）进行行间距的编排，多应用于文本编辑、图书和刊物排版中，如图 1-6 所示。创造字体主要是根据所要表达的内容，运用创新思维设计的字体。创造字体能在视觉传达设计中起到画龙点睛的作用，往往在招贴设计、海报设计中出现，如图 1-7 所示。



图 1-5



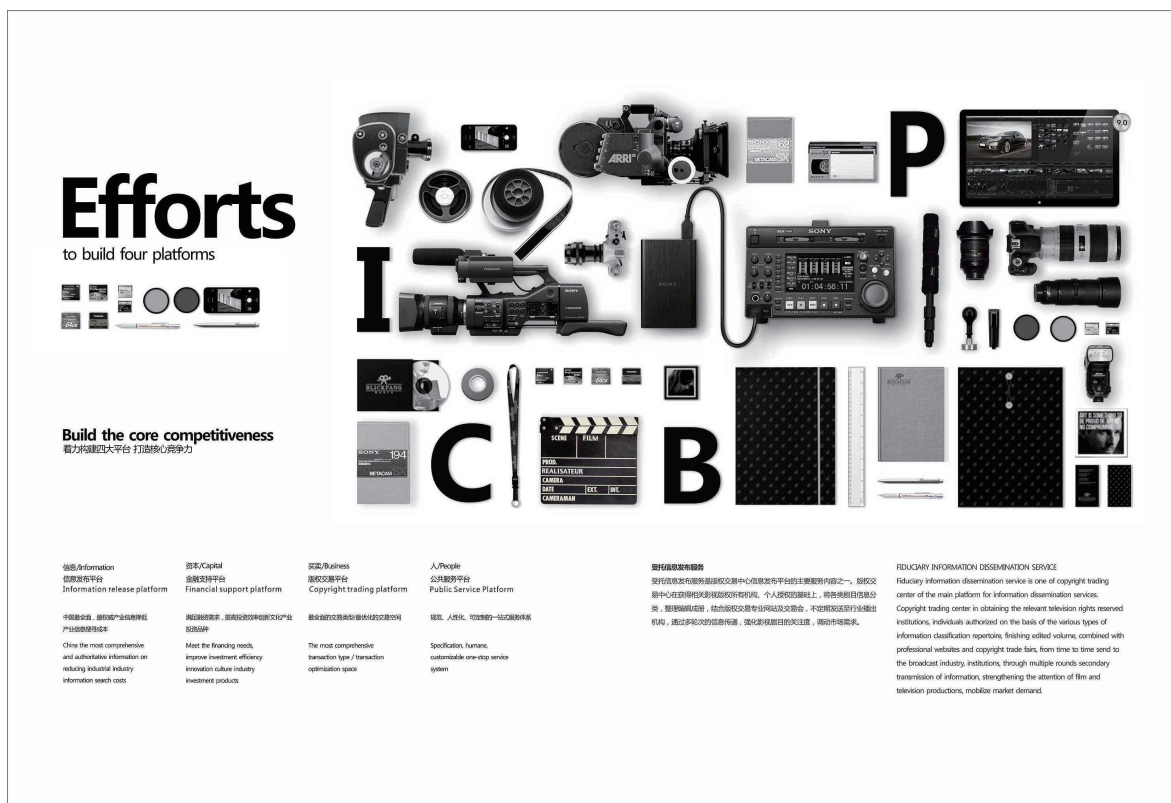


图 1-6



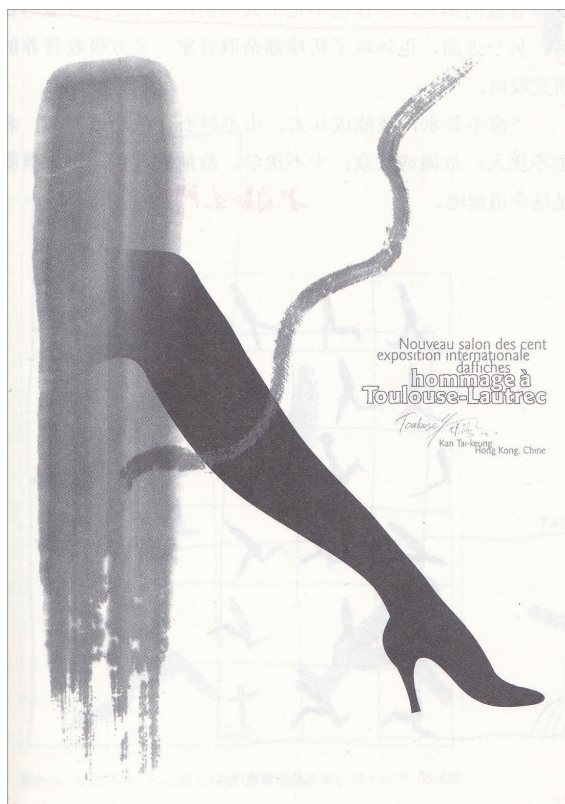
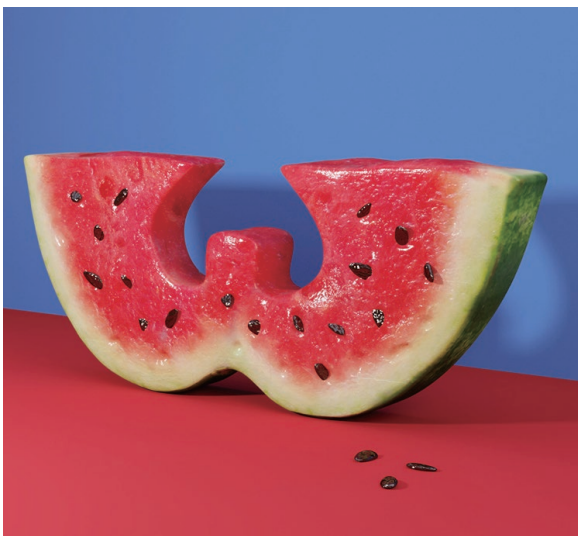
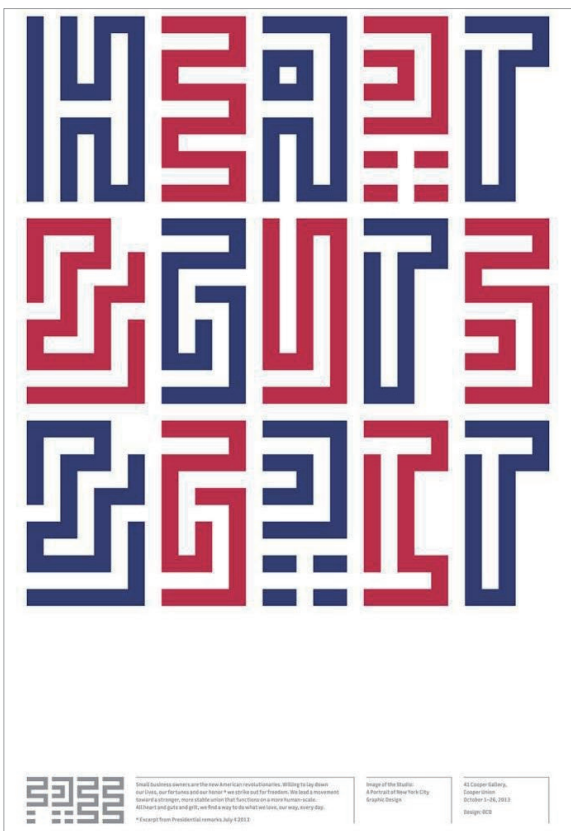


图 1-7

字体设计是探讨文字的造型理论与视觉规律的设计，是将文字理论与设计实践相结合的课程。它需要在具备一定的构成基础与图形表达能力的基础上进一步学习应用点、线、面、形、色

彩、空间排列等视觉要素及字体形态的组合，并结合创意图形表达和综合材料的应用，使学生从一般对文字阅读功能的认识延展到对文字审美功能的认识，如图 1-8 所示。



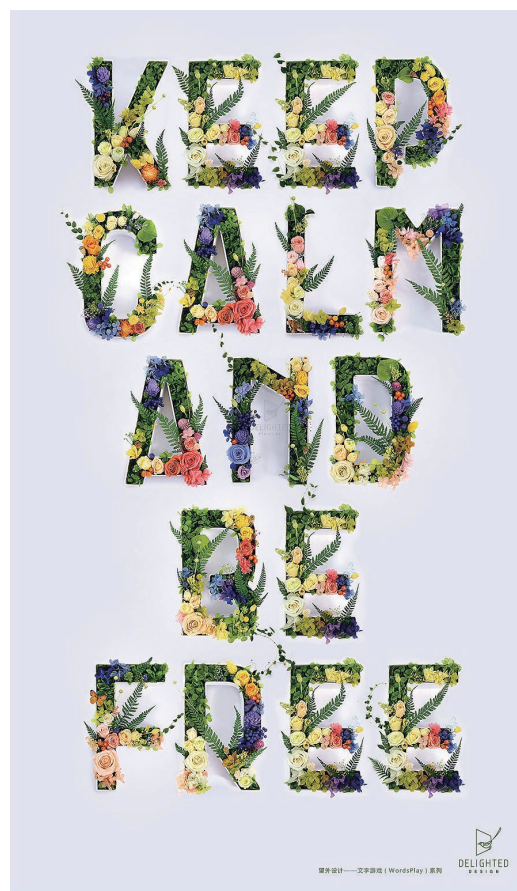


图 1-8

字体设计是一门开创性的课程，需要一定的设计思维、审美能力及实践能力。字体设计与应用紧密相连，应在掌握字体设计的原理、

方法及印刷字体等基础上注重字体设计对于各综合设计起到的衔接和辅助作用，如图 1-9 所示。

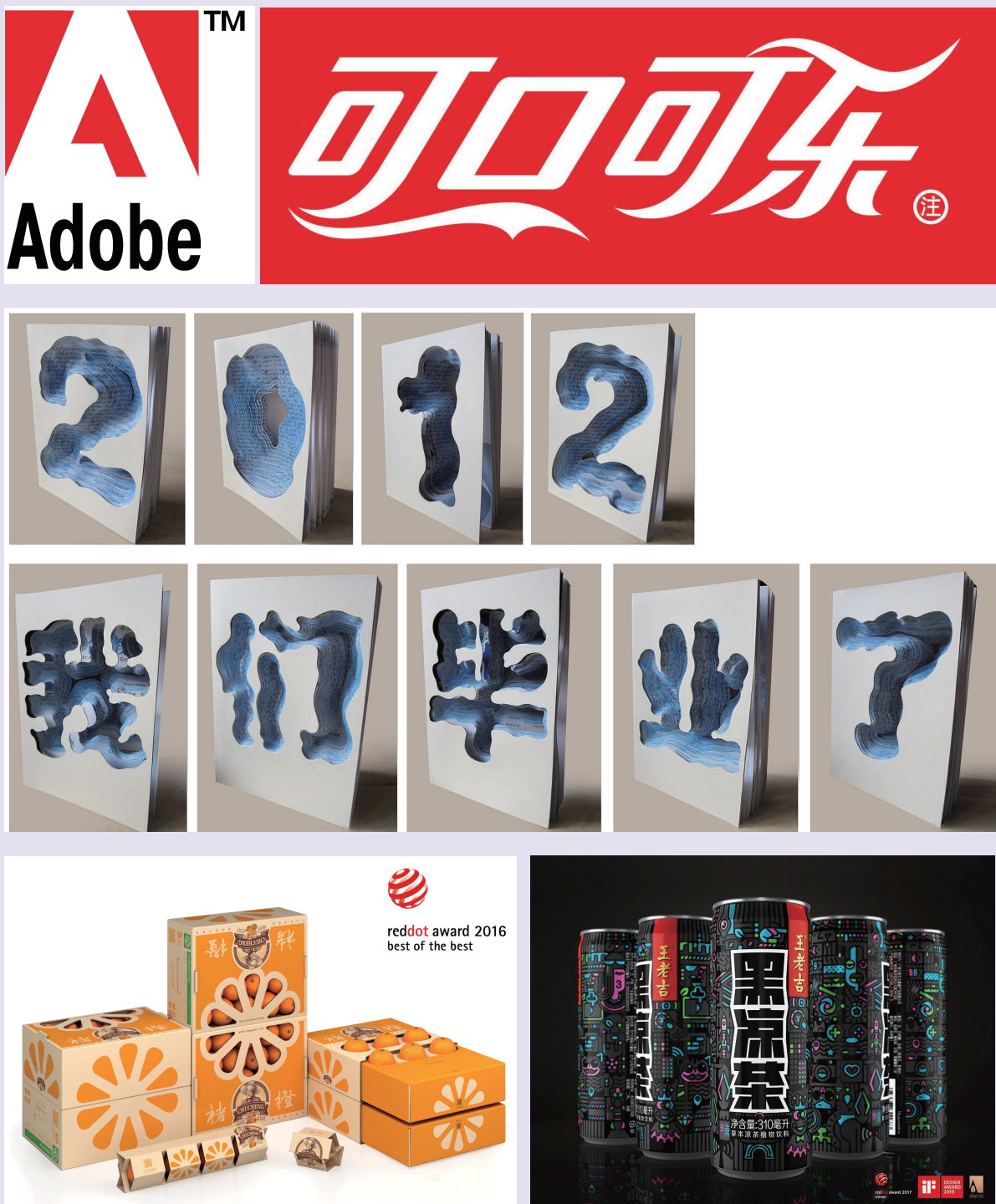


图 1-9

1



第二节 国内外字体设计的发展现状

一、汉字字体设计发展现状

汉字是传承着中国历史和文化的民族精神的特有信息语言符号，其发展和延续凝聚了中华民族无尽的想象力和创造力，是一门独特的视觉语言。从公元4世纪开始，汉字就成为朝鲜、日本、越南等地的公用交流工具，形成了以中国为中心的东方特色的文化圈。日本、新加坡、马来西亚等地区至今仍保留着汉文化的习俗和审美意识。

随着全球化的发展，在中国文化与世界文化的交流中，汉语逐渐成为国外的热门语言，汉字作为中国文化的载体在当代设计中无疑起到极其重要的作用。我国学者王蒙曾说：“我们中国应该明确地放弃汉字拉丁化的目标。我们应该更好地进行汉语汉字的教学、传承，研究数码化应用与审美化创造。我们应该创造出无愧于祖先的语言艺术的传世之作。我们应该更加重视在世界上推广普及华文与汉学教育，并为此加大投入。”国外字体设计的形式与手法对于汉字设计的启发很大，日本的字体设计就是借鉴了欧美文字的结构与组合方式，从而获得了现代感极强的新表现。中国汉字设计虽然与欧美文字设计存在很大的差异，但是仍有不少设计师正在大胆尝试和研究如何将中西方文化相融合，以现代新的不断变化的艺术观念和形式赋予汉字设计新的意境，将传承意识与革新精神相互结合在一起，做到传统与现代融合、东方与西方融合、艺术与技术融合，是未来汉字字体设计实现本土化、时代性、国际化的发展方向，如图1-10所示。

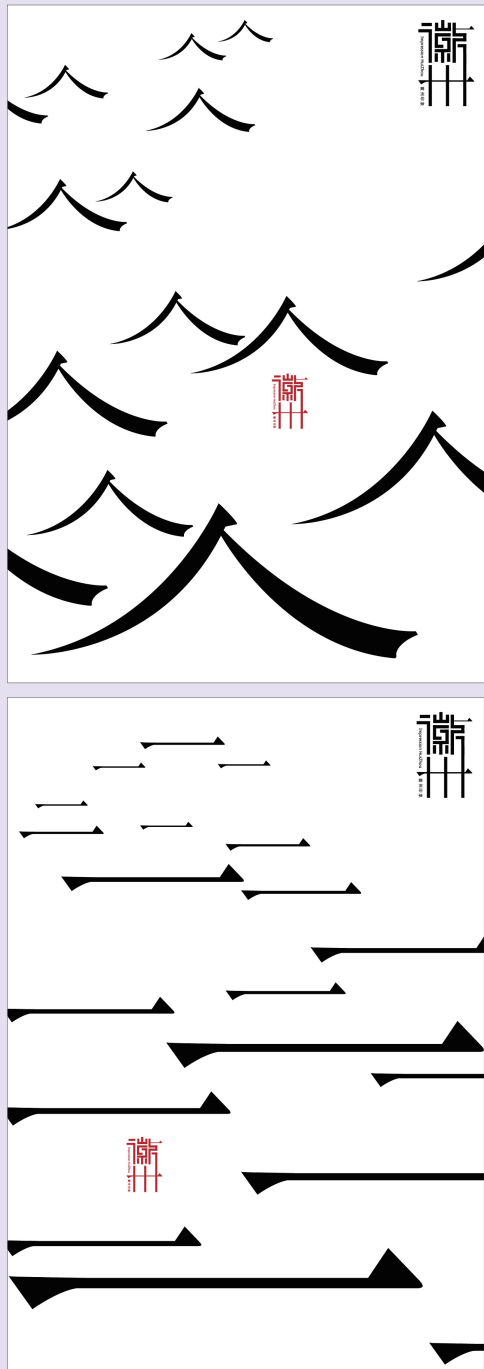


图 1-10



图 1-11

我国目前专业开发字库的公司不多，常用的字库有方正字库、微软字库、华康字库、文鼎字库、华文字库等，每种字库又有几十种或者几百种字体，但与国外上万字体相比发展还是比较滞后。字库的形成是一种商业行为，但目前我国对于开发的字库基本上都免费提供使用，这是由于我国的知识产权体系比较薄弱，相应的法规不够健全。方正公司是目前最大的中文字库的供应商，也是中国最早从事中文字库开发的专业厂商，如图 1-11 所示。

在字体设计的研究机构和赛事方面，我国也是处于起步阶段。目前，方正公司正通过从 2001 年开始举办的方正字体设计大赛来吸纳新的字库和相应的专利，该比赛也是国内唯一的开展时间长、影响力较大、比较权威的专项字体设计大赛。但相对于其他国家字体设计的影响力，我国还需要良性循环开发字体设计，通过时间来沉淀，如图 1-12 所示。



图 1-12

二、其他国家的字体设计发展现状

20 世纪 20 年代在欧美国家兴起的现代主义设计对字体设计提出了新的口号，主张字体设计由功能需求来决定其形式。在 20 世纪 50 年代以前，美国的平面设计一直以图画为先，文字从属于图画。受新达达和荷兰桑德伯格的影响，美国的文字设计运动于 20 世纪 50 年代后期在以纽约为中心的美国东海岸兴起，在鲁巴林和杜鲁夫斯曼的创作中，字体第一次真正地成为“主角”。

在日本，设计师对于字体设计的研究比较重视，他们吸收国外的精华，融入日本本土的文化，立足于本国文字的发展和创造，如图 1-13 所示。无论是在广告设计还是在包装

设计上，无论是英文还是汉字，日本设计师都充分考虑到产品本身的特征，如图 1-14 所示。经过协调，不同形态的文字都能达到异化共存的设计效果。其次，日本的汉字设计紧密地与平面设计结合在一起，在平面设计中受到极大的重视。例如，设计师白木彰的作品中就把汉字作为抽象图形进行设计，并巧妙地融入了日本元素，形成了独特的设计语言与风格，如图 1-15 所示。杉浦康平被誉为“亚洲图像研究学第一人”，编写了《文字的宇宙》《文字的祝祭》等多本关于汉字设计理论的书籍。每年的东京 TDC 字体指导俱乐部都会选出优秀的创意字体设计，为日本字体设计做出了很大的贡献。截至 2011 年，日本的字库已经有 2 973 种字体，其中日本最大的字体设计公司森泽就拥有近 500 种字体。



图 1-13



图 1-14



图 1-15

1

○○○○○○
○○○○○○
○○○○○○

第三节 字体设计的基本原则

对于设计作品而言，字体既是信息传播的基础要素，也是强化感官的设计要素。为了使字体更加生动、有趣和易读，需要遵循一些字

体设计和编排的原则，这是人们长期实践总结的设计规律，是进行字体设计的思考基础。这些原则有助于人们设计出令人印象深刻的作品。

创造字体由于用途不同，设计也可以打破常规。所以在实践中，先要充分了解字体的应用范围和用途，才能更好地设计出字体设计作品。字体无论是应用于书籍、海报、包装中，还是应用于网页、影视片头等新媒体中，都应遵循以下四个原则。

一、可识性

文字至今约定俗成，形成共识，是因为它形态的固化。阅读是文字最基本的功能，因此，恰当地选择和运用字体，可以使得信息传达更加准确、流畅，反之则会造成信息传达的阻碍。特别是在文字排版时，要避免繁杂零乱，减去不必要的装饰变化，使人易认、易懂，表达出内容和构想意念。例如，报纸和杂志内页的版式中，对于文字选择的可识别性的要求趋向于规整、识别度强等特点，字体的字形和结构也必须清晰，不能随意变换字形结构、增减笔画而使人难以辨认，如图 1-16 所示。

在不同的设计类型范围中，对于字体设计的可识性程度也会略有不同。在如今视觉冲击的时代，字体设计图形化的发展使得字体的功能从单一的阅读性转化为视觉语言和符号特征。视觉的介入赋予了设计作品美学特质，这种设计一般应用于字体设计数量不多的标志、海报等设计上，如图 1-17 所示。例如，2022 北京冬奥会会徽以汉字“冬”为灵感来源，运用中国书法的艺术形态将厚重的东方文化底蕴与国际化的现代风格融为一体。会徽图形上半部分展现出滑冰运动员的造型，下半部分表现出滑雪运动员的英姿，如图 1-18 所示。



图 1-16

二、统一性

在进行设计时，必须对字体做出统一的形态规范，这是字体设计最重要的准则。只有在字的外部形态上具有了鲜明的统一感，才能在视觉传达上保证字体的可认性和注目度，从而清晰、准确地表达文字的含义，如图 1-19 所示。

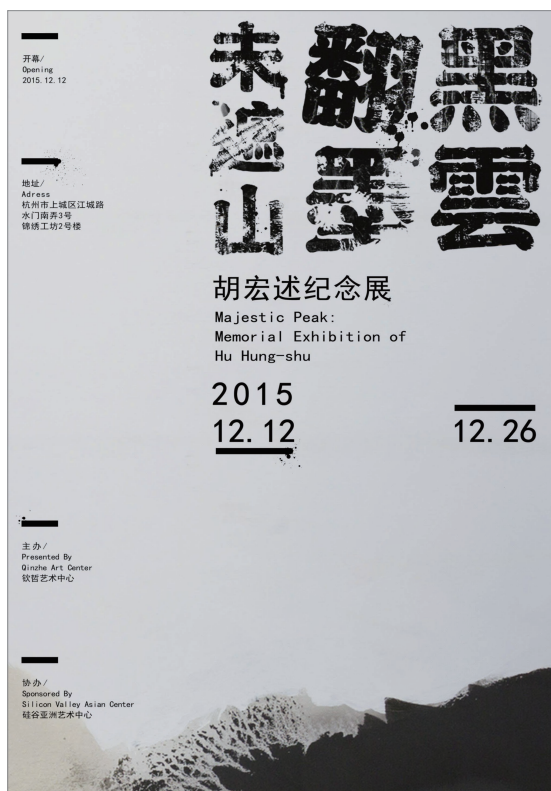


图 1-17



图 1-18



图 1-19



字体笔画的粗细是构成字体整齐均衡的一个重要因素，也是使字体在统一与变化中产生美感的必要条件。字体笔画的粗细要有一定的规格和比例。字体笔画的粗细一致与字体大小的一致一样，不是绝对的，因为其中尚有一个视觉修正问题。例如，汉字中全包围结构的字就不能绝对四边顶格，否则会感到比其他的字大，若往里适当地收一下，在视觉上就会感到与其他字一样大小了（详见第二章）。字体设计的数量越多，

统一规范的难度越大，如字库的开发。在历届“方正奖”字体设计大赛中，对于字体设计的数量都有一定的要求。图 1-20 所示的一组设计属于创意字体设计，创意来源于环形针。通过对元素的提炼，形成了连笔、回形、圆圈等特征，并对字体的结构比例进行调整，具有节奏感而不失整体的统一感。图 1-21 所示的一组设计属于排版使用的字体设计，通过手写字体形成的风格，从字形、笔形和结构上追求统一性。

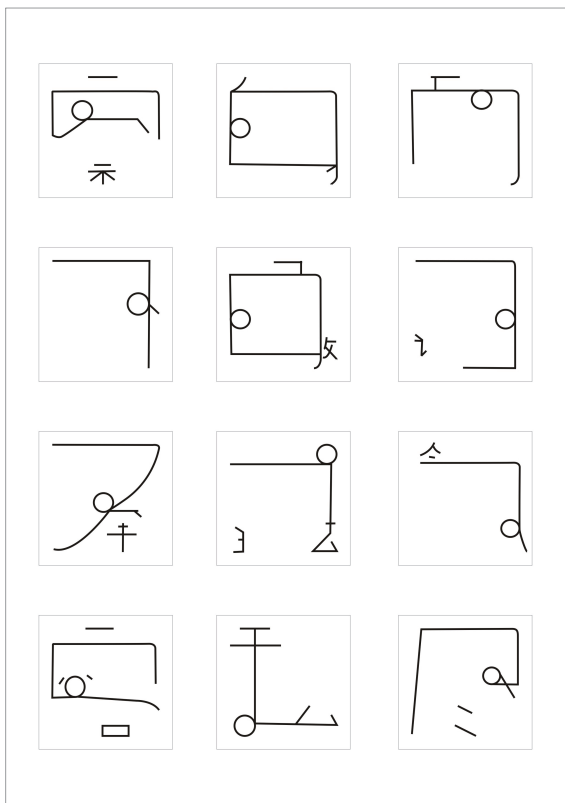


图 1-20



图 1-21

三、独特性

设计作品需要具有独特性，作为设计的三大要素之一的文字，在满足阅读功能要求的同时，也应该具有视觉张力和感染力的独特性。字体的独特性主要体现在构思和形式表现上。近几年来，综艺节目越来越火，节目竞争激烈，为了凸显其自身特点，综艺节目 logo 设计、海报设计、宣传片制作都有很大的提升。综艺节

目的受众群体不同，设计风格也有所区分。综艺节目的 logo 是最具标志性的符号，代表了节目的风格和定位。例如，《极限挑战》最初的成员主要是 6 位男性，节目基于男人的本质设计更多反映男人性格特点和优点的内容。其 logo 的字体设计棱角分明、刚硬厚重，体现了“极限男人帮”的特征，如图 1-22 所示。《妻子的浪漫旅行》以“妻子”的角色为制作核心，其 logo 设计通过温和柔美的曲线笔画，体现了女

性纤细、柔美的特点，如图 1-23 所示。《爸爸去哪儿》是一档亲子户外真人秀节目，收看群体以家庭为主，为了体现节目是以小朋友为主角的，其 logo 设计中的手绘卡通 POP 字体体现了小朋友的天真、轻松、可爱的特征，如

图 1-24 所示。除此之外，街舞选拔类真人秀节目《这！就是街舞》、嘻哈音乐选秀节目《中国有嘻哈》、说话达人秀节目《奇葩说》等 logo 的字体设计都具有年轻人的态度和时代感的特征，如图 1-25—图 1-27 所示。



图 1-22



图 1-23



图 1-24



图 1-25



图 1-26



图 1-27

四、艺术性

艺术性也是字体设计的重要原则，即文字形态要符合人们的审美习惯，受到社会审美文化的影响，符合时代的潮流。在当今快速经济消费的年代，良好的字体设计提升了产品和品牌的艺术成分，有助于获得消费者的认可，促

进品牌的传播。字体设计的艺术性体现在它的视觉感官上，让人过目不忘，给人以美的感受。

艺术性是表现力与审美把握的综合结果，是线条组合的形态、结构合理的搭配、笔画的节奏与韵律、表现的质感与色彩等因素的综合体现。

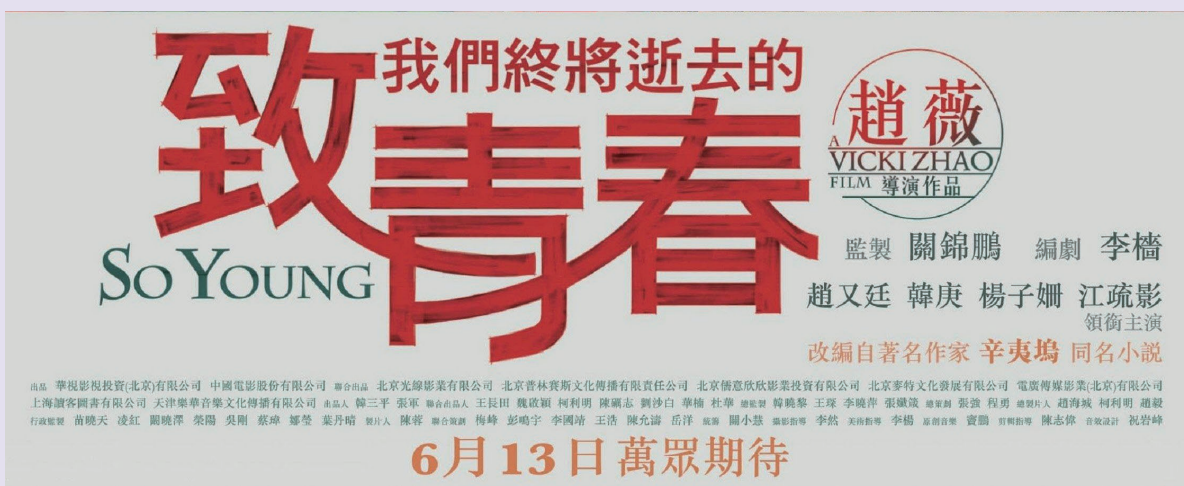
一幅好的电影海报能对电影的推广起到促进作用，电影的名字在海报上尤为突出，艺术美感非常重要。以往大多数电影海报的字体设计都是请书法家来题字，体现了中国特色文化的底

蕴，如图1-28所示。随着中国电影行业的崛起，越来越多的电影题材出现，满足了不同消费群体的观影需求，电影海报中字体的设计也随之呈现出多样性的艺术变化，如图1-29所示。





图 1-28



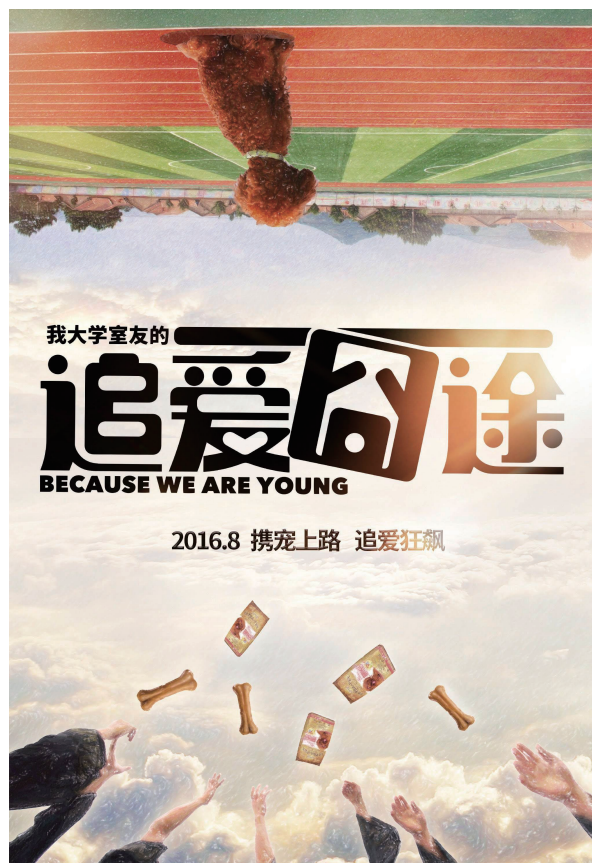


图 1-29