JUST MY TYPE

字体故事

西文字体的美丽传奇

[英] 西蒙·加菲尔德 (Simon Garfield) 著

吴涛 刘庆 译

電子工業出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

突然间，人们就对字体着了迷

第一次，我们将西文字体的故事完整地引入到中文世界

策划编辑：胡　南
责任编辑：李　影
封面设计：简　枫

方正字庫

Type is Beautiful
.com

建议上架：设计·字体
ISBN 978-7-121-19067-4
9 787121 190674 >
定价：88.00元

字体故事 西文字体的美丽传奇

JUST MY TYPE

[英] 西蒙·加菲尔德（Simon Garfield）著

吴涛　刘庆　译

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

版权贸易合同登记号 图字：01-2012-8239

图书在版编目（CIP）数据

字体故事：西文字体的美丽传奇 /（英） 加菲尔德（Garfield,S.）著；吴涛，刘庆译．—北京：电子工业出版社，2013.1

书名原文：Just My Type:A Book About Fonts

ISBN 978-7-121-19067-4

Ⅰ．①字… Ⅱ．①加… ②吴… ●刘… Ⅲ．①英文—字体—设计 Ⅳ．① J293

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 286069 号

策划编辑：胡 南
责任编辑：李 影 文字编辑：胡 南 特约编辑：史晶晶
印 刷：三河市鑫金马印装有限公司
装 订：三河市鑫金马印装有限公司
出版发行：电子工业出版社
北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036
开 本：720×1000 1/16 印张：25.25 字数：350 千字
印 次：2013 年 1 月第 1 次印刷
定 价：88.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

目 录
Contents

Love Letters

情书

情书[1]
Love Letters

二〇〇五年六月十二日，斯坦福大学。一个五十岁的男人面对着演讲台下的学生们，说起他在俄勒冈州波特兰里德学院[2]时的大学生活。他回忆说，「校园里每个角落出现的文字，每张海报，每个抽屉上的每处标签，都是手写出来的，很漂亮。反正我当时已经辍学，用不着上必修，于是我就决定去上上书法课，学一学怎么才能写出这样漂亮的字来。在课上，我学到了什么是衬线[3]和无衬线[4]体、怎样调整不同字母组合的间距，以及优秀的字体排印之所以优秀的原因。它很美，既有历史积淀，又有精巧的技艺，不能以科学的方式去琢磨。我对此非常着迷。」

---

① 标题为双关语：Love Letters 也有「爱字母」的意思。

② 俄勒冈州波特兰里德学院(Reed College in Portland, Oregon)成立于一九〇八年，是美国一所私立的文理学院，实行四年制寄宿教学。

③ 衬线（serif），在字母边角处起到装饰作用的细线，也指带有衬线的字体。

④ 无衬线（sans serif），没有衬线的字体统称。sans 即法语「无」的意思。

那时，这位辍学生以为，自己所学到的这些东西，在将来的人生中也许不会有任何实际用途。而十年后，时过境迁，这个名叫史蒂夫·乔布斯的男人，设计出了他的第一台麦金塔电脑（Macintosh）。这种电脑有个史无前例的特性——它带有多种可供选择的字体。其中不仅包括如 Times New Roman［泰晤士报新罗马］、Helvetica［「瑞士的」］这些耳熟能详的名字，乔布斯还引入一些全新的字型，并且在它们的样式和命名上面颇费了一番心思。他以自己喜爱的城市为这些字体命名，比如 Chicago［芝加哥］和 Toronto［多伦多］。乔布斯希望这些字体能像他十年前遇到的那些手写字一样独特而漂亮，麦金塔电脑里也因此包含两种带有手写风格的字体——Vinece［威尼斯］和 Los Angeles［洛杉矶］。

这是一场创举——我们与文字、字形之间的关系，自此开始，发生了翻天覆地的变化。在接下来的近十年中，一个以往仅限于设计、印刷业的术语——「字体」（font）——将化为每个计算机用户的日常用语。

如今，乔布斯最初创造的那几样字体已经很难被找到，这或许也是件好事：它们都由粗粝的像素点构成，并且使用时难以调整细节。但在当时，「能够更换字体」这一特性，本身已属外星科技。在一九八四年，麦金塔出现之前，早期的计算机通常只提供一种字体，若能恰巧碰上一台支持斜体的，那简直就是撞了大运。是从麦金塔开始，电脑上才出现了多种可供选择的字体样式，并且还尽可能地复原那些我们习惯的字形样式。其中的 **Chicago** 被苹果用作所有软件的菜单与对话框的显示字体，一直用到早期的 iPod。而

你也可以选用颇具乔叟[1]书稿风范的古老哥特字体①（London［伦敦］），或是代表商业化现代主义的明晰瑞士字体（Geneva［日内瓦］），或者曾装点过远洋邮轮餐厅菜单的雅致字体（New York［纽约］），甚至还有一种看起来像是从报纸上撕下字母拼在一起的字体（San Francisco［旧金山］）——很适合用来写无聊的学校作业，或者一封勒索信。

IBM 与微软紧紧追随着苹果，尽可能地复制麦金塔推出的字体。家用打印机（当时还很稀罕）也在提升打印速度之外开始推销内附字体的多样性。虽然现在如若提起「桌面出版」，人们会想到诡异的聚会邀请单或泛滥的社区杂志，但它们无疑也曾标志着一种光辉的自由——远离排字师的专横，告别扣挖字母胶纸②的挫败感，从此每个人都可以随心所欲地选择字体，肆意「把玩」文字，表达变得更加富有创意，这一变革因此具有十分重要的意义。

早期 iPod 中的 Chicag

今天，当我们在电脑下拉菜单里面自由选择字体时，无法想出还有比这更容易的艺术自由表达方式。在这里，有历史在流淌，每次键盘的敲击声都在表达着对约翰内斯·古登堡[2]的缅怀；在这里，有我们熟知的名字：Helvetica、Times New Roman、Palatino 和 Gill Sans［吉尔无衬线体］；在这里，有那些来自故纸堆和旧书页的字

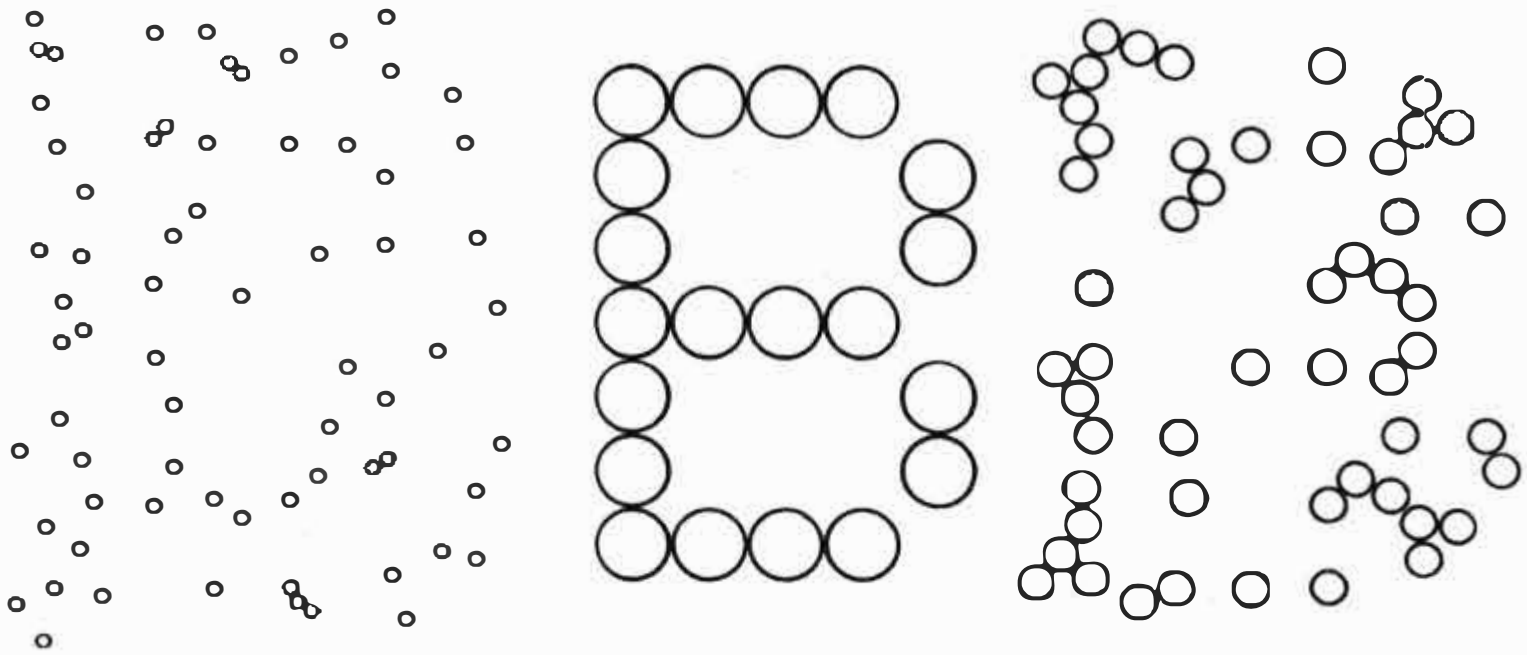
① Black letters 有许多种称呼方法，如「黑体」、「装饰体」等，本书统一译为「哥特体」（Gothic Script）。

② Letraset，英国预制以供剪贴的字母不干胶贴纸品牌，也用来泛指这种贴纸。详见第十一章。

体：Bembo[3]、Baskerville[4]和 Caslon[5]；在这里，还有优雅而聪慧的成员：Bodoni[6]、Didot[7]和 Book Antiqua［古书］；在这里，当然也有被人嘲笑的风险：Brush Script［笔刷手写体］、Herculanum［赫拉克勒斯城］[8]和 Braggadocio［吹牛者］。二十年前，我们对它们几乎一无所知，而现在，我们每人都有自己所钟爱的那一款。计算机给予了我们所有最出色的字体，这种奇迹，在打字机时代简直无法想象。

但当我们选用 Calibri 而非 Century［世纪］，或者一位广告设计师挑中 Centaur［半人马］而非 Franklin Gothic［富兰克林黑体］之时，我们究竟在想些什么？我们想要给人留下怎样的印象？当我们在选择一款字体的时候，我们究竟想要表达什么？到底是谁制作了这些字体，他们又是如何工作的？我们真的需要那么多字体吗？当我们面对着 Alligators、Accolade、Amigo、Alpha Charlie、Acid Queen、Arbuckle、Art Gallery、Ashley Crawford、Arnold Böcklin、Andreena、Amorpheus、Angry 与 Anytime Now，或是 Banjoman、Bannikova、Baylac、Binner、Bingo、Blacklight、Blippo 与 Bubble Bath 的时候，到底该如何抉择？（Bubble Bath［泡泡浴］名字听起来多可爱呀，看它漂浮着的细小圆圈好像随时都要从书页里蒸腾而出的样子。）

世界上有超过十万种字体，为什么我们不能就只用那五六种常见的字体，如 Times New Roman、Helvetica、Calibri、Gill Sans、Frutiger[9]和 Palatino 呢？或是以法国字体设计师克洛德·加拉蒙[10]命名的、经典的 Garamond？克洛德·加拉蒙活跃于十六世纪上半叶的巴黎，由他所设计出的易读罗马式字体，一举取代古旧的德式字形，后来又由英国的威廉·卡斯



泡泡浴（Bubble Bath）——细体、常规体和粗体

隆沿用，最终组成了美国《独立宣言》的每一个单词。

时至今日，字体已经有六百五十年的历史。那么在一九九〇年代，当一个名叫马修·卡特[111]的英国人在电脑上制作 Verdana 和 Georgia 字体的时候，他又能在字母 A 和 B 上面做出什么前无古人的事情来呢？他的一位朋友所制作的 Gotham 字体，又是怎样为巴拉克·奥巴马当选美国总统贡献一臂之力的呢？还有，到底是什么能让一个字体凸显总统气质，又或是呈现出美式、英式、法式、德式，乃至瑞士或犹太风格呢？

这些奥术玄妙，本书将深入探索。不过，让我们从一个颇具警告意味的故事开始，来看看在某一款字体失控之后，都发生了一些什么事情。

尾 注

[1] 杰弗里·乔叟（Geoffrey Chaucer），英国中世纪作家。
[2] 约翰内斯·古登堡（Johannes Gutenberg，约1400-1468年，德国人），西方公认活字印刷术发明者。
[3] 以意大利人文主义诗人皮耶特罗·本博（Pietro Bembo）命名。
[4] 以英国字体设计师约翰·巴斯克维尔（John Baskerville）命名。
[5] 以英国字体设计师威廉·卡斯隆（William Caslon）命名。
[6] 以意大利字体设计师詹巴蒂斯塔·博多尼（Giambattista Bodoni）命名。
[7] 以法国字体设计师菲尔曼·迪多（Firmin Didot）命名。
[8] 以古罗马城市赫拉克勒斯城命名。
[9] 以瑞士字体设计师阿德里安·弗鲁提格（Adrian Frutiger）命名。
[10] 克洛德·加拉蒙（Claude Garamond，1480-1561年，法国）
[11] 马修·卡特（Matthew Carter，1937年-），英国字体设计师，主要作品Tahoma、Verdana、Georgia等字体。

1

We don't serve your type

我们不为您这型服务

我们不为您这型服务

We don’t serve your type

一只鸭子走进酒吧说：「给我来杯啤酒！」酒保说：「能记你嘴[1]上吗？」

A duck walks into a bar and says, 'I'll have a beer please!'

And the barman says,'Shall I put it on your bill?'

觉得这笑话怎么样，好笑吧？如果是你第一次听到这笑话，会觉得挺好笑的。这就是那种你得把它记下来的笑话——可用来向大伙儿证明你并非完全不会讲笑话的笑话。小孩能讲，大叔也能讲。如果你在某张贺卡上见到了这种笑话，那么它很可能（与上文一样）用的是 Comic Sans。

即便你不知道这种字体叫什么，那你也应该很熟悉 Comic Sans。它

① 这个笑话的笑点在于，原文的 bill 兼有「账单」和「鸭嘴」的意思。

就像是一个十一岁孩子端端正正写出来的：流畅而圆润的字母，中规中矩，它总会出现在字母形花片汤[1]里或是冰箱磁贴上，以及少年阿莫[2]的日记里。如果你在某处看到一个单词的每个字母用不同颜色的话，它往往用的就是 Comic Sans。

Comic Sans 是一款误入歧途的字体。它是由一位聪明而具有平面艺术设计背景的专业人士认真设计，并本着一颗好心发布到这个世界上的。它从未打算要讨人嫌，搞到自己（像现在这样）被印在救护车或者被刻在墓碑上。它本来只是想做得有趣一些。说来也怪，它甚至根本没打算要成为一套字体。

这位该骂的设计师（当然你也不是第一个这么想的了），是文森特·康奈尔（Vincent Connare），面对任何批评他都只是耸耸肩。一九九四年，康奈尔坐在电脑终端前，开始思考着自己也许可以改善一下人类的生存条件。大多数优秀字体都是这样诞生的。而此时此刻，对于康奈尔来说，他想要做的是，纠正他的雇主因欠缺思考而犯下的错误。

当时，康奈尔在微软公司工作。他是在公司成功掌握整个数码世界之后，但还未成长为那个众所周知的邪恶帝国之前，加入的微软公司。他的职位名称并不是「字型设计师」——这种能让人想起老式手工艺人的头衔，而是「字体排印工程师」。从爱克发 / 计算机图形公司过来的他先前做过很多字体的设计，其中有些字体还授权给了微软的对手——苹果公司。并且，在此之前，他还是一名摄影师与画家。

---

① 字母形花片汤（Alphabet soup）是一种面条汤，里面的面条都做成字母状，是一种罐装食品，是父母用来鼓励小孩子学习字母的。

②《少年阿莫的秘密日记》，英国儿童文学畅销书，十三又四分之三岁的少年阿莫写下的日记。

一九九四年的一天早晨，康奈尔看着他的电脑屏幕，总觉得有地方怪怪的。他正在使用一款名为 Microsoft Bob 软件的发布预览版——这款软件力求使用户操作更加方便容易，它包含有一个财务管理器与一个文字处理器。时任项目负责人的是梅琳达·弗伦奇（Melinda French），也就是后来的比尔·盖茨（Bill Gates）夫人。

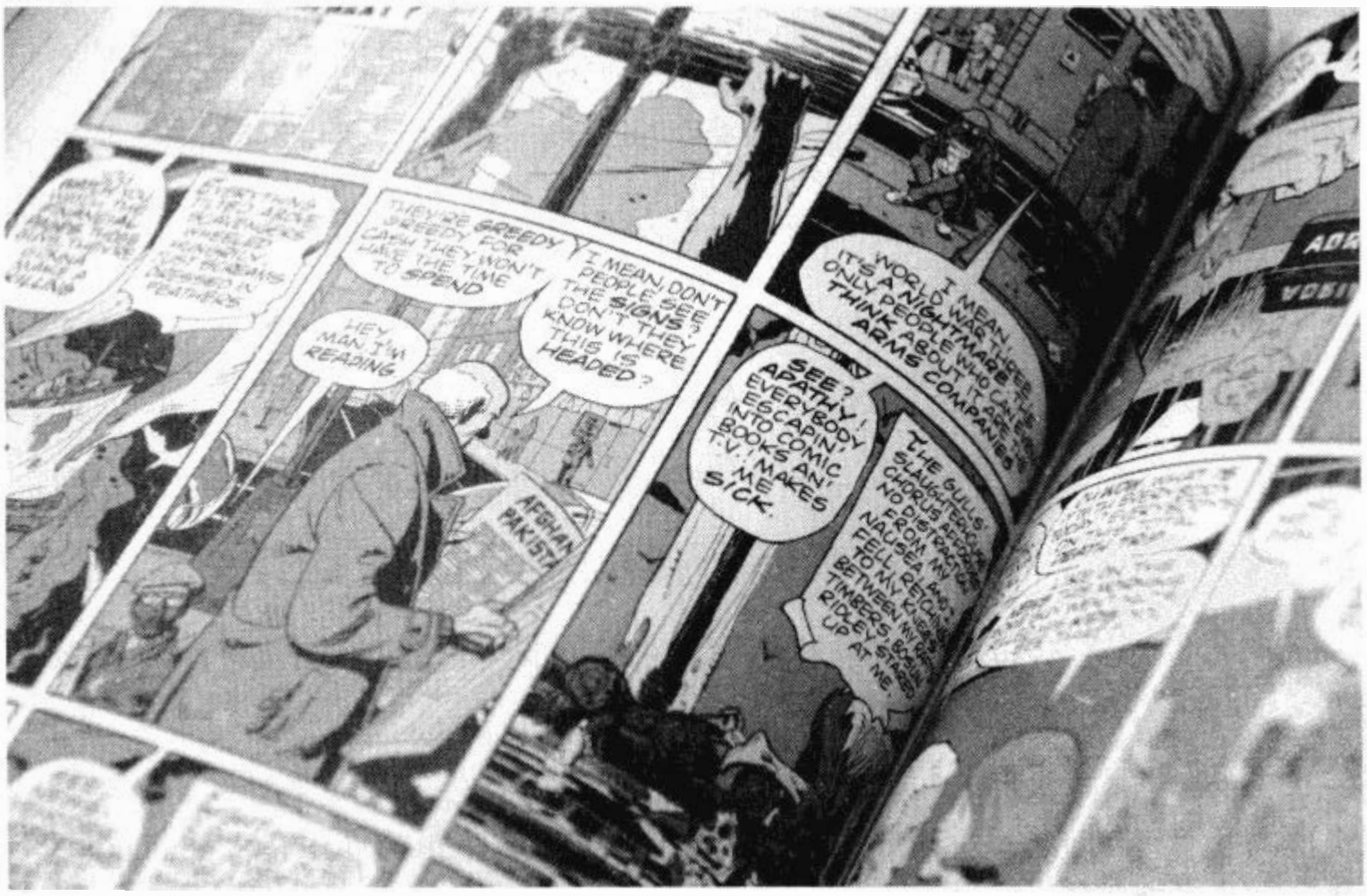
康奈尔发现 Bob 有一点尤其糟糕：它的字体。Bob 的运行界面上用了大量通俗易懂的话语，以及平易近人的插图（实际上，这都是给那些害怕使用电脑的人们而设计的），而它的字体用的却是 Time New Roman。这太难看了，这软件本身希望给人以温暖舒适的亲切感，但 Times New Roman 却让人感到传统与冰冷。把它与那些富有童趣的插画搭配则显得尤其怪异，更不用说拿来配合 Bob 本身了——一只会摇尾巴还甜言蜜语的小狗。

康奈尔向 Microsoft Bob 的设计师毛遂自荐，凭借自己曾在微软教育与儿童软件部门的工作经验，他很适合为这款最新产品来改头换面。他甚至都不用举例为何 Times New Roman 是如此的不合时宜：首先，它无所不在；其次，它令人生厌。一九三〇年代初，一位对现代出版业有深远影响的天才字体设计师斯坦利·莫里森[1]为改版《泰晤士报》而设计了它。在现代，报纸改版的主要目的是为了增加现代气息，防止销量下滑；而当年的这项改版工作却与之完全不同，《泰晤士报》改版的首要目标是便于清晰阅读。莫里森要保证他创作的是一款「既不同于现时，也不茕茕于未来；既不特立独行，也不过于嬉闹」的字体。

Microsoft Bob，一只寻觅字体的狗

但是每款字体都有它所适合的年代，时值一九九〇年代中期，数码时代黎明的曙光已经照近，文森特·康奈尔要开始证明莫里森是错的。

事实上，早在康奈尔将它确认为一款字体、为其定名之前，Comic Sans就以各种形式存在了。很自然的，它出现在插图与漫画书上（实际上，这款字体的原名就叫 Comic Book，即「漫画书」）。其中的一本，就躺在康奈尔在微软的办公桌上，法兰克·米勒[2]与克劳斯·詹森[3]和林恩·瓦利[4]合作的《蝙蝠侠：黑暗骑士归来》，讲述的是这位伸张正义的年迈英雄不甘退役，重出江湖面对仇敌，却发现高谭[①]当局已经不像昔日那样欢迎他的故事，这本书的影响力是如此巨大，以至于许多以往羞于看漫画的人也开始逐渐接受这门



《守望者》给予 Comic Sans 的黑暗启示

① 高谭：即《蝙蝠侠》系列漫画中的城市。

艺术形式——连环画小说。这部作品，连同艾伦·莫尔、大卫·吉布斯[5]的《守望者》一道，影响了康奈尔，这标志着漫画开始在文学与艺术领域都留下自己的印记。

尽管《蝙蝠侠：黑暗骑士归来》剧情阴暗，主角被自己的心魔所嘲弄，但它仍与 DC、漫威①的老漫画没有什么不同。对于字体设计者来说，这本漫画的价值在于它完美地实现了图形和文字的极致搭配，二者不会互相抵制，便于读者理解。阅读这本漫画就像观赏一部带有完美字幕的电影。小丑②在垂死之时，从口里吐出「I'LL...SEE YOU...IN HELL-」（我会……在地狱……等你-）的一幕，读者要从一个框格接一个框格地来阅读他的喘息。这就是完美的字体，至少非常适合于其媒体形式——但要是拿它来排印《圣经》的话可能会很怪异。

这也正是康奈尔的目标，而且他也意识到，漫画中的文字的运用并不总是如此完美。许多不接触漫画书的人可能更熟悉罗伊·李奇登斯坦[6]的波普艺术字，李奇登斯坦同时受到一九五〇年代的漫画书和菲尔·斯佩克特[7]唱片风格的影响。

最初人们对于李奇登斯坦使用「WHAAM!」,「AAARRRGGGHHH!!!」这些词汇，以及他像金发少女般哭诉「一开始就应该这样！但已经毫无希望！」的气质有些反感，但这的确是一款显眼的字体，带有引人注目的气息。

当然，康奈尔知道李奇登斯坦和法兰克·米勒的《蝙蝠侠》根本都没有

---

① DC 漫画（DC Comics），美国最大的漫画出版公司。早期出版过多部《蝙蝠侠》漫画；漫威漫画（Marvel Comics），又译「惊奇漫画」，美国漫画公司，主要出版作品有《蜘蛛侠》《X 战警》等。

② 小丑（Joker），蝙蝠侠漫画系列中一个主要反派角色。

使用字库，所有字母都是一格一格手写出来的。这一方式非常灵活多变——没有两个字母是完全一样的，漫画师可以通过轻轻增加笔压来强调某个词。但是，欣赏画家的精湛技艺对康奈尔解决 Microsoft Bob 的问题没有任何帮助。这个新软件需要的是一个新的字体界面，看起来就像是出自一双非常有创意且友好的手（一双好像是你点击鼠标时握住你的手）写出来的。虽然每个字母每次出现时的字形都一模一样，但看起来仍旧充满手写的气息。

康纳尔使用了当时设计电脑字体的标准工具—— Macromedia Fontographer，他不断在网格里重复绘制每个字母，直至写出他满意的风格。他选择的参照物是儿童剪刀——字母柔软、圆滑，不锐不锋。他同时写出大小写字母，并将它们打印出来，排在一起逐个检视它们的大小尺寸。同大多数设计师一样，他自有一套放松眼睛的方式，以便他能够着眼于字母间纸面的余白，判断字符间距、文本行间距和「字重」——它们有多少笔画，在纸面上需要用多少油墨，在屏幕上需要占多少像素。

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

富有童趣的 Comic Sans

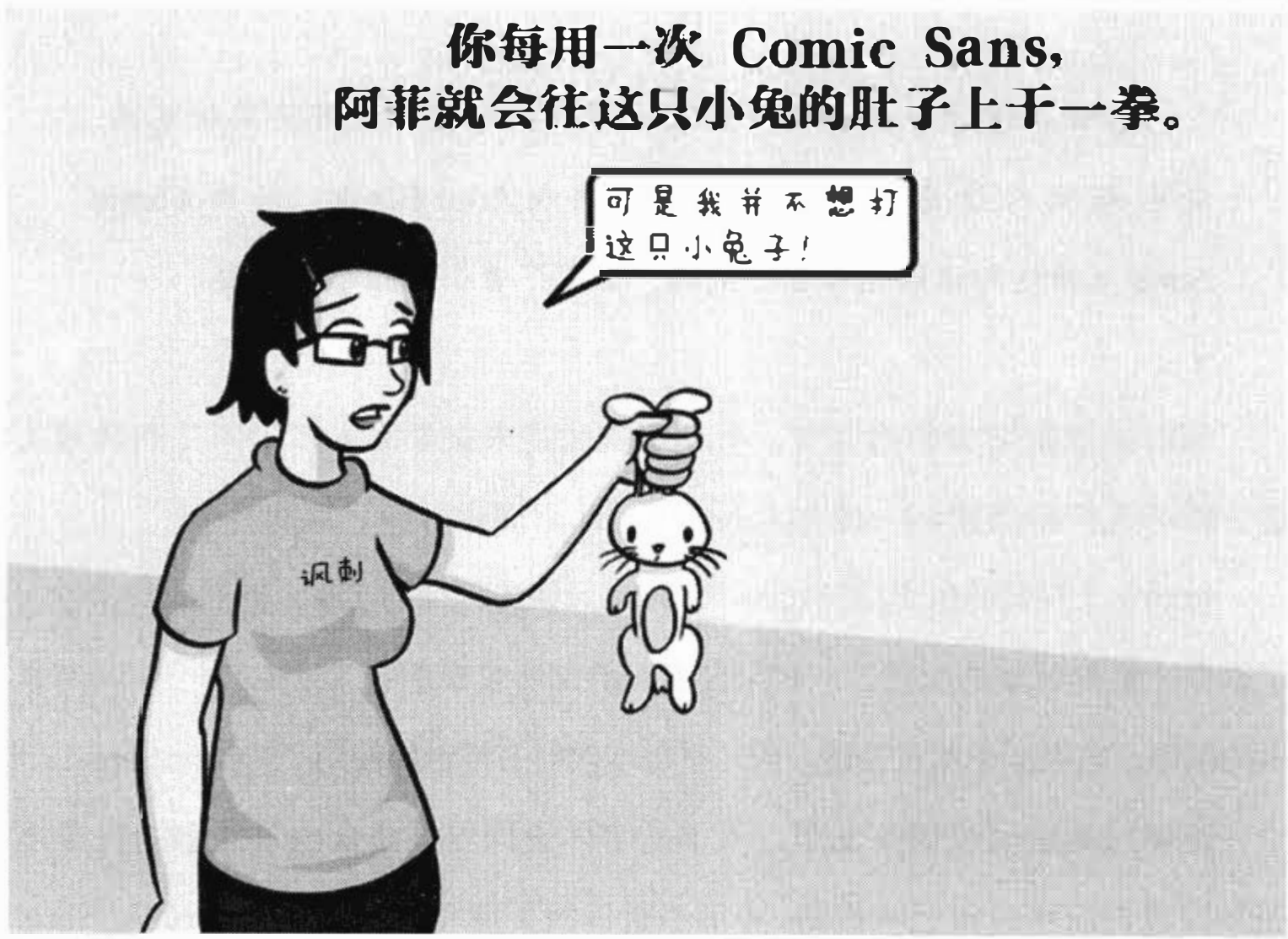
后来他把成品带给 Microsoft Bob 的人们看，却得到了一个坏消息。Microsoft Bob 里的一切都是为 Times New Romans 字体尺寸量身定做的，不单是字体本身的选择与字身大小，就连圈住这些字的对话框的大小也都定好了。Comic Sans 比 Times New Romans 稍微大一些，恰好没法儿塞进去。

Microsoft Bob 最后原样发布，且并不成功。没人公开站出来批评字体的不合适。但在不久之后，康纳尔的作品被大受欢迎的 Microsoft Movie Maker 所采用，这个原本为解决问题而诞生的字体，就此腾飞。

在被纳入 Windows 95 的附带字体之后，Comic Sans 开始走向世界。如今，世界上的每个人不仅可以看到它，还能够使用它。它是如此的天真散漫，相较于繁文缛节的 Clarendon 体，显然它更适合用在你的学生随笔上。人们还逐渐在点菜单、问候卡片、生日请柬，以及自己印的小传单上用到它。在刚出现的时候，它甚至还可以与普通广告一争高下，就好似一个好笑话在第一次听的时候还是很有意思的。康奈尔对于它为何如此好用，是这么解释的：「因为在有些时候，它就是比 Times New Romans 要好用，这就是为什么。」

随后，Comic Sans 开始在其他各种地方出现：救护车上，色情网站上，BBC，《时代》杂志上，阿迪达斯的广告上，葡萄牙国家篮球队员队服的背上。人人都爱用它，一下子 Times New Romans 看起来反而没那么糟了。

到了新世纪，人们开始讨厌 Comic Sans。一开始还只是画画漫画表达嫌恶，后来人们越发不快。博主们调转枪头，对准这个危险品，文森特·康奈尔突然发现自己已成为网络抵制运动的众矢之的。霍莉和大卫·库姆斯（Holly and David Combs）这对夫妇在自己的小屋里发起了这一运动，提供「抵制 Comic Sans」的马克杯、帽子和 T 恤衫的邮购服务。还有他们自己的口号：



小兔子受罪——抵制 Comic Sans 网站上的手绘宣传材料

我们理解选择字体只是一种个人偏好，也理解有很多人会反对我们。我们坚信，字体设计的纯洁性，以及这项艺术的传统和创建起来的标准应该获得一贯的支持……字体凭借其品质和特征与读者沟通，这种方式是超越单纯语义的。

曾联合撰写过一本关于贴纸的社会学史的书籍《剥离》（*Peel*）的库姆斯夫妇是于一个周六下午在印第安纳波利斯的一个犹太教堂里相遇的。霍莉说，当他们开始聊起字体的时候，他们就一见钟情了。很明显，两个人都是可靠、有目的性字体的忠实粉丝，一如他们的宣言那样明显：

当你在设计一个「请勿进入」标识的时候，应当使用粗笔画、能引起他人注意的字体，如 **Impact** 或 Arial Black。而用 Comic Sans 来排这标识则是非常可笑的，如同穿着小丑服参加晚宴。

那时的库姆斯夫妇的宣言，听起来就像是未来学家灌多了苦艾酒后写的话，呼吁无产阶级团结一致与 Comic Sans 恶魔做斗争，联名抵制。

针对这个在数码世界得到如此广泛使用且快速传播的字体，他们的网站收到了来自于世界各地的反馈。一封来自南非的邮件哀嚎道：「我得去学一门叫南非语的国语，它类似于弗拉芒语。但几乎每本教科书都通篇使用了 Comic Sans！」

这场抵制运动也切实证明，不单是字体设计界，公众也对文字的日常外观保持着关注和有自己的看法。《华尔街日报》撰写了一篇关于 Comic Sans 的专栏文章，并把抵制运动登在头版（其正文用的是严厉的 Dow 体，标题用的则是谨慎的 Retina 体），阐述了这款字体如此不受欢迎，就像熔岩灯[1]一样已经成为昔日黄花。《设计周刊》甚至把 Comic Sans 放到了封面上，并用挑衅的李奇登斯坦式的对话气泡反问到：「世界上最受欢迎的字体？！」

然而库姆斯夫妇并不真的认为 Comic Sans 是时代瘟疫。在接受采访时，他们讲的话合情合理。「Comic Sans 在糖果纸上看起来还是很棒的，」大卫·库姆斯说，「我觉得，看起来不那么棒的地方，是在墓碑上。」「你真在墓碑上见过 Comic Sans？」「对，我真见过。」「那还有更糟的地方吗？」

---

① 熔岩灯于一九六三年投放市场，尽管科技含量很低，但光影效果却迷幻万千。投放市场后随即成为大学宿舍、公司办公室、时尚家居生活的必备装饰灯。

「我曾在一位医生的办公室里见过它，」霍莉·库姆斯回忆说，「还是在一本讲过敏性肠道综合症的小册子上……」

康奈尔本可以做出各种表态，但是对这些关注，他很理智，并心怀感激。他可以为 Comic Sans 辩护，但他也了解这种字体有相当的局限性。字体设计师就如同独立编撰《约翰逊字典》的约翰逊博士[8]，鲜能得到赞誉，只求避免非难。他们很少会遭受康奈尔那样屈辱的名声，尽管康奈尔一鸣惊人地突然成了世界上最著名的字体设计师。

在设计出 Comic Sans 字体十六年之后，康奈尔又设计了另外几款值得关注的字体，包括带有漂亮弧线的半正式的人文主义风格字体 Trebuchet①，它非常适用于网页设计。但是他的风头依然被旧作遮蔽。他说：「许多不干我这行的普通人都知道那款字体。」我被介绍成「那个搞 Comic Sans 的家伙。」他们问「您是做什么工作的？」我说：「我是设计字体的。」「您设计过什么字体？」「你听说过 Comic Sans 吗？」，于是每个人都会说「是的。」

造成这个现象的一个原因是 Comic Sans 的情感要素，它给人以温暖。康纳尔曾写过一篇关于他的字体偶像——威廉·亚迪逊·德威金[9]的专题论文。德威金曾于一九三五年设计出 ELECTRA 这款风格强健的正文字体，他力图反映铿锵有力的机器年代，字体边缘就像从锅炉溅出的火花和碎末。这也是一款情感丰富的字体，德威金留下的一段谈话验证了他的雄心抱负：「如果你的字体没有热度，它就根本无法给人们热情的创意，而只是一整箱铆钉　　我要做的是一款足够适合一九三五年的字体，但我希望它能有热

① | 作者注 | Trebuchet 和 Comic Sans 两款字体都获得了失读症儿童的工作者们很高的评价。事实证明，这两个字体的风格轻松明快明显比更严肃的传统字体易于接受。

度——它是如此的热血与富有个性，能一下就跳到你的面前。」（德威金擅长使用悦耳的词句，「平面设计」这个词就是他发明的。）

康奈尔有时根本不在意他的坏名声。「如果你喜爱 Comic Sans，那你可能并不太懂字体排印。如果你憎恶它，那就说明你真的不懂字体排印，或者说，你该换个业余爱好了。」有时候，与其用这个冗长可笑的故事取悦一个新朋友，他干脆发一封带 PDF 幻灯片的邮件了事，里面不仅有他设计的字体的各种古怪用法，还有抵制 Comic Sans 运动者发来的一封信，感谢他成为「一个好消遣」；之后的幻灯片上他还展示了迪士尼在其主题公园里使用 Comic Sans 之后发来的一封感谢信（带有米老鼠的签名）。对于为什么 Comic Sans 能成为全世界最广泛使用的字体这个问题，他的结论很有意思，他说：「人们喜爱这款字体，正是因为它不像一款字体」。

事实的确如此。这说明，即便到了数码时代，我们依然对字体知之甚少，甚至对其仍心怀畏惧。它们本是我们生活中很基本的东西，但当下拉菜单赋予我们选择字体的机会时，我们仍会不由自主地，选择那些更能让人回想起课堂时光的字体。我们花上一整天的时间从 Baskerville，Calibri，Century，Geogia，Gill Sans，Lucida，Palatino 或者 Tahoma 中左右抉择，但是我们最终还是会选择熟悉的 Comic Sans。

也许事情本该如此。在尝试模仿手写体的同时，Comic Sans 其实带有中世纪字体的根源。这是在能改变万物的科技突破之下的一个理所当然的结论。当然，如果约翰内斯·古登堡能想象到他的毕生努力最终落在殡仪馆里的一个可笑标识上，或许他会在盛怒之下，用他那染满墨迹的大手，将全欧洲印刷商的油墨投入大海。

不过，约翰内斯，放松一点儿吧！给我们讲个笑话！一如《华尔街时报》那篇文章中写的那样，至少 Comic Sans 已经走出电脑的工具栏成为一个金牌笑料了：

Comic Sans 走进一个酒吧，酒保说：「我们不为您这型[1]服务。」

Comic Sans walks into a bar and the bartender says, 'We don't serve your type.'

① 这个笑话的笑点在于，原文的 type 兼有「字体」和「类型」的意思。

尾 注

[1] 斯坦利·莫里森 (Stanley Morison, 1889-1967 年)，英国字体设计师和印刷史学者。

[2] 法兰克·米勒 (Frank Miller, 1957 年 -)，美国漫画家，艺术家，主要作品有《夜魔侠》。

[3] 克劳斯·詹森 (Klaus Janson, 1952 年 -)，德裔美国漫画家。

[4] 林恩·瓦力 (Lynn Varley)，美国漫画家、色彩家，法兰克·米兰的前妻

[5] 艾伦·莫尔 (Alan Moore, 1953 年 -)，英国漫画家，主要作品有《守望者》《来自地狱》等；大卫·吉布斯 (Dave Gibbons, 1949 年 -)，英国漫画家，主要作品有《守望者》《超人》等；《守望者》(*Watchmen*) 由美国 DC 漫画公司于一九九六年至一九九七年间出版，共十二集。

[6] 罗伊·李奇登斯坦 (Roy Lichtenstein, 1923-1997 年)，美国画家。

[7] 菲尔·斯佩克特 (Phil Spector)，美国音乐制作人和词曲作家。

[8] 约翰逊博士 (Dr Johnson, 1709-1784 年)，本名萨缪尔·约翰逊，英国历史上最著名的文人之一，文评家、诗人、散文家，出版了《约翰逊字典》。

[9] 威廉·亚迪逊·德威金 (William Addison Dwiggins, 1880-1956 年)，美国字体设计师、书法家和书籍装帧设计师。主要作品有 Electra，Caledonia 和 Metro 系列等。文中提到的论文原文是 *The Type Designs of William Addison Dwiggins*，作于二〇〇〇年五月，全文刊载于 http://www.connare.com/essays.htm。

2

CAPITAL OFFENCE

死罪

死罪[1]
Capital Offence

二〇〇七年九月二十五日，一个名叫薇琪·沃克（Vicki Walker）的女人犯下一桩灾难般的字体罪行，这让她不仅丢了工作，还差一点发疯。沃克女士当时在新西兰一家保健代理公司做会计，有一天她发出一封电子邮件，却不幸忽略一条每个曾经写过邮件的人都应知晓的规则：

CAPITAL LETTERS LOOK LIKE YOU HATE SOMEONE AND ARE SHOUTING.

全用大写字母看起来就像是你憎恨某人且在大声吼叫。

那是一个星期二的下午，沃克按下「发送」，寄出以下说明：

---

① 标题为双关语，Capital 也有「大写字母」的意思，Offence 则意为「罪行、冒犯」。

TO ENSURE YOUR STAFF CLAIM IS PROCESSED AND PAID, PLEASE DO FOLLOW THE BELOW CHECKLIST.

为确保你的员工补贴得以处理和支付，请务必遵循下列清单。

上面这封邮件虽然以书面标准衡量不算尽如人意，但这也实在算不上什么能让她丢掉工作的冒犯。这些大写字母是蓝色的，另外信中还有用到黑色和红色粗体的地方。她在奥克兰的 ProCare 公司工作，该公司显然很以知道何时应该、何时不该按下 Caps 键为荣——虽然在沃克女士肆意使用大写字母的当时，公司尚无明文规定的电子邮件礼仪指南。

大写字母和小写字母，英文分别称作 uppercase（上面的盒子）和 lowercase（下面的盒子）。这两个称呼来自金属或者木质活字在旧时排字工人手边所处的位置。排成单词之前，小写字母待在下层的盒子里，大写字母则位于小写字母上方，等待自己被派上用场。即便有这样的设置，排字工人还是要「注意别弄混 p 和 q」，不只是取字母排版的时候，拆版把字母扔回盒子里时也同样需要当心。

上面的盒子与下面的盒子

正确使用字体的准则随着时间而变迁。现如今，企业制订字体规范是常见的事情，而且经常有如碑铭一样高高在上：「尔等仅可使用 Arial 字体，不论对内对外」。但是谁又有资格定

论说，用一九八二年诞生的小写字母 lowercase Arial 字体肯定比用古罗马建筑门楣[1]上出现过的仅有大写形式的 TRAJAN CAPITALS［图拉真大写体］优越呢？我们的眼睛又是如何从接受其中的一种切换到另一种，甚至到了由于不假思索地全部使用大写字母会惹人反感招致被解雇的地步呢？

薇琪·沃克在发出那封电子邮件三个月之后被解雇，因为公司认定她的邮件「导致工作场所不和谐」，倘若不是给她惹来这么多烦恼的话，这听起来是个多可笑的指责啊。她转押掉房子，并从姐姐那里借钱打官司，才终于在二十个月后成功胜诉，获偿一万七千美元。

从古至今字体使用的规范和礼节一直都存在。譬如说你要为一本书设计封皮，比如简·奥斯汀的《傲慢与偏见》。此书已经公版，不用花你一分钱，朋友也替你画好一张以幽秘花园为主题的漂亮插画做封面背景，现在你唯一需要做的，就是给封面上的标题、作者以及书内页的正文寻找合适的字体。就封面而言，按照传统的理解，应该采用像 Didot 这样的字体：它大致出现于奥斯汀写作的那个时代，拥有富于变化的粗细线条，尤其是斜体（*Pride and Prejudice*），看起来很优雅。这款字体一定很适合封面，并且会吸引喜欢典藏版的读者。但是，如果你想要换个目标读者群的定位，比如那些喜欢读凯特·阿特金森（Kate Atkinson）或者塞巴斯蒂安·福克斯[2]的人们，或许选择一些比较没那么老派的字体会好些，像 Ambroise Light 就不错，并且同 Didot 类似，它也有着雅致的法国血统。

至于书的正文，你或许可以考虑一下 Bembo 字体的电子版本——比如

---

① Pediment，罗马建筑的三角楣饰，通常由一排立柱支撑，常见于门窗顶端。

② 凯特·阿特金森（Kate Atkinson），塞巴斯蒂安·福克斯（Sebastian Faulks）均为英国畅销书作者。

Bembo Book？它脱胎于一九四〇年代的金属字模，属于经典的罗马式字体，并延续了其始终如一的易读性。此外，它很贴合字体使用的最高原则：在日常生活中不为读者所注意；能够传递讯息而不会引发警惕。封面上的字体只应该吸引你翻开书籍，像一个聚会的主人那样，营造出适当的气氛之后，就该悄悄退去。

当然，凡事都有例外。出类拔萃的那一个，就是约翰·格雷[1]的畅销书《男人来自火星，女人来自金星》（*Men Are From Mars, Women Are From Venus*）。设计师安德鲁·纽曼[1]选择 Arquitectura［「建筑」］字体用在标题里男人的半句上，Centaur［半人马］字体用在女人的半句上。Arquitectura 看起来很有男子气概，是因为它高耸而坚定，略有太空时代的味道，扎实并且毫不动摇。而 Centaur 虽然有个鲁莽的名字，看上去却如同手写而成，笔画粗细有致，优雅而极富魅力（这自然只是粗略的性别成见，毕竟《男人来自火星，女人来自金星》本是大众心理学作品）。

这就是另一条规则：字体也会有性别。一般来说，厚重、粗粝的字体大多数属于雄性（试试 **Colossalis**［巨神］），而多变、轻盈卷曲的字体则更有女人味（比如说 Adobe 婚礼字体套装里的

① 约翰·格雷（John Gray），美国流行心理学作家，《男人来自火星，女人来自金星》又译作《男女大不同》。

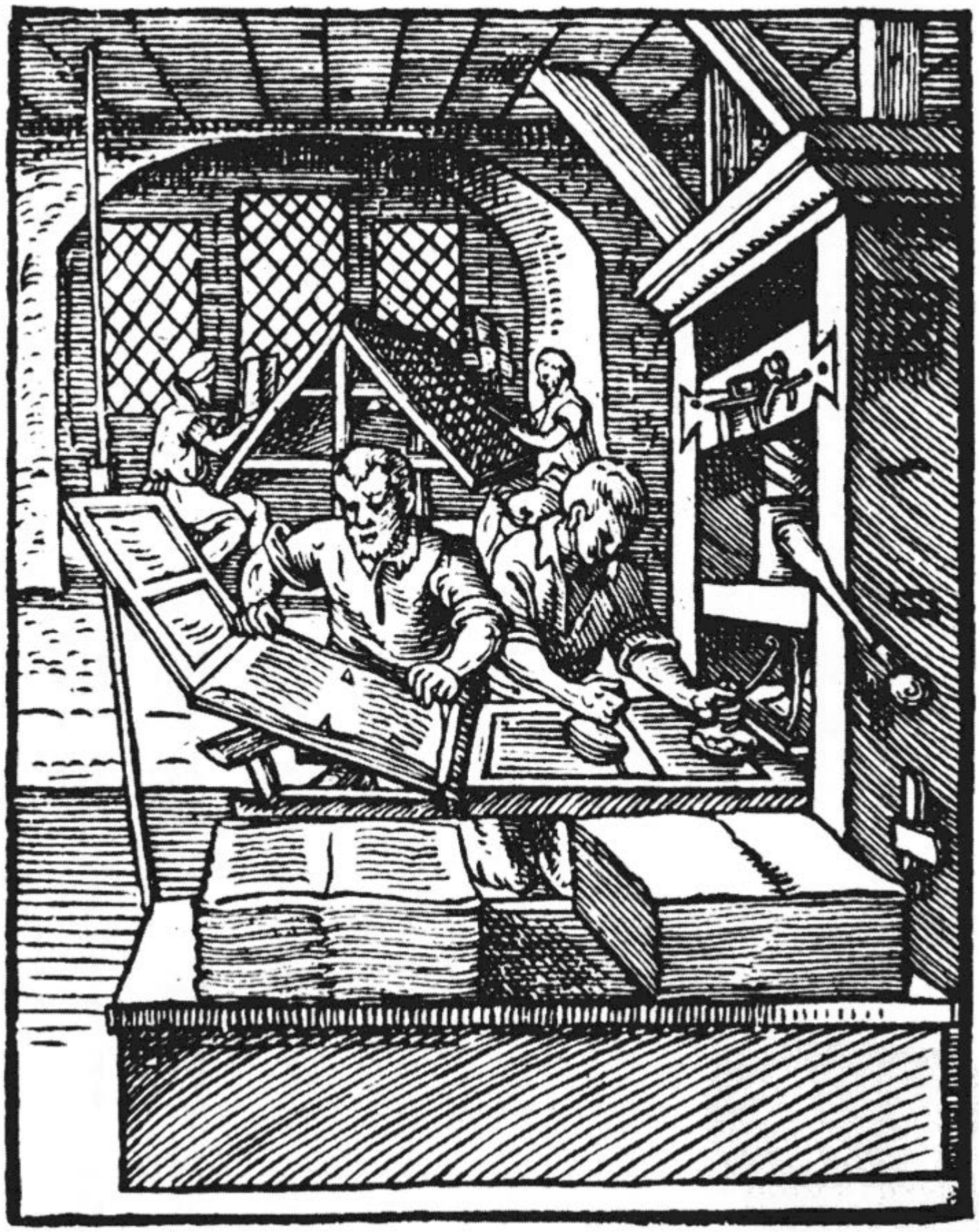
ITC Brioso Pro Italic Display)。你尽可以无视这一规则，但是无法摆脱字体令他人产生的自然遐想。这跟颜色的使用是一样的道理：你看到一个婴儿穿着粉红色的衣服，就会自然地认为她是个女孩。从我们诞生开始，字体就一直在训练我们习惯于这样的联想，而我们花去五百多年时间，才渐渐开始从规则中脱离开来。

约翰内斯·古登堡在一四四〇年代制作出他的第一批字母时，并未考虑到什么字体的性别问题，也没有去费心为他的每个新的印刷项目都找一款合适的字体，更谈不上想要改变西方印刷史。他当时唯一关心的事情，就是赚钱。

古登堡出生于德国法兰克福附近城市美因茨（Mainz）一个与当地铸币厂颇有渊源的富商家庭。全家曾经在他还小的时候搬迁到斯特拉斯堡（Strasbourg），但是关于他早期的生活经历我们知之甚少。有纪录表明他曾经从事珠宝业，冶炼和制镜行业；不过，在一四四〇年代的晚些时候，他回到美因茨，开始借钱制造墨水和印刷设备。

古登堡主要着眼于印刷过程的自动化、规格化以及可复用性。中国和韩国早已出现的、采用木块活字和青铜铸造活字的一次性书籍印刷方法[1]，在当时不大可能为他所知。古登堡是欧洲当之无愧的大规模印刷理念先师，他所创造的可复用铸造活字为其后五百年间的印刷产业确立了基本模式，书籍自此变得便宜、寻常，以前属于教会和富人阶层的禁脔，渐渐成为所有受过教育阶层的启蒙和消遣。他释出的这件工具是如此危险。

① 指中、韩当时所用活字不可拆卸复用。

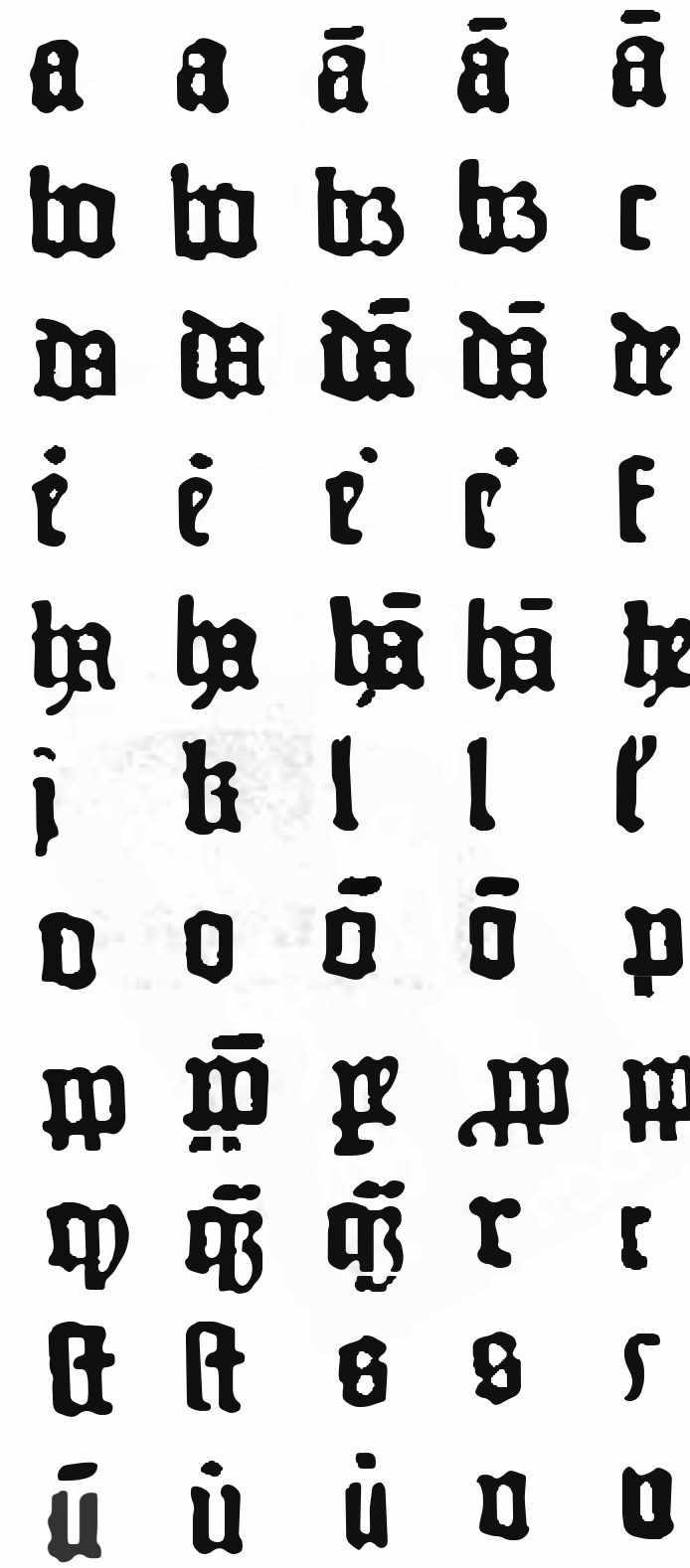


一五六八年版画：早期印刷工人工作场景。背景里的排字工人正在排列活字。

他是怎样成功的呢？依靠技艺、耐力和才智。古登堡此前的冶炼经验，令他知晓各类软硬金属的特征，也得以掌握在金银制品上冲刻纯度铭记和其他图案的技艺，并且对液态合金也同样熟悉。大约在一四四〇年代晚期，他萌生出一个念头：如果能把这些技术组合在一起用在印刷上面会怎么样？

直到此时，古登堡所见到过的全部书籍都是手抄而成。在现代人眼中，这些书本上的字体看起来如同机器印制出来的，但其实那是抄写员在同一本书卷上伏案辛苦几个月的成果。当然，也可以把完整的单词单独刻在金属或者木块上面涂墨印刷，不过那样一来花费的时间只会更多。但假若把整个字母表的每一个字母都铸成独立活字，那么是否能够按照书籍每一页的需求来重复排布使用呢？

古登堡当时所使用的确切活字制作手段无人知晓，不过通常认为至少与二十年后第一次见诸记载（并且沿用到一九〇〇年）的方法相似。整个过程始于雕刻阳模（punchcutting）——将字母的镜像切刻在几寸长的金属棍顶端。接下来用这根阳模在黄铜之类的软金属上面逐一敲出凹陷的字母阴模，再利用弹簧将阴模固定到手持的木制框架上面。由铅、锡、锑混合而成的热金属溶液继而从坩埚里注入框架之中，在阴模的凹槽里迅速冷却硬化，一枚底端带有字母的铅活字就这样成型了，可以用来排出单词。当整个字母表都浇铸出来的时候，一套字体就此诞生，尽管整个



世界上第一种字体——古登堡的Textura

塑形、调距、抛光的过程尚需要许多熟练技艺。每个字母都要制作多份，此外还会有标点符号和空格作为补充。据信古登堡为他一四五四年至一四五五年间的一千二百八十二页双卷本圣经铸造出将近三百种不同形状的活字。

字体完工后，就可以用于组版页面（的镜像），并紧固在叫做「版框」（chase）的木框之中，达到印数之后即可重新分拆，活字也就可以重复使用。印刷过程的迅捷，以及活字排版的经济，让我们得以见证大规模生产的诞生。

古登堡的成就无可估量，他不仅推进印刷设备的发展，发明出新的油墨（此前较为稀薄的水基墨料很难沾在金属上），甚至进行过书籍市场推广活动，可以认为是史上首例。他雇佣二十个助手，其中一部分负责销售；在一四五四年一次法兰克福书展[1]的古早雏形展会上，他的全部一百八十本圣经在出版之前就已经售罄。

古登堡于思辨的传播之中所扮演的角色，不论对于科学还是异端——或者说印刷所能够同时承载的人类智慧和愚昧——而言，在一四六八年他去世之时，已经令世人有所感知。（他死去时并不富有，由于败诉给他的主要投资人约翰内斯·福斯特［Johannes Fust］，他失去了所有印刷设备。）但是他在字模切削技艺上面所扮演的角色并不明确，在此方面另一个名字很显然应该获得同等关注。彼得·舍费尔（Peter Schöffer），曾在巴黎索邦大学修习书法学，后来在美因茨与古登堡共事。据说他在早期的切字工艺试验过程中曾扮演极为重要的角色，但是他的贡献几乎不为后世所知。

古登堡和舍费尔印出的第一版文字带有——确切地说是在刻意模仿——

① 法兰克福书展（Frankfurt Book Fair），全球最大的书籍展销会。

手抄卷本的风格，一方面是要迎合人们的习惯，另一方面是因为古登堡相信，唯有如此才能让这些书籍卖上与那些即将被它们所取代的手抄本同等的价格。他们印制的著名圣经版本所使用的字体称为 Textura ——得名于当时的「抄写体」之一，部分属于一组名为「施瓦巴赫[1]式」的哥特手写体，尤为僧侣抄写员所偏爱。但在他其余的出版物上面，包括美因茨赎罪券[2]在内，都使用的是一种更为开放、有人情味的字体，它后来称为 Bastarda。

在伦敦大英图书馆一楼的一间昏暗的陈列室里，一本古登堡印制的圣经躺在厚厚的玻璃下面，与许多其他珍宝静静地陈列在一起：《大宪章》《林迪斯芳福音书》《雪邦弥撒》、斯科特船长的日记、哈罗德·品特的手稿[3]以及甲壳虫乐队手写的歌词。这本圣经是纸质的（馆藏还有另外一本印在犊皮纸上），来源神秘，标题页上有圈改的痕迹。这是世间现存已知的四十八本古登堡圣经（其中多数都不完整——纸质本只有十二册无缺，皮质本仅存四册完好）之中的一本，而其中每一本都有文字、线条、留空和插图方面的差异。光谱分析揭示出用来描绘花体字母和首行文字的颜料成分包括铅锡黄、朱砂、铜绿、白垩土、石膏、铅白和炭黑。

---

① 施瓦巴赫式（Schwabacher），得名于德国南部小镇 Schwabach，字面意义为「黑色溪流」。

② 一种教会印发、信徒购买，标志着一定时间里「罪人」得到宽恕的档案。

③《大宪章》（*Magna Carta*）：英国于一二一五年订立的法律授权文书，通常视作英国宪政的开始；《林迪斯芳福音书》（*Lindisfarne Gospels*）：英格兰修道士伊德弗里斯（Eadfrith）于公元六九八年制作的精美手抄绘本圣经福音书；《雪邦弥撒》（*Sherborne Missal*）：英国十五世纪手抄绘本弥撒书；斯科特船长日记：英国极地探险家罗伯特·斯科特（Robert F. Scott）的航海日记；哈罗德·品特（Harold Pinter）：英国剧作家，二〇〇五年诺贝尔文学奖得主。

现如今，数字化的便利让我们无需动身亲自前往尤斯顿路[①]便可以在线观看这部圣经，虽然这样一来也就拒绝掉了人生的一大享受。欧洲所印刷的第一本书——沉重、奢华、气味刺鼻，翻页时还会发出刺耳响动——并不适合在 iPhone 上阅读。

Font 一词以前拼写为 fount。而 font、fount 与 typeface 其实曾经有所区别，而 typeface 和 type 也是不一样的东西[②]。在欧洲，fount 到 font 的拼法变迁基本上在一九七〇年代完成，应该算是对于这个词的美式拼写无可奈何的接纳。两者从一九二〇年代起基本就在互换使用，虽然一些蓄着胡须的英吉利传统主义者仍旧会坚持使用 fount 以昭显其精英之处，希望能借此让他们的权威追溯到印刷过乔叟文章的伟大英国出版人卡克斯顿[2]那里。但是，大多数人已经不再关心这个词的拼写，毕竟还有更重要的事情值得操心，比如这个词究竟是什么意思。

在排版尚需手工完成的时代，一套 font 是指某种 typeface 的子集，也就是一组特定尺寸、风格的活字，包括每个字母的每种变形，比如 a、b、c 的大小写，英镑、美元这样的符号，以及所有的标点。Font 有可能包含很多活字，每个字母都需要多准备几个，具体数量取决于字母出现的频繁程度——通常 E 总是会比 J 多。Font 一词源自何处尚无定论，有些人相信这个词由 fund（数量）而来，也就是指一定数量的活字。其他人则坚持这个词源自法语 fonte，也就是「铸造」，指铅铸的字母。时至今日，font 一般是指计算机生成的某一 typeface 之数字化形式。每种 typeface 可能包含一

---

① 尤特顿路（Euston Road），大英图书馆位于此处。

② Font、typeface、type 三个英文词汇在日常用语中也常常互换使用，中文通常均翻译为「字体」或「字型」。Fount 是 font 一词较传统的英式英文拼法。

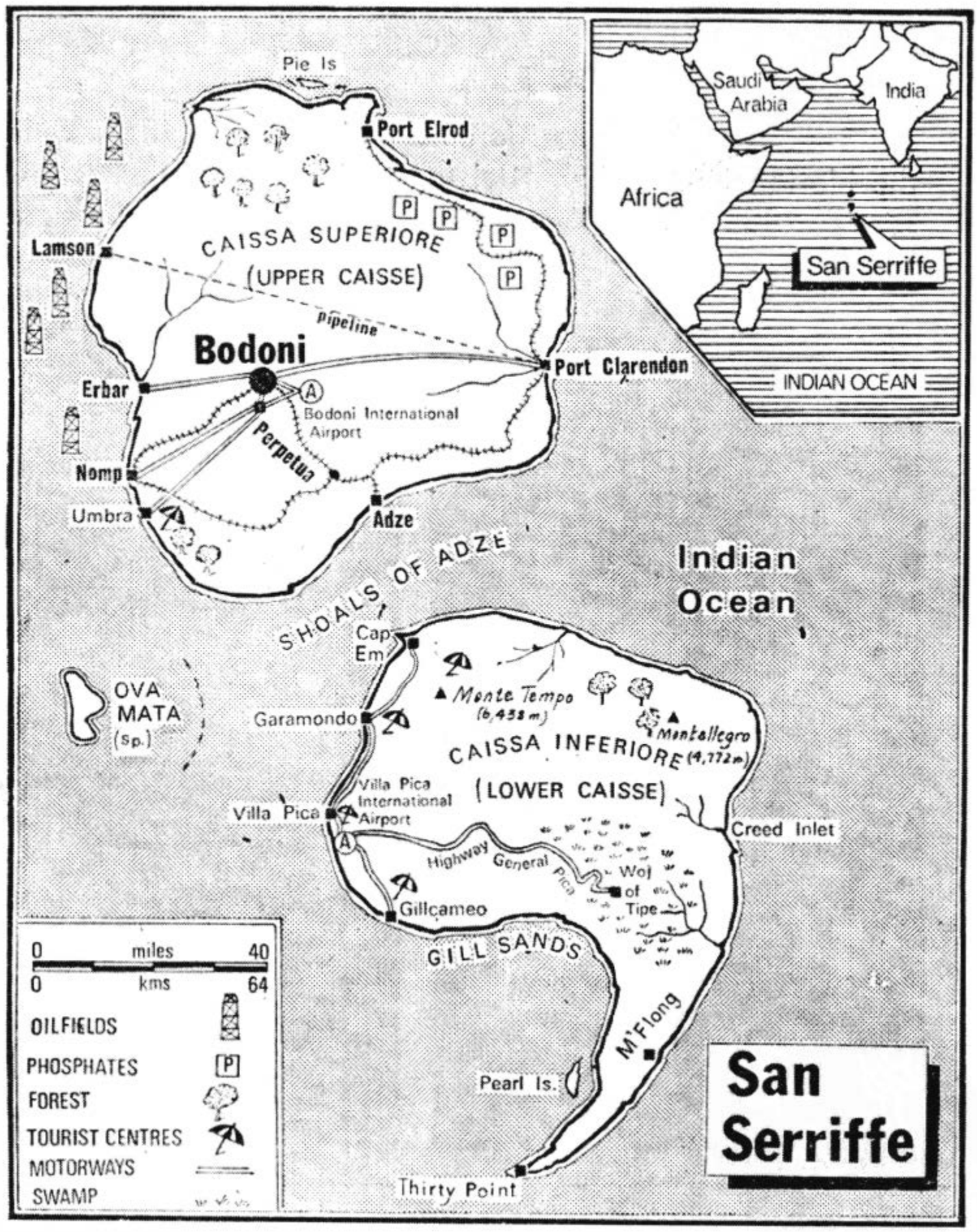
整个家族（family）的若干组 font，比如粗体、斜体、窄体、半粗斜体等等，每一组 font 在页面上的呈现都略有差别。不过一般来说，我们都是轮换着使用 font 与 typeface 两个词，并不会有所分别。毕竟，还有比这更可恶的事情。

词汇的定义不该阻碍我们欣赏字体。但是，些许归纳与分类，无疑有助于我们理解字体的渊源和应用。就好像无需对于艺术史和艺术家们了如指掌，也能够在美术馆度过一个美好的下午；在逛街的同时欣赏店家招牌上面的字体，也无需对于它们的历史有所关注。不过，如果我们能知道是谁制造了它们，以及制作它们的初衷，也许会有助于增加我们对于字体的喜爱。出于这一目的，我们需要先定义一些字体排印方面的词汇。

一九七七年，《卫报》精心策划出一场如今已经颇为知名的愚人节恶作剧文章：圣谢里夫（San Serriffe）——一个所有名称都源于字体世界的乌有共和国——独立十周年专题。根据报道，这个印度洋中孤零零的小小岛国，得益于其丰富的磷酸盐矿产，经历了一段时期颇为快速的发展。7 页篇幅的副刊更是详尽地介绍此岛种种令人感兴趣的细节，比如切·皮卡（che Pica）将军对工会活动的和缓压制，克拉伦东（Clarendon）的港口风貌，以及操着卡斯隆（Caslon）语，喜欢光顾剧院的当地居民，弗隆（Flong）人[1]。

---

① 圣谢里夫：San Serriffe，谐音 sans serif，意为「无衬线」；切·皮卡：Che Pica，Pica 是印刷业所使用的长度单位；克拉伦东：Clarendon，字体名；卡斯隆：Caslon，字体名；弗隆：Flong，印刷术语，指制作印刷版时所需的纸质模具。



圣谢里夫群岛：上卡西岛（Upper Caisse，谐音「大写字母」）以及下卡西岛（Lower Caisse，谐音「小写字母」）。注意下卡西岛海湾内侧的吉尔沙滩（Gill Sands，谐音 GillSans，字体名）。

图拉真的凯旋柱——经典世界的经典（衬线）字体

这个恶作剧就像是伍迪·艾伦《香蕉》（*Bananas*）和 BBC 广播游戏《莫宁顿新月街》（*Mornington Crescent*）[1]的混合体，一个平行世界，只有最为铁石心肠的人们才会愤世嫉俗地把那里的吉尔沙滩（Gill Sands）搅得乌烟瘴气。据说有些读者想去那里度假，但旅行社无法找到波多尼（Bodoni）国际机场、奇丽的贾拉蒙多（Garamondo）海湾，或者广袤的珀佩图阿（Perpetua）无人区[2]。甚至连岛屿本身的位置都无可寻觅，不管是圆形的上卡西岛，还是弯曲的下卡西岛——两者组合在一起，恰好是个分号的形状。

① Mornington Crescent 是英国 BBC 广播电台的一出荒诞游戏，嘉宾以最先说出伦敦地铁站「Mornington Crescent」者为胜利，但是游戏并无任何成文规则。

② Bodoni、Garamond、Perpetua 均为字体名称。

圣谢里夫岛就此成为传奇，很可能让那些对于字体知识不甚了解的读者们着实查阅过一番词典。

Bodoni 和 Baskerville 都是衬线字体，Gill Sans 则是无衬线字体。两者区别主要在字母头脚处：衬线字体带有看起来常常像是将字母固定在页面上的收尾笔画。比如字母 E、M、N、P 的下端，以及小写 r 左上角和小写 k 顶端飘出的那一小块。这样可以让字母看起来更为传统、周正，并且富有雕刻感——这种字体样式的历史可以追溯到久远的罗马皇帝图拉真那里，他公元一一三年在罗马树立的凯旋柱上面雕刻上他的光荣伟业，从此，这个凯旋柱成为两千年以来影响力最为广泛的无名石块。

无衬线体则通常看起来没有那么正式，出现得更为晚近，当然其中一些也可能像一支铜管乐队般传统。不少无衬线体都有很古典的罗马式造型——无衬线字母的确已经存在于古代世界——而在两次世界大战之间，它们出现在法西斯意大利的建筑之上，看起来非常自然，就好像它们几个世纪以来一直在那里。它们耐久，也许看起来还会有纪念意义，除去 Futura，Helvetica 和 Gill Sans 这些广为人知的成员之外，还有无数无衬线体出现在我们的日常生活之中。最为古老的无衬线字体可能是一八一六年的 CASLON EGYPTIAN［卡斯隆埃及体］，并于十九世纪流行开来，其主

去除字母头尾处的阴影部分（衬线）
就成为无衬线体

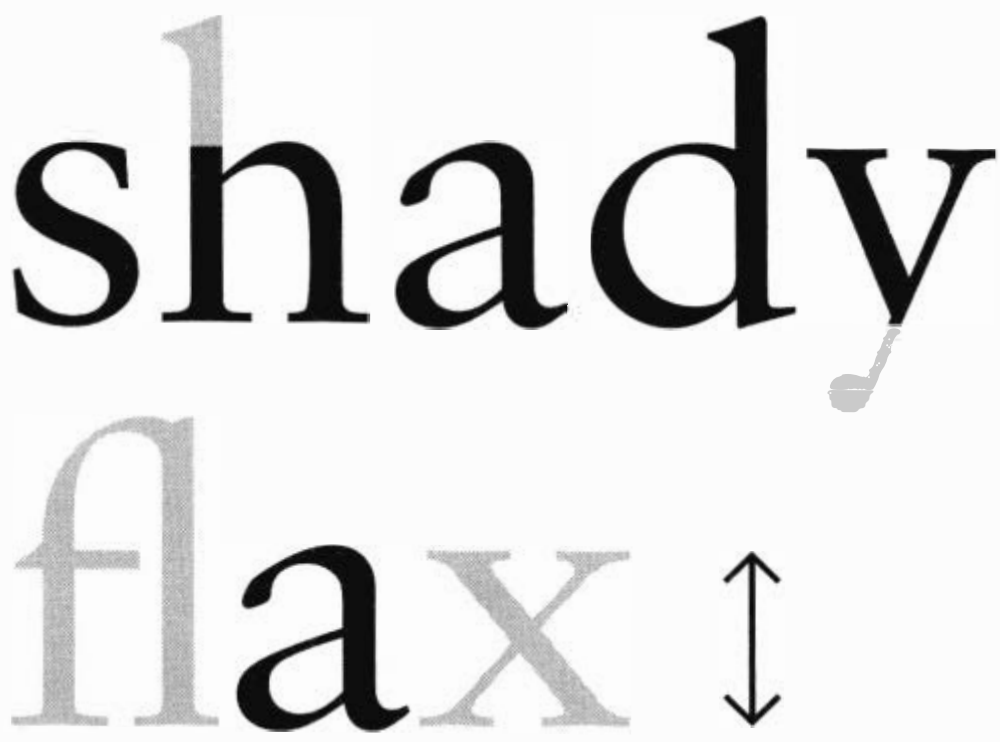
要是作为展示字体用在海报上。

然而，在接下来的一个世纪，新一代设计师们在罗马式样和展示字体传统之中混入现代风格，无衬线字体的特征因而变得全然不同。它们贴在崭新机器上的时候无与伦比的好看，或者，以爱德华·约翰斯顿[3]的字体为例，在地铁里也是如此。这些新无衬线体的根源在德国，来自一种叫做 Akzidenz Grotesk 的字体，发布于一八九八年。在英国，它由约翰斯顿以及埃里克·吉尔[4]的 Gill Sans 赋予新生，同样的事情也发生在德国、荷兰和战后的瑞士——尤其是在瑞士，Univers 与 Helvetica 在出现之后成为现代主义的先锋席卷世界。所以我们最好将这样的无衬线体看作是欧洲的。

字体数目繁多，而人们从未停止过将其分为可定义类别的尝试。但字体是活着的元素，在变得老旧之前，它抗拒一切绝对的分类。以一种新鲜字体来说，单独一个字母就拥有足够的能量来跳脱一切条条框框。然而，大致地分一下门类，至少能凸显出字体诸般变化的主体，并且有助于我们解决如何给无法亲眼目睹字体的某人介绍某一字体的难题（在电邮附件出现之前，这可是实打实的好处）。

字型分类的关键系统称作沃克斯（Vox），得名于其法国创始人，马克西米利安·沃克斯（Maximilien Vox）。这一系统出现于一九五〇年代，是一九六七年《英国字型分类标准》的基础。这一系统界定出九类基本的字母形状，从「人文主义体」（*Humanist*）、「迪东体」（*Didone*）①和「粗衬

① 迪东（Didone）类字体得名于 Didot。这类字体包括 Didot、Bodini、Computer Modern（即 TeX 系统所使用的字体）等，又称为现代体（Modern）。



字型解剖学第一课：升部（ascenderc）以及降部（descenders），连字（ligature）和x高度（x-height）

线体」（*Slab-serif*）到「线形体」（*Lineale*，即无衬线体）以及「图画体」（*Graphic*）。虽然力求定义严谨，沃克斯系统却也常常不可避免地语焉不详：「字母 R 通常有一条卷曲的右腿」，它如此描述粗黑体（*Grotesques*），同时又说过渡体（*Neo-grotesques*）的特征是「弯曲笔画的末端通常是倾斜的」。

近些年来比较大的数码字体供应商，比如 Adobe 和 ITC，都尝试着建立他们自己的分类体系。这一举措本来是为方便访客在他们的网站上搜索和采购字体，但最终只显示出精确字体分类的不可能性（或者说没有意义）。

在一款字型里面，每个单独的字母都有自己的地理特征。想要描述这些特征，就需要使用一种准确的语言，不仅要听来悦耳，还不能出一分差错，这就是字体行话。它从十五世纪阳模雕刻时代传承下来，并且不曾在数字化过程中堕落。我们已经遇到过其中一些了——字怀（*counter*）是指比如 o、b、

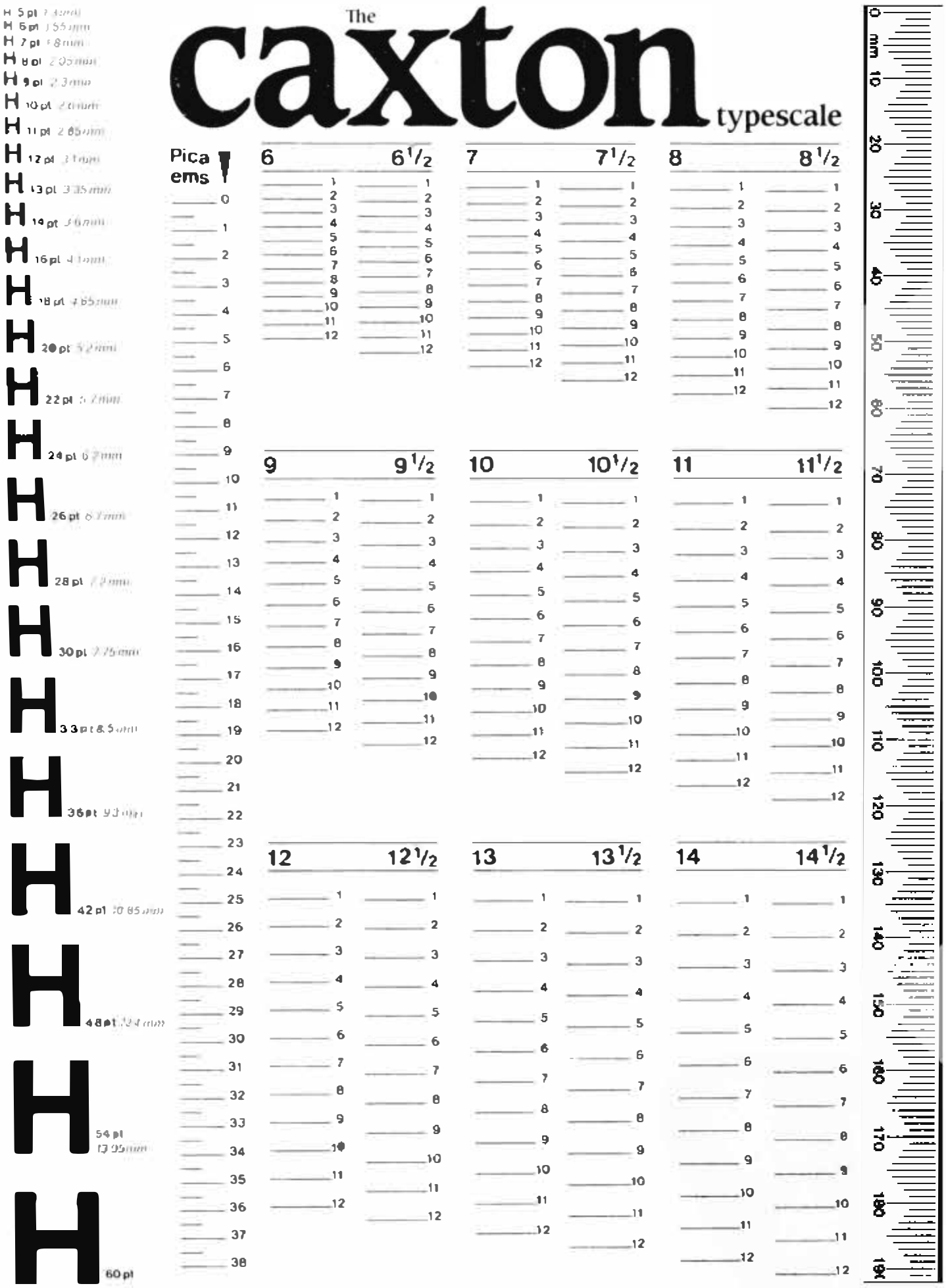
n 这样的字母之中封闭或半封闭空间；字碗（*bowl*）是 g、b 等字母中弯曲的形状；而主干（*stem*）是主要的字母构造元素，依字体风格不同可粗可细。

弯衬线（*bracketed serif*）有如树枝一样带有弯曲的元素，直衬线（*unbracketed*）是一条直线，斜衬线（*wedge serif*）则折出一个角度。一个字母的 x 高度（*x-height*）是其基线（*base line*，写字本里的那些线）以及中线（*mean line*，界定小写字母顶端的线）之间的距离；升部（*ascender*）从中线向上伸出，降部（*descender*）则从基线向下延长。

有些字体术语有其内在的美感（至少在字体还都是金属的时代是如此），其中多数都是一些拟人的词汇，将字母视为某种生命形式：整个字符称为字身（*body*），凸起字母下方的空白处称为字须（*beard*），金属活字的平坦侧面称为字肩（*shoulder*），而抬升起来的字母轮廓则称为字面（*face*）。在圣谢里夫岛上的医院里，你可能会做一次结扎（*ligature*，与字体术语「连字」是同一个词），结果很可能看起来很怪异（*grotesque*，与字体术语「粗黑体」是同一个词）。传统意义上的连字（*ligature*）是指连在一起的两个字母（比如 fl 或者 ae 这样的字母组合，它们同时出现的时候彼此之间的空白间距比分开使用时要少）之间生出的细小连接。而如今，连字通常就是指这组合在一起的两个字母本身，被当做一个单独的字符来使用。

粗黑体（*grotesque*）的字面意义是「怪异」，但并不一定是指难看的字体。粗黑体中的所谓 grot 专指一种特定的无衬线体，通常来自十九世纪，变化主要体现在字母笔画的粗细上面。而 neo-grotesque 则是更为匀称的字体，弯曲的字母看起来不那么生硬，小写形式也很适合用较小的字号印刷。

然后字体排印方面还有数学。字体的点（*point size*，缩写 *pt*）可以用



字体标尺曾经是排印人员的必备工具

来测量字型本身的大小，以及文字之间的距离。对于一般的报纸和书籍而言，8 到 12 点通常已经足够。每 1 英寸有 72 点，1 点是 0.013833 英寸。排印师们以派卡（*pica*）作为点数和英寸的中间单位：12 点为 1 派卡，6 派卡为 1 英寸。对此不同时间的不同国家曾出现过许多变种，好在今天我们几乎已经有了国际标准：在美国，1 点 = 0.351 毫米；在欧洲，1 点 = 0.376 毫米。

在字体排印方面，数学也好，地理也好，术语也好，都不应该阻碍我们认识到一个最为基本的事实：不论正体还是斜体，细体还是粗体，大写还是小写——最合适的字体，永远是在阅读时不会毁掉我们眼睛的那些。

尾 注

[1] 安德鲁·纽曼（Andrew Newman），美国知名视觉设计师。
[2] 威廉·卡克斯顿（William Caxton，约 1415—1492 年），英国商人、外交官、作家、出版人。
[3] 爱德华·约翰斯顿（Edward Johnston，1872—1944 年），英国字体设计师。
[4] 埃里克·吉尔（Eric Gill，1882—1940 年），英国字体设计师。

字体小品
Gill Sans

Eric Gill is remembered for many things: his engravings in wood and stone, his lifelong passion for lettering, his devotion to English craftsmanship - and his typefaces, notably Gill Sans, one of the twentieth century's earliest and classic sans serif fonts.

埃里克·吉尔因其诸多功绩而被世人所铭记：他的木刻与石刻、他倾其一生对于字体的狂热、他对英国手工技艺的奉献——以及他的字体，尤其是 Gill Sans，为二十世纪最早、最经典的无衬线字体之一。

然而，事情还有另一面：吉尔那不知羞耻、无曾休止的性交实验。一九八九年，菲奥娜·麦卡锡[1]出版了这位艺术家的传记；根据吉尔本人日记里记述的内容，她在传记中介绍了许多吉尔与他的女儿、妹妹和狗所做出的一些超出常伦的、令人作呕的荒诞细节。吉尔身着长罩衫的照片已经足够令人不安，但随后还有关于他乱伦和犬交的描述（「继续狗的实验……发现狗可与男人媾和」）。

Gill Sans 开始在布里斯托尔的商店门面上成形

麦卡锡认为，埃里克·吉尔的放荡行为与他精湛的技艺一样，都是探究精神的产物，「渴求尝试新事物、将试验推至极限，是他的本性的一部分，也是他作为一名社会和宗教评论家，以及一位艺术家的重要组成部分」。这说法或许是真的，但仍有一些人一提到他的名字就会反感得浑身发抖——在 Typophile 最近的一个网络论坛里，人们还就因其创作者的过去而抵制 Gill Sans 字体有所争辩。但大多数人则持有更为模糊的观点。事实上，以 Template Gothic 这一梦幻般流畅的无衬线字体而闻名的美国设计师巴里·德克[2]在一九九〇年想要以一种轻松的方式纪念吉尔时，他将其一款

字体命名为 Canicopulus[1]。

奇怪的是，Gill Sans 本身居然是一款个与性无关的字体。它成形于吉尔住在威尔士山区的一九二〇年代中期。他在自己的笔记本里和卡佩尔－伊－芬[2]修道院引导游客的指示牌上尝试了他的无衬线字体样式。在自传中，吉尔解释道，当「布里斯托尔[3]的一个开明书商让我帮他做商店招牌」的时候，无衬线体是个很显而易见的选择。为道格拉斯·克莱夫登[4]制作的这一条长木招牌也引来了另一桩差事——在看到这些字形的草稿之后，吉尔的老朋友斯坦利·莫里森委托他为蒙纳设计一款独创的无衬线字体。

自此，这款字体一炮而红，到现在依旧波澜未息。Gill Sans 出现在一九二八年，其时创作者已四十四岁。这是最具英伦风情的一款字体，不仅其外观（宽容、正派和适度的自豪感）如此，而且用途也是——英国教会、英国广播公司、第一本企鹅图书封面和英国铁路（从时刻表到餐厅菜单的所有一切）。Gill Sans 在各种场合的应用都显示出 Gill Sans 是一款非常好用的正文字体，构造精细，适于批量复制。它并非为最迷人耀眼的字体，也不是文学小说的最爱，但将它用在图录与学术界则非常适合。它天生就是一款值得信赖的字体，从不挑剔，永远实用。

尽管吉尔的作品大受欢迎，他却从来没有把自己当作一个字体人。他在墓碑上恳求来访者「为我祈祷」，仅刻着他是一名刻石人——这个谦虚的称谓也是平面设计界里最罕见的头衔之一。事实上，吉尔还设计了其他十二

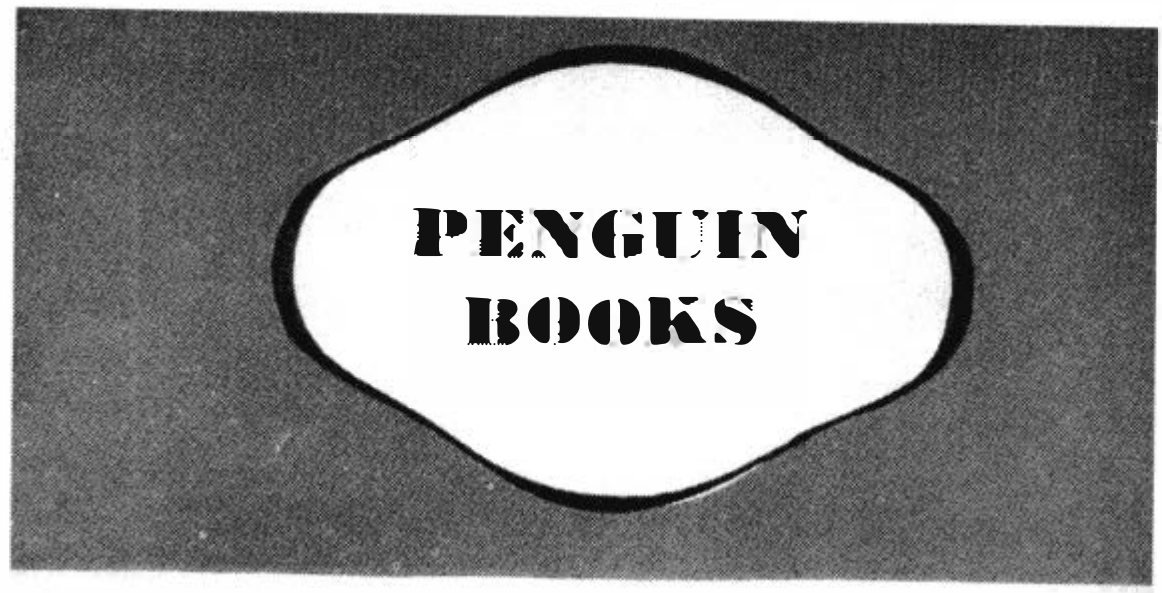
---

① Canicopulus，这是一个生造词，cani 意为「犬的」，copulus 意为「联系」，影射其犬交行为。

② 卡佩尔－伊－芬（Capely-fin），英国威尔士西部一个村庄。

③ 布里斯托尔（Bristol），英国英格兰西南的一座城市。

④ 道格拉斯·克莱夫登（Douglas Cleverdon），英国书商，在布里斯托尔开设书店。

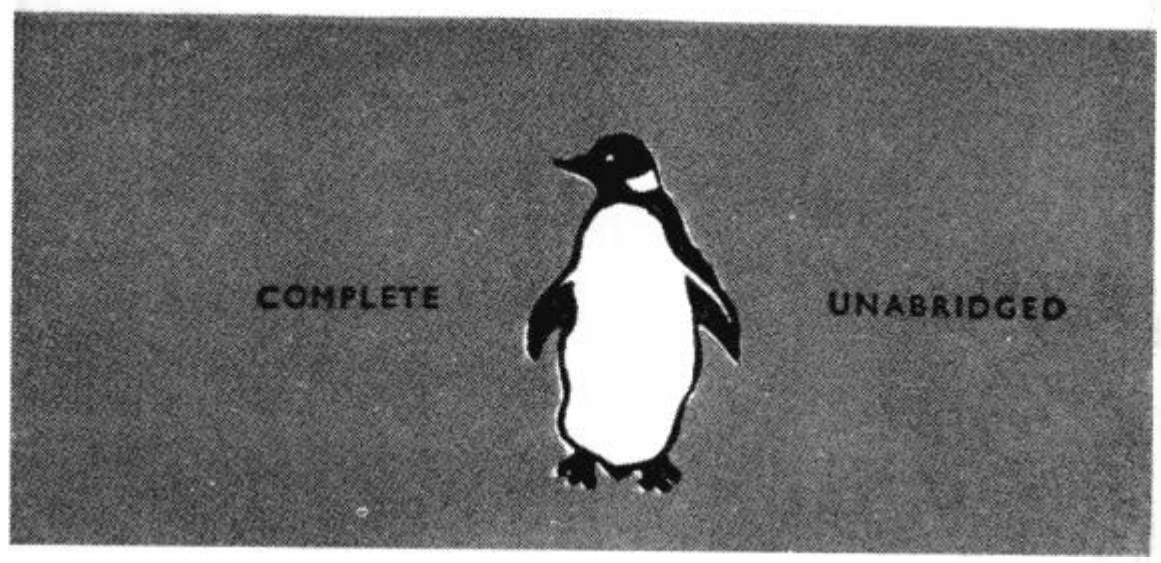


THE BODLEY HEAD

ARIEL

ANDRÉ
MAUROIS

THE BODLEY HEAD



第一本企鹅图书，印于一九三五年，标题和作者采用典型英伦式样的 Gill Sans。这里的企鹅标志是 Bodoni 超粗体，但之后也改成了 Gill Sans。

款字体，包括流行的经典衬线体 Perpetura 和 Joanna，还有 Felicity、Solus、Golden Cockerel、Aries、Jubilee 和 Bunyan。

身着工作服的埃里克·吉尔，约一九〇八年

Joanna 得名于吉尔的小女儿乔安娜。麦卡锡觉得，吉尔与乔安娜的关系少有他与另两个女儿间的暧昧。吉尔用它排出精美的《字体排印论》（*Essay on Typography*），这是一本讨论机械化对灵魂纯洁性之影响的纯学术论文，论证地提出了一些严谨特征（「扉页应使用与书籍正文同样风格的字体，而且最好大小也相同」）。而他在别处的言论也一点都不浪漫。「字形之美并非源自任何感官或精神的联想，」他写道，「没有人能说，字母 O 的圆弧之所以能吸引我们，仅是因为它像是一个苹果、一个女孩的乳房，或是一轮满月。字母是物，而非物的图像。」

吉尔于一九四〇年去世，与此同时，他最为著名的字体开始出现在信息部关于灯火管制、「无心之言」[①]的战时警示，以及英国地方军的征兵招贴上。

① 英国第二次世界大战时期，谣言肆虐。一九四〇年二月六日，英国政府推出口号——careless talk costs lives（无心之言会招惹杀身之祸），并制作了大量相关海报。

尾 注

[1] 菲奥娜·麦卡锡（Fiona MacCarthy），英国传记作家和文化历史学者。
[2] 巴里·德克（Barry Deck, 1962 年—），美国字体设计师，主要作品有 Arbitrary 等。

3 易认性与易读性

易认性与易读性
Legibility vs Readability

在英格兰某地的一座丛林里，手持来复枪，总正在收看的是

阿瑟·洛（自豪地大步前行）

约翰·勒·默图里耶（头戴树叶迷彩头盔，神情紧张）

克莱夫·邓恩（勇敢地凝视，冷酷如钢）

约翰·勒里（忧虑，在劫难逃状）

詹姆斯·奥克（灵巧地抽拉难搞的卷烟）

阿诺德·里德利（也许要特别的宽恕）

伊恩·拉万德（蓝领巾，妈妈的挚爱）[11]

这是《老爸上战场》的片尾。这部关于第二次世界大战的英国喜剧制作于一九六〇年代末七〇年代初，广受观众的喜爱并被不断重播。其演职员表用的是 **Cooper Black**，它不仅可以像 **Kickers**[1]和 **Spacehoppers**（**太空弹球**）[2]那样令人联想起复古和经典，而且还可以给人一种温暖、朦胧、居家、可靠、安心的感觉，就像**易捷航空**（**EasyJet**）一样。

在易捷航空之前，飞机外面的喷绘文字很少能如此妙趣横生（「与我们同行！一起来吧！」），而且这种字体创造出强烈的品牌形象也是其他公司无法追随的（虽然这家廉价航空公司的主要对手「瑞安航空」也许是被字体名称所吸引而曾经使用过 **Arial Extra Bold**，但后来还是采用了专用标准字）。

易捷航空的品牌战略很快扩展到易捷集团的其他产品上，在其公司宗旨里有如下阐述：

> 我们的视觉形象名为「Getup」（装束），它是易捷品牌许可的重要组成部分且不容更改！其定义是：甲）白色字符橙色背景（光面印刷材质上为 PANTONE 021C；其他材质上应使用最接近的切实可行的等效值）。乙）使用 Cooper Black（不能用加粗、斜体、描边或下划线），「易」字（easy）小写，后面（不含空格）接其他单字……」

---

① Kickers 始于一九七〇年代的一个法国年轻服饰品牌，二〇〇七年被 Royer 集团收购。

② 太空弹球，一个带手把形状的充气橡皮球玩具，玩的时候手握把手坐在球上尽量弹跳而不摔倒。

用 Cooper Black 是个好决策。一家新公司能从架上翻出这样一款前数码时代的经典老字体是非常罕见的。和众多老字体一样，它设计于一九二〇年代并迅速走红。曾为芝加哥广告人的设计师奥斯瓦尔德·布鲁斯·库珀[2]，受「巴恩哈特兄弟和斯平德勒」铅字铸造厂①的委托，要做出一些能卖给广告商的字体产品（以及一些看起来疑似弗雷德里克·W·高迪[3]几年前为美国某酿造企业所制作的 Pabst Extra Bold 的字体）。

库珀曾担心他会陷入由于「过于频繁地重复相同的装饰和曲线而导致的审美疲劳」，但 Cooper Black 的成功将此担忧一扫而空。实际上，他完成了一项壮举——一款看起来像无衬线的衬线字体。Cooper Black 的外形就如同凝固于地板上的熔岩灯油。其创造者认为它是理想的「既适于有远见的印刷者又适用于近视的用户」的字体。字母顶部和基部的小缺口，让整款字体在纸面上显得坚实平稳；缺少这一细节会使整个字体看起来像要被卷走的样子。这样一款具有粗犷外表的字体却保有一种异常和谐的态度，部分原因是它具有粗壮矮胖的降部，和大写字母比起来，其小写字母相对硕大，字母 a，b，d，e 和 g 字怀的余白有限。它通常被挤在一起使用，而过窄的字母间距会使其很快支离破碎，难以认视。②

正如易捷航空所意识到的，Cooper Black 的展示效果以遥望最佳。在

---

①「巴恩哈特兄弟和斯平德勒」铅字铸造厂（Barnhart Brothers & Spindler Type Foundry）一八七三年以「大西部字体铸造厂」（Great Western Type Foundry）为名成立于美国芝加哥，十年之后改为此名，一九九九年关闭。

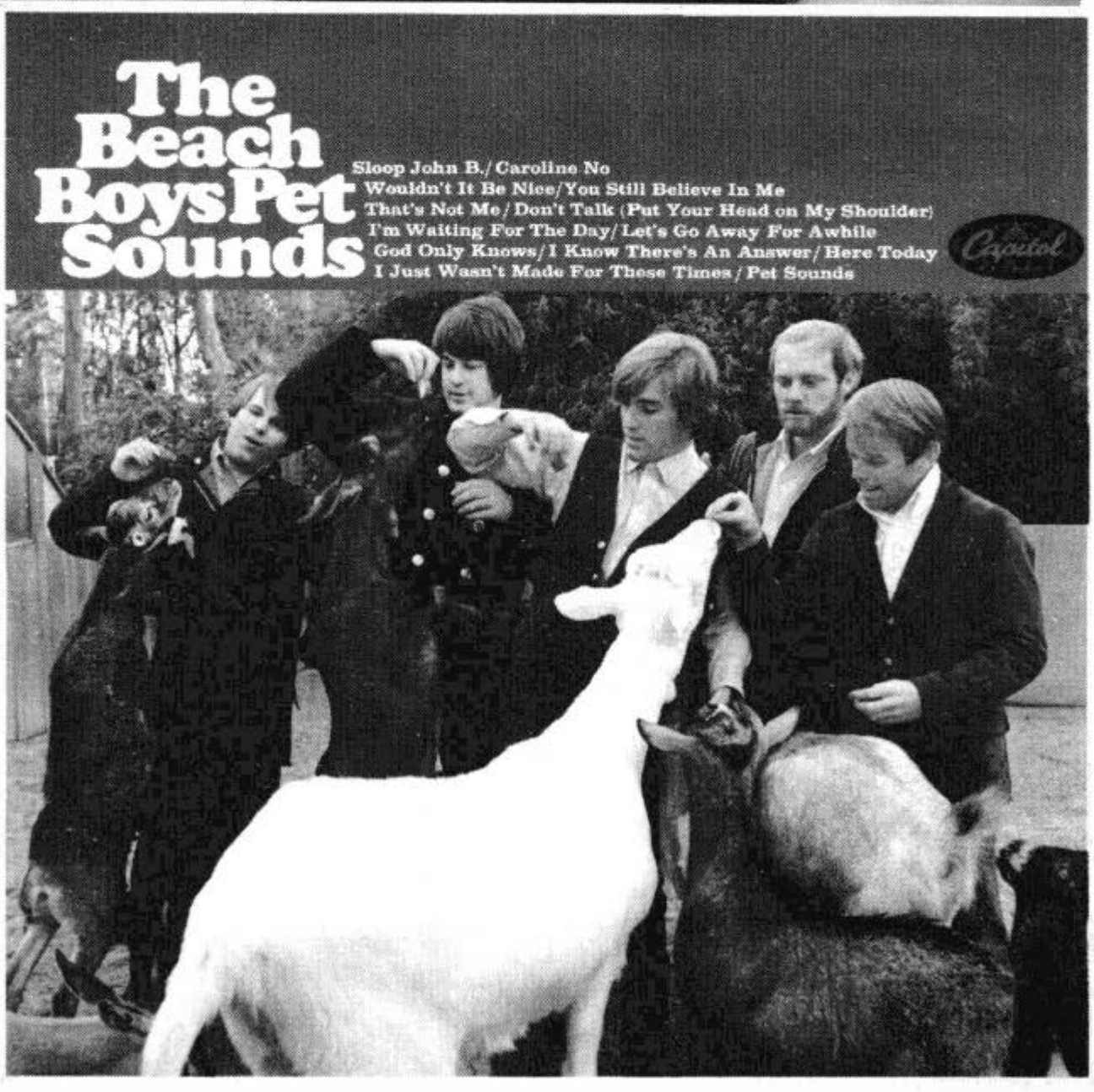
②［作者注］行家一致认定的最极端的 Cooper Black 体是 ATF Cooper Hilite，设计师通过添加内部白色线条使其看起来很立体却又湿漉漉的，效果和跑车外部的流线带类似，每个字母像带有内胎充足了气要爆发的样子。

Cooper Black 的字怀引人注目 [字母 d 和 g 是 Cooper Hilite]

此之前，这款字体最著名的一次亮相可能是沙滩男孩[1]的经典专辑《宠物之声》。和当年许多唱片一样，这张专辑的封面上印有每首歌曲的名字，就在他们在动物园给山羊喂食的那张照片上面。乐队名称和标题采用的 Cooper Black 富有标志性，尤其是因为其字形触动人心，后来还直接影响了罗伯特·印第安纳[4]创作的广为流行的「LOVE」标识。但同时其作为正文字体的弱点也暴露无遗：「**Wouldn't It Be Nice / You Still Believe In Me**」(**《那样不也挺好 / 你还相信我》**) 第一行出现后，还不等大脑解读完，「**God Only Knows**」，「**Sloop John B**」(**《上帝只知道》、《小帆船約翰 B》**) 等等就一并紧跟上来。十二英寸的大唱片封套还凑合，印到小 CD 封面上就非常痛苦了。

负责《老爸上战场》片尾字幕的美工职员知道，展示完这些大明星的名头过后还把这些大号字留在屏幕上是会有麻烦的，于是片中配角的演员表出现的时间较短，而且没有图片：「菲利普·马多克饰演 U 船船长……比尔·珀特威饰演沃登·霍奇长官……」在四十二英寸的宽屏前面，如果所有这些文字都用 Cooper Black 的小字显示的话，观众会感到无所适从，所

① 沙滩男孩 (Beach Boys)，于一九六一年在美国加利福尼亚成立的著名摇滚乐队，一九六六年发布的《宠物之声》(*Pet Sounds*) 是最受欢迎的专辑之一。



Cooper Black——遥望最佳，越大越好

以只有演员的名字使用这一字体，而他们饰演的角色则使用了一款类似于 Helvetica 的字体。

这便是易认性和易读性之间的区别之一：小尺寸下的 **Cooper Black 易于辨认但不易于阅读（is legible but not very readable）**。但是有些字体生来就是用来看而不是用来细读的（一位字体设计师曾将这种特质比作穿着走猫步会非常好看却丝毫无法遮风挡雨的衣服），通常被喻为「时装型字体」。创作出 Univers 等极受欢迎的现代字体作品的设计师阿德里安·弗鲁提格[5]有另一种说法：「字体设计师的工作就像裁缝，」他指出，「为一成不变的人类形体制作包装衣物。」或者如平面设计师艾伦·弗莱彻[6]说的：「一款字体是一套身着『桎梏』的字母表」。

与时尚一样，字体的设计是一种充满活力的艺术形式。它拒绝僵化，和现代艺术中最狂野的流派一样，惹怒传统主义者的作品是那些最新的东西（尽管他们很少会承认这一点，转而批评这些新事物不顾礼仪或缺乏应有的教养）。传统主义者会争辩说，不会有人买一个字体挂在墙上；更传统的人还会说，只有足够漂亮到能在画廊展示的字体才可适合印刷。

但是，美需要训导。由业余爱好者用电脑做出来的东西可能也挺漂亮，但它能否作为实用字体排到纸面上呢？所有字母看起来是否都与旁边的字符协调好看，字母间的余白是否都疏密均匀呢？（每对字母的比例间距的调整用术语叫「字偶间距调整（*kerning*）」，这样一来能够保证比如像 A 和 V 这样带倾斜笔画的字母不会碰到相邻的其他字母，从而愉悦读者的双眼，而「字偶间距（*kern*）」原意是指字母向上或向下从主干伸出并且侵入相邻字母空间的部分。）

真要感谢老天，世间的品位一直在变。通过广告与知名度的力量，这款曾被认为间距过紧导致字母相互挤压、单词互相碰撞的字体时至今日，却成了现代性与易认性的标杆。它或许能保持这个高位十几年，直到某些宽间距字体的出现将其淘汰。标识或口号全采用小写字母（如麦当劳的「**我就喜欢**」**i'm lovin' it** 曾被认为是冒犯天规，可现在看起来也已相当寻常。评价一款字体是否优秀的重要指标——「易认性」的一个老原则是由法国眼科医生路易·埃米尔·雅瓦尔[7]在上个世纪初（之后还有许多设计师盲从）几近苛刻地定义出来的，现在看起来已经相当过时。我们的眼睛和大脑所能欣赏的，远远超过首位字体科学家的想象。

雅瓦尔医生的理论里面有一条现在看来尤其荒谬——「最易认的字体也是最漂亮的」。

在一九四〇年代，最流行的字体易认性试验是「眨眼法」。就像放下沉重的购物袋可以减轻手掌压力一样，眨眼也可以释放眼睛的疲劳。当用眼过度，眨眼次数便会增多；而一款熟悉的字体更不易造成眼睛疲劳。在实验室条件下（照明与字体大小都被严格控制）给「患者」（读者）展示内容相同而字体不同的文本（配眼镜的视力表无法同时实现对艺术和普遍清晰度的要求），然后用手持卡表计算非自愿眨眼的次数。

根据约翰·比格斯（John Biggs）在伦敦印刷学院的一系列报告，眨眼测试中成绩最好的是那些有数百年历史并被不断复刻、调整至今的字体：Bembo 体、Bodini 体、Garamond 体。虽然直接询问患者哪份文本更易被理解，或者阅读时更不易让眼睛疲劳，会使测试更加容易。但这些方法会过于主观，不够科学。

Bembo
Bodoni
Garamond

于一九四〇年代得到了科学证明的可靠老字体

所幸我们还有更新近的调查。它们大多数都是一九七〇年代在英国皇家艺术学院的「印刷品易认性研究部」(到了电脑时代已经改为更加顺口一些的名字:「图形信息研究部」)进行的。其中结论之一是，人们发现笔画具有强烈特色的字体比平直的字体更容易被辨认，而且字母的特色越强，人们捕捉的信息就越清晰(也越快)。研究确认，使字母更具特色的重要部分是上半部和右侧，眼睛利用这些标杆来确认它所预期的内容。

其他调查显示，比起普通文字，大多数读者喜欢粗体字，虽然它们的易认性几乎一样。只要衬线不要过于厚重，衬线体和无衬线体同样易认。具有偏大字怀的字体——和 Cooper Black 正好相反——也更容易辨认，尤其是小字号时字怀容易被油墨撑爆。

祖扎娜·莉奇科和鲁迪·范德兰斯

易认性还可以由一种不太正式的特征来定义：品味。与流行趋势不同，它是以大众消费规模而体现出的受欢迎程度。我们更倾向于认为我们的文化品位会随着年龄的增长而增进并成熟，但在字体设计领域的情况却不同：我们只是屈服于那些过度曝光的字体。

激进的加利福尼亚字体设计师祖扎娜·莉奇科[8]有一个流行的理论：「用你读得最多的字体才会读得最好」。厚重的哥特字曾被认为比更柔和、更不正式的文本容易读，但这仅仅是通论。「你要用那些人们看惯的字体，而不必是那些本质上易认的字体。」莉奇科的论述反映了存在于一九四〇年代的结论。「偏好 Times New Romans 这类字体其实依赖于习惯，因为这些字体已经存在了很长一段时间。当它们刚出现的时候，人们同样看不惯。一旦人们看惯了，这些字体就会变得非常易认。」

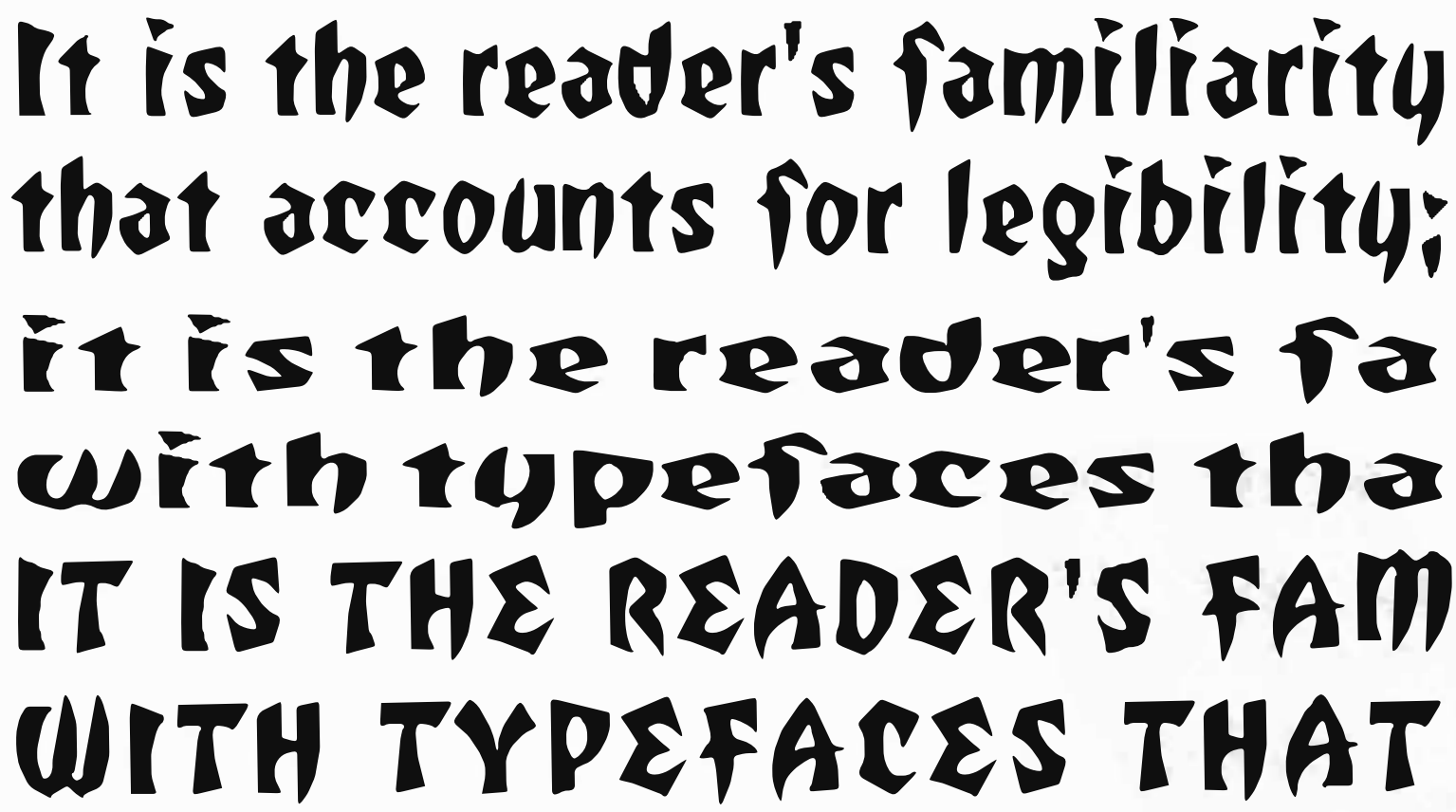
埃里克·吉尔[9]也有同样的观点：「在实践中，易认性单纯取决于人们的习惯」。但该理论能得到莉奇科的认可意义重大，因为她和丈夫鲁迪·范德兰斯[10]都可跻身美国最受尊敬的现代字体设计师行列。他们合作出版的杂志《流亡者》（*Emigre*）影响了一整代平面设计学生。莉奇科相信，设计一款字体的时候必须——正如马修·卡特一样——去「发现魅力而不是挫折感」。她说，因为每款字体在被构想出来的设计之初，「每个细节都会受到质疑。这一过程魅力十足，因为它可以让你意识到每个细节是如何影响最终

作品的，而很多细节在多个字符中反复出现，其效果会被放大。但到最后这会变成一件很有挫折感的事情，因为这个过程简直是没完没了……」

与莉奇科通过邮件对话可以得到她如上的回应，但对于你的另一个大问题她却无从说起：为什么相比之下女性字体设计师这么少？「对不起，」她打字回应说，「我不知道。」

莉奇科与她的设计师朋友们认识到，正文字体的易读性最好是针对一些特征来讨论，而且理应同时进行「这些内容看起来是如此的显而易见，那是因为我们认这本该就是理所应当的」：字母表里的每个字母都必须彼此区别，不容混淆；在阅读器上字母的效果最好是放到上下文中——一个句子或段落——去衡量，因为是否易读只能通过字母组合后的整体形状来判断。

提高易读性的因素还包括规则性的段落和足够的余白，还有可以接受



祖扎娜·莉奇科在《流亡者》杂志一九九六年字体目录上展示的「Totally Gothic」

从左到右 Baskerville，Goudy Old Style，Sabon 和 Times New Roman 竖划和点划测试

的行长（当然这取决于文字的大小，但一般认为最理想的是十到十二个词）。字母之间的距离及其彼此之间的关系与两行之间的距离（所谓「行间距」[leading] 或「字距」[pointing]）一样重要。粗细笔画应有足够的对比度，字母彼此之间应比例匀称。宽度的变化特别重要，而字母上半部应比下半部更易读。一个文本框中的字重应该基本适中——字体太轻细会导致字母发灰模糊；而太黑又会导致字母过粗，破坏掉区分的细节，阻碍留白。

这些由观察得出的结论看似简单，但实际操作起来并非如此。而对于每个新手首次设计一个正文字体时要掌握并实现起来就更加困难：尽管字母看起来具有相同的高度，而实际上却可能有微妙的区别。

阅读距离眼睛一英尺远的一本书或者电脑屏幕，这些要素很难被觉察到。但是把字母放大到几英寸甚至更大，再画上平行参考线的时候，就可以明显地发现圆形字母如大写的 O，S 和 B 的高度会稍微大一些。我们的大脑需要均匀和确定的信息，但我们的眼睛却在耍把戏。即使所有字母真的是完全一致的高度，看起来也未必如此：圆形和尖形字母会看起来偏矮。

这是一个很有意思的小把戏：在传统的衬线体里，字母 i 上的点往往并不在竖划的正上方，而是稍微偏左；小写字母 t 底部会稍微粗一些以避免看

起来太柔弱甚至令人担心它会向后翻倒。一个字体美丽和优雅的外表取决于这种欺骗和技巧——这也许是科学与艺术最富有成果和最持久的碰撞。

关于字体最有名的宣言是由一名叫做比阿特丽斯·沃德[11]的女性于一九三二年撰写的。她是一九二〇、三〇年代的蒙纳公司门面人物埃里克·吉尔的朋友（有时也是情人）。

沃德有一张在一九二三年聚会时拍摄的照片，她身边围绕着三十多位身着灰暗西服的字体人士，而且看起来都相当高傲，也的确如此：他们是全美字体铸造商中的精英，是他们联手打造了美国字体的天下。但是他们都不如沃德有自信：独自身着礼服，眯眼微笑地坐着，双手放在腿上，仿佛她才是真正的掌门人。虽然年纪才二十出头，但她已经是一个极度繁忙的女士，不仅为先驱平面设计杂志《花型》①大量撰写与字体相关的文章，还发出了一些具有挑战性的宣言。（由于当时字体圈不关注女性，她最初使用的是笔名「保罗·博容」[Paul Beaujon]）

一九三〇年十月七日，比阿特丽斯·沃德在位于伦敦舰队街后面的圣布里奇学院的英国字体排印行会发表演讲。沃德是美国人，具有很好的沟通能力。她在萨里郡的蒙纳公司，这一业界领先的生产铸排机和字体的公司内谋得了一份完美的职位——公关经理。她最大的业绩也许是通过强调工作使命的重要性和责任感而振奋了她的客户（印刷商和设计师们）的精神。「我真正擅长的是，」她在一九六九年去世前不久回忆说，「就算在毫无准备的情

①《花型》（*the Fleuron*），英国字体杂志，于一九二三年至一九三〇年间共出版了七卷，是「花型协会」（the Fleuron Society）的会刊。「花型」（fleuron）原指西文排版中用于装饰的花型图案。

THIS IS A

PRINTING-OFFICE

CROSS-ROADS OF CIVILIZATION

REFUGE OF ALL THE ARTS

AGAINST THE RAVAGES OF TIME

ARMOURY OF FEARLESS TRUTH

AGAINST WHISPERING RUMOUR

INCESSANT TRUMPET OF TRADE

FROM THIS PLACE WORDS MAY FLY ABROAD

NOT TO PERISH AS WAVES OF SOUND BUT FIXED IN THE

NOT CORRUPTED BY THE HURRYING HAND BUT VERIFIED IN PROOF

FRIEND, YOU STAND ON SACRED GROUND:

THIS IS A PRINTING-OFFICE

粗壮的文字出自意志坚定的女性［Albertus体］。当年几乎每个印刷厂都贴有沃德的海报

况下站到听众的面前，他们也能让他人在五十分钟内不挪动一步。」

为何她如此严格？只因为她对于自己的教条坚定不移地坚持，其本身就是「桎梏」的一种体现。虽然她自己夸夸而谈，但她当年对英国字体师们的演讲明显是经过大量准备的，单看标题就略见一斑：「水晶杯——印刷应是无形的」。

她的理论简单而有力：好字体为沟通思想而存在，而不是为了被察觉，更不是为了被钦佩。如果读者过于在意一个页面的字体或排版，往往说明其字体排印很糟糕。她的葡萄酒比喻非常冷静而成熟，但到现在听起来可能缺乏新意：玻璃杯越透明，你就可以越集中地享用其内容物；所以她不要豪华却不透明的黄金酒杯，就像老式哥特手抄本那样，厚重的字母 E 看起来像一扇铁闸门。

她还指出了易认性和易读性的一个重要区别。以较大尺寸印出的字体并不一定更易读，除非你是坐在配镜师的椅子上。虽然一个大声喊叫的演讲者更易被人听见，「但是，有时无声胜有声。毋须我言，如果你开始倾听讲演者的语调变化与节奏，那你差不多是快要睡着了。」

印刷也是如此。沃德说：「最重要的是，要能传达思想、观念和影像，从一个头脑传达到其他头脑。这才是所谓字体排印科学的最前沿。」

她说，书籍字体排印者的工作，便是为身处房间的读者建造一扇窗户，「作者的语句则为风景。他可建造一个美轮美奂的花玻璃窗，但作为窗户本身来说，这却是一种失败；换句话说，他可用华丽如哥特体抄本那样的字体来排印书籍，但那是用来观赏、而非阅读的。又或者，他可使用如我所说，「透明」、「无形」的字体。在我家中有一本书，我回忆不起任何与其字体有

关的视觉记忆；每当我想起它，我所看到的全部，只是三个火枪手和他们的同伴昂首漫步于巴黎街头。」

沃德坐下之后赢得了热烈的掌声，她的观点很容易得到他人的赞同：没人愿意要那些难读、伤眼的书。但她这已诞生了八十多年的观点，在今天看起来却有些局限；她的理论斥责了浮华，却未鼓励好奇与尝试。沃德可能一直很担心新艺术运动对传统字体排印的影响，要是这样，那就是仇外心理的表现了。字体本身也是一种信息——如要否认这一点（否认字体本身就足够刺激、引人注目）就如同抑制刺激与进步。沃德的尖锐观点早已被遗弃，而现在要选择或欣赏一款字体时，面对的最重要的问题是：它符合其原本的使用意图吗？它能让信息顺利地传达吗？它能为这个世界增添一丝美好吗？

尾 注

[1] 此处人名均为《老爸上战场》(*Dad's Army*) 里演员名：
阿瑟·洛 (Arthur Lowe)，饰演「乔治·梅因韦林上尉」；
约翰·勒·默叙里耶 (John Le Mesurier) 饰演「阿瑟·威尔逊陆军中士」；
克莱夫·邓恩 (Clive Dunn) 饰演「琼斯准下士」；
约翰·劳里 (John Laurie) 饰演「詹姆斯·弗雷泽列兵」；
詹姆斯·贝克 (James Beck) 饰演「乔·沃克列兵」；
阿诺德·里德利 (Arnold Ridley) 饰演「查尔斯·戈弗雷列兵」；
伊恩·拉万德 (Ian Lavender) 饰演「弗兰克·派克列兵」。
后文中还有菲利普·马多克 (Philip Madoc) 饰演「U! 船船长」；比尔·珀特威 (Bill Pertwee) 饰演「沃登·霍奇长官」。

[2] 奥斯瓦尔德·布鲁斯·库珀 (Oswald Bruce Cooper, 1879—1940 年) 美国字体设计师、字体艺术家、平面设计师和教育家，主要作品有 Cooper 系列，Pompeian Cursive 等字体。

[3] 弗雷德里克·W·高迪 (Frederic W Goudy, 1865—1947 年) 美国字体设计师，主要作品有 Copperplate Gothic，Goudy Old Style 等字体。

[4] 罗伯特·印第安纳 (Robert Indiana，1928 年—)，原名罗伯特·克拉克 (Robert Clark)，美国波普艺术家。

[5] 阿德里安·弗鲁提格 (Adrian Frutiger, 1928 年—)，德国字体设计大师，主要作品有 Univers，Frutiger 等字体。

[6] 艾伦·弗莱彻 (Alan Fletcher, 1931—2006 年)，英国平面设计师。

[7] 路易·埃米尔·雅瓦尔 (Louis ÉmileJaval) 法国眼科医生。

[8] 祖扎娜·莉奇科 (Zuzana Li ko，1961 年—) 美国字体设计师，出生于前捷克斯洛伐克。主要作品有 Mrs. Eaves, Mr. Eaves Sans and Modern, Senator 等字体。

[9] 埃里克·吉尔 (Eric Gill, 1882—1940 年) 英国雕刻家、字体设计师、版画家，主要作品有 Gill Sans, Perpetua,Joanna 等字体。

[10] 鲁迪·范德兰斯 (Rudy VanderLans, 1955 年—) 荷兰字体设计师，平面设计师。

[11] 比阿特丽斯·沃德 (Beatrice Warde，1900—1969 年)，美国人，作家，教师，致力于字体排印交流。

字体小品

Albertus

One of the glorious developments since Beatrice Warde's time is how easy it is to change fonts on a screen. See something you've written that isn't reading well? Try it in a new face and it will read differently;it may seem more fluent, more emphatic, less equivocal. No better? Try the one in this paragraph. Albertus. The most expressive font in town.

自阿特丽斯·沃德时代以来，取得的辉煌成就之一，是可以如此容易地在屏幕上更换字体。看到你写出的东西不大好读？试试换种字体，读起来就会有所不同；它也许会看起来更流畅，更有力，更鲜明。还没找到更好的？那就试试本段的字体吧——Albertus，伦敦城中最有表现力的字体。

要从宏观、公众的层面来看 Albertus 体，那就看看伦敦市。去金融区里散散步，你将会发现它无处不在：这款用尖锐刀工制作的字体在罗马正体的特点上加入了特别创意。其巧妙的衬线（笔画末端有墨水般细微的膨胀，而不是硬性的字脚）保证了良好的易认性。Albertus 看上去略显夸张，在

更大一些的尺寸下，其大写字母 **B**（两弧逐渐变细最后结成尖点落在竖划中间）、大写 **O**（边缘稍细但不对称的中央的字碗部分相当硕大）、和小写的 **a**（模板式雕刻中同时带有几何造型和稚气）特别引人注目。大的圆划字母配以带横划的窄字母 **E**、**F**、**L** 和 **T**，在双写的时候更显突出。字母 **S** 下部的字怀比上部更小，看起来像是上下颠倒。

这座城市有时是个不怎么友好的当风地，尤其是在夜晚与周末，防护门与混凝土让人心情压抑。在这些时候，指示牌就尤显重要，而 Albertus 就像公共设施一样受人欢迎。它甚至能帮你找到巴比肯艺术中心的确切位置——这处景点一直困惑了各地游客几十年。

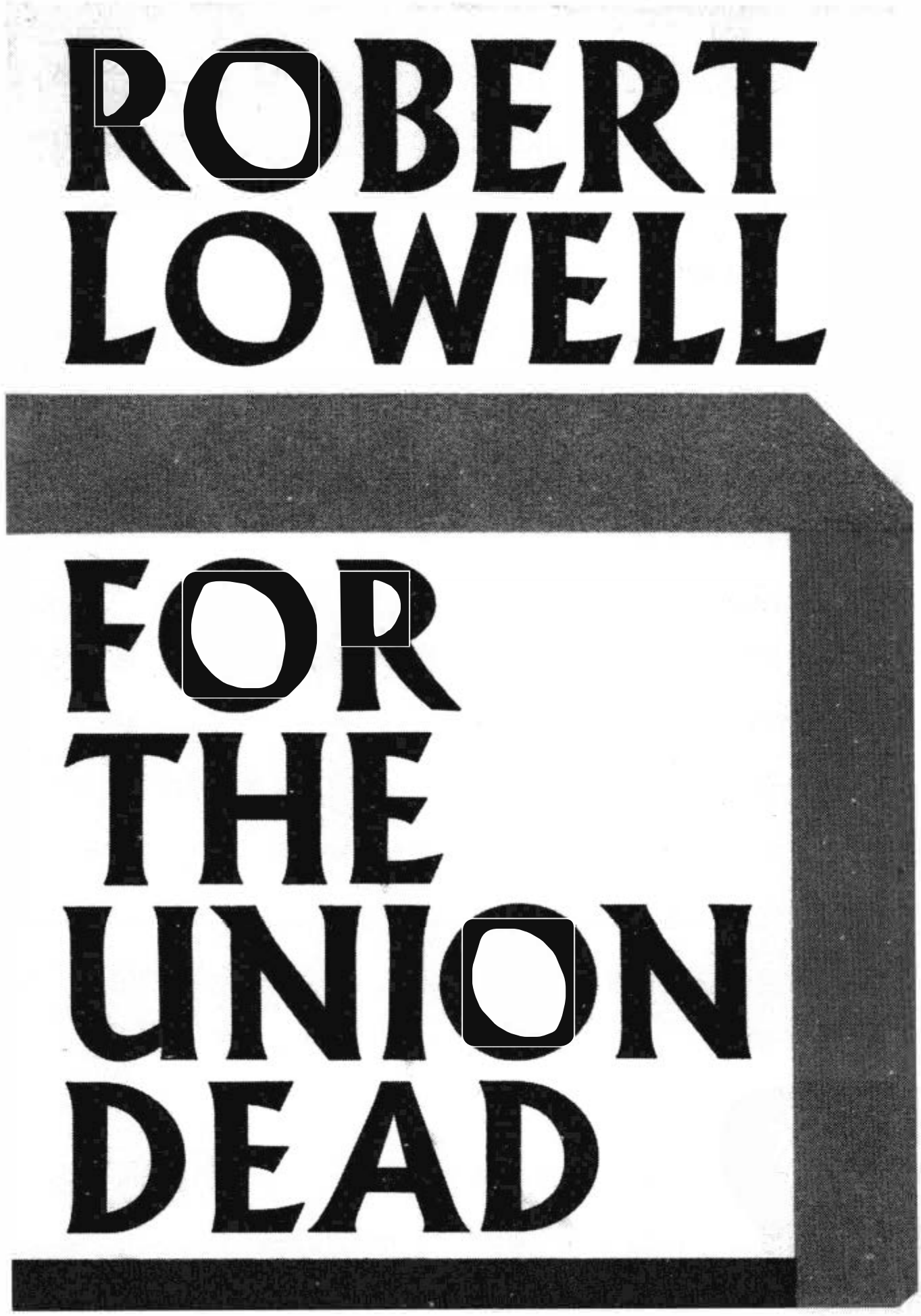
Albertus 是由来自波希米亚的贝特霍尔德·沃尔普[1]设计的。这位为我们理清头绪的设计师最受推崇的作品是为费伯和费伯公司①设计的书籍封面。他经常使用纯粹的字体排印作品，与爱德华·鲍登、雷克斯·惠斯勒和保罗·纳什[2]设计的费伯封面一样具有极大的价值。沃尔普曾在德国学习，但于一九三〇年代中期逃离纳粹德国后抵达英国，发现这里对他的服务需求甚多。一九八〇年代，在他七十五岁时，维多利亚和艾伯特博物馆②举办了他的回顾展，陈列柜内展示着他为 TS·艾略特、汤姆·冈恩和罗伯特·洛厄尔[3]设计的令人眼花缭乱的封面（据估计，他至少设计了一千五百件作品）。

沃尔普在一九三二年就开始了 Albertus 的制作，这一字体继而迅速出现在书籍封面上，向世人宣告年轻的谢默斯·希尼和威廉·戈尔丁[4]都是

---

① 见 273 页脚注 3

② 维多利亚和阿尔伯特博物馆（Victoria and Albert Museum，通常简称 V&A），是位于英国伦敦的一间装置及应用艺术的博物馆。



沃尔普设计的一个典型的费伯封面

不容忽视的优秀作家。在沃尔普以前，小说家和诗人很少被赋予这样的视觉感受，他们的名字可以占用封面的一半面积，难怪他们这么喜欢沃尔普。

和 Gill Sans 一样，Albertus 并非来源于绘图板，而是现实世界——铜板铭文。沃尔普非常喜欢他在青铜铸造所接受的正规训练，他在那里学会了如何铸造浮雕碑文，如何用凿子切掉字母周围的金属来打造一套必要、简单和大胆的字母，他将其称为「无尖之锐」。

伦敦市的CD和现场演出中的Albertus

如果你恰好路过 V&A 展览，也许你会注意到 Albertus 出现在酷玩乐队的 **PARACHUTES**（《降落伞》）专辑 CD 封面上[1]，还有讲述心灵控制和个人主义之间战斗的电视剧《密谍》[2]的翻制 DVD 上。为什么用 Albertus 来写电视剧的标题？因为它看起来观感极好，完美地适配于让人不安的心

① 酷玩乐队（Coldplay）英国另类摇滚乐队，成立于一九九七年。《降落伞》（*PARACHUTE*）是他们二〇〇〇年七月发布的首张正式专辑。

②《密谍》（原题 *The Prisoner*）为一九六七年至一九六八年英国 ITV 电视台播出的电视系列剧，共十七集。

理场景（而仍保持着一些旧罗马体的特点），另外也是因为——即便是在一九六〇年代客厅的小屏幕上——它仍具有极其出色且重要的易认性。

尾 注

[1] 贝特霍尔德·沃尔普（Berthold Wolpe，1905—1989 年），德国书法家，字体设计师和书籍装帧师。

[2] 爱德华·鲍登（Edward Bawden），英国画家、平面艺术家；雷克斯·惠斯勒（Rex Whistler）英国艺术家、设计师、插画家；保罗·纳什（Paul Nash）英国画家。

[3] TS·艾略特（TS Eliot），即「托马斯·斯特恩斯·艾略特」，美裔英籍诗人、评论家、剧作家，诺贝尔文学奖得主；汤姆·冈恩（Thom Gunn）英裔美籍诗人；罗伯特·洛厄尔（Robert Lowell）美国诗人、两度普利策奖得主。

[4] 谢默斯·希尼（Seamus Heaney），爱尔兰作家、诗人。一九九五年诺贝尔文学奖获得者；威廉·戈尔丁（William Golding），英国小说家，诗人，一九八三年诺贝尔文学奖得主。

7

Can a font make me popular?

一种字体能让我更受欢迎吗？

一种字体能让我更受欢迎吗？

Can a font make me popular?

二〇〇九年五月，马修·卡特同女友爱玲·郑（Arlene Chung，音译）一同抵达莱斯特广场[1]的一处私人俱乐部饮酒，聊天时谈及他们此次短暂的伦敦之旅中可能会想要一起看的几部电影。卡特是长期旅居美国的英国人，此番从美国麻省剑桥市回到英国探望儿女，并就字体复刻——也就是翻新过往五百年来的字型，以敷今日所需的过程——举办了一场讲座。他很受欢迎，场地不敷使用，讲座不得不移到另一处较大的地方进行。

举办讲座对卡特来说并不困难，刚逾七旬的他，全部的工作人生都由这一主题所占据。反倒是选择要看什么电影颇为棘手，问题并不在于电影的主要内容、而是在其精确程度上面——当卡特看电影的时候，他总会注意到

① 莱斯特广场，Leicester Square，地处西伦敦，为影院聚集地

一些细小的字体差错。场景设定于十九世纪秘鲁的故事里，餐馆门上的标牌怎么可能使用一九五七年才出现的 Univers 字体？还有《艾德·伍德》（*Ed Wood*），设定于一九五〇年代，却用 Chicago ——一款一九八〇年代才出现的字体——来写摄影棚入口处的牌子？再就是一部设定于二战初期的电影，剧组到底是怎么选上用 Snell Roundhand Bold 来印刷文件道具的，也不想想电影院里观赏此片的卡特会认出这款字体是他自己在一九七二年制作的？

尽管卡特觉得这样的差错好笑多过可恶，但还有其他人对此更认真一些，粗劣的字体排印出现在电影中，就如同剧情不连贯般令他们不安。设计师马克·西蒙逊（Mark Simonson）在其网站上开辟了一个名为 Typecasting 的版块，还设立衡量电影制作者字体排印错漏的评分系统。他先从朱丽叶·比诺什（Juliette Binoche）出演的《巧克力》（*Chocolat*）开始，电影讲述她通过经营一家巧克力店给一九五〇年代法国的一个沉闷小镇带来欢乐的故事。但片中的镇长显然不是个字体爱好者——他在镇上张贴大斋期间[1]只允许食用面包和茶的告示时，向前跃进十几年，选中一款一九七〇年代晚期才制作出来的字体（ITC Benguiat）。

像这样的差错总是在所难免一直出现。史蒂夫·马丁（Steve Martin）的电影《死人不穿格子呢》（*Dead Men Don't Wear Plaid*）设定于一九四〇年代，获得历史精确度满分五星中的三星——虽然还是很遗憾地在邮轮宣传单上面误用一九七〇年代才出现的 Blippo 字体。同样获得三星评价的《金钱帝国》（*Hudsucker Proxy*）一片由科恩兄弟执导，尽管详尽地研究过时代

---

[1] 大斋期（Lent），天主教的斋戒期，为春季复活节前的四十天。

很好的电影、不错的小册子、让人脸红的时代错乱字体

背景——比如披头族（Beatnik）和呼啦圈——却仍旧在字体爱好者圈子里破了相：剧中的公司标识采用了一九九一年的 Bodega Sans 字体。《洛城机密》（*LA Confidential*）更差一点，仅获两星，剧中丹尼·德维托（Danny DeVito）的八卦杂志《嘘嘘报》（*Hush Hush*）的刊头字体看起来颇似一九七四年的 Helvetica Compressed 是原因之一。

上述这些现代电影上映之时，正值平面设计在艺术学校中兴盛开来之际。坐在电影院里，你不仅仅能知道杂志刊头看起来不对劲，而且还能说出原因来——它们太有装饰感，太现代，太过分雕琢。而且我们最近也开始不仅仅讨论什么样的字体可行，还会讨论自己的喜好。「在以前」，马修·卡特说，「即便对于衣装、汽车的品位都很精细的人们也没办法说出他们对于字型的偏好。但是现如今你可以说『我喜欢 Bookman 胜过 Palatino』，而人们也对此的确有所感觉。」

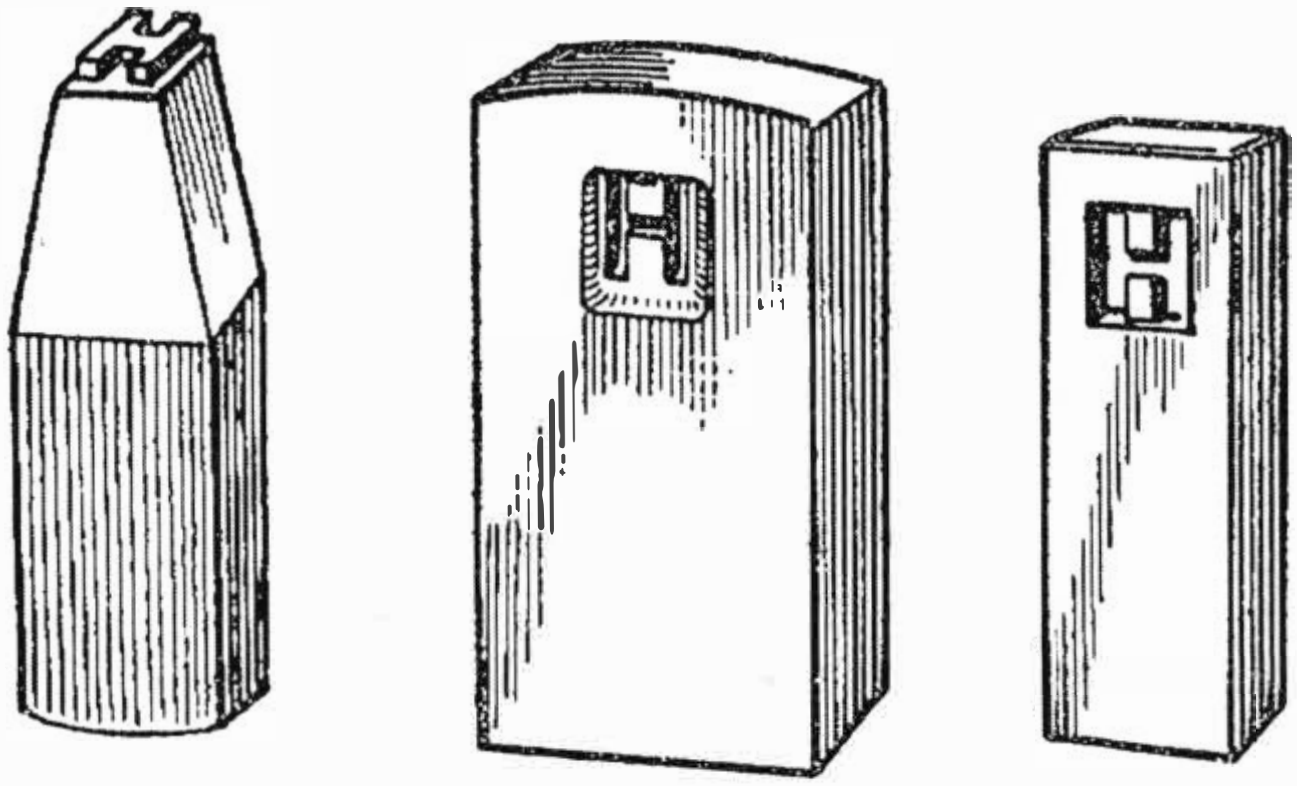
卡特自己的品味是，字体要合乎其用，并且能满足他的雇主的期待。他不仅仅是享誉极高的字体设计师，也是为数不多能以此为业并且过上颇为体面生活的人之一。有件事情让他很自豪：《纽约客》的一篇人物志称他为世界上读者最多的人。「写得有些夸张」，他解释说，「但的确能引起人们的兴趣」。卡特也是其作品最无可争辩的代言人之一——他看起来有点像他做的字体：一个扎着马尾辫的古典主义者。

作为字体设计师，卡特比较知名的作品包括 Verdana，经由微软和谷歌采用之后流传极广；Georgia，最易阅读、适用广泛的屏幕字体；*Snell Roundhand*，脱胎于十八世纪的一种书法风格，是非常喜庆的字体，适用于印制带有嘲讽意味的聚会邀请；Bell Centennial，为贝尔公司（现 AT&T）的第一百版电话簿而设计；ITC Galliard，十六世纪字体的复刻版，高挑轻盈；还有 Tahoma，宜家使用其阿拉伯文和泰文部分配合公司的标准字体 Verdana。书法家贡勒伊居尔·布里埃姆（Gunnlaugur SE Briem）[①] 形容 Bell Centennial 坚实而轻盈，像「一头会跳《天鹅湖》的厚皮犀牛」，而此一描述其实适用于卡特几乎所有的作品。

卡特还有另外至少二十种字体，客户包括《纽约时报》《国际先驱论坛报》《泰晤士报》《新闻周刊》《华盛顿邮报》以及《卫报》。除此之外，他的作品几乎出现在世界上的每一台电脑之中，以及西方世界大概一半的广告里。

「曾经有段时间我非常害怕参加晚餐聚会的时候别人问起我是做什么的」，卡特说，「或者在飞机上和陌生人坐在一起聊天的时候。我总试着假称自己是个脑外科医生来避开整个话题。二十年以前，人们对于字体设计师是做什

① 贡勒伊居尔·布里埃姆（Gunnlaugur SE Briem），冰岛字体设计师。



字体行业旧式工具：阳模、字坯模、凹模（单个字母）

么的完全没有概念。即便有人居然奇迹般地听说过这个职业，他们也会说出『啊？我还以为他们都死光了』之类的话」。

今天的卡特则相信，超过六岁却不知道字体为何物的人应该已经很难找到。「不过大家仍旧不太明白其中有活生生的人类参与，因为对于他们来说，字体是神秘出现在计算机里的软件以太之一部分，是某种幽的灵现形。当他们知道这件事情居然有活人来做的时候，非常吃惊。

「自从给微软做过几款字体之后，我遇到过一些好笑的对话。微软允许大家免费使用这些字体，也就意味着它们存在于地球上任何方。于是就有人跟我说，『你知道这个叫做 Verdana 的玩意么？我们公司通知大家说，所有人都得用它……』一些公司强制所有人必须使用这种字体，这样一来就不会有人觉得自己能借由使用自己最喜欢的字体来博得上司的好感。」

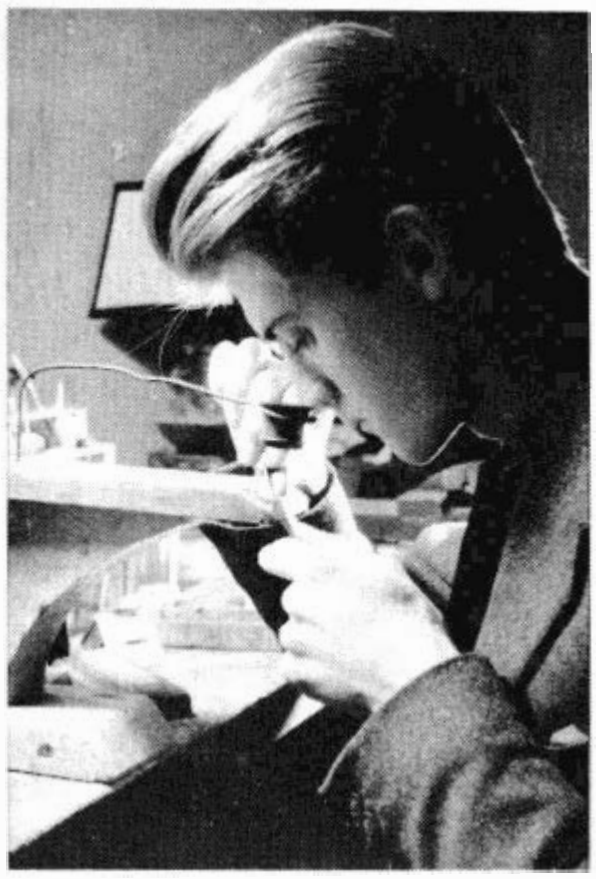
偶尔也会有人问卡特，「我该用哪种字体才能显得友善呢？哪种字体能

让我更受欢迎么？」他告诉这些人，他自己也不知道，他的工作比较接近字体更为底层而基本的那一部分，这种事情无论如何都是主观的。而且说厚重的黑粗字体严肃、阴郁、凝重，手写体一般轻盈精美，装饰性字体乐观、欢乐，太过简化。许多年的经验让他明白，这样的说法的确有其道理，但他同样也懂得，说出哪种字体合适，比解释它合适的理由要容易得多。良好的字体是经验的直觉产物。

卡特的字体人生经历非同一般，耐人寻味。他在字体排印的三个不同的重要领域中工作过。父亲哈里是一位字体设计师和历史学家，他帮助儿子在荷兰一家十八世纪初期就已是首屈一指的印钞厂和字体铸造商的恩斯赫德（Enschedé）公司找到一份无薪学徒的职位。卡特在这里学到雕刻阳模的工艺，而正是从钢铁中雕刻出字符的过程，教会了他如何欣赏字母的美。

后来他回到伦敦，却发现那里对于这种起源自一四五〇年代的技术并无太多需求。于是他转为从事另一门非常古老的技艺——绘制徽记。六十年代初期，卡特动身前往纽约，他的现代字体排印之旅也就此展开（从技术上来说，字体排印 [typography] 关注的是字体在页面或者屏幕上的展现，而字体设计 [type design] 主要关注的则是字母的形状）。一段时间之后，他从顶级排字设备厂商，纽约布鲁克林的默根塔勒·莱诺铸字设备公司（Mergenthaler Linotype）那里获得一份工作，开始改进其字体库存。

接下来的职业生涯将卡特自然而然地带入照相排版和计算机设计领域。一九八一年他与人合伙创立比特流（Bitstream）公司，世界上第一个足具实力的数字字体厂商。十年后，他离开比特流再次创业，与其商业伙伴谢



哈里·卡特（左），以及正在雕刻字体阳模的马修·卡特

里·科恩（Cherie Cone）成立卡特与科恩公司（Carter & Cone）。正是从这里开始，卡特被一家又一家报纸，一款有一款字体地委以重任，最终确立出我们在纸上和屏幕上展现的全新阅读面貌。

商业公司和社会机构雇佣卡特，是因为像他这样精通字体历史的设计师并不多。对于一个专精字体复刻技艺的人来说，这是不可或缺的先决条件——也是在他之后的一代人经常匮乏的特质。计算机虽然免除掉人们雕刻字体的手工劳动，但它也消灭了这门技艺，甚至还消灭掉它所传承的整个世界观。卡特说他曾经在一个市集上看到一张海报，号称是一八四〇年代的贩奴广告，而他一眼就认出是赝品——上面的字体一九六〇年代才出现的。这再一次证明字体能比纸上的文字告诉你更多的事情。

二〇一〇年九月，马修·卡特荣获俗称「天才大奖」的麦克阿瑟奖学金[1]。但他的字体知识是从什么地方开始的呢？从喜欢字母形状的母亲那里。在他还没去念书、学会读写以前，他母亲喜欢用地板革剪切出字母形状来。他母亲受过专业的建筑师训练，画画很漂亮。很多年之后，马修·卡特在一个盒子里找到这些字母的一部分残余。「字体是 Gill Sans」，卡特说，「上面有咬过的痕迹」。

①「天才大奖」麦克阿瑟奖学金（MacArthur'Genius' Fellowship），美国奖励创造性人才的基金奖项，每年获奖人数二十至四十人，奖金五十万美元。

字体小品

Futura v Verdana

At the end of August 2009, an unusual thing happened in the world: IKEA changed its typeface. This wasn't so strange in itself – big companies like to stay looking fresh, and this is often the easiest way to do it – but the odd thing was that people noticed.

二〇〇九年八月底，世界上发生了一件非同寻常的事：宜家更换了字体。这事儿本身并没什么可奇怪——大公司乐于保持新鲜的样子，而这通常是最简单的方式——但这件事奇怪在，人们居然注意到了。

大多数顾客都不喜欢这次改变。对此，网站上有人爆粗口。报纸上的文章讥讽个不停，BBC 电台上倒是有些坦诚的交流。它并非是像古登堡印刷机那样的一次大型革命，但它也确实标识着一个转折点，许多人头一次在意到某种他们从未在意过的东西。

上宜家转转，总觉得有些不自在——或者说，比往常要不自在。这个地方依旧售卖着冠有瑞典名字的便宜货，餐厅里依旧提供着肉丸，宜家的标

识依旧以其特有的黄蓝两色高挂在大楼墙面上。但是，标识和商品目录上出现了一些陌生的面孔。宜家已经抛弃了它那优雅的 Futura，转而改用现代的 Verdana，这次转换不仅让字体控们惊慌失措，普通人们也惊愕不已。一瞬间，一场字体大战爆发了。

通常来说，字体大战往往只是行家间的小口角，大伙儿也都喜闻乐见；它们能产生强大宣传效果和有见识性的辩论。但这场战争已经超出其通常的小范围。就在不久前，在宜家排队时的谈话还主要是关于花茶灯：一开始看起来物超所值，但往往点不了多长时间。可是到了二〇〇九年八月，人们开始谈论起他们对一种字体的热爱，以及对另一种字体的不信任。

几个月前，在宜家艾尔姆胡尔特总部的一次公司会议中，这家瑞典家具企业做了决定，改用 Verdana 会有利于公司的发展。让他们做出决定的主要动因是，这样他们就能在其印刷品上与其网站上使用同一款字体了：而在当时，Verdana 是极少数的几款「网页安全字体」之一（不过，颇具讽刺意味的是，还没过一年，Futura 也可作为网络字体而使用了），并且 Verdana 特别为网页上的小尺寸进行了专门设计（引发众怒的原因之一就是因为它在大尺寸下看起来很难看——而且它本就没打算被用在大字号与高分辨率下）。

在最初的几个月里，这一决定并未让人惊讶，但随着新的商品目录开始送达设计师的门前地毯（砰！全新 Ektorp Tullsta 扶手椅盖只需 49 英镑！！），它看起来不再像工业制品那般牢靠，而多了几分手工品的精细和丰厚圆润。它看起来不像来自一家承诺以原创设计为本的斯堪的纳维亚企业，反而更像是一个你绝不会再次考虑的公司发来的销售手册（一家司空见惯的公司）。

结果是，网上讨论小组的成员发现在他们的论坛里有了一个新的热点话

题。有些人只是哀怨:「如此的毫无意外、呆滞无趣、企业化，请把 Futura 带回来吧! 」有些人聪明又有趣:「之前的 Futura 的 O 是真正模仿瑞典的肉丸。现在留给我们的是……对宜家能保持字体和肉品之间联系性的那段光辉岁月的向往。」

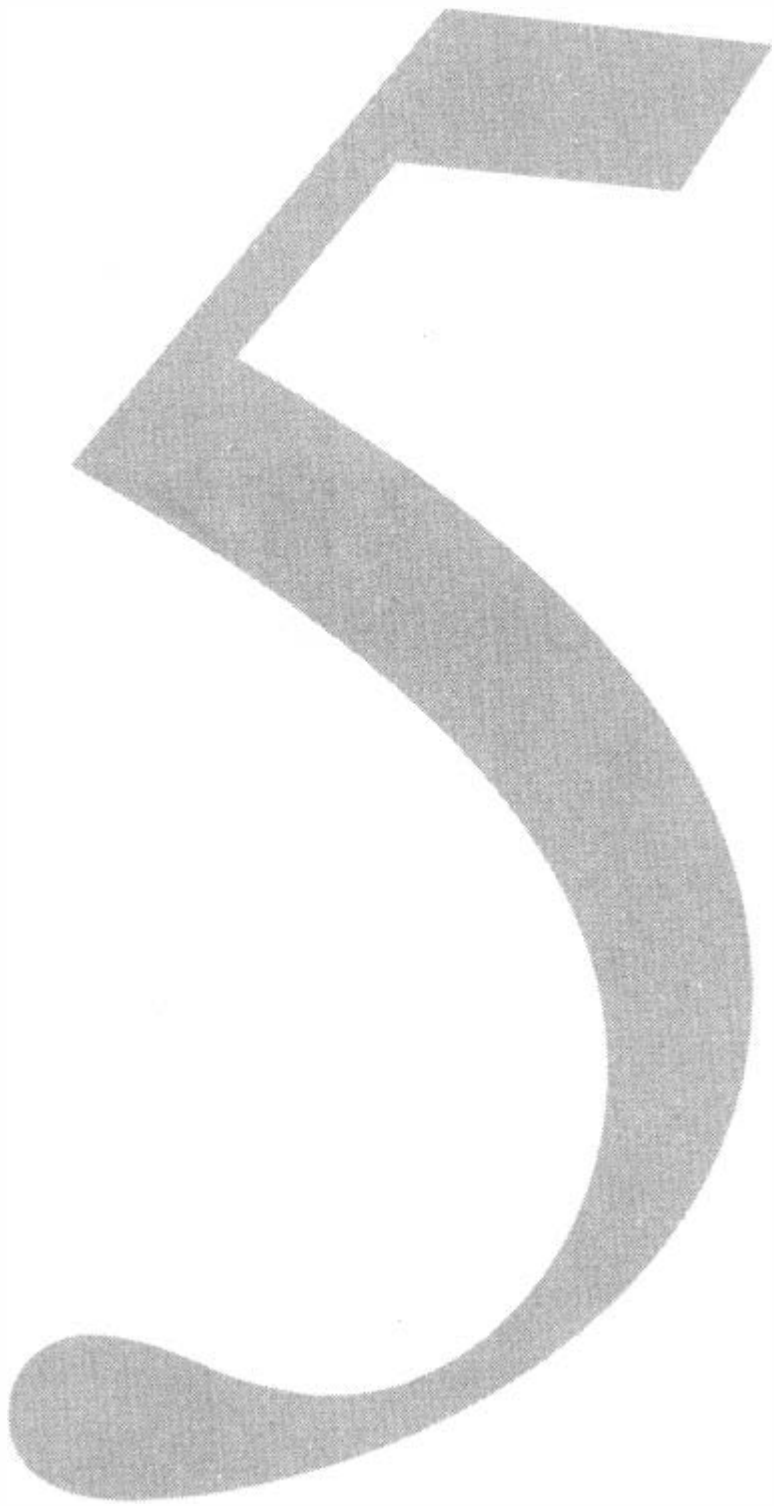
争论展现了一场字体战争的经典场景：新字体、旧字体；一个纯洁意图对抗一个邪恶帝国；一个老公司看起来要为经济利益而抛弃其根源；一个超级漂亮的字体对抗一个超级功能化的字体。但这次，有媒体在倾听。《纽约时报》戏称这「也许是来自瑞典的最大一次争议」。维基百科也毫秒必争地开设了一

Futura［上］让位给 Verdana

个新条目叫「Verdana门」。它成为平面设计推特「字体论战」上的热门话题。一些人在其中显示对字体的狂热如同部落族民，就像体育迷的热情一样。

这两个问题字体对此有很多工作要做。Futura（其中稍后）拥有一个Verdana 所没有的传奇，与一九二〇年代的政治艺术运动有关。而另一方面，尽管 Verdana 是由马修·卡特设计的一款极为出色的字体，它所联系的是现代，和一个通常被唾骂的对象：微软。几乎所有 PC 和 Mac 上都有 Verdana，它是世界上使用最广泛的字体之一。除了一些少数的优秀字体，它已经要为公众字词的同质化直接负责：一个电影院的标识看起来越来越像一家银行或医院的标识；曾经看起来像原创的杂志，现在会更频繁地与那些为在线阅读的设计类似。这就是在宜家上发生的事情：需要定义新面貌的，不是那家自豪炫耀其六十六年历史的公司，而是数字化时代需求的规模经济。

这无可厚非，毕竟是做生意。一款新字体是不可能对销售带来不利影响的；无论比利书柜的标签是 Futura、Verdana 还是 banana，只要价格合适，我们还会在意什么呢？和书柜一样，几乎家家户户都有 Verdana，并且已经成为你几乎不会去注意的东西。但对于异见者来说，这就是重点：Verdana 本来就随处可见，现在又出现在一个新的地方。它正在成为根本不会引起我们注意的一款「非字体」。而这也正是它为什么如此有效，为什么会被选中的原因。



The HANDS *of* UNLETTERED MEN

文盲之手

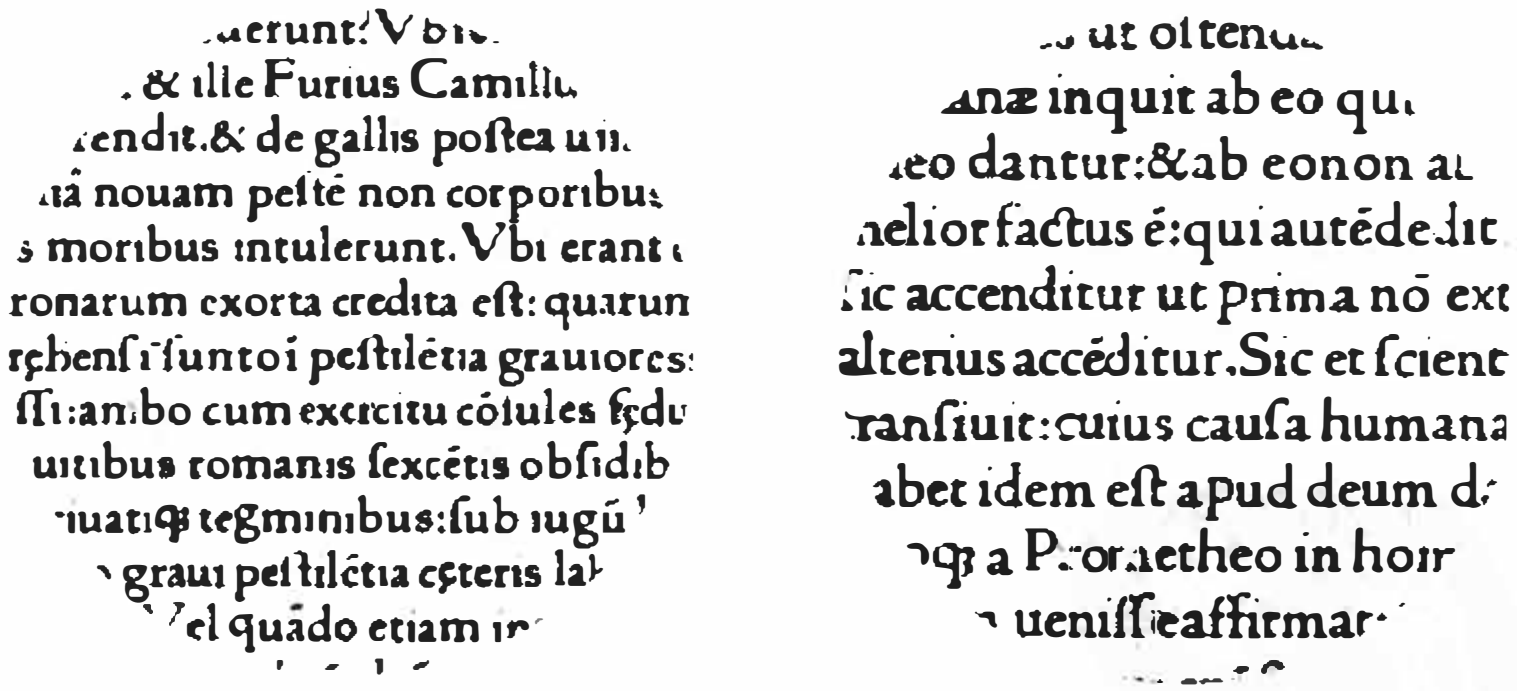
文盲之手
The Hands of Unlettered Men

一九六九年，马修·卡特的父亲哈里出版了一本书，名为《约至一六〇〇年的早期字体排印论》（*A View of Early Typography Up to About 1600*）。这本书并不好读，但它使用了 Mototype Bembo 字体精心印制，并探寻了我们过往文字中的关键元素。哈里·卡特是一个了解字体的人：早前他当过律师，之后转投设计行业，学习过印刷、刻字和凸模雕刻（他在巴勒斯坦服兵役的时候曾制作过希伯来文的字模），战后成为英国皇家文书局的首席设计师。

作为一个历史学者，卡特对十五世纪间兴起的思想浪潮很感兴趣。一方面，字体铸造商与印刷商的技能迅速成长，另一方面，出版商与大众读者的出版需求日益强烈。该书还在尾页附上了一张一四七六年的欧洲印厂地图，

图上密密麻麻全是标点：在古登堡之后仅二十年，书籍小册子的印刷点已遍布牛津、安特卫普、斯特拉斯堡、吕贝克、罗斯托克、纽伦堡、日内瓦、里昂、图卢兹、米兰、罗马、那不勒斯和其他四十多个城镇。即便作为不公开的秘制方法，印刷术还是传播得飞快：对于每个法院与大学来说，它们需要的不仅是最新的出版物，还有出版物的制作方法。有了凹模、铸模和活字，一瞬间新商品即可上市，而交易的中心以及印刷术的心脏便是威尼斯。

在威尼斯，五十多家印刷商争夺着过路商家的注意，而清晰度则是一个强有力的卖点。来自德国的达·斯皮拉兄弟[1]于一四六〇年代在那里制成了他们的威尼斯体，流畅有序的字体完全打破了古登堡、舍费尔、富斯特们的繁重的哥特体风格：对于现在的我们来说，它更容易阅读，目光能流畅地掠过句子而不会羁绊于其中，威尼斯体是第一款真正意义上的现代印刷字体。



轻松阅读：达·斯皮拉兄弟［左］和尼古拉·让松［右］排的威尼斯体

① 达·斯皮拉兄弟，意大利文作「焦万尼·达·斯皮拉」(Giovanni da Spira) 德文作「约翰和文德林·施派尔」(Johann and Wendelin of Speyer)。

到了一四七〇年代，威尼斯的抄写员害怕丢掉饭碗，开始抱怨这个城市「书满为患」。后来的事态变得更糟：到了该世纪末，一百五十多台印刷机印制出了超过四千版书籍，这个数量大约是威尼斯最具竞争力的对手——巴黎的两倍。

并非所有的新印刷商都赚到了钱，他们的产品质量也参差不齐。但十五世纪是一个淘金时代，加入这场商战也没有任何限制。伊拉斯谟[1]曾经考察过，那时当一个印刷师比当面包师还容易。

唯一且最大的成本是制造金属活字，而活字已俨然成为一种真正意义上的国际商品。尼古拉·让松[2]在威尼斯改进了字体风格。这个法国人曾在一四五八年去过美因茨，他可能是在那里学到了古登堡的技术，并删去了其哥特体字形中繁琐的部分。让松的威尼斯体粗壮稳健，带有粗大的厚衬线，但它仅是迈向现代化的一个踏脚石。

在让松去世十五年之后，阿尔杜斯·马努提乌斯①根据意大利「老字体」将其作品加细修圆。这位著名的人文主义出版商不仅发明了分号，还凭借便于携带的袖珍本希腊哲学和拉丁文文学著作的出版创立了现代书籍贸易，而正是拉丁文古籍启蒙了意大利高度的文艺复兴。

这些书籍的很多自字体其实都是由金匠弗兰切斯科·格里福[3]制作的。正是他创作出了经典 Bembo 字体的前身。这个以威尼斯枢机主教[4]命名的字体最初用于他的埃特纳火山游记②；后来在一五〇〇年左右，格里福又制

---

① 阿尔杜斯·马努提乌斯(Aldus Manutius, 1450-1515年)这个通用名是其原名「阿尔多·马努齐奥」(Aldo Manuzio) 的拉丁化。意大利学者和印刷商，在威尼斯创立阿尔丁出版社，出版希腊文和拉丁文的古典著作。

② 埃特纳火山游记该书原名 *Petri Bembi de Aetna Angelum Chalabrilem liber*，出版于一四九六年二月，内文六十页。

作了「意大利斜体」(italic)——不仅可以用来强调字句，还可以更紧凑的形式编排整部书籍。①

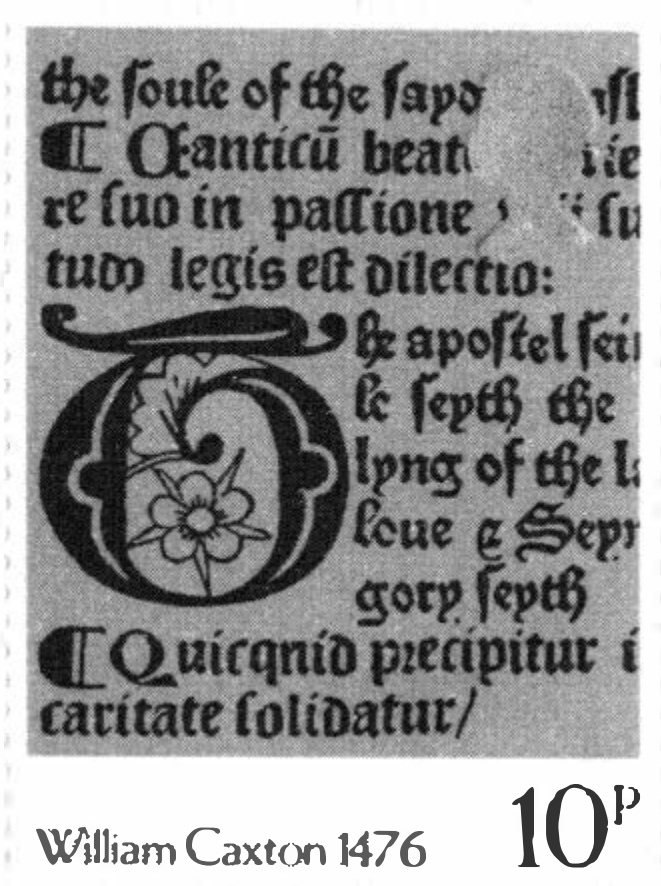
不是所有人都认可这些新字体，也不是所有人按照原样使用它们。现在从里亚尔托漫步到圣马可②，可以看到先前无法得到的一个知识世界，还有不太昂贵的希腊文、拉丁文书籍，加上本地话和罗马语的文章，讲述着从益智到情色的各种概念。最畅销的书籍不再只是宗教书籍，正相反——是维吉尔[5]和奥维德[6]的情色作品。即使是那些原来支持用印刷来普及智慧的人们也开始抱怨：和马努提乌斯共事的耶罗尼莫·斯夸尔恰菲科[7]担心「书籍泛滥会使人惰于勤学」，他梦想的桃花源里，大作家们哀叹「印刷品已经落入文盲之手，几乎把一切都糟蹋了」。这其中备受关注的是摘要阅读和浅显历史——这些知识落入了那些原本认为并不配拥有的那些人的手中。

「一切知识的 fount」这个说法大致出现在这个时代，它有两种可能的解释。一种说法是，使用一个「fount」即字体（font）就可以揭示现在已知的一切。而另一种解释，fount 意即喷泉（fountain），正如一五〇八年威尼斯的数学家卢卡·帕乔利[8]在讲义中的用法，引述了欧几里德《几何原本》第五卷，他启发读者说在艺术和科学的世界里只要留意「这个永不枯竭的喷泉，协调比例的知识」就肯定能成功。

---

①｜作者注｜马努提乌斯和格里福后来就谁创作了首个意大利斜体这一问题陷入了一场争论。广泛相信意大利斜体是受到了尼科洛·尼科利 (Niccolo Niccoli) 手写作品的启发，因为这位同时代的威尼斯人为了加快书写速度或表达更大的活力使用了倾斜风格的文字。尽管如此，佛罗伦萨的刻字师们随后也声称应该是他们的功绩。

② 里亚尔托 (Rialto)、圣马可 (San Marco) 均为威尼斯地名。里亚尔托位于圣保罗区，是威尼斯最古老的部分之一；而圣马可是威尼斯市心脏，政府所在地。



纪念英格兰印刷 500 周年的邮票

在伦敦，商人威廉·卡克斯顿[9]在布鲁日①工作多年之后回到英国，于一四六七年在威斯敏斯特建立了一家印刷厂（据说第一本英文书籍是他于一四七三年出版的勒菲弗原著的《特洛伊故事集》②）。卡克斯顿是一个务实的人，就像互联网行业先驱那样热衷于开拓沟通和商务领域的新发展。他精通翻译（特洛伊故事就是其自行翻译的），不过他也注意到自己在语言学和字体排印学上的不足，因此他经常（也许只是有口无心的）让读者「纠正并修改其错误之处」。

---

① 布鲁日（荷兰语：Brugge），位于比利时西北部，是西弗兰德省的首府和最大的城市。

②《特洛伊故事集》，原是法国骑士文学家拉乌尔·勒菲弗（Raoul Lefèvre）所著《特洛伊故事集》（法语原文名 *Recueil des Histoires de Troye*），卡克斯顿出版的是英文翻译版《特洛伊故事集》（英译名 *Recuyell of the Historyes of Troye*）。

在其《英法词汇》(*Vocabulary in French and English*，约1480年)中，卡克斯顿(或者其排版人)不仅p/q不分[1]，而且更经常地混淆b/d和u/n等这些在小字号里相似的字母。这本《英法词汇》中如此之多的错误会让你觉得简直是在被出版商故意愚弄。在介绍其一九六四年影印版的介绍时，剑桥的初级图书馆馆员JCT奥茨(Oates)发现了一百七十七处法文错误，其中一百〇二处是混淆了u/n；还有三十八处是英文错误，包括十七处u/n不分，如aud，dnchesse和bnt。但卡克斯顿对英语标准化的影响还是相当大的，比如是他在英语中引入不发音字母(如Ghent和nought[2])，尽管这对他一些讲弗拉芒语的刻字人造成了一定的障碍。

卡克斯顿的铅字最初是从弗兰德引入的[3]，但后来大约在一四九〇年他似乎改用来自鲁昂和巴黎的新字体。因为这些字体中的字母r极具装饰性，与旧哥特体的字母迥异，应该是与法国铸字厂有某些联系的。这同时也是一个很清晰的信号：与香料、蕾丝花边、葡萄酒和纸张一道，流行字体的字模当时已成为一种可以打包装仓的规范贸易品。

卡克斯顿的商业眼光一直很敏锐。他在威斯敏斯特开设了一家临时店铺，以便能吸引到上议员们的过路买卖，店中销售进口的书籍和手稿，以及他自己的出版物。他印了约一百部作品，其中最成功的是《坎特伯雷故事

● 在英语中「mind one's P's and Q's」(注意分清p和q)是一个惯用语表示「出言谨慎」，在此为一语双关。

② 现代英语里Ghent(人名「根特」)中的h和nought(「零」)中的gh都不发音，但必须拼写出来。

③ 弗兰德(英文作Flanders，荷兰语作Vlaanderen，又译「法兰德」「弗朗德伦」)，是传统上比利时北半部的一个地区，人口主要是弗拉芒人，说弗拉芒语，系荷兰语的一种方言。这种语言并无不发音的字母。

集》。很适合给这个故事集做概要的一件轶事是，乔叟作品的许多版本在商人和贵族之间广受欢迎，以至于当卡克斯顿要用活字排版的时候才发现，乔叟的原稿已经很难找到了。他分别在一四七八年和一四八三年印制出两部对开版，上面的字体也许会被错认为是稍带焦躁的手写体，但实际上它们都是活字，体现了一种开始萌芽的大众品味：他们需要一个能尽快替代哥特体形式的新风格。

卡克斯顿并不是一位伟大的字体排印师，这也是他重用其伦敦出版社的年轻继任者温金·德·沃德[10]的主要原因。德·沃德的印刷厂大约成立于一五〇〇年，是舰队街上首家著名印刷商，他为了满足不断增长的印刷品数量而大批采用欧洲活字，针对更廉价出版物日益增长的需求，面向学校销售拉丁语法教材，同时还为其在圣保罗的书摊印刷小说、诗歌、乐谱和带插画的儿童读物。到十六世纪初，德·沃德的新方法被整个欧洲模仿，在古登堡之后短短五十多年间，活字印刷的革命取悦了普通读者，但也引发了教会的不快。

尾 注

[1] 德西德里乌斯·伊拉斯谟（Desiderius Erasmus，又译埃拉斯默斯），是中世纪尼德兰（今荷兰和比利时）著名的人文主义思想家和神学家。

[2] 尼古拉·让松（Nicolas Jenson, 1420—1480 年），法国印刷家、字体设计师。

[3] 弗兰切斯科·格里福（Francesco Griffo 1450—1518 年），意大利威尼斯的凸模雕刻师。

[4] 这个枢机主教名为皮耶特罗·本博（Pietro Bembo），同时也是学者，诗人，文学理论家。

[5] 维吉尔（Virgil，拉丁文名 Publius Vergilius Maro），古罗马诗人。

[6] 奥维德（Ovid，拉丁文名 Publius Obidius Naso），古罗马诗人。

[7] 耶罗尼莫·斯夸尔恰菲科（Hieronimo Squarciafico），十五世纪意大利编辑。

[8] 卢卡 帕乔利（Luca Pacioli，又译「卢卡 帕西奥利」）十五世纪意大利数学家，人称「会计学之父」。

[9] 威廉·卡克斯顿（William Caxton），英国商人、外交家、作家和印刷商。

[10] 温金·德·沃德（Wynkyn de Worde，?—1534 年），英国印刷商和出版商。

字体小品

Doves

好字体永远不会逝去，但有一个例外值得我们注意——被溺死的字体，Doves。

尼古拉·让松的威尼斯字体拥有众多庄严高贵的复刻版，其中最出色、也最难以捉摸的，是为达夫斯出版社①在一九〇〇年左右制作的版本。达夫斯出版社由书籍装帧师托马斯·科布登－桑德森[1]创立于伦敦西部的哈默史密斯。它得名于附近的一家酒吧，但理想远大。科布登－桑德森说，倘若他不设计出「美丽的书籍」，他誓不罢休。

尽管我们现在少能见到使用 Doves 的印制品，威廉·莫里斯的名言「不要在家里摆放任何你不知道有没有用、好不好看的东西」也绝对适用于 Doves 。其最负盛名的无疑是于一九〇二年印制的 Doves 圣经，使用传统字体排印的黑字红边的风格，并拥有略为虚弱的衬线体形式，就好似有人在半夜闯入出版社，一头撞上了排字工的印刷版。

① 达夫斯出版社（Doves Press）意译为「鸽子出版社」。

IN THE BEGINNING

GOD CREATED THE HEAVEN AND THE EARTH. ¶ AND THE EARTH WAS WITHOUT FORM, AND VOID; AND DARKNESS WAS UPON THE FACE OF THE DEEP, & THE SPIRIT OF GOD MOVED UPON THE FACE OF THE WATERS.

¶ And God said, Let there be light: & there was light. And God saw the light, that it was good: & God divided the light from the darkness. And God called the light Day, and the darkness he called Night. And the evening and the morning were the first day. ¶ And God said, Let there be a firmament in the midst of the waters, & let it divide the waters from the waters. And God made the firmament, and divided the waters which were under the firmament from the waters which were above the firmament: & it was so. And God called the firmament Heaven. And the evening & the morning were the second day. ¶ And God said, Let the waters under the heaven be gathered together unto one place, and let the dry land appear: and it was so. And God called the dry land Earth; and the gathering together of the waters called he Seas: and God saw that it was good. And God said, Let the earth bring forth grass, the herb yielding seed, and the fruit tree yielding fruit after his kind, whose seed is in itself, upon the earth: & it was so. And the earth brought forth grass, & herb yielding seed after his kind, & the tree yielding fruit, whose seed was in itself, after his kind: and God saw that it was good. And the evening & the morning were the third day. ¶ And God said, Let there be lights in the firmament of the heaven to divide the day from the night; and let them be for signs, and for seasons, and for days, & years: and let them be for lights in the firmament of the heaven to give light upon the earth: & it was so. And God made two great lights; the greater light to rule the day, and the lesser light to rule the night: he made the stars also. And God set them in the firmament of the heaven to give light upon the earth, and to rule over the day and over the night, & to divide the light from the darkness: and God saw that it was good. And the evening and the morning were the fourth day. ¶ And God said, Let the waters bring forth abundantly the moving creature that hath life, and fowl that may fly above the earth in the open firmament of heaven. And God created great whales, & every living creature that moveth, which the waters brought forth abundantly, after their kind, & every winged fowl after his kind: & God saw that it was good. And God blessed them, saying, Be fruitful, & multiply, and fill the waters in the seas, and let fowl multiply in the earth. And the evening & the morning were the fifth day. ¶ And God said, Let the earth bring forth the living creature after his kind, cattle, and creeping thing, and beast of the earth after his kind: and it was so. And God made the beast of the earth after his kind, and cattle after their kind, and every thing that creepeth upon the

这款字体由爱德华·普林斯[2]在伦敦刻制。他此前在凯尔姆斯科特出版社①为威廉·莫里斯制作字体（著名的是一八九一年的黄金字体，厚重而华丽，以对抗当年更清新、现代的线条）。《圣经》的第一页的正文（「起初……」）是由爱德华·约翰斯顿——这位后来设计出伦敦地铁字体的书法家手绘的。

Doves 的间距宽裕，易于识别，字母 y 那没有卷曲的降部、c 和 t 连接而成的合字、字母 g 的底部的字碗有一定的角度，这一切都让它富有动感，好似一架正在起飞的直升机。爱德华·戈里[3]和蒂姆·伯顿[4]的手写文字看起来很像是由此受到启发创制而成的。

除了造型优美，Doves 还有另一个原因让世人哗然。一九〇八年，科布登－桑德森与他的合作伙伴埃默里·沃克[5]分道扬镳，达夫斯出版社解散。两人起草了一份法律协议，科布登－桑德森拥有该字体（包括所有的凹凸字模）的所有权，直至他去世之后转继给沃克。但后来，科布登－桑德森改变了心意。他担心这份字体会被用于粗制滥造和不良题材的作品上，于是他将整套铅字带到了哈默史密斯桥，扔进了泰晤士河。

这是一时冲动之举吗？恰恰相反。科布登－桑德森为此考虑了好几个星期，计划详细、目的明确。在他最后的遗嘱中，详细描述了他要如何把 Dove 字体「遗赠」给河流，以便铅字可以被「冲到大海里，永远永远」。他的动机并非完全出于审美情趣——尽管这也同样残忍。Doves 是他的作品，而他憎恨他的合作伙伴。

科布登－桑德森先是扔掉了凹模——字体的铸型。但这只是比较容易

① 凯尔姆斯科特出版社 (Kelmscott Press)，见 281 页脚注 1。

科布登－桑德森与他未来的妻子安妮和她的姐姐简，以及简·莫里斯［威廉·莫里斯之妻］）的照片，摄于一八八一年锡耶纳之行。

完成的部分：铅字本身的处理要花三年多的时间。战争令他精神沮丧、身体不适，但他的破坏力几乎从未减退。「我到商场逛了一圈，」他在一九一六年八月底的日记中写道，「我意识到，那晚适合动手，所以我到室内，拿了第一页，然后又是两页，成功地毁掉三页。现在我要继续下去，直到我把它们全部毁掉。」

这些页面是活字块，一直保持着它们此前用于印刷最后一本 Doves 书籍的状态。几个星期以来，他尽可能多地拿出字块，用纸包起来并用绳子绑好，从他的出版社步行约半英里到最佳地点，到夜幕降临后，将它们扔到水中，常常要等交通量大的时候，以便掩盖飞溅的水声。

在之后的五个月里，他带着他的活字做了一百多趟到那座桥梁的单程旅行，对于一位七十六岁的虚弱老人来说，这是一项艰巨的任务，而且也不是一帆风顺的。「在星期五晚上我从桥上扔掉了两包字体，」他在一九一六年十一月写道，「但它们依次掉落在最南段防波堤突出的横岩脊上，依然看得见，我却够不着、弄不掉。」

科布登－桑德森曾担心被人发现——「警察、市民、报社！」但最后还是成功地避开了众人的耳目，这件事情一直到他去世后人们读到他的遗嘱和日记时才曝光。对于埃默里·沃克来说，他非常不高兴，并开始了针对科布登－桑德森的妻子安妮的法律程序。安妮是一个积极的妇女参政权论者（激进的自由改革者理查德·科布登[6]的女儿）。沃克说他曾试图重做整个字体，但他与爱德华·普林斯已经失去联系，又找不到其他人来做。此案达成庭外和解，安妮·科布登－桑德森同意支付七百英镑的赔偿。Doves 再也没有被恢复，至少没有完整的一套字母。即使到了现在，破碎的活字依旧紧紧地粘在河床上，同时阻碍着疏浚和数码时代，也许要等到运气和潮汐到来的时候才能让它们冲出自由，再一次组词造句。

尾 注

[1] 托马斯·科布登－桑德森（Thomas Cobden-Sanderson，1840—1922年），英国书籍装帧师、印刷商。原名「托马斯·桑德森」，结婚后冠妻姓「科布登」。
[2] 爱德华·普林斯（Edward Prince，？—1923 年），英国刻字师。
[3] 爱德华·戈里（Edward Gorey，1925—2000 年），美国绘本作家；
[4] 蒂姆·伯顿（Tim Burton，1958 年—），美国电影导演、艺术家，现居英国伦敦。
[5] 埃默里·沃克（Emery Walker，1851—1933 年），英国印刷商。
[6] 理查德·科布登（Cobden, Richard），英国政治家。他被称为「自由贸易之使徒」，是英国自由贸易政策的主要推动者。

符号「&」的最末纠缠

符号「&」的最末纠缠

The Ampersand's Final Twist

对一种字体来说，大部分值得我们了解的历史与美，常常能在它的「&」符号里面找到。设计优良的 & 号，不仅仅是一个字符，也是一只来自幽远深处的神秘生物。或者可以说，它的确是一个 character（字符）没错，但得取这个英文单词的另一层涵义——「角色」[1]，它往往是孜孜不倦的娱乐角色，比如会很多奇妙把戏的大叔。

虽然符号 & 很久以来都被作为一个独立的字符或者标记来使用，但它其实是由两个字母组合而来：字母 e 和字母 t，拉丁文「et」，代表「与」、「和」，基本等同于英文的 and。& 符号的英文名字 ampersand 则是由「et, per se and」而来的合成词，意思是代表「其自身（作为符号）的『与』」。

① 英文 character 可以指「字符」，用来泛称字母和符号，也可以指故事里面的角色。

这一符号是抄写员们赶工的产物，其最初使用通常可以追溯到公元六十三年的马库斯·蒂罗[1]发明的一种简记法那里。

最精美的 & 号出自威廉·卡斯隆之手，它历经三百年后仍旧极富生机，效仿者虽然众多，但尚无人可堪比肩。它几近邪门地难以描绘，如果被画得不好，看起来就像是一团涂鸦。但如若能认真仔细地绘制出来，它就是一件不可多得的徒手绘画艺术品，能有条件达到这一境界的寻常字符寥寥无几。它可以给一款字体带来贵族气质，也可能会让使用字体的作者花一番工夫来抵制滥用它的诱惑。

阿尔杜斯·马努提乌斯（Aldus Manutius）就对于 & 符号颇为钟情，而且在他一四九九年《寻爱绮梦》（*Hypnerotomachia Poliphili*）一书的某页用上了大概二十五个。此书中出现的 & 符号并不具备卡斯隆所作版本那样的美感，但马努提乌斯的刻字师格里福（Griffo）所设计的这一字符，与上世纪流行开来并在今天广为使用的那些字符极为相近。

克洛德·加拉蒙…

说起 & 符号在排印史上的首次华丽飞舞，就不得不提到一位革命家式的法国人克洛德·加拉蒙（Claude Garamond），

① 马库斯·蒂罗（Marcus Tiro），古罗马人，西塞罗的随身奴隶，后来成为自由人，曾整理西塞罗的书稿。

This & That

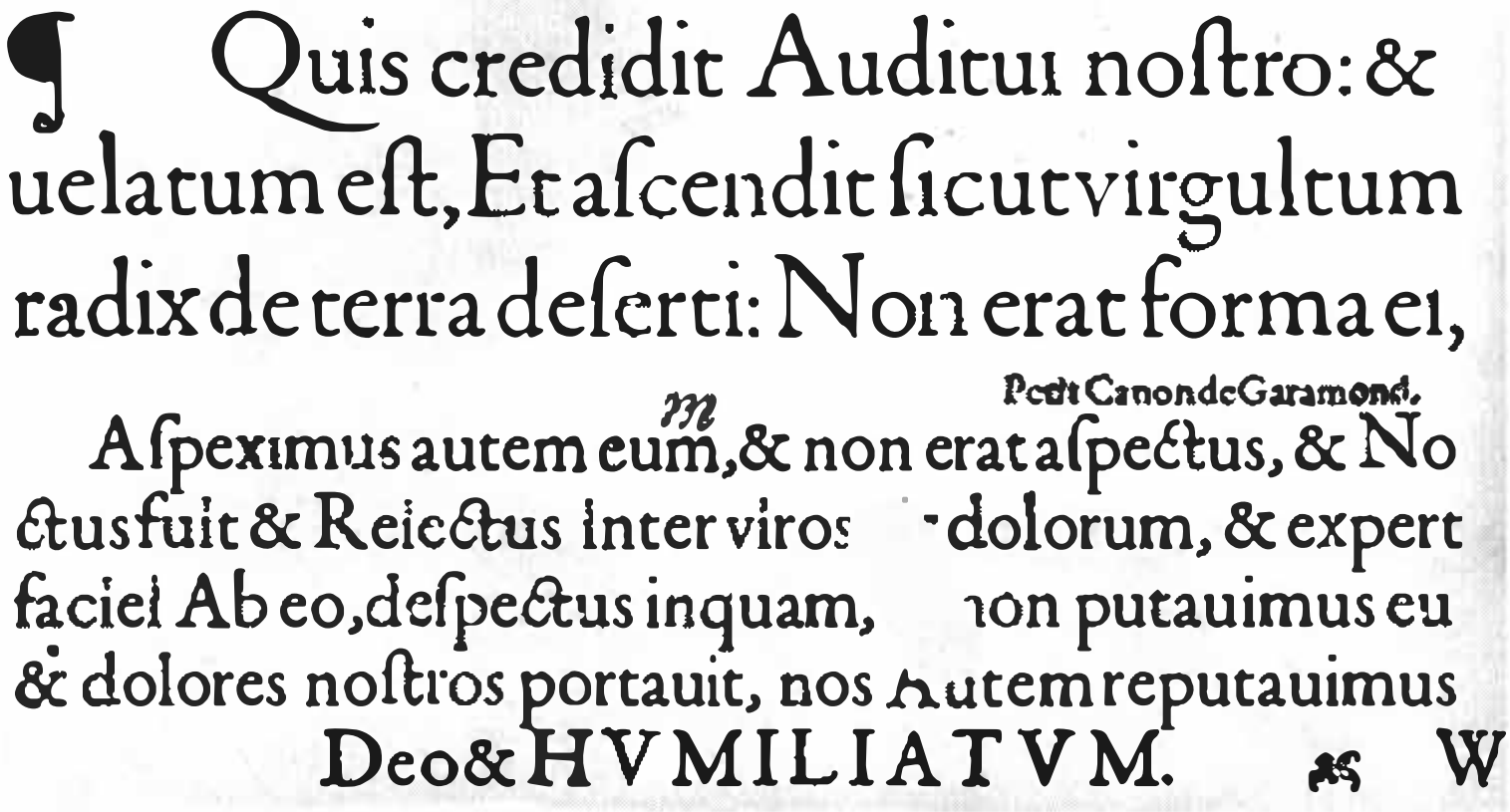
…以及他的斜体 & 符号

他让清晰的罗马式字体之美，在十六世纪的巴黎逐渐定型。不过，在处理 & 符号时，他纵容自己跳脱字体设计的范畴，向着艺术的方向前进一步。他所作的这一符号，对其自身之来源有清楚的交代：左边是 e，右边是 t，两者由一根由粗渐细的弯杆相连，而字母 t 横画的两端都有球形的浓墨结尾。

这一设计背离了浓厚的书法风格根底，而令其独具特色的是 e 部分那条向上的一提。它先以很普通的带状样式横穿字母，然后自由地上扬，像蜥蜴捕捉苍蝇时伸出来的舌头。这个字符在绘制的时候想必非常有趣，刻到金属字模上面的时候则极为痛苦。

在欧洲，Garamond 成为使用最广泛的字体，并一直持续将近二百年。以今日眼光来看仅有的花巧之处，是其中 & 号、字母 Q 以及由两个「V」构成的字母 W，其他的字母则看起来利落清爽，闪亮可人。它有极多的铸造厂复刻变种，但其中绝大多数都有精细、开放的字母外观，明确的衬线和笔画变化，尤其在字母 E 和 F 的中间横画上相当明显。整个字体很容易通过小写字母 e 那小巧的字碗辨识出来。虽然它也不乏其平淡粗陋之处，但是归功于加拉蒙对造字技巧的纯熟掌握，使这一字体即便在下拉菜单里也仍旧是最受欢迎的早期字体之一。

我们将加拉蒙设计的字体归类为「旧体（old-face）」，但实际上它们涌现于弗朗索瓦一世在位的一五四〇年代，是一个世纪前马努提乌斯等威尼斯


¶ Quis credidit Auditui noſtro: &
uelatum eſt, Et aſcendit ſicut virgultum
radix de terra deſerti: Non erat forma ei,
Petit Canon de Garamond.
Aſpeximus autem eum, & non erat aſpectus, & No
ctus fuit & Reiectus inter viros dolorum, & expert
faciei Ab eo, deſpectus inquam, non putauimus eu
& dolores noſtros portauit, nos autem reputauimus
Deo & HVMILIATVM. W

加拉蒙原始字体设计的样张

人之字体作品的进一步提升，标志着从粗黑哥特字体向我们今天所熟悉之罗马式样的最终转型。如同他的法国同行让松（Jenson）的作品一样，这些字体已经不再是戴着面具的手写体，而是独立自成体系的字形了。每个字母充满对比和变动，但也都有精确的边条和优雅的衬线，所以即便时至今日，如果你需要一种庄重但不失温情的感觉，Garamond 仍旧是不错的选择。实际上，Garamond 有可能是我们人生中遇到的第一款字体，因为它出现在苏斯博士[11]的少儿书籍和美国版的《哈利·波特》之中。

而英国等待了近两百年才出现一位可堪匹敌加拉蒙的字体设计师。威廉·卡斯隆于一七二〇年代制作的字体，或许没有那么大的持续影响，在现代的使用也不算广泛，但对于英国风格之奠定，它们曾起到不可忽视的作

用：明确的衬线，与小写体相形之下显得厚重的大写字母，以及重要的字母 M——它很宽阔，将整个字母表从中间牢牢固定在地表[1]。

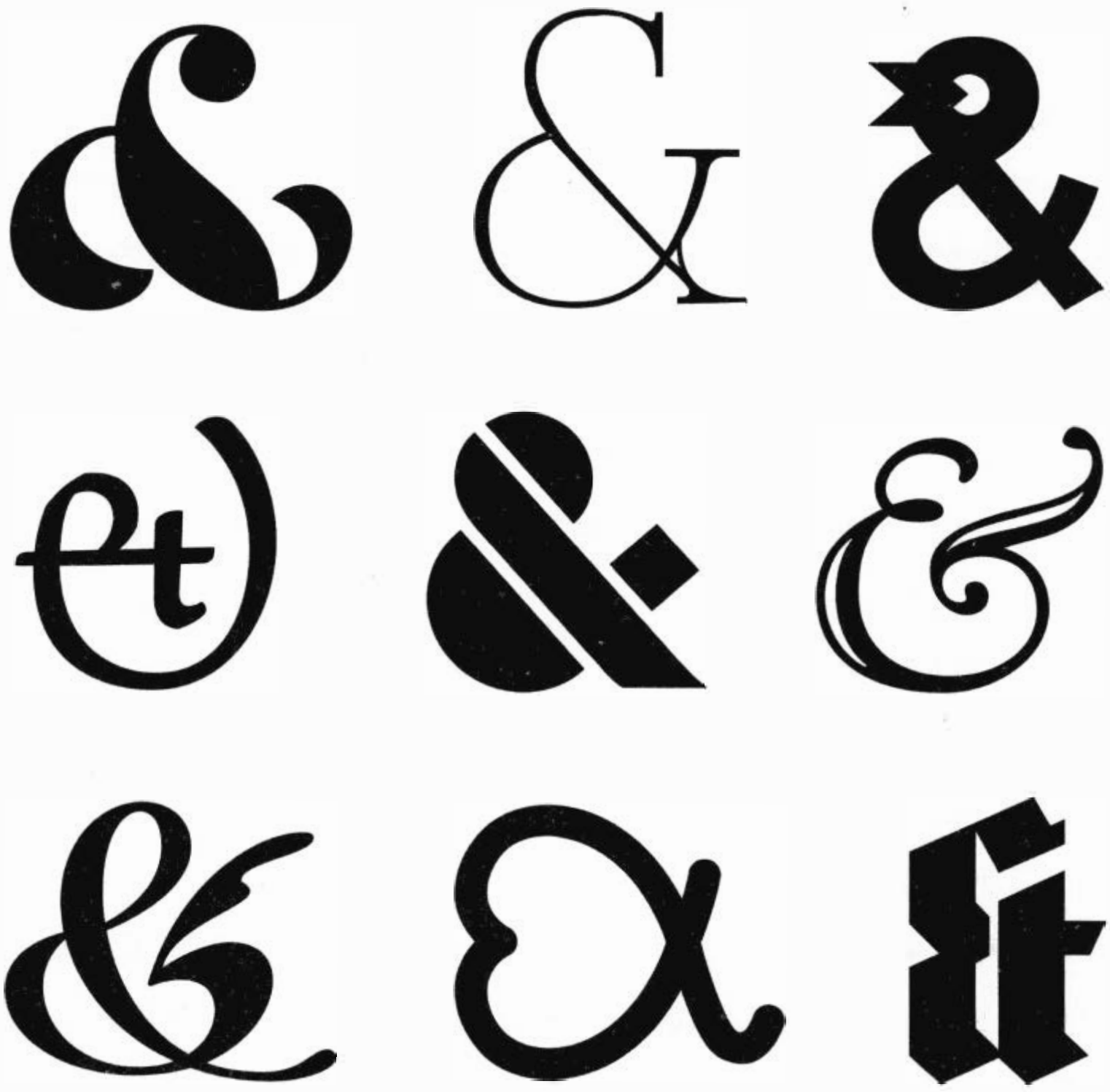
卡斯隆在设计他的字体时可能借鉴了安特卫普的印刷人普朗坦[2]以及他的法国铸造商罗贝尔·格郎容[3]的作品，其外形特征之一，就是很明显地没有德国味道。另外，取决于印刷的质量和墨水渗开的程度，整个字体也可能让印刷品隐约产生一种粗粝的盗版感觉。

卡斯隆本人此前的职业是枪械制造一事，丝毫不令人吃惊。惯于在步枪上面雕刻花哨的纹理和缩写的他，把这些装潢都沿袭到他那些「花饰」大写字母（带有夸张圈纹和尾端装饰的大写字母，通常用作单词的起首或末位字母）上面。但是他的 & 号看上去全然来自一个更为迷幻的地方——比如游乐场或者小酒馆。

卡斯隆 & 号如今最精细的样本来自国际字体公司（Internationa Typeface Corporation），ITC 540 Caslon Italic 字体。这一符号本身就是一场视觉盛宴，左边具有中年主妇气质的 e 威胁着要吞没右边的 t，两者延绵持续地攀比着谁的末梢回卷更为华丽。制作者完成严谨的字母 T 和 V 之后终于沉浸在自由之中的欣悦感觉在这个符号上暴露无遗。卡斯隆的 & 号放在 T 恤上很显眼，普通路人只会觉得莫名的帅气，而懂行的字体迷则将对你会心颔首，就像一个还没流行起来

卡斯隆的 & 号在 MyFonts 推出的 T 恤上面看起来效果不错

● Caslon 字体的 M 字母中间的连接处下沉很深，达到基线位置。



& 符号的疯狂——Coming Together 慈善计划

的酷乐队那些沾沾自喜的粉丝。（让人高兴的是，卡斯隆的事业依然健在，而且由其家族运营。目前它经营诸如印刷机送纸装置和供应 FoilTech 镀膜等业务。）

& 符号流传很广，在许多语言中代表同样的意思，比如德语的「und」，意大利语和葡萄牙语的「e」，以及挪威语和丹麦语的「og」。但它偶尔也会误入歧途，比如它是 Albertus 字体之中看起来很奇怪而粗糙的元素之一，而丑陋的 Univers 版本就好像是由委员会设计出来的。埃里克·吉尔认为 & 号在商业写作里实在是太易于滥用，尽管后来他自己也倾向于在文章里过度使用 & 号，就算在普普通通用「and」就行的地方（这个符号在 12 点尺寸的文字里并不总是很好看）。

即便以其更加基本的现代形状出现时，& 号仍旧远不止是一个缩写，它富有创造力的形状总能提醒人们欣然回想起字体设计的精髓，而且它并不仅仅代表着联结，还代表着隽永，尤其是业务上的伙伴关系——比如 Dean & Deluca 的经久不衰，类似的还包括 Ben & Jerry's，Marks & Spencer [1]，以及 *House & Garden*，和 *Town & Country* 杂志。而没有使用 & 的那些呢？比如 Simon and Garfunkel？难怪他们一直闹散伙。Tom and Jerry？当然他们是死对头[2]。

展现 & 符号之联结能力的最大也最知名的活动，是在二〇一〇年早些时候，由字体排印爱好者联合会（Society of Typographic Aficionados，SOTA）所发布的 Coming Together，「齐心协力」活动字体，包含四百八十三枚不同的 & 符号。此字体售价二十美元，经由无国界医生组织（Doctors Without Borders）捐助给海地地震复建工程。从三十七个国家来的将近四百名设计师各自贡献出一个或者几个字符，从 Caslon 的效仿品到

① Dean & Deluca，美国连锁超市品牌；Ben &Jerry's，班杰利，美国冰激凌品牌；Marks & Spencer，马莎百货，英国连锁商店品牌。

② Simon and Garfunkel 和 Tom andJerry 是美国的一支双人乐队，曾两次解散。

形状几乎完全无法辨认的各种字体。这是该组织历史上第四次举办字体协助（FontAid）活动，前三次援助的对象分别是：联合国儿童基金会（二十六对大小写字母），911 事件受害者家属（各式问号集合），以及受到印度洋地震和海啸影响的难民（四百个称作「fleuron」的装饰图案）。

Coming Together 很快攀升到数字字体经销商的销售榜单首位。这就是 & 符号最优秀的地方：充满活力，拒绝安定。看到它却不去琢磨其外形是几乎不可能的事情，同样不可能的，是在画着它的时候不去联想到自由。

尾 注

[1] 苏斯博士，美国知名儿童书作家。
[2] 普朗坦（Christophe Plantin，约 1520—1589 年），荷兰印刷业者，出版商。
[3] 罗贝尔·格朗容（Robert Granjon，1545—1588 年），法国字体设计师。

7

巴斯克维尔：斯人已逝，其字长存

Baskerville is Dead *(Long Live Baskerville)*

巴斯克维尔：斯人已逝，其字长存

Baskerville is Dead (Long Live Baskerville)

一七七五年十月，驼背的德国物理学家格奥尔格·克里斯托夫·利希滕贝格[1]横穿欧洲来到伯明翰拜访约翰·巴斯克维尔，却发现他已于当年一月过世。这是一件极大憾事：利希滕贝格原本期望能见到这位他认为是那个时代最杰出的字体设计师。

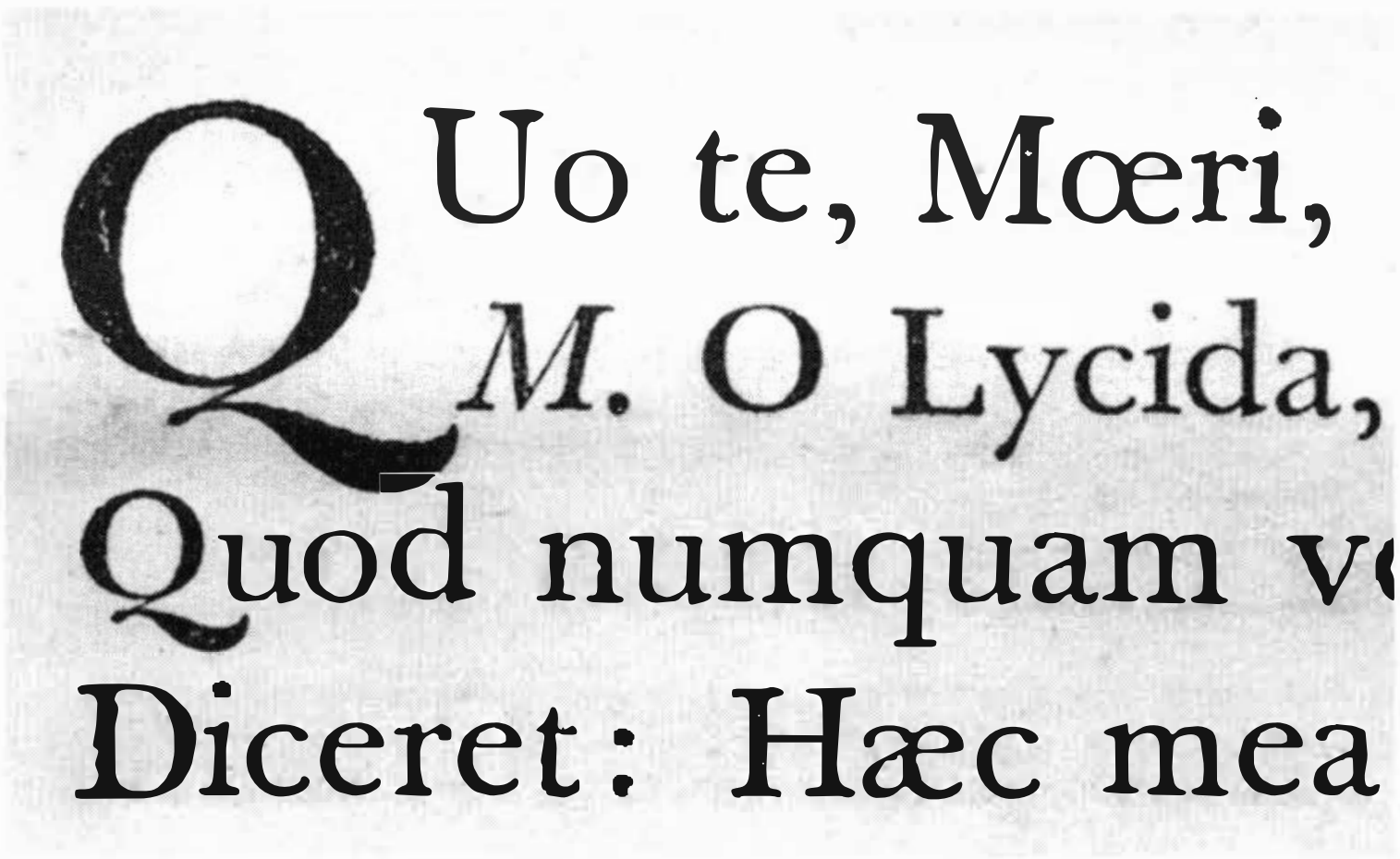
巴斯克维尔原本是一位漆器师，专门制造装饰性漆器物品，同时也是一位石碑雕刻师。但是他酷爱印刷和造字。而奇怪的是，虽然巴斯克维尔是字体历史上著名人士之一，他的一生却不很成功。他的书籍——最有名的是他发行的维吉尔《失乐园》——是带有极大缺陷的艺术作品。其纸张过于光亮而文字到处存在着错误（一位批评人士指出「就像一个小学生写的考试卷」）。

但是巴斯克维尔的字体，对于那个时代来说，异常地纤细、精巧、均衡且有品位。它们看起来很现代，尽管字体历史学家会将其归类为十八世纪出现的「过渡型」字体，介于 Caslon 那样有些厚重的「英式旧型」字体和法国字体铸造厂的 Didot 那样具有纤细的艺术性「现代型」字体之间。

巴斯克维尔和他的雕刻师约翰·汉迪（John Handy）按同一基本字型制造出若干种尺寸和形状，但它们都有一个共同的特征使其极易辨认，并且富有永恒魅力：大写字母 Q。它的尾部远远伸出其字身的宽度，这一精彩的花饰在书法以外的领域非常罕见。小写字母 g 也是经典之作：其卷曲的字耳及其未封闭的下圈末笔，似乎要把所有的墨水节约起来留给字母 Q 用。

Baskerville 的字母 M 和 N 具有传统的弧形衬线，椭圆形的字母 O 也是按照惯例将两侧做得比顶部和底部更粗；但巴斯克维尔要设计字母 Q 的时候，他可能已经有些不耐烦了。所以这个好动的尾巴先向左稍微掠过然后一口气撇向右边，形成多变的粗细风格。在像 Queen（女王）和 Quest（探求）这样的单词中，这个尾巴几乎完全把字母 u 从下方垫起来，并轻轻托住。

格奥尔格·利希滕贝格可能会把 Baskerville 的 Q 用在 Quire（一「刀」纸）一词中，因为在他众多爱好（研究氢气球、树枝类型等）之余，还对欧洲的纸张尺寸进行了标准化。他决定从哥廷根大学出发去拜访居住于英格兰中部的巴斯克维尔，而这个不合时机的旅程获得了乔治三世国王的支持。利希滕贝格曾带国王出游过皇家天文台，当他们开始讨论书籍的时候，乔治表示出对于巴斯克维尔的兴趣。利希滕贝格还获得了德国出版商、图书商约翰内斯·克里斯蒂安·迪特里希（Johannes Christian Dieterich）的鼓励，



Baskerville 的荣耀——字母Q

因为他也是巴斯克维尔作品的爱好者。利希滕贝格在伦敦的回程中，在圣保罗的咖啡馆写信给他，传达了这个残酷的消息：

> 「直到我到达的时候才知道，他早在半年前就已经被安葬了。我拜访了他的遗孀，一位优秀的女士，她接下了铸造厂，但几乎放弃了印刷厂。」

在某种意义上说，利希滕贝格是在一个绝佳的时机抵达的。巴斯克维尔的妻子萨拉当时正在进行一场十八世纪的家产大甩卖。她此时依旧十分悲痛，戴着精美的黑色悼纱，但却没有拒绝这位不速之客的造访，并向其介绍了整个工作的全部流程。「她亲自带我看过活字铸造厂里所有最脏的角落，」利希

滕贝格在给迪特里希的信中说：「我看到了我们常常羡慕不已的全部优雅字母的凸模、凹模。」

他接着汇报说，萨拉·巴斯克维尔觉得「这样的生活没有乐趣」，并想将其脱手。「她愿意出售她的整套印刷设备，包括所有凸模、凹模和活字铸造厂的全部附属品……以四千英镑的价格，而她的丈夫之前的报价是五千英镑。」利希滕贝格指出，这其中甚至还包括到伦敦的免费送货。「多好的一个机会！只要有钱：你可以想象活字直接从现成的模具里落出来，模具又可以直接从现成的凸模翻版出来；这笔交易如果不让他发大财就得让他破产。」

这的确没错。即便刻制已经完成，金属活字仍需要细心的照顾和一定的支出。金属会有磨损和断裂，这在巴斯克维尔字体的竖划里尤其严重，因此可能要重铸原来的模具。另外，纸张必须要足够好（巴斯克维尔引入了「布纹」纸，没有水印且表面平整划一）；油墨必须高度一致，以保证黏着力和清晰度；之后还要考虑封面和市场营销。巴斯克维尔同时也是一个改革者：他的木制印刷机做出的印压更浅，他的油墨更黑，而且干燥速度更快。尽管他非常努力，字体也很优秀，但巴斯克维尔经常抱怨赚不到钱。他发现用户们只想拷贝而不想买：「除了造字和印刷，我没有其他的依靠」，他在一七六二年评论说，「我肯定会饿死的」。当代的字体设计师可能会抱怨说现状并无太大改变。尽管如此，巴斯克维尔字体被保存下来，并在过去的二百五十年里或多或少地持续使用至今。

钟情的产业被遗孀轻易变卖的这位活字天才，到底是一个什么样的人物？众说纷纭。据巴斯克维尔自己的叙述，他是一个善于克制自己的人。

「在吸引我注意的那些机械技术里，」他在其出版的《失乐园》序言中写道，「没有一种能像造字这样，能如此富有乐趣，让我执著地追求。很早就开始喜欢字体之美的我，逐渐地希望能对字体的改善做出一点贡献。」

约翰·巴斯克维尔，绘于即将去世之前

有些人认为他实现了自己的理想。麦考利勋爵[2]指出，他的作品「横空出世，震惊了欧洲所有的图书馆」。率先提出活字尺寸点数制的巴黎造字商皮埃尔·西蒙·富尼耶[3]评论巴斯克维尔的字体说：「为了达到完美效果，他不惜忍受痛苦和努力付出，进行了细致的调整。这些字母造型大胆，其意大利斜体是所有英国铸造厂里最出色的，但是罗马正体有点太宽。」

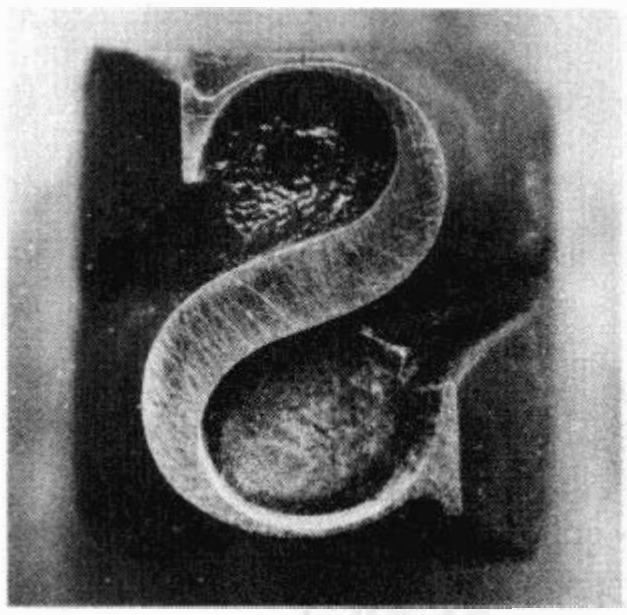
一七六〇年，巴斯克维尔的朋友本杰明·富兰克林（Benjamin Franklin）从伦敦来信，向他讲述了「对你作品有偏见的一件趣事」。富兰克林在实现其科技和宪政抱负之前，是舰队街附近的一位实业印刷商，并在美国努力普及 Baskerville 字体的使用。他见到的一名男士对他说：「你这么做会让全国读者眼花目眩啊，你字母的笔画太细太窄，非常伤眼，没有一行读着不让人痛苦的。」

富兰克林试着替巴斯克维尔说好话：「你要知道，这位先生是个行家」，却以徒劳告终。但后来富兰克林捉弄了他：他拿出一份看起来像 Baskerville

体的字体样张，于是这个男人又看出它「比例失调，令人痛苦」。而事实上，富兰克林给他看的只是用 Caslon 排的文本。（尽管巴斯克维尔字体已经问世，且富兰克林回到美国后为其热心推广，一七七六年的《独立宣言》的第一个量产印刷的时候用的却是 Caslon 体。）

一八三五年出版的一本伯明翰历史中评论巴斯克维尔「是一个幽默大师，却极度闲懒。他的设计很好，但要找其他人来执行。」一位访问者回忆说他是「最该骂的混蛋，对文学的无知到罕见的程度。我看过他的很多文字，和他的德性一样，文法不通，甚至连拼写都不对。」

话说回来，利希滕贝格并没有买下他的凹模和凸模，而是转给了皮埃尔·德·博马舍（Pierre de Beaumarchais）。这位创作了《费加罗的婚礼》和《塞维利亚的理发师》的剧作家于一七七九年为「文学和字体印刷社团」买下了这一字体。社团打算将其用于印刷一百六十八卷的伏尔泰全集。这一字体也被用于巴黎的革命宣传，后来它又被转售给一家法国的铸造商，最后来到英国剑桥大学出版社存留至今。（颇为讽刺的是，剑桥大学出版社一九〇七年出版的第一本巴斯克维尔完整传记，居然是用 Caslon 印刷的。）



Baskerville 的一个阳模，约翰·汉迪刻制

同样不幸的遭遇降临到了巴斯克维尔的余生。由于不信宗教，他也没有几个教会的朋友，于是他事先安排在自己地里起坟。在那里，他更是不顾传统地被竖直安葬。他就像他的活字一样被几

经易地：在他去世半个世纪之后的一八二七年，劳工们在一堆沙砾之下发现了他横躺的尸体，应当是他被其地皮的新主人将他从陵墓中转出的缘故。

被发现的尸体是用一张亚麻裹尸布包着的，还盖着月桂树枝。一家当地的报纸描述其面部皮肤「干燥却完整」。虽然眼球已经不见了，眉毛、睫毛、嘴唇和牙齿却保存完好。「尸体发出一股极端强烈的令人不快、难以忍受的臭气，类似腐烂的奶酪，所以必须在短时间内盖上棺材。」报纸最后写道，即便是在这种丧失尊严的状态下，他仍「拥有自然典雅的品位，使经其手的一切作品闻名于世。」

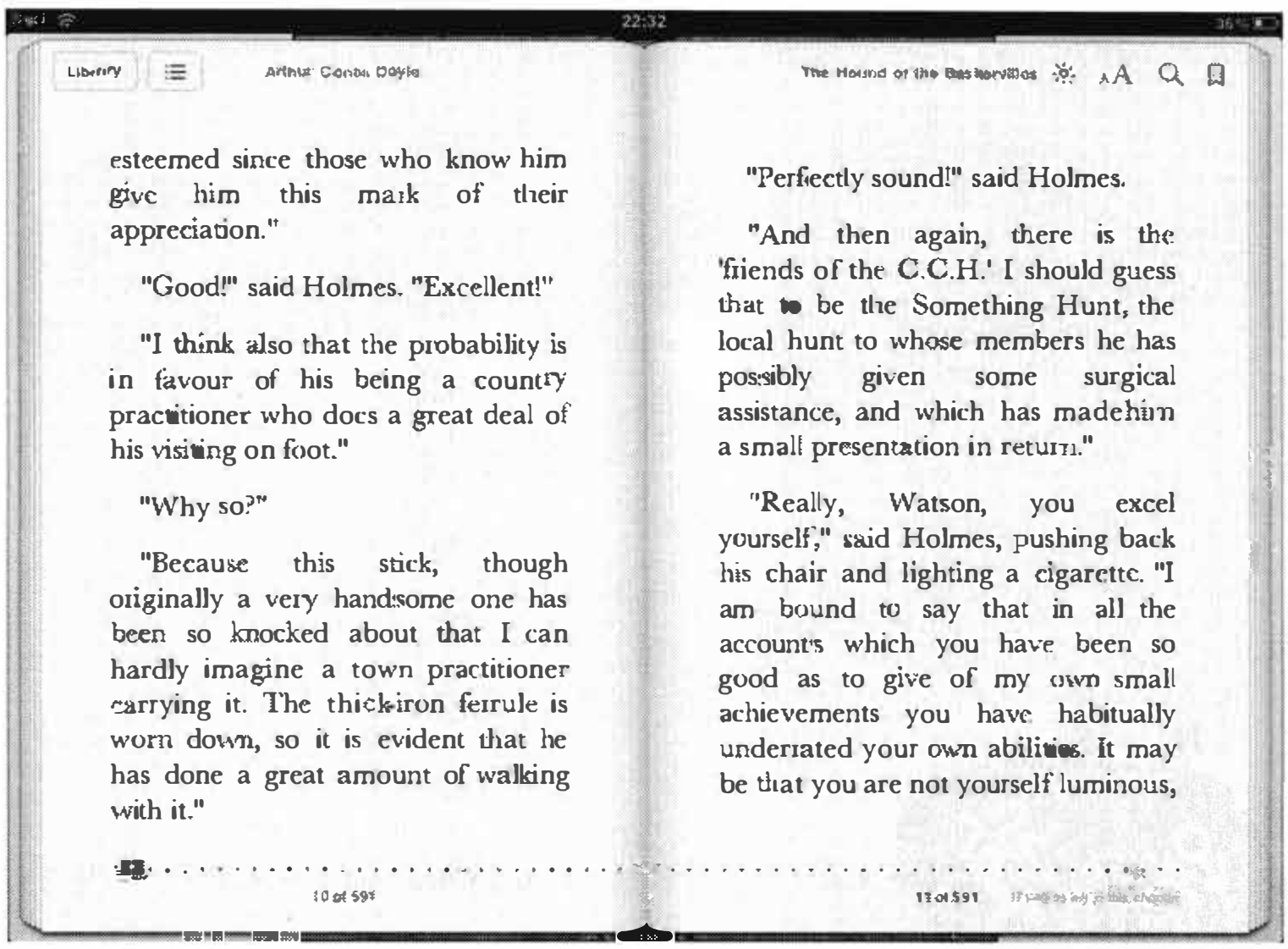
在此发现之后，他被埋葬在伯明翰境内的一个地下墓穴，但后来又由于需要为商店腾地而被再次转移。他的最后归处是沃斯通道（Warstone Lane）的礼拜堂下面，后来该墓地用砖砌起以防破坏。这就是我们尊崇这位字体英雄的方式。

幸运的是，著名的 Baskerville 字体并没有消逝。在一九二〇年代它被复刻，在电脑时代之前就已经有诸多版本。在一九五〇年代的美国，它成为最受大众喜爱的广告字体，特别是用于需要表现权威和传统的场合，还有那些要表现平易近人或英伦风情的地方。

巴斯克维尔是根据活字的尺寸为其字体命名的，虽然这种方式现在已经不常用，但对于几代排版师和印刷商来说，它们更像一个家族：大初号、双派卡罗马正体大写、布雷维耶一号正体、两行双派卡意大利斜体大写[①]。时

① 西文字体传统上对于字号有特殊名字，换算为当代常用的单位「磅」（中文用「磅」是俗称，英文原文是 point 简写为 pt，故也直译为「点」）大致如下：布雷维耶（又译「布列维」，Brevier，8 pt），派卡（Pica，12 pt），大初号（Great Primer，18 pt），双派卡（Double Pica，24 pt），两行双派卡（Two-line Double Pica，44 pt）等等。

到今日，这些名字听起来更像是复杂的咖啡订单，而这些丰富品种又要继续被做成中粗体和粗体出售。但是每个铸造大厂都有自己的版本，很多都是一九二〇年代专为蒙纳或莱诺公司的铸排机，还有一九五〇年代末的照排机定做的。当苹果的 iPad 在二〇一〇年四月发布的时候，Baskerville 是其阅读器 iBook 初始供用户选择的五个字体之一。



巴斯克维尔的字体在 iPad 上的显示效果：iBook 里其他四个字体选项是 Times New Roman，Palatino，Cochin 和 Verdana。

尾 注

[1] 格奥尔格·克里斯托夫·利希滕贝格（Georg Christoph Lichtenberg），德国科学家。

[2] 麦考利勋爵（Lord Macaulay），本名托马斯·巴丙顿·麦考利（Thomas Babington Macaulay），十九世纪英国诗人、历史学家和政治家。

[3] 皮埃尔·西蒙·富尼耶（Pierre Simon Fournier, 1712—1768 年），法国字体铸造商，字体排印理论家，主要作品有 Fournier，Narcissus 等字体以及字号理论等。

字体小品
Mrs Eaves & Mr Eaves

Mrs Baskerville had been married before, and it was not a happy tale. At the age of sixteen she wed one Richard Eaves, with whom she bore five children, before he deserted her. She was then working as John Baskerville's live-in housekeeper – and later became his lover. But she was unable to marry Baskerville until Eaves's death in 1764 and it may be that some of the society disapproval of Baskerville's work was fired by their unorthodox relationship.

巴斯克维尔夫人之前曾有过一次婚姻，但那是一段不愉快的往事。在十六岁时，她嫁给了一个叫理查德·伊夫斯的人，为他生了五个孩子，尔后被抛弃。后来她作为约翰·巴斯克维尔的管家住进他的家里——之后成为他的情人。但直到一七六四年伊夫斯过世之后，她才得以嫁给巴斯克维尔，而社会上对于巴斯克维尔作品的拒斥，也许正是由这种非正统的关系所引发的。

Gleeful Romp–Back Alley

THE LOVE LUMP

clasp such cheeky a giggler

Sticky Sweets

in red as beet, *chills to feet*

Chocolate Brown

Aquamarine

LIGHT DELPHINIUM

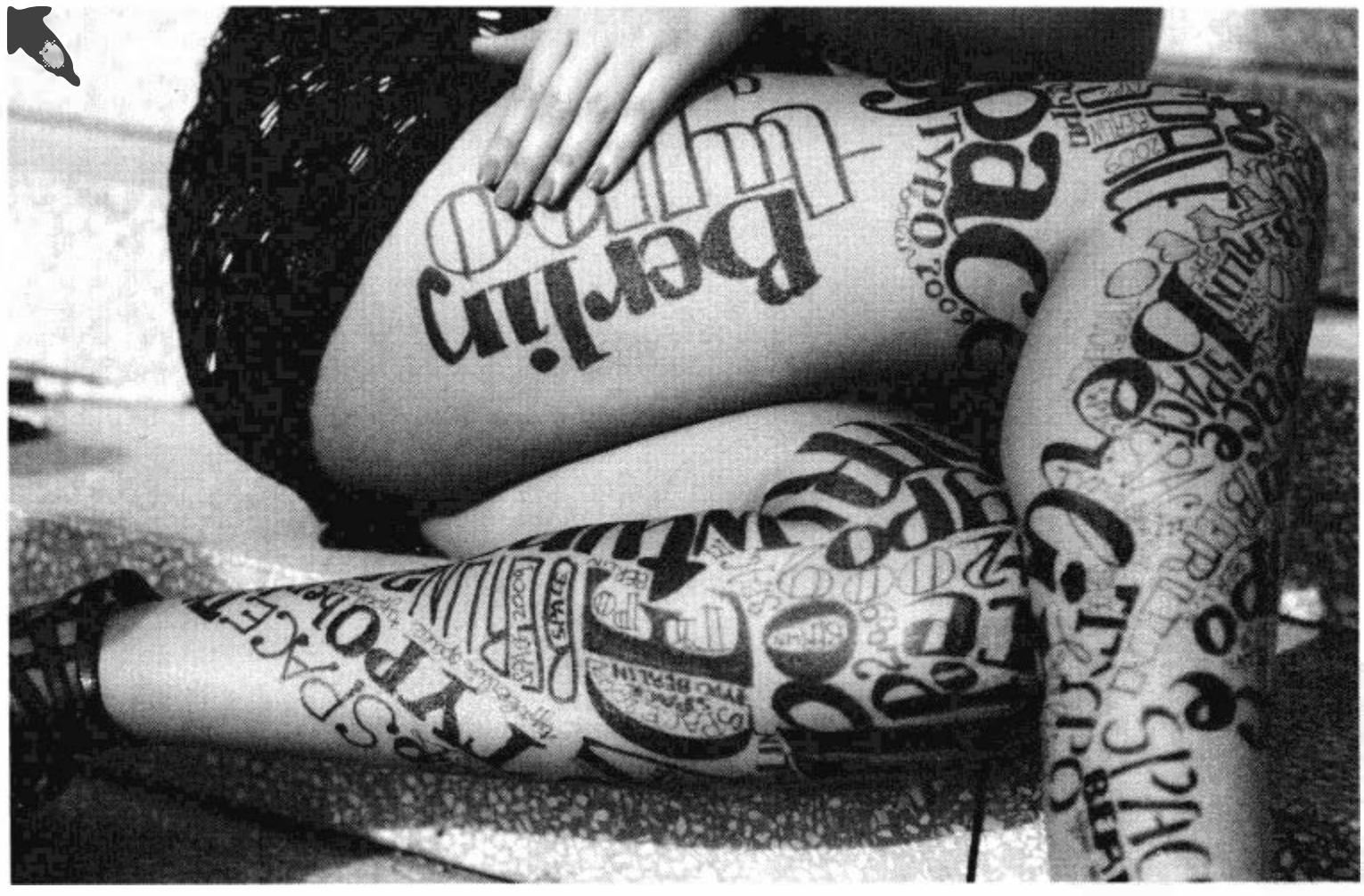
Reddish Purple

Strawberry

祖扎娜·莉奇科的 Mrs Eaves［上］和 Mr Eaves

这段故事引起当代字体设计师祖扎娜·莉奇科的兴趣。「我们在集体探讨一款新发布字体的名字，」她回忆说，「当我提到伊夫斯夫人的故事时，这个名字就定下了。」她还读到巴斯克维尔曾遭受过同行的批评，而「从经验上来说，我很同情」。但当她现在走进书店，看到有如此多的书籍封面采用的都是 Mrs Eaves，她感到骄傲。

Mrs Eaves 诞生于一九九六年，比起 Baskerville，它的笔画变化更少，但保持着相同的开放性和易认性，这与后来诞生的配套无衬线体 Mr Eaves 一样：这款除去衬线的 Baskerville 体仍可以通过其羽毛笔般的长尾 Q、尖锐的 R 和带有猫尾般底字碗的 g 令人联想起十八世纪，字母具有明快的间距和清脆感。另外还有一个 Mr Eaves Modern【现代】版本，更加突出几



「伊夫斯夫人（Mrs Eaves）」活跃在柏林字体会议上

何形状，其精确度和复杂度更可能获得约翰·巴斯克维尔的赞许，而不是只停留于形式。

也许会同样会让巴斯克维尔感到高兴的是一位年轻的澳大利亚女子，自称「伊夫斯夫人」。她最喜欢做的事情是拿黑色记号笔在全身上下写满字词，然后将成果发布到 YouTube 上。最受欢迎的视频是这位伊夫斯夫人（真名杰玛·奥布莱恩［Gemma O'Brien］）坐在健身器材上，用许多不同字体在她的肉体上绘着「写在这儿，就是现在」，伴奏是 Fatboy Slim[1] 那首几乎同名的歌。她总结自己的作品如下：「用五只记号笔进行八小时书写，泡三趟浴缸并冲两次淋浴」。

① Fatboy Slim 英国音乐人，DJ。

Tunnel Visions

隧道视觉

隧道视觉
Tunnel Visions

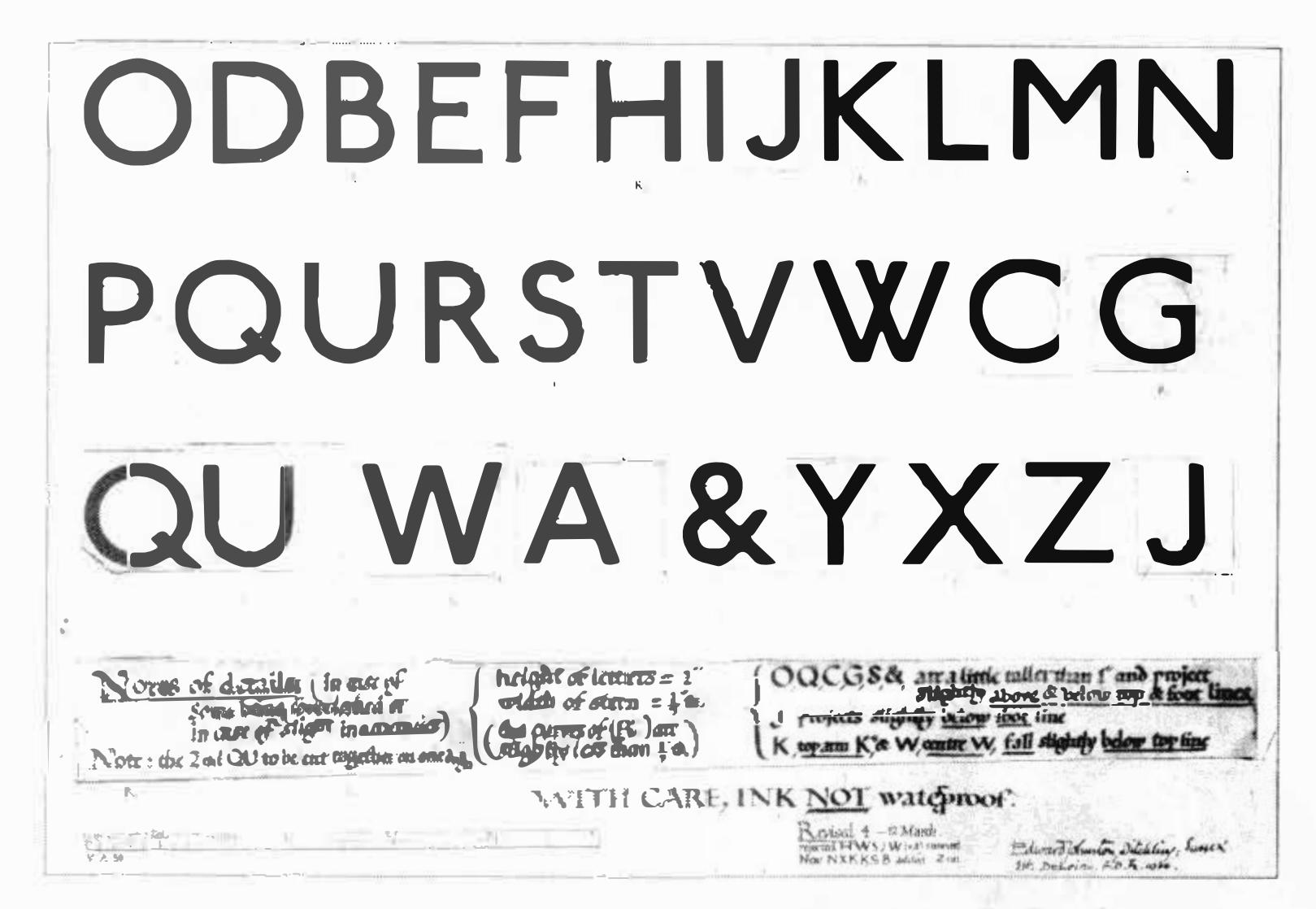
「务必小心」，设计图纸的底部写到，「油墨不防水」。

就这样，在第一次世界大战期间，世界上最具标志意味、最持久也最受人热爱的字体诞生了：爱德华·约翰斯顿[1]为伦敦地铁设计的 JOHNSTON SANS。短短几年之间，这种字体不将仅仅出现在 Elephant & Castle 和 Golders Green ①地铁站，也将在每一个墙上张贴着海报的地点出现：三月在普特尼（Putney）举办的大学划艇赛，五月在温布利（Wembley）开踢的足总杯决赛，十一月在汉普特西斯（Hampstead Heath）举行的焰火节目；圣詹姆斯公园（St James's Park）有大丽菊、邱园（Kew）有番红花

① Elephant & Castle(大象与城堡)和 Golders Green(戈德绿地)是伦敦的两个地名，地铁分别于一八九〇年和一九〇七年在两地通车。

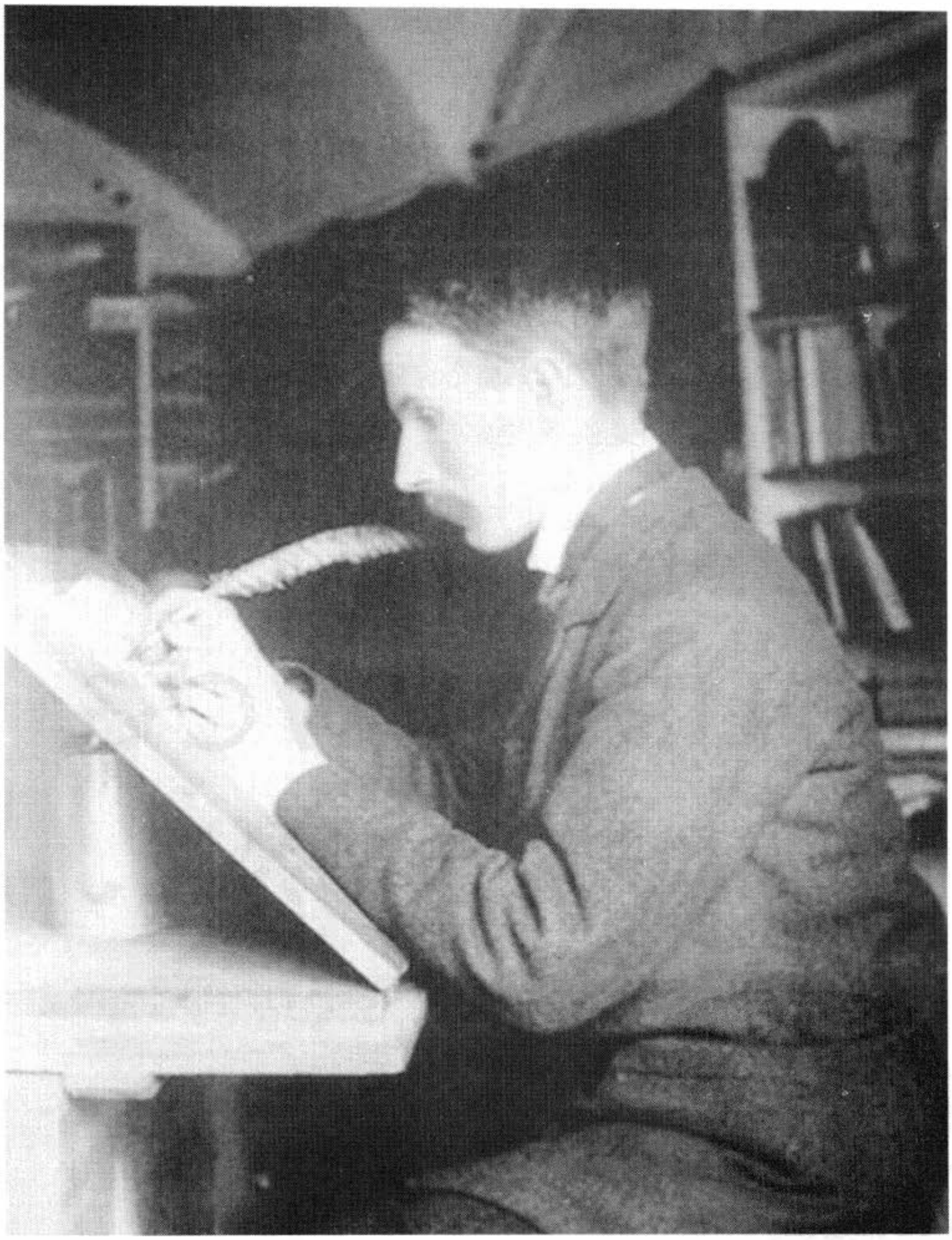
可以观看，肯辛顿公园（Kensington Gardens）正上演《彼得·潘》，海德公园（Hyde Park）有人讲演。爱德华·约翰斯顿的作品装点过每一张宣告，无论内容是美好还是令人不快（比如 **THE LAST NORTHBOUND TRAIN HAS GONE**[**北行的末班车已经驶离**]）。

约翰斯顿就是那个用字体定义伦敦的人，他完全主宰着从西边大都会线（Metropolitan line）的阿默舍姆（Amersham）直到东部区域线（District line）的阿普敏斯特（Upminster）之间的整个首都[1]。有意思的是，汗默史密斯（Hammersmith）地铁站纪念他的蓝色铭牌上称他为一位「书法大师」，而非赋



约翰斯顿的地铁字体原稿

① 伦敦地铁并无编号，大都会线及区域线分别为向西侧及向东侧延伸的两条线路。阿默舍姆及阿普敏斯特分别为线路途经的地名。



约翰斯顿工作照，高档鹅毛笔和小胡子一同上镜

予伦敦签名的人，但这是世界上唯一一块使用他所制字体的铭牌。（大多数伦敦的纪念铭牌都是以手工刻制、带有轻微衬线的古英语字体写成，类似于你会在维多利亚时代的墓碑上看到的那种。）

约翰斯顿是一个清瘦雅致的男人，留着小胡子。对于一九五九年正在为杂志《旁观者》（*Spectator*）撰稿的伊夫林·沃[2]来说，他是「独一无二、纯粹而可爱的艺术家」，我们都欠他的情：「每一个学习斜体字的小学生，每一个阅读地铁公司告示的城镇居民，每一个研究现代旅行手册所附地图的人们，都在沾约翰斯顿的光」。伊夫林·沃在约翰斯顿十四岁荣获某艺术奖时第一次和他相遇，约翰斯顿将他迎接到自己在萨塞克斯郡（Sussex）迪奇灵镇（Ditchling）的工作室中，当场用火鸡羽毛切出一管羽毛笔，并写下一段文字。伊夫林·沃回忆说他当时感觉到「敬畏而惊喜」。约翰斯顿的学生埃里克·吉尔对他也有同样的印象。

约翰斯顿先前在爱丁堡修习医学，参观大英图书馆的书法展品时方才找到自己真正钟爱的职业。一八九九年他在伦敦中央艺术和工艺学校①任教书法课。埃里克·吉尔说，他在这里因为约翰斯顿的才华而产生「被闪电击中」的感觉，并记得第一次看到约翰斯顿的书写时觉得「战栗并心跳加速」（两人成了好友，后来一起租房住）。另一位约翰斯顿的仰慕者，以达夫斯印刷厂出名的科布登－桑德森[3]邀请约翰斯顿在羊皮卷上誊写出「美丽书册」（Book Beautiful）宣言。

约翰斯顿的 Underground［地下］字体经常被视为第一款现代无衬线

① 伦敦中央艺术和工艺学校 Central School of Arts and Crafts，中央圣马丁艺术与设计学院（Central Saint Martins College of Art and Design）的前身。

体，先于（并且很可能影响了）雅各布·埃尔巴尔[4]的 Erbar（1926）、保罗·伦纳[5]的 Futura（1927）以及鲁道夫·科赫[6]的 Kabel（1927）。Gill Sans 自然同样欠它很大一份情，埃里克·吉尔也很乐于承认这点。这款字体还可以认为是首款「人民的字体」，也就是第一个为日常使用而设计，只和人们出行所需有所关联，而不是为知识获取、政治宣传或者特定的社会阶层所作。这是这款字体设计对于社会、对于平常生活所作出的一次重大贡献。引用斯坦利·莫里森——他重新设计了《泰晤士报》，说话鲜少夸大其辞——的说法：「约翰斯顿无衬线体对于地下铁路的标准化，赋予其作为字体设计在公共和商业两方面的同时认可，而这是自查理大帝时代以来，从未在一张字母表上出现过的事情。」

约翰斯顿自一九一五年开始他的地铁字体设计，但这一想法实际上两年之前已经成型。其时经营西敏印刷（Westminster Press）精细印刷厂的杰勒德·梅内尔（Gerard Meynell）获得制作伦敦地下铁路招贴海报的合约，他将约翰斯顿介绍给地铁公司的商务经理弗兰克·皮克（Frank Pick）。皮克在英国设计界颇有影响，由此开始考虑当时还很新颖的概念：品牌化。他不仅仅有为地铁准备的计划，还顺带考虑到整个伦敦。

皮克有着逆反维多利亚风格的设计品味，他希望能找到能够「准确无误地属于我们所生活的时代」的一种字体，皮克曾考虑过使用埃里克·吉尔为 W·H·史密斯（WH Smith）书店所设计的经典图拉真风格字体，但又认为它太单调了，而且车站里已经有许多 W·H·史密斯的店面，重复使用字体可能会造成混淆。他宣称自己需要一种「直白而阳刚」的字体，字母表里

的每个字母都必须是「有力而精准无误的符号」。

约翰斯顿再次见到皮克并获得设计项目的委任时，埃里克·吉尔开始与他协作，在帮助约翰斯顿完成一部分字体设计之后，他因为其他的工作需求而退出（他得到委任费用的百分之十）。约翰斯顿在一九一五年底制作出他的第一批字母——两英寸高的大写字母 B，D，E，N，O 和 U——一开始它们都带着细小的衬线。小写字母之中最关键的字母是 o，他令其字怀（内部空白）的宽度恰好是笔画宽度的两倍，从而赋予它「理想的虚实比例」。他最为与众不同的字母则是小写的 l，其底端有一个微小的上翘来将它跟 I 或 ı 区分开来。最漂亮的字母则是小写的 i，约翰斯顿在字母的顶端放上钻石形状的一点，时至今日仍旧让人看着就心生欢喜。

全套字母于一九一六年完成。其制作过程看起来相对无痛，约翰斯顿只提交了很少的几版草案（这是由书法经验而生出的自信）。约翰斯顿的主要设计信条是追求卓越：「每个字母都有特定的基本形状」，他在项目开始时写到，「我们应该使用最上好的字母来书写或者印刷一本书，正如同我们应该

三个约翰斯顿字体的经典字母

选择所能够找到的最优质的砖瓦来盖房子一样」。

Johnston Sans 最早露面于一张从未投入使用的海报底稿，宣传伦敦地铁是战时交通形式里最安全的一种：

OUR TRAINS ARE RUN BY LIGHTNING
OUR TUBE LIKE THUNDER SOUND
BUT YOU CAN DODGE THE THUNDERBOLT
BY GOING UNDERGROUND.

我们的火车由闪电驱动
我们的地铁轰鸣有如雷声
但你可以进入地下
躲闪落雷的袭击

然后下方有一句手写的文字：*Travel by the bomb-proof Railway!*（搭乘防弹铁路！）

这一字体第一次正式露面是在一九一六年的一系列海报上，内容包括制作精美的汉默史密斯站到特威肯汉（Twickenham）之间的地铁票价通告（四便士），以及宣传伦敦皇家学院（距离最近的地铁站是多佛大街，不过关闭已久）举办艺术与工艺展览（Arts & Crafts Exhibition）的招贴。其后的使用更为多彩而富于想象力，并且都很美丽：

SEE THE SHOW OF DAHLIAS NEAR

QUEEN ANNE'S GATE

THE FILM-LOVER TRAVELS UNDERGROUND

IN THE COOL OF THE EVENING SEEK OUT

A FRESH AND AIRY SPACE FOR PLEASURE BY

LONDON'S UNDERGROUND

去安妮女王门附近观赏大丽菊

电影爱好者乘坐地铁出行

在夜色阴凉中坐伦敦地铁

寻找一个空气新鲜的地方放松一下

搭配以格雷厄姆·萨瑟兰（Graham Sutherland）、爱德华·鲍登（Edward Bawden）、保罗·纳什（Paul Nash）和西比尔·安德鲁斯（Sybil Andrews）所制作的细小说明文字，这些图文广告史无前例地令伦敦的许多珍宝广为人知。它们不再仅仅是对于一种运输系统的促销资料，更进一步成为对于历史遗产和文化福利的颂扬。它们同时也在机敏地宣传：每一处开放空间，每一个小孩子奔来跑去的公园，都会在拥挤而黑暗的地铁旅程之后变作纯粹而彻底的解脱。

约翰斯顿先将字体绘在描图纸上，然后刻成木模，不过他应该没有预见到这些字体的使用将大大超过海报和信息展示的范畴，而且肯定没想到它会

打磨约翰斯顿圆标

如此地经久不衰。当一九三五年他回顾自己的这一作品时，曾表示，他在国外得到了比在国内更多的赞誉，这是十分遗憾的。「这一设计显然（在字体世界）获得了相当重要的历史地位。它在中欧也颇有影响。按我的理解是，它为我带来的声誉，是我那太过现实的祖国所无法认识到的。」事情于他一九四四年去世之后才开始有所转变。现在，他的成就已经作为有史以来最成功的企业辨识之一而广为人知。

同字体设计的通常状况一样，约翰斯顿的作品多年以来也逐渐经历过一系列琐碎的更动，并非每次都很愉快。在战后，它有了一个比较细的变体

Johnston Light，被用在照明标识板上。一九七三年，贝特霍尔德·沃尔普（Berthold Wolpe）绘制出看上去更为温暖的窄斜体与 Jonston 配套，然后设计师沃尔特·特蕾西（Walter Tracy）修订了一部分字母——加宽 a，减细 g，并且颇具争议地缩短 l 的那个弯脚。但在一九七〇年代末期，伦敦运输局负责公关和市场的人员们面对着这一从世界大战时期遗留下来、出现在数字时代之前的字体设计感觉到束手无策，挫折满怀。由于它缺乏字重变化，与新的设计和印刷方法难以整合，大家越来越被更能满足需求的 Gill Sans，Univers 和 Bembo 斜体所诱惑。

于是河野英一[7]出场了。这位在伦敦修习五年的光学专家，为英国设计公司班克斯与迈尔斯（Banks & Miles）工作，被委以翻修约翰斯顿字体的重任。一九七九年，他在工作的第一天，面对着大张大张的原始木印设计稿，毫无头绪。「感觉就好像我刚到伦敦希思罗机场的那天」，他回忆说，「不知道该往哪里走」。在他从东京进口来凹透镜、显微镜和相机之前，河野英一用来制作新字母草稿的工具都是最简单的：黑纸，刻刀，一支红环（Rotring）精细绘图笔，遮蔽胶带，3M 喷胶，以及镊子。

最初的 Johnston Sans 只有两个字重：常规体和粗体。而河野则陆续为其设计出八个新的字重，包括一套细体和一套更粗些的小写字母。他为这些熟悉的形状做出几个备选方案，截短一部分笔画的终端，窄化字母 h，m，n 和 u 的字怀。他意识到自己的工作所需要面对的两个风险：可能会失去约翰斯顿原作的婉转流畅，或者做成一套 Univers 字体的平庸复制品。然而河野最终还是获得了成功，他找到一种恰当的方式，将自己的东亚风格输入这一伦敦地标式样的设计之中：当第一次展示他所创作的 New Johnston 字体时，他只挑了一个词：Underground。

「旧」与「新」Johnston 字体

与河野英一一同工作的科林·班克斯[8]看到由约翰斯顿这个业余爱好者所制作的字体，竟会如此不同寻常地经久不衰而倍感震惊。班克斯认为，约翰斯顿的原创字体是「二十世纪最富有革命性和启发意义的字母形状」，这也是有原因的：约翰斯顿设计时仍旧在用羽毛笔思考。他如此杰出而质朴，将自己的所有字母都做成同样的宽度，并且无视当时既有的「正确」字母间距规则。

一九一六年，也就是约翰斯顿的作品问世那年，吕西安·阿方斯·勒格罗（Lucien Alphonse Legros）与约翰·卡梅隆·格兰特（John Cameron Grant）正好发表了他们关于应该如何修正字体的外观来增进其可读性，并

获得字母视觉平衡的详尽研究结果（这一研究发现，小写的 t 常常需要略向后方倾斜，而 i 上面的那一点应该略向左侧偏移一点）。也许这就是约翰斯顿的字母设计为什么会看起来非常激进的原因：它们非常显眼，它们并不顺从，并且它们会绑架人们的眼睛——部分是因为约翰斯顿从来不曾阅读指导手册。即便经过许多年的微小调整，它们带给人的不顺从感却始终延续了下来。

由河野英一在 Banks & Miles 完美呈现的新版约翰斯顿字体配有严格的使用指导。「这些规则是必不可少的」，递交伦敦交通部的文书上写着，「不能存有任何修改它们的企图。New Johnston 字型永远不能被重新绘制、重

典型的吉马尔巴黎地铁标识

新调整比例，或以其他任意方式改变。New Johnston 应该用在任何可能用到的场合。如果出于某种特殊原因不能使用它，则应使用 Gill Sans」。

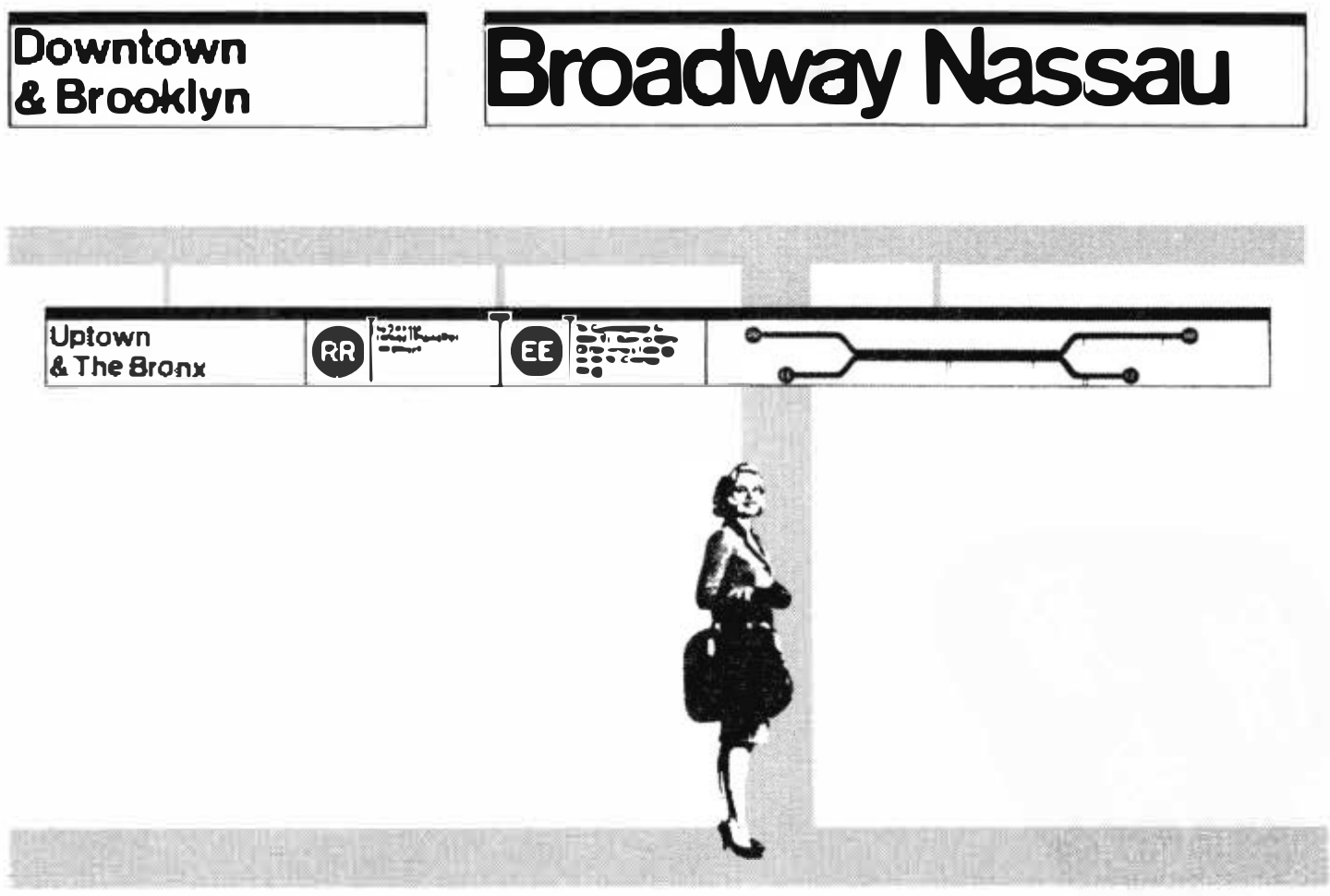
在约翰斯顿标准化伦敦地下铁的六十年后，世界许多其他地方的地铁系统仍旧陷落在缺乏协调的杂乱状况之中；地铁乘客能够顺利找到他们需要换乘的列车或者回到阳光普照的地表，均属奇迹。

巴黎地铁系统让人迷惑到吃惊的地步，虽然那些具有新艺术运动（art nouveau）风格的珐琅装饰、平铺图案和铁艺制品也使它令人流连。当它在一九〇〇年开始营业的时候，其标示由埃克托尔·吉马尔[9]（Hector Guimard）设计，是一系列夸张而骄傲的卷曲和隆起，只有法国人才做得出

巴黎地铁的新面孔——由让·弗朗索瓦·波尔谢设计的 Parisine 字体。

来随着时代的前进，地铁网络向四郊延伸出去，每一个地铁站的建筑师似乎都获得随意选择他们自己看着最顺眼之字体风格的权利；讷伊桥（Pont de Neuilly）或者拉雪兹神父（Père Lachaise）地铁站的标示都很贴合那个地方的风景，但从未出现过任何将标示统一化的尝试。

一九七〇年代早些时候，这件事对于巴黎人来说终于稍微明朗一点，阿德里安·弗鲁提格[10]受聘而来，为建立一个统一的样式，与一个具有易认性的系统。Alphabet Metro 是他 Univers 字体的新形态，全部采用大写，蓝底白字。这一字体引入的过程非常小心翼翼。「巴黎地铁就像一个上了年纪的老太太」，弗鲁提格说，「你很难轻易地就将她转变为一个现代人」。于是，新的地铁标示只在旧有标示损坏的情况下才替换上去。



维格纳利事务所一九六六年为纽约市运输局所作的设计

一次比较完整的升级出现在一九九〇年代中期，让·弗朗索瓦·波尔谢（Jean François Porchez）为地铁系统引入他的 Parisine［巴黎人］字体族，这是一套现代而灵活的大小写字母组合，并作为标准沿用至今。

纽约的故事多少与之相似。随着城市逐渐发展，地铁系统被琳琅满目的搪瓷标牌与马赛克拼贴所充斥，字体各式各样——通常是某种 Franklin Gothic 或者 Bookman 字体，有时候受到带着装饰艺术风格（art deco）的影响，偶尔还会出现旧式罗马衬线体。这种混乱状况通常会归咎为整个地铁系统是由三家互相独立的铁路公司联合运营的结果——但伦敦地铁最初的六条线路同样是分开管理的，直到一九三三年才整合为伦敦运输局。

一九六七年时，纽约地铁管理部门终于确定实施统一车站标识的宏大计划。当时他们选定的字体是 Standard Medium（又名 Akzidenz Grotesk），一种粗壮、真诚的德国十九世纪末出现的无衬线字体。这本来应该行得通，无奈过渡到新系统的过程太过东拼西凑——许多旧有的地铁标识并未被移除，而且最为显眼触目的地铁标识常常是那些在嘻哈音乐兴盛早期大量涌现于地铁中的涂鸦画作。一九七九年，《纽约时报》报道说：「在许多地铁站里面，标识是如此的令人迷惑，人们甚至会忍不住希望它们根本就不存在。事实上，在很多其他地铁站，乃至地铁列车上面，标识的确不存在」。

援助随之而来。六十年代中期，一种独特的现代字体被提议供地铁使用，不久之后，它就在全美范围内流传开来。它将会出现在一九七二年重新设计的地铁线路图上；一九八九年，它以中等字重的形式，一统整个地铁网络。地上与地下，都是这种字体的身影：地下的纽约终向 Helvetica 屈服。

尾 注

[1] 爱德华·约翰斯顿（Edward Johnston，1872—1944 年），英国字体设计师。

[2] 伊夫林·沃（Evelyn Waugh），英国作家。

[3] 见 99 页尾注 1。

[4] 雅各布·埃尔巴尔（Jakob Erbar，1878—1935 年），德国字体设计师，主要作品为 Feder Grotesk、Erbar 等。

[5] 保罗·伦纳（Paul Renner）（1878—1956 年），德国字体设计师，主要作品为 Futura 等。

[6] 鲁道夫·科赫（Rudolf Koch，1876—1934 年），德国字体设计师，主要作品为 Deutsche Schrift、Kabel 等。

[7] 河野英一（Eiichi Kono，1941 年—），日本平面/字体设计师，与马修·卡特一同设计了 Windows 的日文字体 Meiryo。

[8] 科林·班克斯（Colin Banks），Banks & Miles 公司合伙创始人，设计师。

[9] 埃克托尔·吉马尔（Hector Guimard，1867—1942 年），法国建筑师。

[10] 阿德里安·弗鲁提格（Adrian Fruiger，1928 年—），瑞士字体设计师，主要作品为 Frutiger，Avenir，Univers 等。

9

和瑞士有什么关系？

What is it about the Swiss?

和瑞士有什么关系？
What is it about the Swiss?

或者，更确切的问法是：瑞士和它的无衬线字体有什么关系？Helvetica 与 Univers 双双于一九五七年在瑞士诞生，随后塑造出了整个现代世界。它们不仅被用来识别交通系统，直至整个城市，而且绝对没有其他字体能比它们看起来更为可靠、更具目的性。这两款字体出现的时代，正值欧洲挣脱一切战后紧缩的束缚，世纪中叶的现代主义已经得到长足的发展。你可以坐在一把贝尔托亚[1]的钻石椅（意大利，一九五七年）上，读着一个即将到来名为「宜家」（瑞典，一九五八年）的新近概念，你身边的所有建筑物都开始变得方方正正，更具功能性。Helvetica 和 Univers 完美地迎合了这个时代，而且它们的所用之处则折射出了蔓延于那个时代的另一个势力——大众交通和现代消费主义的来临。

纽约地铁选择了 Helvetica

Helvetica 作为一款字体，是如此实用，以及（其拥护者会建议说）如此的美丽。这使得它无处不在，风靡于世。这款字体甚至还衍生出了一部引人入胜的成功电影（加里·哈斯推特[2] 的《Helvetica》），该片的大意是：这款字体如同氧气般蔓延于世界各地的街道。你别无选择，只得呼吸。

就在几年前，一位名叫赛勒斯·海史密斯[3] 的纽约人，决定试着去过一天没有 Helvetica 的日子。作为一名字体设计师，他深知这是一个巨大的挑战。只要是用这款字体写的字，他就避开不看。他将无法搭乘任何带有 Helvetica 标识的交通工具，或是买任何带有 Helvetica 商标的产品。也许他得从城郊走着去纽约市，也许还得饿上一整天。

早上一起床，他的麻烦就来了。他的衣服大都印有带 Helvetica 的洗涤指示，他好一通翻找，最后只好穿上一件旧 T 恤和军裤。早餐，他选的是日本茶与水果，而不是往常（标签上带有 Helvetica）的酸奶。《纽约时报》的表格里带有 Helvetica，于是他也没法读。地铁就更别提了，让他稍感欣慰的是，幸好他找到了一辆不带 Helvetica 的公共汽车。

午饭时他想去唐人街就餐，却不得不换餐馆，因为前一家的菜谱上有那款眼熟的字体。上班的时候，他事先就把电脑里的 Helvetica 删除了，但很显然，他无法上网。他很晚才回到家，因为他没办法查看时刻表。他还得仔细挑选现钞，因为新版美钞上也印有 Helvetica；不用说，他的信用卡上也是一样。到了晚上，他想要看会儿电视，但是遥控器上也印有 Helvetica。于是他只好看书，还好雷蒙德·钱德勒[4] 写的《漫长的告别》用的是 Electra 体。

在忍受了整整一天没有 Helvetica 的日子后，海史密斯问了自己一个

哲学问题：「一个人活下去必须要有字体吗？」答案当然是否定的，毕竟人活下去的必要条件是食物和水。但是若要问在现代城市中生活必须要有 Helvetica 吗？这就很难回答了。

加里·哈斯推特的《Helvetica》电影会告诉你回答「是的」。他在电影里调查了这个字体是如何占领了整个世界的，电影开始，镜头中晃过这款字体在曼哈顿的各种身影——时代广场上，有 tkts 售票亭、Bloomingdale's（布鲁明戴尔百货）、Gap（盖璞时装）、Knoll（诺尔家具）、地铁、邮筒；之后画面出现的是 BMW（宝马）、Jeep（吉普）、Toyota（丰田）、Kawasaki（川崎）、Panasonic（松下）、Urban Outfitters、Nestlé（雀巢）、Verizon、Lufthansa（汉莎）、Saab（萨博）、Oral B（欧乐 B）、The North Face（乐斯菲斯）、Energizer（劲量）等。电影中还寻根溯源，采访了 Helvetica 的几位依然健在的字体主创人员，但他们却都无法真正理解为何这样一款干净的小字体会变得如此名声大噪。

这部电影最精彩的部分出现于开场后三分之一处。设计师迈克尔·贝鲁特[5]解释为什么 Helvetica 对一九六〇年代的广告业和企业品牌有如此巨大的冲击，想象一下当年是多么引人注目：一个视觉识别顾问要让像 Amalgamated Widget 那样原本在信封上使用怪异的手写字体配合一幅冒着烟的工场描线图的传统公司抛弃所有一切，改成用 Helvetica 的一个单字「Widgco」。「你能想象当年是多么令人振奋却又惊险刺激么？」贝鲁特问道：「那就像你爬过一个沙漠，嘴里满是肮脏的沙尘的时候，有人给你一杯清澈甘甜的冰水……简直是妙不可言！」

贝鲁特随后通过两个可口可乐的对比广告演示了他的想法：一个是 Helvetica 前，一个是之后。前者呈现的是一个幸福的家庭和卷曲的美术字。后者只摆出了一个盛有可口可乐和冰的大玻璃杯，在玻璃上还有气泡，下面的口号写着「It's the real thing. Coke.（货真价实。可乐。）」也许要贝鲁特解释的话：「货真价实，句号。可乐，句号。用的 Helvetica，句号。有什么问题吗？当然没有。喝可乐吧！句号。」

Helvetica 大变样：「你能想象当年是多么令人振奋却又惊险刺激么？」

Helvetica 诞生于一九五七年，最初名为 Neue Haas Grotesk［新哈斯的怪异体］，因为它是一八九八年所出现之 Akzidenz Grotesk 全面更新的现

代版。它是由爱德华·霍夫曼[6]策划、马克斯·米丁格尔[7]执笔，为位于巴塞尔附近的小镇明兴施泰因[8]的哈斯铸造所[9]创作的，后于一九六〇年重命名为 Helvetica（改自「瑞士」的拉丁名 Helvetia）。后来它被授权给了其他大厂，先是法兰克福的施滕佩尔[10]，之后是默根塔勒·莱诺铸排①，并从六十年代中期开始赢得海外声誉，特别是麦迪逊大道上的设计高管们。字重的范围最初只限于细体、中体，但在添加斜体、粗体和其他变体等我们今日熟悉的字体之后，它开始占领这个世界。

直到今日，Helvetica 的占领丝毫没有显出减弱的迹象。二〇一〇年春天，陷入困境的服装厂商「American Apparel（美国服饰）」在店内大型推广只需 二十四 美元的「粘胶纤维性感背心」的暗蓝色款。其款式大致算是一件长背心，而理所当然的是，所有尺寸和洗涤指示都用的是 Helvetica。AA 美国服饰使用 Helvetica 的频率若按每平方米密度来算的话，可以说是全球最高的，它意识到了一个真理：卖衣服并不需要利用诡计或调皮的心理战术——只要用一款带有如母乳般亲切的欧洲粗字体。

挪威设计师拉尔斯·米勒（Lars Müller）写了一本关于这款字体的书，称 Helvetica 是「城市的香水」，而马西莫·维涅利[11]，这位在一九六〇年代率先（比实际使用早了二十多年）倡导在纽约地铁使用这个字体的设计师认为，它的多功能性能让用户用各种不同方式说「我爱你」：「如果你想别致一些，可以用 Helvetica Extra Light……如果你想热情强调，可以用 **Extra**

① 默根塔勒·莱诺铸排（Mergenthaler Linotype Company）是莱诺铸排（即行型铸排 Linotype）机的发明者奥特马尔·默根塔勒尔（Ottmar Mergenthaler 1854-1899）于一八八六年在美国创建的字体公司。其产品线包括了二十世纪最著名的字体设计师的作品。

Bold。」而它的感染力已经遍布全球。布鲁塞尔整个城市的交通系统使用的是它，在伦敦国家剧院也已采用它，而且如此全面——海报、节目单、广告和标识——可以和伦敦目前最强的公司——约翰斯顿的地铁字体相媲美。

似乎只有巴黎对 Helvetica 的魅力有（轻微的）抵抗。虽然在街道上随处可见，但要将其导入地铁的尝试却不很成功。巴黎地铁曾将其与 Alphabet Metro 和 Parisine 一并试用，混搭的风格将几个新旧字重组合起来，但并不受欢迎。这座城市对单一划一的字体有一种特别的抗拒心理，因此对于 Helvetica 的问题只在于，它不是法国的。

现如今说 Helvetica「无处不在」就好像说汽车到处都是一样。更好的评论是，其无处不在的原因是因为它能满足现代字体诸多需求。那么 Helvetica 到底有何独特之处？

从感情层面上说，它提供了多种功能。它具有地域特征：瑞士的传统奠定了其公正、中立和清新的背景（你最好联想一下瑞士的阿尔卑斯山、牛铃和春天的花朵，而非苏黎世及其昔日的毒品问题）。这款字体也能很好地传达诚信并博得信任，却不描绘任何傲慢的权威；即便是在企业里运用到它，依然可以保持其友好质朴的一面。在设计之初，这些意图都不存在——最初的目的只是将其做成一套干净、有用的字，能以清晰的方式描绘出重要的信息。它本不适合 Crate&Barrel 家居店（字距过于狭窄），而更适合于 ICI 学校交流部的元素周期表海报（大写和小写的粗体展示都非常完美——「钯」写作 Pd、「汞」写作 Hg）。

从技术层面来说，它看起来似乎带有人类手绘的才智和可靠。与其他的

瑞士设计一样，其内部余白形状是其周围黑色的可靠向导，这被一位设计师[1]称为「锁定于内部的正确性」。它区别于其他字体的大部分特点都在其小写字母：字母 a 带有轻微充盈泪滴形的字怀和字尾；字母 b, d, g, m, n, p, q, r 和 u 有非常细小的尾巴，这在一种无衬线字体里仍然非常引人注意；字母 c,e 和 s 笔画末端都是水平的；字母 i 和 j 有方形点。大写方面，字母 G 横竖笔画呈直角交叉，字母 Q 最后一画很短但笔直穿过，像烟灰缸里的一根烟；字母 R 的右腿有一个小起脚。

一九八〇年代，莱诺铸排公司将不同的 Helvetica 字体（旧金属活字，短命的照排字体及其数字版本）重组成为一个新的大型字体家族，并命名为 Helvetica Neue。其中大部分字体是今天我们随处可见的，但因其字重差别很大，有一些字体我们可能已经无法将其和最初版本联系起来。在 Linotype.com 上有五十一种不同的风格可以选择，其中的一些与原版相比几乎面目全非：Helvetica Neue Ultra Light Italic 、 *HN Condensed Ultra Light Oblique* 、 HN Bold Outline 。

在布卢姆斯伯里大英博物馆的背面，西蒙·利尔曼的办公室里满是 Helvetica。利尔曼是麦肯广告的联合执行创意总监，自二〇〇六年上任以来，他一直参与美国航空（American Airlines）的各种宣传——美航是唯一一家四十年以来没有改变核心字体的航空公司。其核心字体当然是 Helvetica，通常是红（美国）蓝（航空）搭配。泛美航空曾也用过 Helvetica 一段时间，

---

①［作者注］这位设计师是迈克·帕克（Mike Parker），他为 Helvetica 在美国的推广做出了极大贡献。帕克在一九五九年加入默根塔勒尔·莱诺铸排任设计总监，并立即开始寻找具有多种字重的合适的欧洲新字体。他监督了将瑞士设计为适应热金属加工而进行的修改，并意识到他挖中了一座金矿。

但到如今依然坚守这款字体的是其昔日对手。

利尔曼办公室的一面墙上有一些其最新力作的展板。他为「亨氏色拉酱」的作品所使用的是一款源自一九五〇年代的字体，但有些褪色，容易联想起漫长的夏日和战后的紧缩。而一侧「亨氏大汤」用的则是一款膨胀的字体，展示着自己的余香回味。这些都是专家们从在线目录上精心挑选出来的字体。但在旁边的是一张宽大皮椅的照片的上方用粗体 Helvetica 大写字母写的「SOLITARY REFINEMENT」（**精益求精**），另外一张上有两瓶葡萄酒和一扇带有万里无云的天空风景的窗户照片，上方书写着「红，白和蓝（THE RED THE WHITE AND THE BLUE）」。然后是一些报纸广告，大量的文字构成摩天大楼的形状。「Ahhh … Blissful solitude（**啊……至福的独处**）」，第一张广告上如此开头，「Imagine floating high above the earth cocooned in your own perfect little world」（**想象一下，高高浮于地球之上时能拥有一个属于你自己的完美小天地……**）」这种引诱——关于按照人体工程学设计的吊舱以及和蔼的乘务员，还有漫长旅途的各种双关语——以冗长的大段描述形式接连写了很多，最后在其下方，用粗斜体写的是事实：每天有多少航班，主要的航站城市和网址。

Helvetica 有令人熟悉的一面，但用它对推销一天辛劳旅行依然很奏效。「我的想法是」，西蒙·利尔曼说：「它必须要对抗的是英国航空的品牌，他们展示的是威严庄重的『英国最棒』，而维京航空展示的则是『摇滚和摇滚明星的生活方式』，所以这次宣传里我们想要唤起旅行本应该的样子。像是一九五〇和六〇年代初初的奢华感，有些类似《广告狂人》。美国航空现在处于的位置是，他们比其他任何航空公司承载的纽约人数都要多，而且事实

AmericanAirlines®

Helvetica 也许不够摇滚，但它富含信息

证明纽约人并不好伺候。如果我们能让纽约人高兴，我们就能让你高兴。」Helvetica 用来代表极高的办事效率。「这关系到你可以准时参加会议获得这笔交易，但它也关系到用这个字体可以让这个广告以非常务实的方式与你沟通。」

利尔曼从一个柜子拿出一些其他展板，一份被拿下的宣传。「这是那些令人伤心的作品之一，」他说。在这里，字体本身就是信息：在一个广告里，字母 A 本身不断延伸，直到变成一个长椅，另外两个字母 A 组成一个支架桌的双腿，以此来突显商务航班工作空间之大。「美航真的很喜欢这个创意，但是他们害怕这个广告会引来人们恶搞他们的标识，损害他们的声誉。」

一九五七年，当 Helvetica 还在用其旧名，尚未举世皆知的时候，法国的字体公司「德贝尔尼和佩尼奥铸造所」[①]宣布他们即将推出的是一个崭新而革命性的字体：Univers。在解释这个名字的时候，其在瑞士出生的设计师阿德里安·弗鲁提格说，它差点被命名为「银河」（Galaxy）或者「通用」（Universal）。但 Univers 这个名字足够霸气，因为它用来取代褪色的 Futura 作为一个新欧洲的终极符号，可以声称自己是 THE BEST TYPEFACE IN THE WORLD（世界上最好的字体）。它至今依然是美妙

① 德贝尔尼和佩尼奥铸造所（Fonderie Deberny et Peignot）是一家法国的活字铸造所，成立于一九二三年，于一九七二年被瑞士的哈斯铸造所收购，最后随之一起并入现今的 Monotype 公司。该所制造翻刻了大量著名字体，包括 Baskerville, Garamond, Univers 等。

的字体。Univers 不会老去或沦陷，你用它说的任何事情都带有 ring of authority（**权威的光环**）。

弗鲁提格于一九二八年出生于风景如画的瑞士高地，他是一位伟大的字体理论家。他声称，字体的力量在于「只需一遍又一遍简单地重新排列这些相同的字母，就可以让整个思想世界清晰易认」，而 Univers 是他的第一份大作。一九五七年德贝尔尼和佩尼奥铸造所在发布它的时候推出麦迪逊大街式的口号：「Univers: a synthesis of Swiss thoroughness, Frech gelegance and British precision in pattern manufacture.（Univers：**在式样制造中集瑞士的严谨、法国的优雅和英国的细致于大成**）。」这句话用其自身的词汇展示了自己：在 Univers 之前，大部分字体设计师只是认为他们在制作字母表，但在新兴的照排年代，它们是风靡一时的典范。

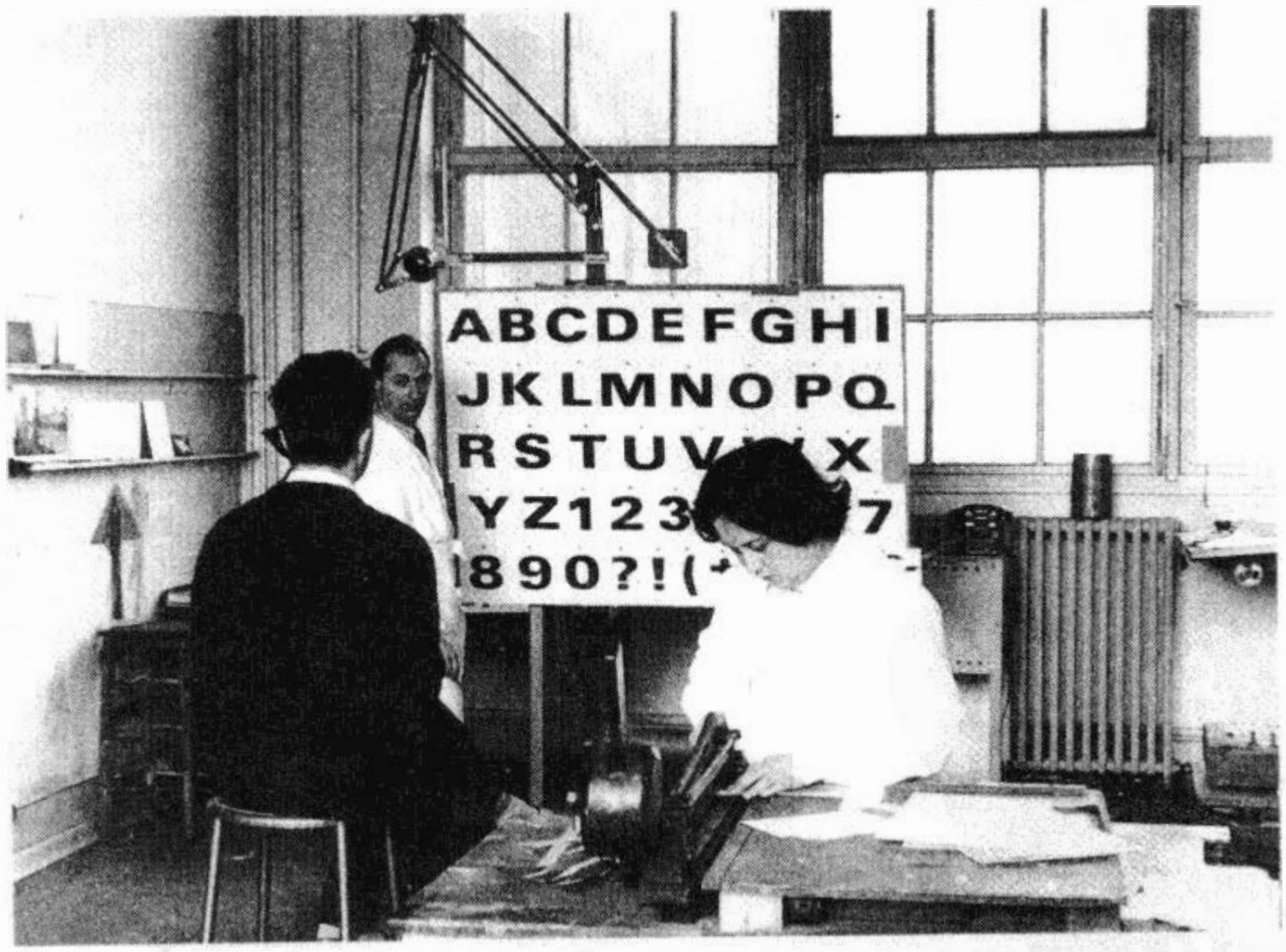
这个字体的诞生经历了长期而艰苦的孕育过程。一九五二年，弗鲁提格经由猎头到 D&P 为 Lumitype 系统开发新字体。这部新款的照排机能把键盘的输入以二进制数字存储进电脑，不仅可以提高速度，还使精度达到新的水平，为设计师拓展了许多新选项。它的开发过程并不如其竞争对手那样成功，却由此产生了一些优秀的字体。机器要求每个字体须分别独立出现在交互磁盘上，于是弗鲁提格乘上了火车到法国并开始工作——当时他只有二十四岁，但已在瑞士获得领先年轻设计师的声誉。

他在抵达法国后没多久就赶制了一些小作品：PRESIDENT 和 **Ondine**，前者是 SLIGHTLY GOTHIC SERIF（**略有哥特式的衬线体**），后者是 **thick-nibbed calligraphic font with Arabic overtones**（**粗笔画，具有阿拉伯色彩的书法字体**）。但后来过了四年多的时间，弗鲁提格才创作了 Univers，它

完美地吻合我们所理解的出色欧洲现代主义顶峰——无衬线，灵感来自罗马正体大写字母，平滑且谐调，大写字母和小写字母都具有统一的字高，弯笔的末端水平（称为「收笔」，这是 Univers 和 Helvetica 的一个共同特征，从字母 C 和 S 最容易看出；早期的无衬线体收笔都是对角线倾斜的）。

Times New Roman 体的作者、英国设计师斯坦利·莫里森称 Univers 为「最不错」的无衬线字体，而其他人不太喜欢其些许冷漠的性格。一些人反对其在小写字母 g 上的「错误」，因为它开放式的尾巴太接近字碗。但如果你想稳妥地回到一九五〇年代的新欧洲，Univers 最适合你。

来看这张照片：弗鲁提格在巴黎的一间明亮的大房间里，凝视着那些贴



弗鲁提格[坐者]在检查其 Univers 作品

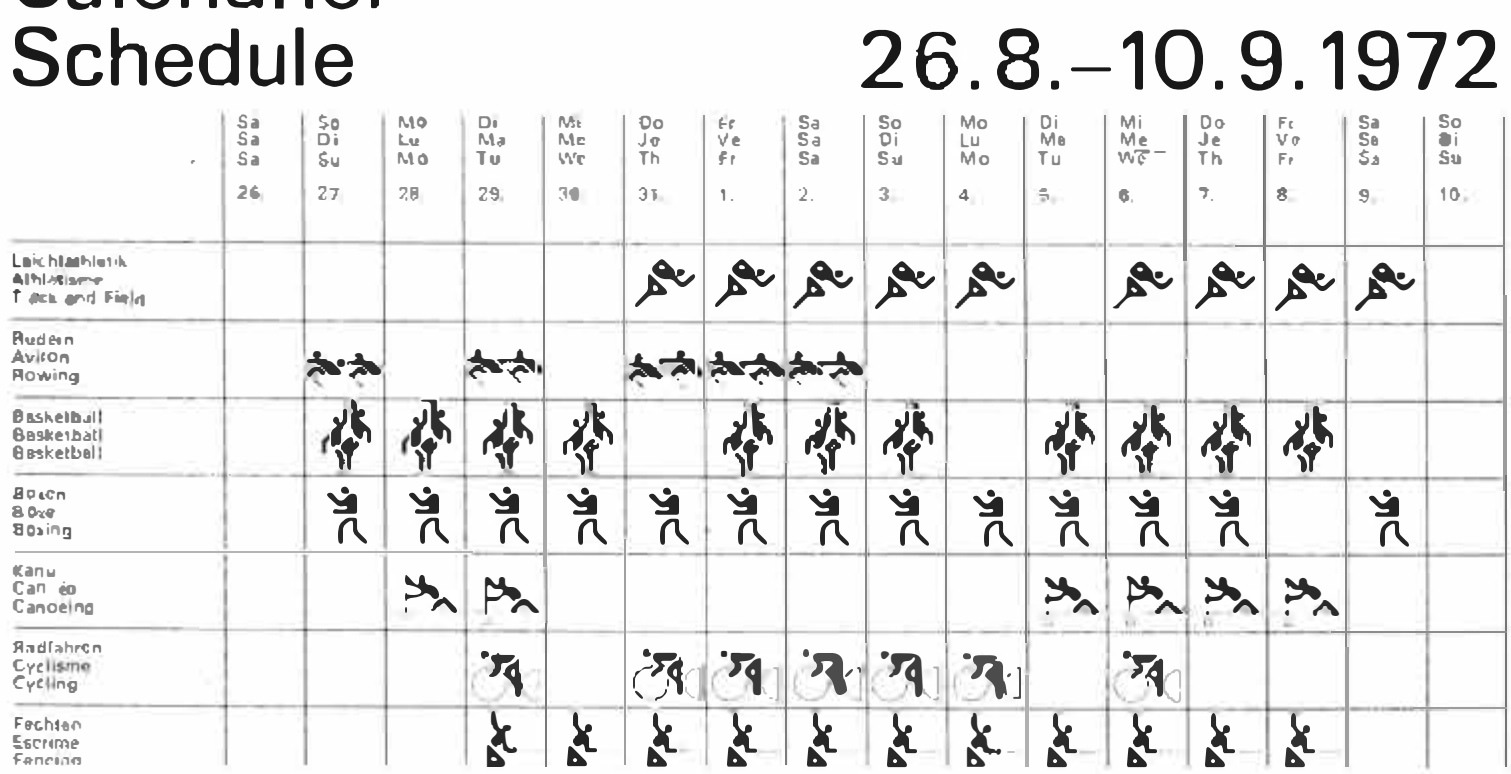
在一块大展板上的 Univers 字母。他坐在一张背对相机的凳子上，而一位身着白大褂的男士站在展板旁边，似乎在等待指示。这更像是一个眼科检查，但病人很轻松，他已经停下来不再看字母 A 和 B，而是单独或组合地看围绕着它们的空间，以及它们与字母 M、S 或 V 组合时的品质。

照片展示了一个关键之处：字体设计最初只是从眼睛到动手的过程，而如今已成为科学试验的成果。现在有带刻度的测量表可以精确量化易认性和易读性。身穿白大褂带记录板的人们现在开始定义我们的字母表——从古登堡、卡斯隆或巴斯克维尔，这是一条漫漫长路。

一旦被科学证明后，弗鲁提格用单词 Monde（世界）展示了他的作品，暗示着他的伟大抱负。他的字体出现在标识、指示和广告上，整个字体家族包含多达 21 个字重，从「Extra Light Condensed（特细压缩体）」到「**Extra Black Extended**（特黑延展体）」，其可用性远远超出 Lumitype 以及蒙纳和莱诺铸排机的传统热金属铸字，这种扩展需要雕刻 35000 个不同的凸模。

Univers 在其后的半个世纪里在欧洲各地公开露面，特别是在伦敦，威斯敏斯特采用了 **UNIVERS BOLD CONDENSED**（粗压缩体）书写路牌；在慕尼黑，它被选为一九七二年奥运会字体；在巴黎，它作为至少带有部分法国血统的字体，用来更新地铁标识也是很自然的事。这一选择后来也影响了蒙特利尔地铁和旧金山湾区快速交通系统。

这款字体仍然在被广泛使用，它的清晰度使其成为 Rand MacNally 和 Ordnace Survey 公司地图的名角，还有通用电气公司和德意志银行——乃至苹果的键盘（直到二〇〇七年改用 VAG Rounded 为止）。但是，尽管有



一九七二年慕尼黑奥运会赛程表

很多人认为其易认性和对比度优于 Helvetica，它并没有获得 Helvetica 那样持久的声誉和超级巨星的地位，也没有成为 T 恤衫或纪录片的主题。

对于字体的（相对）衰退，弗鲁提格自己将其归咎于生产方法：Univers 做出金属原版的效果是最好的，但为了适应更现代的照排和激光系统而做出的修改对原作的反应不够忠实。也有其他原因——尤其是大众口味的滚雪球效应。前无古人后无来者，Helvetica 达到了一个顶峰，而且并没有减弱的迹象。无论你走到哪里，都有它的存在。

尾 注

[1] 哈里·贝尔托亚（Harry Bertoia），意大利裔美国雕塑家，家具设计师。
[2] 加里·哈斯推特（Gary Hustwit），独立电影制作人。
[3] 赛勒斯·海史密斯（Cyrus Highsmith），美国当代字体设计师，现于 Font Bureau 任高级设计师。
[4] 雷蒙德·钱德勒（Raymond Chandler），美国推理小说作家。其作品《漫长的告别》（*The Long Goodbye*）于一九五五年荣获爱伦·坡奖的最佳长篇小说奖。
[5] 迈克尔·贝鲁特（Michael Bierut），美国平面设计师，设计评论家，教育家。
[6] 爱德华·霍夫曼（全名 Eduard Hoffmann-Krayer），瑞士名俗学家，方言学家。
[7] 马克斯·米丁格尔（Max Miedinger, 1910—1980年），瑞士字体设计师。
[8] 明兴施泰因（Münchenstein），瑞士西北部「巴塞尔乡村半州」（德：Kanton Basel-Landschaft）的一个市镇（municipality），人口约 1.1 万。
[9] 哈斯铸造所（德：Haas'sche Schriftgiesserei），瑞士的一个字体铸造所，最初位于巴塞尔，后于一九二〇年代迁至明兴施泰因，之后几经转股，一九八九年被其最大股东「莱诺铸排」关闭。主要活字产品有 Akzidenz Grotesk 系列，Bodoni 系列和 Helvetica 系列等。
[10] 施滕佩尔（德：D. Stempel AG），由大卫·施滕佩尔在一八九五年创建于德国法兰克福，一九八六年被「莱诺铸排」收购。其间大量汇集了大量出色设计师并复刻、制造了很多优秀字体，包括 Aldus, Garamond, Memphis, Janson, Palatino 等。
[11] 马西莫·维涅利（Massimo Vignelli，1931 年—），意大利现代主义设计师。

字体小品
Frutiger

Mention your admiration of Univers – or even Helvetica – to a font enthusiast and they are quite likely to respond by talking about Frutiger. Frutiger is the typeface that many typographers believe is the finest ever made for signs and directions. And the reason Frutiger is better than Adrian Frutiger's previous exceptional sans serif, Univers? Because Univers, although a milestone in font design, can be a little rigid and strict: a Univers lower-case e, for example, is almost a circle with a cut in it, both precise and scary. Whereas Frutiger is perfect.

如果对字体爱好者提起你对 Univers——甚至是 Helvetica——的仰慕，他们很可能会和你说起 Frutiger。许多字体设计师们认为 Frutiger 是有史以来最适合作为标识和指向的字体。为什么 Frutiger 比阿德里安·弗鲁提格先前创作的优异无衬线体 Unviers 更好？因为 Univers 尽管是字体设计中的一个里程碑，但它有点僵硬和严格：例如，Univers 中的小写 e，几乎就是在一个正圆上加一个切口，精确而可怕。然而 Frutiger 却是完美的。

鲁瓦西机场——Frutiger 的始发站

弗鲁提格设计 Unviers 时年仅二十八岁，它展示出的是一种脑力体操的特征。而创作 Frutiger 的时候，他已经五十多岁，已经确立了自己在世界上的地位，双手也更加灵活。他的新字体有一些更人性的感觉，部分细节虽然背离数学逻辑，但更愉悦双眼。考虑到主要用途是用作指示牌，因此它有一种异乎寻常的温暖和热情。

这款字体是在一九七〇年代初为鲁瓦西机场设计的，虽然机场的名字后来被改为巴黎戴高乐机场。它必须要在黄色背景的发光指示牌上显得清晰、简洁，弗鲁提格由此开始了从黑纸里剪出 Départs、Departures［出发］的

生活。针对从特定角度读取字词的需求，他进行了特别关注，并计算了尺寸：十厘米高的字母需要在二十米开外的距离清晰读取。Frutiger 的箭头非常高效但粗短，几近正方。他把整个项目看成是在创建「一台抵达和出发的机器」。

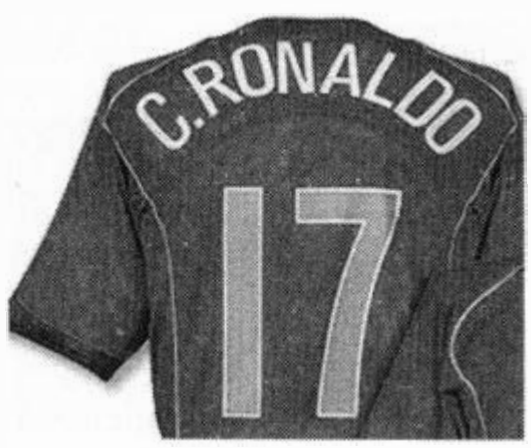
弗鲁提格在其作品中极尽其美学标准，但一些其他要素也是至关重要的。「如果你还记得你午饭用的勺子的形状，那么那个形状肯定不好，」他在一九九〇年的字体会议上对其崇拜者说，「勺子和字体都是工具，一个用来从碗里舀取食物，一个用来从页面里读取信息……好的设计会让读者感觉很舒服，因为字体是平淡而美丽的。」

正如 Helvetica 和 Univers 一样，Frutiger 正在变得越来越难以避免，而这是非常危险的。它已成为许多大型机构，尤其是大学的标准信息承载物。它已演变成一个大家族，还有一个衬线版本，拥有许多字重和斜体。而 Frutiger Stones 是镶嵌在不规则鹅软石形状里、央求着想要被做成跳跳糖的一套粗字母。此外它也已经变成体育评论员的助手。

大块头的美式橄榄球球员冲上球场时，背上通常用的是 Collegiate 或 Varsity ——这些长方形粗短的字体和他们的体型非常搭配。但是，欧洲人很少以他们的国家字体出现。德国人不会用 Fraktur 或 Futura，却通常用 Serpentine（美国字体）；而法国人也很高兴用 Optima（德国）而不是 Peignot 。葡萄牙和巴西人已经用像 Univers（瑞士字体）得到了高分，而阿根廷人抢断了 ITC Bauhaus（源于德国的美国字体）。英格兰足球队在自己的双肩之间用的是 Gill Sans，但他们近年已经决定用类似于 Antique Olive 这样的法国字体。也许他们应该也给 Comic Sans 一次机会。

字体的选择往往不是由中场主将做决定，而是阿迪达斯、耐克、茵宝

这些公司，他们买下一款著名字体，并调整成他们自己的样式。二〇一〇年南非世界杯上，冠军西班牙穿着的是 Unity—— 由约马尔·奥古斯托[1]为阿迪达斯制作的字体。但越来越多的国内联赛都默认使用 **Arial Black** 或



Antique Olive、Univers 和 ITC Bauhaus——并不算坏的攻击力

Frutiger，这是从东看台后排看清球员名字最简单的方法。

与此相似的均匀性也调和了欧洲旅行。Frutiger 因其日益增长的影响力和接受程度，几乎可以被称为世界机场字体。在二〇〇〇年，当你在希思罗机场着陆时，入境护照检查的标识会是一款相当英国式的定制 Bembo 体，带有很大的衬线。单靠这点就足够让你确认你已经降落在了正确的地方。而今天当你飞抵希思罗，看到的会是 Frutigerland（Frutiger 之地），或许是稍微修改过的版本。美国迄今为止还在用 Helvetica 抗拒它的魅力，但大多数欧洲国家已采纳了它。

但「默认」也可以是一件好事，或许它能帮你找到行李。

---

① 约马尔·奥古斯托（Yomar Augusto），生于巴西的平面设计师。

10

道路意外

Road Akzidenz

道路意外●
Road Akzidenz

在瑞士诞生 Helvetica 与 Univers 字体的同时，一个叫做乔克·金尼尔（Jock Kinneir）的英格兰人和一位来自南非的女性，玛格丽特·卡尔弗特（Margaret Calvert）②，也在不列颠进行着另一场平行革命。如果你在欧洲开过车——英国或者爱尔兰，西班牙或者葡萄牙，丹麦或者冰岛，就一定会非常熟悉他们的作品，因为出现在上述国家高速公路路牌上面的，正是他们所作字体 **Transport**［运输］。它还出现在如中国③、埃及和迪拜这样遥远的地方，被用于路牌的英文翻译。此外，金尼尔与卡尔弗特的另一重

---

① Akzidenz 为字体名称，德语中有「偶然、意外」的意思，与英文 accident 同源，所以本章标题英文 Road Akzidenz 读起来有如「Road Accident」（道路意外）。

② 乔克·金尼尔（Jock Kinneir，1917-1994 年）、玛格丽特·卡尔弗特（Margaret Calvert，1936 年 -），均为英国平面设计师及字体设计师。

● 中国交通公路路牌字体情况复杂，Transport 并非唯一被采用的英文字体。

要成就在于他们明确了一件事：在高速行驶时，阅读小写字母要比大写字母容易得多。

卡尔弗特一九三六年出生于南非杜尔班（Durban），她十几岁刚刚来到英国之后记住的头几件事情之一就是去伦敦南岸看不列颠庆典（Festival of Britain）[1]，因为它代表着未来。她目前生活在北伦敦的伊斯灵顿（Islington）一栋联排别墅里，这里本应安静而美好——如果不是访客们随时都会看到「儿童穿越马路」、「道路施工中」、「可能有牛出现」之类提醒标识的话。这些三角形的交通警告标识散落在她家从前厅到门廊的每个角

玛格丽特·卡尔弗特和她家中的道路标牌

① 不列颠庆典（Festival of Britain）英国一九五一年夏天举行的国家展览会，旨在展示国家二战后于科技、工业、设计、建筑和艺术领域的成就，鼓舞国民。

落。牵着小男孩过马路的小姑娘[1]——它来自卡尔弗特学生时代的记忆。一个男人俯身挖土（或者按照民间迷思的说法，他正费力地撑开一把伞）来代表「正在施工」的图示——那也是卡尔弗特的作品。「可惜管事的人们给搞砸了」，她说，然后把她的原稿跟当前电子版本之间的差异指给我看。

卡尔弗特做这一行完全出于意外。她当时在读切尔西艺术学校，不能完全确定该选择绘画还是插图专业。但她的勤勉引起一位客座讲师的注意，他就是乔克·金尼尔，一位受人尊敬的设计师，刚刚建立自己的事业。他所布置的几项课堂作业都让卡尔弗特乐在其中，尤其是为巴特锡娱乐市集（Battersea Fun Fair）设计新促销海报的任务。这一市集乃是从雅致的巴特锡欢乐公园（Battersea Pleasure Garden）衍生而来的庸俗之作，有「北斗星」（Big Dipper）过山车和死亡之轮（Wheel of Death）[4]，以及让游客自行创作旋转画[3]等游艺项目。此时它比起当初作为不列颠庆典的一部分刚开张的时候已经有了点变化，但仍旧不失为一个有趣而受欢迎的地方（至少在有小孩子坐过山车丧命之前[4]），而且其卖点主要是速度和空间感。这正是一个年轻艺术家能够展现她创造力的地方。

作为一个学生，卡尔弗特的作品给金尼尔留下深刻的印象，于是在一九五七年，他邀请她参与一个与主题相似的稍大计划：为新建的盖特威克（Gatwick）机场设计标识系统。金尼尔自己的既有相关经验则来自不列颠庆典的展馆和温布利的展览台设计。他的这份差事并非自己应征而来——

① 此图案为英国警示儿童穿越马路的道路标志。
② 一种演员在带有轮子的摇臂上进行演出的杂技项目。
③ Spin painting，用油彩在旋转画布上作画的游戏。
④ 七十年代北斗星过山车曾出现严重事故，导致数名儿童丧生，也因此永久关闭。

在上班途经的一个绿线巴士[1]公车站里，他跟盖特威克机场的建筑师之一，戴维·奥尔福德（David Allford）闲聊一番之后获得这一委任。毕竟，设计一块写着「出发」的牌子能有多难?

在他最初的策划报告里，金尼尔罗列出若干包括 Gill Sans 在内的可选字体。但是这些字体最后全都不尽如人意，他于是另起炉灶，设计出一款受到爱德华·约翰斯顿之伦敦地铁字型影响颇深的字体来。卡尔弗特回忆起最终的结果时，说它是 Johnston 和 Monotype Grotesque 216 两种字体「虽然不怎么优雅但颇为清晰」的混成品。

机场成功启用，基本没什么人留意到标识系统，而这恰恰是理应达成的目标（引导标识是绿底白字）。但是，对于标示系统的确有所关注的人里面有一位叫柯林·安德森（Colin Anderson）的人，他是 P&O Orient[2]的主席。他由此邀请金尼尔为乘坐他游轮的客人们设计行李标签。「如果你因为设计标识而引起注意」，卡尔弗特说，「你就会以此为生。工作像滚雪球一样越来越多。游轮行李标签的设计要专门考虑到不识字的行李搬运工，他们只需要通过色彩和形状就能辨认行李」。

不过来自柯林·安德森的下一件委任工作才真正让金尼尔和卡尔弗特声名远扬。一九五七年，安德森就任机动车道路标识系统顾问委员会主席。此时连接伦敦和约克郡的 M1 高速公路之前身正在兴建一期工程，许多信息都需要在高速行驶时展示给驾驶员。安德森的委员会委任金尼尔作为他们的设

① 绿线巴士（Green Line）是伦敦到附近各郡的快速公交线路。

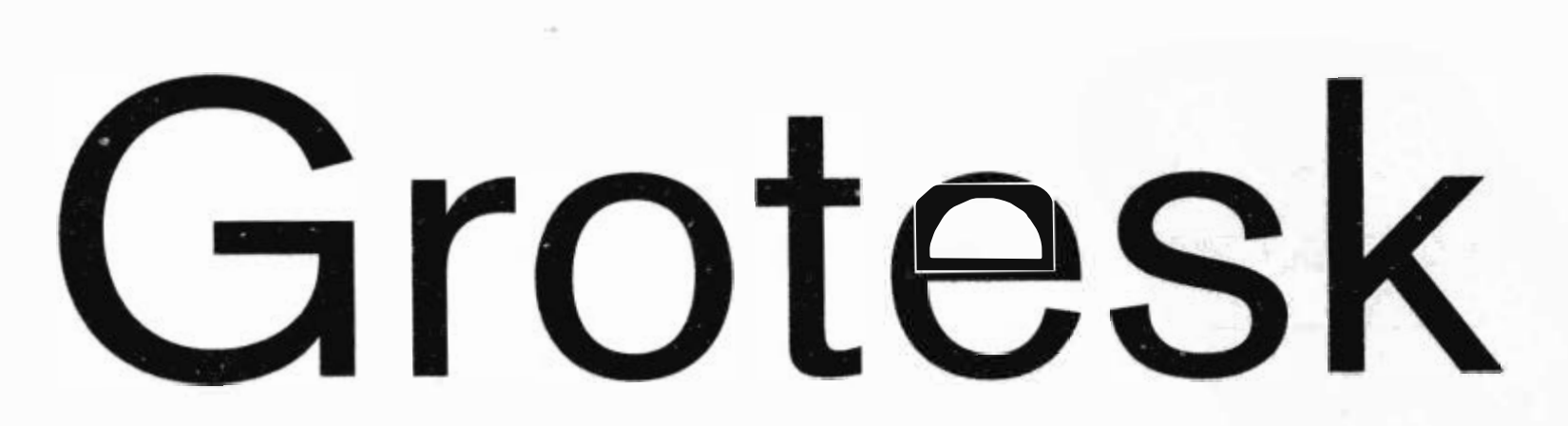
② Peninsular and Oriental Steam Navigation Company，半岛及远东蒸汽导航公司，历史悠久的英国船运和物流企业。

计顾问。

他和卡尔弗特从安德森那里得到一个小小的指导意见：「我有个顾虑，你们也许不该费事来发明一套比较『新』的字体」，安德森在一九五八年六月份的一封信中写到，「作为一个委员会，我们已经养成认可德国字体的习惯，字重以及外观都中规中矩，那就是我们想要的东西」。

「我们决定忽略这一请求」，卡尔弗特回忆说。所谓的德国字体是指 DIN (Deutsche Industrie Norm)［德国工业标准］，所有字体之中最为平实的一种，用在高速公路和当时西德的车牌上。它设计于一九二〇年代，均一的笔画厚度有助于增进易读性。工程师们觉得它读起来很舒服，原因之一是它不带有任何艺术感，直接带你去到想去的地方。但是金尼尔和卡尔弗特认为 DIN 太过生硬，而且跟英国更为柔和的陆地风景不够协调。

他们也看了看其他的备选方案，其中至少包括另一种德国字体，叫做 Akzidenz Grotesk，一款早期的无衬线字体，源于十九世纪末期。一位当代设计师如此描述 Akzidenz：「和蔼可亲的同时却又咄咄逼人」，也许这正是标识系统字体所需的特性：清晰的字型从很远处就能阅读，但其纤细、均一并且单调的字母并不会让人们产生太多想象。



Akzidenz Grotesk —— 和蔼可亲的同时却又咄咄逼人

在英国和美国，Akzidenz Grotesk 以前通常叫做 Standard（标准），对于如此不具个性的东西来说，这是个恰当的名字。它此后将成为 Univers 和 Helvetica 重要的灵感来源，但在十九世纪前半叶，它主要用在交易名录和报价单上面。它是那些若干极为重要、却无从考证设计师名号的字型之一，由贝尔托德铸造厂所设计，后来由京特·格哈得·朗[1]在一九五〇年代加以现代化并放大。

金尼尔和卡尔弗特所设计的新字体很快就会得到一个名字——Transport［运输］——而它的设计特征导引着遍布全球的驾驶员，包括小写字母 l 尾端的弯折（从 Johnston 那里借鉴而来），以及 a、c、e、f、g、j、s、t 和 y 斜斜截断的弯曲笔画。字母的形状专为让驾驶员能尽快阅读名牌而设计，两个人也由此发现了一个简单的事实：大小写组合在一起的时候，辨认单词会更容易也更迅速。这并不仅仅是易认性的问题；我们很少需要读完整个单词才能理解它，而字母若能像它们在书本中出现时那样流动起来，快速掠读就会变得更加容易。不过，字母设计只是整场战役的一半，它们在标志牌上的具体运用同样是个挑战。

这一对设计师给道路研究实验室（Road Research Laboratory）和交通部的人们做了无数次展示报告，他们谈及汽车头灯灯光的影响，以及「晕影」，一种光溢出边界的现象，意味着黑底白字的笔画应该略细于白底黑字。大家就公路标示应该能在六百英尺之外展示全部信息这一点达成一致。他们还讨论应当使用的颜色。卡尔弗特回忆起休·卡森[2]爵士的一次访问，这位建筑师堪称英国顶尖设计专家，他建议说「标志牌应该和传统晚宴礼服一样黑」。而他们则接受美国的影响，最后定为使用白色字母，底色则是美国标准州际蓝（Interstate Blue）。

当天气允许的时候,金尼尔和卡尔弗特会从他们在骑士桥(Knightsbridge)的办公室里走出来，将他们的设计原型标示牌放在院子里或者海德公园的树丛边上；然后他们慢慢地步行远离这些标示牌，以确定相对阅读距离。他们的标示牌在普雷斯顿外环道[1]上测试过，然后迅速地和被伐去树木的空地以及新建的小厨师[2]餐厅一道成为路边的风景。在 M1 高速公路首段于一九五九年通车之后不久，那些巨大的蓝色信息板被证明是十分有效的——根本不会有人会再看它们第二眼。

不过很快就会有另一个主要问题需要他们解决——英国普通道路所需的标识和字体排印设计。这是交通部另一个重要委员会的工作主题，也是自从罗马人在软石柱上刻出拉丁文的「伦敦」(Londinium)以来就从未成功解决过的事情。

一九六一年七月，字体研究者赫伯特·斯潘塞[3](Herbert Spencer)从大理石拱门[3]出发，旅行二十英里，抵达当时还称作希思罗伦敦机场(London Airport at Heathrow)的地方。他用相机记录下这段旅程，并将结果详尽撰文发表在他的期刊《字体排印》(*Typographica*)上面。他本来也不指望能在沿途见到整齐划一的设计和完美的字体搭配，但还是震惊于所见标识的完全混乱，将其描述为「冗长的散文障碍」，说它们逼迫着司机们阅读如同小说一样多的文字；道路标识的内容则包含「禁令、强制要求、指

---

① 普雷斯顿外环道(Preston Bypass)即前文所指 M1 高速公路前身的一期工程，是英国高速公路最先建造的一段。

② 小厨师(Little Chef)，一九五八年出现的英国连锁路边餐厅。

③ Marble Arch，一座白色大理石建筑，位于伦敦牛津街(Oxford street)西端。

向信息、说明信息或者警告信息 …… 鲜明地展示出文学和图形设计方面的创造性，但在这个领域里面，讲究纪律和克制才更为恰当和安全」。

此后将与玛格丽特·卡尔弗特在皇家艺术学院共事的斯潘塞，当时是现代化的先声人士，也很热衷于扬·奇肖尔德在慕尼黑发展出的非对称字体排印，以及包豪斯学派的无衬线字体实验之流畅和明晰。他对于伦敦街道标识的恐惧，引发了《卫报》和《泰晤士报文学增刊》的社论回响，也自然而然地让沃博伊斯委员会（Worboys Committee）有所注意，这一运输部的工作小组负责建立一套对用户更为友好的交通系统。乔克·金尼尔是这一任务的合适人选，但是他所提出的方案——仍旧使用 Transport 字体，换作绿底白字，使用黄色数字标识 A 级路段，白底黑字标识 B 级路段①，配合基于图案拼排系统的一整套严格规则设计而成——并不是没有受到挑战。

另一位设计师，戴维·金德斯利[4]（David Kindersley）认为两人是在他的领地上展示肌肉，班门弄斧。金德斯利研究字母表和文字间距已经许多年，曾为壳牌电影单位②做过一些电影标题。他为当地道路标识系统制作出一套更为传统的衬线字体，尽管全是大写字母，所需要占用的空间却较少。但是时代在改变，他的这一 MOT Serif 字体虽然在达切特（Datchet）或者温莎（Windsor）是令人欣慰的道路伴侣，但并不能经得住道路研究实验室严苛的科学考验。

金尼尔和卡尔弗特的作品关键之处是在一个拼排系统上面仔细地调整字符间距，使得文字得以保持形状。既然是高速公路标牌，整个系统的设计就

① 英国高速公路为 M 级，A 级为主要干道，B 级次之。

② 壳牌电影单位（Shell Film Unit），壳牌赞助的电影拍摄组织，以纪录片出名。

应以驾驶员的视角为出发点。「要点在于必须能让驾驶员看到标识后及时作出反应」，卡尔弗特解释说。「重要的是辨识单词，而非让驾驶员去一个个阅读字母。乔克会说这就好像修拉的点画。而我则总是把它们跟阿姆斯特丹的伦勃朗肖像做类比：如果你凑近观察，细节都毫无意义，但是在恰当的阅读距离上，一切就都变得很明了」。除此之外，金尼尔／卡尔弗特系统将可以泛用的词汇、数字、指向和图标混成组合在一起，是比金德斯利漂亮精致的字母理论更加接近卫星导航显示系统的整套方案。

金德斯利和金尼尔／卡尔弗特两套理论的对撞升级为公开的争执，甚至包括写给《泰晤士报》的愤怒信件。整件事情看起来越来越像是金德斯利不仅仅反对全新的外观设计，更是对两个相对而言的新近暴发户感到不爽。这其实是一场旧世界与新世界、衬线与无衬线之间的争战。金德斯利是一位书法家，石匠大师，埃里克·吉尔的学生，工坊职业美德的信徒，一个喜欢传统文字间距的人，剑桥附近的美利坚战争纪念碑上完美地展示了他的顶尖技艺。他不一定会喜欢的是金尼尔与卡尔弗特更为倾向的，洁净、高效的瑞士风格。只有一种方法能够解决这场纷争：大家来比试一场。

一块测试场地在牛津郡皇家空军基地的本森机场（Benson Airport）开辟出来。「他们邀请了几位飞行员坐在一个放置着椅子的平台上」，卡尔弗特回忆说，「然后在一辆旧福特安格利亚型小轿车的顶上固定好测试标牌，上面写着两个目的地的名字。接下来他们把车朝着那些飞行员开过去，飞行员们则说出先能看到或者读出哪一个牌子」。金德斯利的方案略为容易辨识（「只有百分之三而已！」，卡尔弗特说，「可以忽略不计的优势！」）。但是从审美角度出发，委员会对于他们将要选择的字体方案毫无疑虑。

Transport 字体驾车实测

在 Transport 字体之后，玛格丽特·卡尔弗特以 Helvetica 为蓝本为英国的 NHS 医院设计出一套新字体，后来被应用在英国铁路上（名为 British Rail Alphabet），最后在所有的 BAA[1]机场之中推广使用。乔克·金尼尔于一九九四年过世，翌年戴维·金德斯利也离开人间。卡尔弗特现年已逾七旬，哀叹于现今的标志牌离谱地马虎而满是偏差，尽管她很高兴人们能认识到她对于设计原稿的贡献。「风水轮流转真是有趣的事情」，她说，「以前功

① BAA（British Airport Authority）英国机场局，负责管理伦敦、苏格兰和南英格兰的机场。

公路标牌差点成为的样子：戴维·金德斯利的道路标记方案（上方）以及最终胜出的金尼尔/卡尔弗特大小写混合无衬线设计方案早期版本之一（下方）

劳都是归乔克的，现在是归我。有些人说我标志化了全世界，这种说法当然很荒诞。」

她的名字还会由于另一个原因而流传下去。一九七〇年代，金尼尔和卡尔弗特在为法国新城市伊夫林省圣康坦（Saint-Quentin-en-Yvelines）进行平面和交通设计的竞赛之中胜出，卡尔弗特回忆说，这一次他们厌倦了 Gill Sans 或者 Helvetica 这样的无衬线体，又想要有一点法国风情，于是她就尝试了一些衬线体。

最后她完成的作品看上去有点像十九世纪早期的埃及式粗衬线字体，坚实却富有活力，但法国人拒绝了它，说它看起来太过英式。后来它另有所用，泰恩 - 威尔地铁[1]需要一整套视觉引导系统，而这种新的粗衬线体看起来和纽卡斯尔市区纪念碑式样的建筑历史十分契合。字体名称 Metro 已经有人用了，所以当这种字体数字化之后，蒙纳公司将它命名为 Calvert［卡尔弗特］。这一字体还在一个非常恰当的地方出现：伦敦南肯星顿皇家艺术学院外面的不锈钢字母就是这一字体，此处距离五十多年前金尼尔和卡尔弗特试验道路标牌的地方并不远。

① 英格兰东北部泰恩 - 威尔郡的轻轨系统，联结纽卡斯尔、盖茨黑德、桑德兰。

尾 注

[1] 京特·格哈德·朗（Günter Gerhard Lange，1921—2008 年），德国字体设计师。

[2] 休·卡森（Hugh Casson，1910—1999 年），英国著名建筑师，设计师，艺术家和作家。

[3] 赫伯特·斯潘塞（Herbert Spencer，1924—2002 年），英国设计师，二十五岁时创办专讲字体排印的《Typographica》期刊。

[4] 戴维·金德斯利（David Kindersley，1915—1995 年），英国石刻艺术家，字体设计师。

DIY

自己动手

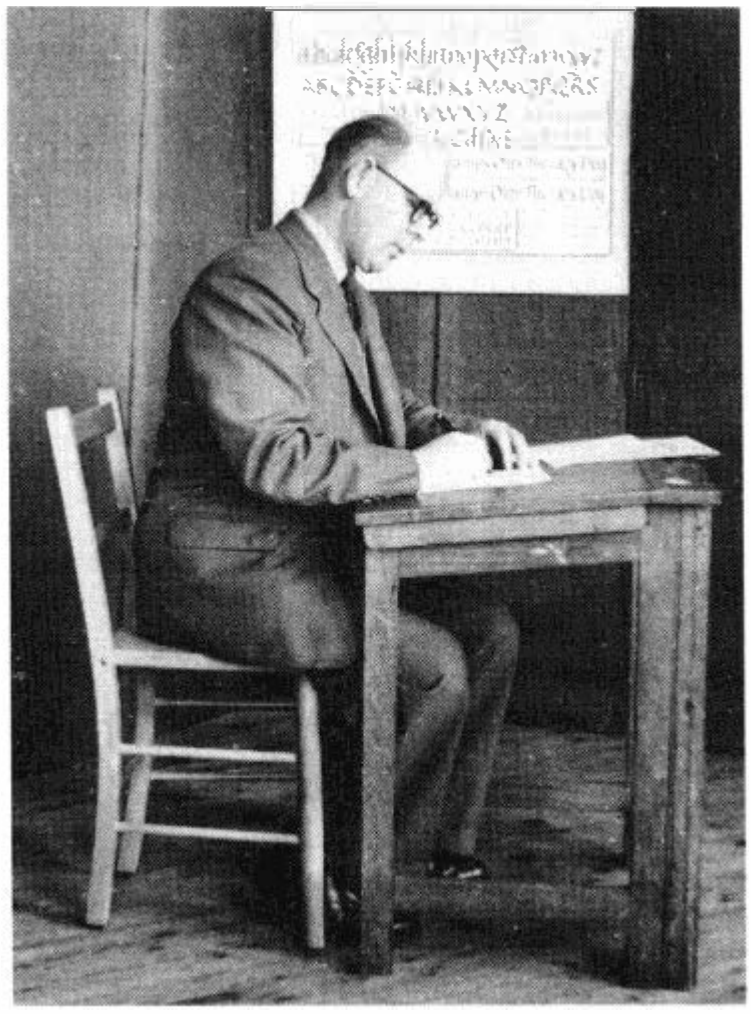
11

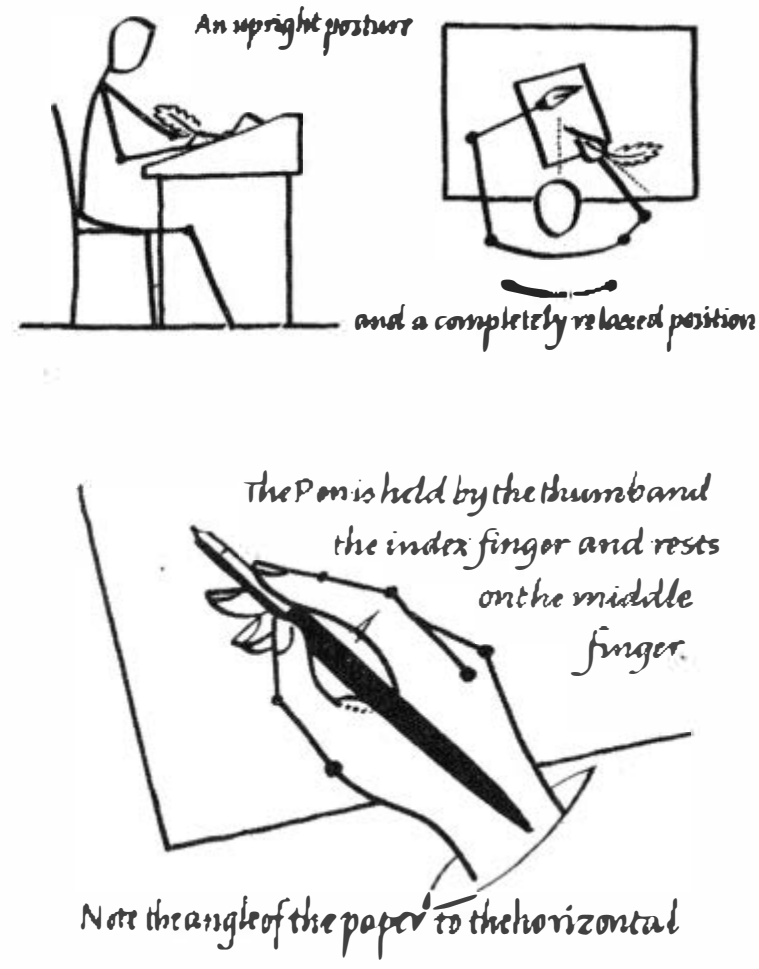
自己动手
DIY

我们大多数人都是天生的字体设计师。我们在孩童时代便开始胡乱涂鸦，那是我们此生最无拘无束的时刻。尔后，我们必须依照一种字体风格开始练字，在画好的虚线上起伏运笔，写得好就会受到表扬。在英国，二十世纪的孩子们与他们的老师所仿效的，是写字课的经典教师马里恩·理查森[1]与汤姆·古尔迪（Tom Gourdie）　　后面的这位，正是《写字的瓢虫书》（*Ladybird Book of Handwriting*）的作者。古尔迪教育我们说：「写字的时候要舒适地坐稳，双脚平放于地，书桌轻微倾斜……食指应放在离笔尖约一点五英寸处，笔与纸呈四十五度角。」所有的这些建议，都是给使用「Black Prince（黑王子）牌铅笔，或是Platignum牌①中号笔尖钢笔」的孩子们准备的。

---

① Platignum 英国著名钢笔品牌，虽其名称有被译为「白金牌」，但实际上和「白金」（platinum）差一个字母。





汤姆·古尔迪演示写字的基本原则

古尔迪的书写法则风靡世界，一九七〇年代，他被授予了「员佐勋章」[1]。而在当时，写一手漂亮字的天敌不是电脑，而是圆珠笔。古尔迪写道：「坚决反对使用圆珠笔」。除了些许微调，他制定的书写法则被保留至今。开始练字时，古尔迪并不教小朋友们写整个字母，而是先为他们演示直划、圆划和锯齿划。之后是练习「顺时针」字母 m，n，h，k，b，p 和 r，接着是逆时针（其余的所有字母）。到了练习字母组合的时候，写名字是一个好方法：George，Hugn，Ian，James，Kate[2]。之后开始练习连笔字，字母 t 底

① 员佐勋章（Member of the Most Excellent Order of the British Empire，简称「MBE」），「大英帝国最优秀勋章」（Most Excellent Order of the British Empire）五种级别中的第五级，由英国国家元首授予各界有贡献人士。华人中，电影演员成龙等人也被授予过此勋章。

② 这些都是英文常见名：乔治、休、伊恩、詹姆斯、凯特。

部的钩和字母 r 的顶部最适合练习，如单词 tea，toe，rope 和 ride；然后就是最重要的练习：把字母 n 夹到相同的字母对里，如 ana，bnb，cnc，dnd。最后，综合之前所学的这一切，用柔和的斜体字，写出古尔迪的诗句：

One, two, three, four, five

Once I caught a fish alive

一二三四五，抓活鱼算我

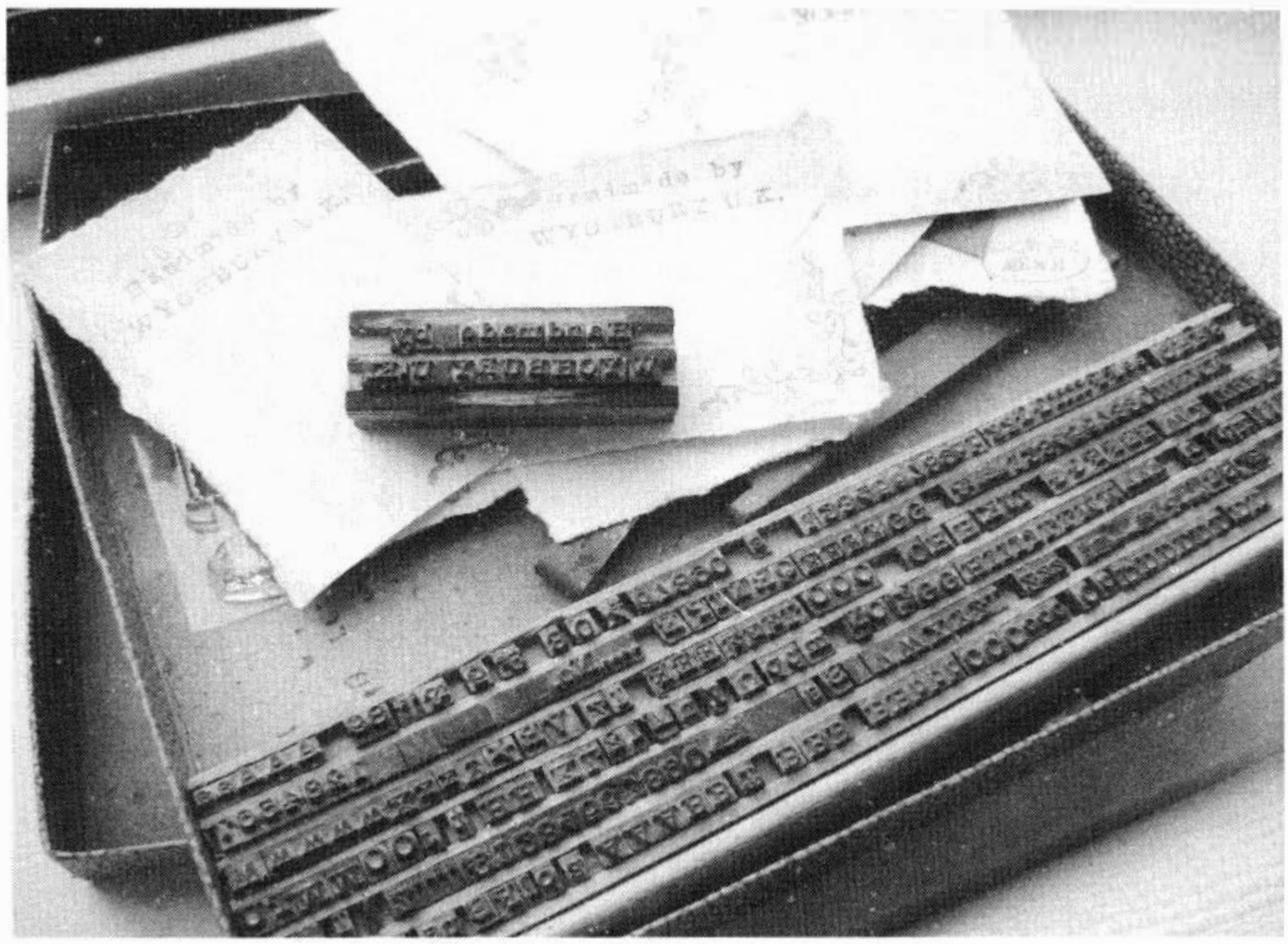
一旦你将这一切都融会贯通，那么在你生日那天，就能收到一套「约翰牛[1]印字套装」。

约翰牛套装于一九三〇年代上市，随后这款儿童印字套装风靡了四十余年，套装里附带镊子、橡皮字母、一个木制或塑料的戳盖盘，以及印泥及纸张。工具箱里用的是与十五世纪古登堡《圣经》一样小而脏的活字，可供重复使用，直到这些纤小的字母被遗失在家里的地毯里。这一套装样式繁多，从简装没有号码的原版到第 155 号版本，版本数字较大的套装里还带有橡皮图章。（版本号似乎是随意选的：比方说，没有 11 号；而且，数字越大并不意味着盒子越大，东西更好。）

4 号装的说明书解释了如何自己当印刷匠，并不算很复杂：「仔细分开橡胶活字。将字母压入支架盒。排完单词或句子后检查活字的表面是否水平。印刷时，仔细地用印泥将活字上墨……如果印泥太干，用少量水将表面弄湿。」有谁家的孩子无法掌握这些方法呢？又有谁第一次用它印出的单词不是自己的名字？

---

① 约翰牛（John Bull），是英国的拟人化形象，源于一七二七年由苏格兰作家约翰·阿布斯诺特所出版讽刺小说《约翰牛的生平》，主人公约翰牛是一个头戴高帽、足蹬长靴、手持雨伞的矮胖绅士，为人愚笨且粗暴冷酷、桀骜不驯、欺凌弱小。随着小说的风靡一时，逐渐成为英国人自嘲的形象。



要仔细，保持水平——约翰牛印字套装，一九五〇年代的木质版本

这是一款出色的英国产品，并非徒有虚名。约翰牛粗壮、可靠、红脸的形象，曾经是旧派坚忍刚毅和富有抵抗力的象征。这一形象出现在肥腻的猪肉香肠包上，也出现在你的发泡的托比扎啤杯上。这位国家代言人穿着马裤，身边带着他那只淘气狗。印字套装是一款完美的战时产品，同时支撑起了玩具和橡胶产业。Quink 油墨的制造商也因此受益。家长们也很喜欢它，因为它有教育意义；而孩子们一直用它，是因为他们可以不断地印出那些粗话和秘密信息。我们印出了很多东西，而在一九六〇年代拥有自尊心的中产阶级

家庭里，将其作为可重复使用的创作工具，拥有它和旋转绘图器[1]一样是值得骄傲的事。

如果是不经意翻出来，一个成年人可能会把它拿到网上拍卖，但很少有人像艺术家约翰·吉列（John Gillett）那么极端。二〇〇四年他在伯克郡[2]的布拉克内尔画廊（Bracknell Gallery）里举办了一个叫「约翰牛的战争与和平」的展览，其中有他自己印制托尔斯泰名著的一段录像。吉列并没有真的印出整本书，但他展示了艺术创作是需要长期磨炼的。几年后，斯蒂芬·弗莱[2]在其为 BBC 电视台制作的一部备受关注的关于古登堡的电影片头里使用了 30 号套装。

约翰牛套装并没有教你如何拼写，也没有教你很多关于字体的知识，但处理和欣赏字母本身是很重要的，一段手把手的引导可让我们受用余生。

更有用但更无趣的，是美国制造的 DYMO[3]标签制作机每个人都可以用这个嘎吱作响的塑料玩意在他们可能被偷走的东西上贴上自己的名字。操作这东西要花费一些时间和力气：你要把一圈细长的胶条穿进打印盘里，再把字母放到转轮里，然后按动把手压出白字。经过几分钟的扭转、冲压和剪切，你就可以

DYMO 标贴——一个偶尔会塞住的发明

① 旋转绘图器（Spirograph），一种玩具，在齿轮里套上各种磨具即可绘制出万花筒般各种几何图形构成的图案。

② 伯克郡（Berkshire），英国英格兰东南部区域的一个郡。

③ DYMO 是 DYMO 公司的商标。DYMO Corporation 有译作「帝么股份有限公司」，是一家全球生产电子标贴、印刷标贴和其他印刷镭射影碟等公司。其企业成立于一九五八年，现时为诺威屈伯德（Newell Rubbermaid）旗下公司。

做出一两个词的贴纸，可以贴到书籍、文件和唱片护套上。之后会有两种可能的结果：标签要么脱落后就再也粘不上去，要么就是粘得太牢把你贴上标签物品的表面给毁掉。

DYMO 公司一九五八年成立于加利福尼亚州，至今公司依然健在，但现代的机器已经没有马达和不干胶了。这个奇妙的装置最初只有一个字体（DYMO ROMAN），但胶带卷有非常多的不同颜色。

是 Letraset 完全改变了个人印刷的世界。它不只是一个用来制作派对请帖的工具，也不是一个儿童玩具，而是国际平面设计行业的一个重要组成部分。这也是第一次让印刷业界的外行人士可以舒服地坐在办公桌边选择自己喜欢的字体，而且其广阔的选择余地使得一些新词变成了日常词汇：Compacta，Pump，Premier Shaded，Octopus Shaded，Stack，Optex，Frankfurter，InterCity 和 Nice One Cyril。Letraset 也掀起了「桌面出版」第一次浪潮——尽管当时这个词还没有出现。Letraset 制作的标题垄断了一九七〇年代末到八〇年代初大多数的朋克爱好者杂志和学生出版物，预告着十年后桌面出版的大解放。

Letraset 公司于一九五九年在伦敦成立，一九六一年其创始人戴伊·戴维斯（Dai Davies）找到一种能从出版业和照相排版产业的局限中将字母「解放」出来的方法。杂志和海报的设计师们，或者工程师、学校教师和信息管理人员不再需要离开他们的日常岗位，拿着一份字体名称列表和空白页面跑去找印刷厂，等待技术员帮他们做标题。一瞬间，他们可以自己当技术员，彻夜排版，直到把字母 e 用光。

这项技术是一个干转印过程，需要从黏着的塑料板上把字「打磨」（即

完美的技术——一位正在工作的 Letraset 专家

「揉」）到所需物品的表面，直到你毫无折痕地做完整个字，然后再不断地重复这个过程，直到（几乎）平直地做完整个词。只要有耐心，就可以很快掌握这种技艺并得到满意结果。这套系统引发了传统字体排印商的不快，其工人最初将其当作笑柄，不料后来它却成为一个挥之不去的威胁。（Letraset 是这个饥饿市场里的主导力量，但这种打磨转印方法并非由他们首创，而是法国人的发明。德贝尔尼和佩尼奥铸造所提供的 Typophane 就是将其最有名的字体做到便携胶片上的一套黏性字母。但是在打磨之前你必须将字母分别剪开，边缘经常很明显。Letraset 简化了这一过程，而且还有另外一个巨大的优势：强劲的市场营销。）

客观来说，要学会 Letraset 转印还是需要技巧的。它把一位自制字母的艺术家带进了每个家庭和办公室，它重新塑造了字体排印，几乎能和六十五年前热金属活字的变革相提并论。为了避免被误认为过于简单，它的说明书打造出了登月般的科幻氛围：「打磨到表面——字体从载体片上转写后会变得半透明。」

时过境迁，现在还留下了些什么呢？一些童年的怀旧、北极猴猴[1]的「基石」里稍纵即逝的情感、还有那些曾经认为已经找到未来的人们的零散聚会。在其一九七〇年鼎盛时期的二十年后，以圣布里奇图书馆[2]与纽约

① 北极猴猴（Arctic Monkeys）是英国的一个摇滚乐团。乐团成立于二〇〇二年，现有四名成员。「基石」（*Cornerstone*）是该乐队二〇〇九年发布的一支单曲，并收录于其第三张专辑《哄骗》（*Humbug*）中。

② 圣布赖德图书馆（St Bride Library），原名「圣布赖德印刷图书馆和圣布赖德字体排印馆」（St Bride Printing Library and St Bride Typographical Library）位于英国伦敦舰队街圣布里奇基金学院内，主要致力于印刷、书籍装帧、字体和平面设计。

摇晃的 Letraset 标题和遮蔽的打字机墨带——朋克爱好者杂志和学生出版物的一个赢家组合

ITC[1]共同制作出版的一本小册子为契机，Letraset 的一群母版刻字师开始追忆着他们的经验。他们固执的视野定格在那个令人（至少是他们）怀念的古怪世界里。他们回忆起用木棍、透明胶条和剃须刀片制作的特殊工具把字母片从优乐诺蒙版胶片上剪下来的过程，之后他们还会解释运用这种方法有多难，特别是当你想避免「可怕的碎豆」——直线和弧线切口之间的连接

① ITC 指「国际字体公司」(The International Typeface Corporation)，在纽约成立的一家字体制造商，由下文提到的艾伦·伯恩斯 (Aaron Burns)、赫布·卢巴林 (Herb Lubalin，见尾注[41])和爱德华·龙塔勒(Edward Rondthaler)三人于一九七〇年共同成立。该公司是世界首家没有金属活字历史的字体产商。一九八六年被 Esselte Letraset 公司兼并，但二〇〇〇年被爱克发-蒙纳公司收购，二〇〇五年改制为蒙纳图像公司至今。

部——发生的时候。

Letraset 的母版制作师能够令整片字母看起来是用一刀刻出来的。做出一整套字母表的过程需花费六周时间，之后才能让这些字母用于排版复制，并大量印刷到薄塑料片上。弗雷达·萨克（Freda Sack）回忆起当时的培训期有两年，之后花两天时间就能刻出她华丽 Masquerade 体的每个文字。另一位专业刻字师迈克·戴恩斯（Mike Daines）回忆起一九六七年进入弥漫着披头士音乐和大麻的办公室，导致在之后的几年期间他没有被老板警告摇头晃脑的担心之下反而无法放心地在假日海滩上刻画字母了。

但 Letraset 不仅是平面设计师的福音，对字体界来说它也是一个绝妙的发明。自一九六一年推出两年之后就已经有三十五套标准字体的黏着字母；而十年后，它已经销售到九十六个国家，并有一百二十款标准字体。此外还有至少四十多款专用字体只能通过订阅才能得到：那些自认尖端的设计师必须通过订阅才能得到 Letraset 高管安东尼·温曼（Anthony Wenman）称之为「炙手可热」的字体产品。

Letraset 终极的荣誉时刻，是世界顶尖的字体设计师们，包括赫尔曼和古德龙·察普夫[3]（作品包括 Palatino, Optima, Zapfino, Diotima, Zapf Dingbats）、赫布·卢巴林[4]（作品包括 Eros, Fact）和艾伦·伯恩斯（ITC 字体铸造所的创始人之一）来到 Letraset 总部访问表达敬意的那天。他们走进位于肯特郡阿什福德 Letraset 的总部参观时，惊讶地发现这个工厂完全没有一扇窗户——以确保表面无尘——男女工人都像制表师一样精密地工作着。这对当时来说还是一个未来产业，参与者手上都不会沾上油污。

公司获得了制造六十款经典字体的权利。Helvetica 在一九六〇年代

初开始占据主导地位，排行榜上还有 Garamond，Times Bold，Futura，Caslon 和 Plantin。Letraset 公司也鼓励自己的员工创作新字体，并于一九七三年举办国际字体设计大赛，吸引了两千五百份作品报名。奖金为一千英镑，其中有十七款被选中并投产。它们主要基于传统的手写体，命名为 Magnificat 和 Le Griffe 等。

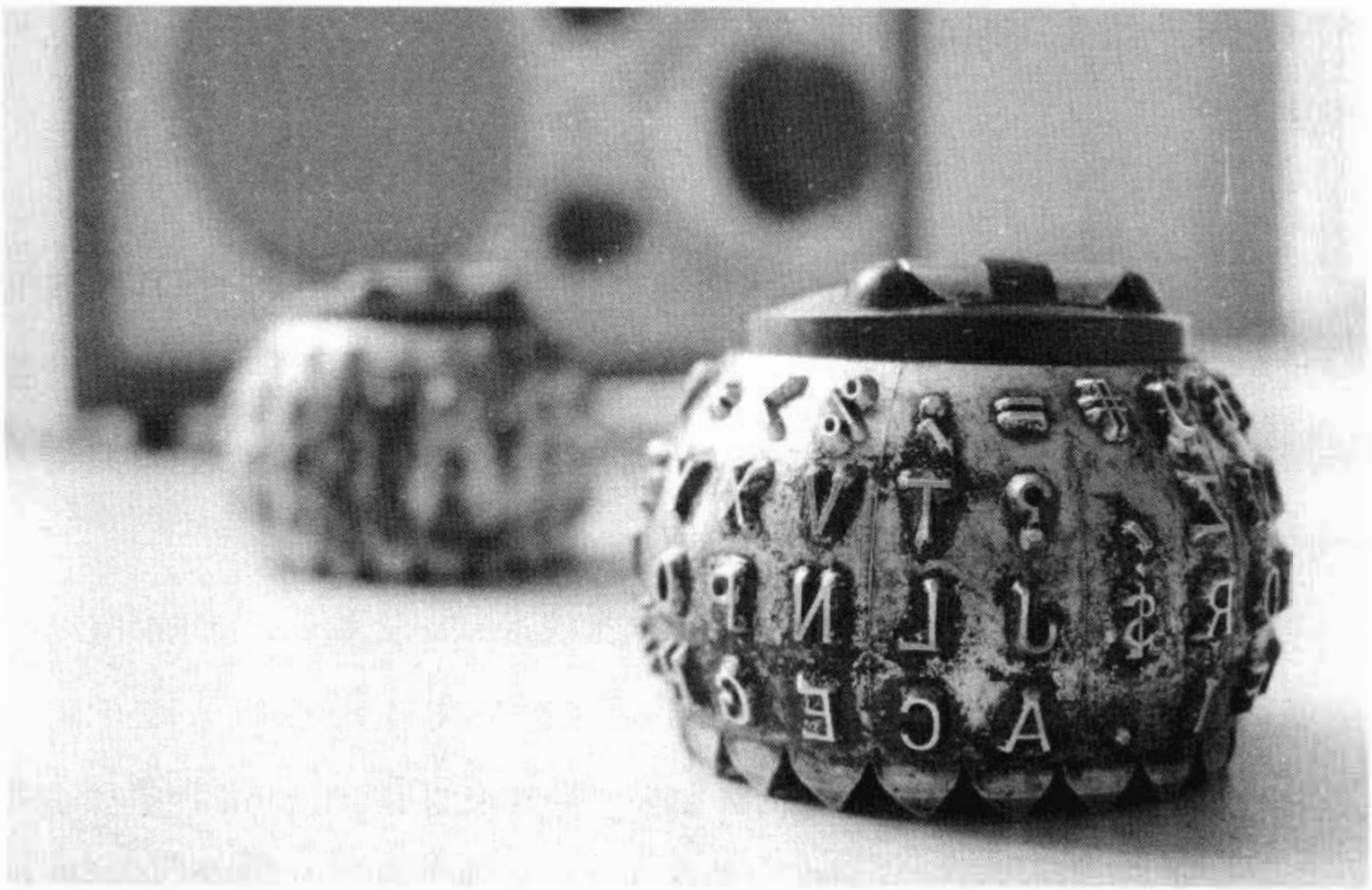
Letraset 是干转印方式的主导力量，但也有其他人一试身手。擦印方面的对手就有切森特的 Craft Creations。他们制作的胶片是以词为单位的，从而避免了字距不当的噩梦。比如他们第 103 印张上有：「*Happy Anniversary Love Anniversary Wishes Anniversary Congratulations Engagement*……（周年、快乐、爱、周年祝福、周年祝贺、订婚……）」，都是用花体 *Harlequi* 写出来的，精细的大写字母就像拍苍蝇的马尾般纤细。「结果会因技术而有所差异，」指南手册里平静地轻描淡写道，「记住：熟能生巧。」

在 Letraset 出现之前，如果有设计圈外的人能知道一些字体名称，那他们可能都是做文职工作的女性。IBM Selectric 打字机在一九六一年首次出现，它不仅改变了专业文件的面貌，也改变了专业人员的书桌。这台机器的键盘看起来与旧式「雷明顿」[①]以及「好利获得」[②]打字机不尽相同；事实上，它集成的下沉式按键看上去与笔记本电脑的键盘惊人地相似；而效果也同样类似。如果你有灵感和足够的耐心，可以在做销售订单的时候第一行

---

① 雷明顿（Remington），这里指雷明顿打字机，美国打字机品牌。伊利法莱特·雷明顿（Eliphalet Remington）一八一六年在纽约成立的 E. Remington and Sons 公司于一八七三年开始发布世界上第一台商用打字机。

② 好利获得（Olivetti）这里指意大利好利获得公司（Olivetti S.p.A.）的打字机。该公司成立于一九〇八年，以生产打字机起家，专门研发和出品商业器材和电脑系统，现为意大利电信旗下子公司。



IBM Selectric 打字机的秘密武器——其内部的高尔夫球（大概两英镑硬币大小[1]）

用 72 派卡的 Prestige 体，第二行用 Orator 或者 Delegate 体，剩下的用 12 号 Courier 意大利斜体。

它的秘诀在于「高尔夫球」，或称「打字球」，这是一个位于中央控制台用于按压色带的圆球，可以更换，而且不会像更换打印色带那样用油墨弄脏你的手。IBM 有二十种不同高尔夫球字体出售，大部分都很朴素平淡，但也已足够引领企业品牌理念，哪怕是那些无名小卒的公司。IBM 并不把这个球称为字体，而是叫做「打字元素」，其用户手册自信地断言道：「您在每次打字的时候都能找到合适的一个」。提供给用户选择字体的机会，这并不是首

① 两英镑硬币的直径为 28.4 毫米，比第五套人民币一元硬币 25 毫米的直径要大一些。

创——从一九八〇年代的便携式布利肯斯德弗打字机[1]就已经开始流行这种说法了。

但 Selectric 是第一款将字体切换变得相对容易的机器。在其鼎盛的一九八〇年代，Selectric 主导着全球的专业市场。但字体总是在不断地发展。一旦你可以更换字体球，或者戳盖、切割、雕刻、摩擦文字之后，就只剩下一件事情要掌握了：打开你的第一台电脑。

即便是最基本的绿屏幕、低内存、软盘状态——比如 Amstrad PCW[2]的低端机型——也会让与字体相关的所有其他事物迅速过时。一旦你用上了电脑键盘并按下打印按钮，为何还要去期待未来的 Platignum 钢笔和「高尔夫球」呢？一旦你有了计算器，乘法速算表到底还有多少意义？一旦你有了电子邮件，为何还要让一个邮局职员去拿电报的文字条？一旦你有了数字音乐，精美的唱盘内页就倒霉了。手写、Letraset——它们根本没有生存的机会。书法已几近消失，即便是查尔斯王子本人很喜爱的作品，仍摆脱不了静静地挂在估算师和脊柱推拿治疗师资格证的玻璃板后面的命运。

现在，几乎所有我们需要的东西都可以在 LED 或等离子屏幕里找到。石墨或笔尖，还有用食指划过一本印刷精良的书籍而产生的细微快感，都在迅速成为遗产。但字体——它们的优势和创意——却没有遭遇到同样的厄运。恰恰相反：现在它们几乎难以估计的数量倒成为问题之所在。

---

① 布利肯斯德弗打字机（Blickensderfer typewriter）最早由乔治·布利肯斯德弗（George C Blickensderfer）设计于一八九三年，曾与雷明顿桌面打字机抗衡，最后以其便携性胜出。

② Amstrad PCW 英国电脑产商 Amstrad 在一九八五至一九九八年间制造的系列产品。在英国发布当时，一台 PCW 系统的成本不到其它 IBM 兼容机的四分之一。

尾 注

[1] 马里恩·理查森（Marion Richardson, 1892—1946 年），英国艺术家和教育家，出版了手写字体相关著作。

[2] 斯蒂芬·弗莱（Stephen Fry），英国演员、喜剧演员、作家和电视主持人。

[3] 赫尔曼和古德龙·察普夫，这对夫妇双双为字体德国字体设计师。丈夫赫尔曼·察普夫（Hermann Zapf, 1918 年—），主要作品有 Aldus, Palatino, Optima, Zapfino 等。妻子古德龙·察普夫（Gudrun Zapf von Hesse, 1918 年—），同时也是书法家、书籍装帧设计师，主要字体作品有 Diotima 等。

[4] 赫布·卢巴林（Herb Lubalin, 1918—1981 年），美国平面设计师，字体作品有 ITC Avant Garde 等。

啥字体？

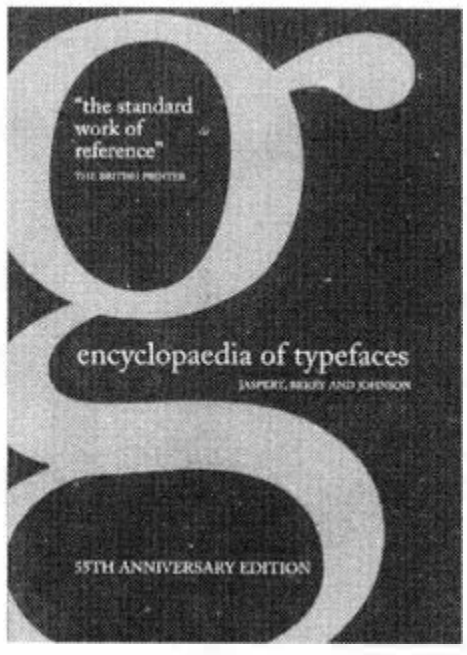
What the Font?

啥字体?
What the Font?

当《字体百科全书》(*Encyclopaedia of Type Faces*)于一九五三年首次出版之时，曾在设计界引发起一波波的惊喜。这样的震惊与欢喜，都是因为书中居然包含如此之多的字体——从 Achtung 到 Zilver Type，数以百计。这本书的编辑是圣布里奇印刷图书馆(St Bridge Printing Library)的 W·特纳·贝里(W Turner Berry)和大英博物馆的图书保管员 AF·约翰逊(AF Johnson)，此后的版本又加入作家和出版人 W·平卡斯·贾斯珀特(W Pincus Jaspert)。它为研究五百年的字体历史提供了难能可贵的机会。随着后续版本的不断编修，重点字体都附上一条小小的说明——比如，找到 K 字头条目，你会发现 Kumlien 是一九四三年阿克·库姆利恩(Akke Kumlien)设计的罗马式窄字体；而一九三四年的 Krimhilde 则由阿尔贝

特·奥格斯普尔格（Albert Augspurg）所作，他是 Schwabacher 风格大写哥特字体的专家。

此书最新的55周年再版里面，已经只剩下 W·平卡斯·贾斯珀特还在新添字体，根据他所写下的说明来看，整理两千种字体的任务让他有点糊涂。「第四十三页的 Ceska Unicals 与第二百二十九页的 Unicala 实系同种字体」，他致歉说，「第六十五页的 Della Robbia 效仿的是佛罗伦萨式而非罗马式的大写字母。第一百五十八页的 Monastic 其实应该叫 Erasmus Initials。」而读者也只能对其表示同情。分辨一九二〇年的 Empiriana 和十八世纪晚期的 Bodoni 已经很难了，对于两千种字体来说，这个任务一定更是异常艰苦。



甚至连这本周年版的书封都抛出了一个难题。在紫色的背景上面，画着一个巨大的红色小写字母 g。这是个漂亮的字符——两个字碗笔画流畅，完美平衡，还有个生动活泼的耳朵，大得足够拿来当作一只把手。但是，这个 g 属于什么字体呢？书封上并没有给出线索，而书内页有两千种可能的线索。

辨识一种特定的字体有可能是最为令人恼怒的任务，而一位设计师如果路过一家橱窗时看到一种他不认得的字体，也许他的一整天就会因此毁掉。这要比根据一小段歌词或者旋律来识别一首歌要困难得多。

小写 g 更是令人加倍为难。通常来说它应该是出卖字体身份的那个字母，因为设计师会在 g 这里让事情确定下来。这个字母一般并不会是字体设计的

起点——那通常是 a、n、h 和 p——但是许多考虑到字体历史和表达意图的重要决定是在它这里做出的。是只有一个简单的圆环（比如 Futura），还是两个字碗（Franklin Gothic）？两个字碗应该带有弧度和笔画粗细的变化（Goudy Old Style），还是应更为整齐均一（Gill Sans）？那只小耳朵应该是水平的（Jenson），还是向下垂落并呈泪滴形（Century Schoolbook）？它应该是锥形（Bembo），还是扁平（Garamond）？上方的字碗应该比下方的容量更多（Century Old Style），还是相反（Walbaum）？两个字碗之间的连接又应该怎样处理？

注意差异：小写 g（从左到右，从上到下）Futura，Franklin Gothic，Goudy Old Style，Jenson，Century Schoolbook，Bembo，Garamond，Century Old Style，Walbaum

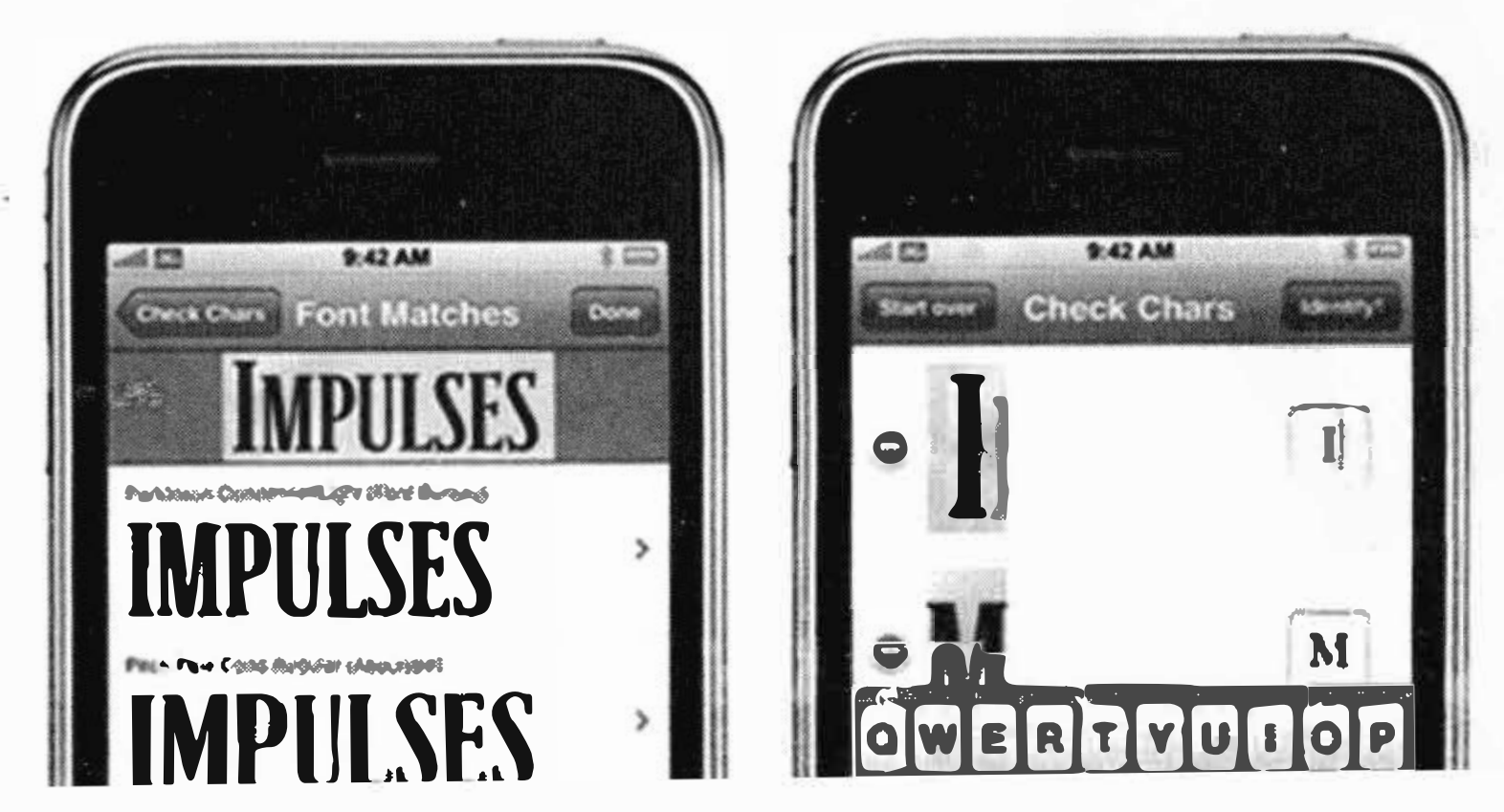
这些决定并不是随意作出的，而是与每一种字体的血统紧密相关。比如 ITC Cheltenham，作为一种过渡形式的 Baskerville 风格字体，它古怪的下半部字碗左上方带有一个小缝隙，如果字碗在这里一下子闭合起来的话，看起来就会很奇怪。对于手写体或者较大的展示用字体来说，虽然准则仍旧存在，但设计师的想象力就可以更为天马行空——比如 Broadway 字体里面 g 那硬实的下划线一撇，Snell Roundhand 里面 g 下面那大方的一卷，或者 Nicholas Cochin 里面 g 下方的超大尺寸字碗。

所以到底是哪个 g 在装点着包含所有 g 的百科全书之封面呢？人们可以借助另一本值得信赖的书卷——《鲁克莱奇的经典国际字体指南》（*Rookledge's Classic International Type Finder*）来寻找答案。数以百计的字体在此书之中按照其每一个单独字母的比重、坡度、角度和衬线划分开来，有助于辨认和挑选字型。这样一来，观察我们寻找的这个 g 之字碗、平衡和字耳，可以排除大约六百七十种样本，剩下大约三十种备选——包括 Aurora、Century Schoolbook、Bodoni Book、Corona、Columbia、Iridium、Bell、Madison 和 Walbaum。我偏向于认为它就是 Walbaum，但经过极为仔细地再三观察之后，又不太确定。它也很有可能是 Iridium 或者 Bodoni 135 或者 Monotype Fournier。

于是我转为使用一种更加时髦的搜寻方式。iPhone 不能免俗地有个字体辨识应用，叫做 WhatTheFont（「啥字体」）。你先拍一张字母或者单词的照片，然后标记出你希望它帮你寻找的那个部分（字母 g）。然后这个应用把它上传到某个地方，再告诉你提供几个可能的字体匹配选项。以我的

字体百科全书封面 g 来说，它提供了好些个选项，有一些是迷人的现代字体——Gloriola Display Standard Fat、Zebron、Absara Sans Head OT-Black、Deliscript Italic 还有 Down Under Heavy——但是全都和正确答案相差悬殊。用另一个 g 再试一次，一个计算机渲染出来的 72 磅 Georgia 的 g，这回 WhatTheFont 的表现其实更糟，几乎把世界上所有不是 Georgia 的字体都猜了出来，比如 Phantasmagoria Headless、Imperial Long Spike 或者 Two Fisted Alt BB。

这一应用令人失望，我决定尝试一下比较传统的现代求知方式——互联网——去 MyFonts.com（它是 Bitstream 电子字体公司的一部分）上面专门的字体论坛提问。这里的内容贡献者们有类似 listlessBean（「无精打采的豆子」）或者 Eyehawk（「眼鹰」）这样的名字，全都展示出广博的学识、乐于助人的热情和无可限量的坏脾气。其中许多人说话听起来就像是《辛普森一家》里面的漫画男被厚重的字体百科全书砸到头一样。每一天都有接近一百种有待辨认的字体提交到网站上，而任何人都可以试着给出答案。讨论之后的每个问题会被标记为已经解决或尚未解决，以及第三情况：「并非字体」（Not A Font，比如它是一个徽记，或者就是手写而成的文字）。那一天我在上面泡了好几个小时，发现人们对字体用在什么样的事



情上颇感兴趣，比如 Batman Gothic Knight（蝙蝠侠哥特骑士）、Bonnie Tsang Photography（波尼·曾摄影）、Perry Mason（佩瑞·梅森）剧集标题，还有 Little Boulder Sweet Shop（小博尔德甜品点）。

有个叫做「digitallydrafted」的人发帖请大家辨认潜艇三明治[1]餐厅的标语「SUBS SOUPS SALADS」（潜艇三明治，汤，沙拉）。这一问题引发十一条讨论，部分摘录如下：

> 我开始觉得它是 Verveine，别名 Trash Hand，吕斯·阿弗鲁（Luce Avérous）设计，部分字母有更改。（发帖人：Gincis）

> 我修改了一下 Tempus Sans ITC 得到的结果和它极为接近，把 S 旋转 180 度……手工修改 P 和 B。（发帖人：digitallydrafted）

> Tempus Sans？？？？？？？ 你最好仔细看看 Trash Hand，我现在只能这么说……（发帖人：Gincis）

> 看起来像 Good Dog（发帖人：Jessica39180）

> 抱歉，Jessica，不过它跟那些 Good Dog 字体一点都不像（不像 Bad Dog，也不像 Family Dog）。你发帖之前有没有看过一眼啊？（发帖人：Gincis）

① 潜艇三明治（Quiznos）餐厅是美国的大型连锁快餐厅。

如此这般往复几次，直至毁灭性的裁决最终确立：并非字体。

论坛上另一个难解的问题来自于星巴克（Starbucks）。网站成员之一对于它绿色徽标周围环绕的那圈「STARBUCKS COFFEE」所使用的粗黑色字体感到迷惑。这是世界上最知名的徽标之一，但其上的字体是自行订制的还是能够买到的商业字体？星巴克相关的字体疑问在 What TheFont 论坛并不鲜见，还有另外三十四个类似的——从苏门答腊咖啡包装袋所用的字型，到桂皮香美拿铁（Cinnamon Dolce Latte）的室内圣诞节促销广告上的字体不一而足。针对徽标的问题是由 macmaniacttt 提交的，而第一个看起来比较可靠的答案来自 terranrich，他试探性地提议说也许是 SG Today Sans Serif SH Ultra。不过他并不那么确定自己的答案：

所有的字母都匹配，但不知道怎么的就是看起来不够严丝合缝。也许只是在我眼里有问题。

Heron 2001 认为 terranrich 的眼睛的确是有问题：「字母 C 差得太远了吧……其他的先不说……」

然后 terranrich 非常高兴地说：「我找到了！！！！哈！哈！终于！我从 BrandsOfTheWorld[1]上找到星巴克的矢量文件，然后手工把一个个字母摆正，再上传到 WhatTheFont 上面识别。结果 Freight Sans Black :-D 问题解决了」。

① BrandsOfTheWorld.com 是一家提供世界上各品牌商标矢量格式的网站。

可惜 **Freight Sans Black** 由约书亚·达顿（Joshua Darden）设计于二〇〇五年，比起星巴克开张晚了很多年。所以 Guest77 带来了坏消息：「问题重新标记为尚未解决」。然后他给出指向另一个字体分析的乐园，Typophile[1]的链接，那里有一位斯蒂芬·科尔斯（Stephen Coles）让所有人大失所望：

> 星巴克的徽记在 Freight 还只是乔舒亚·达登模糊的一个想法之前就制作出来了。Freight Sans Black 看起来很接近，但星巴克的徽记是自制的文字，而不是字体。注意 B 和 S 上面的差别。

事实的确如此：B 的内部空间更小一点，而 S 更弯曲，中间有些膨胀。好吧。感觉就好像听到漫画男会说的台词：「我这辈子都耗在解开一个字体之谜上面……而现在只剩下一点点时间说……这辈子没有白活！」。[2]而从二〇一一年开始，这一题目变得更加多余：星巴克把它的名字从圆形徽标上面拿掉了，只剩下没有字母的美人鱼。

现在轮到我来发帖询问百科全书封面上那个 g 是什么字体。发完之后我稳坐一旁，等待着看一场活跃的大讨论。但是我没有等到，因为还没过几分钟，Eyehawk 就有了答案。

> 字体鉴定为 ACaslon Pro-Regular。问题被标记为已解决。

---

① Typophile.com 是一个字体爱好者论坛。

② 漫画男在电影版《辛普森一家》之中临死前的台词为「我这辈子都耗在收集漫画上面……而现在只剩下一点点时间说……这辈子没有白活！」。

13

字体有德意志和犹太之分吗？

Can a Font be German, or Jewish?

字体有德意志和犹太之分吗？
Can a font be German, or Jewish?

近来，除《字体大百科全书》[1]外，出现了更多的百科全书式的字体目录，其中收字最多的是 FontShop 出版的亮黄色的大部头《字体册》[2]。字体商 Fontshop 于一九八八年成立之初是用软盘销售字体的，而现在更多是在线销售。《字体册》一书相当受欢迎，到谷歌的图像搜索上一搜，你会发现电影海报集锦的整个系列，从《勇敢的心》到《指环王》的字体都可以在书中找到（「ONE BOOK TO RULE THEM ALL, ONE BOOK TO FIND

---

①《字体大百科全书》（Encyclopaedia of Type Faces）初版为一九五三年，初版的三位作者中有两位作者已过世。最新版为二〇〇九年的 55 周年版，由英国卡斯尔出版社（Cassell & Co）出版，新版著者为贝丽和约翰逊·贾斯珀（Berry and Johnson Jaspert），该书收录了两千余种字体。

②《字体册》（FontBook），由 FSI FontShop International 公司出版，最新的是二〇〇六年的第四版，署名作者为张氏梅玲（音译，Mai-linh T. Truòng）、于尔根·西伯特（Jürgen Siebert）和埃里克·施皮克曼（见注 4）。

THEM」[一书驭众书；一书寻众书][1])。

这本书同样也被放在埃里克·施皮克曼[1]柏林办公室的书架上。作为FontShop的创始人之一，他是平面设计界的一个传奇。他有一句著名的话经常被人引述：有些男人喜欢看女人的屁股，而他喜欢看的是字体。FontShop的目录里包含了许多令他兴奋的内容——十万种以上可供各种能够预想到（和预想不到）用途的字体。这些字体来自八十一家字体厂商，为了让忙碌的广告商和艺术总监们更方便地选择，他们将这些字体大致分好类别，而不是像酒单那样一味地罗列出来。比如具有「不说废话的功能性」的无衬线体，如 Meta、DIN (Deutsche Industrie Norm) 和 Profile，或者是具有「现代感的新传统罗马正体」，如 Scala 和 Quadraat，还有「街头新奇」的 Hands 和 Blur。或者「讽刺性」的字体如 [illegible]（STONED 石块体——让人想起 Grateful Dead[2]没完没了的现场演出）或 [illegible]（像一张挂在某个中东的购物车边上的标示）乃至 Trixie（一台在十个工作日前就该更换色带的打字机）。

在这本目录的展示部分，有一些更加怪异的字体，如 Kiddo Caps（一套由儿童的动作，如打扫鸟笼或挥舞旗帜等组成的字体）；NOOD.less（一碗没有汤的汤面）；BANANA.strip Regular（用香蕉皮画出来的字母）；Old Dreadful No 7（一个由金属弹簧、鱼、蛇、飞镖和猫背组合成字母形状的怪异组合）；还有 F2F Prototipa Multipla（无法辨认也无法解读）。有时候，单看名字就足以让你厌恶：「埃利奥特的蓝眼影」体、「怪物之粪」体、

① 改编自托尔金 (J. R. R. Tolkien) 小说《魔戒：护戒使者》中刻在魔戒上的字句：「One Ring to rule them all. One Ring to find them」。（「至尊戒，驭众戒；至尊戒，寻众戒」）。

② The Grateful Dead，美国摇滚乐队，结成于一九六五年。

字体界的大部头黄皮圣经

「臭骂」体、「古风咀嚼」体、「豪恩斯洛」体[1]。

当然，它也容括了全部的经典字体，其中还有施皮克曼自己创作的一些字体，如 FF Meta、ITC Officina Sans、ITC Officina Serif 和 FF Info（ITC 即国际字体公司，FF 即 FontFont）。这些字体是清晰高效信息的一个缩影——它们也改变着施皮克曼的家乡柏林的街景。作为一名训练有素的艺术史学者，施皮克曼这样的设计师对字体和图形系统的热情不仅渗透到了他自己的生活，而且也影响到几乎他能接触到的每个人。他是字体界里最杰出

① 这些字体原名是：Elliott's Blue Eyeshadow; Monster Droppings; Bollocks; OldStyle Chewed; Hounslow。

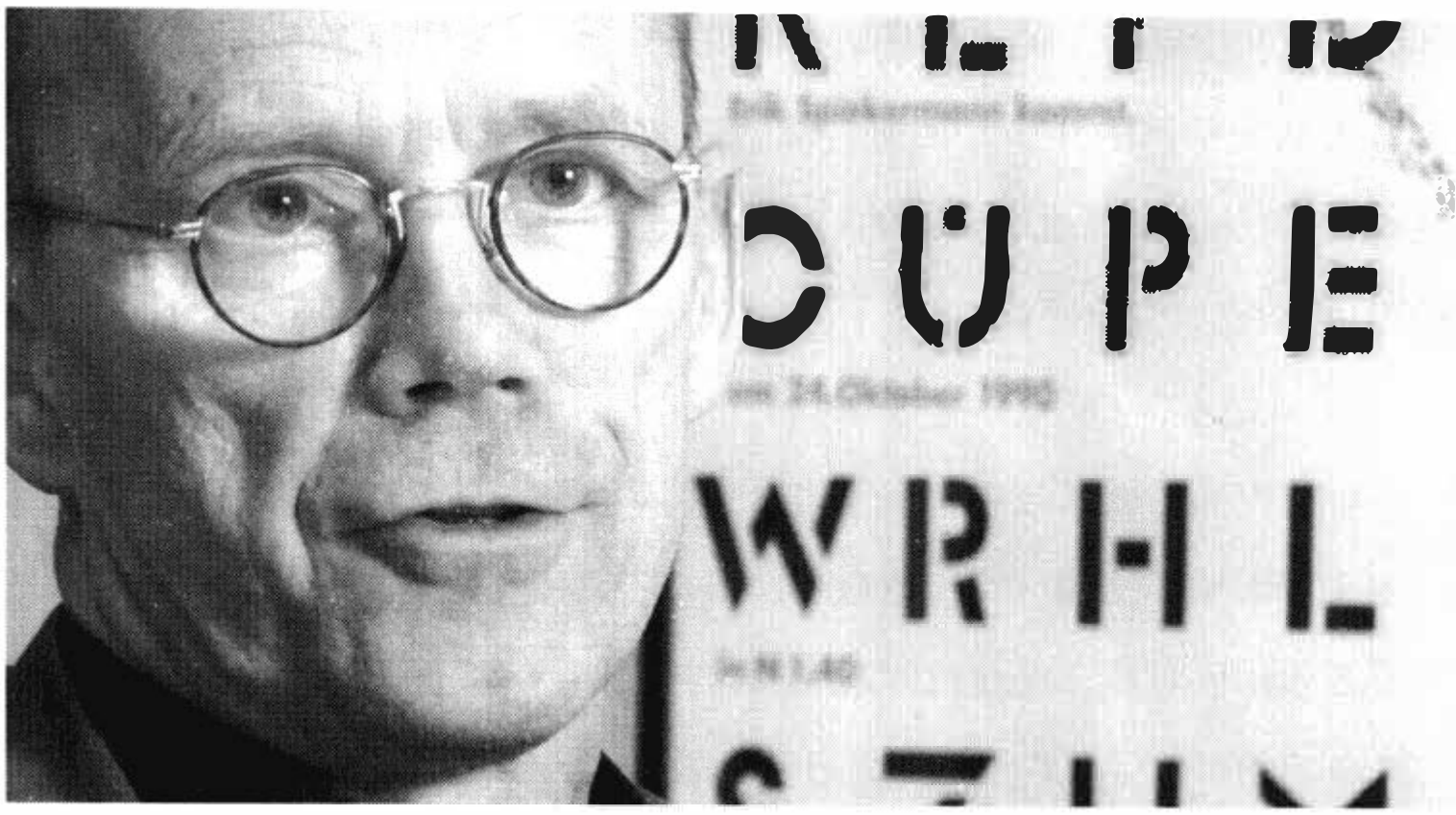
的教育家和推动者。他可能是率先使用一个新词[1]来形容他的状态的人：「大多数人认为字词的样子是理所当然的，」他在 BBC 的一部关于文物的电影里说：「字是放在那边用来看的——然后就完了。不过一旦来了一个『字体控』，事情就会完全不同。」

施皮克曼的成名与数字字体的抬头精确同步，也正值两德统一。他的字体用于装饰柏林交通网络和德意志铁路公司，而与他的办公室仅几步之遥的柏林爱乐乐团总部，也是由施皮克曼为其制作的品牌形象设计。但那已经是好几年前的事情了，对于从那之后发生的事情，他并不是都很高兴。「他们以尽其所能的最快速度搞掉了我的作品，」他说。他将其设计诠释成一个网格系统，曾用于内部宣传和营销人员设计，这个模板里他本来希望「字体应该可以自由组织，但仍旧能看出节奏。字体是有节奏的，就像音乐。但这就好像烹饪——你可以一五一十地按照菜谱做，可如果你不用心，它只会变得平淡无味。」

施皮克曼对于乐团新海报也不是很喜欢，而更偏好他当初给乐团建议的风景图。「他们问：『风景和音乐有什么关系？』和字体一样，风景和音乐都是有情感的。但这就是这项工作的重点——我很喜欢做一名平面设计师，但我们能在某种程度上摆脱客户吗？」

年过六旬的施皮克曼也用字体为奥迪、天空电视台、博世和诺基亚公司做过企业形象。他希望他的字体能在公司名字或标识出现之前激发人们对产品的联想，但他又希望他参与的《经济学人》改版能产生相反的效果，着力

① 这个新造词汇即下文的「typomania」，即 typography 与 mania（狂热爱好者）二词的合并，本文译作「字体控」。



自称字体控的埃里克·施皮克曼——《Helvetica》电影截屏

让字体设计产生无形的效果。「我从来不希望有人把它挑出来说『好棒的字体啊！』我想让他们说『好棒的文章！』我不设计音符——那是作者该做的。我做的是音响。而音响必须要清晰易认。」对于德意志铁道项目，施皮克曼和他的团队必须做出一整套字体家族，粗到能用在广告标题上，小到能用于餐车上的菜单正文。还有比这更多的变体。「酒单和点心菜单看起来是不同的，」他说，「因为葡萄酒更昂贵　　所以要用衬线体。点心菜单用的是无衬线。」

对于施皮克曼这样的人来说，如果分辨不出一个字母 g，就要认真地进行自我重新反省。「但我没有以前那么呆了。也许是岁数的原因吧。在我这一代，我算是书呆子中的呆子。但现在看看年轻的孩子们——执著的呆子多的是。」他说，他被自己「感染」是在六岁的时候。他家距离下萨克森州的一家印刷厂非常近，「我看到的都是那些凌乱的金属活字，都是油腻肮脏的墨水，然后有人往上面放上一张白纸就可以做出这么干净清晰的文字给你

看——这太有魔力了，我立刻就迷上了。」大人们给了他切好的纸条，他就用来画火车和他的父亲为英军开的军货车。后来在他十几岁的时候，「我遇上了一个女孩，我要给她写信，并在信封上印上她的地址。别家孩子还在折腾乐高组合玩具，而我却有一些 Futura 和一些 Gill 了。」

他的职业生涯开始于十七岁，他为逃避征兵而移居柏林。他开始是当一名印刷工，手动排字。他的第一款字体是一九七〇年代末在伦敦当字体排印师时，依照他所收集的木制和金属活字制作的。他写信给他追随的大师们征求意见，包括马修·卡特、阿德里安·弗鲁提格和京特·格哈得·朗。「马修和阿德里安，对我来说简直是福利共济会一样——多亏了他们，还有其他十几位，他们很高兴有像我这样的小毛孩，因为大多数人都不会对这些感兴趣。这些年可就完全不一样了。每个人都想自己设计一款热血字体。」

施皮克曼在柏林的大学里授课，他说他告诉学生，最关键的是，数码字字体可能会过于冷酷。「当字母从金属和木材刻出来的时候，它带着温暖，有些模糊，当它们付印后，会一起带出这种感觉来。而现在我们要给我们的字母添加一些热度，但我们没法靠印刷做出来。所以我的添加方式是，不让我的字体过于完美——我就照原样做，不会把它搞得像数学一样，这样它可能看起来像是未完成的、手工的作品。合成羊毛也许是完美无缺的，但我宁愿穿真羊毛，因为我身体的不同部位的肌肤有不同的感触。」

他喜欢以他的 Meta 体作为例。「如果你看数据的话，它很乱。各种粗细都有，都不统一。但是我反对任何要把它清理干净的企图，因为那就不再是 Meta 了，那只会是一个机械性的克隆。这是我们所有人面临的挑战——在数码字世界创造温暖。没有多少人能做到这一点。你能看到许多看起来不

Twenty years from now you will be more disappointed by the things that you didn't do than by the ones you did do. So throw off the bowlines. Sail away from the safe harbor. Catch the trade winds in your sails. Explore. Dream. Discover. – Mark Twain

施皮克曼的 Meta 体

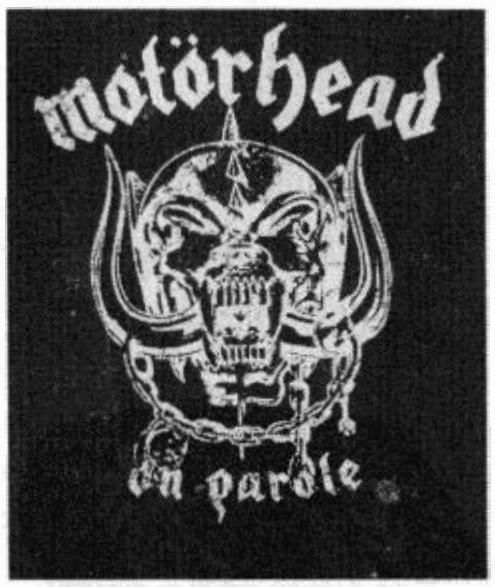
错但就是不来劲的东西。就像在一首合成器上制作的歌曲。要让鼓点机发出好音色真的很难——还不如打真鼓。我们依旧是模拟的人类。我们的大脑和眼睛是模拟的。」

施皮克曼的博客名叫「施皮克博」(Spiekerblog)，里面有很多他针对在旅行时看到字体的尖刻评论。除了柏林，施皮克曼在伦敦和旧金山也有办公室，当他飞来飞去的时候，他可以观察字体如何定义一个城市，进而定义一个民族的特性。他看到了其与建筑的相似之处——包豪斯影响了几何形的 Futura——这是一款经典的德国无衬线字体——而高大的英国维多利亚式排屋反映着衬线的传统，与商贸也有相似之处。「现在英格兰出产什么呢？」他问：「果酱、橘子酱、苹果酒、小礼品之类。英式衬线已经诠释出了茶叶包装。而法国诠释了香水，意大利诠释了时尚，我们德国人诠释了汽车。而且法国的一切是都是自动成型的。他们的字体看上去就像一辆雪铁龙 2CV。」

在德国，埃里克·施皮克曼与他那一整代人一样，是读写两种书写方式长大的：**old German gothic script**（旧式德国哥特式体）和 regular roman type（常规罗马正体），这种二元性定义了他的国家自字体诞生以来与其之间昏暗含糊的关系。

古登堡率先使用的哥特体有几种略为不同的形式——**Textualis** 或 **Textura**、Bastarda、**Cursiva**、Schwabacher 和 **Fraktur**——尽管十六世纪罗马正体字母逐步承担起主要角色之后，它们大部分都不再是正文的流行形式。其中最粗重、最黑的哥特体字母最贴近抄写员们的优雅作品：复杂圈绕的大写字母能把墨水绕入内部的横划，更适合出现于铁门而不是纸张之上。还有那些无情的锯齿状的小写字母，毫无人文主义的曲线和特征，阅读起来如同往眼里扎针。

如今它们的用途多局限于要表现高贵传统的场合，特别是比尔森式啤酒（墨西哥啤酒以及那些德国老牌）和报纸的报头（《纽约时报》、电报和邮件集团以及遍布欧美的数百个其他品牌），或作为华丽壮观的仿古招牌以吸引观光游客的方法，如（**Ye Olde Pub**［昔日酒吧］的标志，还有 **Stratford-upon-Avon**［埃文河畔斯特拉特福］[1] 的一切）。第三个用途是拥有其自身内涵的世界：重金属摇滚（你可以试试用清爽的 Lucida Bright 体写 **motörhead**［摩托头］或



哥特体金属乐队：摩托头 [Motörhead]

① 埃文河畔斯特拉特福（Stratford-upon-Avon）是英国英格兰沃里克郡埃文河畔斯特拉特福区的一个小镇，剧作家威廉·莎士比亚的故乡。

The Daily Telegraph
Irish Examiner
Los Angeles Times
The New York Times
The Sydney Morning Herald

世界上各种哥特体报纸

给我来一瓶哥特体——斯梯阁［Stiegl］啤酒依然健在

ChristianDeath Metal，看看你能卖出多少件 T 恤衫）。再有就是文身：没有什么别的能让Menace看起来像是古英语中的一个词了。

但哥特体在德国的发展历程有所不同，它具有高度的政治性。Fraktur（不如 Schwabacher 具有哥特式华丽色彩）体在德国的使用一直持续到二十世纪，在一九二八年仍有一半以上的书籍使用哥特字母排印。在经济前景不明朗的时候，或当德国在努力确定自己在国际舞台上形象的时候，使用这款字体就会获得最热烈的拥护。拥有源自马丁·路德一五二三年版《圣经》之最强文化根基的 Deutsche Schrift 体和那些旗帜或偶像一样，成为一个护身符，大部分反对声都被淹没，其中包括格林兄弟，因为他们担心其作品的声誉会招致「如同 Fraktur 般『野蛮』的诋毁」。

但到了二十世纪初，反对哥特体的呼声渐涨，并被两种势力所推动，一方面是国际贸易的要求，另外一方面是艺术家们对创意和政治的关注，因为他们受到在英国的约翰斯顿和吉尔，以及意大利的未来主义和布尔什维克广泛传播的影响。以一九二七年富有动感的无衬线字体作品 Futura 定义了现代主义运动的字体设计师保罗·伦纳是其中心成员。在纳粹党拥护哥特体的时候，他却在尽力地大声疾呼人们抛弃这款字体（纳粹党认为罗马正体是一种堕落，相信只有传统的哥特体文字本才能充分表达民族的纯洁性；尽管意大利法西斯并不认同这一点）。一九三三年，伦纳抗议当局对其教学同事扬·奇肖尔德[2]的监禁，在上完「字体史」课程之后直接被捕，因为纳粹认为他对罗马字体表达了过多的好感。他的被捕并不令人惊讶：一本杂志采访他时问到他对平面设计的看法，他评论说：「政治上的愚蠢、日益增长的暴力和预谋，最终将会用其泥烂的袖子将西方文化全盘扫地」。

Deutsche Schrift
ist für die Auslandsdeutschen eine
unentbehrliche Schutzwehr gegen
die drohende Entdeutschung

第三帝国的标语：「德国文字。它是抵抗国外来势凶猛的去德国化的一个不可缺少的保护武器。」

第三帝国的宣传工具在发布消息时不仅采用哥特体，而且其本身也是一个信息：有一个口号是：「感受德语，用德语思考，说德语，做德国人，而你的字也应如此。」也许是迫于这种强烈的攻势，伦纳提出了几款结合哥特体和罗马正体的字体，而纳粹党却抛出了他们自己的 Fraktur，比战前更野蛮、更棱角分明、更夸张；绰号「铁靴哥特」，在字体排印上与纳粹乐字饰更为搭配。

但到了一九四一年一月，忽然间一切都变了。哥特体被法令取缔，并被改称为「施瓦巴赫－犹太体」（Schwabacher-Jewish）。几百年的传统在一夜之间遭到唾弃，因为老字体与犹太银行家和犹太业主印刷所的文件扯上了关系。

但真正的原因是实用主义。「到了被占领土之上，你根本没法看懂这字体，」埃里克·施皮克曼说，「如果你是法国人，看到一个用哥特体写的 **Verboten**［禁止］的标志会非常迷惑。但更主要的原因是，德国人物资不够用了　　当时一度活字短缺。」当要在德国以外的地方印刷时，纳粹们在法国或

荷兰的铸造厂里找不到几款哥特体。而且当时还有另一点好处：阿尔贝特·施佩尔[3]罗马史诗般的建筑现在可以在圆柱上使用图拉真①风格的铭文了。

向罗马体的转换跨越了意识形态。战后，保罗·伦纳声明「迈出这一步的动机可能是可恶的，但该法令本身是一份从天而降的意外礼物，险恶的意图中偶尔也会带来某些好处。」

他自己早期的字体设计变得越来越有影响力，虽然他在所谓的德国战后「内部移民潮」时期并没有产生多少新作品。有趣的是，新的国际化字体——Helvetica 和 Univers——是在一九五〇年代的瑞士出现的。这时着力点已经迁移：现在的字体已经是不含政治或历史内涵的干净线条，这些字母已经让整个崭新的欧洲看起来外观一致，人们可以立刻辨认出一个简单的字母 g 而无需去查阅字体大百科。

这种对于国家字体形象的遗弃显然是值得欢迎的，至少到目前为止第三帝国的情况是如此。但这种等质化令许多设计师感到遗憾。正如马修·卡特回忆说：「以前要是我被遮住眼睛跳伞降落到世界某个地方，打开眼罩环顾四周，只要我能看到店铺门面和报纸，我就能根据字体判断出我在哪儿。如果我看到罗歇·埃克斯科丰[4]（Banco，Mistral 和 Antique Olive 体的作者），我就知道我降落在法国。但时至今日，一款字体若在东京、柏林或伦敦发布后的第二天就会被传遍世界，无从溯源。」

---

① 图拉真（英文作 Trajan，拉丁文 Traianus）这个词本身是罗马帝国皇帝图拉真的名字。字体排印学里指「古罗马方块大写字母」的字体风格，因为其常用于公元一世纪古罗马石柱石碑雕刻使用。

尾 注

[1] 埃里克·施皮克曼（Erik Spiekermann, 1947 年—），德国字体设计师、平面设计师，不来梅美术大学教授。

[2] 扬·奇肖尔德（Jan Tschichold, 1902—1974 年），德国字体排印师、书籍装帧师、教育家、作家，著名作品有 Sabon、Transit 等字体。

[3] 阿尔贝特·施佩尔（Albert Speer），德国建筑师，在纳粹德国时期成为装备部长以及帝国经济领导人，在后来的纽伦堡审判中成为主要战犯。

[4] 罗歇·埃克斯科丰（Roger Excoffon，1910—1983 年），法国字体设计师和平面设计师。

字体小品
Futura

Futura – Paul Renner's most enduring work – is the best known of all German fonts. Commissioned in 1924, it belongs to an era before the Nazis, and still looks modern, more than eighty years on. It is a font that type fans feel passionate about: witness the controversy when IKEA dumped it in favour of Verdana.

Futura——保罗·伦纳最不朽的传世之作——是所有德国字体中最知名的。受托于一九二四年，它属于前纳粹的一个时代，尽管已经过去八十多年，但它看起来依然很有现代感。这是一款令字体迷们激昂的字体：见证宜家抛弃它改用 Verdana 而引发的种种争议。

伦纳是一位画家，也是一位字体排印师和讲师。Futura 最初是为出版商雅各布·黑格纳（Jakob Hegner）开发的，他告诉伦纳说，他想要的是艺术解放的东西。在会面的第二天，伦纳就开始制作第一稿，而且他为试验新字体而选择的样句是：「die Schrift unserer Zeit」，他写道：「我们这个时代的字体」。

Futura 的广告。展示保罗·伦纳的设计工作场景

其实他本可以方便地用一个词——「Zeitgeist」[时代精神]。

伦纳工作于字体的黄金时代，而在 Futura 这里，他创作出了一款永恒的字体，永远悬停在无可辩驳的传统和即将来临的未来印象之间。伦纳在其发布后的四年里一直不断努力地完善它。但字体的影响是立竿见影的。伦纳报告说，早在一九二五年，美因河畔法兰克福的大部分市政外观已经依照城市规划办公室的指定使用了 Futura。他还注意到当时出现了许多类似的字体，他将这一事实归咎于向其他设计师「不假思索」地用幻灯片展示了他早期创作过程中的作品，「告诉了整个世界是什么引导着我制作出了这一新字体」。

事实证明这款字体非常有弹性。大众汽车，带着它的社会主义市场理想，依然在其广告中使用着 Futura，现在要更换字体会十分危险，就像在刹车上动手脚。但伦纳这款富有远见的字体，以及他对于字母和数字的几何诠释最著名的一次华丽的亮相是在外太空。阿波罗 11 号宇航员不只是采集了岩石并插了一面旗帜，他们同时也留下了一张用 Futura 大写字母雕刻的铭牌。是休斯敦的那些穿短袖的人出于排版原因直接选择了 Futura，还是因为这款名字正适合这项任务？谁知道呢。反正最后看起来是对的。

·这些签名可能很难被外星人看懂，但如果和 Futura 一起就完全没有问题

14

American Scottish

美利坚苏格兰

美利坚苏格兰
American Scottish

某种意义上来说，美国从未完全脱离过英格兰字体的影响。《独立宣言》当初是用 Caslon 印刷的，《纽约客》如今杂志到现在都是。《纽约时报》仍旧在使用 Times Roman 和 Bookman，并且用一种古旧的英式哥特体来做它的报头。但是十九世纪的美国铸字厂还是摆脱了这一传统，有过些新意。

其中最具影响的几家，一九七〇年代在费城站稳脚跟，并且拒斥和英格兰的一切关联。毕竟，他们是苏格兰人。其中领头的是宾尼与罗纳德森（Binney & Ronaldson）公司，起家于购入本杰明·富兰克林二十年前从法国富尼耶（Fournier）公司为其孙辈买下的一台印刷机。创始人阿奇博尔德·宾尼（Archibald Binny）在爱丁堡学过刻制字母，但是他的合作伙伴詹姆斯·罗纳德森（James Ronaldson）以前是位饼干烘焙师——直到他在

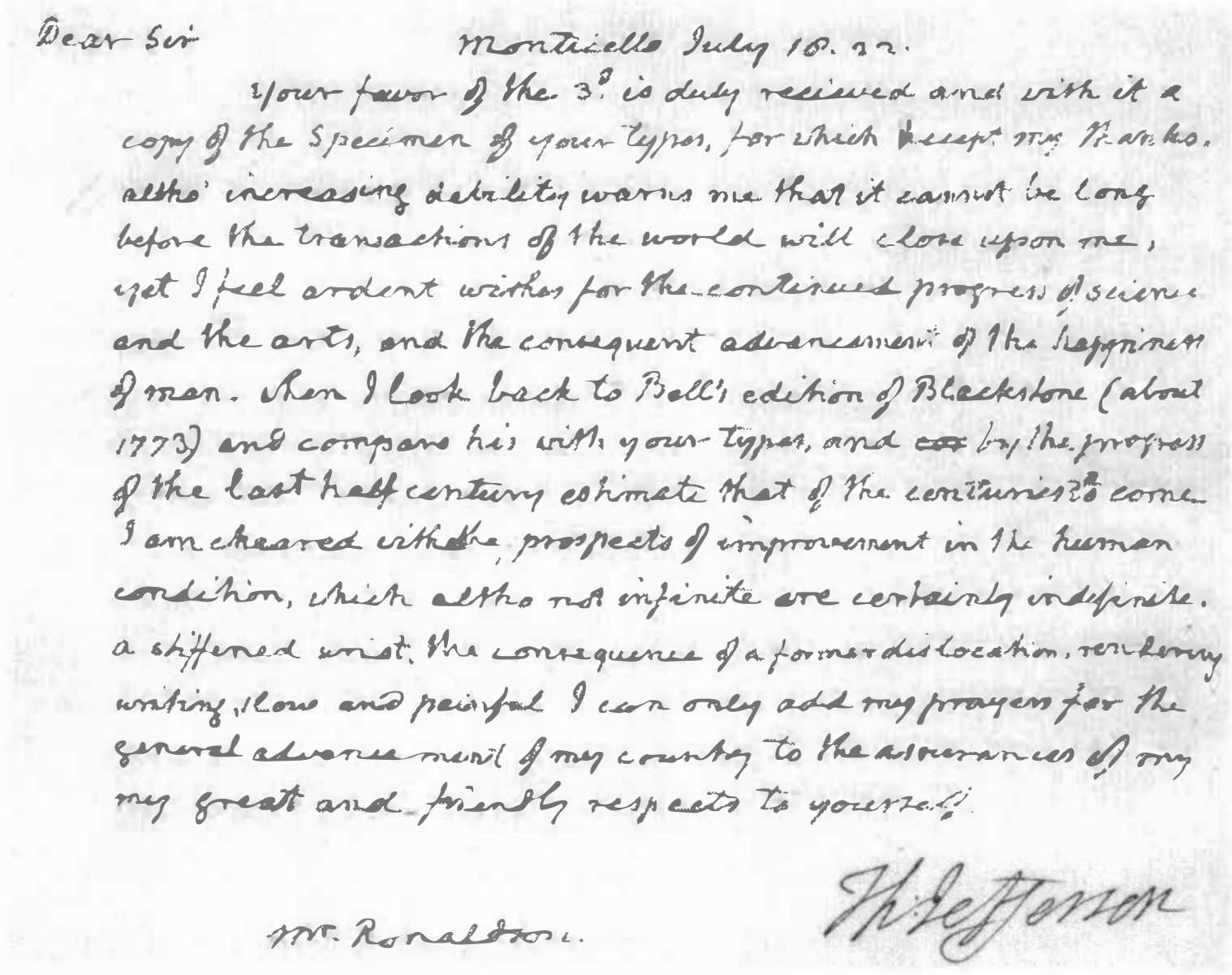
一场火灾之中失去所有家当。罗纳德森负责处理他们的新事业之中的商务部分，而宾尼为塑造印刷界的美国特征所做的贡献，是同时代的其他匠人无可比拟的。他们颇为重要的发明之一就是「$」符号，此前的印刷者们都是用瘦长的 S 来作为美元的货币符号。

宾尼与罗纳德森的最知名字体是 Monticello，他们称其为 Pica No 1（Pica 一号）。这是 Baskerville 和 Caslon 字体的现代杂糅，一种混搭粗细笔画的过渡字型，甫一推出便广受欢迎。它并没有什么本质上的创新，但作为一种美国的产品而备受颂扬，并且在一八一〇年时用在艾赛亚·托马斯[11]的《美利坚印刷历史》（*The History of Printing in America*）一书中，颇获殊荣。

临近十九世纪末的时候，二十三家美国铸字厂合并成为美国字体铸造人公司（American Type Founders Company，ATF），宾尼与罗纳德森公司成为其中坚力量。他们的字体也再次脱颖而出，有一段时间莫名其妙地被命名为很有英国味道的 Oxford［牛津］，但最后在一九四〇年代因托马斯·杰弗逊总统的故居所在地得名为 Monticello，人们用它来印刷杰斐逊的著作，而最近马修·卡特将其数字化复刻后也令它颇受欢迎。字体的原始模具现存于史密森尼学会[1]。

许多美国图书出版商，包括斯克里布纳（Scribner）和西蒙与舒斯特（Simon & Schuster），喜欢在所出书籍上使用一种叫做 Scotch Roman［苏

① 史密森尼学会（Smithsonian Institution），是美国博物馆和研究机构的集合组织，多数位于华盛顿。



Dear Sir Monticello July 10. 22.

Your favor of the 3d is duly received and with it a copy of the Specimen of your types, for which accept my thanks. altho' increasing debility warns me that it cannot be long before the transactions of the world will close upon me, yet I feel ardent wishes for the continued progress of science and the arts, and the consequent advancement of the happiness of man. when I look back to Bell's edition of Blackstone (about 1773) and compare his with your types, and ~~co~~ by the progress of the last half century estimate that of the centuries to come I am cheered with the prospects of improvement in the human condition, which altho not infinite are certainly indefinite. a stiffened wrist, the consequence of a former dislocation, renders writing slow and painful. I can only add my prayers for the general advancement of my country to the assurances of my my great and friendly respects to yourself.

Mr. Ronaldson. Th: Jefferson

托马斯·杰斐逊写给詹姆斯·罗纳德森的信，表达了他对于其字体的钟爱——称它是「科学与艺术的进步，以及相关人类幸福进步」的一部分。

格兰罗马式]、稍显现代的过渡式字体，它明显受到 Bodoni 和 Didot 的影响。当德温尼出版社（de Vinne Press）于一九〇七年出版一本样品书时，他们使用 Scotch Roman 字体来解释这一字体本身流行的原因：

> Books are not made for show. Books are written to be read and read easily, without discomfort or annoyance. The conditions of printing that favour easy reading are plain types, clear print and freedom from surprises.

书不是做出来当摆设的。书是写来读的，并且读起来要容易，不该让人不舒服或者感到厌烦。而让印刷品易于阅读的条件包括平实的字体、清晰的印刷，并且不应该有意外之处。

二十世纪初，另一种字体真正地定义出一种全新的美国形象，却有一个明显的英国名称：Cheltenham[1]（印刷业者大多简称为 Chelt）。一八九六年由贝特伦·格罗夫纳·古德休[2]和英戈尔斯·金布尔为美国出版商切尔滕纳姆出版公司所作的这一字体，在接下来的五十年中占据美国广告和展示场合的主导地位。它有粗壮而强硬的衬线，笔画粗细变化很小，大写 A 的尖顶偏斜，G 的右下角有个粗陋的短划，小写 g 下面的字碗破裂，大写 Q 的字碗完整[2]。同时受到蒙纳和莱诺两家机械铸字厂的推广，它理所应当地大范围流行开来，就好像一首反复播出多次的歌最终会变得讨人喜欢一样。一九〇六年，它被推销给印刷行业的广告语就像是在贩卖香烟或者可疑的万能药：

A happy face is a face that gives joy, and the Cheltenham – so *apt*, so *fitting* – is this kind.

快乐的字体是给予愉悦的字体，而 Cheltenham ——如此恰当，如此契合——就属于这一类。

---

① 切尔滕纳姆（Cheletenham），是英国英格兰格洛斯特郡的一个市镇。
② 意指 Q 的最后一笔并未伸入字碗内部。

Cheltenham 是当时的「年度轰动字体」，ATF 的广告如此声称。「如今几乎不可能找到一份稍有价值的出版物，上面没有一整套 Cheltenham Old Style 和 Cheltenham Italic……」

Cheltenham-现代莱诺铸字厂版本。2003年马修·卡特为《纽约时报》将其复刻。

就像流行曲一样，Cheltenham 后来衰退了。它其实是没什么魅力的字体，虽然可靠而圆滑，但并无美感，以一九五〇年代麦迪逊大道[1]的挑剔品味来说，大约早在普罗大众之前就对它感到厌倦了。但是，在二〇〇三年《纽约时报》改版时，它卷土重来，由马修·卡特制作数字化版本，并以粗窄体的形式用在报纸头条上面。

在一九五〇年代替代 Cheltenham 的几种字体都远远更加丑陋，基本是一票浮夸的手写体，要么像是出自喝醉的广告代理之手，要么是夸张的伊丽

① Madison Avenue，纽约曼哈顿的一条街道，美国广告业中心，也常用来指代美国广告业。

莎白时代风格。幸运的是，瑞士字体此时已变得触手可得，于是在一九五〇年代末期，美利坚开始了它与 Helvetica 的盛大热恋。

最经久不衰的现代美国字体——并且也最经常出现在我们计算机上面的字体菜单里——是 Franklin Gothic，以本杰明·富兰克林命名，最初发表于一九〇五年。这是一种无衬线字体，出现于这一风格经由约翰斯顿和吉尔之手风行英格兰之前。美国对于「gothic」（哥特体）的定义与欧洲不太一样：它也许会很厚重，但是和德国式黑体（blackletter）之间并无关联。跟重金属乐队也没有任何关系。

其作者是莫里斯·本顿[3]，ATF 的年轻明星人物，制作出一系列字体，并一直在报纸杂志上沿用至今。他的 **Franklin Gothic** 根源可以追溯到德国的 Akzidenz Grotesk，它抵抗住种种时尚与政治的压力，一路存活下来。它既不是几何式、也不是数学式，更不是未来风格的字体：宽阔，矮胖，富有自信，像稍微不那么精细的 Univers。它是美国字体之中最为接近瑞士风格的一种，也是头一款终于将英国特征完全抛开的美国字体。那些「完全美国式」的东西惯于使用 Franklin Gothic 来印刷包装盒，比如《洛奇》系列电影①的标题，或者 Lady Gaga[4] 专辑封面上的全大写标题 **THE FAME MONSTER**。

本顿还为弗雷德里克·高迪[5]刻制过字母，后者是二十世纪上半叶对于美利坚印刷文本基调影响最深远的美国字体设计师。这种行为一半是为了提高生产力：高迪设计了超过一百种字体，其中许多都是量身定做的，比如

①《洛奇》（*Rocky*）是一部一九七六年的美国电影。

Saks（为成衣商店设计），或者 Californian（为加州大学出版社设计）；另一半也是出于自我宣传的目的。高迪以其香车美女的浮华生活而著称，是罕有的那种既多产又热衷于爵士乐风格生活的字体设计师。

这一切都很少在他的作品中体现出来——它们更偏向适用于严肃的场合。高迪更多时候是个刻古而不雕今的人，虽然他在汲取传统创意的时候也会力图在其中加入自己的花样。他最为知名的作品是 Goudy Old Style ——一款精细但脆弱的字体，有流变优美的基线，不安分的花饰，以及最为精巧的衬线；它目前仍旧被广为使用，比如《哈泼斯》杂志[1]。

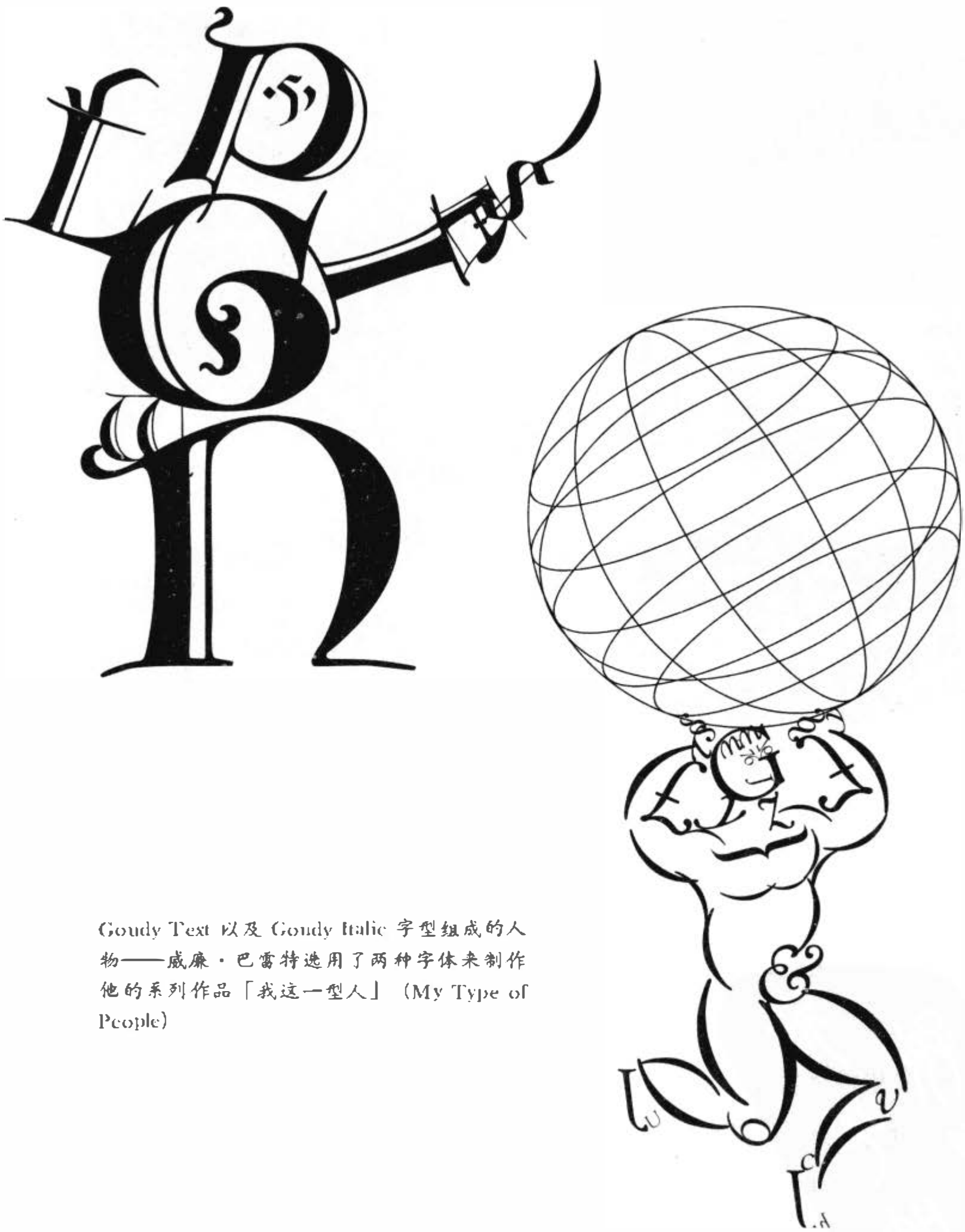
高迪最为特别的字体是一九二八年创作的 Goudy Text，一款古登堡圣经式样的德国式哥特字体，与美国的潮流相去甚远。他变得痴迷于制作富有挑战性的哥特体，并且对结果十分挑剔。关于字体，他有一句很知名的恶毒见解：任何调整哥特体字母间距的人也会去搞羊（shag sheep）——这一称呼也在设计界用于指称那些调整小写字母间距的人。（德国字体设计师以及 Fontshop 字体公司的带头人埃里克·施皮克曼与人合著了一本书名叫《停止偷羊[2]，弄懂字体》。为什么不恰当地调整字符间距会如此招人愤恨？因为它看起来很丑，而且任何有着字体排印经验的人都会因为他们眼中的美被侵犯而感受到不可估量的侮辱，事情也理应如此。

高迪也留下来过其他的一些深刻见解，包括对字体设计的表述，涵盖着他这一行的许多困境、启示和心碎。「几乎不可能制作出一款从根本上

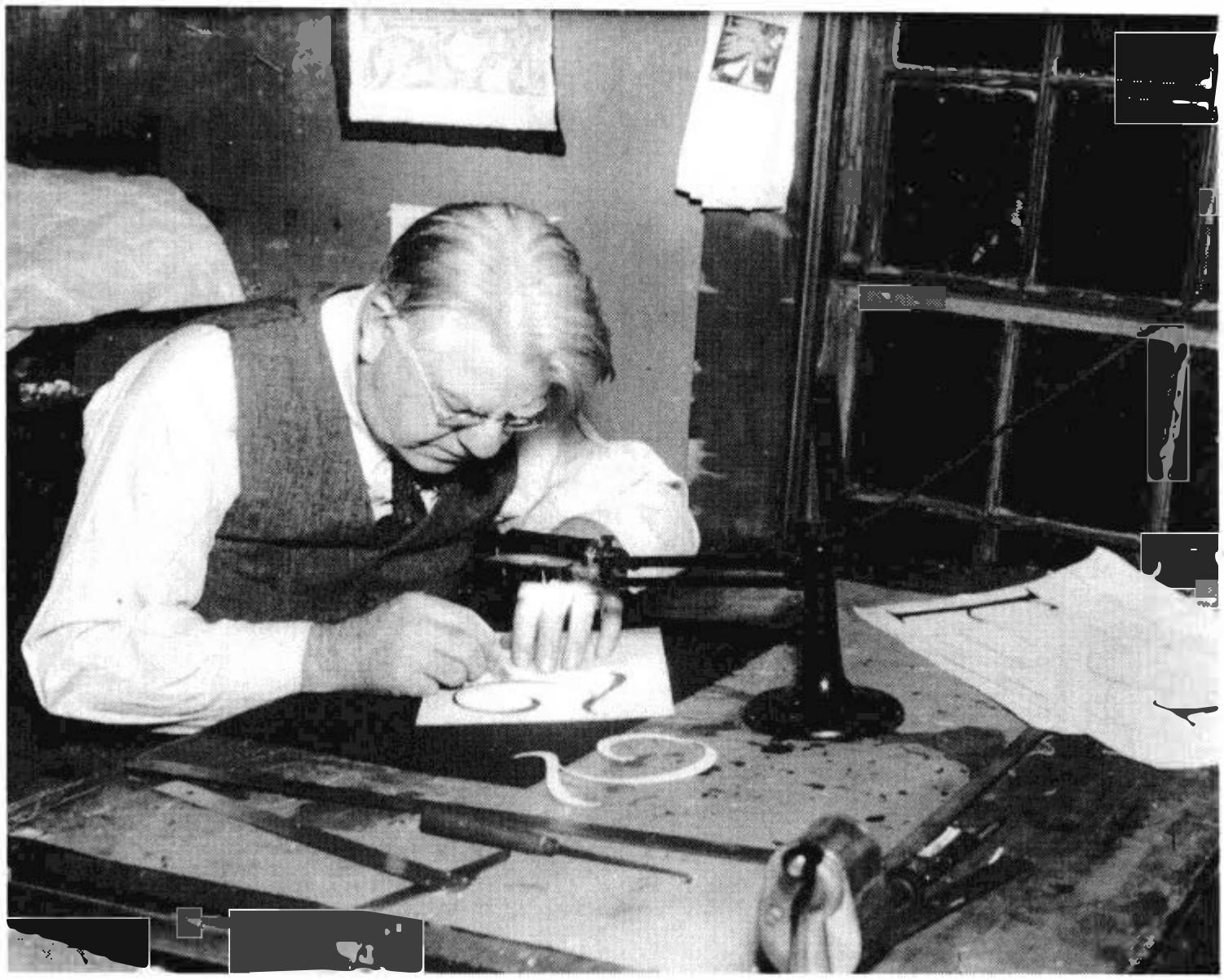
---

① 《哈泼斯》（*Harper's Magazine*）是美国第二长寿的持续杂志，刊载文学、政治、文化、经济、艺术等方面内容。

② 这里的「偷羊」是上文「搞羊」的委婉说法。



Goudy Text 以及 Goudy Italic 字型组成的人物——威廉·巴雷特选用了两种字体来制作他的系列作品「我这一型人」（My Type of People）



弗雷德里克·高迪在工作

和以往创立的形式有所不同的字体」，他在一九四〇年的著作《字体排印》（*Typologia*）中写道。「字体里面每个字母的完美模型仅存于想象之中；对于今天的设计师来说，除了更为早先的艺术家所创立的形状之外并无其他东西，而一个设计师的作品之优劣程度，完全取决于他在演绎传统的形状时所能具有的想象和感受能力。」

有趣的是，类似的想法早在两百年之前就有意大利字体设计师詹巴蒂斯塔·博多尼表述过了。「匆忙而勉强做出来的字母无法达到它们真正的美」，这位经典 Bodoni 字体的制作者写道，「勤奋而痛苦地去做也不行，必须要有爱和热情才可以」。

尾 注

[1] 艾赛亚·托马斯（Isaiah Thomas，174 -91831 年），美国革命时期的出版家。

[2] 贝特伦·格罗夫纳·古德休（Bertram Grosvenor Goodhue，1869—1924 年），美国建筑师；Ingalls Kimball (1874—1933 年)，美国出版人，企业家。

[3] 莫里斯·本顿（Morris Fuller Benton，1872—1948 年），美国字体设计师，主要作品有 Centry Schoolbook、Bank Gothic 等。

[4] Lady Gaga，美国女歌手。

[5] 弗雷德里克·高迪（Frederic Goudy，865—1947 年），美国字体设计师，主要作品包括 Copperplate Gothic、Goudy Old Style 等。

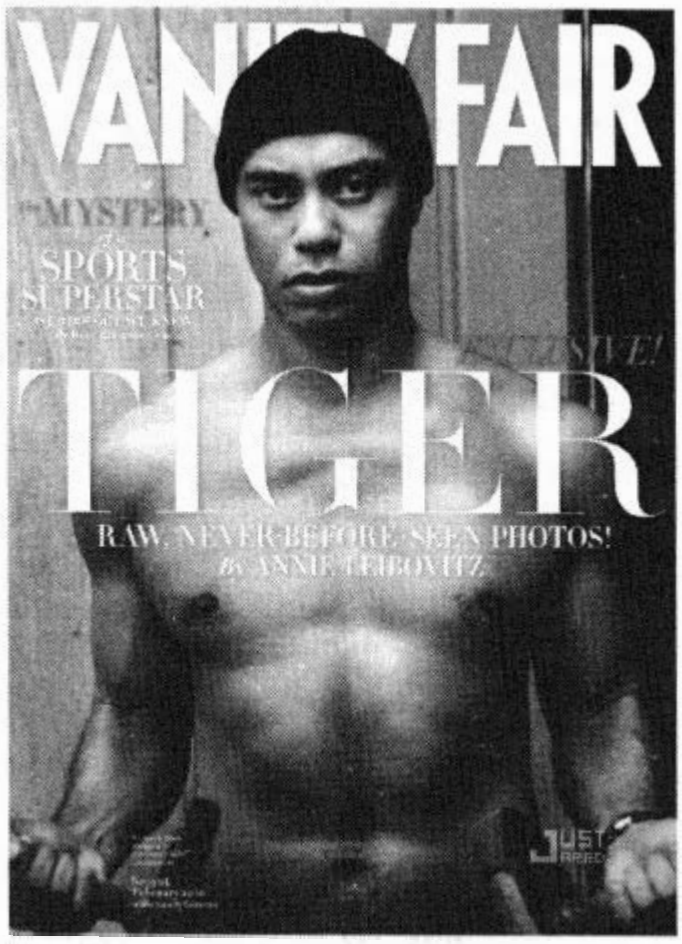
字体小品
Moderns Egyptians and Fat Faces

Was the TIGER WOODS scandal a little too grubby for the glossy magazines? Not if his first name was set in a huge capitalized version of BODONI on the cover of Vanity Fair. Then the story would look sophisticated, classy and refined.

对于精美杂志来说，泰格·伍兹的丑闻是否有点太肮脏？如果他的名字是用 BODONI 体大字号的大写字母印在《名利场》封面上就不会这样了，整个报道会因此显得别致、优雅而精练。

帕尔玛的詹巴蒂斯塔·博多尼和巴黎人菲尔曼·迪多被公认为是发明十八世纪「现代」级字体的设计师，他们在「过渡体」Baskerville 的基础上加大了粗笔画和细长衬线之间的对比。这些字体出现在一七九〇年代，改进的印刷技术和纸张质量使雕刻师可以刻制出更纤细的笔画，同时也可以避免开裂或消失在纸面的风险。他们有信心让字母 J 或者 K 上面的小球，还

有字母 A 的尖顶不会被碰掉。迪多和波多尼两人都制作了笔画具有极端对比度的字体（字母 U 和 V 看起来特别脆弱），同时也匀平了衬线，并增高了窄大写字母。



Bodoni——总是恰到好处

现代体主要是用作书籍字体，在松散的行距下可以令人印象深刻，但一旦放大到展示尺寸时，就没有比字体商作品更好的用例了。当然没有比这更好的方法来体现格调，这就是为什么你依然觉得这些字体在《世界时装之苑》《时尚》和所有高端时尚杂志能取得如此杰出的效果。

在其他优秀现代体中，德国十九世纪的 Walbaum 时至今日依然是一款浪漫绝妙的字体。它得名于其设计者尤斯图斯 · 埃里希 · 瓦尔鲍姆[1]，带有通常的高帽字母，但却更柔和，也更有亲和力。极具技术感的字母 k 看起来就像是误从其他字体里掉进来似的。Fairfield，Fenice 和 De Vinne 也成为后来所谓 Dinone 系列字体的共同特点，而数字化的正文尺寸变体里，字母的对比度有轻微的减少。

但在这些极端之后字体还能走向何处？有趣的是，字体开始转向相反的方向前进——变得肥胖、粗重和笨拙，变得在吸干墨水后开始吹嘘贪婪和骄傲。工业革命带来的不仅仅是蒸汽和速度，也带来磨合和污垢，而字体反

维多利亚时代的海报，画面中充斥着肥胖体与埃及体，这张海报是约翰·列侬创作歌曲「For The Benefit of My Kite」时的灵感来源。

映的大多是后者。工业和科技进步的规模没有给雅致留下时间，于是几世纪前精良的字体被抛弃，取而代之的是像他们想宣传的那种徒手拳击选手般粗壮的字母。这个时代的字体　　上市时的命名都是严肃的英文名字如 Thorowgood, Falstaff, Figgins Antique ——就像最健壮的街头公告员，喊叫着想要吸引你的注意。这些可归为「肥胖体」和「埃及体」的字体非常粗犷，不仅适合新兴工厂的铿锵和人头攒动（它们贴在泵发动机上效果会格外好），而且也适合露天马戏场和早期维多利亚音乐大厅的喧嚣。这些设计激发了许多木活字的华丽装饰形式，但我们现在回过头来，看到的都是那些晃悠着表链、头顶高帽的男人；还有粗大肥胖、拒绝现代化的字体。

尾　注

[1] 尤斯图斯·埃里希·瓦尔鲍姆（Justus Erich Walbaum，1768 – 1839 年），德国字体设计师，凸模雕刻师。

GOTHAM
进发！

Gotham 进发！

Gotham is GO

「我不一定会赢，」二〇一〇年三月，奥巴马在其历史性的医疗改革法案的表决前夕说，「但一定会真诚行事。」这虽然是一个书面演讲，但从他嘴里说出仿佛就像是 **WRITTEN IN GOTHAM（用 Gotham 写出来的）**。

有一些字体可以使其文字读起来很真诚可靠，或者至少让人觉得言之有理。我们曾经认为 Times New Roman 是这样，而 Gotham 也是。它是二〇〇〇年托拜厄斯·弗里尔－琼斯[1]为纽约市（或者是蝙蝠侠迷们喜欢用的「高谭市」①）的一家重要字体公司「赫夫勒和弗里尔－琼斯」公司②制作的。

---

①「高谭」即 Gotham，漫画《蝙蝠侠》所在的城市和本章所述字体同名。关于「蝙蝠侠」详见第一章注释。

② 赫夫勒和弗里尔－琼斯（Hoefler & Frere-Jones），位于美国纽约的一家字体公司，由字体设计师乔纳森·赫夫勒与托拜厄斯·弗里尔－琼斯联合成立与一九八九年。

这款字体的外观同时具有权威感和新鲜感，出色的随他们摸爬滚打了好几年，并日益普及。之后在二〇〇八年初，它得到了其他字体设计师做梦都想不到的一次提拔。

「我们确实发现，奥巴马的竞选班子在电视上用的是它，」弗里尔－琼斯说，似乎他仍无法相信自己如此好运。「在爱荷华州的一次集会上，当他登上讲坛后，所有这些人挥舞起标志，而标志上的字体却相当眼熟。」不仅奥巴马如此：在当时的初选仍然有七八名候选人，约翰·爱德华兹[2]也用的是 Gotham 体。但随着爱德华兹，甚至是希拉里·克林顿[3]败下阵来，弗里尔－琼斯很兴奋地看到，奥巴马的竞选不仅是单纯地用他的字体，而是将其放到了整个竞选平面视觉效果的中心位置。「在过去，」他解释说，「竞选活动会先做一个标识，然后再选择几个字体用于广告、横幅和网站。但奥巴马的竞选班子将其按照一个大公司视觉形象设计的方法规划了整体外观，这个形象即使到了最后选举日，也与十八个月前议员聚会的时候保持一致。」

和奥巴马的总统竞选势头一样，弗里尔－琼斯收到了很多朋友们友好的邮件，问他是否看到自己的作品被用在了这个重要场合。《Helvetica》影片的导演加里·哈斯推特还送给他一张奥巴马的照片，手持话筒，站立旗帜前面，旗上用整句的大写字母写着：「**CHANEGE WE CAN BELIVE IN（我们相信变革）**」。第二年，所有那些动感的奥巴马的口号－**CHANGE, HOPE, YES WE CAN（改变、希望、是的，我们可以！）**——都以这些简约的无衬线字母出现，显得可靠而持久。它们同样还显得「不标新立异」和「无冒犯之心」——精心挑选出的这款字体可让人积极思考又不至于惊世骇俗。Gotham 替代了奥巴马团队原先使用的 Gill Sans，因为它看起来过于呆板

是否需要找一款值得信赖的字体？是的！我们可以信任Gotham

而且不够灵活（Gotham 体有四十多种变体，而 Gill Sans 有十五种）。「这是个出色的选择」，爱丽丝·罗斯素恩[4]在《纽约时报》中评论到，「没有一款字体能比它更适合这位富有动力又勤恳的美国公仆。」罗斯素恩还感受到了「一种无言的说服力，是一种现代涵养（对其西服的首肯），结合了对昔日美国的怀念与责任感」。

「这种权威感的确是我们想抓住的素质之一，」弗里尔－琼斯说。（弗里尔－琼斯本人也有一种权威感、一位字体设计师的典范：一副眼镜，合身的服装和整齐的分头。）「我们在开发这款字体的时候，我们意识到它应该

非常现代，但也不失经典、几近严肃的感觉。」至少在这方面，它可以与 Helvetica 相媲美。「我们想抓住机会赋予其相当的音域，所以它不会是那种唱完一曲就下台的艺人。」

但如果这个艺人为他人而战呢？如果 Gotham 被其作者反对的候选人用来竞选——他会有反对的办法吗？「只要他们付了钱，那就没法子了，的确发生过这种情况。在明尼苏达州的共和党参议员候选人诺姆·科尔曼[5]有一个网站用于筹措其验票活动的基金，用的是 Gotham 中等体和 Gotham 粗体的全大写，和奥巴马网站完全一样。我个人当时觉得很恼火，但那个家伙最终失败了，所以……」

Gotham 最初是为《智族 GQ》杂志设计的。它是受到纽约港务局巴士客运站入口处字母的启发而来的，当地有许多立体交错的指示牌，经历了日晒雨淋和时间的多重摧残，而且用的是那些数字技术制作出来的简单廉价且严重不统一的字体。弗里尔－琼斯呼吁这些字母的谱系和实用性都是「不可转让」的，但因为它们正在消亡，所以在周末，作为他的业余爱好他抓紧时间，拍摄了尽可能多的照片。四年之后他觉得他已经收集到了从最南端的巴特里公园[6]到十四号大街的所有有趣字体和指示牌，总共约三千六百张照片。有趣的是，他可以发现很多区域性和国际性的变体，包括只有在唐人街才能找到的一款具有特别几何风格的无衬线字体。但弗里尔－琼斯所目睹到的对于旧字体的唯一保存方法，却是用新标识把旧标识钉在后面。

奥巴马担任总统一年多后，弗里尔－琼斯和他的同事乔纳森·赫夫勒[7]已经能够对 Gotham 体的贡献保持低调，但是在竞选期间，他们曾处于更

Gotham 最初是为《GQ》杂志设计的。所以这是一个完美组合：字体、杂志和总统三合一。

为挑剔的心态。「Gotham 不会假装成什么东西，它不会」，二〇〇八年二月他们在网站上如此声称，「Gotham 唯一在努力做的，就是做好 Gotham」。但是对奥巴马的竞争对手不能说同样的话，两者的选择都有情感包袱。希拉里·克林顿的主要竞选海报用New Baskerville bold来写她的名字，这个字体通常给人以一种被法律认可的感觉。而约翰·麦凯恩[18]用的是一九五〇年代创造的无衬线体 Optima，或许是试图让选民联想起他的参战记录（Optima 是位于华盛顿特区的越战纪念碑所用的字体）。

「希拉里那令人犯困的衬线体可能来自于有利于心脏健康的麦片盒，或有轻度副作用的非处方软膏，」乔纳森·赫夫勒在他的博客中写道：「如果你涉猎更广的话，你可能会联想到教育署通告，或晦涩的学术期刊。但麦凯恩参议员的字体就相当令人困惑了：在为奢侈品市场代言三十多年之后，那款特殊的无衬线体已沦为卫生用品区域的字体之选了。」

再早些年的这一切又是什么样子的呢？一九四八年，英国以「全国医疗服务」之名推出了自己的革命性的医疗保险法案，执政党工党最不在乎的恐怕就是对字体的兴趣了。当时还有更重要的住房和教育改革需要考虑，还有新的食品配给，但在这一激进计划进行的关键时刻，有人提出了一个影响深远的决定：除非以经过仔细斟酌并极其单调的字体展示给国民，否则这一切都无法给人留下良好印象。

这个人是平面设计师及工党支持者迈克尔·米德尔顿（Michael Middleton）。他认为选择正确的字体可以令你成为选票赢家。在战争结束三年后，他出版了一本豪华插图本《铅字战士》（*Soldiers of Lead*），呼吁字体

要与反对梦幻或堕落的争吵势力团结起来。字体必须要反映时代的美学；最好是要有一款坚实而传统的衬线体。米德尔顿的小册子的标题就开始讲述这段历史，其全文是：「带着二十五名铅字战士，我已经征服了世界！」这首数世纪前的礼赞歌颂了活字印刷术的力量，它诞生于字母 J 成为字母表最后一名成员[1]之前。

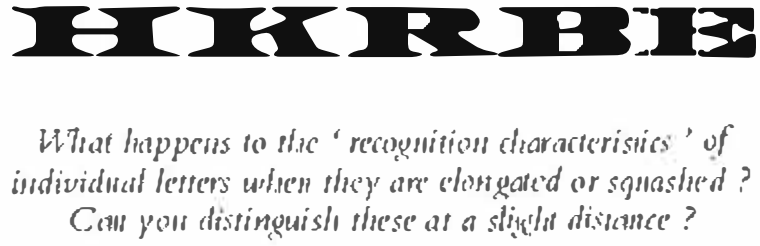
在米德尔顿的干预之前，大多数工党文献都是在众人同时抗议而局促拥挤的会议室里成文的。一九四六年，一张建议人们应该「为进步请投工党一票」的海报使用了六种不同的字体，且使用了如此之多的字号，简直像是把被扔在印刷厂地上的铅字扫起来拼凑而成的。尽管之后有 Johnston、Futura 和 Gill Sans 体诞生，一九四〇年代的英国海报字体排印依然是维多利亚时代肥胖字体的堆积，而维多利亚时代的字体，正如我们所看到的，几乎完全无视字体排印规则。

米德尔顿的宣言的提出应该让一切轻松、简单明了。「不要相信任何字体的『新奇』设计，」他忠诚地对党说：「千万不要用那些『具有条纹墙纸的外观』般压缩的窄字母。」得到偏爱的字体都是那些安全的赌注：Bemno、Caslon、Times New Roman、Baskerville、Goudy、Perpetua 和 Bodoni 体。你可以以任意组合将它们结合起来，只要留有足够的行距，就不会出现大问题。

《铅字战士》是否影响了工党的命运？这很难判断。当汽油供应管制在一九五〇年沸沸扬扬地结束之时，海报都是单纯用 Times Roman 排的，而在往年的类似活动用的是 Chisel（一款深度雕刻的墓碑风格字体）或

① 字母 J 从字母 I 分化出来是相对较晚的事情，大约在十六世纪。

What do these letters represent ? They have their origins in medieval hand-drawn characters – have they any place in the twentieth century ?



What happens to the ' recognition characteristics ' of individual letters when they are elongated or squashed ? Can you distinguish these at a slight distance ?

The top line of letters here are Victorian, the remainder are more recent. Are they beautiful or are they ridiculous? Is it ' clever ' to depart from the essential basic shape of a letter as much as these do ?

迈克尔·米德尔顿《铅字城士》中对不适合的字体的警告

Thorne Shaded（一款带有庞大「视觉陷阱」[1]般浮起字母的字体，更适合用于宣告布尔战争[2]结束）。但工党在一九五〇年选举中的勉强多数到了翌年即被攻破，公众们在最后的欢呼中投票给了丘吉尔。

二十世纪中叶的保守党似乎并不关心字体改革；如果 Calson 和 Baskerville 的衬线能变得更平直稳重，他们可能会选来使用。但他们最后回到了一个通用的字体真理：我们倾向于认为，传统而熟悉的字体是守信的。对于那些提醒我们注意其不同的字体，或者那些看起来太牵强的字体，读者都会心生怀疑。我们不喜欢被强买强卖，或为那些不需要的花哨设计买单。

多年以来，事情并没有发生太大的改变。当今的政治文件里严肃的内容有增无减。二〇一〇年的英国大选中，工党在其执政宣言的封面中使用了前瞻性的 Neo Sans Pro 字体，但在正文里用的是更常见的衬线体；而保守党来了一次「回归基本」，选用的是早于戴维·卡梅伦[3]诞生的热金属铸造技术所作的沉重旧体活字。（有趣的是，当碰到整页图形要展示「我们都站在一起」的时候，他们选择了似乎本不应出现在选举宣传中的一款仿旧字体）。当然，我们现在都是以怀疑的心态来读，意识到我们以前曾看过他们的文字。同时，自由民主党径直在其执政宣言、网站和 iPhone 应用程序中统一使用了 Helvetica。在美国，Gotham 已经不仅仅意味着改变。你会发

---

①「视觉陷阱」（法语 trompe-loeil）是一种作画技巧，使二维的画给人以极度真实的三维空间的感觉。这名词起源于巴洛克时期，但此技法在文艺复兴时期即广泛地被画家应用。

② 布尔战争，是英国与南非布尔人建立的共和国之间的战争。历史上一共有两次布尔战争，第一次布尔战争发生在一八八〇年至一八八一年，第二次布尔战争发生在一八九九年至一九〇二年。

自由之塔的 Gotham 体铭文

现在世贸中心遗址上新的自由之塔的奠基石上的铭文用的也是它，虽然其作者称 Gotham 只是 Gotham，但它已被附加上了人们对胜利和诚实成功的联想。对电影海报字体保持敏锐眼光的人们已经注意到，就奥斯卡颁奖典礼上曝光的电影来说，Trajan 和 Gill Sans 已经出现了一个危险的对手。在赫夫勒和弗里尔－琼斯的目录里，还有许多其他值得一提，更令人兴奋的字体（诸如 Vitesse，Tungsten 及其 Didot 的经典版本等），但只有一款字体登上了《**A Single Man**[①]》（**单身男子**）、《**The Lovely Bones**》（**可爱的骨头**）和《**Invictus**》（**成事在人**）的海报并装饰了他们的办公室：我们选择了

① 《单身男子》（*A Single Man*），又名《挚爱无尽》，是一部二〇〇九年首映的美国剧情片；《可爱的骨头》（*The Lovely Bones*），又名《尸中罪》，是一部二〇〇九年的美国电影，故事改编自艾莉丝·希柏德（Alice Sebold）二〇〇二年的同名小说；《成事在人》（*Invictus*）又名《打不倒的勇者》。是一部二〇〇九年上映的传记电影。

用 Gotham 来拼写我们新时代的质朴。

最后终于出现的一个终极特征，能让你知道你的字体已真正进入到伟人行列：人们不再想要为它付费。一个含有八款字重的 Gotham 字体包，安装到一台电脑上使用需要一百九十九美元，多台机器上才会打折，所以人们就开始尽量模仿其外观。托莱厄斯·弗里尔－琼斯在 eBay 上搜索奥巴马的纪念品时发现，使用电脑里免费字体的物品会更便宜。有一些海报写着常见的「Hope – Stand With Obama」（希望——和奥巴马站在一起）和「Be The Change」（成为改变）的口号，排版和颜色都是熟悉的样式，但用的却是 Gill Sans 和 Lucida 体，看起来就是有点不对劲，它们也只能在某些时候骗过某些人而已。

事实上，Gotham 还收到了一份礼物，但这让弗里尔－琼斯感觉不那么舒服。二〇一〇年底，一些茶党候选人向 Gotham 伸出了橄榄枝。同样的事情莎拉·佩林[101]在几个月前早已做过。这显示出的到底是一种缺少想象力的、跳马车般的投机取巧，还是绝对犬儒的坚信一款字体真的可以为你赢得一场（或者所有三场）选举，这只有未来的选民才能决定。

尾 注

[1] 托拜厄斯·弗里尔－琼斯（Tobias Frere-Jones，1970 年—），美国字体设计师，主要作品有 Gotham、Benton Sans、Nobel 等字体。

[2] 约翰·爱德华兹（John Edwards），美国民主党前参议员（1999—2005 年），在角逐二〇〇八年美国总统选举民主党候选人提名期间，于二〇〇八年一月宣布退出总统竞选。

[3] 希拉里·克林顿（Hillary Clinton），现任美国国务卿，美国民主党成员，曾参加二〇〇八年美国总统选举民主党总统候选人的角逐，但最终失败。

[4] 爱丽丝·罗斯素恩（Alice Rawsthorne），英国记者、设计评论家。

[5] 诺姆·科尔曼（Norm Coleman），美国共和党参议员。

[6] 巴特里公园（Battery Park，又译为炮台公园），位于美国纽约市曼哈顿的最南端，占地二十一英亩。

[7] 乔纳森·赫夫勒（Jonathan Hoefler，1970 年—），美国字体设计师，主要作品有 Archer、Hoefler Text、Quantico 等字体。

[8] 约翰·麦凯恩（John McCain），美国共和党的联邦参议员。下文的「参战纪录」是指他曾担任美国海军飞行员，在越战执行战斗任务时被俘并拘禁了长达五年半的时间。

[9] 戴维·卡梅伦（David Cameron），英国保守党领袖，现任英国联合政府的首相。

[10] 莎拉·佩林（Sarah Palin），美国共和党人，在二〇〇八年美国大选时为约翰·麦凯恩的竞选搭档。

盗版与克隆

Pirates and Clones

盗版与克隆
Pirates and Clones

一九七六年，世界最知名字体 Helvetica 的原稿作者马克斯·米丁格尔披露说，就像那时候大部分的字体设计师一样，他从自己的作品中获得了一笔定额报酬，却并未得到版税。「施滕佩尔公司[1]通过它赚到不少钱，我却一分钱也没有拿到」，他说，「我感到被欺骗了」。这位瑞士字体设计师于四年之后去世，死的时候几乎身无分文。

施滕佩尔公司，Helvetica 的字体拥有者，显然从这种字体上面赚到了很多钱——但也许没有你想象的那么多。拥有字体并不像授权微软的应用程序那样易于盈利，原因很简单：只要你的字体好用，就会有人复制。而且你对此几乎无能为力。Helvetica 的复制品早已存在了数十年，且往往只有

① 施滕佩尔（Stempel）公司，诞生 Helvetica 的瑞士哈斯铸字厂（Haas'sche Schriftgiesserei）的德国母公司。

极少改动。类似 Akzidenz Grotesk Book 和 **Nimbus Sans Bold** 这样的字体，它们的外观特征与 Helvetica 相似；甚至有一款复制品干脆就自称为 Swiss［瑞士的］。但是，从全球影响力的地位来看，最大的恶人，是 Arial。

Arial 与 Helvetica 的外形极为类似，而青睐它的公司——也许你能猜到——是微软。在文书档案上面，Arial 的出现频率几乎肯定多过真品。许多人更偏爱它而非 Helvetica，因为 Arial 稍微柔软一些，调子更圆滑一点。在完全不提到 Helvetica 的情况下，Arial 以这种特征作为自己的卖点，吸引人们注意它更饱满的曲线和带斜角的笔画终端，并宣扬自己和其他无衬线体相比，不那么机械而具有工业感。这些「人文主义」的个性保证它「与二十世纪最后的数十年的时代情绪更为契合」。

关于 Arial，有件很值得注意的事情就是，它有很多蓄意而为的不同之处；当你习惯它们之后，再跟 Helvetica 比较起来，会发现两者之间的差距大得犹如菠萝和芒果。Helvetica 的小写字母 a 尾端更为醒目，是水平而非垂直的；Arial 的大写字母 G 没有垂直的下降部；Arial 大写字母 Q 的短杠是弯曲而不是笔直的。

但是人们仍旧认为——事实也的确如此——Arial 是在抄袭。它在一九八〇年代早期被刻意设计出来，以供微软将其作为 Helvetica 的替代品捆绑到视窗操作系统上面——尤其是作为一种专供打印机所使用的字体，与那些 Adobe 公司的专有软件所捆绑销售的字体竞争。Helvetica 属于莱诺，所以蒙纳做一款替代品出来也在意料之中。但是让设计业界感到愤慨的是，这一字体的宽度以及其他关键元素可以完全精确地填入 Helvetica 所占据的网格之中，所以两者可以在任意数量的文档以及所有的印刷、显示软件

中随意互换。

微软在 Windows 3.1 之中利用了 Arial 的这个优势，因为 Arial 比 Helvetica 便宜，微软想要节省一笔授权购买费用。对于不反对利用别人的艺术才能来牟利的人来说，这可是个相当正确的商业决定。何况蒙纳并没有做违法的事情，而且无论怎样都——也算是比较正当地——坚称说 Arial 是其自有的、已有逾百年历史的 Grotesque 字体的更新版本。

使用 Arial 字体的万千普罗大众们很少有人在乎这件事情。但是在设计圈子里面，Arial 一直都是被憎恶的对象。甚至在 CollegeHumor[111] 上都有关于 Arial 和 Helvetica 对抗的一段视频（用谷歌搜索「Font Fight」）。这是于

Helvetica

C G R a r t

Arial

C G R a r t

一处仓库里精心摄制的小故事，主角是两方人马——一边是 Helvetica 帮，Helvetica 她自己（聪明的女性形象），身边伴随着各色男性如 Playbill（胡子拉碴的西部牛仔形象），STENCIL（巴顿将军造型），Brandpadoccio（意大利男高音），Jazz LET（酷酷的黑人角色）以及 American Typewriter（连线记者）；他们不久就遭遇到敌对的另一边——Arial 帮，包括风骚浮夸的 Arial，印第安土著形象的 Tahoma，狡猾的 Vivaldi，Papyrus 是埃及人并且是同性恋，而 PartyLET 喜欢他的啤酒。

「Arial！」Helvetica 说，「我自从……你克隆了我然后还盗用我的身份之后就再没见过你！」此外还有另一个小纠纷需要解决：「Playbill，你抢了我的土地，你杀了我的家人。」「那你又能怎么样呢？Tahoma——跳大神祈雨吗？」[1]不一会儿他们开始互殴，Helvetica 将 Arial 打翻在地。故事的最后，一位穿着彩色超级英雄外衣的人物出现：「Comic Sans 前来救局！」但是并没有得到回应，因为所有人都死了。「如果任何人需要我的话」，他傻乎乎地说，「Comic Sans 就会出现……」

在另一段 CollegeHumor 视频里（「Font Conference」，字体会议），相同的一群演员改为扮演不同的几款字体（Baskerville Old Face，Old English）争吵是否应该接纳 Zapf Dingbats[2]为会员。

赫尔曼·察普夫（Herman Zapf），是在真实世界里创造 Zapf Dingbats 这

---

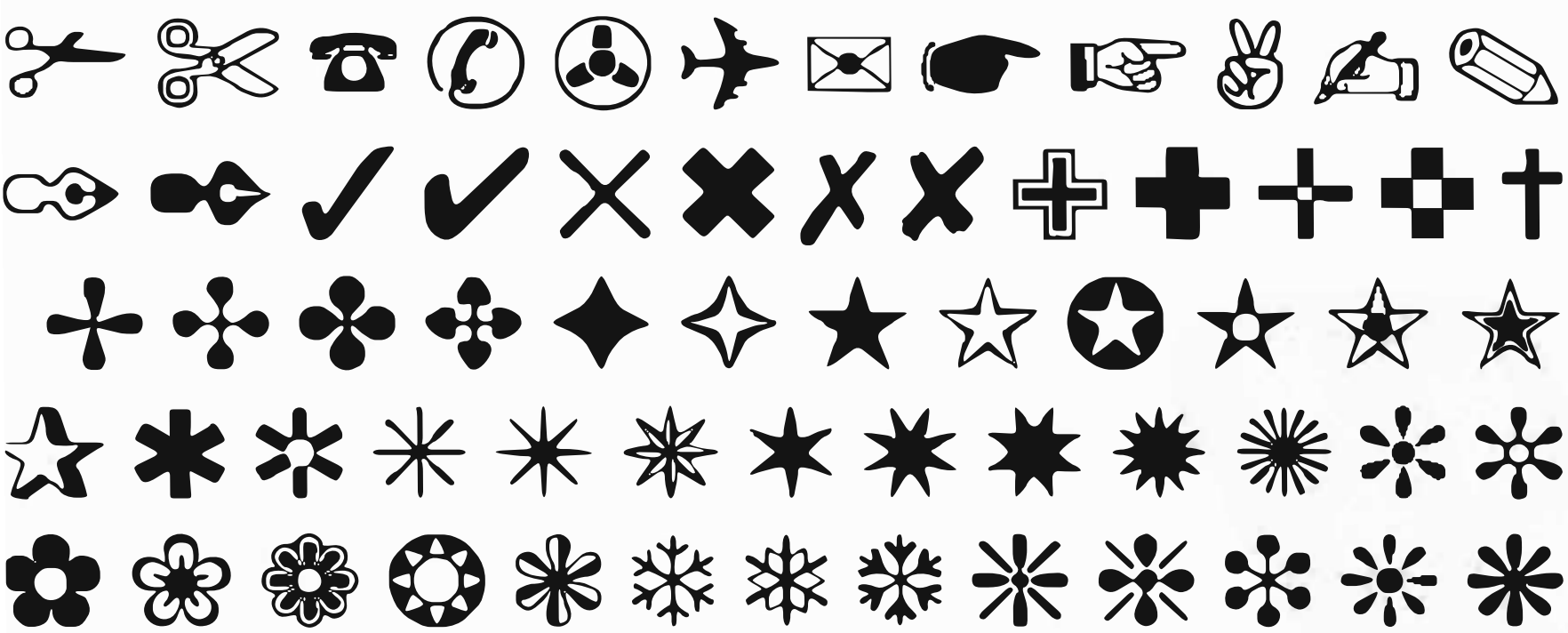
① Tahoma 字体名称源自美国华盛顿州塔科马（Tacoma）市，此地原为北美印第安人居住。Playbill 则是西部牛仔形象，此处笑料源自北美殖民地历史。部分印第安部落有跳舞祈雨（Raindance）的传统习俗。

② Dingbat 是印刷中所使用的图形、符号，如箭头、星号等。Zapf Dingbats 是一款仅包含此类杂锦符号的「字体」。

些符号（包括大批箭头、剪刀、十字、星号等）的人，他对于盗版他作品的行为并不觉得好笑，这也是可以理解的事情。一九七〇年代照相排版技术问世，察普夫将其视作应设法保护孤立无援的字体设计艺术家们的又一条理由，并尤其强调非法拷贝的危险。他当时尚无法预料到计算机时代对他所从事的技艺所将带来的全面冲击，但他呼吁字体应当受到更多保护这件事情却极具先见之明。奈何他的声音却无人理睬。

一九七四年十月，察普夫写信给华盛顿特区的美国图书馆版权办公室，恳请为字体提供更多保护。他所观察到的事实是，四百五十年以来，复制字体一度是非常昂贵并且耗时的事情，因为复制品的每个字母都必须以手工刻制，就如同原作品一样。做出令人满意的仿制品需要非常精湛的技艺，故此伪造字体的行为局限在一小部分人的手里。

而十九世纪，随着电子排版机器在纽约的发明，盗窃字体变得相对容易一点。雕刻字模这一步可以省略，因为模板可以直接被制造出来，但这一过



图中仅为察普夫所作杂锦字体的一小部分

程仍旧需要很高的技巧，并且如果有人想要制作一套不同的字重出来，开销将甚为巨大（而且我们还得记住，对每一个字重来说，基本字母表里的字符只是个开始；除了标准字体，还需要为粗体、斜体各制作至少一百五十个字母和符号，包括所有的带重音字母、连字、数目和标点）。直到一九六三年，巴黎的铸造厂拥有者夏尔·佩尼奥（Charles Peignot）估算制作一整套二十一个字重的字体族的花费，仍旧是大约三百三十万法郎。

赫尔曼·察普夫发现法庭的审判极少有偏向设计师一方的时候。一九〇五年，华盛顿联邦法院审理美国字体铸造人公司提起的诉讼，声称印刷机制造商达蒙与皮斯（Damon & Peets）公司复制了他们的 Cheltenham 系列字体（制作开销十万美元），但最后败诉。没过多久，Caslon Bold 也上了法庭，因为费城的拱心石（Keystone）铸字厂试图保护其字体免受海盗版本侵扰而未遂。然后收入颇丰的弗雷德里克·高迪也受够了一直看到自己的字体未经授权而被到处使用（而且他也没有获得版税），同样上诉，同样未能成功，并且还花掉自己很大一笔费用。法庭对于所有此类案件的判例是：字体在公众领域之内，并且除去其效用（utility）之外并无其他特征。以高迪的案例来说，法庭认为「对于一种字体的设计并不是能够申请专利的主体」。

然后这种情况就一直延续下来。如今在欧洲已经多少有一点对字体的保护，但在美国这个最大的字体市场里，字体仍旧是不受到保护的。或者说，一款字体唯一得到保护的方法，是令其中每一个单独的字符——每一个窄斜体的「a」，每一个 & 符号和变音字母，每一个分数字符[1]和装饰符号——

① 部分字体中会出现形如 ½、¼ 这样的分数字符。

都去申请并且获得专利。鉴于许多数字体现在都含有超过六百个这样的字符，这是一件几乎不可完成、耗时又昂贵的浩大工程，仅仅有像 Helvetica 这样的字体才有可能值回票价。对于其他十多万种不那么知名的字体来说，它们最多能保护的就是名称、以及使得字体能够制造出来的计算机程序而已。

察普夫的请求不论是在一九七〇年代中期还是今天都同样适当。「想要作为一个独立设计师维持生计的话，相信我，你必须用心并且用手努力工作」，他在纽约城市大学如此说道。「你要能赚到足够的钱，至少让你深爱的妻子穿得漂亮、喂饱你的孩子们、并居住在一栋下雨的时候不会有水滴落在你的画板上的房子里面」。他说这些起码的条件已经越来越难以达到，因为其他形式的艺术家所能拥有的基本获利模式在他所在的字体设计界却行不通。他以伦纳德·伯恩斯坦[2]（Leonard Bernstein）为哥伦比亚唱片公司录制新版《西城故事》（*West Side Story*）为例：伯恩斯坦会获得版税，而且如果一个无良的小录音公司试图将此录音更名为其他交响乐团和指挥家的作品纳入自己旗下出版，就将受到版权保护和司法系统的严惩。但字体设计师相比之下更像是苹果种植者，培养出独一无二的果实，却没有设立果园篱笆；无论谁去偷，都可以申辩说，这些苹果是阳光雨水的产物，是上帝公正干涉下的成果。

赫尔曼·察普夫、字体版权保护推动者

将字体免费供给所有人使用是个十分诱人的想法，不仅仅是对于那些怕言论自由受到限制（以及要去区分两个小写字母「g」的麻烦）的立法者而言。察普夫打官司的那个时代，他认为世界上大约有七千到八千种不同的字型，然后宣称说，「我是字体被人盗版最多的世界纪录保持者」。而时间来到二〇一〇年，字体的数量多了很多，察普夫已经步入九十岁高龄也不再继续设计字体，这一称号却也许仍旧非他莫属。不过他已经有一位真正的竞争者。马修·卡特广为人知的复刻古典字型本身也有了自己的「复刻」和克隆版。他倒是一直保持着心胸宽广——或许只有非常成功的字体设计师才能有资本这样做。

「是，的确有过很多可怕的官司和竞争，」他说，「不过总体来说，我们都相处得不错。我有个时尚界的朋友，收入大概是我的六倍。但是时尚界有很多烂人，因为那边钱多。字体设计界没有多少钱，而且钱也不是驱使你前进的动力。有时候会有争吵，因为有人认为别人剽窃了他们的作品，而且他们通常是对的。很没品的人也存在，不过从大体上讲，圈子里的人们都比较温和。」

在卡特看来，像本来可以稍微明智一点的蒙纳（Monotype）公司这样制作 Helvetica 的克隆品，与字体设计师的头脑受到五百四十年历史潜移默化的影响，是性质不同的两件事。「我也有过这样的经历——活做到一半，突然之间我盯着作品停下来对自己说，『等一下，这样下去我会有麻烦的。』然后我就会联络一位设计师，对他说，『我发现自己正在侵犯你的一些作品，但完全是出于最善意的动机——请问这会是个问题吗？』而答案通常都是『不会』。我们大多数人都相当清楚怎样才算模仿得太过分。而且也有字体设

计师因为同样的事情找到我，而大部分时候，我都不介意。」

卡特说，许多年以前，有一次在伦敦龙尼·斯科特（Ronnie Scott）爵士乐俱乐部里，他学到过很珍贵的一些事情。他当时去看鼓手埃尔文·琼斯[3]（Elvin Jones）的表演，他曾经跟约翰·克特兰[4]合作过。「他简直是个圣人」，卡特说，「而那天晚上，他站到鼓具前面来，宣布说巴迪·里奇[5]（Buddy Rich）在当天去世了。当时我觉得自己很懂音乐，如果要我说的话，『巴迪·里奇是个少年天才，滑稽可笑，白人，混迹在大乐队①里，喜欢炫耀——巴迪·里奇怎么可能跟埃尔文·琼斯相提并论？』但是琼斯站出来，说了一些很感人的话。这件事给我上了一课。两个鼓手的确是有共同之处的。」

在旧金山的 FontShop 字体公司，人们倾向于使用两种方法来鉴定某个新近提交的字体是否具有足够的不同点，来决定是否能销售它：用他们的眼睛，以及像 Fontographer 这样的字体编辑软件。如果他们认为有某些地方看起来过于相近，就会在 Fontographer 里面打开两种字体，将新字体与其「灵感来源」字体放在一起比较。他们会放大每一个字母，检查其坐标，如果若干字母的边缘点完全一致，他们就会进一步调查下去。「做出完全新颖的东西来真的很难」，FontShop 的字体指导史蒂芬·科尔斯说，「但我的看法是，如果一种新的字型没有任何一点属于自己的创新，那它就不是我们想要销售的东西。不过我们对此也都有争论。」

一个最近的例子就是蒙纳公司制作、授权给微软使用的 Segoe 字体，

① 大乐队（big band），美国演奏爵士乐的大型乐团，有十到二十五人，与通常仅有数人的普通爵士乐队不同。

和 Frutiger 有着千丝万缕的联系。两者的常见应用场合不尽相同（Segoe 用于小字号屏幕显示，Frutiger 则用在标志牌上），而且不像 Helvetica 和 Arial，它们的数字宽度向量也并不一致，但是两者之间明显的近似，引发设计圈里广泛的不平之鸣。引起人们义愤填膺的一部分原因是，主要凶嫌又是微软，这个创意者们最喜欢鞭挞的公司（如果他们乐于忽视由微软委托设计出的若干最佳屏幕字型，比如马修·卡特所作的 Georgia 的话）。

史蒂芬·科尔斯以及其他的字体商店有更为迫近的困扰：伪造或者非法拷贝的字体，以非常低廉的价格或者干脆免费地出现在很多可疑的场所供人获取。不仅仅是看起来像是诚实大公司的网站上有出售未经授权的字体，甚至那些提供点对点下载共享音乐和电影的网站上也有。蒙纳图像（monotype Imaging）公司的文字与字体主任阿伦·哈雷（Allan Haley）发现，大多数平面设计师虽然不至于去偷窃字体，却很可能从同事那里拷贝字体使用，并不会去关心其来源，或者为授权付费。（大多数正品网站将其数字化的字体授权给固定数量的计算机和打印机使用——数量越多，你要付的钱也就越多；当然也会有其他更贵也更复杂的企业级别销售交易。）「不幸的是，世界上不法和盗版的字体传播站点恐怕要比合法的多很多」，哈雷在他 fonts.com 的网络日志上如此写道。「这些站点都是由对于其他人智慧财产权完全没有概念的人在运营。想要彻底消灭这些盗版字体站点就好像要控制某种致命的真菌扩散……我们大多数人都不会考虑去买摆在拖车尾厢上销售的黑市电视机，从盗版字体站点买

Segoe UI
The quick brown fox jumped over the lazy dog.

字体本质上是与其一样的事情」。

但比这更坏的当属在倡导反盗版的活动中使用盗版字体，是非常欠缺考量的行为，不是吗？

二〇一〇年一月份的第二个礼拜，负责推广互联网版权保护的法国政府机构 HADOPI 从睡梦中醒来，发现自己正面临着一场公关灾难，它是如此的严重而荒诞，以致几乎没人能相信这事居然真的发生了：被选来用在这项活动的海报、影片以及所有其他宣传渠道上的那款被称作 Bienvenue 的字体，他们其实无权使用，并且也不能合法地申请授权，因为该字体是为法国电信（Frace Telecom）独家定制的。

Bienvenue 由让·弗朗索瓦·波尔谢设计于二〇〇〇年，让·弗朗索瓦·波尔谢是一位精力旺盛的字体设计师，其波尔谢字体公司（Porchez Typofonderie）负责过不少法国媒体和大公司商标的数字化外观。除了巴黎地铁当前使用的字体版本（Parisine），该公司还售出了 Parisine Office、Le Monde Sans、Le Monde Livre，和 Apolline[1]等字体设计，光是读这些名字就足以把你带到巴黎的协和广场，手里还拿着一杯奶泡咖啡。向当今字体的通常水准看齐，这些字体每一个都包含至少六百个字符，要花好几个月的时间来完善。授权费用为每一个字体用在八台机器上的价格为二百一十欧元，五千台机器上则为八千六百四十欧元——换言之，可以提供给从最

① Parisine Office 是为巴黎大众运输公司（Régie Autonome des Transports Parisiens）设计的字体，用于替代 Gill Sans；Le Monde Sans、Le Monde Livre 均是为法国知名报纸《世界报》（Le Monde）所设计；Apolline 即「阿波罗」，太阳神，路易十四自诩「太阳王」，凡尔赛宫国王御座厅称「阿波罗厅」。

小的设计工作室到大型跨国公司的所有人。

可惜的是，反盗版的机构 HADOPI 并不能购买 Bienvenue 的授权，无论出价几何。让·弗朗索瓦·波尔谢在二〇〇〇年制作的这一字体有好几个字重，均只能由法国电信公司排他使用。而且因为这一字体的制作意图就是公司内部用途的同时也作为其品牌字体推广，所以在法国随处可见。它也饱受喜爱，尤其是因为它的字母之间轻柔的和谐感，以及圆角笔画所带来的温暖。

「创意计划」(Plan Créatif)负责制作 HADOPI 徽标的设计顾问公司，显然也很喜爱这一字体，当法国文化和交流部为徽标揭幕时，这是再明显不过的事情。徽标字体的相似最开始是由一位曾经就职于波尔谢字体公司的设计师先发现的，然后这件事就在设计圈里迅速传开，最后进入主流媒体。创意计划可怜兮兮地开始挽救局面，宣称在徽标上使用该字体的仅仅是设计草案而已，并且莫名其妙地被「误操作」了。在徽标公诸于世三天之后，这一顾问公司宣布他们将展示另一个更为适当的版本。新徽标的确不太一样，而且这次使用了 FS Lola 字体，字体由伦敦的 Fontsmith 公司设计。

那么就只剩一件事情要去判断，究竟是创意计划公司真的不慎犯下一个错误，还是事情暴露之后的亡羊补牢。寻找答案的办法之一是查看法国国家知识产权局的记录，该记录显示此徽标在六周之前就注册为官方（也就是说并非草案）使用。另一条线索则由平面设计界撰稿人伊夫·彼得（Yves Peters）和其他博客作者们提供，他们决定联络 Fontsmith 并询问创意计划究竟在何时买下的 FS Lola 字体。对方回应说，字体是在新徽标发布当日被「匆忙抢购」的。

还有另一件出人意料的事情。徽标配有一些红色文字，是 HADOPI 这一缩写的全称：*Haute Autorité pour la diffusion des oeuvres et la protection des droits sur Internet*（法国互联网作品传播及权利保障局）。新徽标上这一段文字所使用的字体和一周前那个徽标上的一样，都是 Bliss，由伦敦设计师杰里米·坦卡德（Jeremy Tankard）所作。Bliss 购于何时？和 FS Lola 同一天。换言之，原徽标上使用的这一字体也是未经授权的。

让·弗朗索瓦·波尔谢说，他自己都有些享受这个讽刺性的事件了：「它把我逗乐了」。不过也仅仅是「有些」而已：「与此同时，我们得为这个问题找个最好的解决方案」。换言之，他的律师正在处理这件事情。

绝无仅有的几款字体保护成功案例出现在一九九八年，Adobe 公司胜诉南部软件公司（Southern Software Inc）。Adobe 申诉说，不仅仅字体本身被复制，而且用于制造字体的 Utopia 软件也被复制。这一案件令新的法律得以制定出来专门禁止此类事件的发生。

尾 注

[1] collegehumor.com 是一个以搞笑视频为主要内容的娱乐网站。
[2] 伦纳德·伯恩斯坦（Leonard Bernstein，1918-1990），美国指挥家，作曲家。
[3] 埃尔文·琼斯（Elvin Jones，1927—2004 年），美国爵士乐鼓手。
[4] 约翰·克特兰（John Coltrane，1926—1967 年），美国知名爵士乐萨克斯风演奏家。
[5] 巴迪·里奇（Bernard 'Buddy' Rich，1917—1987 年），美国爵士鼓手。

字体小品

Optima

Hermann Zapf will always be remembered for his dingbats. But the German designer is also responsible for some of the twentieth century's most exacting typefaces, among them Palatino , Melior, SAPHIR and Zapfino – the latter one of the most fluid and effective calligraphic fonts. But it is his Optima typeface that stands out.

赫尔曼·察普夫会因其创作的 dingbats［杂锦字型］而被永远铭记。但这位德国设计师也制作了一些二十世纪最精准的字体，其中包括 Palatino、Melior、Saphir 和 Zaptino——最后这款是最流畅和最有效的书法字体之一。但从所有这些里脱颖而出的是他的 Optima。

察普夫生于纽伦堡，当他年轻的时候想成为一个烟囱清洁工，因为他特别喜欢当双手因工作而变得黝黑的情景。战争中他成为制图员，之后在法兰克福施滕佩尔铸造所作为设计师赢得了声誉。他的第一份力作是一九四九年的 Palatino 体，这是一款受意大利经典字体的影响并能体现石匠和正规笔

者风格的字体。它有着常规的衬线和等宽的笔画，但大写字母 P 上部的圈划并不封闭，而小写字母 e 在其字碗右端有一小部分切去的痕迹。这个字体有着一贯的清脆风格和让人感到抚慰的人性化特征；其数字版本在今日依然和 Georgia 一样是非常有吸引力的日常正文字体。

但在九年后察普夫发表 Optima 时，它看起来就好像是天外来客。他花了三年多时间设计，然后又过了三年之后才在施滕佩尔的字样册中出现第一批尺寸。这是一项高度独创的工作，它在尊贵的罗马体骨架里配上现代无衬线体形式。Futura 和 Optima 之间时隔三十多年，但它们都具有一种独特

Optima——完美的香水字体

的、锋利的德国现代主义色彩。Optima 最初是按照展示字体设计的，但它作为正文字体也非常易认；其唯一缺点是在小字号阅读时会丢失直划末梢的细节——轻微的膨胀和柔和的凹陷。但正是如此膨胀和这般细流令这一字体更加美丽。它能与 Albertus 交相辉映，都禁得起后世长期的赞叹。

17

The Clamour from the Past

往日的喧嚣

往日的喧嚣
The Clamour from the Past

「每张页面都是一个绝对的奇迹」，苏·肖（Sue Shaw）在其「字体档案馆」办公室里说道。这个档案馆位于伦敦南部的兰贝斯，由一家马匹医院改建而成。她正坐在玻璃柜前，里面放着很多古登堡用来印圣经的模具，而她面前的桌子上放着的是账单、支票簿和建筑师们的规划图。

她手里拿着一本十八世纪的德国法律书籍，八英寸厚，光索引就有三百一十四页，纤小的铅字挤在窄列里，令人难以喘息。每个字母都是手工制作出来的，并与其他成千上万的字母一起，排到拣字盒，一页接一页，一共三千页。单读上第一章就会令你目盲。「我觉得这太令人透不过气，」肖说，「本书的制作者也许因此赚到了一大笔钱，但他几乎是在黑暗中工作的。而这就是字体档案馆，我们在这里展示的是真实的人类生活。」

在字体档案馆里等待清理分类的凹模

肖经常说自己「经济惨淡已有二十余年」。字体档案馆是一个独特的、有价值的机构，但若要实现她办公桌上的蓝图，并向公众开放，投资是必需的。

这里有什么呢？这是一个神奇的地方——用实物展示的书写的历史，关于我们语言的那些无名硬件。这里所有的一切曾经都能咔嚓动作，两万三千个抽屉里装满金属凸模和凹模、各种大小的数百种活字，各式平板印刷机，六十万个铜字母模具，压制热金属活字的所有的键盘和压铸机，所有来自约克镇德利特尔公司①的木制活字和机器，所有来自谢菲尔德②的钢铁历史，所有那些创造出世界上各大图书馆里的重量级人工制品。这一切都随着电脑的来临而结束，现在一片寂静。

这些藏品是在一九九〇年代中期抵达这里的，专业艺术品搬运莫马特公司③花了七个星期的时间才把其中一部分从萨里郡④搬过来，完工之后他们说更宁愿回去搬亨利·摩斯[1]的作品。最近的来访者，包括《哈利·波特》电影班子，他们来是为了寻找灵感和墨黑的气氛；还有来自谷歌的一个大团队，来考察他们的世界是从何开始的。

苏·肖给了他们一本小册子。这是一本精致的黑红二色手工印刷品，排版用的是 Caslon 和 Gill Sans，还有完美的间距和段落符号（一个传统印刷符号，用于表示一个段落结束或意思停顿，也称「反向 P」）。它描绘了一个

---

① 德利特尔公司（Delittle & Company），英国印刷公司，负责周报《约克郡时报》（The Yorkshire Chronicle）的印刷，该报于一八五五年创刊、一九一四年停刊。

② 谢菲尔德（Sheffield）英国英格兰约克郡-亨伯区域南约克郡的城市，是伦敦以外英格兰八大城市之一。从二十世纪起以钢铁工业闻名于世，但在一九七〇年代后当地工业逐渐衰落，近年重新定位为一座体育与科技之城。

③ 莫马特公司（Momart）英国物流公司，主要负责艺术品的仓储运输和安装。

④ 萨里郡（Surrey），又译「舒梨郡」，英格兰东南部的一个郡，东北与大伦敦相邻。

宏伟计划，不是把这个宝库当作陵墓来打开，而是要做成一个培训地：学徒们可以来学习活字的机械制造，这个过程需要高度熟练的手工技巧。第一本培训手册已经印好，里面描述了如何对边、戳盖、打撞、研磨、削圆、削弯，还有 0.2 英寸凹模的侧铣过程。它的表述与其工具一样精确：「用六十号测深机的千分尺测量第一个字符印记的凹模深度，深度读数应在 +0.0045 英寸到 0.005 英寸之间。与教导员核对结果。」

作为字体档案馆的创始人兼董事，肖既是一名有说服力的实用主义者，也是一名自豪的精英人士。在前电脑时代，她曾在企鹅[1]、查托[2]和费伯和费伯公司[3]（「在那儿我们甚至做过一本漂亮的关于堆肥的书」）工作。她依旧专注于高级印刷，而在字体档案馆的游览内容可以从这一本书开始：保罗·梅隆[2]与罗克斯伯格俱乐部[4]花上六年时间准备而成的一份一五〇〇年的《赫尔明翰草药动物故事集》[5]摹本，它包含一百五十幅动植物真实和虚构的插图，用的是 24 点的 Stephenson Blake Caslon 。

---

① 企鹅，这里指企鹅出版集团（Penguin Books）是一个在一九三五年于英国创立的出版社，创始人是艾伦·莱恩（Allen Lane），主要出版纸版书籍，是英国、新西兰、澳大利亚和印度的主流出版商。

② 查托，这里指「查托和温德斯公司」（Chatto & Windus）英国一家出版社，曾经是维多利亚时代伦敦最重要的出版商之一，自一九八七年起为兰登书屋下属的出版商。

③ 费伯和费伯公司（Faber and Faber Limited），英国一家独立出版商，成立于一九二九年。

④ 罗克斯伯格俱乐部（Roxburghe Club）一八一二年在英国成立，据称是世界上最古老的藏书者协会组织。

⑤《赫尔明翰草药动物故事集》（*Helmingham Herbal and Bestiary*），赫尔明翰是英国东部萨福克郡的一个村庄。此书含九十五幅花草和四十七幅鸟兽的精美水彩水粉画，显示了都铎王朝自然历史绘画水平。

只要是斯蒂芬森·布雷克[1]有记录在册的字体，都可在这个档案馆的某个地方找到。斯蒂芬森·布雷克位于谢菲尔德和伦敦，是——或者说曾经是——英国最古老且历史最长的活字铸造所，一直运营到二〇〇四年才关闭，之后将其谢菲尔德工厂出售改建成了公寓。在鼎盛时期的一八三〇—一九七〇年间，它网罗了英国活字铸造所绝大多数的凸模和凹模，可上溯到十六世纪的约翰·戴[3]，并囊括了从约瑟夫·弗莱[4]、卡斯隆王朝和威廉·索罗古德[5]的设计和设备。斯蒂芬森·布雷克为全世界制造过大量活字，而且命名都相当显赫、深远而隆重：Ancient Black［古代黑体］、Impact［冲击］、Runnymede［兰尼米德］、Hogarth［霍格思］、Olympian［奥林匹亚］、Monumental［纪念碑］、Renaissance［文艺复兴］、Windsor［温莎］[2]。他们甚至有一个堪称 Comic Sans 体前辈的字体：一八九四年制造的 Ribbonface Typewiter 体。

但该公司能坚持撑过二十世纪实属奇迹。斯蒂芬森·布雷克供应的是古登堡式的活字制造法，这种费力的手工加工过程在四百年间一成不变：依旧要把凸模锤进更软一些的凹模里，而凹模依然要放到模具里面。仍旧要倒进铅、锑、锡。一八四五年一位名为小戴维·布鲁斯[6]的纽约铸字商将其手摇式铸字机[3]注册了专利，这个小型热金属机可以制造一个字母任意数量的活字。在此四十年之后，林·博伊德·本顿[7]在密尔沃基发明了缩放式凸

---

① 斯蒂芬森·布雷克（Stephenson Blake）英国活字铸造所，成立于一八一八年，一直运营到二〇〇五年才关闭。

② 部分字体名称的意义：Runnymede［兰尼米德］是英国萨利郡的一个地名；Hogarth［霍格思］是英格兰及苏格兰的姓氏；Olympian［奥林匹亚］是希腊地名；而Windsor［温莎］是英国王室的王朝及其居住的城堡名字。

③ 手摇式铸字机（pivotal caster），直译是「中轴铸字机」。

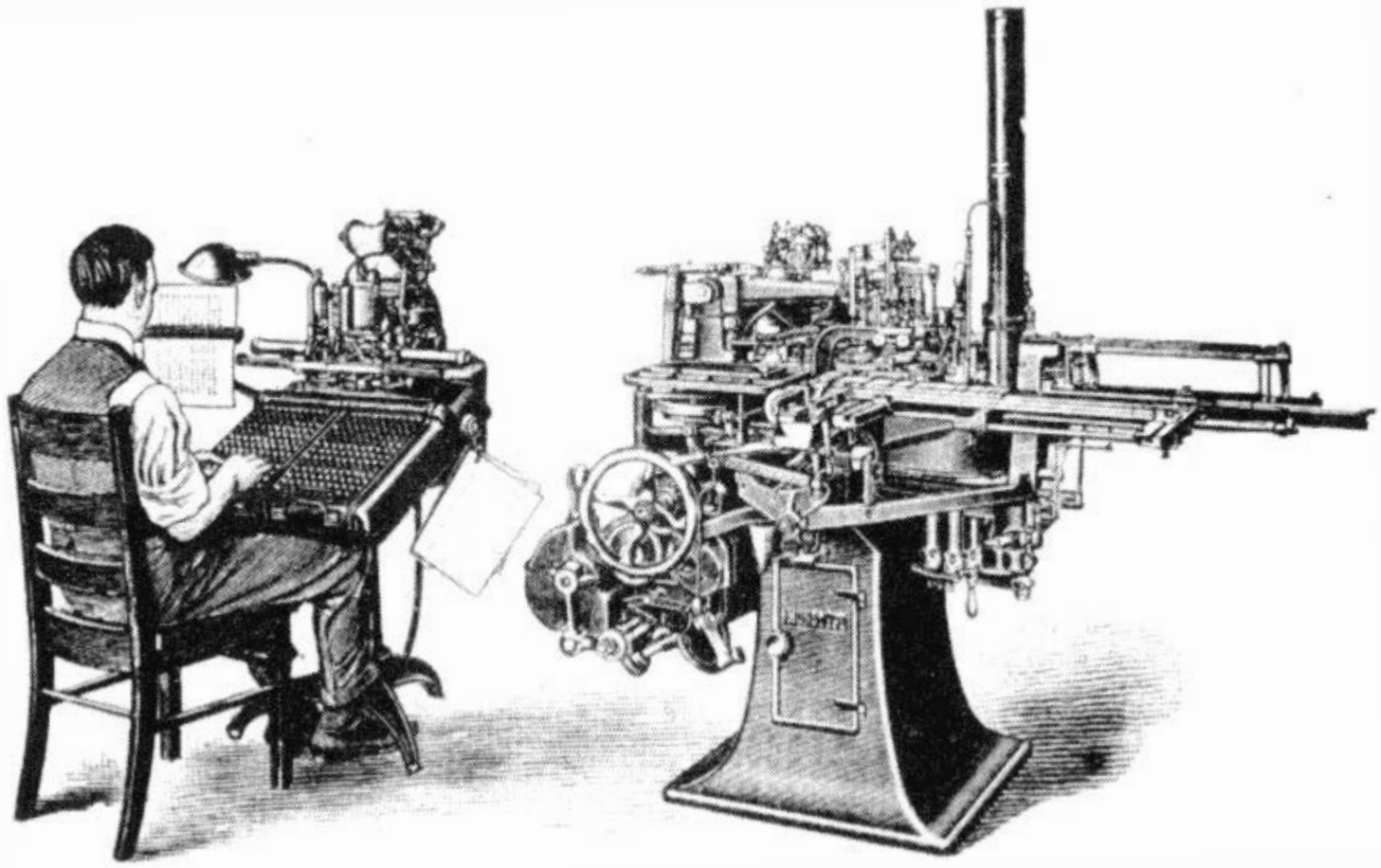
模机。这个巧妙的雕刻机可以用来雕刻金属活字凸模（也可以快速转换用于木版活字），并直接引发了两台美国新型机器的发明——这两部机器不仅改变了活字的制造方式，而且改变了其后八十年间活字使用的方方面面。

莱诺（Linotype，一八八六年）和蒙纳（Monotype，一八九七年）的机械铸排系统能比手工排版更为高效、廉价并快速地在纸张上印刷。蒙纳铸排机使用单个字符熔融（热）金属活字，而莱诺铸排机可以制造超过一百个字母的硬棒或金属块（所以又称线性铸排）。莱诺铸排机的文本操作快速，但校正起来却更困难而浪费，主要受大型报纸排版的欢迎；而蒙纳铸排机则在世界各地的书籍印刷厂和各地印刷铺扎根。新的出版商和出版物百花齐放，在某种方式上抢走了手工排字员的工作。机械铸排机是活字印刷行业继古登堡之后的第二次伟大革命，但也是最后一次。在其之后就是照相排版和激光打印，以及硅谷的觉醒。

蒙纳和莱诺铸排机都有惊人的高速增长，最初他们彼此厌恶和畏惧。一八九五年十一月仍按旧式排版的《黑与白》杂志为莱诺铸排放了整版广告，向印刷厂发出警告远离其竞争对手，并发表声明驳回「在美国莱诺铸排系统已不是能选择的机器」这一「完全失实」的声明。这份广告[1]列举了当时使

---

①［作者注］莱诺广告的背面写有更小的告示，包括「卡特小肝丸」、「古奇古拉皮肤疗养」、「马斯格雷夫的阿尔斯特火炉」（供俾斯麦使用那种），字体狂野松散，每个都用各种不同字体，像露天市场拉客叫卖的商贩一样向读者喊叫着。从德国哥特体到英语怪诞体到巴黎古董体，对于这些可疑产品来说字体都不甚得当，简直就像排字工在黑暗中随机挑选出来的。这种广告的不和谐一直持续到一九二〇年代末，直到营销人员慢慢觉醒到打造品牌的可能性，并看到字体可以传达超越字面的涵义。这个过程得意于蒙纳超级铸字机（Super Caster），它让新的大尺寸显示字母更廉价，从而减少了对杂乱的盒子里那些破旧不规则的字体的依赖。

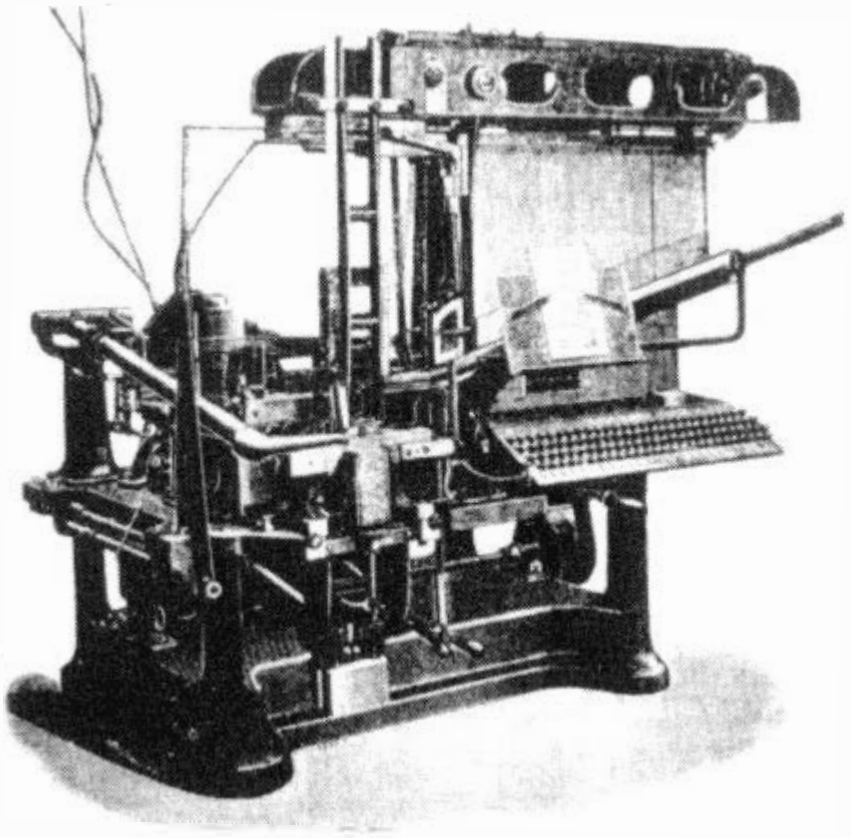


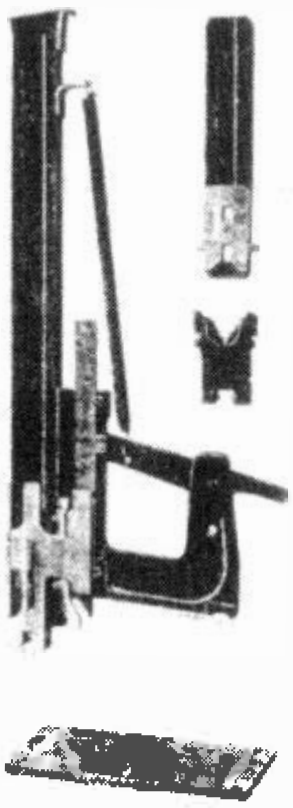
革命性的机器——自一八九〇年代起流行的蒙纳［上］和莱诺［下页］铸排机

用莱诺铸排的三百多份报纸，从《纽约先驱报》（拥有 52 台机器）到《纽约时报》（25 台），到《格洛弗斯维尔导报》[1]（1 台）「本机目前已经面向英国出售……却被美国报纸业主的相关机构视为过时，这是因为他们无法在美国站稳脚跟，而英格兰正在尝试自行制造。他们只能令所有关心者损失惨重且大失所望。」但为时已晚：蒙纳已经接到了数百份订单，且很快就将达到上千份。

位于萨里郡索尔福德的蒙纳公司日益壮大，以至于它需要建造一个自己的火车站，它对印刷界有另一个巨大的影响：它改变了字体的设计。最初，两家公司都直接拿旧活字来适应他们的新技术，但他们很快发现，客户的需

①《格洛弗斯维尔导报》(*Gloversville Leader*) 美国刊行的日报，现名《先驱导报》(*The Leader Herald*)，总部位于纽约州富尔顿县的格洛弗斯维尔。





求远超过 Garamond 和 Bondoni。当美洲和欧洲的传统铸字厂合并以迎接新竞争的时候，拯救它们的是其丰富的设计种类和持久耐用。但蒙纳很快跟上了步伐，特别是在聘请了字体排印顾问斯坦利·莫里森和公关经理比阿特丽斯·沃德之后（该公司罕见地雇用了大量技能熟练的女性）。

在莫里森出现之前，蒙纳的大部分字体都很保守而缺乏新意——第一批五十款字体中，几近三分之一都是沉重的德国哥特体，其主要考量是把曾经手工排版过的流行字体转换为机械使用。当莫里森一九二三年从出版行业转行过来时，他同样也很关注市场对 Bembo 和 Baskerville 的喜好。他知道在当时蒙纳之所以能受到持续的欢迎，是因为他们不仅能够针对机械性冲压，还可以针对新的印刷技术和机造纸张的特点修改衬线和字重。但他最大的贡献是进行并采购了许多新的设计。他一直在蒙纳工作，经历了一九三〇年代

《泰晤士报》的现代化改版，领导了一九四〇年代《泰晤士报文学副刊》[1]。而一本自一六六〇年代末以来的蒙纳字体样本如实地反映了他的影响力的扩张。

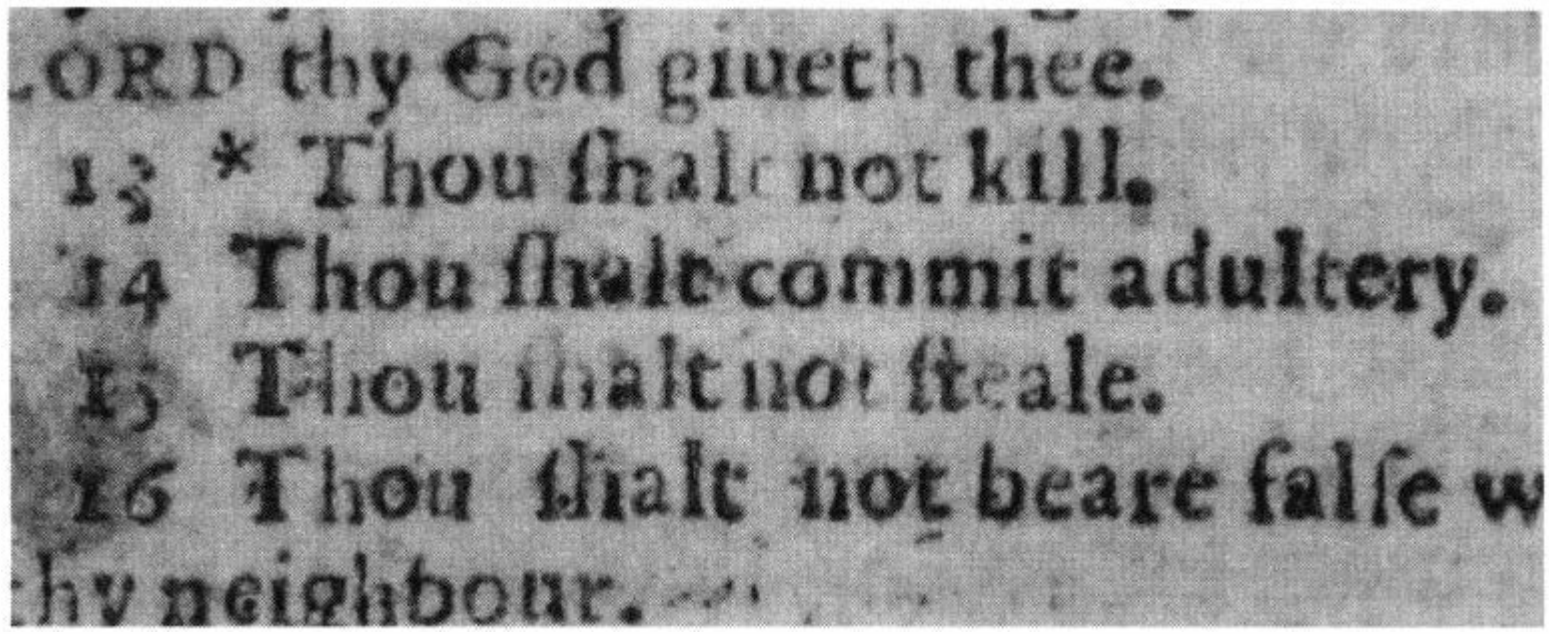
除了埃里克·吉尔的 Gill Sans、Perpetua 和 Joanna，还有 Albertus 体、新版本的 Bell、Walbaum 和 Ehrhardt，以及 Lutetia、Spectrum、Emerson、Rockwell 和 Festival Titling。再有就是使用最为广泛的——莫里森自己的经典字体 Times New Roman，这是他在蒙纳期间为《泰晤士报》设计的。即使现在《泰晤士报》已不再用这款字体，它依然与其对手 Helvetica 和 Univers 一样随处可见。成千上万的书籍仍然在使用它，而且自一九九二年起，每个版本的 Windows 都带着它，出现在亿万份的文档、电子邮件和网页中。

二十世纪的大部分时间里我们都在呼吸着蒙纳的字体。其影响被记录在《蒙纳记录》《蒙纳公报》和《蒙纳通讯》中，这个动力组合的定位分别是内部刊物、贸易通告和学术论文。文章强调了优秀的排版需要大量的专业知识。成为一个完全合格的蒙纳操作员需要花费七年时间，而且在这段时间内要培养空间意识——对每行字体的亮度、长度和调整的感觉——这都是现代计算机依然在努力试图实现的。若没有这些，字母和单词就像是失去小节线的音符。

比阿特丽斯·沃德在《纪录员》（*Recorder*）中写过一篇文章叫《〈圣经〉

---

① 《泰晤士报文学副刊》（*Times Literary Supplement*）最初于一九〇二年作为英国《泰晤士报》的副刊发行，之后于一九一四年独立初版，一九六九年起使用《TLS》为刊头。


LORD thy God giueth thee.
13 * Thou ſhalt not kill.
14 Thou ſhalt commit adultery.
15 Thou ſhalt not ſteale.
16 Thou ſhalt not beare falſe w
thy neighbour.

所有时代中的最失败的排印错误?

排印中的最新成果》。应该用单行本还是分为上下卷?应该用 Bembo 还是 Van Dijck 来排?有一点是肯定的:没有人想重蹈一六三一年克里斯托弗·巴克[8]《圣经》的覆辙,因为它漏掉了第七诫中的否定词,印成了「汝等需奸淫」①。

在一九四〇年代,有一篇文章论述学习阅读的新旧方法和可能有益的某些字体。一九三八年的 Ehrhardt 体被认为特别优秀。Univers 和 Century Schoolbook 也很清晰明了。在一九五〇年代「由印刷者为印刷机设计」的 Monotype Dante 发布了。这里所谓印刷者——乔瓦尼·马尔德施泰格[9]博士,并不单纯是一位印刷者,他也是了解活字在设计和雕刻之间差异的一位学术编辑,他拥有一个宝贵的见解:「字母之间有许多微妙的相互关系,如果忽视它,设计师就无法描绘出能完美结合成词的字体」。

① 旧约《圣经》中的「十诫」中第七诫本应该是「Thou shalt not commit adultery」(原文为古语,故一般译为文言「汝等不可奸淫」,白话文即「你们不应该奸淫」)。这个版本漏掉了原文「不」字,成了「应该」,不但不禁止,反而是鼓励。

Dante 体是最新推出的一款产品。当时每一个场合都会有一款适合的字体，而每个月似乎都有些新的东西出现。

而在后来的一九七〇年六月，《蒙纳公报》第八十一期中出现了一份不祥的通知：「热金属活字的总体交易前景是暗淡的。贸易新闻专栏里满是胶片排版的文章。」一项新技术正在来临，但蒙纳认为它能够应付：他们有新型的 Monophoto 600，这台机器使用的是数字字体的早期例子——蒙纳模块。但在这期公报里还有胶片照排之外的东西：一台放在控温房间里橱柜般巨大的电脑的照片。《公报》揣测金属铅字只是被这些白色机器编程所用，他们不会看到铅字被取代[1]。

于是到了现在，那些多余的机器，矗立在兰贝斯的这个旧马匹医院里——对于那些注重手感、精确和对昔日高度的精湛方法感兴趣的人们来说，它们是一份无价的珍贵档案。那里有一八九七年的第一台蒙纳键盘（它看起来就像是一台打字机，同类型机器只能在史密森尼学会[2]找到）。旁边是它

---

①｜作者注｜尽管如此，蒙纳公司仍然是字体设计的主导力量，但一九九一年在帕洛阿尔托开设硅谷办公室以来，其重心已经发生了不可估量的变化：在那以后，蒙纳将其字体的转换为数字化软件格式并许可给了微软、苹果和奥多比。其总部现位于马萨诸塞州，但它仍在索尔福德继续维持其英国业务。它兼并了莱诺铸排和国际字体公司（ITC），并于二〇一〇年三月发布了「创意伴侣库」(Creative Companion Library)，为那些想开设新数字字体库的用户提供了更廉价方案。这个巨大的字体组合针对所有电脑平台提供了最新的 OpenType 格式，共有两千四百三十三款字体，包括 Frutiger、Palatino 和 ITC Conduit。虽然缺乏 Helvetica 及其他所需字体，四千九百九十九美元的定价对于最多十个工作站、使用一台打印机的客户来说依然是相当划算。那些曾经由抄书员手工绘制，再经手工切割、手工调试和辛劳数个月以上的专业字体，现在每款两美元。

② 史密森尼学会（Smithsonian Institution）是美国唯一一所由美国政府资助、半官方性质的第三部门博物馆机构，同时也拥有世界最大的博物馆系统和研究联合体，该组织囊括十九座博物馆、九座研究中心、美术馆和国家动物园以及 1.365 亿件艺术品和标本，该机构大多数设施位于华盛顿特区。

的姐妹，一台靠压缩空气运行的铸字机。还有十几款稍微新款的模具可以让你勉强联想到笔记本电脑，就像一九三〇年代的烛台式电话被插进了光缆。我们怀念这些东西——陈旧的感觉、陈旧的样子、陈旧的气味、陈旧的声响、我们张开双手使用它们，而不仅仅是通过那些沾上了我们指纹的按键。

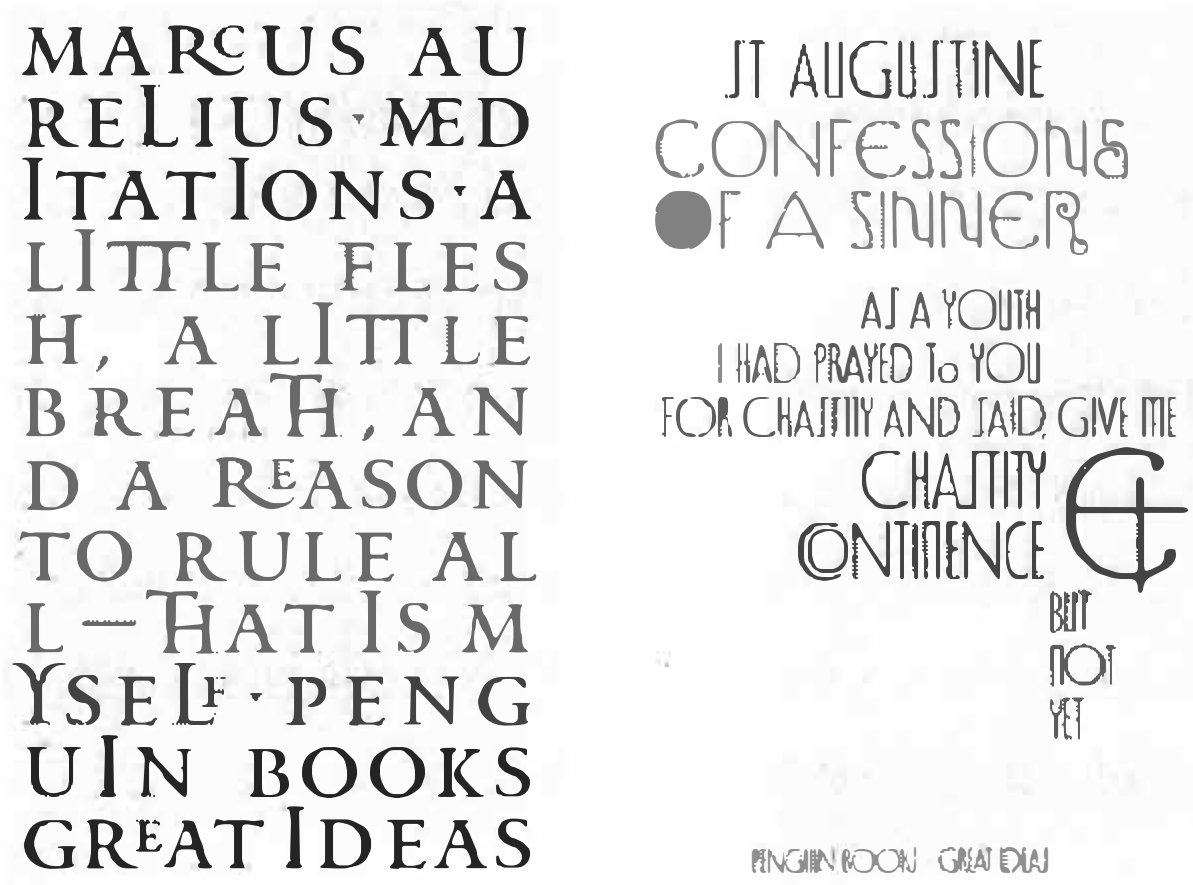
但手艺并没有完全消逝。字体博物馆会偶尔请几位蒙纳公司的老员工，为那些可能为那栋建筑和工艺提供资金援助的人展示它们机器，为参观见习者提供一次诱人的经历，以求得手艺能存活下去。苏·肖仍然很乐观。「还有更有价值的东西吗？」她问道：「如果只是说结束后无事可做，并不是个反对它的理由。读完一首诗歌之后同样是无事可做。」

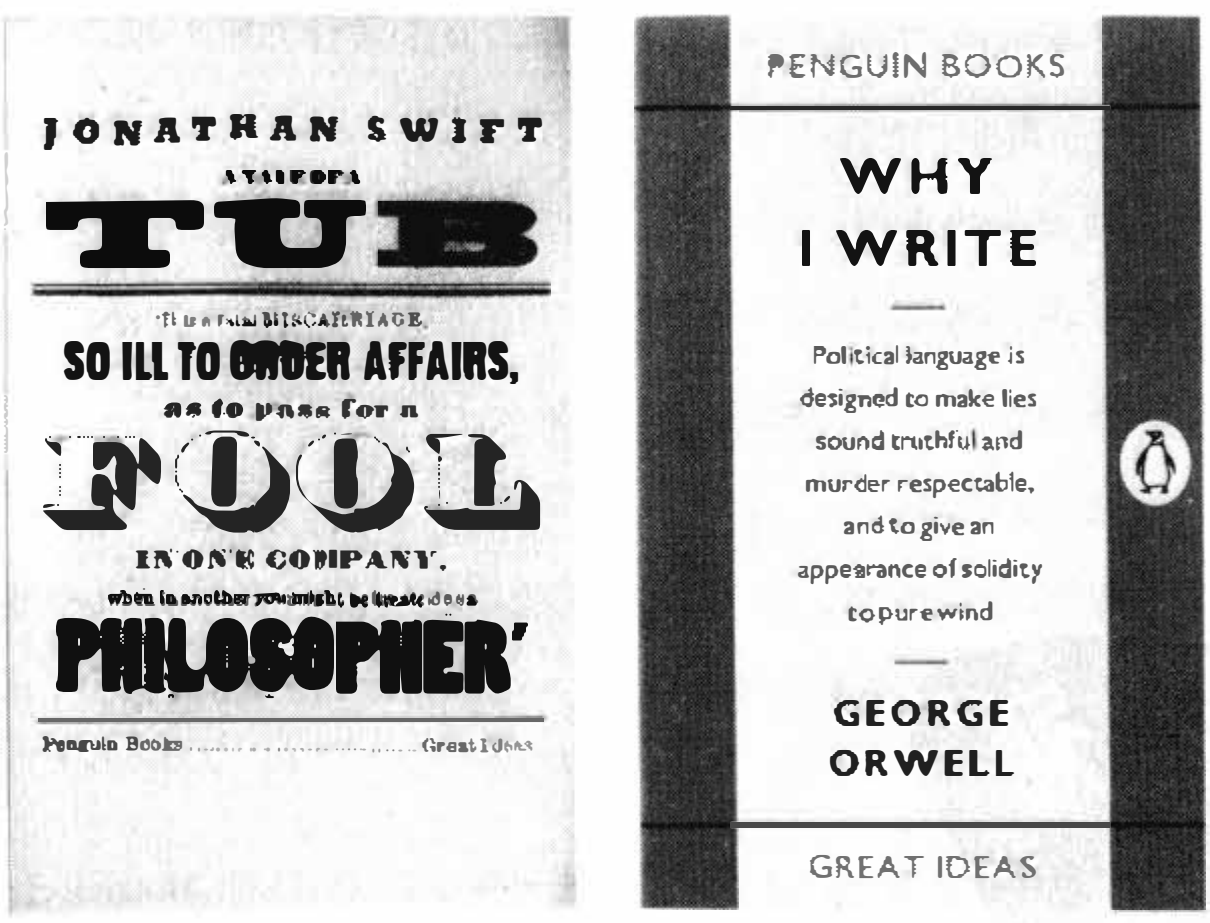
那么现在要完成一本漂亮的书，最好的方法是什么呢？凯尔姆斯科特出版社[1]、金科克雷尔出版社[2]或达夫斯出版社的手艺并未流失——在英国和美国，有数百家小出版社。最新成立的一家的就是「怀特图书」，其到二〇一〇年春为止的出版图书单里只有八本书，虽然作为一个表单它是合理的：《爱玛》《傲慢与偏见》《呼啸山庄》《金银岛》《简·爱》，还有狄更斯、莎士比亚和柯南道尔的选集。

这些书籍都非常漂亮，具有标志性的腰封、彩色的扉页和精装外套插图，让人觉得它们像是更老出版社的产品。负责其外观的是大卫·皮尔森[101]，

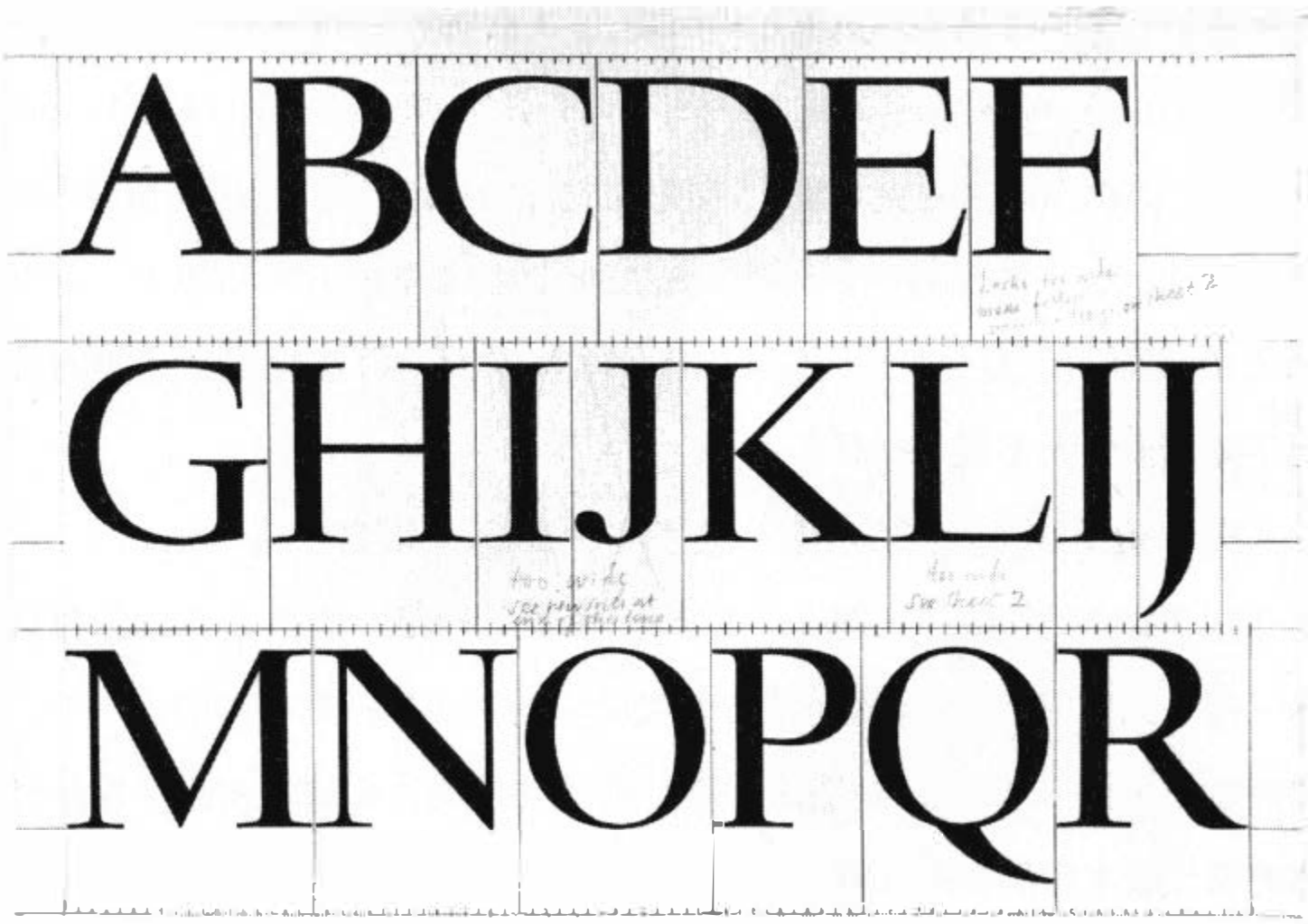
① 凯尔姆斯科特出版社，由英国人威廉·莫里斯（William Morris）于一八九一年在英国汉默史密斯成立，按照15世纪传统工艺制作书籍，于一八九八年停止运作。

② 金科克雷尔出版社（Golden Cockerell Press），英国私人出版社，运营于一九二〇年至一九六一年，以其精美手工限量版本的古典书籍闻名。





跟上传统：企鹅出版社「伟大思想」系列的封面字体排印。从左上起顺时针设计师分别是菲尔·贝恩斯［Phil Baines］、凯瑟琳·迪克逊［Catherine Dixon］、阿利斯泰尔·霍尔［Alistair Hall］和大卫·皮尔森



扬·范·克林彭为 Haarlemmer 做的原稿

他曾与企鹅广泛合作，最著名的是「伟大思想」系列——这套囊括了从塞内卡①到奥威尔[11]的作品的超薄平装书对封面的字体排印给予了极大重视。

这些书和怀特经典在扉页的微小细节上也非常值得注意。除了版权内容和印刷厂名称，我们可以看到一些关于字体及其尺寸选择的文字。比如说，企鹅的版权页用的是 Monotype Dante 体。标注字体这一特征在当今已逐渐消失，这也是一个令人沮丧的缺失。到伦敦图书馆的书架上随机选几本就可以发现，这个缺失和向数字化的转移是一致的。索尔·贝娄[12]的《洪堡的礼物》就写着它是使用 Bakerville 排的版，菲利普·罗斯[13]的《波特

① 塞内卡（Lucius Annaeus Seneca），又译「塞尼卡」，古罗马时代著名斯多亚学派哲学家。

诺伊的抱怨》用的是 Granjon；P·G·伍德豪斯[14]的《笑气》是 Linotype Bakserville，而格雷厄姆·格林[15]的《名誉领事》用的是 Monotype Times。但由伊恩·麦克尤恩[16]和朱利安·巴恩斯[17]最近出的精装书呢？我们不知道，只能靠猜测。约翰·理查森[18]的《毕加索》和伊恩·克肖[19]的《希特勒》也是如此——这些图书体积庞大、内容重要、还带有插图，但字体却被认为不值一提。

皮尔逊为其怀特经典系列选择了 Monotype Haarlemmer，用「11 配 15」的方法排版——即 11 点字体加 4 点行距。这是一九三〇年代由扬·范·克林彭[20]设计的一款带现代诠释的衬线体，其初稿因战争而流失。它拥有较大的 x 字高，制造出干净、空盈的外观，很好地实现了对传统文章的现代版本所需要的效果。

「功夫在于创造良好的均衡一致性，而没有任何川流①和缝隙，」皮尔逊在其法灵顿的办公室里解释到。从办公室内可以俯瞰中央圣马丁艺术学校的校区。「我们不能要难看的断行和过多的余白，并尽可能地少用连字符。书籍排版是一个非常平凡乏味的过程，日日重复——而且只有在做得不好的时候才会被提起。」

皮尔森说，对于怀特图书他本喜欢用 Monotype Dante 体——「10 配 13 的时候用 Monotype Dante 金属活字并不逊色」——但他在企鹅「伟大思想」项目上获得的经验告诉他，数字化版本看起来并不好。「当有一大排书摆在你面前要你选择一款字体的时候，你必须要知道这款字体是否能胜任

① 川流（river），西文字体排印术语，意译作「跨行纵空白」，指的是在段落中每行的相近位置连续出现空白间隙，导致在视觉上像一条空白的「河流」纵向穿过。这是排版一忌，一般需要通过字距离调整来避免。

于所有文章。你的选择往往取决于『它有小型大写字母的意大利斜体吗？』只有很少的字体才有。而你又不想因为含糊了小型大写的意大利斜体而搞砸了整件作品。」

他的书还有一个罕见的特征，令它能与其他遗产一起陈列在字体博物馆里——在右页底部排有一个提示词。它是下页第一个词的预告，目的是在朗读书籍的时候能更平滑流畅地连读。「这是一个点缀，」皮尔逊说：「但它显示了对读者的关心。它能再次提醒人们专注传统：书籍是一件宛若珍宝、人之所鹜的物品。」

尾 注

[1] 亨利·摩斯（Henry Moore），英国雕塑家，以其制作大型铸铜雕塑和大理石雕塑而闻名。

[2] 保罗·梅隆（Paul Mellon），美国慈善家、艺术品收藏家、赛马培育专家。

[3] 约翰·戴（或「戴伊」）（John Day | 或 Daye|，约 1522—1584 年），英国印刷师，印刷了大量新教宣传印刷品。1563 年，他曾印制了约翰·福克斯（John Foxe）的《福克斯殉道者名录》（*Foxe's Book of Martyrs*），这是当时英国最大的出版工程。

[4] 约瑟夫·弗莱（Joseph Fry，1728—1787 年），英国活字制造师，巧克力制造师。

[5] 威廉·索罗古德（William Thorowgood，？—1877 年）英国字体设计师，是他将早期无衬线体命名为 Grotesque 体。

[6] 戴维·布鲁斯（David Bruce Jr.），美国纽约的产业家，在一九三八至一九六八年间曾多次改进铸字机并取得美国专利。

[7] 林·博伊德·本顿（Linn Boyd Benton，1844—1932 年），美国字体设计师、发明家。

[8] 克里斯托弗·巴克（Christopher Barker，约 1529—1599 年），英国女王伊丽莎白一世时代的印刷商。

[9] 乔瓦尼·马尔德施泰格（Giovanni Mardersteig，1892 – 1977 年）出生于德国，卒于意大利，出版家、排版师和历史学家。他于一九二二年在瑞士的蒙塔尼奥拉·迪·卢加诺（Montagnola di lugano）开设了手工印刷所「博多尼印刷所」（Officina Bodoni）并于一九二七年搬迁至意大利维罗纳，印制了大量精美图书。他的主要作品有 Dante，Griffo，Zeno 等字体。

[10] 大卫·皮尔森（David Pearson），英国书籍装帧设计师，现居伦敦。

[11] 奥威尔指乔治·奥威尔（George Orwell），二十世纪英国左翼作家，新闻记者和社会评论家，主要作品有《动物庄园》《一九八四》等。

[12] 索尔·贝娄（Saul Bellow），美国作家，一九七六年诺贝尔文学奖得主，代表作品有《洪堡的礼物》（*Humboldt's Gift*）。

[13] 菲利普·罗斯（Philip Roth），美国当代小说家，主要作品有《再见，哥伦布》《波特诺伊的抱怨》（*Portnoy's Complaint*）。

[14] P·G·伍德豪斯即「佩勒姆·格伦维尔·伍德豪斯」（Sir Pelham Grenville Wodehouse），英国当代幽默小说家。《笑气》（*Laughing Gas*）是其一九三六年的作品。

[15] 格雷厄姆·格林（Graham Greene），英国小说家。《名誉领事》（*The Honorary Consul*）是其一九七三年的作品。

[16] 伊恩·麦克尤恩（Ian McEwan），英国当代小说家，代表作有

一九七五年的《最初的爱情，最后的仪式》(*First Love*, *Last Rites*)。

[17] 朱利安·巴恩斯 (Julian Barnes)，英国当代作家，代表作有一九八四年的《福楼拜的鹦鹉》(*Flaubert's Parrot*)。

[18] 约翰·理查森 (Sir John Patrick Richardson)，英国艺术史学家，在一九九〇年代用英文和德文出版过数本关于毕加索生平的论著。

[19] 伊恩·克肖 (Sir Ian Kershaw)，英国历史学家，专攻于二十世纪德国第三帝国历史。

[20] 扬·范·克林彭 (Jan van Krimpen，1892—1958 年)，荷兰字体艺术家，主要作品有 Haarlemmer、Spectrum 等字体。Haarlemmer 一词源于荷兰地名「哈

勒姆」(Haarlem)。

字体小品

Sabon

This book – the main chapters and also this very paragraph that you are reading – is set in Sabon. It is not the most beautiful type in the world, nor the most original or arresting. It is, however, considered one of the most readable of all book fonts; and it is one of the most historically significant.

本书　主要的章节和您正在阅读的这段文字——排版使用的是Sabon体。它并不是世界上最漂亮的字体，也不是最新颖或引人注目的字体。然而，它却被认为是所有的书籍字体中最具有易读性的，也是历史上最显赫的字体之一。

Sabon创作于一九六〇年代初，一群德国印刷商们抱怨缺乏一款「和谐」或统一的字体能让手工排版跟蒙纳或莱诺机的最终效果一致。他们很明确地表明需要一款能适合这种条件的字体，否决了现代时尚又带有十六世纪传统

的字体——那些模仿 Garamond 和 Granjon 的版本。他们还希望新的字体能比当时的 Monotype Garamond 体能窄 5%，以便节省空间和金钱。

完成这项任务的人是扬·奇肖尔德，这位在莱比锡出生的字体排印师在一九二〇年为德国设计出一套「通用字母表」，清理其不发音的拼写，并主张用一款简单的无衬线体替换掉混杂的字体。他是一位现代主义者，一位包豪斯爱好者，但在逃离纳粹德国奔向瑞士之前因同情共产主义而被盖世太保逮捕。战争结束后，从一九四七至一九四九年，他在英国图书设计业扮演了非常重要的角色，创造了永久的现代版式和企鹅图书的字体。

奇肖尔德为 Sabon 做的手稿

奇肖尔德在此时已经完全改变了为德国制作「单一字体」的想法，斥之为「幼稚」，并开始提倡最为清晰易认的古典字体。于是他为德国印刷商精心设计了一款字体，将经典的字体现代化，打磨每个字母的细节，尤其是衬线的匀称度。通过这样的方法，他仔细考虑了在现代纸张上实现一个强烈印象所需要加粗的笔画，以便机械化的机器能轻轻地用油墨「吻」到纸张表面上去，而不用冲压或滚动。

这个成果便是 Sabon，这个名字源于十六世纪法兰克福的铸字厂主人，并发行了第一本字体样本的雅克·萨邦（Jacques Sabon）。这个新字体由德国三大铸字厂（莱诺、豪纳和施腾佩尔）联合发布，在书籍和杂志印刷中广受欢迎。时至今日挑剔人士们仍然视它为最爱，而且它越在大字号下越是好看，这就是为什么像《时尚》（*Vogue*）和《时尚先生》（*Esquire*）这样的杂志会将其略作修改的版本用作标题。

对于 Sabon 受欢迎的程度和目的，最好的定义也许是奇肖尔德一九二八年在论文《新字体排印》（*Die Neue Typographie*）中所写的：

> 新字体排印的精髓是清晰度，这是它相对旧字体排印的最大不同。以往追求的是「美」，但其清晰度并无法达到我们当今所需的高水平。这种最大程度的清晰在今天是必要的，因为印刷品的数量如此之多，它们都千方百计地想要吸引我们的注意，这样一来就需要最经济的表达方式。

这是他写于一九二八年的话。

打破规则

Breaking the rules

打破规则
Breaking the Rules

字体，正如人生，也是由规则所支配着。这未必是件坏事，「坐着的时候腰板要挺直」还有「汝不可觊觎邻家的牛」都是很好的规则，而如果没有「字母 i 应该出现在 e 前面，除非在 c 后面」[1]这样的口诀，我们都会在拼写里迷失。但是规则对于个性与创造力的束缚会达到何种程度呢？当刚刚入学的百万名艺术生们面对着「设计一种伟大的新字体」这一任务时，心智里究竟发生了些什么事情呢？他们也一样被各种因素所制约着，而创造力堵在中间，像是在试着用一把颜料刀给湿水泥塑形。

● 「I before E except after C」是英文拼写规则的口诀，在英文世界广为人知，全文为「I before E, except after C, or when sounded as A, as in neighbour or weigh」，亦即当 I、E 两个字母同时出现，无法确定次序应该是 ie 还是 ei 时，如果没有 c 在前面、而且这一组合不会发 neighbour 中「ei」的发音，则正确次序应为 ie。

最为直觉化的设计师，也就是真正的艺术家们，知道什么可以留下，什么应该舍弃。但对于新手来说，历史的沉积与指导手册的僵死手臂都阻碍着他们的前进。因为很多字体规则实际上是字体排印的规则，不仅仅与字体的外形，更与字体在页面上的使用紧密相连；各自独立时很有用处的字体规则，但组合在一起的效果也许是毁灭性的。

为了说明这些规则可能会很乏味和有欠考量，作者保罗·费尔顿（Paul Felton）写了一本精妙又漂亮的书，从书的正面读起，你会读到《字体排印十诫》（*The Ten Commandments of Typography*）；翻到另一面并且转一圈再读，它就会变成《字体异端》（*Type Heresy*）。为了支持两方（正义与邪恶），菲尔顿列举出包括保罗·伦纳和埃里克·吉尔在内的「字体十二门徒」，与他自己封号的、更脱序的设计英雄们（「字体排印堕落天使」）对抗。

以下是费尔顿认为属于神之旨意的字体规则：

一、汝不可在一份文档中应用超过三种之字体。

二、汝应将标题放大并置于页首。

三、汝不可于正文之字上使用八磅或十磅之外的字号。

四、需牢记不可认读的字体皆非真字体。

五、需敬重字距微调，令字符间的空白在视觉上均匀分布。

六、汝应将压力有节制地分布于文本内的元素之上。

七、汝不应在排布大量正文文本时仅用大写字母。

八、汝应始终将文字以基线为准对齐。

九、汝应令文本左侧齐头，不齐尾。

十、汝不可令字行过长或过短。

把书翻个面，菲尔顿自己带头开始异端的例子，列出他为此书所选择的二十四种不同的字体，然后邀请堕落天使们来将每一条规则逐一打破。针对第七条戒律的部分有一句十分出彩：「**全部大写的文字可能会给读者带来更多麻烦可是这他娘的有什么错吗？**」

在介绍黑暗一面的过程中，堕落天使之一，乔纳森·巴恩布鲁克[1]，Mason 和 Priori 字体族的设计者，发现他在艺术学校的旧任导师试图强加规则给学生的唯一目的，就是阻止他们获得太多乐趣。「字体排印真切地反映着人类生活的全部」，他坚持道，「而且它随着每一代人而不断变化着。它很可能是我们用于表达时代精神的语言最直接的视觉表现」。

字体排印的规则和与之相关的讨论有着相当久远的历史，可以一直追溯到十六世纪阿尔杜斯·马努提乌斯时代。事实上，字体设计之中的很多事情，看起来都是能够哲学化的。

而哲学化的方法，可以是简单而修辞式的：「我就是字体！」，弗雷德里克·高迪于一九三一年如此宣称。「通过我，苏格拉底和柏拉图，乔叟和吟游诗人，成为你不离不弃，俯首听命的忠诚朋友。我是一支征服世界的铅军」；也可以是完全与现有观念相悖的：「以一切手段打破常规」，罗伯特·布林赫斯特[2]在其《字体排印风格的基础元素》（*The Elements of Typographic Style*）一书中如此呼吁道，「打破要打破得漂亮、精妙、彻底。被打破是规

THOU SHALT APPLY AS MANY DIFFERENT TYPEFACES AS THOU WANTETH TO!

WOULDN'T THE WORLD BE INCREDIBLY BLOODY BORING IF ALL WE USED WAS ONE FONT FOR HEADLINES

ANOTHER FOR SUBHEADERS

AND FINALLY ONE MORE TO SET ALL YOUR BODY COPY IN. IT DOESN'T GIVE YOU MUCH SCOPE TO BE VERY CREATIVE WITH YOUR WORK, DOES IT?

THE LORD GIVETH FONTS SO LET US USE THEM BEFORE HE TAKETH THEM AWAY.

黑暗的撒旦之作：保罗·黄尔顿的异端行径

矩存在的意义之一」；还可以是诗意的：「字体就如同音乐一样，不仅有其固有的美感，并且在作为伴奏或者被解读时，也会有美感」，出版人 J.H・梅森（JH Mason）在上个世纪中叶如此说。

但更多时候，尤其在我们这个互联网时代，将字体设计哲学化，就是批评它们。「实在想不出什么正当理由去制作一种看起来像是从尿布里漏出来的字体」，彼得・弗拉特德（Peter Fraterdeus）一九九六年在《AIGA 平面设计期刊》（*AIGA Journal of Graphic Design*）中这样说。（他针对的是「堕落的」字体，也就是业余爱好者利用 Fontographer 软件自制的那些字体。）还有设计评论家保罗・海登・丁辛（Paul Hayden Duensing）观察数字字体的心得：「把十七世纪的 Janson 字体数字化，就好像在电子合成器上面演奏巴赫」。

字体排印方面的规则书籍涌现于一九二〇年代，并迅速获得成功，那个时代的我们，以为凡事都在自己的良好掌控之中。字型制作技术已经颇为成熟——机械化的热金属[1]印刷机负责印刷从最大牌的报纸到最普通的名片之间的一切。但是每次回顾那时候的印刷世界，每次看都会觉得它又变小了一些。二十世纪前四分之一的所有东西仿佛都由各式规则约束起来以保证整齐一致，不容偏差，也拒斥着创新。刚入行的新丁会发现，推广一种新的字体基本上是不可能的事情，除非花上几十年时间来将其先行者们的应用加以理论化。从这个角度来说，字体就好像绘画和建筑：精英主义最终胜出，你制作出来的东西只是故事的一半，关于它你可以讲出些什么来，同样非常重要。

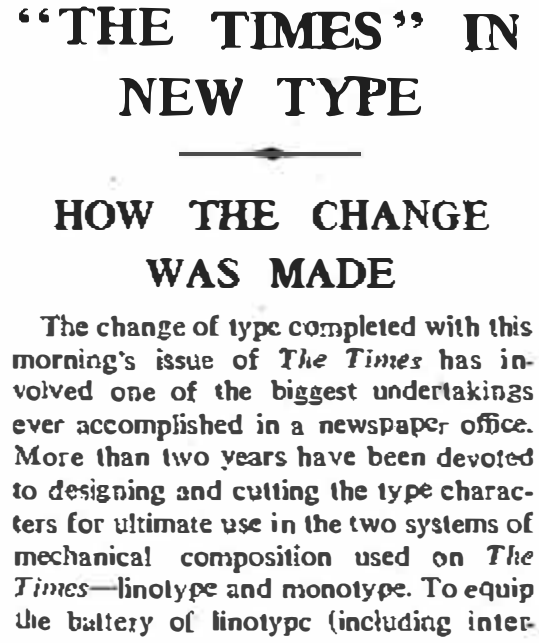
---

① 热金属（hot metal）排印技术使用融化的热金属铸出铅字用于印刷，故此得名。

在为《泰晤士报》重新设计排版的时候，斯坦利·莫里森竭力阻止在他看来是令人忧虑、缺乏教养的个人主义趋势，将为保守派辩护的水平提升到全新的高度。他说，字体设计师和出版者们原则上理应给予公众他们所熟悉的东西。「没有出版者会说，『我是个艺术家……我要创造我自己的字母形式』，优秀的字体设计师……会明白，要让一种新的字体推广成功，它的新奇之处必须仅仅被很少人留意到这才能算是好字体。如果我的朋友认为我的小写字母 r 的尾巴，或者小写字母 e 的开口很有趣，那你就知道这种字体其实当初就不该制作出来」。

这种哲学在斯坦利·莫里森为《泰晤士报》所设计的 Times New Roman 字体中一览无遗——一种衬线字体，以十六世纪安特卫普的普朗坦－莫雷蒂斯（Plantin-Moretus）铸字厂所制的一款字体为蓝本，略加修改以将其易认性和空间利用效率提升到最高。假如我们出现在他这一字体作品的发布会上，我们将会听到这个人解释其字体在紧凑的分栏之中的表现是如何优秀；其衬线紧凑但是毫无花巧；它的上升部和下降部都很短；它的大写字母显得从容又不惹眼。

它是史上最为成功的字体设计之一——接下来的四十年中一直不经修改地为《泰晤士报》所用，并在全世界范围内流传开来。而莫里森



"THE TIMES" IN NEW TYPE

HOW THE CHANGE WAS MADE

The change of type completed with this morning's issue of *The Times* has involved one of the biggest undertakings ever accomplished in a newspaper office. More than two years have been devoted to designing and cutting the type characters for ultimate use in the two systems of mechanical composition used on *The Times*—linotype and monotype. To equip the battery of linotype (including inter-

"THE TIMES"

LAST DAY OF THE OLD TYPE

MONDAY'S CHANGES

The Times appears today for the last time in the type to which the present generation has grown accustomed.

On Monday the changes already announced in the text and the main titlewill be made. Their object is to secure greater

莫尔森将 Times 改头换面。

的指导准则对于马修·卡特的 Georgia 也同样适用，这是卡特为微软公司设计的屏幕字体（是 Verdana 的对应衬线字体），可以视作莫里森所作 Times New Roman 的现代版本。

莫里森不仅仅是一位大师级工匠，也曾是英国首屈一指的字体历史学家。但是他生活的时代，新闻流传的速度还相当地缓慢。印刷厂广场显然还没有感受到保罗·伦纳和扬·奇肖尔德在德国对于字体的现代化和先锋影响，又或者两人的设计主张在当时连同政治上应当反对的意大利未来主义者和俄罗斯构建主义者们一同被拒之门外了。但席卷欧洲的风潮很快就会把英国包夹其中，将非对称字体和对角切线这类东西带上岸来。

二〇〇四年十月中旬，备受推崇的出版人、设计师和作家塞巴斯蒂安·卡特在圣·布莱德研究所（St Bride Institute）[1]做了一场纪念比阿特丽斯·沃德的讲座。此时，距离沃德她自己的著名演讲已经过去七十四年了，而作为一场名为《坏字体》的研讨会环节之一，卡特所讲的内容与瓦尔德也并无太多差别。

讲座是规则手册的逆向解读，或者说黑纸白字。卡特首先列举若干著名的字体及排印方面的指导手册，它们都「将解决方法强加于人，并且限制着能做出的选择」。他讨论小型出版社所做工作的价值，并赞扬蜉蝣般短暂项目的存在意义。卡特自己在剑桥运营一家小公司，「立狮出版」（Rampant Lions Press），他在那里——以及此前他的父亲，威尔（Will）——产出精细的作品。另外他还在一些「不那么伟大的」工作中成绩斐然，也就是那些

① 圣·布莱德研究所（St Bride Institute），是伦敦一家专注于印刷技术研究的机构。

Times New Roman – a most enduring font

Georgia – not so different, great on screen

有原则的字体：莫里森的 Times New Roman 以及马修·卡特的 Georgia

不算漂亮或者清晰，仅仅是有趣而已的设计和印刷品。他以一些「挺不讨喜」的作品来佐证所讲内容，并声称这些东西在我们这个世界中同样有其存在的地位。「我可不想在一个只存在着良好的设计，连公车票都很完美的世界里生活」，他说。

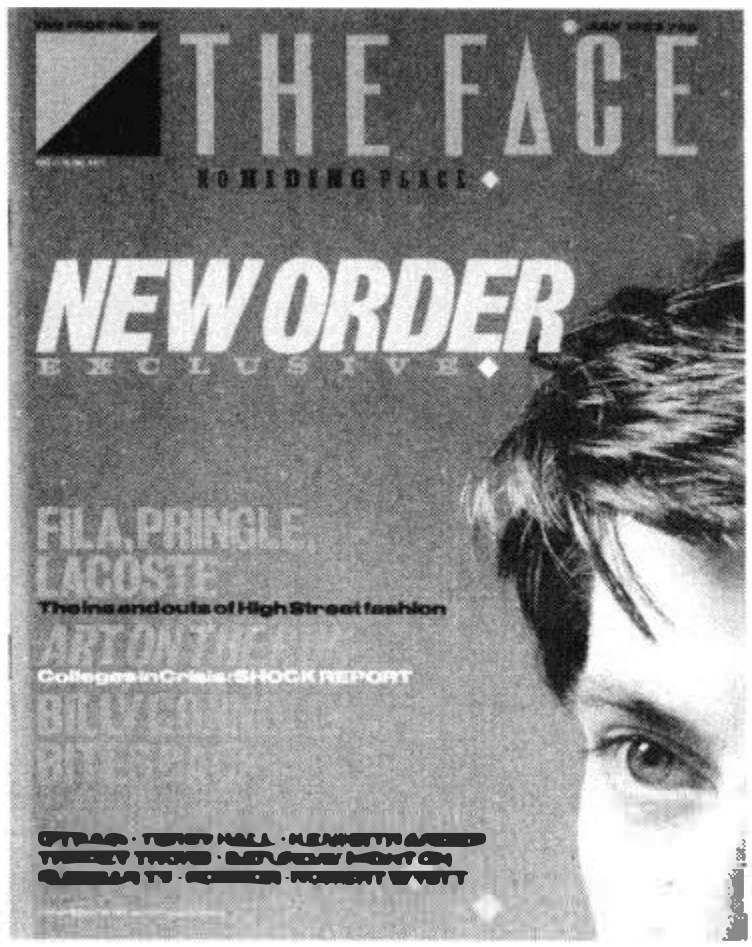
在卡特上台之前的讲演者是奈杰尔·本茨（Nigel Bents），切尔西艺术与设计学院的资深讲师，声明说自己已经受够了按照完美规则制作出来的完美字体。他于此提交了一封寄给灾难的情书。「我们需要的是这样一则宣言」，他对台下的设计师听众们说，「文字要斜着或者垂直排布，全用大写手写体，淡阴影，描着边，带下划线，标点参差，把文本一直拉伸到页面边缘，切掉侧面，用黄色印在荧光纸上，裁剪要很差劲，然后胡乱地贴出来」。

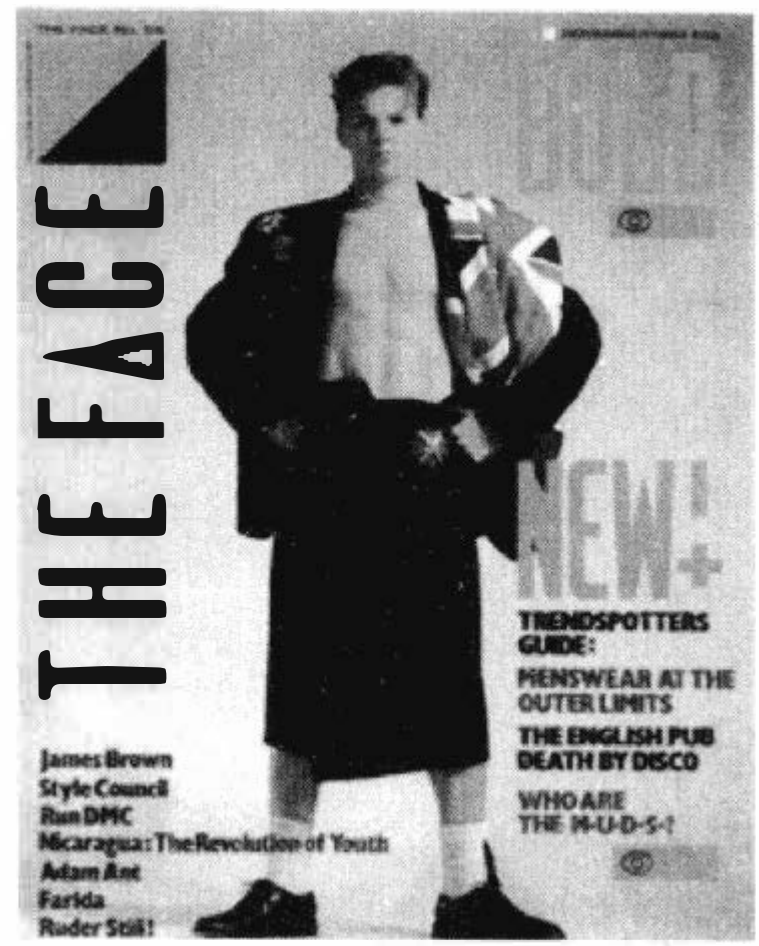
如此一来，「明天的设计师们就无需回顾今日，我们给予他们彻底而悲惨的失败的机会；他们全都身处字体贫民窟里，其中有一些正在察看自己的伤痕」。这样做的结果，自然就是带来更多的失败，但也将会产生更多鲜明的原创字体。「通过一连串的混乱和折磨，我们可能会成为一款字体排印天才的国度」，本茨这样解释说。

但是我们现在的状况是这样吗？你每天看到的字体有增进日常生活的质量吗？环顾种种规则宣告和指南，我们会发现双手只能被扶持到这样而已，其余的部分我们必须托付于灵感。有关字体设计唯一不可更改、战无不胜的基本原则是什么？把它做得有趣，优美，并且同时展现其人性和灵魂。让它有味道、聪颖、恰当，而且可读。

或者把你的名字改成奈维尔·布罗迪[3]。如果你是奈维尔·布罗迪的话，你就可以在一九八一年去伦敦制作一份名叫《面孔》（*The Face*）的杂志，并彻底转变其原本颇为平庸的设计；这影响之大，使得接下来的数十年里不仅仅是杂志，甚至连书籍、音乐和商业产品设计的许多方面都能够看到你带来的冲击。如果你是奈维尔·布罗迪，你可以建立一间叫做「研究工作室」（Research Studios）的设计事务所，办公室遍及五个国家，为高端时尚和香水品牌重新设计零售包装，并在皇家艺术学院担任传播艺术和设计主任。你可以给自己设计的字体起一些纪念碑式的名字，比如 Typeface Four（字体四号）、Typeface Six（字体六号），而且你可以一直留着马尾，哪怕除了马修·卡特之外设计界的所有人都已经受不了揶揄而将它剪掉。

布罗迪在一九七〇年代晚期就读于伦敦印刷学院（College of Printing），他在那里沉迷于朋克艺术和种种叛逆的可能性，也在那里因为设计出一张斜放女王头像的邮票而差点被退学。这可不仅仅是性手枪乐队那样的朋克，或者该乐队设计师吉米·里德[4]对于旧式字体排印以拼贴方式表现出来的不敬，更是他眼中的英雄亚历山大·罗德琴科[5]的无政府主义——罗德琴科认为，创造力无非就是制定规则的那些人所拒绝的那种力量。





一九八〇年代：奈维尔·布罗迪的标志性封面设计

布罗迪初试啼声是在唱片封套上面，师从「斯蒂夫唱片（Stiff Records）」的巴尼·巴布尔斯（Barney Bubbles）以及设计工作室「摇滚俄罗斯人」（Rocking Russian）的艾尔·麦克道尔（Al McDowell）。他在《面孔》杂志推挤、拉伸、压榨、弯折字体，探索结构和易认性之间的边界，并且和杂志惯常使用的 Futura、Gill Sans Bold Condensed 和 Albertus 等字体搭配得很好。他的设计变化狂野，手段传统（绘制并剪切轮廓，使用拼贴画和复印机），但令人讶异的是其作品的大胆表达方式——占据整个页面的文字，彼此交叠、风格冲突的字体使用，「目录」（contents）一词的构成在五份月刊之后逐渐分崩离析。他不喜欢受到比阿特丽斯·沃德和扬·奇肖尔德所提出的规则的约束，也会想方设法地摆脱他们令人窒息的影响。

布罗迪于一九八六年到《竞技场》（*Arena*）杂志工作，两年后维多利亚与阿尔伯特美术馆（Victoria and Albert Museum）展出了他的字体排印作品，此时他的大胆视觉玩笑和迷乱他人的热切渴望已经为全世界的平面设计学生所知。他拥抱数字技术所带来的可能性，持续不断地出产令人惊讶的字体——从一九九〇年代早期 Futura 风格的 Insignia 和流畅的 Blur 到二〇〇九年锋芒毕露的 Peace——并且它们常常带有（至少布罗迪是这样认为的）很重的情感或者政治信息。

在伦敦桥阴凉庇护下的伦敦设计博物馆（Lodon's Design Museum）听布罗迪向仰慕着他的学生们讲话，就会发现他的世界观变化微乎其微。五十二岁的他仍旧高度厌恶对于标准的服从，并且表达出他希望经济危机能够引起一波堪与三十年前激发过他的那场比肩的文化反叛。「抗议的语言如今在哪里？」，他质问道，「我们被迫相信，文化仅仅是作为一种金融机遇而存在着」。他大谈危险性和原创性，身后的大屏幕闪过曼·雷和工厂录音室[1]的设计师彼得·萨维尔（Peter Saville）的图片。[6]

布罗迪利用简短的幻灯片介绍了他近期

words）：英国曼彻斯特一间独立录音厂牌；Peter Saville 设计师。

《面孔》杂志目录设计，一九八四年

的一些作品：迈克尔·曼（Michael Mann）所摄电影《公众之敌》（*Public Enemies*）的标题；最近为《墙纸》[②]和设计杂志《引信》（*Fuse*）所作的设计；为「超级当代展」而在伦敦设计博物馆楼下布置的一整墙监视摄像机，名为《自由空间》（*Free Space*）。他在一张十九世纪的《泰晤士报》图片那里停下来，将其与自己在二〇〇六年对此报纸的重新设计加以比较。他说自己希望能让这一报纸变得更加清晰而富有活力，他的工具之一就是新字体——8.5 磅的 Times Classic 作为正文字体，而奥巴马的竞选字体 Gotham 被用作更为紧凑的无衬线标题。

《泰晤士报》在跟随着一股潮流：报纸看起来越来越像它们的网页版本。一年之前《卫报》同样换了字体，从 Helvetica、Miller 和 Garamond 换成他们自己的 Guardian Egyptian，一套灵活而温和、包含九十六种变体的字体族，由保罗·巴恩斯[7]和克里斯蒂安·施瓦茨[8]设计，以配合报纸减小尺寸。

其中关键在于，布罗迪说——很奇怪地与莫里森的说法遥相呼应——要「彻底改变一张报纸，但是又要做到不为人注意。我们要将主要精力集中在内容的衔接（articulation）上面，这样排版的人们就可以把每一页当作剧场来使用。当我们头一次把它展示给目标读者群看的时候，他们完全没有注意到报纸有所改变，而当我们告诉他们它已经有所改变之后，他们痛恨这一改变」。

在他停下来去喝一杯之前，布罗迪对他的学生说，他对于我们文化的过于均一之现状忧心忡忡。「无论你去哪儿，都会看到相似的空间和标识」，他

---

② Wallpaper：著名杂志，内容涉及旅游、设计、娱乐、时尚和媒体。

说，「作为设计师，我们难辞其咎——我们必须找到新的前进方向。这些其实都跟那些我们已经不再使用的词汇相关，比如『革命』和『进展』。然而他的视野也是有界限的，工作室的账单、给员工发薪水，还有深入思索品牌推广的可能性以帮助跨国客户们推销奢侈品，这些无不限制着他的雄心。

而对已经变为一个品牌的布罗迪自己，字体仍旧是这位反偶像崇拜者最为纯粹的避难所。他二〇一〇年的字体设计名为 Buffalo［水牛］和 Popaganda［宣传］，由恢宏俊美的建筑风格油墨板块构成的笔画彼此攀爬交织在时尚杂志上面，永远引人注目，永远不满足于待在那里，安静地讲述一个故事。

尾 注

[1] 乔纳森·巴恩布鲁克（Jonathan Barnbrook，1966年—），伦敦平面设计师，电影人，字体设计师。

[2] 罗伯特·布林赫斯特（Robert Bringhurst，1946年—），加拿大诗人，作家，字体排印研究者。

[3] 奈维尔·布罗迪（Neville Brody，1957年—），英国平面设计师，字体设计师，艺术导演。

[4] 吉米·里德（Jamie Reid，1947年—），英国艺术家，无政府主义者。

[5] 亚历山大·罗德琴科（Alexander Rodchenko，1891—1956年），苏联艺术家。

[6] 曼·雷（Man Ray，1890—1976年），美国艺术家，大部分时间在巴黎度过。

[7] 保罗·巴恩斯（Paul Barnes，1970年—），英国平面及字体设计师。

[8] 克里斯蒂安·施瓦茨（Christian Schwartz，1977年—），美国字体设计师，主要作品有与埃里克·施皮克曼合作的Bosch、Deutsche Bahn（德国铁路字体）、Neutraface等。

字体小品

疑问惊叹号

疑问惊叹号不是字体，而只是个单一的字符。但它作为一个如此强有力的符号，一个如此有缺陷但又如此独到的概念，它理应在上世纪字体排印里最惊险的创作过程中占有一席之地。它是惊叹号和问号的组合，把问号的曲线和惊叹号的竖划（排字工和印刷工习惯上称之「爆炸」[bang]）粘在一起，它们融合之后，底下再打一个圆点。

疑问惊叹号源于一九六〇年代的广告业。纽约广告主管马丁·斯佩克特（Martin Spekter）一直在探寻一种可用来表达惊讶的方式，当他想要说「多少钱？！？！」和「你不是认真的吧？！」的时候，他又不喜欢使用笨拙的『？！』组合。但他在某本字体杂志里表达这种无奈时，只是简单地粗略地勾画了这个想法，还没给它想个名称。在选定名为「疑问惊叹号」（Interrobang）之前，读者曾建议给它起名叫

Exclamaquest（感叹询问）或者 QuizDing（疑问感叹）。

这个新符号迅速蹿红，激发《华尔街日报》的一篇报道，并引发雷明顿打字机和 IBM 为之提供了一个额外的键盘按键。尽管如此，它的成功是短暂的，也许是因为人们更喜欢用一大堆标点来强调「他 ※ 的搞什么？！？！？！」，也许是因为疑问惊叹号太丑。在 Microsoft Word Wingdings 2 里你可以找到它，而且它还有 Calibri、Helvetica 和 Palatino 的版本。但 ‽ 在小尺寸下看起来一团糟，无法表达它想要传达的意义。它未能持续还有另一个原因。人们很难接受一个新的标点符号，特别是像这样强制性的。下划线还可以勉强接受，TM 符号也还行，甚至连 ^ 也可以安坐在键盘上数字 6 的键位上（它名叫「插入符」或「asciicircum」）。但疑问惊叹号——你在开玩笑吧 ‽ 疑问惊叹号简直就是字体领域的世界语[1]。

唯一一个逆市而行的符号——虽然电子邮件在一九八〇年代出现时我们并无太多选择——就是圈 a 符号（@），英文念作「at」。这个 @ 为适应任何字体可以变化多端，但它总是看起来很有技术性，或者像是在试图向你兜售什么东西。然而，除去现在的用法，@ 符号并不是数字时代的产物，可能几乎跟 & 符号一样古老。许多世纪以来，它一直和贸易有联系，作为一个度量单位，曾称作 amphora（双耳瓶）或者 Jar（罐子）。大多数国家都有自己的词汇来表述它，而且通常与食品（在希伯来语里叫 shtrudl，意思是「馅饼」；在捷克语里叫 zavinac 即「鲱鱼卷」）或与可爱的动物（在德语里叫 Affenschwanz 即猴子尾巴；丹麦语里叫 snabel-a 意思是带大

① 世界语（Esperanto）是一种人造语言，由波兰眼科医生柴门霍夫（Łazarz Ludwik Zamenhof）发明，旨在作为国际辅助语言帮助不同母语的人们交流，曾短暂流行。

象一样「长鼻子的 a」；而俄语里叫 sobaka 即「狗」），或者同时与二者（在法语里叫 escargot「法国蜗牛」）有关。

19

利物浦的衬线

THE SERIF OF LIVERPOOL

利物浦的衬线
The Serif of Liverpool

在波士顿的后台，演出开始前两小时，保罗·麦卡特尼[1]正在做他最擅长的事情——重温辉煌的昔日。这是二〇〇九年八月，他刚刚试完音，地点是在芬威球场（Fenway Park）——波士顿红袜队的主场。在那里，在一位八十高龄的观众面前，他演奏了自「洞穴俱乐部」①和《修道院路》②时代就记着的歌曲。「这回来首新的，」他宣布，然后开始唱《昨天》。

他的后台拖车看起来就像一个中东市集——墙壁上挂着地毯，琳琅满目的刺绣，香甜味道的蜡烛在低矮的桌面上燃烧。他的女友南希·舍韦尔③，

---

①「洞穴俱乐部」(Cavern Club)，英国利物浦的一个摇滚俱乐部，于一九五七年开业，一九六一年首演乐队就是披头士。

②《修道院路》(Abbey Road) 披头士乐队一九六九年发布的专辑。修道院路本身是伦敦的一条街道名称。

③ 南希·舍韦尔 (Nancy Shevell) 与保罗·麦卡特尼在二〇一一年十月正式结婚。

正在往一个大酒杯里准备冰茶，而麦卡特尼蜷缩着双脚跪坐在沙发上。他那染成褐色的长发在现实中看起来并不像照片中那么颓丧。

这是二〇〇九年，他已经六十七岁，拜访者有理由相信他可能早已疲于讲述他所知道的那些关于披头士乐队的往事，甚至连讲述的热情也许都已经消散。但事实并非如此。与一般退休的人一样，昨天的事情可能有点模糊，但六十年前却比以往任何时候都清晰。他开始讲一个关于家庭度假的故事。

「当我还是个孩子的时候，我跟我的父母和兄弟在到普尔黑利①的巴特林斯假日营②。我看到了一个幻象……你们叫什么？『显灵』？我在游泳池旁边，我们家很有意思的，有点艾伦·班尼特[2]的感觉。从其中一栋楼的一扇门里，我看到四个家伙排成一队走出来。他们都穿着一样的衣服，都是灰色的圆领毛衣，格子呢帽子，格子呢短裤，胳膊下卷着一条白毛巾。我想道：「真他妈的！」然后，我去看他们的才艺表演，他们穿着灰色的阻特装③，他们来自盖茨黑德④，而且他们赢了。我记得一清二楚。所以当我们结成披头士的时候，我说：『你们知道吗？』——然后告诉了大家这个显灵事件。于是我们穿起西服，而且都穿一样的。」

「所以，着装不是布莱恩·爱泼斯坦[3]的想法？」

「我认为不是。」

麦卡特尼说，他一直对事物的外观着迷。在其波士顿演出的几个星期后，

---

① 普尔黑利（Pwllheli）地名，位于英国威尔士西北部圭纳斯郡。

② 巴特林斯假日营（Butlins Holiday Camp）英国一家大型假日营连锁公司。

③ 阻特装（zoot suit）是流行于一九二〇至一九四〇年代的一种男士服装。特点是上衣宽而长，裤腰高，裤口窄，颜色鲜艳，常为黑人「嬉皮士」或洛杉矶一带的美国人穿用，以显示其逆反情绪。

④ 盖茨黑德（Gateshead）英国英格兰东北区域泰恩-威尔郡盖茨黑德的大镇。

披头士乐队——夸张的B、延伸的T。

他的老乐队会首次在视频游戏里亮相：「披头士：摇滚乐队」，用塑料乐器伴随披头士歌曲演奏，根据能与乔治[1]合拍，或者跟上林格[2]的节奏而得分。游戏的包装是《辛劳之夜》[3]时期乐队的巨幅海报。用来书写乐队名字的

① 乔治，这里指披头士乐队成员乔治·哈里森（George Harrison），乐队里任主吉他、西达琴、钢琴及和音。

② 林格，这里指披头士乐队成员林格·斯塔（Ringo Starr）理查德·斯塔基（Richard Starkey）的艺名，在乐队里任鼓手。

③《辛劳之夜》（A hard day's night）披头士乐队的歌曲，专辑以及电影名，均创作于一九六四年前后。

字体看起来就像当年乐队使用过的：粗厚的黑色字母，小而尖的衬线，开头的字母 B 大得夸张，而长 T 向下延伸并超过其他大写字母的基线。

这就是他们的标识，一九六五年八月，他们在谢伊体育场[1]演出时林格贴在他的低音鼓皮上的是它，一九八九年八月苏富比[2]拍卖时也是它。即便后来他们解散了，大部分的重新包装的商品依然使用这个标识。电子游戏的设计师们将其修改以适应他们游戏中的架子鼓：B 稍微高一些，字母 B 和 A 的字怀更大，而字母 S 底部衬线被删掉，最后一笔顽皮地弯进消失了。

「它不是一款字体，」麦卡特尼说：「我想它是我在学校的时候画出来的。我曾经带着笔记本没完没了地坐着画猫王，画吉他，画标志，写我的签名。在我们刚开始披头士乐队的那段时间，我刚好想起了我的画里有拉长 T 的点子。对我来说，现在争这个没任何好处，但这是完全有可能的。」还有其他人也声称自己是这个标志的作者——伦敦一家鼓店老板艾弗·阿尔比特（Ivor Arbiter）声称是他以五英镑的设计费做出来的，还有签名画家埃迪·斯托克斯（Eddie Stokes）称是他在午饭时间为阿尔比特画到鼓皮上的。无论是谁的作品，这些字母的外形很有可能在潜意识上受到了 Goudy Old Style 的影响——是它将各个时代最著名的英国流行组合的名字牢牢地定在二十世纪早期美国的传统之下。

麦卡特尼对标识后来的事情更肯定。「翅膀[3]的标志是我做的，」他说：

---

① 谢伊体育场（Shea Stadium）位于美国纽约。一九六五年披头士美国巡演时的演出场地之一。

② 苏富比（Sotheby's）是一家拍卖行，以拍卖艺术品及文物而著称。

③ 翅膀乐队（Wings）：保罗·麦卡特尼在披头士之后，与首任妻子琳达·麦卡特尼（Linda McCartney）和丹尼·莱恩（Denny Laine）于一九七一年组成翅膀乐队，于一九八一年解散。

「你还记得汤米·沃尔斯吗？沃尔斯冰淇淋在《老鹰》[1]漫画里有一个夹印彩条，那个烂漫画。我在家时特别喜欢它。其中有一个角色就叫汤米·沃尔斯，每个礼拜都有他的历险记，而幸运的是沃尔斯的标志就是他把两只手放在一起做成一个 W 状。琳达让歌迷这么做，现在我们唱翅膀歌曲的时候歌迷们都会做。我想我有打品牌的头脑。当我看到一个漂亮的标志我会特别激动。当我看到滚石乐队的那个舌头[2]，我会想：『噢哈，他们做对了』。」

标准字和品牌标识，虽然与字体不尽相同，但字体能很快变成标识。任何人可以下载一套披头士标志风格的字母表（或者还有他们「魔法神秘之旅」[3]的手写体、还有列侬[4]的笔迹），如果你用的这些字母拼写如THE SMITHS（史密斯乐队）或者COLOPLAY（酷玩乐队）之类，就会让人相当不舒服。

你还可以找到FLOYDIAN，该字体是为了纪念平克·弗洛伊德[5]（类似于杰拉尔德·斯卡菲[4]为THE WALL《迷墙》专辑绘制的潦草字母）和 Zeppelin II，「一个音乐字体，与某著名摇滚乐队的标志相似」，或者GRUBZ［街头霸王］，源自杰米·休利特[4]为达蒙·阿尔巴恩[6]的卡通乐队

---

① 《老鹰》(*Eagle*) 是发行于一九五〇至一九六九年的一份儿童漫画。里面经常有带广告的夹印彩条，这里提到的是英国食品公司提供的沃尔斯冰淇淋的广告，而沃尔斯冰淇淋的商标是彩条组成的心形。

② 原文只说了「Stones」，指的是英国的滚石乐队（Rolling Stones）及其舌头标识。

③ 「魔法神秘之旅」(*Magical Mystery Tour*) 披头士一九六七年的专辑名及电影名。

④ 约翰·列侬（John Lennon）披头士成员，任节奏吉他、键盘乐及主唱。

⑤ 平克·弗洛伊德（Pink Floyd）英国摇滚乐队，成立于一九六五年。《迷墙》(*The Wall*) 是他们第九张录音棚专辑，这是一张概念专辑/摇滚歌剧，于一九七九年发行。

创作的字母[1]。

「披头士：摇滚乐队」电子游戏的发布时间与其再版专辑上市是同一天，把所有封面摆成一排，给我们提供了一堂信息丰富的课程，单独从字体角度，看看这个最具原创和最具实验性的乐队，还有他们的设计师是如何经常使用看起来抢眼的字体的。《左轮手枪》[2]使用了一款 Letraset 的厚重无衬线字体，《白色专辑》[3]用的是压花 Helvetica，《修道院路》背面用的是 Univers 体（反映了伦敦的街名的风格），而《红》和《蓝》[4]合集选择的是一款带阴影的轻度迷幻字体。

还有一些明显的例外，特别是《黄色潜水艇》[5]膨胀迷幻的字体设计看起来像一个迷幻药的水下之旅，还有一九六五年《橡胶灵魂》[6]的手绘名字，引发了当时地下杂志迷幻图像的风潮。刻字家查尔斯·弗兰特（Charles Front）在橡胶在重力的作用下会往下延伸的启发下制作的这套橡胶灵魂美术字，报酬是二十五坚尼[7]（约 26.25 英镑）。二〇〇八年，他把原稿放到

---

①｜作者注｜还有一些专业制作字体使用了与音乐相关的名称，但却无法明确联系到某个特定的乐队及其音乐：如 John Roshell 和 Richard Starkins 于一九九九年设计的 Achtung Baby；Acid Queen (Jackson Tan Tzun Tat, 1996)；Tiger Rag (John Viner, 1989)；Get Back (Pieter van Rosmalen, 1999)。

②《左轮手枪》（*Revolver*）披头士乐队一九六六年发布的专辑。

③《白色专辑》（*White Album*）披头士乐队一九六八年发布的专辑。

④《红》《蓝》：披头士乐队解散后在一九七三年发布了两张合集，《1962-1966》通称「红色专辑」，《1967-1970》通称「蓝色专辑」。

⑤《黄色潜水艇》（*Yellow Submarine*）披头士乐队一九六九年发布的专辑。

⑥《橡胶灵魂》（*Rubber Soul*）披头士乐队一九六五年发布的专辑。

⑦ 坚尼（guinea）是英格兰王国以及后来的大英帝国及联合王国在一六六三年至一八一三年所发行的货币。它是英国首款以机器铸造的金币，原先等值一英镑。现今不再流通。

邦瀚斯[1]出售，最终售价为九千六百英镑。

最近，与披头士乐队具有同样抱负的音乐产品在没有仔细揣摩字体之前是绝对不会发片的。除去麦卡特尼早期在学校的涂鸦不算，当年他的乐队出道多年却一直没有标识。现在大多数艺人从一开始就有一套能定义自己风格的字体，即使他们从来没有上过艺术学校，这也能让他们看起来很精通字体。他们有些人甚至还能演唱字体。

莉莉·艾伦[7]首张个人专辑《还好，依旧》选择了一个灾难性字体，不规则的字号参差不齐夹着块状的间距；但其后来的《不是我，是你》封面开始使用字体本身作为主要形象，她背靠在一个巨大厚衬线体的 L 上，仿佛它是一张休闲椅（其实看起来有点挤，不太舒服）。同时使用的手写体——在她同一张封面上漂亮地画着的——似乎在说：「我其实和你一样，即使我现在有名又有钱。」

分散和极端往往会更好一些。艾米·怀恩豪斯[2]的首张专辑《坦诚》将她的名字用带有锐角的无衬线字体盖过标题。但她的形象其实更适合她后来的专辑《回到黑色》里一九三〇年代装饰字体的美感。这款美术字是以 Gill Sans 风格的大写字母作为基础，用条形码式的竖线压平之后，与另一条更粗的线条组合而成。这套字体显得很有历史渊源，但确切的谱系却很模糊：也许是一艘大西洋远洋班轮，或者是一张格什温[3]演出的海报。

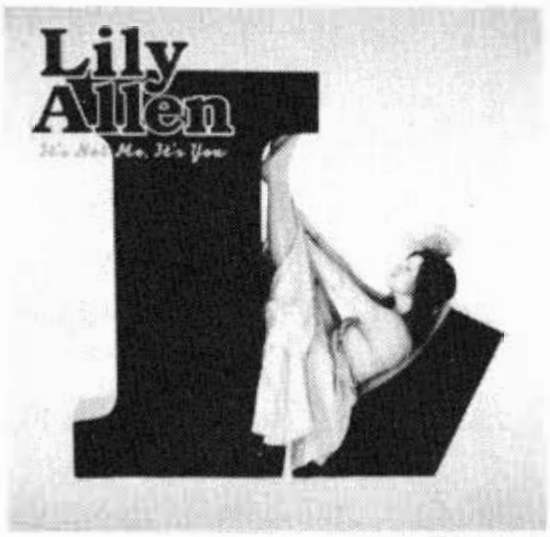
《回到黑色》这几个字则有更显赫的来历：这款 Atlas 字体是由 K·H·舍

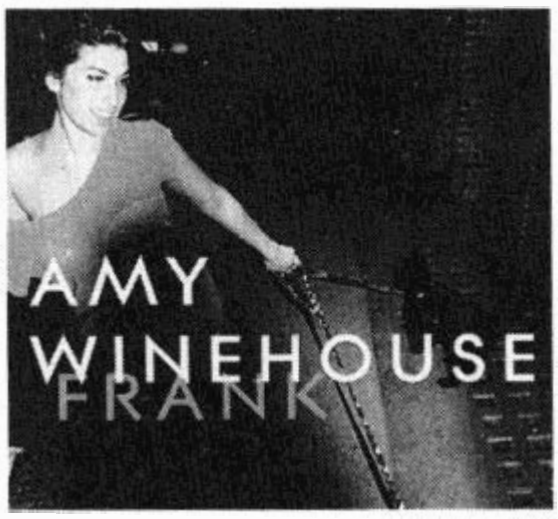
---

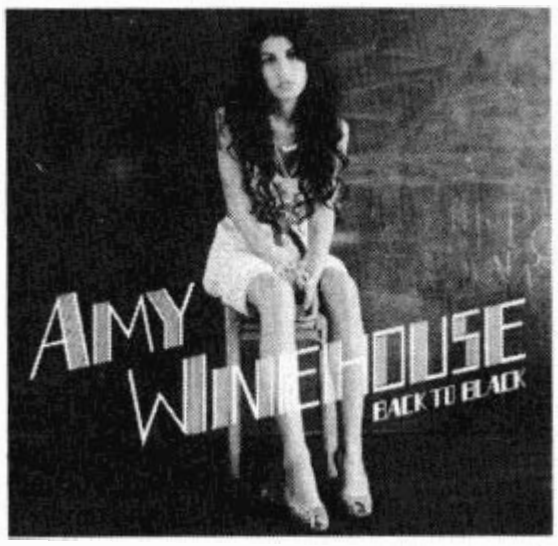
① 邦瀚斯（Bonhams）又译「宝龙」，英国一家拍卖行。

② 艾米·怀恩豪斯（Amy Winehouse），英国灵魂、爵士和 R&B 歌手，曾获格莱美奖。主要专辑有《坦诚》（*Frank*）、《回到黑色》（*Back To Black*）等。

③ 格什温（Gershwin）位于纽约曼哈顿一家百老汇剧院，以作曲家乔治·格什温（George Gershwin）和作词家艾拉·格什温（Ira Gershwin）兄弟命名。







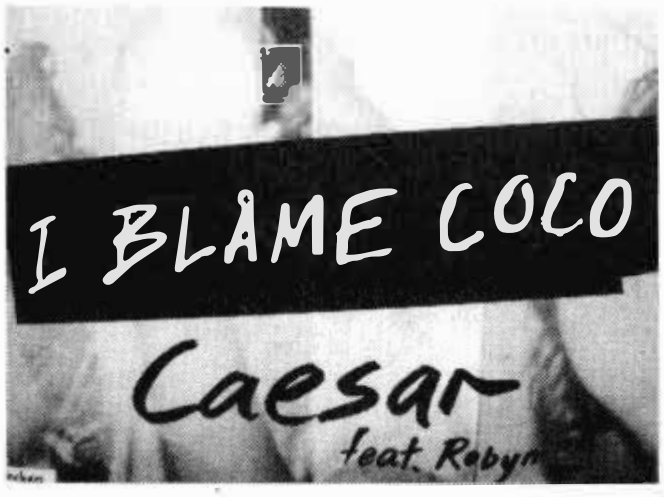
费尔[8]设计并由法兰西铸字厂①于一九三三年发布（又称为 Fatima），而 Ondina 体是 K·克朗克[9]在一九三五年为施里夫特古斯铸造所②设计的。它适合怀恩豪斯，不仅是因为它配合了她似乎来自古旧时代那烟雾缭绕的声音，还因为它是获得品牌知名度的一条捷径。你只需看到 A 就可以认出这个产品，就像你只需要长 T 就可以认出披头士一样。

在像流行音乐这样喧嚣的领域里，个性是关键。为了强调可可·萨姆纳[10]不仅是斯汀和特鲁迪·斯泰勒[11]的女儿，还是一个有其自己想法的可以信赖的艺人，她的流行乐队 I Blame Coco 特地使用了她的手写字体来做宣传。二〇一〇年热门的大学乐队「吸血鬼周末」③热衷于将他们自己和现代主义和实验性的 **Futura Bold** 联系起来，他们不仅在其突破性专辑《对比》（**CONTRA**）中大量采用这款字体，而且还在他们的歌曲《假

① 法兰西铸字厂（Fonderie Typographique Française）位于法国的一家铸字厂，主要产品有 Caravelle、Horizon、Italienne 等。

② 施里夫特古斯铸造所（Schriftguss）原民主德国的一家铸字厂，战后被东德的国有企业 VEB Typoart 兼并。主要产品有 Arpke Antiqua 等。

③「吸血鬼周末」（Vampire Weekend）是一个组于美国纽约的独立摇滚乐队，成立于二〇〇六年，现有四名成员。



人情味儿——手写般的字体

日》(*Holiday*)中，唱道一个女孩从来没有看过「用 96 点 Futura」体写的「炸弹」这个词。

音乐界一直与字体界保持着一种亲密关系，但却从来没有如此热衷强调的这一事实。凯莉·米洛演唱过一首由郑东和写的《德国粗斜体》[12]，而波士顿的「宽限期」乐队曾经录过一首歌叫《乏味的 Arial 版面》(在他们的《朝代》专辑里，紧跟在「如何在广告中出众」曲子之后)①。至少有两首曲子会让斯坦利·莫里森进了坟墓都想听:「申请人」演唱的「Times New Roman」[泰晤士罗马体]②，以及「单色调」演唱的「Times New Romance」[时代新浪漫]③。

有人认为，这些乐队中很多人都受到了彼得·萨维尔[13]作品的影响。他为工厂唱片公司「愉悦部门」、「新秩序」等团体制作的作品定义了一九八〇年代专辑封面中的字体使用方式。与其说是字体排印师，萨维尔更算是一位艺术总监，他为自己项目自定了一些字体，并把它们放到中心舞台。你难以抗拒他为「果浆乐团」的《我们热爱生活》专辑④制作的字体组合，它把

---

① 宽限期 (the Grace Period)，美国电子乐队。其《朝代》(*Dynasty*) 专辑发行于二〇〇二年，第八首曲子名为「乏味的 Arial 版面」(*Boring Arial Layout*)，第七首曲子叫「如何在广告中出众」(*How To Get Ahead In Advertising*)。

② 申请人 (Applicants)，英国乐队。其二〇〇八年发行的专辑《公车道上的生活》(*Life in the Bus Lane*) 中第十首曲目即名为「Times New Roman」[泰晤士罗马体]。

③ 黑白色 (Monochrome)，活动于德国和瑞士的独立乐队团体。其二〇〇八年发行的专辑《藏匿》(*Cache*) 中第二首曲目即为「*Times New Romance*」[时代新浪漫]。

④ 果浆乐团 (Pulp)，是英国另类摇滚乐团，成立于一九七八年，现仍由五名成员。《我们热爱生活》(*We Love life*) 专辑于二〇〇一年发行。

异质的字体组合——这款形同雕花木刻的装饰字体由路易斯·约翰·波舍所作，他于一八二〇年代在伦敦运营一家铸字厂。

维多利亚时期肥大的木版字体和 DYMO 标签组合到了一起。

但要谈在现代音乐中最知名的字母，我们应该抛开个别的乐队或唱片封面，把目光聚焦在一路驾驶敞篷车开往其加州奥克兰居所的一名男士身上。他叫吉姆·帕金森[114]，棒球帽加山羊胡，是 Jimbo、Balboa、Mojo 和 Modesto 等字体的设计师，加州梦想的图形化身。帕金森的生活就像一首「杜比兄

弟」[1]的歌曲——这个乐队的专辑封面也是他设计的。他喜欢狂野的字体，露天会场的字体，更为放纵、更为解放的字体，包括响亮的摇滚音乐和青春的叛逆。现在年近七十的他所设计的字体，就好像小孩子们抓住半点机会画出来的。

帕金森在加利福尼亚州的里士满长大，小时候他就常拜访一位可以用带圈的大写字母书写漂亮奖状的年长字体艺术家。艺术学校毕业后，他到堪萨斯州的霍尔马克卡片公司[2]工作，主要制作那些看起来像手写的字体。他给这些字体随意起名：Cheap Thrills、Horsey、Punk 等。「我曾经把其中一种命名为『我不知道』，就像有人问我它叫什么的时候我就可以这么说。」

他想他应该制作过五六十种不同风格的字体，它们都是徒手用笔墨在纸巾上写的。他给我看了这张（手写）的证据：

Though we think of our friends

many times through the year

And wish them happiness too

It's especially pleasant

when Christmas is here

To remember and say that we do.

Merry Christmas.

---

① 杜比兄弟（Doobie Brothers），美国摇滚乐团，成立于一九七〇年，现仍有八名成员。

② 霍尔马克卡片公司（Hallmark Cards），美国公司，成立于一九一〇年，主要服务是问候卡片以及礼品。

逝年恩友数度，

亦许幸福如故。

圣诞佳节将临，

就记许愿同祝！

在制作这些霍尔马克字体[1]的时候，他才感到了与旧金山的文化差异。他搬回加州，并做了他能得到的所有工作：「紫鼠尾草新骑士」的海报、著片的包装、「克里登斯清水复兴合唱团」的字体，而「玲玲马戏团」的作品居然被使用了二十年[2]。

在后来他更稳定、收入更高的日子里，帕金森制作了更新的报头（严格地说，应该是「牌匾」），包括《华尔街日报》、《君子》杂志、《新闻周刊》和《洛杉矶时报》——其中有许多都是经典的英文哥特体，早该在上世纪就要改掉的。但他最有名、最容易辨认的作品被装饰在了杂志报头并定义了一代人的品牌：滚石。这个块状但又有流动性的字体带有三维阴影，令人们在涂鸦的时候不自觉地想要模仿。字母 R 的圈像一个持续的吉他音符，它的尾巴从字母 o 的下方卷到字母 l，而字母 g 下半卷微笑着触到字母 S。这个标志强劲、干净，就像一盒包装精美的甜点一样有着永恒的魅力。单独一个

---

① 丨作者注丨帕金森的一些早期作品被收入 Hallmark Card Studio 2010 豪华版的字体集。这个软件包可以让你在家中完成卡片的制作，内含超过一万种卡片设计和七千五百条祝福语，而且令人意外的是，它还包括一个收录广泛的字体集，但名不副实的手写字体偏多（如 CarmineTango，Caslon AntT，Starbabe HMK）。

② 紫鼠尾草新骑士（New Riders of the Purple Sage），美国乡村摇滚乐团，一九六九年成立并活动至今；克里登斯清水复兴合唱团（Creedence Clearwater Revival）美国摇滚乐团，一九五九年成立，有四名成员，一九七二年解散；玲玲马戏团（Ringling Bros. and Barnum & Bailey Circus）成立于一八七一年，世界三大马戏团之一。

字母就可以让其在报摊上被认出，而又可以经得起任何封面明星头部的遮挡。「我曾经特意忽略它，」吉姆·帕金森说：「告诉人们说，我还做了很多其他的事情，但现在我挺接受它。」

在六十年代也有一些其他更浓烈或强劲的图形图像，而帕金森是到了一九九七年才开始着手的。「这是创刊号，」他在工作室里一边说一边拿出

ROLLING STONE

NOVEMBER 9, 1967
VOL. 1, NO. 1

OUR PRICE: TWENTY-FIVE CENTS

IN THIS ISSUE:

DONOVAN: An incredible Rolling Stone interview with this manchild of magic ..... Page 14

GRATEFUL DEAD: A photographic look at a rock and roll group after a dope bust ..... Page 8

DAVID CROSBY TRIPPED: Jim McGuinn looks out David Crosby ..... Page 4

RALPH GLEASON: The color bar on American television ..... Page 11

Recognize Private Gripewell? He's actually John Lennon in Richard Lester's new film, How I Won the War. An illustrated special preview of the movie begins on page 16.

Tom Rounds Quits KFRC

Tom Rounds, KFRC Program Director, has resigned. No immediate date has been set for his departure from the station. Rounds quit to assume the duties of Charlatan Productions, an L.A. based film company experimenting in the contemporary film.

Rounds spent seven years as Program Director of KPOI in Honolulu before coming to San Francisco in 1964. He successfully effected the light format which made KFRC the number one station in San Francisco.

Lee Turpin, former program director of KGB in San Diego will replace Tom Rounds at KFRC. Turpin has spent the last year as a consult with the Dr. Shelly Chesault programming service.

The new appointment could mean a tightening up of programming policies. Rounds' liberalization of KFRC's play list may well become more restricted.

THE HIGH COST OF MUSIC AND LOVE: WHERE'S THE MONEY FROM MONTEREY?

BY MICHAEL LYDON

A weekend of "music, love, and flowers" can be done for a song (phrase?) or can become

Airplane high, but no new LP release

Jefferson Airplane has been taking more than a month to record their new album for RCA Victor. In a recording period of five weeks only five songs have been completed. No definite re-

里克·格里芬的《滚石》创刊号刊头

了一本《滚石》封面。它是由迷幻海报艺术家里克·格里芬[15]制作的，虽然拿到了七十五美金，但他认为只不过是一个草图。该杂志的编辑詹恩·温纳[16]认为已经没有时间去完善它；创刊号的刊头就如此刊出了，下面是身着军装的约翰·列侬和蒙特利流行音乐节●里丢钱的报道。多年以来刊头一直被修改，特别是由约翰·皮斯蒂利[17]修改的，这个 Didot 风格的 Pistilli Roman 体的设计师在很多字母的脚部添加了更多奇妙的花饰。帕金森是一九七七年刊行十周年之际受邀来更改的（封面图片只是一个巨大的帕金森风格的阴影的 X）。

帕金森重新修改的《滚石》刊头——只要通过一个 R 你就能认出

这位设计师尝试了一些更多的变化，但停在了一九八一年一月号的封面——第一次刊头字母被连起来。「这是一个很大的变化，但没有人注意到，」他说。这是因为读者的注意力都在其下的由安妮·莱柏维兹[18]拍摄的照片：赤裸的约翰·列侬蜷缩在穿着衣服的洋子[19]身边——他被谋杀的那一期。

一本杂志能为其内容拥有一套自定义字体，在那个时代是很罕见的。但设计师罗杰·布莱克（Roger Black）让帕金森这样做了。该系列的灵感来自于十五世纪的意大利衬线体，帕金森称他们为「发酸的尼古拉·让松」(「Nicolas Jenson on acid」)，尽管其中也有很多一九一三年流行的

● 蒙特利流行音乐节（Monterey International Pop Music Festiva）一九六七年六月十六日至十八日在美国加利福尼亚州蒙特雷举办的音乐节。

Cochin 体的成分。当这套字体家族在一九九〇年代被数字化的时候，将其注册名为「滚石」的尝试因与乐队相关的版权问题被阻拦。所以后来就命名为 Parkinson（帕金森）。它有十种风格和字重——从帕金森正体（Parkinson Roman）到帕金森压缩粗体 **Parkinson Condensed Bold**。

帕金森家庭工作室的墙壁上挂着一份清单，满是美国字体的经典之作。他的书架上放着关于 Caslon 和德国哥特体的书籍、斯皮得鲍尔公司[1]推荐的手写体、还有布鲁斯纽约铸字厂从一八八二年、斯蒂芬森·布雷克自一九二六年以及 Letraset 自一九七〇年代以来的字体样本集。旁边有实体字母——U，F，C 和 K——那是他在剧院前厅看到之后就无可抗拒地一口买下的。

「往往，思考被打断，是因为字体让它自己在读者和思想之间绕了弯路，」帕金森说：「这不仅是关于简单性的问题，因为你必须让它保持兴趣盎然，但字体又不能太喧宾夺主。字的产生要通过反复的尝试与失败，经受公众的评审和时间的考验。但当今的很多设计师没有耐心做这些。」

① 斯皮得鲍尔公司（Speedball Art Products Co., LLC）美国著名文具产商。

尾 注

[1] 保罗·麦卡特尼（Paul McCartney），英国摇滚音乐家、创作歌手以及作曲家，曾在披头士乐队中任低音吉他、键盘乐及主唱，一九九七年获英女王册封为爵士勋衔。

[2] 艾伦·班尼特（Alan Bennett），爱尔兰喜剧演员。

[3] 布莱恩·爱泼斯坦（Brian Epstein），英国音乐企业家，披头士的经纪人。

[4] 杰拉尔·德斯卡菲（Gerald Scarfe），英国插画家。

[5] 杰米·休利特（Jamie Hewlett），英国漫画家、设计师。

[6] 达蒙·阿尔巴恩（Damon Albarn），英国音乐人，兼任 Blur 乐团的主唱、虚拟乐团 Gorillaz（中译：街头霸王）的主脑。

[7] 莉莉·艾伦（Lily Allen）英国创作歌手、脱口秀主持人。主要专辑有《还好，依旧》（*Alright, Still*）、《不是我，是你》（*It's Not Me, It's You*）等。

[8] K·H·舍费尔（KH Schaefer），字体设计师。主要作品有 Atlas、Versalien、Capitol、Orchidea 等。

[9] K·克朗克即「卡尔·克朗克」（Karl Kranke），德国字体设计师。

[10] 可可·萨姆纳（Coco Sumner），原名 Eliot Paulina Sumner，英国歌手。

[11] 斯汀（Sting），英国创作歌手，音乐家，慈善家；特鲁迪·斯泰勒（Trudie Styler）是英国女演员和制作人，斯汀的第二任妻子。

[12] 凯莉·米洛（Kylie Minogue）是一位澳大利亚歌手、作曲家、演员；郑东和（Towa Tei）韩裔日本 DJ、音乐制作人。「德国粗斜体」是郑东和一九九八年专辑《声响博物馆》（*Sound Museum*）中的一首单曲，原名「*GBI: German Bold Italic*」。

[13] 彼得·萨维尔（Peter Saville，1955 年—），英国平面设计师，在一九八〇年代为「工厂唱片」公司（Factory Records）曾设计过大量唱片封面。「愉悦部门」（Joy Division），英国摇滚乐队，由四名成员组成，一九七六年成立，一九八〇年解散；「新秩序」乐团（New Order），英国摇滚乐队，一九八〇年成立，现仍有四名成员。

[14] 吉姆·帕金森（Jim Parkinson，1941 年—），美国字体设计师，主要作品有 Bonita、Diablo、Jimbo、Mojo 等字体。

[15] 里克·格里芬（Rick Griffin，1944—1991 年），为美国平面设计艺术家，有大量海报作品。

[16] 詹恩·温纳（Jann Wenner），美国出版商，《滚石》杂志创始人和出版人之一。

[17] 约翰·皮斯蒂利（John Pistilli，1925—2003 年），德国字体设计师。

[18] 安妮·莱柏维兹（Annie Leibovitz），本名安娜-露·莱柏维兹，美国肖像摄影师。

[19] 洋子，即小野洋子（Yoko Ono Lennon），日裔美籍音乐家、先锋艺术家，约翰·列侬的第二位妻子。

字体小品

Vendôme

Sometimes you just need a type that says Pleasure, possibly in French. A font for a luxury watch, maybe, or a restaurant. The name you need is Vendôme - a font designed in 1952 by a stage designer, François Ganeau, at Fonderie Olive, the foundry that also gave us **BANCO** and Antique Olive.

有时你只是需要一款字体来表述「愉悦」，也许还得用法语来讲。这款字体能配得上高档手表，又或者，放在餐厅里也不错。这时你需要的字体名叫 Vendôme ——一款由舞台设计师弗朗索瓦·加诺[11]设计于一九五二年的字体。其厂商奥利夫铸造所[①]同时也为我们制作过 **BANCO** 和 Antique Olive。

---

① 奥利夫铸造所（法语：Fonderie Olive）一八三六年成立于法国马赛的一家小型铸造所，制作了罗歇·埃克斯科丰（Roger Excoffon）等设计师的优秀活字字体，一九七八年被莱诺公司兼并。

这款字体也许得名于巴黎的旺多姆广场[1]，抑或是卢瓦尔河畔的一个小镇，这我们不敢确定，但有一点是肯定的：它必须要有一个抑扬符。「旺多姆」（Vendôme）与「法式长面包」（baguette）一样，都充满了法国特色，得意洋洋且不屑一顾。它模仿了克洛德·加拉蒙和让·雅农[2]在十六和十七世纪制作的字体，却几乎没有尊重他们，同一字母中的衬线长度都很不规则（字母 K、L、M 和 N 中有的衬线是等宽的，有的左边短一些，有的右边短一些）。

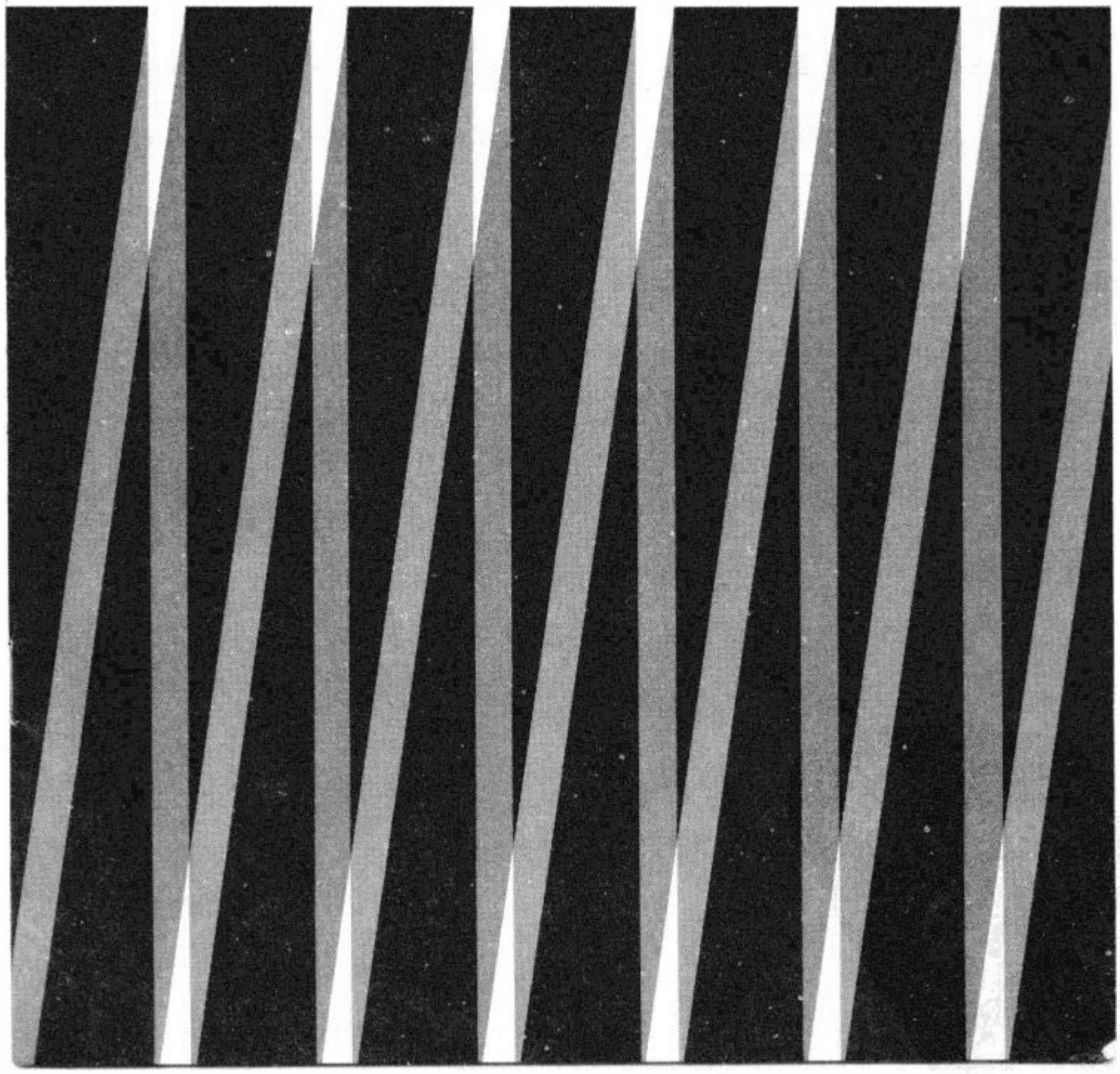
加诺是一位雕刻家和剧场设计师，而在他的字体里也有明显的触觉和三维立体元素。它看起来仿佛是匆忙之中从黑纸里剪出来而没有试图清理干净的字体，所以效果——特别是在粗体和特粗体中——简直就是愉快的自由宣言。如果你不想在位于市场的小酒馆或咖啡馆挂上过时老套的装饰艺术风格（art deco）招牌，你就可以使用 Vendôme，追求时尚的顾客肯定会趋之若鹜。

「它很华丽，」书籍设计师大卫·皮尔森说，「真的很具有感性和雕塑感，我怎么用它都不够。但你很难在英国见到它。在法国它已被用滥了，就像 Helvetica 一样。」当皮尔森被要求挑选出一个完美的字母的时候，他挑出的是 Vendôme 的粗体大写字母 C，有着特别尖锐的变形，让你联想起「不合身的紧身胸衣」和移除订书钉的工具。他声称 Vendôme 是他的情妇。「我基本上是用 Baskerville 体，但有时候我不得不休息一会儿。」

① 巴黎的旺多姆广场（法语：Place Vendôme）位于法国巴黎第一区，广场中央有拿破仑·波拿巴下令建造的旺多姆广场柱；同时，旺多姆（法语：Vendôme）也是法国中央大区卢瓦－谢尔省的一个镇，位于卢瓦河畔。

VENDOME

Bauer Type Foundry



鲍尔活字铸造所[3]为 Vendome 制作的市场推广

尾 注

[1] 弗朗索瓦·加诺（François Ganeau，1912—1983 年），装饰艺术家，从事舞台、展会和平面设计。

[2] 让·雅农（Jean Jannon，？—1658 年），十七世纪法国刻字师、印刷商。

[3] 鲍尔活字铸造所（Bauer Type Foundry），为德国的一家字体产商，成立于一八三七年，其法兰克福的总部于一九七二年关闭。著名产品有 Beton、Folio、Futura 等。该公司在一九六二年也发布了 Vendôme 体。

狐狸，手套

Fox, Gloves

狐狸，手套
Fox,Gloves

The quick brown fox jumps over the lazy dog（敏捷的棕色狐狸跃过懒狗），是许多年以来一成不变的事情。这是一个「全字母句」（pangram）——一条包含字母表中所有字母的短语。它的生命力顽强，一如《芝麻街》[1]的字母歌。原因很简单：这样的短语很罕见，而且还没人能想出一条更好的来。正因为如此，字体界的任何人对这句话都耳熟能详——它是一句字体的「展示短语」，将一种字体按照其步调铺展开来，仔细观察又无任何不妥之处。

The quick brown fox jumps over the lazy dog 并不算是完美的全字母句，因为字母有所重复。真正完美的全字母句理应包含字母表中所有的字母，并且按照正确的次序出现，但能做到这一点的，就只有字母表本身而已。另一

① 《芝麻街》是美国知名幼儿电视节目，节目中产生了大量知名儿歌。

真实发生的事情：YouTube 上面出现的视频：敏捷的棕狐正在做它该做的事

些全字母句用到的字母少一些，但它们不是那么简单易记，

而这并不是靠努力尝试就能改变的事情。这里是两条最短的：

Quick wafting zephyrs vex bold Jim.（快速飘荡的西风惹恼鲁莽的吉姆）

Sphinx of black quartz judge my vow.（黑石英狮身人审判我的誓言）

这里是多少有些意义的两条：

Zany eskimo craves fixed job with quilting party.

（笨拙的爱斯基摩人渴求有缝纫聚会的固定工作）

Playing jazz vibe chords quickly exites my wife.

（演奏爵士共鸣和弦很快地让我的妻子兴奋起来）

但真正能与狐狸短句竞争的全字母句并不多见，至少它们都没办法吸引三十多万人点进 YouTube ，去看一只灰棕色的狐狸在现实中真正地跳过懒狗（而你也一定要去看）。狐狸跳了几次才成功，而狗只是站在那里，对于自己在字体历史上所做出的贡献浑然不知。至于那些看到这令人讶异场景的字体爱好者们则认为这段视频颠覆了世界。「哇喔，这居然在现实生活中发生了」，网友 Jackwilton 评论道。而 tmc515 做了最终总结：「女士们，先生们，我想我们终于大功告成了」。

字体厂商喜欢不断更替他们的展示用短语。不管是翻阅旧版样本字体册，还是浏览现代的在线网站，你都会看到一系列各式各样的引言，经常和它们所展示的字体相关，有时候是以全字母句的形式出现。

其中一些引言由字体设计师所撰写，并与字体行业相关。乔纳森·赫夫勒（Jonathan Hoefler）建议你可以 *Mix Zapf with Veljovic and get quirky Beziers*（混合 *Zapf* 和 *Veljovic* 来获得古怪的贝塞尔曲线[1]）。而赫尔曼·察普夫则断言 *Typography is known for two-dimensional architecture and requires extra zeal within every job*（字体排印以二维建筑著称并且需要额外的热情

① 贝塞尔曲线是一种利用参数方程绘制的曲线。

来做每一件工作）。察普夫这一句在德语文本中同样适用：*Typographie ist zweidimensionale Architektur und bedingt extra Qualität in jeder vollkommenen Ausführung*（字体排印是二维的建筑并且在每一次完美的实现里都需要格外良好的品质）。此外法语里也有很不错的全字母句（*Portez ce vieux whisky au juge blond qui fume*，翻译为「把这陈年威士忌拿给那位吸烟的金发法官」），还有荷兰语（*Zweedse ex-VIP, behoorlijk gek op quantumfysica*，意为「瑞典前VIP，对于量子物理学颇为着迷」）。

字体设计师自然认为全字母句是很重要的展示工具，其引人注目的方式为 ABCDE 所无法企及。但是当短语显得太长时该怎么办呢？有没有更短小而吸引人的方式能达到同样的效果呢？

当保罗·伦纳设计 Futura 的时候，他使用的展示短语是 Die Schrift unserer Zeit（「我们时代的字体」）。但那是对于其意图的陈述，很显然，不是每种新字体都有资格如此声明。达到此水准之一的，是由阿德里安·弗鲁提格（Adrian Frutiger）所作的经典瑞士字体 Univers。当它在一本精装庆功册中出现时，弗鲁提格亲自为它写了一段文字：

> You may ask why so many different typefaces. They all serve the same purpose but they express man's diversity. It is the same diversity we find in wine. I once saw a list of Medoc wines featuring 60 different Medocs all of the same year. All of them were wines but each were different from the others. It's the nuances that are important. The same is true of typefaces.

你也许会问，为何要有这么多不同的字体。它们目的相同，却展现出人们的差异。我们在葡萄酒上也发现了这同样的差异。我曾见到过一张梅多克葡萄酒的清单，上面有60种年份相同但却完全不同的梅多克。它们全都是葡萄酒，但是每一种都各不相同。差别尽在精微之处。字体也是一样。

然而大多数新字体并无弗鲁提格的纪念册来作为其推销手段。它们最多只能占据线上名录里的窄窄一行来推销自己。几十年来通常有这样一个词就够了：*Hamburgers* 或者 *Hamburgerfont*。这样就已经足够凸显出一种新字体与竞争者们相较之下最为突出的特征：h、g 和 e 总能展现出字体独有的特性。

当马修·卡特开始设计一种新的字体时，他通常会先绘制一个 h，然后是 o，然后是 p，然后是 d。这些字母奠定了其他字母的基调，而且有助于确定对于高度、宽度和平衡的恰当感觉。但只有他把字母并排放置在一起——此时它们会彼此关联——的时候，才能看得出自己做的的确没错，还是应该推倒重来。

而像 *Hamburgerfont* 这样的一个词通常就会很直接明了地让你看清楚状况，因为它提供了所有主要线条和常见的笔画交接。而且如果你是在从一个很长的列表中挑选一种新字体出来，那么同一个词重复出现，对于比较字体很有帮助。字体厂商 URW 坐落于汉堡，也许是这个展示单词的最初使用者（还有 *Hamburgevons* 和 *Hamburgefontisiv*），这一单词也为其他主要字体供应商所用，如 ITC，蒙纳（Monotype）和 Adobe。爱克发（Agfa）常用

「Championed」，Letraset 字体贴纸目录则喜欢用 Lorem Ipsum Dolor①。

现在则有了一个（比较）新的单词：*Handgloves*。

数字字体图书馆 FontShop 贩售设计于世界各地的数千种字体。它最畅销的几种字体的名字前通常都有 OT 前缀，那是 OpenType 的缩写，这意味着它们可以被多种操作系统直接使用。毫无意外，它们都是些可让你不管是一般使用还是专业使用都切实可行的字体（换言之，它们不是像 FF Dirtyfax［脏传真］那样疯狂的字体，看起来就好像你把一张卡住的 A4 纸从传真机里扯出来）。这些字体由不同的设计师制作，然后将其作品授权给一家指定的厂商销售。就如同许多经历数字化的事物一样，旧有的秩序在这里分崩离析。

八十年以前，大多数国家都有那么几家传统的铸字厂，向那些购买了他们的排版和印刷服务的人们提供若干字体选择。他们会雇佣专职的设计师，而这些设计师的设计风格自然也就趋向保守，因为花费上几个月的时间去制作一款无人使用的花哨字体毫无意义。间或也会有一些出人意料的东西横空出世——保罗·伦纳在法兰克福为鲍尔铸字厂设计出 Futura，埃里克·吉尔在萨里为蒙纳公司设计出 Gill Sans，鲁道夫·科赫[1]在奥芬巴赫[2]为克林斯波尔（Klingspor）铸字厂设计出 Kabel——但彼时不同于今日，革命性的字体混于一片稀奇古怪的字体中难被区分。

每隔几周，FontShop 的员工就会向他们的客户寄去一份有关新设计的目录。当中有许多都非常优雅且实用，而另一些看起来就像是巧妙的图形特

① Lorem Ipsum Dolor，源自古典拉丁文的一段无意义文本，常用于排版。

AaBbCc Handgloves

不要调整你的眼睛：Dirtyfax[脏传真]

技，却几乎无法使用。这些信件每隔一段时间就会堆满邮箱，即便是最为热心的收信者也不会一直都能跟上。如此一来，一种新的展示方式就应运而生——与其将每一种新字体的十个字母挑出来组成「Handgloves」，其他字母摆在它下面，不如给每种字体配上独一无二的词汇，贴合其个性、风格以及可能的用途。

字体 Lombriz 在目录中以 *Daily Special*（每日特餐）展示，看起来有点像凯洛格公司在麦片包装盒上的名字。

字体 Flieger 以 *MustangTurbo*（野马涡轮）展示看起来效果最佳，就如同凯迪拉克车身上的镀铬铭文。

而用来描述字体 FF Chernobyl［切尔诺贝利］的词汇看起来就有点没心没肺：**Remove unwanted hair**（去除不想要的体毛）。

「这是我最爱做的事情之一」，斯蒂芬·科尔斯（Stephen Coles）在 FontShop 的旧金山办公室里说。「同字体一起嬉戏，挑选出最有意思的字符，然后随便你想对它们做什么就做什么。这就像是字体爱好者的黄片」。

科尔斯在 FontShop 担任字体总监（Type Director），他坦白，他自己在街上走时，会因为抬头看到一个为之倾慕的招牌而撞到树。他的官方传记中说他「在结束了与 Motter Femina 一段长久而热烈的韵事之后，目前正在与 FF Tisa 约会」。在旧金山的开放式办公室里，他制作出一些新近字体的样本，他和同事们用这样的词汇来促销：**VOLTAGE**（金属工业风格的 PowerStation 字体），Homage（卷曲而精巧的 Anglia Script 字体）和 Bogart（小写字母圆溜溜的 Naiv 字体）。

「你集中精力去寻找这个字型里的哪些字符让它独具特色」，他解释说，「并确保这些字符都出现在样品里。我们试着考虑字体会在何处使用。如果它是一种报纸字体，我们也许会用它去做个头版标题。但若它是种花哨的字体，我们不会简单地用它做一封婚礼请柬，而是用它做一些比较淘气的东西。我们也不愿意因为限制字体的展示方式而让它立刻产生某种特定用途——你会希望它比较自由灵活。展示是非常重要的。也许你会有一种设计得非常好的字体，但是如果不好好展示，它就不会卖得好。就好似给一套沙发拍一张烂照片（科尔斯同时也是经典现代主义风格家具爱好者）」。

我问他关于「Handgloves」的事情。他说道，「在这个单词里，h 有直线，还有 a 和 g，都是任何字体里最突出的部分，以及 n 和 d 能看出弧线是如何与直划相交，然后还有圆形的 o，与带有夹角的 v。它有上升部也有下降部，形状看起来也很漂亮」。既形象又切实地说，这个单词包含着一种字体的 DNA。「但我们现在正尝试着找到一个新的标准词汇。我们在试着抛弃「*Handgloves*」，我们已经跟「*Handgloves*」打过好一阵子交道了」。

科尔斯将我介绍给克里斯·滨本（音译，Chris Hamamoto），他的电脑上有一长串替换「*Handgloves*」的方案。办公室里的每一个人都可以向其中添加新词，但是有以下指导方针：

关键字母按照其重要程度排列，依次为：g、a、s、e。然后是：l、o、I。还有不那么重要但仍旧会很有帮助的字母：d（或者 b）、h、m（或者 n）、u、v。

要优先选择动词或者一般名词，因为它们不会（像形容词那样）描述字体，或者（像专有名词那样）让人混淆字体名称和示例单词。

避免连续重复字母，除非是在展示不同样式。

只挑选一个单词，因为在显示器上，带空格的词可能会太长，并且会惹人分心。

由 FontShop 员工挑选出来的单词有：*Girasole*、*Sage oil*、*Dialogues*、*Legislator*、*Coalescing*、*Anthologies*、*Genealogist*、*Legislation*、*Megalopolis*、*Megalopenis*、*Rollerskating* 以及 *gasoline*。然后还有第二梯队，用上至少四个关键字母：*Majestic*、*Salinger*、*Designable*、*Harbringers*、*Webslinger*、*Skatefishing*、*Masquerading* 以及……*Handgloves*。出于某种原因，没有人能确切地说明——

也许是因为熟悉，也许是因为最初一眼选中它的那种视觉本能，「*Handgloves*」看起来仍旧是最棒的。

我去访问滨本的那一天，他在为新来的字体样本做一封展示电子邮件。他说他从书籍、互联网搜寻结果和饶舌乐那里汲取灵感。前一天我刚刚收到他的最新电子邮件，其中包含 **Regime**，一种由在病毒铸字厂（Virus foundry）工作的英国设计师乔纳森·巴恩布鲁克（Jonathan Barnbrook）设计的字体，它受到十九世纪的粗衬线 Empire 字体的影响，滨本形容其为具有政治感的字体，并将它以短语 **first apparent heir, election** 以及 **conservative progressive**. 展示出来。

然后还有 Aunt Mildred，有种纤细的感觉，使用哥特诗歌展示，以及 *Demiella Tanuels*，来自一位瑞典书法家的巧手，唤起 FontShop 员工对于旧式糖果包装纸的回忆：「大写字母 E 真是漂亮极了！」，斯蒂芬·科尔斯说。但是近来 FontShop 的人们最感兴趣的字体看起来是 Rocky。他们的促销文案里面写道，「史诗级别的字体设计师马修·卡特所制作的新字体可遇而不可求，所以 Rocky 很自然地引起了我们的注意」。这一设计的初衷源于卡特很奇怪为什么没带有拉丁式样的衬线（几乎是三角形的）的 Bodoni 风格的字体（那种横竖笔画反差强烈的字体）。Rocky 就是他的答案，这里有四十种不同风格，包括 Rocky Light、**Rocky Black** 和 Rocky Regular。

Rocky 在产品目录中以微妙晦涩的嘻哈文案「**extra rep - show him how you feel**」和「Dough tops like

a hot scoff.」展现出来。看起来非常完美，但是出现的单词看起来毫无意义。很显然，现在掌控局面的，是字体本身。

尾 注

[1] 鲁道夫·科赫（Rudolf Koch，1876—1934 年），德国书法家，字体艺术家。
[2] 奥芬巴赫（Offenbach），德国法兰克福附近的一个小城。

21 *The* Worst Fonts In the World

全世界最差字体

全世界最差字体
The Worst Fonts in the World

要做出这样的裁决，当然是够我再写一本书的。该从何下手呢？

字体就如同街道上行驶的汽车——我们只会注意到最好看与最难看的，最有趣与最华丽的。其余的绝大多数都会被我们所忽略。我们之所以不喜欢或不信任某些字体，原因可能会有很多，滥用和误用仅仅只是一个引子。字体能像香水那样能够勾起回忆：Gill Sans 可能会让我们想起考卷 TRAJAN。可能会让我们想起在电影院里的失败选择（它在烂片海报上出现的几率比其他字体高得多）以及饱受罗素·克劳[1]折磨的那个夜晚。曾几何时，罗素·克劳只会出现在影片里——《A BEAUTIFUL MIND》(《美丽心灵》)、《MASTER AND COMMANDER》(《怒海争锋》)、《MYSTERY.ALASKA》

(《魂系冰球》)[1]——而 Trajan 体却不是，营销团队承诺在那个冒牌的罗马荣耀故事的所有宣传材料上都用上它（对此有一个有趣且应该能引发警觉的 YouTube 视频短片：搜索「Trajan is the Movie Font（Trajan 是电影字体）」。

大部分时间我们只会注意到字体的错误，或者是字体的年代错乱。在一九三〇年代，人们对 Futura 嘘声一片，并预言它只是昙花一现；而在今天，我们则会被丑陋字体 BLACKSHIRT 和 AFTERSHOCK GEORGIA 所激怒，但十年后，它们也许会无处不在，再过十年，我们又会因其平淡无奇而心生厌烦。

所幸，选择全世界最差的字体并不只是品味训练与公报私仇——这已经成了一门学术研究。二〇〇七年，作为马克·巴蒂[2]的《字体排印论文汇编》（第一卷）的一部分，安东尼·卡哈兰[3]发表了其字体受欢迎程度（或不受欢迎程度）的研究报告。他向逾百名设计师发出了一份在线问卷，邀请他们指出：

- 甲）他们最常用的字体
- 乙）他们认为最常见的字体
- 丙）他们最不喜欢的字体

---

①《美丽心灵》(*A Beautiful Mind*) 是一部二〇〇一年上映的电影，曾获得奥斯卡金像奖；《怒海争锋：极地远征》(*Master and Commander: The Far Side of the World*)、二〇〇三年电影；《魂系冰球》(*Mystery, Alaska*) 一九九九年电影。这三部电影的主演均为罗素·克劳。

前十名为:

·经常使用的字体:

第一名: Frutiger (23)

第二名: Helvetica Helvetica Neue (21)

第三名: Futura (15)

第四名: Gill Sans (13)

第五名: Univers (11)

第六名: Garamond (10)

并列第七名: Bembo 和 Franklin Gothic (8)

第九名: Minion (7)

第十名: Arial (6)

·最常见的字体:

第一名: Helvetica Helvetica Neue (29)

第二名: Meta (13)

第三名: Gill Sans (9)

第四名: Rotis (8)

第五名: Arial (7)

第六名: ITC Officina Sans (4)

第七名: Futura (3)

并列第八名: **Bold Italic Techno** 、 FF Info 、 *Mrs Eaves*、 Swiss 、 TheSans 、

Times New Roman（2）

· **最不喜欢的字体：**

第一名：Times New Roman（19）

第二名：Helvetica/Helvetica Neue（18）

第三名：*Brush Script*（13）

并列第四名：Arial、Courier（8）

并列第六名：Rotis、Souvenir（6）

第八名：Grunge Fonts（generic）（5）

并列第九名：Avant Garde、Gill Sans（4）

第十一名：Comic Sans（3）

最不喜欢的排名调查中包括简要的说明。二十三位受访者表示这些字体被误用或滥用；十八位认为它们很丑陋，十三位表达出对这些字体的反感或盲目的仇恨，其他则觉得它们很枯燥、过时、不切实际或陈词滥调。

进行这样的调查并非首次。似乎在网上每年都有新调查，但往往集中地、直接地针对最佳字体排名。偶尔会出现一种新的理论，如在 Typophile 论坛上设计师马克·西蒙森（Mark Simonson）表达的意见。他认为有些字体是「新生磁铁」，可以吸引那些未经训练却又想要留下深刻印象人们的眼球。「对于一般人，大多数字体看起来或多或少都是一样的。但是，如果字体具有很强烈的味道，它本身就会吸引人们的注意。它很容易被识别，而当人们认出它后，他们会觉得他们好像了解字体了。而因为它比起正常（如「乏

味」）的字体来看起来比较「特别」，所以用起来会让他们的文件看起来很「特别」。对于经验丰富的设计师来说，这样的字体口味太重，因为字体本身吸引了太多注意，就更不用说它们还要背上被说成是业余设计这样的包袱。」

选择世界最差字体可能是纯粹的主观行为，就像选择最臭名昭著的流行歌手或最风骚的时尚犯罪一样。事实的确如此。但对于字体差劲的原因，人们也有一个广泛共识。正如我们所见，大多数人（无论是字体行家还是门外汉）都会同意认为 Comic Sans 不是完美的。但它无害，也无伤大雅。况且，其低调的身世也许不应该承受人们对它积累的厌恶。但对于那些几乎难以辨认的过分字体，例如头发（Hairy）字体 或者像是三岁或者一百〇三岁的人手写出来的字体 Scrawlz，你又能说什么呢？

不过，以这些字体作为目标未免太过容易，就像非难你的孩子在圣诞节戏剧表演上的演技一样。相比之下，下面的这些字体——都是由专业人士为拿奖或得到批准而设计的——就有相当一段来头了。下面就让我来以倒序的形式，向您提名全世界最差的八款字体。

第八名 Ecofont

毋庸置疑，Ecofont 就是为了节约墨水、金钱，乃至最终拯救这个星球而设计出来的，但老天应该保佑我们留下有用的字体。Ecofont 是个在字体里面加孔的程序。该软件配合 Arial、

Ecofont——给糟糕的出版物带来绿色？

Verdana、Times New Roman 字体之后打印出来的字像是被一群蛀虫蚕食过一样，保持了原有的外形，但内部却被蛀空，于是也就丧失了其原本的字重与美感。它们也通常不会大于 11 点，尽管使用等于或小于这个字号的话你本来就可以节省 25% 的油墨消耗量。

正面效应：Ecofont 于二〇一〇年夺得「欧洲环境设计奖」。反面效应：美国威斯康星大学的一项研究称，一些 Ecofont 字体如 Ecofont Vera Sans，实际上比一些更细的常规字体（如 Century Gothic）要使用更多的墨水和碳粉（当然，你可以坚持用 Ecofont 软件配合 Century Gothic 使用）。

判定结果：字体版网眼背心和蜂窝奶酪；对于打印大型文件的草稿是一个不错的选择——但你真的需要将它们全部打印出来吗？

第七名 Souvenir［纪念品］

「真男人不用 Souvenir」，字体学者弗兰克·罗马诺[4]在上世纪九十年代初写道。那时他已经活跃在字体批评领域十多年了，无论是在印刷还是在线领域，罗马诺都不放过任何一种开炮的机会：「Souvenir 是一款致命的字体……我们可以把 Souvenir 遣送到火星，不过就算是外层空间污染也是有国际条约的……记住，是朋友就不会让你用 Souvenir。」

罗马诺并非孤军奋战；Souvenir 看起来应该是最能激怒字体设计师们的字体。福利奥协会①书籍设计师彼得·盖伊[5]发难说：「我倒想知道，这到

① 福利奥协会（Folio Society）英国一家私人出版社，主要出版精品书籍。福利奥（folio）本身是「对开纸面」的意思。

Souvenir 粗体——它在一九七〇年代的软色情里达到顶峰

底是什么东西的纪念品？我倒想知道！」他给出了一个答案是：「字体设计界有史以来所有可怕的错误纠缠在一起的纪念品！——好多都是之前从未见到过的——变为一个可恶的大杂烩。」甚至连卖这款字体的人都讨厌它。国际字体公司的马克·巴蒂是如此评价他这款最畅销的字体之一的：「一款糟糕的字体。简直就是《周末夜狂热》①里穿着紧身白色喇叭裤的字体……」

Souvenir 是它那个时代的 Comic Sans——那是庞克还未诞生的一九七〇年代。广告界喜爱这款字体，它确实出现在比吉斯[6]的专辑上，更不用说法拉·弗西[7]时代的《花花公子》的页面。但尽管如此，奇怪的是，Souvenir 远不是七十年代的字体，它是美国字体创始者公司[8]于一九一四年制作的，也是莫里斯·富勒·本顿[9]的众多字体作品之一。在受到当时的一些关注后就销声匿迹了，而且可能会一直就此淹没——如果它没有

①《周末夜狂热》(Saturday Night Fever) 或译作「周末狂热」，是派拉蒙电影公司于一九七七年发行的一部音乐片。

ITC 在半个世纪之后把它 ITC 复刻出来，并在照排的全盛时期大力推广的话。

Souvenir 被弃之荒野二十余年，躲避着设计界的批判，尽管它曾被形容为「温暖和朦胧」。但神奇的是，它又一下子窜到了流行最前线，至少是在设计杂志的页面上。你有充分的理由怀疑，这是那些怀旧拥护者的搞怪讽刺，但这次却真的是出于真挚的热爱之情。Fontsmith 创始人贾森·史密斯[10] 认为：「每个字母都可看作是一个图符，而作为一款字体依然很协调。」他曾把 Souvenir Demi Bold 的小写字母 g 挑出来作为他最爱的字符（「柔和的末笔和圆滑有机的字身——太华丽了！」）。

第六名 Gill Sans Light Shadowed

Gill Sans Light Shadowed 简直就是狗尾续貂——除了税务员以外没有人喜欢它。很难相信这是埃里克·吉尔在其第一次拿起雕刻刀和羽毛笔时脑子里曾经浮现出来的造型——这个字体设计结合了两者的外观，但最终只能让人想起学校杂志上那些近于破裂的 Letraset 美术字。

Gill Sans Light Shadowed 是靠其立体黑影呈现的一款视觉字体，这个设计让人联想起阳光照在纤细浮起字母上的效果。和埃舍尔[11] 的绘画一样，它会很快令人头疼眼花，人们完善和缜密的大脑会疲于应付。

Gill Sans Light Shadowed——请勿在家中使用

在市场上有很多类似的三维效果字体，大部分是诞生于一九二〇年代末至三〇年代——Plastika、Semplicita、Umbra 和 Futura Only Shadow　还有许多数字化字体如 Refracta 和 Eclipse，可见这个趋势并未减弱。像许多为老式打字机设计的字体一样——Courier、American Typewriter、Toxica——它们能愉悦人们的时间非常有限，却留下了冗长难以阅读的文词，并且没有一丝情感。

第五名 *Brush Script*

如果，在一九四〇年代，你曾被政府的海报鼓动要 *bathe with a friend*

AUTHORISED VERSION

Neighbours™

AS SHOWN ON BBC TELEVISION

RAMSAY STREET

Written by Valda Marshall

THE ROBINSONS A FAMILY IN CRISIS!

READ ABOUT THE PAST LIVES OF YOUR FAVOURITE NEIGHBOURS!

Based on the Grundy Television Series

No. 2

（与友共浴）或 *dig for victory*（为胜利开垦）[①]，这些游说口号可能用的就是 Brush Script 体。如果，在一九六〇或七〇年代，你要做大学或社区的杂志，Brush Script 体就会跳出来说「*Use me. I look like handwriting.*（用我吧！我看起来像手写出来的）」如果，在一九九〇年代，你在仔细读某个地方餐馆的菜单（是那种在星光之夜突然萌发「我是个不错的厨师——我想我能开餐馆！」的人开的），那么那个菜单上很有可能就会写着「*Pear, Blue Cheese and Walnut Salad on a Bed of Brush Script.*（鸭梨、蓝奶酪和核桃沙拉，以笔刷体为底）」。而如果，在二十一世纪，哪怕只是一时兴起，你曾考虑要把所有文件都用 Brush Script，哪怕是一种讽刺用法，你也应该立即放弃所有评价别人品味的权利。

Brush Script 由美国字体创始者公司于一九四二年制作，它的设计师罗伯特·E·史密斯[12]在其小写字母加上了连笔，把它变成了一个巧妙而一致的字体——看起来好像是由一个人不经意地流畅书写出来的。问题是，实际上，你不会看到任何一个人会这么写字，能拥有如此完美的粗细搭配而毫无污迹（而且当然，每个 f，g 和 h 会与其前一个完全相同）。但对于企业和政府机构来说，它似乎是一款可以展示「非企业风格」的好字体，这也是为什么广告人三十年来钟爱于它的原因。也正是这款字体，在一九八五年向世界推出了凯莉·米洛、贾森·多诺万和《*Neighbours*》[②]——作为开场

---

①「与友共浴」(bathe with a friend)战时为提倡节约用水的口号。「为胜利开垦」(Dig for Victory）是一九三九年英国因为二战的食品短缺而提出的拓荒口号。

② 凯莉·米洛（Kylie Minogue）和贾森·多诺万（Jason Donovan）均为澳大利亚演员、歌手。因在《邻居》出演而闻名，一九八〇年代后期，开始涉足乐坛。《邻居》(Neighbours）是澳大利亚制作时间最长的电视剧，从一九八五年开始播放至今，对英国人的生活习惯、社会观念甚至英语口语均产生了深刻的影响。

字幕，这是一个罕见的事例，它看起来好像是由一个年长的演员手写出来的。

Brush Script激发了一百多款其他的手写体设计——Mistral、Chalkduster、Avalon、Reporter、Rico，其中有许多字体是相当不错的，而有一些（Cafe Mimi、Calliope和HT Gelateria）非常华丽漂亮。每个领先的数字字体商都备有丰富的字体表供选择，从幼稚潦草的到技术精准的。但它们都有一个共同点：试图要蒙骗你以为它们不是电脑制作出来的，而它们从未成功过。

也有一些公司提供让你创建自己手写体的机会。通过像 fontifier.com 这样的网站，这一切几乎是瞬间而成：你往一个字母表格里填写进去，然后上传（还要付费）进行数字渲染，你就可以看见自己独创的字体，并列于数百个专业的手写字体之中，或许你还会发现，自己创造的字体的要比其他许多字体要好很多。

Papyrus——风靡一时之物

第四名 Papyrus［纸莎草纸］

《阿凡达》是历史上制作成本最高的电影，但它确实在尽力控制成本，钱花在了其三维特效和计算机生成的蓝人上，却竭尽所能找到了一种最便宜和最普通的字体：Papyrus。这款字体在每台 Mac 和 PC 上都可以免费得到。在电影海报上他们的确是做了一些调整，但片尾职员表和纳威族对话的

字幕用的都是标准版本。而且这一切看起来从最开始就是有意识的行为。在 iheartpapyrus.com 网站上，你会看到詹姆斯·卡梅隆在向主角萨姆·沃辛顿[113]做简单介绍的时候穿着一件 T 恤自豪地宣称「Papyrus 4 Ever」[纸莎草体长存]。

卡梅隆的选择非常令人费解。虽然 Papyrus 本身并不是一款糟糕的字体，但它已经相当陈旧而且滥用，以至于这个出名的选择与这部跨流派的电影相当不搭调。从地理上看它好像也不很合适：十几年前每个在学校写过读书报告的人都会告诉你：Papyrus体用来展现出来的是 Egypt，埃及。

Papyrus 体由克里斯·科斯特洛[114]设计并由 Letraset 于一九八三年发布，它原本是想让自己看起来像是在埃及草纸上用毛笔写出来的样子。字母有一些缺口和粗糙，给人留下类似粉笔或蜡笔写出来的破损边缘的印象。这些朴素的字母虽然令人感觉书写匆忙，但风格依然保持一致，字母 E 和 F 中间横划异常之高。小写字母看起来是模仿了二十世纪早期美国报纸最喜欢的 Cheltenham 体。

这种字体很快成为地中海餐厅、风趣贺卡的最爱，还有《Joseph and his Amazing Technicolour Dreamcoat》（约瑟的神奇彩衣）①（冗长的标题——还好是 Papyrus 压缩体）的业余作品，而其完美的数字版本正好赶上了一九八〇年代中期桌面出版热潮。其冒险和异国情调的风格，让使用者带有印第安

①《约瑟的神奇彩衣》（*Joseph and the Amazing Technicolor Dreamcoat*）是安德鲁·洛伊·韦伯（Andrew Lloyd Webber）和蒂姆·赖斯（Tim Rice）于一九六七年推出的第一部音乐剧。约瑟的故事完全取材于《旧约圣经·创世纪》，是讲述关于犹太民族祖先约瑟的故事。

纳·琼斯[1]般的色彩。它在《阿凡达》中的使用也起到了一个了不起的作用——当电影观众在挠破头脑地想着他们以前在哪儿见过这些标题的时候，就是字体排版水平增长另一个佐证。

第三名 NEULAND INLINE

你今晚是不是要外出看一场业余音乐剧，是关于一只叫彭彭，另一只叫丁满的动物，而且主题歌是年轻的埃尔顿·约翰[2]演唱的？祝你好运！你到了那儿看看海报吧。它用的肯定是 **NEULAND** 或者 **NEULAND INLINE**。就像 Papyrus 表现的是埃及一样，Neuland 表现的是非洲，展示着如探险公园、枪尖舞这些非洲的美好一面，而不是棚户区或者艾滋病。这是一款粗厚而有棱角的字体，就像摩登原始人[3]可能开凿的史前岩石。而内线版本则充满了能量和一种怪异的氛围，它被选为最差字体主要是因为被滥用而不是结构不好。

Neuland 是由相当有影响力的字体设计师鲁道夫·科赫[115]于一九二三年设计的，他同时也创作了

Neuland Inline——带有健康警告的字体

① 印第安纳·琼斯(Henry Jones)是一个虚构的人物，为冒险电影《夺宝奇兵》系列(大陆另有译印第安纳·琼斯三部曲）的主角，典型形象特征为牛仔帽装扮以及长鞭。

② 这里指《狮子王》。彭彭（Pumbaa）、丁满（Timon）都是其中的动物角色名，而英国歌手埃尔顿·约翰（Elton John）是这部作品的主题歌创作者。

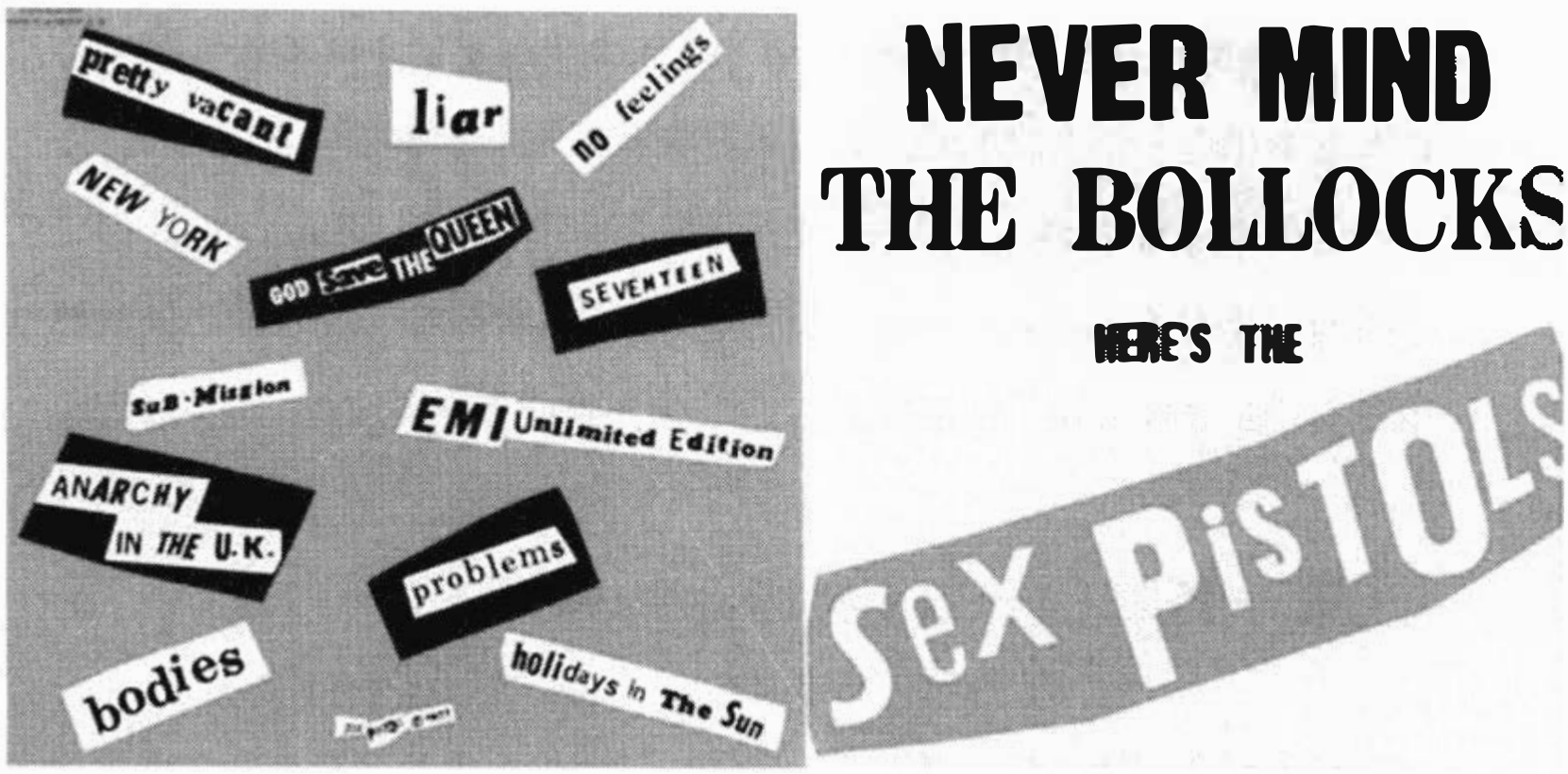
③ 原文为 Fred Flintstone 即动画片《摩登原始人》(*The Flintstone*）的主角。

Kabel、Marathon 和 Neufraktur。当这款字体刚被发布时，它与德国其他字体（无论是哥特体还是新兴的现代主义）都背离太远，其笨拙和僵化也成为众人的笑柄。但是它的个性很快变成了它的实力，在一九三〇年它开始被用于那些自以为是的特殊产品的广告宣传：鲁吉（**RUDGE-WHITWORTH**）四速摩托车、伊诺牌水果盐（**ENO'S FRUIT SALTS**）、美国精神（**AMERICAN SPIRIT**）香烟。一段时间后，和 Papyrus 一样，Neuland 也得到电影的宠爱——这款字体在《侏罗纪公园》（**JURASSIC PARK**）里和恐龙一样突出。

Neuland 和 Papyrus 都可以归类为主题公园字体，与其用在页面上，把它们用在环球影城、布希花园或奥尔顿塔[1]上会更舒服一些。还有许多其他招牌字体也有同样的可疑特征，而一个叫 MickeyAvenue.com 网站的企业人士在佛罗里达州的「华特迪士尼世界度假区」花费了大量时间来认识这个问题。我们现在可以期待 Kismet 出现在「小镇大街」的「街角咖啡厅」里，**JUNIPER** 会出现在「幽灵鬼屋」里，而 **LIBRA**——在我们这个星球上用来拼写 **JOUSTING**（长枪比武大赛）的这个词，会在「魔法王国」的「幻想世界」出现。而一些经典字体也出现在了他们的设计师意料之外的地方。**Albertus** 占领了「动物王国」的「绿洲」区（**Animal Kingdom Oasis**），**Gill Sans** 用在了「艾波卡特」未来想象区（**Epcot Imagination**）的标牌上；**Univers** 的确履行着其在交通和票务地区普通信息的职责，而 Futura 用在了「动物王国」的「恐龙研究所」里。

---

① 环球影城（Universal Studios）指 NBC 环球集团旗下的主题公园，在美国好莱坞和奥兰多以外，还在日本大阪和新加坡设有同名主题公园；布什花园（Busch Gardens）为一隶属于黑石集团的游乐园，在美国有两处；奥尔顿塔（Alton Towers）位于英国英格兰的斯塔福德郡，是游玩机动游戏为主的主题公园。



「性手枪乐队」在数字字体唾手可得的时代之前就展示了 Ransom Note 体的正确用法

你可以写封信给 MickeyAvenue 的网管，对他们的执著努力致谢，这样你就会收到感谢你进行书面交流的一封回信　　当然，用的是 Papyrus 体。

第二名 Ransom Note

正如你可能已经料到的那样，Ransom Note 是由一些看起来仿佛是匆忙之中从杂志上剪切下来拼凑成糟糕消息的字母组成的。其实有这样风格的字体很多，它们都可以免费下载，你可以用它们来书写诸如 Pay up or the kitten gets it（付钱否则小猫就没命）等内容。这些威胁看起来未免逼真，而 Ransom Note 是能得到喜剧效果最好的字体，也许可以说 Chostman

is having another bloody paint battle birthday party – please come（克里斯蒂安要举办一个血腥的油漆大战生日晚会——一定要来喔！）。

有些字体往往名不副实——BlackMail、Entebbe、Bighouse。但它们中没有一个具有 ransom note 那样真实地充盈着汗味、胶水和恐吓的感觉，也没有产生过像最初「性手枪乐队」[16] 唱片封面那样剪切冲击艺术作品。

第一名 二〇一二年奥运会字体

在奥运会倒计时整八百天时，二〇一二年伦敦奥运会特许商店开始售卖粉红、蓝、橙黄等颜色的出租车模型，首批模型共四十款，每款各代表着一个奥运运动项目。这些出租车模型并不像是那种你能在 Corgi 玩具店里买到，

2010 Headline：我们能爱种这个字体吗？

带有敞开车门与宝石大灯的精雕细琢的工艺品；它们的做工粗劣，只适合卖给莱斯特广场[1]中那些行色匆匆的游客。为何我们要讲到这个？只因它们是伦敦近年来愈演愈烈、亟须避开的糟糕设计中的一例而已。它们的包装更让这糟糕程度翻了一倍，因为包装上面印着有关奥运会和残奥会的小知识，而它们的题头「你知道吗？」(Did You Know)用的却是近百年来最差劲的公共新字体。

二〇一二年伦敦奥运会字体名叫「2010 Headline」，其糟糕程度比起二〇一二年伦敦奥运会标识来有过之而无不及，只是在其发布时，人们的怒气早被标识透支殆尽，搞得字体几乎被忽视了。伦敦奥运会的标识立即成为人们嘲弄与戏讽的主题（比方说，莉萨·辛普森[2]在做爱，以及纳粹的卐字旗），它甚至还成了健康警告的主题——某部与之相关的动画宣传片据说会引发癫痫症。爱丽丝·罗斯素恩在《国际先驱论坛报》中撰文说，它「看上去越来越像我们英国人揶揄为『老爸跳舞』的那种图形——得名于一个努力想在舞池里搞酷的中年男人黔驴技穷的样子。」

如同标识一样，这款一点儿也不酷的字体愣头愣脑地支楞着一堆锐角，完全不具备通常所认为的任何与运动相关的要素。或者它只是想着让自己装得像年轻人一样酷——它看起来有那么一点点像上世纪八十年代的街头涂鸦。它的外观还依稀有一点希腊感，或者说，至少是被英国诠释过的希腊感，你总能在伦敦的土耳其烤肉店或是某个叫「狄俄倪索斯」的餐馆[3]里找到这

---

① 莱斯特广场（Leicester Square）是一个位于英国伦敦西区的广场。

② 莉萨·辛普森（Lisa Simpson）是动画片《辛普森一家》中的角色，为辛普森家的大女儿。

③ 狄俄尼索斯（Dionysus），古希腊神话中的酒神。

种字体。满是倾角的字母里中突然冒出一个浑圆的 ●，似乎是想亲自充当奥林匹克之环。不过这字体确实也有一些过人之处：人们一眼就能将它识别出来，并且过目难忘；而且在未来的日子里，我们看到它的次数会越来越多，最终我们也会对它熟视无睹。所以还是让我们一起祈祷它能离奥运奖牌远点吧。

尾 注

[1] 罗素·克劳（Russell Crowe），生于新西兰的澳大利亚男演员，二〇〇一年曾凭借电影《角斗士》获得奥斯卡最佳男主角奖。

[2] 马克·巴蒂（Mark Batty），国际字体协会（ATypI）前主席、国际字体公司（ITC）创始人之一。这里指他于二〇〇三年创办美国的一家同名出版社，主要出版艺术设计类图书。

[3] 安东尼·卡哈兰（Anthony Cahalan），是澳大利亚查尔斯史都华大学（Charles Sturt University）教授。

[4] 弗兰克·罗马诺（Frank Romano），美国学者，教授。著有大量平面设计和电子初版类书籍。

[5] 彼得·盖伊（Peter Guy），英国字体设计师书籍装帧师。

[6] 比吉斯（Bee Gees），是一队来自澳洲的三人兄弟乐队组合。《周末夜狂热》电影原声带后来成为一九七〇年代最受欢迎的专辑。

[7] 法拉·弗西（Farrah Fawcett），美国女演员。她在美国电视剧《霹雳娇娃》中饰演私家侦探职员，成为一九七〇年代的性感偶像。

[8] 美国字体创始者（American Type Founders），为美国一家字体公司，一八九二年由二十三家字体公司合并而成，一九九三年关闭。

[9] 莫里斯·富勒·本顿（Morris Fuller Benton，1872—1948 年），美国字体设计师，主要作品有 Century Schoolbook、Bank Gothic、Franklin Gothic 等。

[10] Fontsmith 是贾森·史密斯（Jason Smith），于一九九九年在英国伦敦创办的一家字体设计室。

[11] 埃舍尔，即「莫里茨·科内利斯·埃舍尔」（Maurits Cornelis Escher），荷兰画家，其作品包含了不少数学内容，有分形、对称、不可能物件、密铺平面和多面体等。

[12] 罗伯特·E·史密斯（Robert E Smith，1910 年—），美国字体设计师，主要作品有 Brush Script、Park Avenue Script 等。

[13] 詹姆斯·弗朗西斯·卡梅隆（James Francis Cameron），为加拿大电影导演，擅长拍摄动作片以及科幻电影。主要作品有《泰坦尼克号》（1997）和《阿凡达》（2009）。萨姆·沃辛顿（Samuel Worthington），为在英国出生及定居澳洲的男演员，在《阿凡达》中饰演主角。

[14] 克里斯·科斯特洛（Chris Costello），美国平面设计师、插画家，主要字体作品有 Blackstone、Mirage、Papyrus、Virus 等。

[15] 鲁道夫·科赫（Rudolf Koch，1876—1934 年）德国书法家、字体设计师。主要作品有 Deutsche Schrift、Neuland、Kabel 等。

[16] 性手枪（Sex Pistols），是英国庞克摇滚乐队，成立于一九七二年，现已解散。

22

Just My Type

就爱这一型

就爱这一型[1]
Just My Type

二〇〇一年九月份，打印机制造商利盟（Lexmark）向用户们提出了一个私人问题：他们是「书呆子（Nerd）、性感小猫咪（Sex Kitten）还是专业人士（Professional）？」这是他们推出的一项营销举措，意图在于让公司的名字见诸报端。它的确达到了目的，更令计算机用户们得以在动手创建下一份简历或者情书之前稍事休息。根据利盟的说法，我们做出的字体选择，会向他人传达有关于我们的品味——或许还有性格——的强烈讯号。

几个月之前，利盟委托一个他们称为「曼哈顿心理学家」的人研究字体的心理影响。他是阿里克·西格曼（Aric Sigman），生物学会、不列颠心理学会以及皇家医药学会的成员。他经常就电视和互联网对儿童发展所造成的影响在新闻中发表看法。西格曼并非字体专家，但是他与大约二十位参与

① Type 英文中可以指「类型」，也可以是「字型」(Typeface)的简称。本章标题是「我就喜欢这一类型（的人或事）」和「这就是我喜欢的字型」的双关语。

字体制作和营销的人谈过话，其中多数都已经发展出自己的一套字体心理学理论。「这不是什么高深的科学」，很多年后他告诉我，「其实就是市场研究而已」。他所研究的是一件称为社交代码（social coding）的事情，分析特定字体的感情内涵，但并不是从字体的使用者、而是从使用这一字体的文本之受众那里着手。我们对于发型、音乐或者汽车的选择也会不可避免地具有类似的代码。

西格曼的研究结果由利盟用无可置辩的方式呈现出来：

Don't use Courier unless you want to look like a nerd. It's a favourite for librarians and data entry companies.

别用 Courier 字体，除非想要看起来像个书呆子。它是图书馆馆员和数据公司的最爱。

Alternatively, if you see yourself as a sex kitten, go for a soft and curvy fo nt like Shelley.

另外，如果你觉得自己是个性感小猫咪，就选用一种 *Shelley* 这样柔软卷曲的字体。

People who use Sans Serif fonts like Univers tend to value their safety and anonymity.

使用 Univers 这样无衬线字体的人倾向于重视他们的安全和匿名身份。

Comic Sans, conversely, is the font for self-confessed attention-seekers because it allows for more expression of character.

反过来，Comic Sans 是公然承认的哗众取宠者会使用的字体，因为它有更多的个性表达。

似乎这些颇令人置信的总结并不足够，还有另外一个针对富贵名人的字体调查。珍妮佛·洛佩兹[1]和凯莉·米洛[2]都显然喜欢 Shelley。理查德·布兰森[3]使用 Verdana。瑞奇·马丁[4]当时可是二〇〇一年选用 Palatino。然后还有排版方面的指导：「如果你是在写那些将要改变人生的书信，确保字体要小，保持简约。此处少绝对就是多。大字体会揭示出一定的不安全感。」

有趣的是，那位在利盟市场部工作的人用 Arial 印出这份报告，说明他希望匿名，这也很可能是他恪守企业内部严格规章的体现。

西格曼博士报告的全文还包含一些更多的小细节。「人们会觉得字母 O 又大又圆而且还带有尾巴的字体更有人性也更友善，或许是因为这种字体看起来像是在模拟人的面孔。带有更多直线和交角的字体则具有严厉、技术、冷酷的言外之意……用心理学的术语来讲，它们是情感上被压抑的，或者说，肛门滞留的①。

接下来他为一些特定的情况给出建议。以感谢信为例，西格曼提议说，应当使用直接、诚恳而轻快的字体，比如 Geneva。至于辞职信——那要取

① 肛门滞留 anally retentive，心理学术语，意指在幼年时期因能控制大小便而受到父母称赞，故而过于重视排泄活动的重要性，日后的人格变得极要求秩序井然、保守、顽固与坚持。

决于你是否喜欢你的工作（这种情况下可以用富有人性的讨喜字体，比如 New York 或者 Verdana），但是如果你觉得做这份工作有如地狱，那就选用毫无感情的 Arial。

最恰当的情书字体呢？最理想的应该是带着大大圆圆的字母 O 的字体，但你也可以考虑比如 *Humana Serif Light* 这样的斜体字型，很有旧式书卷气，并且带着「*a softening emotional quality, as if the writer is leaning over to talk personally to the reader*（柔和的感性特质，就好像作者正倾过身体来和读者促膝谈心一样）」。但是也要注意：「*Implementing such fonts may also serve as an aid to romantic deception*（使用此类字体也有可能利于浪漫欺骗[1]）」。

那最后，该用什么字体来结束一段感情呢？「要做到明确而又不会显得太残忍的话」，博士开出的字体是平淡的 Times Regular。「柔和地让对方放弃希望，可以用斜体字母。不过，使用者可能会让阅读者错误地看到一线希望。Verdana 或者 Hoefler Text 可能会有比较轻盈、乐观但是仍旧客气的感觉。对于无法接收否定答案的人来说，采用 Courier 或者更硬朗的技术风格字体意味着毫无误解的空间，绝不回头」。

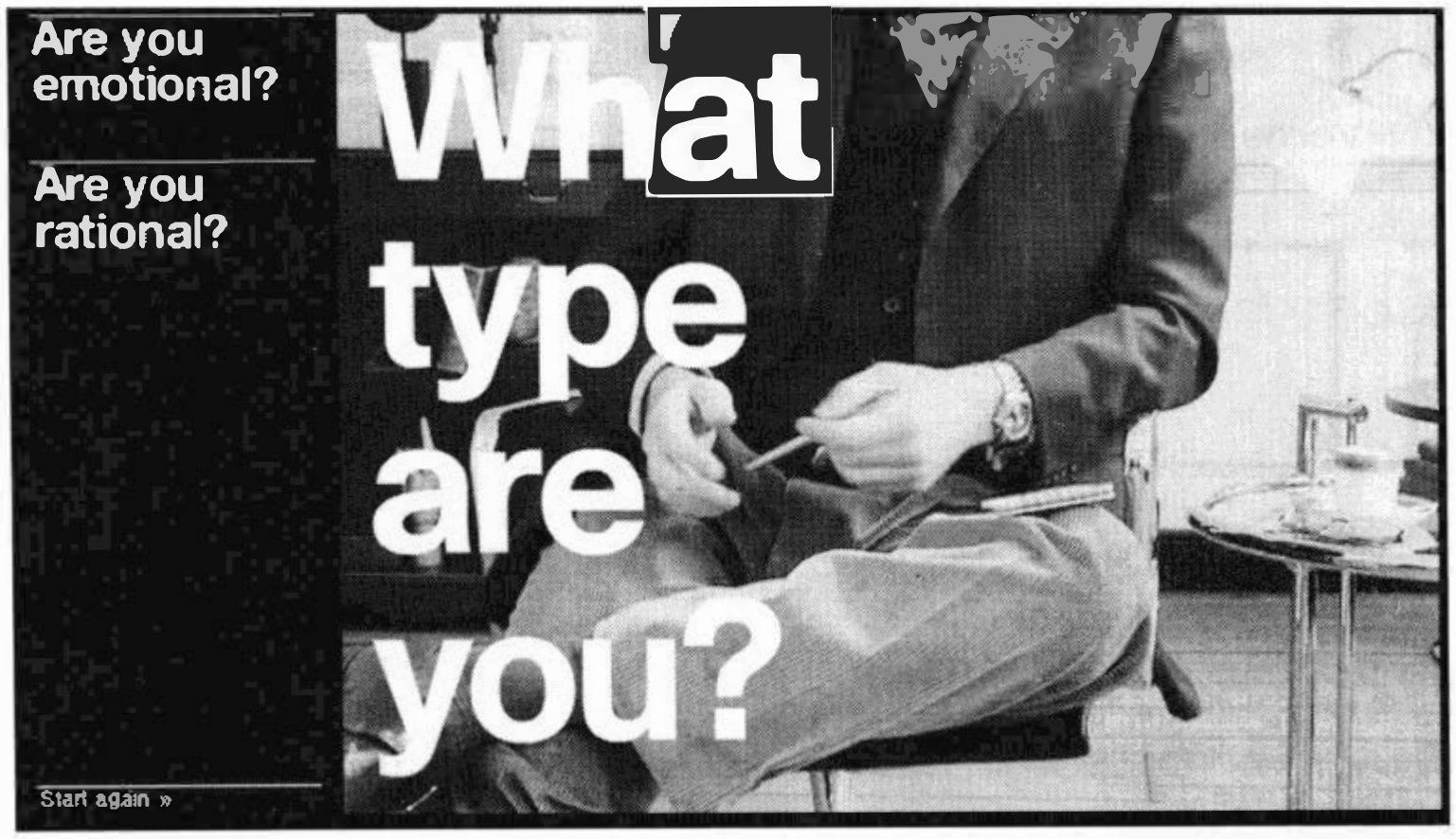
可是为什么要信任一个大众心理学家的调查呢？为什么不自己做一次测验呢？接近二〇〇九年尾声的时候，「五角星」（Pentagram）设计公司寄出一份精美的电子卡片当作他们的节日祝福，以往这样的卡片都是以小册子的形式出现，但这次却是一条链接，指向一个叫做「**What type are you?**」

---

① Romantic deception，由萨丽·考德威尔《浪漫欺骗：如何识破男人的谎言》（*Romantic Deception: The Six Signs He's Lying*）一书提出，指骗取女性情感的行为。

（「你是哪一种字型」？问题以粗体 Helvetica Neue 写出）的在线问答。

这个小调查（想参加看看的话，它目前还在线上）以一段重复播放的影片开场。一位属于你自己的个人字体分析师坐在顾问室里，房间内有白色的油漆木墙，艾琳·格雷[5]的玻璃桌。他在影片中只露出脖子以下的部分，所以你会注意到他膝头的记事本，他的袖扣，还有他的灯芯绒长裤。「你是哪一型？」他问道，口音听来像是奥地利或者瑞士人（基本上，他就是弗洛伊德[6]）。「回答四个简单的问题，有助于你饮下自我认知的字体甘泉，面对真相，然后找到属于你的字型①。填写一下这些基本信息吧」。要填的只是你的名字而已，但是分析师并没有耐心。「现在快点儿填」，他在他吱呀作响的转椅上左右旋转着，叮咚的钢琴声和滴答的时钟也催促着你。



你是哪一型？分析师等待着你的答案……

① 此句有三处双关语：「泉水」也指「字体」（font），「面」、「类型」也都暗指「字体」（typeface，type）。

填上姓名之后，就开始回答问题了。首先是「你是感性的——喜欢说某样事情感觉很对的那类人，还是说你很理性——倾向于说某样事情有二分之一的可能是正确的？请选择一种」。然后分析师开始玩他的笔。

我点击「感性」。分析师把这答案写在他的记事本上。「好，你很感性。第二个问题：「你是自我克制的类型——认为有些事情私底下知道就好，还是说你做事更果决一些，认为凡事应该清楚明白地讲出来？请作出选择」。

我点击「克制」。他把它记下来。「我们继续。第三个问题：你更传统——相信思想有如红酒，越陈越好，还是说你更加进步一些——认为想法有如牛奶，最新鲜的才是最好的？快些回答」。分析师搅动着他的咖啡，而与此同时，我很自然地选择了「进步」。

「你的想法更加进步一些。现在是最后一个问题。你放松吗？你是会从盒子里拿出任何一块巧克力来吃，随便它是榛仁还是橙露味道的人吗？还是说你更加循规蹈矩，会先吃掉味道不好的橙露巧克力，把榛仁留到以后再吃？快，快」。一只苍蝇飞来绕去，我选择了「循规蹈矩」。

在分析师总结我的选择并找出我的字型之前，我记起埃里克·吉尔上个世纪中期的一句评论：「现在字体的变化多种多样，跟傻瓜也有许多不同种类相似」。所以我是哪一种类型呢？我的分析师也许会选择 Cooper Black Italic、Bifur、Corbusier Stencil 或者程序里十六款字体款中其他任何一款。而我的字型原来是 Archer Hairline，而对于这一帅气字体的介绍随着照片由旁白娓娓道来：

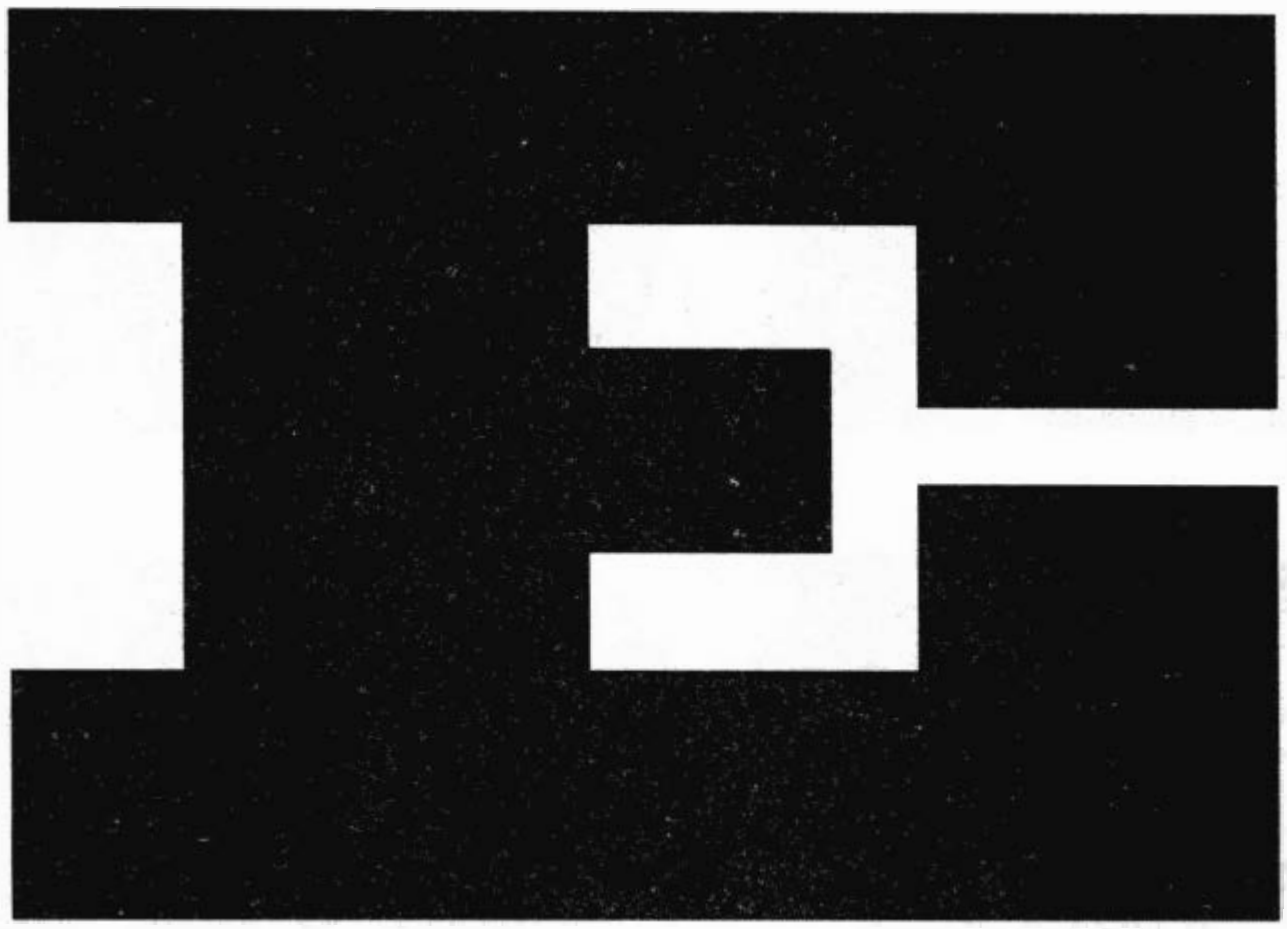
Designed by Jonathan Hoefler and Tobias Frere-Jones, Archer Hairline is a modern typeface with a straightforward appearance, but one that has tiny outbursts of elegance and tiny dots of emotion, only apparent on closer examination. If you are someone who is outwardly composed, but will occasionally run into the bathroom for a quick laugh or a good cry before emerging to the world outwardly composed again, then Archer Hairline is your type.

由乔纳森·赫夫勒和托拜厄斯·弗里尔—琼斯设计，Archer Hairline 是一种现代字体，外观直截了当，但凸显雅致笔画和感性的小圆点的细处，只有凑近仔细观察时才变得明显。如果你有沉着冷静的外在性格，但偶尔会奔进洗手间爆笑一场或者无声流泪之后才回到你外在沉着冷静的世界里去，那么 Archer Hairline 就是你的字型。

我的字体有多流行？在我参加这一测验的之前就有很多人已经做过，最常见的选择是 Dot Matrix（13.3%），[illegible]（11.4%），**universal**（9.9%），Courier（9.7%）和 ***Cooper Black Italic***（9.5%）。而只有 1.6% 的人选择了 **Expanded Antique**。

这样的测验可能会伤及自尊，如果你以前一直以为自己是 Georgia 而弗洛伊德说你是 Souvenir，感觉实在很糟。

自从史蒂夫·乔布斯在他的苹果电脑里面加进一些可供用户选择的字体以来，世界已发生天翻地覆的变化。现如今最基本款的苹果电脑里 Lucida 有二十三种变体，十一种 Gill Sans，以及很多不怎么能见到天日的字体，比如 Haettenschweiler 和 Harrington。而微软视窗用户们同样也不缺字体，



Expanded Antique，是一部分测验者最后选择出的字体。

Windows 7 里面捆绑着好几打一般字体，还有阿拉伯文、泰文和泰米尔文字体。

而如果这些都不对你的口味，自己做一种字体出来的可能性会永远存在。怀着要制作出前无古人之 A 和 G 的耐心，你可以打开任意一种软件程序——TypeTool、FontLab Studio 还有 Fontographer 是最常见的几种——然后履行你的使命。

如果你点击 Fontographer 程序里的「新建字体」，会看到一张网格，上面列出所有你能想到的字符，以及几乎每一种语言里的每一个音调符号。你可以点击「a」，然后网格会打开一个很大的方框。侧边栏有许多帮助你测量、弯曲、缩进、融合、高亮选择、微调渲染的字体调整工具。不过你的任务其实在数百年间从未改变：必须要做出一些美丽且易读的东西来。

米尔顿的 Baby Teeth

我曾问过马修·卡特，计算机是否让字体设计师的日子变得好过一些（你应该还记得，卡特从晚期的古登堡式字模雕刻时代开始做字体，继而历经此后的几乎每种造字工艺，他创造的最成功的数字字体作品是 Verdana 和 Georgia）。他回答说，「有些部分变简单了。但是如果你字体做得不错，也会觉得它变难了。如果你觉得简单，那就应该小心一点。我想那意味着你变懒了」。

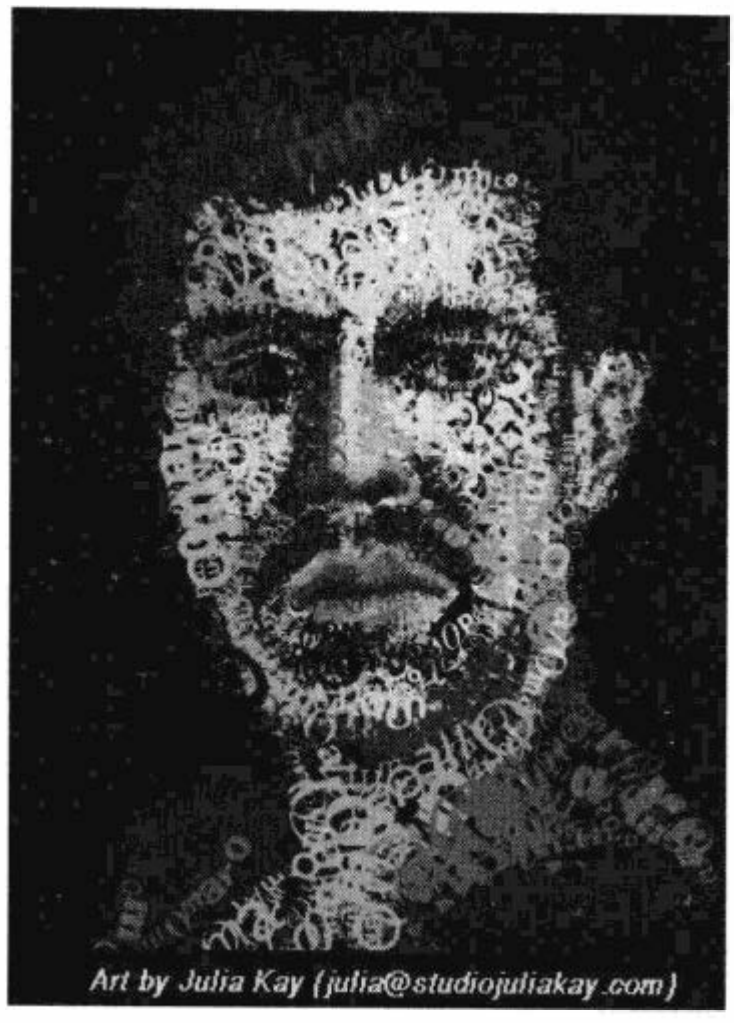
当个人计算机和字体制作软件还在它们的襁褓时代时，卡特与设计师米尔顿·格拉泽（Milton Glaser，设计出 I ❤ New York 徽标，还有手写字体 Baby Teeth 和 Glaser Stencil 的人）在一次字体会议上有过一场争论。「他很固执」，卡特回忆说，「他的观点是，你没办法在计算机上打草稿，你

也没办法画细而淡的线条——一切从计算机里出来的东西都是确定的。我不能说不同意他的看法，不过在计算机上有其他的打草稿的方法。所有的字体设计程序都有些很基本的工具能让你翻转一个轮廓，然后放到其他地方去。而假如我在设计一种字体，并且画好了小写字母 b，那它里面已经有了我可以拿去用在 p 和 q 上的信息。那为什么不干脆就翻转变换它呢？它很快就能完成，而且我可以顺便整理一下工作，解决些问题。如果我做好了小写的 n，我也就有了很多关于 m、h 还有 u 的信息。我为什么不利用它呢？以前用旧的方法设计字体的时候，我也会用这些信息，但那时候要劳累得多。计算机并不是答案，而是助手」。

那到底什么才是答案呢？活字印刷术已出现了五百六十年，为什么我们还没有完工呢？为什么世界上还是有很多严肃认真的人忙着给不同的新字体起个好名字呢？答案藏在另一个问题里面。一九六八年，影响力颇大的平面设计评论《彭罗斯年鉴》（*The Penrose Annual*）问出过一模一样的问题：「我们还没有完事吗？为什么我们还需要这些新字体，比如……Helvetica？」

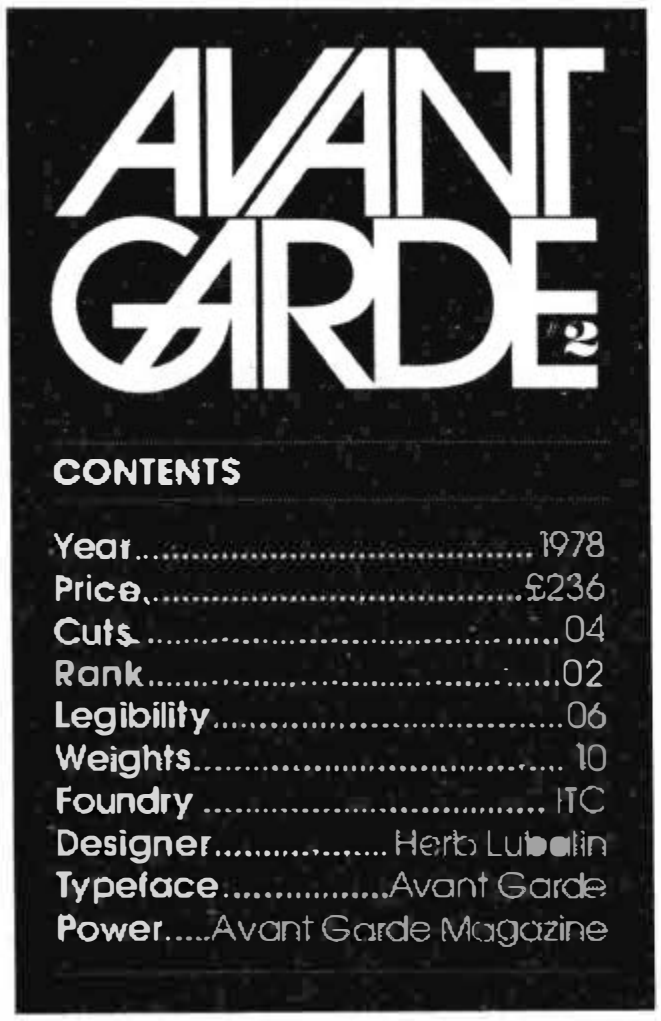
而答案，不论那时候还是现在，都是一样的：因为世界及其内容都处于不断变化之中，我们需要运用新的方式来表达自我。

「我有一整套名叫《为什么要有新字体》的讲座」，马修·卡特补充说，「这是人们问我次数最多的问题。高音萨克斯风上只有三十二个音符，而上帝作证，到目前为止，它们都被演奏过。而字体与此有些相似——我们的切分也越来越细致。而且同时，现在世界上有比历史上任何时候都要多的优秀字体设计师」。



在你崭新的苹果设备上面享受 TypeDrawing 的乐趣

科技发展让我们开始熟悉全新的以及过去很少接触到的字体。黑莓手机有 BlackBerry Alpha Serif、Clarity 和 Millbank 三种字体。亚马逊的 Kindle 使用的是 Monotype Caecillia。而 iPad 上面的字体与其他苹果设备一样多，虽然 iBooks 应用程序提供的字体选择有所限制，却有个很漂亮的应用叫做 TypeDrawing，可以化哪怕最为平淡的字体为神奇；它也许能成为教育儿童们字体知识的工具——一种现代版本的约翰牛印刷套装。你在里面输入一个短句，或者你的名字，然后用你的手指涂抹，这些文字图案就会在屏幕上形成画作。你可以选择颜色、尺寸和字体——从 Academy Engraved LET 到 Zapfino ——而最终的结果将为活字印刷赋予全新意义。



FRANKFURTER

PRICE
£105

YEAR
1970

CUTS
02

RANK
17

WEIGHTS
04

LEGIBILITY
04

DESIGNER
ALAN MEEKS

FOUNDRY
ADOBE

SPECIAL POWER
DUNKIN'DONUTS

foundry typeface
the foundry grey alphabet

designer weights
alan crowell 09

year price
1969 £175

rank cuts
17 07

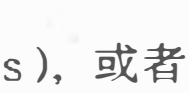
legibility power
07 alan crowell

Typeface _____ *Futura*
Designer _____ *Paul Renner*
Foundry _____ *Adobe*
Year _____ *1927–1928*
Price _____ *£278*
Weights _____ *20*
Rank _____ *04*
Cuts _____ *05*
Legibility _____ *06*
Special Power ___ *Stanley Kubrick*

通过 Type Trumps 了解你的字体

此外你还可以在线玩「Cheese or Font」，一个幼稚无意义而且让人沮丧的游戏，一个名称出现在屏幕上，而你要去猜测它是一种……对，没错，奶酪还是字体。Castellano？ Molbo？ Crillee？ Arvore？ Taleggio？如果想要好好磨炼一下，就去买一套 Type Trumps——儿童卡片游戏[1]的设计师版本，每张字体卡上都标出字体的易认性、字重和特别技能的等级。

接下来你可以在一个叫做「马克斯·克宁」（Max Kerning）的线上人物那里浪费至少五分钟的时间。克宁对于字距微调（kerning）很着迷，这是一种通过修正字母之间留白的比例从而让文字看起来更漂亮的技艺。他操着混合荷兰和德国口音的英语，在金色的针织套头衫下面打着领带，使他看起来像是戴着塑料假发。视频里面有他用吸尘器洗地板，用粘纸滚筒去除袖子上的线头的片段。「清晰的字体是神圣的字体」，他说，「我很在意文字。有些人说我太过在意了。他们对我说，『马克斯，你太严格了！』，只有吊儿郎当的人才会这样讲。当文字排布清楚、留白匀称并且井井有条的时候，也只有这种时候，我才会觉得完美」。

在旧金山市场大街的一间小办公室里面，一个伟大的字体新秀正在电脑屏幕上摆弄一组字母，他探索着未来——或者至少在寻找一些能够支付公司账单的东西。他叫罗德里戈·泽维尔·卡瓦佐斯（Rodrigo Xavier Cavazos），或者简称 RXC，PSY/OPS 字体公司的领袖人物，这家公司设计了像  、RETABLO 和 MARTINI@JOE'S 这样的字体，每一款

① Type Trumps 是一种卡片游戏，通常每套卡片都有一个固定主题，如《星球大战》《神秘博士》等。

都在探索并且启发着字体潜能的边界。

卡瓦佐斯乐于声称如果他没有在设计一款字体，那他一定是在设计另一种字体。他将办公室装修得像一家夜总会里的僻静放松场所，有许多的熔岩灯和软坐垫，以及他所制作的许多字体，凸显出他富有梦想并且略有迷幻的情绪。每张椅子附近都有张小斜桌，像是微型的建筑设计绘图板。我们在上午见面的时候，这些桌椅还都是空的，而到了第二天，PSY/OPS 公司的员工一个个到来，几乎不出声音地将他们的苹果电脑放在小桌子上开始工作，定义着明天的字体。

卡瓦佐斯本人现下四十来岁，在一九九〇年代中期创建了 PSY/OPS 公司，名称源自伪科学传说里的秘密军事宣称和心智操控技术。「字体是一种有力的行为修正工具」，他解释说，「消费者对它视而不见，但对于知道如何应用它们的设计师而言则至高无上」。他最著名的客户当属美国艺电（Electronic Arts，EA），那家知名的电子游戏公司，他为他们制作的一种无衬线字体应用在许多体育游戏之中。那是一种工业式样的，略带学院风格的字体，但公司的多数其他产出都更适合于先锋艺术杂志和文身图鉴。

卡瓦佐斯对于字体的狂热始于童年时代收到的一只「魔法般的」玩具印刷工具。在加利福尼亚艺术学院里面教授字体设计的时候，他试着将自己的这种幼稚的快感传达给学生们，让他们在一张餐巾纸上涂画字母。无奈的是，从这里开始事情就走下坡路了。「涂鸦的许多妙处就在于模糊不清」，他惋惜地说，「当你拿定主意想要把它确定下来的时候，比如某一点的厚度，事情就开始变得乏味。接下来的工作就是灵感的平衡——保持设计的灵魂，同时又要有一个结构良好、可行又可爱的方案」。

ABCDEFGHIJKL

PQRSTUVWXYZ

ÎÕØÜABCDEFGHiJK

QPQRSTUVWXYZÀÅÉ

魔鬼在细节中：Retablo 字体，RXC设计

可是你怎样才能教会一个人制作出一种新的好字体出来呢？一方面是通过着眼于过去——看看 Garamond、Caslon、Baskerville 以及类似的字体。PSY/OPS 办公室的墙上满是传统凸版印刷的招贴画，这是另一种卡瓦佐斯想要教给学生们的艺术。「对于以往出现过的经典字体有一些视觉上的概念十分重要」，他说，「一款经典设计，经过数百年后仍旧是强有力的，这其中必有原因。但是另一方面，这些设计已经做出来了，而你想要做些新的东西。你必须准备好基础结构和一颗诚心，然后把它们跟幼稚的意外组合起来，就能创造出一种活力和一种特别的品质。你需要观察，多看多画。你需要有一

种肌肉感知[1]能力」。

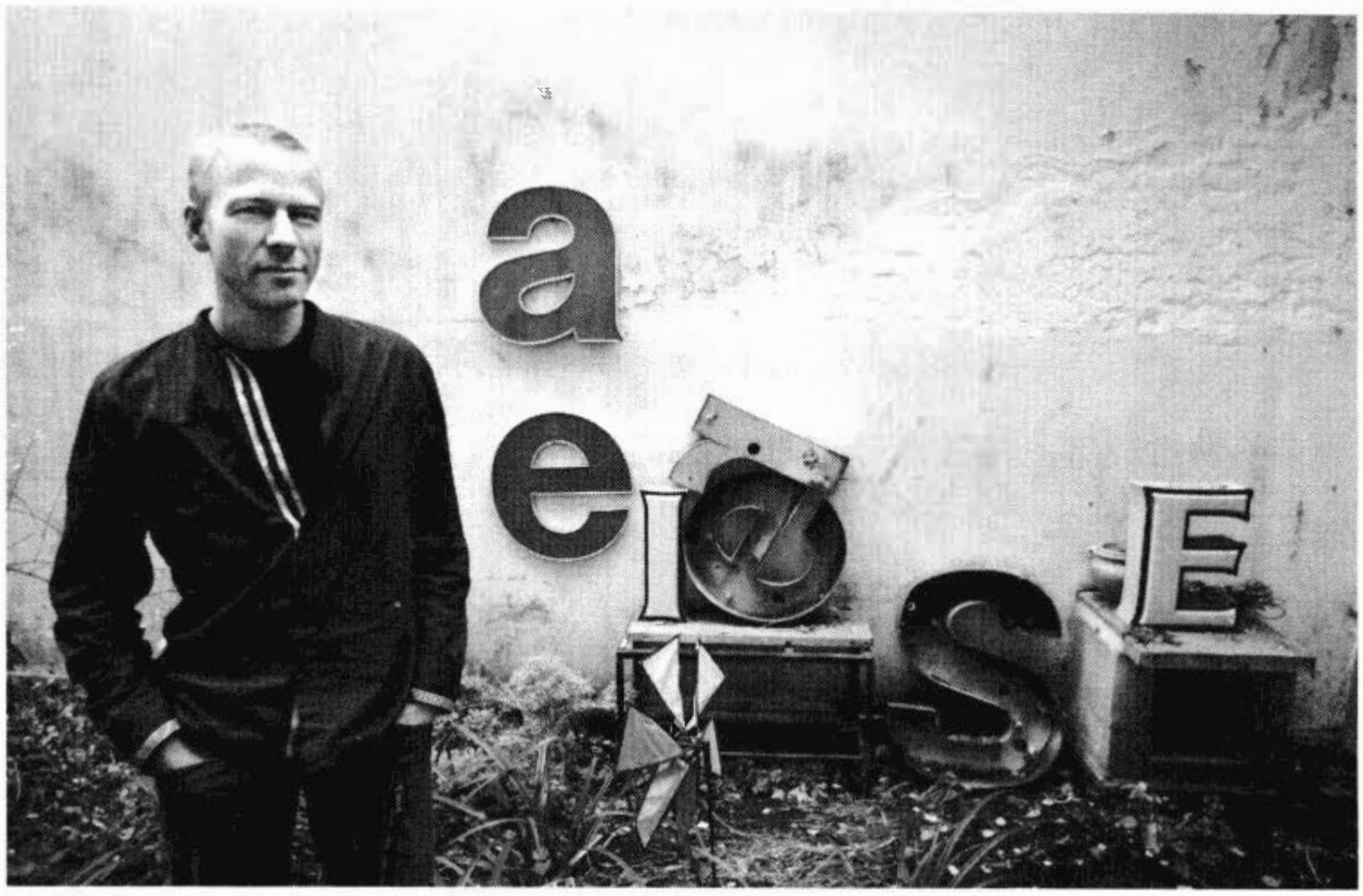
另一块大陆上，其他的设计也正在成型。在柏林的一个花园里，荷兰字体设计师吕克（卡斯）·德·赫罗特（Luc（as）de Groot）告诉我他拼写名字的时候使用括号的原因。他刚过完四十六岁生日，蛋糕还剩下一小块，上面装饰着拼写出他姓名的无衬线体俄国字母饼干。我吃了一块括号，还有字母 a。

德·赫罗特是现代字体设计界的领航人物之一，正在为我们未来十到十五年中所见到的字体奠定基调。他的兴趣从小就产生了：他记得种植并销售郁金香的父亲用 Letraset 的 Baskerville Italic 贴纸来制作他的郁金香球茎特价招牌，也对父亲的高尔夫球打字机感到惊奇——它可以更换文字在纸上出现的样式。他在六岁那年做出了自己的第一款「烂」字体。

大部分的时候德·赫罗特所制作的是我们觉得很有用的字体。他年轻的时候曾经设想过一种字型，也许由符号组成，可以在全世界范围通用于平和、

Jesus Loves You 字体

① Musclesense，大脑对于肌肉所在位置和状态的认知，是肌肉记忆和手眼协调能力的基础。



Luc (as) deGroot，设计了世界上应用最为广泛的字体——当然并不是他身后墙上的 Helvetica 字母……

温暖的沟通，而他直到现在仍旧对这样的想法念念不忘。「我喜欢想象我的字体都带着友好的氛围」，他说，「人文主义风格，有着柔软的曲线，能帮助人们以友善的方式沟通」。

德·赫罗特有许多成名作品。他制作了 Thesis 字体家族，是一整套「字体排印系统」，包括 TheSans、TheSerif 和 TheMix 字体，有繁多的字重，应用范围极广（他说他在许多地方看到过这一组字体，包括保险套、厕纸、肥皂包装盒、波兰的一家银行，还有东德城市开姆尼茨的很多地方）。他重新设计了大众和奥迪的商标，以及德国《明镜》（*Der Spiegel*）周刊的刊头。而他还制作出许多突破限界的字体：比如疯狂而激进的 Jesus Loves

Calibri The quick brown fox jumps over the lazy dog abcdefgABCDEFG

Calibri 统治西方世界——至少目前如此

You［耶稣爱你］字体，带着荆棘和尖刺，或者柔和飘忽的 Nebulas［云］字体，由一堆泡泡构成。

那是在二〇〇二年，德·赫罗特开始着手制作他最重要的作品——而这一设计将成为字体史上的另一个重大变革。他回忆说，他接到一通电话，「有个介绍人邀请我为一个非常机密的客户设计字体。后来我才知道是微软。那感觉真好——我立刻推倒办公室的墙壁，开始重新装修。可惜报酬只是一次性支付的，如果当初我知道他们会这样使用我的字体，那我肯定会要更多钱」。

微软联络德·赫罗特，是要为给刚刚启动的 ClearType 项目设计一些新字体，这项新技术能够增强屏幕显示的清晰度，最初是为了电子书而开发，德·赫罗特为他们制作了 Consolas，一种高度程式化的字体，拥有打字机

式字型如 Courier 般简单清晰的轮廓，却又带着通常不会与这种功利字体联系在一起的温暖和深度。这一字体很快地成为了微软公司 Vista 操作系统的内在组成部分。

但德·赫罗特所设计的下一款字体，Calibri，才产生了最大的影响力。事实上，毫不夸张地说，这一字体改变了大众传播的整体面貌。Calibri 是一种圆润弯曲的无衬线字体，视觉印象卓越；微软在二〇〇七年选中了它，使它不仅仅成为 Word（此前的默认字体是带衬线的 Times New Roman），也成为 Outlook、PowerPoint 和 Excel（此前的默认字体是 Arial）的默认字体。

这使它变成了西方世界应用最为广泛的字体。但是，这也让它成为最好的字体了吗？或是最万能的？乃至最诱人、最令人惊奇，以及最漂亮的字体？当然都没有。那样的字体尚未问世。

尾 注

[1] 珍妮弗·洛佩兹（Jennifer Lopez），波多黎各流行歌手。
[2] 凯莉·米洛（Kylie Minogue），澳大利亚流行歌手。
[3] 理查德·布兰森（Richard Branson），维京（Virgen）公司创始人、英国亿万富翁。
[4] 瑞奇·马丁（Ricky Martin），波多黎各流行歌手，二〇〇一年时尚在走红。
[5] 艾琳·格雷（Eileen Gray，1878—1976年），爱尔兰家具设计师，建筑师。
[6] 西格蒙德·弗洛伊德（Sigmund Freud，1856—1939年），奥地利心理学家。

译后记一

东西网经由「唐茶计划」负责人李如一的推荐找到我翻译这本书的时候，我由衷地感觉到受宠若惊。虽然此前我也译过一些西文字体方面的文章，但是这样长的篇幅还是第一次。我的正职是程序员，翻译只是业余活动，因为担心时间不够，就找来身为 typeisbeautiful.com（TIB）网站供稿人的刘庆帮忙。我们两人一个在德国，一个在日本，经由两位东西网编辑的鼎力协同，历时将近半年，才终于完成这项工程。回想初动笔时还是在寒冬，我去伦敦游玩，走进老牌书店 Foyles，在三楼艺术区赫然发现这本书摆在颇为显眼的位置，而当时我包里正好也揣着一本。那时候觉得书里所写的伦敦奥运还是遥远的事情。

和汽车迷、手表迷、模型迷这样常见的爱好者群体相比，字体迷或许更接近火车迷——在对于火车或者字体有所留意之前，它们都是日常总会接触到，却很少会产生兴趣的东西，只有机缘巧合地了解到来龙去脉，才会变得非常显眼。不过情况渐渐在改变——甚至可以说，欧美已经处在大众字

体审美的启蒙时代：可供选择的数字化字体数不胜数，越来越多的人对于字体的历史产生兴趣，对于其应用有了态度，甚至还有专门为字体拍摄的电影出现。《Just My Type: A Book About Fonts》就是在这样的背景下问世的一本书。作者西蒙·加菲尔德是英国记者兼作家而非专业设计师，此前曾就不同主题——从 Mini 轿车、集邮到职业摔跤——写过一系列书籍，视角自然而平易，所以对日常设计略感兴趣的读者，可以通过这本书轻松地了解字体，以及字体背后的一些故事。有机会的话，建议您不妨读一读原著，毕竟原著有着我远未能尽数转达的流畅与风趣，一种「娓娓道来感」，搭配英国式的淡定与幽默，读来相当引人入胜。而我们译者在中文版里面所能做的，不过是尽量增添一些帮助您理解内容的脚注而已。

感谢东西文库决定翻译这本书；感谢刘庆的毅然入伙；感谢 TIB 网站的创始人陈先生——他同样毕业于伦敦政治经济学院，说起来也算加菲尔德先生的校友——以及曾经在 TIB 发表文章的每位作者；还要感谢我的女朋友尤洋阳，如果译作也可以厚着脸皮献给某人的话，这本书我想献给她；最后，感谢您选择这本书，感谢您读完这些话。

吴涛

2012 年 8 月 23 日

译后记二

其实做一个字体控挺不容易的，如果过分偏执甚至会「不利于身心健康」。不过既然您已经选择读了这本书，恭喜您，已经向这个令业内人士爱恨交加的领域迈出了第一步，而我们很荣幸地成为您的引路人。

其实要做一名翻译更不容易，这一点和字体设计师有着异曲同工之妙。就像书中多名字体设计师所提出的观点一样，尽管表达方式不同但基本意思却惊人地一致：好的字体必须是「透明不可见」的，不能让字体的形式影响了读者对内容的理解。在通常情况下往往很难得到别人的赞许，而一个小疏忽搞砸的话就会成为众矢之的被骂得狗血喷头。翻译又何尝不是如此。

所以，在今年年初收到邀请翻译这本畅销的字体著作时，我着实犹豫了一番，况且我当时还是在摩洛哥出差。但在飞回东京的飞机上开始阅读原著以后，想到如果能把这部书介绍给更多的国内朋友会是多有意思的事，身体里字体控的那部分热血就开始沸腾，回到东京之后立刻回复了邮件决定加入了这个项目。

我们两个译者一个在西半球的德国，一个在东半球的日本，单从这一层面上说，把这本译作放到「东西文库」也可以算是名副其实了。但这并不是我们两个译者的第一次合作，因为之前我们曾在一起为 Type is beautiful（TIB）翻译过日文字体设计师今田先欣一先生的「活字字体的基础讲座」专栏（是的，我们博学多才的吴涛同志还会日语！），对于翻译的一些原则两个人均有一定的默契。而且和吴涛一样，我也不是专职翻译。但是我们都希望能运用自己的一些字体知识尽量准确地将原书的面貌展现给国内的读者。

作为译者，很多时候只恨自己辞不达意，无法把原书作者诙谐的英式幽默以及绝妙的一语双关更好地表达出来，所以不由自主地想多加注释，导致一些章节注释偏多，即便如此也意犹未尽。我们极力推荐果有能力的读者朋友有机会能阅读原著。我还负责统一了书中的一些术语和专有名词的译音。西文字体设计的很多概念到现在也没有的定译，而活字印刷排版作为一项上千年历史的古老工艺，也有很多传统的称呼和用法需要尊重；一些重要人物和设施名称由于来自欧洲各地，语源来自法德意大利语，所以我们在书中最终选用的用法，可能不是最公认的译法和称呼，但都是我们认为较为准确，并能为大多数读者理解的用法。这和我们在 TIB 所倡导的精神是一致的，也希望可以抛砖引玉。

试想十年前自己做翻译的时候，曾经为一个词的确切翻译去找出图书馆里灰尘最厚的一部辞典；而现在轻轻敲打一下键盘就可以从互联网上查到大洋彼岸的资料。也正因有了网络才能让身在德国和日本的两个译者能够和北京的编辑们及时沟通，现在整部译作的编辑校正都是在云上完成的，让这部译作的成书本身就成为一次非常绝妙的体验。

非常感谢东西文库的编辑大人们和吴涛，以及 TIB 的诸位朋友，非常感谢大家对我的支持和信任以及在成书过程中提出的各种宝贵意见和建议。我还要感谢日本朋友武藤真一，没有他的支持我是没有办法挤出时间完成译作的。如果可以的话，我想把此书献给我的父母，因为身在国外的我能和父母在一起的时间非常有限，就以这本小书来表示我对他们的一些愧疚。

感谢读者朋友能选择这本书，如果您觉得有趣，请把此书推荐给您的朋友。因为我们相信，只要有更多朋友加入到字体爱好者的行列来，我们的生活就可以变得更美好一些。

刘庆

2012 年 8 月 31 日于东京

方正字库字体样张

全球最大的中文字体厂商，30多年来始终致力于开发品质精良、面向现代印刷及媒幕显示的中文字体产品。近年开发的兰亭黑系列、雅宋系列、正黑系列、兰亭宋、博雅宋等更是获得业内赞誉。

宋体

方正报宋
方正博雅宋
方正粗宋
方正大标宋
方正风雅宋
方正晶宋
方正兰亭宋
方正书宋
方正宋黑
方正宋一
方正宋三
方正小标宋
方正新报宋
方正新书宋
方正新秀丽
方正特雅宋
方正粗雅宋
方正中雅宋
方正准雅宋
方正粗雅宋长
方正粗雅宋扁
方正博雅方刊宋
方正博雅刊宋
方正兰亭刊宋
方正润扁宋
方正仿宋

黑体

方正粗黑
方正粗黑宋
方正大黑
方正黑体
方正超粗黑
方正兰亭刊黑
方正兰亭特黑
方正兰亭大黑
方正兰亭粗黑
方正兰亭中粗黑
方正兰亭中黑
方正兰亭准黑
方正兰亭黑
方正兰亭细黑
方正兰亭纤黑
方正兰亭超细黑
方正兰亭黑长
方正兰亭黑扁
方正兰亭特黑长
方正兰亭特黑扁
方正平黑
方正细等线
方正细黑一
方正行黑
方正幼线
方正粗圆
方正准圆
方正细圆
方正韵动特黑
方正韵动粗黑
方正韵动中黑
方正中等线

楷书

方正北魏楷书
方正古隶
方正汉简
方正华隶
方正黄草
方正静蕾体
方正楷体
方正康体
方正大草
方正隶变
方正隶二
方正隶书
方正喵呜体
方正平和
方正启迪
方正启体
方正瘦金书
方正舒体
方正苏新诗柳楷
方正铁筋隶书
方正魏碑
方正祥隶
方正小篆
方正新舒体
方正行楷
方正硬笔楷书
方正中楷
方正宋刻本秀楷
方正清刻本悦宋
方正粗楷
方正大魏
方正盛世楷书

创意

方正彩云
方正粗活意
方正特粗光辉
方正汉真广标
方正琥珀
方正剑休
方正剪纸
方正卡通
方正流行
方正胖头鱼
方正胖娃
方正粗倩
方正中倩
方正细倩
方正少儿
方正水黑
方正水柱
方正细珊瑚
方正悬针篆变
方正姚体
方正艺黑
方正意趣汉体
方正毡笔黑
方正稚艺
方正美黑简体
方正青铜体
方正正大黑
方正正粗黑
方正正中黑
方正正准黑
方正正黑
方正正纤黑
方正品尚粗黑
方正品尚中黑
方正品尚准黑
方正品尚黑
方正品尚细黑
方正品尚纤黑
方正经黑
方正经黑手写
方正点阵冯
方正矢量冯
方正大水云
方正粗水云
方正中水云
方正准水云
方正水云
方正细水云
方正纤水云
方正川顺工
方正祺博稿
方正细谭黑
方正像素12
方正像素14
方正像素16
方正像素18
方正像素24

字迹

方正字迹 冯金城
方正字迹 吕建德行楷
方正字迹 童体毛笔
方正字迹 童体硬笔
方正字迹 曾正国楷体
方正字迹 张颖硬笔书法
方正字迹 佩安体
方正字迹 典雅楷体
方正字迹 潇洒隶书
方正字迹 豪放行书
方正字迹 杜慧田毛笔
方正字迹 杜慧田硬笔
方正字迹 叶根友特楷
方正字迹 邹戎夜金书
方正字迹 西乐硬笔
方正字迹 邢体隶一
方正字迹 邢体隶二
方正字迹 李太平板隶
方正字迹 仲君色装体
方正字迹 詹辰清酒体

Type is Beautiful

Type is Beautiful 网站诞生于 2007 年。从西方文字设计开始，内容逐渐涉及排版、印刷、公共设计、设计文化等方面，力图向中文读者介绍并一同探讨「文字」这一设计文化的核心概念。

自创建迄今，网站获得过很多朋友的关心和支持，也吸引到众多身处世界各地的中文作者，一同添砖加瓦。从平面设计师到程序开发人员，从业余爱好者到专业教师，他们是 Type is Beautiful 赖以生存和成长的力量。本书的译者吴涛 (Metaphox) 和刘庆 (Eric Liu) 就是其中两位重要成员。

近年来，执着于优秀文字设计的苹果公司大获成功、宜家更换字体引发的反弹、乃至 Helvetica 和 Comic Sans 等明星字体的小众轶事走向大众媒体，都使西方公众逐渐开始认识字体、了解文字设计，这本针对公众兴趣顺势而生的优秀入门读物《Just My Type》也因此广受欢迎。故此能够参与《字体故事》一书的翻译出版工作，我们深感欣慰。

致力于推广字体和设计文化的我们，由衷地感谢「东西文库」、电子工业出版社及每位参与人员为该书的出版作出的努力。除了两位译者，Type is Beautiful 的几位同事也为《字体故事》一书的翻译和审稿工作提出了意见和建议。

我们真诚地希望《字体故事》的出版能够为字体和文字设计带来更多的认识和理解。

Type is Beautiful 是一个关于文字设计的网站。
我们关注的话题包括字体、印刷、排版以及相关的平面设计和文化内容。

⌘ typeisbeautiful.com