

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2012.03.017

# 美国《时代》周刊封面设计风格的演变

褚梦茜

(湖南工业大学 包装艺术设计学院, 湖南 株洲 412007)

**摘要:** 美国《时代》周刊自1923年创办至今,其封面设计风格历经演变:20世纪20年代至40年代,受现代主义设计思潮影响而具有朴素、保守、严谨之风格;20世纪50年代至70年代受到国际主义平面设计风格影响而形成了理性、刻板与现代之风格;20世纪80年代至21世纪初,信息时代使设计呈现出多元化发展的趋势,从受里特罗设计影响而具有装饰主义风格,到应用计算机技术进行图形创意表现的趣味性概念化风格,再到2007改版后的崇尚复古怀旧的简约风格。美国《时代》周刊在封面设计风格的演变中不断完善,并形成了个性鲜明的品牌封面特色。作为时代价值的标签,《时代》周刊的封面将是任何杂志都无法复制的。

**关键词:** 《时代》周刊;封面设计;风格演变

中图分类号: TS881

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2012)03-0077-06

## The Evolution in U.S. *Time* Magazine Cover Design Style

Chu Mengqian

(School of Packaging Design and Art, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

**Abstract:** Since *Time* magazine was launched in 1923, the style of its cover design has gone through many stages, which include: simple, conservative and rigorous style during 1920s—40s influenced by modernist design; rational, stereotyped and modern style during 1950s—70s influenced by the internationalism graphic design; the style of diversification because of the development of the information age, the style full of decorative features and the style of fun and conceptualization supported by computer technology in graphical creative expression during 1980s to the early 21<sup>st</sup> century. The style of simplicity and retro nostalgia are advocated after the magazine being revised in 2007. With the continuous developments in *Time* magazine cover design style, it forms a distinctive brand. As the label of its value, *Time* magazine cover will be the one that none of other magazines could copy.

**Key words** *Time* magazine; cover design; evolution of the style

## 0 引言

创办于1923年的《时代》周刊作为美国最具影响力的新闻周刊,有着世界“史库”之称。《时代》

周刊的成功不仅取决于其拥有一支训练有素的资深编辑队伍以及高超的营销策略,更为重要的是它具备一套个性鲜明、极具品牌文化内涵的封面视觉识别系统(vision identify system, VIS)<sup>[1]</sup>。杂志的

收稿日期: 2012-05-21

作者简介: 褚梦茜(1987-),女,湖南长沙人,湖南工业大学硕士生,主要研究方向为视觉传达及应用,

E-mail: 49627163@qq.com

封面设计是一份杂志能否成功的决定性因素。处于视觉社会的人们在购买杂志时大都会以封面为起点,完成一个被称之为“四个我”的过程:看到我,拿起我,翻开我以及买下我<sup>[2]</sup>。因此作为卖点的封面图片必须直接将读者引向封面标题,然后才是读者所关注的内容目录。当读者翻开杂志确定内容和封面以及目录是一致的,就会决定是否购买这份杂志。《时代》周刊便是以其标准化、专业化的视觉识别系统打造出了独一无二的封面品牌特色,从而得到社会公众的认同。

对于一份杂志来说,其封面设计风格的不断演变可以反映不同时代的特征。读者如果将《时代》周刊自创刊至今的封面浏览一遍,就会发现自己仿佛很快回顾了一遍世界历史。从独领风骚的封面人物到极富张力和情感的线条,再到对比强烈的色彩以及层次分明的画面,《时代》周刊的封面设计在不断地变换着风格,但在其演变过程中却始终强调整体视觉冲击效果的形成,且保持其独有的设计符号与视觉感受<sup>[3]</sup>。《时代》周刊封面设计风格的演变体现了各个时代的政治、经济、文化特征,同时也反映了各时代的设计思潮和风格流派。

《时代》周刊封面设计风格的演变经历了3个阶段:早期受现代主义设计思潮影响,形成了朴素、保守与严谨的风格;20世纪中期受国际主义为主流的思潮影响,形成了理性、刻板与现代的风格;20世纪80年代后,随着信息时代的到来,设计向多元化发展,从而使《时代》周刊封面设计日趋概念化而呈现出简约的风格。

## 1 20世纪20—40年代:朴素、保守、严谨

早期的《时代》周刊封面受20世纪初期的现代主义设计思潮的影响,形式上提倡非装饰的简单几何造型,强调突出功能特征。在这样的设计理念指导下,20世纪20年代的《时代》周刊封面设计构图呈现出单一化倾向。

由于当时的印刷水平有限,20世纪20年代《时代》周刊的封面以黑白图片为主,封面多以单个人物的头像来诠释该期期刊的主题,人物图像多为半侧脸头像,文字版式较为单一,刊名占据了刊头的大部分空间,封面两边的经典纹案对单一的网格排版稍微起到修饰的作用,整幅画面被粗细一致的线条分割成若干区域(如图1所示,图片来源于<http://news.hexun.com/2011-12-16/136400347.html>,下同)。



a) 约瑟夫·葛尼·坎农

b) 吴佩孚

图1 现代主义设计风格

Fig. 1 Modernist design style

直至1927年,《时代》周刊封面加上了经典的红色边框(如图2所示),这一特征成为了它最为世人熟识的代表性标志,平直红色实线边框让整个封面更具立体感和空间感。在《时代》周刊的第一个10 a内,其封面版式始终遵循现代主义设计思潮所强调的“功能第一,形式第二”的设计理念,保持了朴素严谨的风格。



图2 红色边框标志

Fig. 2 Red border pattern

20世纪30年代,美国的通俗文化十分繁荣,这使得设计与大众文化的联系变得更为密切。受到“装饰艺术运动”的影响,《时代》周刊封面设计形成了色彩鲜明而强烈的特征(如图3所示)。



a) 海尔·塞拉西一世

b) 蒋介石与宋美龄

图3 装饰主义风格

Fig. 3 Art deco style

这一特征多体现在封面人物图片的甄选上。1935年,领导军民抗击墨索里尼统治下的法西斯意大利王国侵略的埃塞俄比亚“末代皇帝”海尔·塞拉西,被评选为当年度《时代》风云人物。1931年,“九一八”事变爆发,日本开始了对中国的侵略,战争硝

烟顿时弥漫整个东北。在这一背景下,1931年10月26日出版的《时代》,选择蒋介石和宋美龄夫妇作为这期杂志的封面人物。图片中鲜艳色彩的应用使其版面的构图和装饰变得更加细致。

1938年,《时代》周刊取消了封面的经典纹案,这一变化完全是为了迎合“装饰主义”所追求的“趋于几何但又不过分强调对称”的设计理念的结果。从整体上看,画面少了线条切割所造成的沉闷与刻板,整个画面几乎由抽象的点线面所构成,画面构成元素之间所形成的相互关系使得版面风格更为清新明了,如图4所示。



图4 清新明了的画面

Fig. 4 Fresh and clear picture

20世纪40年代的《时代》周刊封面设计,继续沿用了早期刊名和红色边框以及版式的设计,但在其封面人物图片的处理上更加迎合以单纯易认为目标的国际主义平面设计风格。它不再是以单幅的人物肖像图片出现,而是在其肖像的背景元素上做了不少改进。比如,在画面背景上加进了与人物主题相关的元素,整幅方框图片更为清晰地传达出了该期内容的主题信息,这是一种极具功能性和表现性的视觉传达设计手法(如图5所示)。如图5a中所示翔鹰元素的使用,突出了马歇尔将军作为一名国家管理者的伟岸形象。图5b则表达了杜鲁门在总统任期内对日本使用原子弹而使第二次世界大战迅速结束这一主题。



a) 乔治·马歇尔

b) 哈利·S·杜鲁门

图5 国际主义平面设计风格

Fig. 5 Style of the internationalist graphic design

在《时代》周刊创办的第一个30年里,作为一份新兴杂志,它深受现代主义设计思潮的影响,封面设计尽管存在一定的单一化倾向,但始终基于对功

能、非装饰、经济的考虑,遵循传统的封面装帧设计理念,保持了朴素严谨的设计风格。

## 2 20世纪50—70年代:理性、刻板、现代

第二次世界大战后,作为竞争手段的商标等企业识别系统,常被用来提高销售从而创造高额利润,因此,20世纪50年代的《时代》周刊封面不得不在竞争激烈的美国市场上更加重视“形式追求市场”的设计原则。为了迎合市场需求,《时代》周刊封面一改往日笨拙的方框式图片处理的手法,采用效果强烈的单张精彩图片,使得版面风格更为大气,同时呈现出流畅的视觉特点。图片中除人物肖像外,其他的辅助元素符号基本趋于抽象化与概念化处理,只是借象征符号的运用来加强读者对社会事件的联想。如图6所示,这是一张1950年的《时代》周刊封面,该封面表现的是获选当年年度人物的韩战中的美国战士。该设计首次表现“抽象”概念,单张的精彩图片上呈现一贯沿用的“TIME”标题和经典红色边框,远远看去整个封面像是一个窗口,丰富精彩的内容全都聚集在这个窗口内,富有极强的暗示性和隐喻性,在极富张力的同时,有着抒情的意味。此时的《时代》周刊封面更加突出了杂志对于品牌化的追求,以适应更多的消费者需求。



图6 美国战士

Fig. 6 American Soldier

20世纪60年代,由于竞争对手的强大和创刊人鲁斯的思想越来越趋于保守,《时代》周刊逐渐被一种衰老之气所困扰。时代已经变化,然而《时代》周刊却缺乏应变。由于编者力不从心,所以这一时期的《时代》周刊封面设计,未能实现风格上的突破与创新,而是继续保持着国际主义风格的单调面貌,从而导致销售业绩平平,无数其他热门新闻周刊快速地掠夺《时代》的读者与广告商。

随后的办刊者意识到,20世纪50—60年代的设计为形式而形式的设计原则已经无法完全适应时代的发展。20世纪70年代的人们更热衷于对艺术表现的追求,所以这一时期的《时代》周刊封面设计注重设计与艺术的结合,早期的写实插图风格从此被更具抽象性和象征性的图形所取代。这一变化,使



其封面设计的视觉形象不再是图解的新闻事件,而是演变为具有强烈抽象性与象征性风格的现代设计作品(如图7所示)。



a) R·尼克松与 H·基辛格 b) 理查德·尼克松



c) 维利·勃兰特 d) 美国中产阶级

图7 象征性与抽象化风格

Fig. 7 Style of symbolism and abstract

这一时期的《时代》周刊封面除了注重平面设计和艺术的结合,也力求表达平面设计的感性效果。图7a为1970年的年度封面人物,该封面设计采用象征性手法来表达人物特性所传达的主题理念,坚硬的石块人物雕塑形象地诠释出理查德·尼克松与亨利·基辛格这两位风格迥异、却都好斗而充满野心的政治家在权力角逐中的暗战。图7b所示为1971年的年度封面人物,即被胶带封满全脸的美国总统尼克松人物头像,通过该人物形象设计,象征性地批评了美国在越战与冷战策略上的重大失误。20世纪70年代,《时代》周刊在封面上增加了“MEN OF THE YEAR”的字样作为副标题,与早期相比显得更为大气,在版式空间上体现出的视觉效果更强烈。构图形式上的多变取代了早期斜式排版的单调,色彩的选用多以明黄、大红为主,显得非常鲜艳(如图7c~d所示)。这样的刊名和形式多变的副标题以及象征性图片的组合,使得20世纪70年代《时代》周刊封面设计的风格具有自由活泼的特点,此时的《时代》周刊渐渐恢复了生气。

20世纪中期的《时代》周刊封面设计风格,在国际主义风格的引领下坚持“形式追求市场”的设

计原则,早期呈现出与现代主义所倡导的功能至上背道而驰的形式主义风格,力图通过简单的网络结构和近乎标准化的版面格式,达到设计上的统一性。这种流于程式,且比较刻板的风格往往给人一种千篇一律、单调、缺乏情调的设计感受。但是由于采用方格网为设计基础,而在方格网上的各种平面的排版方式基本上是采用非对称式的,从字体到图片和标志,都被规范地安排在这个框架中,所以简单的纵横结构加上简明的无饰字体,使得封面具有简明而准确的视觉特点。这样的封面设计风格,对于日趋国际化市场的《时代》周刊来说,非常有利于其达到全球化传播的目的,特别是20世纪70年代具有强烈现代内容的象征性表现风格,更进一步体现出了《时代》周刊的品牌特色<sup>[2]</sup>。

### 3 20世纪80年代至今:装饰、多元、简洁

在20世纪80年代,美国纽约出现了以古典或复古为核心的装饰主义新平面设计风格,或称为后现代主义装饰风格,因为是里特罗所倡导的,所以也称为“里特罗风格”。里特罗的设计以古典复古为核心装饰形式,注重古典成分和历史装饰风格的运用。他往往使用各种不同的字体、图案进行混合,同时也用大小不一的字体进行混合;讲究色彩细节的微妙变化;注重版面编排的主体性、描绘性和表现性<sup>[4]</sup>。里特罗风格对书籍装帧的影响较大,《时代》周刊就深受其影响。

这一时期的《时代》周刊继续在强大竞争对手的夹击下生存,它试图通过更具装饰特点的风格来使封面设计焕然一新,而这正是受到了里特罗风格的影响。与早期相比,这一时期《时代》周刊的封面更为紧凑的刊名粗字体映衬在副标题之下,让封面的刊头部分产生独特的视觉效果,对比强烈的色彩使得画面层次分明(如图8所示)。图8a所示为1982年《时代》周刊年度封面人物,该图像首次以非人物出现,人物被计算机所替代。《时代》周刊改变了以往以人物作为关注对象的做法,用独特的视角记录着历史发展的脚步。图8b所示为1984年的年度封面人物,在设计上采用了极具装饰性的元素,并通过多变的色彩层次带给读者不同的心理感受。这种极具装饰特点的风格是对20世纪20—60年代沉闷、理性、刻板的现代主义和国际主义风格的反叛,装饰主义影响下的、具有强烈现代感的封面设计,使得《时代》周刊完全摆脱了现代主义与国际主义风格造成的单调面貌。

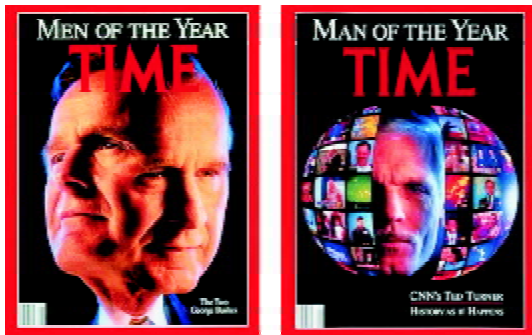


a) 1982 年度封面人物 b) 1984 年度封面人物

图8 里特罗风格

Fig. 8 Ritero style

进入20世纪90年代后,随着计算机技术的飞速发展,数字化技术广泛应用于平面设计中,图书封面设计的手段发生了很大变化。《时代》周刊也顺应时代的发展,应用计算机技术进行封面辅助设计。借助计算机进行辅助设计不仅具有快捷性的特点,而且使得封面设计风格呈现出趣味性、概念化的趋势。特别是在图形的创意上,计算机技术的应用已成了《时代》周刊封面设计风格演变的主流方向,之后的许多封面都体现了这一特点,如图9所示。



a) 乔治·H·W·布什 b) 特德·特纳

图9 趣味性与概念化风格

Fig. 9 Style of fun and conceptualization

图9a为1990年度封面人物,封面表现的是“双面”布什人物头像。图9b表现的是1991年度封面人物——“传媒巨头”特德特纳,该封面设计借用地球元素来表达“传媒巨头”特德特纳对世界的影响力。这2幅封面的创意图形都是通过计算机所提供的灵巧拼合形象功能表现出来的,这种技术的应用使得封面图片更便于诠释作品的内涵。这时期的封面刊名“TIME”字样在刊头的面积稍有加大,字样风格稳重大气,结合经典的红色平直实线边框,突出了《时代》周刊对主题报道的尖锐与深刻。

1992年,《时代》周刊的封面进行了改版,新版的《时代》周刊封面除了具备以往强烈的商业目的外,

更增添了封面图片的趣味性,以迎合青年一代的读者。如图10所示为1992年2月10日的《时代》周刊封面,该封面设计将日本国旗和美国国旗的一角拼接在一起,形成一个完整的版面,传达的信息是:美国与日本是两个关系密切的强国,美国是第一,而日本则是在其帮助下成为了第二。这一封面让读者对20世纪90年代初爆发的大规模贸易战产生趣味性的反思:在和平时期,美日之间究竟该如何处理两国关系。



图10 美日关系

Fig. 10 US-Japan relation

进入21世纪,随着全球化营销策略的铺开,《时代》周刊的选题思路也表现出其全球化视野。人物群像与合影的图片形式在封面上逐渐增多,如图11所示,图11a为2005年度封面人物——美国士兵,图11b为2005年度封面人物——乐善好施的撒玛利亚人:波诺、比尔·盖茨及梅琳达·盖茨。



a) 美国士兵 b) 乐善好施的撒玛利亚人

图11 群像与合影封面人物

Fig. 11 The Cover of Group Photos

2006年,《时代》周刊的年度封面人物更是选择了一个不断急剧增长的社会群体——网民(如图12a所示)。其封面设计通过对一台电脑的展现以及视觉正中心的一个大“You”,极其形象地隐喻了“新数字民主社会”的主人翁——网民,对当代艺术、政治和商业文化的改变。正如某些评论所指出的:在全球化媒体中展现激情,缔造新数字时代民主,不求回报地工作,以自己的游戏规



图12 “你”

Fig. 12 “You”



则鞭答那些看上去是正面的新闻,无偿地提供内容并在职业人士的领域中击败专业媒体人士,你,就是2006《时代》周刊年度人物<sup>[5]</sup>。

2007年,《时代》周刊又一次进行了改版,画面版式趋向怀旧复古,改版后的封面呈现出一种清新简洁的风格,如图13所示。为了让读者产生更加轻松的视觉效果,新的封面设计在版面上留白空间增多,新闻图片比以往占有更大篇幅,标题字体也随之变大。改版后的封面设计虽然趋向于怀旧复古,但并不拒绝现代数字技术的辅助。如图13b所示,封面人物里根脸上流下的那行眼泪,正是通过“技术处理”的手段合成的,这种处理使之成为更能吸引读者眼球的封面图片。



a) 弗拉基米尔·普京 b) 罗纳德·W·里根

图13 复古怀旧的简约风格

Fig. 13 Simplicity and retro nostalgia style

纵观近30年来美国《时代》周刊封面设计的风格演变,从20世纪80年代初期受里特罗设计影响而具有装饰特点的风格,到20世纪90年代对图形创意表现的趣味性、概念化风格,再到2007年改版后的崇尚复古怀旧的简约风格,其阶段性的演变始终基于飞速发展的信息时代中的设计多元化趋势。

## 4 结语

《时代》周刊封面发展至今,以一种特有的符号化设计与“TIME”标题和红色边框的构成,明确地将其品牌所具有的独特性传递给受众<sup>[6]</sup>。在保持封面设计的稳定延续性的同时,风格的演变始终强调变与不变对立统一关系的处理。尽管《时代》周刊在各时期所受的设计思潮和社会影响有所不同,但是堪称“封面”经典元素的整体布局、刊名、主色始终作为体现《时代》风格的要素而被保留并延续。而那些随时代变迁同样在不断变化的图片内容、构图、

色彩及文字,才是保持其独特魅力的个性化和风格化的体现。美国《时代》周刊在封面设计风格的演变中不断完善,形成了个性鲜明的品牌封面特色。作为时代价值的标签,《时代》周刊的封面将是任何杂志都无法复制的品牌。

## 参考文献:

- [1] 许建华. 美国《时代》周刊封面设计的品牌特色[J]. 西南民族大学学报: 人文社科版, 2007(10): 167-170.  
Xu Jianhua. Brand Characteristics of the U S Time Magazine Cover Design[J]. Journal of Southwest University for Nationalities: Humanities and Social Science, 2007(10): 167-170.
- [2] [佚名]. 期刊杂志设计探讨[EB/OL]. [2012-03-21]. <http://www.xslunwen.com/lw/chunyishuleisheyinying/201111694.html>.  
[Anon]. Discussion on the Design of Journals[EB/OL]. [2012-03-21]. <http://www.xslunwen.com/lw/chunyishuleisheyinying/201111694.html>.
- [3] 王新桃, 周园. 科技期刊封面装帧设计的美学嬗变: 从《食品与机械》杂志封面的演变谈起[J]. 食品与机械, 2008, 24(3): 126-127.  
Wang Xintao, Zhou Yuan. Science and Technology Journal Cover Graphic Design Aesthetic Transmutation: Talk about the Evolution of the Magazine Covers from the Food and Machinery[J]. Food & Machinery, 2008, 24(3): 126-127.
- [4] [佚名]. 平面设计中的后现代主义[EB/OL]. [2012-03-21]. [http://blog.tianya.cn/blogger/post\\_read.asp?BlogID=3173489&PostID=27398118](http://blog.tianya.cn/blogger/post_read.asp?BlogID=3173489&PostID=27398118).  
[Anon]. Postmodernism in Graphic Design [EB/OL]. [2012-03-21]. [http://blog.tianya.cn/blogger/post\\_read.asp?BlogID=3173489&PostID=27398118](http://blog.tianya.cn/blogger/post_read.asp?BlogID=3173489&PostID=27398118).
- [5] [佚名]. 封面文章: “你”当选《时代》周刊2006年度人物[EB/OL]. [2012-03-21]. <http://news.163.com/06/1217/16/32IBPAD50001121M.html>.  
[Anon]. Cover Story: "You" Elected Time Magazine Person of the Year 2006[EB/OL]. [2012-03-21]. <http://news.163.com/06/1217/16/32IBPAD50001121M.html>.
- [6] 蔡嘉清, 高翔. 《时代》的密码: 杂志封面设计的符号化解读[J]. 广告大观, 2006(7): 67-69.  
Cai Jiaqing, Gao Xiang. Symbolic Interpretation of the Password of the Time: The Magazine Cover Design[J]. Advertising Panorama, 2006(7): 67-69.

(责任编辑: 蔡燕飞)