



The Graphic Designer's Electronic-Media Manual

給平面設計師的求生手冊

數位設計視覺原理剖析

iPad × iPhone × Android × Mac × PC Websites 多媒體設計概念適用



40位國際級設計師
80個世界知名品牌跨界設計實例
第一本數位設計應用全書

傑森·岑蘭堤斯 Jason Tselentis | 著

林潔盈 Thelma Lin | 譯

傑森・岑蘭堤斯 (Jason Tselentis)

給平面設計師的求生手冊 數位設計視覺原理剖析

iPad x iPhone x Android x Mac x PC Websites
多媒體設計概念適用

作者 傑森・岑蘭堤斯 Jason Tselentis
譯者 林潔盈 Thelma Lin
責任編輯 朱明璇 Ellery Chu, Editor
主編 林怡君 Ariel Lin, Managing Editor
資深編輯 黃薇潔 Amber Huang, Senior Editor
特約編輯 洪人傑 Ren-Jie Hong

封面設計 羅雲高 Loui Lo
美術編輯 陳玫郁 Maggie Chan

版權副理 朱明璇 Ellery Chu, Foreign Copyright Deputy Manager

行銷主任 洪聖妮 Sany Hung, Marketing Deputy Manager
資深行銷專員 李雯婷 Sandra Lee, Senior Marketing Specialist
行銷專員 林婉怡 Doris Lin, Marketing Specialist

社長 王嘉麟 George Wang, President
總經理 吳濱伶 Stevie Wu, Managing Director
首席執行長 何飛鵬 Fei-Peng Ho, CEO

出版 城邦文化事業股份有限公司
Published By Cite Publishing Limited

發行 英屬蓋曼群島家庭傳媒股份有限公司城邦分公司
Distributed by Home Media Group Limited Cite Branch
地址 104 台北市民生東路二段141號7樓
7F No. 141 Sec. 2 Minsheng E. Rd. Taipei 104 Taiwan

電話 +886(02)2518-1133
傳真 +886(02)2500-1902
E-mail photo@cph.com.tw
讀者服務專線 0800-020-299 周一至周五 9:30-12:00、13:30-17:00
讀者服務傳 (02)2517-0999、(02)2517-9666
城邦書店 104 台北市民生東路二段141號1樓
電話：(02)2500-1919 營業時間：09:00-20:30

ISBN 978-986-306-087-1
版次 2013年7月初版
定價 新台幣620元 港幣207元

Dedicated to HEATHER TSELENTIS

給平面設計師的求生手冊
數位設計視覺原理剖析

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

給平面設計師的求生手冊 / 傑森・岑蘭堤斯 (Jason Tselentis) 著 ; 林潔盈譯. -- 初版. -- 臺北市 : 城邦文化出版 : 家庭傳媒城邦分公司發行, 2013.07
面 ; 公分
譯自 : The graphic designer's electronic-media manual : how to apply visual design principles to engage users on desktop, tablet, and mobile websites
ISBN 978-986-306-087-1 (平裝)

1. 平面設計

964 102003386

Printed in China 著作版權所有，翻印必究

First published in the United States of America by Rockport Publishers, a member of Quayside Publishing Group. All rights reserved.

目次

前言：對電子媒體的省思.....006

引言：十二大基本法則.....009

1. 認識素材
2. 認識觀眾
3. 了解工作範圍
4. 了解最終生產過程
5. 折線
6. 適用性
7. 打草稿
8. 字體與圖像
9. 使用網格
10. 對比、對比、對比
11. 統一介面
12. 介面多元化

第一章：數位領域	022	第四章：字型學	114	第七章：線上品牌	224
線上體驗.....	024	字體入門.....	116	品牌之基本概念.....	226
使用者.....	030	排列與大小.....	122	外觀與感覺.....	228
互動性.....	034	字體設計.....	128	品牌認同.....	233
瀏覽與隱喻.....	036	細微差異.....	140		
				附錄	246
第二章：設計管理	050	第五章：色彩與圖案	158	辭彙表.....	246
團隊角色.....	052	色彩的視覺與創作原理.....	160	參考書目.....	249
設計程序.....	054	色彩的運用.....	170	設計單位名錄.....	250
結構與序列.....	058	紋理與圖案.....	176	索引.....	251
概念與測試.....	066	視覺特性.....	181		
第三章：螢幕尺寸與排版	072	第六章：圖像與插畫	192		
螢幕尺寸.....	074	圖像模態.....	194		
構圖之基本概念.....	080	想像的世界.....	198		
構圖工具.....	090	圖像的語彙.....	206		
視覺關係與對比.....	100	拓展界限.....	218		
動態.....	106				

給平面設計師的求生手冊

數位設計視覺原理剖析

作者 傑森・岑蘭堤斯 Jason Tselentis
譯者 林潔盈 Thelma Lin
責任編輯 朱明璇 Ellery Chu, Editor
主編 林怡君 Ariel Lin, Managing Editor
資深編輯 黃薇潔 Amber Huang, Senior Editor
特約編輯 洪人傑 Ren-Jie Hong

封面設計 羅雲高 Loui Lo
美術編輯 陳玫郁 Maggie Chan

版權副理 朱明璇 Ellery Chu, Foreign Copyright Deputy Manager

行銷主任 洪聖妮 Sany Hung, Marketing Deputy Manager
資深行銷專員 李雲婷 Sandra Lee, Senior Marketing Specialist
行銷專員 林婉怡 Doris Lin, Marketing Specialist

社長 王嘉麟 George Wang, President
總經理 吳濱伶 Stevie Wu, Managing Director
首席執行長 何飛鵬 Fei-Peng Ho, CEO

出版 城邦文化事業股份有限公司
Published By Cite Publishing Limited

發行 英屬蓋曼群島家庭傳媒股份有限公司城邦分公司
Distributed by Home Media Group Limited Cite Branch

地址 104 台北市民生東路二段141號7樓
7F No. 141 Sec. 2 Minsheng E. Rd. Taipei 104 Taiwan

電話 +886(02)2518-1133
傳真 +886(02)2500-1902
E-mail photo@cph.com.tw
讀者服務專線 0800-020-299 周一至周五 9:30-12:00、13:30-17:00
讀者服務傳 (02)2517-0999、(02)2517-9666
城邦書店 104 台北市民生東路二段141號1樓
電話：(02)2500-1919 營業時間：09:00-20:30

ISBN 978-986-306-087-1
版次 2013年7月初版
定價 新台幣620元 港幣207元

Dedicated to HEATHER TSELENTIS

給平面設計師的求生手冊
數位設計視覺原理剖析

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

給平面設計師的求生手冊 / 傑森・岑蘭堤斯 (Jason Tselentis) 著；林潔盈譯。-- 初版。-- 臺北市：城邦文化出版：家庭傳媒城邦分公司發行，2013.07
面；公分
譯自：The graphic designer's electronic-media manual : how to apply visual design principles to engage users on desktop, tablet, and mobile websites
ISBN 978-986-306-087-1 (平裝)

1. 平面設計

964 102003386

Printed in China 著作版權所有，翻印必究

First published in the United States of America by Rockport Publishers, a member of Quayside Publishing Group. All rights reserved.

傑森・岑蘭堤斯 (Jason Tselentis)

給平面設計師的求生手冊 數位設計視覺原理剖析

iPad x iPhone x Android x Mac x PC Websites
多媒體設計概念適用

目次

前言：對電子媒體的省思.....006

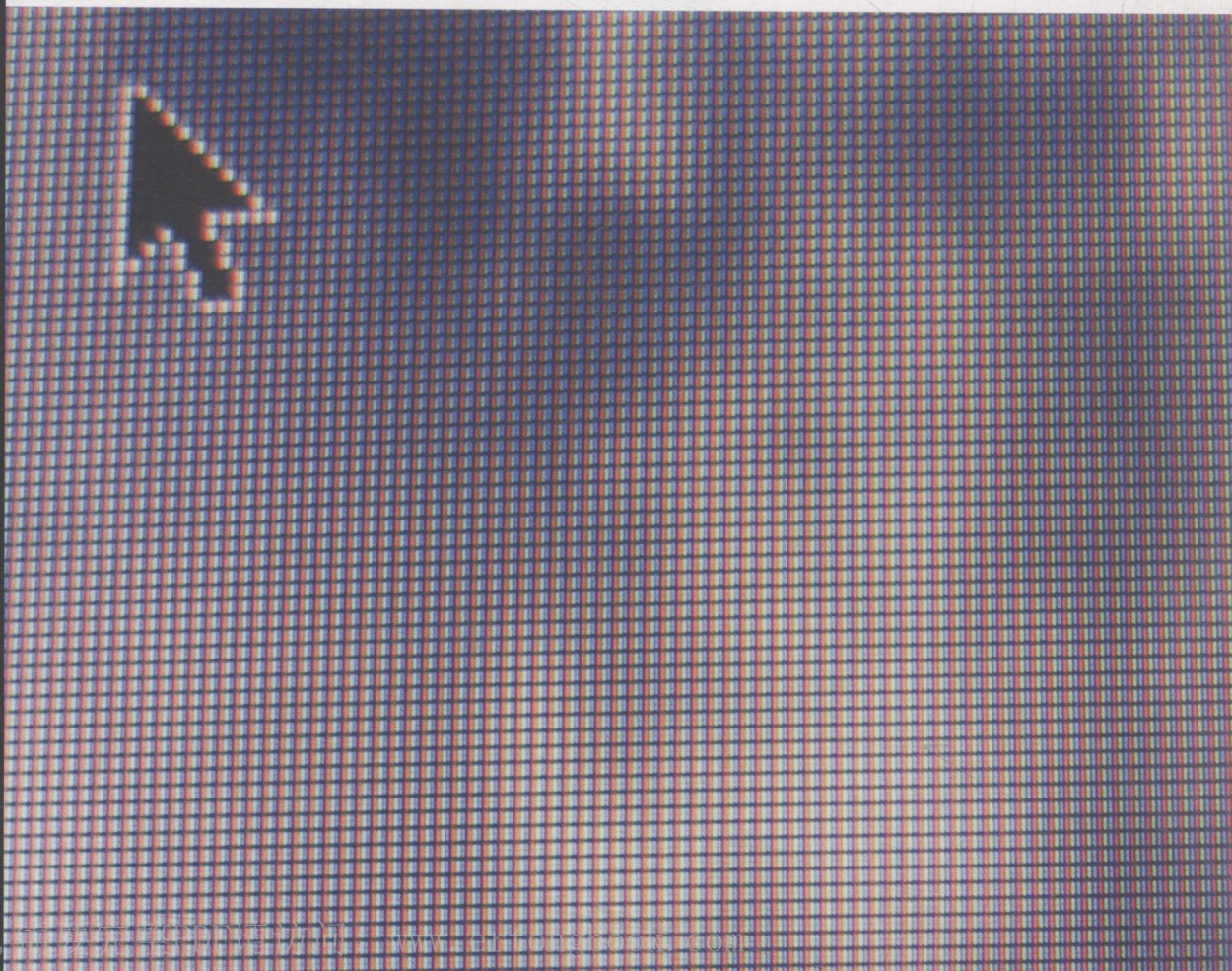
引言：十二大基本法則.....009

1. 認識素材
2. 認識觀眾
3. 了解工作範圍
4. 了解最終生產過程
5. 折線
6. 適用性
7. 打草稿
8. 字體與圖像
9. 使用網格
10. 對比、對比、對比
11. 統一介面
12. 介面多元化

第一章：數位領域	022	第四章：字型學	114	第七章：線上品牌	224
線上體驗.....	024	字體入門.....	116	品牌之基本概念.....	226
使用者.....	030	排列與大小.....	122	外觀與感覺.....	228
互動性.....	034	字體設計.....	128	品牌認同.....	233
瀏覽與隱喻.....	036	細微差異.....	140		
第二章：設計管理	050	第五章：色彩與圖案	158	附錄	246
團隊角色.....	052	色彩的視覺與創作原理.....	160	辭彙表.....	246
設計程序.....	054	色彩的運用.....	170	參考書目.....	249
結構與序列.....	058	紋理與圖案.....	176	設計單位名錄.....	250
概念與測試.....	066	視覺特性.....	181	索引.....	251
第三章：螢幕尺寸與排版	072	第六章：圖像與插畫	192		
螢幕尺寸.....	074	圖像模態.....	194		
構圖之基本概念.....	080	想像的世界.....	198		
構圖工具.....	090	圖像的語彙.....	206		
視覺關係與對比.....	100	拓展界限.....	218		
動態.....	106				

對電子媒體的省思

1985 年，蘋果公司推出第一台能夠處理 PostScript 程式語言的雷射印表機時，並沒有多少設計師馬上把握機會學習 PostScript。儘管 PostScript 能讓雷射印表機輸出高解析度圖像，而不是許多當時的電腦使用者所習慣的點陣式列印，但是在那個時候，沒有人認為學習 PostScript 可以替他們帶來競爭或創意上的優勢；設計師光是試著了解如何操作另一項革命性工具—桌上型電腦，就已經夠忙了。不過就電腦的發展而言，為了讓它做你想要做的事而學習程式語言、編寫程式與指令的日子似乎早已成為歷史；現在你只要對準並點擊滑鼠即可。



十年以後，網際網路開始吸引電腦使用者，而其發展也帶來了新的傳達平台——全球資訊網。在這樣的平台上，人們不需要印刷或 PostScript 就可以透過數位方式傳播文字與圖像。超文件標示語言 (HTML) 取而代之，成為將資訊藉由設計轉換成適合網頁介面的實際方法，為網路瀏覽器 Mosaic、網景 (Netscape) 和美國線上 AOL 所使用。因為早期的標記迭代 (iteration) 具有數學基礎的緣故，數學家成了最先學會並精通 HTML 語法的專家之一。電腦科學家與工程師稍後也採用 HTML 字法，而全球資訊網協會 (W3C) 的專家則推更了 HTML 一把，讓它跨越數學的範疇，踏入我們今日熟知的標記。

就像 PostScript 的情形一樣，整個 1990 年代晚期，很少有設計師願意學習 HTML 語法，尤其在 Adobe PageMill 與 Gonet GoLive (於 1999 年被 Adobe 公司收購) 等網頁編輯軟體也具有相同的拖放功能後，許多設計師便投向 Illustrator、PageMaker、QuarkXPress 與 FreeHand 等軟體的懷抱。

在使用 PageMill 與 GoLive 時，設計師可以輕鬆地放置文本，將圖像拖放到舞台 (stage) 上，並創造出與其他內容區域的連結。要客製文字設計，只要點擊一個按鈕，從工具欄選擇色彩樣本即可。然而，設計師也開始發現 HTML 的侷限。例如 Macromedia、Flash 等工具能幫助設計師利用標準字體如 Arial、Georgia、Times 與 Verdana 以外的字體架設出漂亮的網站，而且圖像動畫與文字設計也能輕易透過其他點擊拖放的動作達成。

雖然上面提到的這些設計師自己挑起利用與學習的任務，在不需要寫太多程式的狀況下運用軟體製作網站，有些設計師也開始瞭解到外包給專業開發商製作的好處。採用外包的做法，他們可以確保，並向客戶保證網站將能按需求運作。在這樣的狀況下，設計師可以將焦點放在使用者介面，也就是平面設計與視覺傳達，再把後端程式編輯與開發留給其他人去做。然而，將後端開發外包出去，就得付出成本——設計公司與創意單位必須將大筆費用拱手讓給外部供應商，而這些原本是他們可以賺的錢。儘管不是主因，這種損失營收的狀況，確實也是許多人成為網站設計開發人員的原因：既可身為平面與視覺傳達 (前端) 的創造者，也是負責讓網站順利運轉的程式設計人員 (後端)。

對今日的設計師而言，網路早已滲透到人類生活的各個層面。那麼，所有設計師都應該了解並有能力做網站設計嗎？並不盡然。畢竟，只能倚賴印刷來傳達的狀況仍舊存在。如果看看現在的職位空缺，你會注意到，大部分徵人啟事都會要求求職者對網站設計、使用者介面設計、HTML 語法和 CSS 語法等有所了解。學習廣為流行的 WordPress 和 Drupal 等內容管理系統 (CMS)，也能增加一個人的職場競爭力。反對設計師從事網頁設計工作的最主要論點之一，是「身為設計師，我已經得要了解 Adobe 軟體，以及排版、字型、色彩理論等等。如果還得額外具備另一種能力，那這份工作就不適合我。」實際狀況未必如此，因為在一個有無數設計師相互競爭的市場中，知道得比別人多一點，絕對大有幫助。

設計師因為工作必須不斷學習，因此，多學一樣工具、媒體或軟體應該不是難事。此外，儘管無意將事情過分簡單化，網頁設計的許多基本原則其實和設計師學習傳統印刷介面時並無二異。當然，格式並不同：網頁設計面對的不是平坦靜態的頁面而是可以從小、中、大、甚至像是寬螢幕電視的超大尺寸。色彩空間也不同：印刷採印刷四色減色法 (CMYK)，數位則是屬於加色法的三原色光模式 (RGB)。然而，若先把技術事項擺一邊，印刷領域就像電子領域一樣，是以字型 and 圖像為基礎。對網頁設計新手來說，循著這個思路不但讓網頁設計的工作在掌控之中，也能保持在最基本的原則中。設計師必須要意識到，他們所了解的基本法則實際上是可轉移的。具備解決印刷、數位以及環境媒體等多方面問題的能力，也一直會是設計師的特長。

專門用語

設計師 + 製作人

體驗設計師：在 1990 年代末與 2000 年代早期，平面設計師、互動設計師、環境設計師與包裝設計師等開始如此稱呼自己，藉此強調出使用者與其設計如何互動。這樣的職稱一直延用至今，成為一般名詞，超越了媒體與工具的範疇。

開發者（亦稱程式設計師）：創造後端以讓前端設計發揮功效或動作的專業人員。

互動設計師：一般而言，所有設計師都是互動設計師，因為使用者會使用設計師製作的物品、與它們互動。然而，所謂的互動設計師，不只將焦點放在使用者介面，同時也將人和電腦之間的互動考量在內，並且可能在啟發式教學法或心理學與認知科學等層面具備深厚的背景知識。

製作人：這個人會處理或監督電子媒體創作的的所有層面。製作人也許是單一設計領域的專家，不過他們也可能對每位設計師能夠負責專案的哪個部分很有概念。這可以是一個管理職，或是兼具動手做與創意特質的工作，或者同時具有管理與創作的成份。

傳統設計師（也稱為平面設計師）：這些設計師的專案以印刷品為最後設計成品，不過這個稱呼也可以指從事非數位設計工作的設計師。

網頁設計師：這些設計師替桌上型電腦、平板電腦如 iPad 與更小型的行動裝置如智慧型手機設計網站。

製作

後端（又稱程式編寫、開發、製作）：指在後場發生的程式代碼、指令、控制和操作；通常是與媒體互動的末端使用者所看不到的層面。程式設計師專門從事這方面的工作，不過其他設計師也會來分一杯羹。

前端（又稱介面設計、使用者介面設計）：指使用者在桌機、平板電腦或手持式裝置觀看電子媒體時面對的文字、色彩、按鈕、圖像、動畫、電影、功能選單以及互動性元素。設計師會利用許多軟體創造出前端，不過也有平面設計師在不從事任何後端操作的狀況下處理這類介面設計。

外觀與感覺（又稱美感、風格、外型）：指網頁與內容、主題或品牌需求之間的適切程度。平面元素如色彩、圖像、字體選擇與構圖等，都會加在一起營造出適當的概念，它與裝飾較無關，與形式和功能較為相關。

研究／測試

啟發式評估：使用者測試的科學基礎，用來評估設計的成功與否。這種多元實踐使用許多度量，以評估電子媒體如網站、電腦軟體與數位資訊服務站等。

線框圖（又稱盒子模型或原型）：這個辭彙指一個以草圖為基礎的鬆散網站，能顯示出視覺內容並呈現格式之間的關係。線框圖之目的在於幫助初步設計審查與測試，以在全面投入前端設計之前辨識出任何可能的視覺問題。這些圖可以是互動的，能夠供測試者點擊、瀏覽並有動畫，不過它們也可以是內建軟體，例如供人在螢幕上觀看或列印出來的 Illustrator 檔案。

十二大基本法則

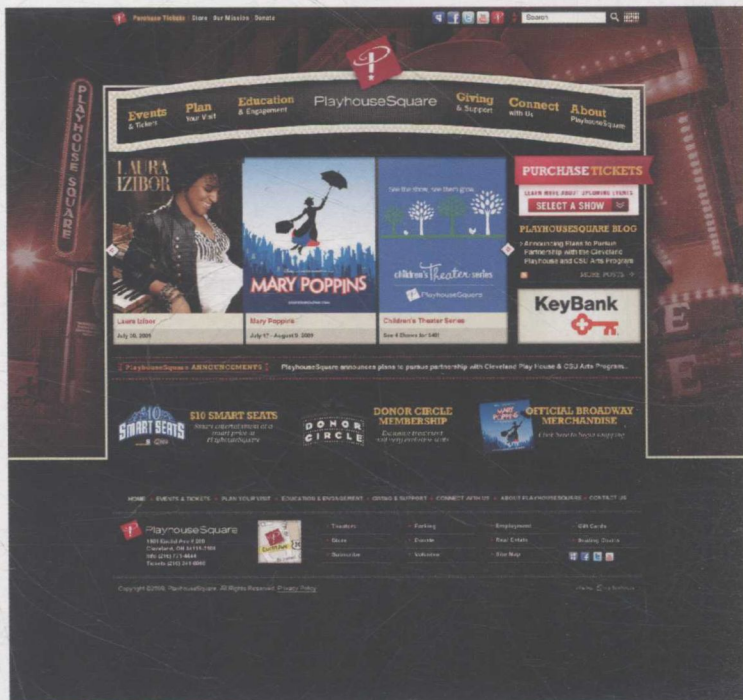
因為害怕製作與程式設計工作（後端）而不願意做網頁設計的平面設計師非常之多。這樣的事情之所以會發生，是因為他們想得太遠，當然為了了解相關與解決問題有關的短期與長期議題，設計師通常都會如此。然而，設計師可能也會相當期待能從事網站製作，以及相關的各種技術性議題，不過他們會本能地考慮到由誰負責後端開發與程式設計等困難工作的問題，接下來才會想到網站設計過程可能對他們的創意方向產生什麼樣的限制。如果設計師反覆思考，覺得自己既然不了解網頁設計專案的後端工作，就無法正確地處理前端設計，那麼他就會陷入一種惡性循環，到頭來就會因為他認為自己無法處理這些議題，而放棄接下設計案的想法。

儘管設計師可能沒有開發與製作網頁的程式設計敏銳度，他們確實具有架構網站所需的視覺素養，如果將這些基本法則集結起來，設計師就能踏出處理網頁設計問題的第一步。下面這十二項基本法則，並不是什麼完整的清單或是成功的方程式，它們只是敘述而非規定，目的在於讓設計師知道該怎麼將自己已經了解的視覺法則運用到網頁設計上。

引言

認識素材

藉著閱讀內容，設計師就踏出發展設計概念的第一步，這是成功解決任何視覺問題的一個關鍵要素。無論要設計的是具有大量內容的大型企業網站，或是內容量極低的微網站，都應該閱讀並分析所有可能、應該或即將會被放入網站設計的素材。花時間去研究既有素材以外的領域也是值得的，而且不應該將自己侷限在市場相關素材、品牌定位、趨勢分析與媒體運用的層面。考慮進行一個完整的SWOT優勢分析（指針對優勢、劣勢、機會與威脅做分析），才能完整地規劃並評估手中的工作。

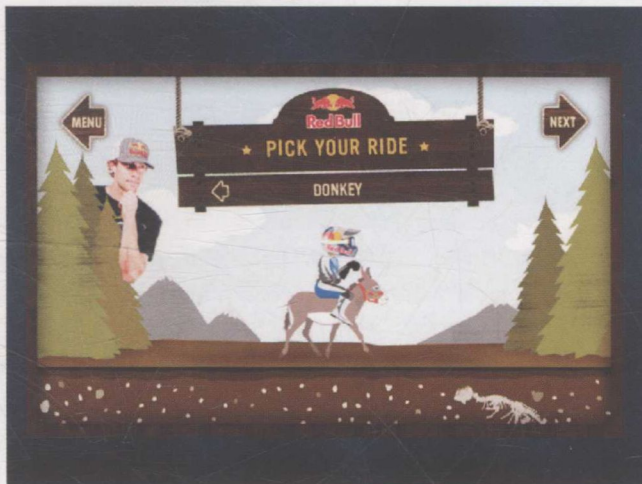


carbonhouse 設計公司專精於運動、餐旅服務及娛樂產業的行銷與設計，因此他們很清楚如何為孟菲斯歐菲姆大劇院（Memphis Orpheum Theatre）和克里夫蘭劇場廣場（Cleveland Playhouse Square）等展演會場設計出極為吸引人的視覺傳達方式。

2

認識觀眾

設計師總是得了解觀眾，以及觀眾如何與素材互動的方式，而了解消費者行為、品牌忠誠度、閱讀習慣、學習型態以及會影響到這些議題的各種因素，只是設計師能開始界定使用者人口組成的方法之一。



011

若要在一個以文字和靜態照片為主的網站，以及一個互動式線上遊戲之間做選擇，大部分紅牛能量飲料（Red Bull）的消費者都會選擇後者。Archival 公司深知這個道理，因而替紅牛開發出一款娛樂性極高的線上遊戲，藉此拉近消費者與品牌之間的距離。在這款特拉維斯帕斯特拉納超級氮氣瓶跳躍遊戲（Travis Pastrana Super Mega Nitro Jump）中，Archival 的設計師讓玩家騎上越野車、快艇、驢子、魔毯、高爾夫球車、甚至更滑稽可笑的運輸工具來吸引消費者。

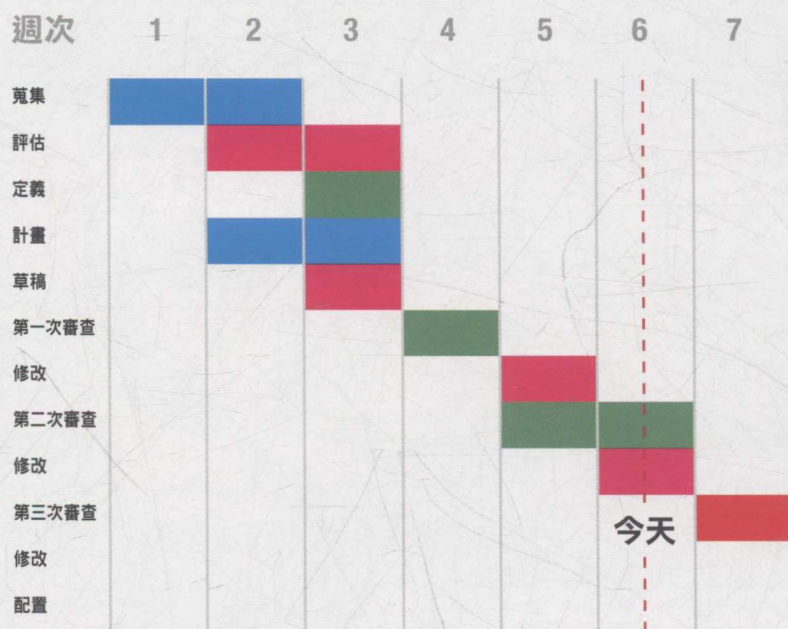
INTRODUCTION · TWELVE FUNDAMENTALS



3

了解工作範圍

在一開始的時候就提出許多問題，以決定專案的控制、執行與定稿事宜。有多少工作得做？設計必須用到的文字與圖像各有多少？誰會提供這些素材？它們會被放在哪裡？隨著時間演進，需要做哪些更新的動作？如何制訂時間表，是否有任何可預見的延誤？在整個分析過程中，一定要將品質和能確保品質的團隊組成與創作過程謹記在心。千萬小心，不要讓人把工作加入一個業已界定的專案，否則就會發生所謂範疇潛變（scope creep）的狀況。



甘特圖（Gantt chart）能分配本日或如上圖所示的每週工作，將專案組成部分視覺化。每週工作可以包括資料蒐集、發現、理解問題、行事曆界定、團隊建立、設計、修改、與最後成果。特定任務可以用色標來標示並分配給各小組，重大任務可以用強烈的色彩如紅色或橘色。任務可以提前或延後，針對內部與外部因素加以調整。在某些例子中，最後成果並不一定是可預見的。