

THOMSON
DELMAR LEARNING

美国艺术与 设计 专业 品牌 教材



美国视觉传达完全教程

[美] 威廉·瑞恩、西奥多·柯诺瓦著

COMMUNICATIONS TODAY

上海人民美術出版社

CENGAGE
Learning™

J06/184

2008

美国视觉传达完全教程

[美] 威廉·瑞恩、西奥多·柯诺瓦 著

上海人民美術出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

美国视觉传达完全教程 / (美) 瑞恩 (Ryan, W.)、柯诺瓦 (Conover, Th) 著; 忻雁等译. —上海: 上海人民美术出版社, 2008.4

书名原文: Graphic Communiactions Today

ISBN 978-7-5322-4886-5

I. 美. . . II. ①瑞. . . ②忻. . . III. 视觉形象—实用美术—设计—教材 IV. J504

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 024799 号

美国视觉传达完全教程

原版书名: Graphic Communiactions Today

原作者名: William Ryan and Theodore Conover

© 2004 Delmar Learning

All rights reserved. No part of this work covered by reproduced in any form or by any means—graphic, electronic or mechanical, including photocopying, recording, taping, web distribution, or information storage and retrieval system, without the written permission of the publisher.

本书经由美国 Thomson 教育出版公司授权, 由上海人民美术出版社独家出版。

版权所有, 侵权必究。

合同登记号: 图字: 09-2006-297 号

告 知

本书的出版者已购买了此书的中文版权。为了与原版书的整体风格保持一致, 中文版不再替换书中的某些图片。由于难以与每一幅图片版权拥有者取得联系, 见此信息后, 希望相关者持有关证明材料及时与出版者联系, 以便按现行中文图书标准支付稿酬。

美国视觉传达完全教程

编 者: [美] 威廉·瑞恩 西奥多·柯诺瓦

译 者: 忻 雁 文 英 漆晓风 顾 超

王文涛 李 誉 朱文秋等

责任编辑: 邵 旻 韩 薇 张 燕

技术编辑: 陆尧春

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路 672 弄 33 号)

印 刷: 上海文艺大一印刷有限公司

开 本: 889 × 1194 1/16 42 印张

版 次: 2008 年 4 月第 1 版

印 次: 2008 年 4 月第 1 次

印 数: 0001-4000

书 号: ISBN 978-7-5322-4886-5

定 价: 168.00 元

前言

用

画面来讲故事是一种古老的艺术形式，每一个看过《伊索寓言》的人都深有体会。读者大众现在回过头来看看这些给予人们生活教义的、漂亮的、手绘的插画——1700多年来，插画使得人们更加喜爱寓言。只有在人们先深深喜欢上那些插画之后，他们才会沉浸在画中所描述的简短寓言故事中。直到今天，对于大部分的作品来说，图像与文字的地位仍然是同等重要的。

然而，对于当代图片新闻记者来说，他们的工作被认为比伊索时代的插画艺术家更具挑战性。因为在诸多媒体的信息轰炸下，今天的新闻工作者必须要迎合读者的需要，读者要的是能吸引住他们眼球的东西：各式各样的品牌和广告、电子游戏、公共汽车尾部广告、电视、印刷品、麦片盒子、广告牌。我们被淹没在永无止境的图像信息和广告中。没有东西是一成不变的。全球信息被迅速地传递给我们，在我们面前眼花缭乱地闪烁着。因此，当读者在网上阅读关于阿根廷、新加坡或德国的报纸时，他们在这个窗口看到的是那个国家的新闻、图像风格和文化背景。事实是：我们生活在一个视觉化的世界中——无论何处。

而你们所面临的挑战是，用简短的文字清晰地叙述事件，用图片吸引观众的视线，用设计来组织页面的信息。言下之意就是：简明扼要——就像你所要传达的信息一样：迅速、有效、准确。

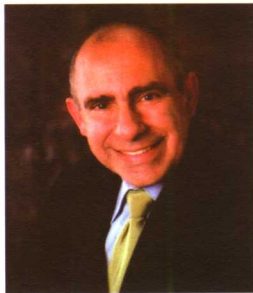
这本《美国视觉传达完全教程》谈论了今天的图片新闻记者面临的所有重要问题，其内

容牵涉到各个领域：从最重要的易读性（没有什么比在任何设计领域都成功更为重要的了），到引人注目的照片与插图（大部分读者是从图片开始阅读的，这一点已不是秘密）。该书还分析了设计在报纸、杂志和其他印刷领域以及动态图像、网络和其他互动媒体中的具体不同特性。毕竟今天的读者是从互联网、印刷品、电视和其他诸多媒介上来获取信息的，因此，通过一个广泛的渠道来和你的重要“读者”建立联系就显得尤为关键了。

书中每一个章节的作品都可以成为一本小小的参考手册。著者用了研究性和实用性的知识来教授和引领新手和那些充满抱负的图像编辑们入门，同时也能满足那些已经置身于图形设计这一领域的老手。

本书的一个特别贡献，就是收集了许多杰出的图形记者的访谈和叙述。他们是一些相互合作的设计师、动画制作人、纪录片摄影师、图片编辑、影片制作人、插画家和富有创造力的导演。他们有着丰富的国际性和多元文化的背景：像比尔·艾伦（Bill Allen）、玛丽·艾

马里奥·R·加西亚 (Mario·R·Garcia) 博士是加西亚传媒的创立者和执行总裁。他有30年以上图形领域的工作经验，并且和全球450多个团体合作，



致力于报纸、杂志、合作出版和网页等媒体的重新组构。2002年加西亚与《华尔街日报》的合作使其面貌焕然一新，他还和《华尔街》（欧洲版）、《时代》（Die Zeit）（德文版）、《信使报》（El Mercurio）（智利）、《史坦顿先锋报》（Staten Island Advance）以及欧洲和南美的其他诸多媒体合作。

他还写了许多书，最近的一本书是《纯粹的设计》。他在纽约的锡拉丘兹大学（Syracuse）和佛罗里达大学任教，1984年他加入波因特媒体研究学院，在那里他创建了视觉新闻系，并且完成了关于网络中全面眼动跟踪的研究。加西亚博士还获得了大量新设计协会的奖项，他最近获得的奖项是新设计协会颁发的“终身成就奖”，以表彰他在报纸设计方面的杰出贡献。

伦·马克 (Mary Ellen Mark)、罗德瑞格·桑切斯 (Rodrigo Sanchez)、盖尔·安德森 (Gail Anderson)、沙克森·伍恩 (Saxone Woon)、康妮·费尔普斯 (Connie Phelps)、戴维·格雷 (Dave Gray)、凯特·希瑞奇 (Kit Hinrichs)、帕特·沙玛特 (Pat Samata)、皮特·道克特 (Pete Docter)、特雷西·王 (Tracy Wong)、罗伯特·斯林巴赫 (Robert Slimbach)、佩姬·斯塔克·亚当 (Pegie Stark Adam)、史蒂夫·麦克库瑞 (Steve McCurry) 和 D·J·斯托特 (D.J. Stout) ——名字不多。他们提出了许多好的建议, 并且坦诚相告自己是如何进入这一领域的。一些人告诉我们研究和解决问题的办法和一些特别的案例分析——或者将你带进图形设计历史的神奇世界。事实上, 他们是现在这一领域中最为杰出的图形设计师。

今天各个领域的专家谈到另一类界限模糊的图片新闻记者时都是这么说的——趋同。我们的媒体一直在不断融合其他媒体, 我们不再将自己严格定义为印刷人、广播人或者网络人。首先, 我们只是一个讲故事的人。例如, 报纸包括了其他所有具有代表性的媒体: 报纸 (当然包括在内)、杂志、网络、时事通讯、广告和其他形式。事实上, 最好的机遇总是属于那些技术高超的靠视觉来讲故事的人, 他们懂得有效运用图形对话的内涵, 再通过媒体将内容展现在读者面前。

作者比尔·瑞恩 (Bill Ryan) 本身就是这样一个人。作为一名图片新闻记者, 从书中的每一页都能感受到他丰富的专业背景。他是一名设计师、摄影师、作家、画家、教育家 and 艺术顾问。他还获得了凯洛格 (Kellogg) 研究基金、梅隆 (Mellon) 研究基金及富布赖特 (Fulbright) 研究基金, 并且任职、任教于许多文化领域。他的谈话、他的观念与创作经验在许多媒体与视觉领域中发表, 在他自己的作品《说到做到》中也有发表。但是瑞恩知道, 凡事都有两面性。他在大学主修写作, 他大部分的工作是在写作和编辑领域, 因此他非常清

楚地知道文字与图像之间的游戏关联性。

在这个领域, 这些问题都面临着许多挑战, 例如如何简化故事中的信息、如何根据不同的读者来为不同的信息选择正确的媒体、如何在这个生生不息的文化世界中让人们的视线为你的作品停留。

在过去25年里发生了许多变化: 技术日新月异发展, 计算机和数字化技术使得我们的工具和媒介发生了革命性的变化, 网络真的将我们的世界变成了一个“地球村”。然而, 有一件事情却没有改变, 那就是视觉表现手法的重要地位不会改变。事实上, 我们的媒体和读者更多的是受图像所引导。今天, 你们的任务是学会和传播视觉认知的真理, 要让那些整天埋头于弄报告、写文字、编辑版面的所谓“文字工作者”相信这一点: 如果他们讲述的故事没有视觉上的冲击力, 人们是不会有兴趣的。多年来, 我致力于这样一种方法——WED: 通过文字、编排、设计, 将文字与图形结合起来。在20年中, 我将这个概念一直用在我的工作室中, 并且, 我在波因特学院的媒体研究和其他许多大学的教学中也采用了这种方法。我和全球范围内的媒体和编辑合作过。这个现象在哪里都是一样的: 要理解故事的实质并在视觉上引导读者朝着那个方向走。我们正面临着一个新的世纪, 而且打破了一个传统的偏见——即文字工作者与图像无关。

对于任何一个想从事设计或图形设计的人, 还有那些从事文字工作的人——记者、作家、编辑、广告文案撰写人来说, 瑞恩博士的书有一种指导作用, 《美国视觉传达完全教程》会让他们找到自己的位置。事实上, 对于那些从事图片新闻的记者来说, 阅读这本书的图片是一种愉悦的享受——和那本古老的《伊索寓言》一样, 作者知道只要给插图留下足够的空间, 那么有25行字他就可以给你讲一个生动的故事。

马里奥·R·加西亚
加西亚传媒主席 / 执行总裁
www.garcia-media.com

序言

简

单地说，这本书第四版的目就是要改变你的观看方式。它将帮助你学会一种新的视觉语言，并且告诉你如何运用视觉领域中的设计原理、设计组织、设计的字体、摄影、色彩和其他重要的要素。然而，要想真正掌握其中要领，你还需懂得图形对话的原理、历史和内涵，并与这一领域的杰出人物密切交流，那么你至少会在视觉领域里得心应手。

这是一本入门书。在现实生活中，信息量巨大的图书馆、博物馆和每天都要遇到的媒体，是进一步启发你们思维的校外课堂。如果你能将两种课堂结合起来的话，那么你不仅仅将成为一个图形设计师，还会拓展对图像信息的理解和认知，挖掘深藏在图像背后的深层含义，那样就会提高你的思维能力，并且开始形成自己的独特风格。

预期的读者群

《美国视觉传达完全教程》的读者群是那些期望从事视觉传达这一行业的人。本书的章节组织有序，并且书中的基本概念按照逻辑顺序来阐述，为的是能帮助大家捕捉信息，高效清晰地明白我所讲的意思。总之，这本书将为你打下坚实的基础。

该书也适用于文字工作者。在今天，“文字”和“艺术”之间的界限正在模糊。小报编

辑在招募记者的时候常常需要他们具有较好的摄影技术，有时也需要有编排能力的文字工作者。很显然，摄影对于杂志自由撰稿人来说也是不可缺少的本领。这甚至关系到完成任务的准确性问题。此外，作家与图形设计师在各种媒体中是协助合作的关系。在广告制作中，艺术指导与文案撰写者在创作作品的过程中是相辅相成的。顶级的团队（编辑、摄影师、作家和设计师）为报纸和杂志制作出精彩特辑及完整的新闻栏目。编剧、导演、制作人、漫画家和其他队员制作电影、电视插播广告、动画制作和纪录片。如果你正打算当作家，那么和你的搭档至少在图形设计方面达成共识是非常重要的。

此外，对于那些正在试验互动设计和其他新媒体的人们，或者是经常有新想法的人来说，这本书也是有价值的。尽管那些经验丰富的艺术指导、设计师和摄影师听起来技术不凡，但

很容易因自满并陷入套路而难以自拔。在这本书中，艺术充当了催化剂的角色，它将点燃你的创作激情，引发你深入思考，并找到创作的灵感。经常重新审视你的作品和思路是一个好习惯。毕竟，这是大多数设计团体最基本的工作。事实上，一些文案就是从我所在的工作室开会讨论的时候借鉴过来的。

最后，这本书含有丰富的、有价值的设计信息，即对于色彩和设计的安排、运用，以及理论知识、图形的运用，还有那些形成我们设计观念的策略和思路；这些信息也适用于需要图像设计信息的普通读者。这本书不仅帮助你用新的眼光重新分析各种媒体中的图形信息，也帮助你分析其中的内容和真实意义。

然而，在真正的视觉文化中，能否有一种概念和视觉方式贯穿整个文本，这是个很重要的问题。在本书后面的“平面设计实践”部分，每一章的结束都有一个这样的练习：认识、收集，并且用新的观点重新分析材料，然后提出有创见性的解决办法来创作作品。有分量的作品需要团队的合作。大部分这样的练习有具体的背景，需要你认真去思考、安排、分析，学会在具体环境中分析问题，在解决问题的前提下对图形世界进行思考。

我们必须记住的是：如何创建有效的图像是问题的分析过程，我们需要在研究和理解了所存在问题之后，最终以功能为主导找到一种解决的办法。这个思考过程需要考虑到以下因素：信息所要传达的受众、内容、音效、背景和目的。最打动人 and 令人印象深刻的图形信息是那些深入读者内心的、能够引起他们共鸣的作品。毕竟，信任度和忠诚度对报纸、网络、纪录片和杂志来说，与它们在作标记、公共关系、广告及其附属产品及其他有说服力的讯息同等重要。最后，在做练习的时候，当你分析这些文字的时候，很重要的是：图形设计不是

表面功夫或是用来装点门面，它能够吸引你的读者，并时不时为人们传递着视觉上的信息。

新兴的媒体趋势

当我写这篇序言的时候，柯达公司刚刚宣布准备撤掉他们所有的胶卷投入，转向“数码世界”了。很肯定的是，我们生活在一个数码时代。媒体的趋同和技术的发展正在改变着人们所有重要的交流方式。40多年前，马歇尔·麦克卢汉（Marshall McLuhan）发表的“地球村”宣言简直就是有先见之明。媒体和全球市场的开放使得我们的星球变小了。不管是好还是坏，全球化和品牌化为全球的文化和语言架起了桥梁，并且这种状态将会持续下去。因跨文化而导致的文化差异可能会很突出，也可能没多大影响。例如，在过去，日本的书法和陶瓷常常被认为是灵感的产物，但是今天，日本的产品技术和计算机游戏文化正在改变着人们对世界的思考和看法。这种变化不是一种趋势或置换，而是一场更大的图形变革的一部分，并且这种变革会随着技术的不断发展而持续发生。在其他方面，我们注意到了这些变革——技术和媒体在不断改变和消融文化及对话之间的界限时扮演着重要角色，并且我们也意识到，它们在我们的未来也将扮演着重要的角色。

本书作者的背景和特色

我其实一直都在使用这本书。在很多教学中我曾用到这本书的早期版本。在这一版本之前我还是这本书的评论者和投稿人的时候，泰德·柯诺瓦（Ted Conover）让我担当该书作者，我感到很意外，因为恐怕自己不能胜任。同时，要想使这本书的内容跟上时代的发展也是一个很大的挑战。事实上，在过去10年里，视觉传达这一领域已经发生了巨大的变化。数字化与技术使人们在图形处理、页面设计、如

何组织、表达和传送信息方面已经完全不同于以前了。技术常常拓展了我们的对话能力，使我们在各种媒体中产生出有趣的共生现象。今天媒体趋同这一现象主要发生在学术和专业的领域。其间，媒体之间的界限在不断消除。在这个过程中，我们所有的媒体都自然而然地变得更加图像化。此外，随着信息流量不断大量产生，我们今天对这种信息暴风雨却漠然处之。因为每天都受到这种信息的轰炸，我们感到十分疲倦，因此，我们在阅读的时候会有选择性。与过去相比，在传达过程中，那些视觉表现力强、实用性好、能够让人快速易懂的图片信息在今天尤为重要。

当然，这不仅仅是一本最新版本的《美国视觉传达完全教程》，还是一本最新的读物。在我的眼中，你手中拿着的是一本充满挑战性的书，就是说柯诺瓦的版本被添加、重写和重新组织了。这本书的第三版被完全重写了。第四版新加了五章：纯艺术与图形艺术的历史（及其在媒体中的作用与影响）、插图、摄影、品牌与身份、网页、互动、多媒体。整本书中有很多内容都是最新信息。你会发现在每一章中都有访谈记录、人物介绍、个案分析、补充信息及其他令你感到惊喜的东西。还有许多与图形有关的小测试：LOGO分解、版面设计、色彩及其他与设计有关的题目。一些新的内容包括动画、视觉生理学、情节故事板、有创见性的策略、网络编码、多媒体、包装及其服务性设计、图形对话理论、纪实摄影、图形规范及表现手法等。

本书的最大的特点就是它的访谈部分，它收录了当今世界上最为著名杰出的设计师、摄影师、编辑、导演和其他的视觉艺术工作者的谈话。比尔·艾伦，美国《国家地理》杂志的主编，在第一章就视觉对话的重要性展开了有见地的讨论。罗德瑞格·桑切斯是《大都会》、

《杂志》、《月光女神》和其他西班牙《世界报》旗下杂志的艺术指导和设计师，在第五章中他谈论了如何吸引你的观众和如何对内容进行安排设计，书中他那些令人印象深刻的作品、版式安排和视觉构思令人不得不对他佩服之至。玛丽·艾伦·马克是一位杰出的文献摄影师（《都市生存者，加尔达母亲特里萨德慈善机构的使命，81号病房》），她谈论了她的作品，并且探讨了在今天摄影师所要面临的问题。

盖尔·安德森，滚石的副导演，现在SPOT Design NYC的导演，是一个设计和样式安排的专家。她阐述了设计杂志与海报之间的不同之处。查理·罗宾森（Charlie Robertson），著名的天才级人物，红蜘蛛品牌（苏格兰）的创始人，她讲述了如何通过一系列有竞争力的选择找到产品与名牌的差异，简化决策的决定过程。佩姬·斯塔克·亚当，因其在视觉对话、新闻报纸设计与修正式样方面的研究而著称，并且在波因特传媒研究院就职，在书中她谈到了设计报纸的时候，如何靠色彩的运用来掌握节奏上的变化。

特雷西·王，西雅图WONGDOODY广告公司的创始人、导演和合伙人，在今天的广告界，很多人将他看作是众多有创造力的导演中的先驱人物，他用强有力的观点说明了为什么他不喜欢现在大多数的广告。凯特·希瑞奇，艺术导演、设计师，还是洛杉矶五角星公司的负责人，一个真正有想象力的人。他告诉视觉设计师关于编辑方面的设计。沙克森·伍恩，不朽设计公司（新加坡）的合伙创始人和设计师，他在东南亚工作，他给大家讲述了在多元文化的背景下，做包装、服务行业和图形设计的体会与心得。帕特·沙玛特是一名设计师，并任教于伊利诺斯州理工大学设计学院，她和她的工作伙伴——格雷·沙玛特（Greg Samata）和戴维·马森（Dave Mason）（芝加

哥沙玛特—马森公司的负责人)阐述了图像工作中的团队精神、投资信心和在市场化的情况下视觉设计所扮演的角色。

皮特·道克特,怪物(Monster)公司出产的《特洛伊》的作者和导演,还制作了其他的动画片,书中他和大家分享了如何串联情节的问题及如何导演动画的过程。克里斯·柯里(Chris Curry)是《纽约客》的图片编辑,他和大家谈了图片的重要性以及与优秀图片工作者合作的感受。戴维·格雷,报纸设计协会的执行总裁,给大家分析了现在的报纸设计并展望了这一行业的发展趋势。凯恩·史密斯(Kevyn Smith),是皮尔交互设计公司中一位杰出的、优秀的网页设计师,他以他的客户,如星巴克、纽约交响乐团、华纳兄弟、国际特赦组织、史密森学会等为范例,为我们展示了以用户为中心的设计方法。

上面所提到的撰稿人只是近200位视觉设计师中的一小部分,他们讨论了各自领域中的不同主题。他们当中很多人是朋友和校友关系。所有的人都对该书的撰写起着重要的作用。他们有着多样化的背景:报纸、互动媒体、广告、杂志、标志、时事新闻、公共关系、电影、纪实摄影、品牌、演出、插图、摄影新闻、包装设计、视觉理论、样式设计、情节故事板设计、多媒体、室外媒体、印刷、纪实摄影、网页设计、动画设计、服务设计、手册设计、年度报表设计、信息图形设计、商标、电视插播广告设计、网站编码设计、字体和名牌设计、视觉规范设计、电影和娱乐评论等等。他们之间有一个共同点,那就是他们都擅长视觉上的情节叙述,并且都能够进行图形上的对话。他们的坦诚、他们在文中所陈述的工作经验、他们对这一行业的理解、他们充满智慧的想法以及他们给我们的忠告无不使我们受益匪浅。这本书里增加了一些特别的东西,不仅仅是实用性,

更重要的是一种精神。

我为这本书所选的作品使得这本书的内容生动丰富,这些图片贯穿于文字部分,并以不同寻常的方式使得文字部分容易理解。每幅作品都附有标题并注明背景、思路、创作环境、受众对象、设计原则、版式安排及其他的视觉设计细节。事实上,作品及其相关的讨论本质上就是要让人们明白视觉设计的概念。此外,作品和许多其他范例都是由最为杰出的设计师创作的。许多作品都在《传达艺术》、《印刷》、《图形》与《设计年报》上刊登过,展示出了媒体界最好的作品。在前面我谈到过全球化及其对人们产生的影响,考虑到今天通讯方式的全球化,我为本书选择了全球范围内各个领域的艺术作品。



本书献给简·瑞恩，她在本书的形成、剪辑和培育等方面都作出了贡献，使本书最终得以诞生。我还将本书献给我的4个孩子：贝丝、比尔、凯瑟琳和艾米——他们给我爱的力量，促成了这本书的形成。



目录

前言 V
序言 VII



第一章

视觉传达
图形传达的力量和魔力 2
视觉传达简介 6
视觉：光在视觉生理学上的作用 8
传达模式：传达步骤 10
视觉传达原理 21
平面设计实践 36



第二章

从岩洞壁画到后现代主义
今日视觉传达：与历史血脉相连 40
各个历史时期的设计与视觉语言 42
平面设计实践 65



第三章

字体基础
字体设计：概述 70
字体的功能 73
术语的混淆 74
字体的构造 74
字体种类和字体组 76
字体的度量标准 85
字体设计规范 87
要点回顾 101
平面设计实践 103



第四章

创造性的字体设计
创意的根源 106
创造性地运用字体 107
易读性至关重要 109
把神圣的牛变成令人垂涎的牛排 110
创造性的设计手段：让沉闷的版面焕然一新 124
平面设计实践 126



第五章

设计：媒体结构的形成
设计：发掘无限可能 130
设计的五项原则：
平衡、比例、秩序、强调和统一 135
设计、排版和设计步骤 156
平面设计实践 164



第六章

色彩：光之回响
色彩的探索 168
色彩：一种强大的沟通工具 178
视觉：色彩的生理和心理暗示 180
色彩术语和彩色印制 184
选择色彩以达到和谐 186
色彩策略 188
平面设计实践 190



第七章

插图艺术
插图概述 194
商业艺术 202
插图家的作用 207
信息图形：栩栩如生地讲述故事 213
图库 222
结束语 225
平面设计实践 225



第八章

摄影 —— 光影的魅力
光线、摄影、魔力 232
纪实摄影：真相实录 232
新闻摄影：生动地讲述故事 240
体育摄影：捕捉飞一般的影像 246
构图：组织拍摄对象 258
动态影像 270
商业摄影：诱导型摄影广告 275
照片印刷的技术问题 286
文字说明：充实摄影作品，
传递更为准确、详细的讯息 289



第九章

印刷、纸张与制造

手工活字印刷术 296

印刷工艺 301

纸张 313

油墨：彩色印刷品解决方案 323

特殊印刷工艺 325

印前准备：各就各位 328

关于印前与印后的提示 331

平面设计实践 333



第十章

公关企划

当今公司形象：旗帜鲜明 336

公共关系概述 337

年度报告：瑞士军刀的形象传达 340

平面设计实践 350



第十一章

企业简报

企业简报：

被营销传播所冷落的继子 356

企业简报：传统媒体的回归 359

公共关系工具 362

企业简报设计 363

企业简报的组成部分 372

平面设计实践 378



第十二章

识别系统及其相关设计

识别系统：

宣传、包装、产品和标志设计 382

宣传与包装：包装销售 382

品牌：红蜘蛛及其品牌策划 390

信笺抬头：第一印象 395

信封：沟通的开始 396

附属物：辅助媒介设计 399

陈述：开展业务 410

平面设计实践 414



第十三章

广告设计

广告：商业的天堂还是梦魇？ 420

设计与广告 425

制订创造性的战略：广告的理念 425

广告的元素 430

户外广告：“运动中的营销” 440

The One Club 443

电视广告：艺术、情节故事板、文案、动作 444

广告宣传活 449

作品选：准备好自己的作品集

——展示自己最佳的一面 454



第十四章

杂志的设计与再设计

凯特·希瑞奇：通过图像讲故事 464

杂志设计简史 467

大小杂志基本上都是一样的 474

基本杂志术语 476

好的设计能更好地反映内容 478

长期的决定 480

杂志设计：把部分组合成一个整体 489

杂志的再设计 501

杂志：后记或结束语 510

平面设计实践 511



第十五章

报纸设计综述、简史和分析

当代报纸的功能、形式和版式 516

报纸设计的发展历程 524

殖民地时期的设计形式 524

传统的设计形式 526

如何分析出版物 536

平面设计实践 539



第十六章

新闻传达：报纸的设计和再设计

设计理念的形成 544

再设计：时代、受众、结构和进程 546

再设计计划 550

报纸再设计简史 553

报纸再设计和字体设计 557

头版：设立阅读的切入口 561

内页 564

报纸设计的未来 574

平面设计实践 577



第十七章

新媒体：互联网、网站、互动媒体、动画和多媒体

通往信息高速公路和网际空间的旅游向导：简史

和概述 582

新媒体设计 590

多媒体 624

网络、互动媒体和多媒体的未来 636

平面设计实践 638

术语表 640

第一章 视觉传达



图形传达的力量和魔力

视觉传达简介

视觉：光在视觉生理学上的作用

传达模式：传达步骤

视觉传达原理

平面设计实践

如果你犹豫不前，人们就会
遗忘你的照相机，并且将注意力
从你的镜头中移开。

——史蒂夫·麦克库瑞

在

充斥着核威胁、艾滋病、恐怖主义和聚酯衬衫的当今世界，杂志的封面、建筑物的人口处、公司标志、口红广告或者抽象拼贴艺术呈现出视觉的美感是否真的至关重要？

图1-1

有时，事物改变得越多，保留下来的也就越多。1985年美国《国家地理》杂志的封面上这样写着：“久久不能忘怀的双眼和褴褛的衣衫告诉我们这个女孩的境遇：她被迫从祖国阿富汗逃往巴基斯坦的难民营。”2002年，塔利班政府倒台后，史蒂夫·麦克库瑞又遇见了当年的那个女孩，并为美国《国家地理》杂志再次拍摄了一张对比强烈、富有冲击力的照片，名为《生命的启示》。摄影（两张）：史蒂夫·麦克库瑞，设计编辑：康妮·费尔普斯，故事：凯西·纽曼（Cathy Newman）。经美国《国家地理》杂志许可使用图片。

前页：

麦克库瑞在费城做了两年自由摄影师后来到亚洲。1979年，他穿上了当地的衣服混入阿富汗拍摄战争场景。为了带走这些珍贵的照片，他不得不将胶卷缝在衣服里面。几年后，史蒂夫·麦克库瑞凭借《时代》杂志上的摄影作品获得罗伯特·卡帕（Robert Capa）奖的“最佳海外摄影”奖项。经史蒂夫·麦克库瑞与美国《国家地理》杂志授权使用图片。

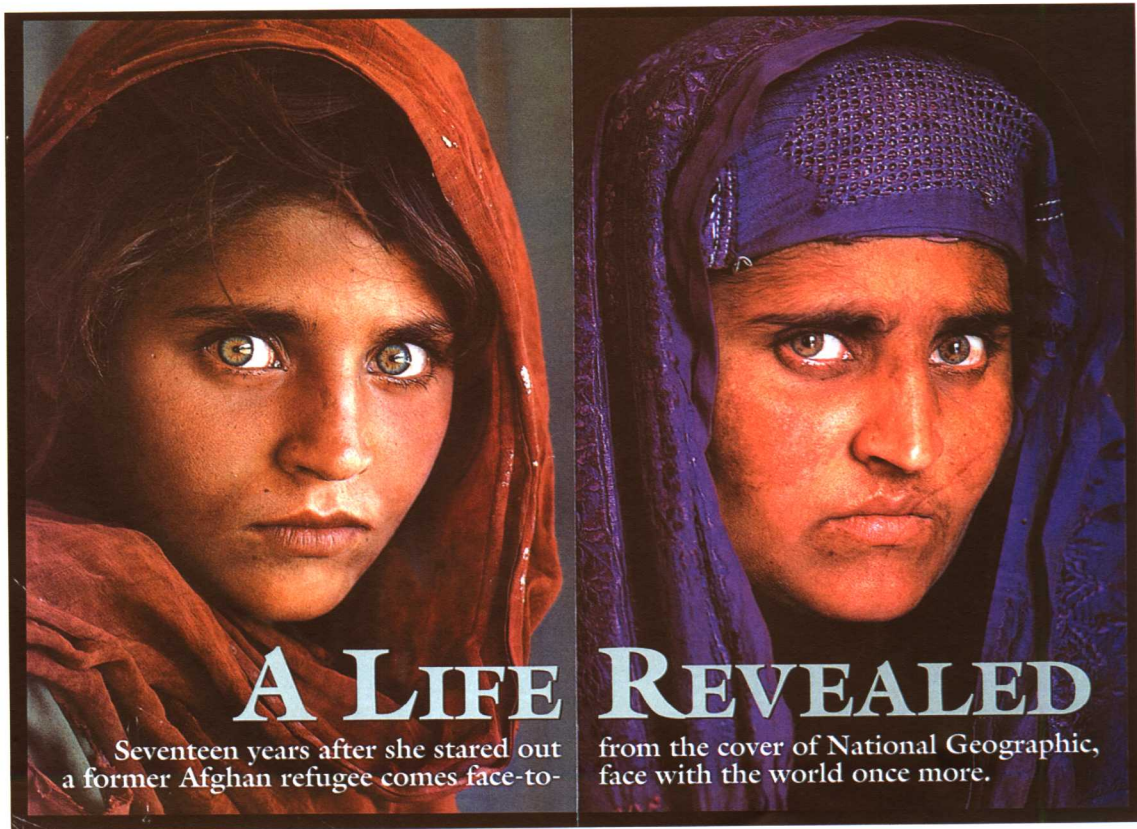
在过去的年代里，海顿在有80人出席的埃斯特哈泽（Esterhazy）王子音乐晚会上演奏了美妙的乐曲；和今天完美的电脑排字相比，德国版画家丢勒在他作品上的签字更为优雅；在意大利北部的克雷莫纳的特拉蒂瓦里（Stradivari）为他的客人制造小提琴的木材处理方式，4个世纪以来没有人可以复制。凡此种种都重要吗？回答是肯定的。

——亨利·沃夫（Henry Wolf），《视觉思考》

图形传达的力量和魔力

本书，尤其本章将着重处理沃夫所提到的问题。在我们的生活中，美、艺术、媒介和视觉传达已经占据了很重要的一部分。他们塑造了我们的形象、信息、身份、媒质和娱乐。具

有震撼视觉效果图像，如史蒂夫·麦克库瑞的那两张令人惊讶的照片给人们留下了难以磨灭的印象（图1-1）。从洞穴的石壁到绘画、影视图像、网址和数字代码，文字和图形绘制了文明的细节和发展，从而保存了我们的群居



史资料。

视觉想象在我们的生活中无孔不入。媒体也利用图像来吸引我们的注意力并说服我们。本章的内容为视觉传达概述,并依次对视觉的生理机能、感知、传达模式、视觉传达原理等方面进行了阐述。同时,本章也向你们介绍比尔·艾伦——一位杂志编辑、摄影记者、电影评论家、纪实摄影家和理论家。

比尔·艾伦,美国《国家地理》杂志的总编辑,倾注了一生的心血用视觉向人们述说故事。这本杂志继续以它对摄影、写作、视觉传达的高质量作为目标。事实上,引人注目的版面设计和震撼人心的照片是美国《国家地理》杂志的同义词。比尔·艾伦有着深厚的资历和丰富的出版经验,无论在哪些方面都是阐述图像传达的力量和魔力的最佳人选。他为本书撰写了视觉领域的深刻论述:

追溯历史,大约在一万年前,在法国的一个洞穴里,一位无名艺术家用一块木炭碎片在洞穴的石墙上留下了野牛的草图。在洞穴的其他地方,绘图者又在石壁上增加了多角鹿和长着粗毛的小马逃跑的轮廓。这位无名艺术家所处的世界早已消失,但洞穴里的壁画却保留了下来(图1-3)。动物的队伍无声地移动着,

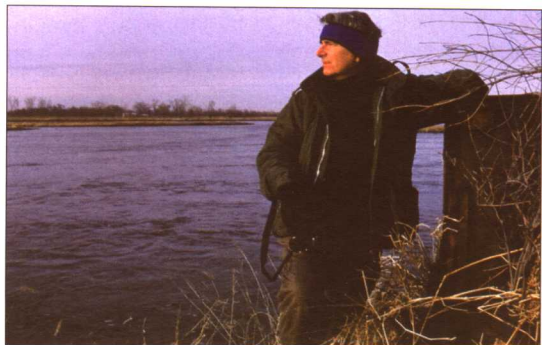


图1-2

1995年1月,威廉·比尔·艾伦成为美国《国家地理》杂志的第八位全职编辑,为该杂志服务了整整两年半的时间。他以全方位的编辑才能撰写文章、拍摄照片,并为《世界之窗》杂志、美国《国家地理》杂志、教育产品和大量书籍编辑照片。他对水下考古和科学的浓厚兴趣让他在1985年发表了《我们如何发现了泰坦尼克号》一文,在1986年发表了《我们的免疫系统:体内的战争》,在1987年12月发表了《揭秘青铜器时代最古老的灾难》。1992年,他由资深助理编辑提升为总编助理。经美国《国家地理》杂志许可使用图片。

并且与未予回答的问题产生了共鸣。艺术家是想向人们展示他们的一种宗教仪式,还是想向人们叙说他们当时的一种生活状态,又或只是想创造一种纯粹的喜悦?也许答案很简单,图片就是存在的见证。我在这里,将所知道的、羡慕的、敬畏的东西创作出来,也许你们也会知道、羡慕,或是敬畏。

那么我们是否能在对人类的定义中加入“图像创造者”这一内容呢?那是一幅多么有力的照片。想一下最近诞生(与洞穴图像相比)的一张图像,它无疑是美国《国家地理》杂志出品的最负盛名的摄影作品:1985年刊于杂志封面的一幅年轻的阿富汗难民的照片,她有一双令人难以忘怀的眼睛(见《开放的艺术》一章)。它不仅打动读者、激发情绪,而且还让他们付之行动。我们收到了成千上万封愿意提



图1-3

这是一组来自美国《国家地理》杂志的文章,名为《来自冰川时代的艺术宝藏——拉斯卡尤斯洞穴》,文章说:“令人大跌眼镜的是,位于法国西南部的一个洞穴里保存了旧石器时代艺术家的创作,他们在距今17000多年前雕刻并绘画了几百幅画像。他们按照最大的尺度,在显赫的白石墙上留下了公牛的形象。”照片摄影:西西·布姆伯格(Sisse Brimberg)、洛伯特·奥爵拉特(Norbert Aujoulat),设计编辑:康妮·费尔普斯,故事:简·菲力普(Jean Phillippe)。经美国《国家地理》杂志许可使用图片。

供帮助的来信，显然，这张照片激发了读者自愿去难民营或阿富汗做救援工作的热情。尽管那是阿富汗的特殊时期，但这幅照片以它自己的方式超越了时间，变得像古代洞穴壁上的野牛一样神秘莫测。

超越时空并将瞬间扩展至永恒，这就是图片的力量。经过最后的努力，我们找到了神秘的阿富汗女孩并获知她的名字：莎巴特·古拉(Sharbat Gula)。有一位读者直观地表达了图片的力量：她的那双眼睛让我们彼此联系在一起。像莎巴特·古拉的照片一样，最有力的图像能进入心灵的“洞穴”，让我们在反思自我的欢乐和悲哀时思量世间的欢乐和悲哀。

图片还有什么作用？最好的图片是现实的见证。通过图片，我们看到了喜悦的神情、悲伤的样子，看到了世界上发生的一切。图片是历史的记录。它能带着我们跟随美国《国家地理》杂志富有传奇色彩的摄影家路易斯·马登(Luis Marden)来到太平洋海面下20英尺的地

方，正是他发现了“邦蒂号”轮船的残骸。它也能带着我们到达更深的地方。在大西洋海面下13000英尺的地方，发现了“泰坦尼克号”的残骸，经埃默里·克里斯多夫(Emory Kristof)拍摄，“泰坦尼克号”在沉没了73年以后，其照片才公之于世。图片让我们触及世界的每个角落。请观察多克·埃杰顿(Doc Edgerton)表现一颗子弹在一半射程中的瞬间和一滴牛奶呈现的流星似的冠状照片。布鲁斯·戴尔(Bruce Dale)用缚在飞机尾部的遥控照相机拍摄了喷气式飞机着陆的画面，使读者惊奇于技术的力量。雷纳特·尼尔森(Lennart Nilsson)通过电子显微镜拍摄了人体中的艾滋病病毒(图1-4)。一张图像的馈赠就是一个不同寻常的视觉馈赠。它是对神奇世界的一瞥，这种神奇既恐怖又辉煌。

最重要的是图片能改变世界，这是图片制造者感到最有成就感之处。试想在起居室里观看有关越南战争的有争议的画面，或者观看政

图1-4

雷纳特·尼尔森常常利用高超的技术和微电子显微镜来拍摄人体内的照片。他的作品包括与简·林达伯格(Jan Lindberg)一起拍摄的《凯旋的身体》、《难以置信的机器》、《孩子的诞生》、《注视人类》等。这组选自美国《国家地理》杂志的照片展示了细胞被艾滋病病毒侵袭的情景(蓝色的是病毒)。经美国《国家地理》杂志许可使用图片。

