

graphic **IDEA**
resource

Photography

Creating Effective Graphic Design with Photography

—— 平面创意资源库

摄影

以摄影创造卓越的平面设计

Cheryl Cullen

谢里尔·卡伦 著

朱善卿 吕军 译

 中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

平面创意资源库 / (美) 谢里尔·卡伦著; 朱善卿, 吕军译. — 北京: 中国轻工业出版社, 2001.1

ISBN 7-5019-3023-6

I. 平... II. ①谢... ②朱... ③吕... III. 平面-设计

IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 72948 号

Original Title: Graphic Idea Resource/PHOTOGRAPHY

Copyright © 1998 By Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form without written permission of the copyright owners. All images in this book have been reproduced with the knowledge and prior consent of the artists concerned and no responsibility is accepted by producer, publisher, or printer for any infringement of copyright or otherwise, arising from the contents of this publication. Every effort has been made to ensure that credits accurately comply with information supplied.

责任编辑: 崔笑梅 张海容 封面设计: 张皓颖

责任终审: 孟寿萱 版式制作: 武 迎

责任校对: 方 敏 责任监印: 崔 科

出版发行: 中国轻工业出版社

(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

联系电话: 010-65241695

印 刷: 深圳利丰雅高印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 889 × 1194 1/16 印张: 72

字 数: 2304 千字

书 号: ISBN 7-5019-3023-6/J·155

定 价: 576.00 元 (共 12 册), 本册: 48.00 元

著作权合同登记 图字: 01-2000-3302

●平面创意资源库·创新

●平面创意资源库·色彩

●平面创意资源库·摄影

●平面创意资源库·版式

●平面创意资源库·节省预算

●平面创意资源库·标识

●平面创意资源库·促销

●平面创意资源库·字体

●平面创意资源库·纸张

●平面创意资源库·印刷

●平面创意资源库·印前

●平面创意资源库·黑白与双色设计

• 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 •

Photography

—— 平面创意资源库

摄影

以摄影创造卓越的平面设计

graphic IDEA
resource

Photography

Creating Effective Graphic Design with Photography

—— 平面创意资源库

摄影

以摄影创造卓越的平面设计

Cheryl Cullen

谢里尔·卡伦 著

朱善卿 吕军 译

 中国轻工业出版社



PHOTO

GRAPHY

自从19世纪早期摄影的“达盖尔银版法”和“铁版照相法”出现以来，摄影一直是一种宝贵的、富有创造性的艺术形式。与当时相比，现在令人感到惊讶的是，一名摄影师可以通过阴影、光线、黑白或彩色等传达最精敏的信息。摄影师的每一项决策——从胶片的感光度、曝光时间到暗室中的操作，都能影响最后的效果。

在电脑技术出现以前，摄影师在较大程度上掌握了创造的主动权，他们可以控制照片在平面设计中的再应用效果。而现在，随着设计师可利用的技术手段的发展，图像的最后合成已不再是摄影师独有的优势了。

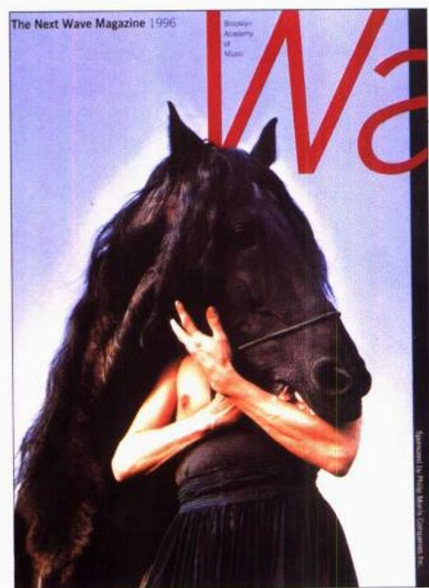
今天，设计师和摄影师在照片图像的最后合成方面有同样的发言权，他们一起把平面设计提高到一个崭新的艺术水平。图片处理软件使得设计师和摄影师有可能将图片翻来复去地进行处理。借助众多的电脑软件中的滤镜功能，时下可以对照片进行模糊、遮蔽、颠倒和造假等处理，这些方法是过去做梦也想不到的。

走进21世纪，我们比过去任何时候有更多的选择，有更多可供我们实践的技术手段。我们能够审视大量的照片，浏览更多的在线图像，仔细地安排和展现原版照片，或者选出姿势自然的抢拍之作。这意味着条条框框被打破了，越来越多的图片在平面设计中得到运用。

事实上，图片本身和处理图片的方法已发展成一种无界的媒介方式，也不再有任何条条框框的限制了。在这本平面设计的摄影集中，你可以看到无论是空白背景中的被摄物体，还是整幅图像，都可以进行模糊处理，而只有一小部分保留清晰。

从“达盖尔银版法”问世以来，摄影及其在设计中的应用走过了漫长的道路，当时的全部发明创新，以今天的标准来看，已显得过于简单了。或许这正说明了早期摄影艺术品具有极高的收藏价值，它构成了连结过去的有形纽带，并提示我们摄影已走了多远，今后还能走多远。





布鲁克林音乐学院《新浪潮》杂志

设计公司 *BAM Design*

设计顾问 *Michael Bierut*

艺术指导 *Rafael Weil*

设计师 *Jason Ring*

摄影师 *Brigitte Lacombe*

照片是为宣传布鲁克林音乐学院“新浪潮”音乐节而拍摄的，它抓住了读者偶然的注意力，并能请他们再看一眼。通过公众的反映，已证明这个目的达到了。

布鲁克林音乐学院“吉卜赛男子”手册

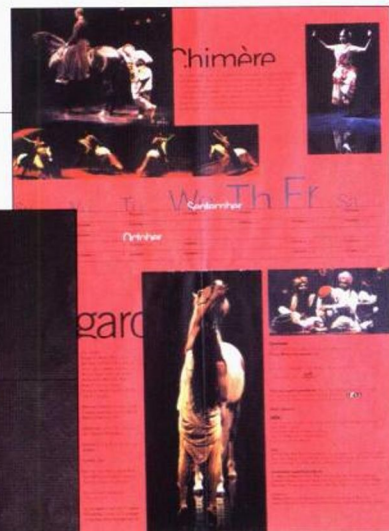
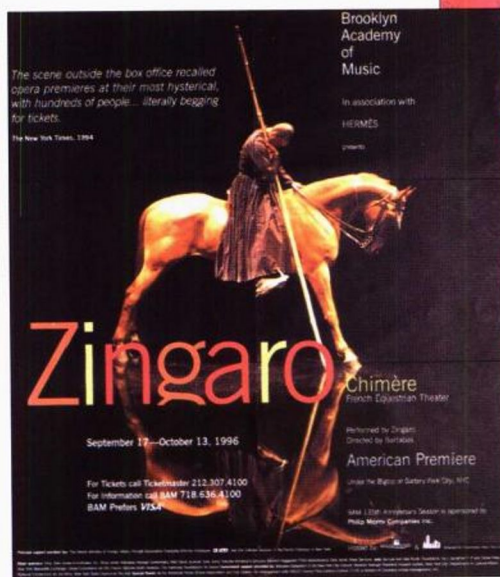
设计公司 *BAM Design*

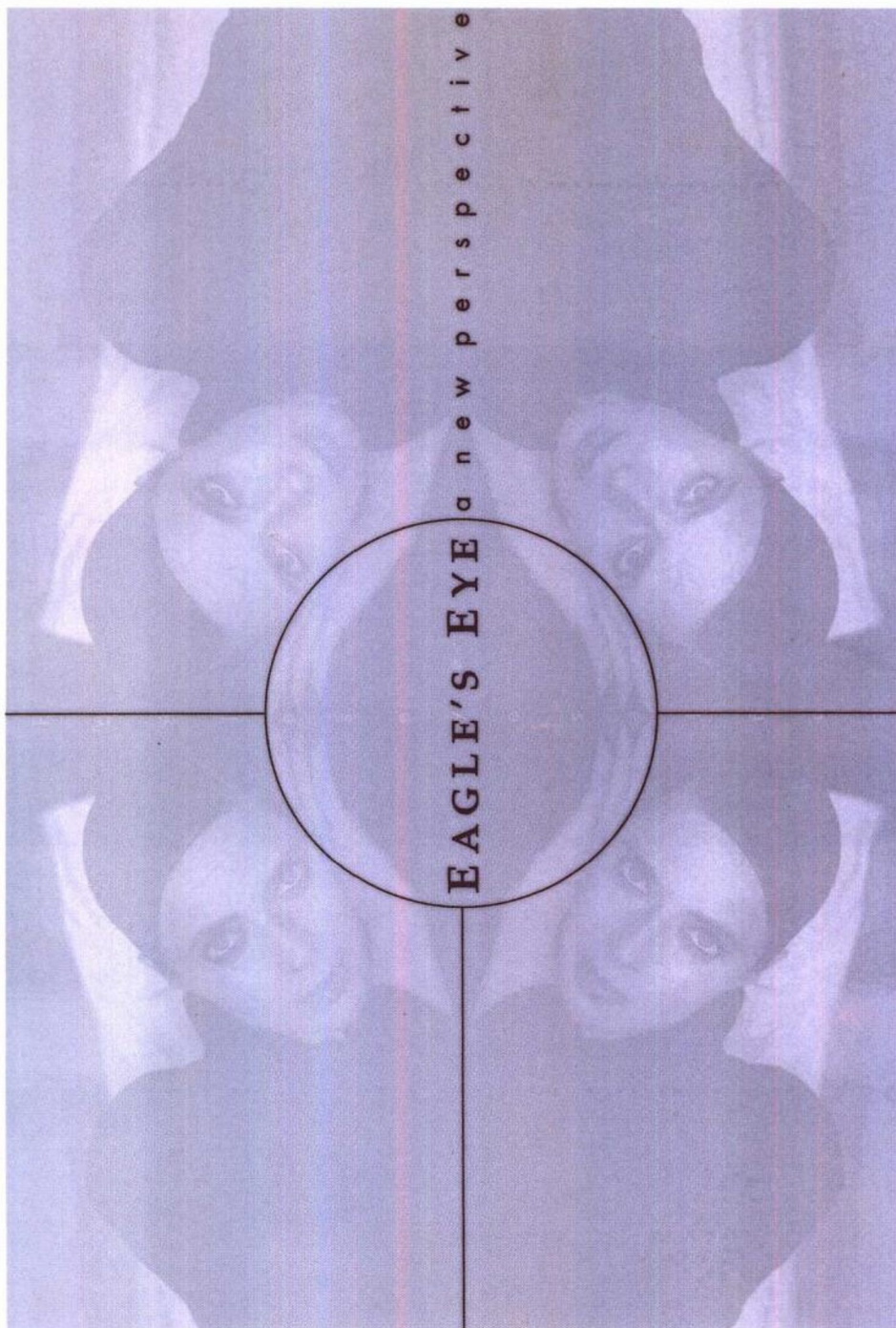
设计顾问 *Michael Bierut*

艺术指导 *Rafael Weil*

设计师 *Jason Ring*

为了推广马术运动，封面以强有力的形象突出了主题，邮寄这本手册帮助布鲁克林音乐学院超额完成了其全部销售目标。

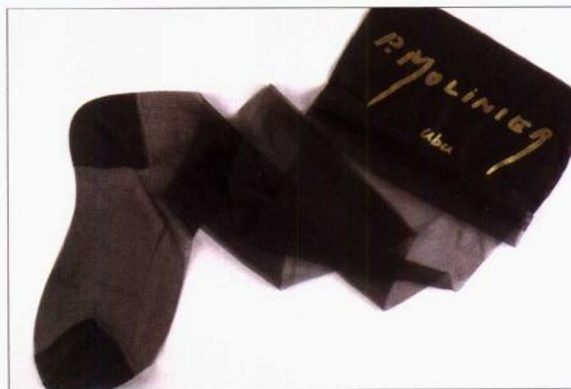
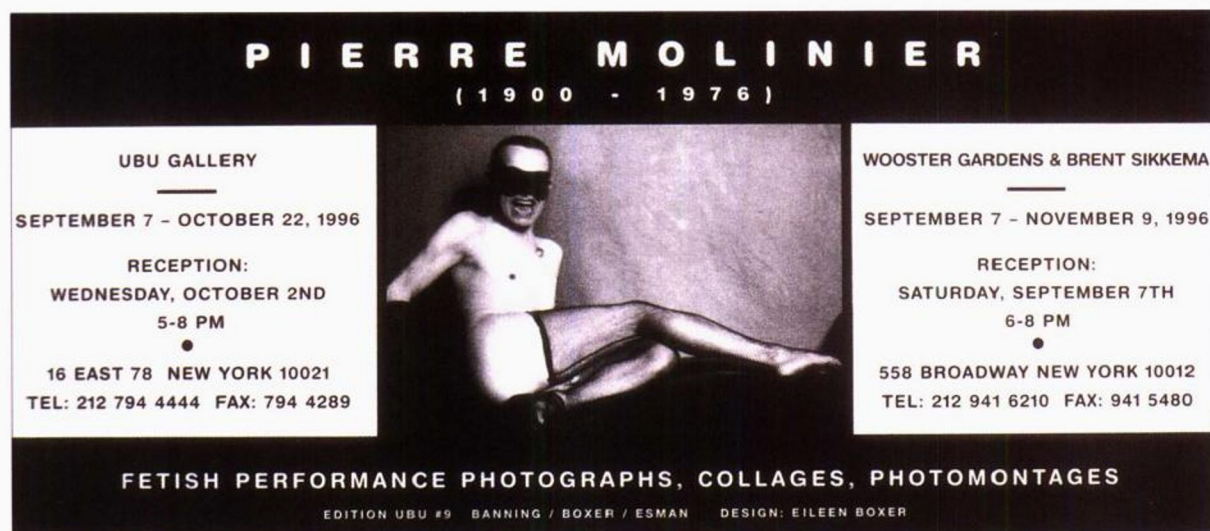




《鹰眼》肖像集

设计公司 *Socio X*
 设计顾问 *Deborah Moses*
 艺术指导 *Bridget de Socio*
 设计师 *Albert Lin*
 摄影师 *Ruven Afanador*
 数字图像 *Ninja von Oertzen*

《鹰眼》肖像集封面设计的思路,从注重制造商的名称转移到品牌名称上来。新的封面暗示出公司不只是以缤纷的色彩、黑白照片和明晰的页面来满足顾客的眼睛。厚的聚酯薄膜使它下面镜像效果的照片被遮掩了些,这也使观者第一眼便能感受到它的变化。



UBU 展览馆 PIERRE MOLINIER 摄影展的请柬

设计公司 Boxer Design
 艺术指导 Eileen Boxer
 设计 师 Eileen Boxer
 顾 问 Jack Banning, Adam Boxer, Rosa Esman

Pierre Molinier 摄影作品展的请柬设计有意地突出了中心图片，这恰当地暗示了摄影家的艺术风格。一只用金色印上艺术家名字黑色丝袜是作为附属品随邮件寄出的。



民主党全国委员会的通知卡

设计公司 Thomas Drymon Design

艺术指导 Tom Drymon

设计师 Tom Drymon

文案 Malchow Adams & Hussey-Lisa Selner

这个通知卡是一份筹集资金的呼吁书。采用手工着色的照片描述一具有历史意义的事件。它的主要对象是高龄的公民，以唤起他们的恋旧情节。这样做的结果是反馈率高达281%，大大高于上年民主党全国委员会的平均响应率。

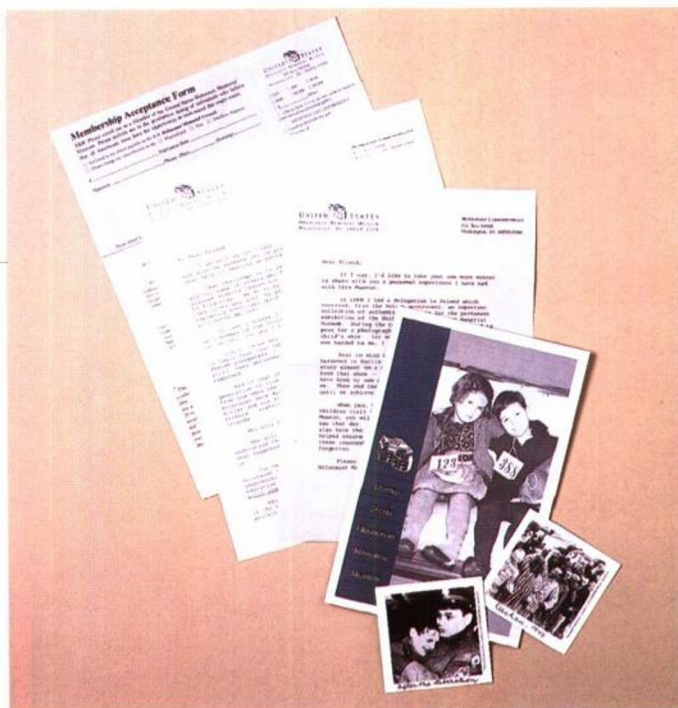
美国大屠杀纪念馆邮寄品

设计公司 Lautman & Company

艺术指导 B&G Inc.

设计 B&G Inc.

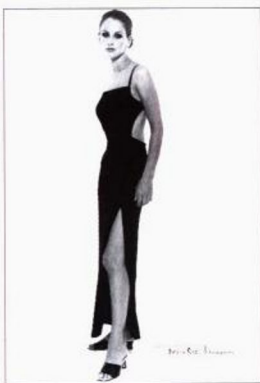
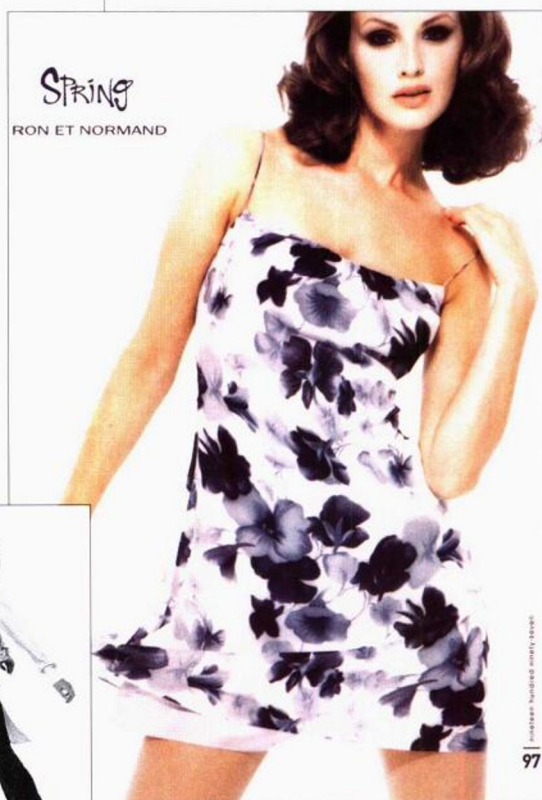
这些模仿出来的1945年集中营里牺牲者的快照，让美国的那些从大屠杀中幸存下来的人们更仔细地关注牺牲者们的个人身份。



RON ET NORMAND 时装产品目录

设计公司 *Moondog Studio, Inc.*
 艺术指导 *Odette Hidalgo*
 设计 师 *Derek von Essen*
 摄影 师 *Cindy Sommerfield*

封面的彩色照片似乎比实际的更大，它使 Ron et Normand's 的时装产品目录在竞争中脱颖而出。单一的白色背景使读者把注意力集中在服装上。目录里的黑白照片，再次把人们的注意力吸引到产品上。





海洋家用购物公司产品目录

设计公司 *Gavin Joule Design*
 创意指导 *Aamir Ahmad*
 艺术指导 *Sean Galligan*
 设计师 *Gavin Joule*
 文案 *Michael Harvey*

铝和钢制品的淡色调的照片与上面印有产品信息的大面积色块并置在一起，这并没有影响产品本身的形象。照片显示的，产品清洁整齐的外观迎合了那些热衷于高品质厨房用具的人的需要。



海洋家用购物公司产品目录

设计公司 *Gavin Joule Design*
 创意指导 *Aamir Ahmad*
 艺术指导 *Sean Galligan*
 设计师 *Gavin Joule*
 文案 *Michael Harvey*

展开海洋家用购物公司的产品目录，适宜的题目和穿插的图画诱使人们选择那些价位不等的五花八门的产品。

TAKASHIMAYA NEW YORK 假日购物目录

设计公司 *Design: M/W, NYC*

创意指导 *Allison Muench Williams, J. Phillips Williams*

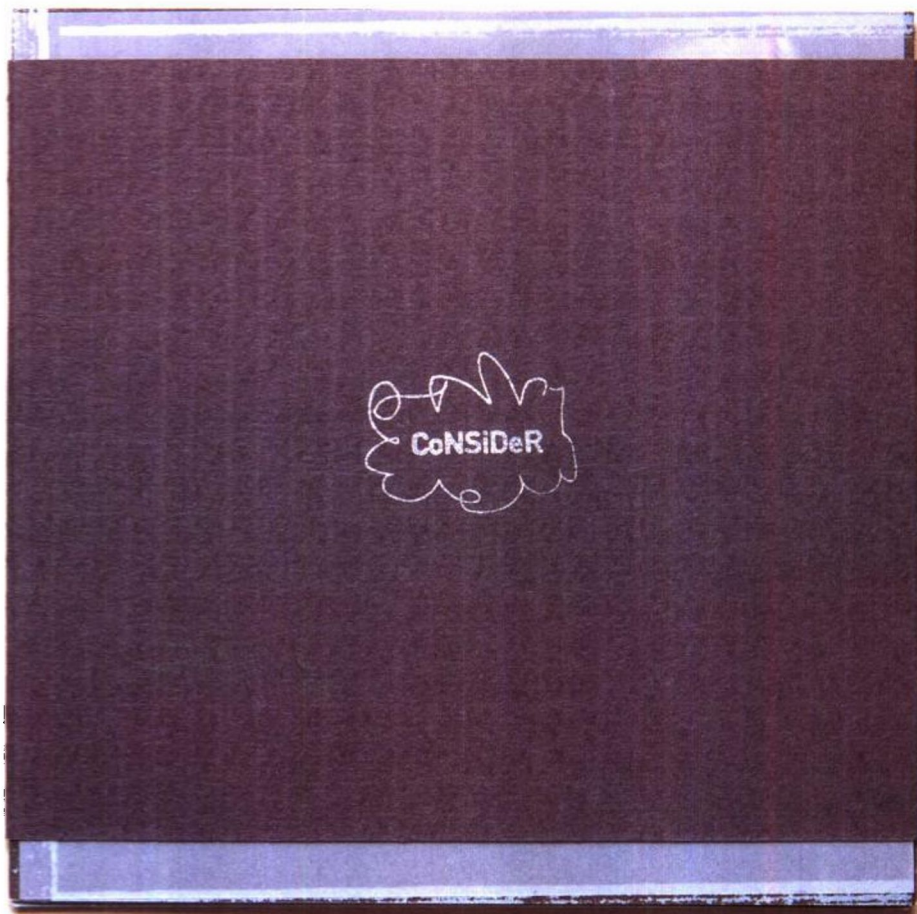
设计师 *Allison Muench Williams, J. Phillips Williams*

文案 *Laura Silverman*

摄影师 *Carlton Davis*

这个具有新意的、融合了东西方特色的百货商店，摒弃了传统的季节产品目录的形式，采用了流线型的版式设计，使每页的照片都带给人一些出人意料的东西。

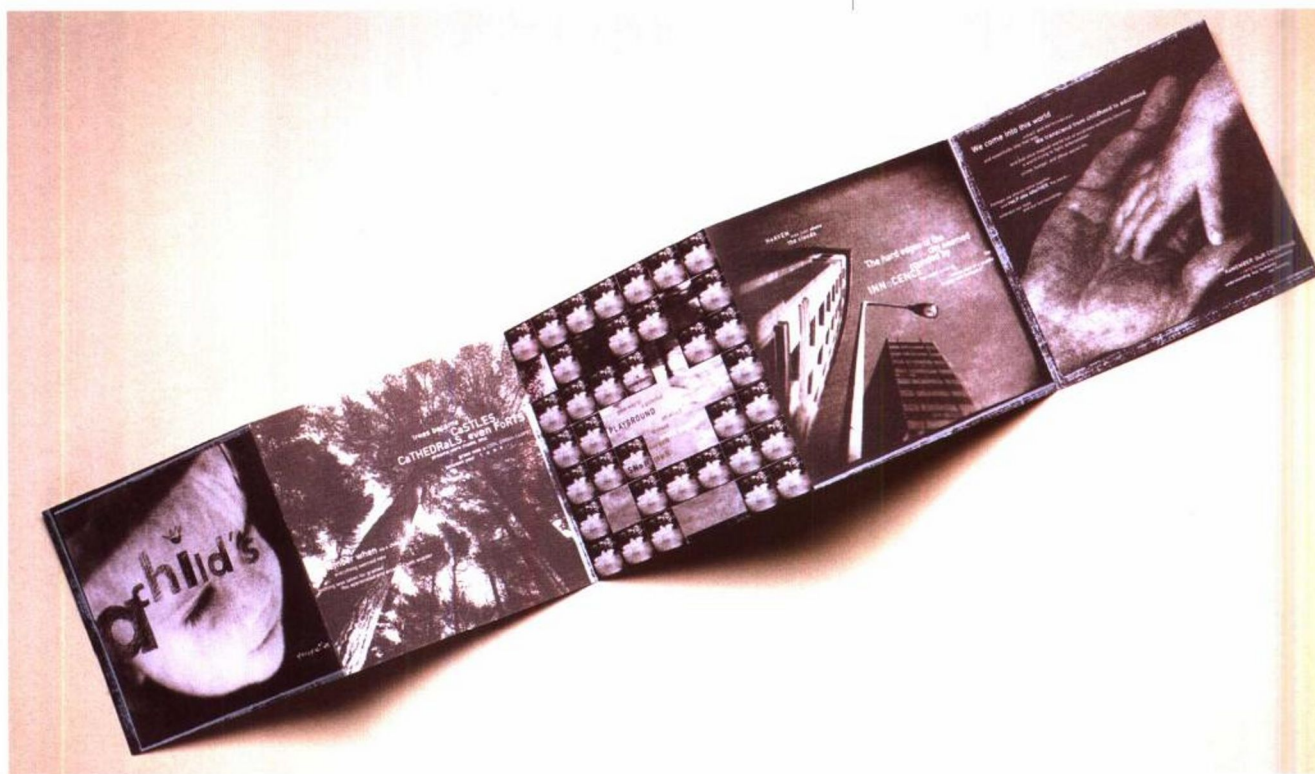


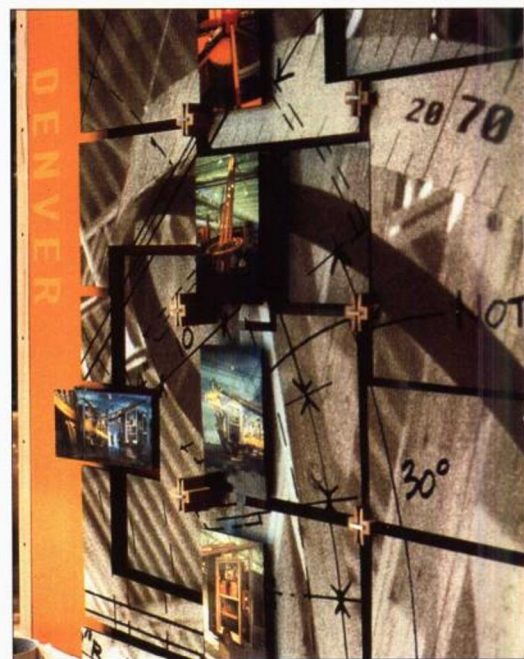


STEWART MONDERER 设计公司自我促销小册子

设计公司 *Stewart Monderer Design, Inc.*
 艺术指导 *Stewart Monderer*
 设计 师 *Aime Lecusay*
 摄影 师 *Keller & Keller*

这些视角独特的照片与引人思考的文字结合在一起，令读者认真考虑它的可能性。照片采用三色PMS印制，引发读者的回忆，然后再带领他们在后面一系列的图片中找到圆满答案。

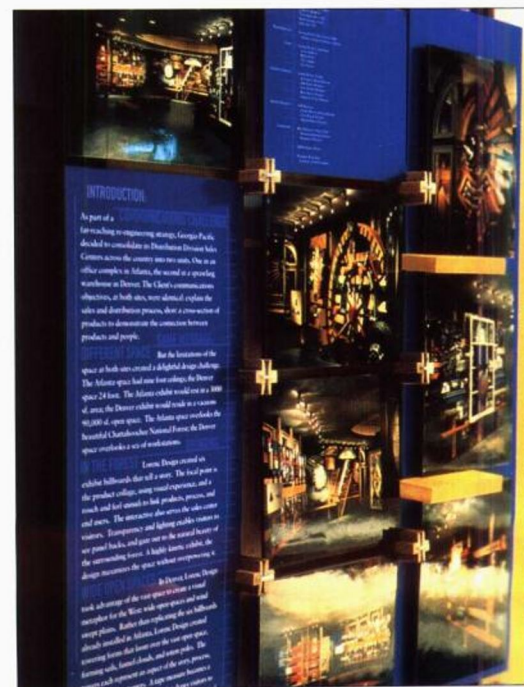




AIA 展示亭

设计公司 Lorenc Design
 艺术指导 Jan Lorenc
 设计师 Rory Myers
 图作者 Rory Myers, Jan Lorenc
 摄影师 Jan Lorenc

出于经济方面的考虑,这些用蒙太奇手法表现出极强冲击力的图片是用彩色喷墨打印机打印的。它们被装裱在裹有泡沫板的架子的四壁,展出的照片讲述了一个令人难忘的、充满想象力的故事。其制作与材料的全部费用仅为 500 美元。



纽约艺术指导俱乐部的明信片

设计公司 *Mike Salisbury Communications*

艺术指导 *Mike Salisbury*

设计师 *Mary Evelyn McGough*

图作者 *Greg McClathy*

“这家伙是谁？我要更多地了解他？”这是这张双色的明信片留给观者的问题。这个粗糙的、黑白色的特写镜头非常引人注目，会迫使你继续读下去。

art director confesses...

**"I sold
sex, drugs
and' n' roll."**

