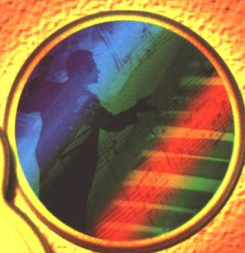


Photoshop CS2

商业平面设计 完全攻略

温鑫工作室 编著



- ★ 资深设计师重点讲述，伴您领略Photoshop CS2在商业平面设计中的神奇应用
- ★ 大量精美实用案例的精辟剖析，从足球、卡通、极限运动，到证券、金融、古玩鉴宝，囊括当今商业平面设计热点，同时对Photoshop CS2进行最全面入微的讲解
- ★ 同步视频教学第一时间排除困惑，让您的设计之路畅通无阻

兵器工业出版社



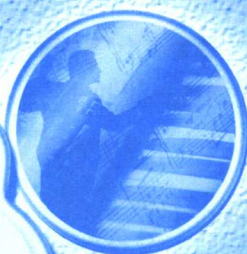
北京希望电子出版社
Beijing Hope Electronic Press
www.bhp.com.cn

Photoshop CS2

商业平面设计

完全攻略

温鑫工作室 编著



- ★ 资深设计师重点讲述，带您领略Photoshop CS2在商业平面设计中的神奇应用
- ★ 大量精美实用案例的精辟剖析，从足球、卡通、极限运动，到证券、金融、古玩鉴宝，囊括当今商业平面设计热点，同时对Photoshop CS2进行最全面入微的讲解
- ★ 同步视频教学第一时间排除困惑，让您的设计之路畅通无阻

兵器工业出版社



北京希望电子出版社
Beijing Hope Electronic Press
www.bhp.com.cn

内 容 简 介

商业平面设计已经成为时代性的流行概念,本书集电视包装和纹理于一体,由资深设计师重点讲述 Photoshop CS2 在商业用途平面效果设计中的应用,使读者领略商业平面设计的境界及其潜在功能,并通过学习一睹 Photoshop CS2 呈现的艺术魅力。全书共分 4 篇 22 章,内容分别为:商业平面设计中的基本知识、模拟电视平面包装画面效果、商业平面常用纹理和商业平面特殊效果。

本书特点:① 思路新:结合大量实例讲述 Photoshop 在商业用途平面效果与纹理设计中的应用。② 实例全:从足球、卡通、极限运动,到证券、金融、古玩鉴宝,将商业纹理一网打尽,应有尽有。③ 活学活用:淋漓尽致地展现每一个范例的创意和步骤,手把手教授,宝典在手,犹如名师在身旁。④ 实用性强:从平面设计的色彩影调、基础知识,到软件的各项技术环节,学习系统又全面。

读者对象:本书适用于平面设计、影视制作的广大从业人员以及电脑美术设计爱好者,也可作为相关培训课程的参考教材。

配套光盘内容为书中部分实例素材、视频教学及过程文件。

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop CS2 商业平面设计完全攻略 / 温鑫工作室编著.

北京:兵器工业出版社;北京希望电子出版社,2006.4

ISBN 7-80172-603-0

I. P... II. 温... III. 图形软件, Photoshop CS2

IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 145398 号

出版发行:兵器工业出版社 北京希望电子出版社

邮编社址:100089 北京市海淀区车道沟 10 号

100085 北京市海淀区上地信息产业基地 3 街 9 号

金隅嘉华大厦 C 座 611

电 话:(010) 82702660(发行) (010) 62541992(门市)

经 销:各地新华书店 软件连锁店

印 刷:北京双青印刷厂

版 次:2006 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

封面设计:刘孝琼

责任编辑:宋丽华 赵 莹

责任校对:张月岭

开 本:787×1092 1/16

印 张:35.5(彩插 4 页)

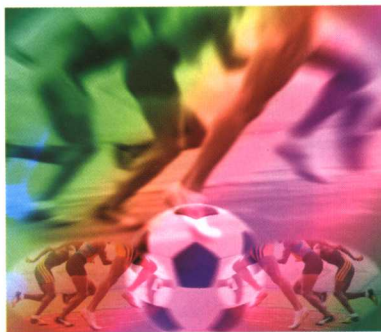
印 数:1-5000

字 数:827 千字

定 价:48.00 元(配 1 张 DVD)

(版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换)

作品欣赏



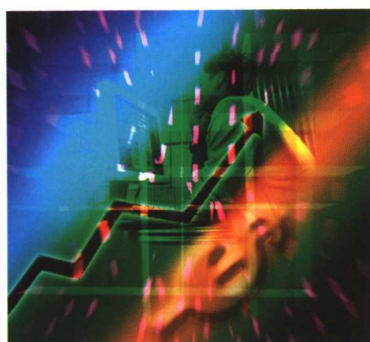
足球节目



卡通动画节目



极限运动节目



证券市场节目



金融货币节目



百姓创业节目



古玩鉴宝节目



美术节目



音乐殿堂节目



半边天节目



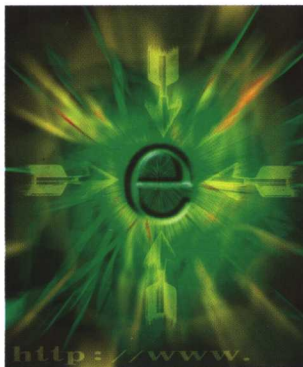
生活服务节目



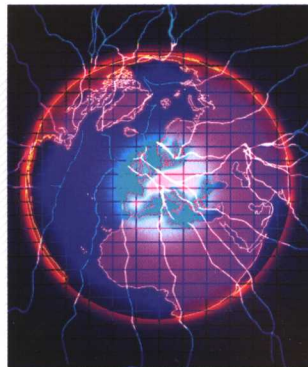
法律在线节目



电视旅游节目



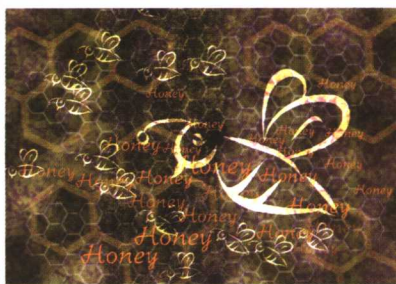
网络e通



电子时空



多元化



生化时代



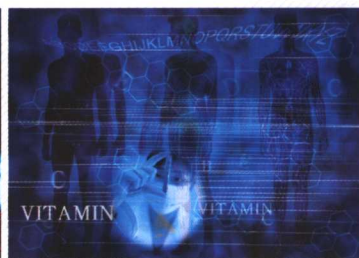
进化



艺术遐想



科学巨匠



人体科学



自然之光



彩纹印记

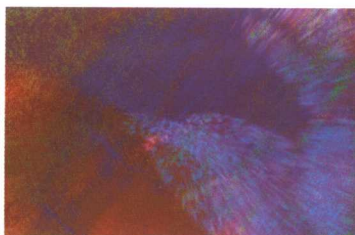


冰纹印记

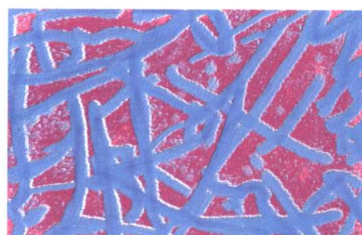
作品欣赏



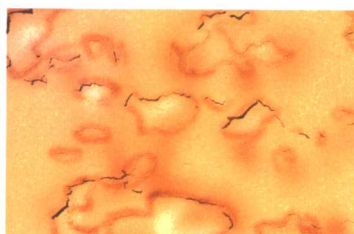
水纹印记



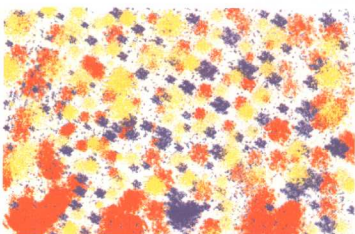
迷茫



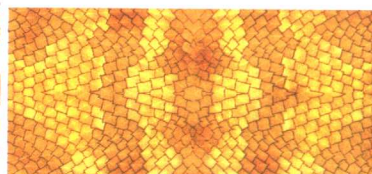
微观



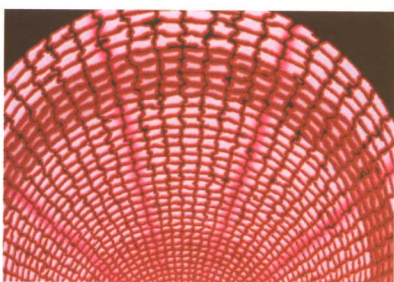
干枯



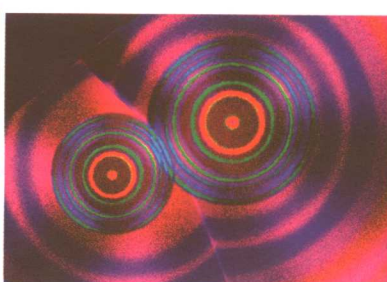
斑印之花



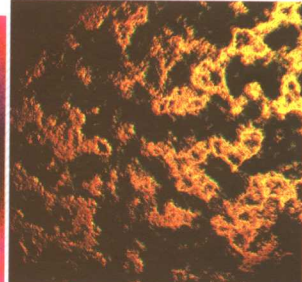
兽皮之花



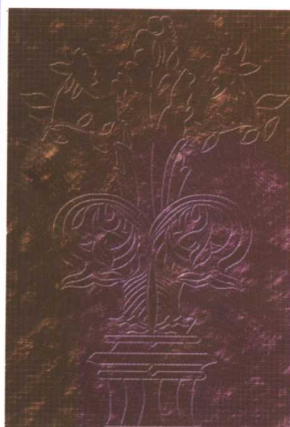
螺纹



五光十色



金属光斑



文明与历史



数学运算



商务运作

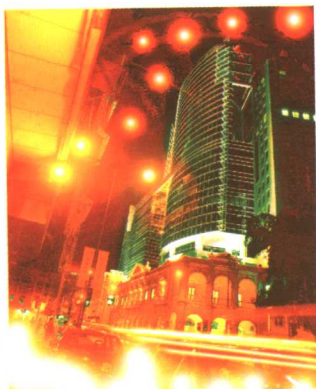


人生



科技之光

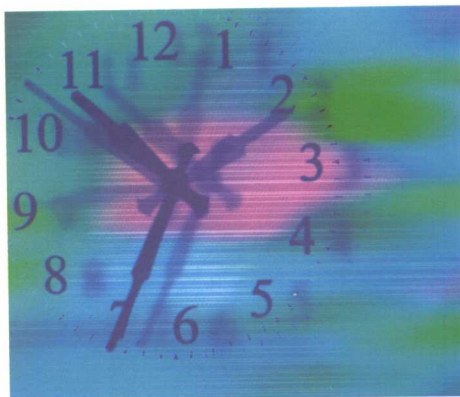
商业特效



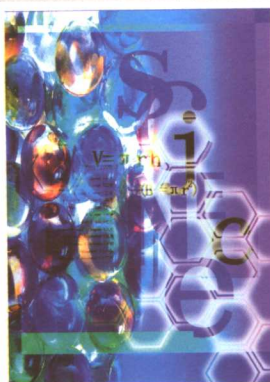
都市夜光



交通



时间



幻想升华



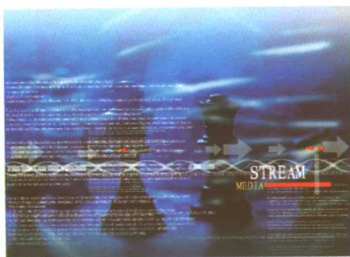
人流



设计



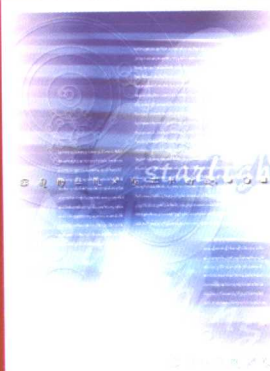
倒数之感



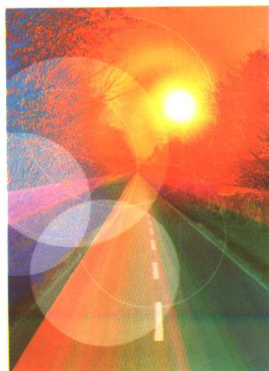
颠峰效果



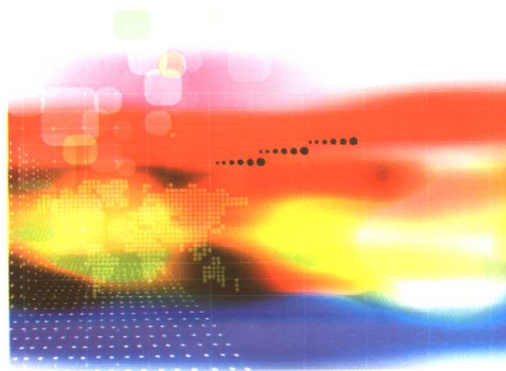
视觉冲击



美感之念



末世感觉



空间距离

前言

E-Mail: skyxuli888@sina.com

于桂林

在商业平面设计中,商业用途平面效果在具体实践中有着举足轻重的作用。尤其是商业设计纹理在许多领域都会被涉及。例如在电视节目如云的今日,许多频道的节目不时都会有光鲜精湛的“画面”推出,以望能锁住千万视线……这些“画面”均源于商业平面设计人员巧妙的构思和制作技巧。

技巧是指“运用实践知识和经验进行有目标活动的能力”。显然包括商业平面、广告和美术等许多领域的一些精湛的构思。

商业平面设计的语言、构图、摄影、策划、编排,首先表现为声画兼备的时空传播形式以及视觉感觉,它们决定着商家的生死存亡。现在的商家已经越来越意识到了这一点,从而越来越重视商业平面设计的构思和表现。

本书讲述了商业平面设计的基本知识和在电视艺术创作中如何运用色彩的技巧。此外,还介绍了电视色彩技术和艺术的色彩图形从理论到实践的基本概念。本书最突出的特点是将色彩技术与色彩艺术融为一体进行阐述。

本书不仅对从事商业领域的平面设计人员有借鉴意义和参考价值,对高等院校影视专业的教师、学生也具有一定的指导意义。

本书的总策划兼总制作:徐丽

实例制作:吕艳茹

文字编排:吕艳茹 王春晶 李欣阳

文字校对:徐丽

其他编委:许宏超 许萌 徐影

目 录

第一篇 商用平面设计中的基本知识

第1章 商业用途中电视画面

的基本结构 1

1.1 电视画面结构的基础元素 2

1.2 电视画面结构的实体元素 5

第2章 商业用途中电视画面

的时空结构 9

2.1 电视画面的空间结构 10

2.2 电视画面的时间结构 12

第3章 商业用途中电视画面

的色彩影调 15

3.1 黑白影调 16

3.2 彩色影调 18

第二篇 模拟电视平面包装画面效果

第4章 文体类电视画面效果 21

4.1 创意效果预览 22

4.2 创意流程 23

4.3 足球节目纹理 24

4.4 卡通节目纹理 31

4.5 极限运动节目纹理 37

4.6 本章小结 43

4.7 本章创意 43

4.8 本章技术知识 43

第5章 财经类电视画面效果 47

5.1 创意效果预览 48

5.2 创意流程 49

5.3 证券市场节目纹理 50

5.4 金融货币节目纹理 60

5.5 百姓创业节目纹理 76

5.6 本章小结 84

5.7 本章创意 84

5.8 本章技术知识 84

第6章 艺术类电视画面效果 105

6.1 创意效果预览 106

6.2 创意流程 107

6.3 古玩鉴宝节目纹理 108

6.4 美术节目纹理 114

6.5 音乐殿堂节目纹理 117

6.6 本章小结 121

6.7 本章创意 122

6.8 本章技术知识 122

第7章 生活旅游类电视画面

效果 135

7.1 创意效果预览 136

7.2 创意流程 137

7.3 半边天节目纹理 138

7.4 生活服务节目纹理 144

7.5 法律在线节目纹理 150

7.6 电视旅游节目纹理 158

7.7 本章小结 165

7.8 本章创意 165

7.9 本章技术知识 165

第三篇 商业平面常用纹理

第8章 抽象科技类纹理

制作(一) 173

8.1 创意效果预览 174

8.2 创意流程 175

8.3 网络e通 176

8.4 电子时空 186

8.5 多元化 193

8.6 生化时代 207

8.7 本章小结 216

8.8 本章创意 216

8.9 本章技术知识 216

第9章 抽象科技类纹理

制作(二) 227

111

16.4	本章小结	458	19.6	本章技术知识	508
16.5	本章创意	458	第20章	美感之念	511
16.6	本章技术知识	458	20.1	创意效果预览	512
第17章	倒数之感	463	20.2	创意流程	513
17.1	创意效果预览	464	20.3	美感之念	514
17.2	创意流程	465	20.4	本章小结	527
17.3	倒数之感	466	20.5	本章创意	527
17.4	本章小结	475	20.6	本章技术知识	527
17.5	本章创意	475	第21章	末世感觉	529
17.6	本章技术知识	475	21.1	创意效果预览	530
第18章	颠峰效果	477	21.2	创意流程	531
18.1	创意效果预览	478	21.3	末世感觉	532
18.2	创意流程	479	21.4	本章小结	541
18.3	颠峰效果	480	21.5	本章创意	541
18.4	本章小结	489	21.6	本章技术知识	541
18.5	本章创意	490	第22章	空间距离	543
18.6	本章技术知识	490	22.1	创意效果预览	544
第19章	视觉冲击	495	22.2	创意流程	545
19.1	创意效果预览	496	22.3	空间距离	546
19.2	创意流程	497	22.4	本章小结	555
19.3	视觉冲击	498	22.5	本章创意	555
19.4	本章小结	508	22.6	本章技术知识	555
19.5	本章创意	508			

商用平面设计中的基本知识

第1章 商业用途中电视画面的基本结构

在本章中你将学习到：

- 电视画面结构的基础元素
- 电视画面结构的实体元素

1.1 电视画面结构的基础元素

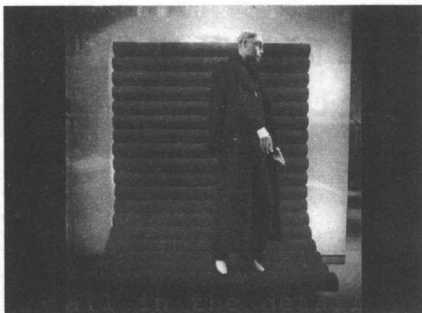
1.1.1 光线

1. 光线的构图作用

光线是电视画面构成的重要条件,没有光线就谈不上成像。正如构图使影像具有形式和实体一样,光线使影像清晰可辨。没有光线,也就无所谓形状的和色彩的感知。

2. 光的相对强度作用

某一个画面富于视觉冲击力,归根结底是运用光的结果。不同强度的光,使画面产生多维纵深的效果。大反差照明,往往能创造出比均匀照明场合更富于魅力的影像,如黑暗中的亮眼睛就使人感到神秘。



3. 光的方向作用

一个场面无论是用人工照明或是自然照明,光的方向是首要的,因为光的方向产生一定的情绪。一些电视新闻画面往往是正面照明,使画面情绪显得平淡、冷漠。从头顶上照下来的平光使场面具有一种呆滞、单调的性质,而从一个较低角度射来的光则会产生一种富于戏剧性的效果。而45°侧光照明能使影像层次分明,有益于提高电视画面的表现力。此外,光线的方向对色彩饱和度也有着重要的影响,用前向照明可获得最大的饱和度,后向照明可降低饱和度。



4. 光的性质

光线从性质上大体可分为硬光和柔光。硬光是指光的阴影很清晰、很明显,它固有的高照度使人们觉得它的阴影很黑。硬光的方向性很强,它一般是从很小的光源发出的。柔光是指光的阴影逐渐地形成,且具有不明晰的边缘,相应的柔光有更淡、更柔和的阴影。柔光比硬光的照度低,没有硬光的方向性强,常常被认为是全向的或“无向”的光。在一个场面里使用的每一个光源,都有各自的特点。自然光的质量也有着无止境的变化,不同季节的气氛和场合,会因光的性质不同而产生不同的视觉冲击力。比如欢庆的新闻场面会因为记者使用单灯照明造成浓黑的阴影和强烈反差,使“欢乐气氛”消失殆尽。

光的构图作用,离不开画面内容。光的最佳运用,取决于具体内容在光的作用下所产生的视觉冲击效果。为了保证电视画面能够真实地再现物体本来的颜色和现场的气氛,拍摄用光的控制是个十分重要的因素。电视画面拍摄用光的控制主要包括色温控制、强度控制和方向控制3个方面内容。

5. 色温与白平衡的控制

彩色电视画面能否准确反映物体的颜色,取决于光线在各种色温条件下对摄像机“白平衡”的正确调节。控制色温,调整好白平衡,是用光控制的基础。

色温,是表示光源的光谱成分的概念,它是光线颜色的一种取值标度,不是指光线照射的实际温度。各种不同光源之所以能呈现不同的颜色,就是因为光谱成分的不同。

白平衡又称白色平衡,或称彩色平衡。当彩色摄像机拍摄灰度卡时,在彩色电视机上显示不带颜色的黑、灰、白图像,这就是彩色电视系统的白平衡。摄像系统的白平衡是通过使用滤光片的调整和摄像机的相关电路参数的调整得以实现的。调整好白平衡,保证物体图像的色彩正常还原,是电视画面摄影的最起码要求。

色温校正电路的调整。滤光片可起到相对降低某一光源的色温或提高某一光源色温的作用。为了保证机内的白平衡标准得以准确的维护,摄像机内还设有色温补偿电路,以补正滤光片的不足,这一电路称之为白平衡电路。白平衡电路有手动调节、自动调节之分,使用便捷,与滤光片搭配运用,二者相互补充,可以使色温校正范围扩大,白平衡更易于调整。

白平衡调整的方法。白平衡调整的方法最重要的是对光源色温的判别和标准白的选择。不同摄影场合有不同的光源色温,只有准确地判定了色温,才能进行滤光片号的选择,以保证白色平衡调节的顺利进行。单一光源的场合,色温较好判别;混合光源场合,则首先要确立好对光源色温的调整,再选择相应的滤光片。

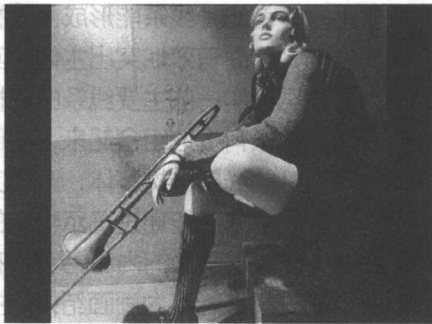
6. 光线强度的控制

摄像机对光照强度的控制是通过光圈的变化施行的。摄像机设有自动光圈电路,为电视从业人员抢拍各种照度的画面提供了极大的方便。

7. 光线方向的控制

电视画面创作中的光线一般有主光、补光、背景光、后向光和轮廓光、特

殊灯光。



1.1.2 线条

线条是画面构成中的一个基础因素。任何画面中的任何形体轮廓最基本形态都表现为线条。在绘画作品中,线条是绘画者对客观事物进行抽象的产物;在电视画面中,线条则是事物实体经复制工具所形成的轮廓层次。在现实生活中人们感受周围的事物也离不开线条。如高楼大厦雄伟的气势,就是通过垂直线表现出来的;一望无际的草原和浩瀚的大海是通过横线表现出来的;曲折的羊肠小道是通过曲线来表现的。如果电视画面创作者能比较准确地表现事物的外部特征——线条和线条的结构,就可以更好地表达作品的内容,更好地实现作品与观众之间的沟通。

线条是形成电视画面线条透视的主要元素。线条透视可以构成画面的纵深感,确定物体的远近空间关系,其主要特征是在画中物像以“线条”的形式按规律排列,它所产生的视觉效果近大远小,即近处物像大、远处物像小,向远处伸展的平行线趋向于接近,最后汇合成一个点。线条透视是造型艺术中表现空间的一种很有效的手段。如在电视画面中经常可以见到的向远处延伸的高速公路、铁轨,人行道两旁的树木等就是这种效果。

线条和线条的有机结构是画面构图结构的重要手段。首先,线条能形成画面视觉中心的导向,从而有效地突出主体。其次,可以通过画面中一些主要线条的结构将其他分散的线条有机地组合起来,使画面形成一个有机的线条结构整体,从而完善构图。再次,线条还能通过揭示物像的轮廓以及结构来表现画面的内涵。另外,在有些情况下,线条还能成为画面结构的主体。

1.1.3 色彩

自然界是五彩缤纷的,人类的生活也是充满着色彩的。色彩与人们的生活紧紧地联系在一起。色彩给人带来各种各样的联想和感情,人们把自己的生活经验与色彩联系起来便产生了丰富的联想。同时,色彩也是电视画面创作中的一个非常重要的要素,它是电视从业人员的一个非常重要的表现手段。

生活中无时无刻不与色彩发生着密切的联系,色彩的自然属性成为生活中客观对象的一种表象和标记。如中国人的头发是黑色的、皮肤是黄色的,树叶是绿的、天空是蓝的等。色彩学认为,色彩本身并没有什么抽象含义,但当色彩进入到人类社会就被打上了时代、阶级、宗教、伦理等烙印,产生一种约定俗成的社会寓意。如中国封建社会中将黄色作为帝王的“专用色”,而平民百姓只能“望而生畏”,就是一个十分生动的例证。

色彩,作为一种物质现象,其本身的色相特质几乎是恒定不变的。色彩所形成的感觉多变性,实质上是反映色彩与自然现象、生理现象、人文现象和社会现象的复杂关系。



三色学说的创立者认为:任何一种物体的色彩都是由一定比例的三原色彩组成的。在人眼的视网膜上存在着能分别对红、绿、蓝光产生反应的感红纤维、感绿纤维和感蓝纤维,它们在相应色光刺激下会发生兴奋,并通过视神经将接受的色光信息传递到大脑,形成一定的色彩感觉。3种感色纤维接受相应色光刺激时,产生的兴奋程度是不同的,其中感绿纤维最大,感红纤维次之,感蓝纤维最小。这种兴奋程度的差异,是人类在适应赖以生存的自然环境的过程中,经过长期进化、遗传所形成的。人类在进化的历史过程中,为了适应自然条件求得生存,逐渐形成了能够感觉与区分色彩的视知能力。当人类还完全依赖于自然条件生存的时候,所处的基本环境是阳光、野火、蓝天、江河湖海、冰雪以及绿色植物。如果不能感觉与区分这些自然现象,便无法寻找食物、水源以及栖身场所,也无法逃脱危险,避开严寒。火红的太阳带给人们光明与温暖,炽红的野火带来烤熟兽肉的鲜美,红熟的野果带来甘甜,森林大火带来死亡与恐惧,由于这一类外界条件的长期影响,在人眼的视网膜上就逐渐形成了一种对红光敏感的感红纤维(红色觉)。人们最初对色彩形成恒常反应,是以自然现象和生理现象为基础的,随着社会的进化、部落的斗争,流血现象又表明着胜利和喜庆以及残酷和失败,同样是红色,于

是又有了社会现象和人文现象的反应。这便是红色感觉的形成和发展。同样的道理,感蓝纤维(蓝色觉)的形成,与原始生活中的蓝天、蓝天映照的江河湖海、呈蓝青色调的冬雪寒月有着密切关系。沉寂、冷清、安静之类的心理感觉亦由此生成。感绿纤维(绿色觉)的形成,则是因为广袤的大自然中的绿色植物为人们的衣、食、住等生存需求提供了丰厚的条件,引起人们常年关注和向往的结果。虽然感绿纤维最易兴奋,但也最易抑制,这是由于远古的原始绿色教人们敏锐地从绿色的大自然中寻找生存条件和绿色给人们以庇护和享受所形成的。所以,绿色在心理上的影响包含着动与静的融合,且以静为终结的特点,产生清新、明快、宁静的感觉。比如,绿色的群山使人心旷神怡,绿色的田园使人感到清新明快,绿色的地毯使居室显得宁静平和。整个人类以绿色象征安全与和平。

综上所述,人们对于色彩的感觉源于自然现象与生理现象的有机融合,色彩感觉的发展则与人文现象、社会现象有着千丝万缕的联系,色彩感觉是一个实实在在的哲学现象。

电视画面中色彩语言的掌握和运用,应该以三色成因理论为基础,对色别、色调、色彩搭配、画面色彩基调控制以及色彩还原基础内容作深入了解,综合考虑环境、时代、季节和人们的习俗、思想情绪及心理状况等多个因素对于色彩语言构成的影响。

了解了色彩的象征寓意和意义的形成后,有必要对在电视画面中如何运用好色彩要素,即色彩构图做进一步的分析。色彩构图的内容,包括色调的冷暖,色度的明暗,色彩的变化、对比、和谐、渐变以及画面上的色块分布等。

1.2 电视画面结构的实体元素

画面,是一切平面造型形式的第一语言。画面语言的运用表现为对社会、自然对象的取舍与安排,使之组织成为一个可以理解的整体。那些被取舍、组织的对象是画面构成的实体元素,它们通常包括主体、陪体、前景、背景等内容。无论是绘画还是照相,电影还是电视,它们的画面构成都离不开这些实体元素的支撑。尽管这些实体元素在形成概念时染上了浓重的绘画性和照相性色彩,但是电影、电视还是无可回避地要运用这些实体元素,电视画面的构成,依然是以这些实体元素为基础。



1.2.1 主体

主体是电视画面中的主要对象,也是画面结构的灵魂。它可以是一个对象,也可以是一组对象;可以是人,也可以是物;可以是新闻事件的主角,也可以是配角。主体是根据表达内容的需要、上下镜头的衔接,以及构图形式的规律来安排的。比如拍摄一条英模报告团在基层单位做报告的消息,做报告的那位英雄是当然的主角,配角则是其他与会者。在一连串画面中,报告者是许多个画面中的主体。为了反映与会者听报告的反应,镜头摇至群众场面,与会者(配角)成为画面中的主体。镜头以配角为主体,目的还是要表现主角。

这种主体转移现象,是由电视画面“动”的特点所形成的,是绘画和照相构图过程中所没有的。

主体是表达画面内容的主要对象,也是画面结构的重点,在结构画面时,应以一切摄影的表现手段使主体突出,给人以鲜明的印象。有条反映当地政府为教师办实事,小学老师搬进新居的新闻,镜头以迁居后在大门中说话的一老年教师为主体,这无甚不当。但这条新闻缺乏感染力,因为观众没有看到他住房的具体情况,这是主体选择单一造成的结果。如果能以老教师的居室为另一主体,在听他讲述的同时,镜头摇至客厅、卧室、书房,而以他讲述的声音作为画外音,效果就大不一样。目前电视新闻中一些目的不明、主体不清、内容不实的“推拉摇移”画面,使观众不知所云、迷惑不解,不属于这种“主体”有意识转移之列,而是电视新闻从业者亟待戒除的无意识的“技巧性习惯动作”。



电视画面创作中突出主体的方法很多,常见的方式有:

1. 构图处理

按照人们心理注意的规律,处理构图时,将主体安排在观众视线最易集中的画面部位。画幅正中是视觉的最薄弱地区,因为人用双眼观看对象时,很难从正中顾及两翼,只有倚居一隅才能轻松地纵览全局。所以如果电视画面中只出现一个主体时,一般这个主体不会在画幅的正

中间,而是稍微偏左或偏右。只要留意一下电视新闻画面中主播出现的位置就可以发现这个原理。根据以上规律,在构图处理时,将主体尽可能地安排在视知强点和注意优势区域,可以获得最佳视觉冲击力。这一规律对于电视画面抓取活动对象、进行动态构图有很高的指导价值。当然,这一规律的运用是以内容表达的需要为依据的。

2. 光影布置

主要是通过用光控制,形成不同程度的反差对比,使主体获得突出效果。一般来说,主体的光线比非主体要明亮一些,这样符合观众的观看习惯。大部分电视画面的用光都是遵循这样的原则的。但也不是千篇一律,有时候,主体的光线亮度低于画面的其他部分也能取得意想不到的效果。如中央电视台《焦点访谈》节目开头的主体光影处理就令人耳目一新。它先是一个会景镜头,节目主持人背对着观众,观众看到的只是主持人的昏暗模糊的轮廓,明显区别于背景的亮色。接着运用了一个推镜头,把主持人拉近,伴随这个过程,主持人的画面由暗变亮,最后正面呈现在观众面前,开始侃侃而谈。这样的处理,很好地在节目的一开始就把观众的注意力集中在主持人这个画面中的主体上来,起到了突出主体的效果。

一般来说,主要是运用“对比”与“和谐”的手法突出主体。色彩的对比关系可以产生强烈的视觉效果。在现实生活中五颜六色的实景中进行拍摄时,会有千差万别的色彩和多种多样的对比关系可提炼和选择、搭配和表现,蓝天白云、青山绿水、金黄的收获、火红的太阳等,无一不显示着自然造化的神妙,突出主体的“实”像。所谓实,就是画面影像清晰度好,视觉能迅速、准确地捕捉到它的特征并认识它,