



大学生实践能力培养系列教材

VISUAL
COMMUNICATION
AND
APPLICATION

传视
达觉

与

应
用

主 编 母晓文
副主编 张蕾 李毅 王端



首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press



大学生实践能力培养系列教材

**VISUAL
COMMUNICATION
AND
APPLICATION**

**传视
达觉**

与

**应
用**

主 编
副主编

母晓文
张蕾

李毅

王端



首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

视觉传达与应用/母晓文主编. —北京:首都经济贸易大学出版社, 2012. 1
(大学生实践能力培养系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5638 - 1951 - 5

I. ①视… II. ①母… III. ①视觉形象—实用美术—设计—教材
IV. ①J504

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 220015 号

视觉传达与应用

母晓文 主编 张蕾 李毅 王端 副主编

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京泰锐印刷有限责任公司

开 本 787 毫米×980 毫米 1/16

字 数 585 千字

印 张 33

版 次 2012 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5638 - 1951 - 5/J · 11

定 价 58.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

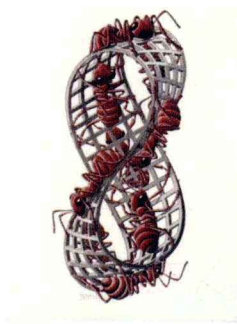


图11-8



图1-24



图2-9

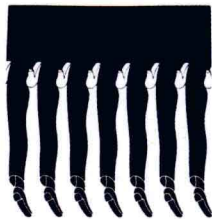


图2-10



图3-19

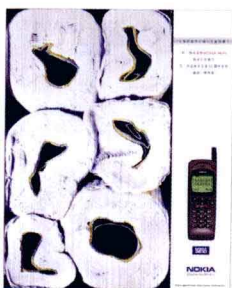


图4-12

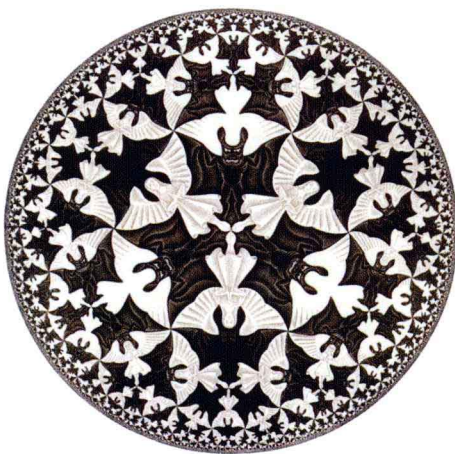


图5-20



图1-24



图5-16

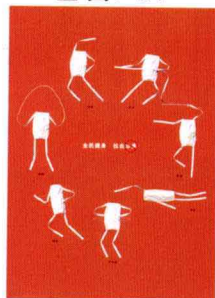


图4-4



图3-19

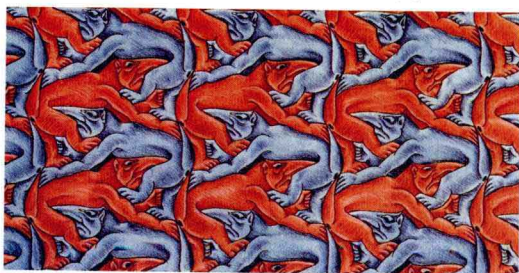


图3-19

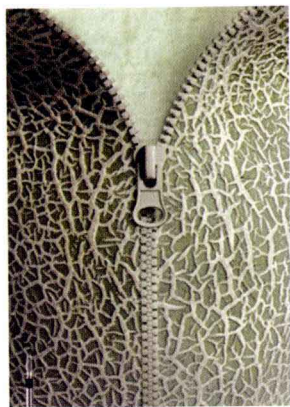


图10-18

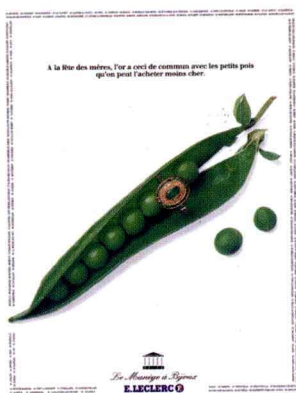


图9-10



图8-12



图7-18

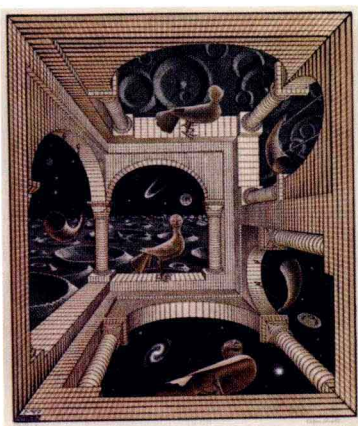


图11-8



图9-12



图7-19



图10-16



图7-20



图7-25



图9-11



图7-21



图14-9

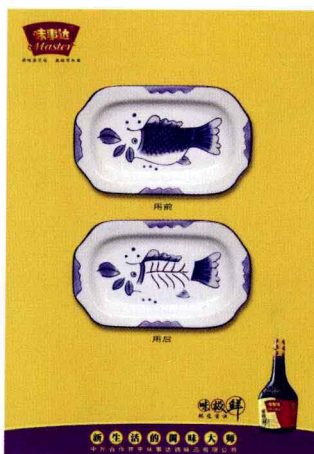


图14-10



图14-3



图14-4

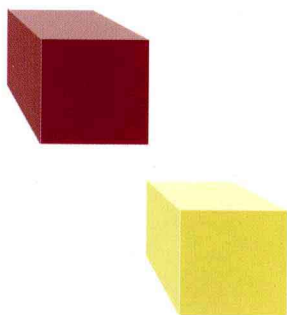


图14-6

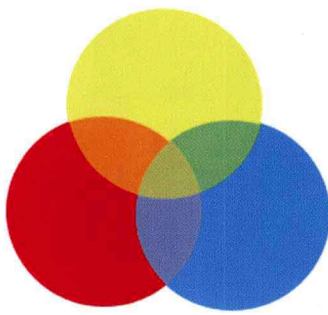


图14-1

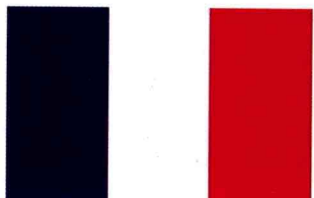


图14-5

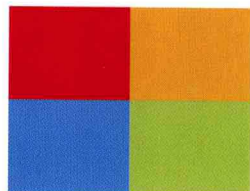


图14-2



图14-11

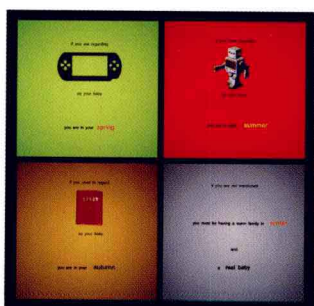


图14-12

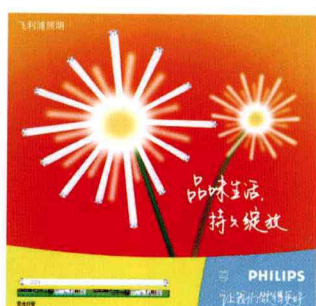


图14-7



图14-14

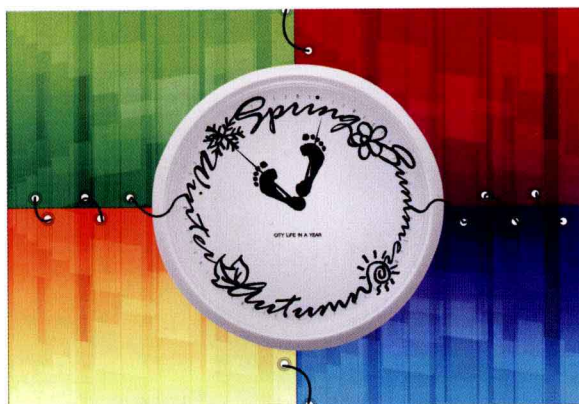


图14-13



图23-6



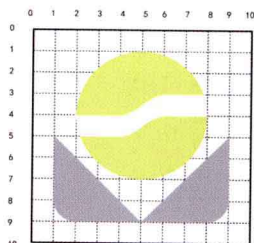
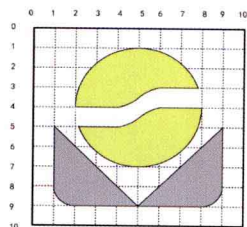
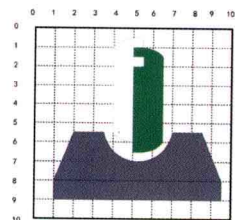
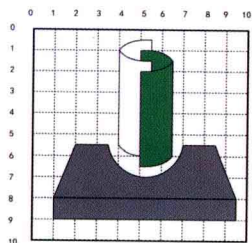
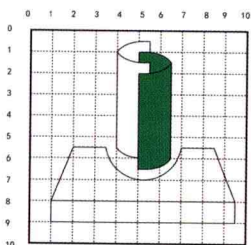
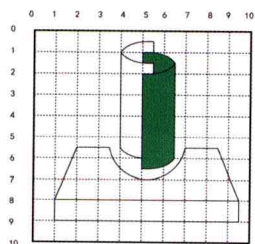
图20-22



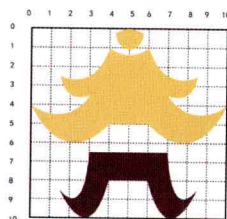
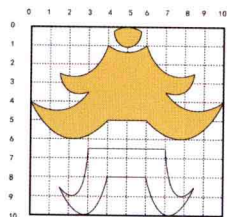
图24-24



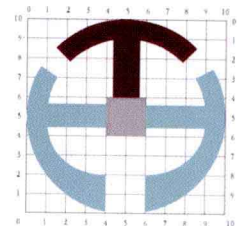
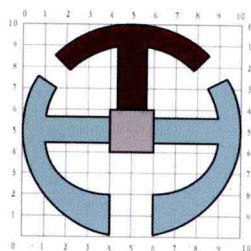
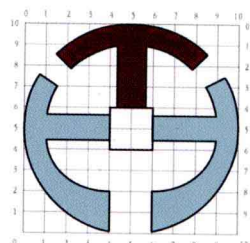
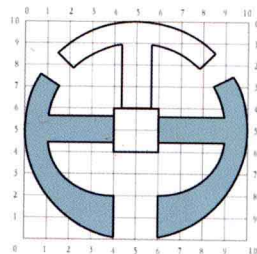
“北京经中太帮物业管理有限责任公司”
抽象法设计方案



“天河证券公司”
抽象法设计方案



“北京龙顺城家具公司”具象法设计方案



“天河证券公司”
拼字法设计方案

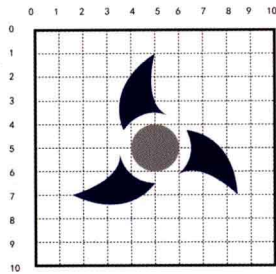
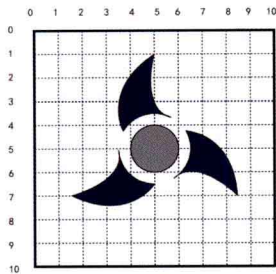
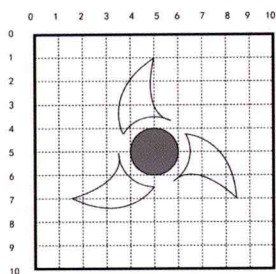


图27-4 “北京佳德兴机电有限责任公司”具象法设计方案(A)

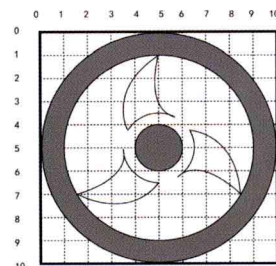
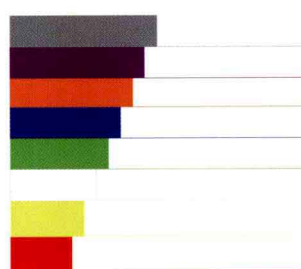
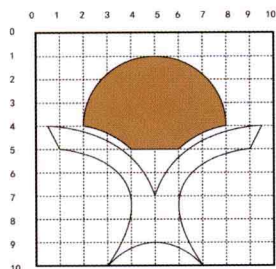
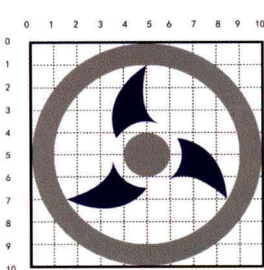
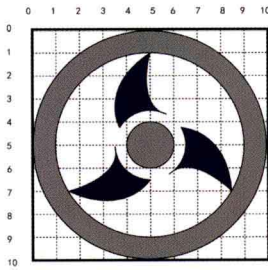
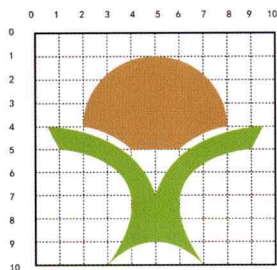
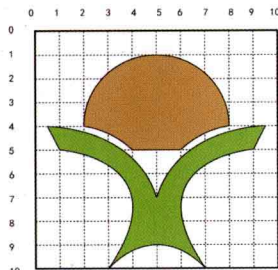


图27-5



北京原野食品饮料有限责任公司 综合法设计方案



北京佳德兴机电有限责任公司 具象法设计方案(B)



图33-24



图30-2



第31章 小提示



图38-6

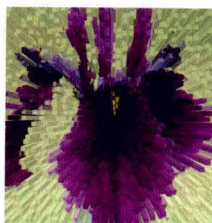


图41-21



图38-42



图30-2



图39-7



图38-36



图31-25



图38-50

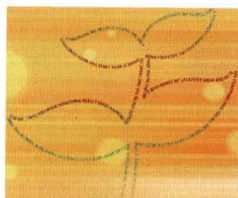


图35-15



图35-11



图32-6



图31-18



图33-49



图42-2



图36-43

图36-48

图33-29



图36-50



图32-22



图42-13



图41-104

前言

进入 21 世纪,全球化趋势已经以不同的形式渗入到我们的经济、文化、教育、研究领域以及人们的日常生活中,并对世界的历史进程产生着影响。人们看待事物的视角更加多样化,视觉传达作为人们看待事物的一种视角,在现代社会被人们更加关注。视觉传达设计(Visual Communication Design)这一术语流行于 20 世纪 60 年代,很多人认为视觉与影像已经作为独立的传达手段而存在,这一时期的设计主流更多地强调自由与包容,视觉和影像的表现得到空前的发展。随着人们对视觉影像的持续关注,视觉传达成为人类认知世界的一种最有效的表现手段与途径。人类物质文明的发展,促进了人的感官体验,人类社会从来没有像如今这样带给视觉如此大的感官感受,人们开始关注视觉传达带给人的各种体验,视觉传达成为现代设计领域一种重要的表达方式而存在。

一、本教材编写的目的

视觉传达与应用目前已经成为研究设计领域的一个重要研究方向,其涵盖面涉及多门学科。从视觉传达角度的实践研究对传播学、广告学、经济学、生理学、社会学等都产生影响,现代社会的视觉传达与应用已经对人类社会的发展产生了不可估量的作用。

视觉传达与应用教材的编写,有助于该理论与实践的系统研究,并对实践教学具有很好的指导作用。视觉传达涉及印刷美术设计、影像设计、电子读物设计、多媒体设计等,在很多学科领域应用范围极广;通过对视觉传达与应用的学习,有助于培养学生视觉语言表达能力,深化学生的审美诉求能力,提高学生的实践能力,对其文化与传播等方面的学习具有很好的促进作用。

二、本教材编写的特点

本教材在编写过程中,针对广告学及传播学等领域所开设的相关课程,从平面图形与构成设计、广告设计、企业视觉形象设计、Photoshop 的应用 4 个方面对视觉传达的实践教学进行归纳与编写,主要具有以下几个特点:

1. 理论与实践相结合。本教材是多门实践课程的总结,把课程的实践方法融入教学中,广泛使用实践案例和教学实践环节,培养学生的实践能力,强化了课堂的互动性与趣味性,为学科发展创造了必备的条件。

2. 图文并茂,语言简洁,是一本集实践教学、科研、学术交流为一体的教科书,

方便教学使用。

3. 内容丰富，在结构上统一规范。本教材的内容包括四大部分，每一部分都可以成为独立的体系，而四大部分之间又有统一的关联，形成了一套完整的视觉传达教学体系。四大部分内容配合实践教学，利用专业软件，利用科学的教学方法为学生提供了专业的教学平台。

三、本教材编写的内容及分工

本教材包括四部分内容：第一部分内容是平面图形与构成设计，涉及了平面图形与构成设计的实践理论与实践环节，与第二部分内容——广告设计有很好的衔接；广告设计涉及现代广告的设计实践理论与实践环节，与第三部分内容可以互为辅助的学习；第三部分内容是企业视觉形象设计，涉及企业推广其形象过程中视觉传达的具体实践与应用；第四部分内容是 Photoshop 的应用，主要是设计软件应用的学习与掌握，与前面三部分的实践内容有着紧密的联系。这四部分内容配有大量案例，具有很强的操作性，并且可以形成视觉传达设计的系统实践学习。

第一部分平面图形与构成设计由张蕾老师编写；第二部分广告设计由母晓文老师编写，许敏玉老师帮助完成了第二部分中报纸广告设计与制作章节的部分撰写工作；第三部分企业视觉形象设计由李毅老师编写；第四部分 Photoshop 的应用由王端老师编写；最后由母晓文老师进行整理与完善工作，在整理过程中，李思思、曲佳、杜鹃同学给予了一定的帮助。在出版过程中，非常感谢杨玲总编、马建一编辑及赵杰老师的大力帮助与支持。每位参与者都付出了辛勤的劳动，才得以使本教材顺利出版。

四、本教材的使用范围

本教材面向与视觉传达与应用相关专业的教师与学生使用，如广告学、传播学、艺术学等相关专业的教学、科研以及实践环节的培训等，也可以作为视觉传达与应用的实验教学教材使用。

由于视觉传达与应用是一个庞大的体系，本教材并不能够把所有视觉传达内容涵盖进去，只能对相关课题进行一些专业研究。在写作过程中，难免有疏漏或不妥之处，恳请专家、学者与本书的使用者不吝赐教。

目 录

第一部分 平面图形与构成设计

第一章	图案设计的组合变化.....	3
第二章	图形创意的视觉与心理.....	13
第三章	重复图形的排列组合.....	21
第四章	近似形态的延展设计.....	28
第五章	渐变规律的有序推移.....	35
第六章	发射形式的力感均衡.....	44
第七章	对比关系的巧妙运用.....	49
第八章	聚散疏密的集结效果.....	58
第九章	变异破规的视觉冲突.....	63
第十章	综合材料的美感要素.....	69
第十一章	矛盾空间的创意联想.....	76

第二部分 广告设计

第十二章	广告设计概论.....	85
第十三章	广告的形式设计.....	97
第十四章	广告的色彩设计.....	101
第十五章	广告的文字设计.....	107
第十六章	广告图形设计.....	115
第十七章	报纸广告设计与制作.....	121

第十八章 杂志广告设计与制作.....	133
第十九章 海报设计与制作.....	146
第二十章 标志设计.....	152
第二十一章 名片设计.....	158
第二十二章 信封设计.....	163
第二十三章 请柬设计.....	169
第二十四章 宣传册设计.....	173

第三部分 企业视觉形象设计

第二十五章 企业视觉要素与视觉识别	185
第二十六章 企业标志的创意设计.....	212
第二十七章 企业标准颜色与标准字体的创意设计.....	236
第二十八章 企业视觉要素中应用要素的创意设计.....	254
第二十九章 企业形象的推广策划.....	277

第四部分 Photoshop 的应用

第三十章 Photoshop 的基本介绍	301
第三十一章 图像的基本操作.....	310
第三十二章 选区基础.....	332
第三十三章 绘画与图像修饰.....	348
第三十四章 路径的创建与编辑.....	372
第三十五章 文字的应用.....	386
第三十六章 图像颜色与色调的调整	400
第三十七章 图层的基础应用.....	423
第三十八章 图层的高级应用.....	432
第三十九章 蒙版的应用.....	450
第四十章 通道的应用.....	456
第四十一章 滤镜的应用.....	466
第四十二章 动作与任务自动化.....	514

Chapter 1

第一部分 平面图形与构成设计

在早已进入读图时代的当今社会，几乎每一个人都意识到了图形创意的应用价值，也同样意识到了视觉语言表达的重要意义。正如霍尔格·马蒂斯所说的：“一幅好的广告，应该是靠图形语言而不是仅靠文字来注解说明。”众多实践应用的成果已经证明了，图形创意所具有的魔力首先应该以形式表现作为依托，这取决于对视觉语言认知、理解与实践的积累。

针对视觉传达设计领域中的平面设计来讲，图形创意与构成设计规律是鱼与水的关系，也就是说，图形创意必须要在构成规律的不断探究、不断发展、不断创新中得到成长。

本教材的平面图形与构成设计部分，非常注重启发学生的创造性思维，鼓励学生不断运用新的元素，展开新的联想。通过对形式语言的学习与实践，更好地理解这门语言，从而更好地掌握这门语言。本部分的实践应用分为 11 章，每章具有相对的独立性，分别应对了不同的设计需求与教学需要。比如：图案设计可以培养学生对形象的设计能力与创造装饰美的能力；图形创意设计可以培养学生通过视觉语言进行信息传递的能力；平面构成设计可以培养学生形象演绎以及组合排列的能力；等等。

