

Photoshop CS5 中文版 实用基础教程

张 凡 郭开鹤 李 岭 等编著

高等教育出版社

Photoshop CS5 中文版

实用基础教程

Photoshop CS5 Zhongwenban Shiyong Jichu Jiaocheng

张 凡 郭开鹤 李 岭 等编著

高等教育出版社·北京

内容提要

Photoshop CS5 中文版是 Adobe 公司推出的完全适合 Windows 9x/2000/XP 平台的图像处理软件。该软件具有界面友好、易学易用、图像处理功能强大等优点,深受广大用户的青睐。

本书是实例教程类教材,全书共 9 章,主要内容包括初识数字图像与 Photoshop CS5、Photoshop CS5 的工具与基本使用方法、图像色彩与色调调整、图层、文字处理、通道与蒙版、路径与矢量工具、滤镜、综合实例。

本书有配套的数字课程,数字课程与纸质教材紧密集合,包含书中大多数实例的视频教学录像及相关实例的原始素材、处理结果图片,并提供电子课件等多种教学资源,可在计算机或移动终端上使用,方便读者学习。

本书可作为高等学校相关专业或社会培训的教材,也可作为平面设计爱好者的自学和参考用书,还可作为全国计算机等级考试一级 Photoshop 考试的辅助教材。

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop CS5 中文版实用基础教程/张凡等编著. --

北京:高等教育出版社,2015.3

ISBN 978-7-04-042115-6

I. ①P… II. ①张… III. ①图象处理软件 - 高等学校 - 教材 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 028628 号

策划编辑 唐德凯

责任编辑 唐德凯

封面设计 张 志

版式设计 童 丹

插图绘制 杜晓丹

责任校对 李大鹏

责任印制 朱学忠

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市西城区德外大街 4 号

邮政编码 100120

印 刷 高教社(天津)印务有限公司

开 本 850mm×1168mm 1/16

印 张 28.25

字 数 660 千字

购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.landracom.com>

<http://www.landracom.com.cn>

版 次 2015 年 3 月第 1 版

印 次 2015 年 3 月第 1 次印刷

定 价 41.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 42115-00

○ 与本书配套的数字课程资源使用说明

与本书配套的数字课程资源发布在高等教育出版社易课程网站，请登录网站后开始课程学习。

一、网站登录

1. 访问 <http://abook.hep.com.cn/1875719>
2. 输入数字课程账号（见封底明码）、密码、验证码
3. 单击“进入课程”
4. 开始课程学习

账号自登录之日起一年内有效，过期作废。

使用本账号如有任何问题，请发邮件至：eCourse@pub.hep.cn

Photoshop CS5中文版实用基础教程

张凡 等 编著

用户名

密码

验证码

9-7-9-3

进入课程

数字课程介绍

纸质教材

版权信息

联系方式

“Photoshop CS5中文版实用基础教程”数字课程与纸质教材一体化设计，紧密配合。数字课程提供了微视频、电子教室、案例素材及处理结果、对比效果等数字资源，供读者学习使用。数字课程充分运用多媒体技术，丰富了知识的呈现形式，拓展了教材的内容，解决了纸质教材关于图像内容展示的有关问题。

数字课程网站

网址：<http://abook.hep.com.cn/1875719>
<http://abook.hep.com.cn/1875719>

用户名：输入教材封底的16位明码；密码：刮开“增值服务”涂层，输入16位暗码；输入正确的验证码后，点击“进入课程”开始学习。

二、资源使用

与本书配套的易课程数字课程资源按照章的结构组织，提供与各章内容紧密配合的学习资源。

1. 电子教案：教师上课使用的与课程和教材紧密配套的教学 PPT，可供教师下载使用，也可供学生课前预习或课后复习使用。

2. 微视频：内容基本覆盖了知识点的讲述和各案例的实际操作讲解，可在易课程的“微视频”栏目中观看，使读者能够以最为直观的方式进行学习。同时，这些微视频以二维码的形式在书中出现，扫描后即可在移动设备上观看。

3. 案例素材及处理结果：书中各案例使用的素材以及利用这些素材处理后得到的结果。书中会以“打开一幅背景图片（第2章\案例素材及处理结果\2.7.3 魔术橡皮擦工具\原图 1.jpg）”这种形式注明这些素材所在的位置，读者可以从数字课程中下载使用。

4. 对比效果：图片经过处理前后的对比效果图，同时以二维码的形式在书中出现，扫描后即可在移动设备上观看对比效果。解决了纸质印刷无法很好地展示全彩图片中的色彩差异等问题。

5. 课后练习素材及处理结果：各章后面的课后练习中使用的素材以及利用这些素材处理后得到的结果。使用方式与案例素材及处理结果类似。

6. 习题答案：各章后练习题的参考答案。

○ 前 言

Photoshop CS5 中文版是 Adobe 公司推出的一款优秀的图形图像处理软件。它功能完善、性能稳定、使用方便,是平面广告设计、室内装潢、数码照片处理等领域不可或缺的工具。近年来,随着计算机的普及,使用 Photoshop 的个人用户日益增多。

本书属于实例教程类教材,共 9 章,其主要内容如下。

第 1 章为初识数字图像与 Photoshop CS5,主要介绍了数字图像的设计理念、图像的相关概念、Photoshop CS5 的工作界面以及启动和退出的相关操作;第 2 章为 Photoshop CS5 工具与基本使用方法,介绍了多种选区的创建和编辑、多种绘图工具以及常用工具的用途和使用技巧;第 3 章为图像色彩与色调调整,介绍了利用 Photoshop CS5 的相关命令,对图像进行色彩和色调调整以及修复的方法;第 4 章为图层,讲解了图层混合模式、图层蒙版、图层样式、剪贴蒙版和图层复合的使用技巧;第 5 章为文字处理,介绍了输入和编辑文本的方法;第 6 章为通道与蒙版,介绍了利用通道与蒙版制作各种特效的方法;第 7 章为路径与矢量工具,介绍了利用路径工具绘制和编辑路径,并对绘制的路径进行描边和填充的方法;第 8 章为滤镜,介绍了滤镜的基础知识、使用方法及使用效果;第 9 章为综合实例,通过两个实例来讲解如何综合利用 Photoshop CS5 的功能和技巧,制作出精美的图像。

本书采用了纸质教材和数字课程一体化设计的方法,使教材内容与数字课程中的学习资源紧密结合,相互支撑。在教材中相应位置标注了数字课程中提供的各种学习资源,引导读者自主学习;微视频资源为操作类内容提供了最为直观的学习方式;对比效果资源解决了传统上同类教材中纸质印刷无法很好地展示全彩图片中的色彩差异等问题;同时,二维码的使用可以使读者随时随地利用移动终端进行学习。

本书具有内容丰富、实例典型等特点。书中全部实例都是由多所院校(中央美术学院、北京师范大学、清华大学美术学院、北京电影学院、中国传媒大学、天津美术学院、天津师范大学艺术学院、首都师范大学、山东理工大学艺术学院、河北职业艺术学院)具有丰富教学经验的教师和一线的优秀设计人员从长期教学和实际工作中总结出来的。参与本书编写的人员有张凡、郭开鹤、李岭、王岸秋、吴昊、芮舒然、左恩媛、尹棣楠、马虹、章建、李欣、封昕涛、周杰、卢惠、马莎、薛昊、谢菁、崔梦男、康清、张智敏、王上、谭奇、顾伟、冯贞、李松、程大鹏、李波、宋兆锦、于元青、韩立凡、曲付、李羿丹、田富源、刘翔、何小雨。

由于作者水平有限,书中欠妥之处恳请读者指正。作者邮箱为 zfsucceed@163.com。

作 者
2014 年 5 月

目 录

第1章 初识数字图像与 Photoshop CS5

1.1 数字图像的设计理念	002	1.3 Photoshop CS5 的启动和退出	011
1.1.1 相关设计术语	002	1.4 Photoshop CS5 的工作界面 ...	012
1.1.2 色彩的运用	003	1.4.1 菜单栏	012
1.1.3 常用的设计方法	004	1.4.2 工具箱和选项栏	013
1.2 图像处理的基本概念	007	1.4.3 面板组	014
1.2.1 位图与矢量图	007	1.4.4 状态栏	014
1.2.2 分辨率	008	1.5 课后练习	015
1.2.3 色彩模式	009		
1.2.4 图像格式	010		

第2章 Photoshop CS5 的工具与基本使用方法

2.1 图像选区的选取	018	2.6.1 仿制图章工具	047
2.1.1 选框工具组	018	2.6.2 图案图章工具	047
2.1.2 套索工具组	019	2.6.3 “仿制源”面板	049
2.1.3 魔棒工具组	021	2.7 擦除工具	049
2.1.4 “色彩范围”命令	024	2.7.1 橡皮擦工具	049
2.2 图像选区的编辑	026	2.7.2 背景橡皮擦工具	051
2.2.1 选区的基本操作	027	2.7.3 魔术橡皮擦工具	052
2.2.2 选区的修改操作	028	2.8 图像修复工具	054
2.2.3 选区的存储与载入	032	2.8.1 修复画笔工具	054
2.3 绘图工具	033	2.8.2 污点修复画笔工具	055
2.3.1 画笔工具	034	2.8.3 修补工具	056
2.3.2 铅笔工具	039	2.8.4 红眼工具	058
2.3.3 颜色替换工具	040	2.9 图像修饰工具	059
2.3.4 混合器画笔工具	041	2.9.1 涂抹、模糊和锐化工具	059
2.4 历史画笔工具	042	2.9.2 减淡、加深和海绵工具	061
2.4.1 历史记录画笔工具	042	2.10 内容识别比例	063
2.4.2 历史记录艺术画笔工具	043	2.11 操控变形	065
2.5 填充工具	044	2.12 实例讲解	066
2.5.1 渐变工具	044	2.12.1 彩虹效果	067
2.5.2 油漆桶工具	046	2.12.2 照片局部去除效果	069
2.5.3 内容识别填充	047	2.12.3 去除照片中的人物	070
2.6 图章工具	047	2.12.4 抠毛发效果	073

2.12.5 去除人脸上的斑点	077
2.12.6 恐龙抬头效果	078

2.13 课后练习	080
-----------------	-----

第3章 图像色彩与色调的调整

3.1 整体色彩的快速调整	084
3.1.1 亮度/对比度	084
3.1.2 变化	085
3.1.3 自动色调	087
3.1.4 自动对比度	087
3.1.5 自动颜色	087
3.2 色调的精细调整	088
3.2.1 色阶	088
3.2.2 曲线	089
3.2.3 色彩平衡	092
3.2.4 色相/饱和度	093
3.2.5 匹配颜色	094
3.2.6 替换颜色	096
3.2.7 可选颜色	097
3.2.8 通道混合器	098
3.2.9 照片滤镜	099
3.2.10 曝光度	101
3.2.11 阴影/高光	101
3.2.12 HDR 色调	103

3.3 特殊效果的色调调整	104
3.3.1 去色	104
3.3.2 渐变映射	105
3.3.3 反相	106
3.3.4 色调均化	107
3.3.5 阈值	107
3.3.6 色调分离	108
3.4 实例讲解	109
3.4.1 变色的花朵效果	109
3.4.2 波斯猫眼睛变色效果	110
3.4.3 匹配颜色效果	112
3.4.4 树叶的变色效果	113
3.4.5 逆光照片处理效果	115
3.4.6 利用 Lab 通道调出明快色彩	117
3.4.7 利用通道调出自然色效果	119
3.4.8 制作暖暖的夕阳效果	120
3.5 课后练习	122

第4章 图 层

4.1 图层概述	126
4.2 “图层”面板和图层菜单	126
4.2.1 “图层”面板	126
4.2.2 “图层”菜单	128
4.3 图层的类型	129
4.3.1 普通图层	129
4.3.2 背景图层	130
4.3.3 调整图层	130
4.3.4 文本图层	132
4.3.5 填充图层	133
4.3.6 形状图层	134
4.3.7 智能对象图层	135
4.4 图层的操作	136
4.4.1 创建和使用图层组	137
4.4.2 移动、复制和删除图层	138
4.4.3 调整图层的叠放次序	139
4.4.4 图层的锁定	140

4.4.5 图层的链接	140
4.4.6 合并与盖印图层	140
4.4.7 对齐和分布图层	144
4.5 图层蒙版	146
4.5.1 建立图层蒙版	146
4.5.2 删除图层蒙版	147
4.6 图层样式	148
4.6.1 设置图层样式	148
4.6.2 图层样式的种类	149
4.6.3 使用“样式”面板	156
4.7 混合图层	158
4.7.1 一般图层混合模式	158
4.7.2 高级图层混合模式	166
4.8 剪贴蒙版	167
4.8.1 创建剪贴蒙版	167
4.8.2 剪贴蒙版的结构	170
4.8.3 编辑剪贴蒙版	170

4.8.4 释放剪贴蒙版	171	4.10.1 映射在背景上的浮雕文字	174
4.9 图层复合	171	4.10.2 变天效果	180
4.9.1 “图层复合”面板	172	4.10.3 图像合成——恐龙	183
4.9.2 创建图层复合	173	4.10.4 模拟玻璃杯的透明效果	186
4.9.3 应用并查看图层复合	173	4.10.5 琥珀图标效果	190
4.9.4 更改与更新图层复合	174	4.10.6 带阴影的图片合成	195
4.9.5 删除图层复合	174	4.10.7 画面中的闪电效果	198
4.10 实例讲解	174	4.11 课后练习	200

第5章 文字处理

5.1 输入文本	204	5.4 转换文字	210
5.1.1 输入点文字	204	5.4.1 栅格化文字	210
5.1.2 输入段落文字	204	5.4.2 转换为形状	211
5.2 设置文本格式	206	5.4.3 将文字转换为工作路径	212
5.2.1 设置字符格式	206	5.4.4 将文字转换为选区	213
5.2.2 设置段落格式	207	5.5 实例讲解	213
5.3 编辑文本	208	5.5.1 玻璃字	213
5.3.1 文本的旋转和变形	209	5.5.2 广告宣传版面效果一	219
5.3.2 消除文字锯齿	209	5.5.3 广告宣传版面效果二	227
5.3.3 更改文本排列方式	209	5.6 课后练习	232
5.3.4 沿路径排列文本	210		

第6章 通道与蒙版

6.1 通道的类型	236	6.4.1 使用“应用图像”命令	245
6.2 “通道”面板	236	6.4.2 使用“计算”命令	246
6.3 通道的基本操作	238	6.5 蒙版的产生和编辑	248
6.3.1 新建 Alpha/专色通道	238	6.5.1 蒙版的产生	249
6.3.2 选择通道	239	6.5.2 快速蒙版	249
6.3.3 显示和隐藏通道	239	6.6 实例讲解	250
6.3.4 将选区保存为 Alpha 通道	239	6.6.1 边缘文字效果	250
6.3.5 将 Alpha 通道作为选区载入	241	6.6.2 黑白老照片去黄效果	254
6.3.6 复制和删除通道	241	6.6.3 金属上的浮雕效果	257
6.3.7 分离和合并通道	243	6.6.4 金属字效果	261
6.4 通道的高级操作	245	6.7 课后练习	267

第7章 路径与矢量工具

7.1 路径概述	270	7.3.3 使用“路径”面板创建路径	274
7.2 “路径”面板	270	7.3.4 添加锚点工具	275
7.3 使用钢笔工具绘图	271	7.3.5 删除锚点工具	275
7.3.1 使用钢笔工具创建路径	271	7.3.6 转换锚点工具	276
7.3.2 使用自由钢笔工具创建路径	274	7.4 路径选择工作组	276

7.5 应用路径	277
7.5.1 路径的变换	277
7.5.2 对齐与分布路径	277
7.5.3 填充路径	279
7.5.4 描边路径	280
7.5.5 删除路径	280
7.5.6 剪贴路径	281
7.5.7 将路径转换为选区	282
7.5.8 将选区转换为路径	283
7.6 创建路径形状	284
7.6.1 使用矩形工具创建路径形状	284
7.6.2 使用圆角矩形工具创建路径 形状	285

7.6.3 使用椭圆工具创建路径形状	286
7.6.4 使用多边形工具创建路径形状	286
7.6.5 使用直线工具创建路径形状	287
7.6.6 使用自定形状工具创建路径 形状	288
7.6.7 保存路径形状	288
7.7 实例讲解	289
7.7.1 卷页效果	289
7.7.2 木板雕花效果	291
7.7.3 照片修复效果	295
7.7.4 用钢笔工具抠像	298
7.7.5 猎豹奔跑的动感画面效果	301
7.8 课后练习	303

第8章 滤镜

8.1 滤镜概述	306
8.1.1 滤镜的种类	306
8.1.2 滤镜的使用原则与技巧	306
8.2 智能滤镜	306
8.2.1 智能滤镜与普通滤镜的区别	307
8.2.2 使用智能滤镜	308
8.3 滤镜库	311
8.4 其余特殊滤镜	312
8.4.1 镜头校正	312
8.4.2 液化	313
8.4.3 消失点	314
8.5 滤镜组滤镜	315
8.5.1 “风格化”滤镜组	315
8.5.2 “画笔描边”滤镜组	320
8.5.3 “模糊”滤镜组	323
8.5.4 “扭曲”滤镜组	325
8.5.5 “锐化”滤镜组	330
8.5.6 “视频”滤镜组	332

8.5.7 “素描”滤镜组	332
8.5.8 “纹理”滤镜组	335
8.5.9 “像素化”滤镜组	339
8.5.10 “渲染”滤镜组	341
8.5.11 “艺术效果”滤镜组	344
8.5.12 “杂色”滤镜组	348
8.5.13 “其他”滤镜组	351
8.5.14 Digimarc 滤镜组	354
8.6 实例讲解	354
8.6.1 球面文字效果	354
8.6.2 滤镜球效果	358
8.6.3 动感画面效果	360
8.6.4 深邃的洞穴效果	364
8.6.5 褶皱的图片效果	370
8.6.6 延伸的地面效果	376
8.6.7 情人节纪念币	382
8.7 课后练习	391

第9章 综合实例

9.1 电影海报效果	394
9.2 CD 封套效果	413

9.3 课后练习	438
----------------	-----

第1章

初识数字图像与 Photoshop CS5

本章重点

本章主要介绍数字图像的设计理念、图像处理的基本概念、Photoshop CS5 中文版的界面以及启动和退出 Photoshop 的方法。通过本章的学习，读者应对数字图像与 PhotoshopCS5 有一个整体印象，为后面的学习奠定基础。

1.1 数字图像的设计理念

本节将介绍数字图像的相关设计术语和常用的设计理念等相关知识。

1.1.1 相关设计术语

做设计首先要明白什么是设计，只有理解了其中的含义，才会懂得如何去做。下面就对几个常见的术语进行解释。

1. 什么是设计

设计一词来源于英文“design”，其涉及的范围和门类很广，如建筑、工业、环艺、装潢、展示、服装、平面设计等。设计是科技与艺术的结合，是商业社会的产物，在商业社会中需要艺术设计与创作理论的平衡，需要作品来表达信息及思想。

设计与美术不同，设计既要符合审美性又要具有实用性，设计是一种需要，而不仅仅是装饰、装潢。

设计需要精益求精、不断完善，需要挑战自我。设计的关键在于发现，只有通过不断地深入感受和体验才能设计出好的作品。打动别人对于设计师来说是一种挑战。设计要让人感动，细节本身能感动人，图形创意能打动人心，色彩品位能感染人，材料质地能吸引人。设计是将多种元素艺术化地组合在一起。另外，设计师应该明白，自身严谨的态度更能引起人们心灵的震动。

2. 什么是平面设计

设计是有目的的策划，平面设计是策划的一种表现形式。在平面设计中，设计师需要用视觉元素来传播其设想和计划，用文字和图形将信息传达给人们，让人们通过这些视觉元素来了解设计师的设想和计划。一个视觉作品的生存底线，应该看它是否具有感动他人的能量，是否能够顺利地传递出作品背后的信息，它更像人际关系，要依靠魅力来征服对象。事实上，平面设计者所担任的是多重角色，需要知己知彼，需要调查对象，且成为对象中的一员，却又不是投其所好、夸夸其谈。平面设计是一种与特定目的有着密切联系的艺术。

平面设计的分类有很多，如形象设计、字体设计、书籍装帧设计、包装设计、海报/招贴设计等，可以说，有多少种需要就有多少种设计，这其中还存在着商业设计与艺术设计。

3. 什么是 CI

CI 是 Corporate Identity 的缩写，意思是企业形象识别。20 世纪 60 年代，美国人首先提出了企业 CI 设计这一概念。

对于企业内部来说，可通过 CI 设计对其办公系统、生产系统、管理系统以及营销、包装、广告等宣传形象进行规范设计和统一管理，由此增加企业员工的积极性、归属感和认同感，使各职能部门各司其职、有效合作；对于企业外部而言，则可通过一体化的符号形式来代表企业的独特形象，便于公众辨别、认同，促进企业产品和服务的推广。

CIS (Corporate Identity System, 企业形象识别系统) 是由 MI (Mind Identity, 理念识别)、BI (Behavior Identity, 行为识别)、VI (Visual Identity, 视觉识别) 三部分组成的。在 CIS 的三大组成部分中, 其核心是 MI, 它是整个 CIS 的最高决策层, 为整个系统奠定了理论基础和行为准则, 并通过 BI 与 VI 表达出来。所有的行为活动与视觉设计都是围绕 MI 这个中心展开的, 成功的 BI 与 VI 就是能够将企业的独特精神准确地表达出来。

1) MI

MI 旨在确立企业自己的经营理念, 即企业对目前和将来一定时期内的经营目标、经营思想、经营方式和营销状态进行总体规划和界定。企业理念对内影响企业的决策、活动、制度和管理等, 对外影响企业的公众形象、广告宣传等。

MI 的主要内容包括: 企业精神、企业价值观、企业文化、企业信条、经营理念、经营方针、市场定位、产业构成、组织体制、管理原则、社会责任和发展规划等。

2) BI

BI 直接反映企业理念的特殊性, 是企业实践经营理念与创造企业文化的行为准则, 是对企业运作方式进行统一规划而形成的动态识别系统, 包括对内的组织管理和教育, 对外的公共关系、促销活动、社会性的文化活动等, 通过一系列的实践活动将企业理念的精神实质推广到企业内部的每一个角落, 汇集员工巨大的精神力量。

BI 包括以下内容。

- 对内: 组织体制、管理规范、行为规范、干部教育、职工教育、工作环境、生产设备和福利制度等。
- 对外: 市场调查、公共关系、营销活动、流通政策、产品研发、公益性和文化性活动等。

3) VI

VI 是以标志、标准字、标准色为核心而展开的完整的、系统的视觉表达体系。VI 设计将上述的企业理念、企业文化、服务内容、企业规范等抽象概念转换为具体符号, 从而塑造出独立的企业形象。在 CI 设计中, 视觉识别设计最具传播力和感染力, 最易被公众接受, 具有很重要的意义。

一套完整的 VI 系统包括基本要素系统和应用要素系统两方面。

基本要素系统: 包括企业名称、企业标志、企业造型、标准字、标准色、象征图案和宣传口号等。

应用要素系统: 包括产品造型、办公用品、企业环境、交通工具、服装服饰、广告媒体、招牌、包装系统、公务礼品、陈列展示及印刷出版物等。

1.1.2 色彩的运用

色彩的运用是一门学问。一件设计作品一般包括 3 个元素: 色彩、图像和文字。在这 3 个元素中, 色彩最为重要。人对色彩是很敏感的, 当首次接触一件设计作品时, 最先吸引其注意力的就是作品的颜色, 其次是图像, 最后才是文字。所以, 设计师一定要通过色彩去表达设计理念。下面介绍色彩三原色的相关知识。

人眼所见的各种色彩是由光线的不同波长所造成的, 实验发现, 人类肉眼对其中 3 种波长的光感受特别强烈, 只要适当调整这 3 种光的强度, 就可以呈现出几乎所有的颜色。

这3种颜色称为光的三原色（RGB），即红色（Red）、绿色（Green）和蓝色（Blue）。所有的彩色屏幕都具备产生这3种基本光线的发光装置。

因为由这3种光线按不同比例混合几乎可以呈现出所有的颜色，所以计算机中就用3个数值的大小来表示颜色，每种颜色用8位来记录，可以有256种（0~255）亮度的变化，这3种颜色按不同的比例混合，就有超过1677种颜色，这就是人们常说的24位全彩。

由于光线是越加越亮的，因此将这3种颜色两两混合可以得到更亮的中间色：黄色（Yellow）、青色（Cyan）和洋红色（Magenta）。

所谓补色，是指由两种原色（完全不含第3种颜色）混合产生的颜色，该颜色即为该第3种原色的补色。例如，黄色是由红、绿两色合成，完全不含蓝色，因此黄色为蓝色的补色，从色相图中可以看出两个补色隔着白色相对，如图1-1所示。将两个补色相加会得到白色。

印刷油墨的特性刚好和光线相反，油墨是吸收光线，而不是增强光线，因此油墨的三原色必须是可以分别吸收红、绿、蓝的颜色，即红、绿、蓝的补色：青、洋红和黄色。

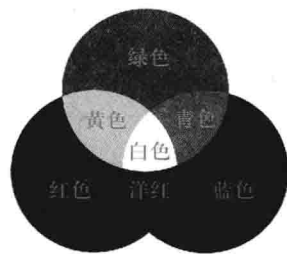


图 1-1 光的三原色

1.1.3 常用的设计方法

搞设计就要懂设计方法，下面介绍几种常用的设计方法。

1. 直接展示法

直接展示法是一种最常见、运用最广泛的表现手法。它将某产品或主题直接如实地展示在广告版面上，充分运用摄影或绘画等的写实表现能力，细致地刻画并着力渲染产品的质感、形态、功能和用途，将产品精美的质地引人入胜地呈现出来，给人以逼真的感觉。

这种手法直接将产品推到消费者面前，所以要十分注意画面上产品的组合和展示的角度，应着力突出产品本身最容易打动人的部位，运用色光和背景进行烘托，使产品置身于一个具有感染力的空间，这样才能增强广告画面的视觉冲击力。

2. 突出特征法

突出特征法运用各种方式强调产品或主题本身与众不同的特征，并将其鲜明地表现出来，可以将这些特征置于广告画面的主要视觉部位或加以烘托处理，使观众在接触画面的瞬间便能很快感受到，并对其产生兴趣，从而达到刺激购买欲望的目的。

在广告表现中，这些应着力加以突出和渲染的特征，一般由富于个性的产品形象、与众不同的特殊能力、厂商的企业标志和产品的商标等要素来决定。

突出特征法也是常见的表现手法，是突出广告主体的重要方法之一，有着不可忽视的表现价值。

3. 对比衬托法

对比衬托法是一种趋向对立冲突的艺术表现手法。它将作品中所描绘事物的性质和特点放在鲜明的对照和直接的对比中来表现，借彼显此，互比互衬。这种方法可以鲜明地强

调或提示产品的性能和特点,给消费者以深刻的视觉感受。

可以说,一切艺术都受益于对比表现方法。作为一种常见的行之有效的表现方法,对比方法的运用,不仅加强了广告主题的表现力度,而且饱含情趣,增强了广告作品的感染力。对比方法运用得当,能使貌似平凡的画面隐含丰富的内涵,展示出广告主题的不同层次和深度。

4. 合理夸张法

合理夸张法是借助想象,对广告作品中所宣传对象的品质或特性的某个方面进行相当明显的夸大,以加深或扩大这些特征。文学家高尔基指出:“夸张是创作的基本原则。”通过这种方法能够更鲜明地强调或揭示事物的实质,加强作品的艺术效果。

夸张是一种在一般中求新奇的表现方法,通过虚构将对象的特点和个性中美的方面进行夸大,赋予人们一种新奇与变化的感觉。

按其表现方法的不同,夸张可以分为形态夸张和神情夸张两种类型,前者为表现性的处理,后者则为含蓄性的神态处理。夸张方法的运用,为广告的艺术美注入了浓郁的感情色彩,使产品的特征更鲜明、突出和动人。

5. 以小见大法

在广告设计中,对立体形象进行强调、取舍、浓缩,以独到的想象抓住一点或一个局部加以集中描写或延伸放大,以更充分地表达主题思想,这种方法就是以小见大法。这种艺术处理以一点观全面、以小见大,给设计者带来了很大的灵活性,赋予作品无限的表现力,同时也为接受者提供了广阔的想象空间,由此获得生动的情趣和丰富的联想。

以小见大中的“小”,是广告画面描写的焦点和视觉兴趣中心,它既是广告创意的浓缩,也是设计者独具匠心的安排,因而它已不是一般意义的“小”,而是小中寓大、以小胜大的高度提炼的产物,是对简洁的刻意追求。

6. 产生联想法

在审美的过程中,通过丰富的联想,能突破时空的界限,扩大艺术形象的范围,加深画面的意境。

通过联想,人们在审美对象上看到自己或想到与自己有关的经验,这时美感往往显得特别强烈,从而使审美对象与审美者融为一体,在产生联想的过程中引发美感共鸣,产生丰富而激烈的感情。

7. 富于幽默法

富于幽默法是指在广告作品中巧妙地再现喜剧特征,抓住生活现象中局部性的东西,通过人们的性格、外貌和举止将某些可笑的特征表现出来。

幽默的表现手法往往运用饶有风趣的情节,通过巧妙的安排,将某种需要肯定的事物无限延伸到漫画的程度,造成一种充满情趣、引人发笑而又耐人寻味的幽默意境。幽默的矛盾可以达到出乎意料而又在情理之中的艺术效果,博得观赏者会心的微笑,以别具一格的方式发挥艺术感染力。

8. 借用比喻法

借用比喻法是指在设计过程中选择两个本质上各不相同,而在某些方面又有相似之处的事物,“以此物喻彼物”,比喻的事物与主题没有直接的关系,但在某一点上与主题的某些特征有相似之处,因而可以借题发挥,进行延伸转化,获得“婉转曲达”的艺术

效果。

与其他表现手法相比,比喻手法比较含蓄,又难以一目了然,但一旦领会其意,便有意味无穷的感受。

9. 以情托物法

感情因素最能直接产生艺术感染力,审美就是主体与美的对象不断交流,感情产生共鸣的过程。艺术有传达感情的特征,“感人心者,莫先于情”这句话表明了感情因素在艺术创作中的作用。以情托物法侧重选择具有感情倾向的内容,以美好的感情烘托主题,真实而生动地反映这种审美情感,从而获得以情动人、以艺术感染人的力量。

10. 悬念安排法

悬念安排法是在表现手法上“故弄玄虚”,布下疑阵,使人对广告画面乍看不解其意,造成一种猜疑和紧张的心理状态,在观众的心理上掀起层层波澜,产生悬念的效果,驱动其好奇心,使其开启积极的思维联想,激起其进一步探明广告题意之所在的强烈欲望,然后通过广告标题或征文将广告的主题点明,使悬念得以解除,给人留下难忘的心理感受。

悬念安排法具有相当高的艺术价值,它能加深矛盾冲突,吸引观众的兴趣和注意力,引发一种强烈的感受,产生引人入胜的艺术效果。

11. 选择偶像法

在现实生活中,人们心里都有自己崇拜、仰慕或效仿的对象,而且有一种尽可能向他靠近的心理欲求,从而获得心理上的满足。选择偶像法正是针对人们的这种心理特点,抓住人们对名人偶像仰慕的心理,选择观众心目中崇拜的偶像,配合产品信息传达给观众。由于名人偶像有很强的心里感召力,借助名人偶像,可以大大提高产品的形象与销售地位,树立品牌的可信度,产生无可置疑的说服力,诱发消费者对广告中名人偶像所赞誉的产品产生注意,并激发其购买欲望。偶像的选择可以是充满魅力的明星,也可以是驰名体坛的运动高手,还可以是政界要人、社会名流、艺术大师和俊男美女等。偶像的选择要与广告产品相吻合,不然会给人以牵强附会之感,使人在心理上产生排斥感,而达不到预期的目的。

12. 谐趣模仿法

谐趣模仿法是一种创意的引喻方法,别有趣味地采用以新换旧的借名方式,把一般大众所熟悉的名画等艺术品和社会名流等作为谐趣的图像,经过巧妙地整形,使名画、名人产生谐趣感,给消费者一种崭新奇特的视觉印象和轻松愉快的趣味性,从而提高产品的身价和注目度。

这种表现方法将广告的说服力寓于一种近乎漫画般的诙谐情趣中,使人赞叹,令人发笑,过目不忘,留下饶有趣味的回味。

13. 神奇迷幻法

神奇迷幻法运用强烈的夸张,以无限丰富的想象构织出神化般的画面,在一种奇幻的情景中再现现实,造成与现实生活中的某种距离,这种充满浓郁浪漫主义、写意多于写实的表现方法,很富有感染力,给人以一种特殊的美感,可满足人们喜好奇异多变的审美情趣需求。

在这种表现方法中,艺术想象很重要,它是人类智力发展的一个标志。干什么事情都需要想象力,艺术尤其这样。可以毫不夸张地说,想象就是艺术的生命。从创意构想开始

直到设计结束,想象都在活跃地进行着。想象的突出特征是它的创造性,创造性地想象是挖掘新意蕴的开始,是新意向的浮现展示。其基本趋向是对联想所唤起的经验进行改造,最终构成带有审美者独特创造性的新形象,产生强烈打动人心的力量。

14. 连续系列法

连续系列法通过连续画面,形成一个完整的视觉印象,使画面和文字所产生的广告信息清晰、突出而有力。

广告画面本身具有生动直观的形象,能加深消费者对产品的印象,获得较好的宣传效果,对扩大销售、树立品牌、刺激购买欲、增强竞争力都有很大的作用。作为设计策略的前提,广告画面对于确立企业形象更有不可忽略的重要作用。

作为设计构成的基础,形式心理的把握是十分重要的。从视觉心理来说,人们厌弃单调划一的形式,追求多样化,连续系列的表现手法符合“寓多样于同一之中”这一形式美的基本法则,使人们于“同”中见“异”,于同一中求变化,形成既多样又统一、既对比又和谐的艺术效果,增强了艺术感染力。

1.2 图像处理的基本概念

本节将介绍位图与矢量图、分辨率、色彩模式和图像格式方面的相关知识。

1.2.1 位图与矢量图

用计算机处理的图像可以分为两大类——位图图像和矢量图形,由于描述原理不同,对这两种图像的处理方式也有所不同。

1. 位图图像

位图图像也称为栅格图像,它是由大量彩色网格组成的,每个网格称为一个像素,每一个像素都具有特定的位置和颜色值。

由于位图图像的像素多且小,因此图像看起来比较细腻。但是如果将位图图像放大到一定比例,则无论图像的具体内容是什么,看上去都是像马赛克一样的一个个像素,如图1-2所示。

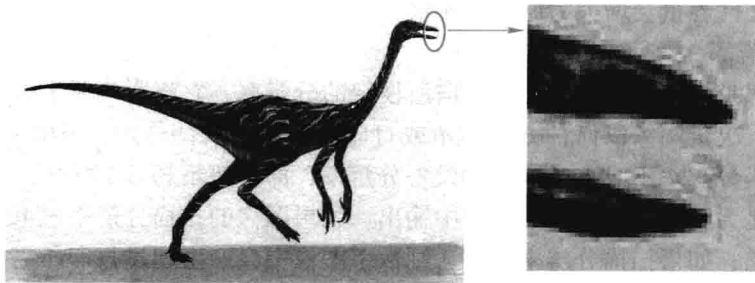


图 1-2 位图图像