



平面艺术 与 平面设计

白雪 编著

光明日报出版社

平面艺术与平面设计

白雪 编著

光明日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

平面艺术与平面设计 / 白雪编著. -- 北京:
光明日报出版社, 2016.7
ISBN 978-7-5194-1378-1

I. ①平… II. ①白… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第170268号

平面艺术与平面设计

编 著: 白 雪

责任编辑: 李 娟
封面设计: 海星传媒
插 图: 海星传媒

策 划: 中国出书网
责任校对: 傅泉泽
责任印制: 曹 诤

出版发行: 光明日报出版社
地 址: 北京市东城区珠市口东大街5号, 100062
电 话: 010-67022197(咨询), 67078870(发行), 67078235(邮购)
传 真: 010-67078227, 67078255
网 址: <http://book.gmw.cn>
E-mail: gmchs@gmw.cn lijuan@gmw.cn
法律顾问: 北京德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷: 三河市明华印务有限公司
装 订: 三河市明华印务有限公司
本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 787×1092 1/16
字 数: 240千字
版 次: 2017年5月第1版
书 号: ISBN 978-7-5194-1378-1

印 张: 12.125
印 次: 2017年5月第1次印刷

定 价: 40.00元

版权所有 翻印必究

前 言

Photoshop是由美国Adobe公司推出的一款具有非凡的图像修饰、图像编辑以及彩色绘图功能的软件，它是目前世界上最著名、使用最广泛的平面图像处理软件之一。作为最常用的图形图像处理软件，Photoshop在平面设计、广告制作、网页设计、印刷制版、CG等领域的广泛应用奠定了其霸主地位，满足了人们对视觉艺术的追求，深受图形图像爱好者和平面设计人员的喜爱。

本书针对于快速自学Photoshop CS6的初学者，全书从实用角度出发，系统、精炼地讲解了Photoshop CS6的应用功能，涵盖了大部分的工具、面板和菜单命令。书中在介绍软件功能的同时，还通过一系列典型的实例来巩固所学习的内容。

本书共分为十二章，由浅入深、系统全面地介绍了Photoshop CS6中的功能及图像处理技巧，各章分别介绍如下：

第一章简要地介绍了平面艺术设计的概念、分类及传达要素等。

第二章介绍了Photoshop CS6的基本知识和增加的一些新功能。

第三章和第四章介绍了Photoshop CS6各种工具的使用方法。

第五章和第六章介绍了Photoshop CS6中路径和滤镜的操作方法。

第七章介绍了图像的色彩调整的方法以及一系列功能各异的图像调整命令。

第八章介绍了Photoshop CS6图层的处理与使用。

第九章介绍了Photoshop CS6中通道和蒙版的使用技巧。

第十章对Photoshop CS6的文字处理进行了详细的讲解。

第十一章介绍了Photoshop CS6中视频与动画的制作方法。

第十二章主要利用前面所学的知识，全面系统地讲述了四个综合实例，包括文字特效、图像特技、交通广告以及户外广告的创意与设计等，使读者在实践中得到极大的提高。

本书在编写过程中，采用理论与实践相结合的方法，列出了大量的效果图片，使

读者边学习边操作，并在操作过程中掌握Photoshop CS6的应用技术。

由于计算机科学技术发展迅速，再者受自身水平和编写时间所限，本书难免有不妥和疏漏之处，希望读者谅解并指正。

编者

2016年4月

目录

CONTENTS

第 1 章 平面艺术概述	001
1.1 艺术设计和平面艺术设计概念	002
1.2 平面艺术设计分类	002
1.3 平面艺术设计传达要素	004
第 2 章 Photoshop 基础知识	007
2.1 Photoshop 概述	008
2.1.1 Photoshop 基本功能	008
2.1.2 Photoshop CS6 新增功能	010
2.2 Photoshop CS6 的工作界面	012
2.3 图像文件的基本操作	014
2.3.1 创建、打开、保存图像文件	014
2.3.2 置入图像	016
2.3.3 打印图像文件	017
2.4 调整图像文件的尺寸和分辨率	018
2.4.1 调整画布的大小	018
2.4.2 调整图像文件的分辨率	018
2.4.3 裁剪工具	019
第 3 章 选区工具的操作	023
3.1 规则选区型工具组	024
3.2 不规则选区型工具组	025

3.3	快速选择工具组	025
3.4	编辑选区	026
3.4.1	移动选区	026
3.4.2	修改选区	027
3.4.3	选区的编辑命令	029
3.4.4	选区的存储与载入	030
3.5	实战练习	030
3.5.1	实战1——幸福永恒	030
3.5.2	实战2——照片合成效果	032
第4章	绘图与修图工具的操作	035
4.1	修复画笔工具组	036
4.2	画笔工具组	038
4.3	图章工具组	040
4.4	历史记录画笔工具组	040
4.5	橡皮擦工具组	042
4.6	渐变工具组	043
4.7	模糊工具组	045
4.8	减淡工具组	047
4.9	实战练习	048
4.9.1	实战1——显示器效果	048
4.9.2	实战2——消除黑眼圈效果	051
第5章	路径的操作	055
5.1	路径概述	056
5.2	路径工具	056
5.2.1	钢笔工具组	057
5.2.2	路径选择工具组	058

5.3	使用路径面板	059
5.4	实战练习	059
第 6 章	滤镜的操作	065
6.1	滤镜的概述	066
6.2	基本滤镜的操作	066
6.2.1	滤镜库	066
6.2.2	其它滤镜	067
6.3	外接滤镜的操作	068
6.4	实战练习	069
6.4.1	实战1——胖脸效果	069
6.4.2	实战2——水中倒影建筑效果	070
第 7 章	图像色彩的调整	075
7.1	Photoshop的颜色模式	076
7.2	色彩调整的基本应用	077
7.2.1	去色	077
7.2.2	反相	078
7.2.3	阈值	078
7.3	色彩调整的中级应用	078
7.3.1	亮度/对比度	078
7.3.2	照片滤镜	079
7.3.3	色彩平衡	079
7.3.4	阴影/高光	080
7.4	色彩调整的高级应用	080
7.4.1	色阶	080
7.4.2	色相/饱和度	082
7.5	色彩调整的其他应用	085

7.6	实战练习	086
7.6.1	实战1——添加照片聚光灯效果	086
7.6.2	实战2——调整水果诱人色调	088
第8章	图层的应用	091
8.1	图层基础	092
8.1.1	图层的概念	092
8.1.2	图层面板	092
8.1.3	图层的类型	094
8.2	图层的基本操作	096
8.3	图层模式	097
8.4	图层样式	099
8.5	3D图层的组成	102
8.6	实战练习	103
8.6.1	实战1——雨天行走效果	103
8.6.2	实战2——照片画面色调层次调整	105
8.6.3	实战3——编辑3D贴图	107
第9章	通道与蒙版	111
9.1	通道概述	112
9.1.1	通道的基础	112
9.1.2	通道的功能	112
9.2	通道的基本操作	113
9.2.1	通道面板	113
9.2.2	通道的创建	114
9.3	通道计算与应用图像	117
9.3.1	通道的计算	117
9.3.2	应用图像	118

9.4 蒙版的使用	119
9.4.1 蒙版的概念	119
9.4.2 蒙版的功能	120
9.4.3 蒙版的类型	120
9.5 实战练习	127
9.5.1 实战1——天使在人间	127
9.5.2 实战2——风景彩虹	131
第 10 章 文字处理	137
10.1 文字工具组	138
10.2 格式化文字	139
10.3 转换文字	140
10.3.1 转换文字图层为普通图层	140
10.3.2 将文字图层转换成为形状图层	141
10.3.3 由文字创建工作路径	141
10.4 变形文字	142
10.5 路径文字	142
10.6 实战练习	144
第 11 章 视频与动画的操作	149
11.1 Photoshop 软件的视频处理功能	150
11.2 打开和导入视频文件	150
11.2.1 打开视频文件	150
11.2.2 导入视频文件	150
11.3 创建视频文档和视频图层	151
11.3.1 创建视频中的图像	151
11.3.2 创建视频图层	151
11.4 编辑视频	153

11.4.1	时间轴面板	153
11.4.2	插入、复制、删除和恢复视频帧	154
11.4.3	裁切或移动视频图层	154
11.4.4	拆分视频图层	154
11.4.5	为视频图层添加效果	155
11.5	预览和渲染视频	156
11.6	动画	157
11.7	实战练习	159
第 12 章	图像处理与平面设计实例	163
12.1	图像处理篇	164
12.1.1	文字特效制作	164
12.1.2	图像特效处理	167
12.2	平面设计篇	173
12.2.1	交通广告创意与设计	173
12.2.2	户外广告创意与设计	178

第1章 平面艺术概述

本章主要内容

在繁华的城市里，我们经常能看到设计精美的楼体广告，公交地铁站的交通广告，同时商户为了吸引消费者的眼球而设计的招贴、海报等华丽的图片广告，那么要想制作出精美的图像画面，我们不但要掌握Photoshop CS6软件的操作方法，同时也要了解与图形图像相关的平面设计知识。本章将重点讲解一下艺术设计与平面艺术设计的概念，同时还将讲述平面艺术设计的分类以及传达要素等知识。

1.1 艺术设计和平面艺术设计概念

艺术设计是一门独立的艺术学科，它的研究内容和服务对象有别于传统的艺术门类。它主要包含有以下几个方面：平面设计、多媒体设计、环境设计以及工艺美术品制作与设计等。同时，艺术设计也是一门综合性极强的学科，它涉及到社会、文化、经济、市场、科技等诸多方面的因素，其审美标准也随着这诸多因素的变化而改变。艺术设计，是设计者自身综合素质（如表现能力、感知能力、想象能力）的体现。

平面艺术设计是一门将信息学、经济学、心理学和设计学等学科按照一定的科学规律进行创造性组合的学科，是视觉文化的组成部分。

目前，平面设计以其特有的宣传功能，全面进入社会经济和日常生活的不同领域，以其独特的文化张力影响着人们的工作和生活。平面艺术设计是一门静态艺术，它通过各种表现手法在静态平面上传达信息，同时它又是一种视觉艺术且颇具实用价值，能给人以直观的视觉冲击，也能让人受到艺术美感的熏陶。如图1-1所示，令人回首往事之深思；如图1-2所示，如有走进崭新时代之风范。



图1-1 城南旧事



图1-2 时尚新居

1.2 平面艺术设计分类

设计不能简单地理解成物件外部附加的美化或装饰，设计是包括功能、材料、工技、造价、审美形式、艺术风格、精神意念等各种因素综合的创造。它是创造性的活动，是一种开拓，概括地讲，凡是有目的的造型活动都是一种设计。

目前常见的平面设计项目可以归纳为十大类：网页界面设计、POP广告设计、包装设计、海报设计（如图1-3所示）、DM广告设计、平面媒体广告设计（如图1-4所示）、标

志设计、书籍设计、刊物设计和VI设计（企业形象设计系统）。

1. 网页界面设计

人们越来越重视网站的美观，而且要求越来越高。网页界面设计主要指的是网页的美工设计，或者说是网页版面的设计。现在网页设计的需求量是非常大的。

2. POP广告设计

POP广告（Point of Purchase Advertising），又称为售卖场所广告，是一切购物场所内外如百货公司、购物中心、商场、超市等所做的现场广告的总称。

3. 包装设计

包装设计即指选用合适的包装材料，运用巧妙的工艺手段，为包装商品进行的容器结构造型和包装的美化装饰设计。

4. 海报设计

海报是一种视觉传达的表现形式，主要通过版面设计把人们在几秒钟之内吸引住，并获得瞬间的刺激，这就要求设计师做到既准确到位，又要有独特的版面创意形式。

5. DM广告设计

DM是英文Direct Mail的缩写，是指“直接邮寄广告或直投广告”，即通过邮寄、赠送等形式，将宣传品送到消费者手中。

6. 平面媒体设计

报纸、杂志等传统媒体通过单一的视觉、单一的维度传递信息，相对于电视、互联网等媒体通过视觉、听觉等多维度的传递信息，而称作平面媒体。

7. 标志设计

标志也称徽标、商标，英文称为“LOGO”，它是一种具有象征性的大众传播符号，它以精炼的形象表达一定的涵义，并借助人们的符号识别、联想等思维能力，传达特定的信息。

8. 书籍设计

书籍设计就是对图书的装订和包装设计，设计过程包含了印前、印中、印后对书的形态与传达效果的分析。

9. 刊物设计

刊物设计就是对期刊的包装设计，用以适用现代人快捷的生活节奏和高质量的阅读需求。

10. VI设计

VI设计即Visual Identity（视觉识别系统），是企业识别系统中最具传播力和感染力的部分。它是将企业识别系统中的非可视内容转化为静态的视觉识别符号，然后进行最直接的传播。

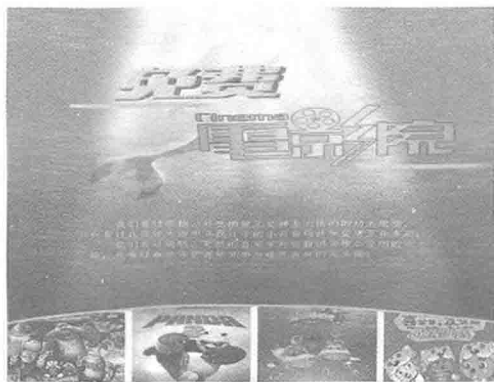


图1-3 海报设计

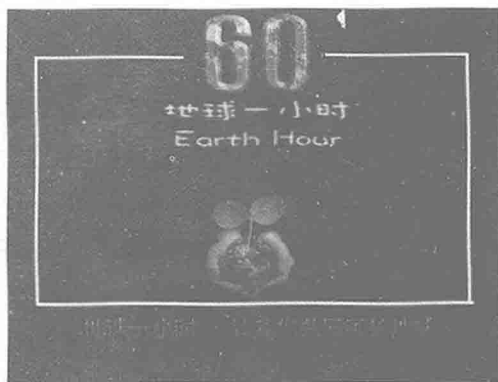


图1-4 平面媒体公益广告设计

1.3 平面艺术设计传达要素

现代信息传播媒介可分为视觉、听觉和视听觉三种类型，其中公众70%的信息是从视觉传达中获得的，如报纸、海报、灯箱等，这些以平面形态出现的视觉类信息传播媒介，均属于平面设计的范畴。

因此，平面艺术设计的基本要素主要有三种：文案、色彩和图形。这些要素在平面设计中担当着不同的使命。

1. 文案传达

文字是平面广告不可缺少的构成要素，配合图形要素来实现广告主题的创意，具有引起注意、传播信息、说服对象的作用，如图1-5所示。

标题是文案中的关键元素，即为广告的题目，有引人注目、引起兴趣、诱读正文的作用。标题在版面编排时，根据广告不同的主题，配合图形造型的需要，运用视觉艺术语言，引导公众的视线自觉地从标题转移到图形、正文。

另外，文字的排列组合可以左右人的视线，而字体大小则控制着整个画面的层次关系。因此，文字的排列组合、字体字号的选择和运用都直接影响着画面的视觉传达效果和审美价值。

2. 色彩传达

色彩运用得当是平面设计中相当重要的一个环节，在广告表现中具有迅速诉诸感觉的作用。它与公众的生理和心理反应密切相关，公众对广告的第一印象是通过色彩而得到的。艳丽、典雅、灰暗等色彩感觉，影响着公众对广告内容的注意力。鲜艳、明快、和谐的色彩组合会对公众产生较好吸引力，反之如果色彩灰暗、深沉，则会给公众一种沉重感。因此，色彩在平面广告上有着特殊的诉求力，如图1-6所示。

在现代平面广告设计中，图形和文案都不能离开色彩的表现。色彩在广告中有着举足

轻重的地位。设计师要表现出广告的主题和创意,充分展现色彩的魅力,首先必须认真分析研究色彩的各种因素,色彩组调要保持画面的均衡、呼应和色彩的条理性,广告画面有明确的主色调,要处理好图形色和底色的关系。

总而言之,在平面设计中,商品的个性决定着色彩的运用。运用得好,则可以增加画面的美感和吸引力,并更好地传达商品的信息和特色,利用色彩设计的创意造成一种更集中、更强烈、更单纯的形象,加深公众对广告信息的认知程度,达到信息传播的目的。

3. 图形传达

图形是平面广告主要的构成要素,它具有形象化、具体化、直接化的特性,能够形象地表现广告主题和广告创意。同时图形传递信息的速度要比文字快得多,越是富有意境性的图形越能抓住观看者的视线并快速传递所携信息。图形以其不可替代的形象化特征成为平面设计中的视觉重点,以其独特的魅力理所当然成为设计师们的设计表现重点。

图形可以是黑白画、喷绘插画、绘画插画、摄影作品等,表现形式有写实、象征、漫画、卡通、装饰、构成等手法,如图1-7所示。

在广告设计中,具体的图形能直接将信息传达给受众,具有一定的亲和力和认知度,使受众容易接受。而抽象的图形给人以视觉上的冲击力,具有很强的形式感和感染力,在商业广告中,这类图形往往最能激发起消费者的购买欲。图形在标志中主要以简洁、概括的方式出现,形成一种符号,达到易识别、易传播的效果。

总之,图形在平面设计中有着重要的地位。没有理想的图形,平面设计就显得苍白无力,图形成为平面设计的生命。



图1-5 文案传达



图1-6 色彩传达



图1-7 图形传达

平面设计涉及的领域很广泛,它渗透进了社会的各个行业,影响着人们的生活质量。随着平面设计理念的不断更新,人们的审美观念也随之改变,只有美的设计才能打动人心。文案、色彩、图形在平面设计中的应用往往都是相互结合、相互转换、互为补充的状态,只有将文案、色彩、图形这些元素有机地、巧妙地、有创意地结合在一起,才能设计

出富有美感和创意的作品来。

平面设计传达方式很多，作为设计师要做的就是用心做好每一个作品，把设计灵魂融入其中。