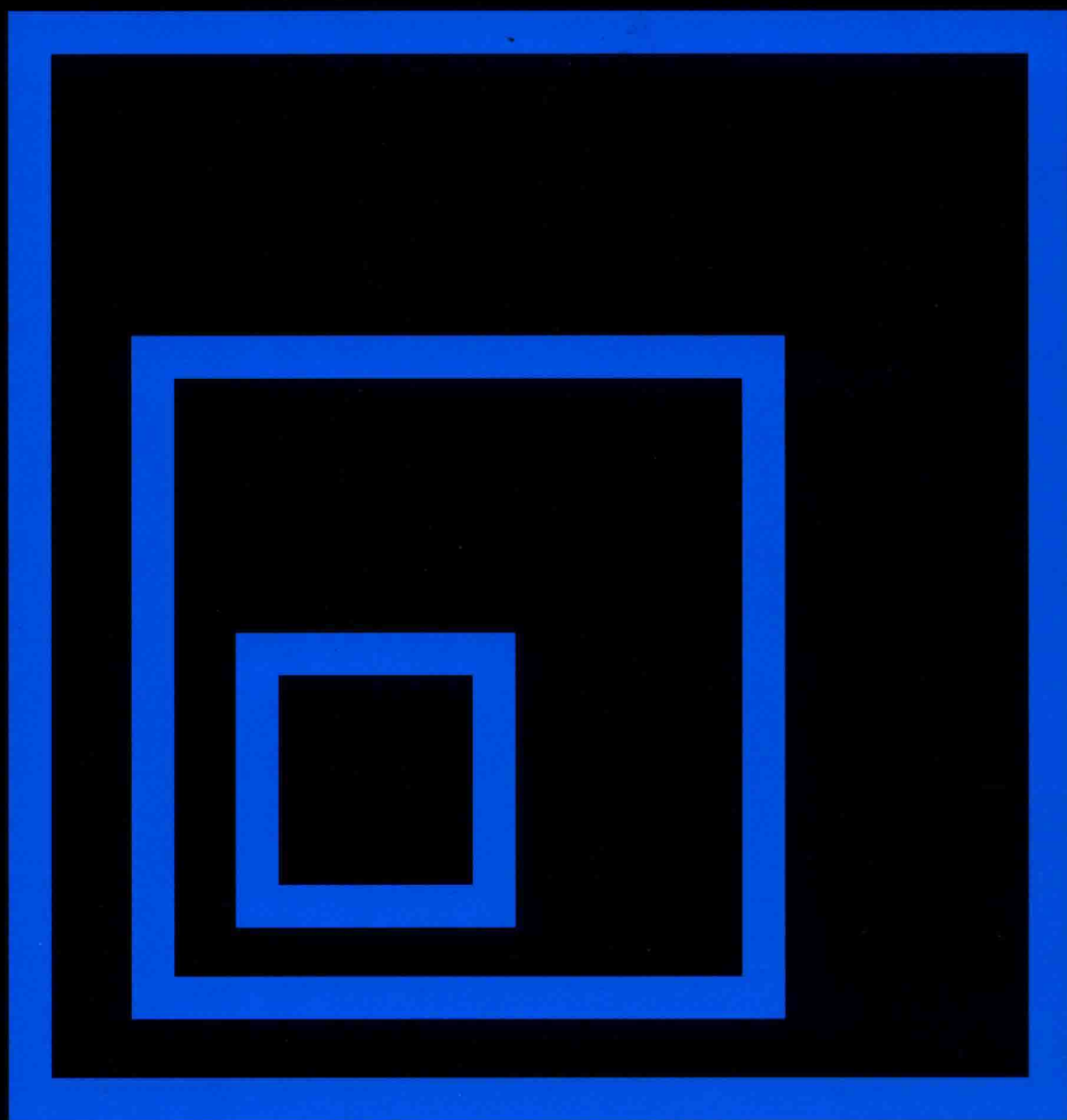


视觉传达理论与实践

(英) 乔纳森·鲍德温 卢西恩·罗伯茨 著
陈晶 刘小林 译



辽宁科学技术出版社

视觉传达理论与实践

(英) 乔纳森·鲍德温 卢西恩·罗伯茨 著
陈晶 刘小林 译

辽宁科学技术出版社
沈阳

图书在版编目(CIP)数据

视觉传达理论与实践 / (英) 乔纳森·鲍德温, 卢西恩·罗伯茨著; 陈晶, 刘小林译. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5591-0557-8

I. ①视… II. ①乔… ②卢… ③陈… ④刘… III. ①视觉设计—研究 IV. ①J062

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第303578号

出版发行: 辽宁科学技术出版社
(地址: 沈阳市和平区十一纬路25号 邮编: 110003)

印刷者: 辽宁新华印务有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 220mm×300mm

印 张: 24

插 页: 4

字 数: 50千字

出版时间: 2018年3月第1版

印刷时间: 2018年3月第1次印刷

责任编辑: 杜丙旭 孙 阳

封面设计: 李 莹

版式设计: 李 莹

责任校对: 周 文

书 号: ISBN 978-7-5591-0557-8

定 价: 128.00 元

联系电话: 024-23280367

E-mail: 1207014086@qq.com

邮购热线: 024-23284502

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

致谢
乔纳森·鲍德温

我要感谢此书写作过程中提供帮助的下列诸位（他们可能是自愿的，或者其他情形）：
理丁学院、萨理学院及布莱顿大学中的以前及现在的学生，他们允许我以自身的论点去烦扰他们，还要尤其感谢他们提出的一些论点。卡丽·梅、林恩·柯克伍德、詹姆斯·赫斯特、夏洛特·塔塞尔、贾丝明·拉兹纳汉、丽贝卡·卡利南、肖恩·莫里斯、莉齐·奥斯巴尔德斯通、以及所有非常熟悉我创作该书的其他人。

特别感谢AVA出版公司的纳塔利娅·普赖斯·卡布雷拉、布赖恩·莫里斯、勒妮·拉斯特、凯特·沙纳汉和凯莉·约翰斯顿以及我的合作著者卢西恩·罗伯茨。

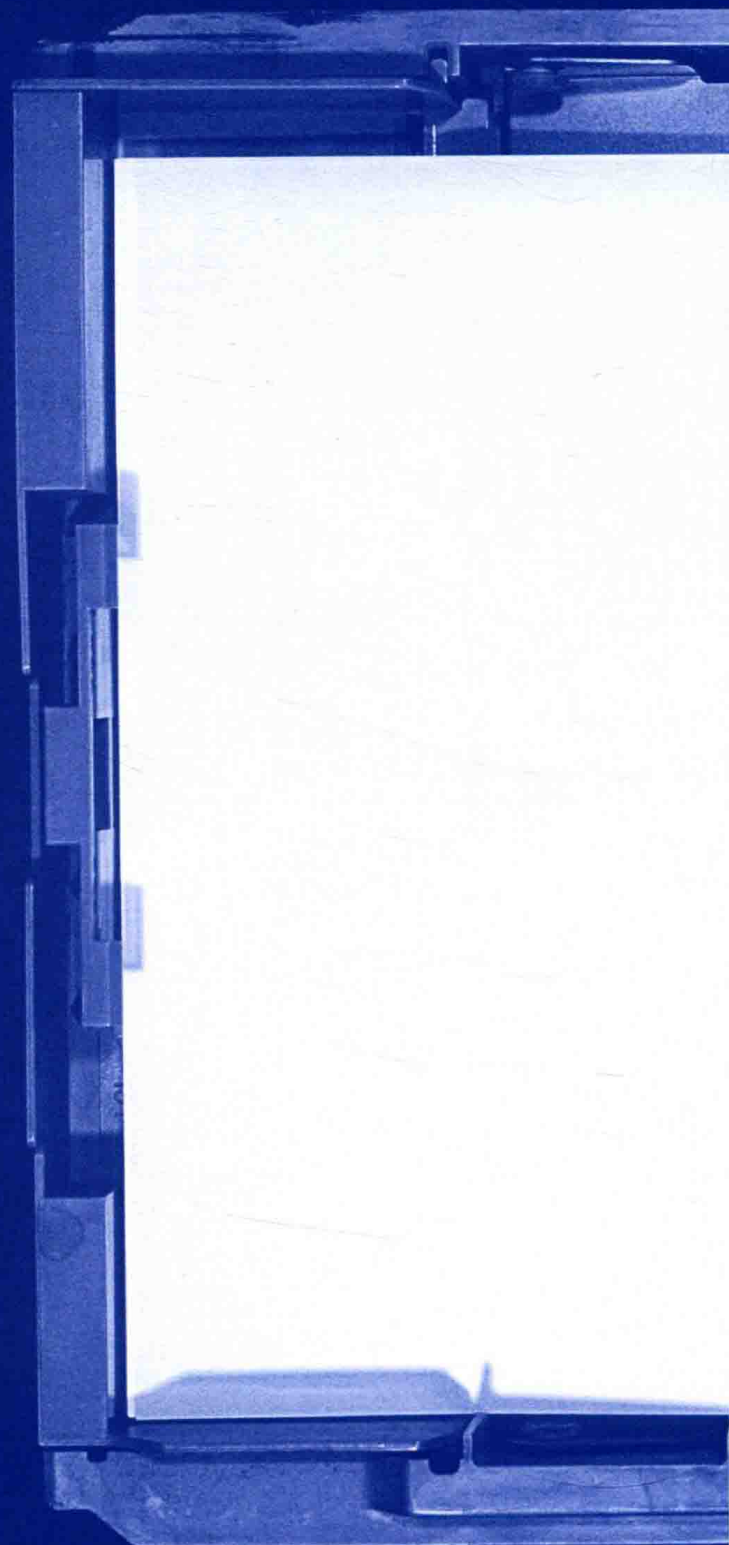
我还要感谢我的布莱顿大学的同事们（尤其是保罗·克拉克、布鲁斯·布朗、萨拉·麦克莱恩和琳达·德鲁）以及我的朋友安娜·格兰维尔·史密斯、葆拉·威尔科克和凯瑟琳·福格。

致谢
卢西恩·罗伯茨

我必须感谢所有为此书作出贡献的人，没有他们，此书中我创作的部分不可能获得成功：内维尔·布罗迪、迈克尔·贝鲁特、琼·法勒、安积伸、安积朋子、埃里克·斯皮克曼和埃米·萨洛宁。

我还要感谢AVA出版公司，因为他们首先支持此书，感谢Teal Triggs的帮助和建议，感谢我的合作者乔纳森·鲍德温和丽贝卡·怀特，他们是我的良师益友，以及感谢AVA出版公司的每一个工作人员，尤其是布赖恩·莫里斯、纳塔利娅·普赖斯·卡布雷拉和凯特·沙纳汉。

最后，非常感谢鲍勃·威尔金森：您为此书的创作而渡过的不眠之夜都是值得的。







目录	
前言	传播

10 如何使用此书	19 第一章的目标
12 理论	20 理论
序言：设计不仅仅是“视觉”？	导言： 即使天然的过程也会有解释
14 实践	22 作为过程的传播
序言	23 三个层次的传播问题
	24 客户，设计师和受众
	28 描述受众
	32 干扰，冗余和熵
	34 符号语言学
	34 过程模式存在的问题
	35 实践中的符号语言学
	36 理论中的符号语言学
	36 一词多义
	38 作者的死亡
	40 所有设计都是政治的：第一部分
	41 意识形态——他们和我们
	42 跋： 规则不再？
	44 实践
	导言
	45 从业者
	46 内维尔·布罗迪
	58 迈克尔·贝鲁特
	68 问题总结

文化

冲突

排版条目

71 第二章目标

72 理论

 导言：日常视觉传播

74 什么是文化？

76 大众文化批评

78 设计愿望——广告人如何使用符号？

80 大众文化和意义

82 所有设计都是政治的：第二部分

82 霸权

84 文化消费——作为视觉传播

88 风格和特性

88 大后方

93 衣橱

98 跋：

 “有意义”不同于“充满意义”……

100 实践

 导言

101 从业者

102 琼·法勒

112 安积伸（Shin Azumi）

 和安积朋子（Tomoko Azumi）

124 问题总结

127 第三章目标

128 理论

 导言：

 形式对功能：作为传播的风格构建

130 所有设计都是政治的：第三部分

130 现实世界的设计

134 符号的政治经济学

136 政治设计师

136 文化人为干扰

144 商业现实

146 威胁之下的设计？

147 现在我们都是设计师！

150 苹果电脑一代

152 不：规则更多

153 文化制作领域

154 设计是艺术吗？

155 循环的逻辑

156 跋：

 表面之下

158 实践

 导言

159 从业者

160 埃里克·斯皮克曼

172 埃米·萨洛宁

182 问题总结

184 设计 / 摄影传记

186 参考书目

187 索引

192 致谢

视觉传达理论与实践

(英) 乔纳森·鲍德温 卢西恩·罗伯茨 著
陈晶 刘小林 译

辽宁科学技术出版社
沈阳

图书在版编目(CIP)数据

视觉传达理论与实践 / (英) 乔纳森·鲍德温, 卢西恩·罗伯茨著; 陈晶, 刘小林译. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5591-0557-8

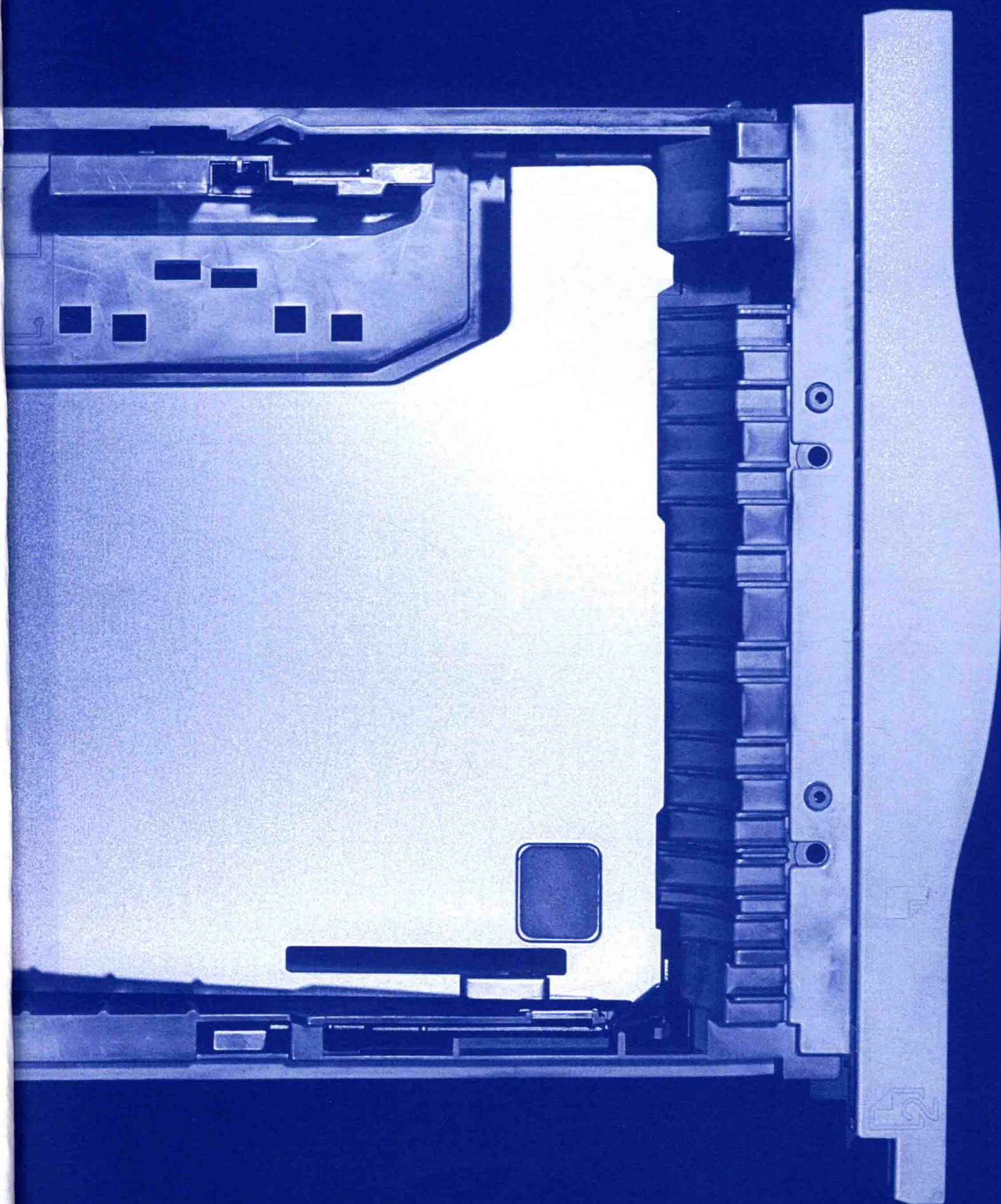
I. ①视… II. ①乔… ②卢… ③陈… ④刘… III. ①视觉设计—研究 IV. ①J062

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第303578号

出版发行: 辽宁科学技术出版社
(地址: 沈阳市和平区十一纬路25号 邮编: 110003)
印刷者: 辽宁新华印务有限公司
经销者: 各地新华书店
幅面尺寸: 220mm×300mm
印 张: 24
插 页: 4
字 数: 50千字
出版时间: 2018年3月第1版
印刷时间: 2018年3月第1次印刷
责任编辑: 杜丙旭 孙 阳
封面设计: 李 莹
版式设计: 李 莹
责任校对: 周 文

书 号: ISBN 978-7-5591-0557-8
定 价: 128.00 元

联系电话: 024-23280367
E-mail: 1207014086@qq.com
邮购热线: 024-23284502
<http://www.lnkj.com.cn>



致谢
乔纳森·鲍德温

我要感谢此书写作过程中提供帮助的下列诸位（他们可能是自愿的，或者其他情形）：
理丁学院、萨理学院及布莱顿大学中的以前及现在的学生，他们允许我以自身的论点去烦扰他们，还要尤其感谢他们提出的一些论点。卡丽·梅、林恩·柯克伍德、詹姆斯·赫斯特、夏洛特·塔塞尔、贾丝明·拉兹纳汉、丽贝卡·卡利南、肖恩·莫里森、莉齐·奥斯巴尔德斯通、以及所有非常熟悉我创作该书的其他人。

特别感谢AVA出版公司的纳塔利娅·普赖斯·卡布雷拉、布赖恩·莫里斯、勒妮·拉斯特、凯特·沙纳汉和凯莉·约翰斯顿以及我的合作著者卢西恩·罗伯茨。

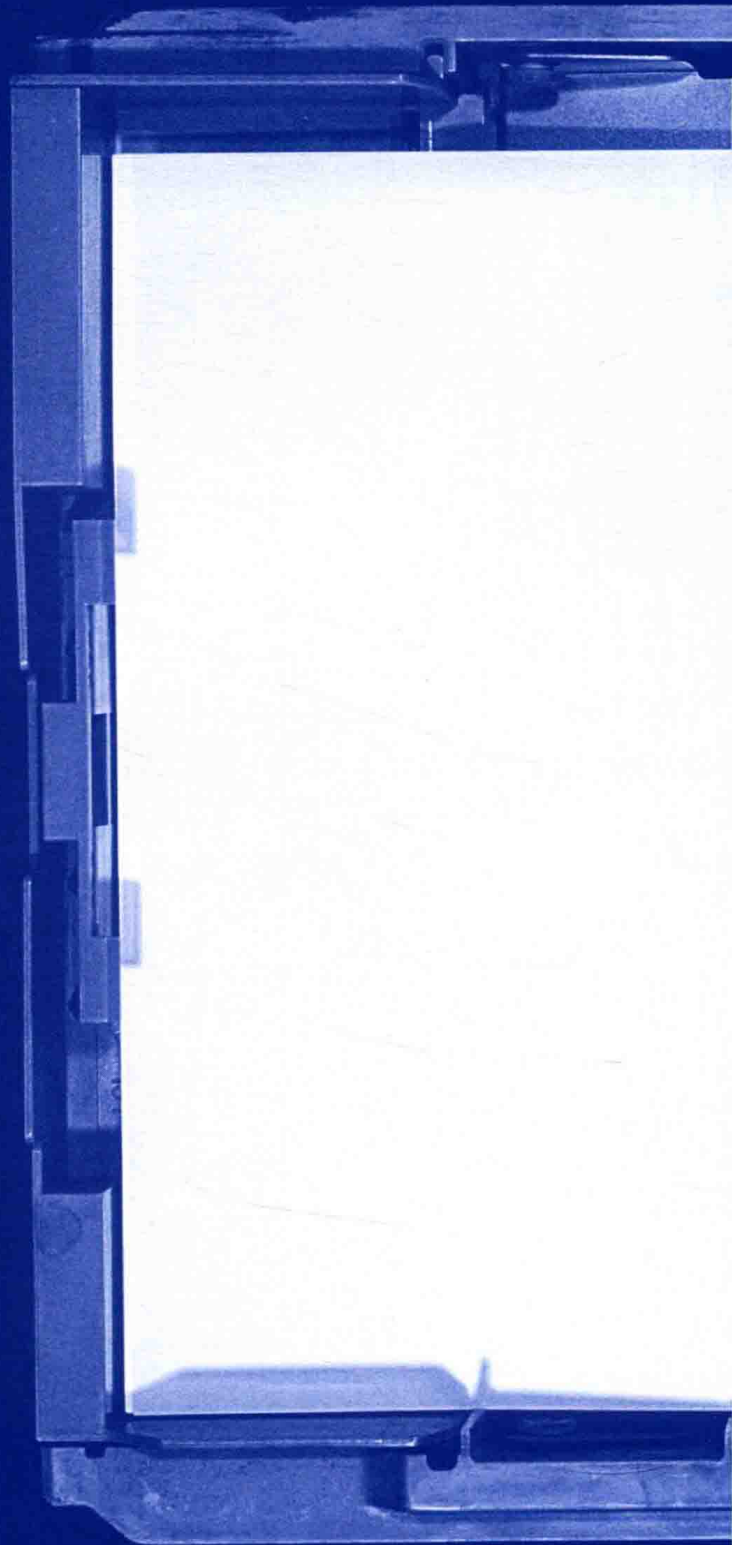
我还要感谢我的布莱顿大学的同事们（尤其是保罗·克拉克、布鲁斯·布朗、萨拉·麦克莱恩和琳达·德鲁）以及我的朋友安娜·格兰维尔·史密斯、薇拉·威尔科克和凯瑟琳·福格。

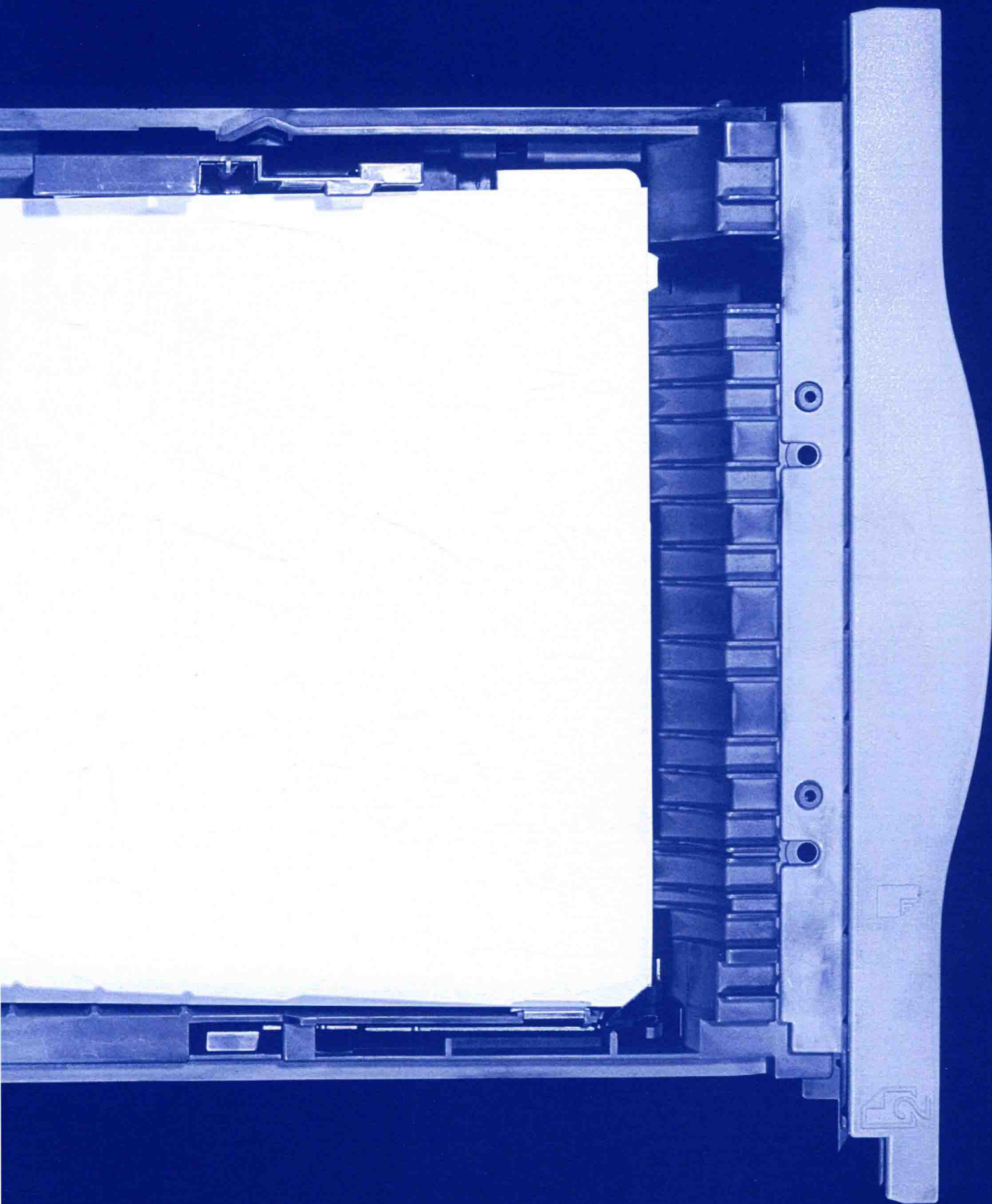
致谢
卢西恩·罗伯茨

我必须感谢所有为此书作出贡献的人，没有他们，此书是我创作的部分不可能获得成功。内维尔·布罗迪、迈克尔·贝鲁特、琼·法勒、安积伸、安积朋子、埃里克·斯皮克曼和埃米·萨洛宁。

我还要感谢AVA出版公司，因为他们首先支持此书，感谢Teal Triggs的帮助和建议，感谢我的合作者乔纳森·鲍德温和丽贝卡·怀特，他们是我的良师益友，以及感谢AVA出版公司的每一个工作人员，尤其是布赖恩·莫里斯、纳塔利娅·普赖斯·卡布雷拉和凯特·沙纳汉。

最后，非常感谢鲍勃·威尔金森。您为此书的创作而渡过的不眠之夜都是值得的。









目录	
前言	传播

10 如何使用此书	19 第一章的目标
12 理论	20 理论
序言：设计不仅仅是“视觉”？	导言： 即使天然的过程也会有解释
14 实践	22 作为过程的传播
序言	23 三个层次的传播问题
	24 客户，设计师和受众
	28 描述受众
	32 干扰，冗余和熵
	34 符号语言学
	34 过程模式存在的问题
	35 实践中的符号语言学
	36 理论中的符号语言学
	36 一词多义
	38 作者的死亡
	40 所有设计都是政治的：第一部分
	41 意识形态——他们和我们
	42 跋： 规则不再？
	44 实践
	导言
	45 从业者
	46 内维尔·布罗迪
	58 迈克尔·贝鲁特
	68 问题总结

文化

冲突

排版条目

71 第二章目标

72 理论
 导言：日常视觉传播

74 什么是文化？

76 大众文化批评

78 设计愿望——广告人如何使用符号？

80 大众文化和意义

82 所有设计都是政治的：第二部分

82 霸权

84 文化消费——作为视觉传播

88 风格和特性

88 大后方

93 衣橱

98 跋：
 “有意义”不同于“充满意义”……

100 实践
 导言

101 从业者

102 琼·法勒

112 安积伸（Shin Azumi）
 和安积朋子（Tomoko Azumi）

124 问题总结

127 第三章目标

128 理论
 导言：
 形式对功能：作为传播的风格构建

130 所有设计都是政治的：第三部分

130 现实世界的设计

134 符号的政治经济学

136 政治设计师

136 文化人为干扰

144 商业现实

146 威胁之下的设计？

147 现在我们都是设计师！

150 苹果电脑一代

152 不：规则更多

153 文化制作领域

154 设计是艺术吗？

155 循环的逻辑

156 跋：
 表面之下

158 实践
 导言

159 从业者

160 埃里克·斯皮克曼

172 埃米·萨洛宁

182 问题总结

184 设计 / 摄影传记

186 参考书目

187 索引

192 致谢