



美国威斯康星大学 平面设计基础教程

[美]埃米·E.阿恩聪 著 李亮之等 译

**graphic
design
basics**

重庆出版社



美国威斯康星大学平面设计基础教程

graphic design basics

(本书根据美国沃兹沃思 / 汤姆森出版社
2003 年英文第 4 版翻译)

原著: 埃米·E. 阿恩聪 (Amy E. Arntson)

翻译: 李亮之 董洁晶 王 智 宗 霞 孙媛媛

 重庆出版社

图书在版编目(CIP)数据

美国威斯康星大学平面设计基础教程/(美)埃米·E.阿恩聪著:

李亮之等译.-重庆:重庆出版社,2005.5

书名原文:Graphic Design Basics

ISBN 7-5366-7022-2

I.美国... II.①阿...②李... III.平面设计-教材

IV.J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 022086 号

Graphic Design Basics by Amy E.Amtson

First published by Wadsworth,a division of Thomson Learning

All Rights REserved

Authorized Simplified Chinese Edition by Thomson Learning and CQP No part of this book may be reproduced in any form without the express written permission of Thomson Learning and CQPH.

Edition:4ed

Copyright:2003 by Wadsworth, a division of Thomson Learning

Page count:191

ISBN:0-534-27399-8

版权登记号 版贸核渝字(2005)第 15 号

美国威斯康星大学平面设计基础教程

MEIGUO WEISIKANGXING DAXUE PINGMIAN SHEJI JICHU JIAOCHENG

原著 [美] 埃米·E.阿恩聪

翻译 李亮之 董洁晶 王智 宗霞 孙媛媛

责任编辑 陈小丽 姚琦(特约)

封面设计 金乔楠

技术设计 剑 歌 杨帆

重庆出版社出版、发行

(重庆长江二路 205 号)

新华书店经销

自贡市新华印刷厂印刷

开本 850×1168 1/16 印张 15.25

2005 年 5 月第 1 版

2005 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

印数 1-5000

ISBN 7-5366-7022-2/J·1121

定价: 68.00 元

金乔楠 设计



上海宏图华章文化传播有限公司

序言

新出版的《平面设计基础》(第四版)向读者引介了一个令人激动而且是非常需要的领域。平面设计与社会生活联系紧密,两者都反映并有助于营造我们周围的世界,而设计师则是这一重要动态过程的一个组成部分,步入这个领域需要特殊训练的知识技能,积极参与实践,并且了解经过时间检验而为人们所认可的普遍原则。新出版的本书继续沿用这些专业知识来解释有关平面设计应用方面的设计原则。

读者可以从中获得与平面设计相关重点理论的全面介绍和富有创造性的发展。第四版包括了很多反映风格趋势的全新、精彩并且色彩丰富的视觉作品,这些崭新的设计和插图是 20 世纪众多设计中最为出色的作品。虽然平面设计风格在不断演进,但是优秀设计的结构支撑却是永恒的,正是对于这些设计原理的灵活运用,才促成了诸多成功设计方案的诞生。

平面设计领域的设计手段和方法真可谓日新月异,这使得创作全新的、错综复杂的艺术设计作品成为可能并能恰如其分地传达其内容。本书全文整合了计算机平面设计的相关知识,并且也为能够卓有成效地生成电子印前技术所需的文件提供了必要的指导。本书还包括了一个有关网页设计的新章节,当今,网页设计已经成为设计师最强有力的、最令人兴奋的新设计手段之一。

本书介绍了平面设计的形式与功能,本书不仅在一般设计课程的使用中效果良好,而且在视觉传达和广告等相关课程中也能应用自如。所布置的设计方案和作业练习旨在帮助读者通过实际操作将文中的课程转化为自己真正掌握的内在知识。第一章和第二章提供了一个设计发展过程和最近 100 多年以来设计史的导论。第三章、第四章和第五章则探讨有关知觉、动态平衡和“格式塔”的重要原则以及它们究竟如何与平面设计相联系的。

第六章和第七章集中讨论了在具体设计领域中文本字体和版面设计的设计原则和应用技巧。第八章涵盖了插图和摄影方面的内容,这些学科之间的界限没有过去那么严格,尤其是电子媒体在摄影图片处理、绘图工具和排版技术方面给专业人士提供了广阔的空间。第九章、第十章和第十一章则涉及到广告设计,包含了广泛的计算机图形作品素材,在第十章中,传统色彩和电子色彩通过关于色彩理论及其计算机应用的知识加以讨论,这些色彩的应用有的是使用计算机的,也有不使用的,第十一章讲的是传统和电子印前制作技术,依靠循序渐进的引导来帮助设计师卓有成效地设计电子预印文件。本书以网页设计这一全新章节来结束全文。

本书的结构特色对于教与学两方面都颇有裨益。书尾所附的“参考文献”为广大读者打开了一扇进一步探索 and 发现之门,与此同时,涉及面甚广的“术语汇编”详细解释了诸多专业技术词汇,并且在若干章节中做了有用的补充编排。伴随着此书第四版的问世,一个新网站也应运而生。

非常感谢下列诸位评论家为本书第四版问世所提供的大力帮助:在约翰·布朗大学任教的大卫·安德勒斯(David Andrus)、德卢斯明尼苏达大学的萨拉·A. 鲍尔(Sarah A. Bauer)、伯林顿社区学院的谢里尔·加洛弗(Cheryl Gelover)、诺西艺术学院的史蒂文·E. 拉·秀尔(Steven E. La Suer)、韦斯特伍德技术学院的托瓦·拉比诺维茨(Tova Rabinowitz)以及布拉德利视觉艺术高等学校的琳达·桑德森(Linda Sanderson)先生。

作者简介

埃米·E. 阿恩聪(Amy E. Arntson), 威斯康星 - 怀特沃特大学艺术学教授, 主讲平面设计和插图课程。她创作的艺术作品曾在美国乃至国际性展览会上展出, 她关于设计和知觉本质的阐述已经被介绍到中国、英国、西班牙、秘鲁和哥斯达黎加, 还有从纽约到加利福尼亚, 其足迹遍及整个美国。阿恩聪教授拥有其作为艺术家、设计师、教育工作者三重身份的丰富生活阅历和学术水准。

目 录

序言	3
第一章 设计艺术的应用	1
原理与实践	2
什么是平面设计?	2
价值	3
设计领域	5
设计程序	6
研究	6
略图	6
草图	8
综合图	9
陈述	10
印前准备	10
设计生涯	10
设计工作室	11
机构内部设计部门	11
广告代理	11
自由设计师	12
新机遇	12
挑战	12
练习	13
第二章 平面设计史	15
开端	16
世纪之交	19
现代主义	22
抽象运动	25
象征运动	31
美国设计	33
后现代主义	35
新技术	36
计算机图形的发展	37
互联网和交互性	37
未来	38
方案	39

第三章 知觉	41
眼见为实	42
追求单纯	42
诠释	42
图形 / 背景	43
类型	43
条件	45
字体	46
形状	46
形状与体积	47
成组形状	48
形状与主题	48
形状之形式	48
字体形状	49
专业术语	50
字体尺寸	53
练习	53
方案	54
 第四章 趋于一种动态平衡	 57
视觉与理性统一	58
作为抽象的设计	58
团队合作精神	60
视觉动力学	61
由上而下	62
垂直与水平	63
从左到右	63
整体	64
平衡	64
对称	65
非对称	66
通过对比求得平衡	66
练习	72
作业 1: 文字图解	73
作业 2: 大象	75
 第五章 完美的格式塔形式	 77
整体与局部	78
整体性	78

格式塔原则	79
相似	79
邻近	80
连续性	81
闭合	82
图形 / 背景	83
商标	84
功能	84
做“记号”	85
标志	86
标识	86
练习	87
方案	88
第六章 运用文本字体	91
书面传达的发展	92
字母表	92
字体类型	93
历史上著名的字系	94
字系	103
选择	103
尺寸	104
行宽	105
风格	105
行距	106
字距	109
版式	109
风格与内容	110
一些问题	111
设计小结	111
制作技巧	112
字体综合图	112
明细文稿	113
校正	113
练习	113
方案	114
第七章 版面设计	117
平衡作用	118

尺寸与比例	118
视觉韵律	121
网格排版	122
保持节拍	122
演示主题	125
网格的历史	125
选择网格	127
构建网格	127
路径排版	128
焦点	128
版面中的图片	129
裁剪	129
调整尺寸	130
选择	130
多版面设计	131
排版风格	132
结论	134
练习	134
方案	137

第八章 插图与摄影	139
设计师与插图画家	140
为何插图?	140
插图类型	141
广告插图与编辑插图	142
时装插图	142
音像制品封面和书籍插图	143
报刊杂志	145
机构内部项目插图	146
贺卡与零售商品	146
医学与科技插图	146
动画图形	147
风格与媒介	147
获取灵感	148
参考资料	149
当代视野	150
摄影的影响	153
设计师 / 摄影师	153
数码摄影	154

专业特性	155
新闻摄影	155
产品摄影	156
企业摄影	157
编辑摄影与插图摄影	157
寻觅图片和摄影师	157
方案	159
第九章 广告设计	161
广告的目的	162
广告类型	162
电视	163
报纸	164
直接邮寄广告与网络	165
广告的其他形式	167
个人促销	168
企业识别	168
与他人合作	169
练习	170
方案	171
第十章 色彩动力学	173
用色彩来设计	174
色轮	175
色彩属性	175
色彩配置	176
色彩的相对性	177
色彩心理学	179
联想	179
色彩选择	180
理解电子色彩	180
色彩模式	180
另类色轮	182
色域	182
印刷中的色彩	183
平调网	183
网点色还是套色?	184
套印分色	185
削减成本	186
半色调、双色调与三色调	186

套印分色小结	187
练习	188
方案	188
第十一章 制作:手段与程序	191
一种设计师的工具	192
模拟与数码数据	193
由模拟向数码转换	193
显示屏图像	193
面向对象(目标)与位图图形	194
硬件和软件	195
存储	195
随机存储器和只读存储器	195
存储装置	196
输入、输出设备	196
数据输入	196
数据输出	196
印前准备	197
步骤与程序	197
概述	197
专业术语	197
质量问题	200
数码印前技术	200
光栅图像处理器	201
字库	201
扫描	202
LPI 与 dpi	202
文件链接	203
文件格式	203
压缩	204
结论	204
为印刷服务机构作印前准备的电子文件	204
回顾	205
第十二章 网页设计	207
地球村	208
网页是如何工作的?	208
一般方法论	209
设计共同点	209

制作共同点	209
设计差异性	210
制作差异性	210
什么是规则?	211
命名你的文件	211
分辨率	211
文件尺寸	212
显示器尺寸	212
文件格式	212
透明度	213
色彩	214
网页构成	214
网页和网站	214
链接	214
表格和框架	215
动画和音响	215
网页软件	215
网页发布	215
小结	216
优秀网页设计的特征	216
评价	216
问题探讨	216
任务	216
术语汇编	219
参考文献	226

第一章 设计艺术的应用



原理与实践

这是一本关于把视知觉原理应用到视觉传达实践中去的设计专业教科书，其立论前提是：开设一门研究平面设计的课程必须从运用基础设计原则和理论角度入手。把我們如何感知和营造二维平面的信息交织在一起来研究，必将涉及到把这些理论知识应用于平面设计的各种问题。

其次，从大学课堂中所获得的知识仍然与此息息相关。虽然你将从本书中学到不少专业知识和术语，但是，你将会发现它们与你已经知道的设计基础理论之间的联系有多么地紧密。

读者时常认为开设平面设计或者计算机制图课程就是为了了解一些硬件和软件，其实不尽然——正像在前计算机时代里，平面设计不仅仅意味着摆弄橡皮泥和雕刻刀。计算机在学习过程和设计制作过程中只是一个辅助工具，它是一个强有力的、错综复杂而令人兴奋的工具，而且必须予以充分掌握。但是，最终的设计成果并不会比最初构思的效果更理想，所有艺术和设计作品的情况无疑都是如此。

图 1-1
朱利叶斯·弗里德曼
(Julius Friedman)
路易丝维尔管弦乐队
PW 有限公司提供照片



平面设计中的问题几乎总是与视觉传达相关联，这里存在着一些使设计作为一个整体结合在一起来传达信息的方法。本书通篇用洗练和直接的语言来探讨这些方法，并且收录了贯穿于各个设计历史时期的众多精美插图。你将会找到如何应用基本设计原理来提升视觉传达效果的途径，你还将探究视知觉的实质、视错觉的作用、视觉传达与口头传达之间的差异性以及一整套基础设计表现技能。

一般而言，视觉艺术，尤其是二维平面设计学科均共同享有一种通用语言。在一个平坦的背景上来研究各种形态已经形成了大量关于我们如何去看、如何去理解以及画面上的形象之间如何相互发生作用的信息，你将学会如何应用这种具有普遍性的知识去解决平面设计诸问题。

设计师所寻求的是若干个解决方案而非单一方案，在平面设计中没有任何一个答案是惟一正确的，但存在着一系列可能性。本书介绍了类似格式塔单元构成（即视单元为整体基本结构组成部分的构成——译者注）、均衡、强调和视觉趋势等一些原理，这些原则仅作为工具和手段而不是什么教条，对其灵活运用可以扩增你的选择范围并拓宽你的视野。经过一段时间的训练之后，这些处理方法可以转换为一种直觉，但是，一开始你需要去学习并且有意识地去应用它们。随后，你将学会融入新的内容并不断实践，从而把正规的学习与一种更属于个人直觉的研究方法结合在一起。

什么是平面设计？

从传统意义上讲，我们可以把平面设计界定为在一个二维平面空间上解决视觉问题。网页设计和动画图形等新领域把平面设计扩大到三维和加上时间的四维应用的范畴

之中。当人们谈到组织机构层次系统重要性的时候,新媒体设计师有时也称自己为“信息建筑师”,设计领域的从业者们正在寻找能反映出并能帮助阐明该领域重要性的当代定义。

在特定的限制——经济、物理或者心理因素的约束下,设计师会构思、策划并实施种种设计方案,从而将特定的信息传达给某一特定的受众。例如,海报设计可能会因为受资金等方面原因所限而只能使用两种颜色,它们也可能受尺寸大小所限,这是因为海报要连续地印刷或者因其邮寄方式所致,对于一幅挂在某一大厅里或者商店橱窗上的海报而言,它可能受到观看的标准距离方面的制约,另外,还有受到目标人群的年龄和兴趣方面的局限。然而,设计师必须把关于特定产品的具体情况或信息向特定的受众述说明白,所以传达是平面设计至关重要的因素。

正是这一传达因素造就了平面设计如此情趣盎然,并且与时俱进,始终融入当代各个领域之中。设计师必须以最新的工具和手段呈现出当今信息时代的风采,面对各种时尚潮流、争议问题、发明创造和新生事物,他们必须始终保持信息灵通,见多识广。新技术给社会带来什么样的冲击和影响?如何把电影、电视、全息摄影以及计算机整合在一起?印刷业将为人们所唾弃吗?媒体和信息之间的关系究竟如何?

设计教育是一项终生活动,永恒的变化鞭策着人们不断勇于革新。这不是一个属于节奏缓慢、乡愁怀旧那种类型的人所干的事业,为了紧跟这个领域迅猛的变化,你必须潜心探索基础理论,并且以灵活而好奇的心态去求知、践行。

价值

我们当下的社会乃是以信息交流模式而

非以生产物品为基础的社会,这是一个信息时代,不是一个工业时代。产品本身、图文并茂的报刊杂志及其所使用的信息交流模式,所有这一切形成了这个新世界。在你的一生中早一点(现在还不算太早)探问自己你的论点立足在何处无疑是一个好主意,你所做的事业抉择将塑造你的人生以及我们这个社会的特征。图 1-1 便是设计作品中的一个例子,这是为协助和支持一个非盈利性质艺术机构而做的广告宣传。

这位成功的设计师曾经生动地描述了他早期所做出的一个事业抉择。他大学毕业后第一份工作是在一家小广告公司担任初级设计师,在那里,他的工作是设计一种热狗的包装。在准备了若干幅草图之后,他就把这些草图递交给顾主,但都被照单打回。方案被反复否决之后,这位设计师变得对热狗熟悉得不能再熟悉了。他不屈不挠地学习基础知识,现在他终于拥有了属于自己的、以专门从事教育和服务为主导方向的公司。这就给了他

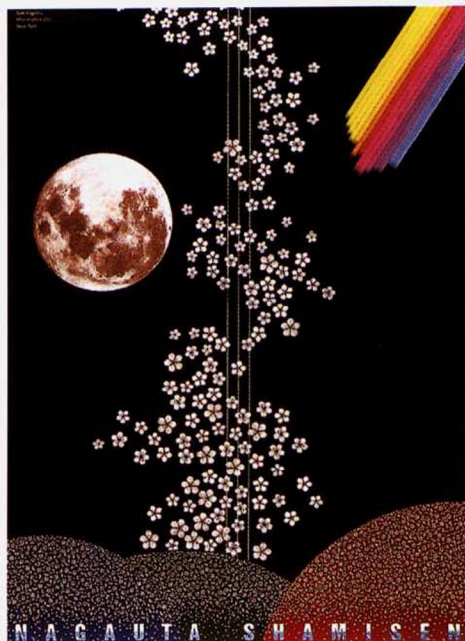


图 1-2
永井一正
(Kazumasa Nagai)
(日本设计中心股份有限公司)
为加州大学洛杉矶分校
亚洲表演艺术学院设计
承蒙艺术家慨允