

<<视觉语言设计：职业传播者策略>>

图书基本信息

书名：<<视觉语言设计：职业传播者策略>>

13位ISBN编号：9787300065847

10位ISBN编号：7300065848

出版时间：2005-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：查尔斯·科斯特尼克

页数：412

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<视觉语言设计：职业传播者策略>>

内容概要

本书由两位在文案设计领域具有丰富经验的教师所著。

它把修辞方法引入视觉设计中，为各类文案设计提供了有用的策略和工具。

本书分析了实际工作中可能遇到的各种文案及其相关情境，从而为读者提供了一条把文案设计与其受众、目的、语境紧密联系起来的途径。

很多专业设计人员经常对一个“好文案”的标准感到疑惑。

本书可以解答这些疑惑。

本书通过分析许多成熟的文案设计，介绍了有关平面设计的原则、规律和方法，对视觉设计的概念进行了充分的阐释。

小到一张明信片，大到宣传册子，丰富的案例直观生动，通俗易懂，可视性强，能让读者迅速入门。

此外，作者对这些案例的分析独到而清晰，细致分析了每一种设计元素，具体实用。

本书是“新闻与传播学译丛·国外经典教材”系列之一种，适合广告学、传播学师生以及设计行业人员使用。

<<视觉语言设计：职业传播者策略>>

作者简介

查尔斯·科斯特尼克 爱荷华州立大学英语系教授。
主要研究领域：职业写作和视觉艺术中的视觉传播。

戴维·D·罗伯茨 爱荷华州立大学英语系副教授。
主要研究领域：视觉修辞、提案写作、职业传播教育。

<<视觉语言设计：职业传播者策略>>

书籍目录

第一部分 整合传播 第1章 修辞背景 视觉修辞引言 视觉文字同源策略 过程示例——
 麦普顿中心 习惯——读者所希望看到的 结论 练习 第2章 认知与设计 关于认知
 问题的介绍 设计中的格式塔原则 作为一种设计工具的实证研究 结论 练习 作业
 第3章 视觉分析 视觉分析引言 视觉词汇分类 从修辞角度分析视觉词汇 结论
 练习 作业 第二部分 文本设计 第4章 线性构件 线性构件引言 过程示例——线性构
 件 线性构件的词汇 同源策略的运用 同源策略的互相作用 练习 作业 第5章
 文本区域 文本区域引言 过程示例——文本区域 文本区域的词汇 同源策略的运用
 同源策略的互相作用 练习 作业 第6章 非线性构件 非线性构件引言 设计过程
 示例——非线性构件 非线性构件的词汇 同源策略的运用 同源策略的互相作用 练习
 作业 第三部分 外在层次设计 第7章 数据显示 数据显示引言 过程示例——数据显示
 数据显示的词汇 同源策略的运用 同源策略的互相作用 练习 作业 第8章 图
 片 图片引言 过程示例——图片 图片的词汇 同源策略的运用 同源策略的互相作
 用 练习 作业 第9章 图标、标志和符号 图标、标志和符号引言 过程示例——图
 标、标志和符号 图标、标志和符号的词汇 同源策略的运用 同源策略的互相作用 练
 习 作业 第四部分 文案设计 第10章 整体元素：应用设计 整体元素引言 过程示例—
 一整体元素 整体元素的词汇 编码模式的配合 同源策略的运用 同源策略的互相作用
 练习 作业 术语表 索引 译后记

<<视觉语言设计：职业传播者策略>>

章节摘录

视觉修辞的一个情景设计 弗雷德·诺南是麦普顿社区中心的一名兼职员工。位于佛朗特大街老火车站内的这个社区中心是一个非营利机构，为麦普顿地区的居民及周边的人们提供休闲娱乐、资讯和其他各种社会性服务。

中心共有两名全职员工和五名兼职员工。

多年来，中心一直因不稳定的经济预算而举步维艰——靠着努力增加的基金收入和少量由社区捐赠的资金勉强维持。

令人惊喜的是，中心员工最近收到艾蒂娜·杰米森的一封信，她提出想捐助给中心300万美元。杰米森太太是中心的创立者之一，她确信：现在就把自己数目可观的财产的一部分捐赠给社区，比她死后再留给社区能派上更大的用场。

艾蒂娜·杰米森的捐赠还附加了一条重要的规定：在与中心所有成员商议之后，麦普顿董事会要在30天内做一个关于如何使用这笔钱的计划。

杰米森太太的慷慨捐赠在社区中心——无论是员工还是所有义务服务的董事会成员中——引起了轩然大波。

为了应对这惊人的事件，社区中心董事会召开了一个紧急会议以讨论如何满足杰米森太太的捐赠条件。

董事会提出了使用这笔钱的两个基本选择：一是更新和扩充老火车站现有的设备，另一个则是在几个街区外盖一座新建筑。

不过董事会并不排斥其他好的方案。

董事会最后决定，由弗雷德·诺南负责通知麦普顿社区中心的所有成员——享受中心服务的人、捐赠物品或钱财的人以及义工——召开一个特别会议讨论如何使用杰米森太太的捐款。

董事会还特别要求弗雷德客观地解释翻新火车站和盖新建筑这两种选择，并提供一些相关的数据，如成员构成、中心日常用途和费用以帮助讨论。

图1—2至1—5显示了弗雷德的传播方案，一份尺寸为11" × 17"、用24磅梓木纸打印的折页(图1—2至1—5均被缩小至实际尺寸的70%，图1—6是整个文案的照片)。

弗雷德的文案将被邮寄给社区所有的成员，复印件也将在会前被贴在会议室门上。

P6

<<视觉语言设计：职业传播者策略>>

媒体关注与评论

本书的结构 为了达到上述目标，我们将本书分为四个部分。

第一部分是关于视觉设计的概念和方法的介绍，随后的三个部分对这些概念和方法进行阐述和补充。

第一部分：整合传播（第1、2、3章）。

用修辞术语向你介绍视觉设计，其中很多术语是你在写作时就已熟知的。

在视觉和口语中经常会有一些共通的元素，可以帮助你加强理解。

第一部分中也介绍了一些关键的认知原则。

无论你是在进行创作，还是仅仅作为受众，这些原则都将是用于描述视觉语言系统和进行文案分析的工具。

第二部分：文本设计（第4、5、6章）。

将探究一些文本标准，以及在设计中依据这些标准形成的一系列使用方法。

这些标准包括文案的线性构件（字母、词汇、连接词）、设计区域（页面、画板、屏幕）和文案的非线性构件（图表、折线图、树形图）。

第三部分：外在层次设计（第7、8、9章）。

检验一些非文本元素在实际设计中的运用，并列出让这些元素适应修辞情境的策略。

这些设计形式包括数据显示（图表、图解、地图）、照片、插图、图标、标志和符号。

第四部分：文案设计（第10章）。

探究构成完整文案的设计元素，以及如何通过组合搭配这些设计元素从而提升文案的可用性。

我们将让你看到这些设计元素在实践中是如何促成或颠覆一个文案，以及在设计进程的早期对文案进行规划设计的必要性。

尽管以上四部分形成了一个序列——从理论到文本设计、图形设计直至整个文案的整体设计，但我们也知道有些读者并不见得严格按这个序列来使用本书。

不过，如果你决定不按此序列研究本书的章节，我们还是强烈建议你先好好看看第一部分的规律和概念，以便充分理解随后七章的价值。

我们在书中运用的例子 当你阅读这本书的时候，你将看到本书中大多数的例子和修辞情境都是我们自己创造的。

我们这样做有几个目的。

首先，我们想要展示那些你能够在工作中接触到的例子，这样做的效果会好于向你介绍许多由专业设计人员创造的高度完美的例子。

你在本书中看到的大多数设计都将在你本人的设计能力范围之内，甚至可能你做的将比书里的例子还要好。

其次，我们希望进一步探索一些难度比较大的视觉语言设计，我们也希望本书所涉及的设计项目是专业传播者更有可能去从事的。

创造和使用自己的例子有利于我们在书中更加详细地叙述，从而使我们可以灵活地做到上述两点。

最后，我们自行创造很多例子的原因还在于：你在看到本书前，已经接触到了许多的设计文案——在家里、学校或是工作中。

它们包括操作手册、报告、调查问卷、说明书、网页、垃圾邮件等。

在本书中每一章最后的相关练习和作业中，我们将邀请你一起研究、分析和评估那些文案。

我们希望通过这种方式，能够使你对每一章中涉及的设计理念和方法的认识有所扩展，并使你能够作为受众融入那些文案的设计当中。

鸣谢 我们要感谢家人在本书写作的数月中一如既往的支持。

当我们被在限期内完成这一任务搞得焦头烂额时，他们的耐心远远超出了我们的期望。

我们要感谢艾奥瓦州立大学英语系提供了创作本书所需的电脑和打印资源，还要感谢英语系很多同事不断的鼓励，特别是要衷心感谢安迪·斯万和唐·佩恩在整个项目实施过程中慷慨的技术支持。我们在时间上对他们的要求很苛刻，但他们任劳任怨。

<<视觉语言设计：职业传播者策略>>

同样要感谢的还有艾奥瓦州立大学那些上我们的视觉传播课的同学，他们使用了本书的草稿。他们作为未来职业传播者的需求是本项目的重要动因。

在此过程中，我们收到了很多来自他们的有价值的反馈以及鼓励。

在写作本书时，我们得到了下列专家清楚、详细而有见地的指正：特拉华大学的德波拉·C·安德雷斯，佐治亚州立大学的迪克瑟·艾丽斯·希克曼，南卡罗来纳大学的威廉·E·瑞韦斯，以及特拉华大学的丽贝卡·韦利。

他们的评价在本项目的关键阶段鼓舞着我们，并指导我们如何修改，真诚地感谢他们！

我们要对埃里安和培根公司的员工们对本书的支持表示感谢。

特别要感谢乔·奥派拉，作为副总裁和人文学科的主编，他给了我们做这个项目的机会；还有唐纳·西蒙斯，作为生产方面的负责人，他指导了本书的生产过程。

还要特别感谢凯茜·罗宾逊和汤姆·莎菲：凯茜将本书编辑得清晰而专业，她还有着控制项目的能力和与我们沟通、催促我们加快进度的技巧；汤姆则在本书印刷过程中对我们准备的图形提出了一些技术性的建议。

我们要感谢允许在本书中使用其材料的机构。

最后，我们要感谢萨姆·卓格——本丛书的编辑，是他邀请我们参与此项目，而且鼓励和指导我们完成它。

编辑推荐

本书中大多数图形是在苹果机上用Canvas 3.5和5.0版本设计的（Canvas由位于佛罗里达州迈阿密的Deneba软件公司出品），另外一些图形则用Microsoft Word 5.0、5.1、6.0和Microsoft Excel 4.0、5.0设计。

字体主要是用Adobe印刷系统股份公司出品的Adobe Type Basics软件设计，一些照片则由Adobe Photoshop 4.0版本处理。

本书中绝大多数图形由查理·科斯特尼克设计、修改和编辑，戴维·罗伯茨提供了概念和编辑方面的建议。

作者没有寻求专业的图形设计帮助，这主要基于两个原因：首先，我们希望示意图简单、易懂，能直接表明我们的意图；其次，我们想证明，支撑本书的原则和策略更多地有赖于修辞而不是图形设计。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>