

<<五味杂陈>>

图书基本信息

书名：<<五味杂陈>>

13位ISBN编号：9787302259725

10位ISBN编号：7302259720

出版时间：2011-7

出版时间：清华大学出版社

作者：苏毅敏，于景 编著

页数：137

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>

<<五味杂陈>>

内容概要

创意的本质就是改变！

要将设计作为打破成规的艺术。

“图形设计”是视觉传达设计专业的必修课，也是培养创意思维的第一步。

由苏毅敏和于景编著的《五味杂陈：图形设计面面观》从发散思维的训练入手，挖掘学生的思维潜力、扩展思维广度。

通过相似原则、对比原则、类似原则和因果原则等创意要素，完成思维方式的基础训练。

对于“图形设计”的表现方法，《五味杂陈：图形设计面面观》特别注重引导学生吸取设计史上各流派特点，从各种设计手法中总结图形的分类、创意、语言以及语意的运用特点，了解纯粹图形的基本语意，学会在设计中借鉴与创新，并提高从概念图形和自然图形中提取设计元素的能力。

《五味杂陈：图形设计面面观》的课程设置、课题安排，以及大量创意作品展示可供艺术设计专业师生参考、借鉴。

<<五味杂陈>>

作者简介

苏毅敏，北京工业大学艺术设计学院视觉传达系教师。

2000年毕业于中央美术学院，平面设计专业。

设计实践领域有：地产策划、企业形象设计、包装设计、书籍设计、网站推广等。

设计作品多次获奖并收录于《中国设计年鉴》。

出版教材《色彩构成实验》、《全国高职高专艺术设计应用创新规划教材——色彩构成》、《包装艺术解读》。

论文《“原生态”包装的设计艺术》、《图形设计的魅力》、《编排设计中的“繁”与“简”》、《网络广告思维特性分析》、《天人合一的原生态包装设计》、《现代消费市场中的生态化设计》分别发表于《美术向导》、《美术大观》、《美术之友》等国家艺术类核心期刊。

2009年多媒体课件“网络广告概述”获第九届全国多媒体课件大赛文科组优秀奖；“设计基础”获第九届全国多媒体课件大赛工科组优秀奖。

2009年北京市教委科研课题“原生态包装艺术与现代消费市场关系的研究”项目负责人。

于景，北京工业大学艺术设计学院数字媒体系教师。

2003年毕业于北京印刷学院艺术系，多媒体专业。

2008年多媒体课件“创意思维训练”获得第八届全国多媒体课件大赛最佳创意奖和文科组二等奖。

2009年多媒体课件“设计基础”获得第九届全国多媒体课件大赛工科组优秀奖；“网络广告概述”多媒体课件获得第九届全国多媒体课件大赛文科组优秀奖。

2010年多媒体课件“文字设计”获得第十届全国多媒体课件大赛最佳技术实现奖；文科组二等奖。

2010年北京市教委“多媒体互动环境设计研究”科研项目负责人。

<<五味杂陈>>

书籍目录

引言

第一章 创意思维的缘起

第一节 学以致用——创意在设计学科体系中的位置

第二节 知人善用——教与学的方法

第三节 捕捉灵感的火花——观察的角度

第四节 思维的宽度——认识的方法

第二章 创意思维的“巧思”

第一节 信息加工——捕捉灵感

第二节 思维的延续——发散思维

第三节 思维的凝缩——聚合思维

第四节 创意的“训练法则”——旧要素新组合

第三章 艺术流派对设计形式语言的影响与传承

第一节 立体主义

第二节 未来主义

第三节 达达主义

第四节 超现实主义

第五节 构成主义

第六节 波普艺术

第四章 从创意到图形的多元化展现

第一节

打开灵感的源泉——多元化的图形设计方法跃动的点 / 情感的线, 张力的面, 正负形 / 幽默图形 / 比喻图形 / 同构图形, 断置空间, 夸张图形, 文字, 影子, 对比, 动感图形 / 空间的展现

第二节 精彩的世界——图形设计的多元化文化体现

第五章 形意相融——图形的表现技法

第一节

经营位置——画面的构图横线构图 / 竖线构图, 九宫格构图 / 十字形构图 / 对角线构图, 三角形构图 / S字形构图 / v字形构图 / C形构图 / o形构图

第二节 感性的色彩——图形中的色彩搭配注意色彩布局, 注意色彩的主从, 恰当使用点缀色, 色彩的象征意义

第三节 相由心生——抽象图形与具象图形图形的抽象表现 / 图形的具象表现

第六章 图形创意基础课题实践

参考文献

后记

<<五味杂陈>>

章节摘录

版权页：插图：艺术与创造，一直是一对密切相关的概念。

离开了创造，艺术就成了死物，创造是艺术生命的源泉。

生活中，杂志广告，报纸广告，公车广告，地铁广告，户外看板，大型霓虹灯，大卖场，移动传媒，网络广告……我们被身边多如牛毛的广告包围着。

据统计生活在繁华都市的人一天可以和3000个品牌擦肩而过。

可是哪个广告的创意真正打动了消费者，刺激他成为商品的购买者，甚至成为品牌忠诚的拥护者呢？创意！

绝佳的创意真正能体现宣传产品的优势，它契合购买者的心理需求，成为卖与买的桥梁。

而如何形成创意，创意的起点又在哪里，成为本书着重的谈资。

互联网的诞生使国际设计资源互通，设计交流的频繁及国人眼界的开阔、综合素质的提高，让设计师越来越多地意识到设计中创意的重要性。

对于新一代的设计师而言，如今的大环境创造了一个前所未有的交流与学习的氛围。

但也暴露出一些问题，张道一先生就曾严厉批评设计界中盲目惟新、惟洋、惟怪的现象。

很多学生选择走入设计师的行列，是想走一条捷径，目前几乎所有高校都有艺术学院，相对门槛较低、扩招成果显著。

可是教育结果呢？

毕业生是否都合格？

多数用人单位更愿意出高价请一位有经验的设计师而不是一个刚毕业的大学生，这就出现？

供求偏差的问题。

如果你选择走这条路，那么也请你做好准备、认清形势，设计师是以不凡的眼光走一条创意之路的开拓者}大部分人悄悄地来，悄悄地走。

而你要做的是成为开拓灵感，展开想象的“点子大王”，做一个有梦想的人。

<<五味杂陈>>

编辑推荐

《五味杂陈:图形设计面面观》是高等院校艺术设计系列教材。

<<五味杂陈>>

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>