

<<创意元素与平面设计>>

图书基本信息

书名：<<创意元素与平面设计>>

13位ISBN编号：9787501971015

10位ISBN编号：7501971013

出版时间：2009-10

出版时间：中国轻工业出版社

作者：虞世鸣

页数：175

字数：240000

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>

<<创意元素与平面设计>>

前言

自盘古氏“开天辟地”以来（“盘古氏”是华夏古人创造的神话中的人物，神话中的图腾可能是人类文明传承发展过程中，第一个创意设计体系），近至几千年，远溯上万年，其有证可考的人类文明史，在地球诞生演变、生命体繁衍进化的几百万年、几千万年、几亿万年的漫长时光中，只是一瞬间、一刹那。

今天，人类虽然已经能借助隧道电子扫描高倍放大仪，揭示微观世界；漂浮于太空中，配备射电望远镜的哈博（Hubble Space Telescope）空间飞行器，已能够洞察几万光年（光年=光速·年的行程）遥远的物质，可是人类所认识的自然，还仅仅为“冰山一角”。

就一个人用一生光阴（假如平均寿期为100岁）不停地学习，能了解到的人类发展所创造的物质和精神财富，同样也只不过是巨大冰山之棱角边块。

当今世界的特征是，全球政治多极，经济一体化。

网络可使一条信息，在瞬间传遍世界的每一个角落，也使信息成为不同国家、不同民族、不同信仰、不同语言的人之间认知、互识、平等、共赏的公共载体。

有据可察的人类历史虽然只有几千年，但人类却已创造了语言、文字、音乐、戏曲、绘画、符号、图腾、雕塑、建筑、产品、工艺、民风、习俗、规章、制度等无以计数的物质与精神财富……但是无论是讲主观还是客观因素，交流、沟通、交叉、融合是历史之必然，也是社会文明进步发展的重要前提。

交流，畅通无阻地交流，同样也是伴随人类发展的一大特点。

我们知道，今天英语是全世界使用国家最多的语言，汉语是全世界使用人数最多的语言，而在1867年波兰人柴门霍夫归纳了全世界几十种主流的语言词性，句法和表音。

创造了一种称为“世界语”的通用语言，意图使全世界的人，能方便迅速学习掌握这一通用性语言的工具，达到无障碍地交流，但一百多年过去了，知道和热衷这件事的人却越来越少。

柴门霍夫不成功的原因是复杂的，但有一条是清楚的，就是任何语言的背后是文化、历史和精神。

“世界语”与这三者任何一条都不沾边！

语言，不仅仅是一种工具，而是历史文化的积淀。

今天，面对人类创造的全部物质和精神财富，后人的学习和认识似乎仍然摆脱不了“冰山一角”的困惑和狭隘。

以哲学上对立统一、逻辑学上归纳总结的观点和方法，面对浩瀚无垠的自然界和发展不止的人文社会，特别是对人类世世代代创造的物质精神财富，倒是可以凝练简化为“造物、造型、造事、造势”这四个类别。

世事虽无常，却物竞天择、循章蹈法，天行健、地势坤。

方法学是人类探索自然、社会以及自身的有效武器，深邃的策略。

以“造物、造型、造事、造势”的观念，可以为我们今天的人，为未来的人的学习、认识，再学习、再认识，并不断登上创意创新设计的新高度，构建一个坐标、一个基础平台、一架瞭望塔。

当然，站在这样平台上的目的，除了“上观天文、下察地理、中间看人世万象”的功用之外，更要创造，更要不断地创造，创造新的物质和精神财富。

<<创意元素与平面设计>>

内容概要

本书冠以《创意元素与平面设计》之名，如果可以问WHY的话，本书的创意之一，是对《创意元素与产品设计》的补充和延续；之二，是从“元素”的角度，观察、分析、研究、阐述、实践“设计铁三角”中的“平面设计”；之三，是建立“造物、造型、造事、造势”文明发展史片断影响和改变人类视觉观的所有事物的“有机”串联；之四，是为探究后续的创意设计领域打下基础。

中华文化，有文物可考者，可回溯远涉七千年、上万年。

留下的视觉事物，材料不同、形式不同、功用不同、型态不同，最重要的是，印刻了历史不同时期的不同文化，实在可叹可歌可梦可展，也精深博渊。

中华文化，是我们探究、理解、感悟平面设计中“创意”本体时，可以学习、借鉴、参考、发展的巨大宝藏。

无论是使用天然材料，还是开发人工材料；无论是大自然的鬼斧神工，还是魏晋竹林七隐士的书道墨法；无论是皇家贵族的精美绝伦，还是民间乡坊的雕虫小技；无论五岳之山、黄山之峰的千变万异，还是居家博古架上的盆景山石等，皆可成为我们学习平面设计“创意元素”的有机启迪。

本书是笔者多年来教学、科研、设计实践、指导学生参加国内外平面设计竞赛的体验之归纳，当然也力图汲取国内外专家学者在艺术创作、平面设计的呕心沥血之精华。

在本书付梓之际，以“视觉观、构成论”组合为检索词上网检索，相关的词条没有，这促使笔者有了更多的想象空间。

承蒙中国轻工业出版社的厚爱，激励笔者串字联图成册。

书中的部分观点更详细的叙述，散见于笔者和笔者学生在国内外的专业杂志以及门户网站上刊登的论文。

第一章、第二章阐述设计哲学两个基础概念：视觉观和构成论。

第三章用最大的篇幅，翔实的案例，引古取今，详细分析和阐述平面设计中创意元素的内容及范畴；创意元素在社会发展方方面面领域中的作用和意义；如何在平面设计中应用创意元素的方法、步骤和技巧；在广度深度上全面构建有个性特色的创意（元素）基本体系；以及创意元素在平面设计实战中的应用策略。

第四章至第十章，通过逐章逐节的文案叙述、图示解析，分析和讲解对平面设计的诞生和发展有着决定性重要意义的典型创意元素、基本理念及应用方法。

全书的插图以及附录，包含了笔者以及笔者指导学生在平面设计、产品设计等多个领域实践实战的作品。

附录之一为参加“The Art of Engineerin9”国际设计竞赛的策划及总结；附录之二，所推荐的影视作品（主要是纪录片），是笔者十分喜爱的参考读物，都涉及范围广泛的平面设计领域及对象，不仅介绍了人类文化的精华之处，更是编导摄制人员的创意，在许多方面寓启迪和创意于平面设计作品中。

当然，也有不足之处，那也就是我们所深深遗憾的，即随着近年来飞速的城镇开发建设，许多有史料价值的历史景象和物品今已荡然无存了。

附录之三，GRAPHICDESIGN，保持原文，为的是保持原味，请读者自己理解、品味。

本书可作为高等学校艺术设计，工业设计等专业的教材，也可以供本科生进行艺术创新和人文素质教育的辅导材料，并可以作为研究生进行创意研究的“它山之石”；对从事企业文化策划、平面设计、工业设计市场开发工作的技术人员及管理人员，亦可作为参考资料。

<<创意元素与平面设计>>

书籍目录

第1章 视觉观：设计哲学基础之一 1.1 视觉 1.2 观 1.3 视觉观 1.4 视觉观的实践性 1.5 创意视觉观 1.5.1 视觉观源于实践 1.5.2 视觉观要在实践中加以检验 1.5.3 市场是判断设计的重要标准

第2章 构成论：设计哲学基础之二 2.1 构成 2.2 论 2.3 构成论 2.4 构成论的实践性 2.4.1 向自然界学习，向自然界学习构成元素 2.4.2 抽象构成是视觉观的高级形式 2.4.3 与时代的步伐相一致 2.4.4 构成论贵于内在规律，成于外在表现 2.5 创意构成论 2.5.1 自然构成 2.5.2 人文景观 2.5.3 构成哲学 2.5.4 创意构成论

第3章 平面设计中的创意元素及应用方法 3.1 现代社会体系中平面设计的一般描述 3.1.1 平面设计的一般界定 3.1.2 平面设计的应用领域 3.1.3 平面设计的知识产权启迪 3.1.4 依托现代工业化平台的平面设计 3.2 平面设计中创意元素基础 3.2.1 基础之理念：设计涉及范围 3.2.2 无极之因果：手绘表现能力 3.2.3 普及之舞台：电脑图像技术 3.2.4 创意之挑战：材料应用开拓 3.3 平面设计创意元素的应用方法 3.3.1 “诗中有画·画中有诗”设计方法 3.3.2 展现材料设计方法 3.3.3 面向行业设计方法 3.3.4 基本书画工具设计方法 3.3.5 构成机制的设计方法 3.3.6 基于程式和过程设计方法 3.3.7 数字化及传媒技术设计方法 3.3.8 服务于不同年代的设计方法 3.3.9 汲取民俗民风元素设计方法 3.3.10 国际间交流设计方法

第4章 符号元素——平面设计的创意图腾 4.1 从崖画到文字 4.2 符号创意元素 4.3 平面设计的图腾

第5章 材料元素——平面设计的创意基石 5.1 从甲骨文到硬盘 5.2 材料创意元素 5.3 平面设计的基石

第6章 表现元素——平面设计的创意魅境 6.1 从铅笔到泼彩 6.2 表现创意元素 6.3 平面设计的魅境

第7章 传媒元素——平面设计的创意平台 7.1 从简牍到网络

第8章 时尚元素——平面设计的创意蜕变

第9章 认知元素——平面设计的创意本体

第10章 文化元素——平面设计的创意源泉

附录一 无题的创意 附录二 推荐影视纪录片 附录三 Graphic Design(simplified)参考文献后记

<<创意元素与平面设计>>

章节摘录

插图：2.5 创意构成论组成地球的所有可视物质、事件、对象，或是天然造化的自然构成，或是人类创造的人文景观；或是形形色色无以计数的产品，或是纯属视觉范畴而归纳的平面构成、色彩构成、立体构成，等等，构成渗透到我们生活、工作、学习、娱乐的方方面面。

我们生活在既简单又复杂元素组成的庞大的“构成”世界中。

构成，是人类智慧及创造能力集中又广泛的体现。

创意构成论，涉及两方面的主题：其一，改进和发展现有的各种构成方式方法；其二，探索和创造新的构成方式方法。

2.5.1 自然构成 山涧溪水的曲弯流迹、成群白鹭栖息在树上的姿态、退潮后海滩的沙纹、大雪节气银杏树叶所泛显的浓淡黄色、天际浮动的云彩、池塘中的锦鲤鱼争食的游态、大雁南迁北徙的“队形”、饱经岁月老屋外墙的斑驳和苔藓、古村落的残砖断梁……地壳运动、日晒雨淋、昼夜循环、四季交替、动植物生长，万物演变的内在规律与外在因素的交织——自然，组成了地球上最丰富和变化无穷的构成世界。

也是学习之不尽、研究之不竭的宝库（图2-2）。

2.5.2 人文景观数万年以来。

人类在与自然灾害（“灾害”是人类所赋的术语，其实应该是自然界的正常现象）漫长的抗争过程中，不断改进改善自己的生存环境和条件。

人类顺乎自然，创造了游牧文明、农耕文明、工业文明的不同文明形态；圈养动物、种植庄稼、制作工具，也创建了房屋、村庄、乡镇、城市、国家；构建了不同民族、不同规模、不同功用、不同象征的人文景观（包括建筑、园林、街道）。

从某种意义上讲，人文景观是语言、产品、民风民俗之外的人类第四大文明体系。

简单而言，从视觉角度出发，国家主要由城市、乡村等组成；城市由建筑、道路、植物等组成；建筑由水泥、沙石、钢筋、玻璃等组成。

所有的“组成”都是不同物质、不同大小、不同材料、不同属性的元素，再通过政治家、军事家、设计师、工匠艺人的巧夺天工而留下的“构成”遗产。

“构成”改造、改进、改善了人人类的生活环境、生活质量，改变了文明的轨迹。

<<创意元素与平面设计>>

后记

2008年元月，当专著《创意元素与产品设计》全书初稿成篇时，南方正下着几十年没有过的大雪。望着窗外纷纷飘落的雪花，如孩童般的奇想，假设每一片雪花，都是一条好的创意，那大地上就撒满财富了！

也就在这时，本书——《创意元素与平面设计》九个汉字，瞬间出现在窗户的玻璃上，随后被工工整整地写出来，张贴在书房门上的点子栏目中。

此刻，全身被热气笼罩着。

在多年的教学、科研、社会服务中，笔者有与别人交流的习惯，也喜欢交流，学校里，与学生交流互动；企业中，与科研项目技术人员商讨；市场上，与消费者共同评论商品的款式价位。

设计绝不能闭门造车，必须与广泛的对象进行交流。

多年来，笔者有观察各种视觉对象的习惯，包括在生活、学习、工作、娱乐中，所使用接触看得到的任何物品：门把手、锁具、水龙头、门禁、遥控器、一次性纸杯、排油烟机、自行车、购物袋、交通路牌、灯箱广告、地铁闸机、动车组机头、名片、报亭、交通信号、上海陆家嘴金融区摩天大楼上硕大的广告、远处杨浦大桥的蒙蒙浅影、蓝天白云、翱翔在黄浦江波浪之凸的水鸟、中华商业第一街南京路上或稀或密涌动的人群、上海浦东新国际博览中心崭新的机床、印包机械、全纯金外层的卫浴器件、纳米级精度磨床、高挑靓丽的模特儿、排爆机器人、LED照明器……。

多年来，也陶醉于影视纪录片中的“国宝”：西周时期的“散氏盘”、“毛公鼎”，大唐欧阳询“九成宫醴泉铭”，宋代梁楷“泼墨仙人册”、范宽“溪山行旅图”、张择端“清明上河图”，元朝黄公望“富春山居图”，以及现当代徐悲鸿“奔马图”，沈尧伊“地球上的红飘带”。

笔者以为，无论是今天的求知学习，还是明天的社会工作；无论是工业设计、平面设计、建筑设计，还是其他名目繁多的现代设计，都应该包含平面设计基础理论和基本技能的环节，因为其中最浅显的客观道理，就是属平面设计范畴的文字、图形图像，是每一个学子（无论今后是否从事视觉产品工作）在幼童时受到启蒙的第一个认知对象，而文字图形图像的背后，是庞大的人类文化文明的体系。

《创意元素与产品设计》和《创意元素与平面设计》属姊妹篇，它们立论的基础——视觉对象创意元素，其根本和主体，也归于“平面”的世界。

不知什么缘故，哲学、数学、逻辑，是自己求学以来一直喜爱的东西。

20世纪70年代末，改革开放初期，一本再版的当年毛泽东主席在延安时，曾经推荐的普及读物_艾思奇《大众哲学》，是自己开始并随后一直翻阅的“名著”，因此“世界观和方法论”伴随着工作和学习

。在思考视觉设计的基本理念、基本方法、基本技能的专业实践中，“视觉观和构成论”自然而然在讲课时萌生，也印刻于大脑，课后工工整整地抄写下来，贴在书房的墙上，反复看反复想。

<<创意元素与平面设计>>

编辑推荐

<<创意元素与平面设计>>

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>