

<<创意图形之平面构成>>

图书基本信息

书名：<<创意图形之平面构成>>

13位ISBN编号：9787811113891

10位ISBN编号：7811113899

出版时间：2008-8

出版时间：东华大学出版社

作者：鲍小龙，刘月蕊 编著

页数：160

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>

<<创意图形之平面构成>>

前言

《创意图形之平面构成》是平面设计的基础课程之一，而“平面设计”这一提法，目前国内往往是指平面书籍版式设计一类的内容。

在一般情况下，“创意图形”与“平面构成”是分为两门课程来学习的。

以往我们把平面构成理论归入“三大构成”之中，而“三大构成”最早是受19世纪末至20世纪初欧洲各个现代绘画流派的影响，且往往是以几何形的素材为主要表现内容，重视和强调各种结构和秩序美感，重视对抽象化、理性化的线条、色彩、形体的研究，更主张艺术的实用性。

特别是后来的“包豪斯”，它深深地影响着20世纪的设计风格和艺术设计的教学理念。

但是这门艺术设计理论发展至今，由于其过于理性、抽象化的造型与色彩等，缺少了一些人性化的设计，容易造成千篇一律的样式，造成符号化的概念。

现在，另一类所谓的“创意图形”正渐渐升温，它是以相对具象形或意象形来构成，运用象征、寓意、表情、达意、会形与会色等手段来表现图形的意义，这正好填补了传统的平面构成中的不足之处，使单一的“包豪斯”式平面构成似乎有了新的生机与出路。

也是介于这层关系意义，我们便以众人共识的这两个概念共同构成了这本书的书名以及相关的内容。

关于概念上的认定，在美术界历来就存在很多概念模糊不清的问题，现在由于各种原因，或再不提及，或约定俗成了。

在这里，我们也一样既没必要打着传承的牌子，说那些陈辞高调；也不必挂着创新的名头，玩花哨的新噱头，华而不实；或钻牛角尖；或厚此薄彼；或以偏盖全；或因噎废食；这都是不可取的。

正本清源、实事求是地把握正确的理论方向及科学的学习方法，认清学习目的与目标，在学习中不断总结经验，开拓发展才是关键。

在我国对国外艺术设计的学习，大约是从20世纪20-30年代开始的，图案学的理论首先从日本、欧洲两个方向引进，以后又在50-60年代，以工业、建筑设计为主要目标从前苏联和日本引进了Design这一“设计”概念，到了70-80年代，我们又从日本和中国香港间接地把德国的“包豪斯”引进了国内，而到了90年代，国内又从欧洲学习到了“创意图形”这个带着较浓商业广告、插画气息的概念，并进行了大力推广。

学习与引进的目的在于使生产与艺术能够有机结合。

<<创意图形之平面构成>>

内容概要

图形可以理解为除摄影以外的一切图和型。

图形以其独特的现象力，在版面构成中展示着独特的视觉魅力。

图形是在平面构成要素中形成广告性格及提高视觉注意力的重要素材。

图形能够下意识地左右广告的传播效果。

图形占据了重要版面，有的甚至是全部版面。

图形往往能引起人们的注意，并激发阅读兴趣，图形给人的视觉印象要优于文字，合理的运用图形符号。

<<创意图形之平面构成>>

书籍目录

第一章 创意图形之平面构成的基本概念 第一节 关于平面构成 第二节 关于图形创意 第三节 关于图形的具象、抽象与意象 第四节 平面构成与文字、图形之间的关系 第五节 平面构成的形式美法则 第六节 学习平面构成的工个材料及目的第二章 点、线、面的构成 第一节 形态的构成 第二节 点的构成 第三节 线的构成 第四节 面的构成 第五节 点、线、面的综合练习第三章 单位形与骨格 第一节 单位形 第二节 骨格第四章 创意图形之平面构成的基本方法 第一节 重复构成 第二节 近似构成 第三节 发射构成 第四节 集散构成 第五节 渐变构成 第六节 特异构成 第七节 打散构成 第八节 对比构成 第九节 正负形构成 第十节 共生构成 第十一节 替换构成 第十二节 图形同构 第十三节 影异构成 第十四节 夸张与添加 第十五节 错视构成 第十六节 一形多义 第十七节 一义多形 第十八节 肌理构成

<<创意图形之平面构成>>

章节摘录

插图：

<<创意图形之平面构成>>

编辑推荐

《创意图形之平面构成》编辑推荐：纺织服装高等教育“十一五”部委级规划教材。

<<创意图形之平面构成>>

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>