

<<图形设计>>

图书基本信息

书名：<<图形设计>>

13位ISBN编号：9787040124965

10位ISBN编号：7040124963

出版时间：2003-8

出版时间：清华大学出版社

作者：唐丽春 编

页数：182

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>

## <<图形设计>>

### 前言

图形不会因国籍、民族等的不同而出现交流的障碍，它既是语义的浓缩，又是视觉形象信息传播的重要手段。

图形设计是艺术设计教学体系的重要基础组成部分，是设计师解决设计中图形的形式、意义、想象、创意以及挖掘其内涵并加以肯定和发挥等方面问题的理论依据和方法指导，是艺术设计各专业的一个重要基础课程之一。

此课程在国际上受到各大专业院校的重视还是近几十年的事，有的院校不仅将此课程开设在艺术设计学科，而且在绘画和雕塑专业也开设此课程。

我国近几年来也越来越注重图形设计这种培养艺术设计素质的教学。

本书在编写上，注重基本理论与现代设计新观念的有机结合。

为了方便学生理解与掌握，编者以图文并茂的形式将基本内容视觉化，采用深入浅出的叙述方式，将传统图形及现代图形的观点、精神与精髓融入具体的设计及研究中，使学生在在学习图形设计理论的同时，能阅读到中外优秀图形设计作品，并从中获得创意、联想和想象等方面的启发。

通过实训可以使学生进一步掌握和巩固关于图形设计的知识，培养其图形设计的能力，使其面对不同的设计课题时能正确拓展思路，确立设计图形的方法。

本书可为艺术院校本专科学生的专业教材及专业设计人员提高素质和修养的参考书。

## <<图形设计>>

### 内容概要

《图形设计》是教育部新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目成果，由教育部高职高专教育专业教学改革试点院校编写。

《图形设计》内容共分为九个部分，主要包括图形的起源、种类与表现、美的形式法则、寓意、方法与载体、语义、创意、构图和现代图形的应用。

在编写上编者注重基本理论与现代设计新观念的有机结合，采取深入浅出的叙述方式，以图文并茂的形式介绍国内外古今经典图形及现代图形设计理念，并将国内外的先进图形设计教学经验及编者在教学实践中积累的经验和体会贯穿其中。

《图形设计》可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高等院校、本科院校高职教育相关专业学生学习用书，也可供五年制高职院校、中等职业学校学生使用。

对其他相关人员也有较高的参考价值。

## &lt;&lt;图形设计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 图形概述第一节 图形的起源与变迁第二节 图形设计的目的和意义第三节 图形的传达形式思考与练习第二章 图形的种类及表现第一节 图形的种类第二节 图形的写生与变异第三节 图形的整合与解构思考与练习第三章 图形美的形式法则第一节 对称与平衡第二节 变化与统一第三节 条理与反复第四节 对比与调和第五节 节奏与韵律第六节 渐变与延异思考与练习第四章 图形设计的表现方法与载体第一节 逼真图形第二节 比喻图形第三节 象征图形第四节 幽默图形第五节 浪漫图形第六节 夸张图形第七节 图形的表现载体思考与练习第五章 图形的寓意第一节 寓意图形表现的题材第二节 寓意图形表现的形式与特点第三节 图形的寓意思考与练习第六章 语义图形第一节 语言的意义第二节 图形的意义第三节 语义图形化思考与练习第七章 图形的创意第一节 图形的创意思维第二节 图形的联想与创意第三节 概念联想的展开及概念图形化第四节 图形与符号第五节 文字与符号的形意再创造思考与练习第八章 图形的表现形式第一节 图形的错视与想象第二节 悖理图形第三节 图底互换图形第四节 荒诞图形第五节 超现实图形思考与练习第九章 现代图形的应用第一节 图形在标志设计中的应用第二节 图形设计在广告设计中的应用第三节 图形在书籍装帧中的应用第四节 图形在产品中的应用第五节 图形在包装设计中的应用第六节 图形在展示设计中的应用第七节 图形在服装设计中的应用思考与练习 作品欣赏 参考文献

## &lt;&lt;图形设计&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：第二节图形设计的目的和意义在人类历史发展的进程中，图形以其特有的方式将人类社会文明、进步、发展的里程记载和流传了下来，错综复杂的历史记忆浓缩于简洁的图形中。

这种世界共通的视觉传达“语言”不仅能够直观地将综合复杂的信息予以形象的表述，使人易于领会，而且还是人们观察自然，经过思考、总结经验及用以表达和交流思想情感的一种媒介。

图形设计作为现代信息交流的主要媒介之一，其不同的审美意识、图形形式和思维取向乃至艺术趣味带给受众不同的感悟。

在激烈竞争的商业社会，图形设计自然成为商家们宣传产品、促进销售最快捷易行的视觉传达媒介。因此，图形不仅要通过设计有效地传达商业信息，而且要通过其艺术形式塑造出独特的个性来提高企业、产品在消费者心目中的认知率和可信度，从而有效地赢得市场。

为此，如何更好地利用图形及其表达形式发挥其社会作用，如何确立图形的传达方式从而达到吸引受众并被认同与领悟的效果，既是当今图形设计追求的目标，也是它的目的和意义。

当我们向一部分人传递信息时，可以通过语言，而要向众多的人群迅速地传达某种信息就必须借助传媒工具。

如今的传媒方式很多，如电视、报纸、网络、广播、杂志等，凡是能被利用的媒体均被调动起来，但它们传播的效果是有所差异的。

广播是属于听觉的传播方式，要了解它传达的信息，需要在固定的时段，花一定的时间才能获取到信息。

电视、报纸等为可视性信息传达方式，相对听觉而言，视觉传达更直观、更快捷。

同时，受众可以自己灵活地掌握时间来吸收信息。

视觉传达语言有文字与图形两种，当文字与图形同时出现在眼前时，人的视线总会不由自主地先集中在图形上。

图形因其丰富的可视性、直观性和准确性而成为极具吸引力的信息媒介。

“百闻不如一见”，文字表达毕竟有一定的抽象性。

如描述一个人的体形，习惯用胖瘦的字眼来形容，但胖到什么程度、瘦成什么样子，却无法准确具体，得要靠读者通过自己的想象来确定，十个读者或许会有十种不同的理解，其偏差之大是可想而知的。

图形能使人一目了然，若设计新颖，寓意深远，色彩运用合理，可让人过目不忘并留下深刻的印象。

<<图形设计>>

编辑推荐

《图形设计》为新世纪高职高专教改项目成果教材之一。

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>