第一图书网, tushu007.com

<<平面设计基础>>

图书基本信息

书名：<<平面设计基础>>

13位ISBN编号：9787506469968

10位ISBN编号：7506469960

出版时间：2004-6

出版时间：中国纺织出版社

作者：王友江

页数：134

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

内容概要

王友江编著的《平面设计基础》是一本涉及平面设计各项课程基本内容的综合性教材，书中的课题既有其独立性又相互联系，在教学过程中，可使学生在学习某一项课程内容的同时，又能对平面设计中的各课题有连续性的认识，对平面设计内容有一个整体的概念。
在写法上教材体例的特征较为显著，注意到教材启发读者思考、引起读者兴趣，并形成共鸣的可能性。
总之，这既是一本应用性很强的教科书，又是一本颇有探索意味和学术氛围的专著。

<<平面设计基础>>

书籍目录

第一章 平面设计概述
 第一节 平面设计的概念
 第二节 平面设计的内容
 第三节 平面设计的基本元素
第二章 文字与平面设计
 第一节 字体设计的基本概念
  一、字体设计的定义
  二、字体设计的发展历史
  三、文字发展的形态特征
 第二节 字体的基本结构与形式特点
  一、汉字的造字结构
  二、汉字的笔画特征
  三、汉字的结构类型与比例
  四、汉字书写的一般规律
  五、拉丁文字的基本结构
 第三节 字体设计方法与应用
  一、文字的大小
  二、字体的形态
  三、文字的粗细
  四、字体的变形
  五、字体的立体效果
  六、手写体
  七、文字与图形同构
  八、对民间字体的借鉴
 第四节 文字组合与应用
  一、文字组合的基本概念
  二、文字组合的方法与形式
 第五节 字体编排设计
  一、字距、行距的编排
  二、文字编排形式
第三章 图形创意与平面设计
 第一节 图形创意的概念
 第二节 图形的演变与发展
 第三节 传统图形的象征和寓意
  一、中国传统与民间图形的形式及寓意
  二、国外图形的形式及寓意
 第四节 现代图形的意义与形成语言
 第五节 图形创意的基本形态
  一、图形的基本因素
  二、图形形态的分类
  三、点、线、面三元素
  四、图形想象及意识
  五、图形的表现形式
 第六节 图形创意的构成方法
  一、意念是图形创意的基本思维

二、对方形、圆形、三角形的重新审视与联想
三、一形共生
四、共用形
五、物象转换与矛盾空间
六、正负形
七、重组同构
八、物体图形与影子图形
九、渐变图形
十、物体元素更换
第七节 图形在平面设计中的应用
一、市场定位与图形
二、个性化的表现
第四章 色彩与平面设计
第一节 揭示色彩的奥秘
第二节 色彩的三要素与色立体
一、色彩的三要素
二、色立体
第三节 色彩与心理
第四节 人对色彩的情感
第五节 色彩与形状
第六节 色彩与信息传播
一、团体色彩
二、色彩的识别性
三、色彩在商品中的形象性
第七节 流行与色彩
一、影响人对色彩好恶的各种因素
二、流行色的产生原因
第五章 书籍装帧设计
第一节 书籍装帧简史
第二节 书籍的构成要素
第三节 书籍装帧设计的从属性
第四节 书籍装帧设计的独立性
一、立体性
二、编辑性
三、宣传性
第五节 书籍装帧设计的形式
一、文字、图形、色彩的处理
二、图形与文字的排列
三、基本形点、线、面的构成
四、把握视觉层次感
五、设计的节奏、韵律
六、黑、白、灰对比的应用
七、单纯与纯朴的设计
第六节 书籍装帧设计的原则
一、传统与现代
二、整体与局部
三、材料与手段

四、抽象与具象
第七节 书籍装帧设计的要素
一、字体形式处理
二、图像表达
三、色彩表达与运用
四、材料的应用
五、整体感
第八节 书籍的分类与特征
一、科技类书籍的设计
二、文艺类书籍的设计
三、少儿书籍的设计
四、杂志的设计
第六章 版式设计
第一节 版式设计基础
一、版式设计概述
二、书籍的版心
三、版面的排式
四、版式设计的要素
第二节 版式设计的形式
一、比例
二、视觉
三、中心的定位
四、视觉方向
五、对称
六、均衡
七、版心周围的空白
八、节奏与韵律
九、版面分割
第三节 版式设计方法
一、版式设计的形式
二、网格设计方法
三、文字在版面中的编排
四、图形在版面中的编排
第四节 版式设计的分类特征
一、书籍的版式设计
二、杂志的版式设计
三、报纸的版式设计
第七章 标志设计
第一节 标志的定义
第二节 标志的特征
第三节 标志图形与图案的区别
第四节 标志图形的表现形式
第五节 标志的类属
一、不同国家、民族以及人群的类属
二、标志的目标类属
三、标志图形符号类属
四、标志行为类属

第六节 标志设计的形式语言
第七节 标志视觉形式语言的训练
第八节 标志设计的工作程序
一、建立对企业的认识
二、市场调研
第九节 标志设计有关法律规定
第十节 标志造型的数值化——标志的制图法
第十一节 标志尺寸的规定与缩小的对应
第十二节 标志的变体设计
第十三节 标志的标准色彩
一、标准色的定义
二、标准色的设定
三、标准色的管理
第八章 招贴设计
第一节 招贴的定义
第二节 招贴的起源
第三节 招贴的分类、属性与作用
一、招贴的分类
二、招贴的属性
三、招贴的作用
四、招贴设计的原则
第四节 招贴设计程序
一、前期准备阶段
二、招贴创意的市场分析与策略意识
第五节 招贴广告设计创意
一、创意在广告设计中的作用
二、产生创意的过程与方法
三、招贴创意与定位策略
第六节 招贴创意视觉化的力
一、招贴的构成要素及其作用
二、招贴的构图
第七节 招贴设计的表现
一、招贴的画面构成形式
二、招贴设计的创作手法
三、招贴设计的表现形式
第九章 包装设计
第一节 包装设计概述
一、包装的定义
二、包装的作用
三、包装的类型
四、包装设计适度化
五、包装设计的范围
第二节 包装设计程序
一、设计观念
二、设计定位
三、包装设计的整体创意
四、包装设计的形式策划

第一图书网, tushu007.com

第三节 包装的视觉化设计
一、包装视觉化的一般规律
二、包装视觉化的设计方法

章节摘录

版权页： 插图： 现代图形与传统图形在形式语言上也有着很大的不同。
由于图形的用途发生了变化，所以语言方式也有所改变，审美观念也随之而变。
概括来说，传统图形注重对称性与装饰性，而现代图形在图形爆炸的今天需要体现个性化和与众不同的识别性。
另外，在高节奏的信息社会，图形还要体现信息传达的速度和准确性。
在纷繁的图形世界里，造型要简练易记，直观易懂，因为现代社会活动是公众性较强的行为，图形如果不直观，不易懂，就会直接影响信息的传达，就会失去图形的最重要的功能。
图形有它隐喻的一面，但这种隐喻一定要建立在明确的基础上，使人能读懂隐喻的含义，这种隐喻才有价值。
所以图形设计是精英文化与大众文化的结合体，需要把握好两者之间的度，既要有深刻的内涵又要有通俗文化的修养（图3—28）。
沟通、互动是通过视觉图形传达的目的，人们用视觉的感性认识判断图形传达信息的内容。
图形设计工作需要对信息特性进行处理，把它转换到图形语言特征上来。
这种语言特征是具有公众经验的，而不是少数人的，如果把它放在国际舞台上讲，它的语言特征就应具备国际性。
因为人类的活动在今天已经跨越了国界，平面设计是现代商业活动的艺术行为，中国已经加入WTO，所有的贸易行为都要遵循国际贯例，这样也会加快我国的图形设计向着国际化迈进。
民族性要建立在国际性的基础上，才能够实现，而绝非所谓的“越有民族性就越有世界性”。
把民族性圈到一个狭义的小圈子里，别人看不懂你的图形所传达的信息，那你的图形设计就是失败的。
所以图形设计也是对人类普遍的心理的测试与把握（图3—29）。
第五节 图形创意的基本形态 一、图形的基本因素 图形是一个整体的、有内涵的、有意识创造出的信息视觉符号。
图形的因素有形、形状、形态，其中形态是图形结构重要的因素，形态有具象形态与抽象形态两种。
图形创意的造型形式有具象、意象和抽象三种，具象形为自然形态，是图形对自然形态的概括与提炼，其造型是尊重自然形态的；意象形是对自然形态的内在气质及造型的表现，取其意而忘其形；抽象形是指运用点、线、面变化形式构成的非具象形。
以上三种图形造型形式都来源于视觉传达内容与审美形式的需要。
在研究图形创意之前先探讨形态的结构分类。
具象形为现实形态类，也就是人物、动物和植物等一切现实世界中的真实事物。
最初人类对自然形态进行模仿是非常有价值的，也是非常必要的，因为可以从自然形态中发现里面的内涵，而且根据经验，人们容易读懂和理解。
概念形态是由抽象的点、线、面等几何形构成的，具有理性的秩序性，造型的形式感强。
抽象形具有不确定性，给人的想象空间很大，它虽然没有直接的含义，但是同样可以传达一定的信息。
它具有现代感，也是现代图形常用的形式。
另外，在图形创意中可以将抽象与具象合用，产生似与不似的幻觉形式感。

第一图书网, tushu007.com

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