

<<插图创意设计>>

图书基本信息

书名：<<插图创意设计>>

13位ISBN编号：9787531443278

10位ISBN编号：7531443279

出版时间：2009-10

出版时间：郑大弓 辽宁美术出版社 (2009-10出版)

作者：郑大弓

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>

前言

当我们把美术院校所进行的美术教育当做当代文化景观的一部分时，就不难发现，美术教育如果也能呈现或继续保持良性发展的话，则非要“约束”和“开放”并行不可。

所谓约束，指的是从经典出发再造经典，而不是一味地兼收并蓄；开放，则意味着学习研究所必须具备的眼界和姿态。

这看似矛盾的两面，其实一起推动着我们的美术教育向着良性和深入演化发展。

这里，我们所说的美术教育其实有两个方面的含义：其一，技能的承袭和创造，这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分；其二，则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量，在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放，在思维解放的同时求得空前的创造力。

由于众所周知的原因，我们的教育往往以前者为主，这并没有错，只是我们更需要做的一方面是将技能性课程进行系统化、当代化的转换；另一方面需要将艺术思维、设计理念等这些由“虚”而“实”体现艺术教育的精髓的东西，融入我们的日常教学和艺术体验之中。

<<插图创意设计>>

内容概要

《插图创意设计》主要内容简介：学生的审美和艺术观还没有成熟，再加上缺少统一的专业教材引导，上述情况就很难避免。

正是在这个背景下，编者们在坚持遵循中国传统基础教育与内涵和训练好扎实绘画(当然也包括设计摄影)基本功的同时，向国外先进国家学习借鉴科学的并且灵活的教学方法、教学理念以及对专业学科深入而精微的研究态度，辽宁美术出版社会同全国各院校组织专家学者和富有教学经验的精英教师联合编撰出版了该教材。

教材是无度当中的“度”，也是各位专家长年艺术实践和教学经验所凝聚而成的“闪光点”，从这个“点”出发，相信受益者可以到达他们想要抵达的地方。

规范性、专业性、前瞻性的教材能起到指路的作用，能使使用者不浪费精力，直取所需要的艺术核心。

从这个意义上说，这套教材在国内还是具有填补空白的意义。

书籍目录

序第一章 插图的概述第一节 插图的概念第二节 插图的历程第二章 插图的分类及应用第一节 艺术类插图第二节 商业类插图第三章 插图的特征第一节 注目·真实第二节 通俗·多样第三节 图解·记录第四章 插图的表现形式第一节 写实表现风格第二节 抽象表现风格第三节 超现实主义表现风格第四节 装饰表现风格第五节 卡通表现风格第六节 其他表现风格第五章 插图的绘制材料及表现技法第一节 铅笔、彩色铅笔、炭笔、色粉笔第二节 蜡笔与油画棒第三节 水粉、水彩、丙烯第四节 墨水笔、马克笔、彩色墨水第五节 版画第六节 喷绘第七节 拼贴第八节 摄影第九节 计算机与辅助软件第十节 其他表现工具及技法第六章 插图创意的形式法则及创意思维第一节 形式法则第二节 创意思维第七章 插图的现实意义第一节 正确认识插图第二节 插图与绘画、设计的关系第三节 插图艺术的发展方向第八章 作品欣赏第九章 学生作品

章节摘录

插图：数字化产生的意义不亚于过去任何一场传统视觉革命。

这场革命使人们对于新奇的现代科技越来越迷恋，不断地从社会学的角度追求新的信息点与知识结构。心理状态、价值取向、审美意识及时空观念的认知变化，最终影响了传播媒介在语汇上的丰富与更新。

它一方面催生了新的媒体形式，另一方面也使传统的大众传媒发生了巨大变化。

商业插图的创作也由以往媒体形态上的平面化、静态化以及单一化，演变为开始加强其动态的扩展节奏，并向立体化、空间化和媒体的综合化方面转变。

这大大拓展了商业插图的时空空间（图2-11、图2-12）。

商业插图是一种视觉传达形式，也是一种现代社会信息的载体。

它的内容和形式、表现技巧和艺术风格，必须要同时代的文化意识、思维方式、价值取向和生活环境相适应。

商业插图很少单独作为图画出现，在现代社会基本服务于特定的对象，并借助载体出现，不仅被应用于传统的视觉形象领域，而且还越来越多地被应用于现代高科技等一切视觉化形式中，因此涵盖面非常广泛。

编辑推荐

《插图创意设计》：21世纪中国普通高等院校美术·艺术设计专业规划教材

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>