

<<图形创意基础>>

图书基本信息

书名：<<图形创意基础>>

13位ISBN编号：9787532242030

10位ISBN编号：753224203X

出版时间：2006-11

出版时间：上海人民美术出版社

作者：江明

页数：143

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

随着信息时代的到来，媒体形态和数量都在极速丰富，每个人都生活在形形色色的资讯包围之中，我们的眼睛、耳朵、大脑每时每刻都在接触各种信息。

这些信息的量早已超出了人们的接受能力，我们没有太多时间和精力去分析辨别哪些信息是自身所需要的，而是更倾向于接受新颖、直观、感性的信息，此时图形比文字具有更强大的吸引力，因此有人称今天是一个读图时代。

在这样的时代背景下。

视觉传达领域的设计师面临着如何去创造吸引人的视觉语言的课题，视觉语言形式的创新能力的培养成为当代艺术设计教育中的重要任务，而图形创意课程的开设为解决这一问题起到了重要的作用。

图形创意课程作为一门艺术设计学科开设的专业基础课自上世纪90年代被引入我国。

至今已有十多个年头，目前在全国的各专业院校得到了广泛的开展。

随着这门课程的深入、随着对外交流的开展以及大量国内外优秀图形设计作品的涌现，教学的内容和方式都在不断地完善和丰富。

但相对于一些传统的课程，如三大构成来说，图形创意的教学毕竟为时尚短，缺少统一规范的教材，许多院校和教师都在不断地尝试和摸索中，在理论研究和实践教学中具有较大的随意性。

本书的编撰目的在于结合多年实践教学的情况，对图形创意课程的基础知识进行梳理，形成一套针对普通大专院校艺术设计专业学生、较为全面并具有实际操作性的教材。

在本书的编撰过程中，始终得到了上海人民美术出版社的大力支持和帮助；同时江南大学设计学院的领导及同仁也给予了热情的帮助。

感谢姚宏翔、赵志勇先生在本书的编辑过程中提出的宝贵建议与所做的大量工作。

感谢江南大学设计学院视觉传达专业0302班、0401班、广告学04级和05级、公共艺术05级等班级的同学们，他们在图形课的学习过程中投入了大量的热情，真正做到了教学相长，使本书能够完成出版。

由于时间匆忙和个人水平有限，虽然本人已尽了最大的努力，但书中难免还存在不少疏漏之处，恳请有关专家、同行批评指正。

<<图形创意基础>>

内容概要

《中国美术院校新设计系列教材》是对当代艺术教育进行的一次新的思考。它的新不仅体现在书的内容与形式上，更体现在设计思维、教学观念上。学以致用是从书编写的根本宗旨。

本教材适用于大专院校视觉传达专业必修课及其他设计专业选修课的教学，同时也是设计爱好者自学的必备教材。

本教材以清晰的条理、详实的文字、丰富构图例介绍了图形创意基础的教学内容，并配以实践教学成果，形成了一套深入浅出、即便于教也便于学的具有较强可操作性的教学材料。

主要包括：图形的概念。

图形创意的思维。

图形创意的方法和形式。

图形创意的应用。

作者简介

江明，2001年毕业于无锡轻工大学《现更名为江南大学）设计学院，获艺术设计（视觉传达方向）硕士学位，毕业后留校任教。

多年来担任平面设计课程的教：学工作，一直致力于图形创意、广告设计等方向的教学与实践研究、取得一定成果，在专业刊物上发表了多篇研究论文并出版专著。

<<图形创意基础>>

书籍目录

前言第一章 导论 一 图形创意课程的基本内容 二 图形创意课程的目的和意义 三 图形创意课程与其他课程的关系第二章 关于图形 一 图形释义 二 图形的起源和发展 三 图形的传达优势 四 现代图形的特征 五 现代图形的设计原则第三章 图形创意的思维 一 图形创意的思维过程 二 与图形创意相关的创造性思维方式第四章 图形创意的起点——联想 一 联想的定义 二 联想的方式 1 相似性联想 2 连带性联想第五章 图形创意的核心——想象 一 想象的定义 二 解构 三 单一形态的想象创新 1 打散重构 2 材质异化 3 分割裂变 4 尺度夸张 四 多个形态的创新组合 1 超现实组合 2 技巧型整合 五 图形中的空间转换 六 图形的创意表现 1 表现的多样性 2 表现的风格化第六章 图形创意的实际应用 一 平面设计领域 1 插图设计 2 广告设计 3 标志设计 二 向三维领域的拓展第七章 图形创意基础教学实践 一 课程中的连续课题延伸 二 课题：“手”的图形创意参考文献

<<图形创意基础>>

章节摘录

插图：

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>