

<<装潢美术>>

图书基本信息

书名：<<装潢美术>>

13位ISBN编号：9787810191067

10位ISBN编号：7810191063

出版时间：1988-10

出版时间：中国美术学院出版社

作者：邓小鹏

页数：79

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

《美术教材丛书》的前身是《美术自学丛书》。

《美术自学丛书》出版以来，一直作为中央电视台美术讲座的教材，深受广大美术爱好者的欢迎。为了进一步提高丛书的质量，以便更好地适应教学的需要，我们请原作者对各册内容作了全面的修订、增补，并改名为《美术教材丛书》。

此外，还重新设计了各册的封面和版式，现全部改用优质纸胶版印刷，使之更为新颖大方。

本套丛书是美术的各门类的技法教材，先出版《素描基础技法》、《水粉画基础技法》、《书法艺术》、《篆刻艺术》、《山水画基础技法》、《花鸟画基础技法》、《意笔人物画》、《工笔人物画》、《油画基础技法》、《木刻艺术》等册。

《建筑艺术》、《雕塑艺术》、《装潢设计》、《室内设计》、《图案设计》、《套色水印木刻技法》、《中外美术欣赏》等册将陆续编辑出版，以填补我国尚缺较系统、较新颖、较实用的美术教材的空白。

上述各分册的作者都是具有影响的艺术家的，他们长期从事艺术教育和艺术创作，积累了丰富的经验，这套丛书就是他们的经验结晶。

每一分册都立论新颖，深入浅出，图文并茂，各具特色，必将会成为美术爱好者的良师益友。

这套教材丛书在编辑过程中得到了郑朝、邓野和丁天缺同志的大力支持，在此一并谨表谢意。

中国美术学院出版社 1998年4月

内容概要

《美术教材丛书》的前身是《美术自学丛书》。

《美术自学丛书》出版以来，一直作为中央电视台美术讲座的教材，深受广大美术爱好者的欢迎。为了进一步提高丛书的质量，以便更好地适应教学的需要，我们请原作者对各册内容作了全面的修订、增补，并改名为《美术教材丛书》。

此外，还重新设计了各册的封面和版式，现全部改用优质纸胶版印刷，使之更为新颖大方。

书籍目录

一平面设计第一章 概论设计的概念设计的基础理论设计基础的学习目的初学设计者应持的态度第二章 形象形象的分类形象的元素点的形象线的形象面的形象正与负的形象单形基本形基本形的重复重复中的变化形与空间的关系第三章 空间自然空间暧昧空间矛盾空间点线面与空间练习点线面与组合练习第四章 骨骼规律性骨骼非规律性骨骼有作用性骨骼非作用性骨骼重复骨骼重复骨骼中的基本形骨骼与基本形相叠第五章 近似自然形象的近似近似基本形的设计近似骨骼近似基本形的自由组合第六章 渐变自然形象的渐变基本形的渐变渐变骨骼渐变骨骼与基本形的关系第七章 发射发射骨骼与自然现象发射骨骼的种类发射与重复发射与渐变发射骨骼中的基本形第八章 特异基本形的特异骨骼方面的特异第九章 密集自然形象的密集密集骨骼第十章 对比自然形象的对比基本形的对比骨骼对比第十一章 肌理视觉肌理视觉肌理的运用触觉肌理触觉肌理与光影色彩二色彩设计第一章 色彩的属性明度色相彩度立体色标第二章 色彩混合加光混合减光混合中性混合第三章 色彩对比色彩对比的概念明度对比色相对比彩度对比冷暖对比第四章 色彩功能功能的概念各基本色的功能三设计中美的形式原理调和对比对称平衡律动反复比例统一四字体的编排与设计第一章 文字字形要正确风格要统一字体表情要适应文字内容的精神第二章 书法表现的文字与设计古文篆书隶书草书正书行书第三章 拉丁字母表现的文字与设计等线体书写体变化体光学体第四章 文字的间隔与编排第五章 文字的制图方法第六章 字母的基本结构五构成设计第一章 概念第二章 形象的构成点的形象线的形象面的形象第三章 基本形的结构重复近似渐变第四章 骨骼构成规律性骨骼非规律性骨骼无作用性骨骼有作用性骨骼第五章 空间的变化平面性与幻觉性的空间暧昧性或矛盾性的空间六包装设计第一章 包装设计概说包装设计的发展包装设计的基本要求包装设计的作用第二章 包装设计定位定位的基本内容第三章 包装设计中文字、图片、标志以及色彩的应用文字图片标志色彩七广告设计第一章 广告的标题广告标题的职能广告标题的分类广告标题的其它分类广告标题应具有的特性第二章 商标与口号商标的来源商标的组成部分字体视觉识别口号的目的口号的类型撰写广告口号的要求第三章 插图与色彩插图的职能插图的类别插图的表现手法色彩广告中运用色彩的道理第四章 广告设计的编排编排的意义及目的编排须注意的各点编排设计的顺序编排的基础与方法

章节摘录

第三章基本形的结构 基本形的单元组成可分成重复基本形、近似基本形和渐变基本形三种。

重复 在同一设计中使用完全相同的视觉元素或关系元素的方法叫做重复。

重复的形象可使人在视觉上产生反复深刻的印象，亦会有单纯的统一美感。

在构成设计中，将两个或两个以上的形象重复，平均地排列在同一空间内，是一种最基本的构成方法（如图154）。

（图155）是全页版面的杂志广告。

广告客户是一家不锈钢餐具制造厂，产品有刀叉、餐具、茶具、厨房器具和园艺工具等五类，厂家希望能选择一些产品在广告中刊登。

设计者在众多的产品中，发现很多大小近似内格的器皿。

这种器皿的外形简洁美观，具有代表性。

于是选择了其中一款作为基本形，用两双上下反射重复排列成对称图案。

这款器皿有三个内格，刚好用五格套入五类产品的图片，剩下的一格编排了标题和各项内容的文字。

在设计中还可以运用多个基本形，组成较大的形象。

（图156）是以女性顾客为主要对象。

因此商标的设计要求赋予典雅高贵的性格和具有女性化的优美形象特征。

设计者用商店的名称的第一个字母的小楷“R”字形形成一个圆点与一条倾斜的粗度渐变弧线，将它平行地重复一次。

使弧线的形象强化，成为与扎花球的丝带相似的形状。

两条弧线平行排列，造型流畅，这个超基本形旋转重复一次，构成对称的图案。

在设计中运用面积大而数量少的基本形，可以构成简单有力的设计。

若面积小而数量多构成的设计就象均匀的花纹和肌理。

花布设计是其中常见的例子。

（图157）设计运用了原理，设计了这家时装精品店的两种包装袋。

近似 有的形象是彼此相似而不是完全一样的。

在构成设计中这两个形象属同一种类，称为近似。

（彩图42）运用近似的形状设计的一张海报，它是为香港老人节设计的宣传标语。

标语在视觉上是以有限的文字与标点构成无限的语言意义。

老人节的标语，应是为老人的幸福与快乐而呼吁的语言。

设计者在同一画面上应用了两个近似的老人欢笑的形象，代替了文字加上一个感叹号和引号，在视觉上构成了一句简短的老人节标语。

老人的形象是用非常简洁的圆形和弧线构成，一个是圆形加上发髻的老婆婆。

借用了老人节的节徽的近似的形象，以表现出宣传画的特定的内容。

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>