

<<人物形象设计专业教学丛书>>

图书基本信息

书名：<<人物形象设计专业教学丛书>>

13位ISBN编号：9787122030887

10位ISBN编号：7122030881

出版时间：2008-9

出版单位：化学工业

作者：周生力 编

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>

## 前言

随着物质文明和精神文明不断向更高层次的推进，我国的形象设计业也随着全球的形象设计热而热起来，且发展速度之快，令人不可思议，短短几年已呈普及之势。

2004年8月20日，原国家劳动和社会保障部发布了形象设计师职业，使从事人物形象设计的设计师正式成为我国社会中的新职业。

20世纪90年代末，随着行业的发展逐步进入深层次的发展阶段，对高素质人才的需求量剧增，加之关于举办职业高等教育政策的推波助澜，我国部分大专院校才陆续开设形象设计，成为我国近几年发展速度最快的热门专业之一。

据统计，迄今为止，国内陆续开设形象设计专业（系）的大专院校已有近百所。

而专业的建设迫切需要与之相配的适合职业发展的实用性、专业教材。

正是基于这个想法，我们编写了人物形象设计专业教学丛书。

《形象设计概论》作为其中的一本，主要是针对形象设计专业的特点，从形象设计的概念出发，诠释了形象设计的作用、特性、设计元素、形式美法则、构成及设计程序等内容，在知识上力求概念清晰明确、简明扼要，结构层次脉络清晰，通过这一课程的学习，可对形象设计有一个全面系统的深入了解与认知。

本书由海口经济学院艺术学院形象设计专业高级工艺美术师、教授周生力主编，海口经济学院艺术学院任洪丽、湖南大众传媒职业技术学院形象设计专业王可亲任副主编，山东理工大学美术学院汤爱青、中国人寿礼仪讲师刘庆兵等参与了部分章节的编写工作。

其中任洪丽承担编写了第二章的第三节和第四章的第一节，王可亲承担编写了第一章的第三节和第五章的第三节，汤爱青承担编写了第三章的第四节，刘庆兵承担编写了第五章的第四节，何章强承担编写了第四章的第二节，其余由周生力承担编写并负责统稿工作。

许鹏、胡慧、隋淑倩、陈枋、姜敏、贾欣、丁杨晨曦等同志在编写工作中也积极参与了资料收集与整理。

在此，谨向以上各位参加编写的人员表示深深的敬意！

本书在编写的过程中，参考了国内外相关的论文、专著及图片，在此，一并对有关作者表示感谢！

由于编者水平所限，不当之处在所难免，敬请各界专家和读者朋友批评指正。

## 内容概要

本书主要是针对形象设计专业的特点，从形象设计的概念出发，诠释了形象设计的作用、特性、设计元素、形式美法则、构成及设计程序等内容，在知识上力求概念清晰明确、简明扼要，结构层次脉络清晰，可使读者对形象设计有一个全面系统的深入了解和认知。

本书适合于高职高专人物形象设计及相关专业的教材使用，也可供从事美容、美发、化妆品行业人员及从事人物形象设计工作的人员参考，还可作为普通高校所有专业学生的选修读本。

书籍目录

第一章 形象设计概述 第一节 形象设计概念 第二节 形象设计的研究对象和研究方法 第三节 形象设计的职业素质 复习思考题第二章 形象设计发展简史 第一节 形象设计的起源 第二节 西方古代形象设计发展史 第三节 我国古代形象设计发展史 第四节 现代形象设计发展概况 复习思考题第三章 形象设计的设计元素 第一节 形象设计的形态元素 第二节 形象设计的色彩元素 第三节 形象设计的光线元素 第四节 形象设计的肌理元素 复习思考题第四章 形象设计的形式美法则 第一节 形象设计的形式原理 第二节 形象设计的错视及其利用 复习思考题第五章 形象设计的构成 第一节 发型设计 第二节 化妆设计 第三节 服饰设计 第四节 仪态塑造 复习思考题第六章 形象设计的程序 第一节 形象设计的构思 第二节 形象设计的定位 第三节 形象设计的立体实施 复习思考题参考文献

## 章节摘录

形象设计概念形象设计的定义在当今人才日益激烈的竞争时代，个人形象已成为人才素质的重要组成部分，人人都需要形象设计，渴望美、追求美再也没有像今天这样成为时尚。

于是，大街小巷中，“形象设计中心”、“形象设计工作室”、“形象设计公司”这类的招牌如雨后春笋般涌现，形成一道亮丽的城市风景线。

“形象设计”一时成为时髦名词，叫人误认为美容美发似乎就是形象设计了。

那么，这是否就是形象设计呢？

可以肯定地说，街边的洗头房不是形象设计，巷尾的裁缝店也不是形象设计，装饰豪华的美容院更不是形象设计。

要说什么是形象设计，就要正确认识什么是形象，理解什么是设计，因为形象设计是现代艺术设计的一部分。

形象“形象”为合成词，由“形”与“象”两个词构成，《荀子·天论》云：“形具而神生”。

英语中与汉语的形象一词对应的是“image”，这个词有“偶像、形象”等多种含义，形象设计只取其“形象”这个含义。

《辞海》中对“形象”一词有两个解释：指形体、形状、相貌。

指文学艺术区别于科学的一种反映现实的特殊手段。

《现代汉语词典》解释为“能引起人的思想和情感活动的具体形状或姿态”。

因此，形象的含义从广义上看是指人和物，包括社会的、自然的环境和景物；从狭义上看专指具体人的形体、相貌、气质、行为以及思想品德所构成的综合整体形象。

通俗地讲就是一个人的相貌、体态、月良饰、行为、风度、礼仪、品质、心灵、情操等可感知的视觉化综合表现，她无时不在地诉说着每个人的审美情趣、价值观、人生观，体现出每个人特有的风格。

自古以来，人们眼中美的形象总是从整体来判断的。

如：“着我绣夹裙，事事四五通。

足下蹑丝履，头上玳瑁光。

腰若流纨素，耳着明月珰。

指如削葱根，口如含朱丹。

纤纤作细步，精妙世无双。

”可见只有形、神、质的完美结合，形象才是美的。

形象即社会公众对个体的整体印象和评价。

形象是人的内在素质和外形表现的综合反映。

早在20世纪50年代，“形象”就出现在当时美国社会各阶层中，对于本身的信誉十分看重，尤其是工商企业界及政界人士纷纷有计划地塑造良好的个人形象。

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>