

<<形象设计美学>>

图书基本信息

书名：<<形象设计美学>>

13位ISBN编号：9787122038814

10位ISBN编号：7122038815

出版时间：2009-1

出版时间：化学工业

作者：周生力 编

页数：130

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>

<<形象设计美学>>

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，而且发展速度很快，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出台，我国部分高等职业院校陆续开设形象设计专业，并已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。

但一些院校在课程设置、师资配备、教学方针及教学方法上，还都存在着许多需要进一步完善的地方。

尤其是专业教材的不规范性和不系统性对形象设计的曲解，直接阻碍了形象设计专业的教学和行业的发展。

如何解决形象设计专业教材的不规范性和不系统性，是我们每一个形象设计教育工作者需要身体力行扎扎实实去做的事情。

正是基于这个想法，我们编写了人物形象设计专业一系列实用性、专业性教材，希望借此做点普及形象设计教育的分内工作。

《形象设计美学》作为其中的一本，是以形象设计和美学两学科为基础，探讨了形象设计美学的概念、范畴、审美与美感、形式美法则、容貌美、体型美、整体美等内容，在知识上力求由浅入深、循序渐进，结构层次脉络清晰，通过这一课程的学习，可培养学生具备启智、育德、审美鉴赏的能力，提高学生在形象设计上的审美鉴赏力和创造力。

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，山东理工大学讲师汤爱青，海口经济学院教授宋效民任副主编；中国艺术研究院博士、中华女子学院讲师王晓光，海口经济学院副教授王德刚，讲师胡慧等参与了部分章节的编写工作。

其中汤爱青承担编写了第一章的第二节和第二章，宋效民承担编写了第三章，王晓光承担编写了第一章和第六章的第二节，王德刚承担编写了第五章的第三节，胡慧承担编写了第六章的第三节，其余由周生力承担编写并负责统稿工作。

隋淑倩、许鹏、马金悦、陈莎莎、张振等同志在编写工作中也积极参与了资料收集与整理，在此一并表示感谢。

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。

<<形象设计美学>>

内容概要

本书是人物形象设计系列教材的一本，主要是针对高职高专形象设计专业学生学习的需要，以普通美学为基本构架，联系形象设计专业实际，综合介绍了形象设计美学的概念，美学基础知识，形象设计审美与美感，形象设计美的形式原理，形象设计美的形式法则，形象设计的容貌美、形体美，形象设计的整体美等。

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使用，还可作为普通高校所有专业学生的选修读本。

<<形象设计美学>>

书籍目录

绪论 第一节 形象设计美学的概念和范畴 第二节 形象设计美学研究的任务、研究对象与方法
复习思考题 第一章 美学基础知识 第一节 美学的产生与发展 第二节 美的基本范畴 第三节 美的
基本形态 复习思考题 第二章 形象设计审美与美感 第一节 形象设计审美及基本内涵 第二节 美
感与形象设计美感 第三节 形象设计的美学价值 复习思考题 第三章 形象设计形式美及法则 第一
节 形象设计形式美的概念 第二节 形象设计形式美的构成 第三节 形象设计形式美的法则 复习
思考题 第四章 形象设计的容貌美 第一节 容貌的审美意义及特征 第二节 五官美学 复习思考题
第五章 形象设计的形体美 第一节 人体皮肤美学 第二节 躯干与四肢美 第三节 人体体型美 复
习思考题 第六章 形象设计的整体美 第一节 仪容美 第二节 服饰美 第三节 仪态美 第四节 形象
设计的整体美感 复习思考题 参考文献

章节摘录

1.区分和阐释形象设计审美现象 审美现象作为文化生活的一个层面，客观而广泛地存在于现实领域的各个方面。

无论是自然界还是人类社会，物质生活还是精神生活，艺术生产还是精神生产，审美现象总是同其它非审美现象交融渗透、彼此关联。

因此，要把审美现象从大量的非审美现象中区分、剥离、抽取出来，才能进行美学研究；要把现实中的审美现象搜集、汇总起来，或者把它纳入已有的美学概念范畴之中，或者赋予它以新的美学概念、范畴，加以科学地界定和阐释，同时对这些审美现象的形态和特征进行如实地描绘和说明；还要时刻关注形象设计的进展，对其新成果进行提炼概括，引导形象设计不断进步；也要对日新月异的审美现象的丰富内容、表现形式以及相关环节进行深入地分析、探讨，从而以概念的形式组合和建构形象设计美学知识系统。

2.揭示和论证形象设计审美规律 形象设计审美研究的任务，不仅在于描述审美现象，把握审美事实，提供有关审美现象的知识，而且在于以科学的观点和方法，透过审美现象去揭示其内在本质和必然联系，以逻辑形式构成一个再现审美现象历史过程的、符合审美活动实际行程的、显示审美现象本质规律的理论体系。

如果说审美现象是一个丰富生动的表层文化，那么审美规律就是一个蕴涵于审美现象之中、隐藏在审美现象之后的具有本质规定性的深层文化。

形象设计美学研究不能仅仅满足于提供审美事实的知识，还应提供审美规律的理论，这是形象设计美学研究责无旁贷的使命。

因此，形象设计美学必须是建立在马克思主义哲学的指导和相关学科的帮助下，借鉴其它学科所提供的实证成果、思想资料的前提下，全面系统地总结审美经验，准确深入地揭示形象设计审美现象的本质属性和客观规律，才能建设和完善用以指导形象设计审美实践的理论体系。

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>