

<<装饰绘画设计>>

图书基本信息

书名：<<装饰绘画设计>>

13位ISBN编号：9787122149114

10位ISBN编号：7122149110

出版时间：2012-8

出版单位：化学工业出版社

作者：方健

页数：117

字数：190000

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>

<<装饰绘画设计>>

前言

一所好的设计学院如何能够培养出优秀人才，教师个人的学术水平与实务操作能力固然重要，但还要看这个学院如何设计出一整套合理的课程体系，并且建立好每门课的课程基础。

因此，编辑一本好的教材就显得尤为重要。

我一直推崇美国的帕森斯设计学院（Parsons School of Design），这是一所享誉世界的设计学院，与意大利的马兰欧尼学院、英国的中央圣马丁设计学院、巴黎的ESMOD时装艺术学院并称世界四大设计学院。

作为一名设计教育工作者，同时受我的专业背景影响，我对这四所设计学院关注颇多，尤其是对他们的设计课程安排、课程内容更为敏感。

帕森斯设计学院作为一所综合性的设计学院，为来自全世界的设计专业的学生提供各方面的专业设计课程，提供学生在专业及实务经验上的学习，给予学生多样化的设计概念，并且让学生学习到独自及团体设计上的实务经验及理念。

而且，在这里学习的同学多半都会有兼职的设计工作，帕森斯设计学院为培养优良的设计人才，营造学生跨学科的设计观念，其中艺术、音乐、戏剧、管理、设计等八个学院的课程可以交叉学习。

学校重视创新、艺术与设计的教育理念，使得毕业生与校友遍布欧美时尚界与设计界。

他们的师资多为业界顶尖设计师，除了面对设计的技术挑战，更要求学生从人文历史理论中学习和理解设计的社会属性。

由于上述种种原因，帕森斯设计学院在学术界和设计界享有盛名。

因此，我以为设计专业学生的设计课程，除了掌握必要的基本知识和基本技能技巧外，更应该强调设计文化在设计过程中的展开。

注重设计过程的展开，加强设计专业学生对设计主题和设计元素的深入思考和深化设计。

特别是细化设计细节的过程，也是学生积极的创意思维活动作用于设计观念、设计使用、设计技能、设计形式语言不断外化的过程。

强调设计文化的专业学院，学生的设计作品往往被要求显现出优美流畅的形式，以及清晰的实用逻辑思考与自信的应对能力。

我始终认为，大学设计教育是一种文化。

说现代设计教育，言必谈包豪斯的“三大构成”教育，我们认识的“三大构成”，早年大都从日本和我国的香港、台湾地区转道而来，用今天的眼光来看，其中夹杂着许多曲解和歧义。

包豪斯其实就是一个中等专门学校，30多位教师，十几年就培养了600多名毕业生，但包豪斯确实已经成为全人类的文化财富。

伊顿当年开创构成教学，他的本意是要启发设计学生的想象和思维能力、平面和空间的构成能力。

但所谓“三大构成”发展到今天，却被有些院校僵化为耗费时间的手工劳作。

我在俄罗斯的一所学校看到，一件简单的立体构成作业被要求用120小时来完成，空间构成的想象能力被细密的手工制作所取代。

更不能想象国内有些院校平面构成作业中，老师让同学用大量时间描绘细小的点点，这是同伊顿的初衷相违背的更何况，包豪斯设计强调无机形的功能主义风格在近一个世纪的发展中，它的形式单一化的弊端也早已暴露出来。

面对世界文明多样化的发展趋势，设计样式的多纬度文化思考，已经不是单一的包豪斯所能够替代的。

有什么样的时尚生活就应该有什么样的设计教育。

设计教育中的“三基本教育”是职业知识与技能技巧的基础训练，但要成为合格的设计师单靠这个不行。

我常说，设计教育倡导的是“浪漫色彩与理想情怀的学院风格”，倡导一种“归于人文的都市情怀”。

设计的最高境界是设计一种生活方式。

<<装饰绘画设计>>

“与其说是设计产品，不如说是设计人和社会。

”中国的设计教育走的是不断西化的道路，如何探索具有中国特色的设计教育新思路？

我们还有许多路要走。

其实，西方设计教育的经验并不能解决中国设计教育的全部问题，但西方设计教育注重实践教学、追随流行、尊重手工艺的传统值得我们学习。

中国设计教育的现状是什么？

全国120万的艺术学生，占全国在校大学生总数的11.6%，其中70%是设计学生。

国际上没有这样的设计教育国家可以类比。

现在国内的普通设计教育本科是两头不落实。

一方面是高端的设计人才缺乏，学校培养不出来；另外一方面，最底层的设计操作与实务人员又不愿意培养。

中间层次很庞大，培养了大量高不成低不就的毕业生。

如何改变这一状况，我们既期望行政政策的引导，也希望于学校课程与教材改革的推进。

徐宾等一批青年教师执着于课程教学改革，他们志同道合、努力探索，以“艺术设计新视点丛书”的形式展示他们的教学成果。

我赞同他们“不以降低学术品位为代价，力争将丛书做成精品”的主张和追求。

这套丛书除阐明各门课程的基础理论外，还加入了大量课题案例，用以强调对艺术设计专业入门思维的启发和拓展。

尤其值得一提的是，这套丛书打破了长久以来设计类图书“先理论讲授，后示范作业”的陈旧模式，延伸设计教材中理论内容与设计实务的可操作性。

我期待这套丛书能够有新的面貌，并为设计教育的课程改革添砖加瓦。

2012.6.26 写在独墅湖畔

<<装饰绘画设计>>

内容概要

《艺术设计新视点丛书：装饰绘画设计》分为6章。

第一章对装饰绘画做了一个重新的界定。

第二章是从实战的角度介绍了装饰绘画的设计原则，这是同类书很少涉及的内容。

第三章主要介绍了装饰绘画的设计流程和学习的方法，也是本书的核心内容。

第四章涉及的是装饰绘画的基本知识。

第五章介绍了装饰绘画的风格，因为牵涉的内容太多，所以只选取了部分风格和一些重要画家做了简要的介绍。

第六章主要介绍了装饰绘画设计中常用的工具、材料和一般的表现方法。

此外，每章后附有延伸阅读和课题训练。

《艺术设计新视点丛书：装饰绘画设计》在讲解理论的同时，还提供了丰富的图片和案例分析，可作为大中专院校艺术专业的基础教学用书。

<<装饰绘画设计>>

作者简介

方健，苏州大学艺术学院讲师，长期从事设计专业的基础教学工作。
作品曾入选第八届全国美展，获第十届全国美展优秀奖，江苏省首届雕塑展优秀奖

<<装饰绘画设计>>

书籍目录

第一章 装饰绘画设计概论

第一节 装饰绘画设计的界定：是绘画更是设计

一、装饰绘画概念的回顾

二、对装饰绘画的再认识

第二节 装饰绘画的特征：是艺术也是商品

一、从属性的特征

二、多样性的特征

三、艺术性的特征

四、市场性的特征

第三节 装饰绘画的前景与发展现状：任重而道远

一、装饰绘画的发展前景

二、装饰绘画的发展现状

延伸阅读

课题训练

第二章 装饰绘画设计原则

第一节 满足客户需要的原则：客户就是上帝

一、了解客户心理

二、合理定价

第二节 与环境相协调的原则：设计的根本

一、根据环境确定风格与尺寸

二、根据环境确定组合安置方式

三、根据环境确定装框与装裱方式

第三节 符合形式美的原则：万变不离其中

一、装饰绘画的点、线、面

二、装饰绘画的节奏与韵律

三、装饰绘画的统一与变化

延伸阅读

课题训练

第三章 装饰绘画的设计流程与学习方法

第一节 装饰绘画的设计流程：专业的体现

一、勘察环境

二、确定方案

三、设计制作

四、实施安装

第二节 装饰绘画的学习方法

一、学会收集资料

二、学会读画

三、学会模仿

四、学会转化

五、学会运用已学过的基础知识

第三节 创作图式背景分析：揭开创作的秘密

延伸阅读

课题训练

第四章 装饰绘画的构图、造型与色彩

第一节 装饰绘画的构图：要有一个好的开始

<<装饰绘画设计>>

一、构图的类型

二、构图的形式结构

三、构图的注意事项

第二节 装饰绘画的造型：绘画的根本

一、客观造型

二、主观造型

第三节 装饰绘画的色彩：第一印象很重要

一、色彩的对比

二、色彩的调和

三、色彩的生理与心理功能

延伸阅读

课题训练

第五章 装饰艺术的风格类型

第一节 中外装饰风格类型

一、中国的装饰风格类型

二、外国的装饰风格类型

第二节 中外装饰风格的应用分析

一、林风眠的彩墨作品

二、顾黎明的油画作品

三、贾涤非的油画作品

四、周长江的油画作品

五、吴冠中的彩墨作品

六、阎平的油画作品

七、苏天赐的油画作品

八、张见的工笔人物作品

九、蓝剑的油画作品

十、洪凌和莫雄的风景油画作品

延伸阅读

课题训练

第六章 装饰艺术的材质与表现方法

第一节 装饰绘画的材质

一、工具的分类与特点

二、颜料、材质的分类与特点

第二节 装饰绘画的表现方法

一、装饰绘画的一般表现方法

二、装饰绘画的综合表现方法

延伸阅读

课题训练

参考文献

<<装饰绘画设计>>

章节摘录

第二章装饰绘画设计原则 第一节满足客户需要的原则：客户就是上帝 一、了解客户心理
了解客户心理是开始装饰绘画设计与创作的第一步。

对于装饰绘画而言，如果作品没有得到客户的认可，再好的作品也是空中楼阁。

想要了解客户心理，就必须通过全方位、深入的沟通才能实现。

沟通的方式有很多种，例如电话、网络、短信、面对面的交谈（当然，最好的沟通方式还是当面交谈）。

我们应该根据实际情况选择合适的沟通方式。

沟通的目的是尽可能多地掌握客户的各种信息。

这包括：（1）作品的性质，即是装饰私人空间还是公共空间以及谁对作品有最终的决定权；（2）作品的预算或者客户大致的承受能力；（3）客户的个人品味及喜好；（4）作品最终的完成时间。

沟通前还要做一定的准备工作。

最好能带上自己设计创作的并已被采纳的作品。

如果暂时没有，也最好能带上自己现有的各类作品。

这样做是为了更好地展示自己的实力，建立起相互间的信任。

除去自己的作品还应带上一些其他的装饰绘画作品，风格尽量多样一些。

这样做是为了在沟通时更方便做解释说明工作。

一般来说，客户可以大致分为两类。

一类客户懂艺术、自身素质较高，已有较明确的想法。

通过与设计师的沟通是想更进一步明确想法，帮助其实施想法。

这类客户应该是极少数。

对于这种客户，设计师要做的是：少说、多听，明确对方意图后给予一定的建议或意见。

另一类客户不太懂艺术，对方案并没有明确的想法。

这类客户可能是设计师经常要面对的。

对于这类客户，我们应大胆提出方案，积极加以引导，在沟通中建立信任，掌握主动。

二、合理定价 通过沟通，了解了客户的要求是为了提出一个合理的价格，让客户接受。

影响定价的因素很多，一般说来，要考虑以下问题。

首先是装饰绘画的风格问题。

例如：写实风格相对与抽象风格由于制作周期较长、难度较大，价格就要高一点。

其次是绘制的材质问题。

油画、丙烯、水彩、水粉这些材质的价格是不同的，而且不同的颜料所用的基底也不尽相同。

比如：油画颜料一般绘制在油画布上，其质量、价格就有很大的不同；纸张也有不同的质量和档次。

如果是特殊的材质，如漆画、金属工艺等就更要准确计算成本了。

最后是人员场地的问题。

如果由于完成作品的时间限制或工作量较大而个人无法完成，还要考虑雇用助手的费用。

如果作品体量较大，还有可能涉及租用场地制作的问题。

需要提醒的是：无论是了解客户心理还是仔细核算成本、合理定价，最终目的都是为了客户服务，使他们满意。

.....

<<装饰绘画设计>>

编辑推荐

《艺术设计新视点丛书：装饰绘画设计》是江苏省艺术学优势学科建设项目成果。本套丛书打破了长久以来设计类图书“先理论讲授，后示范作业”的陈旧模式，延伸设计教材中理论内容与设计实务的可操作性。

加入大量课题案例，以强调对学生艺术设计专业入门思维的启发和拓展。

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>