

<<图形创意>>

图书基本信息

书名：<<图形创意>>

13位ISBN编号：9787562115540

10位ISBN编号：7562115540

出版时间：1997-5

出版时间：西南师范大学出版社

作者：周琮凯

页数：128

字数：180000

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>

<<图形创意>>

前言

人类为实现全球性更加密切的交流与合作，始终在寻找一种超越语言文字障碍的世界性的语言，图形给人类的这一努力带来了希望。

在今天的人类生活中，到处都充斥着各种各样的图形：从书刊报纸，到商业广告、商品包装，从小巧的纸牌，书笺，到巨大的建筑或公共环境，都有图形的存在。

丰富多彩的图形，不仅美化、装点了人类生活，满足了人们视觉审美的需要，同时它们也是一种信息媒介。

人们通过这些图形所投射的信息来了解周围发生的事情，通过这些图形与世界各个国家，各个民族进行沟通、交流。

显然，人类文化在经历了原始图形文化到文字文化的发展演变之后，又走向了回归，人类社会已由文字文化转化为图形文化。

图形，已成为当今人类进行信息传递和大众传播的主要语言形式之一。

图形设计，亦因此而成为现代设计领域中的重要学科。

今天，掌握和熟悉图形这种为大众所理解、并乐于接受的语言形式已成为现代设计师必备的素质。

对于那些从事工业造型设计，环境空间设计的设计师来说，虽然他们的设计目的不是信息传播，而主要是使用功能，但他们一样需要懂得如何利用视觉沟通使他们的作品能与人们亲切交流，并成为人们美好生活的一部分。

所以，他们也必须了解和学习图形语言。

图形设计已成为各设计专业的交叉性学科内容和现代设计教育的重要课目。

在国外，许多艺术学院都开设了图形设计课，还有专门的图形设计学院和图形设计系，甚至有部分美术学院绘画专业和理工综合大学中一些需要制图的专业，也通过图形设计训练来让学生获得展示思想、事实、经验和感情的方法，提高视觉沟通的能力和审美素养。

图形设计已成为所有视觉艺术专业和一切与信息传播有关的专业的素养性课目，成为所有设计专业的必修课。

图形设计家、图形设计教育家沃尔特·琼·金德在《国际图形设计》一书的导言中说过一段话，足以显示现代设计教育的这种国际趋势和图形设计的重要性，他指出“还有许多国家至今仍然没有学习图形设计的机会，难道那里就没有开设图形设计课的必要吗？难道那些有点才气的人只要想搞好设计就能搞好、就能在随便什么地方获得技巧和经验吗，”这段话无疑将图形设计推到了一个十分重要的位置，图形设计课势必被作为设计教育的一个必需的重要组成部分。

<<图形创意>>

内容概要

本丛书主要是为我国设计院校设计专业的学生和在职的年轻设计师们编写的。

他们将是下个世纪中国设计领域的主力军，是中国设计界的未来与希望。

本丛书的编写力求融科学性、理论性、前瞻性、知识性、实用性于一体，观点明确，深入浅出，图文结合，可读性、可操作性强，可作教材参考及自学之用。

本书的主要内容包括前言、图形概述、图形的创意、创意与策略、图形表述方式的创造——理念推演和推理、切入表现形式的创造——设计元素的寻找、表现形式的创造——图与形的组织、制作中的创意发掘、图形创意的学习及训练。

作者简介

周琮凯，1965年6月生，重庆丰都县人。

1983年毕业于四川美术学院附中，1987年毕业于中央工艺美术学院特种工艺系第一工作室，1988年分配至四川美术学院任教至今。

除从事图形设计的教学科研和创作之外，还从事油画的教学和创作。

曾参加过各种大型展览并获奖，发表作品数千幅。

专

<<图形创意>>

书籍目录

前言第一章 图形概述 第一节 图形定义 第二节 图形传播的起源及变革 第三节 图形价值及设计的意义
一、图形语言的传达优势 二、设计的价值和意义、 第四节 现代图形设计观念第二章 图形的创意
第一节 创意释义 第二节 创意的思维基础 一、联想与创意 二、创意与分析、决择 三、创意的基本
程序第三章 创意与策略 一、面对不同的信息受众应有不同的策略 二、对不同信息类别应采用不同的
策略 三、对不同的时代、社会环境应采用不同的策略 四、面对不同的传播竞争应采用不同的策略 五
、运用不同的媒体材料也应有不同的策略 六、时机，也是我们设计创意应该考虑的重要因素。
不失时机就是一种策略 七、不同的主题内容应采用不同的表现策略 八、对运用不同于场所的信息设计
应有不同的策略第四章 图形表述方式的创造——理念推演和推理第五章 切入表现形式的创造——
设计元素的寻找 一、解构与设计元素的发现 二、以内涵同构为基础的探寻 三、“形”的发现与创造
第六章 表现形式的创造——图与形的组织 第一节 图说——形式结构的组织与创造 一、制造极端获
求新异和个性 二、制造冲突和矛盾，获求引人深思的新异形式 第二节 形说——形的综合与表现形
式创造 一、综合与创造 二、综合的前提——同构 三、形态同构的探寻 四、综合图形的组形方
式及其效应 第三节 形说——变形与创造 一、拟仿之变 二、变异与创意 三、附体变化 四、渐变
延异 五、异态变化处理 六、随“臆”之变第七章 制作中的创意发掘 第一节 图稿制作与创意 第二
节 媒介工艺加工与创意第八章 图形创意的学习及训练 第一节 图形创意教程 第二节 造型基础课与图
形创意课的衔接

<<图形创意>>

章节摘录

插图：运用独立、单纯的形象传达复杂的信息内容，可以使信息更加简洁、易记、易识别，这是现代传播最为重要的形式，也是现代图形设计普遍呈现的风格趋向（见右图）。

综观现代设计现状，许多图形设计作品不都是无背景、无情节、无文字标题，而单独依靠设计师创造的全新形象来说明信息内容的吗？

但要创造一个需要由多个词、句才能表达信息内容的独立图形，唯有将代表不同词、句、意的物象综合成一体，以形之合使意得以连接，构成具有语句意味的综合图形。

所以，图形的“设计”常常主要落实在“综合”二字上。

一、综合与创造综合即是创造。

自然界中往往两种以上的单体物质的相合即会构成新的物质，两种生命的交合即会产生新的生命，任何一种方式的合都会有新生，甚至一种偶然的相遇或并列之合都会有新生。

如正在草原上一一起吃草的一匹马和一头牛，这两个动物的相遇就构成了“牛”、“马”本身之外的另一“物质”或“事实”，即“牛马群”。

所以，图形设计中对形象元素的综合不仅是一个可以构造完整的表述语句的过程，更是一个创造的过程，所获得的结果必然是一种全新而独特的形象。

超现实主义绘画大师马克思·恩斯特说：“把毫不相关的客体相互联结起来，即会产生诗意的燃烧。

”所以，综合不仅可以获得全新的、有奇异视觉效果的形象，还可以创造全新的意趣和诗意。

但如何把两种或两种以上的、代表不同含义、外形各异的物象予以综合呢？特别是如何使之真正融为一体而不留生硬拼集、嫁接的痕迹呢？这不仅需要一定的方式，也需要一定的前提。

后记

早在1992年，笔者即在四川美术学院策划将“图形创意”列入教学课目并进行了实验性授课。1997年，《图形创意》正式出版成书。

时至今日，一晃已过去8年，再回头翻看《图形创意》，顿觉有许多不足之处。

而此书已被许多艺术院校选为该课教材，并再版多次，又获得了重庆市政府颁发的重庆首届社会人文科研成果三等奖。

这使我感到荣幸之余，更感到责任重大，所以，一直想将之予以修订。

惶恐重修增补添删之间，更觉得撰写《图形创意》依然是一个严峻的挑战。

因为创造是人类一个永恒的行为而永无终极，更是一个永远无止境的追寻过程，因为创意也是一种创造性的活动，必须与时俱进，其方法和理论也需不断更新。

但毕竟创意与创造一样，永无止境，所以很难将其方式进行模式化的归纳或作出理论上的终极阐述。

因而，该书虽经修订，其错误和不足似在所难免。

此次再版改写，主要是将自己近年来对《图形创意》的许多新感悟加入其中，虽能力有限，但力求使之相对更加完善。

希望未来有更多的人重视并投入到“图形创意”的研究中来，使图形创意这一教学科目更臻完善。

<<图形创意>>

编辑推荐

《图形创意》由西南师范大学出版社出版。

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>