

<<视觉传达基础与应用>>

图书基本信息

书名：<<视觉传达基础与应用>>

13位ISBN编号：9787040181135

10位ISBN编号：7040181134

出版时间：2006-01-01

出版时间：高等教育出版社

作者：康兵

页数：161

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>

## <<视觉传达基础与应用>>

### 前言

我时常跟学生说，创意就像我们去潜泳，因为大海虽然美丽，但海底会有更多的奇珍异宝，创意的灵感也需要这样获得。

我们现在就是在学习潜泳的技巧和本领，目的是获得亲自去海底寻宝的机会，这样，创意的灵感才会源源不断地涌现。

视觉传达基础与应用，涵盖了视觉传达领域所需认识和了解的主要内容：通过对各章节的学习，我们可以不断地培养和掌握创意设计能力、创意审美能力、创意表现能力、实际动手能力和综合应用能力。

本书就视觉传达基础和应用所涉及的内容来展开，包括创意图形、创意字体、创意版式、包装创意、广告创意、展示创意、VI创意、视觉传达创意案例赏析等。

本书前三章为视觉传达创意基础设计，第四、五、六、七章为具体的创意设计与应用。

另外每章都有明确的教学目标、授课内容、评分标准、参考课时，同时备有课题与作业及考核要求。

全书以大量的实际案例贯穿于每个章节，图文并茂。

各章涵盖必备的知识点，并对基本概念和理论进行归纳，注重创意能力的开发，强调基础为设计服务，理论与实践并重。

全书通过对实际案例进行详尽的剖析和讲解，使学生较容易地了解设计创意的程序及过程，使学习更贴近实际。

全书参考讲课时数为每章4学时，共8章32学时。

通过系统地学习，学生可较快地掌握视觉传达设计所包含的内容，并能做到基础设计与专业设计快速地融会贯通，提高创意能力。

本书既可作为院校艺术设计专业学生教材，也可作为从事视觉传达设计专业人员的参考用书。

本书是基于作者对现代视觉传达领域的现状的认识。

并结合自身多年来教学和实践的感受整理完成的。

作为教材，书中案例得到了厦门契合展览服务有限公司的支持，书中引用部分厦门理工学院学生在全国性大赛上的获奖作品，还援引了部分广告案例，在此一并深表谢意。

最后，特别感谢厦门大学朱健强教授对本书进行了审阅，并提出宝贵的意见，使本书内容更加完善。

在编写过程中虽尽了最大的努力，但水平有限，书中难免有不尽如人意之处，恳请同行批评指正。

## <<视觉传达基础与应用>>

### 内容概要

《视觉传达基础与应用》是高等职业教育技能型紧缺人才培养培训工程系列教材，是艺术设计专业基础课程之一。

采用理论与案例结合、图文并茂的编写方式，深入浅出地介绍了视觉传达的基础知识以及应用技能。

《视觉传达基础与应用》可作为高等院校、高等职业院校、高等专科学校、成人高校、本科院校举办的二级学院艺术设计专业教材，也可供继续教育学院、民办高校、技能型紧缺人才培养培训使用，还可作为从事视觉传达设计专业人员的参考用书。

## <<视觉传达基础与应用>>

### 书籍目录

第一章 创意图形第一节 创意图形概述第二节 创意图形思维第三节 创意图形表现第四节 创意图形运用  
第二章 创意字体第一节 字体的演化第二节 汉字基础字体第三节 拉丁字体造型第四节 创意字体原则第五节 创意字体方法第六节 创意字体表现第七节 创意字体应用第三章 创意版式第一节 创意版式概述第二节 创意版式要素第三节 创意版式原则第四节 创意版式视觉流程第五节 创意版式表现及类型第六节 创意版式直邮广告(DM)第四章 包装创意第一节 包装创意概述第二节 包装创意途径第三节 包装创意案例第四节 包装创意表现第五节 包装创意程序第六节 包装创意评价第五章 广告创意第一节 广告创意概述第二节 广告创意表现第三节 广告创意案例第四节 公益广告创意第五节 广告创意评价第六章 展示创意第一节 展示创意概述第二节 展示创意意义第三节 展示创意设计的分类第四节 展示创意的表现第五节 展示创意案例第七章 VI创意第一节 VI创意概述第二节 VI创意流程第三节 VI创意表现第四节 VI创意实施第五节 VI创意案例第八章 视觉传达创意案例赏析第一节 策划创意设计第二节 创意案例参考文献

## <<视觉传达基础与应用>>

### 章节摘录

插图：第一节创意图形概述爱因斯坦曾经说过：“想象力比知识更重要，因为知识是有限的，而想象力概括着世界上的一切，推动着进步，并且是知识进化的源泉。

”通过想象我们可以创造世界。

依靠想象力人类制造出的手机实现了神话故事中的“顺风耳”，我们可以听到千里之外的声音；电视实现了神话故事中的“千里眼”，我们可以看到世界各地；飞船实现了神话故事中的“嫦娥奔月”，人类走进了太空。

设计创造的形象之源主要从三方面获取：其一，历史；其二，现实生活；其三，其他艺术门类。

何为创意图形？

创意是一种创造性行为，必须“创”而有“意”；图形是一种说明性的视觉符号，是视觉语言形式；创意图形是把独创的思维意念转化为可以用来交流和传播的视觉形式，通过线条、形状和色彩等可视性的设计表现来传达具有创造性的思维。

图形语言是大众传播活动的主要手段之一，它以超越地域、超越时空的语言方式，给人们提供了交流上的便利。

图形语言正逐渐成为世界信息交流的主要形式。

在视觉传达设计中，画面的图形非常重要，它是传递信息的载体，因此图形的可识别性、准确性、独特性、理解性是成功的关键。

创意图形的过程，是进行创造性思维的视觉形象的运用过程，而视觉形象的产生取决于联想和想象。

联想是通向想象的桥梁，又是飞向想象的翅膀。

图形的联想与想象是以生活中常见的、简单而普通的元素为对象，根据各人不同的视角、理解、感受、兴趣，结合生活中的一些现象或对某些问题的思考、看法等，展开联想与想象，赋予这些元素以特定的内涵或形式的趣味性。

由此可见，联想与想象是创造性思维的源泉。

图形的联想与想象，目的是创造出一种新颖的、与众不同的方式来表达图形的概念。

图形设计不是对可观物象的简单模仿和再现，而是一个极富想象力的再创造过程。

图形新颖独特的意念源于对事物全新的发现，只有发现事物中新的含义，才能打破恒常性，化平淡为神奇，才能找到表现事物的切入点和独创的表现方法，创造出与自然现实相悖的、使人意想不到的、具有艺术感染力和视觉冲击力的形象。

## <<视觉传达基础与应用>>

### 编辑推荐

《视觉传达基础与应用》为普通高等教育“十一五”国家级规划教材之一。

<<视觉传达基础与应用>>

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>