

<<中外美术鉴赏>>

图书基本信息

书名：<<中外美术鉴赏>>

13位ISBN编号：9787302206880

10位ISBN编号：7302206880

出版时间：2009-8

出版时间：清华大学出版社

作者：徐改，刘晨 主编

页数：266

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

广告和艺术设计作为文化创意产业的核心支柱，在促进国际商务交往、丰富社会生活、拉动内需、解决就业、促进经济发展、构建和谐社会、弘扬中华文化等方面发挥着越来越大的作用，它已经成为我国服务经济发展的重要产业，在我国经济发展中占有极其重要的地位。

随着全球经济的快速发展，面对国际广告和艺术设计业激烈的市场竞争，加强广告经营管理模式的创新、加速艺术设计专业人才培养已成为当前亟待解决的问题。

为了满足日益增长的广告市场需求，为了培养社会急需的艺术设计专业技能型应用人才，我们组织多年在一线从事广告和艺术设计教学与创作实践活动的专家、教授，共同精心编撰了此教材，旨在迅速提高学生及广告和艺术设计从业者的专业素质，更好地服务于我国的广告事业。

全书共七章，在吸收国内外美术界权威专家多年丰硕成果的基础上，选取包括艺术设计、建筑、雕塑、绘画、工艺美术等美术门类中古今中外艺术史上最具有代表性和典型意义的作品进行分析和鉴赏；并结合中外美术发展的新形势和新特点，针对高职高专院校艺术设计专业应用型人才的培养目标，系统介绍了中国绘画与书法、外国绘画、建筑艺术、雕塑艺术、工艺美术、现代设计等中外美术鉴赏基本理论知识，并注重体现时代精神、挖掘深蕴的人文内涵、精选风格鲜明的经典作品，力求达到教学内容和教材结构的创新。

本书作为高职高专教育广告和艺术设计专业的特色教材，在对美术作者社会文化背景和作品精神内涵分析介绍的同时，更突出对具体作品形式风格和形式美的赏析，借以开阔眼界、增长知识、陶冶性情、加强修养，提高学生对形式美的敏锐洞察能力、感受能力、认知能力、创造能力，为专业学习打下坚实的文化思想基础；并注重把传统教材以理论为中心的说教转变为以兴趣学习为中心，充分体现知识性、趣味性、互动性、实用性的编写原则，有效地帮助读者取得学以致用效果。

由于本书融入了中外美术鉴赏最新的教学理念，力求严谨，注重与时俱进，并且具有结构合理、叙述简洁、案例经典、图文并茂、通俗易懂、突出实用性等特点，同时采用新颖统一的格式化体例设计，因此本书既适用于专升本及高职高专院校广告和艺术设计专业的教学，也可以作为广告企业和艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训的教材，对于广大社会自学者也是一本有益的参考读物。

本教材由李大军进行总体方案策划并具体组织，徐改和刘晨担任主编，刘晨负责统稿，赵亚华和刘宝明为副主编。

作者具体分工：徐改编写第一章，第五章第一节、第二节；李妍编写第二章第一节、第三节、第四节，第三章第一节、第四节；王彬编写第二章第五节、第六节，第三章第二节；张玉花编写第二章第二节，第三章第三节、第五节，第五章第三节，第六章；刘晨编写第四章，第七章第一节、第二节；周鹏、李晓新、马瑞奇、李瑶编写第二章第四节，第三章第四节；赵亚华编写第七章第三节以及负责全书图片整理；刘宝明编写第七章第二节，并负责全书的修改和版式的整理；李晓新负责本教材课件的制作。

在编写过程中，我们参考并借鉴了大量有关中外美术鉴赏等方面的最新书刊资料，精选并收录了具有典型意义的古今中外的优秀美术作品，并得到编委会专家教授的细心指导，在此特别致以衷心的感谢。

为了方便教师教学和学生学习，本书配有教学课件，读者可以从清华大学出版社的网站上免费下载使用。

由于时间紧，作者水平有限，书中难免存在疏漏和不足，恳请专家和广大读者给予批评指正。

## <<中外美术鉴赏>>

### 内容概要

本书结合中外美术发展的新形势和新特点，针对高职高专院校广告和艺术设计专业应用型人才的培养目标，系统介绍了中国绘画与书法、外国绘画、建筑艺术、雕塑艺术、工艺美术、现代设计等中外美术鉴赏的基本理论知识，同时注重体现时代精神，挖掘深蕴的人文内涵，精选风格鲜明的经典作品，力求教学内容和教材结构的创新。

本书结构合理、案例翔实、图文并茂，内容通俗易懂、突出实用性，并且采用新颖统一的格式化体例设计，既适用于高职高专院校广告和艺术设计专业的教学，也可以作为广告企业和艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训教材，对于广大社会自学者也是一本非常有益的参考读物。

## &lt;&lt;中外美术鉴赏&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 概述 学习要点及目标 本章导读 第一节 为什么要进行美术欣赏 一、大众化艺术 二、陶冶性情 三、加强中外美术传统学习 第二节 美术欣赏的性质和条件 一、美术欣赏是一种审美认识活动 二、美术欣赏的主客观条件 第三节 美术欣赏的过程 第四节 怎样把握美术欣赏 一、有关知识的把握 二、有关作品内容和意义的解读 三、有关形式与技巧及表现性的把握 四、总体风格与品格的把握 本章小结 思考题

第二章 中国绘画与书法欣赏 学习要点及目标 本章导读 第一节 壁画欣赏 第二节 卷轴人物、风俗画欣赏 第三节 卷轴山水画欣赏 第四节 卷轴花鸟画欣赏 第五节 20世纪绘画欣赏 第六节 中国书法作品欣赏 本章小结 思考题 学习建议

第三章 外国绘画欣赏 学习要点及目标 本章导读 第一节 宗教绘画欣赏 第二节 神话、历史及风俗画欣赏 第三节 肖像画欣赏 第四节 风景、静物画欣赏 第五节 20世纪现代诸流派绘画欣赏 本章小结 思考题 学习建议

第四章 建筑艺术欣赏 学习要点及目标 本章导读 第一节 宗教建筑欣赏 一、中国佛教建筑 二、欧洲的神庙和教堂 三、东南亚及中亚宗教建筑 第二节 宫殿建筑欣赏 一、中国宫殿 二、欧洲宫殿 第三节 园林艺术欣赏 一、中国园林 二、欧洲园林 第四节 陵墓和民居建筑欣赏 一、陵墓建筑 二、民居 第五节 公共建筑欣赏 本章小结 思考题 学习建议

第五章 雕塑艺术欣赏 学习要点及目标 本章导读 第一节 世俗雕塑欣赏 一、中国世俗及仪卫雕塑 ..... 第六章 工艺美术欣赏 第七章 现代设计欣赏 参考文献

## 章节摘录

插图：第一章 概述第一节 为什么要进行美术欣赏在人类的艺术活动中，艺术创造、艺术作品和艺术接受构成了一个完整的艺术世界，其中，艺术接受不仅是构成艺术活动完整性的重要环节，而且还是使艺术作品与社会生活发生联系、作用于社会的重要途径。

从接受学的角度看，美术作用于社会（换句话说，美术使社会接受）有多种形式，如美术欣赏、美术批评和美术史研究等。

其中，美术欣赏是一种最主要的接受方式，同时也是其他方式的基础。

大众化艺术作为视觉艺术的美术是最大众化、拥有最多观众群的艺术。

就现代社会而言，在视觉范围内，可以说美术无处不在。

建筑、工艺设计、商品包装、城市雕塑、室内家具、装饰品、工业产品的造型、包装、服装等，都是视觉艺术，都可以纳入美术的范畴。

就流传作品而言，在世界范围内，美术作品也是流传最多的艺术形式。

许多艺术门类的作品很难存留下来，如音乐和舞蹈等。

在录音、录像技术发明以前的古代社会，这些通过时间展开的艺术已随着时间的流逝而不复存在，而美术这种物化的、在空间存在的造型艺术却能够代代流传，例如：远古的岩画、雕刻；近代社会的绘画、建筑、家具和服装等。

因此，美术作品占据了世界各大博物馆、艺术馆的绝大部分空间。

这些凝聚着各民族、各时代精神和审美理想的作品都是可视的，因为人类有着共通的视觉生理和心理，所以美术又是最没有民族界限和障碍的艺术。

编辑推荐

《中外美术鉴赏》特点：立足广告、艺术设计专业的发展现状；突出行业特色，体现最新的设计思想及设计技术；全面展示设计过程、设计要点及设计技巧；以丰富、多样的版块设置，展现创新教材体系，引领课程改革。

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>