<<色彩构成及应用>>

图书基本信息

书名：<<色彩构成及应用>>

13位ISBN编号：9787302223689

10位ISBN编号：7302223688

出版时间：2010-5

出版单位：清华大学

作者：王涛鹏 编

页数：229

字数：356000

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>

<<色彩构成及应用>>

前言

随着我国改革开放进程的加快和市场经济的快速发展,各类广告经营业也在迅速发展。

1979年中国广告业从零开始,经历了起步、快速发展、高速增长等阶段,2006年全年广告经营额2450亿元人民币,比上年增长20%以上;2007年全国广告市场经营额收入为3500亿元人民币,比上年又大幅度地增长了40%;全国广告经营单位143129户、比上年增长了14%,全国广告从业人员超过100万人、比上年增长了10.6%。

商品促销离不开广告、企业形象也需要广告宣传,市场经济发展与广告业密不可分;广告不仅是国民经济发展的“晴雨表”,也是社会精神文明建设的“风向标”,还是构建社会主义和谐社会的“助推器”。

广告作为文化创意产业的关键支撑,在国际商务活动交往、丰富社会生活、推动民族品牌创建、促进经济发展、拉动内需、解决就业、构建和谐社会、弘扬古老中华文化等方面发挥着越来越大的作用,已经成为我国服务经济发展重要的“绿色朝阳”产业,在我国经济发展中占有极其重要的位置。

当前,随着世界经济的高度融合和中国经济国际化的发展趋势,我国广告设计业正面临着全球广告市场的激烈竞争,随着发达国家广告设计观念、产品、营销方式、运营方式、管理手段及新媒体和网络广告的出现等巨大变化,我国广告从业者急需更新观念、提高技术应用能力与服务水平、提升业务质量与道德素质,广告行业和企业也在呼唤“有知识、懂管理、会操作、能执行”的专业实用型人才;加强广告经营管理模式的创新、加速广告经营管理专业技能型人才培养已成为当前亟待解决的问题。由于历史原因,我国广告业起步晚、但是发展却非常快,目前在广告行业中受过正规专业教育的人员不足2%;因此使得中国广告公司及广告实际作品难以在世界上拔得头筹。

根据中国广告协会学术委员对北京、上海、广州三个城市不同类型广告公司的调查表明,在各方面综合指标排行中、缺乏广告专业人才居首位,占77.9%,人才问题、已经成为制约中国广告事业发展的重要“瓶颈”。

针对我国高等职业教育“广告和艺术设计”专业知识老化、教材陈旧、重理论轻实践、缺乏实际操作技能训练等问题,为适应社会就业急需、为满足日益增长的广告市场需求,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国内知名专家教授及广告设计公司的业务骨干共同精心编撰本套教材,旨在迅速提高大学生和广告设计从业者的专业素质,更好地服务于我国已经形成规模化发展的广告事业。

本套系列教材定位于高等职业教育“广告和艺术设计”专业,兼顾“广告设计”企业职业岗位培训:适用于广告、艺术设计、环境艺术设计、会展、市场营销、工商管理等专业。

本套系列教材包括:《广告学概论》、《广告策划与实务》、《广告文案》、《广告心理学》、《广告设计》、《包装设计》、《书籍装帧设计》、《广告设计软件综合运用》、《字体与版式设计》、《企业形象(CI)设计》、《广告道德与法规》、《广告摄影》、《数码摄影》、《广告图形创意与表现》、《中外美术鉴赏》、《色彩》、《素描》、《色彩构成及应用》、《平面构成及应用》、《立体构成及应用》、《广告公司工作流程与管理》、《动漫基础》等24本书。

<<色彩构成及应用>>

内容概要

本书结合色彩构成与设计制作及其应用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,系统地介绍了色彩构成与艺术设计、色彩原理、色彩的体系、色彩的心理感知与情感、色彩的对比构成、色彩调和、色彩的肌理,以及色彩构成在设计中的应用等内容,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,力求教学内容和教材结构的创新。

本书结构合理、内容翔实、案例经典,图文并茂、通俗易懂、突出实用性,且采用新颖统一的格式化体例设计,并突出画法步骤,使初学者一目了然。

本书既适用于高职高专院校广告和艺术设计专业的教学,又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非常有益的参考读物。

<<色彩构成及应用>>

书籍目录

第一章 概述 学习要点及目标 核心概念 引导案例 技能要求 第一节 对色彩的认识 第二节 色彩研究的发展史 第三节 色彩构成与艺术设计 本章小结 思考与练习 实训课堂 第二章 色彩原理 学习要点及目标 核心概念 引导案例 技能要求 第一节 色彩产生的物理学原理 第二节 色彩的分类 第三节 设计色彩 本章小结 思考与练习 实训课堂 第三章 色彩的体系 学习要点及目标 核心概念 引导案例 技能要求 第一节 色彩的基本属性 第二节 色彩的混合 第三节 色彩体系 第四节 于绘色相环及明度纯度推移的画法步骤 第五节 手绘作品欣赏 本章小结 思考与练习 实训课堂 第四章 色彩的心理感知与情感 学习要点及目标 核心概念 引导案例 技能要求 第一节 色彩的知觉现象 第二节 色彩的心理效应 第三节 色彩的情感 第四节 色彩的错觉 第五节 色彩的性格 本章小结 思考与练习 实训课堂 第五章 色彩的对比构成 学习要点及目标 核心概念 引导案例 技能要求 第一节 色相对比 第二节 明度对比 第三节 纯度对比 第四节 面积对比 第五节 冷暖对比 第六节 同时对比 第七节 色彩对比作品的画法步骤 第八节 色彩对比作品欣赏 本章小结 思考与练习 实训课堂 第六章 色彩调和 学习要点及目标 核心概念 引导案例 技能要求 第一节 色彩调和的基本原理 第二节 色相关系的调和 第三节 明度关系的调和 第四节 纯度关系的调和 第五节 色彩调和与面积、位置、形状的关系 第六节 手绘水粉作品的画法步骤 第七节 手绘作品欣赏 本章小结 思考与练习 实训课堂 第七章 色彩的肌理 学习要点及目标 核心概念 引导案例 技能要求 第一节 认识肌理 第二节 视觉肌理 第三节 触觉肌理 本章小结 思考与练习 实训课堂 第八章 色彩构成在设计中的应用 学习要点及目标 核心概念 引导案例 技能要求 第一节 视觉传达设计中的色彩 第二节 产品设计中的色彩 第三节 环境设计中的色彩 第四节 服装设计中的色彩 第五节 网页设计中的色彩 本章小结 思考与练习 实训课堂 学习建议 附录 参考文献

<<色彩构成及应用>>

章节摘录

插图：（二）中国中国的色彩文化是中国悠久文化的一个重要组成部分。

由中国传统的“阴阳五行学说”产生的“五色学说”，是中国色彩学对人类的巨大贡献。

所谓五色，是指“青、赤、黄、白、黑”。

“五色”的说法，最早见于《礼记·礼运》：“五色六章十二衣，还相为质也。”

古人把颜色分为正色和间色两类。

五色即正色，是单一的色彩；间色为绿、红、碧、紫，是两种以上颜色混合的杂色。

从公元前1100多年的周代开始，中国就把赤、黄、青这三个颜色称为“彩”，将黑和白称为“色”。

余秋雨在自己的博客上曾经撰文以五色解读先秦诸子：“庄子是飘逸的湛蓝色，韩非子是沉郁的金铜色，孔子是堂皇的棕黄色，老子是缥缈的灰白色，墨子则是毋庸置疑的黑色。”

诸子构成国人的心理色调，这正是中国博大精深的文化内涵之所在，是普通外国人永远无法理解的。

在今天看来，五行学中颜色和季节的具体解释为：春天来到，万物萌生，与“木”相生相同，一片青绿，青色归属于木。

夏季气候炎热，昼长夜短，为一年中阳光最充足、最明亮的季节，与火性相类，火是红色的，赤色归属于火。

长夏之时，暑热多湿，正是万物果食生长的时期，与土性相应。

此时，长夏万物由绿色而渐渐变为黄色，便将黄色归属于土。

秋季秋风萧瑟，万物凋零，与金相似。

霜降时下，地色变白，便将白色归属于金。

冬季冷气袭人，冰封大地，万物蛰藏，与水性相合。

而冬季是一年中光照最弱、最暗的季节，便将黑色之物归属于水。

<<色彩构成及应用>>

编辑推荐

《色彩构成及应用》：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。

<<色彩构成及应用>>

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>