

《形象色彩设计》

图书基本信息

书名：《形象色彩设计》

13位ISBN编号：9787122046741

10位ISBN编号：7122046745

出版时间：2009-3

出版社：化学工业

作者：艾行爽

页数：126

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《形象色彩设计》

前言

形象色彩设计是以色彩为媒介来展现和塑造形象的一种视觉艺术形式，是融汇科学技术、工业生产和文化艺术的综合体，是当代视觉文化的重要构成部分。形象色彩设计包罗万象，针对企业、城市、产品、人物的形象色彩设计都属于此范畴。人物形象色彩设计是以人为本位的设计，是对人物整体形象的色彩包装。伴随大众传播系统的发展，人物形象色彩设计正日益成为人们政治、经济、文化、生活中不可缺少的一部分，形象色彩设计越来越受到重视。在多种信息的吸收和反馈的过程中，形象色彩对人外在生活以及内在精神的深刻影响，已经形成了一种综合性的文化现象。由于色彩是最具情感表现力的艺术语言，具有先声夺人的特性，形象色彩设计对于如何提高主体的形象质量、如何在生产活动中表现出人类精神文明发展的水平、如何在自身物质化的过程中成为生产力的重要内容，具有重要价值。而形象色彩的艺术品质，使得形象色彩本身横跨在实用与审美的两极之间，成为实用与审美的结合体，成为一个集艺术化与实用化于一体的艺术新形态。《形象色彩设计》是高等职业教育人物形象设计专业系列教材之一，本书从基础色彩入手，由浅入深全面系统地介绍了形象色彩设计的基础理论以及形象色彩设计的实际运用，适合于不同基础条件的人物形象设计专业的学生使用。本书从各个角度全方位诠释了形象色彩与人体、与心理、与环境与其他制约因素的关系，无论是系统性、时尚性、适用性还是理论水平都力求达到高职教育对专业化人才培养的要求。本书的出版，凝聚了与我合作参加编写的所有人员的智慧和心血，在此，我要感谢参加编写工作的辽东学院、海口经济职业技术学院、湖南大众传媒职业技术学院的老师和同仁们，其中郑丹彤老师参加了第1、7、8章的编写工作，陈卓林老师参加了第2、3、4、5章的编写工作，范红梅老师参加了第6、7章的编写工作，以及参加部分内容编写工作的周生力、何娟老师。由于时间仓促，不当之处在所难免，敬请各界专家和读者朋友批评指正。本书在编写过程中采用了大量国内外优秀作品作为教学参考图片，在此对相关杂志与网站一并表示感谢。艾行爽 2009年3月

《形象色彩设计》

内容概要

形象色彩设计，ISBN：9787122046741，作者：艾行爽 主编

《形象色彩设计》

书籍目录

第一章 形象色彩设计概述 一、形象色彩与形象色彩设计 二、形象色彩设计的性质 三、形象色彩设计的特点 四、形象色彩设计的研究范围 思考与练习第二章 形象色彩设计的光色原理 第一节 光与色彩 第二节 色彩的分类及属性 第三节 色彩的体系 第四节 色彩的混合 思考与练习第三章 形象色彩设计——色彩的视觉和心理传达 第一节 形象色彩的视觉生理效应 第二节 形象色彩的视觉心理效应 第三节 色彩与听觉、味觉、嗅觉及色彩联想 思考与练习第四章 形象色彩设计的构成及形式美法则 第一节 色彩形式美的构成 第二节 形象色彩设计的调整 思考与练习第五章 形象色彩设计的对比与调和 第一节 形象色彩设计的对比 第二节 形象色彩设计的调和 思考与练习第六章 形象色彩设计的个人色彩体系 第一节 个人色彩理论概述 第二节 季节色彩理论概述 思考与练习第七章 形象色彩设计的配色 第一节 形象色彩设计的妆色 第二节 形象色彩设计的发色 第三节 形象色彩设计的整体效果 第四节 形象色彩设计的风格 思考与练习第八章 形象色彩设计的其他相关因素 第一节 形象色彩设计与人 第二节 形象色彩设计与环境 第三节 形象色彩与流行色 第四节 形象色彩的其他制约因素 思考与练习第九章 形象色彩设计的方法与程序 第一节 形象色彩设计的方法 第二节 形象色彩设计的程序 思考与练习参考文献

章节摘录

插图：形象色彩设计的研究范围包括人与服饰、人与环境、人与人、人与社会等色彩方面的关系。作为集科学、技术与艺术于一体的综合性学科，形象色彩设计具有多学科交叉的特性。形象色彩设计的研究领域可以概分为自然科学体系和人文学科体系，自然学科注重研究物质属性，如衣饰的材质、形态、色彩、构造等内容，人文学科注重研究非物质文化属性，即人的心理、审美、文化、环境等。就专业领域而言，需要色彩设计、美容保健、形象设计、服装设计等学科理论的支撑。就被设计者而言，本着以人为本的设计理念，需要对生理学与心理学领域有所了解，需要仔细研究人物的设计动机、体形、肤色、性别、年龄、文化、职业、审美情趣、生活方式、价值观念等。因此，形象色彩涉及物理、化学、医学、美学、生理学、心理学、社会学、文化学、市场经济学、美术学等相关学科的综合运用。由于影响形象色彩设计效果的因素众多，加剧了形象色彩设计过程的复杂性，设计者单凭直觉和经验进行构思创作很难满足形象色彩设计的多样化需求。形象色彩设计的发展，需要多学科多方面的协同合作，而不是孤立的设计成果。在影视市场、服装市场、美术市场日益泛滥的消费主义、大众文化时代，形象服饰色彩设计正发挥越来越重要的作用，我们需要积累深厚的文化品位和审美素养，需要协作精神，在认真而系统的掌握形象色彩设计理论的前提下，并在充分理解形象色彩设计涉及各因素之间关系的前提下，才能设计出符合时代需求的作品，去寻求人与自然、人与环境、人与艺术等方面的大和谐。

《形象色彩设计》

编辑推荐

《形象色彩设计》可供高等职业教育人物形象设计专业、服装专业、化妆专业的学生使用，也可作为从事相关行业人员的参考书，还可供希望获得形象色彩知识以提高自身审美修养和色彩搭配能力的非专业读者使用。

精彩短评

- 1、这是一本很不错的书,我是在书店看过后才买的,跟书店的一样
- 2、不是我想要的书,但是内容还是不错的。
- 3、帮人买的,说还可以的~
- 4、图多,内容普通。但是看看还是有帮助的。

《形象色彩设计》

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:www.tushu000.com