

# 《广告图形》

## 图书基本信息

书名：《广告图形》

13位ISBN编号：9787122006165

10位ISBN编号：7122006166

出版时间：2007-9

出版社：化学工业出版社

作者：张勇强 编

页数：165

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](http://www.tushu000.com)

# 《广告图形》

## 内容概要

这是一本广告图形设计的指导用书。全书图文并茂地阐述了广告图形创意设计的思维原理及方法，并针对现代图形创意的思维模式及产生的心理机制进行了相关探索与总结。本书可作为启发读者想象，培养综合联相思维，激发灵感的工具书，也可以作为艺术设计相关专业的基础训练教材。为了方便读者借鉴和欣赏，随书附赠光盘，内容包括书中高分辨率的经典案例图片。

# 《广告图形》

## 书籍目录

第一部分 图形概论 1.1 图形的概念 1.2 图形的起源与发展 1.3 现代图形的功能与特征 1.4 现代图形的语言形态  
第二部分 艺术思潮与图形设计 2.1 绘画语言与图形设计 2.2 立体主义 2.3 未来主义 2.4 达达主义 2.5 超现实主义 2.6 风格派 2.7 波普艺术 2.8 光效应艺术 2.9 后现代主义  
第三部分 图形创意思维 3.1 图形创意概述 3.2 图形的创意思维 3.3 联想思维 3.4 联想创意思维的心理机制 3.5 创意联想思维的表现形式  
第四部分 创意表现 4.1 文字图形 4.2 同构图形 4.3 共生图形 4.4 拟仿图形 4.5 矛盾图形 4.6 变异荒诞图形 4.7 叠置图形 4.8 重构图形 4.9 再设计图形 4.10 超现实主义图形 4.11 数码魅力图形 4.12 无序图形  
第五部分 创意风暴 5.1 点、线、面的图形联想 5.2 具象形与抽象形的联想 5.3 形与形联想 5.4 事与事的联想 5.5 意与意的联想 5.6 意与形的联想 5.7 重象构成联想 5.8 变象构成联想 5.9 残象构成联想 5.10 绘画还原文字的联想 5.11 对特定符号的相关联想 5.12 人的综合联想 5.13 物的综合联想 5.14 人与物的联想 5.15 人与动物的联想 5.16 人与植物的联想 5.17 动物与动物的联想 5.18 动物与物的联想 5.19 动物与植物的联想  
第六部分 精彩创意图形赏析参考文献

## 精彩短评

1、有些莫名其妙.....

## 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](http://www.tushu000.com)