

21st CENTURY 二十一世纪流行图案

刘东明 编著

H



T

DESIGN

辽宁美术出版社



二十一世纪流行图案

刘东明 编著



辽宁美术出版社

策划：吴成槐

图书在版编目 (CIP) 数据

二十一世纪流行图案 / 刘东明编著. — 沈阳: 辽宁美术出版社, 2001. 11

ISBN 7-5314-2857-1

I. 二… II. 刘… III. 图案—世界—图集
IV. J532

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 078926 号

辽宁美术出版社出版发行
(沈阳市和平区民族北街 29 号 邮政编码 110001)
沈阳市第三印刷厂印刷

开本: 889 毫米 × 1194 毫米 1/16 印张: 7
印数: 1 — 3 000 册
2001 年 12 月第 1 版 2001 年 12 月第 1 次印刷

责任编辑: 王易霓 范云鹏 责任校对: 飞 翔
封面设计: 范云鹏 易 虹 版式设计: 范云鹏
技术编辑: 鲁 浪

定价: 43.00 元

概 述

图案,对我们而言并不陌生,生活中随处可见,随手可得。随着信息时代的到来及其突飞猛进的发展,信息的视觉化是一个越来越重要的现象,对图案设计又有了更多更高更新的需求。

21世纪流行的图案需与传统意义的图案区别看待,我们应摆脱对传统图案的认识观念的束缚,它完全超越了传统意义的图案,这些流行的图案在现代艺术设计中,诸如装潢、装饰、染织、服装、造型等艺术设计学科中的意义较以前更深远,广博,甚至影响了现代的绘画艺术及雕塑艺术的创作。

现代的图案是平面设计范畴的重要组成部分,在国外平面设计叫“graphers design”而“Graph”一词灵活度很高,即可译为“图形”、“图案”又可译为“图解”、“图片”等,但总体不脱离汉字的“图”字,可能有的人认为本书中的“图”是“插图”、“图形”而非“图案”,对于现代的艺术设计学科而言,图案和图形的隶属关系及概念并非是泾渭分明的,就某种功能意义、场合位置而言,同一个“图”起装饰花边效果的作用,我们直呼其“图案”,而当单独作为主体出现起传达信息等功能时称其“图形”,当传达企业信息,代表企业形象则叫“标志图形”、“标志形象”或“标志”,而有时则是“象征图形”。

图案在平面设计范畴中主要分两大类:直接表现图案和间接表现图案。直接表现图案,有鲜明准确,快速传递信息的优势,一般以摄影、写实绘画的形式表现出来,在这本书中我们主要收集了大量的间接表现的图案。间接表现的图案,可视创意需要采用具象或抽象的图形表现形式,可以是写实的、装饰的、卡通的、漫画的、平面构成的,反常态的图案等。

图案具有强烈的视觉冲击力、感染力及表现力。因此一个设计能否打动人,无论是广告设计,还是装饰小品的设计等等,图案的设计与选择成败至关重要。

进步的设计思维是本书的现代流行图案设计的出发点和指导思想,并不循规蹈矩、墨守陈规,而是不断地变化,不断的推陈出新—即创新,不但包括在思想上的创新,同时也包括在技法上,给人耳目一新的感受,加之构思新颖的设计更能够吸引具有审美情趣的观众和当今商品时代的消费者。本书中的图案在思想上的创新表现在随时代的发展、事物的发展变化,选材的范围更具弹性,一些现代建筑,现代工业设计,科学进步、幻想、现代人物形象、生活方式等题材更多的被灵活的运用,而技法上的创新则无处不在,使用的材料、技法更广泛,即有传统的工具也有现代的工具,同时传统的工具材料也在不断发展提高,使之更有益于设计表现图案。尤其是现代工具—计算机的出现及广泛使用,给不断反复尝试的设计师提供了更大的可能性、便利性。例如任意可调的背景、肌理、艺术效果等。Adobe 等公司推出的 Photoshop、Illustrator、Coreldraw、Painter 等二维软件,也有 3Dstudio、MAX 的三维软件,细心的读者不难发现这些软件在本书中的一些图案设计中的应用。

本书选编的流行图案作品力求多样化地为读者提供一些有益的借鉴,同时展示国际最新的图案设计的动态,为艺术设计工作者的设计增添新的“营养”。

























