

影も色です



- 总论 ● 构思 ● 造型 ● 色彩
- 文字 ● 插画 ● 包装设计 ● 展示
- 广告 ● 室内设计 ● 展示

现代美术设计指南

国际美术设计作品六百例



广告文艺 LITERARY ADVERTISING

新潮与梦幻

出版、总发行 岭南美术出版社

经 销 广东省新华书店

制版、印刷 广东美术印刷厂

版 次 1989年5月第一版、
第一次印刷

开 本 787×1092mm 1/20

印 张 5

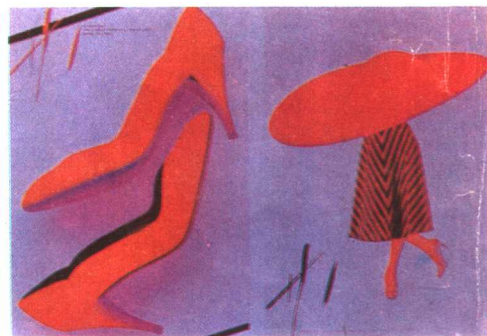
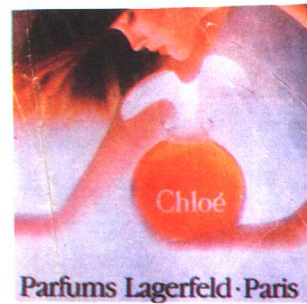
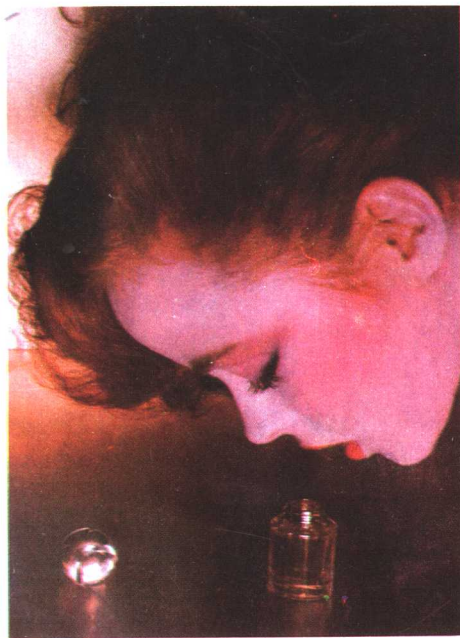
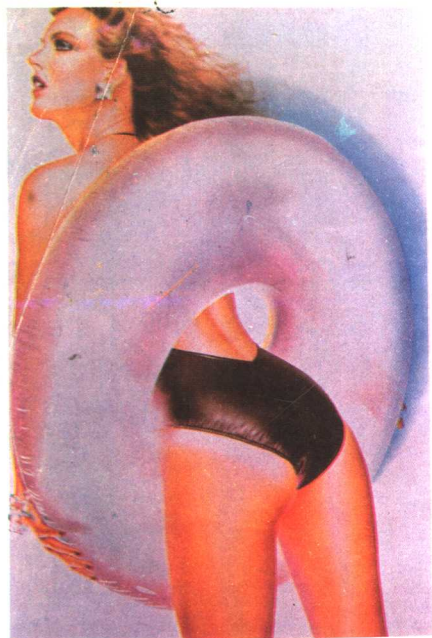
ISBN 7-5362-0350-0/J·0351

定价：11.50元

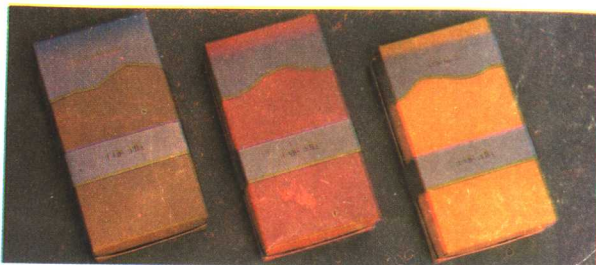
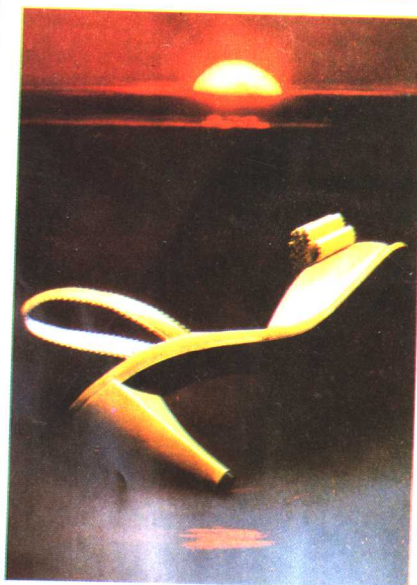
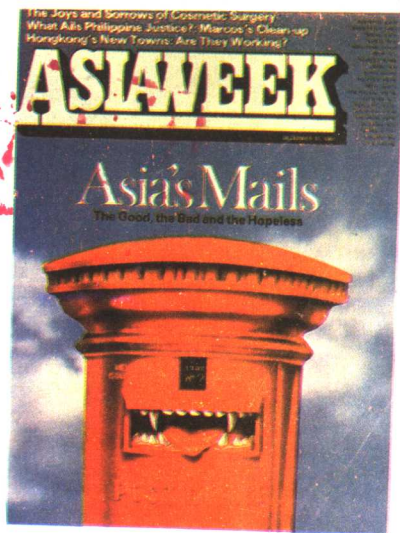
艺术贵在创新，现代美术设计更是把构思的新颖，表现手法的突破作为衡量作品艺术水平高低的重要尺度。近年来，超现实构思、求异思维和各种新奇多变的表現手法在国际上日益风行，形成了现代设计艺术的主要趋势。这就是说：现代美术设计对设计者的知识结构、艺术修养和创造思维的能力有着更高的要求。为此，本书没有泛泛地叙述一般的设计理论，而是精选了近年来各国优秀的、风格手法各异的设计作品600幅，结合现代美术设计的特点和具体要求进行分析论述，对于一些新问题加以重点分析介绍。旨在为美术设计界的同行提供一份新的、能反映国际现代设计趋势和水平的资料，以达到开阔思路、更新观念、创造出更多更新更美的作品的目的。

——编者 1986年11月11日





976/58



现代美术设计指南

—国际美术设计作品六百例

(《广告文艺》总第四辑)

目录

总论	1
构思	7
构图	13
造型	17
色彩	24
文字	30
插画	35
包装装潢	53
广告	65
室内设计	82
展示	86

广告文艺 总第四辑

编辑：《广告文艺》编辑部

出版：山东文艺出版社

编著：邱承德 史速建

杨宇 潘吾华

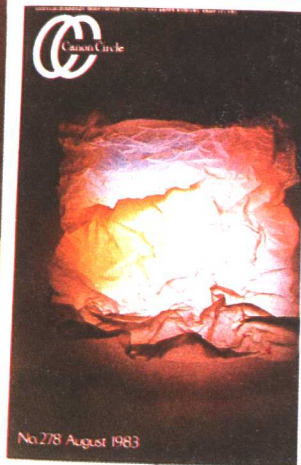
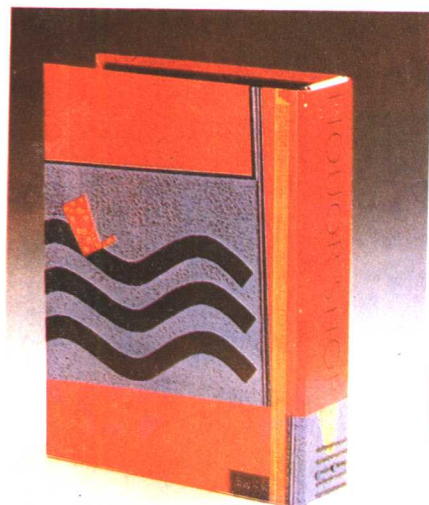
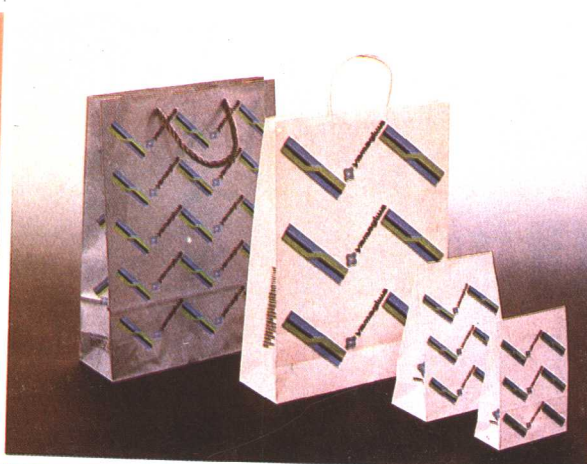
刘巨德

审定：邱承德

书号17331·8 定价：7.40元

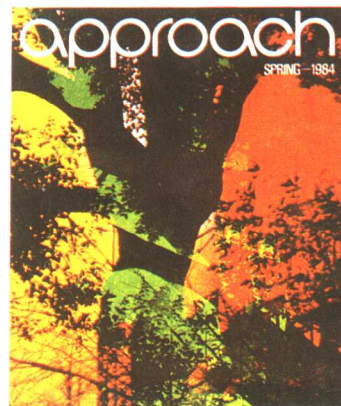
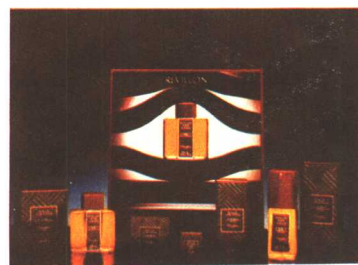
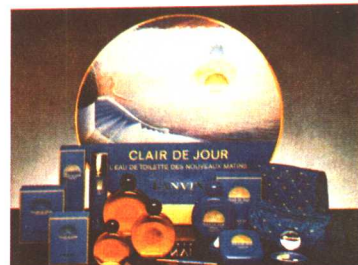
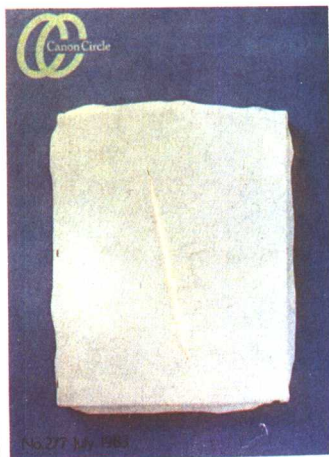
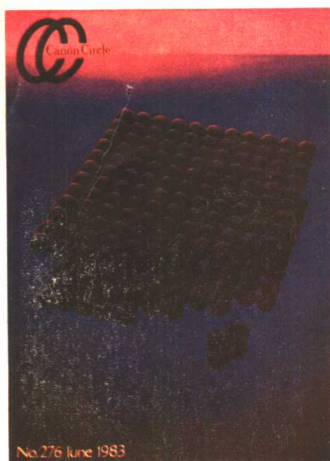


总论



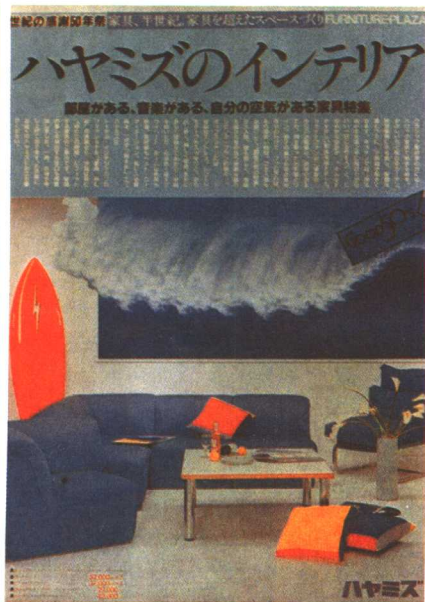
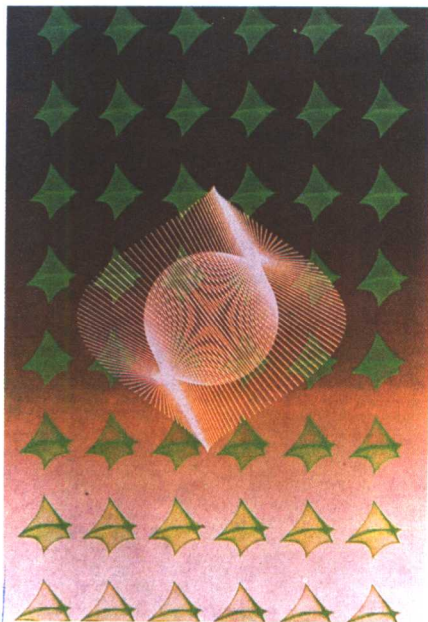
当今的时代是设计的时代,随着科学技术和人类文明的高速发展,设计也得以迅速发展,被应用到社会生活的各个方面,对人类社会的进步和发展起着积极的促进作用。可以说,在现实生活中,处处都离不开美术设计。你注意过吗?一本书、一盒食品、各项社会宣传活动,甚至小到一只纸袋都离不开设计。美术设计已成为现代生活中的一项新兴的不可缺少的审美创造活动,它是工业社会和现代生活的产物。

美术设计是人的一种有目的、有意识的审美创造活动,是人们改造自然和社会的构思和计划,是科学、经济和艺术有机统一的创造性活动。



美术设计之所以勃兴,是因为设计能美化设计对象,使之更科学、更经济。它作为一门新兴的科学,是人类社会进入现代化时代的标志。在当今国际社会的激烈的经济竞争中,产品的竞争力取决于其设计是否具有高度的科学性、艺术性和经济效益。

现代美术设计非常注重现代感,具体表现为:1.单纯化;2.抽象的形态;3.追求心理上的平衡;4.扩大空间,崇尚速度。



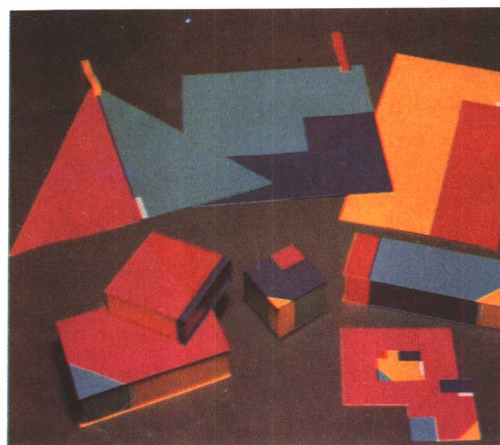
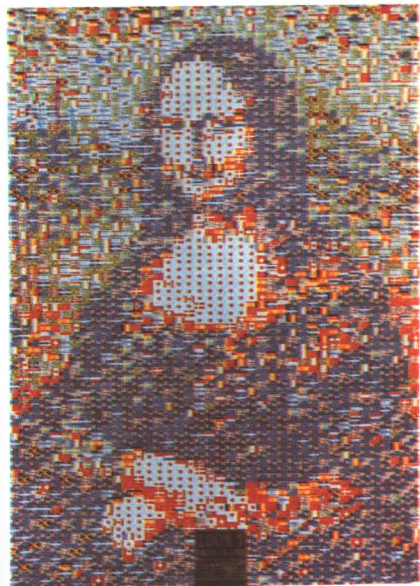
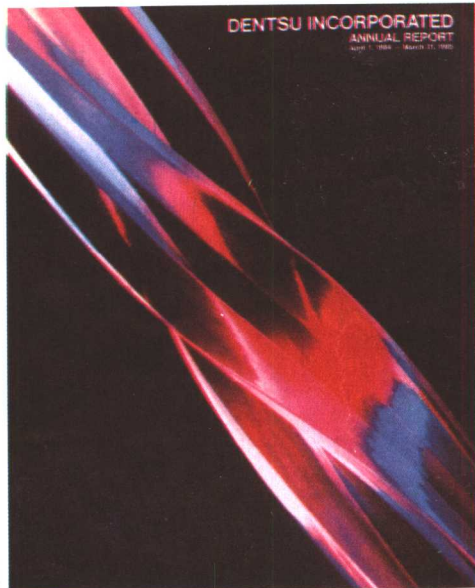
现代美术设计包括的内容：广告、商标、书籍装帧、商品包装、橱窗展览、室内设计、工业设计和服装设计等。

经济、美观、实用是美术设计的基本原则。现代美术设计涉及到材料学、生理学、心理学、美学、市场学和信息科学等多种学科，这要求设计者具有多方面的学识，注意培养现代设计的思维方法，即预测材料的可行性、工艺的合理性、审美性、独创性和经济性。培养组织和计划能力。





现代美术设计的美学要素：1. 标准化、通用化、系列化和成批生产的规整美。2. 尖端科学技术的功能美。3. 合乎“人体工学”的科学舒适美。4. 新型材料的肌理美。5. 现代光学新成果的色彩美。6. 数理逻辑理论的尺度比例美。7. 符合力学理论的结构美。8. 反映宇宙新观念的单纯和谐美。



a

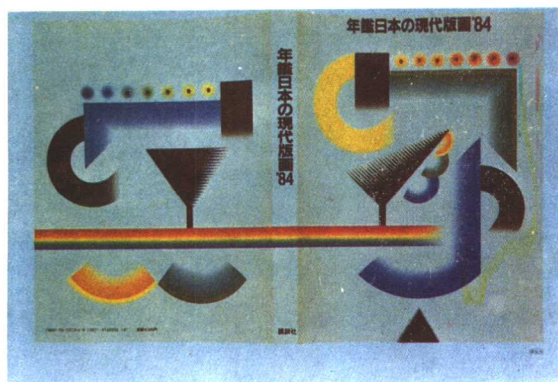
b

图例：

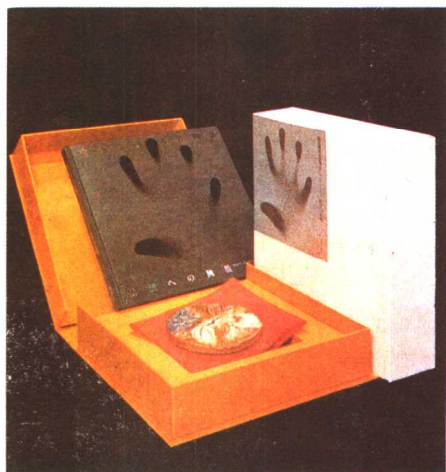
- a、资生堂化妆品陈列设计
- b、《我的生活方式》等书的封面设计
- c、《1985年日本包装设计年鉴》封面设计



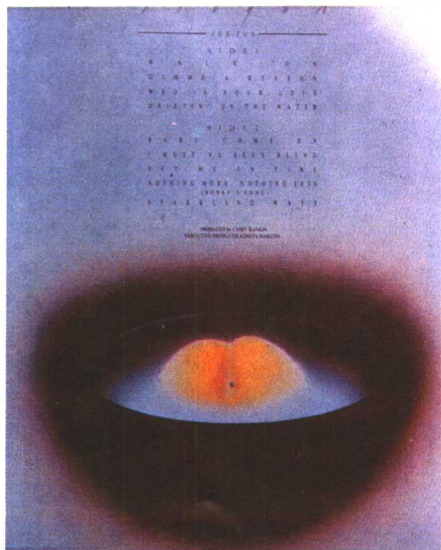
c



a



b



d

图例：

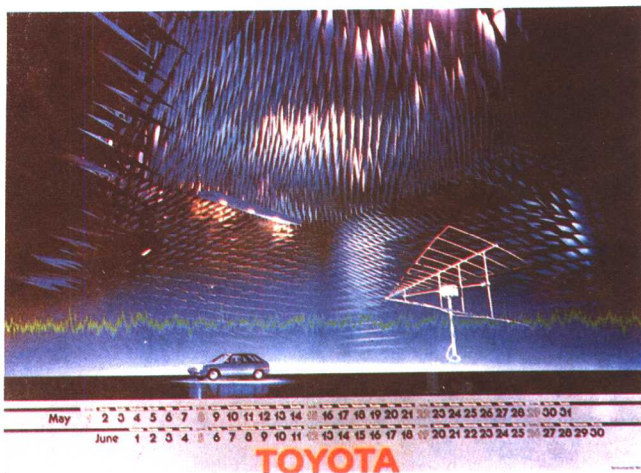
a、《现代日本版画年鉴》封面设计。

b、《池田满寿夫的陶瓷艺术》封面设计，副题：向传统挑战。

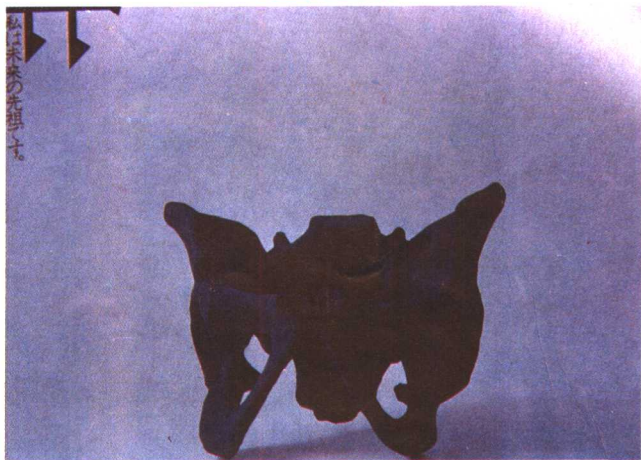
c、丰田汽车公司的年历设计。

d、佐藤晃一设计的唱片套，创造性地运用信息的同时以一种淡雅柔美的情趣体现了日本传统绘画的特征。

e、中岛祥文和操上和美为佛教徒式的商店创作的作品，独特新奇。在人们眼前展现的是人的骨骼，标题：“我是未来的祖先”。主题基于佛教徒的哲学思想，信仰来世和对死者的膜拜，在淡漠冷酷之中暗喻着佛教徒对人生意义所信仰的玄学。



c



e

构思



设计构思是设计者在孕育作品的过程中所进行的思维活动，是决定设计作品优劣的关键环节。好的设计作品往往经过设计者的苦思冥想和长久的酝酿，即使有时突然产生一个好的设计方案，也是长期积累、偶尔得之的结果。所以，设计者平时要注意积累和吸收多方面的知识和经验，提高艺术修养。



对于有一定技巧的设计者来说，设计的难点不在于用手，而在于用脑。当你接受了一项设计任务时，面对着设计素材，选取什么题材？采用什么形式去表现？这就是设计构思的开始。

设计构思贵在创新，只有构思新颖的作品才能强烈地吸引住观者，留下深刻的印象。要新，就要广开思路，采用多向思维和逆向思维方式。逆向思维是指摒弃一般的、习惯性的思维逻辑，敢于去设想那些一般逻辑思维认为不可能的各种方案，并利用某种手段促使其成为可能。这就是人们所说的超现实构思，利用这种构思方法能最大限度地发挥设计者的想象力，开拓更广阔的空间，表现丰富的思想和崭新的美学观念。

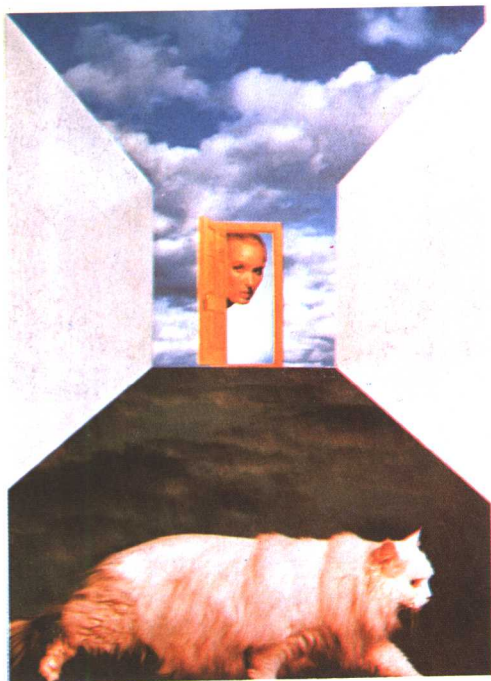
超现实构思要把握住各种事物和感情间的联系和共性，以联想作为桥梁，达到思想和情感上的交流。

锲而不舍的探求，对于设计者是可贵的，但要使自己的设计富有新意，更重要的是要有科学的思维方式。

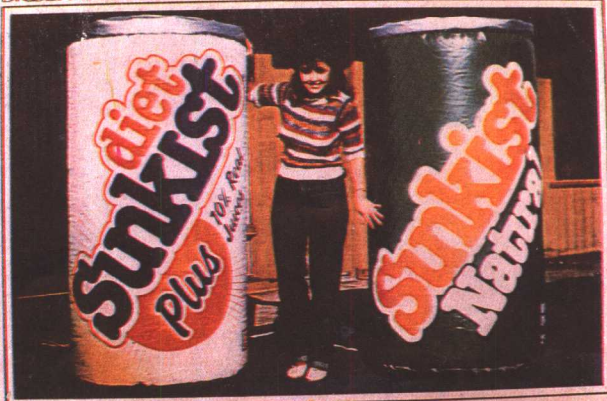
设计者首先要根据设计任务进行调查研究，尽可能详尽地搜集有关资料，然后对这些资料进行归纳演绎、分析综合，加大相互间作用的概率，扩大相互间的联系性质。

然后，围绕设计任务，对与其有关的方面进行广泛地思考，展开想象的翅膀，从各个不同的角度进行设计构思，即所谓穷尽组合法。发散性思考要尽可能想更多的问题，只有这样才能想别人所未想，及别人所未及。

在这个过程中要把你所想到的各个方案都画出草图，从中采用综合筛选，找出较为新颖的优秀方案。在此基础上再进行集中收束，在其相互作用之下创造出最佳的设计方案。



BIGGER THAN LIFE INC.

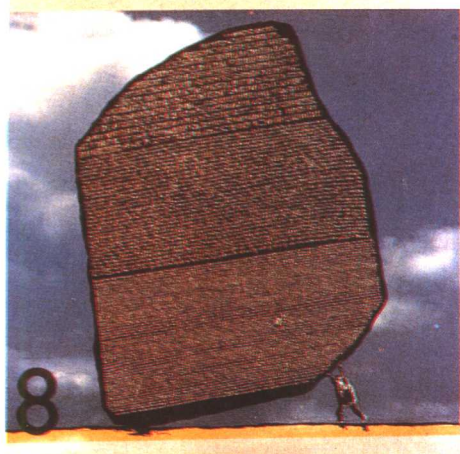


拼合是现代美术设计常用的蒙太奇组合法，拼合不是把毫无联系的东西随意组合，而是利用事物间的相互关系进行组合拼接，形成非现实的或悖于常识的构思，展现出浪漫奇异的境界，以幻想的非现实的手法来加强作品的视觉化印象，创造出奇情的浪漫画面，表现出深广的艺术境界。

現代のエスプリ 文化人類学の思想

編集・解説 岡 三雄

NO.193



a



Get Your Communications In Tune

The Emerson 3881100s — stereo program-controlled PHS for up to 32 extensions

b



c



d

图例：

a、《现代精神》封面设计。

b、把电话与号组合在一起，标题：“使你的交谈更和谐”。

c、小原流派插花展的招贴，标题：“与风景的对话”。

d、借用雄鸡形象比喻“早市”。



a



c



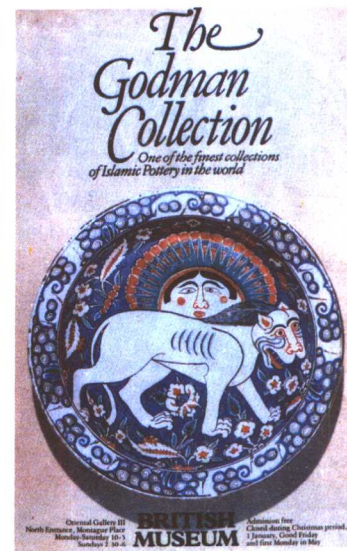
f



b



d

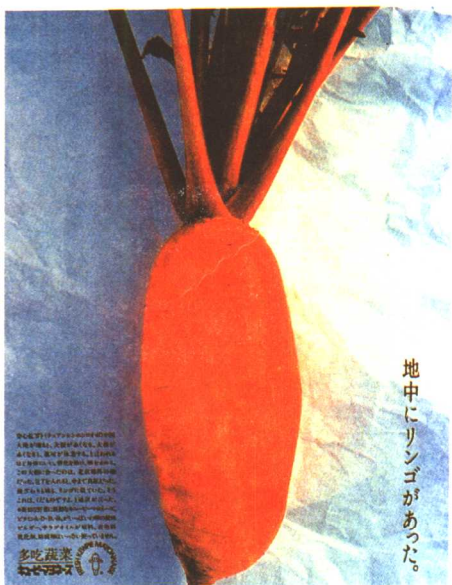


g

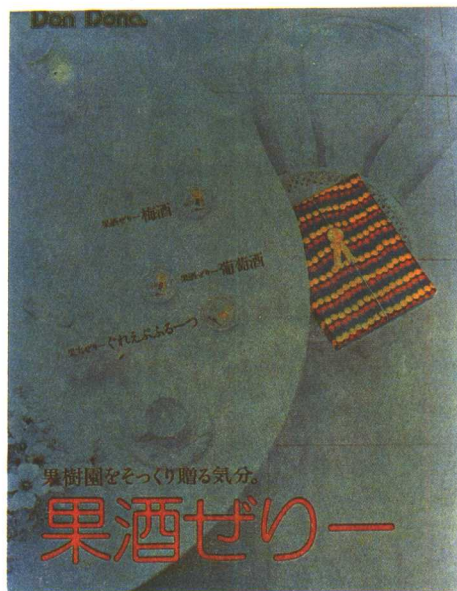


e

- 图例：a、防晒霜的招贴，标题：“光藏不行”。
- b、日本电通公司新设机构的宣传画。
- c、瑞士班利公司生产的鞋的广告，标题：“锦上添花。”
- d、索尼公司利用压力测试的场面构成广告画面，以增加消费者的信任感。
- e、蔬菜与现代化摩天大楼结合在一起，标题：“植物有着消除紧张感的力量。”
- f、招贴：非洲是早餐。用面包拼成非洲的地形。
- g、英国博物馆的招贴画，标题：“世界上伊斯兰陶器最好的藏品”。



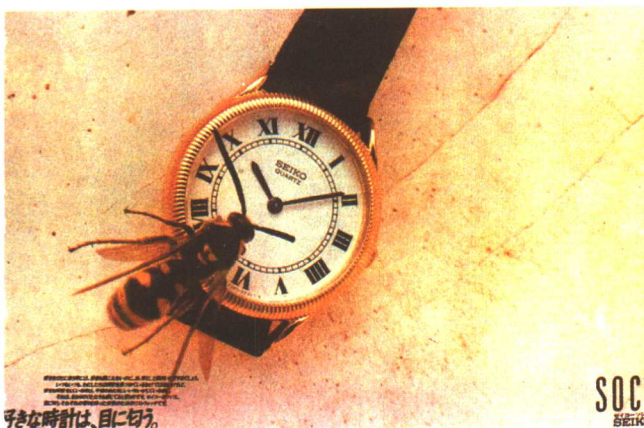
a



b



f



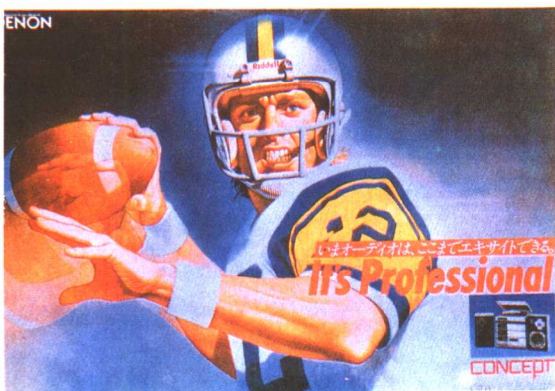
SOCHI
展



d



g



e

图例:

- a、多吃蔬菜宣传招贴，标题：“地里有苹果。”
- b、果酒招贴，标题：“就象送给您一个果树园。”
- c、精工表广告，瞧！蜂子竟然被表的华美所吸引。标题：“你所喜欢的表啊，引人注目。”

d、日本印刷展的招贴。

e、借运动员掷球的英姿勃发的形象宣传音响产品，标题：“声音可以激发到如此的程度。”

f、手表广告，时间是运动的，富有动感的画面会使您想的更深更远。

g、电视广告：松下电器产业微型电池、灯泡广告。