

试卷代号:2492

座位号

中央广播电视大学 2006—2007 学年度第二学期“开放专科”期末考试

网络编辑等专业 网站美工设计基础 试题

2007 年 7 月

题号	一	二	三	四	总分
分数					

得分	评卷人

一、填空题(每空 2 分,共 20 分)

- 素描是一种以\_\_\_\_\_为目的的课程,是培养人通过视觉去思考与反应客观的基本能力。
- 明暗是表现物象\_\_\_\_\_的重要视觉要素之一。
- 质感是指物体具有的材质特征性所形成的\_\_\_\_\_感应。
- 肌理是指物质的表面纹理和\_\_\_\_\_构造。
- 环境色是指物体受光后,由于周围环境影响对该物体产生的\_\_\_\_\_现象。
- 色相距离在 15° 以上,45° 左右的对比,称为\_\_\_\_\_,是较弱的色相对比。
- 图像色调的调整指的是图像中的\_\_\_\_\_,或者简单来说就是指图像的亮灰度。
- 平面构成是设计的准备阶段。在这个阶段里,学习如何从\_\_\_\_\_提取造型元素,以及如何运用观察能力、理解分析能力、判断能力、表现能力创作作品。
- 骨骼的作用在于把基本形按一定的秩序和规律进行排列,骨骼决定了基本型在\_\_\_\_\_的关系。
- 标志是代表特定的事物或机构,并具有特殊含义或象征意义的符号,是被标志物形象的\_\_\_\_\_与浓缩。

得 分	评卷人

二、名词解释(每题 5 分,共 20 分)

1. 研究性素描
2. 加色混合
3. 商标
4. 位图图像

得 分	评卷人

三、简答题(每题 10 分,共 30 分)

1. 简述球体的结构素描写生方法步骤。
2. 简述什么是色彩的心理与生理。
3. 简述面的形态和特点。

得 分	评卷人

四、论述题(每题 15 分,共 30 分)

1. 论述绘画素描与设计素描的区别与联系。
2. 论述广告设计的策略及产生创意的整个过程。

试卷代号:2492

中央广播电视大学 2006—2007 学年度第二学期“开放专科”期末考试

网络编辑等专业 网站美工设计基础 试题答案及评分标准

(供参考)

2007 年 7 月

一、填空题(每空 2 分,共 20 分)

1. 基本能力培养
2. 立体空间
3. 视觉
4. 质地
5. 反射或折射
6. 邻近色对比
7. 彩色或灰度的分布
8. 具象型态中
9. 构图中彼此
10. 特征、信誉、文化的综合

二、名词解释(每题 5 分,共 20 分)

1. 研究性素描主要指素描基础训练课程,例如石膏几何形体素描、静物素描、人物素描以及为一定的专业设计配合、具有一定单纯性研究趋向的设计素描。其具体样式还可以从造型的不同语言来区别,例如全因素素描、结构素描、县素描等。

2. 加色混合也称为色光混合。它是以三原色红(朱红)、绿(翠绿)、蓝(蓝紫)为基本色光进行混合的,三原色光可以混合出任何色光,而任何色光却不能混合出三原色,而任何色光却不能混合出三原色,色光混合的色彩成分越多,合成的色彩明度越高,因此成为加色混合。

3. 商标是用于商业流通活动中的标志,它是创造企业形象最重要的手段。

4. 由像素排列组合成图像的方式称为位图方式,有位图方式形成的图像被称为位图图像。

### 三、简答题(每题 10 分,共 30 分)

1. (1)确定位置,划出球体的外形;  
(2)划出球体的透视关系;  
(3)分析球体的内部结构、透视关系;  
(4)进一步深入分析球体的内部结构、透视关系;  
(5)加强线条的强弱,加强球体的结构、透视及体积感直至完成。

2. 色彩与人的生活密切相关,自然界中的任何颜色都会使人的心理或生理产生不同的感受,甚至会直接影响到人的情绪及工作效率。由于人们各自的生活经验、年龄特征、性格特点以及文化背景等反方面因素的差异性,因此,对色彩的反应程度也各不相同。

3. 在几何学中面是线移动所产生的轨迹。面具有长度,无厚度,是体的表面。面占据的空间位置多,所以比点和线的视觉冲击力更强,面可分为几何形和自由性两大类。

### 四、论述题(每题 15 分,共 30 分)

1. 联系:绘画素描和设计素描都是基于构图、比例、形体、结构、明暗、透视、空间、形态等来表现物体的。

区别:绘画素描侧重于明暗色调(黑白灰关系)、光影规律、动植物与人的生理解剖结构、头像的骨骼结构与神态特征,表现上就有写实性、模仿性、客观性。在素描的应用上,侧重于主题性和社会价值的素描创作,在审美价值上更追求纯粹的视觉观赏性价值。

设计素描服务于产品造型的构思、创意与造型设计,其侧重于物体的结构与构造、功能与使用、材料与质感、创意与意象,在表现上采用适合于阐释产品价值并甚具视觉语义的结构线、质地的精致刻画,运用夸张、变异、归纳与抽象等视觉语言与形式处理。在风格形式上更加体现意念、精神价值、情感流露。

2. 策略:(1)市场定位(2)功能定位(3)品质定位(4)价格定位(5)是非定位(6)逆向定位  
过程:

- (1)收集原始资料:一方面是眼前问题所需的资料,另外是从平时所累积的一般知识资料
- (2)用心智去仔细检查这些资料
- (3)深思熟虑的阶段:让许多重要实物在有意识的心智之外去做综合的工作
- (4)实际产生创意:找到创意的阶段

(5)创意的产生:要经过足够的前期积累,积累越丰富,创意产生的机会越大,要求第一对世界上所有问题都有一种兴趣,第二广泛浏览各门学科的资料。一旦深入广泛的研究产品与其消费者之后,几乎都能发现在每种产品与某种消费者之间存在着各种相关联的特性,这种相关联的特性就可能产生创意。