

<<产品的语意>>

图书基本信息

书名：<<产品的语意>>

13位ISBN编号：9787112108220

10位ISBN编号：7112108225

出版时间：2009-6

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：张凌浩

页数：170

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：<http://www.tushu007.com>

<<产品的语意>>

内容概要

《产品的语意》（第二版）在原有特色的基础上，进一步突出理论的系统性和应用研究的具体结合，对产品语意学（或设计符号学）从宏观、中观到微观层面上展开深入探讨。其主要内容包括产品符号：另一种语言表达；意义呈现：产品语意的构成；语用：产品语意的传播与理解；走向多元的设计语意叙述；诗意的语构：语意学的产品设计，延续与更新等，并附有多个设计研究课题。

本书作为普通高等教育“十一五”国家级规划教材之一，适用于高等院校工业设计专业、艺术设计专业本科和研究生的产品语意学、设计符号学等相关课程的教学，也可以供设计艺术领域本科生、研究生及企事业单位设计及科研人员做参考之用。

<<产品的语意>>

书籍目录

代序前言第一讲 导论 从符号学到产品语意学 国内外研究的现状 产品语意学的价值与意义 展望：一种创造性设计的新视野第二讲 产品符号：另一种语言表达 符号与符号学理论的发展 产品：作为有意义的符号 构成与运作 产品要素的符号性 产品语意学兴起的背景第三讲 意义呈现：产品语意的构成 理解的意象 外延性意义 内涵性意义 课题研究商业品牌语意的延续研究——品牌体验下的附属产品设计第四讲 语用：产品语意的传播与理解 产品符号传达的模式 设计编码 设计解码 情感性意义的诠释——多元的评价 有效的意义传播 课题研究主题性产品语言的研究第五讲 走向多元的设计语意叙述 现代与后现代设计的差异 设计作为一种叙述 从辨认、表情的需要到文化符码 课题研究音乐表情与产品风格研究——个性化的CD播放器设计第六讲 诗意的语构：语意学的产品设计 产品语意派的分类 目标的展开 语意学的设计运用 案例研究——寻找生活的记忆第七讲 延续与更新 地域文化背景下的产品语意研究 课题研究历史印记——唐或其他朝代 课题研究和——中国传统文化再设计研究 课题研究数字产品设计中的符号学互动分析研究后记参考文献

<<产品的语意>>

章节摘录

第一讲导论从符号学到产品语意学符号学(Semiotics)是当代人文科学最前沿的学术理论之一,它是研究符号系统的学问,它本身的历史可以追溯到古希腊医学领域的疾病症状诊断的范畴。

而现代符号学的概念和系统理论经过了索绪尔(Ferdinand de Saussure)、皮尔斯(Peirce)、莫里斯(Morris)、马克思·本泽(Max Bense)、鲍德里亚(Jean Baudrillard)、艾柯(Umberto Eco)等许多哲学家的发展,目前较为规范的定义是在1969年1月国际符号学协会(IASS)建立时被制定的,即是研究符号的一般理论的学科,包括符号的本质、符号的发展规律、符号的各种异议、各符号之间的相互关系、符号与人类互动的各种关系(罗兰·巴特《符号学美学》董学文、王葵中译本)。

“作为跨学科方法论,正在成为当代社会人文科学认识论与方法论探讨中的重要组成部分,其影响涉及一切社会人文科学”。

受索绪尔和皮尔斯在符号学系统研究方面的启发,最早在20世纪50年代末,意大利的艾柯、斯卡维尼(Scalvini)、建筑师福斯柯(de Fusco)等展开建筑符号学的研究,探讨把建筑元素看作是语言的词语。60年代文丘里(Robert Venturi)在其基础研究《建筑的复杂性与矛盾性》(1966年)中明确指出应以有意义的建筑抵制国际主义风格,而以建筑作为对象的符号学研究是有效的途径。

<<产品的语意>>

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:<http://www.tushu007.com>