

<<设计的意蕴>>

图书基本信息

书名：<<设计的意蕴>>

13位ISBN编号：9787302133698

10位ISBN编号：7302133697

出版时间：2006-8

出版时间：第1版 (2006年8月1日)

作者：王方良

页数：80

字数：155000

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>

<<设计的意蕴>>

内容概要

本书采用符号学的观点和现象学的分析方法，从概念的辨析和设计观念沿革的追溯人手，对产品意义问题进行了研究。

文中总结了产品的三大意义特征，划分了产品意义的层次结构，并对具体的产品形态语意进行了解析和阐释，提出了产品语意塑造的多条原则。

最后，对产品形态的语意认知和情感体验问题进行了分析和论述。

目的在于建构一个使设计师能透过浮夸表象，直触设计问题本身的有效方法体系，并以此为人们提供对于产品意义解读的策略和产品合理造型的指导原则。

在设计已超越了功能需求而进入感性需求，人们的价值取向日趋多样化的当代社会，希望本书的研究能弥补各设计理论在探讨产品意义方面的一些不足，使设计师得以从一个全新的视角审视设计问题，并对产品的造型设计有所裨益。

本书适合工业设计、家具设计、环境艺术设计、建筑设计等专业的教师、研究人员及本科生和研究生阅读、参考。

<<设计的意蕴>>

书籍目录

绪论第1章 产品意义的概念辨析 1.1 何谓产品 1.2 何谓意义第2章 产品意义的观念沿革 2.1 设计的萌芽及意义的创生 2.2 设计的发展及意义的演化 2.3 劳动的分工及设计的繁荣 2.4 机器工业的出现及设计的变革 2.5 现代主义设计思想体系的确立 2.6 现代主义之后设计观的衍生及异化第3章 产品意义的符号特征 3.1 符号学概述 3.2 符号化的产品及其意义特征第4章 产品意义的层次结构 4.1 相关领域对意义层次的探讨 4.2 产品意义层次结构的划分第5章 产品形态的语意解析 5.1 形态解构的原则与方法 5.2 设计符号的语意传达方式 5.3 设计符号的语意特征第6章 产品形态语意的阐释 6.1 功能性语意 6.2 示意性语意 6.3 象征性语意 6.4 关联性语意 6.5 情感性语意 6.6 表征性语意 6.7 美观性语意 6.8 质料性语意第7章 产品语意的塑造原则 7.1 符合产品的功能和目的 7.2 符合自然规律和造物法则 7.3 符合人的生理、心理特征和行为习惯 7.4 符合特定地域人群的民俗文化 7.5 把握时代感和价值取向 7.6 传达积极的语意信息 7.7 突出主体语意的诉求 7.8 与既有产品形成一定的语意延承第8章 产品形态语意的认知 8.1 认知活动的发生原理 8.2 产品语意认知的发生机制第9章 产品意味的情感体验 9.1 产品意味的存在 9.2 体验的发生及意味的生成结语主要参考文献

<<设计的意蕴>>

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>