

## <<数字角色形象设计>>

### 图书基本信息

书名：<<数字角色形象设计>>

13位ISBN编号：9787562145547

10位ISBN编号：7562145547

出版时间：2009-8

出版时间：西南师范大学出版社

作者：沈巾力

页数：104

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>

## <<数字角色形象设计>>

### 内容概要

本书主要以数字角色形象设计的基本构成原理与特性为编写结构依据，通过对角色自身形象和它所包含的文化传统、社会风俗、人类意识与行为，分析得出数字角色形象的设计要素与应用范围，从多元化文化特征入手，分析符号化造型语言在角色创作中的表达的同时，也以国内外成功数字角色形象塑造为案例，探讨了数字角色塑造在视觉传达设计推广创作中的重要作用。在数字角色形象设计的步骤和方法上主要从技术、技巧和步骤方面进行解构，最终落实到数字角色形象的推广目的、时机和市场。

## &lt;&lt;数字角色形象设计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 概述 第一节 数字角色的基本概念 一、虚拟形象的象征意义 二、传媒推广的形象代言 三、数字图像技术的支撑 四、当代视觉传播的需求 第二节 数字角色形象的可塑性 一、理想的视觉形象塑造 二、赋予万物以生命象征 三、避免现实的失误与变迁 四、提升价值与降低成本 第三节 数字角色形象的应用 一、公益事业的形象推广 二、大型活动的形象推广 三、企业文化的形象推广 四、商业品牌的形象塑造 五、社会公众的形象代言 六、个性角色的形象表现 教学导引第二章 数字角色形象策划与定位 第一节 数字角色形象策划论证 一、数字角色代言的原形特征 二、数字角色面向的受众特征 三、数字角色形象的象征意义 四、数字角色塑造的可能性 五、数字角色形象的传播方式 六、数字角色形象传播的持续性 第二节 数字角色形象的定位 一、数字角色形象的价值取向 二、数字角色形象的精神风貌 三、数字角色的象征物选择 四、数字角色塑造的基本原则 教学导引第三章 数字角色形象的设计塑造 第一节 数字角色形象造型要素 一、对数字角色象征物的解析 二、提取典型的视觉元素 三、对视觉元素进行加工创造 第二节 数字角色形象塑造 一、角色形象草图表达 二、角色形象表情设计 三、角色形象动作设计 四、角色形象色彩设计 五、角色形象典型场景设计 六、选择数字图像制作方法 七、数字角色形象表现 八、数字角色运动表现 九、数字角色音效设计 十、数字角色形象媒体合成 第三节 数字角色应用测试 一、数字角色形象单体测试 二、数字角色形象媒体应用测试 三、数字角色形象受众反映测试 教学导引第四章 数字角色形象的推广 第一节 数字角色形象推广计划 一、数字角色形象推广时机 二、数字角色形象推广手段 三、数字角色形象推广媒介 四、数字角色形象推广效果测试计划 第二节 数字角色形象媒介推广特点 一、电视媒体 二、网络媒体 三、印刷媒体 四、手机媒体 五、广播媒体 六、角色形象的实体媒介 第三节 数字角色形象推广要点 一、树立正面形象 二、塑造生命活力 三、建立互动关系 四、附加形象衬托 五、全方位的推广 六、形象推广的累加效应 教学导引后记主要参考文献

## <<数字角色形象设计>>

### 章节摘录

第一章 概述正如美国评论家弗雷德里克·詹姆森所说：“我们开始生活在一个不断发展的时代，在这个时代里传统正在不断地消失。

”这个时代是“可以用各种说法来概括的一个新的社会，后工业社会、跨国资本主义、消费社会、信息社会……新的消费模式，有计划的人为的商品废弃，服装时尚日益加快地交换节奏，广告的渗透，电视和传播媒体在社会中前所未有的普及……”。

在这个日益变化着的时代，数字角色形象开始快速地融入了大众生活，随时随刻地追逐着人们的视线，吸引着人们的眼球，引领着人们新的生活方式，成为时尚传媒的社会潮流和独具魅力的时代宠儿。数字角色形象在当代信息传播中不仅作为形象代言，加强了信息交流沟通的效率和效益，还塑造了视觉文化的时代特征，成为当代视觉传达设计中不可或缺的重要内容，并可生产为人们喜闻乐见的商品，从数字媒体延伸到了现实生活之中，其应用的范围越来越广。

如Pucca（中国娃娃）是韩国VOOZ公司创作的数字角色形象，诞生以来在韩国掀起Pucca热潮，随后通过网络媒介红遍全亚洲，成为超人气数字角色明星。

<<数字角色形象设计>>

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>