

<<产品创意的核心构成>>

图书基本信息

书名：<<产品创意的核心构成>>

13位ISBN编号：9787112117925

10位ISBN编号：7112117925

出版时间：2010-7

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：傅桂涛 编

页数：155

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>

<<产品创意的核心构成>>

内容概要

产品有自己固有的内在结构体系，它不因外在的现实因素而变化。

这种体系不是产品独有的，而是作为一切人为事物的内在规律客观存在的。

本书就试图寻找在产品这个文本的创作上，那些基于人的天然同一性的核心感染力元素，以供我们作为创作的参照。

既然这个核心是一种关系框架，那它一定是某些基本元素关联形成的一个逻辑整体。

关系是知识的本质，也是我们内心天然的理性和智慧的本质。

同时，这个核心体系一定可以用来解释设计现象、指示设计创意的基本路径。

<<产品创意的核心构成>>

书籍目录

上篇 产品的意境 导言——寻找创意的核心 第一章 从意义到意境 1.1 意义的产生 1.2 意境的产生 1.3 意境与语境 1.4 创意的基本语境 第二章 经验语境的特点与应用 2.1 经验语境的定义与特点 2.2 经验语境的几种典型范式 2.2.1 类比产品外延意义 2.2.2 引申产品外延意义 2.2.3 置换产品外延意义 2.3 经验语境的应用原则 2.3.1 经验事件的可视觉再现性 2.3.2 经验符号的有效性 2.3.3 经验符号的纯粹性 2.3.4 语境文本的纯粹性 第三章 交互语境的特点与应用 3.1 交互语境的定义与特点 3.2 交互语境的几种典型范式 3.2.1 行为——外延范式 3.2.2 情感——内涵范式 3.2.3 共生交互 3.2.4 界面交互 3.3 交互语境的应用原则 3.3.1 挖掘产品内在秩序慎用加法 3.3.2 以交互为中心运用基本语境 3.3.3 坚持两个基本点 3.3.4 保持文本的纯粹性 第四章 客体表达语境的特点与应用 4.1 客体表达语境的定义与特点 4.2 客体表达语境的典型范式 4.2.1 客体物性的表达 4.2.2 客体秩序的表达 4.2.3 环境要素的表达 4.3 客体表达语境的应用原则 4.3.1 利用秩序建立情境 4.3.2 无为而为 4.3.3 作为其他基本语境的内在结构 第五章 语境的共生 5.1 基本语境的元素特征 5.2 基本语境的共生关系 5.3 基本语境的差异与针对性 5.4 整合基本语境的设计思路 第六章 基本语境作为方法论基础 6.1 作为联系、借鉴其他艺术文本的参照系 6.2 作为观察造物历史的参照系 6.3 基本语境与人为事理 下篇 产品的形式 导言——章法比想法更重要 第七章 边界 7.1 边界的含义 7.1.1 边界的广义内涵 7.1.2 产品形式设计中的边界 7.1.3 产品形式设计的边界法 7.2 边界法的基本思路 7.2.1 再分边界 7.2.2 整合边界 7.2.3 强化边界 7.2.4 超越边界 7.3 边界的归纳与演绎 7.3.1 交错归纳 7.3.2 相关归纳 7.3.3 边界的多义演绎 第八章 边界与形式的内在秩序 8.1 边界与虚实的秩序 8.2 边界与动势的秩序 8.3 边界与图底的秩序 8.4 边界与维度的秩序 第九章 结构 9.1 结构 9.2 结构与特征 9.3 结构的形成 结语 参考文献

<<产品创意的核心构成>>

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>