第一图书网, tushu007.com

<<设计符号与产品语意>>

图书基本信息

书名：<<设计符号与产品语意>>

13位ISBN编号：9787112142941

10位ISBN编号：7112142946

出版时间：2012-8

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：胡飞,杨瑞

页数：241

字数：335000

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

<<设计符号与产品语意>>

内容概要

胡飞、杨瑞编写的《设计符号与产品语意：理论、方法及应用(第2版)
》较为全面地介绍了设计符号学和产品语意学的基础理论和方法。
上篇为设计符号学基础理论，界定了设计符号学的基本概念、建构逻辑、研究价值和基本原则，解析了设计中的图像性符号、指示性符号和象征性符号，划分了设计符号的明示意义、隐含意义和意识形态及其形变，解析了设计中的隐喻、换喻、提喻和讽喻。

下篇为产品语意学基础理论，梳理了产品语意学的核心观念、发展脉络、研究背景和历史评价，介绍了产品语意的分析方法和设计程序。
附录编译了部分国外设计符号学前沿研究。

《设计符号与产品语意：理论、方法及应用(第2版)》适用于设计学研究生(包括工业设计、环境设计、视觉与媒体设计、信息与交互设计等专业)
和设计行业的从业人员阅读，也可作为普通高等院校设计学专业本科相关课程(如设计符号学、图形符号学、产品语意学等)的教学参考书。

第一图书网, tushu007.com

<<设计符号与产品语意>>

书籍目录

第1章　符号：走进意义的丛林
1.1　意义与符号
1.2　现代符号学的阵营与脉络
1.3　设计符号学的可能？

第2章　设计符号的类型
2.1　皮尔士的符号分类理论
2.2　设计中的图像性符号
2.3　设计中的指示性符号
2.4　设计中的象征性符号
2.5　网站导航设计中的指示性符号
第3章　设计符号的意义及其形变
3.1　明示意义
3.2　隐含意义与迷思
3.3　意识形态
3.4　意义的形变
第4章　设计中的修辞
4.1　当代设计的修辞转向
4.2　设计中的隐喻
4.3　设计中的换喻
4.4　设计中的提喻
4.5　设计中的讽喻
第5章　产品语意学及其脉络
5.1　现代符号理论在设计中的应用脉络
5.2　产品语意学及其发展
5.3　产品的语意
5.4　专题：产品的功能语意
第6章　产品语意学的研究背景
6.1　产品语意学的哲学背景
6.2　产品语意学的时代背景
6.3　产品语意学的文化背景
6.4　产品语意学的设计背景
第7章　产品语意的分析与运用
7.1　产品语意分析的原则与方法
7.2　基于使用情境的产品语意设计程序
7.3　产品语意设计程序的探索
第8章　产品语意学的再思考
8.1　产品语意学之局限性
8.2　从历史关系中认识产品语意学
8.3　中国设计中的符号与语意
第9章　附录：设计符号学前沿译介
9.1　符号、品牌与哲学
9.2　符号、知识产权与品牌发明
9.3　符号社区
9.4　物的符号分析

第一图书网, tushu007.com

9.5　互动环境中的认知符号学路径
参考文献

第一图书网, tushu007.com

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