

<<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。

<<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

9.5 互动环境中的认知符号学路径
参考文献

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>