第一图书网, tushu007.com

<<产品形态语意>>

图书基本信息

书名：<<产品形态语意>>

13位ISBN编号：9787564018320

10位ISBN编号：7564018321

出版时间：2008-9

出版时间：北京理工大学出版社

作者：陈炬 编

页数：121

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

内容概要

产品语意学的目的是研究产品形态创新，准确传递产品信息。
产品语意由不同学科交叉糅合而成，是以产品设计为基础，结合符号学、心理学、诠释学和传播学等理论知识发展而来。
面对如此庞大深奥的理论体系，《产品形态语意》本着通俗易懂、深入浅出的宗旨，以案例分析为主，使学生尽快掌握形态语意的设计方法。
内容包括产品语意学的起兴、产品与符号、产品形态的语意分析、产品形态语意的传达、产品形态语意设计的原则与程序等。

<<产品形态语意>>

书籍目录

产品语意学的兴起1.1　产品语意学的概念1.1.1　产品语意学的发展1.1.2　产品语意学的作用1.2　产品语意学产生的时代背景1.2.1　科技背景1.2.2　经济背景1.2.3　文化背景1.3　产品语意学研究的目的1.4　产品语意学的局限产品与符号2.1　符号学概述2.1.1　符号的概念2.1.2　符号的演变2.2　设计与符号学2.2.1　设计符号的功能2.2.2　设计符号的特性2.3　产品符号的意义2.3.1　产品即符号2.3.2　产品符号学与产品设计2.3.3　产品符号学分类2.3.4　产品符号学的层次性产品形态的语意分析3.1　产品形态的构成3.1.1　点3.1.2　线3.1.3　面3.1.4　体3.2　产品形态语意的解构3.2.1　产品形态是语意的载体3.2.2　产品形态的外延和内涵意义3.3　产品形态语意传达的方法3.3.1　产品形态语意的认知3.3.2　编码和解码3.4　产品形态语意的分类和意义3.4.1　指示性语意3.4.2　象征性语意产品形态语意的传达4.1　指示性语意的传达4.1.1　功能指示语意的传达4.1.2　使用指示语意的传达4.2　产品语意象征传达4.2.1　产品语意情感传达4.2.2　产品语意个性传达4.2.3　产品语意意义传达产品形态语意设计的原则与程序5.1　产品形态语意设计原则5.1.1　符合产品的功能和目的5.1.2　符合形式美法则和行为习惯5.1.4　符合特定地域人群的民俗文化5.1.5　把握时代感和价值取向5.1.6　突出主体语意的诉求5.1.7　与既有产品形成一定的语意延承5.2　产品形态语意设计程序5.2.1　用户研究、背景分析阶段5.2.2　语意分析、语意整合阶段5.2.3　语意提炼、设计展延阶段5.2.4　产品语意设计中的构思手法参考文献后记

<<产品形态语意>>

章节摘录

产品语意学的兴起　1.1　产品语意学的概念　产品语意学（Product Semantics）是20世纪80年代工业设计界兴起的一种设计思潮，通过各地学者和企业设计师的大力推动，在80年代中期成为遍及全世界的设计潮流，给当时沉闷的现代主义设计带来灵感，深刻地影响了当代产品设计发展。

语意（Semantic）即语言的意义，产品语意学（Product Semantics）则是研究产品语言（Product Language）的意义的学问。

其理论系统深受世界哲学体系的影响，在1950年德国乌尔姆造型大学的“符号运用研究”中初具其形，更远可追溯至芝加哥新包豪斯学校的查尔斯（Charles）与莫理斯（Morris）的记号论。

1.1.1　产品语意学的发展　自1976年开始，设计师格鲁斯（Jochen Gros）有关产品语言的理论开始接近了产品语意学的概念。

他认为：产品语言（产品的意义）与文化情境（技术、经济、生态、社会问题、生活方式）有关，意义是在设计和情境的基础上建立而来的。

这一概念于1983年由美国的克里彭多夫（Klaus Krippendorf）和德国的布特教授（Reinhardt Butter）明确提出，他们选用“语意”这个词汇来强调设计意义的传达过程。

他们认为产品的概念如同一段文字，是有意义的，从而批判了现代主义关于空白设计的理论。

克里彭多夫强调的是社会意义，布特教授则更重视实际，主张一步一步来修改设计。

自1984年始，设计师与心理学家、信息传播学家进一步扩展了产品语意的概念。

这一年的IDMA：Ft]物“Innovation”即以产品语意为主题制作专辑。

各专家学者除了对产品语意学做出不同的诠释外，都不约而同反省到现代主义。

现代主义设计强调产品的机能导向，以产品为中心的思考模式取代了以人为中心的思考模式。

在功能论的影响下，人为了适应新的科技.被动接受新的训练，直到能够适应，从而导致物（技术性）凌驾于人情感之上的局面。

因此，如果把产品语意学视为“后现代主义”中关于“现代主义”反动下的思潮，是有其历史意义的。

（见图1.1～图l.3）　同年，在美国克兰布鲁克艺术学院（Cranbrook Academy of Art），由美国工业设计师协会（IDSA）所举办的“产品语意学研讨会”给出了这样的定义：产品语意学是研究人造物的形态在使用情境中的象征特性，以及如何应用在工业设计上的学问。

它突破了传统设计理论将人的因素都归入人机工程学的简单作法，扩宽了人机工程学的范畴突破了传统人机工程学仅对人物理及生理机能的考虑，将设计因素深入至人的心理、精神因素。

……

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