

<<视觉传达设计原理>>

图书基本信息

书名：<<视觉传达设计原理>>

13位ISBN编号：9787111336020

10位ISBN编号：711133602X

出版时间：2011-5

出版时间：机械工业出版社

作者：郭振山 主编

页数：287

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>

<<视觉传达设计原理>>

内容概要

本书是“高等院校设计艺术类专业创新教育规划教材”之一。其内容翔实、结构层次清晰。将视觉传达设计的原理进行整合，借鉴传播学、符号学、视觉心理学等理论的研究成果将内容分为6章，包括视觉传达设计概述、视觉传达设计的主导要素、视觉传达设计的形式原理、视觉传达设计的领域、视觉传达设计与广告、视觉传达设计的媒体范畴等内容，较全面地涵盖了视觉传达设计的理论与实践。各章图文并茂，每章后面都附有小结，思考题与习题，便于学生深入理解各章相关知识，掌握视觉设计方法与设计技能，提高运用所学解决设计问题的能力。

本书既可供高等教育本科艺术设计专业教学使用，也可供成人教育及广大美术爱好者使用。

<<视觉传达设计原理>>

书籍目录

出版说明

前言

第1章 视觉传达设计概述

1.1 视觉生理与视觉心理

1.2 视觉思维

1.3 视觉传达设计的概念

1.4 视觉传达设计的发展历程

1.5 视觉传达设计的社会文化价值

第2章 视觉传达设计的主导要素

2.1 视觉语言的表达形式与规律

2.2 图形与视觉传达设计

2.3 色彩与视觉传达设计

2.4 文字与视觉传达设计

2.5 编排与视觉传达设计

第3章 视觉传达设计的形式原理

3.1 视觉图像

3.2 视觉语义

3.3 视觉传达

第4章 视觉传达设计的领域

4.1 企业识别系统设计

4.2 包装设计

4.3 装帧设计

第5章 视觉传达设计与广告

5.1 广告设计的概述

5.2 广告计划与创意

5.3 广告的视觉传达

第6章 视觉传达设计的媒体范畴

6.1 印刷媒体

6.2 影像媒体

6.3 户外媒体

6.4 新媒体

参考文献

<<视觉传达设计原理>>

章节摘录

版权页：插图：在生产、生活中，我们作为具有社会属性的社会人，不是孤立存在的，必然要通过信息的传播来进行彼此的沟通与互动。

相互交流沟通不受时空限制的最为有效的途径就是通过视觉媒介来获取信息。

视觉媒介的信息传播对于我们来说是最直接、最便捷，也是应用最广泛的传播方式。

研究表明，人类65%~70%的资讯来自于视觉信息，20%来自于听觉信息，只有大约10%的资讯来自于触觉信息。

通过视觉进行信息交流与传播是人类基本的生存手段。

眼睛是通往大脑最为直接的信息通道，人类通过眼睛观察世界。

人们的思维、意念、想法这些抽象的东西只有借助于声音、文字、图形、图像、物质等媒介才能表达出来，并被接收或接受。

其中，图形、图像、图式等视觉媒介就是负载着某种信息意念的视觉样式。

图形、图像、图式作为视觉媒介所采取的视觉样式是形式与内容、物质与精神的统一体，它既有视觉可以把握的具体形态，又有心灵可以捕捉的精神内涵。

这些视觉样式可以不受种族、地域、语言、文字的障碍而获得人类的共识。

视觉是人类获取外部信息的主要媒介，视觉传达的目标不仅是完成简单的视觉信息的传递，更是要给人以情感上的感染和满足，实现视觉沟通。

视觉传达设计就是要通过设计将视觉元素所包含的各种信息准确清晰地传达给受众，同时给予受众更多的审美享受。

<<视觉传达设计原理>>

编辑推荐

《视觉传达设计原理》为全国高等院校设计艺术类专业创新教育规划教材之一。

<<视觉传达设计原理>>

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>