

<<视觉传播>>

图书基本信息

书名：<<视觉传播>>

13位ISBN编号：9787301212561

10位ISBN编号：7301212569

出版时间：2012-10

出版时间：北京大学出版社

作者：张浩达

页数：271

字数：256000

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>

## <<视觉传播>>

### 内容概要

信息时代，视觉传播是一个新的、不断发展的概念，它正在从艺术设计的领域走向大众传播的领域，透过计算机技术和网络媒介，这个概念原有的内涵悄然发生了变化。只要谈到“文化产业”、“文化创意”、“网络经济”、“注意力经济”和“眼球经济”，都会涉及到视觉传播的概念。

那么，视觉传播与视觉思维、视觉传达设计以及视觉文化是一种什么关系呢？

作者将自己十几年的教学工作与社会实践工作的研究成果集合在一起，从学理的角度和应用的角度做了深入浅出的阐释和解读。

作为一门交叉学科，视觉传播涉及的范围十分广泛，张浩达编著的《视觉传播》内容体现了这一特点：既交叉又定位清晰。

本书读者层定位在文化管理、文化产业、视觉设计、媒体传播、广告策划和艺术品经营领域工作的人群，帮助读者打通相关专业领域的思维通道，使思维和见解更加深刻。

本书也适合在与艺术相关领域学习的学生，以及对艺术相关领域有爱好的朋友，帮助读者以更加专业的眼光创作视觉艺术作品、读解视觉艺术作品以及由视觉艺术作品带来的社会文化现象。

## <<视觉传播>>

### 作者简介

张浩达，北京大学信息管理系视觉传播学副教授；河北大学新闻传播学院兼职教授；中央美术学院城市设计学院外聘教授；北京舞蹈学院艺术传播系客座教授；北京信息科技大学人文社科系客座教授；北京科学技术协会科普信息化专家委员；科学与艺术数字博物馆课题组长；中国科技新闻学会科技传播研究会副秘书长。

主要教授课程《视觉传播学》、《视觉元素的动态组合》、《视觉圣经》、《广告学概论》、《广告实务》等。

著作：

《新媒体艺术论》高等教育出版社2006年；《简明广告学实用教程》第2版第2次印刷，北京大学出版社2005年；《广告设计课堂教程》天津人民美术出版社2005年；《视觉圣经——西方艺术中的基督教》社会科学文献出版社2001年；《新媒介与网络广告》科学出版社2000年。

### 省、部级奖励

1.第12届国际信息学奥林匹克竞赛活动，突出贡献奖(作为艺术总监)，2000年，中国科学技术协会颁发；北京市先进科普工作者，突出贡献奖，2004年北京市科委、北京市科协、北京市人事局颁发。

### 校级奖励

《广告学概论》课程获得北京大学教学改革一等奖，2004年北京大学颁发；北京大学“正大奖教金”优秀教师奖，2005年北京大学颁发；《广告学概论》课程获得中国科学院研究生院2006年优秀课程奖，中科院研究生院颁发。

## <<视觉传播>>

### 书籍目录

#### 第一编 媒体信息

一个新兴的交叉学科  
信息传播与数字媒体  
媒介信息与艺术传播  
视觉思维与逻辑思考  
螳螂捕蝉与视觉盲区  
新媒体制造的新问题  
广告行业的标王现象  
一元广告费与毛泽东  
大鲜肉包的启示意义

#### 第二编 艺术认知

I see不等于I Know  
艺术首先是一种理念  
艺术中国的政治波普  
企盼回归的艺术本体  
雕塑的内容信息扩展  
城市形象与公共艺术  
社会形态绑架的艺术  
视觉修辞的艺术作用  
后现代主义另类广告  
标志概念的视觉分类

#### 第三编 应用读解

从创意角度分析《保镖》  
近乎完美的《完美风暴》  
走向信仰的《圣女贞德》  
无原作的作品《创世纪》  
网络广告之《Ambush》  
科学艺术与信仰为伍  
使用视觉思维的方法  
确立研究专题和方向  
数字博物馆视觉设计  
伦敦奥运与文化传播

#### 参考文献

后记：感谢走过的路

## 章节摘录

4.视觉记忆引发的思考 (1)事物的本质 初中的政治课本就已经向我们强调了认识事物本质的重要性,但事实上我们在看待问题时又是否真的做到了这一点呢?

我们往往被复杂多变的表象所迷惑,停留在事物的表面,而不去进一步追究事物的内在结构和属性。俗语有“知人知面不知心”,也是阐明了认识事物难以掌握本质的道理。

这个探究本质的过程之所以难,一方面是缺少科学的方法和行之有效的途径,另一方面还取决于人自身的意识和思想。

方法可以靠学习和总结得来,但是思想和意识的提升只能靠自己的觉醒和反省。

而这个过程也是十分艰难的,首先要不怕吃苦,其次是要勤奋,懒人将一事无成,最后也是最重要的是要懂得思考并学会思考。

(2)理解和思考 年幼的我在最初看到那个人体肌肉标本面部的时候,并没有感到恐惧,但是却不敢多看那双微睁着的眼睛。

现在想来一方面是因为未知世界的科学展示对“我”的强烈吸引战胜了我对“死人”的恐惧;而另一方面“睁开的眼睛”对于当时相信灵魂存在的“我”又是一种心理暗示,所以才会产生那种矛盾的心理。

人们在很多时候不能对周围环境做出客观真实的判断,这是因为他们的思想还没受到科学的教化,无法认识事物的本质和真谛。

科学知识的宣传与普及的目的就在于让人们获取真实的信息,并根据这些信息得出合理的结论。

这对于我们认识世界和改造世界是大有帮助的,所以我们要尊重科学,学习科学,宣传科学。

但是也不要盲目迷信科学,把一切都泛化到科学的范围之内。

尤其在我国大力提倡“科学发展观”的今天,我们要正确理解科学的含义,要对什么是科学的,什么是不科学的有一个明确的界定,不要误入歧途。

科学本身作为一种社会意识形态也必然会有其历史局限性,所以我们在用科学武装头脑的时候,也应该看清科学的本质,用客观公正的态度来对待科学,使其为我所用服务于社会。

.....

## <<视觉传播>>

### 编辑推荐

视觉传播学具有鲜明的传播学属性，同时也兼具视觉艺术的表现特征，它是对视觉信息的接受与发布系统及其表现和运行规律的研究，是一门典型的交叉学科。

视觉传播学主要研究信息视觉化的问题，其中包括视觉信息的内容，科学的视觉认知原理研究，也涉及到对受众群体的理性分析和对媒介技术的了解；同时研究视觉表现的艺术规律和传播过程，是基础性研究。

视觉传达设计则是对构成视觉内容的图形、图像设计与表达技巧进行具体研究。

视觉文化主要是对视觉现象进行宏观的结果性研究，研究视觉产品所带来的影响、后果与社会的文化关系等诸多领域问题。

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>