

<<设计信息学-视觉信息的设计传达>>

图书基本信息

书名：<<设计信息学-视觉信息的设计传达>>

13位ISBN编号：9787541032189

10位ISBN编号：7541032182

出版时间：2007-8

出版时间：四川美术

作者：励忠发

页数：272

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>

前言

乙酉年春节刚过，励忠发拿来了他写的《设计信息学》书稿请我过目。

作为一位设计师写了一本理论书，看来是下了一番工夫的。

励忠发是我教过的学生，算起来已是二十七年前的事了。

他具有良好的绘画基础和装饰能力，因此，为他的设计创造了一个多种样式、风格各异的表现手段。

他多年从事设计实践工作，应该说是一位有着丰富理论和实践经验的平面设计师。

忠发平时注意生活积累，讲求学习方法，运用举一反三的道理，触类旁通的思维方法，将知识转化为实际能力。

他在日本留学多年，获得了武藏野美术大学视觉传达专业的硕士学位。

但是，他没有被“东洋化”，在他的思想里仍然很“中国”，并融入于他的设计中。

他回国后的第一。

件设计作品就是“中国联通”的标志，借用了中国民间吉祥图案“盘长”，属性把握得很是贴切，视觉语言和形式都体现出了浓郁的中国风格。

搞设计离不开设计理论，好的设计理论又是从设计实践中总结出来的，两者不可偏废。

在目前设计界“浮躁之风”盛行的情况下，忠发能够静下心来作些设计理论的研究，实属不易。

他整理挖掘出一些关于视觉信息与设计方面的大小道理，对于当前的中国设计或多或少是会起到帮助作用的。

设计，特别是视觉传达设计，是“眼睛”的艺术。

要研究“眼睛”背后的道理，才能看明白设计的好坏缘由。

设计创意是一种视觉思维的活动方式，如果不去了解视觉在信息传达方面的功能作用，就不会很好地理解设计上的许多道理。

我曾提到过标志设计的八字方针：“易解、新颖、美感、适用”。

细说起来就是关于视觉信息传达的道理在标志设计方面的明确要求。

设计就像说话，不能含糊不清，词不达义，避免产生信息的误导现象，防止理解上的歧义和繁杂化。

许多的设计道理都是人们多年设计创作实践所积累的思想浓缩，而能够说出道理的设计就是通过思想分析而表现出来的创意成果，也才更具设计应用的文化价值。

目前，应当鼓励年轻的设计师们多学点设计理论，因为他们才是最有创造活力的设计群体，了解和理解设计上的更多道理，对于他们的创作将是十分有用的。

<<设计信息学-视觉信息的设计传达>>

内容概要

《设计信息学：视觉信息的设计传达》系统地介绍了设计信息学的基本知识。内容包括视觉学，信息学，记号学，传达学，视觉设计的要素，视觉设计的方法，视觉设计的创新等。

《设计信息学》内容丰富，讲解通俗易懂，具有很强的可读性。

作者简介

励忠发，一九五一年生于上海，一九七八年毕业于中央工艺美术学院（现清华大学美术学院），一九九一年取得日本武藏野美术大学视觉传达专业硕士学位，曾任中央工艺美术学院装潢系教员，现任上海、四川等多所大学美术和艺术学院的客座教授，日本平面设计家协会会员（JAGDA），现旅居日本，普通邮票《中国民居》的设计者，曾为“中国联通”“海通证券”“云南白药”等著名企业和品牌设计形象标志，并多次获得最佳企业形象设计的金奖，出版书籍有：《现代图形设计》《CI设计的春天》《记号、艺术、情报》以及散文集《樱花和相扑》等。

<<设计信息学-视觉信息的设计传达>>

书籍目录

一、设计信息学概述1.一门新兴的设计基础学2.设计信息学研究的对象3.设计信息学概念的界定4.设计信息学研究的方法视觉学二、视觉认识的发生【信息篇】1.视听觉认识过程2.视觉生理学原理3.视觉心理学基础4.视觉认知学现象信息学三、视觉信息的构成1.视觉信息的定义2.感性与理性信息3.信息认知的特性4.信息的文化象征记号学四、信息记号学理论1.视觉信息的记号学2.信息记号的语义论3.信息记号的关系论4.信息记号的实用论设计篇五、视觉设计的要素【设计篇】1.造型2.构图3.色彩4.节奏5.图形六、视觉设计的方法1.设计阶段2.设计思维3.设计方法4.设计开发5.设计评价6.设计管理七、视觉设计的创新1.内容与形式2.形式与风格3.功能与表现4.构思与创新5.互动与责任6.潮流与趋势传达学八、视觉设计的传达1.什么是传达2.传达生理学3.传达认知学4.传达广告学附录 实用记号附录 (I标准部分II非标部分)

章节摘录

一、设计信息学概述 1. 一门新兴的设计基础学 【现代视点】 就事论事的设计方法已经过时，代替它的是一种全新的，以信息为视点，以信息的量和信息的传达为主导的新设计，我们称之为“现代设计”。

这种全新的、现代的视点和认识设计的方法，就是用信息的眼光来看设计，来理解有关设计方面的问题和作为衡量设计好坏的一种标准。

这就是人们常说的，设计所含的信息量，设计给人们带来的信息资源。

就设计作品而言，我们在说：“没有最好，只有最合适”的时候，这里的最合适，也就是指设计信息的对称性，信息表现的正确性和信息达到率的有效性等方面的问题。

设计的本义和功能就是一种视觉信息的传达。

因此不了解信息，不懂得传达，也就无法搞好设计。

包括设计所含的信息量，以及设计信息的达到率等。

在设计中对信息的认识与理解，已经成了一种新设计的认识论。

信息对设计的检验，又成了一种新设计的方法论。

用信息与传达的方式去进行设计，也成了“设计”与“现代设计”之间根本区别的分水岭，同时也已经成了衡量现代设计的具体标准之一。

由于这样一种信息设计和传达的需求，也就产生了我们所说的新的，符合现代设计需求的信息学基础。

新的设计基础大致可以分成以下三个方面：即信息基础、设计基础与传达方式。

也就是人们常说的现代设计中必须具备的三种能力：（1）信息能力（对信息理解与应用的能力）（2）设计能力（造型、色彩等综合构成的能力）（3）沟通能力（通过设计进行信息传达和沟通方面的能力）。

作为设计信息教育的第一步，就是要求作为设计者首先需要具备的一种现代的视点。

所谓现代的视点，也就是要用信息的眼光来看设计，要用信息的方法来进行设计，要用信息传达的标准来衡量我们的设计。

就以中国联通的标志设计为例，标志的原形是中国传统的盘长纹样，而从信息的角度来看，是否可以发现其中包含了这样三个层面的信息关系：首先它是个吉祥图案，给人带来一种喜庆、吉祥的可信度。

然后它是个无始无终的纹样，正好都是连着通着的，跟“联通”公司名称象音。

再就是它突在前面的两颗“心”，通信、通心、心心相通，这样三种含义的信息。

然而，同样的标志要是用在其他的通信公司，如“电信”或“移动”上也许就不合适了，这也是由于传达信息的不适合，或者说成是信息的不对称。

由此可见，在设计中没有最好，只有最合适，所谓的合适也就是指信息的适宜性。

从某种意义上来说，信息在我们的设计中是一种意识，同时也是一种方法。

设计离不开信息，设计同时又是信息必不可少的媒介。

只有通过各种不同的设计与媒体，信息才能得到更有效的传播。

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>