

<<视觉符号完全手册>>

图书基本信息

书名：<<视觉符号完全手册>>

13位ISBN编号：9787806789155

10位ISBN编号：7806789154

出版时间：2008-08

出版时间：上海书店出版社

作者：章莉莉

页数：244

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>

## <<视觉符号完全手册>>

### 前言

“设计是什么？”

”在无数次完成设计之后，我们开始反思。

身在设计行业之中，也许难以认清其真面目。

近年来存国外的游历过程中，我惊讶于图形符号的沟通能力。

在语言不通的异国文化背景下，图形符号成功地跨越国界、无需语言、瞬间识别。

现代符号学让我们看到了一些设计背后的东西，这就是人类的交流欲望，存此触动下人类社会形成了。

从岩画到文字，这是人类交流方式上的第一次飞跃，文字提供人类交流复杂信息的可能性。

如今当代社会面临国际化交流的需求，如何突破各国之间语言文字的局限，达到无障碍的全球化交流，又促使我们再次从文字回归到图形，这是人类交流方式上的第二次飞跃。

此时的图形已不再是最初的图形，而是一种具有特定意义的全球认知符号。

用“大设计”的视野来看，图形和文字，都是用来传递信息、表达情感的视觉符号，设计就是对丁视觉符号的再次组织和运用。

首先我们需要建立的概念就是“视觉符号在哪里”，也就是本书的《发现篇》，设计是建立在定数量的符号不断积累基础上的。

其次通过学习现代符号学理论的启蒙原理，也就是本书的《学习篇》，从语言学角度借鉴了更多图形传递信息的方法。

最后通过视觉符号的选择和再生，也就是本书的《再生篇》，探讨了如何用符号进行创意的方法。

## <<视觉符号完全手册>>

### 内容概要

生活中充满视觉符号……视觉符号如何进行交流？

怎样用符号的方法进行创意？

通过发现、学习和再生三大篇章，帮助我们从生活中发现视觉符号，逐渐在创意设计中运用这些符号。

符号的方法使设计有章可循，让我们做个快乐的设计人，送给在设计路途上探索着的朋友们！

本书着眼于如何运用符号的思考方法，进行快速有效的设计创意。

通过“发现视觉符号”和“再生视觉符号”两大篇章，注重洞察力与创造力的养成，告诉我们如何发现积累身边的符号，如何用符号的方法进行创意设计。

本书是一本具有启发性质的书籍，不同于一般的设计类教材的是，它不仅对视觉符号进行系统的讲述，更注重一种设计方法和设计思维的培养。

本书的风格偏向于趣味性和启发性，让读者带着轻松的心态去接受一种快乐的设计思维方法。

## <<视觉符号完全手册>>

### 书籍目录

引子 感想两篇 调查一项 公式一则 第一篇章 发现 视觉符号在哪里 海伦凯勒的故事 世界充满符号 视觉传达的任务 人脑的无限遐想 启发思维的对比发现 视觉符号演变史 神秘的史前符号 与图像分手,文字 符号的鼻祖,纹章 文明的投影,十字符号 权力与统治的媒介,钱币学 图形文字的活化石,东巴文 跨越国界的符号,ISO体系 符号的世界盛会,奥运符号 科技回归图像,网络符号 第二篇章 学习 现代符号学理论 符号学与视觉传达 皮尔斯符号学理论 索绪尔符号学理论 瑾想传达和非理想传达 依索体系运动 符号语言的尝试 视觉符号辉煌史 顽童毕加索,符号的再现 柏林有只熊,符号的传播 日本人与点,符号的情感 高迪的自然界,符号的源头 埃及艺术与德国设计,符号的秩序感 大众文化意向,符号的社会性 绝对伏特加的世界,符号的营销 买商品还是买符号,符号的价值 第三篇章 再生 创意的可能性 视觉符号的多样性 视觉符号的环境 视觉符号的变身 视觉符号的提炼 视觉符号的通感 视觉符号的传播 创意思维法 超越规则产生创意 平行推演法 交叉构思法 逆向思维法 创意的梭形思维过程 在似与不似之间 用视觉符号来讲话 做个快乐的设计人

## 章节摘录

**视觉符号的通感** 人们通过眼睛观察世界形成感觉，是一种视觉认知过程，即“物理—生理—心理”的过程。

人的感觉是相当丰富的，除了我们通常说的“五感”（视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉）以外，还有许多其他感受，包括温度、重量、软硬、干湿等；在此基础上，人们的情感因素也是相当重要的一种感觉，快乐和悲伤、积极和消极等。

在所有的感觉中，视觉是人类最依赖的感觉形式，在感受外部世界的信息中，约有83%源于视觉。

人的五感以及其他种种心理感觉之间，都是可以相互转换的，这种现象非常神奇，我们称之为“通感”。

通感最初是文学修辞的一种手法，就是通过对各种感知体验的互换，达到更完整生动地描述事物特征的目的。

作为一个视觉设计师，视觉与其他感觉之间的转换，对设计产生了丰富的启示和深远的影响，也为设计提供了创意的无限可能性。

视觉使我们脑海中呈现出各种感觉联想，比如：麻布使人联想到粗糙的手感；橙色使我们联想到香橙和芒果的香味；鲜艳明亮的颜色使人心情愉悦；对比强烈的色彩和直线条使人感到坚硬。

这些视觉与其他感觉之间建立起的联系，实际上与感知世界的主体，即人的生存经验和环境息息相关。

因此，视觉经验是通感存在的基础条件，设计师对于视觉图形与色彩的成功把握，通常能引导观看者作出相同的判断和联想。

在视觉符号的创作过程中，设计师扮演着“翻译”的角色，将人们多元化的感觉信息准确地翻译成视觉符号，或者将视觉符号准确地翻译成各种感觉信息，在引导人们感觉转换的基础上完成各种信息的传递过程。

设计师应该有对周围世界具有敏锐的感知力，包括对于各种感觉的综合想象力，借用视觉的方式传达出来，这是当今视觉设计的一个重要课题。

## <<视觉符号完全手册>>

### 编辑推荐

《视觉符号完全手册》是一本具有启发性质的书籍，不同于一般的设计类教材的是，它不仅对视觉符号进行系统的讲述，更注重一种设计方法和设计思维的培养。

《视觉符号完全手册》的风格偏向于趣味性和启发性，让读者带着轻松的心态去接受一种快乐的设计思维方法。

生活中充满视觉符号……视觉符号如何进行交流？

怎样用符号的方法进行创意？

通过发现、学习和再生三大篇章，帮助我们从中发现视觉符号，逐渐在创意设计中运用这些符号。

符号的方法使设计有章可循，让我们做个快乐的设计人，送给在设计路途上探索着的朋友们！

<<视觉符号完全手册>>

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>