第一图书网, tushu007.com

<<视觉传达与媒体应用>>

图书基本信息

书名：<<视觉传达与媒体应用>>

13位ISBN编号：9787811276923

10位ISBN编号：7811276925

出版时间：2009-12

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：王洪亮 等编著

页数：188

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

任何教材都是关于知识的认识和理解。
不同的认识会有不同的知识体现，不同的理解也会有不同的知识追求。
我们尝试编纂应用型本科系列教材，概括起来主要基于这样几点考虑和探索：教材是一幅知识的蓝图，它标明知识的走向、知识的关系和知识的系统。
然而，我们所强调的则是对知识走向的创新，知识关系的重构和知识系统的再建。
教材不该是对知识的按图索骥，而应该是对知识变化过程的引领。
没有变化的知识不是真知识，不能运用的知识不是活知识。
知识的生命在于知识的重组、知识的再生和知识的生产。
知识是一个过程，了解和获得知识的真正目的，是掌握和运用知识。
教材要交给学生学什么，还要告诉学生什么如何学，更要指导学生什么如何应用。
这里的应用不是指如何操作，而是指对基础知识和专业知识的巧妙融合和灵活处理。
应用不是指做什么，而是指利用什么做什么。
利用得好坏就是应用的方法。
传授知识的方法是形式也是内容，根据对象选择内容，更应根据对象设定方法。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

在这个媒体形式与视觉传达设计不断更新的时代，媒体作为视觉传达设计最终呈现给消费者的平台，其应用特点与视觉传达设计能否实现有机的结合，直接决定了广告的效用能否实现最大化。

相信对于众多正在从事和有志于从事设计工作的读者，本书为了解媒体的应用特点与视觉传达设计的有效结合，提供了一个全新的认知角度。

<<视觉传达与媒体应用>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 视觉传达与媒体的概念 第二节 视觉传达与媒体的关系 第三节 视觉传达与媒体的社会文化环境第二章 印刷媒体的视觉传达 第一节 报纸媒体 第二节 杂志媒体第三章 户外媒体的视觉传达 第一节 户外媒体的概念 第二节 户外媒体视觉传达的优势与局限 第三节 户外媒体视觉传达的设计原则与方法第四章 影视媒体的视觉传达 第一节 影视媒体的概念 第二节 影视媒体视觉传达的优势与局限 第三节 影视媒体视觉传达的设计原则与方法第五章 展示空间媒体的视觉传达 第一节 展示空间媒体的概念 第二节 展示空间媒体艺术设计的范畴以及功能和特征 第三节 展示空间媒体视觉传达的设计原则与方法第六章 网络媒体的视觉传达 第一节 数字化生存和数字化设计 第二节 网络媒体的优势与局限 第三节 网络媒体视觉传达的设计原则与方法第七章 新媒体的视觉传达 第一节 新媒体的概念 第二节 新媒体的历史与发展 第三节 新媒体视觉传达设计的范畴与形式参考文献后记

章节摘录

理解、反思、探究　　无论是现在的电影还是电视作品，都有一种日益流俗的倾向。
我们并不反对影视要做得有娱乐性，一定要让你所传达的目标群体喜欢看你的视觉表现，才能够谈到其他。
否则，一切都是空谈。
“你无法向一个不听你讲话的人推销，”比尔·伯恩巴克这样告诫他的创作人员。
而现实中，我们的影视广告创作者在创意前后往往都忽略了要让目标消费群体喜欢看、愿意看这一规则。
影视媒体是最受人喜欢的、渗透力最强的、占用人们时间最多的媒体。
人们对于影视媒体的期待除了娱乐，还是娱乐。
如果不符合这一要求，人们就不会去观看和欣赏。
电视广告要增强娱乐性，而不是板着脸孔进行说教，但也不要从这里通往另一个极端：为娱乐而娱乐。
如图组4－11中，选美小姐们穿着比基尼款款登场，霓虹闪烁，主持人不断地调动着观众的情绪。
其娱乐性发挥得淋漓尽致！
也许每个人看到这里都会认为这是关于选美或者美容方面的广告。
就在主持人宣布冠军得主，冠军小姐激动地登场发表感言时，一捆报纸突然迎面击中她的头部，标版打出“对反对浮华作出的一点贡献”。
看到这里我们才明白，如果这则广告演示的是选美或者美容方面，而不是报纸的个性的话，选美的热烈场面和气氛就是纯粹的娱乐和毫无意义的空洞的说教。
而报纸的形象宣传片则需要在具有很高的娱乐性的同时，确保信息传达的清晰、震撼。
因此我们要把握住一点：影视媒体视觉传达不能提供没有吸引力的信息，但娱乐也不是影视媒体视觉传达的最终目的。
一些媒体只为了满足娱乐性而去追求美轮美奂的视觉效果，以至于我们现在看一些视觉表现会感觉它们过于完美而显得虚假，这样必然会造成品牌同受众的距离感。
现实当中的人物不可能个个都长得和明星一样，他们的领带、衬衣也不会永远笔挺得可以用来切西红柿。

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