

# 《創意思境-視傳設計概論與方法》

## 图书基本信息

书名：《創意思境-視傳設計概論與方法》

13位ISBN编号：9789578440807

10位ISBN编号：9578440804

出版时间：19991205

出版社：田園城市

作者：楊裕富

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《創意思境-視傳設計概論與方法》

## 內容概要

這是一本視覺傳達設計專業用書，對視覺傳達設計的學與術都具有一定的廣度與深度，深入淺出兼具對事業現實的批判性；同時也是廣告設計及設計方法的入門書，所以對設計活動的術、術與例能以顯而易懂的圖文來鋪陳。

# 《創意思境-視傳設計概論與方法》

## 精彩短评

- 1、設計人必讀的一本好書
- 2、內容豐富且具專業性
- 3、好书!!对视觉传达领域有清楚且精辟的解析..作者思路清晰..内文章节条理分明....火
- 4、好書

## 精彩书评

1、書名：創意思境-視傳設計方法概論與方法 作者：楊裕富著 發行所：台北市//田園城市文化事業有限公司 出版日期：第三版為89年7月 ISBN：957-8440-80-4 平裝相關字：視覺藝術；工商美術-設計前言：創意思境是一本有關商業設計的書籍，內容大概可分為三大主題：點子篇、思路篇、再現篇，然後進行細部說明，所以這本書有意幫助開發對視傳美感的肉眼 心眼 創意培養原則，且為視覺傳達設計入門之書籍，也是廣告設計專業用書、方法論專業用書。在書本內容以淺顯易懂文字，彩色版的照片做說明，有系統的圖表分析關係，增加書本的吸引力。書本摘要：書本主要探討-視傳設計從出發點至發展的角度涉略，有分析設計專業、各項主義的歷史至方法實踐採用漸進方式來引導讀者。其內容共分八章，各章節的重點分析如下：第一章、什麼是設計？什麼是視覺傳達設計？設計定義具體的說明，將視覺傳達設計的不同風貌種類加以描述，且找出設計三大要素「造形美感、創意、兩者結合的對策」。第二章、肉眼的開發：美感與點子。訓練如何對造型美感的方法，從元素的認識、尺寸比例組合及文化符碼的論點和技巧探討應用，且研究現代主義到後現代主義對造型美感差異定義。第三章、心眼開發：詩意與點子。將心眼與前章節「肉眼」呼應，對心眼也作了一番的分析解讀，此外探討視覺傳達設計的用心的原則。第四章、創意維他命：肉眼與心眼的結合。專門分析肉眼美與心眼美的結合，並且教導如何應用在視覺傳達設計的圖文表達、溝通、說服的三部曲，其敘述思維類型則是廣告設計常見的手法。第五章、視覺傳達的思路淵源：將視覺傳達的設計理論、設計方法與設計方法論作詳細且有系統的整理，並打破設計創意的暗箱作業舊習。第六章、視覺傳達的思路技術：將視覺傳達借用科學理論，將設計理論與技術以圖表形式來說明方法論層 策略層 意念層之間如何影響廣告設計及變化出不同的技巧。第七章、視傳設計的圖文關係：美感與詩意的關係。再於將六大類型其重點，是在劃分具有解析設計作品的功能，建構理論、提出異於「制式」設計作品分析的觀點。第八章、視覺傳達設計の後現代：將後現代主義的背景、淵源、理論如何影響視覺傳達設計，此外對未來世界的衝擊與台灣的影響關係作了一些見解。本書評論：整體評價重點歸納：  
：1.在書本的編排上，採用圖文並茂之手法，並且對於書中重觀點以圖表模式讓讀者了解其前後次序及相關性。2.對於作者的豐富知識令佩服，將視傳設計分析透徹，其廣度與深度都作相當的剖析和深入研究。3.對於創意思境此書，不是單純只是理論的闡述，它將你我生活週遭的是來作說明，使讀者比較容易境入書中意思，此外也教導入門秘笈的觀念和方法練習。4.書中將一位未來的視覺傳達設計者，將其想法、操作、相關背景逐依事先的探究與討論，使設計者減少不必要的錯誤和冤枉路。5.書本最後一章有關後現代主義對台灣設計教育界的影響，提出獨道的見解和是否可行之處。6.作者第一章至第四章探討視覺傳達設計的設計方法之剖析，並且提出大多數的設計人，常常只考量視覺的表面設計，而忽略深層的意涵與規劃決策的重要性。7.在二元法下，發現人類對於美感有個人的主觀角度，與受文化與生活習慣影響到美感基礎的客觀角度。8.設計的基本要素：第一是“造型美”的感受能力，第二是對“事、物、情”的感受能力，第三是“美感與詩意”的結合能力。9.設計對現代主義與後現代主義的差異，在於現代設計認定的通則是人性，所以發展出“國際式樣”；而後現代設計認定的通則是文化差異，因此發展出風土主義。10.在設計上，對文化符碼的指稱，特別重視“圖像符號”與“圖像符號的象徵意涵與故事性”。11.而文化符碼研究物質符號（聲音、造形、色彩、質感）意義的最小元素（又稱意素），在同時研發“意素”的組合規則，及組合後的“語句”在該文化中的“位置”。12.在1964年，麥克魯漢（macluhan）著作『瞭解媒體：人體的伸』一書，提出“媒體威力”觀如下：a.媒體即訊息；b.媒體是人體的延伸；c.媒體即按摩或媒體即肉鬆。影響視覺傳達設計的設計概念與思路。

# 《創意思境-視傳設計概論與方法》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)