

## <<设计中的视觉思维>>

### 图书基本信息

书名：<<设计中的视觉思维>>

13位ISBN编号：9787111264866

10位ISBN编号：711126486X

出版时间：2009-9

出版时间：机械工业出版社

作者：维尔

页数：156

译者：陈媛嫒

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>

## <<设计中的视觉思维>>

### 前言

产品设计的最终目标是要影响人们的生活，作为设计师，每一个设计要素的形状、颜色和状态的选择，都是经过深思熟虑的。

但设计方案是否成功，还取决于产品的另一个端点消费者。

产品设计就是设计师与消费者之间的对话。

在功能设计的基础之上，视觉设计成为满足人们认知需求、审美需求和自我实现需求的重要因素。

设计师要设计达到人机和谐“境界”的产品，就必须了解哪些设计要素会吸引人们的注意力，会引发人们无穷的想象和兴趣。

对人类视觉的基本原理的掌握和了解是设计师的基本技能之一。

近年来，在人脑及其视觉生理机制方面的研究取得了很大的进展，但是循规蹈矩的科学和天马行空的设计之间总是让人感觉有一道不易跨越的鸿沟。

Ware在本书中将特定的大脑区域及负责信号转换的通道、眼睛运动、自上而下和自下而上的控制过程、工作记忆等一系列的科学知识与图形设计和视觉可视化联系起来，帮助设计师从如何激活人类视觉思维的角度去创作、审视和理解设计方案，使科学和视觉设计之间的天堑变成通途。

虽然有可用性研究和交互设计的经验作为基础，但是翻译这本书还是一个很大的挑战。

心理学理论玄秘深奥，设计思维不拘一格，这两个方面的知识随着整本书的完成深深地印在了我的脑海之中，也希冀通过这本书的翻译出版，能让更多的设计人员从中受益。

翻译过程中还有许多不尽如人意之处，也希望大家多多指正。

## <<设计中的视觉思维>>

### 内容概要

本书主要介绍视觉思维的原理，并用这些原理来指导视觉图像的设计。哪些颜色和形状比较突出和醒目、在什么样的情况下应用图像来代替文字等都是设计细节中需要考虑的问题，而这些细节往往可以影响一个设计方案的成败。书中顺序介绍了人的视觉生理结构、影响人视觉思维的设计要素，以及如何有效地利用各种设计要素有效地影响人对设计的感受。

本书可作为视觉媒体设计人员、互联网图形设计人员的参考用书。

设计人员更多地需要以辅助受众思维过程的方式来呈现信息。

幸运的是，与人类视觉感知相关的科学研究结果为此提供了可用的指南。

作者将我们现在所知的感知、认知和注意力转化为设计人员可以直接应用的具体建议。

他阐述如何将设计作为认知工具来扩展观众的思维——就像用锤子扩展人手一样。

有经验的专业设计人员和学生都应该学习一下，在为人们设计信息工具时，如何最大限度地发挥信息工具的作用。

本书特点： 呈现了视觉思维的复杂过程，这个复杂过程的每个阶段都需要特定的设计技术来支持。

为设计人员和负责设计的软件开发人员提供了实用的、任务导向的信息。

书中实例丰富，图文并茂。

使用“主动视觉”的原则，将图形设计看作是一种认知工具。

## &lt;&lt;设计中的视觉思维&gt;&gt;

## 书籍目录

译者序前言第1章 视觉查询1.1 器官和"看"的过程1.2 感知动作1.3 自下而上1.4 自上而下1.5 设计启示1.6 嵌套循环1.7 分布式认知1.8 结论第2章 易于看到的内容2.1 低层特征分析机制2.1.1 内容通道和位置通道2.1.2 计划眼睛运动2.2 醒目=倾向于2.2.1 对设计的启发2.2.2 运动2.3 视觉搜索策略和技巧2.3.1 探测域2.3.2 视觉搜索过程2.4 使用多级结构设计方便搜索2.5 结论第3章 构造二维空间3.1 2.5 维空间3.2 图案处理机制3.3 捆绑问题：边界的特征3.4 抽象的轮廓3.5 纹理区域3.6 干扰和有选择的调整3.7 图案、通道和注意力3.8 中间图案3.9 图案学习3.10 视觉图案查询和可理解的内容块3.11 空间布局3.12 用于设计的图案3.13 使用常用图形表示进行图案查询的例子3.14 语义图案映射第4章 颜色4.1 色彩处理机制4.2 对立处理理论4.3 通道属性4.4 设计原则4.5 颜色编码信息4.6 强调和突出4.7 颜色序列4.8 阴影表面的颜色4.9 颜色的语义4.10 结论第5章 获取信息：视觉空间和时间5.1 深度知觉和线索理论5.1.1 立体深度5.1.2 从运动产生的结构5.2.2 5维设计5.3 示能性5.4 位置通道5.5 人造物的交互空间5.6 空间位移和认知成本5.7 结论第6章 视觉对象、词语及含义6.1 下颞叶皮质区与内容通道6.2 标准的图案观察角度6.3 构造的物体6.4 要点和场景感知6.5 视觉和言语工作记忆6.5.1 言语工作记忆6.5.2 注意力控制与认知过程6.5.3 长时记忆6.5.4 启动效应6.5.5 进入视觉工作记忆6.6 动作中的思维：伸手去拿咖啡6.7 对设计的详细说明和启发6.8 新奇感6.9 用图像作符号6.10 含义与情感6.11 想象与渴望6.12 结论第7章 视觉描述与语言叙述7.1 视觉思维VS言语思维7.1.1 习得的符号7.1.2 语法与逻辑7.2 比较和对比言语形式与书面形式7.3 通过指示手势链接文字与图像7.4 幻灯片演讲与指点7.5 镜像神经元：模仿细胞7.6 视觉描述：获取认知线索7.6.1 问答模式7.6.2 取景7.6.3 FINST与分散的注意力7.6.4 镜头切换7.7 漫画与描述性图表7.8 结论第8章 创造性的元视觉8.1 心理想象8.2 神奇的草图8.3 图形使想法具体化8.4 需求及早期设计8.5 创造性的设计循环8.5.1 设计草图的认知经济学8.5.2 感知评判8.5.3 伴随设计原型的元视觉8.6 视觉技能的发展8.7 结论第9章 含义的舞蹈9.1 回顾9.2 启示9.3 设计要支持图案查找9.4 优化认知过程9.5 学习与认知经济学9.6 注意力与认知线索9.7 未来怎样

## <<设计中的视觉思维>>

### 章节摘录

第2章 易于看到的内容 想象在朦胧的月光下，一个小偷拿着手电筒摸进房间。他可以看到模糊的家具轮廓，但是看不清楚细节。借手电筒狭窄的光束，他在梳妆台和旁边的桌子上翻找着，希望可以找到值钱的东西。视觉注意力的工作方式实际上与此类似，通过眼睛运动，把我们注意力的“光束”从一个点移动到另一个点，找出细节。通常，我们用于计划眼睛运动的信息是模糊不清的，所以在某个特定的眼睛注视过程中找不到我们需要的信息。但有些物体即使在视野的边缘也很容易被发现，比如划过水面的一道闪光，或者在穿着黑色衣服的人群中一个穿着亮红色运动衫的人。我们可以在视野边缘察觉到这些信息，然后利用眼睛运动使它们处于视线和注意力的中心。本章将介绍视觉方面的理论，即人们如何看见那些细小的东西。当然本章中也包括设计的本质问题，例如什么特征能够让一个图形符号被迅速地找到？如何突出设计中的某些部分？设计人员的工作就是确保设计能够为所有的视觉查询提供有效和迅速的服务。实际上，这意味着要确保用于构成设计方案的语义明确的图形对象都能够正确并显著地显示出各自的特点。应该由视觉表现上最清晰独特的对象来为最重要和最频繁的视觉查询提供支持。视觉差异的认知规律取决于视觉系统低级、早期的处理过程。我们首先介绍基本的图案处理系统，然后以此为基础，所有的图形阐释都建立其上。

## <<设计中的视觉思维>>

### 媒体关注与评论

通过对视觉认知机制的详细分析，本书教会了我们如何从设计人员的角度去观察，并预计他人将如何理解我们的设计。

Ware总结了由Goethe、Klee、Arnheim、Gibson和Tufte所引入的查询线索，从中精选了与可视化科学相关的内容，浓缩凝炼为这本可读性很强的书。

——Fritz Drury 罗得岛设计学院图解学教授 所有切中肯綮之处汇集于此：可变分辨率图像探测、眼睛运动、环境信息特征、自下而上 / 自上而下的控制结构、工作记忆、含义的连接、特定大脑区域和通道。

完成此书之时，Ware也完成了认知心理学、感知、信息可视化和设计的现代化形式整合。这本书写得相当好。

——Stuart Card Palo Alto 研究中心的高级研究员、用户界面研究小组负责人

## <<设计中的视觉思维>>

### 编辑推荐

设计人员更多地需要以辅助受众思维过程的方式来呈现信息。幸运的是，与人类视觉感知相关的科学研究结果为此提供了可用的指南。作者将我们现在所知的感知、认知和注意力转化为设计人员可以直接应用的具体建议。他阐述如何将设计作为认知工具来扩展观众的思维——就像用锤子扩展人手一样。有经验的专业设计人员和学生都应该学习一下，在为人们设计信息工具时，如何最大限度地发挥信息工具的作用。

《设计中的视觉思维》特点： 呈现了视觉思维的复杂过程，这个复杂过程的每个阶段都需要特定的设计技术来支持。

为设计人员和负责设计的软件开发人员提供了实用的、任务导向的信息。

书中实例丰富，图文并茂。

使用“主动视觉”的原则，将图形设计看作是一种认知工具。

<<设计中的视觉思维>>

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>