

The Application Study of Semiotics inAffordance Design Approach

溫子誼、卓銀永

E-mail: 386785@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

His research, based on Affordance and semiotic theory, conducts product design. Affordance, originating from the concept in the ecological psychology, delves into the consumer-oriented behaviors, which further sparks the subconscious of consumers. Besides, in the case of semiotics used in the product design, we can understand the transformation where designers set out to design a product. Seemingly, Affordance and the employment of semiotics in the product design are polarized but overlap in many ways. This research aims to clarify the grey area between the two design strategies and bridge them, so that when a designer design products, it can help him minimize the misunderstandings among users and maximize the designer's understanding of users who grasp the simplicity of products. This research includes three phases. 1. Research leading-in part .2. Research implementation. , 3. Research integration. At first, collect and study bibliographies associated with the research to reinforce the foundation of theories and the information of cross-references in each phase and to conduct preliminary research. Second, through cross-comparison and analysis between two different design approaches, the second phase attempts to make clear the grey area and bridge them. With the help of researching and comparing, we can understand the meaning and product transformation of the new design approach in the design process. Besides, after the researcher employs the simple simulation on practical designing, and then engages in innovative designing to appreciate the design process of this model. On top of that, the researcher examines and corrects further the transforming procedure between Affordance and semiotic theory; finally, the researcher participates in an exhibition to prove the work.

Keywords : Affordance、 Semiotics、 product design、 creative design.

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 中文摘要	iii	英文摘要	iii
.....iv 誌謝	iv	目錄	v
.....vi 圖目錄	vi	表目錄	viii
.....xi 第一章 緒論	xi	1 第一節	1
研究背景與動機.....1 第二節 研究目的.....1 第三節 研究範圍.....1	1	2 第四節 研究流程與架構.....2	2
.....2 第二章 文獻探討.....2	2	5 第一節 有效指涉性的設計.....5	5
.....6 第二節 論符號學.....6	6	17 第三節 論設計方法.....17	17
.....22 第三章 研究方法.....22	22	26 第一節 研究方法.....26	26
.....26 第二節 研究方法之步驟.....26	26	28 第四章 設計案例探討.....28	28
.....29 第一節 設計的理性與感性.....29	29	29 第二節 設計案例.....29	29
.....31 第三節 歸納與分析.....31	31	44 第四節 建構設計模式.....44	44
.....48 第五節 創作模式執行步驟介紹.....48	48	50 第五章 設計創作.....50	50
.....53 第一節 設計方向.....53	53	53 第二節 設計創作.....53	53
.....53 第三節 設計驗證.....53	53	77 第六章	77
章 結論.....81 第一節.....81 第二	81	節.....81	81
.....82 參考文獻.....82	8283	83

REFERENCES

1. 呂清夫(1993)。造形原理，雄獅。
2. 吳珮瑜(2007)。隱喻手法在造形創新設計上的應用—以生活用品為例，大同大學-工業設計研究所。
3. 林崇宏(1998)。《造形意義與本質的探索》，工業設計，第二十七卷，第一期。
4. 林東龍、余家芳(2005)。符號意象在產品造形上之探討 - 以義大利設計風格為例。
5. 易芳(2004)。生態心理學，台北市:揚智。
6. 原研哉(2005)。設計中的設計(黃雅雯譯)，台北市:磐築創意。
7. 陳俊嘉、游蕙瑜、林盛宏(2000)。設計與管理學術研討會論文集 - “從符號學角度探討產品意義轉換為產品造形的歷程特質”，銘傳大學設計學院。
8. 郭映廷(2008)。Affordance 思維下的產品設計程序與創作，實踐大學-產品與建築設計研究所。
9. 許純綺(2009)。懷舊情感的產品設計手法，國立雲林科技大學-工業設計系碩士班。
10. 黃室苗(1993)。產品語意學及其在設計上之應用。
11. 黃燕妮(2008)。回歸產品設計的本源—淺析深澤直人的設計思想和設計實踐。
12. 游蕙瑜 (2001)。從符號學角度探討設計過程中意義

與物品轉-84-換的作用與模式-已轉換機能為生活意義之設計物為例，國立雲林科技大學-工業設計系碩士班。13. 陳寬祐(1991)。基礎造形。14. 畢恆達(1996)。物情物語，初版，張老師文化，台北。15. 後藤武、佐佐木正人、深澤直人(2008)。不為設計而設計=最好的設計(黃友玫譯)，台北市:漫遊者文化出版。16. 廖天銘(2009)。0設計:產品設計新思維以竹製傢俱創新設計為例0設計:產品設計新思維-以竹製傢俱創新設計為例，實踐大學-產品與建築設計研究所。17. 劉建欣(2008)。應用文化元素之產品設計手法探討，國立臺灣科技大學-設計研究所。18. 劉蘇(2009)。從深澤直人設計風格解讀極簡主義新內涵-藝術與設計。19. 鄧建國(2008)。產品情感聯想的設計，台北市:亞太圖書。20. 鄭昭明(1997)。認知心理學，台北市:桂冠。二、英文部分 1. Ackerman, Diane. (2008). 感官之旅(莊安祺譯)，台北市:時報文化。2. Aristotle, Aristotle's Theory of Poetry and Fine Art, translated by S.H. Bucher (Dover Publications, 1951), 1457b, 77~81. 3. Desmond, Morris. (1989). 人類行為(郭軒盈譯)，台北市:桂冠-85-圖書。4. Gibson, J.J. (1979). The Ecological Approach to Visual Perception. Boston: Houghton Mifflin Company. 5. Norman, D. A. (2004). Emotional design: Why we love (or hate) everyday things. New York: Basic Books. 6. Monroe C. Beardsley, "Metaphorical Senses", Nous XII (1978) 7. Norman, D. A. (2000)。設計心理學(卓耀宗譯)，台北市:遠流。8. Norman, D. A. (2008)。設計和未來生活(卓耀宗譯)，台北:遠流。三、網路部份 1. Bellacreationz.(<http://www.bellacreationz.bigcartel.com/product/5-lil-wood-spools>) 2. Coolestmaterial.(<http://www.coolestmaterial.com/1299/rides/monkey-bike-wheel-light>) 3. 全人教育百寶 (<http://hep.ccic.ntnu.edu.tw/browse2.php?s=182>) 4. 臺灣邏輯司法網(http://www.twlaw.tw/index.php?option=com_content&view=article&id=408:2012-09-03-17-31-36&catid=99:2012-08-10-00-23-22&Itemid=72) 5. 暱圖網(<http://www.nipic.com/show/1/17/35bcc16284fe2bd.html>) 6. 振楠交通工程-86-(http://www.jingnan.com.tw/product_small.php?lang=1&id=15) 7. 輔具資源路口往(<http://repat.moi.gov.tw/cns/index.asp>) 8. 議言網(<http://article.yeeyan.org/view/235419/213317>) 9. 圖片網(<http://ppt.cc/3BSK>)