第一图书网, tushu007.com

<<设计心理学基础>>

图书基本信息

书名：<<设计心理学基础>>

13位ISBN编号：9787102056777

10位ISBN编号：710205677X

出版时间：2011-8

出版时间：刘能强 人民美术出版社 (2011-08出版)

作者：刘能强 编

页数：284

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

内容概要

《设计心理学基础》内容如下，设计心理学作为设计学与心理学的交叉学科，是涉及美学、艺术学、甚至经济学的边缘学科，同时也主要是心理学的一门分支学科。
是将设计者在设计活动中以特殊形式表现出来的一般心理规律为研究对象和内容，利用心理学知识和最新成果，研究现代设计活动中设计者的心理素质的形成与发展，探索用户与设计者的感知觉、记忆、思维及想象等认知过程，他们的注意和意志力水平以及情感的心理状态，还包括对设计者与用户的动机与需要、兴趣与气质、性格等个性心理特征做出科学的解释，还运用心理学原理研究设计与使用的审美心理、消费心理与购买行为等，力求扩展设计视野，从而奠定设计者良好的心理素质，充分调动其创造能力，树立强烈的创造意识，以提升设计的原创实力、形象和价值。

<<设计心理学基础>>

书籍目录

内容简介上篇：设汁心理学通识第一章 设计心理学概述第一节 什么是设计心理学一、设计心理学的研究对象与范畴二、设计心理学的发展现状三、设计心理学的研究方法四、设计心理学的学科拓展第二节 设计心理学的理论基础一、认知心理学二、人格心理学三、行为主义心理学四、人本主义心理学五、审美心理学六、其他应用心理学第三节 设计心理的生理基础一、神经元与神经系统二、大脑功能分区及意义三、视觉与其他感受器▲专题研究：设计心理学实验——图形认知的眼动研究▲小结▲思考题第二章 设计的心理过程第一节 设计与认知心理一、感知觉与刺激二、视知觉与视觉元素三、平面知觉与空间知觉四、有意味的视觉现象五、设计的注意品质六、记忆表象及设计七、联想推理与想象八、视觉元素的心理效应▲专题研究：形式美感法则的心理分析一、形式美感法则及意义二、几种主要的形式美感法则三、运用形式美感法则应注意的问题第二节 设计过程中的情感与意志一、感受与体验二、态度与美感倾向三、需要层次与设计情感四、设计过程中的审美意志▲专题研究：情感与意志的设计心理学操作——“ 中国结 ”HP3播放器的设计与表达▲小结▲思考题第三章 设计师心理第一节 设计师人格与创造力一、个体的创造力二、设计师人格与创造力三、设计师“ 天赋论 ”四、设计师的创造力培养与激发第二节 设计师的素质一、设计师应具备的基本素质二、设计师的人格要求三、设计师的使命第三节 设计师的心理特征一、情感特征二、文化特征▲专题研究：设计师的心理研究一、设计表现的心理二、培养好的设计心理第四节 设计师职业压力与应对一、心理压力与职业压力二、设计师常见的职业压力▲专题研究：设计师的压力应对▲思考题下篇：设计心理学应用第四章 视觉传达心理学第一节 视觉传达原理一、视觉传达设计概述二、视知觉特征与视觉传达三、媒介特征与视觉接受四、符号、信息与传达方式▲小结▲思考题▲案例分析第二节 视觉化设计一、格式塔理论及应用二、图形与图底心理游戏三、视觉语义传达四、设计说服与接受态度▲小结▲思考题▲案例分析第五章 环境艺术设计心理学一、环境艺术设计心理学的兴起及发展二、环境艺术设计心理学的内涵及外延第一节 环境与心理一、环境与心理尺度二、方位知觉与地图识别三、物理环境与心理环境四、环境艺术设计概述第二节 环境设计与行为方式一、学习与工作环境设计的心理诉求二、生活环境设计的心理诉求三、公共环境设计的心理诉求四、景观与休闲环境的心理诉求▲小结▲专题研究：上海“ 里弄 ”空间的前世今生一、引子二、“ 城市屋 ”、“ 合院 ”与“ 石库门 ”三、“ 里弄 ”空间与文化第六章 产品设计心理学第一节 产品的可行与可用性设计一、产品的可行性设计二、产品定位与目标用户三、产品的可用性设计第二节 产品的情感性设计一、设计产品的情感体验二、情感设计三、品牌设计问题四、用户出错问题▲专题研究：案例分析与作业点评一、经典设计案例分析与借鉴二、学生作业点评▲小结▲思考题第七章 设计与消费者心理第一节 设计与消费者心理一、设计与消费者沟通技巧二、设计、消费与时尚三、消费者行为研究与设计决策第二节 消费者心理分析与设计一、消费者的需要特征与设计引导二、消费者的动机与设计干预三、消费者满意度评价与设计适应四、“ 好的设计 ”与消费者心理水平▲专题研究：中国消费者心理分析一、面子心理二、从众心理三、推崇权威四、爱占便宜五、害怕后悔六、心理价位七、炫耀心理八、攀比心理▲小结▲思考题参考书目

章节摘录

版权页：插图：一般认为，思维主要具有概括性、间接性和对经验的改组等三个方面的特征。
思维的概括性是指在大量感性材料的基础上，把一类事物的共同本质特征和规律抽取出来并加以概括。
人类思维的概括性是借助语言实现的，正是由于语言丰富的内容，才使思维的概括活动成为可能。
所以思维的概括水平，无论是从个体发展来讲，还是从种系发展来看，都是随着语言的发展、知识经验的积累由低级向高级发展的。
概括在人们的思维活动中占有非常重要的地位和作用，它使人们的认识活动摆脱了具体事物的局限性和对事物的直接依赖关系，扩大了人们的认识范围，并加深了人们对事物的了解。
所以，概括水平在一定程度上代表着思维发展的水平，它是思维活动的速度、灵活度、广度和深度及创造程度的基础。
另外，概括也是人们形成和掌握概念的前提，是思维活动能迅速进行迁移的基础。
思维的间接性是指人脑借助一定的媒介和一定的知识经验对客观事物进行间接的反映。
正是由于思维的间接性，人们才可以超越感知觉提供的信息，认识那些没有直接作用于感官的事物和属性，从而揭示事物的本质和规律，预见事物发展变化的进程。
从这个意义上讲，思维认识的领域要比感知觉认识的领域更广阔、更深刻。
一般来讲，思维是和探索、发现新事物相联系的过程，它需要人们对头脑中已有的知识经验不断进行更新和改组。
因此，当人们在探索世界的奥秘时，人们需要对已有的知识经验进行重组、改组和更新。
同时，人们的思维活动常常是由一定的问题情境引起的，并试图解决这些问题。
例如，人们在设计新的产品时，不是简单地把头脑中有关的原理和经验统统呈现出来，而是根据设计的要求、课题的性质、材料特点等重新组织已有的知识，提出可行的方案，然后进行检验，最终形成一种新的可行方案。
因此，思维不是简单的再现经验，而是对已有的知识经验进行改组和重构的过程。
（二）想象想象也是一种高级的复杂的认识活动，是人脑对已有表象进行加工改造而形成新形象的心理过程。
这种新形象不是记忆表象的简单再现或组合，而是以已有记忆表象为基础材料，经过人脑的加工改造所形成的新形象，亦即想象表象。
想象是在记忆表象的基础上进行的，它以直观形象形式呈现人们头脑中的形象性表征，而不是言语符号。
在想象过程中，原有的记忆表象得到进一步的加工和组合，创造出新形象。
想象不仅可以创造人们未曾觉知过的事物形象，也可以创造出世界上根本不存在或不可能有的新形象。

编辑推荐

《设计心理学基础》是将设计者在设计活动中以特殊形式表现出来的一般心理规律为研究对象和内容，利用心理学知识和最新成果，研究现代设计活动中设计者的心理素质的形成与发展，探索用户与设计者的感知觉、记忆、思维及想象等认知过程，他们的注意和意志力水平以及情感的心理状态。
本系列教材均以国内艺术与设计专业的一线教育专家为主力作者，充分契合艺术与设计教育改革的需要，致力于培育能够与设计产业无缝对接的人才，在结构上以教材的学术性、系统性为基础，综合了教辅书的功能性与实用性，以及工具书信息量庞大的优势，对传统教材的编写体例与要求进行大幅度改革，将20%的传统教学内容，30%的最新教育理念和50%的经典案例解析与设计项目实训完美融台。
本系列教材的出版系国内艺术与设计院校教改成就的全景呈现，对于国内艺术与设计教育的发展意义深远。
《设计心理学基础》特色设计心理学作为设计学与心理学的交叉学科，是涉及美学、艺术学，甚至经济学的边缘学科，同时也主要是心理学的一门分支学科。
是将设计者在设计活动中以特殊形式表现出来的一般心理规律为研究对象和内容，利用心理学知识和最新成果，研究现代设计活动中设计者的心理素质的形成与发展，探索用户与设计者的感知觉.记忆，思维及想象等认知过程，运用心理学原理研究设计与使用的审美心理，消费心理与购买行为等，力求扩展设计视野，充分调动其创造能力，以提升设计的原创力和价值。

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