

《设计思维》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2014年05月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787122198365

内容简介

《设计思维》以设计的行为、内容为中心，提供了展开思维扩展、思维聚敛的方式方法，产品设计内容的思维方式、黏着方式，文化结构、文化生产、文化价值在设计思维中具有核心地位，从而实现为内容产业提供文化资源的目的。本书力求在哲学与应用学科之间搭建桥梁，希望在行为与思想、历史与当下之间有畅通的思维。书中选用的插画多是物质文化遗产或非物质文化遗产，借此直观地说明人类对生活意义、生活福祉追求的始终如一，变化的是实现意义的技术、表现意义的形式。我们通过此种方式，探索了设计的内容、设计的意义、设计的形态、设计的技术等。

全书围绕产品生命不同时期设计了十一个实验，从理论到实践，从一个又一个的概念出发，形成一个又一个思维的片断与结构，拓展、聚敛、寻找是每次思维发散、思维组织的过程。书中每一章既可以单独成章，从某一点出发，应用此章的方式与方法开展思考；也可通过全书的体系开展思维加工。其结果往往是令人欣喜的，有时是震撼的。

目录

第一章 绪论

第一节 思维与设计

- 一、思维与思维加工
- 二、思维方式与行为方式
- 三、设计及设计实现
- 四、思维导图

第二节 学习模式

- 一、知识、能力、素质
- 二、学习模式

本章小结

第二章 模型

第一节 模型的概念

- 一、模型的概念
 - 二、模型的应用
- 第一章 绪论 第一节 思维与设计 一、思维与思维加工
二、思维方式与行为方式 三、设计及设计实现 四、思维导图 第二节 学习模式
一、知识、能力、素质 二、学习模式 本章小结 第二章 模型 第一节 模型的概念
一、模型的概念 二、模型的应用 第二节 人模型 第三节 用户模型 一、用户模型的概念
二、用户模型的基本参数 第四节 产品模型 实验一：模型的认知 本章小结 第三章
生活方式 第一节 生活方式的描述 一、生活方式的概念 二、生活方式描述的方法 第二节
活动 一、活动的概念 二、活动与设计 第三节 情感 一、情感的概念 二、情感分类与描述
三、情感启动与产品设计 第四节 趣味 一、趣味的概念 二、趣味与设计

实验二：生活中活动或事件的情感、趣味认知 本章小结第四章 未来生活 第一节
未来生活的构想 一、古人对未来的构想 二、探索与决策 第二节 人造物 第三节 历时法
一、共时性与历时性 二、历时法的理论 第四节 愿景 实验三：人造物的本质 本章小结
第五章 文化再生产 第一节 文化再生产与设计 一、文化遗传与文化再生产
二、文化习得与文化再生产 三、文化性质与文化再生产 四、设计与文化再生产 第二节
语言 一、符号与符号系统 二、符号与语言 三、语言与文化 四、语词与设计 第三节
语言模态 一、语言模态的概念 二、语言模态的应用 三、话语分析技术与设计 第四节
效度 一、效用理论 二、传播的理论与设计 实验四（1）：语言模态的转换
实验四（2）：语言模态的转换 本章小结第六章 审美 第一节 审美与设计 一、美在哪里
二、审美 三、审美与设计 第二节 美感 一、美感是人造物的属性 二、美感的描述与构成
三、美感的设计应用 第三节 共通感 一、共通感的依据 二、共通感的应用 第四节 风格
一、风格的概念 二、风格的设计应用 三、典型风格的特征 四、风格与品牌消费
实验五：从意到形的审美体验与语言模态转换 本章小结第七章 文化结构 第一节
文化结构与设计 一、文化组词 二、文化词组分析 三、文化的结构
四、文化消费特征之一——等级与风格 五、文化消费特征之二——生存心态的平衡 第二节
镜像 一、镜子里有什么？ 二、镜像理论 第三节 形态 一、形态的概念 二、形态的作用
三、形态的构成 四、形态与观者的知觉 第四节 意义 一、意义的类别 二、意义的概念
三、意义与设计 实验六：文化结构中的形态与意义 本章小结第八章 设计思想 第一节
设计思想与设计 一、设计思想概念 二、设计思想的知识 三、站在巨人的肩上 第二节
机器中心论 一、机器中心论的概念 二、机器中心论与技术美学 第三节 人本主义
一、人本主义的概念 二、人本主义与真善美 第四节 功能主义 一、功能主义的概念
二、功能主义与目的 三、功能主义与可持续发展 四、其他设计思想
实验七（1）：设计思想的认知与应用 实验七（2）：关系的认知与应用 本章小结第九章
劳动成果 第一节 劳动成果的转换 一、劳动成果的概念 二、劳动成果的流转 第二节 评价
一、评价的概念 二、劳动成果相关的法规及社会评价 三、《中华人民共和国标准化法》
（1989）摘要 第三节 作品 一、作品的概念 二、《中华人民共和国著作权法实施条例》
（2013）摘要 三、《中华人民共和国著作权法》（2010）摘要
四、《中华人民共和国专利法》（修正）摘要 五、《中华人民共和国商标法实施条例》
（2002）摘要 第四节 产品 一、产品的概念 二、《中华人民共和国产品质量法》
（2000修正）三、《国家自主创新产品认定管理办法（试行）》（2006）摘要
实验八：劳动成果的评价与转换 本章小结第十章 市场 第一节 市场与顾客知识
一、市场的发生与发展 二、体验经济下的市场 三、顾客知识与顾客资产 第二节 体验
一、体验的概念 二、制造体验 三、体验与故事、游戏规则的技术 第三节 场景
一、场景的理论 二、场景的构造 第四节 角色 一、角色的概念 二、以京剧中的角色为例
实验九：体验的发生分析 本章小结

[显示全部信息](#)

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)