

《设计心理学》

图书基本信息

书名：《设计心理学》

13位ISBN编号：9787313077233

10位ISBN编号：7313077238

出版时间：2011-9

出版社：张立阳、王杰 上海交通大学出版社 (2011-09出版)

页数：137

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

《设计心理学》

内容概要

《设计心理学》

作者简介

张立阳，艺术学硕士研究生，河北美术学院教务处处长，河北省教育文化国际交流与合作协会理事。发表核心期刊论文1篇，省级论文4篇；参编教材两部《平面构成》，《设计色彩》；石家庄市基金课题《石家庄动漫创意产业做大做强研究》负责人。

《设计心理学》

书籍目录

绪论 第一章 设计心理学概述 第二章 设计的需要、动机理论和应用 第三章 设计师与设计心理 第四章 设计思维与创意 第五章 设计心理的微观分析 第六章 设计心理的宏观分析 第七章 设计艺术中的心理研究 参考文献

章节摘录

版权页：插图：个性心理特征受人的需要、动机、兴趣、理想和世界观的制约。人的需要反映了生理或者心理上的匮乏状态，比如口渴了需要喝水，肚子饿了需要食物等等。动机是人对其需要的一种体验，是与满足个体某些需要有关的驱动力，它总是指向那些能够满足个体需要的某种事物或者行动。人的需要、动机、兴趣、理想和世界观统称为个性倾向性。

6.灵感 灵感思维是在无意识的情况下产生的一种突发性的创造性思维活动。它与形象思维相比，主要有以下三个方面的特征：（1）突发性。灵感往往是在出其不意的刹那间出现，是长期苦思冥想的问题突然得到解决。在时间上，它不期而至，突如其来；在效果上，突然领悟，意想不到。这是灵感思维最突出的特征。（2）偶然性。灵感在什么时间可以出现，在什么地点可以出现。或在哪种条件下可以出现，都使人难以预测，带有很大的偶然性，往往给人以“有心栽花花不开，无意插柳柳成荫”之感。（3）模糊性。灵感的产生往往是闪现式的，而且稍纵即逝，它所产生的新线索、新结果或新结论使人感到模糊不清。要精确，还必须形象思维和抽象思维辅佐。灵感思维所表现出的这些特殊性，从根本上说都是来自它的无意识性。形象思维、抽象思维都是有意识地进行的，而灵感思维则是在无意识中进行的，这是它们的根本区别所在。

（四）心理学与其他学科的关系 今天，心理学已成为具有100多个分支的庞大学科体系，如实验心理学、认知心理学、生理心理学、发展心理学、社会心理学、人格心理学、临床心理学、咨询心理学、教育心理学、工业心理学、组织心理学、司法心理学、健康心理学、军事心理学、妇女心理学、消费心理学等，这些都是心理学庞大学科体系中的成员。

《设计心理学》

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