

《设计心理学》

图书基本信息

书名：《设计心理学》

13位ISBN编号：9787565000423

10位ISBN编号：7565000426

出版时间：2010-7

出版社：合肥工业大学出版社

页数：112

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》

前言

《设计心理学》

书籍目录

第一章 绪论 第一节 设计与设计的核心 第二节 设计的三个层次：本能、行为、反思 第三节 设计心理学的研究内容与意义 第二章 设计中的知觉基础 第一节 感觉与知觉 第二节 知觉特性 第三节 认知模型 第三章 设计中的行为学基础 第一节 需要与价值 第二节 动机及其影响因素 第三节 人格和产品人格 第四节 对弱势群体的关怀 第四章 设计心理学的研究方法 第一节 设计调查 第二节 设计分析 第三节 使用者模型 第五章 视知觉研究与设计 第一节 图形的识别与辨认 第二节 色彩与心理 第三节 视错觉与设计 第六章 行为、操作与设计 第一节 行为与作业空间设计 第二节 产品体验 第三节 失误、错误与设计应对 第七章 环境与行为心理 第一节 环境对人的影响 第二节 环境认知 第三节 个人空间 第四节 设计应对参考文献

章节摘录

插图：灰色在色彩世界中，是最被动的色彩了。它是彻底的中性色，灰色意味着一切色彩对比的消失，是视觉上最安稳的休息点。（2）色彩联觉现象在心理学上，对于一种感觉兼有另一种感觉的心理现象，叫联觉现象。人们的颜色感觉容易引起联觉，因此，颜色容易对人的心理产生这样或那样的影响。冷暖感——在色彩学中，把不同色相的色彩分为热色、冷色和温色，从红紫、红、橙、黄到黄绿色称为热色，以橙色最热。从青紫、青至青绿色称冷色，以青色为最冷。紫色是红与青色混合而成，绿色是黄与青混合而成，因此是温色。这与人类长期的感觉经验是一致的，如红色、黄色，让人如同看到太阳、火、炼钢炉等，感觉热；而青色、绿色，让人如同看到江河湖海、绿色的田野、森林，感觉凉爽。但是色彩的冷暖既有绝对性，也有相对性，愈靠近橙色，色感愈热，愈靠近青色，色感愈冷。如红比红橙较冷，红比紫较热，但不能说红是冷色。此外，还有被色的影响，如小块白色与大面积红色对比下，白色明显地带绿色，即红色的补色的影响加到白色中（图5-33~图5-35）。距离感——色彩可以使人感觉进退、凹凸、远近的不同，一般暖色系和明度高的色彩具有前进、凸出、接近的效果，而冷色系和明度较低的色彩则具有后退、凹进、远离的效果（图5-36、图5-37）。

《设计心理学》

精彩短评

- 1、亚马逊还不错的。。就是那书不干净。
- 2、封面很脏 还有手淫
- 3、拿到手的感觉是，天呐，怎么那么脏!!像在地上拣来的一样!!就算是最后几本也应该放好来吧，弄得这么脏。
- 4、寄过来打开后书好脏，看着不像新书。好失望。
- 5、如果能再多一点实例性分析就更好了！

《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