

设计学概论复习大纲

(邱景源)

1. 简述设计的语源学意义

- ① “设计”的英文“design”一词，最早可追溯到拉丁语“desegnare”其意为“画记号”
- ② “desegnare”演变成意大利语“disegno”，意为“素描、描画”在意大利文艺复兴时期进入艺术领域。
- ③ 达·芬奇将“disegno”作为绘画与科学的共同基础，以此将绘画从一种手工技能提升为科学。
- ④ “disegno”进入法国，变成“dessain”（设想\计划）和dessin（描画）
- ⑤ 古汉语“设计”是“计谋”之意，并不是一个艺术概念。
- ⑥ 现代汉语中所说的设计，通俗地解释为：“在正式做某项工作之前，根据一定的目的要求，预先制定方法、图样等。”

2. 广义的设计是一种人类对秩序和规律的渴望和冲动

- ① 各种自然现象无不源自于一种宇宙自然中的主宰力量和自然选择的神功，都是各种力共同作用的必然结果，人类，作为宇宙自然的结晶，同样继承了这种试图统一和支配一切的力量。
- ② 在人类设计的每件作品中，设计者都遵循着一种与宇宙一样古老的冲动——宇宙的形成是一个一个接连不断的过程，而设计是所有这些过程的前提——这是一种追求统一有序的力量和冲动，也就是设计的力量和冲动。
- ③ 设计是我们生活的一部份，是我们观念的反映，也反过来改变着我们的生活方式、塑造着我们的身心。设计是人类所具有的一种和宇宙一样古老的，对秩序和规律的渴望和冲动，它是一种人性的反映，一种对人类生命节奏和内心灵魂的终极关怀。

3. 现代设计的含义、特点

现代设计的一般含义，指的是把一种计划、设想、规划、问题解决的方法，通过视觉的方式传达出来的活动过程。其核心内容包括三个方面，即

- ① 计划，构思的形成
- ② 视觉传达方式，即把计划、构想、设想、解决问题的方式利用视觉的方式传达出来
- ③ 计划通过传达之后的具体应用

特点：

- ① 现代设计是与大工业化生产和现代文明密切相关，与现代社会生活密切相关的。
- ② 现代设计的计划、构思是受到现代市场营销、一般心理学和消费心理、人机工程学、技术美学、现代科学技术等因素影响和制约而形成的。
- ③ 现代设计不仅仅提供给人类良好的人机关系，提供舒适、安全、美观的工作环境和生活环境，提供给人类方便的工具，同时，也是促进人类在现代社会方便交流的重要手段。

4. 现代设计的基本形态：

现代环境设计：包括城市规划设计、建筑设计、室内设计、环境设计

现代产品设计

视觉传达设计：包括广告设计、包装设计、书籍装帧设计、以及企业形象及标志设计

染织服装设计：包括时装设计与成衣设计、染织品设计

非物质设计：包括各类数字多媒体设计

5. 动线、主轴线、序列

动线：空间构成就是在人的视知觉和运动觉和感知中得以认知的，所以，空间的组织要把空间的连续性排列和时间的先后顺序有机地统一起来，形成一个空间动态的主线。

主轴线：组织有序的空间是有前后层次和有主、副空间之分的，一般会按照一定意义进行主体空间排布，并寻求相同或相似的媒介形态来限定，形成整体造型主导整个空间形态，其形成的造型线路称为主轴线。

序列：是为了展现空间的总体势或者突出空间的主体而创造的空间先后次序组合关系。

6. 线条在设计中的作用

- ①传达情绪和感觉
- ②描绘和定义形状
- ③表示二维空间，暗示三维空间
- ④显示明度，粗线表现暗部，细线描绘受光部份

7. 三维立体空间的类型

- ①闭合空间
- ②开放空间
- ③中界空间

8. 创造空间的方法

- ①减法
- ②加法
- ③综合运用，或根据一定的模式进行变化创造

9. 线条的类型和特性

类型

- ①从性质上，分为实际、隐藏和精神的线
- ②从方向上，分为水平线、垂直线和斜线
- ③从形式上，分为直线和曲线

特性：

- ①线条，是有意味的形式，是最能表达人类的情绪和感情的形式。
- ②线条的方向具有一定程度的象征性。

10. 空间的类型

设计中真实的物理空间可以分为：闭合空间，开放空间和中界空间

11. 二维平面幻想空间的营造方法

- ①重叠
- ②大小
- ③垂直定位
- ④透视
- ⑤错视空间

12. 明度：是指从最暗的深色到最亮的浅色之间的各种明暗层次

三大面：物体在光线照射下会出现三种明暗变化，即亮面、暗面、中间面

三大调：明调、暗调、中间调

艾维斯色相环：19 世纪后期美国特理学家艾维期以红、黄、蓝为三原色建构了一个色相环，将原色混合得到的称为间色；原色与一种间色相混合能得到第三组颜色，称为复色。

孟塞尔色彩理论：1912 年孟塞尔创建了一套色彩理论，被认为是在现有体系中最科学的一种，在这套理论中，每种颜色都有三种性：色相、明度、纯度

13. 色彩性质和色彩关系

①色相：是界定一种颜色时所用的名字，它指的是颜色最单纯的状态，是色彩特质的基础；

②明度：是指一种颜色的相对亮度或暗度；

③纯度：也称浓度，是一种颜色的明亮或晦暗程度；

我们很自然会认为在色相环上两个相邻的颜色有着共同的特质，她们可以相互混合，相互和谐。

14. 材料的特质

每种材料都有其自身的特质，不仅在外观上，在耐用性和它对人们操作的反应上也是如此。

①可塑性：指物体能被塑造的能力，是材料被塑形后保持其形状的特质

②柔韧性：指物体易被弯风、折叠、扭曲或操纵的特质。

③坚硬度：坚硬度装刚性与块面结合起来，这种特质存在于某些建筑或雕塑中。

15. 肌理：

肌理，又称质感或质地，是物质表面所呈现出来的色彩、光泽、纹理、粗细、厚薄、透明度等多种外面特性的综合表现。

肌理的类型：

①自然肌理

②人工肌理

③触觉肌理

④视觉肌理

肌理的功能：

①生理和心理功能，不同的肌理带给人不同的心理感受和联想

②肌理还具有审美功能，如原始陶器上的指甲纹、绳纹、压纹、几何纹等构成了独特的审美纹饰。

16. 简述设计中统一与多样性原理

统一性是所有原则中最基本的一条，统一性代表着整个体感，与整合相似，在设计含义就是计划，安排，构成，就是将设计元素按照一定的原则和结构组合起来，构成统一协调的整体。多样性的精髓在于比较。分析统一性同时注重多样性，她们是相辅相成的不可分离从统一性的本意上来看，她并不是要求减元素，而是元素整合成一个和谐的整体。

17. 如何达到设计的统一和三种一般方法

统一意味着设计元素的调和或一致，统一的重要方面是整体必须去配部份：在关注个别元素之前，必须首先关注整体构成。一般有三种方法：

- ① 接近：设计统一来自于各元素的相互接近以及它们所具有的特征
- ② 重复：不同部分的简单重复可以使部分之间产生相互连接的关系
- ③ 连续：意味着某事物的“继续进行”

18. 多样性的精髓

多样性的精髓在于对比：粗糙与光滑，浅色与深色，庞大与微小。对比能使画面变得丰富，达到多样性的要求。

19. 结合统一性与多样性的原则或方法：以多种方式、多种途径发展和开拓同一主题。

20. 平衡的类型和实例

① 结构平衡

水平平衡：袋鼠

垂直平衡：旗杆

放射平衡：花朵

② 视觉平衡

21. 节奏的类型

① 度量节奏

② 流动节奏

③ 回旋节奏

④ 高潮节奏

22. 几种经典比例

比例指的是事物的局部与整体的关系可以是构图，可以是人体，也可以是建筑空间，比例提供了很多信息，正因为比例这一原则的存在才让我们可以辨别这个世界

① 黄金分割：又称黄金律，是指事物各部分间一定的数学比例关系，即将整体一分为二，比值为 1:0.618 或 1.618: 1

② 斐波纳契级数：欧洲中世纪斐波纳契创立，每个数字都是前两个数字的和

③ 螺旋形

23. 用实例说明设计中尺度的运用

泰姬陵：印度穆斯林君主为纪念英年早逝的妻子修建，泰姬陵规模庞大，通过尺度对比，游客越是靠近泰姬陵，人的形象便显得越小来体现它的雄伟。

《步辇图》唐代画家阎立本所画，通过人物尺度的对比来突出中心人物唐太宗的壮硕、深沉与凝定。

24. 创造性思维的特征

- ①独特性
- ②流畅性
- ③多向性
- ④跨越性
- ⑤综合性

25. 设计思维的类型及特点

- ①程序性设计思维:
- ②典范性设计思维:
- ③叙述性设计思维:

26. 设计思维中的科学思维和艺术思维, 以及它们的作用方式

- ①科学思维或称逻辑思维, 它是一种锁链式的、环环相扣递进式的线性思维方式。
- ②艺术思维则以形象思维为主要特征, 包括灵感思维在内。它是非连续性的、跳跃性的、发散性的非线性思维方式。
- ③艺术思维在设计思维中具有相对独立和重要的位置, 在设计的过程中不仅自始至终地存在着, 而且也是设计思维的主要思维方式。
- ④设计思维是科学思维的逻辑性和艺术思维的形象性的有机整合。

27. 创造性思维如何催生设计创意

- ①设计的创意是创造性思维活动的结果, 创造性思维是抽象思维和形象思维、发散思维和聚合思维、顺向思维和逆向思维、横向思维和纵向思维等多种思维方式的协调统一, 因此, 设计的创意往往是多种思维共同作用的结果。
- ②逆向思维是指人们沿着事物的相反方向, 用反向探求的方式对解决问题的方案进行逆向思考;
- ③创造性思维也可以分为发散思维和收敛思维, 发散思维能够提出尽可能多的新设想, 收敛思维能够从中找出最好的解决方案;
- ④逻辑思维的分析、推论对设计的创意能否获得成功时常起到关键性的作用, 通过逻辑思维中常用的归纳和演绎、分析和综合等方法, 设计可以得到理性的指导, 从而使创意具有独特的视角, 挖掘潜在的市场需求, 引起受众的共鸣。
- ⑤与创造性思维关系更紧密的是形象思维, 特别是形象思维中的想象和联想, 联想是由一事物想到另一事物的心理过程, 它是联系记忆和想象的纽带, 很多时候, 创意来自于人们运用形象思维产生的联想;
- ⑥设计中有时会迸发出灵感和直觉, 在心理学的研究中被称为“直觉思维”或“灵感思维”灵感的出现常常给人们渴求已久的智慧之光。

28. 设计的基本方法

- ①功能论方法: 设计必须考虑功能因素, 功能论方法就是把产品的功能问题放在设计活动的重要位置, 在产品功能分析中排除一切不必要的多余的成分, 从而达到降低成本的目的, 它有助于提高产品的适用性, 有利于提高设计的科学水下。
- ②艺术论方法: 外观造型的美是设计的重要内容, 设计形式是材料和结构的外在表现, 是各种造型要素的外观如形态、色彩、肌理等的综合效果。
- ③系统论方法: 所谓“系统”, 即指具有特定功能的、互相有机联系又相互制约的一种有序性整体。系统论方法是以整体分析及系统观点来解决各种领域中具体问题的科学方法。系统论的设计方法, 就是把设计对象以及相关的设计问题, 如设计程序和管理、设计信息资料的分类整理、设计目标的拟定、“人-机-环境”系统的功能分配与动作协调等, 看作是一个系统, 然后用系统方法加以处理和解决。

④头脑风暴法:

29. 头脑风暴法

①1938年由美国学者奥斯本首次提出;

②是以集体讨论的方式,最大限度地挖掘集体每一位成员的潜能,使参与都能够自由表达,无拘无束地表达自己的意见和提案,让各种思想火花自由碰撞,好像掀起一场头脑风暴。

在讨论过程中,它不忽视任何一种建议,以此在尽可能多的解决方案中选择最佳方案。

③与会人员一般以10~15人为一个小组,讨论时间一般以20~60分钟效果最佳,一般程序和原则如下:

- 组成讨论小组,选择合适的时间和地点
- 明确目的,要求小组成员对将要讨论的问题都有清晰的了解
- 选出讨论会议的主持人和记录员
- 明确集体讨论的原则
- 开始集体自由讨论,小组成员畅所欲言,记录员记录下所有的发言
- 集体讨论结束后,进入评价阶段,立刻对记录下来的各种见解进行评价

30. 灵感和灵感的触发

设计师总在意想不到的时候,以前的印象和积演集体迸发,从而发现某种新的关系,产生新的想法,赋予它们以新的形式,这种现象就叫“灵感”

灵感的触发是设计中的关键点,决定着整个设计的成败和成就大小。

31. 设计的过程

整个设计活动,是一个系统完整的过程,包括:

- ①界定:
- ②创新:
- ③分析:
- ④制作:
- ⑤反思:
- ⑥整合:

32. 团队设计

是指围绕解决某一项问题而建立起一个包括众多成员的工作团队,要求成员相互激发、相互配合、相互支持,讲究团队协作精神,共同有效地完成工作任务。成良好的团队精神,充分发挥集体的智慧,是团队设计的目的。

33. 设计三部曲

- ①问题概念化:通过资讯收集与市场调查的方法,综合企划出新产品的整体“概念”
- ②概念视觉化:将市场的语言转换成可视的具体形态的视觉语言
- ③设计商品化:设计除了坚持美与创新的原则以外,还要考虑生产、工程的问题与市的流行需求等。

34. 设计的一般程序

- ①明确目标
- ②情报收集、分析形成观念
- ③设计构思与视觉化

- ④生产
- ⑤销售与反馈

35. 著名现代设计师

是指从事设计工作的人，是通过教育与经验，拥有设计的知识与理解力，以及设计的技能与技巧，而能成功地完成设计任务，并获得相应报酬的人

36. 设计师的类型

按照工作的方式分：

- ①企业设计师
- ②独立设计师

按照团队内部工作关系和职责分：

- ③总设计师
- ④主管设计师
- ⑤设计师
- ⑥设计师助理

37. 设计师的社会责任

①现代设计，越来越渗入到我们生活的各个方面，构建了我们的生活环境，我们无时无刻不是生活在设计的环境中，所以设计师对人、对人类、对我们自己富有不可推卸的责任，设计师应该关注人类未来，关注人类生理、心理和情感的舒适，应该进行人性化设计和绿色设计

②人性化设计：

设计是为人服务的，设计服务对象始终是人，设计的基本特征是技术性与人性的浑然一体，体现着人类的智慧、情感和文化。人机工程学和功能主义是人性化设计的科学基石和基本思想。

a.人性化设计是科学的人本主义，在以科学的手段和方式满足人的生理需求之外，更需要关注人更高层次的心理需求，诸如安全需求，归属与爱的需求、尊重需求、自我实现需求。

b.人性化设计是平等尊重的人文主义、即对特殊人群和各个特定社会群体的特殊关怀，全面尊重不同年龄、不同身份、不同文化、不同性别、不同生理条件使用者的人格和生理及心理需求。

c.人性化设计是对全人类命运具有责任和关怀的人文精神。人性化设计不仅是“为人”的设计，更是“为人类”的设计，必须关注人类共同的生活环境和生存危机，大力提倡绿色设计。

③绿色设计：

a.绿色设计起源于20世纪60年代在美国兴起的反消费运动，矛头直指对资源消耗与环境污染巨大的消费主义、样式主义和“有计划废止制”的设计模式。

b.设计师的设计活动，是为人类社会服务的，具有社会化理的性质，表现为对整个人类全面、长远、未来利益和命运的负责，设计师应该为人类的可持续发展作出贡献，这是时代赋予设计师的历史使命。

c.设计界提出的“适度设计”、“健康设计”、“美的设计”原则，正是绿色设计的原则：即防止设计对生态与环境的破坏、防止社会过于物质化，防止传统文化的葬送和人性人情的失落，防止人类的异化，使人类能够健康、自然、适度、诗意地生活。

38. 设计师的能力和素质

- ①形态创造和表现能力
- ②设计分析能力
- ③创意能力
- ④协作能力
- ⑤审美能力

- ⑥经济意识
- ⑦设计理论修养

39. 人类科技进步对现代设计的影响

- ①现代设计的产生和发展与科技进步紧密地联系在一起，机器大生产引发了设计与制造的分工和标准化、一体化批量产品的出现，18世纪，建筑师首先从“建筑公会”中分离出来，使建筑设计成为高水平的智力活动。随着劳动分工的迅速发展，设计也从制造业中分离出来，成为独立的设计行业。
- ②科学技术进步创造出的各种机器和工具，不断改变着人们的生活方式。
- ③科学技术进步带来新材料的运用，一种新材料的诞生往往给设计造成重大影响。
- ④表现和传达技术的发展使视觉传达的领域不断扩大。
- ⑤新兴的信息技术引起设计生产及设计模式划时代的变革
- ⑥计算机的发明和应用，使设计的表达和制作过程发生了深刻的变革。
- ⑦现代科技的发展在为设计提供新的工具、技法、材料的同时，带来了学科的综合、交叉，以及各种科学方法论的发展。

40. 人机工程学的内涵

- ①人机工程学是使设计更加宜人化，符合人的生理与心理需要，研究中心就是“人-机-环境”系统。
- ②“人”是指作为主体工作的人；“机”指人所控制的一切对象的总体；“环境”则指人-机所共处的特殊条件，包括物理因素的效应和社会因素的影响；
- ③人机工程学即以人、机、环境这三大要素作为基本结构，既要注意人、机、环境各要素本身的性能的分析，又要重视要素之间的相互关系、相互作用、相互影响。

41. 设计的人机工程学尺度

- ①人体尺度：人体尺度是建筑设计、环境设计、产品设计、服装设计等最基本的参数这一；
- ②感知系统：感知觉是人脑和人的感觉器官的刺激的个别反映；
- ③运动系统：运动器官中，手是使用物品的最主要器官，设计必须注意人手的研究，熟悉手的各种参数。
- ④环境因素：环境是指“人-机-环境”中的各种自然环境因素，设计过程中，最大限度地消除各种不利于人的环境因素，使人具有“舒适”和“宜人”的作业环境。

42. 设计的艺术特征

- ①设计是一种特殊的艺术，设计的创造过程是遵循实用化求美法则的艺术创造过程。
- ②从古到今，设计的艺术追求都在设计品中体现出来的。
- ③当设计解决了物质技术产品的技术课题与使用功能，艺术便成为它永无止境的追求。
- ④现代设计与科学技术发展紧密相连，以先进科学技术为设计基础和手段，然而这并没有损害设计的艺术特性，反而使得现代设计具有了科技含量很高的现代艺术特性。

43. 设计的艺术手法

- ①艺术创造：艺术创造是设计的本质，设计的过程中的构思创意阶段，艺术创造发挥根本性的作用。
- ②艺术抽象：艺术抽象是一种形象思维过程，是用具象的概括和形象的简化来把握事物的本质，它是对某些形象特征的抽取、提炼和侧重。
- ③艺术造型：造型艺术中的元素和原则也是设计中经常运用的造型艺术中有五种形式的构成要素：线条、形的组合、空间、光影和色彩。
- ④艺术装饰：在设计艺术手法中，装饰是最传统又常用的方法。装饰并不等于“罪恶”，关键在于

使用是否恰如其分。好的装饰可以掩去设计的冷漠，增添制品的情感因素，增强设计的艺术感染力；好的装饰是设计不可分割的部分，只有多余的装饰才是可以随意增减的附件。

⑤艺术解构：以古今艺术或设计艺术为对象，根据设计的需要，进行符号意义的分解，分解成语词、纹样、标识、单行、乐句之类，使之进入符号贮备，有待设计重构。

44. 现代设计与装饰的历史发展关系

①19世纪工艺美术运动，主张以艺术装饰设计和手工艺的方式设计出实用与审美结合的产品；

②工艺美术运动之后的新艺术运动仍然是一个装饰艺术运动，涉及包括建筑、家具、产品、首饰、服装、平面设计、书籍插图、绘画、雕塑等众多艺术门类，是现代设计史上一次影响深远的形式主义运动。

③新艺术运动后，现代设计进入了一个具有革命的意义和强烈批判色彩的发展时期，一是装饰艺术运动，另一个是以包豪斯为代表的现代设计运动，装饰艺术运动是20世纪二三十年代在法国、美国、英国等国家开展的一场风格特殊的设计运动，装饰艺术运动关注机器产品上的装饰设计，试图用装饰设计的方式使机械产品具有美观和高贵的效果。

④1919年格罗皮乌斯创立了设计学院包豪斯，在建筑和产品设计中排除了传统的表面的装饰形式，从功能出发从结构出发，做到实用与审美的统一。

⑤后现代主义是对现代主义的反叛。后现代主义设计追求装饰的、历史的折中主义风格，后现代主义设计的经典之作大都是这综合的产物。

45. 设计与生产的关系

①设计本身是一种生产活动，即是物质的生产，也是精神的生产。

②设计为生产服务。

③设计通过生产来实现，设计师要熟悉生产工艺，要向生产人员学习，生产部门也必须认识设计、重视设计。

46. 简述设计产品的实用价值和附加价值，并举例说明如何创造附加价值。

①实用价值是设计的基本价值，是经济价值的重要体现，能够满足人的衣食住行用的需要，这种需要是人的共同需要，是生活的基本的实用需要。

②商品的附加价值是指企业创造出来的，除了该类商品所具有的基本实用价值和工具价值以外的精神价值。

③企业的CI（企业形象）设计可以创造高附加值，如由法国著名设计师路易威登创立和以他名字命名的LV品牌；

④设计作为创造附加值的手段，还能将最新信息寓于设计符号之中，设计往往结合了最新的科技成果，运用新材料、新技术、新工艺来开发新产品。

⑤设计的艺术内涵是创造高附加值永远的保证。

47. 设计的经济价值有哪些

精神价值，审美价值，文化价值，持有价值，荣誉价值，其他商品都是附加价值。商品的附加价值是指企业创造出来的，除了该类商品所具有价值和工具价值以外的精神价值。

48. 设计与消费的关系

①设计是被消费的对象；

②设计为消费服务，要充分考虑消费者的消费心理、消费方式和消费需求，要帮助设计品的消费更好地实现。

③设计引导消费，引领健康和高品质消费。

④设计创造消费，能够主动地创造消费市场。

49. 简述和评价设计企业管理的垂直式结构和矩阵式结构

垂直式结构是指设计组织管理从结构上层层向上，逐渐缩小，权力逐级扩大，有严格的等级制度，形成一种纵向体系。

优势：结构严谨、等级森严、分工明确、便于监控等。

不足：各职能部门之间缺乏快速统一的沟通协调机制，森严的等级制度极大地压低了员工的主创精神，信息沟通渠道长。

矩阵式结构围绕某项专门任务成立跨职能部门的专门机构。由有关部门参加，力图做到条块结合，以协调有关部门的活动，保证任务的完成。

优点：灵活、高效

不足：临时性多变性的组织对于长期发展的大型设计企业管理模式来说显然不够的。

50. 简述三种设计管理营销策略。(P85)

①企业形象设计策略：是将企业经营理念与企业文化整合为明确而统一的概念，并利用视觉设计的技巧将这些概念视觉化、规范化、系统化，进而通过传播媒介传达给外界，以期使之②对企业产生认同感。

③产品创新设计策略：

④率先进入市场策略：

⑤集中策略：

⑥多元化和通用化策略：

51. 举例说明设计师管理中的两个重要方面。

①设计师的选拔和培养：由于设计工作的复杂性，综合性，涉及了诸多学科的知识能力，因此设计师的要求和衡量标准就非常高。首先应让员工了解公司经营的基本情况，如公司的发展战略、目标、设计战略，经营方针、经营状况、规章制度等，便于员工参与公司活动。设计师的培养，要关注个体成长和职业生涯的发展，要充分了解员工的个人需求和职业发展意愿，为其提供适合其要求的上升道路。如荷兰飞利浦公司为设计人员提供最新的信息与情报，通过各种方式传达有关新技术，新的市场动态的信息。

②创造良好的设计工作环境：设计企业的环境、氛围、设计施，传递着对员工的关怀，对劳动的尊重，更重要的是有利于工作效率的提高、设计创意的激发。现代设计师具有较强的获取知识、信息的能力，以及处理应用知识和信息的能力，因而常常不按常规处理日常事情。现代设计师更多地从事思维性工作，固定的工作场所和工作时间对他们没有多大意义，他们更喜欢独自工作的自由和刺激以及更具张力的工作安排。

52. 人类文化的三部分

一是器物文化：是指物质层面的文化，它是人们在物质生活资料的生产实践中所创造的文化，集中反映出人与自然的关系，是人们在改造和利用自然对象的过程中所取得的文化成果。

二是行为文化：是指制度层面的文化，它表现为人与人之间的各种社会关系以及人的生活方式，包括维护这些关系所建立或制定的各种社会组织以及与此相适应的组织形式、制度法律和道德规范等。

三是观念文化：是指精神层面的文化，是在器物文化和行为文化基础上形成的意识形态。

53. 设计对生活的影响,举例说明设计改变人们生活的三种方式

- ①设计为生活提供了宜人的、美的物质基础和条件;
- ②设计制造着人们使用的器物 and 工具,同时也设计着器物 and 工具的使用方式;
- ③生活方式很大程度上表现为一种消费方式,一种对产品的消费方式,而产品设计和生产实际上是直接为消费服务的;
- ④消费者消费的就是一种精神品位,一种象征价值,这种象征价值正是高品质的设计所创造出来的。
- ⑤设计改变人们的生活方式有三种,一是通过新的科学技术设计发明新的产品,新的产品带来了人们新的使用方式和生活方式。二是通过新的科技和设计改良产品的形态和使用方式,从而改变人们的生活方式。三是通过设计提高产品的高附加值,提高产品的精神品位和象征价值,引导和塑造人们的精神品位、情感心理、个性风格,从而改变人们的生活方式。

54. 设计的时代风格和民族风格

是某一时代的科学技术水平与审美观念、审美意识的集中反映;设计民族风格的形成,是一个民族的文化传统、审美心理、审美习惯等在设计上的体现。

55. 产品设计

产品设计是指对产品的造型、结构和功能等方面进行综合性的设计,以便生产制造出符合人类需要的实用、经济、美观的产品。

56. 简述工业设计与产品设计的区别与联系

- 1)工业设计作为人类活动的重要部分,是一切工业生产领域的产品设计活动,是现代设计的核心部分,是现代科学技术与人类文化艺术结合,以现代化工业生产为基础的一门新兴是用学科。
- 2)工业产品设计主要是指工业产品的造型设计,是工业设计的核心。

57. 简述产品设计的基本要素

- ①需求:需求是人类生存的基本条件,也是工业设计过程中首先要考虑的要素。设计是为人服务的,是为满足人类的需求而做的,人们的需求是设计的出发点,目的所在和动力源泉。
- ②功能:产品的功能,是指产品具有的特定用途或作用,是根据人的需求来设计的。
- ③造型:造型是为了表现一定目的所采取的结构或方式,是具备特定功能的产品实体形态,其中包括产品的结构形态,色彩和材料等多种形式要素。
- ④技术条件:各种材料,技术和设备是实现产品功能和造型形象的基础,是构成产品的重要条件。

58. 简述产品设计的基本要求

答:产品设计是为人类的使用进行的设计,设计的产品是为人而存在,为人所服务的。产品设计必须满足以下的基本要求:

- (1)功能性要求:现代产品的功能有着比以前丰富得多的内涵,包括有物理功能——产品的性能、构造、精度和可靠性等;生理功能——产品使用的方便性、安全性、宜人性等;心理功能——产品的造型、色彩、肌理和装饰诸要素予人愉悦感等;社会功能——产品象征或显示个人的价值、兴趣、爱好或社会地位等。
- (2)审美性要求:产品必须通过其美观的外在形式使人得到美的享受。现实中绝大多数产品都是满足大众需要的物品,因而产品的审美不是设计师个人主观的审美,只有具备大众普遍性的审美情调才能实现其审美性。产品的审美,往往通过新颖性和简洁性来体现,而不是依靠过多的装饰才成为美的东

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/208065013073006023>