第一图书网, tushu007.com

<<工业设计方法>>

图书基本信息

书名：<<工业设计方法>>

13位ISBN编号：9787112085606

10位ISBN编号：7112085608

出版时间：2006-5

出版时间：中国建工

作者：唐林涛

页数：164

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

前言

这本书是讨论设计方法的。
它由文字、图表、图片、数字、漫画、符号等材料堆砌而成，并穿插以科学理论、逻辑推理、经验实证、主观感悟与前人论述。
它探求了当代“设计活动的规律”以及我们“如何开始设计”这两方面思想观念体系，姑且叫做“设计方法论”吧。
提起“方法论”，一般的理解是一套特别的、描述清晰的、固定的行为规则，因此大多数的设计师对此持怀疑态度是可以理解的。
Nigel Cross在1984年编辑的Devdopmein Design Method．ology一书的开篇写到：编辑设计方法论的书或被认为勇敢，或被认为愚蠢。
人们对方法论的恐惧与厌烦早已常见。
在艺术或科学领域里，学习方法论来替代实践被认为是创造力的枯竭。
伏尔泰说：“理论化对于宗教如同毒药对于食物”。
同样的比喻也被用于方法论与设计的关系。
尽管学设计的人都在不同程度上使用着某种方法，他们还是对方法论有着潜意识的抵触。
著名的批判家Christopher Alexander曾说：“如果你说‘这是个好点子’，我会很喜欢；如果你说‘这是个方法’，我就有点厌烦；如果你说‘这是方法论’，我就不想谈论它了”。
由于这段话出于一个著名的设计方法论专家之口，所以也就伤害了更多的设计方法论研究者，也给更多的设计师壮了胆，公然地对设计方法论说不。
但是，不管“设计方法论”这个术语多么抽象、形而上，都请您相信，对于“设计方法”的研究与探讨一定可以使我们的设计活动在“效率”与“效果”上有所增益。

内容概要

本书探讨了“设计活动的规律”以及“如何开始设计”这两方面的内容，梳理了关于设计的知识，总结了设计方法论的历史以及当前的发展趋势，剖析了设计的复杂性，阐述了“设计事理学”的方法论体系。

本文是“多学科”知识体系在设计主题上的贯通，它将哲学、社会学、经济学、市场学、心理学、文化人类学等多学科相关知识有机地红领巾入到“设计方法论”的研究中。

本书适用于设计艺术学本科二年级以上学生，或从事设计教育与设计研究的学者使用。

作者简介

唐林涛，1973年出生于河北省唐山市。
1991年9月入北京理工大学工业设计系，1995年7月获本科学士学位，1995年7月至1997年9月在北京工业设计中心任产品设计师，1997年9月至2000年4月攻读北京理工大学工业设计系硕士学位获工学硕士，2000年4月至2001年9月在深圳华为技术有限公司

书籍目录

内容提要前言第一章 关于设计的知识 1.1 内在属性 1.2 历史、流变与支配逻辑 1.3 外在关系第二章 设计的复杂性 2.1 物的复杂性 2.2 人的复杂性 2.3 设计的象内象外第三章 当设计遇到方法 3.1 历史回顾 3.2 当前方法理论第四章 事、物、情、理 4.1 事 4.2 事“物”、事“情”与事“理” 4.3 设计事理学 4.4 设计事理学的作用第五章 忘掉方法 5.1 设计方法诞生与发展的动因 5.2 方法能帮什么忙？ 5.3 方法与知识、经验、技巧 5.4 作为“方法论”的设计事理学 5.5 忘掉方法第六章 案例分析 6.1“雅筑家居”目标消费人群生活形态研究附录一 人群定位与形象测评相关问卷、表格、图片附录二 多元分类测评相关图片、表格、分析过程参考文献后记

章节摘录

符号意义：不管是形式的还是结构的，都可以认为是手段，其最终目的是为了获得形式或结构背后所蕴涵的意义。
而摆脱既往的符号形式与结构，以全新的形式结构再诠释、发展那需要承接的意义，则是设计文脉的最高境界。
奔驰车是尊贵的象征，可国产车即使移植了奔驰的某些形式，还是不能获得“尊贵”的意义，所以我们需要以自己的，全新的结构形式去表述“尊贵”。
同样，iMac的价值也不是其他电脑厂商更换透明材料就可获得的。
在建筑领域，安藤忠雄的“光之教堂”与吴良镛先生的“菊儿胡同”是成功的典范，前者不靠高耸的尖顶或彩绘的玻璃天窗，而是用“光”（无）来表现上帝与天堂（有），是日本文化对基督教的解释；后者则是对传统居住方式的意义上的发展。
在产品的领域，国内的厂商正在致力于模仿别人的文脉意义，而国外的厂商进入中国市场时，也仅仅是操作系统的“汉化”，而非产品意义的“汉化”。
中意松花江聘请了意大利的设计大师，采用了“脸谱”的符号语言，意图进行“意义”上的汉化。
可唱戏的脸谱与交通工具在“意义”上有什么联系呢？
它仍然是老外眼中的中国，仍是一个舶来品。
文化赋予的符号意义是深层的，抽象的，难以把握的，但也正是需要设计师去研究和发展的。
因为产品与人的互动过程应该是诠释性的，所涉及的并非分析而是理解，是一个把握产品意义的历程，也就与文化存在着确定的联系。

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