

设计心理学（综合练习）

一、单项选择题

- 1、设计心理学发展为独立科学的时间是（D19 世纪中叶）
- 2、利用脑中具体形象或表象解决问题是指（B.形象设计思维）
- 3、有目的地在严格控制的环境中,创设一定的情景并引起被试验者的某些心理活动现象的设计心理学研究方法为（D.实验法）
- 4、视觉对比的种类有明暗对比,以及（A.颜色对比）
- 5、人类能够认识外界事物,了解各种事物属性,主要通过（D.感觉）
- 6、人的感觉除视觉外,另一种重要的感觉是（B.听觉）
- 7、为了最充分地发挥视觉作用,需要了解并运用（A.设计的色彩功能）
- 8、只占人心理小部分的是（C.意识）
- 9、不属于意识的状态是（D 计算）
- 10、内部语言是（C.自问自答或不出声的语言活动）
- 11、工业设计起源于（A.包豪斯）
- 12、语言是个体运用语言符号进行的交际活动,所以语言具有一定的（B.社会性）
- 13、个人借助文字表达自己的思想或通过阅读来接受别人语言的影响。这是指外部语言的（D.书面语言）
- 14、下面描述人格独特性特征的是（D.人心不同，各如其面）
- 15、认知风格也叫（B.认知方式）
- 16、设计审美首先考验的是设计师的（B.个人美学素养）
- 17、在控制条件下对某种行为或心理现象进行观察的方法为研究设计营销心理学方法中的（A.实验法）

二、多选题：

- 1、设计思维的特征有（B.间接性 C.概括性）
- 2、广义上工业设计包含了一切使用现代化手段进行的设计过程包括（A.生产 D.服务）
- 3、完善设计师人格的方面有（C.多年的专业训练 D.注重培养人格因素）
- 4、语言可以是（B.一种社会现象 C.一种符号系统 D.思想交流的行为）
- 5、语言是（A、一种社会现象 B.是人类通过高度结构化的声音组合 C.或通过书写符号、手势等构成的一种符号系统 D，是一种运用这种符号系统进行思想交流的行为）
- 6、注意的认知理论有（A.过滤器理论 C.衰减理论）

- 7、独白语言是 (A.个人独自进行的 B.与叙述思想、情感相联系 D.较长而连贯)
- 8、格式塔心理学的主张有 (A.部分相加不等于全 B.整体先于部分而存在 C.整体不能还原为各个部分、各种元素的总和 D, 整体制约部分的性质和意义)
- 9、设计与审美的联系体现在 (A.设计与设计师 B.设计与社会 C.设计与自然 D.设计与设计成果)
- 10、心理学派别有 (B.构造主义 D.行为主义)
- 11、注意的特点有 (A.指向性 B.集中性)
- 12、人格的结构包括(A.气质 B.性格)
- 13、人们在设计产品时,先在脑中形成一定框架,再进行 (A.构思 C.构图)
- 14、属于设计意识的有 (B.在未来社会更合理地生活的生存意识 D.处理好自己与自己、他人、社会间关系意识)
- 15、下面属于错觉在设计中的应用的是 (B.利用照明使陈列商品数量减少 C.利用镜子使店面空间显大)
- 16、设计思维可分为 (B.形象设计思维 C.直观设计思维 D.逻辑设计思维)
- 17、学习设计心理学的主要意义体现在 (A.创造性设计 B.美观性设计)
- 18、审美设计的特征包括 (B.形式美 C.艺术美 D.技术美)
- 19、心理学的一个派别构造主义认为 (A.应研究人们直接经验 B.把人的经验分为感觉、意象、激情状态 C.强调内省的研究方法)
- 20、设计的审美想象的类型有 (B.审美联想 C.审美意象)

三、名词解释

1、外部语言

外部语言又包括口头语言(对话和独白语言)和书面语言。

2、创造力

即根据一定目的和任务,运用一切已知信息,开展能动思维活动,产生出某种新颖、独特、有社会或个人价值的产品。

3、无意识

无意识是相对于意识而言的,是个体不曾觉察到的心理活动和过程。

4、感觉

感觉是一切较高级较复杂的心理现象的基础,是人的全部心理现象的基础。

5、逻辑设计思维

当人们面对理论性质的任务,并要运用概念、理论知识来解决问题时这种思维称为逻辑思维。

6、平面设计

平面设计通常可指设计制作的过程，以及最后完成的作品。

四、简答题

1、简答设计心理学的研究类型

设计心理学的研究类型主要包括以下三种：

1.因果研究

因果联系是事物的普遍联系之一，设计心理学的第一项研究就是要揭示心理现象的因果联系。

在心理现象和外界刺激、心理现象和大脑的活动间存在着广泛的因果联系。

在进行因果研究时，研究者首先应该注意创设某种实验的情景，使之能引起某种心理现象，同时要控制可能影响这种心理现象的其他因素的出现。其次，当一种情景引起了某种心理现象时，在这种实验情景下，前者是因，后者是果，脱离一定的条件来谈因果联系是没有意义的。

2、个案研究

因果研究和相关研究都是以较大的被试样本为基础的，使用的样本数越大，实验的结果就越可靠。但是，设计心理学家也常常进行个案研究，从个别案例中发现有价值的结果。

3.相关研究

相关是事物间的另一种关系，它和因果关系是不同的。例如，在吸烟的人群中，肺癌的发病率较高这时我们可以说，吸烟和肺癌的发病率有较高的相关但吸烟并不是引起肺癌的唯一原因。我们不能根据一个人吸烟的多少来预测他是否会患癌症。

相关研究是设计心理学的另一类重要的研究。设计心理学的许多研究都是在寻找相关，例如人的社会经济地位和心理发展的关系，某种人格特质和特定行为的关系，老年人自我支配的意识与生理健康的关系等。但是，相关本身不能提供因果的信息，当两种现象被发现有相关时，甲可能是引起乙的原因，乙也可能是引起甲的原因，或者它们是以其他的方式产生相关的。只看相关本身的信息，你无法推断哪个是因，哪个是果(Zimbardo, 1990)。学生的阅读和数学成绩与每天看电视的时间存在负相关，也就是说，学生每天看电视的时间越多，他们的阅读成绩和数学成绩就越低(表 1-1)。研究结果公布以后引起了教师和家长的重视，说明相关研究是有价值的。但是，由于相关关系不同于因果关系，我们从这项研究中还不能得出长时间看电视是引起学生成绩下降的原因。要想找出学生成绩下降的原因，还需要进行因果研究。

2、简答色彩的感觉

色彩是人的视觉器官对可见光的感觉。

健康的眼睛只能在波长 400 纳米作用下产生紫蓝等色彩感，波长短于 400 纳米的紫外光，和长于 700 纳米的红外光都属于不能给眼睛色彩感的光。一般情况，当光源色遇到物体时，变成反射光或透射光后再进入眼睛，对眼球内网膜产生刺激，又通过视神经达到支配大脑的神经中枢，从而产生色感觉。

3、简答朝向反射的定义

朝向反射是由情境的新异性引起的一种复杂而又特殊的反射。它是注意最初级的生理机制。20世纪初，在巴甫洛夫的实验室里曾经发生过这样一件事：巴甫洛夫的一位助手用狗做实验，使狗形成了对声音的食物性条件反射。事后请巴甫洛夫去实验室参观。令人奇怪的是，每当巴甫洛夫在场的时候，实验就不成功，实验动物已经建立的条件反射明显地被抑制了。经过仔细分析，巴甫洛夫认为，由于他在场，狗对新的刺激物(陌生人)产生了一种特殊形式的反射现象，因而对已建立的条件反射产生了抑制作用。巴甫洛夫把这种特殊的反射叫朝向反射。这是人和动物共同具有的一种反射。

4、简答语言的特征

语言的特征主要包括以下几个方面：

1.创造性

现代语言学的奠基人、德国著名语言学家威廉·冯洪堡特率先揭示了语言的创造性，他认为：“语言就其真实的本质来看，是某种持续的、每时每刻都在向前发展的东西”。语言的创造性表现在人们使用有限数量的词语进行组合，便能产生或理解无限数量的语句，这些语句有可能是以前从未说过或听到过的。。

2.结构性

任何语言符号都不是离散、孤立地存在的，而是一个有结构的整体。如果一个人只有一些零散的词汇，他就无法和别人进行有效的语言交流。语言受到一定规则的约束，只有符合一定规则的语言，才是人们在交际时可以接受的语言。

3.意义性

语言中的一个词或一句话，都有一定的含义，这种意义性使得人们能够相互理解、相互交流。不能传达任何意义的语言都不是正常的语言。

4.指代性

语言的各种成分都指代一定的事物或者抽象的概念。

5.社会性与个体性

语言是个体运用语言符号进行的交际活动，所以语言具有一定的社会性。人只能使用社会上已经形成的语言，用词来表达意义也只能使用约定俗成的词。

5、简答营销心理学发展完善时期的变化

营销心理学完善时期的变化主要体现在以下三个方面。

(1)营销理念变迁

首先包括营销基本概念的拓展。营销任务被提升到“需求管理”的层次，营销的核心概念开始增加,其次，顾客导向营销思想的确立。

(2)营销运作策略变迁

其中包括全面改造营销功能环节、形成营销主流模式、重视竞争策略等方面。

(3)营销组织的变迁

传统的职能架构关注的是部门本身的绩效，不再适合维持与顾客的长期关系、培养顾客忠诚的新时代营销使命。

6、简答设计心理学

设计心理学是设计专业的一门理论课程，是设计师必须掌握的知识。设计心理学是建立在心理学基础上，把人们的心理状态，尤其是人们对于需求的心理通过意识作用于设计的一门学问。它同时研究人们在设计创造过程中的心态，以及设计对社会及对社会个体所产生的心理反应。这种心理反应反过来作用于设计，使设计更能够反映和满足人们的心理。

7、简答影响嗅觉感受性的因素

首先，对不同性质的刺激物有不同的感受性。例如，乙醚的嗅觉阈限为 5.8 毫克/升空气，而人造麝香的嗅觉阈限为 0.00004 毫克/升空气。其次，它和环境因素、机体状态有关。例如，温度太高、太低，空气中的湿度太小，人患有鼻炎、感冒等疾病，都会影响嗅觉的感受性。最后，适应会使嗅觉感受性明显下降。“入芝兰之室，久而不闻其香；入鲍鱼之肆，久而不闻其臭”这个现象就是由于刺激物的持续作用而引起嗅觉感受性的下降。

8、简答注意的功能

注意的基本功能是对信息进行选择。周围环境给人们提供了大量的刺激，这些刺激有的对人很重要有的对人不那么重要，有的则毫无意义，甚至会干扰当前正在进行的活动。人要正常地生活与工作，就必须选择重要的信息，排除无关刺激的干扰，这是注意的基本功能。注意对信息的选择受许多因素的影响如刺激物的物理特性或人的需要、兴趣、情感以及过去的知识经验等。

9、简答展示设计的关键

如何建立展示剧情的框架是展示设计的关键，它决定着设计的走向。设计构思一定是基于某种主题所形成的，在基本功能设计的初期阶段，必须先了解企业要传达给参观者什么信息，由此决定展示的大主题和风格。好的展示主题必须能直接表达展览内容，而且可以创造一种特殊的展览气氛，有效地吸引顾客达到宣传销售目的。

其次要划分出补充大主题的小主题，还有相关的各种项目，这些内容既要服从整体风格，又要有其独特的构思，能够成为一个个精彩的局域点。这些精彩点与整体风格协调起来即成为展示剧情的框架，如同电影和戏剧中的剧情梗概。由此出发考虑场地空间规划及造型结构的安排，开始基本设计。

10、简答产品的情感化设计

产品的情感化设计是以遵循人的情感活动规律为基础，以受众的体验层次和情感需求为切入点，设计出具有人情味的设计物，让受众获得内心愉悦的体验，使生活充满乐趣和感动。产品从生产、购买、使用再到回收，每一阶段都体现出产品与人之间的交流。在人与人之间通过语言来实现情感交流的同时产品与人之间则通过产品的色彩、形态、材料等语言来传达其特定的情感。

五、论述题

1、论述工业设计的起源,以及它的设计风格

工业设计起源:

工业设计起源于包豪斯(Bauhaus, 1919-1933), 德国魏玛市“公立包豪斯学校”(Staatliches Bauhaus)的简称, 后改称“设计学院”(Hochschule für Gestaltung), 习惯上仍沿称“包豪斯”(图 4-13)。在两德统一后位于魏玛的设计学院更名为魏玛包豪斯大学(Bauhaus-Universität Weimar)。

它的成立标志着现代设计的诞生, 对世界现代设计的发展产生了深远的影响, 包豪斯也是世界上第一所完全为发展现代设计教育而建立的学院。“包豪斯”一词是格罗披乌斯生造出来的, 是德语 Bauhaus 的译音, 由德语 Hausbau(房屋建筑一词倒置而成。

包豪斯设计风格:

包豪斯设计风格是对“现代主义风格的另一种称呼”。包豪斯对于现代工业设计的贡献是巨大的, 特别是它的设计教育有着深远的影响, 其教学方式成为世界许多学校艺术教育的基础, 它培养出的杰出建筑师和设计师把现代建筑与设计推向了新的高度。

相比之下, 包豪斯所设计出来的实际工业产品无论在范围上或数量上都是不显著的。包豪斯在世界主要工业国之一德国的整体设计发展过程中起了重要作用, 包豪斯的影响不在于它的实际成就, 而在于它的精神。例如包豪斯为了追求新的、工业时代的表现形式, 在设计中过分强调抽象的几何图形。“立方体就是上帝”, 无论何种产品, 何种材料都采用几何造型, 从而走上了形式主义的道路。

2、论述设计的色彩功能及其作用,并对其中一个色彩功能在设计中的应用举例。

设计的色彩功能及其作用:

设计的色彩功能指设计色彩对眼睛及心理的作用, 具体一点说, 包括对眼睛明度、色相、纯度对比等刺激作用, 给心理留下的印象。如人们在接触红色时会感到温暖, 接触蓝色时会感到寒冷。色彩还能产生轻重、强弱、明快与忧郁、前进与后退、膨胀与收缩、兴奋与恬静、华美与质朴等感觉。色彩的各种感觉是心理作用的结果, 跟物体的实际并不一致, 但它对人的消费过程能产生一定影响。了解设计的色彩功能, 更能恰如其分地应用色彩及其对比调和效果, 把色彩表现力、视觉作用最充分地发挥出来, 给人视觉与心灵上

的喜悦、刺激和美的享受。

对其中一个色彩功能在设计中的应用举例：（4选1）

1、红色功能

在可见光谱中红色波长最长，处于可见光的长波的极限附近，它容易使人产生兴奋、激动、紧张的心情。但红色光很容易造成视觉疲劳，因发光体辐射的红光可传导热能，使人感到温暖，这类感觉经验积累给人以凡红色都温暖的印象，被称为暖色。

在商店的展示设计中，鲜花、果实类食品显现出动人的颜色，而红色给人留下艳丽、芬芳、富有生命力、充实、饱满、鲜丽、甜美、成熟等印象，使人产生购买的欲望。

在社会生活中，不少民族把红色作为欢乐、胜利、喜庆节日用色，人们惯用红色作为兴奋与欢乐色用。由于红色拥有较高的注目性，使它在标志、旗帜、大众传播等用色上占了首位，成为最有力的宣传色。

在商业设计中也广泛应用红色，使其成为商品畅销色。

人们曾做过实验，将受访者带进刷满红色涂料的房间，可明显感觉到受访者心跳加快、血压升高、并伴有皮肤出汗等症状，长时间待下去人会觉得兴奋、烦躁。如果室内装饰成这种颜色，将会是一种精神上难以受的折磨，严重者可能会产生心理疾病。所以设计师在进行室内环境设计时，红色作为一种具有刺激性的色彩，应谨慎使用或避免大面积使用。

2.黄色功能

黄色是电磁波可视光部分的中波长部分，波长大约为 570~585 纳米在可见光谱中黄色波长适中，与红色相比，视觉上要容易接受得多。

阳光、人造光源都倾向于黄色，黄色光光感强，给人留下光明、辉煌、灿烂、柔和、充满希望等印象自然界中迎春、玫瑰郁金香大都显现出美丽娇嫩的黄色，使它成为美丽与芳香的颜色，给人带来舒适的享受。

秋天是一个收获的季节，万物开始走向成熟，黄色给人以丰硕的感受。在古代的社会生活中，帝王及宗教领袖常以黄色作为服饰的主要颜色，同时也是宫殿与庙宇的色彩，黄色使人产生崇高、智慧、神秘、华贵、威严等心理作用。

3.橙色功能

在可见光谱中，橙色光波长居于红黄之间，色性也在两者之间，既温暖又明亮。橙色在空气中穿透力仅次于红色，注目性相当高，因而也被当作讯号节庆传播色，也易造成视觉疲劳。橙色又称橘红色或橘黄色，都是以成熟果实为名。

在自然界中这种果实很多，橙色也属于引起食欲色，给人以香、甜的感受，使人感觉充足、饱满、成熟、愉快、有营养的心理感受。

在工业安全设计用色中，橙色即是警戒色，如火车头、登山服装、机械作业、救生衣等。

橙色一般可作为喜庆的颜色，同时也可作富贵色，如皇宫里的许多装饰都采用橙色。红、橙、黄三色，均称暖色，属于注目、芳香和引起食欲的颜色。

橙色也可作餐厅的布置色，据说在餐厅里多用橙色可以增加食欲。

4.绿色功能

太阳是地球最重要的光源，投射到地球的光线中，绿色光占 50%以上，人眼睛最适应绿色光的刺激，绿色光波在光谱中波长居中间位置。在各种高纯度色光中，绿色是使眼睛最能得到休息的色光。

绿色是植物色，可以称之为生命色。绿色生命和其他生命一样具有生命过程，不同阶段产生不同绿色，因此黄绿、嫩绿、淡绿、草绿象征着春天、生命、青春、幼稚、成长、活泼、具有旺盛的生命力，是能表现活力与希望的色彩;艳绿、盛绿、浓绿象征盛夏、成熟、健康、兴旺;灰绿、土绿、茶色象征秋季、收获。

各色当中，由于绿色处于中庸、平静地位，又象征生命与希望，人们把它看成和平事业的象征色。在城市交通设计中，因为交通讯号中的绿色代表可行所以绿色通道成为其引申词，意为快捷方便，一路畅通无阻由 20 世纪 80 年代起推出的紧急出口标识也普遍使用绿色(部分国家或地区仍然使用红色，在颜色象征意义下，部分人员将绿色视为禁止使用的紧急出口，容易造成解读混乱)。

5、蓝色功能

它是红绿蓝光的三原色中的一员，在这三种原色中它的波长为 440~475 纳米，属于短波长。蓝色是永恒的象征，它的种类繁多，每一种蓝色又有着不后的政治或其他含义，另外以蓝色命名的音乐、书籍等也不乏其例。在可见光谱中，蓝色光的波长短于绿色光，穿透空气时形成折射角度大，在空气中辐射直线距离短。蓝色容易让人联想到天空、海洋、湖泊、远山、严寒，让人感到崇高、深远、纯洁、透明、无边无涯、冷漠、流动、轻盈、缺少生命的活动，橙色作为心理学暖极，最鲜艳天蓝色称为冷极。

蓝色的所在，往往是人类所知甚少的地方，如宇宙、深海、令人感到神秘莫测，现代人把它作为科学探讨领域，蓝色成

为现代科学象征色，给人以冷静、沉思、智慧和征服自然力量。在许多国家警察的制服是蓝色的，因为蓝色有着勇气、冷静、理智、永不言弃的含义。另外许多国家空军的军装也是蓝色的。

在商业设计中，强调科技、效率的商品或企业形象，大多选用蓝色当标准色、企业色，如电脑、汽车等，另外蓝色也代表忧郁，这是受了西方文化的影响，这个意象也运用在文学作品或有感性诉求的商业设计中。