# 最新设计中的设计读后感500字(3篇)

来源：网络 作者：流年似水 更新时间：2024-08-04

*读后感，就是看了一部影片，连续剧或参观展览等后，把具体感受和得到的启示写成的文章。什么样的读后感才能对得起这个作品所表达的含义呢？以下是小编为大家收集的读后感的范文，仅供参考，大家一起来看看吧。设计中的设计读后感500字篇一我很喜欢这本书的...*

读后感，就是看了一部影片，连续剧或参观展览等后，把具体感受和得到的启示写成的文章。什么样的读后感才能对得起这个作品所表达的含义呢？以下是小编为大家收集的读后感的范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**设计中的设计读后感500字篇一**

我很喜欢这本书的封面，简单干净，虽然只有黑白两种颜色，不过却散发着神秘感。这本书的作者是原研哉。他是日本平面设计师、日本设计中心的代表、武藏野美术大学教授、无印良品的艺术总监。目录的前面是三位设计界的大师：李 埃德尔库特、前田约翰和杰斯帕 莫里森 对作者原研哉的评价以及对《设计中的设计》这本书的体会，这使我在没有阅读之前就明白，我会在这本书中找到我想要的答案，也许我对设计这个词的意思会有更深一层的理解。

“用语言表达设计是另一种设计行为”这是原研哉在书的最前面说的一句话，在前言部分，我终于找到了作者对这句话的解释。理解一个东西不是能够定义它或是描述它，而是把这个我们认为自己已经知道的东西拿过来，让它变得不知，并激起我们对其真实性的新鲜感，从而深化我们对它的理解。所以当作者用语言去表达他心目中的设计的时候，他就是将他心中原有的设计的概念推翻，然后再去从一个陌生的角度去认识设计，这也是一种设计行为。这句话也同样是在告诉我们，设计任何东西，不要被其原本的事实规律所框住，一定要打破原有的规律，重新去认识它，理解它，这样才会真正的设计出好的作品。

书中图文并茂，生动形象。原研哉通过一些工业设计产品的图片，加上他的解说，使其表达出一些工业设计创新、造福于人类带给人类便捷、的地方。

读完了这本书以后，我不禁问了自己一个问题：原研哉的设计理念到底是什么呢？我感觉，他的设计作品显现出来的不落陈规的清新，在于他找到了设计被需求的空间并存在其中进行设计。在这样的态度下，他拓展了设计的视野和范畴，使其在设计的领域中迈上了成功之路。而原研哉曾说过：“像设计不应该只看短期反应，而着眼于长远的`教育性理想：若每一个设计师都有一种追求市场的品味、对设计的感受性就会不断地提升，社会了解设计意义的所在，设计师才会有更大的发挥。”所以对于设计，(.)对于一个未来可能成为设计师的我们，一定要在创造的同时，发现其本身的价值，只有这样，才会发掘物质其本身的价值。

那到底什么是设计呢？我认为，设计不光是一种学问，他是一种体现物品本身价值的必需品，一个好的工业设计产品，可以为企业创收，但却不能丢掉产品本身的特征。就像无印良品一样，虽然外观并没有那么特别，而且颜色也没有那么鲜艳，但是设计师却用了最朴实的手法将其表达出来，既环保，又可以高度表现出他的功能所在，这也就是设计的最高境界了。

我会追寻着原研哉老先生的脚步，去学习，去体会，去实现我的设计之梦。

**设计中的设计读后感500字篇二**

这本书无法让人更懂设计，它为你武装设计的思维，并要求你不断迭代关于设计的观念。

二零零一年起，原研哉受田中先生之托成为无印良品咨询委员会的一员，构成了现在我们看到的无印良品呈现出的形态。极简主义/简约在无印良品这里并不能粗暴地概括为简洁和朴素，因为简化工序会使其更易被模仿；它的意义在于提供了“优雅而质朴的生活提案”，从而形成世界性的影响。

根植于日本的品牌能够成为worldmuji，一部分是由于田中先生所倡导的“从日常生活的审美意识中提炼而成”，另一部分便是原研哉对它的发扬光大。

这一理念除了指导产品开发，在向受众直接表达的平面广告上也产生了经典的呈现。

《地平线》系列取景于“乌犹尼”盐湖和“马鲁哈”草原，意在通过一条完美的地平线表达“虚无”（emptiness）的概念。拍摄这个普遍真理的自然景象在4米高的地方取景，地平线将天和地完美分割。

原研哉作为独立设计师也设计了长野冬季奥运会开幕式的节目册。

设计不是做加法。

设计，让人想到的是“加法”或者“浓墨重彩”。是一种加在原材料上的改变它的想法，也是一种加在物与物之间的结构，或者赋予色值。这本书第一次让我意识到……设计的本质——先“深入”地理解，再“浅浅”地表达；它不应该被注意到，因为最完美的设计呈现出来的是一个整体。

在达到这个理解之前，引起省思的是原研哉提出的“留白”，这样一个中国传统水墨画里的词汇。当把“留白”作为“设计”的理念提出，产生了奇妙的对比。

在无印良品所有的物品中，牙刷架是它的设计理念最生动体现，“扳指”状的牙刷托完全脱离传统牙刷杯的规制。

它意味着终极的指向。

从新产品设计的角度而言，人群的区隔、产品的定位是它的原点，它的配方、它的包装设计是随之而生的产物，就如鸡和蛋。这一整套的动作能够称之为设计。当人们谈论设计之时，是从微观的角度把它具象成为了一幅图或者一个视觉作品。

这个思路在炮制多美滋高端新产品“致粹”的时候得到了完整的练习，它的视觉体系出发点不是理性的说服，而首先是感性的共情。读后感·它共情的\'对象是和虎妈相对的另一类新手妈妈，她们不为自己的孩子预设既定的角色，而是通过陪伴，来发掘并充分激发孩子的潜力。而落到“奶粉”这样严谨的产品，它的产品支撑点在于改变营养元素的结构，激发它提供的免疫作用。

在视觉设计上，如何把产品的理性和人群的诉求无声地联系起来？首先找到了一个比喻——钻石，钻石和碳由相同的元素构成，结构使它们有天和地的区别。

在包装的设计上，将钻石的切面及透光的效果作为设计的元素，或者可理解为基底，不言自明地表现高端、可靠、坚实，又不似其它奶粉般冷感。

时隔多年，在现在的平面工作、甚至管理工作中这本书里朴素的话语依旧会随之浮现。

**设计中的设计读后感500字篇三**

这段时间我不仅在为毕业设计想方案，同时也阅读了《设计中的设计》这本书，读了这么久，突然发现就像原研哉在开篇的自序中所说的一样，自己越来越不懂设计了。然而“这并不意味着你对于设计的认知倒退了，而是证明你在设计的世界里又往更深处迈进了一步”，所以归根结底，这种意犹未尽的感觉是因为我对设计这个异彩纷呈的世界越来越高涨的热情，以及对设计的意义更加深刻的思考与感知。

设计是什么？在我离设计很远很远的时候，我一直以为他是一个非常简单的名词。而如今作为一个初学者，它有些神秘，有些美丽，又有点包罗万象，意蕴复杂。对于这个最基本的问题，原研哉并没有在这本书中给出一个明晰的答案。但他给了我们弥足宝贵的启示。通过创新与交流来认识我们生活在其中的世界，这是我在第一章“设计到底是什么”中所认识的设计。

“设计的时代将要来临”。当初的松下幸之助看到了设计发展前景，二战后的日本产品设计高速成长，并且对质量的\'追求为规模化、量化的生产提供了品质保证。日本设计所具有的独特魅力是因为，对如何形成真正具有自身特色的设计思想的思索，在于反思什么样的东西才是“日本的”，在于将现代主义的感觉浸润并融入日本的生活文化中去。

完美是枯燥的。设计不是工业流水线上生产出来的完美但千篇一律、毫无个性的东西。真正的设计应该不受教条、规则的束缚，充满想象力，永远在寻找新的、更好的、不同的、不被遗忘的创意。试着通过不同的眼光来看待事物，才可以寻求新突破。每个人也要有自己的逻辑体系，不人云亦云。

设计在哪里？设计已经深深的扎根在生活当中，最令我们视而不见、习而不察，而恰恰又离不开的大概就是设计了。因为生活中的细枝末节，每一个不容忽视的部分，都是设计。设计也为原本普通的生活，带来不一样的温馨与惊喜，让生活变美、变放松。“生活本身，就是设计的起源地；而设计，归根结底就是我们对生活的发言。”

什么才是好的设计？没有标准答案。事实上，哪有那么多好与不好，只要它足够有趣、足够有新意；只要你喜欢，哪怕一件有趣的小物件，也可以将不好变成好，给你带来完全不同的感官享受，让你怦然而心动。

在现代工业飞速发展的当代社会，物质生活极大丰富，如何退去浮华、回归自我，保持一颗平静宽容的心越来越多的被人追捧。消费者对产品的需求也不仅仅限于好用，他们更愿意选择那些能够触动心灵的设计产品。

正如原研哉写在最后：“我想邀请那些对设计有兴趣，在设计入口观望的人一起来阅读。设计世界看起来门槛很高，不会让人将其与流行或者潮流联想在一起，相信有很多人即使对

设计有兴趣也不一定会真的认为自己可以进入设计界，但我认为，只要脚踏实地，就能走好设计这条路。我期待那些对设计有兴趣的人能够坚定地进入设计界”。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找