

<<创意设计>>

图书基本信息

书名：<<创意设计>>

13位ISBN编号：9787536242456

10位ISBN编号：753624245X

出版时间：2010-4

出版时间：岭南美术出版社

作者：黎志伟

页数：156

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>

<<创意设计>>

前言

设计，作为一门独立学科是十分晚近的事。

在西方，它伴随着西方工业革命而诞生；在中国，它伴随着改革开放才发展起来。

设计学的历史很短，设计学在中国的历史就更短。

尽管人类的设计活动可以追溯到遥远的古代。

改革开放以前，我国在学科专业的设置上原本只有传统的“工艺美术”而没有“设计”专业。

设计专业是改革开放之后在向西方学习中从西方引进，并在自己原有的“工艺美术”专业的基础上加以改造而成。

中国设计事业近三十年的迅猛发展，与其在中国短暂的发展历史极不相称。

在近三十年的时间里，中国设计学科领域的各个专业甚至连专业名称都来不及规范和调整，“艺术设计”和“设计艺术”并行不悖；“动漫”、“新媒体”、“数字媒体艺术”、“数码艺术”多个专业名称同时混用；工业设计专业，有后加括号注明授予“工学学位”，也有后加括号注明授予“文学学位”；广告设计、VI设计、装潢设计、平面设计、视觉传达设计名称五花八门；室内设计、室内与家具设计、装饰艺术设计、环境艺术设计、景观设计，专业内容范围界限未作清除划分而相互覆盖；家具设计专业有林学院办的家具设计，也有美术学院办的家具设计，专业名称相同而课程体系和人才培养规格却相差甚远。

服装设计、首饰设计、鞋帽设计、包袋设计、玩具设计随着行业的发展出现越发专业化的态势。

中国设计事业就像中国经济的发展一样蓬蓬勃勃、红红火火。

“中国制造”过去曾被西方视为神话，其实是由当时中国的廉价劳动力所书写的历史悲剧。

改革开放之初，吸引外资的仅仅是中国低廉的劳动力成本。

直至1999年4月14日，前总理朱镕基在美国麻省理工学院的一次关于中美贸易逆差问题的演讲中还是这样说：“我调查了出口到美国的运动鞋，“耐克”、“阿迪达斯”、“锐步”等等。

当时每双运动鞋的出厂价是20美元，在美国的零售价是120美元。

这20美元给中国工人留下的只有2美元，但是它可以养活两个工人——我是拿全年来讲。

其他的原材料，有的是日本来的，有的是美国来的。

其中主要的气垫就值2美元，是从美国来的，这也许是个专利。

”当时的这种“中国制造”其实仅仅就是一些劳动密集型的来料加工，贴牌生产而已。

它给西方送去“价廉物美”的“中国制造”产品。

但它“对我们中国也有好处，因为我们一些劳动力可以得到就业”。

<<创意设计>>

内容概要

“创意”一词的英文“Originality”，原意是创造性、独创性。

中文“创意”一词的使用，具体源于何时何处已难以考证；至今有据可查的是20世纪八九十年代，先出现在港台的设计书刊，大意是指设计方面的创新，但“创意”至今已成为一个颇具魅力的词，已几乎成为各行各业的“更合理”、“更科学”、“更好”的方法和行为的代名词。

但目前的大量关于“创意设计”的书刊，仍然是以介绍新奇的图形或款式为主，这是片面的；实际上，相对于创造和发明而言，创意更着重在形式和方式(特别是思维方式)方面的具有领先性的创新。

其本质与艺术有相当的共通点，这点，在后面的章节我们还会进一步论述。

纵观现今的设计行业，随着电脑和网络技术的运用，商业美术、室内设计、工业设计、服装设计等的方案表现变得更容易，所需的图形资料也变得极为丰富，甚至唾手可得，专业和非专业人员的设计稿都可轻易地变得更漂亮，因此，电脑操作技术越来越受到重视，但作为艺术和艺术设计灵魂的创意，却因其神秘和难以捉摸而常常被忽视。

但不管电脑运用在设计表现方面多么成熟和发达，也不管材料和技术的运用以及使用功能的研究多么深入，没有创意的设计仍是没有灵魂的。

创意体现的是艺术、设计构思和表现的创新。

所谓新，就是过去所没有的。

所以任何可以用于研究和示范的作品，至多只能说明它以前或者曾有过创意，而现在毕竟又是旧的了，因为新的作品只能有待设计者去创造。

换句话说，作品没创造出来之前，我们不知道“新”是什么？但新作品一旦产生，便又成了旧的了；还有，就是对所谓“新”的认同也难免会见仁见智。

所以，任何对创意的研究，都只能是对过去创作规律的研究。

但无论如何，这种研究是非常必要的，特别是在创意大行其道但又缺乏对其系统研究的今天。

本教材希望通过对创意本质的定位和对过去的某些创意规律的探讨，并通过相当数量的创意设计作品的分析和示范，使学习者对创意有一个比较全面的认识和掌握创意设计的基本技能。

<<创意设计>>

作者简介

黎志伟：

籍贯：广东顺德，出生地：广州

广州大学艺术设计学院教授、环境艺术高级设计师、中央工艺美术学院（现为清华大学美术学院）硕士。

兼任：中国建筑学会室内设计分会会员、广东省工业设计协会会员、广州包装印刷行业协会设计委员会副主任、中国环艺

<<创意设计>>

书籍目录

前言国内外创意设计教学简介第一章 创意之意念与意象创造 第一节 “创意”的概念 第二节 创造意念 第三节 创造意象 第四节 艺术创意 第五节 科学技术与创意 第六节 逻辑思维和形象思维第二章 创意与想象力 第一节 创意与想象力 第二节 想象力的培养和发挥第三章 创意与艺术 第一节 艺术的基本含义 第二节 具象艺术、抽象艺术与创意 第三节 艺术与艺术设计及其他因素 第四节 创意与社会认同第四章 创意与艺术设计 第一节 设计中的艺术创意 第二节 创意是艺术设计的灵魂第五章 形的创意规律研究 第一节 形的创意 第二节 形的创意的常用方式第六章 意的创意规律研究第七章 形与意结合的创意规律研究参考文献著述后记后记

<<创意设计>>

章节摘录

插图：这类创意的特点体现为一种新的思维形式，它具有非直观性的特征。

虽然任何思维都需要有某种形式的手法和媒介才能表现，但其使用的表现手法和媒介形式却是非常普通的，而思维的形式是具有新意的。

如超现实主义绘画，其人和物都如照片差不多，但其思维方式却非常独特，如达利的《永恒的时间》、《轻轻揭起海边沙滩的皮肤的我》，马格利特的《带抽屉的维纳斯》，杜尚的《长胡子的蒙娜丽莎》，以及达达主义画派的一系列作品等等。

作为思维形式，在艺术设计上的应用，也不胜枚举；如广告语的创作、广告形式的运用、电视广告题材和脚本的设计等方面一些发人深省或幽默独特的作品，都离不开非直观形式创意的运用。

创意在非直观形式的运用，与在直观形式的造型中运用的方式有某些相似的地方，但它主要体现在如何思维方面。

作为艺术的构思虽然最终体现在造型上，但它着重的是怎样想，而不是如何表现。

另外，作为思维的形式不但可以运用在造型上，还可以运用在文字表达（如文学）、情节安排（如戏剧、电视广告）等方面。

非直观形式创意常用手法有：即避开常人所认为的想法，重新寻找新的思维的方式（即从不同的角度和方式来重新思考）。

如在20世纪50年代，世界物理界以发现了质子和中子而兴高采烈，并有许多人认为人类已发现了基本粒子。

但毛泽东主席却从辩证法的角度提出：中子还应该可分的。

后来，物理学家果然又发现了比中子还小的亚夸克。

毛主席以前的论断使以后的科学家非常震惊，以致诺贝尔奖获得者格拉肖提出应把比亚夸克更小的物质命名为“毛粒子”

后记

我曾多次参加全国美术图书评奖，我注意到，每次获奖的图书基本上都是传统的国画作品集唱主角。有一次，我在评选之后的讨论会上发言说，我们的评奖视野应该扩大一些，应该增加点现代意识，获奖作品应该包含动漫，包含设计等，甚至可以专门为之设立奖项。

我的建议尽管没有立即得到采纳，但是得到了不少人的赞同。

确实，我们的美术涵义正随着社会的发展日益丰富，就拿设计来说，早已经成为新时代美术的重要组成部分。

曾记否，几十年前，在许多人的眼里，工艺美术与画事不可同日而语，似乎算不上美术的正道。

如今，尽管国画、油画、版画、雕塑还是各美术院校的重头戏，但是还有哪所美术院校没有设计系甚至设计学院呢？

还有哪所院校的美术系不开设计课呢？

对设计的重视在广东体现尤甚。

广东在改革开放中先行一步，经济的发展需要设计的积极参与，因而为设计的发展提供了肥沃的土壤和强大的驱动力量。

具有强烈实用性的岭南文化迅速呼应了社会前进的脚步，迅速形成了广东设计的繁荣局面。

此外，广东面对海外，沐浴着海风，经济的频繁往来和国际设计新理念的渗透深刻影响着这片热土。

岭南文化具有兼收并蓄的开放性特征，这使得广东的设计大量吸纳了广泛的国际元素。

正是在这种历史的巨大天幕之下，广东设计事业蓬勃兴旺，新的设计创意层出不穷。

在中国美术发展的格局中，当今的广东已然是设计大省。

如果说，广东的国画、油画、版画、雕塑不敢在全国妄自尊大，但在设计方面却一直立于潮头，充当着排头兵的角色。

<<创意设计>>

编辑推荐

《创意设计》是高等院校设计专业系列教材。

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>