

<<设计观点>>

图书基本信息

书名：<<设计观点>>

13位ISBN编号：9787538164145

10位ISBN编号：7538164146

出版时间：2010-9

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：祝帅

页数：277

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>

## <<设计观点>>

### 前言

前几日，祝帅因为主持《美术观察》的“设计批评”栏目与我相约访谈。

其时，恰好一位朋友正向我推荐他的文章，我断断续续读了他对中国当代设计的思考，发觉祝帅的敏锐和勤奋都是这一代青年设计理论家中少有的。

因此，虽然杂志篇幅有限，但我们谈得融洽而深入。

他首先问我，“当代中国的设计研究存在着两种对立的主张，一是认为设计学应该成为一门独立的人文学科，而不应该成为设计实践的附庸，甚至应该远离设计实践；另一种意见认为，作为一门应用学科，设计研究一定要以设计为本体，不能脱离设计实践来谈纯粹的理论问题，甚至要求设计研究者必须亲自参与设计实践才有发言权”，对此我如何看？

我哑然失笑，并不是认为问题幼稚，而是社会科学领域已经如此经典得要掉牙的问题，在今天的中国设计界还是不可回避地要面对。

请注意，我说的是“设计界”而非“设计理论界”，这恰好说明了中国现代设计进程的阶段性苍白。

## <<设计观点>>

### 内容概要

本书作者祝帅是一位学术素养全面的青年学者和批评家，他在广告学与设计理论研究领域发表了很多引人注目的研究成果。

他的批评文字敏锐而犀利，常常卓有见地，发人深省。

本书收录的就是他在设计理论研究领域的论文，共计35篇，分成5个部分，包括：设计有道理，创意不萧条，去看设计展，我要学设计，年度部落格。

## <<设计观点>>

### 作者简介

祝帅：北京大学新闻与传播学院博士研究生。

先后在中央美术学院获艺术设计学士与设计艺术学硕士学位。

2003年起至今任教于中央美术学院设计学院。

主要研究领域为艺术学和传播学，已在《美术观察》、《美苑》、《艺术与设计》、《现代广告》、《广告研究》等专业期刊上发表论文及设计批评近40篇，出版译著《流派·艺术卷》。

## &lt;&lt;设计观点&gt;&gt;

## 书籍目录

序自序：走向自信的中国当代设计I 设计有道理1 让“设计”成为一种日常语富2 产品设计的“直家化”趋势与功能主义的危机8 设计“创造”的限度16 科学设计创新观的起点22 阐释“设计”的焦虑26 如何阐释“中国设计”？

32 未来十年：值得期待的十个议题38II 创意不萧条45 我们创意的美丽岛46 台北访书散记53 你可能不知道的“后广告”——解读龙玺环球华文广告奖63 广告与动画：解不开的缘分——解读伦敦广告节获奖作品70 2×4的设计哲学77 平面设计在伊朗86 威廉·莫里斯和世界博览会93III 去看设计展101 设计大展与行业规范102 怎样解读“世界设计大会”？

107 围绕“平面设计在中国09展”的讨论115 “美协”vs“平协”117 我看“中国最美的书”121 一份不合时宜的文件127 传统工艺：走向“文化创意产业”132IV 我要学设计137 尴尬的平面138 设计为奥运服务143 两种设计教育思想的张力——2008年中央美术学院设计学院毕业展观感149 格局的魅力——2009年中央美术学院设计学院毕业展观感155 设计教育中的职业定位与学术定位162 改还是不改，这还是个问题170 我喜欢的十本书177V 年度部落格183 2004：中国平面设计的一些事184 2005：“平面设计在中国”？

197 2006：中国平面设计回顾208 2007：中国平面设计扫描与反思216 2008：“不折腾”的中国平面设计227 2009：中国平面设计行业回眸236 而立，未立：中国平面设计三十年245代跋：把“设计”作为一种责任来承担259后记276

## 章节摘录

插图：不仅如此，其实还有许多我们耳熟能详的海内外动画大师，都有着广告制作的入行背景，很多国际动漫节的评委也是广告人出身。

在中国动画史上响当当的叶浅予、邬强、张仃这些名字，其实在1949年之前的上海很多都从事着广告的业务，其中有的还在美术院校任教实用美术方面的课程，张仃还担任过1980年之后中国广告学会的首任会长。

而对于中国“70后”的这一代人来说，改革开放以后人们对于“广告”的第一个记忆，竟然也是伴随着进口动画电影《铁臂阿童木》一起在中央电视台播映的日本商品的“贴片广告”！

在改革开放以后的中国，广告与动画有三次美好的相遇。

从国家的学科目录分类来看，“广告”与“动画”都不属于“美术学”——前者是“新闻传播学”下面的三级学科，而后者则从属于“电影学”。

但自从“设计”的理念兴起和普及以来，广告与动画第一次被国人整合在了“设计”的视角中加以审视。

很多设计院校同时开设了“动画”和“广告”的专业，而曾经长期担任中国传媒大学动画学院院长的路盛章，作为中央工艺美术学院装饰艺术系郑可教授指导的研究生，就曾长期在中国最大的内贸广告公司——中国广告联合总公司担任创意总监和副总经理，并曾出任在中国广告人心中很有些情结的世界广告“戛纳奖”的评委。

似乎在很多设计师的眼中，广告与动画本来就是一致的。

## 后记

有这样一个机会，能够把自己近十年来的设计评论文字按照内在的逻辑线索编辑成册，并以一种集中的面貌向学界和业界呈教，是一件令人感到惬意的事情。

这些年来，虽然一直对当初懵懵懂懂选择了“设计”作为自己主修的专业而感到耿耿于怀，事实上自己的学术兴趣也一直有限定在设计这一个领域，但不管怎样，在导师陈刚教授的支持下，“设计”的确已经构成我个人学术历程中最为重要的一部分。

而在我有关设计的文字中，虽然也已经撰写了一部28万字的专著《中国文化与中国设计十讲》，中国电力出版社，2008和大量符合所谓“学术规范”的论文，但常常是我的评论性质的设计批评文章流传最广也更为同好所熟知。

这两类文字当然有内在的联系，但对于作者本人来说，反映出的却是两种不同的写作心境和形态，因此还是需要加以区分的。

这次结集出版的就是这后一方面的文字。

至于与之数置相仿甚至有余的设计理论研究文章，则有待日后再作结集。

## <<设计观点>>

### 媒体关注与评论

祝帅是一位学术素养全面的青年学者和批评家，他在广告学与设计理论研究领域发表了很多引人瞩目的研究成果。

他的批评文字敏锐而犀利，常常卓有见地，发人深省。

——陈刚 北京大学新闻与传播学院副院长、博士生导师老话“江山代有才人出”并不老。

21世纪的头几年，中国设计面临着极好的发展机遇，同时也催生了有活力、有想法的青年一代的设计理论家，祝帅是这其中有代表性的一位。

——杭间 清华大学美术学院副院长、博士生导师在中国艺术设计领域，设计批评是有待垦殖的沃土。

怀一颗真率之心，用良知和学术磨砺的论评之锄，去芜存菁，扶正黜邪，营建设计批评的园田，呵护设计理想的绿植，守望设计功业的金秋——这事业，艰苦自多却功德无量。

祝帅思维敏捷，才华横溢，一路锐意进取而不断斩获，让我们欣然感受到中国设计批评的青春脉动和思想力蕴。

——吕品田 中国工艺美术馆馆长、博士生导师



<<设计观点>>

编辑推荐

《设计观点》：北京大学教授陈刚，清华大学教授杭间，中国艺术研究院研究员吕品田联袂推荐。

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>