

<<历史建筑与文化创意产业>>

图书基本信息

书名：<<历史建筑与文化创意产业>>

13位ISBN编号：9787503758423

10位ISBN编号：7503758422

出版时间：2010-1

出版时间：中国统计出版社

作者：梁昭

页数：273

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>

<<历史建筑与文化创意产业>>

内容概要

建筑不仅仅是建筑，建筑是文化和历史的产物，一个民族的文化和历史的最具体的体现就是建筑。人类从古到今有着不同区域的文明，每个文明下的人们都有起独特的生活方式，其中包括信仰、思想与行为模式，因此在不同的文明下造就了建筑的不同风格。

每一座建筑背后都有一个动听的故事，每一座建筑的年轮都承载了一段鲜为人知的历史，每一座建筑的脚步都烙印了人类文明的辉煌。

但是，不可否认的是，随着全球经济一体化的迅猛发展，随着城市发展的空间不断缩小，随着人们对当前利益的热烈追逐，历史建筑正在遭受前所未有的危机。

<<历史建筑与文化创意产业>>

书籍目录

第一部分 历史建筑第一章 建筑的发展与演变1.中国建筑2.外国建筑第二章 建筑的文化第三章 建筑的特性1.文脉是建筑的灵魂2.和谐是建筑的文化根基第四章 保护历史建筑的意义1.什么是历史建筑2.历史建筑的现状3.历史建筑保护和利用的新模式第二部分 文化创意产业的蓬勃兴起第一章 什么是文化创意产业1.“创意”的基本意义2.“创意”的核心：化腐朽为神奇3.新三大产业的孕育而生4.创意产业5.什么是文化创意产业？第二章 文化创意产业的特点1.文化创意产业成为新兴的交融产业2.文化创意产业娱乐为先3.文化创意产业的“拿来主义”第三章 文化创意产业的分类第三部分 历史建筑与文化创意产业的有机结合第一章 历史博物馆1.中国北京——故宫2.法国巴黎——卢浮宫3.中国香港百年历史建筑伯大尼博物馆4.中国上海——上海美术馆5.中国上海——上海展览中心（原中苏友好大厦）第二章 酒店和娱乐场所1.法国巴黎 - Lancaster Hotel Paris2.新加坡——新加坡莱佛士大酒店3.新加坡——新加坡浮尔顿酒店4.中国上海——上海首席公馆酒店5.中国上海——上海花园饭店6.中国上海——上海陶家宅7.中国上海——上海东湖宾馆（原杜月笙公馆）8.中国北京——国子监SPA酒店9.中国北京——中国会10.中国上海——上海新天地……参考文献

<<历史建筑与文化创意产业>>

章节摘录

教堂精神 建立教堂的目的在于使其成为维护社会秩序的精神支柱，同时也是城市社会活动中心，原计划不仅有教堂还有相应的学校、工厂、会议厅等等。

教堂的位置在城市规划中非常重要，是巴塞罗那的标志性建筑。

教堂最初被命名贫民教堂，曾一度改称新教堂，最后决定取名神圣家族教堂，可见其重视的程度。

圣家族大教堂是一座宏伟的天主教教堂，整体设计以大自然诸如洞穴、山脉、花草动物为灵感。高迪曾经说：“直线属于人类，而曲线归于上帝。

”圣家族大教堂的设计完全没有直线和平面，而是以螺旋、锥形、双曲线、抛物线各种变化组合成充满韵律动感的神圣建筑。

如此宏伟的建筑，所需资金竟然全部都是依靠捐助的。

晚年的高迪陷入资金困境，曾挨家上门乞讨。

直到现在，秉承宗教奉献的精神，工程资金也只来源于门票和捐助。

设计分析 建造这座教堂的想法是由巴塞罗那书商朱塞佩-玛丽亚·博卡贝里亚提出的。

他是圣徒约瑟夫崇敬会的创始人，该会的会员纷纷为此慷慨解囊，还聘请了建筑师弗朗西斯科·德比里亚设计并主持建造。

但开工不久建筑师与崇敬会吵翻了，撂了挑子，古埃尔便建议请高迪接手主持其事。

高迪接手任务后首先研究了教堂与城市总体规划的关系。

为了突出教堂在城市中的标志性地位，根据景观需要，高迪建议在教堂四周保留相应的空地，形成四星状的广场，以获得最好的视觉艺术效果又尽量少占城市用地。

从1883年至1893年高迪主要在原有平面上修改，不敢做太大变动。

从1891年至上世纪初，由于米拉公寓、古埃尔公园建成的成功，高迪开始大胆修改教堂设计。

.....

<<历史建筑与文化创意产业>>

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>