

<<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》。

<<设计观点>>

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>