

<<创意研究>>

图书基本信息

书名：<<创意研究>>

13位ISBN编号：9787566702678

10位ISBN编号：756670267X

出版时间：2012-10

出版时间：湖南大学出版社

作者：希拉里·柯林斯

页数：201

字数：351000

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>

## <<创意研究>>

### 内容概要

《创意研究》一书的目的主要是引导创意领域的大学生、研究生或从业者去了解设计管理研究中一些重要的理论知识、实践和研究方法，本书主要探讨如何定义研究问题、如何选定研究过程，以及如何项目进行研究等一系列问题。

## <<创意研究>>

### 作者简介

希拉里·柯林斯（文学学士、文学硕士、工商管理硕士、博士）是法国土伦欧洲地中海管理学院（原马赛高等商学院）研究生院的主任。

她指导本科生与研究生阶段课程：设计管理及欧洲和中东地区的创意产业研究。

她在教学研究方法和学位论文指导上有着丰富的经验。

希拉里主要的研究方向是区域识别及识别与建筑环境的协同。

她最新的研究项目包括多元文

## &lt;&lt;创意研究&gt;&gt;

## 书籍目录

前言  
简介  
背景  
研究的本质前言  
简介  
背景  
研究的本质  
创意产业的研究本质  
研究在创意产业中的重要性  
实践者：蕾切尔·库伯——创意的可信度研究  
第一部分：定义研究问题  
第二部分：研究设计管理  
第三部分：研究过程管理  
第四部分：研究管理  
附录  
创意产业的研究本质  
研究在创意产业中的重要性  
实践者：蕾切尔·库伯——创意的可信度研究  
第一部分：定义研究问题  
确立一个好的研究课题需要什么  
产生及提炼研究思路  
将各种创意思法转化为研究项目  
了解研究哲学  
研究方法  
多元研究方法  
实践：一个研究方法的案例分析  
实践者：格里·约翰逊——如何建立研究框架  
第二部分：研究设计管理  
制定研究计划和研究战略  
制定研究框架  
具体的研究计划  
确保研究的可信性  
道德影响  
实践：一个良性结构的研究计划  
实践者：普拉迪普·夏尔马——创意影响力研究  
第三部分：研究过程管理  
文献使用  
文献综述  
分析过程  
二手数据的使用  
原始数据的使用  
问卷调查  
观察法  
访谈  
可视化研究

## <<创意研究>>

摄影  
叙述  
案例研究  
新兴工具  
实践：启发式技术实例  
实践者：贝蒂娜科布尔—基于照片和访谈的参与式研究  
第四部分：研究管理  
先导性研究  
定性数据分析  
定量数据分析  
取样  
从批判式阅读到批判式写作  
总结和建议指导  
实践：可视化研究方法—摄影式民族志  
实践者：萨普希德等—对经济价值的研究  
附录  
与导师合作  
时间管理  
写作交流  
避免歧视性语言  
文献参考系统  
参考书目  
词汇  
致谢

## &lt;&lt;创意研究&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：如何才能想出更多的创意？

创意通常是在不经意间产生的，因此一些好的创意并不能直接获取到。

要增加获得一些好的创意的可能性，唯一的方式就是增加想法的数量，在你的支配下，让它们彼此间形成某些联系。

无论多简单的想法，都是产生高质量创意的原始素材。

你拥有的想法越多，脑海里才有越多素材来产生好的创意。

产生好创意的关键在于拥有丰富的想法，想法的质量和数量之间并不矛盾，它们有着内在联系，只有数量充足才能保证好的质量。

如果要获得高质量的创意，最好方式是从大量的想法中提炼出来，我们就有必要尽可能地拥有更多的想法。

以下这些方法能帮助你生成大量的想法，这些想法如同漏斗一样，会逐渐向一个更狭长更深的方向聚集。

**头脑风暴法** 头脑风暴法是指以团队合作的方式在短时间内想出许多的点子。

因为，如果大脑处于自然的工作状态，你就会变得很有创造力，当你想要为自己的研究项目创造更多选择机会和创意时，你要有目的地这样思考和选择：不急于判断：不立刻评论 你是否记得有人曾说过人类是不可能飞行的？

不要成为一个怀疑论者，虽然有时我们需要对一个想法进行评判，但是当我们正试图产生很多想法时就不要这样做。

**追求数量**：想法越多，好创意出现的几率才会越高 寻找与众不同或疯狂的想法：如果不知道如何让大脑运转起来，你就需要尽可能地寻找更多疯狂的想法——越疯狂越好 将这些想法相互联系起来：一个想法建立在另一个之上，最终形成一个新想法。

在为项目寻找新的灵感或机会时，采用以上方法可以让你在不经意间想出许多点子，在你对这些点子进行筛选或者为其添加其他创意时，这些方法也是有效的。

从自己感兴趣的一个问题开始，接着提出如何研究该问题的许多想法，如：研究的问题是什么？

该问题与其他环境或问题有什么联系？

在研究开始之前，告诉自己要产生多少个想法——如果研究的问题很明确，那就产生30个；如果你要得到一个奇思妙计的话，那就要产生100个——在没有达到你所要求的数目之前，不要停止思考。

你也许想让每个想法都有价值，并且希望下一个想法更有价值，而这样做的目的就是为了衍生出更多的想法，并且使这些想法更有价值。

**移动阶梯图** 你也可以采用移动阶梯图的方法想出更多的点子。

当你已经有了一个好的想法，需要一些灵感来突破的时候，这种方法很有用。

你可以用这种方法来定义研究概念，寻找能为你带来解决方案的点子。

如果你的项目是想对中小型企业中设计师们的工作动机进行研究，那么从广义上说，你并不是在研究工作动机，而是在研究整个设计机构的整体效能。

在此之后，你才能考虑符合这一理念的具体事项，比如：减少人员流动 加强差异性 增强竞争力 提高团队形象 像这样不断列出更多具体事项，然后回到上一步，将列出的方案运用到你现有的研究思路中去，这种方法通常可以衍生出更多之前你未曾想到过的想法。

你需要对现有研究项目及方法进行思考：研究的理念是什么？

我要满足什么需求？

## <<创意研究>>

### 编辑推荐

《创意研究:创意产业理论与实践》由法国土伦欧洲地中海管理学院（原马赛高等商学院）研究生院主任希拉里·柯林斯（Hilary Collins）所著，为设计师、设计系学生详细地阐述了设计研究的框架。

《创意研究:创意产业理论与实践》强调在学术研究中以实践为导向的研究方法，并使其成为知识和意义研究的核心组成部分，帮助学生理解基本研究框架——如何定义研究问题、如何管理研究过程、如何发布研究成果，使学生在独立实践中创建自己的研究过程和方法。

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>