

Spis treści

Wprowadzenie	9
1. Wyobrażenia przestrzeni kreacji	13
1.1. Człowiek jako narzędzie	15
1.2. Praca mózgu	16
1.3. Wyobrażenia przestrzeni kreacji	20
1.4. Wyobrażenia stosowana	24
2. Układ oko–mózg	29
2.1. Postrzeganie a rozumienie	31
2.2. Układ oko–mózg w działaniu	32
2.3. Zapisywanie informacji	36
2.4. Kodowanie obrazu	38
2.5. Zrozumienie celu a błędy poznawcze	44
3. Nieświadomość jako narzędzie	51
3.1. Model trzech mózgów a złudzenia logiki	53
3.2. Intuicja jako zbiór prostych algorytmów	57
3.3. Szybkość metodą wyłączania świadomości	59
3.4. Emocja jako praca i z nadmiarem, i z brakiem informacji	60
3.5 Informacja w etapach edukacji	63
4. Twórca a środowisko	65
4.1. Nieświadomość zbiorowa	67
4.2. Efekt Lucyfera	70
4.3. Blokady	72
5. Kreatywność to wyzwolenie	77
5.1. Kreatywność to decyzja	79
5.2. Ryzyko a działanie	82
5.3. Nie ma błędów, jest doświadczenie	85
5.4. Strach przed szczęściem	87
5.5. Kreatywność a wzorce kulturowe	92
6. Wielowymiarowość sztuki	101
6.1. Przeżywanie czy intelektualizowanie	103
6.2. Sztuka jako metoda	108
6.3. Sztuka jako synteza	112
6.4. Sztuka jako narzędzie projektowe	117
7. Materia jako sprawdzian	123
7.1. Mądrość ręki	127
7.2. Mądrość materii	128
7.3. Prawda ciała	131
7.4. Jacht jako synteza Dizajnu	133
8. Dizajn jako współpraca	137
8.1. Motywacja	139
8.2. Psychocybernetyczny model działania	140
8.3. Mechanizmy współpracy	142
8.4. Kultura nauczania	143
8.5. Stado w procesie dydaktycznym	146
9. Społeczny cel Dizajnu	151
9.1. Falsyfikowanie wartości	154
9.2. Świadomość rzeczywistości	155
9.3. Rola projektanta	160

10. Metodologia projektowania	163
10.1. Kompleksowość projektowania	167
10.2. Projektowanie jako proces przechodzenia formy wizualnej w inną formę wizualną	169
10.3. Rysunek jako narzędzie	171
10.4. Projektowanie jako proces podejmowania decyzji	177
10.5. Projektowanie jako rozwiązywanie problemu	179
10.6. Projektowanie jako obserwacja procesów w procesie	180
11. Komunikacja	185
11.1. Kodowanie i odczytywanie informacji	189
11.2. Kanały komunikacji: obraz a narracja	203
12. Język strukturą kontekstów	211
12.1. Język jako zbiór kodów	213
12.2. Język strukturą kontekstów	216
12.3. Kognitywistyka	221
12.4. Retoryka a zasady projektowania	222
12.5. Sztuka jako komunikat	231
12.6. Projekt jako komunikat	236
13. Autopromocja a samopoznanie	243
13.1. Port-folio jako autopromocja	247
13.2. Tabela zajebistości	249
13.3. Trzeba myśleć	250
13.4. Samopoznanie to proces	252
14. Źródła cytatów	257
15. Spis ilustracji	263