

<<创意工场>>

图书基本信息

书名：<<创意工场>>

13位ISBN编号：9787547405208

10位ISBN编号：7547405207

出版时间：2012-3

出版时间：山东画报出版社

作者：[美] 大卫·斯尔文

页数：235

译者：王旭

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>

<<创意工场>>

内容概要

创意需要挑战！

大多数的设计师在职业发展上都得先靠自吹自擂作保证，先接下各种自己不熟悉的设计案，再硬着头皮摸索出一条路。

为了帮助你突破各种设计案，本书提供的80个创意挑战，将会带领你在当今最主要的设计范畴里走上一遭。

随着你一步一步完成这些挑战，你会在摸索中透彻了解主要的设计原则，练就一身扎实的设计功力。

有限制，创意才能喷涌而出！

设计案截止日是否让你焦头烂额？

是否感到交稿期限紧紧掐住你的脖子，绞尽你每一分脑汁？

截稿日期快速无情地迎面扑来，客户的要求也总是超乎预期。

《创意工场》提供的80个创意挑战皆会设下时间限制，当你尝试在有效时间内解决设计问题，你将学会如何改善工作习惯及流程，同时能够锻炼直觉的敏锐度，帮助你更快速的形成设计概念，也能更有自信且有效地完成各种有价值的设计。

本书涵盖各种设计领域的80个限时设计挑战，将会指点你掌握各种设计诀窍，让你不会像只无头苍蝇，能够随时厘清头绪找到设计方向及要点，让你在设计耐力赛中始终能够保持清醒冷静，完美解决客户的设计问题，为你的设计成果注入崭新的活力。

作者简介

大卫·斯尔文 (David Sherwin)

美国资深设计师，曾获得多项奖项，具备丰富的实战经验和知识，专为企业提出有效的创意方案，解决客户棘手的商业难题。

从大型营销顾问公司到小型网络互动广告工作室，他与各种专业领域的创意设计公司合作，其客户包括AT&T电信公司、Cingular无线通讯公司、荷美航运、Onyx科技公司、微软、东芝、T-Mobile电信等知名企业。

他目前在frog

design这一国际化创意设计公司担任资深互动设计师，负责为产业龙头企业的创新产品及服务进行研究、设计和策略拟定。

<<创意工场>>

书籍目录

前言

基础

01 你好,我的名字是

02 如ABC一样简单

03 时间机器

04 一笔画标志

05 我在画一个空白

06 蓝色先生

07 过度设计

08 涂鸦大战

09 读不懂的梵文

10 乏味的字体

11 未来的书写字体

12 奇特的化学

13 三合一

14 10 × 10

实施

限时60秒

.....

物质性

教学

观察

革新

诠释

鸣谢

<<创意工场>>

章节摘录

版权页：插图：“布局感觉不紧密。

” ”你肯定绿到白的过渡色正好用于背景吗？

” “我认为客户是想把七岁孩子的照片放在封面上。

” “标题不醒目。

” “你考虑过正文用衬线体吗？

” “当你作这些改变后，我能在今天工作结束时看看修改后的效果吗？

” 如果你曾在设计室或创意代理机构工作过，或许你的艺术总监会让你多看看，向周围的人学习。这不是件坏事。

艺术总监帮助引导设计师变得更强，获得更简洁的创意解决方案。

我们经常是当局者迷，不能看清我们自己的缺点。

当然，那需要数年的全身心的工作才能获得把项目指导得很好所必需的能力。

想体验当艺术设计总监的感觉吗？

试试下面的挑战，看感觉如何。

挑战Challenge 选择一个你想支持的艾滋病预防的慈善机构。

如果你很想设计一个海报敦促观望者捐钱给该慈善机构的话，写一个详细的清单——附一份富有创意的概要。

然后，把你的说明给一位非设计师看，看他能根据你的说明设计点什么。

在这个说明中，你最后不要预先设计或提前提供一个参考海报。

进行该项挑战的效果完全取决于你所提供的内容的明确性。

尝试过程中，关键细节可以先不固定，如摄影术、插花、印刷和内容，看看效果如何。

更进一步Take It Further 设计师给你初稿后，给予他富有创意的反馈，全程指导修改。

说明任务：设计一张为艾滋病预防争取支持的海报。

1.找一张印有麦克风的照片，要传统的、圆头的、像阴茎的，最常用的那种。

我建议你最好到吉他演奏中心去找——他们有很多种类供你挑选。

无线电广播室或许也有你要的这种。

如果手头有，你也可以直接拍一张照片。

如果找不到，我有一个麦克风，可以拿去用。

2.找一只香蕉，去除上面的粘液，剥开一半，吃掉露出的部分，拿到复印机上，直接复印。

尽可能使表面光滑。

3.找一张11 × 17 (28cm × 43cm) 的白纸。

4.用剪刀修剪麦克风。

5.用剪刀修剪照片。

6.取下香蕉果实部分，把麦克风塞进去。

如果尺寸不吻合，用照片矫正。

我想要整幅大照片都在海报上，但要在顶部和底部留下写文字的空间。

7.把麦克风—香蕉放在纸的中央。

8.主要文本用最大号字：“威利(男子名，涵义：强而有力的战士)不需要安全套。

”放在图片的上方。

你也可以从杂志和报纸上裁字，进行手工拼凑。

(如果想把它写在单独一张纸上，然后裁剪，用浆糊粘贴在海报上也可，这样文字可以移动，能找到最适合的地方。

) 9.图片下方加上如下的话：“不要让艾滋病预防遮遮掩掩。

”尽可能使用明白容易懂的手写体，放在中央。

(中型字号)(比中型字号小，小型字号)“全球抗击艾滋病的战斗中，全球媒体抗击艾滋病倡议组织(GMAI)做得非常好，他们制作了准确有效的HIV / AID节目，创意人才和技术资源都被投入到制作

<<创意工场>>

公共服务的广告和为新闻、公共事务以及娱乐节目提炼强有力的主题上。
在世界上一些艾滋病危害最为严重的国家和地区，黄金时间和广告空间也都被用于警告人们HIV的危害和传播预防信息。

<<创意工场>>

编辑推荐

《创意工场:提升设计技巧的80个挑战》涵盖各种设计领域的80个限时设计挑战,将会指点你掌握各种设计诀窍,让你不会像只无头苍蝇,能够随时理清头绪找到设计方向及要点,让你在设计耐力赛中始终能够保持清醒冷静,完美解决客户的设计问题,为你的设计成果注入崭新的活力。

<<创意工场>>

名人推荐

本书将教会你手、脑、眼并用，因此，下次在遇到设计难题时，你无需辛苦找寻灵感。

——迈克尔·苏提斯（Michael Surtees），DesignNoted.com 这本书十分实用，不仅可以用来作练习和探索，还有助于设计师的成长，激发他们的创作灵感，可以说是一生受用不尽。

——安迪·鲁特雷杰（Andy Rutledge），Unit Interactive首席设计师 创意真的需要流汗，但往往要先有灵感。

大卫·斯尔文的这本充满能量的书为我们提供了大量的灵感突现的方式。

正如今天这个真实的设计世界一样，书中的80个挑战超越了平面设计、产品设计和网页互动设计的界限，而真正具有变革性的创意从不会在真空中诞生，所以斯尔文为每一个挑战赋予了一个明确的目标，蕴含丰富的背景和一些引发创意灵感的实例。

——亚当·理查德森（Adam Richardson），frog创意设计公司创意总监，著有《Innovation X》

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>