

三十四位顶尖设计师的思考术



[三十四位顶尖设计师的思考术_下载链接1](#)

著者:[美] 埃莉诺·佩蒂特

出版者:中信出版社

出版时间:2016-7-1

装帧:平装

isbn:9787508661841

编辑推荐

《三十四位顶尖设计师的思考术（新版）》从IBM、Steven Job的NEXT的logo设计，到《滚石》杂志、《时尚芭莎》、《纽约时代周刊》、Squire杂志及苹果电脑麦金托什原型字体设计；从企鹅出版社、兰登书屋、到哈伯柯林斯多家出版社的创意总监；从波士顿公共电视广播网、哥伦比亚广播电视，到ipad睡前故事。34位设计师的深度访谈，近距离接触知名设计大师，获知他们成功的历程，与失意的彷徨，让每一位设计师更有自信地成就自我。横跨17个设计领域，从建筑设计、平面设计、品牌识别、包装设计、字体设计、书籍设计、视觉影像、平面陈列、广告、展示设计、企业识别设计、插画设计、杂志出版、专业摄影、漫画、儿童绘本到网站设计。汇集34位设计师15年间访谈的精粹。他们畅所欲言，真情流露，将过往设计案例中的经验，解决各种实际问题的秘诀——传授。

名人推荐

若设计师只会玩弄形式就代表他缺乏创意。我总是从创意开始，没有创意，任何设计都只是散漫空想，就像一趟没有目的地的旅程。

——保罗·兰德（Paul Rand）

责任这个概念正是目前最常受到忽视的。身为设计师，我们肩负着两种责任：对业主，以及对社会的责任。

——马西莫·维格纳利（Massimo Vignelli）

我们就是要扮演高品味与大众口味之间的传递人，我们陶醉其中，将“高论”转变成大众能欣赏的幽默。

——史蒂芬·道尔（Stephen Doyle）

设计师可以做实验，但应该要先懂工艺技术，否则就不会有实验，也不知道自己要反对、要创新的是什么东西。

——强纳森·巴恩布鲁克（Jonathan Barnbrook）

重点不是去在乎别人的反应，而是要察觉别人观看的当下脉络，并着眼于未来的设计。

——麦可·伊恩·凯伊（Michael Ian Kaye）

我之所以能有成功的表现是因为我不耻下问，不管聪明问题或蠢问题都敢开口问。

——达纳·阿内特（Dana Arnett）

我一旦得到了必需的信息，就会忍不住全神贯注，激发出点子。若我觉得想不出令人兴奋雀跃的点子，那一定是因为我没有真正了解所有的信息。

——乔治·刘易斯（George Lois）

有时候视觉创意是设计师之间经过不同时间和空间对话演变出来的，这些作品是之前各种不同作品交互激荡而产生的。

——菲利普·麦格斯（Philip Meggs）

设计的专业定义有时过于局限，太没有想象力，太过自我设限。我希望能刊登一些不是

那么主流显见的东西，来鼓励年轻设计师挑战这些局限。

——瑞克·波伊诺（Rick Poynor）

媒体推荐

若设计师只会玩弄形式就代表他缺乏创意。我总是从创意开始，没有创意，任何设计都只是散漫空想，就像一趟没有目的地的旅程。

——保罗·兰德（Paul Rand）

责任这个概念正是目前常受到忽视的。身为设计师，我们肩负着两种责任：对业主，以及对社会的责任。

——马西莫·维格涅里（Massimo Vignelli）

我们就是要扮演高品味与大众口味之间的传递人，我们陶醉其中，将“高论”转变成大众能欣赏的幽默。

——史蒂芬·多伊尔（Stephen Doyle）

设计师可以做实验，但应该要先懂工艺技术，否则就不会有实验，也不知道自己要反对、要创新的是什么东西。

——乔纳森·巴恩布鲁克（Jonathan Barnbrook）

作者介绍:

史蒂文·赫勒(Steven Heller)，《纽约时报书评》的资深艺术指导，纽约视觉艺术学院（MFA）视觉艺术学院设计系系主任。设计和流行文化相关著作多达120本之多，同时也是《Print》、《Eye》、《Baseline》、《I.D.》、《Graphis》、《Design Issues》等近二十本杂志的撰稿人或撰稿编辑。

目录: 前言：窥见设计大师的热情与使命

—成书的背景与动机

史蒂文·赫勒

Part1 为什么要这么做

作设计，要能从汤匙设计到城市

—理性设计

马西莫·维格涅里

设计可以不需要游戏介入，不过这样的设计一定没创意

—UPS、IBM、雷克斯特商标设计

保罗·兰德

我们就是把幽默当成能吸住客户的磁铁

—《绅士》杂志、《滚石》杂志、玛莎·史都华公司

史蒂芬·多伊尔

生活才是字体设计领域真正的关注点

—Manson、Exocet字体设计

乔纳森·巴恩布鲁克

我多半是从错误中学习

—《哈泼时尚》、《纽约时报杂志》原创字体、Mac的Hoefler Text字体

乔纳森·赫夫勒

要让一本书看起来很重要，就不需要屈服于业界的老把戏

—哈珀·柯林斯公司、兰登书屋、诺普夫出版社

迈克尔·伊恩·凯

我之所以能有成功的表现是因为我不耻下问，不管聪明问题或蠢问题都敢开口问

—哈雷·戴维森公司

达纳·阿内特

如果你有兴趣影响很多人，那么电视就是你可以驰骋的游戏领域

—波士顿WGBH公共电视视觉设计

克里斯·普尔曼

我从传统日本和中国书法获得许多灵感，书法所呈现的美感让我很震慑

—日本的设计

何塞·孔德

最棒的图书设计师是那些深刻了解书页所能展现的独特表情的人

—欧姬芙、麦当娜的书籍设计

尼古拉斯·卡拉韦

要构想出能改变世界的“大创意”，首要原则就是戏剧化

—MTV音乐频道广告、施乐广告、哥伦比亚广播电视公司官方字体设计

乔治·路易斯

Part2 我们从哪里来，要往哪里去

了解设计史可以帮助设计师超越风格与表象，更深入了解自己的作品

—第一本设计史教科书

菲利普·梅格斯

怀旧是一种有力的工具，让人们想起历史

—历史纪录片再制作

里克·普雷林格

字体排印师不管机器，只在乎美感

—仿古字体设计

丹·索罗

设计的作品完美无瑕，仍不能代表新思维

—《视觉》杂志创办

里克·波因纳

平面设计师要能意识到自己在社会中的位置

—策展与相关出版物设计

埃伦·勒普顿

我拒绝接受设计应该要这样或那样的说法

—设计教育

凯瑟琳·麦科伊

我不认为设计需要理论，但我认为设计师需要理论

—设计理论

约翰娜·德鲁克

设计中的现代主义思想就是对解决问题的思考

—现代主义的过去与现在

伊万·切尔马耶夫

设计是商业过程很重要的部分，重要到不能没有设计师的手

—批判主义、星巴克标志设计

米尔顿·格拉泽

设计领域之所以令人兴奋，不仅在于我明天会做出什么，也在于别人明天会做出什么

—维格涅里设计工作室、五角星设计公司

迈克尔·贝鲁特

Part3 打通脉络，融汇信息

生活优先于艺术，与创作主题若有距离就会造成普遍化与讽刺

—《死肉》书与光盘设计

休·科

只让拥有财产的人具有投票权，那么社会就可以不需要公关了
—公共关系与形象扭转
斯图尔特?尤恩
杂志订阅者就是那些同意编辑观点的人，他们愿意在出版之前支付杂志费用
—《爱神》、《前卫》杂志设计
拉尔夫?金兹伯格
计算机技术会让人把创意浪费在营利之类的垃圾上
—贝纳通《色彩》杂志设计、M & Co.设计工作室
蒂博尔?卡尔曼
信息架构是一种使复杂问题变清晰的方式，强调的是理解而非追求时髦
—技术、娱乐、设计（TED）会议筹办
理查德?沃尔曼
许多黑人的模式化形象已被黑人和白人所内化，让人变成该形象所塑造的模样
—种族偏见宣传画设计
迈克尔?雷?查尔斯
我做的第一面招牌是“犹太人与狗不准进入”
—在纳粹集中营的生死挣扎
莫里斯?维绍格鲁德
Part4 风起云涌的互动性
你十一二岁读的书会让你知道你是谁，要往哪方面发展
—《天花板上的人》、《我把我的小熊弄丢了》连环画绘制
朱尔斯?菲弗
我必须创造出舒适梦幻的“卡通宇宙”，在所谓的现实上涂抹欢乐的
花生酱
—音乐游戏《啦啦啦啦啦》设计
罗德尼?艾伦?格林布拉特
儿童是最难取悦、最具挑战性的观众群
—迪士尼在线、尼克在线
戴维?沃格勒
成功的界面是能让人相互联系的无形工具
—《互动的优异性》撰稿、多人互动体验游戏设计
埃德温?施洛斯伯格
我们鼓励艺术家多懂些科技，鼓励技术人员多了解艺术
—传统平面设计与数字科技创意
罗伯特?格林博格
计算机网络联机的本质就是要打破各学科领域之间的差异
—《连线》杂志创立、《小心手榴弹》编辑
约翰?普伦基特
• • • • • (收起)

[三十四位顶尖设计师的思考术 下载链接1](#)

标签

设计

创意

电子版 · PDF

广告

平面设计

子

评论

图书馆翻一翻就好了，全篇内容都是访谈稿，其实做成视频更好吧…/了解历史会更有批判力和社会意识/策展、讲课、写作最终都是讲故事的能力/架构、清晰的意图、表现形式、历史都是作判断所需要的东西，设计就是作判断/

[三十四位顶尖设计师的思考术 下载链接1](#)

书评

[三十四位顶尖设计师的思考术 下载链接1](#)