

《不守规则创意Book》

图书基本信息

书名：《不守规则创意Book》

13位ISBN编号：9787535615978

10位ISBN编号：753561597X

出版时间：2002-1

出版社：湖南美术出版社

作者：[美] Bob Gill

页数：166

译者：邱顺应

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《不守规则创意Book》

内容概要

思想的窠臼是创意最大的杀手。我们在思考点子时，却总陷入过去曾有的经验为影像基础，而无法获得原创的点子。然而该如何分辨游荡于自觉意识，而非先前经验的创慧呢？鲍·吉尔认为唯有跳脱并“重新定义问题”。重新定义问题的真意在于“重新质问自己一个新的问题”：将问题转化、设计化、趣味化、创意化，而获得全新的经验，因为不守规则的创意，来自不守规则的问题。这本书搜罗了作者著名的146个充满睿智与无限想象的案例，皆是一一针对问题而来的精彩解答。

《不守规则创意Book》

书籍目录

Atmosphere : the layer of gases that surround the Earth 大气 : 包围住地球的气体层 Air 空气 Water 水 The oceans 海洋 Soil 土壤

《不守规则创意Book》

精彩短评

- 1、很多时候看得多了，参考多了，用得多了，就忘记了当初为什么这么做的原因，忘记了最简单的东西
- 2、打破你脑中的条条框框
- 3、随便看看也行,认真看也行
- 4、提出问题才是关键
- 5、一般
- 6、不守规则毒害青少年BOOK
- 7、寻找独特解决方案的最可能途径是，找出该问题有何独特之处。设计其实是解决问题的“过程”。
- 8、创意类的书，总觉得就是看个热闹，榆木脑袋很难被激发出什么灵感来（￣ ￣）
- 9、很有启发
- 10、忘了所有创意规则，包括本书在内
- 11、2013-9-16
- 12、Refine is the essence.
- 13、创意是通的，几十年前的作品放在今天依旧不过时。
- 14、很棒啊 短小 案例有明显个人风格的创意~以前看的 觉得创意不再是那么沉重的一件事！

1、叫板网5月推荐 www.jiaoban.org 《不守规则的创意BOOK》，是一本关于“问题”的书。说到“问题”，更为人们所熟知的应该是那位从不给答案，只问问题的现代管理之父——彼得·杜拉克。这位“大师中的大师”总是以“愚蠢的问题”作为开始，用你真正想做的是做什么？你为什么要去？你现在正在做什么？你为什么这样做？这样典型的“杜拉克”式问句代替数字与技术解决客户的难题。细究问句的背后，是一个浅显的道理：好的问题可能是成功的一半，能够将一个问题陈述清楚意味着有可能解决问题。无独有偶，Bob Gill的这部《不守规则的创意BOOK》所在极力倡导的一个创意方法——寻找“问题”！书的一开始即以一个问题出发：1954年，作者被请托为《私人秘书》这部以笨拙秘书为剧情主轴的电视喜剧设计片头，作者一心想作出足够原创性的作品，却总是陷入以曾经目睹的事物为影像基础的经验窠臼之中。当他发现将自身的思维完全跳脱先前的经验是不可能的时候，如何跳脱自己的思考模式，探寻一个原创性的点子便成为了他迫切需要解决的问题。最后，Bob Gill终于发现重新质问自己一个新的问题，获得全新的经验是跳离原地最为可行的办法。“创意的问题在于问题本身（The problem is the problem），只要能重新质问一个独特的问题，就能激发一个独特的答案。接下来作者用近160页的篇幅来展现自己多年通过重新定义“问题”以解决问题的例子，从第一章的“问题在问题本身”，到第二章的“有趣的文字需佐以无味的图像”及第五章的“无味的文字佐以有趣的图像”两章来帮助读者在面对创意表现的文字与图像两大构成要素时，能理清并确定创意的关键问题是在文字还是另一半。第六章和第七章则以“少就是多”（关联愈少，创意愈增感觉）、“多就是少”（距离愈多，创意愈添力道）两个观点阐述“创意元素的关联”问题。tips：读到最后，千万别忘记作者在一开始的提醒：Forget all the rules about Graphic Design.....Including the ones in this book。忘记所有的创意规则，包括本书在内。——作者简介如果用一个词来形容Bob Gill的人生，那便是多彩。这位1931年出生的天才级创意人曾做过设计师、插画家、文案、钢琴家、导演和教师等多种职业。而他的成就也数不胜数，从刊载于各知名杂志上的大量插画到当年百老汇最炙手可热的多媒体音乐剧，从狂销十余万册的畅销书到深受喜爱的儿童读物，甚至还包括了色情电影。他于1991年荣登纽约艺术指导名人堂，而后更于1999年被英国设计与艺术指导联盟授予了终生成就奖。1954年，Bob Gill在纽约成为了一名职业设计师。1960年，在纽约的某间旅馆里Bob接受了一次面试。这次面试使得他有机会为Charles Hobson工作，据说当时的Bob非常擅长和客户搞好关系。1962年，Gill与伦敦最著名的两位设计师Alan Fletcher和Colin Forbes合力创建了Fletcher/Forbes/Gil工作室，即如今在世界各地遍地开花的设计公司Pantagram的前身。他们还在1963年成立了设计与艺术指导联盟，即广为人知的D&AD。1967年，Gill辞掉工作，再次从事自由创作并开始教书。他以他的直言不讳和特立独行为许多顶级客户服务，其中不乏苹果、雀巢、CBS和环球影业这样的行业巨人。除了《不守规则创意BOOK》，Bob Gill还著有以下作品：Bob Gill's Portfolio, Amsterdam: Wim Crowel / Stedelijk Museum, 1967 Bob Gill's Portfolio, London: Lund Humphries, 1968 I Keep Changing, New York: Scroll Press, 1971. | ISBN 0-87592-025-X) Bob Gill's New York, London: Kynoch Press, 1971. Ups & Downs, Reading, Massachusetts: Addison-Wesley, 1974. Graphic Design Made Difficult, New York: Van Nostrand Reinhold, 1992. | ISBN 0-442-01098-2——序言/龚友诚(david龚)广告影片最重要的观念其实比较接近Graphic Design，而不是电影。电影的长短没有时间限制，广告影片只有10秒，20秒，30秒.....60秒。Graphic Design有更短的限制，它必须在一眼内传达：这条街是单行道。或：停（stop）。它的观众也没有为了欣赏而去买票来看这些作品。或是它必要传达一节目的内容（像《私人秘书》）；或是替一家电视公司要找一个有代表性的logo。好的广告和好的Graphic Design都必须为了信息做出正确的取舍。因为它们都必要在短时间内传达信息。它的任务是很清楚的，单纯的，它的答案而是必然的。当我进广告这个行业的时候，我的第一份工作是在洛杉矶，1981年。我是在那个时候发现了现在你手中的这一本书（《不守规则创意BOOK》）。它就像一部好影片，一个好的design，没有一个字或图是多余的。清楚，单纯，必然的。之后我看与买了更多其他有关广告的书：我买了美国《One show》的年鉴我买了英国《D&AD》的年鉴我买了法国《Art Director's Club》的年鉴我买了德国《Art Director's Club》的年鉴我买了意大利《Art Director's Club》的年鉴我买了东京《Art Director's Club》的年鉴我买了《Graphis》我买了《CA》我拖着这一大堆书去纽约工作，然后伦敦，回到纽约，旧金山，巴黎，比利时。不知不觉中，除了Bob Gill的书，其他的我已经不知道在哪里了，我也不在乎。虽然已经有10年我没再去看它；《不守规则创意BOOK》（Forget all the rules about Graphic Design.....Including the ones in this book

) ,那是因为Bob Gill教的已经是我思考的一部分了,想忘也忘不掉。摘自《不守规则创意BOOK》

2、你为什么总是那么有创意?因为我有想法就表达出来。你为什么总是那么有创意?因为我是创意总监,我不多想点别人就当总监了。你为什么总是那么有创意?因为他们认为反正最后还有创意总监,所以自己就不用那么使劲了。你为什么总是那么有创意?因为他们习惯了创意总监,总觉得自己的创意不够好。你为什么总是那么有创意?其实我就是敢胡说。你为什么总是那么有创意?因为我的工作就是干这个。你为什么总是那么有创意?因为我不仅仅把创意用在工作上。你为什么总是那么有创意?因为我们公司客户部始终没发展起来。你为什么总是那么有创意?因为我习惯性的说我有想法,哪怕我根本没想法。你为什么总是那么有创意?因为你不跟我竞争。你为什么总是那么有创意?今天接到好多房屋中介的电话,问的问题都一样,我每次回答都不同。

3、不同的观察视点会有不同的结论。这是创意人对事物所持有的态度,他们拼命寻找一个巧妙的支点,以翘起群众的眼球。我现在所去到的程度,也只是一些雕虫小技而已: 1,无时无刻地观察与思索,用意想去改变生活中的细节,和固有的不变的东西,我称之为动态思维。结果是 - - 既然设计就是把握关键的细节,那怎么样才能够分清那些是关键那些是可以省略的细节呢? 2,观察的时候记住一些物品的位置,并且思考它对于我,或者他人的意义,那样就可以在需要的时候准确地连线它的位置以及时调动它作为一种有效资源。结果是 - - 如同新发明并没有及时应用到社会的各个领域,个人的新发现并没有在自我的生活中起到明显的作用,却有逐渐荒废的趋势。 3,坚持手绘,而不是临摹或写生,这是一种非常日常化的创作行为,它存在于任何一张有图片的废纸或报纸上,运用自己的想像去挖掘图片的魅力,将在文学刊物诗刊等书籍上印象深刻的东西用图形表达出来 4,写作。并不需要以众人皆知的语法来进行,只要自己清楚要表达的意思即可。结果将是 - - 他人将看到一篇篇天书式的文章而无法理解你的意思。

《不守规则创意Book》

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:www.tushu000.com