

《设计思维》

图书基本信息

书名：《设计思维》

13位ISBN编号：9787500694854

10位ISBN编号：7500694857

出版时间：2010-9

出版社：中国青年出版社

作者：安布罗斯（英），哈里斯（英）

页数：199

译者：詹凯

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

《设计思维》

内容概要

《设计思维:有效的设计沟通和创意策略》旨在介绍设计思维的概况,包括设计进程的每一个阶段:设计师在产生和完善构思时,主要考虑的因素是有助于确定设计方案、获得反馈并完善设计要素,使设计团队能够通过每一项工作获得提高,促进自身的进一步发展。

设计是一个反复的过程,设计思维存在于从客户委托到设计完成这一过程的每个阶段。客户提出的任何设计要求都可以有多种解决方案,而且它们在创新性、实用性和预算等方面也都各有不同。

《设计思维》

作者简介

作者：（英国）加文·安布罗斯（Gavin Ambrose）（英国）保罗·哈里斯（Paul Harris）译者：詹凯
臧迎春 贺贝

书籍目录

簡介
如何獲取書中最重要的信息
思考階段
設計進程
第一階段——定義
第二階段——調研
第三階段——構思
第四階段——打樣
第五階段——精選
第六階段——實施
第七階段——總結
項目實例
調研
確定設計動機
搜集信息
目標群體
抽樣和反饋
構思
基本設計方向
構思的主題
靈感和參考
頭腦風暴法
價值
包容性
草圖
設計提案
改進
圖像
符號
借鑒
幽默
比擬
視覺隱喻
修飾
文字
文字和語言
字體的「面孔」
造型
比例
顏色
打樣
開發設計
「樣品」的分類
設計語彙
實施
規格
材料

《设计思维》

精加工

媒體

尺寸

系列 / 連續性

術語表

結語

致謝

聯繫方式

平面設計師的道德標準

章节摘录

插图：精选阶段的重点是在所提交的设计方案中，确定一个明确的发展方向并进行优化。关键的决策标准是目标适应性：设计是否符合任务书的要求和目标，并且是否能有效地向目标受众传达信息，以实现这些目标？胜出的设计方案通常最符合设计任务书或其中的一个重要部分。要注意的是：单一的设计方案是很难满足任务书中的所有要求，它只是侧重于解决某一领域的问题。例如，市场细分往往要求针对各种细节问题提出不同的营销和设计解决方案。诸如成本和时间等其他因素也与精选过程有关，但这些有可能随着进程的发展而变化。完美的方案往往会超出原本的预算，因此客户可能会选择一种成本更低的方式。然而，预算和时间的限制在定义阶段就应该确定，并且在整个设计进程中都必须考虑。工作室可以向客户提交其认为最好的设计方案，虽然专业的意见和建议很重要，但是客户最了解自己的业务、市场和顾客，并将作出最终的选择。这很可能与设计师的首选方案不同。在精选过程结束时，客户将签署通过的方案，从而启动设计进程的下一阶段。

《设计思维》

编辑推荐

《设计思维:有效的设计沟通和创意策略》：国际平面设计基础教程：由国际资深的平面设计教授精心策划、编著、全面剖析了平面设计的基本元素和基本技巧。既有系统的理论阐述，又有经典的实例展示，是一套集理论，案例，实务为一体的平面设计基础教程。该书英文版由欧洲著名艺术图书出版社AVA出版，目前畅销全球几十个国家和地区，并被翻译为多种文字版本。世界多所著名设计学院将其指定为平面设计基础教材。国际平面设计基础教程包括：《规格设计》、《版式设计》、《字体设计》、《印前印后》、《图形设计》、《色彩设计》、《网格设计》、《设计思维》特色主题：-明确客户需要解决的问题-选择正确的设计方向-进行有效的设计调研-理解目标群体-激发创意-头脑风暴的法则-设计的完善-实施、打样测试-专将概念进行可视化表达-聆听客户的建议-.....

精彩短评

- 1、怎么说呢。。大体看还行但是真从头到尾读了却感觉没什么有用的地方。。。
- 2、可以开阔眼界，不过内容太过笼统。
- 3、长见识的书，文字多了。
- 4、断断续续终于读完。与前基本的实战与原理类不同，这一本讨论的更多的是思维与意识层面的东西，还有与你的作品，与你的客户，与你的受众交流的方式。最后，提到了设计道德。我想这是一切的底线。
- 5、纸张很好，但觉得内容有点少
- 6、经过设计的书，看上去就和其他书不一样
- 7、很不错的一本书 总结了很多有用的东西
- 8、非常不错，能够帮助非科班设计从业人员梳理设计的流程。推荐阅读。
- 9、看评价很高才买的，买到后感觉一般，里面有写方法的讲述，但是内容略显空泛，案例少而浅，帮助不是特别大
- 10、粗略的看了几页，因为时间关系一直被搁浅。总言之：任何一本书都有它的意义所在。
- 11、这套书很好，只是不全，希望当当网赶紧补全货，我还想买其他几本。
- 12、看过算数
- 13、国际平面设计基础教程-设计思维，这本书是同事让我代买的，从收到书时就感觉首先装帧没话说，纸张也好，内容比较详实，对设计者来说无论那个层次都有一定的指导意义。（个人建议需看3遍以上方显效果）
- 14、读是读完了，消化不了，似懂非懂的.....
- 15、从基础的构思一直到最终稿交给客户 很详细的流程介绍
- 16、拿到手里 没几分钟就发现一个印刷错误 希望内容能让我满意
- 17、好吧，我承认，这本书买亏了~
- 18、虽然写的不深，但是很全面系统。对于整理思路很有帮助。对我有帮助。
- 19、印刷还不错，只是书皮有点脏
- 20、很好的一本书，开拓思路，我平时会反复阅读，收获很大。而且书中没有废话，很实用。
- 21、原来只买了一本网格设计，看完之后决定收齐一套。很可惜当当上面不全了，只能去别的地方找书了。强烈推荐这套国外的教材，相当不错。而且是铜版纸印刷的。
- 22、设计思维流程描述简洁明了，案例点到即止。关于头脑风暴规则总结的比《IDEO设计改变一切》更加完善，难能可贵的是书末还讨论了设计师的道德问题。延伸阅读方向：符号学和色彩学。
- 23、印刷质量不错..内容一般般
- 24、全彩的，纸张很好啊！仔细再看看
- 25、虽然依然不是心目中的设计思维，不过，有点接近了。
- 26、因为是针对所有设计都比较通用的思维所以讲的挺泛泛，其实内容还是比较偏平面的，例图比较多，内容略空翻，没兴趣的介绍性文字不少.....全彩59页不值得！
- 27、因为买了之前的觉得还不错，所以这本继续，粗略翻了一下，依然图片配说明，还是理论偏重，还行。
- 28、从设计开始的准备工作到最后的印刷都有介绍到，是一本很好的平面设计教程，就是书的纸张质量很好很厚导致了那个胶粘不住，看到中间的时候书就已经有点散架了，不过不影响书的内容啦
- 29、买了，不错，有图有真相有深度，内容很给力，你懂的.....
- 30、为了搞清流程，头脑风暴逼着自己看完了，讲的轻松简单。看完设计七个流程大脑清醒很多，学习了一些手法，里面的案例都很有意思。192页还有书中提及工作室的网址，看到那些优秀案例后心动有需求的客户很容易就能联系他们了，太有人文关怀了！
- 31、比较易读，但只是个提纲，印刷真强。
- 32、简洁明了~
- 33、很好，发货也很快，真是感觉看了受益匪浅，决定买其余的基本看看
- 34、门外汉读读挺好
- 35、书的质量和书店里看到的差不多，蛮好的。不过快递公司实在不敢恭维，23号下的单28号下午才

《设计思维》

能收到，天啊，佛山到广州不过45分钟而已，怎么用不着6天吧，在3天内还可以谅解，这6天实在让人觉得气愤，邮递员态度还很不好。希望送货速度能改善，不然也不怎么敢在卓越买东西了。

36、中文翻译太过生硬

37、看看

38、书收到，文字加图片，好理解

39、edgy

40、不错啊！值得一看

41、书时给朋友买的，朋友说不怎么样

42、设计从平面设计开始。。。。

43、介绍的 设计思维方式很详细 开拓设计思路

44、很受用阿

45、回归设计的价值，思考

46、很不错的书很爱的书 新鲜的设计灵感 想购买收藏的 从图书馆续借了一年

47、内容很实用，很适合初学者，对于开拓思路也很有帮助

48、还不错适合初学者

49、我觉得这套书很好，但是有很多都买不到。。。是没货了吗

章节试读

1、《设计思维》的笔记-实施

- 1、规格
- 2、材料
- 3、精加工包括：装订、凹印、毛边、冲切（装饰性切削）、扉页、烫印、折叠、书口印刷、压花、齿孔、丝网印刷、热熔印刷、折叠拉页（打开后尺寸变大）、粘附插页、上光。
- 4、媒体
- 5、尺寸

发散性思维，可能要跨越一些界限，或者挑战一些已被广泛认同的标准。

限制性思维，是有意识的尝试在一个被缩小到范围内进行设计创作，从而挑战传统观念，并获得出人意料的效果。

6、系列/连续性，如果一个设计不是独立存在，而是某个系列中的一部分，在构思时就要考虑这个设计如何与先前以及之后的版本联系起来。

2、《设计思维》的笔记-构思

1、基本设计方向:差异(从一个中心点或主题进行延展或扩散)，趋同(多元的、广泛的观察向中心集中、收缩，将新产品回归到一个最基本的状态或前品牌时期)，转换(大量质变再设计或重新包装)。

2、构思的主题:KISS(Keep It Short and Simple)，中心点(设计集中于最重要的产品)，自上而下(系统地审视设计问题，然后向下挖掘，以在特定区域添加细节)和自下而上(首先聚焦于基本要素，向上运作以把这些链接组成为系统的一个部分)，奥卡姆剃刀原则(应缩减并不真正需要的内容来简事物，这将减少分歧，模糊和冗余所带来的风险)。

3、灵感和参考

抽象表现主义Abstract Expressionism:纽约艺术运动呈现给观众的是在自然界中找不到的大型作品。

装饰艺术Art Deco:借助技术的兴起，应用几何图案和流线型风格表现出一种优雅的装饰风格。

新艺术主义Art Nouveau:一种繁复的装饰艺术风格，起源于浪漫主义和象棋主义。

工艺美术运动Arts and Crafts Movement:一个家具和建筑的装饰艺术运动，试图挽救工业革命导致的手工艺美的消失。

先锋派Avant Grade:突破人们可以接受的既定限制，往往伴随着革命、文化、政治内涵或创意。

包豪斯Bauhaus:主要采用三种基本的形状、色彩和几何字体传达一种现代感。

拼贴画/合成画Collage/Montage:以不同寻常的方式把纸和其他介质粘在一起(拼贴画)，把图片或设计并置或者叠加，形成一个新的图像(合成画)。

构成主义Constructivism:一种现代艺术运动，用诸如玻璃和钢铁等工业材料创建出抽象的物体。

立体主义Cubism:一场打破单一视角的艺术运动，同时从不同角度展现出碎裂的物体。

解构主义Deconstructivism:一种批判性的研究方法，它检验如何通过挑战既定的准则来构建新的意义。

网格Grid:一种用于组织设计元素位置布局的图形结构。

庸俗艺术Kitsch:被认为是对现存艺术风格进行拙劣庸俗地模仿，可能是过度地矫揉造作，或是批量生产陈腐粗俗的产品。

现代主义Modernism:这是一场受西方工业化和城市化的影响产生的运动，追求简单、实用的特性，并拒绝复杂的装饰。

点画法Pointillism:一种主要以原色小点为特色的绘画风格，从远处看时会混合产生二次色。

后现代主义Postmodernism:一场回到早期装饰理念的创造性运动，它通过解构权威来质疑现实概念的可靠性。

迷幻Psychedelia:在音乐、艺术和设计领域打破传统界限的一种文化现象，综合运用光和折衷主义配色方案，以及干涉图和曲线。

报道摄影Reportage:一种摄影风格，主要特点是拍摄并细致刻画现实生活中的片段，以及世界上的喜悦和恐惧。

《设计思维》

超现实主义Surrealism:一场寻求释放潜意识心理中深层潜力的运动，往往不受真实世界的制约来描绘现实。

镶嵌式铺装Tessellation:通过在一个重复的几何图案上覆盖没有间隙及重叠的表层，为壁纸设计提供一个无缝式样板。

方言Vernacular:一个团体、社区或地区内的人通过这些日常语言进行交流。

时代思潮Zeitgeist:某一时期的道德些和智力的趋势，一种时代的精神。

4、头脑风暴法

5、价值，设计师通过视觉识别的创新提高一个品牌的附加值。

6、包容性意味着牢记目标受众，征求其观点和意见，并考虑怎样与其产生共鸣。

7、草图能够非常直接地传达出一个设计或元素的视觉观念。

8、设计提案，向客户同时介绍几种可行性方案，所有方案要一一详细介绍，让客户欣赏和理解设计背后的思想和要传达的信息，不要想当然地认为客户会怎样评价及猜测他们需要哪些信息来做决策。

3、《设计思维》的笔记-调研

1、确定设计动机(启发和支持设计的认识和条件，包括市场影响力、流行时尚和当下音乐趋势等因素。) ，明确设计障碍(由于技术、法律和市场的原因而失进一步实施的机会。)

2、搜集定量信息(数据或统计资料)，定性信息(使团队明白事物为何如此，以及人们对某些刺激是否有反应的原因，一般通过面谈获得。)

确定目标群体及其特征。方法:建立人物档案(包含一个特定人群的文字和图像信息，对特定群体的习惯和消费模式的研究)、深入研究现有资料、从图书馆和网上获得资源。

3、抽样和反馈

4、《设计思维》的笔记-思考阶段

设计进程的七个阶段。定义，设计任务书，明确目标。调研，收集背景材料。构思，制定多个解释方案。打样，检验技术可行性。精选，确定最符合任务书的要求和目标的方案。实施，向执行人员提交设计作品和内容说明，实现方案。总结，与客户讨论受众的反馈。

5、《设计思维》的笔记-改进

1、图像

2、符号 图标符号是把事物缩减至其最简单特性的图形元素。指示符号是一种与对象存在直接联系的图形元素，如交通标志。象征符号是一种传达一个概念的图形元素，如国旗。

3、借鉴就是把另外一个设计中的元素合并或添加到当前的设计作品中。方式有：模仿，修改，恶搞，似是而非（包含一种矛盾与冲突的观点或说明，经常蕴含幽默或是让观众质疑所看到的東西），变形，致敬。

4、幽默

5、比拟是一种表现公司或品牌特色的抽象手法，将特征转化为视觉图形。

6、视觉隐喻指不直接描述事物，而是用其他相似的事物进行暗示。

7、修饰（插入图像，省略，反差，合二为一）

8、文字

9、文字和语言（视觉模式，声音模式，双关语：文字双关语，用文字可能的含义和发音形成新的意义；视觉双关语，用图像代替文字，以形成新的含义；画谜，根据名词通常所表达的意思，用图像来演绎文字。）

10、字体的“面孔”

11、造型

和谐：各元素互相辅助，以产生一种深刻连贯的视觉效果。

平衡：没有任何一个独立的部分比其他各部分更加突出，是一种舒缓的、平和的非戏剧性结果。

《设计思维》

形状韵律：相似的形状可以聚集在一起形成一个大的元素。

戏剧性：使用很多锐角三角或更有活力的角形，比如康定斯基的三角形，例如把文本嵌入三角形内。设计中运用不同形状。

12、比例

三分法则：页面纵横均分为三等份，分割线交叉的位置就成了活跃的“热点”。

不平衡法则：用于设计，摄影以及周围对象为偶数的设计主体的位置摆放，从而使总体对象数为奇数，周围辅助的对象使设计具有平衡感，并有助于使观众的注意力集中在主题上。

黄金分割：大约5/18

艺术比例，同三分法则

斐波那契数列（Fibonacci numbers）：整数数列，每个数字等于前两个数之和。

雷诺数列（Renard numbers）：把1到10的区间分为5、10、20或40个部分。

13、颜色

6、《设计思维》的笔记-第1页

调研

确定设计动机

搜集信息

目标群体

抽样和反馈

构思

基本设计方向：差异 趋同，转换

与竞品关系：独特卖点，聚集，包容性设计

构思的主题：Kiss keep it short and simple

中心点

自上而下，自下而上

奥卡姆剃刀原则

python哲学：美 丑，简 繁，疏 密，可读性至上，

实用 纯粹，杜绝不明确元素

空白区域

文本最简化

图片的作用，小心分散注意力

比例

以用户为中心的设计

人机工程学

TIMTOWTDI there is more than one way to do.

灵感和参考

剪报，照片，素描，色卡，字体范例，构思草图，言论及所有启发思路而累积的事物。创建一个典型目标受众，例举他的性格，生活方式，欲望和消费习惯

头脑风暴

禁止批评

自由畅谈

确定议题

掌握时间

包容性

价值

为客户所创作的价值，与受众共鸣，提出与受众目标积极沟通的设计方案。

提升产品的附加值

包容性 设计必须关注与谁沟通，而不仅仅代表设计者的品味

草图

设计提案

重点是否放在了关键信息和图像上

是否采用了简洁的短句

关键的决策是否已经阐述清楚

是否采用了高分辨率图像

给客户做展示的图像是否已经准备妥当

练习过你的演示过程了没

是否有文字性错误

措辞是否一致

改进

对艺术作品的不断改进，对传达信息的不断完善。

图像：是否与表述的主题明确相关

符号：

借鉴：模仿，修改，恶搞，类似，变形，致敬、

幽默：

比拟：设计方案往往将某个公司，产品和项目的特定目标，属性，
特色转化为可以辨识的图形。

视觉隐喻：

修饰：插图，省略，反差，合二为一。

文字：

文字和语言

字体的性格

造型：和谐，平衡，形状韵律，戏剧性，设计中运用不同的形状，

比例：三分法则（九宫格）

不平衡法则 突出一个主题，周围辅助摆放其他元素，如五星红旗

黄金分割： $5+8=13$

艺术比列：三分法

斐波那契数列：1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89, 144

雷诺数列：0, 10, 16, 25, 40, 63, 100

颜色：色轮

单色

补色 色轮中直线相对的颜色

分裂补色 两个临近颜色辅助主要颜色

互补色 三个相近的颜色对其中一个颜色的辅助

类比色 两个颜色分别位于一个选定颜色的两侧

三色组合 三个等距颜色

近补色 临近的颜色辅助主要颜色

双补色 两个临近的颜色和他们的补色

打样

开发设计

设计之腿

适应性

故事性

灵活性

分类

草图

《设计思维》

模型

初步设计模型

印刷样本

比例尺

设计语汇

设计发展的一种重要内容是建立设计语言，以便能有效沟通。

折衷主义，错视画法，抽象主义，噪点，艺术线条，现代主义，后现代主义。

实施 规格，材料，精加工，尺寸，系列及连续性。

良好的习惯：

书刊杂志，小物件，色板，玩，有条不紊，研究，发挥创造性，跳板，非主流意见，改变，提高自身技能，

7、《设计思维》的笔记-第1页

头脑风暴规则总结（翻译直接将其中两点翻译成同一点“自由畅谈”）

禁止批评：这是最重要的规则，批评阻碍人们提出意见和表达想法，在头脑风暴会议中任何设想都是有效的。

自由畅谈：直线管理人员的存在可能会妨碍思想的自由交流。

避免评判：在会议期间，不要实施或评价一个看起来可能是最佳选择的设想。相反，在规定的时间内需要集中精力开发思维，在随后的评估阶段可以对设想进行评判。

确定议题：一个数量目标有助于与会者摆脱对这个问题的思维定势，产生大量设想，追求数量而非质量。

掌握时间：设定一个会议应该结束的时间，这有助于保持压力，促使产生更多的设想。

自由畅谈：与会者不要担心提出的想法奇特。古怪或者疯狂，但这并不意味着参加者不应该认真地对待会议。

8、《设计思维》的笔记-第1页

点名了设计的本质就是“信息”。

“不同的工作需要运用不同的思维过程和技巧来发展和实现由创造力的设计概念，其最终目的是以最好的方式来展现信息，并与受众进行有效的沟通。”

9、《设计思维》的笔记-第1页

Dgjj

10、《设计思维》的笔记-打样

1、开发设计，构思阶段将会产生多种可能的方案，但是设计思维需要进一步发展。

《设计思维》

2、样品种类有：草图、模型、初步设计模型、印刷样本、比例尺。

3、设计语汇

折衷主义（Eclecticism）：混合各类来源的元素能够以多种多样的形式表达创意。

错视画法（Trompe l'oeil）

抽象主义（Abstraction）

噪点（Noise）：无目的的起到辅助作用的设计元素，如随机的点、线或零碎的图案。

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