

理念大

主编：[英]罗杰·沃尔顿 翻译：韩春明
安徽美术出版社

大理念

概念形成 设计演变 作品评述 解决方案

主编：[英]罗杰·沃尔顿

翻译：韩春明



ORION

IDEAS

Concepts Developments Explanations Solutions
General Editor: Roger Walton

图书在版编目(CIP)数据

大理念 / (英) 沃尔顿主编; 韩春明译. —合肥: 安徽美术出版社, 2004. 1

书名原文: Big Ideas

ISBN 7-5398-1227-3

I. 大... II. ①沃... ②韩... III. 艺术—设计—作品综合集—世界—现代 IV. J111

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第123068号

Copyright © HBI and Duncan Baird Publishers 2002

Text copyright © Duncan Baird Publishers 2002

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form or by any electronic or mechanical means, including information storage and retrieval systems, without permission in writing from the copyright owners, except by a reviewer who may quote brief passages in a review.

本书的中文简体字版由Duncan Baird出版公司授权安徽美术出版社独家出版。未经书面许可, 不得复制书中任何部分。

合同登记号: 1201212

大理念

安徽美术出版社出版

(合肥市金寨路381号 邮编: 230063)

<http://www.ahmss.com>

全国新华书店经销 合肥远东印刷厂印刷

安徽美达公司制版

开本: 889 × 1194 1/16 印张: 9

2004年3月第1版 2004年3月第1次印刷

ISBN 7-5398-1227-3 定价: 68.00元

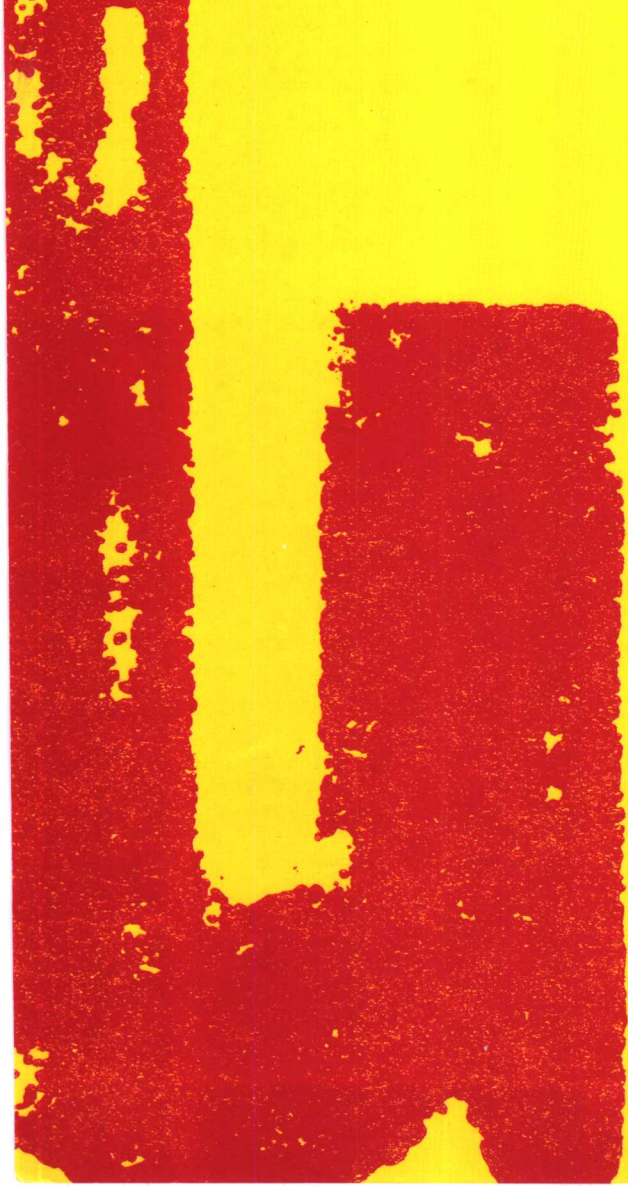
目录

6 前言

8 章节1：为我们的理念

66 章节2：为客户的理念

142 索引



那么，什么是大理念？

设计者对作品进行概念化，是设计方案成功的最重要原因之一。对设计者的多数限制因素，如主题或产品、希望传达的事物、预算和时间安排等，都来自客户（即使客户和设计者同为一人时也同样存在这些限制）。本书显示的是，即使在最苛刻的限制条件下，一个想像力丰富的设计者也能创作出新颖、迷人的作品，将其意图流畅地传达给受众。

那么，什么是大理念？

大理念的形成，没有秘密公式，也没有巧妙捷径。我们需要分析面临的设计问题，然后设法跳出常规思维框架。为了突破成规，你可以在这里寻找灵感。比如看看五花八门的非传统媒介，像公交车、果冻、可充气物品、瓦砾这样的东西，是如何被用来吸引人的注意、启迪人的思维，或给人留下深刻印象的。

那么，什么是大理念？

《大理念》这本书就是要帮你抛开琐碎细节，专注于所要传达的关键内容，在你的思维中开拓出一个空间，从而构筑你自己的大理念。

前言





章节

1234567890

为我们的理念

#27

LIFE LESSON

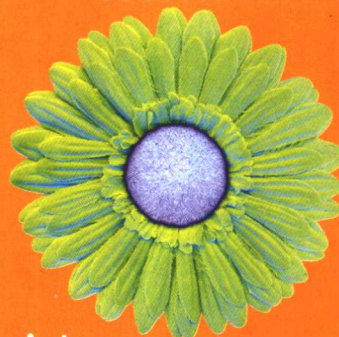
Worry and doubt can actually be prayers and visualizations — and self-fulfilling programming — for things you do not want.

self-

fulfilling programming



how to be
HAPPY,
dammit



a cynic's guide to spiritual happiness

written by karen salmansohn design by zinzell

Of course, had you been told this at that time, you still would not have understood with your naive lil' baby mind.

And so it goes for much of the pain in your life. Often you need to evolve a bit more before you can understand a bit more.

By now you know:

you live in a world of 1,000,001 interpretations.

By now you know:

you must resist staying stuck on merely 1.

Which brings you to:

! warning

You think about 60,000 thoughts a day. It's up to you to make sure that you don't ride up 59,999 of them with negative, cynical thinking.

So next time, before you start to think something negative, just think about that, and this. Your brain has 100 billion cells — and each of these little babies is connected to at least 20,000 other cells. The variety of potential combinations of all these is more multitudinous than the number of molecules existing in the entire universe! So, if you have that many different combinations of brain cells to choose from, why not try a new combo today? This book will help you do just that.

Read on.

见鬼，怎样快乐生活呢？

以上这本书是针对自助风格所作的新颖而又机智诙谐的回应。它给读者上了42堂人生指南课，每课都辅以充满寓意的图像。书中的字体和版面设计，更是增进了该书的原创意味，吸引了读者的兴趣，使人在全书236页的内容中，由始至终得到艺术的享受。

连贯色彩的巧妙应用使看上去毫无关联的形象联系在一起。

设计：

Don Zinzell

插图：

Don Zinzell

摄影：

Don Zinzell

设计公司：

Zinzell

国家：

美国

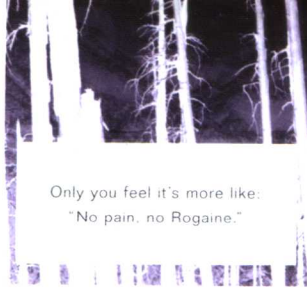
作品说明：

一部手法幽默、诙谐的自助型书

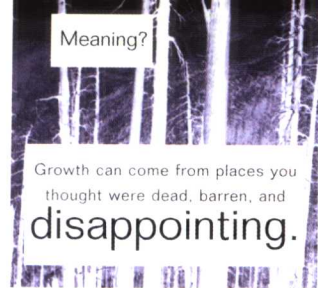
尺寸：

152 × 178 毫米

6 × 7 英寸



24



Which leads to grow to

25

LIFE LESSON #2

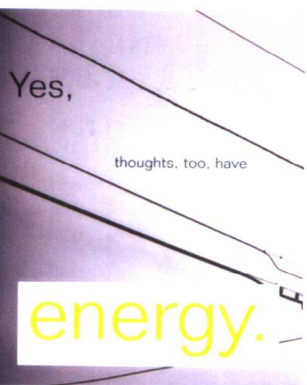
That pain back in LIFE LESSON #1 was for your benefit

You were being taught to breathe: meted to suck down a puny oxygen-nitrogen cocktail that painful whack was necessary for your growth

26



27



150

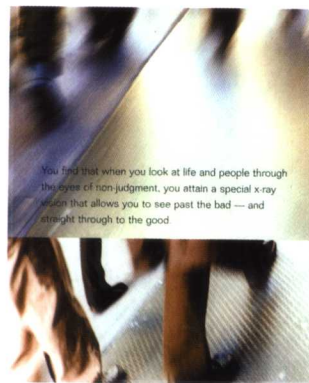


151

LIFE LESSON #17

You must celebrate Non-Judgment Day, then Non-Judgment Year, then Non-Judgment Life.

106

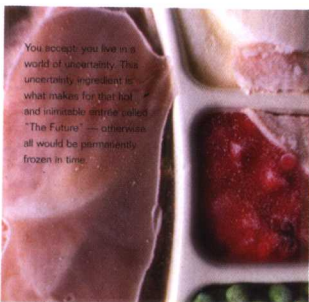


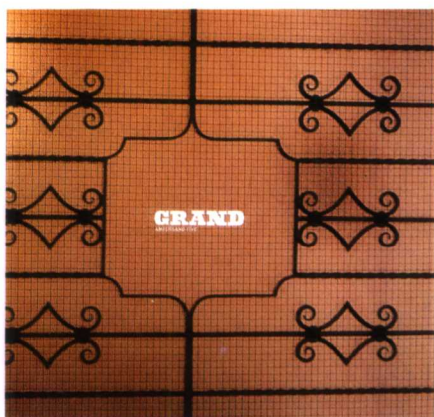
Which leads you to

107

LIFE LESSON 20

You must have Great Non-Expectations.





Grand (《Ampersand》第5期)

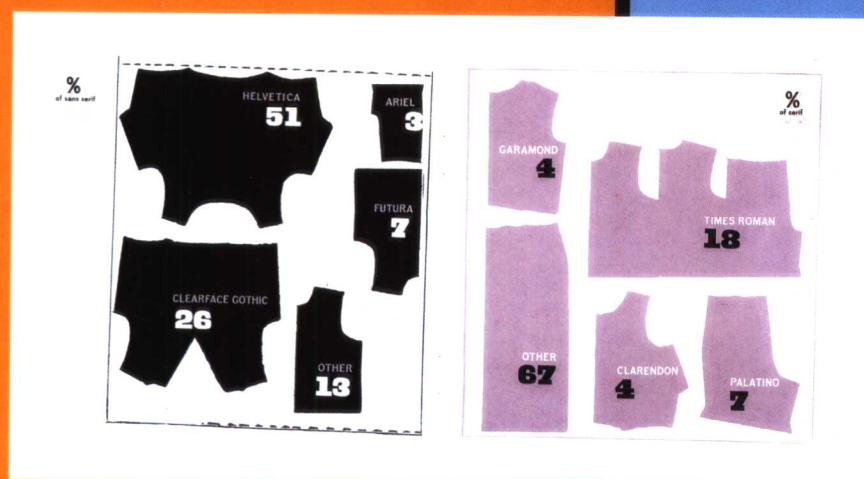
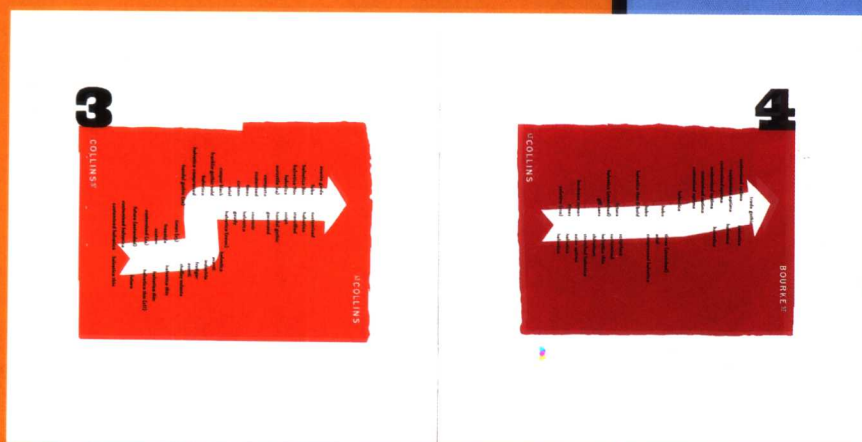
对墨尔本市内一公里多范围内常用的各种字体进行了有趣的分析。本书用奇特方式观察数据，以极富想像力的方式展现数据。当然，这个新奇的创意也是对设计者工作室的巧妙宣传。

OTHER
67

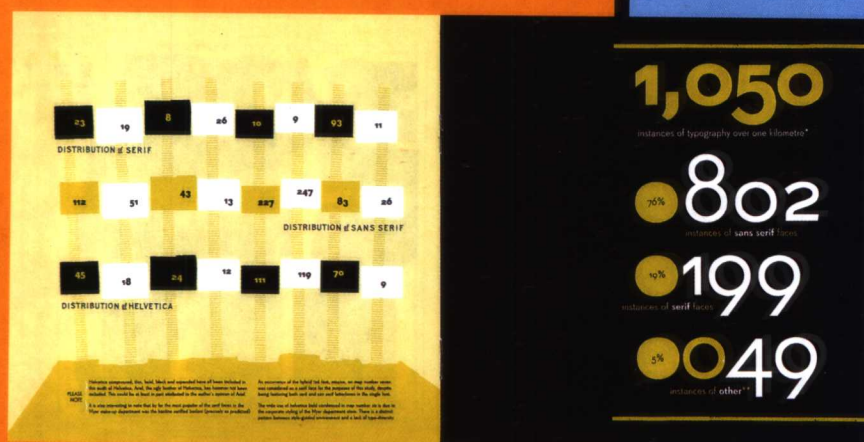
CLARENDON
4

PALA
7

包括封面在内，整部书都印刷在不干胶纸张上。



设计：
Stephen Banham
摄影：
David Sterry
设计公司：
The Letterbox
国家：
澳大利亚
作品说明：
书
尺寸：
145 × 145 毫米
5³/₄ × 5³/₄ 英寸





Elizabeth Roberts 的自我推销

尽管采用类似 20 世纪 40 年代犯罪电影的图像，这些明信片还是使用了不同的手法以传达信息。无论是从字体还是从图像上来看，本页显示的明信片同时彰显了现代风格与复古情结。下页的卡片则表明，自我贬低也可以作为一种自我推销的手段。卡片中间那句老掉牙的宣言——we need the money（我们需要钱），以及底部对作品特征的谦虚表达，都可以帮助实现自我推销的目的。

* from u.s.a. (011 49 30)

IDEAL MODELL

Speziallager

E. ROBERTS GRAEFIK

our catchy motto: we need the money

strassburger strasse 15
10405 berlin
germany
(030)* 442 71 95
zuckerfabrik@yahoo.com

notes:	
1 ILLUSTRATION	✓
2 DARE I SAY ART	✓
3 PLAIN OLD GRAPHIC DESIGN	✓
4 BAD GERMAN GRAMMAR	✓

设计师:
Elizabeth Roberts

摄影:
Elizabeth Roberts

国家:
德国

作品说明:
自我推销的明信片

尺寸:
105 × 148 毫米
4 1/4 × 5 3/4 英寸



D-FUSE 公司新闻包裹

该作品特别强调了包装对自我推销的新闻包裹的保护作用，从而给人留下一个印象，即包装内的物品必须小心对待。材料的半透明特质使人感觉这些物品正在接受飞机场 X-射线机的检查。这些都能引起收件人的兴趣，从而成功地将该工作室推销出去。

设计：

D-FUSE

艺术指导：

Michael Faulkner

设计公司：

D-FUSE

国家：

英国

作品说明：

新闻包裹，内附宣传册和VCD

尺寸：

多种