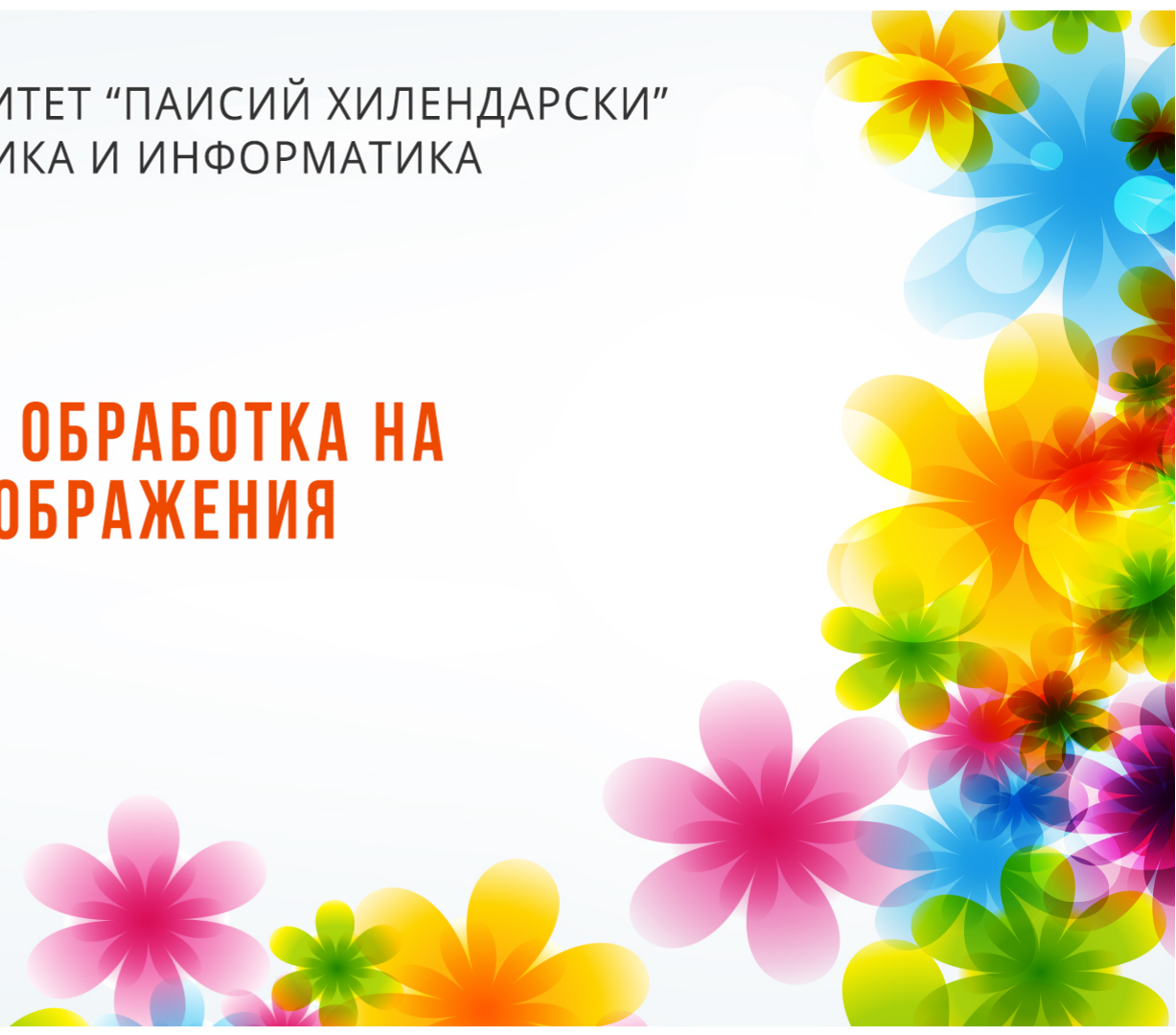


ПЛОВДИВСКИ УНИВЕРСИТЕТ "ПАИСИЙ ХИЛЕНДАРСКИ"
ФАКУЛТЕТ ПО МАТЕМАТИКА И ИНФОРМАТИКА

1 | СЪЗДАВАНЕ И ОБРАБОТКА НА ВЕКТОРНИ ИЗОБРАЖЕНИЯ

доц. д-р Христо Крушков
гл. ас. д-р Мая Стоева
докт. Маргарита Атанасова



ИЛЮСТРАТИВЕН ДИЗАЙН

Съдържание:

1. Какво е илюстративен дизайн?
2. Определяне на изискванията на клиента
3. Подготовка
4. Избиране на подходящ стил на проекта
5. Създаване на скици
6. Векторизиране чрез ключови точки (котви), криви на Безие и форми.
7. Презентиране пред клиента.

Какво е илюстративен дизайн?

Дизайнерски проект, който изисква илюстративен подход, за да реши даден графичен проблем.

Как да решим даден графичен проблем?

Ключът към решаването му се крие в креативния процес. В този курс ще преминем през систематичен подход, използван от големите дизайнери в бранша.

Креативен процес

1. Подготовка (какви проучвания трябва да направи дизайнерът, за да създаде подходящо и ефективно решение).
2. Създаване на дизайна (детайлизиране преди дигитализиране).
3. Векторизиране (прецизиране с помощта на софтуер).
4. Презентиране на вашето дизайнерско решение

Подготовка

- Преди да започнем, трябва да сме сигурни, че сме събрали цялата информация, от която се нуждаем.
- Така ще можем да създадем един “информиран” дизайн.

Подготовка - Резюме

- Документ, в който има въпроси, на които клиентът трябва да отговори.

Примерни въпроси:

- Какви са Вашите цели?
- В каква посока искате да се развива Вашият бизнес?
- Каква е целевата Ви група?
- В коя демографска група предимно се намират Вашите клиенти?
- Дефинирайте критерии за успешен проект.
- Цветови предпочитания.
- Изберете ключови думи, които описват най-добре вашия бизнес.
- Крайни файлови формати, в които трябва да се предостави проекта.
- В какви размери трябва да се предостави проектът.

Подготовка - Пример

Примерно резюме

Подготовка - Резюме

- Насърчавате клиента да се замисли по-подробно и да даде по-изчерпателна информация.
- Ще разберете очакванията на клиента относно неговия/нейния бизнес, клиенти и поставената креативна задача.

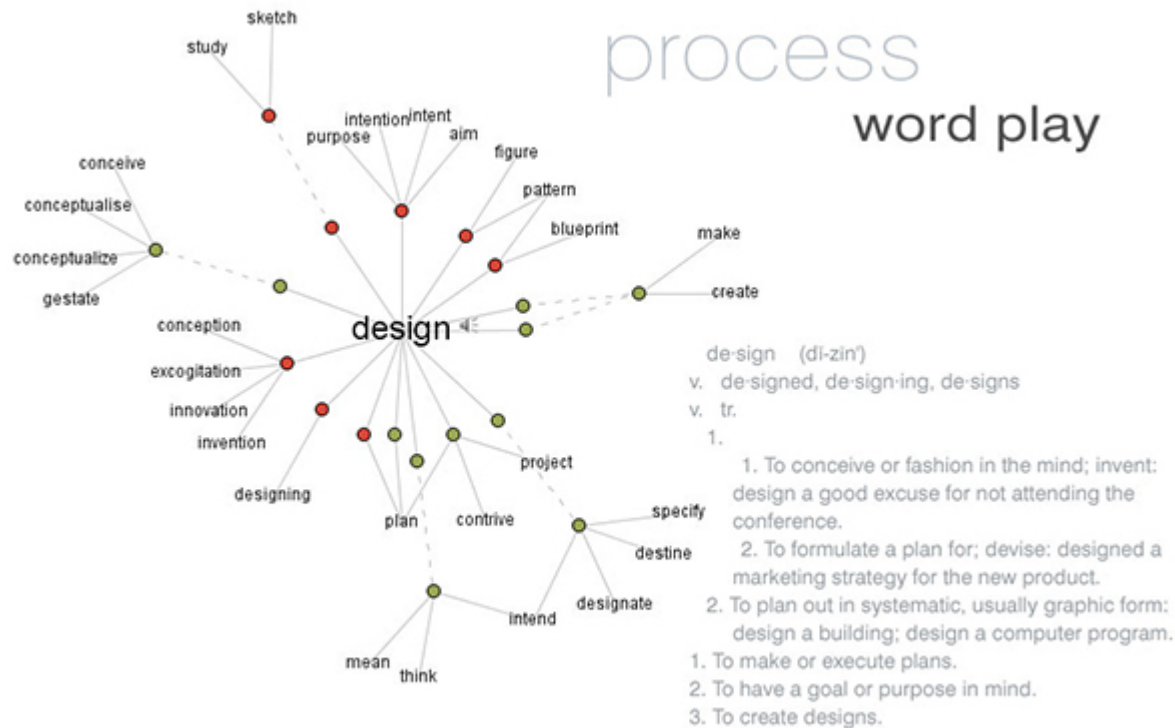
Подготовка - Резюме

- Получавате изчерпателна информация.
- Създава се среда на доверие между Вас и клиента.
- Ако клиентът е с прекалено завишени очаквания (милиони приход след ребрандинг на марката, но не и подобряване качеството на продуктите), креативният процес може да приключи още тук.

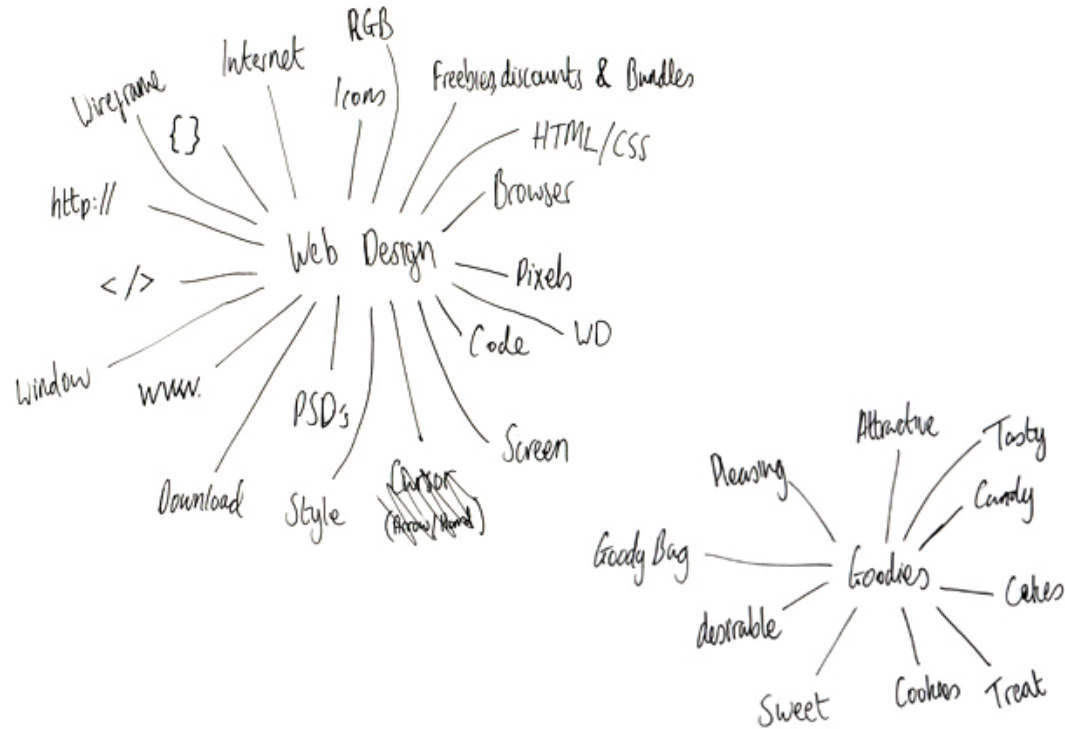
Методи на креативно мислене

- Word Associations (Асоциации)
- Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)
- Before, During, After (преди, по време, след)

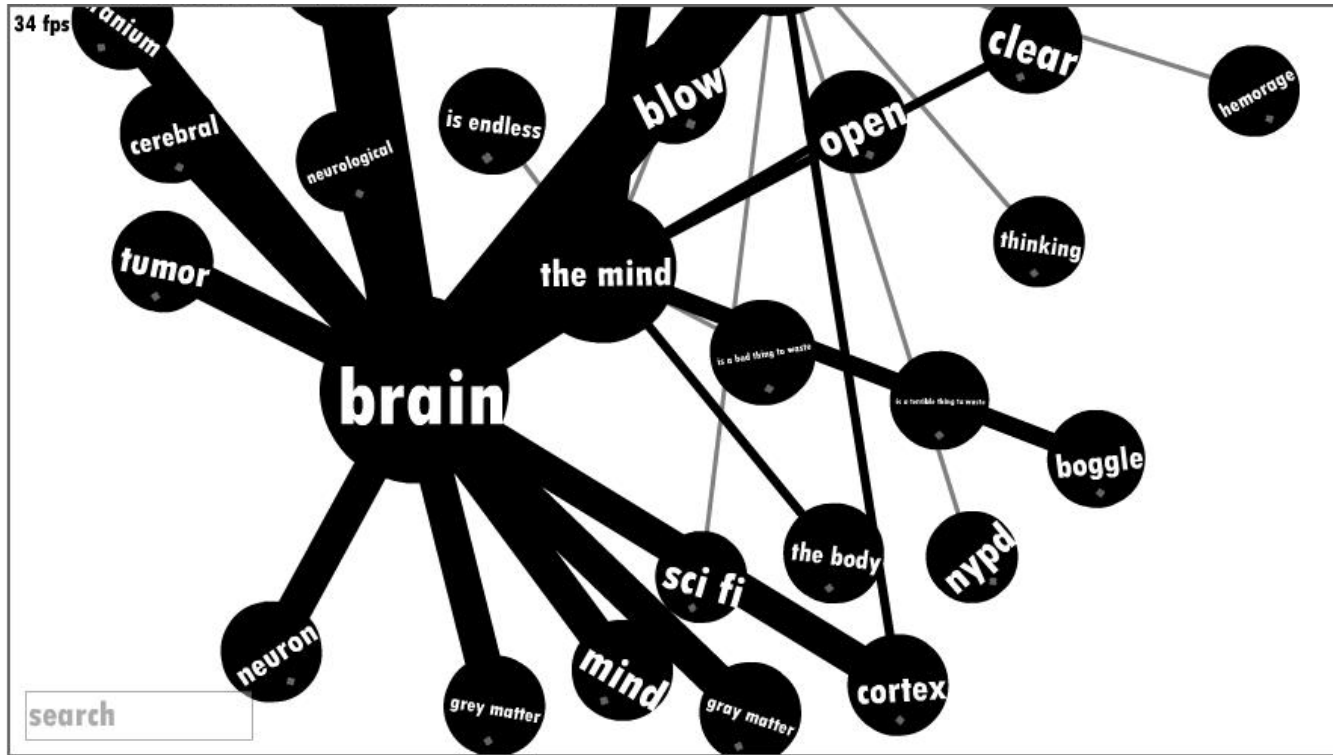
Word Associations (Асоциации)



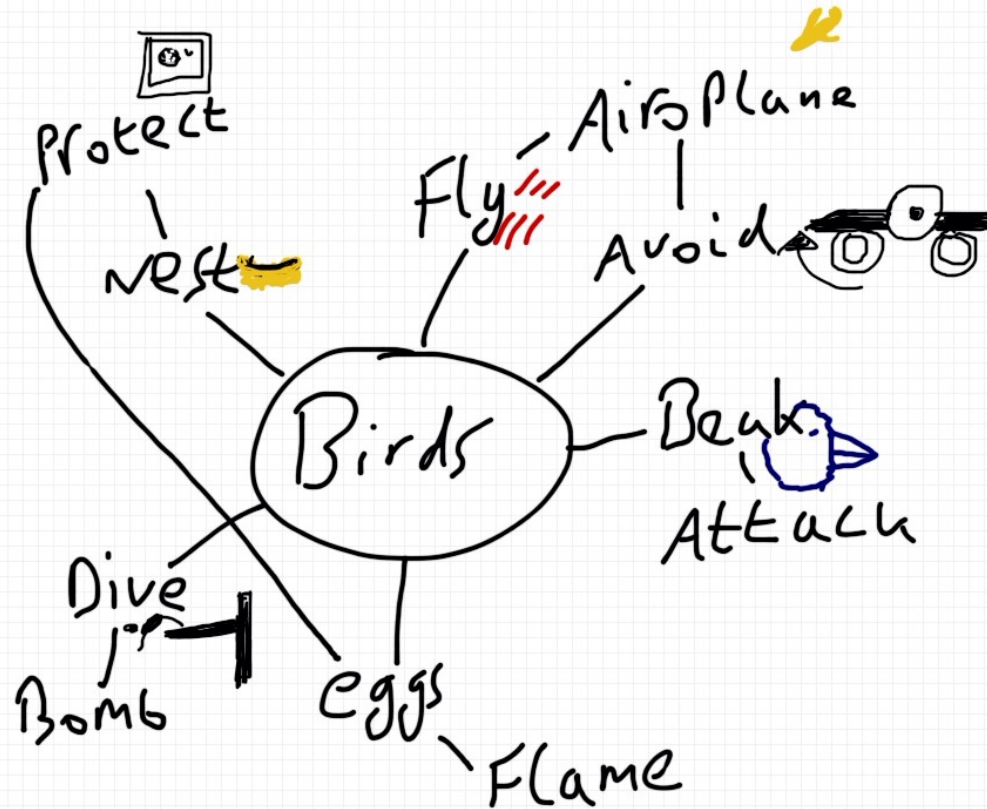
Word Associations (Асоциации)



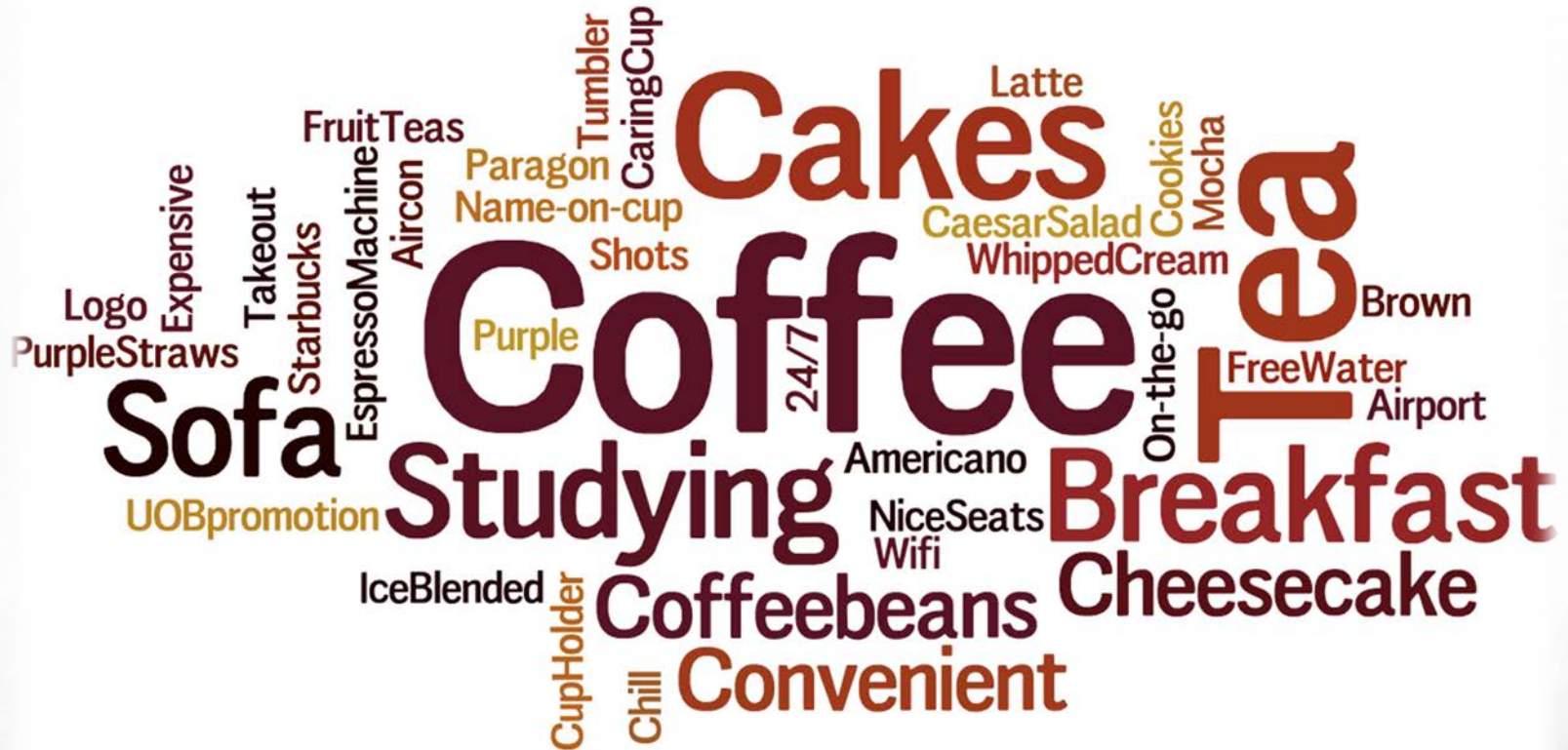
Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Асоциации)



Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

- Мисловните карти един от най-съвършените начини за водене на записки. Те са изобретени от Тони Бузан към края на 60-те години на 20-ти век. Благодарение на този метод всяка информация може да бъде записана във вид, много близък до този, по който се подрежда в човешкия мозък. Мисловните карти са мощен инструмент, който улеснява разбирането и запаметяването на информация и стимулира развиването на творческа мисъл.

Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

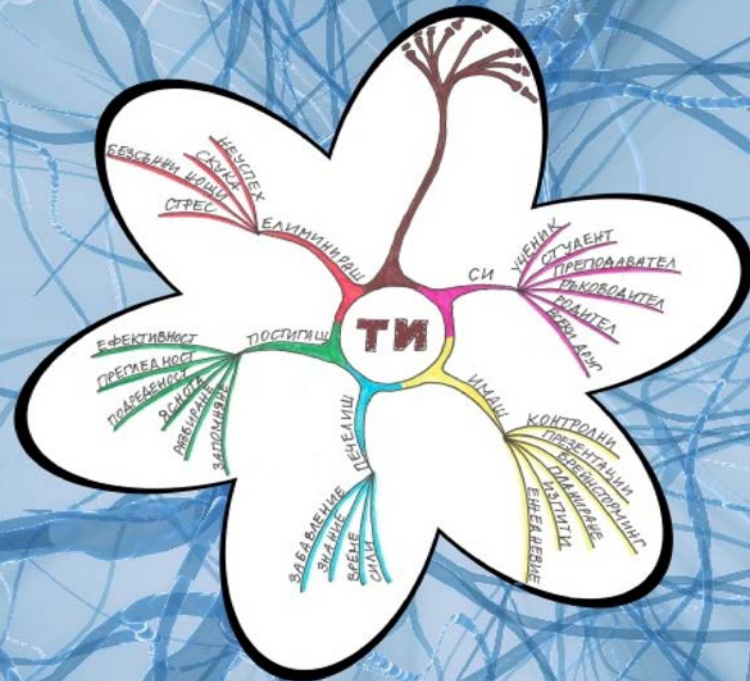
- Това са вид диаграми, които се използват за визуална организация на информацията. Обикновено те пресъздават единична опостена концепция за нещо, представена като картинка в центъра на празен, пейзажно разположен лист, около която са разположени свързани обекти чрез други картинки, текст, думи и други. Повечето идеи са свързани директно с основната централна концепция, а други се разклоняват от тях.

Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

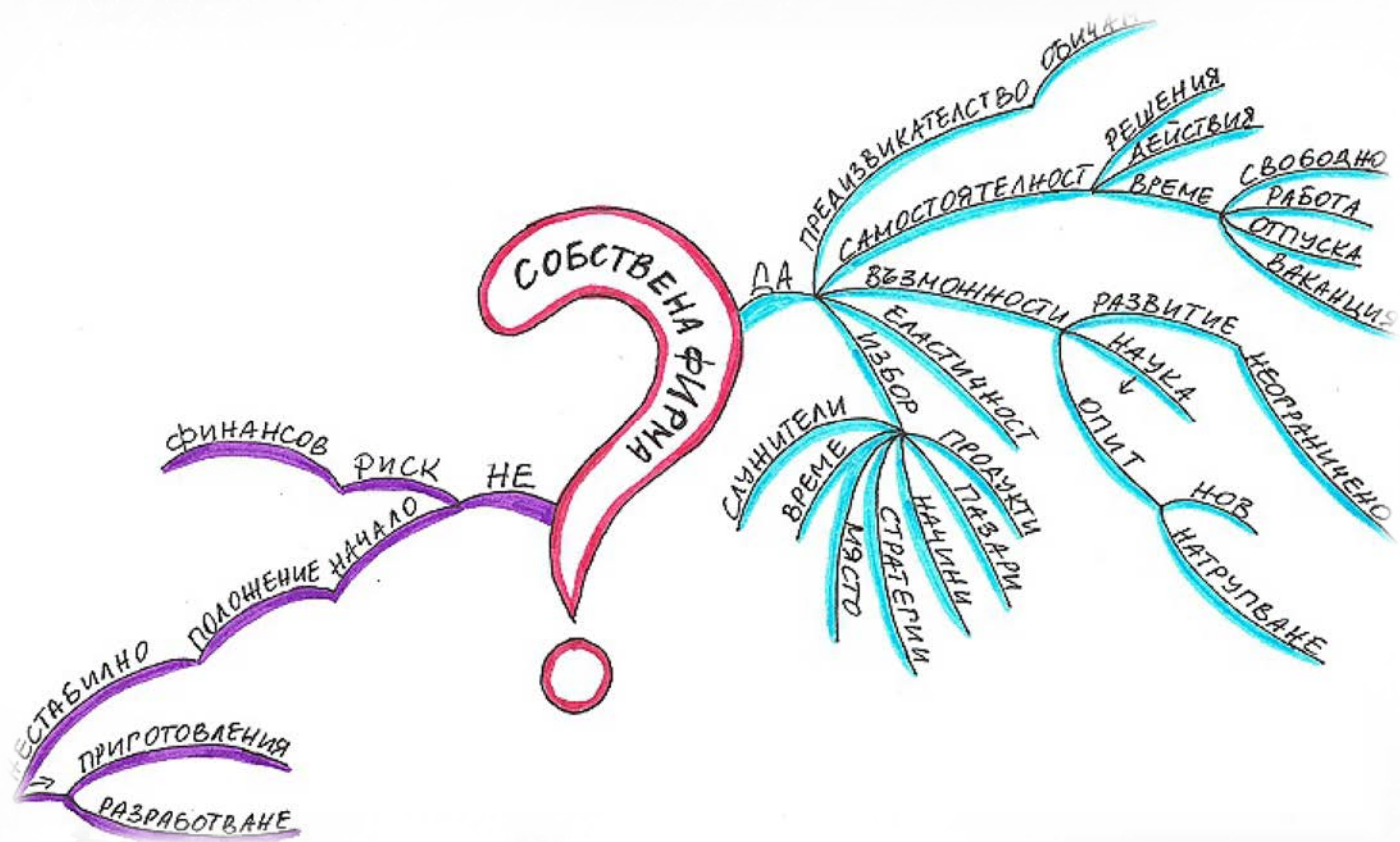
- Основните елементи при изграждане на мисловните карти са изображенията, цветовете и ключовите думи. *От своя страна, те стимулират двете основни функции, описващи “езика на мозъка” - асоциациите и въображението. Именно те активират както лявата, така и дясната половина на мозъка.*
- Чрез ключовите идеи и множеството разклонения, те ни дават свободата да обходим безкрайните възможности на нашия мозък.

ИРЕНА СИДОР-РАНГЕЛОВА

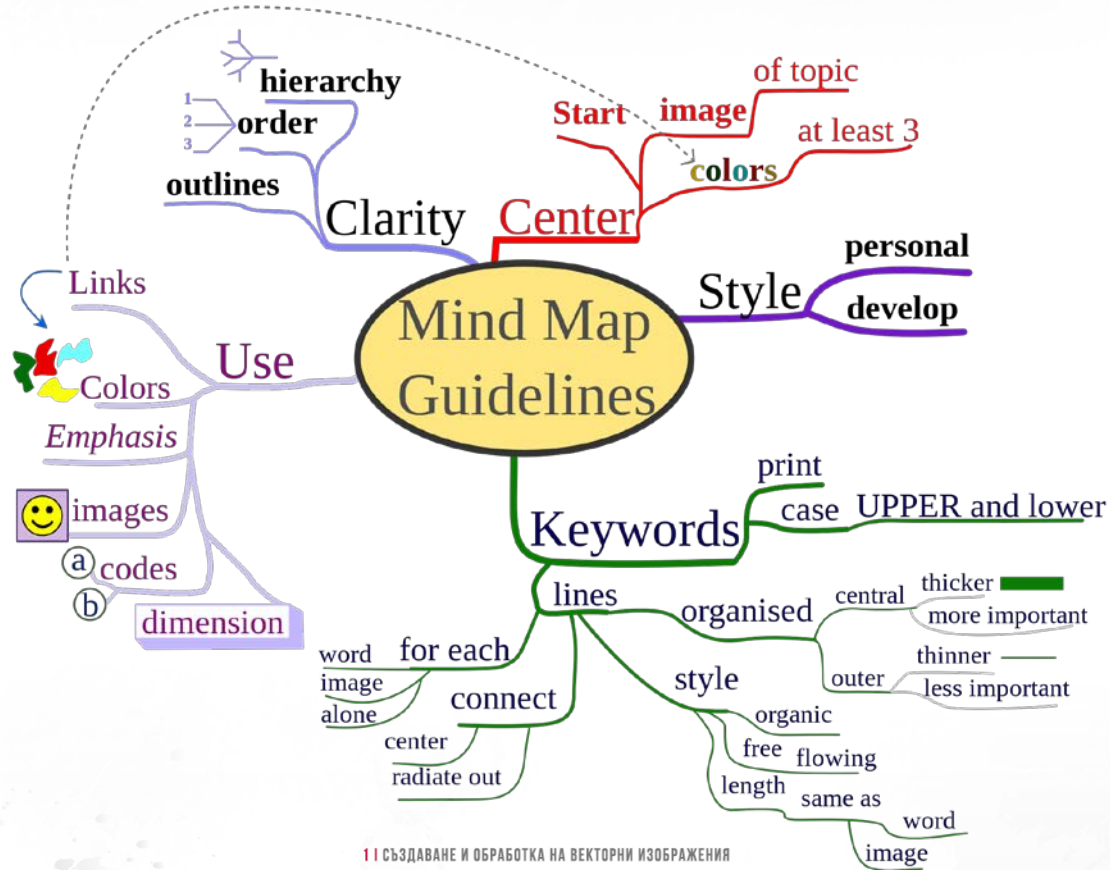
НАУЧИ ЗА 7 ЧАСА КАК СЕ ПРАВЯТ МИСЛОВНИ КАРТИ



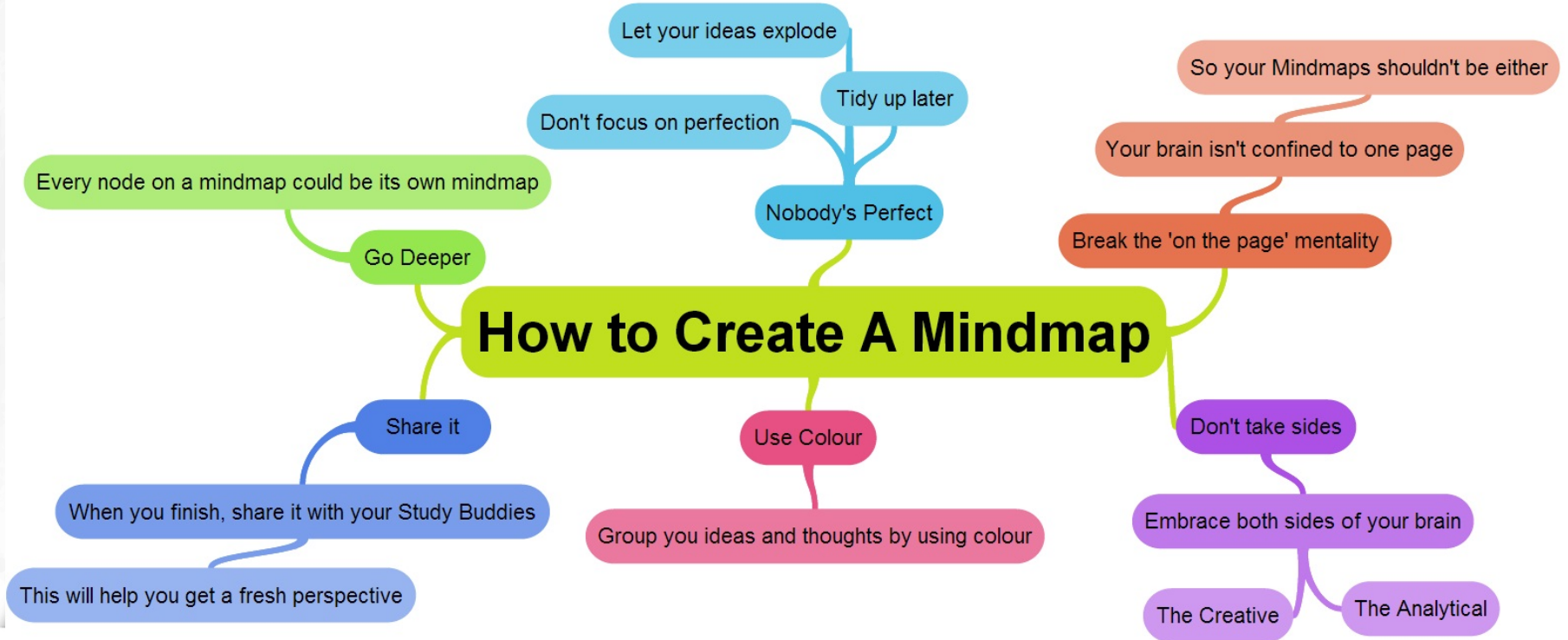
Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)



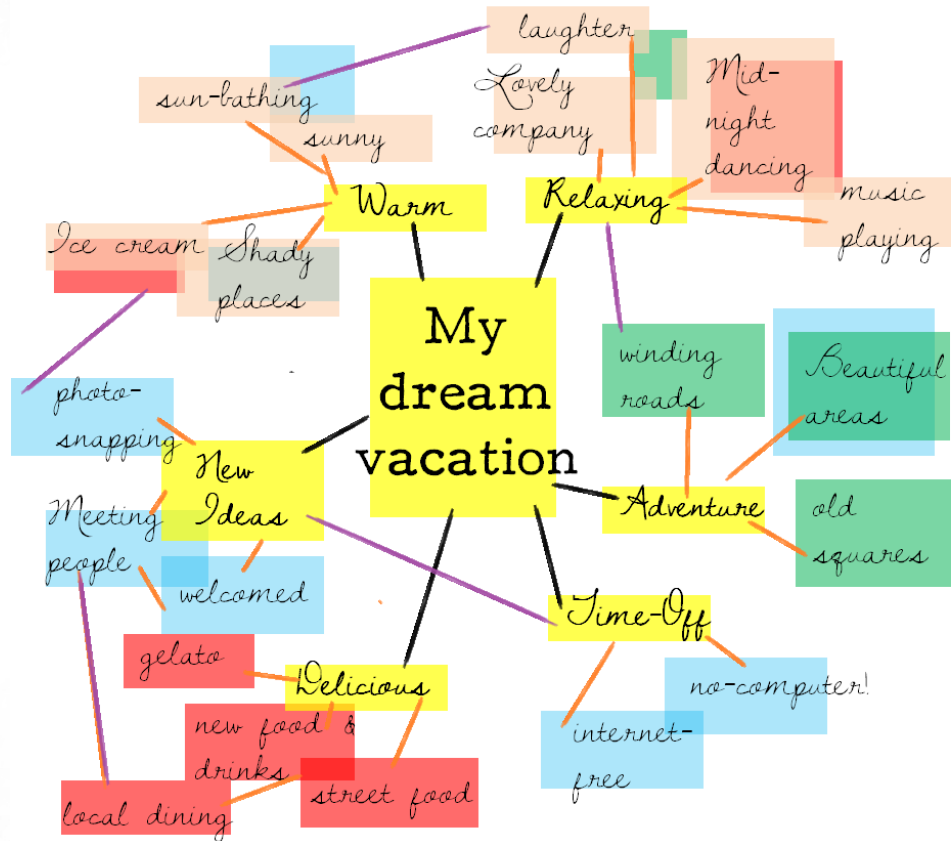
Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)



Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)



Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

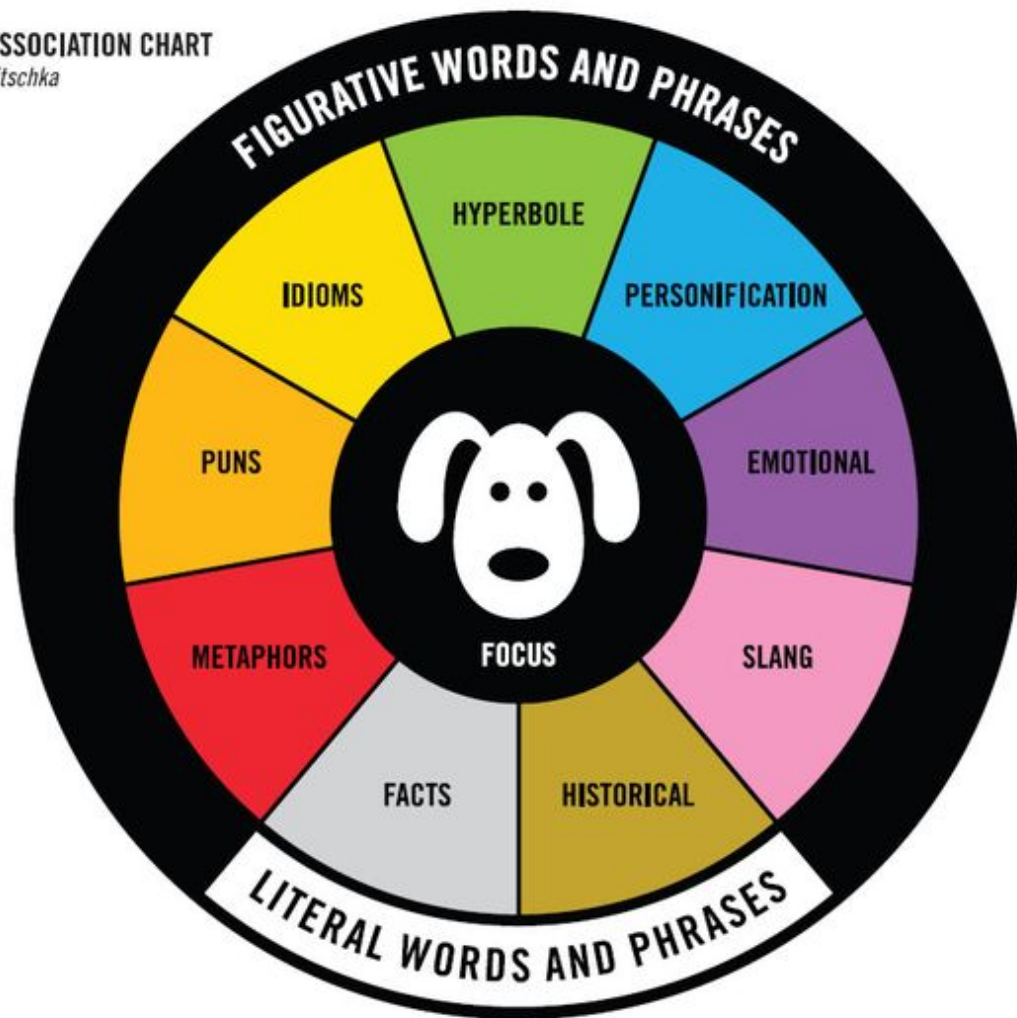


Методи на креативно мислене: Асоциации

- Избирате тема.
- Записвате на лист всички думи, които се сетите и са свързани с темата.
- Търсите думи и фрази, които имат метафорично значение, както и такива с буквално.

WORD ASSOCIATION CHART

By Von Glitschka



METAPHORS

Eating words has never given me indigestion.

PUNS

I have a new leash on life.

IDIOMS

You can't teach an old dog new tricks.

HYPERBOLE

My dog is so ugly his only friend is a cat.

PERSONIFICATION

The dog serenaded the moon all night.

EMOTIONAL

Doggone it!

SLANG

Yo Dog!

HISTORICAL

Cerberus the hell hound from Roman Mythology.

FACTS

Pet, Leash, Collar, Fleas, Bark, Beg, Roll-Over, Bone.

Пример:

Тема: куче (продукт, свързан с кучета)

Метафори: Навън е кучи студ.

Идиом: Не може да научиш старо куче на нови номера.

Хипербола: Моето куче е толкова грозно, че единственият му приятел е котката.

Пример:

Тема: куче (продукт, свързан с кучета)

Исторически:

- **Цербер** (в древногръцката митология е куче с три глави, което пази изхода на подземния свят, като пуска всеки да влезе, но никой да излезе).
- Кучето е най-добрият приятел на човека.

Ключови думи:

- домашен любимец, кайшка, нашийник, лае, тича, моли за храна, въргаля се, гони кокал и др.

Асоциации

Помагат да забележиш и да откриеш скрити връзки. И точно тези връзки могат да те доведат до ефективно визуално решение на зададената графична задача.

Методи на креативно мислене: Mind Mapping (Мисловни карти)

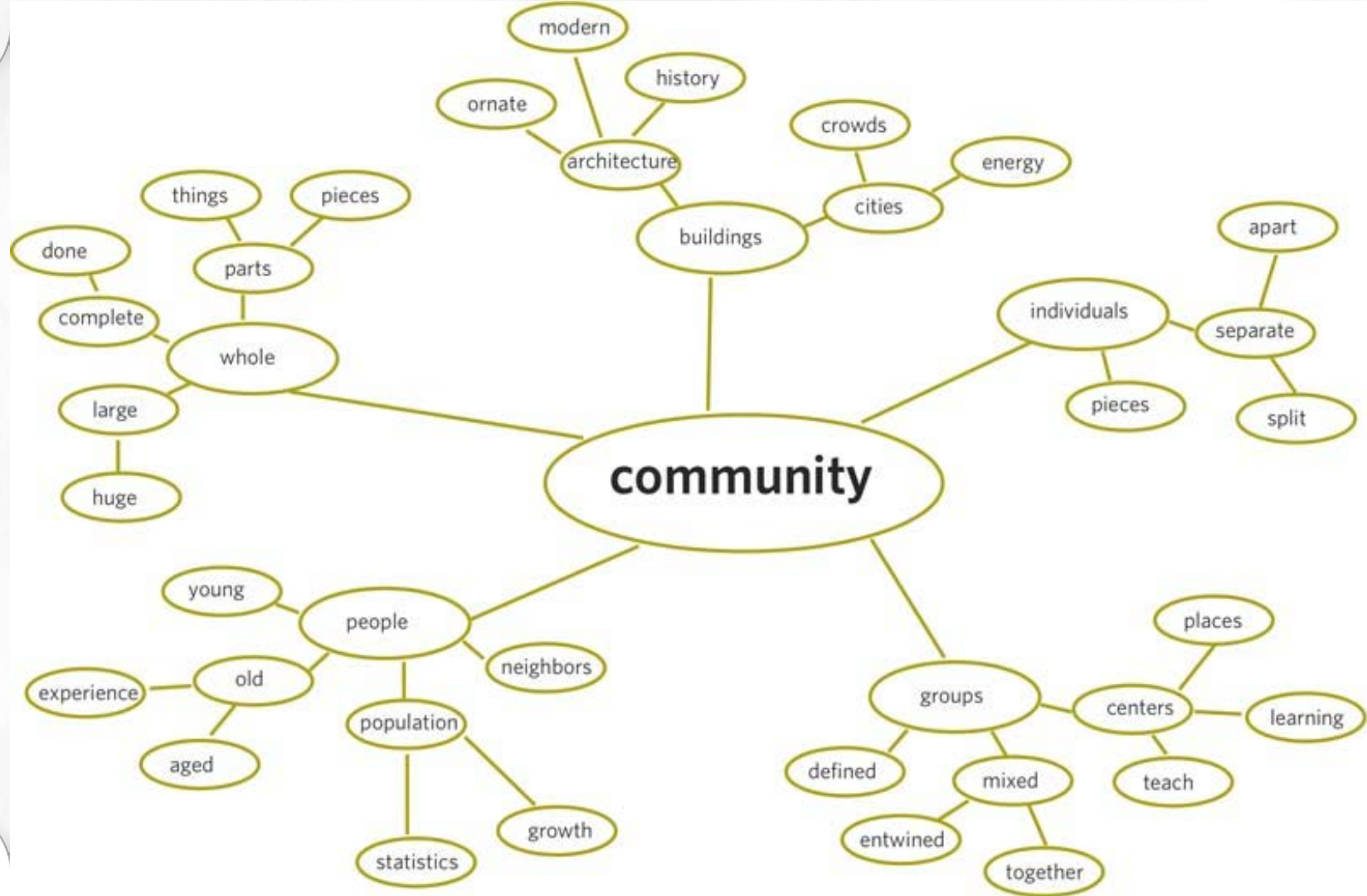
- Отново избираме тема.
- Отпускаме въображението си да прави връзки, като всяка следваща е свързана с предишната.
- Когато достигнем до “Задънена улица”, се връщаме отново в центъра при основната тема и започваме ново разклонение.

Пример:

- Тема: Общност







Пример:

- Задание към известен дизайнер Von Glitschka (правил проекти към Disney, Coca Cola и др.)
- Тема: Магазин за тропически риби
- Задание: Лого, което да е забавно, умно
- Клиентите са от Япония

Mind Mapping:

- Тропически риби: екзотични -> уникални
->странни и т.н.т.
- Резултат от Mind Mapping, избрани
ключови думи: Уникални, Странни,
Култура, Забавни, Гупи, Самурай (от
Япония)

Резултат:



SAMURAI GUPPY
YOUR TROPICAL FISH EXPERTS

Методи на креативно мислене: “преди, по време, след”

- Метод, разработен от дизайнерът Jeff Pollard.
- Тема, разглеждане през гледните точки на “преди”, “по време” и “след”.
- По този начин темата се разглежда от перспективи, които разкриват вторични значения и прозрения.

Пример:

- Тема: дъжд.
- Какво е преди дъжда? - Облаци
- По време на дъжд... ти трябва чадър
- След дъжд... има локви

Резултат:

Автор:

Jeff Pollard

<http://pollarddesign.com/>



“I think, therefore I design”

- Дизайнерите трябва непрекъснато да обогатяват познанията си.
- Трудове по история, биология, архитектура, митология, физика, танци, музика и др.
- “Четенето е еквивалентно на мислене чрез нечий ум”.
- С четенето ставате по-добър “мислител”.

Избиране на подходящ стил

- Съществена част от решаването на даден графичен проблем.
- Чрез стилът може да достигнете до сърцето на публиката (целевата група).
- Стилът може да привлече или отблъсне публиката.

Избиране на подходящ стил

- Дори идеята, избрана след първата фаза (подготовката) да е добра, ако стилът е неподходящ за целевата група, дизайнът няма да изпълни целта си.
- Избирайте стил според съобщението, което искате да предадете на публиката.

Помощни материали

- Снимки
- Графики
- Списания (електронни и печатни)
- Сайтове с безплатни картинки
- Скици на известни художници (напр. от Disney)

Пример:

- Да се създаде лого за Red Lion Christian Academy

Помощни материали



1 hour Lion King tree sketch



Rafiki

Nala

Banzai

Simba

Mufasa

Scar

Zazu

Zazu

Zazu

Scar

P. 21.05

Shweta Smarshita

Резултат:

Автор: Von Glitschka



Рисуване на дизайна

- Всеки може да рисува.
- Всички сме рисували като деца.
- Правили сме го заради радостта от това да бъдеш креативен.
- Защо хората спират да рисуват?

Защо хората спират да рисуват?

Заради страха, че няма да се получи толкова хубаво, колкото им се иска.

Тайната

Никога не спирайте да рисувате.
С времето ще ставате все по-добри.
Ключът е винаги да имате под ръка молив и
скицник.

“The skill of drawing is like wine, it only improves with time” .

Von Glitschka

Създаване на скици

- Първата стъпка от създаването на дигитално изображение.
- Скица - малко изображение с набързо надраскани контури.
- Използвайте събраната информация и я пресъздадете в скици.

Създаване на скици

- Няма нужда от детайлни картини
- Просто взимате идея и я пресъздавате на хартия.
- Колко скици трябва да направим?
- Няма точно число, но е добра идея да направим много повече, от колко мислим, че ще ни трябват. Минимум 50.



Избиране на най-добрата

- Оцеляват най-силните.
- Фокусирайте се на тези, които най-добре предават желаното съобщение на публиката.
- Подходящи ли са за различни печатни материали, лого, тениски и др?
- Изберете трите най-силни скици и продължете с тях.

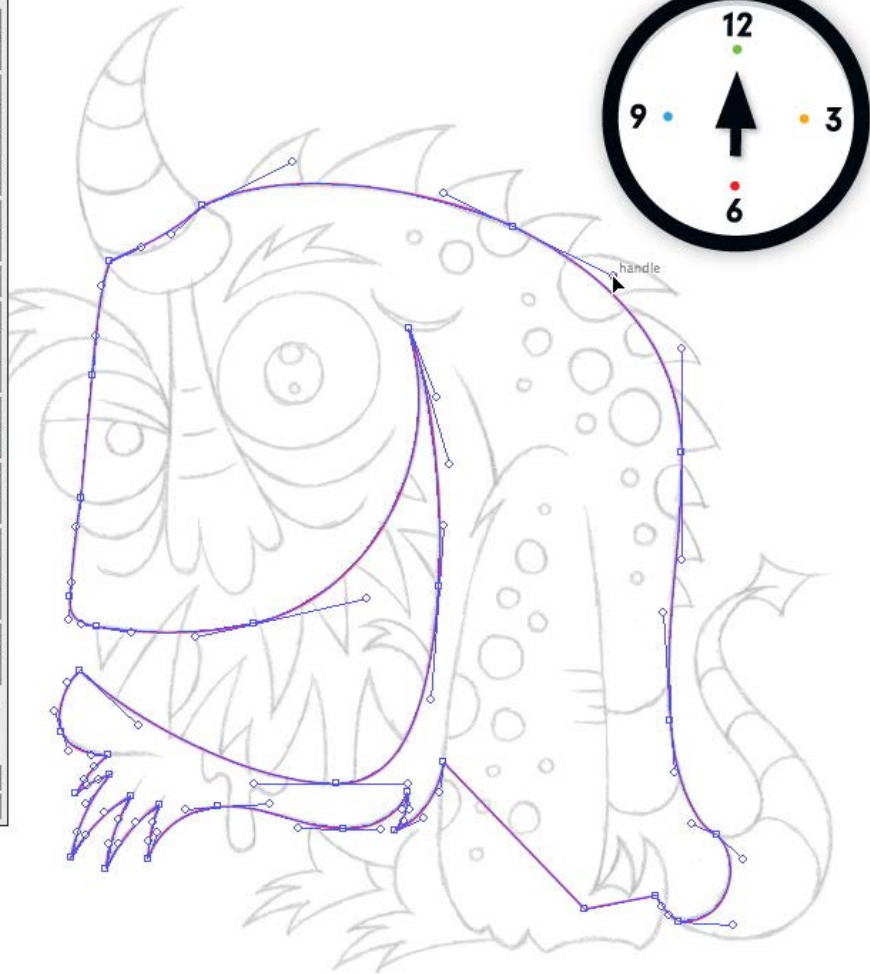
Прецизиране на скиците

- Много добри идеи се провалят, поради лоша реализация.
- Целта е внимателно да преминем по целия път, така че да не загубим качеството на края.
- Детайлизирането е взимане на грубата скица и рисуването ѝ наново, но с повече прецизност.



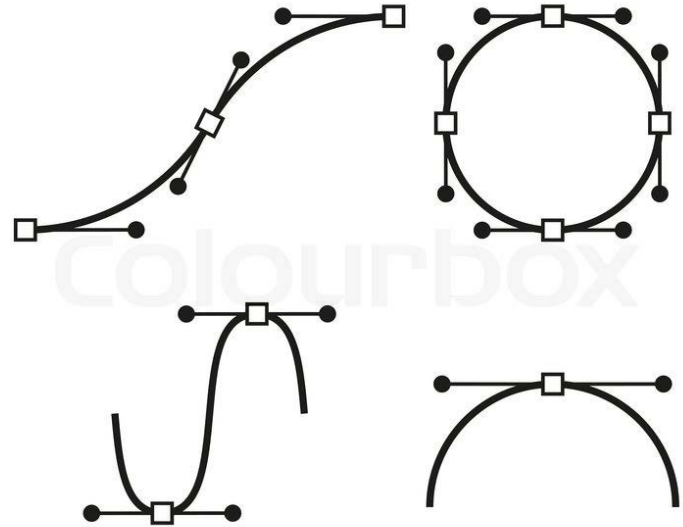
Вектор

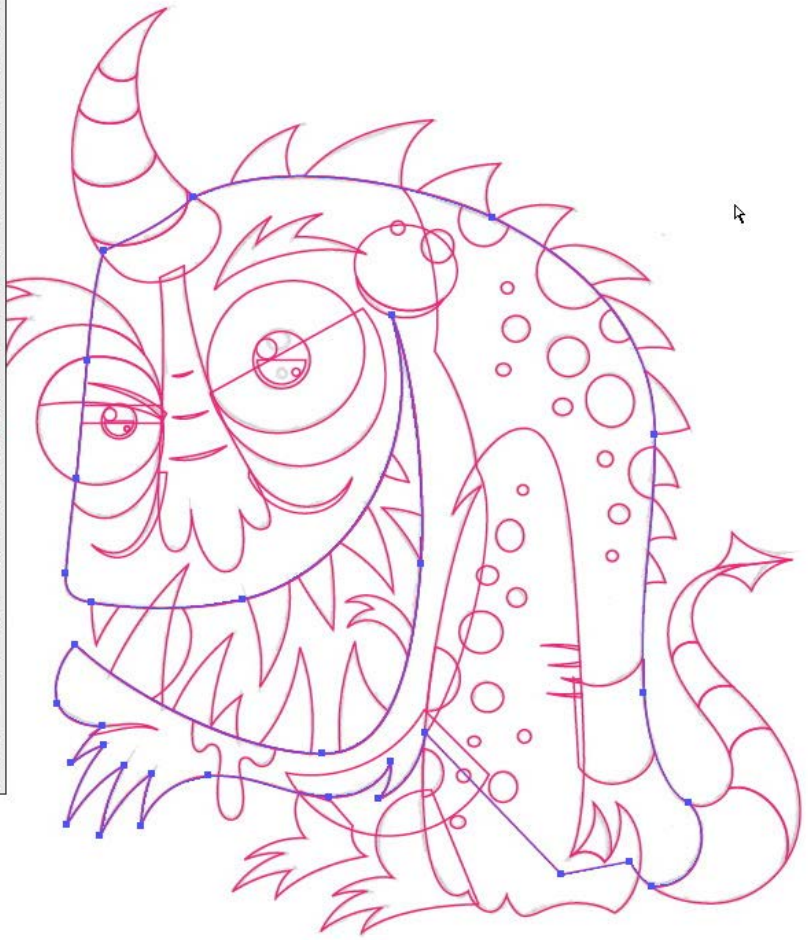
1. Сканираме скицата
2. Отваряме я с Illustrator
3. Правим прозрачността на 20%
4. Проследяваме линиите с pen tool.



Построяване на вектори

- Използват се anchor points (котви) и криви на Безие.





4





Симетрията е ваш приятел



Когато имате симетрични елементи във вашата композиция, може да използвате Reflection tool в Adobe Illustrator. Това пести работа и прави изображението да изглежда математически точно.

Презентиране пред клиента

- Последната фаза на креативния процес.
- Ахилесовата пета за много дизайнери.
- Страх.
- Извън комфортната зона на повечето хора.
- Умение, присъщо на хората от отдел “Продажби” и “Маркетинг”.

Как да презентираме ефективно идеите си?

1. Формат на презентацията
2. Описание на дизайна
3. Отклик на клиентските коментари

Формат на презентацията

- Запазете фокуса върху дизайна.
- Използвайте проекта, неангажиращ фон и вашето лого/име отдолу.
- В момента презентирате вашата работа. Тя все още не е собственост на клиента. При одобрение предавате вашия проект на клиента, като премахвате името си от крайния файл.

Формат на презентацията

- Представете на клиента различни стилове.
- Подгответе всички варианти в общ PDF. Този формат се отваря на PC и Mac в 99.9% от случаите. Размерът му е малък. Клиентите могат лесно да го принтират, за да го покажат и на други хора.


Devonport Flowers

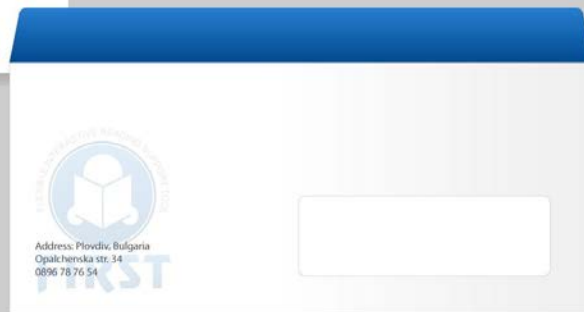

Devonport Flowers


Devonport Flowers


Devonport Flowers

Devonport Flowers
61 Victoria Road
Devonport, Auckland

Ph: +64 (0)9 445 8350
Fac: +64 (0)9 445 8379
info@devonportflowers.co.nz



PROPOSED LOGO DESIGN

MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA

COLOR VARIATIONS OF THE LOGO

MOKA MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA ESPRESSO.COFFEE.TEA

REDUCED IN SIZE

MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA

REVERSE

MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA

MOKA
ESPRESSO.COFFEE.TEA

COLOR



FONT

TITLE LETTER KERNING AT 180.

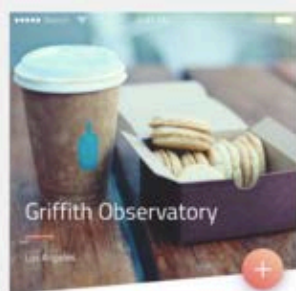
GOTHAM MEDIUM

TAGLINE LETTER KERNING AT 420

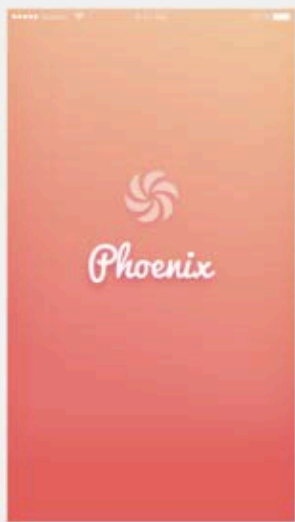
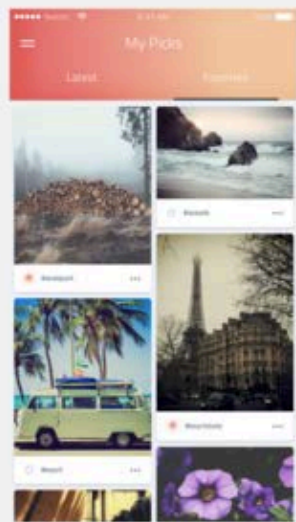
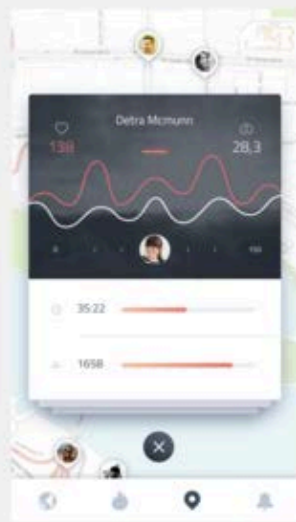
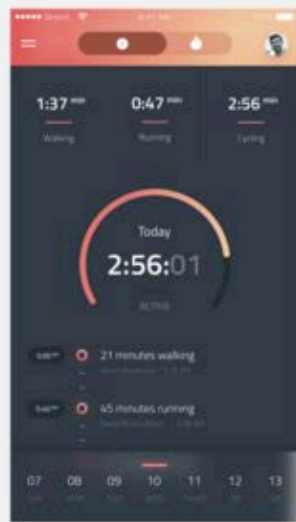
GOTHAM MEDIUM



Calendar view showing event details for three events: 'Design Review' (10:00-11:00 AM), 'Lunch' (1:00-2:00 PM), and 'Design Meeting' (2:00-3:00 PM). Each event card includes a title, time, location, and a list of attendees.



Griffith Observatory card with a description: 'The observatory is a popular tourist attraction with an excellent view of the Hollywood sign, and an extensive array of space and science related displays.' It also includes a list of people who visited and buttons for 'Share', 'Add to Favorites', 'Add to My Places', and 'Add to My Lists'.





new

Poloshirt

Artikel Nr. 05581/40X

39,99 €

inkl. gesetzl. MwSt und zzgl. [Versandkosten](#)

Beschreibung

Farbe: brown



Größe: XL

[> Hilfe bei den Größen?](#)

XL

lieferbar

Artikel wird direkt vom Hersteller ausgeliefert

In meine Einkaufstasche

- > Auf meine Merkliste
- > Artikel weiterempfehlen

UPLOAD PRO

Home / Workflows / Workflow 2

Search ...

WORKFLOWS

- Workflow 1
- Workflow 2**
- Workflow 3
- Workflow 4
- Workflow 5
- Workflow 6
- Workflow 7
- Workflow 8
- Workflow 9
- Workflow 10
- Workflow 11
- Workflow 12

Einstellung

Export

| Verzeichnis | Status | To Do | Dateien | Workflow | Verarbeitet am |
|---------------------------------------|---------------------------------|---------|---------|------------|-----------------------|
| / | | | | | |
| FTP Verzeichnis | | | | | |
| FTP Verzeichnis | | | | | |
| Arbeitsauftrag N | <div style="width: 50%;"></div> | to do 2 | insg. 3 | Workflow 1 | 2015.03.12 |
| 88_68_340_D123 <small>JPS</small> | ✓ | | | | 2015.03.12 / 09:50:10 |
| 88_68_340_D456 <small>PIPS</small> | <div style="width: 50%;"></div> | | | | 2015.03.12 |
| 88_68_340_D123 <small>STF</small> | ✗ | | | | 2015.03.12 |

Online 0.0 kB/s

Report exportieren



PAGE NAVIGATION ICONS



Home Previous Next End Home Previous Next End Home Previous Next End Home Previous Next End

MAIN ICONS IN CATALOG HEADER



Home zoom in zoom out share cart Home zoom in zoom out share cart Home zoom in zoom out share cart Home zoom in zoom out share cart

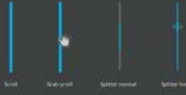
PAGE SLIDER ELEMENTS



PAGE TOOL TIPS ELEMENTS



SCROLL AND SPLITTER ELEMENTS



TEILEN SPECIFIC ICONS



Facebook Twitter Pinterest Google+ Email Facebook Twitter Pinterest Google+ Email Facebook Twitter Pinterest Google+ Email

PDF DOWNLOAD SPECIFIC ICONS



Download PDF page Download PDF page Download PDF page Download PDF page

MAIN MENU ICONS



Search Filter/Sort/View Menue Item Details Link/Shopping Cart Download Book



Home Download Book

ICONS IN DIFFERENT MODULES



Back button Facebook Twitter Download PDF Zoom in Zoom out Checked Play Pause



Search Filter/Sort/View Checked OK Add to cart Add to cart Add to cart Add to cart



Home zoom in zoom out Zoom in Zoom out Zoom in Zoom out Zoom in Zoom out



Close button Go to Facebook Go to normal view Play video Play 01 Play 02 Play 03

LINK ICONS



Go to homepage Wishlist Wishlist Facebook Twitter Google Video 01 Wishlist







Описание на дизайна

- Покажете дизайна на своите клиенти.
- След като разгледат, разкрийте своята визия с добре подготвена обосновка.
- Клиентите ще видят възможностите, които предоставя вашия дизайн.
- Бъдете позитивни, креативни и приключенски настроени.

Коментари на клиента

- Коментарите са очаквани.
- Клиентите трябва да останат щастливи.
- 4 въпроса, които трябва да си зададете при желание на клиента да промени нещо:
 1. Тази промяна ще засили или отслаби дизайна?
 - Ако ще подобри дизайна - направете я. Ако ще го отслаби - обосновете се защо.
 2. Промяната логична ли е?
 - Ако тази промяна не е базирана на поставените първоначални изисквания, внимателно припомнете на клиента това.

Коментари на клиента

3. След промяната дизайнът ще бъде ли подходящ за целевата група?

- Понякога клиентът накланя везните към собствените си предпочитания.

4. Как да го направя по-добре?

- Ако промяната на клиента се приеме да бъде направена, помислете как да бъде още по-добра. Посочете, че това е добро начало, откъдето да започнете. Това са моментите, които градят доверие между клиент и дизайнер.

Renewable creative energy

- След всеки проект остават неодобрени идеи.
- Те не са задължително лоши, просто не отговарят на съобщението, което клиентите искат да предадат на своята публика.
- Съхранявайте тези скици, защото може да ги използвате при друг клиент със сходен бизнес.

What are you waiting for?

Go design something!

ИЗТОЧНИЦИ

Adobe Illustrator CS4 Официален учебен курс, С., СофтПрес, 2009, ISBN 9789546856906

Смит, Д., К. Смит, Ф. Герънтъби, Illustrator CS5 For Dummies. Кратко ръководство, С., АлексСофт, ISBN 9789546562371

Дженифър Смит, Кристофър Смит, Фред Герънтъби

Ууд, А., "Цифрова палитра на графичния дизайнер". С., ДуоДИЗАЙН, 2007, ISBN: 9548396300

CorelDraw X4 в лесни стъпки, С., СофтПрес, 2008, ISBN: 9789546858405

Wambolt, R., "Bring It Home with CorelDRAW: A Guide to In-House Graphic Design", Cengage Learning, 2012

Adobe Illustrator CS6 Classroom in a Book", Adobe Press, 2012

ИЗТОЧНИЦИ

Adobe Press books, Adobe Illustrator CC Classroom in a Book, 2013 Adobe Systems Incorporated, ISBN-10: 0-321-92949-7

GLITSCHKA V., Vector Basic Training: A Systematic Creative Process for Building Precision Vector Artwork, New Riders, 2011 by by Glitschka Studios, ISBN 10: 0-321-74959-6

<http://www.lynda.com/Illustrator-tutorials/What-illustrative-design/109450/119897-4.html>

<http://mindmapping.bg>

Сидор-Рангелова И., "Научи за седем часа: Как се правят мисловни карти", <http://biblio.bg/>

<https://creately.com>

Изпит

Изпитът включва тест и практическа задача, която се изпълнява по време на упражненията. Оценките от двете части се събират и крайният резултат се дели на две. В редовната сесия отново ще има тест и практическо задание.

Домашна работа

Да се създаде мисловна карта на тема „Създаване и обработка на векторни изображения“ (*темата може и да е по ваш избор*). Форматът на изходния файл трябва да е .ai, а срокът на предаване – 9-та седмица на лекции.

*** Материалите от тази лекция са изготвени
съвместно с докторант Маргарита Атанасова**

За връзка с мен

edesign-bg.com
may_vast@yahoo.com

За връзка с докт. Атанасова

margi_hk@yahoo.co.uk