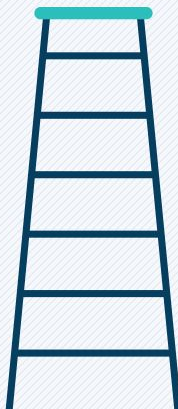


СЪЗДАВАНЕ И ОБРАБОТКА НА ВЕКТОРНИ ИЗОБРАЖЕНИЯ 2019-2020

проф. д-р Ангел Голев
проф. д-р Христо Крушков
гл. ас. д-р Мая Стоева
д-р Маргарита Атанасова



1. 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



01

ПОДГОТОВКА

Какви проучвания трябва да направи дизайнерът, за да създаде подходящо и ефективно решение

03

ВЕКТОРИЗИРАНЕ

Прецизиране с помощта на софтуер

02

СЪЗДАВАНЕ НА ДИЗАЙНА

Детайлизиране преди дигитализиране

04

ПРЕЗЕНТИРАНЕ

Презентиране на вашето дизайнерско решение

Подготовка

Преди да започнем нашия дизайн, 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.



Подготовка – Резюме

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?
- Подобни проекти, които са Ви направили впечатление.
- 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 – Резюме

Примерно резюме

Допълнителни съвети



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.
- 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

1. Word Associations (*Асоциации*)
2. Mind Mapping (*Картографиране на идеи, Мисловни карти*)
3. Before, During, After (*преди, по време, след*)
4. Storyboards

Word Associations (Асоциации)

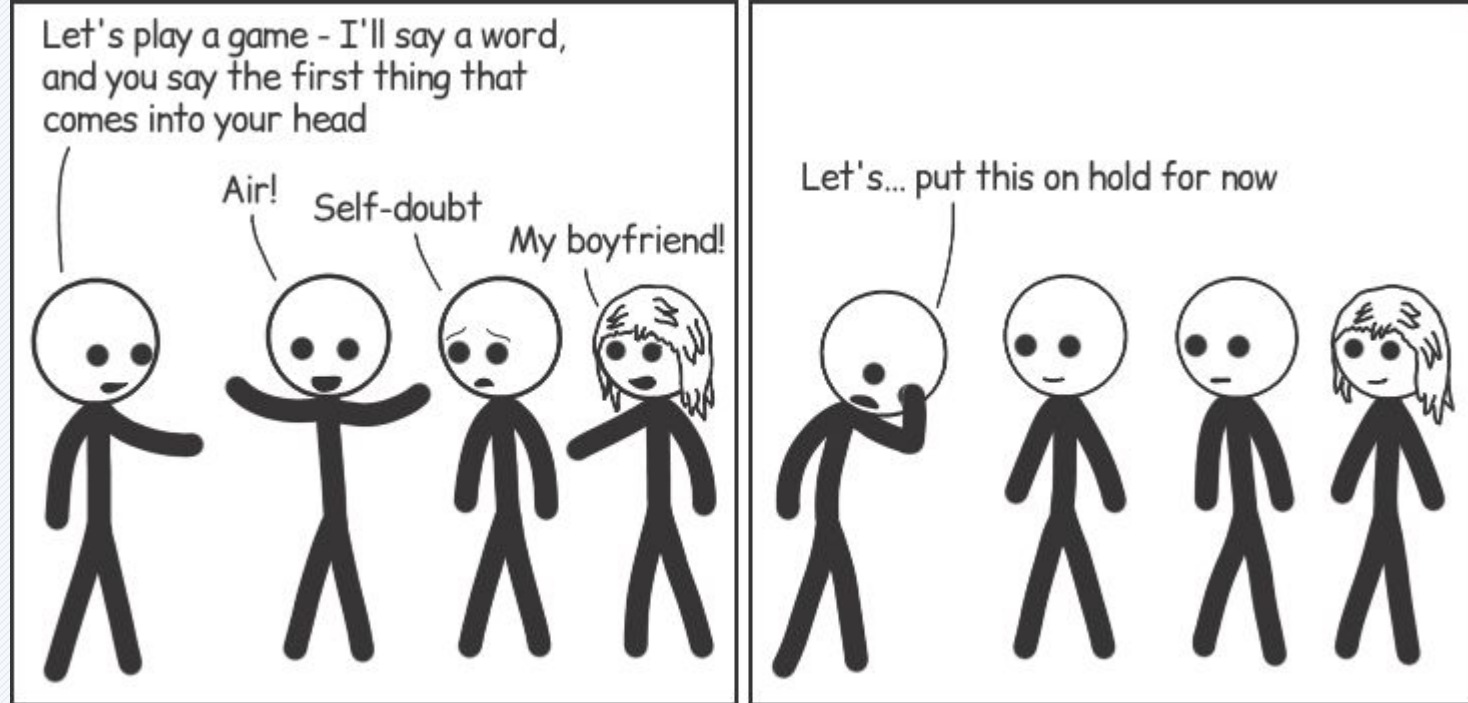
word
association

error

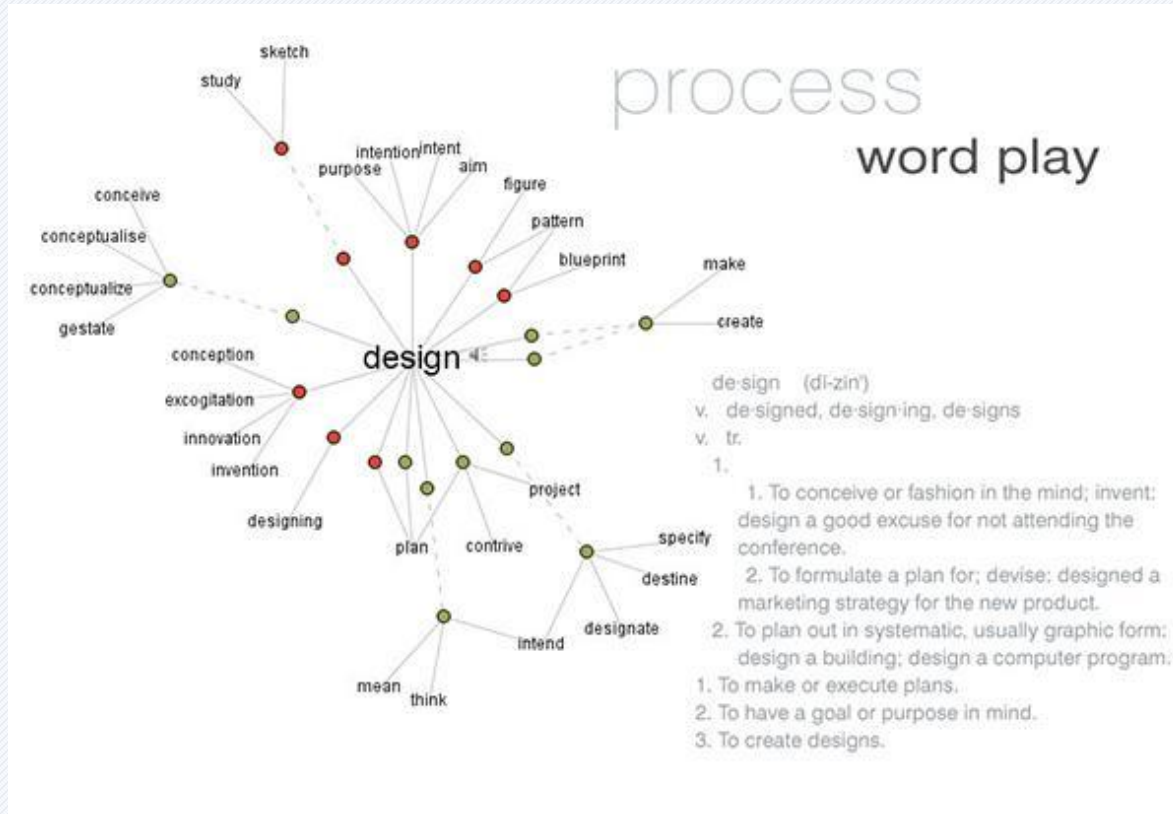
wrong eraser mistake
failure stress life red x wrong
mistake
code mistake F red x
message my life ariel computer
wonder skynet mistake mistake



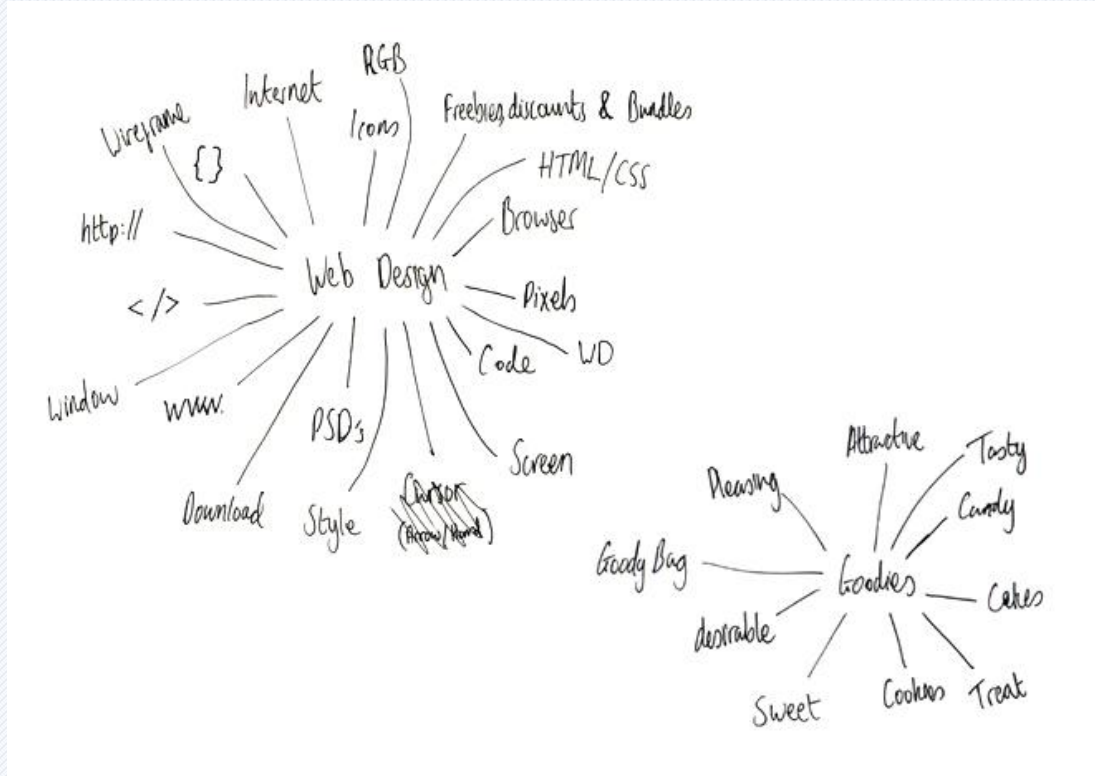
Word Associations (Ассоциации)



Word Associations (Ассоциации)



Word Associations (Ассоциации)



shared

best wishes dear john unofficial hatemail silence people party
 invitation university proof loveletters photos time limit begin end realtime
 evite school records documents employment plan speak respond emotions together contact
 surprise listen talk distraction attention informal physical
 stay frown smile eye contact hug kiss formal love
 go cry facial expression greeting handshake hate touch
 laugh face to face hello contact stand up
 drink eat body language arms crossed
 hand on hip

mobile connect credit card dad sister comfort
 forwarding pay mom family live expressions
 call add call friends work visual
 contacts international video screen
 chat list audio close
 organize phonebook separate
 numbers distance

twitter

consumer advertise buy
 humanizing brands
 gossip celebrities unfollow
 ham sandwich follow
 lunch connect
 gratification travel tweet share
 characters 24/7 photos events news
 160 immediate life stranger ideas
 new art reality quality information
 private influence censorship safety speech
 public globalization freedom
 space

Mobile

laugh happy goodbye voicemail
 chat hangup speak callback ignore
 click cry listen answer
 acknowledge seconds
 money minutes hello call
 charges credit device
 company new OS
 volume edicate
 polite ring status
 rude silent upgrade
 vibrate buy
 waiting nervous
 wink face excited

facebook

read hide respond friends comments drunk
 type online offline people no time limit party
 message documentation decline maybe
 chat photos events plan invite accept RSVP
 best of identity profile friend enemies request popular pretty
 videos profile pic digital identity stakers connect unfriend
 look at me wall relationship status free
 narcissism links sharing status anytime
 lipsticking vanity facade privacy ideas I am... reputation
 babies news music like self worth
 animals kittens puppies share view unlike

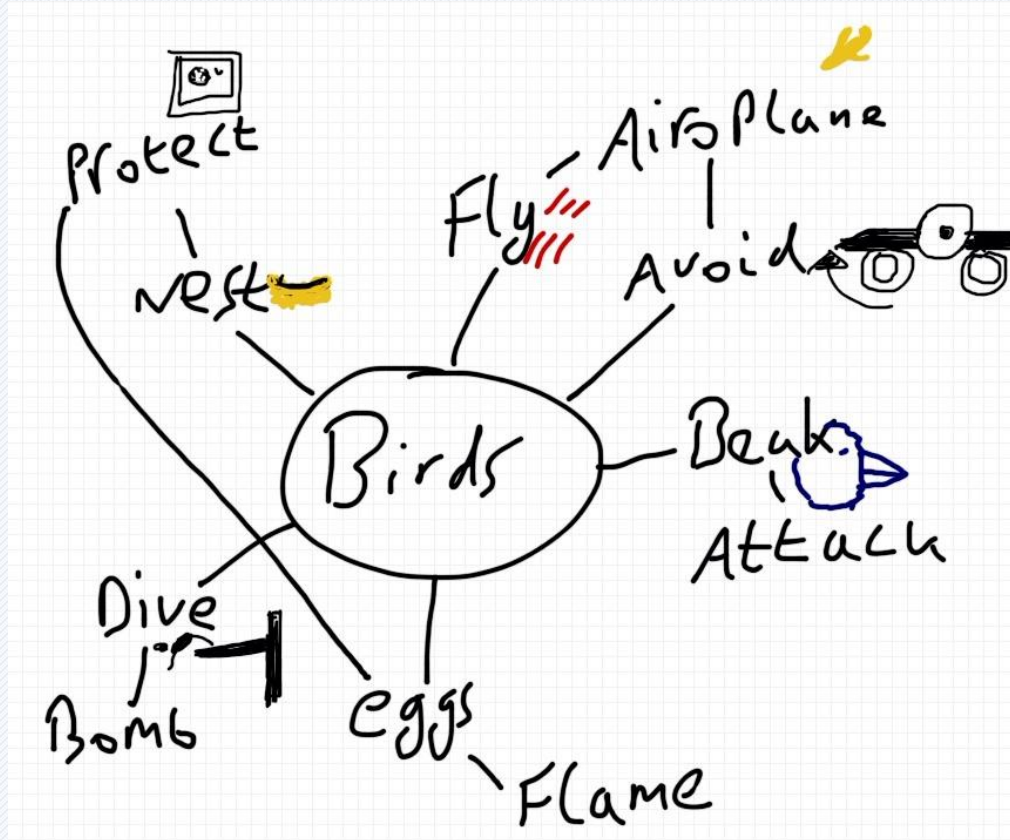
youtube

what conversation two way
 question understand text slang
 type plan
 reply record
 timing
 sex viral dancing
 lipsticking babies vanity
 animals kittens puppies

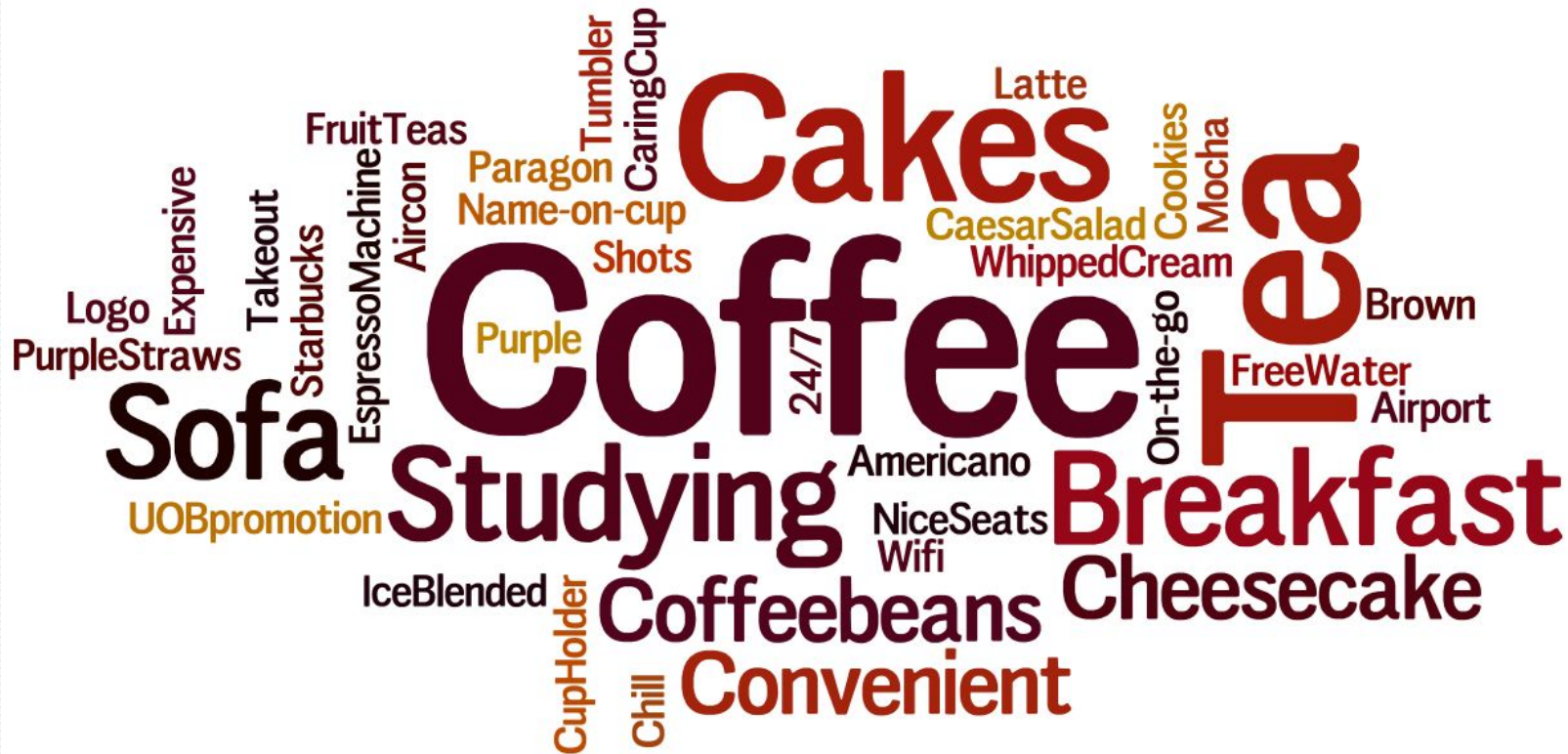
gmail

best regards thank you grammar connected phone shopping forward
 from class formal internet personal junk reply
 informal alert check read email
 window type chat
 LOL instant message distraction
 family friends boredom
 tttl gossip timeless

Word Associations (Ассоциации)



Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Асоциации)



Word Associations (Асоциаци)



<https://wordassociations.net/en>

Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

Мисловните карти един от най-съвършените начини за водене на записки. Те са изобретени от Тони Бюзан 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 развитието на творческата мисъл.

Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

Това са вид диаграми, които се използват за визуална организация на информацията. Обикновено те пресъздават единична опростена 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)

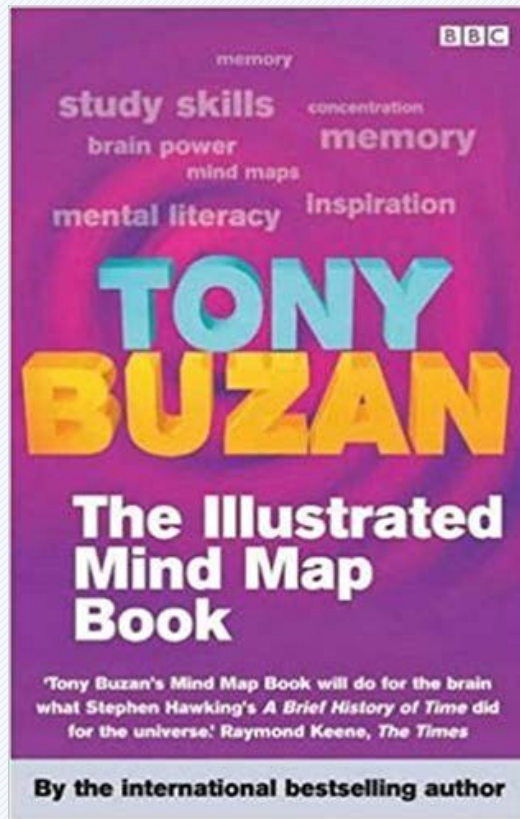
Друга тяхна дефиниция ги представя като графичен инструмент, който дава възможност по креативен и организиран начин да бъдат изразени мисли, идеи и знания. Те са приложими във всеки един аспект от нашия живот.

Ефективността и яснотата на техния израз имат за задача да подобрят разбирането на информацията, която представят.

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. Точно те активират както лявата, така и дясната половина на мозъка.*

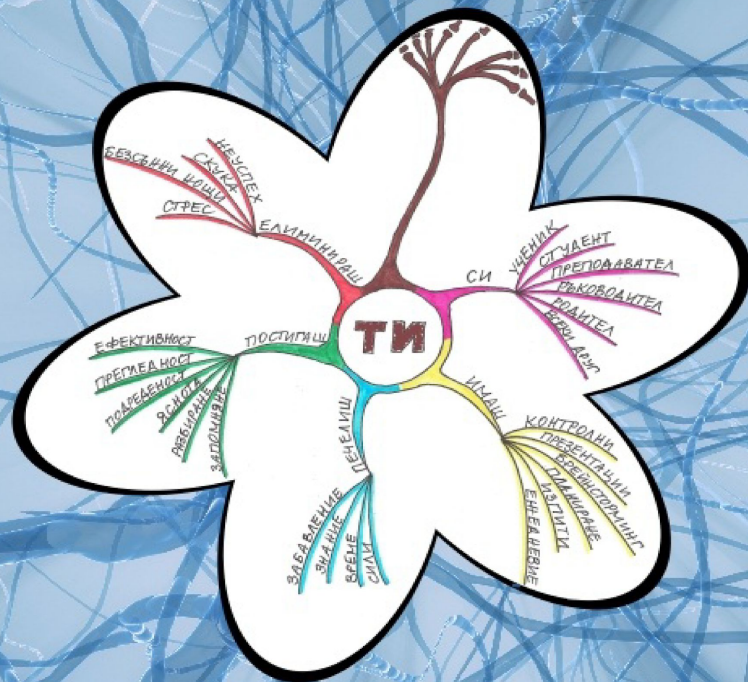
Чрез ключовите идеи и множеството разклонения, те ни дават свободата да обходим безкрайните възможности на нашия мозък.



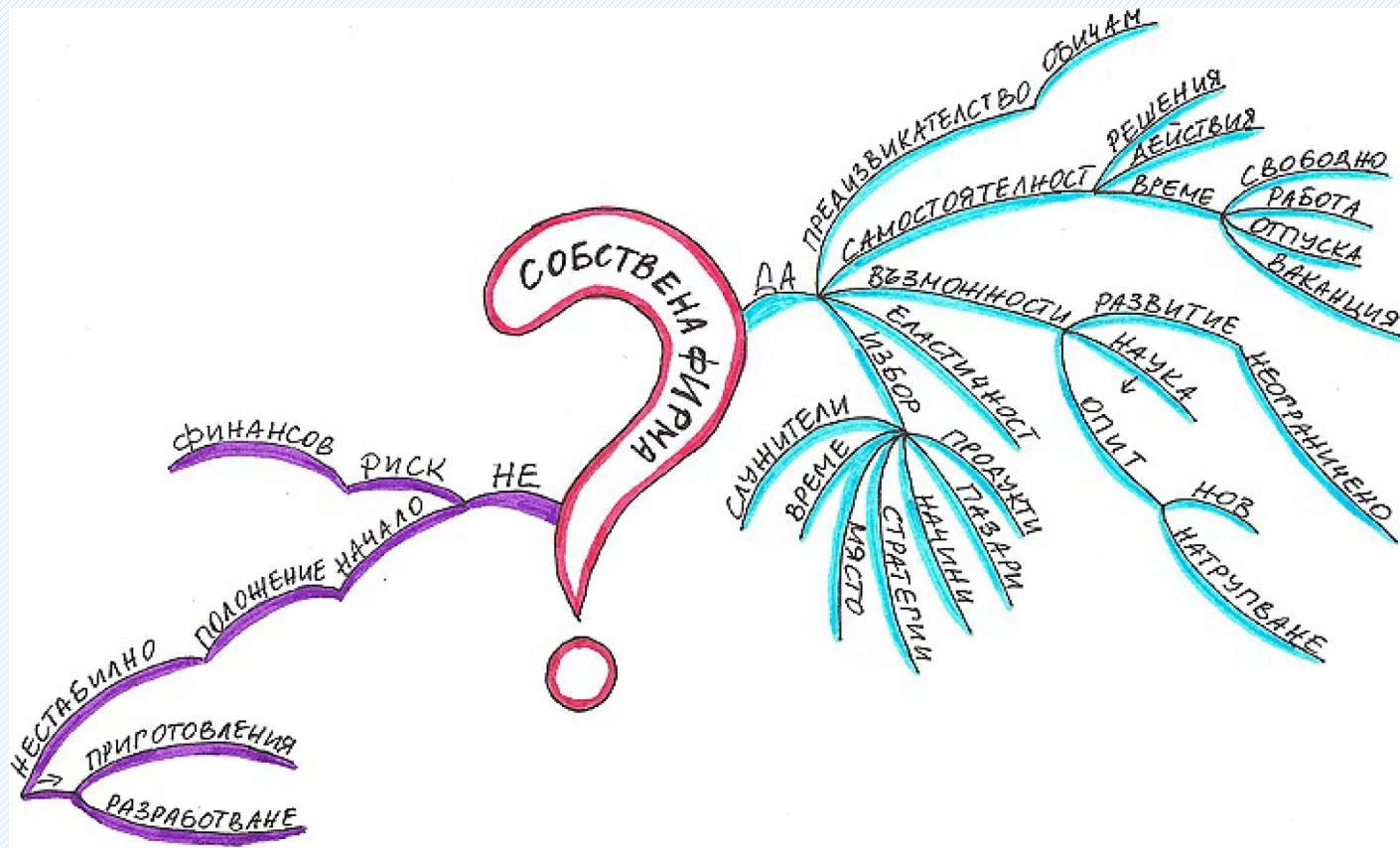
<https://matthewdrzymala.com/author/tony-buzan/4603/>

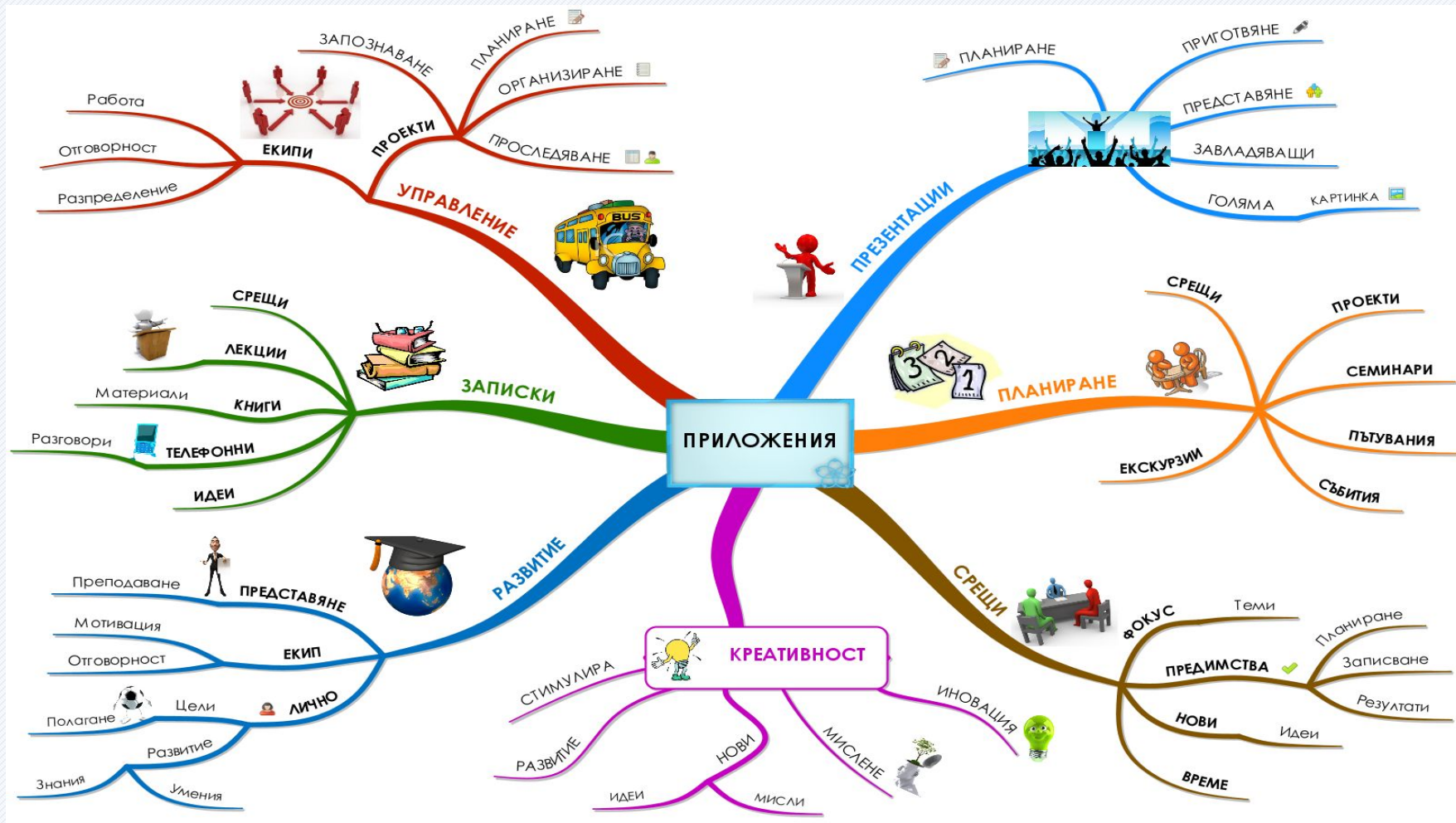
ИРЕНА СИДОР-РАНГЕЛОВА

НАУЧИ ЗА 7 ЧАСА КАК СЕ ПРАВЯТ МИСЛОВНИ КАРТИ

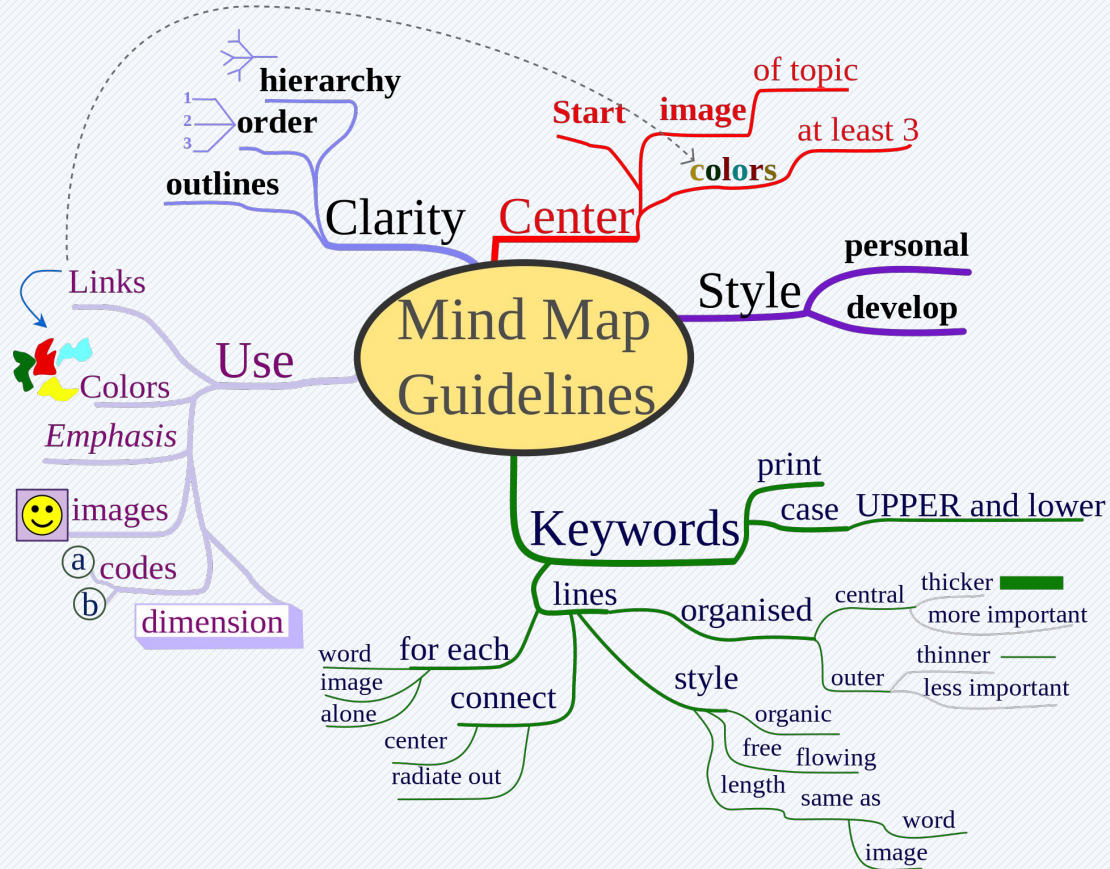


Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)

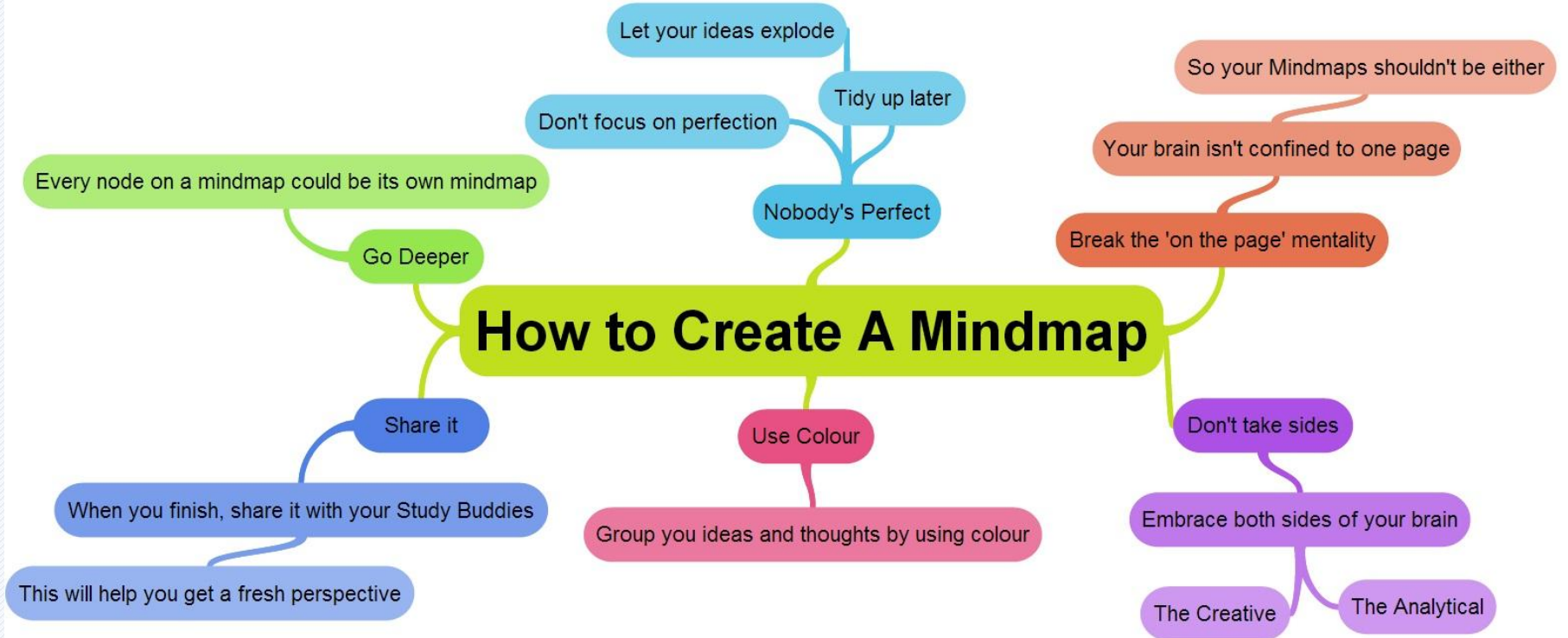




Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)



Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)



Mind Mapping (Картографиране на идеи, Мисловни карти)



Методи на креативно мислене: Асоциации

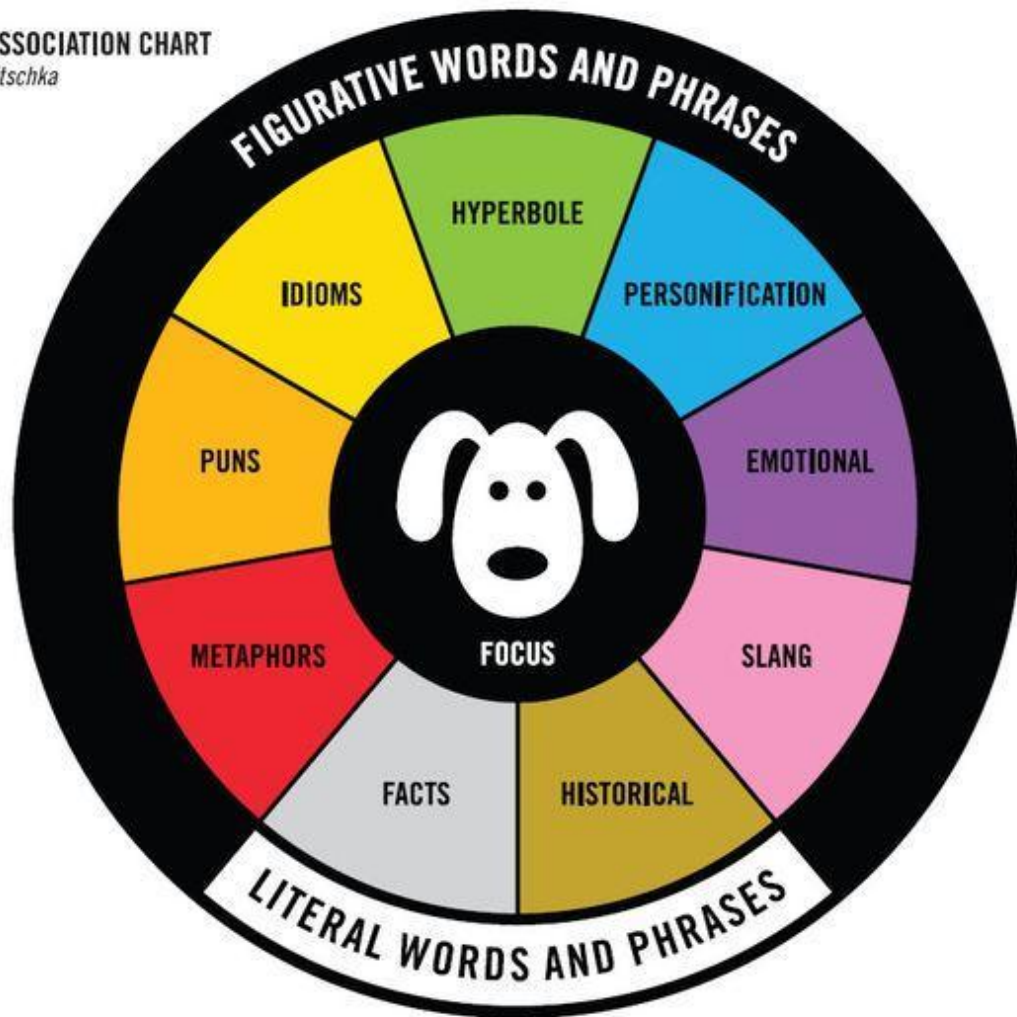
Избирате тема.

Записвате на лист всички думи, които се сетите и са свързани с темата.

Търсете думи и фрази, които имат метафорично значение, както и такива с буквално.

WORD ASSOCIATION CHART

By Von Gliitschka



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 входа 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.

Точно тези връзки могат да те доведат до ефективно визуално решение на зададената графична задача.

Методи на креативно мислене: Mind Mapping (Мисловни карти)

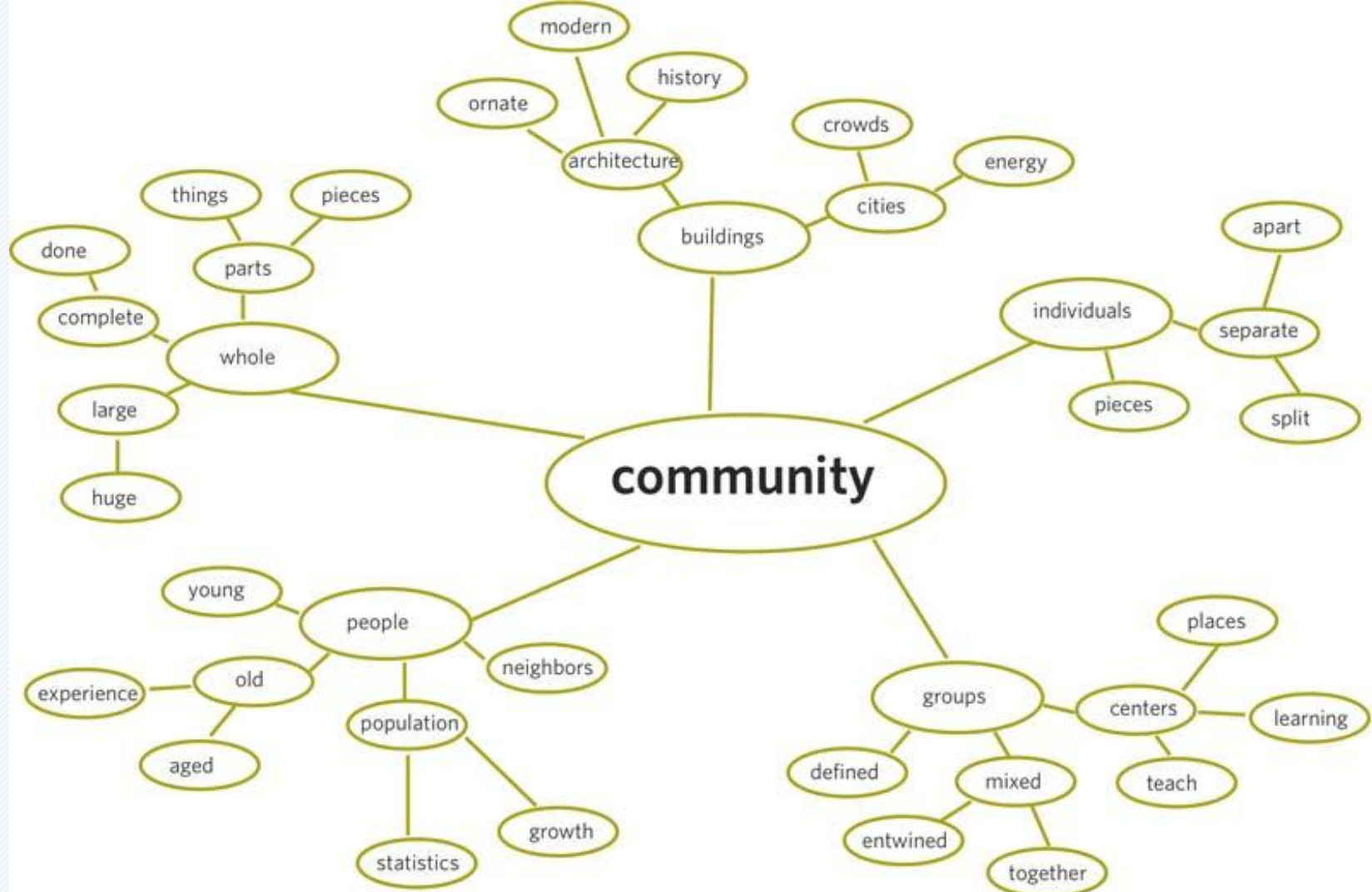
- Отново избираме тема.
- Отпускаме въображението си да прави връзки, като всяка следваща е свързана с предишната.
- Когато достигнем до “Задънена улица”, се връщаме отново в центъра при основната тема и започваме ново разклонение.

Пример:

Тема: Общност







Пример:

Задание към известния дизайнер Von Glitschka, (правил проекти към Disney, Coca Cola и др.).

Тема: Магазин за тропически риби.

Задание: Лого, което да е забавно, интересно и отговарящо на темата.

Клиентите са от Япония.

Mind Mapping:

Тропически риби: екзотични > уникални > странни и т. Н.

*Резултат от Mind Mapping, избрани ключови думи:
Уникални, Странни, Култура, Забавни, Гупи, Самурай.*

Резултат:



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

Метод, разработен от дизайнерът Jeff Pollard.

Тема, разглеждане през гледните точки на *“преди”*, *“повреме”* 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.

Результат:

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 ставаш по-добър “мислител”.*

Избиране на подходящ стил

Съществена част от решаването на даден графичен проблем.

Чрез стила може да достигнете до сърцето на публиката (*целевата група*).

Стилът може да привлече или отблъсне публиката.

Избиране на подходящ стил

Дори избраната идея 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 free sketch



Результат:

Автор: Von Glitschka



RED LION

CHRISTIAN ACADEMY

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 вземете идея и я пресъздайте 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

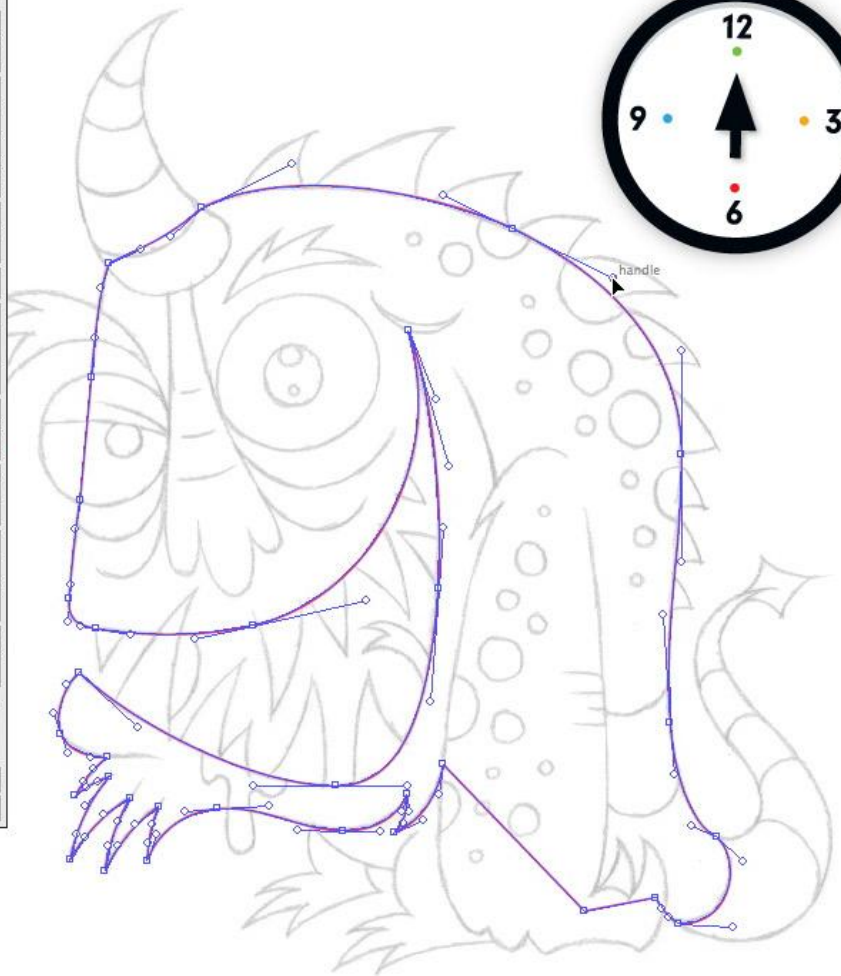
Много добри идеи се провалят, поради лоша реализация.

Целта е внимателно да преминем по целия път, така че да не загубим качеството на края.

Детайлизирането е вземане на грубата скица и рисуването ѝ наново, но с повече прецизност.

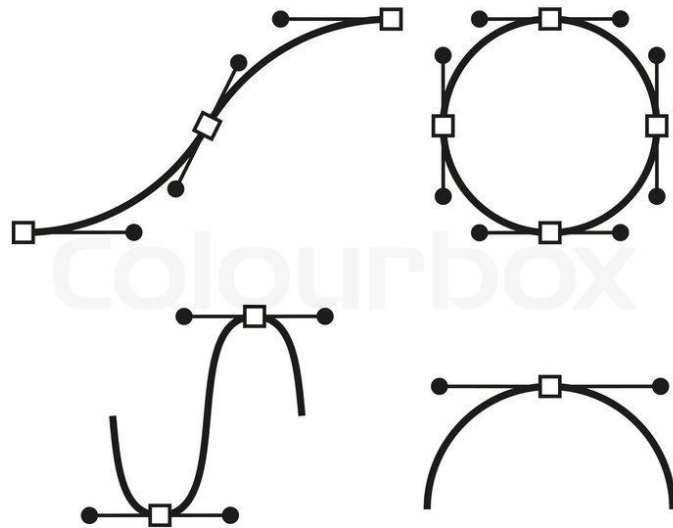


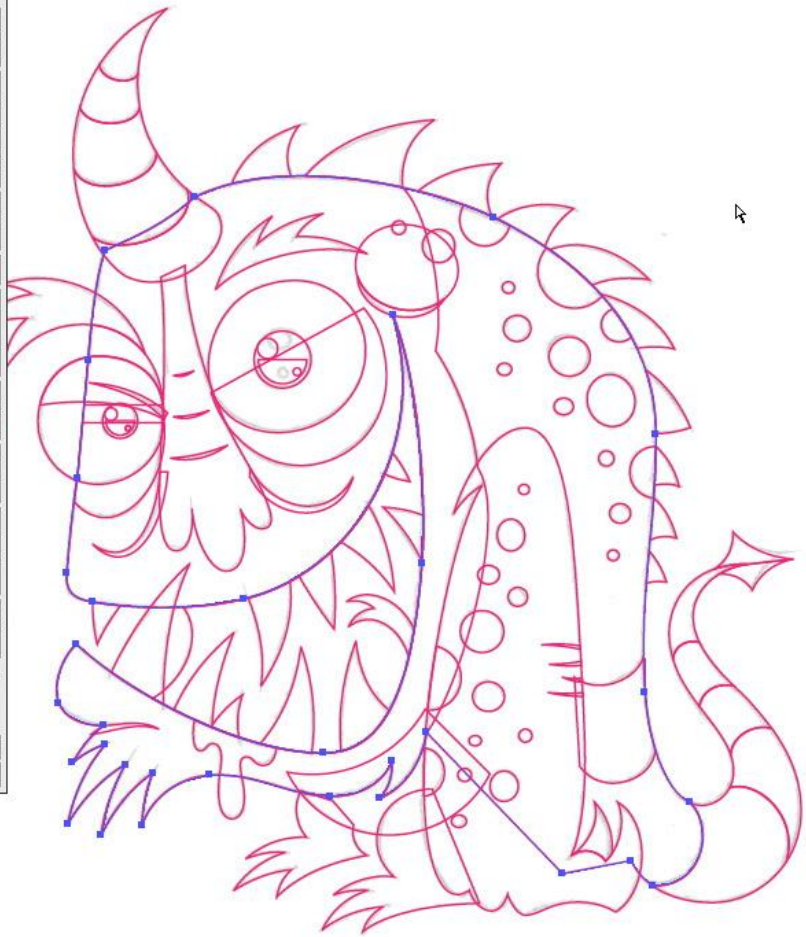
1. Сканираме скицата
2. Отваряме я с Illustrator
3. Правим прозрачността на 20%, или колкото е нужно...
4. Проследяваме линиите с pen tool.



Построяване на вектори

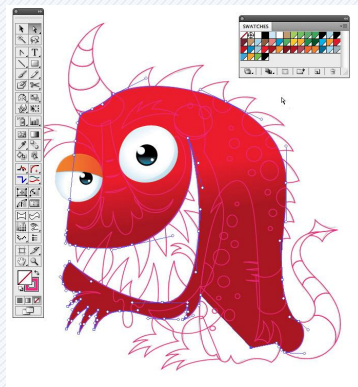
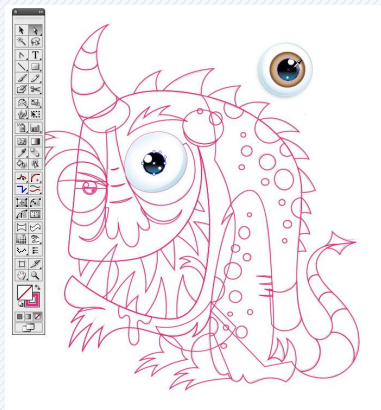
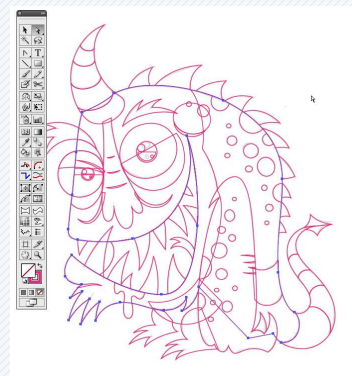
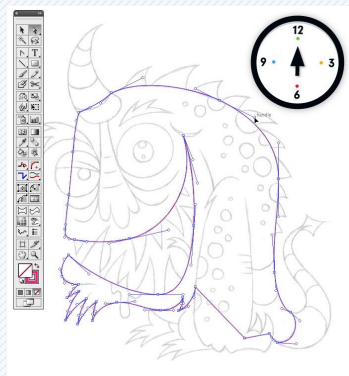
Използват се
anchor points (котви)
и криви на Безие.





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 визуално изображението 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

1. Запазете фокуса върху дизайна.
2. Използвайте проекта, неангажиращ фон и вашето лого/име отдолу.
3. 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

1. Представете на клиента различни стилове.
2. 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.



<https://www.freepik.com>



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



Distance 12:56 km
Step 4,753
Weight 68,5 kg



- Design Review - 10:00 - 11:00
Attendees: Alex, David, John, Sarah
- Lunch - 12:00 - 13:00
Attendees: Alex, David, John, Sarah
- Design Meeting - 14:00 - 15:00
Attendees: Alex, David, John, Sarah

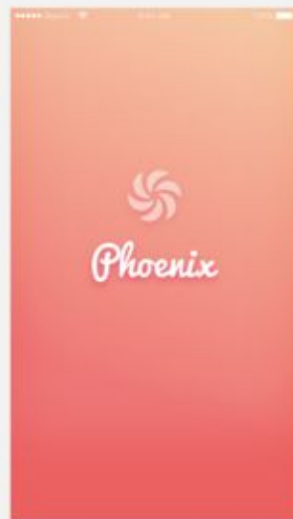
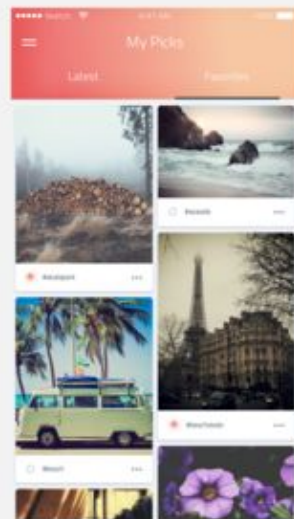


Griffith Observatory
Los Angeles

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.

Since the observatory opened in 1935, admission has been free.

Also visited by:
Alex, David, John, Sarah





new

Poloshirt

Artikel Nr. 05581/40X

39,99 €

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

Beschreibung

Farbe: brown



Größe: XL

[Hilfe bei den Größen?](#)



lieferbar

Artikel wird direkt vom Hersteller ausgeliefert

In meine Einkaufstasche

[Auf meine Merklste](#)

[Artikel weiterempfehlen](#)

PAGE NAVIGATION ICONS



PAGE SLIDER ELEMENTS



PAGE TOOLTIP ELEMENTS



SCROLL AND SPLITTER ELEMENTS



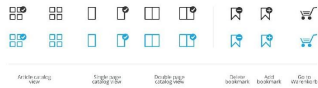
TEILEN SPECIFIC ICONS



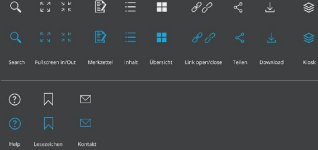
PDF DOWNLOAD SPECIFIC ICONS



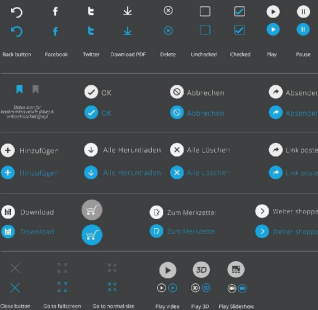
MAIN ICONS IN CATALOG HEADER



MAIN MENU ICONS



ICONS IN DIFFERENT MODULES



LINK ICONS



iMAC MOCK-UP

SMART OBJECT - ORGANIZED LAYERS







Описание на дизайна

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

Коментари на клиента

1. Коментарите са очаквани.
2. Клиентите трябва да останат щастливи.
3. *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, обосновайте 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

След промяната дизайнът ще бъде ли подходящ за целевата група?

Понякога клиентът накланя везните към собствените си предпочитания.

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 CC 2017: Официален курс на Adobe Systems, АлексСофт, 2018, ISBN 9789546563422

Adobe Illustrator CC Classroom in a Book (2018 release), Brian Wood, 2018, ISBN-10: 0-13-485249-4

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

Източници

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

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

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 изпраща според заданието по мейла на преподавателя:

maya@fmi-plovdiv.org или ***may_vast@yahoo.com***

Оценките от двете части се събират и крайният резултат се дели на две.

** Част от материалите от тази лекция
са изготвени съвместно с
доктор Маргарита Атанасова!*

За връзка с мен

edesign-bg.com
maya@fmi-plovdiv.org
may_vast@yahoo.com