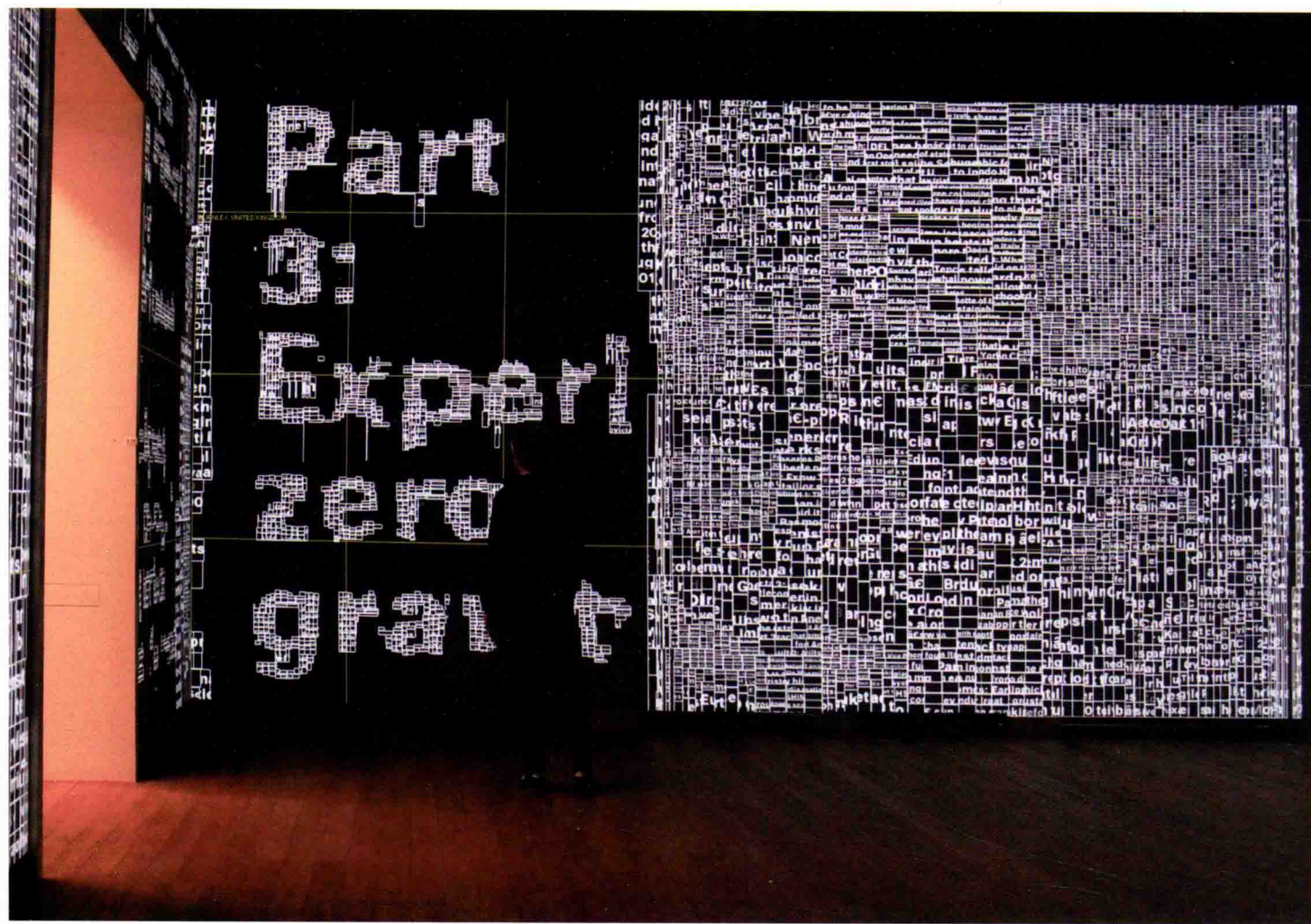




|| 成为设计师丛书 ||

如何成为

[美] 斯蒂文·海勒 维诺尼奇·魏娜 著
李 淳 高 爽 译

平面与数字化设计师

(原著第五版)

一本设计行业的职业指南

中国建筑工业出版社

成为设计师丛书

如何成为平面与数字化设计师

(原著第五版)

[美] 斯蒂文·海勒 维诺尼奇·魏娜 著

李 淳 高 爽 译

中国建筑工业出版社

著作权合同登记图字: 01-2015-6461 号

图书在版编目 (CIP) 数据

如何成为平面与数字化设计师 (原著第五版) / (美) 斯蒂文 · 海勒, (美) 维诺尼奇 · 魏娜著; 李淳, 高爽译. —北京: 中国建筑工业出版社, 2017.4

(成为设计师丛书)

ISBN 978-7-112-20529-5

I. ①如… II. ①斯… ②维… ③李… ④高… III. ①数字化-平面设计 IV. ①J511

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 049697 号

Becoming a Graphic and Digital Designer: A Guide to Careers in Design, 5e/Steven Heller and
Veronique Vienne, 978-1118771983

Copyright © 2015 by John Wiley & Sons, Inc.

Chinese Translation Copyright © 2017 China Architecture & Building Press

All rights reserved. This translation published under license.

Copies of this book sold without a Wiley sticker on the cover are unauthorized and illegal.

没有 John Wiley & Sons, Inc. 的授权, 本书的销售是非法的

本书经美国 John Wiley & Sons, Inc. 出版公司正式授权翻译、出版

责任编辑: 李成成 董苏华

责任校对: 李美娜 张 颖

成为设计师丛书

如何成为平面与数字化设计师 (原著第五版)

[美] 斯蒂文 · 海勒 维诺尼奇 · 魏娜 著

李 淳 高 爽 译

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京海淀三里河路 9 号)

各地新华书店、建筑书店经销

北京京点图文设计有限公司制版

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

*

开本: 889 × 1194 毫米 1/20 印张: 16 $\frac{3}{4}$ 字数: 564 千字

2017 年 7 月第一版 2017 年 7 月第一次印刷

定价: 99.00 元

ISBN 978-7-112-20529-5

(29904)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

目 录

viii 前言

x	术语汇编·工作机会
xi	职位
xii	新职位·求职
xiii	最佳的作品集
xiii	第一印象

第一部分 平面设计

第1章 灵感与动机

17	关于成为平面设计师 迈克尔·贝鲁特
23	得当的利己 斯蒂文·多伊尔
27	自我激励 斯特凡·萨格梅斯特
30	一直在设计 阿诺德·施瓦茨曼
33	出版设计的乐趣 盖尔·安德森

第2章 开设工作室还是为他人工作

37	描画未来 林达·戴克尔
40	从老板到员工 费尔南多·穆斯克
43	大局意识 艾莉森·亨利·艾娃
46	创作型空间 罗曼·拉克林
49	保持独立 亚历山大·艾斯利
54	小就是好 阿格尼斯卡·加斯帕斯卡
58	冠军设计 鲍比·马丁与詹妮弗·金农
62	客户的梦想是怎样的 安东尼奥·阿尔卡拉
65	从组员到主设计师 马克·帕尼斯
68	工作与家庭的平衡 塔玛拉·吉尔登格斯·康诺利
72	单枪匹马 阿拉巴·辛普森
74	为设计公司做设计 麦特·卢克赫斯特

第3章 合伙人问题

79	废话少说 亚尔提·卡尔森与简·威尔克
82	共担责任 斯图亚特·罗杰斯与山姆·埃克斯利
86	如何成为合伙人 贾斯丁·科尔特与乔斯·菲涅达
90	二人合伙，一种激情 格瑞戈·多诺菲奥与帕特丽夏·贝伦
93	三个人的时候 斯科特·布什库尔

第二部分 设计流派

第4章 字母与字体

98	作为艺术品与商品的字母 玛丽安·班特耶斯
100	House 有个字体设计师 安迪·科鲁兹与瑞驰·鲁特
104	会说话的字体 皮埃尔·迪·斯库伊洛
108	字体的视觉情感 罗斯·麦当劳
112	对字体的爱 罗伯特·德·维克·德·昆普蒂什

视频内容

本书有一个参考网站，读者
可以访问以下网站：
www.wiley.com/go/heller5e

参考网站包含独家在线视频
采访

如果你的访问代码不能使用，
或者你没有收到访问代码，
请联系 Wiley 客户服务中心
以寻求帮助：<http://support.wiley.com>

115 你会爱上多少种字体？

第 5 章 制作 Logo 和商标

117 徽章制作者 马克·福克斯

第 6 章 书籍和护封

123 将鲜活的精神制作成书 斯科特·马丁·科索夫斯基

127 书籍和电子书 迈克尔·卡拉贝塔

130 记账员 保罗·巴克利

134 制作可视化的书籍 吉姆·海曼

第 7 章 编辑主笔栏目设计

141 出版物正在复兴 莱恩·P·斯莫

144 艺术总监成为编辑 苏珊娜·香农

第 8 章 社会革新

149 公民设计师 马克·兰德尔

154 具有社会影响力的设计 鲍勃·麦克基农

第 9 章 品牌设计与包装

157 可亲近的设计 莎伦·沃纳

第 10 章 插画设计

163 市民设计师 米歇尔·布维特

166 设计就像古典芭蕾舞 米尔科·伊利克

170 平面注释与设计 斯蒂夫·布罗德纳尔

174 老派的新视觉 斯蒂芬·古阿尔娜奇娅

178 不诚实的平面设计师 尼尔·高尔

182 设计图片 克雷奇·弗雷泽

第三部分 过渡性设计

第 11 章 理解变化

189 理解的构建者 理查德·索尔·沃尔曼

191 跨界（专栏）

192	如何谈论你的工作: TED 模式
193	创造交互 比特勒拉·沃恩提基斯
196	信息的体验 埃瑞克·阿迪加德·凯蒂
200	将平面设计当作事业 维若妮可·玛莉亚
203	转变: 与芭芭拉·德·怀尔德一起回到学校 (专栏)

第 12 章 古怪与设计的离奇

205	呼吁商业艺术 查理斯·S·安德森
208	过分的数字化 DIY 安东尼奥·奥迪奥与曼纽尔·瓦罗思
210	赢得平面设计的奥斯卡奖 卢多维克·乌普兰/H5
214	设计虱子 凯里·默宁
217	直言不讳 尼克·艾斯莫格卢

第 13 章 接下来是什么

221	一次性的想法 蒂莫西·古德曼
224	制作设计大餐 瑞恩·费勒
227	设计的创业精神 (专栏)
228	“我不计后果!” 福兰科·切尔维

第四部分 设计教育

第 14 章 交互媒体的装置和界面

233	调整数码工作职位的语言 (专栏)
234	颠覆精神的地图 杰伦·巴伦兹
237	为生命做范例 朱利安·加什多阿
240	新运动 阿达·惠特尼
241	定义新的动画: 普及度 J.J. 塞德尔梅尔 (专栏)
242	新型动画的诠释: 技术的崛起 J.J. 塞德尔梅尔 (专栏)
243	问正确的问题 让·路易斯·弗雷尚
245	亚历山大·陈 为谷歌工作 (专栏)

第 15 章 为移动设备设计应用程序

247	在文字和图像之间 肖恩·布姆加纳
250	一直在学习 米歇尔·莎诺
253	如同加速器一样的设计师 约翰·基尔帕特里克
256	当代艺术家的数码书和杂志 尼古拉斯·勒杜与帕奇卡·拜延
258	网页上的排版 贾森·圣玛丽亚 (专栏)

260	作为强大动因的游戏 弗雷德里克·克鲁帕
262	姑娘与游戏 (专栏)

第 16 章 有灵魂的电子商务

265	发展成一种事业 兰迪·J·哈特
269	网络主笔编写的冒险 露西·西斯曼
272	对创业上瘾 南希·克鲁格·科恩

第 17 章 用户体验专家

277	理解人机交互 布鲁斯·沙罗纳
279	将听众用作媒体 迈克尔·艾丹
282	描绘思想之间的关系 休·杜贝尔利
288	发布: 为书籍创建公共受众 马修·斯塔德勒

第 18 章 极客、程序员、开发工程师、多面手

293	用我们的思想控制计算机 弗里德·内克
296	迭代与算法 马克·韦伯斯特

第五部分 设计教育

第 19 章 作出选择

308	老学校, 新学校 安德烈·马克思
311	教育设计企业家 丽塔·塔拉里科 (Lita Talarico)
314	发展正确的心态 鲁迪·迈耶 (Rudi Meyer)
317	特质化的背景 露西尔·特纳阿斯
320	与 UX 互动 利兹·丹齐克
322	教育一代人 阿兰·切切诺夫
325	学生和导师 戴维·卡罗尔
327	用于追踪的 APP (专栏)

328	附录 1 设计学校名录
330	附录 2 延伸阅读资料
332	索引

成为设计师丛书

如何成为平面与数字化设计师

(原著第五版)

著作权合同登记图字: 01-2015-6461 号

图书在版编目 (CIP) 数据

如何成为平面与数字化设计师 (原著第五版) / (美) 斯蒂文 · 海勒, (美) 维诺尼奇 · 魏娜著; 李淳, 高爽译. —北京: 中国建筑工业出版社, 2017.4

(成为设计师丛书)

ISBN 978-7-112-20529-5

I. ①如… II. ①斯… ②维… ③李… ④高… III. ①数字化-平面设计 IV. ①J511

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 049697 号

Becoming a Graphic and Digital Designer: A Guide to Careers in Design, 5e/Steven Heller and
Veronique Vienne, 978-1118771983

Copyright © 2015 by John Wiley & Sons, Inc.

Chinese Translation Copyright © 2017 China Architecture & Building Press

All rights reserved. This translation published under license.

Copies of this book sold without a Wiley sticker on the cover are unauthorized and illegal.

没有 John Wiley & Sons, Inc. 的授权, 本书的销售是非法的

本书经美国 John Wiley & Sons, Inc. 出版公司正式授权翻译、出版

责任编辑: 李成成 董苏华

责任校对: 李美娜 张 颖

成为设计师丛书

如何成为平面与数字化设计师 (原著第五版)

[美] 斯蒂文 · 海勒 维诺尼奇 · 魏娜 著

李 淳 高 爽 译

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京海淀三里河路 9 号)

各地新华书店、建筑书店经销

北京京点图文设计有限公司制版

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

*

开本: 889 × 1194 毫米 1/20 印张: 16 $\frac{3}{4}$ 字数: 564 千字

2017 年 7 月第一版 2017 年 7 月第一次印刷

定价: 99.00 元

ISBN 978-7-112-20529-5

(29904)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

成为设计师丛书

如何成为平面与数字化设计师

(原著第五版)

[美] 斯蒂文·海勒 维诺尼奇·魏娜 著

李 淳 高 爽 译

中国建筑工业出版社

目 录

viii 前言

x	术语汇编·工作机会
xi	职位
xii	新职位·求职
xiii	最佳的作品集
xiii	第一印象

第一部分 平面设计

第1章 灵感与动机

17	关于成为平面设计师 迈克尔·贝鲁特
23	得当的利己 斯蒂文·多伊尔
27	自我激励 斯特凡·萨格梅斯特
30	一直在设计 阿诺德·施瓦茨曼
33	出版设计的乐趣 盖尔·安德森

第2章 开设工作室还是为他人工作

37	描画未来 林达·戴克尔
40	从老板到员工 费尔南多·穆斯克
43	大局意识 艾莉森·亨利·艾娃
46	创作型空间 罗曼·拉克林
49	保持独立 亚历山大·艾斯利
54	小就是好 阿格尼斯卡·加斯帕斯卡
58	冠军设计 鲍比·马丁与詹妮弗·金农
62	客户的梦想是怎样的 安东尼奥·阿尔卡拉
65	从组员到主设计师 马克·帕尼斯
68	工作与家庭的平衡 塔玛拉·吉尔登格斯·康诺利
72	单枪匹马 阿拉巴·辛普森
74	为设计公司做设计 麦特·卢克赫斯特

第3章 合伙人问题

79	废话少说 亚尔提·卡尔森与简·威尔克
82	共担责任 斯图亚特·罗杰斯与山姆·埃克斯利
86	如何成为合伙人 贾斯丁·科尔特与乔斯·菲涅达
90	二人合伙，一种激情 格瑞戈·多诺菲奥与帕特丽夏·贝伦
93	三个人的时候 斯科特·布什库尔

第二部分 设计流派

第4章 字母与字体

98	作为艺术品与商品的字母 玛丽安·班特耶斯
100	House 有个字体设计师 安迪·科鲁兹与瑞驰·鲁特
104	会说话的字体 皮埃尔·迪·斯库伊洛
108	字体的视觉情感 罗斯·麦当劳
112	对字体的爱 罗伯特·德·维克·德·昆普蒂什

视频内容

本书有一个参考网站，读者可以访问以下网站：
www.wiley.com/go/heller5e

参考网站包含独家在线视频采访

如果你的访问代码不能使用，或者你没有收到访问代码，请联系 Wiley 客户服务中心以寻求帮助：<http://support.wiley.com>

115 你会爱上多少种字体？

第 5 章 制作 Logo 和商标

117 徽章制作者 马克·福克斯

第 6 章 书籍和护封

123 将鲜活的精神制作成书 斯科特·马丁·科索夫斯基

127 书籍和电子书 迈克尔·卡拉贝塔

130 记账员 保罗·巴克利

134 制作可视化的书籍 吉姆·海曼

第 7 章 编辑主笔栏目设计

141 出版物正在复兴 莱恩·P·斯莫

144 艺术总监成为编辑 苏珊娜·香农

第 8 章 社会革新

149 公民设计师 马克·兰德尔

154 具有社会影响力的设计 鲍勃·麦克基农

第 9 章 品牌设计与包装

157 可亲近的设计 莎伦·沃纳

第 10 章 插画设计

163 市民设计师 米歇尔·布维特

166 设计就像古典芭蕾舞 米尔科·伊利克

170 平面注释与设计 斯蒂夫·布罗德纳尔

174 老派的新视觉 斯蒂芬·古阿尔娜奇娅

178 不诚实的平面设计师 尼尔·高尔

182 设计图片 克雷奇·弗雷泽

第三部分 过渡性设计

第 11 章 理解变化

189 理解的构建者 理查德·索尔·沃尔曼

191 跨界（专栏）

192	如何谈论你的工作: TED 模式
193	创造交互 比特勒拉·沃恩提基斯
196	信息的体验 埃瑞克·阿迪加德·凯蒂
200	将平面设计当作事业 维若妮可·玛莉亚
203	转变: 与芭芭拉·德·怀尔德一起回到学校 (专栏)

第 12 章 古怪与设计的离奇

205	呼吁商业艺术 查理斯·S·安德森
208	过分的数字化 DIY 安东尼奥·奥迪奥与曼纽尔·瓦罗思
210	赢得平面设计的奥斯卡奖 卢多维克·乌普兰/H5
214	设计虱子 凯里·默宁
217	直言不讳 尼克·艾斯莫格卢

第 13 章 接下来是什么

221	一次性的想法 蒂莫西·古德曼
224	制作设计大餐 瑞恩·费勒
227	设计的创业精神 (专栏)
228	“我不计后果!” 福兰科·切尔维

第四部分 设计教育

第 14 章 交互媒体的装置和界面

233	调整数码工作职位的语言 (专栏)
234	颠覆精神的地图 杰伦·巴伦兹
237	为生命做范例 朱利安·加什多阿
240	新运动 阿达·惠特尼
241	定义新的动画: 普及度 J.J. 塞德尔梅尔 (专栏)
242	新型动画的诠释: 技术的崛起 J.J. 塞德尔梅尔 (专栏)
243	问正确的问题 让·路易斯·弗雷尚
245	亚历山大·陈 为谷歌工作 (专栏)

第 15 章 为移动设备设计应用程序

247	在文字和图像之间 肖恩·布姆加纳
250	一直在学习 米歇尔·莎诺
253	如同加速器一样的设计师 约翰·基尔帕特里克
256	当代艺术家的数码书和杂志 尼古拉斯·勒杜与帕奇卡·拜延
258	网页上的排版 贾森·圣玛丽亚 (专栏)

260	作为强大动因的游戏 弗雷德里克·克鲁帕
262	姑娘与游戏 (专栏)

第 16 章 有灵魂的电子商务

265	发展成一种事业 兰迪·J·哈特
269	网络主笔编写的冒险 露西·西斯曼
272	对创业上瘾 南希·克鲁格·科恩

第 17 章 用户体验专家

277	理解人机交互 布鲁斯·沙罗纳
279	将听众用作媒体 迈克尔·艾丹
282	描绘思想之间的关系 休·杜贝尔利
288	发布: 为书籍创建公共受众 马修·斯塔德勒

第 18 章 极客、程序员、开发工程师、多面手

293	用我们的思想控制计算机 弗里德·内克
296	迭代与算法 马克·韦伯斯特

第五部分 设计教育

第 19 章 作出选择

308	老学校, 新学校 安德烈·马克思
311	教育设计企业家 丽塔·塔拉里科 (Lita Talarico)
314	发展正确的心态 鲁迪·迈耶 (Rudi Meyer)
317	特质化的背景 露西尔·特纳阿斯
320	与 UX 互动 利兹·丹齐克
322	教育一代人 阿兰·切切诺夫
325	学生和导师 戴维·卡罗尔
327	用于追踪的 APP (专栏)

328	附录 1 设计学校名录
330	附录 2 延伸阅读资料
332	索引

前言

时至今日，平面设计已与老一辈时相距甚远，甚至与你的兄长那辈人也拉开了距离。这一领域的发展速度已如暴风般迅猛。你所要做的就是环顾设计界对媒体的引入，这是老一辈人所无法想象的。

——摘自本书第四版序言

第五版展示了平面设计的一个新时代，其中部分是关于平面的，而关于数字化的则几乎占了全部，这一转变是毫无疑问的。本书在取名的时候，备选方案之一是：《成为一个整合的设计师》，因为传统的平面设计正在与相对全新的数字化设计相融合，形成一种新的实践。同样地，它也可以被称为《做一个完整的设计师》，因为对于从业者来说，要整体地为现在和未来做准备，在多种媒体和平台之间流畅转换。其中一些媒体和平台是现在已经存在的，而还有一些则需要设计师们去发现。

建立在特雷莎·费尔南德斯撰写的《成为平面设计师》和戴维·沃马克撰写的《成为数字化设计师》这两本书成功的基础之上，此新版对 21 世纪初的设计师在开始设计事业之初提出了新的要求。新版不仅修订了之前的版本，还对于形式和内容进行了完全重组。所有的采访都是特别为这个版而做的，其国际覆盖范围也非常独特。设计的全新定义是涉及了审美、创新和专业技术知识的多平台活动，从这里开始说起，此版将引领读者纵贯印刷品设计和数字化设计，强调现如今非常流行的过渡的和即兴的工作方法。通过 80 多篇提出了各种灵感、理论和实践的采访和文章，读者将理解，曾经狭隘了解的平面设计领域事实上要比想象中的丰富得多，这部分内容对思想者、管理者和制作者也更具吸引力。

传统的平面设计和排版平台（例如印刷）非常重要，但是它们现在只构成了本书的一小部分。毕竟，许多印刷品平台现在已经过时，几近作废，或被归入别的领域。而数字化覆盖了平面设计、信息设计、教书设计和用户体验的方方面面，今天的工具是计算机。每个“通信设计师”都必须有能力使用数字化工具，不论他/她是为印刷品杂

志还是用 iPhone 应用程序做设计。同时,从第四版开始,设计创业——或创业文化——在目前达到了一个无处不在的新水平。教育正在改变,将新技术——平面、排版、制作、交互、品牌设计以及其他亚流派,全都整合在一起,这与之前版本详述的有所不同。

《如何成为平面与数字化设计师》一书,不是教新手如何使用计算机的。关于这个问题,有大量的书籍和上千种类的课程,提供了从基础到高级的教学。而本书是一个领航式的指导性书籍,如果认真阅读,你可以了解近几年间这个涵盖了众多印刷品、电影和电子流派的复杂行业是由何构成的。在音乐产业中,用吉他演奏几个和弦是远远不够的;精通 R&B、民谣、雷鬼、朋克、嘻哈等才能一展拳脚。同样,平面设计鄙视单纯进行关于内容编写主笔、书籍、广告设计或海报设计的执行;所有这些形式可以(甚至应该)由个人依赖他们的相关技术、专业和倾向作出实践。更重要的是,最近的桌面出版系统的发展和计算机驱动的多媒体的发展,这一领域已经扩展到一个极其广泛的程度,在这里出现了全新的分工,前所未有的合作和专业领域。本书将对传统和新领域两者都进行描述。

下面这段引自本书前一版编辑米尔顿·格拉泽的话,该引述平衡了作为一名设计师和艺术家的现实与具体实践领域之间的关系:

作为一名设计师,面临着很多重要问题,其一就是你接受了正统的教育,然后发现自己的路越走越窄,做的事情越来越专业,而且这些事情可能已经重复了上百次。对我来说,跳出这个恶性循环的方式是扩展你的画布,试着做不是很有经验的事情,试着开发更广泛的活动,使自己不至于像一个为地板打蜡的人,被逼到墙角,等着周围的地方都干了才能出去。不过,这不一定对每个人都行得通,人们必须在着手从事一个路线之前,先检查至少一次自己是否合适于新的尝试,一旦他们精通了专业要求,他们就不会对此再有兴趣了。

所以,你学会了“铺设”现在景象的同时,可能也学会了“铺设”未来。通过对设计师、设计管理者和设计教育家进行不同实践类型的访谈而获得的建议,将会对导航有所帮助。今天,在众多不同的领域,对于职业有太多的选择,这使得人们很容易就忘记了最初为何想要成为一名设计师——做有创意的、富有想象力的以及有用的东西,这不仅对用户,甚至对制造者也很有价值。

术语汇编 工作机会

这一领域正在发生着飞快地变化，随之就有了一套全新的工作职位术语汇编。以下只是在所有工作职位中挑选了一些进行介绍，所以，如果你找工作的时候遇到了别的工作职位，不要惊讶。

工作划分

平面设计师几乎受聘于所有类型的商业、工业和机构。这里有一些典型的术语用于“组织内部的设计部门”（这里常用的术语还有“团体”和“团队”）。

不同的公司有不同的组织形式，这取决于他们的关注和目标。大型的企业可能从推广设计中区分出包装设计，从广告设计区分出社论设计；小型的商业机构可能会将所有的设计活动都纳入一个队伍中，统称为设计部门。

同样地，服务于大型企业和小型商业机构的，专业的或独立的设计公司，工作室或办公室，可能会，也可能不会区分各种设计功能，例如将一个印刷设计部门从一个多媒体设计部门中分离出来，或将推广和旁系的设计部门从社论部门中分离出来。

艺术部门
艺术与设计部门
艺术服务部门
设计部门
设计服务部门
创意服务部门
创意团队
平面团队
交互团队
研究与开发部门
用户体验团队