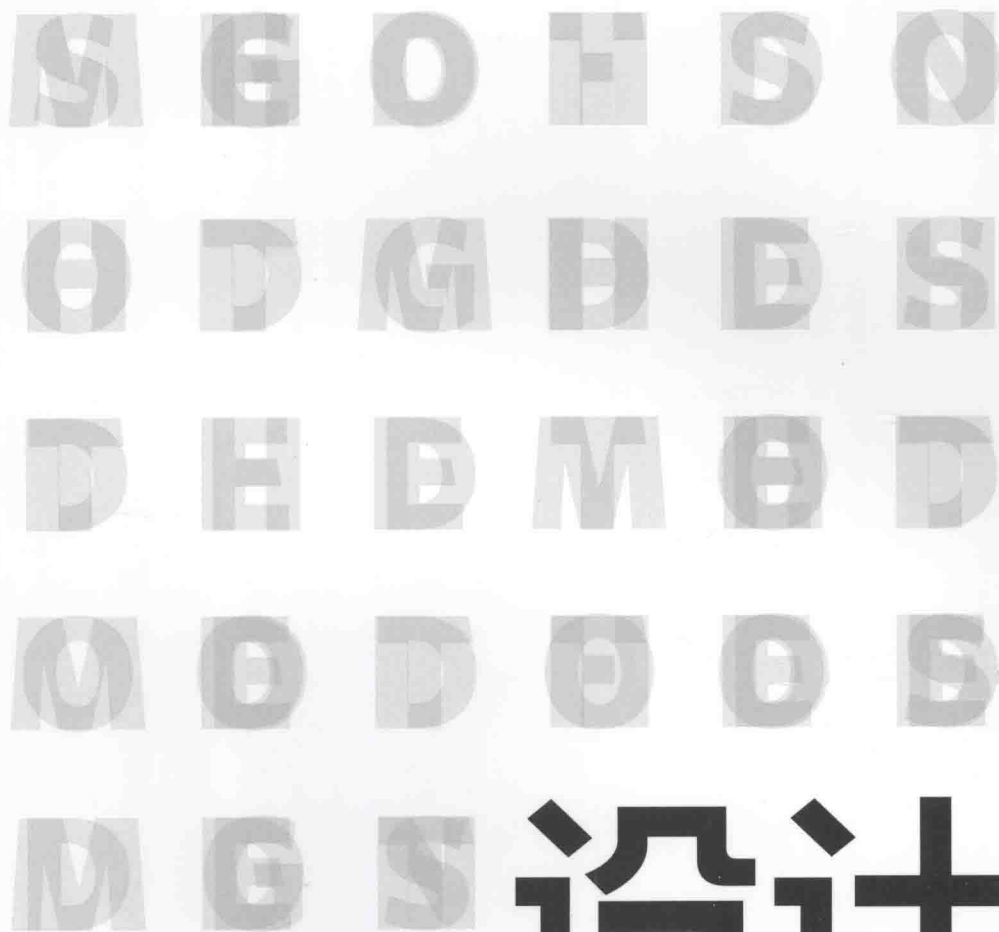




设计 的方法

A PHILOSOPHY AND PROCESS FOR
FUNCTIONAL VISUAL COMMUNICATION

【加】Eric Karjaluo 著 张霄军 褚天霞 译



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

a philosophy and process for
functional visual communication

设计 的方法

【加】Eric Karjaluoto 著 张霄军 褚天霞 译

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

设计的方法 / (加) 卡扎罗托 (Karjaluoto, E.) 著 ;
张霄军, 褚天霞译. — 北京 : 人民邮电出版社,
2014. 10

ISBN 978-7-115-36076-2

I. ①设… II. ①卡… ②张… ③褚… III. ①平面设
计 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第163755号

版 权 声 明

The Design Method

ISBN: 9780321928849

Copyright © 2013 Eric Karjaluoto

Authorized translation from the English language edition published by New Riders. All rights reserved.

本书中文简体字版由美国 New Riders 出版公司授权人民邮电出版社出版。未经出版者书面许可,
对本书任何部分不得以任何方式复制或抄袭。 版权所有, 侵权必究。

◆ 著 [加] Eric Karjaluoto

译 张霄军 褚天霞

责任编辑 赵 轩

责任印制 彭志环 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市海波印务有限公司印刷

◆ 开本: 720×960 1/16

印张: 13.25

字数: 204 千字

印数: 1—3 500 册

2014 年 10 月第 1 版

2014 年 10 月河北第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2013-5855 号

定价: 39.00 元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315



对本书的赞誉

“市面上大多设计书籍仅追求作品展示，而本书旨在让设计师学会如何理解以及思考。这本书内容充实，语言睿智，观点大胆创新。在当今满是浮华、肤浅知识的背景下，这本书挑战陈旧观念，让人醍醐灌顶，耳目一新。”

——Sean Adams, ADAMSMORIOKA 公司合伙人

本书提供了平面设计项目中会用到的所有建议，它是任何一个设计学生或者自由设计师都值得一读的优秀书籍。

——David Airey, 设计师, 《超越 LOGO 设计》作者

本书是设计行业几十年来渴求的书籍。它展示出，设计师想做有意义的工作，这也是整本书的精华所在。在这个设计行为——甚至是设计行业都被商品化的时代，我非常期待这本书的出版，并希望它影响深远。”

——David C. Baker, RECOURSES 公司负责人

“很明显，我支持的观点 Eric 都不喜欢。不过你还是应该买他这本精彩的书。无论你的动机和愿望如何，他建议的那些有力且有用的方法都能让你更加优秀。”

——Stefan G. Bucher, 设计师、插画师、作家，任职于 344 DESIGN

“在设计界中，人们越来越把名气和设计能力混为一谈。首先，Eric 的书能把你拽回设计本身；第二，把书中的思想完全落实在实际中，你可能就会出名；如果你想专业地探索设计艺术的无限可能，这本书绝对是你的最佳选择。”

——Brian Collins, COLLINS 公司首席创意总监

“设计学生的必读书目。Eric 的设计方法帮助设计师构建有意义的作品，而不仅仅

是精美的艺术品。”

——Robin Alyse Doyle, 《COMMUNICATION ARTS》杂志总编

“作为一名成功的设计师和设计评论者, Eric Karjaluoto 在本书中将这两方面的热情相结合。这本书睿智、风趣、视角尖锐, 在打造品牌、传达及平面设计方面提供了缜密且实际的指导。这些方法即便不能获得一致认可, 也能让每个人有所收获。”

——Peter Giffen, 《APPLIED ARTS》杂志编辑

“大家都爱抱怨设计, 但几乎没人引领、教导设计师并探讨如何设计出更好的作品。Eric, 谢谢你, 给了我们这样一本书, 让我们和有需要的人一起分享!”

——Seth Godin, 《THE ICARUS DECEPTION》作者

“Eric, 我知道你那时只有十岁, 但是如果你在 1984 年出版了这本书, 我可能少走很多艰辛的弯路。这本书值得信赖, 语言表述清晰。你的确做得很好!”

——Dave Mason, MULTIPLE 公司总监, 战略总监

“Eric 认为这本书不是写给所有人的。事实上, 他错了。这本书正是为地球上的每位设计师所写。本书是值得肯定的, 它可能会带给我们经久不衰的美好设计。如果你的作品曾经被客户拒绝过 (或者没被拒绝过), 你不妨看下这本书。”

——Debbie Millman, STERLING BRAND 公司设计总监

献给父亲母亲

——从他们身上我学到了重实际、讲秩序及大方行事。

自序

设计方面的书很难有较强的实用性。在动笔之初，我也因此感到非常沮丧。我不希望书中满是老套的学术理论，更想让它提供实用的方法。虽然理论有时也挺有趣，但它们在现实生活中没什么意义，甚至还会干扰我们。

真正的设计师不应该只是端着杯子，冥思苦想“设计的本质”。他们需要解决实际问题，提升用户体验，促进人们交流，并为客户的项目提供服务。有些设计师会希望有良好的工作环境，探讨一些重大事情，甚至拥有一堆崇拜他们的粉丝。然而，真正的设计师非常普通。在我看来，他们理想的工作状态是在小隔间内用锯子工作。

我非常喜欢极具实用性且不落俗套的设计，这也是我的写作初衷。我觉得设计是一个产生合理结果的过程。这个观点与很多人脑中的设计背道而驰。所以，很多人的纠结源于对设计的误解，让本来有趣的事变得平淡起来。这本书清晰地描述了从事设计和进行思考的方式。

本书中的内容都是我的一己之见，可能有读者会不喜欢。他们认为，设计应极具探索精神，并且希望读到一本更有个性的书；他们希望我能为设计师提供多种设计方法，以供选择，而不是仅教一种方法。如果你抱着这样的期待，我建议你把这本书放回书架。你会发现很多别的书都阐释了常用的设计方法，提供了问题的解决方案，也更加通俗易懂。虽然那些书也很有帮助，但它们仍与本书有所不同。

你可能不太同意我的观点，认为我的方法死板，观点不突出，但这样想，你就偏题了。设计师们的想法、审美和解决方案都融入在具体项目中。这些难以确定，甚至无法以清楚的过程描述，这也意味着你要非常努力地工作引入秩序。

接下来，你会从本书中学到如何创作好的设计。我会教你一种方法来重现你的设计作品。在这本书中，你会学会如何让自己成为专业人士，为用户提供明确、易

懂、有价值的用户体验。

采纳我的建议后，你的作品会更优秀，相应地，客户满意度也会更高。这也是我写作本书的唯一目的。

谢谢你选择了本书，我们开始吧！

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Karjalainen', with a stylized, flowing script.

Eric Karjalainen

前言

大约 15 年前，我和一个朋友成立了一家名叫“smashLAB”的设计公司。刚开始，我们满怀热情，忽视了很多不利因素。我们在一个小镇上开公司，没有客户，看不到方向，也没有实践经验。更糟糕的是，当时经济状况非常萧条。要成为合格的设计师，了解该了解的，我们不得不提高自身设计能力，开展可行的业务。尽管过程困难重重，还是坚持了下来。这些年，我们在 ideasonideas.com 网站上分享经验教训，最近又在 erickarjaluto.com 上开设了新博客。

本书全部内容均来源于 smashLAB 的实践经验。我们完成了很多项目，也收获了用户的一致好评，夸赞我们设计质量一流。说实话，能做到这种程度绝非易事。很长一段时间，我们面临巨大压力，彻夜难眠，甚至损坏了发囊。（公司成立以来，我掉了很多头发）。所以，我能和你们感同身受，因为都有同样的经历，面临过同样的挑战。我深知，设计并不容易，也明白要在维持公司业务的同时，呈现出好的作品是多么的困难。不论你是自由设计师还是设计公司老板，这些对你同样适用。

这本书并不是写给所有人的。那些对产品、时尚和室内设计感兴趣的人可能会发现书中的原则虽然合理，但却不太符合他们的特殊要求。这没有关系。本书是为服务于客户的品牌设计师、传达设计师和平面设计师所写。为了让它更有用，我举了很多例子，也提了一些建议。这些建议会帮你度过难关——比如客户不听你解释，还拒绝了设计方案的时候。

尽管大家都能从本书中有所收获，但有些人会比其他人收获更多。例如，如果你是自由设计师或经营着一家设计公司，你从本书中得到的建议，能清晰地指导你更好地提高自己的设计能力。另外，本书也为处在职业选择期的设计学生提供了很多常识。读完本书后，你会比别人少走很多弯路。

本书从思维方面开篇。第 1 章揭示出一些常见的设计误区，包括运气、灵感和个

人表现力。第2章提出了设计应该是什么样的，即设计应该是一种有目的的追求，专注于创造实用、合理的解决方案。第3章关注系统思想，并探索好设计中的基本系统观念。这样一来，你便能为客户提供更好的服务。前三章中的所有观点和论据都是为后面的行动做铺垫。

在接下来的章节中，内容更加实际，我阐述了产生设计的方法。第4章介绍了设计方法，说明了如何用设计方法来加深理解、制定计划、开发想法，并应用它们。在第5章到第8章中，我阐述了“设计方法”的几个主要阶段：发现阶段、计划阶段、创意阶段和应用阶段。在本书这部分中，我也详细阐述了如何圆满完成设计方法的各个阶段。这些章节为我们在smashLAB中使用的技巧提供了实例，包括如何问问题，如何利用用户角色模型和内容工具寻找灵感。这些例子能让你知道，准备文件和工具时该考虑什么。另外，我在smashLAB的一手经验能帮你将这些知识运用到自己的实践中。

在第5章到第8章中，还阐释了如何在不同项目中运用设计方法，包括小册子、海报等简单的项目，以及公司标志、网站、应用等较复杂的项目。（本书与交互设计无关，但略有提及。）尽管本书可应用至很多项目，但它最适合解决复杂的、未详细定义的视觉传达问题。本书的方法对小项目不是很奏效，但其一般原则仍然成立。

第9章和第10章描述了设计的表现方法，并解释了如何将系统程序应用到公司中。设计的表现方式、文档设计方式以及与客户互动的方式能决定某些想法是否能得到客户认可。同样，要想使设计更有序，就必须以一种特定方式运营公司，所以本书也探讨了一些这方面的内容。

在本书中，我写了很多与客户沟通方面的内容。毕竟，是他们使你的技术能付诸实践。然而，设计师与客户间的互动却极富挑战性。掌握这一部分内容，就能更高效地配合客户，为其提供积极的、富有成效的用户体验。

正如方法本身，本书的编排也遵循一定的顺序。我建议你线性地阅读本书，因为如果只是随意翻看，你将设计方法运用到自身实践的能力将会降低。随着阅读的深入，你会发现最初的建议适合所有已提出的设计方法。用理论联系实践，本书中描述的观点和设计过程会更加真实，你也能将设计方法很好地运用到自己的作品中。

致谢

写书就像马拉松训练，需要漫长的努力付出，要常备“提神”饮料，还要不停地喃喃自问：“我到底为什么要写这本书？”除此之外，最重要的就是，那些容忍我“愚蠢”行为的人们给予的支持。

若不是我的父母——Helina 与 Lauri，我永远无法一边经营公司一边完成这本书。他们教会我如何高效工作，统筹安排。也正是他们的鼓励和支持，我才能进入艺术学校。同样，他们敢于冒险的精神和美好祝愿，让我能够放下安稳的工作，独自出去闯荡。我依然每天都期待着和他们通电话。

smashLAB 里我的合作伙伴 Eric，感谢他陪我度过 5000 多个清晨的咖啡时光，友好地接受我凌乱的思绪。我们一起从一无所知到找到有效方法，创作出优秀作品。很少有人能够拥有如此聪明、上进和执着的伙伴。我很感激能与他共事。

Anne Marie Walker 为草稿修改和新书出版付出了很多心血。她敏锐的眼光和细致的观察，才能让这本书的语言更流畅。此外 Nikki McDonald、Becky Winter、Mimi Heft、Bethany Stough、James Minkin 以及 New Riders 出版社的其他成员，都很乐于助人，让编写本书成为一段快乐的旅程。

对于写书，我的妻子 Amea 全力支持。几个月以来，每晚和周末我都在电脑前打字，尽力完成这本书，她耐心地接受了这一切。我很幸运，因为没人像她那样，原谅丈夫不陪着自己。

感谢 Oscar 和 Ari，这两个漂亮的小子让我知道：设计再出色，但和家庭比起来它们一文不值。他们一直问我还剩下几章，因为写完以后我们就能继续搭建那个火箭模型了。

本书中的所有发现，都归功于多年来支持 smashLAB 的人。我代表工作室的所有

人，感谢你们一直以来的赞助。

此外，读过我的博客和之前作品的设计师们，我也要感谢你们。感谢你们花时间思考我的观点并给予我反馈。有些人甚至发来消息，称他们通过阅读学到了一些东西。此类的鼓励非常珍贵，我很感激。谢谢你们！

目录

第1章 创作误区，拨云见日	1
理解这些误区	2
误区一：设计是艺术的兄弟姐妹	2
误区二：创意是存在的	3
误区三：与众不同即为好	4
误区四：必须寻找灵感	5
误区五：才华非常重要	6
误区六：设计是一种生活方式	7
误区七：自我表达很重要	8
误区八：设计师比客户聪慧	8
误区九：设计师是受众	9
误区十：奖项的价值	10
误区十一：创意人士不应被规则束缚	12
误区的代价	12
接下来	13
第2章 针对目的，创造设计	14
功利主义追求	15
形式遵循功能	16
设计有用的作品	24
实现适用性	25
发现可能	27
设计无处不在	28
接下来	29
第3章 全盘考虑，有条不紊	30
全盘考虑	31

设计变得凌乱	31
草率决定，自食苦果	34
切忌跟风	35
系统左右设计	38
你面临的诸多问题	40
确定设计系统中的关系	42
交互设计的借鉴意义	44
组织信息	48
在系统中思考视觉问题	49
释放自我	51
优秀设计离不开系统	52
接下来	52
第4章 设计方法，行之有效	53
呈现“设计方法”	54
“设计方法”的几个阶段	55
“设计方法”的由来	58
漏斗方法	59
唯一概念方法（或设计方向）	60
“设计方法”的运用	62
在不同情境下的设计方法论	63
接下来	65
第5章 发现阶段：沟通理解	66
发现即知识	67
进入陌生的领域	68
假设你是错的	69
开始问问题	70
掌握基本信息	71
获取第一手材料	72
安排与客户和负责人的讨论会	74
发现潜在的问题	75
了解受众	76

采访顾客和用户	78
认识到人们说与做的差异	80
调研竞争对手	81
研究相似的公司机构	82
考察现状	83
注重细节	84
始终寻找机遇	85
继续翻石头	86
接下来	87
第 6 章 规划阶段：选择决定	88
设计即规划	89
制定明智的计划	90
设立目标和目的	91
决定策略	92
凭直觉行事	92
形成计划	93
为交互做准备	94
开发用户角色模型	95
情景、用户故事和用例	97
画个流程图	99
规划网站地图	100
开发内容清单	102
创建线框图	103
明确内容策略	104
警惕影子计划	105
挑战自己的方案	106
提出建议	107
精编创意简报	108
准备文档	110
让设计项目一直向前推进	111
接下来	112

第7章 创意阶段：勾勒想法	113
“噢，是的，这是一段快乐时光。”	114
创意难题	114
做一个有条理的设计师	116
开展创意工作的一些关键原则	117
考虑基调	118
如何产生想法	120
产生想法突破创意局限	121
编辑你的想法	127
记录创意概念	127
创意评估	129
确保设计方向与样式板相匹配	130
培养合作过程	132
获得客户的认可	133
接下来	135
第8章 应用阶段：制作完善	136
创意方向指导创意实践	137
迭代：一个改良完善的过程	137
创建原型	139
解决障碍	140
使用占位符和实际内容	141
确定 DNA	142
向客户展示设计原型	144
测试你的方法和原型	145
分析测试结果	147
不断完善作品	148
让设计成型	150
留意创意简报	151
对细节持谨慎态度	152
准备检查清单和追踪问题	154
在项目完成之前发现错误	155

准备发货	155
接下来	157
第9章 面向客户，彰显创意	158
与客户互动，迈向成功	159
不要中伤客户	159
客户的实际情况	160
良好的沟通（或许是过度的沟通）	161
参与决策者	162
定义角色	163
编辑工作	164
准备你的演示	165
跳过“惊险的”揭幕	167
如何做演示	168
避免客户对创意作品提前做出判断	169
向大型机构演示创意作品	169
记录规划、想法和设计	170
接下来	172
第10章 创意实践，井然有序	173
你是专业人士还是业余爱好者？	174
职业设计师的一切要有序	174
定义流程制度	175
复制成功的流程	176
会议与商谈	177
工作流程中的任务传递	179
按时“交出作品”	190
达到精通	191