

设计师
生存手册

DESIGNERS'
SURVIVAL GUIDE

[英] 尼尔·伦纳德 (Neil Leonard)

[英] 加文·安布罗斯 (Gavin Ambrose) 编著

设计调研

Design Research

设计师
生存手册

DESIGNERS'
SURVIVAL GUIDE

设计调研

Design

Research

[英] 尼尔·伦纳德 (Neil Leonard)

[英] 加文·安布罗斯 (Gavin Ambrose) / 编著

蔡克中、旷枚花、Coral Yee / 译



中国
青年
出版
社

©AVA Publishing SA 2012

This book is published by arrangement with Bloomsbury Publishing PLC.

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由英国 Bloomsbury 出版社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分的内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室	中国青年出版社
010-65233456 65212870	010-59521012
http://www.shdf.gov.cn	E-mail: cyp_law@cypmedia.com
	MSN: cyp_law@hotmail.com

版权登记号：01 - 2013 - 7936

图书在版编目(CIP)数据

设计师生存手册：设计调研 / (英) 伦纳德, (英) 安布罗斯编著; 蔡克中, 旷枚花译. —北京: 中国青年出版社, 2013. 12

书名原文: Design Research: Investigation for successful creative solutions

ISBN 978-7-5153-2040-3

I. ①设… II. ①伦…②安…③蔡…④旷… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 268576 号

策划编辑 赵媛媛 冯莹
责任编辑 刘稚清 张军
助理编辑 赵静
封面设计 六面体书籍设计 彭涛

设计师生存手册：设计调研

(英) 伦纳德, (英) 安布罗斯 / 编著; 蔡克中, 旷枚花, Coral Yee / 译

出版发行:  中国青年出版社

地址: 北京市东四十二条 21 号

邮政编码: 100708

电话: (010) 59521188 / 59521189

传真: (010) 59521111

企划: 北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

印刷: 深圳市精彩印联合印刷有限公司

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 12

版次: 2013 年 12 月北京第 1 版

印次: 2013 年 12 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5153-2040-3

定价: 59.80 元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系

电话: (010) 59521188 / 59521189

读者来信: reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站: www.cypmedia.com

6 导言

8 第一章 调研的基础

- 10 为什么进行调研?
- 12 准备开始
- 18 初级调研、二级调研、三级调研
- 26 主要研究方法
- 32 工作室访谈：艾米丽·黑尔
- 34 实践：展开调研

36 第二章 理解背景

- 38 受众与社会背景
- 50 设计背景
- 60 调研中的符号语言学
- 64 工作室访谈：安德鲁·赫西
- 66 实践：了解市场中约定俗成的东西

68 第三章 规划自己的工作

- 70 研究简报
- 76 了解受众
- 78 确认信息来源的可信度
- 82 记录并保存调研结果
- 90 工作室访谈：布赖恩·雷
- 92 实践：研究受众

94 第四章 展开调研

- 96 受众调研
- 106 市场调研
- 112 实地调研
- 120 流程调研
- 122 工作室访谈：简·特拉斯特拉姆
- 124 实践：研究产品与客户

126 第五章 利用自己的调研结果

- 128 了解自己的调研结果
- 134 对自己的调研结果作出回应
- 152 工作室访谈：Underware工作室
- 154 实践：将调研结果进行分类

156 第六章 展示自己的调研结果

- 158 展示调研结果
- 176 完善设计作品
- 182 工作室访谈：坦纳·克里斯坦森
- 184 实践：展示数据

- 186 结语
- 188 参考文献
- 190 索引
- 192 致谢

设计师
生存手册

DESIGNERS'
SURVIVAL GUIDE

设计调研

Design

Research

[英] 尼尔·伦纳德 (Neil Leonard)

[英] 加文·安布罗斯 (Gavin Ambrose) / 编著

蔡克中、旷枚花、Coral Yee / 译



©AVA Publishing SA 2012

This book is published by arrangement with Bloomsbury Publishing PLC.

律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由英国 Bloomsbury 出版社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内 容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室	中国青年出版社
010-65233456 65212870	010-59521012
http://www.shdf.gov.cn	E-mail: cyplaw@cypmedia.com
	MSN: cyp_law@hotmail.com

版权登记号：01 - 2013 - 7936

图书在版编目(CIP)数据

设计师生存手册：设计调研 / (英) 伦纳德, (英) 安布罗斯编著；蔡克中, 旷枚花译.

—北京：中国青年出版社，2013. 12

书名原文：Design Research: Investigation for successful creative solutions

ISBN 978-7-5153-2040-3

I. ①设… II. ①伦…②安…③蔡…④旷… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 268576 号

策划编辑 赵媛媛 冯莹
责任编辑 刘稚清 张军
助理编辑 赵静
封面设计 六面体书籍设计 彭涛

设计师生存手册：设计调研

(英) 伦纳德, (英) 安布罗斯 / 编著；蔡克中, 旷枚花, Coral Yee / 译

出版发行：中国青年出版社

地 址：北京市东四十二条 21 号

邮政编码：100708

电 话：(010) 59521188 / 59521189

传 真：(010) 59521111

企 划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

印 刷：深圳市精彩印联合印刷有限公司

开 本：787 × 1092 1/16

印 张：12

版 次：2013 年 12 月北京第 1 版

印 次：2013 年 12 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5153-2040-3

定 价：59.80 元

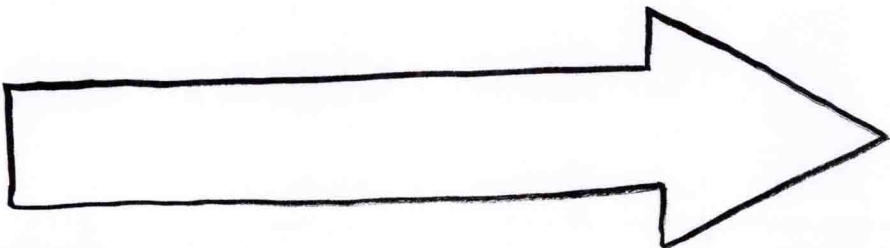
本书如有印装质量问题，请与本社联系

电话：(010) 59521188 / 59521189

读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：www.cypmedia.com

THIS IS THE WAY
TO THE THING
YOU INSISTED YOU
NEEDED TO SEE
EVEN THOUGH I
HAVE DESCRIBED IT
TO YOU IN GREAT
DETAIL



0.1

你的想法无关重要，因为我讨厌你 (Your opinion is irrelevant because I hate you)

汉娜·理查兹 (Hannah Richards)，英国布莱顿大学 (University of Brighton) 的学生

想要在作品中展示一种风格和自信，需要花费很长时间。“This is the way to the thing you insisted you needed to see even though I have described it to you in great detail” 这句话是第138页理查兹作品的一部分。

6 导言

8 第一章 调研的基础

- 10 为什么进行调研?
- 12 准备开始
- 18 初级调研、二级调研、三级调研
- 26 主要研究方法
- 32 工作室访谈：艾米丽·黑尔
- 34 实践：展开调研

36 第二章 理解背景

- 38 受众与社会背景
- 50 设计背景
- 60 调研中的符号语言学
- 64 工作室访谈：安德鲁·赫西
- 66 实践：了解市场中约定俗成的东西

68 第三章 规划自己的工作

- 70 研究简报
- 76 了解受众
- 78 确认信息来源的可信度
- 82 记录并保存调研结果
- 90 工作室访谈：布赖恩·雷
- 92 实践：研究受众

94 第四章 展开调研

- 96 受众调研
- 106 市场调研
- 112 实地调研
- 120 流程调研
- 122 工作室访谈：简·特拉斯特拉姆
- 124 实践：研究产品与客户

126 第五章 利用自己的调研结果

- 128 了解自己的调研结果
- 134 对自己的调研结果作出回应
- 152 工作室访谈：Underware工作室
- 154 实践：将调研结果进行分类

156 第六章 展示自己的调研结果

- 158 展示调研结果
- 176 完善设计作品
- 182 工作室访谈：坦纳·克里斯坦森
- 184 实践：展示数据

- 186 结语
- 188 参考文献
- 190 索引
- 192 致谢

操作平面设计项目时需要做一系列的抉择——做抉择的时候了解的信息越多，最终的成果就会越出色。调研，究其根本，能帮助你获得所需要的深层信息，这样你的抉择才能是有理有据的，你的决策才可能是最恰到好处、有的放矢的。

调研是一个持续的过程，整个过程以针对简报进行最初的情况考察为起点，后面的环节依次包括受众研究，理念的深化与综合，材料、流程与解决方案的最终测试。

你可以精心部署调研过程，也可以跟着自己的直觉走，但无论怎样都应该秉持一个开明的态度。也许，你会从一开始就把方法想得很清楚，然后让自己以一种井井有条的方式从一步走到下一步；也许，你更喜欢不断地进行试验，然后让每一次试验的结果来决定自己下一步该怎么走。但不管是哪种情形，你都应该以一种开放的态度接受调研的结果。

本书将发挥向导的作用，向你介绍调研相关的理念和术语，帮助你从自己的调研工作中取得最大的收获。这些章节还会帮助你发掘适宜的调研方法，明确自己的目标市场，并针对目标市场提出更多的问题，进而做出恰到好处、有的放矢的设计抉择。此外，本书将帮助你充分发挥自己的创意、想法，制订方案，并以一种既能够服务自己的最终想法又能够为想象力开辟新道路的方法来开展自己的工作。

0.2

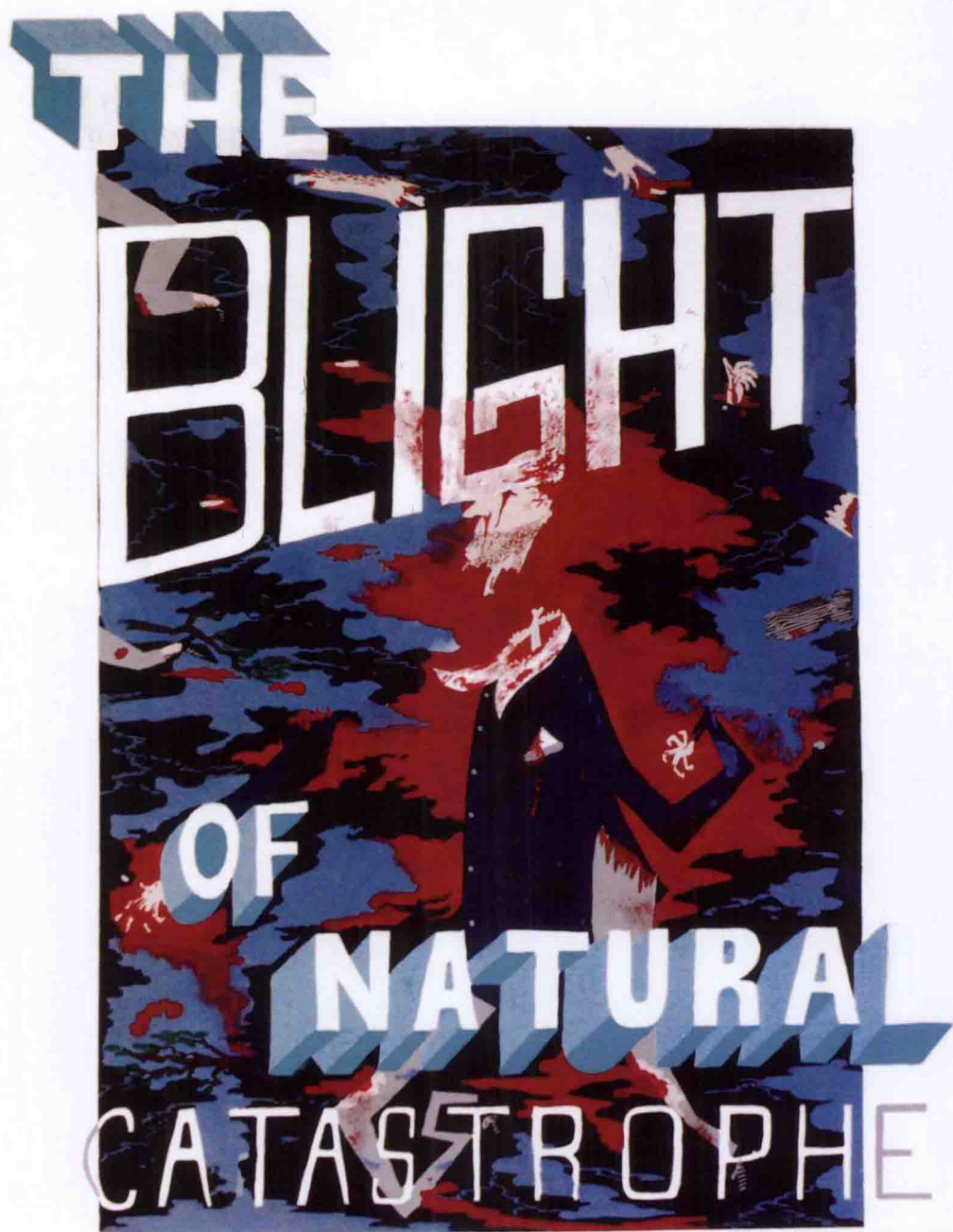
自然灾害带来的荒芜 (The Blight of Natural Catastrophe)

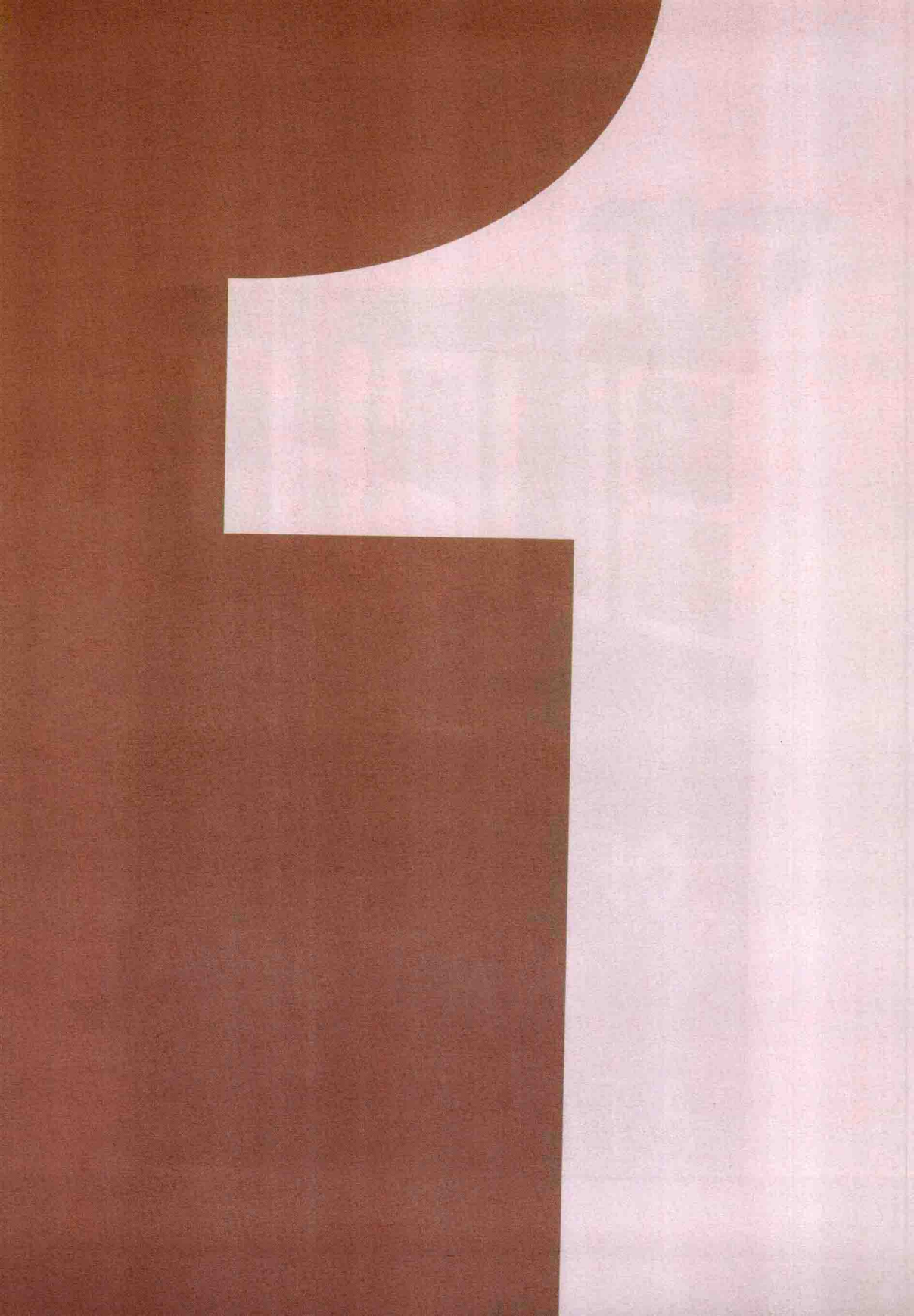
汤姆·克罗霍奇·科尔 (Tom Clohosy Cole)

这里展示的是一张水彩插画，是为一个研究一家虚构保险公司的大学项目设计的。科尔解释说：“我进行调研的方法是多种多样的。一旦有了一个想法，我就会和尽可能多的人进行讨论。在我看来，别人提出的想法和建议是一种难得的资源，它们可以帮助我更好地开始构建一个理念，或者更好地处理工作，因为通常它们会带给我新的思路，而这些是我之前不曾留意到的。”

研究就是看其他人都已经看过的，想其他人从来没有想过的。

——阿尔伯特·圣捷尔吉 (Albert Szent-Gyorgyi)





第一章 调研的基础

清楚调研的需求、可用的技巧以及这些技巧可以提供的可能性，对于一个想要全面掌握信息的设计师来说是至关重要的。

在本章中，我们将审视调研的基础，探讨其中能够指引后续环节的关键点。同时还会介绍一些基本的调研方法，并会通过例子阐释如何在自己的项目中应用这些方法。然后我们会探讨一些更为复杂的研究方法，并会将这些方法和一些相关的辅助性理论联系在一起。

调研是推动设计项目发展的驱动性要素——调研能够给你方向，让你知道什么才是重点，同时也能决定最终结果的品质。进行平面设计是解决问题的一种方式，但平面设计所需的工具要通过调研才可以找到。简而言之，调研工作做得好，就能创作出优秀的设计作品。

通过研究本书中详细介绍的各种调研方法，你可以明确如何在项目的不同阶段，以一种行之有效的方​​式应用它们。调研从最初的观察工作开始，后续环节包括了解自己的受众，检验材料、流程及理念。所有调研的关键都在于在整个流程中秉持积极与开明的态度，让结果引领你超越已知，走向未知。可供选择的路径不止一种，你的调研应该基于自己的实践、试验或者是理论，所有这些要素会发生同等重要的效用。

当你让自己站在受众的立场上，与这个群体进行互动，并让自己尽可能深入地熟悉项目的背景信息，你就可以以最佳的方式完成调研。这种水平的调研要求你一直保持积极的状态，而且对于其他人提出来的调研方向，一定要秉持一种开明的态度。

调研还可以帮助你确定创作一个设计作品的最佳方式。具体的方法就是密切关注材料的使用和成本，这样既能照顾到成本效益，又能保证设计制作精良。

1.1

我的激情 (The Energy Within Me)

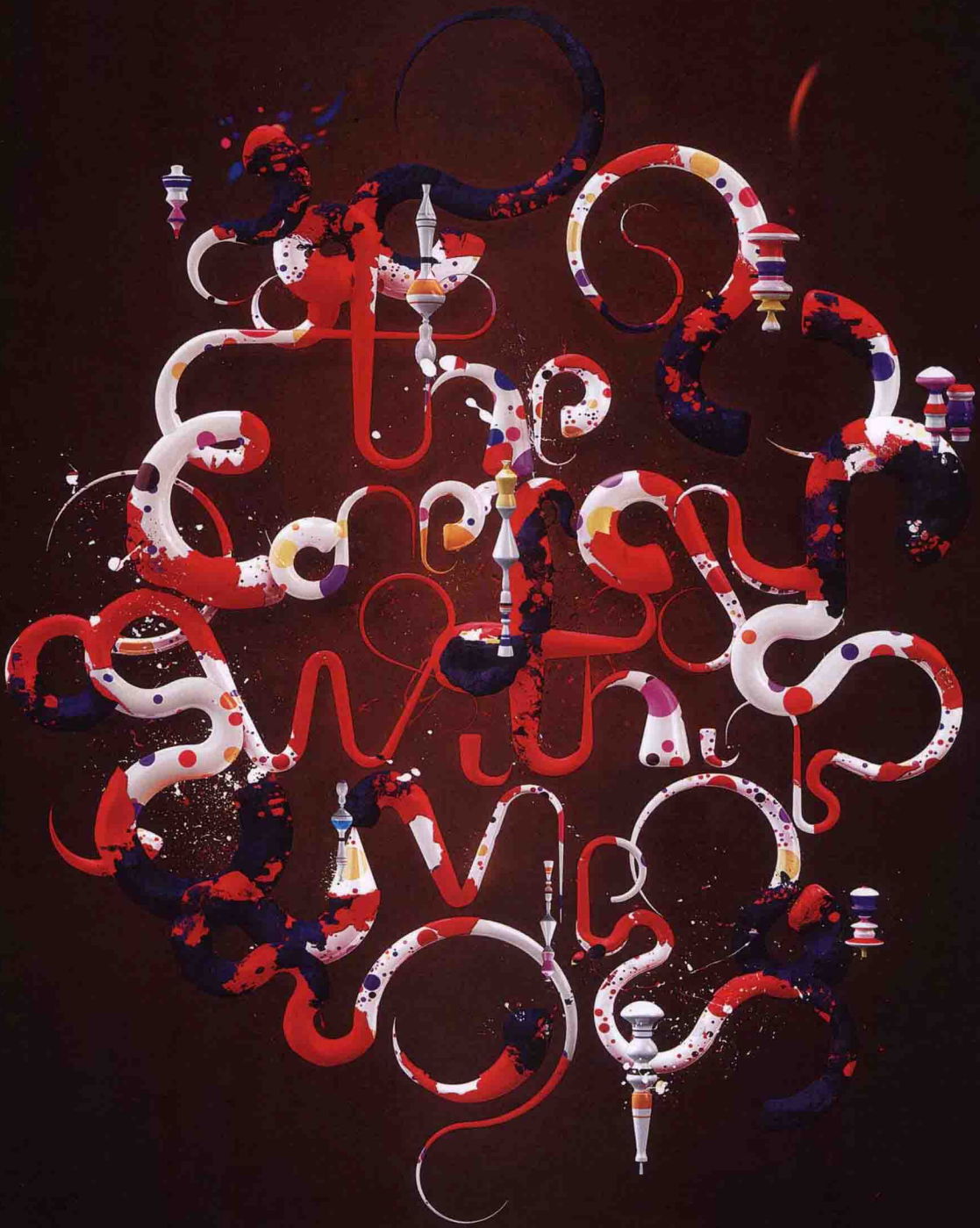
Kxx工作室

Kxx工作室处理字体的方式反映了电影与文化中的趋势，同时，它也在某种意义上扮演了先行者的角色，为后面的作品设定了新的趋势。对页的示例是为了应邀参加Coca Cola品牌面向世界各地的艺术家发起的一个活动而设计的：用一种原创的方式诠释Coca Cola品牌的广告语“激情在燃烧”（Energizing refreshment）。

最终的字体形态由设计师彼得·布奇科夫斯基（Piotr Buczkowski）决定，处理的方法是将几个图层的字体结合在一起处理。针对这一项目的调研包括发掘富有表现力的字体处理范例，包括Psyop工作室与Grandpeople工作室的作品。此外，调研还涵盖了对字体表现方式的发掘与试验。

研究就是沿着小径向上，看看尽头到底隐藏了些什么。

——普鲁塔克（Plutarch）



任何一个设计师都应该具备的最基本的素质，就是不断发问的态度和精益求精的愿望。提升公众对于某一个理念、产品和某一项服务的关注程度，为了为旧问题找寻新的解决方案而不断地进行创新，同时对当下人们的期望进行呼应，这些本身就是一个设计师的使命。每个项目所涉及到的问题千差万别，想要完全理解这些问题，并最终找到可能条件下的最佳解决方案，调研是至关重要的。

开始一个项目的调研工作时，你首先需要考虑从何处获得能帮助你做出设计决策的相关信息。有可能用上的信息来源不计其数。在互联网的帮助下，我们现在可以针对任何项目快速找到大量的信息。

但如果你想搜集一些事实信息或是数据信息，最为可靠的来源仍然是图书馆。大多数图书馆都有最新的期刊、数据库，并有巨大的档案馆，这里面有学术文章、报纸和图书。很多报纸档案馆会藏有一百多年前的报纸，可能是以印刷品的形式，也可能是以微缩胶片的形式。这些历史信息很大一部分都还没有进行数据处理，所以，到图书馆翻阅文本或者是微缩胶片可能是接触这种信息的惟一方式。

当地机构会留存有关当地居民的宝贵信息，包括移民记录、收入以及人口数据。我们可以通过政府网站得到全国范围内的该类信息。这些信息可以让你具有一个更为广阔的视角，并能让你将自己正在研究的群体与其他群体进行对比。

1.2

Joupii品牌的包装设计

Webb & Webb工作室

Joupii是诞生于20世纪60年代的一个销售优质木质玩具的品牌。Joupii的木制玩具最初是由瑞士的Naef Spiele玩具品牌手工制作的，现在的制造商是意大利的Il Leccio木制玩具公司。詹姆斯·韦布（James Webb）介绍了整个设计：“Joupii的包装设计需要和玩具本身一样美观大方，一样选取天然材料，同时还应该延续与玩具一脉相承的简约风格。黑字印刷表现在优质的意大利纸板上，而包装上的图案则表现了玩具可以完成的各种各样的姿势。轻模切贴纸是包装上惟一的一个彩色照片型元素，我们可以借助它分辨出里面玩具身体的颜色——红色、黄色、绿色或者是蓝色。而Joupii标识设计的主要用意是强调玩具本身最与众不同的特征——圆圆的头部与眼睛。”