

如何成为

平面设计师

(原著第四版)

中国建筑工业出版社



设计色彩

视觉传达设计

设计色彩

平面设计师

设计色彩



成为设计师丛书

如何成为平面设计师

(原著第四版)

[美] 斯蒂文·海勒 特雷莎·费尔南德斯 著
曹海洋 译

中国建筑工业出版社

著作权合同登记图字：01-2012-7825号

图书在版编目（CIP）数据

如何成为平面设计师（原著第四版）/（美）海勒，费尔南德斯
著；曹海洋译。—北京：中国建筑工业出版社，2014.8

成为设计师丛书

ISBN 978-7-112-16876-7

I. ①如… II. ①海…②费…③曹… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第102159号

Becoming a Graphic Designer: A Guide to Careers in Design, 4e / Steven Heller and Teresa Fernandes,
ISBN-13 978-0470575567

Copyright © 2010 by John Wiley & Sons, Inc.

Chinese Translation Copyright © 2015 China Architecture & Building Press

All rights reserved. This translation published under license.

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：董苏华 唐旭 李成成

责任设计：董建平

责任校对：陈晶晶 王雪竹

成为设计师丛书

如何成为平面设计师（原著第四版）

[美] 斯蒂文·海勒 特雷莎·费尔南德斯 著

曹海洋 译

*

中国建筑工业出版社出版、发行（北京西郊百万庄）

各地新华书店、建筑书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京君升印刷有限公司印刷

*

开本：889×1194毫米 1/20 印张：18³/₈ 字数：530千字

2015年5月第一版 2015年5月第一次印刷

定价：66.00元

ISBN 978-7-112-16876-7

(25630)

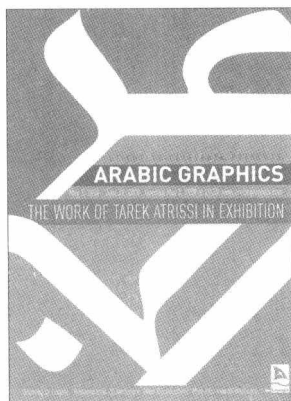
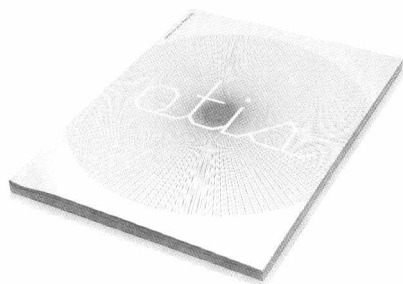
版权所有 翻印必究

如有印装质量问题，可寄本社退换

（邮政编码 100037）

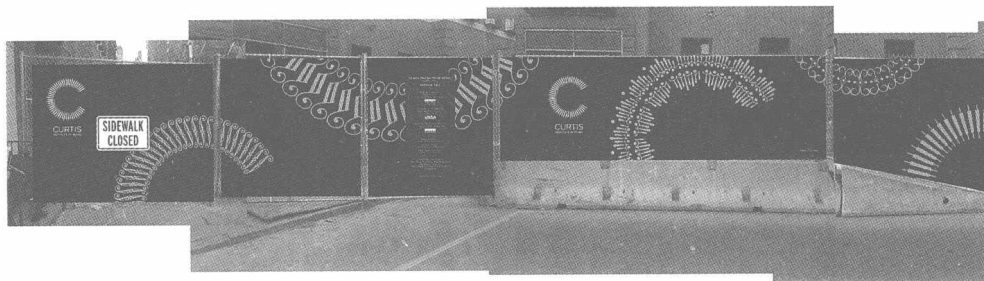
目录

前言.....	6
引言.....	8
你想成为一名平面设计师吗? ...	8
术语表.....	13
成为有影响力的人.....	14
设计师箴言.....	16



第一章 设计专业.....	19
编辑设计	21
企业形象设计	42
书籍设计	66
音乐 / 唱片设计	86
信息设计	100
广告和品牌设计	112
环境设计	131
交互设计	142
动态设计	172
字体和刻字设计	200
设计师箴言.....	230

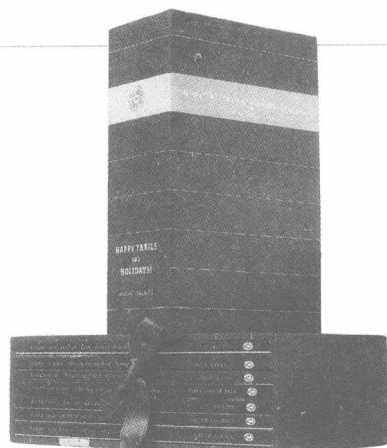
第二章 设计商业.....	233
自由职业者：雇工	234
小型工作室：商业起步阶段 ...	234
合伙经营：没有孩子的婚姻? ...	237
设计师访谈	238
克雷格·弗雷泽	238
克里斯·里奇	240
路易斯·菲利	244
皮特·布坎南—史密斯 ...	246
多诺万·毕瑞	250
伊桑·查思科和乔伊·李伯森	253
詹姆斯·维克托	256
珍—马克·特罗阿黛克 ...	258
克莱夫·皮尔西	260
诺林·莫里奥克	263
杰弗里·埃弗里特	267
简·威尔克	270
科林·米勒和瑞克·兰德斯	272



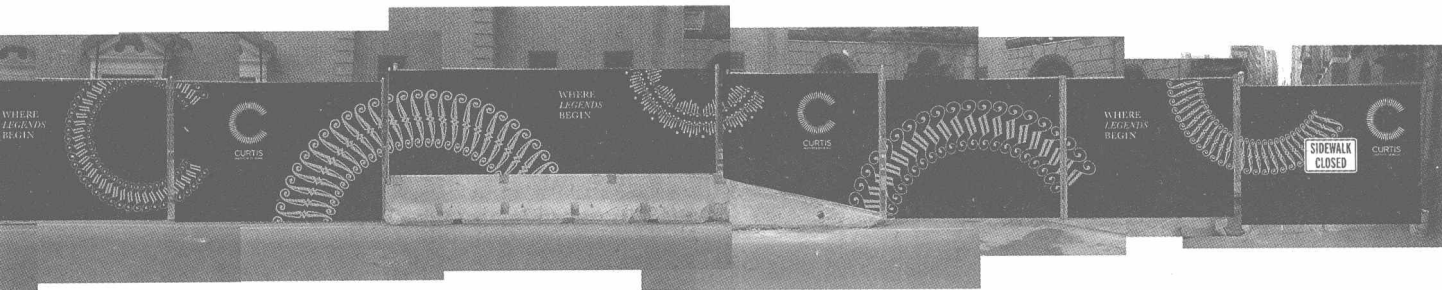
罗布·贾姆彼特罗	276
中型公司：大承诺	278
设计师访谈	279
拉奎尔·图德拉	279
山姆·埃克斯利和斯图	
亚特·罗杰斯	282
大型公司：最大型	285
设计师访谈	286
杰夫·约翰逊	286
马克·兰德尔	289
山姆·波茨	293
斯蒂芬·多伊尔	296
亚当·迈克尔斯	298
塔里克·阿特里西	300
迈克尔·贝鲁特	304
保罗·谢尔	306
设计师箴言	308



第三章 设计选择	311
交叉学科	312
企业家	322
原创作者	334
设计师箴言	336
第四章 设计教育	339
本科	340
研究生	342
继续教育	344
可供选择的艺术学校和大学	358



附录 行业信息	364
参考文献	367
设计师索引	368



成为设计师丛书

如何成为平面设计师

(原著第四版)

[美] 斯蒂文·海勒 特雷莎·费尔南德斯 著
曹海洋 译

中国建筑工业出版社

著作权合同登记图字：01-2012-7825号

图书在版编目（CIP）数据

如何成为平面设计师（原著第四版）/（美）海勒，费尔南德斯
著；曹海洋译．—北京：中国建筑工业出版社，2014.8

成为设计师丛书

ISBN 978-7-112-16876-7

I. ①如… II. ①海…②费…③曹… III. ①平面设计 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第102159号

Becoming a Graphic Designer: A Guide to Careers in Design, 4e / Steven Heller and Teresa Fernandes,
ISBN-13 978-0470575567

Copyright © 2010 by John Wiley & Sons, Inc.
Chinese Translation Copyright © 2015 China Architecture & Building Press
All rights reserved. This translation published under license.

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：董苏华 唐旭 李成成

责任设计：董建平

责任校对：陈晶晶 王雪竹

成为设计师丛书

如何成为平面设计师（原著第四版）

[美] 斯蒂文·海勒 特雷莎·费尔南德斯 著
曹海洋 译

*

中国建筑工业出版社出版、发行（北京西郊百万庄）
各地新华书店、建筑书店经销
北京嘉泰利德公司制版
北京君升印刷有限公司印刷

*

开本：889×1194毫米 1/20 印张：18 $\frac{2}{5}$ 字数：530千字

2015年5月第一版 2015年5月第一次印刷

定价：66.00元

ISBN 978-7-112-16876-7

(25630)

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）

DEDICATION

To Louise Fili and Nick Heller – SH

To Barry Blitt and Sam Blitt – TF

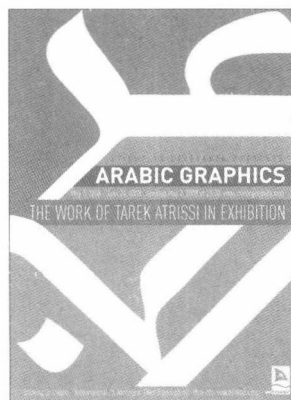
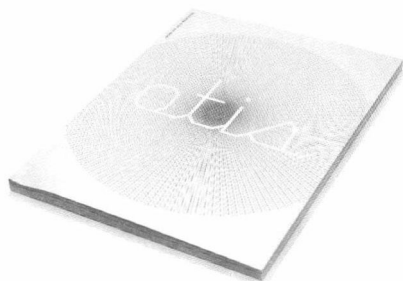
致 谢

感谢负责本书所有版本的编辑玛格丽特·卡明斯 (Margaret Cummins)，感谢您对这个项目一如既往的信任。感谢负责监督本书生产的道格·萨尔韦米尼 (Doug Salvemini)，我们真挚地感谢你为这本书的成功出版所做的一切工作。感谢协助本书排版的凯特·里勒 (Kat Riehle)，以及协助文本更新的布鲁克·瑞恩 (Brooke Rane)，多亏你们两位对本书细节的关注。

当然，如果没有本书的新版和所有以前版本的贡献者，这本书将不会存在。总的来说，他们是设计实践和教育工作者中的佼佼者。他们每个人都慷慨地为所有想在平面设计中谋取职位，或想提高平面设计职业的人提供了宝贵的建议。

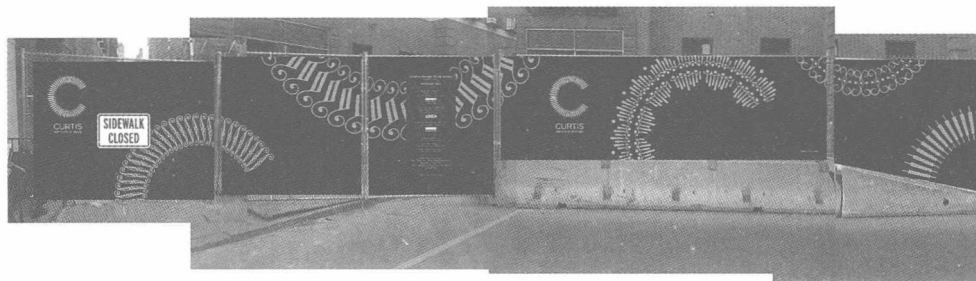
目录

前言	6
引言	8
你想成为一名平面设计师吗?	8
术语表	13
成为有影响力的人	14
设计师箴言	16



第一章 设计专业	19
编辑设计	21
企业形象设计	42
书籍设计	66
音乐 / 唱片设计	86
信息设计	100
广告和品牌设计	112
环境设计	131
交互设计	142
动态设计	172
字体和刻字设计	200
设计师箴言	230

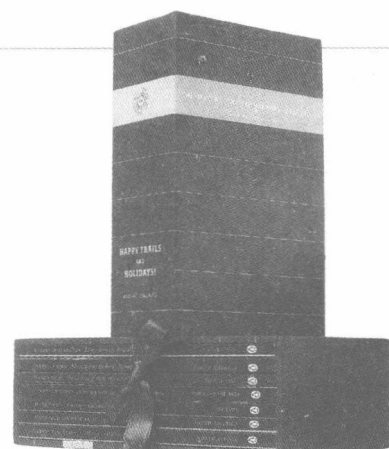
第二章 设计商业	233
自由职业者: 雇工	234
小型工作室: 商业起步阶段	234
合伙经营: 没有孩子的婚姻?	237
设计师访谈	238
克雷格·弗雷泽	238
克里斯·里奇	240
路易斯·菲利	244
皮特·布坎南-史密斯	246
多诺万·毕瑞	250
伊桑·查思科和乔伊·李伯森	253
詹姆斯·维克托	256
珍-马克·特罗阿黛克	258
克莱夫·皮尔西	260
诺林·莫里奥克	263
杰弗里·埃弗里特	267
简·威尔克	270
科林·米勒和瑞克·兰德斯	272



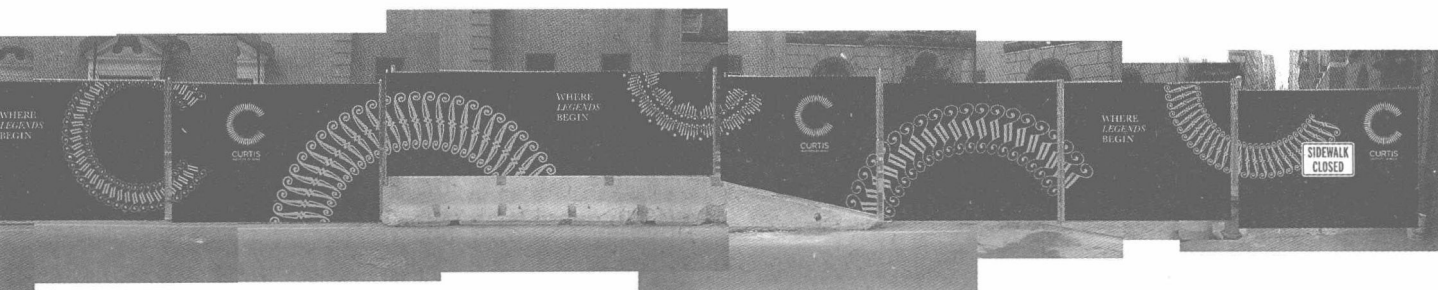
罗布·贾姆彼特罗	276
中型公司：大承诺	278
设计师访谈	279
拉奎尔·图德拉	279
山姆·埃克斯利和斯图	
亚特·罗杰斯	282
大型公司：最大型	285
设计师访谈	286
杰夫·约翰逊	286
马克·兰德尔	289
山姆·波茨	293
斯蒂芬·多伊尔	296
亚当·迈克尔斯	298
塔里克·阿特里西	300
迈克尔·贝鲁特	304
保罗·谢尔	306
设计师箴言	308



第三章 设计选择	311
交叉学科	312
企业家	322
原创作者	334
设计师箴言	336
第四章 设计教育	339
本科	340
研究生	342
继续教育	344
可供选择的艺术学校和大学	358



附录 行业信息	364
参考文献	367
设计师索引	368



欢迎阅读《如何成为平面设计师》的第四版；首版在1994年发行。在漫长的世界（和设计）进程中，这短暂的时间跨度就是沧海一粟，然而就平面设计的发展过程来说，却是永不止息。平面设计领域已发生了令人震惊的变化，但在此过程中，一种过时的实践却保留了下来。虽然落后陈腐的观念正在衰落，转向了很少有平面设计师所掌握的新的技术和平台，但依然存在一种重要的连续性。字体依然是平面设计的语言，排版将永远是“平面”设计的声音。但不同于以往单调的、固定的平面工作（换言之，纸张），平面设计师现在更多的是在各种形状和大小的屏幕上工作，这将涉及光线和声音，甚至敏锐的触觉也要考虑在内。如今，交互性成了设计的标语，用户体验已经取代了更多平淡的语言，如“阅读”和“观看”。

这不是祖母时期的平面设计，也不是哥哥和姐姐时期的平面设计。平面设计行业的发展速度非常快。你所要做的就是看看周围与设计界有关的媒体，在祖母创业的那个时代，这些媒体是不可能想象的。

然而，变是惟一的不变。这次出版的《如何成为平面设计师》是对这句俗语的证明。相对于以前的版本，我们在本版中删除了一些过时的章节、栏目和访谈，增添了一些紧随时代的内容。在访谈部分中，我们采访了具有大好前景的年轻从业者，同时保留了富有经验的设计师，我们相信，他们丰富的经验与智慧对理解平面设计会起到重要作用。

一些增加的设计师，像阿

特·钱特里（Art Chantry），他由于打破了传统的观念而闻名于世。其他人如奈杰尔·霍姆斯（Nigel Holmes）、迈克尔·约翰逊（Michael Johnson）、詹姆斯·蒙塔尔巴诺（James Montalbano），他们都是信息设计、企业形象、标志和字体设计领域中的重要人物。还有其他一些人，都是经验丰富的设计师们的后代，如罗德戈·科拉尔（Rodrigo Corral）、克里斯蒂安·施瓦茨（Christian Schwartz），他们的工作非常全面，分别从事于书籍护封、标志设计和网站设计。最后，还有一些当下的“下”一代设计师，包括玛丽安·班提斯（Marian Bantjes）、杰·李（Ji Lee）、兰迪·J·亨特（Randy J. Hunt），他们在标志、

字体、广告和网站设计中都取得了显著的成就。

此版相比第三版的设计专业，基本上没有发生改变。重点内容的改变主要是为了反映平面设计领域中的发展。也许平面设计中最为显著的变化是从印刷转向了屏幕。最为深刻的是在2007年我与戴维·沃玛克（David Womack）合著了《如何成为数字设计师》（Becoming a Digital Designer），本书广泛地涉及了交互设计和信息设计，同时还包括数字技术链接和传统的形式和内容。眼下，虽然设计之间的界限变得越来越模糊，但“数字设计师”由于拥有其自己的宗旨，几乎成为了一门截然不同的学科。更多的平面设计师从事于网站和出版工作，就如你在最新的一批访谈中所了解的一样，网站对许多旧的和新的公司来说已经成为了重要的媒介，因为所有的商业和组织都想建立虚拟存在。

本版中最有意义的增加内容出现在第二部分：设计商业。许多受访者认为“小型工作室热潮”引起了更多的自由从业者开始自己的创业，他们起初只有一个或几个员工。他们表示，桌面技术激发了创业精神。因此，最

近的大多数采访都可以在此部分中找到,涉及很广泛的范围,从高水平的老牌公司如诺琳·莫里奥克(Noreen Morioka)的AdamsMorioka到新的工作室,如克里斯·里奇(Chris Ritchie)和亚当·迈克尔(Adam Michael)的Project Projects(工作室)。大部分的新工作室运行都在2年以上(少于5年),但是,也有相当一些刚创办的工作室。

其他热点话题,如企业家和作者,仍然在平面设计中占有重要地位,在此部分中出现的许多设计师虽然在以前的版本中都介绍过,但如今他们一直活跃在设计领域的前沿。在第四版的作者中,我们增加了黛博拉·阿德勒(Deborah Adler),她创建了现在著名的Target SafeRX处方药物系统。最开始她是在视觉艺术学院以撰写“设计师兼作者”这一项目的论文为目的开始她的计划,然后致力于将其推向市场。另一个增加的作者是戴维·巴林杰(David Barringer),他曾经是一名律师,后来成为一名作者、出版者和设计师,他很好地诠释了设计是怎样从单一的领域成为层次多样的创业实践的。

在第一部分会发现更多的传

统专业:在设计专业里,除了交互设计这块成长最大的领域外,我们发现字体和刻字设计也在相继发展,并对那些期望进入平面领域的学生保持着固定的喜爱。不论是与交互无关还是有关的信息设计,都在作为一个专业或商业辅助内容而不断发展。

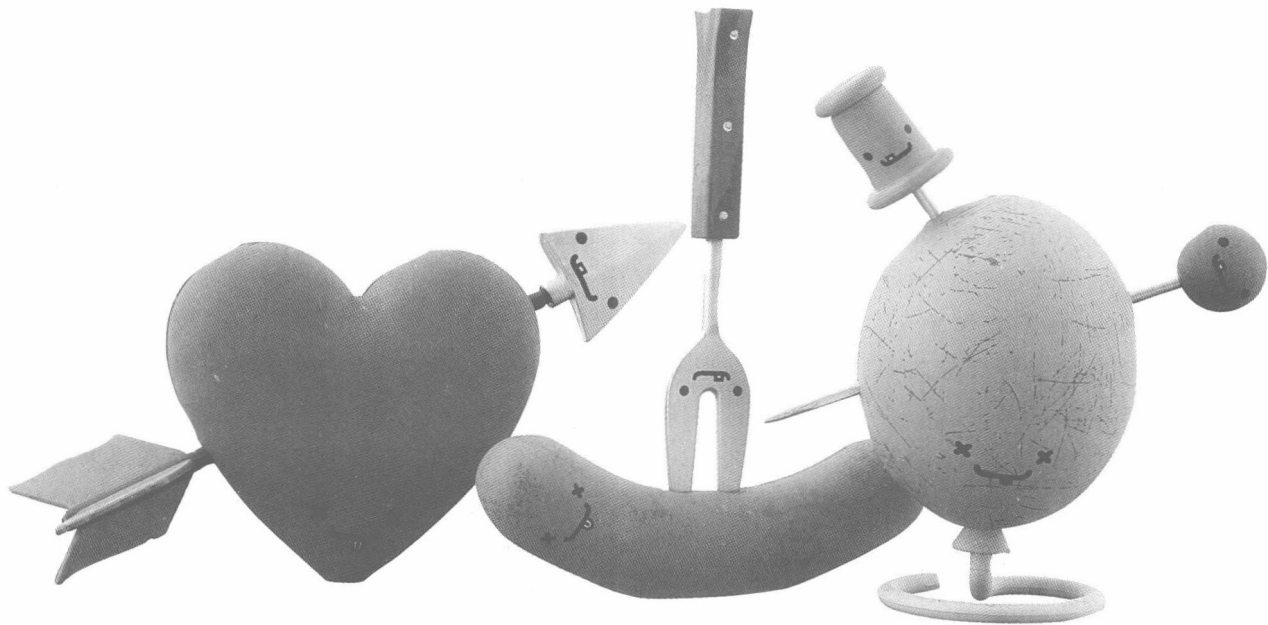
企业形象设计慢慢地从公司内部设计工作室转向合同制的独立设计公司,但在大型、小型的公司中仍保留着相应的工作岗位。在本版中,我们对如下领域作了更多的修剪:出版(印刷)仍然有声有色地发展着,但是处于不稳定的状态;书籍设计不断受到来自“印刷终结”的灾难预言者和数字读者增加的威胁,然而,书籍封面和护封设计的形势一直很好;就CD和唱片设计来说,音乐事实上已是失去活力的艺术形式,但是,也许会由于招贴和网络媒体而复兴。在本版中,广告和品牌没有改组,不仅是因为其内容很少,同时也是由于在以前的版本中已多次介绍。

如今对成为平面设计师的要求已发生了彻底的改变,但是,在一个良好的艺术院校、大学或者本科和研究生的设计课程中接受固定的设计教育仍然是需要的。

更多的设计课程提供数字工具,只是很少的课程能够提供超越方法和工具之上的传授。视觉艺术学院的MFA交互设计课程及卡内基梅隆大学(Carnegie Mellon University)的交互设计学士学位是关于现在和未来数字媒体设计的高级学习的佼佼者。

我们经常怀疑,每次出版《如何成为平面设计师》是否是最后一次,对于读者每次要求我们对本书进行修正与提高,我们并没有感到惊奇。虽然平面设计的快速发展使其与其他设计专业之间的界线变得模糊,但是,字体依然是平面设计的主要语言,对公众传送信息是其主要目标,这也是我们再版的出发点。甚至最为规范化和机械化的格式也不会削弱对创新的需求。平面设计师的主要工作是构思理念和组织信息,并使得这些理念和信息便于阅读、理解及具备娱乐性。本书继续为艺术生或设计爱好者提供一个机会,去寻找适合于自己和自己喜欢的领域。这就是当前平面设计的发展状况。作为作者(和从业者),我们希望本版能够成为一个具有可阅读性、易于理解性及娱乐性的指南。

斯蒂文·海勒,2010年



你想成为一名平面设计师吗？

在20世纪60年代，摇滚乐队飞鸟儿（The Byrds）创作了一首反映那个时代的时尚趋势的歌曲：“你因此想要成为一个摇滚明星吗？然后请听我说要什么，只要找个电吉他，然后花一些时间并且学习如何弹奏。”考虑到当下对平面传播的兴趣，在21世纪，这些歌词可以作如下修改：“你因此想要成为一名平面设计师吗？然后请听我说要什么，只要一台苹果G5，然后花一些时间并且学习如何操作。”虽然解释得不够详细，但你已知道了重点。苹果电脑对平面设计的重要性，就如同电吉他对早期摇滚音乐的重要性。电吉他改变了音乐的一切——从声音到外观，苹果电脑对平面设计的外观及“声音”都产生了意义深远的影响。

对所有未来的平面设计师来说，首先要做的就是怎样使用电脑及其众多的工具、图标、照片、输入程序。第二步所要做的是怎样让电脑为设计师所用，以便省去一些不必要的工作。电脑是一个工具，就像尺子和美工刀一样，涂蜡机在不久前也是工具。像电吉他一样，电脑是非常昂贵的机器。如果没有人类的智慧和才华，电吉他只会产生噪声，电脑也会同样如此——所以一开始最为重要的是，平面设计师需要知道在工作中怎样

使用工具（以及演奏），这是通向熟练的必要步骤。

然而，这并没有回答“我怎样才能成为一名平面设计师”这一问题。

事实上，这并不是恰当的首要问题。考虑到在 21 世纪早期，平面设计和视觉传达（这两个词交替着使用）产生了具体的变化，首要问题应该是“什么是平面设计”。一旦许多平面设计中的学科——其中有许多专业，确定下来之后，接下来就可以问：“我怎样可以学习更多的它们？”在这之后再询问关于怎样成为一名平面设计师的问题才更为合适。

《如何成为平面设计师》并不打算教授初学者怎样使用电脑，大量的书籍和数以万计的课程提供了基本、快速且先进的指导。然而，如果你喜欢在最近几年业已成为一个由许多印刷、电影和电子种类构成的复杂职业，这本书是一个具有导航系统的入门书。在音乐职业中，只具有几根弦的

吉他是不够的，此外，还要精通于 R & B^①、民歌、雷鬼音乐^②、朋克^③、说唱乐等。同样地，平面设计并不仅限于对编辑、书籍、广告、招贴设计的练习，所有这些形式可以（甚至应该）依靠自己的相关技能、知识以及爱好来练习，更为重要的是，随着最近桌面出版系统以及电脑多媒体的发展，这个领域已经拓展到如此程度：全新的劳动分工、空前的合作以及专业化的出现。这本书讲述了传统的以及新出现的学科。

在成为一名平面设计师之前，有必要学习更多的专业知识。知识是节省时间和精力是关键。然而，许多从业者基于他们对艺术或字体的喜爱，踉踉跄跄地进入这个领域，同时有人使用 QuarkXPress 或者 InDesign，从事设计创作临时的通信和传单。成为一名平面设计师并不总是需要资深的大学学位和多年学院的严格培训。的确，许多使用本书的受访者在本科和研究生阶段花

费了大量时间，但是其他人都是来自不同岗位的，如作家、画家、插图画家、漫画家、排版工作者、排字工作者，甚至还有涂鸦艺术家。事实上，成为一个平面设计师的冲动并不仅限于艺术工作者，任何人只要对“视觉”感兴趣，都是一个潜在的候选人。然而，一旦从事于平面设计的练习，不管是业内人士还是职业设计师、自由职业者及独立公司的负责人，都需要一种共享的基础知识。

平面设计师说着相同的基础词汇（使用相同的术语），同时，一些设计师擅长于排版，另一些设计师熟练于有序叙事或信息管理，因此，平面设计并不需要在直觉上下功夫。如果没有项目、风格和媒介的知识，便无法从事平面设计。1987 年，电视广告傲慢地宣称，随着苹果电脑的出现，平面设计师将成为过去，而与此相反的是，平面设计必定会被人们所研究、学习，继续练习以便达到熟练地掌握。更进一步，为

① R&B 的全名是 Rhythm&Blues，一般译作“节奏布鲁斯”。广义上，R&B 可视为“黑人的流行音乐”，它源于黑人的 Blues 音乐，是现今西方流行音乐和摇滚乐的基础。

② reggae，摇滚乐，起源于牙买加，结合了传统非洲节奏、美国的节奏蓝调及原始牙买加民俗音乐，这种风格包含了“弱拍中音节省略”、“向上拍击的吉他弹奏”，以及“人声合唱”。歌词强调社会、政治及人文关怀。——译者注

③ 朋克（Punk），是兴起于 20 世纪 70 年代的一种反当时的传统摇滚、商业摇滚的音乐力量。朋克音乐不太讲究音乐技巧，更加倾向于思想解放和反主流的尖锐立场，这种初衷在 20 世纪 70 年代特定的历史背景下在英美两国都得到积极效仿，最终形成了朋克运动。

了超越简单的服务，熟练于这份振奋人心的工作，平面设计师必须要求身体和精神的全心投入。

听起来有点夸张，但事实就是如此。为了让他们的设计超越市场上大量的平庸而劳苦的工作，就要求平面设计师要尽可能地竭尽全力。他们必须知道谁在设计以及怎样设计。他们必须理解平面设计的过程，以避免使自己的工作白费。仅仅对风格和时尚进行模仿是不够的，这就如同事先为成功设定好路线一样。通过有效的练习来掌握工具，需要驾驭自己的天分，以避免无用的付出。

平面设计是一种职业（在下面将会详细介绍），但同样重要的是，它也是一种视觉传达的工具，其过程是基于理念和产品通过字体和图像的概念性操作来给出具体的形式。一个生动的设计对象——不管是一个页面、包装还是屏幕，都可以具有表现性和保守性，硬性销售或软性销售，古典的或激进的。复杂性和简明性的程度，一方面依赖于信息的本质，一方面依赖于设计师的偏好。平面设计有自己的循环性的程序和重复性的工作，只要问问任何从事于严格而受限制的书籍、杂志、网页排版的人就知道，但

它总是能够产生新奇而具有创造性的结果。在一个给定的项目参考范围内，平面设计并不是只为艺术而艺术。那些认为平面设计只是在页面上进行编排而不考虑内容和美感是错误的。平面设计也可以具有实用性，但并不缺乏创造性。

平面设计的确是一种商业艺术。但与目光短浅的概念相反，限定词“商业”并没有取消名词“艺术”。在商业舞台上，平面设计师同时要考虑两个因素，一方面要考虑到销售、娱乐、宣传，同时还要把具有美感的价值添加到接受者（或观众的）的体验中。艺术使设计师的专门知识与外行人的无知相区别开来。随着样板软件程序的广泛传播，与公元前相比（电脑产生之前），今天对任何人来说，在一个半职业化的方式中设计一个构图变得更为容易。同时，使其具有微妙和独特性（以及想象力），这就需要观众的注意力和艺术家的灵巧触感。平面设计的技巧可以通过学习得到，但艺术创作的灵感需要长时间的培养。

同绘画和雕塑一样，平面设计受种种活动、意识形态和审美观点的影响，而所有这些都需要很长时间的练习。这个遗赠并不

能通过多而复杂的电脑程序传授。知识和灵感不是瞬间就能获得的。此外，知识并不仅仅是知道一些字体的名称，或者何时使用合理的编排，或者怎样详细地定位色彩；平面设计师必须懂得风格和美感的选择，并能使用它们产生最佳的效果。一名优秀的平面设计师能够适应于现有的资料或当代的典范，并能从中提取独特的方法，这来自于坚持不懈的学习和持之以恒的训练。一名伟大的平面设计师能够运用这些独特的方法轻而易举地解决复杂的问题。同时，从理论上讲，如果想要成为一名平面设计师，并不需要长时间的学院培训，而是把重点放在不断加强把自己的知识和天分转换成批判性的思维。通常，这来自于学院和工作培训的紧密结合。

尽管资深设计者有时会怀念昔日的美好时光，但平面设计从来都不是容易事，相比于今天的平面设计，之前出现的数字媒体还是简单的。在当时，只要你会一些低技术的工具，在餐桌上就可以进行设计工作。今天，由于在硬件和软件上进行了大量的资金投入，这就要求只有在恰当的场合才能开始学习。即使在 20 世

纪 90 年代, 相对于页面排版, 平面设计也显得更为复杂。事实上, 如果精通于多种复杂的手工艺, 如印刷、铸字排版、手工刻印, 是非常有帮助的。过去与今天一样, 有专业的存在, 需要各种技艺, 可以对美进行自由选择。今天与过去在练习上的惟一差别在于工作类型。过去, 大多数平面设计活动集中于培训专业人士, 如今这些专业已具有了开放性。

曾经字体设计专属于钻孔裁剪者和字体设计师, 任何人只要精通于某些专业的字体程序, 就可以利用电脑设计出特定的字体。并不是每一个人都能够设计出一种实用且多用途的字体。但是, 对那些处在传统学科之外的人来说依旧保留着某种可能性, 其中包括许多平面设计师 (相对于专业的字体设计师), 他们通过字体开放公司或互联网上的共享软件, 就可以设计制作古怪的面孔。另一个例子是桌面出版系统, 这个术语暗示着业余从业者的源泉。任何人坐在电脑旁, 下载一个页面排版程序和通信、期刊、传单模板, 就可以假装自己是一个平面设计师。在世纪之交, 仅有印刷工从事设计。从 20 世纪 20 年代直至今天, 印刷工差不多是艺

一共有多少名设计师? 他们的薪水是多少?

有关平面设计职业的数据统计是模糊不清的, 因为工业设计就已包含一些平面行业。研究者常常把建筑设计师、室内设计师、环境设计师、家具设计师、工业设计师, 甚至图案设计师与平面设计师混在一块。

美国劳动部门数据显示 (来源于艺术基金会研究部), 2002 年美国共有 212000 位设计师。劳动局则显示了令人惊愕的数字, 共有 682000 位设计师, 其中包括建筑师及在 2000 年之后其增长率达到 30% 的工程师。但是, 根据最新一项数据显示, 美国共有 160000 位平面设计师 (这个数字每年都在发生变化)。

美国平面艺术机构 (AIGA) 的数据显示, 平面设计师的年薪不等, 初级设计师为 16000 美元, 艺术总监在 32000 至 60500 美元之间, 而一位具有创新力的艺术总监的年薪则是 124000 美元或更高。每个设计专业都有自己的薪水范围, 各自的差距很大, 比如杂志出版行业的初级设计师的薪水要远远低于广告机构的薪水。

术管理和排版工作的惟一从业者。在 20 世纪 60 年代, 转换格式和复印机器的出现, 使业余人士能够从事于排版工作。但是, 今天所有的编辑设计工具都由业余人士掌管, 这样一来, 出现错误的概率也就大大增加了。

随着专业与业余之间的界限被打破, 如今, 对平面设计师来说更为重要的是能够保持住区分两者的标准。成为一名设计师意味着要有包容的心, 不断提升的勇气, 也许最为重要的是, 具有改变现存标准的能力。

作为一名平面设计师, 要能够做到使特定的专业与新生的专业相互融合。十年前出版的职业指导书并没有提及目前属于平面设计范围内的新学科, 或者为平面设计师提供目前他们正在更为广阔的设计活动中寻找设计合作者的资源。在他们之中, 信息体系结构 (设计的数据驱动曲线图、地图、图表) 是一种平面设计的类型, 喜欢概念性格思维的人更倾向于这种类型。另一个是网页设计, 对大多数艺术家和设计师来说, 它已经成为了一个入口点。