

资深设计心得 35 篇

设计，还是不设计

To Design OR Not to Design



35 Insightful articles from 21 senior designers

Desire's Design 欲望即设计 ■ Design Less, Think More 少设计，多思考 ■ In-house In-economics 受挤压的一代

Every Design Needs a New Definition 每一种设计都需要一个新的定义 ■ Design Meets Research 当设计遭遇调研

Brand Blindness 品牌盲目：当局者迷当 ■ Design for President 为总统的设计 ■ Gone in Sixty Seconds 六十秒定稿

版权公告

© Chinese Edition First Published by TU Press International Publishing Center in 2009

图书在版编目 (CIP) 数据

AIGA说:设计还是不设计?及其他35篇短文 / 美国专业设计协会编著; 杜钦, 汪芸, 王俊, 张卉译. — 天津: 天津大学出版社, 2009.7

ISBN 978-7-5618-3249-3

I. A… II. ①美…②黄…③于… III. 设计学—文集 IV. TB21-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第184676号

著作权合同登记: 天津市版权局著作权合同登记图字第02-2009-150号

天津大学出版社国际出版中心 策划

地址: 大连市沙河口区中山路427号星海创意岛 大轧2号3楼308室/大轧1号1楼103-105室

电话: 0411-84376181/6182

网址: www.archi-china.com

项目艺术总监: 简善梅 Amy Gendler

责任编辑: 张蕾

外方编辑: 杜钦, 王俊, 汪芸, 张卉

图片编辑: Adrienne Erickson

封面及版式设计: 正道行设计机构 刘笔浓 王鑫

装帧设计: 王峙 油俊伟

翻译: 曹佳星, 董丽慧, 高天, 龚晨, 洪卉, 贾明玉, 解伟先, 雷蕾, 厉致谦, 梁幸仪, 穆泓毅, 孙吉虹, 谢凡, 王俊, 魏婷玉, 吴亦淳, 张晨, 张婧

设计还是不设计?

美国专业设计协会编著

出版发行: 天津大学出版社

出版人: 杨欢

地址: 天津市卫津路92号天津大学内 (邮编: 300072)

总经销: 天津大学出版社发行部 / 大连安基传媒有限公司发行部

电话: 022-27403647 (发行) 022-27402742 (邮购) / 0411-84376101/6102

网址: www.tjup.com

印刷: 北京华联印刷有限公司

经销: 全国各地新华书店

开本: 145 mm × 185 mm

印张: 13.5

字数: 210千字

版次: 2010年9月第1版

印次: 2010年9月第1次印刷

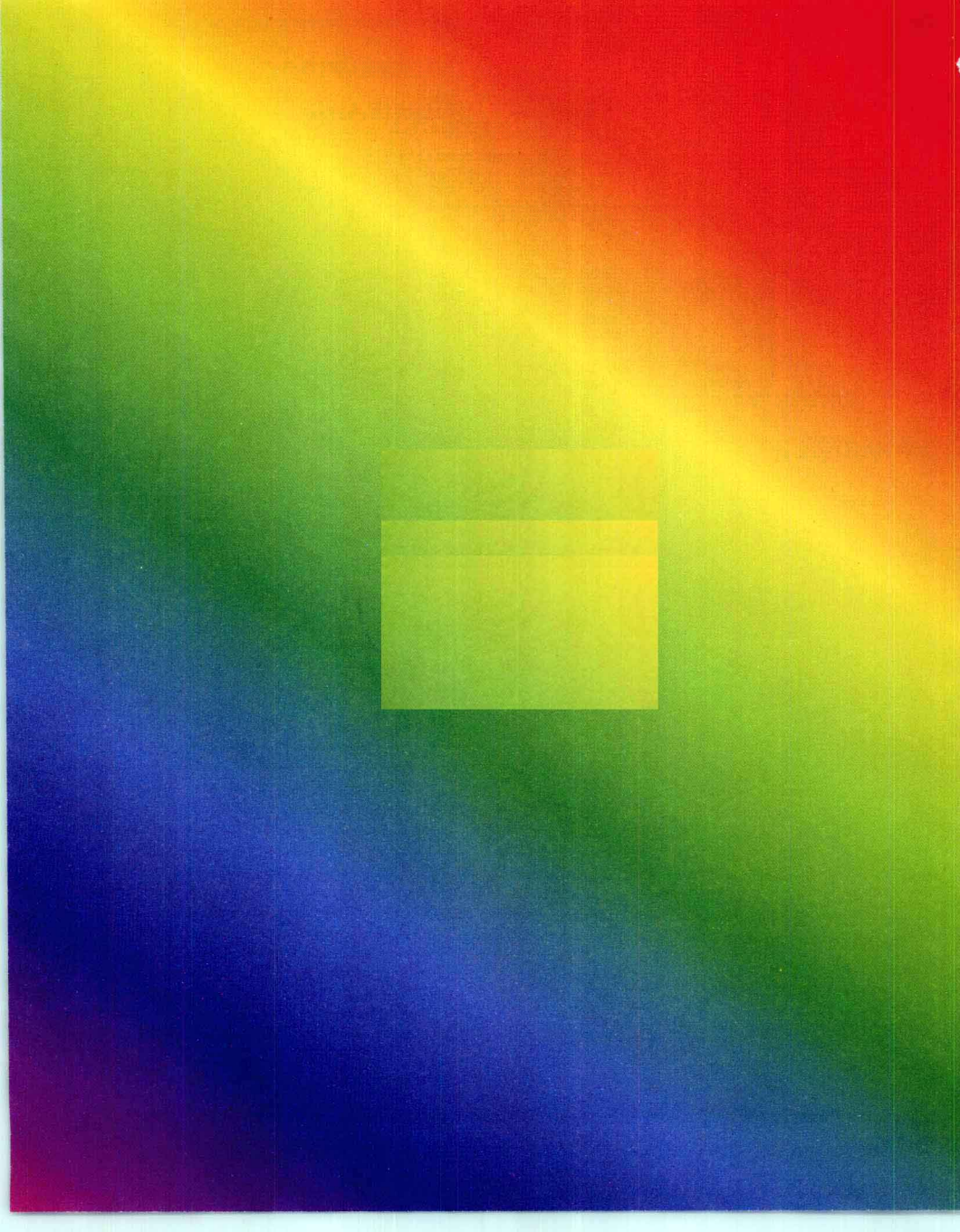
定价: 58.00元

(本图书凡属印刷错误、装帧错误, 可向发行部调换)



TO
DESIGN

DESIGN



前言 / Introduction

我们很荣幸的邀请您将视线暂时移开电脑屏幕，捧起这本概括设计最新思想动态的文集。

本书标志着 AIGA 中国《AIGA 说》系列丛书的启幕。作为一本专为中国当代设计师推出的图书，这里的每篇文章力求促进创新、深度挖掘商业与设计的交叉点、提高设计教育水平、激励内部设计团队、建立积极的客户关系等。

另外，我们希望《AIGA 说：设计还是不设计和其他 35 篇短文》的出版能够抛砖引玉，鼓励更多的中国设计师向 AIGA 中国网站投稿。您在 www.aigachina.org 所发表的文章将可能被收录在下一部《AIGA 说》图书中。

Peel your eyes away from the computer screen and get your hands on this compendium of the most up-to-date thinking on design!

The publication of this volume marks AIGA China' s first book series AIGA Speaks. The articles

in this design anthology have been carefully selected from AIGA' s online publications and translated into Chinese.

A compendium for China' s current generation of designers, content has been chosen with the goal of fostering innovation, delving into the intersection of business and design, enhancing design education, inspiring in-house design teams, building meaningful customer relationships... the list goes on.

In addition, we hope that the publication of AIGA Speaks: "To Design or Not To Design" and 35 other articles will "cast a brick to attract jade" and inspire contributions to AIGA China' s website by Chinese designers. Write an article for www.aigachina.org, and it might be included in the next volume of AIGA Speaks!

设计文化

Design Culture

第一章 / Chapter_one

设计, 还是不设计: 对话艾伦·丘钦诺夫 14

To Design or Not to Design:

A Conversation with Allan Chochinov

史蒂文·海勒 (Steven Heller)

欲望即设计 22

Desire's Design

戴维·拜伦爵 (David Barringer)

关于平面设计, 有什么好玩的事? 26

Is There Anything Funny

about Graphic Design?

史蒂文·海勒 (Steven Heller)

设计摇滚主义 30

Design Rockism

尼克·克里 (Nick Currie)

少设计, 多思考 34

Design Less, Think More

尼克·克里 (Nick Currie)

每一种设计都需要一个新的定义
Every Design Needs a New Definition

海军(Hai Jun)

36

挑战与发现

Challenges and Discovery

第二章 / Chapter_two

公司内部设计部门能否让人尊重？ Can In-house Design Departments Be Respectable? 大卫 C. 贝克 (David C. Baker)	38
--	----

当设计遭遇调研 Design Meets Research 黛比·米尔曼 (Debbie Millman)	44
---	----

受挤压的一代 In-house In-conomics 安迪·爱波斯坦 (Andy Epstein)	52
--	----

内部团队与内部经济 In-house in-conomics 安迪·爱波斯坦 (Andy Epstein)	54
---	----

血气方刚：“着装规范”访谈录 Young and Restless: An Interview with Dress Code 苏·阿菲尔鲍姆 (Sue Apfelbaum)	58
--	----



发现的艺术: 对话斯科特·波尔昆
The Art of Discovering: An Interview
with Scott Berkun

利兹·丹兹库 (Liz Danzico)

64

终点在哪里? 探究设计之成功
Where' s the Finish Line? Examining
Success in Design

贾斯丁·克鲁普 (Justin Kropp)

70

领导能力是个战略问题
Leadership Is THE Strategic Issue

理查德·法森 (Richard Farson)

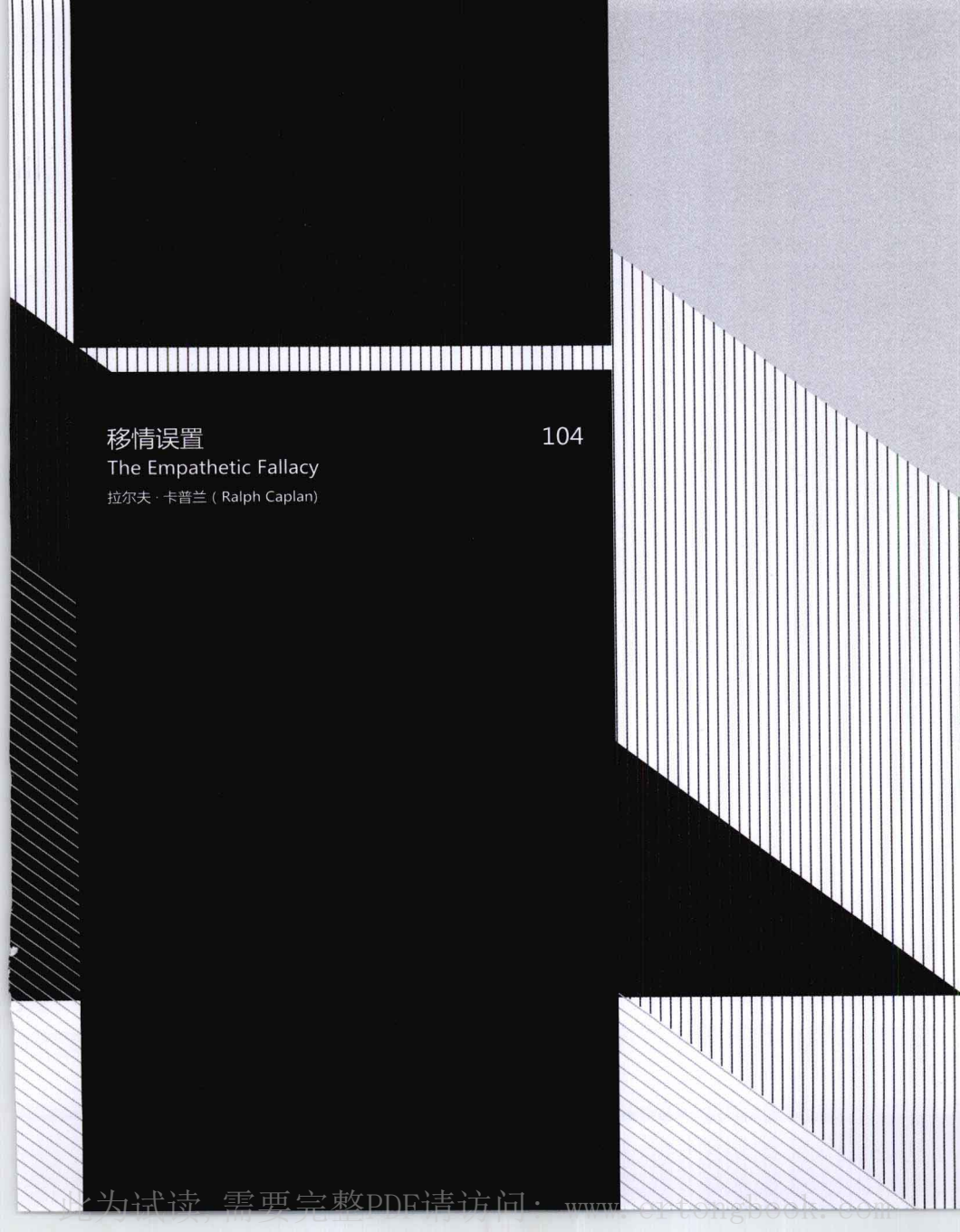
74

纵观品牌

Brand Vision

第三章 / Chapter_three

- | | |
|---|----|
| 品牌盲目：当局者迷
Brand Blindness
安迪·爱波斯坦 (Andy Epstein) | 78 |
| 当好的标识遭遇厄运
When Bad Things Happen to Good Logos
史蒂文·海勒 (Steven Heller) | 80 |
| 血、汗和层级：打造最佳的品牌结构
Blood, Sweat and Tiers: Brand Optimal
Brand Identity Architectures
罗伯·华莱士 (Rob Wallace) | 84 |
| 案例分析：玛莎·斯图尔特品牌的重塑
Case Study: Rebranding Martha Stewart
斯蒂芬·道尔 (Stephen Doyle) | 94 |
| 通过战略性运用声音构建品牌价值
Building Brand Value Through the
Strategic Use of Sound
诺伊尔·弗拉努斯 (Noel Franus) | 98 |



移情误置

The Empathetic Fallacy

拉尔夫·卡普兰 (Ralph Caplan)

104

公共领域中的设计

Design in the Public Realm

第四章 / Chapter_four

谢谢，请勿吸烟 108

Thank You for Not Smoking

拉尔夫·卡普兰 (Ralph Caplan)

海维提卡字体和纽约市地铁
(近乎) 真实的故事 112

The (Mostly) True Story of Helvetica
and the New York City Subway

保罗·肖 (Paul Shaw)

空军一号：图形发展史 140

Air Force One: The Graphic History

菲尔·巴顿 (Phil Patton)

为总统而设计 146

Design for President

海军 (Hai Jun)

信息设计=复杂性+跨学科性+实验性 150

Information Design=Complexity+Interdisciplinarity + Experiment

杰林德·舒勒 (Gerlinde Schuller)

国际先驱论坛报：精疲力尽在巴黎

154

International Herald Tribune: Breathless in Paris

维罗尼卡·维安妮 (Veronique Vienne)

分解图来了，退后！

158

Stand Back for the Exploded View !

菲尔·巴顿 (Phil Patton)

你可信赖的银行设计

162

Design You Can Bank on

安格拉·理查斯 (Angela Riechers)

法国平面设计：自相矛盾之词

164

French Graphic Design: A Contradiction in Terms?

维罗尼卡·维安妮 (Veronique Vienne)

K潮

168

Krazy about K

菲尔·巴顿 (Phil Patton)

设计的演进

The Evolution of Design

第五章 / Chapter_five

从丝网到银幕: 艾琳·雅古碧安访谈录 174

From Silkscreen to SilverScreen:

An Interview with Eileen Yaghoobian

史蒂文·海勒 (Steven Heller)

审读《印制的图画》 180

Examining The Printed Picture

杰瑞·凯利 (Jerry Kelly)

六十秒搞定 188

Gone in Sixty Seconds

菲尔·巴顿 (Phil Patton)

威尔·艾斯纳的精神 192

The Spirit of Will Eisner

麦克·杜雷 (Michael Dooley)

烟幕 196

Smoke Screens

安格拉·理查斯 (Angela Riechers)

M代表着行动起来：约翰·比伦贝格访谈 200

M Stands for Mobilize:

An Interview with John Bielenberg

史蒂文·海勒 (Steven Heller)

设计，还是不设计： 对话艾伦·丘钦诺夫

To Design or Not to Design : A Conversation with Allan Chochinov

史蒂文·海勒 (STEVEN HELLER)

艾伦·丘钦诺夫，网站 core77 的主编以及纽约视觉艺术学院 (School of Visual Arts) “原创设计师艺术硕士项目” (Designer as Author MFA) 的老师，已成为反对造成浪费的设计的领军式人物。他不忘在教学过程中把自己的理念灌输给学生——他要求学生在设计过程中的每个阶段思考“为什么”，以避免落入消费者文化的典型陷阱。丘钦诺夫见解独特，与他关于道德观和效能的讨论总是让我兴趣盎然。以下是我们的一段对话，当中谈到我们如何引导学生除非必要，不要去做设计，以及针对以“过时”策略来刺激经济这一理论的辩论。

海勒：你教工业设计，又是一个该领域大事记网站的主编。但是你对工业设计有非常独特的见解——常常说“够了！够了！”。你质疑设计师为什么要设计出更多的东西。但是，难道他们不应该这么做吗？

丘钦诺夫：不是真的说他们不应该设计出更多东西——显然我们的世界需要各式各样的东西。关键是把“设计出东西”作为首要目的的思维方式有问题。打个比方，假设我是一个传统意义上的产品设计师（的确，现在还有其他解释）。早上起来，然后去我的工作室。我的工作定

式（以及我整个生存的意义）就是“我要设计出一件东西。只要我做得成功，我的客户就会制造出大量该产品。如果他们销售成功，他们就可以卖出成千上万的、甚至是成百万的该产品。这就是我的使命。我要把它做好。”

我认为这种想法是荒谬和危险的。我知道设计师声称他们的职责是“解决问题”，但是迫于市场压力，这些解决方法的结果常是一大堆马上就会被淘汰的人工制品。令人悲哀的是，设计学校上上下下很少提及设计的目的。产品设计师只管学设计产品——各式各样的产品。

海勒：按理说，工业设计师必须学习做设计，否则学什么？你认为他们应该不学习做设计吗？或者他们应该像“省客” (Shakers) (美国一个崇尚简约的宗教组织) 那样，每个人都学会制造一些能满足生活最基本需要的一些东西（或者是给每个人一定配额），最终因为不能生育而灭绝？虽然我同意我们已经有了太多的产品，但是难道不正是这些产品刺激了我们的经济？难道不是有意安排的“过时”策略在推动我们的经济和生活方式？

ARTICLES PHOTOS CALENDAR BOOKS DESIGN SCHOOLS DISCUSSIONS STORE NEW OTHER SITES DESIGN FIRMS JOBS & PORTFOLIOS



Sketching in Hardware is Changing Your Life
by Fabricio Dore



Design Revolution: An Interview with Emily Pilloton
by Allan Chochinov

Tuesday, October 06, 2009

A daily feed of cool projects from the Core77 Member Gallery -- Join & Add Your Work Today!



Untitled by Gabriel Wartofsky



Laminar (entry into 4th Peugeot design competition) by Daniel Fitzginski



Simple Series by Karl Zahn



Product Development Technologies
Global, Local, Illinois

Advertisement

solidThinking

Introducing morphogenesis
new 3D generation technology



core77.com 的主页屏幕照

图片提供: www.core77.com

丘钦诺夫：史蒂文，你提了好几个问题，最后一个和现在的经济形势很有关系。让我们先从第一个开始：有一个古老的争论——到底是训练学生还是教育他们。对很多学科来说是这样，对产品设计，或者说工业设计，也许这已经成为当务之急的问题。我曾经和一位也是老师的同事有过一个长期的争论，双方的论点是“如果你不教这些学生怎样设计，他们什么也设计不了”和“如果你不问他们为什么，他们只会一味地设计一些愚蠢的东西”。为了能涉及设计行业中不断更新的技能（和不断扩展的领域），有一种课程设计的策略是选择一个设计领域的分支并且专注于此——比方说设计思维、体验与互动、设计形式研究等等。另外一种策略是什么都教（做模型、材料与过程、抽象三维研究、色彩学、绘画、职业培训、论文），这种方式往往强调先学技能，然后再学思考方法。我不赞成这样的先后顺序，不过我能理解这背后难以抗拒的理由。