

<<设计信仰>>

图书基本信息

书名：<<设计信仰>>

13位ISBN编号：9787100090704

10位ISBN编号：7100090709

出版时间：2012-9

出版时间：商务印书馆

作者：米士杰,张子建,姜奇平

页数：368

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

新商务系列丛书总序商务印书馆历来重视用人类创造的全部知识财富来丰富自己的头脑。

其中一个重要取向，是不断用人类新的知识，更新国人旧的头脑。

在上一个社会转型时期，通过对工业文明智慧渊源及思想果实的系统引进，为推动中国从农业社会向工业社会转型，提供了有力的智力支持；在下一个社会转型时期，必将通过对信息文明智慧渊源及思想果实的系统挖掘，为推动中国从工业社会向信息社会的转型再次提供智力支持。

从这个意义上可以说，新商务，既是商务印书馆的历史，也是商务印书馆的未来。

我们推出这套“新商务”系列丛书的目的，就是继承商务印书馆的启蒙传统，抓住工业文明向信息文明转型的历史机遇，用下一代经济的先进理念，进行新商务启蒙，为迎接互联网带来的新商业文明浪潮，提供值得追随的智慧。

早在上世纪八十年代，托夫勒就预言人类将从单一品种大规模制造，转向小批量多品种的生产方式。

以计算机和互联网为代表的先进生产力，有力推动了这一发展方式的转变。

这是继农业生产方式转变为工业生产方式之后，人类发展方式又一次深刻的历史转变。

从此，人依靠机器生产转变为机器围绕人生产成为可能，个性化制造和规模化协同创新有机结合将成为重要的生产方式。

人类上一次生产方式转变引发的世界范围的经济、社会、文化变化，包括欧美梦幻般的崛起，人们有目共睹；而对这一次意义更为深远的生产方式的转变，包括中国将对人类做出何种贡献，人们没有理由熟视无睹。

“新商务”系列丛书建立在对“下一代经济”核心理念的发现力之上，通过追踪生产方式转变的历史渊源、现实进展以及未来走向，从中发现新的经典，发现新的规则，发现新的方法。

为此，丛书开辟“发现经典”、“发现规则”、“发现方法”三个子系列。

“发现经典”系列，主要定位于从世界范围信息革命中发现驱动国家转型的力量。

通过系统翻译和重新发现世界知名学者的新经济思想和经典著作，为人们探索下一代经济的元逻辑，提供思考线索。

“发现规则”系列，主要定位于从中国信息革命的实践中发现具有普遍意义的游戏规则。

通过汇集中国学者对新商务实践的总结，为提炼新商务规则提供进一步研究的基础。

“发现方法”系列，定位于指导新商务实践。

侧重对国内外新商务概念的归纳、对前沿商业模式及其本地化的阐释，以期推动理论与实践的良性循环与可持续发展。

与工业革命“新商务”思想成果的引进不同，除了具有共同特点外，“新商务”系列丛书具有一些特殊性，一是信息革命正在发生，有待成熟，经典、规则与方法都是相对的，在探索中难免失误，恳请读者以批判态度、宽容心态对待；二是中国与世界同步走上信息高速公路，相对以往，中国学者有了更多产生原创发现的机会和条件，我们将以开放心态力推新人，也希望读者与我们共同前行、共同提高。

春江水暖，先下水者当作先知；继往开来，新商务中敢为人先。

让我们共勉。

<<设计信仰>>

内容概要

两个充满职业信仰的设计界八零后，对话新经济学的启蒙者。
一场新经济学与视觉设计思想之间，关于信仰的跨界碰撞。

本书以对谈形式达成新经济学理论与视觉设计思想之间的跨界碰撞，多角度深度剖析职业信仰与职业现实间的内在关系。

利用大量实例与生动活泼的叙事手法深入浅出地从各个层面解读行业本源、分析行业现状、探索行业未来，为视觉行业从业人员找到晋级途径、提升职业幸福感提供管道与参考。

这是一本关于幸福的书，这是一本关于在职业中幸福的书。

如果你现在正在追求幸福，又不得不容忍职业生活中的不幸福，那么恭喜你，这本书就是写给你的。要知道，我们人生中最美好的时光大多是在职业当中度过的，我们每天在职业中生活着、老去着。

职业牵动着我们的喜怒哀乐、命运沉浮，但我们是否真正看清了职业？

职业给我们到底带来什么？

两个充满职业信仰的设计界八零后，对话新经济学的启蒙者，会擦出怎样的思想花火？

我们三人真诚邀你一道加入这场新经济学理论与视觉设计思想之间，关于信仰的跨界碰撞。

<<设计信仰>>

作者简介

姜奇平，中国社会科学院信息化研究中心秘书长，《互联网周刊》主编，国务院国有资产监督管理委员会国资监管信息化专家组成员，中国信息经济学会常务理事，中国电子商务协会常务理事。

中国网络文化启蒙者之一，中国“数字论坛”成员。

《北京青年报》1999财富风云人物之一；2007年获中国传媒思想贡献奖；2009年获中国传媒思想贡献人物奖；当选互联网10位启蒙人物。

2008年获中国信息经济学会论文一等奖。

“奇平视点”专栏作家。

张子建，研综合设计研究所研究员，视觉研究者，东方哲学设计理论的倡导者。

其具有东方意境与神韵的作品在社会上拥有广泛的影响力与号召力。

2009年参与启动“中宣美”计划，2011年与视觉研究者米士杰共同成立创研综合设计研究所。

米士杰，创研综合设计研究所研究员，广告学研究者。

一直致力于广告学、传播学、营销学、文案写作、视觉设计、摄影等领域的学术研究与创作工作。

2009年参与启动“中宣美”计划，2011与视觉研究者张子建共同成立创研综合设计研究所。

创研综合设计研究所研究员，广告学研究者。

一直致力于广告学、传播学、营销学、文案写作、视觉设计、摄影等领域的学术研究与创作工作。

2009年参与启动“中宣美”计划，2011与视觉研究者张子建共同成立创研综合设计研究所。

创研综合设计研究所介绍：

作为中国首个立足综合视觉设计的纯民间学术研究机构，创研在设计、广告、摄影等专业学科的学术研究职能使之从根本上与普通的设计公司、事务所等纯商业机构形成了鲜明的对比和区隔。

“探索学问之本源，推进专业之发展。

”是创研在我国设计行业专业化进程中的最高使命。

在商业创作中发现课题，在学术研究中汲取营养，创作与研究相辅相成，均衡、调和的发展，是创研前进与壮大的基础核心。

“让中国人做中国人自己的设计”，“给中国人带来中国式的视觉感动”。

这是创研一直以来的不懈追求与奋斗目标。

创研以推动整个视觉设计行业的复兴与发展为己任，并深知单凭一己之力无法带来整个行业的繁荣。

针对行业现状，2011年，创研在中国视觉设计行业率先推广“战略研究型设计联盟”制度的商业研究合作平台。

为我国商业视觉设计界开拓了一条以泛行业合作为基础的『商业研究』新路。

书籍目录

信仰本心代序1 一个设计师的烦恼代序2 每个人骨子里都有个信仰代序3 幸福在哪里？

我们到底要什么 我们为什么要『成功』 梦想的力量 内心，改变现状的原动力 快乐第一 小结与点评

是什么阻碍了我们的幸福 现实与梦想 盲目的物质 周围的眼睛 吃人的流行 迷茫的前景 渐远的信仰 小结与点评

设计从业人员要有『对焦』能力 『失焦』，信息不对等所导致的问题 打通信息的渠道 小结与点评

睁大眼睛，才能把现状看得更清 站得高才能看得清，体验产业下的意义经济 从乔布斯的成功看体验产业全面到来 从GDP到GNC，日本产业发展的启示 爱的经济GDP+Love 创造力使人变得更快乐 人们为创造而工作，博爱成为主要动力 小结与点评

回过头再看看我们自己 房产泡沫之后 步履维艰的突飞猛进，中国式矛盾正在上演 文化产业需要自由 小结与点评

现象看得足够多，开动脑筋见经济的本质 商业社会的核心——买卖 企业的生老病死 时代变化趋势，医生与卖药的关系 如何晋级成为医生 小结与点评

深入商业看设计，设计师的幸福生活不只那么简单 设计从产业的幕后走到前台 做消费者的意见提供者 帮助大众实现自我生活方式设计师， 小结与点评

适应新趋势，时代要求设计师的『变身』能力 农业国家的机会，基层劳动者+设计师 审美营销时代，从设计人到营销人 营销的进化『关系营销』 营销从『醒目』到『亲心』 小结与点评

关注设计的动词词性 设计是动词 艺术是形容词 用设计来稀释艺术的糖精 新趋势下的设计、艺术、文化和科技 小结与点评

提升职业幸福感，一切还要从头说起 哲学，人类智慧的大成 死亡带来人生的动力 易经，中国哲学的起源 『禅』才是我们更远的未来 从以人为本到天人合一 『从摇篮到摇篮』 东方是开始也是结束 东方体验哲学与体验时代的关系 小结与点评

汉字，文化精神源泉 繁简体之争，汉字承载文化 汉字的神圣性 米士杰 汉字与国家统一 从字体演变中看审美 未来的语言，二维语言 小结与点评

东方艺术观，发现自己的钥匙 庄子东方审美的源头 艺术大不同，东西方的艺术观差异 真水无香，悟道要有工具 从中国鬼文化 看中国的阴性文化 美人文，尘世之间的生存法则 科技的善与恶 自然，科技发展的方向 被忽略了『人心』 沟通，人与天地的和谐统一 小结与点评

东方审美，早该被正名的中国设计 设计的层次，设计的着眼点是什么 中式传统设计与中国现代设计 中国人自己的设计 书法和绘画中的气韵 气韵设计学，定义东方设计 规矩方圆，审美规律的来源与东西方格律的发展 经络，生态系统给设计的启示 图说政治，等级观念与五行说 方法背后的方法，设计研究的必要性 小结与点评

从职业中找幸福，其实没那么难 职业人生，从摇篮开始 教育改革，把幼儿园式的教育延续至大学 笼罩着中国教育第一大专专业的希望与不安 匠人的职业精神 设计师是匠人 手艺，设计师的唯一依靠 设计行当中『师傅』的力量 归本溯源，聊聊祖师爷那点儿事儿 墨家思想，设计师的宗教 信仰克服恐惧 仪式感增加自制力，抵抗信息的诱惑 匠人的快乐，匠人文化和精神 设计师用职业化精神面对现状 青春饭，中国设计师的当下困境 打通理想与现实，设计师的多条出路 不要太小看了职业现实 面对脸上的皱纹，您准备好了吗 从土小孩到气质老头 从广告到『被告』 经纪人角色变得更重要 职业的界限越来越模糊 小结与点评

自知、自省、自强，专业修行提升职业品质 生存的能力，修行的前提 『永远在线』，创造力的杀手 自主获取信息的创意人最快乐 获取信息，自我修行的第一步 简化信息的能力成为一种智慧 内容大于外表，寻找意义 创意人不能麻木 纵向思维，思考的修行 中国人的思维习惯 西方人的思维习惯 拨开迷雾的思维方法，纵向思维将信息转化为智慧，设计师的底气来源 世界变得越来越混沌，直觉力变得重要 直觉力，服务者的终极 『咨询』 帮助大众做简化工作 创作灵感 『顿悟力』和『渐悟力』，老祖宗的智慧在『小生活』中做『大创意』 成为仙，不要成为神 小结与点评

直接关系到生活品质的职业品质 从没劲到充实，金子自然会发光 眼界就是力量 圈子，进步的阶梯 交流让知识更增值 沟通解决一切问题 设计的文化使命 清晰使命、看清道路，职业给你幸福感 设计“拯救”地球 用爱去工作 小结与点评

附录 设计意义三人谈 从『诛心』看创意中的心在什么层面 心是存在于语形层面之下的意义 工业社会人被物化失去意义 设计的本质：对意义的释放 意义需求的产生：物质满足后人们需要差异化 意义内生于文化 礼品经济的『意义』所在：豪（HAU）意义的内涵与呈现：神仙与红白喜事 设计师是匠人：意义与修为的关系 从以道入佛看作为意义的『心』是什么 在意义水平上人和心是一回事吗 心与心体有别：意义的客观性 意义的宇宙论含义 意义不等于思考意义的器官 意义有赖于语境来确证 从意义生成看哭和笑背后含义 本心是回到婴儿状态 生活方式设计 墨家与儒家的意义观 心学的局限与现代墨家的方向 有心的匠人 意义与实用的结合 大设计与小设计 本心一直是中国人的信仰 冷文化：文化产业的特殊性 文化的经

<<设计信仰>>

济规律 文化的前提假设：跳出文明判断文明的好坏 意义与现代化代差 创意产业的特殊性 做有意义的事才是真干 国家可以顺应心物一元吗 设计自组织：社会的意义化 未来生活设计：基于情境的善恶标准

章节摘录

版权页：插图：我认为，我们看不清未来的一个首要原因来自我们看不清现实。

比如，如果我们不懂得什么是商业，就很难看清商业设计这个职业的现实。

做出的设计作品与商业目标相差太远，客户花大价钱进行视觉传播，而我们连对方为什么花这笔钱都不理解，对于信息的掌握非常。

不对等，那样“失焦”的现象注定会发生了。

而“失焦”一旦形成，作品满足商业需要的可能性就会降低，自然会迫于商业用途被限期改进，这样就造成了极大的重复劳动与更进一步的沟通不畅。

由此导致设计师与客户互不信任甚至身心疲惫就在所难免。

至于成因与解决方法在创研的《纵向思维广告理论》中有详细分析与研究，在这里不加赘述。

而从我们设计师自身角度出发，“失焦”就好像在冰天雪地中患上“雪盲症”，看似没有大碍，但其危害有可能是极其长远和极其严重的。

就好像我们在广告公司工作的时候，每天改稿子改得昏天黑地，但从来也没想过为什么改，我们这么做会为客户带来什么样的价值与意义？

在消费者与广告受众面前，‘我们的这些修改与加班又有怎样的意义？

对意义的漠视来自于我们对本职业的漠视。

我们不关心职业，所以职业就不关心我们，就是这么简单。

我觉得只有足够多的信息才可能帮助我们吧“失焦”的状态扭转为“对焦”状态。

那么如何打通获取信息的渠道呢？

在“失焦”的研究项目中，我们也找出了具体的答案。

这要从三方面去看，信息的发出者、信息接收者和他们之间的渠道。

先说说信息发出者。

信息的发出者有行业精英、学术研究、院校、书本、业内同僚等等，越靠前越重要。

这里面我们最要强调的是行业精英，在中国，设计这个职业大多数人都做不到35岁，即使是精英也会中途夭折，所以无法留下珍贵的经验，便更无从谈起把积累的经验传递出去。

学术研究方面更是一片空白，“创研”的成立多少算是填补了这个空白，可是对于这么硕大的行业来说，只能算一颗小星星了。

而院校在教学中如果使用陈旧的教材和工艺美术式的教育方法，可能传递错误的信息，会导致学生不得不在就业之后从零开始学习。

由此看来，中国设计行业发出信息的一方是如此的稀缺。

在这种情况下，大家还能拼凑出一些对行业的认识，实属难得。

稀缺，但不意味着没有，近年来通过不少“中间人”从国外引进了不少设计书籍，传递了先进的设计思想。

<<设计信仰>>

媒体关注与评论

《设计信仰》，谈的是设计师的信仰。
设计师是职业的人类灵魂设计师。
他的职业信仰和作为人的信仰，应该是一体的。
设计师只有本心澄明，才能作为人类灵魂的设计师，在职业化的设计行为中为人们呈现出生活的意义。

我理解这是本书的灵魂。
它在通过职业来谈信仰。
谈的既是设计这个职业所依靠的信仰，也是对趋向信仰的道路设计。

——姜奇平 什么是幸福。
这是一本能寻找到职业幸福感的书，让你从think3的角度，广告人、设计师、经济学家来看看什么是伟大的简单之道。
小时候，幸福是件很简单的事，长大后，简单才是件很幸

<<设计信仰>>

编辑推荐

《设计信仰》编辑推荐：think3group智立方品牌营销传播集群董事长杨石头；中国中央电视台新闻频道著名主播慕林杉；著名摄影师、GettyImages影像策略专家孔繁程；著名设计师、中国设计师沙龙执行主席顾鹏，联袂推荐。

<<设计信仰>>

名人推荐

《设计信仰》，谈的是设计师的信仰。

设计师是职业的人类灵魂设计师。

他的职业信仰和作为人的信仰，应该是一体的。

设计师只有本心澄明，才能作为人类灵魂的设计师，在职业化的设计行为中为人们呈现出生活的意义

。

我理解这是本书的灵魂。

它在通过职业来谈信仰。

谈的既是设计这个职业所依靠的信仰，也是对趋向信仰的道路设计。

——姜奇平什么是幸福。

这是一本能寻找到职业幸福感的书，让你从think3的角度，广告人、设计师、经济学家来看看什么是伟大的简单之道。

小时候，幸福是件很简单的事，长大后，简单才是件很幸福的事。

幸福不是一种拥有，而是一份感受，幸福不是拥有的多，而是计较的少。

石头在天下第一福地的楼观，望着《诗经》记载的终南山，呼吸着《道德经》里的天地风水，问道士，什么是幸福。

他静静笑着说，你若安好，便是晴天，心无纠结，便是幸福。

——think3group智立方品牌营销传播集群董事长 杨石头原来如此。

在设计的领域他们在走一条少有人走的路。

身为新闻主播，在某些角度看和设计师真的很像，可否有魅力邀你的观众『翩然起舞』，让你的顾客信而追随，专业地判断，专注地做事，镜头前『疯魔』，镜头后平凡。

在这喧闹的岁月里静心观察俯身收藏，做些不需被理解和赞美的『傻事』，都不简单。

——中国中央电视台新闻频道著名主播 慕林杉两位身负责任感的资深设计师，一位新经济学者，跨界的对话，值得忙碌的现代节奏给出关注。

这是行业前景的智慧探索，更是坚守者的虔诚对白，与我们开始厌倦的世界带来巨大反差且发人省思

。

开卷得益的同时,我为追求职业尊严的英雄主义喝彩，更向坚守信仰的笃定致敬。

推荐给向往设计的业内与业外读者分享，希望更多人贴近设计、理解设计。

——著名摄影师、GettyImages影像策略专家 孔繁程很高兴看到新一代视觉设计从业者对专业、对学术上的追求与贡献。

而更让我欣慰的是看到了他们对设计师职业本身的反思与探讨。

其中很多看法和观点都颇具建设性，也很新颖，可以说从一定意义上填补了我国设计职业理论研究的空白。

同时，来自他们自身的大量切身经历也为年轻的读者朋友们描绘出了一幅生动鲜活的职业画卷。

——著名设计师、中国设计师沙龙执行主席 顾鹏

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>