

<<像设计师一样思考>>

图书基本信息

书名：<<像设计师一样思考>>

13位ISBN编号：9787508626024

10位ISBN编号：7508626028

出版时间：2011-1

出版时间：中信出版社

作者：[美] 沃伦·贝格尔

页数：320

译者：李馨

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>

<<像设计师一样思考>>

前言

你有一位双腿残疾的朋友，有一天，他向你抱怨轮椅的三大不便：“坐着这台轮椅，我不能翻越人行道路缘，不能攀爬楼梯，也不能与人平视地交谈。

”你将如何帮助朋友来改造这台轮椅呢？

你的祖母经常错拿祖父的药来吃（祖父也经常如此），你告诉他们应该仔细核对药瓶上的标签说明，可是他们其实连标签上说的是什么都只是一知半解。

你将如何帮助他们呢？

你正在给发展中国家的儿童设计一款笔记本电脑，他们并不富裕，这款电脑的售价不能超过150美元，可是单零部件的花销都不只这些，你准备怎么办？

你想劝阻你十几岁的侄子抽烟，同时，你还想让成千上万像他一样的青少年戒烟，你告诉他们吸烟只会让他们显得酷和叛逆，但却会害死他们。

那么怎样才能使不吸烟者瞬间看起来既酷又叛逆呢？

你正往美国市场推销一款汽车。

不幸的是，没有人听说过这款汽车，而且它还和最近的流行款格格不入，外形看起来甚至有点滑稽。

更惨的是，你没有用于电视广告的任何预算。

你将如何推销它？

你身处一个急需饮用水的村庄，附近有一个湖，骑自行车去也不过几分钟的事，但是湖水很脏，你准备如何用你仅有的自行车就为村民带回干净的饮用水？

你一直梦想找份富有创造性又鼓舞人心的工作，但事与愿违，你却开了一家狗粮公司。

你会如何完成转换，实现自己的崇高使命呢？

你的国家已经在两次内战的摧残下忍受了数十年的苦难，而且经济趋于崩溃，你需要为民众营造出乐观的生活氛围来扭转这种局面，那么，第一步你会做什么？

从表面看，这八件事似乎毫不相关，从市场营销到个人服药，从工程学到广告创意规划，从雄心勃勃地从事国家建设到战战兢兢地尝试达成一些听起来痴心妄想的目标，一切看起来都像是天马行空。

但稍微琢磨你就会发现，解决上述问题的人都有一个共同点：他们善于用新思路思考，寻求解决问题的独特方法，即使这一切在刚开始只是灵光一现，但他们坚信自己终将成功。

在所有这些案例中，无论解决问题的人用了何种方法，作出多大努力，他们始终在遵循着一些规则，将这些规则集合起来，就构成了一个高级的理念——设计。

是设计，使那位新罕布什尔州人从设想到实施，最终创造出会站立、会行走的轮椅。

是设计，使那位纽约的女士为自己祖父母解决了大问题，她不仅改变了她祖父母那两个容易混淆的药瓶的形状与外观，更为千千万万被同样问题困扰着的老年人造福。

是设计，让设计师创造出了高度简约（并具有不可抗拒的可爱魅力）的新型笔记本电脑，该款新型笔记本电脑的推出，使得笔记本电脑价格再创历史新低。

是设计，使原本处于劣势的Mini Cooper在汽车市场上迅速蹿红。

是设计，不可思议地扭转了佛罗里达州青少年吸烟人数激增的局面。

是设计，让那一款可以在行驶过程中净化水的自行车得以在加利福尼亚问世。

是设计，使一家普通的狗粮公司找到了新的出路，他们把为成千上万的狗狗爱好者服务视为神圣事业，实现了狗粮公司存在的新价值。

同样是设计，作为那位多伦多设计师的秘密武器，帮助他成功地组织了一次世界范围的运动，从而提升了危地马拉国家的士气和生产力水平。

<<像设计师一样思考>>

内容概要

设计已经远远超出百万美元的室内设计或很酷的新字体，如今它关乎到乐观、行为方式以及无限的可能性。

在这本书里，记者沃伦·贝格尔与布鲁斯·茂以及世界知名的设计师合作，给出了十条开创性设计原则来解决我们面对商业、社会及个人的挑战。

通过数百个案例和访谈，贝格尔展现了设计的历史与未来，他带着读者进入到国际设计明星的工作室，如迪安·卡门、伊夫·比哈尔、布莱恩·柯林斯、保·谢尔、施德明和布鲁斯·茂。

带着我们近距离看看设计师以何种方式处理问题，使用到哪些独特的工具和技巧，以致于最终找到解决方案。

<<像设计师一样思考>>

作者简介

沃伦·贝格尔（Warren Berger），是一位屡获殊荣的记者与作者，为《纽约时报》、《有线》、《读者文摘》、《洛杉矶时报》、《商业2.0》以及《纽约》杂志撰稿。他的作品被评为2001年度最佳商业故事。沃伦·贝格尔是《今日广告》和《喧闹》两本书的作者，他还共同撰写了《没有浪费机会》。他还是《一》杂志的创建者和主编，一本在美国享有盛名的广告与设计杂志。

<<像设计师一样思考>>

书籍目录

前言 第一章 万能金钥匙--解决通用问题的设计窍门 1.问“愚蠢的问题” 2.跨越樊篱 3.让希望看得见、摸得着 第二章 驰骋商场的秘诀--解决商业问题的设计窍门 4.追根究底 5.运用比喻 6.设计你所做的 第三章 社会发动机--解决社会问题的设计窍门 7.直面后果 8.拥抱束缚的枷锁 第四章 我的秘密武器--解决个人生活问题的设计窍门 9.设计你的出场 10.随时随地开始 致谢 注释 设计师 设计术语 参考资料

<<像设计师一样思考>>

章节摘录

第二节 跨越樊篱 设计师如何寻觅并找到新的可能性？
是什么让他们相信自己可以做这一切？

2.1 是跳跃式鲁莽设计，还是敏捷地智能重组？

当我们问这个愚蠢的问题时——如何用与众不同的或更好的方式做事——已作出承诺并承担了一定的风险，提问者即是解答者。

问题一旦提出，设计师对新的可能性的探索就开始了，并进入一个规范的过程。设计方法一般包括调查研究（许多情况下，包括深入挖掘人类的需求和偏好），绘制草图或制作模型并给他人分析，然后根据客户反馈和新想法来调整并改进原先的设想。

最具创造力和创新精神的设计师们都在遵循这些步骤，其实设计领域的任何人都是这样实践的。那么究竟是什么使杰出的设计师能够脱颖而出呢？

答案就是他们懂得跨越樊篱。

实际上，为了攻克他们正努力解决的难题，这些优秀的设计师们已经跨越了无数的障碍去寻求一切创新的方法。

当伊夫·贝阿尔被要求设计一款价格仅为普通笔记本的1/4，却可以超越市场上一切同类产品的笔记本电脑时，当迪安·卡门要设计一款可以轻松捏起放在桌上的一角钱或拿起一颗葡萄却不捏碎它的假肢时，当戈登·默里（Gordon Murray）面对创造世界上第一款完全可回收型小轿车的挑战时，他们都努力尝试利用已知经验，向更为广阔的空间飞跃。

这是从我们所熟知的领域，向我们未知与不可控领域的飞跃。

在飞跃之前，这些优秀的设计师们都会先设想一些并不存在的事物，然后必须在各种证明这些事物不存在的证据面前仍不气馁。

通常优秀的设计作品都被看成是先进科技的成果，但真正的飞跃更应是具有想象力的。

因为至少在最初，设计师脑中的灵光一现，就是想象在发生作用。

凭借“追根究底”、思考及构造事物可能样子的能力，设计师可以看到樊篱外的可能。

但并不排除跨越樊篱的危险性。

面对大多数具有挑战性的项目，迪安·卡门常常不确定自己是否能够完全清除障碍，也不确定跨越之后怎样着陆。

他也会担心是否千辛万苦跨越了樊篱却一无所获。

卡门说他不停地在不确定中挣扎：“你会躺在床上翻来覆去想，我现在所做的努力真的有可能成功吗？”

尽管有着这样那样的担心，像很多创新设计师一样，卡门没有动摇其可以改变现实的信念，即使在从未受过专业训练的领域。

他从来都不了解假肢的制作过程，直到最近，他在办公桌前抬头，看到几个高级军官直接来找他。

那是2007年初，美国军方开始着手解决伊拉克战争所带来的后遗症，许多在战场上失去手臂的年轻战士被运送回国。

美国军官希望卡门能为他们设计一款前所未有地能够得心应手使用的假臂。

以卡门了解到的工程学知识来看，这根本不可能实现。

但有趣的事发生了：当卡门向来访者解释为什么不可行时，他自己却开始思考，为什么不行？也许可以做些什么。

与军官们会面一年后，在自己的工作室的一个真人大小的终结者人体模型上，卡门设计的新型假肢诞生了。

稍后，他于华盛顿高级政府官员和军官面前，为一个截肢者安上了这款假臂，并进行了现场试验，它的确可以拿起放在桌面的葡萄、鸡蛋或者硬币，也可以与人握手。

卡门和贝阿尔相信他们可以做不可能完成的事，部分原因是他们曾经成功过。

这也是罗杰·马丁的设计理论之一。

罗杰·马丁是罗特曼管理学院的院长，这所多伦多著名的管理学院位于布鲁斯·茂工作室附近，致力

<<像设计师一样思考>>

于分析设计师思考和创造的方法。

布鲁斯·茂、米尔顿·格拉泽以及受人尊敬的设计师马西莫·维格内利（Massimo Vignelli）—20世纪70年代因创造出纽约地铁新地图而备受尊敬，都是其研究对象。

马丁认为，顶尖设计师有着共同的品质，其中之一就是他们都拥有坚定的信念，相信现实可以被改变。当设计师面对一个现实社会根本无人能解决的问题时，马丁说，他们不会说，这是命运，而更倾向于说，只要我再努力点想，总能想出更好的解决方案来。

一旦他们对某问题提出过一个不错的方案后，就会更好地准备下一次攻关，而且一次比一次优秀。

这种现象被马丁称为解决问题的“螺旋上升式”能力，即你解决的问题越多，就越有能力解决问题。马丁说，一个有经验的设计师面对似乎不可能解决的问题时，他/她的反应将是：我知道游戏规则！我有过相似的经历。

没有现成的答案很好，因为我的任务就是要设计一个更好的答案。

这些设计师因此获得自信。

要想面对一个艰难的设计挑战时仍能镇定自若，你就必须拥抱模糊性和复杂性。

马丁提出，我们中大多数人都会努力简化问题并将选择一一理顺，在面临挑战并尝试提出改变和解答方案时，则建立一个简单明确的心理模式（马丁指出，这点对其他从事创意性劳动的人同样适用，包括他研究过的一些顶级商业管理人员）。

但设计师能自如地处理同时在脑中存在的各种相互矛盾的想法。

“设计师能同时让多种不同的想法流连于脑海，然后利用部分现有想法，创造出新的、更好的方案。

”设计师还会用另一种方法来跨越樊篱，即从一种思维跳到看起来毫不相干的另一种思维，并将不同领域的想法相互结合。

这种结合常常就是解决问题的答案。

如果我把这些放在一起会怎么样？

如果我把赛格威汽车的传感器技术用于插座会怎么样呢？

这就是设计师兼作家的约翰·萨卡拉（John Thackara）所说的“智能重组”。

他们常常能成功地将各种看起来无关的想法和可能性联系在一起。

<<像设计师一样思考>>

媒体关注与评论

重新审视问题，不要害怕问“蠢问题”。

——布鲁斯·茂（Bruce Mau） 需要新的创意？

横向思维可以帮你走出思维的局限。

——施德明（Stefan Sagmeister） 对于增加公司收入，设计的作用显得越来越重要。

以设计为驱动力的公司已经显示出其商业优势，它们的利润甚至十倍于一般企业。

商人必须开始像设计师一样思考。

——多伦多罗特曼管理学院院长罗杰·马丁（Roger Martin） 最优秀的设计师可以称为“T”型人才，意味着他们始于对某一领域的兴趣并专攻与此，但终会跨足与许多不同领域。

——IDEO的CEO蒂姆·布朗（Tim Brown）

<<像设计师一样思考>>

编辑推荐

不是一本写给设计师的书。
恰恰是写给对设计了解不多的人们。
本书总结并归类了十大设计思维原则，并列举了大量设计师实际运用中的实例。
希望把设计师创意的思维方式运用于商业、社会与个人生活，以期改变整个世界。
设计思维在各个经济管理学院都成为一个热门话题，很多企业都在把设计思维用于增强企业的创新能力。

我们从世界上最有名的设计师那里可以学到什么呢？

为什么销售人员要象设计师一样思维呢？

什么设计？

设计师是如何思考的？

在什么情况下，设计可以实现无限的可能？

《像设计师一样思考》：入选《商业周刊》2009年度最具革新性的设计书籍。

入选大英图书馆年度书以及CMI年度管理书。

Wired杂志封面提到此书。

不仅在大学、图书馆和博物馆里得到推广，也在奥尔德里奇与科克伦公司、SMART Design，通用电器，宝洁和萨奇&萨奇等公司做培训。

作者“四步创新”的文章在《哈佛商业评论》网站被广泛转帖。

<<像设计师一样思考>>

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>