

<<20世纪的设计>>

图书基本信息

书名：<<20世纪的设计>>

13位ISBN编号：9787208104440

10位ISBN编号：7208104441

出版时间：2012-8-31

出版时间：上海人民出版社

作者：[英] 乔纳森·M. 伍德姆

页数：364

译者：周博,沈莹

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>



## <<20世纪的设计>>

### 内容概要

20世纪最著名的设计，不在博物馆，而在市场上。  
可口可乐玻璃瓶和麦当劳的标志举世闻名。  
1924年现代主义者的“法兰克福厨房”，1954年流线型带尾鳍的老爷车，1960年代末俯首皆是的充气椅子——要想理解我们的文化，这些设计比被狭隘定义的经典更能说明问题。

作者重新审视了欧陆、斯堪的纳维亚、北美和远东的众多设计与工业文化问题，深入探讨了民族认同，意识形态与商业方法的“美国化”，跨国公司的兴起，波普与后现代主义，以及关于怀旧和遗产的当代观念。

这部设计史清晰地阐明了设计的本质：一种关于审美、社会、经济、政治和技术力量的强力且复杂的表达。

## <<20世纪的设计>>

### 作者简介

乔纳森·M.

伍德姆，设计史研究重镇布莱顿大学的设计史教授、设计史研究中心主任，在英国长期从事设计史研究。

著有《20世纪的装饰：1900—1990年的装饰艺术》等，现任《设计史杂志》（牛津大学出版社）和《设计问题》（麻省理工学院出版社）编委。

现任设计史协会主席。

译者简介

周博，博士（中央美术学院），现任教中央美术学院设计学院，从事现代设计史、当代艺术与设计思潮的研究。

沈莹，博士（中央美术学院），现任教北方工业大学艺术学院，从事西方美术史的研究。

## <<20世纪的设计>>

### 书籍目录

#### 中文版序

##### 导言

#### 第一章?走向20世纪

工艺美术运动的问题遗产

1914年前的零售业

艺术与手工艺,设计与工业:1914年前德国的论争

彼德?贝伦斯与联合通用电气

欧洲其他地方进步的设计倾向

#### 第二章?设计和现代主义

现代主义和设计史

现代主义:博物馆、档案室、艺术和设计仓库

现代主义:道德和政治维度

现代主义设计:一个使用中的定义

现代运动设计:第一次世界大战及其后果

包豪斯(1919—1933):魏玛、德绍、柏林

包豪斯:在阐释和历史定位上的一些问题

1920年代德国现代设计的大气候

法兰克福厨房:一个服务于20世纪生活的设计方案

“住宅”展:魏森霍夫住宅展,斯图加特,1927年

法国现代主义:勒?柯布西耶和现代艺术家联盟

法西斯意大利的现代主义

斯堪的纳维亚现代派

英国和现代主义

东欧的发展

#### 第三章?商业、消费主义和设计

美国:设计和作为一种生活方式的消费

美国工业设计职业的增长

美国工业设计:神话的创造

作为消费刺激物的大众传媒

对工业文化的当代批评

欧洲设计的影响

巴黎,1925年:奢侈、精美、商业

巴黎,1925年和美国

趣味的广泛模式:历史的多样性

英国的商业和消费主义

其他地方的商业展示:英国和法国

#### 第四章?设计和民族认同

巴黎,1925年和1937年:传统、本国设计和民族认同

设计中的英国认同:怀旧和农村风情

德国:1930年代设计中民族认同的两张面孔

意大利:设计和法西斯主义

寻找民族认同:两次大战间的美国

#### 第五章?第二次世界大战:重建与富足

战后美国:技术与消费

## <<20世纪的设计>>

英国：实用与超越

从“英国能做”到“英国节”

意大利：战后的理想

1950年代的意大利风格

连接美国

德国：重建与经济奇迹

日常生活中的消费

战后日本设计：神话与陈规

美国占领及其影响

日本企业的内部设计

### 第六章 跨国企业与全球产品

企业个性：发明与认同

企业项目与形象创造

评价的问题

对企业权力及其影响的批评

早期企业形象现象：历史概观

1945年之后的设计与跨国企业

博物馆与展览在促进全球设计文化中担当的角色

现代主义与纽约现代艺术博物馆

企业与文化遗产

“新国际风格”

### 第七章 设计促进、职业与管理

设计职业在两次大战之间的英国

设计职业：1945年之后的新机会

政府对设计促进的积极倡导

职业设计组织

设计的理性方法：乌尔姆设计学院，1953—1968年

诠释乌尔姆设计学院

设计方法

人机工学与人体测量学：设计师的数据

### 第八章 从波普到后现代主义：改变的价值观

理论与批评的重新定位

英国的波普文化

文化多元主义与大众媒体

后现代主义的起源

意大利前卫：创造性面对工业化的资本主义

从阿奇米亚工作室到孟菲斯小组

后现代主义方案中手工艺的角色

后现代主义：宽泛的图景

波普、朋克与后现代主义：尾声

### 第九章 怀旧、遗产与设计

美国遗产的几个方面与殖民地风格的复兴

怀旧与传统的发明

英国1945年后的设计与往昔

遗产工业

### 第十章 设计与社会责任

美国：设计与消费者组织

<<20世纪的设计>>

英国：1940年代到1960年代早期的设计与消费者  
战后初期，消费者意识和设计的其他进展  
对工业化和消费主义的批判  
1950年代美国的消费主义、设计与批评观点  
消费者的声音在美国渐获认可  
英国1960年代以来的设计与消费者  
设计界的反应  
类似的关注与设计观点  
绿色设计

注释  
插图一览表  
参考文献  
大事记  
索引  
译后记

## &lt;&lt;20世纪的设计&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：第三章商业、消费主义和设计 美国：设计和作为一种生活方式的消费 通过前面几章，我们逐渐明确了，在进步设计师、理论家、革新组织的理想和大众消费现实之间存在着巨大的鸿沟。

在1920年代的欧洲，前卫派的注意力主要集中在特定的观念——“时代精神”（Zeitgeist）上，关注抽象形式及其与现代性和标准化、批量生产技术之间的象征性而非功能性的联系。

然而，在美国，当代性的概念在对技术力量的普遍感知中找到了物质实现，以此为大众消费创造激动人心的新产品。

通过制造商、设计师和广告人有计划地唤起消费者潜在的愿望来提高消费者对物质的期待值。

在这段时间里，美国的广告产业从相对简单的媒介转向另一个层面，开始投入更多的精力关注由理解消费者心理带来的多种可能性。

此外，电影、留声机、汽车、大公司对日常生活的影响日益增加，这有助于提升公众对戏剧性乌托邦的兴趣。

许多工业设计师在展览，甚至通俗读物中设想了这一理想社会，前者如1933—1934年在芝加哥举办的“进步的世纪”展和1939—1940年的纽约世界博览会，后者如诺曼·贝尔·格迪斯（Norman Bel Geddes）1932年的宣传册《地平线》（Horizons）。

第一次世界大战对美国工业能力产生了相当大的影响，它使工业产量加倍，在接下来的10年里，购买力也大幅度增加。

还有其他因素促成了这些变化：1921年大移民的结束进一步刺激了劳动力机械化的增长；伴随着住房急速发展，电力供应业开始扩张，致使民用电器在数量和范围上迅速增加，这些民用电器成为消费主义的象征，它们从风格上表达了易逝的当代生活方式；进一步采用新的工厂管理模式，“一战”前时代的泰勒主义和福特主义的观点已经包括了合理化、标准化和科学管理的含义。

然而，尽管有这些积极的促进因素，市场还是在1920年代中期开始到达饱和点，在更广泛的经济视野下考量来看，越来越多地聘用设计师来增加销售，重新设计包装各类产品已经无济于事，这一情况受价格暴跌的制约，在1929年华尔街大崩盘时达到顶点。

1920年代，定向消费设计政策的实施为经济复苏提供了许多良机，最重要的表现在汽车工业中，特别是通用汽车公司，车身年度换型（annualbodychange）的引进和更多的色彩选择，大大促进了销售，并引导人们接受产品的预设性周期永久性报废。

美国工业设计职业的增长 1929年的华尔街大崩盘对美国经济造成了毁灭性的影响。

同时也引发了工业设计行业的重要变革，设计师们从关注产品的外在风格转向更深层地理解材料、生产过程、市场策略和消费者的期待。

在商业领域，一些重要的著作开始发挥作用，比如罗伊·谢尔顿（Roy Sheldon）和埃格蒙特·阿伦斯（Egmont Arens）于1932年出版的《消费者工程学：繁荣的新技术》（Consumer Engineering: A New Technique for Prosperity），通过对“日常用品的时尚性和暂时性”的强调，认为“消费工程学是一种缩短消费循环的潜在方法”的观点逐渐流行起来。

此外“有计划的废弃”的观点是促使美国工业经济恢复的一个重要因素，而且，通过使用行为心理学研究和市场调研，它得到了肯定，成为商业策略的一个重要组成部分。



## <<20世纪的设计>>

### 媒体关注与评论

对于众多急于改变“碎片化”地了解西方设计史的热心读者来说，《20世纪的设计》中译本的出版是令人鼓舞的好消息。

本书提供了一种更广阔和更具现代感的解读西方设计史的视角；当然同时也留下更多关于设计史观和写作方法的思考。

——许平 中央美术学院教授

正如一个民族的历史不能割裂一样，设计的历史同样不能割裂。

民族的文化是设计走向未来的坐标，前人的智慧和文化的多样性将会给我们当今的设计带来深刻的思考与无尽的启示。

这也正是本书的价值之所在。

——孙建君 中国艺术研究院研究员

本书将日常生活中的设计摆在显著位置上，探究其背后的商业、消费等因素的影响，为设计史研究提供了一个全新的角度。

——张夫也 清华大学美术学院教授

本书是1990年代兴起的新设计史研究的代表作之一。作者突破了佩夫斯纳以来传统设计史写作的英雄史观与编年体模式，着重从物质文化、大众消费、文化认同与生活方式变迁等专题研究的角度，深入剖析、思考20世纪以来的设计发展问题，框架清晰，认识深刻，堪称当代西方设计史研究的标志性成果。

——熙肠 南京艺术学院教授

## <<20世纪的设计>>

### 编辑推荐

《20世纪的设计》编辑推荐：牛津艺术史——西方当代最权威的艺术史丛书，由英语世界顶尖学者撰写，采用开放式的出版理念，已出版三十余种。

每种配有百幅以上的全彩精美图版，用前沿观点与新颖材料阐述艺术史核心问题，被誉为“通向21世纪艺术史的大门”。

中文首次引进，特邀美术史家易英作为中文版主编。

精选了国内艺术史研究界当下最需要的十种专著，侧重于构建出西方艺术史的核心脉络，并兼顾富于当代性的新选题。

设计史协会主席伍德姆经典著作，新设计史的代表之作，深入剖析20世纪设计的核心问题。

国内一流美术院校学者：许平（中央美院）、孙建君（中国艺术研究院）、张夫也（清华美院）、袁熙旻（南京艺术学院）郑重推荐。

## <<20世纪的设计>>

### 名人推荐

对于众多急于改变“碎片化”地了解西方设计史的热心读者来说,《20世纪的设计》中译本的出版是令人鼓舞的好消息。

本书提供了一种更广阔和更具现代感的解读西方设计史的视角;当然同时也留下更多关于设计史观和写作方法的思考。

——许平,中央美术学院教授正如一个民族的历史不能割裂一样,设计的历史同样不能割裂。

民族的文化是设计走向未来的坐标,前人的智慧和文化的多样性将会给我们当今的设计带来深刻的思考与无尽的启示。

这也正是本书的价值之所在。

——孙建君,中国艺术研究院研究员本书将日常生活中的设计摆在显著位置上,探究其背后的商业、消费等因素的影响,为设计史研究提供了一个全新的角度。

——张夫也,清华大学美术学院教授1990年代兴起的新设计史研究的代表作之一。

作者突破了佩夫斯纳以来传统设计史写作的英雄史观与编年体模式,着重从物质文化、大众消费、文化认同与生活方式变迁等专题研究的角度,深入剖析、思考20世纪以来的设计发展问题,框架清晰,认识深刻,堪称当代西方设计史研究的标志性成果。

——袁熙旻,南京艺术学院教授

<<20世纪的设计>>

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>