

<<现代设计史（第2版）>>

图书基本信息

书名：<<现代设计史（第2版）>>

13位ISBN编号：9787300167602

10位ISBN编号：7300167608

出版时间：2013-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：[美] 大卫·瑞兹曼,[澳] 若澜达·昂

译者：李昶

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>

## <<现代设计史 (第2版)>>

### 内容概要

本书第一版是作者积八年之功写作的关于西方设计史发展的集大成之作。

这部涉猎广泛、富有洞察力的著作，纵览了18世纪至今的实用艺术和工业设计，不仅从纵向阐述了各个设计流派、各种设计风格的演变过程及其代表作品，而且从横向探讨了设计和生产、消费、科技、商业之间盘根错节又变动不居的关系，甫一出版，便受到颇多赞誉。

又经过七年，作者在原书基础上进行了大幅修订，扩充了相当多的内容，为读者提供了一些全新的、引人注目的专题，包括：

- 更新并扩展了参考书目、大事年表和推荐书目。
- 扩充了关于当代设计的部分，增添了最新的内容。
- 每章的时装和织物设计，都增加了大师的例示，如薇薇恩·韦斯特伍德的作品。
- 更多地把设计品和室内设计联系起来，而不是把其当成单纯的“物品”，以促进关于生活方式和使用者体验的讨论。
- 追踪了设计领域最新的流行趋势和观点，包括数码技术、微型化、安全性、可回收性、信息性和交互性。

本书装帧精美，图文并茂，配有实例图片577幅，其中有302幅彩色插图，为设计专业的师生及对设计感兴趣的读者提供了一种全新而形象的历史角度的展望。

对设计师、设计系学生和那些认为设计理念很重要的人来说，这本书应该在他们的书架上占有一个重要位置。

——杰米·布拉塞特 (Jamie Brassett)，伦敦中央圣马丁艺术与设计学院 (享誉世界的全球四大设计学院之一) 课程总监

对于大学、研究院和设计学校的师生来说，这是一部无与伦比的教科书，而就那些对设计感兴趣的读者而言，这也是一本很棒的入门书。

——艾达·恩格霍姆 (Ida Engholm)，丹麦皇家建筑艺术学院 (世界上最古老的建筑学院之一) 副教授

<<现代设计史（第2版）>>

作者简介

作者:(美)大卫·瑞兹曼 译者:(澳)若澜达·昂、李昶大卫·瑞兹曼是费城德雷克塞尔大学韦斯特法尔媒体艺术与设计学院艺术和艺术史系教授,也是位于佛罗里达州迈阿密海滩的沃尔夫索尼亚-佛罗里达国际大学博物馆的研究员。

曾和卡玛·戈尔曼教授合编《物品、受众和文学:设计史的另类讲述》(2007)。

## 书籍目录

第一卷 需求、供给与设计(1700-1800) 第一章 皇家需求与生产控制 国有制造业 艺术家和手工艺人 瓷器 手工业行会 印刷艺术 第二章 英国及其他地方的企业成就 设计在日益扩大的市场中 韦奇伍德与古代遗物 商品与时尚 美国 流行文学和出版自由 第二卷 扩张和地位(1801-1865) 第三章 发展期的困难——19世纪早期的产业扩张 工业文化和进步 新材料和新工艺 页面之外 壁纸和纺织品印刷 美国体系 第四章 设计、社会 and 标准 早期设计革新 工业及其不满 改革和哥特风格的复兴 亨利·科尔和“科尔帮” 1851年大博览会 无处不在的图像 美国的流行平面艺术 革新的收获与欠缺 结论 第三卷 艺术、手工艺和机器——工业化：希望与恐惧(1866-1914) 第五章 工作的快乐 罗斯金、莫里斯与英国的工艺美术运动 莫里斯与社会主义 莫里斯作为出版人 威廉·莫里斯在英国的影响 工艺美术运动在美国 美国的印刷业 芝加哥与弗兰克·劳埃德·赖特 第六章 艺术的平等 设计革新与唯美主义运动 书籍、插画与字体 美国的唯美主义运动 服装 法国的设计革新：新艺术运动 出版和公共领域的新艺术运动 格拉斯哥：查尔斯·伦尼·麦金托什 奥地利 比利时 慕尼黑 斯堪的纳维亚、东欧和民间传统 意大利和西班牙 第七章 机械化与工业 设计和手工工场 德国 美国的制造业体系与福特制 销售业、印刷业与广告业的发展 结论 第四卷 第一次世界大战后：艺术、工业和乌托邦(1918-1944) 第八章 第一次世界大战前后的巴黎和现代艺术(装饰艺术运动) 家具与现代艺术 玻璃与金属 1925年巴黎博览会 第九章 现代主义：创意、乌托邦以及科学技术 未来主义 风格派 构成主义 包豪斯 包豪斯之外 印刷工业与新字体 扬·茨池侯德与新字体 英国与现代设计 斯堪的纳维亚与现代设计 第十章 美国的设计、工业与广告 工业设计与福特制 广告、艺术与美国现代设计的销路 美国与国际现代主义 流线型 1939年纽约世界博览会 摄影与平面设计 工业设计的质朴化 第二次世界大战期间的平面设计 结论 第五卷 人文主义与奢华：第二次世界大战后的国际现代主义和大众文化(1945-1960) 第十一章 第二次世界大战后的现代主义：从理论到实践 战后设计的推广：艺术定位与新广告 平面设计与科技信息 斯堪的纳维亚与英国 意大利 德国 国际主义平面设计风格 手段与结果 日本 设计与企业文化 商标以及商标之外 第十二章 设计与大众诉求：消费文化 底特律：标志性的交通工具 对产品样式的批评 度假胜地与奢侈品 住房：郊区、家居与舒适 超越高雅与庸俗：回到大众文化批评 结论 第六卷 发展、抗拒和多元化(1961-2010) 第十三章 新材料，新产品 塑料及其后继者 产品外壳 运动、设备与进步 视觉身份、信息以及艺术定位 叠层材料 自然与手工艺 第十四章 大众文化的维度 大众设计与家居 大众设计：边缘文化 波普，反抗与反主流文化 平面设计与地下创作 意大利的反设计 激进的改革：科技、安全与环境 第十五章 政治、多元论与后现代主义 设计与后现代主义 后现代产品 多元论与抵触：朋克 高科技 定义的延展与设计角色 第十六章 关联性设计：平衡操作 消费者 改革与社会责任 设计、安全与恐怖 产品科技：小型化的意义 设计与“软”因素 材料科技与“软”趋势 生活方式 政治、科技与媒体 数码时代的平面设计 手工艺：永恒的技艺 设计与延续：创造力、责任感与应变力 大事年表 附录 译后记

## <<现代设计史（第2版）>>

### 编辑推荐

《现代设计史(第2版)》作者大卫·瑞兹曼以极富洞察力的眼光，剖析了18世纪以来实用艺术和工业设计的发展历程，涵盖了绘画、雕塑、建筑、家具、印刷、摄影、服装、工业等诸多领域。

不仅从纵向阐述了各个设计流派、各种设计风格的演变过程及其代表作品，而且从横向探讨了设计和生产、消费、科技、商业之间盘根错节又变动不居的关系；大众对设计的关注以及对设计发展所产生的推动作用，也没能逃过作者审视的目光。

在展现了这样一幅关于现代设计史的全景画面之后，作者似乎意在告诉我们，设计的全部意义就在于：它是美的化身，是人类智慧的结晶。

<<现代设计史（第2版）>>

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>