**重印图书推荐**

**中文书名：《现代设计史第二版》**

**英文书名：A HISTORY OF MODERN DESIGN（2nd Edition）**

**作 者：David Raizman**

**出 版 社：Laurence King Publishing Ltd.**

**代理公司：ANA/Helene Zhou**

**页 数：432页**

**出版时间：17年**

**代理地区：中国大陆**

**审读资料：电子稿**

**类 型：艺术与设计**

**授权已授：2011年授权中国人民大学出版社，版权已回归**

****

**中简本出版记录**

**书 名：现代设计史第二版**

**作 者：(美) 大卫·瑞兹曼**

**出版社：中国人民出版社**

**译 者：李昶
出版年：2013年
页 数：526页**

**定 价: 288元**

**装 帧：精装**

**内容简介：**

**历史著作有开始也有结束，但它们描写的事件却并不如此。**

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。七年之后，受劳伦斯.金出版公司的邀请，作者再度出山，本着真实，完整，生动，易懂与教育的目的，第二版在诸多学者与学生的高度期待中问世。目前此书已被世界超过100所学校为指定参考书。

相较第一版，第二版这部涉猎广泛、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，不仅从纵向清晰地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。在作者30多年的实践教学经验与最新研究成果的基础上，此版增加了新的插图，扩充了参考书目与大事年表，增加了当代设计部分的比重（材料，趋势，观念……）。甫一出版，便受到颇多赞誉。

本书采用编年体叙述性论述，以主题为单位展开综合论述，试图在一个大框架内，以多样的视角理解在设计的历史里，每一个单位所扮演的角色及其所承载功能。设计的历史是对人类历史的回声，每一个大的历史因子又在设计史的这颗小枝上，产生了独特的化学反应，不论是理念，还是方式。

**作者简介：**



**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。他同时是网络杂志《设计》的撰稿人。2014年5月，被清华大学邀请开设现代设计的讲座。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》（剑桥学术出版社，2007）

**媒体评价：**

“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（享誉世界的世界四大设计学院之一）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，而对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设计研究中心（世界上\*古老的建筑学院之一）副教授

“大卫瑞兹曼的《现代设计史》是设计史研究领域具有里程碑意义的作品。

—伊丽莎白古费（Elizabeth Guffey），纽约州立大学人文学院艺术史教授

**目录:**

**第一卷 需求、供给与设计(1700-1800)**

1. **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 扩张和晶位(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、社会和标准**
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
定义的延展与设计的角色
**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

**谢谢您的阅读！**

**请将回馈信息发至：周露露（Helene Zhou）**

安德鲁·纳伯格联合国际有限公司北京代表处

北京市海淀区中关村大街甲59号中国人民大学文化大厦1705室，100872

电 话：010-82449260

传 真：010-82504200

Email: Helene@nurnburg.com.cn

网 址: <http://www.nurnberg.com.cn>

新浪微博：<http://weibo.com/nurnberg>

豆瓣小站：<http://site.douban.com/110577/>

微信订阅号：安德鲁书讯