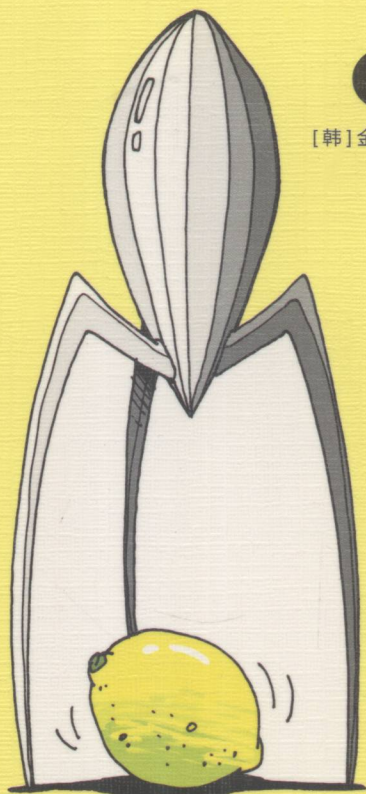


设计那些事儿

没人告诉你的设计趣事

design caricature



1

[韩]金载勋 著

吴娅蕾 译 飞思数字创意出版中心 监制



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

J110.95-49
20131

阅 览

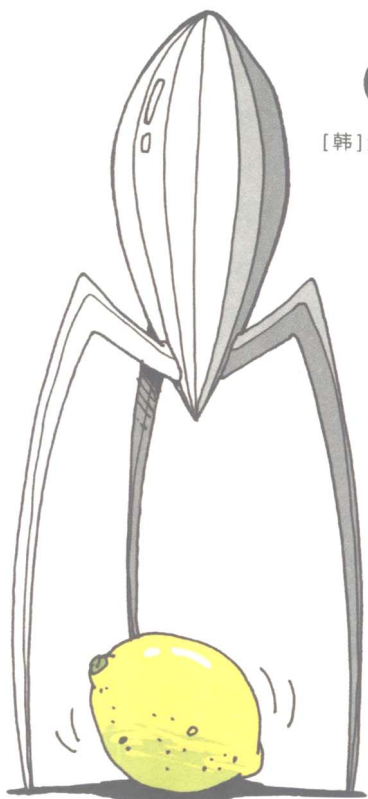
设计那些事儿

没人告诉你的设计趣事

design caricature

1

[韩]金载勋 著



吴娅蕾 译 飞思数字创意出版中心 监制

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

内容简介

该书题材新颖,用漫画的形式讲述20世纪以来著名的设计师以及设计故事,画面有趣,文字活泼。每一节通过漫画人物之间的对话讲解一个设计故事。全书有60个左右的设计故事,包括香奈儿小黑裙、比基尼、牛仔裤、劳力士、棒棒糖、战斗机、海报、字体等。本书被韩国文化体育观光部选定优秀图书!被评为2010年优秀教养图书!

对于设计专业学生、大众、设计师、设计爱好者来说,本书是一个极好的资源和参考工具,为读者提供了关于知名设计的创意构思。

디자인 캐리커처 1,2 DESIGN CARICATURE 1,2 by 김재훈(Kim, Jay Hoon, 金载勋).

Copyright © 2011 by 김재훈(Kim, Jay Hoon, 金载勋).

All rights reserved.

Simplified Chinese Copyright © 2013 by PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY.

Simplified Chinese language edition arranged with DESIGN HOUSE, CO., LTD through Eric Yang Agency Inc.

本书简体中文版专有出版权由DESIGN HOUSE, CO., LTD 授予电子工业出版社,未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号图字:01-2013-2680

图书在版编目(CIP)数据

设计那些事儿. 1 / (韩)金载勋著;吴娅蕾译. --北京:电子工业出版社,2013.6

书名原文:Design caricature

ISBN 978-7-121-20394-7

I. ①设… II. ①金… ②吴… III. ①设计-艺术史-世界-现代-通俗读物

IV. ①J110.95-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第098636号

责任编辑:侯琦婧

文字编辑:赵英华 江 琴

印 刷:中国电影出版社印刷厂

装 订:三河市皇庄路通装订厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开 本:880×1230 1/32 印张:8.5 字数:217.6千字

印 次:2013年6月第1次印刷

定 价:55.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至zlbs@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。



金载勋

漫画家兼插画家金载勋高中毕业之后选择了神学和宗教哲学专业，但由于本人更热衷于画画，因此大学上了一年之后休学开始服兵役，退伍之后进入弘益大学美术系学习绘画和设计，后被延世大学传播学研究生院录取，重回人文社会学和哲学的研究方向。最近热衷于以漫画为媒介对西洋近代哲学进行宣传。

喜欢将贝多芬、赵容弼、金属乐队、罗勋儿的音乐和歌曲放到一起随机播放，不过最喜欢的还是尤金·奥曼迪在时的费城交响乐团。

加入了平面设计师俱乐部“金达莱”，曾在《中央日报》上连载文化类漫画《蝴蝶》、图书类漫画《金载勋的书签》及神话类漫画《金载勋的竞技场之神》等。

目录

- 9 史蒂夫·乔布斯的幕布
- 13 苹果，给设计做减法
- 17 Good design is good business
- 21 设计纽约的心灵
- 25 恶搞天才设计师菲利普·斯塔克
- 29 舔一舔设计
- 33 想成为索尔·巴斯的索尔·巴斯
- 37 跟瑞士相似的字體
- 41 如同原子彈一樣的泳裝——比基尼
- 45 魔法一般的小黑裙
- 49 可可·香奈兒革命
- 53 戰勝了時間的設計師——保羅·蘭德
- 57 保羅·蘭德的原則
- 61 MonAmi153 和 Bic Cristal
- 65 牛仔褲的傳說1
- 69 牛仔褲的傳說2
- 73 制定地鐵線路圖標準的哈利·貝克
- 77 奧托·艾舍的象形符號
- 81 設計是民主主義
- 85 汽車設計的傳說，喬治亞羅
- 91 汽車雕塑家，賓尼法利納
- 95 汽車設計師的家譜
- 99 一把150年前的椅子
- 103 建築家所創作的椅子
- 107 建築和椅子所產生的碰撞
- 111 如果由夫妻共同來設計椅子
- 115 瑞士的第二只手表
- 119 勞力士的秘密
- 123 設計自由的光芒
- 127 打破傳統的燈具，Tizio
- 131 飛馳的意大利式的浪漫，
Vespa摩托車
- 135 以巴芭莉的名義
- 139 盛開在戰場上的花朵
- 143 紅顏薄命的協和式飛機
- 147 口袋里的設計
- 151 電話的idea
- 155 代表着“未來”的流線型
- 159 設計就是點金術
- 163 設計師的夢想
- 167 阿爾卑斯的风味，Toblerone
- 171 美麗的噴火戰鬥機
- 175 梅塞施米特式戰鬥機
- 179 形象的戰爭——宣傳海報
- 183 令人驚訝的宣傳海報
- 187 沒有說明的廣告海報
- 191 海報之父卡桑德
- 195 瀑布上的家

- 199 谁诬赖了勒·柯布西耶
- 203 设计界的狄俄尼索斯
- 207 现代厨房的原型
- 211 开创“企鹅”图书的人们
- 215 未来主义兄弟
- 219 为抽象进行设计
- 223 Grotesque的波涛
- 227 国家代表字体——有衬线字体
- 231 文字的炼金术师们
- 235 P.S 设计
- 236 始终，以设计师的名义
- 238 谁设计了菲利普·斯塔克？
- 240 向卡尔·拉格斐*讨个说法
- 242 父亲啊，您怎么这样？
- 244 被破坏的idea
- 245 牛仔裤一开始就是这个模样么？
- 247 奥托·艾舍和他妻子的兄弟姐妹们
- 249 二者都是必要的
- 251 拜金男的梦想
- 253 乘着地铁去买椅子
- 254 椅子的权力
- 256 电影中那些著名的飞机
- 258 站在权力面前的设计师们
- 260 讨来的光环
- 262 屋顶，屋顶，以及天空
- 264 名作中所蕴含的
- 266 因为是韩文，因为是世宗大王
- 268 个人参考图书目录



J110.95-49
20131

阅 览

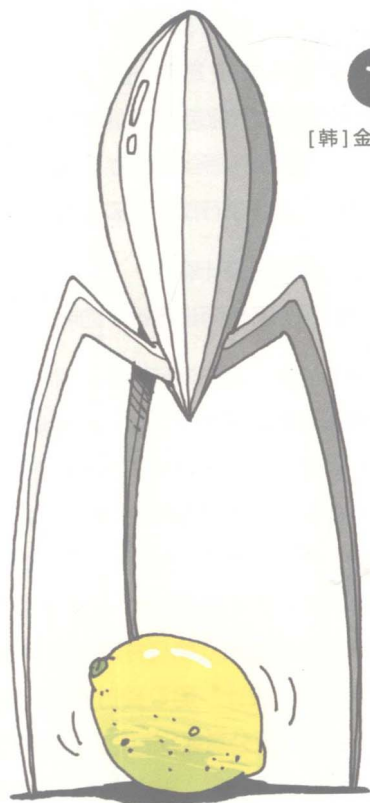
设计那些事儿

没人告诉你的设计趣事

design caricature

1

[韩] 金载勋 著



吴延善 译 飞思数字创意出版中心 监制

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

序言

同一件物品，经过设计的为什么肯定会比没有设计过的价格贵？另外，哪怕耗费的材料并不昂贵，只要是著名设计师的作品，价格为什么立刻飙升无数倍？当今社会，人们对设计界的误解仍然是深之又深。

设计到底是什么？

要想明白“设计”的含义，似乎没有必要追溯到designare、dissegno等拉丁语词源上，从玄学的角度去理解它，也没有必要像是对艺术的起源刨根问底，从远古时代的石窟壁画上探究其作用一般费尽心机。我们只要尝试针对那些将理性主义的近代精神广泛运用到所有艺术文化和生活领域的早期设计运动先驱者——如建立了工艺理念的威廉·莫里斯（William Morris）等人进行探究，似乎就能明白大概了。

为什么他们要进行设计呢？

另外，他们是为了谁而进行设计的呢？

投身包豪斯运动、风格派运动等新时代文化运动的元老级设计师们，其关注的焦点都如出一辙，那就是大众生活。有时我们将这个阶层称为平民，有时也称为群众，至少我们可以肯定一点，设计师们的根本目的绝不是为了给手握金钱和权利的少数人创造更加安逸、舒适的生活环境的。他们发挥各自的所长，真正想要帮助的是那些手头并无闲钱来让自己的生活更加便利的大众，而并非那些特意想要一味占据着更优的环境和更高级的物品并以此来显示自身地位的权贵阶层。然而，当下我们的“设计”呢？我们更多地会在百货商场中找到它，而非路边摊；会在高级公寓区找到它，而非平民住宅区；会在拥有众多工厂的著名企业里发现它，而非生产日用品的小作坊；会在坐落于租金昂贵地段的酒吧中发现它，而非破落的路边摊；会在大城市里发现它，而非不知名的小城镇——尤其是首尔、首都圈。当然，我并非将此现象上升到道德的高度，也并不是说设计只能为改善人民生活质量服务。不能谋取丝毫利益。问题的关键在于，在历经了一个多世纪之后，如今的设计，其服务和受益对象已经在某种程度上和从前发生

了变化。而人们对于设计的了解，又已经发生了怎样的变化呢？

在日益泛滥的“设计”狂潮中，我想创作的其实是这样的东西——用最简洁易懂的语言，将设计的起源、发展、变化告诉所有对“设计”一知半解的普通人，我想对所有平凡的人们说——其实设计原本就是属于你们的。因此，本书的标题命名为《设计那些事儿，没人告诉你的设计趣事》。我不会仅仅停留在描绘人物的表面，那始终都将随着时代和所处立场的不同而变化，我真正想要创作的，是将那些名家们的品行和生平贯穿其中，尽可能表现出设计的明朗和亲切，就好像卡通绘本给人的感觉一样。因此，我以漫画作为载体，每周在报纸上进行连载。内容里存在着很多的不足，只有个别还算看得过去吧。就这样，不知不觉已经连载了一年，感谢众人的帮助，今天终于得以集结成册出版。

鄙人不才，但仍希望该书能成为各位对设计感兴趣的读者们所津津乐道的乐园，能够带着愉悦的心情享受阅读的过程。现在，就让我们一起踏上旅程吧，朝着那乱花渐欲迷人眼的设计王国迈进吧！

目录

- 9 史蒂夫·乔布斯的幕布
- 13 苹果，给设计做减法
- 17 Good design is good business
- 21 设计纽约的心灵
- 25 恶搞天才设计师菲利普·斯塔克
- 29 舔一舔设计
- 33 想成为索尔·巴斯的索尔·巴斯
- 37 跟瑞士相似的字体
- 41 如同原子弹一样的泳装——比基尼
- 45 魔法一般的小黑裙
- 49 可可·香奈儿革命
- 53 战胜了时间的设计师——保罗·兰德
- 57 保罗·兰德的原则
- 61 MonAmi153 和 Bic Cristal
- 65 牛仔裤的传说1
- 69 牛仔裤的传说2
- 73 制定地铁线路图标准的哈利·贝克
- 77 奥托·艾舍的象形符号
- 81 设计是民主主义
- 85 汽车设计的传说，乔治亚罗
- 91 汽车雕塑家，宾尼法利纳
- 95 汽车设计师的家谱
- 99 一把150年前的椅子
- 103 建筑家所创作的椅子
- 107 建筑和椅子所产生的碰撞
- 111 如果由夫妻共同来设计椅子
- 115 瑞士的第二只手表
- 119 劳力士的秘密
- 123 设计自由的光芒
- 127 打破传统的灯具，Tizio
- 131 飞驰的意大利式的浪漫，
Vespa摩托车
- 135 以巴芭莉的名义
- 139 盛开在战场上的花朵
- 143 红颜薄命的协和式飞机
- 147 口袋里的设计
- 151 电话的idea
- 155 代表着“未来”的流线型
- 159 设计就是点金术
- 163 设计师的梦想
- 167 阿尔卑斯的风味，Toblerone
- 171 美丽的喷火战斗机
- 175 梅塞施米特式战斗机
- 179 形象的战争——宣传海报
- 183 令人惊讶的宣传海报
- 187 没有说明的广告海报
- 191 海报之父卡桑德
- 195 瀑布上的家

- 199 谁诬赖了勒·柯布西耶
- 203 设计界的狄俄尼索斯
- 207 现代厨房的原型
- 211 开创“企鹅”图书的人们
- 215 未来主义兄弟
- 219 为抽象进行设计
- 223 Grotesque的波涛
- 227 国家代表字体——有衬线字体
- 231 文字的炼金术师们
- 235 P.S 设计
- 236 始终，以设计师的名义
- 238 谁设计了菲利普·斯塔克？
- 240 向卡尔·拉格斐*讨个说法
- 242 父亲啊，您怎么这样？
- 244 被破坏的idea
- 245 牛仔裤一开始就是这个模样么？
- 247 奥托·艾舍和他妻子的兄弟姐妹们
- 249 二者都是必要的
- 251 拜金男的梦想
- 253 乘着地铁去买椅子
- 254 椅子的权力
- 256 电影中那些著名的飞机
- 258 站在权力面前的设计师们
- 260 讨来的光环
- 262 屋顶，屋顶，以及天空
- 264 名作中所蕴含的
- 266 因为是韩文，因为是世宗大王
- 268 个人参考图书目录



史蒂夫·乔布斯的幕布

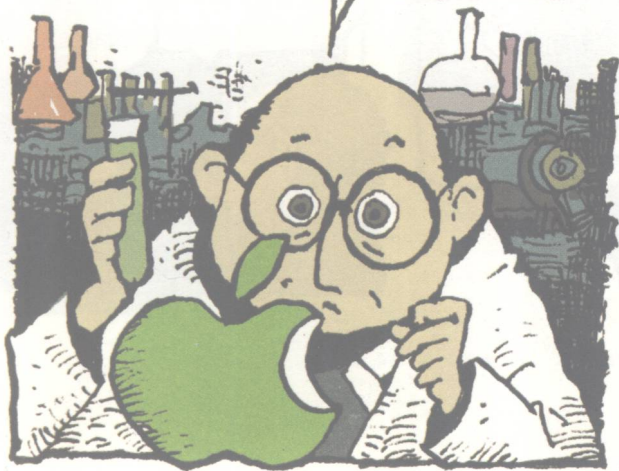
毫无疑问，迄今为止苹果公司之所以能够取得巨大的成功，他们的设计起到了相当重要的作用。抛开处处以人为本的应用程序、时刻为用户提供便捷的系统，要说总能在第一时间抓住消费者目光焦点的，却是其简约的外观。为此，苹果公司无疑投入了巨大的精力和金钱。那么，最受史蒂夫·乔布斯青睐的设计师究竟是谁呢？

史蒂夫·乔布斯 Steve
Paul Jobs (1955~2011)

他和沃兹尼亚克 (Stephen
Gary Wozniak)

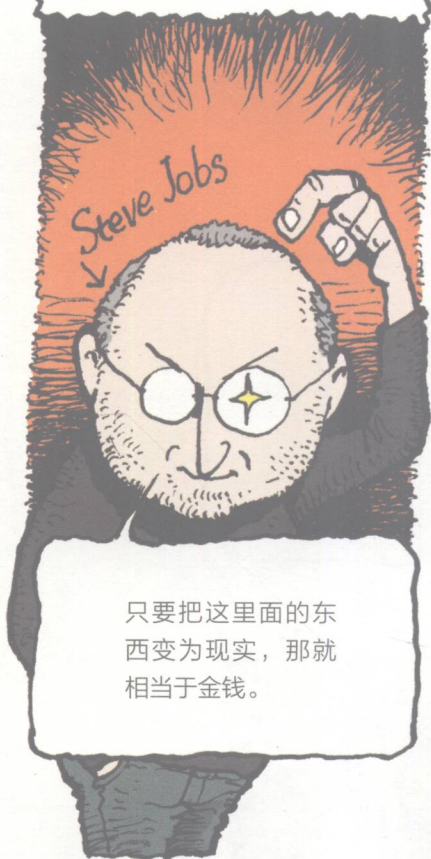
一起创立了苹果公司，
创造了苹果第一台电脑
“苹果一号”，取得了举世
瞩目的成功。离开苹果公司
之后，他建立了NEXT，后
又被苹果公司收购，乔布斯
得以重返苹果公司。作为
苹果公司的CEO，发布了
iMac、iPod、iPhone等热
门产品。

这个苹果的主要成分
啊，90%是设计，剩
下的10%才是其他七
七八八的功能哦。



苹果公司里有这样一支顶尖的设计团队，他们总能将CEO史蒂夫·乔布斯的灵感变为现实。

而这个团队的每一个成员却从未跳出来大肆宣扬自己的功劳，从来都只是默默地站在乔布斯为他们安排的幕后默默地付出自己的心血。



然而，他们之中也曾经有一个人，忍不住站在了世人的面前，向世人证明自己的存在。

老板！有人弄破幕布啦！

他就是苹果的设计总监兼副总裁乔纳森·艾维（Jonathan Ive）。

我是从英国来的哟，英国广播公司BBC说我的知名度比写《哈利波特》的J.K.罗琳还要高哟！

有趣的是，艾维虽然在iMac、iPod、iPhone等产品的设计上起到了核心作用，但却表示苹果的设计源泉其实来自于总裁史蒂夫·乔布斯。

因为有了总裁的灵感，很多东西才得以变为现实。早在一开始的时候，他的脑海中就已经描绘出了相当具体的蓝图。

这可不是我让他这么说的哦。

正因如此，艾维可谓是乔布斯幕后一位珍宝级的人才。

不过此时，我们老板说了一句话：

要说职员嘛，这点儿尊重和忠心当然是必需的，算不得什么。



设计师们不由得嘀咕起来：



您要是也给我们发那么高的工资，哪怕是他们的一半啊，我们肯定四处奔波着宣传老板您的大恩大德呢！

苹果，给设计做减法

流行究竟源自何处？街头巷尾的风靡究竟开始于哪一个瞬间？是否确实存在着那么一小部分人，以他们敏锐的流行触感引领着市场呢？苹果公司的热门产品 iPod，虽然不那么符合人们对该类产品应该具有的功能的要求，但仍然以它卓越的设计使得大众对其趋之若鹜。可以说，它便是一个很好的例子。

iPod (2001)

苹果的热销产品，被誉为“一种全新的文化现象”。充分展现极简主义设计的iPod并未附加多余的功能，却打破了人们“既昂贵又不轻便，一定会失败”的预测，取得了巨大的成功。现已推出iPod Classic、iPod Nano、iPod Touch等多种产品。

