

GM LEXIKON

美国 设计图典

(德) Bernd Polster Tim Elsner 著
关玉红 译

USA



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



美国设计图典

(德) Bernd Polster 著
Tim Elsner
关玉红 译

机械工业出版社

本书通过简单、图典式的结构和大量的图例为我们多角度了解美国设计文化打开了一道大门。主要内容涉及从 1851 年至今美国设计发展史中关于美国设计重点篇章的产品、汽车和计算机设计，同样有所介绍的还有平面设计和集体特征领域的相关设计。本书涉及了重要的风格及流派，并且详细描述了一些公司的基本情况，最后还提供了评论性的索引，收录了大量附加的词目和姓名，文章中的黑体字名字和概念可以参阅索引。

本书可供从事或学习工业及产品设计、传播设计、环境设计、影视技术的专业工作者或相关专业师生使用，也可供接触该领域的文化人、工程技术人员、生产规划经营人员以及对该领域感兴趣的人们参考使用。

© 2002 Bernd Polster, Olaf Meyer, Bonn.

版权所有，侵权必究。

本书版权登记号：图字：01-2007-3464 号

图书在版编目 (CIP) 数据

美国设计图典/ (德) 波罗斯特 (Polster, B.), (德) 埃尔斯纳 (Elsner, T.) 著; 关玉红译. —北京: 机械工业出版社, 2009. 2

书名原文: Design Lexikon USA

ISBN 978-7-111-25274-0

I. 美… II. ①波…②埃…③关… III. 艺术—设计—美国—图集 IV. J06-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 156725 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 宋晓磊 责任校对: 陈延翔

封面设计: 鞠 杨 责任印制: 李 妍

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2009 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

147mm × 170mm · 19.6 印张 · 516 千字

标准书号: ISBN 978-7-111-25274-0

定价: 99.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

销售服务热线电话: (010) 68326294

购书热线电话: (010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话: (010) 68327259

封面无防伪标均为盗版

关于本书

20世纪是美国的世纪。这主要归功于美国无与伦比的革新力量。发明天才爱迪生、企业家福特和第一个全才设计师雷蒙·罗维，这些人成为革新力量的核心人物。直到20世纪20年代在产品设计上美国处于发展中国家的水平，短短的时间内就一跃成为现代派的一大力量。今天，我们生活中的大部分用品的设计都来自大洋彼岸，这是毋庸置疑的事实。本书通过简单、图典式的结构和大量的图例为我们多角度了解美国设计文化打开了一道大门。主要内容关于美国设计重点篇章的产品、汽车和计算机设计，同样有所介绍的还有平面设计和集体特征领域的相关设计。本书还涉及到重要的风格及流派，并且详细描述了一些公司的基本情况，最后还提供了评论性的索引，收录了大量附加的词目和姓名，文章中的黑体名字和概念可以参阅索引。

关于本书作者

宝拉·安东纳利 (Paola Antonelli): 现代艺术博物馆建筑及设计部管理员；在各大刊物中发表过文章，如 *Abitare, Domus and Nest*；承办现代艺术博物馆展览会，其中包括当代设计变异材料展 (*Mutant Materials in Contemporary Design*)，如今生活在纽约。

蒂姆·艾尔斯纳 (Tim Elsner): 日耳曼人；以新媒体及美国为重点的网络编辑；德国电信局员工；如今生活在科隆。

菲尔·巴顿 (Phil Patton): 自由撰稿人；美国设计和日常文化界最著名的新闻工作者之一；为纽约时报、乡村声音、绅士和ID国际设计撰写文章，1992年出版关于“打造了美国的产品文化史”《美国制造》；如今生活在纽瓦克。

本德·波尔斯特 (Bernd Polster): 自由撰稿人；出版了大量的文化及工业历史方面的书籍；在迪蒙出版社出版了《西风》(*Westwind*)，《欧洲美国化和高速公路》(*Die Amerikanisierung Europas und Highway*)，《无尽的美利坚》(*Der endlose amerikanische Traum*)；广播、电视专题节目的撰稿人；自1996年参与迪蒙出版社设计词典系列项目研发；《德国财经时代》版面设计；如今生活在波恩。

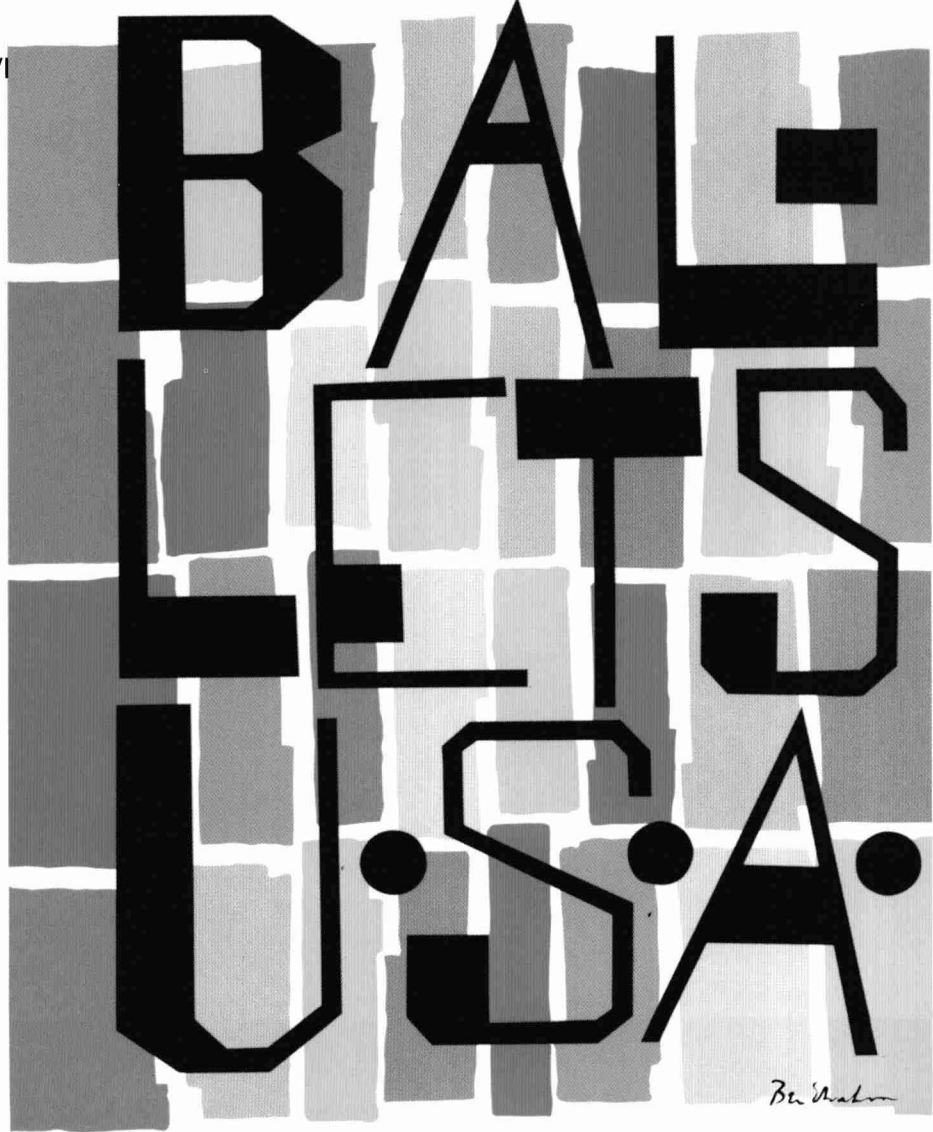
想象的推动力

亨利·德莱弗斯 (Henry Dreyfuss) 将流线型运用到铁路。

纽约中央铁道 20 世纪有限公司的火车头，
1938 年



VI



本·山 (Ben Shahn) 设计的宣传海报, 1959 年



轻便的演练

在查尔斯和蕾·伊默斯
(Charles & Rayeames)
的家具中采用了不同
材料的结合

Herman Miller 家具
公司设计的 RAR 椅，
1950 年

VIII



可口可乐标准饮料瓶，1916年

目录

关于本书

富足的国家

艺术长廊

美国设计古典派

几十年

1851年至2002年的美国设计史

盒子中的世界

名录

说明

美国设计机构及重要作品展出地址

索引

设计师、设计公司和设计理念

富足的国家

作者：宝拉·安东纳利（Paola Antonelli）

初到美国的人大都会惊讶于美国超大规模的超市和购物商场。在这里，人们可以感受到大型的贸易、生产和消费。那些名不见经传的产品以其惊人的高产高质博得大众的好感，而诸如此类的小型产品大都经过名师设计，如美国老牌 Swingline，Post-it，**Black & Decker**，这些品牌不必为了获得最佳设计的赞许而灌上设计者的名字。

美国文化中的设计处于优雅与通俗两个极端，例如，**特百惠（Tupperware）**所体现的美观与耐用以及**蒂凡尼（Tiffany）**难以定义的专有性。正是这种两极分化开辟了通往真正美国设计的道路，这种社会等级制度的副产品体现了国家的发展历史。19世纪初，至少从大众心理角度来说，美国仍属于欧洲殖民地，美国社会力求达到欧洲贵族的那种讲究的生活方式。富人所用的家具通常情况下都是进口商品，而中产阶级则是靠模仿的方式追求同等的奢华和风格。19世纪的**震颤派（Shaker）**，美国东北部以木工著称的基督教团体，掀起了美国原创的现代设计之风。震颤派的家具及室内装潢透出宁静与庄重，而这种风格又直接反映出其创作背后的社会环境，可供支配的材料与当时的设计水平被很好地协调起来。

美国设计史学者亚瑟普洛斯曾经说到：“改进功能的过程中产生了审美原则。”

工业革命带来了规范化的乌托邦理想社会，并且通过机械化生产提供大众使用的商品促进了公平、优等、良好社会的形成。20世纪初福特（Ford's）T车型试验成功，使美国在第二次世界大战后的黄金时代走近了这种设计的理想状态。

在现代艺术博物馆和哈弗大学率领的美国东海岸建筑精英宣传移民者沃尔特·格罗佩斯（Walter Gropius）和路德维希·密斯·凡德罗（Ludwig Mies van der Rohe）设想的同时，西部和中西部在经济发展的直接作用下产生了以“现代生活”为主题并且注重实际应用、摒弃本本理论的新建筑学和新设计理念。尽管美国梦想实现人人成功，但是整个国家离社会主义仍有遥不可及的距离。一些常被视为身价、地位象征并且展示成功阶梯上晋级过程的商品，其社会意义成为美国梦想的一部分，那些现今仍聚集在纽约爱迪生大街上的美国广告商竭尽全力来维持着这一梦想。20世纪30年代以来，出现了强大的工业设计者联盟，他们当中有美国工业设计家蒂格（Teague），美国舞台设计师格蒂斯（Geddes），最后但同样重要的美国工业设计家雷蒙德·罗维（Raymond Loewy）。

这个被称为工业设计之父的大师——罗维，有种赋予产品神秘色彩的能力。

罗维通过流线外形及其商标的影响力将欲望转变成现实。设计过程中不可缺少的产品形象，市场研究及正确的投资，这些都是美国对于世界设计史所作出的真正原生态的贡献。美国工业设计旨在促使公众去理解产品的副标题，而不只是停留在追求表面的美感以及功能，这种设计理念推动了发达资本主义的形成。

20世纪40年代，几位现代设计的先锋**查尔斯和蕾·伊默斯 (Charles & Ray Eames)**、**马歇·布劳耶 (Marcel Breuer)**、**埃罗·沙里宁 (Eero Saarinen)**和**乔治·尼尔森 (George Nelson)**发现了一系列如**Knoll**和**Herman Miller**在设计方面具有一定创造性思维的家族企业家。低成本保证了这些公司始终具有冒险精神去投资尝试设计方案。作为美国经济体制基石的一些大型康采恩却不具有同样的灵活应变能力，中产阶级企业数量的不足阻碍了设计者阶层的蓬勃发展，而在大多数西欧、中欧国家中都存在着精干的设计队伍。

一段时间以来，在世界工业设计的舞台上，尤其在意大利和加拿大，活跃着新一代经验丰富的国际化设计师，他们与生产商建立了良好的合作关系，新闻媒体在他们的引领下又开始重新关注设计。为了推销产品，**凯瑞姆·瑞席 (Karim Rashid)**、**尼克·戴恩 (Nick Dine)**和**杰弗里·伯尼特 (Jeffrey Bennett)**等设计师在群星闪耀（如罗维）的美利坚合众国创立了新的明星体制。

宝拉·安东呐利 (Paola Antonelli)
纽约现代艺术博物馆

艺术长廊

美国设计古典派



向拉斯维加斯学习

罗伯特·文丘里 (Robert Venturi), 将庄
重赋予浅薄

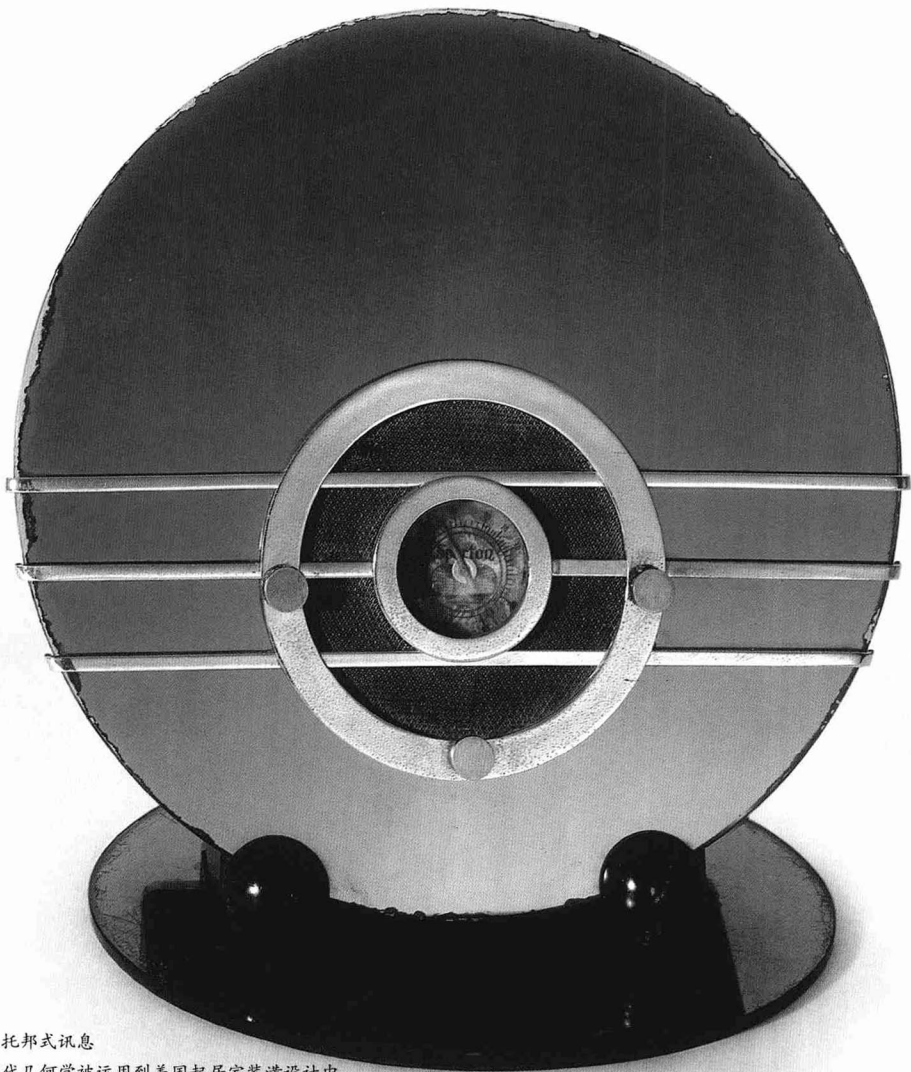
Knoll 公司设计的安娜女王 (Queen Anne)
坐椅, 1984 年

I ♥ NY

符号表白

米尔顿·格拉塞 (Milton Glaser), 让图
片符号会说话

纽约商务部标志, 1972年



乌托邦式讯息

现代几何学被运用到美国起居室装潢设计中

沃尔特·多温·蒂格 (Walter Dorwin Teague) 为 Sparton 设计的
蓝月亮 (Blue Moon) 收音机, 1935 年

商标的魅力

雷蒙德·罗维 (Raymond Loewy),

使这种魅力的创造成为体系

幸运牌 (Lucky Strike) 香烟包装 (再
版设计), 1941 年



谜底

保罗·兰德 (Paul Rand), 将企业哲学
富有意义地融进图片

为 IBM 公司设计的 Eye, Bee, M 海报,
1981 年

