

《真实的设计》

图书基本信息

书名：《真实的设计》

13位ISBN编号：9787115339309

出版时间：2014-3-1

作者：[荷]Wibo Bakker

页数：298

译者：刘兴华

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《真实的设计》

内容概要

本书全面考察了1960-1975年荷兰社会经济的环境下视觉识别的设计者(如设计公司、自由设计师)、客户(如企业、政府、公共机构)、执行者(如印刷厂、执行制作商)以及更多相关的群体。作者通过600多幅图片和深入的研究剖析，向读者呈现了20世纪60、70年代的荷兰设计师或者企业在面对具体设计问题时的种种思考及实践。

荷兰20世纪60年代出现的现代主义视觉识别的“黄金时代”是随着荷兰二战后的工业化和现代化进程而来的。这也是设计师从艺术家或者手艺人脱离出来，向职业设计师进化的阶段。现代化和商业主义为设计师带来了广阔的空间，设计师也都怀着为社会谋福祉的雄心壮志纷纷成立设计公司，成为与客户门当户对的专业顾问。他们迫切希望用现代主义的设计理念去为这个世界开处方，希望用科学理性的方式来为世界划出一个清晰的秩序。随着大众消费市场的到来，设计师发现承载着他们社会理想的视觉识别却沦为企业的面子工具、成为市场营销的“帮凶”……

书籍目录

目 录

- 01 绪论 09
 - 视觉识别在荷兰的黄金时代 10
 - 视觉识别、企业识别、品牌、标志和Logo 13
 - 设计师和客户两条线索 14
 - 领导人的个人行为 17
 - 向企业识别进化 18
 - 来自英国的“出版社风格” 23
 - 来自瑞士的网格 25
 - 国际共识 27
- 02 KLM视觉识别——从国家形象到企业形象 29
 - 战后崛起 30
 - 领导认识与设计水平 31
 - 一份敲醒董事会的报告 41
- 03 社会能量为产业而设计 55
 - 赶超美国 56
 - 设计为商业服务 62
 - 设计界和广告界的交锋 72
 - 打破失语状态 74
- 04 标志的背后还有其他 83
 - PAM：和老牌企业抢市场 84
 - 亟待提升的视觉形象 85
 - 怎样才算优秀的现代标志 88
 - 视觉识别中的标准化 95
 - 花了10年开发的视觉识别 105
 - 用设计帮客户挺直腰板 111
- 05 当卖相成为一门学问 123
 - 自助服务兴起与包装设计 124
 - 把任务交给谁呢 125
 - 把任务交给AID 134
 - 一个现代的包装形象 142
 - 外来的和尚会念经 147
- 06 荷兰铁路公司视觉识别——亏损、反思、行动 153
 - 从“无可替代”到“失去地位” 154
 - 撕下僵化的脸谱 155
 - 让旅客自己帮助自己 171
 - Tel：设计的实验精神 181
- 07 不可能的任务——企业文化造就企业形象 187
 - 名声不响的大国企 188
 - DSM的公共关系 189
 - 不可能的任务 195
 - 视觉识别成为企业的制度 209
- 08 谴责现代主义 217
 - 针对消费者的信息 218
 - 蜂窝能解决问题吗 226
 - 为消费者而形式 235
 - TD与Tel的合作 244

《真实的设计》

09 是迎合市场还是追求理想	257
AID	258
Tel和TD设计公司	267
TD设计公司	272
10 清晰的梦想——直到目前	283
设计师和视觉识别	284
企业和视觉识别	286
设计公司的论据和艺术	287
设计公司的职业化和广告	289
设计公司和他们的市场	291
设计公司和技术	292
结语	295
译后记	297

《真实的设计》

精彩短评

- 1、看得比较粗糙，因为我觉得书里的例子就不怎么有设计感
- 2、书籍本身就是一件有设计营养的作品，有大量的案例，说明如何由抽象转换为具象的视觉识别创作过程。
- 3、和所有偏门史一样，涨知识，但是读完之后感觉没学到什么东西.... 嘛反正发烧躺床上也没啥事儿干...
- 4、翻译读起来好累，不过那个年代的平面设计的故事确实有些启发
- 5、简单看了一下.....审美意识觉醒...不要再抄袭...
- 6、看不懂 但还不错
- 7、此书诡异的语言风格和小而密集的无衬线字体起初很难适应，导致要花80%的时间阅读前20%的内容，好在内容质量还不错，除了谷歌翻译感十足.....
- 8、翻得一般，内容不错，再深入细节的讲下会更好，有些案例有点“就这样了”的感觉/当然再深可能就不是针对大众读者了
- 9、很理想的装帧，很棒的内容。
- 10、好书！买不到的好书！翻译腔较重，但还不影响专业理解。60年代初到70年代中期的荷兰VI发展史，荷兰视觉识别领域从兴起到高速发展的黄金时代，也是设计与广告公司水火不容的时代。此时，天朝正在大批残害知识分子和艺术家.....
- 11、从内容上能看出应该是本好书，可惜被谷歌式翻译毁了，文章绕口，小错误不断，还有坑爹的精装
- 12、明智之书
- 13、很详实
- 14、“设计的力量不完全掌握在设计师这一方”——登贝。很开心看到这本书把一些设计案例和人物拉下神坛，从历史背景、地理、文化这些必要的角度解释设计。是一本各行各业都能读的设计史~开年好书！（PS.说翻译如谷歌的人是不是只看了目录就标记“已读”==）
- 15、
- 16、翻译让我不知所云。
- 17、觉得超级赞的一本书，排版也很不错，非常喜欢的荷兰的设计，简单不张扬，书里的案例把整个设计的过程呈现出来，能感受到当时设计师的思考。
- 18、一个好的时代是什么样子的
- 19、了解设计背后的历史
- 20、很完美的一本讲述荷兰设计发展史的书，不仅内容丰富，配图精美，书籍本身也十分具有设计感，纸张排版都很喜欢。
- 21、从历史的角度剖析视觉识别的发展，从简单的图形到视觉系统与应用系统的梳理与整合的变化。
- 22、VI
- 23、史料丰富，细致，信息表图例多，是一本好的工具书。
- 24、这本书扩充了视觉识别的设计史上，在1960-1975发生在荷兰的一段重要的细节。终于！看完了！（像完成任务一样，也许这就是我和设计之间的距离吧。。）。总之。。。等我弄完毕设一定回来给它补个书评~ps特别感谢小罗同学的强势安利：）
- 25、为什么我完全不觉得翻译有问题，屁颠屁颠的看完还去扒了译者的资料，不光如此还要给出满分的评价~每个案例的时代背景，公司状况，领导班底的态度，设计师的想法遇到的问题，之后又是如何解决的，设计做完之后的执行状况等等都交代的很清楚~总之很对我的胃口~哦，对了~有一颗星是给本书设计师广煜~做他脑残粉很多年^_^
- 26、系统地学习荷兰VI发展史

《真实的设计》

精彩书评

1、“漂泊的荷兰人”来自17世纪的一个传说（荷兰视觉识别设计1960-1975大事记）开端：1963年，荷兰皇家航空KLM公司，FHK Henrion设计,进程：荷兰企业开始重视视觉识别设计的作用。1965年，PAM石油公司识别，TD设计公司，进程点：系统的统一的设计。1966年，连锁超市AH，AID设计公司，进程：相比包装的设计，视觉识别起辅助作用。1968年，荷兰铁路公司NS,登贝，进程：视觉识别帮助企业转型。1969年，荷兰国家矿业公司DSM，Pieter Brattinga引导，进程：高水准的识别设计图形。19世纪70年代初期，批判刻板的现代主义形式语言。对比TD和Tel设计公司。1968年国际公司分解了荷兰本土设计公司的势力，TD，Tel，AID分瓦解成小的设计公司。1975年至今，属于荷兰视觉设计的黄金时代结束。反思“设计师眼中识别设计是啥”“客户为啥需要视觉识别设计”也是全书的主旨。-----前面还需完善嚶嚶

-----《1960-1975真实的设计荷兰现代主义与视觉识别》首先把这个巨长的书名说3遍，下次向别人安利就不会忘记啦。。。不得不说这个书名过于真诚，直接把全书主题放了进去。（原名直译是《向往清晰的梦：荷兰现代主义的视觉识别与设计公司1960-1975》）这么长。。。怕怕的。。对荷兰视觉识别设计“冷冰冰”的印象有两个原因，荷兰对中国读者来说是个陌生的地方。即使学了四年的平面设计，我也少有了了解荷兰的平面设计发展。对现代主义风格更是不明觉厉，都怪那些现代主义的海报展览从来不把海报里看不懂的语言翻译成中文。。。（ ）另外由于设计史常常客观又抽象：主要缺少可读性的记忆点（我怕纯干货）。然而这本书选择了仅仅15年的时间线，却附加上了很丰富的细节，例子经典又漂亮，一点也不会过时~而且还有笑点呢。（最后会写）这本书以几个当时的设计公司（人）串联起了15年的识别设计黄金发展史。以人为主似乎有“英雄个人创造设计史”的历史唯心主义倾向，但是哪个设计师不想成为本时代的设计大明星也？这样想。。。莫名其妙感觉很燃。我是带着“图形设计爽点在哪”的问题开始阅读，感谢这本书成为我毕业设计后期的避难所~因为书里的案例都是近代荷兰大型公共企业（荷兰遍地）的视觉识别，如果有一天我去荷兰，一定满脑子开的都是这本书的脑洞吧。。。书籍的设计特别棒，封面展开后是一幅现代主义的海报，拿在手里逼格增加！！。。内页图片排版清晰，为了配合书籍的风格，很多黑白照片重新着色（很小清新我会说）。书籍的设计师是@广煜，微博酷酷的呢（似乎是罗粉？）。书的翻译者刘兴华也是情怀满满，把这本荷兰设计书引入中国市场经历了各种艰辛刘兴华译者辛苦啦么么哒。书的荷兰作者（Wibo Bakker）是一个兼具批判性思维和幽默感的人，书里常常下一章就推翻了上一章的陈旧观点，然而我傻傻的看啥都觉得作者说得太有道理，看浓缩的设计革命史看得热血沸腾。。。至于笑点，请注意每次提到广告部和设计部交锋的段落。以及作者高能句式“有趣的是.....”后面的内容。。作者神吐槽233

章节试读

1、《真实的设计》的笔记-第143页

后来容克专门找到阿姆斯特丹大学的教授 G.W. Olvink。这位世界知名的字体专家专门写了一篇研究字体的易读性和字体给人带来联想的论文，他也认为 AH 的标志确实不易阅读。不过 AH 的老板对于 AID 的提案非常喜欢，这样一来即使 Aronson 反对也没有什么办法。所以说甲方也是有内部斗争的....

2、《真实的设计》的笔记-第246页

在两次世界大战之间，他给设计师和艺术家很多项目。他的目的是提升PTT的设计和服务质量以期能够提升企业美誉度，同时也在审美方面教育广大群众。此外，他的资助行为也是有意识地改善常处于贫困的设计师与艺术家的生活。
太直白了吧....

3、《真实的设计》的笔记-第95页

在高速运动下，图形被观看的效果——速试测试

这些看似客观科学的照片演示，并非真的就是一种科学客观方式。

4、《真实的设计》的笔记-第10页

企业给受众的视觉感受是形成企业形象的重要内容。

本书将要回答：

关于视觉识别在历史中如何产生，如何发展；
荷兰的设计公司是怎样利用视觉设计面对企业和社会问题；
荷兰企业的需求怎样影响着设计公司以及视觉识别的发展；
以及视觉识别本身内涵是什么.....

5、《真实的设计》的笔记-第73页

他们认为广告必须要有巧妙的创意点，而不是就拿一张照片加一大段大写文字这么简单。十年前的设计师就已经这么做广告了。广告杂志谴责瑞士现代主义的设计为“冷酷的、非人的、与商业社会格格不入的”。
想到了《Helvetica》里提到的那副可口可乐的广告..

6、《真实的设计》的笔记-第1页

全书谷歌式翻译，错误一大堆，特举几例

7、《真实的设计》的笔记-第215页

对于企业内部的支持者和设计公司来说，把视觉识别包装成一个花费不多的事情往往是成功所在。
本质还是忽悠甲方..

《真实的设计》

《真实的设计》

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:www.tushu000.com