



设计经典译丛

# 欲求之物

1750年以来的设计与社会

钱凤根 主编

Objects of Desire

[英国] 阿德里安·福蒂 著 苟娴煦 译

译林出版社

设计经典译丛

# 欲求之物

1750年以来的设计与社会

钱凤根 主编



Objects of Desire

[英国] 阿德里安·福蒂 著 苟娴煦 译

## 图书在版编目(CIP)数据

欲求之物 / (英) 福蒂 (Forty, A.) 著; 苟嫫照译.  
— 南京: 译林出版社, 2014. 4  
(设计经典译丛)  
书名原文: Objects of Desire  
ISBN 978-7-5447-4720-2

I. ①欲… II. ①福… ②苟… III. ①产品设计 IV. ①TB472

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 290202 号

Objects of Desire: Design and Society Since 1750 by Adrian Forty  
Copyright © Cameron Books  
Published by arrangement with Cameron Books  
Simplified Chinese translation copyright © 2014 by Yilin Press, Ltd  
All rights reserved.

著作权合同登记号 图字: 10-2011-604 号

书 名 欲求之物: 1750 年以来的设计与社会  
作 者 [英国] 阿德里安·福蒂  
译 者 苟嫫照

责任编辑 马爱新

原文出版 Cameron Books

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司  
译林出版社

出版社地址 南京市湖南路 1 号 A 楼, 邮编: 210009

电子邮箱 yilin@yilin.com

出版社网址 <http://www.yilin.com>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

印 刷 江苏凤凰新华印务有限公司

开 本 718 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 22.25

插 页 2

字 数 233 千

版 次 2014 年 4 月第 1 版 2014 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5447-4720-2

定 价 48.00 元

译林版图书若有印装错误可向出版社调换  
(电话: 025-83658316)

## 前言

我着手写这本书的时候，仍有“好的设计”这一说。早在 20 世纪 70 年代，有下面想法的人多得令人惊讶，认为拙劣的设计不仅浪费劳动力和材料，而且败坏公众道德，是文化倒退的征兆。我们作为消费者，理应免受其害。拙劣的设计不仅危害购买者和使用者，还危害着每个人乃至整个文化；这种观点由来已久，可追溯到 20 世纪早期的德国工业同盟，19 世纪中期英国的设计改革运动，或者更早。到 20 世纪 70 年代，这种传统已奄奄一息，然而当时我们尚未意识到。一切都显示出“好的设计”安然无恙。设计专业的学生仍受劝告阅读尼可拉斯·佩夫斯纳（Nikolaus Pevsner）的《现代设计的先驱》和赫伯特·里德（Herbert Read）的《艺术与工业》——两本明确推崇“好的设计”的书；而对于他们将要吸收的学说，无人给出任何的提醒和警告。实际上，当时没有评论来抗衡这两本书的影响。

有两个插曲让我意识到“好的设计”这一正统思想传播甚广；并且，对于我们从历史角度考量设计和如今常称为“物质文化”的领域，它是一个相当大的障碍。第一个插曲是我在 20 世纪 70 年代参加的一个会议。在我的发言中，我列举了一些无论如何也称不上“好的设计”的吸尘器。在这之后，我被两位听众拉到一边，他们斥责我将如此显而易见的糟糕设计展

示出来；更糟的是，对于如此明显的粗制滥造我竟未予置评。难道不知道这是极大的错误吗？不去批评这些东西，反而予以容忍，莫非我不明白这是在破坏五十、一百年来根除拙劣设计的努力吗？我自当明白让公众免受其害是设计专业人员的天职，而我却在这里宣传它。诸如此类。在他们看来，无论我作何解释，也不能为我所犯的错开脱。

我惊讶于这种反应，直到那时我才意识到一些人对于“好的设计”仍是全然执着的。只是那时形形色色的发展让我误以为人们已不再拿它当回事。在英国，由一群艺术家、建筑师和批评家组成的独立小组在20世纪50年代早期宣传一种多元设计观，将美国消费产品和欧洲高端设计产品等量齐观，而不比较这两者文化的优劣。1971年，设计师维克多·巴巴纳克（Victor Papanek）从环境和生态角度出发发表了一篇设计评论，“好的设计”不再是道德争论的焦点，取而代之的是对环境问题以及第一和第三世界文化之间差距的关注。意大利米兰的一批突破成规、反设计的设计师们，例如艾托尔·索扎斯（Ettore Sottsass），尤其因1972年在纽约现代艺术馆的展览“意大利：新家居景象”而逐渐蜚声国际。然而如果我认为这种种变化意味着“好的设计”的结束，那么我错了，至少在英国这一观念仍然鲜活。

第二个插曲确证了这点，而且表明将设计当作社会进程的一个方面来考虑并非易事。我过去常参加历史学家埃里克·霍布斯鲍姆（Eric Hobsbawm）的每周研讨班，其中一周一个学生交上来一篇关于英国19世纪中期设计教育的论文。随后的讨论中，霍布斯鲍姆开始抨击1851年世界博览会中的展品，他认为那些设计可憎至极，任何人只消看一眼就能明白改革设计教育是当务之急。我很惊讶也很失望，一位在其他问题上颇有洞见的历史学家在谈论设计的时候，却只是重复那些一个多世纪的老生常谈。一涉及物质产品，为何有着敏锐历史判断力的人会因“好的设计”而变得糊涂？如果任何关于制造品及其在现代社会生活中的作用的讨论终将陷入关于“好的设计”的争论之中，那么将商品史严肃地当作历史学术研究的分支有何希望？《欲求之物》将是我的回答。

回过头来看这本书，我注意到某些当时看来正确的做法，事后想来也可以是另一番面貌。具体说来，全书一直强调，设计是生产的一个方面，是商品制造者决定的结果。虽然我仍然认为这提供了一种途径来理解商品为什么是那样，但毫无疑问，当我们把商品看做社会媒介，研究它们在世界上流通时会发生什么——这是本书的另一个主题——我们会发现当消费者拥有了商品，设计师和制造商的动机以及他们对其产品的预想往往还是无法

实现。我之所以强调制造者的行为，一方面是因为当时关于消费者和消费的情形我知之甚少；如果我所写并非全然推测，似乎还是专注于生产为好，至少那方面有可靠的证据。然而，在我写此书之时，人们对于消费的兴趣，特别是在社会学和文化学研究领域一直在增长。这种发展很迅速，此后对于可被称作物品寿命的研究有了巨大的扩充。现在，对于物品进入世界开始流通后会发生什么，我们知道得更多了。许多研究将物品视为社会互动和交换的媒介，这些都是受到法国社会学家皮埃尔·布迪厄(Pierre Bourdieu)的启发(我写此书时尚不了解他的著作)。迪克·赫布迪奇(Dick Hebdige)对小型摩托车的分析就是一个较早的经典例子，这种在二战后意大利主要为女人而设计的产品，20世纪60年代却意外地成为“潮流”，在英国男性亚文化群中流行起来。如果当时我有更多这类材料，我会将这些纳入论述之中，当然如果此书重写，整个论证将会有所变化，以反映出近20年向消费研究方面的转变。

历史著作本身就是历史事物。与其他所有历史著作一样，本书亦属于某个特殊时期。

阿德里安·福蒂

2005年7月

## 序言

几乎我们用的每件物品，大部分衣物和食物都是经过设计的。设计与日常生活息息相关，我们有理由追问它究竟为何，有何用，从何而来。尽管有相当丰富的论著探讨这一课题，这些看似简单的问题却难以回答。<sup>1</sup>过去 50 年里，绝大部分文献向我们灌输设计的主要功能是美化事物；一些研究则指出设计是一种特殊的解决问题的方法；极少情况下设计与利润挂上钩；更甚少有人将设计视作概念的传播。我意识到，设计活动的重要性远远超出人们的所知，尤其在经济和观念方面。这便是此书的缘起。

文化单一性让设计囿于视觉角度，失去了与思想和经济的联系，这给设计及其历史的研究造成了障碍，在英国尤其如此。人们通常认为设计一旦与商业太密切就变得污秽了，这种理智洁癖混淆了事实，毫无裨益。实际上，设计是在资本主义历史的特殊阶段应运而生的，而且在工业财富的创造中扮演了重要角色。设计如果被视作纯艺术活动，就会显得微不足道，沦为文化附属品。

同样地，设计对于我们思维方式的影响也未受多少关注。人们抱怨电视、新闻、广告和小说的影响，对设计的影响力却不以为意。设计远非中性、温和的艺术活动，它比朝生暮死的媒体产品拥有更持久的影

响力，因为设计能将我们对自我和行为的认知铸造成具体而永久的形式。

鉴于“设计”一词将在此书中大量使用，我需先阐明它的概念。通常而言，当谈及人工制品时这个词有两层意思。一方面，它指事物的外观：比如说“我喜欢这个设计”通常涉及美的概念，人们往往在此基础上做出这种判断。很明显的是，这本书并非设计美学著作。本书并不打算讨论诸如威廉·莫里斯（William Morris）的设计是否比1851年万国工业博览会的展品更美，而是探究究竟为何会存在这些差异。

- 6 其二，“设计”一词更确切地是指商品的制作方案，例如某人说“我正在设计一辆车”，指的就是这层意思。将这两层意思分开单独处理将铸成大错，因为“设计”一词的特殊之处就在于它同时表达这两层意思，一词双义恰如其分地传达出两者不可分割的事实：广义上说，事物的外观正是它们制作情况的结果。

这里所用的历史一词关注于解读变化，因而本书的主题将是工业产品设计产生变化的原因。在政治、社会、经济和其他一些文化形式的研究中，史学家有着极为精妙的理论建树；而设计史的理论相形见绌。将艺术与设计混为一谈，以及进而认为加工制品即艺术品，都显示出这种理论上的薄弱。将加工产品与绘画和雕塑并置于博物馆展出，以及关于设计洋洋洒洒的文字都造成了这种误解。最近的一部书中出现了“工业设计是20世纪的艺术”的陈述，似乎企图掩盖艺术与设计之间的全部差别。<sup>2</sup>

就目前看来，二者最关键的区别在于艺术品通常由同一个人——艺术家进行构思和制作（或者指导），工业产品却不然。艺术家作品的构思和制作允许有极大的自主性，这让我们相信艺术的一个主要功能便是创造力和想象力的自由表达。权且不论这种看法对于艺术是否全然准确，设计绝非如此。在资本主义社会，产品制造的首要目的必定是为生产商谋利，而设计正是其中一环。设计中所包含的艺术想象无论如何发挥，都并非为表达设计师的创造力和想象力，而是为了保证产品的销售和盈利。将工业设计称作“艺术”暗示着设计师在生产中扮演主要角色，这种误解实际上切断了设计与社会进程的大部分联系。

在解释变化这点上，设计和艺术的混同导致了一种因果理论，它司空见惯但不尽人意。在诸多版本的设计史中，作者通过谈论单个艺术家和设计师的性格和事业来解释变化——齐彭代尔（Chippendale）与喜来登（Sheraton）的家具设计之所以不同，在于二者是不同的人，有着不同的艺术观念。可一旦我们试图确认是什么造成了这些差异时，却无从下手；当我们考虑的不单是个人作品，而是一批设计师的作品的整体风貌时，问题更加棘手：例如，



为何 20 世纪前十年的办公用具设计与 20 世纪 60 年代的产品整体外观大相径庭？将这种现象归结于艺术气质上的差异则有些荒谬。

设计史学家为了规避问题，常常将变化视为某种进化过程，加工商品仿佛成了植物或动物一般。设计中的变化被描述成产品生产中的变异，向完美形式进化的各个阶段。但是人工制品本身没有生命，而且也没有证据表明有一种自然或机械选择的法则在推动它们演进。决定商品设计的并非某种内在的基因结构，而是制造者和制造业，以及在商品社会中二者与社会的关系。<sup>3</sup>

虽说设计与社会有关，但究竟如何相关，史学家并没有给出令人满意的答案。在大部分设计史、艺术史和建筑史中，这些活动被剥离于其生长的社会环境而单独考量。然而，最近却流行谈及“社会语境”或“社会背景”。例如，马克·吉鲁阿尔（Mark Girouard）在关于 19 世纪“安妮女王”风格建筑的《温文尔雅》（*Sweetness and Light*）一书中，开篇描述了评论家对这种风格的反应，继而写道：

当我们考察一下当时的背景，种种暴怒与痴迷便变得可以理解了，是这种背景下的某种必然。“安妮女王”风格的繁盛在于它满足了当时英国中产阶级的愿望。<sup>4</sup>

随后几页是对 19 世纪社会的概述，接着，吉鲁阿尔几乎完全用建筑术语描述了“安妮女王”建筑。对于社会语境的泛泛而谈就像是玻璃缸中鱼儿周围的水草和碎石：无论它们有多么真实，都只是配饰，拿走它们对于我们观察鱼儿不会有丝毫影响。“社会语境”成了一种装饰，建筑仿佛自主存在，艺术动机之外的一切都微不足道。对于史学家而言，“社会语境”的魅力在于省去了他们对于物品与历史环境如何关联的思考，像格罗伍德的“某种必然”这样模糊的论述并不少见。在设计研究中“社会语境”的随意使用尤为糟糕，导致了背离生产的物质现实的观点和信念。

本书中，设计的历史也是社会的历史：解读变化的前提是理解设计与现代经济进程的相互作用。

思想和人们对于世界的认知在这些进程中所起的作用较难把握。我认为，设计在这一独特领域里举足轻重，这点套用结构主义理论便可阐明。结构主义者认为，在任何社会中，人们的信仰和日常经验之间的矛盾通过神话的发明得以解决。先进社会中的冲突和原始

社会同样频繁，神话也同样流行。比如，我们的文化中存在着贫富差距和不平等；同时，社会又主张基督教众生平等的信仰。这种吊诡在灰姑娘的故事中得以解决，她被王子找到，嫁给了他，证明尽管贫穷她也能成为他的另一半。灰姑娘只是个童话，与现实生活相去甚远，但现代版本并不少见（例如秘书嫁给了老板），这让人们以为吊诡无关紧要甚至不存在。故事是传播神话的传统方式，在 20 世纪，电影、新闻、电视和广告成了新的补充。

法国结构主义评论家罗兰·巴特（Roland Barthes）在《神话学》（*Mythologies*）一书中解释了神话如何起作用以及它对我们思维的影响力。从手册的用语、女性杂志中的烹饪形象，到媒体对于婚礼的报道，巴特旁征博引地告诉我们这些平常事物如何显示出我们关于世界的各种想法。与短暂的媒体所不同的是，设计能赋予神话持久而坚固的实体形式，使之变得真实。举个例子，人们普遍认为，现代办公室工作相比“昔日”更便利、愉快和多样化。神话调和了大多数人无聊而单调的办公经验，让他们觉得这比其他工作如工厂作业身份高贵，工厂作业的单调则未加掩饰。广告、杂志报道和电视剧向人们灌输办公室工作是愉快的、社交性的和激动人心的，而色彩明亮、造型诙谐的现代设备让这一切真实可信，正是设计让办公室与神话相符。

对于企业家来说，利用神话是商业成功的必要手段。每种产品都必须融入某种可推广的概念，设计的特殊使命便是将概念和可行的生产方式结合起来。这一过程的结果是，加工商品蕴含着无数关于世界的神话，而神话亦成为现实。

鉴于其广泛的影响和复杂的本质，对设计的历史考量并非易事。工业产品成千上万，即便是看上去最无足轻重的设计，一旦分析起来也极其复杂。我不妄想包罗万象，而是尝试着指出任何制造品的设计史应如何切入，可以提出哪些问题，以及研究它的设计可能得到哪些答案。书中我讨论了各类物品，其中许多颇为详细，但我的选择免不了具有任意性，某些情况下另一件物品同样能证明我的论述。实际上大可以说，若书中例举的是另外一些设计，论证仍然完整。

- 9 我避免对每件设计面面俱到，这种方法很容易变得乏味，我将通过一系列的章节和主题来探讨设计。每件物品的讨论都将留有余地，它们所衍生的其他主题将留给读者去思考。每个章节各自独立，同时，它们共同提示出设计在我们文化中的重要性以及它对于我们生活和思维的影响程度。
- 10

# 目 录

- 001 / 前言  
005 / 序言
- 009 / **第一章 进步的形象**  
012 / 新古典：进步过程的解毒剂  
018 / 韦奇伍德：工业生产中的新古典主义
- 033 / **第二章 首批工业设计师**  
033 / 需要质量不变的产品  
037 / 让人充当机器  
039 / 制模师的价值  
043 / 设计和劳动过程：排除风险
- 050 / **第三章 设计和机械化**  
050 / 机器有害于设计？  
061 / 机械谬论：时装和家具  
071 / 设计政治学
- 076 / **第四章 设计的差别化**  
078 / 男子气概和女人味  
083 / 童年  
089 / 社会阶层  
099 / 主仆  
108 / 品种多样化  
115 / 多样性理论
- 119 / **第五章 家**  
125 / 与工作无关的场所  
131 / 家作为性格的符号  
137 / 理想的家：从美到功效  
151 / 家的自由和约束
- 154 / **第六章 办公室里的设计**  
154 / 办公室工作的社会学  
169 / 办公室中的专业家具  
172 / 办公设备  
182 / 办公室家庭化：战后办公室设计  
191 / 战后的办公桌和设备

- 201 / **第七章 卫生与洁净**
- 201 / “美源自秩序和洁净”
- 204 / 污垢、疾病和焦虑
- 219 / 为健康的设计：干净的形象
- 
- 233 / **第八章 电——未来的燃料**
- 235 / 不列颠的电力供应
- 237 / 扩大家庭负荷
- 247 / 电器设计和电的形象
- 256 / 无线电收音机
- 
- 266 / **第九章 家务劳力的节省**
- 267 / 家务的神话
- 269 / 机械仆人的神话
- 277 / 家务劳动美学
- 283 / 以消费者为中心的设计
- 
- 287 / **第十章 设计和企业形象**
- 289 / 伦敦运输局：公共运输集团的创建
- 298 / 设计促使系统统一
- 
- 307 / **第十一章 设计、设计师和设计著作**
- 317 / 注释
- 337 / 致谢
- 339 / 索引

## 前 言

我着手写这本书的时候，仍有“好的设计”这一说。早在 20 世纪 70 年代，有下面想法的人多得令人惊讶，认为拙劣的设计不仅浪费劳动力和材料，而且败坏公众道德，是文化倒退的征兆。我们作为消费者，理应免受其害。拙劣的设计不仅危害购买者和使用者，还危害着每个人乃至整个文化；这种观点由来已久，可追溯到 20 世纪早期的德国工业同盟，19 世纪中期英国的设计改革运动，或者更早。到 20 世纪 70 年代，这种传统已奄奄一息，然而当时我们尚未意识到。一切都显示出“好的设计”安然无恙。设计专业的学生仍受劝告阅读尼可拉斯·佩夫斯纳（Nikolaus Pevsner）的《现代设计的先驱》和赫伯特·里德（Herbert Read）的《艺术与工业》——两本明确推崇“好的设计”的书；而对于他们将要吸收的学说，无人给出任何的提醒和警告。实际上，当时没有评论来抗衡这两本书的影响。

有两个插曲让我意识到“好的设计”这一正统思想传播甚广；并且，对于我们从历史角度考量设计和如今常称为“物质文化”的领域，它是一个相当大的障碍。第一个插曲是我在 20 世纪 70 年代参加的一个会议。在我的发言中，我列举了一些无论如何也称不上“好的设计”的吸尘器。在这之后，我被两位听众拉到一边，他们斥责我将如此显而易见的糟糕设计展

示出来；更糟的是，对于如此明显的粗制滥造我竟未予置评。难道不知道这是极大的错误吗？不去批评这些东西，反而予以容忍，莫非我不明白这是在破坏五十、一百年来根除拙劣设计的努力吗？我自当明白让公众免受其害是设计专业人员的天职，而我却在这里宣传它。诸如此类。在他们看来，无论我作何解释，也不能为所犯的错开脱。

我惊讶于这种反应，直到那时我才意识到一些人对于“好的设计”仍是全然执着的。只是那时形形色色的发展让我误以为人们已不再拿它当回事。在英国，由一群艺术家、建筑师和批评家组成的独立小组在20世纪50年代早期宣传一种多元设计观，将美国消费产品和欧洲高端设计产品等量齐观，而不比较这两者文化的优劣。1971年，设计师维克多·巴巴纳克（Victor Papanek）从环境和生态角度出发发表了一篇设计评论，“好的设计”不再是道德争论的焦点，取而代之的是对环境问题以及第一和第三世界文化之间差距的关注。意大利米兰的一批突破成规、反设计的设计师们，例如艾托尔·索扎斯（Ettore Sottsass），尤其因1972年在纽约现代艺术馆的展览“意大利：新家居景象”而逐渐蜚声国际。然而如果我认为这种种变化意味着“好的设计”的结束，那么我错了，至少在英国这一观念仍然鲜活。

第二个插曲确证了这点，而且表明将设计当作社会进程的一个方面来考虑并非易事。我过去常参加历史学家埃里克·霍布斯鲍姆（Eric Hobsbawm）的每周研讨班，其中一周一个学生交上来一篇关于英国19世纪中期设计教育的论文。随后的讨论中，霍布斯鲍姆开始抨击1851年世界博览会中的展品，他认为那些设计可憎至极，任何人只消看一眼就能明白改革设计教育是当务之急。我很惊讶也很失望，一位在其他问题上颇有洞见的历史学家在谈论设计的时候，却只是重复那些一个多世纪的老生常谈。一涉及物质产品，为何有着敏锐历史判断力的人会因“好的设计”而变得糊涂？如果任何关于制造品及其在现代社会生活中的作用的讨论终将陷入关于“好的设计”的争论之中，那么将商品史严肃地当作历史学术研究的分支有何希望？《欲求之物》将是我的回答。

回过头来看这本书，我注意到某些当时看来正确的做法，事后想来也可以是另一番面貌。具体说来，全书一直强调，设计是生产的一个方面，是商品制造者决定的结果。虽然我仍然认为这提供了一种途径来理解商品为什么是那样，但毫无疑问，当我们把商品看做社会媒介，研究它们在世界上流通时会发生什么——这是本书的另一个主题——我们会发现当消费者拥有了商品，设计师和制造商的动机以及他们对其产品的预想往往还是无法

实现。我之所以强调制造者的行为，一方面是因为当时关于消费者和消费的情形我知之甚少；如果我所写并非全然推测，似乎还是专注于生产为好，至少那方面有可靠的证据。然而，在我写此书之时，人们对于消费的兴趣，特别是在社会学和文化学研究领域一直在增长。这种发展很迅速，此后对于可被称作物品寿命的研究有了巨大的扩充。现在，对于物品进入世界开始流通后会发生什么，我们知道得更多了。许多研究将物品视为社会互动和交换的媒介，这些都是受到法国社会学家皮埃尔·布迪厄（Pierre Bourdieu）的启发（我写此书时尚不了解他的著作）。迪克·赫布迪奇（Dick Hebdige）对小型摩托车的分析就是一个较早的经典例子，这种在二战后意大利主要为女人而设计的产品，20世纪60年代却意外地成为“潮流”，在英国男性亚文化群中流行起来。如果当时我有更多这类材料，我会将这些纳入论述之中，当然如果此书重写，整个论证将会有所变化，以反映出近20年向消费研究方面的转变。

历史著作本身就是历史事物。与其他所有历史著作一样，本书亦属于某个特殊时期。

阿德里安·福蒂

2005年7月





## 序言

几乎我们用的每件物品，大部分衣物和食物都是经过设计的。设计与日常生活息息相关，我们有理由追问它究竟为何，有何用，从何而来。尽管有相当丰富的论著探讨这一课题，这些看似简单的问题却难以回答。<sup>1</sup>过去 50 年里，绝大部分文献向我们灌输设计的主要功能是美化事物；一些研究则指出设计是一种特殊的解决问题的方法；极少情况下设计与利润挂上钩；更很少有人将设计视作概念的传播。我意识到，设计活动的重要性远远超出人们的所知，尤其在经济和观念方面。这便是此书的缘起。

文化单一性让设计囿于视觉角度，失去了与思想和经济的联系，这给设计及其历史的研究造成了障碍，在英国尤其如此。人们通常认为设计一旦与商业太密切就变得污秽了，这种理智洁癖混淆了事实，毫无裨益。实际上，设计是在资本主义历史的特殊阶段应运而生的，而且在工业财富的创造中扮演了重要角色。设计如果被视作纯艺术活动，就会显得微不足道，沦为文化附属品。

同样地，设计对于我们思维方式的影响也未受多少关注。人们抱怨电视、新闻、广告和小说的影响，对设计的影响力却不以为意。设计远非中性、温和的艺术活动，它比朝生暮死的媒体产品拥有更持久的影