

設計小史

設計界關鍵人、事、物，一次完整介紹，最完備的精華版世界設計史

D

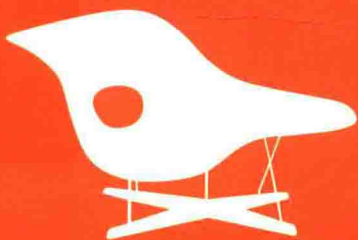
F

S

I

G

N



DESIGN

湯馬士·豪菲 Thomas Hauße / 著

陳品秀 / 譯

設計小史

D *E*
S
G **I**
, **N**

設計小史 / 湯馬士·豪菲 (Thomas Hauflé) 著; 陳品秀 譯. -- 二版. --
臺北市: 臉譜, 城邦文化出版; 家庭傳媒城邦分公司發行, 2010.06
面: 公分. -- (藝術叢書: FI011C)
譯自: Schnellkurs Design

ISBN 978-986-235-114-7 (軟精裝)

1 設計 2 歷史

960.9

99008305

Original Title: Schnellkurs Design

Copyright © 1995 DuMont Literatur und Kunst Verlag, Köln

Complex Chinese language edition arranged with the author, through jia-xi books co., ltd, Taiwan, R.O.C.

Complex Chinese translation copyright © 2010 by Trio Publications, a division of Cité Publishing Ltd.

All rights reserved.

藝術叢書 FI011C

設計小史

作者 湯馬士·豪菲 (Thomas Hauflé)

譯者 陳品秀

副總編輯 劉麗真

主編 陳逸瑛、顧立平

特約編輯 吳莉君

內頁設計 陳瑋聲

封面設計 羅心梅

發行人 涂玉雲

出版 三言社

製作 臉譜出版

城邦文化事業股份有限公司

台北市中山區民生東路二段141號5樓

電話: 886-2-25007696 傳真: 886-2-25001952

發行 英屬蓋曼群島家庭傳媒股份有限公司城邦分公司

台北市中山區民生東路二段141號11樓

客服服務專線: 886-2-25007718; 25007719

24小時傳真專線: 886-2-25001990; 25001991

服務時間: 週一至週五上午09:30-12:00; 下午13:30-17:00

劃撥帳號: 19863813 戶名: 書虫股份有限公司

讀者服務信箱: service@readingclub.com.tw

香港發行所 城邦(香港)出版集團有限公司

香港灣仔駱克道193號東超商業中心1樓

電話: 852-25086231 傳真: 852-25789337

E-mail: hkate@biznetigator.com

馬新發行所 城邦(馬新)出版集團 Cite (M) Sdn. Bhd. (458372U)

11, Jalan 30D/146, Desa Tasik, Sungai Besi, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia

電話: 603-90563833 傳真: 603-90562833

二版一刷 2010年6月29日

二版二刷 2011年4月11日

城邦讀書花園

www.cite.com.tw

版權所有·翻印必究 (Printed in Taiwan)

ISBN 978-986-235-114-7

定價: 380元

(本書如有缺頁、破損、倒裝、請寄回更換)

目次

2 前言

8 導論

設計：在藝術……／……和工業之間

10 設計是什麼？

設計是什麼？／設計和計畫／工業革命／詞彙定義／假設／改革運動／「形隨機能」／設計師這個職業／平面設計／設計的功能／設計是一門科學／跨越界線／設計現況／設計史

20 早期歷史 1750-1850

早期歷史／工業和科技／政治和經濟／倫理學和美學／震顫教徒的生活風格和工藝／比德邁時期／中產階級的家居文化

30 工業革命 1830-1880

蒸汽機改變了世界／從工坊到工廠／科技和機械化／普爾門車廂／專用家具／工業擴張和歷史主義／威望和展示／維多利亞時代／世界博覽會和國際競賽

◎索涅特兄弟

42 改革運動 1850-1914

改革運動／莫里斯與藝術和工藝運動／藝術和工藝運動／「新藝術」：一種國際性運動／「新藝術」在比利時／「新藝術」在法國／南錫／巴黎／德國：年輕風格／

慕尼黑／達姆施塔特／威瑪／「新藝術」：擺盪在藝術和工業之間

62 現代之路 1890-1914

現代之路／麥金塔和格拉斯哥藝術學院／世紀轉換時的維也納／「形隨機能」／萊特／德國工藝聯盟／

◎德國通用電氣公司和貝倫斯

74 革命和前衛 1915-1933

藝術融入生活／塔特林：「藝術家是生活風格的規劃者」／利西斯基／陶瓷設計／織品設計／創意國際／荷蘭：風格派1917-1931／風格派家具設計／風格派建築／包浩斯1919-1933／包浩斯裡的風格派／需求vs.奢華／包浩斯建築／德國的國民住宅／「國際樣式」

98 奢華和權力 1925-1945

對比的年代／裝飾藝術／奢侈的手工藝品／裝飾元素／閃閃發亮／高級時尚／裝飾藝術國際化／工業化量產／美國的裝飾藝術／現代工業設計／設計和科技／大蕭條／流線形／第三帝國的設計／納粹對「現代」抱持的態度／「勞動之美」辦公室／福斯汽車／為人民打造的收音機

118 經濟奇蹟 1945-1960

1950年代／家具的有機設計／美式生活／消費和進步／義大利經濟奇蹟／藝術和設計／德國：從復原到經

濟奇蹟／腎形桌和美耐板／「好造形」／烏爾姆設計學院／斯堪地那維亞的居家設計／柚木獨領風騷／丹麥式現代

◎雷蒙·羅威

144 好造形和好設計 1954-1968

消費和科技／德國／義大利／設計烏托邦／「好造形」和新機能主義／義大利：好設計／塑膠和聚酯／卡泰爾／形象問題

◎百靈公司

158 實驗和反設計 1965-1976

實驗、烏托邦和反設計／消費社會遭受打擊／機能主義的危機／德國對機能主義的批判／另類設計／流行文化和烏托邦／義大利的反文化運動

166 後現代主義 1968-1994

從現代到後現代／後現代理論／後現代建築／後現代設計／「阿基米亞工作室」／「孟斐斯」／狂野的八〇年代／新設計／德國「新設計」／英國：新簡約／西班牙的「新設計」／法國：設計場域的巨星／「新設計」之後／進入1990年代：設計和科技／高科技／微型化／例如：新力／隨身聽／東西消失了／電腦和設計／設計和行銷／例如：帥奇錶／設計管理和服務設計／設計和文化／例如：維特拉／設計和環境／設計和判斷／接下來呢？

195	名詞解釋
197	設計大事記
202	博物館和設計收藏
204	參考書目
208	中英索引：主題
213	中英索引：人名
219	英中索引：主題
224	英中索引：人名
230	圖片出處

設計小史

D *E*
S
G **I**
, *N*

前言

設計無所不在。近年來，設計成為大家所關切的一個主題——很難被定義為「嚴肅」題材的「設計」普遍出現在報章雜誌，甚至出現在電視上，這些媒體定期報導精彩的展覽、新設計和「設計界」。而特殊主題的專書、生活時尚雜誌上的耀眼文章、展覽目錄以及本身就是設計產品的書籍也淹沒了整個市場。有幾個個別時期，諸如「裝飾藝術」（Art Deco）、「搖擺的五〇年代」（swinging fifties）和「狂野的八〇年代」（wild eighties），在這個通俗性的設計面向中尤其突出。

設計史就像藝術史一樣，也發展出屬於自己的學術領域。這個領域在英國尤其先進，「設計史學會」（Design History Society）從1977年便存在於世；而當今主要的設計史學家也都是英國人。還有就是設計史和藝術史之間的界線並不十分清楚，設計學者、評論家和設計科系的學生往往來自藝術史這個學術領域。除此之外，他們的作品也見諸報章雜誌或設計界。不過儘管有了這些林林總總的出版和發表，我們依舊很難找到有關這個主題的一般性介紹，抑或是簡單的總覽概要。沒錯，與浩瀚的藝術史場域相較，設計史毋寧是稀少的，感興趣的你最

好事先有心理準備，知道設計是個狹隘的領域，並到藝術史部門的書架上繼續探賸索隱一番。另一方面，高度專業性的學術文章和那些賞心悅目但所言不多的大開本圖文書之間，也存在著一道不容易跨越的巨大鴻溝。

這本「設計速成課程」提供了一部易讀且有組織的設計史，並為這個日益複雜的主題做了引介，希望此舉有助於弭平鴻溝。有著豐富插圖的這本書將著重於國際政治和文化關聯的比較與解說。這裡，我們不企圖羅列出所有設計師和公司的名號；相反地，這個速成課程是「被設計」來呈現設計的主要發展路線和產生影響的因素。此外，用以檢視設計史上重要設計師、公司和決定性轉捩點的「小專欄」，也為理解某一時期或傑出設計本身提供了必要的相關例證。

為了提供讀者更便捷的參考資訊，書中同時檢附了名詞解釋、雜誌和文獻參考書目，以及一份全球各地設計博物館和展覽的指引名單。

湯馬士·豪菲（Thomas Hauße）

目次

2 前言

8 導論

設計：在藝術……／……和工業之間

10 設計是什麼？

設計是什麼？／設計和計畫／工業革命／詞彙定義／假設／改革運動／「形隨機能」／設計師這個職業／平面設計／設計的功能／設計是一門科學／跨越界線／設計現況／設計史

20 早期歷史 1750-1850

早期歷史／工業和科技／政治和經濟／倫理學和美學／震顫教徒的生活風格和工藝／比德邁時期／中產階級的家居文化

30 工業革命 1830-1880

蒸汽機改變了世界／從工坊到工廠／科技和機械化／普爾門車廂／專家具／工業擴張和歷史主義／威望和展示／維多利亞時代／世界博覽會和國際競賽

◎索涅特兄弟

42 改革運動 1850-1914

改革運動／莫里斯與藝術和工藝運動／藝術和工藝運動／「新藝術」：一種國際性運動／「新藝術」在比利時／「新藝術」在法國／南錫／巴黎／德國：年輕風格／

慕尼黑／達姆施塔特／威瑪／「新藝術」：擺盪在藝術和工業之間

62 現代之路 1890-1914

現代之路／麥金塔和格拉斯哥藝術學院／世紀轉換時的維也納／「形隨機能」／萊特／德國工藝聯盟／

◎德國通用電氣公司和貝倫斯

74 革命和前衛 1915-1933

藝術融入生活／塔特林：「藝術家是生活風格的規劃者」／利西斯基／陶瓷設計／織品設計／創意國際／荷蘭：風格派1917-1931／風格派家具設計／風格派建築／包浩斯1919-1933／包浩斯裡的風格派／需求vs.奢華／包浩斯建築／德國的國民住宅／「國際樣式」

98 奢華和權力 1925-1945

對比的年代／裝飾藝術／奢侈的手工藝品／裝飾元素／閃閃發亮／高級時尚／裝飾藝術國際化／工業化量產／美國的裝飾藝術／現代工業設計／設計和科技／大蕭條／流線形／第三帝國的設計／納粹對「現代」抱持的態度／「勞動之美」辦公室／福斯汽車／為人民打造的收音機

118 經濟奇蹟 1945-1960

1950年代／家具的有機設計／美式生活／消費和進步／義大利經濟奇蹟／藝術和設計／德國：從復原到經

濟奇蹟／腎形桌和美耐板／「好造形」／烏爾姆設計學院／斯堪地那維亞的居家設計／柚木獨領風騷／丹麥式現代

◎雷蒙·羅威

144 好造形和好設計 1954-1968

消費和科技／德國／義大利／設計烏托邦／「好造形」和新機能主義／義大利：好設計／塑膠和聚酯／卡泰爾／形象問題

◎百靈公司

158 實驗和反設計 1965-1976

實驗、烏托邦和反設計／消費社會遭受打擊／機能主義的危機／德國對機能主義的批判／另類設計／流行文化和烏托邦／義大利的反文化運動

166 後現代主義 1968-1994

從現代到後現代／後現代理論／後現代建築／後現代設計／「阿基米亞工作室」／「孟斐斯」／狂野的八〇年代／新設計／德國「新設計」／英國：新簡約／西班牙的「新設計」／法國：設計場域的巨星／「新設計」之後／進入1990年代：設計和科技／高科技／微型化／例如：新力／隨身聽／東西消失了／電腦和設計／設計和行銷／例如：帥奇錶／設計管理和服務設計／設計和文化／例如：維特拉／設計和環境／設計和判斷／接下來呢？

195	名詞解釋
197	設計大事記
202	博物館和設計收藏
204	參考書目
208	中英索引：主題
213	中英索引：人名
219	英中索引：主題
224	英中索引：人名
230	圖片出處

導論

設計：在藝術……

設計無所不在。這句話在空氣中迴響著，我們可以這麼說——你幾乎可以說，我們在每一次呼吸中都嗅到了它的氣息。

如同藝術和文學、戲劇和音樂那樣，設計也成為主流報紙生活版以及流行報章雜誌文化版面上的固定主題。在從前，商品設計師的大名——著名服裝設計師除外——並不會引起多大的共鳴，但今天，設計界的明星幾乎就和音樂、演藝界的明星一樣有名。像是索薩斯（Ettore Sottsass）、史塔克（Philippe Starck）、查爾斯和蕾·艾姆斯夫婦（Charles and Ray Eames）、瑟恩（Matteo Thun）等人的名字就和他們的設計齊名，而著名設計師本身也具備藝術人格的光環。公司甚至在產品上印了設計師的姓名，如同藝術家的簽名一般。為了增加產品的價值感和商業吸引力，公司會推出「限量和簽名」版的椅子、音響和玻璃製品。而被譽為另一種特殊設計師的建築師也總能贏得公眾的掌聲，尤其是那些勇於突破現狀的建築師：蘇利文（Louis Sullivan）、萊特（Frank Lloyd Wright）以及蓋瑞（Frank O. Gehry）等。



史塔克，巴黎

法國設計界的明星，他在展示產品的同時也展示自己，這種呈現方式從前只發生在流行樂界和電影明星身上。

今天，設計已是文化史中被認可的一個區塊。同時，有關現代設計經典作品的知識幾乎已成為一般性的文化資產，設計產品也以展示藝術品的方式呈現出來。設計在經過近年來的蓬勃發展之後，「狂野八〇年代」新設計派（New Design）那種具有挑釁意味的家具已安放在美術館內，就擺在索涅特椅（Thonet chair）、鉻鐵家具以及包浩斯燈具的旁邊。設計是文化事件，而大型的設計展覽也像大型的藝術展覽一樣，吸引了無數的參觀人潮。

……和工業之間

設計——產品造形的決定要素——不再只是工程師的特殊考量，而是一項極重要的行銷因素，有愈來愈多公司認為它的重要性足以左右其商業策略。在各項產品技術已臻成熟的這個年代裡，市場上不再有懸殊的品質分野，而決定產品價格的工資和材料費也趨於相同且減少變動。於是，設計成為致勝的關鍵所在。人們不僅設計個別產品的外形，也設計、營造整個公司的形象，小至公司的信紙字頭，大到公司建築，從袋子乃至於廣告，幾乎無一遺漏——此即所謂的企業識別（corporate identity）。整體的「企業哲學」從裡到外都需要溝通。

企業顧問、設計中心和公共機構，還有經濟部以及商社，全都支持這類透過發表、展覽和競賽所激發出來的設計效應。

總之，設計的整體表現也導致該詞彙的自我膨脹，它就像認可標章一樣，廣泛應用在各種事物上，以增進這些產品的市場競爭力。突然之間，我們有所謂的設計師牛仔褲、設計師玻璃、設計師家具，甚至匪夷所思的設



《回歸藝術：倚靠著約瑟夫·波伊斯和安迪·沃荷》

西紐加的作品，這位1980年代德國新設計的代表人物，讓椅子成為人們膜拜的物件。

計師藥品。而其中沒有一項和這個詞彙的原始意涵扯得上任何關係。

緊跟著淋漓盡致的詞彙胡謔之後，到了1980年代，在科技發展和新美學思維打破了藝術、工藝、工業和設計的界線之際，針對「設計」一詞的意涵，終於有了頗具分量且嚴肅的討論出現。

今天，「設計是什麼？」這個問題幾乎就和「藝術是什麼？」一樣難以回答。設計因為受到理論和實際面的各種因素影響，不再只具有一種定義。儘管如此，也或許正因如此，嘗試為設計標出其領域範圍，毋寧是極為重要的事。

企業設計
介面設計
工業設計
室內設計
公共設計
服裝設計
家具設計
汽車設計
商業設計
觀念設計

電腦設計
資訊設計
包裝設計
傳播設計
前衛設計
五金設計
桌面用品設計
櫃台設計
激進設計

媒體設計
食物設計
反設計
再設計
影片設計
聲音設計
物件設計
軟體設計