

设计经典译丛

# 现代设计的意义

钱凤根 主编

The Meanings of  
Modern Design

[英国] 彼得·多默 著 张蓓 译

译林出版社

设计经典译丛

# 现代设计的意义

钱凤根 主编

The Meanings of  
Modern Design

[英国] 彼得·多默 著 张蓓 译

## 图书在版编目(CIP)数据

现代设计的意义 / (英) 多默 (Dormer, P.) 著; 张蓓译. —南京: 译林出版社, 2013.4

(设计经典译丛)

书名原文: The Meanings of Modern Design

ISBN 978-7-5447-3665-7

I. ①现… II. ①多… ②张… III. ①艺术-设计-研究 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第031192号

The Meanings of Modern Design by Peter Dormer

Copyright © 1990 by Thames & Hudson Ltd, London

Published by arrangement with Thames & Hudson Ltd, London

This edition first published in China in 2013 by Yilin Press, Ltd, Nanjing

Chinese edition copyright © by Yilin Press, Ltd

All rights reserved.

著作权合同登记号 图字: 10-2010-398号

书 名 现代设计的意义  
作 者 [英国] 彼得·多默  
译 者 张 蓓  
责任编辑 许 昆  
原文出版 Thames and Hudson, 1990  
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 12.75  
插 页 2  
字 数 136千  
版 次 2013年4月第1版 2013年4月第1次印刷  
书 号 ISBN 978-7-5447-3665-7  
定 价 39.00元  
译林版图书若有印装错误可向出版社调换  
(电话: 025-83658316)

## 序言

**我**们为什么买那么多东西？设计师们按照谁的要求不断更新设计？是消费者、制造商、广告商，还是设计师们自己？在工业消费者文化中，为什么艺术品、工艺品、手工艺品和手工制作与设计息息相关？它们的关系又如何？

当然，情况也并不都是这样。一个明显的事实是当代人对设计过的物品抱有极大兴趣，一有机会，总是喜欢获取这些东西。他们（包括我们）占有物品的欲望恰好说明了为什么制造业和设计业如此成功。也许有一些微妙的理由，可以解释这些不同的欲望。另有一些理由则非常简单：洗衣机之类的工具使生活更轻松（在某种程度上给人们更多生活乐趣）；其他物品，如椅子，提供了舒适；还有娱乐设备，如收音机、高保真音响、电视机和玩具等。一些我们想得到的物品被分类为艺术品和手工艺品，为我们的生活添姿加彩。

原始生活并不需要这样的物品。但随着能源生产、医疗和商业的发展，人口不断增长，社会关系日益复

杂,人们有理由认为,我们的生存依赖那些之前被认为是额外之物的东西。现代物质文化机巧、复杂,就像热带雨林里的无数昆虫,相互依赖地生存在一个表面奢华、错综复杂的综合性关系和状态之中。原始生存,就四处寻食的游民这个意义而言,甚至是不可能的。

- 9 然而,赋予设计师、制造商及他们的物品不可抗拒的魅力的是:他们处于物质文化的核心,他们的工作表现出形形色色的文化成就和人文追求。这本书强调:设计师是时尚设计者,又是理念与价值观的经纪人;一方面是制造商、工程师、应用科学家之间的中间人,另一方面是他们与顾客之间的中间人。

所有支持性的关系必然拥有共同的价值观念。如果制造商的目标是获取利润,设计师的目标是赚取报酬,顾客的目标是提升自尊,那么他们必须拥有一种共同语言。在一些问题上,他们必须取得一致意见:什么是美的,什么材料受到重视,为什么重视它们;他们持有共同观点:什么值得追求,如何利用物质去强化追求。这些共同观点表现出的文化特征,以趣味、等级和时尚习惯呈现在文化发展史的任何阶段中。

所以显然,前卫的设计师比前卫的艺术家的发展空间更受限制,因为如果设计师前进的步伐过分超前于大众的理解程度,他们就会失去顾客,大众就不消费他们的作品。相比之下,在当代艺术领域,大家都追随前卫者这一想法已不再重要;结果是,大多数人都不同意。

虽然设计与艺术两者各自运行于其中的经济结构之间有重要区别,但是在高级设计和工艺美术方面,艺术家和设计师在经济结构和志向上有时会出现重叠。在高级设计和工艺领域,独特性是商品的卖点,审美价值只有专家才能鉴别,产品价格极为昂贵。一个典型的例证是,20世纪80年代初,米兰的曼菲斯集团制造的家具没有受到大众的青睞,也没有显现出受欢迎的趋势。博物馆买下了它,作为一种文化现象保留,结果,个别富有的收藏家也随之购买。

- 一般说来,设计师和制造商无法过分超前于消费者的趣味,或者是(在生态意识渐强的时代)他们所关注的东西。但是这并不意味着消费者是影响设计师和制造商的唯一因素。制造商和设计师研制、推销和尝试消费者从未需求过,甚至从未期盼过的新产品。他们为了激
- 10 发潜在消费者的购买欲望,依赖专业推销机构——广告公司的服务。广告商为产品制造消费价值,从而形成消费主义。

不同因素之间的关系如何,很难确定。诸如设计、消费及广告塑造的消费形象,动态地

互相联系着。这个过程是连续的，就像把不同颜色的油彩滴入水中，它们逐渐混合，形成一圈圈彩色的旋涡。有时候，一种色彩与另一种色彩之间的边际依稀可辨，有时候，它们之间看不出任何界线。物质主义的各色油彩通过电视广告、设计与消费者杂志添入进来。

一切设计都包含对价值的表达，无论表达方式是公开的，还是隐蔽的。本书主要探讨的物品是：

1. 耐用消费品：吹风机、电水壶、吸尘器等；
2. 手工艺品：手工器皿、家具、纺织品和珠宝等；
3. 高级设计的人工制品：它们需要许多手工艺技能，昂贵的汽车、手表和茶具等。它们的设计者都是著名设计师或明星设计师。但是，他们不是这些产品的制造者。

本书的结构反映了四个重要主题。第一，一切设计与生产的经济背景，包括手工艺品制造的经济背景。第二，新技术在改变设计风格的可能性中所担任的角色。第三，制造、消费与个人满足感之间的关系。第四，使设计置身于更广泛社会价值背景中的需求日益增长，而这些更广泛价值包括：健康与安全、个人工作满足感与环境责任。所以，本书并没有按个体设计师的历史这一线索编写。

然而，20世纪后期，设计与消费的关系十分模糊。因此，我们承认消费文化让成功和快乐成为可能，但如果没有国家或泛国家的控制构架来控制消费品制造的话，当前不断加剧的过度消费是不可能持续的。我们正在给地球施加太大的压力，我们真正处在毒害地球的危险之中。要承担责任的“我们”主要指的是西方和日本。世界其他地方还只是刚刚加入了消费者俱乐部。

本书第一章“设计风格”确定了其余部分的范围，并通过区别风格设计与工程设计，解释“界限之下”与“界限之上”这两个概念的区别。第二章“九十年”阐述了变化的20世纪设计风格已与经济建立了广泛联系，并且特别强调美国经济和对外政策的重要性。

人们时常合乎情理地假设：战争是创新与设计进步的强大引擎。第三章“如水中之水”指出：事实上，在和平时期，消费主义的引擎为设计做出很大贡献，尽管在某种程度上，设计像战争时期一样得到国防工业和航空工业的帮助，并得到税收，而不是追求利润的商业的支持。第三章重点讨论新材料对风格设计的影响。

第四章“我们的家庭景观”首先研究工具的设计与风格，然后研究“假冒工具”。洗衣机被认为是“真正的”工具，而业余爱好者的35毫米胶片单反相机及其所有附件，则被视为“假

冒工具”。第四章还进一步讨论了象征主义和意义在产品风格中的作用。在后面的几章里，这些问题还会以不同形式出现。第五章“高级设计”详细考察了象征主义在向富人或想象中的富人推销产品时所起的作用。这一章还强调了手工技艺的重要作用。

在工作室内制造的手工艺品中，手工技艺起着重要作用。手工技艺是第六章“评价手工艺品”的主题。所提出的论点是：当代工艺美术是20世纪的发明，它的意义不仅在于它反对设计与工业，而且在于它脱离了以价格强化竞争力的评判体系。

最后一章“设计未来”讨论了环保主义者和环保的设计方法。当消费者已成功地确保自己拥有富足的物质后，消费主义下一个合乎逻辑的扩展方面（正在我们眼前发生着）是对环境的关注。随着20世纪接近尾声，和其他活动一样值得关注的是：在设计领域中，怀疑主义占据一席之地，但是即使是最坚定的怀疑主义者，如果他的目标是寻找美好生活——与生俱

12 来的价值观，那么他也会投入到信念这片温暖的海洋之中。

# 目 录

- 001 / 序言
- 001 / **第一章 设计风格** 风格与工程之间的关系
- 001 / “界限之上”与“界限之下”
- 007 / 好风格
- 018 / 没有自主的工匠吗?
- 022 / **第二章 九十年** 1900 年以来的设计风格
- 022 / 选择的权利
- 033 / 美国经济与 20 世纪设计
- 039 / 欧洲的设计与消费
- 052 / **第三章 如水中之水** 新材料的冲击
- 052 / 塑料的价值
- 059 / 超导体革命
- 061 / 生物体的局限
- 062 / 皮格马利翁
- 068 / 无形的基础设施
- 075 / **第四章 我们的家庭景观** 设计与家庭
- 077 / 延伸人体功能的工具
- 086 / 机器的灵魂
- 090 / 以物品表达感情
- 097 / 变化中的价值观
- 109 / **第五章 高级设计** 奢侈品的教训
- 114 / 金钱的神力
- 118 / 珍品
- 121 / 以手工制品服务富人
- 127 / 标志品
- 137 / **第六章 评价手工制品** 工作室手工艺术品及其风格的意义
- 138 / 大卫·派
- 142 / 总结
- 145 / 从贸易中解放的自由
- 149 / 自我实现
- 155 / 手工艺品的风格
- 162 / 对立的美学?
- 167 / **第七章 设计未来** 环境保护与保守主义
- 168 / 广告与意识形态
- 171 / 真材实料
- 175 / 设计与社会根基
- 181 / 注释
- 186 / 图片来源说明
- 187 / 索引



# 第一章 设计风格

## 风格与工程之间的关系

### “界限之上”与“界限之下”

在一些政府领域里，有关于“界限之上”或“界限之下”的讨论。“界限之上”是指能公开的讨论，而“界限之下”是不能公开的讨论。政府严格执行这种区别：“界限之上”操控着公开的议事；处于“界限之下”的事情是秘密的，要被隐藏起来。

例如，在军事领域里，总是有许多处于“界限之下”的事情。加利福尼亚州的诺斯罗普公司并没有为美国联邦政府制造防御秘密轰炸机的雷达，美国联邦政府也没有把这项任务委托给任何一个制造商，但有很长一段时间，华盛顿的主要媒体都说政府已委托了该公司，而且该公司也已经制造出这种雷达。

在室内设计领域里，同样存在“界限之上”与“界限之下”的区别。这种区别与保密性无关，而在于消费者想在自己家里看到或感觉到什么。当然，风格设计与工程存在着很多差异。其中一个重要的差异是：在某种程度上，设计要诱导消费者购买。例如，就医疗器械，如用来研究动物和人类生理学的医疗器械来说，工程师和制造商没有必要对它们进行装饰或是包装。在外行人眼里，大多数器械看起来相当可怕，特别是用于束缚动物的。但是，那些使用这些器械的人，则希望这些器械能达到目的，而并不在意它什么样子，只在意它是否好使。

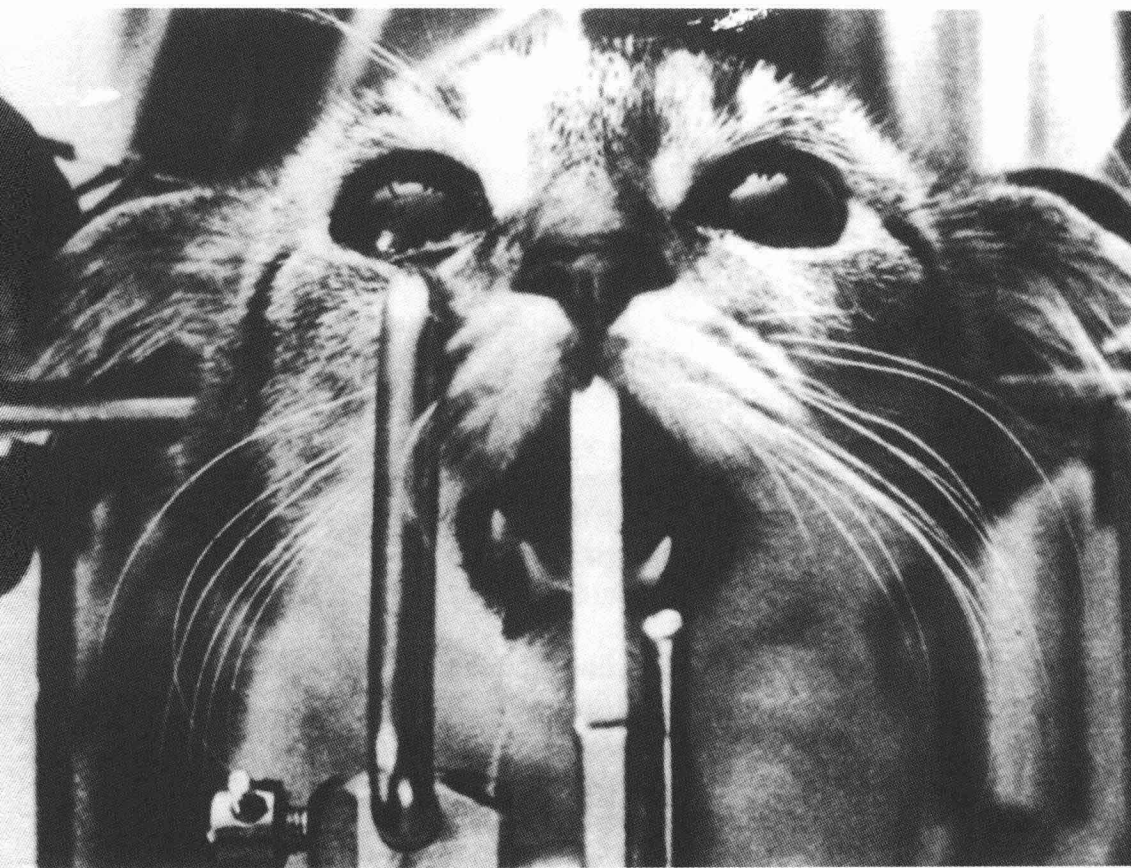


图 1.1 我们生活中的许多隐藏设计都涉及动物的痛苦。但是动物权利恐怖主义阻碍了这一论争，使动物剥削者的活动更加隐秘。

工厂也是一个不需要以外观柔化功能主义特质的领域。产品越是接近公众或是家庭，就越需要风格设计师用视觉美感加以调和。这便是风格设计师和工程师的差别。风格设计师在公众中赫赫有名，而工程师则基本默默无闻。偶尔，个别工程师也会出名，但是比不上风格设计师那样经常出名。结果，在公众眼里，设计师等于风格设计师。

风格设计师成为明星，而工程师和应用科学家则默默无闻，其中一个原因是，后者不总是能得到认可。有多少科学家或工程师对电视或个人电脑作出了贡献呢？相比之下，一位风格设计师却能够在工程师们集体、复杂的努力周围划出界限，向全世界消费者展示一个整体的形象。

“界限之下”的设计是消费者看不到的设计。其原因要么是设计确实看不见，就像生产新合成材料的分子工程中看不出设计；要么是设计只涉及使产品发挥功能的部分，并没有在视觉上为产品添加价值。“界限之下”的设计通常是最重要的，因为它决定产品如何发挥应有的作用。但是这种设计往往不能吸引消费者。有时，广告商把二次订单设计品或“痛苦的花销”说得很吸引人，他们很巧妙地把人们的注意力转移到无线电池和汽车发动机润滑油的科学独创性上。例如，为了让某品牌的发动机润滑油吸引消费者，广告商称这种润滑油为“液体发动机”，以此将人们的注意力吸引到看不见的润滑油科技上。

然而，可以理解的是，消费者通常忽视“界限之下”的设计，除非该设计遭遇失败。“界限之下”的设计会因为以下三个原因中的任何一个或是全部而失败：一，制造商或设计师知识不足；二，制造马虎；三，产品缺乏自然生活因素。有时候，“界限之下”和二次订单设计成功与否的标准明确得吓人——只要部件出问题，就会夺去人的生命。第二和隐藏层面的设计，其责任的顺序和性质很基本，并可以实际地影响人类和动物的生存或环境。

挑战者号航天飞机失事是一个新近发生的例子。因为政治需要（必须让公众相信应该将公共基金用于发展航天事业，这会使私营企业家受益），也因为探索太阳系是一件让人激动的事情，多年来，美国航空航天局不断地向公众发布航天飞机点火升空的消息，大力宣扬“界限之下”的

设计一直保持优良的质量。美国航天技术本身就代表着最高设计水平。

公众，包括我自己，自然而然地对航天工程细节中新颖、可见的元素感兴趣，比如宇航员的靴子、背包，以及航天飞机里的操作设备。公众并不关心“界限之下”的设计，如橡胶密封圈和热防护瓷砖，这些瓷砖不停地像屋顶瓦片般在风中松散。除了管道工以外，谁会对自己家里的管道设计有很大的兴趣呢？

挑战者号航天飞机的爆炸在西方消费者的心里造成了一道大伤痕，就像维多利亚时代的英国泰河大桥坍塌一样。当时建造大桥，现在制造航天飞机，均是物质成就到达顶峰的例证，而突然间的坍塌和爆炸打击了消费者对设计的信心，一段时间内，他们对自己身处的文化感到泄气。并且，尽管过去或现在人们把这些成就视为顶峰，但却认为这些成就是理所当然的和安全可靠的。

当代人的故事、神话、隐喻也培养了外行人的盲目信仰。航天飞机的爆炸尤其伴随着一些夸张、巧妙的隐喻，它们培养着我们的想象。电影《2001太空漫游》歌颂了美国文化的高超科技。这部影片呈现了一个“现实”，即太空是一个毫无污点的事业，人类奋斗过程中的任何正常错误都被抹去。在库布里克的科幻小说世界里，错误是由于一个名叫HAL的非人类智能的家伙为所欲为造成的，它是一台说话声音像摩门教传教士的、惹人恼火的智能电脑。

当然，国家沙文主义影响着我们看待设计的方式：想想西方国家讨论、报道切尔诺贝利核电站灾难时所采取的方式。西方人认定这一爆炸事件是苏联特有的事件，因为他们认定苏联的技术比北美或西欧要逊色得多。一些沙文主义观点也许跟风格有关，在西方人的眼里，至少在我的眼里，苏联的设计经常看起来太笨拙、太实用，这意味着他们的“界限之

下”的设计还不成熟，无法应对突然故障。苏联太空设计笨拙的部分原因在于“界限之下”的电子设计——苏联科技在微处理器方面的发展远远落后于西方。假如是苏联的航天飞机爆炸了，也许西方人在太空领域的设计和技术方面的自信心还不会削弱得如此厉害。也许我们认为西方技术优越于别人并不完全合理。苏联的航天飞机无论样式多奇怪，都运行良好。

16

但是“界限之下”的技术——正因为它在“界限之下”——隐藏了它糟糕的方面，而最糟糕的是敷衍了事的程序。科学技术可能是完美的，但是有时在应用程序上有太多人为造成的错误。挑战者号爆炸令人震惊，但是最令人震惊的是，认识到美国国家航空航天局的弱点在于：我们所信任的太空技术过于粗糙，又过于精密。

然而，在西方现代科技中，普遍、流行、在某种程度上依据充分的对科学和技术的本质看法是：一旦产品进入生产阶段，或者涉及人的生命或庞大开支的阶段，就不存在反复试验的环节了。以原型飞机为例，即使是第一次试飞，人们也决不会期望它撞毁。在昂贵的飞机硬件投入使用之前，往往会有许多台架试验和计算机模拟试验。一架大型商业客机坠毁，即使是一架原型飞机，也会造成恶劣的公众影响。

外行人也会相信：如果一个工程师使用某样东西，那么他身后一定有科学家懂得它的工作原理。总的来说，这个信念是有道理的，但是“界限之下”的设计仍需反复试验。有时候，我们还没弄明白为什么一些材料好使，就使用它们了。

最近三十年来，我们对技术的信心大大增长。因为一些可见的技术已经成长为复杂和可靠的技术——汽车和飞机是两个最好的例子。在大量飞机坠毁事件后，人们乘飞机的意愿并没有明显地减弱。

这本书里还有其他关于“界限之下”的设计的论述，但是现在值得做的是：总结产品工程、产品风格和消费者之间关系的特征。

1. “界限之下”的设计和它的责任太复杂，太繁多，而且常常太神秘，外行消费者不感兴趣。有些人认为设计和工程本身太复杂，个人无法理解。没有哪个人知道波音747飞机的全部技术设计。

2. 鉴于上述第一条是真实的，外行消费者喜欢不时地确信风格之下的一切都运转正常或者自己购买的是技术水平一流的产品。

17 3. 上述两条之间的联系部分由风格设计师，部分由广告商表达出来。设计师和广告商都致力于大力宣传产品本身的优良质量和坚固品质。总之，产品生产活动与产品风格设计相分离。假如提醒人们产品在制造中有不确定性和令人不快的情况，商业上便无利可图。

以美国波音公司和日本航空公司为例。很多人，包括本书作者都认为波音747巨型喷气式飞机是安全的出行好工具。但是，日本航空公司的一架波音飞机坠毁了，而且死亡人数令人震惊；事故明显是由修理舱壁时的疏忽造成的。尽管经过严密检查，还是有一个缺陷没有检查出来。然而，没有理由怀疑所有波音747飞机的安全性（出事的日本航空公司的飞机修理环境十分特殊）。在写这本书的时候（1988—1989年），日本航空公司正在买进更多的波音747飞机，同时日本媒体也正在就这批波音747飞机的问题大做文章。这些问题相当小。的确，在正常情况下，报纸报道这些容易改正的问题（比如一个倒放的灭火器）实在太无聊了，尤其是航空公司在飞机投入使用前都会先排除故障。但是，这些事件不同寻常的联系意味着人们突然对波音747飞机“界限之下”的设计产生了广泛的兴趣。这些事件不仅包括1985年日本航空公司的坠机事件，还包括该公司内部的劳资问题。为了刁难公司，一些不满的雇员一发现任何问题，不管

多小，就打电话告诉报社。日本航空公司的反应是典型的日本式的彻底：引进一套检查维护系统，为每一架飞机派一组专家，直到这架飞机退役。

1989年，波音飞机（不是747型）出了一些故障并于英国发生一起坠毁事件，美国和英国的航空局下令对新波音飞机进行特别的线路检查，结果发现了故障。令人惊讶的不是发现了故障，而是全世界都在期待彻底消除故障。当然，制造商和服务业一定要追求完美，但是他们和作为消费者的我们，却因相信科技神话，而不相信常识和经验而犯下许多错误。要求完美是合情合理的，但期望完美可能就是致命的。

## 好风格

风格是一种视觉语言，它告诉文化，它正成功地安排着工作、休闲和习俗的生产模式。对事物的安排不仅确保一种文化可以延续，而且确保它将会发展壮大。即使是很简单的风格机制，比如整齐，也不仅是被整理以发挥功用之物的必备特征，还是一种意图的视觉语言。那些没有把握控制自己周围那点事的人，常过度强调整齐。对于他们来说，整洁的地面、过于受控的国家，甚至仅仅是扫到地毯下的灰尘，都会使他们感觉自己仍能掌控。

在我编写本书的时候，自由的年轻设计师们在风格设计上的主导思想是所谓的“反黑箱审美观”——“黑箱”是一种典型的崇尚整齐的审美观。

从20世纪50年代初到20世纪70年代，在一些设计师和制造商之中成功的风格，就是把电吹风、收音机、电动剃须刀、音响、电视机和视频播放机的一些机械的或大的电子元件装进平整的黑色、灰色或白色塑料盒里。这些盒子是几何形的，比如方形、圆柱形，有时还有球形。这种风格在电器产品中尤为流行，与当时建筑的类似风格不谋而合。

关于“黑箱”艺术的艺术史家谱起始于19世纪的画家保罗·塞尚(他被认为是现代派之父),经过约翰内斯·伊顿(20世纪包豪斯学校最有影响力的艺术教师之一)的发展,最终由博朗公司(西德家用电器制造商)发展成熟。

然而,现代主义已受到批评,并被认为具有误导性。如今时兴嘲讽形式追随功能的观点。这个观点认为,好的设计不试图掩饰它的功能、工作原理,甚至材料和结构。这种设计理念曾被认为是忠实和民主的;考虑到它最重要的形成时期,即1930年左右的政治环境,它对社会主义者和革命政治来说是十分合宜的。毕竟,如果政治反对已有的习惯,审美也

19 必须反对它。

但是,形式追随功能仅仅是一种风格。说现代主义设计是从批量制造业的逻辑中得到启示的观点是不正确的(参见第140—142页)。如果旧有的非社会主义团体制造的物品和建造的建筑的主流风格是朴素而注重功能的,那么社会主义或有民主倾向的设计师的审美追求肯定是精巧、象征主义和装饰。问题是,上述两种风格都可从两方面认识:都可以被视为有压迫性,又都可以被视为有民主性。你可以说你忠实于物品的功能,你也可以说你只是为人们做些装饰和添加隐喻而已。你怎么说都有道理。

然而,不争的事实是,两种风格,无论是形式主义的还是注重装饰的,都有独立于意识形态的审美完整性。但是,审美完整性有可能被破坏。第二次世界大战后,现代主义的完整性被破坏,它变为野兽派和二流的功利主义。

到20世纪70年代末,那些感觉被自己束缚的人声称,黑箱白筒的审美观是平淡乏味、没有个人特征的,而且过于普遍化。家用电器尤其“缺



乏个性”。家用电器缺乏个性的根源在于制造业讲究实用性，产品依据相对简单的形式来生产。还有其他因素使简单美学取得成功：人们认为食物搅拌器、咖啡碾磨器、台称等家用物品首先是工具，而不是装饰品。然而，有些工具天生比其他工具多一点个性和“表现力”。比如，我们一眼就可以看出锤子的功能是锤打东西。但是有些现代工具不会明显地表现出它们的功能。比如一个具有风格的现代家用厨房台秤就不表明称重这个功能：它有一个小平台，你可以把面粉、黄油之类的东西放进其上的一个塑胶碗里，下面有一个小液晶显示窗口，显示表示重量的数字。

但是，旧式的厨房称是以一套砝码来衡量一个未知重量物体的质

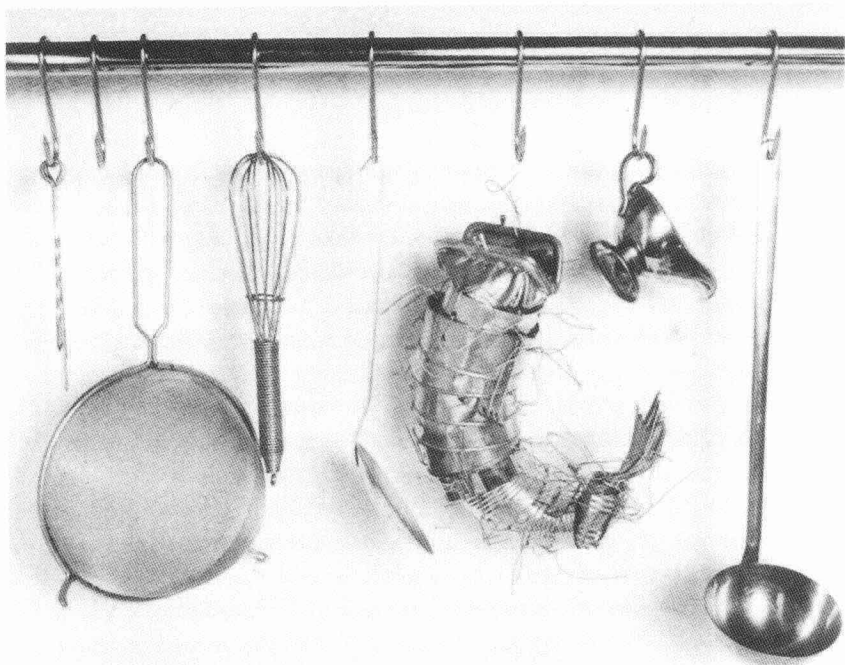


图 1.2 安·卡林顿设计的虾形厨具(英国, 1987), 使人们注意到基本厨具的隐喻性丰富。现在, 一些设计师仍在自己的作品中追求这种丰富。