



消费与身份

20世纪后期英国的设计产业及理论

陈红玉 著

一段关于创新转型的历史
一部关于设计经典的力作
在身份确定中自我显现与去蔽
在变革中寻求自身规定性
创意在激荡……



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

消费与身份：

20 世纪后期英国的设计产业及理论

陈红玉◎著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

消费与身份: 20 世纪后期英国的设计产业及理论/ 陈红玉著. —北京: 知识产权出版社,
2016. 1

ISBN 978 - 7 - 5130 - 3029 - 8

I. ①消… II. ①陈… III. ①艺术 - 设计 - 文化产业 - 英国 - 现代
IV. ①J156. 14

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 225543 号

责任编辑: 赵 军 责任出版: 刘译文

消费与身份: 20 世纪后期英国的设计产业及理论

陈红玉◎著

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

网 址: <http://www.ipph.cn>

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号 (邮编: 100088)

天猫旗舰店: <http://zscqbs.tmall.com>

责编电话: 010 - 82000860 转 8127

责编邮箱: zhaojun@cnipr.com

发行电话: 010 - 82000860 转 8101/8102

发行传真: 010 - 82000893/82005070/82000270

印 刷: 三河市国英印务有限公司

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

开 本: 720mm × 1000mm 1/16

印 张: 16.25

版 次: 2016 年 1 月第 1 版

印 次: 2016 年 1 月第 1 次印刷

字 数: 274 千字

定 价: 48.00 元

ISBN 978 - 7 - 5130 - 3029 - 8

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

序

李砚祖*

在中国,设计是一个新兴的产业。其历史,既可以20世纪80年代改革开放为开端,也可以早到20世纪初。20世纪初,中国一批有志于国家经济发展、民族工业振兴的学者、专家呼吁并践行产品等诸多方面的设计,以改良制品,发展民族工业,其标志是引入作为设计“工艺美术”这一概念和方法。与“工艺美术”一起引入的还有“图案”这一作为设计方法的理论,平面图案即设计效果图,立体图案即设计的立体模型。著名画家傅抱石、陈之佛诸位多在20世纪上半叶学习过图案,出版过图案学著作。20世纪80年代改革开放后,同样遇到了振兴民族工业、发展国民经济的问题,再次引发了发展现代设计的呼吁,经过30余年的发展,中国的设计业不仅具有一定规模,亦已经成为一个受到国家层面的重视、在国民经济发展中具有重要作用的行业。

作为新兴的产业,设计业具有很多特性。首先,它涉及面广,几乎涉及所有产业。其次,它以艺术设计的方式进行产品的设计和规划,在工业产品生产领域它是生产的第一步,也是最重要的一个环节;在平面设计领域它以独特的艺术形式表现,服务于各种场合;在空间环境的规划塑造方面,它同样显现出极为重要的建造和改造功能、创造美的高手。再次,设计作为工具和方法,随着产业的发展,日益成为产业更新换代、产业创新甚至是产业革命的法宝,设计本身亦日益进步和提升。由此,设计的发展已经成为衡量一个国家产业发展、经济进步、人民生活水平的一个尺度,也是一个观察生活、生产质量和高度的窗口。

现代设计肇源于西方。一般以英国的工业革命作为现代设计起源的基础,以英国莫里斯发起的艺术与手工业运动作为现代设计的起源。100多年来,西方的现代设计风起云涌,诸强争雄,各领风骚,德国、美国、英国诸多列强依靠设计发展壮大实业和产业,荷兰、挪威、韩国、日本等国亦依靠设计成就了一个又一个经济和产业的奇迹。苹果、三星等电子产业无一不是依靠设计取得巨大成功的。

* 清华大学教授、博士生导师,首届国家级教学名师,《艺术与科学》丛刊主编。

英国作为老牌工业帝国、现代设计的发源地,在 20 世纪的经济发展中虽然不如美国,但对于使用设计作为振兴产业的工具,甚至以设计立国,其经验和方法值得我们借鉴。在撒切尔时期,英国成立了国家层面的“设计委员会”,至今,英国的设计产业作为文化创意产业一部分仍在蓬勃发展,成为与金融业并立、在世界具有话语权和巨大影响力的行业。

20 世纪初叶中国引入现代设计概念时使用的是“工艺美术”,80 年代初又短暂使用过“工业美术”,其后逐步以艺术设计、设计艺术为指称,2011 年“艺术”成为学科门类后,在设计教育和设计产业内以“设计”指称。名称的变化,首先是设计实践和设计产业本身的发展变化引起的;在世界范围内,20 世纪初的设计与今天的设计其内涵和形态已完全不一样。其次是人们对设计认知的深化引起的。任何一个国家,对于现代设计的认知会有一个逐步深化的过程,这个过程必须建立在产业发展提高的基础上,亦可以说,产业发展提升的需求导致着对设计认知的深化;再次是时代变化的反映。当下时代已经是所谓的信息时代、消费时代。在这一社会背景下,消费与设计的关系日益重要,消费决定设计,即有什么样的消费就有什么样的设计;设计不是被动的,设计亦能影响甚至也能决定消费,即有什么样的设计就有什么样的消费,设计为消费提供了条件和基础。因此研究设计与消费的关系是当代设计研究的重要课题,也是设计业需要密切关注的问题。英国的当代设计在消费社会是如何适应和发展的,其经验和问题有哪些?陈红玉的这本专著为我们提供了十分有益的答案。

从理论上和设计行业发展的高度来看,一个国家的设计发展一定是这个国家本质的显现,即其设计一定是建构在其民族特性基础上的,是这个国家通过产品和服务形式表现出的民族和文化特性,从本质上说,设计首先是民族性的,其次才是世界性的。因此,设计的身份问题就成为设计及其研究不能不关注的问题。尤其是对于中国设计而言,我们的设计发展一方面滞后于西方发达国家,一方面又被笼罩在西方设计的阴影之下,如何建构属于我们自己的设计特质,设计的文化身份是不可回避的大问题。

陈红玉博士在清华大学读博期间曾有一年时间在英国皇家美术学院学习,对英国的现代设计进行了专题研究,很有心得。这本书就是其研究结果,也是在其博士论文基础上修改的成果,作为其博士生导师应邀为之作序,亦感欣慰,其成果必将有益于中国设计,甚幸!

2014 年 9 月于清华园

前言

设计与消费及其身份认同^①相关联,现代设计从产生之日起就与消费活动联系在一起,在消费社会,消费者通过消费活动实现个体,设计在消费活动中完成职业化道路。对于现代设计而言,消费主义与消费活动中设计的现代性身份认同是现代设计研究理论所关注的非常重要的两个方面;而且,从20世纪英国设计研究的历史来看^②,消费问题和现代性问题也正好是现代设计研究必须考察的两个核心方面。这两个方面正好暗合了这本书的立足点,也就是本书的立意。前者指的是关涉到经济基础的消费问题,后者指的是关涉到上层建筑的设计的文化身份问题。因此,讨论设计的消费与身份认同,关系到对现代设计研究的两方面重要内容的研究,这是设计研究不可回避的,只是在消费社会尤其是20世纪晚期更加清晰而已。

20世纪后期英国设计研究逐渐成熟之后,消费问题与现代性身份问题在设计研究中的地位日趋得到巩固,其中一个重要的原因是,20世纪后期,英国逐步踏入成熟的消费社会形态,消费研究和身份研究理论逐渐发展起来,这给20世纪后期设计研究的成熟提供很好的背景和奠定了扎实的基础,使得设计研究从成长之时

① 在此使用“身份”一词是借用西方消费理论研究来讨论设计,对于我国读者来说还比较陌生。本书有较多诠释,在此不做详述。与消费社会联系在一起的身份问题,本质上讲就是设计的现代性问题。因此,为了让读者有一个初步印象,可以暂时用“现代性”替换“身份”这个词。“身份”一词一般意义上指的是“人的出身和社会地位”,20世纪后期西方的文化研究和消费研究赋予身份(identity)以特殊意义,用来描述消费社会中个体的价值定位。本书也是在这一层面来论述的。就设计研究而言,身份认同包含两层含义:第一,物质层面上的符号认同,同时设计产品带给消费者一种身份的认同感,这与个体的归属感相关;第二,设计自身的现代性,包括设计师的职业化、设计业体系完善等。

② 现代设计研究最早起于英国,也最早成熟于英国,甚至今天英国的设计研究仍然在世界上占据着不可替代的位置。真正意义上的设计研究是从20世纪初开始的,当代英国的设计研究者们普遍认为这来自于第一代设计研究的前辈们,包括尼古拉斯·佩夫斯纳、赫伯特·里德和瑞纳·班纳姆等。瑞纳·班纳姆则在现代设计研究的原则之中享有盛名,因为他明确提出将消费和现代性纳入设计研究的范围,在他的著作里,广泛地透露着类似的信息,他的一些文字深奥难懂,大概也是因为与现代性与后现代性的话语系统默契的特点,或许也正是这一历史时期的这一特点成就了他的思想的复杂性和包容性,使得他的思想可以不断地启发着后来的设计研究者们。

就与这一背景结合起来。在 20 世纪后期,设计研究成长为一门成熟学科的时候,消费问题和身份问题以及其所衍生的利用物质文化研究理论的相关研究方法也开始成为影响古代设计或者传统艺术研究的研究方法。

综合以上两点,消费和身份问题是设计研究^①(广义上和狭义上)必须所关注的方面,也是 20 世纪后期设计研究的倡导方面,相应地也成为 20 世纪后期设计研究的瞩目成就。这两方面不仅成为本书的研究对象,还将内化为行文方法。

本书所直接考察的具体对象是英国 20 世纪后期的设计与产业状况以及其相关方面的理论建构。提到英国,关于设计方面有无数的话题,仅仅拿稍近的创意产业而言,其影响是全球性的。在英国经济结构中,其金融业和创意产业^②占据着首要位置,这是众所周知的,一定意义上讲,这个老牌资本主义国家至今还在这两个方面享有话语权,而创意产业的成就则是全世界瞩目的。尽管经历了金融危机的灾难,英国仍然在创意产业方面努力,期待以创意产值帮助英国走出经济最低谷^③。因此,创意产业至今仍然是英国标榜世界的方面,其创意产业模式和成就仍然是许多国家学习的对象,包括引起世界关注的中国的文化产业。中国目前也在发展文化产业,两个国家在发展创意产业方面有着共同点,也有很大的差异。设计是创意产业的龙头,这在英国表现得更为明显^④,在我国倡导文化创意产业政策的今天,英国在 20 世纪后期所倡导并逐渐成熟的设计产业系统和相关创意产业政策以及其具体做法都值得借鉴。我们所面临的没有现成的模式可以依靠,因此,在很多方面英国的做法可以参考,其不足和教训也可以成为我们的前车之鉴。从一定意义上讲,这是英国设计成就的身份体现的重要所在,也是这本书意义的一个方面。

英国是一个有着悠久设计历史的国家。现代设计的启蒙运动首先发生在英国,18 世纪肇始于英国的工业革命是现代设计成长的土壤,19 世纪的工艺美术运

① 这里不仅包括广义上的设计研究也就是传统设计研究,也指现代意义上的设计研究。无论如何,在本书中使用的设计研究都将在这同一话语系统之下。

② 10 年来,在政府的引导下,英国创意产业增长速度已达到全球之冠,并与金融服务业一起成为英国知识经济的两大支柱。据官方统计,过去 10 年,英国整体经济增长 70%,而创意产业增长 93%。具体资料和数据可参见: <http://indu. arting365. com/creative/2009-07-09/1247105233d208952. html>。

③ 英国的创意产业对金融危机反应非常之迅速,在 2008 年第三季度,就可以看到相关部门在网站上发布以创意产业引导英国走出金融危机的呼声和决心。

④ 因为设计和广告是英国创意产业的核心部分,因此英国也称自己的文化产业为创意产业。

动是世界现代设计史的开端。20 世纪后期,英国在从“世界工厂”^❶到“创意工作室”的转型过程中,倡导文化创意产业,英国又以设计产业立国,其文化创意产业已经成为仅次于金融业的巨大产业。20 世纪末,英国已形成政府主导、发展之下的成熟的设计产业体系,设计作为产业成为其经济发展的重要环节。

英国设计业的成熟是在 20 世纪后期,主要是在后期初步发展阶段,这一时期是设计、产业及其理论研究逐渐成熟的主要阶段。在艺术服务于商业的传统下,设计、设计师、设计组织、设计教育、设计调查、博物馆等都在以消费为核心的环境下联合为一个围绕商业的成熟体系。在这一时期,以设计史协会成立为标志的设计研究的成熟,使设计史作为一门学科分离出来,设计史学科的分离不仅说明设计学科和教育的成熟,也说明了设计理论与实践的关系也发生了相当的改变,是设计实践成熟到一定阶段的产物,在一定意义上也可以说是设计职业化和设计业逐渐成熟的产物。

本书以设计的消费与认同作为立足点,描述了 20 世纪后期世界政治、经济和文化转型过程之中英国的设计和设计理论,考察了消费社会下设计与商业、消费、文化之间的动态关系,探讨了 20 世纪后期英国设计的发展、演变、特点和基本状况,及其在这一历史转型过程中的设计的状态、地位、意义和作用。

从设计实践层面上看:首先,经过波普运动^❷的冲击,现代设计呈现自身的危机;第二,受后现代思潮的影响,设计常常与政治、文化运动以及新的思潮联系在一起;第三,设计教育的成熟、设计师队伍的壮大,导致英国的设计业在全球范围内占领市场;第四,设计组织、博物馆等设计产业各部分的共同作用,决定了英国的艺术与设计产业在其国民产值中的地位和世界创意产业中的位置。从设计理论层面上

❶ 中国现在被称为“世界工厂”,几百年前的英国也曾经被这样称呼过。但简单类比就可以发现,当年英国是以自己的制造业,源源不断地为世界提供商品,从大型军舰到布匹零杂,几乎无所不包。今天中国虽然也在为全世界生产,但大部分却是来料加工,或是按照对方的图纸和标准,联合生产占领国内市场。在英国“世界工厂”的后面,是高度发达、充满活力的资本主义工商业体系,是雄视全球的强大舰队;比较而言,今天的中国其实只是“世界加工厂”而已。无论是传统还是现代制造业,中国与世界发达国家都还有着巨大的差距。正是由于这个差距,中国在经济全球化中的分工,是处在利润食物链中的最低端。因此,今天我国在呼吁从“中国制造”走向“中国创造”时,一方面要肯定自己的优势,另外一方面也要清醒地认识到自己的处境和具体环境。

❷ 波普运动指的是波普艺术和波普设计。波普艺术是商业艺术的产物,也是英国 20 世纪上半期甚至可以说从 19 世纪以来所探索的艺术服务商业之路的产物,说到底波普艺术就是设计。国外著作在讨论时很多时候就用 pop,或者 pop age,因此,这里直接用“波普”一词。

看,这一时期也是英国设计研究走向成熟的阶段,设计史学会成立是其成熟的标志性事件,设计史作为专业学科在全国范围得到普遍展开,现代设计研究的主要概念和经典著作大都形成于这一时期,这不仅对于英国而且对于世界现代设计学界,都有着举足轻重的作用。

因此,本书从内容上讲,主要分为两大部分:设计实践与设计理论,两个部分在不同的章节有所侧重,却又不是绝对的分开,理论贯穿着实践的理念,实践包含着理论的深度。20 世纪后期设计及其理论的发展都是多方面的,也是相当复杂的,所以同时也从立意方面对这两部分的内容也进行了取舍,具体而言,围绕着主题即消费和身份问题来进行选择的。

第一章,首先从消费问题和身份问题在 20 世纪后期设计发展中所扮演的角色和在这一时期设计理论中的所占据的位置入手来进行讨论。从设计和消费的关系入手来揭示设计的本质属性,从研究背景和国内外研究状况等方面来阐述消费问题和身份问题在设计发展和设计研究中的核心地位,运用大众文化理论、消费文化理论、身份认同理论和政治经济学理论,采用历史的综合研究方法、符号学和调查法等对这一时期的设计状况进行了较为系统的探讨。

第二章,主要介绍 20 世纪后期消费主义背景之下的消费状况和设计运动。60 年代的波普艺术和设计运动,是 20 世纪后期消费主义的直接产物,也是设计的现代主义向后现代主义转变的明确标志;消费的增长和扩张在 20 世纪后期的英国是非常典型的社会环境,是这一时期社会发展、艺术、设计的环境。不可思议的是,音乐思潮^①在 20 世纪后期社会文化思潮中起了重要作用,70 年代的朋克运动和 80 年代的后朋克运动、新浪潮运动等都首先是音乐运动,他们无一例外地影响了设计,时尚设计也是在这一环境下成长起来的;从另外一个方面来说,设计思潮和运动不仅体现了当时的消费状况,在自身成熟之后又反过来激化了消费,成为消费文化的促成因子。

第三章,介绍以消费为导向的英国设计业发展状况,集中在设计业内部相关于设计产业,但不是设计产业本身。因此,具体讨论时所选择的具体点是设计组织、国家的设计政策、博物馆、设计教育、设计产业的倡导等方面。其中值得重视的是英国为促进设计发展在政策上所面临的环境,在具体实施过程中的做法,包括国家

① 很多学者质疑,为什么音乐在 20 世纪晚期整个世界的社会文化思想影响如此之大,尤其音乐思潮对 20 世纪晚期英国的影响是极其深远的。

经济发展委员会和设计委员会等部门所做的设计调查。

第四章,介绍设计、设计师、设计职业的身份认同问题。从设计对产品附加值开始讨论,到设计带给企业以至国家的形象识别,到设计自身的职业化等。设计的职业化是设计在现代社会中身份确立的标志,设计产业则是英国政府参与指导设计发展和设计职业化的产物,设计产业本身是设计业成熟的标志之一;同时,在设计和研究领域,设计的身份认同也是倍受关注的焦点。

第五章,主要落脚点在20世纪后期的设计理论建构。20世纪后期是英国现代设计理论体系的集中成熟时期,其内容主要包括设计史学、设计基本理论、设计教育、设计方法、设计管理等诸方面,根据课题研究的立意,设计的消费和身份认同方面集中在设计与文化研究领域,因此,设计与文化研究所涉及的相关问题将是本章的重点,其中直接所指向的一点就是设计对消费文化即当代文化的建树作用,以及设计在这种建树过程中自身的成长与激变。

消费活动中的身份和认同是设计实践的内在动力,也是20世纪后期设计理论关注的焦点。视觉文化自波普艺术运动逐渐转向设计的表达,设计联系着消费,成为当代文化建构动态过程中的必然要素,设计也成为当代文化溯源的一个向量,这是设计自我显现的过程,也是现代和后现代的历史选择。

结尾部分从三个方面强化了本书的立意:消费文化是英国20世纪后期图像与身份建构的基础^①;从现代到后现代是设计自我显现和完善的过程^②;从视觉文化到设计文化是设计作为后现代之源的现实途径^③。对这三者的理解也是融会贯通的,消费文化是背景、是依托,贯穿始终;设计身份的确立和成熟是表现,是结果,却也与图像、资本和媒介紧密相连。

回到身份认同,身份确立的途径也是多方面的。现代设计的职业化以及设计职业化的全球化都是在这个时候成熟起来的,这是英国设计在国际上进一步巩固自己地位的又一个重要时期,20世纪70年代以来到80年代末,英国的时尚设计又

① 成熟的消费社会态,消费社会的主流文化是消费文化,这是背景方面,同时也指向本书所要研究的对象,因为设计已经成为消费文化建构的关键元素之一,设计借着消费正在不断自我显现,已在现代社会经济文化中确立身份。

② 设计职业化队伍的壮大和成熟恰值这一过渡时期,从现代到后现代这一特殊的转折时期为设计的出场提供了一个绝好的环境。

③ 从视觉文化到设计文化之路,并不是否定视觉文化,而是在强调设计文化,设计文化在消费文化中的特质证明了视觉文化的存在,而这种存在从整体上却改变了性质,不是传统的视觉文化了,在这种意义上,我们可以把当代图像文化叫做设计文化。

像波普运动一样让全世界瞩目。英国的设计业作为成熟的体系:设计组织、设计调查、设计产业、设计教育和博物馆等,这些也是不列颠身份的必然的组成部分。这里需要指出的是,课题研究没有涉及建筑,一个原因是建筑属于设计中一个非常大的门类,另外一个外因是,尽管 20 世纪后期后现代主义思潮很大部分是来自于建筑,但是主要体现在美国和意大利等,而不是英国,与此相比之下,英国时尚和视觉设计恰恰抢占了革新和激进思潮的主要领地,这两大领域对于 20 世纪后期英国的社会是相辅相成的,因此,建筑方面被有意用括号括了起来。不过相反地,另外一个方面对于英国而言,却是不能忽视的,那就是音乐^①,以及在音乐思潮影响之下的时尚设计和文化思潮,这在本书中有所体现。

从整体上看,该著作研究的创新点主要表现在以下几个方面。

第一,对英国 20 世纪后期设计发展状态的整体梳理、描述和界定。

英国设计史学家瑞勒·班纳姆认为,现代设计的主导风格主要发生在 1925—1970 年,^②按照班纳姆的看法,从 70 年代起,设计发生了根本性的变化。通过初步研究提出,70 年代以后现代设计自身的危机使其朝着后现代主义发展,^③直接原因是波普设计和随后的激进运动,后期这一发展进程继续深入,到 90 年代后现代主义逐渐成熟。

20 世纪后期,具体地说来,20 世纪 70 与 80 年代的设计及其理论,已经和 60 年代之前有了根本性的转变,到了 90 年代逐渐演变、扩散以及走向多元化趋向。如果用佩尼·斯帕克的话来描述这个转向就是设计的消费与身份认同,“从 20 世纪 70 年代开始,设计概念的理想性质、政治动机、独特性、服务产品这些特点,似乎渐渐呈现出新的特点,这一新特点就是对消费这一角色的强调,尤其是在广告、市

① 本书多处涉及 20 世纪晚期的音乐运动,原因在于 20 世纪晚期的社会思潮与音乐运用密切相关,音乐对于 20 世纪晚期英国的社会思潮激变有着非常特殊的作用,这是行文讨论背景时的基础,也是在描述设计思潮和运动时所强调的方面。但是音乐在当时的的发展也是非常复杂的,本书并不会去孤立地讨论音乐,也不会开辟大的篇幅去讨论音乐,而是集中讨论与当时的设计思潮相关联的部分。

② Reyner Banham. *Design and Theory in the First Machine Age*, 2nd edition. Massachusetts: The MIT Press, 1980: 9.

③ Penny Sparke. *An introduction Design and Culture: 1900 to the Present*, 2nd edition. London: Routledge, 2004: 181.

场、品牌和身份确定方面。”^①这一描述是这一历史时期英国设计及其理论身份确立的根本原因,这也是本书把这一时期作为集中考察时间段的根据。

基于这一点,去探讨 20 世纪后期的设计与理论,从外围的消费空间去考察设计,从设计去探讨消费文化、时代的政治经济文化背景,以及与英国政治经济政策交织在一起的设计研究、设计教育、设计产业等设计业的整体状况。

第二,以一个中国研究者的视角对 20 世纪后期英国设计、产业及其理论进行考察,阐述其内容、背景及其意义。

经过波普设计浪潮,英国经历了从现代向后现代的社会转型,这是 20 世纪后期英国(或者说全球)社会改革和设计发展的重要阶段,是 80 年代以来英国的设计政策和产业的前提,这一时期不仅为欧美后现代设计提供源源不断的思想动力和灵感来源,也为英国设计研究的成熟和 90 年代设计研究的多元化打下了基础。

从设计实践上看,20 世纪后期,英国的设计思潮是非常活跃的。首先,经过波普运动的冲击,设计创新变得异常重要;其次,受后现代思潮的影响,后现代设计已经和现代设计逐渐划清了界限,青年文化的活跃,后现代设计常常还和政治、文化运动以及新的思潮联系在一起;再次,设计师队伍的壮大,设计职业化的成熟,设计教育的完善,设计业在全球范围占领市场;最后,设计组织、博物馆与设计产业的作用,这些决定了今天英国的艺术、设计产业在其国民产值中的地位和世界创意产业中的位置。

从设计理论上,20 世纪后期同时也是英国设计研究走向成熟的阶段,1977 年设计史学会的成立是其标志性事件,设计史学科和专业教育在全国范围实施开来,现代设计研究的经典著作和主要概念大都形成在这一时期,设计与文化研究、设计的时尚研究、设计的物质文化研究都在这一时期有很好的成果,这对于世界现代设计史而言,有着举足轻重的作用。对这些问题,本书以一个中国研究者的身份和视角,对其进行了较系统的理论总结和揭示。

第三,设计的消费和身份认同,不仅是 20 世纪后期现实的设计实践,也是这一时期设计研究的核心方面。

20 世纪后期是从现代主义向后现代主义转变的过渡时期,后现代不再仅仅是一种思潮,而是作为普遍的社会现实而存在着,并且集中体现在设计的消费和身份

① Penny Sparke. An introduction Design and Culture: 1900 to the Present. 2nd edition. London: Routledge, 2004: 184.

之中。设计与大众生产和消费的联系已经发生了微妙的改变,这种改变强化了设计的身份认同在消费活动中的地位 and 作用。^①

在设计理论方面,对物质文化理论和消费文化理论的借鉴是这一时期的主要方法来源之一,对设计的消费与身份的强调是其核心部分,尤其是“设计与文化”研究方面,^②可以认为,对设计的消费和身份的强调成为 20 世纪后期英国设计研究成熟的主要特点之一。

第四,本书认为,20 世纪后期不仅是“不列颠式”英国设计身份的塑造阶段,也是设计研究成熟阶段,设计及其理论两者共同成就了英国设计业在国际上的角色和地位。

身份确立的途径也是多方面的,现代设计的职业化以及设计职业化的全球化都是在这个时候成熟起来的,这是英国设计在国际上进一步巩固自己地位的又一个重要时期,70 年代以来到 80 年代末和 90 年代初,英国的时尚设计又像波普运动一样让全世界瞩目。英国的设计业作为成熟的体系:设计组织、设计调查、设计产业、设计教育和博物馆等,这些也是不列颠身份的组成部分。

另外,身份确定不仅在于设计实践,设计研究也参与其中,现代设计研究的发展和成熟是在英国 20 世纪后期完成,设计史协会的成立标志着世界设计史作为一门学科的真正起点。这一时期的设计研究不仅奠定了英国现代设计研究的基础,也成为世界设计研究的重要组成部分。

第五,以消费和消费文化为背景,揭示了从视觉文化走向设计文化的历史路径,这是设计自我显现的过程。

英国近 200 年的设计实践见证了视觉文化与设计之间的联系,从工业革命的机器生产与设计,到 1851 年水晶宫、工艺美术运动,到战后现代设计的成熟、20 世纪 60 年代的波普设计、20 世纪后期设计产业的兴起,这条线索是关于设计的,也是关于视觉文化的,更是关于设计文化的。

① Penny Sparke. *An Introduction to Design and Culture in the Twentieth Century*. London: Allen & Unwin, 1986: 本书指出:“在仍然控制当代社会的工业资本的框架里,设计有一个双重的联盟:大众生产和大众消费,二者决定了其所有的特征。”

② 同时也提到了当时的设计研究,同一时期的设计著作分为两个方向:首先,作为大众生产的无声商品,在整体上不被重视却在我们生活扮演着至关重要的地位;其次,设计作为与大众传媒同样家喻户晓的概念,整体上已经备受关注了。

工业设计是 20 世纪的艺术,^①这是对设计在现代社会中地位的一个说明,设计和设计师已经成为产业体系的重要组成部分,设计的对象进入市场并帮助我们确定我们是谁^②,认为工业设计是艺术的观点,是强调设计师在生产 and 经济活动中起着主要的作用,这一表达说明了设计和整个社会过程的关联。

在一定层面上,后现代以来对视觉文化的关注主要集中在对设计的关注,20 世纪后期是视觉文化从整体上走向设计文化的时代,本书提出,这一走向是从波普设计开始的,因为消费的作用,这一转向仍然在继续。随着设计研究的深入,设计史学家们和相关研究学者不断地为设计文化立言,盖·朱丽(Guy Julier)、维克特·马格林(Victor Margolin)等设计史学科的奠基人都探索了像研究视觉文化那样去研究设计文化的可能性。

据不完全统计,4 年前中国设立艺术设计专业的大专院校已经达到 1400 多所,每年毕业生数量 10 多万,这仅仅是 4 年前的数据。21 世纪以来,艺术设计专业已经成长为继计算机专业后中国的第二大高等院校专业,如此庞大的数量让人震惊。不过,中国的设计和设计教育本是“舶来”品,今天,我们却依然还没有走出“舶来”阶段,而且,学院设计教育远远落后于设计实践和制造业市场成熟程度。因此,对英国 20 世纪后期的设计业状况以及理论建树进行研究探讨,无论是对于处于发展和重新建构中的中国设计研究也好,还是我国正在蓬勃发展的设计产业也好,无疑都具有重要的借鉴意义。由于时间和其他方面的客观原因,本书只是对于英国设计业和设计研究状况资料的初步整理,我愿意把自己对英国 20 世纪后期的设计、设计业和设计研究的肤浅理解与众人分享,期待更多的人士来关注我国设计业的发展。

逝者如斯夫,感叹芸芸众生,谨以粗糙之本,承载在伦敦的苦研时光;匆匆付梓,战战兢兢,聊以感恩数载漫漫求索之路。

陈红玉

2014 年 2 月 25 日于北京

① Stephen Bayley. In Good Shape: Style in Industrial Products: 1900 to 1960. New York: Van Nostrand Reinhold, 1979:10.

② Penny Sparke. An Introduction Design and Culture: 1900 to the Present, 2nd edition. London: Routledge, 2004.

目 录

第一章 绪 论	1
一、研究源起	1
二、设计理论寻找其自身规定性	4
(一)从设计研究的状态来看	4
(二)从消费与设计研究的关系来看	5
三、设计研究的状态	7
(一)设计研究领域中的相关研究	8
(二)物质文化研究领域中的相关研究	9
四、研究思路与出发点	11
(一)对研究时间范围的界定	11
(二)对研究对象范围的界定	12
(三)论述出发点和具体思路	14
五、设计研究相关理论阐释	15
(一)大众文化理论	16
(二)消费文化理论	18
(三)身份认同理论	20
(四)政治经济理论	22
六、研究方法	22
(一)历史的综合(colligation)	22
(二)符号学(Semiotics)	24
(三)调查法(Convey)	25

相关背景摘要	26
第二章 20 世纪后期英国的消费与设计思潮	31
一、英国 20 世纪后期的消费主义	32
(一) 消费主义在英国的扩张盛行	33
(二) 消费主义下的社会网络系统	37
二、20 世纪后期波普运动的革命意义	42
(一) 波普设计的意义:现代设计的转折点	43
(二) 从波普到波普之后:现代设计的危机	47
三、20 世纪后期英国的社会运动及设计思潮	50
(一) 朋克时期的青年文化与设计思潮	51
(二) 后朋克时期的街道风格与设计思潮	56
(三) 新浪潮运动之下的设计运动	60
(四) 女性解放与时尚设计的兴起	64
相关背景摘要	73
第三章 以消费为导向的设计业发展状况	81
一、服务于消费的设计与产业体系	81
(一) 设计服务于商业的传统	81
(二) 设计组织的导向作用	83
(三) 基于设计的国家政策	87
二、博物馆和设计教育的发展	91
(一) 消费盛行下的博物馆建设	92
(二) 产业化特征的设计教育	97
(三) 设计产业的兴起	102
三、以消费为基调的设计调查	106
(一) 国家经济发展委员会的设计调查	107
(二) 设计委员会关于设计产品的调查	108
相关背景摘要	110

第四章 设计的消费与现代性	117
一、英国的设计及其现代性身份认同	117
(一)设计的自我确立与提升	117
(二)英国设计的国际声誉	122
二、设计自身的地位与认同	127
(一)设计推动经济的发展	127
(二)符号识别与身份认同	132
三、设计师的现代性身份认同	135
(一)设计师的商业设计之路	135
(二)设计师的职业化进程	140
四、设计与国家地位及其文化身份	144
(一)以设计为龙头的创意产业	145
(二)创意之都的设计经典	148
(三)图像设计及“不列颠式”	152
相关背景摘要	155
第五章 设计、消费与文化建构	160
一、20 世纪后期的消费文化与设计研究	160
(一)设计、消费和后现代主义	161
(二)设计研究与消费文化研究	163
(三)消费研究对设计研究的意义	169
(四)设计研究中的消费与认同问题	172
二、20 世纪后期设计研究的状态	176
(一)设计研究协会与设计史协会	177
(二)设计研究走向成熟	179
(三)设计研究中的消费问题	184
(四)时尚研究的兴起与消费问题	187
三、物质文化研究中的设计史	191
(一)物质文化研究与设计研究的交集	191