

New Design · 设计前沿系列丛书

DESIGN IN THE INFORMATION AGE

信息时代的设计

梁 梅 著



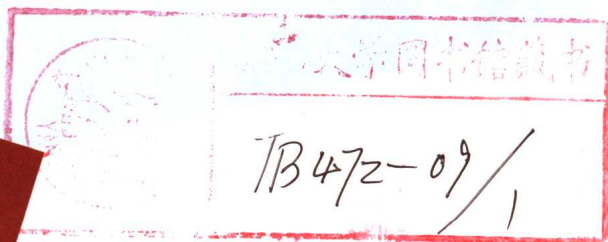
东南大学出版社



DESIGN IN THE INFORMATION AGE

信息时代的设计

梁 梅 著



05
10
02



0762689

-93

东南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

信息时代的设计 / 梁梅著. —南京: 东南大学出版社, 2003.1

ISBN 7-81050-638-8

I.信... II.梁... III.产品-设计-历史
IV.TB472-09

中国版本图书馆CIP数据核字 (2002) 第078419号

信息时代的设计

作 者 梁 梅

责任编辑 许 进

封面设计 康 靖

版面设计 康 靖 许 进

出版发行 东南大学出版社

出 版 人 宋增民

(南京市四牌楼2号 邮编 210096)

电子信箱 yibian@seu.edu.cn

经 销 江苏省新华书店

印 刷 利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司

版 次 2003年1月第1版 2003年1月第1次印刷

开 本 939mm×1270mm 1/32 印张: 6

印 数 0~5000册

字 数 200千

定 价 40.00元

目 录

CONTENTS

波普设计和反设计运动	001
波普文化和波普艺术	003
波普设计	011
激进设计和反设计运动	017

后现代设计思潮	037
后现代设计观念的产生	038
后现代建筑	044
阿卡米亚和孟菲斯	053
新设计运动	073
后现代设计的特点	083
理解后现代	100

多元化背景下的设计	113
生态保护与绿色设计	117
以人为本与人性化设计	133
时尚创造与个性化设计	147
高新技术与革新设计	160
设计文化与设计艺术	172

波普设计和反设计运动

60年代*的波普设计和随后出现的反设计运动是现代设计发展史上重要的转折点，它们成为现代设计向后现代设计发展的过渡事件，也可以说是现代设计在理论上的终结和后现代设计时代的开始。从后现代设计的产生和根源来看，波普设计和反设计运动的设计实践是对现代主义设计的否定，虽然这种否定并不是在一种自觉的行为中进行，或者说波普设计师们并没有明确地提出来要反对现代主义，就像后现代设计师们所旗帜鲜明地提出的反现代设计的言论那样。波普设计和反设计运动只是在设计形式上对现代主义采取了嘲笑和反讽的态度，更多地是在设计的造型上和色彩上与现代主义风格的设计形成对比，

与后现代明确的反现代主义态度有所区别。但是，毫无疑问，波普设计和反设计运动已经预示了新的设计时代的来临。

设计在观念和风格上面的变化与整个时代的变迁是有着极为密切的关系的。就像工业革命后的机械生产方式直接导致了现代生产方式的产生和现代设计的观念和形式的出现一样，波普设计和反设计运动是后工业时代，也即信息时代开始的产物。但

不一样的是，现代工业生产和现代设计

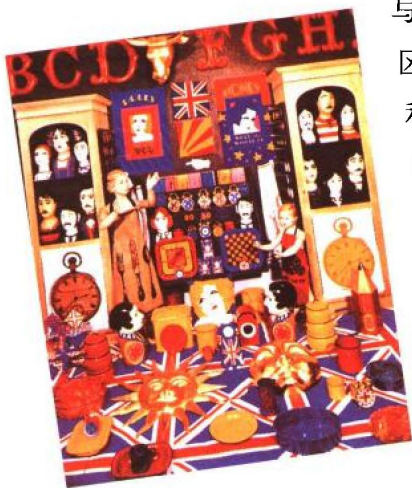


图1 各种波普物品 设计：罗宾·弗鲁（Robin Farrow）和波拉·马克吉伯（Paula McGibbon） 1965年

01A2 34/01

几乎完全颠覆了传统的手工生产方式和传统手工艺的形式，波普设计和反设计只是在形式上对现代设计的反叛，它们并没有对现代设计完全否定。因此，波普设计和反设计运动是对现代设计的丰富和充实，只是打破了现代设计在形式上一统天下的单调局面，使设计变得更加丰富多彩。(图1)

注：本书所涉年代如60年代、70年代等均指20世纪。

波普文化与波普艺术

波普设计的产生与50年代末期和60年代的经济和文化背景有密切的关系，尤其是风行于这一时期的波普文化是波普设计产生的直接原因。具有强烈声色效果的波普（POP）一词被认为是描述这一时期所有文化现象最生动的词语。（图2）

波普文化、波普艺术和波普设计的产生是现代风格发展后的结果。二战结束后，西方各国都把建设的重点转移到经济发展上来。经济的迅速恢复为设计的发展提供了客观的可能条件，同时，设计也重新成为满足人民日常生活需求的重要手段。战后严重缺乏的物资需求为设计的再生和发挥提出了现实的要求，讲究实用功能性的现代主义设计在此时再一次找到了极好的用武之地。20年代发展起来的国际主义风格在50年代风靡全球，其影响涉及到了设计的各个领域。不管是建筑设计、产品设计还是平面设计，在此设计思想的影响下，世界各国在设计风格上都趋于一致，“玻璃盒子”般的高层建筑遍及世界的每个角落。米斯·凡·德洛提出的“少

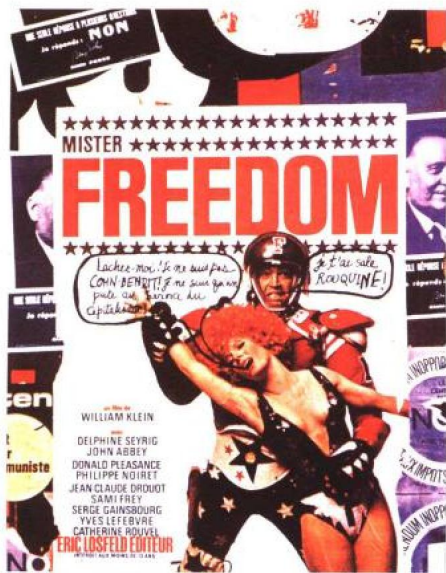


图2 《我的自由》封面设计和电影招贴画
设计：威廉·克莱茵（William Klein）
1967—1968年

求，讲究实用功能性的现代主义设计在此时再一次找到了极好的用武之地。20年代发展起来的国际主义风格在50年代风靡全球，其影响涉及到了设计的各个领域。不管是建筑设计、产品设计还是平面设计，在此设计思想的影响下，世界各国在设计风格上都趋于一致，“玻璃盒子”般的高层建筑遍及世界的每个角落。米斯·凡·德洛提出的“少

即多”的设计原则到50年代后期发展成为“极少主义”(Minimalism)风格。功能甚至被形式所取代,一味追求造型简单的设计思想使设计艺术在一段时间内走入了形式主义的死胡同。到了经济繁荣的60年代,现代主义设计的理性和单一性已引起人们的普遍不满。尤其是战后成长起来的年轻一代,他们生活在较好的社会和经济环境中,并接受了良好的教育,他们易于接受新生事物,对有特点的物品表现出浓厚的兴趣,形成了与他们的父母辈完全不同的价值观念、审美取向和消费趣味。他们把过分讲究功能性的现代主义设计作品,理解为古板、乏味的东西,他们不仅厌恶没有特点的功能主义设计产品,而且强烈地希望能够有代表时代特点和新的生活风格的新东西出现。功能主义设计在新的经济发展背景下开始失去了强有力的社会消费群体的支持,即使是在以前广受推崇的德国,功能主义也开始受到人们的质疑。1965年,对功能主义的批评因为西奥多·阿多诺的演讲“今日的功能主义”达到高峰,阿多诺批评了功能主义者意识形态上过度的教条理论,认为功能主义除了具有实用性以外,没有任何别的意义。一些人指出那些不人道的形式主义的混凝土公寓简直就是一种犯罪,单调、呆板的功能主义设计原则导致了设计创造性的苍白和贫乏,许多人认为由功能主义建筑组成的城市是不友善的。在日益繁荣的物质社会里,人们开始希望日用品也能够丰富和多样。因此,波普设计的产生是一个新时代呼唤新设计风格的结果,与经济的发展



图3 滚石乐队演出的电影“Gimme Shelter”
剧照 1969年

和生活的富裕而产生的观念改变密切相关。(图3)

另一方面,50年代后期,随着大众传媒的发展,大众文化,也被称为庸俗文化,成为日常文化消费中最主要的方式。欧美国家的城市化和汽车文化的流行也对大众文化起到了推波助澜的作用。美国因为经济的繁荣迎来了高消费时代,成为大众文化最发达的地区。这一时期,美国出现了以“摇滚乐”为代表的新的文化热潮,各种流行文化充斥市场,好莱坞电影、流行音乐、牛仔衣、汽车、摩托车和晶体管收音机、广告、漫画和绘画构成了一个以大众消费文化为特征的喧闹的新时代特征。(图4)大众文化是工业革命的产物,它们是机械的、批量生产的、广为流行的、低成本的,是借助于大众传播媒介普及的。为了吸引大众的注意力,它们

同时还是新奇的、活泼的、性感的。大众文化鲜活的生命力以及典型的消费产品、广告和媒体在50年代后期已经开始让一些重要的艺术家们着迷,他们被充满了活力的大众文化所吸引,并试图把这些活力引入到艺术作品中,以体现时代的特色。到了60年代,这些大众文化在色彩、



图4 滚石音乐会招贴画 设计:魏斯·沃尔森(Wes Wilson) 1967年

图形和主题方面的特点已经反映在许多艺术家的作品中,艺术界开始出现了受大众文化影响的所谓的“波普”艺术。波普(POP)一词是英语popular一词的缩写,意思是流行的、大众的。可以说,这是艺术史上艺术第一次受到商业艺术的影响,而在这之前,往往是艺术影响商业艺术。(图5)

60年代在美国流行的波普艺术就是在席卷美国的大众文化
中发展起来的，它与商业艺术有极为密切的关系，许多著名的
波普艺术家都从事过商业艺术或设计。（图6）被称为波普艺术
代言人的美国艺术家安迪·沃霍尔（Andy Warhol）就曾是一
个商业插图画家和橱窗展示设计师。他运用自己的长项，借用
商业艺术的创作方法和艺术语言，或者把杂志上的广告、海报
直接放在画布或印刷在画布上，由此发展出具有明显商业艺术
特征和大众文化特点的个人艺术风格。沃霍尔作品的主题主要
是当时流行的歌星、影星或商品图像，是人们日常生活中极为



图5 “A is for Apple” 招贴画 设计：
The Fool工作室 1967—1968年

熟悉的东西，因此成为著名
的波普艺术家，波普艺术就
是这样发展起来的。（图7）
另一个波普艺术家詹姆
斯·罗森奎斯特（James
Rosenquist）以前靠画巨型
的广告牌谋生，而且这种商
业绘画的风格和特点也一再
反映在他后来的作品中。艺
术批评家马里奥·阿马亚
（Mario Amaya）在他1965
年所做的《波普艺术》的早
期调查中曾经发问：到底是
商业包装设计给理查德·史

密斯（Richard Smith）带来了灵感，还是他的作品激发了商
业包装的创造力？史密斯的回答证实了他的疑问，他认为很难
说到底是商业艺术影响了波普艺术还是波普艺术激发了商业艺
术，只能说它们之间是互相影响的。在波普艺术家的作品里，

几乎可以看到美国在60年代流行的所有东西，从好莱坞著名的影星玛丽莲·梦露，著名的摇滚歌星猫王，到麦当劳连锁店里的汉堡包、可口可乐公司的饮料瓶和超市里出售的汤罐头等。（图8）波普艺术不仅大量地借用大众文化的视觉资源，还直接搬用了大众文化的内容和形式。

波普文化的出现与当时年轻人所崇尚的生活方式是分不开的。50年代后期到60年代，战后成长起来的年轻人成为了消费文化的主角，他们强烈的反叛意识和享乐主义思想形成了新的生活方式。嬉皮士运动的口号“权力归花儿”、“要做爱不要作战”成为新的生活方式的宣言。他们聚集在纽约北部的伍德斯托克举办音乐节，在郊区路营彻夜狂欢。他们在格林尼治村组成艺术家的村落，在那儿演出先锋戏剧。他们的口号被商业性地用在设计里，以此迎合年轻人的审美情趣，为他们提供符合他们新生活方式的日用品。纺织品的设计里出现了典型的“权力归花儿”的图案，时装和家具设计里也表达出同样的观念。事实上，每一次生活方式的变化都需要与之相适应的日用品和服装来表达同样的观念，可以说，波普设计的出现正是为了迎合这一时期人们的生活



图6 安迪·沃霍尔的波普艺术作品

图7 安迪·沃霍尔的波普艺术作品



了迎合这一时期人们的生活方式的变化，尤其是年轻人的生活新观念的。在他们对传统的叛逆和享乐主义的喜剧性生活中，波普设计无疑是最好的道具。（图9）

虽然很难说波普文化、波普艺术和波普设计在时间上的准



图8 安迪·沃霍尔为绘画颜料所画的招贴画 1968年

确定位，但毫无疑问，波普设计的出现在英国要比美国早。早在美国流行大众文化之际，带有浓厚的波普文化特征的波普设计即在英国出现。1952年，“独立组织”（Independent Group）在伦敦成立，它的成员有艺术家理查德·汉弥尔顿（Richard Hamilton）、雕塑家爱德多·保罗兹（Eduardo Paolozzi）、设计批评家雷纳·班汉（Reyner Banham）和建筑师彼得·斯密森（Peter Smithson）、阿里森·斯密森（Alison Smithson）。这些英国的艺术家和设计师们，因为受到美国流行文化的影响，他们在一起开始探讨在美国出现的流行的消费文化。到50年代中期，英国一批艺术家、评论家和建筑师聚集在伦敦当代艺术学院，开始形成了独立的设计师群体。美国人的文化消费方式

成为他们试图模仿的对象，他们全神贯注地从美国带回来的地下出版物中寻找大众文化的形象资料及分析美国大众文化的图像，讨论美国广告、电影、汽车设计所代表的富裕阶层的象征意义。（图10）1956年，理查德·汉弥尔顿极富煽动力的拼贴画



图9 静物（板上丙烯拼贴） 作者：汤姆·魏斯曼（Tom Wesselmann） 1962年

广告“是什么使今天的家庭如此不同，如此有魅力？”，把具有典型的美国消费文化特征的明星、物品集中在一起，突出地体现了波普艺术的精神，并且，在这件作品中，首次出现了POP的字样。这件作品及美国流行的消费文化在很大程度上引发了英国的波普设计运动。同时，汉弥尔顿还把波普艺术定义为“流行的、短暂的、易消耗的、低成本的、批量生产的、年轻的、诙谐的、性感的、有魅力的和有商业效益的”，这一定义也成为对波普艺术最好的注解。这一定义当然也适合波普设计，许多波普设计因为使用了廉价的材料、造型上的风趣幽默和创作上的开玩笑的态度往往被理解为“今天用、明天扔”（use-it-today, sling-it-tomorrow）的东西。（图11）

流行文化为波普艺术家提供了创作的源泉，这些艺术家关注本国视觉文化中具有活力的内容，包括大众产品、诙谐的喜剧、包装和广告艺术，以及城市街道上粗俗的涂鸦、粗糙而迷人的电影、波普音乐和电视等等，这些

丰富多彩的视觉影像使波普艺术家们在大众市场和流行媒体中成长起来。在波普艺术活动中，纯艺术家和商业艺术家互相借

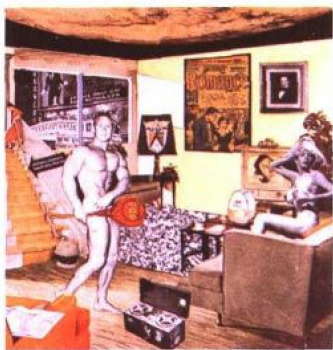


图10 “是什么使今天的家庭如此不同，如此有魅力？”（拼贴画）
作者：理查德·汉弥尔顿
(Richard Hamilton) 1956年



图11 纪念册封面 设计：马丁·夏普 (Martin Sharp) 1967年

鉴，设计师反过来又从这些丰富多彩的艺术中引用他们的色彩和主题，当然，首先是态度，他们把波普艺术家对待艺术的态度也用在他们对待设计的态度上。于是，在设计领域，开始出现了与现代设计重功能、重实用、造型简洁完全不同的一些设计作品，这些设计幽默、风趣，形式怪异，甚至没有什么功能价值。这些设计活动与当时所有的反正统文化运动一样成为60年代文化的一部分。（图12）

波普文化和随之产生的价值观念的变化，在50年代后期和60年代改变了英国的社会和文化面貌，英国因此结束了二战后对其他国家的模仿而成为潮流的引领者。英国波普文化的繁荣使英国在60年代成为世界其他一些国家的年轻人的文化中心。到了60年代，英国的波普音乐也摆脱了美国的影响，在英国的城市文化中找到了自己的位置。60年代著名的乐队组合就源于英国，如“披头士”来自英格兰的利物浦，“滚石”则出自伦敦。到60年代中期，伦敦已经被称为波普文化的中心。

60年代早期消费文化的繁荣和美国大众文化的影响，使英国的年轻人急切地希望表达他们自己，并与他们的父母区别开来。在这场声势浩大的流行文化运动中，年轻人的审美倾向开始向他们的父母辈发起挑战。



图12 书籍封套 设计：Push Pin工作室
60年代早期

波普设计

英国的波普设计最早发端于时装业，服装设计师首先对波普文化做出了回应。早在1955年，服装设计师玛丽·昆特（Mary Quant）就在国王街开张了Bazaar（杂活店）时装店，随后约翰·斯特夫（John Stephen）也在著名的卡纳比时装街开设了自己的第一家时装店，随后是芭芭拉·胡拉尼克·碧贝（Barbara Hulanicki Biba）开设的“Biba”商店。这些地方为年轻人提供了突出青春活力、花样活泼、式样开放，与他们的父辈审美趣味迥然不同的时装，很快成为年轻消费者们频频光顾的场所。玛丽·昆特是英国波普文化流行时期最著名并最具有影响力的时装设计师，“迷你”（Mini）裙是她为这个时代的伟大发明。在一贯严谨、拘束的英国服装中，“迷你”裙大胆开放，体现出一种具有活力的时代精神。（图13）玛丽·昆特的服装设计在英国这个以保守著称的国家里引发了一场着装革命，她的服装创造了伦敦街头年轻、自由、顽皮和现代的漂亮女郎形象。在她的丈夫兼搭档亚历山大·布朗克特·格纳（Alexander Plunkett - Greene）的协助下，玛丽·昆特设计了大量的服装并成功地开设了服装零售店Bazaar，她的时装店成为60年代流行服装店的典型。



图13 服装 设计：玛丽·昆特（Mary Quant） 60年代

随着多家零售时装店的开张，伦敦在这激进的10年里成为了时装零售的中心。玛丽·昆特为那些更年轻、更独立、更喜欢标新立异的消费者提供设计，她设计的活泼的碎花短裙和黑白条纹的服装在这一时期极为流行，尤其是那些短之又短的超短裙。身着玛丽·昆特式服饰的少女们几乎完全占有了这一时期时尚杂志的版面。这些服装明显地表达了波普艺

术的主题，把热情带入了英国的日常生活中，使一贯以沉闷为特点的古老的伦敦呈现出前所未有的活泼气氛，以至于在这一时期被称为“风流放浪的伦敦”。轻松愉快的波普服装吸引了年轻人，也启发了其他行业的波普设计活动。这场运动使许多



图15 桌子、椅子和衣帽架 设计：阿伦·琼斯 (Allen Jones) 1969年



图14 斑点椅 设计：彼特·默多克 (Peter Murdoch) 1963年

刚从艺术学校毕业的青年设计师参与进来，他们具有革新精神的思想又进一步促动了这一运动的发展。很快，波普设计运动就波及了家具、平面、产品等设计领域，形成了60年代英国设计界的主色调。(图14)彼得·默多克 (Peter Murdoch) 的“纸”椅 (Paper) 是这些设

计中的杰作，是60年代最著名的家具设计之一。这种椅子采用了不同寻常的纸质材料。它的设计把灵活性、短暂性、趣味性及受年轻人喜爱的特点结合起来，体现了60年代的价值观念。椅子表面的圆点强调了图形的重要性，这种椅子可以拆开包装成平面后大量购买，便于搬运，然后在家里装配，其本身具有相当大的灵活性。(图15)

一些艺术家也加入到波普设计的行业，他们的作品因为直接受波普艺术的影响更具有艺术性，在风格上更为大胆。典型的例子是阿伦·琼斯(Allen Jones)设计的雕塑家具组合，包括椅子、茶几和

挂衣架。这些家具采用了塑料的人体模特，几乎全裸的人体作为家具的支撑，给人强烈的视觉冲击力。这些因波普艺术产生灵



图16 汤罐头凳子 设计：Simon工作室 1973年

感的家具，除了它们的功能外，更多地被认为是艺术而不是设计。这种极端的例子还有“Simon”工作室设计的罐头凳子，它们的设计创意直接引用了安迪·沃霍尔1962年的作品《Campbell的汤罐头》，集中体现了波普设计巧妙、诙谐和低成本的特点。(图16)

在伦敦的新音乐和新舞蹈的影响下，招贴和平面设计也呈现出新的风格特点，波普精神成为最重要的设计语汇。波普风格的平面设计主要体现在唱片的封面设计、演出的招贴画和与音