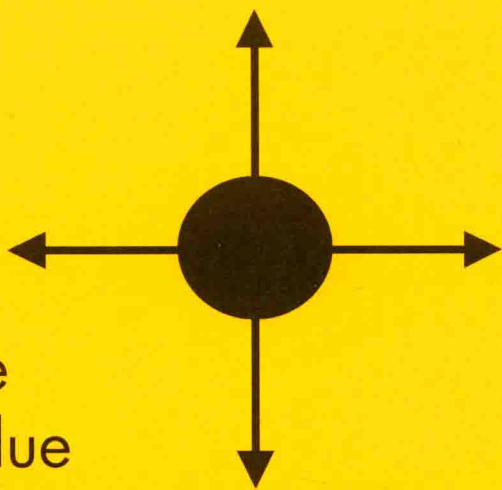


JOHN HESKETT



Design and the Creation of Value

设计与价值创造

[英] 约翰·赫斯科特 著

[英] 克莱夫·迪诺特 编

[土] 苏珊·博兹泰佩

尹航 张黎 译



凤凰文库·设计理论研究系列
李砚祖 主编 张黎 执行主编

JOHN HESKETT

[英] 约翰·赫斯科特 著
[英] 克莱夫·迪诺特 与
[土] 苏珊·博兹泰佩 编
尹航 张黎 译

设计与价值创造

图书在版编目(CIP)数据

设计与价值创造/(英)约翰·赫斯科特著;(英)克萊夫·迪诺特,(土)苏珊·博兹泰佩编;尹航,张黎译. —南京:江苏凤凰美术出版社,2018. 11
ISBN 978-7-5580-5302-3

I. ①设… II. ①约… ②克… ③苏… ④尹… ⑤张…
III. ①设计—关系—经济学—研究 IV. ①J06-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 202999 号

© Selection and Editorial Material; Clive Dilnot and Susan Boztepe, 2017
© Original Texts; John Heskett
This translation is published by arrangement with Bloomsbury Publishing Plc.
版权所有 侵权必究
著作权合同登记号:图字 10-2017-084

责任编辑 韩 冰
责任监印 朱晓燕
生 媛

书 名 设计与价值创造
著 者 [英]约翰·赫斯科特
编 者 [英]克萊夫·迪诺特 [土]苏珊·博兹泰佩
译 者 尹 航 张 黎
出版发行 江苏凤凰美术出版社(南京市中央路 165 号 邮编:210009)
出版社网址 <http://www.jsmschs.com.cn>
制 版 江苏凤凰制版有限公司
印 刷 江苏凤凰通达印刷有限公司
开 本 652 毫米×960 毫米 1/16
印 张 18
字 数 250 千字
版 次 2018 年 11 月第 1 版 2018 年 11 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5580-5302-3
定 价 56.00 元

营销部电话 025-68155790 营销部地址 南京市中央路 165 号
江苏凤凰美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

出版说明

要支撑起一个强大的现代化国家,除了经济、政治、社会、制度等力量之外,还需要先进的、强有力的文化力量。凤凰文库的出版宗旨是:忠实记载当代国内外尤其是中国改革开放以来的学术、思想和理论成果,促进中外文化的交流,为推动我国先进文化建设和中国特色社会主义建设,提供丰富的实践总结、珍贵的价值理念、有益的学术参考和创新的思想理论资源。

凤凰文库将致力于人类文化的高端和前沿,放眼世界,具有全球胸怀和国际视野。经济全球化的背后是不同文化的冲撞与交融,是不同思想的激荡与扬弃,是不同文明的竞争和共存。从历史进化的角度来看,交融、扬弃、共存是大趋势,一个民族、一个国家总是在坚持自我特质的同时,向其他民族、其他国家吸取异质文化的养分,从而与时俱进,发展壮大。文库将积极采撷当今世界优秀文化成果,成为中外文化交流的桥梁。

凤凰文库将致力于中国特色社会主义和现代化的建设,面向全国,具有时代精神和中国气派。中国工业化、城市化、市场化、国际化的背后是国民素质的现代化,是现代文明的培育,是先进文化的发展。在建设中国特色社会主义的伟大进程中,中华民族必将展示新的实践,产生新的经验,形成新的学术、思想和理论成果。文库将展现中国现代化的新实践和新总结,成为中国学术界、思想界和理论界的创新平台。

凤凰文库的基本特征是:围绕建设中国特色社会主义,实现社会主义现代化这个中心,立足传播新知识,介绍新思潮,树立新观念,建设新学科,着力出版当代国内外社会科学、人文学科的最新成果,同时也注重推出以新的形式、新的观念呈现我国传统思想文化和历史的优秀作品,从而把引进吸收和自主创新结合起来,并促进优秀传统文化的现代转型。

凤凰文库努力实现知识学术传播和思想理论创新的融合,以若干主题系列的形式呈现,并且是一个开放式的结构。它将围绕马克思主义研究及其中国化、政治学、哲学、宗教、人文与社会、海外中国研究、当代思想前沿、教育理论、艺术理论等领域设计规划主题系列,并不断在内容上加以充实;同时,文库还将围绕社会科学、人文学科、科学文化领域的新问题、新动向,分批设计规划出新的主题系列,增强文库思想的活力和学术的丰富性。

从中国由农业文明向工业文明转型、由传统社会走向现代社会这样一个大视角出发,从中国现代化在世界现代化浪潮中的独特性出发,中国已经并将更加鲜明地表现自己特有的实践、经验和路径,形成独特的学术和创新的思想、理论,这是我们出版凤凰文库的信心之所在。因此,我们相信,在全国学术界、思想界、理论界的支持和参与下,在广大读者的帮助和关心下,凤凰文库一定会成为深为社会各界欢迎的大型丛书,在中国经济建设、政治建设、文化建设、社会建设中,实现凤凰出版人的历史责任和使命。

2014年夏天，我刚刚从墨西哥的工大学毕业后，在伊利诺伊大学厄巴纳-香槟分校的Laura Justice教授的带领下，参加了国际设计史学会（International Design History Society）的年会。在那里，我遇到了一位名叫John Heskett的教授。我们聊了很多，从设计史到设计教育，从设计实践到设计理论。John Heskett的《Design and Value Creation》一书让我印象深刻。这本书不仅是一本设计史著作，更是一本设计哲学著作。它让我重新思考了设计的本质和价值。在年会期间，我们还参加了一个名为“Design and Value Creation”的研讨会。在这个研讨会中，我们探讨了设计在创造价值和传递信息方面的作用。John Heskett的发言让我受益匪浅。他提出，设计不仅仅是为了创造美观的产品，更是为了创造有意义的体验。这一观点让我深受启发。从那以后，我开始深入研究设计史和设计理论。我阅读了大量的书籍和文章，并与John Heskett保持联系。他的智慧和见解让我受益匪浅。现在，我即将出版这本书，我想借此机会向John Heskett致敬。这本书不仅是我个人学习和研究的成果，更是John Heskett教授智慧和见解的结晶。

谨以此书纪念约翰·赫斯科特（1937—2014）以及其妻帕勒玛·赫斯科特女士（1945—2016），她去世于本书英文版即将出版发行之际。

我永远不会忘记John Heskett在伊利诺伊大学厄巴纳-香槟分校的时光。在那里，他不仅是一位杰出的教授，更是一位充满智慧和热情的导师。他教会了我如何思考设计，如何创造有价值的产品。他的智慧和见解让我受益匪浅。现在，我即将出版这本书，我想借此机会向John Heskett致敬。这本书不仅是我个人学习和研究的成果，更是John Heskett教授智慧和见解的结晶。

从2006年出版《设计价值创造》开始，这本书就成为了设计界的一本畅销书。它不仅是一本设计史著作，更是一本设计哲学著作。它让我重新思考了设计的本质和价值。在年会期间，我们还参加了一个名为“Design and Value Creation”的研讨会。在这个研讨会中，我们探讨了设计在创造价值和传递信息方面的作用。John Heskett的发言让我受益匪浅。他提出，设计不仅仅是为了创造美观的产品，更是为了创造有意义的体验。这一观点让我深受启发。从那以后，我开始深入研究设计史和设计理论。我阅读了大量的书籍和文章，并与John Heskett保持联系。他的智慧和见解让我受益匪浅。现在，我即将出版这本书，我想借此机会向John Heskett致敬。这本书不仅是我个人学习和研究的成果，更是John Heskett教授智慧和见解的结晶。

从设计史和设计理论的角度来看，这本书不仅是一本设计史著作，更是一本设计哲学著作。它让我重新思考了设计的本质和价值。在年会期间，我们还参加了一个名为“Design and Value Creation”的研讨会。在这个研讨会中，我们探讨了设计在创造价值和传递信息方面的作用。John Heskett的发言让我受益匪浅。他提出，设计不仅仅是为了创造美观的产品，更是为了创造有意义的体验。这一观点让我深受启发。从那以后，我开始深入研究设计史和设计理论。我阅读了大量的书籍和文章，并与John Heskett保持联系。他的智慧和见解让我受益匪浅。现在，我即将出版这本书，我想借此机会向John Heskett致敬。这本书不仅是我个人学习和研究的成果，更是John Heskett教授智慧和见解的结晶。

2005年夏天,我刚刚入职香港理工大学,有幸在时任设计学院院长 Lorraine Justice 教授组织的家庭聚会上结识了著名设计史学家 John Heskett 教授。席间,听说 John 将开设一门新的课程,设计与价值创造 (Design and Value Creation),由于课程涉及大量经济学知识,同学们理解起来会有很多困难,于是我自告奋勇地担任起了这门课程的教学辅导工作。于是,从2005年开始,每年我都会和新入学的研究生同学们一起,一而再、再而三地学习这门课程,从未拉下一堂课。2010年夏天的一个下午,在设计学院的茶水间里,John 看似轻描淡写,却又很郑重地告诉我:“Xin, This is all yours now! (辛,现在都是你的了!)”。我永远都忘不了 John 对我说这句话时的和蔼表情,但却无法描述自己当时的心情,也从未想过 John 会在自己仍然任职的时候把他几十年的研究成果和精心设计的一门前沿课程就这样没有任何仪式感地交给我了。回想起个人成长中的点点滴滴,有太多的人有恩于我,太多的事感动过我,这些年来,每每想起 John 对我说过的这一句话,依旧让我泪目。

从2005年接触《设计与价值创造》讲义,其实也就是该书的原稿,到如今十几年里,年年温习,不断有新的感悟。这些年里,从尝试理解讲义的字面意义,努力用自己的语言向倍感茫然的同学们解读课程的内容,辅导案例研究报告,一直到独立讲授课程,在不断理解和诠释的过程中,我越来越清晰地看到了《设计与价值创造》书中经济学理论和设计实践之间的密切关联性,这也是很多读者可能面临的最具挑战性的问题;其次,随着经历的不断丰富,于我而言,书中的理论对不同行业、不同层次设计实践的指导意义也越来越显现,也让我更加坚信这一理论体系的前沿性和基础性,并尝试在此基础上建构新的内容。

让设计学和经济学两个完全不同的领域,在认识和尊重相互差异性

的基础上,理性地探讨不同领域看待问题的不同视角,探寻不同理论体系之间的共同线索和相近立场是 John 构思《设计与价值创造》时的一个重要目的。由于商业活动常常是设计实践的主要场景,能否有效地创造商业和经济价值也因此成为了衡量设计成功与否的重要标准,了解经济学原理和相关基础知识也就成为了设计更好地服务于商业活动,创造更显著经济价值的重要手段。然而,从另一个角度,当设计可以有效地参与经济活动和创造价值的时候,设计思维也应该成为解读经济现象和理解经济学理论的新的视角。在人们习惯从经济和商业的角度评判设计的时候,从设计的角度,用人本主义和可持续发展等理念,审视经济学理论同样具有重要的意义。由于种种原因,设计学和经济学两个本应相互支撑的领域在教育 and 实践中却少有交集,或是站在不同的立场上进行没有结果的争论(controversy)。“Moving from Controversy to Disagreement(从争议到不同意见)”,把设计学和经济学从没有任何商量余地的观念之争过渡到在尊重事实的基础上,可以通过理性分析和讨论解决的路径之论,也是 John 立著的重要动机之一。

尽管很多人都因为 Industrial Design(《工业设计史》)开始了解 John,但《设计与价值创造》的理论指导意义远不只在工业设计。围绕设计与经济关联性这一话题,John 给设计定义为“人类满足自身物质需求和塑造意义的造物能力”,也即是人类创造财富来源的活动。John 对设计的这一定义,在其更早期的著作 Toothpicks and Logos: Design in Everyday Life(《牙签和标识:日常生活中的设计》)中就已经形成,这本书后来成为了 Design: A Very Short Introduction(《设计无处不在》)的原型。在探讨设计的价值创造活动时,John 从经济、产品、战略、个人、社会等多方面,多层次阐述了设计对物质财富和精神意义创造的贡献。

这其中,John 花了更多精力讨论了设计的战略价值。这种战略价值一方面体现在理解设计思维在奥地利学派、制度经济学和新增长主义经济学等不同经济学理论背景下,为产品设计、生产过程以致组织架构等不同层次经济活动提供创新支持的可能性;另一方面 John 特别强调并系统地阐述了设计在培养企业核心竞争力和转型升级中可以 and 应该发挥的作用,这也是对广义设计定义的呼应。

《设计与价值创造》英文版虽然 2017 年才正式出版,但其初稿早在 2005 年就已经完成,书中的一些重要概念和理论框架,如“OEM-ODM-OBM-OSM”“Adding Value-Creating Value(增加价值-创造价值)”“Strategy-Organization-implementation(战略-组织-执行)”等等,也通过 John 的论文或演讲被广为流传。不过,书中经济学部分的知识,也是著作的核心主体,对大多数设计学者而言则显得冷僻、抽象,如何运用好这些知识,以及认识到它们的价值和影响都尚需时日。同样,书中关于设计的论述部分也有待管理或经济学学者慢慢发掘它们对经济学理论和企业管理方法创新的启示。在研究设计对经济活动的影响中,John 积累了数百个书中没有收录的案例成果,这些案例一方面验证了设计对企业价值创造的理论,也为企业发展自身的设计能力提供了很好的参考。由于部分案例来自于珠三角和长三角,因此也吸引了不少内地学者和设计师参与到其中,香港理工大学的刘曦卉博士和广州美术学院的童慧明教授都积极参与了相关的案例研究。从某种意义上说,John 同内地学者的合作也为我国设计管理领域的发展和对案例研究方法的掌握做出了重要的贡献。

有幸和 John 紧密共事 6 年,并备受他的关怀和指导,虽然他不曾为我的学位导师,但是他对我的影响和很多人的学位导师相比却有过之

而无不及,也难怪王受之老师曾经说:“辛老师是香港理工大学 John Heskett 教授培养出来的优秀教师。”其实王老师自己也多次提起 John 对其早年在美国从事设计史论研究的影响与支持。从王受之老师,到我本人,以及年轻的刘曦卉博士,我们只是被 John 影响着的中国一代又一代设计教育和研究工作者中的几个代表而已。有幸为 John 的《设计与价值创造》中文版作序,一是向读者介绍其研究成果和背景,更是代表诸多心存感恩的中国设计人感谢 John 多年来对我国设计教育和研究所做出的重要贡献,并缅怀这样一位德高望重和具有强烈责任感的学者和国际友人!

在此,也特别感谢凤凰出版传媒集团引进设计学领域这一重要的前沿著作,同时感谢尹航和张黎老师辛勤和高质的编译工作!

辛向阳

2018 年 11 月

目录

导论:约翰·赫斯科特的《设计与价值创造》	001
约翰·赫斯科特的经济学笔记	025
作为经济必需品的设计:对于政府与组织而言	036
《设计与价值创造》手稿编辑说明	
设计与价值创造	045
序言	049
第一章 引言:经济生活中的设计	056
 第一部分 经济学理论与设计	 069
第二章 新古典主义理论	070
第三章 奥地利经济学派理论	085
第四章 制度经济学	098
第五章 新增长理论	114
第六章 国民体系	136
 第二部分 设计与价值创造	 147
第七章 从经济学立场理解设计	148
第八章 从设计立场理解经济学	157
第九章 实践立场的设计与价值	173
 后记	 198
附录 1: 社会主义理论	200
附录 2: 价值与设计中的价值	204
注释	219
索引	254

导论：约翰·赫斯科特的《设计与价值创造》

克莱夫·迪诺特(Clive Dilnot)

P1

这本书很薄,前言介绍了本书的主要议题并回答了“设计如何为企业和其他组织增加以及创造经济价值”这一问题,¹这本书也是第一本认真对待设计与经济学关系的书。这个说法可能会被一些以设计与商业的复杂关系为谋生手段的人所质疑,²那么我们换个说法,这本书肯定是第一本从设计的角度出发,概括出了经济理论主要内容,也是首次尝试扭转两者“不对等”关系的书:

为了表明碎片化的并通常未被明确定义的设计领域能够有效地增强经济理论,但由于经济学可谓是最强大且传统深厚的社会科学,这一说法似乎过于雄心勃勃,可能所谓的“增强”效应就像大象被跳蚤扎了一样。然而,当我们的重点从理论转向实践,并考虑到商业世界中设计创造的程度及其在日常生活中的影响力时,可以明显看到的是,关于如何生产产品与服务,以及如何促进销售和使用,经济学知道的并不多。³

除此之外,我们可能也会加剧两者之间的误解,因为在这些过程中如何通过设计,创造、增强或增加价值(至少部分地)的这些问题仍不明朗。如果这些认知的缺口只是组织层面的或实在的,那么到目前为止,

这些缺口很可能已经被补上了,如果弥合得并不完整,那么至少在程度上是充分的。然而,经过这五十年的设计研究⁴,四十多年的设计管理,⁵几十年的“创意产业”,⁶以及十多年以 IDEO 风格为主的“设计思维”,设计与价值创造的关系,并没有得到实质性的改善。尽管我们一直有耳闻两者促进相互理解,但更多听到的是叹息之声,设计到底“实现”了哪些价值创造是一回事,设计作为一种专业领域,要能合理地解释它如何实现价值创造的机制(比如通过什么手段?与哪种经济价值创造模式有关?)则是另一回事,两者并未得到很好地协调。

两者之间的不和谐显而易见,因为其中的原因反映了更深层次的思维问题。于此,赫斯科特做出了清晰的说明:

经济学的重点在于解释财富的生产、分配和消费。设计则是关于以满足我们功利主义需求的方式,塑造并实现人的能力,从而创造意义——其中也包括创造财富的来源。至少在一般层面上,两者之间也该有一些互动,但相互之间的不理解及其深层分裂又将两者分得更开了。⁸

然而,相互不理解的证据也值得怀疑。从设计的角度来看,设计一直在以某种并不强势的方式尝试阐明设计增加或创造出的价值,特别是那些超出经济层面的价值。

从经济学的角度来看,也存在另一种对应的误解。曾发生过一次尴尬的事情,在赫斯科特主持的学术研讨会上,当他试图提出设计可能对出口竞争力产生积极影响的时候,那些曾于华盛顿接待会上与之有过接触的美国财政官员,却礼貌又果断地走开了,这个故事便是这种误解的缩影。

然而,这个故事真的有其非同寻常的意义,并不说它确实发生了,而是它反映了我们的预期,当然,也反映出了现实情况。今天,我们自然会期望那些所谓的财政官员,应该是一群经过训练和实战经验丰富的经济学家,但他们却不相信设计是价值创造的因素之一。然而,反思

之后我们也发现,经济学家(或其他像美国财政部的这类经济学家)也许也很困扰,例如,1970年至1990年间,美国贸易平衡被美国汽车工业大量进口的现实打破,首先是德国(大众),随后是日本车,这一变化对美国经济产生了长期的影响。1950年,仅有21287辆汽车进口到美国。到1977年,这个数字超过了200万。到了1986年,达到了480万,也是有史以来的历史最高纪录,这个数字接近当时美国国内生产总值的50%。⁹这场美国汽车的采购革命,正如我们所了解的那样,从(最重要的是制造业的就业问题)当中滋生的第二、三等的后果并不是价格的竞争,而是几乎完全是由于进口车为汽车应有的质量与性价比等方面设置了新的基准。虽然有延迟,但最终这次进口潮启动了美国国内汽车制造商的质量改革。要不是有效的破产保护机制,美国三大汽车制造商中的两个(包括最近在2009年接受了500亿美元资金的通用汽车)都要宣告破产,曾在所谓黄金年代为美国汽车工业提供广泛服务的供应商网络也大量消失。现在,在这个众所周知的传奇中,而且只是在其最肤浅的层面上,设计才被勉强地认定为原因之一。大众、丰田、马自达等品牌的成功,源于其实质上出众的概念、设计(配置)以及实现(工程)。¹⁰然而,经验丰富的经济学家,以及被赫斯科特观点所困扰的财政官员却并没有因此而认可设计,尤其在更广泛层面上、在传统经济学关于价值创造的模型中,并没有设计的清晰位置。设计并不足价值创造的相关因素之一。于是,矛盾由此产生,那些以价值创造为真正主题的学科或领域(经济学)都无法把握价值得以真实被创造出来的方式(如通过具体的产品和服务)。另一方面,作为价值创造相关因素的设计,同样也无法理解,如何通过经济学方式,确实地“增加价值”。更糟糕的是,双方对此问题都不屑一顾:甚至不认为它是一个问题,或者是可以被避免的、又或应该被遗忘的问题。难怪赫斯科特说,这是两者之间相互不理解的深层分裂。

如何处理,至少在某种程度上辩证地克服这种分裂,也是《设计与价值创造》这本书的优势和兴趣所在。随着章节的展开,这一特点逐渐

变得明显,该文本的独特之处在于赫斯科特设法实现设计和经济学的相互融合,或者更好地开始倾听彼此,了解对方到底说了些什么。

这绝对不是抽象的自负。赫斯科特的观点是,充分理解经济过程中设计如何创造价值和价值观,从而能够创造出一种足够解释现实世界现象的经济学,一般来说,比如要能理解“产品和服务如何被生产、销售和使用”这一设计问题,便能促进两者的互相了解,从而弥合分裂。恰恰是这样的野心——将设计开放给经济学和经济思想,又同时在知识和实践两个方面,开始从设计的角度,(哪怕以细不足道的方式)对经济学的理论展开批评并提出新观点——促成了那次研讨会,也促成了本书。

· 1

赫斯科特 1937 年出生于英国的考文垂。¹¹二战期间,考文垂曾两次被轰炸,他在伦敦经济学院修读经济学、政治学和历史学等专业。在澳大利亚待过一段时间之后,他在考文垂艺术学院获得了教职,教授社会与经济史。也是在这里,他开始接触设计史,并在德国以研究员身份进行了从 1870 年到第二次世界大战期间的设计史研究。到 20 世纪 70 年代末期,赫斯科特成为英国首屈一指的、严肃的设计史学家之一。十年之后,他加入谢菲尔德理工学院,并在教学与学科领域发挥了领导作用,从而更加确立了他在设计史学界的地位。

那个时候,他对经济学的兴趣还不明显——尽管经济学的观点贯穿了他的第一本书《工业设计》(*Industrial Design*, 1980)¹²,这一因素也使得此书成为一部典型的设计史作品(本书也成为符合现代设计概念的第一本设计史专著)。¹³到了 20 世纪 80 年代中期,赫斯科特才开始对国家和政府层面的设计政策产生了浓厚兴趣——这一兴趣始于其对 1975 年以后英国去工业化现实的关注(直到撒切尔 1979 年上台之后才注意到这一现象)¹⁴,也因为痛心于英国工业界不知如何利用已有的设计能力,尤其与德国和日本等擅长处理工业与设计关系的国家相比(还

P4

不说其他做得更好的国家,如瑞典、瑞士和荷兰等)。¹⁵

赫斯科特 1989 年搬到美国,第一份工作是在波士顿的设计管理学院,并顺利完成了三组设计项目¹⁶,随后在芝加哥伊利诺伊理工学院的设计学院任职。在那里,设计的经济价值问题得到了重视——学院给予他机会,在设计和商业方面开展更为严肃的设计政策及其议题。在这些领域常年持续的教学和写作(通常是相对非正式的写作,例如,他在 20 世纪 90 年代初为现在已经停止的设计杂志《ID: 国际设计》[*I. D. -International Design*]¹⁷写的系列专栏),使他逐渐意识到,有必要更透彻地学习经济理论并反思设计与经济的关系。

这一冲动部分来自于教育领域:他感到需要说服那些想要认真对待商业的设计师们¹⁸,也需要学习像经济学家那样去思考——至少应该教授设计师基本的经济素养,使其熟悉经济思想的基本概念。但赫斯科特并没有抽象地思考这些关系,也没有将经济学仅视为基于定量方法的学科。相反,他将经济思想史看作概念的系统词典,¹⁹这也有助于理解并帮他清晰阐明设计如何创造价值的机制。²⁰

除了参与研讨会以及承担教学任务,赫斯科特也经常参与咨询工作(尤其是与日本设计咨询公司平野的合作)²¹,并在国际上为台湾和智利等地区与国家制定设计政策。当时,赫斯科特逐步形成了关于设计和经济学关系的工作论文(例如《经济理论与设计》[*Economic Theory and Design*],其摘录已经收录在本书的第七章与第八章),并开始组织“设计与价值创造”的(芝加哥)研讨会。2004 年赫斯科特搬到香港(在香港理工大学设计学院任教)时,研讨会几乎确定了其最终形式。在香港最后的十年,也在其离港之前,赫斯科特开始慎重考虑要把上述成果集结为一本小书出版。

P5

芝加哥和香港研讨会的参与人士一般都是设计专业的硕士或博士研究生。从到香港之后,也包括在芝加哥,学生之前的背景都是有过工作经验的设计专业人士,但可以肯定的是,没有人事先曾接触过任何的经济学理论或思想。

赫斯科特运用了剑桥经济学家张夏准(Ha-Joon Chang)所阐明的中心思想来阐明其经济学观点。在最近的一本书中,张夏准认为,正因为今天的经济学更靠近我们的生活,同时也变得更不像一门“科学”:

完全不是专业经济学家的人,基于一些关键的经济理论和各种政治和伦理假设的诸多认识,对经济问题做出正确的判断,是完全可能的。很多时候,普通公民的经济学判断可能比专业经济学家的更好,因为更加扎根于现实,而且不会那么狭隘。

他补充道:

挑战专业经济学家和其他的所谓专家的意愿是民主的基石。如果我们要做的只是听命于专家,民主还有什么意义?这也意味着,作为民主国家的公民,我们所有人都有义务至少学习一些经济学知识,并参与到经济辩论当中。这并不像看起来那么困难。正如我试图在自己的新书《经济学:用户指南》(*Economics: The User's Guide*)中所呈现的那样,如果这些经济学理论能被解释得足够清晰的话,任何具有中等教育程度的人都可以理解经济学。经济学的问题太重要了,不能全留给专业的经济学家……作为公民,我们也都应该学习经济学,去挑战那些由专家告诉我们的观念。²²

赫斯科特完全同意上述观点。他也不认同,设计师就该以某种方式免除理解经济学的义务。正是因为这一教学决定,他在其项目中不得不尽可能地解释经济学,同时又不能过分简化教学所需的经济学基本命题与模型。这本《设计与价值创造》便是这一实践的(部分)结果。²³

· 2 这本书到底说了什么?

本书的基础是2009年召开的研讨会。赫斯科特介绍了研讨会安排的实质性原则,具体如下:

P6