

外国设计艺术经典论著选读·下

李砚祖 编著

外国设计艺术经典论著选读·下

李砚祖 编著

全国高等院校设计艺术学系列教材
主编 李砚祖 王明旨





李砚祖

清华大学美术学院教授，博士生导师。

主要著作有《工艺美术概论》、《创造精致》、《造物之美——产品设计的历史与文化》、《艺术设计概论》等；

2003年获首届国家级教学名师奖，北京市教学名师奖，清华大学教书育人奖；

2002年获全国高校优秀教材一等奖、二等奖各一项；

1995年获全国高校首届人文社会科学研究优秀成果奖二等奖；

1993年获北京市高校优秀教学成果一等奖，

北京市高校青年骨干教师称号。

目录

设计与社会	1
设计与消费者——对“优秀设计”的社会文化背景的分析	5
设计和谐	8
简朴	15
产品设计的错误观念	21
看不见的设计	28
传统理性的让位	36
日用品刍议	46
设计与激情	49
什么是“好的设计”与如何表现今天	52
设计的责任——“更少，但更好”（少而精）	57
建筑的构成与建筑学的部门	63
走向新建筑（节选）	67
论建筑	70
现代建筑的七根拐棍	76
关于北京城市规划和中国建筑民族化问题	81
富有活力的空间：具体化的体验与感官思想	86
回归公共空间	99
交往与空间	108
永相矛盾的艺术与技术	115
手工艺的复兴	119
设计之技艺性	126
为什么需要“新的手工技艺”	129
历史与新手工艺品性的契合	132
民主、设计和责任	137

室内设计与家具	140
椅子和电视机	146
仿生学：设计中的自然开发	150
设计与理论——两种对立的观点	153
世界时间——同保罗·维里利奥的谈话	156
品牌，市场，战略——约翰·梅斯访谈录	161
工业让设计接近现实——康斯坦丁·格尔齐茨采访记	165
从大众品位到大众风格（节选）	171
反设计	179
数字手表：消费社会的部落手镯	185
当代设计	189
在过去 15 年中的德国设计理论	198
没有粗俗，只有设计	204
少设计便是好设计	215
我们是原始的	218
知觉抽象与艺术	222
造型艺术和纯粹造型艺术（1937）——具象艺术和非具象艺术	237
论比例	243
视觉图像在信息交流中的地位	257
设计方法论	279
德国设计：管理与营销的相互作用	296
设计管理的发展框架	305
21 世纪的工业设计	310
21 世纪的工业设计	314
世纪之交的瑞典设计	317
面向 21 世纪的工业设计——设计的时代	324
21 世纪设计教育之展望	329
后数字化时代的设计教育	334

[意] 马可·赞诺索

马可·赞诺索 (Marco Zanuso, 1916—), 意大利著名设计师、建筑师。米兰市波列坦克尼科大学建筑系教授、工业设计杂志《杜马》、《卡赛培拉》编辑。曾运用各种新工艺、新材料和新技术设计了不少工业设备、家具和灯具。

本文论述了工业化的进展对设计方法推进的决定作用。现代社会的科技发展和社会结构的复杂化,使设计不可能成为一种能够独立完成的工作,设计师必须将科学、技术、人文等因素加以整体综合,与各相关部门协同工作,才可能取得设计成果。

(朱孝岳)

要弄清设计和社会的关系,必须首先懂得当今社会的文化与设计师之间的结构性的关系。而要做到这一点,就得考察工业革命所引起的机械化的进展。事实上,要是把“设计”一词限制于工业设计的范围内,那就必须考虑到今天所产生的一切现象并不是单纯与工业有关,更重要的是由于工业化社会的进展而引起的。

在工业化以前的农村和手工艺社会中,技艺和产品形式之间保持着和谐的关系,犹如材料和成品的关系一样。产品的成就取决于手工艺人的个人才能、他的特殊的构思和处理方法。产品设计实际上存在于整个制作过程之中,即制作和设计在时空上联成一个整体,这个整体不仅显示了劳动中的各环节之间融会贯通和随机应变的本领,还表现出由手艺人一手操纵下形成的高度的社会性。在手工作坊中,永远表现出才能、交流、创造力和生产的最伟大的整体性。

工业革命带来了我们生活方式的巨大变化,使人们的生活成为既是个体的,又是社会性的。它的成就之一,就是把设计和制作在时间和空间上分割开来。这样,设计就成为一种独立的活动,也因此产生了一种以新的职责、才能和知识为基本素质的“设计师”职业和相应的理论与实践的新天地。

以手工艺人生产为基础的生产过程瓦解了。工业革命使设计的领域大为扩展,把设

计推到联系自然和文明的关键位置。这是一个新的起点，它宣告新的技术将通过产品、工具和社会结构来适应人类环境。

在工业化的社会结构中，设计沿着两条道路前进。

第一条是以新的科技知识为指导的独立自主的设计活动。我早年所设计的一些座椅便是有趣的例子。在第二次世界大战以后，巴尔里公司给我看了一种新材料——泡沫橡胶，要求我根据这种材料的性能进行设计。我设计了几个绝好的造型，它们不仅在坐垫方面有所创新，而且在整个结构、工艺和外形上都进行了改革，结果公司立即把它们投入成批生产。

另一个例子是“拉姆达”座椅的设计。它的研制过程完全是由生产的发展所决定的。它本来是一项厨房用椅的设计。我们设计组开始设想用金属板来制作，使椅腿与桌面连成一个整体。经过好多年的研究，试验了五十多种造型，最后终于做出了正式样品。但即使到了这一步，研究依然在进行中。接着我们接受委托为米兰市设计学校的课桌椅。我们把“拉姆达”座椅加以变化，造成一种按系列逐级缩小的可堆叠的小学用椅。这时我们感到金属板已不能适应这种新设计的要求了。正当我们寻求代用品时，一种新材料——聚乙烯的专利期限到了，它为这方面设计提供了全新的发挥天地，使人们可能重新考虑椅子的形状和结构。经过多次研究探索，卡坦尔公司的儿童椅问世了。它简直使人叹为观止，因为它尽力开发了材料的所有可能性，表现出全新的结构——椅子可以像玩具一样拼接相叠，构成城堡、高塔、火车和滑梯，可以用来启发孩子们发挥想象力，而且质地轻软坚固，不会伤人，不易损坏。

第二条道路是群体设计道路。由于设计和生产在时空上的分离以及设计与科技联系的加强，一件产品的完成就需要一个越来越大的特殊工作机构。设计也就需要越来越复杂的群体来完成。与过去手工作坊完全不同，没有一个人敢说它能够完全掌握设计过程中的每一个环节。为了适应产品的复杂构成以及各种专门化的工种，设计师必须加强对不同因素的整体考虑以及对它们之间相互作用的管理和控制。

这方面的例子之一是我为波来蒂公司设计的缝纫机。设计的起点是企图用铸铝来代替铸钢。要是这个意图得以实施，就可以把产品做得更精密。但实现这个意图需要使整个内部机械结构也组成一个整体，这样就得对整个缝纫机的外形和内部结构进行重新设计，而这就需要各种各样专门技术相互配合。

同样的例子是波罗因凡加公司的“多尼”牌电视机的设计。这是欧洲第一台全晶体管电视机，它的线路安排是没有先例的。一切都得从头做起，需要一系列研究和实验的协作配合。结果，与波来蒂缝纫机一样，经过一系列为系统工程的设计程序，从外形、

结构、功能和制作工艺等方面加以综合，形成一整套设计方案。我感到，这件产品的创新因素绝大多数取决于那种具有复杂结构的综合水平。

各种复杂因素可以在设计过程中由产品面貌的逐渐变化表现出来。在这过程中，产品的形状不是一下子决定的，而是在一系列过程中一步一步推算出来的。这样它自然而然地摆脱机械原型的束缚，不至于处于偶然性的和自相矛盾的状态，而表现为一个不断进化的过程。在这里，整体控制起了重大的作用，系统结构的模式控制着整个变化程序。

在工业设计中还有一个值得一提的日益增长的决定因素，那就是越来越复杂的劳务经济和不断扩张的部门社会结构。它们通过行政职能和政治机构影响设计和生产。这样，设计者便担负起把文化浸透到社会生活中去的艰巨任务。设计的驱动力将取决于用户、工厂设备和委托者这三者的相互关系，因而越来越多的设计工作变成了一个复杂的整体系统。现在，要想把设计过程中各种汇集的因素加以分辨，以划清各自的职责范围，这是很困难的。要规定设计师与社会联系的明确界限也是不可能的。

生产结构的变化，需要更严格的科学技术手段以适应工作和交流。这种手段比怀旧式的无视现实的态度有针对性得多，比固步自封式的纯技术观点也有用得更多。因为后两者是无法适应日益复杂的设计过程的。当前，只有运用新技术观念来取代手工艺的技术观念，才可能使设计适应这个一切以价值为满足的社会所赋予的巨大责任。同样理由，只有运用理智和知识，使设计获得可靠的现实基础，设计师才可能发挥潜意识力量，进行真正的创新。

最近开展的关于“新的职业特性”的讨论，其目标在于如何划定设计师、设计过程和设计职责的范围。这场讨论的论题之一，是将“群体设计”的方法理解成为进一步实现产品的社会功能而采用的自觉责任性以及对各种职责范围的自动调节系统。从这个意义上来说，充分意识到设计过程中有各种不同因素协同工作，这是十分重要的。

今天，设计工作已不是一种孤立的瞬时的直觉经验和数字运算，而是再一次在控制论的水平上把多重功能和多重限制联系起来。这里所说的“再一次”是相对工业化以前的手工业来说的。那时，功能与设计、创造、工艺、生产自发地结合成整体。现在，设计工作再一次在控制论的水平上恢复了多种因素交流和对话。这样，设计工作应该被看作从决策到制造的整个过程。自然，在整个过程中，具体产品的设计总是最重要的一环。但是，如果没有全过程的整体考虑，那就不可能使产品适应原先所设想的多方面功能。目标体现在设计过程的结构之中，在这个结构中，设计工作是与科技的进

步、与现代文明紧紧融合在一起的。

过去，设计活动一向被看成是艺术与技术、文化与生产、经验表现与实际探索等两方面的平衡发展。现在，这种二元论的观点有必要突破了。在现代工业社会中，设计需要有广泛的、不断变化的技术、科学和人文科学的支持。除了创造能力以外，设计师必须有一种特殊的能力来把这些不同因素和知识加以综合。在复杂的社会中，设计师的责任不是将各种个别的研究成果加以翻译，也不是将经济因素和制造因素调节到最佳的联系状态，而是通过有创见的工作，传达各种建议、各种倾向性意见以及判断和表达各种历史的和社会的因素。这便是设计的社会性的充分体现。

朱孝岳 译

设计与消费者

——对“优秀设计”的社会文化背景的分析

[美] 汉伯特·甘斯

汉伯特·甘斯 (Herbert J. Gans), 社会学家。专门致力于美国各阶层的思想、文化和爱好的研究。著有《大众文化与高级文化》等书。

在20世纪40至50年代,美国的设计经历着从“式样主义”向“有机设计”的变化。本文中的“优秀设计”(good design)是指当时美国纽约现代艺术博物馆为了提倡“有机设计”而提出的一种新标准。根据这个标准,美国设计从过去一味崇尚时髦花哨转向理性化。本文分析了正在崛起的美国中上阶层的社会地位、经济能力、文化程度、消费习惯和审美观念,指出他们所以喜爱“优秀设计”的原因。

(朱孝岳)

我们都以一定的审美意向去挑选消费品、娱乐项目和艺术品。审美意向既有个别性又有社会性。人们把美国社会的审美意向分成上、中、下三等,或三种文化类型。虽然它们的分疆不会十分鲜明,但可以认为,在多元化的美国社会中,各种审美意向和文化类型都有同等的存在价值,它们的并存构成了美国社会风貌的多样性。

三种文化类型大致上与三个社会阶层相对应,即上层、中层与下层。决定审美意向的最终因素是经济收入,但又与所受的教育有很大关系。要读懂艾略特的作品,那必须受过丰富的艺术教育,这样的人也很可能醉心于烹调、芭蕾舞以及所谓“优秀设计”。

敏感人士指出,喜爱“优秀设计”的人们属于中上阶层。这个阶层的文化居于上层与中层之间。他们读书的数量在常人之上,所读的大部分书不是荒诞的小说,但也不是学术专著。他们不喜欢买畅销的平装小说,他们阅读《纽约客》(一种杂志——译者注),但少看《党派通讯》或《读者文摘》;他们喜爱看的电视节目是纪录片、歌剧和英国喜剧;他们上剧场或音乐厅时,喜欢看歌剧,听交响乐和室内乐。他们从来不看暴力电影,他们宁肯上快餐厅而不吃盒饭;宁肯饮葡萄酒而不喝啤酒;他们喜欢打网球而不玩木球戏;他们喜欢去欧洲城市度假而不去海滨嬉闹。对于日用品的选择,他们的

爱好可分两种类型：创新派与传统派。创新派喜爱当代艺术、建筑和家具；传统派则喜爱传统艺术、建筑和家具。当然有人两者都喜爱。有的人爱好不断改变，还有人喜欢把各种时代的艺术品和家具加以组合，例如既热衷于“优秀设计”，又收集巴洛克式传统家具。

从社会职业来分析，喜爱“优秀设计”的中上阶层人士，有不少是专家，许多人从事的是富有象征性和探索性的职业，如设计师、艺术家、新闻工作者和学术界人士；还有医生、律师、家庭主妇以及企业管理人员；尤其那些所谓“后工业社会”中的知识分子和服务人员；这些人经济较宽裕，至少不窘迫，文化程度在大学本科以上。他们住在大城市郊区，既不独占一村，又不住公寓。他们中的年轻一代，则可能占有豪华住宅或租用最新式的住房。在他们的生活空间中，到处有所谓“优秀设计”的踪迹：他们喜欢用沙利宁的“胎型椅”来松弛一下疲倦的身躯，一家之主则想坐在伊姆斯的安乐椅上显一显气派，客厅里可以用上诺格契的吊灯或佛逊的落地灯，地板上铺着 RYA 牌地毯，家宴时可用上洛雷奇的白瓷套碟或海雷奇的阿兹勃克 2000 型陶餐具以及马利梅可的台布。加以其他各种产品，共同构成“优秀设计”的文化。

为什么中上阶层喜爱“优秀设计”文化呢？他们当然自己不会去作解释。他们肯定觉得“优秀设计”有一种吸引力。设计师往往企图寻求一种能驱使他们去选择“优秀设计”的能力。但事实上，驱使他们这样做的不是什么能力，而是一种哲学观和处世观，因为往往有同样能力的人，并不一定喜爱“优秀设计”。

我认为人们选择“优秀设计”的原因是多种多样的。中上阶层人士一般很注重对美的追求，即使添置一般日用品，他们也希望它们能具有一些艺术性：桌布和地毯应该有些绘画感，而椅子、玻璃器皿、甚至面包烤炉都应该有些雕塑感。当然，人人都想自己的家具和用品富有吸引力，但对一般人来说，他们在这方面的审美观念与博物馆和美术馆没有什么关系。而中上阶层人士则不然，他们在购买日用品的同时还收集艺术品，甚至把购买日用品看成像收集艺术品一样。现代国际“式样主义”建筑奠基人密斯·凡·德·洛遵循着一种美学传统：把建筑与雕塑结合起来，“优秀设计”的购买者也同样遵循着这个传统。

这种审美传统的形成与购买者的职业和所受的教育大有关系。这一类象征性和探索性职业的从事者和知识服务人员构成了一个新的社会阶层，他们把自身看成是进步的、开明的当代改革家，立志扫荡一切旧习惯的繁文缛节，扫荡美国社会生活中的各种不良习气。他们可能并不熟悉“包豪斯”，并不了解半个世纪前欧洲和美国设计师所经历的政治斗争和文化斗争，但是他们都认为一切产品应该简洁、朴素、严谨，形体要符

合功能，至少形体不能妨碍功能。

长期以来，美国设计的高标准便是简洁。上层人士的家具、服装都很简洁，他们认为，装饰似乎是不必要的。但下层贫民的观点正好相反，他们很喜欢装饰，他们觉得“优秀设计”的严谨风格太不近人情，而希望用表面装饰来掩盖结构的粗陋和材料的低廉。同样理由，一些经济地位和社会地位不稳固的人们，希望产品有较大的体积，以此来向别人显示自己的殷实感。

中上阶层人士具有一种专业眼光，他们要求产品经过周密的设计，要求产品受到过他们所信赖的批评家、刊物和商店的鉴定。他们尊重专家，喜爱著名设计师设计的产品，正如他们慕导演之名去看电影一样。他们尊重欧洲文化，受欧洲设计师和艺术家的影响。在20世纪五六十年代，他们把北欧和意大利的产品看作工业设计的典范。

一般中下层人士或工人家庭，他们家中大半有那种铺着厚厚垫子的大沙发，沙发上蒙着花卉图案的织物，以后又换成塑料沙发套。这种产品在“优秀设计”中是找不到的。设计师一般不用写实型的花卉作装饰，在家具中也不用塑料。他们认为塑料只能用在厨房、浴室和办公室中。

当然，“优秀设计”的消费对象也不是一成不变的。许多“优秀设计”产品，经过一代人的长期大批生产，逐渐普及到中下阶层中去。结果，“优秀设计”被大量复制、廉价化，最后成为普及品。在25年前，我就见过把北欧的现代家具大众化，放在低档商店里廉价出售的现象。10年来，大众化家具和日用品也在趋向简洁，在店里陈列时还标上“当代”字样，以示它是“正宗”的“优秀设计”。但实际上，它是将“优秀设计”产品低档化、普及化了。例如，把伊姆斯或沙里宁的家具化为中档塑料餐椅或客厅坐椅，把“沙柯”椅化成儿童椅等。当然也有把“优秀设计”原封不动加以推广的例子，像IBM打字机，布鲁耶在1928年设计的钢管椅便是。

当前，设计的趋向又在发生着重大变化。抽象艺术很快在美术馆中消失，而建筑中的“后现代主义”正在崛起，它表现出对装饰的强烈爱好。“优秀设计”的传统也在变化，它将被赋予新的含义，也许它将与“后现代主义”相结合。但它究竟会变成什么样子，现在还不得而知。至于明天的消费品设计师如何对“后现代主义”做出反应，以及新一代的绅士们在安家时究竟会去选择什么样的家具和日用品，这一切我们都拭目以待。但有一点是肯定的：随着中上阶层的壮大和富裕，他们的审美观念将进一步发展，这种观念将与以中下文化为代表的大多数美国人分道扬镳。

[意] 斯丹法诺·马扎诺

斯丹法诺·马扎诺(Stefano Marzano), 1950年出生, 意大利米兰理工学院建筑学博士。早年曾在多家设计公司工作, 1978年加盟飞利浦集团, 1991年起担任飞利浦设计中心全球设计总监。斯丹法诺·马扎诺也是米兰多姆斯设计学院的教授和该学院策略委员会委员, 以及米兰理工学院的建筑学教授。他经常担任欧洲和国际设计竞赛的评委, 并经常在世界各地的会议上发表演讲。

《设计创造价值——飞利浦设计思想》一书初版于1998年, 收集了斯丹法诺·马扎诺担任飞利浦设计中心全球设计总监6年以来有关设计理念的15篇文章。飞利浦设计中心是全球最大的设计团队之一, 他们深刻地认识到设计师对创造美好的人类生活所担负的重大责任, 因而他们的工作在很大程度上会直接或间接地影响到世界上许多人的日常生活。正是基于这种设计师的责任感, 斯丹法诺·马扎诺总结了飞利浦设计中心设计创造的各种设想和策略, 并在此基础上发展出了许多产品、服务、交流的设想和方案, 对设计界产生了广泛的影响。

《设计创造价值——飞利浦设计思想》的主题是第三次浪潮中的设计。所谓“第三次浪潮”是未来学家阿尔文·托夫勒所提出的一个概念, 意思是从工业时代到信息时代的巨大变化。这种变化也被称为数字化革命。在第三次浪潮中, 社会、文化、市场、消费模式都发生了剧烈的变化, 经济的全球化和文化的多样化之间产生了观念上的碰撞。设计师和这个世界上的每一个人一样, 面临着极大的挑战, 他们必须去发现新的、有意义的利益和品质, 以更好的产品和服务去满足和实现人们的梦想与渴望。斯丹法诺·马扎诺在书中首先明确了问题的紧迫性和解决问题的方法。他用一种哲学探索的方法使自己深入到问题中, 通过对问题的怀疑、分析, 并从各种角度加以审视, 激发人们对这些问题的共同思考。

《设计和谐》一文所要解决的问题是如何使不断出现的新技术紧密地和家庭环境完美地融合起来, 又不至于导致和传统价值分裂。在数字化时代, 新技术以前所未有的加速度发展, 许多人惊恐地发现这些新技术以丑恶的形象闯入家庭, 令人感到不安甚至恐慌。在充分利用新技术为我们带来便利和愉悦的同时, 避免高科技产品的复杂性和不确定性给人们带来的疏远感和冷漠感, 是设计师的重要职责。为了使科技人性化、

* 本文选自斯丹法诺·马扎诺著:《设计创造价值——飞利浦设计思想》, 北京, 北京理工大学出版社, 2002。

家庭化，就必须将科技以一种适当的方式融入到家庭中，服务于它的主人，而不是像高技术（high-tech）风格那样刻意强调产品的技术特征，令人敬而远之。

为了将科技与传统的家庭品质结合起来，创造一种设计的和谐，斯丹法诺·马扎诺通过一系列的设计项目进行了探索，如《新物品、新媒体、旧墙壁》《插电家具》等等。在这些设计项目中，设计师力图让新技术以一种人们所熟悉的形式体现出来或者让产品或多或少地消失，隐藏在其他物品之中，进而将产品整合到家庭空间的基本结构中，与居家环境有机地融为一体。在这样的环境中，人们可以在高科技的时代找到属于自己的归属——自己的家。

（何人可）

永恒的讽刺 具有讽刺意味的是，我们人类始终都在追求那些从来也不曾达到的安定和确定性。更宽广的视野和未知的世界激发了我们的兴趣，而我们在渴望拥抱这些新事物的同时，也意识到自己的所作所为已经把我们先前的确定性抛在脑后。为此我们付出了代价，最好的情况是喜忧参半的乡愁，最坏的则是颓丧迷离。我们付出代价，是希望能够换来新的利益，然而不确定的痛苦依然存在。在这世纪之末的时刻，科学技术正在以稳健的步伐向前迈进，冲破种种限制，新一轮不确定性的比赛开始攻击工业化的世界。怎样才能摆脱过去痛苦的同时，为未来开辟新的道路？又怎样才能协调原有价值与新的机会，重新安然面对令人惶恐的新未来呢？我们必须迎接这样的挑战。

科技的威胁 许多年来，科技在这个不断重复的剧本中扮演着主要角色，我们正目睹科技最近的反作用。就某个层面而言，19世纪我们对科学力量的忠心耿耿，20世纪对机械化和自动化的信心已开始受到质疑。工业和汽车污染了环境，核电能辐射污染了人类，自动化造成了大量失业，基因工程和生命的延长超越了正常的界限——这些被视为是失控的“科学主义”和“技术主义”导致的后果，它们令很多人感到不安，甚至惶恐。

同时，在同一领域中的其他科技成就无疑也都能为人们带来利益。我们也相信，科技所关注的任何事情都有可能实现。但我们在此发现一个反作用：利益本身与为获得它所付出的努力不成正比。如今的许多产品给我们的生活带来了愉悦和便利，可它们又是那么复杂和难以操作，结果往往让我们感到挫折和疏远。部分原因是高科技产品不同于以往“可靠的工具”那样，能够引起拥有者的共鸣。随着其他不确定性的增加，高科

技产品已不再被视为是现代主义的光荣证据,反而几乎成为家庭中的一个扰乱者和外来者:不是又笨又黑,就是又亮又白,还拖着电线,仪表盘闪着指示灯……

分散化的社会 流动性的增强,意味着我们的社会比以往更加分散化。现在在一个家庭的所有世代生活在同一个城镇中的情况已经相当少见。更不用说数代同堂了。复杂的社会组织结构变得数字化。这意味着我们的身分更多时候是用数码来区分,而不是名字。市场竞争压力也意味着亲切的街头小店被缺乏人情味的超级市场所取代。地方性社区已经不再是一个紧密的团体,也不再是成员活动时自然聚集的地方。搬到社区来的外地人还没有和当地居民认识,便又搬走了。所有这些因素侵蚀了我们的稳定感和归属感,直至最后,甚至腐蚀了我们的认同感。

跨越族群的人 物质与社会的分散化促成了个性化的发展趋势,个性化趋势又反过来促进了社会的分散化。人们不再像祖辈那样,仅仅隶属于一个不能按自己的意志选择的单一族群。相反,他们属于各个族群,其中至少有一部分族群是由他们自己选择而构成的——家庭、朋友、同事以及有共同爱好、兴趣和价值观者。就地理位置而言,这些群体可能分布广泛。有些成员互相认识,而有些却从未谋面,但依照穿着同样流行款式的服装便可彼此认同。而这些对某个族群的忠诚瞬间便会因情绪或环境状况的不同而改变。人们变得具有多族群的特征,与此同时,个人的多样性也改变了族群的同质性。

新家庭品质 社会和个人的这些改变反映出一种对空间和认同感的不确定性。我们开始目睹到这种不确定所带来的反作用:人们期盼安全亲密的家庭根据地,在那里可以举行传统仪式,让社会化和人类的温暖再一次成为至高无上的价值。

传统和仪式给予我们一种安然自在的归属感,一种因了解自我根源而产生的自信心。我们的心理有一股力量驱使我们向存在的初始状态前进。在这种状态下,生理环境和心灵环境与我们今天的体验相比正在以更惬意的步伐改变。与祖先相比,我们都是自己生活的难民。加速发展的科技和地理政治变革把我们从一个避难所转向另一个避难所,在这个过程中,我们不得不放弃许多我们所知所爱的东西,希望找到新的机会,却又为自己能否应付而忧心忡忡。因此,家必须是一个让我们不会对高科技感到恐惧的地方,而且还能充分享受高科技给我们带来的利益。它不仅让我们感到舒适,而且给予我们像是深富传统的家庭中一样自然的体验。

一个世纪以来,家庭中的行为分布已经改变。我们从单一中心家庭转向多中心家庭,一些独特的活动不再局限于特定的房间,而是多半可以在房子里的任何地方进行。这个发展也反映了社会本身越来越分散化和个性化,甚至连家庭都正在变成个人的社区。就像上个世纪,我们目睹了工业化世界中大家庭的解体,现在我们看到维系核心家庭的

约束力开始松弛，最基本的社会单元正在被一种无法抵挡的离心力扯散开来。

家庭化科技 这种离心力作用究竟有多大？这很难说清。当然，从一个重要的方面来说，这是个解除束缚的过程，个人可以选择的范围比数十年前宽广得多。

十分确定的是，这样的过程不可逆转。另一方面，众所周知，人类本质上是社会动物。我们会继续在家里共同生活。像过去一样，隐居的生活方式仍只是少数人的选择，社会接触依然是我们生活中的重要部分，我们将可以真正地自己选择如何与他人接触，选择范围也比以前宽广得多。我们可以通过多种途径和渠道来体验这种接触，其中很多是通过电子方式实现的。

当电子媒体提供越来越丰富的体验时，无法亲自出席将不会再是社会接触的障碍了。我们可以通过可视电话进行面对面的交流，通过电子邮件及时做出反应，还可以使用可视电话召开会议。我们仍可以像现在一样为朋友的光临感到高兴，此外，我们也可以和在千里之外的客人“共享快乐”。

但是这样来扩大个人的社会触角，并不是科技给多中心家庭带来更多利益的惟一方式。与世界交流——这里所指的“世界”只是字面意思——还可以让人们获取更多信息和互动的知识资源，扩展文化和智慧方面的经验，使能够远距离共享的新电子通信服务以同样的方式进入家庭，从上街购物、去银行等传统消费者服务到定制电视以及其他娱乐资源。音响和影像处理与传输技术的不断发展将不可避免地扩大我们的感官体验，或许它的发展比我们现在所能想象的还要快。我们在其他时间和地方的感官刺激经验将会使我们向体验生活的品质靠近。

20世纪末的今天，科技能够帮助人们实现许多愿望，生活变得多姿多彩。然而，如果科技不会破坏我们的稳定感和归属感，如果我们不想游离于虚拟空间，或是迷失家园，那么我们必须确保能够将科技适当地整合到家中，让它像以前那样家庭化，服务于它的主人，而不是让人感到害怕。

设计和谐 我们把让人们既从科技中获得巨大利益，同时又让他们的传统价值和体验得以增强视为己任。设计师和制造厂商应该在人、物、空间、时间和环境中塑造并提升新的关联性，把我们的过去、现在和将来与令人激动和满足的家庭环境结合起来。简单地说，我们面临的挑战就是要把科技与传统家庭品质协调起来，在家庭的旧围墙里创造新物品与新媒体。

新物品、新媒体、旧墙壁 1995年，针对“新物品、新媒体、旧墙壁”的题目，我们开始着手探索协调科技和传统家庭品质的途径。该项目的目标一如我们早期的项目“电视在十字路口”一样，希望通过展示，把项目的具体成果表现出来，以便能够得到世界各地的反馈。从既有的和初期的技术出发（尽管在某些方面依靠的只不过是想象力

而已),我们设想了一个可以本着“人性”的方式将现有和未来技术整合起来的家庭。这样的家庭虽然需要先进的基础建设,但却舒适而充满了传统的家庭价值。我们设想这样的家庭会有自己内部的沟通系统来完成对内外部资源的交互处理。从外部输入的信息将会通过一个电子通讯“门”,导入各种数字化的服务。家人输出的信息也会通过相同的路径传输出去。家人收集的最喜爱的音乐、影像、游戏和教育信息资料将存储在一个档案中心里。

与这么多种物品相连的系统是通过无线传输的,物品们可以自得其所,也就是像电力时代早期的电器那样,有各自独立的电源,可以自由搬动。每件物品的电力可以由蓄电池来提供,不存在负担。我们设想这样的物品只需放在一块特制的小垫子上,电池可以充电。这个系统可以通过触摸屏或声控装置,用智能控制器来操作。

熟悉的形式,基本的功能,虽然尚未流行,但我们希望通过各式各样的新媒体产品来“布置”家庭,可以想象这个愿望在未来5~10年内定能成为现实。为了帮助有想象力的使用者真切地拥有身临其境的感受,我们把许多产品设计成家里熟悉的形式。光盘归档单元因为具有储存器的传统原形,被模仿成五斗橱的外形;控制荧屏显示的遥控器让人想起当年摆在桌上的像框;另外一个遥控器从外观、手感和功能上都像是一本皮装的书;扬声器不再是一个方方的盒子,它可以有类似瓶子或罐子的外形;厨房里用的红陶盘子摇身一变,成了显示屏幕。

这些物品不只是在视觉和触觉方面与家庭摆设结合起来,它们的设计从本质上反映了人们深层的心理需求。从我们以前原始的狩猎时代起,收集物品的快感和向他人展示战利品或拥有物的自豪感就已是深植人类内心的本能。随着数字化和微型化应用范围的扩大,书籍、音乐、影片之类的收集品在视觉方面越来越没有什么特别的印象。为了弥补本能环境的“匮乏”,档案中心设计成具有扩展功能,可以随着使用者收集品的增加而添加额外的模块组合,并能反映出系统中的储存数据有所增加。我们用同样的方法,研究怎样用传统的反应模式浏览“光盘收集簿”,挑选光盘,也就是翻阅光盘架上附加的小册子,就像我们在一本书中翻阅到有趣的一页时就开始阅读一样,我们也可以触摸“光盘收集簿”里的某一页来启动我们选择的数据资料。

插电家具 “新物品、新媒体、旧墙壁”展望的或许是未来的10年,但我们没有耐心停滞不前。下一步我们可以马上做些什么?通过这个项目,我们接触到其他一些专家,他们在自己的领域里也在研究同样的问题,只是思考的角度不同。比如,家具设计师与室内设计师通常都会遇到居家环境与科技相矛盾的地方,因此,我们和荷兰利奥路克斯(Leolux)家具设计公司最终“彼此发现”是很自然的事。飞利浦和利奥路克斯在一个互补的市场上合作,这种利益互补的做法似乎能够把握在“新物品、新媒体、