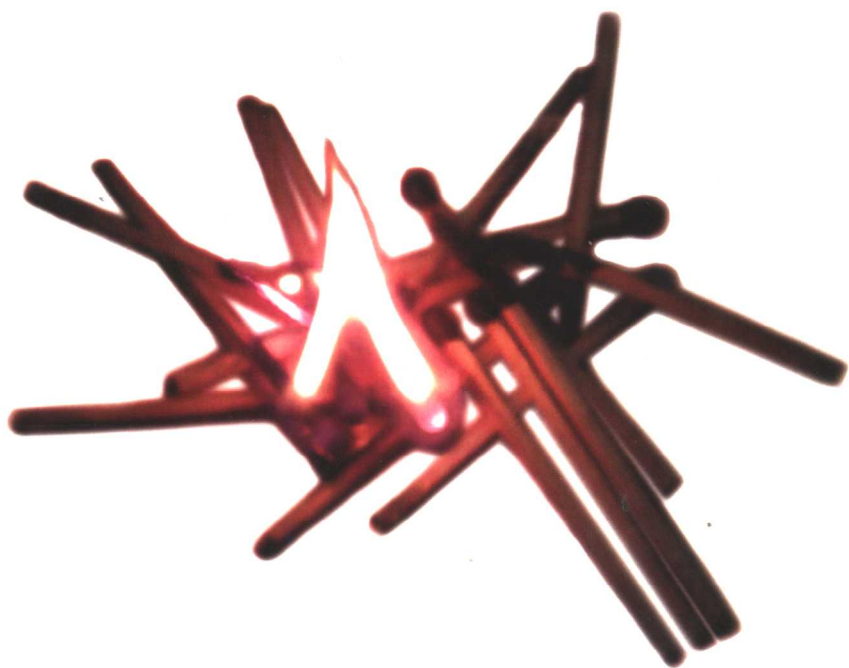


现代设计社会学

白马设计学丛书主编 / 尹定邦

章利国 著



 湖南科学技术出版社

现代设计社会学

设计社会学与艺术设计(第2版)

陈国治 著

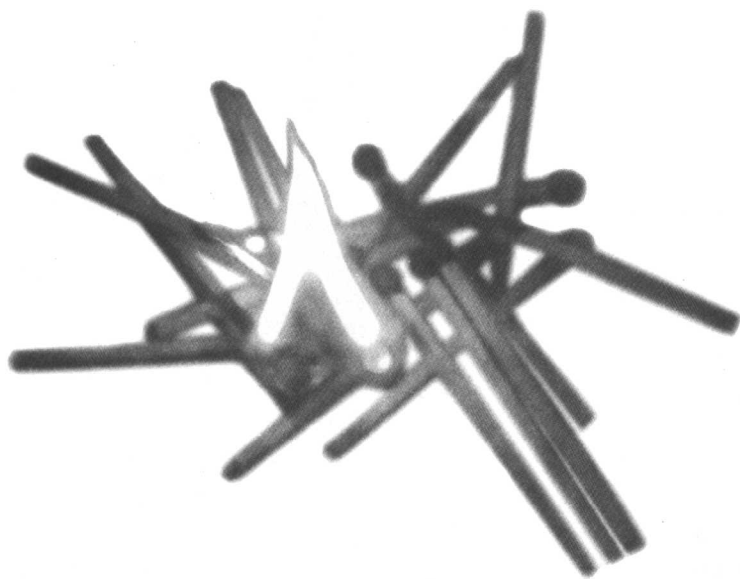


中国美术学院美术考级教材

现代设计社会学

白马设计学丛书主编 / 尹定邦

章利国 著



 湖南科学技术出版社

白马设计学丛书

现代设计社会学

主 编：尹定邦

著 者：章利国

责任编辑：龚绍石 柏 立

出版发行：湖南科学技术出版社

社 址：长沙市湘雅路 276 号

<http://www.hnstp.com>

邮购联系：本社直销科 0731-4375808

印 刷：衡阳博艺印务有限责任公司

(印装质量问题请直接与本厂联系)

厂 址：湖南省衡阳市黄茶岭光明路 21 号

邮 编：421008

出版日期：2005 年 5 月第 1 版第 1 次

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：20.75

插 页：4

字 数：353000

书 号：ISBN 7-5357-4250-5/J·37

定 价：40.00

(版权所有·翻印必究)



设计学丛书

WHITE HORSE COLLECTION OF DESIGN

作者简介:

章利国 男, 1947 年出生于上海, 浙江安吉人。1984 年艺术美学研究生毕业, 北京师范大学硕士。1992~1994 年由国家教委派遣留学于雅典美术学院和雅典大学。现为中国美术学院美术史论系教授, 美术理论教研室主任, 研究生导师。已出版《现代设计美学》、《造型艺术美学导论》等著作 9 种。



设计学丛书

WHITE HORSE COLLECTION OF DESIGN

第四批书目

现代设计社会学

章利国 著

色彩学

歌德 著 严善鐸等 译

莫理斯论设计

莫理斯 著 麦静虹 选编

中国古代象征符号

卫理斯 著 毕斐 译

偶发与设计

——贡布里希论设计之二

贡布里希 著 范景中 选编

图案设计

——形式装饰研究导论

阿奇博尔德·克里斯蒂 著 毕斐 殷凌云



总 序

设计是一个大的概念。如果我们一定要追溯它的起源，我想，那些生活在远古的先人们，当他们或者他们当中的某一个人，用一块石头砸向另一块石头以便打造出某种功能的工具时，设计就在这一瞬间自然而然地产生了。我的意思是说，设计其实就是人类把自己的意志加在自然界之上，用以创造人类文明的一种广泛的活动。或者用更为简单的话来说：设计是一种文明。

所以，古往今来，大千世界，我们所用的、所看的、所创造的，无一没有人类设计的印痕，无一不体现出人类自身的理性与情感的特征。就像古希腊的哲人所说的：人是万物的尺度。或者像马克思所说的：人按照自己的尺度，也就是美的尺度来创造。这个美的尺度，说到底就是一种人的设计。

然而，设计虽然有如此漫长的历史和如此丰厚的遗产，但对于设计本身的认识却只是晚近的事。设计受到社会普遍的关注，同时，把设计上升到一个学科的高度来研究，则是从 19 世纪末才开始的事实。西方现代设计运动当然要从 19 世纪末的英国人莫里斯算起。20 世纪 20 年代在德国创立的包豪斯学校，可以看做是现代设计教育的起点。在这之后，设计就日益成为社会生活中不可或缺的部分，扮演着越来越重要的角色。比之传统经典的视觉表达样式，设计的确拥有与现代社会接轨的实用性与操作性，也从根本上改变了整体社会的外在形式。

现代设计的观念在“五四”运动以后才开始传入中国。20 世纪二三十年代我们有像庞薰琹等那样优秀的设计家 and 设计教育家，许多西方的设计也随之进入中国。然而，非常

奇怪的是，近半个世纪以来，设计却被定名在“工艺装潢”这么一个狭隘的范围里而长期不能自拔。在过去那个特定的环境中，设计无法成为一门社会性的产业，设计教育更无从谈起。人们对于设计的淡漠，艺术界对于设计（工艺装潢）的轻视，都发展到了一个令人不解的程度。这当然首先要归咎于某些特别的原因。改革开放以来，情况有了一个根本的变化。20年来，设计不仅得到社会各界的公认，而且自身已经成为不容忽视的巨大的产业。广告设计、工业产品设计、室内设计、服装设计、环境设计、建筑设计等，都在不同程度上得到了长足的发展。今天，我想我们可以毫不夸张地说，设计已经深入到生活的方方面面，日复一日地改变着人们对自身的认识。

不过，即使如此，我还是觉得设计本身依然存在着许多问题，而最严重的问题就是缺乏对设计理论系统而深入的研究。不从观念入手，不解决理论问题，不把理论问题落实到教育上，设计的发展最终还是会有限度的，会影响到整个设计水平的进一步提高。之所以要编辑这一套“设计学丛书”，我想目的也正在于此。我希望借此能够引起中国设计界中人对理论问题的关注，进而对设计教育的关注，更希望借此工作为建立中国自己的设计理论打下良好的基础，并最终使设计学成为一门真正的教育和实践两方面都得到落实的学科。

丛书着眼的是一种设计的文化研究，惟其如此，它所包含的内容才会特别丰富多样。事实上，这只是一个开始，但却是一个良好的开始。我觉得，总有一天我们会收获到丰硕的果实的。到了那一天，我们才会觉得我们的工作没有白做。

我期盼着这一天的到来，我也强烈地相信那一天一定会到来。是为序。

尹定邦

1999年8月28日于广州

“白马设计学丛书”序

改革开放 20 多年来,中国的设计及其教育事业得到了迅速而稳定的发展。在这个氛围中,我和邵宏、范景中先生等编著的设计学丛书的首批著作《设计学概论》、《中国当代广告史》、《艺术与错觉》、《秩序感》和《风格问题》,在湖南科学技术出版社的大力支持下,于 1999 年下半年面世。丛书出版后,各界反映良好,在不到两年的时间里各种媒体发表评论推介文章 20 余篇,印刷厂要第四次印刷才能满足读者的要求,这使得我们这些作者、译者和编者深受鼓舞。今年,我们又将《图形与意义》、《中国现代艺术设计史》、《罗马晚期的工艺美术》和《贡布里希论设计》以设计学丛书的第二批著作面世。第五次印刷的《设计学概论》也以与第二批著作相类似的装帧形式奉献给读者。

设计学是一个成长中的学科,现在远看不到它枝叶繁茂的模样。在国外是这样,在国内更是这样。到目前为止,中国的大学还没有一个真正的设计学系。设计概论已然不多,设计学概论更只此一本。在这个时刻描述一个粗具规模的设计学的知识体系,用传统学科概论的方法是绝对行不通的。我们只能一半推理一半想象地设定目标和假定框架。这目标就是从自己做起,团结所有的有志之士共同建成这个知识体系。这个框架就是造型计划的框架,就是设计的性质、规律和关系理论构成的框架。有一个观点是始终坚持的:没有深厚的基础绝没有雄伟的大厦,没有设计学的知识体系绝没有中国现代设计光照世界的那一天。

从我做起可以感动上帝。第一个上帝是武汉理工大学。

第二个上帝就是白马集团公司。双方合作成立“武汉理工大学设计管理白马博士后工作站”。笔者受聘武汉理工大学艺术与设计学院教授和博士生指导老师,并负责“博士后工作站”的工作,于是我所主编的这套丛书便被改称为“白马设计学丛书”。丛书编委会的成员便新增了武汉理工大学艺术与设计学院的院长陈汗青教授,新增了白马集团的总裁韩子定教授和设计总监余希洋教授,另外还增加了北京广播学院国际传播学院副院长陈卫星教授。原编委留任的范景中教授不但是中国美术学院的博士生导师,同时又是南京师范大学的博士生导师。这些对设计学丛书的继续出版,并且越出越好,真是最难能可贵的支持与保证。中国的设计学幸哉!世界的设计学幸哉!

造型计划的框架第一在造型,第二在计划。造型被区分为机械、建筑、工程、产品、符号、包装、广告、展示八大类。理论可以概括为三个部分:技术造型理论、信息传播理论和艺术造型理论。计划决定了造型的性质:不是过去型而是未来型。计划还决定了造型本身是计划的目标,其他的技术、艺术、信息、经济和管理理论和实务,都是实现它的手段。对于造型的市场竞争、消费满足和社会发展等目标,造型反而变成了手段。这样一来,计划的情报重点转向了预测,计划的拟定重点转向了策划,计划的决策重点转向了论证,计划的实施重点转向了试验。设计学的性质理论已洋洋大观。

设计学不止于研究性质理论,还要研究规律理论和关系理论。规律指运动的规律,设计的规律理论指设计的性质理论在时间、环境、条件无始无终的运动变化之中所呈现的规律。首先,这里有一个设计的诞生、成长、成熟和变异的生命周期描述理论;其次,这里有不同于设计之间的平行、交置、矛盾、斗争、新陈代谢和继承借鉴理论;第三,这里还有设计与科学、技术、艺术、经济、管理的相互制约和相互促进的理论。设计的历史和设计的历史性批评,重点就在于用史实来论证史论。

关系首先是与人的关系,主要有生理关系、心理关系、

行为关系、经济关系等。其次是与人的集团的关系，主要有交换关系、占有关系、服从关系、服务关系、竞争关系等。其三是与实施的关系，生产实施、运输实施、储存实施、传播实施、销售实施等。这里是设计批评的用武之地，不但进行批判性批评，还可以进行创造性批评；不但进行经验性批评，还可以进行理论性批评。不过，对关系批评的理论化和系统化，那就成为设计关系学，例如人机工程学、消费心理学、接受美学、设计营销学、设计工艺学、设计工程学、设计文化等。

自古以来，人类智慧的基点不外乎两个方面：一个是物质方面，靠造型计划去实施；另一个是非物质方面，靠思想、制度、舆论和礼仪去实现。如果还有第三方面，那就是两方面的综合。通观三个方面，物质是真正的基础，这就可以看出造型计划对整个世界文明及其发展的巨大影响。从这一点出发，怎样去描述设计学都不会过分。不过，对“白马设计学丛书”编委会而言，我们的人力、物力、财力、时间都非常有限。我们一步步能做到的只是把国外已经成功的著作引进来，把古代丰富的遗产整理出来，再就是支持各地的专家研究现实的问题，关心世界学术的前沿，在不远的将来，由我们的专著领各国设计学的风气之先。

尹定邦

2001年8月9日

目 录

总 序

“白马设计学丛书”序

第一章 设计文化及其社会学研究	1
第一节 社会的设计文化.....	1
一、设计及其形态.....	1
二、设计文化.....	5
三、设计的逻辑行程.....	12
第二节 设计文化的社会学研究.....	15
一、设计的文化价值与社会价值.....	15
二、设计社会学的对象与意义.....	18
第二章 设计对象与以人为本	23
第一节 设计——为社会公众的文化创造.....	23
一、设计的社会公众对象.....	23
二、设计服务对象分类描述.....	27
第二节 以人为本设计的历史演变.....	38
一、以人为本设计的含义.....	38
二、包豪斯以前的“以人为本”设计.....	40
三、包豪斯与现代主义设计.....	48
四、二战后的以人为本设计.....	55
第三节 从以人为本到“天人合一”.....	64
一、设计与生态危机.....	64
二、“天人合一”的设计.....	66
第三章 设计与社会	77
第一节 设计与社会相互关系.....	77
一、社会对设计的作用.....	77
二、设计的社会功能.....	83

三、设计与社会的互动.....	88
第二节 社会的设计动力.....	95
一、公众的选择与参与.....	95
二、动力的组织与协调.....	99
第四章 设计与社会公众心理.....	107
第一节 设计与公众兴趣.....	107
一、公众需要与动机.....	107
二、公众兴趣及其激发.....	110
第二节 设计的公共主题.....	117
一、母题与主题.....	117
二、公共主题与设计.....	119
三、设计思潮与设计运动.....	124
第三节 设计个性与流行意识.....	131
一、设计个性.....	131
二、超前与引导.....	134
三、流行意识与复兴.....	138
第五章 设计的社会沟通.....	147
第一节 设计师与受众.....	147
一、传播、接受、交流与沟通.....	147
二、作为群体的沟通双方.....	151
三、设计沟通方式.....	156
第二节 沟通的时空.....	161
一、时代历史情境.....	161
二、文化场.....	165
三、国际对话.....	169
第三节 设计与制造的沟通与互动.....	176
一、设计群体和制造者.....	176
二、设计形态的联系.....	179
三、设计与制造互动.....	181
四、综合设计工程.....	184
第六章 设计的社会资源及其利用.....	189
第一节 设计的社会资源.....	189
一、社会资源及其意义.....	189
二、材料技术资源.....	191
三、精神文化资源.....	196

四、信息资源与人才资源.....	199
第二节 设计的资源利用.....	201
一、材料技术利用与艺术利用.....	201
二、精神文化利用.....	206
第三节 设计道德与知识产权.....	213
一、设计道德.....	213
二、知识产权.....	215
三、设计创造与资源积累.....	217
第七章 设计与社会美育.....	219
第一节 设计生活与社会美育.....	219
一、设计生活与审美.....	219
二、最广泛的社会美育.....	224
第二节 设计社会美育的特征.....	229
一、实用性综合形象教育.....	229
二、商业性自由方式教育.....	232
三、知识技艺情感教育.....	234
四、自觉不自觉熏陶教育.....	237
第三节 设计社会美育途径与效应.....	240
一、日常途径与专门途径.....	240
二、兴趣与时尚效应.....	246
三、素养与水平效应.....	249
第八章 社会的设计研究与批评.....	251
第一节 设计研究.....	251
一、社会的设计研究.....	251
二、设计研究的特征.....	256
三、设计研究的深化.....	261
第二节 设计批评.....	264
一、设计批评与公众.....	264
二、设计批评的社会意义.....	268
三、设计批评的复杂性.....	271
四、专门化与公众化的结合.....	277
主要参考文献.....	281
译名对照表.....	287
后 记.....	319

第一章 设计文化及其社会学研究

第一节 社会的设计文化

一、设计及其形态

从一般意义上说,设计这种人类创造性活动有着极其悠久的历史,其起源可以追溯到原始时代石器工具的制造。但本书所集中讨论的设计和现代设计文化,则是特指现代设计和现代设计文化。

这里所说的现代,在相互关联的意义上,既是一个时间概念,又是一个文化形态学术语。前者是指 20 世纪初以来。现代设计和现代设计文化大致形成于 20 世纪初期,在德国包豪斯(Bauhaus)时期达到其首次高潮,在第二次世界大战结束以后迅速发展,直至今日以难以估量的广度和深度,进入全球范围内社会生活的各个方面。后者是指不同于传统工艺美术和 19 世纪以前设计的特定的思想观念、文化内涵和科学技术要求。现代设计和现代设计文化的形成有其特定的时代条件和历史情境:其一,大机器生产和工业化大规模大批量系统化制造的出现;其二,现代科学技术的迅猛发展;其三,整个社会文明程度的较大提高(包括对工业产品审美特征的重新认识和审美要求的普遍提高)。它仿佛突如其来,实则水到渠成。社会的发展催生了现代设计和现代设计文化,或者说使既有的设计和设计文化不可避免地发生了质的变化。现代设计和现代设计文化相应于现代社会和现代生活,它面向中产阶级逐渐占主导地位的社会的公众群体,受制于现代生活水平,现代社会准则,现代经济和市场,现代公众的物质和精神需要,现代科技水准,现代大机器生产条件和现代信息传播方式。故而,它通过现代设计手段、制作手段、宣传推广手段,蕴含、展示同时引导着现代文化观念、现代消费方式和现代生活方式。

毋庸讳言,现代设计或者简称设计,迄今尚无众所公认的严密的科学的学科定义,它的形态体系一直处于变动、拓展、分化、交叉、

解构或重组的不稳定状态之中，它与现代社会生活紧密结合、交融渗透的关系，使它本身难以有一个稳定、清晰的面貌，使它的形态及其细分支系极为丰富，并蕴含有望发新枝的无穷潜能。然而，在设计近百年的历史演进中，在设计师及设计受众的共同感受、体悟和探讨中，对于设计，人们正在形成很大程度上的共识。

设计无疑是一种社会行为。它虽说常常由个体设计师或者小群体的设计团队来完成，并且最终由消费者个体来接受，但是从总体上说和从本质上来看，它是人们在一定社会环境中由一定社会意识支配所进行的具有生活意义的社会实践活动。设计确实也是一种信息活动，它自觉而有意地通过语言文字、图像符号、造型结构、线条色彩、材质技术、身体形貌（例如时装模特、展示模特、经过设计的个人形象），形成一种传播有社会意义的信息的载体。同时，设计实在又是一种非个人主旨的工作。它在根本目的上是为公众和为社会的。它虽说也允许设计师投入个人的意愿和表达个人的兴趣，却不允许孤芳自赏与社会、与他人、与市场隔绝。为他人、为公众所欣赏并接受，为他们服务的产品，才真正符合设计的宗旨。

大致说来，设计是一种在现代社会科学技术和大工业生产条件下，将公众消费需要与大批量工业生产相结合，将艺术方式与工业技术相统一的社会实践活动，它综合起社会的、文化的、生理的、心理的、经济的（尤其是市场的）、技术的、艺术的、审美的种种成分，力求帮助人们生活得更加舒适快乐、更加光明而有价值。设计的特征可以概括为：实用经济性、艺术造型性、现代科技性、信息传播性。^①

芬兰工业设计师奥拉维·林登(Olavi Lindén, 1956~)说得明白：“设计是一门将消费者需求与工业生产可能性结合起来的艺术(art)。”^②日本设计学者利功光则针对设计这一术语“本来的古典意义”，提出了新的名词解释：“新的限定是以美和有用性为目标的工业计划乃至设计，是以大工业机械生产为前提的工业设计”。^③缺乏大工业机器生产这一前提条件的设计，是维系于农业和手工业生产的传统工艺美术，或者是依托于早期工业化的设计，而具有这一必要条件的的设计，才是成熟期工业社会和后工业社会时代的设计，亦即现代设计。因而利功光的新定义是对现代设计的简明阐释。设计的实用性或有用性是指满足社会公众实际生活中的物质功能需

① 参见拙著《现代设计美学》，郑州：河南美术出版社，1999年，第53、54页。

② See Uta Abendroth etc. (eds), *World Design • The Best in Classic and Contemporary Furniture, Fashion, Graphics and More* (《世界设计·经典和当代家具、时装、平面设计等杰作》), San Francisco: Chronicle Books, 2000, p.9.

③ [日] 利功光：《设计的本质》，辛华泉译，载《设计》，1988年，第1期。

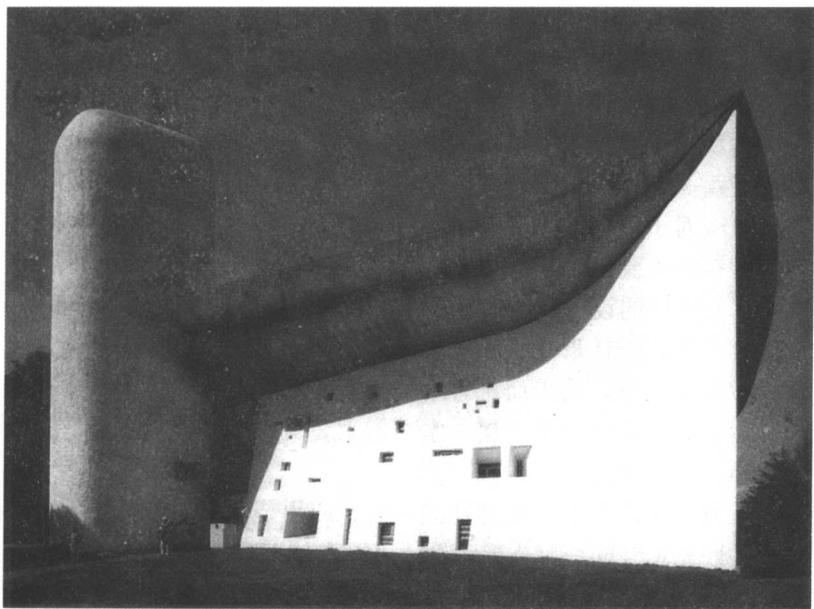


图 1-1 [瑞士和法国]勒·科比西埃(1887~1965),朗香教堂(高地圣母院),1950~1954年,法国孚日

要。谈设计的合用、有效性标准,其实是说设计的功能是否适当,科学技术工艺是否合理,产品是否符合人体工程学标准,是否有经济效益等等。设计的审美性也就是讲究符合美的规律的艺术造型和审美信息传播。美观悦目、怡人身心的设计产品满足社会公众的审美需要和精神欲望,有一定的艺术性和合理有序而有节奏感的结构造型、视觉氛围。

设计的美是与其实用性不可分割的。正如有的建筑学者谈到现代的建筑所说的那样:“现代的建筑只有当它不同我们关于实用的观念(相应的关于美的观念也有变化)发生矛盾的时候,才是真正美观的。”^① 美与实用的观念和标准,都与时代、社会、公众的具体情况有关,与具体的社会历史情境有关。无论是法国巴黎埃菲尔铁塔(Eiffel Tower)、孚日朗香教堂(La Chapelle de Ronchamp, 1950~1954, 图 1-1),还是澳大利亚悉尼歌剧院(Sydney Opera House, 1957~1973),都在某些社会公众接受层面上经历过一个从不美到美的演变过程。而某些曾经被认为很实用的产品,无论是家具还是电子产品,亦随着时代的变化和人们生活方式的改易,变得不实用或不那么实用了。一般说来,在设计产品身上,审美与功能、有用与“无用”互补,构成一个有机整体,亦即诗意化的实用(而非粗鄙简陋的实用)与“无用物”(装饰、美化等无实际物质功用价值的东西)

^① [前苏联] 格·波·波利索夫斯基:《未来的建筑》,陈汉章译,北京:中国建筑工业出版社,1979年,第122页。