

设计随笔79

[美] 迈克尔·别拉特 著 李慧娟 译

Warning: May Contain Non-Design Content

WHY DESIGNERS CAN'T THINK

Waiting for Permission

How to Become Famous

In Search of the Perfect Client

Stories in the Making

Playing by Mr. Rand's Rules

David Carson and the End of Print

Rob Roy Kelly's Old, Weird America

My Phone Call to Arnold Newman

Howard Roark Lives

The Real and the Fake

Ten Footnotes to a Manifesto

The New York Times: Apocalypse Now, Page A1

Graphic Design and the New Certainties

Mark Lombardi and the Ecstasy of Conspiracy

George Kennan and the Cold War Between Form and Content

Errol Morris Blows Up Spreadsheet, Thousands Killed

Catharsis, Salesmanship, and the Limits of Empire

Better Nation-Building Through Design

The T-shirt Competition Republicans Fear Most

India Switches Brands

Graphic Designers, Flush Left?

Just Say Yes

Regrets Only

The Forgotten Design Legacy of the National Lampoon

McSweeney's No. 13 and the Revenge of the Nerds

The Book (Cover) That Changed My Life

Vladimir Nabokov: Father of Hypertext

The Final Decline and Total Collapse of the American Magazine Cover

Information Design and the Placebo Effect

Stanley Kubrick and the Future of Graphic Design

I Hear You've Got Script Trouble: The Designer as Auteur

The Idealistic Corporation

Barthes on the Ballpoint

设计随笔79

[美] 迈克尔·别拉特 著

李慧娟 译

上海人民美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

设计随笔79/[美] 迈克尔·别拉特著; 李慧娟译. —上海: 上海人民美术出版社, 2010.01

书名原文: Seventy-nine Short Essays on Design

ISBN 978-7-5322-6538-1

I. ①设… II. ①别… ②李… III. ①艺术—设计—随笔—文集
IV. J06-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第201125号

Seventy-nine Short Essays on Design

Copy right © 2007 Princeton Architectural Press. All rights reserved. No part of this book may be used or reproduced in any manner without written permission from the publisher, except in the context of reviews.

中文简体版由上海人民美术出版社独家出版

版权所有, 侵权必究

合同登记号: 图字: 09-2009-022

设计随笔79

著 者: [美] 迈克尔·别拉特

译 者: 李慧娟

责任编辑: 姚宏翔

统 筹: 赵春园

封面设计: 丁 雯

技术编辑: 季 卫

出版发行: 上海人民美术出版社

(地址: 上海长乐路672弄33号 邮编: 200040)

印 刷: 上海市印刷十厂有限公司

开 本: 640×960 1/16 印张17

版 次: 2010年01月第1版

印 次: 2010年01月第1次

书 号: ISBN 978-7-5322-6538-1

定 价: 38.00元

79

目 录

9	前言
79	设计随笔
11	警告：本博客可能包含与设计无关的内容
14	为什么设计师无法思考
18	等待许可
22	如何成名
27	寻找完美客户
31	历史制造中
34	依照兰德先生的规则玩游戏
38	大卫·卡尔森与印刷的终结
42	罗伯·罗伊·凯利已老，奇特的美国
44	我打给阿诺德·纽曼的那通电话
46	霍华德·罗克真的活着
49	真品与仿造品
52	关于一份宣言的十个注解
60	《纽约时报》：现代启示录，A1版
62	平面设计与新确认的事实
64	马克·隆巴尔迪与阴谋的迷幻
67	乔治·凯南，内容与形式之间的冷战
69	埃罗尔·莫里斯放大了数据表，数千人丧命
71	宣泄、推销与《帝国》的局限
74	建国最好从设计开始
76	共和党人最怕的是T恤衫竞赛
78	印度更换了品牌
80	平面设计师，左对齐？
83	只需“应声”
86	徒留悔恨
90	《国家讽刺》被遗忘的设计传统
92	《麦克斯威尼》第13期与怪人的报复
95	改变我一生的书（封面）

97	弗拉基米尔·纳博科夫：超文本之父
99	美国杂志封面的衰落与倾覆
101	信息设计和安抚剂效应
103	斯坦利·库布里克与平面设计的未来
105	我听说你正为剧本犯愁呢：设计师就如电影作者
108	秉承理想主义的企业
111	巴特与圆珠笔
113	广告标语一统天下
116	埃德·拉斯查：当艺术上升到平面设计的高度
118	让回形针见鬼去吧
120	杰克森·波洛克的救命恩人
123	向方块致敬
126	埃罗·沙里宁40年前设计的候机楼
128	效果图与实物
130	谈建筑时，我们会聊些什么
134	彩光画
137	维格尼利先生的地图
140	我讨厌ITC Garamond字体
143	1989：革命的根源
146	两条注解看世界
149	康涅狄克州的“标识门”
152	整车的乘客都在欢呼
155	全世界最棒的艺术家的
158	布鲁斯·麦考尔的超大码世界：暂无可能
161	弗莱德·马塞林诺的不能承受之轻
165	风格的好处
168	真实性：一份用户指南
171	设计对他人的影响
174	我和我的金字塔
176	论（设计）“扯淡”
179	叫“白痴”又怎样：名字到底有何含义？
182	避简就繁
185	我最喜爱的书可与设计无关（是吗？）

189	里克·瓦利森蒂：此事关乎个人
192	参与人员名单如下
195	每个纽约客都成了目标
198	我是抄袭者
201	佛罗里达州的庆典城
205	平面设计的远大前程
208	背景的神秘力量
211	美国电话电报公司的最后日子
214	为舞蹈家特怀拉·萨普设计《楼上房间》
216	当“创新”成了时髦口号
219	威尔逊·皮克特，设计理论家，1942—2006
221	团队设计
225	异域来的奴仆
229	通往地狱的道路：如今由创新铺就！
233	当设计成了生死攸关的大事
236	值得称颂的慢设计
240	玛西莫·维格尼利的铅笔
243	论从跑步机上摔下来
246	附录
260	索引

前言

我认为自己是设计师，而不是作家。

十多年前，在鲜有证据证明我有写作才能的情况下，三名优秀的编辑：史蒂夫·海勒、奇·珀尔曼和里克·波伊诺就纷纷开始给我一些简单的撰稿任务。他们的鼓励和建议让我学会了如何从作者的角度思考。大约在四年前，里奇·比尔·德兰特尔、杰希卡·海尔凡德和我决定创建一个博客，不过当时心中并无明确的目标计划。本书的成功编纂也在很大程度上得益于当初的那个决定，以及我们之间的友谊。在每天的工作中，我都能从世界上最优秀的设计师们那里获得灵感和激励。他们是：吉姆·拜伯、迈克尔·杰瑞克、卢克·海曼、艾伯特·米勒、丽萨·施特劳费德，尤其是宝拉·谢尔，文笔优美的她为我树立了一个重要榜样。艾伯特则创造了本书优雅（且诙谐）的设计风格。萨什·菲尔南多则以无比的勇气和热情，负责了该项设计的实施，直至最后完成。对于以上诸位，我都心存感激。我还要特别感谢普林斯顿建筑出版社的凯文·利珀特、马克·拉姆斯特、克莱尔·雅各布森，以及劳伦·纳尔逊·帕卡德，是他们提出了本书的出版计划，让它成功付梓。

最后，我还要把我的爱献给多萝西、伊丽莎白、德鲁和玛撒·玛丽，并向她们致谢。

就设计相关的话题撰写文章，正是通过这一宝贵的途径，我才对自己的工作有了更深入的理解，而且希望诸位也能在阅读这些文章时有所收获。

警告：本博客可能包含 与设计无关的内容

1

我正为一个名叫“设计观察家”(Design Observer)的博客撰稿。一般情况下,我和其他编辑的文章会围绕与设计相关的话题展开。有时候却又与设计无关。比如我们有时会谈及政治。只要遇到这种情况,就会有人留言说:“这和设计有什么关系呢?如果你还有什么政治议程的话,那请保留在别的网页上。你的政治倾向我的确不大清楚,不过我来这儿是为了了解设计。”

我来这儿是为了了解设计。每当话题偏离了字体和排版软件,就会有人做这样的反应。(“令人费解……哗众取宠……拜托大家了,我们能不能谈点儿有意义的话题?”)每到此时,访问者的反应就像是一位食客走进了墨西哥餐馆,却见侍者端上来伏特加通心粉一样。他们来这儿可不是为了吃意大利菜的,于是不禁怀疑起店主能否拿出点儿真材实料来。

伙计们,我明白你们的感觉。因为以前我的想法也跟你们一样。

二十多年前,我参加了一个协会。该协会当时正在探讨是否可能在纽约市建立美国平面艺术协会(American Institute of Graphic Arts,简称AIGA)的分会。除我以外,这个协会的其他成员大多是年纪稍长的知名——其中一些甚至是传奇式的——设计师。我则只是个打杂的小工蜂。

那时候我到纽约才一年左右时间。20世纪70年代,就读于辛辛那提的一所设计

学校时，我如饥似渴地学习着设计。当时的世界封闭而孤立，是如今的学生们难以想象的。没有电子邮件，没有博客。只有一个（遥不可及的）设计学大会，在我认识的人里面，谁也没有参加过。因为那时候没有AIGA分会，也没有AIGA学生团体。《CA》、《Print》和《Graphis》，我所知道的设计类杂志只有这三本，而且我们中间很少有人付得起订阅费。偶尔到手的几本设计刊物，我们会争相传阅，那股子热情劲儿简直跟童子军集会时，男孩们在熄灯后传看艳女杂志一样。没有《How》，没有《Step》，当然也没有《Emigre》或者《dot dot dot》。我们日复一日地学习平面设计理论，真正的设计实践却是发生在别处的神秘事情。平面设计甚至不是历史研究的课题：菲尔·梅格斯(Phil Meggs)的不朽名著《平面设计历史》(*History of Graphic Design*)直到1983年才发表。

在纽约，我突然掉进了——至少当时在我看来——设计世界的中心。要看要学的东西已经不少，不过我还想要知道更多，变得贪婪而急迫。设立AIGA纽约分会意味着将举办更多的讲座，更多的活动，更多的平面设计工作。所以为了那个协会的首次会议，我准备了一份设计师名单，非常希望听到名单上那些人做的讲座，于是主动把这份名单拿出来与协会的其他成员分享。

我才刚读了几个名字，协会里一位知名设计师就一脸厌倦地摆了摆手，打断了我：“哦，上帝啊，跟个小学生似的拿个东西上台讲讲，这样也太没意思啦。”让我吃惊的是，其他人居然也点头同意。“是啊，与其埋在平面设计这些东西里，我们还不如来点儿别的，比如……办个贝蒂娃娃(Betty Boop)的卡通电影节。”贝蒂娃娃的卡通电影节？我想听的是瑞士平面设计大师约瑟夫·穆勒-布罗克曼的讲座，而不是看动画片啊。我认为这些资深会员自命不凡、老气横秋，觉得他们自己已是行家里手，于是便不愿意承认设计——我最关心的设计——也是他们关注的焦点，可这又是多么奇怪啊。我百思不解，心情沮丧。拜托啊，我真想这么说，我们能不能谈点儿有意义的话题？

那时候我自认为是名非常优秀的设计师，几年前读大四时设计的作品，当时的我依然引以为豪：辛辛那提当代艺术中心打算做一本小册子介绍先锋派戏剧大师罗伯特·威尔森(Robert Wilson)的作品，我就是那本小册子的设计者。辛辛那提当代艺术中心之所以聘用我，并不是因为我对罗伯特·威尔森了如指掌。事实上，之前我从未听说过他。更有可能的原因是他们喜欢我的报价：1000美元，全包，112页，即使按照1980年的费用标准，这也是相当便宜的了。

一天晚上，辛辛那提当代艺术中心主任罗伯特·斯特恩邀我去他家看看那份小册子里需要的内容材料：约75张照片、图片说明和《纽约时报》评论家约翰·洛克威尔的一篇文章。在此之前，我从没听说过约翰·洛克威尔。为了营造气氛，让大家进入状态，斯特恩放起了音乐。据他说，这位作曲家最近刚跟威尔森合作过。曲名是《海滩上

的爱因斯坦》(*Einstein on the Beach*), 风格古怪且重复多。作曲家名叫菲利普·格拉斯。我从没听说过《海滩上的爱因斯坦》或者菲利普·格拉斯。斯特恩把唱片封套递给我看。我如释重负, 激动得热泪盈眶: 这张封套是密尔顿·格雷瑟(Milton Glaser)的作品。密尔顿·格雷瑟这位鼎鼎大名的平面设计大师, 我总算是听说过。

虽然发现自己对罗伯特·威尔森、约翰·洛克威尔、《海滩上的爱因斯坦》或菲利普·格拉斯一无所知, 但是我却毫不在意。因为在我看来, 与即将展开的设计工作相比, 这只是些无关痛痒的东西。而我眼中的这份设计任务就是把75张图片和8000个单词布置在112个页面上, 用精彩的排版布局去打动像密尔顿·格雷瑟这样的设计界名人。我心无旁骛, 一意孤行, 最终完成了那份工作, 并为取得的成果沾沾自喜。

所以AIGA纽约分会筹备组的那次会议令我大失所望。大约一年后, 我平生头一次看到了罗伯特·威尔森的舞台剧。1984年, 布鲁克林音乐学院重新上演了《海滩上的爱因斯坦》。坐在观众席里, 我深深地迷上了这部音乐剧, 这才恍然大悟: 其实当年我是弄砸了那本小册子。通过现场感受, 我才明白威尔森的剧作如史诗般恢宏, 充满神奇色彩, 令人心醉神迷, 绝对非同凡响。我那份愚蠢的设计却实在难与他的杰作相提并论。它甚至都称不上是对威尔森风格的拙劣模仿, 而只是一堆空洞的平面设计。仅有平面设计知识是远远不够的, 永远都不够。

日积月累, 我慢慢意识到最优秀的作品总是关于自己感兴趣的话题, 或者——更好的情况则是——通过设计工作让我产生兴趣, 甚至爱上的话题。我认为自己仍对平面设计热情不减。但是平面设计最妙的地方就在于, 它总是围绕其他话题而展开。公司法、职业足球、艺术、政治、罗伯特·威尔森。如果“其他事物”, 不管它具体是什么, 无法让我兴奋的话, 那我就真的无法做好设计这份工作了。对我来说, 结论只有一个: 你的兴趣越广泛, 你的作品也就会越精彩。

基于此, 我希望这本书能够成为人们了解平面设计的一种好媒介。不过, 我也希望某位读者能偶然从书中发现另一些东西, 一些与设计无关的东西: 剧本创作、灵魂歌手、五十年历史的实验小说、冷战时期的外交。你甚至会在哪里找到关于贝蒂娃娃的东西。

世间万物并不都与设计相关。但是设计却关乎世间万物, 它包罗万象。所以, 还是别跟自己过不去了: 敞开心扉, 去了解一切吧。

为什么设计师无法思考

2

平面设计师很幸运。我们是世界上大量信息的构建者，可以说有多少客户，我们就间接参与了多少领域。仅仅一天之中，设计师就会与一个客户谈论房地产，与另一个客户探讨癌症治疗，又与第三个客户研究升降机。而牙医终日劳神费心的却只能是牙齿，只需想象一下你就能体会到他们的工作有多枯燥了。

在美国开创平面设计事业的男男女女大多自学成才，他们可没机会去上教育设施完善的专业设计学校，因为当时根本没有这样的地方。虽然不曾花上四年时间系统学习过“文字编排”、“视觉问题的解决方法”和“高等美学”，但这些人还是想方设法，终于在设计领域宏图大展。他们不仅对艺术和设计充满好奇，而且也对文化、科学、政治和历史兴趣浓厚，正是这种永不满足的求知欲弥补了他们在正规教育方面的欠缺。

如今，平面设计方面的课程为数众多，并仍在不停增长，这一现象让多数的设计专业人士颇为吃惊。每年，越来越多的高三学生确信“图形设计”领域将有自己的光明前途，与此同时却又不清楚图形设计到底为何物。这些立志成为设计师的18岁青年汹涌如潮，艺术学校、专科学校和大学里则开设了越来越多的平面设计专业，如饥似渴地把这股潮水给吸了去。大家都乐观地认为设计工作的市场需求和客户群体总在不断增长，所以几年之后，当这些学生走出校门的时候，他们踌躇满志，满心希望自己将作为专业设计师在社会上谋得一席之地。

教授平面设计的方法各式各样,相关课程也大多难以清晰界定。虽然如此,美国的设计课程仍可粗略地归为两大类:流程派和组合派,或称“瑞士”学派和“优选”学派。

流程派偏爱以形式为驱动力的问题解决方式。依照这种教学法,学生们的首批作业多是各种简单练习:绘制美术字,把三维物体“转化”为理想化的高对比度图像,以及基本的静物摄影。到了中级阶段,他们会用各种方式把这些形式上的练习组合起来:把一幅关于笛子的素描与手写体“N”联系在一起,把字母“N”与一只芭蕾舞鞋的照片组合起来。到了最后阶段,他们则把这些组合练习转化为“真正的”平面设计:字母“N”加笛子的素描,加芭蕾舞鞋的照片,再加42磅大小的字体要求。瞧啊,“Univers”(译注:1957年瑞士设计师Adrian Frutiger设计的一种西文无衬线字体,以其清晰的线条、远距离的可读性和优雅的风格一直受到欢迎)就等于鲁道夫·努里耶夫(译注:前苏联芭蕾舞演员,被誉为20世纪最伟大的三大芭蕾舞男演员之一)。当然,如果一个高年级学生接了一份设计的活儿,比如为发明家爱迪生的个展设计一份海报,那么他/她也许就会禁不住回归到形式设计:把爱迪生的姓名首字母“E”、以(爱迪生发明的)摄影机为主题的素描画,还有灯泡的照片等等元素组合起来。流程派的血缘或多或少都可追溯到瑞士巴塞尔艺术学校的课程。有时候,流程派这些授课老师只是通过二手甚至三手的方式体验了这种教学方法,即在巴塞尔受过此等教育的人传授给另一人,再由这人转而传授给该教师。

“瑞士”学派的兴起在很大程度上是对组合派“浮华”作风的一种反映。前者的大行其道只是最近15年的事,而后者则是发端于20世纪50年代的美国本土学派。

流程派隐而未言的目标就是将遥远的瑞士那种高度理想化、黑白分明、新兵训练营式的强化教学法如法炮制出来,而组合派则与之截然相反——他们坦然承认其功利性的目的:为学生们准备一份光鲜的“记录”,让他们毕业后借此谋得一份好工作。这种问题解决方式着重于理念上的定位,因此更看重那些让人印象深刻、广受欢迎的诱人图像。压倒一切的是设计成品,而不是设计过程。至此,组合派的人们会指着他们毕业生漂亮的作品集后时常附带的厚厚一叠布局设计图来反驳上述说法。不过,在这一连串布局图的最后总有一张制作精美的照片,上面展示着一只纯美无瑕的香水瓶模型。组合派很少会鼓励学生们花六个月的时间,分20个步骤去纯粹分析金宝汤标签设计的符号学特征。与流程派学院里的全职教师不同,组合派学院的师资力量大多是兼职教课的设计专业人士,对于与“现实世界”毫无关联的无聊联系,他们可没有多少耐心。

无论这两大阵营在探讨设计专业的教育事业时多么谦恭有礼,其实他们可是势不两立的仇敌。对于组合派来说,“瑞士”学派脱离大众,曲高和寡。而对于流程派来说,“浮华”的教学法充满了铜臭味,人云亦云,浅薄而鲜有创新。

不过奇怪的是，两大阵营里走出来的优等生受到了雇主们的同等青睐。美国东海岸的企业标识设计事务所就喜欢流程派学院出来的毕业生：从没有花过六个月时间琢磨怎么把字母和芭蕾舞鞋照片组合在一起的人是不会愿意一连三年埋在厚厚的标准手册里苦干的。另一方面，包装设计事务所则很高兴聘用组合派学院的毕业生：因为这些人不仅对制作精美的设计样本激情万丈，而且可以推演出数以百计的风格变化，呈现给那些举棋不定的客户们。

那么，设计专业的教育模式是不是无可指摘了呢？既然教学方法五花八门，雇主们又能从各式培训中获得有用之才，那岂不是皆大欢喜了么？然而，问题的关键不在于这些学派的不同之处，而在于他们的相同之处。

流程派和组合派有某些共性：无论是关于芭蕾舞大师努里耶夫的风格晦涩的海报，还是为知名百货公司布鲁明黛尔制作的香水瓶样本，人们看重的总是平面设计的外观，而不是它的内涵。各种设计专业课程虽然会在口头上提一提设计的内涵，如“符号学”（瑞士学派）或“理念式的解决方法”（浮华派），但却只是在文化真空中敷衍地运用这些微妙的措辞而已。许多设计专业，甚至是大多数设计专业的四年平面设计课程都不会认真地让学生们接触到美术、文学、科学、历史、政治或者其他学科领域，然而正是这些领域把我们连接在一种共通的文化内。

即使事实如此，那又怎样？平面设计师学这些外行的东西有什么用？雇主们需要科班出身、训练有素的设计人员，而不是作家和经济学家。

也许，在起初阶段，这些设计教育的弊端并不会造成什么障碍。新近毕业的设计专业学生无需比水暖工懂得更多经济学知识；就像工匠们那样，设计专业的学生靠技能吃饭，而且这些技能大多是纯技术性的。

不过沿着这条路走上五年或十年，一位设计师，如果对经济学一窍不通的话，又怎能规划设计好一份年报呢？如果对文学没有任何激情或兴趣的话，又怎能做好一本书的版面布局呢？如果不对科学略知一二的话，又怎能为一家高科技企业设计一个合衬的标识呢？

显然，他们能做好设计，而且也做了其他的功课。一些设计师会边工作边补足自己的知识缺口；另一些人则不懂装懂。不过时下的平庸之作大都出自那些虔诚依循昔日学校教育方法的设计师们：他们一心一意地在视觉艺术的圣坛前顶礼膜拜。

20世纪四五十年代的先锋派设计作品仍然吸引着我们，而后面这些年来的作品却显得越来越陈旧乏味。那些先锋设计师们虽因客观条件的限制而未能从专业强化课程中获益，却在思想上日趋成熟和完善。他们的作品也正是从其所处时代的文化深处汲取了力量，才得以成为历久不衰的佳作。