

世纪 设计提案

THE
FUTURE
ARCHE-
OLOGY
OF
DESIGN

设计的
未来考古学

日本物学会研究会黑川雅之等 著
王超鹰 译

上海人民美術出版社

图书在版编目(CIP)数据

世纪设计提案/(日)黑川雅之著;王超鹰译.
上海:上海人民美术出版社,2003.7
ISBN 7-5322-3614-5

I .2... II.①黑... ②王... III.产品—设计
IV.TB472

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第055901号

世纪设计提案

著 者:[日]黑川雅之

译 者:王超鹰

责任编辑:钱欣明

封面设计:伍 柳

装帧监制:张少俊

出版发行:上海人民美术出版社
(上海长乐路672弄33号)

经 销:全国新华书店

印 刷:上海精英彩色印务有限公司

开 本:889×1194 1/32 6.75印张

版 次:2003年8月第1版第1次印刷

印 数:0001—5100

书 号:ISBN7-5322-3614-5/J.3360

定 价:42.00元

译后记

今天，设计类的书籍已经成为书架上份量最重的一块，但是，那些厚厚的大部头书籍当中，有很多却是因罗列平庸的图片而缺乏启迪性的观点。这本并不起眼的小书，却给堪称现代设计潮流最先端的日本设计界带来了一股热浪。该书所提出的许多针对未来设计的创意观念、理论构思和智慧预言等，向人们展示了一幅虽不可近视但可远观的壮丽蓝图。通过这些昂扬有趣的文字，我们可以强烈地感受到未来社会的脉搏跳动。

这本充满智慧的小书，同时出现了很多有强烈的人性化的文章。当读者在字字珠玑中浮想连翩的时候，可以感受到一波又一波的浪漫遐想，它们不断冲击着我们脑海中的创意细胞。我们似乎可以透过i-MAC的透明外壳听到哈雷摩托车的轰鸣；在褶皱装的线条中领悟时尚前沿的色彩，也可以向卫星导航系统和隐形战斗机的驾驶员一样享受准确定位的乐趣；在扫描一段又一段的文字信息中，这些创意的设计思想，放大并构筑成了我们脑海中交织的网络轨迹，使我们在一个超越文字与平面的信息宇宙中自由翱翔。

当然，在解读和翻译的过程中，我也遇到了许多难以逾越的屏障，大师们精彩的造诣往往很难用现有的语言来进行直译，而回味无穷的观点，也有可能被规范的词句所约束冲淡。我企图去突破，但有限的能力最终也无法将所有的精彩一一呈现，因此，恳请读者提出宝贵的意见。希望通过这本小书的出版，能够为中国的设计界提供一些来自于日本设计专家们的精辟见解，通过相互交流，使我们对人类未来设计的大趋势增加更多的理性认知。

TBA72
2R311

世纪 设计提案

THE
FUTURE
ARCHE-
OLOGY
OF
DESIGN

——设计的
未来考古学

日本物学会研究会黑川雅之等 著
王超鹰 译

上海人民美术出版社

HAK46/12

THE

世纪设计提案——设计的未来考古学

FUTURE

**ARCHE-
OLOGY**

**OF
DESIGN**

前言

这是对 21 世纪的未来设计所提出的一系列预言性建议。我们希望围绕着物质的轴心的研究课题,去探讨正在逐渐蜕变并不断成形的崭新时代,并以此描绘出未来设计蓝图的远景。

当然,我们所谓的预言,不是指那些能够实际预测到的未来事物,而是思考今后设计的趋势以及走向。我们相信,如果先从当今人们所追求的物质着手,再从设计方面的角度去探讨未来,应该是一个更为可行的方向。因此,与其说本书是预言,不如说它是一幅关于物质的蓝图,或者是我们对未来愿望的描述来得更为贴切一些。

长期以来,对物质和设计的研究一直有“欲望学”凌驾于“未来学”之上的倾向。但是,我们却这样认为,与其去探讨“未来会变成怎样”,倒不如去研究“未来人们想要一些什么”来得更直接而有效。时间并不是一条实际存在的、有形的线,事实上,它是根据人类祖先的经验所演变积累而成的某种遗传基因。时间是人们对过去的记忆,以及由对未来的期望所构成的一种抽象认知。在这些认知之中,无论属于过去或未来,只要是长存于人们心中的任何事物,都可以称之为永恒的时间。人类基于上述的记忆或者憧憬,便可以在心中看到过去与未来的事物,这对于任何事物都是如此。因此,我们在本书中所尝试和提倡的,就是要找出生活在 20 世纪的人们对于 21 世纪事物的憧憬内容。20 世纪的人们经历过的是一个前所未有的爆炸性工业时代,我们认为只要将注意力集中在这一世纪之中最具特色的事物上面,就可以从中发掘出人们对 21 世纪所拥有过的热切渴望。例如在日常的商品当中,其实就蕴含着极为丰富的未来信息。我们不但可以看出当时

的技术水准如何，而且透过其设计背后的美学思想、概念依据，也能够显现出设计的创意。另外，从产品的造型及其所使用的材料、设计的理念当中，也不难看出时代背景的缩影，并从中发现设计师，或是开发产品的企业和消费者的许多特点。因此，物质产品确实可以说是具有为时代证言的精神作用。我们认为只要从20世纪最受欢迎的各种产品着手，去深入探讨物质产品的特点，便可以从了解到走过了20世纪历程的人们，他们在面对21世纪时心中的梦想是些什么？这也是我们在编写这本书时企图努力寻找的方向。本书副标题之所以取名为“设计的未来考古学”，目的是运用近似考古的思考方式去预见未来设计的发展方向。

本书是由日本物学研究会的核心成员们，以“发掘20世纪的设计所带给我们的启示”为主题而展开的研究活动中取得的成果，是经过研讨整理后的文字图片内容。由于我们的成员除了设计的专业特长以外，还有文学、美术等其它不同的专业背景，所以对物质产品研究的意义和解读能力也就具有了各异其趣的特点。在这种情况下，我们尽可能地让每一位执笔者将自己所具有的独特诠释直现出来，以展露他们提案方面的多彩与幽默，从而突显出每一位执笔者的主体个性，使读者从中获得更丰富的创意。

本书的各位执笔者在提案过程中所获得的共同结论就是：崭新的21世纪是一个由多样化相互辉映的价值观所组成的共存时空，同时又是一个相互激发，不断进步的时代。本书力求兼容并蓄每一位执笔者的不同观点，我们认为这样的方式应该能够更加正确地让读者把握和理解21世纪的美妙远景。

时代的巨轮已经启航，21世纪的全新物质价值观念很快就会成为这个时代的主流！

第1章 从20世纪的设计中发现21世纪的远景

1 超凡的创造力改变了整个世界	12
高效能住宅 / 马赛集合住宅 / 太空开发 与原子能利用——布劳恩与爱因斯坦	
2 心中的远景是迈向未来的力量	18
萨伏瓦别墅 / 雅柯圣邸 / 假想创造 / 超级电子书籍 / 十的巨能	
3 呼唤理想的不朽设计之作	26
诺曼·贝尔·盖德斯的系列设计杰作 / 流线形设计 / 哈利·阿尔的凯迪拉克	
4 新型材料的出现触发新时代的设计	32
阿埃隆办公椅 / 切斯卡钢管椅 / 鸡尾酒雪克杯 / GOM 系列商品	
5 能够对应多种用途的设计概念倍受重视	38
本田的摩托 / 可口可乐的瓶形 / 索尼的电视机 / 迷你车 / 从356到911的保时捷	
6 区域性文化的全球化策略	48
强生蜡业总部大厦的建筑与家具 / 奥图的建筑设计 / 索耐特的曲木椅 / 灯光	
7 富于多样化发展的弹性结构概念	54
吉普车 / 切诺基吉普车 / 乐高积木 / 莱卡相机 / 多米诺结构系统	
8 呼唤自然与自由的普遍价值观	62
褶绉装系列 / 李维牛仔裤 / 康兰家居连锁店 / 布立兹住宅区 / 未来的空间设计	
9 有助于人类与大自然共存的产品循环体系更加受到重视	68
宝马车 / 富士即可拍 / 星巴克咖啡馆的设计 / 奥立欧再生纸椅 / 可持续性发展 / 光能表	
10 对实用解决方案的渴求使复合化技术备受重视	76
复合化 / 复合动力概念车 / 复合化住宅 / 复合动力自行车	
11 人工物质与大自然的关系由对立迈向融合	82
自行车都市奥尔胡斯 / 陶土磁砖 / 伦敦码头区的新城市规划 / 仿生学 / 燃料电池	
12 造型不再受到功能的限制，人们用造型决定共同的梦想	90
隐形战斗机F-117 / 新甲壳虫	

13	由恋物情结与异常心理所激发的创意	94
	斯沃奇表/G-Shock表/数码宝贝的世界/液晶摄像机	
14	让使用者倍感亲切的电子操作界面	100
	第二代苹果电脑/苹果电脑Mac Plus/G3型苹果电脑/卫洗丽自冲洗洁具/凯蒂猫的意义	
15	反叛与挑战性设计所展现的强大影响力	106
	阿尔奇米亚与孟菲斯的设计运动/阿莱西的造型设计/阿莱西的冒险	
16	特殊需求带动创新并开启创造性的时代	112
	富士即可拍/航天飞机/哥伦比亚号/阿波罗登月计划和飞船/难民营的帐篷设计	
17	技术的开发由经济与安全的追求,上升为对人类生理技术的探究	120
	自动对焦单镜头照相机/掌中宝摄像机/电子照明控制器/B&O音响/精心设计的残障用具	
18	空载式、嵌入式等贴身型设计方案的出现	126
	随身听带来的启示/随身听/MICRO TAC移动电话/隐形眼镜/人造器官的设计	
19	人类期待着排遣孤独和寂寞感商品出现	134
	移动电话/电子宠物的出现/爱宝电子狗/个人工作网/电脑与互联网络	
20	吸收大众的能量使之成为有机的设计	140
	奔驰E系列/宝马巡洋舰/有机设计	
21	技术与设计的挑战性整合再次变得更为重要	148
	手提电视机/折叠式无链自行车/技术、设计与企业	
22	生产商开始将消费者的需求纳入到了生产流程中	154
	光冈汽车的全新尝试/DIY组装汽车系列/巨无霸客机的协作式研发体制	
23	策略性因素在商品的设计中逐渐占有重要的地位	158
	情人打字机/Play Station游戏机/今后的产品策略	
24	设计与艺术的距离日趋接近	162
	仓俣史朗的“勃朗琪小姐”椅/华盛顿越战纪念碑/三宅一生与“一块布”的裁剪概念/津村耕佑的多功能风衣	
25	外观包装的半透明化展现了商品价值的多重性	168
	梵沃斯别墅/玻璃幕墙的意义/苹果G3&i-Mac/透明风格的日用品	
26	个人与全球信息直通化的时代环境已经到来	174
	汽车导航系统/GPS卫星导航系统等移动媒体技术的发展	

第2章 21世纪的远景

1 人类是最了不起的万物之灵

180

个人的直觉能力渐受重视，组织结构也将随之调整（精英的时代）

- 由组织导向转变为导向
- 重视差异性和个性的时代
- 非凡过人的构想能力将更加受到重视
- 即将出现伟大的未来梦想家
- 对组织与个人全新关系的探索

2 标准化思考方式的终结

183

平凡的个性遭到否定，个性化人才的时代已经到来（关于个人的独特性）

- 从脱离现代标准化量产概念开始
- 从凡人时代进入到个性时代
- 以多样化的标准零部件与组合方式所构成的多样化产品和生活形态即将出现
- 充满感动的事物和生活形态将更加受到关注

3 产业的流程与模式

186

消费者将开始参与产品及其使用环境的流程，产业模式也将随之改变
（产品与使用环境的进化）

- 从使用环境的角度评价商品价值的时代已经来临
- 既成品的设计概念已经淘汰
- 消费的概念已成过去，商品将具有不断进化的能力
- 生产商与消费者的对立关系已经淡化，消费者参与生产过程行为的风行日盛
- 服务业成为产业主流的时代已经来临

4 整体概念的崩溃

190

局部的独立与自主化的时代已经来临（自发性的设计时代）

- 层式化组织的社会开始转变为网络化的社会
- 国家、企业等由个人所构成的组织形式将逐渐弱化
- 以自律性、自我责任为主的时代已经到来
- 由局部个体观点决定整体走向的时代已经来临

5 走向回归自然的时代

193

告别了过于理性的20世纪，21世纪的人们将寻求反璞归真，并尝试与大自然的融合（人类与自然的融合）

- 迈入人类回归自然的世纪
- 由视觉时代的20世纪转移到触觉时代的21世纪
- 体现身体感官特点的设计时代
- 比全球性观点更重要的是本土化的联想
- 人类最重视的问题是如何与大自然融合

6 追求人与人之间的心灵共同体

196

受孤寂感的驱使，能够增进归属感和解除孤独感的商品将会广受欢迎
(寂寞孤独的人类)

- 互联网络使个人被赤裸化
- 渴望早日拥有能够有效解除寂寞的商品
- 商品成为群体归属感的共同标志
- 人人都为自由与自然而倾心

7 幻想群体

199

在信息化的时代里，人们的偏好更易随着信息的快速传播而凝聚成为流行，
并使之演变为更加快速而不确定的时代 (关于信息与流行)

- 流行现象所产生的幻想式归属感
- 轻松、虚幻而无形的“幻想群体”的诞生
- 打开激发大众感官的设计之门
- 人们将面临一个有意图、有策略地拓展市场的时代

8 人与物的融合

202

由于人们对商品的强烈偏执，使物质具备了全新的意义
(人与物的融合)

- 商品与使用者之间无限接近，甚至已经成为身体的一个部分
- 商品设计上的触感、重量感、温度感等感官上的特性渐受重视
- 具有生命力表现的设计将倍受青睐
- 偏执狂似的执着使人与物获得了融解的可能
- 能够掌握使用者生理状态的商品即将出现

9 从否定式的对立到肯定式的激发

206

在追求商品差异性的同时寻找共存、共激、共创的时代
(激发秩序的社会进步)

- 21 世纪是充满好奇、希望以及失落感的世纪
- 设计可以用来表达思想，歌颂情感，也能够激发人心
- 市场将成为消费者与生产商各自发表意见的场所
- 这将是一个重视整合性创造力的时代

编后语

210

译后记

214

执笔者一览

黑川雅之	物学研究会 / 会长
渡边英夫	物学研究会 / 秘书长
关 康子	物学研究会 / 总干事
柏木 博	物学研究会 / 顾问 / 武藏野美术大学 / 教授
黑木靖夫	物学研究会 / 顾问 / 黑木靖夫事务所
杉本贵志	物学研究会 / 顾问 / Super Potato 设计公司代表 / 室内设计师
秦义一郎	物学研究会 / 顾问 / Magazine House 公司 / 董事兼总编辑

物学研究会成员

相川繁隆	A-PLUS 设计师 / 财团法人 / 金泽卯辰山工艺工房 / 研习课课长
天沼昭彦	SONY 公司创意中心 / 创意设计部 / 经理
安藤隆太	AIWA 公司浦和科技本部 / 设计中心 / 所长
冈本善胜	资生堂公司 / 艺术创意室 / 创意指导
岸本章弘	KOKUYO 公司 / 办公室研究所
木村一男	国际设计中心 / 常务董事
酒井正明	Canon 公司 / 综合设计中心 / 所长
下野利美	AIWA 公司 / 浦和科技本部 / 设计中心 / 工业设计创意部 / 经理
高野秀士	INAX 公司 / 技术统辖部 / 空间设计研究所 / 设计中心 / 经理
武井浩介	TOTO 公司 / 设计本部 / 副本部长
竹纲章浩	KOKUYO 公司 / 办公室研究所 / 所长
手重 博	YKK 建筑产品公司 / 商品开发部 / 设计中心 / 开发室
鸟山 敦	CASSINA IXC 公司 / 企划室 / 商品开发小组 / 代理课长
原田孝行	Inter Office 公司 / 常务董事兼总经理
福田 弘	富士胶片公司 / 设计中心 / 技术主席
藤本孝信	三菱精密机械公司 / 开发本部 / 开发部 / 设计指导
保科 卓	Aiffex Japan 公司 / 常务董事
堀尾俊明	CASSINA IXC 公司 / 企划室 / 商品开发小组 / 经理
松尾次郎	Citizen 钟表公司 / 生活设计中心 / 课长
水谷敏明	丰田汽车公司 / 东京设计研究所 / 经理
虫鹿元博	INAX 公司 / 技术统辖部 / 空间设计研究所 / 设计中心
纹谷干男	Misawa Home 公司 / 商品开发部 / 商品开发课长
山本博邦	Citizen 钟表公司 / 生活设计中心 / 设计师
行富诚一	YKK 建筑商品公司 / 商品开发部 / 设计中心 / 所长
和田精二	三菱电机公司 / 设计研究所 / 所长

协作执笔者

赤池 学	Universal Design 综合研究所 / 所长
川上元美	川上设计工作室 / 工业设计师
川崎和男	名古屋市立大学艺术工学部 / 教授
喜多俊之	室内设计师
紫牟田伸子	设计新闻工作 / 指导
谷内 健	Design Operation21 公司 / 常务董事兼总经理
中西元男	PAOS 集团 / 董事长
林利 昭	Co-Art 公司 / 常务董事
水野诚一	Institute of Marketing Architecture / 市场营销学者
森山明子	武藏野美术大学 教授

注：以上姓氏按日语发音顺序，为 2000 年 5 月担任的工作职位

第1章

从20世纪的设计中发现
21世纪的远景

由人脑所构筑出来的创想过程，其运算程度的复杂常常是最快的超级电脑都无法达到的。而创造力也是一种相当个性化的东西，有时它可能来自于一个人的脑子里一瞬间闪过的直觉。放眼看整个设计世界，有许多例子都能够说明这一点。例如，实现了高效能住宅（Dymaxion House）的理查德·巴克明斯特·富勒（Richard Buckminster Fuller），提出了未来建筑与都市的构想，准确地预言了有今天建筑风貌的柯比埃伊（Le Corbusier）；还有爱因斯坦、冯·布劳恩（译者按：Albert Einstein 和 Wernher Von Braun 都是著名的科学家）等人，所取得的成就都不是单靠群体组织的支持，而是凭借着个人力量与过人的聪明才智改变了整个世界。

几乎所有的组织结构都是凭借着少数个人的力量而搭建的，组织结构充其量只能为少数人脑子里所进行的创造活动提供一份辅助动力而已。如美国太空总署所进行的各种太空探险计划，都是在一些天才型的少数个人影响带动下进行的。又如全球的政治动向，也不外乎是受到少数政治家直觉式想法的影响而发生变化。如何借助组织或电脑的力量去验证或强化这种超凡的个人直觉力，将是我们在未来设计中努力的方向。

不过，这些具有成为万物之灵的天才们却往往在组织化的运作当中遭到扼杀。人们在“组织整体利益优先于个体利益”，或者是“组织中人人平等”的口号之下，

忘却了为什么需要有组织存在的根本目的,反而限制了天才们过人才能发挥的情况,可以说是屡见不鲜。

人类许多现行的教育制度也同样不是以培育天才为目标而设置的,其目的常常是倾向于由下而上的,培育更多的平凡人物,有的教育方法甚至是采取了反天才培育的教育理念。在追求所谓平等的旗号之下,天才的幼苗总是早早地就被拔除,然后再被当作是凡人一般的小苗进行栽培。这令人不禁怀疑教育家们是否因为害怕天才太难以对付,所以竭力把人们都培养成泛泛之辈,以便于控制管理。如果这种情况持续下去,将会使社会或整个人类的进步变得不可能。

在我们的周围存在着各种领域中的、形形色色的天才。例如跑得特别快的,特别擅长于料理美食的,特别精通于语言、数字,创造幽默或制造热闹气氛……等等的人,他们实际上都各自具备着某些过人的天分。教育的目的就应该是努力地去发掘这些与众不同的天才,并设法协助他们的充分发展。如果将这些人都教育成一个模式的话,事实上并不能有助于社会的安定发展。今后我们应该共同努力,创造出一个能够激励各方面的人才变得更为活跃的社会。

人人都有均等的发展机会才是合乎所谓人类平等的原则。至于个人发展的结果如何,应该是只能由个人的努力、能力和造化来决定的。按照历史的经验我们可以确定,20世纪人类的成就绝对是由许多有能力启发他人的个人,也就是天才们所创造出来的。所以我们唯有努力地培养更多的具有各方面特殊天分的人,才能使我们的世界得以进步和发展。



以工业化的方式大量生产住宅的构想，曾经出现在20世纪的许多案例当中，其中一件外观很像机械装置的空间设计就是理查德·比克明斯特·富勒（Richard Buckminster Fuller）的力作。他将“动力的（Dynamic）”、“最大的（Maximums）”、“张力的（Tension）”三个词组合成为一个自创字——Dymaxion（译者按：英文直译为“最大限度利用能源的，以最少结构提供最大强度的”（简明英汉字典），可以把它称之为“高效能”），并以此作为这件作品的命名。

富勒于1927年又以量产为前提，提出一项名为“4-D”住宅设计的构想。它的最大特点是轻量化，所以住宅可以被很容易地吊起来，与地面分离。住宅中央有一根巨大的铝柱，外墙全部由透明玻璃和合成板构成。另外，便于通风的橡胶地板也是悬