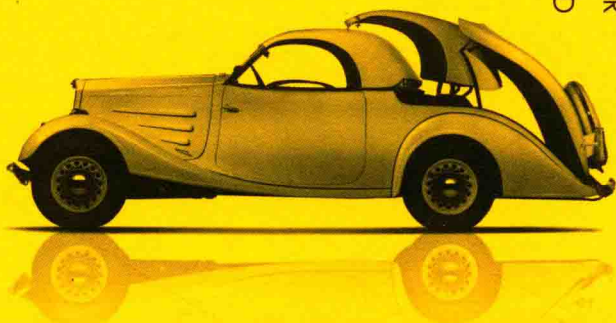




凤凰文库·设计理论研究系列
李砚祖 主编 张黎 执行主编

JOHN A. WALKER
JUDY ATTFIELD

Design History and The History of Design



[英] 约翰·A. 沃克

朱迪·阿特菲尔德 著

周丹丹 易菲 译

设计史与设计的历史

上架建议：设计理论

ISBN 978-7-5580-1831-2



9 787558 018312 >

定价：60.00元



凤凰文库·设计理论研究系列
李砚祖 主编 张黎 执行主编

JOHN A. WALKER
JUDY ATFIELD

Design History and The History of Design

[英] 约翰·A. 沃克
朱迪·阿特菲尔德 著
周丹丹 易菲 译

设计史与设计的历史



图书在版编目(CIP)数据

设计史与设计的历史 / (英) 约翰·A. 沃克, (英) 朱迪·阿特菲尔德著; 周丹丹, 易菲译. —南京: 江苏凤凰美术出版社, 2017. 4

ISBN 978-7-5580-1831-2

I. ①设… II. ①约… ②朱… ③周… ④易… III. ①设计-工艺美术史-世界 IV. ①J509.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 055265 号

DESIGN HISTORY AND THE HISTORY OF DESIGN

copyright John A. Walker 1990.

This edition by arrangement with Pluto Press,

London www.plutobooks.com

Simplified Chinese edition copyright:

2017 JIANGSU FINE ARTS PUBLISHING HOUSE

ALL rights reserved.

版权所有 侵权必究

著作权合同登记号:图字 10-2008-420 号

责任编辑 方立松

陆鸿雁

韩冰

装帧设计 周伟伟

责任监印 蒋璟

书 名 设计史与设计的历史

著 者 (英)约翰·A. 沃克 (英)朱迪·阿特菲尔德

译 者 周丹丹 易菲

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司

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>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

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 17.5 插页 4

字 数 225 千字

版 次 2017 年 4 月第 1 版 2017 年 4 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5580-1831-2

定 价 60.00 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

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,并促进传统优秀文化的现代转型。

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。

本文的许多内容基于本人在米德尔塞克斯理工学院(Middlesex Polytechnic)教授3年制半工半读设计史硕士课程中的历史学单元的内容。非常感谢我过去的所有学生,他们在研讨会中给出的建议和批评,使我能够消除错误、加强论点。我还必须感谢米德尔塞克斯理工学院,尤其是艺术史系的全体工作人员,让我从教学任务中解放出来,本书才得以完成。最后,我还要向为本书供稿的朱迪·阿特菲尔德(Judy Attfield)表达我的感谢之情。

在学校、学院中,在工业、零售业与大众媒体领域中,设计这个话题,变得越来越热门。数年来在英国政府不温不火的支持中,也大大提高了对设计的认识,因为他们已经了解到在推动商业、国家的经济成功中,设计的“附加价值”是何等关键¹。人们认识到,设计不仅具有举足轻重的经济力量,而且,它还是进行社会控制、保持社会和谐的一种方法:设计对犯罪与各种破坏行为起到预防作用;同时,新住宅设计,如在贝尔法斯特开展的城市中心区域的重新设计、更新设计,成为应对内部局势不安影响的一种方式。而且,20世纪80年代,英国人对设计与风尚的痴迷,其实是对精神缺失的一种遮掩或补偿,由于社会团结与社区意识的消失,人们在消费享乐主义的快乐中以异化来寻求心理缓解。那时流行的格言是“生活时尚美好就是最温柔的报复”。

人造体系中,各种失败案例有规律地出现。这使我们明白,好的设计并不只是简单的品位或风格问题,而是一个攸关生死的问题。太多的失败表明,设计相当重要,所以不能将它交付给设计师与政客,用来为唯利是图的企业公司牟利,或是为政治选举所利用。

伦敦设计中心所属书店拥挤的书架表明,设计出版物日益增多且涉猎广泛。许多书籍都是有关设计史,但到目前为止,只有一本对设计史的原则进行了介绍——黑兹尔·康威(Hazel Conway)主编的《设计史:学生手册》(*Design History: a Students' Handbook*)(1987)——它针对的是初学者。同时,对本科毕业生和研究生来说,这也是一本不错的设计史入门书。

8

康威这本书包含由不同领域专家所撰写的短篇论文,对设计的具体分支,有针对性地进行各自的介绍:服饰与纺织、陶瓷、家具、室内设计、工业设计、平面设计与环境设计。这样划分主题进行介绍,是很合

理的,它符合教育机构的组织方式,尽管,这不是该书要谈论的问题。毫无疑问,历史学家是对服装与平面设计之间的差异进行研究,但有趣的是,它们之间的差异与基本理论的共同点相比,是渺小的。将设计划分为不同领域的缺点在于,对基本问题的讨论必然是分散的。此外,尽管康威选择的学科范围广泛,但其介绍也未能包括所有设计,例如,建筑、工程、戏剧、军事和交通设计都被排斥在外。

本书的目的是要提出问题,而不是复述一般看法。我们首先阐释设计史的原则,然后对设计概念提出质疑,并在审视历史写作的常见问题之后,对运用不同分析方法的各种类型的设计史进行思考。最后,着眼于特定的重要概念,例如风格和品位,进行具体探讨。

本书旨在纵观设计史及其概念与方法问题,为新手提供指南。因为涉及范畴庞大而复杂,所以,书中会出现将结构主义和符号学内容与设计史相联系,但却没有进行深入或详细讨论的情况。我想,任何被这些分析模式所吸引的人,都会去阅读相关的书籍与重要著作。

任何如设计史这样多元且异质的研究,必然在一定程度上是折中性或多样化的,我们必须尽可能客观地对其多样化的方法加以考虑。不过,我自己的倾向是用一种批判理论/唯物主义的方法来进行设计史的写作。

本书对设计史写作的分析,涵盖范围广,囊括了从学术-科技性到普及-新闻性的所有文本。后一种类型的文本是书店中设计书籍的主流。在大多数出版商看来,设计史应该是对全彩印的铜版纸书籍进行通盘考虑的研究,但此类文本往往短小浅薄。然而,因为该学科中很明显地存在着许多理论争议,所以这类书籍并没有遭到排斥。如此一说,还请其他评论者不要认为我无视商业压力,尤其是这样的商业压力决

定着书籍能否出版；并且对提高设计史写作标准的过程中存在的困难，我也并非心存轻视，我只是太过注意我过去的错误了。

在历史学家看来，设计是一门非常丰富且极具挑战性的学科，因为它位于不同领域的交叉处，艺术与工业、创意与商业、制造与消费。设计关注风格、实用性、物质材料、人类欲求、思想、政治、经济。它包括私人及公众领域。它拥有最具理想化和乌托邦的目标，以及人类最消极、最具破坏性的冲动。设计史学家的任务是艰巨的，他们必须熟悉多种课题与专业。因而这方面的指导更有存在的必要。

· 补充阅读

文中所引书籍都列表于书后，每篇文末也皆附有注释与参考书目。但另有一些值得一提的书籍，可作补充阅读或参考资料。例如，由于本科学生对诸如“思想”“唯物主义”等概念比较模糊，因而需要阅读相关著作。除了标准的英文词典外，某些专业词汇表和百科全书，在这方面也甚有裨益。

10

雷蒙德·威廉姆斯(Raymond Williams),《关键词:文化与社会词汇表》(*Keywords: a Vocabulary of Culture and Society*)(1983)。其中虽不包含“设计”的条目,但它对“等级”“经验”“思想”“工业”“消费”“品位”“唯物主义”进行了解释。因为它所具有的历史性,所以威廉姆斯对关键词的讨论是最具实用性的。

D. 鲁内斯(D. Runes)编,《哲学词典》(*Dictionary of Philosophy*)(1960)。此书包含不同学者撰写的有关哲学家、哲学流派及重要概念的短文。

大卫·西尔斯(David Sills)编,《国际社会科学百科全书》(*International Encyclopedia of the Social Sciences*)(1968—1979)。这18卷的著作作为多数参考图书馆所收藏,书中包括论述某些特定理论和方法的文章,如“文本分析”、“类型”、“史学”、“价值”、“文化”、“大众社会”、“技术”、“时尚”、“文化”、“工艺”、“美学”和“广告”。

《世界艺术百科全书》(*The Encyclopedia of World Art*)(1958—1968)。收录了有关“设计”、“设计活动”(艺术中的)、“图形艺术”、“工业设计”、“出版与广告”的相关文章。

T.奥沙利文(T. O'Sullivan)等,《交流中的关键概念》(*Key Concepts in Communication*)(1983)。尽管本书讨论的是媒体与文化研究而不是设计,但本书对于设计史学的新手来说还是很有价值的。其阐述的概念有:“性别”“功能主义”“霸权”“话语”“决定性”“多元论”“基础和上层建筑”。

亚当(Adam Kuper)与杰西卡·库珀(Jessica Kuper)编,《社会科学百科全书》(*The Social Science Encyclopedia*)(1985)。书中内容涉及“广告”“年鉴学派”“商业周期”“消费行为”“体制”“大众传媒”“民族主义”“结构主义”和“亚文化”。

对于对物质文化的理论与方法问题感兴趣的更高层的读者来说,我推荐大卫·L. 克拉克(David L. Clarke)的《分析考古学》(*Analytical Archaeology*)(1978),它阐述了考古学的主要系统理论;以及马文·哈里斯(Marvin Harris)的《人类学理论的兴起》(*The Rise of Anthropological Theory*)(1968),该书评判且详尽地分析了人类学的思想。

注 释

1. 1982年,保守党领导人、英国首相玛格丽特·撒切尔(Margaret Thatcher),在唐宁街10号举行了设计研讨会。政府在推广设计方面的投入从400万英镑增加到了1200万英镑。

1987年设计委员会的一项报告估计,迅速扩大的英国设计咨询业的价值超过10亿英镑一年,雇员29000人。

本书中列举的大多数例子都来自英国伦敦,因为这是我最了解的,不过我选取的例子是具有普遍性意义的。

一个现代的实证学科,必须追求获得更有效的结果,而不是追求如山的数据堆积和仿造性历史书的稳定输出。

——大卫·L. 克拉克(David L. Clarke)

《分析考古学》(1978)

知识形成的过程,需要假说与广泛存在的各种理论之间存在矛盾,这一点无须多言。狭隘性导致的结果始终是相同的:错误堆积着错误,因为每个人都在容忍类似的错误。

——马文·哈里斯(Marvin Harris)

《人类学理论的兴起》(1968)

目录

致谢 007

简介 009

设计史与设计的历史 001

设计史的问题框架 003

设计史家的工作 004

实证研究 005

分类 007

理论与历史 009

语言、再现、图像 010

话语和元语言 013

设计史的历史 015

设计史,一个中立的学科? 017

设计史的价值 018

研究对象的界定 021

“设计”的词汇/概念 022

学科范畴 024

设计的定义 027

设计的概念:开放的还是封闭的? 031

外部因素和跨学科视角 032

设计师与设计产品

——是恰当的研究对象吗? 045

- 作为研究对象的设计师 046
- 无名设计 048
- 导演主创论 049
- 设计的社会生产 050
- 营销设计师 052
- 作为专业群体的设计师 053
- 设计团队的历史 054
- 企业与公司的历史 055
- 作为研究对象的设计产品 057
- 准则 061
- 作为研究对象的设计过程 062
- 作为研究对象的设计机构 063

生产—消费模式 067

历史写作的一般问题 073

- 历史与历史著述 074
- 史实与历史价值 075
- 过去/现在的区别 076
- 年表与叙事 077
- 共时性/历时性 078
- 布拉格棱镜 080
- 分期 081
- 因果关系与决定因素 082

变革理论 086

历史主义 091

设计史的多样性 097

材料/技术方法 099

比较法 102

内容分析 106

类型学方法 107

设计的国家史 114

人类学与设计史 120

社会史方法 123

结构主义和符号学的设计研究方法 131

结构主义 131

符号学 134

风格、风格化与生活方式 147

风格和艺术史 148

风格定义 149

风格化 155

时代风格与时代精神 156

风格与社会群体 159

生活方式 160

风格与时尚 164

消费、接受与趣味 169

消费 170

接受理论和历史 173

愉悦 180

品位 181

垃圾理论 186

结语 191

形式/女性追随 功能/男性：设计的女性主义批判

朱迪·阿特菲尔德 (Judy Attfield) 195

经验政治学 199

“女性—设计师”与女性主义批评 200

使用价值与女性主义批评 201

客观与主体 204

人造环境的解构 207

男性与家庭主妇 209

性别的形象 212

参考文献 223

人名与名词索引 243

设计史与设计的历史

首先要对“设计史”(design history)和“设计的历史”(history of design)进行一下区分,这一点至关重要。不幸的是,该领域中“设计”和“历史”这两个词汇在不同情况下,表达着不同的含义。而在其他领域就不会出现类似的问题:天文科学与其研究对象——宇宙,两者的概念都是明确无误的。因此有人提出,设计史是一门较新的人文学科,其目的是将设计作为一种社会历史现象进行分析阐述。因而,“设计的历史”就是设计史学科的研究对象。设计史与艺术史拥有共同的直系祖先,它们都是更广义的学科——历史的分支。同时,它也与历史学本身一样,与其他如人类学、考古学(尤其是工业考古学)、社会学等学科紧密相关。

1

一个学科的构成可能难以把握,但可以通过综合描述某些专家或学者的假设、概念、理论、方法与工具进行简单描述。在一个学科的早期发展阶段,大多数的假说都是含蓄、无意识的,当它们逐渐变得清晰时,学科便产生了自我意识。当然,我们也可以通过其特定研究材料,或研究领域中的具体要求,来进行学科界定。我们会就设计史学科的性质和界限的有关问题,予以简短讨论。

当足够数量的从业人员对他们所进行的活动愈发自省,并开始探讨共同的问题和兴趣时,一个特定的学科门类就出现了。专业的学科组织往往就产生于这种重要时机。在英国,设计史学会(Design History Society)成立于1977年,当然,设计历史著述的出现远在这之前。一旦一个学术组织出现,一个学术学科相关的各种元素就会随之而来:选举出的管理者、专业通讯、学术期刊以及年度会议。

虽然“设计的历史”这个短语似乎意味着有一个单一的、同质的研究对象,但事实上,在设计史研究的实践中,从来没有存在过一个大家

2

都认可的单一的、完整的、同质的定义。历史的书写总是多样化的,设计历史也是如此。这些多样化的历史书写是设计史学科的产物。它们以不同的语言、媒体和形式进行呈现,如使用幻灯片的演讲、图表、文章、书籍、广播电视节目、展览。

虽然多种历史书写并存,但并不意味着作为历史研究对象的物质现实也是多个的。盘桓于所有历史学家面前的一个困难是,过去是永远不可能完整重建的,因此,每个历史书写都是对过去的一种局部的或简化的展现。历史书写的有所选择是必然的。历史书写的不同,不仅是因为学者们应对的问题不同,也是因为历史学家会主动地进行选择,某些人会选择和强调这些事实和事件,而另一些学者则会选择强调其他。

面对同一个对象,两位历史学家会给出大相径庭的阐释。例如,由意大利人书写的1900年以来的设计概观,与美国人的相比,会更侧重意大利的设计。同样,(前)苏联的设计史书写,很可能由于作者拥有的是马克思主义的还是反马克思主义的观点,而相差万里(设计史学的一个目的就是通过运用文本分析的方法分析文本,使这种书写的差异明晰化)。一种以制图为例的类推法可能有助于理解:对同一地区绘制的几张地图,每张都集中表现该地区的不同地形特征。每张地图之间的关系都是相互补充而非相互矛盾的。它们作为整体会比单个更能完整地表现该地区。但是,如果是两张来自不同绘制者的路线地图,就需要根据当地地形进行比较,以判断谁更接近实际路线,以及更为精确。历史可以进行类似的比较和评估,尽管在这种情况下,评估真实性的任务更困难,因为它们表现的是不再存在的过去。

· 设计史的问题框架

“问题框架”(problematic 或 problematique)是几位法国哲学家所使用的一个术语,最著名的是路易斯·阿尔都塞(Louis Althusser),他用该词来指称概念或学科能获得特定含义和价值的理论框架或思想框

架¹。除了有意识地认识理论问题与学科主题之外,该术语的内容还包括“无意识”的、被忽视的、沉默的、未被认知的问题。而对此,我们可以通过“症状式阅读”来揭示学科或文本的“无意识”内容,因为“症状式阅读”重视的是文本所未表达的内容,而非其所表达的。如果对一个世界建筑百科全书进行“症状式阅读”后,发现它遗漏了非洲和中国的建筑,这样的话,我们就发现了编著者的欧美偏见。

· 设计史家的工作

在目前阶段,与进一步对设计史进行界定相比,界定设计史家的工作任务可能更有意义。他们所承担的工作有:

实证研究:设计史家研究设计产品、图纸、模型、计划或与之相关的原型。富人和公共博物馆收藏了很多此类的艺术作品,但吸引设计史家的作品更多地存在于博物馆围墙之外。

研究和信息收集:设计史家研究保存于档案馆、图书馆、博物馆和私人收藏的文件与图像,收集有关设计产品的生产、分配、销售和消费方面的全部资料。一些学者建设资料库,一些学者对设计师、制造商和消费者进行采访。他们通过阅读文章书籍,提升设计知识与社会经济知识。

理论性工作:设计史家对设计作品进行分类、归类、比较、解释和评估。他们发展设计史的概念、理论和方法,也借用其他学科的思想。他们思考设计史的界定与研究目标。

写作与沟通:设计史家汇编清单、目录和索引。他们写下学术论文和更受大众欢迎的流行文章与书籍。他们举办展览,撰写目录介绍。他们到处讲学,并协助制作有关设计制造的广播、电视节目以及电影。他们的目标是让自己的研究结果能对其他研究人员和公众有所裨益。

专业性活动:设计史家建立组织,举行会议,以进一步发展学科。他们发行期刊,并任职于学术期刊的编辑委员会,以及各种公共机构和

教育机构的委员会。

职业：一些设计史家是独立学者或自由学者、自由作家或记者，一些为博物馆或大公司档案馆的馆长。但大多数人都任教于理工学院、艺术与设计学院以及大学，教授设计史。

上述内容的列举让我们明白，设计史不是一个单一的、同质的“事物”，它的存在或本质不可能获得一劳永逸的定义，它是特定知识分子群体从事的一系列文化实践。现在让我们更详尽地审视一下上述要点。

5

· 实证研究

实证研究涉及直接的经验 and 观察，通过观看和触摸具体案例进行第一手研究。这种研究方式对于设计史家检验活生生的设计产品与建筑，是必不可少的，因为这往往能揭示二手资料如图片所不能传达的信息。此外，由于功能是设计的关键，理想的商品应该在被品味的同时，也能被使用。尽管我们应该质疑设计产品是设计史研究中心的传统思想。

通常情况下，实证研究以一个预先确定的对象或素材进行研究，通常是某种类型的产品。只要对这样的素材进行组合、检验、描述、分类、归类和比较，历史学家就能进行概括归纳，即压缩内容，而非演绎内容。

20世纪建筑史上最著名的实证研究案例，大概要算尼古拉斯·佩夫斯纳(Nikolaus Pevsner)对英格兰著名建筑物进行的系统调查(将“著名”建筑从不起眼的大规模建筑物中区分出来的准则，存在着明确的理论问题)。这项研究的一些初步工作是在助手帮助下，在图书馆内完成的，然后，佩夫斯纳和他的妻子驾车一个郡接一个郡地对所选择的建筑物进行调查，每年完成两个郡。这一项目历时25年(1949—1974)，研究成果出版为企鹅系列图书《英格兰建筑》(*Building of England*)系列，共46册。

显然,佩夫斯纳这卷著作的主要价值,在于其对特定建筑的详细记录和鉴定。这种对研究对象的独特性的颂扬,通常被认为是历史学科与物理科学之间的区别。人们认为,物理学科只关心具体案例中的一般规律。

在《英格兰建筑》系列研究中,所选建筑的性质和范围是由佩夫斯纳和他的助手所决定的。我们可以说博物馆提供了历史学家研究素材的“现成品”,因为它们通常拥有一定的艺术收藏品。同时,一些私人藏品,如果可能的话——1939年前的无线机柜、踏板摩托车、20世纪50年代的家具、甲壳虫乐队的塑料纪念品——也能够方便历史学家。

另一个“现成的”研究素材的来源,则是大公司和设计工作室的档案。除了文本文件,这些档案还包括公司或工作室制作的所有样品和原型。密德萨斯理工学院幸运地拥有一个设计师工作室——西尔韦工作室收藏(Silver Studio Collection)——包括西尔韦(Silver)家族从19世纪后期到1963年设计的壁纸和纺织品样本。伦敦桑德森(Sanderson)公司成立于1860年,是一家生产家装纺织品、床上用品和墙纸的公司,它也设有档案馆,用来启发设计师灵感。维多利亚与阿尔伯特博物馆中的国家艺术图书馆的艺术设计档案馆,大约藏有100个系列档案文件,包括独立设计师和手工艺者,以及社会和商业的档案文件。

非常严谨的学者在书写设计史的过程中,会对他们使用的档案进行说明。例如,迈克尔·B.米勒(Michael B. Miller)教授在《邦马什百货公司:资产阶级文化与百货公司,1869—1920年》(*The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store, 1869—1920*)(1981)中,花费数页描写有关著名巴黎大型百货公司的私密档案。他注意到商店记录中的空白,还列举了他在巴黎所得到的其他档案。

除了研究留存的产品和文献之外,历史学家还可以通过口述史搜集更多的信息——至少可以通过采访设计师、客户和消费者得到当前和近期的设计信息。一个20世纪公众成员对日常生活的观察与评论的

主要资源——萨塞克斯大学收藏的大众观察档案,是这方面一个很有价值的资源。

实证研究对设计史是至关重要的,但它依赖一个预先存在的概念框架。它得出的信息也会产生许多问题,而这些问题只有通过其他领域,如经济史的研究以及理论研究给予解答。

7

· 分类

自然科学家运用归类和分类的方法,将自然现象的绝对数量压缩到一个可控的程度,并使无穷的多样性秩序化。这种研究方式在人类物质文化的研究中是非常关键的。要说分类的优点,人们只要想一想,如果不在一家秩序井然的商店,而是一家随机分布货品的百货公司,要找到想要的商品几乎是不可能的事。如果设计史家和博物馆馆长将每一件设计产品都视若珍宝,那么他们就会淹没在现代工业如潮的产品中。

任何复杂的物品都拥有许多属性(形状、颜色、大小、用途等),这意味着学者可以根据指定的某个属性或某些属性进行归类。显然,类别的选择取决于历史学家的研究目标。通常建立类似项目组的目的是进行比较。以下三方面的分类尤其受到历史学家的青睐:材料、类型和风格(将在后面单独讨论)。

以牛津皮特·里弗斯博物馆(Pitt-Rivers Museum)的组织情况为例。这家博物馆藏有由皮特·里弗斯收集的有关人种学和考古学的文物——工具、武器、服装、装饰品、礼仪用品等(1827—1900)。这位将军对枪支的研究引发了他对文化演化的好奇,因此产生了对这些物品的浓厚兴趣。藏品展示的目的是为了说明这些物品是如何随着时间而发展的,因此展示的组织方式也依此目标而行。如武器,从各处收集而来的从石器时代到近代的武器,都按照时间顺序摆放展示(而不是按照地区进行分类),因此展品从简单到复杂、从同质到异质都明白清晰。这

个目标决定了他们需要的是有代表性的展品,而非特殊的展品,因此他们需要收集的是具有普遍性和典型性的物品,而非那些珍贵、美丽、昂贵的物品。

皮特·里弗斯认为这些物品,可以如植物和动物一样,按照属、物种和品种进行分类。在博物馆的分类体系中,先是一项大分类,如武器被划分为防御类和进攻类,然后再细分,如射箭、吹箭、流星锤、飞镖、棍棒、枪支等,其中一些会再进行细分,或是按照来源地进行划分。从简单的、粗糙的武器,如棍棒,到更复杂精细的武器,如燧发枪,可以纵观其发展历程。贝亚特丽斯·布莱克伍德(Beatrice Blackwood)的《牛津皮特·里弗斯博物馆展品的分类》(*The Classification of Artefacts in the Pitt-Rivers Museum, Oxford*)(1970)对它的这种分类体系进行了详细介绍。

博物馆的参观者可以从展示柜中感受到藏品的魅力。它们展示了人类非凡的创造力,这些都是我们在数百年间创造的。

建筑史学家查尔斯·詹克斯(Charles Jencks)是另一位采用生物进化思想进行研究的理论家。在他的著作《现代主义建筑运动》(*Modern Movements in Architecture*)(1973)中,将1920年到1970年的建筑划分为六个所谓“传统”或“运动”的类别。它们是:逻辑的、理想主义的、自我意识的、直观的、行动主义的和非自我意识的。他声称,百分之八十的建筑都属于最后者。此种分类似乎就是建立在建筑师的思想 and 态度上的。事实上詹克斯还画出了一个图表或称“进化树”,来表现各种类别就像或宽或窄的溪流,会在某些时候汇合。在这每股溪流的时间进程中,以不同字号大小标明典型建筑的名称,并贴上不同风格与建筑类型的标签,以区分它们的相对重要性。

虽然詹克斯了解到将人类成果的演化与动植物的演化进行类比的危险,但他仍这样做的原因,是因为后者与前者不同,因为建筑运动永不会灭绝,它们总能获得复苏。虽然詹克斯的分类方法是有待商榷的,但它至少是一个具有包容性、综合性的方式,他的“多元化”的阐述方

式,比以往的“单线”写作更具综合性。

9

就本文而言,若要对分类学及与之相关的逻辑问题再进一步讨论,是一个太大的议题。希望上述两个例子,已足以说明分类在设计史中的优点及弊端。

· 理论与历史

设计史家应用现有的理论(如马克思主义的商品拜物理论)进行理论研究。这些理论将帮助他们更好地书写历史,理解设计。尽管它们引发了设计史家的兴趣,但它们并不是设计理论——设计师运用或提出的理论。

1967年,一个探讨设计理论的组织“设计研究学会”(Design Research Society)成立了,但它并不重视设计的历史。虽然人们可以将理论和历史相区分,但它们之间的对立关系不应被夸大,因为它们是相互依存的。

在我所列的设计史家的工作中,理论工作和实证研究是分开列举的。当然,这样分开的做法还是很值得商榷的。科学哲学家认为,所有的实证研究都是理论渗透的。虽然在没有理论的情况下,仍可以进行数据素材的收集,但要对其进行阐释,理论还是必须的。大卫·布雷特(David Brett)这样批评设计史研究的随意性:

我的批评的实质,是经验主义的研究无法提供思想的阐释性结构。对经验式研究的强调之所以会出现,是因为我们缺乏解释性的结构。这是智识的不安全感的标志。在一个健康的学科中,逻辑性的、概念性的探究始于一端,而经验性的研究始于另一端,两者相互作用²。

10

设计史学家大多对理论心存抗拒,没有耐心进行训练,尽管在设计史研究的起始阶段,必然会遇到诸如“界定主体,决定分期标准”这样的

理论问题。但拒绝理论的思考的结果只会带来简单、粗略的历史,不能公正地对待复杂的现实³。不过,或许我们也能体谅那些发现理论复杂或枯燥的人。因为,研究理论往往是非常吃力的,而且常常涉及外国词汇。此外,虽然设计理论众多,但它们往往彼此矛盾,因此应用它们也并非易事。

但或许,我们也不应该高估困难。设计书写与文化史出现了一些新的类型,如迪克·赫布迪齐(Dick Hebdige),他超越了历史书写的传统模式[瓦尔特·本雅明(Walter Benjamin)对历史书写的思考是其思想灵感的重要来源]。方法问题是他研究的一部分:他常常在文章开头突出方法论问题,在过程中不时对理论问题进行思考。此外,在他丰富、激烈的文字中,抽象与具体、社会与个人都是辩证的关系。他的例子表明,理论可以以一个令人激动的方式与实证研究相结合。

· 语言、再现、图像

人类的语言(口头或书面),当然是设计史家使用的首要媒介,它具体表现为各种文本和录音。通常,语言还会得到图形和图画媒介的补充:幻灯片、照片、图表、图纸、规划、影片及录影带。大部分设计史家都会将文字和图像相结合进行演讲。

设计史学家应该发展怎样的书写方式呢?根据法国文学理论家的观点,读者式(readerly)文本是指在文本中寻求语言透明化:语言隐身,以方便内容的交流和对象的描述。而作者式(writerly)文本则突出再现媒介(有时会牺牲表现力)。人们认为读者式文本阅读起来没问题,但作者式文本则需要读者下工夫来理解其含义。这可比较一下菲奥娜·麦卡锡(Fiona McCarthy)的《善良美好的一切》(*All Things Bright and Beautiful*)(1972)(可读性文本)与罗兰·巴特(Roland Barthes)的《神话学》(*Mythologies*)(1972)(可写性文本)两者的书写风格。

大多数的设计文章都属于读者式文本。这意味着这么多的文章大

11

多都缺乏思想。不过,某些前卫文本用极端的文字表现语言的做法,显然也不符合公正对待研究对象以及与读者相沟通的学术标准。作者式写作不应该成为这种混乱思维和拗口表达的借口。

在设计领域,历史和批评之间的边界是模糊的。但领先的设计史学家会经常性地参与设计趋势的专题讨论,因此,博士论文与简短的设计杂志文章的写文体是有巨大差异的。一些设计史作家——如汤姆·沃尔夫(Tom Wolfe)和彼得·约克(Peter York)——正努力实现这样一种写作模式,能像他们分析的设计那样流行、机智和冷嘲热讽。

大多数设计史学家都寻求客观的、第三人称的写作模式——法国文学理论家将历史(histoire)与论说(discours)相对应起来,因为发言的方式是即兴的,是表现作者存在的个人化的方式⁴。在一定意义上,他们也寻求现实主义,要求准确地记述过去。现实主义必须以对细微、精确的细节进行耐心的积累为基础。对任何现实主义写作的一个基本问题而言,非视觉再现媒介如何呈现视觉/触觉作品。而非可视对象可以通过语言进行表示或描述,信息不会遗漏或扭曲。或者更确切地说,对象及对象的知觉品质及特点,是经过确切的再现手段——语言,“翻译”出来的。这样的表述会遭遇到的一个问题是:“现实有多真实?描述有多准确?”当然,设计史学家常常诉诸幻灯片和插图来解决这个问题,同时压缩冗长的描述。但即便如此,对三维物体的绘制或拍摄,也会产生相对应的问题。特定媒介的图像会对物品进行对等的“转译”。

12

地图或许是以文字和图像呈现设计的理想范例:它通过一种高度选择性和计划性的再现,来迎合人们的特定目的。地图绘制者一定会努力真实地再现世界,但并不一定要描述所有细节;此外,他们所使用的符号系统并不需要为了再现功能,一定要类似他们所要再现的内容。

设计史书中插图的作用可能看上去并不太重要。然而,椅子、汽车、打字机等图像的存在,是为了强调设计史是对具体设计产品进行研究的特定概念,而非对其他,如设计师、设计背景与设计过程的研究。就像博物馆的展示基座和玻璃柜,这些图片将设计物品分离展示,并赋

予其值得膜拜的价值。此外,照片突出物体的外貌——因此,在物品的形式、风格、装饰被凸显的同时,功能和内部结构却遭到了忽视(当然,分解图能够表现机器或建筑的内部结构运作)。

图像是信息的重要来源,但是,与所有的信息表达形式一样,它只表达了思想的局部。设计史学家在使用幻灯片进行演讲时,可以使用两个投影仪,通过将图片并置来获得蒙太奇效果,改变强调的重点。

有关插图的作用,可以以雷纳·班纳姆(Reyner Banham)为例。他“咄咄逼人”地批判了勒·柯布西耶(Le Corbusier)在《走向新建筑》(*Towards a New Architecture*)(1923)中将古希腊神庙与现代汽车进行的并置对比的做法:

它的歪曲事实,被半语言半视觉的论述所掩饰。通过对比汽车和帕特农神庙,花费数页文字,以说明标准化的优点,这种做法意味着像汽车这样的标准化产品也是可以与希腊神庙相媲美的。这种说法已经影响了两代建筑师和理论家。在上下文的阅读中,这种说法似乎非常合理,但事实上其论述的比较基准(*tertium comparationis*)是一个虚伪的设想——文中描述的汽车其实都不是标准化大生产的模式;它们都采用非常昂贵的、专业化的、可以与帕特农神庙相比较的手工艺,它们与帕特农神庙一样,都是手工艺独一无二的产物。⁵

图像不仅是设计史学家进行交流的一种手段,也是被研究的一部分。图像可以作为设计物品成为研究的对象,也可以因为它们再现的内容成为研究对象。例如,面对从遥远的过去穿越时空而来的古代服饰,服装史学家必然会依赖其视觉再现——图画和雕刻——因为它们是信息的来源。尽管此类图像对研究很有帮助,但仍存在一定的弊端。以肖像油画为例,人们只能看到被描绘者的局部,只能看到画中人正面的服装。

今天,数以百万计的消费产品以全彩铜版纸印刷图片刊登在杂志

画报上。这些图像在销售产品、建立品牌形象或企业形象方面，发挥了关键作用。通常，这些图像并不是简单地推广产品，它们还传递出一定的生活方式和一套特定的价值体系。朱迪思·威廉姆森(Judith Williamson)的《广告解码》(*Decoding Advertisements*) (1978)分析的就是此类图像及其他隐含着意识形态的机制。

不同于那些以属性为研究对象的科学学科，设计史关注人类文化的某些产品。因此，这门学科通过文字、图像来“谈论”物品的意义，即运用各种媒介、形式和语言对其进行表达。因而，为了解释一个设计对象的意义，历史学家必须熟悉它的“语言”，或者至少有能力破解它的代码。重要的是，在这一方面，符号学的分析方法——符号的科学——将发挥作用。

· 话语和元语言

语言学将话语(discourse)视为一个以上的句子的语言单位。在日常用法中，它就是每日进行的交流与对话。在某种意义上，设计可以比喻为“话语”，因为设计产品如语言一样，不断产生并流动出来。设计师、客户、设计机构的日常活动产生了文本与对话。因此，可以说设计师参与着“话语实践”。

元语言(meta-language)是用来阐述另一种语言或符号系统的语言或符号系统，前者被称为“(研究的)对象语言”。元语言是一个相对概念：在法文的英语指南中，法语是元语言，英语是对象语言；而在英语的法文指南中，这种关系就会反过来。在一本用英语研究英语的书中，元语言和对象语言的差别用引号或斜体等符号来体现。元语言也可以无限延伸，元元语言、元元元语言，等等。

“元”——意味着“超越”、“超出”——与“话语”相结合。我们可以构建一个话语等级，第一级是设计的话语；第二级是广告、设计杂志中呈现设计的文章、图片的元话语；第三级是围绕第一、第二级，设计史学

家所写作的元元话语；第四级是有关设计史写作的文本的元元元话语（例如本文）。

乍一看，这些区别似乎无关紧要，但从理清概念方面来讲，了解它们还是很重要的。

4	有关设计史写作的著作的元元元话语	设计史学 ↓
3	设计史学家的有关第一、第二层级的著作的元元话语	设计史 ↓
2	关于设计的文章与图像的元话语	关于设计、广告、消费报告、贸易杂志的新闻 ↓
1	设计的话语	设计的产品、概念、方法和设计师所运用的理论

图1 话语的各个层级

15

我们或许需要延伸话语概念，以将其适用于设计产品，但也可以认为设计产品本身也正体现着思想与理论。以望远镜为例，内部结构依赖并体现着光学法，这可以通过对部件的仔细研究推导出来。然而，实际情况是，大多数研究话语的作家往往将注意力集中于文本，而不是物品，因为前者比后者更明确。

很多设计师和建筑师都针对自身实践或一般性的设计问题，撰写了一些理论文章和著作。这种类型的文本不能清晰地将其分等归类。设计的过程属于第一层级，但如果是设计评论，则隶属于第二层级。

话语分析与某些法国哲学家息息相关，尤其是米歇尔·福柯 (Michel Foucault)。尽管他认为自己是考古学家、系谱学者，而非历史学家，但福柯的许多工作都与设计史学家高度相关。特别是他对社会权力话语的分析——原则、罚则与监视模式的形成——以与传统监狱建筑史不同的方式解释了刑罚制度的设计⁶。

16

罗兰·巴特的《流行体系》(The Fashion System) (1985)给我们提供了一个第二层级元话语分析的例子。他对流行时尚的细致研究，不是以对服装“语言”的直接感知为基础的，而是建立于“书写的流行”即相关文本上的，法国两份时尚杂志一年间所刊登的附有插图的所有流

行时尚的文章。

第三个有关设计史话语分析的案例是耐克德特·泰穆尔(Necdet Teymur)的《环境论稿》(*Environmental Discourse*) (1982),该书在建筑、规划、设计、生态以及大众媒体的探讨中,对环境概念进行了复杂且具批判性的审视。

如前所述,本文主要涉及的是设计史的元元话语,而不是设计话语本身。这意味着,我们研究的主要对象将是现已出版的设计史著作。

· 设计史的历史

对设计史的起源与发展的具体阐述,不是本书论述的范畴。无论如何,几种历史书写的并存是必要的,因为不同地区的记述情况的差异是非常大的——某些地方拥有相当数量的设计史学家,而另一些地方,则只有孤单的几个人为获得认可而奋斗着。但所有历史书写都必须对以下两点加以考虑:知识的增长和学科的制度化。

17

英国拥有比其他任何国家都多的设计史学家,因此,在这里该学科最为发达。原因很简单,这个学科在英国是作为艺术史的一种延续而产生的,并且在20世纪60年代和70年代,艺术院校和理工学院为了补充建筑史、绘画史和雕塑史的不足,因而产生了对工业设计史和平面设计史,时尚史和大众传媒史课程的需求,这些都大大提升了设计史的研究。

英国该学科发展的另一个主要推动力,来自成立于1972年的英国开放大学(Open University)所设立的1890年至1939年现代建筑史和设计史课程。由蒂姆·本顿(Tim Benton)领导的课程小组,最终制定了16本教材以及广播电视节目形式的音像材料。他们的现代设计研究具有大学水平,因而得到了相当多的听众,也提高了设计史的影响力。

两年后,艺术史学家协会(Association of Art Historians)成立,作为该协会的分支,设计史学家每年举行会议,直到1977年他们决定建立自

己的组织。某些设计门类在这之前就已经迈出了这一步。例如,1964年成立的家具史学会(Furniture History Society)。而建筑史到20世纪70年代,已经作为一个独立学科存在了好几十年:建筑史学家协会(Society of Architectural Historians)由美国学者成立于1940年。

在英国,多篇不同的文章对设计史的根源进行了阐述⁷。对该学科状况最全面的分析和论述,是克莱夫·迪尔诺特(Clive Dilnot)的两篇发表于美国杂志《设计论丛》(*Design Issues*)上的论文,它们是所有对该主题感兴趣之人的必读著作。

由于设计史是一个年轻的学科,它必然对其他更为成熟的学科有所依赖,借鉴它们的基本概念与方法。一开始,该学科极其缺乏设计书籍以作为学生的教科书,也缺乏有抱负的设计史家作为学习的楷模。在少数几个可用的文本中——尼古拉斯·佩夫斯纳的《现代运动的先驱》(*Pioneers of the Modern Movement*)(1936)——将德国艺术和建筑史视作该学科的文化根基。现在设计类书籍不再匮乏,但这门学科仍处于形成阶段,并因此遭遇周期性的身份危机。

在设计史学会的年度会议上,往往都要在设计史与建筑史的对比上,或是学科与博物馆展览中所运用的“服装”、“服饰”、“时尚”这些词汇的不同含义上花费口舌。在外人看来这类讨论微不足道且相当迂腐,但在这表面之下,表明的是学科的各种概念正遭遇着认知危机。

显然,设计是人类文化的一部分。因此,我们有理由认为它属于文化研究的范畴。就英国某些高校研究院中设计史的发展而言,文化研究课程的并行发展一直是设计史发展的一个重要的推进因素。文化研究往往是一个理论生长的温床,从中发展出哲学探讨、政治经济学、社会学、语言学和精神分析理论。对设计史学家来说,文化研究的主要弱点在于其狭隘的历史观:研究往往局限于现在和近期的事物。尽管文化研究和设计史的互通并非总是富有成效,但总体上已取得了丰硕成果。例如《街区》(*Block*)杂志(1979年创刊于米德尔塞克斯理工学院)的编辑,就兼顾设计史和文化研究两门学科,挑战了传统评论将美术、

设计、大众文化、摄影、女性主义与史学相分离的做法。

· 设计史，一个中立的学科？

历史学家普遍认同学识、独立、无私、客观、真实的理想。这意味着，他们都是非意识形态的并且政治中立的。诚实的学者会努力抛开个人信念，但所能达到的客观程度也只是相对的，而非绝对的。设计史学家是社会的一分子，因此他们的精神构架和态度，在很大程度上，取决于他们所生存的社会环境。我们无法回避，不同的设计史家拥有不同的政治意识形态，这些不可避免地都会影响他们的研究，或是秘密的，或是明显的。在很大程度上，社会的差异也会对学科研究产生影响。例如，自从20世纪60年代末女性主义运动以来，包括设计史在内的各学科都受到女性主义对男权偏见批判的影响。今天的女性主义设计史学家具有自觉的政治思想，他们旨在重建一门关注女性需求与利益的学科。

19

除了性别之外，种族和财富的问题也影响了设计史研究。对于一个来自发展中国家的黑人来说，设计史似乎是属于白人，属于世界上的富裕、先进国家的中产阶级的一门专业。就如詹姆斯·沃德胡森 (James Woudhuysen) 在1985年所说的：“20世纪70年代初出现的一大强劲势力——第三世界国家——几乎完全从设计的当代讨论中缺席了。”⁸虽然情况正在慢慢发生变化，但英国的少数族裔人士仍很少能在艺术和设计教育以及设计史方面具有代表性。人们很少关注少数族裔文化中的设计角色。

照此看来，任何对设计史的界定都有可能只是暂时的。这个学科不是静态的，实际上可以说这是一个不同派别之间的竞技场。

因此，从设计方面来说，设计史不是中立的，尽管历史学家认为自己是设计的观察者，他们书写的历史会影响设计师和学生（理论和历史的作用在建筑设计领域表现得尤为明显）。换句话说，设计史会产生一

种反馈效应,例如:它们可能在无意中鼓励了风格上的复古倾向和折中主义。意识到这一点,一些历史学家就以一种辩论性的方式进行书写,希望能够影响未来设计的走向。

· 设计史的价值

20

设计史的主要价值应该是深化和强化设计历史的写作。它必须通过界定、命名、讨论理论问题和主题,来帮助设计史学家。

设计史通过提出一些基本问题,例如,“为谁书写设计史?”“它们为谁的利益服务?”在设计探讨中发挥着重要作用。当设计史家和记者发现他们的历史知识和专业知识被政府和企业利用,以达成他们无法分享的目标时,设计史的这样一个重要作用就显得尤为关键。

企业利用设计史学家发挥经济和意识形态价值的案例,可见1987年6月刊登于《面孔》(*The Face*)杂志背面的广告:微笑的斯蒂芬·贝利(Stephen Bayley)、特伦斯·康兰(Terence Conran)的锅炉房项目(Boilerhouse Project)的负责人与设计博物馆的馆长,在广告中,向大众推荐伦敦商店的一种昂贵的真皮布艺沙发,同时,还宣传推广了自己的一本著作。该杂志在“自由”这个词汇上大做文章,以消费者自由选择消费来界定“自由”。显然,在这个案例中,一个设计史学家将他的权威和魅力出让给了商品销售和思想贩卖。

无论大家对贝利这种与商业共谋的看法如何,设计史学家能在广告中以众所周知的形象示人,都表明了设计史在20世纪80年代已经变得非常流行。

注释和参考文献

1. 见B.贝斯特(B. Bewster)的“术语汇编”,见L.阿尔都塞(L. Althusser)和E.巴利巴(E. Balibar),《阅读资本》(*Reading Capital*) (伦敦:新左翼书屋,1970),316页。关于问题框架在建筑探讨中的运用,见波菲里奥斯(D. Porphyrios),“方法说

- 明”(Notes On method),《建筑设计》(*Architectural Design*)51(6/7)1981,96—104页。
2. D. 布雷特(D. Brett),“今日设计史的方向”(Directions in design history today),《给艺术与设计学生教授艺术设计史》(*The Teaching of Art and Design History to Students of Art and Design*)(都柏林:爱尔兰艺术史学家协会,1986),13—23页。
3. 对盲目的经验主义的猛烈抨击,见 T. 阿多诺(T. Adorno),“社会学和实证研究”(Sociology and empirical research),收录于 P. 康纳顿(P. Connerton)主编,《批判的社会学》(*Critical Sociology*)(哈蒙兹沃思:企鹅出版社,1976),237—257页。
4. 见 C. 麦凯布(C. McCabe),《经济与社会》(*Economy and Society*)8(4),1979年8月,279—307页。
- 21 5. R. 班纳姆(R. Banham),“机器美学”,《出于自择的设计》(*Design by Choice*),P. 斯帕克(P. Sparke)主编(伦敦:学院出版社,1981),44—47页。
6. 见 M. 福柯(M. Foucault),《规训与惩罚》(*Discipline and Punish*)(伦敦:艾伦·莱恩出版社,1977)。
7. A. 福蒂(A. Forty),“设计史:一种政治与教育学”(Design history: a politique and a pedagogy),《建筑协会》(*Architectural Association*)5(4),1973年10月/12月,48—49页;T. 本顿(T. Benton),“以优良设计的视角来看待过去”(Past should be looked at through well-designed spectacles),《泰晤士高等教育期刊》(THES),1975年10月10日,7页;B. 威尔金斯(B. Wilkins),“教授设计史”(Teaching design history),《艺术史家协会通讯》(*Bulletin of the Association of Art Historians*)(2)1976年2月;M. 惠特布雷德(M. Whitbread),“理工学院和艺术学院的艺术与设计史”,《艺术史家协会通讯》(3)1976年10月;D. 杰里米亚(D. Jeremiah),“设计的历史:资源材料的问题”(History of design: a problem of source material),《艺术图书馆学报》(*Art Libraries Journal*)2(1)1977年春,33—39页;C. 阿什温(C. Ashwin),“艺术和设计史:分离的道路?”(Art and design history: the parting of the ways?),《设计史:时尚还是功能?》(*Design History: Fad or Function?*)(伦敦:设计委员会,1978),98—102页;J. 布莱克(J. Blake),“设计史的语境”(The context for design history),《设计史:时尚还是功能》,56—59页;B. 史密斯(B. Smith),“设计史与设计的视觉语言”(Design history and the visual

language of design),《信息设计学报》(*Information Design Journal*)(1)1979年;
F. 汉娜(F. Hannah)和 T. 普特南(T. Putnam),“盘点设计史”(Taking stock in
design history),《街区》(*Block*)(3)1980年,25—34页;T. 弗赖(T. Fry),“设计史:
一场辩论?”(Design history: a debate?),《街区》(5)1981年,14—18页;C. 迪尔诺
特(C. Dilnot),“设计史的状态:第一部分,标示领域”(The state of design history:
part one, mapping the field),《设计论丛》(*Design Issues*) 1(1)1984年春,4—23
页;“第二部分”(Part 2),《设计论丛》1(2)1984年秋,3—20页;J. 阿特菲尔德(J.
Attfield),“界定对象和主体”(Defining the object and the subject),《泰晤士高等
教育期刊》1985年2月1日,26页;R. 金洛斯(R. Kinross),“设计史的身份寻找”
(Design history's search for identity),《设计师》(*Designer*)1985年11月,12—13
(英国院校还设有相关课程);D. 布雷特(D. Brett),“今日设计史的方向”,13—23
页;托尼·德尔·伦齐奥(Toni Del Renzio),“设计史的身份误区”(Mistaken
identities in the history of design),《泰晤士高等教育期刊》1977年2月4日;P. 玛
奇(P. Madge),“设计分析与设计史”(Design analysis and design history),《信息设
计通讯》3/1(1982),23—29页。

8. 詹姆斯·沃德胡森,“设计中的一种新民族主义”(A new kind of nationalism in
design),《听众》(*The Listener*),1985年9月12日,11—12页。

研究对象的界定

详细阐述研究对象,设定学科界限,是所有新学科的首要任务。它们由此来与其他学科相区别。尽管划定研究对象的界限,是创立一门学科的基础,但在划分方面也会产生争议。这必然也会破坏整体性和连续性,从而引发学科内外之间关系的问题。

设计史学家都认为他们的研究对象是设计的历史,但尚未在“设计”这个词汇/概念的含义和范畴方面达成共识。举例来说,设计是否包括建筑?建筑史究竟是设计史、艺术史的一部分,还是本身就是一个独立的学科?类似的不确定性还出现在手工艺、少数民族艺术或装饰艺术以及大众媒体方面。以大众媒体来说,设计无疑是电影制作、电视制作、流行音乐和广告的一部分,但它们也是电影、媒体、文化研究和社会学关注的内容。因此,有关设计范畴的争议涉及范围很大。

我们可以确定,其实任何学科的界限都是模糊不确定的,并且会与几个其他学科相交叉。

· “设计”的词汇/概念

“设计”这个词汇可应用于多种情况:设计作品、平面设计、时装设计、室内设计、工程设计、建筑设计、工业设计、产品设计、企业设计、设计方法。这些不同用法中存在着共同本质,但这种共同本质并非显而易见。与其说它们是一种本质单一的思想,不如说它们更接近路德维希·维特根斯坦(Ludwig Wittgenstein)的家族相似性(family resemblance)概念¹。

与所有的词语和概念一样,“设计”也有其特定的含义与价值,这由它指称的对象决定,也源于它的独特性,即,与其他邻近的词汇,如“艺

术”、“工艺”、“工程”、“大众媒介”相比的特性。这些因素也是“设计”基本意义的界定往往不能理想的原因。而且,如其他大多数语汇一样,“设计”也有一定的不明确性,因为它有着多重意义:它既可以指称过程(设计行为或做法),也可以指称过程的结果(设计、草图、规划或模型),或运用设计辅助生产的产品(经过设计的产品),或产品外观或总体效果(“我喜欢那件衣服的设计”)。

造成“设计”的定义不能充分且具有临时性的另一个因素是,语言与其他任何事物一样,不断发生着历史变化。“设计”一词在时间的流逝中,其含义发生了变化:在文艺复兴时期,艺术理论家如瓦萨里(Vasari)认为“disegno”(在实践活动中意指“绘制”)是所有视觉艺术的基础,它通常被称为“设计的艺术”。那时的“disegno”是指着手绘画、雕塑等活动之前,进行创造和概念化的阶段。所有艺术家都参与设计,这是他们创作活动的一部分,此时设计尚未成为专业人士的专门职业。设计师的出现是日后欧美职业日益专业化的结果,是18世纪和19世纪工业革命的一部分。至少这一点已为大家普遍接受。但西蒙·杰维斯(Simon Jervis)有不同的看法,我们将进行简短介绍。最终,设计变成一种由接受专业训练,受聘或受委托于制造商的专业人员所开展的专业活动。设计者通常不会参与设计产品的制造活动。

从上述内容可以很明显看出,任何全面的设计史都应该包括“设计”概念的演变史,以及设计师与设计产品的发展史。还要解释设计的出现与艺术和工艺的差别;并探究随着封建到资本主义生产模式的转换,以及工业、工程、技术、大规模生产和大众媒体/交流的发展,设计所产生的变化;及其与角色不断变化的工艺之间的关系。此外,还必须弄清楚一些老语汇的意义和用法,如“艺术制造”、“工业艺术”、“应用艺术”、“商业艺术”、“装饰”和“装饰艺术”。研究这些词汇的变化是很有价值的,因为这些名称的变化是物质现实的一种发展轨迹。

24

在20世纪80年代,当时设计是作为解决英国工业衰退的应对方案而被提出来的,“设计”和“设计师”这些词汇产生了新的反响。它们依

靠自身产生了自己的价值。例如,人们谈论着“设计师牛仔裤”(甚至“设计师药物”、“设计师社会主义”)。由于所有的牛仔裤都经过设计,所以事实上是无需形容词前置修饰的,但用上了这个形容词,就意味着“设计”被包装成了一种富有魅力的属性,而非仅仅是一件产品。一位记者形容“设计师”是一个能促进销售的词汇。营销过程中的一个重要手段,就是突出特定设计师的名字——凯瑟琳·哈姆内特(Katherine Hamnett)的T恤,詹姆斯·斯特林(James Stirling)的博物馆,埃托·索特萨斯(Ettore Sottsass)的沙发。这种习惯是来自美术界的传统,美术界的艺术家签名是唯一性、真实性、个性和创造性的保证。设计产品的适宜性和实用性并不重要,重要的是它出自某某名人之手。产品上设计师的标签变得越来越重要,甚至超越了产品本身。

· 学科范畴

新的设计史学家可能会被他们需熟悉的主题的数量和种类所吓倒。要了解该领域的范畴和种类,可以试想一下伦敦设计中心所属书店中的各色书籍所涵盖的学科门类:平面设计、包装、电影院、流线型、为残障人士的设计、形式与色彩准则、标志和符号、人体工程学、人机工程学、人体测量学、城市规划、纺织品设计、陶瓷设计、服装设计、办公照明系统设计、室内装饰设计、模型制作、交通运输系统设计、工艺美术、工程学、消费主义、版权、安全标准、太阳能系统、专利、商店和购物、设计的理论和方法、著名设计师、艺术和设计院校、民族和时代的设计、设计风格、住宅设计、景观设计、计算机、电脑辅助设计、版式设计、发明史与工业进程史……这个名单可以无止境。

当然,其中一些主题会比另一些更为重要。因而,我们可以将它们按照这样的原则进行组织:中心、密切相关、边缘。设计与艺术、工艺、工程和大众媒体之间的界限并不明晰,而且某些学科,如建筑学,还似乎与其他几个领域相交叉(大致地说,建筑与艺术、工程、工艺方法和工

业生产都有交叉)。随着人类知识的质与量的发展,学科的细分和专业化的趋势日益发展。最初,建筑史包含设计的内容——因为建立这个学科的建筑师,同时也设计家具设备——现在,设计史已成为一个独立领域。同样的,人们也发现艺术、工艺、设计、建筑、摄影和电影都各自有自己独立的博物馆和机构。在某种程度上,这种分离也表明了这样一种现实环境:在20世纪,各种艺术门类往往各行其道。另一方面,这种分离也有一定的弊端:例如,混合媒体往往被忽视,因为它们跨越几种门类,因此似乎没有归属。以流行音乐为例,它涉及的门类就包括了音乐、歌唱、服装、化妆、发型、乐器和音响系统、舞台布景、照明、唱片封面、海报、宣传品、摄影、电影、视频和电视。在伦敦,全国音响资料馆及戏剧博物馆肩负起这个领域的资料收集和保存的重大责任。

迄今为止,伦敦还没有一家工业设计博物馆。有一座预定1989年在巴特勒码头区开放,但即使如此,如果想要浏览全部设计范围的作品,设计史学家仍然需要走访其他许多地方与机构。例如,伦敦的应用艺术博物馆、科学与工程博物馆、家具博物馆、飞机博物馆、运输博物馆、战争武器博物馆,加上几座18世纪的豪宅和威廉·莫里斯博物馆,它们都收藏着设计艺术作品。至于建筑,整个城市本身就展示了几个世纪的建筑。在消费品方面,虽然没有专门的博物馆,但大多可以在类似塞尔福里奇百货公司(Selfridges)、哈罗德百货公司(Harrods)里,找到合适的当代案例。

虽然理论家努力使艺术、设计、工艺等的范畴界限更为明确,但实践设计师削弱了他们的努力,因为设计师非常乐意在这些领域之间展开工作,或将这些领域以意想不到的方式结合起来(创造力在边缘结合处更蓬勃)。因而,设计史家发现自己面对着一些以连字符链接的名号:“艺术家-设计师”、“设计师-手工艺人”,以及一些半是家具半是雕塑的混合艺术品。由约翰·塔卡拉(John Thackara)编辑的《新英国设计》(*New British Design*)(1986)一书对此类交叉实践进行了汇总。通过推崇许多前卫设计师“奇怪、非实用和非经济的作品”,再现了现代艺术

史所熟知的先锋与主流之间的对抗,少数与多数之间的对抗。

设计史学家可以将研究对象限定为某些优良设计或特殊设计案例,因而,有关著名建筑师-设计师的作品,或有关所谓的设计经典或致敬式的文章非常之多。这种研究方式源自艺术史与建筑史。在建筑史中,著名建筑与无名建筑之间往往存在着质的差别:一座教堂是一个建筑范例,而一个自行车棚只是个单纯的棚子。因此,在大多数情况下,高品质的建筑都出自受过专业训练的建筑师之手,高/低设计的区别就是专业/业余的区别。由于有些作品因为质量比较低下或是存世数量太多,因此这些无名的、地方的设计遭到了一些设计史学家的忽视,而另一些设计史学家受人类学家的物质文化概念影响,力求将研究范围拓展至包括所有的社会产品,所有经过设计的物品——好的、坏的、与众不同的——无论它们是否出自专业设计师之手。尽管他们的研究对象的数目庞大,但设计史学家可以通过挑选具有代表性的案例来进行研究。他们认为,好的设计史是可以存在争议的,因为问题本身就存有争议:设计好坏与否,取决于谁的品位或偏好?历史学家或设计专家的品位和价值标准,是否优于其他社会成员?但对这些问题的否定答案并不意味着我们可以完全无视历史学家的价值判断问题和质量问题。对于此,如果设计史学家能将自身的评估与他人的评估区分对待,并尝试对分歧的意见进行阐释,将会很有意义。这也有助于研究价值判断在不同时间中所发生的变化。

虽然设计史学家可能都认为,设计师、设计过程和设计产品是他们研究的重点,但他们也需要研究另一些主题,如风格、品位、客户的角色、管理、市场营销和消费者。而且,还不能孤立研究,因为它们是一个动态系统的几个方面,也是一个更大的社会历史进程的一部分(见本书“生产—消费模式”章节)。因此,学科的边界界定得再清晰,历史学家都需要应对这些设计的外部因素。

27

· 设计的定义

许多设计文章都认为,通过定义设计,能够详细阐述学科的研究对象。上文已经体现了我们对定义的价值怀疑,但我们可以再通过一个小案例,来评估定义的优缺点。现在,我们分析一下有关工业设计的三个定义(对许多学者来说,设计就是指工业设计)。

28

设计是人们在决定大规模生产产品的外形的过程中,艺术与工业的结合。²

这个定义来自斯蒂芬·贝利,他将设计的起源归因于工业化和大规模生产方式的出现(认为设计是艺术与工业之间联姻结果的观点,盛行于20世纪30年代,当时设计往往被等同于“工业艺术”)。贝利并没有给出两者结合的时间和地点,他似乎认为设计仅限于外观和风格,因而并没有提及功能和实用的问题。措词“人”的使用比较含糊:它没有揭示究竟是谁有权利作出设计决策。

工业设计是一个创造、发明和确定的过程,它与生产方式相分离,是所有因素的最终综合,它往往将相矛盾的因素转化为三维形式的概念,并且它的实物能够通过机械方式进行生产。因此,它尤其与1770年左右始于英国工业革命的工业化、机械化发展相关。³

显然,这是一个更为复杂且成熟的定义。设计的出现具有历史性和地方性,并且与手工艺生产有别。但这个定义的缺点是,忽视了消费者或市场对设计过程的影响。另外,该定义描述了一个非人的过程——设计师没有现身。并且在详细阐述三维形式的同时,排斥了二维形式的设计产品,如广告。

工业设计师是具有视觉诉求的技术专家……(他)受聘于制造商只为一个目的:增加对消费者的吸引力,增加产品市场的需求。

根据他们达成目标的效果,制造商付其报酬。工业设计师依靠其能力来创造和保持利润。他首先是一位工业技术人员,而非大众品位教育者。在现有条件下,他必须为他的雇主创造财富。⁴

这一定义坦陈了20世纪设计师的角色是资本主义的仆人(“现有的条件”)。设计师是雇员,他们用精神劳动换取制造商的工资和报酬;雇主的首要出发点是利益。从中我们可以发现该定义的四个不足之处:其一,设计被局限为视觉表现(功能未被提及);其二,在受雇于私人的同时,设计师亦受雇于公共部门,而公共部门的出发点是社会功用而非经济利益,这一点被忽视;其三,该定义似乎认为只有人类才是设计师;第四,在这种观点中,工业设计师被认定为唯一的“创造者”,尽管其中也暗示了消费者的作用。

这三个定义都排除了工业环境之外的其他设计活动,即,由非专业人士进行的设计活动(例如,自己设计制作的衣服或定制的摩托车)。因此,它过分狭隘地将“设计”等同于“工业设计”。

当代历史学家中占主导的是现代主义的设计定义,认为设计是与工业革命、大规模生产制造、现代主义建筑运动和消费社会相关的一种专业活动。但是,仍有一些反对的声音,其中一个来自于家具专家、博物馆馆长西蒙·杰维斯,他编著了《设计与设计师企鹅词典》(*The Penguin Dictionary of Design and Designers*)(1984)。他反对现代主义定义的理由是,这个定义排除了从1450年至1800年间的许多设计,因为该定义与现代设计理论一样,是反装饰的。因此,杰维斯的设计观点可以被称为是“前现代”的或“反现代”的。杰维斯坦率地承认“设计定义的问题仍处于探讨中”。但某些设计概念即使不能明确,也必须通过它所包含和未包含的对象,进行初步构建。

杰维斯最关注的是陶瓷、家具、玻璃、室内装修、装饰和纺织品的设计。图形、耐用消费品和版式的设计只得到较小程度的涉及,而重工业、剧院和服装方面的设计则“几乎完全被排除”。杰维斯认为设计与

艺术、建筑密切相关,因此他为许多艺术家和建筑师树碑立传。他认为,前现代的设计是金工匠、雕刻师、雕塑家、画家和建筑师的世界。他们通过雕刻图案与绘画来制造产品,如家具、金属制品和挂毯。这些设计的吸引力主要来自其装饰。设计师与工匠之间有明显的区别。人们认为前者拥有更优越的地位,他们为统治阶层和最富有的阶层生产奢侈品。

这本词典引发了设计史界的一场争议。随着对其的批判,《设计史学会通讯》(*Design History Society Newsletter*)上发生了一场激烈的文字交锋⁵。理工学院的历史学家认为,杰维斯的定义过于狭隘,抱怨服装和工程被排除在外。他们认为所有的这类词典都应该将重点放在过去200年中的现代设计上,也应该更多包含女性设计师的内容。杰维斯回应道,理工学院的设计史概念是“由委员会设立的”。无疑,对外界来说,这场争论似乎是设计师的小题大做;但事实上却表明了,不同机构——博物馆、理工学院——根据它们自身独立的历史和社会功能,产生了不同的、对立的设计概念。

正如这场争论所揭示的,工程学是设计史学家们争论的一个焦点。尽管工程学更多涉及的是科学和技术,而不是设计、工艺和装饰艺术,但另一方面,许多设计活动都是由工程师承担的。事实上,在许多情况下,他们设计的机器将会生产其他设计师设计的产品。由于工程设计具有很强的技术性,并将功能置于首位,因而它缺乏视觉表现以及其他设计类型所具有的魅力。此外,由于一些工程设计结构的巨大尺寸,使它们不能放置在商店或设计展中进行展示。居伊·邦西佩(Gui Bonsiepe)曾因为这种忽视工程的原因对一个设计展览进行了批判,并对组织者的本国偏好感到遗憾:“完全忽视资本产品的生产,如农业设备和工具、制造机械和建筑机械,只陶醉于起居室的优雅闲适。”⁶

另一个反对杰维斯的声音来自职业设计师、加州艺术学院设计学院的前院长维克托·帕帕奈克(Victor Papanek)(1925年出生于奥地利)。他饱受争议的著作《为了真实世界的设计:人类生态与社会变迁》(*Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*)(1972)是对现代工业设计的批判,他要求各种设计都要服务于穷人、病人、残疾人和第三世界人民的需要。在一定程度上,帕帕奈克的设计理念也是反现代的,但与杰维斯不同,他的观点并不是传统主义的,而是可称为“自由意志”的、“另类”的或“生态”的。

他的书以一个概括性的定义起头:

人人都是设计师。在几乎所有的时间内,我们所做的一切,都是设计,设计是人类的基本活动。对希冀的可预见的目标进行的所有规划都是设计过程……设计构成了一部史诗、一幅壁画、一张杰作、写下协奏曲。同时,清洗改组办公桌抽屉、拔掉阻生齿、烘烤苹果派、在一场棒球比赛中选择球队、对儿童的教育也都是设计……设计是为赋予有意义的秩序而进行的有意识的努力。⁷

这个定义中存在的问题是显而易见,且多方面的。

女权主义者会注意到其中女性的缺席。显然,在他的书中,设计的范围包括艺术、诗歌、音乐、牙科、烹饪、体育和教育!他的这种观点受到空想社会主义观点的影响:设计是所有人参与的一个过程。后来虽然事实上,帕帕奈克也对设计未能满足人类的真正需要进行了抨击,但在一定程度上忽视了现代社会中设计的专业特质。他还指出:“设计的最终任务是改造人类环境、工具以及人本身。”这句话意义非凡,因为它强调了设计对人类的反作用力;不仅环境在发生变化,我们自身也在转变——变得更好或更坏。

在帕帕奈克看来,设计主要是解决问题的活动。他用一幅被称为“复杂功能”的图表,更为准确地界定了设计的概念。围绕在功能核心周围的是六个相互关联的概念——使用、需要、目的性的利用、方法、美学、

联结。

通过上述讨论,大家应该都能认识到,不同的设计定义,都受到制定者不同意识形态的政治立场的影响。唯物主义的工业设计史学家可能会说:“我们的定义是最客观的,我们只是想描述世界本真的样貌。”毫无疑问,帕帕奈克会回应说:“只接受这样的世界并不足够,我们的设计理念应该阐述的是世界应该如何。”

· 设计的概念:开放的还是封闭的?

是什么决定了设计概念的内容?是不是设计与艺术一样,是一个“开放”的概念,在某种意义上是可以扩展、修改、变化的?首先回答第一个问题:最初是设计所涵盖的领域(即那些被设计——设计师、评论家、历史学家、博物馆馆长、有关客户及相关机构所关注的那些内容)决定了“设计”这个词的当代意义。但现在,这个含义已经发生了改变,个人和团体都提出了新的定义、新的设计研究对象。设计界和整个社会是否接受这些新的提议,则是另外一个问题。

鉴于设计史是一门新兴学科,设计概念这么快就已经呈现出过分拘泥和保守之态,就稍稍有些令人惊讶。例如,新的设计研究主题,往往集中于一个非常狭小的范畴:多以消费品、公共交通、广告、家庭等这些“保险”的主题为主。设计史学家为何如此缺乏想象力?为什么他们不愿将军事武器、警察装备、科学仪器、辅助性设计、空间车辆、工程机械、计算机硬件和软件、设计对国家的作用、设计与污染的关系、利润和剥削这些方面的内容作为分析的课题?设计史学家们似乎存在一种根深蒂固的保守观念,不愿面对设计与政治之间、设计与社会不公之间的关系。令人遗憾的是,20世纪的大量设计都是以反社会、反人类的目的进行的:集中营和毒气室的设计、酷刑仪器的设计、用于监视和镇压的设计等所有危险产品的设计。我们该如何看待只描述善良人类、快乐事件的历史?

而且目前这些流行的有限的研究,也还是需要加以一种更具批评性、质疑性和批判性的研究方式:产品生产的不断扩大是不是毫无不利因素的?对“旧”产品的重新设计是不是在任何情况下都是必要的?通过设计和广告推广的价值观念对社会有益还是有害?设计史学家的作用是不是只是弘扬和加强商业文化?

可以说,从最一般的意义上说,设计是一种政治形式:人类为了满足需要而进行的环境塑造,以及与社会形态进行的斗争。因此,设计史学家完全可以将他们的研究对象扩展至设计所处的政治结构和生态系统。

· 外部因素和跨学科视角

设计史学家的工作是复杂的,除了设计内部的问题,还要考虑设计外部的一些因素。这是因为设计受到战争、变革、经济繁荣和衰退、技术创新等因素的影响。鉴于此,研究对象的界定问题变得更为棘手。例如,设计史学家在某种程度上,是否也应该研究一下社会的经济?他们可能会采取一种风暴式的方法研究经济,但他们很快就会发现,除了经济运作的各种竞争理论之外,没有一种经济理论是可以被迅速掌握的。因此,尝试运用其他学科的研究结果,并不是一个简单的问题。而且,期望设计史学家掌握所有相关领域的知识,也是不切实际的想法。

此类问题的一个应对办法就是建立相关标准,即只考虑那些直接影响设计性质的因素。例如:1973年阿以战争引发西方石油供应的减少,反过来又造成汽油价格上涨,使驾车成本变得昂贵,因而就需要重新设计汽车,以使每加仑汽油能跑出更多的里程,因此汽车在造型上要减少空气阻力。这似乎是个连锁效应:政治/军事冲突——经济后果——设计变化。

列举的第二个例子则会说明,在经济和设计变化之间确定联系是

存在一定困难的。1987年,一位纽约时装记者发现,自20世纪60年代超短裙出现以来,虽然股票在证券交易所的价值大幅下跌,女性裙边却上升至从未达到的高度。尽管此间的两个事件之间似乎不大可能有关联,因为不同范畴的活动很可能会出现逆向而行的势态,但也不是说,华尔街的崩溃不会在一定程度上影响时尚产业的经济,或影响人们应该如何穿着的观念。但经济如何影响服装风格是难以预料的,因为设计师可以用数种方式对经济变化作出回应。

这里存在的一个理论问题是决定性的问题。在大多数情况下,物品的形态会受到多方面因素的影响,也就是说,多种因素或力量决定了它们的存在。一旦设计工作确定,就要确定影响因素的各自分量。

35

在设计的经济决定因素方面,唯物主义理论家耐克德特·泰穆尔批判了这样一种观点——认为这只是一个确定外部因素的问题,或是只需要关注设计要求中的经济限制问题。泰穆尔认为,设计活动发生于特定的经济体制中——生产交换的特定模式——并贯穿始终⁸。他说因为经济的决定因素对设计来说是不可或缺的,在设计专业领域以及设计教育领域,这种决定因素大多都是无形的。

鉴于此,或许我们应该区分一下,长期影响设计的一般经济环境,以及经济崩溃、经济危机——这些短期影响设计的特殊经济条件。

“跨学科”这个词与设计靠得越来越近。在设计研究学会的会员看来,设计活动的跨学科性体现在两个方面:第一,设计活动发生于不同艺术与工业中(时装、建筑、工程学等);第二,它综合了多学科的知识信息(人机工程学、社会学、心理学等)。

“跨学科”这个词也已经被应用到设计史中。设计史学家认为他们将会使用来自其他学科,如社会学、人类学、语言学、艺术史和经济学的概念、理论和方法。一方面,尽管设计史学家应该尽可能地学习其他学科的观念是完全正确的,但“外来”概念的引用也存有一定的问题,因为它们的研究对象和研究目标都是截然不同的(要将马克思主义、女性主义、精神分析学说和符号学内容相综合,是极难实现的,而且产生的

结果很可能是一个异型体)⁹。能够对无论何种来源的思想都保持一定的批判性,具有辨别能力,对我们来说是至关重要的。

此外,还有一个兼容性的问题:来自不同学科的观点很可能相互矛盾。跨学科方法的倡导者轻率地认为多元化的角度越大越好,却忽略了如何调和这些不同角度之间存在的基本意识形态问题¹⁰。批评多元论的人认为,并非所有角度的描述都具有同等价值:他们坚持认为,其中某些比另一些更胜一筹,也更加真实(例如,马克思主义者认为对设计来说,历史唯物主义的方法要优于唯心主义的方法)。仅仅将各种不同的观点进行叠加往往会造成相对混乱;我再重复一遍,进行辨别是至关重要的。总之,这样的话,设计史可能遭受来自学术折中主义的危险,成为一个语无伦次的碎布袋。

此外,除非设计史的研究对象能够被准确界定,不然其数目可观的研究主题将会使研究者头晕脑涨。这个年轻的学科,很可能会迷失在数以千计的研究课题中,发现自己在与一打的现有学科争夺地盘。

尽管如此,学科之间往往也存在着某些共同点:例如,实证研究法,以及诸如功能主义的理论。在这些交叉领域,不同学科的研究结果很可能会相互比照。即使两个学科互不相涉,也可能因为以类似方式将某一门学科的理论应用于另一学科的研究对象而产生新的见解。例如,一些历史学家发现,生物进化理论对思考艺术和设计的时态发展也是非常有帮助的。

也许设计史学家最有效地利用跨学科的方式是,让来自不同学科的学者组建小组,协作研究同一课题和问题。

注释和参考文献

1. “家族相似性”的概念见 L. 维特根斯坦(L. Wittgenstein),《哲学研究》(*Philosophical Investigations*)(牛津:布莱克威尔出版社,1953),66—67页。
2. S. 贝利(S. Bayley),《艺术和工业》(*Art and Industry*)(伦敦:锅炉房项目,1982),9页。

3. J. 赫斯克特(J. Heskett),《工业设计》(*Industrial Design*) (伦敦:泰晤士与哈德逊出版社,1980),10页。
4. F. 梅塞(F. Mercer),《工业设计顾问》(*The Industrial Design Consultant*) (伦敦:工作室出版社,1947),12页。
5. 黑兹尔·康威(Hazel Conway) (书评),《设计史协会通讯》(*Design History Society Newsletter*), (23)1984年11月,13—15页。以及杰维斯的信, (24)1985年,6—7页;D. 格雷史密斯(D. Greysmith), (25)1985年,4—6页。
6. G. 邦西佩(G. Bonsiepe), 引用: J. 比克内尔(J. Bicknell)和 L. 麦奎斯顿(L. McQuiston)主编,《为需要而设计》(*Design for Need*) (牛津:培格曼出版社,1977),16—28页。
7. V. 帕帕奈克(V. Papanek),《为了真实世界的设计:人类生态与社会变迁》(伦敦:泰晤士与哈德逊出版社,1972),17页。
8. N. 泰穆尔,“没有经济学的设计? 设计实质的经济盲目性”(Design without economics? The economic blindness to the materiality of design),收录于 R. 兰登(R. Langdon)和 P. 珀塞尔(P. Purcell)合编,《设计理论与实践》(*Design theory and Practice*) (伦敦:设计委员会,1984),75—80页。
9. 可能这些言论过于悲观。苏特·贾里(Sut Jhally)的《解码广告》(伦敦:品特出版社,1987)借鉴了马克思主义、精神分析学和人类学,也利用社会科学的文本分析方法,进行了实证研究。这些不同因素成功综合起来,产生了对电视广告性质的新见解。推动这一结合的一个原因是拜物教的概念——这是贾里所强调的——共同存在于所有上述三个学科中。
10. 特里·伊格勒顿(Terry Eagleton)说道:“多元论者认为这是一个普遍存在的小道理。”他补充说:“这种理论的多元化也有其政治相关性:设法了解每个人的观点往往表明你自己正位于上方或中间,试图调和相冲突的观点以达成共识,意味着拒绝承认某些冲突可以单方面解决。”《文学理论:导论》(*Literary Theory: an Introduction*) (牛津:布莱克威尔出版社,1983),199页。

工艺与设计

工艺和设计虽是两个不同的概念,但它们关系紧密:手工艺人一般都从事设计活动,大规模生产的设计产品往往也依靠工艺过程。“工艺”这一名词意指“技艺”,尤其是手工技艺,因此有“手工艺”一说。同时也意指相关的“贸易”或“职业”。众所周知,传统工艺包括:陶瓷、家具制作、皮革制品、金工制品、砖石砌筑、首饰、玻璃吹制、彩绘玻璃镶嵌、刺绣、针织、编织、挂毯、书籍装订、编篮和玩具制作。

从历史发展顺序上看,工艺先于艺术与设计。在中世纪的欧洲,艺术和设计还没有成为独立的专业之时,作坊中工艺的应用已经广泛存在。而现如今,工艺与设计的一个关键差异就是,前者从构思到执行决策过程是由同一人或同一小部分人完成的。换句话说,在工艺中,并不存在设计者和制造者之间的分工——或是不似工业的分工程度。第二个差异是,手工艺的模式决定了只能出产独特的艺术品或小批量的产品。工艺通常是在作坊或工作室进行生产(甚至是在厨房和车库),而设计产品一般由工厂制造。工艺产品往往展现人工,而工业产品则普遍表现机器的能力(这并不是说手工艺人不使用机器;陶工使用陶轮和窑,编织匠也会使用针织机,等等)。中世纪和古代的作坊也对劳动力进行分工。但人们逐步推行的更密集的分工,以及电动机械、装配生产线,还有不断增长的自动化,使得工艺和设计相分离,并引发人们对艺术和工艺在机械生产和再生产的时代里的命运展开著名的讨论。

工厂使数百万相同产品的大生产成为可能,并且因为这种生产模式在当代发达国家中占主导地位,手工艺在今天只落得成为一种残余现象、过气事物或残留事物。社会越少工业化和技术化,其日常生活就越依赖于工艺,因此工艺在第三世界国家继续发挥着重要作用。与此形成鲜明对照的是,在发达社会中,工艺品往往是奢侈品、礼品市场的

一部分。因而，可以说第一和第三世界国家在手工艺品方面走到了一起，它们由穷人制作，卖给国外富有的观光客，是所谓的“民族的”、“旅游的”或“机场艺术品”。

工艺消失似乎是一种命运。有一种工艺——建立于农业生活方式之上的所谓“农村”的或“乡村”的工艺——几乎肯定会被淘汰。然而，工艺不可能完全消失，因为它们在工业生产的初级阶段，仍然继续发挥着有益的作用，如可以制作设计原型的模型。此外，为应对廉价的、标准化的机器生产的消费产品，人们会周期性地提倡工艺复兴。昂贵的个性产品，使用了优良材料进行手工打造，具有强烈的吸引力，尤其是对社会中的中产阶级，他们可以承受高昂的价格，并且希望与使用大众产品的社会大多数人相区分。说句公道话，工艺的吸引力不仅来源于社会的势利思想，还与这样一系列的价值观有关：真实的材料，是对自然的渴求，反对合成材料；尊重技术或工艺、想象的力量、团结精神与劳动力。另外，对简单、小众的、更田园化的生存方式的怀念也加强了工艺的吸引力。

大卫·德鲁(David Drew)，一位编篮工艺家，住在萨默塞特的一间茅草屋中。他种植了20种不同的柳树作为制作原材料。他从另一位手艺人那里习得制篮技术。从下述引用文中可见其几乎可称为神秘的工艺品质：

40

我的篮子要求坚韧和整洁，只采用柳条制作，因此如果它们能得到正确的使用，寿命可达40年。在制作之前，我必须有明确的设计，因为我不能拆掉重来——这与编织不同。从第一刀到最后的修剪工作都必须全神贯注，必须一气呵成，如果它脏了或是做坏了，我就会直接把它毁掉。¹

从中可以看出，德鲁并没有在纸面上进行设计。显然手工艺人都善于创造，在手工艺制造过程中设计是一个重要阶段。但从文中也可以看出，先例对于他们的重要性：传统的模式、类型和形式得到遵

循——也有一些小变化——一次又一次。重复别人的做法在许多行业也都比较普遍。

审视工艺的列表,可以看出各项工艺的等级。位于底部的是建造行业——砌砖、抹灰、管道及木工——位于顶端的则是与美术相关的行业。前者,通常很少有机会可以发挥创造性和自我表现力,而后者则能够肆意挥洒。泥瓦匠的地位通常就像是一个雇工,而艺术家-手工艺人的地位,则相当于一家小规模独立企业的经营者。与低端的建筑行业地位相当的,是那些与家庭主妇和住宅相关的手工艺与爱好:缝纫、编织、窗帘制作等。家庭手工艺往往是业余性的,尽管在某些情况下也可能发展为全职的专业活动。

艺术家-手艺人认为自己首先是具有创造性的、发明性的人。如美术家一样,他们对材料、技术、形式、色彩和图像进行试验。由于审美维度是重中之重,所以艺术品的功能被放置于一个次要位置。与肖像画家一样,他们大部分的工作都建立在个人基础上。在英国,其中多数人都在艺术学校学习,然后取得皇家艺术学院的研究生资格。他们与大众市场生产者身份差异的一个标志是,他们在公共和私人艺术馆展示个人作品,通过专家、高档市场(如位于伦敦柯芬园的那个)与商店出售自己的制品。其中一个类似商店位于伦敦实用艺术博物馆——维多利亚与阿尔伯特博物馆内。还有一些专门的杂志,用与艺术期刊评论美术作品的类似方式来评论手工艺品。每年切尔西都会举行一个工艺品交易市场,这由菲利普·鲍威尔(Philippa Powell)举办,专门展示英国当代手工艺。有些工艺品成为收藏家的收藏对象,最后在拍卖行被人高价买走。英国钟表制造匠乔治·丹尼尔斯(George Daniels)制作一只手表需用时一年,每只手表的价格都超过5万英镑。连他自己都坦陈,这些都是“有钱人的玩具”²。不过,许多专业手工艺人的年收入还是低于全国平均收入水平。

正如彼得·多默(Peter Dormer)所解释的,在最近几年,许多人——女性多于男性——为手工艺所吸引,因为他们想要一种别样的

生活方式,具有高度工作愉悦感和自主性。不过他也指出:“在现实中,手工艺人都依赖手工艺委员会和地区艺术协会来获得国家赞助,依赖学校授课,以及富有的客户。他们的自主权,就像所有小规模企业的自主权一样,是脆弱的,虽然这种自主权比大多数人拥有的更多也更令人羡慕。”³

提及手工艺委员会(Crafts Council)就会提醒我们,各种组织和机构都在积极推广手工艺,包括康沃尔手工艺协会(Cornwall Crafts Association)和英国玩具制造行会(British Toy Makers' Guild)。“行会”一词在这里的出现,可以说是一个连接当代手工艺与中世纪历史的符号。

尽管,正是手工业的小规模生产最终使其区别于工业生产。但是,在这种情况下,要达到具有生存能力的经济规模是很困难的。一个人负责一个企业是非常吃力的:一个人要完成制作、配送、销售以及审计。低产出意味着高价格和长时间制作成本。产品还可能因为过于昂贵而无法出售。不过,大量的制造可以削减单件产品的价格,但需要扩大工场,进一步的劳动力分工,使用机器,可是这又会将手工艺产品的高品质和独特性陷于险境。如果扩张太大,将会丢失市场对独特性的需求,因为它们将会越来越接近工业产品。然而,许多成功的艺术家-手艺人通过为他人进行设计——外部工作人员或作坊——来进行弥补(威廉·莫里斯的生产就是如此)。在陶瓷工厂中,一些工艺技能——例如手绘——仍然存在。简言之,我们可以发现在工艺和产业之间,存在着各种各样的调和。

42

虽然在经济方面,手工艺行业的重要性远远不及工业,但它们对国家经济的贡献也是不容忽视的。当然每个国家的情形各有不同。在德国,设有一个手工业部,其对德国经济的贡献是英国的2.5倍,雇用约340万人,占国家总收入的11%至12%(1984年的估算)。

工艺一直被视为艺术与工业的折中。有时它在身份和公众形象方面的不确切性可能具有负面意义。这是因为,一方面有太多产品质量

低劣、粗鄙或媚俗；另一方面，它也享受着人们的尊崇和荣宠。对城市和机器时代的支持者来说，手工艺的品位出现了倒退和精英主义化。但是，随着最近计算机辅助设计和制造的发展，出现了一种新的产品类型来顺应消费者的需求。一种经济可行的小批量生产，甚至是一次性生产，在现在成为可能，这将最终解决手工艺和工业之间的冲突。

当代设计史学家对手工艺的态度往往有些矛盾。那些倾向于严格界定工业设计的史学家们对它们完全置之不理。而研究现代运动的历史学家，如佩夫斯纳，将手工艺——即威廉·莫里斯和英国艺术与手工艺运动——视为现代设计的一个发展阶段。有关莫里斯和艺术与手工艺运动的文章自成一系，爱德华·露西-史密斯(Edward Lucie-Smith)撰写了独立的手工艺史(他还写过一本有关工业设计的书，与此是姊妹篇)⁴。

有关英国的一项手工艺——轮匠，最著名和最令人满意的阐述或许就是乔治·斯图尔特(George Sturt)的《轮匠店》(*The Wheelwright's Shop*) (1923)。作者的家族在萨里郡的法纳姆有一家小店，在整个19世纪，为当地农民和商人制造和维修马车。斯图尔特并没有成为一名轮匠，但他负责这家工场的许多工作。在产生写作想法之后，他急切地进行观察，在书中他对使用材料、工具、方法以及8位工匠习性的描述，都很详细且具有洞察力。他还阐述了该行业以及相关知识与技能的缓慢衰落，与工厂生产以及外国舶来品的出现，以及拖拉机和汽车的出现都有关联。对设计史学家来说，斯图尔特尤为宝贵的是，将手工艺视为一个以实践、经验以及古老的、地方的传统为基础的非科技的民间行业，“在这种环境下，马车可以变成一件美丽的事物”。他认为，这样的马车可以“媲美小提琴或船只。每一个细节都有相应的法则，道路印痕也要一致。马车制造者必须诚心诚意，在车轮、轴、车轴、车厢等一切方面始终知道该做什么。应该关注这种技艺学识的本质，它们无法从书中习得，它们是非科技的。我从来没有见过一个不是依靠经验而获得马车制造知识的人。”⁵斯图尔特和他的工匠从过去的案例和知识中认识

到,如果想要让马车好好运作,他们必须以特定的方式来设计,尽管他们常常并不明白为什么是这样。

除了像斯图尔特这样的第一手记述之外,对工艺的研究还包括一些人类学家对原始社会中手工艺的研究,以及对民间或农民手工艺各方面的学术记录。后者一般含糊不清地出现于地方志和物质文化期刊中⁶。近年来女权主义运动引发了对女性手艺人作品的写作热潮(手工艺界的性别歧视现象并没有美术领域那么明显)。

44

而当代手工艺的相关信息,可通过手工艺杂志,以及在手工艺委员会和维多利亚与阿尔伯特博物馆等场所举办的展览获得。

注释和参考文献

1. “大卫·德鲁,编篮匠”(David Drew, basket-maker),《星期日泰晤士报杂志》(*Sunday Times Magazine*),1986年9月28日。
2. N. 圭塔德(N. Guitard),“世界上最伟大的钟表匠”(The greatest clockmaker in the world),《观察家杂志》(*Observer Magazine*),1982年4月18日。
3. P. 多默,“战后手工艺”(Post-war craft),《今日马克思主义》(*Marxism Today*),1982年7月,36—37页。
4. E. 露西-史密斯(E. Lucie-Smith),《手工艺的故事:手工艺人在社会中的地位》(*The Story of Craft: the Craftsman's Role in Society*)(牛津:费顿出版社,1981);《工业设计史》(*A History of Industrial Design*)(牛津:费顿出版社,1983)。
5. G. 斯图尔特,《轮匠店》(剑桥大学出版社,1923),73页。
6. 例如,《温特图尔文献》杂志(*The Winterthur Portfolio*)。其副标题是“美国物质文化杂志”。对锻铁家具、炉具、墓地、设计物品、房屋、版画、民间艺术、乐器、室内设计和纺织品的设计都进行了阐述。

设计师与设计产品
——是恰当的研究对象吗？

最初,人们按照艺术史与建筑史的惯例,来设定设计史的议事日程。艺术史家和建筑史家围绕著名艺术家和大师,构建他们的话语,许多设计史学家也随之而行,并依此设定该学科的正确研究对象是设计师或是设计产品(或两者兼而有之)。现在我们对其进行检视,以识别这种观点的长处与短处。

· 作为研究对象的设计师

有必要在分析开始的时候,先将专著与传记的概念区别一下。专著是阐述对特定艺术家的工作进行的研究,而传记则是记录某人一生的生活状态。当然,实际上它们之间是有交叉的,但人们可以通过分辨文章是以其工作为重,还是强调其生平来确定它们的属类。

粗略浏览一下艺术书店的库存,就可以确定无论是专著还是传记,都是很受艺术史学家欢迎的写作方式。但它们在设计史学家中并不十分流行,尽管许多书籍、展览都记录了许多著名建筑师和设计师的成就,如威廉·莫里斯(William Morris)、阿道夫·卢斯(Adolf Loos)、勒·柯布西耶、弗兰克·劳埃德·赖特(Frank Lloyd Wright)、查尔斯·雷尼·麦金托什(Charles Rennie Mackintosh)、艾琳·格雷(Eileen Gray)、埃托·索特萨斯、戈登·拉塞尔(Gordon Russell)、沃尔特·格罗皮乌斯(Walter Gropius)、哈利·厄尔(Harley Earl)、特伦斯·康兰(Terence Conran)、克里斯蒂安·迪奥(Christian Dior)、玛丽·匡特(Mary Quant)等。与这类书籍最接近的是这些设计师的个人回忆录和自传(其中许多都是工业设计师的自夸或是对社会关系运作的记述)。

我们很容易理解专著/传记对史学家的吸引力:记录或阅读一个人

的生平与工作情况是很保险的,因为题材是限定的,而且界定清晰,故事有一个明确的开始、过程和结尾,男主角或女主角作为一个支点,其他一切都围绕他们来进行。这类文本具有显著的整体性。

但其中也存在一些问题。由于不可避免地要给中心人物定性,而作者和读者对此都难以维持一个批判的、客观的态度。此外,作者的研究对象有两个:人物的“生平”和“工作”。而很少有著作能在这两方面都获得成功。如果“生平”是优先对象,“工作”则次之,反之亦然。此外,两者的关系也有一定的疑问:设计师私人生活中的一些事件和创伤,不一定在他或她的职业生涯发展中有映射(一位英国著名建筑师,在他最近的一本传记中,大量描写了他青少年时期的性生活,但尚不清楚这与他的建筑有何关联)。许多设计师过着平常的生活;他们生活中的创造力和智慧、激情,往往是传记作家难以表现的;而当设计师主导着戏剧性的生活时,他们的“工作”却又往往为他们的个人事件所淹没。

即使传记作者能充分应对生平、工作两方面,但在处理设计师与她或她所在的社会关系方面仍然面临困扰。

尼科斯·哈齐尼科劳(Nicos Hadjinicolaou)宣称,他反对历史专著所确立的以下两种思想:第一,是个人创造历史的想法;第二,是艺术史与设计史是伟大艺术家和伟大设计师的历史¹。我们可以很容易地在当今时代和文化中发现这些思想,如今个人主义思想泛滥,要了解此类思想的缺点,可以试想一下那些明显具有社会和集体性质的项目就能够一目了然:美国和(前)苏联的太空计划、重大民用工程、现代汽车的生产,等等。这些伟大项目的完成,并不可能归功于一位天才或独立的个人劳动。

47

乔治·库布勒(George Kubler)则更进一步地对传记进行了批判:“从长远来看,传记与名录只是一种简单记述艺术沿袭连续性的方式。传记并不能正确地对待这种沿袭传统。它只是浏览艺术品的一种临时性举措,并不能独自解决艺术家生活中的历史问题,因为这些问题往往

涉及前承后继的关系。”²换句话说,无论传记研究多么宏大全面,但因为它们视野狭小,所以无力勾勒艺术史或设计史。按照年代记述职业设计师的生涯来铺设故事,时间跨度可以很长,但其价值似乎有限,因为这种方式呈现的是缺乏根基的金字塔,它们的单线叙述法,类似于传递奥林匹克火炬,并没有能力应对多元的、并行(以及交叉)的现实问题。

出于这些及其他一些原因,设计史学家已经开始寻找不以职业设计师为重点的叙述方式。其中最受欢迎的——社会史方法——我们将在后文进行探讨。

· 无名设计

在进行进一步深入研究之前需要清楚地认识,并不是所有的艺术史学家都认为艺术史是伟大艺术家的历史。例如瑞士学者海因里希·沃尔夫林(Heinrich Wölfflin)就提出了“无名艺术史”,他挑战了以艺术家为中心的方式。一些学者已经开始运用沃尔夫林的方式,如伯纳德·鲁道夫斯基(Bernard Rudofsky)的《没有建筑师的建筑》(*Architecture without Architects*) (1965)、《奇妙的建造者》(*The Prodigious Builders*) (1977),它们关注无名建筑师的作品。沃尔夫林艺术史的研究对象不是艺术家,而是风格。许多设计史学家在他们的历史研究中,都选择研究设计风格。西格弗里德·吉迪翁(Siegfried Giedion)的《机械化掌控》(*Mechanization Takes Command*) (1948)的副标题“献给无名历史”即此相关一例。值得注意的是,吉迪翁曾经是沃尔夫林的学生,但与他的导师不同,吉迪翁所采用的方式不是风格分析,而是类型学。

艺术史学家、考古学家和人类学家经常要面对制造者不详的水壶、地毯、偶像等收藏。在这种情况下,对物质文化的研究,依靠分析设计师的生活故事和个人特性(传记/心理学方法)的方法就显得明显不足。同时,坚信设计史应该包括地方性设计的设计史学家,在研究中也会遇

到不知名的或生僻的制作者的作品。因此，他们也不得不努力通过分析社会群体行为而非个人行为来理解这些设计。当然，当代设计师的名字——至少专业设计师——都是已知的或可知的。但即便如此，将设计成果归属为个别天才的做法也过于轻率。毫无疑问，这些个人作出了独特的设计贡献，但这种贡献的分量被普遍夸大了，这是自西方文艺复兴时期以来越来越严重的个人主义思想影响的结果。

· 导演主创论

这时候就需要考虑一下著作权的概念。按照常理，设计师要对艺术作品的形式与风格负责任，换句话说，设计师是作品的作者。但在实践中，著作权的情况要复杂得多。例如，电影理论家理查德·戴尔(Richard Dyer)将电影著作权所属区分为四类：(1) 个人(这个人是唯一的电影创作人)；(2) 多人(多人合作制作影片，但是个人的“声音”很突出)；(3) 集体(小组或团队合作制作影片，个人的贡献不被突出)；(4) 企业(组织、公司或社会结构——如电影制片厂、好莱坞、资本主义——许多人为此工作，皆被视为“电影”作者)³。

49

显然，第一类是最个人的，第四类是最不个人的。第一类首先与艺术实践相关，第四类则与大型、高度工业化生产的大众媒体和工业设计有关。

大型好莱坞电影公司的电影制作是集体文化生产的突出案例：数百位不同的专家合作数月，为商业电影院制作电影。即使是这种情况，将这些属性明显为集体的产品归功于个别天才的想法，仍是主流；人们习惯将导演视为对一部电影负责的“艺术家”。在 20 世纪 50 年代以前，很少有导演被视为伟大的艺术家。然而，这 10 年来，法国电影理论家联合《电影手册》(*Cahiers du cinéma*) 杂志，开始把以前不出名的美国 B 级电影导演，抬高到具有独特风格的导演的地位。通过审视一位导演的数部电影，电影理论家从中发现周期性主题和中心思想，他们认为这些

是导演个人思想的结果。以这种方式,导演被当作是创作者,与小说作家相提并论。

时尚是瞬息万变的,尤其是在巴黎。20世纪60年代,著作者理论被抛弃,并被完全相反的思想所取代:人们宣布“创作者的死亡”(这标志着读者或观众被解放)。艺术作品被认为是意义独立于其创作者意志的结构。

福柯1969年的文章——《什么是作者》(*What is an author*)向大家介绍了清晰度(clarity)的概念⁴。正如福柯所言,用批评的方式淡化创作者的积极作用在于,突出西方文化中各因素所发挥的“作者-功能”作用。换言之,著作权是特定社会历史环境、经济体制、机构和话语(如版权的合法拥有者)发挥的一种职能。是某个人在特定时间内,在没有其他人从事相同内容创作的一种工作。设计师的情形也是如此。

· 设计的社会生产

50

个人主义思想的基础是一个过于简单化的人类主体概念:人类是以某种方式独立发展和运作的单一体,它甚至与社会相对立。自19世纪中叶以来,这种观点受到来自几个思想体系理论的挑战:马克思主义提醒人们,注意在人的行为和思想中经济与意识形态的因素;精神分析学派表明,因为各种隐晦和复杂的因素,人的精神是有区别的(有意识和无意识);而20世纪的语言学、人类学和符号理论也已经证明,在某种程度上,人类主体是由社会结构、语言和代码构成的。

个人主义思想的一个缺陷,在于它模糊了艺术和设计生产的社会性质。艺术家和建筑师往往被认为是典型的反社会者。阿恩·兰德(Ayn Rand)描写反现代主义建筑师的流行小说《源泉》(*The Fountainhead*)(1943),是这种个人主义艺术化的一个生动写照,该小说后来由金·维多(King Vidor)执导拍成了电影,主演是加里·库珀(Gary Cooper)。相比之下,马克思则指出:“一个孤立于社会之外的人

能进行生产……与不同其他人一起生活,也不进行交谈,却能发展语言,是同样荒谬的。”⁵

我们已经对非个人主义的著作权进行了分析,也将会对此进行更详细的讨论。即便是由个人在工作室中单独完成的设计,其性质也可被视为是社会的,因为:首先,大部分的设计师都受益于整个社会设立的设计与工程学院的教育或培训;第二,他们都会受到当代的影响(极少有设计师能不受同时代团体或当前趋势和潮流的影响);第三,传统和先例对其也有影响作用(新一代的设计总在一定程度上依赖前人知识的积累和成就);第四,设计的“语言”、代码和样式都具有社会性(它们是社会团体和社会阶层的产物,已发展了几个世纪);第五,设计师需要依靠客户和消费者,没有他们,任何大规模的生产都将是不可能的。

51

一位美国社会学家曾形容设计师为“中间人”,意指他是制造商与公众之间的调解者。因此,设计师的创作自由受到一系列先决条件和制约因素的制约——来自于客户和市场的经济、技术、时间、美学等。因此,设计实施中通常需要一些妥协。这也意味着设计师需要就具体问题,使用特定材料而开展工作。通常情况下,工作并不是创造新东西,而是重新设计老产品。或许设计师的独特能力就是综合。正是在这一前提下,想象力、灵感、发明和直觉开始运作。

强调人的社会属性,也暗含着一种危机,因为这会让人认为“社会”有一种束缚之感。当然,制约也意味着机会:正是共享的社会语言,让人们可以互相交流,写下诗篇。但是,社会中的人具有个体差异,他们持不同政见,具有创造力,因此目前无论是将设计人员视为完全自由的工作者,或是完全由外界力量所左右的机器人的看法,都是错误的。历史学家要分析在不同时间、不同项目中,设计师所享有的自由程度。

52

关于“社会”,最后一个要说明的是,由于它包含了所有的人类行为,因此它必然同时包括优良行为与不良行为,即我们称为“反社会”的行为。尽管所有的设计都产生于社会,但我们必须区分有益的设计和 不良设计(由此产生了“反社会设计”或“反人类设计”),然而人们很难

在何为有益、何为有害的看法上达成共识。“社会”这个词在设计和设计史中，往往都与有益设计相关。1976年4月在英国皇家学院举行的、由国际工业设计协会联合会主办的研讨会上，发生了一场关于设计的社会性质和设计师的社会责任的争论。整个过程结集出版为《为需求的设计：设计的社会贡献》(*Design for Need: the Social Contribution of Design*)(1977)。在人类需求方面存在着一定的问题：人们是否能分辨真正的需求和虚假的需求？是否能区分真实的需求和现代营销广告的忽悠？该书的一位撰稿人彼得·劳埃德·琼斯(Peter Lloyd Jones)提出，许多设计师都否认——设计应该“是响应政府和行业组织的一种次要活动，在很大程度上，政府和行业组织才是主导设计创意的负责人”。他们认为许多人类需求，乃至最重要的需求，都被工业界和政府忽略了。他们要解决的真正问题根本不会出现在政府的情况介绍中。这些将自己看作是社会问题解决者的设计师们，觉得设计师自己必须通过设计活动，直接反映自己对人类需求的看法⁶。另一位撰稿人迈克·库利(Mike Cooley)从对英国卢卡斯航空公司的分析中，得出生产具有社会功用的新产品的想法。这家公司的工人曾因经济结构的原因面临失业。库利写道：“我们看到，当社会不需要你的产品时，员工士气就会很快下降。因此，我们提出生产民用产品的想法，或是生产对社会有价值的产品的想法。”⁷这是一个从基层去满足生产者和使用者的案例。

· 营销设计师

尽管面临着无休止的批判，“伟大设计师”的概念仍坚强地存在于设计话语中，其中的一个原因是，设计师和消费者认为，个人主义思想以及人们对艺术家的浪漫主义的认识，对商业和大众媒体仍然有影响力。因此设计师被提升为领袖人物，成为产品销售的一种手段。成批的产品被贴上标注设计者名字的标签(类似艺术家在油画上的签名)。即便这个标签事实上只是一个标志，即便这些产品可能只是某个小组

或某时装商店或某公司的作品。

53

现代工业的大批量生产使得同一种消费品能够大规模普及。这就意味着许多人会开着同一款汽车,穿同一式样的衣服。对于个性主义者来说,问题由此产生了,因为他们认为同样的服装、生活方式是与反对个人自由主义的极权主义政治有关的。他们尊重使人们各具特性的物体,反对统一产品。他们希求的是一种与大生产消费截然不同的方式(当然,真正独特的物品都应该是唯一的、定制的、与所有现存风格和习惯所不同的)。制造商和设计师用各种方式来处理这个问题,其中一种就是生产设计师产品。

而在消费者方面,广告劝说消费者购买,承诺通过选择特定产品能够表达自我、展现自己个性化的品位,但其他数以万计的消费者也会进行同样“个性”的选择。这些矛盾的产生是因为我们的文化拒绝承认个人主义思想体系与大生产、与产品民主化之间存有矛盾。

· 作为专业群体的设计师

在某种意义上,目前对以设计师为中心的研究进行批判是有一定道理的,因为在某种程度上,所有人都参与了设计,但只有少数人成为职业设计师。当然,设计师作为特定职业群体,是几个世纪劳动力分工、职业专门化、人类知识增长、工业发展以及社会更加复杂化的结果。在设计师身上,所有人都拥有的规划和构思能力表现得更为突出。可以说,设计师几乎垄断了这项能力,并通过设计产品、服务和环境,削弱了大多数人的这种能力。相关专业人士试图克服这种异化现象——通过公众参与、公共建筑等手段——但这难以奏效。

54

虽然社会学对艺术家和艺术学生进行了研究,但据我所知,对设计师的比较研究(作为一种特定的社会群体)还尚未开展⁸。不过还是有一类设计师,已经吸引了设计史学家的兴趣,他们就是顾问设计师。如,惠特尼斯·F·梅塞(Witness F. Mercer)1947年出版的《工业设计顾问》

(*The Industrial Design Consultant*)和P. 斯帕克 1983 年出版的《设计顾问:工业设计师的历史与实践》(*Consultant Design: the History and Practice of the Designer in Industry*)。这些文本关注的不是个别设计师,而是他们在工业中的特殊社会角色和特殊作用。

· 设计团队的历史

在 20 世纪,设计往往是一个团队努力的结果,而不是个人的成就。年轻的设计师和建筑师小组不断联手,建立代理机构、合作关系,共同进行实践设计。如此一来,他们可以向客户提供更多的技能和专业知识服务,他们还可以分享办公室和广告费用,可以处理更为大量的工作。多篇文本都曾列举英国一个著名设计小组为例——由 5 位设计师创立于 1972 年的五角星设计事务所(Pentagram):西奥·克罗斯比(Theo Crosby)、科林·福布斯(Colin Forbes)、阿兰·弗莱彻(Alan Fletcher)、默文·库兰斯基(Mervyn Kurlansky)和肯尼思·格兰奇(Kenneth Grange)⁹。

迈克尔·米德尔顿(Michael Middleton)的著作《设计的小组实践》(*Group Practice in Design*)(1967)是专门论述团体实践活动的一本专著。在对合作的优势与问题进行了一般性的讨论之后,作者进行了专案分析。米德尔顿认为,除非拥有“共同的表象语言”(一种美学程序?),不然,设计师无法以小组方式开展工作并获得成功。同时,他还指出,不同领域的设计小组,如建筑小组与工程小组,可以合作同一项目。

通过开展大型项目,小的建筑设计活动可以发展得很大。以理查德·罗杰斯建筑事务所(Richard Rogers Associates)为例,在设计伦敦的劳埃德大厦时,他们就雇用了 30—40 位建筑师和工程师。团队设计的结构,当然不能归功于某位具有创造力的个人设计师——罗杰斯——尽管他起着主导作用。人们认为首席设计师的作用是提出总体

55

概念,之后在设计活动中进行综合协调。

一些大的工业企业拥有自己的设计团队,尤其是汽车公司。例如,美国通用汽车公司曾拥有5个设计工作室(服务于公司的各部门)。如斯蒂芬·贝利在《哈利·厄尔与美国梦想机器》(*Harley Earl and the American Dream Machine*)(1984)中所记录的,厄尔管理着50人的部门,当时他是艺术与色彩部主任,当他在1959年退休时,该部门人数上升为400人。

所有强调团体中个人贡献的设计史学家,都需要准确界定这些设计师的工作。从本质上说,这种为对象做具体归属的工作,其实是艺术鉴赏与艺术史的工作。

· 企业与公司的历史

56

对赞助人的研究,是艺术史中很重要的组成部分。这挑战了艺术家是完全独立的观点,因为赞助人往往在艺术创作中发挥着决策作用。赞助人或是富有的个人,或是社会群体(组织与机构)。工艺、建筑和设计虽然拥有一定的个人客户,但大部分的订单都来自于商业公司和公共机构。有时候,后者的领导者还是一位开明热情的设计支持者。弗兰克·皮克(Frank Pick,1878—1941)就是著名的一位。他是伦敦旅客运输局的经理,在20世纪30年代大大提高了城市地铁系统的设计,有关内容可见C.巴曼(C. Barman)的《构建伦敦交通的人》(*The Man Who Built London Transport*)(1979)。在设计史中,这些聘请设计师的企业家和公司的历史,应该得到如艺术史对待赞助人那样的研究。

书写公司史,是从以个人设计师为中心,转向更强调集体设计过程的一种途径。大公司可能“内部”雇用设计师团队和/或者一些自由设计顾问,最终产生的设计形象和企业形象,皆不属于个人,而是集体的成就,并随着时间的推移而发生变化。这些案例还包括:阿尔弗雷德·斯隆(Alfred Sloan)所著的《我在通用汽车的岁月》(*My Years with*

General Motors)(1965),L. 怀特(L. Whiter)所著的《斯波德:一个家庭工厂及其产品的历史》(*Spode: a History of the Family Factory and Wares*)(1970),G. 里斯(G. Rees)所著的《圣迈克尔:玛莎百货公司的历史》(*St Michael: a History of Marks & Spencer*)(1969),B. 菲利普斯(B. Phillips)所著的《爱必居的故事》(*The Habitat Story*)(1984),盛田昭夫(Akio Morita)等所著的《日本制造》(*Made in Japan*)(1986,索尼公司),P. 克莱曼(P. Kleinman)的《沙奇的故事》(*The Saatchi Story*)(1987)。

此类著作,一般都综合了社会史、经济史,以及贸易、商业、管理、营销、发明和产品创新的历史。通过仔细研究公司的历史,设计史学家可以了解必要的背景资料,但他们必须接受两种限制:首先,文本缺乏批判性和客观性(某些记述只不过是记录了公司成功的公共关系运作,避而不谈公司的失败以及公司进行的不良或腐败的活动,执笔者往往受到公司委托,或就是管理者自己;有时这些文本甚至由有问题的公司出版);二是缺乏有关设计在公司成功或失败的过程中,所起作用的信息(当然,除非这家公司就是由设计师创立的:特伦斯·康兰的“爱必居”连锁店就是一个很好的例子)。

也许有必要将公司的产品设计及企业形象设计进行区分,例如,生产的产品与公司的标志、信签标题、货车装饰等之间的差异。当然,两者通常是相关联的,公司的形象标志往往会印于所有产品之上。企业形象的设计本身就是一个重要议题,如F. 亨里恩(F. Henrion)与A. 帕金(A. Parkin)所著的《设计协调及企业形象》(*Design Co-ordination and Corporate Image*)(1967),以及W. 奥林斯(W. Olins)和M. 沃利(M. Wally)所著的《企业性格》(*The Corporate Personality*)(1978)。

受委托撰写的公司历史,几乎不可避免地会采用公司所有者或管理者的视角。如果愿意下到车间,听取员工的经历,很可能就会产生不同的观点。仅举一例:1978年,社会主义历史学家的杂志《历史车间》(*History Workshop*)发表了阿瑟·埃克塞尔(Arthur Exell)在20世纪

30年代的回忆录,他是在牛津的莫里斯汽车厂工作了48年的汽车工人。在此类文本中,可能很少有内容与设计直接相关,但是历史学家可以洞悉他们的工厂布局、装配方法和管理或劳动关系的许多细节。

对特定行业的研究也会涉及众多公司及其员工的历史。最近一个突出的案例是1987年在伦敦杰夫里博物馆(Geffrye Museum)举办的“家具的世界:东伦敦家具贸易1830—1980”(Furnishing the World: the East London Furniture Trade 1830 - 1980)的展览[帕特·柯克汉姆(Pat Kirkham)曾出版与此展览相应的著作]。这次展览具有特殊的价值,因为其中包括了记述有关东区许多小生产作坊的生产条件与雇员情况的文件,包括制作廉价家具的几种手工艺,廉价劳动力的多种类型——熟练的与不熟练的——这是行业的根基。这类行业存在于手工艺与工业生产之间,在特定的地点、经济、技术条件下,存在于有限的时期内。在这种情形中,设计师并不会被正式聘用。设计以过去的案例为基础,进行再加工,或是按照图片、其他公司的商品目录、西区商店的商品,进行复制。

58

虽然构建设计的背景环境是很有必要的,但在研究商贸史中,这种做法暗存着一个危险,就是在更多关注经济、社会、劳工和市场问题的同时,会缩小留给设计、风格问题本身的讨论空间。

· 作为研究对象的设计产品

很明显,第一眼看到新出品的雪铁龙时,感觉它就像上天的赐予,太漂亮了。我们要时刻牢记,物品是传递人工世界信息的最好的使者:人们可以很容易就从中看到创造力是完美还是缺乏,是封闭还是辉煌——生活趋向物质化……¹⁰

罗兰·巴特在评价新车的影响力时,特别关注车展上、聚光灯下的汽车被赋予的光环。许多广告和设计书籍中的插图也传达出与车展同

样的信息。它们将工业产品当作珍贵的艺术品呈现：将之与大众及日常环境相分离，并被一个明亮的光环所包围，使设计产品变成了人们崇拜的对象。在设计史中有太多被盲目崇拜的产品，如《一百件伟大的产品设计》(One Hundred Great Product Designs)(1970)、《崇拜之物》(Cult Objects)(1985)对此都有所表现。对设计史学家来说，商品、产品和各种家电，无疑都具有重大意义。设计史学家对洗衣机、汽车、鞋类、椅子、电话等的兴趣，是很容易理解的：因为这些产品是独立的、有形的实体，这使得研究资料的收集非常方便。与设计师的思想、消费者的品位或设计机构的影响不同，它们是具象有形的、可以触碰的、可以拍摄的。

不过，可能有人会误将设计物品等同于设计史研究的对象，这是错误的。因为，首先，为了了解产品，设计史学家的研究要远远超出物体本身，如产品生成的过程。第二，设计史学家对风格等现象很感兴趣，当风格被视为产品特性时，他们就忽视了产品各自的独立性。此外，在建筑和环境设计中，往往历史学家研究的不是单一的建筑，而常常是扩展至住宅、购物商场以及整个城市，这些对象都是由不同设计部分组成的。在这种情况下，历史学家认为设计存在于整个系统中，而不是存在于单个制品中。第三，设计史学家研究的更多的是依据风格、系列、产品之间的关系、物品的制造者、使用者、销售者进行分类的物品组，而不是单个的产品。第四，由于设计史学家是历史学家，他们所感兴趣的是设计产品的历史，也就是说，在特定时期和社会背景中，物品随着时间的推移而发生变化。

我详细阐述一下第四点：描述和阐释设计变化的工作是相当复杂的，即便我们分析的是一个单一类型的产品案例，也能感受到它的复杂性。物品的类型，可以随着时间在几个方面，包括质和量上发生变化：

- (1) 产品一类型可以被开发，也可以被中止。
- (2) 可以增加产量，然后保持在一个稳定状态，或是减少。物品的“总量”可以有上下的浮动，相对增长或减少。

(3) 产品可以存在于某一个地区,或是遍布全世界。

(4) 产品类型的改变,可以通过逐步地增加、变化和改善进行,或是通过更激烈的定期调整的方式来取得。这些调整可能会使类型——跨越门槛,成为一个新的类别。通过不断变化产品的外形,可以使产品变得更加复杂,同时它们也可以更为简化。它们可以在复杂和简单两极之间摇摆。

(5) 产品可与其他产品相组合,成为一个更大的组合元素。

60

考古学家和人类学家在研究时间推移中的人工制品数量变化时,曾试图找出一些模式或规律,例如变化的周期性或增长率,并试图对其进行解释。有时,在这个过程中,人们还会使用各种图表来再现数据,以测定结果。由于大多数设计史学家接受的都是人文科学而非社会科学的教育,所以社会学家需要经常使用他们并不擅长的数据运用技术。

由上可见,设计物品是整个关系网的核心,而这个关系网就是设计史学家要探讨的对象。设计物品是研究的起点或研究的重点,但不是终点。让·鲍德里亚(Jean Baudrillard)也认同这种观点,他写道:

实证“对象”,以不经意的形式、色彩、材料、功能和话语呈现……它是一个神话……对象是虚无。它只不过是相互联系、相互矛盾的不同类型的关系和意义,并围绕着隐藏的逻辑运转——隐藏的逻辑不仅组织了各方面的关系,也组织了外部涵盖它的话语。¹¹

我们无意在这里否认设计产品的物质性,但我认为,设计物品与一般物质相比更具思想性:它们都是思想现象。这表现在两方面:(1) 由物质材料构成的设计产品,以特定方式被组织,以满足人们的特定需要。它的组织或构成或设计,与自然物质的产生不是一回事(还值得一提的是,如果人们需要的物质材料在自然中没法找到现成的,那么还需要进行创造)。(2) 只要购买和使用产品,产品便具有了象征或表达维

度,开始传播意义和价值。例如,拥有世界上最昂贵汽车的人,通过汽车,不仅向全世界展示了他们的交通工具,也彰显了他们高贵的社会地位和/或财富。对标准产品作出改变,如进行额外的装饰,则进一步传达了所有者的个人品位。为了捕捉艺术作品的双面性,(前)苏联文学理论家 P. 梅德韦杰夫(P. Medvedev)、M. 巴赫金(M. Bakhtin)创造了“物品-符号”(object-sign)这个词汇¹²。巧的是,单词“design”(设计)就恰好包含了“sign”(符号)这个词汇。

依靠经济体制的性质,设计产品进一步获得了非物质性。例如,在资本主义经济体制中,大多数的商品进入市场后,不仅可以获得其物理特性所带来的使用价值,还可以获得交换价值。换句话说,它们成为了商品。乍一看,经济似乎与消费品的设计无关,但是,生产者对市场销售的思考必然会影响到如何进行设计。

在《广告解码》(1987)中,苏特·贾里指出,当商品出现在市场上时,一般都不会明示它们是如何被设计和制造出来的,产品的社会关系被隐藏(巴特也提出了同样的看法)。如果我们从其他地方获知,这些产品是通过剥削第三世界童工生产出来的,或它们使用了稀缺的不可再生的资源,如此等等,就会改变我们对这些产品的看法及行为。设计史学家可以发挥的一项宝贵作用,就是要揭示这种隐藏的关系。贾里接着说,生产信息的缺失所造成的空缺被广告填满,因此事实为想象所覆盖。

当我们对现代工业社会生产的所有产品进行思考时,就会很明显地发现,设计史学家在分析某些类型的设计产品时会比分析其他类型感到更顺手。他们偏好研究耐用消费品。这些产品使用期限往往有好几年,所以我们可以理解为什么学者倾向于它们,而不是其他同样也生产于现代消费社会的各种非耐用消费品。而对后者的忽视,导致在设计研究中出现了一面倒的现象。如现代零食这样的对象,具有与耐用产品同样的研究意义,也应该得到历史学家的垂青。

对物品的盲目崇拜,也很不必要地限制了学科的潜在研究议题。除了现实存在的物品,那些被称为“非物质体”(mentefacts)的对象,即概念体系和结构(逻辑系统、计算机程序、教育课程、机场上空飞机的堆积结构等)也与设计有关。但这些非物质体常常被设计史学家所忽视,因为它们缺乏像打字机和椅子这样的有形形态。

以物品为中心的历史或文本现象的出现,与两种社会发展有关。第一,设计博物馆和展览的增多,它们发现收集、展示物品很方便。策展人希望尽可能多的文章记录他们的展品,所以要求研究都围绕这些物品开展。第二,市场上二手设计产品的增加,尤其是那些著名设计师的作品。这种变化复制了艺术史的鉴赏传统,为私人收藏的古董贸易服务。收藏/鉴赏的方法,关注美学、属性、货币价值以及收藏和拥有的乐趣。它可以产生很多有用的信息,但基于这种方法,是不能获得完善的设计史的。

· 准则

许多历史书籍都或多或少地对同一些“伟大的”或“先锋的”设计师以及他们“经典的”或“令人膜拜的”设计作品进行赞美。公正地说,重要设计师及其作品,可与文学、音乐和视觉艺术中的伟大艺术家和大师相媲美。人们对此类历史进行批判,并不是否认设计师之间以及产品之间存在的质的区别,而是认为研究不能管中窥豹(我们当然有必要分析失败和平庸的案例,将它们与最优秀的设计相比较,揭示出它们之间的本质区别)。此外,人们对这些伟大设计在历史中的出现提出质疑:出现与否是历史学家所构建的,并非是一个自然选择的现象,比如,我们可以想想为什么在这些伟大的设计师行列中很少出现女性的身影。

对以伟大设计师为中心研究的批判,也是对该研究方式中隐含的一个简化概念,即“接力赛”概念提出质疑:天才的或前卫的创新接力棒从一个伟大的设计师手中传递到下一位伟大设计师之手,从而构成了无尽的成就链。

少数几位设计史学家对伟大设计师及其作品属性进行分析,研究了参与其中的重要因素,其中一位是胡安·邦塔(Juan Bonta)。他在《建筑和解释》(*Architecture and interpretation*)(1979)中,通过对密斯·凡·德罗(Mies van der Rohe)1929年西班牙巴塞罗那博览会德国馆在数十年间的发展进行的个案研究,分析其被推上神坛的过程。他对这个案例是这样总结的:第一阶段,是其成为经典之前的时期:作品不断得到关注和褒奖,在专业性的报道文章中被预测将成为伟大作品。当一个积极正面的阐释/评估在学术界成型时,这件作品就登上了伟大作品的神坛。邦塔认为,第一阶段人们对它的阐释是富有创造性的。一旦作品被放置在神坛上之后,对其的见解往往会迷失或模糊,因为这时的评论者们都站在一定距离之外,就着以前的评论炒冷饭。未能达到伟大高度的作品都被淘汰、遗忘、倏忽不见。伟大化之后,紧随而来的是传播阶段,专家学者们的权威评论通过普及文本与书籍,将作品推广。这将产生三种可能性:作品可能成为一个超越批评范围的文化坐标;或是蒙受声誉的下跌直至被遗忘;也可能会得到年轻一代的批评家从新的角度进行审视,进行重新解释、重新评价。

· 作为研究对象的设计过程

我们可以举出一个可靠的案例来说明,设计史家的研究焦点应该是设计过程,因为设计活动是设计师工作的核心。当然,任何对过程的研究都会比研究成品更艰难。过程耗费时间——在大型建筑项目中可能要历经数年——而且在某种意义上,它们还是无形的:史学家并不容易捕捉到设计师的思想和潜意识灵感。此外,在一些敏感产品

方面——如军事武器——官方的保密行为可能会妨碍我们获得必要的信息和人员资料。不过,工业设计流程的状况也可以通过客户要求、产品规划会议记录、素描施工图、模型、采访设计师等方式得以构建。

在某些情况下,某些特定产品的设计过程从开始到结束都记录在案。例如,1983年伦敦锅炉房项目所举办的一个展览,回顾了福特塞拉汽车(Sierra)从概念形成到完成的演变过程:“汽车规划进度表:52个月的工作,他们是如何设计福特塞拉的”(The Car Programme: 52 months to job one or how they designed the Ford Sierra)。与此类似,格雷厄姆·罗伯逊(Graham Robson)的《地铁:车之书》(*Metro: the Book of the Car*) (1982)讲述了英国利兰公司花费27亿英镑的项目,在1980年10月地铁开通时,该项目达到了高潮(顺便说一句,罗伯逊并不是史学家,而是一个汽车记者和汽车运动爱好者)。而1982年布赖恩·阿普尔亚德(Bryan Appleyard)有关英国建筑师理查德·罗杰斯的传记,用大量的细节描述和分析了一些重大的工程项目,如巴黎蓬皮杜艺术中心、伦敦劳埃德大厦的相关设计制作过程。

比展览和书籍更好地记录过程,当然是电影、录像这些影像媒体。因而电影和电视节目对设计研究而言,具有很高的价值。

与史学家对设计过程的兴趣相关,越来越多的文本开始阐述所谓的“设计方法”。这些文本,反映了实践者与理论家对设计活动的思考。它们的目标是要使设计运用的方法更明晰,并讨论它们各自的优点和缺点,当然,这样做的目的也是使设计更有效和更具科学性。

机构是旨在推行特定目的的组织。它们的组成形式,既可以是拥有长期稳定工作人员的组织,也可以是一些志同道合的人组成的非正式结构。在设计领域内,好几种机构类型都同时存在,有少部分文章对

它们进行了专门分析。在这里提及这类文章,是因为它们的研究对象超越了设计师、设计产品和工艺的范畴。

此外,还有设计博物馆的历史,如维多利亚与阿尔伯特博物馆和纽约现代艺术博物馆的历史,设计学校的历史(通常意义上的),某个教育机构的历史如包豪斯、乌尔姆学院和伦敦皇家艺术学院,以及致力于促进设计的组织的历史,如英国设计委员会和德国制造联盟。另外,还有涉及范畴更广泛的历史研究,如理查德·斯图尔特(Richard Stewart)的《设计与英国工业》(*Design and British Industry*)(1987)。该书集中分析了各种机构为提高英国产品的设计质量而作出的努力,其中包括皇家艺术学会、设计和产业协会、英国工业艺术研究所、艺术与产业委员会以及设计委员会。他将设计教育和展览对设计的作用作为一个次重点加以讨论。

机构的历史存在三方面的危险:(1)乏味的叙述,对官僚和官员活动的陈述是非常枯燥的;(2)对机构政策的审视不具备批判性;(3)没有将机构放置在社会和经济变革的大背景下加以分析。

对研究机构的研究,重点必然从产品和设计师个人身上转移开来,但这并没有否定某些伟大的设计师对机构的工作方向或政策具有重要影响力。机构是依靠团体同心协力以及/或是充满争议地开展运作的。通常它们与国家组织之间存在着权力关系。一些机构执行政府政策,而另一些则有不同的理想追求。如,在20世纪30年代,包豪斯和纳粹政权之间发生的冲突,导致学校不得不关闭。

机构——尤其是公共机构——必须确定和公布它们的目标和政策。因此,它们往往有许多相关文件。这些记录可以为史学家提供有关设计观点变化的宝贵的信息来源。例如,汉斯·温格勒(Hans Wingler)1961年建立了包豪斯档案,现在它们被放置在西柏林沃尔特·格罗皮乌斯设计的博物馆中。

在衡量机构成败方面,还存有一定的问题:设计委员会及其在伦敦的展览中心,真的是在设法提高英国设计标准和公共品位?在没有一

个参照标准的情况下,对此该如何判别?而包豪斯的例子就很明确。没有设计史学家会否定它在20世纪艺术教育、建筑、设计方面所具有的巨大影响力。在设计学校可以很容易找到大量这方面的书籍、文章和回忆录。

除了官方机构,非正式的临时团体也会对设计作出巨大贡献,如所谓的“独立小组”(Independent Group,简称IG)——一群英国艺术家与知识分子——20世纪50年代初他们相逢于伦敦的当代艺术中心。他们小规模的小组讨论会及随后发表的对设计和大众媒体的评论,对英国视觉文化的发展造成了巨大的冲击[雷纳·班纳姆与波普艺术家理查德·汉密尔顿(Richard Hamilton)都是独立小组的成员。汉密尔顿发表的一系列关于设计和大众媒体方面的文章,其智慧和洞察力不输于任何专业的设计评论家]¹³。而最终独立小组也成为某些学者若干年内的重点研究对象¹⁴。

67

由上可见,对设计机构的巨大兴趣,是因为机构是一个思想体系的战场,是各种不同思想明晰化以及相互抗辩的战场。机构研究将很受欢迎,因为它们使研究对象获得了另一层的意义,但这也只是迈向正确研究方向的一步而已。要实现全面的设计图景,就必须将设计师、产品、机构的研究放置于一个广阔的、能够系统展示各种元素关系的研究环境中,而这正是我们要前进的目标。

注释与参考文献

1. N. 哈齐尼科劳,《艺术史与阶级斗争》(*Art History and Class Struggle*)(伦敦:冥王星出版社,1978),35—43页。
2. G. 库布勒,《时间的形态:关于物品史的评论》(*The Shape of Time: Remarks on the History of Things*)(纽黑文:耶鲁大学出版社,1962),6页。
3. R. 戴尔(R. Dyer),《星》(*Stars*)(伦敦:BFI出版公司,1979),172—181页。
4. M. 福柯(M. Foucault),“谁是创作者”(What is an author?),《银幕》(*Screen*)20(1)1979年春,13—33页。

5. K. 马克思(K. Marx),《政治经济学批判导言》(*Introduction to the Critique of Political Economy*)(1857—1859)。也见于雅内·沃尔夫(Janet Wolff),《艺术的社会生产》(*The Social Production of Art*)(伦敦:麦克米兰出版公司,1981)。
6. P. L. 琼斯,在 J. 比克内尔与 L. 麦奎斯顿主编,《为了需要的设计》(*Design for Need*)(牛津:珀格蒙出版社,1977),91 页。
7. M. 库利,在《为了需要的设计》,96 页。
8. 尽管彼得·约克幽默地叙述平面设计师或“gridniks”：“时髦的平面设计”(Chic graphique),《摩登时代》(*Modern Times*)(伦敦:海尼曼出版社,1984),26—37 页。也见于安德鲁·圣特(Andrew Saint),《建筑师的形象》(*The Image of the Architect*)(纽黑文:耶鲁大学出版社,1983)。
9. 见《五角星:五位设计师的作品》(*Pentagram: the Work of Five Designers*)(伦敦:伦德·汉弗里斯出版社,1972)与 P. 戈伯(P. Gorb)编,《设计为生:五角星》(*Living by Design: Pentagram*)(伦敦:伦德·汉弗里斯出版社,1978)。
10. R. 巴特(R. Barthe),《神话学》(*Mythologies*)(伦敦:凯普出版社,1972),88 页。
11. 让·鲍德里亚,《符号的政治经济学批判》(*For a Critique of the Political Economy of the Sign*)(圣路易斯:托洛斯出版社,1981),63 页。
12. P. 梅德韦杰夫与 M. 巴赫金,《文学理论中的形式方法》(*The Formal Method in Literary Scholarship*)(巴尔的摩:约翰·霍普金斯大学出版社,1978)。
13. 见 R. 汉米尔顿,《语录》(*Collected Words*)(伦敦:泰晤士与哈德逊出版公司,1982)。
14. 见 A. 马塞(A. Massey)、P. 斯帕克(P. Sparke),“独立小组的神话”(The Myth of the Independent Group),《街区》(10)1985, 48—56 页;与 A. 马塞(A. Massey),“独立小组”(The Independent Group),《布灵顿杂志》(*Burlington Magazine*)(1009)1987 年 4 月,232—242 页。

生产—消费模式

从某种意义上说,许多设计著作都只是“局部”研究,分析的是设计师、风格、设计教育等内容,缺乏对所有这些部分是如何相互关联共同构成整体进行综合分析。我们可以勾勒出一个包括生产、分配和消费的整体设计模型。通过这种系统展现,可以明确各元素之间的逻辑关系与联系。这种模型的一个优势在于,它能使我们一眼就看出某项研究的归属,并从中分辨出那些目前得到重视的主题。

通常来说,模型一定是高度抽象的。但毫无疑问,在将其应用于各个特定国家时,还需要进行调整。模型并不完全是“历史的”(a-historical):它是根据现代西方社会(1700—1980)的资本主义生产模式所设计的,因此在将其应用于一个部落社会或封建社会时,就需要大幅度调整(对后者的适用程度是假定的,因为对人类生活来说,生产和消费都是相当重要的)。在非资本主义社会,如古巴、中国和(前)苏联有多适用,也还有待商榷。

在图2中,设计、生产和消费的流程被视为一个相当独立的体系,尽管显然这些过程是发生在一个更广泛的社会环境中的(所以我们谈论的应该是社会中的设计,而不是设计和社会)。

在具体应用模型时,不仅需要考虑到保证相对独立性的设计界定,也需要思考微观系统与宏观系统之间的相互作用。大经济环境的衰退或繁荣会影响设计;一些较小的社会变动也会对设计产生影响,如有关安全标准的法律的修订。

资本主义存在多种生产方式,其中某些与主导方式是大相径庭的。例如,封建社会的典型模式——手工业,在大规模工业生产的时代,也在一定程度上依然存在,即使它在主导模式面前显得有些不合时宜和边缘化。设计针对的是工业而非手工业的制造体系,这是图表要表现

的主题。

传统的马克思主义运用经济基础/上层建筑的模式,来形容物质基础在社会结构中如何支撑着上层思想建筑:

上层建筑	}	思想	文化
基础		经济	技术

马克思主义者最终认定,经济基础决定上层建筑。而设计跨越了这两个领域的界限,因为它显然既是经济、工业生产和技术的一部分;同时很明显,设计也属于思想现象,与思想、情感、创意、品位、风格等因素有关。

在图2中,为了让阐述更清晰,生产和消费两个过程被分别以线性顺序排列,但必须承认,在实践中这两个过程是相互依存的。正如马克思在《政治经济学批判大纲》(*Grundrisse*)中所言,生产、消费、分配和交换,只是整个循环系统中的几个要素。马克思是这样描述它们之间的相互性的:

没有生产,就没有消费,同时没有消费,也就没有生产,因为这样的生产是无目的的……生产协调消费,它创造了后者的物质,没有它,消费也就缺乏对象。但是消费也调节生产,因为它是生产的服务对象。产品只有在消费中,才能“最终完成”……因为一个产品要成为一个真正的产品只有通过被消费才能实现。¹

此外,每个过程都包含了它的对立过程:即在生产过程中,劳动力、工具和原材料被消耗、被“消费”(马克思把这个过程称为“生产性消费”)。而在消费过程中(如食品),人类则在“生产”自己(因此术语为“消费性生产”)。

一个生产过程所生产的物品,常常又成为第二个生产过程的原材料而被消耗。因此,这个过程是生产还是消费,取决于观看的角度:一台电脑,从设计师的角度来看,是一个设计工具,是生产的辅助;但是从计算机制造商的角度来看,电脑是设计师的消费品。尽管这两个过程

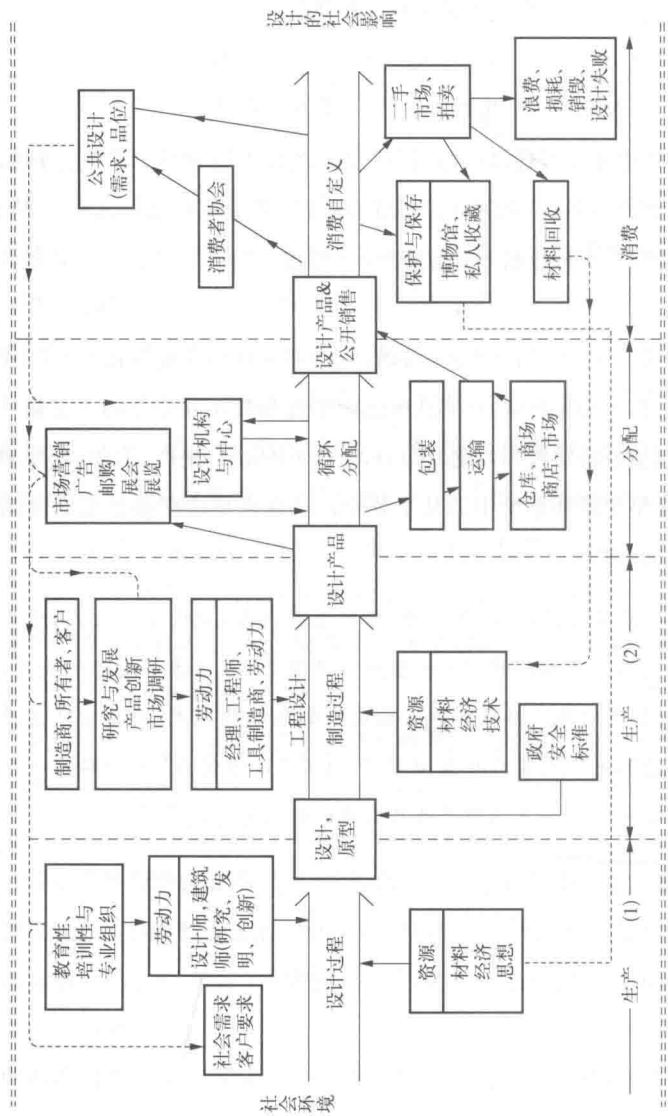


图2 设计史的研究领域：生产—消费模式

具有双重性,但马克思倾向于生产性,这在一定程度上是因为生产“不仅生产物品,也生产消费方式”。这句话在今天是否适用,正饱受争议,因为人们认为近期的设计和生产往往都是“消费主导”的。

注 释

1. K. 马克思,《政治经济学批判大纲》(*Grundrisse: Foundations of the Critique of Political Economy*) (哈蒙兹沃思:企鹅出版社,1973),90—94页。

71

图表注释

1. 图2中,竖轴划分为四段,代表不同的阶段:产品的设计制作、生产、流通、消费。横轴代表时间流程。每个阶段都需要时间,事件都具有逻辑顺序。图表表现了一个活动周期。当然,实际上循环周期的长短取决于制造产品的类型。
2. 虚线表示设计领域的相对独立性。这表明宏观和微观系统之间的边界是可渗透的。
3. 生产和消费之间的相互性是由各种反馈线路来表示的,它揭示出两者的相互作用,如消费者品位反过来对设计过程的影响。
4. 图2首先假定社会有设计的需求,否则图表展现的一切过程都将不存在。这种需求可能来自制造商、公共事业单位或政府部门,也可能是私人订单,设计师为满足这些需求开展设计或进行创新。
5. 在生产过程中有两次劳动过程。第一次的结果产生设计,第二次的劳动成果是设计产品。两个过程都动用了各种力量和资源。
6. 特殊劳动力——设计师——是劳动力分工,以及知识专业化教育的结果,艺术与设计学院、建筑学院等也在这一过程中形成参与进来。建筑师和设计师还组织参加各种专业和贸易组织,以促进和规范他们的活动。
7. 资源可分为三类:
 - (1) 材料(厂房、车间、机器、工具、原材料);
 - (2) 经济(费用、资金、贷款、收入);
 - (3) 审美—意识形态(技能、技术、图像库、传统图案、风格、早期设计,以及诸如功能主义和现代主义的理论)。
8. 在图2中,设计过程是与制造过程相分离的。它代表了公司委托一名自由设计

师或设计小组负责特定的设计任务。然而,在大公司如汽车公司中,设计可能是“内部”进行的,但即便如此,这些公司通常也是设立几个独立的设计部门。在汽车制造中,需要设计的不仅仅是车辆,机器、工具和工厂这些生产汽车的物体也需要设计——所以公司或子公司也聘用工程师参与设计。

9. 尽管在分配阶段没有提及设计,但显然在这一阶段中,广告需要设计,运输车辆、运输系统、展览、商店、商场、超市和邮购目录都需要加以设计。这表明,公司之间、行业之间,都需要大量的设计,产品并不是直接面向公众的。
10. 消费或接收阶段。产品的消费者和用户并不是一个同质化的群体,他们在性别、年龄、种族、阶级、宗教、政治、国籍、地区、职业、语言、家庭状况、教育、财富、品位、兴趣等方面都具有差异性。制造商寻找潜在的“目标”消费者,它们的营销部门使用不同的分类系统寻找,例如,根据收入和社会地位,由高到低,初步将消费者分类为 AB、C1/2、DE。

在设计产品的消费和使用中,会对产品进行“阅读”、阐释和批判性评估(解析设计的意义、风格参照、内涵和实用性)。其中也包括人们的感性,审美和情感的反应。因此,在这一方面,运用美学、心理学和心理分析的理论将会卓有成效。

11. 最后,图表假定设计会对整个社会产生或好或坏的影响。设计对生活的总体影响虽然难以衡量,但在某些情况下,这种影响会很突出,尤其是在那些不良设计导致了某种灾难性后果时。
12. 由于图 2 表现的是一种“稳定状态”的、周期性的状态;它并没有对设计的创新和激变的产生作出解释。这类变化的起因,可能是外部环境变化——战争、革命或经济危机,或是商品生产内部——市场饱和、消费者厌倦,以及由于竞争对手所带来的销售失利。
13. 由于模型只涉及专业设计,因而除了消费阶段的订制活动,它在一定程度上忽略了人人都在进行的设计活动。

历史写作的一般问题

由于设计史是历史学科的分支,因此,设计史学家在实践中会遇到所有历史学家都会遇到的基本方法和理论问题。对这些问题的研究被称为“史学”(historiography)。历史学家们长期以来对自身学科的分析,已经获得了大量的文学理论和复杂的理论框架¹。这一切使得对这些基本问题进行总结成为可能。

· 历史与历史著述

为了明晰观点,我们要明确,“历史”这个词汇不幸拥有两层含义:一、是事件的实际情况;二、是对这些事件的书写。历史(第二个意义上)作为一门学科,其研究对象是各个时代的人类行为与人类社会。此外也必须将自然的力量与活动纳入思考的范畴,因为在一定程度上,自然因素也明确地塑造了人类的行为。

历史学家在书写自己记忆之外的事件时,必然需要依靠过去的资料、文件及其他的证据。凭借这些材料,历史学家尝试重现事件的发生以及发生的原因。这项活动被称为“倒推”(retrodiction)(“预测”的反义词)。由于学者和读者不可能直接了解重构中的历史事实的本真,因此判别历史书写是否正确和准确,是一个高难度的问题。即便两位历史学家在构建的事实方面达成共识,也可能无法在其具有的含义上取得一致。

虽然历史的重建依靠的是存世资料,但其目的当然还是为了描述已经不复存在的人、事以及社会形态。设计史学家的第一个职责就是,重构物品对制造者所具有的含义与意义。但他们的任务并不止于此,探询后续发展,探讨对今世的意义,也同样重要。

一个社会,只会有部分物品被保留下来,其中一些物品存世数量比

其他的物品要多很多——因为它们或是由稀有金属、更耐用的材料所制作,或是被埋藏于地下——从而使得在未来的某一天,成为人们了解原初文化的一个片断画面。但如果我们对古文献及其作者的权威性不加批判地运用,那么类似“失真”的情况就会发生。因为文件可能撒谎,甚至可能是后来伪造的。由于历史记录中无可避免地会出现漏洞和偏见,这削弱了历史学家对文物的依赖。只要有可能,引证资料都应该被反复核对。

· 史实与历史价值

有关研究主题的每条信息记录,即便琐碎,也都是来自过去的史实。尽管学者们拥有无数个这样的事实资料,但并不是都可以引用于历史著作中,哪怕是包罗万象的世界史。学者们要对它们进行遴选,必须根据不同的概念框架和目标,依靠它们在某方面的代表性及其各种意义来进行选择。史实自己不会开口说话,它们必须被放置在一定的语境中,被加以评判和解释。历史学家对过去的思考以及相关的理论,推动他们进一步挖掘信息,对观点进行证实或驳斥。新事实材料的发现会修改或是推翻现有理论。这是一个持续的、相互的过程。所有的结论在某种意义上都是临时的,因为新证据的出现,随时都可能会对结果作出修正。

76

新闻日报认为报道事件,必须要有足够的新闻价值。很显然,同一份报纸对不同事件的幅面空间的分配是不同的,不同报纸之间也是不同的,因为事件的新闻价值各不相同。历史写作也是类似的过程:不同学者对相同的史实或事件认定的价值也不同。尽管历史学家在写作时,能对历史价值进行安排,但这并不意味着任何构建都能令人信服。有些事件,因其具有的灾难性,使几乎所有人都认同它们的重要性,那么忽略它们的历史就一定是错误的。例如,一本省略了两次世界大战和俄国革命的 20 世纪史。

· 过去/现在的区别

大多数历史学家认为时间维度是单向的、不可逆转的,如箭飞行。他们还假定时间的推移可分为三个阶段:过去、现在和未来(当然,现在的概念,是相对于观察者而言:我们认为目前的阶段是现在,而意大利文艺复兴时期的人将其当时的阶段看作是现在)。在这里我们要思考一下过去/现在的区别。

这种区别常被用来区别评论家和历史学家的工作:现在是评论家关注的对象,过去是历史学家的领地。人们普遍认为历史学家们无法编写他们自己时代的历史,因为历史学家对现实的亲近和参与,使他们无法保持学术的客观性。这是历史学家面临的一个问题,但这也具有优势:容易获取信息;历史学家可以从第一手资料中,从人物与事件的客观经验中,获取事实论据。由于设计史是一个相对较新的学科,而且往往侧重于现代工业设计,因此设计史学家经常书写的是当代史以及近代史。

如果有人问:“什么时候是现在的开始——5分钟前、5年前、50年前?”很显然,人们对过去/现在的区分是很随意的。时间不断向前推移,今天成为昨天。将过去/现在进行区分的意识形态功能似乎就是,使历史学家位于一个所谓“现在”的非历史高度,去审视所谓的“过去”。

77

这种区分的价值在于,它标志着对一种差别的承认:人类不同时期的生活是不同的。对过去的了解,可以促进对现世的批判:促进现世减少僵化。这种区分的缺点在于:它可以欺骗历史学家,为自己立足于历史之外,而事实上,“现在”是一个持续的历史进程的一部分,“现在”是历史进程的一个点。因此,“现在”并不是一个可以保证自身绝对客观性的立足点。历史学家们对任何早于自己时间的书写,尽管远离那些时期,但由于过去的时代也参与塑造了历史学家所在的这个学科体系,要将过去与现在完全区分开来是不可能的。历史学家必须关注那些区分过去与现在的差异性,以及两者的连贯性。

历史学家在评论中的最大优势,被称为“事后优势”(the hindsight advantage)。比利时历史学家 M. J. 东特(M. J. Dhont)解释说:

历史学家从来不是用当时人的眼光来看待这些事实。他像一位完美的先知审视它们的发展:因为历史学家知道未来,所以他们能够准确地评论事实,这与那个时代的人的认识不同。这完全剥夺了用当时人的眼光来看待事实的可能性……因此,历史学家一直以书写历史来引导事件发展。这使得他将一些事件阐释成对发展结果非常重要的事件,而它们大多在当时的时代并没有多大影响。²

78

由此可见,事后分析看来是喜忧参半的。它很难使历史学家把自身置换为历史人物,来判断各种综合因素在当时的影响。

· 年表与叙事

最早的历史书写形式之一——纪事——是基于年表概念的:事实和事件按时间顺序排列。直到今天历史书往往还包含年表,表现为按照事件顺序排列的事件图表。这种“倒霉事一桩接一桩”的叙述方式的主要缺点是,忽略了所列事件的背景和关系。会给读者造成这样的印象,以为事件是随机的连续,之间不存在缘由、意义和相关性。

值得注意的是,“历史”(history)这个词包含“故事”(story)一词。叙事的观念旨在克服年表的限制性,它们通过将事实与事件编织成一条连贯的发展线,用大量的背景材料充实它们,以使事件发生的原因变得清晰。

海登·怀特在他的著作《元史学》(*Metahistory*) (1973)中,提出了“情节设置”(emplotment)过程。怀特认为,历史学家所做的,是“通过确定事件的不同功能,将其作为故事的元素;把年表中的事件按照重要性进行分级,用这种方式来揭示整个事件的连贯发生,这种方式有明确的起始、中间阶段和结尾”³。因此,某些事件会被确定为“起始主题”,一些

为“过渡事件”，一些是“终止事件”。如怀特所指出的：“同样的事件可以被当作不同历史故事中的不同元素，这取决于它在特定主题中的角色。”

由于历史书写、小说、电影故事之间所采用的技术和手段具有相似性，所以文学和电影理论界对叙事方式的批判视角，也被引用到历史写作中。

对此类叙事模式的批评，是因为它似乎依赖于一个万能的讲述者，从开始、中间到结尾，用一种单一的、线性的方式来讲述故事，它过于连贯和令人欣慰。故事具有明确的含义，不一致的因素得到了调和，这似乎蒙蔽了历史事实。因此，其他历史书写方式提出异议，例如，本雅明主张用不连续的方式使用碎片（fragments）（“碎片是通往整体的门户”）、拼贴（pastiche）、断想（aphorisms）、引录（quotations）和“星丛”（constellation）（即图像并立）。本雅明反对兰肯（Rankean）“讲述其本真的样子”的历史书写方式，他选择的方式是“抓住在关键时刻闪现的记忆”⁴。他还提出了一种半靠计划、半靠冒险的挖掘方式：“对于一个成功的发掘来说，计划是必要的。然而，同样必不可少的是冒险性，在黑暗空间谨慎探索……历史的发掘不会因为叙述得到增进，但……在新领域，以及对旧领域的更深层次的分析，却一定能积累历史知识。”⁵

迪克·赫布迪应用本雅明的概念，写下了关于1945年后英国文化和设计历史的《挖掘英国》（Digging for Britain）（1987）一文⁶。

· 共时性/历时性

历史学家们的一个特点是，关注时间推移中事件的发展。但是，所有历史学家都会不时停下来，审视一下与某些特定事件同时发生的其他事件。换句话说，历史学家往往在同时性叙述（时间，或按时间顺序—演化的）与同步性叙述（空间，或描述—系统的）之间游离。

语言学家费迪南·德·索绪尔（Ferdinand de Saussure）在他著名的《普通语言学教程》（*Course in General Linguistics*）（1916）中介绍了这

两种方式。索绪尔认为语言研究可以有两种方法：一是寻找时间中发生的变化；二是将语言作为一个逻辑系统。这两种分析模式是研究相同对象的不同方式。它们通常以双轴图表的方式呈现(见图3)。



图3 共时性与历时性

尽管索绪尔认为，这两个观点是完全不同的：“一个是同步元素之间的关系”(即同步)；“另一个是在时间上，一个元素事件代替另一个元素”(历时性)⁷。索绪尔认为，这两种方法能产生不同的原理，因此需要运用不同的原则；如果这两种方法被混为一谈或加以混淆，就失去了科学严谨性。

尽管他的著作中包含了历史语言学的内容，他认为共时性的角度更重要，为此他被指责为忽视历史。我们可以说这两种分析模式是相互依存的，也就是说，只有通过对比1900年和1950年英国社会的同步分析进行比较，才有可能了解在这两个时期发生了什么历时性的变化。

索绪尔对共时性分析模式的兴趣也出于一个原因，即如果要了解系统的运作，只需要分析在某一时间中部分与整体的关系。一个车库技工只需要向顾客解释现代汽车引擎的运作，而无须讲述汽车引擎的演变史。而历史学家不仅需要知道系统是如何运转的，同时还需要了解它们的发展史。

81

历时性分析的著作已经相当丰富了，而同步性分析较为少见。迈克尔·法尔(Michael Farr)的《英国工业中的设计》(*Design in British Industry*) (1955)也许是这方面的一个案例：它对特定的时期——20世纪中期，英国工业设计和设计机构的运作进行了系统分析。而直接受到索绪尔语言学的影响，在概念和方法上明确和自觉地运用同步分析

法的是巴特的《流行体系》(*The Fashion System*)(1985),他希望对一个特定的时尚状态进行分析,不必考虑随时间变化而出现的额外状态,所以巴特选择 1958 年 6 月至 1959 年 6 月的《她》(*Elle*)和《时装之苑》(*Le Jardin des Modes*)杂志进行研究。他这样解释自己的思考方法:“流行的同步性,是流行自身建立的:本年度的时尚。”(即,这条“线”每年设定一次。)

如果说历时代性关注变化、同步性关注结构和体系,那么历史学家的的问题就不是在两种模式中进行简单挑选的问题了,而是如何对待这种变化与结构之间关系的问题。如彼得·伯克(Peter Burke)所言:“变化是结构的,结构是变化的。”⁸

· 布拉格棱镜

游客参观历史悠久的欧洲城市会发现,尽管这些建筑都存在于现在,但它们的年代、风格各不相同。古代哥特式建筑矗立在超现代的办公大厦旁边。这种城市成为了一个展示建筑历史的空间。

为了再现物质以并存的方式展现从过去到现在的传承,J. 穆卡罗夫斯基(J. Mukarovsky)(来自布拉格结构主义学派)设计了一个被称为“布拉格棱镜”(图 4)的图表,以补充索绪尔的交叉设计框架。

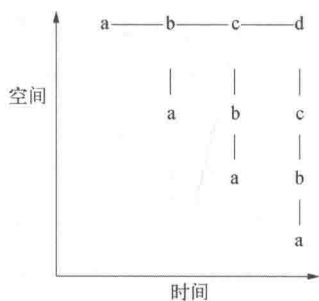


图 4 布拉格棱镜

该图表有一个误区,它假定了过去所有元素都被保存下来,但事实上,很多都从记录中消失了。而且一座保留至今的中世纪建筑,并不意味着它与中世纪人们拥有的那座是完全一样的。

而该图表的价值在于,它突出了历史阶段的密集度和复杂性:综合了不同风格,以及处于不同职业阶段的设计师;是老的和新的、优势和衰落的,所有并存的设计的集合。

对多个年代风格的物体并存状态的关注和接受,一直是导致后现代主义建筑和设计中的折中主义产生的一个因素。

· 分期

很少有历史学家敢鲁莽地要去解决整个世界史的问题:他们中的大多数人都只是关注一定时间段的历史。“何时开始?何时结束?历史学家应该对研究题材加以限制,还是题材本身就产生限制?”这些问题其实都是分期的问题……

用时间单元如几个世纪,作为历史叙述的平台,纯粹是武断地强加于人的行为:历史的进程不会改变,改变的只是时间。在20世纪艺术、设计、时尚的研究方面,“10年”为段的研究方式已经非常流行。几乎无一例外:运用这种方式研究的历史学家不得不在每个10年里,找寻其独特的风格或时代精神,无论事实上存不存在。

83

根据历史材料决定分期的历史学家,面对着材料太过丰富的尴尬:自然灾害、战争、革命、经济危机、技术变革、政治改革……设计史学家或是选择经济/技术/政治进行分期,如“资本主义时期”、“工业革命时期”、“维多利亚时期”(假设它们的限制可以得到认同),或是采用更具体的时间议题,如某一特定风格的生存周期。

历史写作的各种方式往往根据选题的自由度,各自对历史进行分期。在有些文本分期的时间段中,大规模的经济和政治变化会影响到社会的各个方面;而在另一些文本的分期中,只在某一“特殊”领域发生

变化——更先进或更落后——与整个社会相比(后者是马克思主义所谓的“不均衡发展的规律”的例子)。

选择时间段分析,必然会导致历史连续性的中断。当然,人类社会也会发生突然的断裂和转折,虽然可能会很极端,但它们之间依然具有一定的连续性。由于时间段有起始,因此人们有强烈的欲望要赋予其一个清晰故事情节。然而,无论从始至终的贯穿是多么的可靠,大多数历史学家认为还是需要对该时间段的前后状况进行审视。但是审视的眼光该向前、向后放多远?确定起始似乎很难,因为似乎总有一个更早的事件可以作为起始点。现代史——直到现在发生的历史——的终止时间往往完全是任意的;叙述被粗暴地终止,因为出版商限定的最后限期到了。

我们经常可以发现,一些文章在标题中就非常明确地标明了时间段——例如,1750—1980年——但并没有发现作者对为什么挑选这个时间段作出解释。相比之下,《波普设计》(*Pop Design*) (1987)的作者奈杰尔·怀特利(Nigel Whiteley)则对棘手的分期问题进行了思考。乍看之下,他的书是一个“10年”研究的案例(20世纪60年代),但实际上,他认为有必要将波普设计的时间跨度从1952年延伸至1972年。另外,他不认为20世纪60年代的波普设计风格是一种单一风格的观点。他认为波普分为三个阶段:早期波普(1952—1962)、盛期波普(1962—1966)、后期波普和后波普(1966—1972)。不管我们是否认同这个分期及其所依据的理由,他在书中对这个问题的明确而充分的说明,就已经很令人振奋了。

84

· 因果关系与决定因素

每当设计史学家提出“为什么这种产品是这样的?我们如何解释这种设计风格的出现?”之时,他们提出的问题,其实是条件、成因和决定因素的问题。建筑或设计产品的决定因素往往是多方面的[因此,弗

洛伊德“多元决定”概念(overdetermination)是很有价值的]。这使得设计史学家的任务相当艰巨:他们需要对这些都加以考虑吗?要怎样排列它们的重要性?是先考虑外部因素还是先考虑内部因素?

早期的一些学者在阐述决定因素方面比拼系统性和全面性。例如,巴尼斯特·弗莱彻(Banister Fletcher)在其早期有关建筑风格史的著作中,往往会从六个方面分析“影响”因素:地理的、地质的、气候的、宗教的、社会与政治的、历史性的。

在对条件、原因和决定因素列举的过程中,会对设计师的角色产生疑问。设计师是否只是超出他们控制能力的一些因素的操控木偶?在地球上,重力限制人的行动:这是一个固有条件。然而,这并没有让我们放弃发明克服它的机器——太空火箭。这个例子表明,人类不简简单单地是环境和力量的承受者。像风这样的自然力量,可以被人类用以加速飞行,人类自己也可以利用风进行翱翔。阿卢瓦·里格尔(Alois Riegl)在《艺术意志》(*Kunstwollen*)中提出的理论也同样认为,艺术家可以自行决定工具,并对材料中的自然因素进行取舍。

85 因此,人类的思想和行为能够战胜自然力量,或是将它们转化为我们的优势。但是,我们的能力还是受到某些因素的制约(虽然各个时代各有不同)。大多数个人发现他们只能以很微弱的力量改变世界。当然,集体会使我们拥有更大的力量,但我们作为物种所具有的一些因素——如经济性的——会使我们的个体各不相同、各自为政。100 万人就有 100 万个想法。这些想法可能都是合情合理的,但最终产生的很可能只是一个意想不到的危机。总之,我们对集体命运的掌控还不够完善。即便是合理的决定,都充满不确定的因素,行动也会因为那些片面思想而受到制约。

如果一个理论家重复援引一种因素——如经济——作为主要决定因素,那么这就是皮蒂里姆·索罗金(Pitirim Sorokin)所提出的“一个主导因素”的理论。进行类似讨论需要防范经济主义简化论,即简化设计因素,用雷蒙德·威廉姆斯的话说,“对引导性和控制性的经济因素进

行直接或间接阐述”⁹。因为设计对经济基础及其影响是存在相对的独立性的,它往往通过具体设计实践进行调和。而且,新设计往往可以增加销售额,因此不仅经济能推动设计,反之亦然。

卡尔·波珀(Karl Popper)和E. H. 贡布里希(E. H. Gombrich)提出了“情境逻辑”(situational logic),认为虽然人类受到时间、地点和环境的制约,但即使如此,仍有追求选择的自由度¹⁰。无论在资金、技术、要求等方面有什么制约,设计师通常都能提出不止一个的设计解决方案。

通常情况下,设计分析并不涉及自然因素,如气候等,但对于建筑设计而言,气候和地理环境就相当重要,需另当别论了(必须考虑自然因素,它甚至比经济更重要)。有些理论家,例如依波利特·丹纳(Hippolyte Taine),从生态因素(种族、遗传)的角度对特定人群的设计特点进行阐释。在采用种族视角的同时,还综合了环境和时间因素加以调整。尽管在应采用何种生态理论方面仍存在争议,但这种视角似乎在“英国艺术与设计的英国性”的讨论中占据主导地位。

由于已经对前面的讨论进行了归纳,下面我们对两项案例进行专案分析。第一个案例涉及“原始”化,第二个则关于所有新兴的工业社会。

詹姆斯·菲奇(James Fitch)和丹尼尔·布兰奇(Daniel Branch)的文章《原始建筑与气候》(Primitive Architecture and Climate)[《科学美国》(Scientific American),207,1960]对设计中的环境影响因素进行了阐述。“原始”的人类,如爱斯基摩人和北美平原的印第安人,根据当地特定的自然材料来建造自己的家园:爱斯基摩人利用冰雪,印第安人用动物毛皮和树枝,为了生存,他们必须使用适合当地气候的材料建造庇护所。

菲奇和布兰奇制定了一个图表来展现全世界不同地区的建筑。不同地域、材料、气候和居民的搭配,带来了差异巨大的居住类型,作者认为,这些房屋所实现的性能和舒适度都远远高于许多现代建筑。他们还认为,这些房屋所具有的性能都是其造型和材料决定的:爱斯基摩人

半球形圆顶冰屋的造型,实现了应对北极大风的最大坚固性和最小阻风性;而在一个强季节性降雨的地区,则要求建筑必须具有陡斜的屋顶和落水材料。

“原始”建筑似乎是经许多世纪发展而来的智慧结晶。对于当地居民来说,只存在一种建造方式——传统的方式——因此,对各种类型和风格进行遴选的现代思想,对他们而言是不可想象的。尽管气候和材料是该文的中心主题,但作者还是介绍了其他一些影响因素,如文化:一座村庄可能因为部落之间的战争而扩建墙体和护城河;一夫多妻制可能导致需要为妻妾们专辟居住空间;游牧文化可能需要的是便携结构,而非永久建筑,如此等等。

87

非奇和布兰奇认为,现代建筑师可以借鉴“原始”建筑的原则,因为我们原以为摩天大楼能适用于所有气候条件,但事实上,却产生了效率低下、不舒适、浪费能源和缺乏想象力的设计结果。现代文化与“原始”文化的主要区别在于,现代文化的西方技术使各种材料与商品都能大批量生产,可以在全球售卖。换言之,就是在现代文化中,设计和地方之间、设计和自然环境之间以往存在的关联被打破了。一方面,这意味着设计师在材料、形式和风格方面的选择度已经扩大至不可估量的程度;另一方面,则意味着我们已经丢失了地方性和必要性之间的有机关系。

我们要列举的第二个例子是18世纪英国瓷器制造商乔舒亚·韦奇伍德(Josiah Wedgwood)。阿德里安·福蒂(Adrian Forty)在他的著作《欲望的对象物》(*Objects of Desire*)(1986)中将韦奇伍德的成功归因于:英国人口和殖民地的增长增加了瓷器的潜在市场,饮茶的新流行也推动了对陶瓷杯的需求。此外,福蒂还提出英国上流社会的古典主义品位也是其中的一个推动因素。

由此,福蒂接着确定了人口、社会和审美这几项影响因素。但还可以增加经济增长一项,它保证了人口的增长。这些一般性先决条件都是所有英国陶器制造商都共同拥有的。那么,福蒂是如何解释独属于

韦奇伍德的卓越成就呢？他认为，这归因于韦奇伍德工厂中合理的生产方法；富有想象力的广告和营销技术；推出新产品和新釉；提高商品质量和统一性；高度重视设计，聘请艺术家作为设计师；运用并发展一种新古典主义风格，吸引上层顾客。韦奇伍德的古典品位，在一定程度上化解了早期英国工业中出现的令人担忧的审美变化。

由此可见，韦奇伍德比其商业对手更好地利用了现有条件，他的积极创新与实验也使自己获得了大大的超越。福蒂对新古典主义风格——这是对工业进程的一种回应，对那些令人担忧的审美变化的一种意识形态的回应——的吸引力的解释是非常有趣的，但文中他并没有例证说明。

福蒂的阐述，理所当然地认为（这在书中其他地方讨论）制造商的活动是发生在社会经济制度内，也就是自由市场、私有财产的资本/劳动体系中，简而言之，就是发生在资本主义生产模式中的。这牵涉到一个重要的设计影响因素：基本社会经济制度，它对整个设计的性质有至关重要的影响。例如，在资本主义竞争环境下，设计是产品形成多样化和分类化的一种方式。在一个非竞争环境中，如社会主义环境中，计划经济则认为多样化是不必要的，因此在不同环境中设计拥有不同的角色。

这个例子提出了处理外部/内部问题的一个解决方案。设计史学家必须考虑设计发生的一般性环境条件，尤其需要关注在设计、生产和销售过程中，这些环境影响因素是如何被利用和克服的。

· 变革理论

如果社会没有随着时间推移而发生改变，历史学家的存在就是多余的。变化是历史存在的理由。然而，描述和解释变化是非常复杂的，因为变化贯穿于自然和社会的每一个方面（尽管它们以不同的速度——或快或慢、或突然或逐步累积——发生在不同的领域）。由于地

球上的生命是一个整体的生态文化系统,其中每个部分都互相牵连,每个变化都具有影响性,并且反过来又促使进一步的变化。这样的话,历史学家的解释该从哪里开始,又到哪里结束呢?

自然过程——老化和衰变——使得人们有必要定期对商品和建筑环境进行更新,但同时,某些人类经济系统具有内在的变化倾向。换句话说,这种系统并不是简单地响应外部变化,而是它们自身促成变化。例如,自由市场体系的基础是个人和公司的斗争或竞争,它们通过创造新需求和新产品,不断扩大生产,使利润最大化。有计划的废止制度和定期更换风格确保了产品、形象、期望的不断更新和升级。到目前为止,“变化”这个中性词,已经近似“发展”和“进步”的意义,因为它包含改善、进步的言外之意。当艺术史学家描述一个风格的“生命周期”,如“早期、中期、晚期”时,很难不进行评估性甚至是伦理性的含义表达,如“后期”被等同于“衰退、落寞和颓废”。

89

另一个存有争议的语汇是“演化”。能否使用由诸如查尔斯·达尔文(Charles Darwin)和赫伯特·斯宾赛(Herbert Spencer)提出的自然选择理论来解释人类的文化活动,如设计的变化?设计的发展是否如自然发展一样,是一个日益复杂和分化的过程?菲利普·斯特德曼(Philip Steadman)的《设计的演化:建筑与实用艺术的生物学类比》(*The Evolution of Designs: Biological Analogy in Architecture and the Applied Arts*)(1979)探索了这方面的可能性。

斯特德曼认为,传统工艺文化中变化的发生类似于自然演化:人工制品由历代的工匠代代传递复制,而复制的过程从来不是完全的照搬,其中会发生一些小的变化和调整,长期积累便会在形式和装饰上形成显著的变化。据推测,这一过程是潜意识的,工匠并没意识到变化的发生。如果这些变化被证明是不切实际的,或是用户不喜欢的,则会被淘汰,因此就产生了“优胜劣汰”的生存选择。但如斯特德曼所认为的,现代社会的设计是不同的:它是自我意识的、谨慎的,是积极追求变化的;设计的挑战并非来自对现存事物的复制,而是使用新设计方法来解决

人们可以认为,演化不是历史性的变化,即便它在时间中发生。手工艺的发展是设计内部进行的过程:他们认为在一个稳定的社会和物质环境里,漫长的时间中自然会发生小变化。而历史性的变化,应是自我意识所决定的,并非设计之外的激进变化激发出来的。

正如给工艺演变中的细微变化分配历史价值一样,给现代的时尚波动分配历史价值(即使是人类意识决定的直接结果),也是不恰当的。巴特指出,时尚似乎只有从长期来看才是历史性的:“如果我们从一个相对长的历史时间段来看,会看到时尚的变化是具有一定规律性的,但如果我们从短期和近期来看,它则是无规律的……”¹¹然后,他引证了阿尔弗雷德·克罗伯(Alfred Kroeber)和简·理查森(Jane Richardson)的研究——《女性服饰时尚的三个世纪》(*Three centuries of women's dress fashions*)(1940)——他们发现50年为一个时尚发展周期。巴特评论道:“历史不能运用类比的形式”(他声称,拿破仑时代与妇女服装的高腰围设计之间不存在相关性),“但它一定能运用形式的韵律扰乱或改变它。因此,矛盾的是,时装只可以是一个长期历史,否则就没有历史:只要保持规律性的节奏,时尚就处于历史中;它变化着,但它的变化是可选择的,纯粹内生性的”(即从内部成长);“……要使历史介入时尚,就必须修改它的节奏,这似乎只能在一个很长的历史时间段才有可能”¹²。他将年度的时尚变化描述为“微-历时”,并说“无法察觉它的变化规律”。经济因素引起“嗜新狂”现象,反过来又造成随机的、任意的、衣裙下摆的变化等(无论有什么样的变化,只要有变化就行)。

由于巴特依赖两位美国人类学家理查森和克罗伯的论文成果,因此他需要用自己的方式思考。他们发起了一项雄心勃勃的研究,从数量方面来界定时尚的变化——文章有丰富的图表。女士晚礼服或礼服被作为研究对象,因为它们数百年来都具有相当稳定的装饰性,且不问穿着动机。作者认为衣服的造型——细腰、底部中空的长蓬裙、低领

口——是一种理想造型或原型。他们认为时尚具有无休止的变化，理想的造型也有这种倾向：“时尚……需要变化，而且，当它在材料、色彩及配件方面已经机关算尽时，就接着改变基本比例，换句话说，就是改变基本审美模式，这种变化会同时向前和后两个方面扩展，在一年、两年或三年内，在两个相反方向之间会有大的跳跃。”¹³

出于实践原因，作者并没有研究实际的礼服，而是研究时装图片，时间跨度为 1787 年至 1936 年。尽可能多地收集了该时期的图像，测量了服装的 6 个尺寸，如裙子长度、领口深度和腰围（他们关注的是服装的轮廓，所以材料、配件及装饰方面的变化被忽略）。一旦这些数字被列出，就可以根据时间段中的尺寸变化建立相关图表。这将使得每种衣服的尺寸都拥有或多或少独立的历史。如前所述，其中存在循环模式或周期性，例如，裙子的缩短或放宽被发现都是以 100 年或 50 年为一周期。理查森和克罗伯指出：“从轮廓或外形的基本比例来看，妇女的服饰潮流变化缓慢。平均来说，任何一部分都是用半个世纪的时间从极端的长而丰满走向极端的简洁窄小，再用半个世纪来回归。”

根据他们的数字，礼服的造型具有相对的长期稳定性，在短时期内，它的变化则表现得不稳定。“这是整个社会发生变化的结果吗？”他们感到疑惑。他们暂认定为，易变的时局里会产生易变的时尚，因而增加了它的变化性。但他们还补充说，还没有任何证据证明，设计产生的特定变化，如超短裙，是来自外部因素的催生。

92

尽管发现了这种周期性，理查森和克罗伯却不愿声称他们发现了文化进化的一般规律。他们说：“没有理由解释为什么风尚甚至是着装风格一定要节奏性地进行反复。我们的研究结果只来源于材料分析。”在附录中，克罗伯也否认这项研究能对未来作出任何预言。

理查森和克罗伯认识到时装设计师对时尚变化的作用，同时心理因素，如模仿、仿真和竞争在时尚变化中可能发挥的作用，但他们在研究中排除了这些因素，因为它们不符合他们的科学方法。此外，他们采取了原结构主义的立场，认为从长期看，风格超越了个人的意识和意

志；一般的变化浮动不为参与者所知觉。根据克罗伯的看法：“就个人而言，整体情况似乎是，风格对他们的行动的决定性远远超过了他们对风格的决定。”他还以大的经济发展趋势为例，提出不会有人将这种大规模经济变化归因于某个人的倡议。

人们认为，理查森和克罗伯给出的是一个非常简单的例子，因为以上层妇女的着装风格为研究对象，确保了风格的长期稳定性。因此，他们的方法能否适用于所有阶层的复杂服装的研究，这方面存有疑问，因为某些服装样式来得快，消失得也快。尽管有这样的疑问，但他们的研究，仍是尝试运用社会科学的分析方法分析难解现象的一个重要里程碑。

另一个研究女性服装的学者，是英国动物学家德斯蒙德·莫里斯(Desmond Morris)。在一本有关人类行为、身体、语言的畅销书《人类观察》(*Man watching*)(1977)中，他记录了1921年至1977年之间裙子长短的变化。然后他声称裙子长度与经济局势有“明确的相关性”，即“短裙出现在高国民生产总值时期，长裙则出现在财政紧缩和经济衰退时期”(与功能逻辑所提出的观点正好相反)。

时尚是个相对独立的领域，会更直接地受到经济波动的影响，莫里斯的这种说法似乎有些牵强，当然，他在造成这种现象的原因方面含糊其辞：“究竟为什么经济局势越好，女性就越应该暴露她们的大腿，这是很难理解的，除非是经济安全的感觉能使她们可以更加肆无忌惮地诱惑男性。或许经济活跃的总体气氛，使她们感到身体也要更活跃？……”¹⁴他补充说，许多流行趋势不过是基于对时髦符号的需求而产生的“新奇的变化”。这种小的变化，其实就是对上一季的时尚进行调整或颠覆。

其书中并没有尝试探讨英国时装产业的微观经济，探讨时尚是如何对大经济环境进行回应的，也没有与其他类似国家的女性时装进行比较，看它们是否呈现出同样的模式。莫里斯还忽视了一些其他方面：是不是只有这一点——裙子下摆——与经济条件有相互关系？如果是这样，那又是为什么？

莫里斯和巴特似乎都同意,不同时间段的阐述会有所不同:那些适应短期情况的说法,可能就不适应于长期阶段。法国年鉴学派历史学家费尔南德·布罗代尔(Fernand Braudel)已经明确指出,变化发生的速度在这三个层次中是不同的:(1)事件(短期,变化迅速,传统历史的关注点);(2)局势(中级,与人口、贸易和经济运行的周期性运动与节奏有关的低速变化;5年、10年、20年或50年为一个周期);(3)长期(要经过几个世纪才能完成的非常缓慢的变化,生物、地物和气候这些领域)。

布罗代尔视长期现象为“结构”。他在历史写作中探讨了结构和事件之间的相互关系。但他认为结构比事件更重要(如果历史是海洋,那么事件是浪潮,是结构的潮汐),因为这些结构在人类事务中是很关键的¹⁵。

大多数设计史学家都关注事件和局势。该学科领域已经有历史学家能够权威地对各种客观因素进行分析,布罗代尔在他的著作《菲利普二世时代的地中海地区》(*The Mediterranean in the Age of Phillip II*) (1972—1973)与《文明与资本主义》(*Civilization and Capitalism*) (1981—1982)中就有此表现。

某些历史学家认为,人类历史的发展是由一定的法则控制的,如果我们可以发现这些法则,那么我们对自身命运的控制力将不可估量地增长。如果变成这样,那么公司和设计师将可以更有效地计划未来。这也可以使设计史学家能够预测未来设计的趋势!建筑史家查尔斯·詹克斯曾勾画了一张从20世纪20年代起的现代建筑发展时间图表,他将现代建筑分为六种主要传统或种类。以历史分析为基础,詹克斯预测了未来直到2000年的建筑。但其缺陷在于,人类可以抵制预测结果,从而使预测无效。

· 历史主义

阅读设计和史学书籍的读者,很可能会碰到“历史主义”这个语汇,因此讨论一下它的各种含义,可能会有所帮助:一般而言,这个词在不

同的语境中,即在艺术史和设计史、哲学和历史中,用法都各不相同。

(1) 在艺术,尤其是建筑中,折中主义倾向复苏旧的样式,而不是发展适合艺术家生活时代的新式样。将“历史主义”这个词汇运用于这一语境的是佩夫斯纳,在他看来,艺术历史主义就是倒退:“对过去风格的所有恢复,是一种软弱的表现,因为在恢复中,进行得更多的是样式的选择,而不是独立思考和独立感知……历史主义是一种指令,它具有如此力量,扼杀原创,反而将历史先例奉为圭臬。”¹⁶因此,建筑的历史主义在 20 世纪遭到佩夫斯纳的批评,因为它标志着现代主义理想的撤退。

德国艺术史学家汉斯·埃弗斯(Hans Evers)反对佩夫斯纳的观点,理由是,佩夫斯纳的观点是建立在一个直线上升发展的历史概念之上的。埃弗斯声称,与现代风格主导的状态相比,风格折中主义或多元化更为“正常”。他认为,在过去,风格多元并存的局面一直存在着,并且风格也是一直不断复兴的¹⁷。

同样,建筑史家查尔斯·詹克斯也批评佩夫斯纳的《现代运动的先驱》(*Pioneers of the Modern Movement*)(1936),因为它描述的是从威廉·莫里斯到格罗皮乌斯之间的一条单线历史(忽视了未来主义和表现主义运动),并将它凸现为 20 世纪的风格。詹克斯甚至将佩夫斯纳的做法定性为“历史主义的”(因为第四点定义)。这段批评出现在《现代建筑运动》(*Modern Movements in Architecture*)(1973)的引言中,在书中,詹克斯将现代建筑描述为一个传统风格的复合体。

(2) 是一种主张历史发展优先性的理论。这种观点认为一切事物都随时间而变化,没有绝对静态的或永恒的实体。从这种观点出发,一个时代的标准是不能移植给其他时代的,因此,对每一个时代都必须从它自身的价值角度去研究,而不是从历史学家的角度。历史的概念塑造了一个个时间匣——“时代”——每一个都是独立的,与其他时代相分离的。

(3) 这是“认识到我们审视过去的立足点是由我们自己在历史中的个人变化状况所决定或改变的一种认识”¹⁸。阿玛尔多·莫米利亚诺(Amaldo Momigliano)提出的这条定义,其实是上述第(2)点内容的结

果。在极端形式中——克罗齐的“所有的历史都是当代史”——可能会导致所谓的“现在主义”(presentism)。如果所有的历史都是从历史学家的当前高度来书写的,那么,就存在一种将过去未知的观点和思想强加给历史的危险,例如,认为哥特式风格具有“表现主义”特点,其实“表现主义”是来自对现代德国表现主义认识的结果。

要避免这种危险,可以通过鉴别当前有争议的思想和观点、突出现在与过去的差异、将过去与今天的行为准则进行比较来避免。当然,如果历史学家拒绝使用现代分析方法,如精神分析法,仅仅是因为它们在过去是未知的,也是很荒谬的。对待过去的文化必须十分公正,必须以它自己的方式进行理解,但即使如此,也不能只由自己的标准遽论判断,正如马克思所指出的,人们不能根据自己的评价来判断别人。用极端的方式,用那种认为只能按照自己的标准进行意识形态判断的观点,将会导致诸如纳粹主义的结果。

如果每一个时代都按照自己的价值重新书写历史,会不会造成彻底的相对主义?是否有可能实现客观真实的叙写?这带出了复杂的哲学问题,我们不可能在这里详加讨论。然而,值得指出的是,有两个方面的因素阻挡了彻底的相对主义:并不是所有对过去的叙述都同样合理——这可以区分得出来;第二,历史知识的获取是一个在数量上和质上逐渐积累的过程,因此,后人也可以在前人的研究之上建立新的研究,并从过去的多方阐释中获得见解。

(4) 人类的故事是有情节的观点,而且如果我们能够成功地打开这个情节,我们将掌握未来的关键¹⁹。这是卡尔·波珀对历史主义的定义。他批判黑格尔哲学与马克思主义——这两种他都认为是历史主义的哲学——因为对过去的研究不能被用来预测未来,因为历史从来都不重复自己。波珀并没有使用神秘的“时代精神”来进行阐述,他认为,历史学家应该着眼于“情境逻辑”来解释事件。贡布里希,波珀在艺术史领域的追随者,已在各种著作中应用了情境逻辑。这种情境逻辑似乎旨在重建这样一个环境,其中艺术家发现自身,以艺术创新对事物、

局势或问题进行回应。

人们可以同意波珀,认为未来永远不可能完全重复过去,但也不必认为尝试参与控制事件是没有意义的。事实上,现代企业行业定期地制定新项目和扩张计划,这就是建立在对当前趋势进行预测和推测基础上的。未来可以部分地由人类决定:建筑的设计与规划以及设计师都是这方面的例证——这已是常识。

97

注释和参考文献

1. 史学是一个拥有庞大文献的学科:几乎每一位历史学家都曾经为历史写作问题著书立说。其中两份综述性的文本是 E. H. 卡尔(E. H. Carr)的《历史是什么?》(*What Is History?*)(伦敦:麦克米伦出版社,1961)与 A. 马威克(A. Marwick)的《历史的本质》(*The Nature of History*)(伦敦:麦克米伦出版社,1970)。进行更深入分析的是海登·怀特(Hayden White)的《元史学》(*Metahistory*)(巴尔的摩:约翰霍普金斯大学出版社,1973)。能对艺术史读者有帮助的介绍性文本是《西方艺术史的现代视角》(*Mordem Perspectives in Western Art History*),该书由 W. 克莱因鲍尔(W. Kleinbauer)编(纽约:霍尔特·莱因哈特·温斯顿出版社,1971);以及 D. 沃特金(D. Watkin)的《建筑史的兴起》(*The Rise of Architectural History*)中,对建筑史的叙述(伦敦:建筑出版社,1980)。另一个相关文本是《建筑设计》(*Architectural Design*)杂志“建筑史方法论”(*Methodology of architectural history*)专号(伦敦:学院版,1981)。
2. M. J. 东特引用 A. 沙夫(A. Schaff),《历史与真相》(*History and Truth*)(牛津:帕加玛出版公司,1976)。
3. 怀特,《元史学》(*Metahistory*),7 页。
4. 瓦尔特·本雅明,“关于历史哲学的论文”(Theses on the philosophy of history),《启蒙》(*Illuminations*)(伦敦:凯普出版公司,1970),257 页。
5. 瓦尔特·本雅明,“柏林纪事”(A Berlin Chronicle),《反思》(*Reflections*)(纽约:哈考特-布雷斯-乔万诺维奇出版公司,1978),26 页。
6. D. 赫布迪齐,“挖掘英国”(Digging for Britain),《英国边缘》(*The British Edge*)(波士顿:合作社联盟,1987),35—69 页。

7. F. 索绪尔,《普通语言学教程》(*Course in General Linguistics*) (伦敦:丰塔纳/柯林斯出版社,1974),91页。
8. P. 伯克,《社会学与历史》(*Sociology and History*) (伦敦:艾伦和昂温公司,1980),13页。
9. R. 威廉姆斯,“决定因素”(Determination),《马克思主义与文学》(*Marxism and Literature*) (牛津大学出版社,1977),83页。
10. K. 波珀,《猜想与反驳》(*Conjectures and Refutations*) (伦敦:劳特里奇和基根·保罗出版社,第4辑,1972),338页。
11. 罗兰·巴特,《流行体系》(*The Fashion System*) (伦敦:凯普出版社,1985),295页。
12. 巴特,《流行体系》,296页。
13. J. 理查森和 A. 克罗伯,“女性服饰时尚的三个世纪:定量分析”(Three centuries of women's dress fashions: a quantitative analysis),《人类学记录》(*Anthropological Records*),5(2),1940年,111—153页。
14. D. 莫里斯,《人类观察:人类行为的田野指南》(*Manwatching: a Field Guide to Human Behaviour*) (伦敦:凯普出版社,1977),221页。
15. 有关 F. 布罗代尔的内容见 S. 克拉克(S. Clark),“法国新史”(The French new history),《听众》(*The Listener*),1984年5月24日,14—15页。
16. N. 佩夫斯纳(N. Pevsner),“历史主义的回归”(The return of historicism),《关于艺术、建筑与设计的研究》(*Studies in Art, Architecture and Design*),第2卷(伦敦:泰晤士与哈德逊出版社,1968),242—259页。
17. H. 埃弗斯引用 A. 纽迈耶(A. Neumeyer),“没有价值判断的美术史”(Art history without value judgements),《艺术杂志》(*Art Journal*),29(4),1970年夏,414—421页。
18. A. 莫米利亚诺,《古代和现代史学文集》(*Essays in Ancient and Modern Historiography*) (牛津:布莱克韦尔出版社,1977),296页。
19. 卡尔·波珀(K. Popper),《历史主义的贫困》(*The Poverty of Historicism*) (伦敦:劳特里奇和基根·保罗出版社,1960);E. H. 贡布里希“名利场逻辑”(The logic of vanity fair)见 P. 席尔普(P. Schilpp)编,《卡尔·波珀的哲学》(*The Philosophy of Karl Popper*) (拉萨尔,开放大厅出版社,1974),925—957页。

设计史的多样性

我们已经总结了历史写作的一般性问题,现在来研究设计史家开展工作的各种方法。如前所述,设计书写的差异,不仅源于作者观看的角度不同,也是因为不同学者采用不同的方式方法。如果读者能够鉴别这些不同的方式方法,就会发现这将有助于对文本的理解和评估。有些作者会在书的绪论中给出相关信息,有些则没有。如果文本没有明确提出研究方法,我们就需要检阅一下书籍索引;如果文本中多次引用马克思、恩格斯和葛兰西(Gramsci)的论述,那么该书可能采用了马克思主义的研究方法(或者,可能是反马克思主义的方法)。如果查索引也无果,那么就需要对文本进行仔细查阅,以及“症候式阅读”。

文本可以通过以下几个方面进行分类:

(1) 根据水平和读者。每一个文本都假定了一个理想读者对象或读者群。有些文本是专业学术著作,有些是大众新闻报道。

(2) 按照文本的政治角度。例如,自由主义、无政府主义、女权主义者、社会主义者。

(3) 根据基本的哲学角度。例如,唯心主义、唯物主义、现实主义、黑格尔派。

(4) 根据主要运用的学术或科学分析模式。例如,结构主义、符号学、功能主义、风格学、比较法、类型学、解构主义。

(5) 根据采用的历史书写的门类或学派。例如,人文的、社会的、文化的、思想史、布罗代尔派。

(6) 根据时间或地点。如,20世纪设计史;特定国家或大的地理区域的设计史,如欧洲设计史。

(7) 根据涉及的外部学科。例如,人类学、社会学、经济学、考古学、心理学。

(8) 根据强调的材料或者技术。

虽然这里将这些方法单独列成条目,但在具体文本中,一般会综合运用几个方面的方法。但如果作者在文中将思想和方法混乱穿插,那么该文本就会被视为是“折中性”的。

我们现在将会对这几种方式详加探讨,看看它们是如何被运用的。

· 材料/技术方法

传统上,受博物馆馆长和设计史学家欢迎的一种研究方式,是以物质材料及其相关技术和工艺为基础的研究。虽然可用的天然材料,如木材制品的种类繁多,但往往学者将它们归为一类,因为它们使用共同的材料、相同的制造方式、特定的辅助工具和机器。因此,人们通常会将书籍和印刷、银器和银匠工艺、家具和木制品组合在一起(应指出,除了木材之外,家具还可以使用织物和皮革,也可以使用藤条、注模塑料、钢管,因此“家具等同木材”的公式已经不适用于现在),如此等等。

如果我们考虑一下维多利亚和阿尔伯特博物馆的馆员们在1909年新建成的建筑展馆中率先采用的展示方法,就会发现,很明显他们主要是按照材料/技术进行分类的:(1) 建筑和雕塑;(2) 金属制品;(3) 木制品、家具和皮革制品;(4) 纺织品;(5) 陶瓷、搪瓷、玻璃;(6) 绘画;(7) 版画、插图和设计。使用这种方式的目的在于“以一种逻辑结构展示特定产业的技术与艺术的发展”¹(所以,大多数时候都应用历史的或类型学的分类方法)。我们应该明确,博物馆藏品展示的主要目的不是为了熏陶普通大众,它们的诉求对象是更小众的人群:技工、制造商、设计师和学生。它们希望这些群体能受到展馆的教育和激发,提高英国工艺、装饰艺术的水平,以及生产质量与标准。这就是为什么材料/技术的分类会受到欢迎,以及为什么只有最优秀的作品会被收藏的原因。

式》(*The Pattern of English Building*)(1972),就根据原材料对对象进行了分类组织。书中的章节标题有:石材、花岗岩、板岩、大理石、燧石、砖、瓦、木、茅草、石膏、金属和玻璃等。作者的目的是要展示地区地质与其出产的各种材料,以及这些材料所建造的不同传统建筑样式之间存在的密切联系。尽管构造建筑外表的材料对表现建筑外观有很大的作用,但参与结构和设计的材料则更难把握。毕竟,砖块可以用来制造上千种不同形状的结构,而其他的一些因素,却会决定造型和设计。克利夫顿-泰勒当然认识到其他因素的存在,正如下面的引文所体现的,但他仍然首选材料进行分类:

过去,地区之间的财富分配不均肯定具有重要影响力;不是这个因素就是那个因素,如风气的急剧变化,社会需求的变化,或者是传统的力量,或时尚摆动的钟摆,都与使用材料的属性一样,影响了本地建设活动的特性。²

第二个要列举的相关文本,探讨的是一种被视为现代化的精致材料——塑料——尽管,事实上,它以自然形式已经存在了数个世纪。席尔瓦·卡兹(Sylva Katz)的《塑料:设计和材料》(*Plastics: Designs and Materials*)(1978)系统地探讨了60种天然的和合成的塑料,以及它们能够制造的不同凡响的产品。书中专设了一个关于塑料化学的章节,还附录了注模工艺。正如卡兹所解释的,塑料有一个糟糕的公众形象,因为它最初是作为其他材料的廉价替代品出现的。她将自己视为塑料战士,赋予塑料以民主意义:“人人都能获得的一种万能材料。”此外,她说:“化学家、制造者以及设计师可以塑造无限的化学物质组合,塑胶注模工艺意味着它几乎可以实现任何造型形式。”材料方法的一个优点是,它使著作者能够超越传统设计门类,扩大文本涉及范围。例如,卡兹书中列举的案例除了家具及消费品之外,还包括医疗器材、交通运输、工程、建筑(空气结构)和艺术品。

在设计与材料的关系方面,该书列举了一个新巴洛克风格的塑料

102

收音机的案例。该案例表明了塑料的多样化,意味着任何风格都可以用塑料实现,材料与形式之间没有必然联系。同时,卡兹认为:“塑料的流线型是这种材料的一种固有属性。塑料制品是曲线的,因为塑料聚合物需要在模具内流动,尖角难以产生。”³她还表示,塑料制品逐步流行,不仅是因为装饰艺术风格流行,也是因为从模具取出产品越来越便利。从上述案例似乎可以很明显地看出,材料的物理性能和制造工艺的特点会突出某些特定的形式和风格,即使它们并非决定性因素。

对材料和工艺的论述,很容易使文本变成一本高度技术化、伪科学的教科书。因此,将材料分类法与按时间顺序进行的社会历史研究结合起来是很困难的。但卡兹在她最近出版的著作《经典塑料:从胶木到高科技》(*Classic Plastics: from Bakelite to High-Tech*)(1984)中对此进行了尝试。

材料/技术的方法,对研究由多种材料组合起来的复杂产品不太适用。在这种情况下,博物馆的收藏或著作书写往往根据它们的社会功能和类型进行组织,例如,交通车辆博物馆、关于平房的著作。

103

毫无疑问,技术进步,特别是新材料的发明,如合成塑料、混凝土、刨花板,这些都激发了设计师对旧产品、老设计进行重新诠释。一个高度标准化、统一化的新材料可以解决长期大规模生产的问题,从而使古老的工艺实现工业化生产。由于具有特殊属性的新材料能有效地解决设计问题,因此,事实上对它们的研究往往都很谨慎,尤其是在战时,当某些以往的材料突然变得不可用或短缺时。显然,设计和材料之间的关系是相互的。在使用材料的过程中,设计师往往选择材料中的某些属性加以突出,或是将之剔除。

强调材料、技术的设计史著述,与科学史、技术史、发明史联系密切。事实上,它们非常依赖后者提供的信息,尤其是这些信息都直接来自实验室和工业界。

· 比较法

对产品、设计师和风格等进行比较,是设计史学家和批评家常规进行的一种研究活动,但比较法本身似乎没有得到批评性的关注。比较和对比的目的是解释相似性与差异性,所以如果两个对象几乎是完全一致或是完全不同的,那么两者就没有比较价值。换言之,当两者有一定的相似性,又有差异性时,运用这种方法效果是最好的。例如,1920年的电话与1980年的电话,或是美国航天器与(前)苏联人造地球卫星。

该方法是比较古老的——它的运用至少可追溯到亚里士多德。同时,它对19世纪的学者和科学家似乎也有特殊的吸引力。在艺术史上,这种方法是由海因里希·沃尔夫林推广的,他在演讲中使用两个投影机,以突出两件作品风格的相似与差异。而在建筑史中,则有两个更早的运用案例:奥古斯塔斯·普金(Augustus Pugin)在他的书《对照》(*Contrasts*)(1836年;1841年第二版)中采用了两图并置的方法,并产生了很大影响。普金意图歌颂哥特式建筑的优点,同时将他所处时代的建筑斥为野蛮建筑。他通过图像的并置对比来达成这个目标,例如,他将一个高贵协调的哥特式建筑风景与几个世纪之后同一个地点由工业化主导的景象进行对照。普金毫不迟疑地渲染和夸张了历史与现实,使辉煌过去与恶劣现实之间的对比最大化。

维多利亚时期,另一位主张比较研究法的是建筑师和设计师欧文·琼斯(Owen Jones)。1856年,他发表了著名的《装饰的语法》(*The Grammar of Ornament*),一部豪华全彩的书籍,包含世界各地从古至今的约1000个特色图案和装饰案例。对我们来说,琼斯的目标似乎是为我们提供风格借鉴,是一本历史主义和折中主义的参考书。但事实上,他是通过比较旨在揭示“形式和色彩构成的基本准则”,他相信在所有优秀的案例中,一定都存在着这些设计准则。因此,这位维多利亚时期的设计师,提倡学习和运用这些设计原则,而不是仅仅复制过去的案

例。琼斯的终极目标是以他的“语法”为基础，建立新的时代风格，他相信，这些法则也源自大自然的规律。乍看来，这部汇编集似乎是在展示扑朔迷离的世界各地的各式设计，但琼斯希望的是，读者通过比较来认识图案中的基本统一性，而非多样性：“看看形式是如何的多变，而原则又是这样的稳定不变的。”

在 19 世纪中期，艺术史受到其他学科使用比较法的影响。举例来说，戈特弗里德·森佩尔(Gottfried Semper)对风格的论述，就从弗朗兹·博普(Franz Bopp)的比较语言学中获得灵感：

105

近来语言学研究的目的是，要揭示不同语言形式的共同组成，探询几个世纪以来词汇发生的变化，把它们放回到一个或多个起始点，来发现它们共同的原始形式……在艺术领域中进行类似的研究也是合理的。⁴

进行比较是第一阶段，下一步将是历史重建。正如玛格丽特·艾弗森(Margaret Iversen)所解释的：“森佩尔认为，人们可以准确地认识图案，通过追溯其原始形式，发现这些图案的原本的目的、材料和技术，进而认识它们的变化。”⁵

而现代语言学的奠基人费迪南·德·索绪尔曾这样评价比较法的局限性：“在(比较语言学家)的研究中，他们从来没有问过自己比较的意义或被比较的两者关系的重要性。他们专注的是比较，而不是历史。”⁶他补充说：“当然，比较是任何历史重建所需要的，但它本身并不能构成结论。”其后又说：“重建的唯一手段是对比，而对比的唯一目的是重建。”⁷

也许在建筑史中，最著名的运用比较法的例子就是巴尼斯特·弗莱彻的《建筑史》(*A History of Architecture*)，这是一份标准的研究范例，1896 年首次面世，1987 年出版到第 19 辑。该书是根据弗莱彻教授给伦敦国王学院的建筑学生的系列讲座编辑而成的。他的儿子——巴尼斯特·弗莱特·弗莱彻(Banister Flight Fletcher)——延续了他的工作，并编辑了前 16 辑。为了追求全面性，每册都得到了扩充(现在是

1621页),但直到1959年,其内容还没涉及非洲的建筑。忽视非洲的一个原因是,西方的建筑风格被视为“历史的”——即是按照年代形成发展的——非西方的建筑则被视为“非历史的”——也就是说,是原始的、不变的、不属于“真正”的历史。

该书的最初目的,可从第1版的完整标题看出来:《为学生、工匠和业余人士而写的建筑史,从最早期阶段开始的历史风格的比较观察》(*A History of Architecture for the Student, Craftsman and Amateur, Being a Comparative View of the Historical Styles from the Earliest Period*)。作者在序言中解释了他的目的是为了“通过比较各个时期的建筑,来展示每个国家建筑的典型特征……因而会通过古典及文艺复兴时期的建筑相比较,来突显哥特式风格的特点”。他系统地在图纸、墙、出入口、屋顶、柱、造型和装饰方面进行比较。弗莱彻于1953年过世。如果他今天还健在,毫无疑问,将会失望地看到,他的比较法不再被人们认为是有用的:在第18辑中剔除了比较内容,因为它只是简单地重复文章信息。另一个原因是人们认为——来自现代主义——现在的建筑实践已经不再基于历史先例。

尽管在弗莱彻的案例中,比较是为了了解两者的风格与差异,但在由消费者协会出版的《哪个》(*Which*)杂志中,对相似用途产品的比较是为了方便消费者购买。他们在产品的性能、便利性、外观和价格上进行比较。不仅对它们细心地观察和分析,也对产品进行使用和测试。为了帮助读者作出自己的选择,研究人员一般都将调查结果生动地总结成图表,确保系统、清晰地表述。这表明,设计史学家可能太过于专注比较,而忽视了逻辑学家所倡导的视觉辅助或者图表。

《城市、经济与社会:比较性读本》(*City, Economy and Society: a Comparative Reader*)(1981),由艾伦·科克伦(Allan Cochrane)等编著,其中多篇文章都使用比较法来研究城市规划。三座相似城市——温哥华(加拿大)、伯明翰(英国)和克拉科夫(波兰)——被用来阐述在不同社会背景下,市场与国家干预的相互作用。加拿大是自由市场经

济的典型,英国是混合经济的代表,波兰是计划经济的代表。通过对比,一旦发现了三者的相似性与差异性,就要确定这些共同特征的“因果关系,或至少是历史事件中的类似关系”。他们认为,比较法能够对不同时间、不同地区的状况进行“有限的概括”。

许多流行画报都会介绍不同文化中服装、饰品、发型的设计,尽管不愿承认,但事实上,它们都在依靠读者进行比较。当然,这种跨文化比较的价值在于,通过对比,使我们自身的社会习俗和规范陌生化。而这种将不同文化进行并置产生的另一个不确定的结果,是使观者自身文化相对化。

如瓦尔·亨尼赛(Val Hennessy)的画册《阴沟中》(*In the Gutter*) (1978),将嘴唇、耳朵上套着链子的朋克青年的浓妆照片,与类似打扮的土著人的图片放置在一起,观者的结论会因为对两者相似与否的认识不同而大相径庭。如果认为它们相似,结论可能是:“朋克模仿‘原始’装扮,因而认为朋克是希望被看作现代西方社会的‘原始’人。”如果人们认为他们之间是不同的,那么结论可能是:“朋克的装饰其实是与‘原始’人有差异的,这表明了他们各自文化和历史情况的差异,尽管表面上有相似之处。”在比较中,似乎可以看出,观察者总是就其中的共同点和差异性进行选择强调⁸。

最后,还有一些与比较法有关的问题需要说明。最好举个例子。如果学者面前摆放着两张水壶的图片,它们在造型、装饰上都很类似,但却没有任何相关的社会历史信息,因此需要一些额外信息来帮助解决问题:它们之所以相似,是否是因为它们来自同一文化、同一时代和同一地点?如果它们来自两个不同的文化,那么相似性是否是一种文化对另一种文化的影响(文化传播),或是具有相似的物质和社会环境?虽然照片中的壶似乎差不多大小,但在现实中很可能一个小、一个大。尺寸的巨大差异会影响比较的有效性:它们是否真的很像?另一个情形是,照片不能提供任何数量方面的信息:如果其中一种文化拥有成千上万个此类水壶,而另一种文化只有少量生产,那么结论有可能会产生

误差。因此,必须对比较法加以明智的运用。

· 内容分析

108

内容分析完全依赖比较。它通常运用于社会科学和人文学科,分析明显的或潜在的信息、文字或图像⁹。文学与大众传媒通过内容分析,得到了非常深入的研究成果。这种方法可以说是建立在数量基础上的,因为它涉及计数。每当作者用“很多”、“最”、“一些”、“大多数”、“经常”、“频频”这些词修饰时,就是在使用数量或频率的计算。通常这个估算是直觉性的、或半意识的,但在内容分析中,它是明确且系统的。举一个简单的例子:人们可以用尺子量出报纸上一篇故事所占的幅面大小。与其他的故事幅面相比较,从中可以获知这篇故事在不同编辑眼中的分量。再举一例:如果对一部莎士比亚的古老戏剧存有疑问,其中一种审查方法就是计算在所有已知的莎士比亚戏剧中某些生僻单词或语法的出现频率,然后与未确定的这部戏剧的频率相比较。如果结果一致,那么这将证明此部戏剧出自莎士比亚之手。

内容分析宣称自己是客观且可重复的一种研究方法——在任何情况下,几个人独自使用同样的方法可以得出相同的结果。

109

在进行内容分析之前,必须先确定具体的研究对象材料。它的多寡和完整性非常关键。如果英国每年新书的出版量是3万册,那么以100册书的封套设计来概括新的趋势就会受到质疑,因为选择的样本数量与总量差距太大。理想的做法是对所有3万册书都进行考查。如果不可行,那么可采用随机抽样的方式来消除选择考查对象时的主观偏见。

一旦确定了研究材料,就必须对其进行编码,也就是说,研究人员会进行分类检测,查看分类是否恰当。分析必须以解决理论问题为前提。以图片广告为例,可能会出现的问题是:“家庭图像出现的频率是多少?这些图像中,主角是男人还是女人?”编码在这种情况下会涉及:(1) 家庭人物的识别和计算;(2) 识别和计算(1)中的(a)男性主

导,及(b)女性主导的出现频率。理想情况下,不同的研究人员使用相同的标准,应该可以用相同的编码方式,但人们对图像中谁是主导会产生分歧。

当编码完成后,研究者们将要处理这些可被整理、操作的大量数据——如果有必要,可以通过计算机——使用各种方式。正是通过这些材料,学者们进行引用、诠释和概括。得出的结论可能会是这样的:“75%的厨房或浴室产品的电视广告会使用女性形象”;“与儿童相伴的场景中,女性是男性的两倍”。从这样的结果中,就可以明确概括出由广告所构建的女性社会地位。尽管概括反映的可能不是什么新信息,但它们为叙述论证提供了客观证据。

110

作为一种研究方法的内容分析,已受到来自多方的批评。例如,有人指出,高频率并不总代表着重要性:在某些情况下,只出现一次的某些因素可能更重要。此外,测算频率并不能表明对象在强度和质量方面的信息:在广告中,人物的出现可能是无关紧要的,也可能是很关键的。为了衡量研究对象的质量差异,必须预定义一个独立范围的价值观,并加以编码。一些作家质疑思想可以被衡量的观点。例如,特奥多尔·阿多诺(Theodor Adorno)曾回应说:“我想文化可能正是这样一种条件,它排斥能够衡量它的精神。”¹⁰即便如此,阿多诺自己却偏好质量判断——对种类的衡量。

人们认为要全面理解一份文本的意义,就必须综合考虑实际情况和读者对象。抽象的“内容”分析可能会产生没有实践意义的结果。

内容分析的主要价值——据我所知,迄今为止还没有被设计史学家运用——在于它是提高史学家研究精度和客观性的一种方式,偶尔也会产生新的意想不到的观点。

· 类型学方法

此前人们认为,设计史学家的重点是设计物品,他们关注的是某组

或某系列产品,而非单个产品。而艺术作品往往是独一无二的艺术品,因此,艺术史学家会分析单独一件作品。与此相反,设计物品总是成批生产,结果就是生产出许多统一的系列产品,很少有变化(现代汽车制造渐渐变成了生产一种基本样式,用不同色彩、不同装饰、不同配件以供人们选择购买)。鉴于这一点,对设计史学家来说,就需要更合理、更经济地对成组成系列的产品进行分析、概括。而对产品进行分组的一个方法,就是依据类型。

爱德华·蒂亚基安(Edward Tiryakian)对类型的定义是:“根据词源,类型(来自希腊文‘typos’,即一种印象、一种形象、一类模式)表达的是物品常规的和普遍存在着的某种特性,而不是某件物品独有的特性。”¹¹他补充说,类型学分类,是与形态学紧密相关的分类学的一个分支,是形式方面的研究。当我们对所有物品进行思考时,它们似乎“自然”归类,形成区分;但这是被归纳出的,而不是先验存在的。

例如,所有的洗衣机都拥有同样的功能。今天,它们大多在形式和外观上也相类似。单件机器与所有洗衣机之间的联系是一个象征或类型的关系。如果所有正在生产的洗衣机都被放在一起分组、比较,那么形式、色彩、质量、机械性能、价格的不同就会凸显不同系列产品、不同公司的差异性,而后需要对这些差异加以解释。这是一个同步分析的过程。如果要对洗衣机进行历时分析,就需要考虑从它的发明和早期、最初状况到目前先进状态的类型演变。

将对象类型化可能是一个复杂的过程,因为主要类型似乎总是包括很多子类型(一种种类或物种情况)。例如家具,椅子类型包括宝座、温莎椅、扶手椅、打字椅、餐椅、躺椅、堆叠椅等,它们的材料、形式和用途各自不同。诸如公园长椅和酒吧凳也具有椅子的整体功能——坐,但从某种角度来说,似乎并不属于椅子类型。

随着社会发展和人类文化更加专业化和差异化,人工制品类型的数量和品种都成倍增加。所以,虽然分类任务繁重,但如果要使设计史的主题易于操作的话,就必须进行分类。

一些科学家会认为,最理想的类型学应该彻底、详尽,也就是说,必须在一个特定领域内确定下所有类型。但在现代社会中,确定所有的设计产品和建筑,将是一个异常艰巨的任务。如果能够实现,其结果便是根据特定时期将社会物质文化进行完全分类。这种分类将会给现在和未来的学者提供本时代技术和文化发展的一个全面图景。

在菲利普·斯特德曼对建筑和应用艺术运用生物类比的方法进行的研究中,他探讨了类型-标型的关系以及类型的演变。

类型是用复制进行传播。它是一种“遗传指令”,通过某种方式在工匠中一代又一代传递下去……物品本身在某种意义上,也在时光中传递着自身功能与制造的信息……这些信息通过工匠的头脑进行传递……它们存在于工匠的大脑中,形成特定物品的类型或图像或模型,当工匠要进行新的复制时,这种信息将会引导他……这不是单个物品的演化……这是抽象的设计,从中特定物品呈现具象形式。这一过程在生物学中……会表现为基因型与表现型之间的差异。基因型是指在生物遗传过程中物种所发生的变化,表现型是指单独有机体的物理表现。¹²

在20世纪初的德国设计理论中,类型-形式的概念非常有影响力。例如穆特修斯(Muthesius)和格罗皮乌斯把类型视为超个人主义的,因为它是许多设计师长期工作的结果。人们认为,在经过初期的技术发展以及对多种形式进行试验后,将出现一个标准的类型-形式(一种类似自然演化过程中自然选择的结果),而且一旦完善,则该类型就无须进一步发展。

类型的一个棘手问题是其与风格之间的关系。夏洛特(Charlotte)和蒂姆·本顿曾对20世纪30年代的英国建筑作过这样的评述:“可用样式的范围……使得对建筑类型、赞助群体及功能方案的概括很难进行。近10年众多关于建筑的书籍都采用了类型学的方法。建筑类型和风格之间往往会相互关联。不同的风格,都或多或少自动地表达了不

同社会等级层次的不同社会职能。”¹³例如，他们认为：“表达新程序（在健康、福利或是教育方面）进步的建筑物就应该使用进步的形象，这是理所应该的。”而这种形象就是现代风格。

尼古拉斯·佩夫斯纳在《建筑类型的历史》(*A History of Building Types*) (1976) 中讨论了 20 种类型的建筑，包括政府办公室、国家纪念碑、剧院、图书馆、博物馆、医院、酒店、车站、商店和工厂。从这个名单中可以明确看出，社会功能是佩夫斯纳分类的基础。他按照从最永恒、最理想的类型到最无意义、最功利的顺序进行分类。当代，按照类型叙述建筑时，会使用反差巨大的并置对比，如古老教堂和现代化机场等类似建筑的并置（整个历史进程中的建筑类型也包括已不存在的建筑种类）。大教堂和机场之间的比较是不可能取得丰硕成果的，而且还可能遭致批评，因为类型学是非历史的，尽管如果愿意，历史学家尽可以探究每种类型的发展（因为它是平行的）。许多建筑史都将自身限定于对某种特定类型的研究，例如平房、城堡、农舍、乡村别墅、妓院、摩天大楼等，而一些设计史则限定研究某种物品类型，如缝纫机、温莎椅、细高跟鞋。

佩夫斯纳的著作曾受到安东尼·D·金(Anthony D. King)的批评：

114

虽然对建筑社会功能给予了许多有趣的洞察，讨论并提供了许多有价值的信息，但(它)过于依赖对个人建筑师和主导风格的作用进行阐释。它主要从著名建筑师的作品中挑选建筑，并没有对为什么建筑类型会超越隐含的模式进行演变的原因作出解释，也没有对为什么不同社会的不同建筑却具有相同功能作出解释。在某种意义上，人们通过将讨论范畴限于欧洲和美国社会，来回避这类问题(即，由西方传统或文化主导的世界)，避免回答变化和文化差异性的问题。¹⁴

金也编著了一本关注建筑—类型的著作——《建筑与社会》(*Buildings and Society*) (1980)。书中探讨的内容涉及精神病院、医院、

监狱、寺庙、公寓、度假屋、餐厅和办公室。通过对这些有些奇特的案例所进行的分析,作者希望探索建造或空间形式与塑造它们的各种社会和文化形式或机构之间的关系:犯罪和法律产生了监狱,印度教塑造了寺庙,家庭催生了住房,等等。为了突出时间上与文化上的异同,分析对象都取自不同时期、不同地区。为了杜绝纯粹的技术和文体叙述,跨学科方法的作用是至关重要的,因此编者所选择的作者都熟知社会学、人类学和城市规划以及建筑史。

金在序言中的一个重要观点就是提出一种新的建筑—类型出现了。他认为这很重要,因为这标志着在社会满足自身的道路上出现了一个重要转变。金的论述有一个前提,就是建筑/社会的关系的解读是双向的:我们可以通过研究建筑来了解社会,也可以通过研究建筑所在的社会来研究建筑。

115

要完善地阐述设计史对类型学方法的运用,就必须对西格弗里德·吉迪翁的著作《机械化掌控:献给无名历史》(*Mechanization Takes Command: a Contribution to Anonymous History*)(1948)进行分析。吉迪翁(1888—1968)是批评家、历史学家、演讲家、新闻记者和社会人类学家,出生于瑞士,后在欧洲接受教育,工作于美国。他拥有机械工程和艺术史方面的学位,因此他对机器、工程和工厂组织以及艺术与设计都很感兴趣。吉迪翁是建筑师格罗皮乌斯和柯布西耶的朋友,是国际现代建筑协会(CIAM)的秘书。他是现代运动的热心支持者,他的建筑中的空间-时间思想受到立体派的影响。

在著作《机械化掌控》的序言中,吉迪翁介绍了他的研究方法,并对该方法问题加以讨论。他说,他的目标是追踪“我们受机械化影响的生活模式——这种模式冲击了我们的住房、食物、家具……我们对需要处理的琐碎事务,通常不会予以认真的思考,或至少不认为它们具有历史意义……其实,缓慢的生活塑造,与爆炸性的历史时刻具有同等价值……”这里,吉迪翁故意避开了“重大事件”型的历史和“经典设计”型的历史叙述。值得注意的是,吉迪翁是沃尔夫林的学生,沃尔夫林倡导

的是“无名艺术史”。当然，吉迪翁留心设计者的名字却不关心他们的生平，他所列举的大多是发明家、企业家、画家、科学家和哲学家，他将他们都视为设计师和建筑师。

《机械化掌控》是一本巨著(743页)，涉及时间跨度长且议题众多。议题主要集中在机械化对工厂生产、农业和家庭的影响方面。出人意料的是，文中并没有涉及战争中的机械化。文章中的子项目包括锁、科学管理、生产线、拖拉机、屠宰场、肉与面包、家具、姿势、19世纪的品位、仆人、清洗、制冷、浴室、洗澡。显然，《机械化掌控》更像是一本工业、技术和社会习俗史，而非设计进程史。

吉迪翁对类型的界定，超越了物品的种类，定义的范畴更宽泛。例如，他追溯了从古至今的人类沐浴史，认为沐浴存在着两种基本类型：“作为洗浴的沐浴和作为再生的沐浴。”换言之。“沐浴”，更多的是指一种社会行为或习惯，而非物质事件。吉迪翁的观点是，物品的特性与使用它的社会特性有关，正是这两点的关系吸引了历史学家。因此，《机械化掌控》包含了大量人类礼仪和习俗的信息——不同文化、不同时期都存有差异，以及人们对一些概念如“舒适”的认知变化。在吉迪翁分析特定物品时，他都将它们放置在一个更大的系统中讨论：例如，将洗脸盆作为浴室布局中的一个部分，和机械服务中的一个元素。

吉迪翁采用类型学方法的理由如下：

一种时刻关注相互关系的、适应我们时代的问题处理方式。这就是类型学方法。风格史的主题是水平方向的，类型史则是垂直方向的(水平线等同于历时，垂直线等同于同步?)。如果要将事情放置在历史空间中审视，两者都是必须的。

我们对现象随后的发展很感兴趣，如果愿意的话，会有兴趣阅读它长长的生命历程。垂直方向的研究使追踪类型的有机变化成为可能。类型发展究竟能够追溯多远，每种类型都各不相同……一些事务的发展需要更深远的回顾，而另一些只需要快速一瞥。

- 最关键的是同步的全景的视角。这可能会产生不连贯的问题处理方法……把历史当作星丛……

117

他使用“星丛”(constellation)这个词,也在其他地方提到“碎片”(fragments),这表明他受到瓦尔特·本雅明的史学影响,尽管本雅明的名字并没有出现在他的索引中。

《机械化掌控》的地位表现在两方面:一是在某种程度上,它是一本可称为设计社会史的设计基础文献;二是它对20世纪50年代中期伦敦当代艺术研究所的“独立小组”(Independent Group)的影响¹⁵。

潘妮·斯帕克(Penny Sparke)的简明文本《电器设备》(*Electrical Appliances*) (1987)是近年延续吉迪翁《机械化掌控》传统的类型学历史研究的案例。斯帕克的主题并不是单个产品,而是一系列英国和美国的产品,它们按照以下两点进行分类:(1) 它们的能源性质;(2) 它们作为家庭用具的作用,即电冰箱、烤箱、水壶、电熨斗、火炉、散热器、真空吸尘器、洗衣机、食品搅拌机、洗碗机、油炸锅、多士炉、咖啡/茶叶机。正如人们所期望的那样,斯帕克十分注意设计师及他们的用具,以及个别产品在一段时间内的演变,同时,她还通过分析能源供应和制造产业中的技术进步,来扩充文本内容。此外,由于家庭用品的存在和特点,不能离开社会和历史中的变化来进行分析,因此她还对家务劳动、仆人问题、女性地位以及女性主义对省力家电的态度进行了分析。

到目前为止,所列举的类型学的案例都是建筑或产品。但不应忘记的是,人类本身也可以按照社会类型进行分类。“雅皮士”是一个当代的例子。设计时尚记者和营销顾问彼得·约克因为他对英国社会类型,如对英国上流社会中衣着时髦的传统女子(Sloane Ranger)和伦敦社交界(Mayfair Mercenary)的敏锐分析及其观点而著称¹⁶。

类型学方法也受到了各种批评。例如,蒂亚基安提出,这种方式缺乏灵活性,只依靠自身处理单一的项目;他还指出:“运用类型学的有经验的学者已经完全认识到,同类型下个体的差异或许……与类型之间

质的差别一样重要。换句话说,对一个好的类型学来说,类型中的差异与类型之间的差异是同样重要的。”他继而说,使用类型学的分类,往往缺少前承后继的内容,并往往排除时间和空间因素。此外,类型学可能因为“固定”物品而限定类型,从而失去意义,因此他的结论是:“类型学和类型学分类,是一种保守方式。”

尽管如此,设计史学家也不太可能抛弃类型的概念。只要提醒学者充分注意其中存在的危险,并确保对类型的社会背景和历史发展进行解释,似乎没有理由不继续使用这种卓有成效的做法。

· 设计的国家史

设计产品往往因为它们出产的国家,以及一些有关国家成就或民族特性的故事,而使得其地位得以提升。因此,设计与国家和民族主义的关系也需要加以关注。在一定程度上,设计话语对此早有涉及,如1985年举办于维多利亚和阿尔伯特博物馆的锅炉房项目的设计展览。该展览主题为设计的民族特点,其策展文案出自乔纳森·格兰西(Jonathan Glancey)之手。

当然,艺术史中涉及国家史是一种惯例,如对“英国艺术的英国性”的讨论。后者,实际上是1955年尼古拉斯·佩夫斯纳的一个系列讲座的内容¹⁷。这些内容形成了“艺术地理学”的文稿,佩夫斯纳认为艺术家受到他所在的国家或民族、时代精神以及个人习性的制约。他声称,英国艺术家因他们的经验主义(他们观察敏锐,对细节的兴趣)、宽容、公平和理性(能够按照用途,务实的态度,“依靠自身对每个案例进行判断”,进行选择和使用)而著称,喜欢高垂线和长横线,但有时也喜欢流动的或火焰形的线条,关注自然(风景画和园艺)。佩夫斯纳称这些都源自英国“有利于户外生活的气候”!现代历史学家发现佩夫斯纳的分析模式过于简单:把数百年来复杂的艺术遗产历史削减为几种风格和形式特点,然后按照设定的民族文化和物理环境因素“解释”这些特点。

同时,在宽容性的案例分析中,在艺术素质与政治态度或传统的关系上,佩夫斯纳的阐述还很含糊。

119

对于唯物主义历史学家来说,民族的概念是极具争议的。民族和国家(这两个理念并非在所有案例中都是完全相同)的概念不是自然固定的——它们会出现,会消亡;它们的界限和名称随着时间而变化。正如雷蒙德·威廉姆斯在他对“民族主义”的讨论中所指出的,国家概念的产生与种族群体和政治形式有关:种族意识塑造民族,这往往要早于现代政治意识中国家的形成¹⁸。大多数的国家都是各种种族、地区、语言和文化的融合,因此那些主张国家的本质是特定领土上某种单一种族文化的思想是站不住脚的。显然,民族的概念是一个历史的、思想的和政治的构建,它更多的是一个不断调整的结构,是国家中不同派别之间不断斗争的战场。

有两本著作能有助于理解民族主义:本尼迪克·安德森(Benedict Anderson)的《想象的共同体》(*Imagined Communities*)(1983)和厄内斯特·格尔纳(Ernest Gellner)的《民族和民族主义》(*Nations and Nationalism*)(1983)。安德森提出了三种矛盾:历史学家所说的国家的客观现代性与民族主义者的主观传统性;民族主义作为一种社会-文化概念的普遍性与它具象表现的特殊性;民族主义的政治权力与其哲学的匮乏与无条理性。在安德森看来,依靠群体成员的思维或信仰团结起来的民族,只能被认定为是一个想象的共同体。

120

格尔纳(Gellner)认为,民族主义,虽然表面上是建立在种族基础上的,但它其实是一个意识形态的概念。当民间、农民和部落文化从属于一个更大的政治单位时,民族主义就准确地出现了:民族主义与工业和农业社会的衰落或兴盛是同步的。一般而言,促进维护民族身份的人是城镇和城市中的知识分子,他们给广大民众灌输思想。20世纪,许多国家的建立都是帝国主义强权政治或蒙受战争的结果。

人们对民族主义的态度有很大的不同。爱国者是自己国家的狂热信徒,而国际主义者则将民族主义视为一种原始的、反动的意识形式,

视它为许多冲突和战争的根源。甚至有些爱国者会抱怨社会主义政府出于全民族利益而向国营资本私有化转化。

尽管国家民族概念被神化了,但它确实也具有很大的影响力:人们愿意为了建立或是保卫民族而战斗,甚至付出生命;而法律则决定了人们是否属于某一个国家。此外,尽管由于旅游业、人口流动和国际通讯系统都在不断上升发展,但各国产品仍明显大不相同。如果不存在国家概念,我们该如何解释这种差异?

各国的土地、地质、气候和物质资源都有所不同。某些瑞典的设计特点可以从该国恶劣的气候条件进行解释,但据了解,这种气候也存在于挪威、芬兰、加拿大和(前)苏联的北方。况且,出口的产品设计事实上也无须考虑原产国的气候。而用当地材料建设的建筑,都符合当地特定的情况,因此可以产生不同的乡土建筑。这些真实的、材料的差异,更多地存在于地区之间,而非国家之间。与今天相比,过去的这种差异更大。尽管今天,不同国家的传统手工艺、教育、风格等也各不相同,但可以说,在大多数情况下,这些差异与世界范围内的共同性相比,似乎微乎其微。在返回讨论国家身份这个问题之前,我们先考虑一下国际主义的问题。

早期的现代建筑师和设计师试图超越民族主义。他们的目标是采用新材料和新技术,以一个合理的方式解决设计问题。他们认为,这种解决办法应该具有普遍有效性,因此有了“国际风格”标签的产生。今日,很少有企业只依靠国内市场就能够生存。由于产品市场必须是国际性的,甚至是全球性的,这促使大的跨国公司出现,它们的产品在多个国家生产,但它们不属于任何国家¹⁹。如汽车这样的产品,往往在一个国家设计,在一个国家制造,而在第三个国家组装。当谈到产品的国家性时,已经习惯用百分比来计算——“70%的英国性”——但产品的百分比要达到多少,才能算是这个国家的产品呢?

贸易和生产方面的国际化,使得设计日益同质化和标准化:同样的牛仔裤和电视节目几乎在世界各地都可以看到,一个国家的消费品与

另一个国家中的是一样的。一个国家的航空公司可以从另一个国家购买飞机：国家身份完全由飞机上的图案和机组人员的制服来体现。在这种情况下，就更少可以通过风格与材料的特殊性来体现不断增加的意义和价值。不过，现在公司们都意识到了同质化的趋势，因而开始试图通过设计和广告复苏国家身份，以使产品具有独特性，尽管这实际上是虚假的。而这种民族意识的构建是因商业战略的需要而进行的合理化和利用。国家身份的神话是如何被贩卖的，最生动的案例可见于旅游业，就如唐纳德·霍恩(Donald Horne)所言：

122

民族性可以成为旅游观光的一个重要亮点。在国家形成和民族概念建立的过程中，人们开始大规模地将古老事物转变成“历史遗迹”。不管承认与否，作为旅行-朝拜者，我们都向民族性表达了敬意；很明显，旅游业的最刻板的文化形式是——纪念品、地方菜、地方饮品、风景如画的四季、古朴的民俗仪式、常用语手册、民族服饰。²⁰

他还指出，即使是在相对比较普遍的形式中也可以看出民族性：“在英国，从罗马式建筑到摄政时期的建筑风格，它们都源自其他文化，但它们都表达出了独特的英国性。”

促使国际主义设计风格和思想无限扩张的另一个因素，是设计师在不同国家旅行工作的现实。许多英国出生的设计师，在英国的艺术设计学院接受教育，但工作于意大利。也许他们也正在为意大利设计的意大利性而努力！设计师甚至不需要前往其他地方，就能感受到外国的设计趋势：外国商品的进口和展览，以及大量书刊的存在，使他们能够随时了解正在米兰、纽约和东京发生的变化。因此，居住在伦敦的时装设计师很容易便可以借鉴传统日本服饰，或是“借用”一些外国元素，塑造一个折中的混合风格。但将这种服装作为“英国性”的产品转口，则必然是一种自我欺骗。

随着世界日益成为一个地球村，一个统一的世界文化的未来日益

临近。这种发展会产生很大的优势,但也会有许多人因文化、语言多样性的丧失而深感遗憾。有一种因素会对设计全球化起到一定的阻碍作用,那就是现在出现的将大规模批量生产转为小规模批量生产的可能性。这些产品可以专为特定群体的消费者而生产。人们认为,市场不再是大规模的,而是多元和分散的,因此它们需要“生态”的设计和营销,来反映和加强这些差异性。广告代理商现在也呼吁设计中要有更多的“特性”,以使产品更加多样化和更具个人主义。因此,为了销售产品,多样性大多被制造商有意保留。

在锅炉房项目的展览中,有来自英国、法国、美国、(前)苏联、意大利、瑞典和德国的产品,都是选择能体现不同国家身份的产品以进行比较和对比(这份参加名单表明了对先进国家的关注,以及对第三世界国家的忽视)。格兰西的策展文章认为,民族设计的差异性确实存在,它们有助于产品销售。他承认,现代产品是高品质的,但他更关注产品是如何运作的,并不关心它们的外观。即便如此,他认为:“有特定的工程学方法能保持美国、法国或德国产品的独特性。这些都反映了在文化、经济和地理上的巨大差异。”²¹他解释国家身份的一个有趣方式,是突出特定社会中主导群体的世界观。例如,他认为西德是一个“彻底的资本主义国家,有着彻底的中产阶级理想——勤奋工作、工业、卫生和严谨”,这些都解释了为什么西德的功能美学能发挥得如此极端。

另一个对德国设计充满兴趣的学者是约翰·赫斯克特(John Heskestt)。他曾撰写过有关德国设计的书籍,还是名为“品质的形象”(Images of Quality)的西德工业设计公开展的顾问,该展览在1987年伦敦科学博物馆举办。赫斯克特认为,西德工商业的产品“代表了德国当代文化”²²。这次展览由一些知名公司的产品组成——奔驰、博朗、西门子、博世、克虏伯等。在赫斯克特看来,它们的共同点是“用品质的概念来体现价值”。西德的设计的确拥有优良的品质或先进的技术,但是不是所有西德产品都是如此?

如果审视的产品范围更广泛一些,包括劣质的旅游纪念品,情况也许就是另一个模样了。况且其他国家的产品是否也能达到如此品质?如果是,那么这个品质就不是西德独有的特点。

格兰西对西德设计有何看法?他认为:“效率形象是最重要的。”西德的产品因其坚实的工程设计和可靠性而赢得声誉。他注意到西德设计偏爱黑色和白色,并且使用“冷峻”、“严谨”、“客观”和“理性”这些词汇来表征西德设计的德国性。但同时他还指出了这种设计理念的消极方面:“沉重”、“迟钝”、“缺乏设计天赋”。他说,效率有时也是设计创造的一种错觉。因为,德国人的历史观点勾画了另一幅图景:他们热爱浪漫主义、媚俗、庸俗、法西斯的意识形态。我们应该总结说,是他们的特性已经发生了根本的改变,还是西德设计的卫生和理性的形象只是标志着他们的集体心理受到压制?而身为“外来客”的土耳其工人要对德国经济贡献到何种程度,才能被视为是“体现了德国文化”?这些问题,都表明了国家身份与设计关系的复杂性。

潘妮·斯帕克在1983年的著作《设计顾问》(*Consultant Design*)中指出:

虽然德国以科学的名义,意大利以艺术的名义,斯堪的纳维亚以工艺的名义,美国以商业的名义来销售设计,但所有这些国家的设计形象,在战后高度竞争的世界市场上都是必要的战略。²³

不过将国家身份简单削减为一种单一特性的论述,显然是站不住脚的,因为国家的特性是非常复杂和多样化的,不能以这种方式进行压缩,它们具有多方面的特点,其中许多也是其他国家所拥有的。仅一种特征是不能区分国家的,能区分的是一种在一定时间内成为主导的特性。这种特性随后被归化,并成为约定俗成——例如,英国是一个“店小二民族”(译者注:拿破仑语)——这一特性在国家的文化构成发生变化之后还可以持续很久。

在讨论了与设计史研究相关的其他学科之后，现在来讨论一下人类学。

人类学是在 19 世纪中叶由欧洲学者创设的一门人文科学 (anthropos——意指“人类”)。现在有两个主要分支:体质人类学和文化(或社会)人类学,后者与设计史学家联系最为紧密。人类学家研究人类社会和文化的起源、发展与多样性。他们热衷于对不同社会进行对比、比较——尤其是宗族社会和现代工业社会——以凸显人类经历的多样性和相关性。他们关注所有的人类习俗、礼仪、社会结构、交流体系、神话、语言、生产消费模式、技术和物质产品。他们的物质文化概念——人类创造的房屋、武器、工具、工艺产品、装饰品、身体装饰等等——对设计史学家而言,都具有特定的、明显的吸引力,因为其中包含了设计产品的内容²⁴。

人类学家从事研究的一个特定目的是了解特定的规则或社会生活规律,例如亲属关系和婚姻法则。它的以语言分析为基础的复杂理论,因为这个目的而发生了演变:结构主义就是一个例子(相关主题的设计史见“结构主义和符号学方法”)。

人类学起源于欧洲殖民主义语境。在早期阶段,学者们研究这些明显不同于本国文化的外国土著文化时,往往将之视为原始、落后、僵化、下等、异常、非历史的或静态的,这种差异性所拥有的是一种异国情调吸引力。但现代人类学家已经意识到家长式作风和欧洲中心主义的危险,并寻求理解和尊重文化差异,以一种平等的关系进行研究,不先入为主。他们现在还意识到,局外人的存在也影响着被研究者,因此在对社会的正常运作定论时,也要考虑这方面的因素。或许设计史学家也可以从中受益。他们也需要宽容和尊重他人不同的设计品位,也需要考虑在进行采访和观察时,他们自身的存在对采访结果所造成的

影响²⁵。

126

由于现代意义上的设计是先进工业社会、消费社会的一个特点,因此,使用人类学方法研究落后小部落文化的有效性是有待商榷的。不过,先进文化与部落文化也有相似之处,如有些部落活动如文身、人体彩绘和装饰现在也仍然存在,我们期待,像特德·波尔希默斯(Ted Polhemus)和林恩·普罗克特(Lynn Proctor)这样的作家能够依据人类学家的工作,将部落和城市亚文化并置叙写²⁶。然而,一些人类学家对功能主义的强调——对阐释体系中的各个要素在整体中的功能——意味着,现代城市的文身彩绘更接近化妆或化妆品的功能,而非部落社会的文身彩绘。

为了印证上述内容,一些人类学家对先进社会进行了研究。如前面已经讨论过的,理查森和克罗伯对欧洲妇女穿着时尚变化的分析就是一例。皮埃尔·布尔迪厄(Pierre Bourdieu)对现代法国品位的概述是另一例(更晚一些)。布尔迪厄是一位社会人类学家和社会学家。这标志着,当人类学家审视当代社会时,是无法与社会学相分离的。

对设计史家来说,最有价值的是人类学家的研究方法,尤其是田野调查法。伦敦大学学院的人类学家丹尼尔·米勒(Daniel Miller)将观察、访问和摄影应用于现代城市研究,多年来他一直努力将人类学和设计史(甚至是社会学)结合起来,研究伦敦塔附近街区的居民将原本统一的厨房进行改变调整的各种方式²⁷。

127

虽然人类学与考古学联系密切,并关注人类文化的起源和发展问题,但它的许多分析都是共时性的,而非历时性的。由于历史才是最吸引设计史学家的因素,因此在这一方面,运用人类学的方法有一定的弊端。人们认为,人类学家使用了一种被称为“民族志的现在”(ethnographic present)的概念:

一种特殊的时态将过去、现在、未来集中在一起以研究持续的现在……(它)比重建的及误建的时间纬度更有优势。它将许多时

期的事件综合进一个时态点,综合的价值取决于对现在进行分析的效果。只要是对过去重要的,都必须被了解和认识。现在有关未来的观点以某些特定的方式对现在进行判断,不过同时也排斥另一些方式的可能性。它提出了一个双向的视角,个人将自己的过去有选择地视为神话源泉,将未来作为梦想的所在地……民族志的现在假定了一个不变的经济体系。²⁸

设计史学家可能觉得这个概念不符合他们的需要。

作为社会生物,人类彼此相互关联。体现这种相互关联的一种形式,就是物品交换和流通。物品的交换,可以作为礼物,也可以/或为了金钱。几乎什么都可以成为礼物,但在当代社会,某些产品是为这个目的而设计制造的。任何对这一活动的阐述,都能帮助设计史学家,如法国人类学家马塞尔·莫斯(Marcel Mauss)的《礼物》(*L'essai sur le don*)(1924),阐述了对“原始”社会中礼品馈赠的研究成果。

最近一本探讨类似主题的著作是《商品的世界:走向消费人类学》(*The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*)(1979),作者是玛丽·道格拉斯(Mary Douglas)和巴伦·伊舍伍德(Baron Isherwood)。这本著作的编撰本身就是一个跨学科项目:道格拉斯是一位人类学家,而伊舍伍德是一位经济学家。他们打算通过比较经济学和人类学的研究结果回答此方面的基本问题:“为什么人们需要商品?”“为什么他们需要自己生产的商品?”作者认为,通过对工业体系外的人们进行研究,可以发现,商品被需求、被选择不仅仅是因为商品特定的使用价值,也是因为消费者是一个大的交流体系的创造者,商品的选择是对周围环境施加身份认同和影响的一种方式:“商品以所有的方式组织起来,构成物理的可见形态,体现着商品的选择者所认同的价值等级。”²⁹这解释了为什么某些商品会优于其他商品。虽然该著作不直接探讨购买遴选过程中的设计因素,但任何解释消费者行为和品位问题的阐述,显然都对设计史学家有很重要的意义。

128

作为一门学科,人类学的存在时间远远超过设计史。因而,它对理论和方法的思考也更加广泛、更加复杂。人类学著作的讨论议题包括演化、扩散、类型、功能、比较法、分期、因果关系、社会结构决定因素和物质文化[相关综述见马文·哈里斯(Marvin Harris)的《人类学理论的兴起》(*The Rise of Anthropological Theory*)(1968)]。检视这类文献可以使设计史学家免受耗费大量时间与精力的理论问题的困扰。

· 社会史方法

社会史是当代历史写作的一个重要流派(甚至有一个社会史学会,以及名为《社会史》的期刊)。对社会史性质和来源的思考讨论,可见埃里克·霍布斯鲍姆(Eric Hobsbawm)的文章《从社会史到社会的历史》(*From social history to the history of society*)(1971)以及发表于《今日历史》(*History Today*)(1985)上的对“什么是社会史?”的七项回答。

129

根据霍布斯鲍姆的说法,术语“社会史”过去有三种意义,这三种意义有时会有交叉:(1) 穷人或低等阶层的历史(包含了“人民”、农民和劳工的运动,以及“从属”群体如儿童和妇女的历史);(2) 日常生活礼仪与习俗的历史;(3) 着重强调经济的社会史(社会经济史)。

霍布斯鲍姆认为,这三个方面的社会史,直到 20 世纪 50 年代末才拥有了一个专门的学术领域。因此,从这一方面来看,该领域的发展是相当新的。拉斐尔·塞缪尔(Raphael Samuel)将“新”社会史目前的流行及其属性,归根于 20 世纪 60 年代发生的文化变革³⁰。

由于社会史学家研究的总体对象是社会的历史(社会史),因此他们的研究题材是具有无限潜力的——它包括在社会中存在和发生的一切。尽管如此,根据霍布斯鲍姆的观点,到目前为止,学者们的研究仍往往侧重于某些特定主题:人口和亲属关系;城市化;阶级和社会团体;精神(即集体意识的形式);大规模的变革,如现代化和产业化;社会运动和社会批判。

可以说“社会”这个词在社会史中是多余的，因为历史书写必然要针对人类社会或社会中的某些方面。这使得某些史学家认为，社会史不是一个独立的研究领域，其只是一个方法论的或解释的方式，与主导历史写作的其他方式不同，它渐渐成为历史写作中的必需³¹。社会史可以追溯到19世纪后期：1874年，T. R. 格林(T. R. Green)的《英国人民简史》(*Short History of the English People*)。在这之前，历史学家热衷于“伟大事件、伟大人物”的历史类型，这被称为“鼓号”历史。社会史的出现反对这种流行模式，并与其形成反差。它不再以政府和统治精英的行为为研究重点，它关心的是普通群众日常生活中平凡的风风雨雨，以及用来对抗宪法和行政问题的物质和流行文化。最著名的是亨斯·G. 特里维廉(Hence G. Trevelyan)对社会史的定义，见其1944年的著作《英国社会史》(*English Social History*)，其中将社会史定义为“被政治遗忘的人民的历史”(也许，真正充分的社会史将必须既面对统治者，也面对被统治者，既包括稀有昂贵的商品，也包括廉价、批量生产的商品，否则将会产生片面的阐释)。

“社会”这个词的存在，表明对社会关系的强调，并认为个人是必须从属于社会的。社会史往往不对个人进行研究，除非他们从属于一定的社会团体，如阶级、种姓、职业、家庭等等。研究的中心从个人意志和性格转向客观因素，如经济。近年来，人们已经将社会史视为恰当地书写艺术和设计历史的一种方式，它不再处于一种“另类”的地位。

在意识形态上，大多数社会史学家都有左倾迹象，这解释了他们对下等阶层和群体的兴趣与认同。爱德华·汤普森(Edward Thompson)的名作《英国工人阶级的形成》(*The Making of the English Working Class*)是一个典型的例子。然而，左倾和社会史之间并没有什么必然的联系，右翼史学家也研究社会群体的风俗习惯，而且也不是说社会史就只局限于下层社会问题的研究；学者们也研究贵族和资产阶级的社会群体。同样，在建筑史中，既包括宫殿类国家建筑的社会史案例，也包括农舍和工人阶级住房的案例。

130

由于社会史书写拥有不同的政治角度,所以对社会的历史、社会主义的历史和马克思主义的历史进行一下区分,可能会对我们有所帮助。后者强调:阶级的抗争、生产关系中势力之间的冲突是变化的根源,这类历史学家同情被剥削者对剥削者的反抗。

马克思主义对设计的论述,可见弗雷德里希·恩格斯的《英国工人阶级状况》(*The Condition of the Working Class in England*)(1845)中“伟大的城市”(The great towns)这一章节,尤其是他对曼彻斯特主干道的分析。他认为曼彻斯特的街道是出于资产阶级的利益而建设的,这样可以系统地掩盖住其后凄凉的工人阶级住房区域,使他们可以眼不见为净。

131

但对这三个概念进行快速严谨的区分是不容易的,因为许多社会主义和马克思主义史学家均采用“社会史”这个术语。尼科斯·哈齐尼科劳对1960年后艺术社会史的论调进行了抨击,他认为,这种历史写作模式是历史唯物主义“更加原则化的信仰”(more principled commitment)的一个“托辞”³²。

社会史的方式在艺术史学科中影响了几十年,如阿诺德·豪塞尔(Arnold Hauser)、弗雷德里克·安塔尔(Frederick Antal)、弗朗西斯·克里金德(Francis Klingender)和T. J. 克拉克(T. J. Clark)这些学者的著作。设计史学家更多的是从他们身上而非其他社会史学家身上获得启发。

当然,艺术与设计史学家关注的只是整个社会过程的一部分:他们必须在整个社会中确立艺术和设计的相对独立性。但是,这个部分或整体的关系立即带来了“前景或背景”的问题:“前景”(艺术、设计)与“背景”(社会环境)如何形成关系?克拉克在他有关库尔贝(Courbet)的著作《人民的形象》(*Image of the People*)(1973)中对该问题进行了评论:

我想要阐释的是艺术形式、可利用的视觉再现系统、目前的艺

术理论、其他意识形态、社会阶层以及更普遍的历史结构和程序之间的关联……如果说艺术社会史有一个特定的研究领域,那就是……转换和关联的过程……我想发现在“反射”影像背后隐藏着怎样的具体转换,了解“背景”如何转变为“前景”,而不是将形式与内容进行类比,来发现两者之间真实、复杂的网络关系。它们自身的历史性塑造和改变就是调解;在每一位艺术家、每一件艺术作品中,这种调解都是历史性的。³³

牢记这一任务,我们以某些设计社会史著作为例,看看设计社会史需要的究竟是什么。

约翰·格罗格(John Gloag)曾撰写过几本关于英国设计的著作,是早期、略显粗率的应用社会史方法的案例。在他1961年的著作《维多利亚式的舒适:1830—1900年的设计社会史》(*Victorian Comfort: A Social History of Design from 1830 - 1900*)中,对能在生理和心理上满足维多利亚时代中产阶级舒适愿望的产品和服务进行了广泛论述。他雄心勃勃地分析了紧身胸衣、椅子、室内设计、壁炉、纪念品和纪念碑,以及各种形式的运输、娱乐、体育、消遣和庆祝活动、习惯、举止和品位,而且,对此类内容的分析并不输于对设计本身的讨论。书中没有涉及工作情况,而且很多内容可视为佚事趣闻。这种类型的社会史似乎是针对一般读者的,虽然忠于事实,但缺乏科学严谨性。

近期一个优秀的设计社会史研究成果,是阿德里安·福蒂的《欲望的对象物》(*Objects of Desire*)(1986),副标题是“设计与社会”(design and society)。书写的时间段为1750年至1980年,但其叙述并不是按线性时间顺序的,也没有用一个主题来贯穿始终。福蒂给自己限定了少量的议题和主题,以便能更有深度地进行挖掘:例如,设计与机械化、设计中的差异、家庭、办公室、电力和企业形象。他并不以个人设计师为论述中心,而是提出要“凸显设计如何将世界观和社会关系转变为物质形态产品的。只有通过这个过程,并将我们的注意力从设计师身上

转移开来,才能正确理解什么是设计……”³⁴

福蒂分析了好彩(Lucky Strike)香烟包装的再设计——色彩从绿色到白色的转变——解释它的成功在于传达了一种卫生、纯洁和清洁的思想意识,这种思想在美国文化中普遍存在,被向往国家认同的移民视为美国性的象征。在福蒂看来,设计将“我们是谁以及我们该如何行动的思想,融入持久的、实在的物质形式中”。换句话说,这是对思想和需求的一种客观的、物质的实现。这表明,通过对设计物品的分析,可以直接获知社会群体的思想和情感,但它可能忽视了 T. J. 克拉克所关注的调解过程。

133

一方面,设计史学家采用社会史方法;另一方面,社会史学家也研究有关设计的主题。例如,布鲁内尔大学社会史教授约翰·本内特(John Burnett)的著作《住房社会史,1815—1985》(*A Social History of Housing, 1815 - 1985*)(1986)。与其他史学家只关注“重要”住宅不同,他提出了新的角度。他宣称其目的在于:“是描述 1815 年至今各种大众住房的类型(英国),包括现有的和新式的,衡量和评价这个时间段中房屋质量的变化,并尝试对决定建筑样式的因素做出解释。”文中的章节包括:“中产阶层住房”、“劳动者的住房”、“城市居民的住房”、“市政公共住房”和“投机性住房”。这表明本内特关注设计与阶级、职业与公众部门、私有部门的关系。他声称该著作并非住房经济史,也不是住房社会政策史。在分析中产阶级住宅时,他试图从社会因素,如人口和家庭结构的变化、仆人数量的减少等方面来阐释设计。从设计史学家的角度来看,这种方法的主要危险在于,大部分的内容将涉及社会背景和社会决定因素,而住宅设计本身则成为配角。

值得一提的另一本有关住宅的著作是马克·斯威纳顿(Mark Swenarton)的作品,即使该著作中并没有出现“社会史”一词。《适合英雄的家园》(*Homes Fit for Heroes*)(1981)是一本详细勘查了政治、意识形态与一战后英国国家住宅设计之间的关系。斯威纳顿在序言中说:“历史学家和社会学家关心政治和社会,但忽略了设计”,而“设计史

学家研究设计,却漠视了其他一切内容——或充其量将它们贬谪为所谓的‘社会背景’,而这个名称顾名思义,意味着设计与社会并不是相契合的,而是相分离、相独立的”。

他继而说:“该书拥有不同的视角。它没有将设计视为与政治和住房政策无关的问题……而是让设计成为政治和政策的核心。”³⁵

斯威纳顿的著作在一定程度上是对经济优先的某些物质主义者的城市化历史的纠正,特别是对曼努尔·卡斯泰尔(Manuel Castells)的“集体消费”(collective consumption)理论的纠正。在结论中,他写道:“《适合英雄的家园》中的证据证明,人们将住宅政策决定因素置于无用的境地。”随后他说:“设计中的绝大多数意识形态已经被建筑和设计史学家所忽视……其中一个原因是,对手持绘图板的设计师来说,设计是一种思想过程的说法,在很大程度上是难以理解的,因为这似乎无关乎设计师自身的生活经验。”³⁶

总之,斯威纳顿的论点是,在政治革命正在别处发生的情况下,为从战场返回的英国士兵设计住宅,“是要证明给人们看,革命是不必要的……通过对建筑物的设计,国家希望给人们灌输一种保持现状更佳的思想”。他还补充说:

习惯用语“设计的社会功能”表达的内容远远超过了它所能承载的内容。从《适合英雄的家园》中,我们首先可以推断出,设计不是如它通常所表达的那样,是一个可以留给设计专家解决的,关注“社会”的确切事物;第二,意识形态过程不能被局限为只是传达思想(教育、出版、电视等)的渠道,思想往往被人们视为社会的“意识形态仪器”。相反地,设计似乎是——以无言的物品证明——传播和加强适应思想的一种方式。³⁷

斯威纳顿对意识形态、政治与设计关系的强调,体现了20世纪70年代左翼思想的重大发展,它对社会进程进行阐释,尝试使这种阐释比经济优先的庸俗物质主义更加综合。

我们已经在“类型学”一节中引证过社会和环境研究教师安东尼·金编纂的《建筑与社会》(*Buildings and Society*)(1980)一书,这里提及它,是因为该书的主题是“建造环境的社会发展”(the social development of the built environment)(书名中的“建造”一词意指“建筑”,因为作者不想把自己局限于“高风格”的结构)。这位编辑者说,建筑物不能仅仅被当作物质实体,因为它们与整个建筑环境一起,“基本上都是社会和文化产品。建筑物来自社会需求……它们的大小、外观、位置和形式并不仅仅是物理因素(气候、材料或地形)影响的结果,更是社会思想的结果,即该时期中普遍存在的经济和社会组织形式、资源配置、权力、活动、信仰和价值观的结果”。

他还认为,社会和建筑物之间具有相互关系:“随着社会变化,建筑环境也在不断变化……社会产生建筑,而建筑虽然不生产社会,却有利于社会许多形式的保持。”³⁸这种双向的过程意味着可以利用建筑研究社会,反之亦然。

通过一系列案例研究,该书旨在探讨建筑形式和社会因素的关系。金声称,对实际建筑设计的过分强调,将它与城市社会学相脱离,而城市社会学是关注城市和地区政治经济的一个分支学科。值得指出的是,虽然社会历史和社会学之间有着密切的联系,但它们的目的是不同的:社会学家通常不关心历史,他们希望了解的是“规则”之下的社会生活。

该书以一件案例作了总结:金分析了19世纪后期英国度假屋开始广受欢迎的原因,列举了四项原因:

(1) 先进的工业资本主义创造了更多的经济财富,使更多的人能够购买或租用第二座房屋。

(2) 因为社会变得更加复杂和专业,因此空间和建筑之间差异加大。许多类型的建筑都有发展,一些海边城镇成为专门的度假中心。

(3) 随着交通运输的工业化和进步,造成了社会组织中工作时间的变化。工作时间减少了,变得更加规范化。有偿且长期的假期以及更

多的闲暇时光,使度假屋的使用成为可能。周末休闲成为一种社会制度。铁路、自行车以及汽车意味着人们可以更便捷地到达他们的第二个家。

(4) 精英的文化和思想价值观更广泛地普及。贵族通常拥有城镇和农村住宅。这个理想蔓延至中产阶级,然后又扩展至工人阶级。

金接着解释说,别墅满足了对孤独的心理需要(逃离都市人群),提供了一个能够使家庭得到喘息的地方。城市生活的压力催生了一种希望过更简单、更乡村化生活的愿望,这对度假屋的设计有一定的影响。例如,使用风景如画的窗户和阳台拉近了室内外的距离。

“设计和社会”(design and society)这种盛行的表达组合并不理想,因为它意味着设计与社会是脱离的;将其图表化,就需要列出两个竖列,一个列着设计事件,另一个列着更普遍的其他历史事件,但这无法对两者如何相互关联作出解释。“社会中的设计”(design within society)的说法更加恰当,但仍引起了前景或背景、内部或外部的争论(克拉克则计划对前景和背景之间的调解进行更严谨的研究)。

设计史学家面临的一个挑战是,要如何展现设计过程中特定社会关系是如何呈现的,而这种社会关系帮助了设计过程的再生产和改变。一位理论家,迈克尔·汤普森(Michael Thompson)反对这种“社会塑造了设计,设计塑造了社会”的对称性观点,因为这些观点“并不具有公认的持久性,只是不断地重复”。他补充说:“但我们的建筑并非总是像现在这样,我们也不一直都保持现状,如果采用这一观点,就是在用一种静态的眼光来认识变化的现实。”³⁹所以,无论采用什么模式,这个模式都应该是一个动态的,既能解释循环的变化,也能解释更激进、更根本性的变化。

正如我们所看到的,有些作者将社会因素与经济、政治和意识形态相脱离。任何排斥后三者的设计社会史,肯定都是不完善的。理想情况下,所有影响设计过程的相关因素都应该被加以考虑和评价。

137

· 结构主义和符号学的设计研究方法

结构主义和符号学经常被放在一起讨论。它们有很多共通之处——例如在语言学方面——但也不是完全相同(结构主义与结构有关,符号学与符号相关)。

· 结构主义

现代结构主义与人类学学科密切相关,在克洛德·列维-斯特劳斯(Claude Lévi-Strauss)的著作中表现得尤为明显,他继承了布拉格学派的结构主义语言学以及索绪尔(Saussure)的研究工作。结构主义人类学家通过研究人类文化、神话和行为,似乎它们“能像语言一样进行表述”,以及通过采用语言学的术语,如语言(*langue*)和言语(*parole*),来向语言学致敬。在20世纪60年代,结构主义是最时髦、最有影响力、源自巴黎的思想流派。因此,在20世纪70年代它对英国学者的影响是最显著的。

顾名思义,结构主义对结构最感兴趣,尤其是非意识结构。例如,人们没有接受系统教育,却能遵守社会亲属规则。同样的,人们没有有意识地去理解语法体系,却能很好地进行交谈。正是这些深层次的、隐藏的结构,是结构主义者所要探讨的。结构是由各个部分或要素所组成的整体,这些要素都是系统化的,彼此相关,与整体相连。换言之,结构不是一个单纯的整体或复合体。此外,结构还是动态的:它们有变化,或更确切地说,有变化的能力。结构是由一系列内在的规律所决定的,它们促成变化,因而拥有构建结构的能力。

138

语言学认为,语言具有表面结构和深层结构,而且前者与后者的表现是不同的。此外,人们还认为,深层结构转化为表面结构,是由某种规则的改变使然。结构主义者也对改变神话结构的类似规则进行了思

考；尽管由不同元素组成的神话都各不相同，但它们隐含的关系模式却是一样的；这是因为它们拥有统一的深层结构。结构主义者的一个重要观点是，事物之间的关系比事物之中的关系更为重要。

应该承认，目前存在着几种结构主义以及“结构”的定义。列维-斯特劳斯认为，结构不是能直接观察的经验现象，而是分析者用来认识现实的模式。然而，他认为最好的模式都是“真实的”，因此需要假定模式与现实之间相对应。结构主义中一种很受欢迎的分析方法是將复杂的社会生活削减为一系列的二元对立，如自然与文化、生与熟。有时人们认为，这种对立是人类思想中永恒存在的形式。

除了人类学和哲学，结构主义在文学批评方面也很有影响力。同时，一些结构方法也被应用于绘画、建筑和广告分析。或许，对于结构主义与设计之间的关系，我们可以通过布尔迪厄的分析瞥见端倪。布尔迪厄曾对阿尔及利亚一位柏柏尔农民的居住空间和内部布局进行过分析（该著作于1971年首次出版）⁴⁰。首先布尔迪厄对之前人们对柏柏尔房屋的描写提出了批判，理由是它们不过是空洞地描述柏柏尔房屋的陈设，却未能揭示其基本内涵和意义。只有通过结构分析才能够从大社会的角度，从宗教、礼仪、习语、约束男女各自角色的习俗的角度，来思考房屋。他认为，只有这样才能对房子的方位和各布局进行充分的阐释。布尔迪厄的分析围绕一系列的二元对立进行：男与女，干与湿，火与水，日与夜，外与内，如此等等。他假定这些元素是可比拟或彼此对应的。

虽然这种分析具有启发性，但设计史学家仍可以因为它的非历史性，对其进行合理的批判。柏柏尔社会被认为是历久不变的，没有受到阿尔及利亚政治、经济和社会变化的影响（它的唯一变化就是宗教与自然的循环发展）。事实上，这是设计史反对结构主义的最重要的一点。然而，历史学家只要意识到结构分析是一个共时叙述，那么就会认识到该方法在认识人类文化模式方面是很有价值的——当然，这种文化模式必须是长期的。

列维-斯特劳斯在一篇文章中,讨论了结构主义和历史之间的关系问题⁴¹。他的结论是,两者是相辅相成的,而非相背离的活动。尽管结构主义者关注的是系统在保持同一结构时的变化能力,而历史学家关注的是这种系统是如何产生、再生产、变化和衰落的。

另一个将结构设计应用于设计分析的案例是瓦尔达·莱莫(Varda Leymore)的《隐藏的神话》(*Hidden Myth*)(1975),一本探讨杂志和电视广告的著作。该书设定其研究对象为产品领域的广告,也就是所有与产品或服务相关的广告,而不是为某一品牌或某一代理商创造的产品或服务。人们认为,由于产品需要与同一市场中的其他产品相竞争,因此它们的广告则构成了一个独特的体系。要了解任何特定的广告,都需要考虑它与所有其他竞争对手的广告的关系,以及它设定为卖点的与众不同之处。所以要分析黄油广告就需要也对人造黄油的广告加以分析。在莱莫的分析中,出现了一系列同类事物:黄油和人造黄油被视为是可以相比对的:

140

昂贵——廉价;

和谐——抗议;

满意——不满;

关爱——疏忽;

爱——恨;

将这些因素简化为一种对比,即它们的“共同分母”,就是:

和平——战争。

莱莫的结论是,广告在现代社会的作用与原始部落社会中神话的作用一样,发挥的是保护的作用。它们的总体社会功能是解决,象征性地解决人类生存中的基本问题和矛盾:生命与死亡、快乐和痛苦、战争与和平等等。她认为这个过程是无意识的:无论消费者还是广告商,都对此毫不知情。

不过设计史学家对此提出了疑义,虽然结构性的分析能够揭示广

告如何作为一种象征系统进行运作,但它忽略了某些案例的特性,忽视了广告的历史发展,而且还对产品的实际物质环境避而不谈。另一方面的批评则来自大卫·弗朗西斯(David Francis),其文章《广告和结构主义:形式的神话》(Advertising and structuralism: the myth of formality)(1986)对意义的形式结构进行了阐释⁴²。换句话说,结构主义简单地认为自己的分析是正确的,但并没有通过实证研究揭示人们到底是如何阅读和理解广告的,检验他们的研究结果是否正确。结构主义和符号学研究中包含的更多的是假设,它认为只有理论家可以穿透广告的意识形态烟幕,而“一般人”则是容易上当的受骗者。

另有一些批评者指出,结构主义只关注形式关系,而不关心内容实质,漠视分析的对象之间的质的差异。

在一段时期中,结构主义是一种激进的思想潮流。它声称,人类的行为是由无意识结构所决定的,这种结构削弱了人们对意志和个人天赋的信奉,但是对于左翼思想家来说,这种想法是令人焦虑的,因为结构主义认为结构塑造了人类的性格倾向,而这意味着一种宿命论,威胁了左翼思想家认为人类有能力通过改革或政治变革来改变自身和社会的想法。

· 符号学

符号学被称为“符号的科学,研究社会中符号发展的科学”。与结构主义相似,在20世纪60年代的法国和意大利,这门科学在文化和大众传播理论家中变得非常时髦,尽管它的起源可以追溯到几个世纪以前。国际符号学协会成立于1969年,它发行了名为《符号学》(*Semiotica*)的学术期刊。许多学者都与该学科有联系:C. S. 皮尔斯(C. S. Peirce)和F. 德·索绪尔(F. de Saussure)被视为该学科的奠基者,是许多学者的引路人,其中包括U. 埃科(U. Eco)、R. 巴特(R. Barthes)、C. W. 莫里斯(C. W. Morris)、R. 雅各布森(R. Jakobson)、A. J. 格雷马

(A. J. Greimas)、T. 托多罗夫(T. Todorov)、T. 克里斯特瓦(T. Kristeva)、V. 普罗普(V. Propp)、T. 谢伯克(T. Sebeok)以及 L. 叶尔姆斯列夫(L. Hjelmslev)。

“符号”(semiotic)一词源于希腊词汇“semeion”,意思是“标志”。其实在欧洲大陆“semiology”比“semiotic”意思更贴切,但国际通用后者。新手在学习这门学科的时候会遇到一只拦路虎,就是要了解相关的一些专业词汇:如“能指”(signifier)、“所指”(signified)、“纵聚合”(paradigmatic)、“横组合”(syntagmatic)、“征象”(index)、“直接意指”(denotation)与“含蓄意指”(connotation)等。每一门学科都拥有一套独门术语必须掌握,但在符号学中,更增添困难的是,它们的术语或概念的定义来自不同理论家,而且是相互不对应的。该问题显然造成了一定的混乱,并制约了该学科的连贯性。

142 这里不打算全面地介绍符号学,但有几本书可以用来介绍⁴³。我们在这里讨论的重点是符号学与设计史的关系。

外行人认为标志是商业和信息方面的一种标志,如路标和商店标志,但符号学中对标志概念的定义比这要更广泛:根据皮尔斯(Peirce)的观点,“标志是在某些方面,或在某些领域,给别人以指示的事物”。符号可以指涉具体所指(现实物质的东西),也可以指涉其他标志或自己本身(自我指涉),以及概念体。后者是一种虚构的、想象的、可能的现象,这意味着标志可以用来描述乌托邦的思想,用来撒谎(标志的真实性或虚假性是另外一个问题,我们这里不加以讨论)。一些标志与它们所指示的形态相似,有些则不是。相似性并不是符号表达所必要的,必要的是人们之间要达成共识,认同物体代表的含义。有些标志通过列举,发挥作用,如一种材料样本能传达出大量同种材料的信息。

在任何涉及交流或意义传达的过程中,都使用标志,因此,符号学研究的课题涵盖着从马戏团到身体语言的广阔范畴。事实上,由于整个人类文化都可以被认为是一个符号系统,因而符号学是一个非常关键的科学。安贝托·埃科(Umberto Eco)认为,符号学的主要目的是为

了解“文化逻辑”⁴⁴。

人类语言作为一种符号系统,已成为20世纪最热门的研究对象。结果,语言学——如在结构主义中一样——往往能够成为符号学分支的研究楷模,而文学这种艺术形式则吸引人们对其进行了最持久的符号学分析。因此,人们往往运用语言学、修辞学和诗学的概念对视觉符号进行讨论。在某种程度上,这种方式还有待商榷,因为视觉符号在某些重要方面是完全不同于语言符号的(有人认为,语言符号是随意的,即纯粹习惯性的,而图案是有目的性的,取决于外部现实)。

美学符号——艺术作品——对符号学家而言,具有特殊的困难,因为无法通过基于日常语言分析的方式,对其进行清晰的阐述。人们坚持认为美学符号是在特殊条件下使用的语言。建筑和设计也包括在内,因为它们也具有美学特质。罗曼·雅各布森(Roman Jakobson)曾将诗歌定义为“对普通的讲话进行的有组织的改变”,因此,理解美学就需要了解日常知识、流派、习规等,这些都是艺术家和设计师所要改写、改造和超越的。

143

现在让我们更近地审视一下符号的内在机制。索绪尔认为,符号由两个部分组成:能指和所指。就像是一张纸的两面,它们是不可分割的。常用的一个图表如下:

符号

能指 所指

能指是沟通的物理手段或媒介:印刷纸上的油墨,画布上的颜料。所指是与特定能指相关的概念;换句话说,就是它所表达的含义。例如,英语中能指“dog”(狗)以及法语中的“chien”(狗)的所指,都是同种家庭宠物(另一种描述能指和所指的方式是:表达的层面,内容的层面)。在“狗”的案例中,存在一个参照物——现实中它所指涉的物体——但实际上,所指必须要与参照物相区别,因为人们其实无须参照物,也可以领略所指。例如,“乌托邦”这个词汇的所指是一个虚构的、理想化的社会,这是完全没有真实参照物的。所指和参照物不完全一致的另一个

原因是,拥有参照物的是作为整体的符号,而非与符号分离的所指:

144

能指

— 标志——参照物

所指

交叉系统拥有更复杂的意指类型:系统中,一个标志是另一个标志的能指,而第二个标志又成为第三个标志的能指,这样依次循环。交叉系统使得罗兰·巴特能够在各种交流方式中解码修辞学和神话。

皮尔斯的术语不同于索绪尔。他非常热衷于给自己遇到的各种不同符号定性、命名。最终他的命名名单超过了60个。运用皮尔斯理论的大多数作者的分析都集中于这三种主要的符号类型:征象(index)、像符(icon)和象征(symbol)。征像指的是标志与含义之间有直接物理关系的符号,如风向袋显示出移动的方向,纸张上的钢笔线是人类绘画行为的痕迹。像符涉及相似性——它们与它们所表达的对象很相似,如护照照片。象征是纯粹的习惯认知,例如某尊女人像代表着自由的政治概念,钞票上的符号——\$——代表美元。

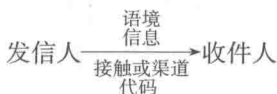
虽然这三种类型的符号可以分开讨论,但它们也可以被视为一个交叉系统的几个层级。例如,钢笔画出的线(征像)可以最终画出一个房子的形象(像符)。如果这个形象类似于一个特别著名的房子——华盛顿的白宫——那么这个符号就有了真正的参照物,它传达的含义将不仅仅是一座建筑物,因为白宫在习惯上代表着美国总统(象征)。视觉媒体的分析更倾向于皮尔斯的这三种符号理论——尤其是征像和像符——因为它们能够处理图像问题。

145

美国理论家查尔斯·W. 莫里斯(Charles W. Morris)则提出将符号学划分为三个分支:语构学(syntactics)——关注符号之间的正式关系;语义学(semantics)——关注符号的含义,符号与参照物之间的关系,符号与真实之间的关系;语用学(pragmatics)——关注符号与创造者、接受理解者之间的关系。巴特的《流行体系》运用了该体系的前两者,但排除了第三个。毫无疑问,历史学家感觉更能够把握语用学,因为他们

所感兴趣的是：谁在 20 世纪 50 年代发现了巴黎时装的意义？究竟是谁购买了服装，穿戴了服装？时装体系整体对于法国社会意味着什么？对于其他国外文化又意味着什么？

语用学需要拓宽内容范畴，不仅要涵盖文字和信息，还要包括发信人和接信人（或发送者和接收者，编码者和解码者）以及交流发生的特定背景。罗曼·雅各布森指出，此项活动需要两个参与者以及沟通渠道或接触渠道，还必须拥有一种共享的代码或语言，至少部分共享。因此，这个过程需要六种要素：



此外，雅各布森还认为，虽然所有这些因素可能都参与信息传达，但在许多情况下，只有一个占主导。他对应每一种元素，界定了六种语言功能：

- (1) 语境：指示功能（该信息指涉语境或现实）。
- (2) 发件人：表现情绪功能（信息提请注意讲话者的情绪或感情）。
- (3) 收件人：意动或服从功能（信息，如一个指令，主要是指接受者的反应）。
- (4) 接触或渠道：沟通功能（信息，如谈论天气就是一种维持联系的方式）。
- (5) 代码：诗意的功能（信息是自动聚焦的，为了追求美，凸显语言本身的代码）。
- (6) 信息：元语言功能（关于自身或其他信息的信息）。

虽然也许设计产品、时装及建筑，与谈话、信件之类的信息不同，但它们也可以对想法进行沟通。况且广告肯定是一种传达信息的设计形式。因此，只要是设计的产品都可以说是沟通行为，因而雅各布森定义的六大功能，对设计史学家更系统地了解设计产品有一定的价值。

符号学的一个麻烦问题是分析的客观性。符号学家能否站在外部制高点,分析发送者和接收者之间的交流?为了解读所有的符号,符号学家必须实际参与符号交流的过程,因而是不可能达到绝对客观性的。当学者讨论广告或消费者的含义时,在大多数情况下,他们会引用自己的解释。问题在于:会有多少人认同他们的解释呢?因此我们还需要更加重视实证研究,来发现其他人——大多数使用者——是如何“解读”设计产品的。误读的发生,不论是无意还是有意,都是很重要的,因为大家都知道,大众媒体传播的信息和新产品的失败率是非常高的。

对视觉或物质文化的符号学进行的分析研究汗牛充栋,因而无法详细总结它们。其中包括:C. 梅斯(C. Metz)和 P. 沃伦(P. Wollen)对电影的研究,C. 詹克斯(C. Jencks)对建筑的研究,R. 巴特(R. Barthes)对图像、广告和时尚的研究,V. 伯金(V. Burgin)对广告和图像的研究,J. 威廉姆森(J. Williamson)和 G. 邦西佩(G. Bonsiepe)对广告的研究,J. 贝尔坦(J. Bertin)对图表的研究,J. 鲍德里亚(J. Baudrillard)和 M. 本泽(M. Bense)的设计研究,U. 埃科(U. Eco)对喜剧、建筑、电视的研究,D. 普雷齐奥西(D. Preziosi)对建筑环境的研究,D. 赫布迪齐(D. Hebdige)关于亚文化的研究,P. 博加特廖夫(P. Bogatyrev)对服饰、民间剧场的研究。从这个名单中很容易发现,与工业设计相比,平面设计和媒体方面得到了符号学家更多的重视。

147

巴特的《时装体系》综合了结构主义和符号学。正如我们之前所述,巴特故意排斥了服装的历史发展,所以他的研究完全是共时性的。依据 20 世纪 50 年代末的两本法国时尚杂志进行分析,对组成时尚的象征系统的各种代码进行了技术性很强的阐释。任何打开这本书期望发现 20 世纪 50 年代巴黎时装状况的人,肯定要失望。作者并没有通过明确的案例来说明服装历史与服装符号学分析之间的差异。

对巴特的著作提出批判的是乔纳森·库勒(Jonathan Culler)⁴⁵。他在巴特的书中发现了几个严重的方法论问题:他认为,要认识控制服装“流行性”(fashionability)的法则,就必须要了解非流行服装的相关信

息,这一点巴特没有提及,因为他只专注于对流行性的研究。此外,由于巴特对流行体系的一般结构很感兴趣,他应该多分析几年的案例,来推断是否在其他时间的运作中存在着其他关系,否则流行的年度特点与整个体系的特点会相混淆。库勒的结论认为巴特的研究结果是不确切的、无法证实的。

为了简要地展示如何对建筑进行符号学分析,我们以凯旋门为例。在此案中,能指是拱门中的石块,所指是人类情感或胜利的概念,因而符号就是这个胜利之门。很明显,这个建筑符号的“参照物”是它的功能。而这个拱门只有作为凯旋游行中的一程时,才能被完全认识。拱门的造型是特定文化中古老的、传统的、特殊的表达形式。有人认为,它的造型来源于人们列队欢迎胜利者时高举手臂的习惯。因此可以说,它的形式具有很大的符号意义或象征意义。使用材料的属性、结构所具有的纪念性和体量感,被人们认为代表着这样的含义:拱门更永久,胜利更持久;拱门越大,胜利越大。

拱形是具有单一意义且结构简单的符号。世界上更为复杂的建筑
148
和建筑组合所传达的“信息”,对符号学构成了更大的挑战。如果普通纱厂厂房可视作散文作品,那么精巧的大教堂便可被认为是诗作。对复杂建筑类型的分析,促使符号学家应用了修辞学和诗学的词汇。在对早期建筑结构的分析中,人们应用“引用”(quotation)、“释义”(paraphrase)或“拼贴”(pastiche)这样的词汇,将“谈论”其他建筑的早期建筑称为“元语言”。试图系统化应用语言学类比的分析家们,希望确立建筑的组成部分——空间、材料、形式、比例——这或许与语言中的音素、词、词组、句子是相对应的。但没有建筑符号学家能在这方面达成共识,所以对这些问题的讨论是冗长而神秘的。杰弗里·布罗德本特(Geoffrey Broadbent)等人编纂的《符号、象征与建筑》(*Signs, Symbols and Architecture*)(1980)中包含了一系列相关文章,其中包括一篇来自查尔斯·詹克斯(Charles Jencks),他雄心勃勃地探讨了建筑符号的性质⁴⁶。

对于 20 世纪 60 年代的文化理论家以及 70 年代某些艺术家和评论家来说,符号学的价值在于,它提供了一个比以往更先进的分析方法。其中不少人持有左翼政治观点,而且最初对符号学的呼吁也是因为它宣称要揭露主流文化形式的运作,如揭示广告的基本思想。在《神话学》(*Mythologies*)(法国版,1957)中,巴特着手去除神话色彩。后来,他步入一个更科学的阶段——《符号学元素》(*Elements of Semiology*)(1964)——但他最后提倡“符号破坏学”(semioclasm),这是对符号学的一种不恰当的解构。经过若干年,符号学激进的批判性已渐渐消退,步入了学院的学术大堂。它现在是一个相当正统的分析模式,应用于很多学科领域。甚至它批评的对象都已经接受了它:如《面孔》(*The Face*)杂志上的广告就引用了巴特的语录。

149

一般来说,符号学家致力于研究决定符号系统和代码的一般规律,具体的案例研究只是实现这一目标的一种手段。而历史学家关注的则是具体案例的独特性。符号学家和历史学家的差异,还表现在符号学家并不关心符号史,前者只想弄清楚符号系统是如何运作的。然而,尽管目标不同,但设计史学家仍可以应用符号学界定和分析复杂的符号。至少这是我审视——组成 H. C. 贝克(H. C. Beck) 20 世纪 30 年代著名的伦敦地铁系统图中的各类符号——图案和语言——得出的经验⁴⁷。但是,为了能够全面理解图表,符号学分析必须辅之以对其起源、发展(它的各种版本)、功能及其与参照的关系(伦敦的地铁网络和地形)的探讨分析。

符号学与设计史学家息息相关,某些设计师还希望提高自己对沟通过程的掌握,他们将符号学纳入其设计方法中⁴⁸。毕竟,设计师也对现有符号进行改造,并创建新的符号。然而,设计师在这方面的决定权或自由度是充满争议的,这是因为意指所具有的社会性质:如果人们没有共同的代码和知识体系,那么他们之间的沟通则是异想天开。

注释和参考文献

1. J. 菲西克(J. Physick),《维多利亚与阿尔伯特博物馆:它的建筑史》(*The Victoria and Albert Museum; the History of its Building*) (牛津: 费顿/克里斯蒂出版社, 1982), 236 页。
2. A. 克利夫顿-泰勒,《英国建筑的样式》(*The Pattern of English Building*) (伦敦: 法布尔出版社, 新版 1972), 25—26 页。
3. S. 卡茨,《塑料:设计和材料》(*Plastics; Designs and Materials*) (伦敦: 远景工作室, 1978), 64 页。
4. G. 森佩尔(G. Semper),《论风格》(*Der Stil*) 2 卷(法兰克福: 1860—1863), 1 页。 150
5. M. 艾弗森,《风格与结构:阿卢瓦·里格尔的史学》(*Style as structure: Alois Riegl's historiography*),《艺术史》(*Art History*) 2(1) 1979 年 3 月, 62—72 页。
6. 费尔迪南·德·索绪尔,《普通语言学教程》(*Course in General Linguistics*) (伦敦: 丰塔纳/柯林斯出版社, 1974), 3—4 页。
7. 索绪尔, 同上, 218 页。
8. 有关比较法的论述, 见 E. 利奇(E. Leach)的“人类学中的比较法”(The comparative method in anthropology),《国际社会科学百科全书》(*International Encyclopedia of the Social Sciences*) 第 1 卷(纽约: 麦克米伦和自由出版社, 1968), 339—345 页。
9. 有一些有关内容分析的书籍, 例如, O. 霍尔斯特(O. Holsti),《社会科学和人文科学的内容分析》(*Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*) (阅读、大众: 阿迪森·卫斯理, 1969); K. 克里彭多夫(K. Krippendorf),《内容分析: 方法论介绍》(*Content Analysis; An Introduction to its Methodology*) (塞奇出版社, 1980)。对内容分析的优缺点进行的讨论见《大众传播与社会》(*Mass Communication and Society*),《文化研究 2》(*The Study of Culture 2*),《第六单元: 信息和意义》(*Unit six: Messages and Meanings*) (米尔顿·凯恩斯: 开放大学出版社, 1977), 30—33 页, 56—57 页。
10. 阿多诺被 M. 杰伊(M. Jay)引用于《辩证想象: 法兰克福学派的历史》(*The Dialectical Imagination; a History of the Frankfurt School*) (伦敦: 海尼曼出版社, 1973), 222 页。
11. E. 蒂亚基安(E. Tkyakian),“类型学”(Typologies),《国际社会科学百科全书》

(*International Encyclopedia of the Social Sciences*) 16卷(纽约:麦克米伦和自由出版社,1968),177—186页。或许对类型界定问题的最详尽的分析是大卫·L. 克拉克(David L. Clarke)的著作《考古学分析》(*Analytical Archaeology*) (伦敦:梅休因出版社,1978年第二版)中名为“人工制品和类型”(Artefact and type)的章节。书中的讨论比较复杂,在这里无法总结,遗憾的是,其中系统理论术语妨碍了对其进行理解。然而,值得指出的是,克拉克书中探讨的考古学层级中有一层就是类型,他在书中系统地对从最基本到最复杂的层级进行了探讨,它们分别是:属性,人工制品,类型,组合,文化和文化组。

12. P. 斯特德曼,《设计的演变》(*The Evolution of Designs*) (剑桥大学出版社,1979),81页。
13. C. 本顿与 T. 本顿,“建筑:十年对比”(Architecture: contrasts of a decade),见艺术委员会/维多利亚与阿尔伯特博物馆,《30年代:战前英国的艺术与设计》(*Thirties: British Art and Design before the War*) (伦敦:艺术委员会/海沃德画廊,1979),47—61页。
14. A. 金编,《建筑与社会:建筑环境的社会发展论文集》(*Buildings and Society: Essays on the Social Development of the Built Environment*) (伦敦:罗德里奇 & 基根·保罗出版社,1980),6—7页。
15. 见 A. 马赛(A. Massey),“独立小组:走向重新定义”(The Independent Group: toward a redefinition),《伯灵顿杂志》(*Burlington Magazine*) 129(1009)1987年4月,232—242页。
16. 见 P. 约克,《风尚大战》(*Style Wars*) (伦敦:席德维克和杰克逊出版社,1980)。
- 151 17. N. 佩夫斯纳,《英国艺术的英国性》(*The Englishness of English Art*) (伦敦:英国广播公司,1955)。
18. R. 威廉姆斯,《关键词:文化与社会词汇》(*Keywords: a Vocabulary of Culture and Society*) (伦敦:丰塔纳/克鲁姆·赫尔姆出版社,1976),178—180页。
19. 见 T. 莱维特(T. Levitt),“市场全球化”(The globalization of markets),《哈佛商业评论》(*Harvard Business Review*) (3)1983年5—6月,92—102页。
20. D. 霍恩,《伟大博物馆:历史的再呈现》(*The Great Museum: the Re-presentation of History*) (伦敦:冥王星出版社,1984),165页。
21. J. 格兰西,“锅炉房项目”(The Boilerhouse Project),《设计中的民族特色》

- (*National Characteristics in Design*) (伦敦: 锅炉房/维多利亚与阿尔伯特博物馆, 1985)。
22. 《德国设计: 品质的形象》(*German Design: Images of Quality*) (伦敦: 科学博物馆, 1987)。
23. P. 斯帕克, 《设计顾问: 工业设计师的历史和实践》(*Consultant Design: the History and Practice of the Designer in Industry*) (伦敦: 彭布里奇出版社, 1983), 48 页。
24. 对物质文化概念的讨论, 见 T. D. 普朗(T. D. Prown), “物的精神: 物质文化理论和方法简介”(Mind in matter: an introduction to material culture theory and method), 《温特图尔文献: 美国物质文化杂志》(*Winterthur Portfolio*) 17, 1982 年, 1—20 页。
25. E. 利奇, “观察者是系统的一部分”(Observers who are part of the system), 《泰晤士高等教育增刊》(*Times Higher Education Supplement*) 1985 年 11 月 29 日, 16—17 页。
26. T. 波尔希默斯和 L. 普罗克特, 《时尚和反时尚》(*Fashion and Anti-Fashion*) (伦敦: 泰晤士与哈得逊出版社, 1978)。
27. 设计史学会会议上的一篇文章, 伦敦和布莱顿, 1987。
28. M. 道格拉斯(M. Douglas)和 B. 伊舍伍德(B. Isherwood), 《商品世界: 走向消费人类学》(*The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*) (伦敦: 艾伦·莱恩出版社, 1979), 23 页。
29. 同上, 《商品世界》, 5 页。
30. E. 霍布斯鲍姆, “从社会史到社会的历史”(From social history to the history of society), 《代达鲁斯》(*Daedalus*) 杂志(100) 1971 年冬, 20—45 页; R. 塞缪尔, “什么是社会史?”(What is social history?), 《今日历史》(*History Today*), 1985 年 3 月, 35 页。
31. 约翰·布罗利(John Breuille)认为, 社会史不应该被视为一种特定的历史分类, 应该是一种“出现在每一个历史中的一个层面”。罗伊登·哈里森(Royden Harrison)则认为社会史“与其说是一个历史研究领域, 不如说是一种处理方式”。《今日历史》(*History Today*) 1985 年 3 月, 40—43 页。N. 哈齐尼科劳(N. Hadjinicolaou)也得出相同的结论, “艺术的社会史——一个托辞?”(The social

history of art—an alibi?),《思想与生产》(*Ideas and Production*) (5) 1986, 4—16 页。

32. N. 哈齐尼科劳,“艺术的社会史——一个托辞?”(*The social history of art—an alibi?*)。
33. T. J. 克拉克,《人民的图像:古斯塔夫·库尔贝与 1848 年革命》(*Image of the People: Gustave Courbet and the 1848 Revolution*) (伦敦:泰晤士与哈得逊出版社,1973),12 页。
34. A. 福蒂,《欲望的对象物:设计与社会(1750—1980)》(*Objects of Desire: Design and Society 1750 - 1980*) (伦敦:泰晤士与哈得逊出版社,1986),245 页。
35. M. 斯威纳顿,《适合英雄的家:英国早期国家住宅中的政治与建筑》(*Houses Fit for Heroes: the Politics and Architecture of Early State Housing in Britain*) (伦敦:海因曼出版社,1981),2—3 页。
36. 同上,194—195 页。
37. 同上,196 页。
38. A. 金(A. King)编,《建筑与社会:建筑环境的社会发展论文集》(*Building and Society: Essays on the Social Development of the Built Environment*) (伦敦:罗德里奇出版社,1980),1 页。
39. M. 汤普森,《垃圾理论》(*Rubbish Theory*) (牛津大学出版社,1979),217—218 页。
40. P. 布尔迪厄(P. Bourdieu),“柏柏尔房屋”(The Berber house),见 M. 道格拉斯编的《规则和意义:日常知识的人类学》(*Rules and Meanings: the Anthropology of Everyday Knowledge*) (哈蒙兹沃思:企鹅出版社,1973),98—110 页。
41. 列维-斯特劳斯,《结构人类学》(*Structural Anthropology*) (纽约:基本图书公司,1963)。
42. D. 弗朗西斯,“广告与结构主义:形式的神话”(Advertising and structuralism: the myth of formality),《国际广告杂志》(*International Journal of Advertising*),5, 1986 年,197—214 页。
43. 见 R. 巴特,《符号学元素》(*Elements of Semiology*) (伦敦:开普出版社,1967); U. 埃科,《符号学理论》(*A Theory of Semiotics*) (布鲁明顿:印第安纳大学出版社,1976); T. 豪克斯(T. Hawkes),《结构主义和符号学》(*Structuralism and*

152

Semiotics)(伦敦:梅休因出版社,1977)。

44. U. 埃科,“寻找文化逻辑”(Looking for a logic of culture),《时报文学副刊》(Times Literary Supplement)(3,735)1973年10月5日,1149—1150页。
45. J. 库勒,《结构主义诗学》(Structuralist Poetics)(伦敦:罗德里奇与基根·保罗出版社,1975),32—38页。
46. G. 布罗德本特等编,《标志、符号与建筑》(Signs, Symbols and Architecture)(奇切斯特:威立出版社,1980)。也参见 G. 多弗雷斯(G. Dorfles),“建筑中的结构主义与符号学”(Structuralism and semiology in architecture),收录于詹克斯和 G. 贝尔德(G. Baird)编,《建筑的意义》(Meaning in Architecture)(伦敦:巴里和洛克克里夫出版公司,1969),38—49页,以及 M. 斯卡尔维尼(M. Scalvini)的《建筑中的符号内涵》(L'architettura come semiotica connotativa)(米兰:邦皮亚尼出版公司,1975)。
47. J. A. 沃克(J. A. Walker),“伦敦地铁图”,《符号图形》(Icographic)(14/15)1979,1—3页。
48. 平面设计师和信息设计师对符号学有特殊的兴趣。德国乌尔姆设计学院自1957年至1960年对视觉传达进行了符号学分析。见 G. 邦西佩(G. Bonsiepe),“说服性沟通”(Persuasive communication),《大写》(Uppercase)(5),1961,19—34页;“口头/视觉修辞学”(Verbal/visual rhetoric),《乌尔姆》(Ulm)杂志(14/15/16)1965,23—40页;T. 马尔多纳多(T. Maldonado),“沟通和符号学”(Communication and semiotics),《乌尔姆》(Ulm)(5)1959,69—78页;“注解沟通,词汇符号学”(Notes on communication, glossary of semiotics),《大写》(Uppercase)(5)1961年,5—10页,44—62页。《信息设计杂志》(Information Design Journal)4(3)1986中有三篇文章与符号学相关。

风格、风格化与生活方式

赝品总能同“真品”区分开来,因为复制品和赝品绝不可能完全复制出产生“真品”的社会条件和物质条件。

154

由于各种原因,设计史学家并不像艺术史学家那样沉迷于归属的问题;然而,在设计的具体领域,该问题确实存在。例如,在英国家具领域,将一把18世纪的椅子的作者归于像托马斯·齐朋代尔(Thomas Chippendale)这样的著名设计师,对于其经济价值与收藏价值就会产生惊人的差异;因此家具历史学家必须非常困难而妥善地从成千上万件赝品中鉴别出真品来²。

· 风格定义

“风格”(style)一词源于拉丁文的“stilus”,意即“一种书写工具”,此后演变成一种观念,即笔迹是个性的直接表现。无疑,它是表现理论的起源,而表现理论又在美学史上具有非常大的影响。它也可以称为“签名理论”。其含义是,一个人在书写时会不由自主地显示自己,因此,笔迹可以用来鉴定作者的身份,即“风格如人”。但是,罪犯伪造笔迹的本事也使人们对这个理论产生了怀疑。

关于风格,还有一种观点可以称为“修辞派”(the rhetorical)。它认为,任何一个复杂的社会都有各种各样的书写风格和演讲风格,可以被学习或者模仿。因此,从这个意义上说,风格是人造的。它是公众的、社会的,而不是私人的、个人的;它是自我意识的,而非无意识的,就如同“签名理论”一样。自觉意识在格式化和风格化中尤为明显(汽车造型、发型等等)。负面含义往往与风格化有关:它被认为是对一个物体所做的最后的、表面的改变,几乎是被作为事后的想法用到一个物体的表面,是一种包装。在这种情况下,外表与内在之间暗含着一种不真实的关系,因此,20世纪80年代的一些英国设计被指责为“全是风格,没有实质”。

155

从修辞意义上说,风格可以被看作是一种资源,是艺术生产的一个

要素,原因在于,一旦有许多风格存在,艺术家可以从中选择一个他们愿意使用或者加工的风格。他们也可以选择将各种风格结合起来,创造出一种混合风格。当人们考虑风格复兴情形时,这些绘画作品就会变得很明显:新古典主义、维多利亚哥特式风格等等。而当人们考虑从外国文化中借用风格时,社会出现例如中国风(chinoiserie)的风格。

现在,让我们尝试给该术语下一个更加准确的定义。迈耶·夏皮罗(Meyer Schapiro)是美国著名艺术史学家,他给“风格”下的定义如下:

在个人或者群体艺术中,风格意味着不变的形式,有时意味着不变的元素、特性和表现。风格首先是一个形式系统……一种风格的描述是指艺术的三个方面:形式元素或者动机、形式关系、特性(包括一种我们可以称为“表现”的所有特性)。³

这个定义强调形式和全面表现,但是没说任何内容。它符合一种普遍的观点,即风格与如何表达有关,就是用什么方式方法,而与表达的内容无关。另一方面,弗雷德里克·安塔尔(Frederick Antal)认为,每个艺术作品都是形式和内容的一种特殊相互关系⁴。为什么女性的头发是新艺术风格艺术家的一个流行主题,一个原因是,它适宜于开发一个特别受人喜爱的形式,即波浪起伏的线条。朱迪斯·吉诺瓦(Judith Genova)也提出,“风格是由结婚形式创造的,并以此形式来表明内容,也就是说,隐喻地用形式说明内容”⁵。以凡·高的一幅农民画为例,如同大地般的颜色和宛如耕地似的笔触使该画的修饰内容得到了加强。

现在的问题是:“可以说经设计出的商品既有内容又有形式吗?”对于表面具有修饰意象或装饰纹样的产品,以及以动物或食品形状构造的建筑物而言,答案显然是肯定的。甚至对于诸如汽车这样更“抽象”的产品而言,其风格也可以设计成“隐喻地用形式说明”像速度或者性这样的内容。风格具有含义,风格可以引出内涵和联想,这一事实表明,只要有形式就一定有内容,或者说,形式本身就是一种象征代理。

例如,如果将伦敦地铁识别图形的所指搁置一边,其饱和的色彩、锐利的边缘、线条的几何构图本身就传达了一套价值,即秩序、透明、和谐、经济、团结、理性,这些也可被证明为典型的古典主义。

156

风格并不是一个可以明显用于单一制品的概念:它只对那些被作为集体成员的制品有效。要确定一个制品属于一个特定的风格,就必然意味着它与其他存在的制品具有共同的特征。一种风格的具体特征只有与其他风格对比的时候才看得最清楚。

通常,学者为风格下定义并不是通过对比的方式,而是通过一个形式的或者感知的特征清单。因为任何一个制品都不可能展示某个风格的全部特征,所以,我们可以看出风格概念是一种理想类型,具体范例在风格上是接近的,但精确度却各不相同。

有时候说到一个人,人们说她或他“有风格”,这就意味着其他人没有风格。其他人真的可能没有风格吗?从人类学观点来看,每个人都有风格,因为没有谁可以置身其外。虽然我们可以说一些人有一种显眼的风格,另一些人有一种谨慎的风格,一些人是高雅的,另一些人则是粗俗的;但同时我们也可以说一些人特别具有风格意识,而另一些人则对其外表并不在意。假定每个人都是受风格支配的,那么整个社会都可以用它组成的风格形式范围来进行分析。

157

艺术史中一些常用的风格名称有:动物风格、几何风格、希腊化、罗马式、哥特式、巴洛克式、洛可可式、路易十四式、矫饰主义、安妮女王式、新古典主义、帝政风格、新艺术风格、国际现代风格。显然,不同的原则支配着这些名称:有时它们源于一个历史时期,有时它们源于一个政治领袖,有时它们源于一个主题,有时它们源于一些形式特征。一种风格名称,例如“哥特式”,就暗示着一个统一的、同类的实体,但是各种各样的细分可以同时存在。因为哥特式是一种国际风格,所以,民族变体已经得到确认,而这些民族变体反过来又被进一步细分。例如:英国哥特式被分为诺曼底式、早期英国式、装饰式和垂直式。

风格通常被视为具有生命周期,即出生、青年、成熟、衰退和死亡,

因此被赋予“早期”、“中期”、“晚期”的特点。这些词汇并不单单总是描述性的,它们可以承载道德判断,例如,把一种晚期风格称为“颓废的”。

回顾过去,一些观察家似乎认为,历史上有一段漫长的时期,整个文化都是同种同类的,表现出一种统一的主要风格,一种时代风格(Zeitstil),或者一种时代的样式。例如,沃尔夫林(Wölfflin)注意到,哥特式服装和哥特式建筑在形式上具有一致性,即一个是尖头鞋,一个是尖塔。另一些作家进一步宣称,他们发现有一个共同的时代精神(zeitgeist)在支撑着社会生活所有不同的领域。有种意见反对这个观点,说这个观点认为各种各样的领域——宗教、法律、视觉艺术、哲学——都在以同样的速度平行发展。这似乎不太可能,除非是在一个很小的或者高度统一的文化中。我们将很快回来讨论时代风格和时代精神问题。

我们自己的时代有这样统一的风格吗?大多数人会说没有,因为我们看到的是一个多元化的风格、一个支离破碎的文化。有些学者认为,由于现代社会越来越复杂,以及独立艺术表现出来的分化变异和对自治的渴望,因此,过去那种大一统的风格不再可能重现。英国艺术评论家彼得·富勒(Peter Fuller)也指出,现在缺少一个可以作为共同风格基础的“象征性的共享秩序”。我们的时代不仅具有风格多样性的特点,而且还具有风格兼容的特点。从后现代主义的有利位置来看,很清楚,现代建筑 and 设计的国际风格是人们为锻造一种普遍风格所做的最后努力,虽然法西斯意大利和德国的准军事风格也可以成为一个例子。

赫尔曼·穆特修斯(Hermann Muthesius)是普鲁士公务员、历史学家和德意志制造联盟的创始人,他为20世纪初期缺少一个共同的德国风格而感到遗憾。1914年7月,在德意志制造联盟第七届年会上,穆特修斯宣称,建筑师和设计师正在朝着共同形式的标准化及其运用的方向迈进。他认为,只有用这个方法,德国设计才能取得“和谐文化时代的那种普遍特征”。吉莲·耐勒(Gillian Naylor)认为,穆特修斯追求的是“卓越而不是压制个性,是重建一种与德国理想和德国文化有关的普

158

遍的形式语言”⁶。德意志制造联盟的艺术工匠似乎激烈反对这些提议，并以赞美个人创造力的方式作出回应。

一方面，风格被看作是个人的表现，另一方面，又被看作是社会团体的表现。这两方面如何协调？通过语言类比可以提供一个答案：所有的英国人都说一种共同的语言，但都有个体差异即方言，都有地区差异即口音。用这种方法，我们可以讨论共同风格的个人差异和团体差异。

可以把风格当作个人独有的吗？答案肯定为“不是”，因为个人风格如同个人语言一样是不可能的。例如，毕加索最著名的成就是立体主义，这是一种与布拉克(Braque)和格里斯(Gris)共有的风格。人们要费很大的劲才能将毕加索和布拉克的一些立体主义绘画区分开来。毕加索不断地改变着自己的风格，而且他经常同时以不止一种的风格来绘画。如果我们假设风格是艺术家个性的表现，那么，要解释这些变化，我们必须假定个性发生了彻底的变化。这是荒谬的。正如吉诺瓦所言：“艺术家在一生当中可以经常改变他们的风格，我们无须假定他们的个性发生了剧烈变化。”⁷这些结论破坏了已有的定论，即风格可以为我们提供一个直接的方式去了解一个人、一个民族或者一个社会团体的心理状态。

159

人们能够临时采用风格，而无深刻的认同，这也使这种定论受到了破坏，例如，舞会穿的化妆服、周末朋克等等。确实，我们有理由说，一种风格可以是制造假身份的手段，或者是掩盖真实身份的方式，例如，富人穿着像流浪汉，银行劫匪穿着警察制服。换句话说，所有的符号系统既可以用来撒谎，也可以用来讲真话。由此得出结论，我们不能简单地假定外表和真实之间是透明的。

一般来说，风格对设计史学家没有对艺术史学家那么重要。前者更喜欢类型史而不喜欢风格史。而且，在现代设计中，风格的重要性也是根据人们所关注的物体而变化的，例如，在外表通常比功能更加重要的场合，着装是至关重要的，但是在功能一般优先于外表的工程场合，它又是次要的。早期现代设计理论假定——尽管事实证明它是错误的——风格问题将会永远得到解决：机器美学、工艺和诸如“形式服从

功能”等原则将决定建筑物和产品的形状和外貌。似乎这很自然。设计师要做的全部事情就是寻找设计问题的最佳解决方案，而不会引起风格问题。现代设计的产品实际上没有风格。

尽管如此，许多设计书籍都在讨论建筑和产品的风格，例如，关于新艺术的若干历史著述，有斯蒂芬·贝利的《优良外形：1900—1960年的工业产品风格》(*In Good Shape: Style in Industrial Products 1900 to 1960*) (1979)和彼得·约克的《风格战争》(*Style Wars*) (1980)。如果装饰、装潢艺术和诸如纺织品的手工艺被认为是设计的一部分，那么，早期艺术史的两部重要著作应该被引用，即戈特弗里德·森佩尔的《工艺和构造艺术风格，或者实用美学》(*Der Stil in den Technischen und Tektonischen Künsten oder Praktische Ästhetik*) (1860—1863)和阿卢瓦·里格尔的《风格问题》(*Stilfragen*) (1893)。遗憾的是，这两本重要著作都没有翻译成英文。

早期理论家，如森佩尔，倾向于潜心研究风格的起源与进化。由于人类文化早期阶段的确凿证据很难找到，因此，重建那段历史只能靠推测。森佩尔主张，不同的现代艺术的起源应在早期工艺品的材料或者技术基础中去探寻。将材料按其显著的自然属性进行分类，导致产生了“技术艺术”，如纺织品、陶瓷制品、木工手艺、细木工制品、砖石工艺和雕刻品，它们反过来又形成了建筑、雕塑、镶嵌等等的基础。森佩尔曾经是一名数学学生，他设计了一个代数公式来解释风格： $\gamma = F(x, y, z, \dots)$ ，其中“ γ ”等于风格，“F”等于功能或者目的，“ x, y, z, \dots ”等于各种因素，例如材料、工具、宗教、艺术家性格等等，它们的结合决定了上述作品的性质。森佩尔相信，当因素随着时间变化时，人类的需要仍然保持不变，因此，功能也不会像因素那样发生同样程度的改变⁸。

虽然森佩尔的理论包括人类的目的，但它随后还是被视作具有决定性的和唯物主义的性质。里格尔对此提出了批评，其理由是，如果艺术家和设计师愿意，他们可以不按材料和技术的自然秉性去工作，这是他们的自由。后者被视为“艺术意图”(kunstwollen, “艺术意图”或者

“形式意图”)必须与之抗争的摩擦力或阻力⁹。无疑,任何解决形式与风格多重决定因素问题的办法,要使人信服,就必须考虑人的欲望与可用材料和技术之间的相互作用。而且,要解释个体艺术家的意愿,大概同样需要超越个人心理状态,调用社会因素。

· 风格化

当风格的特性被故意夸大,我们就会谈及风格学和风格化。一个风格化的著名例子发生在美国汽车工业,从20世纪20年代晚期开始,一直到20世纪50年代达到高潮。通用汽车公司董事长阿尔弗雷德·斯隆在他的回忆录《我在通用汽车的岁月》(*My Years with General Motors*)(1965)中详细描述了这个过程。公司雇用了一大批设计师,其中最著名的是哈利·厄尔。在20世纪20年代之前,汽车设计一直被工程师所控制,但是,一旦市场上基本标准的汽车达到饱和状态,就必须寻找吸引买家的新方法,这时,风格设计师比产品工程师显得更加重要。当汽车发动机和结构相对变化缓慢时,汽车外观改变得很快,直至最后每年改变型号变成了规范。风格化首先用来区分不同造型的汽车,其次,是通过创造一种心理过时的感觉来增加销售额,也就是说,使消费者感到他们拥有的汽车不再时髦了,已经过时了。

161

厄尔和其他风格设计师发现,大众对风格的极端的、突然的改变非常抗拒,但是如果逐步改变,逐年改变,那么,形式和品位最终也会被彻底改变。1954年,厄尔声称:“28年来,我的主要目的是加长和降低美国汽车……因为我的均衡感告诉我,长方形比正方形更具有吸引力……!”¹⁰厄尔个人的审美动机忽略了支配风格创新与变化的经济规则和营销规则。

汽车设计不再沉迷于每年改变型号的策略。的确,时尚的问题超越了时尚本身。当代汽车制造商,特别是像戴姆勒-奔驰这样的欧洲制造商,现在强调的是其产品的功能性。它们的汽车风格变化缓慢,一看

就清楚,连续型号都属于一个车系。这种设计原理被称作“垂直型号同质化”。该公司生产的所有规格的汽车也需要一种统一的风格意识,因此,被称作“平行型号同质化”。设计师现在追求“形象控制”,这样,汽车风格就不会如此迅速地过时。

许多汽车制造商现在的目标是长期保持型号系列,同时持续进行改进,例如,改善设计、更新配件,以此来说服顾客每隔几年就将他们的旧汽车更新换代。由于汽油越来越贵,流线型又卷土重来,这就造成大量汽车的外形高度一致,因为一旦大部分功能形状得到科学确认,几乎就不用再改变风格了。

· 时代风格与时代精神

欧洲艺术史常常以一个风格接着一个风格的直线顺序呈现出来。当然,过去几个世纪存在一系列不同的风格,但是,这可能会使人产生错觉,认为每个时代只存在一种风格,即时代风格(zeitstil),这种风格证明了一个时代的精神,即时代精神(zeitgeist)。但是,现代学者提出,除了高度统一的情况以外,在所有情况下都同时存在几个风格。因此,如果人们想谈论“精神”,就必须谈论几种时代精神。

时代精神是黑格尔唯心主义哲学的概念,旨在解释某个特定时期的思想与风格是统一的。实际上,通过假定一个单一的共同标准即精神,它把历代的复杂性和异质性全都排除出去。大多数历史学家,特别是唯物主义历史学家,对这一概念持怀疑态度,并且拒绝使用它。但是,它仍然在最受欢迎的关于设计历史的著作中保存了下来。例如,在1986年由潘妮·斯帕克等人编写的《设计资料书》(Design Source Book)中,19世纪50年代至20世纪80年代这段时期被细分成一系列的微小时代,即“艺术与手工艺运动 1850—1900”、“新艺术运动 1890—1905”、“机器美学 1900—1930”等等,每个时代都以插图说明、双页文字作为序言,标题是“艺术与手工艺精神”、“新艺术运动精神”等等。在这

种策划中,风格与时代之间似乎存在着一种循环的、同义反复的关系,即不同的风格造就不同的时代,而不同的时代又造就不同的风格。只有在时代交叉重叠的地方才承认有几种风格同时存在。例外的是,最后一个时期,即1975年以后的时期,被认为是风格折中主义的时代,在这个时代没有任何一种风格占优势。黑格尔派哲学家现在可以通过宣称折中主义反映了一个时代的精神来取得这场争论的胜利。

一个流行的风格可能会在各种各样的制品中得到证明。风格史常常寻求包含更多的媒介或艺术形式而不局限于某一个,可以说,这本身就是对风格史的肯定。换句话说,它们要避免目光短浅,因为这会使风格史囿于家具、绘画之类,从而给风格史造成损害。例如,贝维斯·希利尔(Bevis Hillier)的《世纪的风格 1900—1980》(*The Style of the Century 1900 - 1980*)(1983)包括海报、绘画、家具、服装、车辆、建筑、纺织、陶瓷、书籍封套、流行音乐和室内装饰的范例。希利尔在前言中声称,事实上,粗劣物品比杰作更能有效地传达时代精神。他宣称,他的目标一直是想证明风格无处不在,同时揭示风格与生活方式之间的紧密关系,即“风格与生活方式是密不可分的”。希利尔的新闻式的标题无疑具有误导性:难道20世纪只有一种风格吗?它真的是只有一种精神的文明吗?在巴斯服装博物馆中,他们处理的不是世纪精神,而是年代精神:每年都有一套由当代时装设计师设计的新服装,会因它所体现的年代精神而被收集起来。

那些利用时代精神概念的人未能认识到,如果有这样一个占主导地位的时代精神盛行的话,那么,总会有持不同意见的团体和个人力图去反对它或破坏它。

风格的多样性并不意味着它们处于一个平等的层面上:主导的风格和从属的风格是可以分开的。各种风格是和谐共处还是彼此争夺主导权呢?鲁道夫·威特科维尔(Rudolf Wittkower)和彼得·约克(Peter York)的著作《哥特与古典的对抗》(*Gothic versus Classic*)、《风格战争》(*Style Wars*)提倡的是后者。当然,风格不会相互抗争,只有人会相互

抗争。不过,风格是社会差异的标志,因此它是对手之间互相认识的一种方式:见证摩登族(Mods)与摇滚族(Rockers),朋克族与光头党等亚文化团体之间的冲突。

一些艺术与设计的历史——以风格系列来呈现主题的历史——同样可以使人误解,因为它们提示出一种发展,在这种发展中,风格变化是在一个自治的领域中发生的,每一个新风格都被认为是对前一个风格的反映。当新一代企图通过否定父母的风格来主张他们的认同时,这种反映确实会发生。但是,风格与体验者之间的联系常常在序列类型(sequence type)的历史中被忽略。这是研究亚文化的著述的特殊价值,例如赫布迪齐(Hebdige)的《亚文化:风格的意义》(*Subculture: the Meaning of Style*)(1979)。它们将风格定位于特殊社会群体的生活与习惯之中,并考虑其社会功能:有人认为,风格可以象征性地、魔术般地解决那些不能直接解决的冲突,例如,政治和经济实力弱小的团体对力量和侵略性的表达。

在这方面,文化理论家是在效仿马克思主义艺术史学家,例如,安塔尔声称,几种风格在同一时间同一地点共存,只能用存在几种不同的社会阶级或阶级派别来解释,这些阶级或阶级派别感到有必要将他们彼此区分开来。

设计师在制造商的要求下,力图发明对特定的市场人群有吸引力的新风格或者完善现有的风格。他们提供的看得见的外形或者“外观”不是简单地强加于无助的受害者——设计是在深入调查市场、了解消费者喜欢什么的基础上进行的——但它也不仅仅是现存愿望的反映。一个成功的风格就是设计师和消费者的兴趣爱好达到一致。它是各种复杂因素结合的结果,其中之一就是目前的审美状态(这限制了风格比赛的“下一步”如何走)。

在其他情况下,创造新风格的动力并非来自设计界而是来自草根阶层。例如,服装、图案和摇滚音乐的朋克风格就是20世纪70年代中期,由一些对社会不满的城市青年以及前艺术院校的时尚领头人马尔科姆·

· 风格与社会群体

也许,最难解决的风格理论问题是它与更广的社会环境、社会结构、群体、经济状况等等的关系。虽然反映这种比喻——“风格反映……”——大家都在采用,但是许多学者仍然不喜欢它,因为它暗示着一种消极的、宿命的关系。在这方面,赫布迪齐关于朋克风格及其社会背景的评论非常有用,因为它传达了一种关系的复杂感:

朋克似乎在模仿那种令社会学家十分担忧的隔阂和空虚,以一个深思熟虑的、任性的方式实现了最严厉的社会批评家的最可怕的预言,并以模仿英雄的口吻欢庆社区的死亡和传统形式的崩溃。¹¹

朋克不仅对不断增加的失业、不断改变的道德标准、贫困的再发现、大萧条等等作出反应,而且还将所谓的“英国衰落”戏剧性地渲染出来……朋克借用危机的修辞,……把它变成有形的(可见的)形式……¹²

赫布迪齐使用像“戏仿”(parodying)、“戏剧性渲染”(dramatising)这样的词汇,是要表明朋克与更广泛的社会以及其他论述的关系具有心照不宣的、积极的性质。

风格是一个似乎属于人工制品的现象(一个物品的属性)。我们所见到的风格大多是固定的、连续的。特殊社会群体创造风格的限度,以及他们通过与其他社会群体进行交流并证明其身份的方式来体验风格的

限度,这些我们都可以忽略。

历史上有一个关于设计与社会群体、设计与意识形态关系的非常清楚的范例,那就是1790年到1860年在新英格兰、俄亥俄、肯塔基和印第安纳生产的震颤教派家具。震颤教派(Shakers)是一个修道院、清教徒式基督教的宗派,他们尊崇简单、秩序、清洁、健康,将劳动和手工艺视为一种崇拜的行为。震颤教派家具以简单、朴素、优雅、实用、做工精细和质朴而闻名(花俏的装饰物品被谴责为人类傲慢与虚荣的象征)。虽然家具形式存在个体差异,但有一个共同的流行风格。震颤教派的生活受一个共同精神的支配,因此他们反对私有财产,并且劝阻个人主义:一些震颤教派的名字很有名气,但是签名一般都会遭到反对。震颤教派的宗教价值渗入到日常生活的每个方面,包括人工制品的设计。E.安德鲁斯和F.安德鲁斯(Andrews)所著关于震颤教徒家具的名为《树林中的宗教》(*Religion in Wood*)(1966)的书,就概括地说明了这一点。就震颤教徒而言,生活与风格之间似乎有一种有机的统一。但是,他们的生活方式在20世纪并没有兴盛起来,反而由于美国城市化、大众传播媒体、商业文化的影响,而逐渐衰落下去。与此同时,震颤教徒的家具受到收藏家的高度重视,他们欣赏它的历史价值和审美价值。在当代美国和欧洲,生活方式的概念已经呈现出一种新的意义。

· 生活方式

正如我们在震颤教徒的例子中所见的那样,一种视觉风格可以是一种生活方式的组成部分。过去,等级和阶级之间的划分趋于作出更加壁垒森严的界定,跨阶级的移动比今天受到更多的限制。因此,与特定阶级相联系的视觉风格是独一无二的,并且长期保持不变。(彼得·约克曾经说:“与我们相比,过去的人生活在一种风格的监狱中。”¹³)例如,如果不了解业主的风俗习惯,人们就无法理解19世纪富裕的英国人精心建造的乡村住宅的外表和布局。因此,建筑历史学家,例如马克·

吉罗德(Mark Girouard),《维多利亚时期的乡村住宅》(*The Victorian country House*)(1971)的作者,吉尔·富兰克林(Jill Franklin),《绅士的乡村住宅及其规划,1834—1914》(*The Gentleman's Country House and Its Plan, 1835 - 1914*)(1981)的作者,均认为在把注意力转到房屋本身之前,有必要描述一下维多利亚时期的绅士们所期待的生活方式。当然,还有一种生活方式是专为大批仆人规定的,住宅需要他们维护,设计房屋时要尽可能地把主人和仆人分开,以体现出这种差异。

167

近年来,“生活方式”这个词在广告、新闻和设计论述中变得特别受欢迎。一方面,它有强调风格与生活方式之间的联系的好处;另一方面,它也意味着这种联系不再是有机的和无意识的,而是人为的和自觉的。过去和现在的主要差别在于,现在的生活方式变得更加多样、更加多变,尤其是可以自由活动,也就是说,它们不再为特定的阶级所独有(或者至少是程度不再相同)。不断增长的财富和社会流动使所有的社会阶层都可以购买现成的生活方式。有人认为,消费社会提供了多种生活方式,人们可以像选择产品一样选择生活方式。

阿尔文·托夫勒(Alvin Toffler)的《未来的冲击》(*Future Shock*)(1970)对这个现象作了敏锐的分析。他的前提是,现在有一种因稳固的传统价值系统崩溃导致的“价值眩晕”,同时还有一种快速的价值颠覆。由于共识已经支离破碎,剩下的只是价值的“口袋与壁龛”(pockets and niches),他称之为“亚文化群”。下面是托夫勒关于人们如何对新形势作出反应的解释:

面对价值系统的碰撞,面对一系列令人眩晕的新消费商品、服务以及教育、职业和娱乐的选择,未来的人被迫以新的方式作出选择。他们开始像早期没有选择烦恼的人消费普通产品那样“消费”生活方式。¹⁴

168

托夫勒继续说道,生活方式是个人用特别的“亚文化群”来表明其身份的方式。每一种生活方式都是由镶嵌的物品所构成的,因此,它是

一种“超级产品”，可以提供一种组织产品和理想的方法。就社会功能而言，一种生活方式提供了一种认同感，但是，它也是一个减少因选择太多而引起的焦虑的策略。但是，释放可能是临时的，因为“当我们奔向‘超级工业主义’时……我们发现，人们接受和抛弃生活方式的速度，可能早已使上一代的人大吃一惊。因为生活方式本身已经成为一个抛弃的物品”¹⁵。

当代社会学家和市场调研员对生活方式十分感兴趣。市场调研员尤其感兴趣，因为他们想更好地了解社会群体的行为方式和心理状态（因此产生了名为“消费心态学”的“科学”，它通过收集各种信息来寻求消费者的全貌），以便在适当的市场层面设计广告。阿诺德·米切尔（Arnold Mitchell）在《美国人的九种生活方式》（*The Nine American Lifestyles*）（1983）中，以1980年的调查问卷为基础，提出了一个关于美国成年人的价值与生活方式类型。根据他的分析，有4个基本群体和9种生活方式：

- 需求驱动的群体 —11%
- 生存者的生活方式 —4%
- 维持者的生活方式 —7%
- 外向群体 —67%
- 归属者的生活方式 —35%
- 竞争者的生活方式 —10%
- 成功者的生活方式 —22%
- 内向群体 —20%
- 自我者的生活方式 —5%
- 实验性的生活方式 —7%
- 具有社会意识的生活方式 —8%
- 内向与外向结合的群体 —20%
- 完整的生活方式 —2%¹⁶

该类型的性质受到限制,似乎同托夫勒的无限选择方案是相矛盾的。对于设计史学家来说,它的价值也很小,因为它在视觉和形式意义上没有指出风格偏好。但是,设计史学家可能会受到这种研究的鼓励,将来会更加系统地研究生活方式的现象。

现在我们来谈谈消费者主权。消费者主权就是消费者通过金钱“投票”来行使他们的权力。消费者从发达社会可提供的大量产品中挑选产品时,似乎是在行使自由意愿来构建不同的生活方式。单个产品的制造商肯定会发现,要想控制一个人获得的“大杂烩”商品是很困难的,虽然他们越来越想去控制:设备齐全的厨房代替一堆杂乱的物品;室内设计师提供协调的装饰方案;广告商提供促销商品的图像,作为与风格和价格相连的一整套服装、汽车和房子的组成部分。许多新闻性建议通过报纸和杂志刊登出来,鼓励人们过一种特殊的生活方式。电影、电视、流行音乐等大众传播媒体提供一些有说服力的榜样。正如托夫勒指出的那样,甚至“另类”生活方式,提倡者也在通过演讲、书籍、新闻访谈进行市场推广。看来,生活方式同任何其他产品一样,几乎也是商业计算和设计的结果。

托夫勒的叙述提出,社会上的人都可以平等地参加生活方式游戏,但是它忽略了这样一个事实,即社会群体在拥有经济和文化资本上存在不同。供穷人选择的范围比供富人选择的范围更受限制。在一篇根据皮埃尔·布尔迪厄的审美社会学撰写的文章里,迈克·费瑟斯通(Mike Featherstone)考虑了阶级问题是否仍然与新消费文化有关。他的结论是:“生活方式的新概念与新兴小资产阶级的状态联系在一起才能得到最好的理解。新兴小资产阶级作为与消费文化意象和信息最为有关的一个不断发展的阶级派别,对发展它自己的特殊性情和生活方式并使之合法化十分关心。”¹⁷然后,他又补充道:“这不是一个新兴小资产阶级推广一种特别风格的问题,而是迎合和推广一种对风格本身的普遍兴趣,对过去风格的怀念,对最新风格的兴趣,在一个缺少有特色的风格的年代,……它有魅力,并会经常得到解释和再解释。”

费瑟斯通认为在 20 世纪 80 年代存在一种对风格的痴迷,他的这个观点通过像《脸》(*The Face*)和《iD》这样的杂志,以及像 Next 连锁店这样的服装店取得成功而得到了证实。许多广告抄袭也证明了这一点。一位撰写吉百利·史威士公司关于“设计师巧克力”广告的作者说:“市场的关键在于 20 世纪 80 年代的伟大标记……风格。”¹⁸另一个广告文案撰稿人在一则关于昂贵汽车的广告中,夸耀风格是社会优越感的标志,是一种鹤立鸡群、出人头地的方式。这种精英主义在这 10 年新型企业家精神中无耻地得到了证明。不平等的扩大也得到了歌颂:“风格意味着生活在一个不同的世界……时代的要旨已经改变了,成功回到了时尚,高雅、表现、奢侈、优雅也是如此……20 世纪 60 年代和 70 年代愚蠢的平等主义已经一去不复返了,时尚人士知道,生活过得好就是最好的报复。”¹⁹(报复什么?人们不知道。)

因此,看来,当代主导精神不是哪个特殊风格,而是歌颂风格本身,其目的就是区分“富人”和“穷人”。

· 风格与时尚

最后再谈谈时尚。区别风格和时尚的概念是有些困难的,因为在日常使用中,这两个词是可以相互替换的:有本字典将“风格”定义为“一种时尚的模式”,将“时尚”定义为“一个流行的服装风俗或风格”。

时尚确实是一种追求某种东西的短暂热情——一种时髦、疯狂或者狂热,而风格则是一种具有明显特征的设计形式。风格很有可能是时尚的,但也有可能是不时尚的。同样,时尚只有两种可能的情况:流行或者过时。时尚来去匆匆。风格也有周转,但是风格流行之后仍然会持续很长时间。

时尚可以指多种人类行为,但它经常指的是对某种服装样式的热爱:时尚业是专为日常消闲设计、生产、销售服装的商业部门。该行业在时尚变化中有着既得利益,因为每年两次的变化(春季和秋季服装)

可以保证稳定生产和利润率。通过定期推出新款,设计师就将现行时尚变为了过时时尚,从而使消费者对其已经拥有的服装感到不满。

一些时尚作者把它同非时尚或反时尚的服装,亦即那些忽略不断变化的动态情况的服装区分开来²⁰。例如,工业防护服装纯粹是为功能设计的,并且要尽可能长时间地保留。某些“经典”服装类型,例如英国城市绅士的细条纹布西服,可以抗拒时尚周期。这种服装类型往往被称为“永恒的”,虽然实际上它们过几年就会渐渐地发生变化和进化。

因为就服装而言,风格和时尚是与人们的外表和行为紧密相连的,因此,设计史学家不能将它们局限在设计 and 生产问题上,他们还必须论述发生的消费、接受和尝试。因此,我们现在要转向这些话题。

注释和参考文献

1. 哈齐尼科劳,《艺术史与阶级斗争》(*Art History and Class Struggle*) (伦敦:冥王星出版社,1978),104页。
2. 这个观点是帕特·柯克汉姆在她的论文“家具史”(Furniture history)中提出来的,见H.康威编辑的《设计史:一个学生手册》(*Design History: a Students' Handbook*) (伦敦:艾伦与昂温出版社,1987),58—85页。
3. M.夏皮罗,“风格”(Style),见A.克罗伯编辑的《今日人类学》(*Anthropology Today*), (芝加哥大学出版社,1953),287—312页。还可参见B.朗(B. Lang)编辑的《风格的概念》(*The Concept of Style*) (费城:宾夕法尼亚大学出版社,1987)。
4. F.安塔尔,《佛罗伦萨油画及其社会背景》(*Florentine Painting and its Social Background*) (伦敦:劳特利奇与科甘·保罗出版社,1948),4页。
5. J.吉诺瓦,“风格的意义”(The significance of style),《美学与艺术评论杂志》(*Journal of Aesthetics and Art Criticism*),1979年春季号,第37(3)期,315—324页。
6. G.耐勒,《包豪斯再评价》(*The Bauhaus Re-assessed*) (伦敦:赫伯特出版社,1985),43页。
7. 吉诺瓦(Genova),“风格的意义”。
8. 关于森佩尔,参见:劳伦斯·哈维(Lawrence Harvey),“森佩尔建筑装饰进化论”

- (Semper's theory of evolution in architectural ornament),《英国皇家建筑学院学报新系列》(*Transactions of the RIBA New Series*),1885年第一期,29—54页;
- L.埃特林格(L. Ettliger),“论科学、工业和艺术:戈特弗里德·森佩尔的一些理论”(On science, industry and art; some theories of Gottfried Semper),《建筑评论》(*Architectural Review*),1964年7月,第136(809)期,57—60页;J.里克沃特(J. Rykwert),“戈特弗里德·森佩尔和风格问题”(Gottfried Semper and the problem of style),载于D.珀菲里奥斯(D. Porphyrios)编辑的《建筑史方法论》(*On the Methodology of Architectural History*)(伦敦:建筑设计资料,1981),11—15页;N.佩夫斯纳,《19世纪的一些建筑作家》(*Some Architectural Writers of the Nineteenth Century*)(牛津:克拉伦登出版社,1972),252—268页;W.赫尔曼(W. Hermann),《戈特弗里德·森佩尔:建筑学研究》(*Gottfried Semper: in Search of Architecture*)(马萨诸塞州:麻省理工学院出版社,1985)。
9. 关于里格尔(Riegl),参见A.昆塔瓦莱(A. Quintavalle),“阿卢瓦·里格尔,1858—1905”(Alois Riegl 1858 - 1905),《建筑史方法论》(*On the Methodology of Architectural History*),16—19页;M.艾弗森(M. Iverson),“作为结构的风格:阿卢瓦·里格尔的历史编撰”(Style as structure: Alois Riegl's historiography),《艺术史》(*Art History*),1979年3月第2(1)期,62—71页。关于森佩尔和里格尔的讨论还可参见E.贡布里希(E. Gombrich),《秩序感:装饰艺术的心理学研究》(*The Sense of Order: a Study in the Psychology of Decorative Art*),1965,297页。
10. 厄尔(Earl),引自A.斯隆(A. Sloan),《我在通用汽车的岁月》(*My Years with General Motors*)(伦敦:斯基威克和杰克逊出版社,1965),297页。
11. D.赫布迪奇(D. Hebdige),《亚文化:风格的意义》(*Subculture: the Meaning of Style*)(伦敦:梅苏恩出版社,1979年版),79页。
12. 同上,87页。
13. P.约克(P. York),《摩登时代:人人想要一切》(*Modern Times: Everybody wants Everything*)(伦敦:海尼曼出版社,1984),8页。
14. A.托夫勒(A. Toffler),《未来的冲击》(*Future Shock*)(纽约:兰登书屋,1970),305页。
15. 同上,317页。

16. A. 米切尔 (A. Mitchell), 《美国人的九种生活方式》(*The Nine American Lifestyles*) (纽约: 麦克米伦出版社, 1983)。
17. M. 费瑟斯通 (M. Featherstone), “生活方式与消费者文化” (Lifestyle and consumer culture), 《理论、文化与社会 4》(*Theory, Culture and Society 4*) (1987 年第四卷), 55—70 页。
18. 吉百利·史威士广告, 《观察家》(*Observer*) (商业版), 1987 年 10 月 11 日。
- 173 19. V. 伍兹 (V. Woods), 闲话报 (*The Tatler*) 副主编, 沃克斯豪尔汽车广告文案, 《星期日泰晤士报杂志》(*Sunday Times Magazine*), 1983 年 11 月 13 日。
20. 例如 T. 波尔希默斯 (T. Polhemus) 和 L. 普罗柯特 (L. Procter), 《时尚和反时尚: 服装与装饰的人类学》(*Fashion and Anti-fashion: an Anthropology of Clothing and Adornment*) (伦敦: 泰晤士与哈德逊出版社, 1978)。

消费、接受与趣味

基本上,设计史学家着重研究的生产方面的问题有设计师、设计、制造以及产品分析,而对另一个同等重要的方面即用户和消费者的作用则不太重视。为了纠正这种偏颇,我简单讨论一下消费、接受和趣味。

迄今为止,尚无一本专著论述设计和消费主义。任何建议研究这个课题的人都需要广泛参阅各方面的有关文献。例如,政治经济学家关于产品、商品属性及其与人类需求的关系的著作,关于富裕社会经济和文化历史的著作,关于大众传播媒体和广告研究的著作,关于商店和购物史的著作,关于消遣和旅游的出版物,关于消费者权利和消费者协会的资料,以及关于生活方式分析的著作。我们面临的挑战是,既要将所有这些线索联系在一起,又要继续将设计作为中心主题。

考虑到消费与消费主义文献的数量和不同性质,因此,没有必要进行扼要概述。还有人说,赞成和反对消费社会的论点大家都很熟悉,因此,这里也不再赘述。设计史学家关于现有论消费的出版物的问题是一个特殊问题。例如,许多广告书籍和文章具有丰富的信息——包含丰富的符号学与观念性的评论,但是,由于其中很大一部分是由社会学家、媒体与传播理论家撰写的,因此,设计所扮演的角色往往就会被忽视。当然,在广告公司工作的设计师也写过关于设计过程的书籍,但是,另一方挑剔说:它们在历史、社会经济背景和理论认识上都很薄弱。

· 消费

同“顾客”与“用户”相比,“消费者”一词略带贬义。消费食物就是

占用它,把它吃光。在这个过程中,食物受到破坏,或者至少是被分解,一旦养分通过消化被吸收,它们就成了废物。类似的过程在消费社会里同样起作用:人们取得商品后就使用它,改变它,一旦它破损了或者过时了,就将其丢弃。消费社会首先在美国诞生,然后在欧洲出现,但其诞生的准确日期谁也说不清楚,因为它们是经过几个世纪演变而来的(在英国,大多数人认为,现在的消费社会是从20世纪50年代和60年代演变而来的)。即便如此,它们的主要特点还是清楚的:工业制造、大规模生产方式;资本主义的自由市场经济;具有可支配收入的适度富裕人口;发达的分配、市场营销、广告、大众传播媒体、零售业、邮购和分期付款体制,可供人们选择的产品、设备、服务,数量之多、品种之全,令人难以置信(一个评论家曾提到消费社会中的“选择痛苦”)。

设计史学家需要重视消费主义,因为设计在其中起着至关重要的作用。设计可以改进耐用消费品的功能(经常重新设计产品也会使其变得更糟糕),但它也是在基本相似的产品之间制造差异的一种方式。新发明和重新设计对消费活力来说是必不可少的:它们通过心理淘汰机制,创造新需求、新欲望和对现有产品的不满。

人们消费或使用设计商品或环境时究竟会发生什么,这一点我们将在“接受”标题下予以讨论。消费者在市场上表现出来的愿望和偏好各不相同,这一点我们将在“趣味”部分予以讨论。首先,我们谈谈商店和广告。

人们在进行消费之前必须了解有哪些产品,去哪里可以买到。换句话说,在制造商和消费者之间还有分配、销售、广告、邮购、商店和购物等领域。虽然所有这些话题在逻辑上和日常生活中都是密切相连的,但是作者常常孤立地对待它们,甚至单一的主题也会被分割。例如,商店一直被作为商业史、室内设计与展示史、建筑史的一部分来讨论。这是令人遗憾的,因为当今的百货公司、超级市场、购物中心和购物商场提供的整个购物体验 and 消费场景都发挥了环境与室内设计、叙事主题、商品、信用卡和娱乐的作用。1987年美国拍摄了一个关于大型

购物商场以及人们为其深深吸引的电视节目,对此现象作了描述,较之纯粹的建筑分析取得了更好的效果——因为它是形象的,对购物商场作了整体介绍,并展现了其营业状况¹。瓦尔特·本雅明对19世纪巴黎购物商场的抒情描述,比这些节目制作者的作品还要早²。

商店是重要场所,因为在那里使用价值转化为交换价值,消费品要用钱来交换,也就是说,变成了商品。因为商店相互竞争,设计就成了其增加顾客吸引力和与竞争对手区分开来的一种重要手段。当然,消费者并不购买商店的室内装饰和展示风格,但是,这些因素是商店“形象”的一部分,是购物体验的一部分,消费者肯定会把这个“形象”和他们购买的商品一起“买”回去。

不同风格的商品需要不同的展示环境。如果环境不合适,冷漠无情,商品就会显得格格不入,因此,也不会打动预期观众。正是因为对其家具设计展示的地点和方式不满,才促使年轻的特伦斯·康兰(Terence Conran)建立了自己的零售店:爱必居连锁店(Habitat)。对此,巴蒂·菲利普斯(Barty Phillips)在《爱必居的故事》(*The Habitat Story*)(1984)中作了详细描述。

由于具有巨大的购买力,连锁商店有能力影响制造商,有能力要求品质优良的材料、高标准的工艺和产品的一致性,有能力决定其订购的商品的设计。正如戈伦韦·里斯(Goronwy Rees)在其《玛莎百货的历史》(*St Michael*)(1969)中所言,这是促使英国连锁商店取得显著成效的政策之一。

大型百货公司是19世纪中晚期的城市现象。它们标志着消费和零售业实现现代化的一个重要阶段。实际上,它们是资产阶级创建的工商企业,并为资产阶级服务。巴黎邦·马什商场(Bon Marché)和伦敦哈罗兹商场(Harrods)的历史阐明了商店提供的商品和服务与中产阶级客户的生活方式之间的紧密关系。从某种意义上说,这种商业中心就是我们今天所知的消费文化的引擎³。

消费与个人在商店购买商品有着如此紧密的联系,以至于人们会

忽略一个事实,即作为公民,大家都在利用诸如城市规划、公用设施与建筑设计、公路与铁路系统设计、军事设施和设备设计、医院和社会福利设计等等事物,或者会受到在公共领域采取的设计方案的影响。在这些领域,消费者的消费力可以产生某种影响,但若有所改变,他们可能还需要依靠压力团体和政治进程。在发达国家,压力团体和政治家开展的运动现在已经成了一个越来越依赖设计师技巧的过程。

广告处于制造商、零售商和大众之间,在消费主义中扮演着至关重要的作用。像商店一样,广告给商品提供了一个环境(通常是神话般的)和一个形象(通常是富有魅力的),这些都是观众不能小看的事情。展示的媒介也至关重要:例如,刊登在光鲜的妇女杂志上的广告都是外观和气质俱佳的形象。编辑内容和广告构成一个整体,给读者提供了一种特殊的生活方式。贾尼丝·温西普(Janice Winship)曾对1981年创刊的英国杂志《选择》(*Options*)发表评论,说它展现了一个特别奇妙的典型以供读者模仿,这个典型她称之为“超级女人”⁴。值得注意的是,该杂志的标题对消费主义思想的核心概念——“选择”表示了敬意。

178

视觉广告是设计史学家特别的研究对象,因为它们不仅推销和描述设计商品,而且它们本身就是设计实例。作为销售工具,它们可以从功能上进行分析,但作为视觉符号,它们可以从图像学、图画修辞和美学感染力上进行分析。对设计史具有极大价值的是那些试图综合分析模式的理论,就像德国新马克思主义作家沃尔夫冈·豪格(Wolfgang Haug)提出的“商品美学”方法一样⁵。

· 接受理论和历史

接受美学起源于20世纪60年代晚期。它的发展主要与文学有关,那时理论家对读者的主观感受、阅读文本的多样性以及过去阐述的艺术作品在当代经历中所起的作用开始发生兴趣。参与的德国学者主要有:H. R. 姚斯(H. R. Jauss)、B. 齐默曼(B. Zimmermann)、H. 林克(H.

Link)、G. 格里姆(G. Grimm)、W. 法尔斯蒂希(W. Faulstich)和 W. 伊瑟尔(W. Iser)⁶。这并非说,在视觉艺术中,这种方法尚不为人所知。但是,艺术与文学批评的差别在于,接受的理论和方法问题在文学批评方面比在艺术方面更加明确和成熟。

一些理论家对接受研究和影响研究进行了区分:接受描述的是同化的初级阶段,而影响说的是随之而来的结果。接受理论提出,阐述和评估不仅是由文本和商品本身的性质决定的,而且是由接受者或消费者的性格决定的,由此对文本和设计商品的自主性提出了异议。马克思的读者会记得,他曾经说过,商品在消费中才得以“最后完成”。

当然,多年来,对艺术作品的心理反应所做的实证研究,和对艺术观众所做的社会研究一直在进行。但是,接受理论是一个截然不同的方法。接受理论家愿意利用实证研究的结果,但是他们也会考虑更加广泛的社会进程、制度、环境和结构,而这些都会制约和限制观众的反应。

接受理论家一直想避免的错误是文学批评家 W. K. 威姆萨特(W. K. Wimsatt)和 M. C. 比尔兹利(M. C. Beardsley)在 20 世纪 40 年代确定的“情感谬误”(affective fallacy),也就是说,在艺术作品本身的影响下论述观众的心理过程。如果真是如此,那么,艺术史就会被艺术欣赏史所取代。威姆萨特和比尔兹利的立场是,一件作品对观众来说是一个外部的物质存在,它构成了观众的反应。而且,一件作品不可能仅仅同一个人的反应等同,因为它是一个主观间的现象,就这个意义来讲,它的含义和意义是客观的。理论家面临的挑战是,要理解作品与观众之间的互动关系和客观与主观之间的辩证关系,而不要忽略任何一方。

一个与观众反应有关的早期概念是移情作用。这个概念是罗伯特·费肖尔(Robert Vischer)和特奥多·利普斯(Theodor Lipps)在 19 世纪末和 20 世纪初提出来的。移情作用是一个心理学概念,它描述了观众通过投入情感和肌肉感觉认同艺术作品的过程。审美愉悦就这样变成了客体化的自我享受。主观和客观的融合是理所当然的。愉悦问

题将在以后讨论。

接受理论假定,阅读或者解码包含在吸收一件艺术作品之中,虽然读者在何种程度上看完书本或者参与解释其意义是有争议的,但主体是积极的而不是消极的。接受理论或美学倾向于关心每件作品隐含的理想读者,而接受史则倾向于关注实际读者。当然,经常发生的事是:读书的本人与理想读者并不相称,也不属于书本属意的假定顾客。

正如语言能力一样,个人的能力和表现各不相同。每次阅读文本或者对文本作出反应,都被称为“现实化”或者“具体化”。一些批评家认为,如将外行的具体化与全面理解的理想进行衡量,或者与学者多年来达成的对文本意义的一致意见进行比较,它只是对文本的部分理解。接受理论的一个中心问题,就是决定不同的个人和群体进行的不同的阅读和阐述是否可以通过参阅一个“真正的”、“客观的”意义来解决,或者是否可以接受多样性的相互矛盾的阐述。如果倾向于后一种观点,那么是否有何种方法可以对差异性阅读进行判断?或者说它们都是同样有效的和正确的?如果这样,人们可以得出结论,文本是没有意义的,因为它们可以表示任何意义。大多数理论家都想保留文本是一个制约和控制读者反应的客观结构的想法。不同的阅读可以用模棱两可的语言、不同的遭遇背景和读者的差异等因素来合理地进行解释。一个文本可以有許多意义,但数量并不是无限的。此外,文本的客观性在于,一些阅读可以被证明是错误的:我们都误解了一个字,过一段时间才发现我们错了。

180

大众传播理论家认为,信息是用内心一个偏爱的意义译成电码的。他们把其称之为主导意义。除了直接的误读以外,另外两种阅读也被认为是可能的:一种是协商式的,即读者理解主导意义,但是他们根据个人经历或情况进行了修改和歪曲;另一种是对立式的,即读者理解主导意义,但是他们却采取一种严厉批评的方式进行抵制或解释(这种类型的反应也被称为“异常解码”)。

接受理论的关键假设之一是,所有读者都是抱着一个早已有的思

想参照系或者期望值范围来接触文本。例如,他们可能已经很熟悉一个流派的习俗。艺术家有证实或者否定读者期待值的选择权。正如汉斯·姚斯(Hans Jauss)所解释的那样,在早期艺术家有时以证实其期望值来哄骗读者,目的是在后期给他或她一个惊奇。大多数文本在编写时心里都有一个特定的读者群,但是,正如姚斯指出的那样,有一些激进的作品“在出版时并没有指向任何特定的读者”,而是指向了潜在的未来读者。这样的作品“彻底地突破了人们所熟悉的文学期望值范围,以至于读者只能逐步去熟悉它们”⁷。汉斯继续说道,“这种异常作品建立了一个新的口味标准,将造成老作品似乎过时的结果。”艺术设计师做的一些实验设计类型也与这个描述相符。

反应的实证研究和接受史的实证研究的一个主要的不同在于,后者对前几代人的反应感兴趣。但是,接受史试图通过既考虑过去又考虑现在,来超越按事件顺序撰写历史的模式。例如,现代理论家鉴定莱昂纳多的一幅油画,不仅对他们自己的具体化有利,而且对所有早期的具体化有利,这样,他们对作品的理解就提高了。正如姚斯所说:“重新拥有过去的作品,是和过去艺术与现在艺术、传统评价与现代文学尝试持续不断的调解同时发生的。”人们会说,设计经历通常不会引起这种复杂的反应,但是,一个设计迷遇到马塞尔·布鲁尔(Marcel Breuer)1925年制作的瓦西里椅子的复制品时,可能就会用一种比较的方式作出反应。

一些学者认为,接受理论和接受历史除了关心流行的艺术作品以外,还应该关心不流行的艺术作品。特奥多尔·阿多诺(Theodor Adorno)在其《关于艺术社会学的论文》中,抨击那些接受研究粗制滥造时,未能考虑到,有些质量高的作品从数量上讲,对社会的影响力微乎其微。对阿多诺来讲,这是一个需要解释的社会事实,就像其他作品具有广泛吸引力同样需要解释一样。阿多诺心中有若干前卫的或困难的作品,其社会内容“有时恰恰就在于抗议社会接受,特别是关于常规的、僵硬的意识形式”⁸。这个论点可以运用到设计上吗?同样,一些反设计

的设计形式可以履行类似的重要功能,因此仍然会不得人心。

182

设计史学家如何才能收集有关接收过程的信息呢?有许多方法可以采用。

(1) 自我分析。历史学家有权接触至少一种意识。他们可以设法批判性地反省自己关于设计的反应和行为。

(2) 审查现有的批评文章。在报纸、杂志、历史书中可以发现关于产品、建筑等的评论。这些都是专业人士(记者、专家、评论家)撰写的,一方面,他们的见解可能很详细,见识也很广;另一方面,他们也有可能没有代表性的。

(3) 利用现有的信息。例如,销售数据是表明流行和消费趋势的原始指标。当然,统计的缺点是,信息是定量的而不是定性的。破坏行为和涂鸦可以看作是直接对广告和建成环境作出否定反应的标志。

(4) 观察其他人如何对待设计。这种观察可以是公开的或者隐蔽的,临时的或者系统的。电视研究人员已经说服一些家庭允许将相机放置在电视上,这样,只要相机开着,他们的行为就会被拍摄下来。“参与观察”是研究人员在一段时间内加入被研究的团体,并力图通过接受该群体的生活方式来进行学习的一种方法。

(5) 问卷调查和访谈。这种方法可以产生许多有用的信息,但人们可能会撒谎,或者对他们无意识的行为缺乏了解,因此,会使这种方法受到限制。设计问卷和进行访谈也有专门的技巧。在广告和社会科学中,人类行为研究往往包括在测试中欺骗参与者,不向他们透露真正测试的内容。

(6) 综合利用上述方法。

显然,当设计师和市场研究机构计划推出新产品,或者寻求改进现有产品时,他们也会进行这种研究。这也是社会学家和人类学家从事的工作。但是,设计史学家比市场调研人员更加公正,比社会学家更加关注历史。

183

要获得设计效果的准确信息是很难的,因为人们的性格、品位、需

要、收入等等都各不相同，所以，设计影响必然是有差别的。同样，在日常生活中，人们会接触到多种影响和势力，因此，很难与影响隔绝，比方说，一个广告的影响——虽然销售额突然增加可能会表明广告具有积极影响。要在全球预测广告对人口的长期影响，那就更成问题了，所以，J. K. 加尔布雷思(J. K. Galbraith)呼吁“要为商品进行不断的宣传”⁹。电视暴力和社会暴力之间的相互关系已经证明难以证实。实证研究通常得出矛盾的或者不确定的结果。但是，学者和专家将继续根据他们能够收集的证据来作结论和概括。或许，最能说明设计影响的例子就是那些发生失败的例子：灾难和伤害是不良设计的雄辩证词¹⁰。

体验艺术作品就是阅读、解释和评价的过程。情感的、审美的和愉悦的反应也包含在其中。比较过程会出现在设计产品上。消费者“阅读”产品和设计风格。他们欣赏或者憎恨产品的审美品质和外形品质，并解释其信息和含义。而且，在大多数情况下，消费者同产品的关系比油画或者雕塑更积极活跃。人们不仅欣赏汽车的视觉形象，他们还要钻进汽车，驾驶汽车，清洗汽车，修理汽车。设计产品可能缺少艺术作品的智力深度，但人们会说，用户同设计产品的身体接触更多、更亲密——一些设计产品就穿在人们身上。在房屋内部装修上花费大量时间和金钱的人，其行使的职责就如同具有资格的设计师一样。总而言之，问题不仅在于设计给人们做了什么，而且在于人们给设计做了什么。

菲利普·布东(Phillips Boudon)撰写的《在建筑中生活》(*Lived-in Architecture*)(1972)对建筑接受历史作出了重要贡献。一旦建筑竣工，大多数关于建筑构造的报道就结束了。随后它发生的事情就成了一个谜。它是否完成了设计功能同样不为人所知。换句话说，建筑寿命，以及连续几代居住和使用的情况都被忽视了。布东的书之所以不同寻常，正是因为他在对波尔多附近的佩萨克(Pessac)低成本住房进行历史、社会学的研究时思考了这些问题。这些低成本住房是柯布西耶在20世纪20年代设计的。

在该书的第一部分,布东追溯了项目的历史,并探讨了赞助人 M. 弗鲁格斯(M. Frugès)的动机。他还描述了勒·柯布西耶的审美规划以及当地居民对这个异常现代的房屋设计所表现出来的最初的震惊反应。在第二部分,他根据 40 年后做的访谈记录了居民的感受、意见和经历。这些访谈也做了分析,以便了解居民在评价建筑时采用的是哪种标准,并把这些标准同专业建筑师偏爱的标准进行比较。

多年来,佩萨克居民通过改变颜色方案,增添装饰、树木、灌木、小屋、斜屋顶,缩小窗口并将空间改作他用,逐步改变了勒·柯布西耶的设计,以满足他们自己的需要。布东的研究揭示的不仅是勒·柯布西耶的建筑被批判性地予以接受的方式,而且还有它被使用和改变的方式。因此,这是对非原创的设计形式进行的研究,而这些非原创的设计一般是不被当作建筑师或设计师所为的。

另一个接受历史的富有洞察力的例子是赫布迪齐的文章《作为形象的物品:意大利的踏板摩托车》(Object as image: the Italian scooter cycle)(1981)¹¹。正如其标题所示,该论文声称,产品寓形象于物体之中。它着手论证战后意大利设计的踏板摩托车是如何在 20 世纪五六十年代在英国被人们所接受的——摩登族(the mods)的积极反应和摇摆族(the rockers)的消极反应(摇摆族认同英国制造的电动自行车)。这些产品被视为具有性别:电动自行车等同于男性,踏板摩托车等同于女性。赫布迪齐还解释了在各种论述中,特别是在广告、电影和旅游业中踏板摩托车是如何被描绘的,以及它们是如何通过特色商店和业主本人的改制而获得改进的。

185

当然,在大众传媒研究中,研究观众和顾客是司空见惯的。它们通常被称为“用户满意度”研究。这种研究立刻提出了关于人的欲望和需要的问题,以及“真实的”或者“真正的”欲望和需要是否可以同广告和大众媒体所创造的、推销的、使人信服的欲望和需要区分开来。虚假的个人自由意识可以同消费主义联系起来:如果 10 包不同品牌的洗衣粉在化学成分上几乎都是一样的,那么消费者的选择自由就是虚假的,特

别是如果这种选择早已被大量宣传活动事先设计好了。而且,选择商品的自由首先取决于是否买得起。在消费社会中,越富有的人越自由。工业和媒体准备提供什么产品,什么产品能创造利润,能吸引大量观众,这些都使选择受到了限制。公民确实需要的产品可能市场上根本就没有。因此,消费者的选择可能是政治选择或者权利的一个可怜的代表品。

为了消除销售商品中的不确定因素,公司、设计师、广告商一直在不断努力使消费者去适应产品。不了解这个过程的消费者可能会高估其实际行动的自由。同时,很清楚,消费者和大多数设计史学家都想保留一种观念,即选择和搭配产品会给个性表达和自由留出余地。当然,拼装比选择单独物品更加能够抗拒商业控制。

· 愉悦

愉悦在设计、时尚、购物和消费吸引力中是一个重要的要素,令人惊奇的是设计史学家很少关注它。无论是巴特在《文本的愉悦》(*The Pleasure of the Text*) (1976)中叙述的设计历史,或者是弗洛伊德(Freud)在《玩笑及其与无意识的关系》(*Jokes and Their Relation to the Unconscious*) (1905)中对幽默机制做的分析,还是在劳拉·穆尔维(Laura Mulvey)的《视觉愉悦和叙事电影》(*Visual pleasure and narrative cinema*) (1975)文章中,都没有对应的词汇¹²。即使在悠久的视觉艺术批评史中,也几乎没有关于审美愉悦的明智讨论。在弗洛伊德、瓦尔特·本雅明、皮埃尔·布尔迪厄和赫伯特·马尔库塞(Herbert Marcuse)的作品中可以发现有价值的、孤立的见解,但他们没有一个人是设计历史学家。通常在迪克·赫布迪齐、彼得·约克、朱迪丝·威廉姆森、汤姆·沃尔夫和斯蒂芬·贝利这样的作家所写的新闻报道和评论范围内,都认同愉悦、激情和欲望在商品消费中的重要性,但还是缺乏系统研究。

女权主义者对愉悦的批评,特别是对男士凝视女士身体的愉悦(窥淫癖、窥阴癖)的批评,可以有效地应用于设计。男性娱乐、男性至上主义和父权在关于汽车的论述中尤为明显。这在贝利的《性、酒与快车》(*Sex, Drink and Fast Cars*)(1986)中得到了不加批判的复制。同样,男女之间不平衡的愉悦也需要进一步调查——有人认为,女性比男性更喜欢购物和时尚,是想对缺乏权力进行补偿。此外,设计诱发愉悦的准确机制也需要作更多的分析。静态图像、电影和电视如何引起乐趣,人们已作了一些研究,但是,还需要扩大到整个设计商品领域。

任何此类研究都需要探讨现有的各种愉悦类型和阶段。这些可以初步确定如下:

(1) 欲望愉悦:即关于未来拥有设计商品的白日梦和幻想。广告、橱窗展示、嫉妒别人拥有的财富,都会给这些白日梦和幻想火上浇油。

(2) 购买愉悦:即逛街、花钱、购买和拥有的愉悦。

(3) 物品本身的愉悦:亦即新颖的质量、完美的工序、设计、美学、装饰因素,如颜色、形状、纹理等等,这些都对人的感官具有吸引力。

(4) 使用愉悦:即产品使用方便,而且像承诺的那样好用,给人带来满足感。当然,这种愉悦取决于有关产品的特性:例如,就汽车而言,使用乐趣可能就是速度和力量;就内衣而言,使用乐趣可能是性感。

(5) 其他愉悦:即一个人通过拥有产品而造成的社会印象,如增强的形象、地位、声望、富有、举止得体、嫉妒、尊重、性欲等反应。

当然,对上述所列的每一种愉悦,都可以假定一个不愉悦与之对应:因买不起想要的物品而产生的挫折感;因贵重产品破碎、损坏,或者不像承诺的那样好用而产生的愤怒和烦恼;新衣服受到蔑视而不是羡慕;等等。

· 品位

商品消费的一个关键因素是消费者的品位,因此它对设计史学家

同样重要。虽然品位总是在与物质有关的事情上得以体现,例如,选择汽车或者墙纸,但它似乎更属于消费者而不是物品。我们没有像谈论建筑风格那样谈论建筑品位(虽然在食物方面,我们把糖的甜味归因于糖本身)。消费者的喜好显然对制造业有反馈作用,因此,品位在某种程度上可以作为一个生产因素来考虑。

品位是一个令人迷惑的、矛盾的概念:一方面,食物和饮料在口中引起的快感或者不适感都是生理的、自动的、直接的;另一方面,人们又谈论“养成的口味”和“修炼的品位”。虽然味觉意义上的口味大家都有体会,但从鉴别能力意义上讲,有品位往往被认为只是少数人拥有的东西。有些人被认为品位高雅,而另一些人则被认为品位低俗。这就引出一些问题:品位是先天的还是后天的?品位是人人拥有的还是少数人拥有的?用什么标准来区别品位高雅和品位低俗?

历史上,品位是和鉴赏家紧密相连的。鉴赏能力取决于辨别能力:辨别真假和好坏。鉴赏家的品位是通过多年来鉴定艺术品的活动而培养和修炼出来的。可以承认某些人能够培养专业技能,例如专业品酒师和品茶师,但不接受那种荒谬之谈,说人可以没有品位。

188

从对音乐、食物、衣服等的偏好来讲——有喜欢的和不喜欢的,每个人都有品位。这些品位因人而异,社会群体的品位也各不相同。品位的种类显然是无限的,这就给分析带来了阻力。正如通常所说的“无法解释品位”那样,品位一般都被认为是无法进行理性和科学探求的。但真的是这样吗?害怕研究品位的一个关键原因是,它触及每个人,包括研究人员在内的内心深处、个人行为和价值。另一个阻力来源是,如果把构成一个社会的所有人的所有品位都用地图绘制出来,那就会把每个人都定位在特殊群体或者亚文化范围之内,从而破坏个人主义思想——其观念是,他们的品位是独特的、个人的、私人的,与教育、阶级、专业等等因素无关。

有四种关于品位的著作:从理论上阐明判断力的哲学与美学研究;对艺术偏好进行的经验、实验、心理研究,这些研究试图用人格类型原

理来进行解释;对社会范围内的不同群体和阶层的品位进行的社会学研究;历史研究。第三种和第四种与设计史学家更加有关。

关于品位的艺术历史论述,例如 F. 钱伯斯(F. Chambers)的《品位的历史》(*The History of Taste*)(1932),K. 克拉克(K. Clark)的《哥特式复兴:品位史的一篇随笔》(*The Gothic Revival, an Essay in the History of Taste*)(1929),F. 哈斯凯尔(F. Haskell)的《艺术的再发现:英法品位、时尚和收藏的某些方面》(*Rediscoveries in Art: Some Aspects of Taste, Fashion and Collecting in England and France*)(1976),都可以被认为是对接受历史所作出的贡献,因为它们记载了艺术好恶、时尚盛衰,以及一连串风格复兴、重新解释和重新鉴定的变化模式。

彼得·伯克的《意大利文艺复兴中的传统与创新》(*Tradition and Innovation in Renaissance Italy*)(1974)有一章专门论述品位,他在里面对艺术史学家如何研究品位的方法问题作了思考。伯克认为,学者“想发现在一个特殊时期的特殊社会中通行的品位标准,以便我们可以用艺术家同时代人的眼光来看艺术作品,哪怕只是暂时的”¹³。然后,他继续说道,在意大利文艺复兴时期决定品位标准的审美标准知识,可以通过调查该时期艺术家、学者、赞助人在文学评论和理论文章中使用的批评词汇来获取。在这一章里,彼得·伯克还讨论了品位社会学以及论证不同社会阶级或阶层与各种品位之间的相互关系的问题,虽然简短,但很有价值。

在关于当代艺术与设计的文本里,品位问题变得更加复杂了,因为作者的偏好必然要在选择特色物品中发挥作用,因此,客观性就更难做到。斯蒂芬·贝利的《优良外形:1900—1960年的工业产品风格》(*In Good Shape: Style in Industrial Products 1900 to 1960*)(1979)遭到其他设计史学家的批评,因为贝利认为,所谈的产品虽然外形很美,但并不能足以证明它们可以纳入设计历史。事实上,他选择的物品他并非都喜欢,例如,1950年英国生产的收音机虽然广受工人阶级家庭的喜

爱,但却因他的一句话“这个丑陋不堪的小收音机”而遭到遗弃。人们有资格质疑,谁认为收音机丑陋?如果这是贝利一个人的判断,那它就和20世纪50年代购买收音机的人的判断有冲突。在这种品位冲突中,谁的品位应该盛行?就目前情况看,贝利的说法显然是权威的,他只是直截了当地陈述了一个事实:“该收音机客观上是丑陋的,因为我的品位说它是丑陋的。”读者从这个不受支持的言论中几乎学不到什么。因此,历史学家在构建历史时要做出的决定是,谁的品位应该给予优先?是作者的品位,还是提倡优良设计的精英们的品位,还是主宰绝大部分商品销售的大众的品位?

贝利于1983年编辑的选集对品位的复杂性有了更清醒的认识。这个选集是为在锅炉房项目(Boilerhouse Project)举办的名为“品位:关于设计价值的展示”的展览而出版的。他认为,“品位实际上是另一个表示选择的词”。它是逐步形成的,因为“过去一度存在多样性,因此,有必要明确说明什么是好的设计。品位不是设计的整体,因为它忽视了功能和资金,但是,它是最人性的,最直接的,最能唤起感情的部分”¹⁴。

在引言的大部分内容里,贝利使用“Taste”(品位)一词,开头字母“T”都是大写。正如雷蒙德·威廉姆斯指出的那样,这种用法可以追溯到18世纪,它“将人的官能抽象成一个普遍的礼貌属性,用大写字母进行强调,……与规则以及礼节概念显著相关……”¹⁵“少数人具有品位,大多数人没有品位”,这种精英概念与现代消费社会几乎毫不相干,因为在这个社会里,任何有钱花的人都可以沉迷于其品位,而不管它们在外行眼里是好品位、坏品位或者是不好不坏的品位。

经过调整,贝利认识到了这一点。一旦大规模生产使消费主义为几乎所有的社会阶级所接受,“那么,单一的品位标准可能就不再适合整个国家的需要”。随着多样性的增加,随着产品、品牌和品位的增多,令人不安的价值相对性就变得明显了,不同派系之间关于什么是好品位、什么是好设计的意见分歧也就变得更加激烈了。在英国,博物馆和设计委员会都是由“优良设计”的捍卫者建立的,其目的就是想把大众

品位提高到他们赞赏的水平。

191

“优良设计”的捍卫者常常把他们觉得品位差的产品都称之为粗劣产品。自相矛盾的是,粗劣产品为两种非常不同的社会群体所喜爱:一种人自然喜欢它并认为它好;另一种人更老道,他们享受的就是那种非常糟糕的产品,即“做作的品位”¹⁶。最终,通过具有讽刺意味的价值反转,“优良设计”才被消极地当作代表一种无想象力的、清教徒式的、迟钝的设计。

贝利关于品位和设计的简要历史在建筑师、设计师的品位与消费者的品位之间摇摆不定。显然,两者是紧密相连但又不尽相同的。设计师可以试图引领大众的品位或预期,但是消费者可以不同意跟随。即便如此,设计师常常是品位的倡导者或者创造者。1945年后,当巴黎的服装设计师创造出的服装线型对成百万妇女具有教宗法令地位时,时尚领域的情况确实如此。其他品位倡导者还包括电影、电视、流行音乐明星以及工商企业人员,例如,特伦斯·康兰(爱必居连锁店的创始人)和芭芭拉·胡兰尼基(Barbara Hulanicki, Biba 服饰品牌的创始人)。

有几个缺陷使展览和作品选集受到了损害:展览重点放在物品上具有误导性,因为品位是人的属性而不是物品的属性;几乎没有尝试阐明品位与社会阶级、亚文化与生活方式之前的关系;没有提及法国社会学家皮埃尔·布尔迪厄 1979 年的著作《区别》(*La Distinction*),尽管该书存在许多理论问题,但它是迄今为止对品位研究做出的最大、最科学的贡献¹⁷。

如果分析家试图集中在个人上来了解品位,那么,他们将面对大量的变化和不同。收集这些数据所获极少。只有把个人作为社会群体的成员来考虑,把这些群体作为整个动态系统的元素来考虑,这样才会出现一致的情形。换句话说,有必要将社会看作一个整体,并将其中的品位分布和模式与阶级、职业、财富、教育等其他社会因素的关系一起来看待。布尔迪厄在他的《区别》中提出了这个雄心勃勃的目标。他利用问卷调查以及 20 世纪 60 年代有关法国民众习惯的记录和统计数据,

来创造了一个特殊时代全社会的品位制图法。他的基本假设是,任何群体的品位偏好都不能孤立理解,只能说它是与所有其他群体的品位有关的一种不同的品位。着装与其他人相同就表明自己与他们身份相同,但是,与此同时,这也是在整个着装方式中的一种选择,它表明拒绝其他方式,或者与其他方式有所不同。如果一个社会中所有的成年人都拥有一辆奔驰,那这种型号的汽车就无法成为富裕和中产阶级地位的象征,同福特护卫者(Ford Escorts)或非亚特乌诺(Fiat Unos)等廉价汽车区分开来,就像现在的情形一样。布尔迪厄强调品位性质差异源自于索绪尔的语言学以及其师从列维-斯特劳斯著作的结构主义。

192

布尔迪厄分析模式的另一个显著特点是,它包含了所有的品位,例如食物、饮料、服装、室内装饰、艺术、运动等等。他认为,所有品位必须与该群体的生活方式紧密地联系在一起。可以将这些品位与阶级派别、经济资本、象征的或者文化的资本、职业等因素相互联系起来。布尔迪厄的书太长,太复杂,这里无法作进一步的概括。但是,要进一步研究品位和设计,就必须注意《区别》的调查结果。

· 垃圾理论

众所周知,设计的人工制品因其实用性、美感质量、个人情感联系和货币价值而受到人们的重视。这些价值可以随着时间而改变。例如,一辆新车的经济价值,一旦被人购买,就会开始下降,过几年后可能就变得毫无价值,再过几年,它可能又开始变得有价值(例如老爷车)。问题是:“这些价值变化有没有一种模式?它们能从理论上加以解释吗?”

193

有个作家也有这种想法,他叫迈克尔·汤普森,是一个社会人类学家,在艺术设计学院教书。他撰写的《垃圾理论》(*Rubbish Theory*) (1979)是一本有争议的书,内容涉及“价值的创造与毁灭”。他认为,人工制品具有“社会可塑性”:价值分配是一个社会过程,这个过程不是由该物品的本质特征决定的。同一件艺术作品某人可能把它当作杰作,

另一个人可能把它当作垃圾：物品相同，但是评价不同。

他将易用品与耐用品作了一个初步划分。前者的价值随着时间逐渐减小，寿命有限（例如一辆旧车），而后者的价值随着时间逐渐增大，寿命无限（例如一个博物馆保藏的古董花瓶或一件私人收藏品）。令汤普森感兴趣的是，物品如何从一个类别转到另一个类别。他想建立一个能够解释动态过程而非静止状态的理论。他认为，对于从易用品转为耐用品的商品而言，它们必须通过一个“灵活性范围”，这个范围实际上就是零价值地带，我们称之为“垃圾”。他认为，垃圾是一个隐蔽类别，整个社会过程都取决于它。当然，废弃后毁灭的垃圾不可能恢复价值（除非将材料回收利用）。但是，在任何时候，都有一些人工制品处于一种无人问津的状态。

有一个典型的案例，19世纪一种名为“斯蒂芬图画”（Stevengraphs）的丝织图画的历史。汤普森用该案例来证明物品是如何随着时间而改变其价值的。在“斯蒂芬图画”的生产期间，它是价格低廉的、大批量生产的粗俗之物的产品。此后几十年中，它们被视为无价值的垃圾。最后，在20世纪60年代，它们开始成为收藏家的珍品。依据垃圾理论，它们从易用品（经济价值下降）转为垃圾（无经济价值），再转为耐用品（经济价值增加）。另一个例子是位于伦敦伊斯灵顿（Islington）的乔治时代的连栋房屋，它表明建筑中存在着同样的过程。

194

汤普森将他的理论与社会阶级/财富结构联系起来，认为：“那些拥有和掌控耐用品的人比完全生活在易用品，甚至更糟，生活在垃圾世界里的人，要享有更多的权力、能力和声望。”¹⁸此时，他建议把他的类别与特殊的生活方式联系起来，但是，他后来并没有就这个建议进行详细说明。很清楚，随着耐用品的货币价值上升，它们在阶级、财富、权力结构中的地位也在上升。

撰写历史的最大困难之一就是解释持续与变化、渐变与突变。汤普森在突变理论中找到了他需要的模型，这个模型来自于勒内·托姆（Rene Thom）首先阐述的拓扑学原理，它从数学上描述了一种情况到另

一种情况的突变是如何发生的。

《垃圾理论》是一本很富挑战性的书,它甚至解释了设计产品从属的那种估值变化。尚待探讨的是归于人工制品的各种价值之间的精确关系。例如,如果有的话,一件物品的美学价值与其市场价值之间到底存在怎样的相互关系?

拍卖行和二手商店多年来记录的旧商品价格是客观衡量估值变化的标准。但是,这种标准是有限的:几乎没有货币价值的物品由于个人原因会得到物主的珍藏。换句话说,价格知识并没有告诉我们人们对设计产品的感觉和态度。

人对过去的态度具有内在矛盾性:我们自身的身份取决于我们过去的历史和记忆,但是,要成长和发展,我们就必须与时俱进;传统提供连续性,但是,要创新,我们就必须与传统决裂[这个主题在大卫·洛文塔尔(David Lowenthal)具有里程碑意义的研究著作《昔日是异国他乡》(*The Past is a Foreign Country*)(1985)中作了详尽的探讨]。我们对过去的感觉也会随着时间的流逝而改变。的确,随着时尚渐渐成为过去,我们也在改变对时尚的反应,这似乎成了一个模式。时尚历史学家詹姆斯·拉沃(James Laver)指出,去年的时尚就像是“邋遢的女人”,10年或者20年后就像是“丑恶的、荒谬的”,30年后就是“有趣的”,50年后就是“古怪的”,70年后就是“迷人的”,100年后就是“浪漫的”,150年后就是“美丽的”¹⁹。因此,时尚仍然是一样的,但我们关于它的观念和价值却发生了改变。于是出现了两条历史学家追寻的发展路线:一条是时尚本身的顺序,在这个顺序中,新时尚无情地回答旧时尚;另一条是后代给予这些时尚的估值顺序。当一个旧时尚因积极估值而获得复兴时,这两条路线就会时时相交。

注释和参考文献

1. “卫星购物领地:未来购物中心”(Satellite shopland: shopping centres of the future),“昼夜平分线”(Equinox)系列,第4电视频道,1987年10月1日。

2. W. 本雅明(W. Benjamin),《夏尔·波德莱尔:发达资本主义时代的一个抒情诗人》(*Charles Baudelaire; a Lyric Poet in the Era of High Capitalism*) (伦敦:新左派书店,1973)。
3. 参见 D. 切尼(D. Chaney),“作为文化形态的百货商店”(The department store as a cultural form),《理论、文化和社会》(*Theory, Culture and Society*),1983 年第 1 卷第(3)期,22—31 页。
4. J. 温西普,“选择—你现在想要的生活方式”(Options-for the way you want to live now),《理论、文化和社会》,1983 年第 1(3)期,44—65 页。
5. W. F. 豪格(W. F. Haug),《商品美学批评:资本主义社会的外貌与性别广告》(*Critique of Commodity Aesthetics: Appearance, Sexuality Advertising in Capitalist Society*) (剑桥:波利蒂出版社,1986);《商品美学、意识形态和文化》(*Commodity Aesthetics, Ideology and Culture*) (纽约:国际通用出版社,1987)。
6. 关于接受理论的引言,参见 R. C. 霍鲁伯(R. C. Holub),《接受理论:一种批评导论》(*Reception Theory: a Critical Introduction*) (伦敦:梅图恩出版社,1984);P. 霍亨达尔(P. Hohendahl),“接受美学导论”(Introduction to reception aesthetics),《新德国评论》(*New German Critique*),1977 年冬季刊第(10)期,29—63 页。关于马克思文学批评家对接受理论的批评鉴定,参见 T. 伊格尔顿(T. Eagleton),《文学理论:导论》(*Literary Theory: an Introduction*) (牛津:布莱克威尔出版社,1983),74—90 页。
7. H. 姚斯(H. Jauss),“文学史挑战文学理论”(Literary history as a challenge to literary theory),《新文学史》(*New Literary History*)1970 年第 2 卷第(1)期,7—37 页。
8. T. 阿多诺(T. Adorno),“关于艺术社会学的论文”(Theses on the sociology of art),《文化研究论文集》(*Working Papers in Cultural Studies*)1972 年春季刊第(2)期,121—128 页。
9. J. K. 加尔布雷思(J. K. Galbraith),《新工业国》(*The New Industrial State*) (哈蒙兹沃思:企鹅出版社,1968),213 页。
10. 例如,参见 R. 纳达尔(R. Nadar),《任何速度都不安全》(*Unsafe at Any Speed*) (纽约:格罗斯曼出版社,1965)和 P. 霍尔(P. Hall),《大规模灾害》(*Great Planning Disasters*) (伦敦:韦登菲尔德和尼科尔森出版社,1980)。

11. D. 赫布迪齐(D. Hebdige),“作为形象的物品:意大利的踏板摩托车”(Object as image: the Italian scooter cycle),《街区》(*Block*)1981年第(5)期,44—64页。
12. L. 穆尔维(L. Mulvey),“视觉愉悦与叙事电影”(Visual pleasure and narrative cinema),《屏幕》(*Screen*)1975年第(16)期,6—18页。
13. P. 伯克(P. Burke),《意大利文艺复兴时期的传统与创新》(*Tradition and Innovation in Renaissance Italy*)(伦敦:封塔纳/柯林斯出版社,1974),152页。
14. S. 贝利主编,《品位:关于设计价值的展示》(*Taste: an Exhibition about Values in Design*)(伦敦:锅炉房项目/维多利亚与阿尔伯特博物馆出版社,1983),11页。
15. R. 威廉姆斯(R. Williams),《关键词》(*Keywords*)(伦敦:封塔纳/克鲁姆·海尔蒙出版社,1976),264—266页。
16. 参见 S. 桑塔格(S. Sontag),“露营笔记”(Notes on camp),《反对阐释》(*Against Interpretation*)(伦敦:爱尔与斯波蒂斯伍德出版社,1967),275—289页。
17. P. 布尔迪厄(P. Bourdieu),《区分:对品位判断的社会批评》(*Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste*)(麻省剑桥:哈佛大学出版社,1984;法国版,1979)。评论参见:M. 道格拉斯(M. Douglas),“高雅文化和低俗文化”(High culture and low),《时代文学增刊》(*Times Literary Supplement*),1981年2月13日,163—164页;J. 埃尔斯特(J. Elster),“势利者”(Snobs),《伦敦书评》(*London Review of Books*),1981年11月第3卷第(20)5—18期,10—12页;J. 弗罗(J. Frow),“品位描述”(Accounting for tastes),《文化研究》(*Cultural Studies*),1987年1月第1卷第(1)期,59—73页。亦可参见布尔迪厄特刊:《媒体、文化与社会》(*Media, Culture & Society*)1980年7月第2卷第(3)期和《理论、文化与社会》(*Theory, Culture & Society*)1986第3卷第(3)期。
18. M. 汤普森(M. Thompson),《垃圾理论:价值创造与毁灭》(*Rubbish Theory: the Creation and Destruction of Value*)(牛津:牛津大学出版社,1979),45页。
19. J. 拉沃(J. Laver),《从法国革命到现在的品位和时尚》(*Taste and Fashion from the French Revolution to the Present Day*)(伦敦:哈拉普出版社,修订版,1945),202、208页。

结 语

本书尝试对羽翼未丰的设计史学科进行勾勒,并明确和探索它的中心理论以及方法论问题。书中广泛引证了许多不同领域的文献,不过如果将这些不同知识进行综合却很困难。现在,对设计史进行确实定论还为时过早,因为尚有一系列问题仍处于混沌状态,没有得到解决。因此,我们还需要在许多方面对该学科存在的问题及其发展目标进行进一步的思考。

通过该研究我们可以发现,设计史学家所面临的问题,与那些比设计史学科古老得多的其他领域的学者们所面临的问题相比较,呈现出何种状态。由此,设计史学家能够避免鲁莽的错误,深刻检视自己的做法,并通过参与社会学的讨论,通过对重要的人类学家、社会学家、历史学家的著作进行研究等方式,来节省研究时间。他们并不反感这些过程,因为在很大程度上,这是一种历史调查方式。

设计史的未来如何?设计史是人文科学还是社会科学?人们在这个问题上的选择似乎进退维谷,随着时间的发展,该问题越来越突出。艺术史也存在类似问题,并曾经发生过一场争辩,一些学者认为艺术史属于人文学科,因为它与语言、哲学、文学、古典文学研究等相类似;而另一些学者则认为它属于社会科学,类似于社会学、人类学、地理学等学科。这两种类型的学科都关注人类社会和人的价值,但社会科学更追求自然科学的严谨性。尽管要回答这个设计史的属类问题,必须联系其身处体制背景,不然是无法解决的,但我还是预测,社会科学研究方法的理论发展,将毫无疑问地拉动设计史在这一方向上的发展。因为,相当多的历史学家已经对泛滥的印象式的和轶闻趣事式的历史书写心生厌倦。

近年来,设计史学家的人数已经得到了显著的增长,尤其是在英

国。由于英国政府目前在教育上的限制,可能不会有更多的设计史学家能在学校就职,但是,该学科的就业前景可能在图书出版和设计新闻工作方面更为光明。可以肯定的是,在 20 世纪 80 年代,设计类书籍和杂志的数量已经获得了显著增长。

1987 年,在布莱顿举行的英国设计史学会的年会上,尤为值得注意的是来自各国的与会代表(虽然都来自先进国家)。无疑,在不久的将来,我们肯定会看到该学科的进一步国际化。专业期刊《设计论丛》(*Design Issues*, 美国)和《设计史期刊》(*Journal of Design History*, 英国)的出现,也将有助于专业交流和讨论。

目前,该学科在发展过程中面临的^{最大危险是},外界压力正迫使其成为设计商业体系的辅助工具。如果设计史仅仅在设计体系中扮演仆人——历史写作成为吹鼓手,其唯一的职能只是歌颂——那么该学科在整个社会中的重要潜能将无法施展。正如特奥多尔·阿多诺曾经说过的:“学科及其思维模式的单一存在并不是它们的借口。”

形式/女性追随
功能/男性：设计的女性主义批判

朱迪·阿特菲尔德 (Judy Attfield)

朱迪·阿特菲尔德,英国设计师、设计史学家,以女性主义的视角讨论设计史写作。现在人们都认为女性设计经验最好由女性来书写。她告诉人们,设计史不能简单地将女性主义当作另一种研究方法,而应该如丽莎·蒂克纳(Lisa Tickner)所言,女性主义是一个政治问题,而非一种方法。这意味着,激进的女性主义,会挑战该学科的许多基本假设和做法。女性主义挑战的不只是女性的生活,也关系到男性(性别中包括男性与女性)。因此,男性学者需要检视自己的社会身份和立场。如此,男性历史学家便能够拥有自我批评的能力。如果男性能认真学习女性主义,那么将会使以男性为主导的设计史话语得到改观。

——约翰·A.沃克

如果不对那些既定的所谓正统理论加以质疑,就无法采用女性视角来检视设计批评、设计活动和设计史。所以我研究的入手点就是由佩夫斯纳的《现代运动的先驱》(*Pioneers of the Modern Movement*) (1936),以及那些以吉迪翁的《机械化掌控》(*Mechanization Takes Command*) (1948)与开放大学的《建筑与设计的历史 1890—1939》(*History of Architecture and Design 1890 - 1939*) (1975)为参考书目的文本所确立的设计概念。此类文本抱持相同的设计定义,该定义是以首先正确满足功能、形式美学相追随的系列原则为基础的,它形成于“优良设计”甚嚣尘上之时。

在现代主义运动中,设计史仍然遭受着起源问题的困扰,在一定程度上,这个问题依然封存在一把时间之锁中,仍然思考着功能产生形式,以及设计概念的问题——设计是职业设计师、工业生产以及劳动力

分工的产物——而这些想法都假定了这样一个前提，即女性的存在空间为家庭。对此，女性主义给设计史提供了一系列历史的或批判性的方法，在以下几个方面对主流思想提出了挑战——设计行为如何确定，何种设计产品应该得到研究，在评估中何种评判价值具有优先权，乃至什么人可以被称为设计师。

在这一背景中界定“女性主义”尤为困难，但却很有必要，尽管这可能暗示着一种以女性主义为主导的单一视角。不过，在这里我们进行界定的目的是要取代现在的主导概念，为那些还未成体系的设计纬度开拓研究空间，这些设计纬度都被传统研究及其著作所遗漏，一直保持着沉默与隐蔽状态。概括而言，在我看来，“女性主义的视角”认为女性是多元社会中的一个群体，她们拥有独特的品位、需求和价值观，这取决于她们所在的社会角色、工作种类，以及自出生以来所具有的社会地位。就这方面而言，女性主义是一种政治立场，目的是要改变女性的权益。不过，在女性需要何种变化，以及使用何种策略来达成变化方面，世人并无共识，因为不同文化群体中的女性权益诉求是不同的。这种诉求的多样性，使以美国为中心的 20 世纪 60 年代末、70 年代初的女性解放运动与更广阔的全球女性运动之间，存有一定的差异性。

目前，倡导对以女性为主要使用者的环境和产品设计加以改进，并不意味着接受了随之出现的女性传统从属地位被加强的状况（许多女性主义者的设计批评都已经指明，女性从属群体的概念是如何被加强，并在设计中得到自然呈现的）。在讨论历史和运用女性主义进行分析时，准确把握“女性主义者”这个语汇的构建及其发生的变化是非常重要的。如果不能认识到这个语汇可能发生变化，就很难做到以女性主义为第一视角。

201

在论文集《何谓女性主义？》(What is Feminism?) (1987) 中，作者之间的普遍共识是，“女性主义”没有固定的定义，它有许多含义。他们还提出：“女性主义是否可以简单地通过它的研究对象：关注-女性，进行界定？女性主义者追求的是否是人类更普遍的利益？”¹ 与该情形相符，

该书中的文章,并不一定都出自女性主义者之手,书中论文涉及有关女性权益以及性别关系的广泛议题。

我们需要将女性主义在设计史调查、设计活动或设计批评方面的进行方式与以“女性设计师”为中心的研究方式进行区分,以“女性设计师”为中心的研究方式,只是将女性设计师的名字填充进设计史的常规叙述中²。这一做法只是模糊了现有框架,却丝毫不会颠覆将女性视为社会附属的等级观念。

从我们后现代的环境症状,可以看出女性主义的设计批判具有重要意义³。目前对主导的历史价值体系及其阐释的质疑日甚,表明了人们对这种单一化、统一化的观点已经不抱信心,它总是将设计史研究以男性为主导。将机械(男性)凌驾于身体(女性)之上。将设计的决策、功能——科学、科技、工业生产方面的内容赋予男性——而将女性置于私密的家庭环境以及“软性”装饰设计领域中。它用形式比拟女性,将其作用定性为是对“真正的”的规则进行表现。根据这一类的美学理论,就产生了形式(女性)追随功能(男性)的观点⁴。

朱丽叶·米切尔(Juliet Mitchell)认为:“女性主义是某些经济和社会环境的意识形态产物。”⁵她的解释是积极的,这来源于女性主义者对“昨日前景”的构想,想象某天机器会取代繁重劳动,女性会拥有更多的闲暇和更多的性别平等。她还指出,妇女运动发源于主导的中产阶级,因此,从本质上来说,它代表了一种来自西方消费社会的观点,而这种消费社会,也要求女性成为一种更廉价的、兼职性的、不受工会保护的劳动力,不过同时因为她们是公共消费的主体,所以社会又对她们存有依赖。这样一种社会状况,已确实赋予某些女性更多的权利,但同时也使另一些女性处于更加附属的境地。尼古拉斯·柯勒律治(Nicholas Coleridge)在《时尚阴谋》(*The Fashion Conspiracy*)(1988)中列举了在目前国际时装设计界存在的两种女性地位的极端案例——年龄不超过13岁的泰米尔女孩在马德拉斯的血汗工厂为美国市场生产服装,而美国的一些女性却有能力花费7000美元添置出席一场慈善舞会的礼服。

202

女性主义设计史学家的一个基本出发点是,女性对设计世界的体验与男性完全不同。简·雅各布斯(Jane Jacobs)的《美国大城市的死与生》(*The Death and Life of Great American Cities*)(1961),是对城镇规划设计最强大、也是最具影响力的批评之一,它引发了一场转变,将一种批判性因素引入建筑史的书写当中,而在这之前,建筑史都只是一味地为现代主义歌功颂德⁵。正是她的女性视角,为审视设计理想与生活体验之间的关系,带来了新的有价值的洞察力⁷。

设计塑造了环境,并通过建筑、公共空间、交通工具来设定女性的地位。设计还广泛地通过时尚、广告、媒体,以虚拟的女性形象来塑造女性。它假定设计专业的某些特定领域为“女性工作领域”,这映射了社会中主要的劳动力性别分工模式。此外,它还通过赋予物品毫无必要的雌雄界定,使男女性别相分离,与此同时,还漠视女性所需要的交通工具、场所、空间的特殊需要⁸。此外,正如已经指出的,还将女性排斥在重要的科学、技术与工业领域之外⁹。

203

在人们形成性别权力关系认识的过程中,设计具有无形的力量,同时,它将这些观念在日常物质产品世界中具象地体现出来。“白色家电”如洗衣机和电炊具,可减少女性的重体力劳动,而由女性设计的产品会比男性设计的产品更好地满足女性的需要,不过由女性来设计还处于她们自己的想象中——这正意味着,未来还是女人将负担沉重的洗涤、蒸煮劳作,而非男人——因此产品创新和改进并没有影响到性别的分工。

设计反映我们的愿望,引发我们的期望,同时,它也是一个过程,并且拥有变化的潜力。一些专业的女性主义设计师,已经尝试通过设计创新来改变性别关系¹⁰。女性主义历史学家已经开始对这些女性设计师,以及在那些未为人知的领域中的女性成就,进行阐释研究。此外,

同样重要的是,人们需要思考女性通过个人和集体消费的方式对设计产生的历史作用,以及会持续发生的影响¹¹。

· “女性—设计师”与女性主义批评

伊莎贝尔·安斯康姆(Isabelle Anscombe)的《女性的触碰》(*Woman's Touch*)(1984)专门分析了参与“19世纪60年代以来主要设计运动中的”女性设计师。书中进行了线性记录,更多地强调那些已经成功跻身专业舞台的女性——如夏洛特·帕瑞安德(Charlotte Perriand)¹²和艾琳·格雷(Eileen Gray)¹³这些为一般设计史所认识的人物——但忽视了那些被男性设计师的光芒所遮蔽的女性们,她们往往因为职业或私人的纽带而与某些男性设计师合作。而且,很快我们就清楚了,这种关注“女性—设计师”的研究做法,根本没有消除偏见,反而加强了不平等,因为通过这方面的研究表明,女性设计师是低一级的,只能在所谓的“女性”设计领域中开展工作,如装饰艺术设计、纺织品设计、室内设计和时装设计。此种研究方式,即使是在可以通过记录女性设计师如何在尤为排外的男性设计领域遭受排斥来改变研究重心的情况下,也无法获得成功,就如安斯康姆在分析艾琳·格雷的事例时那样¹⁴。

同时,以女性设计师为中心进行研究,还存在其他问题。例如,传统发展史研究方法的限制。在传统发展史中,女性设计师被放置在一个预设的等级框架中,其中“伟大”的设计师往往是男性。难道真没有伟大的女性设计师出现吗?随着20世纪70年代初,琳达·诺克林(Linda Nochlin)研究女性艺术家的著作完成后,这个问题已成为一个反问句¹⁵。设计是一个比艺术更少自主性的活动,需要在社会、文化、经济和技术环境的密切关系中进行检验,而这些环境将设计作为一项实践活动,对其发展进行着塑造。史学编撰为设计史带来了一些开创性著作的同时,也塑造了现代设计先驱以及先锋美学行列中女性无迹可

204

寻的传统。因此,阐释设计中女性先驱的工作显得尤为迫切,它可以为现在的年轻女性设计师开展职业生涯提供表率。这些年轻的女性设计师们,目前在男性主导的建筑、工程、产品与工业设计领域中并不受到欢迎,但这些领域都需要同时均等地满足女性的需求¹⁶。

在设计史中,大量研究都是基于物品开展的,通过不以设计师为研究中心,来避免造成更明显的性别不平等问题¹⁷。这表明了一种有别于传统艺术史的方法。在传统艺术史中,艺术家的个人情感会在他的作品中传达,因而赋予作品一种与无名之作不同的特殊价值。以女性设计师为中心的研究方法就是基于这种艺术史的传统,因而无法适用于那些无名设计。不过,这也不是说基于物品的研究在性别问题上就是中立的。相反,围绕物品类型建立的层次结构,更重视工业设计与“机械美学”——这种方式具有更明显的男性倾向——同时将时尚等领域视为微不足道的,将之等同于“女性的”。但是,以女性设计师为中心的研究方法,因为是不恰当的拿来主义,因此它的局限性,不仅削弱了女性的地位,还降低了设计史学科的价值¹⁸。

女性主义的批评,使人们可以使用一种新的视角来看待女性设计师,并在那些不断边缘化她们的行业历史中,评估她们的作为。这提出的是一种不以美学或鉴赏为基础的,以人为本的设计史研究方法。

· 使用价值与女性主义批评

一些女性主义设计史学家并不满足于符合学术标准,他们希望他们的研究能够有助于设计实践。他们认为设计史能够有助于认识不同群体的需要,这是设计实践的一部分。“子宫”建筑小组(Matrix)的《创造空间》(*Making Space*)(1984年,一本女性主义建筑师选集)是一份干涉主义的文本案例,它旨在使理论和实践相结合,并将过去的知识理论与现在和未来相联系。

在界定设计史的正确研究宗旨方面,艺术史已经提供了太多的处

理先例。尽管女性主义的艺术史确实给我们展现了一个出色的批评与方法体系,但其方法不能被直接照搬于设计史,除非我们将设计等同于艺术。设计史所需要的做法不是对所谓的“优良设计”进行称颂,也不是将某些受人膜拜的设计作品归于某位特定设计师名下,它不能使整个研究沦为物品鉴赏。在某种程度上,这些观点是一种共识。但应该如何进行女性主义设计史研究还不明确,其研究对象及研究原因,也尚不明确。

在对使用价值进行分析方面,女性主义的角度可以相当独到。通过对生产阶段中女性的缺失历史进行阐释,就可以更好地理解为什么男性主导的价值观能够在物质世界持续生长。因此,女性主义者对设计史的批判,可以成为一个更广阔的改革运动的一部分。正是在我们的思维与我们的行为之间——“设计”作为一个动词,作为一种行为,所具有的转换意义才能发挥作用。

主流设计史的一个案例,潘妮·斯帕克的《20世纪设计与文化导论》(*An Introduction to Design and Culture in the Twentieth Century*) (1986),并没有对设计进行界定,原因是“可采用的定义是多样、复杂且相矛盾的,并处于一种永远变化的状态”¹⁹。但是,因为她关注工业,关注大规模生产的产品,以及专业设计人员的教育与实践,所以斯帕克代表了设计史研究的传统高地,她秉承传统,将机械化与男性主导的设计领域相联系,而女性在其中只充当被动的消费者。

谢里尔·巴克利(Cheryl Buckley)在她的文章《父权制造》(*Made in patriarchy*)中,对父权制和资本主义进行了批判,形成了女性主义设计史的一种研究方法²⁰。父权制是一个很实用的概念,因为它超历史地将男性统治地位阐释为一种由男性和女性共同呈现的文化现象。这有助于阐释为什么某些女性会塑造诋毁女性的性别歧视广告。然而,由于父权制概念以对男性/女性的刻板定义为基础,并且基本上是非历史的,因此将其作为一种操作性概念加以应用,还存在许多困难,这并不仅仅是要调和原始的男性/女性的刻板关系与不断变化的性别关系史

之间关系的工作。

鉴于人具有政治性,性别也具有政治性,因此性别中立已被提升为一项战略。最近在英国,性别中立已成为反性别歧视教育措施的重心,人们倡导去性别化的活动,如缝纫和木艺等,很多学校都教授此类设计。不过,尽管将性别中立化具有一定的优势,但在设计史研究性别差异问题时,这种做法也存在着一一定的制约性。

207

对功能性物品与追求美的作品之间的差异进行讨论,其实是设计与艺术差异之争的一个方面。完全基于现代主义意识形态的价值体系,是无法适用于非功能性物品或手工艺物品的研究的,也不适用于不符合优良设计准则的物品。因此,这种价值体系是无法严谨地应对整个物品体系的,尤其是那些非“现代经典”的物品。在时尚的、短周期的设计领域中,女性表现卓著,但遭受漠视,这种漠视使得她们从历史中集体缺失。当代文化研究、社会史研究与人类学研究,提出了一种更少等级的、非美学的设计分析方式,即通过女性图像来研究大众趣味。因此它不只是关注女性的利益,而是将女性主义作为一个起点,作为一种超越常规设计史制约的手段。

女性主义设计批评及其历史的宗旨,应该是讨论女性的利益,让女性不被拒绝或出于性别上的原因遭受排斥。尽管有一些激进的女权主义者选择分离主义的方式以示抗议,但这种做法在排斥男性的同时,也拒绝了许多女性。而事实上,性别化的观点却是一种开拓讨论空间的可行方式。它在某种程度上更广泛地推动了人们摆脱专制、摆脱男女不平等的价值观。同时,还允许女性作为去性别化的人参与讨论那些超越性别的问题:如种族、阶级、年龄、性别、宗教、职业等。

女性遭受的这些特别对待不是她们自己造成的,而是文化造就的。文化通过性别、阶级、种族等将人分成三六九等,对将她们视为“他者”的态度视为理所应当。“他者”的概念界定了女性群体在她们与男性群体的关系中呈现为弱势群体(男性享受着作为标准的优越——他们“衡量所有事务”——而女性则被边缘化)。出于对这种现状的认知,以及

特殊的需要和利益,女性开始与男性的优先统治地位相抗争。其中包括,挑战坚持纯洁性,拒绝接受平凡、日常以及常规形态影响的主流艺术。同时,允许跨界,允许“次要”艺术、手工艺、昙花一现的艺术、时尚及流行艺术登堂入室,并通过逾越正常的艺术边界,使追求虚妄的、追求永恒“经典”的研究活动更加切实化。

设计史在努力处理自身与艺术,以及无孔不入的后现代主义之间的关系方面是一个范例,而来自后现代主义的威胁,会粉碎设计史基于工业生产的野心勃勃的大男子主义的价值体系。

虽然后现代主义不能替代它所粉碎的规则体系,替代随之被粉碎的所有现代主义神话所带来的技术进步信仰,但它能给我们带来一种转变,带来一种非中心式的观看世界,观看我们与世界之间关系的方式——对习惯处于边缘的女性来说,这并不是—种陌生的体验²¹。女性主义在设计、设计史、设计批评中的活动,强调我们构建的每一条准则,都不能再涉及市场因素或抽象美学。

· 客观与主体

我们已经概括地介绍了女性主义对设计史的批判,现在则需要对一些具体情况予以考虑。

丽莎·蒂克纳(Lisa Tickner)对服装的研究,是在研究日常物品中应用女性主义分析方式的一个案例。她写作于1976年的文章,追溯了自20世纪40年代到60年代,裤装作为一种女性时尚的发展,她将裤装视为该时期女性社会地位变化的一种象征²²。兴起的妇女解放运动认为男性化装扮,代表着女性终于启程踏入男性的疆域。

在物品研究方面,要超越描述式分析,就需要对物品的特定形式进行分析阐释。1976年女性主义杂志《肋骨》(*Spare Rib*)上刊登的系列文章中有一篇蒂克纳的论文,探讨了紧身胸衣、缠足及其他比较极端的鞋履如细高跟鞋,这些时尚枷锁所带来的身体限制以及社会制约²³。该

文认为具有束缚与色情意味的图像,帮助建立了男尊女卑的社会环境。它的另一个结论是,时尚创造的女性理想形象,“往往维持了女性低一级的身份”²⁴。另外,她还建议,采取心理分析的方法“可能会有助于理解为什么服装中的性别差异是一个普遍现象”。她还描述了女性服饰史发展中的几个片断,来阐述人们曾试图通过改变服装来变革社会。

然而,尽管蒂克纳将细高跟鞋视为束缚,但李·怀特(Lee Wright)却在《性别物化》(Objectifying gender)中认为,细高跟鞋之所以受欢迎,更多的是因为它体现的是自信,而不是卑屈²⁵。这准确地表现出关注物品含义的历史变化会带来不同的观念,具有重要的意义。这种方式与将物品置于一个不变的真空中进行思考,是截然不同的。

有些物品几乎天然地具有性别身份,但目前社会上的很多产品,都是为了提高产品的新颖性和多样化而将性别强加给产品,以此作为一种营销策略来拓展市场。罗斯电子(Ross Electronics)就是近期一个现成的例子。它是个人高保真音响设备的制造商,在生产中,将通常为中性的耳机女性化,将耳机制作成时尚配件,即所谓的“饰品”,其产品包装清单包含四个可互换的耳片,有粉红色、蓝色、绿色和黄色²⁶。

210

这个物质产品世界是如何影响我们的生物性别认同与社会性别认定的?在《颠覆之针》(*The Subversive Stitch*)(1984)中,罗兹卡·帕克(Rozsika Parker)解释了刺绣是如何成为专属“女性制造”的。这项研究是女性主义思想研究的一个突出案例,她力求将刺绣以及其他与女性相关的应用艺术提升至主流艺术的行列。自20世纪70年代女性主义艺术家介入政治以来,围绕“艺术对手工艺”一直持续着一场辩论²⁷。人们对类似刺绣这样的活动的认识,使人们开始正视许多以前不被视为艺术家的女性的工作。不过,在某些工艺寻求被认同的同时,另一些则继续选择保持手工艺隐性埋名的传统。

虽然英国高等设计教育课程自20世纪60年代以来曾试图打破艺术与工艺之间的等级结构,但现在两者仍然存在着明显的分离。因此,要进行以物品为基础的设计史研究,就必须考虑为什么某些物品在等

级结构中拥有特殊地位,以及这与女性主导的那些领域之间的关系。纺织品艺术设计的情况尤为突出。在佩尼娜·巴奈特(Peninna Barnett)的论文《适合女性的活动》(An appropriate activity for women)中,作者列举了以下数据:“根据手工艺理事会 1983 年的统计数据,在全职的纺织手工业劳动力中女性占 87%,在兼职劳动力中她们则占到 94%。”²⁸她认为:“当男性在传统女性领域中取得成功时……他们获得的赞扬往往并不名副其实……例如卡夫·法塞特(Kaffe Fassett),人们认为这位画家出身的编织家在 70 年代早期‘发现’了编织的创新潜力。”认为一项编织技艺必须要由男性发现才能得到承认的思想,无疑是错误的,但这也揭示了一项工作要获得男性认可的方式。

女性主义的视角还告诉人们,对物品主体性的形成进行思考具有重要意义。帕克以刺绣为例阐述了在特定历史时期刺绣是如何既具有家庭性又具有女性化特点,以及在对小女孩的教育中,是如何使用刺绣培养她们的女性理想的。只要意识到可能存在的性别偏见会影响作品的评估,我们就会明白设计师的性别是不容忽视的。因此,通过将“物”放置到人的世界中,即放置到赋予“物”以意义的环境中,将物与主体联系起来是非常重要的。为了便于分析,我们还需要对以下两点进行区分,即,广告商创造的形象所具有的叠加含义,与人们通过实际使用物品所表达出的自身感受。广告商所创造的图像并不必然决定个人消费者的消费意义。这个问题将会在后面探讨女性图像部分加以讨论。

现在有一种倾向,认为所有基于物品的研究都能以某种方式促进更“客观”的调查研究。但是,正如皮埃尔·布尔迪厄所扼要指出的:“客观化必然会保持一定的局限性,因而是失败的,如果这种客观化抛弃了它传达信息的视角,就无法进行整体构建。”²⁹因此,在研究和撰写设计史的过程中,需要关注历史学家的主体性,套用 E. H. 卡尔的说法:“历史学家如果没有她选择的论据,那么她的阐述就是空洞徒劳的;而论据如果得不到历史学家的应用,就是僵死而无意义的。因此对‘何为历史?’这个问题,我首先要表达的是,历史是历史学家与论据之间一个

相互作用的持续过程,是现在与未来之间进行的无止境的对话。”³⁰ 卡尔最初是用男性第三人称单数进行叙述的,这并没有降低其所言之价值,只是听起来让人觉得比较片面。

· 人造环境的解构

在设计研究中,应用女性主义视角的另一种方式是:分析社会劳动力分工中女性的角色和地位,看看它们是如何以建筑环境的形式,体现于社会空间关系中的。

1984年,《建筑环境》(*Built Environment*)推出了主题为“女性与环境”的专号,其中“子宫”建筑小组(Matrix)的创建人之一,约斯·博伊斯(Jos Boys)发出这样的疑问:“存在女性主义的建筑分析吗?”³¹文中她论述了建筑通过空间来组织人群,以物质形式表现人们对社会关系所持观点的各种方式。由于家庭生活意识形态的发展,传统社会习俗一直将女性束缚在家庭内,美其名曰女性的“适合场所”(proper place);因而,当女性置身于公共空间时,会感觉到潜在的不安,缺乏归属感,甚至是威胁。约斯所呼吁的不是要制定一个新规则,她追求的是一种崭新环境,在这个环境中,批判的女性主义能够开展关注女性的环境设计活动。因为,目前哪怕是再优越的厨房和居室设计所带来的所有好处,也不能真正解决女性被家庭束缚的问题,除非我们不再将家庭视为女性空间,而是将之看作是人类的居住空间。

212

在《女性的家庭:从室内设计的视角》(*The home of woman: a view from the interior*)一文中,阿莉森·拉维茨(Alison Ravetz)一路追溯了女性对房屋设计所做贡献的历程,在这方面我们还未进行过探讨:她们曾赞助那些以设计品质为先,能够降低女性劳作的样板房的建造³²。尽管该论文并没有质疑女性在家庭中的地位,但它首先对超越“立面主义”(facadism)的一种理性设计方式进行了分析,并对许多19世纪房屋的特点进行了概括,同时关注社会状态。

除了自行车之外,交通史在其对女性的影响方面似乎只字不提。郊区的发展历史不仅表现了阶层的分离,也表现了男女性的分别,因为交通网成了家庭与工作的唯一联结。事实上,郊区一方面使女性远离就业市场,另一方面由于住家与工作地点相隔遥远,男人们也无法参与家庭劳作³³。直到今天,推着儿童车和婴儿车的女性们的公共交通状况仍很落后。到目前为止,只有不到三分之一的妇女持有汽车驾驶执照,而且这些汽车在设计上很少考虑到她们的使用要求。因此,我们提出,必须改善女性的公共交通状况,因为正是她们被要求扮演着最近人们提出的“多面角色(工作挣钱、家务劳作、照顾小孩)”,她们需要面对“比男性更复杂、更多样化的道路”,但汽车却还又是“男性化的交通工具”³⁴。

在《家:理念简史》(*Home: a Short History of an Idea*, 中文译为《金屋、银屋、茅草屋》, 1988)中,维托尔德·雷布辛斯基(Witold Rybczynski)认为美国女性如凯瑟琳·比彻(Catherine Beecher)是现代理性设计运动的先驱,这一运动给住宅设计带来了重要变化,提高了女性的工作效率。在这方面他认同吉迪翁的观点,将这种创新归功于技术的发展³⁵。但后来的研究表明,尽管事实上家务劳动方面的技术创新的确使家务劳动更高效,但它并没有能够解放女性³⁶。一些女性主义者甚至指出,家庭事实上是“一个构建性别差别的重要场所”,换句话说,家庭是一个教育女性的道具,它告诉人们理想女性的“本性”是处身家庭,而非在外谋职赚钱³⁷。当然,她们的这种概括性的说法,不断受到争议,需要用历史的视角进行审视。不过,这种说法也的确解释了某些活动是如何具有特定性别的,因此,如果哪位男士从事此类活动,就会被视为娘娘腔。

在节省劳动运动的历史方面,有相当数量的著作都是以女性为主角的³⁸。这一运动努力要将家务劳动的地位提升至职业水平,目的是为了改善女性的工作环境以及回报;同时还向女性们提出了一些保持自身独立性的方式。我们可以认为,这一运动与阶级斗争以及劳动民主

化进程是同步的。家政合作运动(the cooperative housekeeping movement)兴起于19世纪,这主要是由于有些女性,如H.埃利斯夫人(Mrs H. Ellis)强烈地感觉到:

在日常中聚集力量的阶级斗争和大众斗争,发生在每一所拥有客厅和厨房的房屋内,服务者与被服务者之间已经出现了明显的界限。³⁹

多洛雷斯·海登(Dolores Hayden)的研究,《伟大的家居革命》(*The Grand Domestic Revolution*)(1982),叙述了美国女性主义家居设计和社区规划设计的历史。她研究的中心是被称为“物质女性主义者”的这一群体。她们相信,通过运动可以终结家务劳动的经济剥削,并通过设计改变世界的物质形态,从而使女性获得解放。在她们所有匪夷所思的多样计划中,物质女性主义者提出的最可靠的建议是,丢弃掉厨房的住宅。这种做法已经在英国得到了广泛应用,尽管最近,这种房屋类型已经被逐渐淡忘。林恩·皮尔逊(Lynn Pearson)对家政合作历史的叙述告诉人们,在这个国家中走这条路线的住宅数目惊人。在这一将女性主义的思想付诸实践的过程中,设计扮演了一个重要的角色,一些做法如家政合作直到今天都仍产生着重大的效用⁴⁰。

· 男性与家庭主妇

劳动力的分工是设计史的另一个研究框架,其中有许多与女性相关的重要议题可以加以讨论。与劳动力分工有着特殊关系的是两个领域:消费,以及艺术与手工艺运动。

艺术与手工艺运动在19世纪给中产阶级的女性,提供了一条通过创作活动进入职业工作领域的道路,这些活动往往因其家务性而“受到尊重”。手工艺还使得女性可以通过“小”艺术或实用艺术的边门进入艺术的疆界。但因为此类活动生产的物件具有实际性和实用性,而非

纯粹的“艺术”品，因而并不会受到太多的关注和尊重。安西娅·卡伦(Anthea Callen)对艺术和手工艺运动的研究，展现了劳动力分工对女性的影响，并对此进行了总结，认为尽管该运动启用了中产阶级女性，但同时也映射出当时社会所存在的阶级和性别偏见⁴¹。艺术工人行会是所有艺术和手工艺组织中最具影响力的组织，但它在1844年明文禁止女性从业，直到1964年该禁令才被撤销。

不过，林内·沃克(Lynne Walker)在《艺术与手工艺的选择》(The Arts and Crafts alternative)一文中，却对艺术与手工艺运动持更积极的看法⁴²。她强调，该运动给女性带来了最好的选择，使她们能够经济独立。同时，在女性们着手开辟妇女运动的一个政治最活跃时期的关口，给她们打开了一扇通往男性主导的艺术世界之门。

自19世纪以来，美国和英国多次出现手工艺“复兴”，在高度工业化的国家中，这些“复兴”运动可被视为某一更广泛运动的一部分。在这些国家中，手工艺已经成为一种奢侈象征，并与美术争夺声望。此外，它还激发了对艺术商业化的挑战，同时对在美术界、技术、大规模生产这些排外的男性领域中所存在的男性主导价值观提出挑战。刺绣、拼布及其他女性家务技能，已经成为女性主义艺术表达媒介的代表⁴³。

在《父权制造》(Made in patriarchy)一文中，巴克利(Buckley)指出了雷纳尔·班纳姆所确定的第一机械时代中的两种性别：男性与家庭主妇⁴⁴。这突出反映出设计史所关注的女性类别是作为家庭主妇的女性。而当人们意识到女性在接受设计产品时所扮演的角色后，又将她们作为消费者来关注⁴⁵。就如之前所见，人们认为女性的存在空间是家庭，因此社会的劳动力分工已经习惯地认为生产是男人的工作，女人是消费者。因此，除家庭之外，百货商店、超级市场就成为比其他公共空间更“自然的”具有女性特质的场所。雷米·G. 塞泽林(Remy G. Saisselin)将19世纪的百货商店描述为一种“文化空间”，其中“购物是新女性身份的组成部分，购物即解放”⁴⁶。实际上，一些女性主义者也将购物视为一种能力。通过购物，通过有组织的购买群体，通过争取

健康、安全、无性别歧视和其他要求的运动,女性作为消费者,对社会施加着影响。

但是,女性并不是天生的消费者。消费是一种技能,与品位一起形成,形成的过程从家庭开始,并贯穿以后的生活。尽管品位显然是纯粹个人化的,但它通常是确定社会群体所属的一种方式。女性通过许多文化渠道形成她们各异的消费技能:大体来说,这些渠道包括同龄人群,少女与女性杂志,媒体和广告⁴⁷。而下面列举的几种途径,则是她们能更直接地学习该技能的几种方式:学校有关家庭经济的课程;夜校的艺术鉴赏课;由组织机构提供的家庭管理技能以及手工艺如刺绣、插花等才艺的实际教学,这种组织机构,举例来说,如只接纳女性的女子学院以及女性合作行会。

216

尽管手工艺及其历史目前在一定程度上已被承认是一个值得研究的领域,不过许多成见和阻力也依然存在,仍将手工艺视作人们的业余爱好。归结其原因,或许是因为这类设计与特定的先锋美学并不相符,况且,它们又产生于女性主导的活动领域,是编织等家务活动的延伸。而女性在家中所从事的手工业,更多地被归类为业余爱好,而非专业活动,并受到奚落嘲讽。不过,帕特·柯克汉姆在其《女性与两次战争之间的手工艺复兴》(Women and the inter-war handicrafts revival)一文中对手工艺进行了探讨。她记录下工艺美术运动的思想是如何通过女性的业余活动一直传承到 20 世纪的⁴⁸。众多案例都表明,此类发源于家庭的活动最终也能够发展为成功的事业。跨国企业劳拉·阿什利(Laura Ashley)就是一个典型,它是从丝网印制厨房餐桌上的茶巾起步的。

苏泽特·沃登(Suzette Worden)的文章《女性与电气化》(Women and electricity)审视了女性对家电设计的影响。她们的影响不仅在专业工程方面,在 20 世纪二三十年代⁴⁹,她们还运用消费群体的身份对设计施加压力。与此同时,安吉拉·帕廷顿(Angela Partington)的文章《设计知识与女性主义》(Design knowledge and feminism)认为在 20 世纪

50年代期间,女性主义通过消费得到了清晰的阐释⁵⁰。这种观点在女性主义者中引起了极大的争议,她们认为要成为一个“好的消费者”就意味着要融入现状。以女性主义讨论消费会产生许多问题,女性主义是一种政治立场,质疑那些采用刻板“女性”形象进行市场竞争的行为。同时,女性主义也拥有自己的发展历史,对20世纪50年代女性刻板形象的批判,形成于20世纪80年代,而这种批判其实得益于身处80年代的事后认识。因此,当这类批评宣称,20世纪50年代的女性在某种程度上是被蒙骗而成为家庭主妇时,其实是看低了50年代女性们的工作。我们不能将女性主义的历史与当时特定社会、经济环境脱离开来,因为正是这些环境的存在,才产生了女性主义。朱莉叶·米切尔推测,因为资本主义环境的存在,女性主义得以出现。在这种不断进行物品循环交换的经济体制下,未来可能会产生“社会双性人”⁵¹。事实上,大规模生产扩大化的需求,很快打破了将男性排除在消费世界之外的惯例,而之前对消费的分工,事实上阻止了半数人群成为潜在的消费者。这恰好印证了近期时装产业的增长大部分都来自于男装消费的状况。

· 性别的形象

217

在20世纪60年代,“中性”(unisex)这一语汇出现在英语中。它指代一种模糊男女边界的服装发型风尚。手袋、首饰和长发,这些过去明确为女性化的风格,现在是男女皆宜。市场与商店带来了新的概念,而造型师又迎合了男女装扮相互转变的趋势。

媒体中有关时装和妆容的图像传达了理想化的女性形象,媒体本身也已经成为女性主义者研究的内容。她们试图通过该研究,揭开女性本质的神秘面纱,同时将媒体作为一种具有历史性和文化特殊性的结构进行分析。不过,现在即便要对过去10年中女性主义在该方面的部分思想进行回顾也是枉然,因为所涉及的文档数目太过庞大。这种高度复杂和理论化的知识体系,阐述的是不断复杂化的物质世界所蕴

涵的含义。对这种知识体系的发展来说,运用符号学、结构主义和精神分析批评的理论,是至关重要的⁵²。

人们在女性图像方面进行了许多重要的讨论,内容往往都围绕很容易引发激烈争执的色情问题展开⁵³。在分析时尚、美容以及女性图像传播时,必然会遇到此类问题。苏珊娜·卡普勒(Susanne Kappeler)在其对色情图像的猛烈批判中,认定:“性侵犯,强奸,殴打妻子,性骚扰,将女性囚禁于家庭,给予其不平等的机会,将她们作为征服和保护的对象,这些男性恶行的根源性问题,隐藏于男性与女性的现实关系之下。这种根源就是,男性以观赏的方式看待女性。”⁵⁴

218

从男性的性别角度切入研究,是不太寻常的做法。罗杰·克兰肖(Roger Cranshaw)对杂志中的跨页图像以男性特质进行商业推销的做法进行的批判,是这方面的一个典例⁵⁵。在批判中,他将《花花公子》(Playboy)和《阁楼》(Penthouse)这些杂志严苛地描述为“意识形态国家机器”的工具,同时,他还敏锐地阐述了此类自慰式男性文化在战后日益疏离的社会中的发展方式,不过与现实矛盾的是,该社会却认为自己是“自由的”。

男性可以通过他们自身男性特质的发展经验,来认识某些女性主体性问题,这也是他们在这方面唯一可采取的方式。但这种方式也并不足以对广告、性别歧视和分析成见进行“解构”。在大多数情况下,如果要使分析客观,观察者就必须远离直接经验,以便在“观看”对象的运作时,能产生不愚昧不轻浮的看法⁵⁶。在某种程度上,我们都是由环绕我们周身的文化所塑造的,无论男女在形成自己的性别特质过程中,都是围绕社会对各自形象与行为的描述而进行的。从来不存在一种完整确切构成“基本”男性或女性的整体特质。人类的心灵是由“男”、“女”两种特质共同组成的。在女性重新定义她们的女性特质的同时,也质疑了男性界定性别身份的方式⁵⁷。

女性运动引导的是一场长期运动,它致力于取缔妇女被利用的形象,即消除那些将她们视为性玩物的思想。目前在英国,人们正努力通

过一条禁止刊登裸体图片的法令,不过,在某些较受欢迎的报纸看来,刊登此类图片是理所当然的。而男性占大多数的国会议员们对这个问题也付之一笑,所以它在法律上的前景还未可知。不过,即便如此,该议题在议会的提出,就已经表明了人们在一定程度上,已经认识到此类图像所带来的问题。

伊丽莎白·威尔逊(Elizabeth Wilson)的《穿戴美梦:时尚与现代性》(*Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*) (1985),在更广泛的文化政治范畴内思考了性别问题,并对围绕女性主义与时尚而产生的争论进行了审视。她认为时尚是一种“语言”,通过它,妇女可以进行自我表达。这种观点使得她避免老生常谈,避免只将时尚视为女人依附男人的一种表现而无法对女性为什么能在时尚中找到快乐和满足作出解释。一些女性主义者已经通过不违背自身原则的“反风格”的模式,找到了享受时尚的方式。如果我们对时尚采用一种更动态的观点,即,认为物品的意义可以随时间而发生改变,那么,就会认识到“女性”并不一定一直都意味着一个“被压迫的主体”。

虽然由市场营销、广告公司以及产品和时尚所传播的想象和生活方式,的确影响了人们的想象和行为,但这些想象和行为并不完全与生活经验相吻合。这种想象永远处于一种期望的状态,有如欲望。正是出于这种状态,记录女性历史及其生活的工作变得至关重要,因为可以用它来对抗出于商业利益所宣传的那些神话对人们造成的影响。此项工作为大多数的设计史研究所忽视,因为这些研究往往将设计史视为一门孤立的学科,只关注设计史专业的内容,而不把它视为更宏大历史的一部分。我们只有采用一种更具包容性的观点,才能合理地综合使用口述史、社会史、经济商业史、当代文化研究、人类学、文学、女性主义等理论,从而可以超越物品分析,研究诸如以下的问题——设计如何以产品、服装、交通和住宅的形式,进入女性生活,并影响女性?在塑造一个更适合女性需要、关注女性文化特殊性的世界的过程中,女性会如何发挥作用?

女性主义者认为“个人是政治性的”，而最个人的事情就是，我们通过与世界发生联系来构建自己的身份⁵⁸。女性可以变得更加自信，她们会更具客观性，因而她们将更好地阐述自己的需要和愿望。威尔逊也这么认为。为了更加客观化，我们需要远离围绕我们的物质产品，来发现我们如何通过它们进行互动和交流。广告商、时装设计师和营销人员可能是其中最利用这种知识的人。然而，如果我们可以了解更多该系统如何运作的知识，我们就可以更好地掌控设计。短时性的设计如时装，显然比更复杂的持久性设计如建筑，更容易受到影响，也更开放地迅速发生转变。

有些理论运用所谓的市场经济要素，过分简单地对一切进行阐述，尽管它要解决的正是人们的需求，但它们并不能充分关注人们的需要。这种以经济为导向来解释设计及其历史的方式，给我们呈现了一幅令人沮丧的前景。它将“物”的强硬规则强加给被动的受众，而这些受众则遵照操作定律，对此既无异议，也不进行有意识的判别。而我们需要的是超越基于美学分析的、静态的、基于物品的研究方法，来发现物品中存在的符号象征的动态维度，在这种状态下，物品更近似语言，可以对物质世界进行表达。

丹尼尔·米勒(Daniel Miller)的消费理论认为：“在某些情况下，一部分人能够适应工业物品，并利用它们创造自身的形象。而在另一些情况下，人们被迫与这些物品为伍，而这些物品都是另一个主导群体通过形象制造的。”⁵⁹如果文化能够通过大消费的物质世界获得转变，那么设计将会在女性的生活中发挥积极作用。

女性以更女性化的形象努力塑造着世界，在设计史对此进行阐释的过程中，女性主义的分析方式具有重要意义。尽管这种方式存在着来自经济因素和社会习俗的限制。女性主义理论还可以清楚地证明，在物质世界的发展过程中，女性形象所发生的变化。通过物品及其蕴涵的含义，设计活动已经向世人展示了它的互动能力所发生的变化，以及它对支配格局的重新塑造。如果我们相信并会继续为性别平等而奋

斗,就要具备这方面的相关知识。分析设计史的女性主义史学家们,也许并不会在所有细节、方法或策略上达成共识,但有一点是公认的,那就是我们所追求的未来,是有一天能迎来所谓的“人类创造的环境”,女性不必再追随“男性”的脚步。

注释与参考文献

1. J. 米切尔和 A. 奥克利,《何谓女性主义?》(*What is Feminism?*)(牛津:布莱克威尔出版社,1987),第3页。
2. 见 J. 阿特菲尔德,“客体与主体的界定”(Defining the object and the subject),《泰晤士高等教育增刊》(*Times Higher Educational Supplement*),1985年2月1日,26页。
3. J. 阿特菲尔德,“无形接触”(Invisible touch),《泰晤士高等教育增刊》,1987年6月19日,26页。
4. “形式服从功能”(Form follows function)是与现代主义建筑运动有关的一个流行语,来源于美国建筑师路易斯·沙利文(Louis Sullivan)。见“摩天办公楼的艺术化思考”(The tall office building artistically considered),T. 本顿、C. 本顿(T. and C. Benton)与 D. 夏普(D. Sharp)主编,《形式与功能》(*Form and Function*)(伦敦:克罗斯比·洛克伍德·斯台普斯出版社,1975),13页。
5. J. 米切尔,“反思女性主义20年”(Reflections on twenty years of feminism),米切尔与奥克利,《何谓女性主义?》,48页。
6. 对现代城市规划的批判总与一种过于简单和保守的后现代主义相关联,这种后现代主义只为市场而风格,不认为设计活动需要关注人们的需求。雅各布斯的批判并不是有关所谓的“现代主义的失败”,而是关于干预主义的设计方法。以这种方式,设计师与使用者、工人联合起来,以实现能更满足人们需求的环境。尽管与之相较,罗伯特·文丘里(Robert Venturi)的《建筑的复杂性与矛盾性》(*Complexity and Contradiction in Architecture*)(1966)更具影响力,该书批判了现代主义的美学,歌颂了历史风格,并无视其社会含义。
7. 马歇尔·伯曼(Marshall Berman)在其书《一切坚固的东西都烟消云散了》(*All that is Solid Melts into Air*)中承认此点。伦敦:弗索出版公司,1985,312—329页。

8. 见 A. 卡尔(A. Karl),“迷途”(On a road to nowhere),《卫报》(*Guardian*),1988年3月8日。
9. 见 C. 科克布恩(C. Cockburn),《兄弟们:男性统治和技术变革》(*Brothers: Male Dominance and Technological Change*) (伦敦:冥王星出版社,1983)和《机械统治》(*Machinery of Dominance*) (伦敦:冥王星出版社,1985); T. 格伦贝格(T. Gronberg)和 J. 阿特菲尔德主编,《女性设计工作用书》(*A Resource Book on Women Working in Design*) (伦敦:伦敦学院/中央艺术学院,1986)。
10. 见,例如,S. 托雷(S. Torre),“矩阵空间”(Space as Matrix),《异端》(*Heresies*) (11)1981, 51—52页; D. 海登(D. Hayden),《伟大的家居革命》(*The Grand Domestic Revolution*) (伦敦:麻省理工学院出版社,1982)。
11. 见,例如,S. 沃登(S. Worden),“谁的选择之声?”(A voice for whose choice),设计史协会,《设计史:时尚还是功能?》(*Design History: Fad or Function?*) (伦敦:设计委员会,1978)。
12. C. 本顿(C. Benton),“夏洛特·帕瑞安德:生活艺术”(Charlotte Perriand: Un Art de vivre),《设计史学会通讯》(*Design History Society Newsletter*) (25)1985年5月,12—15页。
13. 两人都与勒·柯布西耶有关,她们的许多作品都被归于他名下,如果不是与柯布西耶有联系,其作品就会如帕瑞安德一样遭受忽视。
14. 见彼得·亚当(Peter Adam)所著传记《艾琳·格雷》(*Eileen Gray*) (伦敦:泰晤士&哈德逊出版社,1987)。
15. L. 诺克林(L. Nochlin)的文章首次出现在 V. 戈尼克(V. Gornick)和 B. 莫兰(B. Moran)主编的《性别歧视社会中的女性/权力与无权力的研究》(*Women in Sexist Society. Studies in Power and Powerlessness*) 中(纽约:基本图书公司,1971)480—510页。对女性主义和艺术史的概述,请参阅 T. 高玛-彼得森(T. Gouma-Peterson)和 P. 马修斯(P. Mathews)的“艺术史的女性主义批评”(The feminist critique of art history),《艺术公报》(*Art Bulletin*)18(3)1987年9月,326—357页。
16. 一些设计部门,通过一系列积极的招聘和入门课程的差别待遇政策,回应了女性的需要,但这种情况仍不多见。例如,北伦敦理工学院环境设计系的“女性建筑建造”课程(1985—)。

17. 黑兹尔·康威主编,《设计史:学生用书》(*Design History: a Students' Handbook*) (伦敦:艾伦与昂温出版社,1987)。
18. 见 A. 福蒂,“好彩香烟及其他神话”(Lucky Strikes and other myths),《设计师》(*Designer*)1985年11月,16—17页。
19. P. 斯帕克,《20世纪设计与文化导论》(*An Introduction to Design and Culture in the Twentieth Century*) (伦敦:艾伦 & 昂温出版社,1986),13页。
20. C. 巴克利,“父权制造:迈向女性与设计的女性主义分析”(Made in patriarchy: towards a feminist analysis of women and design),《设计论丛》(*Design Issues*),3(2)1987,3—15页。
21. 我这里所指的就是哈尔·福斯特(Hal Foster)所谓的“后现代主义的抵抗”,与之相关的是“对传统的批判性重建,而不是波普-或伪历史形式的表面拼贴,对风格来源要进行批判,而不是简单回归。简言之,要对文化代码进行检视而非利用,以此来探讨社会和政治背景,而非对其加以掩盖”;出自《后现代文化》(*Postmodern Culture*)的引言。伦敦:冥王星出版社,1985。
22. L. 蒂克纳,“女性与裤装:20世纪中性服装与性别角色的变化”(Women and trousers: unisex clothing and sex role changes in the twentieth century),设计史协会,1976年年度会议论文集《20世纪的休闲》(*Leisure in the Twentieth Century*) (伦敦:设计委员会,1977),56—67页。
23. L. 蒂克纳,“……她们缝起无花果树的叶子”,《肋骨》(*Spare Rib*)(45)1976年4月;“时尚束缚”(Fashionable bondage),《肋骨》(47)1976年6月;“对立面的吸引力”(The attraction of opposites),《肋骨》(49)1976年8月;“为什么不穿得更舒服”(Why not slip into something a little more comfortable),《肋骨》(51)1976年10月。
24. L. 蒂克纳,《肋骨》(45)4月,14—16页。
25. L. 怀特,“性别物化:高跟鞋的生产”(Objectifying gender: the manufacture of the stiletto heel),收入 J. 阿特菲尔和 T. 格伦贝格等主编,《从室内的视角:女性主义,女性与设计》(*A View from the Interior: Feminism, Women and Design*) (伦敦:女性出版社,1989)。
26. J. 迈尔森(J. Myerson),“生活联结”(Live connections),《设计周刊》(*Design Week*)1986年10月。

27. 见 T. 高玛-彼得森(T. Gouma-Peterson)与 P. 马修斯(P. Mathews)回顾艺术与手工艺之争的论文“艺术史的女性主义批评”(The feminist critique of art history), 332—334 页。
28. P. 巴尼特,“适合女性的活动”(An appropriate activity for women), T. 格伦贝格与 J. 阿特菲尔德主编,《资料书》(A Resource Book)。
29. P. 布尔迪厄,《区别:对品位判断的社会批判》(Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste)(伦敦:罗特里奇与基根·保罗出版社,1984)12 页。
30. E. H. 卡尔,《何谓历史?》(What is History?)(伦敦:麦克米伦出版社,1961), 30 页。
31. J. 博伊斯,“女性主义建筑分析是否存在?”(Is there a feminist analysis of architecture?),《建筑环境》(Built Environment), 10(1)1984, 25—34 页。
32. 见阿特菲尔德和柯克汉姆主编,《从室内的视角》(A View from the Interior)。
33. 见 L. 戴维多夫(L. Davidoff)等,“有人物的风景:英国社会中的家庭与社区”(Landscape with figures: home and community in English society), 见 A. 奥克利和 J. 米切尔主编的《女性的对与错》(The Rights and Wrongs of Women)(哈蒙兹沃思:企鹅出版社,1976), 139—198 页。
34. A. 卡尔,“迷途”(On a road to nowhere),《卫报》(Guardian)8, 1988 年 3 月 8 日。
35. 见 S. 吉迪翁,《机械化掌控》(Mechanization Takes Command), 第 6 部分:“当家庭遇上机械:女权主义运动与合理化家庭”。
36. 有很多关于这一主题的文献,例如, C. 博斯(C. Bose),“美国家庭中的技术与变化”, 收入 E. 怀特莱格(E. Whitelegg)等编辑,《女性的转型历程》(The Changing Experience of Women)(米尔顿·凯恩斯:开放大学出版社,1982); L. 戴维多夫,“家务劳动的合理化”(The rationalisation of housework),《工作和婚姻中的依赖与利用》(Dependence and Exploitation in work and Marriage)(伦敦:朗文出版社,1976); A. 奥克利,《家务社会学》(The Sociology of Housework)(伦敦:马丁·罗伯逊出版社,1974); P. 贝雷亚诺(P. Bereano)等,“厨房技术与家务劳动中的妇女解放”(Kitchen technology and the liberation of women from housework), 见 W. 福克纳(W. Faulkner)等主编,《被发明所窒息:女性生活中的技术》(Smothered by Invention: Technology in Women's Lives)(伦敦:冥王星出版社,1985); M. 罗伯茨(M. Roberts)的“家庭与厨房:20 世纪英国

- 家庭住宅中的家居生活与理性”(The fireside and the kitchen; domesticity and rationality in twentieth century British family housing),见 R. 兰登(R. Langdon)和 N. 克罗斯(N. Cross)编辑,《设计与社会》(*Design and Society*) (伦敦:设计委员会,1984)。
37. P. 古达尔(P. Goodall),“设计与性别”(Design and gender),《街区》(*Block*) (9) 1983,50—61 页。
38. 见 E. 马洛斯(E. Malos)编,《家务中的政治》(*The Politics of Housework*) (伦敦:阿利森与巴斯比出版社,1980); R. 施瓦茨-科万(R. Schwartz-Cowan),“家庭中的工业革命:20 世纪的家用技术与社会变革”(The industrial revolution in the home; household technology and social change in the twentieth century),《科技与文化》(*Technology and Culture*) (17) 1976 年。
39. H. 埃利斯,《厨房中的民主》(*Democracy in the Kitchen*) (论文集,1890)。
40. L. 皮尔逊,《建筑与合作生活的社会史》(*The Architectural and Social History of Cooperative Living*) (伦敦:麦克米伦出版社,1988)。
41. A. 卡伦,《工作室中的天使》(*The Angel in the Studio*) (伦敦:阿斯特格爾出版社,1979)。
42. 对工艺美术运动的两种解读,见 A. 卡伦,“艺术与手工艺运动中劳动的性别分工”(Sexual division of labour in the arts and crafts movement);以及 L. 沃克,“艺术和手工艺的选择”(The arts and crafts alternative),收录于 J. 阿特菲尔德与 T. 格伦贝格主编,《从室内的视角》(*A View from the Interior*)。
43. 女性主义艺术史与女性主义批判已经对该领域进行了广泛的讨论。参见, R. 帕克,《颠覆之针》(*The Subversive Stitch*) (伦敦:妇女出版社,1984); P. 巴内特,“艺术或手工艺……谁决定?” (Art or craft... who decides?),《工艺问题:当代工艺的三种态度》(*Craft Matters: Three Attitudes to Contemporary Craft*) (南安普顿:约翰·汉塞德画廊/南安普敦大学,1985); P. 马纳迪(P. Mainardi),“拼布:伟大的美国艺术”(Quilts: the great American art),见 N. 布劳德(N. Broude)和 M. 加拉德(M. Garrard)主编,《女性主义与艺术史》(*Feminism and Art History*) (纽约:哈珀 & 罗出版社,1982); R. 帕克与 G. 波洛克(G. Pollock),“灵巧的女性与艺术等级制度”(Crafty women and the hierarchy of the arts),《老主妇:女性、艺术与意识形态》(*Old Mistresses: Women, Art and Ideology*) (伦敦:

罗德里奇 & 基甘·保罗出版社, 1981)。

44. R. 班纳姆,《第一机械时代的理论与设计》(*Theory and Design in the First Machine Age*)(伦敦:建筑出版社,1960)。
45. 见,例如,J. 伍德海姆(J. Woodham),“女性、设计与家庭”(Women, design and the home),《工业设计师与公众》(*The Industrial Designer and the Public*)(伦敦:彭布里奇出版社,1983); J. 赫斯克特,“大批量生产与个人选择”(Mass-production and individual choice),《工业设计》(*Industrial Design*)(伦敦:泰晤士与哈德逊出版社,1980)。A. 福蒂,“电气化家庭”(The electric home),《建筑与设计的历史,1890—1939》(*History of Architecture and Design 1890 - 1939*)第19、20单元《英国设计》(*British Design*)(米尔顿·凯恩斯:开放大学出版社,1975); A. 福蒂,“家庭主妇的美学”(Housewives' aesthetic),《建筑评论》(*Architectural Review*),969期,1977年11月,284—286页; A. 福蒂,“家庭中的节省劳力”(Labour saving in the home),《欲望的对象物》(*Objects of Desire*)(伦敦:泰晤士与哈德逊出版公司,1986)。
46. R. 塞泽林,《资产阶级与瓷砖小装饰》(*Bricabracomania: the Bourgeois and tile Bibelot*)(伦敦:泰晤士与哈德逊出版公司,1985),39页。
47. 见,例如,R. 科沃德(R. Coward),《女性欲望》(*Female Desire*)(伦敦:圣骑士出版社,1984); J. 温希普(J. Winship),“女人成为‘个体’:女性杂志中的女性特质与消费”(Woman becomes an 'individual': femininity and consumption in women's magazines)(伯明翰:当代文化研究中心,1981); K. 迈尔斯(K. Myers),“化妆品个案研究”(Tu: a cosmetics case study),《街区》(*Block*)(7)1982,48—58页; M. 弗格森(M. Ferguson),《永远的女性:女性杂志和女性气质的崇拜》(*Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*)(伦敦:海恩曼出版社,1983)。
- 225 48. P. 柯克汉姆,“女性与两次世界大战之间的手工艺复兴”(Women and the inter-war handicrafts revival),见阿特菲尔德和柯克汉姆主编,《从室内的视角》(*A View from the Interior*)。
49. S. 沃登,“能干的女性:女性与电气化,1919—1940”(Powerful women: women and electricity 1919—1940),见阿特菲尔德和柯克汉姆主编,《从室内的视角》。
50. A. 帕廷顿,“设计知识和女性主义”(Design knowledge and feminism),《女性主义

艺术新闻》(FAN)2(3)1985,9—13页。

51. J. 米切尔,《何谓女性主义?》(*What is Feminism?*),48页。
52. 见,例如, R. 科沃德,《女性欲望》(*Female Desire*); J. 威廉姆森,《解码广告》(*Decoding Advertisements*)(伦敦:马里昂·博伊尔斯出版社,1978);《消费激情》(*Consuming Passions*)(伦敦:马里昂·博亚尔斯出版社,1986); E. 柯威(E. Cowie),“作为符号的女性”(Woman as sign),《男/女》(M/F)(1)1978年; S. 莱福兰特·德·布赖特维尔(S. Levrant de Brettville),“女性主义设计”(Feminist design),收录于 R. 兰登和 N. 克罗斯主编,《设计与社会》(*Design and Society*)(设计委员会,1984)。
53. J. 罗特(J. Root),《女性图像:性倾向》(伦敦:潘多拉/4 频道,1984);《普通女性杂志》(*Everywoman Magazine*)编,《色情图像和性暴力:相关联的证据》(*Pornography and Sexual Violence; Evidence of the Links*)(伦敦:普通女性出版社,1988)。
54. S. 卡普勒,《色情图像的呈现》(*The Pornography of Representation*)(牛津:政体出版社,1986)。
55. R. 克兰肖,“跨页图片中的物品”(The object of the centrefold),《街区》(*Block*)(9)1983,26—33页。
56. 见 T. 威廉姆森,“20号女孩如何理解意识形态?”(How does girl number twenty understand ideology),《屏幕教育》(*Screen Education*)(40)秋冬季 1981—1982,80—87页。
57. 另见 H. 弗兰克斯(H. Franks),《再见泰山:女性主义之后的男人》(*Goodbye Tarzan: Men after Feminism*)(伦敦:艾伦 & 昂温出版社,1985)。
58. 见 B. 西克特曼(B. Sichtermann),《女性特质:个人的政治》(*Femininity, the Politics of the Personal*)(牛津:政体出版社,1986)。
59. D. 米勒,《物质文化与大众消费》(*Material Culture and Mass Consumption*)(牛津:布莱克威尔出版社,1987),175页。

参考文献

- 亚当, P. (Adam, P.), 《艾琳·格雷传: 建筑师/设计师》(*Eileen Gray: Architect/Designer, a Biography*) (伦敦: 泰晤士与哈得逊出版社, 1987)。
- 阿尔蒂塞, L. (Althusser, L.), 与巴比巴, E. (Babibar, E.), 《阅读资本》(*Reading Capital*) (伦敦: 新左派书店, 1970)。
- 安德森, B. (Anderson, B.), 《想象力的共同体》(*Imagined Communities*) (伦敦: 弗索出版社, 1983)。
- 安德鲁斯, E. (Andrews, E.) 与安德鲁斯, F. 《森林中的宗教》(*Religion in Wood*) (布卢明顿: 印第安纳大学出版社, 1966)。
- 安斯康姆, I. (Anscombe, I.), 《女性的触碰: 1860 年至今设计中的女性》(*A Woman's Touch: Women in Design from 1860 to the Present Day*) (伦敦: 维拉格出版社, 1984)。
- 安塔尔, F. (Antal, F.), 《佛罗伦萨绘画及其社会背景》(*Florentine Painting and its Social Background*) (伦敦: 罗德里奇与基根·保罗出版社, 1948)。
- 艺术委员会 (Arts Council) 及维多利亚与阿尔伯特博物馆 (Victoria and Albert Museum), 《30 年代: 战前的英国艺术与设计》(*Thirties: British Art and Design before the War*) (伦敦: 艺术委员会/海沃德画廊, 1979)。
- 爱尔兰艺术史家协会 (Association of Irish Art Historians), 《针对艺术与设计学生的艺术与设计史教学》(*The Teaching of Art and Design History to Students of Art and Design*) (都柏林: 爱尔兰艺术史家协会, 1986)。
- 阿特菲尔德, J. (Attfield, J.) 和柯克汉姆, P. (Kirkham, P.) 合编, 《从室内设计的视角: 女权主义、妇女与设计》(*A View from the Interior: Feminism, Women and Design*) (伦敦: 妇女出版社, 1989)。
- 班纳姆, R. (Banham, R.), 《第一机械时代的理论与设计》(*Theory and Design in the First Machine age*) (伦敦: 建筑出版社, 1960)。
- 班纳姆, R. (Banham, R.), 《出于自择的设计》(*Design by Choice*) (伦敦: 学院出版社, 1981)。

- 巴尔曼, C. (Barman, C.), 《建构伦敦交通的人》(*The Man who Built London Transport*) (牛顿·阿伯特: 大卫与查尔斯出版社, 1979)。
- 巴特, R. (Barthes, R.), 《符号学要义》(*Elements of Semiology*) (伦敦: J. 凯普出版社, 1967), 1964年法文版。
- 巴特, R. (Barthes, R.), 《流行体系》(*The Fashion System*) (伦敦: J. 凯普出版社, 1988), 1967年法文版。
- 巴特, R. (Barthes, R.), 《神话学》(*Mythologies*) (伦敦: J. 凯普出版社, 1972), 1957年法文版。
- 巴特, R. (Barthes, R.), 《文本的愉悦》(*The Pleasure of the Text*) (伦敦 J. 凯普出版社, 1976), 法文版 1973年。
- 鲍德里亚, J. (Baudrillard, J.), 《符号政治经济学批判》(*For a Critique of the Political Economy of the Sign*) (圣路易斯: 特洛斯出版社, 1981), 1972年法文版。
- 贝利, S. (Bayley, S.), 《艺术与工业: 一个世纪中我们所使用的产品设计》(*Art and Industry: a Century of Design in the Products We Use*) (伦敦: 维多利亚与阿尔伯特博物馆/锅炉房项目, 1982)。
- 贝利, S. (Bayley, S.), 《哈利·厄尔与美国梦想机器》(*Harley Earl and the American Dream Machine*) (伦敦: 韦登菲尔德与尼科尔森出版社, 1984)。
- 贝利, S. (Bayley, S.), 《优良设计: 1900年至1960年的工业产品风格》(*In Good Shape: Style in Industrial Products 1900 to 1960*) (伦敦: 设计委员会, 1979)。
- 贝利, S. (Bayley, S.), 《性、饮料与快车: 图像的创造和消费》(*Sex, Drink and Fast Cars: the Creation and Consumption of Images*) (伦敦: 法布尔与法布尔出版社, 1986)。
- 贝利, S. (Bayley, S.) 编, 《品位: 有关设计价值的展览》(*Taste: an Exhibition about Values in Design*) (伦敦: 维多利亚与阿尔伯特博物馆/锅炉房项目, 1983)。
- 227 本雅明, W. (Benjamin, W.), 《波德莱尔: 资本主义时代的抒情诗人》(*Charles Baudelaire: a Lyric Poet in the Era of high Capitalism*) (伦敦: 新左派书店, 1973)。
- 本雅明, W. (Benjamin, W.), 《启迪》(*Illuminations*) (伦敦 J. 凯普出版社, 1970)。
- 本雅明, W. (Benjamin, W.), 《沉思》(*Reflections*) (纽约: 哈考特-布雷斯特-乔万诺维奇出版公司, 1978)。

- 本顿, T. (Benton, T.)、本顿, C. (Benton, C.) 和夏普, D. (Sharp, D.) 编辑, 《形式与功能: 建筑与设计历史资料, 1890—1939》(*Form and Function: a Sourcebook for the History of Architecture and Design 1890 - 1939*) (伦敦: 罗斯·比洛克伍德·史泰博出版社, 1975)。
- 伯曼, M. (Berman, M.) 《一切坚固的东西都烟消云散了: 现代性体验》(*All that is Solids Melts into Air: the Experience of Modernity*) (伦敦: 弗索出版公司, 1985)。
- 比克内尔, J. (Bicknell, J.) 与麦奎斯顿, L. (McQuiston, L.) 《为需要的设计: 设计的社会贡献》(*Design for Need: the social Contribution of Design*) (牛津: 培格曼出版社, 1977), 根据 1976 年皇家艺术学院所举办的 ICSID 研讨会上的相关论文编撰的论文集。
- 布莱克伍德, B. (Blackwood, B.) 《牛津皮特·里弗斯博物馆展品的分类》(*The Classification of Artefacts in the Pitt-Rivers Museum, Oxford*) (牛津: 皮特·里弗斯博物馆, 1970)。
- 锅炉房项目, 《汽车项目: 52 个月的工作, 他们是如何设计福特塞拉的》(*The Car Programme: 52 months to job one or how they designed the Ford Sierra*) (伦敦: 维多利亚与阿尔伯特博物馆, 1983)。
- 锅炉房项目, 《设计中的民族特色》(*National Characteristics in Design*) (伦敦: 维多利亚和阿尔伯特出版社, 1985)。
- 邦塔, J. (Bonta, J.) 《建筑及其释义》(*Architecture and its Interpretation*) (伦敦: 汉弗莱斯出版社, 1979)。
- 布东, P. (Boudon, P.) 《被居住的建筑: 重访勒·柯布西耶的佩萨克》(*Lived-in Architecture: Le Corbusier's Pessac Revisited*) (伦敦: 路德·汉弗莱斯出版社, 1972)。
- 布尔迪厄, P. (Bourdieu, P.) 《区分: 品位判断的社会批判》(*Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste*) (伦敦: 罗德里奇与基根·保罗出版社, 1984), 1979 年法文版。
- 布罗代尔, F. (Braudel, F.) 《15—18 世纪的文明与资本主义 (2 卷)》(*Civilization and Capitalism 15 - 18th Centuries 2 vols*) (伦敦: 柯林斯出版社, 1981—1982)。
- 布罗代尔, F. (Braudel, F.) 《菲利普二世时期的地中海地区 (2 卷)》(*The Mediterranean in the Age of Phillip II 2 vols*) (伦敦: 柯林斯出版社, 1972—

1973)。

布罗德本特, G. (Broadbent, G.) 等编,《标识、符号与建筑》(*Signs, Symbols and Architecture*) (奇切斯特: 约翰·威利出版社, 1980)。

布劳德, N. (Broude, N.) 和加拉德, M. (Garrard, M.) 编辑,《女性主义与艺术史: 质疑利塔尼》(*Feminism and Art History: Questioning the Litany*) (纽约: 哈珀 & 罗出版社, 1982)。

《建筑环境》杂志与鲍尔比, S. (Bowlby, S.) 编,《女性与环境》(*Women and the Environment*) (牛津: 亚历山大出版社/区域研究协会, 1984)。

伯克, P. (Burke, P.),《社会学与历史》(*Sociology and History*) (伦敦: 艾伦与昂温出版社, 1980)。

伯克, P. (Burke, P.),《文艺复兴时期意大利的传统与创新》(*Tradition and Innovation in Renaissance Italy*) (伦敦: 丰塔纳/柯林斯出版社, 1974)。

伯内特, J. (Burnett, J.),《住宅社会史, 1815—1985》(*A Social History of Housing 1815—1985*) (伦敦: 梅休因出版社, 1986年第2版)。

卡伦, A. (Callen, A.),《工作室里的天使: 艺术与手工艺运动中的女性》(*The Angel in the Studio: Women in the Arts and Crafts Movement*) (伦敦: 阿斯特格尔出版社, 1979)。

卡尔, E. (Carr, E.),《何谓历史?》(*What is History?*) (伦敦: 麦克米伦出版公司, 1961)。

钱伯斯, F. (Chambers, F.),《品位的历史》(*The History of Taste*) (纽约: 哥伦比亚大学出版社, 1932)。

克拉克, K. (Clark, K.),《哥特式复兴: 品位史论文》(*The Gothic Revival: an Essay in the History of Taste*) (伦敦: 约翰·穆莱出版社, 1974), 初版于1929年。

228 克拉克, T. (Clark, T.),《人民的形象: 古斯塔夫·库尔贝和1848年革命》(*Image of the People: Gustave Courbet and the 1848 Revolution*) (伦敦: 泰晤士与哈德逊出版社, 1973)。

克拉克, D. (Clarke, D.),《分析考古学》(*Analytical Archaeology*) (伦敦: 梅休因出版社, 1978年第2版)。

克利夫-顿泰勒, A. (Clifton-Taylor, A.),《英国建筑样式》(*The Pattern of English Building*) (伦敦: 法布尔与法布尔出版社, 1972年新版)。

科克伦, A. (Cochrane, A.) 等编,《城市、经济与社会:比较性读本》(*City, Economy and Society: a Comparative Reader*) (伦敦/米尔顿凯恩斯:哈珀 & 罗/开放大学出版社,1981)。

科克布恩, C. (Cockburn, C.),《兄弟们:男性统治与技术变革》(*Brothers: Male Dominance and Technological Change*) (伦敦:冥王星出版社,1983)。

科克布恩, C. (Cockburn, C.),《机械统治:女性、男性与技术》(*Machinery of Dominance: Women, Men and Technical Know-How*) (伦敦:冥王星出版社,1985)。

柯勒律治, N. (Coleridge, N.),《流行阴谋》(*The Fashion Conspiracy*) (伦敦:海因曼出版社,1988)。

康纳顿, P. (Connerton, P.) 编,《批判社会学》(*Critical Sociology*) (哈蒙兹沃思:企鹅出版社,1976)。

康威, H. (Conway, H.) 编,《设计史:学生用书》(*Design History: a Students' Handbook*) (伦敦:艾伦与昂温出版社,1987)。

科沃德, R. (Coward, R.),《女性的欲望:今日女性的性》(*Female Desire: Women's Sexuality Today*) (伦敦:圣骑士/格拉纳达出版社,1984)。

《工艺问题:面对当代工艺的三种态度》(*Craft Matters: Three Attitudes to Contemporary Craft*) (南安普顿:约翰·汉塞德艺术馆/南安普敦大学,1985)。

库勒, J. (Culler, J.),《结构主义诗学》(*Structuralist Poetics*) (伦敦:罗德里奇与基根·保罗出版社,1975)。

大卫杜夫, L. (Davidoff, L.),《工作和婚姻中的依赖与利用》(*Dependence and Exploitation in Work and Marriage*) (伦敦:朗文出版社,1976)。

设计史学会,《20世纪的休闲》(*Leisure in the Twentieth Century*) (伦敦:设计委员会,1976)。

设计史学会,《设计史:时尚还是功能?》(*Design History: Fad or Function?*) (伦敦:设计委员会,1978)。

多布林, J. (Doblin, J.),《一百件伟大的产品设计》(*One Hundred Great Product Designs*) (纽约:凡·诺斯特兰·莱因霍尔德出版社,1970)。

道格拉斯, M. (Douglas, M.) 编,《规则与意义:日常知识的人类学》(*Rules and Meanings: the Anthropology of Everyday Knowledge*) (哈蒙兹沃思:企鹅出版

社,1973)。

道格拉斯, M. (Douglas, M.) 与艾舍伍德, B. (Isherwood, B.), 《商品世界: 走向消费人类学》(*The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*) (伦敦: 艾伦·莱恩出版社, 1979)。

戴尔, R. (Dyer, R.), 《星》(*Stars*) (伦敦: 英国电影学院, 1979)。

伊格乐顿, T. (Eagleton, T.), 《文学理论》(*Literary Theory*) (牛津: 布拉克威尔出版社, 1983)。

埃科, U. (Eco, U.), 《符号学理论》(*A Theory of Semiotics*) (布卢明顿: 印第安纳大学出版社, 1976)。

恩格斯, F. (Engels, F.), 《英国工人阶级的条件》(*The Condition of the Working Class in England*) (圣·奥尔本斯: 潘塞出版社, 1969), 1845 年德文初版。

法尔, M. (Farr, M.), 《英国工业中的设计: 世纪中期的调查》(*Design in British Industry: a Mid-Century Survey*) (剑桥: 剑桥大学出版社, 1955)。

福克纳, W. (Faulkner, W.) 与阿诺德, E. (Arnold, E.) 编, 《被发明所窒息: 女性生活中的技术》(*Smothered by Invention: Technology in Women's Lives*) (伦敦: 冥王星出版社, 1985)。

弗格森 M. (Ferguson, M.), 《永远的女性: 女性杂志和女性性别角色的崇拜》(*Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*) (伦敦: 海因曼出版社, 1983)。

229 弗莱彻, B. (Fletcher, B.), 《巴尼斯特·弗莱彻爵士的〈建筑史〉》(*Sir Banister Fletcher's 'A History of Architecture'*) (伦敦: 帕特沃斯出版公司, 1987 年 19 版)。

福蒂, A. (Forty, A.), 《欲望的对象物: 设计与社会 1750—1980 年》(*Objects of Desire: Design and Society 1750 - 1980*) (伦敦: 泰晤士与哈德逊出版社, 1986)。

福斯特, H. (Foster, H.), 《后现代文化》(*Postmodern Culture*) (伦敦: 冥王星出版社, 1985)。

福柯, M (Foucault, M.), 《规训与惩戒》(*Discipline and Punish*) (伦敦: 艾伦·莱恩出版社, 1977), 1975 年法文版。

富兰克林, J. (Franklin, J.), 《绅士的乡村住宅及其规划 1835—1914 年》(*The Gentlemen's Country House and its Plan 1835 - 1914*) (伦敦: 罗德里奇与基根·

- 保罗出版社,1981)。
- 弗兰克斯,H. (Franks, H.),《再见泰山:女性主义之后的男性》(*Goodbye Tarzan: Men after Feminism*)(伦敦:艾伦与昂温出版社,1985)。
- 弗洛伊德,S. (Freud, S.),《玩笑及其与潜意识的关系》(*Jokes and Their Relation to the Unconscious*)(伦敦:霍加斯出版社,1960),1905年德国初版。
- 加尔布雷思,J. (Galbraith, J.),《新工业国》(*The New Industrial State*)(哈蒙兹沃思:企鹅出版社,1968)。
- 格尔纳,E. (Gellner, E.),《民族与民族主义》(*Nations and Nationalism*)(牛津:布莱克威尔出版社,1983)。
- 吉迪翁,S. (Giedion, S.),《机械化掌控:献给无名历史》(*Mechanization Takes Command: a Contribution to Anonymous History*)(纽约:牛津大学出版社,1948)。
- 吉罗尔德,M. (Girouard, M.),《维多利亚时代的乡村别墅》(*Victorian Country House*)(牛津:切顿出版社,1971)。
- 格罗格,J. (Gloag, J.),《维多利亚式的舒适:1830—1900年的设计社会史》(*Victorian Comfort: A Social History of Design from 1830 - 1900*)(伦敦:A. & C. 布莱克出版公司,1961)。
- 贡布里希,E. (Gombrich, E.),《秩序感:装饰艺术的心理学研究》(*The Sense of Order: a Study in the Psychology of Decorative Art*)(牛津:费顿出版社,1979)。
- 戈尔伯,P. (Gorb, P.)编,《设计为生:五角星设计事务所》(*Living by Design: Pentagram*)(伦敦:隆德·亨弗里斯出版社,1978)。
- 戈尼克,V. (Gornick, V.)与莫兰,B. (Moran, B.)编,《性别歧视社会中的女性》(*Women in Sexist Society*)、《权力与无权力的研究》(*Studies in Power and Powerlessness*)(纽约:基本图书公司,1971)。
- 格林,J. (Green, J.)《英国民族史略》(*A short History of the English People*)(伦敦:麦克米伦出版社,1888)。
- 格伦贝格,T. (Gronberg, T.)、阿特菲尔德,J. (Attfield, J.)编,《女性设计工作资料手册》(*A Resource Book on Women Working in Design*)(伦敦:伦敦学院/中央艺术与设计学院,1986)。
- 哈齐尼科劳,N. (Hadjinicolaou, N.),《艺术史与阶级斗争》(*Art History and Class Struggle*)(伦敦:冥王星出版社,1978)。

- 哈尔, P. (Hall, P.), 《城市规划大灾难》(*Great Planning Disasters*) (伦敦: 韦登菲尔德与尼可尔森出版社, 1980)。
- 汉密尔顿, R. (Hamilton, R.), 《语录》(*Collected Words*) (伦敦: 泰晤士与哈德逊出版社, 1982)。
- 哈里斯, M. (Harris, M.), 《人类学理论的兴起》(*The Rise of Anthropological Theory*) (伦敦: 罗德里奇与基根·保罗出版社, 1968)。
- 哈斯克尔, F. (Haskell, F.), 《艺术再发现: 品位的几个问题》(*Rediscoveries in Art: Some Aspects of Taste*) (牛津: 费顿出版社, 1976)。
- 豪格, W. (Haug, W.), 《商品美学, 意识形态与文化》(*Commodity Aesthetics, Ideology and Culture*) (纽约: 国际大会, 1987)。
- 豪格, W. (Haug, W.), 《商品美学批判》(*Critique of Commodity Aesthetics*) (剑桥: 政体出版社, 1986)。
- 豪克斯, T. (Hawkes, T.), 《结构主义与符号学》(*Structuralism and Semiotics*) (伦敦: 梅休因出版社, 1977)。
- 海登, D. (Hayden, D.), 《伟大的家务革命: 为美国住宅、社区与城市而作的女性主义设计的历史》(*The Grand Domestic Revolution: a History of Feminist Designs for American Homes, Neighborhoods and Cities*) (伦敦: 麻省理工学院出版社, 1982)。
- 赫布迪齐, D. (Hebdige, D.), 《亚文化: 风格的意义》(*Subculture: the Meaning of Style*) (伦敦: 梅休因出版社, 1979)。
- 亨尼赛, V. (Hennessy, V.), 《在沟中》(*In the Gutter*) (伦敦: 四重奏出版社, 1978)。
- 亨里翁, F. (Henrion, F.) 和帕金, A. (Parkin, A.), 《设计协调及企业形象》(*Design Co-ordination and Corporate Image*) (伦敦: 维斯塔工作室, 1967)。
- 赫尔曼, W. (Hermann, W.), 《戈特弗里德·森佩尔: 建筑探究》(*Gottfried Semper: in Search of Architecture*) (伦敦: 麻省理工学院出版社, 1985)。
- 赫斯克特, J. (Heskett, J.), 《工业设计》(*Industrial Design*) (伦敦: 泰晤士与哈德逊出版社, 1980)。
- 希利尔, B. (Hillier, B.), 《1900—1980年的世纪风尚》(*The Style of the Century 1900-1980*) (伦敦: 赫伯特出版社, 1983)。
- 霍尔斯特, O. (Holsti, O.), 《社会科学和人文科学的内容分析》(*Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*) (阅读, 大众: 爱迪生-卫斯里出版社,

- 1969)。
- 霍鲁布, R. (Holub, R.), 《接受理论的批判综述》(*Reception Theory: a Critical Introduction*) (伦敦: 梅休因出版社, 1984)。
- 霍恩, D. (Horne, D.), 《伟大博物馆: 历史呈现》(*The Great Museum: the Representation of History*) (伦敦: 冥王星出版社, 1984)。
- 当代艺术研究所, 《英国优势》(*The British Edge*) (波士顿学院, 大众: 合作社联盟, 1987)。
- 文化协作研究所, 《世界艺术百科全书》15卷 (*Cultural Encyclopedia of World Art 15 vols*) (纽约: 麦格罗-希尔出版社, 1958—1968)。
- 雅各布斯, J. (Jacobs, J.), 《美国大城市的死与生: 城市规划的失败》(*The Death and Life of Great American Cities: the Failure of Town Planning*) (哈蒙兹沃思: 企鹅出版社, 1961)。
- 杰伊, M. (Jay, M.), 《辩证的想象: 法兰克福学派的历史》(*The Dialectical Imagination: a History of the Frankfurt School*) (伦敦: 海因曼出版社, 1973)。
- 詹克斯, C. (Jencks, C.), 《现代建筑运动》(*Modern Movements in Architecture*) (哈蒙兹沃思: 企鹅出版社, 1973)。
- 詹克斯, C. (Jencks, C.) 与贝尔德, G. (Baird, G.) 编, 《建筑的意义》(*Meaning in Architecture*) (伦敦: 巴瑞 & 罗克利夫出版社, 1969)。
- 杰维斯, S. (Jervis, S.), 《企鹅设计和设计师词典》(*The Penguin Dictionary of Design and Designers*) (哈蒙兹沃思: 企鹅出版社, 1984)。
- 贾里, S. (Jhally, S.), 《广告密码》(*The Codes of Advertising*) (伦敦: F. 品特出版社, 1987)。
- 琼斯, O. (Jones, O.), 《装饰的语法》(*The Grammar of Ornament*) (伦敦: 工作室出版社, 1986), 1856年首次出版。
- S. 卡普勒 (Kappeler, S.), 《色情表征》(*The Pornography of Representation*) (牛津: 政体出版社, 1986)。
- 卡茨, S. (Katz, S.), 《经典塑料: 从胶木到高科技》(*Classic Plastics: from Bakelite to High-Tech*) (伦敦: 泰晤士与哈德逊出版社, 1984)。
- 卡茨, S. (Katz, S.), 《塑料: 设计与材料》(*Plastics: Designs and Materials*) (伦敦: 维斯塔工作室, 1978)。

- 金, A. (King, A.) 编,《建筑与社会:建筑环境的社会发展论文集》(*Buildings and Society: Essays on the Social Development of the Built Environment*) (伦敦:罗德里奇与基根·保罗出版社,1980)。
- 柯克汉姆, P. (Kirkham, P.),《家具的世界:东伦敦家具贸易 1830—1980年》(*Furnishing the World: the East London Furniture Trade 1830-1980*) (伦敦:旅人出版社,1987)。
- 克莱因鲍尔, W. (Kleinbauer, W.) 编,《西方艺术史的现代视野》(*Modern Perspectives in Western Art History*) (纽约:霍尔特-莱因哈特-云斯顿出版社,1971)。
- 克莱因曼, P. (Kleinmann, P.),《沙奇的故事》(*The Saatchi Story*) (伦敦:韦登菲尔德和尼科尔森出版社,1987)。
- 克里彭多夫, K. (Krippendorf, K.),《社会科学和人文科学的内容分析》(*Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*) (圣马提奥,加利福尼亚:塞格出版社,1980)。
- 克罗伯, A. (Kroeber, A.) 编,《今日人类学》(*Anthropology Today*) (芝加哥:芝加哥大学出版社,1953)。
- 克罗伯, A. (Kroeber, A.) 与理查森, J. (Richardson, J.),《女性服装发展的三个世纪》(*Three Centuries of Women's Dress Fashions*) (伯克利和洛杉矶:加州大学出版社,1940)。
- 库布勒, G. (Kubler, G.),《时间的形状:事物历史评论》(*The Shape of Time: Remarks on the History of Things*) (纽黑文:耶鲁大学出版社,1962)。
- 库珀, A. (Kuper, A.) 与 库珀, J. 编,《社会科学百科全书》(*The Social Science Encyclopedia*) (伦敦:罗德里奇出版社,1985)。
- 朗, B. (Lang, B.) 编,《风格的概念》(*The Concept of Style*) (费城:宾夕法尼亚大学出版社,1987年再版)。
- 兰登, R. (Langdon, R.) 与珀塞尔, P. (Purcell, P.) 编,《设计理论与实践》(*Design Theory and Practice*) (伦敦:设计委员会,1984)。
- 兰登, R. (Langdon, R.) 与 克罗斯, N. (Cross, N.) 编,《设计与社会》(*Design and Society*) (伦敦:设计委员会,1984)。
- 拉韦尔, J. (Laver, J.),《法国革命至今的品位和时尚》(*Taste and Fashion from the*

- French Revolution to the Present Day*) (伦敦:哈拉普出版社,1945年再版)。
- 勒·柯布西埃(Le Corbusier),《走向新建筑》(*Towards a New Architecture*) (伦敦:建筑出版社,1970),首次出版于1923年。
- 列维-斯特劳斯,C. (Lévi-Strauss, C.),《结构人类学》(*Structural Anthropology*) (纽约:基本图书公司,1963)。
- 莱莫,V. (Leymore, V.),《隐藏的神话:广告中的结构和象征》(*Hidden Myth: Structure and Symbolism in Advertising*) (伦敦:海因曼出版社,1975)。
- 洛文塔尔,D. (Lowenthal, D.),《往昔就是异国他乡》(*The Past is a Foreign Country*) (剑桥:剑桥大学出版社,1985)。
- 露西-史密斯,E. (Lucie-Smith, E.),《工业设计史》(*A History of Industrial Design*) (牛津:费顿出版社,1983)。
- 露西-史密斯,E. (Lucie-Smith, E.),《工艺的故事:手工艺人在社会中的角色》(*The Story of craft: the Craftsman's Role in Society*) (牛津:费顿出版社,1981)。
- 麦卡锡,F. (MacCarthy, F.),《所有光明美好的事物:1830年至今的英国设计》(*All Things Bright and Beautiful: Design in Britain 1830 to Today*) (伦敦:艾伦与昂温出版社,1972)。
- 马洛斯,E. (Malos, E.)编,《家务政治学》(*The Politics of Housework*) (伦敦:艾莉森与巴斯比出版社,1980)。
- 马威克,A. (Marwick, A.),《历史的本质》(*The Nature of History*) (伦敦:麦克米伦出版社,1970)。
- 马克思,K. (Marx, K.),《政治经济学批判》(*A Contribution to the Critique of Political Economy*)第二版(伦敦:基根·保罗出版社,1904),附录:政治经济学批判导言(1857—1859)。
- 马克思,K. (Marx, K.),《政治经济学批判大纲》(*Grundrisse: Foundations of the Critique of Political Economy*) (哈蒙兹沃思:企鹅出版社,1973)。
- “子宫”建筑小组(Matrix),《创造空间:女性与人工环境》(*Making Space: Women and the Man-made Environment*) (伦敦:冥王星出版社,1984)。
- 莫斯,M. (Mauss, M.),《礼物》(*The Gift*) (纽约:诺顿出版社,1967),1924年法国初版。
- 梅德韦杰夫,P. (Medvedev, P.)与巴赫金,M. (Bakhtin, M.),《文学研究中的形式

- 方法》(*The Formal Method in Literary Scholarship*) (巴尔的摩:约翰·霍普金斯大学出版社,1978)。
- 默瑟,F. (Mercer, F.),《工业设计顾问》(*The Industrial Design Consultant*) (伦敦:工作室出版社,1978)。
- 米德尔顿,M. (Middleton, M.),《设计的团体实践》(*Group Practice in Design*) (伦敦:建筑出版社,1967)。
- 米勒,D. (Miller, D.),《物质文化和大众消费》(*Material Culture and Mass Consumption*) (牛津:布莱克威尔出版社,1987)。
- 米勒,M. (Miller, M.),《邦·马什:资产阶级文化与百货公司,1869至1920年》(*The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store 1869 - 1920*) (伦敦:艾伦与昂温出版社,1981)。
- 米切尔,A. (Mitchell, A.),《九种美国生活方式》(*The Nine American Lifestyles*) (纽约:麦克米伦出版社,1983)。
- 米切尔,J. (Mitchell, J.)与奥克利,A. (Oakley, A.),《何谓女性主义?》(*What is Feminism?*) (牛津:布莱克威尔出版社,1987)。
- 莫米利亚诺,A. (Momigliano, A.),《古今史学论文集》(*Essays in Ancient and Modern Historiography*) (牛津:布莱克威尔出版社,1977)。
- 盛田昭夫(Morita, A.)等,《日本制造》(*Made in Japan*) (伦敦:柯林斯出版社,1986)。
- 莫里斯,D. (Morris, D.),《人类观察:人类行为田野指南》(*Manwatching: a Field Guide to Human Behaviour*) (伦敦:J. 凯普出版社,1977)。
- 纳达尔,R. (Nadar, R.),《任何速度都不安全》(*Unsafe at Any Speed*) (纽约:格罗史密斯出版社,1965)。
- 耐勒,G. (Naylor, G.),《重评包豪斯:来源与设计理论》(*The Bauhaus Re-assessed: Sources and Design Theory*) (伦敦:赫伯特出版社,1985)。
- 奥克利,A. (Oakley, A.),《家务社会学》(*The Sociology of Housework*) (伦敦:马丁·罗伯特森出版社,1974)。
- 奥克利,A. (Oakley, A.)与米切尔,J. (Mitchell, J.)编,《女性的对与错》(*The Rights and Wrongs of Women*) (哈蒙兹沃思:企鹅出版社,1976)。
- 奥林斯,W. (Olins, W.)与沃利,M. (Wally, M.),《企业个性:企业识别的性质探讨》

(*The Corporate Personality: an Inquiry into the Nature of Corporate Identity*)

(伦敦设计委员会, 1978)。

开放大学,《建筑与设计的历史 1890—1939年》(*History of Architecture and Design 1890 - 1939*) (米尔顿凯恩斯: 开放大学出版社, 1975)。

开放大学,《大众传播与社会》(*Mass Communication and Society*) (米尔顿凯恩斯: 开放大学出版社, 1977)。

奥沙利文, T. (O'Sullivan, T.) 等,《交流的重要概念》(*Key Concepts in Communication*) (伦敦: 梅休因出版社, 1983)。

帕帕奈克, V. (Papanek, V.),《为了真实的设计: 人类生态与社会变迁》(*Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*) (伦敦: 泰晤士与哈德逊出版社, 1985 再版)。

帕克, R. (Parker, R.),《颠覆之针: 刺绣与女性特质的塑造》(*The Subversive Stitch; Embroidery and the Making of the Feminine*) (伦敦: 妇女出版社, 1984)。

帕克, R. (Parker, R.) 与波洛克, G. (Pollock, G.),《老主妇: 女性、艺术与意识形态》(*Old Mistresses; Women, Art and Ideology*) (伦敦: 罗德里奇与基根·保罗出版社, 1981)。

皮尔逊, L. (Pearson, L.),《合作化生活的建筑与社会史》(*The Architectural and Social History of Cooperative Living*) (伦敦: 麦克米伦出版社, 1988)。

五角星设计事务所,《五角星: 五位设计师的作品》(*Pentagram: the Work of Five Designers*) (伦敦: 隆德·亨弗里斯出版社, 1972)。

佩夫斯纳, N. (Pevsner, N.),《英格兰建筑》(*Buildings of England*) 46 卷本 (哈蒙兹沃思: 企鹅出版社, 1949—1974)。

佩夫斯纳, N. (Pevsner, N.),《英国艺术的英国性》(*The Englishness of English Art*) (伦敦: 英国广播公司, 1955)。

佩夫斯纳, N. (Pevsner, N.),《建筑类型史》(*A History of Building Types*) (伦敦: 泰晤士与哈德逊出版社, 1976)。

佩夫斯纳, N. (Pevsner, N.),《现代运动的先驱》(*Pioneers of the Modern Movement*) (伦敦: 法布尔出版社, 1936), 修订版为《现代设计的先驱》(*Pioneers of Modern Design*) (哈蒙兹沃思: 企鹅出版社, 1960)。

佩夫斯纳, N. (Pevsner, N.),《19 世纪的几位建筑撰稿人》(*Some Architectural*

233

- Writers of the Nineteenth Century*)(牛津:克萊蘭頓出版社,1972)。
- 佩夫斯納, N. (Pevsner, N.), 《藝術、建築與設計的研究》(*Studies in Art, Architecture and Design*)2卷(倫敦:泰晤士與哈德遜出版社,1968)。
- 菲利浦斯, B. (Phillips, B.), 《愛必居的故事》(*The Habitat Story*)(倫敦:韋登菲爾德 & 尼科爾森出版社,1984)。
- 菲齊克, J. (Physick, J.), 《維多利亞與阿爾伯特博物館:其建築的歷史》(*The Victoria and Albert Museum: the History of its Building*)(牛津:費頓/克里斯蒂出版社,1982)。
- 波爾希默斯, T. (Polhemus, T.) 和普羅克特, L. (Proctor, L.), 《時尚及反時尚:服裝、服飾人類學》(*Fashion and Anti-Fashion: an Anthropology of Clothing and Adornment*)(倫敦:泰晤士與哈德遜出版社,1978)。
- 波普爾, K. (Popper, K.), 《猜想和反駁》(*Conjectures and Refutations*)(倫敦:羅德里奇與基根·保羅出版社,1972年第4版)。
- 波普爾, K. (Popper, K.), 《歷史主義的貧窮》(*The Poverty of Historicism*)(倫敦:羅德里奇與基根·保羅出版社,1960年第2版)。
- 波菲里奧斯, D. (Porphyrios, D.), 《建築史的方法論》(*On the Methodology of Architectural History*)(倫敦:學院出版社,1981), 建築設計文獻。
- 普金, A. (Pugin, A.), 《對照:14、15世紀的宏偉大廈與當代同類建築之間的異同》(*Contrasts; or a Parallel Between the Noble Edifice of the 14th 15th Centuries and Similar Buildings of the Present Day*)(倫敦:作者出版社,1836年;德爾曼出版社,1841年第2版)。
- 蘭登, A. (Rand, A.), 《源泉》(*The Fountainhead*)(紐約:博布斯-美林出版社,1943)。
- 里斯, G. (Rees, G.), 《聖邁克爾;馬莎百貨的歷史》(*St Michael: a History of Marks and Spencer*)(倫敦:韋登菲爾德 & 尼科爾森出版社,1969)。
- 里格爾, A. (Riegl, A.), 《風格的問題:裝飾品的歷史》(*Stilfragen: Grundegungen zu einer Geschichte der Ornamentik*)(柏林:R. 施密特出版社,1923年第2版), 初版於1893年。
- 羅伯森, G. (Robson, G.), 《地鐵:車之書》(*Metro: the Book of the Car*)(劍橋:P. 蒂芬斯出版社,1982)。

- 鲁特, J. (Root, J.), 《女性图像: 性别》(*Pictures of Women: Sexuality*) (伦敦: 潘多拉新闻/频道 4, 1984)。
- 鲁道夫斯基, B. (Rudofsky, B.), 《没有建筑师的建筑》(*Architecture without Architects*) (纽约: 现代艺术博物馆, 1965)。
- 鲁道夫斯基, B. (Rudofsky, B.), 《能工巧匠》(*The Prodigious Builders*) (伦敦: 塞克和沃伯格出版社, 1977)。
- 鲁内斯, D. (Runes, D.) 编, 《哲学词典》(*Dictionary of Philosophy*) (纽约: 哲学图书馆, 1960)。
- 雷布琴斯基, W. (Rybczynski, W.), 《金屋、银屋、茅草屋》(*Home: a Short History of an Idea*) (伦敦: 海因曼出版社, 1988)。
- 桑特, A. (Saint, A.), 《建筑师的形象》(*The Image of the Architect*) (纽黑文: 耶鲁大学出版社, 1983)。
- 塞泽林, R. (Saisselin, R.), 《装饰品的狂热: 资产阶级与装饰摆设》(*Bricabracomania: the Bourgeois and the Bibelot*) (伦敦: 泰晤士与赫德森出版社, 1985)。
- 索绪尔, F. 德 (Saussure, F. de.), 《普通语言学教程》(*Course in General Linguistics*) (伦敦: 丰塔纳/柯林斯出版社, 1974 年再版)。
- 斯卡尔维尼, M. (Scalvini, M.), 《建筑符号学内涵》(*L'Architettura Comme Semiotica Connotativa*) (米兰: 伯姆帕尼出版社, 1975)。
- 沙夫, A. (Schaff, A.), 《历史与真相》(*History and Truth*) (牛津: 帕加马出版社, 1976)。
- 施基普, P. (Schilpp, P.) 编, 《卡尔·波普尔哲学》(*The Philosophy of Karl Popper*) (拉萨勒, 伊利诺伊: 开放大学出版社, 1974)。
- 科学博物馆, 《德国设计: 品质的形象》(*German Design: Images of Quality*) (伦敦: 科学博物馆, 1987), 海报/目录。
- 森佩尔, G. (Semper, G.), 《风格的技术与构造》(*Der Stil in den Technischen und Tektonischen Künsten*) 第二卷(慕尼黑: 1860—1863), 第二版 1879 年; 重印: 米特瓦尔德, 曼德·孔斯特出版社, 1977)。
- 西克特曼, B. (Sichtermann, B.), 《女性: 个人政治学》(*Femininity: the Politics of the Personal*) (剑桥: 政体出版社, 1986)。

- 西尔斯, D. (Sills, D.) 编,《国际社会科学百科全书》(*International Encyclopedia of the Social Sciences*)18卷(纽约:麦克米伦和自由出版社,1968—1979)。
- 斯隆, A. (Sloan, A.),《我在通用汽车的岁月》(*My Years with General Motors*)(伦敦:西季威克和杰克逊出版社,1965)。
- 桑塔格, S. (Sontag, S.),《反对阐释》(*Against Interpretation*)(伦敦:埃尔与斯波蒂斯伍德出版社,1967)。
- 斯帕克, P. (Sparke, P.),《设计顾问:工业设计的历史和实践》(*Consultant Design: the History and Practice of the Designer in Industry*)(伦敦:彭布里奇出版社,1983)。
- 斯帕克, P. (Sparke, P.),《20世纪设计与文化导论》(*An Introduction to Design and Culture in the Twentieth Century*)(伦敦:艾伦与昂温出版社,1986)。
- 斯帕克, P. (Sparke, P.),《家用电器》(*Electrical Appliances*)(伦敦:昂温·海曼出版社,1987)。
- 斯帕克, P. (Sparke, P.)等,《设计资料书》(*Design Source Book*)(伦敦:马克多纳德出版社,1986)。
- 斯特德曼, P. (Steadman, P.),《设计的变革:建筑和应用艺术中的生物类比》(*The Evolution of Designs: Biological Analogy in Architecture and the Applied Arts*)(剑桥:剑桥大学出版社,1979)。
- 斯图尔特, R. (Stewart, R.),《设计与英国工业》(*Design and British Industry*)(伦敦:J. 默里出版社,1987)。
- 斯图尔特, G. (Sturt, G.),《轮匠店》(*The Wheelwright's Shop*)(剑桥:剑桥大学出版社,1923)。
- 苏吉克, D. (Sudjic, D.),《受膜拜的物品》(*Cult Objects*)(圣奥尔本斯:帕拉丁出版社,1985)。
- 斯威纳顿, M. (Swenarton, M.),《适合英雄的家园:英国早期国家住宅中的政治与建筑》(*Houses Fit for Heroes: the Politics and Architecture of Early State Housing in Britain*)(伦敦:海因曼出版社,1981)。
- 泰穆尔, N. (Teymur, N.),《环境探讨》(*Environmental Discourse*)(伦敦:问题图书出版社,1982)。
- 塔卡拉, J. (Thackara, J.) 编,《新英国设计》(*New British Design*)(伦敦:泰晤士与

- 哈德逊出版社,1986)。
- 汤普森, M. (Thompson, M.), 《垃圾理论: 价值的创造与毁灭》(*Rubbish Theory: the Creation and Destruction of Value*) (牛津: 牛津大学出版社, 1979)。
- 托夫勒, A. (Toffler, A.), 《未来的冲击》(*Future Shock*) (纽约: 兰登书屋, 1970)。
- 特利维廉, G. (Trevalyan, G.), 《英国社会史》(*English Social History*) (伦敦: 朗文出版社, 1978)。
- 文丘里, R. (Venturi, R.), 《建筑的复杂性与矛盾性》(*Complexity and Contradiction in Architecture*) (纽约: 现代艺术博物馆, 1966)。
- 沃特金, D. (Watkin, D.), 《建筑史的兴起》(*The Rise of Architectural History*) (伦敦: 建筑出版社, 1980)。
- 怀特, H. (White, H.), 《元历史》(*Metahistory*) (巴尔的摩: 约翰霍普金斯大学出版社, 1973)。
- 怀特莱格, E. (Whitelegg, E.) 等编, 《女性的转型经历》(*The Changing Experience of Women*) (米尔顿·凯恩斯: 开放大学出版社, 1982)。
- 怀特利, N. (Whiteley, N.), 《波普设计: 从现代主义到摩登派》(*Pop Design: Modernism to Mod*) (伦敦: 设计委员会, 1987)。
- 怀特, L. (Whiter, L.), 《斯波德: 一个家庭工厂及其产品的历史》(*Spode: a History of the Family Factory and Wares*) (伦敦: 巴里与詹金斯出版社, 1970)。
- 威廉姆斯, R. (Williams, R.), 《关键词: 文化与社会词汇表》(*Keywords: a Vocabulary of Culture and Society*) (伦敦: 丰塔纳/克鲁姆·赫姆出版社, 1976年, 1983年再版)。
- 威廉姆斯, R. (Williams, R.), 《马克思主义与文学》(*Marxism and Literature*) (牛津: 牛津大学出版社, 1977)。
- 威廉姆森, J. (Williamson, J.), 《解码广告》(*Decoding Advertisements*) (伦敦: 马里昂·博亚尔斯出版社, 1978)。
- 威廉姆森, J. (Williamson, J.), 《消费激情: 大众文化动力学》(*Consuming Passions: the Dynamics of Popular Culture*) (伦敦: 马里昂·博亚尔斯出版社, 1986)。
- 威尔逊, E. (Wilson, E.), 《穿戴美梦: 时尚与现代性》(*Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*) (伦敦: 维拉格出版社, 1985)。
- 维特根斯坦, L. (Wittgenstein, L.), 《哲学研究》(*Philosophical Investigations*) (牛

- 津:布莱克威尔出版社,1953)。
- 威特科尔, R. (Wittkower, R.),《哥特与古典:17世纪意大利的建筑项目》(*Gothic versus Classic: Architectural Projects in 17th Century Italy*), (伦敦:泰晤士与哈德逊出版社,1974)。
- 沃尔夫, J. (Wolff, J.),《艺术的社会化生产》(*The Social Production of Art*) (伦敦:麦克米伦出版社,1981)。
- 伍德汉姆, J. (Woodham, J.),《工业设计师与公众》(*The Industrial Designer and the Public*) (伦敦:彭布里奇出版社,1983)。
- 约克, P. (York, P.),《摩登时代:每个人都希望一切》(*Modern Times: Everybody wants Everything*) (伦敦:海因曼出版社,1984)。
- 约克, P. (York, P.),《风格战争》(*Style Wars*) (伦敦:西季威克与杰克逊出版社,1980)。

人名与名词索引

下列页码为原版书页码,即本书边码。

- 特奥多尔·W.阿多诺(Adorno, Theodor W.),110,181,198
- 广告宣传,13,15,20,28,58,109,146,149,170,178,206
- 广告,33,53,61,87,123,139-141,146,148,174,177-178,183,215
- 审美:维度,40,62;愉悦,179,187;符号,143
- 替代方案:设计,31;生活方式,169
- 路易斯·阿尔都塞(Althusser, Louis),3
- 美国:汽车设计,161;城市,202;服装贸易,202;生活方式,169
- 本尼迪克·安德森(Anderson, Benedict),119
- E. & F.安德鲁斯(Andrews, E. & F.),166
- 无名建筑/设计,26,47-48,210
- 伊莎贝尔·安斯柯姆(Anscombe, Isabelle),203-204
- 弗雷德里克·安塔尔(Antal, Frederick),131,155,164
- 人类学,1,27,35,48,50,60,90,114,125-128,137,207
- 反时尚/反风尚,171,219
- 反人类/反社会设计,33,51
- 布赖恩·阿普尔亚德(Appleyard, Brian),64
- 考古学,1,48,60,79,127
- 建筑师集体,211
- 建筑的:设计,19,59;历史,17,18,22,25,26,45,104,130,202;实践,55;符号,148
- 建筑,8,22,25,26,63,85,86-87,94,95,104-105,143,146,147,148,184,194,211
- 档案,6
- 亚里士多德(Aristotle),103
- 艺术,23,25,27,32,38,110,118,131,143,180,205,207,208,209,210
- 艺术学院/学校,17,40,122
- 艺术史,1,17,22,26,45,47,55,62,131,153,159,189,204,205
- 新艺术,155,159
- 艺术工人行会,214
- 艺术品,7-8,15,26,59,75,100,110-112,156,193,220
- 艺术与手工艺运动,42,43,214,216
- 劳拉·阿什利(Ashley, Laura),216
- 艺术史学家协会,17
- 归属感,55,154,205
- 导演/作者理论,48-49
- M.巴赫金(Bakhtin, M.),61
- 雷纳·班纳姆(Banham, Reyner),12,66,215
- C.巴尔曼(Barman, C.),56
- 佩尼娜·巴内特(Barnett, Peninna),210
- 罗兰·巴特(Barthes, Ronald),11,16,58,61,81,90,93,141,144,145,146,147,148,149,186
- 基础/上层建筑,69
- 编篮术,39-40
- 浴室/沐浴,116

让·鲍德里亚(Baudrillard, Jean), 60, 147
 包豪斯, 65, 66
 斯蒂芬·贝利(Bayley, Stephen), 20, 28, 55, 159, 186, 189, 190, 191
 门罗·C. 比尔兹利(Beardsley, Monroe C.), 179
 H. C. 贝克(Beck, H. C.), 149
 凯瑟琳·比彻(Beecher, Catherine), 212
 瓦尔特·本雅明(Benjamin, Walter), 10, 79, 117, 176, 186
 马克斯·本泽(Bense, Max), 147
 夏洛特·本顿(Benton, Charlotte), 113
 蒂姆·本顿(Benton, Tim), 17, 113
 雅克·贝尔丁(Bertin, Jacques), 147
 碧芭时装店, 伦敦, 191
 传记, 45 - 47, 204
 生物类比/因素, 86, 89, 112
 贝亚特丽斯·布莱克伍德(Blackwood, Beatrice), 8
 《街区》(*Block*)杂志, 18
 身体, 201; 装饰, 107, 126; 语言, 92, 142
 P. 博加特廖夫(Bogatyrev, P.), 147
 锅炉房项目, 20, 64, 118, 123, 190
 邦·马什百货公司, 巴黎, 6, 177
 居伊·邦西佩(Bonsiepe, Gui), 31, 146
 胡安·邦塔(Bonta, Juan), 63
 弗兰兹·博普(Bopp, Franz), 104
 菲利普·布顿(Boudon, Phillipe), 184
 皮埃尔·布尔迪厄(Bourdieu, Pierre), 138 - 139, 169, 186, 191 - 192, 211
 丹尼尔·布兰奇(Branch, Daniel), 86, 87
 乔治·布拉克(Braque, Georges), 158
 费尔南·布罗代尔(Braudel, Fernand), 93, 94, 99
 大卫·布雷特(Brett, David), 9
 马塞尔·布鲁伊尔(Breuer, Marcel), 181
 英国: 建筑, 20世纪30年代, 113; 设计, 26, 65, 81, 101, 132, 133, 155; 教育, 体系, 17, 198; 时装工业, 93

英国工业美术学院, 65
 英国利兰, 64
 英国玩具制造商行会, 41
 杰弗里·布罗德本特(Broadbent, Geoffrey), 148
 谢里尔·巴克利(Buckley, Cheryl), 206, 215
 建筑: 贸易, 40; 类型, 113 - 114, 136
 建筑物, 135; 英格兰建筑, 5, 101
 《建筑环境》(*Built Environment*), 211
 建筑环境, 135, 147
 维克多·布金(Burgin, Victor), 146
 彼得·伯克(Burke, Peter), 81, 189
 约翰·伯内特(Burnett John), 133

 卡德伯里-施韦佩(Cadbury-Schweppes), 170
 《电影手册》(*Cahiers du Cinéma*), 49
 安西娅·卡伦(Callen, Anthea), 214
 凯普品位, 191
 准则, 62 - 63
 资本主义, 29, 61, 136, 206, 216
 资本主义生产方式, 24, 68, 88, 175
 E. H. 卡尔(Carr, E. H.), 211
 曼纽尔·卡斯泰尔(Castells, Manuel), 134
 突变理论, 194
 F. 钱伯斯(Chambers, F.), 189
 变化: 与结构, 81; 理论, 88 - 95, 194, 221
 切尔西手工艺交易会, 伦敦, 41
 托马斯·奇彭代尔(Chippendale, Thomas), 154
 年表, 78 - 79
 国际现代建筑协会(CIAM), 115
 K. 克拉克(Clark, K.), 189
 T. J. 克拉克(Clark, T. J.), 131, 133, 136
 类型, 130, 133, 136, 153, 164, 166, 169, 190, 192, 194
 经典设计/物品, 26, 62, 171, 207, 208

分类,7-9,111
亚历克·克利夫顿-泰勒 (Clifton-Taylor, Alec),101
气候,85-86,120
时钟/手表制造,41
艾伦·科克伦(Cochrane Allan),106
密码,14,51,61,109,143,145,147
尼古拉斯·柯勒律治 (Coleridge, Nicholas),202
舒适,116,132
商品:美学,178;拜物教,9
商品,61,176
公司历史,55-58
比较法,103-108,125
计算机,42,73,109
鉴赏,55,62,188,205
特伦斯·康兰 (Conran, Terence),20,45,57,176,191
星座,79,116
顾问设计,54,86
消费者:选择,20,175,178,185;持久性,61;社会,29,167,175;统治权,169
消费者协会,106
消费,68-73,128,168,174-195,210,216-217,220
内容分析,108-110
迈克·库利(Cooley, Mike),52
加里·库珀(Cooper, Gary),50
家政合作运动,213
女性合作行会,215
复制,40,58,89,112
女性手工艺协会,41
企业设计/形象,13,56-57
素材,5,109
服装,13,18,147,163
艺术与工业委员会,68
乡村住宅,英国,130,167
古斯塔夫·库尔贝 (Courbet, Gustave),131
工艺及工艺品,22,25,28,38-44,89,112,121,159-160,209,210,

214,216
手工艺理事会,伦敦,41,44,210
罗杰·克兰肖(Cranshaw, Roger),218
本尼迪托·克罗齐 (Croce, Benedetto),95
提奥·罗斯比(Crosby, Theo),54
乔纳森·库勒(Culler, Jonathan),147
崇拜的对象,26,58,62,205
文化的:比较,107;扩散,108;演变,7,92;研究,18,22,207
文化,13,18,110,142
定制,72,185

戴姆勒-奔驰(Daimler-Benz),161
乔治·丹尼尔斯(Daniels, George),41
查尔斯·达尔文(Darwin Charles),89
十年研究方式,83-84
装饰艺术,24,159,201,204
百货公司,6,7,26,177
设计,术语/概念,22,27-33,206
设计与工业协会,65
设计中心书店,24
设计委员会,伦敦,65,66
为了需要的设计,研讨会,52
《设计史杂志》,198
设计史,学科,1,4,9,13,16-20,25,32-36,74,197-198,199,205,206,208,219-220
设计史学会,1-2,17-18,198
设计机构,65-67
《设计论丛》(Design Issues),17,198
设计方法,64-65
设计博物馆,巴特勒码头,伦敦,25
设计过程,16,23,28,31,38-44,64-65,71,136-137,203
设计研究学会,9,35
设计团队,54-55
设计产品,45,58-63,183
设计师,45-54,134
欲望,185,186,219-220
决定性,34,84-88,160

238

德意志制造联盟, 65, 158
M. J. 东特(Dhont, M. J.), 77
历时性/共时性, 79 - 81, 111, 116, 127
图解, 12, 32, 147, 149
克莱夫·迪尔诺特(Dilnot, Clive), 17
克里斯蒂安·迪奥(Dior, Christian), 45
话语, 14; 分析, 16
分配, 69, 72
劳动分工, 38, 42, 53, 200, 202, 211, 214 - 215
家庭的: 设备, 216; 工艺, 40; 设计, 31, 201; 用具, 117
家庭生活, 意识形态, 211
彼得·多默(Dormer, Peter), 41
玛丽·道格拉斯(Douglas, Mary), 128
着装: 改革, 209; 女性服装, 90 - 93, 208 - 209
大卫·德鲁(Drew, David), 39
持久, 90, 93
理查德·戴尔(Dyer, Richard), 48

哈利·厄尔(Earl, Harley), 45, 55, 161
折中主义, 36, 100, 104, 158, 163
安贝托·埃科(Eco, Umberto), 140, 142, 147
生态的: 设计, 31; 系统, 33
经济学, 34 - 35, 69, 85, 90, 93, 107, 127, 128, 135, 161, 194
设计的作用, 72, 183, 209, 219
H. 埃利斯(Ellis, H.), 213
刺绣, 209
移情, 179
实证研究/研究, 3, 5 - 7, 9 - 10, 36, 140 - 141, 146, 178 - 179
弗雷德里克·恩格斯(Engels, Frederick), 99, 130
工程学, 25, 30, 72, 162
英国: 艺术, 118; 建筑, 101; 乡村住宅, 130, 167; 家具, 154
环境, 32, 33

环境: 设计, 59, 211; 决定因素, 86; 话语, 16
平等机会政策, 204
精粹/本质主义, 23, 218
民族的: 艺术, 39; 少数民族, 19
民族志的现在, 127
事件, 78, 93 - 94
汉斯·埃弗斯(Evers, Hans), 95
进化类比, 8, 36, 89
交换, 69, 127, 217
交换价值, 61
阿瑟·埃克塞尔(Exell, Arthur), 57

《面孔》杂志, 20, 149, 170
事实, 75, 78, 211
家庭: 机构, 114; 相似性, 23
迈克尔·法尔(Farr, Michael), 81
时尚, 16, 18, 30, 34, 81, 90 - 93, 145, 146, 147, 163, 165, 170 - 171, 191, 195, 202, 204, 205, 207 - 209, 217, 219; 配饰, 209
卡夫·法塞特(Fassett, Kaff), 210
W. 福尔斯蒂奇(Faulstich, W.), 178
迈克·费瑟斯通(Featherstone, Mike), 169

反馈作用, 19, 32, 187
女性特质, 理想的, 205, 216 - 217
女性主义, 19, 31, 35, 186, 199 - 221
物恋对象, 58, 62
电影, 25, 64; 理论, 48 - 49, 79
詹姆斯·菲奇(Fitch, James), 86, 87
阿兰·弗莱彻(Fletcher, Alan), 54
巴尼斯特·弗莱彻(Fletcher, Banister), 84, 105 - 106
科林·福布斯(Forbes, Colin), 54
形式: 形式的分析与研究, 111 140 - 141; 形式与分析, 155, 156, 159; 形式与功能, 199, 201; 形式与材料, 101, 102
阿德里安·福蒂(Forty, Adrian), 87, 88, 132

- 米歇尔·福柯 (Foucault, Michel), 16, 49
- 《源泉》杂志 (*The Fountainhead*), 50
- 片断, 79, 117, 157
- 大卫·弗朗西斯 (Francis, David), 140
- 吉尔·福兰克林 (Franklin, Jill), 167
- 自由: 消费者, 53, 185; 设计师, 51, 84-85
- 西格蒙德·弗洛伊德 (Freud, Sigmund), 84, 186
- M. 弗鲁热 (Fruges, M.), 184
- 彼得·福勒 (Fuller, Peter), 157
- 功能, 5, 28, 29, 43, 134, 160; 复杂图解, 32
- 功能主义, 36, 123, 126
- 家具, 25, 57, 100, 154, 166
- 家具史学会, 17
- J. K. 加尔布雷思 (Galbraith, J. K.), 183
- 杰夫瑞博物馆, 伦敦, 57
- 厄内斯特·格尔纳 (Gellner, Ernest), 19
- 性别, 19, 185, 203, 205-206, 209-210, 213, 217, 218-219
- 通用汽车, 55, 56, 161
- 朱迪思·吉诺瓦 (Genova, Judith), 155, 159
- 贵族化, 194
- 地理, 84, 86, 118
- 德国: 艺术/建筑史, 18; 设计, 123, 158; 表现主义, 96; 手工业, 42
- 西格弗里德·吉迪翁 (Giedion, Siegfried), 47, 48, 115-117, 199, 212
- 礼物, 39, 127
- 马克·吉鲁亚德 (Girouard, Mark), 167
- 乔纳森·格兰西 (Glancey, Jonathan), 118, 123, 124
- 约翰·格罗格 (Gloag, John), 132
- 文森特·凡·高 (Gogh, Vincent van), 155
- 恩斯特·贡布里希 (Gombrich, Ernst), 85, 97
- 优良设计, 26-27, 190, 200, 205
- 哥特式: 建筑, 104; 风格, 96, 157
- 安东尼奥·葛兰西 (Gramsci, Antonio), 99
- 肯尼思·格兰奇 (Grange, Kenneth), 54
- 艾琳·格雷 (Gray, Eileen), 45, 203-204
- J. R. 格林 (Green, J. R.), 129
- A. J. 格雷马 (Greimas, A. J.), 141
- G. 格林 (Grimm, G.), 178
- 胡安·格里斯 (Gris, Juan), 158
- 沃尔特·格罗皮乌斯 (Gropius, Walter), 45, 66, 95, 112, 115
- 团体实践, 54-55
- 爱必居 (Habitat), 56, 57, 176, 191
- 尼科斯·哈齐尼科劳 (Hadjinicolaou, Nicos), 46, 131, 153
- 理查德·汉密尔顿 (Hamilton, Richard), 66
- 凯瑟琳·哈姆内特 (Hamnett, Katherine), 24
- 马文·哈里斯 (Harris, Marvin), 128
- 哈罗德百货公司, 伦敦, 26, 177
- 弗朗西斯·哈斯克 (Haskell, Francis), 189
- 沃尔夫冈·豪格 (Haug, Wolfgang), 178
- 阿诺德·豪塞尔 (Hauser, Arnold), 131
- 多洛雷斯·海登 (Hayden, Dolores), 213
- 迪克·赫布迪奇 (Hebdige, Dick), 10, 79, 147, 164, 184, 185, 186
- 瓦尔·亨尼赛 (Hennessy, Val), 107
- F. 亨里翁 (Henrion, F.), 57
- 约翰·赫斯克特 (Heskett, John), 123
- 贝维斯·希利尔 (Hillier, Bevis), 163
- 历史相对论, 94-97, 104

- 史学,2,15,74,97,204
 历史:学科,1,5,9,74;设计,1,2,22,211;设计史,16-18;过去,74,127;写作,2,10,15,74-97,129,198
 历史的今天,128
 历史研讨会,57
 L. 叶尔姆斯列夫 (Hjeltenslev, L.),141
 埃里克·霍布斯鲍姆 (Hobsbawm, Eric),128,129
 乌尔姆设计学院,65,152
 家庭,212-213,215
 唐纳德·霍恩 (Horne, Donald),121
 家庭主妇,214-215
 家务劳动,212
 住宅,132-133,212
 芭芭拉·胡拉尼基 (Hulanicki, Barbara),191
 人文学科,108,197
 当代艺术研究所,伦敦,117
 《ID》杂志,170
 唯心主义的方式,36,162
 思想体系,60,69,88,123,133-135,153
 图像,10,210,217;女性,218,221
 住宅设计,56,71
 独立团体,66,117
 个人主义,意识形态,46,48-49,52-53,188
 工业:艺术,28;服装,171;设计,27-29,31,49,205;生产,49,200;变革,23,28,29
 产业化生产,28,103,120
 体制,65-67,114
 跨学科的角度,33-36,114
 国际符号学协会,141
 国际工业设计协会理事会,52
 国际风格,121,158
 访谈,182
 W. 伊塞尔 (Iser, W.),178
 巴伦·伊舍伍德 (Isherwood, Baron),128
 意大利:设计,122,184;文艺复兴,23,189
 玛格丽特·艾弗森 (Iverson, Margaret),105
 简·雅各布斯 (Jacobs, Jane),202
 罗曼·雅各布森 (Jakobson, Roman),141,143,145-146
 H. R. 尧斯 (Jauss, H. R.),178,180
 查尔斯·詹克斯 (Jencks, Charles),8,9,94,95,146,148
 西蒙·杰维斯 (Jervis, Simon),23,29,30
 苏特·贾里 (Jhaly, Sut),61
 欧文·琼斯 (Jones, Owen),104
 苏珊·卡普勒 (Kappeler, Susanne),217
 西尔维亚·卡兹 (Katz, Sylvia),101,102
 安东尼·J. 金 (King, Anthony J.),114,135-136
 帕特·柯克汉姆 (Kirkham, Pat),57,216
 媚俗,42,124,191,193
 P. 克莱因曼 (Kleinman, P.),56
 弗朗西斯·克里金德 (Klingender, Francis),131
 J. 克里斯特瓦 (Kristeva, J.),141
 阿尔弗雷德·克罗伯 (Kroeber, Alfred),90,91,92,156
 乔治·库布勒 (Kubler, George),47
 默文·库兰斯基 (Kurlansky, Mervyn),54
 艺术意志,85,160
 劳动:力/过程,71;运动,129
 语言,10,12,14,23,50,51,80,138,142,148,158
 詹姆士·拉韦尔 (Laver, James),195
 勒·柯布西耶 (Le Corbusier),12,45,

- 115, 184
- 左翼历史学家与思想家, 130, 141, 148
- 莱奥纳多·达·芬奇 (Leonardo da Vinci), 181
- 克洛德·列维-斯特劳斯 (Lévi-Strauss, Claude), 137, 138, 139, 192
- 瓦尔达·莱莫 (Leymore, Varda), 139
- 利伯特百货公司 (Liberty's), 伦敦, 20
- 生活方式, 153, 166 - 170, 219
- 语言学, 14, 35, 50, 79 - 80, 105, 137, 142, 192
- H. 林克 (Link, H.), 178
- 特奥多尔·里普斯 (Lipps, Theodor), 179
- 文学批评与理论, 11, 79, 138, 178 - 181
- 劳埃德大楼, 伦敦, 55, 64
- 伦敦, 26; 旅客运输局, 56; 地铁标识, 149, 156
- 阿道夫·卢斯 (Loos, Adolf), 45
- 大卫·洛温塔尔 (Lowenthal, David), 194
- 卢卡斯航空航天公司, 52
- 爱德华·露西-史密斯 (Lucie-Smith, Edward), 43
- 菲奥娜·麦卡锡 (MacCarthy, Fiona), 11
- 机器: 时代, 215; 美学, 159, 205
- 查尔斯·雷尼·麦金托什 (Mackintosh, Charles Rennie), 45
- 地图, 2 - 3, 12
- 赫伯特·马尔库塞 (Marcuse, Herbert), 186
- 市场: 作用, 28, 61, 88, 106, 220; 研究, 168, 182
- 市场营销, 87; 设计师, 52 - 53
- 玛莎百货公司, 56, 177
- 卡尔·马克思 (Marx, Karl), 50, 69, 73, 96, 99, 178
- 马克思主义, 9, 35, 36, 50, 69, 83, 96, 99, 130, 164
- 男性气质: 文化/话语, 199, 205, 218; 服装, 208; 价值观, 206, 208
- 大众: 传播理论, 141, 180, 185; 市场, 39; 媒介, 25, 49, 66, 108; 观察档案, 6;
生产, 28, 39, 53
- 材料: 文化, 27, 43, 48, 112, 125; 女性主义者, 213
- 材料/技术的方法, 100 - 103, 160
- 子宫, 205, 211
- 马塞尔·莫斯 (Mauss, Marcel), 127
- 马尔科姆·麦克拉伦 (McLaren, Malcolm), 164
- P. 梅德韦杰夫 (Medvedev, P.), 61
- 物品, 62
- 信息分析, 145 - 146
- 元: 话语, 14 - 16; 历史, 78; 语言, 14, 148
- C. 梅斯 (Metz, C.), 146
- 中产阶层, 39, 87, 123, 130, 132, 170, 177, 202, 214
- 米德尔塞克斯理工学院, 6, 18
- 迈克尔·米德尔顿 (Middleton, Michael), 54, 55
- L. 密斯·凡·德罗 (Mies van der Rohe, L.), 63
- 丹尼尔·米勒 (Miller, Daniel), 126, 220
- B. 迈克尔·米勒 (Miller, B. Michael), 6
- 阿诺德·米切尔 (Mitchell, Arnold), 168
- 朱丽叶·米切尔 (Mitchell, Juliet), 216
- 现代建筑与设计, 17, 25, 29, 42, 87, 94, 95, 113, 115, 121, 200, 202, 204
- 现代主义设计理论, 29, 159, 207
- 阿马尔多·莫米利亚诺 (Momigliano, Amaldo), 95
- 专著, 45 - 46
- 盛田昭夫 (Akio Morita), 56
- 查尔斯·W. 莫里斯 (Morris, Charles W.), 141, 145

- 德斯蒙德·查尔斯 (Morris, Desmond), 92, 93
- 威廉·莫里斯 (Morris, William), 26, 42, 45, 95
- 莫里斯汽车, 牛津, 57
- 汽车, 34, 46, 55, 57, 58, 61, 64, 72, 121, 161, 192, 212
- J. 穆卡若夫斯基 (Mukarovsky, J.), 81
- 劳拉·穆尔维 (Mulvey, Laura), 186
- 服装博物馆, 巴斯, 163
- 现代艺术博物馆, 纽约, 65
- 博物馆, 4, 5, 25 - 26, 30, 62, 65
- 赫尔曼·穆特修斯 (Muthesius, Hermann), 112, 158
- 记叙, 78 - 79
- 国家: 艺术图书馆, 伦敦, 6; 身份, 132; 历史, 118 - 25; 声音档案馆, 伦敦, 25
- 自然: 力量/进程, 84 - 85, 88; 选择, 89
- 吉莲·耐勒 (Naylor, Gillian), 158
- 纳粹政权, 66, 96
- 需要, 33, 52, 160, 174, 185
- Next 连锁店, 170
- 利基设计, 123
- 琳达·诺克林 (Nochlin, Linda), 204
- 基于物的研究, 58 - 62, 204, 210, 220
- 研究对象, 1, 2, 22 - 36, 26, 27, 33, 45 - 67, 205
- 客观性, 76 - 77, 146, 180, 189, 211, 220
- 观察者, 角色, 126
- W. 奥林斯 (OLins, W.), 57
- 开放大学, 17, 199
- 《选择》(Options) 杂志, 177
- 口头史, 6
- 饰品, 24, 29, 30, 104, 156
- 多元决定因素, 34, 84
- 维克托·帕帕奈克 (Papanek, Victor), 31
- 罗兹斯卡·帕克 (Parker, Rozsika), 209
- A. 帕金 (Parkin, A.), 57
- 安吉拉·帕廷顿 (Partington, Angela), 216
- 过去/现在的区别, 76 - 78
- 父权制, 206 - 207
- 林恩·皮尔逊 (Pearson, Lynn), 213
- 农民: 手工艺, 43; 家园, 阿尔及利亚, 139
- C. S. 皮尔斯 (Peirce, C. S.), 141, 142, 144 - 145
- 《阁楼》杂志, 218
- 人民, 129, 130, 221
- 周期性, 91, 92
- 分期, 82 - 84
- 夏洛特·佩瑞安德 (Perriand, Charlotte), 203
- 弗朗斯·佩萨克 (Pessac, France), 184
- 尼古拉斯·佩夫斯纳 (Pevsner, Nikolaus), 5, 17, 42, 94, 95, 113, 114, 118, 119, 199
- 巴蒂·菲利普斯 (Phillips, Barty), 56, 176
- 帕勃罗·毕加索 (Picasso, Pablo), 158
- 弗兰克·皮克 (Pick, Frank), 56
- 皮特-里弗斯收藏 (Pitt-Rivers Collection), 7
- 有计划废止, 89, 161, 171, 175
- 塑料, 101 - 102
- 《花花公子》杂志, 218
- 愉悦, 183, 185 - 187
- 多元化, 36, 95, 157, 163
- 特德·波尔希默斯 (Polhemus, Ted), 126
- 政治, 33, 119, 130, 133 - 135, 177, 202
- 巴黎蓬皮杜中心, 64
- 波普: 艺术, 66; 设计, 84; 与摇滚音乐, 25, 164
- 卡尔·波普尔 (Popper, Karl), 85, 96, 97
- 流行: 文化, 130; 出版社, 218; 品位, 207

- 色情物品, 217 - 218
- 后现代主义, 201, 208
- 菲利普·鲍威尔 (Powell, Philippa), 41
- 权力, 16, 66; 电力工业, 117
- 布拉格棱镜, 81 - 82; 学派, 81, 137
- D. 普雷齐奥西 (Preziosi, D.), 147
- “原始”: 建筑, 86 - 87; 社会, 43, 107, 125
- 监狱建筑, 16, 114
- 疑问, 3
- 林恩·普罗克特 (Proctor, Lynn), 126
- 生产消费模式, 68 - 73
- 生产, 23, 58 - 59, 106, 121
- V. 普罗普 (Propp, V.), 141
- 心理分析, 35, 50, 72
- 消费心理, 168
- 心理学, 35, 48, 72, 159
- 公共: 设计部门, 29, 133, 177; 空间, 211; 交通, 212
- 奥古斯塔斯·普金 (Pugin, Augustus), 104
- 朋克, 107, 164 - 165
- 质量问题, 27, 62 - 63, 110, 123, 141, 181
- 玛丽·匡特 (Quant, Mary), 45
- 种族, 19, 86, 119
- 阿恩·兰德 (Rand, Ayn), 50
- 利奥波德·冯·兰克 (Ranke, Leopold von), 79
- 理性设计运动, 212
- 阿莉森·拉维茨 (Ravetz, Alison), 212
- 可读性文本, 11
- 阅读文本/产品, 72, 179, 180, 183
- 接受: 72; 理论, 174 - 175, 178 - 185
- 格伦韦·里斯 (Rees, Goronwy), 56, 177
- 杰米·里德 (Reid, Jamie), 164
- 里斯讲座, 1955年, 118
- 相对主义, 36, 96, 107, 191
- 宗教, 114, 166
- 表征, 10 - 14
- 研究, 3, 5, 182
- 复兴, 94, 155, 189, 214
- 修辞, 143, 148, 154
- 简·理查森 (Richardson, Jane), 90 - 92, 126
- 阿卢瓦·里格尔 (Riegel, Alois), 85, 160
- 格雷厄姆·罗伯森 (Robson, Graham), 64
- 理查德·罗杰斯 (Rogers, Richard), 55, 64
- 罗斯电子, 209
- 皇家艺术学院, 伦敦, 40, 52, 65
- 皇家艺术学会, 伦敦, 65
- 垃圾理论, 192 - 193
- 伯纳德·鲁道夫斯基 (Rudofsky, Bernard), 47
- 戈登·拉塞尔 (Russell, Gordon), 45
- 维托尔德·雷布琴斯基 (Rybczynski, Witold), 212
- 沙奇 (Saatchi & Saatchi), 56
- 拉斐尔·塞缪尔 (Samuel, Raphael), 129
- 桑德森公司 (Sanderson), 6
- 费尔迪南·德·索绪尔 (Saussure, Ferdinand de), 79, 80, 81, 105, 137, 141, 143, 144, 192
- 迈耶·夏皮罗 (Schapiro, Meyer), 155
- 设计学校, 65 - 66
- 踏板摩托车, 184
- T. 谢伯克 (Sebeok, T.), 141
- 塞尔福里奇百货公司, 伦敦, 26
- 符号学, 145
- 《符号学》(Semiotica), 141
- 符号学, 14, 16, 35, 50, 137, 141 - 149
- 戈特弗里德·森佩尔 (Semper, Gottfried), 104, 105, 159 - 160
- 仆人, 117, 133, 167

- 性别歧视,44,186,204,218
- 性政治,206
- 夏克式,166
- 威廉·莎士比亚 (Shakespeare, William),108
- 商店,商场,购物,41,176,186,187,215
- 符号,14,137,141-149
- 西尔韦工作室,6
- 情景逻辑,85,97
- 阿尔弗雷德·斯隆 (Sloan, Alfred), 56,161
- 社会:人类学,193;变化,91;习俗,116, 129,130;需求,71;群体,48,72,165-166,192
- 《社会史》,128
- 社会史的方法,47,117,128-137,207
- 社会性质/设计的生产,50-52,68, 114-115,128-137
- 建筑史学家协会,美国,17
- 社会学,1,18,22,35,54,114,126,127, 135,189;艺术,181
- 索尼公司,56
- 皮蒂里姆·索罗金 (Sorokin, Pitirim),85
- 埃托尔·索特萨斯 (Sottsass, Ettore), 24,45
- 《肋骨》杂志,208
- 潘妮·斯帕克 (Sparke, Penny), 54, 117,124,162,206
- 赫伯特·斯潘赛 (Spencer, Herbert),89
- 时代精神,96,157,162
- 斯波德窑厂 (Spode),56
- 菲利普·斯特德曼 (Steadman, Philip),89,112
- 铅版制版,143,206,218
- 丝绸书签,193
- 理查德·斯图尔特 (Stewart, Richard),65
- 细高跟鞋,209
- 詹姆斯·斯特林 (Stirling, James),24
- 流线型,162
- 结构主义,81,92,125,137-141
- 乔治·斯图尔特 (Sturt, George),43
- 风格,28,47,59,87-88,94,95,104, 106,113,122,153-171
- 时代风格,157,162
- 时尚造型,153,154,160-162
- 风尚变化,34,89,91-93,159
- 亚文化,126,164,166
- 主体性,210-211
- 郊区,212
- 马克·斯威纳顿 (Swenarton, Mark), 133-134
- 症候式阅读,3,99
- 希波利特·丹纳 (Taine, Hippolyte),86
- 品位,27,53,126,164,169,174,187-192,215
- 分类学,9,111
- 织物,159,204,210
- 耐克德特·泰穆尔 (Teymur, Necdet), 16,35
- 约翰·塔卡拉 (Thackara, John),26
- 戏剧博物馆,伦敦,25
- 理论,9-10,128;与实践,205
- 第三世界,19,31,61,123,202
- 勒内·托姆 (Thom, Rene),194
- 爱德华·汤普森 (Thompson; Edward),130
- 迈克尔·汤普森 (Thompson, Michael),137,193
- 丽莎·蒂克纳 (Tickner, Lisa),199, 208-209
- 时间,76,79,82,93,95,127,193,195
- 爱德华·蒂亚基安 (Tiryakian), 111,117
- T.托多罗夫 (Todorov, T.),141
- 阿尔文·托夫勒 (Toffler, Alvin), 167-169
- 城市规划,177,202

- 传统,51,86,101,121,194
- 交通,136,212
- G. 特里维廉 (Trevalyan, G.),130
- 部落社会,125-126,140
- 类型-形式,112
- 类型,59,111-118
- 类型学的方法,48,110-118
- 乌尔姆设计学院,65,152
- 地铁系统,56,149
- 中性服饰,217
- 城市:规划,106,114;社会学,135
- 城市化,134
- 使用价值,61,205
- 价值观,33,39,60,95,96,156,167,190,207
- 乔治·瓦萨里 (Vasari, Giorgio),23
- 本土设计 (Vernacular design),26,48,120
- 维多利亚与阿尔伯特博物馆,伦敦,6,41,44,65,100,118
- 维多利亚式的设计,132,167
- 金·维多 (Vidor, King),50
- 罗伯特·菲舍尔 (Vischer, Robert),179
- 视觉:外观,28;意识形态,153;再现,13;符号,143
- 林内·沃克 (Walker, Lynne),214
- 战争,对设计的影响,34,103,133
- 约舒亚·韦奇伍德 (Wedgwood, Josiah),87,88
- 维维安·韦斯特伍德 (Westwood, Vivienne),165
- 轮匠 (Wheelwrighting),43
- 《哪一个报告》(Which Reports),106
- 海登·怀特 (White, Hayden),78
- 奈杰尔·怀特利 (Whiteley, Nigel),84
- L. 怀特 (Whiter, L.),56
- 雷蒙德·威廉姆斯 (Williams, Raymond),85,119,190
- 朱迪丝·威廉姆森 (Williamson, Judith),13,146,186
- 伊丽莎白·威尔逊 (Wilson, Elizabeth),219-220
- W. K. 威姆萨特 (Wimsatt, W. K.),179
- 汉斯·温格勒 (Wingler, Hans),66
- 《温特图尔文献》(Winterthur Portfolio),44
- 贾尼丝·温希普 (Winship, Janice),177
- 路德维希·维特根斯坦 (Wittgenstein, Ludwig),23
- 伦道夫·威特科尔 (Wittkower, Rudolf),163
- 汤姆·沃尔夫 (Wolfe, Tom),11,186
- 海因里希·沃尔夫林 (Wölfflin, Heinrich),47,48,103,115,157
- 彼得·沃伦 (Wollen, Peter),146
- 女性:129,199-221;设计师,63,201,203-205
- 女性服饰,90-93,208-209;机构,215;解放运动,19,43,117,200,208,218;杂志,177,215;工作,202,212
- 苏泽特·沃登 (Worden, Suzette),216
- 詹姆斯·伍德胡森 (Woudhuysen, James),19
- 弗兰克·劳埃德·赖特 (Wright, Frank Lloyd),45
- 李·莱特 (Wright, Lee),209
- 可写性文本,11
- 写作,4,10-12,20,154
- 彼得·约克 (York, Peter),11,117,159,163,166,186
- 雅皮士 (Yuppies),117
- 时代精神与时代风格,157,162-165
- B. 齐默尔曼 (Zimmermann, B.),178

凤凰文库书目

一、马克思主义研究系列

- 《走进马克思》 孙伯鍈 张一兵 主编
- 《回到马克思:经济学语境中的哲学话语》(第三版) 张一兵 著
- 《当代视野中的马克思》 任平 著
- 《回到列宁:关于“哲学笔记”的一种后文本学解读》 张一兵 著
- 《回到恩格斯:文本、理论和解读政治学》 胡大平 著
- 《国外毛泽东学研究》 尚庆飞 著
- 《重释历史唯物主义》 段忠桥 著
- 《资本主义理解史》(6卷) 张一兵 主编
- 《阶级、文化与民族传统:爱德华·P. 汤普森的历史唯物主义思想研究》 张亮 著
- 《形而上学的批判与拯救》 谢永康 著
- 《21世纪的马克思主义哲学创新:马克思主义哲学中国化与中国化马克思主义哲学》 李景源 主编
- 《科学发展观与和谐社会建设》 李景源 吴元梁 主编
- 《科学发展观:现代性与哲学视域》 姜建成 著
- 《西方左翼论当代西方社会结构的演变》 周穗明 王玫 等著
- 《历史唯物主义的政治哲学向度》 张文喜 著
- 《信息时代的社会历史观》 孙伟平 著
- 《从斯密到马克思:经济哲学方法的历史性诠释》 唐正东 著
- 《构建和谐社会的政治哲学阐释》 欧阳英 著
- 《正义之后:马克思恩格斯正义观研究》 王广 著
- 《后马克思主义思想史》 [英]斯图亚特·西姆 著 吕增奎 陈红 译
- 《后马克思主义与文化研究:理论、政治与介入》 [英]保罗·鲍曼 著 黄晓武 译
- 《市民社会的乌托邦:马克思主义的社会历史哲学阐释》 王浩斌 著
- 《唯物史观与人的发展理论》 陈新夏 著
- 《西方马克思主义与苏联:1917年以来的批评理论和争论概览》 [荷]马歇尔·范·林登 著
周穗明 译 翁寒松 校
- 《物与无:物化逻辑与虚无主义》 刘森林 著
- 《拜物教的幽灵:当代西方马克思主义社会批判的隐性逻辑》 夏莹 著
- 《新中国社会形态研究》 吴波 著
- 《“崩溃的逻辑”的历史建构:阿多诺早中期哲学思想的文本学解读》 张亮 著
- 《“超越政治”还是“回归政治”:马克思与阿伦特政治哲学比较》 白刚 张荣艳 著
- 《无调式的辩证想象:阿多诺〈否定的辩证法〉的文本学解读》(第二版) 张一兵 著
- 《马克思再生产理论及其哲学效应研究》 孙乐强 著
- 《希望的源泉:文化、民主、社会主义》 [英]雷蒙·威廉斯 著 祁阿红 吴晓妹 译
- 《后工业乌托邦》 [澳]鲍里斯·弗兰克尔 著 李元来 译
- 《未来考古学:乌托邦欲望和其他科幻小说》 [美]弗里德里克·詹姆逊 著 吴静 译

二、政治学前沿系列

- 《公共性的再生产:多中心治理的合作机制建构》 孔繁斌 著
- 《合法性的争夺:政治记忆的多重刻写》 王海洲 著

- 《民主的不满:美国在寻求一种公共哲学》 [美]迈克尔·桑德尔 著 曾纪茂 译
- 《权力:一种激进的观点》 [英]斯蒂芬·卢克斯 著 彭斌 译
- 《正义与非正义战争:通过历史实例的道德论证》 [美]迈克尔·沃尔泽 著 任辉献 译
- 《自由主义与现代社会》 [英]理查德·贝拉米 著 毛兴贵 等译
- 《左与右:政治区分的意义》 [意]诺贝托·博比奥 著 陈高华 译
- 《自由主义中立性及其批评者》 [美]布鲁斯·阿克曼 等著 应奇 编
- 《公民身份与社会阶级》 [英]T. H. 马歇尔 等著 郭忠华 刘训练 编
- 《当代社会契约论》 [美]约翰·罗尔斯 等著 包利民 编
- 《马克思与诺齐克之间》 [英]G. A. 柯亨 等著 吕增奎 编
- 《美德伦理与道德要求》 [英]欧若拉·奥尼尔 等著 徐向东 编
- 《宪政与民主》 [英]约瑟夫·拉兹 等著 佟德志 编
- 《自由多元主义的实践》 [美]威廉·盖尔斯敦 著 佟德志 苏宝俊 译
- 《国家与市场:全球经济的兴起》 [美]赫尔曼·M. 施瓦茨 著 徐佳 译
- 《税收政治学:一种比较的视角》 [美]盖伊·彼得斯 著 郭为桂 黄宁莺 译
- 《控制国家:从古雅典至今的宪政史》 [美]斯科特·戈登 著 应奇 陈丽微 孟军 李勇 译
- 《社会正义原则》 [英]戴维·米勒 著 应奇 译
- 《现代政治意识形态》 [澳]安德鲁·文森特 著 袁久红 译
- 《新社会主义》 [加拿大]艾伦·伍德 著 尚庆飞 译
- 《政治的回归》 [英]尚塔尔·墨菲 著 王恒 臧佩洪 译
- 《自由多元主义》 [美]威廉·盖尔斯敦 著 佟德志 庞金友 译
- 《政治哲学导论》 [英]亚当·斯威夫特 著 余江涛 译
- 《重新思考自由主义》 [英]理查德·贝拉米 著 王萍 傅广生 周春鹏 译
- 《自由主义的两张面孔》 [英]约翰·格雷 著 顾爱彬 李瑞华 译
- 《自由主义与价值多元论》 [英]乔治·克劳德 著 应奇 译
- 《帝国:全球化的政治秩序》 [美]迈克尔·哈特 [意]安东尼奥·奈格里 著 杨建国 范一亭 译
- 《反对自由主义》 [美]约翰·凯克斯 著 应奇 译
- 《政治思想导读》 [英]彼得·斯特克 大卫·韦戈尔 著 舒小昀 李霞 赵勇 译
- 《现代欧洲的战事与社会变迁:大转型再探》 [英]桑德拉·哈尔珀琳 著 唐皇凤 武小凯 译
- 《道德原则与政治义务》 [美]约翰·西蒙斯 著 郭为桂 李艳丽 译
- 《政治经济学理论》 [美]詹姆斯·卡波拉索 戴维·莱文 著 刘骥 等译
- 《民主国家的自主性》 [英]埃里克·A. 诺德林格 著 孙荣飞 等译
- 《强社会与弱国家:第三世界的国家社会关系及国家能力》 [英]乔·米格德尔 著 张长东 译
- 《驾驭经济:英国与法国国家干预的政治学》 [美]彼得·霍尔 著 刘骥 刘娟凤 叶静 译
- 《社会契约论》 [英]迈克尔·莱斯诺夫 著 刘训练 等译
- 《共和主义:一种关于自由与政府的理论》 [澳]菲利普·佩蒂特 著 刘训练 译
- 《至上的美德:平等的理论与实践》 [美]罗纳·德沃金 著 冯克利 译
- 《原则问题》 [美]罗纳·德沃金 著 张国清 译
- 《社会正义论》 [英]布莱恩·巴利 著 曹海军 译
- 《马克思与西方政治思想传统》 [美]汉娜·阿伦特 著 孙传钊 译
- 《作为公道的正义》 [英]布莱恩·巴利 著 曹海军 允春喜 译
- 《古今自由主义》 [美]列奥·施特劳斯 著 马志娟 译
- 《公平原则与政治义务》 [美]乔治·格罗斯科 著 毛兴贵 译
- 《谁统治:一个美国城市的民主和权力》 [美]罗伯特·A. 达尔 著 范春辉 等译

- 《论伦理精神》 张康之 著
- 《人权与帝国:世界主义的政治哲学》 [英]科斯塔斯·杜兹纳 著 辛亨复 译
- 《阐释和社会批判》 [美]迈克尔·沃尔泽 著 任辉献 段鸣玉 译
- 《全球时代的民族国家:吉登斯讲演录》 [英]安东尼·吉登斯 著 郭忠华 编
- 《当代政治哲学名著导读》 应奇 主编
- 《拉克劳与墨菲:激进民主想象》 [美]安娜·M.史密斯 著 付琼 译
- 《英国新左派思想家》 张亮 编
- 《第一代英国新左派》 [英]迈克尔·肯尼 著 李永新 陈剑 译
- 《转向帝国:英法帝国自由主义的兴起》 [美]珍妮弗·皮茨 著 金毅 许鸿艳 译
- 《论战争》 [美]迈克尔·沃尔泽 著 任辉献 段鸣玉 译
- 《现代性的谱系》 张凤阳 著
- 《近代中国民主观念之生成与流变:一项观念史的考察》 阎小波 著
- 《阿伦特与现代性的挑战》 [美]塞瑞娜·潘琳 著 张云龙 译
- 《政治人:政治的社会基础》 [美]西摩·马丁·李普塞特 著 郭为桂 林娜 译
- 《社会中的国家:国家与社会如何相互改变与相互构成》 [美]乔尔·S.米格代尔 著 李杨 郭一聪 译 张长东 校
- 《伦理、文化与社会主义:英国新左派早期思想读本》 张亮 熊婴 编
- 《仪式、政治与权力》 [美]大卫·科泽 著 王海洲 译
- 《政治仪式:权力生产和再生产的政治文化分析》 王海洲 著
- 《论政治的本性》 [英]尚塔尔·墨菲 著 周凡 译

三、纯粹哲学系列

- 《哲学作为创造性的智慧:叶秀山西方哲学论集(1998—2002)》 叶秀山 著
- 《真理与自由:康德哲学的存在论阐释》 黄裕生 著
- 《走向精神科学之路:狄尔泰哲学思想研究》 谢地坤 著
- 《从胡塞尔到德里达》 尚杰 著
- 《海德格尔与存在论历史的解构:〈现象学的基本问题〉引论》 宋继杰 著
- 《康德的信仰:康德的自由、自然和上帝理念批判》 赵广明 著
- 《宗教与哲学的相遇:奥古斯丁与托马斯·阿奎那的基督教哲学研究》 黄裕生 著
- 《理念与神:柏拉图的理念思想及其神学意义》 赵广明 著
- 《时间性:自身与他者——从胡塞尔、海德格尔到列维纳斯》 王恒 著
- 《意志及其解脱之路:叔本华哲学思想研究》 黄文前 著
- 《真理之光:费希特与海德格尔论 SEIN》 李文堂 著
- 《归隐之路:20世纪法国哲学的踪迹》 尚杰 著
- 《胡塞尔直观概念的起源:以意向性为线索的早期文本研究》 陈志远 著
- 《幽灵之舞:德里达与现象学》 方向红 著
- 《形而上学与社会希望:罗蒂哲学研究》 陈亚军 著
- 《福柯的主体解构之旅:从知识考古学到“人之死”》 刘永谋 著
- 《中西智慧的贯通:叶秀山中国哲学文化论集》 叶秀山 著
- 《学与思的轮回:叶秀山2003—2007年最新论文集》 叶秀山 著
- 《返回爱与自由的生活世界:纯粹民间文学关键词的哲学阐释》 户晓辉 著
- 《心的秩序:一种现象学心学研究的可能性》 倪梁康 著
- 《生命与信仰:克尔凯郭尔假名写作时期基督教哲学思想研究》 王齐 著

- 《时间与永恒：论海德格尔哲学中的时间问题》 黄裕生 著
《道路之思：海德格尔的“存在论差异”思想》 张柯 著
《启蒙与自由：叶秀山论康德》 叶秀山 著
《自由、心灵与时间：奥古斯丁心灵转向问题的文本学研究》 张荣 著
《回归原创之思：“象思维”视野下的中国智慧》 王树人 著
《从语言到心灵：一种生活整体主义的研究》 黄益民 著
《身体、空间与科学：梅洛-庞蒂的空间现象学研究》 刘胜利 著
《超越经验主义与理性主义：实用主义叙事的当代转换及效应》 陈亚军 著

四、宗教研究系列

- 《汉译佛教经典哲学研究》(上下卷) 杜继文 著
《中国佛教通史》(15卷) 赖永海 主编
《中国禅宗通史》 杜继文 魏道儒 著
《佛教史》 杜继文 主编
《道教史》 卿希泰 唐大潮 著
《基督教史》 王美秀 段琦 等著
《伊斯兰教史》 金宜久 主编
《中国律宗通史》 王建光 著
《中国唯识宗通史》 杨维中 著
《中国净土宗通史》 陈扬炯 著
《中国天台宗通史》 潘桂明 吴忠伟 著
《中国三论宗通史》 董群 著
《中国华严宗通史》 魏道儒 著
《中国佛教思想史稿》(3卷) 潘桂明 著
《禅与老庄》 徐小跃 著
《中国佛性论》 赖永海 著
《禅宗早期思想的形成与发展》 洪修平 著
《基督教思想史》 [美]胡斯都·L. 冈察雷斯 著 陈泽民 孙汉书 司徒桐 莫如喜 陆俊杰 译
《圣经历史哲学》(上下卷) 赵敦华 著
《如来藏经典与中国佛教》 杨维中 著
《儒佛道思想家与中国思想文化》 洪修平 主编
《基督教神学发展史》(一)、(二)、(三) 林荣洪 著

五、人文与社会系列

- 《环境与历史：美国 and 南非驯化自然的比较》 [美]威廉·贝纳特 彼得·科茨 著 包茂红 译
《阿伦特为什么重要》 [美]伊丽莎白·扬-布鲁尔 著 刘北成 刘小鸥 译
《现代性的哲学话语》 [德]于尔根·哈贝马斯 著 曹卫东 等译
《追寻美德：伦理理论研究》 [美]A. 麦金太尔 著 宋继杰 译
《现代社会中的法律》 [美]R. M. 昂格尔 著 吴玉章 周汉华 译
《知识分子与大众：文学知识界的傲慢与偏见，1880—1939》 [英]约翰·凯里 著 吴庆宏 译
《自我的根源：现代认同的形成》 [加拿大]查尔斯·泰勒 著 韩震 等译
《社会行动的结构》 [美]塔尔科特·帕森斯 著 张明德 夏遇南 彭刚 译
《文化的解释》 [美]克利福德·格尔茨 著 韩莉 译

- 《以色列与启示:秩序与历史(卷1)》[美]埃里克·沃格林著 霍伟岸 叶颖译
- 《城邦的世界:秩序与历史(卷2)》[美]埃里克·沃格林著 陈周旺译
- 《战争与和平的权利:从格劳秀斯到康德的政治思想与国际秩序》[美]理查德·塔克著 罗炯等译
- 《人类与自然世界:1500—1800年间英国观念的变化》[英]基思·托马斯著 宋丽丽译
- 《男性气概》[美]哈维·C. 曼斯菲尔德著 刘玮译
- 《黑格尔》[加拿大]查尔斯·泰勒著 张国清 朱进东译
- 《社会理论和社会结构》[美]罗伯特·K. 默顿著 唐少杰 齐心等译
- 《个体的社会》[德]诺贝特·埃利亚斯著 翟三江 陆兴华译
- 《象征交换与死亡》[法]让·波德里亚著 车槿山译
- 《实践感》[法]皮埃尔·布迪厄著 蒋梓骅译
- 《关于马基雅维里的思考》[美]利奥·施特劳斯著 申彤译
- 《正义诸领域:为多元主义与平等一辩》[美]迈克尔·沃尔泽著 褚松燕译
- 《传统的发明》[英]E. 霍布斯鲍姆 T. 兰格著 顾杭 庞冠群译
- 《元史学:十九世纪欧洲的历史想象》[美]海登·怀特著 陈新译
- 《卢梭问题》[德]恩斯特·卡西勒著 王春华译
- 《自足语文学:为语义最简论和言语行为多元论辩护》[挪威]赫尔曼·开普兰
[美]厄尼·利珀尔著 周允程译
- 《历史主义的兴起》[德]弗里德里希·梅尼克著 陆月宏译
- 《权威的概念》[法]亚历山大·科耶夫著 姜志辉译
- 《无国界移民》[瑞士]安托万·佩库 [荷兰]保罗·德·古赫特奈尔 编 武云译
- 《语言的未来》[法]皮埃尔·朱代·德·拉孔布 海因茨·维斯曼著 梁爽译
- 《全球化的关键概念》[挪]托马斯·许兰德·埃里克森著 周云水等译
- 《房地产阶级社会》[韩]孙洛龟著 芦恒译
- 《政治创新与概念变革》[美]特伦斯·鲍尔詹姆斯·法尔拉塞尔·L. 汉森 编 朱进东译
- 《依赖性的理性动物:人类为什么需要德性》[美]阿拉斯戴尔·麦金太尔著 刘玮译
- 《理解俄国:俄国文化中的圣愚》[美]埃娃·汤普逊著 杨德友译
- 《留恋人世:长生不老的奇妙科学》[美]乔纳森·韦纳著 杨朗 卢文超译

六、海外中国研究系列

- 《帝国的隐喻:中国民间宗教》[英]王斯福著 赵旭东译
- 《王弼<老子注>研究》[德]瓦格纳著 杨立华译
- 《章学诚思想与生平研究》[美]倪德卫著 杨立华译
- 《中国与达尔文》[美]詹姆斯·里夫著 钟永强译
- 《千年末世之乱:1813年八卦教起义》[美]韩书瑞著 陈仲丹译
- 《中华帝国后期的欲望与小说叙述》黄卫总著 张蕴爽译
- 《私人领域的变形:唐宋诗词中的园林与玩好》[美]王晓山著 文韬译
- 《六朝精神史研究》[日]吉川忠夫著 王启发译
- 《中国社会史》[法]谢和耐著 黄建华 黄迅余译
- 《大分流:欧洲、中国及现代世界经济的发展》[美]彭慕兰著 史建云译
- 《近代中国的知识分子与文明》[日]佐藤慎一著 刘岳兵译
- 《转变的中国:历史变迁与欧洲经验的局限》[美]王国斌著 李伯重 连玲玲译
- 《中国近代思维的挫折》[日]岛田虔次著 甘万萍译

- 《美国的艺伎盟友》 [美]涩泽尚子 著 油小丽 牟学苑 译
《戊戌政变的台前幕后》 马勇 著
《战后东北亚主要国家间领土纠纷与国际关系研究》 李凡 著
《战后西亚国家领土纠纷与国际关系》 黄民兴 谢立忱 著
《民国首都南京的营造政治与现代想象(1927-1937)》 董佳 著
《战后日本史》 王新生 著
《衣被天下:明清江南丝绸史研究》 范金民 著

八、当代思想前沿系列

- 《世纪末的维也纳》 [美]卡尔·休斯克 著 李锋 译
《莎士比亚的政治》 [美]阿兰·布鲁姆 哈瑞·雅法 著 潘望 译
《邪恶》 [英]玛丽·米奇利 著 陆月宏 译
《知识分子都到哪里去了:对抗 21 世纪的庸人主义》 [英]弗兰克·富里迪 著 戴从容 译
《资本主义文化矛盾》 [美]丹尼尔·贝尔 著 严蓓雯 译
《流动的恐惧》 [英]齐格蒙特·鲍曼 著 谷蕾 杨超 等译
《流动的生活》 [英]齐格蒙特·鲍曼 著 徐朝友 译
《流动的时代:生活于充满不确定性的年代》 [英]齐格蒙特·鲍曼 著 谷蕾 武媛媛 译
《未来的形而上学》 [美]爱莲心 著 余日昌 译
《感受与形式》 [美]苏珊·朗格 著 高艳萍 译
《资本主义及其经济学:一种批判的历史》 [美]道格拉斯·多德 著 熊婴 译 刘思云 校
《异端人物》 [英]特里·伊格尔顿 著 刘超 陈叶 译
《哲学俱乐部:美国观念的故事》 [美]路易斯·梅南德 著 肖凡 鲁帆 译
《文化理论关键词》 [英]丹尼·卡瓦拉罗 著 张卫东 张生 赵顺宏 译
《齐格蒙特·鲍曼:后现代性的预言家》 [英]丹尼斯·史密斯 著 余江涛 译
《公共领域中的伦理学》 [英]约瑟夫·拉兹 著 葛四友 主译
《文化模式批判》 崔平 著
《谁是罗兰·巴特》 汪民安 著
《身体、空间与后现代性》 汪民安 著
《时间、空间与伦理学基础》 [美]爱莲心 著 高永旺 李孟国 译

九、教育理论研究系列

- 《教育研究方法导论》 [美]梅雷迪斯·D. 高尔等 著 许庆豫 等译
《教育基础》 [美]阿伦·奥恩斯坦 著 杨树兵 等译
《教育伦理学》 贾馥茗 著
《认知心理学》 [美]罗伯特·L. 索尔索 著 何华 等译
《现代心理学史》 [美]杜安·P. 舒尔茨 著 叶浩生 等译
《学校法学》 [美]米歇尔·W. 拉莫特 著 许庆豫 等译

十、艺术理论研究系列

- 《弗莱艺术批评文选》 [英]罗杰·弗莱 著 沈语冰 译
《另类准则:直面 20 世纪艺术》 [美]列奥·施坦伯格 著 沈语冰 刘凡 谷光曙 译
《当代艺术的主题:1980 年以后的视觉艺术》 [美]简·罗伯森 克雷格·迈克丹尼尔 著 匡骁 译
《艺术与物性:论文与评论集》 [美]迈克尔·弗雷德 著 张晓剑 沈语冰 译

- 《现代生活的画像:马奈及其追随者艺术中的巴黎》 [英]T.J. 克拉克 著 沈语冰 诸葛沂 译
- 《自我与图像》 [英]艾美利亚·琼斯 著 刘凡 谷光曙 译
- 《博物馆怀疑论:公共美术馆中的艺术展览史》 [美][大卫·卡里尔 著 丁宁 译
- 《艺术社会学》 [英]维多利亚·D. 亚历山大 著 章浩 沈杨 译
- 《云的理论:为了建立一种新的绘画史》 [法]于贝尔·达米施 著 董强 译
- 《杜尚之后的康德》 [比]蒂埃利·德·迪弗 著 沈语冰 张晓剑 陶铮 译
- 《蒂耶波洛的图画智力》 [美]斯维特拉娜·阿尔珀斯 [英]迈克尔·巴克森德尔 著 王玉冬 译
- 《伦敦朗的企业:工作室与艺术市场》 [美]斯维特拉娜·阿尔珀斯 著 冯白帆 译
- 《新前卫与文化工业》 [美]本雅明·布赫洛 著 何卫华 史岩林 桂宏军 钱纪芳 译
- 《现代艺术:19与20世纪》 [美]迈耶·夏皮罗 著 沈语冰 何海 译
- 《重构抽象表现主义:20世纪40年代的主体性与绘画》 [美]迈克尔·莱雅 著 毛秋月 译
- 《神经元艺术史》 [英]约翰·奥尼恩斯 著 梅娜芳 译
- 《实在的回归:世纪末的前卫艺术》 [美]哈尔·福斯特 著 杨娟娟 译
- 《德国文艺复兴时期的椴木雕刻家》 [德]巴克森德尔 著 殷树喜 译
- 《艺术的理论与哲学:风格、艺术家和社会》 [美]迈耶·夏皮罗 著 沈语冰 王玉冬 译

十一、中国经济问题研究系列

- 《中国经济的现代化:制度变革与结构转型》 肖耿 著
- 《世界经济复苏与中国的作用》 [英]傅晓岚 编 蔡悦 等译
- 《中国未来十年的改革之路》 《比较》研究室 编
- 《大失衡:贸易、冲突和世界经济的危险前路》 [美]迈克尔·佩蒂斯 著 王璟 译
- 《中国经济新转型》 [日]青木昌彦 吴敬琏 编 姚志敏 等译
- 《经济全球化与中国产业发展》 刘志彪 著

十二、艺术与社会系列

- 《艺术界》 [美]霍华德·S. 贝克尔 著 卢文超 译
- 《寻找如画美:英国的风景美学与旅游,1760—1800》 [英]马尔科姆·安德鲁斯 著 张箭飞 韦照周 译

十三、公共管理系列

- 《更快 更好 更省?》 [美]达尔·W. 福赛斯 著 范春辉 译
- 《公共行政的行动主义》 张康之 著
- 《美国能源政策:变革中的政治、挑战与前景》 [美]劳任斯·R. 格里戴维·E. 麦克纳布 著 付满 译

十四、智库系列

- 《经营智库:成熟组织的实务指南》 [美]雷蒙德·J. 斯特鲁伊克 著 李刚 等译 陆扬 校