

白色设计时代——前途与出路

2018.5

Designing after Jobs

现代主义设计运动,发端于 20 世纪初期。这场运动实实在在地在欧洲掀起了巨大的波澜, 并且于 30 年代在德国达到了顶峰。运动的旗手是西欧的几位建筑大师, 而机构则非包豪斯莫属! 作为社会主义思潮在建筑和工业领域的落实, 现代设计思想和实践改变了世界的模样。

欧美在二战结束以后的经济文化迅速发展, 与战前的现代设计运动很有关系。联邦德国战后工业经济的迅速恢复和社会富裕起来, 也不开前几十年的设计现代化的准备。而且乌尔姆 HfG 就是这一时期德国向世界设计事业的献礼。

80 年代涌现的孟菲斯为主的后现代主义潮流, 也是夺目而且耀眼的。但是经过之后一段时间的考验, 后现代潮流被证明是没有出路的。索特萨斯为首的大师们的作品, 天才有余, 理由不足。有些

“为赋新词强说愁”的味道。细看之下，那些东西至多可以说是表现主义设计的典范。和 20 世纪初的表现主义美术大师作品比较，还是会显得中气不足，为艺术而艺术。

在西欧产生后现代思潮的背景，还是社会性的不满情绪。60 年代末一度高昂的左派学生运动到 70 年代沉寂了下去；加上国际共产主义运动在苏联制度腐朽的时代无力回天。社会主义这个理想主义支撑变得十分虚弱。失去了理念刺激，整个西欧的设计显现出灰暗而且呆板的形象。这时孟菲斯流派的出现，如同黑夜里的闪电，惊艳了大地。一不留神，整个设计界又活动起来，仿佛理想世界就在咫尺之间。

之后的历史证明了，理想乃虚幻，而大师已一去不返。取而代之的是许多的明星设计师。他们的专业艺术纯熟，表现堪称完美。所不足的仅仅是理念，如果经济利益不算理由的话。

90 年代以来，设计潮流失去了主导的精神。如

果一定要为之定义，也只能说属于“商业化”的设计了。环保的理念和追求只能提供部分导向，对于逐利的设计要求仅仅起到微调作用。

到如今，成功的企业工业设计的理念仍然不外乎“计划废弃制”+“极小主义”。

今天的最成功企业，产品设计典范非苹果公司莫属。因为它是上面两项政策最好注解。

如果说，70年代的设计是灰色和低迷时期，那么现在的设计则是白色和平庸阶段。共同点是乏味当然，今天的产品的选材和表面加工更加讲究，材料贵重，充满了反光，闪动着诱惑。拜金主义的设计。

这种设计的流行，和苹果的风格相得益彰。实用品的高档化，奢侈化，于是蔚然成风。

于是乎，CEO 乔布斯成为了设计大腕，不仅是商界巨星。他重新给予了设计界继续奋斗的理由，成为商业明星！于是他居然成为了设计界仰望的

新领袖。几乎一夜之间，所有的手机都变成了苹果的样子。而且以后的也都只能是类似的样子。时代精神是不可抗拒的，这是金钱崇拜的时代。设计到了乔布斯时代就完全变成了商业竞争的工具，徒有理想主义的外壳而已。后现代设计潮流，是由社会主义转向个人的表现主义；那么乔氏成功经验则是主流设计完成了向消费主义转变的明证。

今天试问，当代设计的前途如何，道路又怎样？

巨星乔布斯已经陨落，设计事业必须继续往前发展。从乔氏的事业成功，设计界可以汲取一些教益，是我所寄予的希望。

这里我将历史的经验和目前的机遇归结到以下几点：

1. 后现代主义（解构、孟菲斯）并非现代设计的出路，原因还有待另开课题研究；
2. “极小主义”（Ulm, Braun）原则是放之四

海而皆准的，无论是何文化圈；

3. “苹果设计”风格已经泛滥达到极点，是到了改变的时候了；
4. 新设计（运动）需要精神力量，而力量源泉又在哪里？
5. “读图时代“的人们需要心灵的安慰，需要文学，需要音乐；
6. “后房地产时代“有大量空间要改造，充实，装饰，是着手处；
7. “无隐私”时代需要大量的“宅”，空间给个人以庇护和籍慰；
8. “两极化社会“现象需要唤起设计人的责任，为均贫富而努力！
9. “智能化”新冲突的可能，人机关系又走到了挑战的时候，历史赋予工业设计新的使命。

时代精神是牵引社会的动力。这个时代虽说是拜金的时代，却不是没有精英的存在。在精英们思考社会问题和解决方案的时候，设计师们应该行动起来。一个世纪以前，Le

Cobusier 大师提出了“走向新建筑”的号召，副标题：没住房便会革命。第一代现代主义建筑出现在西欧城市里，那不是富人的别墅，而是劳动者的新村，低成本的城市住宅。德国人称之为“社会住宅”。今天我们看到的城市住宅，大都是那一代设计的翻版。

历史告诉我们，设计师也属于精英；当他们找到了方向，就能够为社会的进步和大众的生活做许多好事。他们只建设，不破坏。

我们设计师要去找准自己的位子，找到移动世界的支点，哪怕只动一丁点，比如：

A 奢侈品设计，帮助金钱流动；

B 小空间功能优化设计，改善大众生活；

C 长寿命，高品质产品，惠及社会，保护地球生态。