

John Maeda: 简易 科技 设计

<http://www.sina.com.cn> 2005 年 11 月 03 日 09:51 新浪科技



图为：麻省理工学院美学与计算小组实体语言实验室总监John Maeda

[点击此处查看全部科技图片](#)

编者按：中国正逐渐从“中国制造”走向“中国创造”。站在跻身为世界工厂的“中国制造”肩膀上，创造对中国来说既是机遇更是挑战。

创造的核心——说白了，就是一种广义的设计能力。纵观世界知名的顶尖品牌，无不以品牌经验与用户体验的设计能力作为核心竞争力。

我们试图通过本专题中与西方大师的对话交流中，了解他们心目中的设计理念。西方设计在技术和多国文化之间如何连结，学术界如何培育新兴市场需要的设计精英，预备颠覆明日世界设计哲学是什么，以及他们共同对正在崛起的中国市场的看法。

希望迈向中国品牌的路，能从这些设计大师的对话中找到一些启示。

约翰·前田(John Maeda)，一位数字媒体界传奇性的艺术家与设计师。他擅长将电脑程序的尖端的计算性与艺术的优雅表现作完美的结合，个人作品广受国际大奖的肯定。1966年

出生在美国的西雅图，1988年分别获得麻省理工学院和英国剑桥大学的学士和硕士学位，1992年获得日本筑波大学艺术与设计大学的哲学博士学位。

他于1996年开始任教于麻省理工的美学与计算小组 (Aesthetics & Computation Group)，现为实体语言实验室总监 (Physical Language Workshop)，在他手中已然培育出一批顶尖的当代数字艺术家。他所主导的“简易 (Simplicity) 计划”是一项实验性的研究项目，意在开发新的设计技术，用于制造简明易用并能给人带来享受的产品。

对于“简易计划”的缘起，Maeda 教授是这样解释的：

“我对‘简易’的探索源于一时的奇想。有一天，我发现 MIT (麻省理工学院，我任教的大学) 这三个字母竟然依次排列在‘简易’ (SIMPLICITY) 这个单词里，更令我惊讶的是，它们也同样存在于‘复杂’ (COMPLEXITY) 当中。忽视这个讯息对我来说犹如渎神一般不可原谅，于是我便开始了对“简易”的探索。

“更严肃一点的解释是，我一直想知道为什么电脑 (一种高度复杂的东西) 和设计 (通常强调简单) 总是像‘油和水’一样难以相容。我最初在动态互动图形方面的研究工作，其实质就是在复杂 (科技) 的情境下寻求简易 (设计)。现在，我不仅在自己的作品中追求这种平衡，更想把这一理念推广至社会乃至更广泛的领域。为实现这一目标，我们成立了‘简易计划’。”

Maeda 教授认为，“简易”并不意味着廉价或削减应有的功能，而是指设计简洁雅致，操控简便易用。如何使一个东西在拥有强大功能的同时，操作起来却很简单，这是他们所要应对的挑战。

不仅如此，“简易计划”的深远意义在于重新定义人类与科技的关系，简化人与科技之间的界面，在科技的复杂性与艺术简约之间找寻合作模式，解决信息的过度泛滥。他并罕见的运用博客 (weblogs.media.mit.edu/SIMPLICITY/) 作为媒体，将他对简易的思考向大众阐述。

他曾受邀在许多学院、文化和产业机构演讲关于艺术设计与科学的话题，包括 Sony 设计中心、Tokyo 设计中心、东京现代设计俱乐部、美国哈佛大学设计研究所、普林斯顿大学、旧金山现代艺术博物馆和纽约艺术设计俱乐部。亲自拜访麻省理工学院与他对话以后，可以感受他对于简易这个计划有着极为复杂丰富的思考。以下是对话全文：

访问者： 蒋显斌

受访者：John Maeda

整理：新浪翻译中心

John Maeda：我想你可以把一些观念带回中国，一些不同的思考方式。美国有一些很重要的设计发明，比如我手中拿的一次性杯子、或是一次性纸张、一次性盘子。这是一种前所未有的重大发明。也许你觉得这个发明实在是糟透了。但这的确是一项重大发明，它触及了设计的核心。这些一次性物品用完了就会被抛弃，我们制造了一些只供眼前使用的东西。你恐怕会问，难道这是个好主意吗？是一种好的设计吗？嘿嘿，恐怕未必。



图为：John Maeda 研究设计的产品

蒋显斌：是的，一次性物品只在某观点上是一次性的。整体而言仍然不朽地存在着。

John Maeda：是的，如何处理使用过的一次性物品是件令人头疼的事。这涉及到资本主义的一些基本特征。例如，手机厂商不希望你长时间地喜欢某一款手机。他们就是要让你接受一次性的生活方式。因此我对设计的本质怀有疑问。此外，艺术也是一个问题。因为技术已经被颠覆。许多艺术家不知道什么是技术。“艺术科技” (Art Tech)更多的是关乎声音，关乎发言权，而不是技术。关键是你能发出多大的声音，由于科技已经超出普通人能够触及的范围，你必须在艺术上发出很大的声音。此外，这也是一种非常“一次性”的设计文化，这听起来并不好。我们应该有更好的方式。



图为：John Maeda 研究设计的产品

蒋显斌：我注意到您在过去几年获过许多设计大奖。我想知道，也是我们的读者想知道的是，您是先对艺术和设计，还是先对科技产生兴趣的？

John Maeda：我获了所有我能获的奖。韩国的奖，克莱斯勒奖，国家设计奖。今年我还获得了德国的一个顶级奖项。

很多人认为我看起来像 60 岁的人，其实我还年轻。我的主要贡献是我对数字媒体的思考，以及我作为一个痴迷于科技的人对于科技的思考。我曾就读于麻省理工学院，学习计算机科学，研究生阶段读的是设备模拟，属于物理学范畴。其实我一直非常热爱艺术。如同所有亚洲家庭一样，如果你想成为一名艺术家，你的父母一定会说：“不行。”而你会说：“那好吧。”

蒋显斌：这是很典型的亚洲现象。

John Maeda：在亚洲很普遍。最关键的是，在亚洲，如果父母说“不行”，你就会说“好的”。这是我们的思维方式。如果我们在成长过程中接受不同的教育，我们可能会说：“不，我不会听你的。”可从小家长就教育我们要听话，我们的文化就是这样，让你听从保守的观念，保守但有用的观念，因为这些保守观念能让你有饭吃。我父亲说：“为什么不行？因为你-要-吃-饭。”



图为：John Maeda 研究设计的产品

蒋显斌：是的，因为要取得基本生存能力。

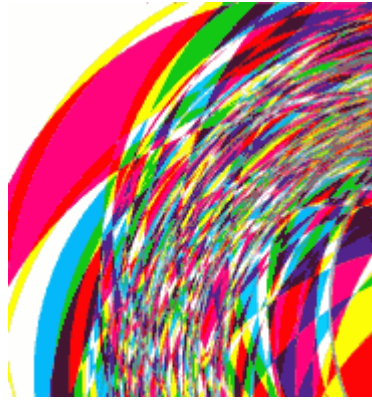
John Maeda：这很好，不是什么坏事。正因为如此，我学到了生存的技能。当我充分掌握了科技知识之后，我父亲说：“你现在学的足够多了，去做你想做的事吧。”于是我就去了艺术学校，重新设计我的思维。我很幸运，因为突然之间科技变得非常重要，而我已经能够运用我在麻省理工学院所学的知识重新定义事物的外观了。

蒋显斌：所以这段弯路让你能够吃上饭，并且还有助于你的创新。不算冤枉的一段弯路啊！

John Maeda：没错，我现在变得可以吃得更多了(笑)。现在网络上到处都有 FLASH 一类的东西，我就是最早进行这方面探索的人。我研究的是如何用复杂的计算机程序实现简单美观的表现形式。身处这个领域，我感到非常幸运。另外，我有几个很好的老师。

蒋显斌：你的老师是谁？

John Maeda：我有很多导师，一个是在美国指导我进行图形设计的 Paul Rand，还有一个是在日本的导师田中一光(Ikko Tanaka)。他们都是些老先生了。他们告诉我，你不可能知道自己的东西好还是不好，除非你能让更多的人喜欢你。因此我投身于教育，过去十年来，我一直专注于教育工作。如果说出数字领域最有成就的十个人，其中就会有我和我的学生。因此我在这个领域是成功的，因为我幸运地走了弯路，听从了父母的意见。世界正在以科技为中心向前发展，现在我要听取不同的意见了。



图为：John Maeda 研究设计的产品

蒋显斌：您从筑波大学获得了博士学位。有设计学博士学位课程的学校还是比较少见的。

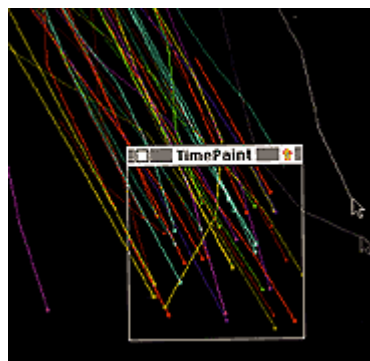
John Maeda：我没觉得博士学位有多大的意义。读这个博士学位纯粹出于偶然，只是出于兴趣而已。我当初离开麻省理工另有原因。那时教我的教授很差劲，所以我就退学了。我从麻省出来后，当时就想再也不回那个地方去了。我从日本再回来麻省理工时，非常地天真。因为在日本，我很快就有了名气，前辈们也非常爱护我。我根本就不懂钩心斗角的事，所以我才会这么就回来了。我早就听人说过，麻省这方面乱七八糟的事特别多。当时决定录用我的是系主任 Ben Richards，他是认知科学方面的权威，人非常好。我问他：“麻理的人际关系是不是很复杂？”“没有这样的事。”他回答我。于是我就来了。谁知道，我来了还没一个礼拜，他就被从系领导职位上排挤下来了。当时除了我以外，他还招了一个人。那人那时还没来报到。他们就跟他解除了聘约。我因为已经来了，他们就没办法了。但显然没人想用我。我没有科研经费。我只能在学校里转悠，找了些被淘汰的电脑，在这些破电脑上面做我的研究。

九年过去了，我干得还不错，出版了三本书，手头正在准备一些新的东西。11 月份，我在巴黎的卡蒂亚基金会(The Foundation Cartier)有一个作品展。我正在做的一个新项目叫“简易(Simplicity)”。简易很重要。因为我所从事的领域是技术方面的，很复杂。而艺术、设计是属于人文的，比较简易。有一天，我发现“复杂(Complexity)”和“简易(Simplicity)”这两个词里都含有“MIT”这三个“麻省理工”的缩写字母。这好像是上天给我的启示，告诉我时机到了，我应该把所有的东西都简易化，着手设计一个这方面的研究项目。这个项目的核心问题是如何使产品简单易用。做出来的东西看起来简单，但做的过程并不容易。

拿 iPod 来说吧。一般人都觉得 iPod 是一个了不起的产品。iPod 其实没什么了不起，它之所以成功是因为配套的 iTunes 在线音乐服务很好。苹果公司能藉 iTunes 这种配套服务和设

计独特的苹果电脑来建立自己的品牌形象，这点很了不起。iPod 这个产品本身并没有什么值得称道的，它只是一个播放终端而已，如同索尼的 PlayStation，光凭一个播放器并不能赚大钱，赚钱靠的是软件。消费者看到的只是外在的，“喔——这个设计真是不得了”。其实重要的是底下的东西。外观设计只是产品的一个外部特征而已。

我认为，从中我们可以得出关于简易化设计未来发展趋势的一些启示。设计不是你能看到的表面的那些东西，而是所有存在的东西。有一个关于人工智能先驱马文·明斯基教授的故事。当年，美国国防高级研究计划局 (Defense Advanced Research Projects Agency, DARPA) 资助明斯基成立了人工智能实验室，但军方的人对他的成果却颇不以为然：“我们投入了几百万美元，得到的竟然只是一卷磁带！”这是 20 世纪 60 年代的事了。而现在到了 21 世纪，人们的思维仍然跟那时候一样，他们不知道，那卷小小的磁带其实比一座城市还大。未来，人们需要从想像的、虚拟空间的角度来看待设计。商界对此还认识不够。企业是从钱的角度考虑问题的；而钱是用来衡量东西的价值的。我们通常只有在能看到具体的实物时，才能更好地衡量它的价值——因此，商界仍然倾向于看得到、摸得着的东西。商业人士必须改变这种传统思维方式，从新的角度来衡量设计。这就是我做“简易”项目的一个目的。



图为：John Maeda 研究设计的产品

蒋显斌：如果我们把“商业活动”用数学等式来表达，等号一边的 y ——或是说其终极目的就是企业利润。你认为设计的最终极意义是什么？设计的 y 是什么？

John Maeda：你的比喻非常好。对于设计的意义，不同的人有不同的观点。我曾经认为艺术设计是一种额外的奢侈品，只有付得起钱的人才能得到，一般人与之无缘。但维吉尼亚·帕斯楚 (Virginia Postrel) 的一本很棒的书对我影响很大。她指出，标靶连锁百货 (Target Stores) 中出售的迈克尔·格雷夫斯 (Michael Graves) 设计的日常用品改变了以前的情形——由于价格低廉，每个人都可以享受到设计。她的这本书谈的是美学，购物中的美学。她认为设计不是奢侈品，享受设计是上帝赐予人的权利。

蒋显斌：她认为是赐予“特定人群”的权利吗？

John Maeda：是赐予所有人的权利。但我一直坚信我父亲的原则，那就是生存问题，最基本的吃饭问题。你是否一定要吃好看的东西呢？如果你必须在好看和有营养之间选择一个的话，你会选择有营养。如果你在一个荒岛上，没有其他的食物，只有看起来恶心但对你有益的食物和看起来好看但对你有害的食物，你一定会选择前者，因为生存是第一位的。所以我还是坚持我父亲的观点，我还是认为营养是人的基本需要，其他的都是额外的。所以，我不同意帕斯楚的这个观点。如果我付得起钱，我会买那些东西，但它们并不是不可或缺的。

蒋显斌：是否是一种渴求(Want)与需求(Need)之间的差别。

John Maeda：是渴求(Want)，而不是需求(Need)。在生活中有渴求是很重要的，如果你只满足于最基本的需要，那你就是个动物。



图为：John Maeda 研究设计的产品

蒋显斌：请你谈谈对中国的工业设计看法。

John Maeda：有件事我想知道，中国的工人们在为全世界制造像 Sanrio, Hello Kitty 这样的工艺品时会怎么想？每到新年时到处都是这些奇奇怪怪的小装饰品。我想知道人们有何感想？

蒋显斌：是制造者还是购买者的想法？

John Maeda：是制造这些东西的人怎样看购买这些东西的人。我想制造者是不会买他们的产品的，只有美国人才会买这些完全无用的东西。我想，他们大概什么都没想，他们只是为了能够吃上饭，为了生活得好些才制造这些东西的。这些人不会奢望拥有高档轿车，他们的愿望更人性，矫揉造作的成分更少些。

我每天开车回家的时候，会路过一个为低收入者建造的大楼，很大的建筑，就在地铁和

公路旁边，看起来不是很舒适。但我能看到里面的人家，父母孩子其乐融融。他们没有很多钱，但是他们的家庭是幸福的。他们有什么？有幸福。这一点对设计很有启发意义。

蒋显斌：你刚才提到的一点很重要，人首先要解决生存和安全问题。正如马斯洛的需求层次理论，一个人首先要填饱肚子才能进一步追求其它方面的满足。现在，中国还有大量人口需要解决基本的温饱问题。当然，处于“金字塔顶端”的人和中产阶级已经开始享受设计带来的乐趣、追求更美好的生活了，并因此逐渐出现了一个对设计敏感的新兴市场。此外，中国是一个世界加工厂，很多中国制造的产品要绕道日本、韩国、美国再转回国内销售。这是现实。但我深信，在未来二十年内，设计将在中国得到重大的发展，会有国外的世界级设计师进入中国，也会在国内出现继承了优良传统的顶尖设计师。

John Maeda：理想的情况是，中国能够涌现出一批世界级的人才或企业，或者是有世界级的设计师到中国来发展事业。我认为在设计方面获得一定的地位是非常重要的。目前至关重要的一件事就是让中国的设计界出现一位知名人物，这可以让中产阶级看到一个触手可及的目标。也许，中国目前已经出现了这样的人才，有得到年轻人认可的设计师，创造出年轻人喜欢东西。然而，我见过许多设计天才，我的经验是，他们的天才之处在于他们是普通人。另外一些设计师可能打扮得非常夸张，穿着金色外套，戴着巨大的眼镜，看上去像星球大战中的 YODA，但最杰出的人往往是最普通的人。因此，作为一个设计师，你应该追随一个看上去最普通的英雄榜样。



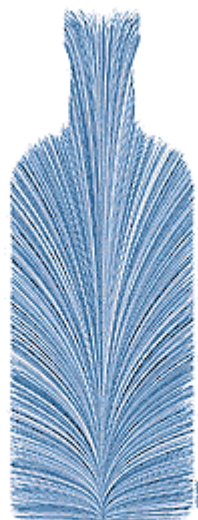
图为：John Maeda 研究设计的产品

蒋显斌：再回到您的“简易”项目。您认为这个项目对于反思科技创新方向的意义更大，还是对人们反思整体生活方式或是思想上的影响更大一些？

John Maeda: 它的意义主要还是在于生活上的创新。未来，计算机系统不再只是由几台电脑组成的系统。普通人也将成为计算机系统的一分子。人作为计算矩阵的一部分参与其中。未来，做一件事也许会动用大量人力智力，这样就需要把人的智力放入计算，进行基础建设，建立一个巨大的信息基础架构，这个架构里既有计算机，也有人，组成一个个工作单元，就像电子海湾(eBay)的处理系统一样，这是一个创造力处理系统。

想像一下，未来比如在使用微软的 Excel 软件时，不是像现在这样输入一串数字，给出一堆图表，什么饼图、柱状图什么的，而是未来会跳出一个人来问你：“你好，我是亚洲顶尖设计师某某，我的费用是若干若干。”你可以把任务交给活生生的人，而不是机器。这种方式之所以更好，是因为凡是涉及解释、阐述性的东西，计算机永远都不会比人做得好。

在这个“简易”系统里，机器设备和人在这个生态环境里各处于什么位置呢？处于这些系统里的人要得到什么？那肯定要有报酬。报酬并不需要很高，法拉力就不必了，一顿早餐就可以了。为什么这个系统对未来很重要？因为它是关于创新的，关于创造力，关于人的思维。它之所以重要，是因为我们的社会环境—美国的政治环境，不重视创造力。看看美国用来评价学校教育的标准化测试就知道了。这些测试的目的是为了衡量该拨给一个学校多少钱。如果一个学校的测试成绩不错，下一期拨款就会增加。这些测试测些什么内容呢？学生的阅读和数学能力。那么学校怎么才能提高它们的测试成绩呢？只有把美术、音乐、体育这样的课程砍掉，让学生们一门心思专攻测试涉及的课程。这是一种生存竞争。我想，这套系统是不会变化的，因为我们生活在一个需要对一切进行衡量的社会里。如果这个“简易”基础构架、这个矩阵可以带来金钱上的效益，十年之后，这个生态系统可以看到在全球范围产生一、两千万美元的产出，我想政策制订者就会说，在培养创造力上加大投资是有意义的。



ABSOLUT MAEDA.

图为：John Maeda 研究设计的产品

蒋显斌：好比是创造一种新的商业系统运营模型，以提高社会对创造力重视程度？

John Maeda：没错。在谈创造力的系统，也必须先要证明它能够产生效益。中国所要面临的问题跟当初欧洲和美国面临的问题一样，皆归因于普世运用的会计法则。

蒋显斌：我们在网络上很难找到“简易”项目的相关信息，我怎样才能让读者更加了解它呢？

John Maeda：这个项目是不对外公开的。我是有意这样做的。如果你到这里来，你会了解到很多。现在网上的东西太多了，人们不用付出代价就可以得到各种信息。这样一来，信息就太过廉价了。我把“简易”项目的秘密隐藏起来，如果有人想了解它，想进行投资，请到我这里来。

蒋显斌：你怎样阐释“简易”的内涵呢？

John Maeda：简易的内涵就是既有复杂的丰富性，又有简易的直观性。两者都要有，缺一不可，这是我们追求的目标。实现这一目标的关键不在于科技，而是在于社会的变革。



图为：John Maeda 研究设计的产品

蒋显斌：您的研究富有浓厚的哲学意味。您是否认为这与亚洲哲学中的极简主义有关？

John Maeda：最近有人写信问我：是否认为具有禅意的索尼公司可以比苹果公司在“简易”方面表现得更杰出。我不确定这是否与文化有关。我在研究当中不可避免地要跨越不同的文化。这是件好事，但有时也是坏事。这的确影响了我的思考方式。我非常地实际，也非

常地不切实际。你看到的就是我想到的。

蒋显斌：我们的谈话将被翻译成中文介绍给中国读者。我想读者在了解了您的哲学和您所追求的目标后，可能会向您提出一些问题。您的博客上是否开设了接收读者反馈的区域？

John Maeda：我的博客还没有留言功能。

蒋显斌：我希望随着时间推移，您会把您所从事的研究更多地披露给大家。

John Maeda：是的。不过现在的样子才让它显得特别。

蒋显斌：我们也看到了您在实体语言实验室开设的网上设计培训室。看来很精彩。

John Maeda：我们的暑期课程还没有中国学生报名。我希望中国的学生能积极参与到我们的课程中来。报名地址是：

<http://www.media.mit.edu/research/ResearchPubWeb.pl?ID=919>