

图书在版编目(CIP)数据

设计真言:西方现代设计思想经典文选/中央美术学院设计学院史论部编译. — 南京:江苏美术出版社, 2009.8

ISBN 978-7-5344-2804-3

I.设… II.中… III.艺术—设计—西方国家—文集 IV.J06-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 143325 号

出品人 顾华明

责任编辑 王林军

编 务 洪 艳

责任校对 刁海裕

责任监印 贲 炜

装帧设计 书衣坊·未 氓 刘 俊

书 名 设计真言

编 译 中央美术学院设计学院史论部

出版发行 凤凰出版传媒集团

江苏美术出版社(南京中央路 165 号 邮编 210009)

集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>

经 销 江苏省新华发行集团有限公司

制 版 江苏凤凰制版有限公司

印 刷 南京爱德印刷有限公司

开 本 700 × 1000 1/16

印 张 77

版 次 2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5344-2804-3

定 价 98.00 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 5 楼

江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

一

本书收入1852——2005年间西方现代设计思想文献130篇。自十九世纪后半叶以来的一百五十年中，西方主要工业国家中最重要的设计家、设计理论家，如亨利·科尔、哥特弗雷德·森佩、约翰·罗斯金、威廉·莫里斯、C. R. 阿什比、阿道夫·卢斯、赫曼·穆特休斯、沃尔特·格罗皮乌斯、阿尔瓦·阿尔托，直至托马斯·马尔多纳多、罗伯特·文丘里、R.布克敏斯特·富勒、保罗·兰德、维克多·帕帕奈克等一批大师的思想几乎都有所体现，其中不少是深具历史影响的经典文献。文献论述的领域覆盖工业设计、平面设计、展示设计、建筑设计、城市设计以及新媒体设计等学科，内容则包括设计原理、设计批评、设计管理、设计与审美、设计与文化、设计与公共决策等。

本稿是团队合作的成果，参加翻译及校对的人员包括周博、海军、熊嫒、黄厚石、邹游、季倩、陆江艳、孙海燕、苏欣、叶芳、边千慧、张长征、姚民义、时璇、李晓霞、刘爽、罗茜尹、罗颖、王华晓、任莎莎、郭超、张翎、姜晓健、刘颖等二十多位老师和同学，周博在编辑、组稿及校译过程中承担了更多的责任，许平通看了全稿。译者大部是中央美术学院设计学院史论部2004、05、06、07、08各级的设计艺术学专业博

士、硕士研究生，有多位同学投入此项工作时还在读，待本稿付梓时已完成学业，有的则已留校任教。

二

西方设计思想史文献的原文通读历来是研究生教学中的弱项。而对西方现代设计学术发展脉络的梳理与把握，又是史论专业研究生教学中的基础课题。因此，自2006年起，史论部开始构建“西方现代设计思潮研究”专题课程。课程以整个西方现代设计发展历程为对象、涉及西方多种思想学说的文献通读和辨析，通过一段时间的集体学习、研读与取舍，课程初显雏形。回想起来，当时就整个设计艺术学科学术积累、教材编纂的现实状况而言，可用资源贫乏；且史论部组建伊始，教学条件尚不完善，师生深感缺乏适用教材的压力。于是，学着七十多年前西南联大那种教学互动、集研读与探讨于一体的做法，寻找可行的结构方式。先根据设计史线索大致编好目次，以重要人物的代表性外文文献及相关资料为阅读单元，指定对象收集资料并进行梳理，每位研究生都以这样的个案研究为基础，做成不少于30张幻灯片的PPT文件，在课上作小型研究报告，每次课程则围绕一个代表性人物或一篇文献展开讨论。这样，经过近四年时间、五届研究生的积累，初步形成“西方现代设计思想文献选读”的篇目基础。在与江苏美术出版社商定出版计划之后，又再次对内容进行审定与增补，从原来以工业（产品）设计为主，调整为涵盖印刷设计、图形设计、字体设计、广告设计、信息设计、系统设计、媒体设计以及城市与规划设计等多个专业领域的“大设计”架构，视野则拓宽到与设计相关的管理科学、社会研究以及公共政策等，收入文献的时间下限也延至本世纪初，据此形成对19世纪50年代以来西方现代设

计发展历程的全方位考察；为方便阅读，每篇篇首增写文献导读及作者简介，最终构成本稿目前面貌。

成稿的过程漫长、枯燥，也是紧张而愉快的。研究生们为搜寻和翻译这些文献，耗费了难以计数的时间与心血。五届研究生几度交替，老生带着新生，乐此不疲地往来于海淀一望京的路上：计算车费与行程、计算借书额度、寻觅价廉物美的复印商……都是必须的日程内容；北京现有的几大图书馆馆藏都被搜索数遍，连图书馆附近那几家小饭馆也成为他们定点用餐的“腹地”。资料取回之后的工作更为繁重，翻译，考订，互校，写稿，制作PPT……直到在每周一次的史论部“沙龙”发表。讲者如临深渊，听者满怀期待，成功者赢得喝彩，“折戟者”跌倒重来……几年下来，史论部“沙龙”渐成制度，长年的积累终于有所获益，一张张成熟、自信的面孔代替了最初的紧张与苍白，本稿的集成则是这段难忘生活的一个见证。

三

选定篇目与完成编译的过程，是一个对西方设计思想的由来及其发展脉络梳理与加深理解的过程。通读的结果，令我们对现代设计思想的历史增长敬意，而集中地面对西方设计的理念、办法和实践经验，则为进入中国设计问题的研究做了资源的准备。另一个收获，是对整个20世纪人文社会科学学术视野中设计学术思想的存在状态有所体验。

在对相关文献的搜索中，我们发现，早期工业（产品）或建筑设计领域的相关史料较为多见，有关价值观、世界观与审美方法论的论述多样而丰富；越近当代，有关技术与方法的文字也越多，早期那种雄辩的观点论争则相对减少，它既折射出某种学科重心的转移，同时也反映出设计思想进程的某种缺

憾。在整个20世纪学术视野中，艺术学术的资料贫乏已是事实，而艺术领域中设计学术对于整个人文思想发展的理论贡献更是乏善可陈。在有限的设计思想文献中，早期大师们那种跨学科的思维所向、那种驾御宏观的气度，近年来已如凤毛麟角，客观上增加了选编的困难。

本稿一定程度上留下了我们思考这段历史进程的痕迹。

它为学习而编，是一本便于全面了解并把握现代设计发展历程的工具书，不仅收入了众多学习现代设计不可不读的经典文献，同时还收入了一些可以放宽视野、轻松浏览的“边角”史料。比如记录了“冷战”期间两位“超级大国”总统唇枪舌剑真实场景的那番“厨房对话”、比如美国总统理查德·尼克松“关于处理能源短缺政策的全国讲话”等等。虽然篇幅都不长，但却从不同的侧面反映了当代设计与国家政策、意识形态与民生大计的直接关联，对于理解隐藏在设计背后的价值取向，是相当有益的历史见证。

它也是为设计而编，适合于今天的设计师们直接与历史上的大师展开心灵的对话。本稿没有采取常见的以艺术“风格”分类、或以历史编年排序的方法，而是以大的设计分期为背景，以设计师个体为单元，以设计价值观与设计方法的历史演进为基轴而展开史料。这既是缘于“风格”的标签无法区分所有的思想表现，同时也是因为以“风格”为指标的划分法对于设计史而言并不真实。平心而论，设计史中以某种“风格”或“主义”出现的主张并非无迹可寻，但是正如意大利设计师托马斯·马尔多纳多所言，“设计”是因为“问题”存在而找到解决方法的“过程”，“问题”才是设计存在和发展的前提。不同时期内不同“问题”范畴的交替构成设计史、也是设计思想史进程的真正动力。如果重温一下当年格罗皮乌斯为强加

于他“国际主义风格”倡导者“封号”的窘迫，我们就可以发现，早期研究以“风格”划线的轻率，正是设计史研究方法不成熟的标志。

它更是为研究而编，是一种认识过程的沉淀。本稿本来并未着眼于百年历史的宏大结构。当时更多地是为了弥补设计史书寥落不齐的现状，因此，篇目的取舍更在意历史的峰回路转以及可印证表面变化的背后成因，有时对于同一历史现象会提供不同侧面的证明，以获得更为真实和丰满的、类似于“三维成像”的阅读效果，同时也是把最后定论的权利留给读者自己，比如对阿道夫·卢斯的“装饰与罪恶”说。事实上，本稿所选篇目不少都对应着多届硕、博士研究生的论文选题：有关卢斯、有关马尔多纳多、有关马格林、有关帕帕奈克、有关富勒……都是如此。这些文献的收入，使文本的背后又多了一层学术史的思考。

四

工业革命以来，以欧洲为前驱的西方社会从经济文化到思想观念都产生了巨大的变化，现代设计在这一历史性转变中占有重要地位，西方现代设计的先进国家得益于设计理念的不断探索与变革，一个多世纪以来形成丰富的成果。尤其是进入20世纪以后，在现代及后现代文化哲学、艺术观念的影响之下，西方设计思潮奔涌跌宕、此起彼伏，也以更深入、更多样的传播影响着当代设计、产业与文化的发展。可以说，到20世纪末，现代设计前所未有地表现出一种“以社会为导向”（汤姆·米切尔语，见本稿《作为幻觉的产品》）的浓郁色彩。但是，设计一旦从艺术殿堂进入社会舞台，演化为一种有能力影响时代的现实因素时，它所承载的职业责任也必然显现质的变

化，日益突出的价值观矛盾与方法论矛盾随之出现，构成20世纪中后期间断出现的理论危机与认识方面的挑战。细心的读者会发现，这部西方现代设计思想文稿中不乏各种尖锐对立的思想与声音。事实上，整个20世纪西方设计思想发展的进程中，“设计”的定义被不断重写、刷新，持以各种立场的设计师与思想家们，不断地从各种立场与角度追问“什么是设计”，而每一次认识与定义的更新，都带来“设计”的功能提升和定义的科学性，将现代设计送上更高的认识高度。这是在阅读现代设计思想史时尤其应当引起关注的。

可以说，整个西方现代设计思想史，就是一部关于设计“意义”的争论史。纵观这些关于设计意义的讨论，大致可以分为价值取向与方法取向两个方面，即所谓“价值论”的设计论与“工具论”的设计论。设计成长中的功能提升与技术延伸，需要方法论的引导；但是，设计的功能实现则更需要价值观的引导、需要在不断深化的价值论导向下推动方法与技术的更新。而以往我们对于现代设计发展的了解中，较多关注到的，往往是设计师为拓展生存空间的奋斗、为完善设计技术的努力，但是对于设计行为自身的内涵反省与文化自律，却很少触及。事实上，西方现代设计思想发展史，是设计界自身不断调整价值导向、调整精神与实践的交叉递进关系、在价值认同与思维方法的碰撞中推进设计发展的历史。

上世纪60年代，正是西方社会的反主流文化风起云涌之际，文化批判的浪潮激荡着西方社会的各个角落，但设计界却似乎被三十年代以来的商业成功与技术改良所兴奋，较少听到价值批判的声音。但正是此时，一批有见识的设计师敏感地预见到设计行业的成长必然要求责任意识的强化。60年代中，英国设计师赫伯特·斯本色就警示过设计界的主要挑战将来自

职业道义的弱化，责任意识淡漠对整个行业将带来深深的伤害，他果敢地发出不同的声音：

“让我们回顾一下过去150年来设计的发展，很显然，设计师们今天所面临的意义深远的挑战，并非是对他们能力的挑战，而是对他们正直性的挑战。设计职业已经渡过了它漫长的青春期，现在看来却像是在履行它的成人职责还是退回到育婴室中去的决定中摇摆。”他明确指出，“设计师不应仅对经济做出贡献，而是要直接地对我们社会的健康与幸福做出贡献。”（见本稿：《设计职业的责任》）

不可否认，设计界中或多或少存在着回避责任的倾向，这种倾向与另一位英国设计史学者克莱夫·迪尔诺特曾经指出的“行业自身的经验主义和反知识倾向、与美术史相比或多或少的潜意识亚等级心态”（克莱夫·迪尔诺特《设计史的状况》，何工译，参见《艺术当代》2005年第四卷第五期）有关。这其中，既有源于“艺术”血统的“先天”的优越感，也有源于商业支撑之下“如鱼得水”的成就感，双重的“桂冠”之下，设计创造的“价值”则非常容易被夸大，而掩盖了文化自律的苍白。（参见斯克鲁德《经营位置》等篇）。70年代初，美国工业设计界的老将维克多·帕帕奈克终于率先“逆流”而上，对设计中的虚假行为提出尖锐的批判（参见本稿维克多·帕帕奈克《为真实的世界设计》、《教育图解》以及维克多·马格林《为可持续的世界设计》等篇）。此后的几十年中，这些呼喊“设计的社会和道德责任”的声音，终于为设计界逐渐接受并得到响应，越来越多的设计师选择更强调社会道义与责任的设计路径，一种更加健康而合理的新设计成为21世纪初的设计新声。2008年春，美国纽约库珀·休伊特国家设计展览馆举办名为“为其余90%的人”的别开生面的设计展，主

办者与参展者都声称作品不是为全球最富足的10%人口，而是为占总人口90%的、贫困的“其余”人群、为他们提供低成本的生活用品而设计的（据新华社报道）。

帕帕奈克终于不再孤独，他的“将设计带回生活”的理想正在影响着设计发展的现实，但是他的另一段话在今天读来仍然令人深思，“人人都是设计师。健康的人所做的所有的事都是设计。我们必须注意到这一点并通过我们自己的工作使越来越多的人能够设计他们自己的体验、公益服务、工具和制品。”（参见本稿：维克多·帕帕奈克《教育图解》）。这段在今天读来仍然不无“理想化”、甚至带有某种“设计取消论”色彩的见解，其实同样可以视为又一次设计“意义”的刷新。尽管它与许多仍然以推崇设计技术独特价值为本位的见解大相径庭，但与他所一贯主张的“设计是人类帮助自主的自我实现的一种基本能力”的观点一脉相承，其核心并非“取消设计”，而恰恰是希望通过设计师的设计让更多的人获得一种更为自由、自主与健康的生活能力，如果设计能够为这样的目标方向而起到引导作用，该是何等的光荣。帕帕奈克其实只是以现代的观点延伸并实践着半个多世纪前包豪斯设计理想的推动者拉兹洛·莫霍里·纳吉的判断“设计是一种态度而非一种职业”。

毫无疑问，今天的设计，正在发生着从内涵到外延的种种变化。正如马尔多纳多说，今天的设计已经成为一种多元的行为，没有人能够提供一种唯一的设计定义，视觉传达设计通过视觉样式沟通人与人之间的感受、工业设计通过产品的结构与界面为人们提供各种从物理、生理到心理服务的功能、环境设计影响着人们的生存质量、网络媒体设计创造着人们超越空间沟通世界的可能性、还有各种正在萌生之中的服务设计，将为

全面改善人类的生存品质而重新规划着社会的组织行为与人的生活行为……今天的设计既有非常简单的案头工作，也有复杂的系统工程，然而，只要设计没有改变它的理想初衷，设计思维的个人性与设计需求的社会性这个基本矛盾就依然存在；设计提供的服务内涵越丰富，它所引发的后果也就越长期化与多样化，它要求设计师所思考、判断的内涵也就越复杂，这可能是最初少数几位艺术精英开创设计变革的事业时所没有预见到的。整个设计思想史表明，设计越向现代发展，关于设计“意义”的讨论就越发频繁而且趋向深入。这里最重要的，并不在于通过讨论而立即得出终结的定论，而在于通过讨论使设计人群整体地保持一种警觉与反思的态度，这对于设计的健康发展至关重要。

所幸的是，一代代设计思想的前驱们立于史册的丰碑，正在将现代设计引向更加理性、更加自觉及可持续发展的方向。我们或许能将今天设计所发生的种种变化，视如一场与其未来的社会角色相匹配的精神“成年礼”，视为21世纪社会文明发展中最具希望的曙光。

五

西方现代设计思想，与现代主义设计思潮有着密切的关系。本稿所指“现代设计”，是自19世纪下半叶以来的“艺术与手工艺”等艺术运动所带动的一系列设计改革实验，也是艺术设计、工业设计、环境设计、媒体设计等现代设计领域的总称；记录这些设计改革实验发展过程的历史就是现代设计史。现代主义设计是整个现代设计发展过程中的一部分，一般而言，它特指包豪斯及其同时期的、以理性主义设计主张为主轴的若干设计流派。但是现代主义设计是指一种“风格”主张，

不等于现代设计，不等于设计的“现代性”，更不等于设计的“现代化”，这是显而易见的。讨论现代设计，不能离开对现代主义思潮背景的了解与把握。

发轫于欧洲、而后遍及全球的现代主义思潮，上承文艺复兴以来的人本主义传统、启蒙运动以来的理性主义传统，下启人类社会向后工业时代转型的新人文思想，是人类思想史上一次重要的思维方式与历史方法转换。“现代性”这个词，从一开始由几个诗人墨客不经意地诉诸笔端，到终于成为全球性的浩荡潮流，人类精神产生何等巨大的变化，这其中，现代主义文学、现代主义美术、现代主义设计等文化艺术思潮的共同推动起着重要的作用。现代主义思潮形成之前，从古典文化到文艺复兴，其重心所指，无非历史与超人类的精神所在；“现代性”意识的出现意味着一种指向现代与人类行为自身的文化自觉，可以说，现代主义文化的本质就是一种充满批判与自省的文化，是人类第一次对自身行为定位的即时性而非历时性的讨论。正是这种批判与建设的精神，构成百余年来现代主义传统的基本特质，即使当代盛谈“后现代主义”，其行为逻辑也未能超出于此。在这个意义上，后现代主义与现代主义其实同属一个文化范畴。

在艺术领域中，现代主义设计思潮给人以最深印象的，同样是其强烈的叛逆与开拓的勇气。无论是沃尔特·格罗皮乌斯对于艺术家与手工艺人一同“创造新的未来结构”的呼唤，莫霍里·纳吉对于“新的与社会和技术衔接的设计知识”的推崇；还是阿尔瓦·阿尔托所张扬的机器时代保护“个人精神”的梦想、托马斯·马尔多纳多对于设计师“提出问题解决问题能力的苛求”，从现象上看，整个现代设计思想的发展充满困惑与冲突，然而恰恰正是从这些看似对立、各执一词的主张中

包含着一种将设计推向未来的勇气与力量。

现代设计从最初的萌动到今天，仅仅一百多年的历史。这段过程从一开始就包含着打破已有经验、追求未知真理的批判精神，同时也表现出强烈的自我更新功能。

如前所述，设计的“定义”不断重写的过程包含着两种方式的“自我更新”。其一，是不断地深入认识设计的“意义”，从最初少数艺术家的“趣味”实验，到后来宏大的“系统”工程，“设计”的概念逐渐浮现，内涵不断深化，成为一个可以在广阔领域中发挥着独特作用的创造方式。美国设计学者克劳斯·克利班多夫、莱茵哈特·布特为此给出一个“最宽泛的意义上”的定义：

“设计是为了人的需要而进行的一种有意识的形式创造”
（见本稿《产品语义学：探索形式的象征性》）。

其二，各种设计主张激烈争辩的过程，同时也是一个不断提出新工作“范畴”的过程，事实上，从最早的“艺术与手工艺”、“新艺术”、到后来的“理性主义设计”、“绿色设计”、“通用设计”等等，都可以视为工作范畴更新的表现。设计师本身欢迎这样的范畴更新过程，所以马尔多纳多宣称，“如果有人能提出一个多元的工业设计定义，而不是像现在这样一元的定义，那么，在工业设计领域，理性主义和直觉主义之间的论证将失去其存在的理由。”（见本稿：托马斯·马尔多纳多《所有问题的症结》）

最初这个群体所要解决的，只是证明一种有限范围中的趣味正当性问题，但随着设计服务范围的扩大，设计师必须证明“设计”这种高成本、高风险行为的合法性及其实施的可行性，逐渐提升的设计内涵在将设计引向一个开阔与宏观的视野的同时，也在要求更为科学的定义，以及更为合理的工作重

心，由此生发出变换着的新工作范畴。这种对于内涵不断变化着的创造行为及其方法的追述，我们可以称为一种“范畴发展史”，其发生和发展的逻辑为现代设计思想进程的研究提供了重要的认识线索。

正因为有这样一部理论与实践交叉递进的“范畴发展史”，才构成现代设计迅速成熟起来并发展起来的动力，也使得我们有可能对这部百年的思想遗产予以更充分的解读与梳理。

我们认为，西方现代设计的实践发展与理论发展有着鲜明的对应性特征，在不断更新着的实践发展中，在思想史上也呈现出不同的理论重心。我们不妨将这种既延续而又有所区别的发展过程分为七个历史“台阶”。每个“台阶”对应着相应的“范畴”概念，当然，不可否认，一个“台阶”之中往往也存在多种含义的设计探索：

第一个台阶：优良工艺设计

第二个台阶：理性主义设计

第三个台阶：商品主义设计

第四个台阶：品牌价值设计

第五个台阶：心理设计

第六个台阶：绿色设计

第七个台阶：非物质主义设计

这些“台阶”的区分，可以视为解读现代设计及其思想发展的“办法”或“线索”，但并非历史分段的标准。事实上，每个“台阶”的范畴更新都不意味着一种否定性的替代关系。更准确地说，出现一个新的范畴，原有的设计内容及目标往往依然存在，但新范畴的出现，则可能是在发现新“问题”之后寻找更新解决途径的一种提示。在这个意义上，百年更替的

“范畴史”同时也是现代设计学术的“问题史”，正是这些不断调整的阶段性趋势，改变着设计发展的方向，某种程度上也在影响着现代产品经济与消费文化发展的品质。

简略地讲：

第一个台阶大致对应19世纪后半叶至20世纪初自英伦三岛远及欧美大陆的“艺术与手工艺运动”及“新艺术”运动。代表性人物包括威廉·莫里斯、约翰·罗斯金、凡·德·威尔德、C. R. 阿什比等，其主张集中体现在改变产品样式及形态、提倡优良工艺的品质，这个台阶可以理解为以艺术家的改革实验抗衡早期工业生产的粗暴形式以及传统生态破坏的第一步。

第二个台阶大致对应于20世纪初至30年代的德意志制造同盟、包豪斯以及荷兰“风格派”设计等；对应的人物包括赫曼·穆特休斯、沃尔特·格罗皮乌斯、西奥·凡·杜斯堡、拉兹洛·莫霍里·纳吉等。这一期间同时还夹杂着未来主义、至上主义、构成主义等多种艺术主张，但总体上理性主义设计作为20世纪主流的设计方法，代表着迈过了世纪初理想化的改革路线之后跨上的新台阶，其影响一直延续到五十年代以至更远。

第三个台阶大致对应于1929——1933年世界经济危机中应运而生的商业设计高潮，这一台阶导致美国职业设计师与商业设计制度的呈现，对应的人物可以举出哈利·厄尔、雷蒙德·罗维、亨利·德里夫斯等。如果说前两个台阶的变革重心多少还倾向于艺术实验与少数派社会实践的话，第三个台阶的最大贡献，就是在美国这个当代最为重要的新商业市场中，建立起现代设计与商业动作的直接关联。一系列事关后来设计发展的原则与方法都在这个过程中诞生，它为20世纪初的设计理

想落地生根找到一片生机无限的土壤，但不可否认，商业主义设计比波德莱尔笔下的《恶之花》更具两面性，在焕发着无穷魅力的同时也逐渐暴露其破坏的一面，为后世埋下重重隐患。

第四个台阶大致对应于20世纪50年代前后兴起的品牌设计与视觉识别设计，至今仍然方兴未艾。历史上开品牌形象设计先河的人物，应为彼得·贝伦斯，而30年代的雷蒙德·罗维及60年代的焦点人物保罗·兰德等将其送上一个更高的高度。品牌形象设计实际是图形设计、广告设计等平面设计策略成功延伸的结果，但这个看似局部的设计发展关联着设计学迈向管理学的跨越，它使得形象设计更加直接地登上管理平台与产业平台，并且将视觉文化的力量与一种集聚社会影响的系统方式联系在一起，其转换的能量可能超出了历史想象：设计在成为一种影响世界的视觉力量的同时，也在承担着更为复杂的文化风险。

第五个台阶与20世纪60年代之后后现代主义文化思潮的兴起直接关联，并以意大利的托尼·索特萨斯、阿莱西（Alessi）、法国的菲利浦·斯塔克以及战后快速崛起的日本设计为代表。当“国际主义”设计主张逐渐将世界引向一种视觉上的均质发展时，新出现的“反理性”、“反功能”设计，实际上是要将观者的反应引向更加多维的心理层面，而在“心理设计”的背后，则闪动着“产品语义学”等学科发展的影子（参见本稿：克劳斯·克利班多夫、莱茵哈特·布特《产品语义学：探索形式的象征性》）。在这个台阶上，20世纪以来长期占有主流地位的理性主义设计不再是这个世界的孤独一剑，不同区域的文化创造潜质开始发力，并将当代设计引向一个更为活跃和多元的新世纪。

第六个台阶大致对应于20世纪80年代前后兴起的绿色环

保运动与生态主义浪潮。绿色设计从一个特定的角度对为商业主义价值观所挟持的现代设计及其市场路线挑起叛逆的大旗，深刻地影响着世纪之交一批设计师的转向，也是现代设计从价值观上走向成熟的标志。行动多于言论是这个台阶的一个特色，虽然从理论上“绿色设计”缺乏里程碑式的宣言，但是维克多·帕帕奈克毫无疑问为此作出前瞻性的历史贡献；本稿介绍了帕帕奈克该书中的部分章节，以及美国设计理论家维克多·马格林所提供的巴西小城库里蒂巴（Curitiba）在建筑师兼市长雅伊梅·莱尔内尔（Jaime Lerner）领导下建成环保城市的成功实践。所有这些，都应视为20世纪后半叶设计思想发展最为令人鼓舞的章节。

第七个台阶大致对应于20世纪近于尾声时自欧洲开始的“非物质主义”设计动向。目前这一最新趋势方兴未艾，甚至可能还不能最终确定其走向以及历史影响，法国学者马克·第亚尼1984年在其主编《非物质社会》一书中宣称：“我们正在从一个讲究良好的形式和功能的文化转向一个非物质的和多元再现的文化”（《非物质社会——后工业时代的设计、文化与技术》，[法]马克·第亚尼编，滕守尧等译，四川人民出版社1998年版第13页），但是关于“非物质主义”设计主张的完整界说却依然鲜见。本稿收入的英国学者约翰·克里斯托弗·琼斯、迈克·库雷、法国学者希里·查普特等篇，可视为“非物质主义”设计主张的先声，其中尤其以与利奥塔共同策划了著名的巴黎《非物质》展而闻名的希里·查普特，其见解更具代表性。意大利教授艾兹奥·曼铎尼在《设计，环境与社会品质》中的论述则直接引出“服务设计”的主题，在物质性生产与设计已经饱和的现在，直接关系到人的行为方式、感受方式、沟通方式的“非物质性”主导的服务设计必将有一个巨大