

# 从现代设计人文关怀内涵的转变看设计伦理的发展

高 颖 王双阳

---

设计中的人文关怀是设计伦理的一个核心问题,它是设计伦理思想的直接反映,是设计实现道德教化的途径。现代设计人文关怀的内涵在设计的发展过程中日益丰富,从设计师对其理解的转变中,能够清晰地反映出现代设计伦理的变化与发展:从满足生活需要到创造美好生活,从满足个人消费欲求到关注人与社会、人与自然的和谐发展,但这远远不是设计伦理发展的终点。面对当代社会的一些问题,人文关怀显得尤为重要,设计伦理应向何处发展,是一个值得思考的问题。

---

在设计界,“人文关怀”是一个时常被提及的词语,但设计中的人文关怀是什么?它基本上处于语焉不详的状态,普遍的理解是,它是设计对“人”的关怀。但“人”是一个抽象的概念,当成为设计服务的对象时,“人”的身上就附加了太多的内容:生理、心理、职业、健康状况、生活状态、社会环境、文化背景……所以人文关怀的内涵是丰富的,并且是随时代的发展不断发生变化的。但无论怎样变化,它都是设计师伦理思想的反映。

## 一、人文关怀与设计伦理的关系

“人文”是一个内涵极其丰富而又很难确切指陈的概念。虽然人文主义的内涵随着时代的发展不断变化,但无论如何它都是一个有关社会伦理、人性需求的概念,它既包含了对个人的关注,也包含了对个人生活环境中的各种关系的关注。所以设计中的人文关怀从个人的角度说,关注的是从低层次的生理需要直至高层次的情感与道德需要,不仅满足生活实用的需求,也以美的形式陶冶人的情感,更能构建一种积极、乐观、健康的生活态度和生活方式;从人与他人、自然和社会的关系说,通过设计来规范人的行为,使人的行为符合道德规范和原则,以维系和调节各种关系的平衡发展。

就关注的对象而言,伦理学所关注的是“关系中的人”,而设计伦理反映的是设计过程与结果中人与人、人与社会及自然的关系。设计伦理关系不是通过法律或者规章制度来体现,它有极为特殊的体现方式——设计产品,并且,必须要通过人对产品的使用,设计伦理关系才能

建立起来。没有投入使用的产品是没有任何意义的,它不构成设计伦理关系中的任何一环。相对于一般意义上的“人—人”、“人—社会”的伦理关系,“人—产品—人”、“人—产品—社会”的设计伦理关系显示出了它的独特性。设计的伦理是依赖于产品的制造来表达的,是依赖于产品的使用被感知的。

从设计到使用的整个过程中,设计的伦理如何被感知成为最重要的一环,它不是通过语言,不是通过文字,而是通过人的行为,所以设计产品中的人文关怀显得尤为重要,设计师必须考虑人类活动的方方面面。使用者一定是从更易操作的产品中感受到设计带给生活的便利,设计师一定是因为期望有更便利的生活而去研发更易操作的产品。所以越是深入细腻的人文关怀,设计的伦理就越容易被感知,没有设计伦理的标准,也就不会有明确的人文关怀。所以从根本上说,设计的人文关怀是设计伦理思想的直接体现,也是实现伦理道德的教化途径。设计中的人文关怀是设计伦理的一个核心问题。现代设计人文关怀的内涵在设计的发展过程中不断地变化,它的转变反映了设计伦理的发展变化,找到其中的线索,对于今天的设计师思考要建立什么样的设计伦理标准是有益的。

## 二、现代设计中人文关怀内涵的转变

自20世纪初以工业生产为基础的现代设计出现至今,百年的发展历程中,从某种程度上说,设计一直被理解为赋予商品形式美的艺术,设计的人文关怀与设计伦理都是基于这样的认识。今天,大多数的设计师依然受困于商业客户的目标和要求,但也出现了一些新的思路和一些特殊的设计项目。面对人类发展、全球经济、环境、文化一系列问题,设计的精神出现了相应的变化。“设计将再次成为规范世界的方法,而不只是商品样式的改良”<sup>①</sup>。一旦设计不再被理解为赋予物品样式的艺术,我们就必须重新认识设计师为社会做出的贡献。无论是从对人自身关怀的层面,还是从对人和人所生活的世界的关怀层面,人文关怀的内涵都发生了巨大转变,它所折射出的设计伦理思想都在逐渐被重新定义。

### 1. 对人类自身的关怀——从满足生活需求到创造美好生活

毋庸置疑,设计中的人文关怀最直接的体现就是对人类需求的满足,这也是现代设计自诞生以来从未改变过的主题。以功能主义为内核的现代主义设计曾经是一种无可替代的设计手段,它为世界提供了丰富的物质基础,满足了人类生活的基本需求。

然而人的需求是多层次的,美国心理学家马斯洛(A. H. Maslow)把人的基本需要划分为五个层次:即生理的、安全的、情感的、尊重的和自我实现的需要。五种需要像阶梯一样从低到高,按层次逐级递升,某一层次的需要相对满足了,就会向高一层次发展。

马斯洛和其他的行为科学家都认为,一个国家多数人的需要层次结构,是同这个国家的经济、科技、文化发展水平和人民受教育的程度直接相关的,人们的需要层次会随着生产水平的变化而变化,大卫斯(K.Davis)曾就美国的情况做过统计,如下表<sup>②</sup>:

需要种类	1935年百分比	1995年百分比
生理需要	35%	5%
安全需要	45%	15%
感情需要	10%	24%
尊重需要	7%	30%
自我实现	3%	26%

从上表不难看出,产生于20世纪初的功能主义设计确实具有一度占统治地位的理由,然而在当代,社会的发展、人类需要的发展,给设计提出了新的要求,设计对人自身的关怀方式也在悄然变化,设计师开始更多地关注人的感情、尊重与自我实现等高层次的需要。

今天,越来越多的设计师开始考虑消费者对产品的情感需求。“好的设计也许最终是一种精神状态,物品以这种方式被人们所理解”<sup>③</sup>。比如在一个压力不断增长的世界里,许多设计师希望通过设计为一个没有时间做梦的世界提供梦想。意大利设计师马西姆·尤萨·基尼(Massimo Iosa Ghini)把他设计的扶手椅称为“妈妈”,它外形朴实、敦厚,色彩温和,马西姆说它象征着妈妈的慈祥、宽容,给孩子温暖,它已经不仅仅是一个休息的空间,还意味着为身心疲惫的现代人提供一个恢复精力的场所。

个人情感的满足,有助于个人身心的和谐,而对尊重需要的满足,则有助于社会的和谐,这就要求设计体现出“平等之爱”,不同的人在设计中都能够各得其所,人与人的关系才能和谐发展。美国设计理论家维克多·巴巴纳克(Victor Papanek)在《为真实世界的设计》(*Design for the Real World*)一书中,提出了设计应该为全人类服务,而不是只为少数富裕国家服务,也要为发展中国家服务;不但应该为健康人服务,同时还必须考虑为残疾人服务等问题<sup>④</sup>。在当代,这已成为设计师的共识,现代设计已逐渐从商业盈利的角度转向了对弱势群体的关注。最突出的例子便是无障碍设计越来越受到人们的重视。

目前,建筑无障碍设计正逐渐普及,在日本名为“心之都”的城市街道,有各种完备的无障碍设施,道路与商业设施有清晰明确的指示系统,各道口、电梯不仅设有盲文,还有语音提示系统。随着无障碍设计的深入,国外正逐步将通用设计纳入此范围。20世纪80年代初,美国设计师R·L·麦斯(Ronald L. Mace)提出了“通用设计”的概念,并建立了通用设计中心,创办了美国无障碍公司。“通用设计是指简洁地设计所有的产品、建筑和内部空间,以便在最大程度上便于所有的人使用”<sup>⑤</sup>。实践证明,将为特殊人群设计从一般设计中分离出来,不但不符合经济原则,而且也缺乏美感。但如果在通用设计中考虑残障人士的使用,可以实现对所有产品使用者的关怀,更能体现出这种平等之爱。在这里,设计已经成为带有神圣责任感和教育职能的社会行为,它流露出来的平和气息,更多地体现了艺术设计的崇高目标——为人类的和谐相处而设计。

在和谐的生活当中,人们对精神生活的要求会越来越高,设计也成为丰富精神生活的重要方式之一。这不仅是审美,更是自我能力的证明。瑞典家居公司宜家(IKEA)生产的可拼装家具之所以如此受欢迎,和其产品的设计理念是分不开的,它销售的不是产品而是梦想——创造美好生活,让人们自己动手DIY,为家居布置带来了许多可能性,让人重新回归了自然的生活,在享受劳动快乐的同时,体会到一种自我满足的成就感。满足人类高层次需要的最终目的就是为了创造美好的生活,这也是艺术设计的终极目标。

设计,作为满足人类需要的一种手段,正在被重新考量。从人的存在尺度出发,重新思考设计的本质,从对产品形式之美的关注到对使用者人性、人情、审美接受的全方位照顾,从产品使用功能的研发到对人的生活、行为方式的引导,“人文关怀”的理念有着更深入的发展。

## 2. 对人与社会的关怀——设计的道德无处不在

人文关怀的另一个重要内容就是对人与人所生活的社会的关怀。个人是生活在社会中的,社会生活中存在的个人与个人、个人与集体、个人与社会的关系,都包含着一定的伦理关系,要求有相应的道德观念和规范来调节,使它们健康和谐地发展。爱因斯坦说:“人的最有价值的努力是为我们行为的道德化而奋斗,我们内心的平衡,甚至我们的生存本身都取决于道

德。唯有我们行为的道德化才能赋予生命以美好和尊严。”<sup>⑥</sup>可以说,设计作品是设计行为道德化的形象显现,它不仅反映出设计师本身的道德水准,也是整个社会道德水平的反映。所以,设计担负起了一种社会责任,在满足个人需要的同时,还必须要考虑人与社会的各种关系,这包括通过设计建立良好的社会秩序、反映合理的经济与文化观,用设计创造一个道德的社会,以促进人的教养与发展。

纵观我们的日常生活,许多设计的确为人提供了便利,但也使一些公共场合出现了无序甚至混乱的场面。例如超市的手推车,为购物的人带来了轻松与便利,但使用后随意停放使超市的环境杂乱不堪。在国外的许多超市有一种手推车,它是需要投币才能取用的,用完以后将推车物归原位,放入的硬币会自动还给顾客。就是这样的一种设计,规范了人们的一种行为,造就了井然有序的公共空间,使超市乱放手推车的问题得到彻底解决。也许再多的道德说教都不及这样的设计有力。

这是一种物质秩序,还有一种伦理秩序,设计能够通过影响人的行为、观念,进而扰乱或者规范社会伦理秩序。曾一度盛行的“过度包装”、“豪华包装”,只问视觉形式不重实际功效,只注重经济作用不考虑社会的文化指向和伦理指向,是不负责任的设计行为。它不仅耗费了大量的资源,造成环境污染,还扭曲了包装价格和商品价值之间的关系,违反了市场经济的价值规律,背离了社会伦理道德,使很多商品包装的价值取向走入误区,也使人产生了错误的消费观,在社会上掀起了追求虚荣的浮夸风气。

“随着普通大众数量的增长,我们已经到达了一个饱和点,在这一点上,对消费者购买的高声叫器只不过是全然的噪音。……还有许多事情更值得我们去运用解决问题的能力。史无前例的环境、社会、文化危机都需要我们关注”<sup>⑦</sup>,英国设计师肯·加兰德(Kenneth Garland)一语道破了在社会文化方面,设计所具有的不可忽略的道德意义。

设计是一种社会文化现象,具有特定的文化价值。同时,设计作为经济产物又要服从于市场机制。曾几何时,消费主义在全球的盛行,使设计发生变质,它逐渐演变成引发欲望、刺激消费的商业手段。20世纪美国采用了经济学家凯恩斯(John Maynard Keynes)的主张,用以“有计划的商品废止制”和“设计追随销售”为核心的商业计划人为地干扰社会的消费风气,新造型、新功能的设计产品在带来可观的商业利润的同时,也极大地消耗了地球有限的资源。因此,以伊姆斯(Charles Eames)为代表的设计师认为“有计划的商品废止制”是不道德的,因为它浪费了社会资源并对消费者不负责任。这种屈服于经济利益下的设计已距其传播文化、促进人的发展的主旨相去甚远。

市场是设计赖以生存的土壤,文化是设计不可或缺的特性,而市场往往会有扼杀文化的倾向。如何让两者和谐共生,最关键的是要培养一种正确的消费观。设计师以何种设计理念推广设计作品,不仅取决于产品本身,更取决于当前环境中的消费文化和社会心理,所以,设计的认可度是相对的,而设计师在创建人文的消费文化中的引导和培育作用不可忽视。走在巴黎街头,随时可以让人感受到文化的气息,淡化所谓的“流行”,强调的是一种生活哲学与文化品位,而这些设计之所以能存活下来,与消费环境有着密切的关系,其良好的大众审美基础、人文的消费环境促进了设计的良性循环。“商业仅仅是社会的一个方面,而不是全部——但它经常试图宣称自己是全部。视觉设计师对这一社会中的视觉文化负有责任”<sup>⑧</sup>。纯粹以市场为目标的设计也许能够制造商业奇迹,但真正能够影响人类心灵的一定是具有丰富文化内涵的设计。

那么设计应该表现什么样的文化?现代设计起源于西方,它不可避免地带有浓厚的西方



文明的色彩,这也曾经使得在一个时期内全世界都林立着玻璃盒子一样的建筑,但这种设计割裂了历史和传统,丧失了地域文化的特色,从上世纪60年代开始引起了人们的反思。伟大的设计作品总是充满民族性的,它们是民族道德、民族文化、民族精神生活的产物,同时又是其形成的必要构成部分。在亚洲,日本的现代设计发展较快,原因之一是不少日本现代设计师在实现现代设计观念和设计精神的同时,努力将日本传统与现代设计相融合。香港设计师靳埭强就致力于将传统文化与现代设计完美结合,他主张把中国传统文化的精髓融入到西方现代设计的理念中去,这种相融并不是简单相加,而是在对中国文化深刻理解基础上的融合。例如他设计的中国银行的标志,整体简洁流畅,极富时代感,其中又包含了中国古钱,暗合天圆地方之意,而中间一个巧妙的“中”字凸显出中国银行的招牌。

由于世界文化多元化的客观存在以及人们对文化多元化的日益重视和尊重,现代设计师越来越强调设计作品与地域文化、历史、环境相一致,充分利用本土文化特色、地方设计符号和传统设计形式来强化民族传统、地方传统和民俗传统。设计双方的沟通也是依靠对文化的共同理解来得以实现的,所以在设计的过程中应充分考虑文化地域之间的差异所产生的理解上的偏差。面对多元文化共存的世界,日本的大前研一提出了“全球产品”<sup>⑨</sup>的概念,但这并不意味着产品面貌的同质化,而是要根据不同的消费群体和文化认同区别对待。这对我们思考全球化背景下的设计问题颇具启迪。

关注人与社会的关系,这是一种设计观的变化,在为人们提供美好生活的同时,以设计来规范人的行为、影响人的思想,进而建立良好的社会秩序和人文的消费环境,传播人类的多元文化,这也是社会道德的要求。“如果我们意识到设计师有足够的能力(通过影响人类所有的工具和环境)基于大批量生产进行谋杀<sup>⑩</sup>,我们也会发现这在设计师的身上强加了巨大的道德和社会责任”<sup>⑪</sup>。所以作为引导当今消费、科技、文化、环境各个方面的主要推动力,设计师的首要任务是树立正确的价值观和责任感。

### 3. 对人与自然的关怀——从人类中心主义到设计的可持续发展

以满足人的需要为主要目的的设计,事实上是一种人类中心主义的表现。人类中心主义是把人类的生存和发展作为最高目标的思想,它要求人的一切活动都遵循这一价值目标。在人与自然的价值关系中,只有有意识的人才是主体,自然是客体。在人与自然的伦理关系中,贯彻人是目的的思想。表现于现实生活中,则是以人对自然的全面控制与利用为标志的现代生活方式,及其在世界范围内的普及与发展。

随着时代的发展,随着人类对自然以及自我认识的愈发深入,人类越来越认识到自己是大自然中的一部分。中国传统文化历来提倡人与自然之间的和谐辩证关系,即“天人合一”。而生态文化正是一种以“和谐”为核心精神的文化,它突破了传统设计的概念,要求建立一种与地球承载能力相适应的设计伦理规范,摒弃将人的权利凌驾于万物之上的“人类中心主义”,认识到“自然的独立价值”,强调人与环境的和谐发展。

当代设计界对环境问题的回应是积极的。人与生态环境的和谐发展,一方面体现于自然对设计的启发,另一方面体现于设计对自然的保护。

现代设计师利用自然系统的能动力和自我设计过程,从自然界中获取了许多设计灵感,开创了新的设计方法。例如“生态建筑学”,是设计与自然的互动。美国建筑师索勒里(Paola Soleri)在美国亚利桑那州110公里的地方设计了一个可容纳两千五百人的生态建筑居民点,以谋求解决城市化发展所带来的环境问题,主张“让自然消化生活”,强调最大限度地利用居室周围自然环境,在设计中融入自然因素,在遵循生态规律的前提下,运用科技手段加工和改

造,创造人工生态美。今天,这种生态美学的概念体现在设计的方方面面。比如西方有些设计师正在研究“仿生”设计,通过模仿生物特性进行设计创新,鲨鱼皮泳衣就是“仿生”设计的例子。

设计对自然的保护则开始于20世纪80年代出现的“绿色设计”,其意在设计过程中就将环境问题考虑其中,使设计产品既能满足传统的使用功能,又能在生产制造、使用、回收过程中不造成对环境的污染。1980年的《世界自然保护大纲》第一次提出了“物种和生态的永续利用”<sup>⑫</sup>,1987年世界环境与发展委员会报告——布伦特兰报告(即《我们共同的未来》)则定义了“可持续发展”并产生了广泛影响,“可持续发展是既满足当代人需要,又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展”<sup>⑬</sup>。今天,这也成为国际社会共同追求的目标。

绿色设计经由生态设计走向可持续设计,“这代表了理论和实践范围的稳定的扩展和延伸,一种日渐增长的对于生态和设计的批判性见解”<sup>⑭</sup>。许多人已经看到了绿色设计和可持续设计之间的差别,即对于某一件产品的关注和一个更广大的解决人类问题的系统方法之间的差别。设计师具有预见并赋予物质或非物质的产品以外形的能力,这使他们能够在更大范围内解决人类的问题并为社会谋福利。设计师必须重新思考他们的实践,以解决人类面临的环境问题。“无论如何,这不仅仅是将来人口所要面临的重要问题,我们也必须面对一场范围巨大的秩序重建,以纠正我们过去所犯下的错误”<sup>⑮</sup>。把可持续发展思想融入到设计过程中,要求设计师研究和发新的可再利用资源,在产品设计时力求造型简洁,简化产品结构,减少材料的使用量和种类,产品的零部件能弹性使用,加强材料的安全性,增加材料循环利用等。如今这些理念正被设计师运用到设计的方方面面,在室内设计行业,绿色环保材料正被广泛运用;在包装设计领域,包装废弃物循环再利用的理念逐渐受到青睐,印刷环节正开发利用再生纸张和豆基油墨,以消除印刷的负面影响等等。

世界之所以美,是因为现代设计将人与自然和谐共处作为出发点,在向可持续发展的未来转变过程中,抛弃以往功利性生存观念,将个体的产品、个人的生活环境到整个人类的生活世界作为一个整体来思考,这样的设计才是为人的设计、美的设计。

### 三、对设计伦理发展之路的思考

自现代设计诞生以来,设计的人文关怀和伦理随着时代的变化不断地变化。分析作品、回顾历史,不难看到,人文关怀是一个不断发展更新的概念。各种关系“和谐共存”已成为当代设计师的共识,当代设计的人文关怀传达的基本上是这样一种设计伦理。但这一定不是设计伦理的终点,也不是人文关怀的最终形式。

在未来,随着社会发展,设计还会遇到新的挑战,诸如人类自我意识的发展而产生新的需要,社会分工的细化给设计、生产和消费过程带来的不协调和不统一,将怎样的文明留给子孙后代等等。在这一发展过程中,设计行为还必须应对可能出现的错误,并提出弹性的解决方案,如生产和需求进程的加快,导致颠覆性和破坏性实践行为发生,产品的不断混合复杂化,导致人们信息解读能力的混乱等等,有些甚至是我们现在根本无法预料的问题。

可以预见,随着新的错综复杂的问题的出现,人文关怀的内涵一定还会有新的转变。但无论其如何变化,它的目标都是期望人们能够生活在一个更完善更美好的世界,只是每个时代对于“更完善更美好”有不同的要求。毫不夸张地说,有什么样的社会理想,就会有什么样的设计伦理和人文关怀。“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”<sup>⑯</sup>。的确,设计不仅仅是一个“设计”的问题,它更多的是一个伦理道德

的问题。

在现在所构想的“和谐社会”之上,还有没有更和谐的社会?答案是肯定的。现实世界无疑是不完美的,在彼岸的理想国始终不能实现不免令人失望,但仅仅是对彼岸的憧憬又无力解决现实的问题,于是我们在历史上随时随地都能看到两者的交叉,即在物欲横流的时代也有伟大的精神,在崇敬和信仰的时代也有极端的不平等。这就是伦理道德存在的必要,它在现实与理想之间构筑一座桥梁,通过规范人们的思想和行为,使社会尽量地接近理想。作为伦理学的一个分支学科,设计伦理也力图从设计的角度使人类社会能够与理想世界无限接近。

先哲们曾经构想的各种理想世界可以说是“乌托邦”,但它们无疑是人类所向往的完美世界,虽然不能够实现,但也许能无限接近。它依赖于设计师对社会问题的认识 and 在此基础之上的对人文关怀的理解。设计师应该拥有最高的理想,才有可能实现比现实更高的理想。那个最高的理想会成为设计与设计伦理不断发展的动力,它推动我们去发现问题,从设计的层面解决问题。设计伦理的不断变化,让我们想起了包豪斯那种期望以艺术改造社会的理想,虽然只是那个时代的一个“乌托邦”,但应该承认的是,这确实可以作为设计的最高理想,通过设计中的人文关怀来传递社会伦理与道德,不断地接近理想,构建一个真善美的境界。

## 结 语

现代设计自产生以来,一直存在着一条精神主线,但因为艺术、科学、技术与商业给设计发展所带来的影响更显而易见,所以人们往往忽略了设计的精神性而强调它的物质性。事实上,设计远非一种中立无害的艺术活动,它具有持久的影响,能够帮助人们形成“我们是谁”、“我们该如何行为”的思想,所以在形式与功能的背后,设计包含着我们对所生活的这个世界的思考与表达。这是人文关怀的内容,是设计伦理形成的基础。过去一个世纪所发生的过度物质主义,以及侵略、环境退化、反人道的事件与行为,背离了理性与道德,抛弃了正确的思考与行动,都是对人类精神的残酷否定。所以今天的设计师必须要思考设计的伦理问题。

随着社会生产力的发展,科学文化在突飞猛进,新的技术革命在不断发生,人类的物质文明正在并将继续大幅度地提高,它客观上要求人类的精神文明,包括道德生活和伦理学说有着相应的发展和进步。同时,随着社会本身的发展,道德在社会生活中的作用将日益增强。也正因此,在当下的人文环境中,我们讨论设计中的人文关怀,不仅是对过去的梳理,也是对未来的展望。人文关怀内涵的变化是一个实践的过程,也是一个不断生长、日益丰富的过程。设计伦理思想的进步和发展标志着人类对自己和自己生活于其中的社会“应当如何”的觉醒。设计伦理观的转变反映了时代对设计提出的新要求,随着人类文明的进步,设计伦理将有更进一步的发展,并得到更为广泛的重视。

或许美的形式和完善的功能已经不能够再作为设计的评判标准,设计师应该是一个精神上的艺术家,他在产品的各种要素间寻求统一与协调,并使内部协调平衡的产品服务于人类的道德生活,积极地为人类在社会与自然这两者的统一体中找到自己的位置。

①⑤ 维克多·马格林:《为可持续发展的世界而设计》,金晓雯等译,江苏美术出版社2009年版,第114页,第120页。

② 凯茨·大卫斯:《组织行为学》上,欧阳大丰译,经济科学出版社1998年版,第54页。

③ Francois Burkhardt, “Design and Avantpostmodernism”, John Thackara *Design After Modernism: Beyond the Object*, London: Thames & Hudson, 1988, p.149.

- ④⑪ Victor Papanek, *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*, London :Thames & Hudson, 1985, p. 54-85, p. 72.
- ⑤ Ronald.L.Mace, “Accessible Environments: Toward Universal Design”, Wolfgang F. E. Preiser J.C.Vischer E.T. White *Design Intervention: Toward a More Humane Architecture*, New York :Van Nostrand Reinhold, 1991, p. 32.
- ⑥ Winokur Mark, *Einstein: A portrait*, California :Pomegranate Artbooks, 1984, p. 92.
- ⑦ Kenneth Garland, “First Things First”, *AIGA Journal of Design*, No. 2, 1999.
- ⑧ Gui Bonsiepe, “Visual/Verbal Rhetoric”, *ULM*, No. 3, 1965.
- ⑨ Kenichi Ohmae, *The Borderless World: Power and Strategy in the Interlinked Economy*, New York :Harper Paperbacks, 1999, p. 24-27.
- ⑩ 原文使用的是“murder”一词,巴巴纳克认为设计师在为巨大的市场而设计时,很少考虑“以人为本”,因而造成了许多隐患,而使设计成为人类自身的“谋杀”。
- ⑫ 《〈世界自然保护大纲〉概要》,载《国土与自然资源研究》1980年第3期。
- ⑬ 世界环境与发展委员会《我们共同的未来》,王之佳等译,吉林人民出版社1997年版,第52页。
- ⑭ Pauline Madge, “Ecological Design: A New Critique”, Ben Highmore, *The Design Culture Reader*, Routledge, 2008, p. 67.
- ⑮ Herbert Spencer, “The Responsibilities of the design pfeffession”, *The Penrose Annual 1964*, London :Lund Humphries, 1964, p. 57.

(作者单位 浙江工商大学艺术设计学院)

责任编辑 陈诗红