

把握一定的伦理底线，乃至面对各种反常规的现象无动于衷，进而成为一种设计师的“集体无意识”。设计史上“有计划的废止制”理论的出现便是一个典型的案例。在这一理论的影响下，生产商为了促进商品的不断完善需要付出巨大的努力，在某种程度上也促成了人类社会生活的进步，所以这一理论的出现对当时和以后的经济确实起到了很大的刺激作用。但由于不断刺激经济的需要，生产商在推出新产品时总是将目前研发的最新成果作为“保留”产品，选择一定时段之后再推出。长此以往，消费者手中“用之不得，弃之不舍”的“鸡肋”产品也越来越多。另外，日用品生产商在推出一些生活必需品时，也按照同样的设计理念设定产品的“有效使用期限”，致使人们生活中逐渐积累大量的“泡沫产品”，更为人们的日常生活增添了无穷的麻烦。在这个意义上，我们可以说，基于“有计划的废止制”理论生产的这类“泡沫产品”是对自然资源和人力资源的无端浪费，甚至使对人类智慧的挑战和践踏。因此，从设计伦理的角度来说，从包豪斯时代设计“功能主义”至上的原则到20世纪中期出现的“有计划的废止制”的理论，无疑是传统社会伦理意识在现代设计中的一种不自觉的倒退。

从本质上讲，“设计为人”这一命题就是将设计的任务付诸于人们的日常生活，而不是仅仅停留在“人机工学”的层面。所以，设计师在进行创作时不能一味的追随、附和生产商，甚至“策划”一些能在短时间内产生经济效益却对消费者存在欺诈或对人类生存环境有长期损害的产品或活动。在这个意义上来说，这一问题的解决，在很大程度上还寄希望于具有远见卓识的生产商在经济利益上做出较大的让步，并取得设计师的积极反应。所以，“设计为人”这一命题关乎的不仅仅是生产商、设计师，也涉及到消费者甚至社会的方方面面，我们不能企图靠任何单方面的一己之力解决，也不能奢望一劳永逸。但是，即便如此，我们也不能放弃，在推进解决“设计为人”这一命题及随之产生的一系列子命题的具体事务上重拾中国设计的信心。

本文发表于《美术观察》2010年第3期

相关链接

» 没有相关链接.

责任编辑:

设计在线链接代码



正式启用CNNIC官方中文域名
设计在线.CN; 設計在線.CN; 设计在线.中国

© 1997-2008 DesignOnLine

[关于我们](#) | [豁免条例](#) | [广告赞助](#) | [网站地图](#) | [活动支持](#) | [友好同盟](#) | [返回首页](#)