

## 現代社会におけるデザイン概念の考察

八重樫 文

本稿では、その概念拡大と解釈の不定性が指摘される「デザイン」に関する今後の議論の共通基盤を築くために、現代社会における「デザイン概念」の整理を行った。その結果、(1)「(英語としての) design」の語義から捉え、その解釈を人間の根源的営為にまで広げた観点、(2)近代デザインの専門性を背景とした観点、の2つの解釈が錯綜した状況であることが確認された。

[キーワード: デザイン概念、人間の根源的営為、近代デザインの専門性]

### 1. はじめに

現代社会における「デザイン」という語は、一般的にとっても広い意味として解釈されている。その概念が包含する範囲やその用法は、個人の経験や文化背景、時代背景、またはその議論の次元とともに流動的に解釈され、多様で広範に渡り、統一的な概念を理解するのは容易ではない。それ故に、「デザイン」に関する議論では、いつも「デザインとは何か」という問いに対するこたえが明確に共有されないまま、個人の解釈に委ねられ、議論が収斂しないように思われる。しかし、その多様で広範な概念においても、いくつかの性質を抽出しまとめることは可能であると考え。そこで本稿では、今後の「デザイン」に関する議論の共通基盤を築くために、現代社会におけるデザイン概念の整理を行うことを目的とする。

### 2. デザイン概念の拡がり

#### 2.1. 対象とするモノ・コトから「デザイン」を捉える

嶋田 (1996) は、「今日、私たちが生活している具体的な環境のほとんどすべては人工物の集積であり、それらは誰かがどこかでデザインした結果の産物である。」と指摘している。そのデザイン対象の拡がり、ローウイ (1951) の「口紅から機関車まで」、またさらにそれを拡大した「ペン先から摩天楼 (スカイスクレイパー) まで」などのことばに代表されるように、非常に多岐に渡っている。『20-21 世紀 DESIGN INDEX (2000)』では、その対象カテゴリを、以下のようにまとめている。

「建築、都市計画、移動、交通、家事、住宅設備、オフィス、インテリア、アパレル、ファッ

ション、大衆消費社会、スポーツ、アウトドア、食品、メディア／情報、エンターテインメント、趣味、ゲーム、医療、健康、新素材、テクノロジー」

このように「デザイン」された結果のモノから「デザイン」を捉え、理解しようとする視点は一般的なもののひとつである。しかし、一方で、実際に世の中を見渡すと、「ライフデザイン」、「組織をデザインする」、「21世紀をどのようにデザインするか」などのような用法を多く目にする。この用法での「デザイン」の対象は、前述のような明確にタンジブル（触知認知可能）な製品としてのモノではなく、状況や現象を含むコトであると捉えられる。これらは、直面する課題に対して、どのような目的を立て、その実現のためにどのようなプロセスを踏むべきか、という問題解決における目的合理的な思考のプロセスを「デザイン」ということばで表現していると解釈できる。

このような「デザイン」ということばの広義化、領域の拡大を指摘し、横井（2001）は以下のように述べている。

「最近、『デザインする』こととは造形ばかりではなく『情報をまとめる、編集する』『プロデュースする』『商品やサービスを企画開発する』『コンサルティングする』『マーケティングする』『理念やコンセプトをつくる』などと広義化している。デザインという言葉の領域が拡大して、デザインは新たな意味を持ちはじめていのである。（中略）DNAのデザインやブランドデザインなどに使われている『デザイン』は、この言葉が本来持っていた構想や計画という意味が一般化、広域化したと考えられる。人々がデザインという言葉で『構想、発想』ということばで使い出した証でもある。」

## 2.2. 人間の根源的営為としての「デザイン」

横井（2001）はその編著のなかで、「先端」のデザイン、「営」のデザイン、「感性」のデザイン、「共生」のデザイン、「社会」のデザイン、「育」のデザインというカテゴリを用意している。そこで、「デザイン」は狭義の表現、造形だけではなく、「構想を持ち、方策を示し、実践すること」と述べている。このような「デザイン」の認識の拡大は、あたかも「デザイン」が人間の根源的営為すべてを網羅しているようにも見受けられる。このような「デザイン」を人間の根源的営為すべてとみる包括的な観点から、パパネック（1974）は次のような定義を早くから行っている。

「人はだれでもデザイナーである。ほとんどどんなときでも、われわれのすることはすべてデザインだ。デザインは人間の活動の基礎だからである。ある行為を、望ましい予知できる目標へ向けて計画し、整えるということが、デザインのプロセスの本質である。（中略）叙事詩をつくること、壁画を描くこと、傑作を描くこと、コンチェルトを作曲すること、それらはデザインである。だが、机のひき出しを掃除し整理することも、埋伏歯を抜くことも、アップルパイを焼くことも、田舎野球の組み合わせを決めることも、子供を教育することも、す

## 現代社会におけるデザイン概念の考察

べてデザインである。デザインとは、意味ある秩序状態（オーダー）をつくり出すために意識的に努力をすることである。」

また、渡辺（2001）は、今日の情報社会の環境をふまえて、「情報デザイン」という概念を規定し、「情報デザインとは世のなかに存在する複雑で多様なモノ・コトを整理（組織化）し、それを他人が理解しやすい『かたち』として示していく営みである。」と定義している。渡辺は、この情報デザインの具体例として、夕飯の献立づくり、本棚やクロゼットの整理、買物のリストアップ、旅行の計画づくりなどをあげ、「身のまわりにあふれる情報洪水に流されないように必死で足をふんばり、そこから自分に本当に必要な情報を取捨選択しようと苦心惨憺し、他人に何がしかの物事を伝えるのに呻吟した経験をもつ誰もが、『自覚しない情報デザイナー』なのだ。」と述べている。このような日常の営為にデザインを見いだす視点は、パパネックと同様のものといえる。

しかし、ウォーカー（1998）は、このようなパパネックの定義に対し、「デザインは人類すべてがある程度従うプロセスであるという自明の論は、近代社会におけるデザインの専門性を無視している。」と批判している。この批判は、前述の渡辺の言及にも同様に適用できる。渡辺は日常の営為から自らが定義した「情報デザイン」的要素を抽出してその幅広さを論じているが、そこで用いられている「デザイン」の概念に対しては明確にはしていない。

ここまで、「デザイン」を人間の根源的営為すべてとみる包括的な観点まで拡げて見てきたが、その根源にあるデザイン概念を、「設計、計画、構想、図案、意匠」を語義とした「(英語としての) design」から捉えれば、違和感は少ない。しかし、先に触れたように、デザインを包括的な観点から捉えるパパネックの定義に対し、ウォーカーは「近代社会におけるデザインの専門性を無視している」と批判を行っている。では、「近代社会におけるデザインの専門性」とはどのようなものであろうか。次章では、この「近代社会におけるデザインの専門性」について言及する。

### 3. 近代社会におけるデザインの専門性

本章では、前章にて問題化された「近代社会におけるデザインの専門性とは何か」という問いについて言及する。

#### 3.1. ウィリアム・モリスの思想

現代において用いられている「デザイン」の発生は、ニコラス・ペヴスナー（1957）のまとめによると、19世紀の半ばに社会思想家のジョン・ラスキンの思想を引き継いだ、ウィリアム・モリスの思想がその源流であるとされている。ラスキンは、産業革命に伴って出現した機械文明、つまり手づくりにとって替わった安易な大量生産の方式の批判を根底に、芸術家と職人が未分化で創造と労働が同じ水準におかれ、人びとが日々の労働に喜びを感じてい

た理想の時代について説いている。モリスはこの思想に影響を受け、当時の機械化による醜悪な製品による、一般の人々の生活環境の悪化と、芸術の一部の特権階級への囲い込みを問題視した。そしてこの状況に対して、中世のギルド社会を理想としたハンドクラフト（手工芸）の素朴な美しさをとりもどさなければならないと説いた。これがアーツ・アンド・クラフツ運動の基本思想とされている。しかし、モリスの思想は大きな矛盾を抱えたままそれを解決することはできなかった。その矛盾とは、『世界デザイン史（1995）』によると、以下のようなものである。

「万人に分かつことのできる美的環境形成をめざした意義は十分に正しくとも、その美が中世風の手仕事にもとづいた入念な作業によってしか生み出せないとすれば、モリスの理想とは裏腹に、それはふたたび一部好事家の手に入るという運命をたどることとなる。」

つまり、ハンドクラフトで良いモノをつくとそれは必然的に高価になり、一般大衆に浸透することはできない、ということである。しかし、その大衆の日常生活環境に向けて美的価値を根付かせようとした側面が、現代の「デザイン」概念の萌芽として評価されている。原（2003）は、このようなモリスの思想を、「デザイン」という概念の源流として以下のようまとめている。

「機械生産による弊害を厳しく批判し、職人の技術を擁護し復興させようという反近代への傾斜の強い主張であったために結果として時流に受け入れられず、社会の変革を押しとどめる力にはなれなかった。しかしながら、その根底にあるセンス、つまりものづくりと生活との関係の中に喜びを生み出す源泉が存在するという着眼あるいは感性は、デザインという思想の源流として、後のデザイン運動家たちに支持され、やがては社会に深い影響を与えていくことになる。」

芸術のための芸術を排し、生活のための芸術という志向を重視したこのような思想を背景にして、アール・ヌーヴォー（フランス）、ユグントシュティール（ドイツ）など、国や地域によって呼び方は異なるが、革新運動が展開されていく。英国でもアーツ・アンド・クラフツ運動に新機軸が見られるが、モリスの抱えていた矛盾を打破するには至らず、この矛盾に積極的に対峙し展開させたのは、アーツ・アンド・クラフツ運動発祥の英国ではなく、ドイツにおいてであった。それは芸術と産業の統合という視点によって展開された。1907年には、「美術、工業、手工作の共同作業における産業労働の品質向上」を目的とするドイツ工作連盟が設立された。ワイマールでは、アンリ・ヴァン・デ・ヴェルデが、1902年に工芸ゼミナールを、1907年にザクセン大公立工芸学校を開設する。これが後に、芸術の側から近代工業社会の文化の問題にもっとも自覚的に立ち向かった造形の総合運動として、近代デザインの方法論の形成に多くの足跡を残したバウハウスの前身である。

### 3.2. バウハウスの理念

バウハウスは、1919年にドイツのワイマールに、ヴァルター・グロピウスによって創設された教育機関である。1933年にナチスの弾圧により閉校するまで、最盛期でもわずか十数人の教員と、200名足らずの学生しか在籍せず、14年間で1250人の学生しかいない小さな学校であった。バウハウスは、機械生産をポジティブに受け入れ、芸術と技術の統合を目指した近代のデザイン概念を定式化した祖として、一元的に認識されているところが大きい。しかし、その短い存続期間の中でも政治的、経済的な理由からその理念の変動が見られ、その変動を整理して捉えることが重要である。福田(1993)は、バウハウスの全体像を歴史的な区分から4期に分類し、整理している(表1)。

表1 バウハウスの歴史的区分と性質(福田1993、分類は宮島1962に基づく)

区分	性質	育成する人材像
第1期	工芸学校	芸術的な才能をもった手工芸家
第2期	造形(デザイン)大学	工業に関する造形の問題を処理する力をもった幅広いデザイナー
第3期	社会主義的な労働大学	生活現象全体を社会的・技術的・経済的・心理的に組織づける専門技術者
第4期	建築工科大学	建築・室内装飾・広告・写真・織物の各専門デザイナー

この区分から、第1期と第2期以降の特徴の違いが明確であることがわかる。第1期は、総合的な造形芸術家としての手工芸家の育成を教育の目標に掲げているが、第2期以降は明確に機械生産のための技術教育が前提となっていることを打ち出し、特に第3期以降は、いわゆるバウハウス方式と呼ばれる装飾を排した機能的な形態による造形教育を確立している。ここで、第1期のバウハウスの理念と、第2期以降の理念の違いを比較する。グロピウス(1919)は、バウハウス創設の宣言文において次のように述べている。

「われわれは、手工作人たちと芸術家たちの間に尊大な壁をつくろうとする不遜な階級根性を排して、手工作人の新しい組合をつくろう！われわれは、諸共に建築と彫刻と絵画のすべてが一つの統一的形態をなす未来の新しい建築を、希求し、考案し、創出しよう。いずれの日にか、手工作人の幾百万もの手から生まれるその未来の建築が、来るべき新しい信念の結晶した象徴として、天に向かって聳え立つであろう(長田訳1995)。」

ここには、建築を芸術の優位な概念としてあらゆる造形活動を統合し、造形活動の基盤と

して手工芸の復権を目指す新しい共同体の形成という、モリスの思想を引き継いだ中世のギルドとユートピアへの指向がみられる。そこに芸術と産業を結ぶ姿勢は示されていない。教える者は教授ではなく、親方（マイスター）と呼ばれたように、徒弟（レーリング）・職人（ゲセレ）・親方（マイスター）という呼称が用いられ、そこに明確な「教師-学生」の関係をもたないことは、個性の自由の尊重と厳正な研究を目指したものであると考えられているが、ここに中世のギルドへの憧憬が顕著に表れているものとも解釈できる。

第1期のバウハウスにおける教育課程は、予備課程、工房教育、建築教育（建築工房）の3つの段階が設置された。予備課程は、ヨハネス・イッテンによって考案され、最初の半年間の必修科目とされた。ハーン（1995）によると、イッテンが予備課程で行った教育の方針は以下の3つにまとめられる。

1. 学習する者の想像力を自由にし、それによって彼らの芸術的才能を自由にする。
2. 学生の職業選択が容易になるようにすること。材料とテクスチャの演習はこの点で貴重な助力を与える。
3. 学生の将来の芸術的職業に対して、彼らに造形の根本原則を与えること。形態と色彩の法則は、学生に客観性の世界を開く。

このイッテンの教育理念においては、芸術至上主義的、神秘主義的な傾向が強く、個人の精神的な統合に関心が向けられている。イッテンの教育のねらいは、「グロピウスが宣言書でめざした造形の総合や共同性にあるのではなく、あくまで個人の内面の解放に向けた芸術教育（『世界デザイン史』1995）」であった。本村（1993）も、イッテンの教育について「創造力をもつ実体としての個人に、諸能力を総合的に発揮できるような全体的人間としての価値を見いだそうとした」とまとめている。このようにイッテンの教育は、グロピウスの理念とは異なる展開を多く含んでいたが、この教育実践によって得られた、色相・補色・彩度などの色彩論、テクスチャー研究などの造形研究と教育実践の意義が、後の日本をはじめとする造形教育に与えた意義は大きい。

イッテンは、産業と対立して個人単独の仕事を遂行していくか、産業との接触を強めていくか、という後のバウハウスの思想を決定づける問題をグロピウスに投げかけた。これに対し、グロピウスは1922年、新しいスローガンとして「芸術と工業技術-新しい統一」を掲げ、芸術と工業技術とを生活形式の結合という点で統一を求め見解を明らかにした。イッテンはこの見解を受け、1923年バウハウスを去る。さらにグロピウスは、1924年夏の「バウハウス生産の諸原則」において、以下のようなバウハウスのその後の基本方針を定式化した。

「進歩する技術や新しい素材、新しい構造の発見と絶えず接触を保つことによるのみ、造形活動を行う人間は、対象を伝統との生き生きとした関係のうちに見だし、そこから新しい工作観を發展させていく能力を得るのだ。機械や乗り物の活気ある環境との断固とした関係。事物を、固有の法則に従って、ロマンティック化せず遊びなしに造形すること。典型的

## 現代社会におけるデザイン概念の考察

で、誰にでも理解できる基本形態・基本色彩への限定。多様性のなかの単純さ。空間、材料、時間、資金の無駄のない利用（グロピウス 1924、出典：ミハエル・ジーベンプロート・一條 彰子 1995）。」

これにより、手工芸から離れた工業的大量生産のための技術教育が明確にされ、「デザイン」を芸術と近代機械産業との結合として捉えるバウハウスの性格が決定された。

### 3.3. インダストリアル・デザインの成立

前節まで、モリスからバウハウスまでを概観してきた。モリスの思想からは、「大衆の日常生活環境に向けて美的価値を根付かせようとする視点」が見いだされ、バウハウスからは、『デザイン』を芸術と近代機械産業との結合として捉える」という点が見いだされた。しかし、以下の林（1968）の指摘に見られるように、本当の意味での大衆へのデザイン概念の定着は、アメリカにおけるインダストリアル・デザインの成立に見ることができる。

「いわゆるモダン・デザインの歴史は、機械と大衆を結びつけようとは考えもしなかった、ウィリアム・モリスの頃まで遡るのがふつうである。たしかに、造形思想史的にモダン・デザインを捉えれば、それには一応の必然性がある。しかし、デザインの社会史における現代という時代区分は、デザインにおいて機械と大衆が現実結合する時期、すなわち、一九二〇年代から三〇年代にかけてのアメリカにおける、インダストリアル・デザインの成立に求めることができると考えられる。それまでは、ドイツ工作連盟やバウハウスなどのように、たとえ機械を肯定した造形であっても、その生産の規模や流通の範囲はけっして大衆的ではなかったし、その造形思想は、ヨーロッパにおける文化の伝統的観念がそうであったように、マス（大衆）に対して閉鎖的なエリートの思想だったのである。」

インダストリアル・デザインの成立は、大量生産と大量消費の進む中で急速に展開した。大量生産と大量消費がデザインと深く関わったことは、フォードと GM（ゼネラル・モーターズ）の自動車の生産・販売戦略の比較において顕著に見ることができる。ヘンリ・フォードは、1908 年、T 型フォードを発売し爆発的な売れ行きを記録した。フォードは、部品の互換性、分業、流れ作業、労働管理という大量生産の原理に沿い、単一車種の大量生産によって、技術的に優秀で従来とは比べものにならないほど安価な実用大衆車を提供し成功を収めた。しかし、後の GM の戦略に大敗することになる。GM は、フォードが単一車種にこだわったのに対し、最低の価格から最高級車まで揃えるといった車種の多様性を前面に出した。それと同時に、車種間の部品を可能な限り共通化することで、大量生産を両立させた。そして、毎年モデルチェンジを行い、過去のモデルを廃物化し、消費者の需要を喚起した。つまり GM は、走る実体としての自動車に加え、スタイルという情報・記号的側面に注力した。フォードは、大衆が自動車を所有することには貢献したが、画一的な単一車種ではいくら大量生産により価格を下げても、大衆の購買欲を持続させることはできなかった。性能の良いものを

安く売り出せば必ず売れると信じ、「われわれは、前のモデルを廃物化するような改善は決して行わない」としたフォードも、後にGM的な戦略への転向を余儀なくされる。

GM社長スローンの「アメリカ人はいまや、自分たちが自動車を使用するというだけでなく、それに乗っているのを他人に見られることを得意とするような、自動車をほしがっている。」ということばは、モノとしての自動車から記号としての自動車への転換を意味している。このモノから記号への価値転換が、インダストリアル・デザインの理念形成の大きな要素である。林（1968）はインダストリアル・デザインの理念を以下のようにまとめている。

「人間をとりまくさまざまな工業生産物の記号化が進行するとともに、インダストリアル・デザイナーは個々の生産物の美化だけでなく、大衆の環境形成に大きく関与するようになり、生産物の物質的な使用価値と記号的な意味を統合し、秩序ある環境を形成することが、インダストリアル・デザインの理念とされるようになっていく。」

この流れの中で、販売を促進するために概観を変えるのが「デザイン」である、という考えが生まれる。つまり、「デザイン」とスタイリングを同一視する見方である。実際に1920年代から30年にかけてのアメリカの自動車のデザイナーはスタイリストの名でよばれた。さらに1929年の大恐慌により、不況にあえぐ企業を倒産から救う方法としてこの側面は顕著に表れる。製品の本体は変えずに、ただ表面のスタイルだけを変え、それまでのスタイルを意図的に古いものに追いやり、消費者の購買欲を喚起しようとするものである。その消費を刺激するために宣伝が積極的に利用され、マスプロダクションとマスコミュニケーションがデザインを動かす原動力とされた。今日あるものを明日古く見せる計画された廃物化の技術として「デザイン」が積極的に利用されることになる。

このように、生活環境への視点の欠如が一方で問題とされながらも、インダストリアル・デザインが成立し、デザイナーという職種が社会的に確立するようになった。モノから記号への価値転換においてデザイナーが行うデザイン作業について、林は以下のように述べている。

「デザイナーとは記号を作製する専門家の一種であり、情報を処理する職業の一種である。デザイナーの作製する記号やデザイナーの処理する情報は、具体的な生産物の造形に収斂するものであるところに、他のコミュニケーションの記号や情報と異なる特殊性がある。具体的な造形の記号や情報であるために、人間のイメージや感性と結びつく美的な性格をもつだけでなく、生産物の造形である以上、物の使用価値と不可分な記号化だという特殊性をもっている。」

以上のように、アメリカのインダストリアル・デザインは、機械と大衆を結びつける視点に市場経済原理が強く関わることにより、物質的な側面と記号的側面が分離され、主にその記号的操作を担うものとして確立した。



### 3.4. 「近代社会におけるデザインの専門性」のまとめ

ここまで、「近代社会におけるデザインの専門性」を明らかにするために、モリスの思想、バウハウスの理念、インダストリアル・デザインについて言及してきた。近代社会におけるデザインの専門性として、モリスからは、その思想的背景となる「大衆の日常生活環境に向けて美的価値を根付かせようとする視点」が見いだされ、バウハウスからは、その理念的背景となる『デザイン』を芸術と近代機械産業との結合として捉える」という点が見いだされた。そして、アメリカでのインダストリアル・デザインの成立によって、「機械と大衆を結びつける視点に市場経済原理が強く関わり、物質的な側面と記号的側面が分離され、『デザイン』は主にその記号的操作を担う行為」として確立した。

## 4. まとめ

本稿では、概念拡大と流動的な解釈の不定性が指摘される、現代社会における「デザイン」の概念を整理することを目的として議論を進めてきた。これまでの省察により、現代社会における「デザイン」の概念には、以下の大きな2つの解釈が存在し、それらが錯綜した状況であるということが確認された。

- (1) 「(英語としての) design」の語義である、「設計、計画、構想、図案、意匠」から捉え、その解釈を人間の根源的営為にまで広げた観点
- (2) 近代デザインの専門性を背景とした「デザイン」の観点

また、近代デザインの専門性とは以下の3つに整理できる。

- ・大衆の日常生活環境に向けて美的価値を根付かせようとする視点を持つ
- ・芸術と近代機械産業との結合として捉える
- ・機械と大衆を結びつける視点に市場経済原理が強く関わり、物質的な側面と記号的側面が分離され、主にその記号的操作を担う行為である

本稿では、今後の「デザイン」に関する議論を深めるための共通基盤の構築に注力したが、今後はこの論考を礎に「デザイン」が直面している研究課題を明らかにし、その具体方策について検討していきたい。

## 参考文献

- 阿部公正ほか (1995) [カラー版] 世界デザイン史. 美術出版社, 東京
- ATA デザインプロジェクト (横井ほか) (2001) 構想大学デザイン学部. プレジデント社, 東京
- ヴァルター・グロピウス (1919) 長田謙一訳 (1995) ヴァイマール国立バウハウス宣言 (1919年4月). バウハウス 1919-1933 [図録], セゾン美術館, 東京: 11
- ペーター・ハーン (1995) バウハウスにおける基礎教育. バウハウス 1919-1933 [図録], セ

ゾン美術館：38-41

原研哉（2003）デザインのデザイン．岩波書店，東京

林進（1968）現代デザインの社会的基盤．現代デザインを考える，美術出版社，東京：11-32

福田隆真（1993）デザインとデザイン教育．デザイン教育ダイナミズム，建帛社，東京：1-26

レイモンド・ローウイ（1981）藤山愛一郎訳 口紅から機関車まで．鹿島出版会，東京

水野ほか（2000）20-21世紀DESIGN INDEX．INAX出版，東京

本村健太（1993）バウハウスの脱神話化．デザイン教育ダイナミズム，建帛社，東京：63-91

ニコラス・ペヴスナー（1957）白石博三訳 モダン・デザインの展開．みすず書房，東京

ジョン・ウォーカー（1998）栄久庵祥二訳 デザイン史とは何か．技報堂出版，東京

嶋田厚（1996）デザインの森．現代デザインを学ぶ人のために，世界思想社，東京：110-128

ヴィクター・パパネック（1974）阿部公正訳 生きのびるためのデザイン．晶文社，東京：17

渡辺保史（2001）情報デザイン入門．平凡社新書，東京

## A study on the concept of design in contemporary society

Kazaru YAEGASHI

In this paper, the concept of design in contemporary society was arranged in order to build the common base of the discussion concerning "Design" in the future.

As a result, it was confirmed that it was a situation in which the following two interpretations became complicated.

1. A viewpoint that is understood from meaning of a word "Design", and expands the interpretation to the working of human nature.
2. A viewpoint from the specialty of modern design.

[Key words: the concept of design, the working of human nature, modern design]