

Върху морала, а не върху печалбата. Каквото и да се говори за стайлинга, американският принос към развитието на дизайна на XX в. е решителен. Именно в САЩ за пръв път професионалният дизайнер успява да заеме своето неразделно място в процеса на създаването на серийните потребителски стоки. След Втората световна война значението на тази професия нараства. Дизайнери от Европа или американци, обучени в Европа, започват да проектират мебели, които по-късно биват внедрени в производство от различни фирми. В САЩ има елемент на комерсиализъм в дизайна, който напълно липсва в Англия или пък изцяло излиза извън строгите разбирания на германците. Там дизайнът се

превръща в съществена част от съвременния бизнес – един от двигателите на икономиката. Ако говорим за крайния резултат, от една страна, стои грубият комерсиализъм на планираното морално състаряване на изделията, но от друга – възможността дизайнерът да се превърне в сериозен професионалист в общество, поддържащо статуса на неговия труд. Фирмата "Нол" е първият производител на мебели, който продава своите стоки под имената на техните автори – столът Мис, столът Бройер. Когато през 70-те години възниква култът към дизайнерите като съставна част от маркетинга, американците отново се оказват водещи и в тази област.



Франк Лойд Райт. Реконструкция на интериора на Рукъри Билдинг, 1907 г., първоначално строена от Бърнам & Рут през 1888 г. Сградата е реставрирана отново през 1992 г. от Макклиър корпорейшън