



设计文化学



田晓冬 姚君 著

中国矿业大学出版社

China University of Mining and Technology Press

设计文化学



田晓冬 姚君 著

中国矿业大学出版社
China University of Mining and Technology Press

图书在版编目（CIP）数据

梦圆世博 / 苏碧群、苏翰策摄. — 成都：四川美术出版社, 2010.12
ISBN 978-7-5410-4430-9

I. ①梦… II. ①苏… ②苏… III. ①博览会—概况—上海市—2010—摄影集 IV. ①G245-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第233604号



顾问：胡正民
主编：王达军
责任编辑：陈晶 王富弟
责任校对：曾品艳
图片编辑：陈张平
装帧设计：陈张平
封面题字：李洪海
出版：四川出版集团·四川美术出版社
发行：全国新华书店
印刷：深圳雅昌彩色印刷有限公司
成品尺寸：260mm×250mm
印张：13.5
图片：370
字数：20千字
版次：2010年12月第1版
印次：2010年12月第1次印刷
书号：ISBN 978-7-5410-4430-9
定价：230.00元

本书图文受国家知识产权保护，未经作者同意，
对其图片的复制、使用均构成侵权行为



田晓冬 1959 年 11 月出生于安徽阜阳，现为中国矿业大学艺术与设计学院副院长、教授、硕士生导师，设计艺术学硕士点首席学科带头人。近年来参加国家级、省级画展多次，曾获得宜兴国际陶艺展优秀奖、省级画展二等奖等奖项，出版专著 3 部，在国家艺术类核心期刊发表专业论文 20 余篇，作品被整版介绍 4 次，作品曾被第四回中韩文化交流展收录，作品也曾在美国、加拿大、日本和中国台湾地区展出，部分陶艺作品被海内外人士收藏。



姚君 1979 年 9 月出生于江苏徐州，现为中国矿业大学艺术与设计学院工业设计系副教授，江苏省工业设计学会理事。曾获江苏省优秀工业设计二等奖、江苏省优秀艺术教育论文二等奖、中国矿业大学优秀教学成果奖，发表论文 20 余篇；曾指导学生获得“挑战杯”二等奖、“东莞杯”金奖、美国 IDEA 奖等设计奖项。

序

文化是人类社会历史实践中创造的物质财富和精神财富的总和。英国学者泰勒曾说：“文化或文明，就其广泛的民族学意义来说，乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗在内的复杂整体”。设计创新、创意的源头是“文化”，设计文化是文化的重要组成部分，它既包含物质文化部分，也涵盖了精神文化部分，融物质文化与精神文化为一体。

我国大概自 20 世纪末在设计艺术界吹起了后现代风潮，后现代设计风潮所带来对本土性与历史性的重视，显示设计向人文学科的回归。但是，国内设计界的后现代设计风潮基本是一种杂志性的跟风，对现代设计文化的本质与内涵不求甚解，对优秀的设计文化传统也懒于梳理，故此国内设计文化的主体性尚未完全起步，设计环境的自主性也缺失文化主导的支撑。这些现象都迫切需要我们了解设计与文化的关系、建构以文化为向度的设计理论，在设计上努力探索与实践自己的文化资源，从而夺回设计文化理论的主导权。

俗语说：“根深方能叶茂”，当今的中国设计借鉴甚至抄袭西方的过多，这仅仅是一种盲目的“拿来主义”，我们是需要学习现代的设计观念，但无需从形式上去复制、照搬，这种复制只会越来越丢失我们自己的语言，变成完全的跟随者。此外，具有我们中国传统文化的东西更能使我们感到一份亲切、温馨与自豪，这种国人的设计文化也更应该融入当今设计艺术的血脉。当然，这些设计问题的答案涉及诸多方面，但我觉得最根本的还是设计作品本身的文化内涵，也正是设计作品的核心；如今的中国设计师可能过多地强调了形式的方面，而忽略了设计作品本身应透露出来的内容和意境。

我一直深信，只有具备深厚文化根基的设计作品才更能让人回味，让人感到一种深度，感到设计的这种人文精神。



上海大学美术学院教授、博士生导师
2010 年 10 月于上海

自序

自从20世纪以来,设计已经经历了一次次全球化的蓬勃发展;特别是随着20世纪70年代的后现代运动,以及当今的物质设计,设计在全世界范围内被推向了一个令人瞩目的高度,也带来了缤纷、多元的色彩;政府、企业和院校都认识到设计的战略价值,也正在各方面的关注下,设计得到快速发展。当然,由后现代设计思潮带来对本土性与历史性的重视,正展示了设计向人文学科的回归;但是,现实生活中对杂志式样的设计跟风与时髦的体现恰恰反应了对现代设计内涵的不求甚解,我们也正是希望通过大家共同的探讨来还原设计的真实面貌。

从文化的角度切入设计研究,从设计的成果来观察文化,这便形成了设计文化学。设计文化学研究文化对设计的约束性,研究设计背后的意识形态,思考设计作品的文化价值。因此,设计文化学不仅是他律,不仅是强调超越设计之外的研究学科,更是着重于设计艺术与其内、外部因素相互作用的本质研究,是设计还复为其自身的研究,同时也是设计艺术在某种程度上的自律;此外,设计文化学研究不可以变成现代设计的文化决定性观点,因为现代设计是建立在艺术、技术、市场等多元环境之下的复杂性综合体。

本书在撰写工作中遇到的最大困难是对设计文化研究内容的限定,恰恰因为设计文化研究内容的广泛性,也由于种种条件的限制,笔者的研究仅从几个角度对设计文化进行了诠释,其目的也是为了从一定意义上还原设计的本来面目,试图在学理层面上阐明设计之文化对人类存在和社会历史演化的价值;抛砖引玉,这些思考与诠释有待学人明辨。

本书主要由中国矿业大学艺术与设计学院田晓冬、姚君撰写,具体的写作分工为:田晓冬统筹本书并撰写第三、四、五、六章,姚君撰写引言及第一、二章;梁跃荣、许格格参与第二章的部分撰写工作;汪大伟参与第三、四章的部分撰写工作;陈墨涵参与第五、六章的部分撰写工作,他们也对本书的校对和编排做出了一定贡献。

我们深知在设计文化领域的研究还有很多不足,限于编者的学识及本书的篇幅,本书可能会有各种疏漏,不足之处敬请读者指正,以期有机会进行修订。同时,也向被本书征引和参考过的相关文献和图片的作者表示衷心感谢。

田晓冬 姚君

2010年10月于中国矿业大学

目 录

引言	2
第一章 论设计	12
第一节 设计的发展	14
第二节 需求与创造	25
第三节 设计中的易用美学	31
第四节 现代设计的文化困境	34
第二章 设计与文化	42
第一节 设计是一种文化实践活动	42
第二节 设计与文化的对话	45
第三节 设计创新与管理	47
第四节 以瓶装水容器造型设计为例的设计文化思考	51
第五节 基于文化交融的饮食器具造型设计研究	58

第三章 科学与艺术	62
第一节 对立与统一——艺术与科学之间的共通与差异	62
第二节 交融、分化与回归——艺术与科学之间相互关系的发展历程	74
第三节 艺术与科学的联姻——设计艺术与科学之间的相互依托	79
第四节 现代科技给设计艺术带来的问题	86
第五节 扬长避短——善用当代科技为设计服务	92
第四章 艺术与社会	98
第一节 双重关系——艺术的自律性与社会性	98
第二节 艺术与社会的相互影响及艺术的社会功能	103
第三节 社会经济因素和设计艺术的相互促进	111
第四节 民族精神以及时代因素对设计艺术的影响	114
第五节 个体与群体——设计艺术与公众的互动关系	123

第五章 对设计文化的提问	128
第一节 文化不能被设计	129
第二节 如果文化不能被设计，社会文化是如何进步的	138
第三节 设计的本质与文化的关系	148
第四节 设计师对文化的正确态度	150
第六章 再议中国古代设计哲学	152
第一节 中国古代的哲学思想	154
第二节 中国古代美学的中和之美	159
第三节 关于设计哲学的几个问题	167
第四节 中国古代设计哲学的特征	171
第五节 中国古代设计哲学对于设计的影响	174
结束语	176
参考文献	177

设计文化学

引言

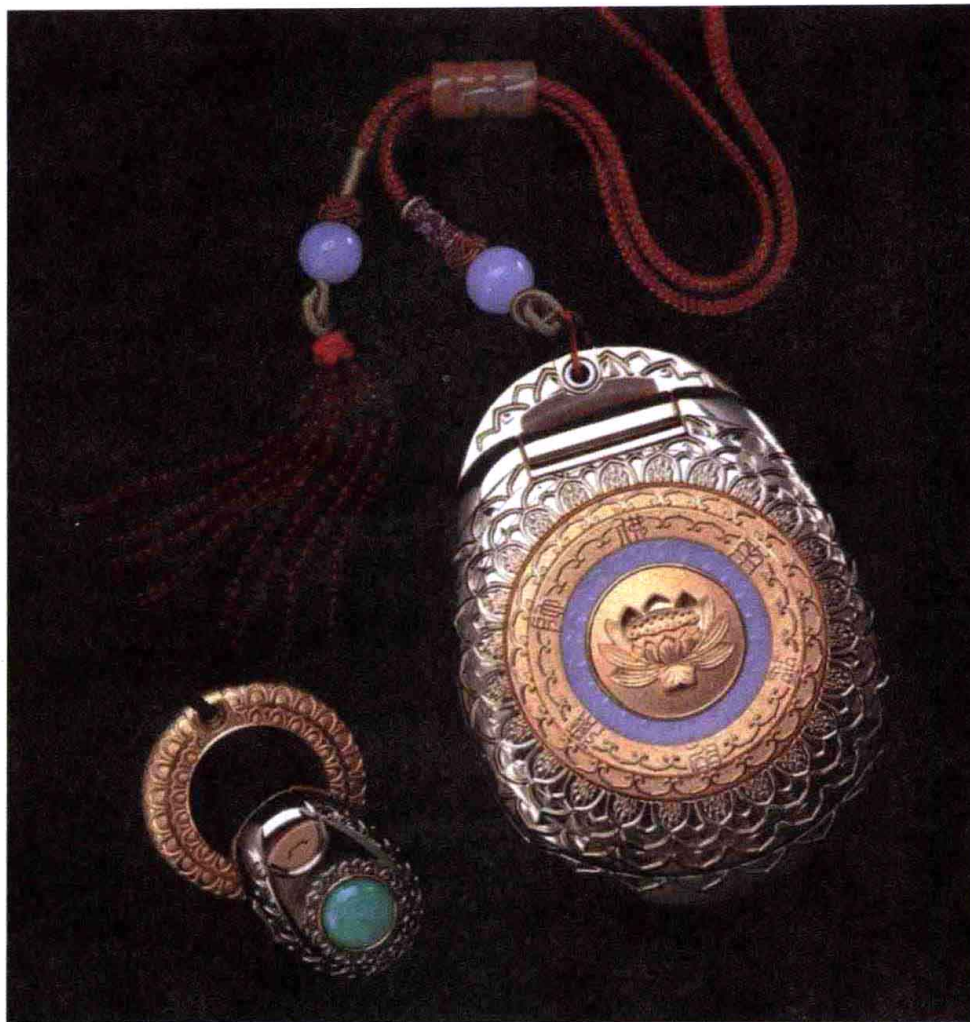
本章关注：现代设计是解决现实问题的文化演变过程，而文化则是通过设计过程所取得成就的综合体现。

文化是一个社会和社会集团的精神、物质、知识和情感的所有与众不同显著特色的集合总体，除了艺术和文学，它还包括生活方式、人权、价值系统、传统以及信仰等。^①随着对文化一词的发展演变，文化更扩展为人类在社会实践中创造的物质财富和精神财富的总和；从设计角度来看，文化也正可以理解为社会中所有存在的设计物的综合体现。设计文化是社会文化的重要组成部分，是创新、创意的源头；设计文化既是物质文化，也是精神文化，融物质与精神为一体。设计和文化是水乳交融的，设计的发展以及在未来时代的演变都将会以文化为依托，设计的物化成果所具备的物质文化与精神文化都直接或间接地反映了社会的整体文化特征。

设计是一种造物艺术，也已经成为一种综合艺术与科技语言的表达形式。作为人类造物活动的延续和发展，现代设计正成为社会文明的物化呈现，正如深圳市浪尖工业产品造型设计有限公司所设计的手机——禅机（如图 0-1）。在当今时代，在技术手段上拥有比以往任何时代都无可比拟的科技文明，在艺术上又是传承不断的文化延伸、创造与发展。于是，我们已经不满足于将科学技术的发展仅用于从自然中获取物质财富，人类同样需要运用现代技术和艺术手段去拓展生活中的精神内涵，从另一个角度看，科学技术的人性化应用过程也脱离不了现代设计的贡献。

^① 参见陆扬、王毅：《文化研究导读》，复旦大学出版社 2006 年版，第 12 页。

图0-1 禅机——手机设计（深圳市浪尖工业设计有限公司）



“天禧嘉福·禅机”的诞生灵感来自于孕育万物的水滴和祈福祥灵的佛缀，以表达佛学文化的核心，造型圆润而又流畅，予以尊贵、正气、祥和、亲切、欢喜的形象。金，代表着尊贵和永恒的价值；玉，代表高贵的品质和美德，“金镶玉”寓意金玉良缘，堪称尊贵吉祥与超凡脱俗的完美组合。

设计作为科学技术与文化艺术的桥梁，既是传承文化历史与积淀的手段，又动态地创造着新的生活文化方式，这也是我们对设计求本溯源的主要原因。从造物的历史研究来看，今天的物品在百年、千年以后也会成为现时代的文化符号和印迹；因此，物品存在的意义以及物品与人之间的关系成为设计研究的一条重要脉络，如何在时代的文明进程中进行人、物品、社会的完美结合也将成为设计要重视的课题。

文化对设计的影响是以设计师通过设计的物品而体现出来，设计作品通过其自身的符号特点折射了文化的痕迹。如香港著名设计师、汕头大学长江艺术与设计学院院长靳埭强教授之所以走向成功，不仅因为有一流的设计意识和表现，也更由于他在设计过程中去体验了更多富有中国文化内涵的设计元素，如古钱币、水墨笔触等，也只有这样的作品才更能让人回味，让人感到一种文化的深度，感觉到设计的人文内涵。靳教授主张把中国传统文化的精髓融入西方现代设计的理念中去，当然，这种相融并不是简单相加，而是在对中国文化深刻理解上的融合。例如中国银行的标志，整体简洁流畅，极富时代感，标志内又包含了中国古钱，暗合天圆地方之意，中间一个巧妙的“中”字凸现中国银行的招牌，这个标志可谓是靳埭强教授融贯东西方理念的经典之作如图 0-2。靳埭强教授将浸润五千年的中国文化元素以现代设计的方式呈现出来，这也引导着我们将文化作用于设计，如图 0-3 是以中行标志为设计元素的小产品设计。



图 0-2 中国银行标志（靳埭强设计顾问）

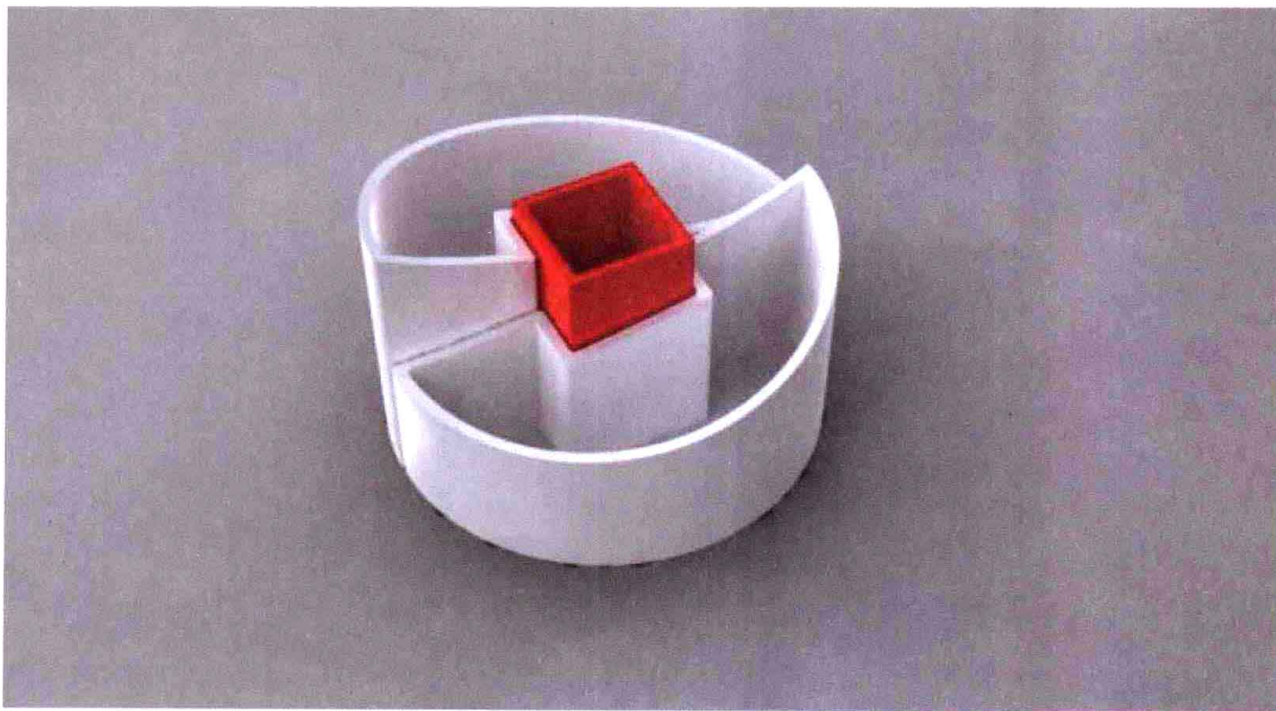


图 0-3 以中行标志为设计元素的小产品设计（设计：朱捷 指导：姚君）

一个成功且不断演进的产品设计或产品线，将会形成独特的设计思想并对市场消费形态的决策模式产生引导作用，如果再加上时间的累积和延续必将发展成为独特的产品识别符号。如图 0-4、0-5，苹果电脑的 iPod、iPhone、iPad 系列产品在很大程度上改变了人们对音乐播放、移动通信、桌面电脑等方面的产品定义，并影响了很多人的生活方式与审美理念。这种简约、极限的与众不同恰恰代表了 Apple 背后的设计文化与态度。

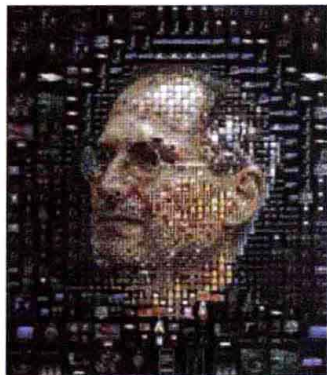


图 0-4 史蒂夫·乔布斯（苹果电脑创始人）与苹果产品图例，他本人是个创新天才，也总给人一种神秘的印象。



图 0-5 苹果 iPad 产品图例

像奥斯卡金像奖等国际电影大奖一样，某些地域性的文化与价值观将会成为一个独特的、主导的标准，现代设计也有这样的氛围。正如，如果没有了“茶道”，没有了“浮世绘”，日本文化又从何说起呢？相应的，日本现代设计在世界上占有举足轻重的地位，日本感觉、日本风格也正是通过一些现代产品来阐述的。如被国际设计界普遍视为日本工业产品设计的开创人之的柳宗理，他所设计的“蝴蝶凳”如图 0-6，两片弯曲定型的纤维板，通过一个轴心反向而对称地连接在一起，造型很像是一只蝴蝶正在扇动的一对翅膀；这个凳子的造型，可以让人感觉到来自日本传统建筑的构造，从历史文化中可以看出它的渊源，把传统文化和现代化的技术结合得惟妙惟肖。



图 0-6 蝴蝶凳（日本 柳宗理）

从多元发展来看,设计艺术可以看做一种文化和文明,中国的造物艺术活动也至少已达 7000 年,古代的国人创造了灿烂的物质文明,每一个具体的人造物都体现了国人所具备的独特的价值观和创造力。正如 1968 年河北满城陵山中山靖王刘胜之妻窦绡墓出土的长信宫灯如图 0-7,这些设计的理念和方法也是当时代中国文化特质的独特表现。“天人合一”的思想是中国传统文化的一个核心命题与精神实质,人与自然的和谐统一、天与人的相互作用形成了造物之理。这种造物之理可以简化为一个“宜”字,宜的方法论具体包括了与物相宜、与人相宜、与时相宜、因地制宜、与礼相宜、文质相宜等,古人在这也都曾做过精辟的论述。^①当然,由于我国近现代工业发展的相对迟缓,国内设计学科在 20 世纪 80 年代才确立“设计艺术”的概念。

任何事情都是复杂的,任何设计也都不是各自独立的;设计的对象直接存在于文化历史中,也存在于我们生活世界的每一个角落,设计本身就可以看做是在特定时代中所展开的文化创造活动的成果。如今,提到韩国的文化就让人想到了三星、LG、现代,而属于中国文化的代表呢?我们不能总是老祖宗的创造而洋洋自得,我们也不能总是叫世界去关注我们的历史文化,那我们能不能通过品牌与产品的强势让中华文化特质在国际市场上立足呢,能不能进行一次全新面孔的中华文化复兴呢?作为一个优秀的设计师,应立足于本国的传统文化,正确理解中西差异,对优秀的文化传统做出新的阐述,用现代设计的思维对文化元素进行新的解构,以让日渐模糊的文化背影重新清晰起来。

^① 参见邱春林:《设计与文化》,重庆大学出版社 2009 年版,第 25 页。