

多维视域下的 艺术设计理论研究

王 峥 ◎ 著

Research on Art Design Theory in
Multi-dimensional Field of Vision



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

王 峥◎著

多维视域下的 艺术设计理论研究



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 提 要

本书从艺术设计的基本理论出发,详细论述了艺术设计的发展及艺术设计的造型理论、材料理论、心理分析、思维理论、审美批评与风格等,为艺术设计提供了系统、科学的理论支撑。

本书选材新颖,内容充实,做到了深入浅出,理论联系实际,具有很强的前瞻性和实用性。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

多维视域下的艺术设计理论研究/王峥著. —北京:北京理工大学出版社, 2017.3

ISBN 978-7-5682-3828-1

I. ①多… II. ①王… III. ①艺术—设计—研究 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第052437号

出版发行/北京理工大学出版社有限责任公司

社 址/北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编/100081

电 话/(010) 68914775(总编室)

(010) 82562903(教材售后服务热线)

(010) 68948351(其他图书服务热线)

网 址/<http://www.bitpress.com.cn>

经 销/全国各地新华书店

印 刷/北京紫瑞利印刷有限公司

开 本/710毫米×1000毫米 1/16

印 张/11

字 数/218千字

版 次/2017年3月第1版 2017年3月第1次印刷

定 价/58.00元

责任编辑/刘永兵

文案编辑/刘永兵

责任校对/周瑞红

责任印制/边心超

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

前言 Preface

在当今社会经济高速发展的形势下，社会文化的各个方面出现了相互融合的趋势。作为一个综合的学科门类，艺术设计的重要性在今后的社会经济和文化生活中将日益凸显。

本课程的主要任务是向学生传授艺术设计的相关理论知识，培养学生的艺术设计思维，为学生的艺术设计实践打下基础。

本书重点在于揭示艺术设计的本质和规律，加深读者对艺术设计的认知和理解，以利于更好地创造或设计出符合人类发展需要的空间和产品，用好的设计和对的设计为人类可持续发展服务。

现代科学的发展使艺术设计领域得到空前拓展，设计学科日益走向交叉化、综合化、复合化，时代的发展需要艺术设计理论的构建与重组。作为新一代设计师，更应该清楚艺术设计是为“人”而设计的终极目的，在充分掌握艺术设计的本质与发展脉络的基础上，运用艺术设计思维协调好艺术设计与社会发展的关系。

与同类书籍相比，本书的知识结构和撰写方式有自己的特点，具体表现为以下三方面。

知识系统。在内容的安排上，本书除了对艺术设计基本理论予以必要阐述外，还融入了许多新的相关学科知识，如设计方法学、设计心理学、设计美学等。

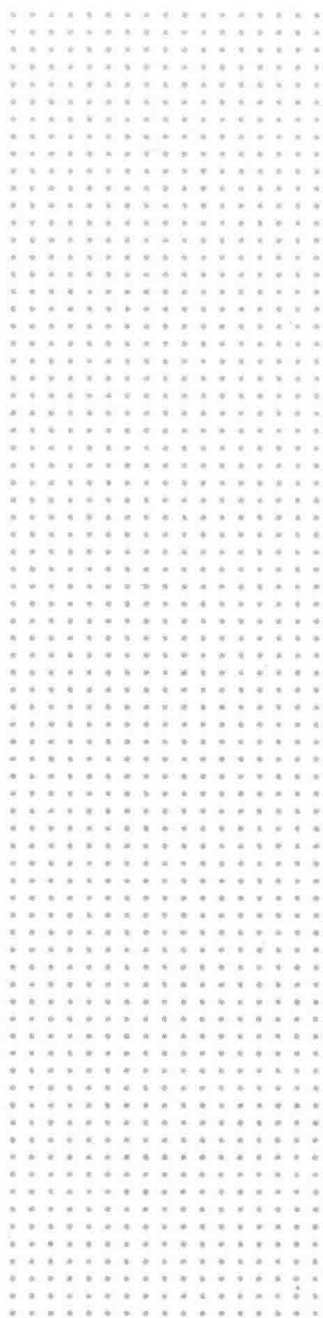
理论联系实际。为了体现现代艺术设计的内涵，笔者将理论知识与现代设计实践相结合，以期对学习者起到启发与指导的作用。在涉及设计思维的内容中，笔者系统全面地论述了设计思维的类型，并提出了有效的训练方法。

知识前沿性。设计材料在设计活动中充当了相当重要的角色，而时代的发展也带来材料技术的变革，所以本书对各种新型材料进行了分析，并列举实例加以说明。

本书参考了许多专家学者发表或出版的论文、专著，在此，对这些专家学者一并表示感谢。

由于笔者知识水平尚有欠缺，因此对艺术设计的作品实例论述还存在不足。而艺术设计理论的内容又极其广泛，所以本书粗糙拙浅之处在所难免，欢迎读者批评指正。

著 者



目 录 Contents

第一章 艺术设计导论·····	1
第一节 艺术设计的含义和本质 ·····	1
第二节 艺术设计的特征 ·····	5
第三节 艺术设计的分类 ·····	9
第四节 艺术设计的层面分析 ·····	19
第二章 艺术设计的起源及其在西方的发展···	22
第一节 艺术设计的起源 ·····	22
第二节 西方手工业时期的艺术设计 ·····	24
第三节 西方工业时期的艺术设计 ·····	31
第四节 西方后现代艺术设计的兴起 ·····	41
第三章 中国艺术设计的发展·····	48
第一节 秦汉魏晋南北朝时期的艺术设计 ·····	48
第二节 唐宋时期的艺术设计 ·····	54
第三节 明清时期的艺术设计 ·····	58
第四节 近现代的艺术设计 ·····	73
第五节 我国艺术设计的现状与未来趋势 ·····	76

第四章 艺术设计与造型..... 79

第一节 艺术设计造型概论79

第二节 平面构成80

第三节 立体构成93

第四节 空间构成 102

第五节 色彩构成 107

第五章 艺术设计与材料..... 118

第一节 材料与材料美学 118

第二节 艺术设计材料的种类及特征 123

第三节 艺术设计材料的运用 132

第六章 艺术设计与色彩..... 145

第一节 色彩与设计色彩 145

第二节 艺术设计色彩的表现手法 152

第三节 色彩在艺术设计中的运用 160

参考文献..... 169

第一章 艺术设计导论

艺术设计，是艺术化的设计，是艺术形式美感法则与具体实用功能相融合的结果，不能只简单理解为设计的艺术形式。环境艺术设计、风景园林设计、展示设计、视觉传达设计、工业产品设计、珠宝设计、服装设计等都属于艺术设计的范畴，可以说艺术设计已经渗透到人类生活的方方面面。本章从艺术设计的含义入手，依次对艺术设计的本质属性、特征和分类进行阐述，以便于学习者对艺术设计这一概念有一个整体性的认识。

第一节 艺术设计的含义和本质

一、艺术设计的含义

(一)设计

1.《大不列颠百科全书》对“设计”的诠释

“设计”一词的英文是“Design”，1766年版的《大不列颠百科全书》对“Design”作出了这样的解释：所谓 Design，是指艺术作品的线条、形状在比例、动态和审美方面的协调。在此意义上，Design 与构成同义，可以从平面、立体、色彩、结构、外形的构成等方面加以思考，当这些因素融为一体时，就产生了比预想更好的效果。由此可以看出，“Design”的含义还被限定在“艺术作品”的范围之内。只有到了工业化时代，“Design”的词义才从“艺术作品”这样纯艺术的范围内走出来，逐渐形成了现代意义上的“设计”概念。

20 世纪初期，人类开始有意识地使用“设计”一词。到了 1974 年，第 15 版的《大不列颠百科全书》对“Design”的解释更加明确，也更具有现代性。即 Design 是进行某种创造时，计划、方案的展开过程，也就是头脑中的构思。一般是指能用图样、模型表现的实体，但并非最终完成的实体，只指计划和方案。

2.《新华字典》和《现代汉语词典》对“设计”的诠释

在《新华字典》中，对设计的解释为“在做某项工作之前预先制定方案、图样等”。

而1983年第2版的《现代汉语词典》对“设计”一词的解释则是:“在正式做某项工作之前,根据一定的目的要求,预先制定方法、图样等。”简单地说,“设计”就是设想和计划。这一释义与1974年第15版的《大不列颠百科全书》的解释非常接近。

3.《工业设计全书》对“设计”的诠释

张道一先生主编的《工业设计全书》对“设计(Design)”一词含义的解读非常清晰、透彻。

首先,设计是围绕某一目的而展开的计划方案或设计方案,是思维、创造的动态的过程,其结果最终以某种符号(语言、文字、图样及模型等)表达出来。

其次,设计是一个含义非常广泛的词,使用该词时,一般应用适当的前置词加以限定,来表达一个完整而准确的意思,如环境艺术设计、服装设计、道路与桥梁设计、计算机程序设计等。只说“设计”,让人弄不清是指什么设计。只有在特定的语言环境中才能省略“设计”前面的修饰词。

最后,设计具有动词和名词的双重词性。“这个设计很有新意”,“你去设计一个新的灯具造型”,前面句子中的“设计”是名词,后面句子中的“设计”是动词。

在对“设计”一词的含义有所了解后,“艺术设计”的含义就不难理解了。通俗地说,“艺术设计”就是“艺术的设计”或“艺术地去设计”;同时,还要考虑具体的设计对象,“具体的设计对象”是指产品设计、视觉传达设计、环境艺术设计等不同的设计领域。如果是产品设计,艺术设计就不是指单纯的“造型设计”,还有技术之外的因素,如市场因素等。它是一种综合的艺术设计方式,包括造型设计、色彩设计、纹饰与肌理设计以及技术设计和人机因素,等等。

(二) 艺术设计与现代艺术设计

艺术设计就其字面而言,是由“艺术”和“设计”两个词组合而成的。其中“设计”是中心词,“艺术”是它的限制词和修饰词。艺术设计是艺术化的设计,是艺术形式美感法则与具体实用功能相融合的结果,不能只简单理解为设计的艺术形式。艺术设计这个术语,由教育部于1998年在制定高校专业新目录时正式提出来,把以前的环境艺术设计、染织艺术设计、陶瓷艺术设计、装潢艺术设计、装饰艺术设计、室内与家具设计等专业合并成一个,即艺术设计。

现代所说的艺术设计,包括人类对自己将要创造的产品的前期构思,以及实现这个构思的整个过程,是一种创造性的活动。

艺术设计促进了经济的发展,不断提高人们的生活品质。随着文化水平和生活水平的提高,人们对生活质量提出了更高的要求,并且期待有更多鲜明、美观的设计产品出现在自己的生活中。因此,艺术设计也将能发挥更大的作用。

二、艺术设计的本质

(一) 艺术设计是人类的行为

山东工艺美术学院朱铭教授认为,很多动物在生存环境有所变化或遇到生存危机时,能够以一系列先天具备的生物性机能改变个体或群体的行为方式或生活方式,从而适应变化了的生存环境。如蜥蜴会随着环境的改变而变换皮肤的颜色,刺猬在遇到危险时会把身体蜷曲成一个刺球来保护自己。这些动物的行为让人类感到吃惊和好奇。如果我们把设计的定义界定为设想和计划,或者是“为达到预想的目的而制订的计划和采取的行动”,动物的这些行为是不是事先有设想和计划的行为呢?即在动物界,是否具有设计和设计行为?实验表明,动物的这种技能和行为来自遗传密码,这种与生俱来的本能现象,在动物界普遍存在,如蚂蚁天生会营造蚁穴、蜜蜂天生会酿蜜和建造蜂房、老鼠天生会打洞,这是出于动物的本能驱使,而不是有意识的设计活动和行为。

马克思在《1844年经济学哲学手稿》中写道:“诚然,动物也进行生产。它也为自已构筑巢穴或居所,如蜜蜂、海狸、蚂蚁等所做的那样。但动物只生产它自己或它的幼仔所直接需要的东西;动物的生产是片面的,而人的生产是全面的;动物只是在直接的肉体需要的支配下生产,而人则甚至摆脱肉体的需要进行生产,并且只有在他摆脱了这种需要时才真正地进行生产;动物只生产自己本身,而人则生产整个自然界;动物的产品直接同它的肉体相联系,而人则自由地与自己的产品相对应。动物只是按照它所属的那个物种的尺度和需要来进行塑造,而人则懂得按照任何物种的尺度来进行生产,并且随时随地都能用内在固有的尺度来衡量对象。所以,人也按照美的规律来塑造。”

马克思在《资本论》中谈到,蜜蜂建造的蜂房,使人类的建筑师都感到惭愧。但是,即使再没有设计天赋的建筑师也比最灵巧的蜜蜂要高明,因为建筑师用蜡来造蜂房之前,就已经在头脑里把那蜂房建成了。劳动过程的结果,在劳动过程开始时,就存在于劳动者的观念中了。可见,只有人类才能根据预想的目的从事自觉的实践活动,也只有人类才有自觉的、创造性的设计行为。动物的行为只能按照它“物种的尺度”去生产,并不具备“设计”的意识。人在生产时,则可以按照任何一个“物种的尺度”去生产,如人可以造蜂房,可以造猪、狗的棚屋,可以为人类建造各种各样的房子等,不像蜜蜂只能造千篇一律的蜂房。人类历史上一切文明的产物,无论是物质的、精神的,还是融物质和精神于一体的,都是这种有目的的创造活动的产物。因此,艺术设计是人类的行为,是人类自觉的、有意识的、带有创造性特征的实践活动。

(二) 艺术设计的本质是人为事物

著名学者柳冠中先生在《工业设计学概论》中提出了“人为事物是设计的本质”的观点。他认为,人为事物是人类在适应自然并不断改造自然的过程中出现的。在人类发展过程中的特定历史时期,由于其认识自然、了解社会的程度不同,其改造自然、社会所用的手段也不同,所以限定性是这种人为事物的一个显著特征。限定性主要表现在不同的民族、不同的地区、不同的社会制度、不同的文化传统、不同的时代,对适应自然、改造自然以求生存、享受和发展时所用的材料、工艺、技术、生产方式、设计美学等有所不同,因而创造出来的人为事物(工具、用品、居住环境等)也是多元的。所以,不同的民族、时代、经济模式、社会机制等,就会产生不一样的艺术设计。

美国著名学者赫伯特·A·西蒙在《人工科学》中写道:“我们今天生活着的世界与其说是自然的世界,还不如说是人类的或人为的世界。在我们周围,几乎每样东西都有人工技能的痕迹。”所谓“人为的”,通俗地说就是人造的,即通过人的实践活动使自然物打上“人”的印记,使自然物“著我之色彩”。人为事物与自然物的区别在于,人为事物具有目的性,自然物是大自然自我运动的结果,不带有目的性;人为事物可以模仿自然物、利用自然物,是“第二性”的。所有设计活动都是人为的,所有人为事物也都离不开设计,是设计和制作的结果。正如琼斯在《设计方法——人类未来的种子》中所说:“设计不仅适用于工程师、建筑师及其他设计人员的工作,而且适用于经济计划者、立法者、管理者、社会活动家、应用研究者、政治家的活动。”

设计已经广泛融于人类事物中,每个人都在自觉或不自觉地设计着自己的行为方案。设计一般始于人为事物的开端并贯穿于人为事物的全过程。因而,人为事物就是艺术设计的本质所在,第二自然、人化的自然就是艺术设计及其物化形态所构成的。

(三) 艺术设计是人类生活方式的设计

从远古到现代,设计使人类从蛮荒逐渐走向文明,从原始社会走向后工业化社会。人类自开始生活以来,就不断地进行诸多的设计活动。正是这种不间断的设计活动,使原始人一步步地进化为今天的现代人。而现代人更有智慧、更有力量去改造自然。

设计确实使人类的生活方式不断地发生着变化,从马车到汽车,从“茹毛饮血”到今天用电饭煲、电磁炉、微波炉等来做饭,从穴居到摩天大楼,从用枯草、树皮遮身到今天五颜六色的服装等。今天,人类社会已经进入工业化后期和后工业化时代,小到生活用具,大到城市布局、乡村建设、环境规划等,设计师必须

为人类自身设计出健康、合理、宜人的生活方式。因而，从本质意义上说，艺术设计就是对人类的生活方式的设计，它将对人类的命运和未来发展产生极其深远的影响。

这三种本质说，都从一定的角度切入，探讨了艺术设计的本质所在。

第二节 艺术设计的特征

一、功能性特征

艺术设计的功能性是设计最基本的特征。人类在设计活动中始终将功能性的作用放在首位，这是因为：物品的出现，首先是为了满足人们生活的实际需要。衣、食、住、行、用，形形色色、大大小小的物品是因人的需要而存在的。设计的过程就是对物品的功能进行充分开发利用，使其成为人们生活一部分的过程。

物品设计中的功能性具有三个方面的特点：

第一，生理安全感。物品召唤人们去接近它，它所依赖的应该是稳定、适宜、合理的功能。任何一种物品如果缺乏安全性，就会引起人们的恐惧，继而引发人们对其远离。

第二，适用性。物品的出现为人们的生活带来了便利，物品的适用性体现在人们使用物品时的舒适方便。一般来说，人的眼、耳、口、鼻、身对物品的适应性有一个选择，不同材料、形状、色彩、气味、重量和质感都会使消费者有敏感在接受过程。因此，设计师必须加强对社会需求的调研，通过设计技术的精确化，对物品制造阶段的充分把握，使产品吸引消费者。

人们对物品适用性的依赖，还在于物品本身的耐久性。不论什么物品，在使用的过程中，质量都是体现适用性的一个重要标志。设计师应对物品材料、硬度、耐力等生产工艺有深入而具体的认识，这将对物品适用性功能设计有很大帮助。

第三，简洁性。任何消费者都希望物品使用起来简洁、方便，这是消费者最终追求的目标。

二、创造性特征

每个人都具有创新的意识，存在着创造的潜能，但并不是人人都能成为设计师，也不是个个都能够成功。很多人苦读数年，始终原地徘徊而不得入其门，原因在于其观察客观世界的思维方式没有得到正确的培育。

艺术设计的本质在于创造，设计的过程与结果都是通过人脑思维来实现的。

人的左、右大脑分别产生逻辑思维与形象思维,逻辑思维所着重表现的理性思维是一种线性思考模式,形象思维着重表现的感性思维是一种跳跃、发散的思考模式。人的思维过程一般来说是逻辑思维和形象思维有机结合的过程。

艺术设计融汇了科学与艺术,设计思维本身跨越了多个学科,往往单一的思维模式不能满足复杂的功能与审美需求。设计思维是指具有一定社会意义的人类高级思维活动,是设计师根据设计项目调动各种资料及积累的经验,综合诸多因素理解设计产品,同时权衡各种制约因素而构想出工作方案的思考过程。艺术设计是一项实践性、操作性很强的活动,需要用理性的逻辑思维来引导感性的形象思维。每一项具体的设计都应综合以上两种思维方法,如果片面使用单一的思维形式,就很难创造出新的设计方案。

设计的最佳方法是以形象思维作为主导模式,以逻辑思维配合进行概念设计,以图形分析的思维方式贯穿设计的每个阶段,并采用对比优选的方式从多个设计方案中选取符合需要的一种,再发展出三个以上新的概念,并逐渐深化,直至最终产生满意的设计结果。

设计是“创意工业”的重要组成部分,是高附加值的朝阳产业。设计的艺术性决定了设计不是模仿,而是创造,设计就是发明。

三、象征性特征

物品的象征性超越了其消费意义,是时代文化的见证,物品的器具价值此时转化为文化价值。

具有象征意义的设计物品常常有一种稳定的样式、独特的符号、固定的颜色,这是现代企业形象、企业理念等具有象征意义的结果。如各国国旗、国徽,各个城市的城徽,特殊的会徽、标志,如联合国标志、维和部队徽章、奥林匹克运动会会徽、香港区旗、中国银行标志等都具有象征意义。

随着全球信息化的发展,在市场经济条件下,设计师研究物品的象征性也有纯粹的商业原因。

四、精神性特征

艺术设计的人文价值体现于人与物的交流,这种交流是一个从物质到精神的互动过程,人在使用产品时的精神状态和产品本身流露出的价值趋向决定着这种交流是否愉悦,因此产品的设计必须与人的心理相匹配。物的形式必然要求满足人们的愿望以及对历史和现实的人文追求。

艺术设计通过完成的产品,最大限度地体现对人的关怀。

真正的设计与别具一格的独特性相联系,真正的设计多样化绝不是少数样式

的翻版和仿制品的表面繁荣,而应当是通过设计产品不可胜数的个性形式表现出来的百花齐放、万紫千红的形态。正如美国设计家穆勒在《设计 21 世纪的产品》中分析设计将发生的变化时所说的,“用更多、更新的物质来扩充产品并使产品更具有个性”,“形式:调和、柔美、强力度、有个性、赏心悦目、具有满足感。”在这位西方学者所描绘的未来设计图景当中,个性的形式是一个闪光点,它与人性化相联系,与美感相联系。穆勒的预测与美国未来学家约翰·奈斯比特若干年前的某些论述相契合。奈斯比特向人们揭示的改变我们生活的十个新方向中包括“从强迫性技术向高技术与高情感相平衡的转变”,他认为“技术越高级,情感反应也就越强烈”,“我们必须学会把技术的物质奇迹和人性的精神需要平衡起来”。应当说,设计的形式个性是这种强烈的情感反应的要求之一,也是满足人性的精神需要的方式之一。任何科技发明都是为人服务的,为满足人的各方面需要和促进人的全面发展服务的。从总体上看,设计的个性化是现代设计的一个发展趋势。这种转变在深层次上深刻地改变着传统的设计本质和与之相应的思维方式。

五、经济性特征

艺术设计的经济性特征是指设计时把实现产品的投入产出比作为设计的依据之一,即设计师要考虑到经济核算的问题,考虑原材料的费用、生产成本、产品价格、运输、储藏、展示、推销等费用的便宜合理的问题。在通常情况下,力求以最小的成本获得最适用、最美观和最优质的设计。设计的经济性,是艺术设计区别于奢侈设计的一个重要特征,也就是以大多数人的需求为设计原则。即便是为少数人设计的豪华产品,仍然需要有一个降低成本的问题。设计的经济性遵循的原则是注意经济的时代性和永恒性,树立全面的思维方式。用通俗的话说,就是要按照“少花钱,多办事”的原则来进行设计。

现如今,艺术设计产品已经属于人们生活方式的一部分,与人的行为交织在一起。每一个消费者都清楚地知道他们自身的形象以及所属的群体,也清楚地了解一切可供选择的设计产品,人们希望找到做工精良、适用安全,又与他们生活方式相匹配的产品。对设计师来说,要有一个清晰的设计定位和消费者定位,使得设计出来的产品既具有实用性、美观性,又具有经济性,能满足消费者及生产者的需求,这是设计经济性的实质问题。

六、审美性特征

艺术设计是一种美感经验与使用功能相结合的造型活动,所以设计与审美有着天然的关联。与纯艺术不同的是,设计的所谓美感经验与使用功能,不只是由创作者来感受与判断,也要由生产者、消费者来判断。艺术设计是一门综

合性极强的学科，它涉及社会、文化、经济、市场、科技等诸多方面的因素，其审美标准也随着这诸多因素的变化而改变。现代设计美学的价值和意义在今天的生活中普遍存在。现代设计美学的熟练运用对专门的设计师来说是必要的，对于美学家和艺术理论家来说是不应忽视的，对于公众来说也是很有帮助和有意义的。

对设计的审美首先从造型美的感受能力开始。先学会对“美”的感受，再熟悉对“美”的安排。

设计之美的第一要义就是“新”。设计要求新、求异、求变、求不同，否则设计将不能称为设计。而这个“新”有着不同的层次，它可以是改良性的，也可以是创造性的。但无论如何，只有新颖的设计才会在大浪淘沙中闪烁出与众不同的光芒，迈出走向成功的第一步。设计之美的第二要义是“合理”。一个设计作品之所以被称为“设计”，是因为它解决了问题。设计不可能独立于社会和市场而存在，符合价值规律是设计存在的直接原因。而设计之美的第三要义是“人性”。归根到底，设计是为人进行的，服务人的生活需要是设计的最终目的。因此，设计之美也必须遵循人类基本的审美意趣。对称、韵律、均衡、节奏、形体、色彩、材质、工艺……凡是我们能够想到的审美法则，似乎都能够在设计中找到相应的应用。这三条规律，使得设计师有别于纯粹的艺术家和纯粹的工程师，他们注定的命运是要戴着镣铐跳舞。

设计决定了生活环境的美学质量。设计，从早期的“绘画”“制图”“美工”，直到今天这么宽广的领域，事实上已无法统合在单一的学科中。但是，归根结底，“设计”的本质仍然有它共通的精神内涵。这些精神内涵的水平，在一定范围内决定了我们日常生活环境的美学质量。人类学把诸如建筑对象或工艺品等设计产品均视为“文化”的表达形式，文化是潜藏在这些产品设计或制作者脑中的一种“符码”，或者说是“文法”。因此，“文化”是一种本质性的存在，其作用弥漫渗透在人类的所有社会关系形态、宗教信仰和行为模式中，当然也包括其所生产制作的各种物质对象或使用的工具。

古人对文化思想与环境意识的体会非常深刻，务实的设计虽然有其现实的局限，却负载着我们世代的文明尺度与美学标杆，蕴含着一种属于我们自己的东方美学意识与设计传统，它的深度与广度、它的超越性与日常性糅合在一起。传统房屋的协调之美，红砖、黛瓦、斜坡屋顶、对称感、庭院等，这些具备美感的设计被后来的摩天大楼断然取代。新的乡村和街区建筑却没有发展出足以与四合院落媲美的空间美学元素。

第三节 艺术设计的分类

一、艺术设计分类概述

艺术设计门类庞杂,新的设计名称也相继出现。如何在纷繁的名目中梳理出各种关系,不仅是学科建设的需要,也是设计基础和设计创新的需要。

常见艺术设计按制作技术可分为手工设计、机器设计以及手工、机器、电脑同时并存的设计;按设计领域可分为视觉传达设计、工业设计、环境艺术设计;按功能目的可分为实用设计、审美设计等。

艺术设计的这些名称分别代表着各种不同的设计目标和存在领域,但是我们发现,在一些设计名称中具有类别的特征,比如视觉传达设计、书籍装帧设计、字体编排设计等门类与二维空间关系密切,都是通过视觉传达意图,它的理论基础是平面构成。

而工业设计、服装设计等都是以工业生产技术为背景的设计,都是以产品形式满足人们物质生活的需要,其产品都是占据着一定的现实空间的实体,并与人的生存空间相对照。所谓“三十幅共一轂,当其无,有车之用。埴埴以为器,当其无,有器之用”,就是将这类对实体造型及产品结构有着特别要求的设计定义为产品设计,其学科基础是立体构成。

建筑设计、室内设计、环境艺术设计、公共艺术设计、景观设计、商业展示设计等,它们都和人类的生存空间有必然的关系,可以把它们的共同基础看作是对空间的设计,正所谓“凿户牖以为室,当其无,有室之用”。与这类设计相关所衍生的问题,比如环境问题、可持续发展问题等都与空间有着重要的联系。空间设计的基础设计是空间构成和空间意识的培养,应该将人类空间的净化、合理保护与开发纳入设计的视野。因此,空间设计是一种体验式的设计,因为人们就生活在空间之中。

还有与数字技术和信息技术相关的设计门类,如网页设计、数字3D设计、信息设计、互动设计、界面设计、动画设计、游戏设计等,它们以电子形式存在,不受时空限制,营造的是虚拟的人工环境,使人们游走在真实与虚幻之中。这些学科的基础是交互技术。

尽管艺术设计有多种分类方法,但是设计学的分类最重要的原则应该是按照人们的感知方式划分。艺术设计总是与人们的感知有着最本质的联系,平面的、实体的、空间的、交互的,不仅是一种视觉感受方式,也是对象的存在方式。因

此,可以将设计基本上划分为视觉传达设计(沟通的设计)、工业设计(工业产品设计)、空间设计(居住的设计)和互动设计(虚拟艺术设计)。这样分类的优点在于能让人们认清各专业的实质,便于尽快掌握专业基础,进行跨专业的设计创造活动。

二、视觉传达设计

(一)视觉传达设计的定义

视觉传达设计的英文直译为“Visual Communication Design”,而其同义词“Graphic Design”更常用,它是指利用文字、图形和色彩等视觉符号实现意象传达的设计。视觉符号是指人眼所能看到的一切物象,传达是指将思想、情感、资讯等内容,借助于语音或者图像等表达出来的行为方式。

视觉传达的行为很早便有,如图腾、铭旌、烽火、仪仗等都有其特殊的视觉含义。科技的进步使视觉传达的媒材及手段不断变化,信函、公文、招贴等传统的传达方式,已经分裂出电子邮件、手机媒体、网络广告等有声有色的形式。

(二)视觉传达设计的类型

1. 标志设计

标志是一种主要由文字或图形组成的简洁精练的传播特定含义和信息的视觉语言符号。在现代社会里,标志已成为企业树立整体形象的重要元素。表现形式和社会功能上的特殊性,决定了标志设计的思维方式、表现手段、设计语言和审美特性等方面的特殊性。

(1)识别性,是标志的基本特征,标志作为一种特定的符号,是某一事物、人或组织的代号。标志的基本功能就是将某一事物、人或组织的特征、精神理念传递给公众,以便公众识别,并获得认可。

(2)象征性,是标志的本质特征。它是通过文字或图像寓意某种意象和理念。在标志设计中,暗示、隐喻、联想等是最常用的象征手法。

(3)审美性,决定了标志艺术价值的高低。标志的形式及功能决定了它的图形必须简洁、易记,才能够迅速引人关注,并且给人留下深刻印象。

2. 字体设计

文字是视觉传达设计中最基本、最重要的构成要素。字体的个性与排列组合的形式,直接影响画面或版面的视觉传达效果与作品的诉求力。

字体设计要遵循以下五个原则。

(1)可读性,文字的主要功能是通过视觉向大众传达设计者的意图和各种信息,所以要求文字效果清晰明快、易识、易辨。

(2)统一性,文字的设计必须与作品的整体风格相统一,才能获得良好的文字