

高等教育服装设计与工程专业规划教材 / 主编：徐福山 魏 嘉

COSTUME DESIGN

服装设计

杨永庆 张岸芬 编著

高等教育服装设计与工程专业规划教材

服装设计

杨永庆 张岸芬 编著



中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装设计 / 杨永庆, 张岸芬编著. —北京: 中国轻工业出版社, 2010.8
高等教育服装设计与工程专业规划教材
ISBN 978-7-5019-5588-6

I. 服... II. 杨... III. 服装—设计—高等学校—教材 IV. TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 100478 号

内 容 提 要

本书是高等院校服装设计与工程专业本科教学的专用系列教材之一。全书共分九章, 内容包括: 绪论、现代服装设计的美学原理、设计程序、服装的外型、服装色彩及应用、服装材料及应用、服装款式的局部及整体设计、专题服装设计、现代服装流行的产生及成衣设计等, 对服装设计进行了全面、系统的阐述。本书内容充实, 实用性强, 图文并茂, 并且于每章节后均附有思考与练习题, 可方便学生更好地学习和掌握本书的内容。

本书适用于本专科院校服装专业的学生及成人院校服装专业的学生学习使用。同时, 亦对广大的服装设计爱好者及专业人员有一定的指导作用和参考价值。

责任编辑: 王 淳 杨晓洁 责任终审: 孟寿萱 封面设计: 宋琳媛
策划编辑: 王 淳 责任校对: 李 靖 责任监印: 张 可

出版发行: 中国轻工业出版社(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京京都六环印刷厂印刷

经 销: 各地新华书店

版 次: 2010年8月第1版第3次印刷

开 本: 889 × 1194 1/16 印张: 8.25

字 数: 190千字

书 号: ISBN 978-7-5019-5588-6

定价: 22.00元

邮购电话: 010-65241695 传真: 65128352

发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

100912J1C103ZBW

前 言

服装是人类在与自然界的抗争中为了生存而创造的一种必要物质条件,同时也是人类在社会活动中传达自我意识、主张的一种精神媒介。随着社会的发展和科学技术的进步,人类的物质与精神生活都在不断的提高。因而,人们对于服装的造型、色彩、材料、工艺以及相关的服饰搭配等方面的要求也越来越挑剔。这既促进了服装行业的发展,同时也使得各服装企业之间的竞争日趋激烈,面临着严峻的考验与挑战。服装行业既要抵御国外服装企业及品牌对我国服装市场的冲击,在激烈的竞争中树立我们民族企业自己的品牌,又要在满足国民服装消费的基础上,引导和提高人们的整体着装意识。并努力赶超世界服装业发达的国家,使中国服装在世界服装之林占有一席之地。这就对从事服装行业工作的人员提出了更高的标准和要求。然而,由于历史原因,我国服装工业从业人员的素质平均水平相对较低,生产手段、技术水准与服装工业发达的国家相比尚有一定的差距。因而努力提高中国服装工业水平,培养高素质的专业人才,就成了迫在眉睫的重要工作。自己作为一名从事服装专业教学工作的教师,与其他同仁一样,亦深感肩上的责任重大。此次,荣幸获得这样一个机会,能将我们20多年在服装专业教学工作中所积累的一些经验、体会和认识撰写出来,献给广大的读者、朋友和学生,也算是在更广的一个层面上为我国服装企业的人才培养,尽了一份心、出了一份力,做了一件有意义的事,我甚感欣慰。

本书是在教学讲义的基础上,几经修改撰写而成的。作为一门新兴的学科教育,把全书共分为九章,内容包括:绪论、现代服装设计的美学原理、设计程序、服装的外型、服装色彩及应用、服装款式的局部及整体设计、专题服装设计、服装流行的产生及成衣设计等。在撰写过程中,力求从这一学科教育的体系性、学术性、实用性和普及性等方面予以全面的讲述,努力做到深入浅出,通俗易懂。使广大的读者和学生能从服装设计的基础理论和基本方法入手,逐步深入到设计的实践中去,提高其设计的水平。当然,由于时间仓促,再加上我们对服装教学的研究和学习尚有不足,所以在论述中难免有不妥之处和局限性。还请各位同行前辈和同辈的朋友们不吝教正,在此深表谢意。相信通过对此书的阅读,会对广大的读者朋友及学生有较大的帮助。

杨永庆
2006年6月

序

在经济全球化背景下,无论是国际或国内市场,竞争都异常激烈。从某种意义上讲,市场竞争实际上是设计的竞争,设计的竞争体现为人才的竞争,而人才的竞争归根结底又是设计教育的竞争。培养优秀设计师则成为我们设计教育的首要任务。设计教育的根本目的,不仅要授予学生“鱼”,更要授之以“渔”,使其拥有把所学知识和技法转化成一种设计的能量、意识和自觉行为的能力,成为高尚的设计人才。当今社会,人们对设计师要求和期望很高,作为新时代的设计师必须具备较完备的艺术设计素养,拥有高超的专业知识和全面的人文素养;他们介入人们的生活方式,引领时代潮流。因此,大学生人文素质的培养与提高,设计教育的发展与深化,设计师队伍的壮大与设计水平的提高,这些都事关中国设计的进步,经济的腾飞。

如果把设计艺术教育作为人生教育、修养教育或普及性教育的话,这种教育也难以在大学几年内瞬间完成,因此必须树立“永续”教育观和终身学习的精神。如此,学会学习,学会思考,学会研究就显得非常重要。从学生角度看,除了自己在学习过程中不断摸索学习和思维方法外,还需要教师的帮助和指点;而教师在传授知识的同时,更要传授学习和研究的方法。有一设计概念是这样说的:“设计是一种针对目标的问题求解活动”。可见,善于解决问题的前提是善于发现问题,而发现问题的关键,是保持敏锐的思维,拥有学习、研究的重点“项目”,用不断创造来解决层出不穷的问题。近些年来,我国的多数设计院校都十分重视设计观念和设计思维的训练,如安排大量的讨论课和调研课,用大量的时间探讨艺术与设计发展的潮流和前沿性问题,并将之与自然环境、人类社会相结合;与人类生存、生活的本质相联系;与社会经济适度发展相伴随。鼓励创新,发展个性,追求原创,这也成为当今设计教育工作者孜孜追求的目标。因为,它不仅事关中国设计教育发展的走向,更影响到中国经济从“中国制造”到“中国创造”的转型。

本套系列教材就是从上述观点出发,着重体现技能教育与观念教育之间相互渗透、相互融合的特点,因材施教、发挥个性、独立思考,以不同的视角透视艺术与设计、人与自然、人与社会的现象和本质。编写教材确实不易,能够从设计艺术与设计教育的整体角度思考更为困难,编写者在编写过程中,汲取了以往相关教材的成果,并结合时代特征有所创新。教材编写虽已完成,但需要一定教学实践的检验,使之不断完善。我们力图通过这套教材给予广大学生良好的平台、机会,创造条件,为完成发展人性、完善人格、树立正确价值观的人文学科教育目标;为培养具有健康人格和博学多识的设计人才做些切实可行的事情。我们清楚地认识到,完成“中国创造”的转型,中国设计教育是何等的任重道远。

魏 嘉

于2006年仲夏百花公园寓所

目 录

第一章 绪论	1
第一节 服装的基本概念、功能、分类	1
一、基本概念	1
二、服装的功能	3
三、服装的分类	4
第二节 设计的概念、分类、发展及研究领域	5
一、设计的概念与分类	5
二、设计发展的三个阶段	6
三、服装设计的概念、发展及研究领域	7
第三节 服装美学及服装设计与艺术的关系	8
一、服装美学	8
二、服装设计与艺术的关系	8
第四节 服装设计师应具备的知识素养	10
一、优良的美感	10
二、掌握穿着知识	10
三、掌握人体知识	10
四、掌握衣服知识	10
五、掌握服装史	10
六、精通服装设计图	10
第二章 现代服装设计的美学原理	11
第一节 点、线、面的造型方法	11
一、关于点	11
二、关于线	12
三、关于面	14
第二节 服装形式美的构成法则	19
一、比例	20
二、平衡	22
三、韵律	23
四、强调	23
五、调和与统一	26
第三节 视错现象及其利用	27
一、视错现象	27
二、视错在服装上的应用	27
第三章 设计程序	33
第一节 现代服装设计的条件与定位	33
一、设计所需考虑的几个条件	33
二、服装设计的定位	33
第二节 款式设计的方法与步骤	34
一、集体创意的设计方法	35

二、个人设计构思的方法	35
三、设计的过程	36
第四章 服装的外型	39
第一节 服装外型的特征与种类	39
一、外型的特征	39
二、外型的种类	40
第二节 服装外型的分割	44
一、外型比例配置	44
二、外型的分割方法	44
第五章 服装色彩与应用	46
第一节 服装色彩的含义	46
一、色彩的基本性质	46
二、色彩的名称及概念	46
第二节 色彩的心理感觉与联想	47
一、色彩的冷暖感	47
二、收缩与膨胀感	48
三、前进与后退感	48
四、色彩的轻重感	48
五、色彩的视错	48
第三节 服装色彩与诸因素的关系	48
一、服装色彩与面料的关系	48
二、服装色彩与人的关系	48
三、服装色彩与环境的关系	49
四、服装色彩与季节、气候的关系	49
第四节 服装配色的基本方法	49
一、调和	49
二、色彩面积的比例分配	50
三、色彩的平衡	50
四、色彩的节奏	50
五、色彩的强调与点缀	50
六、色彩的间隔	50
七、色彩的统一与变化	51
第五节 流行色与服装设计的关系	51
第六章 服装材料与应用	52
第一节 服装材料的分类及特点	52
一、服装材料的分类	52
二、各类材料的特点	52
第二节 不同材料与服装设计的关系及应用	54
一、不同材料与服装设计的关系	54
二、不同材料的应用	56
三、面料的选择	57

第七章 服装款式的局部及整体设计	60
第一节 服装款式的各局部设计	60
一、领型	60
二、袖型	65
三、腰头及腰带	66
四、口袋	72
五、门襟	73
第二节 服装的整体设计	74
一、单体设计的方法	74
二、系列设计的方法	74
第八章 专题服装设计	80
第一节 职业服装设计	80
一、职业服装的概念	80
二、职业服装的分类	80
三、职业服装的设计要素	80
第二节 高级时装设计	82
一、高级时装的概念	82
二、高级时装的分类	82
三、高级时装的设计要素	82
第三节 礼服设计	85
一、礼服的概念	85
二、礼服的分类	85
三、礼服的设计要素	93
第四节 便装设计	93
一、便装的概念	93
二、便装的分类	93
三、便装的设计要素	95
第五节 内衣设计	99
一、内衣的概念	99
二、内衣的分类	99
三、内衣的设计要素	100
第六节 针织服装设计	100
一、针织服装的概念	100
二、针织服装的分类	100
三、针织服装的设计要素	100
第七节 童装设计	100
一、童装的概念和分类	100
二、童装的设计要素	102
第九章 现代服装流行的产生及成衣设计	103
第一节 决定流行的五大因素	103
一、社会经济状况的因素	103
二、大众需求与接受的能力	103

三、时代背景	103
四、地域环境的影响	103
五、国际事件对人们的冲击	103
第二节 流行的演变及活用	104
一、流行趋势	104
二、流行的活用	104
第三节 成衣设计	104
一、成衣的认识	104
二、成衣的产制过程	108
三、成衣设计的原则要求	108
彩图部分	109

第一章 绪论

服装是人类赖以生存的 necessary 物质条件之一,自从其诞生就伴随着我们人类,存在于各种不同的空间环境之中。作为人类个体外在形象的主体,它所具有的视觉传达作用,现已成为反映人类社会文明进步的重要载体和表达现代人自我意识、个性、主张、兴趣、爱好的主要媒介。

法国著名作家阿娜托耳·法兰士曾说过:“假如我死后一百年,还能在书林中挑选的话,你猜我将选什么?在未来的书林中我既不选小说也不选类似小说的史记。啊!朋友,我将毫不迟疑地直取一本服装杂志,看看我身后一个世纪妇女的服饰,它能显示给我的未来人类文明,远比一切哲学家、小说家、预言家和学者告诉我的都多。”

从这儿我们不难看出,服装作为一种非语言性物质就像一面镜子,折射着人类的进步与发展,体现着我们现代人生活的方方面面。当我们来到一个陌生的地区,只要仔细观察那儿人们的服饰特征,我们就不难判断出,那里人们的生活习俗和社会繁荣的程度。可以说,服装既是社会文化的表象,同时也是人类精神文明的象征。

第一节 服装的基本概念、功能、分类

一、基本概念

服装一词对于今天的人们来说是一个再也熟悉不过的词语了,但是日常生活中人们却往往把它与时装、衣服、成衣、服饰等混淆起来使用,事实上这是不正确的。

1. 服装

服装就其词意而言,包含了两种意思:“服”即衣服,是一种物的存在形式。对人而言,其主要功能在于保暖蔽体。而“装”意为装扮、打扮,是一种精神需求。

对人而言它所具有的主要功能在于满足人们的审美目的。也就是说,衣服的词意仅仅表达了服装这个概念的部分含义。服装的定义应为:衣服经过人的审视、思考,并加以选择整理后穿着在身上所呈现出的状态。它是人与衣服的总和。我们常说的服装美,实质上就是指的这种状态美。服装必须依靠人及其相处的环境而存在,脱离了人体与其相应的环境,就不能再称之为服装,而只能叫衣服或衣物。就像我们不能把服装模特的展示活动称之为衣服表演一样。可以说,服装是一种物化了的精神载体,见图 1-1。



图 1-1 服装

2. 时装

时装是指某个阶段所流行的服装衣饰。时装的英文单词 Fashion, 源于法文的 Factio 一词,其含义为时髦、流行款式,也有方式、模样、姿态的解释。用于服装上专指“流行服装”,即时装。而冠以“时”字来形容,主

要是为了明确“时髦”含意。

服饰向来都具有很强的时代性,即流行性。但是服装的流行并非是一成不变的,它要受到来自于政治、经济、文化、宗教、思想、科学技术等方面因素的影响,并伴随着时代的变迁,而不断的演绎出新的内容。有时一种风格的服装可能会流行数年,也有的可能仅流行一季便成为了过去。翻开服装发展的历史,这样的例子不胜枚举。当然服装的流行除了要受上述客观因素的影响之外,其自身的周期性发展也是决定其流行的一个重要原因。我们把服装的这种周期性发展称为流行周期。即服装的发生、成长、成熟、衰退、完结五个阶段。

服装经设计师设计发表出来,若尚未普遍化,称之为摩登;而一旦流行开来,并具有普遍性倾向时,则称之为流行时装。当这种流行时装继续发展下去出现太过流行时,随着人们对新时尚的追求,这些原本流行的

时装就会被新流行起来的时装所取代。当然这些被淘汰掉的时装并不等于就此完结了,而是作为一种固定的式样被保留下来,等待着新一轮流行的开始。因为流行具有一定意义上的循环复古性。虽然这种循环因时代的审美尺度不同、标准不同,会有较大的差异,但是其内在的关联性则是必然的。因此,这些被固定下来的式样肯定会以一种新的形式出现在未来的流行时装行列中,见图1-2。

3. 成衣

成衣是指那些由服装生产企业按照一定标准、型号,设计生产的批量成品衣服。一般来说,此类衣服与裁缝店中订做的衣服和自己在家中缝制的衣服有本质上的区别。因为成衣不是以某个人为对象或者为某个阶级服务的;而是以大众为对象,为大众服务的,故而有“成衣是大众的”之说。目前各类商店中一般出售的衣服基本上都是成衣。它最大的特点就在于顾客购买



图1-2 时装

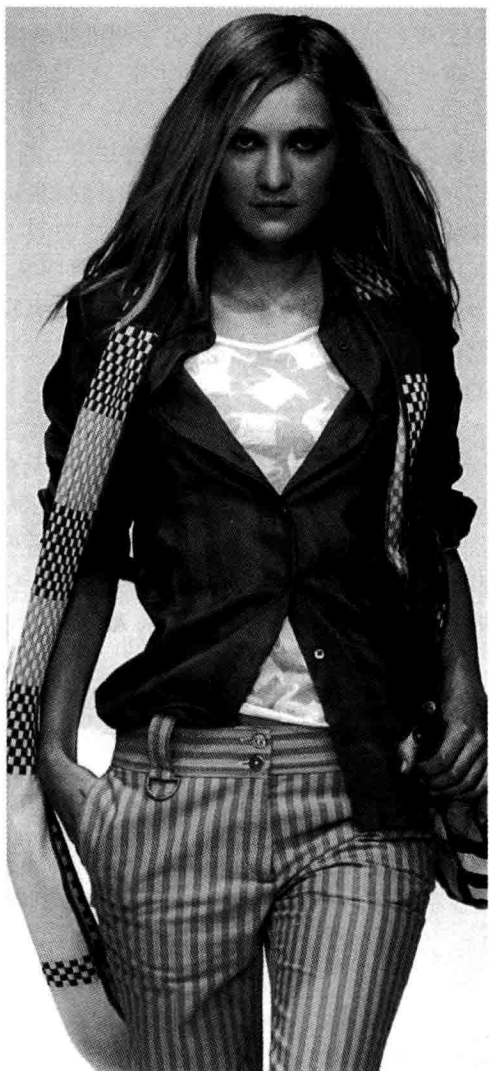


图1-3 成衣

了以后即可以穿用,方便、省时,见图1-3。

4. 服饰

服饰不仅仅指的是衣服本身,而且连带着衣服之外的装饰和附属品也都包含在内。例如实用性的帽子、手套、围巾、腰带、鞋、装饰性的手袋、别针、饰钮、耳环、项链、戒指等都附属于服饰方面的范畴。服饰即是服装与饰物的总称,见图1-4。

5. 衣服

所谓衣服指的是穿在人体上的覆着物。无论它是被人们穿在身上或是脱下来放置在任何地方,都可以叫做衣服。如果单称“衣”时,常指上身的衣着。裙、裤属于衣服,但一般不能单独称作“衣”来使用,见图1-5。

二、服装的功能

服装不同功能的产生,来自于人类的生活实践。一般来说:有什么样的生活需求,就会有与之相适应的服装功能。现代服装的基本功能概括起来共有三个方面:即服装的实用功能、社会功能和审美功能。

1. 实用功能

服装的实用功能是服装创立的基础,任何一种服装



图1-4 服饰



图1-5 衣服设计师 05-3 期

形态,如果实用性很差,就存在着被抛弃的危险。在服装发展演变的历史过程中“无用退化”是一个非常普遍的现象。这就像生物的进化一样,“物竞天择,而适者生存”。例如:我们的民族传统服装目前在日常生活中已鲜见人穿,这种现象的产生,很大一个原因就在于这些服装的实用功能已经远远无法满足现代人的生活需求了。因此而被实用性更强的西式服装所取代,从而形成我国人民现代生活中90%以上的人都穿用西式体形型服装的特点。所以,实用是服装这种形态所赖以生存的主要依据。

对于服装实用功能的理解有广义与狭义之分。广义上的实用应理解为“适应”,即对自然环境的适应和社会环境的适应。狭义上的实用,则表现为服装的各种机能性,如防护性、科学性、卫生性等。

防护性:通过穿用衣服可以使人得到身体保护、心理保护和安全保护。如人们在冬天怕冷,有了衣服,人在心理上就可以增加安全感。

科学性:通过不断的调整衣服的各种理化指标来改善衣服的服用性能,从而达到提高人体运动机能的目的。

卫生性:通过从生理学、卫生学的角度研究人体的生理现象及与衣物的关系,来提高人体的健康状况。

2. 社会功能

服装作为一种非语言性的信息传达媒体,不仅把使用者的社会地位、职业、文化修养、个性,所担负的社会责任,自信心等属于个体方面的印象传达给别人,同时还能反映出地区、阶级、行业、社会集团和社交、礼仪、情爱、象征及标志等属于社会性质的特征。这就是我们所说的服装的社会功能。

从社会学的角度讲,服装一直都在装扮着人类的社会形象,在人们的日常生活中扮演着一个重要的角色。在某种意义上服装体现着人类社会的价值观、传播着不同民族文化的特色、界定着不同行业的性质,也包括规范着约定俗成的道德、习俗等等,成为社会有序发展的动力之一。如果服装失去了这种社会功能,那么人类经过几十年所形成和建立起来的生活模式,将会受到极大的威胁。人们就不能很好地生存,也无法进行密切的交往。

当人们外出时,根据不同的目的,穿上不同形式的服装,就会产生一种随之而来的社会归属感。这种情感的产生,除了服装的基本属性以外,更主要的还是由服装的社会属性所引起的。人们有了这种情感,就会自然的形成一种积极向上的生活态度,就会有利于调动工作的热情和加强人际间的交流活动。可以说:服装的社会功能是帮助人们完成各种各样生活状态,协助人们

达到各种生活目的的一种重要保障。

3. 审美功能

服装的审美功能包括艺术形象性和美学本身鉴赏的功能。

服装的审美来源于着装者本能的追求美的心理。无论是古代的原始人还是现代的文明人,都有一种想把自己打扮美的愿望。正如马克思说的:人类总是按照美的规律制造。

随着人类精神文明和物质文明的不断提高,人们追求美的愿望愈发强烈。这种愿望首先表现为个人的自我完善,衣着美、形象美就是这种自我完善的重要条件之一。当人们穿上一件新颖、时尚、得体的服装,弥补了形体上的某些欠缺,展示出自身的气质、修养和较好的精神面貌时,除了能给别人留下一个美好的印象之外,也能使穿衣人本身在社会的交往活动中树立起更大的自信心。因此,现代的服装已不仅仅是用来蔽体护身和体现社会属性,它应该、也必须具有更高的审美价值,来体现人们的精神意识,传达新的美学标准,成为人类美化自身,展示自我的艺术品。

三、服装的分类

现代服装是极其丰富多样的,要学习服装设计,首先就得分清服装的类别,否则容易造成概念上的混淆,不利于学习活动的进行。

服装可以按性别和年龄特征、穿着顺序、预定用途的活动场合、着装季节和织物品种等不同的方面来加以分类。

1. 按性别和年龄特征

服装可分为男装、女装、男女共用装和成年服(青年服、中年服、老年服)及儿童服(婴儿服、幼儿服、少年服)。

2. 按穿着顺序

服装可分为内衣、外衣、外套三大类。

内衣指的是直接贴体穿着的衣服。包括贴身内衣、补整内衣、装饰内衣三大类。

外衣通常指穿在内衣外面的衣服。包括连衣裙、套装、猎装、茄克衫、休闲装等。

外套指穿在外衣外面的衣服。根据使用季节的不同,它包括各种大衣、风雨衣、短外套和各式披肩等。

3. 按预定用途的活动场合

服装可分为生活装、便装、职业装、运动服、礼服和舞台服装等。

生活装指适合于家庭劳作和在家庭中进行各种活动时穿着的服装。一般又分为家居服、劳动服等,如主妇

袍、宽松式套装、围裙、连衣裤等。

便装泛指那些穿着比较随意、自由, 适合上街购物、休闲以及上班途中所穿用的服装。如茄克衫、T恤、市街服、休闲旅游服等。

职业装包括职业制服、劳动保护服和工作服三种, 其特点既能体现职业的特征又能起到劳动保护的作用。如警服、军服、工商服、税务服、学生服、电工服、冶炼服、消防服、酒店员工服、医生服、护士服等。

运动服包括专业运动服和休闲运动便装。专业运动服不仅要针对具体运动项目的特点最大限度地加以满足其实用功能的需要, 而且还要方便和进一步促进该项目的动作完成。体育运动爱好者所穿着的运动服除了保障其实用功能的要求外, 很大程度上起到的是美化和装饰的作用。运动服的种类有田径服、体操服、登山服、泳装和各种球类运动服等等。

礼服专指人们参加一些礼仪性活动时所穿用的服装。它包括社交服和礼仪服两大类, 如婚礼服、丧礼服、晚礼服以及西方国家的下午礼服、鸡尾酒会服、小夜礼服、大夜礼服、礼宴服等。

舞台服装是指演员们在剧院和露天舞台上单独或集体演出时所穿用的表演服装。这种服装与生活服装的区别, 就在于它的主要功能是围绕着塑造剧中人物而设定的。服装必须为剧情的内容服务, 是塑造人物形象特征的一种手段。

4. 按着装季节

服装可分为春秋装、冬装和夏装三大类。

5. 按织物品种

服装可分为梭织服装和针织服装两类, 包括天然纤维材料、人造纤维材料、合成纤维材料、混纺材料等。如果服装按其所用材质分类, 还应包括皮革服装、裘皮服装以及其他一些特殊材料所制作的服装。

第二节 设计的概念、分类、发展及研究领域

一、设计的概念与分类

学习服装设计, 首先要学习什么是设计。只有当我们掌握了什么是设计时, 我们才能更好地去学习服装设计, 才能从根本上分清服装设计与设计的关系。

(一) 设计的概念

关于设计一词, 对我们大家来讲并不感到陌生。从城市到乡镇, 各类的设计公司、设计中心随处可见。从高楼大厦到日用百货, 含有设计因素的产品充盈着我们生活中的方方面面。“设计”一词已经成为我们在日常生活中常常信口道来的一句非常普通而且使用率极高的

词语。然而尽管如此, 但真正懂得和理解它的含义的人却并非如使用它的人那样多。那么, 到底什么是设计?

与中文“设计”一词相对应的有英文的 Design 和法文的 Dessin, 两者均来自于拉丁文中的 Designare。目前, 国际上通用的是英文 Design。它的词意为: 计划、构思、设立方案, 也有意像、作图、制型的意思。由于设计一词本身的含义范围非常广泛, 有动词与名词之分, 如: 设计服装和服装设计。所以目前世界各国设计界对其的解释也不尽一致。像老牌的工业国家, 英国的著名设计师布尔斯·阿查, 对设计的定义是: 有目的解决问题的行为。而发达国家之一的日本, 其著名的服装设计师村田金兵卫对设计的定义则为: “设计即计划和设想实用的、美的造型, 并将其可视性地表现出来。换句话讲, 实用的、美的造型计划的可视性表示即设计”。因此, 国际设计组织对于设计的定义也就没有一个固定的注解。相对较为统一的认识为: 设计是进行

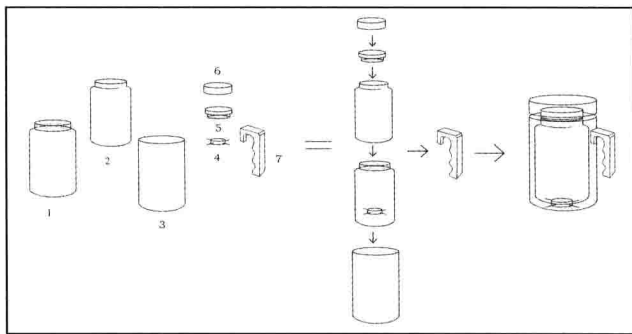


图 1-6 设计

整体结合的组织过程。它的实际含义如图 1-6 所示。

(二) 设计的分类

当我们知道了设计的含义, 再来看一看有关设计的分类。设计是一个非常庞大的体系, 我们人类所生活的空间, 从某种意义上讲, 就笼罩在这个庞大的体系中。我们的衣、食、住、行, 每一样都含有设计的因素, 有原始的, 有现代的, 也有超前的。面对这样一个体系, 如果我们不能很好的把它加以区分的话, 就难以把握它和利用它为人类的生活创造更多的方便条件。正因如此, 许多人都在试图把这个庞大的设计世界, 体系性地加以概括。在这些人当中, 最成功的、也是最优秀的当属日本的川添登先生所创立的方案。他是从人与自然、人与社会、社会与自然的三角关系上来概括设计领域的。人与自然之间, 人类面对大自然为了生存而创造了工具这种装备。人与社会之间, 为了传达意图, 因而产生了精神性的装备。而在社会与自然之间, 为了竞争便有了环境的装备。这就形成了相对应的产品设计、传达设计和环境设计三大设计领域, 见图 1-7。

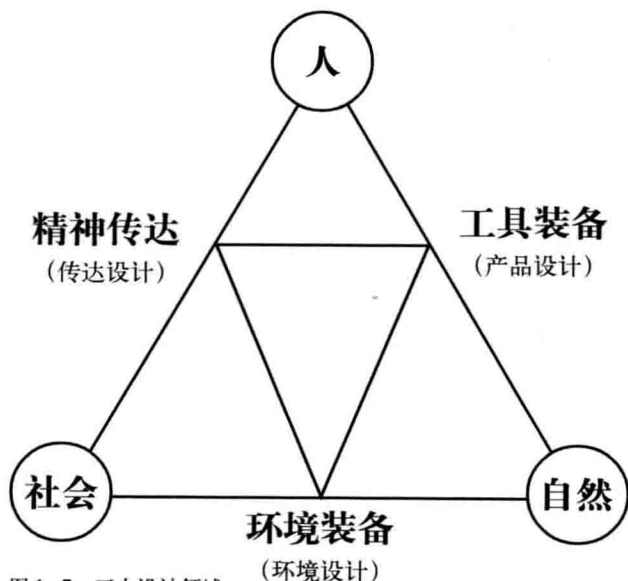


图 1-7 三大设计领域

1. 环境设计

它包括室内设计、建筑设计、环境空间设计、城乡规划设计、店面设计、交通布局设计等。环境设计的目的是设定使人类工作、活动方便而舒适的空间与环境。其最大的宗旨在于从群体的角度来考虑设计的合理性和效率性并兼顾美化功能。如室内和门面设计的美观性，城乡规划设计合理性，交通布局设计的科学性及效率性等等。

2. 传达设计

按传播的媒介可分为画刊、杂志、报纸、照片、海报、POP广告、电视、电影、无线电、各种展示会等。这方面的设计工作，主要是用于商业服务方面。也就是那些以促进商品销售为目的的用于广告宣传的展示设计。这些设计重点放在图面或画面上，即通过这些图面或画面的视觉功能来传播信息，达到促进商品流通、销售的作用，为商品增添附加价值。

3. 产品设计

二维的包括：织物设计、壁纸设计、挂毯设计、室内织物设计、地毯设计等，三维的包括：服装设计、工业产品设计、机械设计、家具设计、手工艺品设计等。

以上这些产品设计也可称之为商品设计，近代商品的发明、生产为人类提供了更加丰富的生活内容或工业生产设备。除了一些自然的产品以外，大部分都要经过工业的加工。这些制品的设计目的首先是实用，其次讲究美化。当然，不同的产品其侧重点也不一样，有的可能倾向于实用，有的可能更加侧重于审美。例如一台车床就不必过分地讲究美的效果，而室内织物用品则必须讲究其审美的艺术品味。

上述是三大设计领域中各自所包括的内容与属性。除了此三大设计领域以外，这里我们还要提到一类较

为特殊的设计，即工艺设计。工艺设计与以上三大设计体系有着明显的差别，那就是它更加注重美学和艺术性。其特点是观赏价值远远超过实用价值，它所包括的种类有染织工艺设计、陶瓷工艺设计、漆器工艺设计、景泰蓝工艺设计、服装工艺设计等等。

工业产品设计虽然也要讲究美学价值，但美所起到的作用只是给产品添加了附加价值，产品的价格基本上还是依原料和制作成本而确定的。工艺设计产品的价格，则没有严格的核算标准，主要是看设计者的构思与技术表现所受欢迎的程度。例如一只陶瓶，其成本价值可能仅为几元钱，然而，当它经过工艺设计师的设计、烧制，在市场上大受欢迎时，它可能就会成为一件价值不菲的艺术品。

工艺设计除了上述特点外，与其他艺术设计门类相比较，还有另外一个不同的地方。那就是，作为一般设计，设计师和制造者是不同的人。例如，房屋的设计师并不一定非得是具体的建筑者，尽管他可能参与其中。但工艺设计师则不同，他必须自始至终地参与工艺品的制造，换句话说，工艺设计师也就是制作产品的技师。

二、设计发展的三个阶段

设计的历史是人类创造物质的历史，从它的发展过程中，我们可以明显的观察到它所经历的三个不同发展阶段。

第一阶段：即在只有工匠而没有设计意识和被称之为设计师的人还没有出现的农业革命以前。这一时期由于技术的落后，技能的进步非常缓慢，生活变化也很少，人们对生活中不适应的部分只能进行一点一点的改良，逐渐使其完善。所以材料和加工方法在相当长的一段时间内是一定的，因而形成了从制作方法到使用方法一整套完整的模式，俗称“程式化加工时代”。这时的设计实质上是对这些模式的选择，在这些样式的框架中产生了夸耀高超技巧的装饰设计。

第二阶段：在1765年第一次爆发产业革命以后的工业社会中，与大工业生产方式相适应的设计就应运而生了。机械生产的设计方法和手工业时代的方法，在思考方向上有着本质性的区别。从材料的选择到加工制造，从产品的销售、使用到废弃等一切要素都要进行有计划的考虑。即注重设计的系统性和体系性。这被称之为生产设计。它是人类历史上的第二个设计阶段，在这个阶段中产生了设计师的名称。

第三阶段：随着科学技术的发展，物质生活水平的提高，人们开始追求生活的多样性，并寻找适合自

己生活需要的个性设计,生活科学受到重视。与第二个阶段以生产为主的设计相比,这里进入了以满足消费者生活需求为主体的设计阶段。每个设计师,每个企业都必须站在消费者的立场上进行设计,设计充分体现在生活的每个方面和角度。这种由生活方法的个性化、自由化带来的设计多样化,被称之为生活设计。

以上三个阶段,即框架中的装饰性选择设计、生产设计、生活设计与科学技术的发展是分不开的。在高度发达的国家里,大多已进入到第三个阶段。而在发展中国家,则多处于第二个设计阶段。在一些落后的国家里,因贫穷有的仍然处在第一阶段里。当然这三个阶段,也因不同的设计领域而异。在那些技术革新发展迅速的机械生产领域中,多以生产设计为主,而在民用生活品生产的领域中,早已进入到生活设计阶段。但在有的领域直到今日,装饰设计依然发挥着极其重要的作用,如工艺美术行业便是如此。

三、服装设计的概念、发展及研究领域

1. 服装设计的概念

当我们了解了设计的概念以后,从属于设计体系范畴的服装设计,其概念也就应运而生了。服装设计的定义为:“服装设计是服装设计师把构成服装的各个因素有机结合起来的过程”。这是从理论总结中得出来的概念。如果从空间的角度来讲,我们也可以把服装设计理解为:服装是人体着装后的一种状态,服装设计即是这种状态的设计。它是一种创造,是样式的确立,是科学和艺术的结合,是素材的人性化。

2. 服装设计的发展阶段

服装设计的发展如同设计的发展一样,同样也经历了三个不同的发展阶段。从服装的起源之说中我们可以看出,朴素而又原始的对于美的追求和实用目的是服装发展创立过程中一个至关重要的因素。在产业革命以前,由于科学技术的不发达和生产手段的落后,服装尚无法进行规格统一的批量生产。服装的加工制作也保持着一种相对原始与单调的方法。服装的样式是由手工艺者根据着装者的要求在个体作坊中定做完成的,也有的是由着装者根据一些既成的样式来加以选择购买穿用的。因而形成了在近代以前的历史中,服装的造型变化与发展总是相对缓慢。有的服装样式数十年不变,更有甚者百年以上亦不变的。这就是服装单体加工,选择设计的初级阶段。

时至1846年,美国人艾利斯·候伟发明了缝纫机,改变了服装生产加工的方法。缝纫机被搬进工厂,出现了成衣批量生产的新形式。这种变化促进人们改变了

对传统服装的看法,也带来了设计方法的变革,使服装的发展步入了一个新的历史时期。

随着服装设计作为一门学科在产业革命的进程中逐渐独立出来,服装便进入到以高级时装设计为主体的设计时代。1850年,沃斯首先在法国巴黎开设了第一家高级时装店。以后随着各类不同的高级时装店的建立与发展,以先进的欧美各国为首,使服装、特别是女装逐渐脱离了传统的样式,向着适合于工业时期的现代样式转变,即向轻装化方向发展。这一时期,也正是人类历史上科学技术空前发展,生产力水平迅速提高的一个重要阶段。各种新兴的纺织机械,印染技术被用于服装材料的加工,缝纫机也被搬进了工厂广泛的得到使用。这种巨大的变革,使得服装业蓬勃而又迅猛的发展起来。与此同时,西方对于服装设计学的研究和研究体系也在其他应用产品设计理论的基础上开始建立起来。例如:20世纪30年代维·伊·亚可伯逊就发表了《服装设计的基本美学因素》一书,并重点指出了,服装的设计应符合其比例、均衡、夸张、韵律和节奏的美学法则等。这种理论上的指导无疑对这一时期服装设计水平的提高起到了积极的推动作用。

自19世纪末年到20世纪中叶,在欧洲形成了以法兰西文化为背景的上层社会宫廷服装设计的风格,并前后涌现出一大批世界著名的服装设计大师,如:简·帕度(J·Patou)、苛苛·夏耐尔(G·Chanel)、夏帕瑞丽(E·Schiaparelli)、克里斯羌·迪奥尔(C·Dior)、巴伦夏加(C·Balenciaga)等等。他们站在服装发展的最前沿,操纵着服装发展的方向,不断地推出一个又一个新的流行潮流,令人眼花缭乱,激动迷茫。人们无暇顾及自我,没有更多的选择余地,处于一种被动的随流行潮流而动的境地。这就是此一时期的特征,即由设计师来创造、操纵服装流行的产品生产设计阶段。

1968年5月,法国巴黎爆发了“五月革命”。这是由学生和工人掀起的一场反体制运动,这场运动对当时人们的意识形态是一个非常大的冲击和动摇。在时装界,以此为标志进入了高级成衣化时代。随着物质生活水平的提高,人们开始追求更多的自由和注重自我表现与个性张扬。这种生活方式的多样化带来了服装样式多样化的新要求,流行不再为设计师所左右,而是由消费者自己来创造。每个设计师都必须站出来由消费者来选择,高级时装设计师的生意一度受到严重的威胁。迫使设计师们不得不重新考虑大众的意志,高级成衣业应运而生。成衣生产厂家也由原来的大批量生产,转变为小批量多品种的生产方式。服装的历史发展到了一个崭新的阶段,即生活设计阶段。

目前,这三种不同的服装设计阶段,也同样以各种不同的比例形式存在于不同的国家与地区。

3. 服装设计的研究领域

服装设计是一门集艺术与科学为一体的新学科,它所涉及的范围非常广泛,如人类学、社会学、经济学、市场学、营销学、材料学、工艺学、宗教学、心理学、构成学、设计学、美术学、美学、哲学等诸多学科。由于服装设计的这种多学科相互交融的特征,因此,对于它的研究一般可以从以下几个方面来进行。

(1) 自然与社会属性的物质功能研究,它包括地域性、季节性、时间性、社会制度、意识形态、传统观念、民族习俗、宗教信仰、生活方式等方面的内容。

(2) 个体与群体审美属性的精神功能研究,它包括性格特征、审美情趣、艺术素养、文化程度、生活状态、职业特点、个人嗜好等方面的内容。

(3) 服装造型的设计规律与应用研究,它包括人体构造、款式结构、色彩搭配、材料配制、样板设计、工艺排划、加工定型、贩卖销售、信息反馈等方面的内容。

第三节 服装美学及服装设计与艺术的关系

一、服装美学

美学一词源自于希腊语“Aesthetics”,意思是指美的观感。此种解释或许稍有偏狭,因而,一般可广泛的定义为:美学是经由人类观察所得美的形象,具有构成人类社会、文化系统的一部分意义,进一步产生人类美的感受。如通过特定人群所作的美的价值研究,称之为实验美学。而依据使用者的美感爱好,作为服装设计考虑的因素,把美学理论应用于实际的设计过程中,则成为衍生美学。

服装设计除了考虑到美的基础之外,还要考虑到使用者生理及心理需求的过程。事实证明,在此过程中,设计师主要通过创造产品的美学机能及使用机能来满足使用者心理上的需求。因此,美学对于服装设计具有不可忽视的重要意义。

1. 美学传达

如图1-8所示的关系,是美学传达的一种过程。服装设计师通过发布流行信息,以服装产品的形式发出信号,这一方向的传达作用被称作为美学滋生或设计过程。而购买该服装的消费者,则是这一信息的接收人。这一步骤的传达作用,可称为美学消费或者使用过程。而通过对使用者美的爱好,包括外形、色彩、质料、风格作实验性的调查,又可提供给设计师,作为新产品

设计开发的参考。

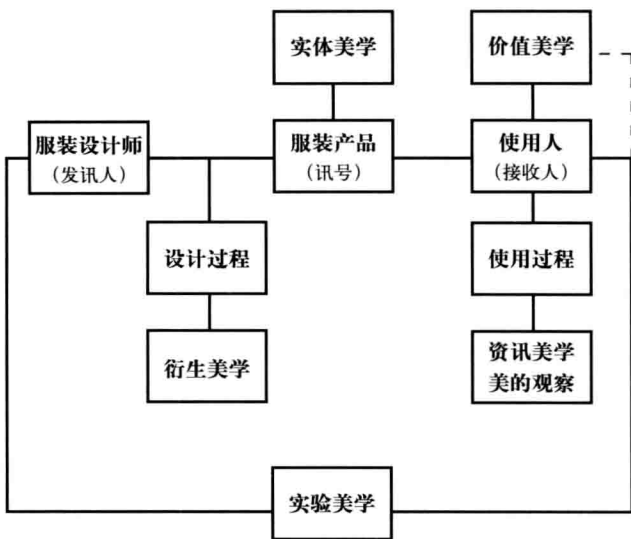


图1-8 美的传达方式与过程

2. 服装的整体美

服装的整体美是指穿着者与衣服配合之下而产生的美感。整体美,具体包括的内容如下:

- (1) 内在美 指个人气质涵养的表现。
- (2) 个性美 指个人性格的倾向。
- (3) 流行美 指外界爱好的倾向。
- (4) 外在美 又包括:

- ①姿态美:指身体与衣服配合所产生的美;
- ②构成美:指形体与服装裁剪所构成的线条美;
- ③质料美:指质料与布纹的美;
- ④色彩美:指色彩与配色的美;
- ⑤技巧美:指制作技术的美;
- ⑥装饰美:指佩戴附属物时所衬托的美;
- ⑦化妆美:指着装者化妆的美。

二、服装设计与艺术的关系

1. 服装设计与艺术

我们平常所看到或听到的艺术,实质上分为两大类。一类为纯艺术,如音乐、电影、戏剧、舞蹈、美术、文学等。它们都是为上层建筑意识形态服务的,即通过这样一些艺术形式来宣传国家的政策、法规、路线、方针等,以达到教育人、引导人的目的。另一类为实用艺术,如产品设计、工艺美术设计、广告设计、环境艺术设计等,它是为提高人类物质生活水平服务的。其特征首先是强调设计的实用性,然后再注重设计的艺术性,服装设计就从属于实用艺术的范畴。

以上两类艺术,无论是纯艺术还是实用艺术,它们