

全国高等院校“十二五”设计专业统编规划教材  
高等教育艺术设计类专业教材

# 设计概论新编

付莎莎 主编



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

014038201

J06-43  
128

DESIGN  
SUMMARY  
设计概论新编

全国高等院校“十二五”设计专业统编规划教材  
高等教育艺术设计类专业教材

主 审：龚 浩 李 兵

主 编：付莎莎

副主编：杨恩德 马艳阳 费 飞  
于 刚

参 编：高靓阳 蒋环宇 罗 毅



J06-43  
128

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry



北航

C1724177

## 内 容 简 介

本书是全国高等院校“十二五”设计专业统编规划教材、高等教育艺术设计类专业教材。本书从理论性和实践性结合出发,系统全面地介绍了有关艺术设计的相关体系、基础理论和设计应用等方面的知识。全书共分16章,主要内容包括:设计概论、设计的特征与类型、设计的原则与要素、设计的方法与程序、设计教育、创造世界的设计师、设计学的研究体系、设计风格学、设计符号学、设计策划与管理学、设计批评学、设计美学、设计心理学、设计之源、中外设计之路、当代设计思潮。

本书适用于普通高等学校艺术设计所有专业学生学习使用,也适合作为高职、高专、中专院校设计相关专业教学用书,更适合广大设计爱好者学习、参考使用。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有,侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

设计概论新编 / 付莎莎主编. —北京: 电子工业出版社, 2014.3  
全国高等院校“十二五”设计专业统编规划教材 高等教育艺术设计类专业教材

ISBN 978-7-121-22014-2

I. ①设… II. ①付… III. ①艺术—设计—高等学校—教材 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第283346号

策划编辑: 谭海平

责任编辑: 郝黎明 版式设计: 付莎莎

印 刷: 中国电影出版社印刷厂

装 订: 三河市皇庄路通装订厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 12.5 字数: 320千字

印 次: 2014年3月第1次印刷

定 价: 39.90元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zlt@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

## 前 言

“海阔凭鱼跃，天高任鸟飞。”设计，改变生活，也创造世界。时代的发展，赋予了设计新的使命，也提供了前所未有的发展空间。今天，是一个设计的大时代，只有关注设计、爱上设计、研究设计，才能赢得未来。

本书从建构艺术设计学科体系的角度展开阐述和分析，既融入了学科的前沿知识，又阐述了编者及编委们的学术观点，同时又将理论知识与专业实践相结合、将学术与教学相结合，采用图文并茂的形式，力求做到深入浅出、通俗易懂。

本书含上、中、下三篇，分别是设计之本体圈、设计之关系圈、设计之发展圈，共十六章，不仅学科体系完善，而且内容全面，力求做到言简意赅、深入浅出，系统而简洁地介绍了有关设计的各方面基础知识、发展历程及其相关学科体系，并配合大量精美图片、案例、练习、课堂互动思考和学生自测题及建议的51学时或36学时（可依据各校实际情况增减），是一本有关艺术设计概论的学术著作和综合教具。

本书适合高等学校和高职、中专学校的艺术设计所有专业或相关专业学习使用，也可作为专门的教学用书，更是广大设计爱好者学习的良好辅助用书，各院校和设计爱好者可依据自身实际的情况学习使用。

编者



# 1

## 1 第一章 设计概论

- 2 第一节 感知设计
- 2 一、设计学科的要义
- 3 二、设计学科的源起
- 3 三、1998，中国设计的新篇章
- 3 四、2011，设计学成为一级学科
- 4 第二节 Who is 设计
- 4 一、饱含智慧的“设计”
- 4 二、众说纷纭谈设计
- 5 三、给设计一个定义
- 8 第三节 设计For What
- 8 一、为人的需要的设计
- 12 二、设计的本质

# 2

## 15 第二章 设计的特征与类型

- 16 第一节 边缘性的设计
- 16 一、艺术性
- 20 二、文化性
- 21 三、技术性
- 26 四、经济性
- 30 五、管理性
- 31 第二节 如何给设计分类
- 31 一、多视角的设计形态
- 31 二、视觉传达设计
- 33 三、环境艺术设计
- 33 四、产品设计
- 35 五、数字设计

# 3

## 37 第三章 设计的原则与要素

- 38 第一节 设计的考虑因素
- 38 一、统一性
- 38 二、可行性
- 38 三、协调性
- 39 四、服务性
- 39 五、独特性
- 39 六、艺术性
- 39 七、地域性
- 40 第二节 组成设计的要素
- 40 一、形态
- 41 二、色彩
- 42 三、肌理
- 43 第三节 组成设计的形式
- 43 一、对称与均衡
- 43 二、对比与调和
- 43 三、节奏与韵律
- 43 四、比例与尺度

# 4

## 45 第四章 设计的方法与程序

- 46 第一节 如何着手开始设计
- 46 一、有关设计方法的研讨
- 46 二、设计方法学
- 50 第二节 充满“idea”的设计
- 50 一、脑科学与思维
- 51 二、如何进行有效思维
- 56 第三节 设计几步走
- 56 一、设计的常规程序
- 57 二、设计程序的实践对接

# 5

## 59 第五章 设计教育

- 60 第一节 开启现代设计教育之门
- 60 一、包豪斯的前身
- 60 二、包豪斯诞生
- 61 三、变化中的包豪斯
- 62 四、解密包豪斯的价值
- 64 五、包豪斯之后的设计教育
- 64 第二节 至关重要的现代设计教育
- 64 第三节 现代设计教育的大发展
- 64 一、起源于美术教育，但却不停留于美术教育
- 64 二、工科化设计教育与艺术化设计教育同样重要
- 65 三、设计教育与社会生产需要紧密结合
- 66 第四节 欧美现代设计教育
- 66 一、欧美现代设计教育
- 66 二、欧美现代设计教学体系
- 67 第五节 中国现代设计教育
- 67 一、起步甚晚的中国设计教育
- 67 二、发展迅猛的中国当代设计教育
- 67 三、当代中国设计教育还有待完善

# 6

## 69 第六章 创造世界的设计师

- 70 第一节 创造世界的人
- 70 一、如何理解“设计师”
- 70 二、艰难中崛起的职业设计师
- 71 第二节 如何给设计师分类
- 72 一、从工作形态来看
- 73 二、从设计类别来看
- 77 第三节 设计师的职业技能素养

# 7

## 79 第七章 设计学的研究体系

- 80 第一节 设计学的研究范畴
- 80 一、设计史
- 82 三、设计行为
- 83 四、设计哲学
- 86 五、设计心理
- 86 六、设计批评
- 86 七、设计教育
- 86 第二节 设计学的研究现状
- 86 一、设计学科的确立
- 86 二、设计学学科内容体系正在形成
- 87 三、设计学的研究任务与方法

# 8

## 89 第八章 设计风格学

- 90 第一节 设计风格
- 90 一、设计风格
- 91 二、设计风格的特征
- 93 第二节 有关设计风格的研究
- 93 一、刘勰与温克尔曼
- 93 二、美的分析
- 94 三、风格问题
- 94 第三节 设计风格的演变
- 94 一、古典设计风格
- 98 二、宗教设计风格
- 99 三、人性设计风格
- 100 四、宫廷设计风格
- 101 五、现代设计风格

# 9

## 103 第九章 设计符号学

- 104 第一节 符号与符号学
- 104 一、符号
- 105 二、符号学
- 106 第二节 设计符号学
- 106 一、定义设计符号学
- 106 二、有哪些设计符号
- 107 三、设计符号学的应用价值

# 10

## 111 第十章 设计策划与管理学

- 112 第一节 策划与管理
- 112 一、策划的思想
- 113 二、管理的诞生
- 114 第二节 设计策划
- 114 一、定义设计策划
- 114 二、设计策划的特征
- 114 三、设计策划的注意事项
- 115 四、如何展开设计策划
- 117 第三节 设计管理
- 117 一、定义设计管理
- 118 二、重视设计管理
- 120 三、为设计管理画一个圈

# 11

## 123 第十一章 设计批评学

- 124 第一节 设计批评
- 124 一、设计批评的源起
- 124 二、如何解释设计批评
- 125 三、现代设计批评的发展
- 128 第二节 设计批评的类型与标准
- 128 一、有多少种设计批评
- 130 二、设计批评中的主体和客体
- 131 三、多标准审视设计

# 12

## 133 第十二章 设计美学

- 134 第一节 美与美学的诞生
- 134 一、美的诞生
- 135 二、美学的诞生
- 135 第二节 设计美学
- 135 一、何为设计美学
- 135 二、定位设计美学
- 137 三、设计美学关注的对象
- 138 第三节 设计美的特征
- 138 一、功能之美
- 139 二、形式之美
- 140 三、技术之美
- 141 四、艺术之美
- 141 五、社会之美



# 13

## 143 第十三章 设计心理学

- 144 第一节 设计心理学
- 144 一、心理学与设计心理学
- 145 二、心理学在设计中的作用与价值
- 146 第二节 心理与设计
- 146 一、心理学流派与设计
- 149 二、心理学原理与设计

# 14

## 157 第十四章 设计之源

- 158 第一节 设计之源
- 158 一、艺术与设计
- 159 二、文字与设计
- 160 三、工具与设计
- 160 第二节 萌芽状态下的设计
- 160 一、从无意识到有意识的设计
- 160 二、早期设计形态
- 161 三、陶的设计
- 162 第三节 文明古国的设计
- 162 一、古埃及的设计
- 163 二、古西亚的设计
- 163 三、古印度的设计

# 15

## 165 第十五章 中外设计之路

- 166 第一节 西方设计之路
- 166 一、早期手工业时代的西方设计
- 166 二、成熟手工业时代的西方设计
- 170 三、工业之初的西方设计
- 172 四、成熟工业时代的西方设计
- 175 第二节 中国设计之路
- 175 一、奴隶时代的设计
- 175 二、封建时代的设计

# 16

## 181 第十六章 当代设计思潮

- 182 第一节 当代设计思潮
- 182 一、“非物质”的当代社会
- 182 二、当代设计发展的总体特征
- 184 第二节 绿色设计
- 185 第三节 信息设计
- 185 一、现代意义上的信息设计
- 185 二、基于统计数据和逻辑结构的信息设计
- 186 三、针对广泛用户的信息设计
- 186 第四节 人性化设计
- 187 第五节 无障碍设计
- 187 第六节 低碳设计

189 附录A 《设计概论》试卷及部分参考答案

191 附录B 参考书目

192 后记



# 上篇

## 设计之本体圈

### 本章知识点

本章着重讲述有关艺术设计的基本知识，包括设计学科的建立、设计的含义、设计的宗旨与目的以及设计的起源等内容。

### 学习目标

重点了解艺术设计学科的建立，体会设计学科的建立背景，掌握设计的宗旨和目的。

### 学时分配

3/51; 2/36

### 训练要点

能够运用已学知识分析设计的本质、目的，并能用自己的语言阐述设计的含义等内容。

# 第一章

## 设计概论

- 2 第一节 感知设计
- 2 一、设计学科的要义
- 3 二、设计学科的源起
- 3 三、1998，中国设计的新篇章
- 3 四、2011，设计学成为一级学科
  
- 4 第二节 Who is 设计
- 4 一、饱含智慧的“设计”
- 4 二、众说纷纭谈设计
- 4 1. 文艺复兴时期的设计
- 5 2. 工业革命前的设计
- 5 3. 现代工业社会的设计
- 5 三、给设计一个定义
- 5 1. 权威书目定位设计
- 6 2. 有关设计定位的分析
- 7 3. 设计的广义与常规意义
  
- 8 第三节 设计For What
- 8 一、为人的需要的设计
- 8 1. 设计的宗旨
- 8 2. 为多样需要的设计
- 10 3. 为大众的设计
- 12 二、设计的本质
- 12 1. 设计在于创造
- 12 2. 设计满足功能
- 13 3. 设计强调系统
- 13 4. 设计表现艺术
- 14 5. 设计对应经济
  
- 14 重点回顾
- 14 课后自测题

# 第一章 设计概论

## 第一节 感知设计

### 一、设计学科的要义

设计是人类文明史上伟大的创造性行为，设计艺术学正是研究和探讨有关人类创造性行为的学科。设计是人类智慧的结晶，更是人类文明史上的伟大创举。正是有了设计，人们的生活才可能发生翻天覆地的变化；正是有了设计，人们实现了从不可能向可能、理想到现实的转化；正是有了设计，人们的脑力与能量才可能得到增强和释放，从而展现出人与动物的本质区别。

研究和设计有助于开阔人们的视野，培养人们的审美能力、创造能力，这既是个人素养所要求的，更是社会发展所需要的。钻研和反思设计行为，有助于人们树立正确的设计价值观，并审视人类自身的职责和义务，从而帮助人们思考未来设计的发展空间和态势。这些都对人类自身的发展和社会的进步有着至关重要的意义。

作为设计的基础学科，设计概论是设计艺术学专业的一门基础理论课程，更是设计专业学生的必修课程。设计概论的学习意义在于帮助学生理解设计专业的学科性质、特点，了解设计的内涵和外延、学科体系、原理、方法、特点、类型、发展历史、发展现状、前沿动态和研究范畴、意义，以及设计教育的发展和设计专业的建设情况等内容，并通过这些内容的讲解，使学生对设计概论有一个全面、清晰的认知，同时帮助学生在感性认识的基础上能对该课程和自身专业的认知实现质的飞跃，提高对设计的理性认知能力、思

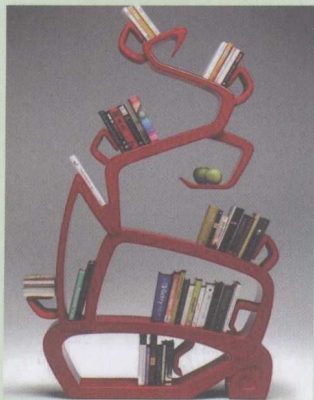


图1-1 丹麦INDEX2011大奖获奖作品  
丹麦INDEX创建于2002年，是丹麦非营利组织，倡导“设计改善生活”的理念，通过设计改变人们的生活。



维能力和分析能力，从而为以后的专业学习打下良好的基础。

## 二、设计学科的源起

从人类文明的发展进程来看，人类设计创造的历史不仅源远流长，且在漫长的历史长河中，人类发挥自身的聪明才智，给后世创造出了许多丰富的设计印迹和遗产。从这个角度而言，设计是一门古老的学科。似乎从原始先民开始为寻找食物和躲避怪兽而制造辅助工具的时候，设计创造就已经产生了。

但是，设计行为的产生并不意味着设计学科的建立。相反，设计作为一门独立行为进行研究，得从19世纪中下半叶的英国工艺美术运动算起；而作为一门独立的学科进行研究，却是20世纪以来的事情。

19世纪的工艺美术运动掀起了工业革命以来有关现代设计生产方式和原理的探索，象征着现代设计的开端。1919年，包豪斯（设计学院）在德国创建，标志着现代设计教育的大门正式开启，也加速了设计的专业化、职业化发展进程，但就设计的学本身域而言，设计的体系仍旧没有形成。

1969年，赫伯特·亚历山大·西蒙（Herbert Alexander Simon, 1916—）在他撰写的《关于人为事物的科学》一书中首次提出了“设计科学”的概念。从此，设计开始正式作为一门独立学科而受到人们的广泛关注和研究。

历史久远的设计创造为今天人们的设计学科研究提供了大量的感性经验和实践素材；设计学科的建立则开启了设计创造的新天地，为人们用科学、理性、系统而有效的工具来理解分析设计现象，指导设计行为提供了理论基础和方法论支持。

## 三、1998，中国设计的新篇章

现代的设计观念，对中国而言，是一个外来词汇。20世纪初，五四运动以来，随着西方先进思想和观念的传入，现代设计观念也开始在中国蔓延。但直至20世纪80、90年代。我国在大半个世纪都采用“工艺美术”的说法来表示“设计”。

1998年，我国教育部颁布了最新的《普通高校本科专业目录》，这对中国设计改革和设计专业的发展建设有着划时代的意义。在该目录中，教育部调整了设计专业设置，将“工艺美术”正式改名为“艺术设计学”，其中本科教育的专业名称为“艺术设计”，研究生（硕士、博士）专业名称为“设计艺术”。至此，我国艺术设计的教育体系基本明确，专业设置和建设也正式与国际接轨，彻底打破了我国长期以来用工艺美术教育代表设计教育的尴尬境地；艺术设计也正式成为划分子一级学科文学之下，隶属于二级学科艺术学下面的一个分支学科。

## 四、2011，设计学成为一级学科

2011年，艺术学从文学中独立出来，艺术学成为中国第13个学科门类，设计学从此升格为一级学科，这标志着设计学成为大学科。



图1-2 莫里斯1865年可调节靠背椅缀以鸟纹锦  
莫里斯倡导的工艺美术运动引发了人们对工业和手工技术的激烈讨论。

### 延伸思考：

西蒙教授关于设计学科的讨论是非常精彩的。同时他的研究也引发了设计与科学关系的研讨。你能举例谈谈对设计与科学关系的认识吗？

### 延伸思考：

你如何理解在专业目录中，本科阶段的“艺术设计”以及研究生阶段的“设计艺术”？



## 2013本科招生目录—1305设计学类

130501艺术设计学	原专业	050407艺术设计学	
130502视觉传达设计	原专业	050408艺术设计	
130503环境设计	原专业	050408艺术设计	
130504产品设计	原专业	050408艺术设计	080303工业设计
130505服装与服饰设计	原专业	050408艺术设计	
130506公共设计	原专业	050430S公共艺术	
130507工艺美术	原专业	040330W装潢与工艺教育	
130508数字媒体设计	原专业	080623W数字媒体艺术	
130509T艺术与科技	原专业	050427S会展艺术与设计	

表1-1 2013设计学本科招生目录  
设计专业更加细分化、专业化、复合化，  
强调专业内的知识融合与交叉。

## 知识链接

## 中国古代有关“设计”的记载

- “经始灵台，经之营之。”  
——《诗·大雅·灵台》
- “卜宅，厥既得卜，则经营。”  
——《书·召诰》
- “旅力方刚，经营四方。”  
——《诗·小雅·北山》
- “经营，位置是也。”  
——谢赫《古画品录》
- “凡经营下笔，必合天地。”  
——《林泉高致·画诀》
- “愚谓即以六法言，亦当以经营位置为第一。”  
——邹一佳《小山画谱》
- “至于经营位置，则画之总要。”  
——张彦远
- “知彼知己，胜乃不殆；知天知地，胜乃可全。”  
——孙子《地形篇》
- “凡事预则立，不预则废。”  
——《礼记·中庸》
- “运筹帷幄之中，决胜于千里之外。”  
——《汉书·高帝纪》
- “三思而后行。”  
——《论语·公冶长》
- “先谋而后事者昌，先事后谋者亡。”  
——吕尚
- “赂遗吾左右人，令因吾服药，密因酖毒，重相设计。”  
——《三国志·魏志》
- “运筹设计，让之张良；点将出师，属之韩信。”  
——尚仲贤《气英布》

## 第二节 Who is 设计

## 一、饱含智慧的“设计”

设计，英文表示为Design，源于拉丁语Disegnare。尽管设计是20世纪初期传入我国的一个西化概念，但这并不意味着中国在此前就没有设计的行为和说法。相反，中国许多文献中都有饱含“设计”智慧的记载。不少学者认为，现代意义上的“设计”在中国古代被称为“经营”。早在几千年前，中国古人就已经有了强烈的经营意识、计划的观念、谋划的思想，诸如虚实、黑白、疏密、动静、纵横等设计法则无不折射出古代先人的智慧和才智，更体现出我国古人对设计的理解是很深刻而全面的。

## 二、众说纷纭谈设计

设计，在今天是一个热门话题。设计创造使得今天的世界丰富多彩，更可以创造出绚丽多彩的美好明天。那么，设计到底是什么呢？在今天，我们应该如何去看待和理解设计呢？

设计作为人类文明的物化见证，是伴随着人类物质文明和精神文明的发展而发展的，因而，在不同的历史时代，人们对设计的理解和定位是有所差异的，所以，设计的含义也应该是与时俱进的。归纳起来，人们关于设计含义的探索主要分为以下几个阶段：文艺复兴时期、工业革命前期、现代工业社会，其中，进入到现代工业社会之后，设计的内涵和外延都得到极大拓展，进入到一个前所未有的发展阶段。

## 1. 文艺复兴时期的设计

西方世界关于设计含义的讨论，主要源于文艺复兴时期。那时



的设计被称为“disegno”（意大利语），而“disegno”的原义是“素描、描画”。因此，不难看出，这一时期设计的概念与美术紧密相连，或者说，此时的设计是隶属于美术，尤其是绘画这一范畴中的，甚至说，是为其服务的。被誉为“世界美术教育奠基人”的瓦萨里(Giorgio Vasari, 1511-1574)曾说“设计即是整体与局部的比例关系，局部与局部对整体的关系。事物在人的心灵中所有的形式通过人的双手制作而成形，这就称之为设计”。理论家弗朗西斯科·朗西洛提(Francesco Lancillotti)认为设计、构图、色彩、创造四者并称为绘画的四要素。

学习心得：

## 2. 工业革命前的设计

受到文艺复兴时期思想的影响，在很长一段时间内，人们都将设计看成是艺术的范畴而没有成为独立的门类。当时的装饰、装潢设计也被称为装饰艺术，依托于建筑或绘画艺术。直到今天，在一些西方国家，人们仍将工业设计称为工业艺术，由此可以看出，这种思想的影响是极为广泛的。我们国家在20世纪一段很长时间内也喜好用“实用美术”来表示设计。

延伸思考：

谈谈你对当前设计与艺术的关系的认知，并进一步体会设计、艺术、科学三者之间的关系。

## 3. 现代工业社会的设计

风起云涌的工业革命引发了西方社会的大变革。整个社会在生产方式、社会结构、思想观念等方面都发生了质的变化，设计也不例外。此时的设计开始由“disegno”向“Design”转化，其概念也逐步超脱了纯艺术或绘画的范畴，其内涵和外延也得到了前所未有的拓展，而有关它的研究和讨论也伴随着英国工艺美术运动的爆发而全面展开。



图1-3 废纸制成的实用笔筒

设计早已脱离了纯艺术范畴而成为改进生活方式、解决社会问题的有效手段。

## 三、给设计一个定义

### 1. 权威书目定位设计

1588年《牛津英文词典》，设计是“由人所设想的一种计划，或是为实现某物而作的纲要”。（强调构思、计划、纲要）

1982年版《现代汉语词典》中，设计是“在正式做某项工作之前，根据一定的目的要求，预告制定方法、图样等”。（强调预计、执行计划）

1976年《大不列颠百科全书》中，“Design”表述为进行某种创造时，计划、方案的展开过程，即头脑中的构思。（停留在构思、方案的层面，而不是成品）

1786年《大不列颠百科词典》中解释为：所谓“Design”是指立体、色彩、结构、轮廓等诸艺术作品中的线条、形状，在比例、动态和审美等方面的协调。（有构成的意味，视觉元素安排，形式层面）

《简明不列颠百科全书》记载，“Design”包含了两个层面，常规指“心理上的计划”（a mental plan）——即计划的思考与拟订计划的过程，又特指“艺术计划”（a plan in art）——即把计划中的想法制成草图的具体计划。（既包含构思，又包含执行层面）

《辞海》中，设计指“按照任务的目的和要求，预先定出工作方案和计划，绘出图样；为解决这个问题而专门设计的图案”。（强调预计、执行计划）

课堂讨论：

谈谈你对所列书目或其他书目中设计含义的理解？

你最赞同哪种或哪些有关设计含义的论述？

如果让你用词组、句子来概括设计的含义，你会如何概括？

参照P6页课堂互动中的要求进行。



## 课堂互动

### 概括思维训练与团队精神训练

课题内容/以“设计”为主题，用词组概括你对设计的理解，或提出与设计有关的关键词；将所有提的词组进行分类筛选、分组；用一句或数句话概括所有有价值的词组。

课题步骤/步骤一：确定一名现场主持人（教师），提出课题内容，并负责在黑板上记录词组；

步骤二：同学依据自己的想法充分展开思维，各抒己见，尽量增加词组数量；

步骤三：对所提词组质量进行甄别、筛选、分类、分组，表示近似或同类意思的划分到一组，分组组数不限，组数越多，说明对设计含义的理解越广泛或越深入；

步骤四：将各组的含义整合起来，用一句或数句话阐述出来。

练习要求/在步骤二中的同学们各抒己见的过程中，保持谦逊态度，不当场发表意见；

从步骤三开始可以当场发表意见。

实战展示/见下列图片

提出主题

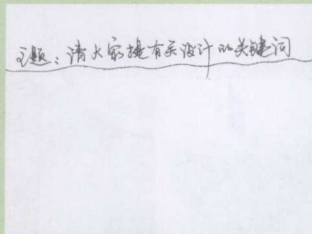


图1-4

各抒己见

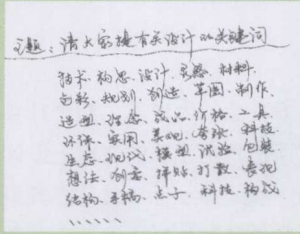


图1-5

分组筛选

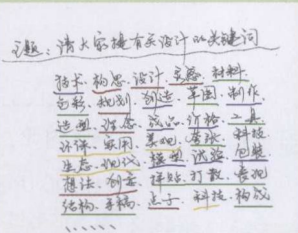


图1-6

归纳总结

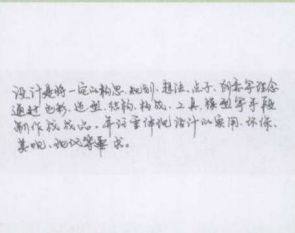


图1-7

#### 作者解析：

头脑风暴法是一种集中集体思维的优秀方法。本练习正是采用这种方法，以期通过大家的共同努力来探讨同学们对设计的理解，相互激发、鼓励，得出优化方案。

#### 学习心得：

### 2. 有关设计定位的分析

通过数次课堂互动，展开有关提设计词组的练习，据此推出了常用的以下数组词汇。

第一组：计划、规划、想法、构思、规划、方案、创意、点子、灵感等，主要指停留在心里边的想法层面的。

第二组：元素布置与安排、具体计划、拼贴、打散、整合、建构、创作、表现、技法、色彩、结构、构成、形式、草图、手稿、



工具、夸张等,主要指如何将心里的想法、点子整合起来,展现出来。

第三组:生态、科技、现代、美观、环保、实用、功能、经济、人性化等,主要指设计创造过程中提出的标准、要求、规范。

第四组:模型、制作、材料、试验、包装、成品等,主要指设计的制作实施阶段。

由此,分析得出了设计这种创造行为的几个主要行为阶段,依次可分为:心理构思阶段、表现归纳(创作)阶段、设计成形(实现)阶段以及在这个过程中需要达到或实现的设计要求、原则。综上所述,设计是把一种计划、规划、构思,按照实用、经济、审美、环保、人性化等要求,借助一定的元素和表现手法,将心中之像制作成现实商品或服务的活动过程。

### 3. 设计的广义与常规意义

依据上文分析,设计是把计划纳入现实的过程,即一切创造性行为和造物活动都可以纳入设计的范畴,所以,设计的范围是极其广泛的,遍布社会的方方面面,比如工程设计、机械设计、程序设计、照明设计、电工设计等都是设计,这也是广义的设计的含义。著名设计史家王受之先生曾用一句话来概括他对设计的理解,即“艺术设计是指把一种规划、计划、问题解决的方法,通过视觉传达的方式传达出来的活动过程”。这一观点得到了众多学者的认可和支持,但随着时代的进步和设计的发展,除视觉外,设计更可能是通过各种感官系统得以实现的。因此,设计是把一种计划、创意、构想借助一定的表现方式和手段,通过视觉的方式传达为主的,各种感官相协调配合的多人协同创作的过程。

设计的含义包括了以下几个层次:第一,设计有一定的计划方案;第二,设计有预期的目的与目标;第三,设计需要采用一定的表现手法;第四,设计是一个协作的、创造性的活动过程。

从我现阶段招生专业目录来看,“艺术设计”被认为对设计含义的最好诠释,也符合常规意义上人们对设计的理解,既兼顾了艺术与设计长久以来的紧密关系,但也同时用“艺术”作为定语、“设计”作为主语的方式来强调了设计的独立性,顺应了现代学科的发展趋势。

#### 要点提示:

设计的主要行为过程:  
心理构思阶段  
表现创作阶段  
设计实现阶段

#### 作者解析:

有关设计的说法、含义的讨论一直是学者们的热门话题。同学们可以结合自己的想法和专业去理解各种观点,甚至是发表自己的独特见解。

#### 要点提示:

设计是把一种计划、创意、构想借助一定的表现方式和手段,通过视觉的方式传达为主的,各种感官相协调配合的多人协同创作过程。

## 知识链接

### 爱德华·琼尼 关于设计的12项定义

1950年美国学者爱德华·琼尼提出了关于设计的12项定义,阐明了20世纪50年代西方设计的主要倾向。

- ※ 现代设计应满足现代生活的实际需要;
- ※ 现代设计应体现时代精神;
- ※ 现代设计应从不断发展的纯艺术与纯科学中吸取营养;
- ※ 现代设计应灵活运用新材料、新技术,并使其得到发展;
- ※ 现代设计应通过运用适当的材料和技术手段,不断丰富产品的造型、肌理、色彩等效果;
- ※ 现代设计应明确表达对象的意图,绝不能模棱两可;
- ※ 现代设计应体现使用材料所具备的区别于他种材料的特性及美感;
- ※ 现代设计须明确表达产品的制作方法,不能使用表面可行、实际却不能适应大量生产的欺骗手段;
- ※ 现代设计在实用、材料、工艺的表现手法上,应给人以视觉的满足,特应强调整体效果的满足;
- ※ 现代设计应给人以单纯洁净的美感,避免烦琐的处理;
- ※ 现代设计必须熟悉和掌握机械设备的功能;
- ※ 现代设计在追求豪华情调的同时,必须顾及消费者节制的欲求及价格问题。

## 第三节 设计For What

### 一、为人的需要的设计

美国著名设计评论家维克多·巴巴纳克(Victor Papanek, 1925-)曾说“所有的人都是设计。几乎一切时候我们的所作所为都是设计。因为设计是人类最基本的活动。为一件渴望得到而且可以预见的东西所作的计划、方案也就是设计的过程。任何一种试图割裂设计,使设计仅仅为‘设计’的举动,都是违背设计先天价值的,这种价值是生活潜在的基本模型”。巴巴纳克这段精彩的名言不仅道出了广义的设计的含义,更引发了人们对设计的进一步思考:为什么要设计?设计为的是什么?为谁而设计?

#### 要点提示:

设计的宗旨是以人为本、实现功能性与审美性的统一,为人创造出更好的生活方式。

#### 1. 设计的宗旨

人们为何要吃穿、住行?答案是需要,而设计之所以产生,也同样源于需要,所以设计是因人的需要而产生,也随人的需要发展而发展,更为人的需要所服务的。正是有了这种需要,人们才会去购买产品、消费设计、评价设计。所以,设计的目的是为人服务的,为人类创造出科学、合理、舒适的生存方式,而设计的终极目标是以人为本、实现功能性与审美性的统一。

#### 2. 为多样需要的设计

美国著名心理和行为学家马斯洛(Abraham Harold Maslow, 1908-1970)在1943年在《人类激励理论》书中提出了影响深远的人类需求层次理论,将人的欲望分成了五个层次,由低到高的层次需求分别是生理需求、安全需求、社会(社交)需求、尊重(个性)需求、自我实现需求。这五个层次是逐渐发展的,从低到高反映出人们从物质领域到精神领域的各种需求,同时也是与社会经济文化发展息息相关的。

生理需求是维持人类自身需要的最基本的生存需求。马斯洛认为,只有这些最基本的需要满足到维持生存所必需的程度后,其他的需要才能成为新的激励因素。

安全需求主要包括人身、家庭安全,健康、道德、工作保障以及资源、财产所有性等方面。他认为,人是一个追求安全机制的有机体,其所有的感受器官、效应器官、智能、能量等都是寻求安全的工具。

社交需求也即人的情感和归属需求。他表示,感情需要比生理需要更为细致,这和一个人的生理特性、教育背景、经历、宗教信仰等都有密切关系。

#### 要点提示:

马斯洛需求层次  
生理需求  
安全需求  
社交需求  
尊重需求  
自我实现

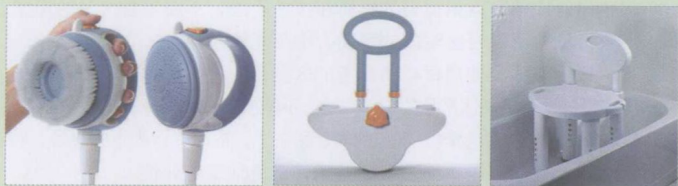


图1-8、9、10 Michael Graves2007浴室无障碍设计  
带毛刷的淋浴头、有栏杆扶手的浴缸、有可调节伸缩高度的浴室凳子,无一不体现出Michael Graves在自己残疾后切身体验如何为障碍设计提供人性化的关怀和服务。



尊重需求包括自我尊重、成就、信心、尊重他人、被人尊重等内涵。马斯洛认为,尊重需要得到满足,能使人对自己充满信心,对社会满腔热情,体验到自己活着的价值。

自我实现需求包括人在道德、创造性、自觉性、公正度、接受现实的能力和解决问题的能力等方面的实现程度。这是最高层次的需要,它是指一个人发挥个人的能力到最大程度去实现自己的理想,达到自我实现的境界;同时,在这个过程中,解决问题的能力增强,自觉性提高,善于独立处事,公平公正,完成与自己的能力相称的一切事情,即努力实现自己的潜力,使自己越来越成为自己所期望的人物。

在设计的过程中,尊重人的各项需求,并依据这种需求展开设计,是设计师需要考虑的。设计所满足的需求层次越高,难度也就越大,但相应的,设计的品位和档次也会随之提高。在满足生理等基本需求的基础上,充分考虑群体的安全舒适、社会交流的需要,是设计师所需要承担的社会使命和责任;而充分尊重人的个性需要以及自我实现的需要,是设计师的高级追求,这样的设计既会提升设计师的美誉度,更能彰显企业、产品或服务的良好形象。

自我实现

自尊需求

社交需求

安全需求

生理需求

马斯洛需求层次理论

马斯洛的需求理论从低到高反映出人的需求的丰富性和多样性。人的需求对于设计的研发、创造有着重要的指导意义。

## 案例分析

### 广告设计与“造梦”

优秀的设计往往深入人内在的高级需求,如社交需求、自尊需求和自我实现需求等。在经典的广告作品中,往往会营造出一种意境,而这种意境让人有一种不可抗拒性,这正是广告设计的魅力,也是魔力之所在。人们往往在不知不觉中、在有意识无意识的情况下被它吸引、牵动,从而心甘情愿地进行购买;同时,它会让你精神需求得到最大限度地满足,让现实世界中的不可能变成理想世界中的可能;人们也会由此而进入梦境,在那里,人们可以尽情宣泄,人性也可以得到最大程度的张扬。所以,优秀的设计可以成为激发人心的精神力量。



图1-11、12、13、14 耐克体育明星广告

体育明星是运动休闲品牌最喜欢起用的广告明星,首先是体育明星符合运动休闲品牌的行业特点,更重要的是体育明星优异的赛场成绩令许多人羡慕和欣赏,也就理所当然成为许多人崇拜的对象。在这些广告中的诉求中,商家为广大人们营造了“只要拼搏,梦想就能实现”的梦境,激发了人们内心最本能而真挚的力量。



图1-15、16、17、18 白沙集团电视广告截选

白沙集团“鹤舞白沙,我心飞翔”的广告营造出诗一般的意境,或许一切的物质都可以消失,但人的精神、意志和思想永远向上飞翔,表达出一种积极向上、热情健康的生活态度和人生哲学。这一设计在塑造品牌和企业形象的同时,更直指人的精神世界,激发人们向着自己的人生目标前进。