

高等职业艺术教育校际交流协作委员会推荐用书
江苏省重点出版项目
Textbook Series for Higher Vocational Education of Art

高等职业艺术教育系列教材 设计概论

主 编 韩慧君
副主编 潘道中

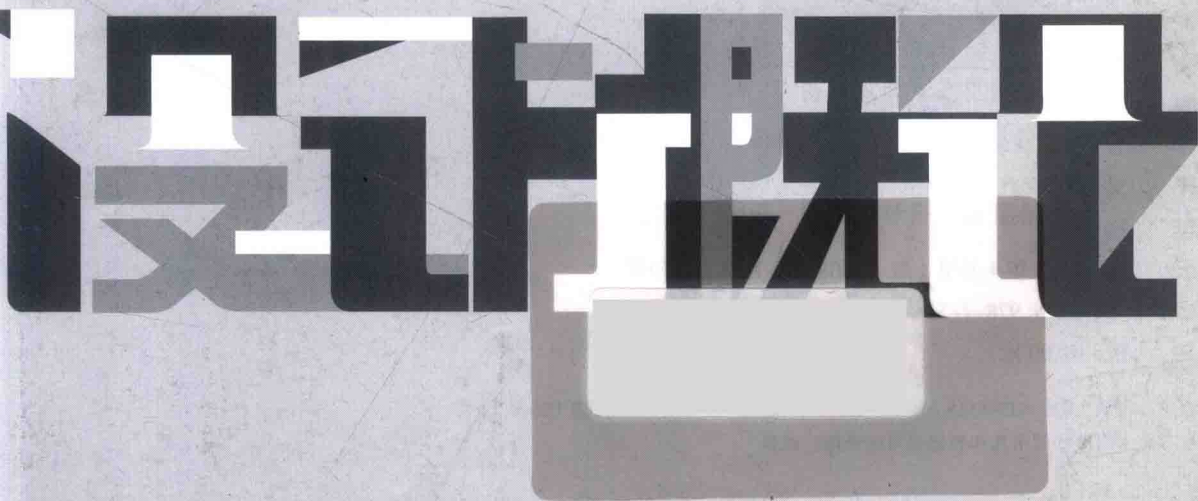


高等职业艺术教育校际交流协作委员会推荐用书
江苏省重点出版项目
Textbook Series for Higher Vocational Education of Art

高等职业艺术教育系列教材

设计概论

编 著 黄永健 李雨花



图书在版编目(CIP)数据

设计概论 / 韩慧君主编. —南京:江苏美术出版社, 2008.4
(高等职业艺术教育系列教材)

ISBN 978-7-5344-2248-5

I. 设… II. 韩… III. 艺术-设计-高等学校: 技术学校-教材 IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 078275 号

策划编辑 张 韪
责任编辑 张 韪 刘信步
封面设计 薛冰焰
责任校对 赵 菁
责任监印 贲 炜

书 名 设计概论

主 编 韩慧君

副 主 编 潘道中

出版发行 凤凰出版传媒集团

江苏美术出版社(南京中央路 165 号 邮编 210009)

集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>

经 销 江苏省新华发行集团有限公司

制 版 南京水晶山制版有限公司

印 刷 江苏新华印刷厂

开 本 889 × 1194 1/16

印 张 7.25

版 次 2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5344-2248-5

定 价 40.00 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 13 楼
江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

设计基础系列

《视觉形态基础——素描》

《视觉形态基础——色彩》

《立体构成》

《平面构成》

《色彩构成》

《设计概论》

《数码摄影》

平面设计系列

《计算机辅助设计 PHOTOSHOP》

《计算机辅助设计 ILLUSTRATOR》

《字体设计》

《印刷工艺》

《图形设计》

《VI 设计》

《标志设计》

《版面编排》

环境艺术设计系列

《计算机辅助设计 AUTOCAD》

《计算机辅助设计 3DMAX》

《制图基础》

《室内装饰材料》

《现代展示设计》

中国经济的快速发展在很大程度上也引发了社会对职业教育的迫切需求，教育对社会的发展所起到的巨大作用在我们国家越来越具有现实性。培养大量的符合新经济、新市场的技能型人才正是各类职业教育应该承担的时代责任。面对社会变革和发展，职业教育中的艺术教育同样也面临许多新的课题和挑战。

为此，南京艺术学院高等职业教育学院分别于2005年12月和2006年12月两次召开了全国艺术高等职业教育校际交流协作会。与会的20所职业类艺术院校的领导和专家共同探讨了艺术职业教育的经验、不足以及今后发展的思路。会议成果之一是共同组成高等职业艺术教育系列教材编委会，并确定了相关教材编写计划及要求。大家希望通过这一举措建立起一个全国性的高等职业艺术教育教学平台，不断交流各自学院教学成果和实践经验，以达到实现优秀教学资源共享的目的，共同促进我国职业艺术教育事业的健康发展。

本系列教材集各院校专业教学经验之精华，既有知识点的理论概述，更重实际技能操作。通过教材附带光盘，丰富充实教学内容；学生可以通过光盘所负载的信息量，扩大自己的专业视野。

我们相信通过高等职业艺术教育的校际交流协作平台，能实现教育资源学术共享，我们也期待这样的合作继续发展并取得丰硕收获。



教育部艺术教育指导委员会委员
全国艺术硕士专业学位教育指导委员会委员
教育部高等学校高职高专艺术类专业教学指导委员会委员
南京艺术学院副院长、教授，《美术与设计》杂志主编

1

课题 1 绪论

- 1.1 设计的概念
- 1.2 设计的范畴和分类
- 1.3 设计与文化的相关性

01

04

16

2

课题 2 设计发展史

- 2.1 中国设计发展史
- 2.2 西方设计发展史
- 2.3 其他地区的设计史

20

28

39

3

课题 3 设计方法

- 3.1 设计调研
- 3.2 设计展开
- 3.3 设计的实现

45

47

52

4

课题 4 设计形态

- 4.1 设计形态的分类
- 4.2 各类设计形态的特点
- 4.3 与设计形态相关的若干要素
- 4.4 形态设计的造型规律
- 4.5 影响设计形态发展的因素

55

56

60

65

67

70
72
76
79
84

5

课题5 设计美学

- 5.1 设计美学概述
- 5.2 设计风格论
- 5.3 设计与装饰
- 5.4 设计的功能美与形式美
- 5.5 设计的技术美

87
90
92

6

课题6 设计与市场

- 6.1 设计与市场
- 6.2 设计与消费
- 6.3 设计与附加值

96
100

7

课题7 设计批评

- 7.1 设计批评概述
- 7.2 设计批评的标准

(本书在编写过程中得到了虞海良、顾明智、王义利老师的大力支持与帮助)

1.1 设计的概念

1.1.1 概述

设计一词既是动词又是名词。作为一个动词,设计有立意、筹划、构思等含义,表达为一系列思维或形式、图式的创造活动:设计图案、设计杯子、设计汽车、设计城市、设计一项活动或者一项制度等;作为名词,设计有风格、图案、心中的计划或设想等含义,是人类创造活动的结果以及状态的表述:好的设计、失败的设计、功能主义设计、家电产品设计等等。

只要人们将知识、经验,以及直觉投射于未来,目的是改变现状的活动,都带有设计性质。设计因此被理解为人带有目的性,指向未来的创造性行为。

广义地说来,设计远不是仅将思想局限在家具、机器、日用品、建筑等这些对象上,而是有计划、有目的地规划一种社会、文化、制度、价值、道德和行为准则。正是基于对设计的这种理解,英国《百科全书》把孔子和老庄也称为伟大的设计师。广义上说,任何“人为事物”都是经由设计而产生的。

这种广义解释似乎有使设计学科边界变得模糊的倾向,但本书所讨论的仅限于设计的狭义范畴,这种狭义解释更接近设计的职业特征,要求具体的和物质化的设计结果,如建筑设计、环境设计、产品设计、平面设计等。实际上,无论作为名词还是动词,广义概念还是狭义概念,设计正趋向一个开放性的结构,并且随着时代的变化而不断变化和发展。但是,设计的一些本质特征是共同的,即创造性、精神性、适应性、目的性等,这些特征规定着设计发展的走向。其中,设计的“目的性”是最为核心的特征之一。

设计本身不是目的,它是人为实现自身目的而使用的手段和方式,往往表现为一个过程,设计的目的是人而不是物,人是设计的根本和出发点。因此,设计的“目的性”体现为人的目的性,换言之就是满足人的需求。

1.1.2 “设计”词义详解

设计一词是英语 design 在汉语中的翻译。《设计辞典》中简单地将其解释为:“把某种计划、规划、设想和解决问题的方法,通过视觉语言传达出来的过程。”^①

在西语中,design 词义复杂,世界上各语种对 design 的译法也不尽相同。英国《牛津大词典》将 design 的意义分为动词和名词两大部分,作为名词的语义,一是心理计划的意思,指思维中形成并准备实现的计划;二是艺术中的计划,指画草图和效果图等。作为动词来源于拉丁语 designare,意味着作记号和指定计划。

无论中西,设计(design)一词的含义都随着时代的不同有所变化。在上溯五百年内,西语 design 的词义的重点不断转移,如 15 世纪前后,disegno(意大利语)的词义是“艺术家心中的创作意念”,一般通过草图具体化,并被定义为“以线条的手段来具体说明那些早先在人的心中有所思,后经想象力使其成形,并可借助熟练的技巧使其现身的事物”,“实则是再现一件(在心中)完成的作品”。^②

18 世纪,design 词义仍被界定在艺术领域内。初版《大不列颠百科全书》(1766 年)作这样的解释:“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 和构成同义。可以从平面、立体、色彩、结构、轮廓的构成方面加以思考,当这些因素融为一体时,就产生了比预想更好的效果……”

进入机械文明以后,工业品的设计观念发生了根本变化,design 的词义也随之扩大。

第十五版《大不列颠百科全书》(1974 年)对该词作了更加明确的解释:“design 是进行某种创造时,计划、方案的展开过程,即头脑中的构思。一般指能用图样、模型表现的实体,但最终完成的实体并非 design,只指计划和方案。design 的一般意义是,为产生有效的整体而对局部之间进行的调整。有关结构和细部的确定,可以从以下四方面考虑:

1. 可能使用什么材料;
2. 这种材料适用何种制作技术;
3. 从整体出发的部分与部分之间的关系是否协调;
4. 对旁观者和使用者来说,整体效果如何。”

design 词义的历史变化,揭示了它必须与生产方式相适应的规律。现代对这一词义的解释,可以作如下的简要描述:

最终目的——带有质变的创造;

设计方法——科学方法论与艺术方法论的横向交叉;

① 《设计辞典》张乃仁主编 北京理工大学出版社 2002

② 台湾雄狮《西洋美术辞典》“设计(design)”条

表现形式——直观表现(图样、模型等)的完整构思。

与传统的工匠工作法不同,工业革命之后产生的现代设计(design)有着自身的鲜明特点:

首先是设计与生产的分工,以及设计师的诞生。15 世纪后半叶的文艺复兴时期,自觉的设计已经有了萌芽。不少艺术家,同时也是工程师、设计师,如米开朗基罗的建筑设计,达·芬奇的工程设计等,基本上是以古典数学为基础的。近代设计师的第一人,仍然要数莫里斯。包豪斯以后,大批设计师才正式诞生,改变了由美术家改行或偶尔兼顾的现象。

其次是强调没有既定模式的开发性设计。人类几千年的创造活动完成了人造物的一代又一代的风格(程式化的模式)。在相对静态的历史框架中,设计往往意味着对传统样式的选择,或进行某些适应性的改良。但是,现代创造速度和广泛性,使人造物常常找不到楷模。启发往往来自不同类的事物。

第三是功能与造型的一致性。现代生活重新确立了人的主体地位,认识到人的美感享受、舒适感,与物的装饰程度、价格不一定是正相关,“为人造物”的宗旨是突出使用价值以及由此产生的自然的美。因此,以人体解剖学为基础的人体工学,以“人—机—环境”为主题的人类工程学,以人体生理为基础的服装卫生学以及各种心理学等边缘学科在战后纷纷崛起,技术美学也应运而生。设计名副其实地成为现代交叉学科。

在汉语中,现代意义上的“设计”一词是翻译自“design”的外来词,但原本古代汉语中也有“设计”一词,指的是“计谋”、“谋划”等。如元代尚仲贤《乞英布》第一折有“运筹设计,让之张良,点将出师,属之韩信”之语,其“设计”就是指设下计谋。

与设计意义相近的还有“意匠”一词。意匠:意有“考虑”、“设计”之意;匠是“意图”、“思考”、“技术”之意,从字面上解释,意匠即意图和匠心。如宋代陆游在《题严州王秀才山水枕屏》一诗中以“壮君落笔写岷嶓,意匠自到非身过”之句,称赞王秀才所画的岷嶓山水,意匠自到非刻意所求已达到一定境界。

design 译成汉语并非直接从西文翻译过来,而是上个世纪初从日文转译而来的。日本人将西文的 design 翻译成汉字“意匠”或“图案”。由于是汉字的关系,中国人从日文转译时就直接引用了。

“意匠”的含义已述及,且用得较少,而图案在此的意义则争议较多。1936 年版的《辞海》中“图案”词条后注有英文 design,对词义的解释为:“美术工艺品及建筑物等,在工作之前,须预先考察其形状、构造、色彩、装饰等应如何配置,表示此种考案之图样,称为图案。有建筑图案、染织图案、陶瓷图案、金木工图案,及装饰图案、广告图案等。”很显然,这种对图案(design)



图 1-1 米开朗基罗的建筑设计



图 1-2 达·芬奇的飞行器设计

的解释在现在看来有些片面,因为它只着重于设计的表现部分,而忽视了设计这一行为的思考过程。在后来的几十年发展中,图案的词义进一步萎缩,直至变为纹样描绘的技法,与“design”一词的本意已相去甚远,时至今日,已很少将图案用来解释 design 一词了。

与图案一样,“工艺美术”一词也是用来标示“design”的。据资料,最早提出“工艺美术”这个词的是蔡元培先生,1920年,他在《美术的起源》一文中写到:“美术有狭义的,广义的;狭义的,是专指建筑、造像(雕刻)、图画与工艺美术等。”张德容在1935年创刊的《美术生活》上撰文指出:“工艺美术在中国是一个新名词,其实并非一种新事业,已有数千年历史”;“所谓工艺美术,即实用美术。所以工艺美术与人类日常生活,是有密切的关系”。

以“设计”作为英文“design”的汉译大约始自上世纪八十年代国内改革开放的初期,设计一词在汉语中就是指设想和方法,与英语 design 在本质上是一致的。此译法目前已基本没有歧义,并受到官方肯定。其标志就是根据国家教委的文件,各类艺术院校的工艺美术专业已一律改名为“xx设计”专业了。

总的说来,设计是一个范畴较大的词,与艺术、工艺、文化等范畴较大的词一样很难在概念上有一个十分明确的界定,并且,它还有一个特点,就是随着时代的不同,它在内涵和外延上都会有所改变,特别是近现代以来的设计,更是在概念上与过去有明显差异。虽说在人类造物的开始,设计就本质性地存在了,但假如写一部设计史的话,在现代工业文明之前的部分,不可避免会和艺术史或者工艺史相重合。19世纪中叶的工艺美术运动是一个转折点,莫里斯等人提出所谓大艺术(纯艺术)和小艺术(实用艺术)的概念,实际上就是将设计从原本混淆于艺术和工艺这两个门类的状态中独立了出来。从某种意义上说,现代设计就此开始了。现在的设计,早已不局限在日常用品表现出各异的风格、精湛的技艺等概念上了。如今设计“开始被视为解决功能、创造市场、影响社会、改变行为的手段,而不仅仅是功能与外形的问题了”。^③

1.2 设计的范畴和分类

1.2.1 设计的范畴

说到设计的范畴其实就是为我们所谈论的话题画一个界限,为我们的论述定下一个适用的范围。但设计本身就是一个交叉学科,其边界时有模糊因而难以将其划分得十分准确。广义地说来,在这个世界上原本只有一个自然,但是人的造物行为将人从自然中分离了出来,由此可以这样理

^③ 《世界现代设计史》王受之著 中国青年出版社 2002

解,设计的范畴囊括了人和自然之间的界面,如果要给它定一个边界的话,那么它的一极是人,另外一极则是自然。

这还只是从造物方面说的,按照前述设计的核心词义是为实现一定的目的而进行的设想、计划和方案之意的话,设计包含了世界上除人和自然之外的一切事物。凡是经过人的大脑思考和计划的东西,都在设计的范畴以内。大如国家政治经济发展规划、军事战略、和国民经济相关的重大课题等等;小到个人生活琐事如旅游计划、学习计划乃至柴米油盐、锅碗瓢盆等。

以上只是从广义上理解的设计范畴,本书所论及的设计则是狭义的,范围要小得多。首先它不包括国计民生方面的重大命题(当然小小的设计有时也会影响到国计民生,这又另当别论),一般只涉及造物方面的内容,有时也包括企业策划等一些非造物的“软设计”。再者,在造物方面,也要撇清工程技术方面的设计和我们所谈的设计之间的区别。工程技术设计如机械设计、土木工程设计、化工设计等等,它们和我们所谈论的设计之间如何界定呢?王受之先生这样认为:“至于设计与工程设计的区别,其实也非常清楚:工程设计是解决人造物(如机械、设备、交通工具、建筑等)中的物与物之间的关系问题的,比如汽车的汽缸与活塞之间的关系、发动机和传动机械之间的关系问题等等;而设计则是解决人造物与人之间的关系问题,比如汽车的安全性、舒适性、美观性问题。设计是处理人与物、人与广义的机器之间问题的最重要的活动,没有设计,人就不可能有良好的、安全的、舒适的、美观的工作与生存环境和空间。”^④

设计还跟其他一些学科门类的范畴边界有些模糊,需要厘清,如设计与美术、设计与工艺等。

美术属于单纯的艺术活动,它是一种非常个人化的东西,是艺术家个人的表现。真正纯粹的艺术作品不是为市场而创作的,从不考虑客户的需求,艺术家完全可以沉浸在自我的空间中进行创作;设计虽然有时候在外在形式上跟美术容易混淆,特别是在一些视觉传达作品中,但其实二者有着本质的区别。设计的目的是为他人、为社会和为市场的。虽然设计中也有艺术创作的成分,也有设计师的个人表达,但如何取得受众的理解和欢迎是设计永远不可能摆脱的一个命题,这也正是设计和美术之间最本质的区别。

设计和工艺之间的区分要更微妙一些。在工业革命之前,生产过程没有今天这样细致的分工,设计作品的设计制作都是由一个人完成的,作品的目的除了实用之外,还有很多材料和精美手工技艺的表现成分,有些东西还发展为纯粹的工艺品,并无实用的功能。在“为人造物”的意义上,我们所说的设计在古代是把工艺包括在其中的。但是在现代的概念中,设计与工艺则有很大的不同,工艺仍然保留着“材美技巧”那种狭隘的意义,但设计的内涵则被大大地扩展了。

④ 《世界现代设计史》王受之著 中国青年出版社 2002



图 1-3 传统图案“五蝠捧寿”，象征多福多寿

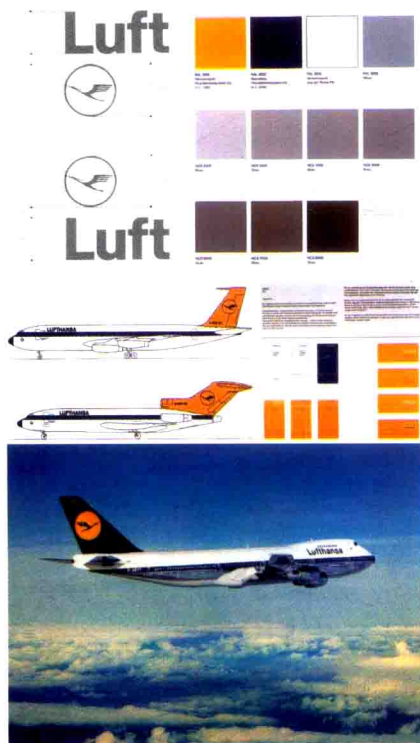


图 1-4 德国汉莎航空公司 VI 设计及应用



图 1-5 法国人身保险标志 法拉利汽车标志 米其林轮胎公司标志

1.2.2 设计的分类

设计的分类方法比较多，如果按照艺术设计院校的专业设置方式来划分的话，一般有环境艺术设计、平面设计、服装设计、装饰设计、动画设计等等。这样划分的缺点一是太过细分，脉络不够清晰，而且各院校的专业设置还有细微方向上的差别，叫法也不尽相同。如王受之在其《世界现代设计史》中就把设计分为工业设计、平面设计、建筑环境、室内、展示设计，广告策划与广告设计，插图、摄影、电影与电视、时装设计，纺织品设计等等。还有其他一些分类法，如分为平面设计和立体设计两大类，再进一步细分；或者按设计所使用的材料分为织物设计、纸品设计、陶瓷设计等；也有按地域来进行划分，如北欧设计、德国设计、美国设计等等。这些分类法都各有特点，并在各自适合的场合被使用着，但是却都有些不够科学和全面，而且难以适应设计日益纷繁复杂的变化。

近年来用得比较多的是按设计的目的不同，将设计大致划分为：视觉传达设计、产品设计、环境设计三个大类，这样的分类方法充分考虑了人与社会、人与自然的各方面要素。并且，目前各种细分的设计门类基本都可以被合理地包容其中，甚至一些新兴的设计门类如网页、多媒体等在这样的架构中也能适得其所，足以显现其科学性和合理性。

1.2.2.1 视觉传达设计

视觉传达设计是指以通过视觉来传达各种信息为目的的设计，它由英文 Visual Communication Design 直译而来。视觉传达只是一个约定的说法，现在的发展已不仅仅局限在视觉方面的传达了，常见的多媒体传达是包括听觉的，甚至有些广告的方式还包括触觉、嗅觉等多方面的感官传达，但仍将这些归入视觉传达的范畴之中。



图 1-6 运动会海报 设计师:李大为

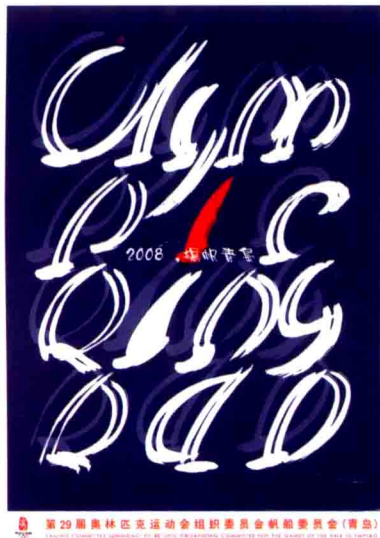


图 1-7 奥运会宣传广告 设计师:李大为

传达信息的方式有很多种,如原始人使用结绳、契刻等方法以完成信息的传达,靠“手之舞之足之蹈之”来表达某些特殊的感情;中国传统中用蝙蝠来表达“福”;西方人用鸽子口衔橄榄枝来代表和平等。现代社会到处都充斥着各种公共信息符号、宗教符号、企业标志等等。这些都是用某种视觉符号向某些人传达某种信息的例子,它们可以被归纳为三个要素,即由具有不同意义的符号组成的传达内容;以形形色色的载体而承担的传达媒介;特定的传达受众(对象)。

三个要素缺一不可,因而视觉传达设计师首要的工作就是选择正确的符号来准确表达内容,不能表错义。这不是一朝一夕的事情,需要深厚的文化积淀。要了解各个历史文化方面的符号象征,然后再将需要表达的信息归纳、提炼并概括出它独有的特性和存在的本质价值,然后通过创造性的表现手段,形成象征性的符号形式。

然后的工作就是选择合适的载体。要根据传达内容的特性选择最具表现力的载体,以使传达内容与之达到高度和谐并取得强化的效果。随着科技的发展,载体的选择范围变得越来越宽,原本只能在平面媒体上进行表现,现代扩展到多媒体、网络等等,这些新的载体能够给受众带来更多的感官体验,而不仅仅是视觉。这些拓展同样给设计师带来了更多的选择和更强的表现手段。

最后是设计师对于受众的了解。同样形式的传达内容和同样的载体,对于不同的受众来说,其反馈效果往往大相径庭,这就需要设计师针对性地充分考虑,如不同的年龄、文化、社会阶层等相关因素。因为受众群体对于传达设计的接纳与否,直接关系到信息传达能否实现其应有的价值。

属于视觉传达设计范畴内的设计门类非常多,下面将就其一些主要



图 1-8 一组奥运会宣传广告 设计师:李大伟



图 1-9 一组反战海报 设计师:李大伟



图 1-10 豪华杂志外包装 设计公司:RTR Packaging & Design



图 1-11 酒瓶包装设计 设计公司:Port Miolla Associates



图 1-12 航空局做市场推广时的赠品 设计公司:Gardner Design



图 1-13 书籍装帧设计 设计师:张宏蔚



图 1-14 电动自行车鱼形展示廊 设计师:Guggenheim Bilbao



图 1-15 位于巴黎的 KENZO 专卖店橱窗展示



图 1-16 LANVIN 橱窗展示

的门类作出阐述。

1. 标志设计和 VI 设计

标志即具有象征意义和内涵的视觉符号或图形。一般分为商业性标志和非商业性标志。它是一个企业、机构、组织、团体、活动或个人的精神的象征性表现,是其整个视觉形象的精髓的抽象表征。

作为大众传播符号的标志,具有比文字更加直接和简练的视觉传达功能。一个看似简单的图形,往往蕴含了非常丰富的意义,因而对设计师提出了更高的提炼、概括、抽象的能力要求,是设计师综合素质的集中体现。

VI 是 Visual Identity System 的缩写,指的是企业的视觉识别系统,是企业形象识别系统(CI)中的视觉传达部分。企业的统一视觉形象,是指通过具有一定规则的设计而定型的统一平面视觉图形方案。这一方案是以企业标志为核心,包括企业名称、中英文标准字体、标准装饰线条和企业象征图形、标准色等。然后将这套识别系统应用在企业的所有方面,如广告、产品包装、名片、信笺信封等地方。

VI 形象识别系统,对企业内部来说,是促使人们的视觉感知认同这些标准化形象,一致性的视觉特征在一定程度上能够形成情感纽带,对员工起到一个启示和维系的作用。对外则能够简化消费者以企业及产品的认识,帮助消费者容易、准确地识别出企业来,从而大大地加深他们的记忆,强化对企业的认识。

2. 广告设计

广告是一种将信息向大众传播的方式,像一句老话所说的:“做生意不做广告,就像在黑暗中向情人以目传情,你知道自己在干什么,对方可不知道。”

在我们所论及的视觉传达设计范畴内,广告可能是涉及面最广的一种设计门类。一般按载体的形式不同分为印刷品广告、影视广告、户外广告、橱窗广告、礼品广告以及网络广告等。

广告设计就是怎样利用视觉符号进行广告信息传达的设计。一般有五个要素:广告信息的发送者、广告信息、信息接受者、广告媒体和广告目标。设计师的工作在于在深入调研明确广告诉求的基础上,用合适的符号方式和媒介准确传达信息。好的广告既要传达信息全面准确健康,又要具有强烈的艺术感染力。

3. 包装设计

包装设计是商业性的艺术设计,它以市场营销为目的,综合社会、经济、艺术、技术、心理诸要素,最终的设计应能达到商品信息传达与视觉审美传达之间的完美融合。包装设计包括包装材料的选择、造型、结构等功能性设计,还包括图形、文字、色彩等方面的艺术性设计。另外还涉及到消

费心理、市场营销、储运等方面的知识运用。

包装设计一般包括三个方面:容器造型设计、包装结构设计、包装装潢设计等。设计师在进行包装设计时,必须从商品的生产者、商品和销售对象三个方面进行定位,先设计包装的结构,再通过文字、标志、图像等视觉要素的编排来进行外包装的设计。

4. 展示设计

展示设计是对为了实现某种功能目的而进行展示的空间环境、道具、照明、特定展品、展品陈列方式及各种信息媒体等的综合性设计,以便创造出一个能与观众沟通的活动场所和空间。其目的是使某个事物或事件,在具体、生动的展示中,传递出有益的信息,启迪人们的思想,促进社会交流和进步。

传统的展示设计一般只满足于以视觉传达为主的信息传达方式,主要让人观看物品和图片。现代展示,其设计观念以人的全部行为心理为依据。在现代展示设计中,除使展示本身向人们提供视觉信息外,还提供其他感官所能接受的信息形态,是一种综合性的展示方式。

展示设计包括“物”、“场地”、“人”和“时间”四个要素。成功的展示设计,必须建立在综合处理好这四个要素的基础上。必须在形态、色彩、材料、照明等多方面充分而合理地利用新技术,力求全面调动观众的视觉、听觉、触觉,甚至嗅觉和味觉等一切感知能力,以形成与观众的互动交流,加深印象,取得良好的展示信息传达效果。

5. 网页设计

网页设计指在计算机上用超文本编辑工具将图形、文字、声音、动画和可执行程序组织成超文本页面,然后将这些页面以一定的链接方式放置在互联网上,以供人们远程访问并获取信息。

单页的网页设计只牵涉到图形、文字、色彩、动画等的编排方式,虽然与平面编排设计有些类似,但它也有自己独特的优势。如动态页面、互动性、网页特效等都是原本平面设计中所没有的要素,需要设计师加以发挥和利用,以创作出独具艺术特色的网页来。

大多数情况下网页设计并不是以单页来设计的,而是很多网页以某种逻辑方式进行链接,以组成一个网站。这种页面与页面之间的逻辑编排是网页设计的重点之一,它关系到网站访问的方便和流畅以及组织结构是否合理的问题。

网页设计是近年来在视觉传达设计领域中的新面孔,它不仅是一个艺术性的问题,同时还具有相当高的技术含量,因而是一个处于交叉学科领域的设计课题。

6. 多媒体设计

多媒体设计是现代计算机技术的发展和普及催生下的一个新的设计门



图 1-17 宝马汽车展示台

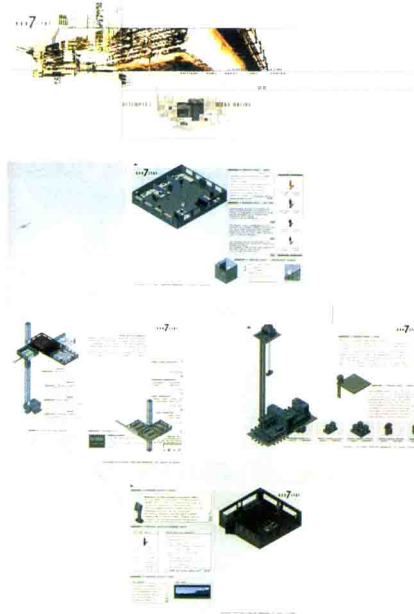


图 1-18 Habitat7 是德国设计师 Steffen Schaefer 的个人站点。首页色彩华丽,而内页用一个建筑物作为设计上的主线索,点击不同房间的不同部位,页面亦相应地发生变化。制作者将互动性与页面的美观性作了很好的结合。