

YISHU SHEJI LILUN FENXI
YU SHIJIAN XINTANSUO

艺术设计理论分析 与实践新探索

索昕煜 李 娅 曾明颖 编著



吉林大学出版社



中国美术学院美术考级教材

中国美术学院美术考级教材

设计理论分析

与实践经验探索

王明贤 著

YISHU SHEJI LILUN FENXI
YU SHIJIAN XINTANSUO

艺术设计理论分析 与实践新探索

索昕煜 李 娅 曾明颖 / 编著



吉林大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

艺术设计理论分析与实践新探索/索昕煜,李娅,
曾明颖编著. —长春:吉林大学出版社,2013.9

ISBN 978-7-5677-0672-9

I. ①艺… II. ①索… ②李… ③曾… III. ①艺术—
设计—研究 IV. ①J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 236944 号

书 名:艺术设计理论分析与实践新探索
作 者:索昕煜 李 娅 曾明颖 编著

责任编辑:孟亚黎 责任校对:樊俊恒
吉林大学出版社出版、发行
开本:787×1092 毫米 1/16
印张:17 字数:413 千字
ISBN 978-7-5677-0672-9

封面设计:崔 蕾
北京市登峰印刷厂 印刷
2013 年 9 月第 1 版
2013 年 9 月第 1 次印刷
定价:52.00 元

版权所有 翻印必究
社址:长春市明德路 501 号 邮编:130021
发行部电话:0431-89580026/28/29
网址:<http://www.jlup.com.cn>
E-mail:jlup@mail.jlu.edu.cn

前 言

艺术设计是一门综合的学科门类,是社会经济高速发展中科学、经济、人文相结合的产物。同时,艺术设计也是一门引导设计师及理论工作者进行理性思考的基础课。作者本着艺术设计的重要意义以及艺术设计相关理论的分散性,编撰了这本书,努力做到内容丰富、实用性强并具有一定的指导价值。

全书共分八章,分别对艺术设计的理论基础、艺术设计的发展历史、艺术设计的主体、艺术设计的心理、艺术设计的思维、艺术设计的审美与批评、产品创新、绿色设计先等进行了深入浅出地分析,再通过一些实践性的例子展示来启发学习者,具备一定的指导意义。长期以来,从事设计活动的设计家和设计工作者,往往重视向西方学习,而对于本土的、民族的设计传统缺乏认知。一味表面地、浮浅地、拼凑地模仿外来设计,是造成中国现代设计停滞不前的重要原因。另一方面,艺术设计在“民族化”的口号下,一味模仿前人的设计智慧,没有真正去创造,也阻碍了中国现代设计的向前发展。所以,本书以中国本土文化为主线,充分挖掘中华民族优秀艺术设计遗产,努力阐明不同历史阶段艺术设计的时代风格及特点,揭示中华丰富历史文化底蕴和民族特色,融合世界各国的优秀艺术设计思想、观念、方法、原则,形成具有中华民族精神的设计观念和设计体系。当然,中西方文化的差异也会影响艺术设计的发展进程,这个在第二章中进行了分析,同时也着重论述了中华文化的艺术设计成果,以便更好地利用和学习本国的优秀艺术设计,并从中汲取营养,设计出既符合时代发展要求,又具有中国艺术特色的作品,形成“中国设计”的品牌。

本书的新探索主要体现在创新能力和可持续发展的设计理念上。艺术设计在中国的发展历史不长,基础不稳、问题较多,但是只要我们总结经验,不断学习,不断积累,自然会有所成果。本书中讲述的创新能力主要围绕产品创新设计而展开,通过对以往风格的认识以及新材料的出现与运用进行创新,其中,可持续发展的设计主要是指绿色设计,一种以人为本的设计。

全书由索昕煜、李娅、曾明颖撰写,具体分工如下:

第二章至第四章:索昕煜(云南民族大学);

第五章、第七章第一节至第二节、第八章:李娅(云南工商学院);

第一章、第六章、第七章第三节:曾明颖(西南科技大学)。

在编撰本书的过程中,我们对于同行的著述也多有参考吸收,但毕竟时间仓促,加上作者自身水平有限,本书中的缺点或错误在所难免,恳请各位同行专家多加指教,以便及时改正。

作者

2013年8月

目 录

第一章 艺术设计理论基础.....	1
第一节 艺术设计的本质属性.....	1
第二节 艺术设计的特征.....	5
第三节 艺术设计的分类.....	17
第四节 艺术设计的社会作用与意义.....	33
第二章 艺术设计的发展历史.....	35
第一节 西方艺术设计的发展历史.....	35
第二节 中国艺术设计的发展历史.....	53
第三节 中西方设计思想的差异性分析.....	73
第三章 艺术设计的主体分析.....	76
第一节 艺术设计师的历史演变.....	76
第二节 艺术设计师的分类.....	86
第三节 现代艺术设计师的素质与职责.....	91
第四章 艺术设计的心理分析.....	103
第一节 艺术设计与心理的关系.....	103
第二节 艺术设计与感知觉.....	109
第三节 艺术设计与情感的表达.....	122
第四节 消费者的心理分析.....	129
第五章 艺术设计中创新性思维方法的分析.....	142
第一节 创新性思维方法及其对艺术设计的影响.....	142
第二节 创新设计思维的模式.....	151
第三节 创新性思维方法的类型及训练.....	153
第六章 艺术设计中的审美与批评.....	176
第一节 艺术设计中形式美的规律.....	176
第二节 艺术设计的审美要素.....	189
第三节 艺术设计的审美体现.....	191

第四节	艺术设计批评的主体与媒介·····	194
第五节	艺术设计批评的标准与原则·····	201
第六节	我国艺术设计批评的现状分析·····	206
第七章	产品创新设计理论与实践·····	208
第一节	产品设计的风格演变·····	208
第二节	产品设计中材料的选择与新材料的运用·····	213
第三节	产品创新设计实践·····	229
第八章	绿色设计理论与实践·····	234
第一节	何为绿色设计·····	234
第二节	绿色设计的重要性·····	245
第三节	绿色设计技术的分析·····	247
第四节	绿色设计理论在环境艺术设计中的应用·····	251
参考文献	·····	263

第一章 艺术设计理论基础

第一节 艺术设计的本质属性

一、关于艺术设计本质的代表性观点

关于艺术设计的本质,不同的学者提出不同的说法。目前,较有代表性的有三种观点:

- (1)艺术设计是人类的行为。
- (2)设计的本质是人为事物。
- (3)艺术设计是人类生活方式的设计。

(一) 艺术设计是人类的行为

这个观点是由山东工艺美术学院的教授朱铭先生提出的。他认为,很多动物在生存环境有所变化或遇到生存危机时,能够以一系列由先天性就具备的生物性机能来改变个体或群体的行为方式或生活方式,来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;非洲大陆生活着一种兀鹰,会用嘴叼起石子去击打鸵鸟蛋,打碎后吃里面的蛋黄、蛋清;关在笼子里的猩猩会利用竹竿来取放在远处的食物。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”的话,那么兀鹰和猩猩的行为是不是事先有设想和计划的行为呢?也就是在动物界,是否具有设计和设计行为呢?实验表明,动物的这种技能和行为来自于遗传密码,这种与生俱来的本能现象在动物界普遍地存在着:蜜蜂天生会酿蜜和建造蜂房、蚂蚁天生会营造蚁穴、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。它也为自己构筑巢穴或居所,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。”^①

马克思在《资本论》中还谈到,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已经存在于劳动者的观念中了,并且以观念的形式存在着了。这说明,只有人类才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。动物的行为是受到本能的驱使,而且只能按照它那个“种的尺度”去生产,并不具备“设计”的意识;而人在进行生产之前,脑子中预先就存在了某种物品的“蓝图”,这种“预先存在”正是“设计”中设想和计划的意思。而且,人在生产时,可以按照任何一个种的尺度,如人可以造蜂房,可以造猪、狗的棚屋,可以为人建造各种各样的房子等,不像蜜蜂只能造千篇一律的蜂房。恩格斯在《自然辩证法》中曾说:“人离开动物愈远,他们对自然界的作用就愈带有经过思考的、有计划的、向着一定的和事先知道的目标前进的特征。”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)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“人为事物是设计的本质”这个观点。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,所以这种人为事物的一个显著特征是具有限定性,即最为常用和经常提到的设计定位的意思。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、设计美学等是有所不同的,因而创造出来的人为事物(工具、用品、居住环境等等)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。”“人为的世界”就是由诸多的人为事物组成的。人为世界就是“人化的自然”,或者称“第二自然”。理想的人为事物并不是对自然的无尽索取,而是利用自然,使人与自然和谐相处,使其更好地为人的生存和发展服务。

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:人为事物是人为的,是人力所为,自然物是自然的,非人力所为;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。设计通常解释为有目的、有计划的创造性活动。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

^① 马克思. 1844年经济学——哲学手稿. 北京:人民出版社,1979.

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。可以说,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

人类从远古到现代,设计是永恒的主题,它使人类从一片蛮荒逐渐走向文明,从原始社会走向后工业化社会。我们的祖先作为人开始生活以来,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到今天的现代人。现代人更有智慧、更有力量去改造自然,同时也破坏了人类赖以生存的环境,这也是由人类的“生活方式”决定的。

在汽车没有出现以前,人类靠步行和以马车代步,那时的空气很少受到污染,洁净多了。汽车问世以后,其数量以惊人的速度在递增,它所消耗的能源与日俱增,它对空气的污染日益加剧,给人类的生存和发展带来了严重的威胁。

设计确实使人类的生活方式不断地在变化,从马车到汽车,从“茹毛饮血”到今天用电饭煲、电炒锅、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等,可谓变化巨大。今天,我们的时代已经进入工业化后期和后工业化时代,设计师必须为我们人类自身设计出健康、合理、宜人的生活方式,从小的生活用具到城市布局、乡村建设、环境规划等。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。著名的美国工业设计师 W·D·蒂格曾经预言:“一个为人类生活重新设计的世界”必将到来。

这三种本质说都从一定的论述角度切入,探讨了艺术设计的本质所在。

二、关于艺术设计本质的其他观点

(一) 艺术设计的“机能”说

除了上述三种本质说以外,还有一些具有代表性的观点,如艺术设计的本质在于提高物质使用的价值与满足精神上的舒适,即“用”与“美”的统一,具体表现在艺术设计的内容之中。艺术设计的内容包括“机能性”与“经济性”两大方面,而机能主要包含“实用机能”“美感机能”“象征机能”三种。

这里所说的“机能”就是指一件物品为了满足某种需要而具备的条件(如所需要的形态、结构、用途等),有的采用功能的概念。我们运用机能或功能的观念,可使一切物品对人类、生活的意义更加明确,而达到物尽其用的最高目标。每一件物品都有其自身的价值和性质,也就有其自身的机能。造物是为了满足需求,需求又包含物质与精神、生理与心理、低级与高级等不同层面,这就决定了一件物品要具备不同的机能或功能。

通俗地说,有的重视实用的价值,有的重视审美效果,有的以象征意义为主要目的,有的则以经济性为最主要考虑的原则,这主要由人的需要和物品的性质来决定。如一个象征社会地位的王公大臣的权杖就可以不必考虑经济性的原则去进行设计和制作;一个文人士大夫玩赏

的工艺品,也可以不去考虑经济性与实用性,而以美观为主要目标;一套普遍使用的餐具,可能就以经济性、实用性为首要考虑的因素。

(二)三种机能的内涵及体现

1. 实用机能

所谓“实用机能”,简言之,就是物品的功能,是为了达到预定目的、满足某种用途所应该具备的基本条件。它介于物与人之间,是人类创物、制器的原动力,与生活的关系最直接也最密切。如电冰箱的实用功能就是冷冻、冷藏食品,耗电量要少,振动、噪音要小;电动剃须刀的实用功能就是通电后刀片能够转动,在去除胡须的同时,又不伤害皮肤,剃下之须屑容易清除。再以一把椅子为例,椅面宽度、深度、倾角、圆角、有无软垫等设计,用来支撑身躯重量,避免臀部、腿部不合理的受力分布,达到放松肌肉的目的,节省体能消耗,保证自由活动空间与坐姿的改变;椅背高度、宽度、形状、有无软垫等设计,用来支持人体脊柱并放松背部肌肉,减少疲劳;扶手用来支撑手臂,保持坐姿。这些都是为使用者提供实用功能,提供舒适的座位。

另外,人在体格上的差异,坐椅不同的性质与用途(工作用椅、休息用椅、客厅用椅、卧室用椅、沙滩用椅等),也都决定着坐椅不同的高度、宽度、深度、材质及其受力情况,这些都是实用机能应具备的因素。再如,一把茶壶,把手上关于力的作用,注水、倒水的机能,甚至茶叶的放置与茶渣的清除等等,都涉及到产品设计的实用机能。

2. 美感机能

人类除了生活在一个理性的、合乎逻辑的世界中,同时也生活在一个感性的世界里。对一件物品的设计、制作与使用,除了考虑它的实用性之外,还应考虑物品带给人的感受,这种感受主要作用于人体感官和人类心理。艺术设计与制作应使物品在形态、色彩、材质、肌理、表面加工或表面处理、装饰等方面符合人的审美心理。人们的心理感受是多方面的,不仅是形态、色彩、装饰的美感,还有人的舒适性、安全性等,关系到人的多种审美感官,这都与人的精神性、心理状态与心理感受等密切相关。

物品的美感机能与使用者的审美注意有关,它对购买者的购买行为产生最为强烈的影响。因为很多产品的实用功能只有在使用时才能体验到,而美感机能则可通过视觉、听觉、触觉等审美感官直接感受到,具有较强的直观性。广义地说,美感也是物品机能的一个组成部分,它介于人与物之间,通过人的审美感官而得到的审美感受,即要达到心理上的舒适感与精神上的愉悦感,才能被称之为“美感机能”。

3. 象征机能

所谓“象征机能”,是指一件物品所蕴涵的意义和精神特质,也是一件物品的“内容”所在。象征机能是通过观察、使用物品所得到的有关精神的、心理的、社会的等各方面的感受和体验。有国家的象征,企业的象征,社会地位、声誉、财富的象征,功能的象征,情感因素的象征等。

在古代社会,物品的象征机能代表着社会的地位、身份、权势等等;在现代社会中,象征机能代表着文化、文明与生活的品质。艺术设计是人类物质文化、精神文化以及生活智慧的结

品,艺术设计的内容与形式会因时代、民族、环境而各有差异,从而反映出一个时代、一个民族、一个地域独特的风貌。对于个人来说,象征机能则意味着年龄、性别与个性上的差异。

著名设计师密斯·凡·德罗于1928年为1929年世界博览会德国馆专门设计的巴塞罗纳椅(见图1-1),用可摆动的、发亮的弯钢脚配以亮面皮垫,设计极为高雅。这种高级坐椅和宏伟的建筑相配套,置放于银行、办公大楼接待室中,象征着地位和财富。



图 1-1 巴塞罗纳椅

象征机能须以产品的美观为出发点,通过形状、色彩、质感、表面工艺处理和装饰等要素,来表达象征的意义。所以,美感机能与象征机能关系最密切,两者都着重于心理与精神上的追求。

第二节 艺术设计的特征

一、艺术设计的特性与本质特征

(一) 艺术设计的特性

艺术设计具有物质的和精神的、实用的与审美的双重属性。艺术设计与制作是通过有形的物质材料与生产技术、工艺进行造物制器的物质生产,同时又反映出造物者的审美趣味、审美情感、审美观念与审美理想。因而,它是一种物质生产和精神生产同在的一种活动,它既是实用的,又是审美的。物质生产与科学技术、精神生产与文化艺术的关系非常密切,艺术设计就是科学技术与文化艺术相融合的学科。

在文艺复兴时期,科学与艺术的界限还很模糊,达·芬奇、米开朗基罗等人既是艺术大师,

又是科学家、建筑师。19 世纪以后,由于机器的利用,知识的膨胀,劳动的分工也越来越细。科技与艺术的分野也越来越明显,科技工作者认为艺术带有神秘的光环,艺术家觉得科学深奥难懂。到了 20 世纪,有识之士们开始认识到:科学与艺术是一个事物的两个方面,必须将它们统一起来,才能真正实现人类的自由与幸福。设计史上的包豪斯及其设计活动,就证明了技术与艺术的重新统一,并给人类带来物质上和精神上的双重满足。

艺术设计的物质性体现一个民族、一个时代的生活方式及科技水准;艺术设计的精神性能反映出一个民族、一个时代的审美心理和审美风尚等。艺术设计的物质和精神的双重属性,是有机的、统一的整体。艺术设计不是纯粹的艺术,也不是笼统的设计,而是把物质与精神、科技与艺术等融为一体的创造性活动。艺术创作的结果通常称之为“作品”,但艺术设计、制作、生产的结果大都以物品、产品、商品、消费品、日用品的形式出现,这样就确定了它的另一基本特性:由于同日常生活关系非常密切,自然就带有实用性;又因为人不同于动物,人是“按照美的规律来塑造”,所以“作品”及其诞生的各个环节就带有审美性。实用与审美的统一是艺术设计的又一主要特性。

艺术设计作为一个学科来说,是一门综合性的交叉学科(艺术设计学)。作为人的行为来说,它是人—产品—环境—社会的中介,是物质与精神、科技与艺术、实用与审美、经济与文化等的有机统一。

(二) 艺术设计的本质特征

设计是一项设计师有目的进行创造的工作。它应该包括一系列行为过程,比如设计目标研究过程、设计策划过程、设计推敲过程和设计制作过程等各个不同的环节。不过,这些过程是一个连续的过程,在这些不同的环节中,只是围绕着一个根本的目标:什么方式才是最合适的,用最合适的方式来解决眼前的问题,或者说人类在物质化进程中将要面临哪些问题,设计师能否为社会提供一个可以被采用的方案。从这一角度来看设计,设计的本质特征是:为人类提供更理想的物质生活方式。

首先,我们要明白为什么“为人类提供更理想的物质生活方式”是设计的本质特征。所谓“本质特征”,即设计的基本出发点。通常,人类的生活分为三个层次。一是生命延续的必要过程,即吃饭、排泄、睡觉、繁衍,这正是维持人们生理和生命需要的行为。二是,为了生存,必须管理生活的环境,追求自己生活所需要的物质,通过劳动来获取自己所需要的物质的保障,或者通过交换来获得生活的满足。这就需要设计师去作出努力,将理想变为现实。三是把艺术、游戏、娱乐、交往作为精神生活的补充。

这就是常说的马斯洛宝塔形的七种需求。最基本的是生理需求,其次是安全需求、社交需求、自尊需求、审美需求、认知需求和自我实现需求。所以,我们可以这样来认识设计的本质特征:社会上各种不同的人对于设计物有着不同的需求目标,设计是与人类各种生活方式密切相关的,设计就是要去研究需求,研究需求就必须要去研究他们的生活方式,研究他们基本行为的背景,才能产生造物活动的理想结果,用比较流行的话来说,设计要与市场分析紧密结合起来。

设计要研究人类的行为方式,比如说马路上的垃圾筒,由于要实现垃圾分类收集的需要,我们就看见马路上出现分类垃圾箱(见图 1-2),这种方式在欧洲非常流行,在许多居民生活区很方便地将垃圾进行分类处理,这体现了社会进步。但在我国实行分类垃圾不是件容易的事

情,主要原因是不能够以最有效的方法改变中国人的某些生活习惯,结果形同虚设。比如说,对于废弃的旧电池需要特别回收,于是就设立专门的回收点,但作用不大。但如果采用以旧换新补贴的方法,很多人就不会将废弃的旧电池随便扔了。

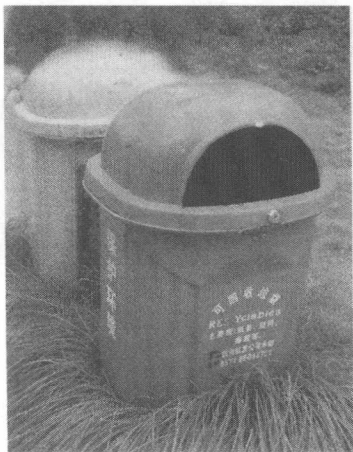


图 1-2 马路上出现的分类垃圾箱

在中国的城市中,人行道与马路之间往往会有一道围栏(见图 1-3),这在欧洲很少看见。这虽然浪费了很多材料,但它有效地将车流和人流分开,在城市交通管理上起到了很好的作用,这正是设计者在充分了解普通市民的行为方式的基础上而设计的。



图 1-3 人行道与马路之间的围栏

在西方非常流行的高科技产品电磁炉(见图 1-4)在中国的市场遭受了冷遇,许多生产商可能不太熟悉中国这样一个烹调艺术大国所需要的器具特征,许多厂商盲目设计、生产,市场情况很不乐观。因此,可以这样说,设计必须要了解消费市场,了解主要消费群体的消费方式,才能把设计的本质充分展示出来。了解生活才能设计生活,理想的生活方式是要根据不同的受众来定位的,了解他们不同的生活追求才能充分体现设计的特征,设计是有针对性的,合适

才是理想的。



图 1-4 高科技产品电磁炉

二、艺术设计的特征分论

(一) 设计的文化特征

1. 文化的内涵与分类

文化是人类物质财富和精神财富的总和,是人类世界与自然界相区别的本质因素。设计文化是人类用艺术的方式造物的文化。设计文化所体现的物质文明和精神文明的综合存在,最能深刻反映人在文化中的创造性和能动性。

通过对文化源流的分析,文化可概括为:

- (1) 本元文化,指的是物质与精神的统一,如建筑艺术、工艺美术、工业设计等。
- (2) 物质文化,就是指物质文明的成果,是人类文化行为的产物,是文化的物质载体,也是文化的基本形态。如战争工具、劳动工具等,以及衣食住行用方面。
- (3) 精神文化,即精神文明的成果,如诗歌、文学、绘画、雕塑音乐、戏剧等。

2. 物化表征与文化整合

艺术设计以创造物质文化为表现形式,融合了智能文化、制度文化和观念文化的整合作用内容,从而构成了自己的文化特征。

首先,设计是以创造和推动物质文化的发展作为最基本的表现形式的。同时,作为一种协调诸多矛盾因素的有效手段,设计的概念中拥有着达成物与人、物与社会、物与环境、物与物等多重内容的协调关系的成分,这种“协调”的实质实际上直接参与并影响了物质文化的内在因素的形成。因此,在分析设计艺术的文化特征时,也很容易要将与物质文化相关联的智能文化、制度文化、观念文化的内容也融合其中,作为一个同意的完整体系,它们共同构成了人类文化的基本内容,而设计文化以对这一整体的综合作用形式,实质上也在完成着一种文化整合的

过程。

文化整合是指各种文化形态和文化形式,通过一种媒介进行调和、归纳、整理的过程和结果。设计艺术以其物化形态为载体,集中而直观地反映了不同文化形态、类型、综合与提炼,并在一个崭新的物化设计中实现重新组合。因此,艺术设计不只是体现文化特征,而且还是整合和创新文化的重要途径。

3. 生活方式的文化含义

艺术设计是对物的设计,也是一种物的使用方式的设计。物的使用方式是生活方式的具体内涵之一,使用方式的改变对生活方式会产生一定的影响。

人的生活方式实际上就是人类文化的最基本的表现形式。任何一种生活方式都是以物质为基础,体现人的精神诉求。设计艺术通过物的形式反映出人的审美理想和价值观念,它们直接影响着人类生活方式的形式和内容,在这里,我们可以说,艺术设计文化的基本表现形态便是人类的生活方式,艺术设计的创造性意义也正表现在对人类生活方式的改变过程中。生活方式与艺术设计相互作用的结果,一方面推动了艺术设计的发展和设计文化的丰富与充实;另外,也相应地改变了人类的生活方式。两者相互推动、共同发展,构成了人类文化的存在表征。

4. 设计与生活方式

设计与生活方式有着密切的互为关系。它体现在以下三个方面:

第一,它提供了人日常生活的物质基础和条件。这一物质基础是经过设计的艺术化物质基础,设计使生活具备了艺术文化的意义。

第二,设计是人为自己生活的艺术化而设计出的一种创造性方法,亦是人通过日常生活而理解纯艺术、进入艺术境界的一种普及化方法。

第三,设计是对物的设计,也是一种对物的使用方式的设计,物的使用方式的具体内涵之一。设计是适应生活方式的产物,因此,设计的现代化还有待于生活方式的现代化,对于中国设计而言,需要实现生活方式的现代转型,以为现代设计的发展提供良好的基础。

5. 风格样式的外在展现

艺术设计风格是一个融会多种因素、多层关系的综合体,是文化的产物,是设计文化最直接的表现形式。

在特定的时间和区域环境条件下,逐渐形成的具有统一性和共性的程式或样式,就被称之为“风格”。艺术设计的风格具有鲜明的个体特征,也拥有整体性的共性内容,它的出现决不仅仅仅是由某一个个体来决定的,时代的、民族和地区的不同特色,共同构成了其丰富的内涵,而不同时期的观念时尚、生活方式和审美情趣,也为艺术设计风格提供了诸多影响因素。

艺术设计的文化特征以多种文化形态的交融体现其基本内涵;以生活方式的变化表达其存在的物化形态;以设计艺术风格的丰富性直接传达活跃的表层样式和形式。这三个方面互相影响和推动,共同构成了艺术设计文化由内而外,并不断更新变化着的内容。

6. 设计与文化的关系

设计与文化的关系主要有三个方面。

首先,就设计本身而言,它是一种造物的文化,是人类用艺术的方式造物的文化。

人类的造物活动是广泛的,从最初的制造简单的工具、生活的用具,到现代的一切人工制品,人类的造物活动遍及各个方面,艺术设计作为人类文化的一部分,是富有代表性的。

其次,设计对文化具有促进作用。人类的文明进步是不断的设计创造的结果。人类不断地设计创造,促进着文化的演变、发展。设计创造从社会文化中吸取养分,而新的设计创造又丰富了科学文化的内涵。作为从事艺术设计的人们,不应满足于从传统文化中套用文化符号,而应该在理解传统文化的基础上进行创造。我们要从文化中吸取的是前人设计创造对世界、对自己的理解,而不是具体的形式造化。

另外,设计文化是人们了解人类已有的社会、生产技术水平和文化面貌的第一手形象资料,成为研究人类文化相互影响、交流、传播、整合,研究文化在不同时期继承、演变和发展规律的第一手资料。

第三,文化作用于设计,设计更新着文化。文化就是生活,设计创造不存在具体参照物,文化的发展演变正是经过设计者有意或无意的“设计”得来的。设计在沟通文化的同时也沟通了社会与进步的联系。文化是设计内容的直接来源,不同的文化知识限制着创造的内容,不同的社会文明,文化传统的不同,设计创造便有不同的特点。

总之,设计与文化的关系是双向的,设计本身是一种造物文化,同时又创造新的文化,文化作用于设计,设计又更新着文化。

(二)设计的社会性特征

设计最明显的特征就是从过去作为一种个人化的创造行为正在快速地走向社会,成为一种与社会密切关联的活动方式。设计的社会性可以视为当代设计各种属性中最为基本的规定性。

现代设计的社会属性主要可以从以下四个方面考量:

- (1)公共性,即公共参与的社会结构和文明机制;
- (2)资源性,就是资源整合,提升价值;
- (3)结构性,是指设计管理;
- (4)时尚与流行性,包含器物、行为、观念三个层面。

(三)设计的艺术特征

1. 功能美

功能美,指的是合规律性与合目的性的统一。一切产品都是人们为一定目的,按照自己掌握的客观规律对自然物质进行加工改造的结果。当产品实现它的预定功能时,合目的性与合规律性达到统一,人就取得一种自由;而能够充分体现这种统一的产品的典型形式,或是它的自由的形式,就表现出一种美,即所谓的“功能美”。