

■ 艺术与人文修养读本

方 珊 / 主 编

技与艺的魅力

——
设计美

王志钧 乔基庆 © 编 著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

■ 艺术与人文修养读本

方 珊 / 主 编

技与艺的魅力

——设计美

王志钧 乔基庆 ◎ 编著

图书在版编目(CIP)数据

技与艺的魅力——设计美 / 王志钧, 乔基庆编著. —北京:
北京师范大学出版社, 2011.6

(艺术与人文修养读本 / 方珊主编)

ISBN 978-7-303-11896-0

I. ①技… II. ①王…②乔… III. ①设计—艺术美学—通俗读物 IV. ①J06-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 232392 号

营销中心电话 010-58802181 58808006
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子信箱 beishida168@126.com

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印刷: 北京联兴盛业印刷股份有限公司

经销: 全国新华书店

开本: 155 mm × 235 mm

印张: 13.5

字数: 213 千字

版次: 2011 年 6 月第 1 版

印次: 2011 年 6 月第 1 次印刷

定价: 30.00 元

策划编辑: 饶涛 责任编辑: 李洪波 曾忆梦

美术编辑: 毛佳 装帧设计: 毛佳

责任校对: 李茜 责任印制: 李喆

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

总 序

每个人都是一个独立的个体，都是一个小宇宙，都有自己独特的喜怒哀乐，都有自己的理想与追求。艺术则是人类世代精神追求的一种浓缩，它把人的心灵世界通过外在的形式镌刻下来，让后人欣赏、赞叹与批判。艺术固然离不开人，离不开人的各种生活，但它不是因此而让人去炫耀自己，炫耀自己的人生，而是去审视自己，审视自己的人生意义。

艺术离不开现实，但它总是默默地把人的精神追求与理想，通过迷人的技巧与现实的图景予以展示。艺术的永恒魅力离不开技巧，更离不开通过艺术呈现出来的人的丰富多彩的情感和复杂多变的心灵。就是这些让人无法捉摸的情感与心灵，温暖着读者，动人心弦，令人一唱三叹，使人难以忘怀。艺术会让人去回归生命的活力，守望自己的精神家园，从而改变现实，迈向美好的未来。

因而，艺术是人的终生伴侣，只要有了人，就会有艺术，人不能没有吃喝，但更不能没有梦想。艺术予人以启示，它是人生智慧的升华，蕴涵着人的爱恨情仇、信仰与希望；它会让人微笑地面对人生，华丽地从磨难、贫穷中转身，无论身处何种险境，都能优雅地昂首阔步，富于尊严地去追求自己的幸福。艺术就如梦中花、水中月，激励着人去追求梦想，让人永远念想，领悟再三，却不会有丝毫贬损。

在高新科技高歌猛进的今天，人们愈来愈追求效率，讲究实利，物质生活愈来愈麻痹着人，使人愈来愈贪图安逸享乐。科技固然可强国，但人文艺术却会不断地鞭策着人，呼唤着人，使人振奋精神，激发生命活力，不断去追求那美好幸福的梦想。因为只有梦想，才会使人类永葆青春，怀抱远大抱负，不为蝇头小利而沾沾自喜，不迷醉于现实而忘记了自由的使命；也只有梦想，才会使人类牢牢把握前进的轮舵而不迷失方向，驾驭着高新技术，不使人一味讲究功利而失去人的灵性与活力。只有梦想，激励着我们为之奋斗，亲手把它变成现实。我们既需要迅速发展高新技术，更要提高中华民族的艺术修养，只有这样，才能使中华民族屹立于世界民族之林，为世界人民所尊重和敬佩。因而加强人文艺术修养，是我们在新世纪面临的一项极为紧迫的任务。

2010年，在中国人民大学王旭晓教授与牛宏宝教授的举荐下，北京师范大学出版社独具慧眼，发现了这套书的艺术价值，欣然接纳了丛书。众多作者齐心协力，尽快地对原作进行了修订，图片也焕然一新，以使本丛书更为适合大家阅读。凡是愿意提高自己艺术与审美修养的人，不论是老师或是家长，不论是青年或是少年，不管年龄大小，只要是艺术爱好者，就一定会在阅读中喜欢上它。美与艺术是人类文明的精华，中国人民在改革开放中逐步摆脱了贫

穷，就有必要去了解世界各国的艺术与美，了解中国的艺术与美。

当然，提高艺术修养与艺术教育及审美教育密切关联。我们绝不能将艺术与审美教育只看做是学校教育的事情，当我们一些人并不知晓斗拱、爱奥尼亚式、巴洛克、哥特式等时，不要把责任都推向学校教育。而是要问问自己：自己为何没去学，为何没有去学会学习，学会审美？爱美固然是人的天性，让人爱美、追求美的天性得以健康成长却要靠审美教育。审美教育不能简单地被理解为学校老师对自己的教育，或者父母长辈对自己的教育，好像没有专门施教者来施教就不是审美教育。在我看来，审美教育既需要专门施教者来施教，这种施教大多是审美知识教育，包括美是什么、为何审美、艺术何为等理论探讨，或许可称为“被教育”，因而需要老师引导与阐释，但它更需要自我教育。

这种施教是自己既当学生又当老师，因为接受什么、选择什么，都必须靠自己做决定；喜欢什么、厌恶什么、爱什么、恨什么，都必须靠自己表达。要使自己具有一定的艺术修养，就一定要多多自我教育，他人教育也须通过自我教育起作用。不要一听到教育，就以为是他人来教育自己，因而把教育归属于学校教育、家庭教育与社会教育，教育也完全可以自我教育即自己教育自己。

其实，审美教育就是以自我教育为主、他人教育为辅的一种自我发展、自我丰富、自我完善的教育。父母、朋友、老师，包括博物馆、美术馆、电影院、书籍、互联网，社会的方方面面、各色各样的人都可以成为我们施行审美教育的良师益友，可关键仍在于自己。因为美与艺术重在自己去发现，重在自己去体悟。没有自我、失去个人的独特性，追逐时尚、跟随潮流其实只是一种“伪时髦”。这套丛书就是要帮助读者走进艺术，独立地去发现艺术中的美。

现在这套丛书终于要与大家见面了，希望它能成为艺术爱好者

的伴侣。我作为丛书主编，既要向北京师范大学出版社的大力支持表示感谢，又要向王旭晓、牛宏宝、王志敏、杨桂青、赖配根、丁伯奎、王志钧、王芊、边国英、刘秀乡、乔基庆、宿志刚、林叶青、苏丹、崔辰等编委的认真努力表示感谢。丛书在撰写与修订中，虽然强调了编写体例统一的要求，但由于各编委的关注点不同，想法各异，更何况各门艺术的演变亦有长有短，因而各门艺术的撰述会有一些差异。加上我们也在学习中，本身水平仍有待提高，因此，本丛书仍会存在这样或那样的缺点，如有不足之处，欢迎广大读者不吝指正。对于广大读者所提的意见，我们会心存感激，因为我们知道，我们都怀有同样美好的梦。

北京师范大学价值与文化中心

方 珊

2011年1月18日

前 言

设计是人特有的一种行为，它是人们为达成某种目的而进行的筹划、决策活动，为满足某种需要而提出的可行方案。因而，设计的范围极为广泛，它可以小到一支笔、一本书、一张信笺、一个信封的设计，可以大到一栋房屋、一个城市，甚至一个国家、一个社会的整体设计。设计简直无所不包、无所不在。它渗透在人们的生活、工作、学习的方方面面，满足人的物质的、精神的、心理的、情感的多重需要，其中也包括人的审美需要。设计的目的是以人为本，就是说除了满足人的需要外，也是为了建立一种适应人的人性系统，为人提供一种便利的生存方式与生活方式，从而适应人类的发展，适应环境的发展。

设计从人出发，以人为本，一切为了人。在动物向人演变的漫长过程中，人不满意自己所处的环境，不满意自己的生存与生活条件，

故需从多种可能条件中进行一种选择，此时，设计就悄然产生了。设计的产生、形成与人的产生、形成相伴随，它伴随着人从利用天然石块到自制石器，从利用天然树枝到自制棍棒，经历由简单到复杂的发展历程。设计在发展，人也在发展，人的生存方式与生活方式亦在为适应人与设计的发展而作出调整。人类的漫长历史是人自身演变的历史，同时也是设计的发展史。人类与设计的这种互动关系正表明设计与人互相促进、互相依赖的密切联系。可以说，人类发展史正是人对自身进行设计的历史，体现了人类对自身生存方式与生活方式的一系列决策过程。因此，人类的未来也将体现着人类对未来的一种设计。

设计既然是人对可能性的一种选择，那么要做好选择，必须依赖人对多种可能性的优劣衡量。正如可能性是多种的，备选方案也会是大量的。

当然，这绝不是说，设计是人随心所欲的任意选择。其实，人的选择既要依赖人对客观事物的了解程度，又要依赖人对自己的了解程度，才有可能作出既有利于客观事物的发展，又有利于自己发展的设计。

设计是人类物质生产的重要环节。人类的生产活动之所以与动物的本能活动相区别，设计是关键。人在进行任何生产前，总是把生产的过程及其产品事先进行设计，从而在动手做之前，已经有了做事的规划，并在做事的多种方案中选择一种方案，付诸实践。

设计又是人类文化创造的首要环节。人类在进行文化创造时，也是把文化创造的过程及其产品事先进行了设计。设计体现了人的想象力，充分展示出人的创造能力。通过设计推动了人类文化的发展，并把经济的、科技的、社会的、审美的多种要素综合起来进行规划，从而促进了新文化的形成。

设计更是审美创造的重要环节。人类无论在艺术创造中，还是在审美创造中，都是力求在创造之前进行构思，设计好产品，然后把自己的构思表达出来，完美地实现自己的设计。

因此，设计具有丰富的文化内涵。原始人的设计反映出原始人的需要与生活方式，现代人的设计则是现代人的文化修养与生存方式的反映。设计与时代的文化氛围、人类的审美需要相互辉映。设计总是创造性地表现在突破传统、打破约定俗成、不断地推陈出新上，并导致人的生存方式与生活方式的改变，推动着人的审美与文化的进步。

我们在设计自己的人生，人生也在改变着我们的设计。

目 录

一、设计概况	1
(一)什么是设计	1
(二)向设计讨回人类的尊严	1
(三)现代主义设计，你怎么了	2
(四)后现代主义，你真的可以吗	5
(五)中国设计，你说话呀	8
二、设计史——中国部分	11
(一)原始社会时期的设计	11
(二)奴隶社会时期的设计	13
(三)封建社会时期的设计	15
三、设计史——西方部分	24
(一)古典时期	24
(二)中世纪时期	26
(三)文艺复兴时期	27
(四)工业革命时期	28
(五)包豪斯风格	31

(六)国际式风格	33
(七)波普风格	34
(八)后现代主义设计	35
(九)手工艺复兴与设计	38
四、广告设计审美	39
(一)广告概观	40
(二)广告设计的基本审美要素	67
(三)广告设计常用的艺术手法	79
五、电脑设计审美	95
(一)电脑设计审美概论	95
(二)二维设计	109
(三)三维动画设计	115
(四)电脑设计的审美特点	120
六、产品设计中的人性关怀	127
(一)从需要说起	127
(二)设计的关怀可以无微不至	128
(三)生命是舟，安全是帆	128
(四)设计说：你是.....	129
(五)透明乃信任的基石	130
(六)只为尊严的精雕细琢	130
(七)设计出人人平等的生活	131
(八)设计为你开辟自我实现的新天地.....	132
(九)高科技下的人性化革命	133
(十)高情感设计——人性的排压与抗争	135
(十一)传统——回归人性的捷径	136
(十二)人体——最人性的设计	136
(十三)贴近自然的生态化设计	137

(十四)个性化——价值的多元追求	137
七、广告设计赏析	139
(一)广告概观	139
(二)先锋牌音响广告	140
(三)“纯正艺术”系列平面广告	141
(四)新艺术运动的平面设计	142
(五)电脑设计的海报	142
八、产品设计赏析	144
(一)彩陶	144
(二)青铜爵	145
(三)青铜牛灯	146
(四)长信宫灯	147
(五)玉璧	147
(六)“秋山行旅图”玉山	148
(七)珐琅彩蓝地开光番莲菊花纹胆瓶	149
(八)红蓝椅	151
(九)英国产品(陶瓷、地毯、家具等)	152
(十)PH 洋蓍吊灯	153
(十一)巴塞罗那椅	154
(十二)“鸟鸣”茶壶	154
(十三)书架和台灯	155
九、中国园林设计赏析	157
(一)目所不及，我心容之——中国园林的空间意识	158
(二)虽为人作，宛自天开——追求自然境界的中国园林	159
(三)大小相见，虚实相映——中国园林设计的艺术法则	161
(四)中国园林的多种布景方法	162
(五)气度与雅致——皇家园林与私家园林对比	163

(六)北京颐和园	166
(七)苏州网师园	166
(八)苏州狮子林	167
(九)苏州退思园	168

十、建筑设计赏析

(一)天坛	171
(二)金字塔	173
(三)太阳神殿	175
(四)帕提依神庙	177
(五)万神庙	177
(六)圣马可教堂	179
(七)佛罗伦萨主教堂	181
(八)巴黎圣母院	181
(九)圣彼得大教堂	183
(十)凡尔赛宫	185
(十一)泰姬·玛哈尔陵	186
(十二)埃菲尔铁塔	188
(十三)霍塔旅馆	190
(十四)林肯纪念堂	191
(十五)萨伏伊别墅	192
(十六)马赛公寓	193
(十七)朗香教堂	194
(十八)流水别墅	196
(十九)古根海姆美术馆	197
(二十)悉尼歌剧院	198

结束语

参考书目

一、设计概况

(一)什么是设计

我们不能肯定究竟是谁创造了这个世界，但我们可以肯定这个世界并不完美，我们想改变它，我们也正在不断地改变它。而改变它的途径之一就是设计。我们所设计的不仅仅是一件产品、一幅图式或者一座建筑，我们其实是在设计我们的生活。

(二)向设计讨回人类的尊严

设计本是人类的一种行为，是人类为了实用或审美的目的而进行的创造性活动。现代意义上的设计始于工业革命，在那场改天换地的变革中，设计获得了它在众多领域里的独立地位。从此，设计有了属于自己的发展道路，并在社会中占有举足轻重的地位。设计开始成为改变世界的重要力量之一。

就拿广告设计来说。如果不仔细思考，也许很难发现广告中所蕴涵的对人的观念的冲击力和塑造力。然而，作为视觉传达设计重要组成部分的广告，的确已经成为改变大众生活的强大力量。广告不仅把一种商品的信息传递给我们，而且还强加给我们许多“需要”。我们的很多需要都是在看过广告之后才产生的。广告用最光洁、细腻的皮肤宣传化妆品，再加上灯光、摄影的巧妙技术，人们便充满信心地认为，只要自己也使用这一品牌的化妆品，皮肤一定也会这样完美无瑕。于是，这样一种品牌的化妆品就成了生活中不可或缺的需要。其实，究竟需要不需要，连我们自己都不知道。

广告大师说，有说服力的广告应该做到能够把冰卖给爱斯基摩人。爱斯基摩人就生活在冰中，难道还会再买冰吗？会。这就是广告的魔力，是设计的魔力。在广告设计的诱惑面前，我们都很容易就成了买冰的爱斯基摩人。

随着大众文化的研究日益深入，对信息传播问题的揭示日益深化，人们

或多或少地感到自己的盲目。设计本是人类理性的产品，但它却越来越让人失去理性。在广告设计以及商品包装设计的诱惑面前，人往往忘记自己的经济实力和实际需要，满足虚假需要的欲望战胜了理性。

当今世界，我们的大楼越设计越高，我们夸耀地称之为“摩天大厦”。人类一直把它看做人类战胜自然的重大成果。因为它克服着地心引力，离大地的怀抱越来越远。摩天大厦往往采用的是最先进的材料和最简洁的形式，钢筋框架、混凝土浇注、玻璃幕墙，而样式上多为方方正正的立方体，没有装饰，色彩单一。这样的设计曾一度被称为现代主义风格的典型代表，在追求快捷实用的社会里，它很快风靡全球，成为“国际风格”。人们是如此青睐这些“方盒子”，直到有一天，人们在其中迷失了自己。

人类一直认为自己是万物的灵长，拥有无限的复杂性和丰富性。然而千篇一律的方盒子嘲笑了人类。它是那么单一，单一得叫人难以区分身在何处。它是那么简洁，简洁得让人感到它是一张没有五官的脸。它高高耸立，古人说“高山仰止”，今天的人很少见到山，见的更多的是楼，只能是“高楼仰止”。它密不透风，同时也就阻隔了人与人之间亲密的交往。它的内部四季如春，因为有空调不知疲倦地工作，然而在使用空调的同时，大气层遭到破坏，又让人陷入了深深的焦虑。那闪着亮光的玻璃幕墙本是人类为富丽堂皇做的注释，却造成严重的光污染。

在自己设计的高大建筑面前，人类开始感到尴尬。本来是想证实自己无所不能地控制万物的本领，却偏偏在自己的设计面前感到渺小和无能为力。在高楼林立的城市里，天空被高楼所遮挡，人是井底之蛙，难以理解“比海洋更宽阔的是天空”，在这样的环境下生存的人类自然也难以理解“比天空更宽阔的是人的心灵”。人的心灵不能包容海洋和天空，人的尊严何处可谈？也许，人类向设计要回尊严的时刻到了。

(三)现代主义设计，你怎么了

现代主义并不仅仅是一个时间上的界定，还是一个流派上的划分。也就是说，并不是所有现代的设计都是现代主义设计。德国在 20 世纪 20 年代成立的包豪斯设计学院被认为是现代主义设计的摇篮。包豪斯设计学院的老师们采用系统的、规范的教学体系，培养了大批的设计人才。他们主张在设计

中，形式要为功能服务，只要有良好实用的功能，形式可以作出牺牲。他们反对装饰，同意“装饰就是罪恶”的说法，并提出“少就是多”的著名口号。他们用最简洁的几何设计训练学生，使学生对于简单的几何形体具有良好的感受力。他们采用现代化的材料和结构，十分适应现代化工业生产的需要。德国法西斯上台后，解散了包豪斯，包豪斯的大批优秀人才逃往美国，美国很快成为设计界的中心。随着美国经济、政治以及文化向全世界的扩张，包豪斯的设计理念也就传遍全世界。因而，这种偏爱功能、否定装饰的设计风格也就成为一种“国际主义”风格。

现代主义设计可以说是应着工业时代的召唤而降生的，是工业时代赋予了它强大的生命力。因此也可以说，现代主义设计是工业时代精神的一种表达。工业时代以机械化大生产为特征，他们设计的大楼越来越高，越来越简洁，以至于被称作千篇一律的玻璃盒子。这些玻璃盒子被去掉一切装饰品，事实上，它们已经跟许多世纪以来的传统决裂了。从布鲁内莱斯基时代以来发展起来的柱式系统全部被抛在一边，密如蛛网的虚伪的线脚、旋涡纹和半柱全部被去掉。它们看起来赤裸裸的，一丝不挂，不可容忍。但是现在，人们好像习惯了这种外形，已经能够欣赏现代工程风格那清晰的轮廓和简单的形式。然而，就像艺术史家贡布里希所说：“至于未来——谁能预言呢？”这样毫无装饰的风格迟早会让人们厌烦的。

现代主义为高科技的建筑材料感到骄傲，以至于把建筑材料裸露在建筑的外观，以此炫耀机械工业的成就。现代主义对于机械的热爱日益强烈，以至于说出这样的话：“没有任何东西能比一幢楼房在建造中的脚手架更美了。”

然而，现代主义的境遇却并不像它的捍卫者所认为的那样乐观，越来越多的人开始对它提出质疑。他们高呼，人类不能被埋葬在现代主义高高耸立的纪念碑下。人们越来越讨厌那些高大的、咄咄逼人的、毫无表情的玻璃盒子，它让城市毫无生气，它造成强烈的光污染，对人的视觉产生种种干扰。它为高层居民带来诸多不便，尤其对于老人和孩子的户外活动造成阻碍。钢筋、混凝土、玻璃钢，这些现代建材也没讨来什么好名声。它们占去了绿地、遮蔽了土壤，它们像高大的幕墙立在人与自然之间，让人这本属于自然的动物找不到自己的家园。因而，现代人越来越感到焦虑、烦躁、不安。视觉上的单调感觉也造成了心理上的乏味和冷漠，现代人深感自己需要更多样