



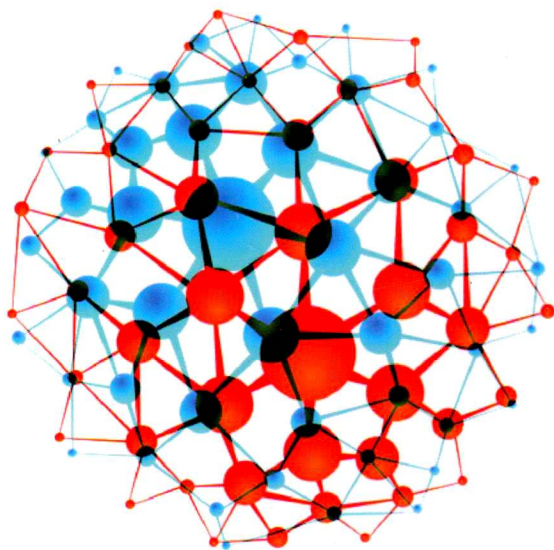
创意设计系列教材

设计概论

SHEJI GAILUN

主 编 韩久海 侯石明

副主编 于 砚 杜·超 路 莹



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

C13058077

J06-43
108



创意设计系列教材

设计概论

SHEJI GAILUN



主 编 韩久海 侯石明
副主编 于 砚 杜 超 路 莹
参 编 王 烨 周振昆



北航 C1669432



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

图书在版编目 (CIP) 数据

设计概论 / 韩久海, 侯石明主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2013.5

(创意设计系列教材)

ISBN 978-7-303-15954-3

I. ①设… II. ①韩…②侯… III. ①艺术—设计—高等教育—教材 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第 032085 号

营销中心电话 010-58802755 58800035
北师大出版社职业教育分社网 <http://zjfs.bnup.com>
电子信箱 zhijiao@bnupg.com

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnupg.com
北京新街口外大街 19 号
邮政编码: 100875

印刷: 北京盛通印刷股份有限公司
经销: 全国新华书店
开本: 210 mm × 285 mm
印张: 8
字数: 180 千字
版次: 2013 年 5 月第 1 版
印次: 2013 年 5 月第 1 次印刷
定 价: 38.00 元 (含光盘)

策划编辑: 周光明 李 克 责任编辑: 李 克
美术编辑: 高 霞 装帧设计: 中通世奥
责任校对: 李 菡 责任印制: 孙文凯

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



为培养中国新一代的艺术设计人才,目前全国各大院校正大张旗鼓地开展着艺术设计专业建设,努力提高自身的教育水平和教育质量。而要提高学生的素质和水平,首要的是在艺术设计理论上加强学生的艺术素养。这是因为理论学习和积累是基础中的基础,是指导学生学习、工作和思维的思想指南,也是培养多层次设计人才的根基所在。

《设计概论》一书正是应对艺术设计理论教育实践环节需要而编写的。它是一本学生在未来学习和工作的指导书,也是学生进入设计领域的开蒙书籍。本书概括介绍了艺术设计这门学科的概念、发展历史、学科分类,以及各艺术设计学科的专业知识、现状和未来的发展趋势等,并根据我国当代一系列开放政策的需要阐述了艺术设计与科技文化、社会生活的重要关系。同时,本书也对设计师应具备的基本素质、知识技能、经营管理和自我完善、自我超越的能力做了介绍和建议,目的是使学生对艺术设计这一行业在宏观上有一个比较详尽的把握,并掌握对其理论的认识与运用,为将来的深造和发展奠定坚实的基础。

书中列举了一些中、外优秀艺术设计作品实例和成功的艺术设计类企业的管理实例,不仅开阔了学生的视野,而且可活学活用作为学习的标本加以剖析和理解,从而更加深刻地掌握艺术设计的含义,为设计理论的专业化和精密化研究做好准备。

艺术设计教育在我国的发展时间是有限的,但它的发展速度非常快,这是改革开放以来国家建设的需要促成的。所以,我们亟须抓住这个伟大的历史机遇,在艺术设计教育领域不断地进行改革和提高。也是在这一形势下,我们完成了本书的编写,力图更新设计的理论知识,科学诠释艺术设计的全部内容。

由于水平有限,本书难免出现纰漏和不足,还请各位读者多加批评指正。同时感谢为本书的出版付出辛勤努力的各位同仁和朋友们,特别感谢本书的编写人员:

主 编 韩久海(天津城市职业学院) 侯石明(广州南洋理工职业学院)

副主编 于 砚(天津理工学院)

杜 超(天津美术学院)

路 莹(LIFESCAPES international inc, 美国, 景观设计师)

参 编 王 烨(天津师范大学)

周振昆(天津市中德职业技术学院)

韩久海

2013年3月



第一章 艺术设计导论	(001)
1.1 艺术设计的基本定义	(001)
1.2 艺术设计的基本原理和特征	(003)
1.3 艺术设计所涉及的学科类型	(007)
课后作业	(009)
第二章 艺术设计的历史	(010)
2.1 中、西方早期造型艺术	(010)
2.2 中国封建社会时期的工艺美术	(013)
2.3 西方封建社会时期的工艺美术	(017)
2.4 西方近代工业化下现代艺术的诞生	(019)
2.5 现代艺术设计的发展	(024)
2.6 后工业化时代艺术设计的流变	(031)
课后作业	(037)
第三章 当代艺术设计的分类	(038)
3.1 视觉传达设计	(039)
3.2 产品设计	(047)
3.3 环境艺术设计	(052)
3.4 人机关系设计	(057)
课后作业	(061)
第四章 设计美学概论	(062)
4.1 艺术美学概述	(062)
4.2 设计美学的基本理论	(063)
4.3 中国文化下的设计美学观	(067)
4.4 西方文化下的设计美学观	(069)
课后作业	(072)
第五章 艺术设计的职业素养	(073)
5.1 设计师的历史演进	(073)
5.2 设计师的基本技能	(075)
5.3 设计师的综合能力	(078)
5.4 设计师与设计团队	(079)
5.5 设计师的社会责任	(079)

课后作业	(081)
第六章 设计的市场营销与管理	(082)
6.1 当代消费主义社会下的艺术设计	(082)
6.2 现代艺术设计市场的基本状况	(083)
6.3 艺术设计行业的管理概述	(086)
6.4 艺术设计行业的营销概述	(088)
课后作业	(090)
第七章 当代设计哲学与方法论	(091)
7.1 后现代主义对设计的影响	(091)
7.2 符号学与艺术设计	(095)
7.3 艺术设计的结构主义	(097)
7.4 艺术设计心理学	(098)
7.5 艺术设计的创意思维方式和方法	(101)
课后作业	(106)
第八章 艺术设计教育	(107)
8.1 现代艺术设计教育的兴起	(108)
8.2 现代艺术设计教育的基本理念	(110)
8.3 现代艺术设计教育的基本体系	(110)
8.4 中国艺术设计教育的发展	(111)
课后作业	(112)
第九章 设计理论批评	(113)
9.1 设计的批评对象及其批评者	(113)
9.2 艺术设计批评的基本标准	(115)
9.3 艺术设计批评的基本方法	(116)
课后作业	(120)
参考文献	(121)

第一章 艺术设计导论



教学目标

本章讲解艺术设计的基本概况，并对其基本定义、特征和原理进行阐述。



能力培养

通过本章的学习，学生可以准确地把握艺术设计的基本定义，并对艺术设计的原理和特征有比较全面的认识。



知识重点

艺术设计的基本定义、基本原理和基本特征。

设计艺术，其最初的含义是通过草图以一定的手段或形式，表达设计艺术家心中的创作理念，并借助熟练的技艺，将想象中的事物具体化，使之成形。它是借助设计师的创意灵感，结合一定的物质材料和技术手段，将人的理想和观念整合到物质中去的过程。从最广泛的意义上说，所有人造物都是人们为了实现某种目的而设计出来的，因此所有的设计物都是物质功能和精神符号的统一体。

美国设计学会创始人Peter Laurence认为：“设计是一种手段，通过这种手段，可以提高生活质量，且能够有效地满足人类的要求。”著名美籍华裔设计理论家、美国洛杉矶艺术学院教授王受之说：“所谓设计，指的是把一种计划、规划、设想、问题解决的方法，通过视觉的方法传达出来的活动过程，它的核心内容包括3个方面：（1）计划、构思的形成；（2）视

觉传达方式，即把计划、构思、设想、解决问题的方法利用视觉的方式传达出来；（3）计划通过传达之后的具体应用。”

1.1 艺术设计的基本定义

艺术设计学是一门应用性很强的综合性、新兴学科，表现为：多学科相互交叉，艺术、科学与技术相互融合，具有整体的多学科表现特征。艺术的形式美感、科学的核心内容及技术的工艺特征完美地构成了艺术设计的全部内涵。它是创造人类生活的物质产品和精神产品的一门科学。

艺术，希腊语为“teche”，拉丁语为“ars”，二者都有技能和技巧的意思。在古代，艺术不仅与美及道德有关，同时还和实用有关。中国古代以礼、乐、射、御、书、数为“六艺”，

日本也将香道、茶道、歌舞、乐曲称为游艺。在西方,艺术的美学观是渐渐出现的。艺术这一概念是一个历史范畴。绘画、雕刻和建筑早期并不包括在自由学科(Liberal Arts)之中,西方古代至中世纪时期,并没有一个部门专门分管,直到18世纪,巴托(Charles Bataux, 1713—1780)在他有影响的著作《归结到同一原则下的美的艺术》(Les Beaux arts réduits à un même principe, 1746)中才有了美的艺术的划分。巴托把各种艺术细分为实用艺术(the useful arts)、美的艺术(the beautiful arts, 包括雕刻、绘画、音乐、诗歌),以及一些结合了美与功利的艺术(如建筑、雄辩术)。由于近代西方越来越强调艺术与美的关系,终于形成了所谓美的艺术(fine arts)的概念,以别于应用艺术(applied arts)。人类早期的设计与艺术活动是融为一体的,只是随着社会分工的愈来愈细,各行业的专业性越来越强,才使得艺术从实际技术中分离出来,而艺术的观念也发生了变化。伴随美术概念的出现,产生了大美术与小美术的区别,但是到了19世纪,随着艺术纯形式主义研究的兴起,尤其是奥地利美术史家里戈尔(A.Riegl)的《风格问题:装饰艺术史的基础》(Problems of Style: Foundations for a History of Ornament, 1893)一书的影响,终于从价值上打破了大美术与小美术的界限,指出了装饰和设计中的内在的“艺术意志”(Kunstwollen)。

设计“disegno”概念产生于意大利文艺复兴时期。在艺术的定义最初系统地形成时,“设计”一词的界定同现代“设计”概念一样,其含义时宽时窄。设计最初的意义是指素描、绘画(drawing),如15世纪的理论家弗朗西斯科·朗西洛提(Francesco Lancilotti)就将设计、色彩、构图及创造并称为绘画四要素。切尼尼(Cennini)也有类似的论述,称设计为绘画的基础。瓦萨里(Vasari)将“设计”与“创造”概念相对,称二者为“一切艺术”的父亲与母亲。设计指控制并合理安排视觉元素,如线

条、形体、色彩、色删、质感、光线、空间等,它涵盖了艺术的表达、交流以及所有类型的结构造型。设计的宽泛的含义,则包含了艺术家头脑中的创造性思维(常被认为在画素描稿时就酝酿着)。因此,波迪内奇(Baldinucci)将设计定义为“事先在心中酝酿,在想象中已描绘出结果,并能通过实践使之成为现实的可视物。”设计这个词历来带有一定的神秘性。柏拉图“理念”或“原型”关于创世与艺术创造活动之间存在某种相同之处的说法,使“设计”被赋予了一种神秘力量,而正是这种力量决定了艺术家之不同于工匠。设计被认为是以可得到的材料及手段,为如何完成一件艺术品而进行运筹、计划的过程。我们对设计和艺术概念的追根溯源,可以帮助理解二者内在的、历史的联系。

设计的多种定义将帮助我们不同的方面认识设计。综合以上内容,并借鉴《牛津英语词典》所定义的两个方面来解释“Design”:一方面是艺术作品的线条、形状、材质、肌理等构成元素,在比例、动态、审美方面的排列组合。例如,一把水壶的设计,就包括了材料、色彩、尺寸等特征,设计师将按照不同的设计要求,根据设计的基本原则,使这些元素协调统一起来。另一方面则是物品的最终形式,既可以是一件成品,也可以是一张草图、一个模型,或者一份详尽的设计说明。这里不仅包括了设计师制造的设计成品,也包括了他们利用多种材料和技术,创造或改良设计的样稿或模型。

艺术(art)设计(design)的译名,合并构成艺术设计的含义,它是将物象的技术功能性、使用舒适性及审美装饰性有机地、和谐地结合起来。其设计的范畴包括传统的手工艺制品的设计(陶瓷、泥塑、竹木、布艺、金属、皮革、纸制品等)和现代工业社会生产的产品设计(建筑、家具、灯具、交通工具、轻纺制品及商业物品等)。艺术设计涉及的范围宽广,内容丰富,是现代社会人们物质生活和精神生



图1-1-1 艺术设计改变生活

活密切结合、必不可少的重要组成部分，深入到人们的衣、食、住、行、用等各个方面，在极大程度上影响和改变着人们的日常生活方式和生活品质标准（见图1-1-1）。

1.2 艺术设计的基本原理和特征

1.2.1 艺术设计的基本原理

艺术设计的基本原理可以从设计的艺术性、科学性及技术性三个方面加以认识。

设计的艺术性包含对设计物象的造型形态特征、色彩装饰特征及材料肌理特征等方面的理解与表现。设计的科学性包含对设计物象的工程结构、数据分析、物理性能、材料应用、环境测试等方面的试验与论证。设计的技术性包含对设计物象的制造设备、加工工艺、质量检测、包装运输、市场营销等方面的营运与安排。

1. 设计的艺术性

指基于对设计物象的基本认识 and 在设计创造活动中对物的形态特征色彩装饰和材料肌理等的理解，依据功能性、舒适性、装饰性、审美性等需求加以主观的、合理的、符合形式美感法则的创造性活动。在某种意义上，可以说是通过部分创造和改变物的性质，形成物品为人所用，获得文化的价值和意义。

2. 设计的科学性

指基于对生产生活中需求产品的研发创造，对产品的性能结构、理化指标、材料构建、测试分析等进行客观的、精确的、严格无误的设计活动。它是设计的核心内容和主体部分。

3. 设计的技术性

指在产品制造过程中，依据其技术功能性需求，对产品制造的工具设备、工艺流程、质量检测及经济成本的技术性运作程序。它与设计的艺术性科学性相互交叉，完整地实现产品设计的全过程。

设计应遵循功能性、精神性、象征性等原则。功能性是设计的主要意义，这是设计的一种本质特征。人类在设计活动中始终将功能性的作用放在首位，原因在于物品的出现是满足生活的实际需要。精神性是指器具的使用不仅仅为人们的功能上提供方便，还有精神上的愉悦感、舒适感、美感。象征性是指设计物品的出现，对提高社会化文明程度有积极的认同感。这是超越了消费意义的物品，成为时代文化的见证，这使物品由器具价值深入到历史的深层时空。

1.2.2 艺术设计的基本特征

设计文化是人类用艺术的方式造物的文化。设计艺术不是一种纯艺术现象，它首先是人类为生存而进行的造物活动，是人类为实现实用功能价值和审美价值的物化劳动形态。这些人造物承载了文化内在与外在的相关意义，反映了特定时空下人们的生活方式、价值观念以及社会状况、技术、生产方式等。

1. 设计的社会性特征

（1）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，正在快速走向社会，成为一种与社会紧密关联的活动方式、生产方式的转变。设计师设计产品、建筑，不是为自己设计，而是为大众设计。

（2）现代设计的公共性由现代社会的公共性所决定。公共性是设计行为的社会属性的现



图1-2-1 设计的社会性特征

代表表现形式，因为现代社会越来越倾向于一个公共参与的社会结构和文明机制，设计作为一种以视觉的方式和人性化的价值取向体现人文关怀的行为，其公共性价值已越来越趋向于明显与必然（见图1-2-1）。

（3）现代设计是一种可以使产品或文化增值的资源，是一种提升价值的可能性。

现代设计在形态上已延展到一个新的规模与程度，在这个过程中呈现出结构化的发展趋势。

（4）现代设计的社会特征还体现在社会的时尚与流行方面。流行是反映设计与社会之间紧密互动关系的一种颇有特色又普遍存在、持续不断的文化现象，一种轮番更替又不断翻新的社会群体行为。

2. 设计的艺术特征

人类早期的设计与艺术活动是融为一体的，只是随着社会分工的越来越细，各行业的专业性越来越强，才使得艺术从实际技术中分

离出来，艺术的观念也发生了变化。从某种意义上说，设计是一种特殊的艺术，设计的创作过程是遵循实用化求美法则的艺术创造过程。这种实用化的求美不是“装饰”、“美化”，而是以专用的设计语言进行创造。

从古到今，设计对美的不断追求决定了设计中必然的艺术含量。中国的仰韶、马家窑、屈家岭、大汶口出土的彩陶品种丰富，各种造型既表现出各自的功能性，又极具动人的美感。早期人类运用黑、红颜料在陶坯表面画上动植物或几何形的纹样，其艺术魅力使无数近现代艺术家为之倾倒，可以说，它们是原始艺术与原始设计的完美结合。从远古的兵器、礼器、乐器、食具、车马船轿，到现代家具、工具、电器、服装，以及火车、飞机等，作为物质生产第一步的设计，无不在功能设计的基础上追求尽可能完美的艺术形式。尤其在近代，为了满足人们越来越高的物质和精神需求，当设计解决了物质技术产品的技术课题与使用功能的问题后，艺术便成为它永无止境的追求。现代设计与现代艺术之间的距离日趋缩小，新的艺术形式的出现极易诱发新的设计观念，而新的设计观念也极易成为新艺术形式产生的契机。

艺术对设计有着相当大的影响力。现代设计的美学原理正是以20世纪初艺术运动的思想为基础的。艺术的变革为现代设计的发展开辟了道路。事实上，各个时代设计与艺术的审美趣味是相一致的。19世纪与20世纪之交兴起的现代艺术与限度设计的步伐正好合拍，立体主义、未来主义、表现主义、构成主义等一系列艺术运动，都在力图定义工业文明条件下的美学形式与功能。艺术的发展与设计的发展并行不悖，二者都是从传统的束缚中解放出来的比较自由的领域，它们都在追求一种能够体现时代精神实质的理想形式。

设计与艺术的不同之处在于：设计美的意义在于实用与审美的统一。设计的物品必须为大多数人所理解、所接受、所认可，这是现代

艺术所不具备的。艺术推动设计的发展,反过来,设计开拓新材料,寻找新思路,也给艺术带来许多新的启示。

在西方,工业设计常被称为工业艺术,广告设计被称为广告艺术。广告艺术是多元的、综合的。人类文明发展至今,世界各国各民族创造的一切形式的艺术作品与艺术技巧,只要是美的,有独特吸引力并能传播广告信息,达到广告目的的,都有可能被广告所用。但广告有其自身的运作规律,无论借用怎样的艺术形式,最终目的必须要为其商业目的服务(见图1-2-2)。

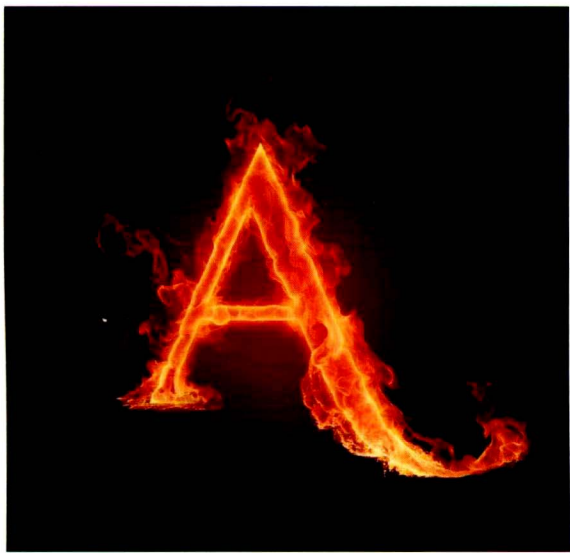


图1-2-2 设计的艺术特征

3. 设计的科技特征

科技的进步推动着设计的发展。科学技术为设计提供了技术支持和物质保障。设计与科学技术紧密相连。新材料、新工艺的出现为设计提供了更多的可能性。设计的科学性特征严格地界定了产品的规范技术指标,并突出表现在新技术、新科技的成果应用上。先进的技术含量代表着时代的发展与时尚,体现综合的科技与经济实力。设计是科学技术商品化的载体,它是将当代的技术文明用于日常生活和生产中去的工作。设计总是受着生产技术发展的影响。

科学技术包括生产用的工具、机器及其发

展阶段的知识,它是生产力的一种主要构成要素。设计人员选择现有的材料和工具设备,在意识与想象的深刻作用下,受惠于当时的技术文明而进行创造。技术形成了包围设计者的环境,无论哪个时代的设计和艺 术都根植于当时的社会生活。随着技法、材料、工具的变化,技术对设计创造产生了直接的影响。

设计总是受着生产技术发展的影响。第一种销售量超过百万件的产品是托内特椅子。这种弯圆形体的产品作为著名的小酒店椅子产生于19世纪中叶,是由于摩提维亚的考雷兹科的托内特工厂发明了弯木与塑木新工艺而产生的艺术品。印刷术的发明,使发展教育和知识的大规模普及成为可能,从而奠定了近代文明的基础;19世纪,钢筋混凝土的发明,使设计师敢于尝试设计建造高层建筑;1939年,达盖尔发明了摄影术,才有了今天的照相印刷,并借此翻开了现代传达史的第一页;此后,电影、广播、电视相继发明;20世纪二三十年代,由于收音机、电视机等多种新媒体的使用,加之大量的信息需求,广告业迅速发展。而后伴随着电脑、网络等新兴的信息技术媒体的崛起,视、听觉的高度同步传达,使设计的表现领域日益扩大和深化。

事实总是这样,科学技术一进步,就创造出与其相应的日常生活的各种机器和工具,接着又凭借这些工具和机器不断地改变人们的生活方式。今天,设计不仅以科学技术为创作手段,如电脑辅助设计,还以科学技术为实施基础,如材料加工、成型技术、能源技术、信息技术、传播技术等。然而这并没有损害设计的艺术特性,反而使得现代设计具有了科技含量很高的现代艺术特性,如全新的材料美、精密的技术美、极限的体量美、新奇的造型美、科幻的意趣美等。这些都为艺术开拓了大片新天地,为生活增加了很多新情趣。

科学技术是一种资源。设计不仅是科学技术得到物化的载体,它本身就是技术的一个部分。世界各国为了增强在国际市场上竞争力,

开始意识到设计是科学技术商品化的载体这一性质,并将科技潜力转化为国家实力。德国最早意识到设计这一性质并有效加以利用。第一次世界大战后的德国,工业远远落后于美、英等国。德国只有依靠专业的生产力量,创造出先进的、高品质的产品,满足国内消费和出口的需要,才具有竞争实力。当时的魏玛政府立即讨论并通过了格罗佩斯关于创建包豪斯学院的建议。学院培养了大批优秀的设计师,他们把有限的经济、科学技术和管理力量充分转化为商品,有力地推动了德国经济的发展,其综合国力迅速赶超英、法而成为欧洲第一强国。

当代设计往往结合最新的科技成果,运用新材料、新技术、新工艺来开发新产品。可以说,设计借助当代技术,技术促进设计领域的开拓,两者相辅相成。而优秀的设计是艺术与技术的高度统一(见图1-2-3)。



图1-2-3 设计的科技特征

4. 设计的经济特征

设计作为经济的载体和生产消费有着密切关系,设计与生产消费的关系是设计 and 经济关系的具体化。设计的重要任务之一就是要最大限度地创造经济价值。好的设计通常能够给予产品最大的附加值,从而推动社会经济的发展 and 进步。

(1) 消费是设计的消费。

设计是物的创造,消费者直接消费的是物化的设计,其中包含有设计人员的劳动成果。以日用品为例,他们除了经过产品设计和工业生产,还要经过视觉传达设计,而后到消费者手中。也就是说,消费者除了消费其产品以

外,同时还消费了包装设计、展示设计、广告设计等,这些设计的成本最后都会包含在商品的价格中,即每一个消费者都同时消费着多种形式的设计。

(2) 设计为消费服务。

消费是一切设计的动力与归宿。除了设计生产的目的是为了消费以外,设计还可以帮助商品实现消费,促进商品流通。商品进入消费圈需要视觉传达,通过一定的视觉化手段,有效展示产品,同时正确“导向”消费。

(3) 设计创造消费。

设计是创造商品高附加值的方法。消费的多层次性要求同一类商品有不同的附加值,当商品在满足人们基本“物”的需求时,人们会向更高层次追求,追求个性,追求稀有,追求品位。要满足人们这种“知”的需求的商品,其附加值也是高昂的。例如,一块普通手表与一块瑞士劳力士手表的价格是天悬地殊的,这种品牌商品除了使用价值以外,还具有稀有价值、心理价值、设计价值等。同类商品生产所需要的原材料成本及加工成本相差并不大,但是商品的外观包装设计、产品销售及品牌广告设计,以及企业的形象宣传设计所产生的“名牌效应”却可以使同类商品的价格相差数倍乃至数十倍,这就是设计所创造的经济效益(见图1-2-4)。

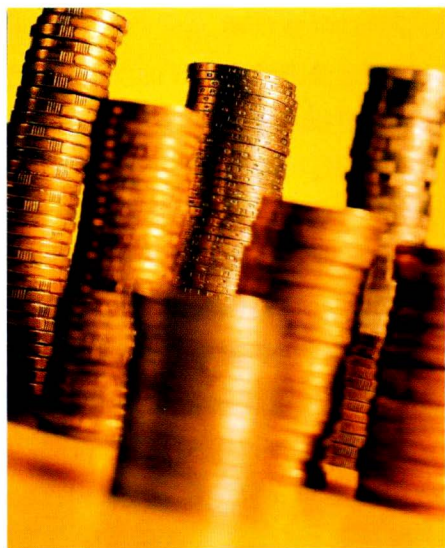


图1-2-4 设计创造消费

5. 设计的创意特征

设计的创意特征体现出设计作品的立化特征与思想的导向性及象征性,设计的奇思妙想包括对视觉、知觉甚至触觉的冲击,隐喻着深层的文化内涵。创意直接体现设计的生命力。在设计中有文字图形、图案图形、平面图形、立体图形,无论哪种形式都是设计表现的重要手段,对设计的成败至关重要。以图形为主的设计具有极强的装饰感和视觉冲击力。

设计是人类为了实现某种特定的目的而进行的创造性活动,是以一种创意的方法或形式来解决问题的途径,创新是社会向前发展的内在动因。所以说,创意是设计的本质特征之一。

设计是人类对客观自然的主动性认识和改造,是人为的第二自然,是主观地、限定性地从各个侧面、手法、形式去描绘一个全新的自然。它可以不拘一格,不限手段、形式、材料,创造出一个比真实自然更完美、和谐的第二自然。

正因为设计艺术再创造的是一个第二自然,一个具有新结构、新秩序、新符号的系统,所以从表面上似乎是偶然的、经验的、主观的形式,而背后有一个无形的网络存在。就某一个产品设计而言,其一般设计流程包括产品策划、概念设计、造型设计、视觉设计和结构设计。上述过程中的每一个环节都可能出现直接或间接与外界进行各种信息与能量交换、传递的现象。基于这种思路,我们认为,产品创新设计是在多种因素的不断“碰撞”、“整合”中诞生的,每一个“碰撞点”都是刺激设计不断向新目标前进的动因。产品创新在这些“碰撞点”的协调与促进下不断地“新陈代谢”,通过整合以完成其生命周期。导致设计创新的这些“碰撞点”可能是技术的进步、用户需求的变化、新材料的出现、流行趋势的变化、设计工具的变更,也可能是设计师自身思想、观点的变化,或者是一些看似毫无联系但实际上却起着重要作用的事物的出现。产品的



图1-2-5 设计的创意特征

创新设计就是在这样一个动态的、不断与外界交流的过程中从设计初始状态走向设计目标状态(见图1-2-5)。

1.3 艺术设计所涉及的学科类型

从对社会的服务层面来看,现代艺术设计涉及众多的社会行业;从不同层次的学校开设的专业名称来看,关于设计专业的命名可谓名目繁多。为了廓清各设计专业的研究内涵及各设计专业之间的关系,有必要对他们进行宏观上的分类。分类的标准不同,会有不同的结果。有的人根据设计研究对象的维度将设计分为二维的“平面”设计、三维的“立体”设计及包含时间维度的四维“空间”设计等三大类。但是,越来越多的人倾向于把构成世界的三大基本要素——“自然—人—社会”三者之间的相互关系作为依据,建立三大设计体系、即空间环境设计体系、视觉传达设计体系和生产产品设计体系。建立于“社会”与“自然”

关系之间的空间环境设计体系（环境装置）是与人类生活相关的各类室内外空间的设计类型，它根据人们在不同的室内外空间中的活动规律及环境行为心理而设计相应的空间场所；建立于“人”与“社会”关系之间的视觉传达设计体系（精神装置）是关于人与人、人与社会之间的感情交流、信息传播的相关视觉信息传递的设计类型，它根据人们的视觉识别规律及视觉审美心理，并结合不同的视觉媒介手段来进行相应的视觉元素的组合设计；建立于“人”与“自然”关系之间的生产产品设计体系（道具装置），是关于人类使用的各类用品及环境设施的设计类型，它根据各类工业产品的功能结构要求、产品使用环境、材料特性、人体工程学原理，以及视觉审美心理等来进行造型设计。

设计艺术是一门关于设计与艺术的科学，作为一门科学，设计艺术是对人类艺术设计实践和成果进行再认识的学科，是关于设计艺术规律的学科体系。因此，设计与其他学科的交叉研究便为设计学学科体系的丰富提供了资源。设计美学、设计经济学、设计社会学、设计心理学、设计民俗学、设计传播学、设计伦理学等都属于设计学科体系的范围。

设计艺术研究是一门对设计艺术基本特征、基本问题和基本原理作综合研究的理论学科，具体地讲，是对设计艺术的本质、特征、作用、发生及变迁规律进行专项探索的学科。了解设计学的学科体系，有助于我们更加深入地理解设计艺术理论的研究对象。关于设计学科所涉及的相关知识体系，李砚祖教授将当代设计艺术学学科体系研究的基本框架进行了概括和整理，他在《设计艺术学研究对象及范围》一文中，将设计学学科体系概括为以下10个方面：

（1）设计艺术哲学研究：包括设计艺术的定义、设计艺术的感性与理性、设计艺术的内

容与形式、设计艺术的美学、设计艺术的哲学基础、设计艺术的认识论等。

（2）设计艺术形态学、符号学研究：包括设计艺术的形态分类、形态的组织与结构、形态的特征、视觉与形态、形态与符号、设计艺术符号学等。

（3）设计艺术方法学研究：包括各种设计艺术的方法及方法学、方法学理论分析、计算机辅助设计与艺术创作等。

（4）设计决策与设计管理研究：指设计决策理论、建模理论、设计任务的管理、设计组织的管理、设计过程的管理、设计质量的管理等。

（5）设计艺术心理学研究：包括设计艺术思维本质、思维机制、创造学理论、设计心理、接受与消费心理、理性与感性工学研究等。

（6）设计艺术过程与表达研究：指艺术设计任务分析、艺术设计过程模式与一般设计过程模式、艺术设计过程的特殊性、设计艺术表达等。

（7）设计艺术的经济学、价值学研究：包括设计艺术生产的经济学性质、客户关系、设计与市场、设计艺术的经济价值、科技价值、社会价值、审美价值、伦理价值及其互为关系等。

（8）设计艺术的文化学、社会学研究：指设计与文化、设计艺术的文化特征与本质、造物设计与社会设计、设计艺术的社会学等。

（9）设计艺术的教育研究：指设计艺术教育宗旨、教育方法、教育内容与体系、历史经验分析、设计师的素质、职责等。

（10）设计艺术批评学与设计艺术史学研究：包括艺术批评与设计艺术批评、批评模式与理论、设计艺术批评的标准与理论、艺术史与设计艺术史、设计艺术史学理论等。

【课后作业】

1. 简述艺术设计的基本定义。
2. 总结一下艺术设计的基本特征。
3. 艺术设计涉及其他哪些学科？

第二章 艺术设计的历史



教学目标

本章讲解了艺术设计发展的基本概况,使学生对艺术设计的历史进程有一个比较明晰的理解。



能力培养

通过本章的学习,使学生可以正确地看待艺术设计的发展历史,温故而知新。艺术设计历史内容的积淀是对于艺术设计工作人员的基本要求。



知识重点

中西古代工艺美术、“工艺美术”运动、“新艺术”运动、“装饰艺术”运动、包豪斯、工业设计、“波普”设计运动、国际主义、后现代主义。

人类设计的创造和发展有着悠久的历史渊源。设计行为的本身,可以认为是伴随着人类的出现而产生的。原始社会时期人类对石器的有意识、有目的的加工制造,意味着人类设计活动的初始。随着历史的发展,人类对石器工具的加工制作技术也在不断进步,远古石器由打制到磨制,石器光滑的外表,对称的造型及锋利的实用价值,体现了人类早期的审美追求和对实用功能的理解。将实用性和审美结合起来,赋予设计物以物质和精神的双重功能意义,是人类设计活动迄今为止的基本特点。随着人类物质生产和科学技术水平的提高,除了生产工具以外,人类逐步在建筑、丝织、服装、饰品、车船、兵器等方面发挥着自己卓越的设计创造能力。人类设计从相对稳定的手工艺设计时代发展到以机械化大批量生产为特色

的现代设计阶段。设计在长达数千年的历史长河中,有了质的飞跃,并对人类文明的发展起着越来越重要的作用。

2.1 中、西方早期造型艺术

2.1.1 中国早期造型艺术

设计作为一种活动的构思和规划,是在人类生产劳动过程中形成的,由此也使人的生产活动区别于动物。原始的人类最初是利用捡到的树枝或石块作为工具进行狩猎的,以后逐渐学会利用石器对木材、皮革和食物进行加工。最初的石器是打制而成,作为敲击、砍砸、刮磨和切割的工具。通过石器的加工,人们取得关于工具形式变化的思想和技术进步:矛头造

型的变化可以更平稳地投出，均衡的工具用起来更加得心应手。石器按照功能的需要，逐渐分化为斧、凿、镑、镞等，后来经过磨制加工，在造型上形成了规整、对称的形状。从石器的打制到磨制，人类从旧石器时代跨入新石器时代。

陶器的出现，是新石器时代的主要特征之一（见图2-1-1）。它的起源，在我国已有八千年的历史。陶艺的发展，体现了艺术设计在陶器制作中的重要作用。制陶工艺是通过火的焙烧，使黏土坯件产生质的变化，从而构成质地坚固的器皿。其中，彩陶是一种绘有黑色、红色装饰花纹的红褐色或棕黄色的陶器，它是用手捏制的。当时的人们凭着灵巧的双手和熟练的技巧，能够制作出圆而工整的各种造型。它们应用天然矿石作为装饰花纹的涂料，黑色是锰化物颜料，红色是赤铁矿颜料。在彩陶的装饰中，不仅出现了各种自然物抽象化的图案，



图2-1-1 陶器

而且出现了反映人们生活画面的人物形象。在产品的造型方面，彩陶已呈现出多样化的倾向。在新石器时代晚期，随着彩陶工艺的衰落，出现了黑陶。黑陶的制作工艺，已经由手工的泥条盘筑法改为轮制，这是工艺技术上的大进步。黑陶工艺以造型取胜，除了品种的多样化，器形也逐渐定型化。黑陶的功能更加适应生活实用的要求。

在陶器造型的演化中，人们也逐渐认识到实体与空间关系的转化，以便更好发挥空间的效用。材料的利用反映了一个社会的生产力水准。青铜时代标志着采矿和冶炼金属的广泛应用。商代至周初，青铜器的制作达到了一个高峰，不仅兵器、乐器、祭祀礼器、饮宴用具，甚至连劳动工具也以青铜制成。而青铜器的造型，一般从陶器造型演化而来。如鼎是煮肉食器物，一般为圆体，有三足及双耳。但是，也有成方体四足的方鼎。商代早期的鼎，腹部较深，两耳直立于口缘，足成锥形。到商代晚期时，鼎的腹部最大直径下移，且足呈圆柱形。鼎不仅是实用品，也是一种权力的象征（见图2-1-2）。

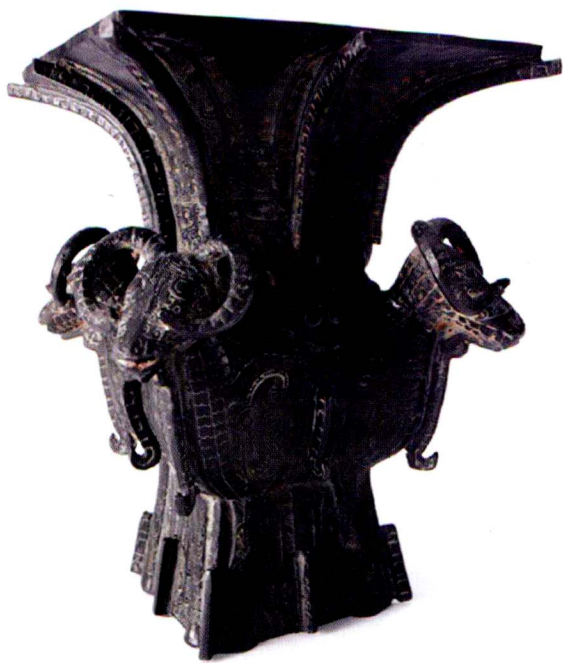


图2-1-2 鼎