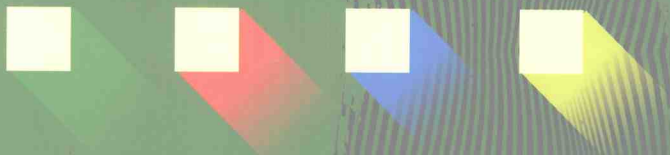


SHE JI GAI LUN

主 编 李东风 王文权 李 滢
副主编 刘显成 陆永祥 王志平
 聂 路 姚玉泉



21世纪高等教育美术专业规划教材

设计概论

SHE JI GAI LUN



21 世纪高等教育美术专业规划教材

设计概论

SHEJIGAILUN

主 编 李东风 王文权 李 滢
副主编 刘显成 陆永祥 王志平
聂 路 姚玉泉

西 北 大 学 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

设计概论 / 李东风,王文权,李滢主编. — 西安:西北
大学出版社,2009.6

ISBN 978-7-5604-2304-3

I. 设… II. ①李…②王…③李… III. 艺术—设计—教
材 IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 088739 号

设计概论

出版发行 西北大学出版社
电 话 029-88302590
经 销 新华书店经销
版 次 2009年9月第1版
开 本 889×1194 1/16
字 数 180千字
书 号 ISBN 978-7-5604-2304-3

社 址 西安市太白北路229号
邮 政 编 码 710069
印 刷 陕西向阳印务有限公司
印 次 2009年9月第1次印刷
印 张 10.5
印 数 1—3000
定 价 30.00元

21 世纪高等教育美术专业丛书

主要参编院校

西北大学	陕西师范大学
长安大学	西安建筑科技大学
西安工程大学	延安大学
西安文理学院	西安工业大学
宝鸡文理学院	咸阳师范学院
渭南师范学院	

编委会

(排名不分先后)

庞永红	胡玉康	曹柱生	霍小平	张 炜	徐青青
杨豪中	蔺宝钢	刘静伟	于唯德	党天才	党 晟
施玉林	岳 钰	屈 健	高 飞	孙文忠	陈恩惠
陈琦昌	李芳芳	杨毅柳	马 云	邵 璐	吉武昌
季玉民	孟 强	王文权			

出版说明

为适应高等美术教育的改革与发展,全面推进素质教育,在陕西省教育厅的组织和支持下,由西北大学、陕西师范大学、长安大学、西安建筑科技大学、西安工程大学、西安工业大学、西安文理学院、宝鸡文理学院、咸阳师范学院、渭南师范学院等10所院校的专家学者及青年骨干教师编写了这套全新的21世纪高等教育美术专业丛书。

21世纪高等教育美术专业丛书包括《中国美术史》《外国美术史》《艺术概论》《设计概论》《设计心理学》《书法教程》《色彩教程》《素描教程》《平面构成》《色彩构成》《立体构成》《服装画技法》《建筑画徒手表现技法》《建筑效果图计算机表现技法》《装饰图案设计基础》等15个品种。教材的编写以美术专业的学科设置、学时安排及教学大纲要求为指导,选材新颖,讲解深入浅出,通俗易懂,突出重点、难点,且在每一章后附有思考练习题,便于学生自学自测;从书理论与实践并重,注重动手能力的培养,突出教材的实用性;所选用的部分作品,为师生自己创作,针对性较强,在学习时有较高的参考价值。总之,丛书具有科学性、系统性、前瞻性等特点,适应面比较广,除适用于高等教育的美术专业外,还适用大专、高职、中专的艺术院系及广大美术爱好者自学。

徐青青教授、鹿永红教授、霍小平院长、张炜教授、党天才教授、蔺宝钢教授、胡玉康院长等对本丛书的编写提出了宝贵的意见和建议,黄莺、谢迁、韩永红、杨毅柳、姚刚、李强、孟娟、陆宝新等老师为本套丛书的出版提供了大量作品和学生习作;陕西省教育厅的有关领导及负责同志,为丛书的出版做了大量的工作。对于他们的关心和支持在此一并表示衷心的感谢。由于时间仓促,加之水平所限,书中肯定还存在着一些错误,恳请广大读者批评指正。

第一章 绪论

第一节 艺术设计的基本含义	1
第二节 艺术设计的价值	15
第三节 艺术设计的方法和方法论研究	21

第二章 艺术设计的类型

第一节 艺术设计的时间分类	27
第二节 艺术设计的制作技术分类	38
第三节 艺术设计的领域分类	53
第四节 艺术设计作品功能目的分类	73
第五节 艺术设计作品风格的分类	74

第三章 艺术设计活动

第一节 理解设计	87
第二节 参与设计	99
第三节 实现设计	111

第四章 艺术设计家

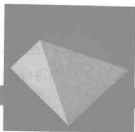
第一节 基本素养	121
第二节 知识技能	127
第三节 社会职责	130

第五章 艺术设计的评价

第一节 艺术设计评价的含义与意义	135
------------------------	-----

第二节	艺术设计评价的特点	136
第三节	艺术设计评价的原则和方法	137
第六章	艺术设计教育	
第一节	设计教育的产生	141
第二节	设计教育的发展	147
第三节	中国设计教育的发展	151
第四节	设计教育的思考	155
参考文献	158

第一章 绪 论



第一节 艺术设计的基本含义

一、艺术设计的概念

“设计”是个通用词，使用范围非常广泛。通常，世界上任何事物的酝酿、策划都可以称为设计。大到国家建设方略（如邓小平的“一国两制”治国构想）、具体的战术思想（如“围魏救赵”），小到人们日常生活中的穿衣戴帽，甚至是小孩子的情景游戏，都是设计的具体体现。可见，“设计”是融入人类生活的，具有预见性和规划性的特点，以满足人类功能性需求的一种独有的生活方式。

但是，在“设计”前加上限定词“艺术”的“艺术设计”，它的含义就不再是上述普遍共性的认识了，而是具有特定历史范畴、特定意义边界和特殊规定性的有关“设计”（兼具审美和实用功能）的学问了。因此，我们把握“艺术设计”的概念可分为两个层次：1. 从词源学的角度，历史地梳理“艺术设计”概念；2. 在“艺术设计”学科层面上看它的规定性。

1. 从词源学角度，历史地看艺术设计

“设计”一词是西语 Design 在现代汉语中的反映。Design 在《牛津大词典》中的意义大致可分为两方面：一是“心理计划”（an image plan），指事先在思想上形成的精神胚胎，作为实施的计划；二是“艺术中的计划”（a plan in Art），特指绘制草图、图样等。所以，“Design”曾经汉译为图案和设计，兼容了上述含义。

考察“设计”——Design的原初含义，该词源于拉丁语 Disegnare（制图、

计划),文艺复兴时期的 *disegno*。设计最初的意义指绘画、素描 (*drawing*),如 15 世纪理论家弗朗西斯科·朗西洛提就把设计、色彩、构图及创造合称为“绘画四要素”。在这里,“设计”指安排并控制视觉元素,如线条、形体、色彩、光线、空间、质感等,以及这种合理安排的原则。它涵盖了艺术的结构塑造及其表达与交流,甚至还包括设计者的创造性思维等。

在西学东渐背景下,Design 汉化的过程,曾经转道日本,最早的翻译是“图案”。

日本在明治维新后学习西方,接受了 Design 的思想。明治十六年(1883 年)日本出版了《水车意匠法》,意匠即 Design。明治三十四年(1901 年)东京高等工业学校设立了“工业图案科”,在这里,Design 译成了“图案”。这种译法是借用了汉字的原意,其中“意匠”的“意”有“考虑”“设计”之意,“匠”是“意图、思考、技术”之意,综合的意思是“创造性的设计”;“图案”的“图”有“设计、描绘”之意,“案”有“设想”之意,综合为“表示设想”的意思。“意匠”和“图案”是 synonym,后者使用得较为广泛。

中国辞书收入“图案”一词最早是 1936 年版的《辞海》,在词后注有英文 Design,其词义解释是“美术工艺品及建筑物等”。在工作之前,须预先考察其形状、结构、造型、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。

在不断的学习西方文化中,学者们也不断地引进一些外来词,如美术、工艺美术等学科名称。从 20 世纪 30 年代到 80 年代,中国设计界在 Design“图案”“设计”这些术语的用法上产生了混乱,加上传统的“纯艺术”与“实用艺术”对立,“艺”与“匠”的对立,导致艺术

设计一直被限定在“工艺装饰”“民间工艺”“美工”等狭窄领域,设计教育则受其影响经历了图案——美术工艺——实用艺术——工业艺术——工艺美术——艺术设计等曲折的过程。

以上是在西方语义环境下探讨艺术设计的词源流变。其实作为文明古国,我们的先人早就有自己对设计的表达和界定,只是没有系统整理和学术化研究而蒙尘。中国古代先人把“人造物”从构思、意匠到制作的体系称作“工”。“工”是象形文字,一种解释说“其形如斤”(斤是砍木的工具),“工”指木工,也指一切手工制作的人和事。一种解释说“其形如矩尺”,意指按一定法式尺度进行手工制作的人和事。“工巧”常用来说明构思精巧的技艺。我国最早的工艺美术著作《周礼·考工记》说:“设色之工:画、绩、钟、筐、幌。”其中“设”字,与拉丁语 *Disegnare* (制图、计划)词义完全一致。而《管子·权修》中“一年之计,莫如树谷;十年之计莫如树木;终身之计,莫如树人。”其中的“计”与 Design 中包含的 *plan* 之意一致。

在以上的分析中我们看见,无论是“设计”还是 Design,在各自的语源背景和文化背景中语义都一致,表明“设计”行为是人类的共性生活行为。无论是“设计”、Design 还是“工”,都从一开始就规定了设计行为的广义和狭义两个方面的内涵:

从广义的角度来理解,“艺术设计”就是为实现一定目标而建立的方案,这个界定几乎涵盖了人类有史以来的一切文明创造活动,其所蕴含着的构思和创造性行为过程,是现代设计的内涵和灵魂;从狭义的角度来理解,“艺术设计”是把构成艺术作品的各种构成要素,在各部分之间或者部分与整体的结构关系上,组织成为一个整体的创意过程。

2. 在“艺术设计”学科层面上看它的规定性

长期以来，“艺术设计”和“纯艺术”之间的矛盾冲突，人们观念中的尊卑意识，严重阻碍了“艺术设计”的发展。究其根源，是对艺术设计学科认识模糊导致的。1997年国家教委下达的学科目录正式使用了“艺术设计学”。一级学科是艺术学，二级学科为艺术设计学，其下含若干艺术设计方向。这是正式对艺术设计学的学科归属问题作了澄清。1998年国务院学位委员会决定将工艺美术各专业招收研究生的专业目录，用“设计艺术学”取代。显然，设计艺术与艺术设计是两个不同的概念。一般说来，我国的设计学科对于硕士以上的研究生课程学习称为设计艺术，而对于本专科课程学习称为艺术设计。设计艺术如同我们所谓的“管理艺术”“语言艺术”一样，是寻求事物规律的创造性活动。它像科学一样寻求共同的途径、共同的语言体系和共同的程序，其创造性又和其他艺术活动类似。而艺术设计是学科分类，是研究与艺术本身有关的造物活动。简单地讲，这种造物活动要求既有实用功能，又有审美功能，如建筑设计、环境艺术设计、产品造型设计、服装设计以及广告包装设计，都是较为具体的为人类社会创造衣、食、住、行的人造物的活动。

我们这里界定的“艺术设计”学科是上述两种表述的综合。艺术设计学是关于艺术设计这一人类创造性行为的科学研究。长久以来，“艺术设计”的现象融入人们的生活，无处不在。随着科技发展，生产力提高，人们之间的关联更强，对艺术设计的依赖也越来越多。一方面，艺术设计与社会的物质生产、科学技术的关系紧密，使得艺术设计具有自然科学的客观特征。另一方

面，设计与特定的社会政治、文化、艺术之间有相互反应的关系，使它具有特殊的意识形态色彩。此二者决定了艺术设计学既有自然科学的特征，又有人文学的特征。因此，作为一门新兴学科，艺术设计学的研究对象涉及哲学、美学、艺术学、心理学、工程学、管理学、经济学、方法学等等，是一门综合性的边缘学科。

在中国艺术设计学的学科体系建设方面，我国当代著名的工艺美术史论家和设计艺术理论家，清华大学美术学院博士生导师李砚祖先生的研究很有代表性。他在《设计艺术学》中提出了建构中国设计艺术学的初步设想^①(图1-1)：

(1) 四大主导专业

以“产品设计(工业设计)、染织服装设计、平面设计、环境艺术设计”四大主导专业，作为艺术设计大系统的子系统，建构各自的学科系统，形成了艺术设计大系统的核心层面。

(2) 六位一体

即以上述四大主导专业为主体，形成包括手工艺术设计、装饰艺术设计在内的六位一体的艺术设计的大系统。这六个方面“其设计的本质是同一的，无论是现代工业产品的设计、电子产品的设计还是手工艺术的设计，其设计的目的都是为了满足人的多种需要，为人的生活服务；所不同的是设计的方法、生产方式的不同”。

(3) 三环交叉

即“以美术和建筑作为基础学科群，形成三足鼎立、三环交叉的结构”。他认为，“无论从任何一个角度而言，设计艺术与美术、建筑之间有着诸多的联系和互动关系”，“在20世纪，无论是在现代主义阶段还是在后现代主义阶段，三者一直处于互为影响和激发的状态，互动成

^①李砚祖，《设计艺术学研究对象及范围》，清华大学学报（哲学社会科学版），2003年第5期，第69-75页。

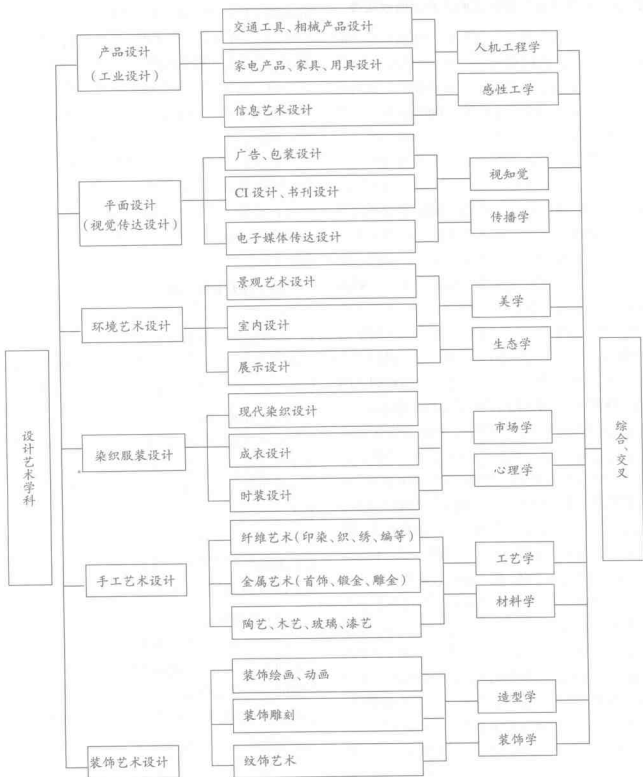


图 1-1 设计艺术学科系统图

为发展的主要形式”。(图1-2)

(4) 相关多学科群的支撑与联结

他认为“设计艺术学从学科本质上看,具有综合、交叉、权变的特点,新的科学技术、新的发明创造、新材料、新的生活方式、新的社会需求、新的社会观念、新的艺术形式和方式、新的学科设置等等,都可能对设计艺术产生影响,导致其发生变革。因此,设计艺术学科系统与外围的众多学科发生着联系,也可以说,设计艺术系统是由众多的相关的学科和系统支撑和联结着”。

要真正建立起中国的设计艺术学科,要脚踏实地地从中国的实际情况出发,立足于民族艺术和传统,并吸取先进国家的设计艺术的精髓,不断探索、积累、创新,逐步建立起中国的设计艺术学科。因此,李砚祖先生结合中外设计学研究的思路,提出当代设计艺术学研究的基本框架应包括十方面:设计艺术哲学研究、设计艺术形态

学符号学研究、设计艺术方法学研究、设计决策与设计管理研究、设计艺术心理学研究、设计艺术过程与表达研究、设计艺术的经济价值学研究、设计艺术的文化社会学研究、设计艺术的教育研究、设计艺术批评学与设计艺术史学研究。这十个方面共同构建了设计艺术学研究的基本框架,是宏观的理论构建,但是对于中国设计艺术学的学科建设而言,其系统研究仍有待深入,需要几代人和所有研究者的努力,才能建构这一学术大厦。(图1-3)

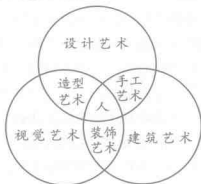


图 1-2 三环交叉示意图

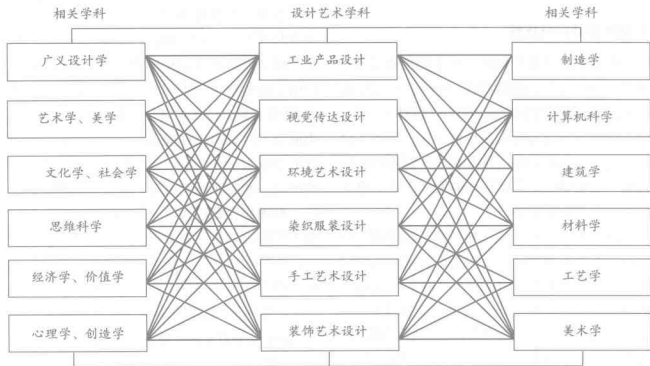


图 1-3 相关多学科群的支撑与联结

二、艺术设计的基本特点

艺术设计的特点就是艺术设计所具有的特殊之处。艺术设计作为一种蕴含着构思和创造性行为的文明创建行为，它首先具备艺术的特点，在经济基础和上层建筑之间处于“中间环节”。但是，它和艺术之间的最大差别——也就是艺术设计的功利性、实用性的要求，使得艺术设计一方面积极融入社会生产，力图转化为更大的价值，同时它要求借助诸如科学技术这些强势力量壮大自己，借助审美来装扮自己以适应人的功能尺度。所以，在经济基础和上层建筑之间的“中间环节”，艺术设计呈积极发散姿态，依附于经济基础、上层建筑各要素。而艺术则因为其非功利性而与经济基础、上层建筑各要素保持谨慎距离，持观望姿态。因此，艺术设计作为一个和艺术并列的学科，它有自身的特点，即艺术设计的科技性、艺术性、经济性。

1. 艺术设计的科技性

科学技术是生产力的一种主要构成要素。对艺术设计而言，它提供包括生产用的工具（硬件）以及人类在特定时代的知识（软件）支持。而艺术设计则是设计人员植根于这种技术、材料、认识的氛围，进行具有功能性要求的设计创造。历史证明，艺术设计的发展总是受惠于科学技术发展的影响。

按美国未来学家托夫勒《第三次浪潮》的观点：人类社会经历了三次变革，农业文明时代、工业文明时代、信息社会。农业文明时代的艺术设计，是以手工业为主的个体性设计，设计与生产是一体化的方式，材料使用有局限，动力系统依赖诸如风力、水力、畜力等，生产效率较低。艺术设计突飞猛进的发展是在工业

文明时代。1785年瓦特发明蒸汽机为社会生产力的飞跃拉开了序幕。蒸汽机被广泛运用到火车机车、轮船，并被广泛应用于纺织业、机械制造、采矿、冶炼等领域，使生产结构和社会结构产生了深刻的变化，由此艺术设计也发生了戏剧性变革。首先，随着社会分工的发展，艺术设计从制造业独立出来，成为独立的专业，产生了职业设计师。其次，新能源运用带来新材料的运用，也导致了标准化和一体化的产品出现。如今人类已步入信息时代，科学技术高度发展，工业文明赖以生存的能源工具、生产方式正被核能、太阳能、计算机、人工智能技术、自动化生产方式所取代。艺术设计也在计算机辅助设计、模拟现实（VR）设计等新型手段中飞跃式发展。

具体来讲，科学技术对艺术设计的影响主要体现在以下几方面：

（1）人文科学对艺术设计的影响

社会学对艺术设计影响很大。社会的变化导致人类的思想观念和生活方式的不断更新。当今世界人口资源、能源、粮食、污染等危机严重威胁人类的生命和地球的未来。在进行设计时，就要解决一系列的复杂问题，绿色设计和4R理念就是以保护环境、节约资源、维护人类健康为目标的设计理念。心理学的研究对设计的影响也很大。设计者只有对心理学有较深的研究，才能在设计决策中进行正确的设计定位，准确地找到切入点。美国著名设计大师雷蒙·罗维设计了一款蛋形冰箱，结果不受主妇欢迎，其原因就是忽略了蛋形冰箱会给人们造成心理上的不稳定感。当然，还有历史学、经济学、法学等都对艺术设计有很大的影响。

（2）自然科学对艺术设计的影响

自然科学中的数学可以使设计作品看起来更合理、严谨。黄金分割比、均方根比、自然

数比等比例都会使艺术设计作品呈现一种优美的姿态,满足人们心理上的审美需求。物理对艺术设计的影响也很大。在考虑设计作品结构的时候,一定要对其进行力学上的分析,以决定该作品是用曲线还是用直线造型等。若设计作品的造型与力学要求的造型不一致,则要遵守力学要求的结构,否则将出现致命性的设计失误。美国设计的某款喷气飞机,为美观而将其窗口设计为方形,结果在方形直角处产生了巨大的应力作用,导致飞机很快坠毁。物理学中的光学、声学、电磁学等学科的发展,催生了雷达、纳米衣物等现代的新物质的设计,也使现代艺术设计中呈现出“小、巧、精、专”的面貌。自然科学中其他知识,如工程学、生物学也大大促进了艺术设计的发展。

另外,艺术设计可以促进科学技术的发展:首先,艺术设计是科学技术商品化的载体。科学技术是一种资源,人类享受它的载体就是艺术设计。艺术设计把科学技术物化到产品中,经由商品化,把科学技术的价值转化成巨大的社会财富,比如电能。1831年法拉第发现电磁感应现象,可是定律并不能被消费,于是法拉第很快发明了第一台发电机。电能的生产是一个巨大的科学技术成果,要完成它的社会财富化,还需要进一步的设计。因此,后来才有了电灯等不计其数的电器产品的发明。人类电器文明的形成,正是艺术设计运载科学技术划下的轨迹。

其次,艺术设计促进了科学探索。设计是一种创新性的行为,它要求设计师有敏锐的思维和大胆想象力。设计中的这种所谓“幻想”,就可以促进某种科学的发展。例如,当设计师在设计人们日常使用的器皿的时候,如果他没有想象“如果这件器皿要是能长久保存食物而不致腐坏”的话,那么也许就不会有冰箱的产

生,也就不会刺激电学、冷冻技术的发展了。人们在设计中遇到的设计问题,也往往可以促进一门新学科的产生。二战期间,空间作战拥有绝对优势,因此敌对双方都大量设计飞机。但在使用飞机时,飞行员总是抱怨飞机操纵不适、使用不方便等问题。于是人们在重新设计时便开始考虑了人的因素在设计中的应用来满足飞行要求,这就直接导致了“人——机工程学”的产生。

从上面的论述中,我们可以看出科学技术与艺术设计是相互联系、相互统一的,只有把二者有机地统一起来,才能使艺术设计和科学技术彼此促进,共同发展。

2. 艺术设计的艺术性

艺术设计作为艺术与技术的集合,从理论上讲,它本身就是从美术和建筑实践中引申出来的理论总结。在实践中,艺术设计保留下艺术的基因,强化了自己功能性的特点,因此,艺术性是艺术设计的一大基本特性,艺术设计本身也是在艺术发展过程中慢慢分化出来的。

“艺术”一词,希腊语为“*teche*”,拉丁语为“*ars*”,本来就含有技能、技巧、设计的含义,显然,古代“艺术”不仅和美与道德有关,同时也强调实用性。但是,这时期的艺术的范围比较宽泛,设计和艺术活动融为一体,如中国古代的以礼、乐、射、御、书、数为“六艺”,日本也将香道、茶道、歌舞、乐曲称为“游艺”。

直到18世纪,巴托(1713—1780)在他的著作《归结到同一原则下的美的艺术》中才有了美的艺术的划分,他把艺术分为实用艺术、美的艺术(包括雕刻、绘画、音乐、诗歌),以及结合了美与功利的艺术(如建筑)。但是直到近代在西方才形成了“美的艺术”和“应用艺术”的分界。

在以上艺术观念演变的历史中,设计和艺术如影随形,只是后来社会分工越来越细,各行业专业性越来越强,才使得艺术与技术分离,其实质是各自的目的性和分工更明确而已。

艺术设计是一种特殊的艺术,它的创新过程必须遵循美学原则,也要合乎目的性。这在康德的哲学中有相关理论基础。康德认为美有两种,即自由美和依存美,后者含有对象的合目的性。康德讨论了绘画,并谈及装饰艺术、家具设计以及室内装潢,认为这类的美以合目的为要旨。在西方人们把工业设计称为“工业艺术”,广告设计称为“广告艺术”等,认的就是这个理。

艺术设计是一种艺术活动,也是艺术生产的一个方面。艺术设计对美学价值的不断追求也决定了整个流程中的含金量。艺术设计虽然超越了纯艺术,存在于设计、生产或制作的全过程,和技术、材料、工艺、市场、消费等因素紧密地结合在一起,但它与艺术创作并不能截然分开,设计师的设计自始至终总是要考虑到具体设计对象,根据生产技术条件和制作工艺的可行性而进行创造性工作,这个创造性过程始终与审美发生联系。

艺术设计之美的第一要义就是“新”。设计要求新、求异、求变、求不同,否则设计将不能称之为设计。而这个“新”有着不同的层次,它可以是改良性的,也可以是创造性的。艺术设计之美的第二要义是“合理”。一个设计之所以被称为“设计”,是因为它解决了问题。设计不可能独立于社会和市场而存在,符合价值规律是设计存在的直接原因。艺术设计之美的第三要义是“人性”。归根结底,设计是为人而设计的,服务于人们的生活需要是设计的最终目的。自然,设计之美也遵循人类基本的审美意趣——对称、韵律、均衡、节奏、形体、色彩、

材质、工艺……凡是我们能够想到的审美法则,似乎都能够在设计中找到相应的应用。

但是,虽然设计与纯艺术同属艺术的门类,设计师的工作却和艺术家的工作不同:第一,艺术创作可以看做是艺术家个人的行为,他可以在一定程度上无视作品的社会价值,可以不在乎人们是否喜欢;而设计也有一定的自我表现色彩,但设计必须把厂家是否接受、广大消费者是否喜欢摆在第一位;第二,艺术创作基本上是个体劳动,而设计则更多的是一种集体劳动;第三,艺术创作受科学技术发展水平的影响相对要小些,而设计则要大得多,直接得多;第四,艺术创作虽然也要接受社会时尚、审美趣味的影响,但这种影响主要是宏观的、内在层次的,而设计受时尚的影响则相当迅速、相当敏锐。所有这一切,使得设计师的工作有更多的客观约束。设计师的高明就在于将许多的客观约束转化为主观的自由。

通观历史,人类自古迄今的设计品多如牛毛,从远古的兵器、礼器、乐器、食具、车马船轿,到现代的家具、工具、玩具、电器、服装、火车、飞机等等,无不在功能设计的基础上追求尽可能完美的艺术形式,从而形成了人类今天的物质文明。是什么力量在推动艺术设计对艺术的执着追求呢?归根结底是人的需求。完美的设计可以改善生活质量,生活质量的提高促使人们重视设计物的美,直至达到人类更高级的精神满足。

现代社会,艺术设计和艺术的关系更加紧密。首先,艺术的变革以一种激进的方式影响许多设计领域。一方面艺术运动思想奠定了现代艺术设计的美学原理。事实上,人类历史各个时代的艺术设计和艺术的审美趣味是一致的,二者都在追寻一种能够体现时代精神实质的理想形式。另一方面,艺术家加入设计,或者设

设计师研究艺术,或者艺术家和设计师合作,都极大地推进了艺术设计的发展。

现在,在艺术设计和艺术的关系的理解上有三种机械的倾向,是初学者应当注意的。第一是“为艺术而设计”。夸大设计的艺术性,把设计作为纯艺术的一个品种,使艺术设计丧失了其根本的功利性。1925年巴黎国际装饰艺术暨工业博览会的设计因其奢华而不切实际招致对整个博览会的批评。虽然其目的是提高设计的艺术性,但是却不自觉消解了艺术设计。第二,“为技术而设计”。夸大设计的技术性,把设计作为纯科学技术的一个行业,使设计本身人为地限制了范围,消解了设计的艺术性,也否认了物质产品的精神功能,背离了设计的初衷。第三,“孤立静止地看待艺术设计与设计的关系”。不能与时俱进看待艺术设计和艺术的流变,思维落后。如艺术设计在我国一度被当成民族民间工艺美术、传统图案等教育模式。

3. 艺术设计的经济性

艺术设计的经济性是设计与其他纯造型艺术的重要区别特征。它体现了艺术设计的合目的性。现代设计由于与市场、生产等商业活动联系更加密切,体现出很明显的经济性,它是一种广泛的社会化大众消费活动。就艺术设计而言,主要包括生产、市场和消费的活动。

(1) 艺术设计与生产的关系

生产是经济领域最基本的活动,艺术设计是生产的第一步,是生产的基础组成部分。艺术设计为生产服务,对生产过程有一定的指导作用。同时通过生产、实验,又对艺术设计具有反作用,可以使设计的产品更加完善,更加符合人们的需要。

正确理解艺术设计与生产的关系是现代生

产的基本要求。现代设计的基本特点是高科技信息化和推动设计的市场性,而新材料、新生产工艺也更是日新月异,在这种背景下,设计师必须了解生产,科学掌握设计与生产的关系,才能设计出先进的产品。如果设计不被生产者正确地认识和接受,设计也就失去了意义。只有调整好生产和设计的关系,才能发挥设计在生产中的促进作用。以日本为例,以松下幸之助为代表的日本企业家在50年代就指出“今后是设计的年代”。松下幸之助的认识对日本经济的兴旺发达是有很大的影响的。国际经济界分析日本的经济发展的原因时认为“日本经济=设计力”。20世纪90年代,国外有一些企业提出,把设计和企业形象、企业文化联系起来,提高企业的生存能力。可见艺术设计能否被生产者正确认识,对企业的发展起着举足轻重的作用。

(2) 艺术设计与市场的关系

消费者是艺术设计服务的对象,消费主导艺术设计和市场。随着物质的丰足和市场的细分,当代的设计必须满足各个国家、各个年龄阶层、各个消费阶层的不同的消费需求。合理的艺术设计不仅会给用户带来满意的产品,而且可以降低产品成本,增强企业利润。照顾使用者的利益,以满足消费者需求作为设计的最高目的,这样的设计才可以主导市场。像韩国的三星集团,针对各国消费者的不同消费习惯,设计不同的有针对性的产品,它涉及领域有电话、电脑、电视、摄像机等等,现在到达了世界的各个领域,表现了不同的文化特征。三星集团打开了国内国外的消费市场,满足各种消费层次的心理需求,是为消费者服务的一个极好的例子。

艺术设计需要市场决策。艺术设计要取得最终的成功就必须了解市场,适应市场。市场调研包括对厂家、消费者、竞争对手等具体的

细致调查,调查后形成科学报告,并由此形成科学决策的根据,然后再进行产品开发设计。科学系统的市场调研,决定设计的可行性,是艺术设计取得成功的第一步。除了对设计样式、技术、材料等的研究,对于产品推出市场的时间长短或什么时候推出来,都是市场决策的结果。美国的“有计划的废止制”即是一种市场决策,它让消费者人群在对旧的产品厌烦以后再去购买新的,促进消费。1985年之前,著名的汽车企业——福特公司的市场调研决策出现了错误,导致企业几乎破产。为了扭转困局,福特公司的设计部门在充分做好市场调研的前提下,开发出新的适合市场需要的产品“金牛”汽车。这一产品于1985年推出,市场销售出现了好转,年销售量超过30万辆。1993年超过美国市场销售排名第一的雅阁,一跃成为美国第一。

艺术设计的创新刺激市场消费。由于物质的极大丰富,人们在满足了基本功能需求的同时,都开始追求新颖而又时尚的产品,旧的自然而然也就被淘汰了。新的艺术设计产品可以促进新的消费。现在的广告设计实际上是在带领一种设计的潮流,引导大众对艺术设计产品的消费。衣服的样式每年都会有不同的潮流走向,不断寻求创新的产品。可以说,创新刺激消费,没有创新,市场就是一片死灰,创新的设计往往成为市场的突破口。

(3) 艺术设计与消费的关系

设计者与消费者的关系。人的需求是复杂的、多样的,设计师的工作就是要遵循这种需求的层次,根据层次的划分,设计出满足不同人群不同层次的不同需求的产品。艺术设计的终极目标是为消费者服务的。所以对消费者生活方式、心理结构、使用方式等的研究对设计都有重要的参考作用。对于设计的结果——产品来说,消费者具有很强的自主选择性,但

并不是说生产者就要很被动,只要讨好消费者就可以了。他们的关系是相辅相成的,双方是交流的、沟通的、联系的,而不是脱离的、封闭的关系。

消费与设计的关系。消费是一切设计的动力与归宿。设计是最有效地推动消费的方式,例如,消费者在超市消费中,往往会买原本不打算买的物品,深究其原因,产品的外观设计、包装设计、超市展示设计等都是激发消费欲望的动因。一方面设计可以唤起消费者隐性的消费欲,满足或发掘消费需要;另一方面设计往往也成为消费潮流的带动者。消费和设计是一个硬币的两面,是相辅相成,互相联系的。艺术设计的经济性特征体现着艺术大众化和生活化的现代艺术的趋势,是现代文明高度发展的显著特征之一。

但是,现代艺术设计不光参与生产、市场和消费的活动,更重要的是,人们意识到艺术设计是创造高附加价值的方法。这里的附加价值是艺术活动设计注入商业领域的新价值。艺术设计的附加价值可以是商品的品牌价值,如名牌和非名牌(劳力士牌手表和上海牌手表)的价格悬殊。艺术设计的附加价值也可以是企业的品牌价值,如企业识别系统设计(Corporate Identity),使艺术设计参与到企业的管理层面。如伦敦交通公司,这个1993年成立的公司,是一个由165家曾经完全独立的交通运输公司合并而成,其中73家由它的控股公司伦敦地铁公司兼并,而剩下92家要真正融入新成立的公司,管理上存在极大困难。总裁Frank Pick依靠Edward Johnson等设计师运用一系列统一企业标志、统一企业文化、建立企业认同的设计,如优雅的制服、地铁入口、公交车站、火车车厢等,使分散的公司顺利合并、而且成功吸引了公众,使乘车人次量远远高于过去163家公