



清华大学美术学院 主编
高等艺术院校艺术设计学科专业教材

College

Textbooks on

Art & Design

艺术设计概论

 清华大学美术学院 主编
高等艺术院校艺术设计学科专业教材

College
Textbooks on
Art & Design
艺术设计概论

李砚祖 著

湖北长江出版集团 湖北美术出版社

编辑策划：王开元

责任编辑：余 杉 吴海峰

技术编辑：程业友

整体设计：陈 楠 刘嘉鹏

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术设计概论 / 李砚祖 著

—武汉：湖北美术出版社，2009.3

高等艺术院校艺术设计学科专业教材

ISBN 978-7-5394-2584-9

I. 艺…

II. 李…

III. 艺术-设计-高等学校-教材

IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 025843 号

艺术设计概论 / 李砚祖 著

出版发行：湖北美术出版社

地 址：武汉市雄楚大街 268 号

湖北出版文化城 B 座

电 话：(027) 87679520 87679521 87679522

传 真：(027) 87679523

邮政编码：430070

h t t p : www.hbapress.com.cn

E-mail: hbapress@vip.sina.com

制 版：武汉市盛美联广告设计有限责任公司

印 刷：湖北恒泰印务有限公司

开 本：889mm×1194mm 1/16

印 张：11.5

印 数：5000 册

版 次：2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月第 1 次印刷

定 价：42.00 元

序

与其他专业相比,艺术设计专业有一个鲜明的特色,这就是:经济越发达,国家和社会对艺术设计专业的人才需求就越迫切、越旺盛。改革开放以来,随着我国经济的持续高速发展,国民生活水平日益提高,我国的艺术设计教育事业也得到社会空前的关注而蓬勃发展。目前,不仅艺术类院校大力发展艺术设计教育,而且几乎所有的高等院校都在不同程度上以不同的规模和层次开设艺术设计专业,开展艺术设计教育。近几年,每年报考艺术设计的考生数量和各高校的招生数量不断攀升,办学规模不断扩大,办学层次也不断提高。社会的强劲需求,广大考生的热切期望,各高校的办学积极性,都极大地促进了这个专业的发展。但由于办学条件的局限,特别是师资力量和教学经验需要一个积累过程,这种快速发展也对人才培养质量提出严峻的挑战。

清华大学美术学院的前身是中央工艺美术学院,艺术设计专业教育是我院的特色和优势,50多年来,积累了丰富的教学经验,为国家的经济和文化建设培养了数以千计的高质量人才。这些人才在全国各相关行业和高校的教学、科研岗位上发挥着重要作用。为进一步满足社会需求,20世纪末,我们组织骨干教师编写了一套艺术设计专业的自学高考教材,该套教材出版以来,得到社会各界和广大自考生的好评,收到良好的社会效益,获得清华大学优秀教材一等奖。针对目前艺术设计专业本科教育的发展现状,为进一步提高本科教学水平,最近,我们又在2002年版自考教材的基础上,精选一批

具有代表性的课程,组织一批在教学一线执教多年,教学经验丰富的教授、副教授和中青年骨干,编写出这套艺术设计本科系列教材。这套教材不仅注重艺术水平和实际操作性,还结合现状,具有一定的系统性和前瞻性;不仅重视基本功训练和专业基础教学,还注重理论修养的提高和设计思维的创新。基础与专业创新并重,理论与实践相结合,艺术性与科学性兼顾是艺术设计专业人才培养的要求,也是这套系列教材的特色。希望这套教材的问世,能为我国艺术设计专业创新型人才的培养发挥应有的作用,也期待各位专家、学者和社会各界不吝赐教。

清华大学美术学院院长 李当岐

2008年7月于清华园

序

艺术设计专业所体现的知识交叉、传承创新、多元开放以及前瞻与实验性特征,使其特色鲜明,并与时代的发展紧密相关。没有一套教材能够解决所有的问题,但一套好的教材,不仅能够使学生获取知识,掌握技能,更应该能够开启心智,培养和激发学生的思维和创造力,这一点在今天尤为重要。

学校的第一产品是课程,课程的质量如何直接与教材相关。教师根据教材授课,学生通过教材理解与消化学习内容,可见教材在人才培养环节中的重要作用。易懂、可读、实用、好用,这是对教材编纂的基本要求,如果能够成为学生们的良师益友,那就更理想不过了。

本套针对本科生课程教材的编纂工作是建立在2001年~2003年我院主编出版的《高等教育自学考试艺术设计专业指定教材》基础上的,其主旨,一是对我院的本科教学工作进行阶段性总结,进一步规范我院专业教学用书;二是希望与兄弟院校在课程建设方面进行有效沟通与交流;三是为我国高等教育艺术设计专业课程建设的健康发展提供参数。

参与此次教材编写的大多是我院有多年教学实践经验的骨干教师,其中不乏在本专业领域卓有成绩的

教授学者。他们在多年的教学实践、理论研究中积累了丰富的经验,对专业和教学有着深刻的理解和见解。这为教材的质量以及尺度的把握提供了保障。

本套教材共分基础和专业两部分,专业部分又分视觉传达设计、工业设计、环艺设计三大类,是一套适合高等院校本科层次艺术设计专业基础和专业主干课程的系列教材。

以发展的眼光来看,任何教材都有其生命的周期,必然存在这样那样的缺憾与不足。我们诚心期望得到同行的批评指正。在这里也对湖北美术出版社诚挚的委托和编辑人员的努力工作谨表衷心的感谢。

秩秩大猷,圣人莫之。

荏染柔木,君子树之。

清华大学美术学院副院长 何 洁

2008年10月于清华园

目 录

第1章 导论	001	第三节 设计的内容与形式	100
第一节 艺术设计的概念与定义	001	第四节 设计美学	103
第二节 设计的范畴	005	第7章 设计与文化	112
第三节 对中国当代艺术设计实践的简要分析	013	第一节 设计与文化	112
第2章 艺术设计的历史	020	第二节 生活方式与设计	115
第一节 中国古代的艺术设计	020	第三节 文化与传统	121
第二节 西方的艺术设计	028	第8章 设计师与设计	126
第3章 艺术与设计	039	第一节 设计与设计师	126
第一节 艺术与设计艺术	039	第二节 设计思维	131
第二节 造型与形态	047	第三节 设计师的社会意识与职责	136
第三节 装饰艺术与设计	052	第四节 设计教育与人才培养	139
第4章 设计与科学技术	061	第五节 为“中国制造”而设计	145
第一节 技术：古典技术与现代技术	061	第9章 走向未来的设计	149
第二节 科学技术与艺术	064	第一节 未来的社会与设计的未来性	149
第三节 设计：科学技术与艺术的统一与整合	070	第二节 生态设计	153
第5章 设计方法、程序与管理	074	第三节 非物质设计与信息设计	157
第一节 设计方法学	074	第四节 艺术化的生活与设计艺术化	161
第二节 设计程序(过程)	079	附一 学习课时安排	170
第三节 设计管理	083	附二 主要参考书目	170
第6章 设计的哲学	087	彩色图例	171
第一节 人的需求与造物的功能	087		
第二节 人的尺度	093		

第1章 导论

设计或艺术设计是当今使用最广泛的词汇之一。对于一个文明、健康的社会而言,设计是无处不在、无所不备的,可以说一切都需要设计。从小的物件到大的公共空间,从物质环境到非物质环境,从硬件到软件,从造物的功能到产品的样式和符号,从使用方式到生活方式,都需要设计,离不开设计。随着人类文明的进步、文化的增长,设计已成为我们文明和文化的一部分,它既是文化和文明的产物,又创造着新文化和新文明。

第一节 艺术设计的概念与定义

一、“设计”的概念

设计(Design),在汉语中最基本的词义是设想与计划。《新华字典》将设计解释为“在做某项工作之前预先制定方案、图样等”。“设”在汉语中作为动词,有安排、建立、构筑、陈列、假使等含义,由此复合为设置、设想、设法、陈设、设施、设计等词;“计”在汉语中动词名词兼用,名词有如计谋、诡计,动词如计算、计议、计划等等,计议、计划诸词又有名词的词性,因此,“计”作为动词有计划、策划、筹划、计算、审核等意,“设计”一词几乎综合和包容了“设”与“计”的所有含义,从而具有较为宽泛的内涵。

作为与英语“Design”对译的词,设计主要指设想与规划。外语教学与研究出版社的《实用英汉辞典》对“Design”的解释是:作为动词有设计、立意、计划的含义;作为名词有计划、草图、风格、图案、心中的计划(设想)等义。“Design”为复合词,由词根“sign”和前缀“de”组成,在英语中“sign”含义广泛,具有方案、计划、标记、构想等语义,着重标识已成的状态;前缀“de”则含有实施、制作等的动态语义,强调组合、重复、肯定、否定等动作行

为。因此“Design”一词的根本语义是“通过行为而达到某种状态、形成某种计划”,是一种思维过程和一定形式、图式的创造过程。

从语源上看,“Design”来源于拉丁语“Designara”,其演变路径是:“Designara”(拉丁语)——“Designara”(意大利语)——“Desegno”(意大利语)——“Desssein”(法语)——“Design”(英语)。在数百年中,“Design”一词的词义内涵和重点不断发生变化,基本上可以分为古典、近代、现代三个阶段。15世纪前后,意大利语的“Desegno”标示为“艺术家心中的创作意念”,这种意念以草图的方式表现出来,因而,其定义是:“以线条的手段来具体说明那些早先在人的心中有所构思、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”,即将艺术家在心中构思的作品现实化。18世纪,“Design”的词义仍限定在艺术范畴之内,1786年初版的《大不列颠百科全书》对“Design”的解释是:“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’与构成同义,可以从平面、立体、结构、轮廓的构成等诸方面加以思考,当这些因素融为一体时,就产生了比预想更好的效果。”18世纪以后,大机器工业的发展导致设计观念的

变革,真正现代意义上的设计的观念由此而确立起来,“Design”的概念及其语义开始突破美术或纯艺术的范畴而趋于宽泛,其概念犹如英国《韦伯斯特大辞典》对“Design”的解释。《韦伯斯特大辞典》对“Design”的解释有动、名词两部分。作为动词的涵义有:1)在头脑中想象和计划;2)谋划;3)创造独特的功能;4)为达到预期目标而创造、规划、计算;5)用商标、符号等表示;6)对物体和景物的描绘、素描;7)设计及计划零件的形状和配置。作为名词则表示:1)针对某一目的在头脑中形成的计划;2)对将要进行的工作预先根据其特征制作的模型;3)文学、戏剧构成要素所组成的概略轮廓;4)音乐作品的构成和基本骨架;5)音乐作品、机械及其它人造物各要素的有机组合;6)艺术创作中的线、局部、外形、细部等在视觉上的相互关系;7)样式、纹饰等等。《牛津大辞典》同样将“Design”的词义分为动词和名词两部分,作为名词的语义一是心理计划的意思,指思维中形成意图并准备实现的计划乃至设计;二是意味着艺术中的计划,尤其指绘画制作准备中的草图之类。从词源上看,“Design”的名词词义是综合了法语 Dessein(图案)和表示素描的 Dessin 两词的结果。作为动词的“Design”,来源于拉丁语的

“Designara”，第一是意味着指示；第二是建立计划、进行构想、规划；第三是指画草图、制作效果图等。(图 1.1)

1974 年第 15 版的《大不列颠百科全书》对“Design”又有了更明确全面的解释：“美术方面，设计常指拟定计划的过程，又特指记在心中或者制成草图或模式的具体计划。产品的设计首先指准备制成成品的部件之间的相互关系，这种设计通常要受到四种因素的限制：材料的性能、材料加工方法所起的作用、整体上各部件的紧密结合、整体对于观赏者与使用者或受其影响者所产生的效果。产品设计图案就是应用艺术作品。在美术中，设计本身就是一种创作过程，而在建筑过程中设计则仅是体现适当观念与经验的简明记录。在建筑工程和产品设计中，艺术性和工艺性有融合为一的趋势，这也就是说，建筑设计师、工艺工人、制图员或工艺美术设计师既不能仅仅根据公式进行设计，又不能如同画家、诗人或音乐家那样自由设计。在各种艺术特别是艺术教学方面，设计一词含义广泛，尤指构图、风格和装潢而言。用作构图解时，设计指物件

所具有的各种内在关系的体系（人们以分析的眼光，认为这种体系是脱离物件的部分或整体而孤立存在的）。拉斐尔所作《圣母立像》的设计，就是取的这个意义。新古典派的设计就是指新古典主义风格的设计。满地花纹设计图案，就是布满一定面积而规律性地反复出现的装饰花样。”^①(图 1.2) 这里，“Design”语义的核心即所强调的是为实现一定的目的而进行的设想、计划和方案之义。不仅设计的范畴扩展到一切创造性的、为相关目的而进行的物质生产如人造物的领域，也包括文学、艺术等的精神生产领域，甚至包括经济规划、科学技术发展的前景、国家大政方针等诸方面的决策和方案等。只要是为了一定目的而从事设想、规划、计划、安排、布置、筹划、策划的都可以说是“设计”，即如赫伯特·西蒙所说：“凡是以现存情形改变成想望情形，为目标而构想行动方案的人都在搞设计。”^②

由此可见，作为名词的“Design”，最本质的意义是计划乃至设计，即预设一定的目标并为此而建立方案。若对此作进一步的限定，则专指与艺术设计相

关的计划与设计。日本学者利功光指出：“艺术在狭义上意味着美术的观念，Design 又特别意味着在绘画、雕刻、建筑、工艺中视觉造型诸构成因素的配置，大约与绘画中的构图(Composition)同义。假若只特别强调这些配置的抽象形式关系，则又意味着意匠或图案。而这些都可以作为本来的古典意义，而新的限定是以美和有用性为目标的工业计划乃至设计是以大工业机械生产为前提的工业设计。”^③

汉语中的“设计”，最早是“计谋”的意思。《三国志·魏志》高贵乡公髦传中有“赂遗吾左右人，令囚吾服药，密因鸩毒，重相设计”的记载，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”是设下计谋。明末清初小说《两交婚》第七回写不满 20 岁的黎青机巧横生，智计百出，时黎青对甘颂说：“我能为辛小姐设计耳。”此“设计”为谋划事情，出主意，因此同篇中有策画、画策、计策等同类词。在近现代设下计谋、算计等层面上的含义已日益淡化，主要指设想与规划。

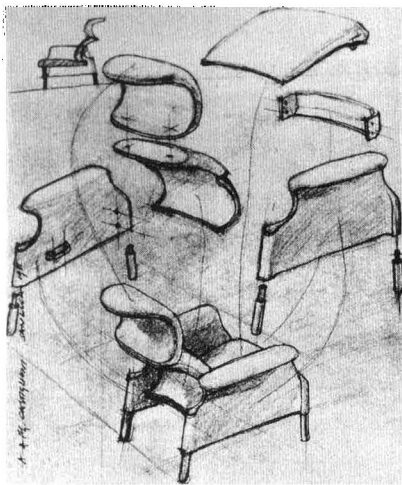


图 1.1 意大利设计师为座椅所作的设计草图(1961)

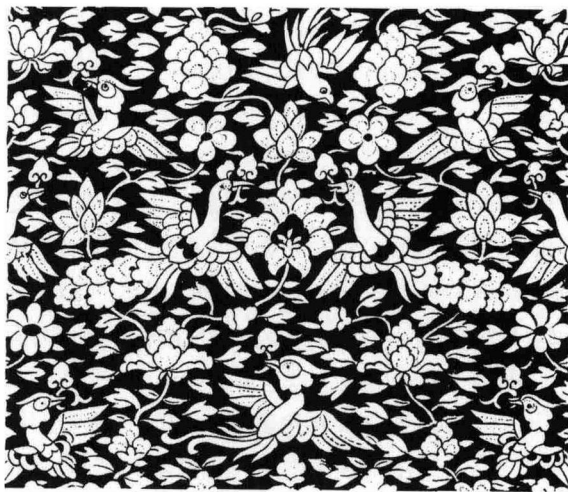


图 1.2 鸾鹤穿花缙丝纹样(宋代)

① 《简明不列颠百科全书》，中国大百科全书出版社，1986年版。

② 赫伯特·西蒙：《人工科学》，111页，北京，商务印书馆，1987。

③ 利功光：《设计的本质》，辛华泉译，《设计》杂志1988年第1期。

在文学艺术方面,与设计同义的还有“意匠”一词,从字面来理解,意匠即意图与匠心,指创作中的构思与设想。如杜甫赠画家曹霸将军《丹青引》中有“凌烟功臣少颜色,将军下笔开生面,诏谓将军拂绢素,意匠惨淡经营中”等句,曹霸为唐代画家,天宝末年诏写御马及功臣,笔墨深厚,神采生动(图 1.3)。这里的意匠指绘画开始时的设计、构思、推敲。唐代杨炯《<王勃集>序》谓:“六合殊才,并推心于意匠;八方好事,咸受气于文枢。”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,意匠自然非刻意所求已趋达一种境界。意匠与设计同义,如清代赵翼游苏州网师园后赋诗赠园主谓:“想当意匠经营时,多少黄金付一掷。”这里的意匠即指网师园的设计与建造。

在 20 世纪初,中国的有识之士为发展民族工业、参与国际经济与市场竞争,开始注重产品的装饰与设计,“Design”的概念已开始引入中国,按照当时的认识与习惯,特别是受日本的影响,

“Design”被译为“图案”、“美术工艺”或“工艺美术”等词。俞剑华在其编著的可以说是中国第一本设计技法专著《最新图案法》总论中写到:“图案(Design)一语,近始萌芽于吾国,然十分了解其意义及画法者,尚不多见。国人既欲发展工业,改良制品,以与东西洋相抗衡,则图案之讲求,刻不容缓!上至美术工艺,下迨日用杂器,如制一物,必先有一物之图案,工艺与图案实不可须臾离。”俞剑华将 Design 译成了“图案”,这在当时是容易被社会所理解和接受的,当时的所谓“图案”,包括平面的纹饰和立体的设计图样、模型在内。与图案一样,“工艺美术”一词也是标示“Design”的,据现有资料最早提出“工艺美术”这个词的是蔡元培,1920 年蔡元培在《美术的起源》一文中写道:“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。”他还注意到当时西方设计的发展以及与经济的关系,提出“近如 Morris(即威廉·莫里斯,英国艺术手工艺运动创始人,现代设计之父)痛恨美术与工艺的隔离,提倡艺术化的劳动,

倒是与初民美术的境象有点相近。这是很可以研究的问题。”20 世纪 30 年代,人们对发展工业设计有了更迫切的认识,柳林在《提倡工艺美术与提倡国货》一文中指出:“工艺美术即日常生活用品而经美术设计制造之技术,此种技术的结果世人称为工艺美术品或美术工艺品以与寻常有简易粗笨的工艺制品相对立。”他在文章中认为当时欧美、日本等国工业产品大量倾销我国城乡,主要原因就是他们注重设计,即注重产品的形式和质量,价格低效用大,而我国的产品则形式丑陋,“这很明显的完全是由于我国制造家实业家忽视工艺美术之重要,不以工艺美术为商品竞争之必要工具”的结果。

当时的专家、学者对设计重要性的认识还是清醒和深刻的。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,已有数千年的历史”,“所谓工艺美术,即实用美术。换言之:凡于日常生活器具之制造上加以美术之设计者,即得谓之工艺美术。所以工艺美术与人类日常生活,是有密切的关系。”



图 1.3 唐 韩干《牧马图》韩干为曹霸弟子,从韩干作品中可以想见曹霸的画风。

从名词上看,设计似乎是一个新名词,但早在人类造物的初期,设计就本质性地存在了。换言之一切人造物都是设计的产物,都有一个设计的过程。

“Design”与汉语原有词汇“设计”在本质上是—致的,与汉语中的策画、策划、意匠、图案等词意相近。中国汉语“设计”一词的多义使用与“Design”在英语世界中的多义使用的事实几乎遥相呼应,两者都随着时代和环境的变化而增添新的涵义。

二、设计的意义

设计是人类改变原有事物,使其变化、增益、更新、发展的创造性活动。设计是构想和解决问题的过程,它涉及人类一切有目的的价值创造活动。诚如每个人都能作出—定的设计—样,几乎每个人都能给出—个关于设计的定义。如设计是“—种针对目标的问题求解活动”(阿切尔《设计者运用的系统方法》1965);“是在特定情形下,向真正的总体需要提供的最佳解答”(玛切特《创造性工作中的思维控制》1968);是“从现存事实转向未来可能—种想象跃迁”(佩齐《给人用的建筑》1966);设计是“—种创造性活动——创造前所未有的,新颖而有益的东西”(李斯威克《工程设计中心简介》1965);“—种复杂的、半科学性的、有功能作用的实践模式”(罗杰·斯克鲁登《建筑美学》);“作为—种专业活动,反映了委托人和用户所期望的东西:它是这样—个过程,通过它便决定了某种有限而称心的状态变化,以及把这些变化置于控制之中的手段”(雅克斯《设计·科学·方法》1981)。阿克在《设计研究的本质述评》中认为,“设计像科学那样,与其说是一—门学科,不

如说是以共同的学术途径、共同的语言体系和共同的程序,予以统一—类学科。设计像科学那样,是观察世界和使世界结构化—种方法。因此,设计可以扩展应用到我们希望给以设计者身份去注意—切现象,正像科学可以应用到我们希望给以科学研究—切现象那样。”^①“设计”就其动词性的本意而言,其结构是开放性的,它既可以用作动词,又可以用作名词,因此,人们就有可能根据其词义去进行定义和概念分析。当然,这种定义和分析,必然带有时代的色彩和局限性。

1950年美国学者麦德华·考夫曼·琼尼在论述现代设计的著作中曾提出关于设计的12项定义,其具体内容是:

- 1)现代设计应满足现代生活的实际需要;
- 2)现代设计应体现时代精神;
- 3)现代设计应从不断发展的纯美术与纯科学中吸取营养;
- 4)现代设计应灵活运用新材料、新技术,并使其得到发展;
- 5)现代设计应通过运用适当的材料和技术手段,不断丰富产品的造型、肌理、色彩等效果;
- 6)现代设计应明确表达对象的意图,绝不能模棱两可;
- 7)现代设计应体现使用材料所具备的区别于它种材料的特性及美感;
- 8)现代设计须明确表达产品的制作方法,不能使用表面可行、实际却不能适应大量生产的欺骗手段;
- 9)现代设计在实用、材料、工艺的表现手法上,应给人以视觉的满足,特别应强调整体效果的满足;
- 10)现代设计应给人以单纯洁净的美感,避免繁琐的处理;
- 11)现代设计必须熟悉和掌握机械设备的功能;
- 12)现代设计在追求豪华情调的同时,必须顾及消费者节制的欲求及价格问题。

这12项定义,准确地说是现代设

计应注意的事项,这也许表明了20世纪50年代西方设计的基本倾向,如注重产品的功能和产品的形式美感、价格等,而对于产品与人与环境的关系的关注较少。

成立于1957年6月的国际工业设计学会联合会(ICSID),以专业组织的身份先后对工业设计作了几次定义。1964年它受联合国教科文组织委托在比利时布鲁塞尔举办的工业设计教育讨论会上,对工业设计作了如下定义:

“工业设计是—种创造性活动,它的目的是决定工业产品的造型质量,这些造型质量不但是外部特征,而且主要是结构和功能的关系,它从生产者和使用者的观点把—个系统转变为连贯的统—。工业设计扩大到包括人类环境—切方面,仅受工业生产可能性的限制。”

1980年联合会在巴黎举行的第十—次年会上把这—定义修改为:“就批量生产的工业产品而言,凭借训练、经验及视觉感受而赋予材料、结构、形态、色彩、表面加工以及装饰以新的品质和资格,叫做工业设计。根据当时的具体情况,工业设计师应在上述工业产品全部侧面或其中几个侧面进行工作,而且,当需要工业设计师对包装、宣传、展示、市场开发等问题付出自己的技术知识和经验以及视觉评价能力时,这也属于工业设计的范畴。”

这是—个被广泛接受的定义,从内容来看,它首先表明了设计的创造性质和意义;其次,注重产品的内部结构、功能与外观形态的统—;最后,从人的需要出发,即从“实用、经济、美观”的基本原则出发,以造物的实用功能或实用价值的实现为基点,运用科学技术和大工业生产的条件,达到为人所用的

① 转引自杨砾、徐立:《人类理性与设计科学》,13页,沈阳,辽宁人民出版社,1987。

目的。从根本意义上说,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,设计师的工作首先与社会价值相联系,与人的需求相联系,而不是与物质相联系。

与人的需求相联系,人的需求是多方面的,在基本的生活需求满足以后,更高一级的精神需求往往成为主要的需求,这种精神需求又往往是与物质需求相统一相融合的东西,是更需要设计师关注的人性需求(图1.4)。设计从物向人的转变,是设计在20世纪最深刻的转变之一。英国工业设计委员会顾问彼得·汤姆逊认为,正是这种在设计中对人的真正关注、对实现人性需求的关心和努力,导致了英国目前的一场第一次工业革命以来的第二次革命,这场设计革命安静、平稳但深刻激烈。20世纪80年代末期他在中国讲学时曾提出现代设计的五个基本原则,这些基本原则反映了西方现代设计在当代的一些本质内涵和发展趋向,其内容是:

1) 完整性原则,一件产品不仅局部

好看,好用,而且必须具有完整性;2) 变化原则,所有的东西都是在不断变化之中的,人的需求、欲望也在不断的改变,设计要了解人的需求的变化,并通过设计来不断地满足;3) 设计的资源,包括两方面,一方面是工业方面的材料、能源、工具运输等,一方面是设计师本身作为一种资源,是整个设计活动中的资源,要量力而行,不断补充自己;4) 综合原则,即充分了解市场、消费、人的需求、工业技术诸多因素,综合考虑,在设计中加以体现,以满足人的需求;5) 服务原则,工业设计师的工作是起协调和衔接作用的,它把生产与消费联系在一起,为人设计,为人服务。

20世纪90年代,由于全球自然环境的恶化,导致了设计界对环境的进一步关注,使设计从关注人与物的关系转向关注人与环境及环境自身的存在,出现了关注生态环境的设计思想和设计潮流;电脑及网络的发展使设计在物质和非物质两个层面上存在,出现了“非物质设计”的概念;这些发展使设计的定义也处于扩展和变动之中。当然,设计本质上是一种创造性的实践活动,人们

依据社会需要从事设计,而不是依据定义而作。另一方面,设计实践的丰富性和设计理论的包容性,使任何定义也总显得是相对的,只能从一些主要方面而不是所有方面揭示出设计的本质内涵。

第二节 设计的范畴

一、分类

设计,根据不同对象大致可以分为五大类:1) 现代建筑设计、室内与环境设计;2) 产品设计;3) 平面设计;4) 广告设计;5) 织品与服饰设计。在20世纪80年代,设计在一定意义上被称为“工业设计”,即工业设计包括了以上五方面的内容,这在其它一些国家也有如此分类。如在英国,工业设计指一系列的设计活动,其中包括染织和服装设计、装潢设计、陶瓷、玻璃器皿设计、家具和家庭其它用品设计、室内陈设和装饰设计,以及机械工程产品设计等。在法国,工业设计初始时代称为“工业艺术”,后来才确定为“工业设计”,包括产品设计、产品包装、产品造型,以及城市、社会与视觉传达和环境保护等有关的设计内容。日本的工业



图1.4 精神需求和人性需求,使设计的形式不断改变。

设计中还包括园林设计、城市规划之类的内容。随着现代设计的发展和学科建设的完善,因工业设计包括其它方面的内容而带来许多的不确定性,难以准确界定不同专业的联系与区别,因此,设计界普遍倾向于按照设计的类型划分不同的设计,如产品设计、平面设计等等。在中国,经过十多年的发展,设计界也取得了共识:工业设计主要指产品设计。(图 1.5)

就世界性设计学科的发展和建设来看,上述划分应该说是比较合适的。王受之在《世界现代设计史》中将设计分为七部分,他将织品与服饰设计单列,并将为平面设计和广告设计服务的技术部门如摄影、电影与电视制作、商业插图单列为一类。

设计可以不同的方式进行分类,除大类外,还可以分为许多细目,如建筑与环境设计方面有都市规划设计、社区规划设计、住宅规划设计、商业建筑设计、住宅建筑设计、室内设计、园林设计;产品设计有汽车设计、家用电器设计、家具设计、文具设计、工具设计等等;平面设计有装潢设计、包装设计、企业形象设计、书籍整体设计等。

二、室内与环境艺术设计

环境艺术设计是一个新兴的设计学科,它所关注的是人类生活设施和空间环境的环境艺术设计。20世纪80年代以前这一学科又称作室内艺术设计,主要从事建筑物内部的陈设、布置和装修,塑造一个美的且适宜人居住、生活、工作的空间。随着学科的发展,室内设计的概念已不能适应本专业发展的实际和需求,因为其设计领域已不局限于室内空间,而是扩大到包括室外空间环境的整体设计,室外环境包括大型的单元环境设计、一个地区或城市环境的整体设计等多方面。从室内设计发展到室内外环境兼顾的设计,包括公共空间环境的设计;从公共空间环境的设计到区域设计进而到城市设计;所谓城市设计已不仅是对街道、建筑、绿化等作具体的艺术设计,而成为在一个地区乃至整个国家范围内配置空间的一门艺术。^①环境艺术设计的目的是为人创造出符合人体科学需要,适应人各项活动要求,舒适宜人的空间环境。从室内到室外,从地面、壁面、顶面的处理,到采光、视听、音响、空气交换、气温调节和家具、用具、用品的设置陈设等各方面的设计,包括根据整体设计而进行的家具、饰件等的

设计制作在内。它是与建筑、园林等密切联系的综合性的设计艺术。

从历史而言,室内设计或环境艺术设计并不是现代才出现的。早在人类开始从事住宅等建筑时,室内设计亦已经开始出现了。人们总是按照人类自己生活、工作的各种需要来布置居室和美化空间环境,诞生出了与之相适应的各种室内设计、陈设艺术和风格,也诞生出了相应的包括园林庭院设计在内的环境艺术设计体系。它在本质和目的性等方面与现代的环境艺术设计没有太大的区别。不过,现代环境艺术设计具有现代科学技术的意义,它运用现代社会科学技术的发展成果来建造更美、更适用、更宜人的空间环境(图 1.6)。与旧有的、传统型的陈设艺术相比,现代环境设计更注重现代生活品质,相对淡化了传统陈设艺术中的社会意识,如在中国明清陈设艺术中,厅堂的正中部位常安排有神像、祖先牌位等,依次而设置的桌、椅、茶几等构成一个相应的所谓“神圣空间”和尊卑次序,不仅礼于祖先和圣贤,还有尊卑等位序的内在规定,陈设形式之美往往限定于一定的社会意识(图 1.7)。而现代室内陈设中则以舒适和审美为主要目标,一些传统文化的内容



图 1.5 电话机设计 爱瑞克·昌(美国)

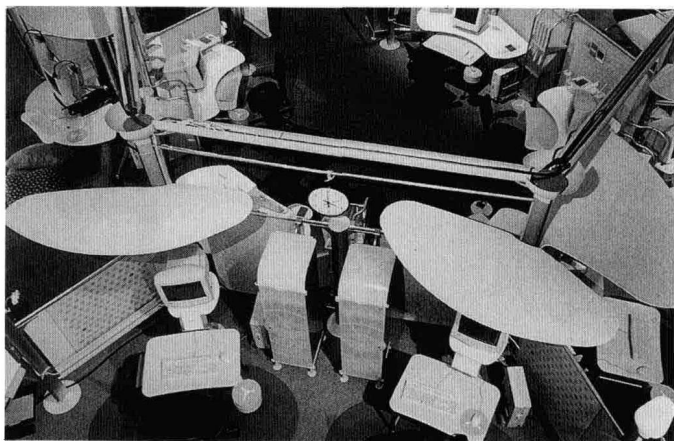


图 1.6 工作间设计 A. 勃塞尔(美国)

① 参见让·拉特利尔:《科学和技术对文化的排战》,106页,北京,商务印书馆,1997。

往往作为一种形式而加以抽象运用。

环境艺术设计的一个重要现代品质就是对环境的密切关注。随着现代社会的发展,自然环境日益遭到来自多方面的破坏,环境污染严重,致使生态环境出现危机。这迫使人们对自己的行为和生存作出选择,因而进行科学的、有目的的环境艺术设计成为人类拯救环境、与自然相存共处的一个十分重要的努力方向。通过环境设计,提高环境质量、创造理想的与自然共处互益的环境,已成为环境艺术设计的中心任务。现代“环境意识”的增强促进了“环境设计”概念的确立和环境设计专业的发展。

现代环境设计是一种空间环境的整体设计,其涉及面广,装饰手法多样,使用材料丰富。作为一种综合性的设计艺术,它不仅涉及装修等各种工艺,也包括了雕塑、壁画、园林、建筑设计、广场设计等方面。作为内部环境的室内设计,是在整个环境系统中与人发生最密切关系的设计,它既有物质性方面的要求又有精神方面的要求,是环境艺术设计的重心所在。从内容上看,它包括空间形象设计、装修设计、室内物理环境设计和陈设设计几方面。空间形象设计是一种空间结构的总体设计,解决空

间的尺度、比例、协调等结构问题;装修设计是总体设计的具体实施,按照空间结构的整体设计,进行墙面、地面、天花板、间隔等的处理;室内物理环境设计,解决室内通风、保暖、温度调节等方面的工程性设计,这是保证室内环境质量的重要方面;室内陈设设计包括家具、灯具、织物、艺术陈设品、绿化植物等。综合的环境设计创造出一种具有现代文化特征和品味的居住和生活环境,人成为环境的主体,又是自然的一部分,与自然相融而不是相隔,人在人造的环境中得到与自然和谐统一的愉悦与满足。在优秀的设计中装饰的形式美具有深厚的文化品质和美学价值,实际上是人对某种文化境界的体味和追求。

每个人都生活在一定的环境和空间中,我们的居住空间需要美化和设计。环境艺术设计、室内设计不是简单地刷涂料、铺地板、挂些装饰品就完成了,真正的设计不是表面的装修涂饰,而是一种整体的空间设计与构造,是按照室内设计的各项功能性要求,为人们设计出宜人的生活和工作环境。

三、产品设计

产品设计即工业产品的艺术设计,

在学科目录上为“工业设计”。工业设计一词来源于英文“Industrial Design”,是指在现代工业化生产条件下,运用科学技术与艺术结合的方式进行产品设计的一种创造性方法。这里的工业设计不是工业的机械结构设计,而是工业生产产品的艺术设计。主要解决在一定物质技术条件下工业产品的功能与形式,结构与符号等的关系,通过产品造型设计将功能、结构、材料和生产手段、使用方式统一起来,实现具有较高质量和审美向度的合格产品的目的(图1.8)。这种设计,既充分考虑了产品的功能价值,又在此基础上充分考虑到它的审美等其它价值,产品内在合理的功能结构通过美的艺术设计形式得到自然展现,设计使产品生产合理化,并降低了成本,提高了生产效益,满足了消费者的各方面的需求,体现了社会发展进步的必然性。

世界各国对工业设计的理解和界定不尽相同,对工业设计范畴的规定也不一样。如英国,工业设计包括所有的艺术设计门类,有染织和服装设计,装潢设计,陶瓷、玻璃器皿设计,家具和家庭用品设计,室内陈设和装饰设计以及机械工程产品设计几大类。日本的工业设计还包括园林设计、城市规划设计之



图 1.7 中国传统室内陈设体现着严谨的对称和秩序,有着强烈的社会意识和精神内涵。



图 1.8 自行车设计 M. 格拉斯(美国) 1999

类的内容。中国的工业设计，最初是“Design”的同义词，20世纪80年代初曾称为“工业美术”，后来改称为工业设计，随着学科的细化和工业设计、平面设计、室内设计等科系的设置，形成了工业设计专指产品设计这样的现实。这样，工业设计从分类上看，也就有了广义和狭义两种范畴，广义的即“设计”，狭义的指工业产品的设计。

工业设计的主要品类有：

1. 生活用品类：家用电器、家用机具、饮食器具、家具、照明器具、卫生设备、玩具、旅行用品等；

2. 公共性商业、服务业用品类：计费机具、自动售货机、电话机、电话亭、打字机、公共办公用家具、文具、数字化办公设备、清扫设备、医疗器械、电梯、传递设备等；

3. 工业和机械设备类：机床、农用机械、通讯装置、仪器仪表、起重设备、传送系统等；

4. 交通运输工具、设备类：汽车、自行车、摩托车、轮船、机车以及其它车辆、飞机及道路照明设施、宇航设备等。(图1.9)

四、平面设计(装潢设计)

平面设计，来自英文“Graphic Design”一词。1922年美国设计师德维金斯在讲述自己的书籍装帧设计时第一次

使用了这个词，第二次世界大战后设计界开始接受和使用这一术语，在20世纪70年代之后，这一术语得到广泛使用。从“graphic”一词的词义看，它包含两方面内容，一是作为形容词，有图形、图示、印刷、书写、绘画、雕刻的含义；二是作为名词，表示“说明性图画或图表。”在设计著述中，它又指版画和印刷术及通过复制手段而传播的图像图形。因此，平面设计，又有图形设计、印刷设计、视觉传达设计之称。

平面设计，其设计的对象和范围限定在“二维”的空间维度之中。二维的设计，主要是图形、文字等形象和信息要素的综合设计，其图形，既可以是插图、摄影照片、纹样、标志、符号，也可以将整个平面设计作品看作一个完整的图形方式，它用易为人所接受的艺术化的图形方式，传达或表达信息，实际上是一个信息表达和传达的图式系统(图1.10)。作为艺术设计中与三维的产品设计相对应的一个重要方面，它几乎包括了所有二维层面上的设计活动。

平面设计的一个现代特征是与现代印刷技术的结合，在一定意义上，它是近现代印刷技术发展的产物。从设计的本质上看，设计是面向大众的，传播是其本质之一，因而平面设计的传播和大众性至为重要，这可以说自古以来即是如此。印刷是一种复制方式和技术，早

在新石器时代，人们已具有印刷复制的意识和追求，如陶器工艺上使用的陶拍压印即是一种印制技术，中国印玺、早期的封泥印都有相类似的性质，汉代出现的泥金银印花技术，使用模版印制统一的纹样，这种方式用在书籍的生产中，便产生出了书籍的印刷术。中国是发明印刷术的国家，有印刷就有平面设计的存在，因此，在现代工业的印刷产生以前，中国传统的印刷伴着传统的平面设计活动。现代印刷技术的诞生，使平面设计进入了一个新的发展阶段，尤其是计算机作为设计工具，更带来了平面设计领域的一场革命，设计手段的变革，使平面设计的构成方式和表现形式甚至图式语言都发生了很大变化。(图1.11)

现代印刷和复制方式很多，与此相关的平面设计是该领域的主要内容，它包括书籍设计、包装设计、标志设计、企业形象设计、字体设计及其他出版物的设计等等。“平面设计是把平面上的几个基本元素，包括图形、字体、文字、插图、色彩、标志等以符合传达目的的方式组合起来，使之成为批量生产的印刷品，使之具有进行准确的视觉传达的功能，同时给观众以设计需要达到的视觉心理满足。”^①

平面设计，其最终产品不一定是平面的，如包装设计，有平面设计，又有非平面的设计，按照已有装潢设计的

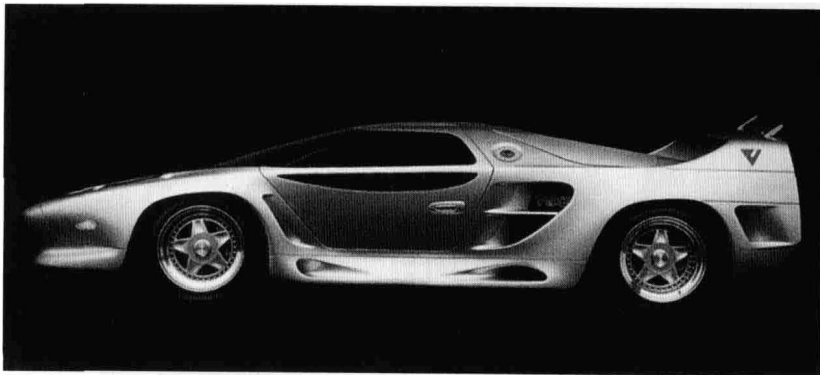


图 1.9 汽车设计 贝尔·艾森工作室(美国)



图 1.10 招贴 爱墨瑞·文森特(澳大利亚) 1994

分类,包装是装潢设计的一个重要领域,是商品进入流通领域的通行证。有商品就必须有包装,一个好的包装是一个好的商品完美整体结构的一部分。包装是一种需要,是保护商品、美饰商品、宣传商品、有效存储、方便生产与运输、降低成本、便利销售与使用、增加商品存在价值的需要。包装的基本功能表现在保护功能、便利功能、商业功能、心理功能等方面。为适应各类商品的保护要求,在材料、强度、结构方面都需要有科学而精到的设计。便利功能,主要是保障物品在流通过程中对运输、保存、销售、使用者的便利;商业功能表现在构造设计上的经济、合理、耐用以及外观设计的有效性;心理功能指商品包装在外观形体上对购买对象所造成的潜在影响,促进销售的进行。根据内在商品的不同,可以分作许多类,如食品包装、原料包装、织物包装、文具包装、五金机械包装等,也可分成工业包装、商业包装等几大类。包装材料以纸品、木材、玻璃、塑料、织物等为基质,不同材料可以造成不同的效果。

“装潢”是设计学科中的传统概念,现在仍在用,如装潢设计、包装装潢等等。“装潢”一词经常被误写为“装璜”,“璜”是指半璧形的玉,因此,装

璜是说不通的。而“潢”是指“染纸”(用药物染纸,以防蛀)。“装潢”原指中国古代书画卷轴的“装裱”。宋代以后,装裱的不仅有书画,锦盒等包装制作也用装裱的方式,即由装潢工匠来完成,因此,装潢后来成为一种包含包装、商标、广告、装裱等工艺在内的设计门类,可以说与平面设计相同,也包含了视觉传达设计的内容在内。

装潢设计是商品形象建构的重要环节,亦是充分体现商品价值的手段,通过宣传与促销服务,体现出装潢本身强烈的实用目的性,而决不是为装潢而装潢,当然实用目的的实现,必须充分考虑大众消费心理和审美需求。因此,装潢设计往往成为最关键的一环。优秀的包装设计,能够激发人们积极的需求,引发购买欲望,实现购买行为。而且为商品和制造者传达商品信息,树立信誉,沟通生产与消费之间的有机联系,最终推动商品经济的发展。商品包装能体现一个国家的经济水平和设计水平,也是商品竞争的重要工具。(图 1.12)

平面设计的实用性,要求设计者从设计的预想计划起,就把作者、媒介、消费者或接受者纳入到一个整体系统之中来考虑,而且把可能产生的效益作为预设目标,以时代变革的步伐为节奏,

通过现代大众传播媒介将信息以明确、易识别、易懂、形象的方式传达给受众,并使这种信息的传达在审美的、具有艺术欣赏性的过程中实现,这是平面设计师重要的职责之一。

五、广告设计

广告设计因广告媒介的不同而有不同的分类,印刷品的书刊、报纸、单页广告;电视、广播、霓虹灯等的电子媒介广告;招贴、看板、幌子、招牌一类的广告;直邮广告;POP广告以及以实物或仿真的广告等等,种类和形式很多。通过印刷而制作传播的广告又可以归入平面设计范畴。因功能不同而可以分为商业广告、公益广告、时政广告等;依传播范围而有所谓的国际性广告、全国性广告、区域性广告等;因时间长短而有新闻性广告、长期广告、短期广告等。

在现代社会,广告日益成为人们政治、经济、文化、生活中不可缺少的一部分。随着大众传播系统的发展、完善,人们的生活便处在了多种信息的吸收与反馈的制动过程之中。因此,广告对人外在生活和内在精神的渗入和影响,连同它在社会活动中的结构和作用,已形成了一种综合质的文化现象。而广告的艺术品质,又使广告本身介于实用与审

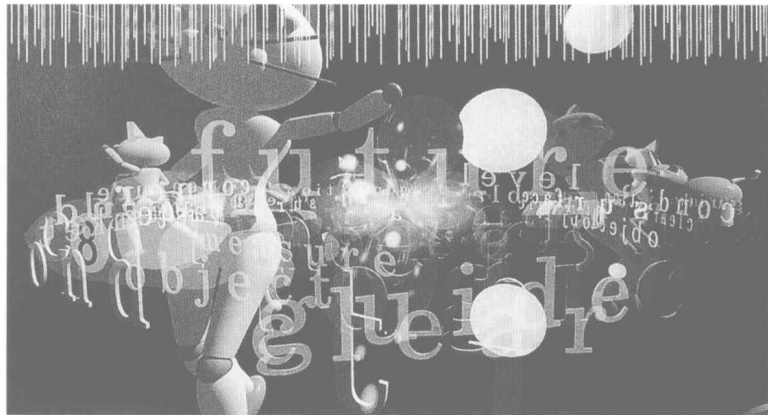


图 1.11 移动图像 G. 波德曼 (美国) 1999



图 1.12 酒包装设计

① 王受之:《世界现代平面设计史》,第1页,新世纪出版社,1999。

美的两极之间，成为实用与审美的结合体，一个完全艺术化又实用化的艺术新形态。

广告是社会经济发展的产物，是生活的镜子，又是人类借助传播媒介展现其文化、艺术创造力的窗口，是美学理想的大众化产物。广告作为文化，作为艺术，作为一种经济活动，它对社会和人的影响，比起其它文学艺术作品具有更深刻的渗透力和强迫性。广告从一开始就以争取更多的受众为基础，它不仅意识到了自己的社会尺度，而且自身已彻底社会化了。

所谓广告，最具体也最抽象的定义是“广而告之”。《新华字典》的解释是：“广告是一种用登报、广播、招贴等形式介绍商品、服务性事业等的宣传方式。”在西方，相当于中国广告一词的 advertising，语源出自拉丁语 *advertere* 和法文 *advertir*，含有通知、告知、宣告、引人注目、引导人们的观念和使人们表示赞同等基本意义。随着现代广告的发展，人们从广告的特征、内容、意义等方面对广告作了各种定义和解释。如：“广告是收费的大众宣传，也是一种诱导行为”，“广告是非个人的单向的大众传播”，“是通过媒介，将购买所需要的信息提供给人们的一种事务活动”，“是为了对销售、使用、投票、承认等施加影响的行动”，“是改变公共思想风貌，废旧立新的一种社会性宣传方式”，“广告是最好的新闻，新闻是最好的广告”等等。得到西方广告业认可的美国市场营销学会为广告所下的定义是：“广告是由可识别的倡议者以公开的付费的做法对产品或服务，甚至是对某项行动的意见或想法进行非人员性的任何形式的介绍。”^①从大多数的广告定义来看，一

般都偏重于广告的商业、经济性宣传以及满足于这方面的功能，或限定在市场营销等单向领域。

广告包含着社会生活各方面广泛的信息内容，从市场销售到政治宣传、社会运动、人才劳动力招聘、征婚、遗失启事等等，使用者从政府、企事业单位、团体到个人，涉及整个社会活动领域。因此，广告的定义应当尽量把握广告的本质特征和根本属性，包含它特定的内涵和外延，从这一意义上说，杜莫尹斯的广告定义显得较为全面，他认为：“广告是将各种高度精炼的信息，采用艺术手法，通过各种媒介传播给大众，以加强或改变人们的观念，最终引导人们的行为的活动。”^②这一定义所揭示的广告特质及其内在的张力，与广告发展的历史和实践是吻合的。

广告是随着市场经济的形式而生发出来的。在中国，早在原始社会后期，人们便开始了物物交换活动。再后，人们“服牛乘马，引重致运，以利天下”，随着“因井为市”式的集市的形成，叫卖形式的推销活动便有了产生的基础。《韩非子·难一》篇中有楚人卖盾与矛的故事，也说明了出售矛与盾牌的楚人是以叫卖声来从事广告宣传的。宋人孔武仲还有“萧条过百五，犹有卖花声”之句，也反映了市场叫卖活动。叫卖形式的推销活动自从日中为市的上古时期开始，至今在市场上仍能见到，是一种流布很广的广告推销活动。店铺门口设以旗帜、灯笼、文字牌匾等广告标识，在中国古代同样有着悠久的历史传统。《吕氏春秋》高诱注云：“里谚所谓悬牛头而卖马脯”，和俗语中的“挂羊头卖狗肉”一样，表明在古代市场上，商人们还曾以实物来作广告。唐代张籍有

“高高酒旗悬江口”，宋代陆游有“酒帘傍堤斜”之句，也是描写广告幌子的。从广告的广义来看，古代文告之类的官方、民间广告更是种类繁多。现代意义上的报纸广告开始于 1858 年，当时的广告以招租、遗失、声明、寻人等人事通告式广告为主。1872 年上海早报创刊，即开始刊登广告，当时主要是以外商广告为多。随着外国商人的增多，户外广告如招贴、油漆广告牌、电气广告、橱窗广告开始出现在主要大街上。1922 年上海中国无线电公司设立广播电台，以及 1925 年美商开洛公司在上海设立的广播电台，都以商业广告为主要内容。本世纪三四十年代是中国近代广告史上的盛期，有了专门的广告机构，有不少专业从业人员，使用单位对运用广告也相当重视，出现了一些好的广告作品。

现代广告的历史只有一百年，但整体意义上的广告历史却是很长的。在西方，广告的历史可以追溯到古希腊、罗马时期。当时随着物物交换风习的发展，形成了市场，起初几乎所有的广告活动都是靠声音来传递的。这种叫卖可以说是现代广播广告的先驱。后来出现了专职的叫卖者，或称告示员，公共的布告和私人性质的广告，主要靠告示员和招贴进行。12 世纪曾公布了叫卖人的法则，1641 年时巴黎城中从事叫卖推销的达 400 余人，这种公告员制度在西方一些国家一直持续到 19 世纪末。罗马时代街头贴有很多广告，比较盛行的是图书广告，还有作家演讲的广告。在庞贝城废墟发掘出的资料表明，当时的广告主要是用于选举的推荐书、击剑比赛广告和信贷广告，商业和商品的广告却没有。

英国伦敦博物馆现藏有一张最早的

① 《中国广告》1983 年第 3 期

② 《中国广告》1983 年第 3 期。

广告,这是在泰班发掘的纸莎草文书中的一份寻人告示,告示要求泰班善良的市民们为捉拿逃亡的男奴隶吉姆而协力合作,并告诉市民有金币奖赏。告示中所说的“为诸君定制织造上等好布的织匠巴布”这类语言业已近似于专门广告用语了。城市、市场发达以后,店铺的招牌和各种标志、看板盛行。中世纪广告就以标志为主。在标志上大都以图案、实物等来表示行业。印刷术的发明使广告进入了一个新的发展时期。1597年在佛罗伦萨第一次出现了报纸,并每周刊发一次商业广告,1600年初在法兰克福、巴塞尔、维也纳等也都出现了报纸。法国第一张时事要闻报发刊,刊登的第一张广告是出售书籍的广告;美国第一张报纸是1690年的《波士顿每周新闻》,创刊号上就刊有广告;1784年宾夕法尼亚出现了第一份日报,这表明日报时代的开始,广告的传播也开始了一个新发展时期。

美国第一家广告代理商1840年出现于费城,1887年成立美国报业联合会,同意广告代理人的代理作用。1911年世界广告协会成立。现代意义上的广告迄今已有近百年的历史,在这期间广告得到了巨大的发展,以被称为广告王国的美国为例,1900年广告费用为5亿多美元,1929年广告费用为34亿美元,1940年广告费用为40亿美元,1960年为110亿美元,1980年超过547亿美元,1985年达960亿美元,1986年突破千亿美元大关。1989年达到1239亿美元,占国民生产总值的2.37%。数十年来,美国广告费用都占世界广告费的一半左右。1981年世界广告费用总额在1100亿美元,1986年世界广告费总计2000亿美元。

中国的广告业从20世纪80年代初

进入了一个迅速发展时期,至1990年,全国广告经营额达到25亿元,有1万家广告经营单位。1996年已达到300亿元,有5万余家广告经营单位,从业人员达到51万人。2000年中国内地广告开支达到861亿元,居亚太地区之首(图1.13)。其中报纸广告额为146.47亿

元,有六家报社广告额超过5亿元。

在现代,广告除作为产业的一部分获得巨大发展外,在艺术、科学研究等方面也取得了重要的发展和进步。作为广告设计师,更应从艺术与科学技术结合的角度把握广告设计的特质,为社会创作出更优秀的广告作品。

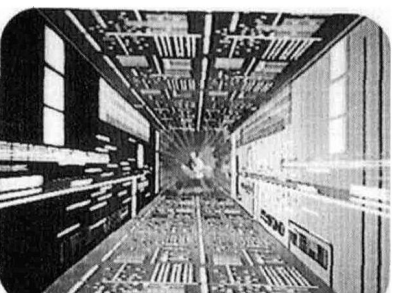
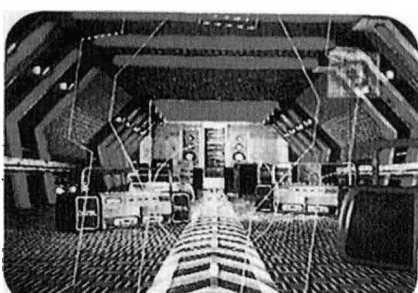
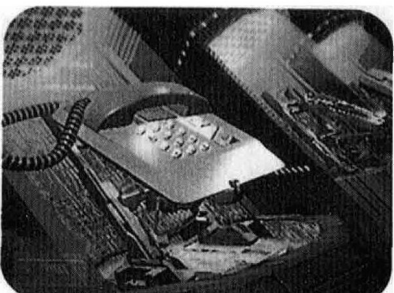
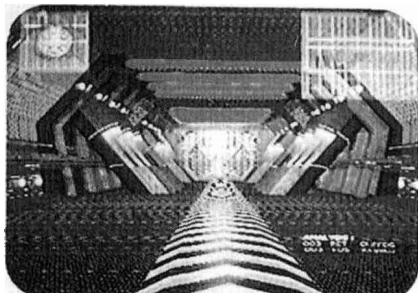
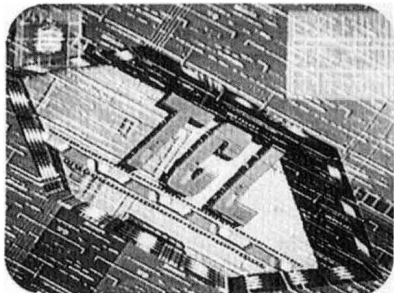
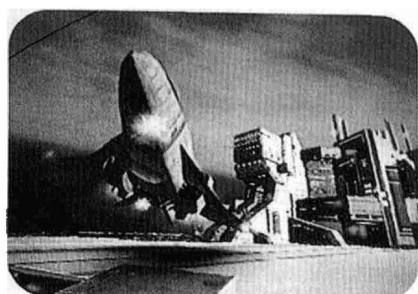


图 1.13 电视广告