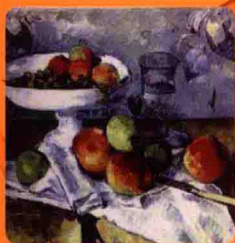




全国高等院校艺术设计规划教材



艺术设计概论

(第二版)

赠送
电子课件

席跃良 编著



清华大学出版社

全国高等院校艺术设计规划教材

艺术设计概论

(第二版)

席跃良 编 著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是全国高等院校艺术设计规划教材之一，2017年完成的再版，是为满足“设计概论”教学第一线的实际需要，在第一版的基础上，结合多年来作者课堂经验与教改成果而编写的。本书系统地研究并介绍了设计的基本理论、发展历史、设计领域、设计方法和设计师职责等相关理论课题，全面指导学生提高艺术与设计的专业知识和技能。全书共8章，从设计的原理、设计的特征、视觉传达设计、产品设计、环境设计、古代的设计、现代设计的发展、设计的主体等方面进行了深入浅出的理论阐述。

本书既可作为高等艺术与设计院校及相关专业本科教学的主教材，也可作为艺术爱好者的学习用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。
版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

艺术设计概论/席跃良编著. —2版. —北京：清华大学出版社，2018
(全国高等院校艺术设计规划教材)
ISBN 978-7-302-48918-4

I. ①艺… II. ①席… III. ①艺术—设计—高等学校—教材 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第286647号

责任编辑：刘秀青 陈立静

封面设计：刘孝琼

责任校对：李玉茹

责任印制：王静怡

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载：<http://www.tup.com.cn>，010-62791865

印 刷 者：北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者：三河市漂源装订厂

经 销：全国新华书店

开 本：190mm×260mm 印 张：22 字 数：532千字

版 次：2010年4月第1版 2018年1月第2版 印 次：2018年1月第1次印刷

印 数：1~2500

定 价：69.80元

在我国高等艺术教育转型发展的今天,为满足各地院校、师生在教材使用中的实际需求,为使本教材的内容和含量更新颖、更紧密地贴近大数据、信息化时代的脉搏,为深入贯彻国务院学位委员会办公室增设艺术学科门类、教育部新颁布的专业目录——艺术设计专业升格为“设计学”一级学科的精神,拟对本书进行梳理与再版。再版中,对原书做出了如下修订。

(1)按照教育部专业目录规范,将“艺术设计”调整为“设计”和“设计学”。正像我们亲身经历的:20世纪90年代将“工业设计”调整为“艺术设计”一样,这是时代发展和教育教学第一线的实际需要。

(2)为使本书知识结构更具先进性、科学性、经典性等特色,除了相关内容与当代学科前沿语境保持一致外,在书中相关章节内增加了与“信息化设计”“互联网+现代设计”及“新媒体设计”方面的一些切切实实的教学内容,对一些重复叙述、观念需转型之处进行了删改、兼并和凝炼,调整修改内容近三分之一。

(3)全书除经典性、历史性、代表性方面较难变动的插图外,对三分之二的图片和案例做了更新,是从国内外最新资料、各地院校师生优秀范作中选取的(图片佚名者,因一时无法查找,在此致歉)。

设计,从本质上讲是一种具有功能性的创作思维活动的过程。它可以使人从不同的侧面去认识和理解事物;它是一种创新,不断突破先前的惯性思维定式,而创造出一种新颖的、高人一筹的设计方式。设计扎根在现实的土壤中,社会生活源源不断地触发人们的设计灵感,这些灵感经由设计师运用相关的图形、图像、文字等信息语言表达出来。因而,人们眼中一切美妙的事物,都可以借助设计将意念转变成有形的现实空间。

设计满足了人们审美的多种需求,为人们带来了多样化的选择和多样化的艺术形式,诸如环境、服装、产品、网络、家具、广告、招贴、影视、书籍装帧、三维动画等。设计对于设计师来说,首先是要让大众欣赏继而接受并认同,因为归根到底设计作品是要给人看、给人用的,要有审美和使用价值才有意义,因而故弄玄虚的创意设计是无意义的。设计这门艺术,与生俱来地负载着特有的美学规律,与世界上的所有具有规律的事物一样,美学的规律深奥博大,并与各门学科相互渗透,不是个体行为。设计师也只是运用自己对美学规律的“一孔之见”进行设计,可能是完美的,也可能不够完美。设计作品不仅仅是让一部分人使用与鉴赏,生活中更多地讲究适用加美观,设计是为人民服务的。如果我们做到了这一点,那就会成为一位受广大消费者拥戴的设计师。

设计作为以艺术学和工程技术学相结合为基础的体系,不同于技术设计(机械和电气设计),技术设计旨在解决物与物之间的关系,主要涵盖内部功能、结构、原理、组装等技术因素;设计在解决物与物关系的同时,还侧重解决物与人的关系,涉及设计品的外观造型、形体布局、操纵安排、饰面效果、色彩调配等艺术因素,同时还要考虑设计对人的心理、生理的作用,从而提高产品的市场竞争力。正如有的时装设计师所说,他设计的不是女装,而是女性本人——她的外貌、姿态、情感和生活风格。因此,虽然设计师直接设计的是产品,

但间接设计人的行为和观念、人的形象和生活方式，是设计师的真正目的。设计要受到文化的制约，同时它又在设计某种文化类型，设计师通过设计可以改变文化价值。设计是艺术和科技、经济、文化的融合，集成性和跨学科性是它的本质特性。

当我们悄然进入 21 世纪这样一个知识经济、信息化的“大数据+创新设计”时代时，随着这种高速发展，社会结构和人们的生活全面改观，社会对设计人才的需求内涵也发生着深刻变化；对人才的素质也提出了更高的要求；设计教育的内涵、方法、学科专业设置也因此发生了巨大的变化；设计学学科专业的设置及构架正在朝着适合市场需求与时代同步的新途径和新方向发展。本书作为全国高等院校设计学科规划教材系列之一，正是为融入这一大时代的“大设计”理想，为满足“设计概论”课程教学需要而编写。

本书再版，是在第一版构架基础上进行的。全面、系统地讲述了设计的基本理论、发展历史、设计领域、设计方法等方面的内容，并结合设计实践教学的规律，突出设计学科各专业与高等学校艺术与设计教育的特色，全面指导学生提高艺术与设计的专业知识和技能。全书共 8 章，内容为：设计的原理、设计的特征、视觉传达设计、产品设计、环境设计、古代的艺术设计、现代艺术设计的发展、设计的主体，深入浅出地进行了理论分析。通过本书的学习，使学生明确了解我国设计的教学趋向；了解国内外设计的实践、组织管理的发展动态；掌握设计学科各专业知识技能的一般规律和方法；能熟练地配用、选用设计技能和相关器材；遵循设计—制作—施工等不同阶段、层次工艺技术的特殊规律，规范实践和指导专业设计；熟练地掌握设计和操作秩序，并能有效地投入设计的组织与管理过程。

在本书的再版修订过程中，得到了上海杉达学院领导和有关部门的大力支持与帮助，得到清华大学出版社“高等院校艺术设计规划教材”编委会的悉心指导，感谢本书责任编辑在图书出版过程中所给予的诸多帮助，以及相关任课教师及许多同学的协助，在此一并致谢。

由于时间紧迫，对信息时代瞬息万变的设计形态的探索正处在进行时，理论的思辨与归纳尚在探索之中，加之作者水平所限，书中难免存在疏漏和不足之处，敬请专家和广大读者批评指正。



设计,从本质上讲是一种具有功能性的创作思维活动的过程。它可以使人从不同的侧面去认识和理解事物;它是一种创新,不断突破先前的惯性思维定式,创造出一种新颖的、高人一筹的设计方式。设计扎根在现实的土壤中,社会生活源源不断地触发人们的设计灵感,这些灵感经由设计师运用相关的图形、图像、文字等信息语言表达出来。因而,人们眼中一切美妙的事物,都可以借助设计将意念转变成有形的现实空间。

艺术设计满足了人们审美的多种需求,为人们带来了多样化的选择和多样化的艺术形式,诸如环境、服装、产品、家具、广告、招贴、网页、书籍装帧、三维动画……艺术设计对于设计师来说,首先是要让大众欣赏继而接受并认同,因为归根到底设计作品是要给别人看、给别人用的,要有审美和使用价值才有意义,因而故弄玄虚的创意设计是无意义的。设计这门艺术,与生俱来地负载着特有的美学规律,与世界上的所有具有规律的事物一样,美学的规律深奥博大,并与各门学科相互渗透,不是单一的个体行为。设计师也只是运用自己对美学规律的“一孔之见”进行设计,可能是完美的,也可能不够完美。设计作品不仅仅是让一部分人使用与鉴赏,生活中更多地要讲究适用加美观,设计是为人民服务的。如果我们做到了这一点,那就会成为一位受广大消费者拥戴的设计师。

20世纪初我国引进了西方设计的理念,虽然那时没有使用“设计”或“艺术设计”这样的术语,然而长期以来,艺术设计的教育实践一直持续发展着。当然,相当长时间内是局限在“工艺美术”“工艺装饰”“民间工艺”和“美工”这么一个不大的范围内,甚至在“艺术”的眼光下,把设计看成一门“匠气”“俗气”的“手艺”。改革开放后,自20世纪80年代始,我国许多工科与艺术院校陆续创办了“工业设计”专业;90年代又纷纷更名为“艺术设计”专业。特别是进入21世纪以来,形势发生了根本性的变化,艺术设计迅速融入全球化、网络化的轨道中,成为不容忽视的巨大产业。

艺术设计作为以艺术学与工程技术学结合为基础的体系,不同于技术设计(机械和电气设计)。技术设计旨在解决物与物之间的关系,主要涵盖内部功能、结构、原理、组装等技术因素;艺术设计在解决物与物关系的同时,还侧重解决物与人的关系,涉及设计品的外观造型、形体布局、操纵安排、饰面效果、色彩调配等艺术因素,同时还要考虑设计对人的心理、生理的作用,从而提高产品的市场竞争力。正如有的时装设计师所说,他设计的不是女装,而是女性本人——她的外貌、姿态、情感和生活风格。因此,虽然艺术设计师直接设计的是产品,但间接设计中人的行为和观念、人的形象和生活方式,是设计师的真正目的。设计要受到文化的制约,同时它又在设计某种文化类型,设计师通过设计可以改变文化价值。艺术设计是艺术和科技、经济、文化的融合,集成性和跨学科性是它的本质特性。

当我们悄然进入21世纪这样一个知识经济、信息化的时代时,随着我国经济的高速发展、社会结构和人们的生活全面改观,社会对艺术设计人才的需求内涵也发生了变化,对人才的素质也提出了更高的要求,艺术设计教育的内涵、方法、专业设置也因此发生了巨大的变化。设计专业的设置及构架应寻找适合市场需求与时代同步的新途径和新方向。中国作为一个发展中国家,设计教育规模却是全球第一。据不完全统计,中国现在艺术、设计类院

校,包括开设艺术、设计类专业的高校有700~800所。但设计在我国仍属于一门新兴的学科,存在着诸多的不完善之处。它不仅要发展和巩固已有的成果,而且要解决存在的问题,例如:院校之间雷同的学科体系、雷同的教学手段和教学内容,以及如何扩展和延伸新的专业方向。增加学生的实践机会,才能培养出合格的符合社会需求的人才,这是目前设计教育、教学亟待解决的问题。面对中国经济的发展和加入WTO给中国设计教育带来的机遇和挑战,如何面对机遇和挑战,与世界设计教育接轨,并保持独立性和民族化内涵,创立具有中国特色的教育体系,是我们当前亟待解决的问题。本书作为全国高等院校艺术设计规划教材系列之一,为解决这类问题,同时也为满足“艺术设计概论”课程教学需要而编写。

本书系统讲述了艺术设计的基本理论、发展历史、设计领域、设计方法等方面的内容,并结合设计实践教学的规律,突出设计专业方向与高等学校艺术设计教育的特色,全面指导学生提高艺术设计的专业知识和技能。全书共分8章,分别对艺术设计的基本原理、艺术设计的特征、视觉传达设计、产品设计、环境设计、古代的艺术设计、现代艺术设计的发展、艺术设计的主体内容,深入浅出地进行了理论分析。通过本书学习,使学生明确了解我国艺术设计的教学趋向;了解国内外艺术设计的实践、组织管理的发展动态;掌握艺术设计专业各门类知识技能的一般规律和方法;能熟练地配用、选用设计技能和相关器材;遵循设计—制作—施工等不同阶段、层次工艺技术的特殊规律,规范实践和指导专业设计;熟练地掌握设计和操作秩序,并能有效地投入设计的组织与管理过程。

在本书的编写过程中,得到了上海杉达学院领导和有关部门的大力支持与帮助,得到清华大学出版社“高等院校艺术设计规划教材”编委会的悉心指导,感谢本书责任编辑在本书出版过程中所给予的诸多帮助,同时还得到了相关任课教师及许多同学的具体帮助,在此一并致谢。

由于时间紧迫,加之作者水平所限,书中难免存在疏漏和不足之处,敬请专家和广大读者给予批评指正。

编者

第1章 艺术设计的原理	1
学习要点及目标.....	2
核心概念.....	2
引导案例.....	2
1.1 艺术设计概述.....	4
1.1.1 艺术设计的含义.....	4
1.1.2 设计的本质.....	5
1.2 设计学学科的确立.....	8
1.2.1 设计学学科的方向.....	8
1.2.2 设计学科的史论研究.....	11
1.2.3 设计学的学科框架.....	15
1.3 设计与形态.....	16
1.3.1 现实形态.....	16
1.3.2 仿生形态.....	18
1.3.3 抽象形态.....	20
思考练习题.....	24
第2章 艺术设计的特征	25
学习要点及目标.....	26
核心概念.....	26
引导案例.....	26
2.1 设计与文化.....	27
2.1.1 设计文化的内涵.....	27
2.1.2 设计文化与生活方式.....	29
2.1.3 设计文化与物质文化的整合.....	31
2.2 设计与经济.....	32
2.2.1 设计与市场.....	33
2.2.2 设计创造市场.....	34
2.3 设计与科学技术.....	36
2.3.1 科技发展推进现代设计.....	36
2.3.2 现代设计得益于材料革新.....	39
2.3.3 现代设计仰仗于技术进步.....	41
2.4 设计与艺术.....	43
2.4.1 设计是不是艺术的问题.....	43
2.4.2 设计美的因素与形式.....	46
2.4.3 设计的审美价值及评价.....	51
思考练习题.....	54

第3章 视觉传达设计	55
学习要点及目标	56
核心概念	56
引导案例	56
3.1 视觉传达设计的内涵	57
3.1.1 视觉传达设计的概念	57
3.1.2 视觉流程的形成与建立	58
3.1.3 视觉传达设计的特性	61
3.2 视觉传达设计的要素	62
3.2.1 文字	62
3.2.2 图像	64
3.2.3 色彩	67
3.3 视觉传达设计的范畴	69
3.3.1 文字设计	69
3.3.2 标识设计	72
3.3.3 广告设计	76
3.3.4 包装设计	82
3.3.5 CI形象设计	86
3.3.6 版式设计	89
3.3.7 书籍装帧设计	92
3.3.8 展示设计	98
3.3.9 新媒体设计	99
思考练习题	108
第4章 产品设计	109
学习要点及目标	110
核心概念	110
引导案例	110
4.1 产品设计的特征	111
4.1.1 产品设计的概念	111
4.1.2 产品的实用功能和审美功能	113
4.1.3 新产品的开发与设计	116
4.2 产品设计的分类	121
4.2.1 工业产品设计	121
4.2.2 手工艺产品设计	135
4.3 产品设计的趋向	142
4.3.1 信息化与大数据	143
4.3.2 人工智能与高新技术	144

4.3.3 低碳环保与绿色设计.....	146
4.3.4 人性化与情感产品设计.....	147
4.3.5 以仿生驱动设计灵感.....	152
4.3.6 品牌与符号化设计.....	154
思考练习题.....	157

第5章 环境设计 159

学习要点及目标.....	160
核心概念.....	160
引导案例.....	160
5.1 环境设计的原理.....	161
5.1.1 环境设计的含义.....	161
5.1.2 环境设计的目标.....	164
5.1.3 环境设计的空间体系.....	165
5.2 环境设计的特征.....	167
5.2.1 环境设计的综合性特征.....	167
5.2.2 环境设计的文化内涵.....	168
5.2.3 环境设计的形式特征.....	169
5.2.4 环境空间的动态活力.....	171
5.3 环境设计的领域.....	172
5.3.1 城市规划设计.....	172
5.3.2 建筑环境设计.....	178
5.3.3 室内环境设计.....	184
5.3.4 园林景观设计.....	188
5.3.5 公共艺术设计.....	193
思考练习题.....	201

第6章 古代的艺术设计..... 203

学习要点及目标.....	204
核心概念.....	204
引导案例.....	204
6.1 古代设计的源流.....	205
6.1.1 原始时代设计的萌芽.....	206
6.1.2 上古时代的手工艺设计.....	208
6.1.3 上古时代文字的雏形.....	211
6.2 中国的古代设计.....	213
6.2.1 中国古代的环境设计.....	213
6.2.2 中国古代的产品设计.....	222

6.2.3 中国古代的视觉传达设计.....	232
6.3 西方的古代设计	237
6.3.1 古典时期的设计经典.....	238
6.3.2 封建中世纪的宗教艺术.....	245
6.3.3 以文艺复兴为轴心的古典设计.....	248
思考练习题	255

第7章 现代艺术设计的发展257

学习要点及目标.....	258
核心概念.....	258
引导案例.....	258
7.1 现代设计的萌芽	259
7.1.1 工业革命的发生.....	259
7.1.2 工艺美术运动.....	261
7.1.3 新艺术运动.....	262
7.1.4 芝加哥建筑学派.....	264
7.1.5 德意志制造同盟.....	266
7.2 现代主义与现代设计	268
7.2.1 现代主义运动的兴起.....	268
7.2.2 包豪斯与现代主义.....	274
7.2.3 装饰艺术与现代设计.....	276
7.3 现代设计的新发展	278
7.3.1 大战后的现代设计.....	278
7.3.2 欧、日、美的现代设计.....	282
7.3.3 后现代主义与当代设计.....	289
7.3.4 中国的当代设计.....	297
思考练习题	307

第8章 艺术设计的主体.....309

学习要点及目标.....	310
核心概念.....	310
引导案例.....	310
8.1 设计师的使命	311
8.1.1 设计师产生的沿革及其担当.....	311
8.1.2 职业设计师和当代设计师.....	314
8.1.3 现代设计师的职责.....	317
8.2 现代设计师的素养	322
8.2.1 现代设计师的素质.....	322

8.2.2 现代设计师的知识和技能.....	322
8.3 现代设计师能力的培养	328
8.3.1 创造性能力的培养.....	328
8.3.2 创造性思维方法.....	330
8.3.3 综合性能力的培养.....	332
思考练习题	337
参考文献	338



第1章

艺术设计的原理



学习要点及目标

- ✿ 要求掌握设计的基本概念,明确含义、原理和本质。
- ✿ 理解设计学科的发展方向、设计科学理论观念和学科构建框架。
- ✿ 了解设计的构成形态及其表现规律,认识现实形态、仿生形态、抽象形态的形象语言。
- ✿ 掌握设计的综合性、边缘学科性质。



核心概念

创造性的思维活动 人工性 手工设计 设计形态 设计审美 设计方法与方法论

设计,之所以能成为一门独立学科,并被确立为艺术门类中的一级学科——设计学,一方面,由于设计与社会的物质、生产及科学技术的紧密关系,这使得设计本身具有自然科学的客观特征;另一方面,由于设计与一定的社会政治、经济、文化、艺术之间存在的关系,又使之有着特殊的意识形态色彩。这两个方面的特点,构成了设计学科独特的、包含多种专业的艺术性质。



引导案例

人与动物最本质的区别是,人有意志和思维,动物只仰仗本能的自然行为而生存,它们的命运总被自然所左右。人类能发挥主观能动性,利用客观条件来改变生存环境,如发明了工具耕种庄稼、生产粮食,养蚕植棉,纺织制衣。人类创造发明并驾驭的汽车、火车、航天器、现代建筑、高新技术、信息网络、虚拟现实、大数据时代……都与现代设计密切相关,成为这些创造与发明成果的载体。图 1-1至图 1-4所示均为现代设计中的丰硕成果。其中,图 1-1所示为中国自行设计研制的“神舟飞船”系列已成功发射了10次,2016年9月“神11”发射并与天宫二号对接;图1-2所示为中国科技大2016年发布的国内首台“特有体验交互机器人”——美女佳佳在各类重要场合频频亮相;图1-3所示为国产华为手机在2016年中国智能手机市场份额数据飙升第一,此举让所有华人扬眉吐气;图1-4(a)所示为2010上海世博会中国馆;图1-4(b)所示为2016年建成的“上海中心大厦”,是居全国第一、世界第二的摩天大楼;图1-4(c)所示为2008北京奥运会体育场馆——鸟巢;图1-4(d)所示为2008北京奥运会体育场馆——水立方。这一批新地标,是中国设计走向世界的标志性成果。

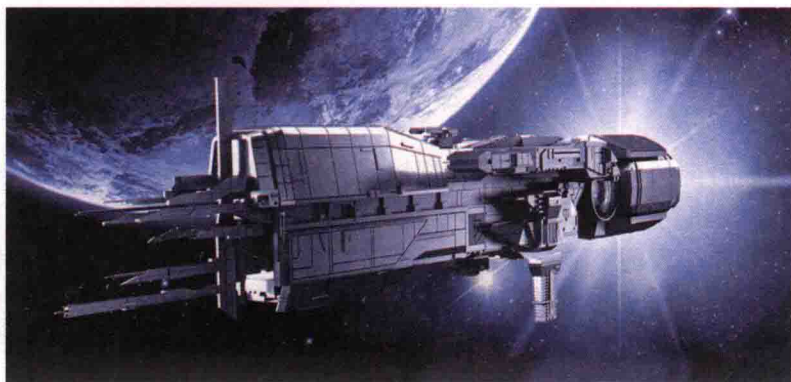


图1-1 神舟飞船



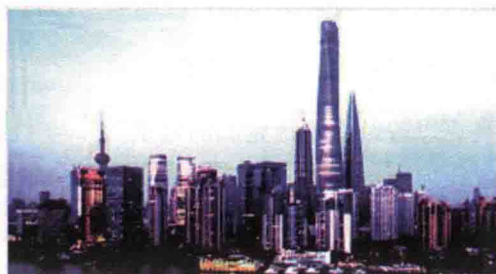
图1-2 特有体验交互机器人



图1-3 华为手机



(a) 上海世博会中国馆



(b) 上海中心大厦



(c) 鸟巢



(d) 水立方

图1-4 新地标

1.1 艺术设计概述

2012年国家教育部“为贯彻落实教育规划纲要提出的要适应国家和区域经济社会发展需要,建立动态调整机制,不断优化学科专业结构的要求,对1998年印发的普通高等学校本科专业目录和1999年印发的专业设置规定进行了修订,形成了《普通高等学校本科专业目录(2012年)》”。新版目录的学科门类由原来的11个增至12个,新增艺术学门类(原艺术学属“文学”门类之下),原“艺术设计”升格并改名为“设计学”(大类、一级学科),下设艺术设计学、视觉传达设计、环境设计、产品设计、服装与服饰设计、公共艺术、工艺美术、数字媒体艺术8个二级学科(专业)和1个特设专业“艺术与科技”。其中的艺术设计学,是8个专业之一,不再是统领设计学科的大类。本书书名“艺术设计”就是“设计学”的概念,因承上启下的需要和保持学科教育教学理论的延续性,至今姑且保留这个题名。其实,“工业设计”“艺术设计”“设计学”在若干年后还会有新的修订,这是社会发展的必然产物。研究它的原理、实际含义还必须回到它本质的源头上去进行考察。

设计作为人类生物性与社会性的生存方式,是伴随着“制造工具的人”的产生而产生的。它从一开始就具有明确的目的性。一是实用性,是为了满足人类生存的需要;二是审美和价值观的体现。物品在货币产生之前,用于“物易物”有选择地交换,从这个意义上说,它具有一定的商品性意识。我国古代文献《周礼·考工记》中有记载:“设色之工,画、绩、锤、筐、幪。”其中“设”字就含陈列、安排之意,与现代意义的“设计”概念接近。早在200多年前的《大英百科全书》第一纲中,设计即充当“实用美术”的角色与“纯美术”分庭抗礼。21世纪以来,艺术的形式、科学的内核、技术的含量,充实了设计的内涵,使其成为创造物质与精神产品的一门科学。

1.1.1 艺术设计的含义

马克思曾经用“最蹩脚的建筑师”与“最灵巧的蜜蜂”相比,认为前者比后者高明,因为前者作为人,动手之前“已经在自己头脑里把它建成了”,“他不仅使自然物发生形式的变化,同时他还在自然物中实现自己的目的”。这种“有意识的生命活动”,即创造性的思维活动中就隐含着设计的成分。我国著名美学家王朝闻先生说过:“在一定意义上来看,人类的第一件工具和人类的第一件艺术品是有同一性的。”总而言之,设计的发生不是偶然的,它是为了满足人类的某种需要并由人类自己创造出来的,而导致这种需要产生的原因和创造这些工具物品的生理、心理条件的是人类社会与生产劳动实践。

随着人类生产活动的不断变化,在工具的加工制作过程中,美感也正是在反复实践经验的基础上开始萌芽的。人类逐步掌握了制作工具器皿的不同用途的规律,并自觉地利用这些规律来服务于自己的目的,实现目的性和规律性的统一,这正是设计美感产生的基本条件。

“北京人的石器尚未定型,丁村人则略有规范,如尖状、球状、橄榄形,等等。到山顶洞人,石器不但已很均匀、规整,而且还有磨制光滑、钻孔、刻纹的骨器和许多所谓的‘装饰品’。”从这里可以看出,人类设计的美感和艺术的发生,最初就是由工具制造所推动的。

在工具的制作过程中，人类逐步掌握了形式上的规律并产生了审美意味。

设计，是人们按照自己的要求，在改造客观世界的过程中进行创造性劳动过程的第一步，是人类在获得经验的基础上，把创造新事物的活动推向思维与艺术、科学技术和消费市场密切结合的实践活动。人们在生产和生活中，不断适应与改造自然、改造环境，在把那些自然形态的物质转变为人们更需要的成品时，必须在头脑中改造这些物质的形态。在某种情境下，它只是生产过程的内涵，成品的原型保留在生产者的头脑中；在另一种情境下，设计是一项独立的工作，它为成品生产者提供方案和蓝图。设计作为一种人类有意识的活动，其含义是在正式做某项工作之前，根据一定的目的和要求，预先制定方法或形成图样。人们在生产活动中改造自然界的物质，把它们变成所需要的物品时，要预先在头脑中改造这些物质，未来成品原型就是这种物品的设计。总之，设计就是根据特定的目标和要求在把规划、计划、设想、方案转化为成品过程中的创造性思维活动。

1.1.2 设计的本质

设计就其本质而言是人类的一种创造活动。经过长期的经验积累，人们认识了对称与圆形，因为这两种形状符合力学原理，做成的工具与武器使用方便，这为艺术设计奠定了基础。开始的创造活动，是人们意识中的形象体现在所制作的产品中，第一件成品往往起到设计的作用。其他生产者以此成品为摹本进行反复制作，同时在制作中又根据使用的需要添加自己新的构思。这样，同一产品在长期实践和反复制作中，不断得到改进和完善。人类的创造是为了自己的需要，同时促进了自身的发展。

在日常生活和生产劳动中，当远古先民们中的一个人，用一块石头敲打另一块石头而形成一件有用的工具或器物的时候，设计就在这一瞬间产生了。在研究设计与生产、生活的关系时，必然要考察生产和劳动工具的关系及其发展的基本阶段，从中追寻到功利和审美因素原先的天然联系和发展进程。

设计的本质在于以下几点。

第一，“人工性”的发生。人类设计是从制造第一件石器工具开始的，是在与自然的区别和对立中显示出它特有性质的，即它的非自然性和人为性。但是，人工性还只是最基本的逻辑起点，它的意义也仅仅在于把人工制品与自然物品区别开来。鉴于此，如图 1-5 所示，从石块加工成石材这一过程来看，人工性则作为设计的本质之一；从设计的发生过程看，则构成了设计历史的起点。

第二，手工设计的发生。火不仅使人类摆脱了茹毛饮血的生活，也改变了泥土的内在性质，使之从疏松的泥土变成了坚硬的陶土。图 1-6 所示为手工制作的陶器，陶器的设计发明，不仅改变了原材料的化学性质，更重要的是代表了人类在改变自然斗争中的一种划时代的创举，标志着人类设计由原始阶段进入了手工设计阶段。

第三，设计形态的发生。这是设计发生、发展过程中的一个重要阶段。从逻辑上来看，人工性作为设计的本质特征之一，仅仅能够把人工制品与自然物品区别开来，事实上，在人工制品范围内，仍然存在着设计和非设计的界限。为了在手工制品范围内把设计与非设计区别开来，陶器有了一定的形状（见图 1-7 和图 1-8），并且具有使用的特点，这样就应有一个标准，特别是在龙山文化类型阶段的“白陶鬶”这一类陶器的出现，代表了中国早期制陶装饰