

国外 服装基础理论技术丛书之一




服装

设计学概论



(日)饭塚弘子 著

李祖旺 金玉顺 金贞顺 编译

 中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装设计学概论/(日)饭塚弘子著;李祖旺、金玉顺、
金贞顺编译. —北京:中国轻工业出版社,2002.1

(国外服装基础理论技术丛书之一)

ISBN 7-5019-3439-8

I. 服… II. ①饭…②李…③金…④金… III. 服
装-设计 IV. TS941.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 074390 号

责任编辑:王 钊

策划编辑:王 钊 责任终审:孟寿萱 封面设计:崔 云

版式设计:赵益东 责任校对:燕 杰 责任监印:胡 兵

*

出版发行:中国轻工业出版社(北京东长安街6号,邮编:100740)

网 址:<http://www.chlip.com.cn>

联系电话:010-65241695

印 刷:三河市宏达印刷有限公司

经 销:各地新华书店

版 次:2002年1月第1版 2002年1月第1次印刷

开 本:787×1092 1/16 印张:10

字 数:240千字 插页:2 印数:1—5 000

书 号:ISBN 7-5019-3439-8 /TS·2072

定 价:28.00元

著作权合同登记 图字:01-2001-0282号

·如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换·

序

今天,服装已呈现出多样化、个性化的倾向,丰富多彩的生活正在改变着人们的生活观念;虽然服装设计与其它造型设计是有区别的,但是人们用身体直接地去感受服装设计,从而导致了人们对它的兴趣越来越浓厚,也使得相关信息泛滥。尽管如此,我们对系统的基础学习和掌握、对信息的有效利用也变得更加容易和方便。就衣服设计和选择等方面而言,设计的意识是很明确的:就是多种因素相互融合、沟通,以此产生出新的设计思想和理念。

本书是专为在大学、短期大学服装专业所学习的学生编写的《服装设计学概论》教材。服装设计是大“设计”概念下的组成部分,有关基础设计特别深刻的部分内容,在此也只能泛泛叙述;对于比较容易理解的内容尽量做到文字与图片、插图相配合,努力在视觉方面更容易领会和掌握。

另外,每一章的结束都预备了练习题,并且文化女子大学学生的作品也被收入书中作为参考。作为与教材的沟通,增强对设计、造型的深刻理解正是本书所追求的最高目的。

本书对学习服装设计的专业人士而言是一得力的助手,对于基础学习的人来说正是良师益友。

对于本书出版发行的文化出版局学术图书编辑长——木村弓子先生、成川加名予先生给予的帮助在此特别表示谢意。

目 录

第一章 设计的意义	(1)
一、设计的语义与条件	(1)
二、设计的创造性	(4)
第二章 设计的分类	(10)
一、产品设计	(10)
二、传媒设计	(13)
三、空间设计	(16)
第三章 设计的过程	(19)
一、设计的设计过程	(19)
二、服装产业的生产工程	(22)
第四章 服装的含义	(27)
一、服装名词解释和服装的形成条件	(27)
二、服装的起源和功能	(29)
三、着装的基本型	(32)
四、近代服装的流行	(34)
五、着装的效果	(37)
第五章 服装的美	(39)
一、美的概念	(39)
二、服装的美	(40)
第六章 美的造型原理	(46)
一、统一	(46)
二、协调	(48)
三、旋律	(49)
四、平衡	(51)
五、比例	(53)
第七章 点与线的设计	(58)
一、基础设计中点与线	(58)
二、服装设计中的点与线	(63)
第八章 线条与细部	(67)
一、线条	(67)

二、细部	(71)
第九章 服装的种类和用途	(80)
一、服装的种类	(80)
二、正装与便装	(92)
第十章 服饰配件	(94)
一、服饰配件的作用	(94)
二、首饰	(95)
三、帽子	(96)
四、带	(98)
五、鞋	(99)
第十一章 素材的效果性	(102)
一、材质的效果	(102)
二、图案的表现方法	(105)
三、花样的种类	(109)
四、材质与设计	(115)
五、素材的流行倾向	(116)
第十二章 色彩的作用	(119)
一、色彩的基础	(119)
二、色彩的感情	(124)
三、配色	(125)
四、流行色	(128)
第十三章 体型与类型	(131)
一、关于体型	(131)
二、关于类型	(139)
三、生活方式与着装	(145)
练习	(147)

第一章 设计的意义

一、设计的语义与条件

(一)设计的语义

设计的语义非常广，人们日常生活的方方面面都与设计有关。

设计 (design) 这一词是来自拉丁语——(designare)，意大利语——(disegno)，法语——(dessin) 的融合。最早源于拉丁语 designare 的 de 与 signare 的组词。Signare 是记号的语义，从此词义开始，又有了印迹、计划、记号等意义；如今 (design) 这一词义已融入了现代生活的“计划后的记号再现”设计意义之中。Dessin 和 design 本来是具有同等的意义；但是，今天他们之间还是有着相对的区别。Dessin 的意义仅仅是指绘画中的素描；而 design 的意义却相当广泛：一般是指意匠、计划、设计、考察等意，可是在日本至今“意匠”与“设计”是有着同样意义的；另外，像图案、模样等等的用语也被经常被用来表示“设计”之意。

在日本，从明治时代就开始使用“图案”来作为 design 的翻译词，而“意匠”的使用却是后来的事了。明治 6 年(1873)华沙万国博览会上，“图案”一词开始出现。图案是由“图”即计划，“案”即考虑、工夫的汉字组合而成，“有计划的考虑”来解释 design 是当时以装饰艺术的主要创作思想。意匠是由“意”即思、考，“匠”即技、术、技巧的汉字组合而成，“考虑好的施工”就是意匠的最初意义所在，是人们的意志、计划、意图具体体现。设计的意义就在于对事物形的研究。大正时期，小室信藏的《图案(按)的意匠资料》书中：“意匠的意义是 Meaning of Ornament 或 Meaning of Design 或 Meaning”来定义的。

作为外来的翻译用词——设计,其实在日本一直都在运用与其意义相同的词汇:图案、意匠只是设计用语。到了大正末期,由于人们的衣生活的洋装化,西洋服装用语的大量使用,也出现了仅在服饰用语方面的分类。从昭和20年代末期到30年代,印刷美术图案、工业设计协会(JIDA)的设立,昭和30年,《生活·设计》的创刊。之后,百货商店创意设计角的新设;同时,日本纤维意匠中心也开始设立。昭和32年,通产省的设计奖励审议会成立。从此,创意设计制度得以推广。昭和34年《工业设计》杂志创刊。这就是有关现代设计在日本30年代的普及和变迁之过程,其范围之广,生活之全面是显而易见的。

(二)设计的条件

1. 生活与美

人们都希望在良好的环境之中生活与工作,所以对各种各样的事物都需要做出认真考察和规划;物质是人间的基石,也决定着生活与设计的紧密联系。人的创造性最优先所考虑的是目的,接着就是如何去寻找实施实现目的的手段。在当今的世界中,人不仅仅需要精神的意志作用,而且为了对应时代的新变化,也能积极的创造出满足人们需要的新东西。因为,人的审美意志有两方面的需求:一是机能性;二是装饰性。仅仅只注重事物机能性的表现是绝对不能满足人们的审美需求的,这时候视觉的审美显然就变得非常重要。所以,机能性与装饰性并重才是最完美的组合。例如:服装是人体的第二层皮肤,除了保护人体的功能之外,服装的装饰审美、流行审美以及其本身的价值都给穿着者极大满足。设计就是“实用+审美”兼备的两个因素所组成。由此而产生的运用美(Practical art)和不规则美的分割。一方面,与此对应在艺术创作中,存在着对纯粹审美(Pure art)的追求。显然,设计与艺术还是有着很大区别的,对于设计来说应该具备以下条件:①合理性,②经济性,③审美性,④独创性。

①合理性——机能与构造的相适应,适当材料与技术的选择。

②经济性——材料费、加工费、人工费的预算,事半功倍。

③审美性——具有时代性与社会性才是美的,具有新鲜的魅力才是美的。

④独创性——具有创造及独创的思维。

这些条件相互关联,从而促使设计的诸项元素合理协调发展。在日本的通产省,对于优秀的商品设计定了几大标准:

①有效的选择和运用材料的特性;

②操作简单;

③独特的造型美 图 1-1;

④合理的价格;

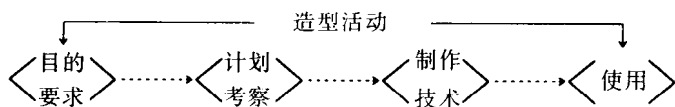
⑤安全的考虑 图 1-2。

一般而言,均衡是设计之中较为理想的审美条件,在特定条件和场合下起着非常重要的作用。例如:在设计比赛等活动时,重视作品的独创性与审美性是理所当然的;但是,在家庭中随意的自制手工服装,比起作品的独创性与审美性来说,家庭的经济收入才是主要考虑的条件。其次,还要考虑到作为时装变迁因素在设计均衡中所起的作用。最初的时装,机能性为中心是其主旋律,而装饰性却处于次要的地位;后来,突然人们又有了新的追求,装饰性却成了时装的主旋律。

以上讲解,目的是希望好的创造行为,就是设计的机能性与装饰性、实用性与审美性的兼备与互补。如此这样,就有了实用美的造型计划和实现其计划所采取的具体表现手段,这就是设计。

2. 造型活动

在造型活动的过程中,首先要叙述的是目的;有了目的才有实现目的的意志行动,才有完成计划的行动,才有计划的具体操作,最后才有了产品并能被人使用。这正是造型活动发展的过程。



在造型活动过程中,以实用为中心的造型也应该有相应的审美基础,以下是有关造型活动的实用性与审美性以及实用的审美造型分类。



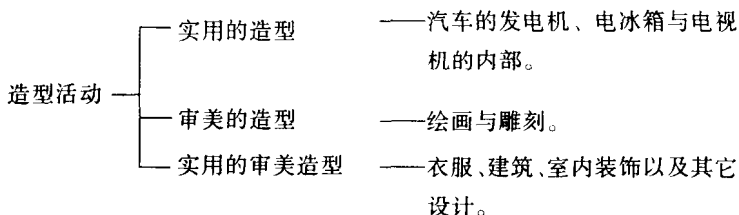
标志—表示优秀商品的设计

图 1-1



优秀的设计商品

图 1-2



二、设计的创造性

(一)关于创造

在日本的《广辞苑》中,有关创造的解释:“重新制造”,新物产生的初始。从此意义引申,第一种的解释往往指的是抽象的创造(creation)概念。

而对于设计的创造性而言,与生活的联系是非常紧密着的,与我们的生活并且给我们带来美好的享受是分不开的。只有外观造型设计而无视其实用价值的设计是毫无意义的;因此,实用的机能性设计才是设计创造的真正意义。与其说把设计新奇古怪的外在造型来作为创造的方向,还不如把设计创造的基础落实到对造型的内在设计追求。因此,这对于初学设计者而言:设计独创性即是独自的又是优秀的设计造型;而且,实用与审美的相互联系与作用,才使得造型的使用价值充分体现。

1. 选择与创造

选择的文字意义是:“选与择”。当今的世界,物质文明极大的丰富,人们对商品的选择也越来越茫然。特别是时装行业,庞大的时装产业与商业,人们如何去选择自己的所爱,也变成了生活中的重要问题。在服装设计中,创造性的开发是非常必要的,但同时也不能忽视对商品选择性的思考。显然在今天,对设计创造力的评断主要来自消费者,商品选择性的意义非常重大。当去选择购买商品的时候,即使购买的商品并不是自己亲手制造,但是通过选择购买过程,商品就属于自己所拥有。例如:生活中的家具、餐具、用具、衣服等东西,如果自己的

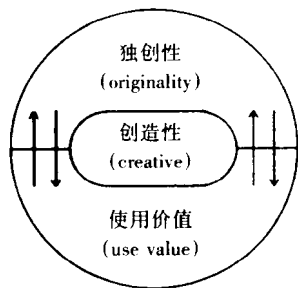
选择非常聪明和准确；那么，就能给生活增添无穷乐趣。这并不仅仅是造物式的创造，而是从选择开始的一种创造；选择在日常生活中正在发挥越来越重要作用。

2. 模仿与创造

模仿是一种抄袭，它并不能表示自己的技术与能力有多好，它是创造的反义词。但是，发明与创造的基础又往往从模仿开始。法国的社会学家达鲁多(G. Tarde, 1843—1904)所著的书《模仿的法则》中阐述了人类社会现象的基础是模仿，发明、传统、流行等等都是如此。另一方面，美国的心理学家波鲁特(E. B. Holt, 1873—1946)称：作为人行动样式之一，模仿是学习的结果。婴幼儿时期，因为手与脚、动作与语言都还处在不自由状态，模仿刚刚开始。之后，教育开始渗入，传授知识与技术，还有更多的新鲜事物。当然，教育是人的终身大事，不能急于求成，古人的“十年树木，百年树人”讲的就是这样的道理。就现在而言，将来教育的方向应该是更具创造性和开放性。模仿是学习的出发点，一切从零开始。但同时也应该注意，对别人的模仿一成不变被视为剽窃，而不是真正意义的学习与创造。从部分模仿开始到创造性的应用，这正是模仿与创造的意义所在；当然，这更需要创造者的经验与知识的积累。

3. 概念与创造

概念的语意来自拉丁语(imago)，有着印象、想象、幻想等意义。概念有来自过去的体验印象，有来自现在的体验印象；也有对外界的物象的摹写，以及对内心世界的感悟。相对而言，有意识的概念是思考，无意识的概念是幻想，两者相比后者的感觉空间和场合更广。在服装设计方面，常常能看到作为服装的造型发展，有着各种各样的具体概念。一件事物的感觉概念到底有多少，不妨举一例。①与历史事件相对应的概念(过去古老的东西)；②与自然相对应的概念(植物、动物、天空、海洋、山川、云雾、风景、其它)；③与用具和道具相对应的概念(生活中使用的东西)；④与宇宙相对应的概念(太阳、月亮、星、人造卫星)等等。另外，每个人都有其独特的概念，这种感觉概念是服装设计的关键，它使得服装设计创造的“形”得以很好的展开。例如，服装花形概念设计、纯净水概念设计、机



独创性 + 使用价值

图 1-3 创造性的设计

械构造概念设计等等无穷无尽的构想不断涌现。而且,即使是同一种花形概念,通过人的创造也有着独创性和一般性的可能。在最近的时装流行上,优雅的、适合运动的、女性化的、男性化的等等概念都各自表现在服装设计之中。正因为有了这些丰富的感觉和独创的思想,才使得各式各样的创造力得到发挥。

(二)设计与联想

1. 关于联想

人们在思考的刹那间就产生了联想与灵感。设计的根源往往与设计的观念联系着,而设计的观念又往往来自突然的设计灵感。创造的联想不仅是服装设计非常重要的课题,而且也是作为现代生活的人们丰富思想的重要环节。当人们的思想处在紧张状态时,就会迅速产生与时间、场所并无多大关系的联想。克里斯汀·迪奥(Christian Dior, 1905—1957)就是在20世纪50年代以来,成功的在法国高级时装展示会中,一次又一次推出他的“新外观”新造型,引导潮流的设计师。那么,他的思想是怎样产生出来的呢?在他所著的书中有了答案:原来灵感都是来自展览会、美术馆、旅游、温泉浴室、汽车的内部装饰、街道、食堂、宠物等等。总之,一切来自迪奥的生活。他往往把片刻的灵感马上写下来,从收集的东西之中去发掘每一次时装发布会的设计灵感。就这样,通过观察生活中的点点滴滴以及自己的创造,从而使设计的联想变得有章可循。



类似联想(蔷薇)

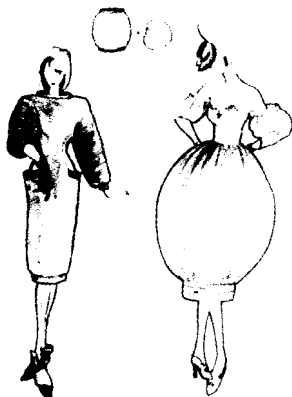
图 1-4

2. 关于联想的方法

从创造物的角度出发,一种是由物的材料和造型来体现创造联想效果;而另一种则是自由的富有独创性联想思维。在独创性的联想思维方面,是有着具体的基本方法可以掌握的:①类似联想法;②逆向联想法;③形态分析法;④归纳法。另外还有集团联想法,企业的KJ联想法等等。

①类似联想法

就是关于物的“形”与其它物的“形”彼此之间而产生的联想法。例如:在服装设计中,树叶、花草与领、袖及女裙的形的设计关联;鱼、气球与帽子、连衣裙形的设计关联等等,运用此方法,把各种各样的造型概念应用于具体的衣服形态设计之



类似联想(灯笼)

图 1-5

中就变得可能。这就是从类似形态与类似性质的要素作为出发点,从同一系统的事物中去发现、去联想他们之间的关系。

②逆向联想法

就是从事物的对立面去思考。事物在完全相反的“形”与性质的关系状态下,逆向联想法就自然显现。例如:服装设计中,把男性用的服装面料和男子服装缝纫感觉的手法运用在女性服装设计之中,并且让女性穿着。应用相反的材质来表现女性服装设计,这种逆向性思维所产生的风格是非常突出的。另外,从高级装饰时装的着装对立去思考,就有了污浊街头破旧时装的感觉;花饰边给人的感受是属于高级时装特有的装饰。但是,由镂空结物发展成网眼毛衫;高级皮革特意弄出伤痕(石磨水洗)看起来好似廉价的伤残物品等等,由逆向联想法产生出来的。最近,伴随着时装多样化的发展,逆向而又新奇、有趣而又独特的表现手法越来越引人注目。

③形态分析法

就是通过观察个与个的形态组合来分析考虑设计的方法。例如:在服装设计应用的场合,一方面是服装的种类的分析;一方面是局部的技法表现分析,通过这些形态组合分析就产生了设计的方法(表1-1)。其次,在仅有女裙的场合下,一方面对女裙种类分析;一方面对其局部技法和形态组合的分析也产生了另一设计方法(表1-2)。



逆向联想(男装风格)

图1-6

表1-1

技法 种类	碎褶	褶裥	刺绣	多层收褶
上衣				
裙子				
背心				
裤子				

表1-2

技法 裙子	碎褶	打褶	镶嵌 (贴补)	分割
褶裥				
筒状				
放射状				
裙裤				

④归纳法

设计要素的关键在于对设计优化组合分析。作为优化组合:①如何增加;②如何排除;③逆向操作;④借物代用;⑤重复;⑥组合的变化;⑦数量的破坏;⑧位置的变化等等。在服装设计的场合下,形态、素材、色彩是其三大基本要素。当寻找到对象优化点时,在这一瞬间新的思想、新的思维猛然点亮。例如:一套衣服的设计除了对外形和细节的考虑,还应当对素材、色彩等要素的综合判断。首先当外形确定时,服装的公主线(曲线)、直线等就相对被明确。其次是领子与袖子和口袋等细节的分析;领子的重叠,口袋的增减,袖子的分割变化。总之,对素材、色彩等的分析与考虑是获取新设计思维的重要元素。形态、素材、色彩的分析方法由下表表示。

归纳法举例

—	形态——大、小、圆、四角、三角、粗、细、长、短。
—	素材——薄、厚、软、硬、弹力。
—	色彩——2色以上、变化配色、荧光色、透明色。

3. 感觉训练

在新的事物创造的场合下,人的感觉好与坏直接影响到设计的效果。设计的感觉程度好,当然会有一个好的开始;这种感觉是可以训练,而且也是非常关键的。在服装方面,把善于打扮的人与不善于打扮的人作一比较,往往善于打扮的人正是在于他们审美感觉良好。人的感性与感觉并不仅仅是天生所有,环境的因素和后天的努力也能造就人们的良好感觉。例如:就环境而言,在仅有女生的服装专业的学校,入学时与毕业时所掌握的服装知识来比较;显然,毕业时所掌握的知识要丰富多了。但是,在大学服装专业这样的环境里,就更需要去考虑感觉的各种变化。其次,在人们的日常生活环境中,对事物的感觉迟钝和敏锐对人的影响相当重大。从思考方面去理解,思考的中庸性往往更能适宜事物的多样性变化,无论是舍弃陈旧的思想还是去开采新鲜的事物。有了这种中庸的感觉性,各式各样的思想就自然而萌发,人类思想也正是如此得以发展起来的。对于感觉的训练,应该从事物基础知识的掌握开始,然后才去开发自己的思考能力和创造能力。读万卷书,

行万里路的意义就是如此。人的感觉与感性意识非常的高,在设计中如何去训练的方法有以下几点。

- ① 知识的表现——实习
- | | |
|---|------------|
| { | 平面表现(基础实习) |
| | 立体表现(立体裁剪) |

关于形态、素材、色彩从平面的理解到立体的展开,必须从这两方面去考虑和把握对它们的表现。之后才是实际的时装等方面的企划等等。

- ② 情报的收集——时装杂志,电视、录像、报纸。

我们每天都面对着大量的情报信息,很好的去了解大量的新的情报,就有可能磨练流行的感觉。例如:通过查阅大量的时装杂志,这对于时装的设计是非常重要的方法。

- ③ 鉴赏——歌舞剧、戏剧、话剧、电影、展览会、时装展示会。

当一个人鉴赏的机会很多时,而无论其内容是古典的还是现代的,只要认真去体会理解,他的鉴赏审美能力就能提高。

- ④ 观察——对街头服装以及大自然的观察。

对别人着装的观察:形态、素材、配色、饰物等的使用效果,从实际的着装开始,哪些是合理的,哪些是流行的,哪些是独特而又漂亮的。另一方面,可以从自然界方面去观察,动物、植物。如从鸟的细部观察去发觉感觉的创造空间。

以上四个训练感觉方法,除了第一个以外,②③④是在日常生活之中可以尝试着去训练。

第二章 设计的分类

设计在人们的生活领域之中应用非常广泛，设计对象也非常的广泛。所谓设计，是由人创造出来的物又被人所用，当然，“人”在其中是起主导作用的。以此为出发点，人与生活就有了各种分类(表 2-1)

由表所示：一是人们生活中所使用器物的生产产品设计(product design)；二是人们通过现代的传媒技术相互联系和经营所形成的新社会，人们利用这种便利生活方式来作为设计起点，从而形成传媒设计(communication design)；三是在当今社会，人们的生活场所的建筑、道路、公园的空间设计(space design)越来越影响着人们的生活。以上内容有三大分类：①产品设计；②传媒设计；③空间设计。

一、产品设计

产品就是生产品，是制造的产品。在人们的生活之中家庭用机器、用具、机械器具、衣服等等都是设计的对象。所以，产品设计包揽所有生活用品，它与传媒设计和空间设计的区别也就在于此。在高度发达的工业化社会里，生产品和工业制品在不断推出，就产品设计而言，它所包含的物品即有：传统的工艺品和现代产业的工艺品以及大量生产的工业品，这就是今天的工业设计(industrial design)和时装设计(fashion design)。

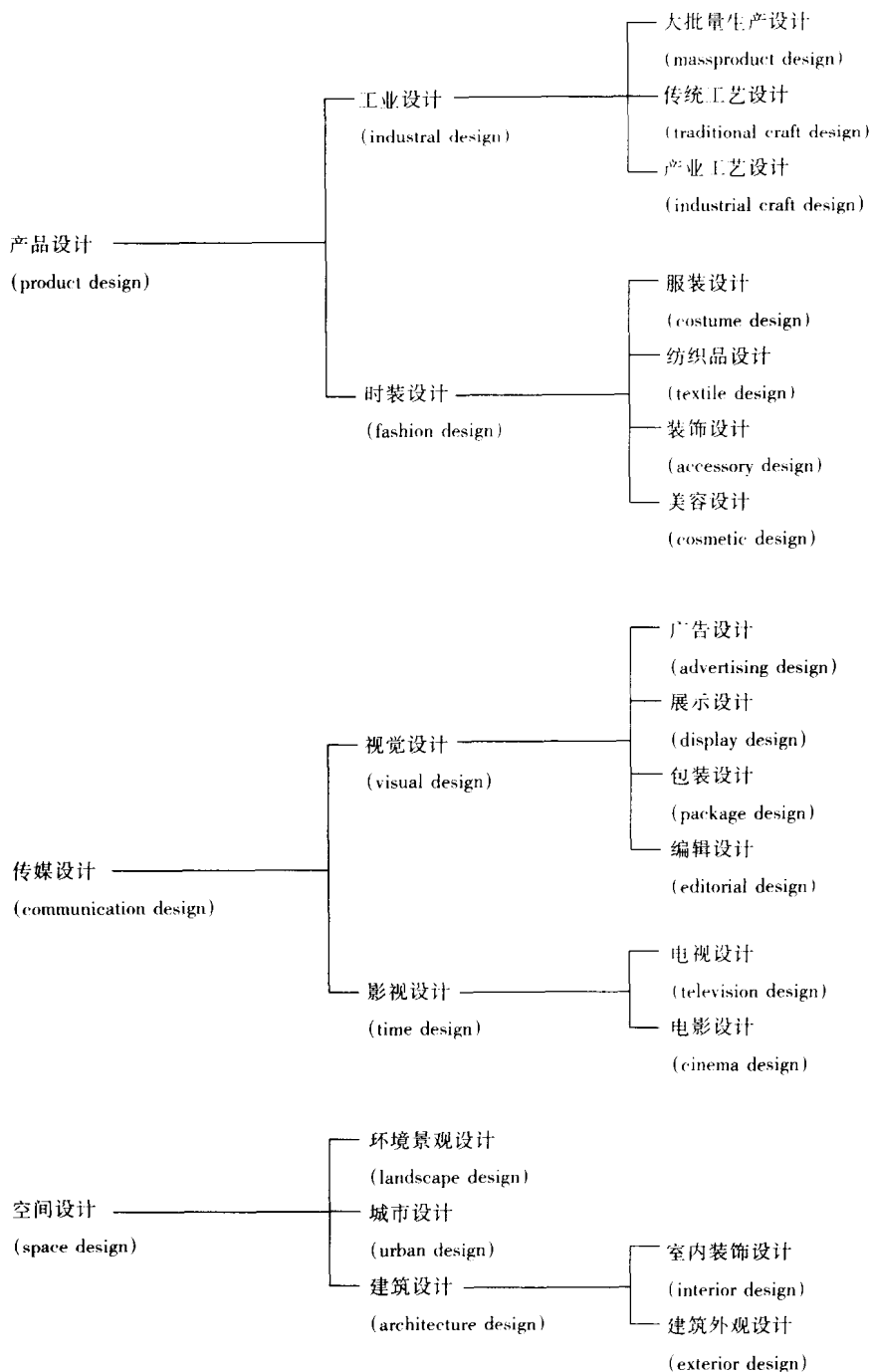
(一) 工业设计

1. 大批量生产设计

industrial design 就是工业设计或者称之为产业设计，随着世界信息产业的突飞猛进，ID 也广泛进入产业设计之中。而作

表 2-1

设计的分类

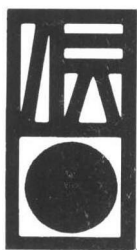




办公室系统与计算机
图 2-1

为 massproduct design 通常的对象是一些具体的产品:汽车、电车、飞机、医疗机器、办公用机械、家具、电器制品、照明器具等等。它最大特色是大面积工厂企业,以大规模机械化生产方式为主。品种较少,产品的规格化齐全。目的是为了考虑消费与生产两者关系,既要满足社会的需求,又要满足消费者能够以最低价格购买商品的条件。自从欧洲 18 世纪的产业革命以来,产业的自动化体制一直伴随着社会前进,直到今天的生产设计中心出现。如今,3C 时代“汽车(car)、彩色电视机(color television)、空调(cooler)”已在我们这个社会众多家庭得以普及。在日本每年都在生产大量的电视机、照相机、汽车等工业制品。但是,在最近新的 3C 已经取代了旧 3C,即文化教养(culture)、大众意识(communitiy)、独创意识(creativity),这也正是时代的反映。

2. 传统工艺设计



日本通产大臣认定的合格
传统工艺品标志

图 2-2

与大批量生产设计有着区别的是传统工艺设计,主要以手工来生产传统的工艺品。传统工艺品具有精湛的技艺和独特浓郁的地域风情。在日本各地主要是陶瓷工艺、染织工艺、漆工艺、竹木工艺、金属工艺、玻璃工艺等等。举例而言,在染方面就有:京染、加贺染、蓝染,而在织方面也有:西阵织、博多织等等。陶瓷工艺有:田烧、九谷烧、益子烧。漆工艺有:轮岛涂。竹木工艺有:乡土玩具、圆盒、民艺家具。金属工艺有:雕金、镶嵌、景泰蓝。玻璃工艺有:玻璃刻画、玻璃细工等等。这一切都出自工艺家之手,他们从设计、制作、着色、直到完成往往是经历了相当复杂及繁琐的程序;所以,工艺家个人的感觉好坏直接影响产品的优劣。当然,与实用性相比,工艺品的趣味就更强了,卖的价格也就更高。而手工艺制品并不是机械制品,它有着手工艺技巧情趣,是人类文化遗产的重要组成部分,因此,继承传统的技能、技术、工艺、用材、思想等等是我们的应尽职责。

3. 产业工艺设计



漆工艺品
图 2-3

产业工艺设计就是以机械生产为手段,以批量生产和有次序生产为目的的工艺设计活动。例如:全自动式的玻璃制品成形机器所生产的玻璃酒杯、玻璃烟灰缸、玻璃果盘以及日用陶瓷、金属制品、竹木家具等等。一切从实用出发,一切以普通