

设计概论

Design Generality

支林 等 编著



上海人民美術出版社
Shanghai People's Fine Arts Publishing House

中国高等职业院校
艺术专业系列教材

Design

设计概论

支林 等 著

上海人民美術出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

设计概论 / 支林等编著. — 上海: 上海人民美术出版社, 2007.4

(中国高等职业院校艺术专业系列教材)

ISBN 978-7-5322-5075-2

I. 设... II. 支... III. 艺术-设计-高等学校 技术学校-教材 IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 041694 号

参编人员

支 林 吴宏敏 梁盛平 熊玛丽 赵 勤
林志勇 温 强 李午兴 王伟利

中国高等职业院校艺术专业系列教材

设计概论

策 划: 李 新

主 编: 支 林

著 者: 支 林 吴宏敏 梁盛平
熊玛丽 赵 勤

责任编辑: 薛建华 王 远

封面设计: 曹田泉

版式设计: 曹田泉 杨雍华

技术编辑: 陆尧春

出版发行: 上海人民美術出版社
(上海长乐路672弄33号)

印 刷: 上海质胜印刷有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16 8 印张

版 次: 2007 年 4 月第 1 版

印 次: 2007 年 4 月第 1 次

印 数: 0001-4250

书 号: ISBN 978-7-5322-5075-2

定 价: 24.00 元

序 言

陈汉民

清华大学美术学院 教授 督导

中国美术家协会理事

中国美术家协会平面设计艺术委员会主任

中国包装联合会设计委员会名誉主任

设计可以富国，设计可以强国，设计可以促进社会文明和提高人们的生活质量。

艺术设计，在现代社会的进步和经济发展过程中已愈来愈显示出它存在的价值。全社会都来重视艺术设计，提升关注度需要有个过程，然而提高我国整体设计水平，需要付出更大的努力。

艺术设计是一项富有创造性的工作，但它又是很有制约性的工作。处理好创造和制作的正确关系，是艺术设计者一生要为之努力解决好的课题。

艺术设计要有正确的理论作指导，因为没有理论的实践是盲目的实践。随心所欲，自我表现，孤芳自赏，失去了受众，也失去了设计是要“解决问题”的实际意义。

支林先生主编的《设计概论》一书给设计和设计教育者提供了一个很好的思考空间。

提高对设计本质的认识，规范设计行为，理论的作用应该是十分强大的。

陈汉民
2007.3.8 于北京

序

第一章 设计导论

第一节 关于“Design”	8
第二节 设计的三个层面	10
一. 设计之“真”	10
二. 设计之“善”	12
三. 设计之“美”	17

第二章 设计的特征

第一节 艺术性的特征	20
一. 设计的艺术性之源	20
二. 设计与艺术之间的联系	21
三. 设计是一种艺术活动	23
第二节 科学性的特征	23
一. 设计活动中的科技运用	24
二. 设计与科学技术的关系	25
三. 信息时代中设计的科技	25
第三节 经济性的特征	27
一. 设计与经济发展的关系	27
二. 设计的经济性	28
三. 设计与市场	31

第三章 设计的分类

第一节 视觉传达设计	32
一. 标志设计	33
二. 版式设计	33
三. 字体设计	34
四. 包装设计	34
五. 广告设计	34
六. 书籍装帧	35
七. 企业形象设计	36
第二节 产品设计	36
一. 家具设计	37
二. 工业设计	37
三. 容器设计	37
四. 服装设计	38
第三节 环境艺术设计	38
一. 建筑设计	39
二. 室内设计	39
三. 城市规划设计	40
四. 园林景观	41
五. 商业景观	41
六. 环境漆艺	41
第四节 数字艺术设计	41
一. 网页设计	42
二. 动漫设计	42
三. 人机界面设计	44

第四章 设计思维与形态

第一节 设计思维	46
一. 思想模式	47
二. 思维模式	49
第二节 设计思维的一般程序与方法	50
一. 设计活动的一般流程	50
二. 设计思维的一般过程	52
第三节 设计思维方法中的心理理论	52

一. 设计与心理	52
二. 设计与视知觉	55
三. 设计与知识	57
四. 设计与情感	59

第五章 设计师

第一节 设计师职业与技能	64
一. 设计师的工作程序	64
二. 设计师的技能	65
三. 社会协作与沟通能力	65
四. 具有以人为本的创新开拓能力	65
五. 敏锐的市场观念与品牌意识	66
第二节 设计师职业的演化	67
一. 设计师的身份形成	67
二. 职业化的设计师	68
三. 设计师行业状况	69
第三节 设计师的类型	70
一. 按工作时间与状态分类	70
二. 按工作内容分类	70
第四节 设计师的价值观与职责	74
一. 设计师的职责	74
二. 设计满足人类需求	74
三. 健康设计	74

第六章 设计美学

第一节 设计美学	76
一. 设计美学	76
二. 设计美学的研究对象	76
第二节 设计美的性质	77
一. 设计美的构成	77
二. 设计美的形态	81
三. 设计语言	82
第三节 中国设计美学思想	83
一. 实用机能	83
二. 美感机能	83
三. 象征机能	84
四. 有机机能	84
第四节 西方设计美学思想	85
一. 从埃及到文艺复兴	85
二. 近代设计美学	88
三. 现代主义设计美学	88
四. 后工业社会设计美学	89

第七章 设计风格学

第一节 设计风格	92
一. 什么是风格	92
二. 风格的探究	93
第二节 手工艺时代的设计风格	94
一. 希腊艺术的风格及其特点	94
二. 拜占庭风格及其特点	95
三. 哥特式风格及其特点	95
四. 文艺复兴风格及其特点	96
五. 巴洛克风格及其特点	97
六. 罗可可风格及其特点	98
第三节 现代设计风格	98
一. 德国设计风格	99
二. 美国设计风格	99

三. 欧洲现代风格	101
四. 后现代风格	103
第八章 设计与科学技术	
第一节 设计与科技的关系	106
一. 设计与科技的统一性	106
二. 现代设计是科技的产物	107
第二节 设计与材料	108
第三节 人机工程学	110
一. 人机工程学的概念	111
二. 设计的人机工程学尺度	111
第四节 设计管理	113
一. 设计管理的定义	113
二. 设计管理的目标 and 内容	114
第九章 设计批评	
第一节 设计批评的发展	118
一. 工业革命及其影响	118
二. 英国“水晶宫”国际工业展览会和“工艺美术运动”	119
三. 德莱赛为工业而设计的先驱	120
四. 格罗皮乌斯——现代主义设计艺术的旗手	120
五.“少即是多”与“少令人生厌”	121
第二节 设计批评的中心	122
一. 设计师中心	122
二. 消费者中心	122
三. 生产者中心	122
第三节 设计批评的方法与理论	122
一. 理论思辨	122
二. 以史为鉴、激浊扬清	123
三. 精神为先、塑造理想	123
四. 视觉先行、消费为本	123
五. 感觉核心、物质其次	123
第四节 何为优秀的设计	124

所有人都是设计师，几乎一切时候我们的所作所为都是设计。因为设计是人类最基本的活动。为一件渴望得到而且可以预见的东西所作的计划、方案，也就是设计的过程。任何一种试图割裂设计，使设计仅仅为“设计”的举动，都是违背设计先天价值的，是创造绘画杰作，是构思协奏曲。设计同时又是清理抽屉，是烤苹果派，是玩棒球的选位，是教育儿童。总之，设计是为创造一种有意义的秩序而进行的有意识的努力。

——美国设计批评家帕培勤克

第 1 章

she ji gailun

设计导论

设计以一种无所不在的文明载体广泛地深入到社会的各个领域,它以各种物像的形态呈现在人们的物质生活中,又以一种精神潜流深入人们的心灵。然而,当我们从设计学的角度,去回答“设计是什么”这个问题的时候,不但要从设计概念本身去理解,还要站在“未来”的角度去认识,这样才能真正建立起对设计之“真”、设计之“善”、设计之“美”的清晰认识,才能以一种既切合现实又超越简单概念的高度,准确地把握作为学科意义上的“设计”内涵,从而指导我们的设计实践。

第一节 关于“Design”

“设计”一词在汉语中最基本的词义是设想与计划。

《新华辞典》将设计解释为“在做某项工作之前,预定方案、图样等”。“设”在汉语中作动词用,含有“安排、建立、构筑、陈列、假设”等意思,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,名词如计谋、诡计,动词如计算、计划等。“设计”一词几乎综合了“设”与“计”的所有含义,从而具有较为宽泛的内涵。

英语中的“Design”是个复合词,由词根“sign”和前缀“de”组成,在英语中“sign”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、制作行为之意。“Design”一词根本语义是“通过作为而达到某种状态,形成某种计划”,是一种思维过程和一定形式的图式及其创造过程。

“Design”一词的词义内涵和语义的重点不断地发生着变化。

15世纪前后,意大利语的“Disegno”相当于“Design”。指“艺术家心中的创作意念”,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,后经想象力促其成形,并可以及借助熟练的技巧使其现身

的事物,即把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,其概念如英国《韦伯斯特大辞典》所述:

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、机械及其他人造物各要素的有机组合;(6)艺术创作中的线、局部、外形、细部等在视觉上的互动关系;(7)样式纹饰等。

1974年第15版的《大不列颠百科全书》对“Design”又有了更明确的解释:

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,这就是说:建筑师、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地反复出现的装饰纹样。

这里,“Design”语义的核心即强调的是为实现一定的目的而进行的设想、计划和方案之意。

美国设计批评家帕培勤克曾指出:“所有人都是设计师,几乎一切时候我们的所作所为都是设计。因为设计是人类最基本的活动。为一件渴望得到

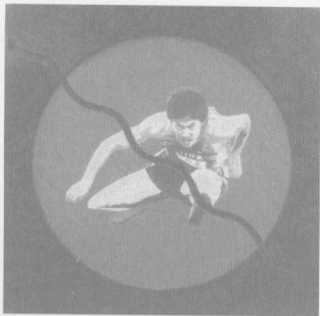


图 1.1 《零的突破》

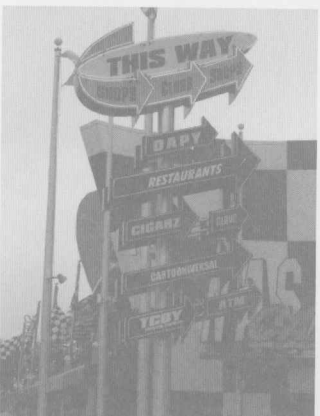


图 1.2 视觉传达设计实例



图 1.3 工业设计实例

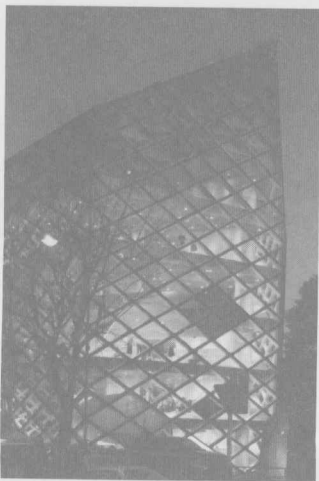


图 1.4 环境设计实例

而且可以预见的东西所作的计划、方案，也就是设计的过程。任何一种试图割裂设计，使设计仅仅为‘设计’的举动，都是违背设计先天价值的，这种价值是生活潜在的基本模型。设计是创作史诗，是绘制壁画，是创造绘画杰作，是构思协奏曲。设计同时又是清理抽屉，是烤苹果派，是玩棒球的选位，是教育儿童。总之，设计是为创造一种有意义的秩序而进行的有意识的努力。”

有的学者更明确地指出：“设计即文明”。

第二节 设计的三个层面

一、设计之“真”

1. 设计真伪辩

近年来，有理论家按照设计目的的不同将设计大致分成视觉传达设计、工业设计、环境设计三大类型(图 1.1/1.2/1.3/1.4)。从构成世界的三大要素即自然、人和社会的角度为参照系，具有广泛的包容性、准确性和科学性。而设计之“真”最直接的体现就在于它与自然、人和社会相对应，任何适应这一对应关系的设计必然是“真”的设计；反之，与自然、人和社会相悖的设计必然是“伪”设计，也将被大浪淘沙。设计之“真”还体现在任何设计的始发点都出自于“问题”的产生，那些不能解决问题或偏离问题中心的设计均可称为“伪”设计，因此，这特别需要高度的理性自觉来贯穿设计的全程。

我们特别需要指出的是设计的“问题”中心原则格外重要(图 1.5)，它包含两层含义：

(1) 在人们使用设计新产品过程中客观存在的“问题”；(2) 由于某方面



图 1.5 问题中心原则在设计中的体现

需求有待满足而现行设计产品中又未能予以满足所引发的“问题”；前者着眼于历史和现实，后者偏重未来。

当然，探索需要解决的问题的最佳方案是一个不断求索、永无止境的过程。重要的是我们的价值取向，设计之“真”的主旨就在于此。

2. 设计应把握的原则

1950年，美国学者爱德华·考夫曼、琼尼在论述现代设计时曾概括了12条原则：

- (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艺术与科学中汲取营养。
- (4)现代设计应灵活运用新材料与新技术，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、纹理、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他种材料的特性及美感。
- (8)现代设计必须明确表达产品的制作方法，不能使用表面可行、却不能适应大量生产的欺骗手段。
- (9)现代设计在实用、材料、工艺的表现方法上，应给以视觉的满足，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。

以上原则是一个有机联系的整体，除满足以上原则外，设计之“真”还突出表现在设计的实际功能上，通过设计物与人之间的能量交换，来直接满足人的某种物质需要。一方面，它体现在设计物本身的物质属性所传达的用途意义；另一方面，作为与人“交换”和“满足”的中介物，实用功能还表现在由物质属性共同组合的整体结构作为一个统一体时所发挥的功能。设计的实用功能是建立设计之“真”的基础上。如果悉尼歌剧院不能首先满足一个“歌剧院”的实用功能，其造型、色彩不管如何出众，都将失去其意义。

3. 设计之“真”体现在设计的本质即创造

当人们在描述未来远景的时候，创造随之产生，设计的力量也便显示出来，许多天才的设想甚至是梦想便成为设计的原动力（图1.6/1.7/1.8）。设计总是不断创造着新的事物，不断地实现那些天才的设想甚至是梦想，设计之所以不是一项简单的技术，因为它是实现梦想的一种方式。即使某些梦想不易被“物”化；对设计的未来也足以起到一种牵引的作用。设计之“真”不仅表达现实之“真”，也描述着未来之“真”。近年来，许多“概念性”的设计就是

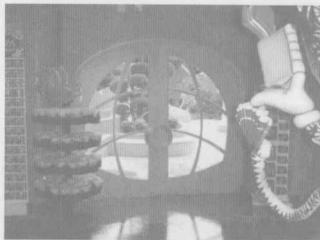


图 1.6 一窗一世界



图 1.7 恐龙也浪漫

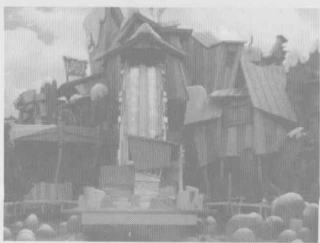


图 1.8 设计定格季节



图 1.9 Can I help you



图 1.10 设计——职责

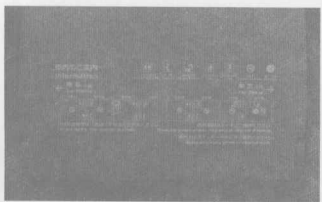


图 1.11 座位背面的示意图



图 1.12 圆形斗兽场

围绕着设计未来之“真”的种种设想展开的。

综上所述，设计之“真”体现在它与人、自然、社会的和谐对应上，设计必须以“问题”为中心，把握一定的原则尺度，实现设计的目的性，既能切合实际的表达，又要站在未来的角度，以广阔的视野和大胆的设想，彰显设计的魅力。

二、设计之“善”

1. 设计之“善”的人文指向

设计的对象是产品，但设计的目的并不是产品，而是满足人的需要，即设计是“为人而进行的设计”(图 1.9/1.10)。设计之“善”重在为人服务。从而达到从物质到精神的互动状态，设计之“物”要满足人的愿望及历史和现实的人文追求。

每个人都有需要，生理的、心理的，彼得罗斯基在《普通心理学》中写道：“需要是个性的一种状态，它表现出个性对具体生存条件的依赖性。需要是个性能动性的源泉。”所谓需要，指人对某种目标的渴求和欲望。欲望从根本上说是一种心理现象，行为学家通常把促成行为的欲望称为需要。

需要引起动机，动机支配行为，需要和动机成为行为的原因。而人的任何行为都表现了一定的目的性，期望达到某种成就或结果。这里，行为是需要和目的之间的过程和中介。从这一点来看，人的造物行为，首先来自于人的生存和生活的需要，(图 1.11/1.12)所谓“需要是发明之母”，人的造物行为是在人类需要的基础上产生的必然行为。

马克思曾指出：“实际创造一个对象世界，改造无机的自然界，这是人作为有意识类的存在物的自我确证。诚然，动物也进行生产，它也为自己构筑巢穴或居所，如蜜蜂、海狸、蚂蚁所做的那样。但动物只生产它自己或它的幼仔所直接需要的东西；动物的生产是片面的，而人的生产则是全面的，动物只是在直接的肉体需要的支配下生产，而人则甚至摆脱肉体的需要进行生产，并且只有在他摆脱了这种需要时才真正地进行生产。”需要是人类进步和文明的动力。

心理学家亚伯拉罕·马洛在研究人类动机时提出了著名的“需要理论”，他认为人的需要有很多层次，由最低级的需要开始，向上发展到高级的需要，呈阶梯形。“需要理论”的五个基本层次是：生理需要、安全需要、社会需要（或称归属和爱的需要）、尊重需要、自我实现需要。从人的需要的丰富性来看，人的高层次需要往往是人自己创造出来的，是人自身本质力量的体现，正因为这种能力和力量，人才能超越动物性需求走向更高一级文明。人的需要的多层次发展意味着人更高的生物效能，它是历史和进化的统一，社会和自然的统一。

人类造物活动是一种充满人类理性精神和文化品质的行为,虽然造物根源于人的需要,尤其是满足人生存的基础需要,但这种满足并未成为人进行造物的全部根据和限制。造物与人的需要之间有一种不断发展和变化的互动关系,这种关系亦是人类学家所指出的人的“文化性与生物性的互动关系”。显然,人类行为在相当程度上受生物特性的影响,然而,作为社会的人、文化的人,生物性的满足并不是单一的需求,精神需要更多时候占据同等甚至更为重要的位置(图 1.13/1.14/1.15)。



图 1.13 独特的舞姿

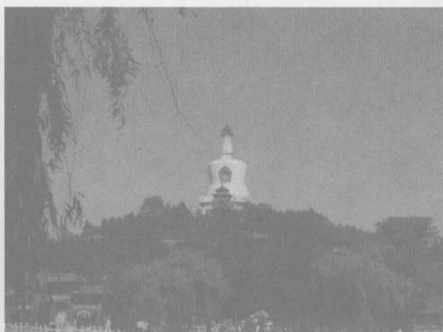


图 1.14 塔，更是一种标志

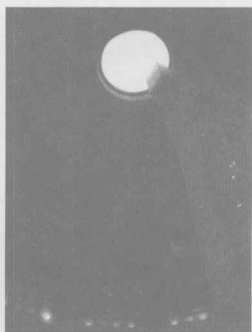


图 1.15 光，在至高点

如上所述,人作为文化的人,正是用文化使自己与动物之间勾划了清晰的界限,文化以及文化的创造,使人能够以自己的努力适应各种变化的环境,并在包括人造环境在内的各种环境中自由地生活,设计因其明确的人文指向成为人类文化的一部分。

设计的人文指向与人的需要相伴而生,这种人文指向,在现在及未来设计中将愈加明显地发挥作用。它是物质文化与精神文化的综合存在,在满足物质文化的基础上,精神文化不断地解放着人类的生存状态(图 1.16/1.17)。设计之“善”体现在设计对人类生存状态和生活质量的不断解放和提升过程中。



图 1.17 威尼斯柔波



图 1.16 嗨，你好吗

克鲁柯亨在《文化之镜》中首先把文化定义为“一个民族的全部生活方式”。生活方式是文化的具体内容和形式,也是现代设计的一个重要出发点和核心概念。

人的价值实现的前提是人创造客体价值的实践活动。人创造客体价值的过程也是它实现自身价值的过程。创造是一种主体性的活动,一方面,人自觉地创造客体价值是人的本质属性;另一方面是人的创造,任何物都不能创造价值。作为一种主体性价值,人的价值的实现包括主体能力、主体作用、主体地位等内容的实现。其中,主体地位的实现在人的价值实现的主要标志。对于人自身来说,人的活动可能有两种完全不同的效应:一是主体性的效应,即主体活动的结果适合主体自身和整个人类生存发展的需要,能够被主体合理地占有和享用,对确立和提高人的主体地位有积极意义;二是反主体的效应,即与主体效应相反的效应。人活动的效应如何,对于人价值的实现具有决定性意义。

阿瑟·普罗斯曾提出当代设计的三大核心概念:“生活方式、文化和情感”。设计大师索特萨斯把设计作为一种研讨生活的途径。他认为这是研讨社会、政治及衣食住行用和设计本身的途径。说到底建造一种关于生活形象的途径。他认为,设计不应该被限制于赋予蠢、笨的工业产品的形式,而应加以引导,首先得教导设计者去研究生活,只有生活才能最终决定设计,也就是说人们的生活方式决定着设计。也只有这个角度才能真正体现现代设计之“善”(图1.18/1.19)。



图 1.18 街中的我们和我们的街



图 1.19 Come on

2. 设计之“善”的价值指向

人在设计中不断实践创造,我们可以把“人—实践创造—创造物—满足人的需要—自身价值某种程度的实现”这一过程,称之为设计实践的完整过程,在这个过程中,人自身不断被满足,人的主体性得到不断地发展和提高,人的价值不断得以实现。

设计是劳动的高级形式,打制石器就是人最初的创造性劳动,它不仅确证了人类脱离自然界的质的飞跃,而且通过使用工具发展了人的肢体,开发了人的智力,增强了人类改造自然界的主体力量。对生活用品的设计、占有和享用,为自身的生存和发展创造了方便、娱乐和有效的条件。当人们还在手工业设计的时代,以农器为主要标志的生产工具设计和以衣、食、住、行等必需品及医疗、娱乐用品为标志的生活用品设计逐步繁荣起来,在技术、工艺等不断进步的推动下,设计范围不断扩大,水平不断提高。人类生产和使用工具的水平不断提高,意味着人的体力和智力不断摆脱自然界的束缚,得到解放和增强。18 世纪末,现代工业的产生和发展,为现代设计的出现和繁荣创造了契机和肥沃的土壤。设计对象的大批生产和为人所用,显示出人的本质力量及需求的变化发展。

从设计的主客体关系来说,人通过设计而实现主体客体化和客体主体化,这表明人是进行自我创造的主体性存在,是靠自己的创造来实现自我价值的。主体客体化是指人通过设计使自己的本质力量转化为对象物。设计是

生产的范畴,是生产过程中的重要环节。它直接决定生产对象即客体的形式和结构。客体主体化是指客体从客观对象的存在形式转化为主体生命结构的因素,或主体本质力量的因素,客体失去对象化的形式,变成主体的一部分(图1.20/1.21)。

在设计中,主体客体化的意义在于,人发挥了自己的主体能力,创造了客体价值。而客体主体化的意义在于,人通过占有和享用自身已经和即将创造的客体价值,使自身的主体力量不断增强。主体作用不断增大,主体地位不断提高。从主体客体化和客体主体化的双向运动中,人的主体能力、主体作用、主体地位等不断得以丰富。设计推动着人的价值逐步实现。

社会的发展从根本上说是人的发展,设计推动人的价值实现,达到人的全面发展,就是推动社会的向前发展。设计在主体客体化的方向中,也就是在生产中要重视设计的作用,充分发挥人的创造性,坚持不断创新,体现人的主体性,提高设计中包含的属人价值(图1.22/图1.23)。设计在客



图 1.20 要去登山吗? 请——

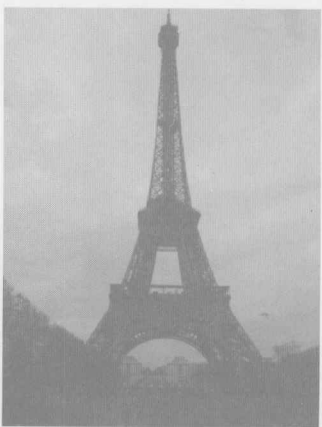


图 1.21 向往

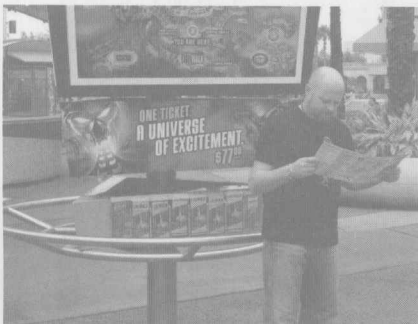


图 1.22 看看, 什么新东东?



图 1.23 包装上有消费者的影子, 你看见了吗?

体主体化的方向中,也就是要使消费者中更多受益,更加重视人的安全、健康、尊严和价值。

设计之“善”集中表现在设计是为实现人的价值而进行的,设计之所以能达到“善”的目标,正因为人自身以及社会的价值不断得以实现。

3. 设计之“善”的教育指向

设计不仅是文明的创造,同时也是文明的传承。传承和创造是一个不断融合的过程,这种过程便形成了设计之“善”的教育指向。在人们的传统观念中,教育以“学校”的“教学”模式展开,而设计之“善”的教育指向既涵盖传统意义上的教育,又赋予教育新的外延。

任何一个成功的设计都可以说是一本“教材”,它包含一种新的观念或方法,或表达一种与众不同的生活态度(图1.24/1.25),从这个意义上讲,所有的消费者都将从“设计”中得到启示,学到知识,设计之“善”的教育指向便由此而产生。

前工业社会的设计由于要适应手工业生产,所以需要培养掌握某种手工

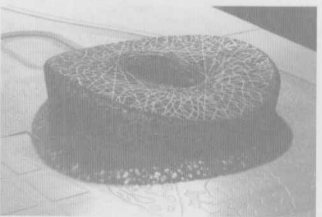


图 1.24 栖息, 飞翔



图 1.25 维也纳金色大厅外观

技能的工匠,教育多以行会的作坊形式出现,师徒相授。而工业时代的设计教育,以大机器生产为前提,需要培养的是掌握与工业生产相关的艺术和科学技术的设计师,多以学校形式出现,设计师的培养如同工业生产的一个环节。数字化技术和信息技术的发展不仅改变了工业社会形态,也改变了工业时代的生产模式。因此,信息时代的教育问题远非现代设计模式所能解决。在信息时代,一切生产都转变为知识生产,工业生产也让位于知识生产。知识生产的形式集中体现在知识处理与知识消费过程,产品已经变成一种抽象物。

国际 21 世纪教育委员会指出:“21 世纪的教育有四大支柱,即学会求知,学会做事,学会做人,学会共处。”

教育不仅仅是课堂教育,而且还包括一个大的教育观。

在信息时代,设计研究更多的是设计的非物质性,“人与非物”关系的研究正在逐渐取代“人与产品”的关系研究,设计更多时候呈现为一种策划,这种背景下的设计更多是一种方法论,是帮助人们发现和认识自身的特点与价值,为人们提供可以自由发挥想象力和创造力的机会,拓宽人们的知识面,授人以渔。

教育是人类社会自身发展与完善的一种最基本、最重要的手段,对于人类社会的发展的作用举足轻重。

人类对于教育的思考,已有几千年的历史,在古代,人们对于教育的态度是行重于知,学重于教,欠缺教育理论的理性总结。19 世纪早期,赫尔巴特开创性地构建教育学体系,并将其纳入科学系统。他从实践哲学和心理学的角度,阐释了“兴趣”、“教学”、“训练”、“管理”等基本概念,他认为教育的目的,取决于人的见解,从此,教育学作为一门学科得以确立,但此时的教育仍局限在经验科学的领域。19 世纪后期,欧洲兴起的实证主义思潮,把自然科学的一些研究方法应用于人文科学的研究,在这种背景下,梅伊曼提出了“实验教育学”的概念;涂尔干也建立了实证教育体系(图 1.26)。

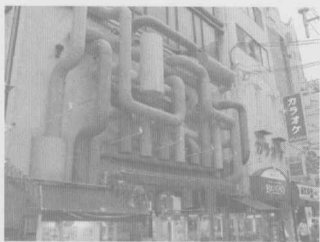


图 1.26 多元共存,相得益彰

教育的发展,与人类的知识发展历史异质同构。孔德通过研究人类心智的发展过程,而提出的知识发展三个阶段说,系统地探讨了知识的历史特征。他将人类的知识划分为三个阶段:第一阶段为神学阶段,这是人类智慧的始发点;第二阶段即形而上学阶段,处于过渡时期;最后的第三阶段是实证阶段。其中的每一个阶段都有其实践价值和社会制度与之对应。从孔德学说中来认识我们今天所要理解的设计之“善”的教育指向,具有很强的启示意义。

教育的作用除传授知识以外,改变世界、提高人类的生存质量无疑是最