

中国建筑学会室内设计分会推荐  
高等院校环境艺术设计专业指导教材

# 陈设与展示设计

董 赤 编著

中国建筑工业出版社

著 者 孙 芳

里 外 篇 名

中国铁道出版社

二、一 (10258)

图书在版编目 (CIP) 数据

陈设与展示设计/董赤编著. —北京:中国建筑工程工业出版社, 2007

中国建筑学会室内设计分会推荐. 高等院校环境艺术设计专业指导教材

ISBN 978-7-112-09664-0

I. 陈… II. 董… III. 陈列设计—高等学校—教材  
IV. J525.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 176205 号

中国建筑学会室内设计分会推荐  
高等院校环境艺术设计专业指导教材

**陈设与展示设计**

董 赤 编著

\*

中国建筑工程工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京千辰公司制作

北京建筑工程印刷厂印刷

\*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 10 $\frac{3}{4}$  字数: 243 千字

2008 年 1 月第一版 2008 年 1 月第一次印刷

印数: 1—2,500 册 定价: 26.00 元

ISBN 978-7-112-09664-0

(16328)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

作为支撑室内设计理论的一个核心内容，关于陈设与展示的研究在室内设计领域，无论是设计教育还是设计师的实践都是不可或缺的重要部分。

本书从陈设与展示的概念、设计历程、设计思潮、形式语言、空间构成、一般设计原则等方面入手，对陈设与展示的目的、意义及陈设与展示的回归进行了概括，对设计理论进行了系统的阐述。

本书在理论上有所创新，对于室内设计教育和室内设计实践工作具有一定的指导和借鉴作用，可供普通高校室内设计专业、建筑学专业、相关艺术类专业及设计爱好者使用。

责任编辑：郭洪兰

责任设计：赵明霞

责任校对：刘钰 兰曼利



## 出版说明

中国的室内设计教育已经走过了四十多年的历程。1957年在中国北京中央工艺美术学院（现清华大学美术学院）第一次设立室内设计专业，当时的专业名称为“室内装饰”。1958年北京兴建十大建筑，受此影响，装饰的概念向建筑拓展，至1961年专业名称改为“建筑装饰”。实行改革开放后的1984年，顺应世界专业发展的潮流又更名为“室内设计”，之后在1988年室内设计又进而拓展为“环境艺术设计”专业。据不完全统计，到2004年，全国已有600多所高等院校设立与室内设计相关的各类专业。

一方面，以装饰为主要概念的室内装修行业在我们的国家波澜壮阔地向前推进，成为国民经济支柱性产业。而另一方面，在我们高等教育的专业目录中却始终没有出现“室内设计”的称谓。从某种意义上讲，也许是20世纪80年代末环境艺术设计概念的提出相对于我们的国情过于超前。虽然数十年间以环境艺术设计称谓的艺术设计专业在全国数百所各类学校中设立，但发展却极不平衡，认识也极不相同。反映为理论研究相对滞后，专业师资与教材缺乏，各校间教学体系与教学水平存在着较大的差异，造成了目前这种多元化的局面。出现这样的情况也毫不奇怪，因为我们的艺术设计教育事业始终与国家的经济建设和社会的体制改革发展同步，尚都处于转型期的调整之中。

设计教育诞生于发达国家现代设计行业建立之后，本身具有艺术与科学的双重属性，兼具文科和理科教育的特点，属于典型的边缘学科。由于我们的国情特点，设计教育基本上是脱胎于美术教育。以中央工艺美术学院（现清华大学美术学院）为例，自1956年建校之初就力戒美术教育的单一模式，但时至今日仍然难以摆脱这种模式的束缚。而具有鲜明理工特征的我国建筑类院校，在创办艺术设计类专业时又显然缺乏艺术的支撑，可以说两者都处于过渡期的阵痛中。

艺术素质不是象牙之塔的贡品，而是人人都必须具有的基本素质。艺术教育是整个教育系统中不可或缺的重要环节，是完善人格培养的美育的重要内容。艺术设计虽然是以艺术教育为出发点，具有人文学科的主要特点，但它是横跨艺术与科学之间的桥梁学科，也是以教授工作方法为主要内容，兼具思维开拓与技能培养的双重训练性专业。所以，只有在国家的高等学校专业目录中：将“艺术”定位于学科门类，与“文学”等同；将“艺术设计”定位于一级学科，与“美术”等同。随之，按照现有的社会相关行业分类，在艺术设计专业下设置相应的二级学科，环境艺术设计才能够得到与这相适应的社会专业定位，惟有这样才能赶上迅猛发展的时代步伐。

由于社会发展现状的制约，高等教育的艺术设计专业尚没有国家权威的管理指导机构。“中国建筑学会室内设计分会教育工作委员会”是目前中国惟一能够担负起指导环境艺术设计教育的专业机构。教育工作委员会近年来组织了一系列全国范围的专业交流活动。在活动中，各校的代表都提出了编写相对统一的专业教材的愿望。因为



## 前言

艺术设计专业是横跨于艺术与科学之间的综合性、边缘性学科。艺术设计产生于工业文明高速发展的 20 世纪。具有独立知识产权的各类设计产品，成为艺术设计成果的象征。艺术设计的每个专业方向在国民经济中都对应着一个庞大的产业，如建筑室内装饰行业、服装行业、广告与包装行业等。每个专业方向在自己的发展过程中无不形成极强的个性，并通过这种个性的创造，以产品的形式实现其自身的社会价值。从环境生态学的认识角度出发，任何一门艺术设计专业方向的发展都需要相应的时空，需要相对丰厚的资源配置和适宜的社会政治、经济、技术条件。面对信息时代和经济全球化，世界呈现时空越来越小的趋势，人工环境无限制扩张，导致自然环境日益恶化。在这样的情况下，专业学科发展如不以环境生态意识为先导，走集约型协调综合发展的道路，势必走入死胡同。

随着 20 世纪后期由工业文明向生态文明的转化，可持续发展思想在世界范围内得到共识并逐渐成为各国发展决策的理论基础。环境艺术设计的概念正是在这样的历史背景下从艺术设计专业中脱颖而出的，其基本理念在于设计从单纯的商业产品意识向环境生态意识的转换，在可持续发展战略总体布局中，处于协调人工环境与自然环境关系的重要位置。环境艺术设计最终要实现的目标是人类生存状态的绿色设计，其核心概念就是创造符合生态环境良性循环规律的设计系统。

环境艺术设计所遵循的绿色设计理念成为相关行业依靠科技进步实施可持续发展战略的核心环节。

国内学术界最早在艺术设计领域提出环境艺术设计的概念是在 20 世纪 80 年代初期。在世界范围内，日本学术界在艺术设计领域的环境生态意识觉醒得较早，这与其狭小的国土、匮乏的资源、相对拥挤的人口有着直接的关系。进入 80 年代后期国内艺术设计界的环境意识空前高涨，于是催生了环境艺术设计专业的建立。1988 年当时的国家教育委员会决定在我国高等院校设立环境艺术设计专业，1998 年成为艺术设计专业下属的专业方向。据不完全统计，在短短的十数年间，全国有 400 余所各类高等院校建立了环境艺术设计专业方向。进入 21 世纪，与环境艺术设计相关的行业年产值高达人民币数千亿元。

由于发展过快，而相应的理论研究滞后，致使社会创作实践有其名而无其实。决策层对环境艺术设计专业理论缺乏基本的了解。虽然从专业设计者到行政领导都在谈论可持续发展和绿色设计，然而在立项实施的各类与环境有关的工程项目中却完全与环境生态的绿色概念背道而驰。导致我们的城市景观、建筑与室内装饰建设背离了既定的目标。毫无疑问，迄今为止我们人工环境（包括城市、建筑、室内环境）的发展是以对自然环境的损耗作为代价的。例如：光污染的城市亮丽工程；破坏生态平衡的大树进城；耗费土地资源的小城市大广场；浪费自然资源的过度装修等等。

党的十六大将“可持续性发展能力不断增强，生态环境得到改善，资源利用效率显著

提高,促进人与自然的和谐,推动整个社会走上生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路”作为全面建设小康社会奋斗目标的生态文明之路。环境艺术设计正是从艺术设计学科的角度,为实现宏大的战略目标而落实于具体的重要社会实践。

“环境艺术”这种人为的艺术环境创造,可以自在于自然界美的环境之外,但是它又不可能脱离自然环境本体,它必须植根于特定的环境,成为融合其中与之有机共生的艺术。可以这样说,环境艺术是人类生存环境的美的创造。

“环境设计”是建立在客观物质基础上,以现代环境科学研究成果为指导,创造理想生存空间的工作过程。人类理想的环境应该是生态系统的良性循环,社会制度的文明进步,自然资源的合理配置,生存空间的科学建设。这中间包含了自然科学和社会科学涉及的所有研究领域。

环境设计以原在的自然环境为出发点,以科学与艺术的手段协调自然、人工、社会三类环境之间的关系,使其达到一种最佳的运行状态。环境设计具有相当广的含义,它不仅包括空间实体形态的布局营造,而且更重视人在时间状态下的行为环境的调节控制。

环境设计比之环境艺术具有更为完整的意义。环境艺术应该是从属于环境设计的子系统。

环境艺术品创作有别于单纯的艺术品创作。环境艺术品的概念源于环境生态的概念,即它与环境互为依存的循环特征。几乎所有的艺术与工艺美术门类,以及它们的产品都可以列入环境艺术品的范围,但只要加上环境二字,它的创作就将受到环境的限定和制约,以达到与所处环境的和谐统一。

“环境艺术”与“环境设计”的概念体现了生态文明的原则。我们所讲的“环境艺术设计”包括了环境艺术与环境设计的全部概念。将其上升为“设计艺术的环境生态学”,才能为我们的社会发展决策奠定坚实的理论基础。

环境艺术设计立足于环境概念的艺术设计,以“环境艺术的存在,将柔化技术主宰的

人间,沟通人与人、人与社会、人与自然间和谐的、欢愉的情感。这里,物(实在)的创造,以它的美的存在形式在感染人,空间(虚在)的创造,以他的亲切、柔美的气氛在慰藉人<sup>[1]</sup>。”显然环境艺术所营造的是一种空间的氛围,将环境艺术的理念融入环境设计所形成的环境艺术设计,其主旨在于空间功能的艺术协调。“如 Gorden Cullen 在他的名著《Townscape》一书中所说,这是一种‘关系的艺术’(art of relationship),其目的是利用一切要素创造环境:房屋、树木、大自然、水、交通、广告以及诸如此类的东西,以戏剧的表演方式将它们编织在一起<sup>[2]</sup>。”诚然环境艺术设计并不一定要创造凌驾于环境之上的人工自然物,它的设计工作状态更像是乐团的指挥、电影的导演。选择是它设计的方法,减法是它技术的常项,协调是它工作的主题。可见这样一种艺术设计系统是符合于生态文明社会形态的需求。

目前,最能够体现环境艺术设计理念的文本,莫过于联合国教科文组织实施的《保护世界文化和自然遗产公约》。在这份文件中,文化遗产的界定在于:自然环境与人工环境、

[1] 潘昌侯:我对“环境艺术”的理解,《环境艺术》第1期5页,中国城市经济社会出版社1988年版。

[2] 程里尧:环境艺术是大众的艺术,《环境艺术》第1期4页,中国城市经济社会出版社1988年版。



美学与科学高度融汇基础上的物质与非物质独特个性体现。文化遗产必须是“自然与人类的共同作品”。人类的社会活动及其造物有机融入自然并成为和谐的整体,是体现其环境意义的核心内容。

根据《保护世界文化和自然遗产公约》的表述:文化遗产主要体现于人工环境,以文物、建筑群和遗址为《世界遗产名录》的录入内容;自然遗产主要体现于自然环境,以美学的突出个性与科学的普遍价值所涵盖的同地质生物结构、动植物物种生态区和天然名胜为《世界遗产名录》的录入内容。两类遗产有着极为严格的收录标准。这个标准实际上成为以人为中心理想环境状态的界定。

文化遗产界定的环境意义,即:环境系统存在的多样特征;环境系统发展的动态特征;环境系统关系的协调特征;环境系统美学的个性特征。

环境系统存在的多样特征:在一个特定的环境场所,存在着物质与非物质的多样信息传递。自然与人工要素同时作用于有限的时空,实体的物象与思想的感悟在场所中交汇,从而产生物质场所的精神寄托。文化的底蕴正是通过环境场所的这种多样特征得以体现。

环境系统发展的动态特征:任何一个环境场所都不可能永远不变,变化是永恒的,不变则是暂时的,环境总是处于动态的发展之中。特定历史条件下形成的人居文化环境一旦毁坏,必定造成无法逆转的后果。如果总是追随变化的潮流,终有一天生存的空间会变成文化的沙漠。努力地维持文化遗产的本原,实质上就是为人类留下了丰富的文化源流。

环境系统关系的协调特征:环境系统的关系体现于三个层面,自然环境要素之间的关系;人工环境要素之间的关系;自然与人工的环境要素之间的关系。自然环境要素是经过优胜劣汰的天然选择而产生的,相互的关系自然是协调的;人工环境要素如果规划适度、设计得当也能够做到相互的协调;惟有自然与人工的环境要素之间要做到相互关系的协调则十分不易。所以在世界遗产名录中享有文化景观名义的双重遗产凤毛麟角。

环境系统美学的个性特征:无论是自然环境系统还是人工环境系统,如果没有个性突出的美学特征,就很难取得赏心悦目的场所感受。虽然人在视觉与情感上愉悦的美感不能替代环境场所中行为功能的需求。然而在人为建设与环境评价的过程中,美学的因素往往处于优先考虑的位置。

在全部的世界遗产概念中,文化景观标准的理念与环境艺术设计的创作观念比较一致。如果从视觉艺术的概念出发,环境艺术设计基本上就是以文化景观的标准在进行创作。

文化景观标准所反映的观点,是在肯定了自然与文化的双重含义外,更加强调了人为有意的因素。所以说,文化景观标准与环境艺术设计的基本概念相通。

文化景观标准至少有以下三点与环境艺术设计相关的含义:

第一,环境艺术设计是人为有意的设计,完全是人类出于内在主观愿望的满足,对外在客观世界生存环境进行优化的设计。

第二,环境艺术设计的原在出发点是“艺术”,首先要满足人对环境的视觉审美,也就是说美学的标准是放在首位的,离开美的界定就不存在设计本质的内容。

第三,环境艺术设计是协调关系的设计,环境场所中的每一个单体都与其他单体发生着关系,设计的目的就是使所有的单体都能够相互协调,并能够在任意的位置都以最佳

的视觉景观示人。

以上理念基本构成了环境艺术设计理论的内涵。

鉴于中国目前的国情，要真正完成环境艺术设计从书本理论到社会实践的过渡，还是一个十分艰巨的任务。目前高等学校的环境艺术设计专业教学，基本是以“室内设计”和“景观设计”作为实施的专业方向。尽管学术界对这两个专业方向的定位和理论概念还存在着不尽统一的认识，但是迅猛发展的社会是等不及笔墨官司有了结果才前进的。高等教育的专业理念超前于社会发展也是符合逻辑的。因此，呈现在面前的这套教材，是立足于高等教育环境艺术设计专业教学的现状来编写的，基本可以满足一个阶段内专业教学的需求。

中国建筑学会室内设计分会  
教育工作委员会主任：郑曙暘  
2006年12月

# 目 录

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第一章 绪论 .....              | 1   |
| 第一节 陈设与展示的回归 .....        | 1   |
| 第二节 研究陈设与展示的目的和意义 .....   | 4   |
| 第三节 研究的理论基础 .....         | 6   |
| 第二章 装饰陈设与展示的概念 .....      | 8   |
| 第一节 一般概念 .....            | 8   |
| 第二节 设计活动中的观念 .....        | 13  |
| 第三章 装饰陈设与展示的发展沿革 .....    | 19  |
| 第一节 设计历程 .....            | 19  |
| 第二节 设计思潮 .....            | 60  |
| 第四章 陈设与展示设计的形式语言 .....    | 63  |
| 第一节 概念性要素的形式 .....        | 63  |
| 第二节 陈设性的形式 .....          | 75  |
| 第三节 展示性的形式 .....          | 84  |
| 第五章 语言与环境 .....           | 86  |
| 第一节 外部空间构成 .....          | 86  |
| 第二节 室内陈设(装饰)与展示设计构成 ..... | 96  |
| 第三节 设计的一般原则 .....         | 143 |

## 第一章 绪 论

### 第一节 陈设与展示的回归

自古以来,建筑室内外环境中有关陈设与展示的内容,正是人们在营建居住空间与生活场所中逐渐形成的一些实用的物化元素,这些元素被“制造”出来并逐渐形成了普遍的内容、规格、形式及相关的理念。它们表现为劳动器具、储存器具、生活用品、坐具、卧具、乐器、工艺饰品等等各个方面具体的物化品在空间中使用、陈设,并在人们生活方式的前提下形成空间形式组合的文化意义,折射出人居环境构筑和营建的意识。陈设(或存放)与展示提供了人类生活与生存的物化条件,也反映了人们对精神需求的观照,统筹着生活空间环境的各个领域并使它们作为一种文化不断丰富并逐渐地积淀下来。

纵观历史的各个发展时期或不同阶段可以看出,陈设与展示的内容多寡与贫丰与当时的社会生产力水平是相呼应的。当社会就处于生产力较低下的状态时,社会、经济、技术、创造力、审美等等因素就不足以成为表现物质条件的基础,这一切都能从陈设与展示中得到直接反映。

陈设与展示首先是在实用的功能之上确立的,随后才融入了装饰因素的艺术形式。陈设作为设计文化中的一个重要内容,是社会经济、技术、生活文化的晴雨表,它不能超越其上,也不能游离于其外。当人类的生产技能与艺术创造、经济支撑与生活方式需要融合在一起,有着“质料因、形式因、动力因和目的因”(亚里士多德)方面的结合时,就会创造出众多丰富多彩的设计之作。从实用出发到审美的艺术形式再到结合实用功能的努力,在设计视野内,各自形成的别具个性发展道路,它们又被统筹在生活的室内环境之中,其共通性又成为了人们生活水平的表征。

几千年来,在黄河沿岸与底格里斯河和幼发拉底河畔,东方文明、中东苏美尔文明,从尼罗河到印度河等河边定居独立地成长起来的文明之邦,都有着无以计数的“设计事件”。从人们居无定所到有固定的居住空间,从原始社会到现代社会,渐进中改造生存环境建立的种种秩序、模式同先前有着本质上递进的改变,自然本身赋予人类的改造自然的原动力,让人类社会分工有了明确的分野,也使得物化的种种创新影响了社会的变革,新的生活方式又蕴涵着惊人的创造力。村落、城镇、商业活动、生活用品、劳动器具、宗教、娱乐等等的一切,既满足了生活的需求又成为人类自身不断发展的平台。随着商贸、战争和迁移,种种物化的观念也被扩展到更远的地方。

特定的场所有特定的陈设与展示的内容,人类社会普遍的探索精神和自我完善的意识获得了代表着适时适地的陈设与展示的必要形式。场所中陈设的内容增加与形式的完善在生活体验及对价值的评判中延续着历史的关联性,拓展中的推陈出新展示出它存在的文化意义。



陈设与展示又是以它们的“场域”在构成空间组合的关联与秩序中发生意义为价值界定,并以此最终显示出形式语言的群体性及其各要件的“血缘”关系。特定的功能空间场所,是需要有特定陈设与展示的关系形式来实现,因而具有了给定的时代烙印。功能场所中的陈设与展示,在表达了空间体的物化需求的同时,还要有其文化背景的能动性的对应和表达心灵的时空谋求,既要安顿身的需要,也要满足心之所需,进而才能实现陈设与展示构筑营建表达的最高境界。

当陈设与展示被人们普遍认同并作为代表室内空间环境的特定符号形式的时候,对其语言、语意、形式、结构、类型、含义等理应进行系统的解读和推演,以指导适时的设计创作或在延续历史关联及拓展中有更深层次的发现。

陈设与展示作为传统的古典形式的设计语言,一直影响着人们在生活空间的各个领域和层面上的界定。特定的陈设与展示形式的结构有其特定的空间性格,特定的性格又在拓展及功能的深化作用下丰富着人的情感表现力,形式构成的关系即内在关联的合理性,也在人们的审美经验中落实于情感表现,人们生活空间场变为了情感场,从而使得物化表达的陈设与展示在空间的整体性特征中表现出来。

陈设与展示作为文化中的一组内涵,已成为千百年来营建室内设计的空间环境场的重要成因。口径与路径逐渐地被放大,并在理论的思辨中使它更具有了广度和深度。人们获得了丰富的经验、技术和文化成果,使人们在陈设与展示的物化过程中,广泛地得到接受、传播及创新。当陈设与展示被艺术地加以强调时,这说明陈设与展示被人类文明的进化过程所统畴,物化的产品或制品在空间场的营建和空间场内的满足人机能的功能需求的对应关系中,具有了时空的机能性,并趋于多样化,物质性与精神性互补互助、完整统一成为了最终的极致。千百年来,物化中的功利因素和审美因素的深化让每一件构筑陈设与展示的设计要素有了各自的语言,形式的产生更是异常的丰富,在组合结构、大小、形式、单元与多元,由平面升华为立体,由三维空间变为四维空间,以至形式被界定为可以拆卸的一个个模块,从一组中移出组合成另一组或多组,而形式的语义与情感也相应变化着。

墨子有句话:“食必常饱,然后求美,衣必常暖,然后求丽,居必常安,然后求乐。”“饱、暖”是保障人们生存与生活的物质基础,“安”是作为陈设与展示的物化形式的质量与目的,“求美、求丽、求乐”则是陈设与展示对人精神需求的观照,这就形同室内空间环境设计的一个原理,既要有人们对物化空间场所的生理需求的内涵,也要有人们对人们精神追求的定位,两者的有机结合正说明了装饰、陈设与展示的价值所在,也展示出一个较为完整的室内空间环境设计的核心所在。

陈设与展示的最大目的就是其合目的性,即它的功能在历史与现实之间,物质与精神之间,结构与构造之间,场所与场域之间建立起内在的联系,使具有普遍意义的构筑片断,抽象和简化,让逻辑的思想以形式“语言”的表现成为具体的实例。

陈设与展示即使成为模式化的主控也不会过多的改变它的适时、适地、适人、适“空间场”与情境的合目的性,而新的空间营建的理性精神需要它适合新的目的性。随着“适合”的增加或衍生,陈设与展示的语义会丰富起来,自身解决问题的条理也就愈发突出。人文主义的理性精神,伴着理性的分析、判断、比较和选择,充满着物化的每个过程与历史阶段。

作为陈设构件因素的展示，有史以来物化自身构筑语言的演变与创新，无疑发展和丰富了形式体系，带来了有价值的经验。装饰、陈设的文脉、血缘、积淀的成果，为满足社会需要被近代科学和工业革命推向了大规模计划和大批量的生产，新材料与建造的技术、粗糙的与精制的、简单的与繁杂的、常规的与异样的……嬗变中演绎了历史主义的话语，但品格这不可或缺的内容成为装饰、陈设延续和发展中最有价值的部分。

几千年来发展，陈设意义上的展示与展示意义上的陈设，大到京都城市、离宫别苑、佛殿寺祠、私家园林；小到宅深院、中外民居、建筑构件、生活器具；博到风水礼仪、理学法制、民俗、宗教、地域气候、东方西方；广到居住形态、生活方式、审美趣味、风格色质及纹样装饰等等，作为认知、参建、享用、教化的环境成因，直接影响着人们的生活。应该说，陈设与展示作为空间环境中不可或缺的形式语言，既在生活的层面构建了生活条件的物质内涵的必需要件，也在生活的层面构筑了精神内涵的审美观照要件，在合目的性的前提下，改变了人的生活状况，提升了人的精神品质，在享受物化品质的同时，也安顿了人的心灵，至少，它不断丰富的内涵，极为宽泛的领域使陈设与展示作为空间形态环境形成的重要构件，其价值会越来越多地被我们所利用。

陈设与展示是具历时性和共时性的，作为时代的产物，它被赋予了不同的表述内涵，其美的历程在（家居、公共建筑）室内、在庭院、在宫廷、在民间，陈设的展示与展示的陈设凝结出一民族的审美趣味、艺术风格、生活方式和理学模式，它让人与人、人与物、物与物间具有了亲和力、感染力和那么多令人激动及着迷的东西，其原因在于它的存在是具有美的生境，美的画境和美的意境的一种有意味的形式。

应该说，作为空间环境中不可或缺的形式语言的重要构件，陈设与展示在大众中更具有“普识性”，尤其在受传统文化影响颇深的条件下，在现实性中建立起来的认知及环境概念其意义根深蒂固。不论自身的场域需求是否具备，接受的教化与悟化的承接都被融入了文化体系之中，它特有的有形的表征，时时刻刻都影响着现实生活。以至于当新观念、新理念出现时，固守的一方是那么顽强固执。

室内外环境设计的根本目标是对表现出来的各类问题求解。而求解的结果是通过形式的表现来定位的，既有功能计划与生活方式，理念显现与传承积淀，又有具体的物化形态及其环境场域构成的价值赋予。

如传统的太师椅布局、屏风的摆放、挂落的表现；又如壁画、挂饰、陈列物、壁炉、电视等等，可以说人与空间的需求关系有多少，表现定位的陈设与展示内容就有多少。换言之，陈设与展示的内容构成了空间存在的一切物化素材，成为生活的要件，在物质与精神两个领域统领着室内空间环境的本质表现。再如，在宾馆、饭店、机场、车站、商场、娱乐场所、工作空间、广场、街道不同空间中，陈设与展示的空间构成语汇和语义更是异常丰富，在时间与空间的经纬线定位的点上，每一个都反映了它的现实性，也展示出它寓于现实中的普遍性。

毋庸置疑，东西方普遍认同“风格”的思考方式正在渐渐失去它原有的光辉。一方面由于大众化社会的兴起，知识水平得以普遍提高；另一方面文化交流的趋同带来了某些标准化、规格化的均质取向而渐渐走向一致。从20世纪的现代主义至现代主义之后，物化的功能与功能物化的形式之间发生了变化，意识形态走向多元化，所谓的科学模式在辉煌的时代过后出现了新的改变，迎来了对形式的抽象和意义的消解。这些都让我们从一个新

的视角关注这个多元的现实世界，让我们释然了某些理性的传统，改变了我们对“合法性”的标准依赖。显然，设计的时代开始转向，其结果之一就是让陈设与展示的意义上的物化及物化过程在设计与艺术间的距离日趋接近，回归到社会个体特有的价值观集合体及个人的期待和梦想的统一上。一方面，社会大众的均质化需求表现在实际上的努力，一方面更为重要的是每个人的个性及才能作为独立的个体在追求非标准的进化中表现出它价值的深层诉求。两者并存，既对立又统一，预示着物化空间环境、物化产品的多样化及标准构件的多种组合形式的可能，这是种种新的陈设与展示的存在素材。无论怎样，个人的表述及公共领地的多样化对应，陈设与展示都将是创造带来安顿身心的“生产方式”。

上个世纪后十年，我国室内设计领域实践中受到的西方影响尤为强烈，来自现代的后现代的各个思潮的形式法则的世界语的洗礼，一度让陈设与展示的意义只是成为商业上打造的种种僵化模式。由于词汇与语义的缺失，表达的设计思想自然也会缺少，陈设与展示的作用与意义往往得不到尊重。随着时代的变迁，今日陈设与展示通过转译重组、简化和抽象的提炼，单元构成与综合设计的意义又丰富起来。在室内主控着空间功能场所或辅助调控空间营建，成为追求空间品质与精神实现的重要手段。陈设意义之上的物化努力，建构着不同的环境空间场，显然，它们已成为营建环境设计的核心元素。

## 第二节 研究陈设与展示的目的和意义

20 世纪人类的室内设计活动发展进入了辉煌的时代，无论是在人们参与和实践的程度上，还是在理论的研究和发展上，室内设计让人们有了一种激动的期待，有了一种展示的诉说和一种精神的寄托，它走向了大众，走向普通百姓。在观念、技术、风格、生活方式中创造了既满足功能需要又满足居住者习惯的室内生活空间构筑的物质需求，并通过它来展示财力、地位、权力、品位、爱好等精神需要。

陈设与展示是室内设计中一个重要的内容，其物化概念对应在空间中那些生活必需的物化物品及它们统构场所中的情感诉说的观照，它随着经济、技术和文化内容的丰富，构筑的语汇及语义也随之深刻起来，构成的环境显示着经过努力和设计的创意逻辑，述说着舒适、愉悦、安全、便捷、健康、优美、个性、品质的统筹合一，物化的表达给人们的工作和生活提供了有质量的环境条件。

应该说陈设与展示是传统室内空间环境构建中最为常用的要素材料和技术方法，从某种意义上说，陈设与展示是解决空间功能、形式、秩序可视化以及审美价值的语言形式的问题。我们研究陈设与展示的目的正是为了了解营建的规律，并通过它指导陈设与展示的设计理念和价值表现在实践中加以落实。其中设计理念表现在通过改变或完善生活形式与状态，引导解决人与人、人与物、物与物之间的矛盾关系，建立包括技能、经验、思潮、知识在内的设计理念的普遍规律。而价值表现则是指通过设计理念形成建构的形式反映出的性格和理性的叙事方式。价值表现存在着层面递进，当普遍意义的诉求和一般意义的诉求得到满足之后，新的追求又会随之产生。尤其在现代主义设计思潮之后，在实现生存保障的前提下，生活的物质需求极大丰富，生产与构建已往往难以满足人的多样性需求，人们开始从探寻物化的形式语言转向生活方式及需求关系。而 20 世纪的社会文明，推动陈



设计与展示在设计空间的营建中的价值走向更高、更远、更多。在 20 世纪 40 年代至 50 年代,西方工业国家的社会特征让其设计的目的直接而清晰,以人为本的思想带来的生活方式及形式功能,影响着设计的革命性进程。

设计的理念与价值表现相互依托,它不受历史阶段的限制,在共时性与历时性中物化出一件事物发展与其所承载的诉求并与社会大众发生着紧密关系。

室内设计中的陈设与展示是具体的营建空间构成的因素,也是促成场域空间的媒介。作为最为普遍的“质料”资源,一方面表现出物化自身内部功能的成因与结果,如安全、适用的结构与形成因素;另一方面是人们将他们形成的物化结果纳入使用功能范畴或审美性目的或者文化、社会和各类事件的组合营建因素之中,拓宽了人们对构筑成“物化”的功能的各种选择过程的可能。

物化自身功能与物化功能的综合统构是某一特定空间目标的陈设与展示的推演定位,它不仅带来如何生成的解读信息,还会体验到室内环境质量的表现。就设计的客观对象而言,有生态的、环保的、灵活组合的和综合的发展意向;就设计的主观性而言,更多的是对人生理与心理需要的诉求,以人为本,科学的发展观促成的空间场域概念下的物化构件及物化过程形式意义上的愉悦,人与自然的和谐以及个性的发展无不需要陈设与展示的设计平台。因此,对陈设与展示的经验需要加以总结,对其实践意义上理论研究也是必需的。

人们关注研究陈设与展示,就在于它的作用,因其主控空间地位的作用是无以替代的,即形式的创造体现出的空间设计理念、人们的生活方式和审美价值综合而成的语言体系在室内空间设计中是不可或缺的核心内容。如何使它们在设计中发挥作用,为室内空间环境设计提供理性原则,正是今后我们研究的内容。

自 20 世纪 80 年代以后,我国室内设计领域行业的发展十分迅速,由它所引领的相关行业也是方兴未艾。人们的生活质量随着经济的发展而被提升,进入 21 世纪,生活的价值观念具有了消费时代的倾向。短短的 20 多年,我们的室内设计由照搬照抄的模仿,走向有理念及观念的形式组合,再由组合的折中实践进入原创的设计理念和价值判断,可以说,在改革开放的 20 多年中,室内设计领域集中表现出了中外建筑历史进程中室内设计在空间上的种种探索,众多的设计理念和价值判断被我们所消解及转化。“和谐”、“统一”、“秩序”融合了人们眼前所需的视觉刺激和利欲的表现,新的意志决定了综合的可见形式,统筹于特定的各类空间之中。

传统的理论被新的理论所融合,原有的经验又被新的经验所替代,不断变化而调整的理念在认知、了解、消化、吸收、反思等磨合中,在与新文化语境内设计思潮影响下的实践中,我们的设计观念逐渐清晰、丰润起来。

与之同时相关的产业也被带动起来。在室内设计行业引领下,家具业、纺织业、化工业、林业、建材五金、机械制造……直至各类艺术中的设计行业和教育界激情的投入如火如荼。琳琅满目的商品可供选择的式样,极具唯美主义和功能相结合的“家具”,陈设物化品原创的个性精品更是目不暇接。然而就设计而言,这些年来人们一直追求着对已有的物质形态的实践和经济上的目标,缺少深入到理性及科学的层面探索,在一般层面的探索中更缺少一定的理论成果作为指导。很显然,这种重实践轻理论的局面不利于我国室内设计的健康发展。



面对这一现状,进入21世纪,中国室内设计界的专家学者们在传授一般设计理论的同时,也在竭尽所能深入地探索着设计理论,完善着设计理念与价值判断体系,总结室内设计中的陈设与历史经验,深刻认识其发展规律,以便为营建理论与指导实践服务。

陈设与展示的研究在室内设计理论视野内是一个较为薄弱的领域,也许是设计师们对陈设与展示的物化观照习以为常,也许是把陈设与展示的构成因素作简单的理解,忽视了其构成因素的空间营建主控性及其独特的作用,目前有关这一专业领域的研究成果非常稀少,从事这一领域研究的人也不多。而从某种意义上说,室内设计的核心内容之一就是陈设与展示的内容,是一切物化产品、物化形式与理念营建的空间场域等构成形式的创造问题,因此研究陈设与展示的理论,对总结过去经验和指导实践具有双重的现实意义,亟待加强。

第三节 研究的理论基础

室内空间设计是空间场所的设计,是对“空间场”机能环境营建中出现的各类关系问题矛盾求解的过程。

首先,从与之直接关联的理论中寻找背景,如室内外空间环境设计离不开建筑学的工作范畴,就室内外空间环境设计性质和工作内涵与建筑设计而言两者间有区别,但更有联系,无论从主观角度还是客观角度,建筑的界定,建筑物理、建筑历史、法规等内容都是最为直接的。

景观设计学也同样作为陈设与展示设计的相关学科有着交叉关系,其影响是其他门类学科所不能替代的。家具设计、灯具设计、室内设计、色彩设计等一切艺术设计范畴的理性原则,都对陈设与展示如何生成、信息传递、理念显现的解读等方面起到理论基础的支撑作用。

其次,从符号语言理论中寻找支持。室内外造型环境设计中,陈设与展示是设计理念及创意的转化成为具体的形式结果,它依托于形式本身内在的积淀信息,包括形态、结构、构造、色彩、体量、材质、比例、尺度,以此来影响特定视觉区域内空间环境场的构成人为物外化的理念显现。上述信息因素是作为符号存在,有着许多语言交流的特征,其能指与所指之间的联系表现出了符号学的理论。符号是能被人们解读的,“在我们的意识中,存在着解读这些信息的认知解构,为解读这样的符号提供了心理机制,当这些信息与我们的认识图式相一致时,信息的含义便被唤起或感知”(尼跃红,室内设计形式语言(高等教育出版社))。陈设与展示的生成,信息的传递,理念的显现具有符号的生成、信息的传递等形式语言可供交流的特征,设计的理论研究发展,也让人们意识到它的规律存在可供设计语言的分析与思考,促进设计的有意味的探索。

再从基础理论的角度上看,如艺术学、色彩学、几何学、形态构成学等等,其深入研究的基础层面和理论视野也是非常宽泛的。历时性与再时性的各类理论成果都能与室内外空间环境物化因素发生关联,能够在造型艺术中发挥作用,那么它的“原型”存在的独特的经验,通过一些形式特别是艺术形式的承载和表现通过对形式的创造被纳入整体构思的表现序列之中,也就成为精神物质化的一个个过程。