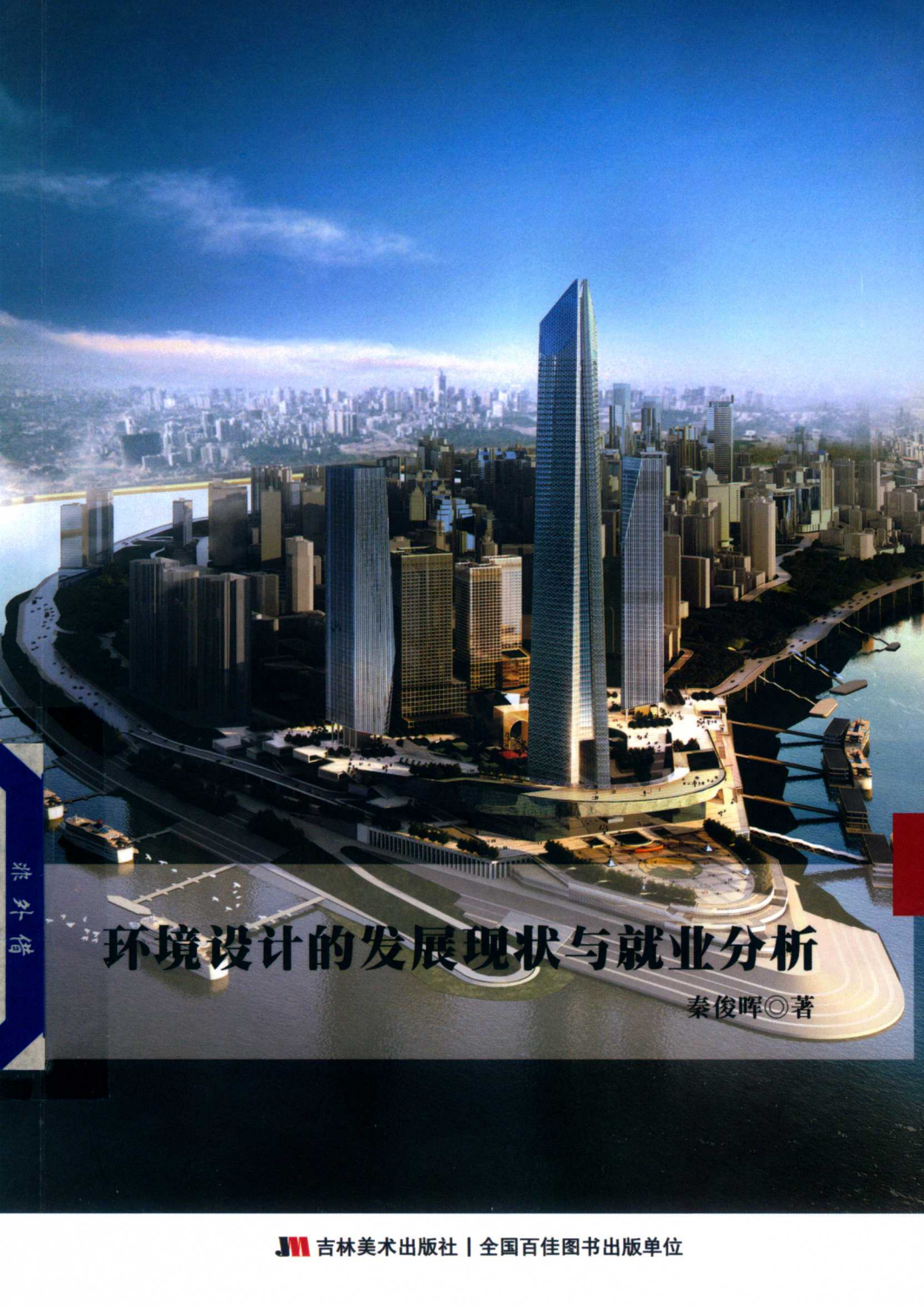




环境设计的发展现状与就业分析

秦俊晖◎著

环境设计的发展现状 与就业分析



秦俊晖 著

图书在版编目(CIP)数据

环境设计的发展现状与就业分析 / 秦俊晖著. -- 长春 : 吉林美术出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5575-3597-1

I. ①环… II. ①秦… III. ①环境设计—研究 IV. ①TU-856

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 058030 号

环境设计的发展现状与就业分析

HUANJING SHEJI DE FAZHAN XIANZHUANG YU JIUYE FENXI

作 者	秦俊晖
责任编辑	于丽梅
装帧设计	海星传媒
开 本	880mm × 1230 1/32
字 数	188 千字
印 张	8.75
印 数	1-3000 册
版 次	2019 年 1 月第 1 版
印 次	2019 年 1 月 1 次印刷
出版发行	吉林美术出版社
地 址	长春市人民大街 4646 号
印 刷	廊坊市海涛印刷有限公司

ISBN 978-7-5575-3597-1 定价: 36.00 元

前 言

对于人类的发展,环境的改善是一个重要的课题。在当代社会中,环境设计是人类社会步入后工业文明信息时代诞生的绿色设计系统中的一个理念。

对于环境设计,从世界范围内来说,是中国独有的一个新兴学科专业。目前,环境设计理念的发展,在理论上还有许多界定不清的概念,但其本身具有学科发展的前瞻性、边缘性和综合性。多年来,学术界没有对中国环境设计理论进行过深层次的研究。正是由于这方面的研究相对滞后,大大影响了环境设计专业的发展和科学建设。十多年来,政府、社会、学校及民众对环境设计在社会生活中产生的巨大影响力已得到认同。中国社会物质与精神文明的超速发展,引发人们对生活空间、环境设计需求的高标准与多样化,这也带动了环境设计专业教育及相关行业、产业的活跃。如今,人们更明晰了环境设计的长足进步,需要社会各个环节的共同努力。同时,因为环境设计广泛涉及科技生产、市场经济、艺术美学及丰富的社会生活形式,其学科信息的穿插性、实践的实效性,促使环境设计专业人士必须要不断处于设计领域新探索、新突破与新开发的“更新换代”升级运作中。

笔者在本书的撰写过程中,遵循理论与实践相结合的原则,一方面介绍了环境设计的基本理论,另一方面对环境设计的具体实践工作进行了详细探讨。本书具有全面性、系统性的特点,且

内容详细、言简意赅、结构合理、案例丰富，对环境设计的工作具有一定的帮助与指导意义。

此外，笔者广泛参考、借鉴了业内专家、学者相关研究成果，在此表示由衷的谢意！由于各方面的条件限制，本书内容上可能还有一些欠缺的地方，在此请广大专家、学者、读者不吝赐教，提出意见，以便日后对本书做进一步修改与完善。

目录

CONTENTS

第一章 绪 论	1
第一节 设计简述	3
第二节 设计的发展轨迹和风格流派	21
第三节 中西方出现的设计典籍	38
第二章 设计的实践者	41
第一节 设计师的内涵	43
第二节 设计师的职责素养	51
第三节 设计师的社会责任	62
第三章 环境设计的理论基础	73
第一节 环境设计的概论	75
第二节 环境设计的原则	89
第三节 环境设计的基本程序	92
第四节 环境设计的基本议题	99

第四章 环境设计的实践	109
第一节 建筑设计	111
第二节 室内设计	132
第三节 室外设计	159
第四节 城市规划设计	203
第五章 环境设计专业现状与趋势	217
第一节 环境设计的相关专业	219
第二节 环境设计专业教育现状	222
第三节 环境设计专业的发展前景	236
后 记	241
作者部分论文	247
参考文献	265

第一章

绪 论



设计伴随着制造工具的人的产生而产生的，其从一开始就具有明确的目的性。物品在货币产生之前用于物易物的有选择交换，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》中记载，“设”字就是陈列、安排之意，与现代意义的“设计”概念十分接近。21世纪以来，艺术的形成、科学的内涵、技术的含量，充实了设计的内涵，使其成为创造物质与产品的一门学科。

第一节 设计简述

一、设计的概念

(一)“设计”一词的来源

设计，即 Design (英)，源于拉丁语 Designara，后经过演变，成为意大利语 Designo、法语 Dessein，最终演变为英语 Design。汉语中的设计虽然是英语 Design 的对译词，但与它相对应的词义在中国古代文献中早有了相对应的词义。如《周礼·考公记》即有“设色之工，画、钟、筐、幌”中的“设”；《管子·权修》中“一年之计，莫如树谷；十年之计，莫如树木；终身之计，莫如树人”中的“计”；《三国志·魏志·高贵乡公髦传》中“赂遗吾左右人，令囚吾服药，密因鸩毒，重相设计”中的“设计”；元代尚仲贤《乞英布》第一折中“运筹设计，让之张良，点将出师，属之韩信”中的“设计”等，都有计谋、谋划之意，而这与现代设计的基本含义相同。

(二) 英文中的 Design

Design 这个词在英语中既可以译为“to designate”(指明),也可以译为“to draw”(描画),因为它们本就源于同一个词。同样,intention(意图)和 drawing(绘图)在喻义上相同。通过语源学的分析可以得到一个等式: $\text{Design} = \text{Intention} + \text{Drawing}$, 即“设计 = 意图 + 绘图”。这一等式表明 Design 本身就含有双重意思:其一,包括在设计创意阶段的“意图、计划和目标”的含义;其二,包括在设计执行阶段的“草图、效果图或模型”的含义。

从词性上看, Design 在英语中兼有动词与名词两种词性。作为动词的 Design 是指设计、立意、计划,作为名词的 Design 是指项目、意图、草图、模式、风格、样式、图案、心中的计划或设想过程等。这种内涵的双重性表明: Design 既可以指一个活动(设计过程),也可以指这种活动的成果(一个规划或者一个形态)。因此,在学习和进行时,过程和结果同样重要。

1974年第15版的《大不列颠百科全书》将 Design 解释为“为实现一定的目的而进行的设想、计划和方案”。这是一种对 Design 的广义的定义。

(三) 汉语中的设计

汉语中的设计可用作动词,是一个过程;也可以作为名词,是一种过程的结果,这与英文中的使用状况相一致。用现代汉语中的“设计”一词来对译英语的 Design,其各自的语源背景及文化背景都比较一致,这正好说明了设计作为人类社会共性行为的一致特征。

对于设计的解释,1983年第2版的《现代汉语词典》提出:“在正式做某项工作之前,根据一定的目的要求,预先制订方法、

图样等。”“设”在汉语中作为动词，有安排、建立、构筑、陈列等含义，由此复合为设置、设想、设法、陈设、设施、设计等词；“计”在汉语中名词、动词兼用，名词有如计谋、诡计，动词有如计算、计议、计划等，而计议、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、审核等义。“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。

（四）艺术与设计

综合以上对于设计的解释，我们得出设计的基本含义为计划，即为达成目的而设立的方案，这种含义涵盖了人类历史上所有的创造性活动。现代意义上的设计则是对一切创造性活动所蕴含的创造性构思、行为和过程的升华。

在国际上，艺术 Art 与设计 Design 常常是并列而立，艺术涵盖了美术、建筑、戏曲、影视和音乐等大的艺术范围，设计则包括了从手工艺到工业设计的所有设计范围，这两个学科领域既相互联系，又各不相同。

我国目前对设计的解释可以分为两种：一种是将艺术与设计中的模糊因素去掉，这种方式比较概括，但对于艺术和设计的关系表达不明确；另一种则是在解释设计时在前面加上艺术，以便使人们更容易理解和接受这一概念，然而在“设计”一词中，“艺术”只是定语，它本身成了对“设计”的修饰。

除了这两种解释外，“设计”还是对过去“装饰”概念的最好演绎，比如过去的室内装潢专业就改名为环境设计专业。

随着人类生产生活的不断变化，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，并使自己自觉地利用这些规律来服务于自己的目的，实现者和目的性和规律性的统一，这是设计美感产生的基本条件。北京人的石器尚未定形，丁村人则略有规范，如球状、橄榄形等，到山顶洞人，石器不但很匀称，整体规整，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，最初就是由环境制造所推动的。在工具的制作过程中，人类逐步掌握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，它是人类在获得经验的基础上，把创造新事物的活动对象思维与艺术、科学技术和经济条件密切结合的实践活动。人们在生产和生活中不断地适应与改造自然、改造环境，把自然形态、第二自然形态的物质转变为人们所需要的东西，首先必须在头脑中改造这些物质形态，未来成品的原创就是这种产品的设计。在某种情况下，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；另一种情况，设计是一种独立的工作，其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和形成图案，能在生产活动中改造自然界的物质。当它们变成所需要的物品时，由于先在头脑中已经改造了这些物质，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，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；是人类有目的的造物活动的开始，是人类为实现某种特定的目标而进行的创造性活动，是一种把设想、计划和规划通过艺术化的形式传达出来的活

动过程。

二、设计的特征

设计作为人类自觉认识和改造世界的创造性活动，由于与人类自身的需要、思维方式和赖以生存的环境有着密切的关系，所以，它作为一种行为、一种思维的物态化形式具有其独有的特征。

（一）功能性特征

任何物品的产生都是为了满足一定的需要，设计也不例外。所谓设计的功能性就是设计为了满足某种需要而具备的条件。每一件物品都有其自身的价值和特性，也就有其自身的功能。我们运用功能的概念，可使一切物品对人类生活的意义更加明确，而达到物尽其用的最高目标。设计的功能性包括有实用功能、认知功能、审美功能。

1. 实用功能

实用功能，就是指物品的功能，是为了达到预定目的、满足某种用途所应该具备的基本条件。它与属于精神功能的认知功能和审美功能相区别，又称物质功能。实用功能介于物与人之间，是人工制品的原动力，与生活的关系最直接也最密切。设计的产品与人之间通过物质和能量进行交换，能够满足人的某种物质需要。比如茶杯可以用来饮水，卡车可以运送货物，建筑可以提供可封闭的居住空间，电冰箱能够冷冻、冷藏食品，电动剃须刀能够去除多余的黑毛，椅子为了人坐等都属于实用功能。

产品的实用功能是所有功能中最基本的功能，只有衣食住行这些物质需要得到适当的满足，人们才会产生更高的精神需要。

所以,满足人的物质需要的,具有实用功能的产品,会比一些满足人的精神需要的具有认知功能和审美功能的产品出现得早。不过,物质功能不等于产品本身的物质属性,这些属性与人的需要联系起来才构成产品对人的功能。实用功能也不等于产品内部个别零部件的功能,也不等于所有零部件功能的简单相加,而是产品的整体结构作为一个系统所发挥的功能。此外,实用功能是一切人造物的审美功能根源,但它并不是在任何产品中优先占有主导地位,有些产品的主要功能也可以是审美功能。

2. 认知功能

认知功能,是指产品的外在形式向人们表明它是什么,它意味着什么,它是人们通过感觉器官接受来自产品的各种刺激,形成整体知觉,再产生相应的概念和表象,经由这样的心理过程实现的。所以它属于一种心理功能或精神功能。

产品的认知功能不仅是由作为客体的产品的物质实用性所决定,还有赖于作为主体的人的认知能力。产品对人的认知功能和人对产品的认知能力,都是人在追求一定的实用功能而不断变革客观世界的实践活动中形成的。一种产品的功能如果满足了人们的物质需要,其形式就在人的头脑中与这种功能联系在一起,并且逐渐形成一种模式。这种模式通过社会的文化机制传承下来,成为人们识别、使用和创造这类新产品的内在尺度。

认知功能又可细分为指示功能、象征功能、展示功能。物品的指示功能,是物品实现实用功能的前提,只有产品的外观形式提供足够的信息,方便人们的操作,才能形成一个合理的人工环境,使人们获取认知定向,确定自己的行为。比如房子必须显示出它的门在哪里,窗子在哪里,一个电脑键盘必须向人们表明每个按钮的作用等。

象征功能是指产品作为一种符号所具有的象征意义。比如服饰、轿车、用具往往暗示着使用者的职业、社会地位、经济状况、文化教养等。人们借由这种象征功能所表达的思想观念、态度和愿望,达到一种自我实现,塑造出一个富于个性的自我形象,产品也逐渐成为一种象征或隐喻。人们以各种产品的形式因素构成的符号系统为媒介,进行思想交换,调节人与人、人与社会之间的关系,这就形成了在特定条件和特定环境下的产品语言。历史上的各种仪式、风俗习惯成为这种产品语言的表征。如龙袍象征着至高无上的特权,奔驰车象征地位和财富等。

物品的展示功能是产品传达信息的前提,它可以以图像、音响和概念化的符号系统地展示,描述和传播人类的文化成果。

3. 审美功能

产品的审美功能就是指产品的含义及外在形式可以唤起人们的审美感受,从而使人的审美需要得到一定的满足。产品的审美功能表现出以下特性:

(1) 普遍性

美不仅是艺术品的属性,也是所有人工制品的属性。马克思说人“按照美的规律来建造”,指的是一般物质产品的普遍生产也是按照美的规律来进行生产的。在产品的基本功能中,有些产品的实用功能处于主导地位,如工具和机器,而审美功能处于次要的地位;也有些产品的审美功能和认知功能占有更重要的地位,如时装或纪念性建筑等。

(2) 直觉性和超功利性

审美功能还具有直觉性和超功利性。审美功能的实现是由知觉和表象直接唤起某种肯定或否定的情感体验,其审美过程不需要经过概念的推理和判断,这就是产品审美的直觉性。此外,产

品的审美是一种情感上的愉悦,这种愉悦往往是由产品的形式特征所引起的,不带有任何的功利性,即它具有超功利性。

(3) 复杂性

物品的审美功能是在实用功能和认知功能的基础上产生的一种心理功能,主要依据物品在形态、色彩、材质、肌理、表面加工处理以及装饰等方面符合人的审美心理来实现。但人们的心理感受是多方面的,如形态、色彩、装饰的美感,舒适性、安全性、视觉、听觉、触觉、味觉、嗅觉等主要审美感官等,这就使得物品的审美功能呈现出复杂性。

(二) 艺术性特征

设计与艺术有着密切的联系,人类早期的设计甚至与艺术活动是融为一体的。只是随着社会分工的越来越细,才使艺术从实际技术中分离出来。现在国际上提到“设计”还往往加上“艺术”两个字,可见其关系的密切程度。特别是在近代,设计与艺术之间的距离日趋缩小,新的艺术形式的出现极易诱发新的设计观念,而新的设计观念也极易成为新艺术形式产生的契机。所以,设计专业的学生应该常常关注艺术的最新动态,如艺术的新形式、艺术市场的行情等。

不过设计并不同于一般的艺术,它的创造过程是遵循实用化求美法则的艺术创造过程。设计对美的不断追求决定了设计中必然的艺术含量,不同时代的设计有着不同的艺术追求,现代设计具有科技含量很高的现代艺术特性,如全新的材料美、精密的技术美、新奇的造型美、科幻的意趣美等。

设计常采用的艺术手法有借用、解构、装饰、参照、创造等。

借用是指在设计中常会出现借鉴艺术的力量,如某句诗、某