

XIANDAI 现代艺术设计新理念丛书

YISHU SHEJI XINLINIAN

S h e j i s u m i a o

XIANDAIYISHUSHEJISUMIAO

现代艺术设计素描

XIANDAIYISHUSHEJISUMIAO

李波 崔荣荣 主编

中国纺织大学出版社

现代艺术设计素描

主编 李 波 崔荣荣

中国纺织大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代艺术设计素描/李波等编著. —上海: 中国纺织大学出版社, 2001

ISBN 7-81038-382-5

I. 现… II. 李… III. 素描—技法(美术)
IV. J214

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001) 第 057534 号

责任编辑 蔡 仪

封面设计 严海林

现代艺术设计素描

李 波 崔荣荣 编著

中国纺织大学出版社出版

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码: 200051)

南京展望照排印刷有限公司排版 上海崇明晨光印刷厂印刷

新华书店上海发行所发行

开本: 787×1092 1/16 印张: 8.5 彩页: 16 字数: 228 千字

2001 年 9 月第 1 版 2001 年 9 月第 1 次印刷

印数 0 001—3 000

ISBN 7-81038-382-5/J·42

定价: 24.00 元

现代艺术设计新理念丛书

总编委会：吴志明

张竞琼

李 波

单文霞

崔荣荣

本书编著者

主 编：李 波 崔荣荣

编 委：(按姓氏笔划为序)

王玉兰 陆 强 李 波 周开颜

娄家骏 徐 建 崔荣荣

各章编著者：李 波(第一、二、三章)

王玉兰(第一章)

陆 强(第三章)

崔荣荣(第四、五章)

周开颜(第四章)

序一

为他人而设计

——我的服装设计观

设计 (design) “既是艺术的, 又是科学的一个部分”, 设计是科学、技术和艺术有机统一的交叉学科。艺术和设计从历史的溯源看本是同源, 都是造物文化的分合离散所致。因此, 它们之间存在着亲密关系是不言而喻的。但是, 艺术从技艺中分离出来走上一条独立发展道路以后, 就形成了不同指向的体系。艺术追随的终极目的是人的精神需要, 而设计最终是为人的物质需要而设计。设计作为工程技术与美学相结合为基础的设计体系, 它又不同于一般意义上的设计。技术设计旨在解决物与物的关系, 而设计在解决物与物关系的同时, 特别强调解决物与人的关系, 关注产品的视觉造型、形体布局、表面装饰和色彩搭配, 同时还要考虑产品对人的心理、生理的作用。服装设计师与裁缝出于历史的继承关系, 它不同于现代工业设计师, 却与现代工业设计师有着许多共同的要求, 容易造成或左或右的性质混同。服装设计师通常要亲自动手进行制作, 因此服装设计师又始终和最初的服装结构设计平行进行, 对整个产品负责, 而不仅仅对服装的艺术性和美学问题负责。但面对批量生产的成衣而言, 现代设计的因素又高于传统手工艺的制作, 一位不了解生产技术的设计师是不可想象的, 只有当设计师既不是技术工艺的奴仆又了解技术工艺时, 设计师的个人才华与风格才可能自由表现在自己构思设计的批量产品中。服装设计活动充满着艺术的诱因, 除了形式因素外, 设计中的文化指向, 即设计师按照人的需要、爱好和趣味设计服装, 使服装设计活动增添了艺术的魅力。正如有品味与艺术才华的服装设计师所做的那样, 他所设计的不仅仅是女装, 而是女性本人——她的外貌、情态和生活状态。因此, 设计师直接设计的是产品, 间接设计的是人和社会。我尤其不能同意裁缝就是设计师的论点, 如果说有大师或西方工匠们为了对自身手工艺劳动的尊重而自诩裁缝的话, 我理解, 那是要求设计师具有裁缝般的精神和踏实态度。为他人设计, 为他人的外貌和生活方式的设计是服装设计的物质功能中包含精神因素的真正目的, 同时也是设计师与裁缝的区别之所在。要不然, 他只能算是回归中世纪的现代浪漫派设计师。

应该承认, 中国的服装设计是一项尴尬的职业, 它既没有科学家那样具有成就感而倍受人尊敬, 也不像一般小文人拥有慎独的情怀而悠闲自得, 他们整天为自己的生计而劳作。早先的服装设计师似乎总是灰头土脸, 在企业中的地位有如服装作坊的裁缝、发廊的“广东师傅”。因为人们在物质条件相对贫乏的社会生活中, 无法将现实中戴着老花镜、脖子上挂着皮尺、手拿剪刀、佝偻着背的老裁缝与设计师划上等号, 那就更不用说服服装设计作为一门专业走进崇高神圣的大学课堂。历史总是公正的, 为中国服装设计事业先吃螃蟹的那批人, 尽管有这样或那样的不足与缺憾。但是, 这 20 年来, 正是有了服装设计教育; 正是有了王新元们、张肇达们、吴海燕们的努力; 正是有了时装周、博览会这样的舞台; 正是有了国内经济的高速增长, 才有了服装设计事业的大发展, 才有了设计师在实现自我价值的同时, 为美化人民生活, 提高人们服饰审美趣味发挥的特殊作用, 设计师才真正成为人们羡慕的职业。作为中国服装教育的最初受益者, 王新元、吴海燕们的开拓为后来的年轻设计师栽下

了树,树立了榜样。

当然,中国服装设计教育初创时的硬伤,导致设计人才培养的许多误区与歧义是不用回避的事实,特别是艺术院校和综合院校中的艺术系科,从一开始就将服装设计视为艺术专业,沿袭培养美术家的方法与传统,更多地关注视觉领域的设计,忽视工艺、市场、销售环节的学习与实践。因此就有专家疾呼:“服装不是画出来的,是做出来的”。细纠其观点,为了强调设计中的某一个方面,似乎又将服装设计囿于技巧论和工艺论的围城中去了。同时,也有文章说,服装设计首先是门艺术,又把服装设计放在至高无上的地位,并以此来褒扬极具个性的设计师,实质上又混淆了艺术与设计的概念,以致于我们仍然要为什么是艺术和什么是设计而费尽口舌。分析原因和问题,得出两个基本的结论。第一,将服装设计当作艺术活动看待,混淆艺术与设计的终极目的,把设计当作艺术,夸大精神功能极端突出所谓“我”的艺术个性,有时一台时装表演几乎成为行为艺术。第二,把技术设计混同于设计,使技术与工艺被无形夸大,掩盖设计中的美学部分,流于技术设计的功利论。由此形成了设计教育中的泛艺术化与泛工艺化两种极端的教育思想,从而出现互不相让指鹿为马式的争论。服装设计界存在的这样或那样的问题,似乎每一种理论都有其落脚点。然而,就服装设计教育而言,面对现代社会纷繁复杂的生活画面和人们日益提高的审美综合素养,必须立足于用大设计的视角看待服装设计,只有这样培养出的设计师才能驾驭服装设计的全过程,成为真正意义上的品牌设计师。

对于服装的品牌设计,大多数人似乎更关注服装款式、工艺结构、面料辅件的设计。如果将服装品牌设计仅仅看作是服装本身的设计是狭隘的。因为,在现代文明条件下,服装品牌设计同样需要抛弃小脚女人式的禁锢思维,凭借开阔的视野和敏捷的智慧,用大设计的视角,把握服装设计活动的全过程。我所倡导的服装品牌设计理念,应该从面料选择与款式设计、组织生产及劳动环境、品牌宣传与空间展示、经营销售与消费理念全过程进行设计与规划。严格意义上说,服装品牌的设计是产品的策划设计和运作设计,而不是仅仅会画几种款式,会缝制几件衣服的人就可以称之为服装品牌设计师。大至生产对全人类可持续发展及生态环境的影响,小到服饰吊牌平面字体的设计,都应该归结为品牌设计的责任。我所倡导的大设计理念,如果离开了对人类发展和目的性的把握,就无美的东西可言。某种意义上说,设计的智力因素可以通过学习和训练而获得,非智力因素的积累却是一个漫长而又复杂的过程。当然,我决不是要将每一位设计师都塑造成全能设计师,但缺乏对设计相关因素的思考,至少说他不是一位优秀的设计师,或者只能是设计师的助手。譬如,服饰设计除了服装本身设计外,它还须考虑多视角的空间设计,怎样构筑服饰品牌的人文环境与衬托服饰的品质感,进而对服饰的销售起暗示与诱导作用,这既需要科学详尽规划的集体结晶,也需要服饰品牌设计师内在情感魅力的个性张扬,这种软指标决不可能一朝一夕完成。因此,我得出的结论,恰恰与许多专家相悖:中国现在不缺少能画时装画的设计师和能操作电脑的平面设计师,也不缺少工艺样板师,缺少的正是具有宏观战略眼光、文化经营理念、深厚艺术素养、高贵生活品质与情怀并能够驾驭全局的设计师,能够对服装产品的全过程进行设计。正由于长期以来中国内地对个人价值的轻视与漠然,以及经验主义工商业者的狂妄,使脑力劳动的结晶常常被平庸之辈取笑。有思想、有才华、有才能的品牌设计师,不应囿于服装的单极物质存在思考问题,而应该置身于广阔的立体空间中,利用有限的载体与空间给予服装以真的设计、善的设计和美的设计,从而提升广大生产者、经营者和消费者的生活

品质、精神品质和无限的服饰形象想象。

中国的服装教育正是伴随着现代服装业的发展而发展的,在缺乏参考资料、教材和师资的情况下,如雨后春笋在全国各地遍地开花。然而,熟悉国内外服装设计和服装教育现状的人都清楚地认识到,中国服装教育在取得成绩的同时,也确实存在许多不可言状的尴尬与困惑。服装教育的每一个阶段都有着循序渐进的阶梯,每一个环节都构成服装教育的整体。但不少院校的服装设计专业,机械地将绘画与工艺相加,而最终仍然用美术家的方法选拔培养服装设计师。一大批时装画家型设计师被送到企业,由于轻视工艺实践,一味强调纸面画稿和戏剧化效果,过分注重二维平面空间,而忽视三维乃至四维立体造型感觉,使得有的服装设计师不会打板,不了解图样——样衣——产品——销售的全过程,设计意图无法实现。对纺织面料的不熟悉是目前不少服装设计专业学生的普遍硬伤,由于纺织面料组织结构、纹样、性能常识的贫乏,许多的设计师面对纷繁复杂的市场一筹莫展,更谈不上什么对人体工学的了解和研究。许多院校的教学实践不重视工艺教育中的“假缝”环节,白布在人台上造型这一设计环节被忽视,可说是许多设计师的盲点。特别需要指出的是在张扬个性的幌子下,一些设计师和学生纸上谈兵、自命清高、脱离市场、装神弄鬼式的作品层出不穷。因此,怎样确立正确的服装设计教育思想、把握科学的教学内容、选择适用的教材成为我们面临的共同课题和紧迫任务。

崔荣荣、张竞琼、李波、单文霞等一批从事服装教育和设计工作的教师,他们集多年的教学经验,有感于服装设计存在的不足,对如何进行服装设计、服装设计的文化指向、服装结构造型设计的实际应用、服装辅饰设计、服装面料的种类和识别常识进行了思考和归类整理,形成了较系统看法。即将出版的《现代艺术设计新理念丛书》是崔荣荣、张竞琼、李波、单文霞等同志教学成果的总结,它的出版为广大服装设计工作者、服装爱好者和大中专院校服装设计专业学生提供一本较全面和系统的参考书。同时也使服装设计理论艺苑中增添了朵朵鲜艳的小花,作为一位从事艺术设计理论教学的教师,我由衷地为他们所取得的成果而感到高兴,并以此短文作为自己观点的表达,共同为构建科学的服装设计教育体系作出自己的努力。

李超德

2001. 6. 1

序二

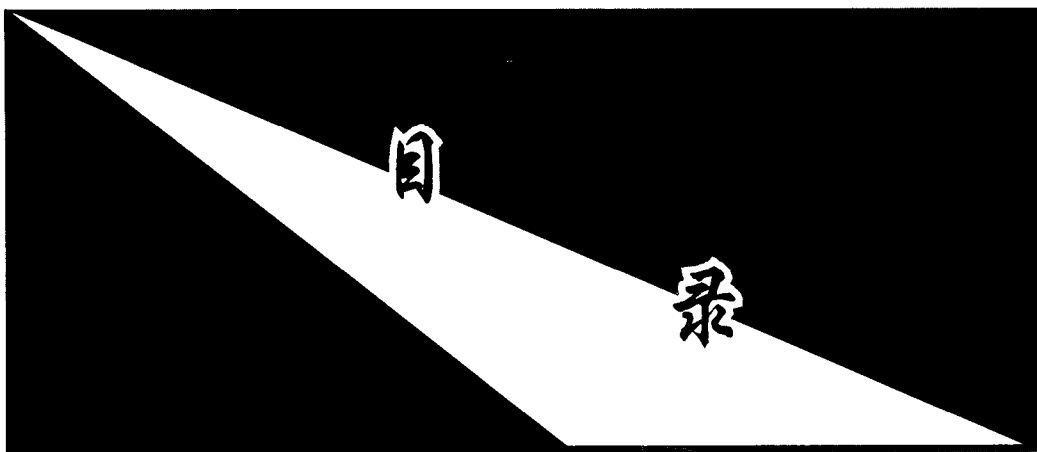
近十余年来,我国经济的迅猛发展为艺术设计行业(服装艺术设计、装潢设计、工业设计、环艺设计等)的兴起提供了前所未有的良好契机,同时国民整体审美意识和品位的提高也大大促进了艺术设计的发展。而具有良好的相关基础理论和专业素质正是保证艺术设计发展的前提,鉴于此,素描理论的发展正是目前的一个实际问题。

众所周知,素描是所有造型艺术的基础,而我国艺术设计的基础艺术理论基本沿用纯艺术的基础理论,在技法的探讨过程中往往注重的是如何塑造形体,而较缺乏艺术设计的内涵——创新能力的培养。诚然,“形”的作用是油画、雕塑等纯艺术的根本,同样对于服装、装潢等艺术设计也非常重要,但与形体的“美感”因素相比较却应置于其后,因为设计艺术不是再现客观景物或主观的情感,而是应针对人们的日常生活中的某一用品进行符合其心理和视觉需求的创新设计,如:时装画对于人体比例要求一般采用 1:8 或 1:10 的头身比例是为了取得最佳视觉效果,故美感的塑造被提到了十分显著的位置。因此,本书将对不同艺术设计领域有针对性的开展其素描理论的研究及实践,如:结构素描对于其充分认识和了解物体的内外部结构及各结构间联系显得尤为必要;服装艺术设计必须很好地掌握其设计对象——人的造型、比例、特征,以便有的放矢地开展设计,可以说,人体结构素描和速写是服装艺术设计必备之基础,而装饰设计应当对所设计物体的装饰意识和形式具有独到的创新性实践作用等等,这样,技法、艺术规律和设计理论便能有机地结合起来。

鉴于本书编著者水平有限,不足之处恳请同行专家和读者给予批评、指正。

编 者

2001 年 5 月



第一章	现代艺术设计与素描1 第一节 现代艺术设计1 一、现代艺术设计1 二、现代设计分类1 三、现代设计师必备之素质5 第二节 认识素描6 一、素描6 二、东西方素描造型观比较31 三、素描造型内涵和外延的思辨31 第三节 现代艺术设计与素描教育之渊源34
第二章	结构素描36 第一节 现代设计与结构素描36 第二节 错视与透视规律36 一、错视规律36 二、透视规律37 第三节 结构素描的程序和方法43 一、几何形体结构43 二、几何形体结构素描的方法和步骤44 三、静物组合的结构48 四、人像结构素描52
第三章	设计与装饰素描61 第一节 现代设计与装饰素描的认知61 一、现代素描造型的多元化趋势61 二、现代设计与装饰素描理念61 第二节 设计与装饰素描表现技法68

第四章	人 体 素 描·····82
	第一节 现代设计与人体艺术美·····82
	一、人体与艺术·····82
	二、艺术设计与人体素描·····89
	第二节 人体结构与运动规律·····89
	第三节 人体素描的塑造·····96
第五章	速 写·····110
	第一节 速写的意义·····110
	一、速写的基本概念·····110
	二、速写的意义·····112
	第二节 速写的表现形式·····118
	一、线描法·····118
	二、线面综合法·····119
	第三节 速写的表现方法·····119
	一、写生训练·····119
	二、默写训练·····124
	三、创意训练·····125

第一节 现代艺术设计

一、现代艺术设计

设计:所谓设计就是一种构思、设想、策划、企划、计划、规划以及分析问题的过程和解决问题的方法,并通过视觉传达的方式而表达出来。

内涵:现代设计是基于现代社会,现代生活的计划内容,其决定内外因包括现代社会标准,现代经济和市场营销,现代人的需求(生理学和消费心理两个方面),现代技术条件(人体、人机工程学,技术美学等),现代生产条件等。从简单的传统的手工设计预想图到现代的复杂的电脑设计预想图,都与现代生产方式和技术条件等密切联系。

发展:现代设计是对物质生活的一种追求,是对物质生活的反映,是与人类的思维(即精神活动)的统一。这种设计的“审美性”和“适用性”的高度统一都是为满足人类物质和精神上的需求。从唯物认识论和艺术反映论来看,设计是从具象到抽象,从写实到写意,从现实到浪漫的互动过程,这种互动创作过程源于对生活更深层次的需求,能使生活更方便,顺利,这样即是融艺术性与科学性的完美结合,在信息时代将得到充分验证。

二、现代设计分类

设计是现代经济和现代市场活动的组成部分,因而,不同的市场活动亦造成不同的设计的范畴:

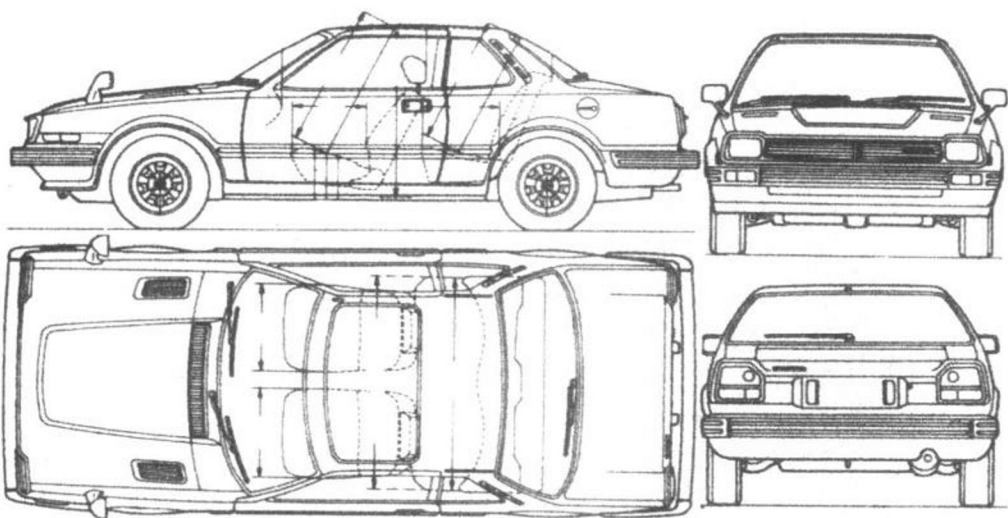
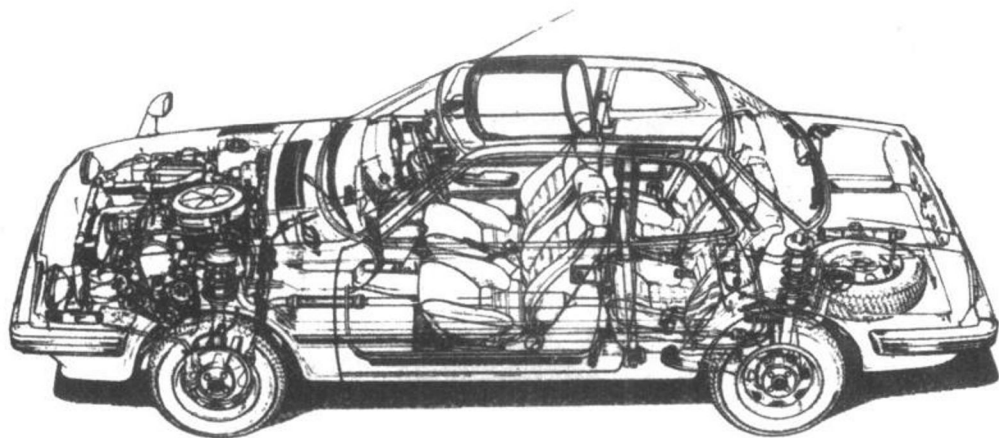
(1)空间设计(Space design)——综合社会与人并调和生活、提高生活环境质感的设计。(图1-1)

——建筑设计(Architecture design)

——室内设计(Interior design)

——环境设计(Environment design)

——都市设计(Urban design)



汽车设计 (选自许正孝)
(图 1-1)

——景观设计(Landscape design)

——室外设计(Exterior design)

(2) 现代产品设计(Product design)——维系人与物并以生活必需之器具、工具、机器为目的和对象的设计。(图 1-2)

现代工业设计(Industrial design)——大量生产设计(Mass product design)

——手工艺设计(Craft design)

——产业工艺设计(Industrial craft design)

现代流行设计(Fashion design)——服装设计(Apparel/costume design)

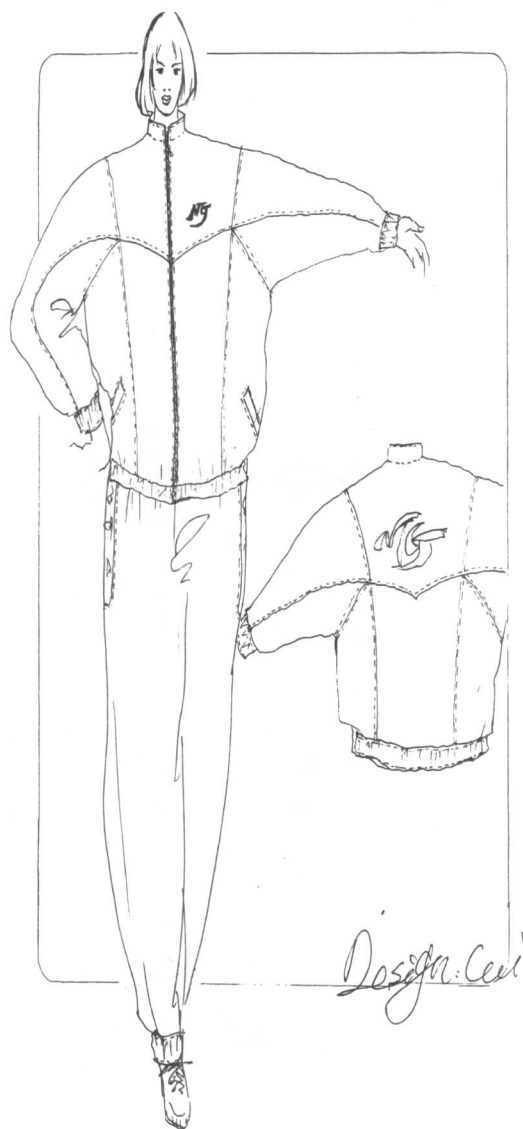
——纺织品设计(Textile design)

——装饰配件设计(Accessory design)

——化妆品设计(Cosmetic design)



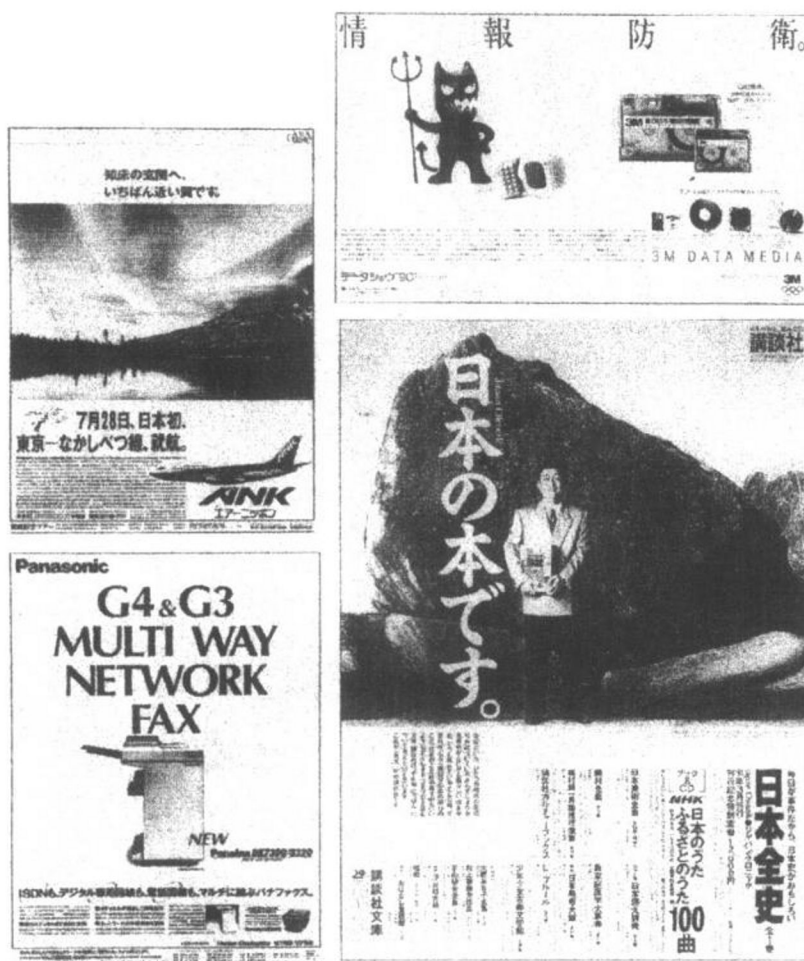
服装设计



(图 1-2)

(3) 现代通信设计 (Communication design) —— 连结人与人、人与社会的思想、情感、资讯。(图 1-3)

- 视觉设计 (Visual design)
- 画报设计 (Graphic design)
- 编辑设计 (Editorial design)
- 展览设计 (Display design)
- 广告设计 (Advertising design)
- 包装设计 (Package design)
- 时间设计 (Time design)
- 舞台设计 (Stage design)
- 摄影设计 (Photography design)
- 电影设计 (Cinema design)
- 电视设计 (Television design)



编辑设计
(图 1-3)

(4) 企业形象设计(Corporate identity) 其中包含现代设计中的视觉表达艺术设计,如包装设计、平面设计、广告设计、服装设计,及为其服务的技术部分,如摄影电视、商业插图、传媒广告等等。

三、现代设计师必备之素质

设计师是现代生活和现代设计的中心和灵魂,设计师的综合素质和能力直接影响到设计的整体计划能否顺利实施,并直接关系到社会的“生活质量”,所以这个时代的设计竞争应体现在“物质”加“智慧”的竞争,这对于现代艺术设计师来说,可以说是一种创造机会,这种机会就是设计师利用其卓越的创造力来改善人类社会的“生活质量”。因此,设计师的创造潜能和创新思维构思是设计师必备的素质和能力。

(1) 设计师须具备较深的艺术修养和鲜明个性

狭义上讲设计师的艺术修养就是具备一定的基础绘画能力,这也是表现设计意图的必备工具和基础,而绘画基本功的基础是素描,也就是说素描是现代设计的基础之基础,台湾画家曾谦益说过,“素描是美术家最基本的东西,一件美术作品是否充分地表现了它的主题思想,素描功夫的作用是很重要的。”因此可以说素描是设计师必备之基础素质。

广义上讲,作为一名优秀的艺术设计师必须具备一定的艺术修养和内涵,如文学、艺术、音乐、美学、哲学、历史等方面的知识,涵盖面较为广泛;具备对色彩美、形体美、材料美以及对社会经济趋势的综合分析的感官能力和鉴赏评判力。许多现代著名设计大师都是艺术修养广博的天才,对古典艺术风格、现代主义思潮、新艺术主义风格等都有独到的理解。

(2) 设计师须具有创新意识、顽强的意志和事业心

创业型设计师应具备接受与综合新思维的能力、自我提高与探索的能力、群体智慧与设计管理的能力及解决专业设计方面的实践能力。在这方面,我们必须重视强调和突出设计师作为现代设计的中心和灵魂作用,而设计师须具有强烈的超前意识并提倡在其领导下的设计部门的团队精神(Team effort)设计师是设计部门的主管,担负着一定的行政职能,对设计室或设计中心人员应承担责任的,同时,他还须作为销售部门和生产部门、劳工部门的桥梁并密切地与销售商家合作,因此设计师必须是内心丰实的人,不能带有先入为主的成见,这样才可能协调好各职员、各部门,确保设计工作进行顺利。所以说成功地设计作品是群体(设计师、制版师、工艺师、企业家、营销员、商家等)共同努力工作、协调一致的结果。因此在设计中特别强调团队合作精神。总之,设计师应坚持不懈地发挥其主导、协作的功能,确立设计师的地位和存在价值。

(3) 设计师应当具备一定的科学知识,尤其是现代化生产对于依靠科技协作和信息时代的快速反应力的重要性。

(4) 设计师须具备关于其相关领域的基础理论的知识及相关边缘学科的研究理论的了解。如服装设计中的运动服设计为适应人体运动而表达的运动适应性,这就须对人体工学进行分析;面料对皮肤的适应性,这就须对服装卫生学进行探索;环艺设计必须综合考虑建筑工程、人体对环境适应性以及活动空间概念等因素,所以说在实际设计中,设计师应多方面联系和考虑这些综合因素,力图使整个设计达到最完美。

以上是构成创造型现代艺术设计师的基本素质和能力,这其中艺术修养(绘画等艺术理论)是基础,精神素质(创造性思维、坚持不懈的毅力和动力)是核心;而科学地、理性地分析问题以及团队精神又可以使设计师效率更高、成功概率更大。

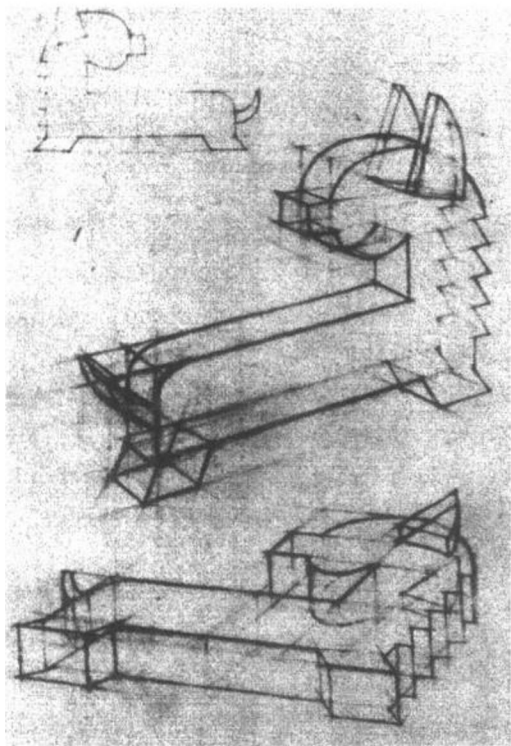
第二节 认识素描

一、素描

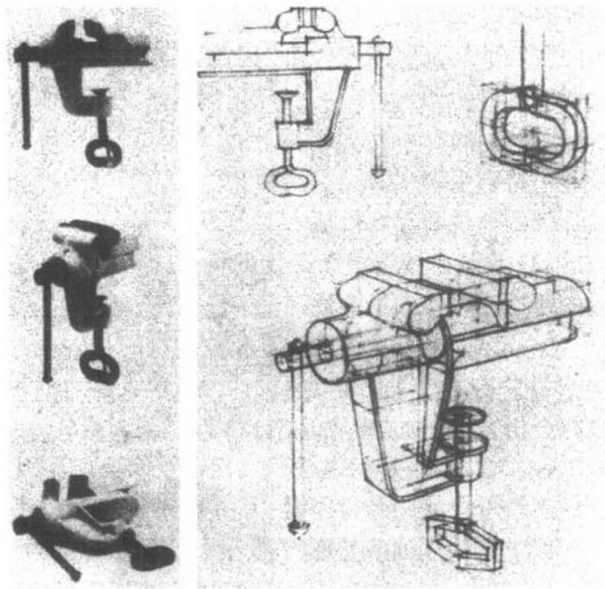
定义：是造型艺术的一种。在美术领域中，是一切非彩色的视觉图像。简言之则是一切单色的绘画均可归属素描之列。而细分下去，通常将相对静止的，时间较长的单色画亦称之为“素描”，于是便有了漫写，速写，写生，草图，底稿，壁画等等的分别，它是一切绘画艺术的基础，同时也极是有欣赏价值的艺术作品。

类别：(1) 从形式上可分为创作素描和习作素描

创作素描：使用素描进行独立构思创作或者为其他画种创作打稿子的素描。属于美术或设计美术创作之范畴。这其中可分为设计素描，装饰素描，漫画，结构素描，设计草图等等。(图1-4)



设计素描 木玩具 (巴塞尔学校)



设计素描 台钳 (选自瑞士巴塞尔设计学校)



装饰素描 (葛蔚蔚)