

设计学院
设计基础教材

Design Elementary Textbook by Design College
Design Introduction

设计概论

(第二版)

邱景源 江滨 编著

中国建筑工业出版社

**设计学院
设计基础教材**

Design Elementary Textbook by Design College
Design Introduction

设计概论

(第二版)

邱景源 江滨 编著

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

设计概论 / 邱景源, 江滨编著. —2版. —北京:
中国建筑工业出版社, 2012. 7
(设计学院设计基础教材)
ISBN 978-7-112-14458-7

I. ①设… II. ①邱… ②江… III. ①艺术—设计—
概论 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第143937号

责任编辑: 陈小力 李东禧

责任设计: 陈 旭

责任校对: 党 蕾 关 健

设计学院设计基础教材

设计概论

(第二版)

邱景源 江滨 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京三月天地科技有限公司制版

北京中科印刷有限公司印刷

*

开本: 880 × 1230 毫米 1/16 印张: 11¼ 插页: 4 字数: 396 千字

2012年8月第二版 2012年8月第三次印刷

定价: 36.00 元

ISBN 978-7-112-14458-7

(22537)

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)

设计学院设计基础教材编委会

编委会主任	鲁晓波（清华大学美术学院院长、博士生导师，中国美术家协会工业设计艺委会副主任）
	张惠珍（中国建筑工业出版社副总编、编审）
编委会副主任	郝大鹏（四川美术学院副院长、教授、硕士生导师，中国美术家协会环境设计艺委会委员）
	黄丽雅（华南师范大学副校长、教授、硕士生导师，教育部艺术教育委员会委员）
总主编	江滨（中国美术学院建筑学院博士，华南师范大学环境艺术设计系主任、教授、硕士生导师）

编委会名单

（以下排名不分先后）

田青（清华大学美术学院教授、博士生导师、中国纺织服装教育学会理事）
林乐成（清华大学美术学院工艺系主任、教授、硕士生导师，中国美术家协会服装设计艺委会委员，中国工艺美术学会常务理事）
周刚（中国美术学院设计学院副院长、教授、硕士生导师，中国美术家协会水彩画艺委会委员）
郑巨欣（中国美术学院设计艺术学系主任、博士、教授、博士生导师，中国工艺美术学会理论委员会常务理事）
邵宏（广州美术学院教授、博士后、中国美术学院博士生导师）
吴卫光（广州美术学院副院长、博士、教授、硕士生导师）
刘明明（四川美术学院教授、硕士研究生导师，中国美术家协会水彩画艺委会委员）
王荔（同济大学传播与艺术学院院长、博士、教授、硕士研究生导师）
孙守迁（浙江大学现代工业设计研究所教授、博士后、博士生导师）

第二版序

“设计学院设计基础教材丛书”第一版14册自2007年面世以来，受到广大专业教师和学生的欢迎，作为教材，整体销售情况不错。然而，面对专业设计市场和 designs 教学日新月异的发展，教材编写也是一个会留下遗憾的工作。所以，我们作者感到，教材的编写需要不断地将现实中的新内容补充进去才能跟上专业市场和专业教学不断变化、不断进步的趋势；不断将具有前瞻性的探索内容补充进去，才能对专业市场和专业教学具有指导和参考意义。根据近一两年专业教材市场的变化，在与中国建筑工业出版社编辑沟通讨论后，大家一致认为有必要对原版教材内容进行结构修订、内容更新，删减陈旧资料，增加新的教学、科研成果，并根据实际情况，将原丛书14本调整为现在的12本。

修订不单是教材内容更新，“设计学院设计基础教材丛书”第二版对教材作者队伍也提出了教学经验、教材编辑经验、职称、学位等诸方面更高的要求。因此，为了保证教材的学术价值，每本书的作者中均有一位是具有副教授以上职称或博士学位资格的教师，作者全部在专业教学一线工作，教龄从几年到二十几年不等。本套丛书的作者都具有全日制硕士或博士学位，他们先后毕业于清华大学美术学院、中央美术学院、中国美术学院、浙江大学、广州美术学院、四川美术学院、湖北美术学院等国内名校，有的还曾留学海外，并多次出国进行学术交流，目前主要工作在清华大学美术学院、中央美术学院、中国美术学院、浙江大学、四川美术学院、广州美术学院等国内知名院校，许多作者身居系主任、分院领导职位。

在丛书面世后的两年间，我们作了大量的跟踪调查，从专业教师和学生两个角度去征求对本丛书的使用意见，为现在的修订做准备。本套教材第一版面世两年来，从使用教材教学中得来的经验和教训以及发现的问题是很具体的。所以，我们对这次丛书的修订工作是有备而来。我们不会回避或掩饰以前的不足、存在的问题，我们会不断地总结成功的经验和失败的教训，并为我们以后的编辑工作提供参考。我们的愿望是坚持不断做下去，不断修订，不断更新、增减，把这套丛书做得图文质量再好一点、新的专业信息再多一点……把它做成一个经典的品牌，使它的影响力惠及国内每一所开设设计专业的学校，为专业教师和学生创造价值。要做到这一点，很不容易，因为仅靠宣传是不够的，而只有真正有价值的思想才能传播得遥远。要做到这一点，我们还有很多路要走！

我们在不断努力！

中国美术学院博士
江滨

第一版序

大部分设计学院设计专业没有确定固定教材，因为即使开设专业科目相同，不同院校追求教学特色，其专业课教学在内容、方法上也各有不同。但是，设计基础课程的开设和要求却大致相同，内容上也大同小异。这是我们策划、编撰这套“设计学院设计基础教材”的基本依据。

据相关统计，目前国内设有设计类专业的院校达700多所，仅广东一省就有40多所。除了9所独立美术学院之外，新增设计类专业的多在综合院校，有些院校还缺乏相应师资，应对社会人才需求的扩招，使提高教学质量的任务更为繁重。因此，高质量的教材建设十分关键，设计类基础教学在评估的推动下也逐渐规范化，在选订教材时强调高质量、正规出版社出版的教材，这是我们这套教材编写的目的。

目前市场上这类设计基础书籍较为杂乱，尚未形成体系，内容大都是“三大构成”加图案。面对快速发展的设计教育，尚缺少系统性的、高层次的设计基础教材。我们编写的这套14本面向设计学院的设计基础教材的模型是在中国美术学院设计学院基础部教学框架的基础上，结合国内主要院校的基础教学体系整合而来。本套教材这种宽口径的设计思路，相信对于国内设计院校从事设计基础教学的教师 and 在校学生具有广泛适用性和参考价值，其中《色彩基础》、《素描基础》、《设计速写基础》、《设计结构素描》、《图案基础》等5本书对美术及设计类高考生也有参考价值。

西方设计史和设计导论（概论）也是设计学院基础部必开设的理论课，故在此一并配套列出，以增加该套教材的系统性。也就是说，这套教材包括了设计学院基础部的从设计实践到设计理论的全部课程。据我们调研，如此较为全面、系统的设计基础教材，在市场上还属少见。

本套教材在内容上以延续经典、面向未来为主导思想，既介绍经过多年沉淀的、已规范化的经典教学内容，同时也注重创新，纳入新的科研成果和试验性、探索性内容，并配有新颖的图片，以体现教材的时代感。设计基础部分的选图以国内各大美术学院设计学院基础部为主，结合其他院校师生的优秀作品，增加了教学案例的示范意义。

本套教材的主要作者来自于清华大学美术学院、中央美术学院、中国美术学院、浙江大学、四川美术学院、广州美术学院等国内知名院校，这些作者既有丰富的教学经验，又都有专著出版经验，有些人还曾留学海外，并多次出国进行学术交流。作者们广阔的学术视野、各具特色的教学风格，都体现在这套教材的编写中。

清华大学美术学院副院长、博士生导师，中国美术家协会工业设计艺委会副主任

鲁晓波

目录

第二版序	第二版序	第二部分 设计特征
第一版序	第一版序	第7章 设计的技术特征
		7.1 设计与技术..... 62
		7.2 设计与人机工程学..... 65
第一部分 设计内涵		第8章 设计的艺术特征
第1章 设计含义		8.1 设计与艺术..... 69
1.1 设计..... 2		8.2 设计的艺术手法..... 71
1.2 现代设计..... 4		第9章 设计的经济特征
		9.1 设计经济学..... 77
第2章 设计元素		9.2 设计的管理与营销..... 81
2.1 线条、空间..... 10		第10章 设计的文化特征
2.2 明度、色彩..... 18		10.1 设计与文化..... 87
2.3 肌理、材料..... 20		10.2 设计与生活方式..... 89
		10.3 设计的传统和风格..... 90
第3章 设计原则		第三部分 设计形态
3.1 统一与多样..... 26		第11章 工业产品设计
3.2 平衡与节奏..... 28		11.1 工业设计与产品设计..... 96
3.3 比例与尺度..... 34		11.2 产品设计的基本要素和要求..... 97
		11.3 产品设计的程序..... 98
第4章 设计思维与方法		第12章 环境艺术设计
4.1 设计思维..... 39		12.1 城市规划设计..... 102
4.2 设计方法..... 42		12.2 建筑设计..... 104
		12.3 室内设计..... 107
第5章 设计程序		12.4 景观设计..... 108
5.1 设计过程..... 46		
5.2 一般设计程序..... 50		
第6章 设计师		
6.1 设计师的产生和类型..... 53		
6.2 设计师的能力和素质..... 56		
6.3 设计师的社会责任..... 58		

第13章 视觉传达设计	第17章 设计心理学
13.1 字体设计..... 110	17.1 设计与视知觉..... 150
13.2 广告设计..... 116	17.2 设计与情感..... 152
13.3 书籍装帧设计..... 117	17.3 设计消费心理..... 153
13.4 CI设计..... 117	
第14章 染织服装设计	第18章 设计美学
14.1 染织设计..... 121	18.1 技术美..... 156
14.2 服装设计..... 123	18.2 功能美..... 157
	18.3 艺术美..... 158
	18.4 形式美..... 159
第15章 非物质设计	第19章 设计教育学
15.1 非物质社会对设计的影响..... 127	19.1 现代设计教育的产生和发展..... 161
15.2 非物质设计的特征..... 129	19.2 现代设计教育模式的探索..... 163
15.3 非物质设计的类型..... 131	19.3 现代设计教育建设的原则..... 164
第四部分 设计史论	第20章 设计批评
第16章 现代设计史略	20.1 设计批评..... 166
16.1 现代设计的萌芽..... 138	20.2 设计批评原理..... 166
16.2 现代设计的产生和发展..... 140	20.3 设计批评的历史发展..... 168
16.3 现代设计的成熟..... 145	
16.4 后现代设计..... 147	
	参考书目 171

第一部分 设计内涵



第1章 设计含义

广义上的设计，是蕴含于宇宙万物之中的一种追求平衡与有序的力量，是人类试图统一和支配一切的冲动和需要。而“设计”，即“design”一词，有其语源学上的历史含义。我们现在所说的设计，一般指的是“现代设计”。现代设计经过工业革命以后的产生和发展的过程，形成自己特有的含义、特点和形态。

1.1 设计

1.1.1 设计是人的冲动和需要

浩瀚的宇宙遥远而无边无际，遵循万有引力，共同构成星系、星云和黑洞，在巨大的时间和空间中冲突、变动达到平衡和有序；宽阔的海洋和湍急的河流狂野不羁，却受制于地球引力和潮汐，涨退奔流自有其缘由和规律；宇宙、太阳、月亮、地球、山川河流、生物、人类……无限丰富多样，始终变化运动不止，看似无序却是统一、平衡而有序的；地球的形成、生命的诞生和延续，人类的产生、发展和消亡，一切仿佛都奇迹般地产生于大自然一次偶然的变动，虽看似偶然，实则都是各种力共同作用的必然结果。从水波的图案、奇异地貌，到一叶一花的完形、微生物和人尺寸均衡的形体，无不源自于一种宇宙自然中的主宰力量和自然选择的神功。这些都是宇宙和大自然的杰作，都是大自然精心设计的作品，神奇绝妙，美不胜收（图1-1）。

人类，作为宇宙自然的结晶，同样继承了这种试图



图1-1 自然景观——上海崇明岛东滩湿地

统一和支配一切的力量。在人类设计的每件作品中，设计者都遵循着一种与宇宙一样古老的冲动——宇宙的形成是一个一个接连不断的过程，而设计是所有这些过程的前提——这是一种追求统一有序的力量和冲动，也就是设计的力量和冲动。

自然界存在着许多设计师们无法企及的设计杰作，它是我们无尽灵感的来源，蕴含着设计的元素和原则。可以看到，任何一种人类的设计作品——一张壁纸、一个舞台或是一座城市，都是以这样的元素和原则为基础的，这种元素或原则同样控制着地球和环境设计过程，即便对海洋生物而言也是如此。其中蕴含的是一种自然本能的冲动和力量，是一种对我们自身的自然表达（见彩图1-2）。

因此，我们说，每个人都是天生的设计师。每天，我们都计划着自己的生活，设计着自己的衣着打扮，安排着自己的活动——吃、穿、住、行。一切都经过一定的选择并制订了相应的计划，是选择和计划使我们的生活井井有条。只有领会了这一点，我们才能体悟设计的本质，因为设计首先是在世界每一个角落的人们无时无刻不在进行着的活动。有些是以师徒相传的传统技艺为基础的，有些体现着当今时代的科技、材质和观念，它们已经是我们生活的一部分，是我们观念的反映，也反过来改变着我们的生活方式、塑造着我们的身心。设计是人类所具有的一种和宇宙一样古老的，对秩序和规律的渴望和冲动，它是一种人性的反映，一种对人类生命节奏和内心灵魂的终极关怀。

1.1.2 设计的语源学意义

“设计”的英文“design”一词，最早可追溯到拉丁语“desegnare”，其意为“画记号”。“desegnare”演变成意大利语“disegno”，意为“素描、描画”，在意大利文艺复兴时期进入艺术领域。

文艺复兴时期，由于受莱昂纳多·达·芬奇（Leonardo da Vinci, 1452—1510）等佛罗伦萨和罗马一大批重要艺术家的影响，“disegno”成为艺术的重要概念。达·芬奇也在“素描”的意义上使用“disegno”，不过，他将“disegno”作为绘画与科学的共同基础，以此将绘画从一种手工技能提升为科学，“disegno”显然已经突破了“素描”的含义。

同时期的瓦萨里（Giorgio Vasari, 1511—1574）认为：“‘disegno’只不过是人在理智上具有的，在心里所想象

的，建立于理念之上的那个概念的视觉表现和分类。”瓦萨里的“disegno”概念指控制并合理安排视觉元素，如线条、形体、色彩、色调、质感、光线、空间等，它涵盖了艺术的表达、交流，以及所有类型的结构造型，使“disegno”成为艺术的核心范畴。并且，瓦萨里在1563年带着一批画家、雕塑家和建筑师脱离原来所属的手工业行会，在佛罗伦萨成立了西方第一所艺术学院（Accademia del Disegno），严格地说是设计学院，并首次用透视学、几何学、解剖学等理论科目替代了旧有工匠作坊里师傅对徒弟的口传身授。

由于瓦萨里等人的努力，艺术家与工匠的分野成为事实，而且设计学院体制的建立，提供了一种不同于行会（guild）的新的艺术教育模式。以“disegno”为名的学院，所重视的是与材料、制作工艺无关的临摹素描（disegno）的教学，即是纯粹纸上功夫的训练。其后美术学院素描教学体系的确立，形成了与行会师傅（matrise）训练模式的对立。艺术家随着地位的上升，开始侵入工匠地盘，剥夺工匠所有创造性的工作，因此使设计与制作之间出现分离。

柏拉图在他的《蒂迈欧篇》（Timaeus）中声称，造物主（the demiurge）是依据“理念”（idea）的模式用物质来制造世界的。因此，既然艺术创造与上帝的创造可以类比，艺术家的创造当然也跟“理念”有关。“disegno”与“理念”的关系，使“disegno”被赋予了一种神秘力量，“disegno”作为一种观念与制作的分离因此不言而喻。

瓦萨里之后的费得里戈·祖卡里（Federigo Zuccari），其在《雕刻家、画家和建筑家的理念》（L'idea de' scultori, pittori e architetti, 1607年）一书中对所谓的“disegno interno”（内在设计）与“disegno esterno”（外在描绘）加以区分。前者即为“理念”，后者则为借油彩、石材、木料等媒体来实现理念的行为。这时的“disegno”意即实践理念的观念行为，是以可得到的材料及手段，为如何完成一件艺术品而进行运筹、计划的过程。

“disegno”进入法国，变成为“dessein”（设想、计划）和“dessin”（描画）两个词，其实是直接来源于祖卡里“内在设计”与“外在描绘”的区分。英语“design”直接来源于“dessein”。1588年的牛津英文辞典首次收录了“design”，将其定义为：“由人所设想的一种计划，或是为实现某物而拟定的纲要；为艺术品、应用艺术品所作之最初图绘草稿，规范一件作品的完成。”显然，“design”吸收了“dessein”（设想、计划）和“dessin”（描画）两个方面的含义，与“disegno”同义。

一直到18世纪，“design”基本上被限定在艺术范畴之内。1786年出版的《大不列颠百科全书》将“design”解释为：“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。”其后，《牛津大辞典》将“design”大致分为两层含义：一是“心理计划”（a meant plan），指在我们的精神中形成胚胎并准备实现的计划乃至设计；二是“在艺术中的计划”（a plan in art），特别指绘画制作准备中的草图之类。在当代英语中，《大不列颠百科全书》（1974年）的解释是：“Design是指在进行某种创造时，计划、方案的展开过程，即头脑中的构思，一般指能用图样、模型表现的实体，但最终完成的实体并非Design，只指计划和方案。Design的一般意义是，为产生有效的整体而对局部之间的调整。”可以看出，三种解释都没有脱离“disegno”概念所包含的两个方面的含义。但有一个重大的变化，即1974年版《大不列颠百科全书》已经将“design”的词义扩大到艺术范畴之外。原因很简单，工业化生产使设计的领域急剧扩大，艺术已经不能作为其全部。比如，对于汽车设计，美术所能做的只是其外形，而设计则包括对功能、材料、结构、消费群体等多方面的考虑。

现代汉语“设计”，是日本学者翻译“design”时从中国古籍中寻找出来的借词。

古汉语“设计”是“设”与“计”的合词，是“设置”与“计谋”之合，意为“设计策、谋划事情”，并不是一个艺术概念，古汉语“设计”也没有进入过中国古代艺术的范畴。

在中国古代艺术概念中，与“disegno”相对应的是另一个词“经营”。

《诗·大雅·灵台》所谓“经始灵台，经之营之”，这里的“经”指建筑宫室前所进行的度量工作，“营”则是在度量好基址后的标明方位，都与建筑设计相关。至于《尚书·召诰》中“卜宅，厥既得卜，则经营”，已经明确地将“经营”与建筑设计的空间尺度建立起了联系，实指与建筑设计同义的规划行为。

齐梁之时，谢赫将“经营”作为他品评画家“六法”之中的第五法：“六法者何？一气韵，生动是也；二骨法，用笔是也；三应物，象形是也；四随类，赋彩是也；五经营，位置是也；六传移，摹写是也”（谢赫《古画品录》）。谢赫显然发现了绘画与建筑在空间处理上的相同特点，因此将相对成熟的建筑设计术语引入初创的画论，

用来借指画面的布局和构成。“经营”在画论中被解释为“位置”，显然是源自于它原有的建筑设计之义。其后，唐代的张彦远（815—876）在其名著《历代名画记》中重点指出，“至于经营位置，则画之总要”，将“经营”上升为绘画技术范畴的中心。

在建筑设计领域，宋代李诫（？—1110）《营造法式》所谓“及有营造，位置尽皆不同”，与传入绘画领域的“经营位置”构成呼应。正是建筑与绘画在空间形态建构上的共通性，使“经营”成为建筑与绘画领域的共通概念。张彦远等人以“经营”作为建筑与绘画的共通概念，与瓦萨里以“disegno”统摄建筑、绘画与雕塑，可谓不谋而合。而“经营”作为艺术概念，是空间、造型上的规划之意，与“disegno”的含义也是非常接近，因此完全可以说是设计在古汉语中的代名词。

古汉语“设计”不同于“经营”，其核心含义是设想、运筹、计划与预算，与空间、视觉没有紧密的联系，因而没有成为一个艺术概念，但是，“设计”行为的过程与“经营”及“design”的创造过程在本质上是—致的，如果不局限于艺术领域，广义的所指是相同的。日本人选用“设计”对译，无疑是出于这种考虑。

现代汉语中所说的设计，通俗地解释为：“在正式做某项工作之前，根据一定的目的要求，预先制定方法、图样等”。专业解释为：“（1）设计是围绕某一目的而展开的计划方案或设计方案，是思维、创造的动态的过程，其结果最终以某种符号（语言、文字、图样及模型等）表达出来。（2）设计是一个含义非常广泛的词，使用该词时，一般应加适当的前置词加以限定，来表达一个完整而准确的意思。如环境设计、服装设计、道路与桥梁设计、计算机程序设计等。只说‘设计’，让人弄不清是指什么设计，只有在特定的语言环境中才能省略掉‘设计’前面的修饰词。设计具有动词和名词的双重词性。‘这个设计很有新意’，‘你去设计一个新的灯具造型’，前面的‘设计’是名词，后面的‘设计’是动词。”可以看出，这里对“设计”的解释与当代西方对“design”的解释相差不大。

其实，从上述“disegno”与“创造”的联系等考察来看，西方的“disegno”本身也是一个含义丰富的词汇，具有开放性：素描是其本义，还包括对规则（regola）与比例（misura）的规划处理，以及对某种观念的可视化处理等含义。这一点与现代汉语的“设计”是相同的。对设计行业的发展而言，它既可以自然地将新出现的设计行业和设计活动纳入其中，也可以很方便地扩大与其他学科的交叉与融合。

所以，从其各自的语源背景及学科背景来看，“设计”与“design”，其核心含义都指向设想、运筹、计划与预算，基本一致，这正好说明了“设计”是人类生活行为的共性特征。如果要用一句话来作一个简单的概括，可以说，设计是人类为实现某种目的而进行的创造性活动。

1.2 现代设计

1.2.1 现代设计的产生和发展

现代意义上的设计（design），发端于英国工业革命产生以后的伦敦世界博览会。现代设计是工业革命造就的工业化大批量生产技术条件下的必然产物；同时又是设计界改变以往专为权贵服务的方向，转而提出要为民服务的口号下的产物，是设计民主化的表现；第三方面，现代设计的形成是基于社会的日益丰裕、中产阶级日益在社会生活中起主导作用、社会日益向消费时代转化、科学技术日益发展、大众媒介日益膨胀情况下，通过商业活动、文化发展、知识传播对社会危机的不断思考和忧虑得到表达和完成的一个过程（图1-3）。

设计与工程和艺术不同，艺术是十分个人性的自我精神的表达行为；工程是解决人造物之间和内部各部分间相互关系的知识与活动。工业设计和和其他设计活动的最大共同点就在于：它们都是立足于解决物与人之间的关系问题，使物能在最大的限度之内满足人的生理和心理的需求。现代设计中，这个“人”指的就是人民大众，而非旧设计服务的权贵。

人类四五千年的文明史中，设计服务的对象都是权贵，一旦设计满足的对象是大众，才开始有了现代的含义。格罗皮乌斯提出的“我的新建筑要给每个德国工人阶



图1-3 “水晶宫”的内部一角，1851年

级家庭带来每天起码六小时的日照”，就是具有鲜明民主倾向的现代主义设计宣言。大批量生产，反对装饰，主张立体主义形式，“少则多”（Less is more）的哲学，强调现代科技和材料的使用等，不仅仅是形式创新的追求，实质上更是社会民主、社会道德责任和注重理性功能的表现（图1-4）。

现代主义设计奠定了现代设计的基础，使设计进一步发展成为可能。现代主义设计、现代主义建筑，是影响人类物质文明的重要设计活动。它兴起于20世纪20年代的欧洲，通过几十年的发展，特别是在第二次世界大战以后的美国发展迅速，最后影响到世界各国。所有现代文明国家几乎都受到了现代主义设计的深刻影响，对于这种设计风格的反应，是又产生了当代的许许多多新的设计运动，产生出形形色色的新风格、新流派。

现代主义是20世纪设计的核心，不但深刻地影响了整个世纪的人类物质文明和生活方式，同时，对21世纪的各种艺术、设计活动都有决定性的冲击作用。20世纪六七十年代以后的设计运动基本都是对现代主义的反映，对现代主义的否定企图，或者对现代主义的重新诠释。

现代主义建筑设计是20世纪初在欧美同时产生的最重要的运动之一。德国、俄国和其他的几个西欧国家的建筑师为解决大众的居住问题探索廉价、快捷的建筑形式，为改变设计的观念，为在设计中引入民主的精神，或者为莫立一种新的政治制度的基础，开始从设计观念、设计风格和形式、建筑材料、建筑方式各个方面进行探索，在30年



图1-4 沃特·格罗皮乌斯

代中期以后取得惊人的成就。第二次世界大战爆发，使大量欧洲的设计师流亡到美国，从而使欧洲的现代主义与美国丰富的具体市场需求得以结合，在战后造成空前的国际主义风格高潮。一直发展到70年代，遍及世界各地。无论从影响的深度和广度来说，都是空前的。

现代主义建筑与设计是现代主义的一个重要的组成部分，现代主义运动从20世纪初开始，从意识形态的各个方面影响到我们，四五十年代以后，完全改变了我们的意识形态、思维方式，改变了我们的艺术、文学和其他的各种人文科学的面貌。

20世纪的巨大变化，特别是市场结构的变化，对设计造成巨大影响。19世纪末20世纪初，资产阶级日益成为社会财富的主人，中产阶级日益变成社会的主干，设计风格上民主的趋向越来越强烈，反对为权贵服务的装饰主义呼声越来越高，个人主义超越了权威主义的控制。个人主义的凸显，民主主义的主导，是现代设计开创时最主要的特征之一，而这种新的社会状况，刺激了生产的发展，推动社会进入了消费时代，商业主义很快就成为设计背后主要的推动力量。这种力量腐蚀了个人主义和民主主义的发展，把设计转变成了促销工具。知识分子的理想主义，思想家的书卷气息大大失色，让位于铜臭味十足的商业主义。第二次世界大战之后的设计发展，在很大程度上是商业主义的发展，美国在这个重大转变之中扮演了极其重要的角色。商业主义的力量之大，将原来单纯之极的现代主义设计改变成了“国际主义风格”（Internationalism），以美国强大的国力为依托在全球推广，使全世界各主要发达国家无论是建筑，或是工业产品，甚至包装和广告，风格都趋于一致，刻板、单调的“国际主义风格”一统天下。因此才引起知识分子的不满，才有了与六七十年代反文化运动（counter culture）同步的“反设计”（anti design）和后来出现的以装饰主义来对抗国际主义的“后现代主义”运动。

与此同时，地方的设计力量随着地方经济的发展重新抬头，德国人在1953年成立乌尔姆设计学院，之后联系布劳恩公司（Braun），形成德国新理性主义风格；意大利人很快走出美国式的“国际主义”阴影，出现了自己的设计风格和大师；北欧四国（丹麦、挪威、瑞典、芬兰）一直沿着有机功能主义的本地区现代主义传统发展，并没太多受到美国的影响；日本人则设法把各国之长结合起来，形成多变且富于市场弹性的国际风格，反而影响到美国。如此等等，才使战后的设计面貌多姿多彩。

现代设计在20世纪90年代发生了很大的变化，特别体

现在工业设计(或者产品设计)和平面设计两个领域。这种变化来自市场、企业本身、设计技术三个主要方面的变化。长期以来,设计基本被企业视为提供产品、包装、建筑形式的活动,特别是工业设计,其实只是造型设计。美国汽车行业长期以来不称汽车设计为设计(design),而只是简单地称这个以外表造型为中心的活动为“式样”(styling),是这种看法的集中体现。80年代,除了产品和包装等的外形设计之外,企业开始要求设计公司为它们解决工程技术方面的问题,设计一个产品的同时必须考虑它的技术特征、技术应用方式、材料、结构。20世纪90年代以来,这种变化更加迅速,企业目前已经不仅仅要求设计公司为它们提供产品的外形设计和解决工程技术问题,而更加要求设计公司提供市场研究、顾客研究、设计效果追踪、人机工程学研究,设计公司被要求提供完整的设计配套服务,即从使用者的调查研究、工业设计、工程设计、模型制作和原形生产、人机工程学研究、电脑软件设计,一直到产品的包装和促销的平面设计活动等。

1.2.2 现代设计的含义、特点和形态

现代设计的一般含义,指的是把一种计划、设想、规划、问题解决的方法,通过视觉的方式传达出来的活动过程。其核心内容包括三个方面,即:①计划,构思的形成;②视觉传达方式,即把计划、构想、设想、解决问题的方式利用视觉的方式传达出来;③计划通过传达之后的具体应用。

但现代设计的真正内涵是什么?通过前面的论述,我们认识到它的内涵是和时代社会结合,并随着社会不断发展而不断丰富和演化的。从历史的角度来看,设计的内涵大多集中于功能与形式的关系、好的外形、符合功能等上面。无论是英国的工艺美术运动还是美国的芝加哥建筑学派,无论是德国的德意志制造同盟还是密斯·凡·德·罗,基本是集中在功能与形式关系的平衡上。扩展一些来看,19世纪末20世纪初绝大多数的设计先驱都就形式与功能的问题进行探索,设计也被看作解决两者关系的重要手段。但是,第二次世界大战以后,特别是20世纪80年代以来,人们对于设计解决问题的范围,对设计的功能与定义的范畴的要求和理解已经非常广泛和复杂,设计开始被视为解决功能、创造市场、影响社会、改变行为的手段,而不仅仅是功能与外形的问题了。这种定义域的扩展,也使设计变得日益复杂。

现代设计是20世纪期间发展起来的设计活动,与传统工艺美术有很大的区别,其最基本的区别在于,现代设计是与大工业化生产和现代文明密切相关,与现代社会生活

密切相关的。随着工业革命的发生和现代社会的发展,在此基础上产生的现代设计与传统工艺已经是大不相同。第一个方面,影响设计和构思的因素不同。现代设计是基于现代社会、现代生活的计划内容,其决定因素包括现代人的需求(包括心理和生理需要两个方面)、现代的技术条件、现代生产条件等几个大的基本因素。第二个方面,现代技术的发展,又使得视觉传达的方式变得复杂和发达:从以前的手工绘图或者简单模型制作,到现在的电脑数字化模拟,在表达上不断丰富。第三个方面,在设计最后应用问题上,工业技术发达,生产条件不同,造成了设计应用的方式、范围和效果都有新的变化。这几个方面的改变,造成了传统设计与现代设计的区别,现代设计是为现代人、现代经济、现代市场和现代社会提供服务的。

现代设计的计划、构思是受到现代市场营销、一般心理学和消费心理、人机工程学(ergonomics)、技术美学、现代科学技术等因素影响和制约而形成的;传达这种计划和构思的方式,可以从简单的、传统的手工绘图(预想图)、模型到复杂的电脑设计预想虚拟呈现,因具体的设计要求而不同;而设计应用,与具体设计所涉及的生产方式的技术条件和应用的现代社会密切相关。

现代设计不仅仅提供给人类良好的人机关系,提供舒适、安全、美观的工作环境和生活环境,提供给人类方便的工具,同时,也是促进人类在现代社会方便交流的重要手段。在现代社会中,人类之间的互相交流,一方面是以人之间的行为进行的,比如语言、文字、手势等;另一方面是通过物进行的。后者是人类社会中大量、普遍存在的交流方式。各种标志、各种广告、各种阅读、各种通用化的产品设计和包装设计,除了一般的功能性以外,还具备符号认知和传播功能,具有普遍的交流作用。红色代表危险性,全世界的救火车辆都采用红色,并不需要特别的语言解释。全世界的国际机场都具有比较接近的设计特点,因而无论在哪个国家的机场,乘客在了解航班、时间、登机口等情况时都不会有多大的困难。如此等等,充分体现了设计在促进交流方面的作用。

设计涉及的面非常广泛,从复杂的宇宙航空器、飞机设备,到简单的包装和电视广告,设计深入我们生活的方方面面。那么现代设计的范围包括哪些呢?

首先,设计不同于艺术。任何一种单纯的艺术活动是非常个人化的东西,是艺术家个人的表现;而设计则是为他人服务的活动。一个是着眼于个人;一个是着眼于他人,是为社会和为市场服务的。其次,设计不同于工程设

计。工程设计是解决人造物（如机械、设备、交通工具、建筑等）中的物与物之间关系问题的，比如汽车的汽缸与活塞之间的关系、发动机和传达机械之间的关系问题等；而设计则是解决人造物与人之间的关系问题，比如汽车的安全性、舒适性、美观性问题。设计是处理人与物、人与机器之间关系的重要活动，没有设计，人就不可能有良好的、安全的、舒适的、美观的工作与生存环境和空间，因此，设计是与人类生活休戚相关的。

现代设计是现代经济和现代市场活动的组成部分，因而，不同国家、不同经济发展时期的不同市场活动，会产生不同的设计形态和类型。如果从总体情况看，现代设计一般包括以下几个大的形态：

- (1) 现代环境设计，包括城市规划设计、建筑设计、室内设计和环境设计（见彩图1-5、图1-6）；
- (2) 现代产品设计，或者称为工业设计（图1-7）；
- (3) 视觉传达设计，包括广告设计、包装设计、书籍装帧设计，以及企业形象及标志设计（corporate identity，

简称CI）（图1-8、图1-9）；

(4) 染织服装设计，包括时装设计与成衣设计、染织品设计等（图1-10）；

(5) 非物质设计，包括各类数字多媒体设计等（图1-11、图1-12）。



图1-7 亨利·德雷夫斯（Henry Dreyfuss）为贝尔电话公司设计的300型电话机，1937年



图1-6 建筑设计——洛克非勒大厦（Rockefeller Building）



图1-8 招贴设计——朱斯特·施密特设计德包豪斯展览招贴，1923年



图1-10 染服设计——普今《有百合花和石榴花图案的墙纸》

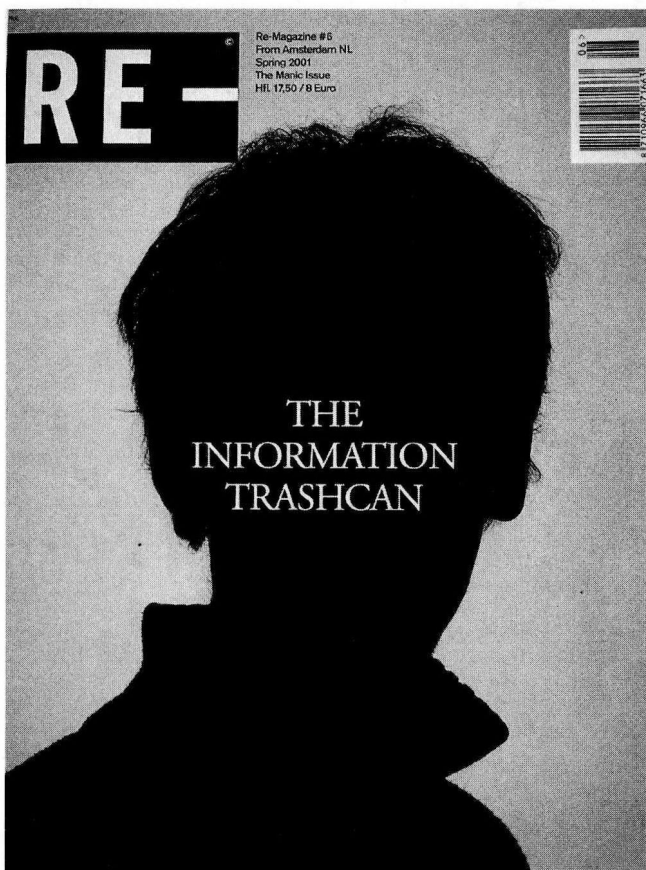


图1-9 封面设计——约伯·凡·本内光为杂志Re- 2001年第六期设计的封面“信息垃圾箱”

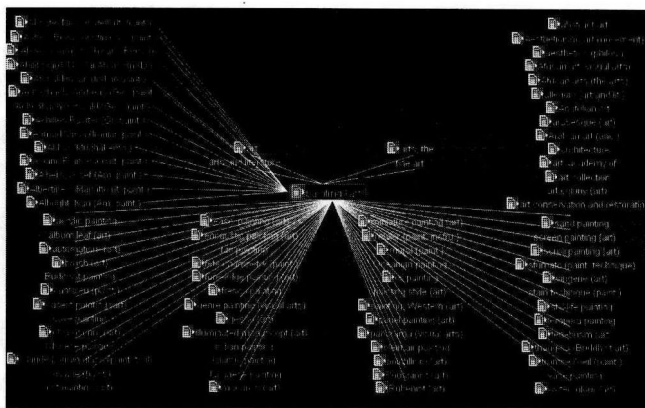


图1-11 britanica(大英百科全书电子版，将各种学科的关系链接起来，符合人们的认知习惯)



图1-12 sixthsense01 (麻省理工的人机交互研究成果)

如果从具体产品的角度，可以分得更加详细和具体，比如汽车设计、家具设计、家用电器设计、商业建筑设计、住宅建筑设计、社区规划设计、住宅规划设计、园林设计、商业室内设计、住宅室内设计、企业总体形象设计、企业标志设计、企业文具系列设计、广告文案设计、广告总体策划、杂志广告设计、报纸广告设计、电视广告设计、无线电广告设计、邮寄广告设计、销售包装设计、运输包装设计、促销包装设计、书籍装帧设计，数字多媒

体设计，人机界面设计等。

思考题：

1. 为什么说设计是人的冲动和需要？
2. 简述设计的语源学意义。
3. 现代设计的内涵和特点是什么？
4. 设计与现代设计的联系与区别有哪些？