

艺术设计职业教育精编教材

ABOUT THE PROFESSIONAL EDUCATION OF ART AND DESIGN
A COMPREHENSIVE COURSEBOOK

丛书主编 曹 晋 张晓棠 王岩松

艺术设计概论

曹晋 王孟霜 王岩松 赵铮 主编

 江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

艺术设计职业教育精编教材

ABOUT THE PROFESSIONAL EDUCATION OF ART AND DESIGN
A COMPREHENSIVE COURSEBOOK

艺术设计概论

曹 晋 王孟霜 王岩松 赵 铮 主编

 江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS
镇 江

ART

图书在版编目(CIP)数据

艺术设计概论 / 曹晋等主编. —镇江: 江苏大学出版社, 2016. 6
ISBN 978-7-5684-0244-6

I. ①艺… II. ①曹… III. ①艺术—设计—概论
IV. ①J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 152699 号

艺术设计概论

Yishu Sheji Gailun

主 编/曹 晋 王孟霜 王岩松 赵 铮

责任编辑/顾正彤 周凯婷

出版发行/江苏大学出版社

地 址/江苏省镇江市梦溪园巷 30 号(邮编: 212003)

电 话/0511-84446464(传真)

网 址/<http://press.ujs.edu.cn>

排 版/镇江文苑制版印刷有限责任公司

印 刷/南京精艺印刷有限公司

经 销/江苏省新华书店

开 本/787 mm×1 092 mm 1/16

印 张/10.5

字 数/240 千字

版 次/2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 978-7-5684-0244-6

定 价/72.00 元

如有印装质量问题请与本社营销部联系(电话:0511-84440882)

本丛书为江苏省教育厅 2015 年中高等职业教育衔接课程体系建设课题
“岗位 + 能力”进阶式中高职衔接课程体系研究与实践
部分研究成果（课题号：201543）

丛书编委会

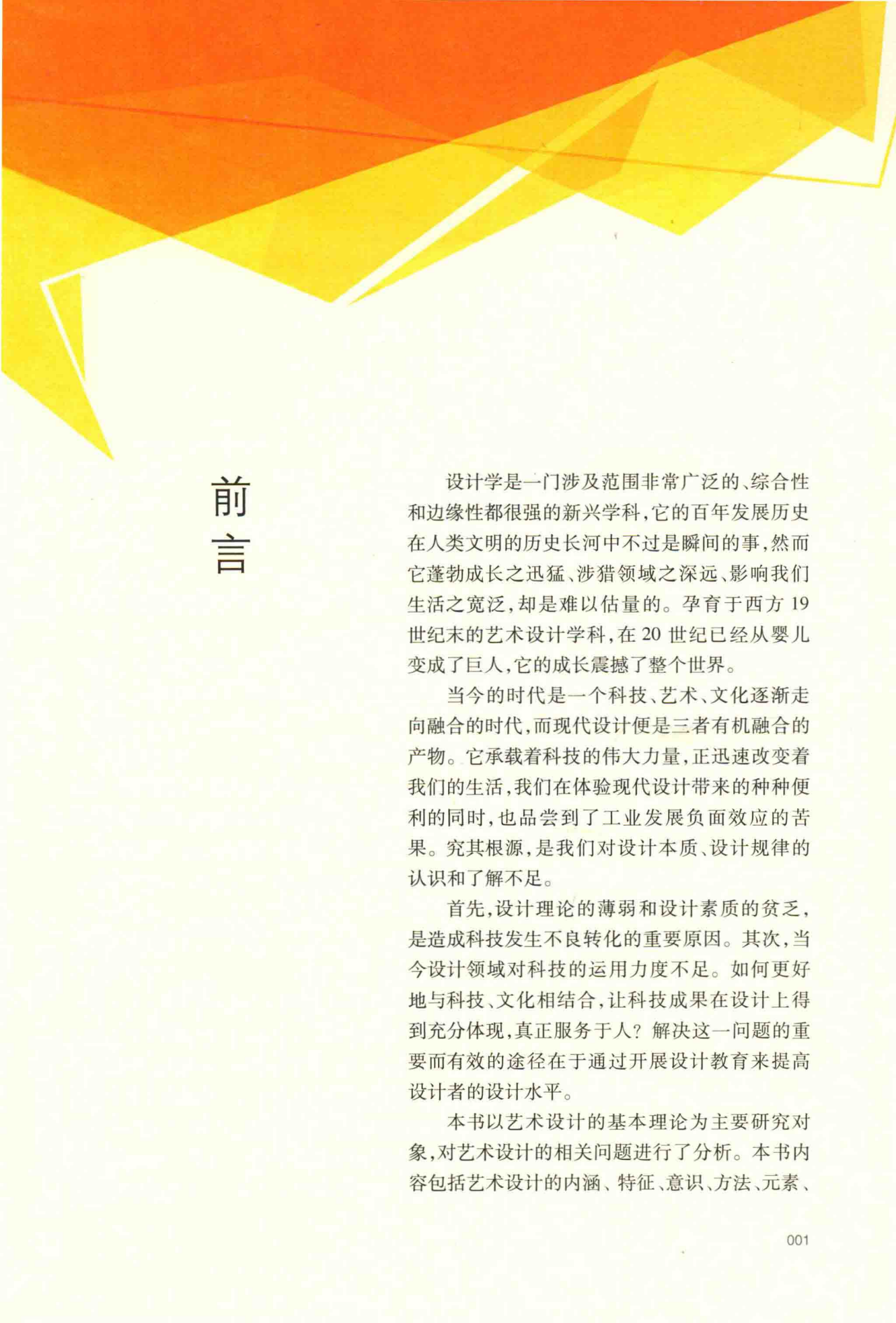
主编

曹 晋 张晓棠 王岩松

编委

(以姓氏笔画为序)

王岩松 王孟霜 卞冬仙
刘 浩 汤洪泉 许园春
张 怡 张晓初 张晓棠
邵 杰 范 滢 林海燕
赵 铮 曹 晋 曹文梁



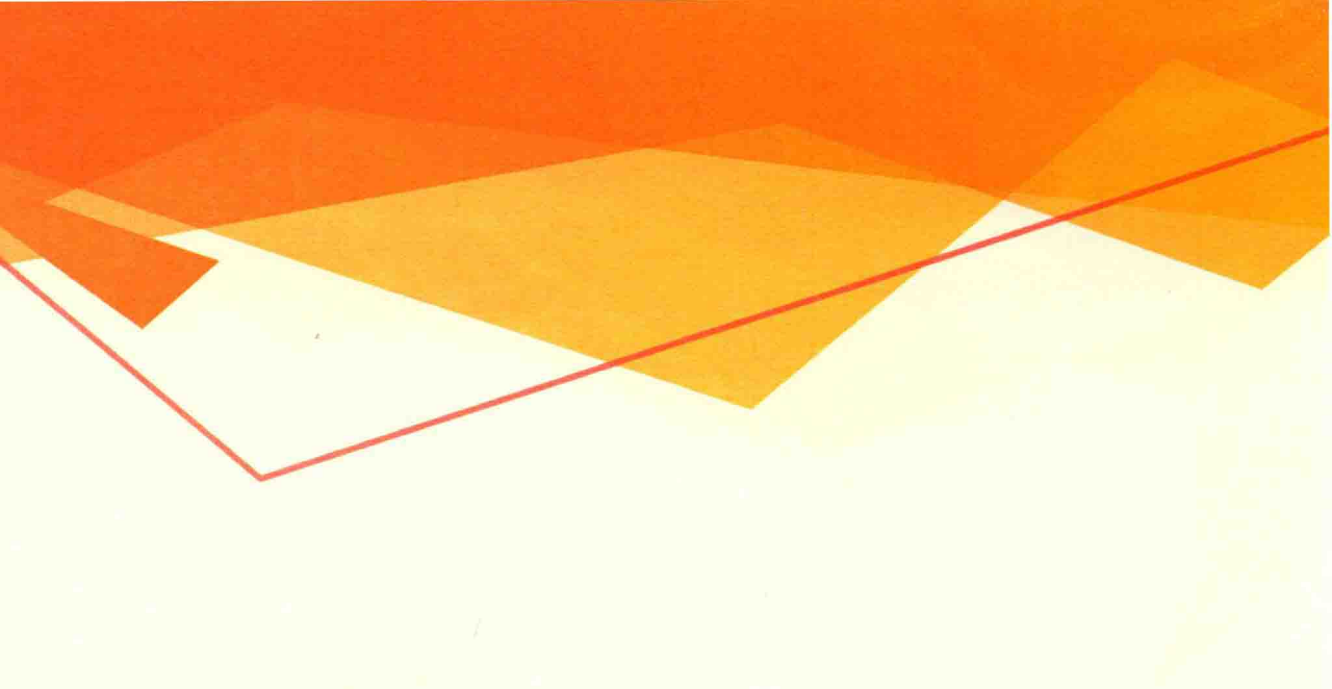
前言

设计学是一门涉及范围非常广泛的、综合性和边缘性都很强的新兴学科,它的百年发展历史在人类文明的历史长河中不过是瞬间的事,然而它蓬勃成长之迅猛、涉猎领域之深远、影响我们生活之宽泛,却是难以估量的。孕育于西方 19 世纪末的艺术设计学科,在 20 世纪已经从婴儿变成了巨人,它的成长震撼了整个世界。

当今的时代是一个科技、艺术、文化逐渐走向融合的时代,而现代设计便是三者有机融合的产物。它承载着科技的伟大力量,正迅速改变着我们的生活,我们在体验现代设计带来的种种便利的同时,也品尝到了工业发展负面效应的苦果。究其根源,是我们对设计本质、设计规律的认识和了解不足。

首先,设计理论的薄弱和设计素质的贫乏,是造成科技发生不良转化的重要原因。其次,当今设计领域对科技的运用力度不足。如何更好地与科技、文化相结合,让科技成果在设计上得到充分体现,真正服务于人?解决这一问题的重
要而有效的途径在于通过开展设计教育来提高设计者的设计水平。

本书以艺术设计的基本理论为主要研究对象,对艺术设计的相关问题进行了分析。本书内容包括艺术设计的内涵、特征、意识、方法、元素、



形态、思维、决策、程序与管理,同时还分析了各类型艺术设计(产品设计、视觉传达设计、环境艺术设计)的相关理论与作品实例,以及当代的设计思潮和未来的设计发展趋势。

相比同类著作来讲,本书的显著特点是,在理论阐述过程中融入大量的设计实践范例进行比照讲解。本书所包含的基本知识与基础理论的讲解,是以开放性的职业教育为主,比较全面地涵盖了设计领域乃至相关新兴学科领域的主要知识内容。同时将基础知识和基础理论与设计实践范例编排成相互连贯的知识单元,以形成目的性明确的知识体系。

在本书的撰写过程中,我们得到了来自多方面的支持和关心。在此向所有支持和关心本书出版的朋友致以衷心的感谢,也向参考文献和图例的原作者表示感谢。由于我们学识水平有限,书中难免存在缺点和不足之处,恳请专家学者、业界同仁和读者批评指正。

编 者

2016年4月



目录

第一章 艺术设计内涵与特征

第一节 艺术设计的内涵 · 001

第二节 艺术设计的特征 · 009

第二章 艺术设计意识与方法

第一节 艺术设计意识 · 016

第二节 艺术设计方法 · 018

第三章 艺术设计元素与形态

第一节 艺术设计元素 · 025

第二节 艺术设计形态 · 039

第四章 设计思维与创新性思维

第一节 设计思维 · 050

第二节 创新性思维 · 055

第五章 艺术设计决策、程序与管理

第一节 艺术设计决策 · 067

第二节 艺术设计程序 · 069

第三节 艺术设计管理 · 074

第六章 艺术设计类型及应用

第一节 产品设计及其应用 · 087

第二节 视觉传达设计及其应用 · 105

第三节 环境艺术设计及其应用 · 117

第七章 当代设计思潮及未来发展趋势

第一节 绿色设计 · 137

第二节 人性化设计 · 144

第三节 未来设计的任务与展望 · 154

参考文献 · 159

现代设计作为人与自然沟通的手段、改善人类生活的方法,已经渗透到了社会的各个角落。在当今社会经济高度发展的时代,它已与国家的经济命运、建设发展、社会的物质文明与精神文明建设密切相关。因此,重视与推进设计产业和设计教育的发展,已成为一个国家可持续发展的关键因素。

第一节 艺术设计的内涵

一、设计的含义

从广义上讲,设计(Design)是指对事物或人造对象的一种构思和规划的过程。在这个意义上看,设计就是人类为实现某一特定的目的而进行的一种创造性活动,它涵盖了人类历史上所有的创意活动。现代意义上的设计则是对这一切创造性活动中所蕴含的构思、创造性行为和过程的升华。

从狭义上讲,设计是指在为达成某种目的而设定的具体的计划或方案中,作品的构成元素、各元素之间的关系、形式美法则,以及建立在适用性基础之上的结构规律等,其中,相关的美学要求伴随设计过程而与设计的构思和行为形影相随。

因此,可以将设计看作规划、设想、解决问题的方法等,设计的含义包含三个方面:第一,计划、构思;第二,将计划、构思中解决问题的方式表达出来;第三,具体应用。

二、艺术与设计

在国际上,艺术(Art)与设计常常并列而立,艺术是涵盖了绘画、建筑、戏剧、电影和音乐等艺术类别的大艺术范围,设计则包括了从手工艺设计到工业设计的所有设计范围。这两个学科领域既相互联系,又各具特点。

同时,对设计的理解也不应把艺术和技术截然分开。设计既要有超越单纯的艺术性的创意构思和创造,也要考虑设计主体在实现过程中的实用性与经济价值,这两者在设计过程中相互包容、相互渗透。因此,设计应包含艺术、科学和经济三重含义,它是将构思付诸行动,最终实现其价值的创造性过程。

我国目前对“艺术设计”的解释可以分为两种。一种是将“艺术”与“设计”两者之间

的关系模糊掉,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“设计”前面加上“艺术”,以便使人们更容易理解和接受这一概念。在这里,我们采用第二种观点。

三、艺术设计的本质

(一) 以人为本

无论是自然经济时期的手工艺设计,还是工业化时期的工艺美术设计、工业设计,或者是知识经济、信息时代的现代设计,都是围绕着人的需求而展开的。设计最终是为人而不是为物服务的。满足人的精神和生理两方面的需求是艺术设计的价值所在。以人为本的设计如图 1-1 所示。

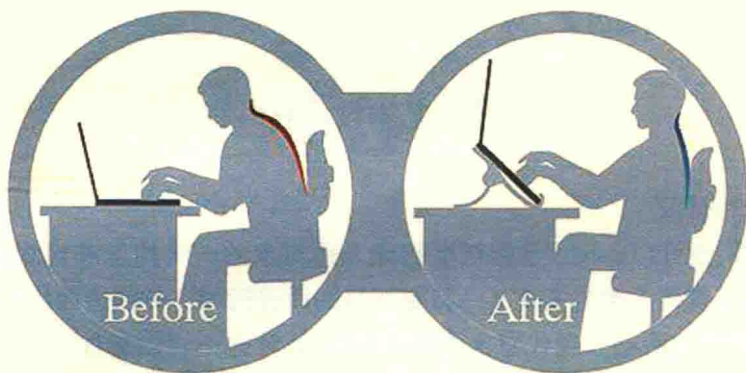


图 1-1 以人为本的设计

以人为本的设计如果只是单纯追求满足某种需求,不考虑科学、理性化的结构和合理的功能性,那么它将走向极端。如巴西首府巴西利亚,在这座宏伟壮观的“汽车之城”中,时时处处都需要乘车才能流动,行人没有漫步的空间。这是因为其城市设计者在规划之初把汽车交通作为首选,忽视了完整合理的步行系统的重要性,从而导致人们几乎很难轻松地步行游览并穿越开阔的街区。

(二) 创新性

每个人都具有创新意识的意识,具备创造的潜能,但并不是人人都能成为设计师,也不是个个都能够成功。很多人苦读数年,始终原地徘徊而不得入其门,归根结底在于其观察客观世界的思维方式没有得到正确的培养和训练。

设计的过程与结果都是通过人的思维来实现的。艺术设计融汇了科学与艺术,设计思维本身也跨越了多个学科,单一的思维模式往往无法满足复杂的功能与审美需求。

设计的最佳方法是以形象思维为主导模式,逻辑思维配合进行概念设计,把图形分析的思维方式贯穿于设计的每个阶段,并采用对比优选的思维过程。最后可从多个设计方案中选取最符合需要的一种,再发展出三个以上新的概念,并逐渐深化,直至最终产生满

意的设计结果。设计的创新性如图 1-2、图 1-3 所示。



图 1-2 设计的创新性(一)

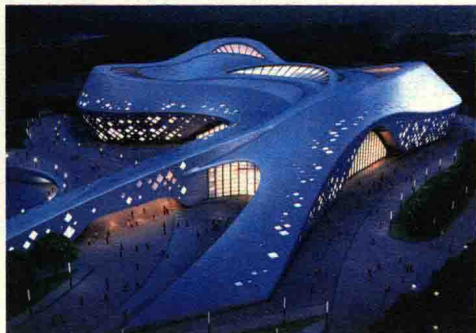


图 1-3 设计的创新性(二)

四、艺术设计的层面

(一) “真”

设计之“真”最直接地体现在它与自然、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,特别需要设计师以高度的理性自觉来贯穿设计的全程。

(二) “善”

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”。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。

人类的造物活动是一种充满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,生物性的满足并不能成为人类单一的需求,精神需要更多时候占据同等甚至更为重要的位置。

(三) “美”

艺术之“美”和设计之“美”都属于观念形态的范畴。艺术之“美”可以在一定时空、一定程度上剥离创作者和欣赏者作为物质主体的需求,直接满足其作为精神主体的需要;设计之“美”主要是建立在广泛的消费者作为物质主体的基础上,对自然的、人的、社会的需求进行兼容性的考虑,并根据设计的法则进行美的创造。

设计的审美主体是消费者,设计不能仅仅停留在简单的功能层面上,而必须向更高的、具有无限性的精神层次跃进。如果设计不能传达出较物质功能更丰富、更深刻的情感 and 文化内涵,那就不能实现设计与消费者的良好沟通,消费者的物质主体和精神主体就达不到完整的统一。

五、艺术设计中常用的手法

艺术设计中常用的手法主要有借用、解构、装饰、参照和创造。

(一) 借用

在设计中可以借用某句诗、某段音乐、某个镜头、某一雕塑作品或其他艺术作品,借用艺术创作的思想、风格和技巧等。只要借得巧妙,用得灵活,就能大大地提高设计的艺术品质,进而提高整个设计的品位与水平。

如图 1-4 Breuninger “Metamorphosis”——美丽变形所示,穿上 Breuninger 的衣服,就是“变形”的开始:丑小鸭变白天鹅、青蛙变王子、化茧成蝶。该组设计是对童话的借用。

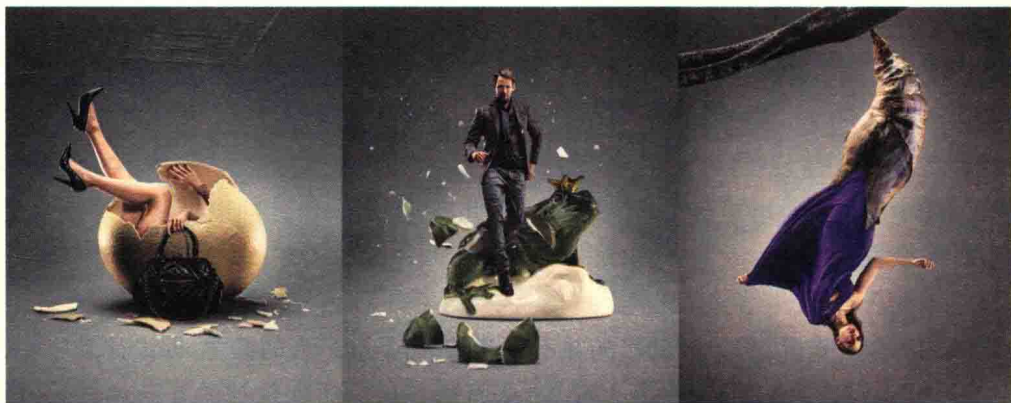


图 1-4 Breuninger “Metamorphosis”

(二) 解构

解构是设计中极为有用的手法。只要解得典型,构得和谐自然,就能鲜明显现出设计的文脉和创造价值。因而在运用解构手法时,其所达到的效果应该既合乎科学与艺术的发展规律,又合乎观众的接受心理与接受能力。

具体来说,解构是以古今纯艺术或设计艺术为对象,根据设计的需要,进行符号意义的分解,分解成语词、纹样、标志、单形、乐句之类,使之进入符号储备,等待设计重构。设计中有了这些艺术的或信息的符号,就有可能获得艺术的或信息的认同,进一步获得个性的和风格的力量。设计中的解构如图 1-5 所示。

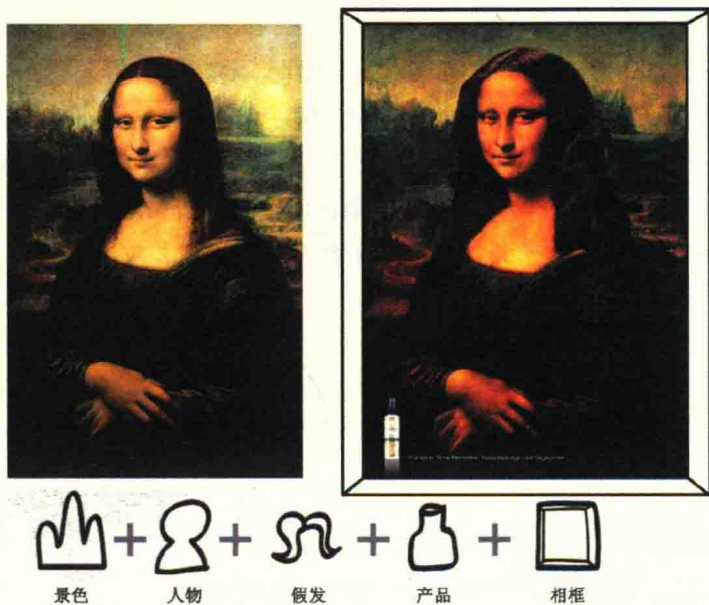


图 1-5 设计中的解构

(三) 装饰

在解决设计的艺术品质问题时,装饰是最传统又最常用的方法。为了达到美观效果,古代彩陶和青铜器采用了装饰(如图 1-6 所示),同样,现代建筑、服装、家具通常也采用装饰,还有一些采用先进科技的电子产品外壳上也用了具有女性特征的纹样或童趣的形象作装饰(如图 1-7 所示)。好的装饰是设计不可分割的部分,可以掩去设计的冷漠,增添制品的情感因素,增强设计的艺术感染力。



图 1-6 青铜器上的装饰



图 1-7 手机上的装饰

（四）参照

设计属于创造。在解决设计的艺术品质问题时,无论是借用、解构还是装饰,都不能只是简单地模仿,而要表现出适度的创新,参照不失为一个简便又有效的方法。

参照的核心是形式借鉴,规律借用,由此及彼,举一反三。参照的关键是根据设计课题,寻求成功的范例,反复参详考察,找出规律和可变的环节,在基本规律或基本形式不变的前提下,使设计呈现新的艺术面貌。设计中的参照如图 1-8 所示。

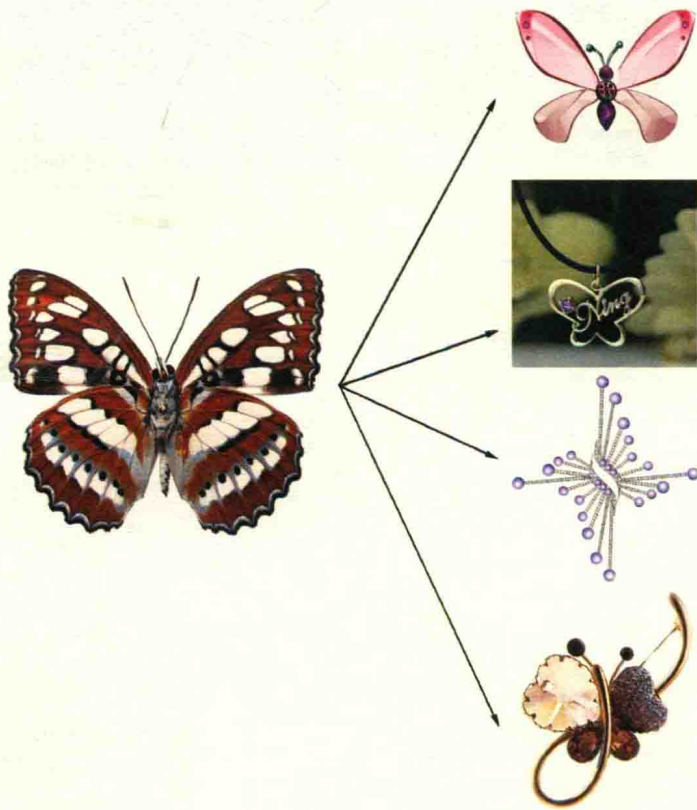


图 1-8 设计中的参照

（五）创造

当设计遇到开创性课题时,选用的材料、设备、技术、构造、外形等,都有可能是最新的科学技术成果,设计要实现的艺术和符号功能也可能没有先例可循,这时,设计只可能依靠创造方法,在解决物质、技术、经济等功能的同时,赋予设计对象合适的艺术形式。

六、艺术设计的社会作用

在技术变化日新月异、人类社会竞争日趋激烈的 21 世纪,设计责无旁贷地肩负起了知识竞争、决策竞争、技术和人的素质竞争的历史使命,艺术设计对国家、社会的物质文明

与精神文明建设起到了巨大的推动作用。

（一）艺术设计是国家经济发展战略的重要组成部分

设计作为经济和意识形态的载体,是一个国家、机构或团体发展自我的强有力的手段,也是一个国家社会经济发展战略的重要组成部分。

设计不但丰富了历史文化遗产,更创造了当代社会的物质文明,有力地推动了当代社会的进步与发展。一个时代的社会政治环境、经济状况、工业化程度、历史文化传统和人们的审美修养直接造就了一个时代的设计文化。反过来讲,一个国家的设计文化也直接反映该国的政治面貌、经济实力和传统文化。

英国前首相撒切尔夫人曾经强调:设计对于英国来说,在一定程度上甚至比首相的工作更为重要。她也曾这样断言:设计是英国工业前途的根本。如果忘记优秀设计的重要性,英国工业将永远不具备竞争力,永远占领不了市场。只有在最高管理部门具有了这种信念之后,设计才能起到它应有的作用。英国政府必须全力支持设计。

但随着全球经济一体化进程的加快,国际竞争日趋激烈。技术含量低、主要依靠降低产品价格的“中国制造”的产品,不仅在世界上越来越受到发达国家反倾销的制裁,而且能够获得的利润也越来越小。为了改变这种不利情况,增强我国的国际竞争力,通过设计提高产品品质,从而提高产品的竞争力已成为企业可持续发展的必然趋势。

（二）创造品牌,提高产品附加价值

当今社会是一个形象消费、追逐名牌的时代,品牌是企业最主要的无形资产,是决定市场购买的主体,是效益和财富。对消费者来说,名牌是身价的标志、时尚的凝聚、地位的显示和财富的象征,名牌能帮助他们建立起“成熟的、有品位的消费者”的个人形象,并获得心理上自我价值实现的满足感,所以有一定经济实力的人往往喜欢追逐名牌。而设计是制造名牌的一种重要手段。

设计产品,制造品牌产品是提高产品附加值的重要手段。同一商品,名牌的价格与非名牌的价格相去甚远,这是附加值在起作用。附加值在生活中十分常见,比如企业的品牌、产品的包装等,这些在很大程度上取决于设计的水平。

（三）提高生产效率

现代设计是生产的重要组成部分。企业在开发新产品的时候,首先要做的是设计新产品。设计为生产服务,企业生产的软环境和硬环境都可以通过设计得到改善,企业的产品也可以通过设计得到改良和更新。设计还可以提高生产效率,因为生产环境的改善和生产工具的改良,使生产者的体力负担和精神负担都得到了相应的减轻,可以身心愉悦地进行工作。

（四）改善企业管理

现代企业经营范围和区域不断扩大,甚至跨越了不同的国家和语言区域,因此企业在管理和交流上便会存在一定的困难,设计正是解决这类问题的最佳手段。当今世界上许多跨国经营的大公司利用设计手段统一企业形象的各种元素,并将其在不同的国家和语

言区域内用同一形象展现出来,以加强企业的管理和交流。

现代设计作为管理手段,最典型的体现是在企业形象策划的视觉识别系统中,且以此来塑造企业文化。在企业产品包装、信息传播、商业活动等方面使用统一的文字、统一的色彩、统一的理念、统一的服饰、统一的标识、统一的规则、统一的策略和方法,可以将企业建设成一个具有个性的和可以认知的整体,并使企业员工在教育 and 培训的过程中增加对企业的了解和信任,增强他们的团结协作精神和集体荣誉感,从而提高企业的凝聚力。

(五) 促进社会发展

科学技术是一种资源,但是,人类要享受这种巨大的资源,还需要某种载体,这种载体就是设计。新的科学技术、现代化的管理、巨额的资本投入,都需要经过设计这一媒介才能转化为社会财富。设计不仅是科学技术物化的载体,更是科学技术商品化的载体。

只有通过设计,科学技术才能向社会广大消费者进行自我表达,得到消费者的认可,丰富人们的物质和精神生活,进而创造社会财富。比如,航天技术在社会中有广泛的应用:宇航员身上穿的“液冷服”可以用在无法使用空调的环境中(见图 1-9)。在抗击“SARS”期间,我国部分医院的医护人员就穿上了利用这种技术制造的服装。

又如,资源卫星具有防灾减灾的用途,站高望远的资源卫星能够及时观测到灾区情况,为防灾抗灾提供重要数据和信息,而卫星导航技术更是神通广大,在旅游、勘探、公安刑侦追踪等方方面面都能用到。卫星导航技术在旅游中的应用如图 1-10 所示。



图 1-9 宇航员身穿“液冷服”

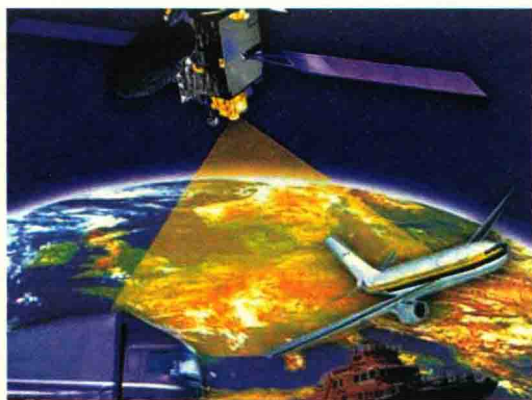


图 1-10 卫星导航技术在旅游中的应用

(六) 改善人们的生活

除了推动国家、企业和社会的发展,现代设计还大大提高了人们的生活质量。如图 1-11 所示的家用电器提供给人们比以前更为便利的生活条件,满足了人们的需求,也更为人性化,使人们的生活更有情趣。为了满足人们对物的享用的需求,现代设计提供给人们多种美的生活方式,给人们的思想观念及生活方式以正确的引导。这种美的生活方式是关注人与自然、人与整体环境关系怎样达到协调一致的方式,使人与所处的自然环境和社会环境更为和谐融洽,进而促进社会的可持续发展。