

平面设计与广告创意

PINGMIAN SHEJI YU GUANGGAO CHUANGYI


余江 著

天津出版传媒集团

 天津科学技术出版社

平面设计与广告创意

余 江 著

天津出版传媒集团
 天津科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

平面设计与广告创意/余江著. —天津:天津科学技术出版社, 2018.6

ISBN 978-7-5576-5379-8

I. ①平… II. ①余… III. ①平面设计—研究②广告设计—研究 IV. ①J511②J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 120629 号

责任编辑:方 艳

天津出版传媒集团

 **天津科学技术出版社出版**

出版人:蔡 颖

天津市西康路 35 号 邮编 300051

电话(022)23332695

网址:www.tjkjpbs.com.cn

新华书店经销

北京厚诚则铭印刷科技有限公司印刷

开本 710×1000 1/16 印张 11.75 字数 208 000

2018 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

定价:35.00 元



作者简介

余江,男,1961年出生于重庆市,1979年就读于中央工艺美术学院(清华大学美术学院),获得学士学位。1983年成都印染厂图案设计室主任,1987年在中国包装进出口公司四川省公司从事产品包装设计,1996年成都印象广告公司设计总监,2004年在成都艺术职业学院视觉传达学院院长,副教授。中国包装设计协会会员,四川省平面设计师协会理事,“西南设计年鉴”编委,四川省美术家协会钢笔画艺委会会员,四川省包装装潢印刷工业协会特聘专家,2016首届国际竹艺创意设计大赛专家评委,成都市蜀绣创意设计评委,四川省大学生广告设计大赛评委。多年来共有20多篇科研论文及设计作品在《装饰》杂志、《艺术教育》《中国艺术》《中国包装工业》《西南设计年鉴》等国家级核心期刊发表。获得四川省精品资源共享课程奖两项,有设计“泸州老窖”礼品包装等10多件包装设计作品获得国家级和省级奖项。



PREFACE

前 言



随着社会经济的发展以及市场的规范化,企业越来越注重其产品和自身形象的包装,设计要求越来越高。早期单一的平面设计内容形式和制作方法,以及传统工艺美术型的设计早已远远无法适应社会的发展和市场的需求。同时,电脑硬件的高速发展及其专业软件的不断开发,为设计师提供了前所未有的快捷与方便,设计师手中原有的绘图工具自然地被替换下来。在现代设计多元化发展的大趋势下,为求发展与更新,平面设计师不得不秉承新理念、新思维的创新精神,通过自己不同设计风格的作品将极具美感和创造力的优质设计推到当今舞台上,并将产品信息以不同的表达方式传达给受众。因此,提高造型技能、审美能力、创新意识,对于设计师来说不仅是必要的,也是非常重要的。


基于上述背景,本书围绕平面设计和广告创意两部分展开分析。平面设计部分,首先从设计和平面设计的概念界定出发,接着对国内外平面设计的发展历程进行了叙述,最后对平面设计的构成与平面设计的要素进行了分析。平面设计的构成,分析了视觉传达原理、主要构成方法、形式美的构成法则;平面设计的要素,分析了版式、字体、图形和色彩的设计原理及应用。广告创意部分,首先从广告的发展、特点、概念和主要类型出发,接着对广告创意人才的素质、现状及培养进行分析,最后对广告创意的形成和策略进行分析。

广告创意的形成,分析了广告创意的概念、理论基础和广告创意的形成过程,广告创意的策略部分,分析了广告创意思维、广告创意原则、广告创意手法以及几种常见平面广告的设计策略。

希望本书的出版,能够为艺术设计人才提供理论依据和设计实践的指导,也能够为丰富艺术设计研究资料做出贡献。由于时间限制,书中可能存在不当之处,欢迎指正!



CONTENTS




目 录



第一章 设计和平面设计的概念界定	1
第一节 设计	1
第二节 平面设计	11
<hr/>	
第二章 平面设计的发展历程	15
第一节 平面设计的起源	15
第二节 国外平面设计的发展	17
第三节 国内平面设计的发展	22
<hr/>	
第三章 平面设计的构成	32
第一节 视觉传达原理	32
第二节 主要构成方法	40
第三节 形式美构成法则	48
<hr/>	
第四章 平面设计的要素	58
第一节 平面设计的版式	58
第二节 平面设计的字体	63
第三节 平面设计的图形	68
第四节 平面设计的色彩	82
<hr/>	
第五章 广告概述	87
第一节 广告的特点和功能	87
第二节 广告的主要类型	92
第三节 广告的发展情况	108



CONTENTS



目 录



第六章 广告创意的形成	116
第一节 广告创意基本概念	116
第二节 广告创意的形成过程	124
第三节 广告创意的理论基础	143
<hr/>	
第七章 广告创意人才	150
第一节 广告创意人才的素质	150
第二节 广告创意人才现状	155
第三节 广告创意人才培养	156
<hr/>	
第八章 广告创意的策略	158
第一节 广告创意原则	158
第二节 广告创意思维	163
第三节 广告创意手法	169
第四节 平面广告的创意策略	174
<hr/>	
参考文献	179

第一章

设计和平面设计的概念界定



第一节

设计



一、设计的来源

1. 西方“设计”的概念溯源

汉语中的“设计”对应着英语中的“design”。design 源于拉丁语 designara,本意是“徽章”“记号”,指一种识别性符号。以后又演变为意大利语 desegno,意为“构图、描绘、创意”,而后演变为法语 dessein,指“素描、描绘”,最后演变为英语 design,其词义不断变化。当我们去追溯“设计”一词的语源学来源以求得确定的概念时,结果发现,无论是西方还是中国,“设计”都是从狭义的美术范畴而走向更开放的寓意的,体现出人类在造物行为上的共同本性。

文艺复兴时期是艺术家获得解放的时期,艺术家的地位大大提升,进入艺术范畴的“desegno”随之受到了较多的关注。尤其对于佛罗伦萨和罗马的艺术家,他们多是在石膏上创作,之前做大量练习草稿,因此非常重视“desegno”。而另一个艺术中心威尼斯的艺术家则直接在画布上创作,更重视的是色彩“colorito”。正是由于达·芬奇等佛罗伦萨和罗马一大批重要艺术家的影响,“desegno”成为艺术的重要概念。15世纪,绘画理论家弗朗西斯科·朗西洛提在其《绘画论集》中将“desegno”(素描)、“colorito”(色彩)、“compositione”(构图)及“inventicne”(创造)

并称为绘画四要素；切尼尼也有类似的论述，称“desegno”为绘画的基础。他们二人的“desegno”基本上还是“素描”之意，是指艺术家在创作规划初期所作的绘图与描述构想的行为。达·芬奇也在“素描”的意义上使用“desegno”，但他认为“绘画是‘desegno’艺术，没有‘desegno’科学便不能存在”。更是将“desegno”作为绘画与科学共同基础，以此将绘画从一种手工技能提升到科学的层面，“desegno”显然已经突破了仅仅作为“素描”的含义。那么，“desegno”究竟指什么？瓦萨里（Vasari）认为：“‘desegno’是三项艺术（建筑、绘画、雕塑）的父亲。一切事物的形式或理念，可以说，就它们的比例而言，是十分规则的。因此，‘desegno’不仅存在于人和动物方面，而且存在于植物、建筑、雕塑、绘画方面，‘desegno’即是整体与局部的比例关系，局部与局部对整体的关系。正是由于明确了这种关系，才产生了这么一个判断：事物在人的心灵中所有的形式通过人的双手制作而成形，这就称之为‘desegno’。”从他的观点可以看出，瓦萨里的“desegno”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，从而使“desegno”成为艺术的核心范畴。从这里似乎已经可以理解达·芬奇为什么将“desegno”作为提升绘画的核心概念，瓦萨里所说对色彩、形体以及空间的合乎（数学）比例的安排。

但更重要的还在于另外一点，即瓦萨里称“desegno”与“创造”是一切艺术的“父亲”与“母亲”，将“desegno”与创造联系在一起。一直以来，创造（Creativity）这个概念只与神圣的上帝有关，是一个神话概念。在16世纪，思想家们试图从神学传统中找到证据来支持“艺术创造”和“上帝创造”之间的联系。借此，艺术家便可与作为创作者的上帝相类比，艺术家的地位自然就超乎一般人。有了这个前提，瓦萨里自然认为画家、雕刻家、建筑师不可属于不同的行会（Guild），因此以“desegno”之名倡导成立佛罗伦萨设计学院，这便是西方第一所美术学院，严格地说是设计学院。首次用透视学、几何学、解剖学等理论科目替代了旧有行会作坊里师傅对徒弟的口传身授。文艺复兴以后，“desegno”逐渐成为通俗用语，解释为“以图形表示计划或将意念图形化的事物”，是“艺术家心中的创作意念”，这种意念以草图的方式表现出来，将艺术家在心中构思的作品现实化。

由于瓦萨里等人的努力，艺术家与工匠的分化成为事实，而且美术（设计）学院体制的建立，提供了一种不同于行会的新的艺术教育模式。以“desegno”为名的学

院,所重视的是对与材料、制作工艺无关的临摹素描(Desegno)的教学,奠定了日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,开始入侵工匠地盘,剥夺工匠所有创造性的工作,使设计与制作之间出现分离。另外,艺术“创造”所重视的不是制作与技艺的创造。柏拉图在他的《蒂迈欧篇》(Timaeus)中声称,造物主是依据“理念”(Idea)的模式用物质来制造世界。因此,既然艺术的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。所以瓦萨里说:“desegno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。”柏拉图的“理念”本质上是“真实的形式”(Realform),但真实的形式并不存在于现实之中,比如画家的“床”是对工匠的“床”的模仿,工匠的“床”则是对“床”的“理念”的模仿。“desegno”与“理念”的这层关系,使“desegno”被赋予了一种神秘力量,“desegno”作为一种设计观念与制作的分离,因此不言而喻。可见,瓦萨里的“desegno”已经奠定了现代意义的“设计”概念。瓦萨里之后的费德里戈·祖卡里、贝洛利和洛马佐等人干脆认为“desegno”与“理念”相同。祖卡里更在其《雕刻家、画家和建筑家的理念》一书中对所谓的“desegno interno”(内在设计)与“desegno esterno”(外在描绘)加以区分。前者即为“理念”,后者则为借油彩、石材、木料等媒材来实现理念的行为。这时的“desegno”即为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。这也正是波迪内奇所说的,“desegno”即“事先在心中酝酿,在想象中已描绘出结果,并能通过实践使之成为现实的可视物”。

“desegno”进入法国,演变为“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“外在描画”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,或是为实现某物而做的纲要;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“desegno”同义。

一直到18世纪,“design”基本上被限定在艺术范畴之内,如温克尔曼曾说:“一件艺术品中第一位是设计,第二位是设计,第三位还是设计。”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‘desegno’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(Ameantplan)”,是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”(Aplaninart),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)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“desegno”概念所包含的两个方面的含义。

真正现代意义的设计概念的建立,是基于工业革命导致的设计观念的变革,design 的概念及其语义开始突破美术或纯艺术的范畴而趋于宽泛。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范畴。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。

2. 中国“设计”的概念溯源

古汉语“设计”是“设”与“计”的合词。据东汉许慎《说文解字》,“设”是“施陈也”;“计”是“会也算也”。作为一个双音节词,“设计”在古汉语中早已出现。如《三国志·魏志·高贵乡公髦传》中所谓:“此儿具闻,自知罪重,便图为弑逆,赂遗吾左右人,令因吾服药,密行酖毒,重相设计。”《吴志·朱桓传》中说:“方今北上未一,钦云欲归命,宜且迎之。若嫌其有谲者,但当设计网以罗之,盛重兵以防之耳。”又元代尚仲贤《气英布》中谓“运筹设计,让之张良;点将出师,属之韩信。”等。但此时的设计仍是“设置”与“计谋”之合,意为“设计策、谋划某事”,并不是一个艺术概念,古汉语“设计”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“desegno”相对应的是另一个词“经营”。早在《诗经·大雅·灵台》中,即有“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。在《尚书·召诰》中“卜宅。厥既得卜,则经营”,“经”与“营”已经连接起来使用,而且

明确地与建筑设计的选址营建联系起来,指向与建筑设计同义的规划行为。“经营”作为一个建筑学的术语在齐梁之时由谢赫引入绘画领域,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,模写是也”。(谢赫《古画品录》)“经营”在画论中被解释为“位置”,从中可以看到它作为建筑术语的原义。显然,谢赫发现了绘画与建筑之间的相通,即在空间处理上的相同特点,因此借建筑之“经营”来指画面的布局和构成。

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。在此基础上,北宋郭熙、郭思进一步认为“凡经营下笔,必合天地”(《林泉高致·画诀》),将“经营”与纯粹的山水画章法联系起来。从此以后,“经营”成为绘画的核心概念。清代王原祁(1642—1715)将谢赫的“六法”完全定性为技术性的“经营位置”：“六法古人论之详矣,但恐后学拘局成见,未发心裁。疑义意揣,翻成邪僻。今将经营位置笔墨设色大意,就先奉常所传及愚见言之,以识甘苦。”(《雨窗漫笔》)邹一桂(1686—1772)则说得更明显：“以六法言,亦当以经营位置为第一,用笔次之,傅彩又次之,传模应在画内,而气韵则画成后得之。”(《小山画谱·六法前后》)“经营”完全从一个建筑设计概念逐步演变成为艺术风格学的属概念。并且,由“经营”生发出一系列概念:宾主(元汤屋)、疏密(元倪瓒)、呼应(明沈颖)、藏血(明唐志契)、繁简(明沈周)、开合(清王原祁)、虚实(清查重光)、纵横(清查重光)、动静(清戴熙)、参差(清郑燮)、奇正(清龚贤)等,都由“经营”执其牛耳。

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。李诫本人“善画,得古人笔法”,更在《营造法式》卷二“彩画”中论及谢赫《画品》,表明建筑与绘画在当时并不是两个互不沟通的领域。

在绘画方面,与设计同义的还有“意匠”一词,意匠即意图与匠心,是指创作中的构思与设想。如杜甫赠画家曹霸将军《丹青引》中有“凌烟功臣少颜色,将军下笔开生面,诏谓将军拂绢素,意匠惨淡经营中”等句,曹霸为唐代画家,天宝末年奉诏绘制御马及功臣,这里的意匠指绘画开始时的巧妙构思、推敲设计。唐代杨炯《王勃集·序》：“六合殊才,并推心于意匠;八方好事,咸受气于文枢。”宋陆游在《题严

州王秀才山水枕屏》一诗中以：“壮君落笔写岷嶓，意匠自到非身过”的词句，赞王秀才所画的岷嶓山水，意匠自到并非刻意所求，已到达一种境界。清赵翼游网师园后赋诗赠园主“想当意匠经营时，多少黄金付一掷”，这里的意匠即指网师园的设计与建造。

正是建筑与绘画在空间形态建构上的共通性，使“经营”与“意匠”成为建筑与绘画领域的共通概念。古人以“经营”和“意匠”作为建筑与绘画的共通概念，与瓦萨里以“*desegno*”统摄建筑、绘画与雕塑，可谓不谋而合。而“经营”“意匠”作为艺术概念，是空间、造型上的规划之意，与“*desegno*”的含义也非常接近，因此完全可以说是设计在古汉语中的代名词。20世纪初，“*design*”由日本传入我国，曾被译为“营造”“图案”“工艺美术”等词，都与“经营”“意匠”意义极为接近。

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一致的，如果不局限于艺术领域，广义的所指是相同的。现代汉语中所说的设计，通俗解释为：“在正式做某项工作之前，根据一定的目的要求，预先制订方法、图样等。”专业解释为：“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。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。如环境艺术设计、服装艺术设计、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’，‘你去设计一个新的产品造型’，前面的‘设计’是名词，后面的‘设计’是动词。”^①

稍作对比就可以看出，这里对“设计”的解释与当代西方对“*design*”的解释相差不多。相比“图案”“工艺美术”等历史概念，“设计”的含义更为丰富，也更具有开放性。其实，从上述“*desegno*”与“创造”的联系等考察来看，西方的“*desegno*”本身也是一个含义丰富的开放性的词汇。素描是其本义，还包括对规则与比例的规划处理，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。

^①张道一.工业设计全书[M].南京:江苏科学技术出版社,1994.

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”作为人类生活行为的共性特征。如果要用一句话来做一个简单的概括,可以说,设计是人类为实现某种目的而进行的创造性活动。

二、设计的概念和功能

1.设计的概念

设计对我们而言既熟悉又陌生,熟悉是因为它和我们的日常生活息息相关,陌生是由于如果要我们一下子说出它的准确定义,头脑中似乎还没有一个完整的概念。总体来说,设计有广义和狭义之分,从广义的角度来看,设计是指人的一切有目的的创造活动,正如帕帕奈克所说“几乎一切时候我们的所作所为都是设计”,又如赫伯特·西蒙提出的“设计乃是一切专业教育的核心”,强调设计作为一个问题,是从“求解、抉择、综合和决策”到最后进行表达的完整过程。从狭义的角度来讲,设计指向的是一种观念的视觉化(物化),是有关美学的实践领域内的各种构思和创造活动。

所谓设计,是根据一定的目的、企图、需求,预先制订的计划、方案、图样、图案之义。汉语中,“设计”的意思是设想与规划,是“在做某项工作之前预先制订方案、图样等”(《新华字典》)。“设”在汉语中为动词,有安排、建立、构筑、陈列、假使等义;“计”在汉语中是动词、名词兼用,名词有计谋、诡计,动词有计算、计议、计划等,“设计”一词包容了“设”与“计”的所有含义,从而具有较为宽泛的内涵。

英语中与设计对译的词是 design。design 是复合词,由词根“sign”和前缀“de”组成,词根 sign 在英语中有符号、标牌、手势、形迹、征兆等语义,着重标记已形成的状态;前缀 de 则有实施、引申之义。由此,“design”一词的根本语义是“通过行为而达到某种状态、形成某种计划”,是一种思维过程和一定形式、图式的创造过程。

design 这一概念也可兼做动词和名词来用。作为名词,《牛津词典》是这样定义的:“头脑中的计划、所采取的方案、目的、观念、方法与目的、初步草图、轮廓勾画、图案、艺术或文学基础、普通意念、构造、计谋,所涉及的才能、创新。”其语义是指思维中形成的意图并准备实现的计划,也指绘画创作时作者筹备过程中的草图;作为动词的定义是:“储备、预定、创作构思、制订计划和目标、企图、勾画、草图、构图、成为一名设计师、实施头脑中的计划、构造基础及计谋。”其语义是指建立计划、进行构想规划,也指勾画草图,绘制效果图。

目前所谓的设计,泛指较具有实用性和装饰性的创作,以别于纯粹主观意念表达的美术创作,在用于生产生活必需用具的情况下,还包括针对产品功能或构造属性等统筹考虑,并运用审美的法则对造型、色彩、材质筹划的意思。设计已成为美化、舒适、创新的代名词,并衍生出各种具有专业性质的设计专业,诸如建筑设计、产品设计、工业设计、室内设计、服装设计、装饰设计、广告设计、包装设计、工艺设计等一系列专业。总之,设计是一种计划性的意念活动过程,先由意念发生到计划拟定,再经过整体的修正、改良、发展,付诸实施后达成预想的意念目的而宣告结束。

2. 设计的功能

人的需求是极其丰富多样且错综复杂的,既包括生理的需求,也包括心理的需求;既包括实用的需求,也包括审美与情感的需求;既包括衣、食、住、行、用等个人需求,也包括娱乐、交流等社会需求……有什么样的需求,就会相应地催生什么样的设计,设计的功能就是满足人的各种需求。

(1) 提供便利与效率

便利并非人所需要的对象,而是人对自身活动及器物实用功能的“属性”要求。人的许多需要是可以通过自身机体的行为与活动得以满足的,如饥饿的人可以到自然界中寻找食物,但为之耗费的精力必然会妨碍人们在其他方面享受生活。恰当的设计可以降低人们完成某项任务的难度,节约人们为实现目的所付出的体力与脑力,如使用棍棒自然比徒手捕获猎物要容易得多,而使用猎枪则比用棍棒捕获

猎物更容易;再如不同时期出现的计时工具,也是人们为更加方便地把握时间而做出的设计。

更高的效率同样是对活动属性的要求。通过设计,人们可以在同样的时间内完成更多的任务,或缩短完成特定任务所需的时间。设计带给人们的便利与效率可以让人们从为了维持生存与延续的繁重劳作中解脱出来,使得享受更美好的生活成为可能。

(2)保障健康与舒适

健康需要由人的安全需要发展而来,人的安全直接关系到人能否生存。健康问题可能短期甚至较长时间内不会直接威胁人的生命,但疾病与伤痛毫无疑问会降低人的生活质量,因此世界卫生组织(WHO)在“生活品质”的定义中,将“生理健康”列为生活品质所涉及方面的第一项。设计可以直接以人的健康为目标,如对医疗卫生设施、体育运动器材等的设计;也可以在完成其他目标的同时,保障人在使用过程中免受伤害和劳损,如一些符合人因工程学的产品。

舒适是符合人生理、认知、心理等特征的感官体验(如人对照明、温度、声音、材料质感及自身姿势的感觉),带给人的主观愉悦感(舒服、安乐)。追求舒适是人与生俱来的天性,设计可以通过适应人的生理尺度、感觉特性和运动规律,满足人们在特定活动过程中对舒适性的要求。

(3)体现新奇与美观

人对未知的事物总是充满好奇,愿意探索或者尝试,这就属于马斯洛所说的“知识的需求”。马斯洛认为“满足好奇心”属于人的“积极的冲动”,正是这种好奇心驱动着人不断地探索和发现,并推动着人类社会的发展。为了探索未知的事物,人们需要借助一些工具来拓展自身的认知机能,如望远镜可以帮助人们远眺数百亿光年以外的宇宙,显微镜可以将微小的事物放大数千万倍,计算机可以每秒进行千万亿的计算……这些器物都是为了满足人们求知的需求而被创造出来的。同时,人们的好奇心也直接反映在对设计的需求上,新颖、奇特的东西总是最先引起人们的注意,并得到更多的关注。