

冷先平 著



ART AND DESIGN
COMMUNICATION

艺术设计
传播学

高等教育出版社

非外借

冷先平 著



ART AND DESIGN
COMMUNICATION

艺术设计
传播学

高等教育出版社·北京

内容提要

艺术设计传播学旨在帮助学生通过艺术设计传播知识体系的学习及其传播规律的掌握,解决在设计中所遇到的设计思维方法、设计构想表达和传播交流等问题。注重对艺术设计学科交叉中主体学科与相关学科之间的知识对流、传播、碰撞进行学理上的梳理;立足于以问题为导向的创造性思维方式,理清思路、突出重点,把握知识体系之间的交叉和融合的关系,建构客观、科学的设计知识传播的内容体系。

在撰写过程中,本图书注意吸收国内外最新的研究成果,在内容和体系上进行了新的拓展;论述、例证丰富,图文结合,深入浅出,符合由感性认识到理性认识的认识规律。

图书在版编目(CIP)数据

艺术设计传播学 / 冷先平著. -- 北京:高等教育出版社, 2018.12

ISBN 978-7-04-050283-1

I. ①艺… II. ①冷… III. ①艺术-设计-传播学-高等学校-教材 IV. ①J06-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第171457号

艺术设计传播学

Yishu Sheji Chuanboxue

冷先平 著

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》,其为人将承担相应的民事责任和行政责任;构成犯罪的,将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序,保护读者的合法权益,避免读者误用盗版书造成不良后果,我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为,希望及时举报,本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话:
(010) 58581999 58582371
58582488//
反盗版举报传真:
(010) 82086060//
反盗版举报邮箱:
dd@hep.com.cn//
通信地址:
北京市西城区德外大街4号
高等教育出版社法律事务
与版权管理部//
邮政编码: 100120

策划编辑 邵小莉
责任编辑 邵小莉
封面设计 张申申
版式设计 张申申
责任校对 刘丽娟
责任印制 田甜

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购
<http://www.hepmall.com.cn>
<http://www.hepmall.com>
<http://www.hepmall.cn>
印刷 北京信彩瑞禾印刷厂
开本 787mm×1092mm 1/16
印张 23
字数 470千字
版次 2018年12月第1版
印次 2018年12月第1次印刷
定价 58.50元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究
物料号 50283-00

前 言

艺术设计传播学是艺术学科门下，设计学（一级学科）中出现的
一门新兴的、学科交叉的通识教育课程，是立足于设计学科体系内部
结构中知识传播、交流以及传播效果层面的，是研究人们在艺术设计
活动中传播的行为、过程、规律以及传播和人与社会关系的学问。

目前，我国高等教育人才培养模式向复合型、交叉型和创新型发
展已是不争的事实。全国艺术科学研究“十二五”（2011—2015年）
规划提出：“进一步加强艺术学各门类学科的系统性、创新性研究及与
其他学科间的新兴、交叉、边缘学科研究；针对自然科学技术、其他
人文社会学科与艺术科学间的相互渗透、融合趋势，加强和拓展在多
学科互渗融合中出现的新兴领域研究。”国家“十三五”规划纲要更是
提出“实行学术人才和应用人才分类、通识教育和专业教育相结合
的培养制度，强化实践教学，着力培养学生创意创新创业能力”的高等
教育人才培养要求，这些要求充分体现了“国家战略意图”的重要目
标和发展理念。在这样的背景下，高等艺术设计人才的教育也发生了
从偏重“创造性导向”或“技术导向”向“学科导向设计教育”的通才
教育的转变。艺术设计传播学的新兴正是这种转变的结果，也是我国
现代艺术设计教育发展的必然。

在对我国高校艺术设计专业及其通识课程教学状况的调查中发现：
艺术设计传播学作为我国高等艺术院校新兴的通识课程，是以艺

术设计传播现象为研究对象, 横跨艺术学和传播学两大学科的新兴、交叉学科的课程。在我国, 东南大学是较早进行艺术与设计传播研究的, 并专门成立有艺术传播系; 中国传媒大学、中国美术学院等高等院校则借助其学科优势和艺术与设计实际, 均具体开设了艺术传播学的通识课程, 对艺术、设计中的传播现象进行研究和探索。在对武汉地区诸所高等职业技术学院的调查中发现: 与视觉传播设计相关的专业均开设有传播理论的课程, 但大多注重的是传播学理论的介绍, 而与艺术设计学科的结合不甚紧密, 缺乏对艺术设计传播理论的学术关照。从文献调查来看, 目前能够查阅到的与艺术传播相关的专著只有陈鸣的《艺术传播原理》、包鹏程等的《艺术传播概论》和潘源的《影视艺术传播学》等, 而对艺术设计中的传播研究则很少, 这与设计学作为艺术学科门下的一级学科地位很不相称, 也说明艺术设计学科体系中的通识课程架构仍需不断完善。

对此, 笔者在结合华中科技大学学科优势的基础上, 以湖北省高等学校教改课题“艺术设计传播的学科交叉与创新研究”立项为契机, 对艺术设计传播学课程体系的建设和教学改革进行了具体的探索。所形成的《艺术设计传播学》认为: 在艺术设计教育方面, 加强人文、社会、自然科学等基础学科的交叉融合是提高学生创新能力的重要途径。艺术设计与传播学跨学科的交叉融合, 旨在从传播的角度引导学生发现问题、理解问题和思考问题, 合理地解决在艺术设计中出现的物与物之间、物与人之间、人与人之间的沟通交流问题。

《艺术设计传播学》力图做到: 在内容和体系的建构上, 注重艺术设计学科体系内部结构知识的梳理; 阐明艺术设计传播的学科交叉领域中有关概念、命题、方法、意义及其评价方式; 加强艺术设计学与传播学跨学科的交叉融合, 并运用传播学理论工具的解释力, 探索、形成较为完整、科学的艺术设计传播学的内容体系; “使学生在艺术设计通识教育的框架下, 理解艺术设计传播学等有关课程的基本概念的含义; 熟悉艺术设计传播的环境、方式和环节; 掌握在艺术设计过程中艺术设计符号、艺术设计媒介、艺术设计作品、艺术设计的交流、艺术设计的应用等方面的学理关系, 使学生能够将传播学、符号学的方法运用于艺术设计的传播分析, 从而提高学生的创新设计能力”。

科专业目录(2012年)》中相关视觉传达设计、工业产品设计、环境艺术设计、染织服装设计、数码艺术设计等设计学类的方方面面。

本书的出版可以解决艺术设计传播学课程教学教材用书的问题,同时,也希望能够引起国内外学者对艺术设计传播研究的兴趣和关注。然而,作为我国率先在艺术设计领域研究艺术设计传播问题的理论探索,加之作者水平所限,书中难免存在疏漏与不足,请各位专家和广大读者批评指正。

冷先平

2017年1月17日于华中大喻园

目 录

第一章 导论 013	第二节 艺术设计在中国的发展及其传播脉络 045
第一节 艺术、设计与传播 015	一、奴隶社会时期的设计 045
一、艺术与设计 015	二、封建社会时期的设计 051
二、艺术与设计中的传播现象 019	三、中国近现代时期的设计 064
第二节 艺术设计传播的学科属性 021	第三节 艺术设计在西方的发展及其传播脉络 067
一、设计之艺术设计之名 021	一、西方手工业时期的设计 067
二、艺术设计传播的含义 026	二、西方早期工业时期的设计 072
三、艺术设计传播的学科特点 027	三、西方现代主义设计的发展 075
第三节 艺术设计传播学习的内容、方法及意义 030	第三章 艺术设计传播符号 079
一、艺术设计传播的内容 030	第一节 传播符号的基本理论 081
二、艺术设计传播学习的方法及意义 031	一、传播符号研究的源流 081
第二章 艺术设计发展及其传播的历程 035	二、传播符号学理论成型及其基本观点 083
第一节 亚欧大陆古代艺术设计的发展及其传播 037	三、传播符号理论的具体应用 089
一、美索不达米亚地区的设计 037	第二节 艺术设计传播中的符号 093
二、埃及的设计 038	一、艺术设计符号的含义 093
三、爱琴海地区的设计 041	二、艺术设计符号的基本性质 094
四、印度河流域的设计 043	三、艺术设计符号的结构 100
五、黄河流域地区的设计 044	第三节 艺术设计符号的传播 113
	一、艺术设计符号的传播功能 113
	二、艺术设计符号的传播类型 116
	三、艺术设计符号传播中的意义 124

第四章 艺术设计传播作品 133

第一节 艺术设计作品文本的媒介属性 135

- 一、艺术设计作品的媒介性 135
- 二、艺术设计作品的媒介特点 137
- 三、艺术设计作品的媒介作用 141

第二节 艺术设计作品文本的构成 148

- 一、艺术设计作品组成的
材料与媒介——质料介质 149
- 二、艺术设计作品组成的
符号与图式——形式介质 150
- 三、艺术设计作品各构成介质的关系 151

第三节 艺术设计作品文本媒介的语意 155

- 一、艺术设计作品文本的语意特点 156
- 二、艺术设计作品文本语意的种类 162
- 三、艺术设计作品文本话语
及其媒介权力 169
- 四、艺术设计作品文本的媒介权力分析 171

第五章 艺术设计传播的类型与过程 177

第一节 艺术设计传播的划分及其类别 179

- 一、艺术设计传播的类别划分 179
- 二、传统工艺美术 180
- 三、现代艺术设计 190

第二节 人类传播过程与结构模式 208

- 一、传统的线性模式 209
- 二、双向循环模式 211
- 三、社会系统模式 212

第三节 艺术设计的传播过程分析 216

- 一、艺术设计的传播过程 216
- 二、艺术设计传播过程的构成要素 216
- 三、艺术设计传播过程的特点 219

第六章 艺术设计传播者 221

第一节 艺术设计师的职业角色 223

- 一、艺术设计师的形成 223
- 二、设计师的基本特点 227
- 三、影响设计师传播的致效因素 230

第二节 设计师的任务、素养和责任 234

- 一、设计师的任务 234
- 二、设计师的条件和要求 236
- 三、设计师的社会责任 240

第三节 设计师的编码设计 244

- 一、设计师设计编码的心理 244
- 二、设计师设计编码的形式、语言和方法 259
- 三、设计师编码设计符号语言的修辞 273

第七章 艺术设计传播中的受众 279

第一节 艺术设计传播中相关的

受众研究理论 281

- 一、受众研究的历史传统 281
- 二、受众研究的相关理论 282

第二节 艺术设计传播受众的特点 285

- 一、艺术设计传播中的受众角色 285
- 二、艺术设计传播中受众的主要特点 288
- 三、艺术设计传播中受众的基本权利 289

第三节 艺术设计传播中受众的类型及其影响因素 292	第二节 艺术设计传播相关的效果理论 326
一、艺术设计传播中受众的类型 292	一、劝服传播效果理论 326
二、艺术设计传播中影响和制约受众消费接受的因素 294	二、使用与满足理论 331
第四节 艺术设计传播中受众的需要 301	三、文化规范理论 333
一、艺术设计传播中受众需要的特点 301	四、分层效果理论 335
二、受众对艺术设计传播信息及其产品的需要与接受 304	第三节 艺术设计传播效果的形成与特征 339
第五节 艺术设计传播中受众的选择行为分析 307	一、艺术设计传播效果的形成 339
一、受众对艺术设计传播信息及其产品选择的原则 307	二、艺术设计传播效果的构成与特征 340
二、受众对艺术设计传播信息及其产品选择的过程 309	三、影响艺术设计传播效果的形成因素 344
三、影响受众选择的主要心理类型 311	第四节 艺术设计传播效果的分析评估 349
四、艺术设计传播中受众的能动性 318	一、传播效果分析的基本方法 349
第八章 艺术设计传播效果 319	二、传播效果的评估原则 351
第一节 艺术设计传播效果概述 321	三、传播效果的评估途径 352
一、艺术设计传播效果的基本概念 321	第五节 艺术设计传播效果的价值 355
二、艺术设计传播效果的层面 322	一、艺术设计传播的实用性价值 355
三、艺术设计传播效果的类型 324	二、艺术设计传播的认识价值 357
四、艺术设计传播效果研究的理论与实践意义 325	三、艺术设计传播的教育价值 358
	四、艺术设计传播的审美价值 359
	主要参考文献 365

冷先平 著



ART AND DESIGN
COMMUNICATION

艺术设计
传播学

高等教育出版社·北京

前 言

艺术设计传播学是艺术学科门下，设计学（一级学科）中出现的一门新兴的、学科交叉的通识教育课程，是立足于设计学科体系内部结构中知识传播、交流以及传播效果层面的，是研究人们在艺术设计中传播的行为、过程、规律以及传播和人与社会关系的学问。

目前，我国高等教育人才培养模式向复合型、交叉型和创新型发展已是不争的事实。全国艺术科学研究“十二五”（2011—2015年）规划提出：“进一步加强艺术学各门类学科的系统性、创新性研究及与其他学科间的新兴、交叉、边缘学科研究；针对自然科学技术、其他人文社会学科与艺术科学间的相互渗透、融合趋势，加强和拓展在多学科互渗融合中出现的新兴领域研究。”国家“十三五”规划纲要更是提出“实行学术人才和应用人才分类、通识教育和专业教育相结合的培养制度，强化实践教学，着力培养学生创意创新创业能力”的高等教育人才培养要求，这些要求充分体现了“国家战略意图”的重要目标和发展理念。在这样的背景下，高等艺术设计人才的教育也发生了从偏重“创造性导向”或“技术导向”向“学科导向设计教育”的通才教育的转变。艺术设计传播学的新兴正是这种转变的结果，也是我国现代艺术设计教育发展的必然。

在对我国高校艺术设计专业及其通识课程教学状况的调查发现：艺术设计传播学作为我国高等艺术院校新兴的通识课程，是以艺

术设计传播学作为我国高等艺术院校新兴的通识课程，是以艺

术设计传播学作为我国高等艺术院校新兴的通识课程，是以艺

术设计传播学作为我国高等艺术院校新兴的通识课程，是以艺

术设计传播学作为我国高等艺术院校新兴的通识课程，是以艺

术设计传播现象为研究对象, 横跨艺术学和传播学两大学科的新兴、交叉学科的课程。在我国, 东南大学是较早进行艺术与设计传播研究的, 并专门成立有艺术传播系; 中国传媒大学、中国美术学院等高等院校则借助其学科优势和艺术与设计实际, 均具体开设了艺术传播学的通识课程, 对艺术、设计中的传播现象进行研究和探索。在对武汉地区诸所高等职业技术学院的调查中发现: 与视觉传播设计相关的专业均开设有传播理论的课程, 但大多注重的是传播学理论的介绍, 而与艺术设计学科的结合不甚紧密, 缺乏对艺术设计传播理论的学术关照。从文献调查来看, 目前能够查阅到的与艺术传播相关的专著只有陈鸣的《艺术传播原理》、包鹏程等的《艺术传播概论》和潘源的《影视艺术传播学》等, 而对艺术设计中的传播研究则很少, 这与设计学作为艺术学科门下的一级学科地位很不相称, 也说明艺术设计学科体系中的通识课程架构仍需不断完善。

对此, 笔者在结合华中科技大学学科优势的基础上, 以湖北省高等学校教改课题“艺术设计传播的学科交叉与创新研究”立项为契机, 对艺术设计传播学课程体系的建设和教学改革进行了具体的探索。所形成的《艺术设计传播学》认为: 在艺术设计教育方面, 加强人文、社会、自然科学等基础学科的交叉融合是提高学生创新能力的重要途径。艺术设计与传播学跨学科的交叉融合, 旨在从传播的角度引导学生发现问题、理解问题和思考问题, 合理地解决在艺术设计中出现的物与物之间、物与人之间、人与人之间的沟通交流问题。

《艺术设计传播学》力图做到: 在内容和体系的建构上, 注重艺术设计学科体系内部结构知识的梳理; 阐明艺术设计传播的学科交叉领域中有关概念、命题、方法、意义及其评价方式; 加强艺术设计学与传播学跨学科的交叉融合, 并运用传播学理论工具的解释力, 探索、形成较为完整、科学的设计传播学的内容体系; “使学生在艺术设计通识教育的框架下, 理解艺术设计传播学等有关课程的基本概念的含义; 熟悉艺术设计传播的环境、方式和环节; 掌握在艺术设计过程中艺术设计符号、艺术设计媒介、艺术设计作品、艺术设计的交流、艺术设计的应用等方面的学理关系, 使学生能够将传播学、符号学的方法运用于艺术设计的传播分析, 从而提高学生的创新设计能力”。

具体来说包括艺术设计传播史,艺术设计传播基本原理、基本规律的理论以及具体应用三方面的内容:

(1) 艺术设计发展及其传播的历程,主要是从历史发展的时间轴线上来研究艺术设计的发展及其传播是如何随着社会的进步、环境的变化而发生发展的;研究在这个过程中艺术设计的设计行为、艺术生产、信息的传播、产品的推广、消费接受以及反馈等具体活动,以便探索、掌握艺术设计传播的发展规律。由于艺术设计发展及其传播史方面的内容过于丰富,本书只能简要概述,而将研究的重点放在了传播理论和具体应用方面。

(2) 艺术设计传播理论包括基础理论和核心理论两个方面。作为一门综合性的交叉学科,艺术设计传播涉及哲学、艺术学、心理学、广告学、管理学、市场学、社会学、伦理学、民俗学等背景学科。因此,这些学科的许多理论就构成了艺术设计传播学的基础理论部分,尽管这些理论不属于艺术设计传播学科的内在核心理论,但这些学科的理论为艺术设计传播学自身理论的创立、发展、形成奠定了理论基础,其研究范式亦为艺术设计传播学的研究提供了有益的借鉴。核心理论则是围绕艺术设计传播学这门学科的核心而提出的理论。传播学作为学科视角的研究理论和作为研究对象的设计学学科理论的互动与整合,其中,作为手段的传播学理论占有绝对的主导权,它真实地反映了艺术设计传播学内在质的规定性。例如,在艺术设计传播研究中,由于艺术设计的艺术生产是人类所特有的一种创造性劳动,其劳动成果同人类所创造的一切文化艺术产品一样,是一种符号语言,也是一种符号形式。因而,对艺术设计符号和传播媒介的认识离不开传播学理论的关照。因为艺术设计是以表象的符号为载体的,将意义物化在诸如产品、生产工具、建筑等具体的媒介形式上,以传递、满足消费受众对于艺术设计信息的需求,满足他们对于物质生活和精神生活的需要。对它们的认识,需要在传播学理论体系的基础上,融合设计学以及其他学科的理论才能够得到更为合理的解释。

(3) 艺术设计传播学的应用部分最为丰富,主要是研究如何应用艺术设计传播学理论去指导实践,以达到艺术设计传播的目的,提高艺术设计传播的效果。应用部分的内容涵盖了我国《普通高等学校本

科专业目录(2012年)》中相关视觉传达设计、工业产品设计、环境艺术设计、染织服装设计、数码艺术设计等设计学类的方方面面。

本书的出版可以解决艺术设计传播学课程教学教材用书的问题,同时,也希望能够引起国内外学者对艺术设计传播研究的兴趣和关注。然而,作为我国率先在艺术设计领域研究艺术设计传播问题的理论探索,加之作者水平所限,书中难免存在疏漏与不足,请各位专家和广大读者批评指正。

冷先平

2017年1月17日于华中大喻园