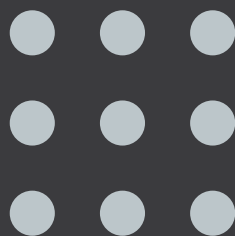


第一章

设计的定义



- 第一节 “设计”一词的历史演变
- 第二节 艺术设计的含义
- 第三节 设计的特点
- 第四节 设计的本质
- 第五节 设计的过程
- 第六节 设计的形式



第一节 “设计”一词的历史演变

“设计”(Design)一词源于拉丁文 Designave,本义是徽章、记号,即事物或人物得以被认识的依据或媒介。在中国,“设计”是分开使用的,“设”是指预想、策划,“计”是指特定的方法策略等。在西方,“设计”的概念产生于意大利文艺复兴时期,其最初的意义是素描、绘画等基本表现手法,如15世纪的理论家弗朗西斯科·朗西洛提就将设计、色彩、构图及创造并称为绘画四要素。到了18世纪,英国《大不列颠百科全书》中把Design一词解释为“艺术作品的线条、开关比例、动态和审美方面的协调。在此意义上,Design与构成意义相同;可以从平面、立体、色彩、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结果……”这时Design的含义还被大致限定在艺术观念的视觉化方面。

第一次世界大战以后,德国的包豪斯学院首次把“设计”一词运用于某些课程的名称,如“金属设计”“印刷设计”“家具设计”“包装设计”等,这样Design的词义逐渐与纯艺术内涵区别,具有现代意义上的“设计”概念逐步形成,即对Design的理解更多地被界定为对产品外观的要求和内部结构安排等。它强调产品的色彩、肌理、形态等形式因素,注重对设计产品材料的开发、研究,追求产品的观赏性和审美价值。Design正逐渐远离艺术领域,专指非艺术创作的设计,然而它与早期的专指艺术观念视觉化的设计仍然有相通之处。



第二节 艺术设计的含义

艺术设计是专业名词,主要包含视觉传达专业方向、环境艺术专业方向、平面设计专业方向、产品设计专业方向等。它的研究内容和服务对象有别于传统的艺术门类;同时,艺术设计也是一门综合性极强的学科,涉及社会、文化、经济、市场、科技等诸多方面的因素,其审美标准也随着这诸多因素的变化而改变。艺术设计实际上是设计者自身综合素质(如表现能力、感知能力、想象能力)的体现。所以说,艺术来源于生活,反过来又作用于生活。

“艺术设计”是我国教育部于1997年确定的本科招生学科名称,英文翻译为Art and Design。在我国教育部门的设计类学科分类中,艺术设计和工业设计

是并列的关系，如平面设计、展示设计、环境艺术设计、装饰设计、服装设计等。当然，设计概念本身就有狭义和广义之分，狭义的设计仅指工业设计。不过一般说到设计都是指广义的设计概念，即包含艺术设计部分的设计。1998年，国务院学位委员会制定了一个不同于教育部的学科分类，“艺术设计”在国务院的学科分类中被称为“设计艺术学”。我国的高校本科（大学部）招生使用了教育部的学科分类，而研究生招生则使用了国务院学位委员会的分类。在国内的设计艺术学界，除了在个别专门探讨学科命名的文章中，这两个名称基本上可以互换。其实这两个名称在内涵上并无显著的差异，在英文文献中统一被称为“设计（Design）”。

艺术设计贵在创造活动与实践，具有思想性和行动性。各个专业虽然对设计知识的着重面不尽相同，但对于“大设计”概念关于美、节律、均衡、韵律等方面的要求是一致的。不论是平面的还是立体的设计，首先要对设计对象有所理解——对设计对象相关的背景文化、地理、历史、人文知识的理解。

第三节 设计的特点

一、服务性

艺术设计的最大特点就是服务性。艺术设计的第一动机不是表达，而是对生活方式的一种创造性的改造。不论是在商业活动中的信息传达里的应用，还是在日常生活的行为方式中的应用，艺术设计就是让人类获得各种更有价值、更有品质的生存形式。让生活更加简单、舒适、自然、有效率是艺术设计的终极目的。艺术设计的最终体现的是优秀的产品，这从苹果公司的产品中可以完全感受到，苹果的设计改变了现代人的行为方式，乔布斯的设计梦想就是改变世界，他以服务消费者为目的，用颠覆性、开拓性的设计活动来实现这一目标。好的艺术品能触动世界，然而好的艺术设计产品能改变世界，这是不同的。

二、科学性和合理性

艺术设计的实现手段是理性的，这与艺术品的实现是有区别的。你可以光



凭艺术灵感的爆发创作出一件震撼人心的艺术品，但你绝不可能仅仅凭借灵感创造一件好的产品。一件好的产品不是设计者单纯自我的表达，其中是有严谨的科学精神的，是一个合理统筹的、有目的的活动，要把自己的观点和观念，通过科学的调查、合理的流程规划一步步地进行完善，其中会有各种科学的实验，会有各种数据的考量，会有设计师在艺术追求与实际生活需求的各种妥协。艺术设计产品没有绝对的艺术理想的纯粹性，最终都要以人为本，用体验去征服人。

三、综合性

艺术设计是一个综合性的设计活动。任何艺术设计都不是一个或两个学科能够完成的，在实现阶段是一个工业化的过程，在纸上的创意只是一个概念的产生过程。一旦要去实现，就需要各种其他学科理论和技术的支持，单靠一个人来完成几乎是不可能的，但是艺术品的创作就往往是一个人的事情，人多了反而会阻碍艺术观点的表达。各种材料的研究、计算机技术的应用、数据的整理、工业化的生产以及产品的销售等，都是艺术设计不能绕开的问题，这是一个庞大的工程，不是一个人光凭激情就能做到的事。艺术设计师不但要有艺术设计的才能，更要有合作的精神，还要有合理统筹整个流程的能力。艺术设计的特点决定了你不但是个艺术家，还要是个思想家，更是个行动家。

艺术设计是一个综合性的专业统称，还可以针对不同的设计方式、不同的设计环境、不同的设计服务对象等更为详细地区分设计的不同种类。艺术设计的内容展示与其特点是密不可分的。对艺术设计可按照专业进行如下分类。

(1) 平面设计。平面设计又称视觉传达设计，主要学习内容包括广告战略、插图设计、摄影艺术与技术、新媒体创作与应用等。平面设计学生毕业后可在出版、印刷、电视台、媒体及装饰等部门工作。

(2) 广告设计。广告设计的主要学习内容包括广告策划与创意、文案、广告经营、媒体研究、摄像与摄影等课程，培养新闻媒体、广告、市场调查、信息咨询等行业的专门人才。

(3) 室内设计。室内设计的主要学习内容包括室内空间设计、室内陈设设计等。

(4) 环境艺术设计。环境艺术设计的主要学习内容包括室内装饰、室内外设计、建筑装饰、装饰装潢等。

第四节 设计的本质

一、设计是人类的行为

山东工艺美术学院教授朱铭认为，很多生物在生存环境有所变化或遇到生存危机时，能够以一系列先天具备的特殊性机能来改变个体或群体的行为方式或生活方式，以适应变化了的生存环境。例如，蜥蜴会随着环境的改变而变换皮肤的颜色，刺猬在遇到危险时会把身体蜷曲成一个有刺的球。但这些行为是受到本能驱使的，而且只能按照它所属的种的尺度进行生产，谈不上有什么“设计”的意识。而人在进行生产之前，在脑子中预先就存在了某种物品的“蓝图”，这种“预先存在”正是“设计”中的设想和计划。而且，人在生产时，可以按照任何一个种的尺度（如人可以建造蜂房，可以建造猪、狗的棚屋，可以为自己建造各种各样的房子等），不像蜜蜂一样只能建造千篇一律的蜂房。人类历史上一切文明的产物都是有目的的创造活动的产物。因此，设计是人类的行为，是人类自觉的、有意识的、带有创造性特征的实践活动。

二、设计的本质是人为事物

学者柳冠中在《工业设计学概论》一书中提出“人为事物是设计的本质”。他认为，人为事物是人类在适应自然并改造自然的过程中出现的。在人类发展过程中的特定历史时期，由于其认识自然、了解社会的程度不同，其改造自然、社会所用的手段也不同，所以这种人为事物的一个显著特征是具有限定性，也就是通常所说的设计定位。限定性主要表现在不同的民族、不同的社会制度、不同的文化传统、不同的时代，对适应自然、改造自然以求生存、享受和发展时所用的材料、工艺、技术、生产方式、设计美学等是有所不同的，因而创造出来的人为事物（工具、用品、居住环境等）就不是单一的，而是多元的。因此，不同的民族、时代、经济模式、社会机制等，就会导致产生不同的设计。

三、设计是人类生活方式的设计

著名的美国工业设计师 W.D. 蒂格曾经预言“一个为人类生活重新设计的世界”必将到来。人类从远古到现代，设计是永恒的主题，人们的祖先作为人开始生活以来就不断地进行各种各样的设计活动，正是这种不间断的设计活动使原始人一步步地进化到今天的现代人。现代人更有智慧、更有力量去改造自然，同时也破坏了人类赖以生存的环境，如在汽车出现以前人类靠步行和以马车代



步，那时的空气就很少受到污染。今天的设计师必须从人类自身出发，从刀、叉、碗、碟到城市布局、乡村建设、环境规划等，设计出健康、合理、宜人的生活方式。因此，从本质意义上说，设计就是对人类生活方式的设计，将对人类的命运和未来发展产生极其深远的影响。



第五节 设计的过程

由前述内容可以看出，设计与人的心理和行为密切相关，是人独有的社会现象。从广义的角度来看，Design最基本的意义是计划乃至设计，即心怀一定的目的，并以其实现为目标而建立的方案。该界定几乎涵盖了人类有史以来的一切文明创造活动，其所蕴含的构思和创造性行为过程，则是现代设计的内涵和灵魂；从狭义的角度来看，Design特指在一般的计划和设计中，对构成艺术作品的各种构成要素，在各部分之间或者部分与整体的结构关系上，组织成为一个作品的创意过程。这些方面都与人的心理有密切的关系。

不仅如此，设计行为本身既关涉到设计主体的心理，也关涉到普通大众的社会性心理。因为设计既要超越单纯的艺术性创意构思和创造行为内涵，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、科学和经济三重意义，是将构思付之于行为，最终实现其价值的创造性过程。

所谓构思，是设计者在创造事物、营造环境或设计产品过程中所运用的心思；所谓行为，是指使构思和想法成为现实，最终得以形成客观实体或产品的过程；而实现价值则指以目的性、实用性和经济性为目标，最终完成符合人的需要而具有实用性的事物或产品。这一切的完美结合便构成了“设计”的基本内涵。正因为如此，张道一在《工业设计全书》一书中才指出，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、创造的动态过程，其结果最终以某种符号（如语言、文字、图样及模型等）被表达出来。



第六节 设计的形式

设计的形式是指形态、色彩、肌理等外在造型形式，形式是为内容服务的，形式受到实用功能的制约，同时又对认知功能和审美功能的形成起到重要的引导作用。

一、形态

形态通常是指某种特定的外形，即物体在空间中的特定形态。物体的形态特征是区别于不同物体的依据，这里的形态概念既指设计物的外形，也包括设计物的内在结构，是设计物内外要素的统一的综合体。构成形态的基本形式有点、线、面、体等；设计物的形态创造要善于运用变化与统一、韵律与节奏、主从与响应、过渡与均衡、对比与协调、比例与尺度、比拟与联想等多种造型手法，以达到传达视觉信息的目的。这些形式的规律与人的心理认知息息相关，人们通过视觉感知器官感受设计的规律性，体验设计的美。

二、色彩

色彩即颜色，物体在有选择地吸收、反射、透射色光时，由于物体的物理性质不同而呈现出不同的色彩。色彩分为两大类，即无彩色系和有彩色系。无彩色系是指白色、黑色和由白和黑调和而成的不同程度的灰色。有彩色系是指红、橙、黄、绿、青、蓝、紫等颜色，具有色相、彩度和明度三个基本特征。在色彩学中，其被称为色彩的三大要素。将这三大要素进行科学的秩序整理、排列分类的系统组合，便形成了色彩体系，其也称为色立体。在设计中，常用的色彩体系有蒙塞尔色系和奥斯特瓦德色系。人的视觉感官生理基础上的差异造成不同的色彩感觉，是传达设计物信息的重要形式因素，而生理反应中以色彩错视和幻觉最为突出。对色彩的物理学、生理学和心理学研究为色彩在设计中的运用提供了科学的参照体系。

三、肌理

肌理是表达人对设计物表面纹理特征的感受。一般认为，肌理与质感是近义词，对设计的形式因素来说，当肌理与质感相联系时，它一方面作为材料的表现形式而被人们所感受，另一方面则体现在通过先进的工艺手法创造新的肌理形态。采用不同的材质、不同的工艺手法可以产生各种不同的肌理效果，并能创造出丰富的外在造型形式。肌理主要有自然形态和人工形态两种。自然形态的肌理源于自然的纹理质地，给人以大自然的亲切美感；人工形态的肌理通过机器加工产生，如塑料、合成金属、人造皮革等，或粗糙，或光滑，给人以

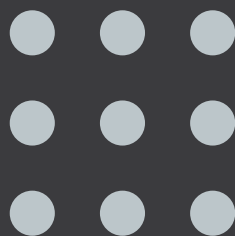


精密、理性、稳定的心理感受。随着现代材料科学的发展，人为的再生肌理设计将自然形态与人工形态有机结合起来，以人工的方式实现肌理效果的自然形式，从而极大地满足了设计的经济性、多样性要求。

通过以上的分析，可以认为设计从本质上是一个问题求解的过程，是生活问题得以解决的过程，而问题求解本身就是心理活动的重要功能；而人们对设计求解的结果——设计方案和设计物的评价，更是掺杂了人的视觉、触觉、听觉、态度、情感等综合认知。因此，无论设计创造过程还是设计接受过程，都是以人的心理活动和个性心理为基础的。

第二章

设计的分类



- 第一节 视觉传达设计
- 第二节 产品设计
- 第三节 环境艺术设计



第一节 视觉传达设计

一、视觉传达设计的概念

视觉传达设计是为传播特定事物采取可视形式的主动行为,是大部分或者部分依赖视觉,并且以标识、排版、绘画、平面设计、插画、色彩及电子设备等二度空间的影像表现。视觉传达设计所具有的含义是以某种目的为先导的,通过可视的艺术形式传达一些特定的信息到被传达对象,并且对被传达对象产生影响的过程。所谓视觉符号,顾名思义,就是指人类的视觉器官——眼睛所能看到的能表现事物一定性质的符号,如摄影、电视、电影、造型艺术、建筑物、各类设计产品、城市建筑,以及各种科学、文字,也包括舞台、纹章、古钱币等。所谓传达,是指信息发送者利用符号向接收者传递信息的过程,可以是个体内的传达,也可能是个体之间的传达,如所有的生物之间、人与自然、人与环境以及人体内的信息传达等。其包括谁,把什么,向谁传达,效果、影响如何四个程序。

“视觉传达设计”这一术语流行于1960年在日本东京举行的世界设计大会,其内容包括报纸杂志、招贴海报及其他印刷宣传物的设计,还有电影、电视、电子广告牌等传播媒体设计。该大会把有关内容传达给人眼从而进行造型的表现性设计统称为视觉传达设计。简而言之,视觉传达设计是“给人看的设计、告知的设计”。

二、视觉传达设计的发展

从视觉传达设计的发展进程来看,在很大程度上,它是兴起于19世纪中叶欧美的印刷美术设计的扩展与延伸。(图2-1)随着科技的日新月异,以电波和网络为媒体的各种技术飞速发展给人们带来了革命性的视觉体验。而且在当今瞬息万变的信息社会中,这些传媒的影响越来越重要。设计表现的内容已无法涵盖一些新的信息传达媒体,因此视觉传达设计应运而生。视觉传达设计是通过视觉媒介表现并传达给观众的设计,体现着设计的时代特征和丰富的内涵,其领域随着科技的进步、新能源的出现和产品材料的开发应用而不断扩大,并与其他领域相互交叉,逐渐形成一个与其他视觉媒介关联并相互协作的设计新领域。其内容包括印刷设计、书籍设计、展示设计、影像设计、视觉环境设计(公共生活空间的标志及公共环境的色彩设计)等。

视觉传达设计多是以印刷物为媒介的平面设计,又称装潢设计。(图2-2)从发展的角度来看,视觉传达设计是科学、严谨的概念名称,蕴含着未来设计的趋向。就现阶段的设计状况分析,视觉传达设计的主要内容依然是Graphic Design,一般专业人士习惯称之为平面设计。视觉传



图2-1 19世纪妇女展览的荷兰海报

达设计与平面设计所包含的设计范畴在现阶段并无太大的差异，两者在概念范畴上的区分与统一并不存在矛盾与对立。

视觉传达设计是为现代商业服务的艺术，是通过视觉形象传达给消费者的，因此得名。它起着企业—商品—消费者桥梁的作用。视觉传达设计主要以文字、图形、色彩为基本要素的艺术创作，在精神文化领域以其独特的艺术魅力影响着人们的感情和观念，在人们的日常生活中起着十分重要的作用。

随着世界多元文化的不断交融，人们越来越注重设计的多元化和设计中基于文化传统的个性化，这使得设计者在设计中以时代潮流为基础，深入挖掘具有民族特色的传统文化，将时代潮流与传统文化相结合，设计出了具有中国风格的时代文化作品。(图 2-3) 我国传统文化博大精深、源远流长，通过诗歌、绘画等形式对国人产生了深远的影响。在现阶段多元文化不断交融的背景下，应继承传统文化中的精华，积极融合多元文化。中国传统绘画是古代人民智慧的结晶，也是我国传统文化的重要表现方式，对当下我国绘画艺术的创新和发展具有重要的指导作用。在多元文化融合的时代背景下，如何更好地应用我国传统绘画元素，成为视觉传达设计研究的重中之重。

随着科技的迅速发展，视觉传达设计已经由过去的平面化、静态化逐渐发展为今天的动态化，(图 2-4) 其传播媒体也由过去单一的媒体发展为今天的多媒体。在空间设计中，视觉传达设计已经由二维空间转变为今天的三维空间，同时更注重情感化的设计。这对设计者的要求越来越高，除了专业技能外，其还要具有更加全面的专业素养和敏锐的洞察力。随着视觉设计技术的不断发展，人们对于设计风格的不同类型有了更高的要求。每种设计风格所具有的信息设计策略是不同的。信息设计与视觉设计的融合在实际设计中是将不同种类的设计元素通过不同的组合、形式以及搭配等来形成的整体艺术展示，其风格多种多样，主要根据设计类型以及用户的需求来决定。

三、视觉传达设计的特点

视觉传达是在信息技术发展的背景下，以绘画、平面设计、色彩以及电子设备等形式呈现在人们面前，使人们通过视觉接收各种信息。简而言之，视觉传达就是通过视觉符号传达信息。视觉传达最早的媒介包括报纸、杂志、海报及其他印刷品，随着信息技术的不断发展，现在也包括互联网、户外广告、电视及电影等新兴媒体。(图 2-5) 在文化全球化的今天，各国的文化交流日益频繁，视觉传达作为视觉沟通的桥



图 2-2 Studio Jimbo 平面设计



图 2-3 中国风的当代阿拉伯文



图 2-4 平面和三维创意设计



图 2-5 创意户外广告

梁在一定程度上使人们的交流更加便利。这使得视觉传达在生活中的应用越来越广泛，商场中的商品包装、户外广告、电影、网页、杂志等随处可见的视觉传达设计在一定程度上改变了人们的生活方式和思维方式，视觉传达迎来了较大的发展机遇，但同时也加大了设计的难度。换言之，视觉传达迎来了新的发展机遇，同时也面临着一系列的挑战。

视觉传达作为一种个性化的艺术，可以用于对人们进行美术教学，有效提升人们的创造能力。色彩是高校视觉传达专业的重要课程之一，在向人们教授色彩理论知识的同时，还应该注重对人们的艺术感受力、创造能力方面的培养。色彩教学在可以提高人们对于色彩方面的审美能力、造型能力及创造力等方面有着积极的意义。^①视觉传达设计所具有的含义是：以某种目的为先导，通过可视的艺术形式将一些特定的信息传达给被传达对象，并且对被传达对象产生影响的过程。视觉传达其本身的特点包含了叙事的过程，而叙事设计成为视觉传达设计中的一项内容。

叙事，简单来说就是讲故事，通过语言、声音、文字进行形象的描述并按照一定的次序讲述事件，即把相关事件组织成一个前后连贯的事件系列。具体而言，叙事设计可以分为两个部分，即平面设计叙述和故事的内容。20世纪60年代叙事学在法国兴起，70年代叙事学影响到设计领域。设计需要生动的表达形式，叙事与设计学融合之后，叙事成为设计的一种修辞手法，设计是一种叙事方式。叙事设计通过语言的基本含义来实现沟通和交流的功能，并传达设计的概念。

通过阅读，可以得知叙事设计有三个特点：连接性、共鸣性和影响性。首先，在设计中，人、事物和环境是相互联系的关系，三者之间相互作用、不可分割。设计将这些不同的事物、感情连接在一起，形成相互影响的关系。而且人、事物、环境中三者任意组合，都会产生不一样的结果和感受。这就是叙事设计的连接性。其次，共鸣性是因为叙事设计是根据人的经历来设计作品，所以当大众去观看设计作品时，会产生共鸣。大众会联想到自身所经历的一些事情，能感受到设计作品所要表达的一些情感。最后是叙事设计的影响性，叙事设计的最终目的是创建一个让观众能在物质层次和精神层次得到满足的作品。特定的叙事情节能带来无形的影响，能给观众带来一系列的情感

① 高娜. 视觉传达设计专业的设计色彩教学探讨[J]. 课程教育研究, 2019(2): 165.

体验,并且创造一种文化体验。

叙事设计是视觉传达设计中不可缺少的一种设计手法,在视觉传达设计中对作品有着深远的影响。叙事设计是根据叙事文本通过设计得来的虚构的概念叙事。因此,该文本在叙事设计中具有极其重要的作用。设计通过视觉化叙事的形式呈现在观众眼前。^①这些文本本身具有很大的不确定性,每个设计师对于文本的解读可能完全不同,所产生的视觉化的设计作品也会完全不同,会形成一种多元化的现象。设计赋予了作品一种新的定义,极大地提升了作品本身的文化价值和内在意义。

四、视觉传达设计面临的挑战

在多元文化融合的背景下,我国的视觉传达设计面临着新的机遇和调整。在提升设计水平的实践过程中,设计者不仅要借鉴优秀作品的设计方法和技巧,而且要寻找一条符合中国特色的设计道路。每件艺术作品都属于它的时代和民族文化,每个民族都有滋润自己文化的方式。中国传统绘画艺术承载着中国文化气息和东方传统绘画精髓,随着时代的发展不断发挥着自身的艺术魅力,被广泛运用于不同的领域。视觉传达设计师可以此为借鉴,注重设计中对中国传统绘画元素的应用,传承和发扬中国传统绘画艺术,设计出具有中国传统绘画元素的视觉传达设计作品,将民族意识与现代设计意识融合,在设计作品中体现中国传统文化的精髓,通过传统文化与时代潮流的结合,发展具有中国特色风格的视觉传达文化。(图2-6)^②

视觉传达设计中的图形艺术具有强烈的民族及古代特色。例如,壁画、青铜器及陶器等文化图形,其丰富的文化图形中不但包含了传统图画的艺术魅力,而且具有一定的书法意蕴。同时在视觉传达设计图形中,不同地域的艺术图形具有不同的意蕴,特别是一些视觉传达设计将不同地域的景观要素添加到了视觉传达设计艺术图形中,既突出了地域特点,又记载了传统的民族精神,反映出了视觉传达设计强大的内在气质与生命力。在现代视觉传达设计中,图形作为最重要的设计要素之一,具有丰富的艺术内涵。对于设计师而言,视觉传达设计图形本身所带有很强烈的启示意义,尤其是在图形素材的表现形式上,能够很直观地展现视觉传达设计图形本身所带有的民族及古代文化等意蕴。而视觉传达设计图形和现代设计的信息结合是通过现代信息设计将视觉传达设计图



图2-6 快乐中国新年

^① 付帅,胡乃丹.视觉传达设计中的叙事艺术设计[J].大众文艺,2019(3):76-77.

^② 钟国燕.视觉传达中传统绘画艺术元素的应用[J].美术教育研究,2019(3):78-79.



形进行加工而实现的。现代视觉传达设计中的图形既有正形，也有负形，将正形进行切割及错位等现代信息技术加工，突破其原有形状，可形成负形。对视觉传达设计图形，使用现代的信息技术进行加工，使得其在意蕴不丢失的情况下整体形状能够凸显现代感的信息设计思路，创造出视觉矛盾及光影效果等信息感，为受众营造具有视觉传达设计意蕴的信息感视觉冲击，从而创造新的艺术形象。

在视觉传达设计中，科学的发展为其提供了先进的技术平台，便于设计师表达自身的设计理念。同时在设计过程中，设计师也更易于为传统艺术添加数码风格，以完成视觉传达设计与信息设计的融合。使用数码风格通常指的是利用现代化平面设计软件将视觉传达设计形式进行数码编辑，从而在完成视觉传达设计与信息设计融合的同时实现设计风格的推陈出新。在视觉传达设计中，色彩作为一种点缀风格，一般只在视觉上具有一定的艺术观感，但在现代数码设计风格中，不同色彩所代表的艺术风格是存在很大区别的。一般来说，黑色代表庄严、高雅，白色代表富贵、纯洁，红色代表喜庆、奔放，黄色代表富贵，绿色代表和谐、自然。将具有不同意义的色彩加入视觉传达设计形式中，能够为视觉传达设计的文化意蕴增添更多的现代感，同时也极大地丰富了原有视觉传达设计形式的艺术表现内容，并大大加强了其艺术表现力，实现了视觉传达设计与信息设计融合中的“1+1 > 2”的设计目标。

不同视觉传达设计要素在信息设计中发挥的作用是不同的，设计人员进行视觉要素及信息设计时，应当分清主要风格及衬托、点题作用的区别，要科学地使用不同的设计要素，使其显现艺术美感的同时还要具备合理性。设计人员应当通过对不同设计要素色调及纹路的搭配来提高视觉传达设计的质量，满足人们的艺术观感。

五、视觉动态设计

视觉动态设计本身就是新媒体发展时产生的新型艺术方式，能够面向信息受众展现多维设计的艺术美感，同时也是当今我国时代背景下视觉传达的重要途径之一。而在新媒体广告体系中，这种设计方式所展现出来的效果远远超越了静态视觉传达，能够实现较好的传播效果。而当前我国各行业都开始使用新媒体广告来进行产品宣传和市场营销，因此将视觉动态设计融入新媒体广告体系中也具有较强的应用价值，能够带来显著的社会效益。

与其他设计方式相比，视觉动态设计具有较强的交互性，能够立足于新媒体广告信息与用户实现较好的互动。这主要是因为当前新媒体时代背景下，大众获取信息的方式已经出现了较大的转变，呈现出一种碎片化信息阅读特征。在这种情况下，如果设计师能够灵活使用视觉动态设计，那么就能在较短时间里对信息受众产生视觉吸引力，同时也能够激发信息受众对于广告内容的好奇心，使得整体广告

传播在较长一段时间内都能够具有较高的关注度。不仅如此,受众还能够从视觉动态设计的新媒体广告中获得较为显著的人机互动体验。特别是使用一些通用 App 进行标准化设计以后,就能够显著提高广告内容的趣味性,给广告受众带来更多的视觉动态阅读体验,消除了传统媒体广告传播的枯燥性,更容易在受众心中形成较好的品牌口碑。

在新媒体的整体发展背景与格局下,广告投放的方式也变得多元化,因此视觉动态设计也应注意契合广告投放方式,最终才能够取得较好的效果。当前新媒体广告流行的方式主要有电子菜谱、户外屏幕、移动媒体、手机媒体等。因此,在进行视觉动态设计时,就可以依照不同的投放方式来进行专项设计。在这个过程中,视觉动态设计也应该立足于不同的广告投放方式,来明确信息受众群体的变化,能够融入细分受众群体来进行分层设计,最终也就能达到较好的广告投放效果。在具体设计时,可以通过视频 3D 效果、超链接推送、动态图等各种可行的方式来集中展现广告信息,提高受众对信息的认知与接受程度。

视觉动态设计本身就是立足于视觉层面来对信息进行专项设计,因此设计师应该能够融入新媒体信息传播的相关理念,使最终展示出来的信息能够具有更强的视觉冲击力和吸引力。例如,在制作某个车队宣传广告时,设计师就可以立足于视觉动态设计的相关理念,并依托于观众的视角来展示看台与跑道的空间信息,并积极借用影视艺术中的动画设计手法,最终形成一个个的动态镜头。在最终广告内容呈现时,则可以将各个动态镜头通过视频的方式浓缩展现出来。^①这样,车队的各种信息就能够被集中展示在视频中,产生较为显著的视觉冲击力。在具体广告视频制作与宣传时,也可以融入动画动作分解等方式来更为清晰地传达广告信息内容,使广告传播整体效果能够得到较好的保障。

在新媒体广告信息传播中,视觉动态内容能够吸引人们的关注,相较于其他方式来说也有较好的成效。因此,设计师在进行广告信息视觉动态设计与转变时,也应该把握好这方面的信息与内容,切实提高视觉信息传播的实际效率。在这个过程中,设计师应该注意动态信息从二维到更高维的转变,同时也要拓展广告内容的多感官接受途径,以视觉为主,联动听觉等其他表现方式来共同进行信息的传播。这需要设计师在转化视觉动态信息时凸显视觉作品中蕴含的各类情感,给信息受众带来丰富的体验。

在当今新媒体时代背景下,视觉动态设计应该能够注意具体的视觉效果,促进信息受众与广告内容之间的交互。而这些交互除了通过动态图像和视频内容来实现以外,也能够通过文字交流与沟通来展现。事实上,当前我国也有一部分新媒体广告开始使用动态文字来展示广告信息,能够实现信息的精准传达。但在这个过程中

^① 李竺阳.视觉动态设计在新媒体广告中的应用[J].信息技术,2019(4):244.



图 2-7 AXES 打印广告

需要注意的是,设计师使用动态文字来设计新媒体广告时,还要注意使用一些图像符号来进行配合。这主要是因为单纯的动态文字很难给信息受众带来较强的艺术感染力和冲击力,如果能够适当配合一些图像内容,就可以与文字一起共同展现艺术内容。

随着我国新媒体技术的进一步发展,视觉动态设计也将会得到更好的应用。特别是各类个性化、数字化广告的普遍应用,(图 2-7)以及经济全球化的进一步发展,使新媒体广告信息的总量不断增多。在这种发展趋势下,广告的视觉动态设计更应该把握好核心信息内容,同时还要关注社会大众自身的情感诉求,才能够使视觉传达信息快速吸引社会大众的目光,显著提高视觉信息的传播成效。在这个过程中,设计师也应该积极进行文字内容的动态视觉转变,并积极使用各类新型计算机辅助设计软件,拓展动态设计的元素与类型,最终促使视觉动态设计在新媒体广告中得到更为全面的应用。



第二节 产品设计

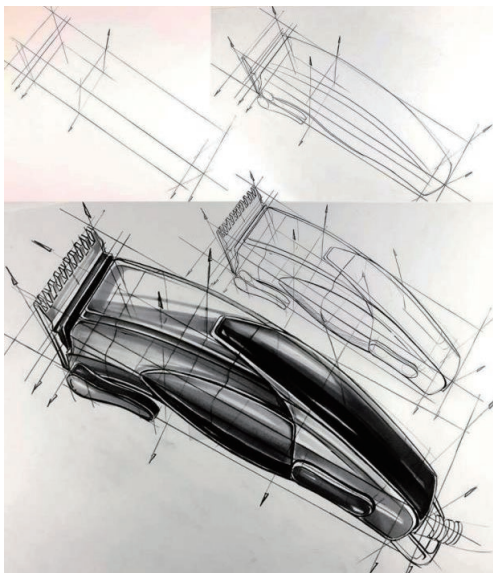


图 2-8 产品设计草图技术和标记渲染对象

一、产品设计的定义

产品设计专业是一门集人文艺术和计算机技术于一体的综合性学科。(图 2-8)该专业培养具有综合性素质,具有良好的工业产品艺术造型设计修养和素质,掌握必备的产品造型设计专业基础理论知识及较强的实践能力的高素质技能型人才。产品设计是从制定新产品设计任务书起到设计出产品样品为止的一系列技术工作。其工作内容是制定产品设计任务书及实施设计任务书中的项目要求(包括产品的性能、结构、规格、形式、材质、内在和外观质量、寿命、可靠性、使用条件、应达到的技术和经济指标等)。产品设计应该做到:首先设计的产品应是先进的、高质量的,能满足用户使用需求;其次,使产品的制造者和使用者都能取得较好的经济效益;再次,

从实际出发,充分注意资源条件及生产、生活水平,做最适宜的设计;最后,注意提高产品的系列化、通用化、标准化水平。产品设计的主要种类有新产品自行设计、外来样品实物测绘仿制、外来图纸设计、老产品的改进设计等。

由于产品设计阶段要确定整个产品策略、外观、结构、功能,从而确定整个生产系统的布局,因而产品设计的意义重大,具有“牵一发而动全局”的重要意义。如果一件产品的设计缺乏生产观点,那么生产时就将耗费大量费用来调整和更换设备、物料和劳动力;相反,好的产品不仅体现在功能上的优越性,而且便于制造,生产成本低,从而使产品的综合竞争力得以增强。许多在市场竞争中占优势的企业都十分注意产品设计的细节,以便设计出造价低而又具有独特功能的产品。许多发达国家的公司都把设计看作热门的战略工具,认为好的设计是赢得顾客的关键。一项成功的设计应满足多方面的要求。这些要求有社会发展方面的,有产品功能、质量、效益方面的,也有使用要求或制造工艺要求方面的。一种观点认为,产品要实用,因此设计产品首先是功能,其次才是外观;而另一种观点认为,设计应是丰富多彩的、异想天开的,并且使人感到有趣的。设计人员要综合考虑这些因素。

在人们的生活中,产品设计无处不在。例如,一把勺子,采用什么材质,羹匙与长柄的比例是多少,采用怎样的弧度更容易盛取食物;一组移动抽屉,如何合理地搁置文件、档案、文具及隐藏纠缠的电线;一件珠宝,从首饰表现方式到雕蜡、加工、镶嵌、金工制作,都是产品设计需要考虑的问题。所以说产品设计是集艺术、文化、历史、工程、材料、经济等多学科的知识于一体的创造性活动,是技术与艺术的完美结合,反映着一个时代的经济、技术和文化水平。

设计和试制新产品,必须以满足社会需要为前提。这里的社会需要,不仅是眼前的社会需要,而且要看较长时期的发展需要。为了满足社会发展的需要,开发先进的产品,加速技术进步是关键。为此,必须加强对国内外技术发展的调查研究,尽可能吸收世界先进技术。有计划、有选择、有重点地引进世界先进技术和产品,有利于赢得时间,尽快填补技术空白,培养人才和取得经济效益。

二、产品设计的目的与要求

(一) 产品设计的目的

设计和试制新产品的主要目的是满足市场不断变化的需求,以获得更好的经济效益。好的设计可以解决用户所关心的各种问题,如产品功能如何、手感如何、是否容易装配、能否重复利用、质量如何等;同时,好的设计可以节约能源和原材料、提高劳动生产率、降低成本等。所以,在设计产品时,一方面要考虑产品的功能、质量,另一方面要顾及原料和制造成本,同时还要考虑产品投入批量生产的可



图 2-9 家用电器 /2008 红点设计大奖获奖作品

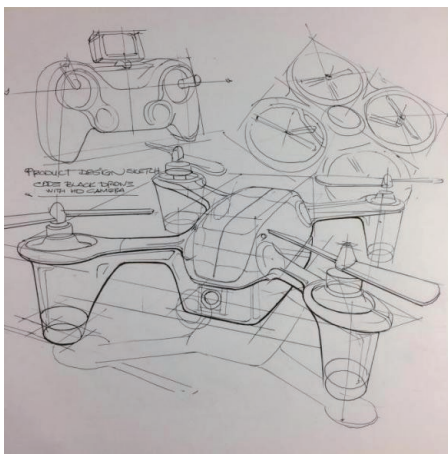


图 2-10 产品快速草图

能性。

新产品要为社会所承认,并能取得经济效益,就必须从市场和用户需要出发,充分满足用户的使用要求,这是对产品设计的起码要求。产品使用的要求主要包括以下几方面的内容。

(1) 使用的安全性。设计产品时,必须对使用过程的种种不安全因素采取措施,加以防止和防护。同时,设计还要考虑产品的人机工程性能,易于改善使用条件。

(2) 使用的可靠性。可靠性是指产品在规定的时间内和预定的使用条件下正常工作的概率。可靠性与安全性相关联。可靠性差的产品会给用户带来不便,甚至造成使用危险,使企业信誉受到损失。

(3) 易于使用。对于民用产品(如家电等),易于使用十分重要(图 2-9)。

(4) 美观的外形和良好的包装。产品设计还要考虑与产品有关的美学问题,产品外形与使用环境、用户特点等的关系。在可能的条件下,应设计出用户喜爱的产品,提高产品的欣赏价值。

(二) 产品设计的要求

1. 从生产工艺的角度出发

生产工艺对产品设计的最低要求,就是产品结构应符合工艺原则(图 2-10)。也就是说,在规定的产量规模条件下,能采用经济的加工方法,制造出合乎质量要求的产品。这就要求所设计的产品结构能够最大限度地降低产品制造的劳动量,减轻产品的重量,减少材料消耗,缩短生产周期和制造成本。产品设计是一个将某种目的或需要转换为一个具体的物理形式或工具的过程,是把一种计划、规划设想、问题解决的方法,通过具体的载体表达出来的一种创造性活动过程。在这个过程中,通过多种元素(如线条、符号、数字、色彩等)的组合把产品的形状以平面或立体的形式展现出来。

物质型产品的形态能够记载或表达两种信息:一种是知识,即理性信息,如产品的功能、材料、工艺等;另一种是体验,即感性信息,如产品的造型、色彩、质地等。设计是一种创造性的活动,其目的是为物品、过程、服务以及它们在整个生命周期中构成的系统建立起多方面的品质。就物质型产品而言,形态的创造性表征是产品设计属性的构成要素与根本诉求之一,具体表现为形态呈现的新、奇、特等表象。需要明确的是,产品形态的新、奇、特表征不

是彼此分离的,而是形态创造性的不同视角的诠释。首先,创造是指将两个或两个以上概念或事物按一定方式联系起来,主观地制造客观上能被人普遍接受的事物,以达到某种目的的行为。产品形态的创造是新、旧事物的转化。基于辩证法,产品形态的新、旧包含着肯定和否定两个方面,是“新形态”对“旧形态”从认同到批判的一种永无止境的“怀疑”和更替。产品形态“新”表征可以是由内而外的“洗心革面”,亦可是新瓶旧酒的“表面功夫”。虽然“计划废止”的形式主义设计观念为多数人所诟病,但追求流行和崇尚时尚的“喜新厌旧”心理却是不争的事实存在。

2. 从用户的需求出发

设计的本质是服务人们的生活,提高人们的生活质量,从而改善人们的生活环境,设计的根本目的是满足人们的需求。这就需要设计师在进行设计活动时从人的角度出发,站在用户的角度来思考问题,挖掘用户潜在的需求,从而设计出既能满足消费者生理需求,又能满足消费者心理需求的产品,使设计产品具有“人的情感”,实现产品设计的人性化,促进人与物的沟通和交流。营造人性化的工业产品设计环境与舒服的用户体验环境是每一个设计师的责任。在设计学发展历史上,曾一度强调“形式追随功能”的设计理念,该理念趋向于理性思维,忽略了情感在消费行为中的重要作用。^①当代社会是感性经济社会,这就要求设计师更多地着眼于人与物的情感交流与互动。设计师和消费者的情感涉及面非常广泛,这给予了设计师极大的创作空间,但是人们的情感往往难以统一且受到环境的影响大,同时也给情感设计带来了巨大的挑战。作为产品设计师,其社会责任表现在“以人为本”。在当今社会除了满足消费者最基本的健康、环保、舒适等需求(图2-11),更应该倡导对消费者心理上的需求的满足和探索。情感设计任重道远,当代设计师应当结合理论和实践的方法探索情感设计的广度和深度。

产品的功能与人的需求存在着映射与诉求关系。良好的功能性是产品形态具有的最为基础与重要的特质表征,功能的顺利实施与有效达成是产品形态必须予以有效支持和高效满足的基本与必要条件。依循设计美学家徐恒醇的“功能三分法”,产品功能可划分为实用、认知与审美三个层面。实用功能是产品最基本的功能,是产品为用户提供的效用、利益和价值,规范着产品形态的基本态势和框架,是产品形态得以存在的直接因由和必须给予回应的诉求,是评价产品形态设计优劣的基点与要点之一。基于产品的实用功能,产品形态应提供功能实施的执行条件。就具体的产品形态而言,设计首先需以特定实用功能的有效实施为基本指针与价值取向,创设、推敲、营



图2-11 非接触式婴儿健康追踪器

^① 唐叶琦,师晟.当代产品设计中情感设计的应用及其与消费心理的关系研究[J].大众文艺,2019(4):88.



图 2-12 Smeg 复古冰箱

建与实用功能最为适宜和匹配的形、色、质等要素。根据设计构成理论,产品实用功能的指向性与强制性是产品形态具有“同功同构”表征的原因之一,即同一功能的产品会拥有相近的形态表征。

在当代社会,随着工业技术的迅速发展和经济水平的不断提高,人们生活的水平越来越高,对于产品的需求不再单纯停留在功能一个层面上。情感需求是物质水平发展到一定阶段必然会出现的一种人的更高阶的需求。情感设计应运而生(图 2-12)。情感设计主要是指以人与物产生情感交流为目的的创造行为活动。设计师可以通过对色彩、纹样、材质等方面的主观能动处理,使设计产品具有与消费者产生情感共鸣、心灵沟通的作用,让人们在这个时代,无论身在何处,都有一个情感的寄托和归宿。在当代机械化生产高速发展的环境下,工业产品充斥着人们的工作与生活,可以说在很大程度上人与产品的关系直接影响着人们的生活质量。人们对于产品的情感需求,要通过产品的情感设计来找到出口。如今,越来越多的设计师意识到情感需求在消费者选择产品时所发挥的作用,特别是日本、意大利、德国等工业设计比较发达的国家,其产品设计越来越注重情感需求。

科技是科学与技术的统称。科学是解决理论问题的,技术则与实践相关。通常情况下,科学与技术不能直接服务于人的实际需求,需要转化为实实在在的产品才能为人所用。相较于科技的先进性,产品及其形态设计总体上处于被动与被支配的地位,表现为科技的彰显与衍生。对于产品形态设计,科学能够诱发、唤起人们对于新需求的憧憬,进而形成存在于“渴望、期许”中的概念形态,提供的是设计的思想渊源与理论因由;而技术的实践性与可见性决定了其可直接作用于形态,给予的是形态达成的物质条件和实施方式,是引发、构成形态的重要途径与手段。每件产品都会存在科技的“身影”,产品形态既是相关科学的外在示意,亦是其依托技术的视觉显现。设计既是创新技术人性化的重要因素,也是经济文化交流的关键因素。产品形态的经济性考量,既是设计自身诉求的需要,更是设计者的职责使然,是产品最终价值得以体现的重要保障之一。产品形态的经济性内涵:一是资源投入的经济性,主要是指形态构建所需资源的节约水平和程度,即产出比;二是形态在使用过程中的效率性与合理性,即能效比。首先,产品应是耐用的、便宜的。物美价廉一直都是普通民众选择产品的基本取向之一,而物美价廉意味着产品的资源占有低、成本消耗少。这种基于资源投入考量的产品形态与设计、生产、销售等环节相关联,具有一定的隐性特质,主要以形的尺度、质的品相等表征呈现,表现为满足用户需求前提下的形态小体量、适宜性和匹配性。经济性的核心是以最少资源获得可用、够用与适用的产品形态。需要指出的是,产品的形态经济性表征不应是以牺牲品质为代价的“拙劣”呈现,亦非仅满足人低层次需求的“底线”响应。“小、适、配”表征下蕴含与映射的是对人类“无止境”需求的提示和现代生活引发环境及生态破坏的反思。节约资源,创造可持续发展

的生存环境，这既是设计者道德、责任与使命感的彰显，亦是用户应秉持的一种健康、积极与理性的生活态度（图 2-13）。

3. 从设计环境的角度出发

依循一般系统论，产品、用户及其共存的环境构成的是一种相互依存、作用与制约的关系，而这种关系的有效维系得益于该系统的“场”效应。作为产品的物质显现，能够左右与导向产品形态的“场”效应主要源于两个层面：一是以产品为基点，由产品与人、产品与产品等构成的微观系统；二是以环境为观瞻，由产品与社会、文化、生态等人为与自然要素围合的宏观系统。作为系统的构成要素，产品设计的形态既是其系统“场”效应的结果与回馈，亦是维系与提升系统持续发展的必要因素。

随着现代化的进程，产品设计渗透了与人相关的环境系统、产品系统的各领域。先进的设计理念强调产品设计应该以用户为中心，突出产品与人的交互特点，更大程度地解析用户的功能及心理需求的主导性在设计中的作用机制。然而，现代化的产品设计突出的学科交叉特性较为强调“科学”“结构”性而忽略了设计的“人文”“融合”性，对于继承传统文化的诸多艺术与设计形式而言，产品设计似乎成了“另起炉灶”的一支队伍。随着互联网物联技术的发展，智能化、人性化设计成为许多产品的主要亮点。中国传统文化内容在风俗、行为、活动、审美等方面蕴含着各种各样优秀的独特的文化构成与形式。顺应着从简朴到千变万化的市场发展变革后的中国现代产品设计的发展同样需要回归到这条道路上。产品的形式不应独立出现，而是时代、文明、地域、行为、审美、价值等要素的外在表征。因此，需要静下来继续思考文化与产品设计的关系。设计不仅是一种文化的传承，更是民族文化的物化形态。

对于产品设计来说，创造性表明的是产品形态构成的根本诉求和必备条件；功能性彰显的是产品形态缘何存在及存在的合理性；科技性呈现的是产品形态达成所需理论与实践基础的可行性；经济性阐释的是产品形态占用资源效率及合理性的价值考量；系统性诠释的则是来自系统的“场”效应。需要说明的是，产品及其形态是人与相关系统需求的产物，产品形态的种种表征是设计理念、产品属性、人的需求和相关系统等众多因素综合作用的结果与物态映现。同时，资源有限的现实与人类道德伦理启示人们，产品设计的形态表征应是适度的、撙节的。正如著名美学家李泽厚在《略论艺术种类》一文中所言，现代健康的倾向是注意尽量服从、适应和利用物品本身的功能、结构来做形式上的审美处理，重视物质材料本身的质料美、结构美，尽量避免做出不必要的雕饰、造作。^①



图 2-13 Benjamin Vermeulen 设计的磁性家具

^① 左铁峰. 产品设计的形态表征论[J]. 长春大学学报, 2019(3): 113-116.



作为生产制造型企业,其核心任务是通过生产、销售满足市场需求的产品来实现自身的不断发展,而企业生产的产品作为企业发展的载体,其市场竞争力是企业综合实力的最终展现。产品的功能、性能及质量水平是其最重要的竞争力指标,而产品的功能、性能及质量需要在产品设计环境、工艺制造环节给予保证。产品设计工艺性的优劣影响产品试制周期、产品生产工艺的复杂程度、生产效率及生产成本,从而影响产品最终的综合竞争力。^①所以获取工艺性更好的产品设计方案,是各个企业设计部门应当高度重视的一项工作,应当建立产品设计工艺性评价制度。产品工艺技术与产品设计技术同属企业的技术板块,工艺技术也是企业的核心竞争力之一,对企业产品的生产效率、成本、质量有直接影响,企业应当将工艺技术与产品设计技术纳入同等高度给予重视。做好产品设计的工艺性工作,对于企业的新产品开发及生产有事半功倍之效果。相关企业应增强工艺意识,进一步完善技术管理方法,提升企业技术管理水平。

产品设计是一项系统工作,而在进行设计创意与分析时,由于产品需要考虑人机交互、消费心理、功能实现、环境适应性等内容,则需从产品相关的人、环境等要素进行拓展分析(图2-14)。围绕着人、产品、环境三者关系的系统要素就形成了支持层次化对应机理的知识体系:产品—人—环境系统体系。产品设计所考虑的系统性因素包括围绕以人为中心的产品关系、环境关系及产品与环境的相互作用,可细分为:人机交互、心理作用体系,产品系统设计体系,产品承载的商业价值体系、由该产品所产生的环境因素等。



图2-14 交互式灯光设计

传统文化的构成包括了内在精神、行为规范、动作语言、符号特征等多方面的元素。现代文明社会背景下,在不同的场景呈现出不同的应用方式。随着生产水平的提升、物质文化进一步的丰富,消费者可选择琳琅满目的产品,以满足自己在生活、工作中的需求。物质文化丰富的同时,精神文化的需求也在不断提升,电影电视、文化消费也在逐渐繁荣。我国文化的发展需要继续传承与发扬传统文化精神,因此在市场端,设计师需要不断挖掘与研究丰厚而优秀的传统文化精神在新事物中

^① 向义泽.关于产品设计的工艺性探讨[J].摩托车技术,2019(3):42-44.

的应用形式与方式。^①传统文化需要传承，而产品设计也需要不断创新。两者看似孤立却存在无限的融合可能，无论是从文化到衍生产品还是从产品到文化溯源，都是在梳理两者的互通关系。通过解释两者的价值垂直特征，可归纳出层次化机理，更加全面地描述传统文化精神与现代产品设计的关系，帮助设计师在设计上寻找更佳思路。众所周知，设计大师的认知是非常深刻的，已将两者的内层关系疏通了，他们的设计不再是“物”，而是某种内涵文化的表达。通过对文化精神与现代产品在层次上的关联与描述，通过层次化机理分析设计对象的内在与外在表达，产品的设计才有更加鲜明的特色。

第三节 环境艺术设计

一、环境艺术设计的含义

环境艺术设计是复杂的交叉学科，是指对于某一或一些主体的客观环境，以设计的手法进行整合创造的实用艺术（图 2-15）。环境艺术设计是一种新兴的设计门类，包含的学科相当广泛，主要由建筑设计、室内设计、公共艺术设计、景观设计等内容组成。环境艺术设计通过一定的组织、围合手段、对空间界面（室内外墙柱面、地面、顶棚、门窗等）进行艺术处理（形态、色彩、质地等），运用自然光、人工照明、家具、饰物的布置、造型等设计语言，以及植物、水体、小品、雕塑等的配置，使建筑物的室内外空间环境体现出特定的氛围和一定的风格，来满足人们的功能使用及视觉审美上的需要。

很多人都将环境艺术设计过于笼统地看为一门专业，其实不然。追其本质，它可以称为一个“系”，小到一间屋子，大到整个宇宙，都属“环境”之列，而身处环境中的人便是直接受环境影响的，人们需要不断感知、领悟整个空间带来的感受。

实际上，环境艺术有着其自身的内涵，它是依据环境而存在的艺术形式。环境艺术设计作品强调与环境的依存、融合关系，强调作者艺术观念的表达，以材质肌理、空间体型、光影色彩、比例尺度等造型语言的表现，使作品融于环境的氛围之中。作品形式包括雕塑、壁画、装置、大地艺术等，相应的专业在欧美国家大学中也多有设立。



图 2-15 路易斯维尔的速度艺术博物馆

^① 杨先英，李伟湛. 传统文化在产品设计中的应用机理[J]. 设计，2019（5）：92-93.



如果说环境艺术是艺术家更多地依托具体环境并通过其作品表达他们的理想和观念的艺术形式,那么环境艺术设计则赋予设计师更多的社会责任,其表现形式除具有艺术审美和精神需求之外,具体的功能、技术、经济等因素也制约着设计与创作,事实上已是跨越艺术与科学之间具有综合性和边缘性的设计分支学科,具有多种专业内涵和属性。

二、环境艺术设计的内容

在国家学科目录中,环境艺术设计属于艺术设计下的专业,其专业内容包含室内设计 and 外部环境设计,即以研究和设定室内空间、光色、家具、陈设诸要素关系为目标的室内设计,以研究和设定建筑、绿化、公共艺术、公共空间和设施诸要素关系为目标的环境景观设计。环境艺术设计专业建立以来,环境景观设计借助于室内设计专业的母体迅速成长壮大,加之风景、园林、景观、建筑等专业学术内涵的渗透与融合,“室内”与“室外”由“环境艺术设计”建立之初的两个专业方向逐渐走向两个相对独立的专业,环境艺术设计也从单一专业成长为以“环境艺术设计”为名称、由众多相关而又不同专业组成的专业群。

随着环境艺术设计水平的提高,一方面是室内与室外环境设计教学各自走向系统与专业,另一方面与之相关的行业逐渐成熟起来。在环境艺术设计实践领域,环境景观设计行业已形成与室内装饰与设计行业两分天下之格局,对更加专业化人才的需求变得越来越迫切,设计实践对专业化人才培养的呼声也越来越高,可以说,社会分工的不同正分化着原有合二为一的专业教学结构。以环境艺术设计为专业群概念,首先从系统性、综合性的角度可以设立室内设计和环境景观设计两个基本专业;其次从研究和实践对象的角度又可设立环境设施设计、室内陈设设计、家具设计、环境照明设计、庭园设计等众多专业。它们共同组成了环境艺术设计专业群(图2-16)。

环境艺术设计专业群概念的提出和多元化的专业设置具有诸方面的有利因素:有利于学生明确自身专业身份和未来发展方向,在掌握核心设计课程和扎实的专业技能训练基础上,通过灵活多样的课程选择和选择机制,在某一方向形成自己的爱好和特长,成为一专多能的设计人才;有利于学校根据办学条件明确专业定位,实现与相关专业的有机融合,发挥高等院校的综合优势;有利于教学的组织管理和学术评判标准的建立,教学安排上,可以改变原来面面俱到的格局,合理调配师资力量,形成专业特色,学术评价标准也由于专业方向的明确而易于把握,由于专业边界清晰、专业内涵明确,教学与实践之间互动关系的建立可以更加主动,目的性将更加明确。

随着经济和社会的发展,人们对自身生活的环境提出了更高的要求。如何在环境艺术设计中应用环境心理学,让环境能够平衡人的身心发展及满足人们的审美需求,是值得研究的重要课题。环境心理学的概念核心是人,是一门研究人的行为、思

维与周围物质之间关系的学科。这门学科认为人会受到周围环境的影响，同时周围环境也会受到人的影响，人与环境相互作用。环境心理学的主要观点有三个：一是生态知觉理论，这一理论认为相对于其他感觉，视觉对人的影响更大；二是格式塔理论，这一理论认为事物的研究要从整体出发，强调人与环境的综合；三是应激理论，这一理论认为人在环境某一方面的作用下会产生相应的行为反应。

三、环境艺术设计的特点

（一）综合性强

环境艺术设计综合性非常强，主要包含环境与装饰、空间与造型、材料与色彩等相关领域的综合构想。这门学科是在第二次世界大战后萌芽，在 20 世纪 80 年代才逐渐成为独立学科。它是商品经济社会发展的结果，是工业与科学、经济与艺术的结合。环境艺术设计的主要目的是运用艺术的眼光和手段打造建筑物的内部和外部空间，通过对空间和实物的一系列艺术处理，让环境呈现艺术气息，让人感受到环境的美。

空间组织主要涉及室内空间的构造、分割、组合等，可用环境心理学来指导空间组织（图 2-17）。例如，用视觉来增加空间感。在不改变原有空间容量的情况下，可以利用视觉带给人的神经反应来增加空间感。例如，在狭小的空间里装上一面镜子，或者打掉墙壁，换成整面透明玻璃等，都可以达到目的，减少狭小空间带给人的不适感。在室内环境设计中，光与影的设计占很大一部分比例。光有自然光和人造光两种，环境心理学认为自然光更能拉近人与自然的距离，增加舒适感，因此在室内环境设计中，自然光非常重要，应该尽可能地利用精巧的设计，更多地利用自然光线。例如，安藤忠熊的代表作《光之教堂》就是利用了自然光。同时，色彩的设计也需要遵循环境心理学的要求，现代人类的生活节奏太快，简约的色彩设计更能让人舒适。例如，黑白色的背景搭配绿色的植物，可以让人身心放松。^①此外，室内物品的陈放也需要考虑人的心理需求，可以摆放一些艺术品或者挂一些画作，满足人们的审美需求。

在环境心理学的指导下，可以得出环境艺术设计的个性化设计方法。人类总是对故乡有着深厚的情感，因此在进行环境设计时可以突出地域性，地域的文化、风俗等都可以在环境艺术设计中得到体现，最终形成有情感的居住、工作环境。此外，针对有固定受众的环境艺术设计，可以事先了解受众的品位、爱好等，进行有针对性的个性化设计。



图 2-16 波希米亚风格的庭院设计



图 2-17 Valerie Traan 艺术馆 /Lens°Ass

^① 王博. 环境心理学在环境艺术设计中的有效应用 [J]. 汉字文化, 2018 (22): 94-95.



图 2-18 重新构想的中国传统房屋

手绘是一种独特的艺术表现形式，在环境艺术设计中，主要是借助基本的绘图工具，徒手绘画，能够呈现不同的特点。虽然在科学技术不断发展的今天，计算机技术不断完善，已完全可以满足设计师绘制各种风格元素图像的需求，但由于手绘表现形式的独一无二性，故而时至今日，计算机等相关技术仍然无法完全取代手绘艺术。通常情况下，在环境艺术设计中，所应用的水彩手绘都是需要将手与大脑相结合的，这样才能满足实际设计需求，产生艺术效应。在脑海中形成一种艺术思维，然后通过不同的绘画技法将其进行具体化、形象化。^①在未来的发展中，为了更科学地对艺术形式进行创新，提升环境艺术设计水平，需要对水彩手绘的写意加以重视，并且将其与环境艺术设计完美融合，适当加入本民族的传统元素，提升民族化程度，表达民族特有的东西，进而可体现出浓厚的人文精神，更好地进行环境艺术设计（图 2-18）。

（二）整体性活动

环境艺术设计是一项整体性活动，影响该设计效果的因素是多样化、立体化的。对环境艺术设计活动来说，良好的创意思维诠释与应用，不仅呈现出创新精神的时代价值，同时更为人们营造了良好的环境氛围。因此，以创意思维推动设计活动创新，以合适的文化内涵来塑造环境艺术设计文明，就成为当前该设计活动全面创新的关键所在。目前，整个环境艺术设计活动实施过程中，实现了设计内涵的本质性提升，以及设计技术的全面优化和改进，但是整个设计活动中仍然存在诸多问题。客观来看，其中所存在的问题集中表现为以下几个方面。

（1）环境艺术设计活动的目标既不明确，又缺乏必要的合理性。如果对环境艺术设计活动的价值进行分析，可以看到该活动开展的目标在于通过有效设计和建造相应的建筑物，从而在满足大众基础诉求的同时，诠释必要的美学内涵。所以，合格的环境艺术设计一定要满足大众的审美标准与基础应用需要。但是就目前多数环境艺术设计状况看，普遍存在审美与应用脱节的问题，一部分设计者聚焦的是应用需要，忽略了审美内涵和文化理念的有效诠释。还有一些设计者盲目追求个性化设计或者美学表达，未能对实际应用需要进行有效的融入。在一些大型设计活动中，有的设计者盲目追求个性化美学表达，脱离了客观实际，不仅加大了设计成本，也使整个设计方案难以最终应用。

（2）在设计活动的表达上，存在“千篇一律”、缺乏创新创意的问题。在当前设计技术、软件和理论不断成熟的时代背景下，设计方案更加透明与开放，一些设计者在开展设计活动时，存在“拿来主义”的理念，有抄袭其他设计方案的“倾向”。当然，在这一过程中，也存在“工业化”的痕迹，格式化设计较为严重，缺乏必要的设计创意。

^① 范倩颖. 环境艺术设计中表现方式的探究 [J]. 智能城市, 2019 (2): 45-46.

(3) 在风格与色彩搭配等设计细节上, 缺乏有效把握和真正感知。当然在当前环境艺术设计活动实施过程中, 人们所追求的是一种“人性化”理念, 这一个性并非“个性”, 而是基于自身实际应用需求下的“细节差异”, 但这一细节在当前整个设计活动中往往被忽略、缺失。对于环境艺术设计活动的具体实施, 需要注重设计活动的文化底蕴诠释与造型元素的合理使用。创意思维是一种不拘一格、追求创新的思维过程, 也是对设计活动予以独立化思考的方法诠释与技巧表达, 同时创意思维也是对设计活动进行“独特”理解的个性化思维表述。

(三) 注重美感

在环境艺术设计活动开展过程中, 既要注重艺术性的“美感”理念, 也要注重环境艺术设计的科学性和合理性。在现代设计技术与软件影响下, 应确保整个环境艺术设计活动的美学内涵更加丰富、全面。创意思维, 通俗来讲, 就是不被过多因素所限制和影响, 诠释出更有美学趣味的文化特征。例如, 在当前环境设计活动中应用创意思维时, 可以通过使用 VR 技术, 对设计方案进行事先模拟, 在确保整个设计方案可行、有效的基础上, 使设计活动更科学且充满艺术内涵。环境艺术设计活动的最大要求在于内部环境与外部环境的“融合”, 因此, 想要让创意思维真正“落地生根”, 成为一种设计精品, 就必须在融入环境客观性前提下, 实现整个思维理念的合理融入与诠释。无论是室内空间布局, 还是室外元素融合, 都需要设计者遵循“自然”“天然”的理念, 通过真正融入客观环境, 从而实现“设计”“环境”的双重提升。当然, 在营造环境设计的“整体性”效果之后, 也将在诠释美学内涵的基础上, 让大众真正感受到舒适与自然。^① 对于当前整个时代发展来说, 环境不仅是一种载体, 更是展现设计理念的重要平台。在当前整个环境艺术设计开展过程中, 需要综合考虑整个建筑活动的内部空间与外部环境, 将艺术设计理念与环境艺术设计目标等一系列因素相融合, 通过融入创意思维和创新精神, 从而具体探究实现环境艺术设计活动价值诉求的策略与方法。

环境艺术设计是综合性较强的艺术设计, 在现代城市建设过程中进行环境艺术设计是自然环境文化与人造文化的结合, 更是城市文化的一种体现。在智慧城市大力推进的今天, 注重环境艺术设计是非常必要的。城市建设是一个国家发展的坚实基础, 其目的主要在于为人们提供舒适的居住环境。在智慧城市推进的过程中, 现代城市建设在以为人们提供舒适居住环境为前提的基础上, 还应注重与环境的协调等。环境艺术设计是基于城市生态体系的承受性, 对城市进行科学合理的规划, 并充分利用城市资源, 制订城市景观的具体方案。从某种程度上来说, 环境艺术设计是现代城市建设的重要表现者, 同时也是现代城市建设的必需品(图 2-19)。

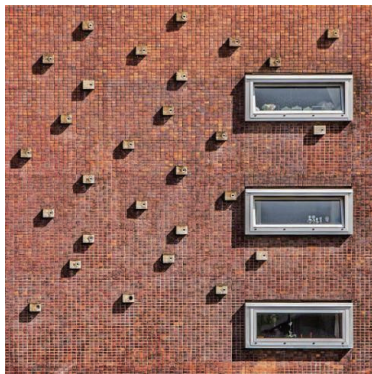


图 2-19 共生建筑

^① 陈媛媛. 浅析环境艺术设计的创意思维[J]. 山西建筑, 2019(5): 6-7.



四、环境艺术设计的发展理念

（一）以人为本的发展理念

环境艺术设计的发展应与现代城市的建设处于同步的发展阶段。在现代城市建设的过程中，环境艺术设计发挥着十分重要的作用。在城市化进程和智慧城市理念不断被推进的背景下，环境艺术设计在现代化城市建设的过程中所起到的作用逐渐增强。其中，环境艺术设计有利于协调城市居民生活和经济的发展，这主要是由于环境艺术设计不仅能够起到美化城市的作用，还能够促使城市的经济发展水平与自然环境的结合。目前，我国在环境艺术设计方面还存在诸多的不足。其中，环境艺术设计与现代城市建设融合欠缺就是最重要的体现之一。环境艺术设计的重点内容是人与自然的和谐，重在满足人的需求。然而，在进行实际设计的过程中，部分设计者并未将人的需求作为重点考虑对象，进而导致现代城市建设与环境艺术设计融合度欠缺。因此，在未来的设计中，应更为注重以人为本的设计理念。

在环境艺术设计的过程中，以人为本的理念是最基本的原则。这主要是由于城市建设和环境艺术设计的目标均是以满足人们的物质需求和精神需求为主。在坚持以人为本的设计理念时，应主要从以下几方面入手。

（1）城市环境艺术设计的过程中应依据人的需求进行。这主要是由于人类是城市的主体和发展动力，因而城市环境艺术设计体现人性化是必需的，如居民生活的便利性、舒适性等。

（2）环境艺术设计的过程中，还应注重体现人与自然的联系，并最大限度地两者协调起来。

（3）设计时，应对城市居民进行科学的布局，包括对购物、休闲和上学等方面进行统筹安排，以发挥环境艺术设计在城市建设中的作用。目前，我国城市建设的进程正在逐步加速，因而环境艺术设计的重要地位逐渐显现。^①在智慧城市不断推进和发展的过程中，在现代城市建设的过程中，不断提高环境艺术设计的水平是十分必要的。

在现代城市建设的过程中，为进一步提高环境艺术设计的水平，应注重坚持以人为本的设计理念，以促使环境艺术设计与现代城市建筑设计相融合。

（二）可持续性的生态理念

在环境艺术设计领域，生态理念乃是对可持续发展战略的积极回应，并凸显对自然环境的尊重和重视，以便通过对自然资源的合理开发、利用，实现人与自然的和谐共存、协同发展。在环境艺术设计领域引入此种理念，能够确保设计者的设计过程中的每一个节点均符合环保要求，进而确保整个设计作品能够体现出绿色、环

^① 李斐韦华. 现代城市建设中环境艺术设计的作用及其策略[J]. 工程建设与设计, 2019(4): 41-42.

保、节能、健康的特质。有鉴于此，设计者在设计过程之中，必须充分考虑到设计中的每一个步骤对于环境所可能造成的不利影响，并对其加以合理的控制和规避，同时以此为原则对设计活动加以调适，从而使环保理念和生态理念能够从一开始贯穿到作品中。对于环境艺术设计活动而言，设计者必须清晰地把握好相关的设计要点。也就是说，设计者应当在充分尊重自然环境以及生态环境的基础之上，力求使自己所设计的作品能够为人同自然的和谐共存创造必要的条件。这些技术要点涵盖了设计理念、相关技术及能耗等。可以说，此种设计理念要求设计者在进行作品的设计过程之中实现对人与自然关系的重新厘定和思考，以便能够以此为基础，为人类与自然环境的并存、共生创设契机。尤其对于现代社会而言，工业产业的发展让自然资源处于行将枯竭的尴尬境地，而如何实现对自然资源的合理开发和利用，是直接关系到人类社会能否实现可持续发展的关键所在。^①

可持续性特质即要求人类在开发和利用自然资源的过程之中，在能够确保本代人对生产资料必要需求的基础之上，同时还要改变以往对自然资源过度开发和利用的错误，以便能够让后世继续从自然资源当中获益。同时，此种特质也强调人类在对自然资源进行开发和利用的过程之中要确保生态的平衡，以免造成相关资源的枯竭而影响人类的后续生存和发展。因此，在环境设计过程之中，设计者必须充分考虑如何确保作品体现出可持续特质。可循环性特质即要求在对自然资源进行开发、利用的过程之中，要对各类原材料和废料加以循环利用和重复利用，以此来实现最大的能效，同时，这种理念亦能够达成对相关原材料的最大化利用效果。从生态学的角度来看，任何物质都处于不断的能量流动之中，这便意味着在自然界之中没有真正意义上的“废料”。所谓的“废料”也只不过是人类未能够实现对其价值的正确认识，从而造成其被弃之不用原因。因此，在环境艺术设计过程中，设计者必须思考怎样能够在设计时确保每种原材料都能得到循环利用，以此来降低作品创作过程中的能耗问题。生态理念下的环境艺术设计更具有舒适性。所谓舒适性，是指产品的设计应该尽可能地满足人的需求，这种需求既包括物质方面也包括精神方面。在设计中应充分考虑人的需求，将健康放在首位。从采光、通风、照明以及换气等方面对设计进行改善，同时要考虑审美及生活情趣的需求，从而创造出一个舒适的环境。此外，还应该考虑一些特殊人群的生活需求（图 2-20）。



图 2-20 BKV 集团的垂直可持续城市建筑

^① 黄晓云. 环境艺术设计中的生态理念运用 [J]. 大众文艺, 2018 (21): 136-137.



保护环境,实现可持续发展,实现人与自然、社会与自然的和谐发展已经成为人们的心声,在这样的环境状况和社会追求之下,生态性环境艺术设计理念作为符合社会发展潮流的设计理念,已经引起人们越来越多的关注。这就对设计者提出了更多的要求,不能再单一地追求艺术性,而是要在设计中体现生态性,培养与生态环境一致的审美,融合环境与艺术,在满足人们舒适生活的要求的同时实现对自然的保护。

(三) 重视中和美的发展理念

环境艺术设计就是指将社会环境或者自然环境以艺术化的形式进行设计加工,使其与周围环境默契结合,同时还要体现出其自身的艺术价值。传统文化中蕴含着十分强烈的人情意识以及群体观念,注重的是人们之间的情感色彩沟通和交流,用来消除科学技术与人际关系之间的隔阂。在这种思想观念下,在环境艺术设计工作中,就需要考虑创意的合理性和对环境的适应性,这样的设计才符合自然发展的规律,满足人文情怀和人文历史规律,为人们的生存生活营造高品质的空间。传统文化中的中庸就强调中和为美,在我国的很多建筑物当中,不同的地域文化有不同的特色建筑,它们的组合装饰形式也恰到好处。^①

在环境艺术设计中,传统文化中的中和美也为设计人员带来了灵感和启示。传统文化经历了几千年的沉淀和发展,具有非常优秀的内容和艺术。传统文化的运用,不仅丰富了环境艺术设计的元素和种类,更提高了环境艺术设计的艺术价值,促使环境艺术设计更加具有灵活性、生动性,能够在设计中将内在思想与外部环境紧密结合,拓宽设计者的思路。现代的环境艺术设计理念与传统的环境艺术设计理念相比更加趋于丰富和完善,促使每个设计环节都能够与传统文化的设计理念紧密相连,还更多地在细节处体现出传统文化的艺术独特魅力。因此,将传统文化应用到环境艺术设计中,可不断优化设计理念和过程。

在运用传统文化时,人们对现代环境艺术设计不断进行创新与完善,进一步提高了现代环境艺术设计的水平和质量,促使环境艺术设计走向更高、更快、更远、可持续的发展方向。然而在应用传统文化的过程中也要注意取其精华、去其糟粕,避免抄袭,勇于创新。

^① 柯子菲. 现代环境艺术设计中的传统文化探究 [J]. 现代园艺, 2019(2): 110-111.