

北京邮电大学艺术硕士 (MFA) 研究生入学考试

考试大纲

考试形式及科目：一、北京邮电大学设计艺术学考研 招生学院：人文学院 考研方向：

01 人机交互与数字媒体、可用性研究 02 信息产品创新设计 03 人机交互

04 虚拟设计与移动互联设计研究 05 数字媒体中的人机交互与色彩研究 06 数字艺术与创作研究

07 数字媒体中的视觉传达与人机交互 08 数字媒体与音乐研究 考研初试科目：①101 思想政治理论 ②201 英语一

③618 设计理论 ④821 设计基础 推荐参考书目：618 设计理论

《设计史》何人可，北京理工大学 《设计概论》尹定邦，湖南科技出版社 《人机工程学》赵江滨，高等教育出版社 821 设计基础

《产品设计》王明旨，中国美术学院出版社，2004 《图形创意》林家阳，黑龙江美术出版社，2004 《创造突破性产品——从产品策略到项目定案的创新》(美) 恰安，(美) 沃格尔著，辛向阳，潘龙译，机械工业出版社 《形态设计基础》赵蕾，上海远东出版社，2007 二、北京邮电大学设计艺术学考研复试分数线

北京邮电大学设计艺术学 2013 年考研复试分数线：最低复试分数线为国家线，总分 320 分，满分 100 分科目不低于 34 分，满分 150 分科目不低于 51 分。根据导师(组)的招生人数在上线考生中按总分从高到低 120%左右的比例确定基本复试名单，最终进入复试名单的考生数不超过该专业招生人数的 130% (含 130%)。

理论部分

设计概论重点内容 (新开贴)

二、现代设计的概念

现代设计的新概念：设计是对以往传统设计的突破和革新，成为融合社会的、经济的、技术的、心理的、文化的各种形态的特殊的审美创造活动，是一种新型的审美文化。

艺术设计的本质：(1)、艺术设计是人类有目的性的审美创造活动 (2)、艺术设计是一种问题

求解活动 (3)、设计是一种智能文化创造形态 单纯平面广告设计程序：(1)、研究广告的产品

和市场情况 (2)、拟订广告文案确立传播理念 (3)、孕育构想广告创意 (4)、确立广告表现艺术

手法 (5)、对广告设计方案进行验证修改调整 3、现代设计的特征 (1)、现代设计是受到时间

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话：010—82041988

传真：010—82041899

网址：www.wjzfdesign.com

地址：北京市海淀区学院路7号弘晟大厦622室

空间限制的实践活动（2）、设计活动是在特定的物质条件的约束下进行的（3）、设计都是为了满足人的某种需要而进行的（4）、设计是创造性的活动（5）、设计活动是不断推进的过程

三、设计的价值与设计效应 1、现代设计的设计价值 技术本身并没有价值，其价值只能通过以特定的设计形式的商品表现出来，只有设计与开发，才能使企业生产活动得以运转，使科学管理发挥作用。 2、现代设计的经济价值

当代设计已成为提高经济效益和市场竞争的根本战略和有效途径，作为经济的载体。设计已成为国家和企业发展的有效手段。 3、现代设计的文化价值（1）、设计所传播的信息体现了有关商品和服务的价值观念（2）、设计所传播的信息体现着民族文化或亚文化群的人文特征，渗透着鲜明的民族文化特征。（3）、设计所传播的信息体现着人类社会知识的传承（4）、设计所传播的信息体现着一定的道德价值。（5）、设计所传播的信息体现着特定的审美价值 文化价值要求得到很好的生成条件：（1）、关注群体文化的同类意识对设计文化价值生成的影响（2）、关注设计作品目标受众的价值参考系统对设计文化价值生成的影响（3）、关注设计作品目标受众的期望对设计文化价值生成的影响

四、现代设计的源流及发展

现代艺术设计的产生和发展经历了从 19 世纪后期到整个 20 世纪一百余年的漫长历程，从英国的（“工艺美术运动”）和以德国为中心的（“包豪斯”）为核心的现代主义，现代设计才完成了从酝酿到产生的在内涵上有的质的根本变革的设计革命，才从传统的设计蜕变为现代设计。 2、“工艺美术运动”

“工艺美术”是起源于英国 19 世纪后期的一次设计运动。理论思想家是拉斯金，主要人物是艺术家、诗人威廉·莫里斯（现代设计之父、“工艺美术”运动创始人）。 3、新艺术运动

新艺术运动是 19 世纪末、20 世纪初在欧洲和美国产生和发展的一次艺术运动。它的口号是“自然、率真和精巧的技术”。

19 世纪 80 年代末，比利时建筑师、画家（费尔德）首先倡导了新艺术运动。费尔德在 1894 年发表论文《为艺术清除障碍》。在费尔德的倡导下，1908 年魏玛市立美术学校改建成市立工艺学校，就是包豪斯设计学院的前身。新艺术运动大师级人物（劳特累克。）*新艺术运动在法国

（法国）是新艺术运动的发源地，从 1900 年的巴黎世界博览会开始展露头角，这场运动持续（20 余年。）

法国新艺术运动有几个颇有影响的设计群体，萨姆尔-宾的（“新艺术之家”）设计事务所，（“现代之家”）设计事务所和（“六人集团”）*新艺术运动在比利时

比利时新艺术运动最杰出的设计家和思想家是（费尔德）

比利时新艺术运动著名的团体是（“二十人社”）领袖是（费尔德），核心人物（霍特·波维）

（费尔德）是“德意志制造联盟”的发起人之一 1907 年“德意志制造联盟”成立 *新艺术运动在奥地利

奥地利出现了“维也纳分离派”领袖人物是（克里姆特）*新艺术运动在美国

美国形成了（“芝加哥学派”）重要人物（沙利文）4、装饰艺术运动

20 世纪的 20 年代—30 年代法国、美国和英国等国家进行的一次风格非常特殊的设计运动 5、现代主义

现代主义设计运动出现在 20 世纪初

（现代科学技术的发展）是现代主义设计思潮产生最直接的重要因素

从设计思想来看，现代主义设计运动具有民主主义、理想主义、精英主义三方面鲜明的特征。现代

主义设计：现代主义设计是民主主义的，认为通过设计可以改善和提高社会整体生活水准，具有十

分鲜明的民主主义色彩。又是非常理想化的，具有小资产阶级知识分子的乌托邦幻想色彩，有十分突出的精英主义的倾向。现代主义设计运动起源于欧洲

荷兰风格派运动（1918—1928）中心人物是《风格杂志》主编（杜斯博格），画家（蒙德里安）是风格派的哲学和视觉造型发展的源泉，另一个重要人物莱克 德国工业同盟 1907 年（姆特修斯）是德国工业同盟的奠基人和组织者 6、包豪斯

“包豪斯”：创建者和领导者是建筑家格罗佩斯 1919 年世界上第一所为发展现代设计教育的而创办的学校 包豪斯的教学思想和方针

A、在设计中提倡自由创造，反对模仿因袭墨守成规

B、将手工艺与机器生产结合起来，提倡在掌握手工艺的同时，了解现代工艺的特征

C、强调基础训练

D、强调实际动手能力和理论修养并重 E、强调学校教育与社会生产实际的结合 包豪斯原则（1）、主张艺术与技术的新统一（2）、强调设计的目的是人，而不是产品（3）、强调设计必须遵循自然与客观的法则进行 包豪斯三个阶段

魏玛时期的包豪斯（1919—1924）狄索时期的包豪斯（1925—1930）柏林时期（1931—1933）7、现代主义——国际主义 8、后现代主义

现代主义之后 20 世纪 60 年代 第一个提出后现代主义看法的是美国建筑家（文丘里），提出（“少则厌烦”）的看法挑战（“少就是多”）的原则

文丘里在 1966 年发表的著作《建筑的复杂性和矛盾性》中提出了后现代主义的理论原则（1）、现代主义、国际主义的纯粹性和后现代主义的多元性（2）、现代主义、国际主义的直接了当和后现代主义的扭曲（3）、现代主义、国际主义的理性清晰和后现代主义的模糊 后现代主义的典型特征：

- A、后现代主义装饰性，丰富性和审美愉悦性，
- B、对于历史传统文化采取折中主义立场，即承传了历史风格的某些因素，而又有所变化发展
- C、后现代主义则强调设计的娱乐性和处理装饰细节上的模糊性 后现代风格流派：

波普风格：波普风格又称流行风格，源于英国

“孟菲斯”集团：领导者是意大利设计师（索特萨斯）

五、现代设计类型与相关学科 1、现代设计的基本类型

日本设计理论家川添登在其专著《何谓设计》中，以构成世界的三大要素：（人、自然、社会），

根据设计的不同目的，将设计划分为三个领域：（1）、产品设计：以用为设计目的，制造适当的产品，以作为人与自然间的媒介。[包括：工业设计、手工设计、机械设计、地毯设计、服装设计、家具设计、纺织设计、壁纸设计等。]（2）、视觉传达设计：所谓视觉传达设计，是指利用视觉符号进行信息传达的设计。

始于20世纪20年代，形成于60年代。视觉传达设计的目的，向特定的目标对象传达特定的信息。视觉传达设计分两个阶段：创意构想过程和创意视觉化过程。视觉传达设计的基本构成要素：（文字、标志、插图。）文字：表意功能，装饰美化功能。标志：作为一种具有特定内涵的视觉图形具有更形象，更直接的传递特定信息的优势与功能。

插图：具有直观形象性的表现优势，增强视觉传达的吸引力与感染力。

现代视觉传达设计包括以下领域：

广告设计 标志设计 包装设计 字体设计 书籍装帧设计 插图设计 展示设计 影视

设计（3）、环境（空间）设计：所谓空间设计，是把人类的生活空间作为对象而进行的设计，也可以称为环境艺术设计。

三个领域的综合设计：CIS（企业识别系统）设计 2、现代设计类型与相关学科（1）设计与现代艺术

立体派：起源于西班牙画家毕加索的 1907 年的作品“阿维诺少女们” 未来派：意大利诗人马利纳蒂创建

达达派：诗人包尔开的一家咖啡馆作为诗人、画家、音乐家聚会场所而形成的文学运动。指导人物匈牙利诗人塔沙拉 超现实主义：第一次世界大战后在欧洲出现的一种反美学的流派。创始人勃兰登在 1924 年倡导“思想的真实功能”超现实主义画家 达利

六、现代设计师的素质与知识结构

- 1、良好的精神品格，有强烈的事业心和高度的社会责任感 2、要有紧跟时代的现代设计观念 3、有良好的创造性思维能力
- 4、有良好的专业理论素养和广泛的知识面 5、要很高的专业设计能力和审美素养 6、有良好的群体意识和协调力

B、原理篇

一、现代设计的的基本原则与要求

即按照设计的客观规律归纳制定的设计家必须依据和遵循的法则 1、功能性原则

即目的性原则，以功能目的为设计的出发点。是现代设计最基本的原则。 2、经济性原则

成本的考虑，消费者支付能力的预测 3、艺术性原则

满足人们的审美需要。 4、主体性原则

设计目的的出发点把握。当代消费者需求的新趋势（1）、追求消费品的心理价值（2）、追逐时代与现代潮流（3）、追求消费的情趣（4）、追求消费品的协调统一 5、创新性原则 即个性化原则，

是一个差别化设计策略的体现，个性化的内涵和独创的表现形式的和谐统一，显示出设计作品的个性与设计的独创性。

二、设计信息的传播与效应

现代设计信息作用多元化趋势特点：A、设计信息发布的多功能性 B、同一设计信息的交叉功能性 C、设计信息的长期效用性

设计信息是一种多层次的复杂的信息综合体，它大致可以分为（技术信息、语义信息、审美信息）三个层次。

美国学者约琴夫·克拉帕指出受传者在选择信息时存在着三种选择的因素：（选择性接受、选择性理解、选择性记忆）

一项指定的设计信息要在与其他无数的设计信息相竞争中获得成功，在信息传递上一定要做到：（清晰、准确、可信、感人）

三、现代设计与市场经济

艺术设计首先是改善人类的生存环境，提高社会经济生活品质服务的，这最基本的物质功能决定了（实用价值）是其基本价值。这是艺术设计与纯粹艺术的本质差别。

（实用价值）是艺术设计价值的核心。现代设计的重要前提是（市场） $\text{市场} = (\text{人口} + \text{购买力} + \text{购买意愿})$

这种（市场就是消费者）的新观念，比以往的市场概念突出了消费者的地位和利益，强调了市场就是买方的需求，只要有需求就有（市场）。

为什么说认识与把握市场，看准选择目标市场是获得设计的基本条件和重要环节？

答：首先，认识与把握市场，有助与设计找准目标对象，其次，认识与把握市场，有助于确定理想的诉求对象，最后，认识与把握市场，有助与设计定位。市场调查的主要程序：（市场环境调查、

企业经营情况调查、产品情况调查、消费者调查、市场竞争状况调查。) 市场调查的基本方法：(普查法、抽样调查法、随意调查法、典型调查法、访谈法、观察试验法)

现代设计的重要价值的体现还在于，它不仅能满足消费，还可以(引导消费、创造消费)

设计是创造(产品和服务附加值) 的有效利器 附加价值的形成，有下列几种类型：(首先是来源于经验。其次，是来源于参照群体的影响 再次，来源于品牌是有用的信念。) 创造和增加商品以及服务附加值的方法很多，但最直接、最有效的方法就是运用设计，因为：

- 1、设计是一种知识、智慧密集型的创造性活动，含有许多不可比的心理价值判断。
- 2、设计能增强产品市场上的竞争力。
- 3、设计使人得到许多方面的精神上的满足。
- 4、设计能为人们创造良好的生活方式，不断提高人们的生活品质。

什么是能创造高附加值的好设计？

- 1、外观
- 2、功能
- 3、质量
- 4、安全

四、设计文化与设计风格

现代设计的文化底蕴表现在如下的几个方面：

首先，人类社会的现代化进程是人类历史上文化积累的延续和拓展。

其次，现代设计具有良好的认识和诱导功能，能引导和转变人们的观念意识 最后，现代设计推动着人们审美观念的变化，有利于提升社会审美文化品位。影响设计家风格形成的社会历史因素是十分复杂的，主要有以下的几个方面：首先，受一定历史时期和社会范畴的审美趣味和审美时尚的影响。其次，是受民族文化传统和艺术与设计传统的影响。再次，是受外来文化和艺术思潮的影响。

风格的民族性，与风格的时代性相比，具有很大的(稳定性) 和(持续性)。设计方法具有(辩证性、规律性、定量性与可接受性)

现代，设计方法学正处在发展、完善与走向成熟的时期。各国均有所长，各具特点，但总的来说，有以下几个方面的共同点：

1、宏观性 2、交叉性 3、系统性 4、优化性 5、现代性 借助于正确、科学的设计方法，将会为设计项目的顺利完成提供如下几个方面的保证：

1、有助于设计适应观点的建立 2、有效地推进设计科学合理化的进程。3、能使设计活动系统化和规范化 4、有利于设计活动的最佳方案的选择

现代设计的方法主要有：1、突变论方法 2、优化论方法、3 系统论方法 4 控制论方法 5 智能论方法 6 信息论方法 7 寿命论方法、8 离散论方法 9 模糊论方法、10 对应论方法

现代设计的程序：1、设计问题的提出 2、设计目标定位 3、针对问题搜集信息 4、分析消化资料 5、孕育设计创意 6 设计的评估与选择 7 展开设计 8 设计方案的最终审定 9 设计实施监督 10 设计的全程管理

C 造型篇

一、现代设计形态的基础构成 设计的基本要素（点、线、面）

（点）是最小的构成要素，最简洁的形态（线）是点移动的轨迹（面）是线移动的轨迹

纯粹用几何图形作抽象的构成来刺激视觉，从而构成特殊的幻觉以及视觉效果，在二次元平面构成中，表现三次元、四次的视觉效果，已成为现代设计造型教育中一个重要的课题，可以从以下几个方面简约表述：1、立体感 2、空间感 3、运动感 4、质感 5、量感 6、图与地 7 错视 8 方向 9 群化

三、设计文字表现、真正把活字技术发展完善使之成为现代印刷的主要方法的是德国人（约翰·古腾堡）

法国人(皮埃尔·西蒙·方涅勒)于1692年出版了第一本字体字册(《印刷字体》),共收集了4600个字体。

文字的产生源于表意的(形象符号)因此,文字从一开始就与图画有着密不可分的关系。

四、设计与色彩计划

色彩的影响力表现在以下几个方面:

- 1、色彩在视觉上最容易发挥影响作用,使形象增强感染力。
- 2、色彩有使人增强识别记忆的价值
- 3、色彩有明显的刺激感和影响情绪的作用
- 4、色彩可以传达意念,表达一定确切的含义。

色彩销售学:是以消费者的中心,为消费者作想,让消费者喜欢。

色彩计划:根据企业市场营销战略,采用科学分析定位,运用色彩知觉,配色原理于各项设计领域内的实施方案,配合市场营销、经营策略、商品设计的整体性规划。

色彩计划的特性:1、科学化 2、类别化 3、阶段化 4、系统化 色彩计划的程序

- 1、情况调查阶段
- 2、表现概念阶段
- 3、色彩形象阶段
- 4、效果测试阶段
- 5、管理监督阶段
- 6、反馈调整阶段

标准色的设定,必须着眼于下列三个因素:

- 1、有利于塑造企业形象
- 2、明确告知生产与服务的特定内容
- 3、强化企业的市场竞争战略

企业标准色的设定,可作三种选择:1、单色标准色 2、复合标准色 3、标准色+辅助色 D 艺术篇

一、设计创造性思维与想像力 设计的本质在于创造,决定了现代设计师是一个创造性很强的职业,决定了设计师素质中最重要的品格(创造能力)英国心理学家沃勒斯的“四阶段说”,认为无论是科学或艺术的创造,一般都要经历四个阶段

- 1、创造的准备期
 - 2、酝酿期
 - 3、明朗期
 - 4、验证期
- 加拿大应力学说的创立者塞利尔,把创造和生殖过程相类比提出了一个“七阶段”模式

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话:010—82041988

传真:010—82041899

网址:www.wjzfdesign.com

地址:北京市海淀区学院路7号弘晟大厦622室

1、恋爱与情欲 2、受胎 3、怀孕 4、痛苦的产前阵痛 5、分娩 6、查看和检验 7、生活

灵感作为一种特殊思维方式有以下几个方面的特征

1、形象性 2、灵感的产生具有很大的偶发性 3、灵感的显现的过程中总是伴随强烈的情感因素 4、灵感产生的过程常处在不自觉意识或无意识状态中

创造性思维具有以下 5 个方面的显著特征

1、独创性，与众人、前人不同，独具卓识 2、连动性，即“由此及彼”的思维能力 3、多向性，善于从不同角度思索问题 4、跨越性 5、综合性，多种思维形式的综合运用，才能有效的进行创造性思维活动。

二、设计创意的魅力

作为孕育创意的创造过程，6 个阶段：（1、准备 2、全力以赴 3、酝酿 4、灵感突现 5、测评 6、实施）韦伯扬的创意 5 步曲：（1、收集资料阶段 2、消化资料阶段 3、创意酝酿阶段 4、创意顿悟阶段 5、创意验证阶段 设计创意的的基本方法：（1、头脑风暴法 2、超序联想法 3、影像创意法 4、联想创意法 5、分列创意法 6、分脑创意法 7 逆转创意法 8 辐射创意法）

三、设计与艺术表现

现代设计的艺术表现手法的不断丰富与发展变化，主要是由以下三个方面的因素促成的：

1、激烈的市场竞争促成表现手法的不断更新 2、为适应当代审美心理趋势的发展变化 3、与其他艺术的参透融合丰富了艺术表现的内容 目前流行的艺术表现手法列举如下：

1、真实再现 2、突出特征 3、对比衬托 4、夸张变形 5、幽默谐趣 6、以情托物 7、比喻象征 8、运用联想 9、以小见大 10、神奇迷幻 11、字体效应 12、抽象含蓄 13、解构重复 14、系列展开 15、怪异荒诞 16、创造节奏 17、间接暗示 18、空灵淡化 19、气氛烘托 20、选择偶像

四、设计与视觉形式心理

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话：010—82041988

传真：010—82041899

网址：www.wjzfdesign.com

地址：北京市海淀区学院路7号弘晟大厦622室

(外在的形式)是给予观众的第一印象,它引导观众去体验内容的意蕴和特性,形成第二印象(多样统一)是一切优秀艺术作品必须遵循的一个共同准则,它是形式美的基本规律,美学的辩证法形式美的主要法则简述如下:

1、主从与重点 2、对称与均衡 3、对比与调和 4、节奏与韵律 5、比例与尺度 6、视点与视线 7、空白与虚设计概论重点内容(新开贴)

二、现代设计的概念

现代设计的新概念:设计是对以往传统设计的突破和革新,成为融合社会的、经济的、技术的、心理的、文化的各种形态的特殊的审美创造活动,是一种新型的审美文化。

艺术设计的本质:(1)、艺术设计是人类有目的性的审美创造活动(2)、艺术设计是一种问题求解活动(3)、设计是一种智能文化创造形态 单纯平面广告设计程序:(1)、研究广告的产品和市场情况(2)、拟订广告文案确立传播理念(3)、孕育构想广告创意(4)、确立广告表现艺术手法(5)、对广告设计方案进行验证修改调整 3、现代设计的特征(1)、现代设计是受到时间空间限制的实践活动(2)、设计活动是在特定的物质条件的约束下进行的(3)、设计都是为了满足人的某种需要而进行的(4)、设计是创造性的活动(5)、设计活动是不断推进的过程

三、设计的价值与设计效应 1、现代设计的设计价值 技术本身并没有价值,其价值只能通过以特定的设计形式的商品表现出来,只有设计与开发,才能使企业生产活动得以运转,使科学管理发挥作用。 2、现代设计的经济价值

当代设计已成为提高经济效益和市场竞争的根本战略和有效途径,作为经济的载体。设计已成为国家和企业发展的有效手段。 3、现代设计的文化价值(1)、设计所传播的信息体现了有关商品和服务的价值观念(2)、设计所传播的信息体现着民族文化或亚文化群的人文特征,渗透着鲜明的民族文化特征。(3)、设计所传播的信息体现着人类社会知识的传承(4)、设计所传播的信

息体现着一定的道德价值。（5）、设计所传播的信息体现着特定的审美价值 文化价值要求得到很好的生成条件：（1）、关注群体文化的同类意识对设计文化价值生成的影响（2）、关注设计作品目标受众的价值参考系统对设计文化价值生成的影响（3）、关注设计作品目标受众的期望对设计文化价值生成的影响

四、现代设计的源流及发展

现代艺术设计的产生和发展经历了从 19 世纪后期到整个 20 世纪一百余年的漫长历程，从英国的（“工艺美术运动”）和以德国为中心的（“包豪斯”）为核心的现代主义，现代设计才完成了从酝酿到产生的在内涵上有的质的根本变革的设计革命，才从传统的设计蜕变为现代设计。2、“工艺美术运动”

“工艺美术”是起源于英国 19 世纪后期的一次设计运动。理论思想家是拉斯金，主要人物是艺术家、诗人威廉·莫里斯（现代设计之父、“工艺美术”运动创始人）。3、新艺术运动

新艺术运动是 19 世纪末、20 世纪初在欧洲和美国产生和发展的一次艺术运动。它的口号是“自然、率真和精巧的技术”。

19 世纪 80 年代末，比利时建筑师、画家（费尔德）首先倡导了新艺术运动。费尔德在 1894 年发表论文《为艺术清除障碍》。在费尔德的倡导下，1908 年魏玛市立美术学校改建成市立工艺学校，就是包豪斯设计学院的前身。新艺术运动大师级人物（劳特累克。）*新艺术运动在法国

（法国）是新艺术运动的发源地，从 1900 年的巴黎世界博览会开始展露头角，这场运动持续（20 余年。）法国新艺术运动有几个颇有影响的设计群体，萨姆尔·宾的（“新艺术之家”）设计事务所，（“现代之家”）设计事务所和（“六人集团”）*新艺术运动在比利时

比利时新艺术运动最杰出的设计家和思想家是（费尔德）

比利时新艺术运动著名的团体是（“二十人社”）领袖是（费尔德），核心人物（霍特·波维）

(费尔德) 是 “德意志制造联盟” 的发起人之一 1907 年 “德意志制造联盟” 成立 * 新艺术运动在奥地利

奥地利出现了 “维也纳分离派” 领袖人物是 (克里姆特) * 新艺术运动在美国

美国形成了 (“芝加哥学派”) 重要人物 (沙利文) 4、装饰艺术运动

20 世纪的 20 年代—30 年代法国、美国 and 英国等国家进行的一次风格非常特殊的设计运动 5、现代主义

现代主义设计运动出现在 20 世纪初

(现代科学技术的发展) 是现代主义设计思潮产生最直接的重要因素

从设计思想来看，现代主义设计运动具有民主主义、理想主义、精英主义三方面鲜明的特征。现代主义设计：现代主义设计是民主主义的，认为通过设计可以改善和提高社会整体生活水准，具有十分鲜明的民主主义色彩。又是非常理想化的，具有小资产阶级知识分子的乌托邦幻想色彩，有十分突出的精英主义的倾向。现代主义设计运动起源于欧洲

荷兰风格派运动 (1918—1928) 中心人物是《风格杂志》主编 (杜斯博格) ，画家 (蒙德里安) 是风格派的哲学和视觉造型发展的源泉，另一个重要人物莱克 德国工业同盟 1907 年 (姆特修斯) 是德国工业同盟的奠基人和组织者 6、包豪斯

“包豪斯”：创建者和领导者是建筑家格罗佩斯 1919 年世界上第一所为发展现代设计教育的而创建的学校 包豪斯的教学思想和方针

- A、在设计中提倡自由创造，反对模仿因袭墨守成规
- B、将手工艺与机器生产结合起来，提倡在掌握手工艺的同时，了解现代工艺的特征
- C、强调基础训练

D、强调实际动手能力和理论修养并重 E、强调学校教育与社会生产实际的结合 包豪斯原则（1）、主张艺术与技术的新统一（2）、强调设计的目的是人，而不是产品（3）、强调设计必须遵循自然与客观的法则进行 包豪斯三个阶段

魏玛时期的包豪斯(1919—1924) 狄索时期的包豪斯(1925—1930) 柏林时期(1931—1933) 7、现代主义——国际主义 8、后现代主义

现代主义之后 20 世纪 60 年代 第一个提出后现代主义看法的是美国建筑家（文丘里），提出（“少则厌烦”）的看法挑战（“少就是多”）的原则

文丘里在 1966 年发表的著作《建筑的复杂性和矛盾性》中提出了后现代主义的理论原则（1）、现代主义、国际主义的纯粹性和后现代主义的多元性（2）、现代主义、国际主义的直接了当和后现代主义的扭曲（3）、现代主义、国际主义的理性清晰和后现代主义的模糊 后现代主义的典型特征：

- A、后现代主义装饰性，丰富性和审美愉悦性，
- B、对于历史传统文化采取折中主义立场，即承传了历史风格的某些因素，而又有所变化发展
- C、后现代主义则强调设计的娱乐性和处理装饰细节上的模糊性 后现代风格流派：

波普风格：波普风格又称流行风格，源于英国

“孟菲斯”集团：领导者是意大利设计师（索特萨斯）

五、现代设计类型与相关学科 1、现代设计的基本类型

日本设计理论家川添登在其专著《何谓设计》中，以构成世界的三大要素：（人、自然、社会），根据设计的目的，将设计划分为三个领域：（1）、产品设计：以用为设计目的，制造适当的产品，以作为人与自然间的媒介。[包括：工业设计、手工设计、机械设计、地毯设计、服装设计、

家具设计、纺织设计、壁纸设计等。] (2)、视觉传达设计：所谓视觉传达设计，是指利用视觉符号进行信息传达的设计。

始于 20 世纪 20 年代，形成于 60 年代。

视觉传达设计的目的：向特定的目标对象传达特定的信息。视觉传达设计分两个阶段：创意构想过程和创意视觉化过程。视觉传达设计的基本构成要素：（文字、标志、插图。）文字：表意功能，装饰美化功能。标志：作为一种具有特定内涵的视觉图形具有更形象，更直接的传递特定信息的优势与功能。

插图：具有直观形象性的表现优势，增强视觉传达的吸引力与感染力。

现代视觉传达设计包括以下领域：

广告设计 标志设计 包装设计 字体设计 书籍装帧设计 插图设计 展示设计 影视

设计 (3)、环境(空间)设计：所谓空间设计，是把人类的生活空间作为对象而进行的设计，也可以称为环境艺术设计。

三个领域的综合设计：CIS(企业识别系统)设计 2、现代设计类型与相关学科 (1) 设计与现代艺术

立体派：起源于西班牙画家毕加索的 1907 年的作品“阿维诺少女们” 未来派：意大利诗人马利纳蒂创建

达达派：诗人包尔开的一家咖啡馆作为诗人、画家、音乐家聚会场所而形成的文学运动。指导人物

匈牙利诗人塔沙拉 超现实主义：第一次世界大战后在欧洲出现的一种反美学的流派。创始人勃兰登

在 1924 年倡导“思想的真实功能”超现实主义画家 达利

六、现代设计师的素质与知识结构

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话：010—82041988

传真：010—82041899

网址：www.wjzfdesign.com

地址：北京市海淀区学院路7号弘威大厦622室

1、良好的精神品格，有强烈的事业心和高度的社会责任感 2、要有跟紧时代的现代设计观念 3、有良好的创造性思维能力

4、有良好的专业理论素养和广泛的知识面 5、要很高的专业设计能力和审美素养 6、有良好的群体意识和协调力

B、原理篇

一、现代设计的的基本原则与要求

即按照设计的客观规律归纳制定的设计家必须依据和遵循的法则 1、功能性原则

即目的性原则，以功能目的为设计的出发点。是现代设计最基本的原则。 2、经济性原则

成本的考虑，消费者支付能力的预测 3、艺术性原则

满足人们的审美需要。 4、主体性原则

设计目的的出发点把握。当代消费者需求的新趋势（1）、追求消费品的心理价值（2）、追逐时代与现代潮流（3）、追求消费的情趣（4）、追求消费品的协调统一 5、创新性原则 即个性化原则，是一个差别化设计策略的体现，个性化的内涵和独创的表现形式的和谐统一，显示出设计作品的个性与设计的独创性。

二、设计信息的传播与效应

现代设计信息作用多元化趋势特点：A、设计信息发布的多功能性 B、同一设计信息的交叉功能性 C、设计信息的长期效用性

设计信息是一种多层次的复杂的信息综合体，它大致可以分为（技术信息、语义信息、审美信息）三个层次。

美国学者约琴夫·克拉帕指出受传者在选择信息时存在着三种选择的因素：（选择性接受、选择性理解、选择性记忆）

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话：010—82041988

传真：010—82041899

网址：www.wjzfdesign.com

地址：北京市海淀区学院路7号弘威大厦622室

一项指定的设计信息要在与其他无数的设计信息相竞争中获得成功,在信息传递上一定要做到:(清晰、准确、可信、感人)

三、现代设计与市场经济

艺术设计首先是改善人类的生存环境,提高社会经济生活品质服务的,这最基本的物质功能决定了(实用价值)是其基本价值。这是艺术设计与纯粹艺术的本质差别。

(实用价值)是艺术设计价值的核心。现代设计的重要前提是(市场)市场=(人口+购买力+购买意愿)

这种(市场就是消费者)的新观念,比以往的市场概念突出了消费者的地位和利益,强调了市场就是买方的需求,只要有需求就有(市场)。

为什么说认识与把握市场,看准选择目标市场是获得设计的基本条件和重要环节?

答:首先,认识与把握市场,有助与设计找准目标对象,其次,认识与把握市场,有助于确定理想的诉求对象,最后,认识与把握市场,有助与设计定位。市场调查的主要程序:(市场环境调查、企业经营情况调查、产品情况调查、消费者调查、市场竞争状况调查。)市场调查的基本方法:(普查法、抽样调查法、随意调查法、典型调查法、访谈法、观察试验法)

现代设计的重要价值的体现还在于,它不仅能满足消费,还可以(引导消费、创造消费)

设计是创造(产品和服务附加值)的有效利器 附加价值的形成,有下列几种类型:(首先是来源于经验。其次,是来源于参照群体的影响 再次,来源于品牌是有用的信念。)创造和增加商品以及服务附加值的方法很多,但最直接、最有效的方法就是运用设计,因为:

- 1、设计是一种知识、智慧密集型的创造性活动,含有许多不可比的心理价值判断。
- 2、设计能增强产品在市场上的竞争力。
- 3、设计使人得到许多方面的精神上的满足。
- 4、设计能为人们创造良好的生活方式,不断提高人们的生活品质。

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话:010—82041988

传真:010—82041899

网址:www.wjzfdesign.com

地址:北京市海淀区学院路7号弘威大厦622室

什么是能创造高附加值的好设计？

1、外观 2、功能 3、质量 4、安全

四、设计文化与设计风格

现代设计的文化底蕴表现在如下的几个方面：

首先，人类社会的现代化进程是人类历史上文化积累的延续和拓展。

其次，现代设计具有良好的认识和诱导功能，能引导和转变人们的观念意识 最后，现代设计推动着

人们审美观念的变化，有利于提升社会审美文化品位。影响设计家风格形成的社会历史因素是十分

复杂的，主要有以下几个方面：首先，受一定历史时期和社会范畴的审美趣味和审美时尚的影

响。其次，是受民族文化传统和艺术与设计传统的影响。再次，是受外来文化和艺术思潮的影响。

风格的民族性，与风格的时代性相比，具有很大的（稳定性）和（持续性）。设计方法具有（辩证

性、规律性、定量性与可接受性）

现代，设计方法学正处在发展、完善与走向成熟的时期。各国均有所长，各具特点，但总的来说，

有以下几个方面的共同点：

1、宏观性 2、交叉性 3、系统性 4、优化性 5、现代性 借助于正确、科学的设计方法，将会为

设计项目的顺利完成提供如下几个方面的保证：

1、有助于设计适应观点的建立 2、有效地推进设计科学合理化的进程。3、能使设计活动系统化和

规范化 4、有利于设计活动的最佳方案的选择

现代设计的方法主要有：1、突变论方法 2、优化论方法、3 系统论方法 4 控制论方法 5 智能论方法

6 信息论方法 7 寿命论方法、8 离散论方法 9 模糊论方法、10 对应论方法

现代设计的程序：1、设计问题的提出 2、设计目标定位 3、针对问题搜集信息 4、分析消化资料 5、孕育设计创意 6 设计的评估与选择 7 展开设计 8 设计方案的最终审定 9 设计实施监督 10 设计的全程管理 C 造型篇

一、现代设计形态的基础构成 设计的基本要素（点、线、面）

（点）是最小的构成要素，最简洁的形态（线）是点移动的轨迹（面）是线移动的轨迹

纯粹用几何图形作抽象的构成来刺激视觉，从而构成特殊的幻觉以及视觉效果，在二次元平面构成中，表现三次元、四次的视觉效果，已成为现代设计造型教育中一个重要的课题，可以从以下几个方面

方面简约表述：1、立体感 2、空间感 3、运动感 4、质感 5、量感 6、图与地 7 错视 8 方向 9 群化

三、设计文字表现、

真正把活字技术发展完善使之成为现代印刷的主要方法的是德国人（约翰·古腾堡）

法国人（皮埃尔·西蒙·方涅·勒）于 1692 年出版了第一本字体字册（《印刷字体》），共收集了 4600 个字体。

文字的产生源于表意的（形象符号）因此，文字从一开始就与图画有着密不可分的关系。

四、设计与色彩计划

色彩的影响力表现在以下几个方面：

- 1、色彩在视觉上最容易发挥影响作用，使形象增强感染力。
- 2、色彩有使人增强识别记忆的价值
- 3、色彩有明显的刺激感和影响情绪的作用
- 4、色彩可以传达意念，表达一定确切的含义。

色彩销售学：是以消费者的中心，为消费者作想，让消费者喜欢。

色彩计划：根据企业市场营销战略，采用科学分析定位，运用色彩知觉，配色原理于各项设计领域内的实施方案，配合市场营销、经营策略、商品设计的整体性规划。

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话：010—82041988

传真：010—82041899

网址：www.wjzfdesign.com

地址：北京市海淀区学院路7号弘晟大厦622室

色彩计划的特性：1、科学化 2、类别化 3、阶段化 4、系统化 色彩计划的程序

1、情况调查阶段 2、表现概念阶段 3、色彩形象阶段 4、效果测试阶段 5、管理监督阶段 6、反馈调整阶段

标准色的设定，必须着眼于下列三个因素：

1、有利于塑造企业形象 2、明确告知生产与服务的特定内容 3、强化企业的市场竞争战略

企业标准色的设定，可作三种选择：1、单色标准色 2、复合标准色 3、标准色+辅助色 D 艺术篇

一、设计创造性思维与想像力 设计的本质在于创造，决定了现代设计师是一个创造性很强的职业，决定了设计师素质中最重要的品格（创造能力）英国心理学家沃勒斯的“四阶段说”，认为无论是科学或艺术的创造，一般都要经历四个阶段

1、创造的准备期 2、酝酿期 3、明朗期 4、验证期 加拿大应力学说的创立者塞利尔，把创造和生殖过程相类比提出了一个“七阶段”模式

1、恋爱与情欲 2、受孕 3、怀孕 4、痛苦的产前阵痛 5、分娩 6、查看和检验 7、生活

灵感作为一种特殊思维方式有以下几个方面的特征

1、形象性 2、灵感的产生具有很大的偶发性 3、灵感的显现的过程中总是伴随强烈的情感因素 4、灵感产生的过程常处在不自觉意识或无意识状态中

创造性思维具有以下 5 个方面的显著特征

1、独创性，与众不同、前人不同，独具卓识 2、连动性，即“由此及彼”的思维能力 3、多向性，善于从不同角度思索问题 4、跨越性 5、综合性，多种思维形式的综合运用，才能有效的进行创造性思维活动。

二、设计创意的魅力

作为孕育创意的创造过程，6个阶段：（1、准备 2、全力以赴 3、酝酿 4、灵感突现 5、测评 6、实施）韦伯扬的创意5步曲：（1、收集资料阶段 2、消化资料阶段 3、创意酝酿阶段 4、创意顿悟阶段 5、创意验证阶段 设计创意的基本方法：（1、头脑风暴法 2、超序联想法 3、影像创意法 4、联想创意法 5、分列创意法 6、分脑创意法 7 逆转创意法 8 辐射创意法）

三、设计与艺术表现

现代设计的艺术表现手法的不断丰富与发展变化，主要是由以下三个方面的因素促成的：

- 1、激烈的市场竞争促成表现手法的不断更新 2、为适应当代审美心理趋势的发展变化
- 3、与其他艺术的参透融合丰富了艺术表现的内容目前流行的艺术表现手法列举如下：
 - 1、真实再现 2、突出特征 3、对比衬托 4、夸张变形 5、幽默谐趣 6、以情托物 7、比喻象征 8、运用联想 9、以小见大 10、神奇迷幻 11、字体效应 12、抽象含蓄 13、解构重复 14、系列展开 15、怪异荒诞 16、创造节奏 17、间接暗示 18、空灵淡化 19、气氛烘托 20、选择偶像

四、设计与视觉形式心理

（外在的形式）是给予观众的第一印象，它引导观众去体验内容的意蕴和特性，形成第二印象（多样统一）是一切优秀艺术作品必须遵循的一个共同准则，它是形式美的基本规律，美学的辩证法形式美的主要法则简述如下：

- 1、主从与重点 2、对称与均衡 3、对比与调和 4、节奏与韵律 5、比例与尺度 6、视点与视线 7、空白与虚设计概论重点内容（新开贴）

二、现代设计的概念

现代设计的新概念：设计是对以往传统设计的突破和革新，成为融合社会的、经济的、技术的、心理的、文化的各种形态的特殊的审美创造活动，是一种新型的审美文化。

艺术设计的本质：（1）、艺术设计是人类有目的性的审美创造活动（2）、艺术设计是一种问题求解活动（3）、设计是一种智能文化创造形态 单纯平面广告设计程序：（1）、研究广告的产品和市场情况（2）、拟订广告文案确立传播理念（3）、孕育构想广告创意（4）、确立广告表现艺术手法（5）、对广告设计方案进行验证修改调整 3、现代设计的特征（1）、现代设计是受到时间空间限制的实践活动（2）、设计活动是在特定的物质条件的约束下进行的（3）、设计都是为了满足人的某种需要而进行的（4）、设计是创造性的活动（5）、设计活动是不断推进的过程

三、设计的价值与设计效应 1、现代设计的设计价值 技术本身并没有价值，其价值只能通过以特定的设计形式的商品表现出来，只有设计与开发，才能使企业生产活动得以运转，使科学管理发挥作用。 2、现代设计的经济价值

当代设计已成为提高经济效益和市场竞争的根本战略和有效途径，作为经济的载体。设计已成为国家和企业发展的有效手段。 3、现代设计的文化价值（1）、设计所传播的信息体现了有关商品和服务的价值观念（2）、设计所传播的信息体现着民族文化或亚文化群的人文特征，渗透着鲜明的民族文化特征。（3）、设计所传播的信息体现着人类社会知识的传承（4）、设计所传播的信息体现着一定的道德价值。（5）、设计所传播的信息体现着特定的审美价值 文化价值要求得到很好的生成条件：（1）、关注群体文化的同类意识对设计文化价值生成的影响（2）、关注设计作品目标受众的价值参考系统对设计文化价值生成的影响（3）、关注设计作品目标受众的期望对设计文化价值生成的影响

四、现代设计的源流及发展

现代艺术设计的产生和发展经历了从 19 世纪后期到整个 20 世纪一百余年的漫长历程，从英国的（“工艺美术运动”）和以德国为中心的（“包豪斯”）为核心的现代主义，现代设计才完成了从

酝酿到产生的在内涵上有的质的根本变革的设计革命，才从传统的设计蜕变为现代设计。2、“工艺美术运动”

“工艺美术”是起源于英国 19 世纪后期的一次设计运动。理论思想家是拉斯金，主要人物是艺术家、诗人威廉·莫里斯（现代设计之父、“工艺美术”运动创始人）。3、新艺术运动

新艺术运动是 19 世纪末、20 世纪初在欧洲和美国产生和发展的一次艺术运动。它的口号是“自然、率真和精巧的技术”。

19 世纪 80 年代末，比利时建筑师、画家（费尔德）首先倡导了新艺术运动。费尔德在 1894 年发表论文《为艺术清除障碍》。在费尔德的倡导下，1908 年魏玛市立美术学校改建成市立工艺学校，就是包豪斯设计学院的前身。新艺术运动大师级人物（劳特累克。）*新艺术运动在法国

（法国）是新艺术运动的发源地，从 1900 年的巴黎世界博览会开始展露头角，这场运动持续（20 余年。）

法国新艺术运动有几个颇有影响的设计群体，萨姆尔·宾的（“新艺术之家”）设计事务所，（“现代之家”）设计事务所和（“六人集团”）*新艺术运动在比利时

比利时新艺术运动最杰出的设计家和思想家是（费尔德）

比利时新艺术运动著名的团体是（“二十人社”）领袖是（费尔德），核心人物（霍特·波维）

（费尔德）是“德意志制造联盟”的发起人之一 1907 年“德意志制造联盟”成立 *新艺术运动在奥地利

奥地利出现了“维也纳分离派”领袖人物是（克里姆特）*新艺术运动在美国

美国形成了（“芝加哥学派”）重要人物（沙利文）4、装饰艺术运动

20 世纪的 20 年代—30 年代法国、美国 and 英国等国家进行的一次风格非常特殊的设计运动 5、现代主义 现代主义设计运动出现在 20 世纪初

(现代科学技术的发展)是现代主义设计思潮产生最直接的重要因素

从设计思想来看,现代主义设计运动具有民主主义、理想主义、精英主义三方面鲜明的特征。现代主义设计:现代主义设计是民主主义的,认为通过设计可以改善和提高社会整体生活水准,具有十分鲜明的民主主义色彩。又是非常理想化的,具有小资产阶级知识分子的乌托邦幻想色彩,有十分突出的精英主义的倾向。现代主义设计运动起源于欧洲

荷兰风格派运动(1918—1928)中心人物是《风格杂志》主编(杜斯博格),画家(蒙德里安)是风格派的哲学和视觉造型发展的源泉,另一个重要人物莱克 德国工业同盟 1907年(姆特修斯)是德国工业同盟的奠基人和组织者 6、包豪斯

“包豪斯”:创建者和领导者是建筑家格罗佩斯 1919年世界上第一所为发展现代设计教育的而创建的学校 包豪斯的教学思想和方针

- A、在设计中提倡自由创造,反对模仿因袭墨守成规
- B、将手工艺与机器生产结合起来,提倡在掌握手工艺的同时,了解现代工艺的特征
- C、强调基础训练
- D、强调实际动手能力和理论修养并重 E、强调学校教育与社会生产实际的结合 包豪斯原则(1)、主张艺术与技术的新统一(2)、强调设计的目的是人,而不是产品(3)、强调设计必须遵循自然与客观的法则进行 包豪斯三个阶段

魏玛时期的包豪斯(1919—1924) 狄索时期的包豪斯(1925—1930) 柏林时期(1931—1933) 7、现代主义——国际主义 8、后现代主义

现代主义之后 20世纪60年代 第一个提出后现代主义看法的是美国建筑家(文丘里),提出(“少则厌烦”)的看法挑战(“少就是多”)的原则

文丘里在 1966 年发表的著作《建筑的复杂性和矛盾性》中提出了后现代主义的理论原则（1）、现代主义、国际主义的纯粹性和后现代主义的多元性（2）、现代主义、国际主义的直接了当和后现代主义的扭曲（3）、现代主义、国际主义的理性清晰和后现代主义的模糊 后现代主义的典型特征：

A、后现代主义装饰性，丰富性和审美愉悦性，

B、对于历史传统文化采取折中主义立场，即承传了历史风格的某些因素，而又有所变化发展

C、后现代主义则强调设计的娱乐性和处理装饰细节上的模糊性 后现代风格流派：波普风格：波普风格又称流行风格，源于英国

“孟菲斯”集团：领导者是意大利设计师（索特萨斯）

五、现代设计类型与相关学科 1、现代设计的基本类型

日本设计理论家川添登在其专著《何谓设计》中，以构成世界的三大要素：（人、自然、社会），根据设计的目的，将设计划分为三个领域：（1）、产品设计：以用为设计目的，制造适当的产品，以作为人与自然间的媒介。[包括：工业设计、手工设计、机械设计、地毯设计、服装设计、家具设计、纺织设计、壁纸设计等。]（2）、视觉传达设计：所谓视觉传达设计，是指利用视觉符号进行信息传达的设计。

始于 20 世纪 20 年代，形成于 60 年代。

视觉传达设计的目的：向特定的目标对象传达特定的信息。视觉传达设计分两个阶段：创意构想过程和创意视觉化过程。视觉传达设计的基本构成要素：（文字、标志、插图。）文字：表意功能，装饰美化功能。标志：作为一种具有特定内涵的视觉图形具有更形象，更直接的传递特定信息的优势与功能。

插图：具有直观形象性的表现优势，增强视觉传达的吸引力与感染力。

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话：010—82041988

传真：010—82041899

网址：www.wjzfdesign.com

地址：北京市海淀区学院路7号弘晟大厦622室

现代视觉传达设计包括以下领域：

广告设计 标志设计 包装设计 字体设计 书籍装帧设计 插图设计 展示设计 影视

设计 (3)、环境(空间)设计：所谓空间设计，是把人类的生活空间作为对象而进行的设计，也可以称为环境艺术设计。

三个领域的综合设计：CIS(企业识别系统)设计 2、现代设计类型与相关学科 (1)设计与现代艺术

立体派：起源于西班牙画家毕加索的 1907 年的作品“阿维诺少女们” 未来派：意大利诗人马利纳蒂创建

达达派：诗人包尔开的一家咖啡馆作为诗人、画家、音乐家聚会场所而形成的文学运动。指导人物匈牙利诗人塔沙拉 超现实主义：第一次世界大战后在欧洲出现的一种反美学的流派。创始人勃兰登在 1924 年倡导“思想的真实功能”超现实主义画家 达利

六、现代设计师的素质与知识结构

1、良好的精神品格，有强烈的事业心和高度的社会责任感 2、要有紧跟时代的现代设计观念 3、有良好的创造性思维能力

4、有良好的专业理论素养和广泛的知识面 5、要很高的专业设计能力和审美素养 6、有良好的群体意识和协调力

B、原理篇

一、现代设计的的基本原则与要求

即按照设计的客观规律归纳制定的设计家必须依据和遵循的法则 1、功能性原则

即目的性原则，以功能目的为设计的出发点。是现代设计最基本的原则。 2、经济性原则

成本的考虑，消费者支付能力的预测 3、艺术性原则

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话：010—82041988

传真：010—82041899

网址：www.wjzfdesign.com

地址：北京市海淀区学院路7号弘威大厦622室

满足人们的审美需要。4、主体性原则

设计目的的出发点把握。当代消费者需求的新趋势（1）、追求消费品的心理价值（2）、追逐时代与现代潮流（3）、追求消费的情趣（4）、追求消费品的协调统一5、创新性原则 即个性化原则，是一个差别化设计策略的体现，个性化的内涵和独创的表现形式的和谐统一，显示出设计作品的个性与设计的独创性。

二、设计信息的传播与效应

现代设计信息作用多元化趋势特点：A、设计信息发布的多功能性 B、同一设计信息的交叉功能性 C、设计信息的长期效用性

设计信息是一种多层次的复杂的信息综合体，它大致可以分为（技术信息、语义信息、审美信息）三个层次。

美国学者约琴夫·克拉帕指出受传者在选择信息时存在着三种选择的因素：（选择性接受、选择性理解、选择性记忆）

一项指定的设计信息要在与其他无数的设计信息相竞争中获得成功，在信息传递上一定要做到：（清晰、准确、可信、感人）

三、现代设计与市场经济

艺术设计首先是改善人类的生存环境，提高社会经济生活品质服务的，这最基本的物质功能决定了（实用价值）是其基本价值。这是艺术设计与纯粹艺术的本质差别。

（实用价值）是艺术设计价值的核心。现代设计的重要前提是（市场）市场=（人口+购买力+购买意愿）

这种（市场就是消费者）的新观念，比以往的市场概念突出了消费者的地位和利益，强调了市场就是买方的需求，只要有需求就有（市场）。

为什么说认识与把握市场，看准选择目标市场是获得设计的基本条件和重要环节？

答：首先，认识与把握市场，有助与设计找准目标对象，其次，认识与把握市场，有助于确定理想的诉求对象，最后，认识与把握市场，有助与设计定位。市场调查的主要程序：（市场环境调查、企业经营情况调查、产品情况调查、消费者调查、市场竞争状况调查。）市场调查的基本方法：（普查法、抽样调查法、随意调查法、典型调查法、访谈法、观察试验法）

现代设计的重要价值的体现还在于，它不仅能满足消费，还可以（引导消费、创造消费）

设计是创造（产品和服务附加值）的有效利器 附加价值的形成，有下列几种类型：（首先是来源于经验。其次，是来源于参照群体的影响 再次，来源于品牌是有用的信念。）创造和增加商品以及服务附加值的方法很多，但最直接、最有效的方法就是运用设计，因为：

- 1、设计是一种知识、智慧密集型的创造性活动，含有许多不可比的心理价值判断。
- 2、设计能增强产品在市场上的竞争力。
- 3、设计使人得到许多方面的精神上的满足。
- 4、设计能为人们创造良好的生活方式，不断提高人们的生活品质。

什么是能创造高附加值的好设计？

- 1、外观
- 2、功能
- 3、质量
- 4、安全

四、设计文化与设计风格

现代设计的文化底蕴表现在如下的几个方面：

首先，人类社会的现代化进程是人类历史上文化积累的延续和拓展。

其次，现代设计具有良好的认识和诱导功能，能引导和转变人们的观念意识 最后，现代设计推动着人们审美观念的变化，有利于提升社会审美文化品位。影响设计家风格形成的社会历史因素是十分复杂的，主要有以下几个方面：首先，受一定历史时期和社会范畴的审美趣味和审美时尚的影响。其次，是受民族文化传统和艺术与设计传统的影响。再次，是受外来文化和艺术思潮的影响。

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话：010—82041988

传真：010—82041899

网址：www.wjzfdesign.com

地址：北京市海淀区学院路7号弘威大厦622室

风格的民族性，与风格的时代性相比，具有很大的（稳定性）和（持续性）。设计方法具有（辩证性、规律性、定量性与可接受性）

现代，设计方法学正处在发展、完善与走向成熟的时期。各国均有所长，各具特点，但总的来说，有以下几个方面的共同点：

1、宏观性 2、交叉性 3、系统性 4、优化性 5、现代性 借助于正确、科学的设计方法，将会为设计项目的顺利完成提供如下几个方面的保证：

1、有助于设计适应观点的建立 2、有效地推进设计科学合理化的进程。3、能使设计活动系统化和规范化 4、有利于设计活动的最佳方案的选择

现代设计的方法主要有：1、突变论方法 2、优化论方法、3 系统论方法 4 控制论方法 5 智能论方法 6 信息论方法 7 寿命论方法、8 离散论方法 9 模糊论方法、10 对应论方法

现代设计的程序：1、设计问题的提出 2、设计目标定位 3、针对问题搜集信息 4、分析消化资料 5、孕育设计创意 6 设计的评估与选择 7 展开设计 8 设计方案的最终审定 9 设计实施监督 10 设计的全程管理 C 造型篇

一、现代设计形态的基础构成 设计的基本要素（点、线、面）

（点）是最小的构成要素，最简洁的形态（线）是点移动的轨迹（面）是线移动的轨迹

纯粹用几何图形作抽象的构成来刺激视觉，从而构成特殊的幻觉以及视觉效果，在二次元平面构成中，表现三次元、四次的视觉效果，已成为现代设计造型教育中一个重要的课题，可以从以下几个方面

个方面简约表述：1、立体感 2、空间感 3、运动感 4、质感 5、量感 6、图与地 7 错视 8 方向 9 群化

三、设计文字表现、

真正把活字技术发展完善使之成为现代印刷的主要方法的是德国人（约翰·古腾堡）

法国人(皮埃尔·西蒙·方涅勒)于1692年出版了第一本字体字册(《印刷字体》),共收集了4600个字体。

文字的产生源于表意的(形象符号)因此,文字从一开始就与图画有着密不可分的关系。

四、设计与色彩计划

色彩的影响力表现在以下几个方面:

- 1、色彩在视觉上最容易发挥影响作用,使形象增强感染力。
- 2、色彩有使人增强识别记忆的价值
- 3、色彩有明显的刺激感和影响情绪的作用
- 4、色彩可以传达意念,表达一定确切的含义。

色彩销售学:是以消费者的中心,为消费者作想,让消费者喜欢。

色彩计划:根据企业市场营销战略,采用科学分析定位,运用色彩知觉,配色原理于各项设计领域内的实施方案,配合市场营销、经营策略、商品设计的整体性规划。

色彩计划的特性:1、科学化 2、类别化 3、阶段化 4、系统化 色彩计划的程序

- 1、情况调查阶段
- 2、表现概念阶段
- 3、色彩形象阶段
- 4、效果测试阶段
- 5、管理监督阶段
- 6、反馈调整阶段

标准色的设定,必须着眼于下列三个因素:

- 1、有利于塑造企业形象
- 2、明确告知生产与服务的特定内容
- 3、强化企业的市场竞争战略

企业标准色的设定,可作三种选择:1、单色标准色 2、复合标准色 3、标准色+辅助色 D 艺术篇

一、设计创造性思维与想像力 设计的本质在于创造,决定了现代设计师是一个创造性很强的职业,决定了设计师素质中最重要的品格(创造能力)英国心理学家沃勒斯的“四阶段说”,认为无论是科学或艺术的创造,一般都要经历四个阶段 1、创造的准备期 2、酝酿期 3、明朗期 4、验证期 加拿大应力学说的创立者塞利尔,把创造和生殖过程相类比提出了一个“七阶段”模式

- 1、恋爱与情欲
- 2、受孕
- 3、怀孕
- 4、痛苦的产前阵痛
- 5、分娩
- 6、查看和检验
- 7、生活

灵感作为一种特殊思维方式有以下几个方面的特征

1、形象性 2、灵感的产生具有很大的偶发性 3、灵感的显现的过程中总是伴随强烈的情感因素 4、

灵感产生的过程常处在不自觉意识或无意识状态中

创造性思维具有以下 5 个方面的显著特征

1、独创性，与众人、前人不同，独具卓识 2、连动性，即“由此及彼”的思维能力 3、多向性，善于从不同角度思索问题 4、跨越性 5、综合性，多种思维形式的综合运用，才能有效的进行创造性思维活动。

二、设计创意的魅力

作为孕育创意的创造过程，6 个阶段：（1、准备 2、全力以赴 3、酝酿 4、灵感突现 5、测评 6、实

施）韦伯扬的创意 5 步曲：（1、收集资料阶段 2、消化资料阶段 3、创意酝酿阶段 4、创意顿悟

阶段 5、创意验证阶段 设计创意的基本方法：（1、头脑风暴法 2、超序联想法 3、影像创意法 4、

联想创意法 5、分列创意法 6、分脑创意法 7 逆转创意法 8 辐射创意法）

三、设计与艺术表现

现代设计的艺术表现手法的不断丰富与发展变化，主要是由以下三个方面的因素促成的：

1、激烈的市场竞争促成表现手法的不断更新 2、为适应当代审美心理趋势的发展变化

3、与其他艺术的参透融合丰富了艺术表现的内容 目前流行的艺术表现手法列举如下：

1、真实再现 2、突出特征 3、对比衬托 4、夸张变形 5、幽默谐趣 6、以情托物 7、比喻象征 8、运

用联想 9、以小见大 10、神奇迷幻 11、字体效应 12、抽象含蓄 13、解构重复 14、系列展开 15、

怪异荒诞 16、创造节奏 17、间接暗示 18、空灵淡化 19、气氛烘托 20、选择偶像

四、设计与视觉形式心理

北京维晶正方设计与教育基地

咨询电话：010—82041988

传真：010—82041899

网址：www.wjzfdesign.com

地址：北京市海淀区学院路7号弘晟大厦622室

(外在的形式)是给予观众的第一印象,它引导观众去体验内容的意蕴和特性,形成第二印象(多样统一)是一切优秀艺术作品必须遵循的一个共同准则,它是形式美的基本规律,美学的辩证法

形式美的主要法则简述如下:

1、主从与重点 2、对称与均衡 3、对比与调和 4、节奏与韵律 5、比例与尺度 6、视点与视线 7、空

白与虚