

设计美学导论

Introduction to design aesthetics

黄柏青 著



世界图书出版公司

中国出版集团

设计美学导论

Introduction to design aesthetics

黄柏青 著



世界图书出版公司
广州·上海·西安·北京

图书在版编目(CIP)数据

设计美学导论 / 黄柏青著. — 广州 : 世界图书出版广东有限公司, 2012.12

ISBN 978-7-5100-5442-6

I. ①设… II. ①黄… III. ①设计-艺术美学 IV. ①J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 286490 号

设计美学导论

责任编辑 刘文辉 王梦洁

封面设计 林海燕

出版发行 世界图书出版广东有限公司

地 址 广州市新港西路大江冲 25 号

电 话 020-84459702

印 刷 广州市快美印务有限公司

规 格 787mm×1092mm 1/16

印 张 16

字 数 240 千字

版 次 2013 年 1 月第 1 版 2013 年 5 月第 2 次印刷

ISBN 978-7-5100-5442-6/J·0144

定 价 58.00 元

版权所有,翻印必究

目 录

绪 论	/1
-----	----

第一章 设计美学概念论	/6
-------------	----

第一节 设计美学的命名问题	/6
---------------	----

第二节 设计美学的撰写历史	/13
---------------	-----

第三节 设计美学应如何讲述	/23
---------------	-----

第二章 设计审美现象论	/25
-------------	-----

第一节 日常生活审美化现象	/25
---------------	-----

第二节 设计审美形象化现象	/32
---------------	-----

第三节 景观社会与设计认同	/42
---------------	-----

第三章 设计审美要素论	/49
-------------	-----

第一节 最本质的审美要素:功能美	/49
------------------	-----

第二节 最基础的审美要素:材料美	/69
------------------	-----

第三节 最直观的审美要素:形式美	/79
------------------	-----

第四章 设计审美表现论	/100
-------------	------

第一节 设计审美表现的基本范式	/100
-----------------	------

第二节 设计审美表现的形式问题	/106
-----------------	------

第三节 设计审美表现的变通法则	/126
-----------------	------

第五章 设计审美心理论	/129
第一节 设计审美心理要素	/129
第二节 视觉审美感知要素	/141
第三节 设计审美接受心理	/145
第六章 设计审美历史论	/150
第一节 设计审美历史的特色彰显	/150
第二节 设计审美历史的制约因素	/158
第三节 设计审美历史的发展规律	/169
第七章 设计审美文化论	/178
第一节 设计艺术的文化生成	/178
第二节 设计艺术的西方模式	/181
第三节 设计艺术的中国模式	/185
第四节 设计艺术的印度模式	/190
第五节 设计艺术的伊斯兰模式	/193
第八章 设计审美趋势论	/199
第一节 全球化语境中设计艺术的美学取向	/199
第二节 当代中国城市景观设计的美学取向	/203
第三节 消费社会语境包装设计的美学取向	/210
第四节 新媒体语境中动漫艺术的美学取向	/223
参考文献	/241
参考网站	/243
后 记	/245

绪 论

20 世纪 60 年代以来,许多工业化国家将创新设计作为国家创新战略的重要内容,扶持创新设计,培养设计人才,振兴设计产业,创建设计文化,借重创新设计整合科技、制造、商业、文化等资源,提升产品竞争力和附加值,创建著名品牌。英国、荷兰、丹麦等欧盟国家先后设立“国家设计委员会”,制定“国家设计振兴政策”;日本、韩国、新加坡等政府也成立专门机构,拨付专项经费着力扶持,通过这些措施使得自己国家工业生产发生了翻天覆地的变化,国家也迅速完成了转型,完成了现代化,跨入了发达资本主义国家行列。未来 5~10 年是我国实现由制造大国向创造强国跨越的关键时期,以创新设计为重要手段,促进引领创新制造、创新服务、创新品牌、创新价值,促进产业结构调整升

级、发展方式转型,提升自主创新能力,建设创新型国家,意义重大。创新设计将可赋予产品和服务更丰富的物质、心理和文化内涵,满足和引领市场和社会需求,提升价值,提升国家和产业竞争力和可持续发展能力。创新设计是促进中国制造从 OEM 向 ODM/OBM 转变的重要因素;绿色、低碳设计将从源头上促进节能、降耗、减排,为可持续发展提供重要支撑;创新设计不仅满足人的物质需求,还能创造和引领人的精神需求,创造美好生活,促进社会文明和谐;创新中国设计将弘扬中华文明,吸收融合世界各民族智慧和优秀文化,对人类工业文明、知识文明的繁荣进步做出贡献。总之,设计已经成为衡量一个国家经济竞争力的重要因素之一。“设计一向处于主导我们文化的两极之间,一极

是技术与工业现实,另一极是以人为尺度的生产和社会乌托邦。”^①

随着社会的发展,人类物质生活与精神生活不断发展与丰富,设计已经从最初的以主要满足人们的物质功能需求的传统设计(第一阶段)发展到强调满足人们的个性化和多样需求的现代设计(第二阶段);并且已经进入到当代设计阶段:以满足人们的物质、精神需求和生态环保要求为目标,追求个人、社会、人与自然的和谐、协调可持续发展的第三阶段。随着文明进化,人们的消费观念、文化理念、生活与生产方式随之改变,设计从注重对材料和技术的利用、功能的优化,上升为对美的追求,人性化、个性化、多样化的用户体验,以及对人文道德、生态环境的关怀。设计的符号价值、审美价值在整个设计竞争中越来越占有重要的地位。

《设计美学》是设计艺术教育中的一门较新的课程,说它“新”一是因为这门课程在中国大陆开设至今还不到三十年,二是因为这门课程的设置意味着设计艺术从单纯的以“美术”训练层面为主的“工艺美术设计”转型到以“文化定位、宏观创制”为高度的“美学设计”。它的根本目的就是要将美学融入到设计之中,以美学来指导设计艺术,从而在一个更高层面上创造更为美好的生活。很多人质疑设计专业日常教学中的

艺术教育已经包括了审美训练,是否还有必要再开设一门专门的设计美学课程?我们认为设计专业有必要开设《设计美学》课程,这缘于以下几点原因:

第一,设计专业中的艺术教育课程,如基础绘画技法、设计材料与工艺、视觉形式语言等等,诸如此类的审美训练课程,并不等于我们这里所说的美学训练。我们认为常规的艺术技法审美训练往往只是满足于基本的形式技法如何完美的要求,一般不会涉及更深层次的美学问题。我们知道,审美只是美学中的主要内容之一,美学除了了解技法类的形式美内容之外,还应该包含更多的内容。比如,对为何如此就具有形式美进行进一步的追问;比如,设计中除了要满足人的感性需求之外,还要处理人的理性精神的追求,人的自由自觉境界的升华价值体现,等等,这些也是设计必须涉及的内容,必须加以面对的问题。而这些问题设计技法课程无法解决,只有依靠设计美学理论课程才能够解决。

第二,设计艺术技法课程并不能满足学生日益增长的美学需求。学生在掌握了基本的艺术技能之外,还会进一步寻求技法之外的深刻的美学问题。比如,为何要使用某种形式来从事一种设计创造,这种设计创造表达的深层意义是什么?为什么只有选择这种形式进行

^① 马克第亚尼:《非物质社会——后工业世界的设计、文化与技术》,滕守尧译,四川人民出版社2001年版。

设计才会是“美”的,选择另外的设计形式可能就是“丑”的?而且为何以前选择这种形式从事这种设计会受到许多追捧,会成为一种时尚,但是过了一段时间,或者到了另外一个地方,就时过境迁,再使用这一形式从事这种设计,可能就不会被认为是美的,甚至会被人们认为是丑的而被抛弃?

第三,学生步入社会以后从事具体设计实践工作,也会遇到消费者所提出的诸如此类的问题。比如,你为什么用这种形式来设计这个东西?或者换句话说,这个设计最后为什么呈现为这种形象?这种设计美的原因是什么?我为什么要选择这种形式设计出来的东西,即为什么这种形象就是美的?或者,从另一个角度来说,就是我们的学生必须要说服消费者相信使用这种形式来从事这种设计才会实现消费者的审美理想,也就是说,只有如此设计最后呈现出来的这种形象才会是他们所想要的形象——即美的形象。而这一点是专业技法类的课程所无法解决和无法回答的。而美学恰好就可以解答这样一些问题。

第四,传统的美学课程(如《美学原理》之类的课程)因为主要讨论诸如美的本质、审美心理、审美类型、审美经验、审美活动等一些基础性的理论问题,它们往往无法顾及专业领域内的美学问题,即使有的美学原理类的著作偶尔涉及一些具体的问题(譬如,叶朗《现代美学体系》中就有专章谈论审美设

计),但也因为主旨不在美学的具体领域而言之不详。传统的《美学原理》之类的美学基础理论课程更无法满足人们运用美学原理来从事专业领域内的设计运用问题的精神需求。而专业领域的美学课程可以满足人们运用基本的美学原理来解决此专业内的美学问题。设计美学从某种意义上讲,正是运用美学原理来解决设计专业领域内设计之美等更高层次的问题。

设计确实需要美学,因为设计美学是站在一个更高的哲学层次来解答设计技法课程所不能回答的问题。设计美学一方面促使设计师建立自觉的审美意识,使得所创造的设计作品更适合于人们的审美心理,引发人们的情感反应,建立起良好的人与物、人与人的和谐关系,从而帮助人们由“求生”走向“乐生”的人生境界;另一方面设计美学促使设计师和设计作品接受者具备更自觉的人文精神,使得他们自觉地具有人文关怀意识,从而站在人与人自身、人与自然、人与社会、人与宇宙的关系等更为广阔的视野上去思考设计,自觉参与到人的精神生活、人的价值追求、人的境界升华的建构之中,提高人的精神品位,超越对单纯的物性与世俗功利性的追求,帮助人们更好地由使设计从“必然王国”走向“自由王国”,从自发的操作走向自觉的设计之美的创造,从单纯满足生命主体的感性物欲到升华人的“自由的精神境界”。

第五,学科建设的需要。设计艺术学科的建立与完善,要求确立起以设计美学为核心之一的设计艺术理论学科的学术体系。如果说,设计概论强调的是设计概念、设计分类、设计哲学;设计史强调的是各个历史时期设计现象及其背后的设计的见解;那么,设计美学则强调设计的是美学样态,为何要如此设计,这种设计的审美标准以及背后的原因、深层意识形态等。这些理论课程也意味着我们的设计从以前的以重技术的“美术”训练为核心到现在的重视技法训练和思考设计对象的文化定位、宏观创制相结合的“文化设计”高度的转型。“与通常所说的纯艺术相比,现代设计在……设计师与实践相结合的理论素养成为判定其自身真正价值的重要砝码,……现代设计美学知识及其应用能力是现代设计师必须具备理论素养的一个重要内容,现代设计美学是使现代设计成为一门真正独立而且具有持续生命力的学科不可或缺的理论成分。”^①

21世纪人们的价值观念发生了非常大的转型,人们的审美意识发生着革命性的变化。从衣食住行到文化娱乐,从日常生活到审美理想,大工业化背景下形成的以实用为主导的设计理念,正在被信息时代背景下形成的以消费为主导的设计理念所取代。以往那种以牢固、耐用、朴素为目的设计出来的常规

产品,因为缺乏人性化的考虑,已跟不上时代步伐而受到冷落,取而代之的是以简洁、漂亮、个性为特点的时尚产品。从服饰、发型、家庭装修这些纯粹个人的设计,到城市规划、小区布局、店面装饰、各种广告等社会件极强的大型设计,以及美轮美奂、日新月异的信息设计,都在不约而同地以追踪审美为目标,在标新立异中创造出新的节点。当代人的这种生活实践和审美诉求,催生着新的设计理念,重视对生命实践中新经验的迸发、新事物的接受和新形式的体验。他们不屑于把生存实践和文化实践凝固成一种稳定的状态,而是追求生活过程中新的经验与新的感觉。短暂性、新奇性和多样性成为新时期审美趣味流行性的主要特征。这种情况固然对传统是一种挑战,有助于突破常规、保守、封闭的设计风格,最大限度地激发人们的创造力。但是,这种过分追求流行的审美心理,也演化出一种近乎浮躁的设计状态。为了迎合市场,追求感官效果,在各种产品的形式上大做文章,而将文化内涵放到次要位置。于是生活中出现了大量漂亮但是不耐人寻味、华丽但不能持久使用、新颖独特但经不起推敲的设计作品。以最能体现时代脉搏的建筑设计、环境设计为例,这种情况也表现得极为明显。近年来我国建筑设计和环境设计艺术存在许多问题:比如,严重的形式主义倾向,出现夸宫撵

^① 章利国:《现代设计美学》(修订版),清华大学出版社2008年版。

贫、崇洋媚外、追求豪华等不良风气;比如,出现的特色危机现象,一些城市的特色齐消失,地域特征极度弱化,对西方建筑语言效仿造成建筑风格上千篇一律;比如,无视生态、无视环境的建筑造成美学上的灾难和人们心灵上的阴影;比如,创作浮躁、急功近利,缺乏精品意识,等等。如果从美学角度来归纳凡此种种,就是设计近于形式而排斥内容,设计产品中的文化要素越来越贫乏。而且,这种倾向在与百姓生活密切相关的其他设计领域也普遍存在着。这

些问题,若是不加以重视,不加以解决,设计将不是造福于人类的,而将成为人类生活的一场灾难。故此,设计美学的学习更显得急迫和重要。

总之,通过设计美学的学习,不仅能够提高我们审美修养,还能提高我们的逻辑思维能力和思辨能力,从而引导我们从美学乃至艺术哲学的高度对设计艺术的审美现象进行分析,以自觉的理论高度来指导设计艺术实践,为我们实现“设计让生活更美好”这一理想奠定坚实的基础。

第一章 设计美学概念论

讨论一个事物,首先面对的是它的命名。西方学术界认为命名实质上是事物的指称问题。英美分析哲学中有两个重要的理论:一个是“摹状词理论”,这个理论由弗雷格、罗素提出,后来由维特根斯坦、丘奇、塞尔等人加以补充和修改完成。这一理论认为事物的名称具有它们各自的内涵,实质上是一些缩略的或伪装的确定摹状词,或者至少与这些确定摹状词是同义的。命名活动就是在思想上把一组确定摹状词或一组特性与一个名称相关联,即取决于命名的对象具有这样一组特性;另一个是“历史的、因果的命名理论”,这个理论由克里普克、普特南等人主张,认为命名活动取决于名称与某种命名活动因果联系,即我们在给事物命名时,所依据的并不是对名称的意义的了解,而是对某些历史事件及其因果影响的了解。简单地总结,前一种理论,名称之所以能够被用来给对象命名,是因为名称具有各自的意义,这种意义规定了它们指称的条件;后一种理论,名称并不具有上面所说的那种意义,只是依据某些命名活动及其因果影响,当然它们仍然具有明确的指称。^①面对设计美学这一概念,我们也应该对其进行应有的探讨和界定。

第一节 设计美学的命名问题

设计美学是什么?顾名思义,设计美学应该就是关于设计的美学学问,或者是一门关于设计之美的学科。但是,我们可以看到,这个概念还相当模糊,这种模糊源于三个方面:一是理论界现在还没有一致的定义,只要翻开当今的设计美学著作,我们就会发现关于什么是设计美学还真有些言人人殊;二是每

^① 索尔·克里普克:《命名与必然性》,梅文译,上海译文出版社 2001 年版,第 2 页。

一个学者对自己定义的正确性明显低于应有的标准,目前的学术界似乎还没有一个人敢肯定地说自己的设计美学著作就把这一问题讲清楚了;三是一般对这个概念进行解释,必须引入关于另外一系列的概念的解释才能对此阐释清楚,比如,我们必须进一步解释什么是美或者什么是美学等概念。让我们看看理论界对“设计美学”的一些代表性答案。

最早的章利国教授的《设计艺术美学》对此的解释:“对于技术美学的界定,目前国内外学者仍然还没有一个完全统一的看法。……一种观点认为现代设计艺术本质规律的哲学概括是技术美学主要的构成部分但不是全部内容。另一种观点则把技术美学完全等同于现代设计理论。”章利国教授基本上同意前者的观点,并且认为由于技术美学的适用范围已经逐渐扩大到本来意义上的工业、生产范围以外的领域,比如说环境保护、医学等,所以技术美学的那些别名大多不适合,并认为技术美学研究范围大体上包括四个方面,即一是现代设计艺术或工业设计的内涵、外延、存在形态、审美规律和发展趋势等,以及现代设计的形态体系。二是生产劳动环境和过程的美化及其与现代化生产的关系,与劳动者审美教育和全面发展的关系。三是现代设计师或工业

设计师应当具备的素质、修养和知识技能结构,设计群体的组织、分工合作和功能作用等。四是技术美学本身的界定、诞生、发展及其前景,技术美学在美学系统中的地位,技术美学与审美教育的关系,与相关学科的关系,技术美学流派及其相互影响,技术美学的普及和应用等。

章利国认为设计艺术美学与技术美学没有区别,可以通用,只是考虑到现代设计在世界范围内正处于蓬勃发展阶段并且变得更为复杂,以“技术”作修饰语和限定词也容易让人误解,莫不如直言“现代设计艺术美学”或者“设计艺术美学”来得较为明白和更有针对性。^①

由著名美学家陈望衡先生主编的艺术设计美学是这样阐述的:艺术设计美学的研究对象包括艺术设计的全部范围,一般来说,应以设计的产品为中心。它大致可以分为如下几个方面:一是设计产品的美学性质,其中包括设计美的性质、构成,设计美的类型、风格,设计的文化意蕴,设计的形式美,设计的创造性、设计美的境界,等等。二是设计过程的美学问题,其中包括设计师在产品开发生产中的地位,设计师的修养、审美理想、艺术个性、设计思维、设计天才、设计与社会审美趣味、设计与科学技术,设计与市场信息、设计与生

^① 章利国:《设计艺术美学》,山东教育出版社2002年版,第6~9页;2008年再版的《现代设计美学》中章利国教授仍然持此看法不变。

产制作,设计与形式法则,等等。三是产品消费的美学问题。其中包括产品消费的个人心理,产品消费的文化背景,产品消费的时代风尚,产品消费的民族心理,产品消费的信息反馈,等等。四是部门设计美学,其中包括建筑设计美学,家具设计美学,环境设计美学,等等。五是设计美学史,其中包括设计风格发展史,设计心理发展史,部门设计(如建筑、家具)史,等等。并认为设计美学的中心问题是三对关系:人与物的关系,功能与形式的关系,产品设计的主观创造性与客观约束性的关系。^①

设计美学是把美学原理应用于生产技术领域,最终在物质产品功能与形式上体现美学与技术的和谐统一。它不同于以往将艺术形态作为美学的视觉落点,它是功能与形式的统一。设计的出现,从人的本质角度来看,将技术纳入了美的视野。了解设计美学也必须从技术美学入手,从美学的角度研究和探讨人类的设计行为,日用器物以及生产生活环境,寻找其规律性的东西,都是设计美学所要研究的问题。^②

设计美学是现代设计学、美学和艺术学学科交叉发展而来的一门新兴学科。设计美学要处理设计与人,技术与艺术、形式与功能的关系。设计美学的

研究对象主要为以下几个方面:一是纵向地对设计美学史的研究,把设计放在人类社会生活的历史发展中做动态研究,从历史长河中汲取设计美的规律。二是横向地对设计要素和原理进行分析,有助于进一步分析设计趋势、提高设计审美水平,进而起到指导设计实践活动。设计美的要素包括形式美、材料美、技术美、功能美等方面的内容。三是研究设计审美教育,对历史上的成功经验加以积累和发扬,推广设计美学的优秀理念,包括设计审美教育的内涵、途径、方法、实施等。^③

徐恒醇先生认为设计美学是一门应用美学,它在科技美学研究的基础上,具体的探讨设计领域的审美规律。设计美学以审美规律在设计中的应用为目标,旨在为设计活动提供相关美学的理论支持。^④

“设计美学兼有设计学与美学的双重特性,是设计学和美学的交叉融合,从这一意义上来说;设计美学是研究‘设计之美’的本源和动因、创造和表现的基本规律。它兼有功能与审美的双重属性,由于它涉及的领域十分广泛,如哲学、美学、设计学、社会学、心理学、教育学、人机工学等多种学科,故为其下一个准确的定义是十分困难的,若要做

① 陈望衡:《艺术设计美学》,武汉大学出版社 2000 年版,第 14~16 页。

② 贺克、田蓉辉:《设计美学教程》,湖南美术出版社 2010 年版,第 25 页。

③ 刘燕、宋芳昊:《设计美学》,湖北美术出版社 2009 年版,第 8~9 页。

④ 徐恒醇:《设计美学》,清华大学出版社 2006 年版,导言第 2 页。

出一个硬性的回答或廓清;那么只能是:‘设计美学’是探讨设计艺术实践的美学意义以及人类如何通过按照美的规律进行创造性的设计活动。”

设计美学是在现代设计理论和应用的基础上,结合美学与艺术研究的传统理论而发展起来的一门新兴学科。它的研究对象、研究范围和具体应用等都有别于传统的艺术学科,它不但在学科定位、研究对象和研究范围上具有自身的特点,而且在现实应用中也有自己独特的要求。因此,有必要要准确把握设计美学的学科定位。

首先,设计美学是设计学的分支,它的形成和发展离不开设计学的基础理论;其次,设计美学是美学的分支,它对现代设计的研究立足于审美和艺术理论,针对现代设计在审美和艺术上如何与技术结合的问题,提出更加合理的方式和途径;最后,设计美学是设计学与美学的交叉学科,单纯的设计学和美学不能解决关于设计美学的问题,同时也不是二者的简单相加,而是二者的交叉融合。设计美学兼有设计学与美学的双重特性,是设计学和美学的交叉融合,从这一意义上来说,设计美学是研究“设计之美”的本源和动因、创造和表现的基本规律。它兼有功能与审美的双重属性。“设计美学”是探讨设计艺术实践过程的美学意义以及人类通过创造性的活动所表现出来的对设计美规律

性的追求。^①

从以上答案可以得知,“设计美学”的含义还没有得到很好的阐释,从一定的意义上讲,理论界对此的界定还相当的模糊。每个人都有自己的答案,可谓言人人殊。更进一步讨论,我们可以看到“设计美学”在理论界还没有确定的研究对象,其边界还在不停地蔓延,到底哪些对象应该纳入进来,哪些对象不应该放在这个领域来研究,目前还没有统一的意见。为什么会呈现这种状况呢?我们认为,导致设计美学本身概念界定困难的最重要的原因,主要有以下四个:

一、设计美学是一门新兴的学科,是一门处于发展状况中的学科

我们知道设计艺术本身发展历史并不漫长,从德国的包豪斯算起,只有短短的 150 多年,从我们国家引进设计艺术(当时以“图案”命名)也只有不到 100 年,若是以教育部公布的本科名录为准,那么就只有 12 年的历史。那么隶属于设计后来才发展起来的设计美学则更是一门年轻的学科,是一门新兴的学科。从我国第一本以设计美学命名的著作算起,到现在有 20 年历史,若是以章利国的《艺术设计美学》算起,其诞生到现在还只有 12 年。12 年相较于人文学科来讲,是非常短暂了。或者是从艺术学科来讲,也应该是属于孩童时期。迄今为止,以“设计美学”命名的著作迄

① 武星宽:《设计美学导论》导言,武汉大学出版社 2008 年版。

今为止也仅仅只有 24 部,并且大部分是通用性的教材。只有王俊琪、吴国强、付黎明三人的著作有一些例外,但其本质上来讲,除了王俊琪的博士论文以外,其余两本专著也是按照教科书的方式来写作的。所以,在起步阶段,概念界定的模糊性,或者说界定的多元性是可以理解的。

二、设计美学著作撰写队伍的复杂性

从设计美学的撰写队伍这一点来分析,情况要相对复杂一些。我们化繁为简,总结起来,主要是三种类型的学者从事这一工作。

第一,是具有设计艺术教育背景的学人。这种学人因为有设计艺术技法作为基础,对设计艺术现象非常熟悉,所以他们的设计美学著作当中,设计艺术作品林立。但是因为这类学人理论综合素养相对薄弱一些,所以著作当中多呈现的是设计史实的陈述,再匆匆加上所谓的美学理论的解释,其结果让人常常分不清楚到底设计美学与设计技法或设计史的区别,也区分不清美学理论到底如何来为设计艺术服务。总之,在这种著作中美学理论与设计艺术是隔离的。这种类型以贺克、田蓉辉主编的《设计美学教程》为代表。

第二,是具有哲学背景的美学学人。这种学人往往具有较为深厚的哲学底蕴,具有扎实的美学素养,能非常清楚地对概念、范畴、历史等加以条分缕

析和逻辑梳理,从而具有一定的理论深度,但是这种类型的学人往往缺乏设计实践经验,也不具备设计技术修养。所以这种设计美学著作往往也呈现为美学理论与设计实践的脱离,理论与设计实践两张皮处于割裂状态,或者美学理论漂浮在云端不能下到设计实践的土地,而呈现为大而空的尴尬,或遭到设计艺术界批判的隔靴搔痒的嫌疑。这种著作以陈望衡先生主编的《设计艺术美学》为代表。

第三,是以前从事工业设计的学人,他们往往有着技术美学的理论基础,但是对美学理论的理解还有一定的距离,对美学的理解往往局限于视觉形态(形象)方面,同时对设计艺术也有一定的距离。所以这类型的设计美学著作往往局限于工业设计领域美学现象的描述与总结,还有待进一步上升到理论的高度,另外对设计艺术领域的美学阐释往往显得较为生硬。这种著作以张宪荣、张萱的《设计美学》为代表。也正是因为目前设计美学撰写者或者说研究者本身的差异性,而造成当今学界对设计美学概念、内涵、外延等等理解的一致性较少,而差异性却较多。

三、“设计”概念本身的模糊性和发展性

“设计”,本来就是一个发展中的概念,是一个还有待进一步确定的概念。“设计”(英文 design)源于拉丁文 Designave,其本义是“徽章、记号”,即事物或

人物得以被认知的依据或媒介。中文中的“设”指预想、策划,如《三国演义》中“某为汝设一计谋”;“计”指特定的方法、策略等。

“设计”概念经历了内涵与外延的衍变过程,逐步形成了狭义、广义两个意义。

狭义意义上的“设计”是指在艺术与技术尚未完全分离的时期,Design更多地运用于艺术领域,集中于两点:一是它与色彩、构图并列为绘画的基本要素,一般理解为“素描”。15世纪的绘画理论家兰西洛蒂(Francesco Lancilotti)认为素描(Disegno,意大利语)、色彩(Colour)、构图(Composition)和发明(Invention)是绘画的基础,素描强调事物内部结构的条理化,并且以一定的物质媒介来赋予形式。Design的重点是艺术表现的各个要素的处理和组成元素的有机结合。这种强调艺术形式法则的内涵后来被广泛运用于“构图”中,直到20世纪中叶,艺术学校中教授的基础设计(Basic Design)课程,还是立足于艺术形式要素点、线、面之间的组合和排列,因而Design在《牛津艺术指南》中被说成“是一种经常接近于在任何艺术作品中都有的结构原则的概念”。

广义意义上的“设计”更接近于我们今天所谈论的“设计”概念,它强调艺术家心中的创造性观念。在早期西方艺术观念中,受到古希腊哲学家柏拉图“艺术家的灵感来自于神灵”思想的影

响,认为艺术家的工作就是模仿世界的本体——理念,艺术家的创作活动和理念(Idea)、神(Deity)、造物主(Demiurge)等紧密联系在一起。后来的柏拉图主义者如组卡罗、贝洛里和洛马佐等都倾向于将Design和理念视为同一,因此Design与创造性、预见性等发生了密切的联系。

今天,“设计”更多地被理解为对产品外观的要求和内部结构的安排等,更多地强调产品的色彩、肌理、形态等外形因素,注重对产品材料的开发、研究,追求产品的观赏性和审美价值。由包豪斯学校所创立的设计教育的基础课程的三大构成(平面构成、立体构成、色彩构成)更多的是研究形式规律。从这个方面来讲,“设计”主要指“艺术设计”。

但是,现代意义上的“设计”还应该包括工业化大革命以后,以机器和电子等高科技为实现手段,以市场经济为背景,以大批量生产为服务对象的“工业设计”。所以,美国设计学会创始人Perer Laurence将“设计”定义为“一种手段,通过这种手段,可以提高生活质量,且能有效地满足人类的要求”。著名设计理论家王受之认为“设计”就是“把一种计划、规划、设想、问题的解决方法,通过视觉的方式传达出来的活动过程。它的核心内容包括三个方面,即(1)计划、构思的形成;(2)视觉传达方式,即把计划、构思、设想、解决问题的方式利用视觉的方式传达出来;(3)计划通过

传达之后的具体应用”^①。

总之,我们看到“设计”概念本身存在的模糊性和发展性,这种模糊性和发展性导致了“设计美学”概念存在一定的模糊性。

四是“美学”本身的困难性

关于什么是美学,或者说美学的界定在学术界还没有统一的答案。虽然美学从柏拉图算起已有两千多年的历史,但是美学学科自鲍姆嘉通的命名开始到现在也只是一百五十多年的历史。美学的研究对象一直就存在不同的看法。三个最常见的意见:(1)“美学是关于美的学科”,(2)“美学是艺术哲学”,(3)“美学是以审美经验为中心研究美和艺术的科学”。从这三个答案可以看到美学界界定何谓“美学”涉及两个最基本的要素——美和艺术。然而按照张法先生的观点,“美学”的不能确定,以及从事“美学”研究的极大困难,这种困难其实来源于其研究对象“美”之难,因为“美”是人类文化中最复杂现象之一。

我们举三个命题来说明美的复杂性:

- (1)这花是圆的。
- (2)这花是红的。
- (3)这花是美的。

这朵花的形状是客观的,有没有人,它都是这种形状;这朵花的颜色是由人的眼睛的构造与光相互作用的结

果,没有人的眼睛和与人眼同质的眼睛,物体就无所谓颜色,或者不是这样的颜色,比如有的动物只能看出黑白两色,还有的动物能看出人看不见的颜色。对于人的眼睛来说,颜色是客观的,只要有正常的人的眼睛在看,这花就是红色。这花的圆和红,其客观性都可以证明。但是这花的美,其客观性却没有办法证明。一个人看见此花,说花不美,只能说他的审美观跟你不同,甚至跟大多数人不同,但是却不能说他错。这一点说明了研究美的困难。

这一问题使得我们进入到另一个问题:美究竟在何处?这是休谟曾经提出过的问题。我们明明感到花的美,但要进一步深究美在何处时,就会发现要找到花的美在何处很困难。美不在花瓣、花蕊、花茎、花叶,也不在花的形、花的色、花的香,总之不能从花的客观物质性存在上找到决定花之为美的分子。美不是属于自然科学范围内的客观存在。

那么美的存在的事实是因为人“感觉”到了美吗?这也是康德曾经提出过的问题。人感觉到了美是一种愉快,但这种愉快不是因为感官的享受而来的快适,如对食物的享用,也不是获得新认识的愉悦,如发现一条科学定理。这种既不是来自官能快适又不是来自理性愉悦的“美感”究竟是什么呢?^②

我们可以看到,对美的追问,总是

① 陈望衡:《艺术设计美学》,武汉大学出版社 2000 年版,第 2~6 页。

② 张法:《美学原理》,中国人民大学出版社 2005 年版,第 3~4 页。