

人物形象设计专业教学丛书



# 形象设计美学



周生力/主编  
汤爱青 宋效民/副主编



化学工业出版社

人物形象设计专业教学丛书

# 形象设计美学



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书是人物形象设计系列教材的一本,主要是针对高职高专形象设计专业学生学习的需要,以普通美学为基本构架,联系形象设计专业实际,综合介绍了形象设计美学的概念,美学基础知识,形象设计审美与美感,形象设计美的形式原理,形象设计美的形式法则,形象设计的容貌美、形体美,形象设计的整体美等。

本书适合于高职高专人物形象设计及相关专业的教材使用,也可供从事美容、美发、化妆品行业人员及从事人物形象设计工作的人员参考使用,还可作为普通高校所有专业学生的选修读本。

#### 图书在版编目(CIP)数据

形象设计美学 / 周生力主编. —北京:化学工业出版社,  
2009.1

(人物形象设计专业教学丛书)

ISBN 978-7-122-03881-4

I. 形… II. 周… III. 个人-形象-设计-艺术美学

IV. B834.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第163597号

---

责任编辑:李彦玲

装帧设计:何章强

责任校对:陈 静

---

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码 100011)

印 装:化学工业出版社印刷厂

787mm×1092mm 1/16 印张8½ 字数208千字 2009年1月北京第1版第1次印刷

---

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686)

售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

---

定 价:27.00元

版权所有 违者必究



## 前 言

随着物质文明和精神文明不断向更高层次的推进,我国的形象设计业也随着全球的形象设计热而热起来,而且发展速度很快,短短几年已呈普及之势。2004年8月20日,原国家劳动和社会保障部发布了形象设计师职业,使从事人物形象设计的设计师正式成为我国社会中的新职业。

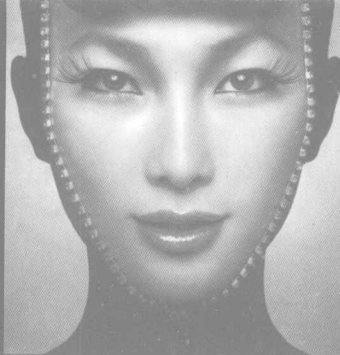
20世纪90年代末,随着行业的发展逐步进入深层次的发展阶段,对高素质人才的需求量剧增,加之关于举办职业高等教育政策的出台,我国部分高等职业院校陆续开设形象设计专业,并已成为我国近几年发展速度最快的热门专业之一。据统计,迄今为止,国内陆续开设形象设计专业(系)的大专院校已有近百所。但一些院校在课程设置、师资配备、教学方针及教学方法上,还都存在着许多需要进一步完善的地方。尤其是专业教材的不规范性和不系统性对形象设计的曲解,直接阻碍了形象设计专业的教学和行业的发展。如何解决形象设计专业教材的不规范性和不系统性,是我们每一个形象设计教育工作者需要身体力行扎扎实实去做的事情。正是基于这个想法,我们编写了人物形象设计专业一系列实用性、专业性教材,希望借此做点普及形象设计教育的分内工作。《形象设计美学》作为其中的一本,是以形象设计和美学两学科为基础,探讨了形象设计美学的概念、范畴、审美与美感、形式美法则、容貌美、体型美、整体美等内容,在知识上力求由浅入深、循序渐进,结构层次脉络清晰,通过这一课程的学习,可培养学生具备启智、育德、审美鉴赏的能力,提高学生在形象设计上的审美鉴赏力和创造力。

本书由海口经济学院艺术学院形象设计专业高级工艺美术师、教授周生力主编,山东理工大学讲师汤爱青,海口经济学院教授宋效民任副主编;中国艺术研究院博士、中华女子学院讲师王晓光,海口经济学院副教授王德刚,讲师胡慧等参与了部分章节的编写工作。其中汤爱青承担编写了第一章的第二节和第二章,宋效民承担编写了第三章,王晓光承担编写了第一章和第六章的第二节,王德刚承担编写了第五章的第三节,胡慧承担编写了第六章的第三节,其余由周生力承担编写并负责统稿工作。隋淑倩、许鹏、马金悦、陈莎莎、张振等同志在编写工作中也积极参与了资料收集与整理,在此一并表示感谢。

本书在编写的过程中,参考了国内外相关的论文、专著及图片,在此一并对有关作者表示感谢!由于编者水平所限,不当之处在所难免,敬请各界专家和读者朋友批评指正。

编者

2008年10月



## 绪 论

- 1 第一节 形象设计美学的概念和范畴
- 4 第二节 形象设计美学研究的任务、研究对象与方法
- 8 复习思考题

## 第一章 美学基础知识

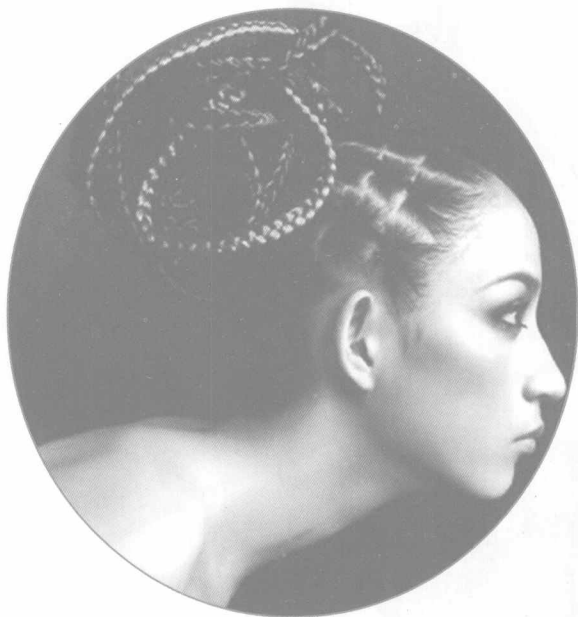
- 9 第一节 美学的产生与发展
- 17 第二节 美的基本范畴
- 20 第三节 美的基本形态
- 26 复习思考题

## 第二章 形象设计审美与美感

- 27 第一节 形象设计审美及基本内涵
- 35 第二节 美感与形象设计美感
- 39 第三节 形象设计的美学价值
- 43 复习思考题

## 第三章 形象设计形式美及法则

- 44 第一节 形象设计形式美的概念
- 47 第二节 形象设计形式美的构成
- 54 第三节 形象设计形式美的法则
- 58 复习思考题



## 第四章 形象设计的容貌美

- 59 第一节 容貌的审美意义及特征
- 63 第二节 五官美学
- 74 复习思考题

## 第五章 形象设计的形体美

- 75 第一节 人体皮肤美学
- 79 第二节 躯干与四肢美
- 95 第三节 人体体型美
- 100 复习思考题

## 第六章 形象设计的整体美

- 101 第一节 仪容美
- 107 第二节 服饰美
- 115 第三节 仪态美
- 124 第四节 形象设计的整体美感
- 129 复习思考题
- 130 参考文献





# 绪论

学习目标：通过本章学习，使学生了解形象设计与相关学科的关系，理解和掌握形象设计美学的概念和范畴，研究任务、研究对象与方法。

人是自然的产物，又是文明进化的结果，所以，在人的形象中凝聚着天地造化的自然之美，同时又成为反映社会美的一面镜子。美孕于自然又高于自然，美源于实践又高于实践，是实践的产物。美是精神人的自由创造，是人类审美需求、判断的标准，又是人类本质能力的体现和升华。人类是美的鉴赏者，也是美的创造者和实践者，总是时刻感受美、追求美、展示美、品评美。正如莎士比亚所说：“人类是一件多么了不起的杰作！多么高贵的理性！多么伟大的力量！多么优美的仪表！多么文雅的举动！在行为上多么像一个天使！在智慧上多么像一个天神！宇宙的精华，万物的灵长！”审美化的生存方式充斥于人们的生命意识和生命体验之中。

随着现代科学技术的发展，设计在人类的社会生活中占有越来越重要的地位，从某种意义上讲，形象设计实质上是强化人的自我意识的一种审美教育。它的目的在于培养人的审美化的生存能力，使人在提高自信，追求品味的同时，加强自身的生命意识和生命体验，以便在生命历程中达到自我实现的目标。形象设计美学作为研究人物形象审美活动和审美价值的新兴学科，它运用美学的基本原理，从提高人类生活质量的角度入手，指导人们（设计对象，形象设计师）如何评价人物形象设计中的仪容美、仪表美和仪态美，揭示其审美特征，并进一步探讨人类追求自身之美，完善和提升自我的目的。审美是人的生命活动向精神领域的拓展，美的本质是人的本质的最圆满的展现。因此，只有从美学的角度充分地认识和揭示形象设计的意义和内涵，才能更充分发挥形象的社会功能。

## 第一节 形象设计美学的概念和范畴

### 一、形象设计的本质

形象设计（Image design）是一个系统工程，是一个整体的观念，是艺术与设计的交叉学科，又称形象塑造（Image-building），不仅仅指对人的外表进行包装和塑造，它更强调内外一致，“内”是指一个人内在的气质、美好的心灵、优良的品质、丰富的知识、高雅的品味、一定的艺术修养。“外”是指通过运用专业技巧，使一个人的外在形象与他的年龄、身材、性格、环境等各方面相协调。

形象设计的本质是对人物形象的完善和提升，帮助人们提高自信，追求品味，找到

自我。形象设计作为一门综合艺术，就是要完成从外形到神态、谈吐及行为举止的全方位塑造。主要表现在发型、化妆、服饰及仪态等方面，具有知识的多学科性和多技能的专业性；又因人物形象的千差万别，还受到个体的生理性和社会性的差异以及环境的变化等条件所制约，这就决定了形象设计要求以生理性和社会性相结合，把握动态的多样性原则，合乎一般美学原则。

## 二、形象设计与相关学科的关系

形象设计作为一门新兴的、综合性的应用学科，是现代多学科综合交叉发展的产物，其理论基础和学科内容涉及哲学、社会学、美学、公共关系学、心理学、伦理学等多个学科知识，它们之间密切联系又不可相互替代。学习掌握它们之间的内在联系，把握好它们的个性与共性中的关联点，有助于学习者在形象设计中掌握其专业性和突出的自身特点。

### 1. 形象设计与哲学的关系

哲学是在大量具体科学的基础上，研究、揭示自然界和人类社会中最一般、最普遍的规律的科学，对具体科学具有方法论指导意义。运用哲学的基本原理、思维方式，能为形象设计的研究提供科学的指导，使我们从纷繁复杂的现象中抓住形象的本质和规律性的东西，找出形象设计的一般原理和设计法则。

### 2. 形象设计与社会学的关系

社会学是从社会整体出发，综合研究社会关系中包括个人及其社会行为、社会群体或群体生活、社会组织和社会制度、社会关系、社会问题等各个组成部分及其相互关系，探讨社会关系发生、发展及其规律的一门科学。其中关于个人及其社会行为、群体、社会组织、社会关系等与形象设计的联系十分密切，是构成形象设计的社会学基础，个体和组织作为社会结构的组成部分，如何在其中塑造良好的个人形象，如何评价个体与他人的形象塑造，则是形象设计需要研究的问题。

### 3. 形象设计与美学的关系

美学是社会实践的产物，是关于美和艺术的哲学思考，是研究审美意识、美感和审美活动的最一般规律的科学。人们正是在社会实践中设计、展现自己的形象，形象设计的目的也是为了追求美，形象设计活动中所体现出的一切美的现象的规律性，都与美学有着密切联系。美学的概念、本质、根源、形态特征、形式法则以及审美意识、审美活动等基本理论和研究成果，对如何更好地塑造良好的个人形象具有极为重要的价值。

### 4. 形象设计与公共关系学的关系

公共关系学是一门以公共关系的客观现实和活动规律为研究对象的，新兴的综合性应用学科，是研究组织与公众之间传播与沟通的行为、规律和方法的一门学科。组织形象是公共关系学的一个核心概念，以建立社会组织与社会公众之间良好的沟通关系，在社会公众心目中树立社会组织的良好形象为主线贯穿始终，适用于个人及任何组织，是形象设计研究的一个重要内容。

## 5. 形象设计与心理学的关系

心理学是研究人的一般心理活动过程及其规律的科学。心理学的研究对象主要是人的心理过程和个性心理两大心理现象,一个人的行为是与他的心理活动分不开的。形象设计实际上也是一个心理学的问题,人物形象的设计和塑造过程都要受到主客体的心理影响,研究主客体在塑造形象过程的心理规律和特点,对形象设计具有重要的意义。因此,形象设计的发展需要借助于心理学研究的材料和成果。

## 6. 形象设计与伦理学的关系

伦理学是关于伦理行为的科学,是关于伦理行为事实如何的规律及其应该如何的规范的科学,实质上属于职业道德的哲学范畴。伦理道德是对人与人、组织与相关公众关系的调节和规范,伦理道德是做人的基本准则,对人的语言、行为起指导作用,形象设计中的仪态塑造,就是主客体关系状态的真实反映,是人与人之间、组织与公众之间的道德反映。一个人只有遵循相应的伦理道德规范,才有可能得到他人或相关公众的认同、信任和支持。因此,伦理学也是形象设计的重要理论基础。

## 7. 形象设计与艺术美的关系

艺术美是指艺术作品的美,它是艺术家从自己的审美情感、理想、情趣出发,对现实生活中自然的社会事物进行选择、集中、概括,并通过一定的物质材料和艺术技巧,将头脑中形成的审美意象物化出来的结果。形象设计作为一门综合艺术,围绕人与现实生活中的美以及人对美的欣赏和创造等方面,都对形象设计有一定的指导意义。

此外,形象设计还与文化学、艺术学、设计学、色彩学、服装学、美容学、体态语言学、文化人类学、民族学、生理学、物理学、医学等学科也有密切的联系,探讨形象设计与其它相关学科的关系,既可以进一步认识到学习和研究形象设计必须有广博的知识,又能不断开拓形象设计研究的新途径。

# 三、形象设计美学的概念和范畴

美学以美为研究对象,形象设计美学的研究对象自然就是形象美。然而,要回答什么是“形象美”,并不是简单地说什么人的形象设计是美的、什么人的形象设计是不美的所能回答的了。人的形象美并不是单纯的,从不同的角度、不同的方面去观察、得到的结论往往会不同,不同的人对所设计的形象美的见解,也往往会意见不同。因此,研究形象设计美学,关键在于探索形象美的本质、基本表现形式以及形成或塑造形象美的客观规律。

## 1. 形象设计美学的概念

形象设计美学是创造人物形象审美的哲学,是以美学为向导,形象设计为基础,将美学与形象设计理论相结合而形成的一门新兴学科。它贯穿于设计构思、灵感、思维到创作表现的视觉与情感的传达过程,包含着设计哲学、设计美学、设计艺术、设计文化、设计灵感、设计心理、设计符号、民族民俗文化、科学技术和工艺技巧等方面的内容,是美学理论在人物形象设计中的实践应用。

## 2. 形象设计美学的范畴

美学是一门现阶段颇为引人注目的科学。美不是抽象的，而是具体的。世界上美的事物，有的以其具体的感人的形象展现在你的眼前，如动人的乐曲、芬芳的花朵、壮丽的山河、美丽的图画等；但有的也不一定具有形象，却也能给人以美的感觉，如高尚的精神情操、思想境界，和谐美好的生活现象等。因此，美学是研究人对自然现象、社会现象和艺术现象的审美关系的学科。形象设计美学是美学与形象设计理论相结合而形成的一门新兴学科，是研究人的形象与科学的审美关系的学科，在自然现象、社会现象和艺术现象三大范畴中属于社会现象的范畴。

美的几种基本形态中，自然美和社会美可并称为生活美。生活美是一种现实生活中客观存在的美，也包括人的自身美感。人是社会生活的主体，人的美感是社会美的核心，社会生活美的提升，关键在于作为其中一分子的每一个人的自身美感（包括人的外在形象美、内在心灵美和气质美）的提升。因此，形象设计美学可归入社会生活美的范畴。形象设计作为人们的一种生活模式，它不仅丰富美化社会生活美，更扩展了艺术创造的空间。对于人的生活需要，马克思（《1844年经济学——哲学手稿》）曾经论述过：人能够“按照美的规律来创造”，所以形象美从某种意义上讲，是按照人们从生活经验中提炼出来的对美的规律认识而创造出来的，因此形象设计美学也属于艺术美的范畴。人物形象的现实生活美是第一性的，艺术美是第二性的。现实美是艺术美的基础，艺术美是生活美的内容的创造性反映形态之一。

美学通常也被称作为有关美的哲学，哲学是美学理论的基础，美学是哲学的一个分支，研究美的问题从根本上来说就是研究哲学，形象设计美学只不过是运用美学的基本理论分析人物形象的问题。蒋孔阳先生在他的《美学新论》中说：“美学永远离不开哲学。我们学习美学，事实上就是以哲学的眼光，来思考美和艺术，来审视人生本身的价值和意义。”因此，从某种意义上来说，形象设计美学属于哲学的范畴。

## 第二节 形象设计美学研究的任务、研究对象与方法

形象设计美学是在形象设计理论和实践应用的基础上，结合美学而发展起来的一门新兴学科。形象设计作为一门以技术和艺术为基础并在实践应用中使二者相结合的边缘性学科，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。形象设计美学作为设计学科的一个理论分支，其理论也与传统的美学研究不同。因此，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，不能完全照搬传统的美学理论，而且在现实的实践应用中也有自己独特的要求。

### 一、形象设计美学研究的任务

形象设计美学的研究任务不仅是把它作为一门学科，去揭示和阐明形象设计审美现

象,还要帮助人们了解人物形象美、人物形象的欣赏和美的形象设计的一般特征和规律,进一步完善和发展形象设计学科,从而提高人的审美欣赏能力。形象设计美学研究的任务分为理论任务和实践应用任务。理论任务在于掌握形象设计的审美现象,进而从中揭示本质规律,以系统的概念、范畴的形式表述出来;实践应用任务在于肯定理论、规则的价值,用以指导、规范和调控审美活动,来确立审美理想,更新审美观念,端正审美态度,培养审美能力。具体来说,形象设计美学研究的任务主要有以下几方面。

### 1. 区分和阐释形象设计审美现象

审美现象作为文化生活的一个层面,客观而广泛地存在于现实领域的各个方面。无论是自然界还是人类社会,物质生活还是精神生活,艺术生产还是精神生产,审美现象总是同其它非审美现象交融渗透、彼此关联。因此,要把审美现象从大量的非审美现象中区分、剥离、抽取出来,才能进行美学研究;要把现实中的审美现象搜集、汇总起来,或者把它纳入已有的美学概念范畴之中,或者赋予它以新的美学概念、范畴,加以科学地界定和阐释,同时对这些审美现象的形态和特征进行如实地描绘和说明;还要时刻关注形象设计的进展,对其新成果进行提炼概括,引导形象设计不断进步;也要对日新月异的审美现象的丰富内容、表现形式以及相关环节进行深入地分析、探讨,从而以概念的形式组合和建构形象设计美学知识系统。

### 2. 揭示和论证形象设计审美规律

形象设计审美研究的任务,不仅在于描述审美现象,把握审美事实,提供有关审美现象的知识,而且在于以科学的观点和方法,透过审美现象去揭示其内在本质和必然联系,以逻辑形式构成一个再现审美现象历史过程的、符合审美活动实际行程的、显示审美现象本质规律的理论体系。如果说审美现象是一个丰富生动的表层文化,那么审美规律就是一个蕴涵于审美现象之中、隐藏在审美现象之后的具有本质规定性的深层文化。形象设计美学研究不能仅仅满足于提供审美事实的知识,还应提供审美规律的理论,这是形象设计美学研究责无旁贷的使命。因此,形象设计美学必须是建立在马克思主义哲学的指导和相关学科的帮助下,借鉴其它学科所提供的实证成果、思想资料的前提下,全面系统地总结审美经验,准确深入地揭示形象设计审美现象的本质属性和客观规律,才能建设和完善用以指导形象设计审美实践的理论体系。

### 3. 制定和确立形象设计审美评价

审美创造是指审美主体按照一定的“美的规律”所进行的一种自由的创造活动,按照创造领域和结果的不同,审美创造有“审美意象”的创造和“审美对象”的创造两种含义。形象设计师如何将“个体自由性”与“社会制约性”有机地结合起来,为设计对象进行形象设计,其设计的水准、技术的表现等是否符合设计对象的实际,如何制定和确立形象设计审美评价的目的、内容、方法和标准?这些理论依据都需要进行研究、规范和宣传教育,否则形象设计审美评价只能是“纸上谈兵”,空话一句。

### 4. 应用和落实形象设计美学理论

建构完整的理论体系,并不是形象设计美学研究的最终目的。虽然描述现象,揭示规

律、形成知识系统、建构理论体系、促进形象设计美学理论建设,是为了进一步完善和发展形象设计学科,但是科学的美学理论,应是来自审美的和非审美的实践,再回到审美的和非审美的实践中去,在不断研究、总结的基础上,把美的感受、美的形象上升到理论高度,并指导形象设计审美的实践,既接受它们的检验,又给它们以指导。作为一种认识价值,美学主要体现在它对实践的规范、调控、指导的功能属性上。它不仅用以分析阐释审美对象,而且为审美欣赏、审美创造、审美教育提供规范性理论,引导形象设计实践按照美的规律自由和谐地有序开展,从而塑造一个完美的形象。

## 5. 提高和加强形象设计审美教育

形象设计审美教育包括形象设计教育工作者、被教育者与设计对象,审美能力是一种在生活、自然、艺术中发现美、欣赏美、鉴别美的能力,这种能力的获得与审美者自身的审美经验、文化底蕴、艺术修养等因素有密切的关系。形象设计师是形象设计审美活动中的审美主体和美的创造者,如果缺乏审美能力,即使置身于美的环境中,也难取得完美的审美愉悦,更谈不上按照美的规律从事形象设计实践活动。因此,只有提高和加强形象设计审美教育,形象设计师才能在设计实践活动中去积极地感受美、挖掘美、创造美、鉴赏美,并和设计对象共同得到美的享受。

# 二、形象设计美学的研究对象

形象设计美学的研究对象是关于形象设计和形象设计审美的一般规律,最基本的研究对象是形象设计整体美、形象设计审美、形象设计美感和形象设计审美教育及其在形象设计中所体现出来的一切美的现象及其发生、发展和变化的规律性,以及如何依照这种规律进行形象设计审美实践。

## 1. 研究形象设计整体美

形象设计美学既要研究形象设计整体美及其各种形式、形态的美,还要研究与形象设计整体美相关的因素。如整体美与社会经济、文化状态,整体美感与时代精神、民族习俗、传统文化、外来文化、个体阅历影响等因素的关系。形象设计整体美是形象设计理论体系、形象设计实践和科技水平,以及形象设计活动中所显现出来的一切美的总和。它包括形象设计对象的外在与内在美,这是形象设计整体美的核心;形象设计理论体系中所体现出来的系统、规范和层次之美;设计师在设计实践过程中所体现出来的技术、服务和仪态美。

## 2. 研究形象设计审美关系

美学家郭因认为:“人与自然、人与人、人自身的和谐,是人类的根本追求、人类文明的根本追求、美学的根本追求。”形象设计审美关系同样是以这“三大和谐”为主要追求目标。形象设计审美关系就是人们在形象设计审美活动和形象设计审美交往中所发生的一种涉及美丑问题的、具有情感与认知倾向的关系。设计师及其设计对象作为审美的主体,都具有形象设计审美意识,都能主动地从事形象设计审美活动;作为审美的客体,都是形象设计审美的对象,都力求按照人类健美的理想尺度来设计自身之美,创造形象设计

活动中的自然美和社会美,以增进人的生命感为目的,实现形象设计领域里的审美主体与审美客体的和谐统一。

### 3. 研究形象设计审美意识

形象设计审美与一般审美意识一样,也是一种特殊的精神活动,其根源和本质必须从形象设计审美实践中去探索。形象设计审美感受、审美观念、审美情趣、审美思维、审美标准和审美理想都是形象设计审美意识的研究内容。探讨审美意识,必须从美感入手,在形象设计美感的研究中应该注意美感的来源、美感的时代性、美感的民族性、美感的直觉性、美感的个体差异性和美感的实践性等特点。设计师在感受美、鉴赏美的基础上,按照美的规律进行设计实践活动,能激发起设计对象的情绪变化,引发良好的审美意识。

### 4. 研究形象设计审美创造

形象设计审美创造是设计师按照美的规律为设计对象进行创造的活动。这种创造活动首先出现于实践活动中,进而又表现于设计对象身上。形象设计审美创造同其它审美创造一样不是先存在于人的头脑中,而是在长期的实践经验中从无到有,从低级到高级不断攀登的创造性活动。形象设计美学应按照与时俱进的精神,重视社会不断的需求去创造美的内容及其价值,以促进形象设计美学可持续的发展。

### 5. 研究形象设计审美教育

形象设计审美教育主要研究形象设计审美教育的特点、内容、形式、方法和培养目标。当前我国的形象设计教育发展迅速,层次也在逐步提高。在教育形式上,既有中专层次的专业教育,也有高等院校的大专层次和本科层次的专业教育。形象设计审美教育非常突出的问题是缺乏高素质的专业教师,这就需要依靠一大批高层次、高素质、高水平的专业人才参与编写教材,为社会培养形象设计专业教师,并通过有效的教育手段,从形象设计专业学生的审美素质入手,对学生的审美感受、审美判断、审美想象、审美理解以及审美创造等能力进行培养,进而提高形象设计行业整体的审美水平。

## 三、形象设计美学的研究方法

任何一门学科都必须依据特定的研究对象、范围和性质来选择和确定具体研究方法。在感性认识、艺术活动和审美经验领域中,只有不断涌现的问题,而没有一成不变的规律,因此,以艺术和审美为研究对象的形象设计美学,绝不是某种基于规律性上的知识体系,而是面对具体问题时的智慧。形象设计美学是一门由诸多学科交叉而成的综合性学科,其研究方法应广泛吸收多学科的研究特点。

### 1. 要以唯物主义方法论为指导

美是人类社会劳动实践的产物。形象设计美学在学习和探索过程中,只有把哲学、社会学、逻辑学、心理学、自然科学等学科结合起来进行探索,深刻认识美与美的起源及其发生、发展规律,树立真、善、美统一的审美观和形象设计审美观,以唯物主义方法论为指导研究美学现象,才能真正树立起正确的美学观,更好地把握其规律性。

## 2. 要以普通美学基本理论为基础

美学基本理论是探讨美的起源、美的本质和特征、美的内涵与形式、审美及审美意识、美的形态及其变化发展规律的，是形象设计美学的基础，因此要有一个全面的认识和掌握。形象设计师还要学习和掌握东西方美学发展的历史，兼取东西方美学传统精华和最新成果，融合东方美学精神和西方美学理念，把美学的基本原理与形象设计的基本原理相结合并融会贯通，只有这样，才有利于认识、评价、创造和发展形象设计美学理论。

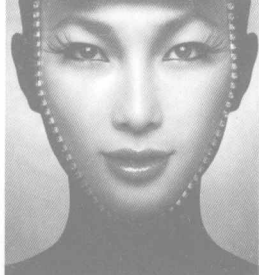
## 3. 要以理论与实践相结合为目的

将美学基本原理和形象设计基本原理相结合、融会贯通，有利于认识形象设计美、评价形象设计美。形象设计是一门实践性很强的学科，形象设计美学要借助形象设计的实践来概括、抽象、丰富和发展形象设计美学理论。掌握形象设计基本知识和基本技能，是形象设计实践的基础。形象设计的实践在理论学习的每一个阶段都要紧跟着进行，形成理论知识逐层深入的同时，实践技能也循序渐进逐步提升。



### 复习思考题

1. 怎样理解形象设计美学的概念？
2. 简述形象设计美学的研究任务和研究对象。
3. 简述形象设计与相关学科的关系。
4. 学习形象设计美学有什么意义，如何学好这门课？



# 第一章 美学基础知识

学习目标：通过本章学习，使学生理解美的概念与学科性质，掌握美的范畴，了解美的基本形态。

## 第一节 美学的产生与发展

美学（Aesthetica）是一门既古老又年轻的科学。美学一词来源于希腊语aesthesis。最初的意义是“对感观的感受”。美学作为专门的概念首次提出，是在1750年由德国哲学家鲍母嘉通（1714~1762年）完成的。1750年他用拉丁文写成《美学》一书，书中他把叫作美学的Aesthetica定义为感性认识的学科，把“感性认识的完善”和“美”联系起来。尽管鲍母嘉通所谓的Aesthetica，还不是今天意义上的“美学”，但鲍母嘉通的贡献在于，他通过美学概念的提出把美学、逻辑学和伦理学组成完整的哲学体系，逻辑学研究理性认识、美学研究感性认识，伦理学研究人的行为。至此美学成为一门独立的学科。

### 一、美学的概念与学科性质

美学并非是近代的产物，对美的探索与追求自人类诞生以来就开始了。早在原始社会，当人类逐步脱离动物界，美已开始萌芽。原始艺术的产生以及原始工艺的出现，都鲜明地标志着人类对美的渴求早已存在。随着社会的发展，人类对美的理论探求更表现出前所未有的热烈。无论西方的古希腊，还是中国的春秋战国时期，思想家们都对美表现出热切的关注，他们都从自己的思想体系出发，对美提出了自己的观点，力图说明美是什么，美的重大社会作用是什么，从而奠定了美的理论探索。

#### 1. 美学的概念

什么是美学？

自鲍姆嘉通提出美学之后，虽然后人称他为“美学之父”，但他其实只是给予了美学之名，有关美学的对象、内容等问题，人们仍在进行激烈的争论。以至于什么是美学，仍是众说纷纭，各存己见。二百多年以来，许多思想家都在关注什么是美学。迄今为止，美学已经被赋予了多种多样的含义，众说纷纭，各见其是。

### (1) 美学是关于美的学科

该定义认为美学就是把美作为自己的研究对象。这一观点虽为鲍姆嘉通所提出，但也为《大英百科全书》（1964年版）等一些学术权威词典所认可。这其实反映了从德国启蒙运动时期的哲学家和美学家鲍姆嘉通以来，西方现代美学主流的一个基本取向：美学研究的对象是感性认识的完善，即关于美的科学，直到20世纪50年代以来，美学的历史一直沿袭这一方向发展。

### (2) 美学是美的艺术哲学

该定义是西方美学史上相当一批美学家、艺术家的观点。如黑格尔就明确提出：美学是艺术哲学。对此人们不得不存在两个疑问：

- ① 这一定义将艺术以外的美学问题排除在美学之外是否合理？
- ② 艺术哲学与艺术理论的区别是什么？

### (3) 美学是审美心理学

该定义是一大批心理学家以移情说、直觉论、内模仿论、距离论、精神分析学等为依据来建构美学，认为美即是美感。人们不得不思考的问题是：

- ① 既然美感心理是一个非常复杂的心理活动，仅用某种心理因素，是否能很好地说明美感心理？
- ② 这些心理学派往往依据自己的心理学观点来谈审美心理，难道审美心理仅是心理学问题？更何况美呢？

### (4) 美学是关于美、美感和艺术的科学

该定义是中国美学家李泽厚的概括，它得到很多中国美学家的赞同。其优点是把美学研究的重要内容都包括在内，因而显得较为全面。不过，也有问题：

- ① 美学仍在发展，如美育在近期得到重视，是否应包括在内？
- ② 定义中的三者是平行、并列关系，那么三者是否是平行关系呢？

到底什么是美学，考虑到上述问题，故对美学初步描述为：美学是以美的哲学为基础，以审美经验为中心来研究美、审美感、艺术和美育的科学。美学是一门人文历史科学，它是以人对现实的审美关系为中心，以一切审美活动现象为对象，系统阐释审美对象、审美意识和审美实践的本质特征、存在形态及其发生、发展、演变规律的科学。这体现了审美活动中主、客体的关系和当前美学研究的基本内容。

在对美学的进一步探究中，我们不难发现，美学在当前往往具有两种歧义：一是美论美学，主张美学是关于美的学问；二是感觉论美学，认为美学是关于感觉的学问，突出感觉在美学中的地位。与美论美学相比较，感觉论美学具有一种更为宽阔的学科视野，凡是与人的感觉、感性或情感有关的，都可以进入美学，成为美学的研究对象。如此一来，不仅狭义的美，崇高、悲剧、喜剧等传统美学范畴，甚至20世纪90年代以来方兴未艾的生活美化、美容、美发、人物形象设计、影视文化、视觉文化、听觉文化、图像文化、媒介文化等涉及感觉的宽泛对象，无一不可以被列入美学范畴。比较而言，美论美学由于特别标榜美与艺术，更多地属于传统美学，尤其契合于以精英旨趣为宗旨的高雅文化的价值追求；而感觉论美学突出普遍性感觉与日常生活，既出于鲍姆嘉通时代的美学旨趣，更适应20世纪90年代以来，以大众文化为主流的当代审美文化状况。

## 2. 美学的学科性质

人类的知识可分为下面三类。

- ① 研究自然界物质形态、结构、性质和规律的自然科学，如数学、物理学、生物学等。
- ② 研究社会结构、社会运动以及社会群体组织、纪律和现象的社会科学，包括经济学、社会学、法学、人类学、管理学等。
- ③ 研究人的生活与特性的知识体系的人文科学，包括文学、哲学、历史学、语言学、伦理学和文化学等。

美学与自然科学的差异是自然科学以精确的数据和实验方式，分门别类地研究人，而美学往往运用概念、判断、推理方式对人进行综合的、整体的研究；美学与社会科学、人文科学的差异是社会科学往往较多地采用归纳、实验的方法，人文科学更多地运用体验、思辨、演绎的方法，比较起来，美学与人文科学的联系更密切。从历史上看，美学先后与哲学、伦理学、语言学和化学学科等人文学科发生过紧密的关系。所以，可以说美学是一门人文学科，是关于人的生活的一种知识体系。

## 二、美学的产生与发展

人们总是先有了某种生活、某种现象，尔后才开始思考、探讨，并在思考、探讨的基础上建立相应的学科。美学作为一门学科的诞生，也经历了漫长的历史发展过程。追溯美学观念的起源，就会发现美与人类的起源一样悠久古老，自从原始人类通过劳动最终摆脱了动物的状态，开始懂得装饰自己、娱乐自己，出现了最早的原始艺术活动时起，人类的审美观念和最初的美学思想便已开始形成（见彩插1）。原始人在小砾石、石珠上钻孔，在兽骨上穿孔，制成可以佩戴的头饰和项链等装饰品，已经潜藏着原始人所独有的观念性的想象、理解，具有初步的美感性质和意义。古代社会人们对美和艺术就开始了理论探索，古希腊的思想家们对美学和艺术都有自己的观点，中国春秋战国时期的思想家们也提出了自己对美的看法，对美和艺术的理论探索，一直都没有中断，并随着时代的变化而不断改变自己的理论形态。因此，我们要了解美学就必须回到它的源头去，开始一次美的旅行。

### 1. 西方美学的产生与发展

公元前6世纪到公元5世纪，是西方美学的萌芽时期，以古希腊罗马的美学思想为代表，属于古典主义美学时期。古希腊的哲学家把审美作为人类对世界的一种特殊体验，以毕达哥拉斯为代表的美学形态，从理性主义的方面去演绎美，发现支配着宇宙万物的看不见的“和谐”（数理规律）；以亚里士多德为代表的美学形态，从经验主义的方面归纳美，开创了经验描述和事实观察的理论形态。古罗马时期贺拉斯的古典主义诗学和西塞罗的修辞学研究开创了发现和总结文艺创作的外在规律的艺术学研究，对具体的艺术作品进行描述、解释、认识和评价。这属于第三种美学形态，即把艺术学的、相对具体的认识论研究甚至连同艺术本身称作“美的科学”（见彩插2）。

公元5世纪至14世纪是中世纪神秘主义美学时期，这一时期是西方美学两大源泉（以柏拉图为代表的古希腊思想和古希伯来文化）的汇合时期，以上帝代替柏拉图的“理式”，这