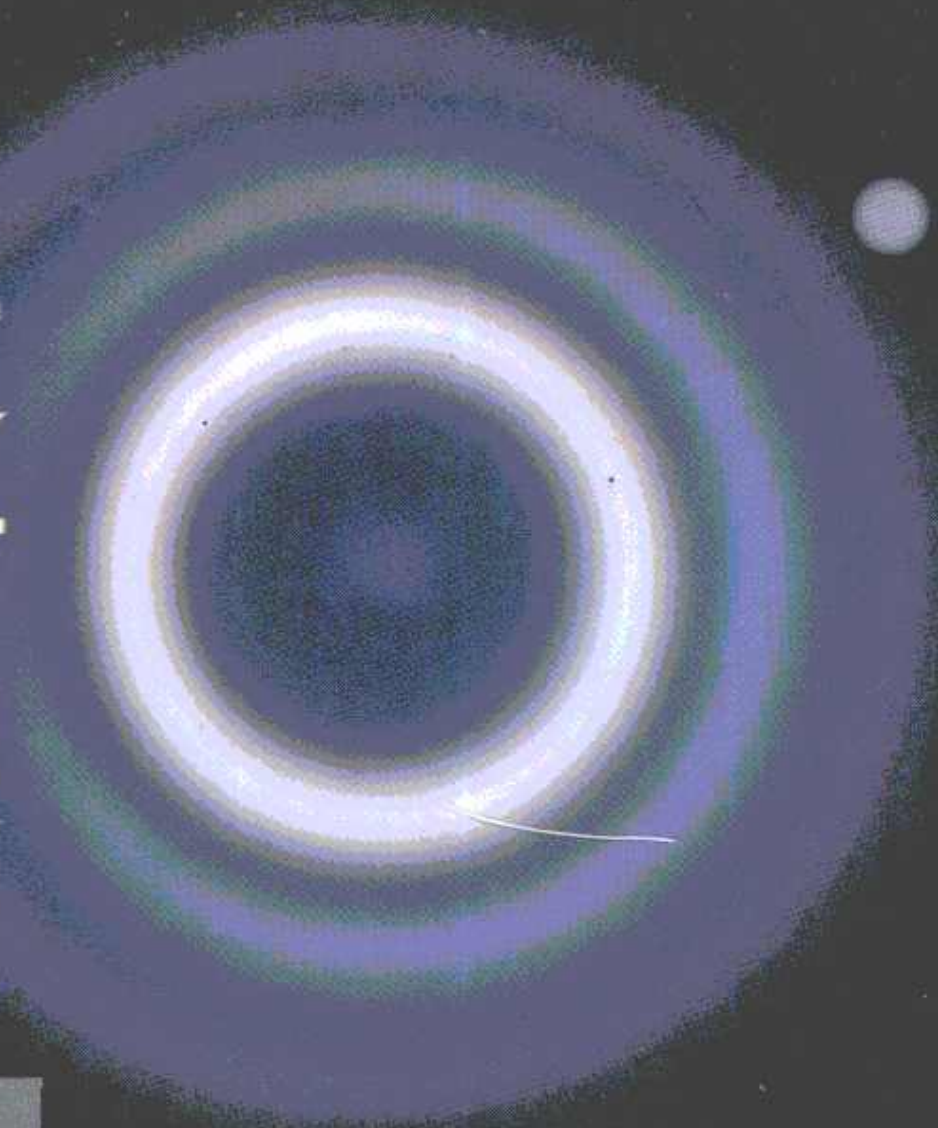


艺术设计美学

主编 陈望衡

YISHUSHEJIMEIXUE

武汉大学出版社



J06
C486

艺术设计美学

主 编 陈望衡

副主编 范明华

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

艺术设计美学/陈望衡主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2000. 7
ISBN 7-307-02851-4

I. 艺… II. 陈… III. 美术创作—造型设计—艺术美学
IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 50745 号

责任编辑: 陈东华 责任校对: 刘 欣 版式设计: 支 笛

出版: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

发行: 新华书店湖北发行所

印刷: 湖北省通山县印刷厂

开本: 850×1168 1/32 印张: 13.375 字数: 319 千字 插页: 11

版次: 2000 年 7 月第 1 版 2000 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-02851-4/J·22 定价: 19.50 元

版权所有, 不得翻印; 凡购买我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题者, 请与当地图书销售部门联系调换。

绪论 艺术设计与设计美学

设计在当代人类的生活中越来越显示出重要的意义。小到一枚钥匙，大到一个城市、一个国家，无不需要设计。广义的设计包括物质产品设计和精神产品设计。我们这本书说的设计仅指物质产品的设计，而且也不可能讲全部的物质产品的设计，只是讲有关人类日常生活的物质产品的设计。

设计是一个系统工程，它涉及人、社会、环境诸多方面。人这个系统包括多种职业、身份的人，有设计者、生产者、消费者、商人、经纪人，等等；社会这个系统包括政府、企业、学校、运输部门、通讯部门，等等；环境这个系统包括自然环境、人文环境、投资环境及各种专业性的环境等等。作为一门学科，它涉及的学科领域非常广泛，包括经济学、社会学、法学、哲学、艺术学、美学，等等。

艺术设计，是就设计具有一定的艺术成分和艺术意义而言的。马克思说：“人也按照美的规律来建造。”^① 人的任何活动均程度不一地具有美的因素。设计作为人的创造性活动，其根本目的是为了满足人的物质生活和精神生活的需要，提高生活的质量和品位，无疑，设计更应按照美的规律来进行。这样，就有了具美学意义的设计，设计也就与美学联姻，设计美学这

^① 马克思：《1844年经济学一哲学手稿》，《马克思恩格斯全集》第42卷，人民出版社1979年版，第97页。

门设计与美学的交叉性学科也就应运而生了。

第一节 艺术设计的概念

“艺术设计”是很容易使人产生误解的，因为冠上“艺术”二字，它常与艺术创作相混淆。其实，它不是艺术创作，它指的是非艺术的特别是非纯艺术的物质产品的设计。之所以要冠上“艺术”二字，原因在于它具有艺术的某些性质，准确地说它具有一定的审美性质。

我们不妨先考察一下“设计”这个概念的词源学意义。

“设计”(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。在中国，“设计”最初是分开使用的，“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。

与任何历史上留传下来的术语一样，Design 也经历了一个内涵演变的过程，逐渐形成了狭义、广义两个意义。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，它的内涵集中在两点：首先，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、面之间的组合与排列，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”。

Design 的第二种基本内涵更接近于我们今天广泛运用的“设计”概念，它强调艺术家心中的创造性观念。在早期，西方艺术观念深受古希腊柏拉图（Plato）思想的影响。柏拉图认为艺术家的灵感来自于“诗神”的凭附，来自于对上天灵魂的回忆。艺术家的工作从根本上来说，就是摹仿世界的本体——“理念”，这样，艺术家的创作活动和“理念”（Idea）、“神”（Deity）或“造物主”（Demiurge）等紧密联系在一起了。17 世纪，许多柏拉图主义者如祖卡罗、贝洛里和洛马佐都倾向于把 Design 和理念视为同一，因此 Design 与创造性、预见性等发生了密切联系。

由于 Design 具有两种基本功能，故 1607 年祖卡罗在其《画家、雕刻家、建筑家的理念》一书中把 Design 分成两种：内在的设计和外在的设计。前者即摹仿“理念”，后者指用颜料、石头或其他的材料来实现“理念”。巴尔迪努奇也将设计定义为：以可视线条的手段来说明那些先在人们心中构想的形象并依靠实践的手段使其显现的那些事物。根据 Design 的内涵，我们可以把早期“设计”的基本含义大致概括为艺术观念的视觉化。

Design 在今天的使用似乎已脱离艺术领域，它专指非艺术创作的设计。然而它与早期的指艺术观念视觉化的设计仍然有相通之处。Design 还可以分为设计观念和设计形式两个方面，形式是观念的外化。设计在今天更多地被理解为对产品外观的要求和内部结构的安排。它强调产品的色彩、肌理、形态等形式因素，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。这个理解一般来说并不错，由包豪斯学院创立的“三大构成”（平面构成、立体构成、色彩构成）作为公认的设计教育的基础就主要是研究形式规律的。不过，Design 的观念

内涵在今天似应更为重要，它直接关系到设计的创意，在相当程度上决定设计的质量。

正是因为设计 (Design) 与艺术创作有相通之处，所以设计 (Design) 的准确意义应为艺术设计。

虽然 Design 的产生可以追溯到中世纪甚至更早，但具现代意义的设计产生于工业革命以后，它以机器、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，因此，这种设计称之为工业设计。

关于“工业设计”，国际工业设计学会 (ICSID) 是这样下定义的：

就批量生产的工业产品而言，凭借训练、技术知识、经验以及视觉感受而赋予材料、结构、构造、形态、色彩、表面加工以及装饰以新的品质和规格，叫做工业设计^①。

这个定义，强调一个要点：批量生产。正是它决定了只能采用工业生产的手段，也决定了产品必然是标准化的、通用化的。工业设计是现代设计的主体部分，但不是全部，现代设计的范围要广泛得多，设计的定义不能等同于工业设计的定义。美国设计学会创始人 Peter Laurence 认为：设计是一种手段，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。著名美籍华裔设计理论家、美国洛杉矶艺术中心设计学院教授王受之说：“所谓设计，指的是把一种计划、规划、设想、问题解决的方法，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

① 转引自简召全：《工业设计方法学》，北京理工大学出版社 1993 年版，第 5 页。

觉的方式传达出来；(3) 计划通过传达之后的具体应用。”^①

这些定义各有其侧重点，但也有一些共同之处。它们都强调：(1) 设计的手段性。设计不可能自为目的，不可能为设计而设计。设计是生产的前奏，没有设计固然不能进行生产，但只是设计，不投入生产，设计的价值就没有实现。这就与艺术不同，艺术可以以自身为目的，自古就有为艺术的艺术。艺术只要完成，其价值就已实现，它没有一个投入生产的阶段。(2) 设计的主观性。设计是设计师的一种主观性行为，设计师通过这种行为，将自己的想法借视觉的方式表达出来。(3) 设计的客观性。设计虽然是设计师的一种主观性行为，但设计师的设计不能是任意的，它必须以最大限度地满足消费者的需要为目的，工业设计还要以适合于批量化的工业生产为前提。(4) 设计的创造性。设计不是摹仿现成的物品，它是“无中生有”。设计愈巧妙愈好。(5) 设计的商业性。设计的目的是获得商业的成功，设计本身就是一种商业行为。

现代意义的设计行为已经延续了一个多世纪，其间流派纷呈，风格多变，设计的手法也不断丰富。但设计的概念仍然没有脱离形式与观念两个领域，只是这两者的特定意义随着时代的进步而在演变。从以上所列举的设计定义也可看出，它们的论点或者立足于内在观念的意义，强调目的性，强调创造性；或者立足于设计的形式意义，强调设计手段的高科技化，强调材料、形态、色彩等形式因素的运用和结构、秩序的合理安排。值得我们注意的是，在各个不同的时代，对设计的理解侧重点是不一样的。由包豪斯学院继承而来的现代主义设计，重视设计观念的平民化、理性化；第二次世界大战以后出现的国

^① [美] 王受之：《世界现代设计史 1864~1996》，新世纪出版社 1995 年版，第 7 页。

际主义设计是现代主义的新发展，在设计理念上，将理性主义、功能主义推向极致，在形式上强调单纯、简化。著名建筑学家密斯·凡德洛提出“减少主义”的原则，主张“少即多”（less is more），他设计的美国伊利诺斯理工学院的布朗大厦（the Brown Hall）和纽约的西格莱姆大厦（the Seagram Building）是“减少主义”的典范。20 世纪 60 年代出现的后现代主义设计出于对现代主义的理性主义、功能主义、非人化的反感，注重设计的人情味、历史感、娱乐性、象征性；在形式上，讲究材料贵重，装饰华贵，色彩绚丽。

各个国家、各个民族由于其文化传统的影响，对设计的理解重点也有所不同，日本的设计对色彩、造型极为敏感，在设计观念上，明显见出东方文化的意味，设计风格含蓄、大方。欧洲诸国如芬兰、荷兰、丹麦、瑞典和挪威等，设计风格则迥然不同。在历史上，荷兰是现代主义设计的故乡，其设计在观念上追求功能主义、理性主义，在形式上讲究简洁、明快，喜欢用几何形造型。

通过以上的论述，我们基本上了解了“艺术设计”这一概念的意义。内在的设计观念与外在的形式追求构成艺术设计的基本内涵，而服务于提高生活质量、获取最大的商业利润是设计的最高目的。

第二节 艺术设计的类型

艺术设计的分类是很难的问题，它涉及的范围太广泛，另外，分类的标准也很不容易确定。这里，只是就一些常见的艺术设计类型做粗浅的介绍。

一、二维（平面）设计、三维（立体）设计及四维设计

二维、三维及四维的分类是就设计的维度而言的，即设计的作品在什么样的时空中存在。按照这种方法，常见的二维设计有平面广告设计、插图设计、字体设计、动画设计等。在平面广告中，又按照实施媒体不同细分为报纸广告、杂志广告、直邮广告等多种门类。二维设计相当程度借鉴了艺术表现的手法，注重形式因素的排列、组合、构成。动画设计是平面设计中较为特殊的一个门类，它在平面环境中营造出立体的空间形象，这种空间形象经过视觉化的、虚拟化的模拟，不具备真实性，不占有实际的空间，所以动画设计仍然隶属于平面设计。同样，在广告设计、字体设计中营造出立体效果的设计，也仍然属于二维设计的范畴。

三维（立体）设计在艺术设计中所占比重最大。可以说，凡是占有真实的三维空间的设计都是立体设计。大部分的工业产品设计、城市或社区规划设计，由于设计对象的立体性及设计媒介的空间性决定了它们隶属于三维设计。

二维设计与三维设计在具体设计中，常常结合起来使用，以求得丰富而统一的效果。有的产品设计特别注重对二维、三维之间关系的探讨。如包装设计，既要研究产品的立体结构，以便能设计出立体的内包装或外包装，同时，大量的平面装饰也出现在包装结构的表面上。这是典型的将平面设计与立体设计结合起来使用的例子。再如室内装潢设计，其室内布局结构等一系列设计属于三维建筑设计范围，但室内装饰、墙面美化、织物铺设等又属于二维平面设计范围。很难明确地区分哪一类产品只有平面或只有立体设计，因此在设计中，如何在平面与立体之间寻求最佳结合点或突破点，是艺术设计手法的一个重要组成部分。

四维设计是以长、宽、高三维空间和一维时间共同构成的设计。设计品除了占据一定的空间外，还能明显地占据时间或传达出历史中的时间感。大量的以直接记录时间为目的的产品设计如钟表设计和以声响作为设计目的或作为传播媒介的设计如音箱设计、音响产品设计等都属于实际占据时间的设计。时间归根结底是由物体的变化、声音或物体间隔的连续组合来度量的。钟表设计直接通过钟面空格的物理移动或声响提示来记录时间；音响产品设计则是通过声音的节奏、韵律形成的间隔来暗示时间。这些可视的标记是时间流动的直接代表。另一种传达时间感的设计是通过各种手段来暗示时间流程，传达出时间的感觉，暗示着过去、现在、未来的联系。这种设计不一定明显占据时间，但能让人从中体会到时间的流逝，产生一种深刻的历史感和前瞻感。

在后现代主义的设计中，这种时间感的表达特别明显。因为后现代主义的一个突出特征是重视传统文脉，认为今天的设计是历史的延续。他们从传统中选取有代表意味的部分加以肢解、截取、分离、提炼，然后再用现代意识和现代高科技手段进行概括、抽象、再创造，融进现代设计中去。通过这种手法，他们希望能将已成为历史的过去与现在甚至未来联系起来。一般来说，家具设计、建筑设计与服装设计最便于选取这种表达时间的方式。这三种设计都不是纯粹的立体设计，它们强调设计中的意味，都对设计中的文化历史内涵极感兴趣。

二、工业设计、建筑设计和环境设计

这是依据人、机、环境三者关系的密切程度来划分的。工业设计是人机关系最直接的体现；环境设计主要处理人与环境的关系；建筑设计则置于两者之间，因为它同时作为工业产品和自然产品而存在。前者要求处理人机关系，又涉及到一系列

社会要素，如市场、技术、管理、营销等；后者要求处理人与自然的关系，必须将建筑置于一定的自然环境中，建筑才能算真正完成。这种区分，并不是说工业产品不需要处理人与自然的关系，事实上任何设计都是人、机、环境三者系统中的衍生物。从深层次上讲，任何设计都必须考虑到自然的属性与要求；从直接的关系上看，环境设计显然比工业设计更偏向于人与自然关系的处理，因为它的设计对象就是环境本身。

根据国际工业设计学会联合会为工业设计下的定义，工业设计主要指对批量化生产的工业产品的设计。值得说明的是，“工业设计”是一个前后相继的动态流程，既有设计前的调研、产品开发等工作，也有设计后的宣传活动、展示活动和经销活动。因此一般也将包装设计、广告设计、展示设计作为产品设计的附属部分划归在工业设计的范围之内。

产品设计根据其用途大体分为机电产品设计、文体用品设计、日用品设计、汽车设计、服装设计、家具设计等多种门类。

包装的原始意义是对产品起承托、保护的作用，以使产品在运输、销售过程中不受损伤。但现代意义上的包装早已超出了其基本目的，而扩展为一种能增加产品的附加值、促进产品销售的重要手段，它甚至还成为一种可以独立欣赏且具有强烈艺术感染力的艺术作品。包装设计中，书籍装帧设计因其独特的设计内容而成为与一般包装设计不同的设计门类。书籍作为文化载体，要求它的装帧设计应该能够较好地传达书籍的内涵，与其文化精神相吻合。这样，书籍的装帧就不能像一般产品的包装那样，仅以获取市场效益为目的，它已成为书籍不可缺少的一部分，也是一种精神产品。

广告设计是现代艺术设计中最普遍的一项设计门类。它的渗透性、参与性很强。可以说，没有哪一种产品、哪一项工程

不需要广告的参与。作为与现代大工业生产相伴而生的广告业，已显示出规范化、集团化的发展趋向。设计的职业化、专业化使广告业从企业的一个部门分离出来，成为一种独立的产业。广告设计根据其运作流程可分为：广告调查、广告策划、广告实施、广告监测等几个步骤。根据媒体实施不同，又可分为报纸广告、杂志广告、影视广告、广播广告、路牌广告及形形色色在电子信息时代涌现出来的新型媒体广告，如电话广告、网络广告，等等。

展示设计是以招引、传达和沟通某特定信息为主要目的的设计。在一个有限的空间内，通过一定的视觉传达和照明方式，向人们展示实物的可视形象，对公众进行特定目的的宣传，这就是展示设计。展示设计的作业流程大致包括：展示活动安排策划，展示信息编辑与交流，展示组织与设计，展示消息发布，展示宣传，展示施行，展示后效观测等。根据展示对象的不同，展示设计大致划分为以下几类：交通与商业环境展示设计，如大型购物中心、博览会的店铺设置；游艺场的规划与布置；商店展示与布置，如橱窗展示设计、铺面安排；节日庆典设计；纪念日与游行展示设计，如爱国主义教育巡回展；自然保护区展示设计；户外展示设计，如站、台、亭、指示牌、标志、栏杆、垃圾卫生箱等特定的环境设施的设计。

建筑设计在艺术设计中占有重要地位，它是一种与工业设计有别的特殊的设计。建筑人为地在自然空间中再造一个空间，因而它在本质上与自然是有界限和隔离的。也因为此，建筑对环境的依赖性特别强烈，具体表现在：建筑非常重视与周围环境的协调一致。自然环境是在自然的选择中见出统一、有序的；建筑则是人为地制造出某种序列、秩序。人为与天然的和谐，可说是建筑师的最高的美学理想。这种理想根源于人的本性中对与自然和谐统一的追求。建筑所追求的人与自然的和

谐不是要求建筑单方面地、被动地去适应自然的“无目的而合目的性”，即不必刻意去追求一种与自然在表面上的形式相似，如以合成材料去模拟自然肌理等。它要求在深层次上、精神上去寻求建筑与自然的统一。建筑的合理性、生命感及与对人的亲切感是建筑师与自然和平相处的内在方式，亦应成为消费者与自然和平相处的内在方式。悉尼歌剧院（Opera House, Sydney）与澳大利亚的海洋、日光何等和谐；流水别墅（Falling Water Bear Run, 由美国莱特设计）与周遭的瀑布、山林、余晖浑然一体，这都是建筑与自然结合的佳例。

建筑追求与环境的和谐，也包括与人文环境的和谐。人文环境既可指狭义的人为景观，如建筑群、风景区、社区等；也可指广义的文化背景。建筑师必须考虑到建筑是作为部分的元素纳入整个大环境系统中去的；因此必须保持其元素性，而不能以点概面。美国建筑师 Charles Moore 设计的双树旅馆（Double Tree Hotel, Pasadena, California）位于市中心，周围都是百年旧建筑。Charles Moore 将它设计成一个具有古典意味的旅馆，有露天花园和喷泉。这家旅馆与周围环境和社区非常和谐，既见出了历史文化背景，又显示出现代色彩。

文化背景、人文积淀是建筑的深层原动力，它成为建筑师设计思想的一部分进而指导他的设计思维，并决定他所选取的设计手段。事实上，它也成为建筑“语义”的一部分，或显现于建筑形式表面，或潜藏于建筑精神内涵之中。汉斯·霍伦敦 1976~1978 年设计的奥地利国家旅游局，不论是建材（钢、布、木、石）、形态（棕榈、圆柱）、色彩（金黄、棕红、银灰）等构成元素，还是总体风格，都体现出一种历史感与现代感的交织，耐人寻味。这是很有文化意蕴的建筑设计，是后现代主义设计的代表作之一。

环境设计（Environmental Design）指对人们社会性活动场

所的规划与设计。它既包括建筑设计,也包括相关的自然环境、生活环境的设计。环境设计也可分为广义、狭义两种。狭义的环境设计专指人的社会化活动空间的设计。广义的环境设计则指某一区域的设计。环境中包括自然,这种自然是人化了的、打上了人类活动印记的自然。随着人类物质实践的发展和精神文化范围的扩展,在环境设计中,自然占的比重将越来越大。20年前,还没有将野生动物自然放养的保护区,然而,今天这种人与动物共处的开放性的保护区已经在北美、非洲大陆举目可见。环境设计中的自然成分越多,表明人类对自然的了解程度越深,也证明人类与自然的“共生”关系越来越得到重视。环境设计可以划分为两大基本类型:城市与地区规划设计,自然环境工程设计。

城市规划设计是以城市作为基本空间的设计。按照《国际现代艺术辞典·建筑篇》的观点,它包括:各层次的地区环境设计,如新村住宅区、系统住宅区的规划,乡镇街区建设的规划,中心城市及其卫星城市的规划;各类交通设施与公共设施的规划,如公路、铁路、港口、机场等城市交通设施的规划,广场、商业中心、公共建筑、给水、排水、供电等地区公共设施的规划;此外还包括社区自然环境的规划,如个人庭园、公共庭园、绿地、城市公园及国家自然公园的规划等等。

自然环境工程是直接以保护、改善自然环境为目的的设计。它既有对环境的监测管理,也有利用高新技术研制环保产品、环保设施的工程。它包括以气候要素为中心的环境保护,公害、污染的监测与控制,等等。它还包括室内生活环境设计,如空气卫生设计、噪声控制设计、温湿度调节设计、采光照明设计等;也包括户外自然环境设计,如环境绿化、隔离绿化、隔音造林、防风造林、防沙造林以及各种园林景观的规划与设计等等。

第三节 艺术设计美学

当代人们生活方式的一大特点就是对生活质量的重视。生活质量包括的方面是很多的,但核心的东西可说是美。美既有感性的层面,又有理性的层面;既有物质性的层面,又有精神性的层面。美具有无限的渗透性,不管是物质生活还是精神生活,都有美存在。自然界有美,艺术作品中有美,日常器具中亦有美。只要是在人的生活天地里,美可说无处不在。爱美是人的社会本性之一。人们不仅要谋生,还要乐生。只要尚能生存,美就不可或缺。人们对美的追求是无限的,农家妇女过去用水梳头,如今用高级的发油梳头,虽然都是爱美,但这爱美所体现的生活质量却大不一样。过去置衣,主要考虑遮体保暖;如今置衣,则往往主要是美体靓容。前者的消费是功能性的,后者的消费是文化性的,两者的生活质量当然不可相提并论。

随着生活水平的提高,本属于功能性的消费,越来越多地渗透进审美性的内涵,有的功能性的需求甚至降低到次要地位,而审美性的需求上升到首要地位。穿衣讲究美服,饮食讲究美食,居室讲究装修。时装模特、时装表演、美食节、旅游节这类文化活动都是应这种消费需求而产生的。就是那些功能消费尚居于主要地位的物质产品,以审美为重要方面的附加值也大大提高了。像家具、家用电器这类产品,人们在重视功能质量的同时,也非常看重形式外观。与产品功能质量并无直接关系的商品包装近年来也为人们所看重。有的商品用于包装的消费竟高达总价值的一半,这正如成语中的“买椟还珠”了。据说中国的某些产品在国际市场上一度不能卖上好价钱,竟与包装差很有关系。生产力的发展,导致闲暇时间的增多。闲暇

时间怎么消费、怎么生活很值得研究，于是一门名之曰“闲暇学”的学问产生了。闲暇生活产品目前似还未引起厂家的重视，应该加强设计。旅游现已成为人们最重要的闲暇生活方式，与之相关，风景园林设计、城市环境设计就显得十分重要。由于生活水平的提高，人们的消费逐渐由物质性的追求转向精神性的追求、文化性的追求。而在精神性、文化性的追求中，审美无疑占有重要地位。所有这一切，将美学从传统的艺术哲学领域拉向物质生产的领域，于是，就有了一门新的学科——艺术设计美学。

一、艺术设计美学的研究对象

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）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）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，设计与生产制作，设计与形式法则，等等。

（三）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）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）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。