

Comprehension of
Aesthetics

设计师的美学视野

感悟美学

吴国强 著

中国轻工业出版社



Comprehension of
Aesthetics

设计师的美学视野

感悟美学

吴国强 著



中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

感悟美学：设计师的美学视野/吴国强著. —北京：中国轻工业出版社，2007. 11

ISBN 978-7-5019-6195-5

I. 感… II. 吴… III. 美学 IV. B83

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 163387 号

内容简介

本书综合了四个部分的内容，第一部分“关于美学的认知”，关于对西方主要美学观形成历程及形成原因的认识；第二部分“领悟传统美学”，在比较中表述了对中国儒、道、释三家美学观点的认识与理解；第三部分“论审美”，关于诸种审美问题的一般性认识；第四部分“美学感悟”则是在各种不同时空，基于设计角度对美学的感悟与认识。

感谢黄海澄教授和王德滨教授为此书做的审稿工作。

责任编辑：王 淳 张晓媛

策划编辑：王 淳 责任终审：劳国强

版式设计：沈 峰 责任校对：燕 杰 责任监印：胡 兵 张 可

出版发行：中国轻工业出版社（北京东长安街6号，邮编：100740）

印 刷：河北省高碑店市鑫昊印刷有限责任公司

经 销：各地新华书店

版 次：2007年11月第1版第1次印刷

开 本：720×1000 1/16 印张：12.75

字 数：300千字 插页：4页

书 号：ISBN 978-7-5019-6195-5/J·275 定价：32.00元

读者服务部邮购热线电话：010-65241695 85111729 传真：85111730

发行电话：010-85119845 65128898 传真：85113293

网 址：<http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

70952K2X101ZBW

《感悟美学》综合了四个部分的内容，第一部分“关于美学的认知”，写的是对西方主要美学观形成历程及形成原因的认知，因为美学是始于西方的，所以，研究问题必须回到它的原点；

第二部分“理解传统美学”，在比较中表述了对中国儒、道、释三家美学观点的认识与理解，身为中国人，对自己文化根源的回望也是必不可少的；

第三部分“论审美”是关于诸种审美问题的一般性认识；

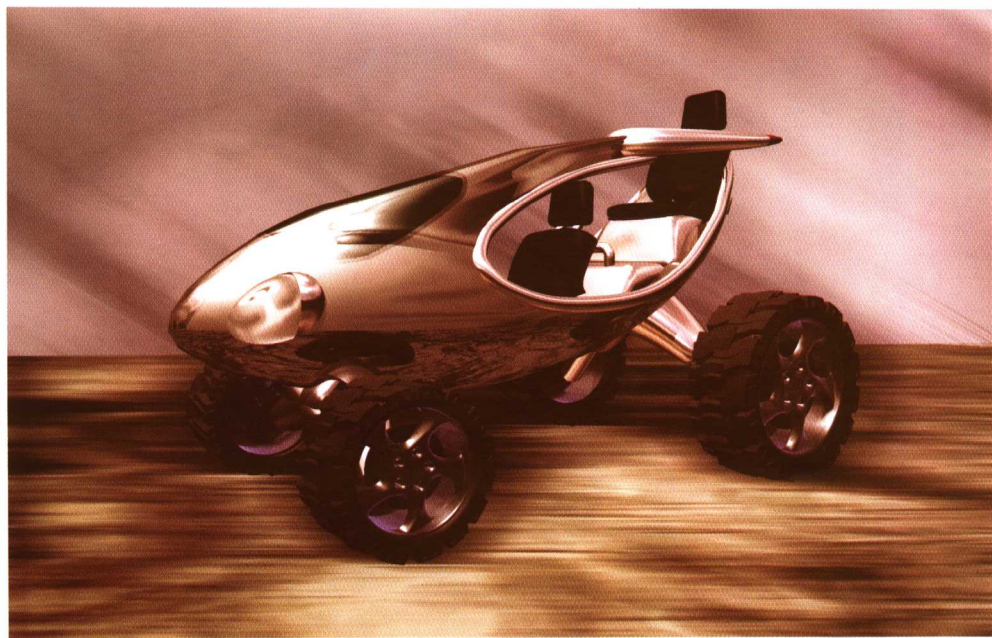
第四部分“美学感悟”则是在各种不同时空，基于设计角度对美学的感悟与认识，其中，有些篇章的内容曾经在中国《装饰》等刊物发表过。

美学研究的最高境界乃是哲学，美学并不等同于艺术，艺术只是人情感的产物。美学关注的却是人内在的精神世界，而并不仅仅瞩目于人情感的外在显露。因此，设计师不仅需要关注艺术，更需要关注美学与哲学。因为不研究人学的设计师，是不足于创新人的生活方式的。而当代设计的着眼点，正是在于创新人的生活。为此，设计不能仅仅是形而下——具体的操作，技法、程序与一般性的设计思维方法；设计创造源自于形而上——对生命意义的体悟，才是设计发想的真正源泉。

封面设计：灵感舞雩 刘微 王卓
art99@vip.163.com

“当我能够把美学的感觉与我的工程技术基础结合起来的时候，一个不平凡的时刻必将到来。”

雷蒙德·罗维 (Raymond Loewy)



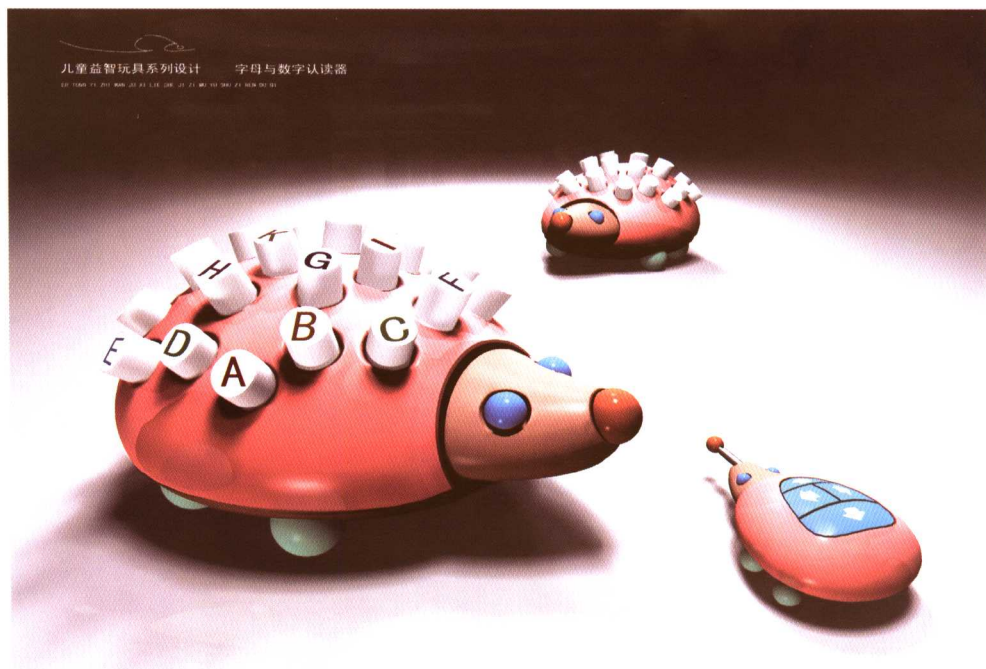
彩图一 沙漠观光车设计



● 本书所有彩图均为吴国强设计作品



彩图二 掌上袖珍视听器设计



儿童益智玩具系列设计 字母与数字认读器

彩图三 儿童字母与数字认读器设计

彩图四 电动自助行李移动车设计



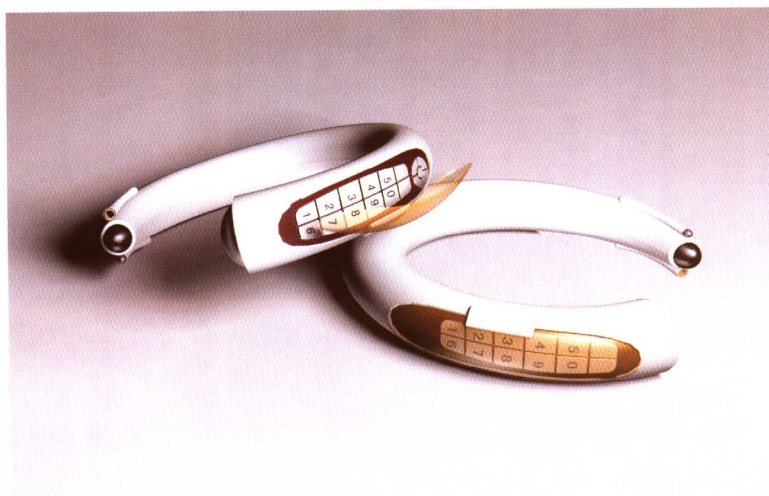


彩图五 具有照明和频闪功能的
旅游水壶设计



彩图六 垃圾感应收容器设计

彩图七 手镯式移动通讯器设计





彩图八 某室内进厅设计设计



雷通电脑公司使用标志
雷通网络使用标志



雷通公司使用标志
雷通网络使用标志

彩图九 企业标志设计



太陽購物娛樂中心
shopping entertainment centre



彩图十 企业标志设计



序

人类社会已走进了把“以人为本”融入“与自然生态和谐共处为本”的创新时代，这是一个基于信息、遗传、人工智能、环境等技术集成与知识重新整合的时空缩略时代，也是学术融创重新分类的时代。在大工业时代分割细化了的门类学科，在当今时代里重新走向交叉、融合和创新。现代社会语境下的美学理论无疑需要更加走近生活，更加走近应用研究。就应用层面而言，物理与美学以工业设计为契机，进入了人类有史以来最佳的学术融创时期。从这层意义上来认识，工业设计也是一门审美的艺术。设计不应深陷于科学和艺术之争，设计有她自身的内涵和外延，设计是发现、分析、判断和解决人类生存发展中的问题。当设计的目标系统确立时，即需要怎样做的时候，就该实事求是地选择、组织、整合各种可能的方法和手段，科学手段和艺术手段也包含在内。设计是人类第三种智慧系统，其组成的子系统或要素含有科学和艺术。设计是人类为主动适应生存环境等外因系统从而进化形成的一个“新结构系统”，是重组生存结构的“创造”。

人类进步的每一里程碑都是对自己的认识水平之否定，也是从不同角度、不同层次对已制定的“名”、“相”的否定。当“分类”、“命名”这个人人为的、阶段的观念阻碍我们认识自然和社会时，人类就会创造新的“分类”和“命名”。

“审美是一种文化现象，这一文化性主题围绕着当代人的精神、价值等内在维度，它内敛地、沉淀地反映着时代的精神状态，体现着大变革时期人的价值理想的确立与维护”。时代美学思想下的审美感受终将重新刷新人类的灵性，美的陶冶将毫无例外地助长人心灵感应力，激起人内心活力的生长，引导人们前瞻与向往。毫无疑问，人性的情感是随着现实存在的变化而相应变化的，但变化的方向需要美的滋养，以引导“现实存在”能在净化后升华；为此，需要设计为人类的生活体验创造更多的审美理想。

生活中的美，物化在人类生活桩桩件件的日常用品与环境之中。在事理学的视野下，工业设计不仅仅是具体的产品设计，更是以产品为载体的“真、善、美”概念的创新，是遵照“事理”系统解决问题的方法，是人性价值、美学理想与自然生态和谐的物化体现。于是，工业产品的每一个细节之中，都无不需要浸润美学的价值概念。在这个意义上或许可以说，工业设计肩负着体现当代人审美理想的历史重任。

设计需要美学理论的滋养。最近，吴国强写出了《感悟美学——设计师的美学视野》一书，探讨了设计领域里的若干美学问题，体现了一名设计教育者对美学理论与实践研究的关注。由于学术活动与教学工作繁忙，使我没有足够的时间与精力深入研究其中创造性的思想，而出版在即。因此，只能写出以上我的一般性看法，以此为序。



2007年9月16日

致《感悟美学》的作者

你好！

收到寄来的书稿之后，我津津有味地读了几个晚上。美学曾经是一门极冷、极偏、极贫困的学问，你敢于投入和突破，洋洋洒洒写出一本专著，让读者关注和受益，令人感佩。

美是什么？

美本来是哲学的一个范畴，美学本来是哲学的一部分。因此，主观与客观、存在与意识、绝对与相对、特殊与普遍、现象与本质等，都适于用来分析美。

在美和真、善密切结合的时期，无论自然科学、社会科学和思维科学，凡是以追求真理为目标的学问都对美礼敬有加，都视美学为最亲密的朋友。在日常生活和文明的传承里，美言、美行、美质与美好生活息息相关。美丽的理想、高尚的道德、博爱的情感都受到尊重、被向往和追求。

可是，自从真、善、美被各自割裂，美只剩有形式，研究的对象就模糊了，研究的问题便虚伪了，美学的生命力也就枯萎了。台上还在唱戏，台下却已空空如也。东方的观众回到田头唱小调，西方的观众依旧欣赏油画与芭蕾。如此这般之后，美学怎么可能不极冷、极偏、极贫困呢？

然而，美毕竟无论如何都是普遍存在和不断发展的。美的感觉、意识、认知，再现与创造自有自己的规律。掌握和普及这些规律总将有助于文明的发展、增进人类的幸福。现实已经证明，像文艺美学、技术美学、心理学美学、生态美学等卓有成效的研究，无论在西方还是东方，都是备受欢迎的；被抛弃的只是那些自闭自残的美学而已。

你在这样一个大环境下以设计师的视角，以拓展中国设计师的美学视野为方式，把美的创造经验和美的科学理论结合起来，试图开发中国设计师的创造力，这样推出你的《感悟美学》，显然是大智大勇之举，势必为美学的振兴再开辟一条新路。

在《感悟美学》中，你用数万字的规模和洗练的文笔，来帮助设计师认识柏拉图以来二千多年的美学。例如审美主体的神话，形而上学的理式世界，感性美学的传扬，心理学研究的介入，真善美的割裂等。又例如中国古典美学之源，古典美学观的审美局限，比与兴——诗性的同构，儒、道美学的象征意蕴，禅宗的纯净之美等。作为一个读者，我在这两大文章里大开眼界，获益