

设计美学

Aesthetics of design

梁梅 著

本书试图从哲学美学的应用出发，从古代到当代浩瀚的中西设计实例中，选取具有代表性的设计作品，以时代为线索，从功能和形式等方面分析其审美特征和美学价值，论述其设计美感产生的哲学文化背景，阐释各个历史时期的设计在美学上的主要特点。



梁梅 著

ics of design

设计美学



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

设计美学 / 梁梅著. —北京: 北京大学出版社, 2016.10

(博雅大学堂·艺术)

ISBN 978-7-301-27513-9

I. ①设… II. ①梁… III. ①设计学—艺术美学—高等学校—教材 IV. ①J01

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第216381号

- | | |
|-------|--|
| 书 名 | 设计美学
SHEJI MEIXUE |
| 著作责任者 | 梁 梅 著 |
| 责任编辑 | 谭 燕 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-27513-9 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路205号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn 新浪微博: @北京大学出版社 |
| 电子信箱 | pkuwsz@126.com |
| 电 话 | 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752022 |
| 印 刷 者 | 北京中科印刷有限公司印刷 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| | 720毫米×1020毫米 16开本 18.5印张 309千字 |
| | 2016年10月第1版 2016年10月第1次印刷 |
| 定 价 | 58.00元 |

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题, 请与出版部联系, 电话: 010-62756370

《设计美学》教学课件申请表

尊敬的老师，您好！

我们制作了与《设计美学》配套使用的教学课件，以方便您的教学。在您确认将本书作为指定教材后，请您填好以下表格（可复印），并盖上系办公室的公章，回寄给我们，或者给我们的教师服务邮箱 907067241@qq.com 写信，我们将向您发送电子版的申请表，填写完整后发送回教师服务邮箱，之后我们将免费向您提供该书的教学课件。我们愿以真诚的服务回报您对北京大学出版社的关心和支持！

您的姓名		您所在的院系	
您所讲授的课程名称			
每学期学生人数	_____ 人	_____ 年级	_____ 学时
课程的类型（请在相应方框上画“√”）	<input type="checkbox"/> 全校公选课 <input type="checkbox"/> 院系专业必修课 <input type="checkbox"/> 其他 _____		
您目前采用的教材	作者 _____ 书名 _____ 出版社 _____		
您准备何时采用此书授课			
您的联系地址和邮编			
您的电话（必填）			
E-mail（必填）			
目前主要教学专业			
科研方向（必填）			
您对本书的建议			系办公室 盖 章

我们的联系方式：

北京市海淀区成府路 205 号北京大学文史哲事业部 艺术组
邮编：100871 电话：010-62755217 传真：010-62556201
教师服务邮箱：907067241@qq.com QQ 群号：230698517
网址：<http://www.pupbook.com>

目 录

- 绪 论 设计美学、设计欣赏和设计批评 / 001
1. 设计美学 / 007
 2. 设计欣赏 / 013
 3. 设计批评 / 019
- 第一章 中国传统居住设计美学 / 025
1. 天人合一的环境之美 / 029
 2. 和谐统一的建筑之美 / 041
 3. 时空一体的空间之美 / 050
 4. 书香雅致的陈设之美 / 060
- 第二章 中国传统器物设计美学 / 069
1. 匠心独具的功能之美 / 075
 2. 天然朴拙的材质之美 / 088
 3. 含蓄优雅的造型之美 / 095
 4. 工巧适度的技艺之美 / 106

第三章 西方古典设计美学 / 115

1. 比例协调的整体之美 / 121
2. 均衡对称的形式之美 / 130
3. 视觉和谐的空间之美 / 136
4. 典雅节制的装饰之美 / 151

第四章 现代设计美学 / 161

1. 突出实用的功能之美 / 167
2. 几何抽象的造型之美 / 175
3. 人机和谐的技术之美 / 185
4. 服务大众的人道之美 / 194

第五章 后现代设计美学 / 203

1. 模糊丰富的功能之美 / 210
2. 形式各异的造型之美 / 217
3. 冲击视觉的混搭之美 / 226
4. 装饰亮丽的通俗之美 / 235

第六章 多元化时代的设计美学 / 247

1. 绿色环保的生态之美 / 252
2. 风格多变的时尚之美 / 260
3. 善意温馨的人性之美 / 269
4. 丰富多样的装饰之美 / 278

绪论

设计美学、设计欣赏和设计批评

与纯艺术如绘画、雕塑、诗歌、音乐、戏剧等只是提供审美经验、审美体验不同，设计必须满足为人们提供日常生活所需的功能要求。是否具备实用功能是设计品和艺术品的根本区别。

作为一个动词，设计是设计师利用材料和技术，为人们的日常生活所需寻找最好的解决方案的过程。在农业时代，设计就是制作一件手工物品的构思和计划；在工业时代则是确保机器制造出功能更好、更有利于工作、更具有吸引力的产品的手段。作为名词，设计是人类集智慧、技术、创造力和想象力为一体生产的、用于日常生活的人工制品。设计品指人类为自己的生活需要所创造的物品，农业时代称为手工艺品，工业时代指的是工业产品，主要服务于人们的日常生活，满足人们的衣食住行需要。和艺术一样，设计也是一门创造性的学科，涉及了技术、实践、审美等多个方面。设计多数是艺术和技术相结合的产物，把实用和美观结合在一起。设计的文化性质属于造型艺术，是含有艺术价值的日用品。无论是远古时代的石器和陶器，还是今天采用了高科技生产的电脑和手机，这些服务于人类生活的日用品都是包含了艺术和技术的人工制品，也是人类物质文化和精神文明相结合的重要产物，具有人文思想和审美价值。在往昔所有的文明中，能够经过一代一代人之后留存下来的是物，是经久不衰的工具或建筑物，这些人工制品在人类物质和精神文化的研究中占有重要的位置。

日用品为人们日常的衣食住行提供生活所需，最初旨在御寒保暖、维系生存，

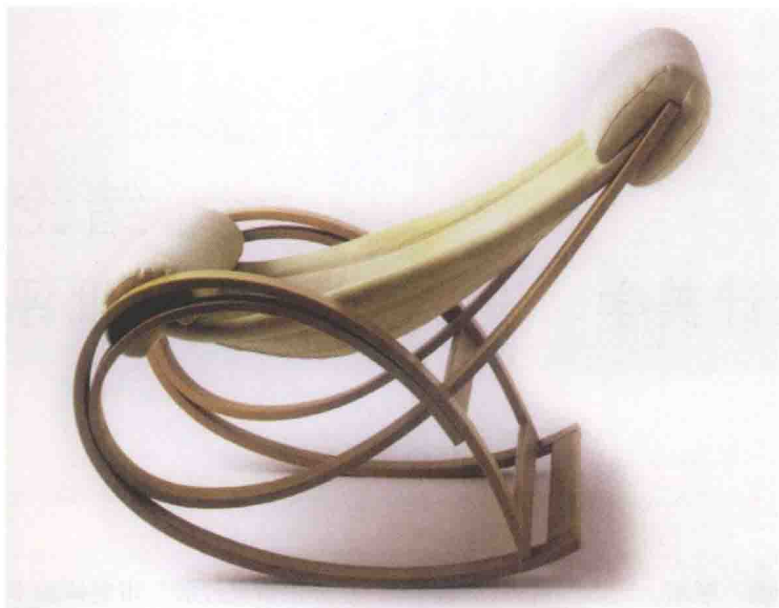


图1 一件日用品里所包含的文明往往比文字更为生动和直观。意大利设计师琼·安勃蒂设计的摇椅，1962年。

后则用于社交礼仪、分辨美丑雅俗，进入一个国家的文化内容之列。文化是每个时代生活方式的总和，衣食住行等用品都具备文化之内容、审美之品位。艺术史学家马克斯·J·弗里德兰德曾经说过：“说到文明，一只鞋能透露给我们的消息，和一座大教堂所蕴含的内容一样丰富。”^[1]一个民族的记忆是需要投射到具体的物品和物质环境上的，这些承载物在帮助人类维系文明的功能上，有着重大的责任和作用，而且，一件日用品里所包含的文明往往比文字更为生动和直观，其体现出来的风格特点更能反映出那个时代的审美精神。（图1）沈从文先生曾经说：“唐代物质文化反映于造型艺术各部门，都显得色调鲜明，组织完美，整体健康活泼，充满着青春气息。”^[2]他从物质用品的角度，生动地描绘出了一个封建王朝盛期的状态，说明一个时代的美学思想和审美追求，会更为形象地体现在人们的日常生活中。无论是农业时代的建筑和器物设计，还是工业时代的机器产品，都是一个国家政治经济状态的体现，一个时代审美风尚的产物。

正如英国作家阿兰·德波顿在《幸福的建筑》一书中所说，建筑的建造方式、用光方式、象征方式、构造方式一旦被理解成为“方式”，就意味着要与具体人群

[1] [英] 贝维斯·希利尔、凯特·麦金太尔著，林鹤译，《世纪风格》，河北教育出版社，2002，第3页。

[2] 沈从文，《沈从文说文物·器物篇》，重庆大学出版社，2014，第19页。

的生活和认知相联系。通过其屋顶、门把手、窗框、楼梯和家具促成一种特定的生活方式。^[3]当特定的人群采用这种特定的生活方式时，具有文化意义的设计美学就形成了。历史上，中国的城市、建筑、日用品和服装在形式和风格上之所以和西方有如此大的差别，是因为中国人在设计这些物品时有着不同的造物美学思想。而在今天，在一个物质文化极度发达的时代，设计师和制造商赋予了人造物品不可抗拒的魅力，在设计中表现出形形色色的文化成就和人文追求，对设计品的消费成为了消费者生活理念和价值观的体现。心理学家和哲学家都会承认，日用品的美为人们获得快乐和满足提供了有利条件，设计的美学特征也成为了生活美学的重要内容，进入到人类生活的哲学层面。

设计是一种人类思考的形态，它所带来的结果，将会以产品的形式被衡量，某些产品的设计还会被放置到文化背景中去考察。作为文化的产物，经过设计的产品充满了人文思想和情感关怀，即使细小的物品也传达出人类对物质的需求和观念的诉求。设计师通过一件优秀的设计作品影响到数百万人的生活，给人们带来更好的生活和更大的满足。(图2)与艺术所提供的审美情感体验不同，设计因为与人们的生活密切相关，设计的美涉及的因素非常之多，具有独特和丰富的内涵。与艺术家往往独自创作表达的是个人情感不同，许多优秀的设计都是团队合作努力的结果。今天，在这个团队里，有设计师、艺术家，也有工程师、科学家、环境学家和社会学家等，因为一件能够提供良好功能的技术性产品，既需要解决技术方面的问题，也需要考虑外观美等问题。因此，设计的美是综合的，与艺术、技术、环境和心理密切相关。设计的美也是很难用明确的



图2 优秀的设计作品会影响到数百万人的生活。设计师保尔·汉宁森设计的“洋葱”灯，1957年出品，至今仍然在生产。

[3] [英] 阿兰·德波顿著，冯涛译，《幸福的建筑》，上海译文出版社，2007，第23页。

定义加以限定的，因为时代和文化背景的不同，设计美学也在发展和变化。

作为一门综合性的学科，设计在哲学、文化和社会中的意义已经被越来越多的人所重视，今天已经成为了一个重要的物质文化研究课题。许多人认识到，设计是作为文化和日常生活的核心而存在于这个世界上的，设计成为了文化繁荣的标志之一。设计在个体、社会、文化生活中广泛存在，尤其是在高度工业化的社会，人工制品甚至取代了自然界，占据了人类经验中的主导地位。在日常生活中，我们总是被设计师苦心营造的各种图像、物体所包围，并形成了我们的生活环境，影响了我们的行为，物质文化的覆盖范围与复杂程度已经达到了前所未有的高度。即使我们的行为，也往往被那些工作、游戏、学习及日常生活中的设计品引导成有组织的行动，由这些设计提供的服务支撑甚至控制。在理查德·布坎南和维克多·马格林所编的《发现设计：设计研究探讨》一书的前言里，他们开宗明义地提出了所思考的问题：日常生活中的设计不应仅仅被看作是一项专业实践，也应该被当作是一门集社会、文化、哲学研究于一体的学科。^[4]设计中所包含的艺术内容，应该是艺术哲学的审美文化研究的重要组成部分。设计中的美与艺术所给予我们的情感愉悦一样，都是我们生活中满足情感需求的重要方面。在满足需求的条件之后，我们在购买衣服、装修室内或使用日用品的时候，就会追求这些设计中的美学价值，或者在购买同类产品的时候，会选择那些看上去更加赏心悦目的东西。就像阿兰·德波顿所认为的那样，设计的“美”在很大程度上主导着我们的情绪变化，当我们称赞一把椅子或一栋房子“美”时，实际上是在表达这把椅子和这栋房子所暗示出来的那种生活方式。

在通常情况下，我们都会选择居住在环境优美、设计精良、视觉美观，而且建造稳固的住房里，在选择生活用品的时候，除了经济条件、价格因素外，我们都乐于选择那些在造型、结构、色彩上都漂亮的物品。在商店里，外观看起来赏心悦目的产品往往更能够吸引人们的注意力。比起只有小众欣赏、大雅之堂里的艺术品来，设计的美对我们的日常生活的影响更为普遍和重要。美国著名的设计心理学家唐纳德·诺曼认为成功的产品设计关注的是人的情感，他在《情感化设计》一书中写道：“我们有证据证明极具美感的物品能使人工作更加出色”，而且，“让我们感觉

[4] [美] 理查德·布坎南、维克多·马格林编，周丹丹、刘存译，《发现设计：设计研究探讨》，江苏美术出版社，2010，第1页。

良好的物品和体系更容易相处，并能创造出更和谐的氛围”。^[5]事实上，美的环境对我们健康和心理的影响是如此之大，美好的环境、建筑和产品设计甚至会关系到一个国家民众的道德水平和身心健康。(图3)

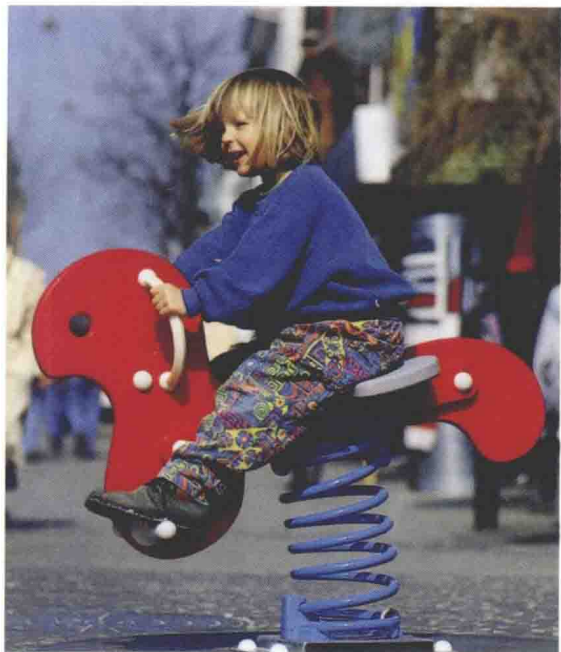


图3 好的设计关系到一个国家民众的道德水平和身心健康。北欧的康潘公司1970年为儿童设计的M1型经典弹簧椅。

当有人批评美国人太全神贯注于物质价值以至于文化已经从他们身上消失时，美国工业设计师亨利·德莱福斯谈到了日用品在人们文化生活中的重要意义。他认为：“精心设计的、大批量生产的商品构成了新的美国艺术的形式，并负有创造新的美国文化

的责任。这些应用艺术的产品是美国人日常生活和工作的一部分，而不仅仅是在星期日下午观看的博物馆展品。”^[6]他觉得那些欣赏美术的人和那些钟情于实用艺术的人之间并没有什么根本差别，他们都有同样的冲动，就是对美的渴望。当一件好的设计被批量生产，进入到公众的消费之列时，它的影响是极大的。市场如果能不断推出优良的产品，就会改变人们购物时的品位，通过对优良设计的消费，公众的审美品位会有惊人的提升。

今天，许多设计师把自己的工作置于为人类谋求福祉的行业，他们不满足于自己的工作仅限于设计注重功能、讲求效用的用品，而是更多地把情感和精神注入其中。他们坚持认为，设计在提升人类生活的幸福感中有着重要的地位，尝试着将机器产品设计得可能达到的完美。他们在追求一种设计美学，这种设计美学趋向于使人安心、没有破坏性，让产品的使用者和购买者感到安全和幸福。意大利著名的设计师埃特·索托萨斯在设计中把建筑、美学、技术和对社会的兴趣融于一

[5] [美] 唐纳德·诺曼著，付秋芳、程进三译，《情感化设计》，电子工业出版社，2005，第5页。

[6] [美] 亨利·德莱福斯著，陈雪清、于晓红译，《为人的设计》，译林出版社，2012，第65页。



图4 设计师是把日常生活诗化的人，而设计最能传达日常生活中的诗意表现。油瓶和醋瓶，设计：阿喀琉斯·卡斯提琉尼，1984年。

体，并不断探索设计的潜在因素。他说：“设计对我而言……是一种探讨社会的方式。它是一种探讨社会、政治、爱情、食物，甚至设计本身的方式。归根结底，它是一种象征社会完美的乌托邦方式。”^[7]今天的设计已经不再是仅仅满足日常生活所需之物，还是提升我们生活品质的必需之物，也是实现我们幸福生活的满足之物。就像意大利厨房用品公司阿莱西（Alessi）的主管阿尔伯特·阿莱西所说的那样：“设计师是把日常生活诗化的人，而设计最能传达日常生活中的诗意表现。”（图4）

在我们的日常生活中，那些融入了设计师思想和创意的产品也不仅仅是普通的用品，它们应该像意大利设计师盖当诺·佩西所说的那样：“我认为我们所有的人都会死亡，这一点大家都一样，但活着的方式是不同的。在我们短暂的有生之年，我们身边的物品应该帮助我们欣赏生存的荣耀。”设计应该成为我们审美化生存的重要内容，成为我们生活艺术的一部分。

日本建筑师安藤忠雄谈到，当他思考建筑之美究竟是什么的时候，脑海中总会浮现“那应该就是所谓的生命力吧”的印象。设计的美应该是脱离了物品本身，能够唤起我们的善良、真诚和幸福感，并且能够使我们自己得到确认的东西。在我看来，设计的美，是我们生活的人工环境、居住的建筑、使用的器物、穿着的服装和佩戴的首饰中，表达了我们积极的价值观，体现了我们文化优良的基因，让我们的情感有寄托、有认同感、有归宿感的那部分。也许是夏日庭院里遮出一片阴凉的屋

[7] 梁梅著，《意大利设计》，四川人民出版社，2000，第114页。

檐，也许是冬日里洒进阳光的一扇画窗，也许是午后拿在手上散发出一缕茶香的温润的梅子青小茶杯，也许是飘过去的一个姑娘身上所穿的碎花长裙，让我们在漫长的人生和庸常的生活中，得到一份情感的慰藉和精神的满足。真正的设计之美反映了日常生活幸福的可能性，以及蕴含在社会中的、和解的可能性。幸福的愿景也必须包含其中，以此来补偿人们在压抑的现实社会中饱受的苦楚。

1. 设计美学

就“设计美学”一词而言，无论是西方还是东方，都是一门涉及了哲学、文化、技术和设计品的新学科。长久以来，设计美学包含在美术史、建筑史和技术史等学科中，其内容在人类文明的历史中若隐若现。但是，并不是古代没有“设计美学”一词就不存在设计美学，有关设计的美不仅散落在无数东西方的文献著作里，也体现在有史以来的环境、建筑和器物设计等具有创造性的人工制品中。设计美学既不是设计历史，也不是设计艺术。设计美学基于设计的实物及其造型、色彩和装饰，但包含了哲学的内容和深度，体现了每个民族、每个时代所崇尚的生活方式及其秉承的价值观念。设计作为一种人造物，是人类的创造计划、创造行为、创造过程以及创造的哲学、美学和文化的集中体现。设计美学是一个时期、一个民族审美观念的物化，我们从中可以了解到这一时期、这一民族在美学上的趣味和追求。设计虽然不是纯艺术，其创作并不以震撼人心的情感或寓教于形的道德说教为目的，但因为其为人们日常所用，服务于人们的衣食住行，其造型、色彩和装饰，即使人们不去专门欣赏，也会源源不断地为我们提供形式语言，潜移默化地培养起人们的审美意识，如影随形地左右人们的审美判断。（图5）比起



图5 设计的造型、色彩和装饰会潜移默化地培养起人们的审美意识。瑞典 Rörsterand 公司生产的简洁经典的日用瓷，1930年。

那些往往只能在美术馆、博物馆等殿堂之上陈列和欣赏的纯艺术品，设计对于一般人的影响更为深刻久远、广泛强大。

除了功能性外，设计的另一个重要特征是技术，几乎每个时代的设计都会打上这个时代在技术成就上的印记。设计的风格和美学特征总是不可避免地依附于材料和结构等技术条件之上。设计的变化也许会受到艺术潮流的影响，但也可能完全不依赖于艺术认识的变化，各种设计风格的发展会因为技术的变化而突然改变。在设计发展的历史上，也会有对于功能和美学的追求所达到的工程技术的成就，如建筑中的穹顶。但更多的时候，设计在美学风格上的改变是由技术实现的，如现代设计的机器美学风格和后现代的高科技风格，就是典型的技术发展的产物。实际上，设计的现代风格也是技术的发展所促成的，不是受其他艺术形式的现代主义风格的影响而产生的。对于设计而言，技术并不是设计美学的对立面，在实现设计所具有的外在高雅和内在唯美的终极目标中，技术都扮演着重要的角色。

由于设计与技术的密切关系，设计美学在采用自然法则的同时，还呈现出每个时代技术发展的特征，因此，设计美学具有科学和理性的特点，如建立在数学基础上的比例关系、建立在新材料上的材质美感，以及建立在技术上的技术美等。事实上，在古典设计美学中，始终贯彻着一种理性与科学的思想。若要把握设计的创造性与审美感受之间的关系，了解哲学的推理极为重要。美学是建立在哲学基础之上的学科，设计美学与哲学密不可分。应该说，设计美学致力于研究哲学美学的应用问题。对于设计美学来说，问题并不在于是什么东西导致一些人喜欢苹果手机而不是三星手机，而在于人们有什么样的美学爱好，这样的偏爱对人们有什么重要的意义。

因为审美的对象是服务于我们生活的物品，设计美学可以说是一种日常生活的美学。与哲学美学研究纯粹的概念不同，在设计美学中，美学并不是孤立的、分离的价值观念，而是与物品有密切的关联。确切地说，设计美学存在于我们在产品中所发现的和谐关系中，这种和谐关系表现在我们对产品功能的理性预期、我们感知道德伦理与社会价值的情感诉求以及我们对感性刺激的生理需求三者之间。每一个设计物品都有与之相称的审美标准，这种审美标准与产品的功能性、伦理道德与物质价值之间的恰当平衡是密不可分的。因此，对设计美学的研究总是与具体的设计对象有关，在每一个真实的设计案例中，大到环境、建筑，小到家具、餐具，设计

的美都在这些物品的形式、色彩和功能上呈现出来。

很多时候，人们在选择日用品时，也许某件产品与另一件比较起来，因其简单、流线的造型显得更简洁、更符合功能需求，另一件则因为有过分的装饰显得笨重，于是选择了前者。这样的判断初看起来好像仅仅是讲究实用，但仔细一想，则完全是一个审美问题。在一个消费时代，消费文化让成功和快乐成为可能。一切设计都包含了对价值的表达，无论表达方式或明显或隐蔽，对某些产品的选择和偏爱无疑表达了消费者的价值取向和美学偏好。（图6）实用设计中的美和纯粹艺术中的美一样，都是人们可以获得审美感受的对象，正如美国设计师亨利·德莱福斯所说：“一张装配得当的餐桌有助于胃液的流动；一间灯光调节得当、安排得当的教室有助于学习；一种留意心理作用而小心选择的颜色有助于在机器边作业的人培养更好、更有利的工作习惯；在联合国总部设计的安静会议室有助于代表们作出冷静和公正的决定。我相信当人被美围绕时，他可以达到宁静的状态。在大教堂里，在观

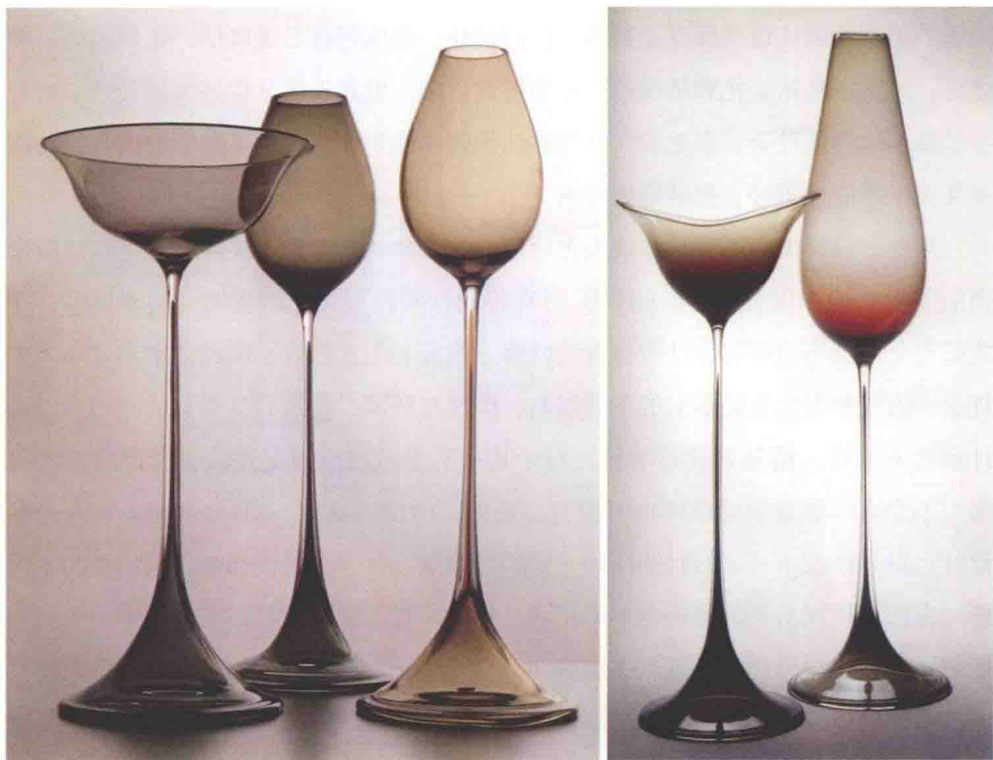


图6 对某些产品的选择和偏爱表达了消费者的价值取向和美学偏好。郁金香造型的玻璃杯，设计：尼尔斯·兰德伯格，1956年。

看展示的精美绘画和雕塑时，在大学校园里或者在听动人的音乐时，我们都可以找到最宁静的时刻。工业、技术和批量生产使得普通人在家中、在工作的地方用这种宁静包围自己成为可能。也许，我们在当今世界上最需要的正是这种宁静。”^{〔8〕}

一种美学思想的重要性不在于其本身，而在于它是在什么时候、什么历史文脉中、什么具体情况下产生或应用的。对于设计美学的研究不可避免地要与实物密切地联系起来，因此，研究设计美学不仅是在理论上探讨美学思想在各个时代和不同地区的体现，更多地是通过各个时代和地区的具体设计品，分析和理解那个时代人们对物品的美学取向。比如现代设计史上最重要的现代主义设计，出现在人类社会工业化和民主化的历史进程中，其设计的方式是试图通过机器制造出理性实用的产品，服务于普通人的日常生活，提升大众的生活品质和美学鉴赏力。现代主义也被称为精英主义，其内容包含了知识分子的社会责任感，表达了他们反对浮华的古典主义和夸张的商业主义，鄙视低俗恶劣的商业设计，试图通过尊重材料、利用工程技术设计出诚实的产品，在物质的层面上实现平等、公平和正义的理想。现代主义高调的道德论调让设计师看起来像人民的公仆，而他们自己也确信，在他们的引领之后，人类正在从文化和传统的禁忌中解放出来，世界正在变得越来越美好。只有在了解了这样的社会背景之后，才能够认识到功能为什么变成了美学的内容，功能主义美学才能被更好、更准确地理解。

因此，设计美学既有其体现人类价值观的共性，也有每个民族、每个时代所崇尚的美学个性和审美偏好。（图7）只有将设计实践与文化语境结合起来思考，才能够充分而恰当地理解设计所包含的内容。西方和东方都有不同的艺术形式和审美理念，古代和现代有美学上的不同判断，体现在环境、建筑和日用品的设计中。设计和艺术一样，都是开放的学科，对于某一既定问题或情况并没有所谓正确答案。不会有“最好”的座椅也不会有“最佳”的住房设计，同样，“完美”的产品设计也只是存在于一定的时期段和一定的语境里，每一个时代都会找到问题的不同解决方法，体现出来的美感也不尽相同。当然，对于设计而言，有些原则是永恒不变的，并不是只有严肃的现代主义和包豪斯理论家相信这一点：功能良好将始终是最重要的设计标准。作为生活用品，良好的功能是设计永恒不变的评价标准。尽管

〔8〕〔美〕亨利·德莱福斯著，陈雪清、于晓红译，《为人的设计》，译林出版社，2012，第81页。

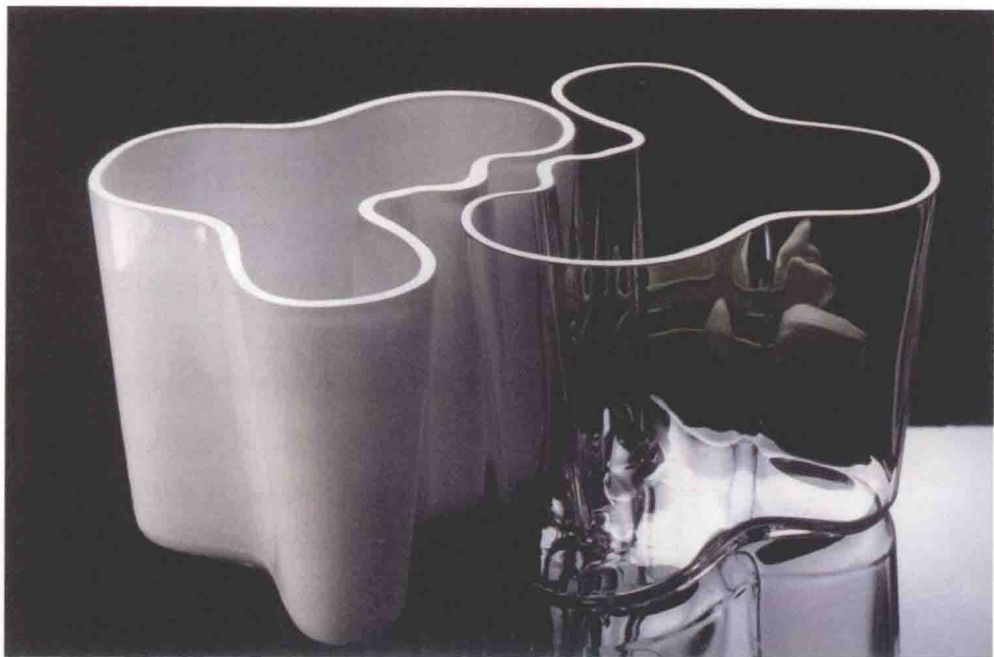


图7 芬兰设计师阿尔瓦·阿尔托设计的花瓶“皱叶甘兰”，已经成为了芬兰现代设计的代表作，1936年。

今天已经进入到设计风格和设计形式的多元化时代，但当我们赞叹桥梁、船只和飞机的时候，现代主义的情感和美学价值仍然会在我们心中复苏。

在今天的美学研究中，现代主义的严肃性和教条主义被不断变化的时尚所替代，日常生活审美化和生活美学成为了经常讨论的话题。人类的理想就是渴望能够进入自由王国，而日常生活的审美化也许可以成为人们在庸常的生活中进入自由王国的一个有效通道。设计美学在人们的审美生活中应该可以充当某种类似道具的东西，人们因为拥有优良的设计而提升了生活的品质。工业革命所引起的分工使得产品的生产流程和零部件生产专业化，结果导致产品丧失了曾经能够愉悦使用者精神与感知的品质。在工业化席卷全球的时代，设计师面对全面接管人工的机械化生产，没能对自然、美学的含义有更深入的理解，尤其是对那些能够引发人们满足感、愉悦感的产品美学知识缺少重视，对产品功能的强调主导了设计。后工业时代使这种品质失而复得，反映了工业设计的发展历程，也反映了人类对文明进程的思考。事实上，具备美学价值的优良设计品常常被人们誉为一件艺术品，它似乎已经摆脱了服务人们生活的功能，进入到艺术的世界，当人们在使用这样的设计品时，