

西安交通大学 “十一五” 规划教材

美学与设计

主编 李乐山



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

美学与设计

主编 李乐山

西安交通大学出版社

内容简介

该书包含两部分内容:首先,简要介绍了美学的基本观点,尤其是重新解读了道家美学,重新解读了康德美学,并简要介绍了西方主要美学思想的历史过程;其次,把美学变成对设计有益的指导方法,总结了我国当前存在的各种审美观念,通过大量调查数据,反映了我国各人群对许多产品的审美观念和所喜爱的颜色,并用这些审美观念作为产品设计、图文设计、环艺设计、室内设计、服装设计的指导思想。本书是专著,适合作为设计专业的专业基础课教材。

图书在版编目(CIP)数据

美学与设计/李乐山主编. —西安:西安交通大学出版社,2010.5
ISBN 978-7-5605-3507-4

I. ①美… II. ①李… III. ①美学—高等学校—教材
②设计—艺术美学—高等学校—教材 IV. ①B83②J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 064326 号

书 名	美学与设计
主 编	李乐山
责任编辑	桂 亮 张 梁

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)

网 址 <http://www.xjtpress.com>
电 话 (029)82668357 82667874(发行中心)
(029)82668315 82669096(总编办)

传 真 (029)82668280
印 刷 西安交通大学印刷厂

开 本	727mm×960mm	1/16	印张	17.125	字数	319 千字
版次/印次	2010 年 5 月第 1 版		2010 年 5 月第 1 次印刷			
书 号	ISBN 978-7-5605-3507-4/J·60					
定 价	25.80 元					

读者购书、书店添货、如发现印装质量问题,请与本社发行中心联系、调换。

订购热线:(029)82665248 (029)82665249

投稿热线:(029)82664954

读者信箱:jdldy@yahoo.cn

版权所有 侵权必究

前言

本书包含两部分内容,美学与设计。为什么要写美学问题?因为近几十年来,在这个领域主要存在两种倾向。第一种倾向是翻译编辑外国人的美学文章,或者抄写前人的翻译文章,没有搞清楚外国人的文章针对什么,到底谈什么事情,把有些不妥当的翻译一传再传。另一种倾向是,某些美学作者对中国传统文化中的美学思想几乎无知,连道家 and 儒家都分不清楚,反而连篇累牍写美学书,用想象代替科学研究,用随笔散文代替科学论文,这种书的害处远大于益处。甚至有不少人称,这些以美学名义的假学问又害了一代人。因此,本书研究了中国传统文化中道家的美学思想,以及西方主要的美学思想,从中发现一些新东西。什么新东西?你读一读就知道了,不会让你失望。

其次,美学到底有什么作用?传统美学有三个目的:首先,美学研究美的本质(宗教与非宗教对这个问题的解释完全不同);其次,美学研究审美的各种感知心理体验,对快乐的各种解释;最后,美学研究文艺批评,分析艺术形式如何表现审美心理。其中许多观点早已过去,欧洲启蒙运动的许多思想早已不能解决如今问题。美的本质是什么?这个问题争论了两千年了。假如连这个问题都搞不清楚,可能有两种情况:第一,这个问题太复杂;第二,争论者水平太低。如今没有多少人对美的本质感兴趣。美学对艺术创作应该起启发作用,应该在创作前提供艺术创作思想。可是,文艺评论文章似乎往往是事后诸葛亮。这些美学文章和书籍有多少人看?这些美学距离现实越来越远了。此外,还有些文章以美学的盛名,传播一些心理病态的观念和生活方式,误害处于“危险年龄阶段”的青少年。

尤其是我国出现工业设计、艺术设计、服装设计、环艺设计、动漫设计等新专业后,急切需要建立其专业基础。如果没有专业基础,那么大学与大专、中专有什么区别?把美学作为设计专业的基础,这是不言而喻的。然而如何去建立,是不是仍然把过去老一套照搬过来?那些没有什么用处的东西,根本没有什么人读了。美学能不能为规划我国文化生活提供有建设性的思想,能不能为设计人员提供一些创作观念和思想?假如不能达到这些目的,就不能成为专业基础。这是本书作者20年前思考的问题,这本书对此做出了回答。美学应该、也能够成为艺术设计的指导思想。如何做?要研究我国人民的审美观念,研究他们对各种产品的审美观念,他们喜爱的颜色,等等。这些恰恰是艺术创作和设计人员所需要的东西。本书

的基本思想是作者 9 年实践的总结。当然本书还存在需要改进的地方。

写书有几种方法。第一种方法是抄别人的书,这种书太多了。第二种方法是让学生写,老师签名,这种书也太多了。第三种方法是认真进行研究思考,自己一个字一个字写出来。第四种方法也是自己写,但还要把书稿放置五六年再修改,笔者的书都是这样写的。笔者这些书都是作者多年的研究结果,从没有让学生代笔,因此写书很累,短短几年头发、眉毛全白了。这样写书是最辛苦、速度最慢、利益也最少的。

本书内引用的大多数审美数据,是笔者带领学生所完成的,为此要感谢西安交通大学工业设计 51 班、61 班、71 班和 81 班,他们一共 86 人。要感谢李萌、丁嫣、夏文超、侯丽君、赵书中、梁震、李姝、张若思等人。还要感谢工业工程 61 班和 62 班,以及杨晨燕。

李乐山

西安交通大学工业设计系

2009 年 7 月 16 日

目 录

绪论	(1)
第一章 产品造型审美观念	(5)
第一节 审美的心理学与社会学含义	(5)
第二节 常遇到的现代审美观念	(13)
第三节 我国传统审美观念	(22)
第二章 颜色	(30)
第一节 色彩与心理感受	(30)
第二节 青少年喜欢的颜色	(41)
第三节 大学生喜欢的颜色	(51)
第三章 设计美学的作用	(58)
第一节 造型时想什么	(58)
第二节 工业设计与绘画的区别	(68)
第三节 艺术在工业设计中的正面作用	(80)
第四节 阻碍探索的因素	(85)
第五节 工业时代引起新的审美观念	(92)
第六节 新颖的含义	(98)
第七节 影响我国现代审美观念的主要因素	(107)
第八节 当前我国教育界的主要困惑	(114)
第四章 道家美学	(125)
第五章 西方美学概述	(146)
第一节 康德主义美学	(146)
第二节 席勒美育	(173)
第三节 罗斯金美学思想	(178)
第四节 西方美学观点简介	(192)
第五节 西方现代美学一些观念问题	(197)

第六节 敬畏自然的审美观念..... (204)

第六章 西方设计与艺术思想..... (213)

第一节 西方现代主义..... (213)

第二节 西方现代道德体系的后果..... (222)

第三节 西方与工业设计有关的艺术流派..... (232)

第四节 对西方楷模的批判..... (253)

第五节 结论..... (260)

参考文献..... (267)

绪 论

一、美学起源

美的问题往往是在物质生活比较富裕后出现的问题,也就是说,以美的名义探讨人性、人生观、生活方式方面的问题。对待这类问题,历来都存在三种完全不同的观念,一种是摆脱传统,一种是追求快乐,另一种是超越物质享乐。我国道家对这些问题进行了非常系统的研究,集中体现在人的天性是什么,什么是美,什么是敬畏,什么是快乐等问题上。道家对这些问题的分析远超过西方康德美学的深度。

美学在欧洲一直是宗教或反宗教之间斗争的焦点问题之一,关心的是感知认识问题,这些问题集中体现在美与崇高两个问题上。在中世纪欧洲,美学主要是宗教范畴内的东西,认为宗教是美的本质。虽然美的解释起源于古希腊的毕达哥拉斯派的“美是和谐与比例”,然而这个概念被中世纪欧洲宗教接受了,成为其代表人物奥古斯丁(S. A. Augustine, 354—430 年)对于美的主要观点。崇高的解释很可能起源于公元 3 世纪雅典修辞学者朗吉弩斯(Cassius Longinus, 213—273 年),他在《论崇高》一书引用《圣经》的文字解释崇高和美。在欧洲宗教鼎盛时期阿奎那(S. T. Aquinas, 1226—1274 年)提出美有三要素:完整、和谐、鲜明。

文艺复兴初期,为了摆脱宗教,对美的解释逐渐世俗化。意大利但丁(A. Dante, 1265—1321 年)提出文艺作品的美与善。后来,培根(F. Bacon, 1561—1626 年)提出美的精华在于文雅的当作。笛卡尔(R. Descartes, 1596—1650 年)说美是判断和对象之间的一种关系,美是恰到好处的协调和适中。

启蒙运动中,许多思想家都把美学作为摆脱宗教或反宗教的重要组成部分。启蒙运动最主要的观念是用理性摆脱宗教信仰,后来发现仅凭理性不足以摆脱宗教。康德认为,通过感知可以弥补理性的不足。他认为,人有三件可知的事物:观点、事实和信仰。这都是按照人的感知能力来划分的。要摆脱宗教,就必须建立以人为本的感知方法,提出“眼见为实”才能摆脱“信仰”。康德鼓励人们依靠自己的眼睛去观察事物,强调感知(审美)的重要性,他认为通过人的感知无法证明神、灵魂的存在,这样就把宗教信仰从人的认识能力上排除。为此康德建立了一系列的方法和标准,这样就形成了康德美学。康德把它称为是认识事物的感性方法,其目的是弥补理性的不足。

如今,时代价值观念变了,美早已不是过去的含义了。美学的作用也早已不是过去的含义了,不再把美学作为反宗教的知识。康德没有想到如今会出现这么多新的认识问题、社会问题和心理问题,这些问题只能靠我们去解决。

二、美学起什么作用

如今美学早已不是原来的含义了。工业革命以来,社会出现了重大变化,在美与快乐的背后出现了大量的社会心理问题,用哲学认识论方法早已无法研究这些问题了,而是应当用社会心理学方法去研究社会心理问题。如何重建美学,使它成为对社会心理起正面作用的东西,如何使它成为对设计起指导作用的东西?美学不应该成为马后炮,在艺术作品产生社会效应后写点赞美或批评的文章,而应该能够提出对艺术创作有启发意义的创作思想。如何使美学能够为设计人员提出设计思想?这是笔者思考了近20年的两个问题。经过多年探索后,这个问题最后成为以下几个问题。

(1)美学如何研究当代社会的审美心理。自然的美学心理早已被研究过了,现在需要研究人们对各种人造产品的各种审美心理?

(2)如何通过美学方法去弥补不健康的社会心理,尤其是通过设计去修复用户的不健康心理?

(3)如何使美学能够成为设计创作的基础,能够帮助设计出多种多样的造型?

经过多年的埋头思考和调查分析,对这些问题的研究结果成为这本书的主要内容。

本书试图解决这些问题,重建美学,为设计师提供审美方面的设计思想。

三、产品设计要考虑的因素

如何设计外观?要搞清楚这个问题,首先要理解外观起什么作用。有人认为,产品外观造型的主要目的是引起用户注意,当他们去商店购买产品时,面对琳琅满目的各种造型,有些造型容易吸引用户注意,有些造型容易引起他们的兴趣,只有引起他们注意和兴趣,他们才会去进一步考虑是否购买。实际上,人们购买行为并不是这么简单。你可以花费一定时间到商店去观察和了解客户购买产品的过程。大多数造型都没有明显区别,用户会从各个方面去了解,例如了解产品质量、价格、售后服务等,最终全面考虑,综合选择。外观造型的重要性都不在第一位,也不在前三位。笔者2007年调查人们对高档家具各个因素重要性排序时发现,外观被排到第8位。在下表列出的八种产品设计中,大多数产品的功能、可用性、结构、表面材料、质量、服务等因素都比外观造型重要。

表 0—1 外观占设计的第几位

产品	洗衣机	数码相机	手机	大轿车	电冰箱	PDA	沙发	床
设计因素数量	9 个	7 个	7 个	6 个	13 个	8 个	9 个	10 个
外观占第几位	第 4 位	第 3 位	第 3 位	第 6 位	第 13 位	第 6 位	第 8 位	第 8 位

四、产品外观设计起什么作用

有人说,产品外观的主要作用是形态造型的美。这个观点导致的结果是,产品设计专业的学生大部分找不到本专业的职业工作。产品外观到底起什么作用?对于这个问题,笔者也进行了各方面的调查。在调查中发现,对外观造型的理解,用户人群与设计师之间差别很大。调查结果如下。

(1)外观造型表现产品概念。人们如何知道那是电视机,这是电脑?通过外观造型。人们如何知道这是手机,那是 MP3? 还是通过外观造型。这意味着,人们通过外观造型去理解产品概念。因此,造型要符合产品概念。某公司要设计一种新产品——指纹仪,设计师把它外观设计得像电话机,引起许多人误解。对于这种新产品,设计时要考虑构造一种新的产品概念,使人们通过外形能够看出其用途。

(2)外观造型体现产品的价值定位。有些人喜欢高档产品,有些人喜欢低价,有些人喜欢卡通型,有些人喜欢高质量,这些都体现了不同的产品价值观念。这些往往通过简单的符号象征表达出来。例如高档手机可能是金属感,而不是塑料感。高档汽车可能是黑色,而不是绿色。高品质衣服可能是纯棉布,而不是化纤。这时并不是用户的颜色喜好决定外观颜色和材料,而是用户价值定位决定产品颜色和材料。

(3)外观造型表现了运行方式。自行车有两个轮子,它告诉人们可以转动,而不是滑动。溜冰鞋支撑在一把冰刀上,它告诉人们那是滑动的。因此造型要符合产品行为方式。

(4)外观造型表现操作方式。杯子有把手,它告诉人们那是用手握的部位。自来水龙头造型告诉人们那是可以转动的。雨伞虽然不复杂,然而它却提供了多种操作。用户是通过外观去操作使用产品的,因此造型要符合使用。

(5)外观造型表现功能。刀子有刀刃,它告诉人们刀子的功能是可以切削东西的。椅子的造型告诉人们那是可以坐的,座椅的高度、座椅面的大小、靠背的造型要符合人体生理特征。汽车造型要考虑高速时汽车不要飘起来,因此车头要向下倾斜。汽车要减少流体阻力,要减少横截面的面积,车尾的造型要减少紊流。因此,造型要符合功能。

(6)外观造型表现结构。这里所指的结构并不是美术上所指的几何图形结构,

而是指产品零部件结构,或功能结构。依据这种结构,对产品进行加工制造、安装、测试和维修。

(7)外观造型表现审美感受。人们具有各种不同的审美爱好,不同的外观造型会引起不同的关注程度。有些人喜欢柔和外观,有些人喜欢动感,有些人喜欢小巧玲珑,有些人喜欢高雅。

这些都是工业设计师造型的基础。

第一章 产品造型审美观念

第一节 审美的心理学与社会学含义

一、针对问题与目的

(1)经常听人说他们的造型是凭灵感而得到的。“我从竹子得到创作灵感”这句话想表达什么含义?到底谁有灵感,竹子,还是他?竹子比他聪明,还是他比竹子聪明?每当笔者听到这种说法时就感到困惑,即使他比竹子聪明,也不能说明他水平高。问题来自“灵感”的含义,什么是灵感?经过多年查找终于发现,这个概念可能来自康德的《判断力批判》第46节“美的艺术是天才的艺术”,他说:“天才,他自己也并不知道这些理念是如何为此而在他这里汇集起来的,甚至就连随心所欲或按照计划想出来的这些理念,并在别人也能产生出一模一样的作品的这样一些规范中把这些理念传达给别人,这也不是他所能控制的(因此天才这个词也很可能是派生于 Genius, 守护神),即特有的、与生俱来的、保护的和引导一个人的那种灵,那些独创性的理念就起源于它的灵感。”其中的“Genius”是指古罗马的守护神。上文中“灵感”一词译自德文词 Eingebung,词义是“输入”,按照康德上文语句,“灵感”的词义是“守护神的灵的输入”。该句含义是“那些独创性的理念就起源于守护神的灵的输入”,这句话表现了康德信仰古希腊的神,这种说法符合科学吗?按照这种观念,如果一个艺术家认为自己有灵感,实际上是说守护神的灵进入到他体内了,你不觉得毛骨悚然吗?笔者在美学与设计课程上没有用“灵感”观念,而是探索了一种新的方法。设计师通过调查用户的审美心理,综合提炼其表达形式进行产品造型。

(2)产品外观设计的目的之一是符合用户的审美观念,此外还要符合用户的操作使用,符合产品外观的结构、材料、制造工艺、安装使用和表面处理。这里只分析用户审美观念。要使设计满足大多数用户的审美需要,设计师必须跳出以自我为中心的表达方式,要调查用户的审美观念。从2000年起,笔者连续5年带领学生对产品造型的审美观念进行调查和讨论,其中最经常思考的问题是如下三个。我国人民对产品的审美观念是什么,他们对产品外观造型有什么期待?如何把我国

人们对产品的审美观念进行分类?如何联系文化来把我们人民对产品的审美观念进行分类?另外,从抽样调查角度还经常考虑几个问题。应该通过什么抽样方法能够比较真实全面调查审美观念?应该抽样多少人才能够大致搞清楚被调查人群的审美观念?应该如何设计和改进调查问题和问卷?解决这些问题并不很容易,笔者花费了大约9年功夫。只有基本解决这些问题后,才能够大致把我国人们的审美观念调查清楚。

(3)美学对产品造型起什么作用?在康德时代,美学属于哲学领域,他那个时代的哲学家们研究如何通过美学摆脱宗教。如今美学早已不是原来的意义了。美学属于心理学和社会学。美学的作用是启发设计师或艺术家从心理学角度和社会学角度考虑。第一,从心理学角度看,美学有两大作用。首先,考虑如何通过造型和颜色设计体现人们的各种健康审美感受;其次,考虑如何通过造型弥补或修复人们的心理健康问题。而当前有些设计师或艺术家却强调表现不健康心理,给社会公众造成一个印象,似乎这些人心理不健康。实际上有些设计师和艺术家是通过这些表现去引起人们注意,这是比较容易做到的。更高水平的设计师则应该探索如何弥补这些不健康心理,这是设计师的社会责任感。第二,从社会学角度看,美学的作用是促进文化建设,美学的主要任务是通过社会核心价值、道德观念、行为规范和感情表达方式探索净化心灵的途径。当前有些设计师却反其道而行之,强调文化叛逆,包括价值叛逆、道德叛逆、行为方式叛逆和感情叛逆,这也不符合设计师的社会角色。下面分别分析美学的这两方面作用。

二、从心理学角度分析审美感受

(1)从审美感受角度看,什么是产品的美学或产品的审美?它指用户通过自己的感知形成的情绪感受。简单说,用户从造型上希望得到美的感受。从心理学角度看,美学对造型的作用是表达健康审美感受,修复和弥补人们的心理健康。所谓“美”的感受,是指无欲望或无私利的愉悦,使人的心灵得到净化、纯洁、高尚的感受,暂时忘记人间世俗。再进一步深入分析这些审美感受会发现,用户的审美心理是多种多样的,用户希望通过产品外观得到多种心理感受。

审美观念与造型的关系是什么?造型指设计师设计的产品外观的形式,这是产品外在的形式,例如几何造型。审美观念指人们由造型引起的心理感受,这是用户的内心感受。例如,几何造型可能引起人们审美心理的新颖感。设计师应该依据人们的审美需要进行产品外观造型,使得造型符合用户的审美期待。为此,设计师要调查用户对各种造型的审美心理,也就是了解各种造型引起用户什么心理感受。了解人们的这些审美心理,可以大大开阔设计师的眼界,按照人们的这些审美需要设计产品外观,这远比所谓的个人“灵感”要丰富得多。这是笔者提出的一种



图 1-1-1 看到这个孩子的照片,几乎人人都会高兴,这是无欲望的高兴,这就是审美

新的设计方法。以往强调按照灵感去设计。

用户的审美过程如下,他们通过视觉、听觉、触觉等感官的感觉或感知,最终与情绪感受联系在一起。用户的这些审美方式可以被分为三种类型:知觉审美感受、认知审美感受、情绪审美感受。

(2)知觉审美感受指用户对视觉、触觉、听觉等感官对外界造型和颜色的直接反应。例如下列这些都是从视觉能够直接得到的感受,这些感受可以与情绪联系,也可以不必与情绪联系在一起。正因为这些是直接的视觉感受而不必与情绪联系在一起,因此它们被称为知觉感受,以区别情绪审美感受。设计师要区分健康的与不健康的知觉感受。这些感受如下:

刺激/眼花缭乱/平和/不刺激;

动感/静感;

清晰/模糊

紧张/安定/稳定/张力;

柔和/粗糙;

壮观/宏伟/壮丽/凄凉/渺小;

华丽/单调;

新奇/新颖;

好奇/视错等。



图 1-1-2 你有什么知觉感受

当然还有很多其他知觉感受。在具体造型过程中,要注意调查用户的这些感受。这些知觉审美感受与知觉感知有什么区别呢?任何审美感受最终都要与情绪或感情联系在一起,否则不被看做审美。知觉的审美感受(Sensation)强调的是通

过知觉而直接引起的情绪感受,从知觉机理上看它是低级的直接知觉反映,例如吃了醋后马上感到酸,然后引起兴奋或反感,这是情绪感受。而知觉的感知(Perception)是与人生更复杂的经验联系在一起的。例如,吃了醋后不仅仅感到酸,还感到对心血管有益,即使感到口感不舒服,也会用理性克制它。前者属于知觉感受,被看做审美心理。后者被看做认知活动,往往不被看做审美活动。

思考问题:你能用几种造型表达上述每种知觉感受?

(3)认知审美感受指用户把感知获取的信息进行各种认知处理,最终这些认知活动将与情绪或感情联系在一起,形成感情反映。这些认知处理是比较简单的,然而可能是多种多样。例如:

价值判断/道德判断:正确/错误,高尚/低俗,好/不好,应该/不应该,必须/决不;

理解/联想/对比/困惑/猜想;

熟悉/不熟悉/新颖/陌生;

安全感/稳定感/不安全感/恐惧;

认同/同感/共鸣/不认同;

沉思/回忆/怀念;

疑问/困惑;

理解/交流/表达;

好感/反感,友好/叛逆;

想象/新奇等。

由此可以看出人们的认知审美感受活动种类非常多,有些人把人的审美心理看得太简单了,使得有些艺术仅仅局限在某一两个认知感受活动上,例如只探索了作品与观众的交流。这些认知审美活动不同于科学技术的认知过程。认知审美与一般认知区别是什么?认知审美包含两个心理过程:认知和审美。认知是大脑处理过程,审美是情绪处理过程。上述这些审美活动中的认知感受基本都是比较简



图 1-1-3



图 1-1-4



图 1-1-5



图 1-1-6



图 1-1-7 看这张照片你有什么感受

单的认知处理过程,一般不包含上述那些高级复杂的认知活动,这些认知过程都是把视觉造型与自己的日常生活经验联系起来。而科学技术的认知过程是与更复杂的概念联系起来,进行更复杂的认知处理,例如,复杂的逻辑推理、计算、实验、有意识的定性与定量分析与归纳。同样,设计师要区分健康的与不健康的认知审美感受。

思考问题:你能用几种造型表达上述认知审美感受?

(4)情绪审美感受。这些审美与知觉审美不同,情绪型审美感受有比较强烈的情绪反应,而知觉审美感受有比较强烈的视觉反应(例如动感)。情绪感受中首先存在道德判断和崇高判断。具体如下。

情感道德判断:善良/不善良,人性情感/野兽情感,敬畏/无畏,纯洁性情感/利

益性情感,心理健康/心理不健康,崇敬/嫉妒等;
怜悯/同情,爱心/善意/敌意;
平和/中庸/温和温柔/宁静/和谐/稳定等;
平静/不平静,激动/烦躁/焦虑;
喜好/反感,爱/恨/见异思迁/感情忠诚;
崇拜/希望/追求/梦幻/盼望;
好奇/震撼/震惊/恐惧;
神秘/疑惑/犹豫;
烦躁/悲观/孤独/暴躁/腻烦/郁闷;
嫉妒/宽容,压抑/绝望;
等等。



图 1-1-8 从这幅画中你有什么心理感受

情绪心理学认为人具有一些基本情绪,由此提出了若干不同的分类,有人认为存在六种基本情绪:幸福、害怕、悲哀、惊奇、生气和失望。这些划分可以提醒设计师如何全面考虑设计。

三、从社会学角度分析审美的含义

(1)文化是什么?文化是社会群体的行动方式,包括求生方式、生存方式、生活方式、工作方式等。求生方式指危难时对生命的态度。例如珍惜生命,但也不怕死。在地震危险中首先抢救弱者,或者只顾及自己逃生,或者冷静接受一切灾难。生存方式指考虑自己一生如何生存,指活法。例如,独往独来,依靠别人,追求财富,靠稳定职业,靠强者生存,自立办企业,不求财富,当一名渔夫能活就行。日常的生活方式指如何看待和度过每一天的生活,如何处理日常的吃、穿、居、行事情,