

<<实用美学>>

图书基本信息

书名：<<实用美学>>

13位ISBN编号：9787560118666

10位ISBN编号：7560118666

出版时间：1995-12

出版时间：吉林大学出版社

作者：金易等

页数：212

字数：157000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<实用美学>>

内容概要

美学学科的名称Aesthetica，是德国哲学家鲍姆加通（1714 - 1762）在1750年首次提出来的。鲍姆加通从建立完整的人类知识体系出发，指出人类心理功能本有知、情、意三个方面，应有三门学科对它们分别加以研究，研究知的为逻辑学，研究意的为伦理学，而情却没有一门科学去研究。他主张建立一门新的科学，专门研究情。

所谓研究“情”的学科，就是鲍姆加通提出的Aes. thetica，也就是现在我们所谓的美学。由于鲍姆加通第一次比较自觉地建构了这门学科，并用相当篇幅讨论了审美问题，所以一般认为美学作为相对独立的学科体系，从他的建树开始才算正式形成。

虽说美学作为一门独立学科于近代方始形成，但对它所包含的问题的探讨，却由来已久。在西方，至少从古希腊的毕达哥拉斯开始就有了美学思想，其后柏拉图、亚里士多德对美本质、艺术本质、审美心理诸问题的探讨，一直影响和左右着西方美学思想的发展。

在中国，先秦许多思想家都明确地提出了各具特色的美学思想，其中尤以儒道二家著称于世，它们的观点分别从审美功能和审美创造两方面触及了美学的核心，成为中国美学思想的基石。

事实上，美学思想从形成到独立足有2千多年的历史。

美学思想源远流长，美学历程蔚为大观，但由于该学科研究对象的复杂性，迄今为止，仍然未能就美学的定义取得一致。

书籍目录

绪论第一章 工业设计 第一节 工业设计的基本内涵 第二节 工业设计思想发展的历程 第三节 工业设计的基本原则 第四节 工业设计与人体工程学第二章 产品的审美价值 第一节 产品的功能美 第二节 产品的艺术美 第三节 产品的形式美第三章 形式美与产品 第一节 产品的形式美法则 第二节 视错觉与形式美 第三节 产品造型形态分类 第四节 造型元素及其审美特征 第五节 色彩在产品中的地位 第六节 色彩构成和色彩调和 第七节 色彩的心理效应 第八节 色彩和商品经营 第九节 产品的肌理第四章 生产环境、生活领域设计 第一节 生产环境设计 第二节 城市设计 第三节 室内设计第五章 服装设计 第一节 服装设计的审美特征 第二节 服装的形体美 第三节 服装的功能美 第四节 服装的艺术美 第五节 服装的时代感、民族感 第六节 时装与时装表演第六章 包装美设计 第一节 包装美的作用 第二节 包装美的创造 第三节 包装美的评价与鉴别第七章 广告美设计 第一节 广告传播性质的类型 第二节 广告传播性质类型的选择 第三节 强化审美性的刺激 第四节 艺术的对比 第五节 变化与动感 第六节 标题的艺术创造性 第七节 实现审美感知环节自身的完善

章节摘录

第一章 工业设计 第一节 工业设计的基本内涵 在现代化的大规模的生产中,无论生产什么样的产品,都必须事先进行设计,然后才有可能按照预定的方案进行严格的批量生产。那么,这种设计的内涵是什么,经历了怎样的发展历程,基本原则有哪些,与哪一学科紧密联系在一起,这些就是本章的基本内容。

技术美学所以产生,归根结底,在于由现代科学技术进步所带来的设计观念的更新。无论生产领域和日常生活的美化问题,还是商品包装、商标、广告等美学方面的问题,无不需要通过工业设计求得解决。

因而,工业设计——“迪扎因”,历来被视为技术美学亦即实用美学的核心。

人们常常把迪扎因当作技术美学的术语运用,但也有时把它看成“技术美学”的代名词,与之互相换用,原因就在这里。

迪扎因,是英语单词design的译音,意为设计、筹划,在技术美学中,或指“艺术设计”,或指“现代艺术设计”,与工业设计是同一个意思。

工业设计的目标是全面完善人类的生活和生存环境,使之审美化。

它综合着人类的、社会的、经济的、技术的、艺术的、心理的、生理的各种因素,力求合理地进行规划、构想、创造符合新的社会需要的批量工业产品,以达到人一机器一环境系统和谐、舒适、宜人、安全、可靠、经济、高效的最优效果。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>