

<<设计美学>>

图书基本信息

书名：<<设计美学>>

13位ISBN编号：9787302120117

10位ISBN编号：7302120110

出版时间：2006-7

出版时间：清华大学出版社

作者：徐恒醇

页数：239

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>

<<设计美学>>

内容概要

设计艺术中的形式问题即美学问题，而设计的形式对于设计艺术而言具有本质意义。如何从美学乃至艺术哲学的高度对设计艺术的审美现象进行分析，本教材提供了理论基础、视点和方法。

本教材由我国著名设计美学研究专家徐恒醇编著，全书共六章，包括形态构成论、功能转化论、文化整合论、审美范畴论、符号表现论、风格变迁论、图文并茂，理论深刻但文字简洁易懂，是国内设计美学研究的代表性著述，也是设计美学的较佳教材。

<<设计美学>>

作者简介

徐恒醇，1938年生于北京。

原为工程师。

1981年毕业于中国社会科学院研究生院，1989——1993年曾两度在德国斯图加特大学作高级访问学者

。

现为天津社会科学院研究员，天津美术学院客座教授。

著有《理性与情感世界的对话—科技美学》、《生态美学》、《艺术设计学》（合著）、《西方美术史——中世纪美学》等著作。

书籍目录

总序 导言 第一章 形态构成论 第一节 自然形态与人工形态 1.自然形态的情感内涵与功能启示 2.人工形态的构成 第二节 人的感知特性与完形理论 1.感知觉与感受性 2.人对产品的感知方式 3.完形理论 第三节 技术形态与艺术形态 1.技术的产生和历史的发展 2.艺术的形成过程 3.技术与艺术的异同 第四节 产品形式的构成与意境 1.技术规定性与形式自由度 2.功能形态与几何造型 3.意境的营造

第二章 功能转化论 第一节 人的需要的多层次性 1.需要作为人的本性 2.审美需要的渗透性 3.审美淘汰与情感性消费 第二节 产品的功能及其划分 1.功能与形式关系之辩 2.产品与人的相互关系 ... 第三节 功能转化原理 第四节 审美创造与意象生成

第三章 文化整合论 第一节 文化的形态构成 第二节 设计文化的构成 第三节 生态文化与大设计观 第四节 文化取向与市场取向

第四章 审美范畴论 第一节 形式美 第二节 技术美 第三节 功能美 第四节 艺术美 第五节 生态美

第五章 符号表现论 第一节 符号与传播 第二节 建筑语言与产品语言 第三节 产品造型的符号学规范 第四节 商标与广告的形象设计

第六章 风格变迁论 第一节 风格范畴的内涵 第二节 中国器物风格的演化 第三节 西方工业产品风格概略 第四节 装饰的审美趋向

参考文献 作者后记

编辑推荐

本书是全国高等院校设计艺术系列教材之一，这套教材能以广阔的视野密切注视国内外最新研究成果，既关注当代本专业学术研究，教育的新思路、新方法，又关注中国传统设计的优秀思想和理论成果；既注重整体和宏观的理论建构，又注重设计实践的价值和需求；既有深入的理论探讨，又有设计实践的案例分析；既能提供深刻的理论资源和信息，又有多种方法、思路的借鉴和价值。本教材由我国著名设计美学研究专家徐恒醇编著，是国内设计美学研究的代表性著述，也是设计美学的较佳教材。

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>