

21

面向21世纪全国高职高专旅游类规划教材

旅游美学

LÜYOU MEIXUE

王冠星 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

面向 21 世纪全国高职高专旅游类规划教材

旅游美学

王冠星 主 编

李正红 杜 蓉

参编

蔡顺根 胡候林 童力新



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

旅游美学是旅游学和美学的一个分支,它是一门研究旅游的审美活动和审美价值的新学科,是一门交叉性、多边缘学科。它所研究的对象和范围非常具体,都是旅游和旅游工作中的实际问题。通过对这些问题的研究,直接为旅游经济和旅游事业服务。

本书作为高等职业旅游院校的教材,编写时主要考虑了三方面的因素:科学性、实用性、系统性。本书着重介绍其他系列教材较少提及的旅游专业知识,同时也兼顾与旅游美学有关联的旁系教材的重要内容。在章节编排上,视实际内容需要而定容量。

本书是高等旅游职业院校学生的专业基础用书。对旅游从业人员、广大旅游爱好者和业余美学爱好者来说,也是有一定实用价值的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游美学/王冠星主编. —北京:北京大学出版社, 2005.8
(面向 21 世纪全国高职高专旅游类规划教材)
ISBN 7-301-09317-9

I. 旅… II. 王… III. 旅游—美学—高等学校:技术学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 069393 号

书 名: 旅游美学
著作责任者: 王冠星 主编
责任编辑: 黄庆生 孙宝玉
标准书号: ISBN 7-301-09317-9/G·1557
出 版 者: 北京大学出版社
地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871
电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765013
网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>
电子信箱: xxjs@pup.pku.edu.cn
印 刷 者: 河北滦县鑫华书刊印刷厂
发 行 者: 北京大学出版社
经 销 者: 新华书店
787 毫米×980 毫米 16 开本 15.25 印张 330 千字
2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷
定 价: 24.00 元

前 言

继往开来，与时俱进。随着人们生活水平的提高和生活理念的更新，我国旅游业如喷薄而出的朝阳，方兴未艾。在竞争激烈的 21 世纪，机遇与挑战并存，为了进一步提高旅游从业人员的总体管理水平，发扬我国旅游资源的潜在优势，加强旅游产品在世界市场的竞争能力，增强整个国民的旅游意识，提高旅游管理人员、服务人员和旅游爱好者的美学情趣，改善旅游环境，完善高等职业院校旅游教育体系，促进我国旅游事业的发展，在浙江旅游职业学院统筹安排下，我们编写了这本《旅游美学》教材。

旅游美学是旅游学和美学的一个分支，它是一门研究旅游的审美活动和审美价值的新学科，是一门交叉性、多边缘学科。它所研究的对象和范围非常具体，都是旅游和旅游工作中的实际问题。通过对这些问题的研究，直接为旅游经济和旅游事业服务。

作为一本高等职业旅游院校的教材，它的编写，主要考虑了 3 方面的因素：

(1) 科学性。本教材的框架结构和内容体系的确定，主要以国内专家学者的众多论述为前提，做到言之有据，言之成理，并吸收媒体最新的相关信息，务求能经受实践的检验。

(2) 实用性。本教材的使用对象为高等旅游职业院校学生，和一般旅游管理人员、服务人员及旅游爱好者。从提高他们的美学修养，以解决旅游实践中遇到的相关问题这一根本目的出发，本书着重介绍旅游美学基础理论和有关常识，不开展理论上的深入探讨和阐述。

(3) 系统性。旅游美学涵盖面甚广，内容丰富。本教材是高等旅游职业院校专业基础教育内容的有机组成部分，结合学制、生源等特点，借鉴本科院校相关专业的教材，并作了取舍、调整，适当配以图片、照片，做到深入浅出，通俗易懂，而又保持系统的完整性。为避免与旅游管理学、旅游心理学、旅游地理学等相关内容的重复，本教材着重介绍其他系列教材较少提及的旅游专业知识，同时也兼顾与旅游美学有关联的旁系教材的重要内容。在章节编排上，视实际内容需要而定容量。

本教材是高等旅游职业院校学生的专业基础用书。对旅游从业人员、广大旅游爱好者和业余美学爱好者来说，也是有一定实用价值的参考书。

《旅游美学》是由北京大学出版社确定编写原则，由浙江旅游职业学院审定本书的编写大纲，王冠星拟订全书的框架结构并统稿。是李正红、杜蓉、蔡顺根、胡候林、童力新、王冠星等同志通力合作的成果。具体撰稿分工如下：王冠星（绪论、第 2 章、第 8 章、第 9 章），李正红（第 1 章、第 4 章、第 7 章），杜蓉（第 3 章、第 5 章），蔡顺根（第 6 章第 1 节），胡候林（第 6 章第 2 节），童力新（第 6 章第 3 节）。

浙江旅游职业学院对本书的写作，自始至终给予具体指导和关怀。本书作为一种教材，广泛吸取了国内众多专家学者的研究成果，编写的主要参考书目附后，书中未及一一注明的，在此对这些作者谨表谢意，并请见谅。由于成书时间仓促，同时限于水平，本书存在着种种不足和缺点，恳切希望得到大家的批评指正。

编者

2005年6月18日于杭州

目 录

绪论	1
0.1 旅游审美概说	1
0.2 旅游美学研究的对象和范围	2
0.2.1 旅游美学研究的主要对象	2
0.2.2 旅游美学研究的范围	3
0.3 学习旅游美学的现实意义	4
0.4 思考题	5
第1章 中国传统审美与旅游	6
1.1 古代审美意识的产生、形成与特点	6
1.1.1 审美意识的概念	6
1.1.2 审美意识的产生与形成	6
1.1.3 中国古代审美意识的特点	10
1.2 传统审美的哲学基础	12
1.2.1 儒家与传统审美	12
1.2.2 道家与传统审美	16
1.2.3 禅宗与传统审美	20
1.3 传统审美与现代审美的关系	24
1.3.1 天人合一的美学精神	24
1.3.2 生态环境保护与开发	26
1.4 思考题	28
第2章 旅游心理与审美	29
2.1 旅游审美心理要素	29
2.1.1 审美知觉	29
2.1.2 审美想像	32
2.1.3 审美理解	35
2.1.4 审美情感	36
2.2 跨文化旅游与审美	37
2.2.1 国内外对旅游者的定义	37
2.2.2 跨文化旅游的动机分析	38

2.2.3	跨文化旅游的行为表现	40
2.2.4	跨文化旅游的美学原则	41
2.3	旅游审美心理的意义	45
2.3.1	有助于了解旅游者审美心理的需求	45
2.3.2	有助于熟悉旅游者的审美个性及其审美感受的层次	49
2.4	思考题	52
第3章	自然景观与观赏	53
3.1	自然景观美的形态	53
3.1.1	地貌	54
3.1.2	水体	58
3.1.3	大气与太空	62
3.1.4	生物	64
3.2	自然景观美的特征	67
3.2.1	形象美	67
3.2.2	色彩美	71
3.2.3	动态美	72
3.2.4	朦胧美	73
3.3	自然景观美的观赏	74
3.3.1	观赏的方法	74
3.3.2	观赏的距离	75
3.3.3	观赏的角度	76
3.3.4	观赏的时间	77
3.4	思考题	78
第4章	中国园林景观与观赏	79
4.1	园林艺术的产生与发展	79
4.1.1	园林艺术的起源	79
4.1.2	园林艺术的发展	80
4.1.3	园林艺术的成熟	81
4.1.4	园林艺术发展的高峰	82
4.2	园林艺术的特点和分类	83
4.2.1	园林艺术的营造原则	83
4.2.2	园林艺术的特点	85
4.2.3	园林艺术的分类	86
4.3	园林的要素及其审美	92
4.3.1	山水地形	92

4.3.2	花草树木	93
4.3.3	建筑园路	94
4.3.4	书画匾联	97
4.3.5	园林艺术中的美学思想	98
4.4	思考题	104
第 5 章	中国古建筑与观赏	105
5.1	中国古建筑浏览	105
5.1.1	古建筑与旅游	105
5.1.2	中国重要古建筑	107
5.2	中国古建筑形式	112
5.2.1	宫殿建筑	112
5.2.2	陵寝建筑	114
5.2.3	寺庙宫观	116
第 6 章	中国古代造型艺术欣赏	120
6.1	中国绘画艺术与欣赏	120
6.1.1	人物画	121
6.1.2	山水画	124
6.1.3	花鸟画	125
6.1.4	中国画的用笔用墨	126
6.2	中国书法艺术与欣赏	127
6.2.1	技法	127
6.2.2	分类	129
6.3	中国古代雕塑艺术	131
6.3.1	玉雕	131
6.3.2	青铜器、铜器	132
6.3.3	陶俑	134
6.3.4	石雕	135
6.3.5	石窟雕塑	137
6.4	思考题	138
第 7 章	文物与旅游工艺品及鉴赏	139
7.1	中国文物品类与鉴赏	139
7.1.1	文物的概念	139
7.1.2	文物收藏的历史	140
7.1.3	文物的品类	143
7.1.4	文物鉴定的原则与方法	155

7.1.5	文物的欣赏方法	157
7.2	中国旅游工艺品欣赏	159
7.2.1	中国古代工艺美术	159
7.2.2	特种工艺美术品	161
7.2.3	民间工艺美术品	162
7.3	旅游工艺品的开发创新与美学原则	163
7.3.1	旅游工艺品的开发策略	163
7.3.2	旅游工艺品的创新依据	165
7.3.3	旅游工艺品的创意途径	166
7.4	思考题	167
第8章	中国民俗及国际旅游文化与审美	168
8.1	民俗风情旅游与审美	168
8.1.1	民俗风情概说	168
8.1.2	民俗风情旅游的特征与类型	172
8.1.3	民俗风情旅游与审美	176
8.2	传统表演艺术与审美	177
8.2.1	传统表演艺术的民族特色与审美	178
8.2.2	民俗游乐文化与审美	180
8.3	国际文化视野与审美	185
8.3.1	现代国际旅游概说	185
8.3.2	外国人的审美文化习惯	190
8.3.3	中外节俗民情审美比较	199
8.4	思考题	201
第9章	旅游管理与审美艺术	202
9.1	旅游资源与美学原则	202
9.1.1	旅游景观与审美	202
9.1.2	旅游资源开发中的美学原则	206
9.1.3	旅游业可持续发展的审美情景	207
9.2	宾馆餐厅与审美	208
9.2.1	环境设施与审美	208
9.2.2	接待人员的审美修养	212
9.2.3	提高审美修养的途径	219
9.2.4	服务艺术	221
9.3	旅游美食与审美	224
9.3.1	中国饮食文化概说	225

9.3.2 旅游饮食文化与审美	227
9.3.3 中国茶文化酒文化与审美	229
9.4 思考题	231
参考文献	232

绪 论

有人说,美是上帝的名字。旅游,民间通俗的说法叫游山玩水。山何以游?水何以玩?因为山清水秀,人杰地灵。置身其间,往往触景生情,情景交融,乐在其中,流连忘返。一言以蔽之,因为景致美而受到旅游者的青睐。旅游美学也是人的感性生活状态的理想化表现形式。旅游美学的最根本意义在于其具有促进和提升旅游实践品位和格调的功能。旅游领域的实践活动,作为人类社会生活的一个有机组成部分,从文化角度看,它将逐渐逼近艺术,向尽善尽美的境界升华,原先作为少数有钱有闲阶级专利品的游山玩水,正在走入寻常百姓家。旅游者越来越追求高雅的情调和舒适的享受。旅游经营管理者则把传播美、创造美轮美奂的旅游大环境,当作提供旅游服务的高文化境界来追求。这在理论上,称之为审美。把旅游活动过程与审美相结合进行研究,这门学科称之为旅游美学。

0.1 旅游审美概说

“山川之美,古来共谈。”爱美之心人皆有之。诸如泰山日出、黄山松涛、春潮明月、江枫渔火、芳林花甸、小桥流水、石窟壁画、傣家竹楼、塞外驼铃、南国椰林……这里的自然美、艺术美、生活美,异彩纷呈,美不胜收,构成了丰富多彩的审美对象,吸引着人们去旅游。南朝宋诗人谢灵运纵情山水,探奇访胜。唐代山水诗人王维留恋“明月松间照,清泉石上流”的理想境界。诗仙李白“脚著谢公屐,身登青云梯。半壁见海日,空中闻天鸡”,梦游天姥山。明代产生了名垂千古的旅游家徐霞客……当代的旅游热潮,喻之为“黄金周”。人们在旅游中,领略异域风光、名胜古迹、风土民俗,品味美味佳肴,休闲娱乐,开阔眼界,增长见识,愉悦身心,可谓“山光悦鸟性,潭影空人心。”

于光远先生说:“旅游是现代社会中居民的一种短暂而特殊的生活方式。这种生活方式的特点是:异地性、业余性和享受性……旅游的基本内容是观光旅游。”娱乐和消遣正是旅游的审美特征。这是一种综合性的审美实践活动,它集自然美、艺术美、社会美与生活美之大成,熔文物、古迹、建筑、园林、绘画、书法篆刻、雕塑、音乐、舞蹈、服饰、陈设、烹饪、民情、风俗……于一炉,涉及审美的一切领域和一切形态。“旅游,从本质上说,就是一种审美活动。离开美,还谈什么旅游?”(叶朗《旅游离不开美学》1988年1月20日《中国旅游报》)。一个人如果“愿意离开那间布满虚浮的、为了社交消遣所安排的漂亮房

间而转向大自然的美，以便在这里，在永远发展不尽的络绎中，见到精神的极大的欢快，我们会以高度的尊敬态度来看待他的这一选择，并且肯定他的内心具有一颗优美的灵魂……”（康德《判断力批判》宗白华译，商务印书馆1987年版）。正如孔子所说的：“仁者乐山，智者乐水。”因此，不论是自然景观还是人文景观，不论是风土民俗还是美味佳肴，都是作为审美对象被旅游者所欣赏、领悟和感知的。这一过程就是旅游的审美活动。

旅游美学则是一门研究旅游的审美活动和审美价值的新学科，是一门交叉性、多边缘的学科，既与地理学、景观学、山水文学、审美心理学、社会心理学、园林建筑学、社交礼仪学、民俗风情学、宗教文化学和人类文化学等学科有关，也与绘画、书法、雕塑、音乐、舞蹈、戏剧、工艺等其他门类艺术有关，是美学的一个分支。由于它主要是研究旅游这种具体活动，所以实用性很强，具体表现为，所研究的对象和范围非常具体，都是旅游和旅游工作中的实际问题。通过对这些问题的研究，直接为旅游经济和旅游事业服务。

0.2 旅游美学研究的对象和范围

人们在深入探究中发现：旅游者的观赏对象，并不仅仅局限于包括自然美、艺术美和历史文化在内的风景，人本身也是旅游风景线中的重要组成部分；除了旅游者的审美心理之外，旅游美学有必要对旅游审美心理所诱发的美化人生、升华人性的人生艺术化功能予以必要的关注。“旅游的审美关系”不能单纯地理解为“旅游工作人员与旅游者的一种审美关系”，而是涉及到风景资源和旅游从业人员、旅游产业，乃至更为广阔深厚的旅游系统的各个空间层面。

0.2.1 旅游美学研究的主要对象

1. 人与景观的审美关系

泰山、黄山，桂林山水，以及雄伟的万里长城，幽雅的苏州园林，旖旎的西湖景色……，大自然无私地展示着它的美，几千年文化艺术遗产蕴藏着极其丰富的美，放射出灿烂夺目的光辉。如此锦绣山川，风花雪月，为中外旅游者所赞叹、所向往。这是吸引旅游者的客观原因。俄国教育家乌申斯基说：“美丽的城郭，馥郁的山谷，凹凸起伏的原野，蔷薇色的春天和金色的秋天，难道不是我们的教师吗！我深信美丽的风景，对青年心灵的发展具有这样重大教育影响，教育家的影响是很难和它匹敌的。”

人的主观因素是引起旅游的另一个原因。我们知道，爱美，追求美，追求美好的理想生活，是人类独有的本领。人在景观中，往往触景生情，陶醉、共鸣，或心旷神怡，或发思古之幽情。我国近代改良主义政治家梁启超说：“我确信‘美’是人类生活一要素，或者

还是各种要素中最要者，倘若在生活中把美的成分抽出，恐怕便活得不自在，甚至活不成。”所以，人们总是离不开美，离不开对美的追求。否则，他的生活也就没有意义了。

由此可见，美的客观存在和人的主观审美欲望相结合，是引起旅游的根本原因。

2. 旅游者与旅游从业人员的审美关系

旅游系统最为关键的产品是服务。诸如旅游者乘车游览、吃饭住宿，旅游从业人员要为他们联系车辆、导游景点、准备客房、准备饭菜等，这就同他们发生了接待服务关系；旅游从业人员要向他们收费，于是又发生了经济关系。但是，当代旅游服务，不仅仅是扮演满足旅游者日常生活需求的角色，其更高级的功能，是为旅游者提供与人性升华相联系的精神享受。因此，单纯满足人们充饥解渴的饮食，就变成了讲究色香味形的美食，这就要求提供餐饮娱乐服务的工作人员必须举止文雅，笑容可掬，和蔼亲切，风度翩翩，包括身材容貌、衣冠服饰在内的形象，具有亲和力，让人看了自然协调，与旅游环境氛围相吻合，构成了一幅美妙的人生图画，使旅游者从中得到美的享受。行家说，没有超一流的旅游服务，就没有超一流的旅游享受。哪怕是星级大酒店，倘若酒店服务不到家，你也不会产生好兴致。

因此，在进行旅游从业人员思想品德、业务技能教育的同时，从旅游美学的角度，帮助他们建立符合美的规律的旅游操作课题，设计出一系列让旅游者赏心悦目的行为程式，提高他们的文化素质和审美修养，学会辨别美和丑，鉴别和欣赏美，使旅游服务形象做到尽善尽美，具有十分重要的现实意义。

0.2.2 旅游美学研究的范围

现代旅游以“旅”为手段，以“游”为目的，意味着旅游者空间位置的移动，为了到达旅游目的地去进行和自己的意愿情趣相一致的游览观光、休闲愉悦。景观审美将旅游和通常的旅行区别开来。著名美学家朱光潜教授说：“人为什么要追求刺激和消遣呢？都是让生命力畅通无阻，要从不断的活动中得到乐趣。”旅游正是人们现代生活中一种特殊的高层次的消遣活动。在我国，旅游业是一项朝阳产业，方兴未艾。当今，旅游进入了寻常百姓的日常生活空间。而旅游活动通过提供旅游审美对象和旅游服务产品，增进游览情趣，得到更多的精神享受；旅游经营者则可以得到增加营业收入的机缘。因此，旅游美学的研究范围涉及到旅游者和旅游从业人员审美关系的建立。

旅游美学研究的范围是旅游和旅游业。旅游与旅游者的个人利益、切身感受有关；旅游业与旅游企业的实际利益和发展目标有关。具体地说，研究范围极为广泛，涉及行、游、住、食、购、娱等现代旅游业的“六大要素”。系统地研究这一系列活动中所蕴含的审美因素及其规律性，可划分为：第一部分，旅游审美对象分析；第二部分，旅游审美心理过程；第三部分，旅游形象设计与接待艺术；第四部分，旅游审美文化研究。

第一部分主要探讨旅游景观的类别、分布、价值、形态和美学风格等；第二部分侧重研究旅游者的审美心理、旅游审美的动态过程与旅游观赏艺术的原理等；第三部分主要是从实践的角度，重点研究旅游景区与旅游企业的形象设计、旅游审美期待与相应的接待艺术、审美修养等问题；第四部分主要从欣赏、应用和推广的角度，在表述旅游审美文化的构成、特征与基本功能的同时，尽力归纳出规律性的法则或原理，以便运用于旅游景点或区域景观的开发及旅游纪念品的造型设计，促进旅游企业审美文化的建设和提高旅游者与旅游从业人员的鉴赏水平等。

0.3 学习旅游美学的现实意义

学习旅游美学具有十分重要的现实意义。

首先，有助于我们确立“以人为本”的人文思想，促进社会的进步。我们在思考：人们为什么要去旅游？在“游山玩水”的背后，在“潇洒走一回”的轻松愉快的出游动机背后，究竟隐含着怎样的人类深层次的精神追求？旅游业怎样才能适应和诱导旅游者的审美心理、满足其旅游审美需求？

其次，有助于促进人类美化客观世界和主观世界。在旅游过程中，有许多疑惑往往会在人们心里“豁然开朗”，如：为什么陶渊明能面对山水吟咏出“采菊东篱下，悠然见南山”的佳句？为什么同样是反映游历羁旅的诗篇，李白的呈现出“飘逸”的气韵，杜甫的却流露出“沉着”的襟怀？为什么中国传统的哲学智慧渗透于浓郁的自然氛围里，玄妙而深奥，化为巍巍峻岭、潺潺溪流、幽谷鸟啼、巫峡猿鸣、苍天鲲鹏展翅九万里、石潭游鱼戏水道遨游？当今旅游过程中，还推出一种时尚的特色旅游：回归自然游，住农家屋，吃农家菜，甚至干农家活，男耕女织，做一回“陶渊明”。这无非是通过旅游，净化心灵，返朴归真。

最后，有助于解决旅游业中所存在的某些实际问题。旅游美学本身是一门应用学科，最终在于提高人的生活质量和促进人的全面发展。在密切联系旅游者“行、游、住、食、购、娱”等一系列综合性实践活动中，诸如满足旅游者的审美需求和提高旅游者的审美鉴赏能力；培养旅游接待人员的审美修养，提高他们的服务水平；改善旅游活动过程中的审美环境，协调旅游主客体之间的审美关系；合理开发与充分利用旅游景观资源与设施，增强旅游产品的吸引力与旅游市场的活力。

作为一门独立的课程《旅游美学》教材，它的使用对象主要是旅游高职高专院校的学生，同时也可作为旅游从业人员和广大旅游者进行旅游审美活动的参考书。

0.4 思考题

1. 旅游美学是一门什么样的学科？
2. 旅游美学研究的对象和范围是什么？
3. 学习旅游美学有什么现实意义？

第1章 中国传统审美与旅游

【本章导读】

通过本章学习,要求了解审美意识这一概念的内涵和外延。了解不同哲学派别对其根源和本性的认识,在此基础上,学习马克思主义对古代审美意识的产生和形成过程的观点。掌握古代审美意识的特点。理解中国古代儒家、道家、佛教禅宗的美学思想和中国古代传统审美的哲学基础。理解传统审美和现代审美的关系,在领会中国古代天人合一的美学精神的基础上,了解旅游开发与生态环境保护结合的现实意义。

1.1 古代审美意识的产生、形成与特点

爱美之心,古已有之。在人类长期的生活实践中,这种“爱美心”在形成、发展和不断的演化过程中似乎已经积淀为人的一种本能,在这种本能的内核里蕴涵着审美意识,人们所从事的各种艺术活动和旅行游览活动,无疑和此有着深刻的关系。关于审美意识的产生、形成及其本质特征,是本章所要探讨的问题。

1.1.1 审美意识的概念

审美意识是客观存在的诸审美对象在人们头脑中能动的反映,一般通称之为“美感”。实际上,“美感”也有两种不同的涵义:一是指审美意识,这是广义的“美感”,它包括审美意识活动的各个方面和各种表现形态,如审美趣味、审美能力、审美观念、审美理想、审美感受等等。“美感”的另一个涵义是狭义的,专指审美感受,即人们在欣赏活动或创作活动中的一种特殊的心理现象。审美感受构成审美意识的核心部分。审美意识是社会意识的一种,它是社会存在的反映,并通过积极地影响人的精神世界,反作用于人们改造客观世界的活动。

1.1.2 审美意识的产生与形成

审美意识的产生和发展,离不开人类的社会实践,审美意识的形成,来源于人类劳动中对自身的改造。人类审美意识的产生是一个历史的过程,从根本上说,是与人类的生产

劳动分不开的。在漫长的历史发展过程中，人类终于完成了由实用向审美的过渡。原始审美意识往往与原始巫术礼仪、实际生产劳动结合在一起，体现为对于劳动的惊奇感和喜悦感。

“美”是随着“人”同时出现的历史范畴。在人类产生以前，自然界无所谓美；在人类出现之后，人类以外的其他动物也无法欣赏人类所创造的美。美的创造和美的欣赏都是人类的特权，是社会现象。从这一意义上讲，能否创造美和欣赏美，也是区分人与动物的标志之一。

1. 马克思主义以前的不同认识

关于审美意识的根源和本性，唯物主义与唯心主义有着根本对立的解释。唯心主义从根本上否认哲学反映论的原则，以各种方式歪曲和否定审美意识的客观内容和社会性质。例如，在古希腊还没有专门提出美感问题时，柏拉图就把艺术创作看成是一种神赐的迷狂，把艺术活动中某些有关审美意识的特殊心理现象归结为神秘的力量。以后如18世纪英国新柏拉图主义者舍夫兹别里及其门徒赫契生等人，反对审美爱好是习惯和教育的结果，认为人天生便具有分辨美丑的能力，这种能力是五官之外的所谓“内在感官”，否定了美感来源于实践。到19世纪，康德极大地发展了这种唯心主义的看法，把它提到了哲学根本问题的高度，认为关于审美的规定，只可能是主观的，它不涉及对象中的任何东西，只涉及主体如何受到表象的影响而自己有所感受。康德利用审美感受中心理活动的某些特殊现象，在哲学上反对反映论，否认审美与认识的内在联系。

马克思主义以前的旧唯物主义反对唯心主义的上述观点，认为审美意识是对客观对象的认识和反映，是现实生活的产物，并且有生理和心理的物质基础。例如，与柏拉图不同，亚里士多德便认为艺术之所以能给人愉快，原因之一在于对对象的认识。“我们看见那些图像所以感到快感，就因为我们一面在看，一面在求知，断定每一事物是某一事物，比方说，‘这就是那个事物’”。以后18世纪英国美学家柏克，用一种实际上是生理学意义上的“社会生活的情欲”（社交与性爱）与保存生命的自卫需要来解释审美意识的本质和根源。19世纪生物学家达尔文更认为审美意识本质上不过是一种生理本能，认为动物与人同样都可以具有这种感觉。他说：“美感——这种感觉也曾经被宣称为人类专有的特点。但是，如果我们记得某些鸟类的雄鸟在雌鸟面前有意地展示自己的羽毛，炫耀鲜艳的色彩……我们就不会怀疑雌鸟是欣赏雄鸟的美丽了”。达尔文比柏克更为片面，他只看到生物学上的人，而不理解人的社会本质。实际上，动物只能在自己所属种类的生物本能需要的范围之内，对一定的颜色、形状、声音起生理反应，由于满足了它们的食欲或繁殖要求而引起官能上的快感，它们不能意识到客观对象的属性具有美的意义，不能对对象产生审美的态度。现代科学已经证明，鸟类对鲜艳羽毛的色彩感觉不同于人对它的色彩感觉。人能够超越生理本能需要来欣赏自然界的种种景象，选择极其多样的羽毛、兽皮、花卉来装饰自己，这是社会生活和历史实践对人培养审美需要的结果。