

第一篇



教 育
美 概
审 述

第一章

审美教育的概念

审美教育，也称美育，它作为审美实践的一种活动形式，与作为审美实践的另一种活动形式的审美创造不同，审美创造在于把审美经验转化为物态的或物态化的审美产品，审美教育则在于选择和利用这些审美产品，唤起人们的审美经验，以培养和提高人们的审美能力（包括审美创造力）和审美境界（态度）审美教育选择和利用审美产品，并不是盲目的、无计划的，总是以一定审美观念和审美理想为标准 and 尺度的。由是可以说，审美教育就是（施教者）按照一定时代的审美观念和审美理想，选择和利用适当的审美媒介，引发（受教者）审美经验（感受、体验乃至操作），以培养、陶冶审美能力和审美境界的活动系统或过程。

显然，审美教育是一个有目的控制的定向有序的审美塑造活动过程，它具有这样一些特点：

- （1）强调审美导向，即按照一定的审美观念和审美理想去引导、控制审美教育；
- （2）凭借审美媒介，即根据一定的审美价值取向选择和运用审美客体，以诱发、引起相应的审美经验；
- （3）引发审美经验，即通过审美媒介唤起审美感受、体验和审美行为操作活动；
- （4）导致审美效应，即通过审美经验培养和提高审美能力，陶冶和塑造审美境界。

这四个特点，实际是对审美教育这个概念含义的揭示，是对审美教育所做的质的规定。概括起来前两个规定可归结为审美教育媒介或手段，具有导向、控制作用；后两个规定可归

为审美教育效应或目的。这可以是区分审美教育与道德教育、智力教育的基本依据，也是考察和确定审美教育不同形式的基本依据。一般说来，区分审美教育与道德教育、智力教育，主要着眼于审美教育的效应或目的方面；区分审美教育不同形式，则主要着眼于审美教育媒介或手段的导向控制程度方面。

学校审美教育，是通过符合某种审美价值取向的审美媒介，实行定向控制，从而取得审美效应。这是严格意义的审美教育形式，定向性、调控性、有序性十分突出。具体说来，学校审美教育是施教者调节、控制、引导下的一种有序进行的审美活动。施教者按照审美价值取向，即一定的审美观念、审美理想以及预想的审美教育目标，结合受教者的审美需要和审美能力，选择和运用审美媒介，引发受教者审美心理和行为活动，以培养和陶冶他们的性情和心灵。

社会审美教育，在审美媒介的导向控制方面不如学校审美教育那样严格有序，却也注意审美导向控制。在当代中国，诸多文化活动，如艺术活动、旅游活动、文物展览、园林风光、社区景点、商品陈列、广告宣传……大都体现符合时代要求的审美价值取向，健康向上、简洁明快、清新刚劲，一种现代审美观念凭借诸多媒体呈现出来，诱导、培育着公众的情感和心灵。

日常生活的审美教育，缺少学校、社会审美教育那样严格的导向调控，却不等于没有任何导向调控，只不过审美媒介的选择和利用多为随机、自发和偶然，导向调控多呈现为多向度和无序性，因而所产生的审美效应，并非完全为预期的、积极的。

任何一种审美活动，总被某种审美客体所吸引、诱发，总具有某种导向调控性质，并导致某种审美效应，就这个意义说，都是一种审美教育活动。但是，就审美导向调控程度和预

期的正面效应而言，学校审美教育、社会审美教育、日常生活审美教育这三种形式确实是有区别的。按审美教育的全部规定，学校审美教育是严格的典型形式，社会审美教育是通常的一般形式，日常生活审美教育是通常的一般形式中无序而多向的形式。应在严格的典型的层次上全面理解和把握审美教育的概念涵义，既看到媒介的导向意义，又要看到效应结果，正是媒介与效应、手段与目的结合统一，涉及到准确把握审美教育的实质问题。

第二章

审美教育的结构

第一节 审美教育的过程

审美教育是一个系统结构，可以看作一个动力过程。因此，先从它的动态方面做一个描述。

审美教育过程是施教者按照一定时代的审美理想，借助一定的审美媒介，陶冶、培养受教者的审美心理结构的过程。这是一个有目的有计划地向受教者施以定向的审美培育的过程。

它具有如下两个特点：

第一，审美教育过程是按一定的审美理想对受教者的审美感受加以定向控制，它必须符合审美规律。

第二，审美教育过程是借助各种各样的审美媒介施教的，它必须充分发挥审美媒介的影响作用。

正是由于审美教育过程具有上述两方面的特点，使它不仅与智力教育、道德教育以及体质教育过程不同，也与一般的广泛生活中的审美教育过程不同。它是一种特殊形式的教育过程。

因此，无论是在社会，还是在学校，审美教育过程都不是自发进行的过程。社会的或学校的审美教育的施教者，总是按照审美教育的某种任务，有目的有计划地吸引、引导受教者进入审美活动，表现出审美教育过程的秩序性和定向性。可以说，是一种审美定向控制过程。而自发进行的审美活动过程，往往是偶然的随机发生的，由于缺少必要的诱导，常常表现为多向度性。这种自发的审美活动，有时会产生消极的审美教育

效果。

审美教育过程作为审美活动系统最重要的一点是联系施教者和受教者的审美媒介的有目的的选择和运用。受教者的审美经验的产生，不在施教者的说教，而在他所选择和运用的审美媒介的感染力和动情力。如果说一般的自发的审美活动，审美媒介的选择和运用更多地在于受教者，那么审美教育的审美媒介的选择和运用，则在于施教者，因而它的定向影响的目的性显得突出。

但是必须看到，审美教育活动系统，不是单一的走向过程，其中包括的三个环节，即施教者、审美媒介，受教者，是相互联系、相互影响的，是一个双向回环的过程，是很复杂的。施教者带着自己的审美教育目的，选择和运用审美媒介、去影响和控制受教者的审美感受，而审美媒介又有自身的审美价值，不一定与施教者的审美教育意图吻合，受教者也不是一张白板，他有自己的审美需要、期望，并且审美能力也与施教者不同，因而也不一定必然引起施教者所预期的审美效应。审美媒介的审美性质的丰富多样性，受教者审美个性的复杂多样性，必然使审美教育活动系统发生多向度的变化，这时施教者应根据实际情况来变化、调整审美教育活动，不能一味硬性规范、指导，只有这样，才会使审美教育过程顺利进行。

第二节 审美教育的结构

审美教育作为一种系统结构，如从静态方面做一个分析，那么可以看到，审美教育是由施教者、审美媒介、受教者三个因素组成的。

施教者是创造、提供、选择、运用审美媒介，组织、引导受教者参加审美活动，从而使受教者产生审美感受的主体，他

们组织并参加审美教育活动，是审美教育中最活跃的主导因素。他们不仅包括创造和提供审美媒介的艺术家、作家、设计家、生产者、工艺制造者，而且包括选择和运用审美媒介的政府、单位、社会群体、教师。作为审美教育的施教者，必须具有审美教育眼光，本着高度负责的精神，创造、提供、选择、运用具有审美价值的审美教育媒介和工具。施教者是决定审美教育成效大小的关键。因此，他们必须具有较高的美学修养、教育学素养；具有健康的审美观念、审美趣味、审美理想；作为教师，还要有实施审美教育的艺术。只有这样，才能承担起审美教育实施者的社会责任，充分发挥主导者、组织者的作用，保证审美教育健康进行。

受教者，是审美教育的对象，就社会说，每个人都是审美受教者，就学校教育说，是指不同年龄阶段的学生。审美教育的效应，最终要落在受教者身上，使受教者形成一个具有正确审美观念、审美趣味、审美理想，较高审美能力的审美个体，从而成为美的生活的创造者。为此，在审美教育过程中，必须充分了解受教者的审美素质，引导他们采取一种审美态度，积极主动、轻松活泼地接受审美媒介的影响，朝着健康的方向发展。不要把受教者看作一块白板，他们是活的审美个体，他们有爱好、期望、需要，有审美追求。相对施教者他们虽然是受教者（审美教育的对象），但是相对审美媒介来说，他们又是审美主体，他们有自己的感受和理解。由于审美的特殊规律，应尊重受教者的个人审美判断和审美领悟，不能像智力教育、道德教育那样要求受教者。

审美媒介，即被用来实施审美教育的广泛的审美对象，包括社会的、自然的、艺术的美的事物、作品。它们是联系施教者和受教者的中介环节，在审美教育中占有重要地位。审美教育在某种意义上说，也就是审美媒介的教育，有人把审美教育

叫做艺术教育就是看到了审美媒介在审美教育中的重要性。审美教育的反馈与调控主要就是利用审美媒介来进行的。根据审美媒介在审美教育结构中的这种地位和作用，就是说，它既是审美教育的中介因素，又是反馈与调控的手段、工具，因此必须特别注意审美媒介的选择、运用、变换、调整，充分发挥审美媒介的作用。既要有针对性，又要有灵活性，不要只利用一种审美媒介。求新是审美的一个特点，审美媒介的更新，特别是随着审美观念的不断变化，选取反映时代审美观念的审美对象作为审美媒介，应是一个基本要求。只有这样，才能充分发挥审美媒介的调控作用。

审美媒介作为审美教育的调控因素，是借助一定物质媒体传递审美信息的形式变换，是实现审美教育影响所不可缺少的因素。不依靠一定的物质媒体的形式，施教者和受教者就无法发生联系，因而也就无所谓审美教育过程。审美教育过程的反馈与调控，是凭借审美媒介进行的，反馈与调控的优劣，直接关系到审美教育的成效。

审美教育结构，不是作为主体的施教者、受教者与作为客体的审美媒介的简单凑合，而是以审美媒介为中介，施教者与受教者有机结合的动态结构。它具有不同层次和水平，这种层次和水平主要是由审美媒介所体现的施教者和受教者之间的审

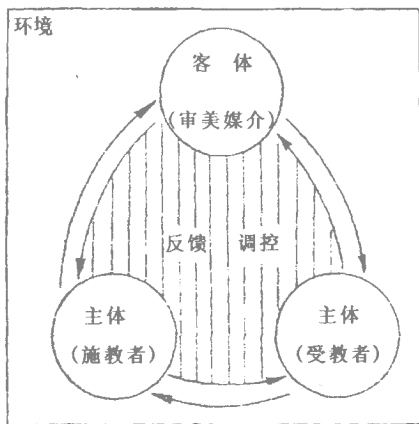


图 1 1

美信息交流的深度和效应决定的。审美教育系统结构可如下图示意：

从图 1-1 中可以看出，施教者、审美媒介、受教者组成一个审美教育的反馈调控系统。审美教育的系统结构又不可能孤立于社会之外。社会审美意识是不断变化的，因而，审美教育活动的状况与水平也必然随之发生变化和发展。审美教育是开放性的系统，而不是与外界隔绝的封闭性的结构。

第三节 审美教育的运转

审美教育活动不是一个孤立的封闭系统，它的运行始终受两方面的影响、制约，受两种动力的推动。一个是社会的推动，即社会实践对审美教育提出的要求；一个是审美教育各因素之间的矛盾所引起的自身调节。

就我国现实来说，社会主义四化建设的伟大实践，社会主义物质文明和精神文明建设的伟大实践，要求审美教育为培养全面发展的人材服务，要求审美教育按照社会主义审美观念和共产主义审美理想去实施审美教育，为审美教育确定方向和目标。恰是这一方向、目标成为审美教育的巨大动力，成为审美教育的组织者、施教者以及受教者的共同需要，即转化为他们的内在动力，而要实现这一转变，必须尽可能地使社会要求与组织者、施教者和受教者的审美水平和接受能力相适应。这就是说，要在两个“适应”的基础上，实现两个“转化”，从而把审美教育变为组织者、施教者和受教者自觉进行的系统活动。所谓两个“适应”，是指社会向审美教育提出的要求，不能超过施教者和受教者的现有审美需要和能力，使他们不能接受，又不能低于他们的现有审美需要和能力，这两个“适应”随着审美教育的实施，也是逐步发展的，由低层次的适应走向

高层次的适应。所谓两个“转化”，是把社会向审美教育提出的要求，转化为施教者和受教者的自觉动力，成为审美教育运行的调节、控制、推动力量。

审美教育各因素之间的矛盾，即施教者，审美媒介、受教者之间的不适应，引起三者关系的变动，一般说来，施教者处于主动调节的地位，他按照社会向审美教育的要求，通过审美媒介的调整，引导受教者去接受，但是也必须以适应受教者的审美需要和能力为前提，并最大限度地发挥审美媒介提高受教者审美能力、满足他们审美需要的作用。而受教者也要主动接受社会的要求，自觉去接受施教者通过审美媒介进行的教育。这是很复杂的运行过程，正如前边已提到的，它不是单一的走向，而是双向对应的过程，是一个多维系统结构。

审美教育不能脱离社会的要求，不能脱离社会的宏观控制与调节，否则将失去社会动力、方向、目标。在这个前提下，审美教育要注意自身的正常运转，施教者担负着特别重要的责任；在审美教育系统内部，施教者、组织者要经常注意受教者的反馈信息，以不断调整、更新审美媒介，以逐渐适应受教者不断增长的审美需要，保证审美教育向高层次发展。

第三章

审美教育的特点

第一节 形象性

审美教育是一种形象性的教育，它总是通过审美对象的鲜明形象来诱发和感染受教者的。这就和智力教育、道德教育有明显的区别。智力教育主要是运用概念、判断和推理，它离不开抽象与概括；尽管运用一定的形象，但这形象主要是作为理论知识、定理、法则的例证，而不是用作审美教育。道德教育主要是道德观念、道德规范的教育，并要求受教者形成符合道德观念和道德规范的行为习惯。它注重于理性说教和行为意志品质的培养。审美与智力教育、道德教育不同，它总是和特定的审美对象联系的，它是借助审美对象的具体可感的形象来激发受教者的。这个特点不仅是由审美媒介决定的，也是由审美教育的目的、过程决定的。

作为审美教育媒介、工具的审美对象都是以具体可感的形象方式而存在的，离开了具体感性形象，就不成其为审美对象。万里长城是以它的蜿蜒起伏的形态显示为壮美的，它不是抽象的存在。共产主义战士雷锋，总是以他那凝结着共产主义理想、为人民服务的忘我精神的、朴实无华的形象，艰苦朴素的行为作风，来影响感染人的。艺术作为审美对象更是以鲜明的形象，吸引感染受教者的。唐朝诗人杜牧写过的《江南春》的七言绝句：“千里莺啼绿映红，水村山廓酒旗风。南朝四百八十寺，多少楼台烟雨中。”这首诗之所以流传千古，脍炙人口，给人以审美感受，就是由于它以江南之春千里莺啼，红绿

相映，水村山廓，酒旗轻扬，古庙名寺这些景物组成一幅形象画面。不论什么样的审美对象作为审美教育的媒介，都是它的形象诉诸受教者的感官，引起强烈的感受的。车尔尼雪夫斯基就说过，形象在美的领域中占着统治地位，美是在个别的，活生生的事实，而不在抽象的思想。总之，审美教育是以审美对象的感性形象施教的，而受教者总是从对象的直观开始审美感受，从而接受教育的。

审美感受不是单纯的官能感受，也不是单纯的理性认识，而是感知、理解、想象、情绪等各种心理功能共同发生作用的结果。它是对形象的把握、领悟。因此，即使简单的审美感知已经包含了比较、联想、想象等理性认识的因素，它是在感性形式中积累着理性的内容，即理智、情感、想象等社会观念性的内容；它有理性的内容，但又不同于抽象的、概念的东西，是理性内容溶化于感性形式之中，因而是感性和理性的和谐统一。在审美感受中，感性的作用是明显的，始终也不能脱离具体形象的感受，它所包含的理性内容是以感知的形式呈现出来的，它不是抽象的理性活动。正因为这样，无论从审美教育作用的媒介、工具看，还是从它引起的受教者的审美感受看，以及从最终达到的审美教育的目的看，审美教育始终离不开感性的形象，这是它所独具的特点。

第二节 情感性

审美教育是一种情感教育，它是以审美对象激发人的审美情感，使受教者通过亲身的情绪体验，产生肯定或否定的审美评价，从而获得心理的满足，情感的共鸣，使情绪得到陶冶。因此，人们常说，审美教育是以美感人，以情动人。这种动情性是审美教育的一个重要特点。

情感是审美感受的动力和中介，审美教育是靠情感来打开受教者的心灵大门，使他在情绪的激动中，陶情淑性，这种动之以情的教育，深切真挚。比如，使受教者看一场动人的戏剧，他们被戏剧的美所吸引，并为之动容，或者喜笑颜开，心悅开怀；或者痛苦悲愤，伤心落泪，都是一种情感激动，正是在这激动中，情感受到洗涤、陶冶。

审美教育使受教者在情感上感到舒畅，既能给人以快乐，又能给人以陶冶。当然，由于审美对象及其所引起的美感不同，受教者所受的审美教育也会不同。看莎士比亚的《哈姆雷特》与看果戈里的《钦差大臣》就不同，前者是悲剧美，悲剧是将人生的有价值的东西毁灭给人看，难免使人悲愤；正是从这种悲愤中，受教者激起奋发向上之情，在心理上得到一种快慰。后者是喜剧美，喜剧是将人间那些无价值的东西撕破给人看，容易引人发笑；又正是从这些笑声中，受教者激起冷静沉思之情，在心理上得到一种满足。

审美情感不是日常生活的情感，也不是科学中的理智感，道德中的道德感，而是渗透着理性的超个人欲念、功利目的的情感。在科学意识和道德意识中也有情感活动，不过它们和艺术、审美中的情感活动在性质和作用上是有很大差别的。列宁说：“没有人的感情，就从来没有也不可能有人对于真理的追求。”科学家在认识活动中有新的发现，也会产生喜悦感。对科学研究中出现的新现象也会产生怀疑感和惊奇感。这些情感对于推动科学家认识真理无疑起着重要作用。但是科学认识的任务是探求事物的本质和规律，相对说来，它是对事物客观的、冷静的反映。科学家的主观情感体验和对客观事物本质规律的认识并不是完全交织在一起的。在道德意识中，人们对于善恶的认识和评价也是带有情感的。但善恶观念和评价主要是表现为一种社会意识形态，它是以道德观念和规范来评价人们

的各种行为和调整人们之间的关系。所以，无论在科学认识中，还是在道德意识中，情感的作用都不像在美感的意识活动中显得那样重要和突出。美感总是与以独特的感性形式充分表现着普遍理性内容的形象联系在一起，必然伴有各种复杂的情感活动。这种情感不是来自对象的欲念、功利、目的，而是来自对象形式，来自对包含理性内容的形式的直觉感受，它是审美的。在审美感受中，审美情感不是冷漠的，而是处于情绪激动和精神陶醉之中，它是一种特有的精神享受。美感中的情绪激动和愉悦是感知、想象、理解和谐活动的伴随物，也是它们的中介、动力，它必然渗透着理性。在美感中之所以往往体验到情绪激动和愉悦而不明显意识到理性内容，那是因为理性内容，已经渗透、融合在情感之中，或者说理性内容化为特有的情感形式，二者契合无间，呈现为统一整体的美感形态。

审美教育利用审美媒介引导受教者所产生的情感，就是这样一种审美情感，激活这种审美情感以达到陶冶培养性情的目的，并且通过它与理智感，道德感的渗透、交融，转为探求真理、高扬伦理精神的动力。情感性是审美教育的一个主要特点。

第三节 自由性

审美教育在进行过程中是自由的，协调的，轻松愉快的，就是说是以一种自由的方式来进行的。它没有智力教育那样的说理性，也没有道德教育那样的严肃性，也就是说不带有任何强迫性。这是因为审美教育主要靠审美对象（媒介）的魅力的诱惑、吸引，因而，受教者常常是出于一种审美需要，完全摆脱了物质欲念的追求，不夹杂个人功利的目的，专注于对审美对象的观照，从而处于一种精神“自由的状态”。黑格尔曾经说过：“审美带有令人解放的性质。”席勒也曾说过：“在美的

交往范围之内，即在审美国家中，人与人只能作为形象彼此相见，人与人只能作为自由游戏的对象相互对立。通过自由给予自由是这个国家的基本法则。”审美教育可以视为美的交往，因而它是自由的。

审美教育凭借审美对象引起受教者的审美愉悦，是一种享受，又是一种陶冶、教育，从审美心理学看是享受，从审美教育学看又是教育，是一个过程的不同侧面。教育不在享受之外，而在享受之中，是在悦耳悦目，称心快意的审美品味享受中产生教育作用。这自然使受教者感受不到强迫，而愿意自觉主动接受。游览名胜古迹、参观美术馆、看剧、听音乐、阅读文学作品、赞赏人的品德等，都是人们自愿倾心赏美的表现。因而，审美教育也就在轻松愉快之中，不知不觉，自然而然地使受教者受到教育。

审美享受即审美教育，和那种享乐主义是有原则区别的。享乐主义是把享受看成是人生的目的，享乐高于一切，而且为了自己的享乐，可以不择手段，不管别人的痛苦。这是剥削阶级的人生观。审美教育中的审美享受不是感官快乐的享受，而是超个人欲念、得失的精神享受，它作为教育是对人性的塑造、净化、洗涤和升华，可以化为美化生活的动力。

第四节 深远性

审美教育对受教者的陶冶，其审美效应是深刻而持久的。这是因为审美教育以形象唤起情感激动，其痕迹深刻烙印在脑中，留下持久的影响，一旦触发，便又活跃起来。而一般概念知识往往随着时光的消逝而逐渐遗忘，唯独那曾经扣人心弦、触动情感的形象，常常终生难忘。梁启超在《论小说与群治之关系》中，谈到小说具有“熏”和“浸”的感染力量。“熏也

者，如入云烟中而为其所烘，如近朱墨处而为其所染。”“浸也者，入而与之俱化者也。”“熏”与“浸”正是形象感染、化入心灵的力 量。不独小说如此，所有审美对象都有这种感染化入力量，因而其效应总是深远的，会转变为新的审美需要和期望，对受教者全部精神生活发生影响，甚至对他终生起着作用。

上述四个特点，从不同方面显示了审美教育的特有本质。综合起来，可以认为审美教育是借审美对象的形象，以自由交往的方式，给受教者以情感陶冶的教育。