



新世纪高职高专教改项目成果教材
Xinshiji Gaozhi Gaozhuān Jiāogāi Xiāngmù Chéngguó Jiāocái



旅游美学基础

祁颖 主编



高等教育出版社

新世纪高职高专教改项目成果教材

旅游美学基础

祁颖主编

高等教育出版社

内容提要

本书是教育部“新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设”项目成果，是由教育部高职高专教育专业教学改革试点院校教师编写的。

本书的主要内容包括四大部分：一是美学基础；二是旅游资源欣赏；三是旅游审美关系；四是饭店实用美学。各部分既相对独立，又有内在联系。

本书结合高职高专旅游专业人才培养的要求和规格，突出各部分知识内容的典型性和实用性，并配以“知识库”、“相关链接”、“文化长廊”等扩展内容，有助于学生加深对问题的理解和认识，拓宽知识面，提高对美的鉴别能力和创造能力，加强审美意识和职业素质。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高校、本科院校高职教育旅游专业及其他相关专业的教学用书，也可供五年制高职院校、中等职业技术学院相关专业学生使用，并可作为旅游从业人员和广大旅游爱好者的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

旅游美学基础 / 祁颖主编. —北京:高等教育出版社, 2004.3

ISBN 7-04-014089-6

I. 旅... II. 祁... 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 (2004) 第 004875 号

出版发行 高等教育出版社

☎热线 010-64054588

社 址 北京市西城区德外大街 4 号

☎咨询 800-810-0598

邮政编码 100011

址 <http://www.hep.edu.cn>

总 机 010-82028899

<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所

印 刷 高等教育出版社印刷厂

开 本 787×1092 1/16

版 次 2004 年 3 月第 1 版

印 张 12

印 次 2004 年 3 月第 1 次印刷

字 数 280 000

定 价 14.30 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

出版说明

为认真贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》和《面向21世纪教育振兴行动计划》，研究高职高专教育跨世纪发展战略和改革措施，整体推进高职高专教学改革，教育部决定组织实施《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》(教高[2000]3号，以下简称《计划》)。《计划》的目标是：“经过五年的努力，初步形成适应社会主义现代化建设需要的具有中国特色的高职高专教育人才培养模式和教学内容体系。”《计划》的研究项目涉及高职高专教育的地位、作用、性质、培养目标、培养模式、教学内容与课程体系、教学方法与手段、教学管理等诸多方面，重点是人才培养模式的改革和教学内容体系的改革，先导是教育思想的改革和教育观念的转变。与此同时，为了贯彻落实《教育部关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》(教高[2000]2号)的精神，教育部高等教育司决定从2000年起，在全国各省市的高等职业学校、高等专科学校、成人高等学校以及本科院校的职业技术学院(以下简称高职高专院校)中广泛开展专业教学改革试点工作，目标是：在全国高职高专院校中，遴选若干专业点，进行以提高人才培养质量为目的、以人才培养模式改革与创新为主题的专业教学改革试点，经过几年的努力，力争在全国建成一批特色鲜明、在国内同类教育中具有带头作用的示范专业，推动高职高专教育的改革与发展。

教育部《计划》和专业试点等新世纪高职高专教改项目工作开展以来，各有关高职高专院校投入了大量的人力、物力和财力，在高职高专教育人才培养目标、人才培养模式以及专业设置、课程改革等方面做了大量的研究、探索和实践，取得了不少成果。为使这些教改项目成果能够得以固化并更好地推广，从而总体上提高高职高专教育人才培养的质量，我们组织了有关高职高专院校进行了多次研讨，并从中遴选出了一些较为成熟的成果，组织编写了一批“新世纪高职高专教改项目成果”教材。这些教材结合教改项目成果，反映了最新的教学改革方向，很值得广大高职高专院校借鉴。

新世纪高职高专教改项目成果教材适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学校、继续教育学院和民办高校使用。

高等教育出版社
2002年11月30日

前 言

旅游美学是伴随旅游业和旅游教育的不断发展而出现的一门新学科,是旅游专业知识体系中不可缺少的组成部分之一。旅游者游览观赏风景名胜是为了获得审美享受,旅游业的经营管理、资源开发是为了向旅游者提供美的住宿环境、美的用餐环境、美的游赏环境、美的娱乐环境,使旅游者的审美需求得到最大程度的满足。因此,认识旅游资源中美的规律和特征,了解不同类型旅游者的审美需求、审美个性,最大限度地实现客我双方的审美关系就成了旅游美学这一学科要解决的主要问题,同时也是编写本书的主要目的。

针对旅游业发展状况及旅游专业人才培养的实际要求,本书有针对性地组织材料,确定为实用的编写体例。其特色体现在如下方面:

一、注意内容的选取与实际需要紧密结合,突出实用性和职业性。

二、难易适中。本着理论讲解适度、够用的原则,突出可读性和可教性。

三、注意审美意识和创新意识的培养。在基础知识和理论讲解的同时,在各章节知识点的介绍中,安排作品赏析,以培养学生的分析和鉴赏能力以及创新意识。对许多直观性的内容进行中西方对比介绍,激发学生的学习兴趣。

本书由黑龙江大学历史文化旅游学院旅游管理系祁颖担任主编,全书共十一章,其中第三、六、七、八、九、十、十一章由祁颖编写,第一、二、四章由桂林旅游高等专科学校谢国荣编写,第五章由湖北大学职业技术学院张文杰编写。

全书由黑龙江大学历史文化旅游学院段光达教授担任主审,在此表示感谢!

本书在编写过程中,编者借鉴并参考了大量的资料和有关学者的书籍,在此表示由衷的谢意!由于时间仓促,水平有限,书中疏漏与不足在所难免,诚请专家、读者批评指正。

编者

2003年9月

目 录

CONTENTS

第一编 美学原理

| | |
|-----------------|----|
| 第一章 美与旅游审美 | 2 |
| 第一节 美的特征 | 2 |
| 第二节 形式美与美的形式 | 5 |
| 第三节 美感 | 12 |
| 第四节 旅游美学与旅游审美 | 14 |
| 第二章 风景审美与旅游观赏原理 | 22 |
| 第一节 风景美的表现形式 | 22 |
| 第二节 风景美的特征 | 27 |
| 第三节 观赏风景的原理 | 33 |

第二编 旅游资源欣赏

| | |
|------------------------|----|
| 第三章 中国古典园林与观赏 | 38 |
| 第一节 中国古典园林概述 | 38 |
| 第二节 中国古典园林的构成要素及其审美特征 | 42 |
| 第三节 中国古典园林的基本美学思想及景观审美 | 48 |
| 第四章 中国书法、楹联及其欣赏 | 54 |
| 第一节 中国书法艺术 | 54 |
| 第二节 中国楹联艺术 | 61 |
| 第五章 中国画与欣赏 | 71 |
| 第一节 中国画概述 | 71 |
| 第二节 中国画的审美特征 | 77 |

| | |
|----------------------------|----|
| 第六章 中国古代建筑与观赏 | 89 |
| 第一节 中国古代建筑的主要形式..... | 89 |
| 第二节 中国古代建筑的文化内涵..... | 95 |
| 第三节 中国古代建筑的审美特征及类型欣赏..... | 99 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 第七章 中国古代雕塑与欣赏 | 108 |
| 第一节 中国古代雕塑概述..... | 108 |
| 第二节 中国古代雕塑的审美特征..... | 112 |
| 第三节 著名旅游区雕塑欣赏..... | 117 |

第三编 旅游审美关系

| | |
|------------------------------|-----|
| 第八章 旅游者与导游的审美关系 | 126 |
| 第一节 旅游服务概述..... | 126 |
| 第二节 导游工作者与旅游者的审美关系..... | 132 |
| 第三节 导游工作者的美学修养..... | 139 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 第九章 旅游者与饭店服务人员的审美关系 | 143 |
| 第一节 饭店服务人员的角色意识..... | 143 |
| 第二节 旅游者对饭店服务人员的审美评价..... | 148 |
| 第三节 饭店服务人员的审美教育..... | 153 |

第四编 饭店实用美学

| | |
|-------------------------|-----|
| 第十章 饭店美学基础 | 158 |
| 第一节 饭店的空间艺术..... | 158 |
| 第二节 饭店的色彩艺术..... | 162 |
| 第三节 饭店的照明艺术..... | 167 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 第十一章 饭店装饰手法与区域装饰 | 172 |
| 第一节 室内装饰手法..... | 172 |
| 第二节 饭店区域装饰..... | 177 |

| | |
|-------------------|-----|
| 参考文献 | 184 |
|-------------------|-----|

美 学 导 论

| | |
|----------|-----|
| 第一章 绪论 | 1 |
| 第二章 美的本质 | 15 |
| 第三章 美的形态 | 35 |
| 第四章 美的功能 | 55 |
| 第五章 美的创造 | 75 |
| 第六章 美的欣赏 | 95 |
| 第七章 美的教育 | 115 |
| 第八章 美的传播 | 135 |
| 第九章 美的未来 | 155 |

本书以马克思主义美学原理为指导，力求做到科学性、艺术性、思想性、时代性的统一。本书可作为高等院校文科专业及相关专业的教材，也可供从事文艺工作的同志参考。

第一编 美学原理

美是人的本质力量的对象化。美是人的本质力量的对象化，是人的本质力量的对象化，是人的本质力量的对象化。美是人的本质力量的对象化，是人的本质力量的对象化，是人的本质力量的对象化。

美是人的本质力量的对象化。美是人的本质力量的对象化，是人的本质力量的对象化，是人的本质力量的对象化。美是人的本质力量的对象化，是人的本质力量的对象化，是人的本质力量的对象化。

第一章 美与旅游审美



学习目标

- 认识美的特征
- 了解和区分形式美与美的形式
- 理解美感的含义及其特征
- 掌握旅游美学的基本特征及旅游审美的基本知识

爱美之心，人皆有之。美，总是那样充满着魅力与神奇，给人们带来愉快、欢乐和希望。它存在于我们的生活、工作、学习中，它可以是具体的美的形态，也可以是抽象的美的感受。不同的国度、不同的民族、不同的宗教信仰以及不同的文化背景，都会使人产生对美的不同理解和认识，美既是多元的，又有着极大的趋同性。如何认识美、了解美的现象、美的本质以及美的形式和特征关系到旅游活动的审美效果以及审美关系的良好实现。

第一节 美的特征

美的本质是内在的、抽象的，但美的现象却是生动丰富、具体可感的。它总会以各种各样的特征表现出来。研究、探讨美的特征可以帮助我们进一步理解并把握什么是美。概括起来，美的主要特征大致有以下几点：

一、客观性

美的客观性是指美是一种客观存在，它独立于人的意识之外，不为人的主观意识所改变。例如，美丽的桂林山水，无论你观赏到它还是没观赏到它，也不管你喜欢它还是不喜欢它，它都是一种客观存在，它的审美价值并不随个人的意志而转移。

美的客观性是由它的物质性决定的，也就是说，美不是一种精神实体。它既不是客观理念、绝对精神，也不是主观意识、主观情感，美是一种物质性的存在，是“我们现实生活里直接体验到的、不以我们的意志为转移的、丰富多彩的、有声有色、有形有相的世界就是真实存在的世界”^①。

美的客观性就在于它的物质性，并不等于说凡是客观的物质存在皆有美。正如自然美离不开自然物的物质属性，但自然物的物质属性本身并不就是美一样。美在物，不在心，但这物不是脱离社会、脱离人而存在的物，不是“自在之物”，而是“为我之物”，是社会中的物，它与社会有着千丝万缕的联系。美永远是一种社会现象，是人类生活和实践活动的产物，是主体与客体的有机统一。

^① 宗白华著：《美学散步》，上海人民出版社1981年版，第17页。

二、社会性

美的社会性，首先表现在它对社会生活的依赖。人类社会生活中各种事物的美，是人类社会活动的产物。

反映在艺术作品中的美，是社会生活美在艺术家头脑中反映的产物，当然也具有社会性。自然美，特别是未经人类直接加工改造过的自然事物的美，也具有社会性吗？回答是肯定的。因为就自然美的产生来说，没有人类的社会实践对自然的征服，就没有自然美。人类的社会实践，使自然与人类社会生活发生了广泛的联系，使它在人类社会生活中占有了一定的社会地位，产生了一定的社会作用，客观地成为人类生活不可缺少的物质条件，这便构成了自然美的社会性。

其次，美的社会性表现在它的历史性上。美作为一种社会现象，是随着社会的发展变化而不断演变的。美的具体内容总是为一定社会生活、生产水平的发展所制约，具有明显的时代特点。原始社会的人们不以鲜花为美，而以兽皮、兽角等装饰自己，到了奴隶社会则以铁器作为装饰品，有的装饰性的铁环甚至重达十多斤。随着社会的不断发展，人们开始将自然界的山川、树木、花草纳入审美范畴。美的对象、美的形式、美的内容随时代的发展而变得越来越丰富。

最后，美的社会性还表现在它的功利性上。美的功利性体现在对人有利、有用、有益上。这一点在原始社会的劳动工具和劳动产品中表现得最为明显。在当时，实用的也就是美的，美的，就是有用的。比如，形式比较均衡、对称，质地比较坚实而平滑的石器，是比较实用的，因而也就是比较美的。随着社会的发展和生产力的提高，美的对象和范围逐渐从劳动工具、劳动产品、劳动过程向整个大自然和整个人类社会方面扩展，美的功利性也开始从直接的物质功利性向普遍的社会功利性方面发展。这时，只要是对社会发展有利的，就是美的。鲁迅说，当我们“享乐着美的时候，虽然几乎并不想到功用，但可由科学地分析被发现，所以美的享乐的特殊性，即在那直接性，然而美的娱乐的根柢里，倘不伏着功用，那事物也就不见得美了”^①。人们在观赏美时，并不直接想到它的物质功利性，但实际上在美的享乐的背后是潜伏着功利的。

三、形象性

美不是抽象的，而是具体可感的。抽象的概念，并不具有观赏价值。例如，“概念”，就是一种抽象的东西，可以有正确与不正确之分，却没有美丑之别。面对“这是一朵花”的抽象判断，我们也无法感受其美，只有面对有形、有色的具体的玫瑰花或者牡丹花的形象时，才能感到它的美。

自然美总是通过自然事物的具体形象体现出来的。“江似青罗带，山如碧玉簪”，桂林山水的美在韩愈的笔下是通过“青罗带”、“碧玉簪”的形象显现出来的；“日出江花红胜火，春来江水绿如蓝”，如果没有朝露映照下比火还红的鲜花形象，没有碧绿带青的春天江水的形象，江南春色的美，白居易又怎能展现出来呢？同样，李白笔下的庐山瀑布的美，也是通过它的形象体现出来的：“日照香炉生紫烟，遥看瀑布挂前川。飞流直下三

^① 《鲁迅全集》第4卷，人民出版社1956年版，第207、208页。

千尺，疑是银河落九天。”是香炉峰的云烟飞动，瀑布的奔流直下，显示了庐山景色的壮美。

社会事物的美也不在抽象的概念，而在具体生动的形象。抗美援朝的英雄业绩、建筑工人的劳动场面、科技工作者的创造发明都是以具体生动的形象体现出来的。至于人的心灵美，也只有通过人的言谈举止、具体的行动才能形象地显现出来。

同样，艺术美的最基本的特征是以具体生动的形象反映生活、表现艺术家的审美理想。绘画艺术以形象直接诉诸人们的感官。以语言塑形象的文学同样如此：《西游记》通过孙悟空保护唐僧西天取经一路降妖捉怪等一系列具体情节和形象来反映生活、表现艺术审美理想；《红楼梦》则通过以林黛玉与贾宝玉的爱情纠葛为主线的一系列艺术形象来反映生活、表现艺术家的理想……总之，形象性是艺术的生命，文学艺术作品如果一味地进行抽象的议论，则很难给人以美感。

美具有形象性，并不意味着一切形象都是美的。体现美的形象，必须是体现人的自由创造的形式，也就是说，它必须是合规律性与合目的性相统一的形式。

知识库

美为什么总是形象的呢？原因有二：第一，从产生来看，它产生于人类实践对自然物质形态的改变中，人类的自由创造就物化在对象的具体形态上；第二，从美作为一种历史成果看，它积淀、凝聚在人类生产活动的过程中和产品上，它总以感性的形式存在于客观世界。所以，无论是自然美、社会美，还是艺术美，都是以具体的形象存在着的。

四、感染性

美不仅是具体、形象的，而且是感人的，也就是说，美具有极强的感染力。它直接诉诸人们的情感，以情感人，以情悦人。

美的感染性特征虽然与美的形象有关，但这不是其最本质的原因，因为不是所有具体的形象都能感染人的。美具有感染性的原因在哪里呢？简单地说，在于它的功利性。也就是说，美的感染性来自于它体现了人的自由创造，体现了对人的目的的肯定。

人们欣赏自然美、社会美、艺术美，在于它们都能使人获得感情上的满足，赏心悦目，愉情悦性。“停车坐爱枫林晚，霜叶红于二月花”，对自然景物的流连忘返，这是由自然美的感染力所致；人们为英雄们的业绩所感动、热泪满面，这是社会美的感染力所致；至于观赏艺术，随着作品情节的发展，读者或欢呼雀跃、或悲伤涕零、或拍案击节、或怒目扼腕，这都是艺术美的感染力所致。

美的这种感染性，决定了美对人具有巨大的陶冶作用，这正是一些有见识的教育家强调美育的原因所在。

五、创造性

美的创造性有两层含义。

一方面，美来源于人类的自觉的创造性社会实践活动。人类的社会实践活动从本质上说是积极向上的，是推动社会前进的。美是人的本质力量的感性显现，人的本质力量

不但生机勃勃而且富于创造性。因此，美总是同社会进步和人类创造劳动紧密联系在一起。在人类社会生活中，一切落后的、错误的、反动的、丑恶的东西，无论如何气势汹汹，终将被历史所淘汰，因为它们违背了社会发展规律；而那些美好的新事物，虽或可能暂时受到压抑，但最终将破土而出，茁壮成长，因为这些事物是人类劳动创造的结晶。

另一方面，人类一切积极的创造性活动及其结果都是美好的。由于人类自觉的创造性实践活动，符合社会历史发展规律，推动着社会的前进，给人类带来功利性的愉悦和满足，带来精神上的乐趣与安慰，因而，人们感到这种劳动是美的。农民春耕夏耘，秋天才有了收获，这春耕夏耘的过程及其秋天的收获自然是美的；画家画画，作家写作及其留下一幅幅、一篇篇作品也是美的，等等。当然，也许在这些创造性的劳动或活动中，人们的目的并未达到，甚至酿成了悲剧，但这其中仍然蕴涵着美的价值。

知识库

什么是美？美是心借物的形象来表现情趣，是合规律性与合目的性的统一。美又是自由的形式：完好、和谐、鲜明。真与善、规律性与目的性的统一，就是美的本质和根源。

第二节 形式美与美的形式

广义的形式美是指事物的外在形式所具有的相对独立的审美特征；狭义的形式美是指自然、生活、艺术中各种形式因素（色彩、形状、声音等）及其有规律（如整齐、比例、对称、均衡、反复、节奏、多样等）的组合所具有的美。形式美与美的形式既有联系又有区别：美的形式不能脱离美的内容，往往是具体可感的；而形式美对于美的具体内容来说却具有相对的独立性，它概括的是美的形式的某些共同特征，具有一定的抽象性，因而，它所体现的美的内容往往是间接的、朦胧的。

了解形式美与美的形式，有助于我们理解美的外在规律和美的内容与形式之间的关系。

一、形式美

一般来说，人们对美的感受往往是直接由形式引起的，人们常常会一接触到那些美的形式就引起美感，而忽略了这些形式所表现的内容，仿佛美就是形式本身。事实上，形式美的法则是人们在审美活动中对现实生活中许多美的形式的概括反映。比如，“对称”的法则，就是人们在审美活动中对现实许多美的形式的概括反映。由于这样，使得形式美具有一定的抽象性，它体现的内容是间接的、朦胧的。

形式美由两部分构成：一是感性要素，二是感性要素的组合规律，即形式规律。

（一）构成形式美的感性要素

构成形式美的感性要素是很复杂的，包括色彩、声音、形状，还包括气味、温度等其他化学的、力学的属性。我们在这里着重介绍色彩、形状和声音。

1. 色彩

色彩是构成形式美的必不可少的要素。火红的太阳、蔚蓝的天空、翠绿的春山、金黄的稻浪……如果缺乏了色彩，这个五彩缤纷的世界必将黯然失色！不仅如此，色彩还具有明显的审美特征——表情性，即能够向人们传达一定的感情意味或引发人们的某种感情。例如，红色常使人想到血与火，因而引发起人们热烈兴奋的情绪；蓝色令人想起天空和海洋，因而引发起人们和平、宁静和深沉的情绪；绿色常使人想起葱茏的植物，产生春意盎然、欣欣向荣的感受；至于白色的纯洁、黑色的阴郁等等，既是色彩带给人的暗示，也是由此引发出来的人们的某种情绪、情感。

但是，色彩所表达的情绪、情感不是凝固不变的。由于不同的条件和各种色彩不同的搭配，或者在不同的民族传统习惯中，会产生不同的效果或引发不同的象征意义。例如，白色在葬礼上表示悲哀，在婚礼上则表示纯洁。

2. 形状

形状也是构成形式美的不可缺少的要素。任何事物的存在都需要一定的空间，其外形绝大多数是可见的，甚至是可以触摸的。事物的形态尽管千差万别，归纳起来无非两类，即自然物形态和人造形态，都是由抽象形式最基本的要素——点、线、面、体构成的。

线是点的移动轨迹，也是不同的面相交而形成的空间图形。线既是人们从实物中抽象出来的几何学概念，又是造型艺术的重要语汇。因此，线条无论曲直，都包含着一定的审美意味。如，直线坚硬，曲线温柔，斜线有力，折线生硬，竖线挺拔，放射线奔放，交错线激荡。不同的形体也会有不同的审美意味，如高而窄的形体有险峻感，宽而平的形体有安稳感等等。将这些线条和形状用于艺术造型，便可以成为某种风格的构成元素之一。例如，希腊式建筑多用直线，罗马式建筑多用弧线，“哥特式”建筑多用相交成尖角的斜线。

知识库

面是点或线扩大而成的。明确的平面形，也都具有一般的审美特性：底面水平的金字塔式的三角形（ \triangle ）有明显的稳定感，而倒三角形（ ∇ ）为不安和危险；正方形显为公正大方；圆形显为柔和自如，或者自我满足、周而复始的感受。

3. 声音

声音作为一种形式美的要素与人的感受和生理条件有着密切的联系。强烈的噪音不仅不能引起美感，而且会损害人的健康，而优美的音乐则能愉悦人的身心。科学证明，声音不仅影响人的神经，而且能影响人的脉搏、呼吸、血液循环等活动，因而引起人不同的情绪反应，使得本无意义的声音带上情感意味。此外，人的情感与声音的情绪性也有着必然联系，自然之声本无哀乐，人为之声则必有哀乐，可以表达一定的情绪。久而久之，人们对自然之声的感受也加进了相对固定的情感意味。音乐的表情性更加明显，以至于医学中有了音乐疗法。听优美、柔和、愉快、流畅而富于变化的乐曲（如《春江花月夜》、《梅花三弄》等），可以治疗心绪不安、思维紊乱；听乐观向上、激昂振奋的乐曲（如《命运交响曲》等），可以治疗精神忧郁。音乐的表情性使人的情感在对象中找到了解释。

(二) 形式规律

任何有形物质的构成材料,都必须按照一定的规律组合起来,才会具有一定的审美特性,而杂乱无章则不美。这个规律,就是形式规律,即构成形式美的物质材料的组合规律,也就是色彩、形状、声音这些感性质料的组合规律,而色彩、形状、声音像任何事物一样包含着质、量、度的关系。因此,按照质、量、度的关系分析形式美的形式规律,可以分为三类:一类是涉及量的关系的形式规律,主要是整齐一律,对称均衡;一类是涉及质的关系的形式规律,主要是对立(差异)统一;一类是涉及度的关系的形式规律,主要是和谐。

1. 整齐一律

整齐一律也叫单纯齐一,是最简单的形式规律。其特点是一致和重复(或反复)。例如,同一颜色、同一形状、同一声音重复。没有云彩的蓝天,一望无垠的大海,整齐的禾苗,碧绿的草原,服装动作一致的军队、仪仗队和反复叠唱的歌谣等等都给人以整齐划一的形式美感。整齐一律能给人以秩序感,尤其在反复(特别是音乐和语言的反复)中还能使人体体会到某种节奏与力量。但整齐一律在一些情形下也容易使人产生单调、呆板的心理感受。

2. 对称均衡

“对称”是以一条或隐或现的线为中轴,左右或上下两侧均等。例如,人与动物的四肢、眼睛与耳朵,植物的叶子和花瓣,天安门两侧的建筑、大门的石狮,古人创造的阴阳太极图等,都是左右或者上下排列,两两对称的。对称具有较安静、稳定的特性,并可以衬托中心。对称美这种形式规律在现实生活中运用得十分广泛:在建筑方面,我国古代以至于现代的大型建筑、民居等在结构、部件等都是左右对称的;在装饰艺术方面,无论中国和外国,也不论是古人还是今人,都十分重视对称美,如女性头上的发辫装饰,军人的肩章、领花等;在文学艺术上,我国古代的骈文以及至今仍广泛运用的对联等。

“均衡”的特点是两侧的形体不必等同,是对称的变体。秤或天平就是均衡的典型例证。秤之称物,不求两边大小一致,但求两边均衡。均衡在趋向于动,并强调呼应。在云南晋宁县石寨山出土的“西汉盘舞铜器”,表现双人盘舞,昂首曲身,足踏巨蟒,体态生动,节奏强烈,在变化中又能保持均衡。需要指出的是,均衡一般总是与对称结合在一起的,因此,在绘画、雕塑、建筑艺术中,对称均衡的布局,能产生庄重、严肃、宏伟而又富于变化的艺术效果。

3. 对立(差异)统一

对立(差异)统一是较高级的形式规律,比例、对比、调和都属于对立统一。

比例是指一事物整体与局部以及局部与局部间的关系。我国战国后期楚国的辞赋作家宋玉形容美人有所谓“增之一分则太长,减之一分则太短”的说法。比例失调必然不美。有学者提出黄金分割的比例最能引起人的美感。实际上,人们在美的创造活动中都是按照事物的内在尺度和一定规律来确定比例关系的。例如,不同建筑物的门就不一定都符合黄金分割比例,而是根据人们出入的需要来确定大致比例。我国古代山水画中所谓“丈山、尺树、寸马、分人”,也体现出了对各种事物之间的比例关系的合理安排,但不一定符合黄金分割线的比例。

对比是把两种极不相同的物并列在一起,达到使人醒目、鲜明、振奋、活跃的效果。如色彩的明暗、形状的大小、尺寸的长短、声音的高低和有无等都是对比。“万绿丛中一

点红”，这是红与绿的对比；“黑云翻墨未压山，白雨跳珠乱入船”，这是白与黑的对比；“有的人死了，他还活着；有的人活着，他已经死了”，这是生与死的对比；“前方吃紧，后方紧吃”，这是揭露抗日战争时期国民党反动官僚腐败的前后方的对比；“一塔有碑留博士，六榕无树记东坡”，这是有无的对比，等等。对比，便于找出不同事物之间的本质差异，揭示事物中的对立统一。

调和是在变化中趋向一致，把两个相近的事物相并列，如色彩中红与橙、橙与黄、黄与绿、绿与蓝、蓝与青、青与紫、紫与红都是临近的颜色。调和使人感到融合、协调，在变化中保持一致。如北京天坛公园深蓝色的琉璃瓦与浅蓝色的天空和周围的绿树调和在一起就显得很协调、融洽。

4. 和谐

和谐是更高一层的形式规律，也称为多样统一。多样统一是客观事物本身所具有的特性，例如：形有大小、方圆、高低、长短、曲直、正斜；质有刚柔、强弱、润燥、轻重；势有快慢、动静、聚散、抑扬，等等。这些对立的因素统一在具体事物上，形成了和谐，自然界、人类社会的万事万物的美就在于它的多样统一。布鲁诺说：“这个物质世界如果是由完全相像的部分构成的就不可能是美的了，因为美表现于各种不同部分的组合中，美就在于整体的多样性。”^①

和谐使人感到既丰富又单纯，既活泼又有秩序，包含了变化、对称、均衡、对比、调和、比例、节奏等因素，所以和谐的法则是形式美的基本法则。和谐的法则在现实生活及艺术创作中被广泛地运用。例如，颐和园的长廊，梁思成认为它在美学上体现了“千篇一律与千变万化”的有机结合。“千篇一律”是统一，“千变万化”是多样。长廊全长728米，犹如系在昆明湖与万寿山之间的一条彩带。其结构和装饰体现出在变化中求统一的和谐的形式美。尤其是廊内梁枋上的油漆画，共有14 000多幅，但没有一幅是重复的。

在多样统一中，一切局部都从属于整体，局部的魅力在整体中显示出来，同时又保持相对的独立性，这样才能形成整体的和谐。

形式美的法则概括了现实中美的事物在形式上共同的特征，人类在实践中自觉地运用形式规律去创造美的事物，而这些形式规律不是一成不变的，随着美的事物的发展，形式美的规律也不断地发展。

二、美的形式（形态）

美的形式（形态）指的是美的表现形式，也就是美的种类。在现实生活中，美的形式是多样复杂的，根据不同的分类标准，可以有不同的种类。

（一）按审美对象分

美的根源在于人类的社会实践，社会实践是多种多样的，因而美存在的领域也十分广泛。概括地说，美存在于社会领域、自然领域和艺术领域，分别可称为自然美、社会美和艺术美。

1. 自然美

自然美是自然事物的美。日月星辰、江河湖海、高山峻岭、森林田野、草木花卉、鸟

^① 转引自杨辛、甘霖：《美学原理新编》，北京大学出版社1996年版，第27页。

兽虫鱼等自然物显现出来的美，都属于自然美。自然美产生于“自然的人化”。

自然美与社会美、艺术美相比，表现出如下特征：

第一，自然美侧重于形式。自然美的内容在多数情况下显得比较隐约、模糊，而色彩、声音、形状等形式则异常清晰、鲜明，所以人们在欣赏自然美的同时，常常因自然物的形式美给予审美感官的突出的印象，而忽略其内容。例如，癞蛤蟆是益虫，因其外表丑陋而惹人生厌，蝴蝶的幼虫对农作物危害很大，但蝴蝶却因其外形美丽而惹人喜爱。

自然美以自然原有的感性形式直接引起人们的美感。自然物自身的某些自然属性，如物理的、化学的、生物的属性，是构成自然事物的特定的美的物质条件。比如水的美，正是通过水的状态、色泽、质地等自身内在的因素表现出来的。桂林山水的美不同于蒙古大草原的美，也正是自然物自身的属性引起的。自然美贵在自然。

第二，自然美具有多重性。一方面，同一自然物往往具有美与丑两重性。如雨水可滋润农田、调节气候，是美的，但它也可以淹没庄稼与农田，变成丑的了；另一方面，同一自然物由于人们观赏的时间、角度不同，可获得不同的审美感受。比如游桂林漓江，倘若秋高气爽，你会感觉到：山青青，水清清，人在青山画里行；倘若细雨濛濛，给你的感觉又是一番景象：山朦胧，水朦胧，烟雨云飘似梦中。

2. 社会美

人的实践活动是整个社会生活的核心，因而社会美包括实践活动美、实践主体美、实践成果美等几种表现形式。

社会美直接体现了人的自由创造，它最大的特点是与社会实践的直接联系。社会实践关系非常直接、明显，它不仅显示于静态的劳动成果，而且显示于动态的实践过程，比如，生产劳动的美，人与人之间关系的美等等。

社会美的第二个特点是与社会功利性的密切联系。由于人的社会实践活动是有意识的、有目的的，总是为了实现某种社会实用的需要，社会美与社会实践所追求的一定的功利目的就有着密切的联系。比如，生产劳动是美的，这种美不能违背高产、优质、低消耗的原则。

社会美的第三个特点是与社会历史条件密切相关的。不论是生产劳动的美、科学技术的美，人与人之间的关系美、服饰打扮、家庭陈设等等，都直接与当时的社会生活、生产条件、科学水平、社会制度、时代风貌等相关。

3. 艺术美

艺术美是存在于一切艺术作品之中的美，是美的最高形态。它弥补了包括社会美和自然美的现实美所存在的缺陷和不足，它的特点和价值表现在它的典型性、理想性和普遍性。

一方面，艺术美源于生活。现实生活有着无比生动、丰富多彩的内容，是一切艺术作品取之不尽、用之不竭的源泉。我国南宋著名爱国诗人陆游曾写道：“村村皆画本，处处有诗材。”同时，生活也孕育了艺术家的创作激情。屈原之所以奋笔疾书《离骚》，是因为楚怀王昏庸无能，听信谗言，两次将他罢官放逐，他和人民一起经历了“兵挫地削，身辱国危”的生活，“忧悲愁思，不知所诉，乃作离骚经”。可见，无论是艺术创作的原料，还是艺术家的感情都深深地植根于生活。没有生活，便无艺术可言，亦无艺术美可言。

另一方面，艺术美高于现实生活美。艺术家把现实生活中分散的、不充分的、不丑

或不美的混杂在一起的现象经过提炼、概括、加工，使之更加精练、更具典型意义，而表现为艺术美。艺术美比现实美更典型还包含着另一层意思，即现实中的丑经过典型化的艺术创造，可以转化为艺术美。这种艺术典型并不是对丑的讴歌，而是对丑的嘲戏与否定，这种否定可以从另一角度使人们追求美的愿望得到满足，产生美感。例如，罗丹的雕塑《老妓》，《白毛女》中的黄世仁，《十五贯》中的娄阿鼠等等，都是艺术家塑造的丑的典型。此外，艺术家在创造艺术美的同时，必然会把强烈的思想感情倾注在艺术形象之中，把对生活美的肯定或生活丑的否定，把自己的审美理想熔铸到作品之中，使之所表现的意蕴比现实生活本身更加理想化。因此，任何艺术品都必然体现着艺术家的审美心理和审美理想。

相关链接

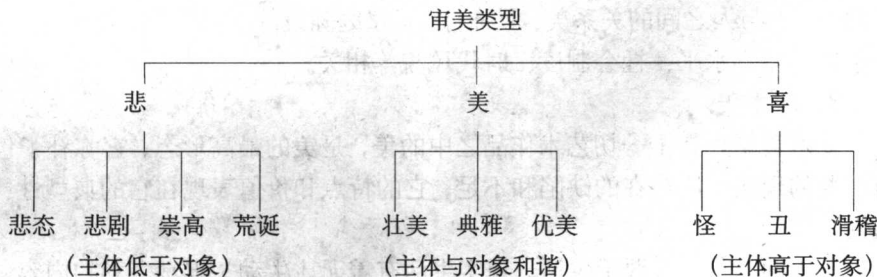
美与艺术

一般意义上的“美”与“艺术”并不是也不可能是两个同等的概念。当我们说某件东西“美”，说某个姑娘漂亮时，这并不意味着我们在说这件东西和这位姑娘是艺术品；人们可以尽情地赞颂黄山之美，却也可以同时肯定黄山不是艺术创造的产物。反过来也一样，被我们肯定为艺术品的东西，并不一定就是美的，美与艺术各有自己的界定，它们决不是可以互换的概念。（傅谨著：《感性美学》第四章，东北师范大学出版社1997年版。）

（二）按审美主体与审美对象的关系或从人的基本审美心态分

依照审美主体与审美对象之间的关系或从人的基本审美心态分，可以概括为美、悲、喜三大类。美，体现了审美主体（人）与对象之间的和谐关系；悲，体现的是人与对象之间的不平等关系，对象大于主体；喜，是西方喜剧意义上的喜，体现的是主体与对象之间的另一种不平等关系，主体大于对象。美、悲、喜体现了人类的三种主要审美方式和审美心态。

结合中外美学史的研究成果，我们可以把美、悲、喜三大审美类型从逻辑上划分如下：



1. 美（优美、壮美、典雅）

在各种审美对象中，美是最重要的审美对象。美的形式是多种多样的，从宏观角度来看，可以把它分为优美、壮美与典雅三种。

（1）优美。优美的本质特征是客体与主体的和谐统一。音乐中的《蓝色的多瑙河》、《春江花月夜》；绘画中的《蒙娜·丽莎》，自然风景中的桂林山水，都体现了人的精神和情感的完满性与理想化交融一体的和谐美。优美给人以宁静和谐的审美感知和情感上的