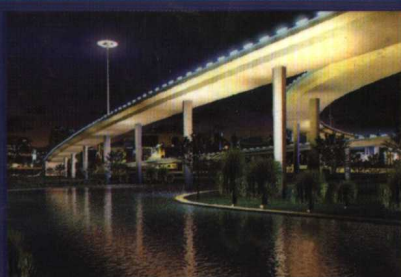
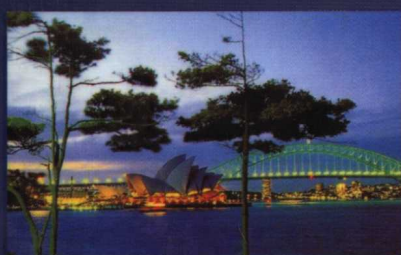


桥梁 审美原理

*The Esthetic Principle on
Bridge Structure*

徐风云 陈德荣 编著



人民交通出版社

China Communications Press

Qiaoliang Shenmei Yuanli

桥梁审美原理

徐风云 陈德荣 编著

人民交通出版社

内 容 提 要

本书以践行科学发展观为指导,以贯彻可持续发展战略为基本原则,运用经典美学理论、马克思主义审美观以及技术美学基本原理,全面系统地论述了桥梁审美的理论与实践问题。这是作者从事桥梁结构及景观设计、研究、施工、建设、养护经验及学习心得的总结与提升。本书中,作者提出了一些新的观点和理念。

本书第一章在考察经典美学理论,特别是马克思主义审美观的基础上,根据审美主体与审美客体的区别以及行为准则的不同,提出了审美二元论主张。第二章应用技术美学基本原理,提出了物质产品及桥梁审美二元论主张,进而阐述了物质产品及桥梁技术美、功能美、艺术美的创造和评价原则及方法。第三章专论了桥梁景观审美与设计概念、原理、原则及方法。第四章专论桥型审美的原理与法则以及形态美的情感思维,并具体论述了悬索桥、斜拉桥、拱桥、梁式桥等主要桥型美的创造和审美评价。第五、六、七章专论了桥梁涂装及色彩、灯饰夜景及照明、桥位景观审美与设计原理。第八章介绍了以桥梁美为根源产生的桥梁文学及艺术作品。第九章以科学发展观为指导,论述了桥梁功能审美的可持续发展策略,其中包括桥与环境的亲和观念,保证桥梁行车功能,防治噪声和空气污染,桥区环境保护与绿化,桥梁养护管理等理念与策略。第十章对桥梁发展历程作了全面考察和分析,并以史为鉴,展望21世纪桥梁发展远景,本章附有大量桥梁史料,以供读者考证。

本书主要供桥梁设计人员、桥梁专业师生、桥梁建设单位及政府交通主管部门管理人员使用,亦可供其他相关专业人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

桥梁审美原理/徐风云,陈德荣编著. —北京:人民交通出版社, 2006.12
ISBN 978-7-114-06324-4

I. 桥… II. ①徐… ②陈… III. 桥梁—技术美学
IV. ① U44-05 ② B832.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第146124号

书 名: 桥梁审美原理

著 作 者: 徐风云 陈德荣

责任编辑: 曲 乐

出版发行: 人民交通出版社

地 址: (100011)北京市朝阳区安定门外外馆斜街3号

网 址: <http://www.ccpress.com.cn>

销售电话: (010) 85285838, 85285995

总 经 销: 北京中交盛世书刊有限公司

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京交通印务实业公司

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 26.75

字 数: 669 千

版 次: 2007年1月第1版

印 次: 2007年1月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-114-06324-4

定 价: 70.00 元

(如有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换)



徐风云

武警大校警官、教授级高级工程师、长安大学兼职教授，毕业于重庆交通学院。曾参与桥渡冲刷设计研究，负责公路桥梁钻孔桩承载能力研究、桥梁抗震研究，宜宾小南门金沙江大桥、广西邕宁邕江大桥设计负责人。历任武警交通指挥部工程设计研究所副所长、厦门海沧大桥指挥部副指挥长、浙江舟山连岛工程建设指挥部总指挥助理。曾获多项国家、省部级科技进步奖、优秀设计奖。主要著作有：《公路桥梁钻孔桩》（合著）、《厦门海沧大桥建设丛书》（共八册，执行主编）、《桥梁景观》（合著）等14部，发表《钻孔桩承载力自平衡法可靠性质疑》等论文140余篇。



陈德荣

交通部公路科学研究院研究员，赴日本高级访问学者，毕业于重庆交通学院。曾参与多座桥梁设计，担任虎门大桥设计、科研副负责人，虎门大桥总指挥顾问，厦门海沧大桥副总监，重庆鹅公岩长江大桥顾问，江苏润扬长江大桥、苏通长江大桥省部技术专家组成员，浙江舟山连岛工程建设指挥部副总工程师。曾获多项省部级科技进步奖、优秀设计奖。主要著作有：《悬索桥设计施工综述》、厦门海沧大桥《科研·试验·专用技术标准》（主编）、润扬长江大桥建设《悬索桥》、《斜拉桥》、《科研·试验与勘测》（副主编）等，发表《自锚式悬索桥评述》等论文20余篇。

人类·桥梁·科学发展观

(代序)

桥梁,形态各异,婀娜多姿,雄伟壮观,坚强有力。它,飞架江河湖海,跨越山涧深谷,把天堑变成通途,把人类从此岸渡到彼岸,由远古引向未来。

桥梁遍布城镇乡村,默然矗立于大江急流,迎狂风暴雨、抗惊涛巨浪而巍然屹立;载车水马龙、负千钧重荷而昂首挺胸;受时光冲刷、经岁月考验而风采依旧。

桥梁是道路的延伸、是建筑的艺术、是文明的载体、是凝固的交响曲、是科学技术进步的结晶。

桥梁是理想和希望的寄托、是过渡和变革的象征、是理念和期盼的隐喻、是哲理的物化、是凝固的交响曲。

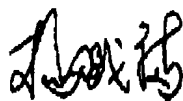
人类对桥的认识来源于自然造物的鬼斧神工。蛮荒时期的人类受倒卧横梗溪岸的树干的启示,悟出了“梁桥”的概念;早在公元前1122年的殷代,中国就有了“钜桥”,开始了梁桥时代;至公元前770年—公元前221年的春秋战国时期,人们或“坎坎伐檀兮,置之河之干兮”(《诗经·伐檀》),修建木桥,或“造舟为梁”(《诗经·大雅》),修建浮桥;人类受自然悬垂于树干之间的藤萝的启示,悟出了“悬索桥”的概念,开始了“捻藤为索”、“渡索寻撞”的悬索桥时代;至公元前251年,秦代李冰在成都郊区建成了最早的悬索桥——笮桥。《寰宇记》记载:笮桥去州(成都)西四里,名夷星桥。以竹索为之,因名“笮桥”。人类关于拱桥的概念则来源于天然侵蚀形成的石拱(天生桥)、山洞。受之启示,人类垒石为拱,开始了修建拱桥的历史。早在公元前800年—公元前476年,古罗马帝国就修建了著名的最古老的拱桥——罗马高架引水桥。

人类受自然的启示,诞生了桥的概念和桥的形态,又在谋求生存和发展、改造自然、征服障碍的漫长历史进程中创造和发展了桥梁,造就了一个庞大的桥梁世界。经过5000多年的发展,预应力连续刚构桥的跨度已达301m(挪威 stolma 海峡大桥),钢拱桥的跨度已达550m(中国上海卢浦大桥),悬索桥的跨度达到1991m(日本明石海峡大桥);在建的中国苏通长江大桥跨度1088m,是世界上跨度最大的斜拉桥;日本本四联络桥三条支线的总长达178km,是最长的跨海峡大桥群……。随着设计、施工、监控技术的进步和材料性能的提高,在不远的将来,人类将会建设跨度5000m以上的海峡大桥。设计中的意大利墨西拿海峡大桥、直布罗陀海峡大桥的跨度已经达到了3500m以上。21世纪及之后的未来世纪是人类开发海洋的时代,无数座跨海峡大桥将应运而生,桥梁世界必将再创辉煌。

桥把人与人、山与河、社会与自然、城市与乡村、梦想与现实、远古与未来连接起来,使之融为一体,共荣共存,和谐发展。

因为有了桥,道路得以延伸,车轮不再停止,两岸不再隔离。

因为有了桥,人类不再疏远,未来不再遥远。



2006年10月

前言

人类社会发展史料告诉我们:追求美、创造美、赞赏美、享受美,亦即审美是人类的天性。它始于亘古洪荒的远古,蕴含于遥远的未来;它存在于人类活动的一切方面、每个时期,并客观地成为推动人类社会进步的起点、目标和动力。

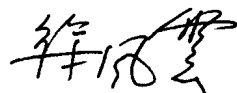
在人类活动中,建桥与用桥也许是很小的局部,但却是不可缺少的部分。翻阅本书你会发现:桥梁出现于人类蛮荒时期,并随着科学技术和文化艺术的进步而不断发展,它的历史与人类历史同样久远。你会感受到:精巧的古代桥梁依然放射着灿烂的光芒,而宏伟的现代桥梁则展示了当今人类求生存、谋发展、征服江河湖海的伟大力量。奔腾流逝的时光不断改变着人们的桥梁审美观。但是,在桥梁科学和桥梁艺术领域中,桥梁美的持久性比独特性更为重要,瞬间的价值必定会被永久性超越。持久的美才是桥梁审美的真谛,这正是本书探讨的命题。

在世界桥梁中,中国古代桥梁曾经留下了辉煌的历史。当今中国桥梁事业蒸蒸日上,已经成为世界桥梁界关注的中心。从20世纪90年代至今的十几年中,中国已建成或在建的现代化桥梁的规模、跨度、设计和施工难度以及所体现的科学技术水平、施工与管理水平、所创造的社会经济效益都达到或者超越了国外最先进的桥梁。中国是当之无愧的桥梁大国,并已经成为世界桥梁强国。

毋庸讳言,科学、经典的桥梁审美观正在受到挑战,以所谓的“创新性”、“艺术性”、“标志性”为理由,许多本应以交通功能为主的桥梁被异化为外形奇异并违背经典工程力学原理的“异型桥”、“雕塑艺术”。不但徒劳增加设计和施工难度,使工程造价倍增,更为养护维修留下后患。中国现在还不是经济强国,并正在大力倡导实施可持续发展战略,什么才是真正美的桥梁?已经成为当今桥梁界和决策者探讨的新命题。

笔者从事桥梁事业近50年,近十年来关注桥梁审美,本书记录了笔者的审美观点及经验和学习心得。由于水平所限,不妥之处敬请广大读者批评指正。

本书引用了参考文献中的部分图表、数据、资料,特向原作者表示致射。



2006年4月

公路工程常用标准、规范、规程、技术指南一览表

序号	类别	编 号	名 称	定价
1	基 础	JTJ 003—86	公路自然区划标准	16.00
2		JTJ 002—87	公路工程名词术语	22.00
3		JTJ 004—89	公路工程抗震设计规范	15.00
4		JTJ/T 006—98	公路环境保护设计规范	8.00
5		JTJ/T 0901—98	1:1 000 000 数字交通图分类与图示规范	78.00
6		JTG B01—2003	公路工程技术标准	28.00
7		JTG/T B05—2004	公路项目安全性评价指南	18.00
8		JTG B03—2006	公路建设项目环境影响评价规范	26.00
9		JTG/T B07-1—2006	公路工程混凝土结构防腐蚀技术规范	16.00
10	勘 测	JTJ 065—97	公路摄影测量规范	15.00
11		JTJ 064—98	公路工程地质勘察规范	28.00
12		JTJ/T 066—98	公路全球定位系统(GPS)测量规范	7.00
13		JTJ 061—99	公路勘测规范	15.00
14		JTG C30—2003	公路工程水文勘测设计规范	22.00
15		JTG/T C21-01—2005	公路工程地质遥感勘察规范	17.00
16	设 计	JTJ 024—85	公路桥涵地基与基础设计规范	19.00
17		JTJ 025—86	公路桥涵钢结构及木结构设计规范	16.00
18		JTJ 018—96	公路排水设计规范	12.00
19		JTJ 027—96	公路斜拉桥设计规范(试行)	9.80
20		JTJ/T 019—98	公路土工合成材料应用技术规范	12.00
21		JTJ 026.1—1999	公路隧道通风照明设计规范	16.00
22		JTG D40—2003	公路水泥混凝土路面设计规范	26.00
23		JTG D30—2004	公路路基设计规范	38.00
24		JTG D60—2004	公路桥涵设计通用规范	24.00
25		JTG/T D60-01—2004	公路桥梁抗风设计规范	28.00
26		JTG D62—2004	公路钢筋混凝土及预应力混凝土桥涵设计规范	48.00
27		JTG D70—2004	公路隧道设计规范	50.00
28		JTG/T D71—2004	公路隧道交通工程设计规范	26.00
29		JTG D61—2005	公路圬工桥涵设计规范	19.00
30		JTG D20—2006	公路路线设计规范	38.00
31		JTG D80—2006	高速公路交通工程及沿线设施设计通用规范	25.00
32		JTG D81—2006	公路交通安全设施设计规范	25.00
33		JTG/T D81—2006	公路交通安全设施设计细则	35.00
34		JTG D50—2006	公路沥青路面设计规范	36.00

续上表

序号	类别	编 号	名 称	定价
35	检测	JTJ 056—84	公路工程水质分析操作规程	8.00
36		JTJ 051—93	公路土工试验规程	25.00
37		JTJ 057—94	公路工程无机结合料稳定材料试验规程	6.60
38		JTJ 059—95	公路路基路面现场测试规程	13.50
39		JTJ 052—2000	公路工程沥青及沥青混合料试验规程	40.00
40		JTG E30—2005	公路工程水泥及水泥混凝土试验规程	32.00
41		JTG E41—2005	公路工程岩石试验规程	18.00
42		JTG E42—2005	公路工程集料试验规程	30.00
43		JTG E50—2006	公路土工合成材料试验规程	28.00
44		JTJ 042—94	公路隧道施工技术规范	20.00
45	施工	JTJ 076—95	公路工程施工安全技术规程	12.00
46		JTJ 034—2000	公路路面基层施工技术规范	16.00
47		JTJ 037.1—2000	公路水泥混凝土路面滑模施工技术规范	16.00
48		JTJ 041—2000	公路桥涵施工技术规范	52.00
49		JTG F30—2003	公路水泥混凝土路面施工技术规范	46.00
50		JTG F40—2004	公路沥青路面施工技术规范	38.00
51		JTG F80/1—2004	公路工程质量检验评定标准(土建工程)	46.00
52		JTG F80/2—2004	公路工程质量检验评定标准(机电工程)	26.00
53		JTG/T F81-01—2004	公路工程基桩动测技术规程	17.00
54		JTG/T F83-01—2004	高速公路护栏安全性能评价标准	15.00
55	监理	JTG F10—2006	公路路基施工技术规范	40.00
56		JTG F71—2006	公路交通安全设施施工技术规范	20.00
57		JTG G10—2006	公路工程施工监理规范	20.00
58		JTJ 075—94	公路养护质量检查评定标准	2.60
59		JTJ 073—96	公路养护技术规范	26.00
60		JTJ 073.1—2001	公路水泥混凝土路面养护技术规范	12.00
61		JTJ 073.2—2001	公路沥青路面养护技术规范	13.00
62		JTG H12—2003	公路隧道养护技术规范	26.00
63		JTG H11—2004	公路桥涵养护规范	30.00
64		JTG H30—2004	公路养护安全作业规程	36.00
65	技术指南	中建标公路[2002]1号	公路沥青玛蹄脂碎石路面技术指南	16.00
66		交公便字[2005]330号	公路机电系统维护技术指南	30.00
67		交公便字[2005]329号	公路冲击碾压应用技术指南	15.00
68		交公便字[2005]329号	微表处和稀浆封层技术指南	18.00
69		交公便字[2006]02号	公路工程水泥混凝土外加剂与掺合料应用技术指南	50.00
70		交公便字[2006]02号	公路工程抗冻设计与施工技术指南	26.00
71		交公便字[2006]02号	公路土钉支护技术指南	22.00
72		交公便字[2006]243号	盐渍地区公路设计与施工指南	20.00
73		交公便字[2006]274号	公路钢箱梁桥面铺装设计与施工技术指南	25.00
74			横张预应力混凝土桥梁设计施工指南	15.00

注:JTG——公路工程行业标准体系;JTJ——仍在执行的公路工程行业原标准体系;JTG/T——公路工程行业推荐性标准体系。

人民交通出版社标准与规范图书编辑部 邮编:100011 电话:010-85285922 E-mail: bz@ccpress.com.cn

目 录

第一章 审美二元论	1
第一节 审美——古老而永恒的命题	1
第二节 西方传统美学中的审美二元论主张	5
第三节 东方古代哲学中的审美二元论主张	7
第四节 审美二元论是马克思主义审美观	8
第五节 物质产品审美二元论	9
第二章 桥梁审美导论	15
第一节 桥梁审美二元论主张	15
第二节 桥梁审美特殊性分析	15
第三节 桥梁技术审美导论	17
第四节 桥梁功能审美导论	19
第五节 质量是桥梁审美的可量度物化指标	21
第六节 桥梁审美方法论	21
第三章 桥梁景观审美导论	27
第一节 景观概念之思辨	27
第二节 桥梁景观审美原理	29
第三节 桥梁景观的视觉审美	37
第四节 三维仿真技术在桥梁景观设计中的应用	41
第五节 现代桥梁景观理念的形成和发展	44
第四章 桥型审美	47
第一节 桥型审美原理与法则	47
第二节 桥梁形态元素的组合法则	52
第三节 桥梁造型艺术的形态思维	56
第四节 悬索桥造型艺术审美	57
第五节 斜拉桥审美	69
第六节 拱桥审美	77
第七节 梁式桥审美	84
第五章 桥梁涂装及色彩审美与设计	92
第一节 涂装及色彩的功能和作用	92
第二节 色彩心理学浅释	93
第三节 色彩方案设计	95
第四节 桥梁涂装防护体系	99
第六章 桥梁灯饰夜景及照明审美与设计	107
第一节 概述	107
第二节 桥梁灯饰夜景设计	107

第三节	悬索桥主缆灯饰夜景审美与设计	111
第四节	索塔灯饰夜景审美与设计	112
第五节	锚碇灯饰夜景审美与设计	113
第六节	连续刚构桥灯饰夜景审美与设计	114
第七节	照明系统设计	115
第七章	桥位周边景观审美与设计	118
第一节	桥位周边景观审美与设计原则	118
第二节	厦门海沧大桥桥位周边景观设计示例	118
第三节	火烧屿旅游区景观设计示例	124
第四节	牛头山公园景观设计示例	128
第五节	桥梁展示馆设计示例	132
第八章	桥梁文化	141
第一节	桥梁景观——桥文化的源泉	141
第二节	中国古桥文学作品精选	143
第三节	桥梁艺术拾零	154
第九章	桥梁功能及环境审美与可持续发展观	156
第一节	桥梁行车功能审美	156
第二节	桥梁与环境亲和观念及法则	162
第三节	桥梁沿线环境空气质量评价及保护	165
第四节	桥面交通噪声评价及防治	167
第五节	桥区环境绿化	168
第六节	桥梁功能美的可持续发展观	173
第七节	特大型桥梁维护与管理系统(LBMS)简介	178
第十章	桥梁发展历程综述及未来桥梁展望	183
第一节	原始桥梁溯源	183
第二节	古代桥梁时期	184
第三节	近代桥梁时期	187
第四节	现代桥梁时期	188
第五节	未来桥梁展望	208
附录一	中国古代桥梁及建桥名家	222
附录二	现代悬索桥	257
附录三	现代斜拉桥	270
附录四	现代拱桥	290
附录五	现代梁桥	302
附录六	彩图	313
参考文献		418

第一章 审美二元论

第一节 审美——古老而永恒的命题

一、何谓审美

审美是一个既简单而又复杂的命题。简单地说,审美是审美主体(当然是人)在创造美的客体(又称对象、产品、存在物)或鉴赏客体美的过程中产生的高级精神活动。它包括行为主体对来自审美客体的一切信息(如外观形态、技术或艺术水准、思想性、使用功能、使用效果、信价比、色彩、气味等)的接受、感知、感觉、感受、思维、想象、联系、比较、判断、情感等等,以及由此作出的价值取向和情感判断,如取/舍、喜/厌、亲/疏、好/坏、真/伪、善/恶、美/丑等。

以物质产品审美为例,在产品制造阶段,制造者(行为主体)的审美行为包括:市场调查、预测、判断;使用功能、技术指标、质量指标的定位判断;材料选择、技术设计、外观设计、制造(施工)工艺设计;产品加工制造;质量检测;经济效益分析等。在产品使用阶段或产品鉴赏阶段,使用(鉴赏)者(行为主体)的审美行为包括了:比较鉴别、调查、选择;使用(鉴赏)、价值判断等。在上述每个环节中,行为主体都在自觉或不自觉地践行着审美活动,并按照自己的价值观指导自己的行为取向。

概括地说,人的审美鉴赏活动通常要经历三个过程。第一个过程是信息采集过程,这是人运用自己的感官(眼、耳、鼻、舌、身)和大脑去接收或感知来源于客体的一切信息或刺激;第二个过程是信息感应过程,这是信息或刺激对人发生的生理反应或心理反应过程;第三个过程是审美判断过程,这是人经过感情思维或更高级的理性思维(如比较、分析、推证等)以及实践检验、科学检测等高级精神活动后,对客体作出价值判断或审美判断。

马克思在《1844年经济学一哲学手稿》中指出:“人的感觉、感觉的人类性——都只是由于相应的对象的存在,由于存在着人化了的自然界才产生出来的。五官感觉的形成是以往全部世界史的产物”。也就是说,只要有“对象的存在”,就会产生“人的感觉”,这就是审美,并且“是以往全部世界史的产物”。

二、审美是人类独有的行为

如上所述,审美必须经过复杂的感性思维或更高级的理性思维,这是只有人类才具有的有意识的高级精神活动,所以审美只能是人类独有的行为。

达尔文认为有的动物也像人类一样能够进行审美活动,他说:“几乎不容置疑的是,许多动物能够欣赏美的色彩,甚至美的形式……这就是一个证明。”(《人类和动物的情感表现》,载《十九世纪西方美学名著选》,复旦大学出版社,1990年——转引自《美学原理》,蒋孔阳,华东师范大学出版社,1999年10月)蒋孔阳指出,“应该看到,达尔文的观点是不正确的。因为他所说的‘美感’并不是真正意义上的美感,而只是一种动物的本能活动的表现”。(《美学原

理))西蒙·贝尔在其《景观的视觉设计要素》(中国建筑工业出版社,2004年12月)一书中指出:“与其他动物王国相比,只有人类能感知这个世界是充满意义的地方。只有我们能认识周围环境的价值。”在同一书中他还引用了南·费尔布拉泽在其《景观设计的本质》一书中的观点:“人是有意识创造景观的动物,是故意改变其环境设计的唯一动物,其唯一的理由是为了自己能获得美的享受。”笔者认为,这个观点也适用于人类从事的其他审美活动。何新在《试论审美的艺术观——兼论艺术的人道主义及其他》一文中论证了“审美,这是人类所独有的一种复杂而高级的精神活动”。它的复杂性在于“它包含着感觉、心理、思维、情感等一系列多样化统一的精神活动”;“它是高级的。因为除了人类以外,再没有其他生物也具有自觉的审美意识了”。实际上,上述观点早已为人类学、社会学所肯定。

物质产品审美的复杂性首先在于人的审美观或价值观的多样性、差异性、片面性,以及人的感觉、心理、思维、情感、推证方法的主观性;其次是审美鉴赏对象发出的信息的多样性、局限性,以及传递过程中受到其他因素的干扰。所以,不同的人对于同一个审美对象作出的审美判断经常是散离的、分歧的。同一个人不同时间、不同环境下创造的客体或对同一审美鉴赏对象作出的审美判断也经常是不一致的。因此,审美只是一个“过程”,审美判断则是某个特定过程在特定条件下的相对结论。这就是审美的复杂之处。

三、审美——美学的核心

纵观人类五千年文明史,或者再追溯到人类蛮荒时期,不难发现,审美始终是人类活动(包括物质生产活动、精神生产活动、艺术活动、政治活动、社会活动,乃至残酷的、血腥的战争)追求的目标、前进的动力、探索的核心命题。西方古典美学家柏拉图、康德及中国古代的孔子、孟子、庄子都认为美学是研究揭示人类审美活动的科学。黑格尔则把美学称为“研究感觉和感受的科学”,是“艺术哲学”,是研究人在艺术创作中的审美心理的科学。美学创始人,被誉为古典美学之父的A·G·鲍姆加登(1714—1758)把美学称为研究不同于理性认识的感觉的理论。“美学是以美的方式去思维的艺术,是美的艺术的理论。”(转引自朱光潜《西方美学史·上卷》)中国美学界认为:“美学研究人对现实的审美关系。审美关系是主体与客体多层关系中的一种,是美学研究的对象”,“从客体方面探讨审美对象的本质和特征”,“从主体方面研究作为审美意识的本质、特点及其发展规律,尤其要研究审美心理的结构及活动过程”,“研究作为审美主体相结合产物的艺术,探讨艺术的审美特征和艺术的创作规律”(邓蜀生,《影响世界的100种文化》,广西人民出版社,2003年1月)。

上海辞书出版社2000年2月新版《辞海》则把美学直接诠释为“研究人对现实的审美关系和审美意识,美的创造,发展及规律的科学”。我们认为,探讨美的本质、进行美的创造、发展美的观念,即一切美的创造和鉴赏活动,都脱离不了审美。实际上,无论古典哲学美学、经典美学,还是现代美学,在本质上都把审美作为命题的“起点”和“终点”。审美是美学的本质,从某种意义上说,美学实际上就是“审美学”。所以,审美是一个古老而永恒的命题,它已经伴随人类由远古走到现代,还将伴随人类从现代走向未来。

四、审美二元论主张

审美二元论认为,人类的审美活动贯穿在人类活动的每个方面,贯穿在人类活动的始终。它包括作为美的创造者的人(创造美的主体)对审美客体或载体的美的创造活动和作为客体美的鉴赏者的人(鉴赏美的主体)对客体美的感悟、感知、鉴赏活动。

审美二元论包括四个观念:

其一,美存在于客体或载体。

其二,创造美和鉴赏美具有阶段性区别。首先要创造出美的客体或载体,赋予它美的特殊属性或审美价值,然后才有审美可言。

其三,创造美和鉴赏美属于不同的主体行为,并在不同的层面、不同的空间展开。

其四,创造美和鉴赏美具有不同的对象、不同的价值观、不同的规律性。美的创造者的对象是美的载体——产品,目的是为鉴赏美者服务。鉴赏者的对象是创造者创造的产品。美的创造规律存在于创造者的经验、环境、客观条件。美的鉴赏规律则存在于鉴赏者的经验判断等。

上述观念说明,创造美和鉴赏美是审美统一体中客观存在的两个侧面,这两个侧面相对独立,又相互依存,相互渗透,相互推动,相互补充。所以,审美研究应当从创造美和鉴赏美两个方面去探索、研究美的根源和规律。

东南大学刘先觉在《建筑美学》译文修订序言中提出“只有认识到当代审美主体对审美对象所起的决定作用,才能认识到当代建筑艺术思潮与审美多元化倾向的原因”;“建筑美学永远是主体与客体结合的产物。”审美二元论把审美主体和客体在两个审美阶段的关系区别开来,将更有利于深入探索物质产品的审美规律和法则。

客体美的创造阶段,或创造美的客体阶段是创造者(主体)的审美观的对象化(物化)阶段,即创造者按照自己独有的审美观来设计,制造自认为是美的客体,它包括物质产品、精神产品、文化艺术产品等。马克思称之为“人的本质力量的对象化”阶段(马克思,《1884年经济学哲学手稿》)。在这个阶段,人“通过实践创造对象世界,即改造无机世界,证明了人是有意识的类存在物……动物只是按照它所属的那个种的尺度和需要来建造,而人却懂得按照任何一个种的尺度来进行生产,并且懂得怎样处处都把内在的尺度运用到对象上去,因此,人也按照美的规律来建造”(同上)。黑格尔把内在尺度定义为质与量的统一,而“按照美的规律来建造”就是创造阶段的审美规律,是“主体在自然中所发现的人性中某种情感或情操的拟人表现”(同上)。

自然美、人文美的发掘和升华,也属于美的创造活动。这是意大利著名美学家克罗齐的结论。他在《美学原理》中指出,“只有用艺术家的眼光去观察自然的人,自然才表现为美……自然的美是人发现出来的”。他所指出的观察,就是审美。

毫无疑问,哲学家、思想家、政治家、经济学家、文学家、艺术家、生物学家、科学家等所从事的一切活动,归根结底都是他们在各自领域中从事的审美和美的创造活动。人类的一切思想、宗教、政治、军事、艺术、科学成果就是他们创造的美的“精神产品”或“客体”,只不过这是更崇高、更深刻,更复杂,更具普遍影响力的产品。理论一旦掌握了群众,就会变成强大的物质力量。这就是美的精神产品对人类社会进步的推动作用。

在美的创造阶段,主体(创造者)享有极大的主动性。他们可以根据自己的审美观,去创造他们主观认为是美的产品,所以被称为主动审美阶段。

在美的鉴赏阶段,主体(同样是人)的审美行为与前述客体美的创造阶段完全不同。在这个阶段,主体是被动的,他的活动限定在运用自己的感官(眼、耳、鼻、舌、身)或大脑去接收、感觉、感悟来自审美对象(客体)的一切信息,然后通过自己的感情思维和理性思维产生审美情感,并作出客体美的价值判断和审美结论。只有到作审美结论的时候,主体才享有对客体审美的主动权。

何新认为“主体显然不能从自己心中直接鉴赏美……(客体的)美只能通过鉴赏主体的价值确认才能得到规定和现实化”(何新,《略论艺术形式表现与审美原则》)。马克思更尖锐地指出:“对于非音乐的耳朵,最美的音乐也没有意义。对于它,音乐并不是一个对象,因为我的对象只能是我的某一种本质力量的肯定”。(《1884年经济学哲学手稿》)。

理性的审美鉴赏主体被称为专家。严肃的专家的审美行为需要经历三个过程:一是追查、追究、追认客体原创者的审美观和创造背景;二是调查、检测、检验物质产品的功能、技术指标是否符合美的标准,对于精神产品,则要调查它的社会影响及对人类社会进步的影响和作用;三是依据自己的审美价值观对客体作出审美评价。因此,他们作出的审美评价更具专业性、权威性、指导性。

感性的审美鉴赏者则不然,他们只能凭自己的感情、印象、喜好作出审美判断。所以每个个体作出的审美判断结论经常是离散的、分歧的。但是,按照统计学原理,大量的个体的集合便具有某种相对客观性、正确性。由此产生了群众性随机调查方法。这种方法依据大量随机抽样调查结果的平均值来评价产品美与非美、优与劣、好与差。

审美二元论来源于客体美的创造阶段和鉴赏阶段主体的区别和主体所遵循的审美规律与法则的区别,这是美学领域中的客观存在。在本书中给予明确界定,将有助于清晰地、准确地研究和探索两个阶段的审美规律和法则,创造出美的产品,或者正确地、客观地评价产品的美。

五、审美评价要素及审美评价用语

马克思把人类一切劳动成果都视为审美客体(对象),并把它泛称为产品,其中包括了物质产品、艺术产品、精神产品。他指出:“产品之所以是产品,不是它作为物化了的的活动,而是作为活动着的主体的对象”(《马克思恩格斯选集》第二卷,北京,人民出版社,1973年)。既然是产品,就必须具有某种使用功能、某种技术(或艺术)水准,并会产生某种社会效益或社会影响,如对人的情感的影响,对人的思想、道德的影响,对社会进步的影响,对一定范围内经济、人文的影响等。这些就是进行审美评价的要素或因素。审美评价正是针对这些因素作出的价值判断,如使用价值判断、学术(艺术)价值判断、社会价值判断等。正是这个原因,中国美学界把美学称之为价值美学。

由于不同类产品的功能美、技术(艺术)美的表现形式及评价方法不同,所产生的影响或效益取向差异很大,所以,审美评价中使用了不同的评价用语,见表1-1。但无论什么产品,无论采用什么用语,其价值取向都是一致的,无非是美/丑、优/劣、真/伪、善/恶、先进/落后等。

从表面上看,审美似乎是审美主体在对鉴赏客体进行审美价值评价,但从本质上考察,审美过程同时也是主客自身价值的评价。中国美学界认为“美是一种价值。价值是来自人对于事物的一种区别、选择和评价性判断。……来自主体对于对象之意义所给予的一种选择和估量。在价值的选择和估量中,不仅映射出对象,而且映射出主体自身的情感和欲望。价值不仅可以选择,而且可以比较,所以价值有程度,即量(和质)的差别”(何新,《美的分析》)。康德认为“一个客体表象的美学性质是纯粹主观方面的东西,这就是说,构成这种性质的是和主体而不是和客体有关”(《判断力批判》)。著名桥梁学家弗里茨·莱昂哈特推崇康德的审美观,他认为“所有的客体都具有美的属性,与它是否被人们感知无关;美的价值是依靠客体发出的信息或形成的刺激来传播的;它的效果取决于人的感觉的敏感性和发展程度以及是否能接受美的信息或刺激”(《桥梁建筑艺术与造型》)。

上述著作阐述了一个简单的事实:鉴赏专家在鉴赏评价对象的同时,也被对象所鉴赏评价。如果鉴赏家水平不高,或价值观不正确,就不能认知客体的真正价值,作出公正的审美评价。这是值得专家们深刻反思的启示。

审 美 评 价 表 1-1

产品分类		审美评价用语				
		优(美、真、善、好、先进)			次	劣(伪、差)
精神产品审美		道德价值:崇高、伟大、善良	理性价值:深刻、先进、精辟、真实	形态价值:完美、逻辑性强	浅薄、混乱、平庸	腐朽、落后、虚设
文化艺术产品审美		卓越、高超、感人	深刻、真实、丰富	优美、好看、生动	粗糙、混乱、平庸	丑、难看
物质产品审美	功能	精良、精品	完善、优质	精巧	差、不好、不完善	伪劣
	技术	水平高超、领先	水平高、先进	结构严谨、合理精细	落后	假
	艺术	精致、精巧	优秀	漂亮、好看、美丽	粗糙、差	丑、难看

第二节 西方传统美学中的审美二元论主张

从西方古希腊时期算起,西方传统美学经历了从哲学美学、古典美学到现代美学的三个发展阶段。理论界把哲学美学和古典美学统称为传统美学。本节参考有关文献,指出传统美学的代表学派和主要观点中已经蕴藏了审美“二元论”主张。

美学最初出现在哲学研究范畴,所以后来的理论家把它称为哲学美学,黑格尔则把它泛称为“艺术哲学”。

西方哲学美学发祥于公元前5世纪的古希腊。这个时期,古希腊工商业和航海业的发展推动了奴隶主民主制的形成。社会经济、社会结构和社会观念的变革,促使古希腊的哲学家去关注和探索美的根源和本质,从而促进了哲学美学的诞生。

对世界历史产生深远影响的西方哲学美学代表人物主要有毕达哥拉斯(公元前582年—公元前500年)、柏拉图(公元前427年—公元前347年)、亚里士多德(公元前384年—公元前322年)、普罗提诺(204—270)、圣·奥古斯丁(354—430)等。毕达哥拉斯学派认为万物都是由数所组成的和谐整体,美在于数量的适当比例与和谐。柏拉图是西方政治哲学的启蒙者,西方道德观念和形而上学的奠基人。他撰写了36部著作,其中《国家篇》的影响最为深远。柏拉图认为精神世界是客观存在,所以从客观的精神实体中寻找美的根源与本质。柏拉图说:“事物是理念的摹本,艺术是摹本的摹本”。他在“理念说”中,先是把人的理性神化,然后又把神变为人能理解的理念,得出理念是万物之本,也是美的本源,理念是第一性的。艺术美是对理念美的“分享”,艺术的审美心理经验是对理念美的拥抱。柏拉图的学生亚里士多德没有继承柏拉图的美学观和“理想社会”。相反地,他反对传统、反对迷信、反对神秘主义。亚里士多德创立了以理性思维为基石的形式逻辑学,撰写了涉及道德、形而上学、心理学、经济学、神学、政治学、修辞学、美学、教育学、诗歌、风俗、雅典宪法等方面的170多种著作,而被誉为世界古代史上最伟大的哲学家和科学家。亚里士多德认为,“人类生活及社会的每个方面,都是思考与分析的客体,宇宙万物不被神、机会和幻术所控制,而是遵循一定规律运行,应当通过实

验和逻辑分析得出结论”。亚里士多德运用客观唯物主义方法去探寻美的本源与属性,认为“凡是不存在于感官的东西就不可能存在于理智,美的本质不在所谓的理念中,而在具有完整形式的对象中”,并把“秩序、匀称与明确视为形式美的法则”。古罗马时期,神学和宗教占据统治地位,受其支配,上帝被渲染成为美的根源。普罗提诺提出,“物体美是由分享一种来自神明的理式而得到的”,“神才是美的来源”。奥古斯丁则认为,上帝是一切事物美的根源。

以上的简要介绍说明,西方哲学美学中已经蕴藏了审美二元论主张。其一,各个学派无一不承认美是创造出来的。只是唯心主义学派认为美的客体是上帝、是神,是凭人的想象、理性、意志创造出来的。由于上帝和神是神圣的,而人的想象、理性、意志又是虚无的精神活动,所以,他们不是从美的创造活动中去研究美的根源和本质,而把审美视为人对神赐的或人想象的美的分享。客观唯物主义学派不但承认美存在于客体、对象之中,不受神、机会和幻想控制,而且论述了创造美的“形式法则”和创造法则。其二,各学派无一不承认审美是人的本性。只是唯心主义学派把审美视为人对神赐的或人的理念美的分享,而唯物主义学派则认为审美是人类思考与分析得出的结论。

在18世纪西方资产阶级革命的冲击下,西方美学经历两千多年的摸索后,逐渐从哲学中独立出来,以德国鲍姆加登(1714—1762)在1750年发表《美学》为标志,美学成为一门独立学科。传统美学进入了古典美学阶段。但是,古典美学仍是研究审美的哲学。

西方古典美学也存在唯心主义和唯物主义两大体系。唯心主义美学体系中最具影响力的代表人物有鲍姆加登、康德(1724—1804)、黑格尔(1770—1831)、叔本华(1788—1860)等。唯物主义美学体系的代表人物有柏克(1729—1792)、狄德罗(1713—1784)和俄国革命民主主义者车尔尼雪夫斯基(1828—1889)。应该说,在古典美学中,以唯心主义美学体系影响最大,也最深远。

鲍姆加登是古典美学的奠基人,被誉为西方美学之父。他在《美学》一书中说:“美学是以美的方式去思维的艺术,是美的艺术理论”,“美的对象就是感性认识的完善,这就是美”。“康德是近代哲学家中最伟大的”(罗素),“康德哲学应成为新哲学的基础和出发点”(黑格尔)。康德兼融了18世纪德国理性派美学和经验派美学,提出了审美是经过主观的心理体验后的合乎理性的判断。他在《判断力批判》一书中,提出了审美问题的二律背反论,对审美的心理特点作了深刻的分析。他认为“一个客体表象的美学性质是纯粹主观方面的东西,也就是说,构成这种性质的是和主体而不是和客体有关”。近代著名桥梁学家弗里茨·莱昂哈特推崇康德的审美观,他在《桥梁建筑艺术与造型》一书中,把康德的观点诠释为“所有的客体都具有美的属性,与它是否被人感知无关,美的价值是取决于主体感觉的敏感性和发展程度,以及能否接受美的信息的刺激”。黑格尔是继鲍姆加登和康德之后,对西方美学影响最大的人物,他的《美学讲演录》全面联系了人类发展历史,建立了完整的唯心主义美学体系。黑格尔认为,在艺术里精神内容和表现形式是不可分割的。他用绝对精神去代替理念、上帝,把美的理念视为绝对精神发展的一个环节,认为美是绝对理念通过人的心灵外化为感性形象,即美是理念的感性显现。叔本华把意志看作美的根源,他认为意志由于单纯的空间现象而恰如其分地客体化便是客观意义上的美。

唯物主义美学体系继承和发展了古希腊哲学美学中的唯物论。柏克深入到美学要素中去探索美的根源,他认为,事物的那些小的、光滑的、溶为一体的、娇柔纤细的、洁净明快的、多样变化的品质是构成美的原因。狄德罗认为美是事物本身的属性,是存在于我们身外的、被称为“外在于我的美”。车尔尼雪夫斯基提出了“美是生活”等著名论断,他强调美的客观性,认为

美不能离开人和人的活动而独立地存在。

纵观上述,可以看出西方古典美学的代表人物也都承认美存在于客体之中,鉴赏美则是主体对客体美的信息的感知。但是,他们认为美是客体的属性,是理念的感性显现,与主体无关。所以,古典美学也不重视客体美的创造规律的研究,而主要从哲学范畴去研究审美对象的形态本质与特征,审美主体的审美意识的本质、特点及其发展规律,也就是从主体的审美心理及活动过程,去探讨艺术的审美特征。

由于传统美学不重视从美的创造中去探索和研究美的根源,以及美的根源与本质研究的长期性和复杂性,使得诞生了一百多年的古典美学仍然处于“幼年阶段”。相传这是马克思在1858年撰写《新亚美利加百科全书》(美学)条目时作出的评价。他指出:“美学科学现在还处在幼年阶段。……我们还不知道,在建筑、雕塑和绘画中,美的线条究竟是什么,也不知道这种美的线条凭哪些契合因素在我们心灵中引起共鸣;我们也还不知道,某一旋律的魅力在哪里,它怎么会在我们的灵魂中唤起这样的感觉;我们也不知道是什么东西使诗的每一个节奏、辞藻、形象和语言的声音有迷人的力量。”

第三节 东方古代哲学中的审美二元论主张

东方哲学美学滥觞于中国春秋战国时期(公元前770年—公元前221年)。这个时期中国社会经历了从奴隶制到封建社会的转变,社会经济变动剧烈,思想界也十分活跃,出现了以儒、道、墨、法各家为代表的诸子百家争鸣、百花齐放的繁荣局面,形成了博大精深的思想体系,其影响泛及东方各国,源远流长。本节参考有关史料和文献,说明存在于东方古代哲学中的审美二元论主张。

春秋时期诸子百家中,影响最大的主要是儒家和道家。在道德美方面,儒家学派创始人孔子(公元前551年—公元前479年),提倡“仁义”、“礼乐”、“德治教化”、“君以民为体”,推崇中庸之美,把道德礼义作为美的内涵,追求人与社会的和谐统一、美与善的统一、美与道德伦理的统一。他认为“志于道,据于德,依于仁,游于艺”(《论语·述而》,“克己复礼为仁”、“君子成人之美”。在建筑审美方面,儒家形成了完整的审美观,即“致用、目观、比德、畅神”。首先强调适用(即物质需要),而物质需要(致用)又要满足视觉审美(目观)、精神审美(比德)的需求,最后达到“畅神”境界,从而把四者统一起来。这是从功利与现实出发,并带有浓厚政治与社会伦理色彩的审美境界。

道家学派创始人老子(公元前400年)提倡“道”(即自然界和社会界客观规律)为宇宙万物之源。他所著《道德经》含有朴素唯物辩证法思想。《道德经》开篇第一句“道可道,非常道。名可名,非常名”,这说明道家认为自然界的美处于不断变化之中;又指出“有无相生,难易相成,长短相形,高下相盈,音声相和,前后相随。恒也”(《道德经》第二章),也就是说,在美的统一体中,“有”与“无”互相依存,“难”与“易”相辅相成,“高”与“下”不相等而又相倾,“单音”与“和声”不同而共为和谐,“前”与“后”有距离而又相互依随,这是永恒的客观规律。道家认为事物会互相转化,“曲则全,枉则直,洼则盈,敝则新,少则得,多则惑”(《道德经》第二十二章);“天下莫柔弱于水,而攻坚强者莫之能先,以其无以易之。柔之胜刚,弱之胜强,天下莫不知,而莫知能行”(《道德经》第七十八章),也就是说要在对立面的变化与统一中去创造美,追求人与自然的和谐统一、物与自然的和谐统一。这是美的最高境界,即“人法地,地法天,天法道,道法自然”(《道德经》第二十五章)。