

16

学生能力培养与训练指导丛书

冯克诚 主编

# 审美能力

## 培养与训练

王人芳 编著



青海人民出版社

主编

冯  
克  
诚



学生能力培养与训练指导丛书⑩

XUESHENG NENGLI  
PEIYANG YU XUNLIAN  
ZHIDAO CONG SHU

**审美能力**

**培养与训练**

◆ 王人芳 ◆ 编著

青海人民出版社

冯克诚 主编

学生能力培养与训练指导丛书

审美能力培养与训练

---

出版：青海人民出版社(西宁市同仁路10号)  
发行：邮政编码810001 电话6143426  
经销：新华书店  
印刷：河北大厂月华胶印厂  
开本：787×1092 1/32  
印张：182.5  
字数：4800千字  
插页：120幅  
版次：1997年12月第1版  
印次：1997年12月第1次印刷  
印数：3000套

---

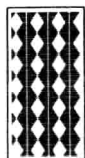
书号：ISBN7-225-01403-X/G·530

定价：258.00元(全40册)

**版权所有 翻印必究**

(书中如有缺页、错页及倒装请与工厂联系)

# 目 录



## 学生能力培养与训练指导丛书

### 审美能力培养与训练

#### 美、美育与人的发展

什么是美 .....	(1)
美的本质 .....	(3)
美的特征 .....	(6)
什么是美感 .....	(8)
美感的心理构成因素 .....	(11)
什么是美育 .....	(15)
美育的任务 .....	(24)
美育的功能 .....	(26)
美育的原则 .....	(28)
美育的实施途径和方法 .....	(31)
爱美与健康人格 .....	(35)

#### 教育之美与美的教育

教育美学与审美教育 .....	(40)
审美化教育过程的涵义及主要特征 .....	(43)
教育审美化的基本范围 .....	(45)
审美化教育过程 .....	(50)
教育审美化的重要功能 .....	(54)
审美对学习的促进功能 .....	(56)
学校美育的特点 .....	(63)
审美定向的把握 .....	(64)
审美情境的优化 .....	(66)

审美情趣的激发 .....	(68)
中学生服饰美 .....	(70)
影视中的美育与学生人格 .....	(71)
附:蛟河市中小学审美教育纲要 .....	(75)
附:抚顺市实验小学美育目标体系 .....	(77)

## 爱美之心及其培养

美感效应生成的动因 .....	(81)
美感及其培养 .....	(82)
中学生审美心理特征 .....	(86)
中学生审美心理结构的建设 .....	(89)
审美实践活动中科学与艺术的统一 .....	(92)
爱美之心的构成 .....	(94)
美育的心理效应系统 .....	(97)
爱美之心的培养原则 .....	(100)
审美能力的培养方法 .....	(106)
审美意识的培养方法 .....	(119)
美育的人格培养方法 .....	(123)

## 审美测评

美育测评的特性 .....	(137)
审美素养和能力测评的要素 .....	(138)
审美素养和能力测评的指标体系和量化方法 .....	(140)
审美素养和能力测评的实施与技术处理 .....	(143)
附:某校小学文体活动能力培养目标与检测标准 .....	(150)
附:某校初中文体活动能力培养目标与检测标准 .....	(152)
附:某校高中文体活动能力培养目标与检测标准 .....	(154)

# 美、美育与人的发展

## ※什么是美

俗话说“爱美之心，人皆有之”。我们要研究人的爱美之心，要培养青少年去感知美、欣赏美和创造美，就必须首先要弄清楚什么是美。

我们先来考察一下美的词义解释。“美”这个词的含义可以从词源学和日常用语这两个角度来进行解释。

### 1. 词源学的解释

从汉语看，现代汉语的“美”字，最早见于甲骨文，由“羊”字与“大”字组成。汉代许慎在《说文解字》一书中写到：“美，甘也。从羊从大，羊在六畜，主给膳也。美与善同意。”宋代徐铉给这段文字做了注，认为“羊大为美”，肥大的羊可做膳食，满足人们的饮食需要。有实用价值，是善也是美。另有一种说法认为“大”字是指人。《说文解字》一书中有“大，人也”，“大象人形”这样的解释，因而有人认为“羊大为美”应为“羊人为美”。所谓羊人为“美”是指古代以羊头或羊角为装饰的舞人。他们在庆祝丰收或是某些宗教仪式的场合下，戴着这些羊做的装饰跳舞以表达喜庆或崇拜之意。这种戴着羊饰的人就被认为是美的。“羊在为美”和“羊人为美”就其意义上都含有功利的价值。“羊大为美”表明美是可以满足感性（饮食）需要，与感性功利有关；“羊人为美”表明美可以满足精神需要，与理性功利

有关。可见美与功利是不可分割的。

从外语看,表示“美”、“漂亮”意义的现代意大利语 bello, 西班牙语 bello, 法语 beau, 英语 beauty, 都来源于拉丁语 bellus——“好”、“美”、“愉快”、“可爱”, 而拉丁语 beilus 在词源上又同拉丁语 bene——“好”、“幸福”和 bonus——“善良”、“有礼貌”、“效用”、“舒适”有关。表示“美”、“漂亮”意义的现代德语 schon、瑞典语 skon, 来源于哥特语 skauns——“体格匀称”、“仪表优雅”。这些材料都表明了美不仅是一些客观存在的属性, 而且反映了美在人类生活中的意义, 说明了美对人和社会的价值。

## 2. 日常用语中的含义

在今天的日常用语中,“美”字至少有三种相互联系而又相互区别的含义:

### 第一种,表示感官快适

由于感官生理需求得到满足,而感到美。如饥饿的时候得到食物,会觉得食物味美可口之极;疲倦困乏时休息一下,是美美的睡了一觉。

### 第二种,表示伦理赞赏

这是对人的言论、思想、行为、品质、功业所表示的伦理肯定和赞扬,表明了一种赞同的情感和态度。例如我们赞美那些献身于社会主义革命事业的英烈们的高尚情操和伟大的功绩。

### 第三种,表示审美判断

表示的是对审美对象的肯定性评价,与丑相对。如对自然风景的欣赏,并评价为是美的。“美”的这种含义,是审美经验的表达,纯属美学范围。

仅仅从词义分析的角度来探求什么是美还是不够的,我

们还必须进一步地把握美产生的根源、美的本质,才能真正理解什么是美。

## ※美的本质

美的本质与美的根源是紧密相联而不可分的,美的根源指美是从哪里来的,美的本质指美是什么。对美的根源的看法往往制约着限定着对美的本质的解答。

### 1. 历史上西方美学家对美的本质的探讨

西方美学史上,对美的根源有不同的看法,因而对美的本质问题也就有不同的回答。

一些美学家从客观精神上探求美根源,他们就把美的本质归结为某种客观的精神实体。柏拉图认为美的本质就是脱离任何感性事物的理念。古罗马美学家普洛丁又进一步把这个理念神秘化,将之称为“神明理性”,认为一切事物的美都是对神明理性的“分享”。到了中世纪,神学家们又径直将这种理念称为上帝,上帝是一切事物美的根源,圣·托马斯说:“事物之所以美,是由于神住在它们里面”。在这些人看来美的本质就是上帝。黑格尔用绝对精神代替理念,上帝,认为美是绝对精神过人的心灵、外化为感性形象。这实际是仍是把美的本质归结为理念。

一些美学家从主观心理上探求美根源,他们就把美的本质归结为某种心理因素。休谟认为美来自情感愉快,视快乐为美的本质。康德认为美是表象联系主体心理功能(即想象力和悟性)的和谐活动而引起的愉快。叔本华认为美是意志的客体化,意志是美的本质。这些看法都是把某种主观心理看作美的本质,美不过是主观心理的表现、客观化。



还有一些美学家从客观事物上寻求美的根源，他们把美的本质归结为事物的某种质料和形式规则，古希腊毕达哥拉斯学派认为美在于数的适当比例和和谐。亚里士多德认为美主要在于形式的“秩序、匀称、明确”。古罗马美学家西塞罗认为“美是物体各部分的适当比例，加上悦目的颜色”。英国美学家荷迦兹认为美在于事物的线条和色彩蹬某种变化设置，如线条的多样、对称、统一、复杂以及色彩的鲜明。这些人都把美归结为自然事物的形式、属性、特质和规律。18世纪法国的唯物主义美学家狄德罗做了一种更高的哲学概括，他认为美是由关系构成的，事物的“关系”是美的本质。他主要是从物体的自然关系中去解释美，但也开始推及社会关系，看到了利益、情欲等会妨碍物体的自然关系，使之失去美。十九世纪俄国美学家车尔尼雪夫斯基认为“美是生活”。他用生活来解释美的本质，看到了美的社会本质，这较之美的关系说是一大历史的进步。但对于生活的本质是什么，他又始终解释不清。

还有一些美学家从主观精神同客观事物的关系上来探求美的根源。这种观点大都是将客观物质对象作为表现主观情感、意识的载体或条件，其实质仍是把美的根源视为主观心理，在美的本质的解释上又走上了唯心主义的道路。

分析西方美学家的这些认识，把美的本质归结为客观精神、上帝是根本错误的，是客观唯心主义的。把美的本质归结为主观心理，他同样是错误的，是主观唯心主义的。属于唯心论的主客观统一论，把美的本质归结为主观心理，陷入了主观论的同样错误。把美的本质归结为客观事物的质料属性，形式法则，这在坚持美的客观物质性上是正确的，是唯物的。但是这种唯物论多表现在自然观上，把美视为一些自然物质属性，忽略了美的社会本质，可以说是是一种机械的自然唯物主义。车尔尼雪夫斯基已经在向社会历史迈进，但始终未达到历史

唯物论。只有马克思主义者们才从历史唯物论出发对美的本质问题做了唯一正确的解答。

## 2. 马克思主义对美的本质的解释

马克思主义的实践唯物主义认为人类的物质生产活动创造了人类本身,创造了人类社会。人类的物质生产活动是一切历史现象,一切现实生活的最终根源,也是美的最原始的根源。美是从人类征服自然,改造自然的活动中产生的。但并不是人类的所有的物质生产活动及其产品都是美的。只有当人类的这些活动符合人类的需要,达到了人类改造自然的目的同时又符合事物发生发展的客观规律时,这些活动才是美的。因而美的本质是人类物质生产实践所达到的合规律性与合目的性的统一。

美以客观的物质存在为基础。如果没有客观存在的自然风光,人类活动和活动的产品,也就不会有美的产生。没有故宫、长城,也就不会有它们的美。但并非客观存在的事物都是美的。当桂林山水,黄山风光,庐山瀑布没有被人发现时,虽然它依然存在,却没有产生美,而当人们发现了它们,愉快地攀登、欣赏它们时,它们才具有了美的价值。如果登山的人心情沮丧,或正为某事烦心时,这些山水在他的眼里也会变成险山恶水,滔滔江河、茫茫大海,当人类还没有征服它们,仍受到水灾和狂风巨浪的威胁时,人们认为它们是灾难是祸患;而当人们治理了江河,在河上筑堤立堰、捕鱼发电时,江河让人赏心悦目,流动着美感。中国人民反抗殖民侵略和封建统治的革命斗争,由于是符合人类社会发展的规律的,因而显现着崇高伟大之美。

马克思主义对美的本质的深刻阐述,解答了什么是美这一基本问题,为我们进一步地进行审美教育提供了理论基础。

## ※美的特征

美的特征是美的本质的具体显现。把握了美的本质,再来谈美的特征,是由抽象到具体,有助于更深刻、更具体地把握美。

### 1. 美的客观性

美的客观性,是美的第一个特征。美作为一种存在,是客观的,这种客观性在于它的物质性,即美不管存在于哪个领域,它始终都是客观的物质性存在。

在社会领域里,从人类制造和使用第一把石器的原始劳动,到当代利用最新科技制造电子计算机芯片的现代化劳动,作为一种合规律性、合目的性的改造自然的力量,始终在客观地发展着,开创着世界的美。首先美客观地存在于人类劳动活动及其产品之中。如人类改造杭州西湖的劳动活动及其劳动活动的产物——平静秀美的湖水,曲折伸展的苏堤白堤,动人的治水故事都体现着美。其次美还客观地存在于人民革命斗争生活之中。为国家民族利益而英勇献身,冲锋陷阵的英烈,其光辉业绩就闪烁着崇高、悲壮的美,人们常以纪念碑的形式来纪念和赞美,像我国的人民英雄纪念碑。最后美也客观地存在于日常生活之中。生活环境、服务设施、居室摆设、服装、用品等等,虽以实用为主,却存在着审美性质。

在自然领域,日月星辰、山河大地、草生木长,犬吠松涛,屋庐竹树,无论有否经过实践的改造,都有美的存在。

在艺术领域中,美也是客观的物质存在。艺术来源于客观的现实生活,是艺术家内心所体验到的真实世界的反映,仍是具有物质性的。而艺术的美也是在这些物质性基础之上产生。

因而社会、自然、艺术中存在的美，都是客观的物质存在。

## 2. 美的社会性

美作为客观物质存在，根源于人类的社会实践，所以又是社会存在，因而具有社会性。

人类社会生活的美，当然具有社会性。反映社会生活的艺术的美，当然也具有社会性。例如《红楼梦》作为一部文学艺术品，反映了作者曹雪芹生活时代的方方面面，是具有社会性的。

自然美是否也具有社会性？回答是肯定的。因为自然美也根源于人类的社会实践；没有人类社会实践对自然的征服和改造，就没有自然之美，比如太阳之所以美，是因为它给人类以光明、温暖，对人类的生存、生活与生产有用。大地之所以美，是因为它给人类以生息繁衍的地方，哺育了万物也包括人类。

随着人类实践对自然的征服改造的深入而广泛的发展，真正脱离人类社会的自然是不存在的，自然都是“人化的自然”，自然美也就必然带有社会性。

## 3. 美的形象性

美作为客观物质的社会存在，它的一个显著特征是具有形象性。美应显现为具体的感性形象。形象不是形式，而是形式与内容的统一，形式中每一点、线、色、形、音，都表现着内容、意义、情感和价值。美的形象，一方面在于它的内容的社会功利性，即有用、有利、有益于社会生活实践；一方面在于它的质料和形式的合规律性如对称、均衡、比例、和谐等等，二者统一就构成一个完整的形象。如人民英雄纪念碑，在内容上讲，是纪念那些革命斗争中牺牲的先烈，赞扬他们的功绩，在形式

上讲,它用大理石、汉白玉等坚硬、美观的材料制成,碑身挺拔入云,以竖线条给人一种高耸之感,以重材料给人一种厚重之感,与内容联系在一起,就形成一个崇高、伟大的形象。

任何一种美,都是通过具体的形象表现出来的,美离不开具体的形象。社会美,是通过一个个具体的人物形象,生活斗争形象、物质产品形象显现出来。自然美更是离不开具体的形象,长河落日、大漠孤烟、草长莺飞都是美的形象。艺术美也一样要凭借物质材料,如声、色、线,和形式规律如对称、均衡、节奏等这些物质载体和媒介来体现其内容、意义和价值,体现艺术家心中所形成的客观事物的美的形象。

## ※什么是美感

探讨了什么是美之后,我们来进一步地探讨什么是美感。掌握了这些美学的基本知识,我们才能更好地培养中小学生的爱美之心。

### 1. 美感的定义

美感是审美主体对客观存在的审美对象的主观反映:是这些审美对象所引起的人的一种情感体验,精神上产生一种喜悦和欢乐。美感包含着对美的认识,欣赏与评价。美感的含义有广义和狭义之分。广义的美感指人类的审美意识。指人类在审美实践基础上,在哲学、政治、伦理等思想观点的制约和影响下,不断形成和发展起来的审美情感,认识 and 能力的综合,包括审美趣味、审美能力、审美要求、审美理想以及审美感受等多方面的内容。狭义的美感指审美主体接触了客观存在的诸种审美对象后,在感情上产生的强烈反映,在理智上获得的启示,在精神上得到的满足和怡情怡性的效果。我们一般说

的美感,都是狭义上的美感。这种美感指的是人们对美的感受和反映,它涉及意识活动的许多方面,如感觉、知觉、思维、想象、情感等多种心理活动。美感的构成需要有三方面的要素:①审美对象;②审美主体;③审美活动。美感作为人类的一种特殊意识活动,是对审美对象的一种能动的反映,它的内容与特性归根到底取决于审美对象的存在和发展,取决于人类实践的状况和水平。人们要进行审美活动,获得美感,首先就要有具备审美能力的感觉器官,但是,不是任何一双眼睛和耳朵都能去真正感受到美的。齐白石的画,在缺乏审美能力的眼睛看来,不过是一些不象样的果蔬虫虾。

## 2. 美感的特征

### (1) 直觉性

我们在审美时,有时不用做任何准备,不须任何思考,仅仅在感知到审美对象的一瞬间,就从审美对象中获得了美感,这就是美感的直觉性。当美的事物通过感官传到大脑以后,立即会与大脑中储存的审美经验联系起来,产生审美判断,形成感动的情感反应,从而沉浸在直觉性的美感享受之中,往往感受到了美,而又一时难以说清审美对象为什么美。这种直觉性常常反映出审美对象唤起了审美主体的情感共鸣,满足了主体的某些情感需求。直觉又有高低之心,由经验产生的直觉,往往由于经验的片面性带来直觉美感的局限性或失误。例如我们看到一个长得非常漂亮的女子,立刻会产生美感,但经过接触发现这个女子爱慕虚荣、追求金钱和享乐,由于她内心不美使你感到她其实不美,自己对她的美感是很肤浅的,是一种失误。而包含理性因素的直觉往往能够抓住审美对象的内在美,是一种高层次的直觉。审美者在长期审美实践活动中,对美的对象进行观察、思考、积累,成为意识活动的成果,积淀于

大脑之中,无形中引导、规范、制约着审美者的直觉感受美,对审美对象包含的真善美做出迅速的情感反映。

### (2) 主观性

美感是人类的一种特殊的意识形式,具有明显的主观性。美感是要发挥审美主体的主观能动性的,由于审美主体在生活经历、时代时点、文化水平、艺术修养、性格特点、兴趣爱好、审美能力以及感情、情绪因素等方面的不同,就必然带来个人美感的差异性。

例如,同是一件雕塑作品维纳斯,有的人能从中感受到美,而有的人认为它是女妖,是邪恶的。同是一朵玫瑰花,有人因为被花上的刺扎伤过,从此对它不能产生美感,而有人将之作为爱的象征,送予自己的情人。同是一出歌剧《卡门》,懂得欣赏歌剧的人从中感受到了美,而一个不懂音乐的人只觉得剧中的人在哇哇乱叫,很是可爱,而一个对剧情一无所知,又听不懂演员在唱什么的人,更是只感到乏味。

### (3) 功利性

美具有功利性,反映美的事物的美感也必定具有功利性,具有对人有益有用的功利内容。美感的功利性表现为物质功利性和精神功利性。物质功利性是指引起美感的审美对象能满足人的物质需求。一套打造精美、色彩和谐、结实耐用的家具使人产生美感。精神功利性是指引起美感的审美对象能满足人的精神需要。如一片葱郁苍翠的森林,使人呼吸到清新的空气,心情愉快,引起人的美感。

### (4) 情感性

美感本身就是一种特殊的情感,是审美主体对审美对象产生的喜爱、赞赏、尊敬、崇拜向往的情感,例如小白兔由于它一身白白的茸毛、大耳朵、短尾巴、肥胖的小身体和一跳一跳的动作引起我们对它的喜爱。泰山高耸入云给人带来崇高美。革命先烈的英勇业绩使你产生尊敬、崇拜、热爱的情感,引起你的美感。

## ※美感的心理构成因素

美感作为一种人的主观心理感受,它是由一系列的心理过程所构成的。这些心理过程主要包括感知、想象、情感和理解。可以说审美感受就是通过这多种心理功能之间的相互作用相互渗透、相互补充而产生的。

### 1. 感知

感知本身包括了感觉和知觉这两种心理过程。在审美过程中,首先是审美对象刺激感官引起人们的各种感觉,然后是知觉活动综合了各种感觉,形成了人们对审美对象的完整认识。

感觉是一种低级的认识活动,要以各种感官为基础。人的耳、眼、鼻、舌、身和大脑神经系统共同组成了听、视、嗅、味、触及运动的感觉分析器官,接受和传达着外界的各种信息。但是在审美过程中,这些感官的作用并不是等量齐观的。早就有一些美学家发现,视觉和听觉是起主要作用的感觉。人类凭借各种感官去感觉各种审美对象,从中得到不同的愉快感受,例如触摸柔软,光滑的表面可给人以柔滑的快感;听到轻快抒情的小夜曲使人产生宁静安谧的愉快感。这种感觉是人产生美感的基础。

知觉与感觉相比,是一种更为复杂的心理活动,它是人们对事物的一个整体的反映,包含着对审美对象的整体、完整的形象的把握。审美知觉与一般的知觉一样都具有选择能力和综合能力;但审美知觉还有它与众不同之处。一般的知觉完成实用目的后,并不在意事物的外部形式结构是否符合人内在心理结构的情感需求,而审美知觉恰恰相反,它追求事物的



外在形式与人的内在心理结构的契合对应,使人的内心情感能通过审美对象而表现出来,如孔子站在急流边,感叹:“逝者如斯夫!”用急流之水来表达自己内心对时光飞逝的感伤和惊骇。看到飞速行驶的列车,我们会感受到时代脉搏的跳动,看到柳条随风飘舞我们会感到温情脉脉。审美知觉虽是迅速的,不加思索地直觉活动所完成的,但是在其中已渗透了审美主体的情感、理解、想象、信仰、偏见、个性、爱好以及全部的社会生活实践和经验。

## 2. 想象

审美欣赏和艺术创作都需要想象。如果说感知是审美的出发点,情感是审美的动力,理解是审美的认识因素,那么,它们的载体和展现形式就是想象。艺术创造和审美欣赏是凭借想象来实现的,想象是美感的枢纽。

想象是一个有着广阔内容的心理范畴,它的初级形式是简单联想。简单联想包括接近联想、相似联想和对比联想。接近联想是指两件事物在时间或空间上越是邻近地出现,就越有可能在想到一事物时联想到另一事物。如由桌子联想到椅子。相似联想指想到一个概念常会导致想到相似的概念,如由桃花想到少女的面容,由暴风雨联想到大革命。对比联想指看到一事物往往会使人想起它的反面,如天鹅与癞蛤蟆。想象的高一级形式包括再造性想象和创造性想象。再造性想象就是把知觉过的真实事物的表象,包括别人提供的形象化的描述进行种种组合,创造出一种新的,但客观上已经存在的表象。创造性想象,创造出来的则是从来没有存在过的表象。如人们对美人鱼的想象就是一种创造性想象。创造性想象可以突破现实的种种局限,使表象自由地联结在一起,具有无限的可能性。例如“白发三千丈”、“飞流直下三千尺,疑是银河落九