

青年美学向导

QING NIAN

MEIXUE

XIANGDAO



浙江

科学技

出版社

陆一帆主编

青年美学向导

朱兆翰 伍夫楹 柯汉琳 王世国著

浙江科学技术出版社

责任编辑：盛有根
封面设计：邵秉坤
题饰插图：王 平

青 年 美 学 向 导

陆一帆 主编

•

浙江科学技术出版社出版

浙江新华印刷厂印刷

浙江省新华书店发行

开本：850×1168 1/32 印张：17.25 插页：1 字数：422,000

1990年4月第 一 版

1990年4月第一次印刷

印数：1—1,450

ISBN 7-5341-0239-1/G·73

定 价：7.00元

0125000

致读者

爱美是人的天性。然而，并非人人都懂得美，人人都能获得美。美是一座奇妙的迷宫，谁掌握了金钥匙，谁才能充分享受美、创造美。

为了便于广大青年提高美学修养，我们特约请深受青年读者欢迎的美学工作者陆一帆教授等，撰写了这本《青年美学向导》。

本书以贴近生活的笔触、深入浅出行文，追溯了美学发展的历史渊源；介绍了当代美学新潮流；生动地展示了美在自然、社会、艺术、技术、生活等各个领域中的形态、特征、规律……

愿向导能指引青年朋友进入美的圣殿。

愿人生更美好，世界更美好。

目 录

绪 论

- 一、大家都应该学习美学…………… (1)
- 二、美学的新潮流…………… (3)
 - (一) 系统论美学…………… (4)
 - (二) 信息论美学…………… (10)
 - (三) 控制论美学…………… (15)
 - (四) 模糊论美学…………… (22)

第一编 美的哲学

- 一、美是什么：一个古老的理论之谜…………… (30)
 - (一) 历史的猜想…………… (31)
 - (二) 当代的论争…………… (36)
- 二、美的特性…………… (39)
 - (一) 美具有社会功利性…………… (39)
 - (二) 美是具体的形象的事物…………… (41)
 - (三) 美具有愉悦性…………… (42)
 - (四) 美具有客观性…………… (43)
- 三、美的种类…………… (44)
 - (一) 自然美…………… (45)
 - 1. 自然美以形式美为主…………… (45)
 - 2. 自然美具有不稳定性…………… (46)
 - (二) 人的美…………… (50)

1. 人对自身美的发现和礼赞	(51)
2. 人的美的观念发展	(53)
3. 人的美的构成	(55)
品德美: 心灵的宝石	(55)
理性美: 认识的光芒	(57)
意志美: 性格的力量	(60)
情感美: 人性的灵秀	(62)
风度美: 气质的闪光	(64)
形体美: 生命的凝聚	(68)
(三) 优美	(75)
(四) 壮美	(79)
(五) 悲剧	(83)
(六) 喜剧	(94)

第二编 艺术美学

一、艺术的审美本质	(104)
(一) 生动的形象系统	(104)
(二) 生活的审美升华	(106)
(三) 审美情感的领域	(110)
(四) 虚与实的审美结合	(113)
二、艺术美的构成	(117)
(一) 形式美	(117)
1. 材料美	(118)
2. 结构美	(128)
(二) 内容美	(131)
1. 情感美	(131)
2. 意蕴美	(134)
(三) 内容美与形式美的关系	(138)

三、艺术美的创造	(151)
(一) 艺术美的创造过程	(141)
1. 审美感受	(141)
2. 艺术构思	(144)
3. 审美意象的物化	(150)
(二) 艺术的典型化	(153)
1. 再现艺术的典型化	(154)
2. 表现艺术的典型化	(159)
(三) 艺术家与艺术美的创造	(163)
1. 生活实践与艺术美的创造	(163)
2. 审美观点、审美理想与艺术美的创造	(165)
3. 艺术修养与艺术美的创造	(166)
4. 创造的个性与艺术美的创造	(168)
四、艺术美的审美功能	(172)
(一) 悦情	(173)
(二) 悦智	(175)
(三) 悦志	(178)
五、各类艺术的审美特色	(182)
(一) 造型艺术	(182)
1. 建筑的空间节奏美	(182)
2. 雕塑的立体神韵美	(192)
3. 绘画的点、线交织美	(201)
4. 书法的线条流动美	(213)
(二) 表演艺术	(222)
1. 舞蹈的形姿美	(222)
2. 音乐的空灵美	(231)
(三) 语言艺术和综合艺术	(241)
1. 文学的语言描绘美	(241)

2. 戏剧的综合美	(248)
3. 电影的声画美	(255)

第三编 技术美学

一、一个新的审美王国	(266)
(一) 技术美学的内涵	(267)
(二) 技术美学的发生和发展	(269)
1. 挑战与革命	(269)
2. 系统化与综合化	(272)
3. 新的历史趋势	(275)
二、劳动环境美学	(278)
(一) 文明生产的首要课题	(278)
(二) 物理环境的审美化	(280)
1. 光色空间的审美化	(281)
2. 音响空间的审美化	(285)
3. 空气环境的审美化	(289)
4. 室内布置的审美化	(292)
5. 室外景观的审美化	(293)
(三) 精神环境的审美化	(294)
1. 民主氛围	(296)
2. 竞争心理与危机感	(298)
3. 互爱互助	(300)
三、产品设计美学	(302)
(一) 工业设计的中心环节	(302)
(二) 产品设计原则	(305)
1. “美”与“用”的统一	(305)
2. 设计的目的是人	(309)
3. 创新是设计的生命	(311)

(三) 产品形式美的创造·····	(315)
1. 线条与块面·····	(316)
2. 质料与色彩·····	(318)
3. 节奏与韵律·····	(321)
4. 尺度与比例·····	(322)
5. 对称与均衡·····	(325)
(四) 人体工程学和产品设计·····	(326)
1. 人学的 设计 学·····	(327)
2. 人体测量和产品设计·····	(330)
3. 心理分析和产品设计·····	(335)
四、商品包装装潢美学·····	(337)
(一) 递送秋波的艺术·····	(338)
(二) 包装装潢的设计原则·····	(340)
(三) 包装装潢的审美设计·····	(341)
1. 容器造型和材料的革新·····	(342)
2. 装饰构图和色彩运用·····	(343)
3. 商标的设计·····	(347)
五、商品广告美学·····	(349)
(一) 说媒的艺术·····	(350)
(二) 广告设计的美学原则·····	(354)
(三) 广告的种类和构思·····	(358)
(四) 广告心理研究·····	(361)

第四编 生活美学

一、生活需要美学·····	(364)
二、服饰美学·····	(366)
(一) 人类自我美化的第一产品·····	(366)
(二) 服饰美的创造规律·····	(369)

1. 服饰与人体的和谐·····	(370)
2. 服饰与社会的和谐·····	(375)
3. 服饰与性格的和谐·····	(379)
4. 服饰自身形式的和谐·····	(380)
三、居室美学·····	(390)
(一) 从实用走向审美·····	(390)
(二) 居室美的创造·····	(393)
1. 空间处理·····	(394)
2. 色彩调配·····	(399)
3. 陈设艺术·····	(402)
4. 引景入室·····	(406)
四、烹调美学·····	(409)
(一) 从饱食到美食·····	(409)
(二) 美食的创造·····	(410)
1. 刀工艺术·····	(411)
2. 菜肴的色香味质·····	(413)
3. 装盘艺术和菜肴的造型美·····	(416)
4. 菜肴定名艺术·····	(419)
五、旅游美学·····	(419)
(一) 旅游——人的生活和审美的需要·····	(420)
(二) 旅游中的审美原则·····	(423)
1. 动态与静态的欣赏·····	(424)
2. 全景与局部的欣赏·····	(425)
3. 晴天与雨天的欣赏·····	(426)
4. 定点与移动的欣赏·····	(427)
5. 白天与夜晚的欣赏·····	(428)
六、交际美学·····	(429)
(一) 人际关系的美·····	(430)

1.以心换心,真诚待人·····	(431)
2.言而有信,一诺千金·····	(431)
3.设身处地,体谅他人·····	(432)
(二)交际美的表现形式·····	(434)
1.面容表情美·····	(434)
2.语言美·····	(436)
3.动作与姿势的美·····	(437)
4.礼节美·····	(439)
七、爱情美学·····	(441)
(一)两性关系的审美化·····	(442)
1.相互对立的历史·····	(443)
2.两性关系的和谐美·····	(445)
(二)爱情美的主要表现·····	(447)
1.狂热与理智相伴·····	(447)
2.肉体与精神融合·····	(449)
3.主动与持久统一·····	(450)
4.差异与共同互存·····	(452)

第五编 审美心理学

一、几种重要的审美心理学说·····	(456)
(一)灵魂回忆说·····	(457)
(二)移情说·····	(458)
(三)内幕仿说·····	(461)
(四)距离说·····	(463)
(五)性欲满足说·····	(465)
二、审美心理发生的秘密·····	(467)
(一)审美与生理心理平衡·····	(467)
1.平衡是生命体的特性·····	(468)

2. 审美需要的唤起·····	(469)
3. 审美心理中的积淀·····	(470)
(二) 审美与人类两大需要·····	(472)
1. 审美与缺乏性需要·····	(472)
2. 审美与丰富性需要·····	(473)
三、审美心理的特征·····	(475)
(一) 积淀着经验的直觉性·····	(475)
1. 审美直觉的特征·····	(476)
2. 审美直觉产生的原因·····	(477)
(二) 隐伏着功利的非功利性·····	(479)
1. 功利与非功利的矛盾·····	(479)
2. 产生矛盾的奥秘·····	(481)
(三) 融合着理性的审美情感·····	(483)
1. 审美情感是一种高级情感·····	(484)
2. 审美情感中的理性因素·····	(486)
四、审美客体的刺激·····	(487)
(一) 美的综合刺激系统·····	(488)
(二) 主导性的与辅助性的美的刺激·····	(490)
1. 主导性的美的刺激·····	(490)
2. 辅助性的美的刺激·····	(492)
五、微妙的审美心理机制·····	(494)
(一) 审美信息感受系统·····	(494)
1. 审美信息的感受·····	(494)
2. 审美信息的转换·····	(495)
(二) 审美信息中继站·····	(496)
(三) 审美信息处理中枢·····	(497)
1. 第二机能联合区的加工·····	(497)
2. 第三机能联合区的评判·····	(498)

(四) 美感效应系统·····	(499)
(五) 美感效应信息反馈·····	(509)
六、审美心理过程·····	(501)
(一) 审美感知层·····	(502)
1. 审美感觉与审美知觉·····	(502)
2. 审美感觉加工·····	(503)
3. 审美知觉加工·····	(504)
(二) 审美意象层·····	(505)
1. 直观意象·····	(505)
2. 联想意象·····	(507)
3. 想象意象·····	(509)
(三) 审美情感层·····	(513)
1. 情思相谐而生共鸣·····	(514)
2. 遭遇相似而生共鸣·····	(514)
3. 趣味相投而生共鸣·····	(516)
4. 共鸣产生的深层原因·····	(516)
(四) 审美观念层·····	(518)
1. 审美观念的领悟·····	(518)
2. 观念领悟的特点·····	(521)
七、审美心理的整体功能·····	(524)
(一) 审美选择和审美同化·····	(524)
1. 对美的刺激信息的选择·····	(525)
2. 对美的刺激信息的同化·····	(526)
3. 审美同化的优势作用·····	(528)
(二) 审美调节和审美建构·····	(530)
1. 审美调节和建构·····	(530)
2. 审美顺化的优势作用·····	(533)
小 结	后 记

绪 论

一、大家都应该学习美学

有人以为美学是一门高深的学问，并且与大众的生活、劳动没有什么关系，所以只有做学问的人才要学，才能学。这种看法是不对的。美学这门学问，做学问的人固然要学，一般人也应该学。不论是大中学生，还是社会上各界人士特别是青年人都应该学。

为什么大家都应该学习美学？因为美不是少数人的专利品。人人都爱美，需要美。高尔基说：“人就其天性来说都是艺术家。他无论在什么地方，总是希望把美带到他的生活中去。”事实的确如此。谁不想使自己的形象美些？谁不想使自己的居室布置得漂亮些？谁不希望自己的生活充满着诗情画意？又有谁不喜欢青山绿水、春风明月？美，能给人愉快和欢乐，能提高人的聪明才智，能使人性格完美；美，能把沙漠变成绿洲，使世界变得更加绚丽迷人。一个人身上如果没有美，就会变得丑陋、野蛮；一个家庭如果没有美，就会变得杂乱、失去欢乐；一个人的生活如果没有美，就会单调、乏味，死气沉沉。

虽然人人都爱美，需要美，但并非人人都懂得美，获得美。有些人爱美心切，不惜劳神伤财，甚至不顾损坏自己的骨肉，去美化自己的外貌仪表，但得到的不仅不是美，反而是丑。例如，

过去有些种族纹面、毁齿、穿鼻，我国汉族妇女普遍裹脚，还美之曰“三寸金莲”。其实这些都是很丑的。现在有些人一味追求服饰的新奇，不讲与人体的和谐，结果弄巧成拙，反而损坏了美。

美是有规律的，具有客观性，并非个人认为美的东西就是美。美的总规律统辖着世界上一切美的事物的规律，所有美的事物，都离不了它，离开了它就不成其为美。美的总规律也就是美的本质、美的定义。除了总规律以外，美还有具体规律，它们分别统辖着各种门类的美。世界上的美是极其丰富多采的，有许多种类。有存在于自然界中的自然美，有存在于人类社会中的社会美，有存在于艺术作品中的艺术美，有存在于生产劳动中的技术美，有存在于日常生活中的服饰环境美，等等。这些不同的美虽然有其共同的特点，但它们又各有个性，所以又有自己独特的规律。这些独特规律对我们大家是最有用的，因为它们很具体、很贴近我们。掌握了这些美的规律，大家就可以运用它们去寻找美、欣赏美、按照它们去美化自己，美化生活，制造各种美的产品。如果你是一个工人或技术人员，你可以按照技术美的规律去生产物品；如果你是一个生产管理干部，你可以按照劳动美的规律，去美化工厂企业的物理环境和心理环境，提高生产效率；如果你是一个工艺设计师、服装设计师或理发师，你可以按照人的外形美、服饰美、居室美的规律，去设计美的服装、美的发型、美的居室，等等。掌握美的规律是十分重要的。有些人之所以求美而不可得，有时反而弄巧成拙，求美反丑，就是因为没有掌握美的规律。

美的规律从何而来？是先天具有的吗？不是。是一些伟大人物制定的吗？也不是。它是客观存在于各种美的事物当中的，美学家、艺术家、科学家以及各类优秀技师们发现了它们，并把它总结、提炼出来，使之系统化。有些美的规律是许多世代人反复寻找才发现和完善的，不是某一个人的功劳。

美学是一门诱人的学科，因为爱美是人的天性，人人都喜爱美，学了美学就能掌握美的规律，从而可以充分地享受美，创造美。美的事物既然是大家经常接触和欣赏的，美的理论只要把道理说得清楚明了，不应该是特别难懂的。有些美学论著之所以特别难读，是由于论述得不清楚明了，弯弯绕绕，又脱离实际。

美学是研究美和审美认识的学科，内容十分丰富，大致可分为三大部分：美论、审美认识论、艺术论。本书主要阅读对象是各界青年朋友，他们对各个领域的美都有兴趣，所以我们全面论述了各个领域的美，不仅有自然美、社会美和艺术美，而且还有人的美、技术美（包括劳动环境美、产品美、包装装潢美、商业广告美等）、日常生活美（包括服饰美、居室美、爱情美、交际美、旅游美、烹饪美等）。可以说，各种美都被我们请进美学的殿堂来了。也许有人会说：“什么东西都扯到美学上来，把美学庸俗化了！”但我们感到，不论是在日常生活中，还是在劳动生产中，的确都有美，这两个领域的美最普遍，一睁眼、一抬头就见到，作用于人也最长久，人们对它们又颇为动情，如工艺美、服饰美、爱情美、交际美等，人们都很喜爱。我们为什么要把它们拒之于美学门外呢？有些事物的美与实用贴得很紧，主要不是供人欣赏而是供人实用的，但如果增加它的美的因素，人们会更喜欢使用它，这就会大大增加它的经济效益与社会效益。因此，大力发展应用美学和实用美学是一件十分有意义的工作，在今天尤其必要。我们美学研究者有责任把美学从研究室里彻底解放出来，并努力使美学与生活与群众紧密结合起来。

二、美学的新潮流

历史唯物主义认为，科学技术革命就是人类认识客观世界的飞跃。在当今世界上，现代科学技术的重大突破，往往具有科学

的、技术的和社会的综合性性质。因此，科学技术的高速发展，必然会引起人类社会各个方面各门科学发生相应的变化，正如马克思在一百多年前所说的：“自然科学将来会统括人的科学，正如人的科学也会统摄自然科学，二者将来会成为一门科学。”马克思的这个预言，今天已成为事实。文艺学、美学与现代科学相互交叉渗透和相互促进的现象，如果说在半个世纪以前还不那么明显和被人重视，那么到了本世纪的30~40年代尤其是70~80年代，这种相互交叉渗透相互影响的事实，就显得更为突出了，而且已是人们充分重视、积极探究的重要课题。而且这种美学科学化的新潮流，也随着我国的开放、改革涌进了我国的美学界。在这些新科学的新理论、新方法的启迪和推动下，人们的文艺观念和审美意识，得到了一定程度的更新，美学视野更为开阔了。尽管这种新局面的出现，还仅仅是一个开端，但它使我国的文艺、美学界摆脱旧传统的局限，迈出了重要的一步，是我国的文艺和美学由封闭状态走向开放的很可喜的一步。

我国的文艺学、美学近10年来的发展形势是空前地喜人，在广泛学习和运用自然科学的新成果，建立交叉学科方面取得了显著的成绩，我们为此感到欣慰和鼓舞。青年朋友们也应该学习一下这些新学科，开阔自己的美学视野，跟上急剧发展的美学新形势。为此，我们在这里就美学发展新趋势，谈谈系统论美学、信息论美学、控制论美学和模糊论美学。

（一）系统论美学

系统论美学是用系统论原理和方法研究美学问题的一种新理论和新方法。它是美学与现代科学相结合的一种横向型交叉科学，既是美学的分化，又是美学与其他学科的综合。

系统论作为一门独立的新学科，诞生于本世纪40年代后期；它被运用到美学领域，则是本世纪60年代以后的事。它的创始人是美籍奥地利生物学家贝塔朗兹。