

单纪文 章荣方 寻寰中 编著

魅力在你身边

● 关于日常生活的美学

出版社

魅力在你身边

——关于日常生活的美学

单纪文 章方荣 寻寰中 著

轻工业出版社

内 容 提 要

本书通过对服饰、化妆、家具、居室装饰、流行现象的美学分析，较系统地阐述生活美学的基本规律，从而帮助读者了解穿着打扮的艺术根据和流行变化的一般轨迹，以求得生活中配色、造型的完美结合。

本书通俗易懂，集趣味、实用和理论于一体，读后使人感到：现代魅力原来就在每人身边。

魅力在你身边

——关于日常生活的美学

单纪文 章承霖 李震中 著

轻工业出版社出版

(北京广安门南滨河路26号)

北七家印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

各地新华书店经售

787×1092毫米 1/32 印张，4²⁰/32 字数：100 千字

1989年1月第一版第一次印刷

印数：1—7,500 定价：1.80 元

ISBN 7-5019-0439-1/Z·015

目 录

导论

第一章 美丽从这里寻找

瞎子和白痴.....	7
浅色人群中的黑衣女郎.....	12
花花世界中的旧棉袄.....	16
北京的红纱巾和广州的花衬衫.....	19
关于新房摆设的争论.....	22
在那个英国小伙子的卧室里.....	24

第二章 握住流行的脉搏

时代的镜子.....	28
变幻莫测的眼睛.....	31
不闭合的圆.....	33
香港流行水兵衫.....	35

第三章 谈色说俏

俏丽的世界.....	38
富于人情味儿的颜色.....	40
“不诚实”的眼睛和光的“魔术”.....	42
水光潋滟晴方好，山色空蒙雨亦奇.....	46
黑云翻墨未遮山，白雨跳珠乱入船.....	50
弥漫的情感和大千世界的领悟.....	54
从湖畔的恋人说起.....	56
锦的魅力.....	61

诗一样的柔和，梦一般的飘忽·····	65
美女是怎样展现自己花容月貌的？·····	69
总有一些颜色属于你·····	71

第四章 浪漫的线条

线条使你美丽·····	77
男子的魅力·····	80
青春的风采和老者的风度·····	83
流水、舞曲和少女·····	89
圆和残缺的圆·····	94
线条的“章法”·····	99

第五章 美丽的秘诀

漂亮也有法则·····	104
人体的模仿·····	108
人群·恋人·封闭系统·····	110
浪漫的女郎和端庄的少妇·····	113
绝妙的高跟鞋·····	116
诗在这里冻住了·····	118

第六章 服装与魅力

人体展览与意念表现·····	122
用眼睛“摸”出的美·····	124
迷人的黑蜻蜓·····	126
安娜的黑礼服·····	128
山口百惠的体验·····	130
回乡大学生的帽子·····	133
在北京饭店的鸡尾酒会上·····	136
黄龙洞内古装女·····	139

导 论

一、生活与美

我们的这个世界存在着一种力量，它如同一群有影无踪的幽灵，飘忽出没于生活的每一个角落，又悄然无息地潜入每一片心灵的土地，去激活我们心里那些活跃的、易于飞起绚丽浪花的情感，于是，我们感受到了美。

我们常常被这种力量吸引着，诱惑着，缠绕着。因而我们便去听，去看，去体味和领略，去想象和欣赏，去爱慕和销魂，去欣悦、快乐、兴奋、宁静、轻松、激动……于是，我们的生活不再是旷寂的沙漠，而是充满了色彩和音响的原野。我们的注意力不自觉地被它调动和支配着，或匆匆一瞥，或沉入其中，或终生难忘。

人们把这种力量叫做美。

美是什么？美学家们对它的解释众说纷纭，柏拉图说它是“理念”，狄德罗说它是“关系”，黑格尔说它是“理念的感性显现”，中国现代的一些美学家则把它解释成“人的本质力量的对象化”。这各种解释各有道理，却过于玄妙了。其实，美就是这样一种力量，这样一种能够撼动我们情感的力量。这种力量存在于大自然当中，存在于艺术作品当中，存在于高仓健男性味十足的脸上，存在于每一个苗条俏秀的姑娘的情影里，存在于那些漂亮的房间、那些新颖的服

装与发型、那些精美的工艺装饰品中，也存在于家具的造型、冰箱的色彩和茶具的曲线上……

美感是人们的一种特定的情绪状态，人类的一切审美活动都不过是一种情感的运动过程。欣赏悲剧，我们跟着悲哀；欣赏喜剧，我们随着发笑；观看艺术体操表演，我们感到旋律的快慰；游览名山大川，我们产生热爱与想往；面对一匹骏健的唐三彩马，我们受到力量的震撼；夏日走进绿色基调的房间，我们会有置身大自然般的惬意；一个穿着入时的少女，会让我们产生赞美之情……这些悲哀、笑、快慰、热爱、震撼、惬意、赞美，无一不是一种情感，而这些情感，也正是我们对以上事物进行审美活动中所得到的美感。

美感是一种情感状态、但并非所有的情感都是美感。倘若我们在生活中失去了心爱的恋人，于是我们便悲痛，这种悲痛是情感，但不是美感。然而，当我们读一部小说，作品中我们心爱的女主角不幸死去了，我们也同样悲痛，而这种悲痛却是美感。可见，美感必须是由那些具有审美价值的事物所引发的情感。由此，我们便对美作出了进一步的限定：美就是那些足以引发人们美感情绪体验的力量。

在艺术欣赏中，由艺术作品引发的悲痛、愤怒、忧虑等痛感情绪都是美感，但在日常生活中，我们却谁也不希望悲哀，不希望愤怒和忧虑，不希望得到痛感体验。显然，谁也不愿意在房间里摆一只面目狰狞的怪兽，而天天看着它去体味恐惧的滋味儿。因此，生活美感便只限定于那些快感情绪，诸如宁静、惬意、欣悦、兴奋、温情、爱怜、舒放等，由此推论，生活美也就只是那些引发人们快感情绪的力量。我们把这种力量叫做魅力。

我们将在魅力的海洋中寻觅，去探讨形式的规律，领悟

形式的意味。

形式美是生活美的主要内容。和其它美不同，形式美不是以其内容，以其所表现的情节，人物命运、主人翁情感和作家思想的深度等来引发我们的美感，而是靠色彩、造型（款式）、线条、结构和关系来产生魅力，它直接诉诸我们的感官，使我们感到赏心悦目。色彩的美、款式的美、曲线的美、装饰的美和布局的美，无一不属于形式美的范畴，而我们对生活中事物的审美评价，也无一不是从形式的角度去判断的。例如，我们说一件衣服漂亮，是从它的色彩、款式和它与穿着者的关系中得出的，我们说一只三彩马美，也是从其色彩间的关系、线条的曲直流动及造型的力量感等方面得出的。

因此，我们掌握了形式的规律，也就掌握了生活美的规律，找到那个有影无踪的幽灵的轨迹，并驾驭着它打扮自己的生活。

二、生活美学

进入八十年代，我们这片古朴的国土上出现了色彩的争荣，出现了线条的交错，出现了浪漫的流行美潮流。街头的色彩在不停顿地变幻与颤动，家庭的色彩在悄悄地进行着淘汰和再选择，时装以令人瞠目的更新速度使半年前的款式成为落伍者……中国，正在涌起一次求美的浪潮。

这浪潮的冲击波震撼了生活的每一个角落。经历了蓝色与灰色焦渴的中国人，将压抑了多少年的热情投注入对美的寻求。美，已经成了国人重要的生活内容，它甚至在很大程度上左右了人们的消费流向和价值判断。

生活美的实践已经远远地走在了前面，那么，我们的美学为什么不能从学者圈中解放出来，而出现一个生活美学的分支呢？

人们的日常生活中有很多美学现象等待着我们去探讨和总结，例如现代生活消费品的流行现象，各阶层美学修养与审美敏感的不同步现象，商品的实用价值和审美价值在历史进程中相互易位的现象，现代人生活审美意识的反传统现象，还有色彩、线条、造型、结构的美感特征，以及色彩与色彩、色彩与款式、线条与造型、服饰与人的关系等问题，都在等待着美学去研究，而其艰巨性和复杂性，并不亚于“纯美学”问题。

美学现象毕竟是全方位的，人类审美意识的历史变迁也都是全社会的。因此，不探讨那些渗透在生活的角落里的~~美~~，就很难探明美学问题的真谛。何况，揭示出生活美的规律，引导人们更为自觉地去打扮自己和生活，让这个世界的色彩更绚丽一些、更和谐一些，让每一个姑娘象花一样妩媚，让每一个小伙象白桦树一样英俊。那么，其价值和意义也许并不逊色于“纯美学”吧？

我们将在这块土地上耕耘，这是一块肥沃的处女地。我们将一同去寻觅那个有影无踪的幽灵，撩开它的面纱，看看它的秘密。

这便是我们的生活美学。

生活美学的研究对象是我们自己，是我们日常生活中经常接触的那些虽然琐屑、但却影响着每个个人和家庭美感格调的事物。服饰、发式、化妆决定着我们在人群中的美学形象，天棚、墙饰、窗帘、地板、灯光、家具、电器、装饰则左右着我们家庭的审美格调。所有这些，都无疑应进入生活

美学的视野。

我们说过，日常生活中的审美对象属于形式美范畴，因此，揭示色彩的审美特性，描绘线条的美学轨迹，阐述形状的美感规律，并在构成形式美诸因素的关系中寻求美的源泉，也就成了生活美学的探讨内容。

在生活中，我们每个人都是审美主体，生活中事物的美与丑要由我们去感受和评价。因此，生活美学的触角还应伸向我们的内心，揭开我们美感反应的心理秘密，揭示那些构成我们审美意识的历史原因和社会因素。

生活美学不同于“纯美学”，它无意于对美进行哲学探讨，而注重于讨论生活中具体审美现象的内在根据。生活美学也不同于“如何化妆”、“怎样布置房间”一类达美知识，它并不把人们领向一个个具体的审美效果中，而是给人们一支驾驭美的王杖，让人们自己走向那些具体美的世界。

在通向美的道路上，我们只立一块路标。

三、走向生活美的王国

在生活美的汪洋里，我们在受着各种诱惑和吸引，面对五彩纷呈的美的世界，我们也许感到无从选择。于是，我们便凭着对美的直觉去追赶一个个时髦的潮头。也许我们找到了美，也许，我们所追求的，并非所需要的。

每个人，对于美的事物都有与生俱来的直觉，但直觉的审美判断终究是初级的，不全面和不深刻的。

凭着直感，我们还只能在低层次的美当中徘徊。

一支美的乐曲，人人都会觉得好听，但有的人只停留在“好听”的层次上，有的人则听出了音乐的情感色彩，还有

一部分人，通过对乐曲主题与副题的关系和旋律情感变化的理解，而真正地领悟到了音乐的内容。同样是欣赏音乐，前者处在“直感欣赏”的层次上，他得到的最少；中者属于“情感欣赏”的层次，他便比前者多得到了一种情感感受；后者是“悟知欣赏”，只有他真正进入了音乐欣赏的殿堂，而他，获得的最多。

同音乐欣赏一样，对生活美的审美判断，也有着同样三个层次。面对同样一套组合家具，有人只感到它漂亮，有人意识到了它的风格，有人却从色彩的明与暗，线条的断与连、直与曲以及结体的高与低、收与放、集与散等诸关系中看出了它美在什么地方，还有什么缺点。如果是选择家具，那么，后者的选择将更有目的性，更准确得当。因为他掌握了生活形式美的规律。

掌握了生活美的内在规律，我们便有了打开通向生活美王国大门的钥匙，我们就能够从直觉的审美层次飞跃上自觉的审美境界。

于是，我们将对美进行自觉的消费选择，我们将有意识，有目的地在自己的天地里进行美的创造。我们在生活美的海洋中不再困惑，不再盲目，因为我们握住了美的脉搏。

这或许就是研究生活美学的意义吧？

第一章 美丽从这里寻找

瞎子和白痴

——想象的美感效应

美在想象中显现

美是什么？是王府井大街上琳琅满目的橱窗？是时装表演会上体态婀娜的模特儿？美不仅仅是可见的具体形象，美的形象只有经过人的主观想象比较，才能真正显示出美来。

一个感觉良好的瞎子与一个视力良好的傻子一起逛王府井，傻子虽看到了橱窗里的最新产品，但感觉不到什么美，瞎子尽管看不见，却能从旁人的啧啧称赞中，在自己的脑子里想象出橱窗之美。由此可见，看到了美的东西不一定能感到美，不经过人的想象，美是无法被感受的。假如把人脑比作彩电的屏幕，那么，各种各样的生活美只有通过人眼的“拍摄”，然后在脑海里“显像”，才能完成一个体现美的过程。“美大半是借助于感官的干预而对人的心灵发生作用的物体的某种品质”。

美的想象不是机械的照相，不是理智的产物，美的客观形象只有经过主观的形象思维，只有通过积极的想象，才能将美的特性充分地表现出来。一个头脑单调死板的人，再美的物体在其眼里也会减色。幻灯片可以反映客观美，那是呆

板的，黑白电视机也可以反映客观美，那是单调的，彩电在显现美的时候就显得丰富多了。海军帽后的两根飘带若不经想象，仅仅是两条普通的布带，只有在积极而丰富的想象中，才能显出在浪花之上、海风之中的飘逸之美。

美在想象中完善和发展

在一个钟表展览会上，一个状似盘子的小电钟吸引了我的目光。这是个再简单不过的小钟，一块铁盘、几根指针、一节电池，要说美，实在美得有限，可在各色各样精巧的石英手表和富丽堂皇的大座钟里，它为什么能独放异彩呢？奥妙在于它那酷似古代青铜器的形状和色泽，使人联想到遥远年代的一件稀世遗物。

青铜器电钟的美是通过人的想象来显现，也是通过人的想象来完善和发展的。假如某个人对全部古代史堪称一无所知，那么，这个电钟在眼里就是一块又笨又粗的铁片，还生满了锈，唯一觉得美的是钟的实用价值。只有在一个具备青铜器常识的人眼中，这件仿青铜器电钟的美才能得到补充和完善，显示出完整的美来。如果欣赏者是个制造仿古物品的专家，那么，这个钟就会激发他更多的想象活动，这样，钟在他眼里就显得更珍贵、更美了，客观美在相应的主观想象中扩大了、发展了。

客观美总是有限的，而人的心灵比大海、天空还要广阔，客观美只有经过主观的想象补充，才能珠联璧合，变得完美。京剧舞台上一根马鞭，可以使观众想象烈马驰骋、战场厮杀；画面上一只蝴蝶围着个踏花归来的马蹄飞，可以使人想到鲜花竞开，香溢四野；金碧辉煌的座钟从直观上来说当然比青铜器电钟漂亮，但在想象美方面就不如后者，青铜

器电钟的魅力是在有限的客观美与无限的主观想象结合起来后才充分地表现出来的。

想象美的基础

美在想象之中。怎样才能调动起想象之美，想象美的基本条件是什么呢？这可以从下面几方面来看。

似是而非 想象活动主要是形象思维，形象思维常常伴随着许多具体的客观形象，人们常常是在看到了某样东西“象什么”之后，思维才活跃起来。所以，要想象就必有所本，有个象什么的具体形象作为想象的触发点。同时，那具体的东西仅仅是象什么，并非就是什么，不然也没什么可想象发挥的了。青铜器电钟似青铜器又不是青铜器，不象钟又是钟，正是这种似是而非的特征才为想象展开了广阔的天地。符合想象美的这个特点，许多服装和家具的设计都是似是而非的。

与中国创造文字的古老方法“象形”之原理不谋而合，巴黎的时装设计师常常从某些具体的物象得到启发，设计出直筒式、纺锤式、箭式、袋裙等服装，还有模仿职业的航空工作服式、中长型农妇式裙、猎装、仿男学生服等。在家具方面，我国有符合仿生学原理的老虎脚、大象腿、瓜墩、梅花凳……获得1982年福建省轻工产品青年创作竞赛三等奖的仿鹿形报架，也是从鹿角的参差而演变出报架的挂格。上述这些家具和服装在人们的想象中是美的，原因在于这些东西象什么而又不是真的，仿生物又不是生物，一句话，似是而非，在此基础上，想象才张开了美的翅膀。

欲透故围“一枝红杏出墙来”这句古诗，很形象地说明了围与透的关系。一堵墙挡住了满院红杏，看起来视域小

了，可正是这堵墙的阻隔引起人的丰富想象，想象中的墙内红杏恐怕比实际上的墙内红杏多得多。这就是欲透故围的妙处，为了扩大视线，先要限制视线。按人们的意愿来说，当然都希望自己的居室“窗含西岭千秋雪，门泊东吴万里船”，但现在的实际情况是，大多数居民的窗前景色都是有限的，特别一是些老房子，象北京的大杂院、上海的小弄堂，往往是窗对墙，门对窗，居住之密容不得赏心悦目的空间。针对这种现状，讲究点欲透故围之法以调动想象之美就很有必要了。

有个广州人，他家里唯一的窗户不幸正对着个旧棚子，开窗则不堪入目，封窗便会阻住空气和阳光，结果他在窗前挂了能透气透光的窗帘，不但挡住了窗外不妙的景象，窗帘上清新雅致的花草图案还常常调动起主人的想象力，无形中，空间好象比原来大了许多。花木盆景也有类似的功效，满窗鲜艳夺目的花卉使陋室生辉，花枝在窗口错落有致的空间分割引人想到花外有花、景外有景。玻璃珠串、塑料流苏、竹帘、百叶窗等都可以作欲透故围之物，起到在想象中开拓空间的作用。

以假乱真 人们常常用“身临其境”来形容感受的真切，作家在创造作品前，演员在创造角色前，都要体验生活，以在人为的假设环境中获得逼真的感受。因为身临其境是他们想象力活跃起来的前提，这个“境”当然是越真越能调动想象，可有时条件所限或根本不可能(如古代故事)，就只能以假代真，乱真便是最佳了。对一个从事森林植物研究工作的人来说，假若他住所的墙上裱上整幅逼真的森林图纸，再配一块草绿色地毯，那么在他的想象中，就恍如来到大森林了。对从事艺术创造的人来说，布置与各种艺术相适

应的环境，可以在强烈的气氛烘托中得到灵感。室内装饰材料的发展也为布置以假乱真的环境创造了越来越多的条件，现在不光有各种图案的墙纸，还有各种形状的钙塑天花板，大理石质感的油地毡等。装饰的日益逼真为想象的活跃创造了有利条件。

想象美的形式

借物象的象形、空间的遮隔、环境的逼真，想象美得以产生。产生后，它又是以什么形式来展开的呢？有三种形式。

回忆 一位女排名将的新居中，有一个她爱人自己制作的玻璃柜，内置一个金光闪闪的奖杯，两旁吊着两个排球，还有三十余枚奖章。显然，这里的每一件东西都能使女主人回忆那难忘的排球生涯，在回忆中重温 and 发现美好的东西。回忆是想象的重要形式之一，人总难免要回首往事，因为每个人都有自己独特的生活经历，作为生活遗留的痕迹，会有一些特殊的纪念物，或是一张照片，或是一张奖状，或是初恋情人相赠的一件信物，或是某地特产的工艺品。象这位女排名将，把与己有关的特殊纪念物恰到好处地融合在居室布置中，就能见物思人，触景生情，时时张开回忆的羽翼，飞向往日有意义的时光，居近而思远，温故而知新。

通感 墙上一幅逼真的热带水果粘贴画，不但看着舒服，似乎还闻到了甜甜的清香，身上也觉得凉快起来；柜上一个地球仪状的小摆设里，香纸散出一缕缕清香，使人恍若置身花草丛中，立体声收录机播出蓝天主题的小提琴协奏曲，不但听觉得满足，眼睛好象也看到了阳光下的潺潺流水。这些都是“通感”在起作用，在一定条件下，人的视、

听、嗅、味、温等感觉是彼此相通，可以转换的，这便是通感，而一种感觉到另一种感觉的转移过程则充满了想象。现时人们的居住条件不可能窗前花姿树影，屋后春水鸣响，这就需要人们在布置居室时，运用各种能引起通感的设物来巧装点，以达到调动想象、丰富环境的效果。

联想 联想主要是一种由此及彼的想象活动，多调动联想也是达到想象美的一个重要方面。倘若是个搞服装设计的，那么室内丰富的图案或许会激发新的构思，如果是个地质工作者，柜上的岩石标本就会使其联想到科学上的问题，若是个教师，雅致、洁净的室内环境或许会让她想到灵魂工程师的责任，心里漾起对下一代的温情。

浅色人群中的黑衣女郎

——独特美的魅力

美在与众不同

夏天的大街上，浅色裙衫的人流中，一个身着黑衣的姑娘为何特别引人注目？很简单，她的装束与众不同。所谓美，总是不同寻常，与周围同类事物相比，有其独特之处。那朵红花是美的，因为四周全是衬托它的绿叶，大海中的一叶白帆是美的，因为海水全是蓝的。粉色的和白色的尼龙衫也是美的，但在夏天太混同于周围的浅色，就显不出独特美了，所以，独特之美的基本点就是不能混同于一般。提到泰山，便说雄伟；提到华山，便说险峻。并非泰山一点不险，华山根本不雄，只因为泰山凭雄伟才能居五岳之首，华山凭险峻才能显示出与众不同。作为生活在社会中的人，其