

美

藝術美是與自然美比較
淵源的問題有人認為
美是絕對的而有人
則認為是相對的
其實在自然美與
觀美之間並沒有
鴻溝分明的界線
有鑑賞心理的
有鑑賞心理的

鑑賞心理探奧

● 成立 著 ● 希望出版社



朱

藝術美是個比較
淵奧的問題有人認為
美是絕對的而有人
則認為是相對的
其實在生理美與客
觀美之間並沒有二
渭分明前界被定
有客觀心理的高尚已

鉴赏心理探奥

希望出版社

040701



女子学院 0021132



希望出版社出版 (原址：北門外十一號)
山西省新华书店发行 山西省七二五厂印刷

*

开本：787×960 1/32 印张：6.75 字数：97千字

1988年4月第1版 1988年4月第1次印刷

印数：1—3,700册

*

ISBN 7—5379—0119—8

I·0018 定价：1.10元

引 言

人生活在美不胜收的世界里而往往不能感知美。车尔尼雪夫斯基有一个比喻：生活之路撒满金币，可是我们经常视而不见，因为我们一心向往前方的目的地，很少留意脚下的道路；即便偶而发现它们，也无法俯身拾取，因为生活的马车不可遏止地载着我们向前奔驰。我们对待现实美和艺术美的态度往往就是如此。虽然美的事物客观存在于四周，但真正发现美并使其变成我们生活的一部分，却完全以我们内心对美的事物的领悟程度为转移。对于审美修养较高的人，生活总是充满新奇绚丽的色彩；对于不辨音律的人，最美的乐曲也等于耳边风。

鉴赏不是被动的感受，也不是暂时的娱乐，而是需要我们用全身心去反复寻味的一种发现，一种创造，一种高级的价值判断。当我们真正发现生活的审美价值的时候，我们自身的精神境界以及对人生价值的理解也就得到了相应的提

高。

鉴赏心理学是审美心理学的组成部分，审美心理学还有另一部分，那就是创作心理学。艺术鉴赏和艺术创作构成相辅相成的两种对应的心理流程。从观赏者内心活动的角度来探索鉴赏形象的性质，鉴赏心理框架的形成，鉴赏中感知、想象、理解的关系，美感直觉与深层心理的关系，鉴赏与社会文化心理的关系以及各类艺术鉴赏的特征，并综合现代心理学、美学和文艺学提供的新观点和新方法，对鉴赏心理的特殊性质及其活动规律做出具体的阐述，这就是鉴赏心理学所要完成的任务。

鉴赏心理涉及知觉与理解、情感与概念、意识与本能等等人类心理机能的一切方面，同时具有自身特殊的矛盾和鲜明的个性色彩。确切解释鉴赏心理一系列独特现象是一件难事，解释得通俗易懂更是难上加难。在美学领域，通俗与深刻似乎很难两全其美，一般的美学专著往往深奥有余而通俗不足，当力求通俗的时候，又容易流于浅薄而欠深刻。

但愿这部小书能够以通俗的形式带领青少年读者进入鉴赏心理曲径的深处。

目 录

引 言	(1)
第一章 鉴赏形象	(1)
一 花是美的吗?	(1)
二 形象的三种存在方式	(4)
三 鉴赏形象的主体性	(10)
四 时代流行色	(14)
第二章 鉴赏框架	(20)
一 审美定势	(20)
二 “移情”说	(26)
三 “距离”说	(30)
四 “形式”说	(35)
五 “完形”说	(41)
第三章 鉴赏感知	(46)
一 莫奈的《干草垛》	(46)
二 想象性目光	(50)
三 视觉形象和听觉形象	(55)
四 知觉的选择	(61)

五	鉴赏中的“通感”	(66)
第四章	鉴赏想象	(72)
一	表象中介	(72)
二	联想的规律	(77)
三	再造想象与创造想象	(82)
四	情感内驱力	(86)
第五章	鉴赏意味	(93)
一	向整个世界打开的窗子	(93)
二	鉴赏理解与形象概括	(99)
三	材料意味	(103)
四	形式意味	(107)
五	内容意味	(112)
第六章	鉴赏心理完形律	(118)
一	审美信息与接受美学	(118)
二	定形、完形与变形	(124)
三	“飞白”的启示	(130)
四	鉴赏完形过程	(135)
第七章	鉴赏直觉与深层心理	(141)
一	鉴赏直觉	(141)
二	本能无意识与经验无意识	(145)
三	两种审美深度	(151)
四	神奇的人脑	(156)

第八章	深层鉴赏与浅层鉴赏·····	(161)
一	鉴赏和游戏·····	(161)
二	现代鉴赏趣味的两极分化·····	(167)
三	艺术与反艺术·····	(174)
四	“趣味无可争辩”吗? ·····	(179)
第九章	各类艺术的鉴赏心理·····	(185)
一	艺术分类法·····	(185)
二	空间艺术鉴赏·····	(190)
三	时间艺术鉴赏·····	(196)
四	时空艺术鉴赏·····	(201)

第一章 鉴赏形象

一 花是美的吗？

“有情芍药含春泪，无力蔷薇卧晚枝”，赏花从来是人们最喜爱，最普遍的审美活动。春暖花开，置身花丛，红的杜鹃，黄的迎春，白的玉兰，紫的丁香，令人赏心悦目，美感不禁油然而生。花是美的象征，美是花的本性，难道还有疑问吗？

然而，现代科学告诉我们，色彩缤纷的鲜花，在蜜蜂眼里和在人眼里，形象全然不一样。蜜蜂的眼睛能够直接见到紫外线但对红色光波极不敏感，而人的眼睛恰好相反，能够灵敏地感受红色光波但不能直接见到紫外线。所以，一朵石榴花在人看来是艳丽的红色，在蜜蜂看来却可能是黑色，甚至能够看到人眼所见不到的紫外线下

显露出的花的纹理。由此可见，五颜六色的花的形象只是在人眼看来才是如此，在蜜蜂或其它动物看来可能并非如此。花的艳丽色彩（花之所以为美的条件），虽然客观存在于花本身，但是只有在一定条件下（通过光的媒介与人眼的交互作用），才能显露于外界。

那么，当人类察觉到花的艳丽色彩的时候是否就一定能够同时察觉到花的美呢？也不见得。翻开中外艺术史就知道：动物在人的艺术表现中，远远早于对花卉的艺术表现。早期的原始人长时期生活在遍地奇花异草的原始丛林，但丝毫觉察不到花的美。迄今发现的数百处旧石器时代的原始洞穴壁画，所画的对象尽是野牛、野马、野象、野鹿，还没有发现一座以花花草草为表现对象的洞穴。在狩猎时代，动物是人类的“衣食父母”，血可解渴，皮可御寒，肉可充饥，千万年漫长的狩猎生活炼就了原始人一副敏锐的眼和一双灵巧的手，捕捉动物时耐心的静观默察使他们对动物的外形、体态、动作、习性极其熟悉，铭记于心。由于在生存竞争中，人与动物的接触最为频繁，因而动物就成为人类最早的艺术表现的对象。在西班牙著名的阿尔塔米拉岩洞里，受伤的野牛的真实形

象被克罗马农人用红、黄、褐三种矿物颜料进行明暗晕染处理,色彩鲜明,线条遒劲,姿态传神,具有一定的力度、体形和气韵,甚至显出虚实相间的毛茸茸的皮毛感觉,很难想象这些动物壁画是出自史前两万年旧石器时代晚期的原始人之手。花卉成为人类的艺术表现对象和鉴赏对象,是在新石器时代农耕社会出现之后。由于定居的农耕生活,新石器时代的原始人和花卉植物之间发生了深厚牢固的情感联系,同时,相对稳定的农耕生活也使人类对日出日落,花开花谢等等合规律的自然现象产生了更深刻的印象,于是,代替旧石器时代动物壁画的是新石器时代的彩陶器皿上的生动纹饰。从藤的卷须,花的枝蔓,树的年轮,水的涟漪中,当时的人们在色彩感、形式感和结构感方面得到崭新的美的启示,于是就按照美的规律在各种陶器上描绘出变幻万千的花纹。

费尔巴哈说:“感情的对象就是对象化的感情。如果你对于音乐没有欣赏力,没有感情,那么你听到最美的音乐,也只是象听到耳边吹过的风,或者脚下的流水一样。”^①马克思发挥了费

^①引自《西方哲学家文学家音乐家论音乐》(人民音乐出版社,1983年版)第121页。

尔巴哈的美学观点，他说：“人的眼睛跟原始的、非人的眼睛有不同的感受，人的耳朵跟原始的耳朵有不同的感受。”“只有音乐才能激起人的音乐感；对于不辨音律的耳朵说来，最美的音乐也毫无意义。”^①由此我们可以得出一条重要结论：鉴赏活动是人类特有的高级心理活动，鉴赏形象在人类社会发展到一定阶段时才能在人的头脑中形成，人和现实对象在长期实践中构成的特定的情感联系是鉴赏形象产生的前提。

花是美的吗？当花处于人类的社会实践之外，同人不发生任何关系时，对人来说，它就无所谓美丑；而当花和人类在实践过程中发生特定的情感联系时，人们也就发现了花的美，花的形象在人的心目中也就变成审美的鉴赏形象了。

二 形象的三种存在方式

审美的领域是形象的领域。数学公式，机械

^①引自《1844年经济学一哲学手稿》，第79页。

图纸、公文报表、统计数字和科学论文当然不易激发美感。我们生活在充满色彩、动态和音响的世界之中，那些活生生的、有声有色的具体形象才容易激起心灵的感受，引起我们的想象和情感，带领我们进入审美的领域。

形象具有三种存在方式，即作为现实美而存在的生活形象，作为艺术美而存在的艺术形象，作为想象美而存在的鉴赏形象。真正辨清鉴赏形象的想象美的特殊本质及其同生活形象和艺术形象之间的关系，是鉴赏美学的主要课题。

现实美和艺术美客观存在于我们身外，并不因观赏者主观的好恶而改变构成其美的条件的客观性质。美在蓝天，在大海，在流霞，在繁星，在冬日的皑皑白雪，在夏日的油油翠木，美在草叶的两半对称里，美在虎豹的斑斓皮色中。自然万物似乎按照美的规律造型，人类更是物质进化中美的结晶，不仅人体外形动态充满美的韵律，而且唯独人类具有善于欣赏美的感官和能够创造美的双手和心灵。米罗岛维纳斯的优雅动人的体态是美的，敦煌飞天轻盈飘逸的形象是美的，美在《天鹅湖》音响构成的奇妙世界，美在《红楼梦》语言编织的太虚幻境。现实中处处有美，

社会实践不断在创造新的美，但是就个人来说，却往往生活在美的事物包围之中而不能感知美和发现美。因为现实美和艺术美虽然是想象美的源泉，但想象美能否产生不仅依赖客观条件，还要依赖主观条件。生活形象和艺术形象是客观的，而鉴赏形象作为主观的心象，却因时、因地、因人而异。音乐厅里的听众共同欣赏一部交响乐，有人整个身心沉浸在乐曲中，情感随旋律而起伏，脑海浮现相应的鉴赏形象，进入音乐鉴赏的忘我境界；而有人完全可能无动于衷，昏昏欲睡，脑海里一片空白，毫无鉴赏形象产生的迹象，当然也就谈不上任何鉴赏。

鉴赏形象是心理现象而不是物理现象，它涉及的是想象的时间和空间，而不是现实的时间和空间。鉴赏的乐趣是想象的乐趣。心理事实不等于物理事实。同样长短的时间，看戏的一小时会显得短促，而等车的一小时会显得漫长；同样高低的身材，穿上竖条衣衫会略显苗条，穿上横条衣衫会略显粗壮。鉴赏形象有人称之为审美的幻觉。“光渗效应”，“垂直线过高估计效应”和“对比效应”是我们在鉴赏中经常碰见的有趣的心理现象。所谓“光渗效应”是指由于光

的散射与折射作用，眼睛看到的黑暗底色上的光亮物体似乎变大了，侵占了黑暗底色的背景部分。达·芬奇在《笔记》中这样记叙“光渗效应”对视觉形象的影响：“我曾观察过穿黑色衣服和戴白色头巾的女人，觉得后者的肩膀仿佛比前者要宽一倍。如果从远处观看堡垒的齿，这些齿彼此的空隙与齿的宽度本来是相等的，然而空隙却显得比齿大得多。”歌德在他《学习与颜色》里也写道：“暗色的物体比同样大小的明亮物体显得小些。”“新月芽看起来好象是属于一个比月亮阴暗部分直径更大的圆。”所谓“垂直线过高估计”的心理效应，是指同样长度的垂直线比水平横线看起来会做出较长的估计，同时，一组相互平行的垂直线，如向上延长，它们的上端看去仿佛会微微散开，而一组相互平行的水平横线，如左右水平延伸，其两端看去又仿佛会趋向会聚。至于“对比效应”，我们在鉴赏中更是司空见惯。法国作家左拉有一篇著名的小说《陪衬人》，写的是相貌难看的贵妇人为了美化自己特意雇佣一个比她更丑的丑女充当“陪衬人”，每日伴她出入交际场所，从而通过对比效应掩饰其丑而显露其“美”，做“陪衬人”雇佣生意的

老板因而大发其财。左拉的小说未免有艺术的夸张，但鉴赏形象的美丑、明暗、强弱往往只能从对比中见出，却是实情。

远在古希腊时代，人们已经在实践中觉察到鉴赏形象和客观存在的自然物象和艺术形象的区别。由希腊雕塑艺术泰斗菲狄阿斯总体设计，建成于前4世纪末的巴特侬神庙是人类艺术史上的奇迹。巴特侬神庙外观为巨石四绕的陶主克式长方形云石建筑，云石所含的铁质使整个建筑上弥漫着一片澄黄的光彩，在蓝天的衬托下显得异常和谐美丽。1847年，英国建筑师对它做确切的实地测量，竟然发现巴特侬神庙的外形轮廓无一处是直线。鉴赏形象的视觉和谐原来是由一系列极为巧妙的艺术安排所致：神庙的列柱并非绝对垂直排列，只有正中两根垂直，其余各柱都向中央略斜，愈靠外倾斜愈大，恰好纠正观赏者由于“垂直线过高估计”产生的视觉偏差，看去反而使人产生一种刚劲直立的挺拔感。列柱的粗细也不一样，座落于神庙边缘、处于光线明亮背景下的柱子略粗，愈到中央部位，背景愈暗则渐渐略细，恰好纠正“光渗作用”造成的视觉偏差，看去更加完美匀称。另外，每根圆柱本身也不是上下同

样粗细，中段略凸而顶部略收。神庙各部装饰，比例也不一样，一般愈在高处，比例则稍加大，根据观赏者仰视的视角的大小，予以种种宽狭长短的变化，从而在观赏者心目中产生了一个无与伦比、百看不厌，和谐美丽的鉴赏形象。

菲狄阿斯虽然不能在理论上对鉴赏形象做出说明，但是在实践中，他已经清楚地察觉到作为想象美而产生于观赏者心目中的鉴赏形象根本有别于客观存在的自然物象或艺术形象。据传，菲狄阿斯曾同另一位希腊雕塑高手阿尔卡美奈斯比试才能，双方约定同时雕塑竖立在圆柱顶端的雅典娜女神象，看谁获得成功。菲狄阿斯参照圆柱的高度，充分估计到观赏者在仰视情况下接受形象的透视效果，匠心独运，设计了雕象的情态。但是当人们察看菲狄阿斯设计的手稿时，却觉得它丑不成形，气愤得几乎要用石头砸作者。再看阿尔卡美奈斯设计的雕象手稿，形象十全十美，无懈可击，大家都以为阿尔卡美奈斯稳操胜券。不久，两座雕象正式落成，被安置到圆柱高高的顶端。这时人们才惊奇地发现，原来不起眼的菲狄阿斯的设计现在从仰视的角度观赏显得无比适宜，雕象无论从哪个方向仰视都显得仪态万方，