

湖南大学出版社

成远镜 朱晶 编著

今天的审美、艺术活动不再局限于音乐厅、美术馆、博物馆等高雅艺术场所，更多地发生在城市广场、购物中心、街中公园、超级市场等生活场所，发生在购物、家居装修、看电视、散步以及对自己的身体进行美化、塑造、修理等行为之中……

生活美学

ShengHuoMeixue

成远镜 朱晶 编著

湖南大学出版社

今天的审美、艺术活动不再局限于音乐厅、美术馆、博物馆等高雅艺术场所，更多地发生在城市广场、购物中心、街中公园、超级市场等生活场所，发生在购物、家居装修、看电视、散步以及对自己的身体进行美化、塑造、修理等行为之中……

生活美学

Shenghuo Meixue



内 容 简 介

对生活美学作了系统阐述和初步探讨,重点论述了人体美学、服装美学、饮食美学、建筑美学、旅游美学、环境美学等内容。

图书在版编目(CIP)数据

生活美学/成远镜,朱晶编著. —长沙:湖南大学出版社,2007.7

ISBN 978 - 7 - 81113 - 175 - 8

I. 生... II. ①成... ②朱... III. 生活—美学
IV. B834.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 031982 号

生活美学

Shenghuo Meixue

作 者: 成远镜 朱 晶 编著

责任编辑: 肖立生

装帧设计: 吴颖辉

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731 - 8821691(发行部), 8821594(编辑室), 8821006(出版部)

传 真: 0731 - 8649312(发行部), 8822264(总编室)

电子邮箱: pressxiaols@hnu.cn

网 址: <http://press.hnu.cn>

印 装: 长沙湖大印务有限公司

开本: 880×1230 32 开 印张: 9 字数: 232 千

版次: 2007 年 7 月第 1 版 印次: 2007 年 7 月第 1 次印刷 印数: 1~4 000 册

书号: ISBN 978 - 7 - 81113 - 175 - 8/B · 38

定价: 20.00 元

版权所有,盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系

目次

绪 论 001

- 一、生活美学的含义与研究对象 / 001
- 二、生活美学在美学中的地位与价值 / 008
- 三、生活美学的基本构架 / 010

第一章 人体美学（上） 013**第一节 人体的审美特征** / 015

- 一、美在和谐：人的整体美 / 015
- 二、美在匀称：人的形式美 / 018
- 三、有意识的“类存在物”：人的生命美 / 019

第二节 形体美 / 020

- 一、形体美的特征 / 020
- 二、形体健美的标准 / 023
- 三、女子的形体美 / 025
- 四、男子的形体美 / 026
- 五、怎样塑造自己的形体美 / 027

第三节 容貌美 / 030

- 一、容貌美在人体美中的重要地位 / 030
- 二、容貌美的标准 / 032



三、怎样塑造自己的容貌美 / 036

第四节 装饰美 / 038

一、人体装饰的重要意义 / 038

二、装饰品的类型及价值 / 040

三、怎样佩戴首饰来美化自己 / 041

第二章 人体美学 (下) 049

第一节 心灵美 / 051

一、心灵美的基本含义 / 051

二、为什么人的美的核心是心灵美 / 055

三、怎样塑造心灵美 / 057

第二节 语言美 / 060

一、语言美的含义与特征 / 060

二、怎样做到语言美 / 064

第三节 行为美 / 067

一、行为美的含义与特征 / 067

二、怎样做到行为美 / 071

第四节 风度美 / 076

一、风度美的含义 / 076

二、风度美的特征 / 077

三、怎样塑造风度美 / 080

第三章 服装美学 087

第一节 服装对于人类生活的意义 / 089

一、服装的实用意义 / 089

二、服装的象征意义 / 091

三、服装的审美意义 / 094

第二节 服装的审美特征 / 097

一、服装的时代特色 / 097

二、服装的民族特色 / 098

三、服装的职业特色 / 100

四、服装的和谐美 / 101

五、服装的形式美 / 102

六、时髦与性感化 / 103

第三节 着装的艺术 / 106

一、服装与主体条件 / 106

二、着装的技巧 / 110

三、怎样选购服装 / 116

第四章 饮食美学(上) 119

第一节 饮食与美 / 121

一、饮食文化的历史发展 / 121

二、饮食美的基本特征 / 125

三、饮食美的意境追求 / 129

第二节 中国菜的制作与地方风味 / 134

一、烹调基本知识 / 134

二、中国菜的地方风味 / 138

三、饮食美的意境追求 / 142

第五章 饮食美学(下) 147

第一节 酒之美 / 149

一、酒的起源与历史发展 / 149



二、酒的审美特征 / 156

第二节 茶之美 / 162

一、茶的起源与历史发展 / 163

二、茶的感性审美特征及其类型 / 165

三、中国茶艺的美学内涵 / 169

四、中国茶道、茶礼、茶俗的美学品味 / 174

第六章 建筑美学 179

第一节 建筑与建筑美 / 181

一、中外建筑概述 / 181

二、建筑美的构成 / 185

第二节 建筑的审美特征 / 188

一、建筑的造型美 / 189

二、建筑的意境美 / 191

三、建筑的音乐美 / 193

第三节 居室的美化 / 196

一、居室装饰的美学原则 / 196

二、居室美化的意境追求 / 198

三、居室美化应注意的问题 / 199

第七章 旅游美学 203

第一节 旅游的文化内涵与审美特质 / 205

一、旅游的文化内涵 / 205

二、旅游的审美特质 / 208

第二节 山水景观美 / 213

- 一、山水景观美的含义与特征 / 213
- 二、山水景观美的移情和想象 / 216
- 三、山水审美的历史发展 / 217

第三节 园林形式美 / 220

- 一、园林形式美概说 / 220
- 二、中国园林形式美的构成 / 221
- 三、中国古典园林的类型 / 226

第四节 人文景观美 / 228

- 一、人文景观美的含义与特征 / 228
- 二、人文景观美的类型 / 230

第八章 环境美学 237

第一节 环境美的特征、价值与创造原则 / 239

- 一、环境美的含义与特征 / 239
- 二、环境美的价值 / 243
- 三、环境美的创造原则 / 247

第二节 自然环境美的建造 / 252

- 一、自然环境美的含义及类型 / 252
- 二、环境问题及其危害 / 254
- 三、自然环境的保护与美化 / 257

第三节 城市环境美的建造 / 261

- 一、城市环境美的含义及构成 / 261
- 二、城市环境美的特征 / 264
- 三、城市环境美的建造 / 266

第四节 乡村环境美的建造 / 269





一、乡村环境美的含义及构成 / 269

二、乡村环境美的特征 / 271

三、乡村环境美的建造 / 273

参考文献 / 278

后 记 / 281

绪 论

以往美学的合法性是以高雅艺术居于人们审美活动的主流地位为依据的。它所关注的是美的本质、审美规律以及艺术形态中的美与丑等问题。它通过审美的非功利性切断了美与生活之间的联系,使得美与生活成为彼此对立、互不相关的两个领域。随着社会的发展与进步,随着人们物质生活水平和精神文化需求的不断提高,以往的高雅艺术已经被日常生活审美化趋势驱逐出中心地带了,人们渐渐逃离了传统的审美方式,居于社会审美活动主流地位的无疑是日常生活的审美化,而不再是高雅艺术或纯文学。美学所研究的内容已经扩大到生活的各个领域。美与生活、美与商品、美与服装、美与环境、美与旅游、美与选美等广泛联系而又相互渗透。生活美学就是在日常生活审美化或审美的日常生活化大趋势下的产物。

一、生活美学的含义与研究对象

(一) 日常生活审美化与生活美学的兴起

在审美与生活的关系上,以往的美学往往只醉心于艺术,主张艺术是美的核心,而排斥自然美、生活美。从柏拉图、亚里士多德开始,都是以艺术为美学对象。鲍姆嘉通虽然确立了美学学科的地位,却同样把美学作为艺术哲学的理论。黑格尔从“美是理念的感性显现”的命题出发,更是认为美在现实生活中是没有的,美不过是我们想象力的创造物。因此,他认为美学的名称应该叫作“艺术的哲学”。19世纪俄国车尔尼雪夫斯基在美学史上第一次提出了“美是生活”的著名命题,确立了以人为本的美学思想。但他在给美下定义时,仍旧认为美学其实就是一般艺术。他认为:“任何事物,我们在那里看得见依照我们的理解应当如此的生





活，那就是美的；任何东西，凡是显示出生活或使我们想起生活的那就是美的。”他所强调的是艺术对生活的反映，艺术美对生活美的再现。这样，本来应该通过人在现实中的审美活动来了解艺术审美活动，但在以往的美学中却颠倒了，成为通过艺术审美活动来了解人在现实生活中的审美活动。审美与生活被截然对立起来。

历史地看，这种对立自有它存在的合理性。正是这种对立划定了审美活动与非审美活动、艺术与非艺术的界限。它促进了审美活动的发展，纯化了审美经验，提高了审美创造力和审美鉴赏力，特别是造就了精英艺术的出现和一大批艺术精品的产生。但是，也应当看到，审美与生活的联系是人类历史上古已有之的社会文化现象。凡是有记载以来的历史，无处不可以看到审美现象。中国古代的文人士大夫，它们日常生活中的吟诗作赋、琴棋书画、游山玩水以及衣食住行无不充满审美因素。西方古代的贵族同样如此，他们日常交往的言谈举止都是精心打造的审美活动。无论东西，自古至今，审美在社会各阶层的日常生活中是无处不在的。如果将审美与生活的对立绝对化，并一直走下去，人类不但无法纯化自己，反而会使自己异化或僵化了。那么，面对审美无法脱离生活的事实，以往的知识阶层为何不将社会大众日常生活中的审美问题纳入他们的视野呢？李春青先生分析说：“原因很简单：这批知识精英们所关心的是如何精心营造自己的精神空间，创造精妙、深奥的贵族化审美趣味，以此来确证自己的身份，从而保持其高于一般大众的社会地位。”^①这是很符合实际的见解。所以，无论中国还是西方，尽管审美在生活领域几乎是无处不在的，但是知识精英们却从来不屑于注意生活中的审美问题。只有日常生活审美化成为独立的、超然于知识精英势力范围之外的文化现象时，他们才以惊异的目光来审视这种文化现象了。

① 李春青：《在消费文化面前文艺学何为》，《北京师范大学学报》社科版，2004年第2期。

当历史的车轮进入 21 世纪，随着文化的转向、影像的转向、后现代转向，文学艺术和美学理论发生了重大的变化。其中一个突出的变化就是日常生活的审美化。（其实，在 20 世纪 60 年代，日常生活的审美化便已经有人提出来了，只是到了 20 世纪末至 21 世纪初才得以彰显。）在今天，美不再是艺术“蛋糕上的酥皮”，文学也不再是艺术“皇冠上的明珠”，审美与非审美、艺术与非艺术的界限已经模糊了。正如有的学者描述的那样：“过去美和艺术只与少数风雅的上流人物有关，现在却要满足整个社会的需要；过去美和艺术是沿着有限的渠道缓慢地传播到有限的地方，现在却是把美和艺术的各種变化同时传播到全世界；过去美和艺术的选择要受到权威、传统、群体的限制，现在对于美和艺术的选择却更自由、更广泛、更为个体化；过去美和艺术所要求于每一个人的是‘什么是美’？而现在美和艺术所要求于每一个人的则是‘什么可以被认为是美的’？过去美和艺术所塑造的是一系列固定不变的形象，现在美和艺术所提供的则是一系列瞬息万变的影像……”^① 这里描述了日常生活审美化所带来的美和艺术观念的变化。英国社会学家费瑟斯通在《消费文化与后现代主义》中指出日常生活审美化呈现为三种方式：一是指那些消解艺术与日常生活距离的艺术亚文化，如达达主义、历史先锋派运动等；二是指将生活转化为艺术的谋划，具体指追求生活方式的风格化、审美化；三是指日常生活符号和影像的泛滥。如果说，第一种是艺术自身走向生活的要求，却仍然体现着审美与生活对立的话，那么第二种则是生活自身走向艺术的要求，反映着传统的美学边缘被不断侵吞、拓展，甚至被改变的趋势，而第三种则是美与生活在现代社会中相互渗透的必然结果。金元浦先生说：“美不在虚无缥缈间，美就在女士婀娜多姿的线条中，诗意就在楼盘销售的广告间，美渗透到衣食住行等社会生活的方

^① 潘知常：《美学的边缘》，上海人民出版社 1998 年版，第 260 页。





方面面。”^①今天的审美、艺术活动不再局限于音乐厅、美术馆、博物馆等高雅艺术场所，更多地发生在城市广场、购物中心、街心公园、超级市场等生活场所，发生在购物、家居装修、看电视、散步以及对自己的身体进行美化、塑造、修理等行为之中。例如，当下人们十分关注自己的身体塑造。过去的“减肥”被置换为“瘦身”，升级为“塑身”，或进一步美化，在身体上作画。街头巷尾出现了许多美容场所，像美发、美容、美体、美胸、美臀、美甲等。天津一丑女找工作上千次被拒，愤然整容整形。外国歌星杰克逊对皮肤进行全身漂洗。这种文化现象表明，审美已完全融合进日常生活之中，“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”。

艺术与生活界限的模糊，审美因素向生活的转移、渗透和扩展，强烈地冲击着美学的传统定义。德国学者沃尔夫冈·韦尔施在《重构美学》中清楚地表明了这一点。他认为，日常生活的审美化已经成为一个不可回避的事实，因而美学要作出相应的调整以适应新的形势。在他看来，传统美学仅仅局限于艺术领域，现在应该建立一种“超越美学的美学”，即他所谓的“伦理美学”。美国学者理查德·舒斯特曼在《实用主义美学》中也表达了同样的意思。他强调美学的对象不只是艺术而更应该是生活。他提出了“身体美学”的概念，其主要意图就是要扩展美学学科的范围。一些后现代主义研究者如博得里亚、费瑟斯通、维尔什、杰姆逊等人都发表过相似的意见。

正是在“日常生活审美化”越来越成为一个独立话题的社会语境下，生活美学作为一门新兴美学学科越来越受到人们的关注。许多精英知识分子将日常生活审美化视为与纯文学或非功利的审美活动具有同等地位的研究对象。近年来出版的《服装美学》、《美容美学》、《烹饪美学》、《交际美学》、《旅游美学》、《爱情美学》、《建筑美学》等著作，反映了人

^① 金元浦：《别了，蛋糕上的酥皮》，《文艺争鸣》2003年第6期。

们对于日常生活审美化现象研究的成果，确立了生活美学作为美学一个分支学科的历史地位。

（二）生活美学的涵义与研究对象

生活美学是以生活美作为研究对象的应用美学学科。北京师范大学王一川先生认为，美学作为一门独立学科可以分为三种范型：第一种是元美学，或称形而上美学，它是以美的本质论、美感论为中心建筑起来的美学理论体系，讲究有机性、完整性和系统性，我国 20 世纪的元美学研究初创于 30~40 年代，50 年代得以确立。它是德国古典美学、苏联美学和中国古代功利美学相融合的产物，其间产生了主观派、客观派、主客观统一派和社会实践派等不同流派。这种美学从根本上说，是一种认识论美学。第二种是形式法则美学（普通美学）。它研究审美的共同的形式法则，以及各部门艺术的共同的形式美规律，把文学、绘画、音乐、戏剧、影视等各个艺术门类串通起来，寻求它们的共同特点和规律，如当代出现的《美学原理》之类。第三种是实用美学。它是 20 世纪 90 年代特别兴旺的应用美学，或可称为审美应用学。实用美学是对普通美学原理的实际运用，强调实用性、功利性和专门化。如诗歌美学、绘画美学、电影美学、服装美学、装潢美学、烹调美学、美容美学等。^① 所以，生活美学是实用美学中的一个分支，是运用美学的理论，研究生活中的审美现象，揭示生活中美的事物和审美活动的特点与规律的一门学科。

生活美学的研究对象是生活美。生活美是广泛地存在于生活领域中的美，它是美的主要形态之一。生活美是人类最重要、最直接、最普遍的美的实体，是人类最重要的审美对象。

生活美的范围十分广阔。首先，生活是人创造的，人是生活的主体。生活美的核心是人自身的美。人的美包括外在

^① 参阅王一川：《修辞论美学》，东北师大出版社 1998 年版。





美和内在美两个方面，外在美指形体美、仪容美和服装美，人的内在美指心灵美，也包括语言美、行为美、风度美等方面。心灵美是人的美的根本，语言美、行为美、风度美是心灵美的外在体现。

为什么生活美的核心是人的美？这就涉及人的本质问题。人的本质是什么？人之所以为人，主要在于他是一种有意识的“类存在物”。马克思说：“动物和它的生命活动是直接同一的。动物不把自己同自己的生命活动区别开来……人则使自己的生命活动本身变成自己的意志和意识的对象，他的生命活动是有意识的。”^① 马克思科学地揭示了人和动物的根本区别在于人是“有意识的”，人是超越了生命本能支配的那个生命活动的主宰者。正因为人是有意识的“类存在物”，所以，人就能够按照自己的目的和意愿来改造世界和创造世界，不受生命本能支配进行生产。因为有意识，人不仅能认识到自身的主体地位，而且能认识作为客体的对象，并在主体与客体之间建立起种种关系。这些关系，有的是实用性的，意在满足人们的物质生活需要；有的是伦理性的或审美性的，意在满足人们的精神生活需要。正是在这个意义上，俄国车尔尼雪夫斯基提出了“美是生活”的命题，并把生活中的美作为美学研究的对象。车尔尼雪夫斯基把美看成是客观地存在于生活之中的东西，其实他说的主要是生活美问题，这种美是和人的本质相联系的。

同时，我们还应该看到，人本身就是世界上最精巧的、最完备的、最高级的审美对象。莎士比亚在《哈姆莱特》中说：“人类是一件多么了不起的杰作！多么高贵的理性！多么伟大的力量！多么优美的仪表！多么文雅的举动！在行动上多么像一个天使！在智慧上多么像一个天神！宇宙的精华！万物的灵长！”莎士比亚高度赞颂了人的内在的和外在的美。人不仅具有理性的、智慧的美，而且具有仪容举止的

① 《马克思恩格斯全集》第23卷，人民出版社1963年版，第649页。

美。朱自清先生在《女人》这篇散文中作了生动的描绘：“我以为艺术的女人第一是有她的温柔的空气；使人如听着箫管的悠扬，如嗅着玫瑰花的芬芳，如躺着在天鹅绒的地毯上。她是如水的密，如烟的轻，笼罩着我们，我们怎能不欢喜赞叹呢？这是由她的动作而来的：她的一举步，一伸腰，一掠鬓，一转眼，一低头，乃至衣袂的微扬，裙幅的轻舞，都如蜜的流，风的微漾；我们怎能不欢喜赞叹呢？”试问，什么事物的美能比得上人的美呢？

其次，人的各种实践活动所构成的各种生活形式是生活美的重要内容，如学习生活、劳动生活、爱情生活、军旅生活等。此外，还有饮食起居、娱乐休息、与家庭成员及亲朋好友进行交往等日常生活。在这些生活活动中，人们的道德风尚、文化教养、审美情绪得到充分的表现，成为生活美的重要形式。

第三，社会产品的美是构成生活美的重要组成部分。马克思说：“人也按照美的规律来建造。”（《1844年经济学—哲学手稿》）社会产品是人们按照美的规律创造出来的社会物，凝聚着人的积极肯定的本质力量，是劳动者智慧和意志的结晶，总给人以美的享受。例如，商店里琳琅满目的各类商品，鳞次栉比的高楼大厦，截江而建的三峡大坝，载人航天的宇宙飞船等，都是社会功利性与审美性的和谐统一，是生活美的集中体现。不仅物质产品如此，许多精神产品，如鲜艳的五星红旗，运动员奋力拼搏争夺来的各种奖牌，科学家反复实验创造出来的科技成果等，无不闪烁着生活美的光辉。

第四，良好的社会风尚和优美的社会环境，也属于生活美的范围。人类总是生活在一定的空间环境之中。人类生活环境包括自然环境和社会环境。自然环境的优劣美丑直接影响人的发展。所以摩尔根在《古代社会》里谈到原始人也很重视自然环境的选择，经常因为争夺好山好水进行战争。社会环境可以指整个时代、国度，也可以指人们居住的所在城





市、村庄，甚至所在单位乃至个人住宅所处的人文环境。随着现代科学技术的发展，人们认识到生活环境与人的生存发展的密切关系，对环境美的要求愈来愈高，倍加重视。例如，我国在如何促进自然界的生态平衡，排除工业污染，制止水土流失，扩大植被面积，建设自然保护区等方面采取了许多有力措施，在城市建设、村镇建设、旅游区建设等方面加快了发展步伐，以使人们的生活环境越来越美，越来越有利于生产劳动与人的生存和发展。这种环境美的建造毫无疑问是生活美的重要内容。社会风尚是指社会中人与人之间的一种关系，从某种意义上说，就是一种社会环境。它像一面镜子折射出一定社会精神文明的程度。建立起美的社会风尚，是我们的政府和普通公民努力追求的目标。

所以，生活美学的研究对象——生活美——就是人自身的美、人的实践活动的美、人的生活形式与生活环境的美。此外，还要研究人与自然、人与人、人与社会事物之间的审美关系。对这些内容的研究，可以帮助我们懂得如何审美地生活，以及如何创造美好的生活，提高生活质量和人生品位。

二、生活美学在美学中的地位与价值

和理论美学比较起来，生活美学在美学史上是没有地位的。传统的美学观认为，美学是以美为研究对象，它的研究核心是艺术而不是生活。审美是无功利或超功利的。如果将美学研究应用于日常生活领域或物质生产领域，使它和实用结合在一起，便认为是与审美的本性背道而驰，是“美学的泛化”。这种偏颇的状况已经引起国内外美学界的不满。国际美学学会前主席阿莱斯·艾尔雅维茨说：“审美泛化（aestheticization）无处不在。所谓‘审美泛化’是指对日常环境、器物也包括人对自己的装饰和美化。进一步说，美学也因此淡化了其形而上学意味，我们知道，即使‘形而上学’