

全国旅游专业规划教材

# 旅游 美学基础

LÜYOU MEIXUE JICHU

张文祥 编著

旅游教育出版社

全国旅游专业规划教材

# 旅游 美学基础

LÜYOU MEIXUE JICHU

张文祥 编著

旅游教育出版社

责任编辑:魏志国 杨晓娟

**图书在版编目(CIP)数据**

旅游美学基础/张文祥编著. —北京:旅游教育出版社, 2007. 1

全国旅游专业规划教材

ISBN 978-7-5637-1449-0

I. 旅… II. 张… III. 旅游—美学—高等学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 163422 号

全国旅游专业规划教材

**旅游美学基础**

张文祥 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepdfx @ 163.com
排版单位	东远先行彩色图文中心
印刷单位	中国科学院印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	12.125
字 数	192 千字
版 次	2007 年 3 月第 1 版
印 次	2007 年 3 月第 1 次印刷
定 价	18.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

# 出版说明

旅游作为当代人闲暇生活的重要方式,更多的是一种感受美、体验美、欣赏美的活动。产生旅游动机的需求是多样的,但就多数旅游者而言,在旅游中一是“观光”、二是“体验”,是通过旅游到自然景观、人文景观和异域的城市与乡村中去,观赏自然与人文风情,欣赏不同类型、不同形态的美;体验不同的环境、不同的生活,获得美的享受,愉悦身心、陶冶性情。旅游作为人们在异地的休闲生活,摆脱了工作、学习与生活事务的繁忙紧张,不仅有较多的时间专心地去观赏自然景观、历史人文景观,观赏城市、乡村中的社会生活景观,而且能够以轻松的、审美的心态去对待旅游中的生活。旅游的实质,是人类众多生存方式中的一种审美化的生存方式——是使精神情感得到愉悦的生存方式。研究旅游审美活动的旅游美学,一直是旅游学科的重要内容,也是旅游教育的重要内容。

《旅游美学基础》是根据旅游业现实发展的需要为职业院校旅游专业学科编写的旅游基础课教材。全书分为9部分:导论,讲述旅游美学的研究对象及旅游美学的学习方法;第1章美与旅游审美心理,讲述美的本质与特征及旅游审美心理的过程与类型;第2章至第6章的自然景观审美、历史人文景观审美、中国传统艺术、中国文物与旅游工艺品审美、社会生活的旅游审美5章,就旅游活动中的主要审美对象的审美特征与审美方法分别进行讲述;第7章旅游目的地与旅游企业的形象塑造和第8章旅游工作者的审美修养,讲述旅游业与旅游工作者自身的审美问题。

旅游业,是当代一个迅速发展的产业,旅游业的发展不断丰富着旅游审美活动的内容;旅游学,是一个实践性很强的学科,作为其分支学科的旅游美学也不例外。本教材在遵循旅游美学这一学科的基本知识结构的同时,立足于旅游业的现实发展,从旅游实践需求的角度构建教材结构与内容,具有如下的特点:

1. 努力体现以素质为基础、以能力为本位的现代职业教育理念,以提高学生的审美素质、培育学生的审美能力为主旨。编者在教材中阐述中华审美文化内涵,以启迪学生的民族文化审美情感。

2. 从旅游业的实际需要设计内容,并根据现实的发展,深入浅出地讲述了当前旅游业与旅游学发展中关于旅游审美的前沿问题,在适应现实应用需要的同时,既不失其深度又具有新意。

3. 在结构与内容上,为教师与学生提供了互动的空间;以审美的情感语言讲述旅游审美,使之更具有可读性。

本书既可作为旅游专业教材及旅游企业的培训教材,也适于旅游工作者和有一定文化素质的旅游者阅读。

教材的出版是一个不断完善的过程,作为国内唯一一家旅游教育专业出版社,我们希望得到广大师生一如既往的关心和支持。对教材使用中的问题,我们更希望得到广大师生的积极反馈。我们定会不断以锲而不舍的精神,提高我社教材的专业品质,并回报广大师生与读者对我们的厚爱。

旅游教育出版社

# 目 录

---

导论	(1)
一、旅游美学研究的对象	(1)
二、旅游美学的学习方法	(2)
第1章 美与旅游审美心理	(4)
本章导读	(4)
第一节 什么是美	(4)
一、美的产生与本质	(4)
二、真、善、美的关系	(6)
三、美的特征	(7)
四、形式美及其规律	(8)
第二节 美的存在领域与审美形态	(11)
一、美的存在领域	(11)
二、中西审美形态	(15)
三、审美文化	(18)
第三节 旅游审美心理过程	(18)
一、审美心理构成要素	(18)
二、旅游审美的心理过程	(20)
第四节 旅游审美心理的类型	(24)
一、人类共同的旅游审美心理	(24)
二、群体的旅游审美心理	(25)
三、个体的旅游审美心理类型	(26)
本章小结	(28)
思考与练习	(29)
第2章 自然景观审美	(30)
本章导读	(30)
第一节 自然景观的审美意义与特征	(30)
一、自然景观审美欣赏的意义	(30)

二、自然景观的审美特征 .....	(32)
第二节 自然景观的审美方法 .....	(37)
一、自然景观的观赏特征 .....	(37)
二、自然景观的观赏方法 .....	(38)
第三节 中国山水文化与山水诗 .....	(42)
一、中国山水文化的基本精神 .....	(42)
二、山水名胜与中国文化 .....	(44)
三、山水诗是中国山水文化的重要成果 .....	(45)
第四节 可持续发展观与生态审美意识 .....	(48)
一、可持续发展观 .....	(48)
二、旅游业可持续发展中的生态问题 .....	(50)
三、现代生态观与生态审美意识 .....	(50)
四、生态审美意识对旅游审美的导向 .....	(51)
本章小结 .....	(53)
思考与练习 .....	(53)
<b>第3章 历史人文景观审美 .....</b>	<b>(54)</b>
本章导读 .....	(54)
第一节 历史人文景观的审美价值与特征 .....	(54)
一、历史人文景观的审美价值 .....	(54)
二、历史人文景观的观赏特征 .....	(57)
第二节 中国古建筑审美 .....	(59)
一、建筑特征概述 .....	(59)
二、中国传统建筑的审美特征 .....	(60)
三、旅游景观中的传统建筑鉴赏 .....	(63)
第三节 园林艺术审美 .....	(66)
一、中国古典园林艺术的发展 .....	(66)
二、中国传统园林的艺术特征 .....	(67)
三、各类园林景观 .....	(69)
第四节 宗教景观审美 .....	(72)
一、佛教、道教概述 .....	(72)
二、宗教景观的审美特征 .....	(73)
三、各类宗教景观的欣赏 .....	(75)
第五节 历史遗迹景观审美 .....	(77)
一、历史遗迹的审美特征 .....	(78)
二、各类历史遗迹景观欣赏 .....	(79)

本章小结 .....	(83)
思考与练习 .....	(83)
<b>第4章 中国传统艺术 .....</b>	<b>(84)</b>
本章导读 .....	(84)
<b>第一节 中国传统艺术的审美特征 .....</b>	<b>(84)</b>
一、侧重于精神性的追求,重“传神”、写意 .....	(84)
二、以和谐优美的审美形态为主流 .....	(85)
三、在艺术表现上侧重整体性的把握 .....	(86)
四、侧重于装饰性的表现 .....	(87)
五、审美观赏中的虚心澄怀、仰观俯察、品味和体悟 .....	(87)
<b>第二节 中国画艺术 .....</b>	<b>(89)</b>
一、中国绘画发展简述 .....	(89)
二、中国画的分类 .....	(91)
三、中国绘画的艺术表现特点 .....	(92)
四、中国画的审美特征 .....	(93)
<b>第三节 中国书法艺术 .....</b>	<b>(95)</b>
一、中国书法艺术发展简述 .....	(95)
二、中国书法的书体 .....	(96)
三、书法艺术的形式特征 .....	(98)
四、书法艺术的欣赏要点 .....	(99)
五、书法艺术的时代性与艺术风格 .....	(100)
六、书法艺术与旅游 .....	(102)
<b>第四节 古代雕塑艺术 .....</b>	<b>(103)</b>
一、中国古代雕塑的分类 .....	(103)
二、古代雕塑艺术的审美特征 .....	(105)
三、中国古代雕塑的旅游欣赏 .....	(106)
<b>第五节 传统戏曲艺术 .....</b>	<b>(108)</b>
一、中国戏曲艺术发展概述 .....	(108)
二、传统戏曲的类别 .....	(109)
三、传统戏曲艺术的审美特征 .....	(110)
<b>第六节 传统音乐与民间歌舞 .....</b>	<b>(113)</b>
一、传统音乐与民间歌曲 .....	(113)
二、中国歌舞艺术 .....	(116)
本章小结 .....	(119)
思考与练习 .....	(119)



<b>第5章 中国文物与旅游工艺品审美</b> .....	(120)
本章导读.....	(120)
<b>第一节 中国文物的鉴赏</b> .....	(120)
一、文物的概念与品类.....	(120)
二、文物鉴赏的意义.....	(121)
三、文物鉴定的原则与方法.....	(122)
四、文物的欣赏.....	(123)
<b>第二节 旅游工艺美术审美</b> .....	(125)
一、旅游工艺品的审美特征.....	(125)
二、民间工艺美术和少数民族工艺美术.....	(127)
三、旅游工艺品的开发与创新.....	(129)
本章小结.....	(131)
思考与练习.....	(131)
<b>第6章 社会生活的旅游审美</b> .....	(132)
本章导读.....	(132)
<b>第一节 民俗文化的旅游审美</b> .....	(132)
一、民俗文化的概念.....	(132)
二、民俗文化在旅游中的作用.....	(133)
三、民俗文化中的旅游审美内容.....	(134)
四、民俗文化旅游审美的特征.....	(136)
五、民俗文化旅游审美的真实性问题.....	(138)
<b>第二节 乡村田园的旅游审美</b> .....	(139)
一、乡村是当代人的“故土”、“家园”.....	(139)
二、乡村田园景观的审美特征.....	(140)
三、参与农村生产劳动的审美体验.....	(141)
<b>第三节 当代城市的旅游审美</b> .....	(142)
一、城市发展概述.....	(142)
二、城市社会文化环境的审美体验.....	(143)
三、城市环境景观、商业景观和文化景观欣赏.....	(143)
四、城市科学美与技术美的欣赏.....	(146)
五、工业景观欣赏.....	(146)
<b>第四节 饮食文化的审美</b> .....	(148)
一、中国古代饮食文化概说.....	(148)
二、中国饮食文化的审美构成要素.....	(148)
三、中国饮食审美文化的特征.....	(150)

第五节 主题公园的审美	(152)
一、主题公园的主要类型	(152)
二、主题公园在当代审美文化中的作用与地位	(154)
三、主题公园的审美特征与欣赏	(155)
本章小结	(156)
思考与练习	(156)
<b>第7章 旅游目的地与旅游企业的形象塑造</b>	(157)
本章导读	(157)
第一节 旅游目的地的形象塑造	(157)
一、旅游目的地形象塑造的意义	(157)
二、旅游目的地社会文化环境氛围的塑造	(158)
三、旅游目的地的景观空间设计	(160)
四、旅游目的地的形象推广	(162)
第二节 旅游企业的形象设计	(163)
一、旅游企业形象的构成要素与定位	(163)
二、旅游文化、企业文化与企业形象设计	(165)
三、旅游企业形象设计与 CIS	(165)
四、旅游企业形象塑造的新趋势	(169)
本章小结	(169)
思考与练习	(169)
<b>第8章 旅游工作者的审美修养</b>	(171)
本章导读	(171)
第一节 旅游工作者审美修养的任务与途径	(171)
一、旅游工作者审美修养的任务	(172)
二、旅游工作者审美修养的实质和意义	(174)
三、旅游工作者审美修养的途径	(174)
第二节 旅游工作者的形象塑造	(175)
一、仪表、仪态与语言美	(175)
二、风度美	(178)
三、心灵美	(180)
本章小结	(181)
思考与练习	(181)
<b>主要参考文献</b>	(182)
<b>后记</b>	(184)

# 导 论

审美在旅游活动中的地位,随着旅游业的兴旺发展日益为人们所认识。在 20 世纪七八十年代,一门有着旅游学与美学两学科交叉特点的新学科——旅游美学应运而生。旅游美学作为一门实践性很强的学科,随着旅游业的发展,不断地得到丰富和完善,并成为旅游院校中的重要专业理论课程。学好旅游美学首先要了解它所研究的对象和学习的方法。

## 一、旅游美学的研究对象

作为一门新兴学科,旅游美学以旅游中的审美活动作为研究的基本内容,研究对象包括如下三个方面:

### (一) 旅游审美主体

旅游审美活动的动因来自旅游者的审美心理欲求;旅游审美欣赏活动过程是旅游者发现美、欣赏美、体验美的审美心理过程;旅游者在整个旅游审美过程中是活动的主体;没有旅游者,旅游审美活动不可能产生。

虽然旅游者有着不同的年龄、性别、文化层次、社会阶层,来自不同的地域、民族与国家,又各有不同的生活阅历和志趣爱好,在旅游中有着千差万别的审美个性,选择的旅游观赏对象也各有差异;但是,旅游者在旅游审美观赏过程中,审美心理的变化是有一定的共同规律可循的。旅游美学对旅游审美主体的研究,着重于旅游者在旅游审美观赏中审美心理变化规律以及所呈现出的审美个性的研究;同时也研究旅游审美活动对旅游者人格的塑造、人性的升华以及审美化生存态度的影响和作用。这一研究有助于旅游工作者更深入、全面地在旅游活动中为旅游者提供完善的服务,满足他们的审美欲求,促进审美体验的实现和深入,使旅游者获得更为丰富的审美享受。

### (二) 旅游审美客体

旅游审美客体,也就是旅游者在旅游中的审美观赏的客观对象。旅游审美观赏对象极为丰富和广泛,现代旅游业的发展,使旅游审美活动渗入到自然、艺术和社会生活的各个方面,涉及自然美、社会美、艺术美的诸多领域。

旅游审美对象有高山、大海、草原、沙漠、大河、小溪、古树、名花等有着雄、秀、奇、险、幽、旷等美的形态的自然景观;有古代建筑、园林艺术、宗教景观、历史

文化遗址和遗迹等显示历代先人和当代人的伟大创造和艰辛历程的历史人文景观与现代人文景观;有展现当代社会生活美的形态、充满生机的城市、时尚刺激的主题公园;有中国画、书法、古代雕塑、传统戏剧、传统音乐与民间歌舞等博大精深的中国传统艺术;以及珍贵的历史文物、精巧的工艺美术品,等等。旅游审美观赏的对象极为广泛,甚至旅游目的地的某些旅游者也有可能成为其他旅游者的审美观赏对象。

对旅游审美对象的审美价值、审美特征以及欣赏方法的研究和探讨,有助于旅游景观的保护、开发与建设,从而也有助于旅游者获得更为丰富、深入的审美体验。导游工作水平的提高。

### (三) 旅游审美活动的内外关系

这是旅游美学研究的又一重要问题。

旅游审美活动总是在一定的时间环境和空间环境中进行的。当代人的审美实践活动,必然与现代社会的有关问题有着密切的联系,并具有当代社会的某些特征,这即是旅游审美的外部关系。主要有:当代人对可持续发展道路的选择、对旅游审美的文化导向的影响,以及对某些旅游审美行为的制约;旅游审美作为当代审美文化和消费文化的一个重要部分的作用与地位,以及当代审美文化和消费文化对旅游审美活动的影响;旅游审美活动跨越不同文化的特性与特征等问题。对这些问题的探讨,实质上是从社会文化整体行为和时代发展的角度去分析旅游审美的问题,将使我们以更为宽阔的视野去认识旅游审美活动的本质与特征。

除了旅游审美主体与审美客体——旅游审美对象的关系之外,在旅游审美活动中还存在着旅游审美的内在关系,如在旅游审美活动中作为审美主体的旅游者与在旅游审美过程中起到审美媒体作用的旅游工作者、旅游设施的关系,旅游区、旅游企业形象与旅游审美活动的关系等。

当代旅游事业的蓬勃发展,不仅日益显示出旅游美学这一学科在旅游活动中的重要性,而且也为旅游美学学科的发展和完善提供了实践的基础,不断丰富着旅游美学研究的内容,促进这一学科的建设与发展。

本书作为高等职业教育的旅游美学常识教材,根据处于旅游一线的旅游工作者的实际需要,重点阐述旅游审美主体的旅游审美心理问题;介绍主要的旅游审美客体——旅游审美对象的审美价值、审美特征以及欣赏方法;介绍在旅游审美活动关系中有重要作用的旅游目的地、旅游企业的形象塑造,以及旅游工作者的审美心理修养的培育等。为了便于学习,使读者对美学有一些初步的了解,本教材还在第1章安排了关于美学的一些基本常识的内容。

## 二、旅游美学的学习方法

旅游美学课程是关于旅游审美活动的课程,因而是一门实践性、应用性很强的

课程。这一课程的学习方法主要应注意以下几个方面:

### (一) 加强旅游审美实践,注重审美感受能力的培养

对于旅游美学的学习,不仅要了解课本上的知识,更要理论联系实际,积极参与旅游审美活动,在对自然景观、历史人文景观、社会生活景观的旅游审美观赏实践中,通过对不同旅游审美对象的审美观赏,提高审美感受能力。作为一名旅游工作者,具有敏锐的审美感受能力和较丰富的审美观赏经验,才可能在旅游工作中帮助和引导旅游者获得较为丰富的审美享受。审美感受能力的培养是一个潜移默化的长期过程,不可能一蹴而就,这就更需要我们长期坚持在旅游实践活动中去提高对美的感受能力和审美的创造力。作为一名旅游专业学生或旅游从业人员,应该争取多参与旅游活动,在旅游的审美实践活动中去发现美、感受美、体验美。

### (二) 通过对艺术爱好的培养与学习,提高审美感受能力

我国已故的著名美学家朱光潜教授在谈怎样学美学的一首诗中指出,“不通一艺莫谈艺,实践实感是真凭”。他认为这是美学学习首要的问题。艺术美是美的最高层次,是艺术家把自然和社会中的美加以典型化的创造。爱好艺术,在学业、工作之余学习并初通一门艺术,无论是书法、绘画、舞蹈还是声乐、器乐、戏剧表演等,不仅可以增加生活情趣,而且在对艺术的学习或创作中,可以加深对审美理论知识的理解,更重要的是能提高自身的审美感受能力和修养。审美欣赏是以审美感受为前提的,缺乏审美感受能力,仅仅懂得一些审美理论知识,仍然欣赏不到美。所以,要为学好旅游美学奠定坚实的基础,使对旅游美学的理论认识建立在审美的实践实感上,如朱光潜先生所说的,有了“真凭”。<sup>①</sup>

### (三) 在学习过程中把美——“和谐”建立在自己心中

德国诗人、剧作家和美学家席勒说:“只有审美的趣味能够给社会带来和谐,因为它把和谐建立在个人心中。”<sup>②</sup>对于旅游美学的学习,一方面,为了给旅游活动、给社会、给旅游者带来美,这“美”不仅仅是外在景观之美,还有着内在心灵之美,给心灵情感“带来和谐”;另一方面,把美——“和谐”建立在旅游工作者自己的心中,培育自身的心灵、情感之美。这既是学习和研究旅游美学的目的,也是学习和研究旅游美学的重要方法。关于这一问题还将在第8章旅游工作者审美修养的培育中深入探讨。

旅游审美给人们带来精神情感的愉悦,我们也应带着寻求精神情感的愉悦的心情去学习旅游美学。

① 美学讲演集.北京:北京师范大学出版社,1981年.第1页

② [德]席勒.美育书简.北京:中国文联出版公司,1984年.第145页

# 第1章

## 美与旅游审美心理

### 本章导读

旅游审美活动是人类审美活动的一个方面,要学好旅游美学应该首先学习有关美的基本知识。要了解什么是美,认识美的本质,对与美密不可分的真、善间的关系有所认识;还应了解美的形式有什么特征、美的存在领域与形态,以及旅游审美心理的过程、层次与类型。这些知识将为我们下一步学习旅游美学奠定基础。

在这一章讲述的许多基本概念,在其后讲述的旅游客体的审美分析中都将运用到。在学习其后各章时,回过头来重温这一章的内容,对深入理解本章内容和更好地学习其余各章都是有益的。

### 第一节 什么是美

什么是美?美的本质又是什么?在这一节中我们将从美的根源、美的产生以及美与生活的关系等方面去探讨。

#### 一、美的产生与本质

##### (一)美在人类的自由创造中产生

人类并不是从一开始就认识美的,人类对美的认识经历了漫长的历史过程。人类对于美的感觉与认识从低级逐步向高级发展,这与人类社会实践活动的发展过程密切相关。可以说,人类对于美的认识与人类劳动中的自由创造紧密相关。马克思说:“劳动创造了美。”美是自由创造的结果。

美是如何在人类劳动的自由创造中产生的呢?可以从以下三个方面去认识:

##### 1. 人类在生产劳动中是自由创造的主体

人类的生产与动物根本不同,动物延续种群生存的生产不会制造工具,只能受限制于自然,是不自觉的活动;而人类的生产由于会制造工具,能够改造自然,使自然为自己的目的服务,而成为一种有意识、有目的的自觉活动。人类在不断认识自然规律的过程中,提高了在生产劳动中的目的性与自觉性,并从人类长远的利益考

虑生产的目的和计划,人类在生产劳动中是自由创造的主体。

## 2. 人类在生产物上打上了“意志的印记”

在生产活动中,人类创造了符合人类社会需要的新的生产物;这一过程中,“劳动与劳动对象结合在一起,劳动被物化了,而对象被加工了”。在加工中,各种产品无一不打上了人类“意志的印记”,展现着人的目的和人掌握自然规律、改造自然的创造力。如旧石器时代的先民将不规则的石块打制成石刀、石斧,以适应当时人类取食、捕猎的需要,虽然与天然石块差别不是很大,仍然表现了旧石器时代先人的创造精神与才能。新石器时代的先人制作的石器打磨较精细,具有了美的特征;用黏土制成各种器皿,刻或画上花纹,烧制成既有实用功能又能给人美的感受的彩陶,展现了新石器时代先人比前人更丰富的创造精神与更大的才能。劳动生产物既是人的作品,又是人的现实,是人自身的“对象化”和肯定。

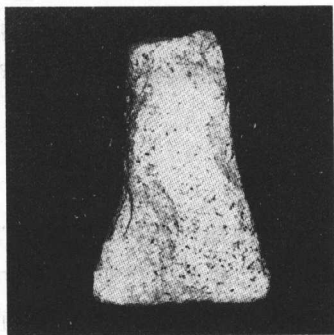


图 1-1 新石器时代 石斧

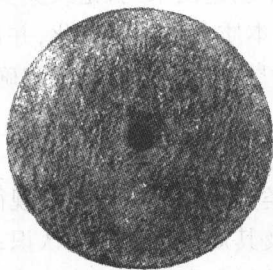


图 1-2 新石器时代 纺轮

## 3. 人在所创造的对象世界中感觉到美

在生产劳动的实践活动中人类创造了与原有自然不一样的对象世界。人类的发展进步使人的感觉能力不断提高,能够看到(感觉到)人的自由创造的劳动、看到(感觉到)在所创造的劳动产品和改变的环境中展现出的人类的目的、理想、智慧、才能与力量,从而感悟到自由创造的珍贵并引发起情感上的愉悦。远古时期质朴的石刀、石斧,寄托着淳朴的审美追求而又具实用价值的彩陶,庄重威严的青铜大鼎,灵巧精致的青铜酒具与食器,斑斓多彩的丝绸,辉煌的宫殿,秀雅幽静的私家园林……长江上纤夫劳动时高亢的号子,陕北羊倌儿牧羊时唱的信天游,欢庆丰收的舞狮与龙灯……这许多创造成果与创造活动等能引起人们的高度愉悦,这些对象就是美的。人就这样在所创造的对象世界中直观了自身并感觉到美。<sup>①</sup>

<sup>①</sup> 马克思.1844年经济学哲学手稿.第54页

## (二)美的本质是人的本质的对象化

从上述分析中,我们可以认识到:美的本质和人的本质有着密切的联系。人在漫长的社会实践活动中所形成和发展起来的本质,就在于能够认识世界、改造世界、不断地进行自由创造的活动。人在各种创造性活动中所显示的品质、性格、思想、情感、理想、愿望、智慧、才能等,都是人的本质力量的具体表现。正是由于这种本质力量,人类使自然界日益符合自身生存的需要,同时不断地改造自己,使自己的本质力量更加完善和丰富。人类通过实践,给自然界打上了自己的印记,使人的本质力量在活动过程中及其成果中显现出来。当人类在实践及其成果中观照自身时,引起感情上的愉悦,人与客观对象之间的审美关系就形成了。一切美的事物都是具体形象的,而且是能愉悦人、感染人的,一个形象之所以能愉悦人、感染人,就因为它显示着人的本质力量。

美的本质是什么?美是一种客观存在的社会现象,是人类在认识世界和改造世界的过程中创造出来的,是人类实践改造自然所达到的合规律性与合目的性的统一,是人的本质力量的对象化,并以适宜于人的感性形式显现。人们欣赏美、追求美,是对自身本质力量的肯定和确证。

## 二、真、善、美的关系

美是人类实践合目的性与合规律性的统一。合规律性是“真”,即人类对客观存在的事物及其规律性的正确认识;合目的性是“善”,即人类在实践活动中所追求的有用或有益于人类的功用价值。真、善、美之间有着十分相近的品质,它们之间是怎样的既互相联系又有区别的关系呢?

### (一)真和善是美的前提,美是真、善在实践中所显现的生动形象

真和善是美的前提,但真和善并不就等于美,美不是单纯的真,也不是单纯的善。从美的事物本身来看,真、善、美是同一事物密不可分的三个方面,以实践为基础结合在一起。真通过实践为一定的善服务,在实现了的善中显示出美的形象。例如,草原上的羊群很美,人们在实践中掌握了羊生长的规律(真),把羊养得又肥又壮,可以向人们提供营养的功用价值(善);这样,羊群成了显示人们智慧和才能的对象,具有了审美价值。被人们作为美的对象来欣赏的羊群,它的真和善就融化在肥壮的羊群的形式中。所以,美不是真、善之外附加上去的东西,而是真、善在实践中所显现的生动形象。

### (二)美不等于真,却是美的基础

美与真的区别在于:美不等于真(客观规律)本身,而是通过实践,在认识真的基础上肯定人的自由创造的生动形象。真是求知的对象,而美是欣赏的对象,是对人自身本质力量的肯定,美是一种情感观照对象。例如,数学公式、科学原理都是真的,但它们是抽象的理论,并没有具体的形象,所以不是美的事物。真虽然不是



美,却是美的基础。没有了真,背离了客观规律的虚假的东西,美也就不存在了。

### (三)善也不是美,而是美的灵魂

美与善的区别是:善直接与功利相联系,而美和功利间接联系,功利潜伏在形象中;善不强调形式,而美注重形式,强调内容要显示为生动的形象。善是意志活动(目的、功利)的对象,而美是观赏对象,能唤起情感喜悦。比如,人们在欣赏一件艺术品的时候,或在旅游中欣赏山水的时候,并不考虑这件艺术品或者自然风光的功利性。善也不是美,但它是美的灵魂。背离了善,与人类所追求的目的、功利相反的恶的事物,也就无美可言。

## 三、美的特征

同任何事物一样,美有着显露自身本质现象的稳固的特性,即美的特征。

### (一)美是一种在情感上具有感染力的形象

任何美的事物都是具体的、可以感觉的个别形象,都要通过一定的色、声、形等具体的感性形态表现出来,作用于人的感官,影响人的思想感情,给人以审美感受。如人们赞美“桂林山水甲天下”、“上有天堂,下有苏杭”,如果离开了桂林的青山绿水、奇洞美石,离开了西湖的波光潋滟、山色空濛这些具体形象,桂林山水和苏杭风光就是抽象的概念,无所谓美与不美。一个人的心灵美,总是同他的具体行为直接联系的,否则这种美是不可能存在的。

美虽然离不开形象,但不是所有的形象都是美的。美是一种具有情感上感染力的肯定形象,它以情感人、激励人、愉悦人。无论是观赏气势磅礴的瀑布,还是聆听悠扬的乐曲,人们都会在精神上、情感上得到振奋和感染。

### (二)美具有潜在的功利性

美的事物并不像善的事物那样具有直接的功利性,但和功利有着密切的联系。在美的事物中,善升华、消融在形象中,就像糖融化在水中,所以,美的形象的功利性是潜在的。人们在欣赏自然美的时候,似乎没有考虑到它对人类的物质功利,只是把它作为休息、娱乐、游戏的对象,达到愉悦性情而已,这样,大自然就有了有益于精神生活的功利性。艺术作品给予人精神上的陶冶、愉悦和感染作用,就是艺术品的社会功利性,社会美也是一样。

### (三)形式是构成美的形象的必不可少的条件

任何美的事物都以一定的形式构成美的形象。人们在创作美的事物中发展了形式感。远在石器时代,石器的造型就显示了对称与均衡、比例合宜、规整而多样的形式美。随着人类改造自然的实践的发展,人类的形式感也越来越丰富敏感,对形式的法则更加重视。形式在创造美的过程中是一种活跃的因素,形式美能通过审美主体在美的各种形态中相互渗透。例如,“江作青罗带,山如碧玉簪”,将自然山水比喻为少女穿戴的青罗带、碧玉簪,是在自然中渗透了人的美;《洛神赋》中“若