

追踪一道举世公认的难题

# 美是什么？

余祖信 著



四川出版集团  
四川美术出版社

追踪一道举世公认的难题

# 美是什么？



四川美术出版社  
四川出版集团

图书在版编目(CIP)数据

美是什么/余祖信著.—成都:四川美术出版社,  
2005.11

ISBN 7-5410-2746-4

I.美... II.余... III.美学-文集 IV.B83-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 128191 号

## 美是什么?

余祖信 著

责任编辑:李向群

封面设计及摄影:余天一

装帧设计:四川新设计公司

责任校对:培 贵 王瑞霞

出版发行:四川出版集团·四川美术出版社

邮政编码:610012

印 刷:四川滨江印刷厂

开 本:880×1230 1/32 印 张:7.5

字 数:20 千字 图 片:150 幅

版 次:2005 年 11 月第 1 版

印 次:2005 年 11 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-5410-2746-4/J·1979

定 价:20.00 元

■ 著作权所有·违者必究 举报电话:(028)86652892

本书若出现印装质量问题,请与工厂联系调换

工厂电话:(028)82871713 地 址:新南路 42 号

# 倾注毕生精力 探索世界难题

## 自序

本人从事工艺美术设计 40 多年，几乎每天都要接触和思考“美”的问题。那么，这“美”究竟是什么呢？打从进入专业学习起，老师就告诉我，这是一道古今中外悬而未决的难题。而在最近我看到一本由众多著名专家写的书中，仍然认为它是二十一世纪人们面临的一百个重大疑难问题之一（见山东教育出版社主编的《面向二十一世纪，人文社会科学面临的 100 个重大问题》一书）。正是这个原因，它激起我无穷的探索兴趣。

本书收集的文章是我在工作期间陆续写成的研究心得。有的在全国和省级学术会议上发表过，并且获得优秀论文奖；有的则在国家级和省级期刊上发表过；退休以后进行了认真的修正、补充和整理。其中反映主要观点的两篇文章进行了著作权登记，经省出版局审查后授予著作权登记证书（登记号 21-1999-A-[0340]-0005, 21-1999-A-[0339]-0004 号），省出版局已在有关媒体和互联网上予以公布。

时下的中国人，对美的追求是如此的强烈。政治家号召构建和谐社会，深得人民的拥护，和谐不就是美的一种形态吗？经济学家说美丽也是生产力，是新的经济增长点；艺术家发誓要把最美的作品奉献给广大民众，在美展会上把一堆垃圾废料变



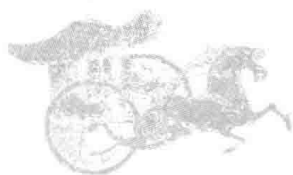


成了现代艺术品；科学家断言发明创造的冲动源于对美的追求，他们在高层学术论坛上大谈数学之美、物理之美；在日常生活中，小伙子们爱美女，姑娘们爱帅哥，爱得死去活来；大姐大嫂们不惜花重金买个“千刀万剐”，希望把自己打造成靓太太；更有一些年轻的大学生丢掉学业去争当选美小姐……。美为什么有这么巨大的魅力呢？人们判断美丑的依据到底是什么？在美的神秘面纱背后有没有认识的误区？亲爱的读者：你冷静的思考过这些问题吗？

本书的作者亮出自己的观点，期望与你一道探索这个有趣而深奥的问题。

余祖信

2005年9月





# 目 录

## 自 序

### 一、基础研究篇

1. 关于美的本质问题初探 .....1
2. 中华品美史概观(古代) .....9  
——关于美的本质探讨之二
3. 西方美学史管窥 .....88  
——关于美的本质探讨之三
4. 论审美的起源 .....146  
——关于美的本质探讨之四
5. 什么是美学? .....158  
——关于美的本质探讨之五
6. 不同领域的美 .....162  
——关于美的本质探讨之六
7. 理清相近的一些心理学概念 .....167  
——关于美的本质探讨之七



## 二、应用篇

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 1. 审美经济学 .....       | 169 |
| 2. 西部大开发的美学思考 .....  | 181 |
| 3. 谈工艺美术内涵的现代化 ..... | 186 |
| 4. 世博园游记 .....       | 192 |
| ——兼谈园林美              |     |
| 5. 雕塑美小议 .....       | 200 |
| 6. 陶瓷艺术与美 .....      | 205 |
| 7. 古物之美 .....        | 213 |
| A. 漫话古邛窑             |     |
| B. 试谈邛三彩             |     |
| 8. 论美育 .....         | 220 |
| 9. 美容杂谈 .....        | 225 |
| 10. 选美比赛 .....       | 231 |

## 关于美的本质问题初探

我们的时代需要美,我们的生活需要美。爱美之心,人皆有之。那么,这“美”究竟是什么呢?

美是什么?也就是美的本质是什么?这是一道古今中外众说纷纭的难题!作为一个工艺美术工作者,本文结合自己的创美实践,谈谈对这个问题的看法:

我认为,美就是符合主体愿望的客体信息。

主体——指人及一切有心理活动的动物。以思维作指导的意识活动是人类区别于其它动物的根本标志,因而作为审美主体,同其它一切动物所感知的美有本质的区别。主体可以是单个的,也可以是群体(例如集团、阶级、民族、国家、人类)。

客体——主体以外作为审美对象的一切客观存在。它包括自然和社会中存在的事物。我们把天然的客体称为第一客体,人造的客体称为第二客体。

信息——是对主体神经系统的一种刺激。这种刺激能够把客体的性状传达给主体并能使主体感悟其蕴意。

愿望——是心理学的一个范畴,是主体明确意识到想要实现的需要。愿望基于需要而产生,它是“大脑最高决策中心”希望将来能达到某种目的的一种想法。动物的愿望反映本能的需要(即欲望)。而人的愿望受信念与情感的影响,它反映一定社会政治、经济



彝海边，穿着漂亮服装的游人在跳舞。

条件下物质和精神的需要，并且指示解决需要的方向。比方说：杜甫在《茅屋为秋风所破歌》一诗中表达了“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜”的愿望，这是安史之乱后唐朝政治经济状况的反映。当时人们流离失所，不论是杜甫还是人民都迫切需要房子，这种需要和杜甫的忧

国忧民，主张仁政的儒家信念相结合，就产生了上述崇高的愿望。

大脑作为一个人体的指挥机关。它的活动内容广泛而复杂，结构是多层次、多系统的，这就必然要求有一个集中的最高统一指挥机构。根据现代心理学的研究，大脑中的意识机制能够对其它心理功能起到统驭作用。它的部位就在大脑额叶。我说的“最高决策中心”就是指这个机制的核心部分。

我觉得，这个定义就像一只大口袋，它能装完世界上所有的美。然而当把这只口袋倾翻出来的时候。除了各式各样的美以外，其它什么也没有。

让我们举例来说吧！

当前人们的物质生活水平提高了，都爱穿着打扮，这服装美的本质是什么呢？

服装是穿在人的身上的，所以它是人的外在形式因素。形式应该反映内容，所以服装美的第一个要素就是穿着要与本人的年龄、身材、体型、肤色、职业身份、性格等方面相适应。也就是说服装要起到传递信息的作用。其二，服装是要穿到社会上去的。穿者成了客体，社会上的欣赏者是主体，服装作为客体的信息要符合主体的愿望。这就要求服装样式符合本国的国情，适合大多数人的审美观念和习惯。曾经有一段时

间女的袒胸露怀,男的留长发、穿花衣,受到大家的反感,就是因为不符合当时中国的国情,不适合那时大多数人的欣赏习惯的缘故。经过十多年的改革开放,人们的观念进行了更新,指责的语言就自然消失了。第三,人是一个有自我意识的动物。他要把自己当作欣赏的对象又当作欣赏的主体,在镜子面前端详一下,经常看看自己的照片,就是一种自我欣赏的表现。那么服装作为本人的信息就要符合自身的愿望。一个瘦子,往往衣服做得宽松些,还增加一些横向线条,他的愿望无非是想利用错觉改善一下外观,免得给人太瘦的感觉。

因此服装美的本质也就是服装作为客体(穿者)信息要符合主体(个人、社会)的愿望。

那么桂林山水为什么美呢?

桂林山水,作为大自然的信息,一是奇特,其它地方很难看到。人有求知的愿望,故有猎奇之心。桂林山水符合人们追求新鲜事物的愿望。二是桂林山水山清水秀,是理想的生活环境。人是靠大自然生活的,桂林山水有益于人的身心健康,所以符合人们的生活愿望。第三,桂林山水有很多古迹、神话,能够牵动我们的联想,使我们增加知识,受到教育。而游人出游,大抵上总带着开阔眼界,增进身心健康的愿望的。桂林山水提供的信息能够符合他们的愿望,所以他们就觉得美。

第一客体发出的信息符合主体的愿望,这是自然美,第二客体发出的信息符合主体的愿望,这是艺术美。桂林山水是自然美、艺术美兼备。所以“桂林山水甲天下”。

桂林山水之夜



那么小伙子找对象为什么十分讲究美呢?

因为美是对象的一种信息,能够帮助了解对象的本质。文雅的举止是很有修养的一种信息。脸色红润,肤色细腻,身体丰满青春发育良好的一种信息……。美又是符合主体愿望的。谁找对象没有一种良好的愿望呢?对象的信息合乎自己的愿望,心里就很愉快,于是就容易产生自然的感情。所以美的对象容易引起“一见钟情”。

中国有句古话叫“情人眼中出西施”,应该怎么解释呢?

首先,他(她)既为情人,总是互相有合乎愿望的地方给对方以信息,既然双方有合乎愿望的信息,心里就会产生快感。由于快感双方都会加强自己的注意,从而互相发现更多的信息符合自己的愿望。同时,由于注意的加强也就出现了意识的偏倾性(意识的偏倾性是一种心理特性,它能把主体有限的精力集中到主要的目标上)。那些合乎自己愿望的信息接收被加强了,而那些不合乎自己愿望的信息接收被相对的削弱了。这就出现了“情人眼中出西施”的情况。

这么说,审美标准有没有客观性呢?

当然有客观性。它的客观性就在于愿望是一定政治经济条件下,基于需要而产生的。因而具有相同信念相同需要的人们就会产生共同的愿望。社会的审美标准是以人们共同的愿望为基础产生的,社会的主导群体要起决定的作用。在层级社会中,由于生活条件的悬殊,不同的层级有不同的愿望,审美标准也就大不一样。正如车尔尼雪夫斯基说的:“在普通人民看来,‘美好的生活’、‘应当如此的生活’就是吃的饱,住的好,睡眠充足。”在农民看来,“生活而不劳动是不可能的,而且也是叫人烦闷的。辛勤劳动、却不致令人



精疲力竭那样一种富足生活的结果,使青年农民或农家少女都有非常鲜艳红润的面色——这照普通人民的理解,就是美的第一个条件。”<sup>①</sup>而在上流社会的人看来,不靠双手劳动过活才是他们的愿望。所以纤细的手足,即没有体力劳动的生活标志,他们就觉得美。不同层级地位者有不同的审美观念,但都是基于生活的需要而产生的。这本身就说明了审美标准具有客观性,但这是一种社会的客观性。

生活的例子太多了,咱们暂时不谈吧!美和艺术从来都结下了不解之缘。用上述关于美的本质的观点来解释一下艺术现象,看看能否指导艺术创作。

托尔斯泰说:“艺术是人与人之间交往的手段之一……。这种交往和通过语言的交往有所不同。其特点在于一个人使用语言向别人传达自己的思想,而人们使用艺术互相传达自己的感情。”

“在自己的心里唤起曾经一度体验过的感情,并在唤起这种感情之后,用动作、线条、色彩以及言辞所表达的形象传达出这种感情,使别人也能体验到同样的感情——这就是艺术活动。”<sup>②</sup>

在这里托尔斯泰实际上已经指出艺术是一种以形象为符号相互传达感情的社会信息系统。只不过没有明确地提出“信息”概念而已。

普列汉诺夫不同意托尔斯泰的看法,他说:“艺术既表现人们的感情,也表现人们的思想。但是并非抽象地表现,而是用生动的形象来表现。艺术最主要的特点就在于此。”<sup>③</sup>

我觉得,托尔斯泰的定义讲出了艺术内容的显著特征。然而不够全面。普列汉诺夫纠正了他的话。指出艺术既表现思想也表现感情,这是对的。然而普列汉诺夫却否定了艺术语言同一般语言表现在内容上

的差别。我们说,艺术主要表达反映人的愿望的某种思想。而语言则表达人所有的思想。语言是人的思想的直接现实。艺术是人的愿望的直接现实。愿望也是一种思想,但它是统率情感的意向性思想,哲理性、思想性与情感糅合在一起,不是单纯反映对事物真理性的认识。故有时候只可会意,不可言传。人们情感多种多样,但归纳起来不外两大类。一类是顺乎愿望引起的,如喜、兴、乐、快、爱等。一类是逆乎愿望引起的,如:悲、哀、伤、痛、怒、恨之类(当然还有一些中性的情感,如沉着、镇定等等)。情感就是愿望的一种表现形式,艺术着重表现情感,目的是表达愿望。

普列汉诺夫说,艺术的主要特点是形象。这也不够全面。按照他的观点,一张普通照片等同于一张艺术作品。按照他的观点,科学与艺术没有内容上的差别而只有形式的差别。如果说艺术的主要特点是形象,那么音乐作为艺术就太逊色了。虽说有所谓“音乐形象”,但比起绘画来毕竟含糊多了。

艺术的形式特征与其说是形象,倒不如说是具有情绪性和直感性的信息符号(即作为情感载体感官可以直接接收和分辨的特性)。形象是光信息的特征。光线通过物体表面时,有的被吸收,有的被反射。被反射的光波由于眼球的接收才感觉到对象的线条、色彩、肌理的存在。进而联系到对象的蕴意。这就是形象。声音则不然,它是由于对象振动引起声波才使我们感觉到的。声信息反映的首先是对象的质。然而由于感觉的联想作用才产生形象的概念。可以做一个试验,把一块金属板和一块不同形状的木板拿到远处去敲,听其声音,究竟是先区别出金属和木头的本质还是先区别出形状呢?我想大家都会说是先区别出材料的质而不是它的形。因此,声音是能够直接反映对象本质并



表达人的愿望的。因而声信息具有独立的美学价值而构成一个单独的艺术体系，而不必完全依赖形象来表现。当然利用感觉的联想作用来加强艺术效果，那又是另一回事。

那么，文学艺术呢？

人类特有的第二信号系统能够接受语词的刺激而产生条件反射。所以，语言是能够唤起情绪并能让人感受的特殊信息。文字是这种信息的符号，虽具有一定的抽象性。但是文学的绘声绘色的描写增加了它的情绪性和直感性，无论是抽象艺术还是具象艺术，作为一种信息符号都是情感显现，总得要能为人的器官接收和分辨。通常，传达某种具体的感情，采用具像手法更合适，传达某种朦胧的意念和感情，抽象手法更合适。信息的直感性不等于具象性。

于是我们得出了这样一个定义，艺术是一种由摹拟性符号组成传达感情的社会信息系统，它是人们表达愿望的工具。比方说：文艺复兴时代的人体艺术，生动逼真。它向人们传达了资产阶级上升时代的思想信息，表达了资产阶级向往自然，追求个性解放的愿望。《水浒传》是我国一部有名的古典文学作品，它鲜明地刻画了一百零八位英雄形象，有强烈的情绪性和直感性。它向人们传达了古代农民起义的信息，表达了人们反抗统治阶级残酷压迫的愿望。《红楼梦》这部小说生动地描绘了封建大家庭内部的破败情况，向人们传达了封建社会走向没落的信息，表达了人们反抗封建社会统治的愿望。所以毛泽东同志经常说要把《红楼梦》当作历史的一面镜子来读。

正因为艺术是人们表达愿望的工具，所以艺术允许想象，还可以夸张、变形、集中、取舍，以最终达到美。科学与艺术的区别就在于此。一张普通照片同摄

影艺术的区别也在于此。科学信息必须尽可能精确地反映对象的本质规律,其方法只能是实事求是,哲学和历史也属于这个范畴。

正因为艺术是一种人们表达愿望的信息系统,而美又是符合主体愿望的客体信息,所以欣赏成功的艺术就会产生审美快感,艺术和美也就结下了不解之缘。歌德说:“成功的艺术就是美。”克罗齐说:“成功的表现就是美。”黑格尔说:“内容与形式的统一,感性与理性的统一就是美。”这些观点对艺术美来说都是正确的,只是不能倒过来说这些是整个美的定义。

### 注释:

本文初稿发表于《四川工艺美术》1986年第一期,原名《信息论美学初探》。1996年改名为《关于美的本质问题初探》并获四川省科协优秀论文奖。本次出版略有修改。

①见《车尔尼雪夫斯基选集》的《生活与美学》一文。

②见托尔斯泰:《艺术论》,人民文学出版社1958年版。

③见普列汉诺夫:《论艺术》——没有地址的信,生活·读书·新知三联书店出版。

# 中华品美史概观(古代)

## ——关于美的本质探讨之二

为什么不叫“美学史”? 因为“美学”这个词(Aesthetics)是近百年从西方引进来的, 中国传统文化中没有“美学”这个学科。但这不等于中国古代没有创美实践和理论。“美”字很早就出现在我们的汉字中了, 谈论美的著作也是汗牛充栋。

为什么不叫“审美”而叫“品美”呢? 因为中华民族对美的态度不仅是观赏, 而且要品味, 品美离不开味觉。用“品”字更符合中国人的意念。而西方美学中审美的“审”更多的是一种意识活动, 审美感官限于视觉和听觉。这反映了东西方的文化差异。

中华民族, 历史悠久、文化灿烂, 品美传统源远流长, 品美文化博大精深, 这里只是围绕美的本质问题作一个简单的概观:

中华品美史大致可分为五个阶段: 一、自发的品美意识萌芽期(原始社会至奴隶社会); 二、逐步深入的理性认识期(战国、秦汉); 三、理论化、系统化时期(魏晋南北朝、隋唐); 四、精致化、平民化时期(宋元、明清); 五、综合化、全球化时期(晚清至现代)。

这样一个划分当然是粗略的, 相对的。各个阶段是互相链接的, 并没有十分明显的“界线”。但总的历程却反映出中华民族对美的本质认识不断深化和提高。品美思想光芒四射! 现在分述如下:

## 一、自发的品美意识萌芽期

这个时期，包括原始社会和奴隶社会，缺乏历史记载，主要依据考古发掘资料和民间传说来推断。

### 1. 原始社会

#### A、原始发明

人类进化是一个漫长的过程，就目前已发现的比较可靠的文物资料而言，我国属于旧石器时代初期的人类化石有元谋人、蓝田人、北京人等，北京人距今大约五十多万年，考古学上称之为《中国猿人》。

中国猿人头盖骨低平，脑容量约 1075 毫升，比现代人 1400 毫升少了 300 多毫升。但比灵长类动物却高出两倍多。因而是具有相当高级智能的人种。他们不仅能选择、保存和利用天然石头，而且会打制石器，他们把砾石打成碎片制成了工具；在他们的洞穴中，发现有被火烧过的土块、石头和兽骨，说明他们已懂得用火。制造工具和用火，是人类超越动物的标志。如果原始人头脑中没有改善和提高自己生活条件的愿望，没有对火与石头属性的基本了解以及对使用价值的确认，没有对自然界各种信息的收集、处理、加工能力，就不可能有这样重大的发现和发明。这种发明也只有符合原始人的愿望才有可能被赏识、推广和应用。

由此可见，原始人已具备了初步的品美意识和能力。

比北京人稍晚一点的丁村人和河套人，他们已能对石器造型进行微略的加工，不同的用途有大致不同的形状。到大约五万年至一万八千年前的山顶洞人，

山顶洞人的装饰品

