



普通高等教育
艺术类“十二五”规划教材

设计美学

张玲 李正军 编著



Design
Aesthetics



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



普通高等教育
艺术类“十二五”规划教材

设计美学

张玲 李正军 编著



Design
Aesthetics

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

设计美学 / 张玲, 李正军编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2016. 10
普通高等教育艺术类“十二五”规划教材
ISBN 978-7-115-42843-1

I. ①设… II. ①张… ②李… III. ①设计学—艺术美学—高等学校—教材 IV. ①J01

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第202506号

内 容 提 要

本书共分五章, 首先从美的常识性问题入手, 深入阐释关于设计的规律与核心要素问题; 接着引入方法论, 用系统的方法重新审视以往的设计作品, 提高学生审美的感悟力; 最后探讨所有设计人员关注的问题, 即创新意识对设计的影响。

除了理论阐述外, 每一章内容中都有大量的个案分析, 个案的范围涉及设计的各个领域。书中对个案的分析也非常详细深入, 对设计类学生来说大有裨益。

-
- ◆ 编 著 张 玲 李正军
责任编辑 刘 博
责任印制 沈 蓉 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京画中画印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 8.25 2016 年 10 月第 1 版
字数: 170 千字 2016 年 10 月北京第 1 次印刷
-

定价: 45.00 元

读者服务热线: (010) 81055256 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

前言

P R E F A C E

本书为设计专业本科学生基础理论教材，旨在提高学生对设计美的规律认识，并掌握美学规律的运用方法。本书在形式、内容和写作方式上均有创新。

一、形式上的创新

本书除有纸质教材外，还配有电子版复习纲要，作为书面知识的总结。复习纲要主要集合了相关章节重难点的图片与文字资料，增加了图书的信息量。另外本书配有电子课件，以方便授课教师备课和进一步研究。

二、内容上的创新

1.增加了规律性的理论知识，包括美的规律、设计美的规律、设计创新的美的规律等，对以往美学理论方面的内容进行压缩，取其精华，同时增加了美学在设计各个领域内运用的案例内容，使学生全方位解读设计，深入理解设计的“美”。

2.增加了对设计美的系统认知、心理学、文化学的内容；从系统认知的视角将设计与心理学、文化学融为一个整体进行研究阐述，加入学科间相互借鉴与补充的研究内容；将传统设计美学的本体研究与交叉学科有机结合，从而延展设计的研究范畴。这也是本书的一大亮点。

3.在论述设计美的同时，导入经典案例，将理论与实践相结合，通过对具体的设计作品的解读，联系实际，提升学生的阅读兴趣和联想能力并激发创作思维，避免纯理论性的空谈。

4.每章配有和本章内容相关的思考题，使学生在阅读之余能够学会思考，从而拓展设计思维，提高学习能力。

三、写作手法上的创新

全书旨在提高对设计美学规律的认识，易懂实用，改变以往设计理论图书理论性过

强，学生阅读难，记忆也难，从而产生排斥心理的旧有写作模式。本书文字平实朴素，通俗易懂，内容全面，适合艺术设计类学生阅读。

《设计美学》编写人员说明如下。

本书的编写单位为沈阳航空航天大学、鲁迅美术学院，参编人员有沈阳航空航天大学设计艺术学院的专业主讲教师以及鲁迅美术学院美术史论学的专任教师。

第一章 美的常识与认知（王余烈 沈阳航空航天大学设计艺术学院）

第二章 设计美的规律与认知（杨猛 沈阳航空航天大学设计艺术学院）

第三章 设计美的核心要素与认知（韩亮 鲁迅美术学院）

第四章 设计美的系统认知与学科延展（张玲 沈阳航空航天大学设计艺术学院）

第五章 美的创新设计与认知（李正军、祁佳媚、梁云峰、张茗杨、沈阳航空航天大学设计艺术学院）

编者

2016年8月

普通高等教育艺术类“十二五”规划教材



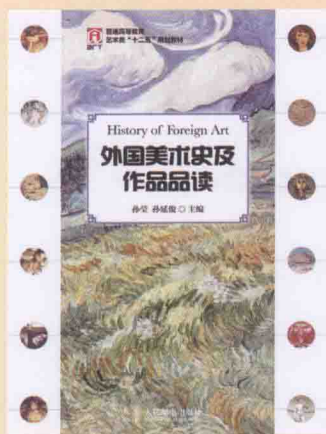
ISBN 978-7-115-37255-0



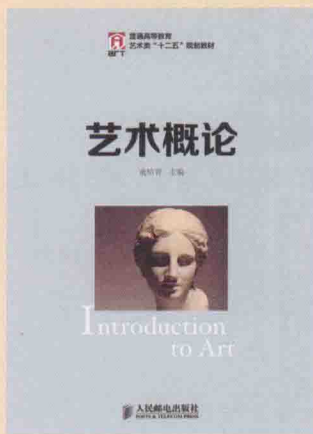
ISBN 978-7-115-38892-6



ISBN 978-7-115-39030-1



ISBN 978-7-115-32180-0



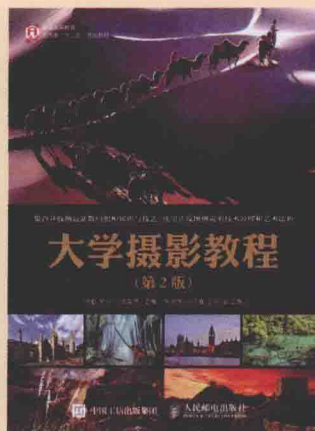
ISBN 978-7-115-33352-0



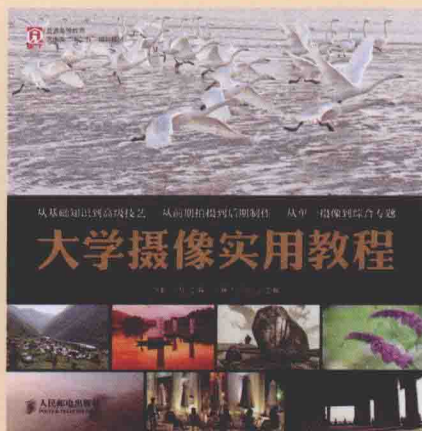
ISBN 978-7-115-33115-1



ISBN 978-7-115-40537-1



ISBN 978-7-115-41339-0



ISBN 978-7-115-35582-9

目 录

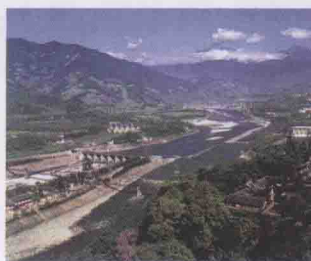
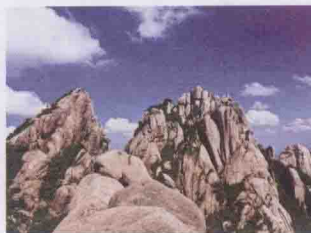
C O N T E N T S

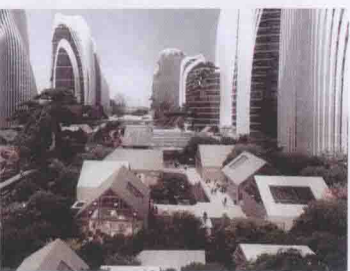
第一章 美的常识与认知 1

- 第一节 美的概念和特性 1
 - 一、美的概念 1
 - 二、美的特性 4
- 第二节 美的范畴 5
 - 一、自然美 5
 - 二、社会美 8
 - 三、艺术美 9
 - 四、自然美、社会美、艺术美之间的关系 12
- 第三节 对美的认知 13
 - 一、史前社会对美的认知——彩陶的抽象之美 13
 - 二、奴隶社会对美的认知——青铜器的肃穆之美 17
 - 三、封建社会对美的认知——灿烂之美和素雅之美 20
 - 四、社会主义社会对美的认知——劳动之美 22
 - 五、当代社会对美的认知——中西融合之美 25

第二章 设计美的规律与认知 27

- 第一节 设计的概念与类别 27
 - 一、设计的概念 27
 - 二、设计的类别 28
- 第二节 设计美的规律认知 35
 - 一、视觉传达设计的构成规律 36
 - 二、产品设计的构成规律 39
 - 三、环境设计的构成规律 45
- 第三节 对设计美学的学科认知 49
 - 一、设计美学的学科定位与学科特色 49
 - 二、设计美学的研究意义 50





第三章 设计美的核心要素与认知 54

第一节 设计美的形式要素与审美认知 54

- 一、设计美的形式要素 54
- 二、设计形式要素的审美认知 59

第二节 设计美的功能要素与审美认知 67

- 一、设计美的功能要素 67
- 二、设计功能要素的审美认知 68

第四章 设计美的系统认知与学科延展 78

第一节 设计美的系统认知 78

- 一、设计与系统论的关联 78
- 二、系统观照下的设计之美 81

第二节 设计的学科延展 89

- 一、设计的心理学应用 89
- 二、设计中的文化学因素 94

第五章 美的创新设计与认知 101

第一节 设计创新与审美体验 101

- 一、科技下的设计创新 101
- 二、艺术中的设计创新 105

第二节 设计创新的内涵 113

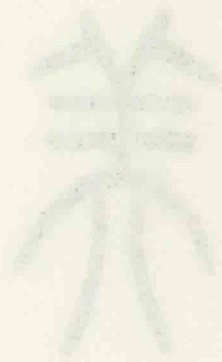
- 一、设计创新与科技的复杂性 113
- 二、设计创新与艺术的抽象性 114
- 三、设计创新与科学、艺术的综合性 115

第三节 设计创新的美学价值 116

- 一、创新美与科技美 116
- 二、创新美与艺术美 118
- 三、创新美与生活美 120
- 四、设计创新的美学价值综述 123

第一章

美的常识与认知



众所周知,设计需要艺术的参与,而艺术强调美感体验,所以对美的认知是所有设计活动的第一步。作为设计美学的第一部分内容,本章重点介绍人类对美的认知的发展历程,目的是将艺术设计专业的学生引入美的世界里,其实美就在我们的生活中,存在于个别具体的环境、现象、事情、行为、物体之中,美景、美事、美的生活都是包含美的具体事物。本章内容旨在唤起学生对身边种种美的认知和体验,有助于他们对设计的理解 and 应用。另外,本章还介绍了关于美的特征及范畴问题,为学生们补充了有关美的理论性知识。

第一节 美的概念和特性

当大家一起欣赏一件设计作品时,常常会有这样那样的感受,如造型是否独特、图案是否漂亮、颜色是否醒目。这是因为一件作品对我们的视觉器官产生的作用和刺激,会由感觉器官转化为电信号传输给大脑,使大脑产生快乐和美的感觉,进而引起大脑对这种作用和刺激来源的关注,并把当前的感受同记忆中体验过的有关具体事物进行比较,从而发现它同以往感受的共同点和不同点,然后根据既有的欣赏习惯和对美的标准的认识,对作品进行总结,将其归入美或不美的行列。对美的标准的认识是整个审美过程最重要的一个环节,所以,我们要对美的概念、特性和美的范畴有一个理论性的认识 and 了解。

一、美的概念

从古至今,从世界到中国,研究美的理论比比皆是,有唯物的也有唯心的,有理性主义的也有经验主义的,总而言之,虽然理论众多但总有一种说不尽的感觉。古希腊哲学家苏格拉底和柏拉图就曾经对美有过论述,在《大希庇阿斯篇》^①中,柏拉图就提出对“美是什么”的问题并对美的本质进行了系统的探讨,但是最后仍未能给美下一个定义,只能感叹道:“美是难

^①《文艺对话集》中的《大希庇阿斯篇》是人类历史上第一篇系统研究美学的文章,其主要探讨的问题是“美是什么?”通过借用老师苏格拉底的名义,在与古希腊赫赫有名的诡辩者希庇阿斯的针锋相对的辩驳中,体现了柏拉图自己的美学思想。



图1-1 美

的”。另一位古希腊哲学家毕达哥拉斯堪称西方美学界的开山鼻祖，他提出了“美是数的和谐”的理论观点，为西方美学的发展奠定了牢固的基石。在中国，“美”（图1-1）这个字从字源上看，根据《说文解字》记载：“羊大为美。”古人认为羊长得很肥很大就是美，这说明，美在满足人的感性需要的同时和吃有直接的关系。另一种看法是“羊人为美”，从描绘原始图腾舞蹈的岩画上可以看出，人戴着羊头跳舞才是“美”字的起源，“美”字与“舞”字与“巫”字最早是指同一个意思，这也说明，“美”与原始的巫术礼仪活动有关，具有某种社会含义，与人的群体活动联系紧密。

在美学发展史中，可以看到不同时期人类对美的认识和理论阐述，纵观各种美学理论，不外乎从客观、

主观和主客观三大角度来研究美，人们尝试着从客观物质的属性中去寻找美的根源，或从精神领域中去寻找美的根源，亦或将两种方法融合去寻找美的根源。下面就这3种认识美的方法分别做介绍。

1. 客观的美学理念

马克思的唯物主义哲学观对审美有巨大的影响，马克思主义认为：一切艺术都不是超现实的、与社会生活隔绝的，都是客观现实世界的反映，是人对于现实社会生活的一种认识的反映。^①普列汉诺夫^②在《再论原始民族的艺术》中指出：社会人看事物和现象，最初是从功利观点，到后来才移到审美观点上去。俄国哲学家车尔尼雪夫斯基在《艺术与现实的审美关系》中提出了“美是生活”这一定义，坚信美及艺术都来源于现实生活，强调现实美高于艺术美，反对纯艺术论。中国的学者蔡仪认为“美”是客观的，即以客观事物美的属性来辨别美，这种属性的美能够体现或代表这种事物的本质的特征。上述这些理念均是从客观的角度来看待美、认识美并深入研究美。

2. 主观的美学理念

主观的美学理念主要产生在西方，法国哲学家笛卡尔在《第一哲学沉思录》中提出“我思故我在”的著名命题，认为“所谓美和愉快都不过是我们的判断和对象之间的一种关系”，这种唯心主义的哲学观在美学领域影响巨大。之后，德国著名学者黑格尔发展了唯心主义的美学理念，他认为，美学的研究对象是美，精确地说是美的艺术，他否定自然生活中有美，主张只有艺术才是美，应该说“美是艺术的科学”，该观点明确否定自然中有美，这与“美是生活”的观念相去甚远，否认艺术来源于生活，这是唯心主义的“艺术至上”论。另一位德国的美学家鲍姆加登认为：美是感性认识的完善，主张创建同研究理性认识的逻辑学相区别的“美学”；他认为美学是感性认识的科学，是以“美的方式去思维的艺术”。上述笛卡尔、黑格尔及鲍姆

①王宏建：《艺术概论》，北京：文化艺术出版社，2006年，P57。

②在1883年后的20年间是俄国马克思主义政党的创始人和领袖之一，是最早在俄国和欧洲传播马克思主义的思想家，俄国和国际工人运动著名活动家。

加登都是西方唯心主义美学观的代表人物，他们强调用主观存在的“美的方式”去发现美和认识美。

3. 主客观统一的美学理念

这种观点是中国美学家朱光潜先生提出的，朱光潜先生认为美是主观与客观的统一，它打破了以往不是唯物主义就是唯心主义的认知方式，将两种认知方式在一定程度上进行融合，这种方法非常适合中国美术的欣赏。中国另一位美学大家李泽厚先生，提出美是主观性与社会性的统一，这也是主客观统一的美学理念。他们二人的观点为主客观统一的美学理念奠定了基础。

人类关于美的概念问题不断进行的讨论和认识由来已久，美是一定事物所具有的对称的、协调的、给人期望追求留下想象余地或回味余地的特征。例如，人们说《米洛斯的阿芙洛狄忒（维纳斯）》^①（图1-2）雕像的美，就在于维纳斯雕像的各部分比例的对称性、协调性以及维纳斯的断臂留给我们丰富的想象余地；再如人们说达·芬奇的《蒙娜丽莎》（图1-3）的美，就在于人物的形象、画面的空间感及蒙娜丽莎那似有似无的微笑所给予人的无尽的想象空间。



图1-2 米洛斯的阿芙洛狄忒（维纳斯）



图1-3 蒙娜丽莎

人们可以这样认识美的概念，美是具体事物的组成部分，美不能够离开具体事物单独存在，人们通过认识等实践活动，从个别具体事物中区分、界定、彰显和抽象出来美的规律，从这个角度来说，美不仅仅是美的具体事物，而更多的是美的具体事物所包含的抽象事物。美感是人

^①希腊神话中的爱神，阿芙洛狄忒是她的希腊名字，维纳斯是她的罗马名字。

脑产生的一种特殊感觉,是人们从个别具体事物中发现美,并把美从个别具体事物中分解和抽象出来的前提条件。总之,“美的本质就是事物的典型性,就是个别之中显现着种类的一般。”^①美是千差万别的,美的具体事物的普遍性能、普遍本质和组成部分,是人类产生愉悦、满足等美好感觉的源头,是人们通过反思和寻找美感产生的原因,美是从具体事物中发现、彰显、界定和抽取出来的能产生美感体验的抽象事物或实体。

二、美的特性

美有诸多特性,但是其最普遍也是最基本的特性有3个,即客观性、社会性和形象性。

1. 美的客观性

物质世界处处存在着美,它能为实践着的审美主体,也就是我们人类所感受到。自然领域的浩瀚宇宙、日月星辰、风雨雷电、高山峻岭、江河湖海、树木花草、飞禽走兽等都具有美的属性,无论是原始的自然风貌,还是经实践改造过的大自然,都有美的存在。在社会领域中更是处处闪烁着美的光辉,从旧石器时代加工修饰、功能齐备的石器到新石器时代的陶器,从奴隶社会庄严肃穆的青铜器及封建社会精巧美观的漆器、瓷器到现代机械化生产的琳琅满目的商品,这些客观存在的人类创造物均洋溢着美感。另外,精神领域的美也是客观存在的,如体现在语言美、仪表美、行为美之中的心灵美,心灵美实际上是现实的反映,是现实中人与人之间关系和谐美的反映。艺术作品也具有客观性,因其反映客观的现实,从源头上可以说它仍是客观的、物质性的,从唯物主义哲学角度来看,因为它是借助一定的物质载体、媒介转化为美的艺术存在,是艺术家审美心理、审美趣味、审美观念、审美理想的物化形式,因此在其现实存在上讲仍是客观的。作为美的第一个基本特性,客观性反映出作为美的审美主体和审美客体的存在规律及美在审美过程中的基本特性。

2. 美的社会性

审美主体是人,而人又具有社会性的特点,因此,美的第二个特性就是社会性。说到美的社会性,首先要了解什么是社会?社会是共同生活的个体通过各种各样社会关系联合起来的集合。社会关系包括个体之间的关系、个体与集体的关系、个体与国家的关系,除此以外,社会还包括群体与群体之间的关系、群体与国家之间的关系。这里群体的范畴,小到民间组织,大到国家政党。

美根源于人类的社会实践,美是人类社会出现后才有的,美的社会性是人类实践所赋予的,是人类社会实践的产物。美,只有对于人、对于人类社会才有意义。在人类出现以前,世间万物无所谓美丑,就如没有人类便无所谓善恶一样,随着时间的推移,特别是人类出现后,人类文化朝着更为复杂的形式发展,这种发展和变革对美的形成和发展有着深远的影响。美存在于人类的社会生活之中,美是现实生活中那些包含着社会发展的本质、规律和理想而用感官可以直接感知的具体的社会形象和自然形象。例如,中国国旗的美感在于它代表了中国,代表了这个独立、自由、幸福、伟大的国家,看到国旗,能够让我们不由自主产生生活在这个伟大国家中的存在感和自豪感,而这也正是美的社会性的体现。

^①朱光潜:《新美学》,北京:群众出版社,1947年,P68。

3. 美的形象性

美的形象性是指美的事物总是以其生动具体的感性形象为主体感官所感知的特性,是以形式因素为主的形式与内容的统一。美的事物,无论现实美还是艺术美,都是借助具体可感的形象来展示其美的风采,即通过由特定的声、光、色、线、形、质等物理因素所构成的感性形式来展示自身,离开特定的感性形式,美将无所依傍。所以,美作为人对客观物质世界具象形式的反应,它是可感的、具体的、形象的,美的形象性是美的基本属性和重要特征之一。对美的形象性的认识缘于古人对形式美的思考,美的形象性是审美感知和审美创造的前提和结果,它决定着美与审美乃至艺术创造的形象思维特征。

美的形象性既包括形式因素又包括内容因素:一方面,美的形象性讲求它的形式如对称、均衡、比例、和谐等的合规律性;另一方面,美的形象性凸显出内容的普遍性和典型性特点,这有益于人类的生活实践,是一种对生活实践的总结和认知。举一个 Logo 设计的案例,中国工商银行 Logo(图 1-4)在形象设计上追求简洁醒目的同时清晰地展现出该公司的企业文化特色。从整体上看,这是一个隐性的方孔钱币,在中国人心里,方孔钱币就是钱的象征,而钱的流通就是银行的主要业务之一,外圆内方的古钱币形象符合中国金融业的行业特点。行徽的中心是一个“工”字,两边对称,有分有合,体现出银行与客户之间平等互信的依存关系,这是银行与客户的共存基础。这个经典的设计向人们展示了只有形式和内容相统一才能构成完整的美的形象。

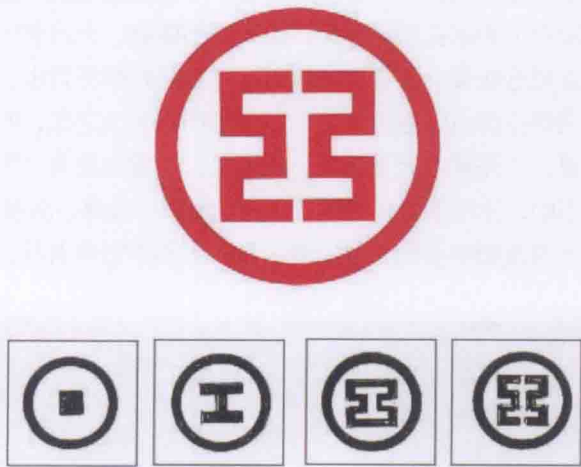


图1-4 工商银行Logo

第二节 美的范畴

汉语词典中是这样解释范畴这个概念的:范畴是人的思维对客观事物的普遍本质的概括和反映。各门科学都有自己的一些基本范畴,如化合、分解等,是化学的范畴;商品价值、抽象劳动、具体劳动等,是政治经济学的范畴;本质和现象、形式和内容、必然性和偶然性等,是唯物辩证法的基本范畴。从这个概念出发,由美的本质进行演绎,可以合理划分出美的范畴,主要包括自然美、社会美和艺术美,这三者既是美的基本特性,也是美的概念的外延。

一、自然美

按《说文解字》中的解释:“自,始也。”而“然”则兼有“是”和“这样”的意思。所以,自然就是事物原本存在的状态。自然作为人们的生活环境而出现,为人类提供生活资料,

是人类生活劳动不可缺少的东西，因而会给人以美感。人对自然美的欣赏是自然的人化和人对自然的美化不断演变的结果。

自然美的最大特点是它的自然性，自然性指自然的某些属性、特征，即人的感官所能辨认的或实践中肢体所能运用的那些自然原有的感性形式，它们是形成自然美的必要条件。自然美的主要特点侧重于形式，以自然的感性形式直接唤起人的美感体验。大自然，有它无穷的奥秘，亦有它那独特的美。地球地质地貌千差万别，日月风云变幻莫测，动物植物姿态万千，这些因素之间千奇百巧的组合，错综复杂的关系，无穷无尽的发展变化，形成了绚丽多彩、景象万千的自然景观。例如，春天各种花儿都竞相开放，五颜六色，芳香扑鼻，那一簇簇枝头缀满了金黄色的迎春花就是美的；夏天的荷花池里，深绿色的荷叶盘上衬托出粉红色的荷花，荷花散发出阵阵的清香，让人在观赏的同时感觉到心旷神怡，荷花出淤泥而不染，随风阵阵摆动的姿态让观者有无尽的美感享受；秋天的庄稼地里，高粱红红火火，麦田里的金浪连绵起伏，收获的季节让每个人都感觉心里美美的；冬天里鹅毛大雪纷纷扬扬地飘落下来，到处是白茫茫的雪，而窗户上的冰花形态各异，让人浮想联翩。大自然中有各种各样的美，只要用心去看，就一定会发现这些美。诸位可能都听过“五岳归来不看山，黄山归来不看岳”的名句，位于安徽省的著名景点黄山以绝美著称，黄山集中国名山之长，明代旅行家、地理学家徐霞客两游黄山，赞叹说：“登黄山天下无山，观止矣！”黄山更有“天下第一奇山”之称，可以说无峰不石，无石不松，无松不奇，并以“奇松、怪石、云海、温泉”四绝著称。黄山中二湖、三瀑、十六泉、二十四溪相映争辉，春、夏、秋、冬四季景色各异，一天之中晨昏景致亦有不同（图1-5）。

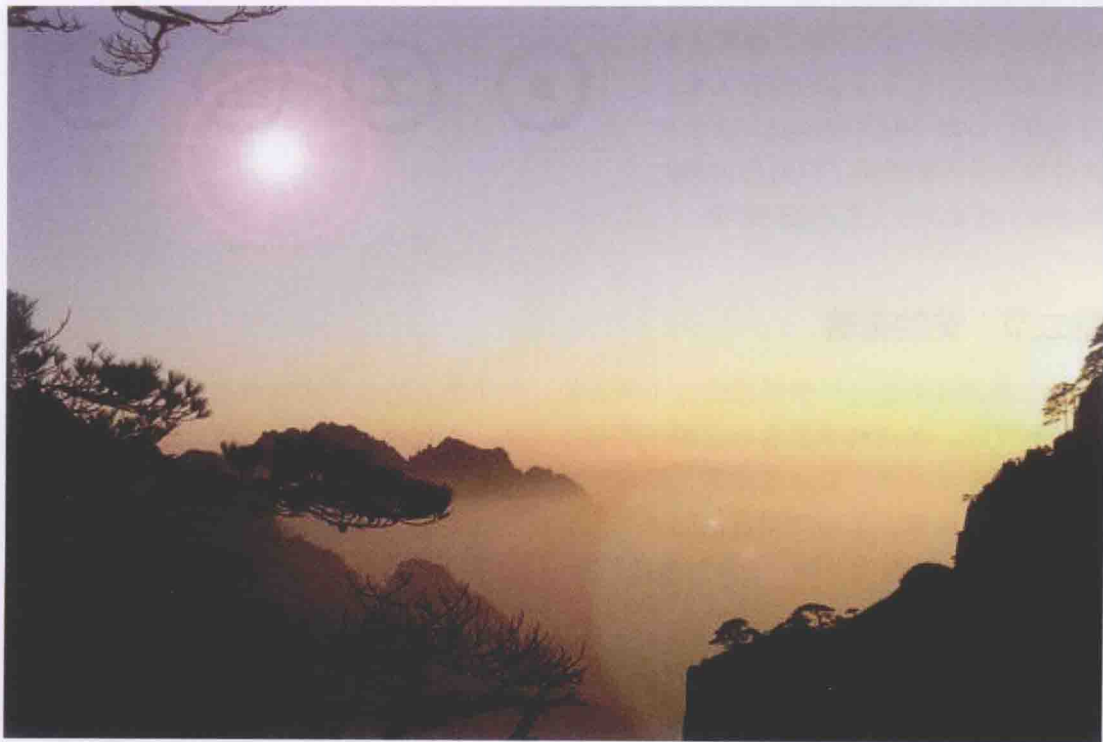


图1-5 黄山(1)

黄山的山峰（图1-6），或崔嵬雄浑，或峻峭秀丽，布局错落有致，天然而成，体现出大自然的鬼斧神工。正是这样的黄山带给无数艺术家创作的灵感，中国山水画史上曾有黄山画派，著名的画家黄宾虹、吴冠中都曾经以黄山为题材进行艺术创作，但是再多的艺术家也无法展示黄山全部的美，这就是大自然的魅力。

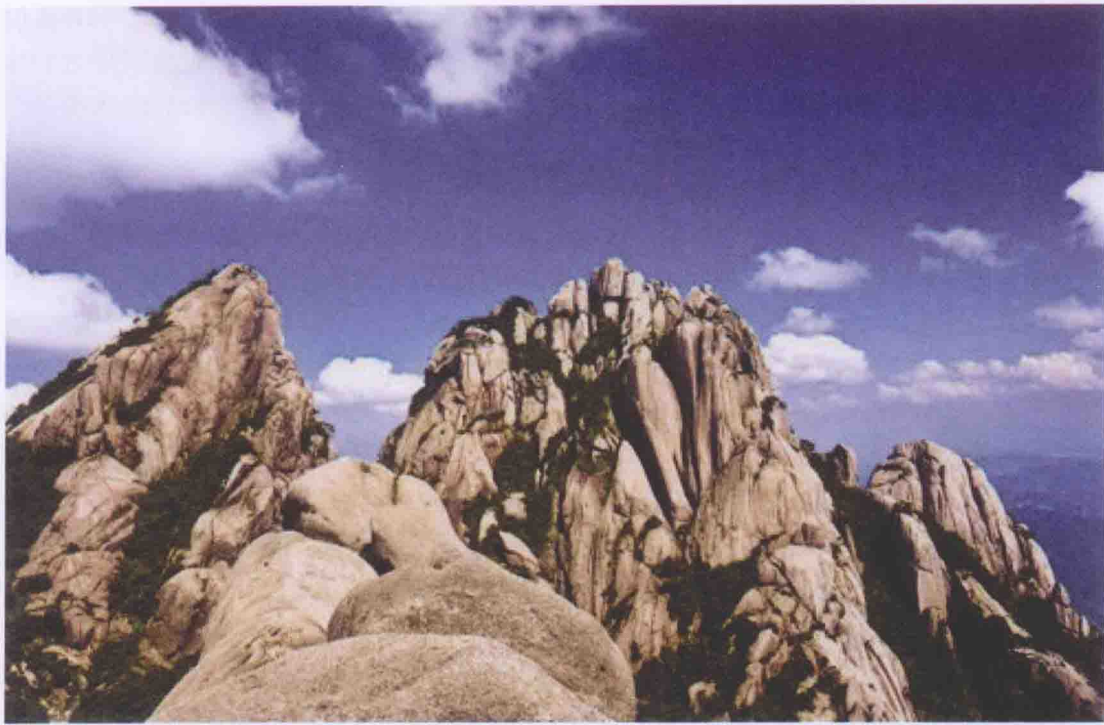


图1-6 黄山（2）

自然美是人类最早意识到的美，自然美是自然本身和谐的一种显现，人类能够在自然中寻找生命的意义，因此人与自然要建立平等和谐的关系，也就是天人合一。美既不能离开自然，也不能离开人，美是自然本性和人性的统一。自然是人类生产生活、繁衍发展的基础，自然美是“自然的人化”的结果。自然事物是有多样性的，自然美是无穷尽的，人对自然美的发现与欣赏也是无穷尽的，人从自然美中所获的启示更是无穷尽的。人作为审美主体，自然美产生于人的主体意识中，是人的情感活动的需要，这也是自然美产生的前提条件。人是感性的动物，所以人不仅擅长捕捉和描摹自然美，而且善于挖掘自然美，这很多风景摄影中都能够领略出这种美，自然美有助于拉近人与自然的距离，唤起人对自然的热爱和尊重。对自然美的发现与赞美、领悟生命的真谛、回归心灵自由是人生的追求，也是文明发展所不可缺少的。人的情感之所以能和自然共鸣，在于自然美对人体各部分都有刺激作用，尤其是当自然景物的某些特点与人或社会的某些特征相类似，或者说当自然景物的某些自然属性与人的心理、精神、品格相契合时，人们便会和自然产生一种共鸣，从而诱发了自然美的诞生。所以说，自然美不仅愉悦了人的身心，还可以激发人的创造灵感，而且，自然美在提高人的审美水平的同时还可以陶冶人的道德情操。

二、社会美

现实生活中的美,除了自然美之外,还有社会美,它根源于人类的社会生产实践和社会斗争以及社会生活,是美的一个重要范畴。所谓的社会美,包括社会中人的美和社会事物的美:人的美不必多赘,因为人是社会的核心,所以社会美的核心就是人的美;社会事物的美是存在于社会生产和生活领域中的美,是指符合社会发展规律、推动社会和谐发展和进步,体现人们的理想愿望,给人以精神愉悦的社会事物所散发的美。社会美具有鲜明的实践性、历史性和功利性,常表现为各种积极肯定的生活形象,它包括人物、事件、场景、某些劳动过程和劳动产品等的审美形态,是社会实践的直接体现。

作为社会中成员——人的美是社会美的集中体现,社会美的核心是人的美,社会中的一切活动和事件都离不开人,社会美还具有历史性,随着社会实践的发展而发展,社会美最大的特点就是与人类的社会实践有着密切联系。与自然美相比,社会美是通过社会的发展而体现的人类精神、行为合二为一的一种美,社会美虽然也有客观存在的感性形式,但它需要通过人的外在形象及各种行为形式表现出来。人的美是人在处世中表现出来的包括智慧才能、精神意志、意识形态、道德情操等各种因素的有机总和,是一种人格美。人格美包括四种:首先,个人智慧才能的美,如具有很高的文化素养、知识才能、聪明睿智等;其次,人格美也是一种精神意志的美,如在生产生活实践中所拥有的进取精神、创造精神、顽强意志以及崇高气节等,都属于这种美;再次,人格美还包括意识形态的美,例如正确的人生观、崇高的爱国主义理想等;最后,人格美还是一种道德情操的美,如高尚的情感、操守产生的美感。社会生活的中心是人,因而社会美的核心也主要是人的美。我们曾经提倡过“五讲四美”,其中“四美”是语言美、行为美、环境美、心灵美,显然,语言、行为、心灵之美,都是指人的美,环境美虽看似强调自然环境的美,其实除了要求将我们生活的客观环境创造成为整齐清洁的活动场所外,还要求活动在这些场所中的人,都具有美好的心灵、行为和语言。人的美是社会美的重要基础,人和人的活动紧密相连,直接或间接地以形象显现着人的本质、本质力量或理想。马克思说:“人的本质并不是单个人所固有的抽象物。在其现实性上,它是一切社会关系的总和。”社会美就是表现在人的社会生活和社会交往中的美。

除了人的美外,社会美还包括社会事物的美,即社会生活的美。它是人类创造性实践活动的产物。人类最基本的实践是生产劳动,它是人们有意识的、有目的性的活动,只有具备了有益于推动、促进人类自身的健康发展,有助于推动、促进社会的进步与发展这种质的规定性的社会实践、社会事物才是社会美。人类的实践活动,从根本上构成了社会生活的无比丰富内容,人类的创造性活动也必然以此为基础,从而创造出社会美的典范。举个例子,叶蕾蕾女士在美国宾州北费城社区的艺术实践(图1-7)产生了巨大的社会效应,她带领当地居民共建新社区,用艺术的手段最大限度的发挥了社会美的特点。在20多年的时间里,她带领社区居民平整了多处废墟,利用孩子们收集的马赛克碎片,把社区变成了风格独特、充满艺术感的园区,“叶蕾蕾女士的公共艺术实践,直接作用于人的生存环境和生活方式,吸引着人的聚集、参与,培育出良好的社会文化精神和行为方式。”^①她也因此成为福特基金会设立的“改变世界的领袖奖”

^①王洪义:《公共艺术概论》,杭州:中国美术学院出版社,2007年,P36。

唯一入选的华人。

社会美也记录了人类在主体实践过程中的艰辛历史，在漫长的历史中，人类为了生存和发展，曾经并继续创造着许多大自然所没有的东西，包括建筑物、公共设施、工业产品等。例如雄伟的长城、故宫的宏伟宫殿、壮观的埃菲尔铁塔、悉尼歌剧院；深入到生活每个角落的公共设施；可以机械化生产的工业产品。作为人自己的创造物，它们或以历史文化的物质遗存形式，或以现实的物质产品形式，不仅改变了自然物原有的感性形式，以比自然界直接提供给人类的东西更加丰富、美妙的形态和功用，装点人的生活，满足人的需要，而且，在它们身上直接显现出人的智慧和创造能力，不断证明了人的本质力量并深刻地体现了人的观念。社会美的形态不是凝固不变的，因为随着时代的发展，对于社会美欣赏的审美标准和审美要求亦有所变化，所以可以这样理解，对社会美的欣赏随着时代的发展而发展变化。



图1-7 叶蕾美国宾州北费城社区艺术实践

三、艺术美

“所谓艺术美，是指艺术作品的美。它是由艺术家的审美意识而产生、艺术家按照美的规律并为着美的目的而创造的作品的美。艺术美是美的高级形态，具有比现实美更高的审美价值，给人以更强烈的审美感受。创造艺术美，是艺术创作的最高要求和根本要求，是艺术家艺术造诣的极致，也是艺术作品价值的最高准则。”^①

艺术美是艺术家依据现实生活，运用审美意象活动和操作技巧，呈现给人们的审美意象，是人类在劳动实践和艺术创作过程中，根据自然的形象，融合人的思想感情而加以表现的作品美。艺术是人的作品，既然是人的作品，就必然体现了人的本质力量、人的理想和情感。艺术美是人的创造物，是自然界原本不存在的，是人类劳动和思想的结果。艺术美是现实美的升华，

^①王宏建：《艺术概论》，北京：文化艺术出版社，2000年，P420。