

南方论丛 / 张燕玲 张萍主编

美

的

顾凤威 著

——审美生活化散论

解

放

广西人民出版社

南方论丛 / 张燕玲 张萍主编

美

的

江苏工业学院图书馆

藏书章

——审美章活化散论

解

放

广西人民出版社

---

## 图书在版编目(C I P)数据

南方论丛/张燕玲,张萍主编. —南宁:广西人民出版社, 2004. 9

ISBN 7-219-05106-9

I. 南... II. ①张... ②张... III. 美学—文集  
IV. B83-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 083128 号

---

责任编辑 胡晓波

南方论丛

## 美的解放

——审美生活化散论

顾凤威 著

---

广西人民出版社出版发行

(邮政编码: 530028)

南宁市桂春路 6 号)

850 毫米 × 1168 毫米 1/32

115 印张 2000 千字

南宁大板彩印有限责任

公司印刷

2004 年 9 月第 1 版

2004 年 9 月第 1 次印刷

---

ISBN 7-219-05106-9/I·782 全套定价: 120.00 元



顾凤威，女，1955年生，满族，黑龙江人。1982年毕业于广西民族学院中文系。1995年至2004年先后在广西大学、华东师范大学、中国人民大学进修文艺学研究生课程。现任广西师范学院中文系文艺学副教授。主要从事文艺学、美学教学与研究。在国内正式学术刊物上发表专业论文三十多篇，著有《文艺学批评方法概论》（合著）。2001年论文《先锋小说叙述模式与读者的阅读》获“广西文艺评论奖”三等奖。

南方论丛 张燕玲 张萍主编

两岸诗人论 / 陈祖君 著

美的解放 / 顾凤威 著

文学三维 / 黄伟林 著

美的解读 / 江建文 著

散文春秋 / 徐治平 著

兼美的文化批评 / 吕嘉健 著

民族文化审美论 / 朱慧珍 著

南方批评话语 / 张燕玲 张萍 选编

## 目 录

### 导言:把美学从学者们的书斋中解放出来

- 一、美和人类社会生活的发展 .....2
- 二、美学作为一门科学或学科的历史发展 .....6
- 三、美学解放的先驱 .....9
- 四、哲学的解放和美学的解放 .....11
- 五、美学应怎样解放 .....14

### 美是怎样产生的

- 从审美意识的生成看美与大众生活的关系 .....17
  - 一、马克思、恩格斯论人的意识的发生 .....18
  - 二、人的审美意识的生成 .....20
  - 三、美的产生及其历史发展 .....25
  - 四、美的产生与人的生理发展的关系 .....31
  - 五、审美生活化趋势的加速 .....35

### 云想衣裳花想容

- 谈服饰美兼说现代时装的设计和表演 .....40

- 一、服饰的功能及其向审美化的转变 .....40
- 二、服装的古典美和现代美 .....43
- 三、现代女性着装心理探微 .....47
- 四、市场经济与现代时装设计 .....52
- 五、现代时装表演 .....56

### 淡妆浓抹总相宜

- 谈仪容美兼说现代美容术 .....59
  - 一、中国古代美容术的发展要略 .....60
  - 二、中国现代美容术一瞥 .....65
  - 三、社会对仪容美的一般要求 .....72
  - 四、美容的基本要素 .....74
  - 五、谨防现代美容的误区 .....78

### 草堂岂仅遮风雨

- 谈环境美兼说现代家居的多重文化审美功能 .....81
  - 一、中国人对现代家居的执着追求 .....83
  - 二、中国人现代家居三部曲 .....86
  - 三、现代家居的环境美和生态美 .....93
  - 四、现代家居的文化功能 .....96
  - 五、现代家居的审美功能 .....101

### 心有灵犀一点通

- 谈语言美兼说现代人的文明素质 .....104
  - 一、语言和思维的同—性 .....105

二、语言的特性和语言美 .....	109
三、语言美和心灵美 .....	112
四、语言美的具体表现 .....	114
五、语言美与人的思想、文化素质的提高 .....	118
<b>文质彬彬是君子</b>	
——谈行为美兼说现代人的气质、风度和交往礼仪 .....	121
一、社会美行为美与道德美 .....	122
二、气质美和人的自我修养 .....	128
三、“风度”释义 .....	134
四、君子之交谈如水 .....	135
五、人际交往中的礼仪美 .....	137
<b>乱花繁眼拂还来</b>	
——谈大众审美文化的解读和鉴赏 .....	142
一、大众审美文化辨析 .....	142
二、重新崛起的中国通俗文化 .....	145
三、影视文化 .....	150
四、音乐、美术、广告文化 .....	158
五、网络文化 .....	162
<b>此曲只应天上有</b>	
——谈艺术美欣赏兼说高雅艺术对人的陶冶 .....	165
一、艺术美的特征 .....	165
二、艺术美的功能及其生成和实现的途径 .....	169



三、艺术美如何使人的思想道德情操得到陶冶	171
四、高雅文化和大众文化审美差异性与鉴赏	174
五、艺术美的不同类型及其审美鉴赏	176
<b>两情若是久长时,又岂在朝朝暮暮</b>	
——谈爱情美和性爱美	179
一、从《红楼梦》的爱情观说起	180
二、现代意义上的爱情和近代文明	183
三、马克思主义的爱情观	186
四、爱情与性	189
五、现代性爱观述评	194
<b>春雨润物细无声</b>	
——关于美育问题的几点思考	198
一、美育的一般历史发展	198
二、以艺术美为中心,加强各级学校的审美教育	202
三、创造良性的审美社会环境,是审美教育重要的一翼	206
四、结合“旅游热”,开展对自然美和生态美的审美教育	211
五、网络美育	213
<b>结束语:举起你的双手吧,美是属于你的</b>	216
<b>副篇</b>	222
<b>曲子词审美解读三题</b>	224

## 意境、乐境并置同构

——读苏轼《定风波·沙湖道中遇雨》……………224

## 从李清照的《声声慢》看词的音乐语言与文学语言的

和谐美……………232

## 章法奇绝,求解于千秋之下

——读辛弃疾《贺新郎·别茂嘉十二弟》……………241

## 从后现代语境看现实主义艺术的生命力

——略论毕淑敏小说创作……………249

## 影视文本的接受和解读

——以电影《泰坦尼克号》为例……………257

后记……………268

## 导言：把美学从学者们的书斋中解放出来

“爱美之心，人皆有之。”这是一句古老而又家喻户晓的格言。但“什么是美”？人为什么会爱“美”？千百年来答案却是众说纷纭，莫衷一是。自有文明以来，一代一代的学者、大师在书斋和课堂里，从哲学思辨的高度做出这样或那样的阐释，发出这样或那样的感叹！

“美是难的！”古希腊的柏拉图说道。

“子谓韶，尽美矣，又尽善也；谓武，尽美矣，未尽善也。”<sup>①</sup>孔子在听了韶乐时赞之以尽美尽善；而听了武乐时说，音乐美是美了，却在思想和道德的内蕴上有所不足。

“美是客观的”，唯物论者或带有唯物倾向的学者这样认为。

“美是主观的”，唯心论者反驳道。

“美是客观和主观的统一。”持调和倾向的二元论者如是说。

.....

两千多年来的哲学史、美学史，就是这样争论不休。公说公有理，婆说婆有理。而人民大众因在私有制的“异化”劳动中煎熬，被剥夺了享受文化教育的权利，没有可能也没有条件来参与这纯思辨的玄学游戏。于是关于什么是美的争论只能囿于学者们的书斋和课堂之中，而且一拖就是几千年。

---

<sup>①</sup>《论语·八佾》（汉）郑玄、（清）刘宝楠注：《论语正义》，上海书店，1992年版，第73页。

## 一、美和人类社会生活的发展

美的生成有赖于客观事物自身的物质和内涵，但仅有此还不够，还必须有感受和欣赏美的事物的主体，即人。一个美的客体，一个能接受它的主体。两个条件，缺一不可。而能感觉美的主体，首先要求人的审美意识的生成。

人的审美意识的生成和发展是一个大题目。马克思的观点认为，作为主体的人的感受美的感觉和人类其它的精神感觉和实践感觉的能力一样，并不是与生俱来的，而是以往全部世界史的产物。这是一方面。另一方面，人作为能感觉美的主体和美作为客体的生成和发展，也有极其密切的关系。

除了少数的自然美亿万斯年似乎变化不大，如绚丽的太阳、明媚的月亮、宽广的海洋、巍峨的高山……以外，社会美、艺术美等的生成和发展，莫不与人类的社会生活的发展有着十分明显的依赖关系。

在社会美方面，由于美的时代性，也由于不同时代人的审美意识的变化，彼时彼地被认为是美的，到了此时此地甚至已被认为不美甚或是丑，如唐朝的“燕瘦环肥”、明清的“三寸金莲”便是例证。人格美的阶级性则更明显。古代统治阶级的人格美的理想和现代人的人格美的理想相距甚远不说，就是近几十年来，青年的理想美就与当前市场经济条件下的青年的理想美大相径庭就是明证。

艺术美的变化和人类社会生活的发展变化也是如此。古代的艺术美，如神话等，尽管在今天依然保有其永恒的魅力，尽管它仍不失为人类童年时期的不可企及的典范，但现代人的审美渴求和审美经验早已不会以之为满足了。人类社会走过了漫长的几千年，艺术的发展也早已走过了由低级到高级、由粗糙

到精致、由单调到多样的历程，过去人类连想象也想象不到的艺术样式产生了，发展了，并积累了丰富的经验，日益满足着现代人的审美需要。艺术上这种古今的巨大变化，不正反映了古今社会生活的巨大变化吗？

考察一下美是怎样深刻地几乎是无孔不入地渗透到当代人生活的各个层面的情况，更会使人们的眼界大开。

第二次世界大战结束后的几年，西方曾有人预言，体育、旅游、古董三项，将是世界很快出现的三大热点。当这个预言在上世纪 80 年代初传到中国后，有多少中国人会相信呢？三分之二的中国人都还在为了生活而奔波劳碌时，旅游等那简直像个遥远的梦。但是曾几何时，仅仅花了十多年光景，至少预言中的三热，前两项体育、旅游却在中国奇迹般地应验了。体育热一方面是以健身场所和体育场地如雨后春笋般在城市涌现及全民健身计划的实施为标志；另一方面则是通过电视的普及国内外重大体育赛事的现场直播所激发的体育意识而表现出来的。至于旅游热，由于国家近几年实行元旦、春节、五一、十一大假期，据报载，每次假期属于旅游性质的人数均在数千万以上。国家旅游的总收入每年也已达数千亿元，而且，由于国家逐渐开放了，外国人到中国旅游，中国人往国外旅游的人数也每年均在迅速的递增。这种情况的出现也是很多人始料未及的。当然，体育热和旅游热的出现，归根到底是人民生活的迅速提高，或者说相当多数的人们已经摆脱了贫困，有了一定的经济能力。

体育热和旅游热，反映了当代中国人对于自然美和健美的渴求，也体现了当代中国人审美意识的新觉醒。祖国壮美或优美的秀丽雄奇山川，如泰山、庐山、黄山、西湖、桂林、张家界、九寨沟等，还有那历史久远如梦如烟的文化胜地，如万里

长城、北京、兵马俑、西安、云岗石窟、敦煌壁画……一方面以阳刚或阴柔的自然美使人拍案叫绝、留连忘返；另一方面则以丰富的文化积淀和文化内涵的独特魅力，震撼着人们的心灵，引人幽思遐想。体育虽是竞技，是人对自身的躯体和生命极限的不断挑战，但它那强烈的文化和审美魅力，也是吸引数以亿计的体育迷的闪光点。体操、艺术技操、水中芭蕾不用说，就是球类运动员的矫捷和谐和一往无前的精神；田径运动员的节奏速度和不到长城非好汉的毅力，也蕴含着丰富的美学内容，令人陶醉不已。

标志着美不断向我们生活渗透的是文化工业的崛起和惊人的发展。如果说，本雅明（西德法兰克福社会批判学派的著名代表）在 20 世纪 30 年代中后期为艺术的全面机械复制时代的到来而欢呼不已，那么从 20 世纪 80 年代开始，世界已进入了电子复制时代，今天，刚跨入 21 世纪，又进入了数字化模拟时代和拇指文化时代（手机）。我们过去常常引为自豪的四大发明之一的活字印刷和由它发展而来的传统机械印刷早已成为历史陈迹，而为电脑和激光排印等等所代替。在这完全崭新的艺术生产力的推动下，数以万计的 CD、VCD、DVD，数以万、十万乃至百万计的报刊、书籍，用不了多少时间就可生产出来，而后几个小时即可由时速以千里计的喷气式飞机送往全国各地、紧接着即可送达千家万户而供人们阅读或鉴赏。这里将有高雅的西方古典音乐或通俗的现代爵士乐和重金属般的摇滚乐；将有我们中华民族自己的民乐和当代数也数不清的歌星或歌唱家们的音乐专辑；将有有故事有情节或紧张火爆或缠绵悱恻的影视剧，这些影视剧或来自大洋彼岸的好莱坞，或来自港台，或来自全国各地的这个或那个影视公司。一册册装帧精美的杂志画册、书籍，将把人们带入那令人忘我的各异其趣的广

阔审美天地。而其中的很大部分将通过电视机或电脑传媒手段形象地再现在人们的面前。

有谁能料想到电视机这一崭新的传媒工具竟在短短的十余年中就在广阔的神州大地奇迹般地普及了呢？更有谁料想到在瞬间连接全世界的因特网竟在几年之间在中国发展了几千万户呢！这完全可以说是文化工业发展史上的一次伟大的革命。正是这次革命把文化、把美轻而易举地送入了千家万户，为美的普及、美的解放创造了必不可少的物质条件。正是在这样的条件下，影视美学、广告美学应运而生。也正是在这样的条件下，人们审美的可能性和审美的天地大大地扩展了。

在当代条件下，美就像一个神奇的精灵渗透进人们生活中的方方面面，宛若惊鸿，令人目为之眩，神为之夺。总之，审美已成为目不暇给的一个现实问题。

首先看看人对自身的美的不懈追求吧！

在不到 20 年的时间里，中国人尤其是妙龄女子的美容化妆品的消费，不知较前 30 年翻了多少倍！“漂亮不是万能的，不漂亮却是万万不能的。”这是一句流行于当下一些中国人中的口头禅，它说明了爱美的观点在人们的脑子里已经深入到何等程度。只要翻开报章杂志，生活美容、医学美容的广告就会扑面而来，化妆品的广告，更是名目繁多，数不胜数。相比之下，古代贵族阶层甚或宫廷的贵妇们的美容和化妆简直就是小巫见大巫了。

对人自身的美的追求还表现在衣着打扮上。

这方面，在中国的外国人最敏感。20 世纪 80 年代初中期，驻京的外国记者向世界报道：持续几十年之久的单调划一的毛服式已为越来越多的鲜艳新潮的服饰所取代。从那个时代过来的人们大概还记得 20 世纪 80 年代初那令人眼花缭乱的换

装热吧。先是喇叭裤，接踵而至的是牛仔装、直筒裤、健美裤，这才热罢，西装革履接着登场。女士们的服饰更是百花齐放，争奇斗艳。时装模特的T型台表演，先是在大城市接着在中小城市热了起来。皮尔·卡丹、金利莱等名牌进入中国大陆。在一部分所谓先富起来的人群中如影视明星、歌星、白领人士、大腕等，追逐名牌已成为时尚。于是中国服装潮流慢慢和国际接轨。

随着房地产热，拥有一套可心的住宅不再是梦想。商品房的概念渗透进平常百姓家庭。他们虽然买不起那带花园和游泳池的欧式庭园和豪华别墅，但两室一厅、三室一厅、四室两厅的公寓住房却是经过奋斗可以实现的。于是随着买房热而来的是装修热，追求美的家居、美的家具、美的环境逐渐成为潮流。住房的功能已不仅仅是遮风蔽雨，而由要求宽畅舒适进而成为一种美的享受了。

随着人的文化素质的提高，人们开始讲究风度、气质，讲究在交往礼仪中的语言美和行为美。

在当代条件下，美就像传说中的阿拉伯神灯，只要你打开电脑或电视，它就会渗透进每一个家庭，充盈于你的生活空间，无法回避。在这种情况下，审美简直带有一定的强迫性质。

通过以上叙述，我们发现：美已经渗透进人们生活的方方面面，审美生活化成为每一个人必须面对的实际问题。这就进一步引起人们的思考：美学研究继续了数千年的纯思辨的路子，到底行不行？

## 二、美学作为一门科学或学科的历史发展



审美意识作为人类意识的重要组成部分，理所当然地受到人们的关注。古代的哲学家们对世界进行理性的思辨时也同时对美试图做出解释。如古希腊的哲人们就多从形式的角度着眼，认为美就是均衡、对称、和谐，并提出了著名的黄金分割率。古代中国的先贤们则提出“以羊为美”，“大音稀声”和“中和之为美”的观念。值得注意的是，无论是西方还是中国，都不约而同地把美与善联系起来，就是说美必须是善的。譬如，亚里斯多德说：“美是一种善，其所以引起快感正因为它是善的。”<sup>①</sup>比亚里斯多德早几十年的中国孔子则提出了美、善必须相统一，即所谓尽善尽美的思想，孔子对韶乐和武乐的评论，正是这个意思。美还必须真。虚假的事物怎么能成为美的呢？但这种真，对艺术来说，又绝不是对生活的复制和模写。亚里斯多德的《诗学》最早接触了这个问题，“诗人的职责不在于描述已发生的事，而在于描述可能发生的事，即按照可然律与必然律可能发生的事。”<sup>②</sup>他又说：“为了获得诗的效果，一桩不可能发生而成为可信的事，比一桩可能发生而成为可信的事更为可取。”<sup>③</sup>

自那时起的两千多年来，美学作为哲学、政治学等的附庸，只散见于一些书信、笔记或其它著作中。只有公元三世纪古罗马的朗吉弩斯（213—273）的《论崇高》和普洛丁（205—270）的《九卷书》中的第一部《论美》和第八卷的《论理智美》算是例外。但就是普洛丁的《九卷书》也仍然是客观唯心主义的哲学著作。只是到了18世纪，德国出了个鲍姆嘉通（1714—1762），他把美的研究命名为 Aesthetica（意

① 转引自《西方美学家论美和美感》，商务印书局，1980年出版，第41页。

② 《诗学》，人民文学出版社，1963年版，第28页。

③ 《诗学》，人民文学出版社，1963年版，第101页。