

应用型高等教育

旅游与酒店管理类课程规划教材

新世纪

旅游美学

新世纪应用型高等教育教材编审委员会 组编

主编 梁金兰



理工大学出版社



新世纪应用型高等教育
旅游与酒店管理类课程规划教材

旅游美学

新世纪应用型高等教育教材编审委员会 组编

主编 梁金兰



大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游美学 / 梁金兰主编. — 大连 : 大连理工大学出版社, 2010. 8(2011. 12 重印)
新世纪应用型高等教育旅游与酒店管理类课程规划教材
ISBN 978-7-5611-5729-9

I. ①旅… II. ①梁… III. ①旅游—美学—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 155468 号

大连理工大学出版社出版

地址:大连市软件园路 80 号 邮政编码:116023

发行:0411-84708842 邮购:0411-84703636 传真:0411-84701466

E-mail:dutp@dutp.cn URL:http://www.dutp.cn

大连美跃彩色印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸:185mm×260mm 印张:12.25 字数:274千字
印数:2001~4000

2010年8月第1版

2011年12月第2次印刷

责任编辑:张剑宇

责任校对:刘珍珍

封面设计:张莹

ISBN 978-7-5611-5729-9

定价:27.00元

前 言

旅游从本质上讲是一种文化现象,是一种审美活动。时下,旅游已成为一种最时尚的活动。越来越多的旅游者正在由“娱乐型”、“消遣型”的旅游者转变为“文化型”、“审美型”的旅游者。

美学因其学科自身内容的丰富性和性质的观赏性,而与旅游天然地结合在一起。美学首先是一种对人、事、物的感性化直观,这正是旅游的直接形态;其次,与一种观奇性和观美性的心理相连,未尝见过的景观令人向往,必欲见之而后快,美丽的景观令人见后还想再见,这正是旅游者的一贯心态;最后,美的感受达到最高层面,总与一种形而上的天地境界相关联,而旅游者身临奇景、心感美景,达到一种最深的感动和感悟之时,正是这样一种人对于自己能生于天地间的感动。美学中的美,不是一种日常词汇中的美,而是包含着各种审美形态(雄、奇、险、秀、幽、奥、旷、野……),旅游展现了世界美的多样性,旅游自然而然地把人引向美学,美学自然而然地把旅游提升到一种对人生与宇宙的感悟境界。因此,旅游美学随着旅游业的发展而产生,现今旅游美学已成为旅游管理专业的重点课程,并逐渐向成熟方面发展。

本教材是多位多年从事旅游美学教学的教师的教学经验和知识的积累,在内容的编写上,在介绍旅游美学理论知识的同时,注重审美意识的培养。针对旅游美学涉及相关美学基础知识的特征,对与旅游美学相关联的美学基础知识作了简要介绍。在部分章节后增加了阅读材料以拓宽学生的鉴赏能力。

旅游美学与旅游文化密切相关,在撰写教材的过程中,编者主要立足于中国传统审美文化,同时也比照西方审美文化,为学生较快掌握课程知识提供了更为通俗易懂的切入形式,这也是本教材编写的指导思想。

本教材在旅游审美对象选取上,主要以现阶段旅游活动中的主要内容和景观为审美载体,选择比较能体现美感及其意义

的典型关照对象为案例,试图通过细致的、具体的审美分析,以达到融会贯通、举一反三的知识学习效应。同时为了更好、更准确地表达教学目的,每一章开头都有该章的“学习目标、知识目标、能力目标”说明。

本教材由宁波城市职业技术学院梁金兰任主编,宁波城市职业技术学院陶永波、傅远柏,宁波大学伍鹏参加编写。

由于编者水平有限,加之时间比较仓促,本书难免有疏漏、不当之处,敬请各位读者给予批评指正。

所有意见和建议请发往:dutpbk@163.com

欢迎访问我们的网站:<http://www.dutpbook.com>

联系电话:0411-84707492 84706104

编者

2010年8月

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 美学概述.....	1
第二节 旅游美学	14
思考与练习	21
第二章 审美心理与旅游观赏原理	22
第一节 审美心理要素	22
第二节 审美体验的层次	28
第三节 旅游观赏的方法原理	30
思考与练习	36
第三章 自然景观与审美鉴赏	37
第一节 自然景观美的特征与价值	37
第二节 山岳景观审美	42
第三节 水域景观审美	49
第四节 沙漠景观审美	56
第五节 生物景观审美	58
第六节 中西自然景观审美比较	62
思考与练习	64
阅读材料	64
第四章 园林景观与审美鉴赏	68
第一节 中国园林艺术概述	69
第二节 园林景观构景因素	71
第三节 园林景观审美原理和方法	76
第四节 园林景观欣赏	80
第五节 中西园林景观审美比较	84
思考与练习	89
阅读材料	89
第五章 建筑景观与审美鉴赏	94
第一节 中国建筑审美的基础知识	95
第二节 建筑景观的审美内涵.....	102
第三节 建筑景观的审美原理.....	105
第四节 中国主要传统建筑景观鉴赏.....	109
第五节 中西建筑景观审美比较.....	113

思考与练习	117
阅读材料	117
第六章 雕塑景观与审美鉴赏	120
第一节 雕塑的特征与形式	120
第二节 雕塑艺术的审美特征	123
第三节 中国著名雕塑景观	124
第四节 中西雕塑景观比较	128
思考与练习	130
阅读材料	130
第七章 中国绘画艺术与审美鉴赏	132
第一节 中国绘画概述	132
第二节 中国绘画的审美特征	134
第三节 中西绘画艺术审美比较	137
思考与练习	138
阅读材料	138
第八章 饮食文化与审美鉴赏	141
第一节 中国传统饮食文化概述	142
第二节 饮食文化的审美特征	144
第三节 饮食的审美特色	146
第四节 中西饮食文化审美比较	150
思考与练习	152
阅读材料	152
第九章 旅游景区的审美设计	154
第一节 旅游景区及其审美意义	154
第二节 旅游景区审美设计的基本原则	161
第三节 旅游景区的审美鉴赏	164
思考与练习	171
阅读材料	171
第十章 旅游服务者的审美要求	173
第一节 旅游服务者美的形象	173
第二节 旅游服务者的美的服务	178
第三节 旅游服务者的美学修养	185
思考与练习	188
阅读材料	188
参考文献	190

第一章

绪 论

● 学习目标

本章通过对美学基本知识的介绍,如美的本质、美的特征、美的形态、美的欣赏,以增加在美的认识上的基本概念,帮助大家建立起较为系统的美学知识体系。

● 知识目标

- ①了解美的本质、美的特征、美的形态、旅游美学研究对象和范围、研究的价值等。
- ②理解美感的形成及美感特征。

● 能力目标

- ①能灵活应用美学基础知识。
- ②能够宏观地把握美感获得和审美方法。

第一节 美学概述

一、美学的产生

美学作为一门研究美和审美的学科,既古老又年轻。从人类发展的历史来看,人类自脱离动物本能以来就开始了审美欣赏和审美创造活动。据考古学证明:人类大约出现于四五百万年以前。原始艺术品的创造,大致开始于距今数万年前的旧石器时代。至少在三万年前,人类便开始以粗略的轮廓、抽象的符号和模糊的线条刻画动物、人体的图画和雕刻,后来图画和雕刻变得比较清晰、细致。人类在改造自然的同时,便与自然界建立了一种审美关系,于是审美欣赏和审美创造活动就诞生了。这时的自然界,不仅与人的生物本能活动和物质实践活动相联系,既对人类具有功利性,而且也为人类提供了可作为精神享受的超功利性的观赏价值。

人类从对具体事物的感性欣赏,到凝聚为一种较为抽象的美的观念,经历了漫长的发展过程。当人们对一些审美经验进行某种程度的思考并借助于文字表达时,便进入了审美意识的理论形式的萌芽状态。当人们进一步在观念上对美的事物之所以美进行概括和

辨析时,标志着人类对美进行理论研究的开始。

中西美学思想的历史可追溯到遥远的古代。在中国,早在两三千年前的奴隶制社会的西周,人们对于一系列与美相关的问题,就已试图从理念上进行把握。春秋时期更是出现了以孔子、庄子为代表的大思想家,其思想广泛地涉及人类审美活动的许多方面。魏晋时期还一度对美与艺术进行了独立的探讨。我国古人在浩瀚的哲学、文学、艺术学、地理学著作中留下丰富的美学思想。古希腊则是西方美学的发源地,美学上的一些根本性问题,例如美是什么,真、善、美的关系,审美快感的性质,艺术和美的关系以及艺术的创作规律等问题都已被明确提出,并作了相应的研究,为后来西方美学理论的发展奠定了基础。在漫长的中世纪的黑暗时代,西方的美学理论进展甚微。直到14至16世纪的文艺复兴时期,西方的美学史才完成了从古代到近代的过渡。这一时期的美学理论主要探索艺术形式美的规律和艺术怎样真实地再现生活。

美学作为一门独立学科还十分年轻,1750年德国美学家鲍姆嘉通(1714年—1762年)出版的专著《美学》第一卷中提出了“美学”这个概念。标志着美学作为一门独立学科的建立。鲍姆嘉通认为:人的心理活动包括知、情、意三个方面,应该相应地在三门学科中加以研究,研究“知”的是逻辑学,研究“意”的是伦理学,研究“情”的是美学。并明确提出了“美学是研究人感性认识的学科”。从此“美学”逐渐得到学术界的公认,后经康德、席勒、黑格尔、车尔尼雪夫斯基等人的努力,美学的学科地位得以确立,并将美学定义为研究现实美的规律及人对美的欣赏与创造的科学。

二、美的本质

(一)美学史上对美的本质的探讨

美也许是人们谈论最多,但又表达不清的理念。几千年来,不少哲学家、美学家为了揭开美的奥秘,进行了不断的探索。“美是什么”是一个历史久远的难题。柏拉图(公元前427年—公元前347年)提出了“美的理念”论,亚里士多德(公元前384年—公元前322年)提出了“美的整一”说,车尔尼雪夫斯基(1828年—1889年)提出了“美在生活”;在我国先秦时代,孔子(公元前551年—公元前479年)提出了“尽善尽美”说,孟子(公元前390年—公元前305年)提出了“充实之谓美”说,庄子(公元前369年—公元前286年)提出了“道至美至乐”说。

古希腊的哲学家柏拉图最早提出和探讨了“美是什么”的问题。他在《大希庇阿斯篇》(西方最早的一篇系统论述美的著作,用对话的形式写成)中,借当时著名的大学问家苏格拉底与诡辩派学者希庇阿斯之口提出了“美是什么”。柏拉图对许多有关美的看法作了一番比较后,十分感慨地写道:“我得到一个益处,那就是更清楚地了解了一句谚语:‘美是难的’。”柏拉图得到了这样一个不是结论的结论。

关于“什么是美”,实际情形也是如此。人们一般可以从感性上把握和领悟美的事物,也可以从理性上说明该事物之所以美的原因。例如,盛开的鲜花、传唱的歌曲等,可以说它们很美,还能具体地说出它们美在哪里。譬如艳丽的色彩、动人的旋律……总之,美能够使我们感到精神愉悦。但当进一步追问能引起我们美感的根源究竟是什么时,我们会发觉我们并不真正地理解“美”。

德国哲学家黑格尔(1770年—1831年)说:“乍看起来,美好像是一个简单的概念。但不久我们就会发现,美可以有很多方面。这个人抓住的是一个方面,那个人抓住的是另一方面,纵然都是从一个观点去看,究竟哪一方面是主要的,还是一个引起争论的问题。”尽管古今中外的美学家对美的本质下了难以计数的定义,但依然是众说纷纭、莫衷一是,在研究和争论中形成了很多流派。

历史上许多博学的哲学家、美学家们写下的讨论美学的著作浩如烟海,而每一部新的美学著作都产生了一种自己的说法。总结起来,美学家们对美的本质的探索大致分为三类:一类认为美是纯客观的,人们的审美快感不过是对客观存在的美的直接、被动的反映,被称为“客观美论”;一类把美作为人的主观感受,认为美是由审美意识所创造的,被称为“主观美论”;第三类力图从主体、客体的关系上来解释美,认为美是客观对象和主观意识相统一的产物,被称为“主客观关系美论”。

“客观美论”认为美在物体本身、自然和社会本身。要从物体本身的属性方面去寻求美的本质,并认为客观存在是美感的唯一来源。古希腊哲学家亚里士多德说:“一个有生命的东西或是由各部分组成的整体,如果要显得美,就不仅要在各部分的安排上见出秩序,而且还要有一定的体积大小,因为美就在于体积大小和秩序。”凡是大小得体,比例适当,能体现出“秩序、匀称、明确”的形式就是美的。古希腊的毕拉斯学派认为:美根源于一定事物自身的数量关系,数是万物的基础。因此美是由节奏、比例、对称、秩序等形式因素所构成的和谐统一体。

“主观美论”认为美不在物,而在心,在精神。要从人的精神世界和心理功能上去寻求美的根源。他们认为对象本身并无所谓美与不美。英国唯心主义哲学家休谟(1711年—1776年)强调感性经验是一切知识的来源。在美的本质上,他把美与美感混为一谈,认为美不在对象,而在人的情感愉快。他说:“诗的美,恰当地说,并不在这部诗里,而在读者的情感和审美趣味。”近代意大利主观唯心主义美学家克罗齐(1866年—1952年)认为美就是非理性的直觉。他说:“只有用艺术家的眼光去观察自然,自然才显得美。”主观美论在近代西方广泛传播,是近代西方美学的主要趋势,并成为西方美学思想的主导思潮。我们常说的“情人眼里出西施”就是带着个人感情色彩去欣赏,对客体做出的符合自身审美情趣的主观评价。“主观美论”否定了美是一切美的对象既有的本质属性,显然违背了人们的审美常识。

“主客观关系美论”认为美既不在物也不在心,而在心与物之间,即主客观的统一;这一流派并不否认甚至明确肯定美不能离开作为其物质载体的对象及其形式,但却认为对象之所以美的决定因素和根源是人的心灵,是人的感情、想象“移入”对象或对象结构形式表现了人的情感、生命的结果。如德国的立普斯(1851年—1914年)主张“移情说”,认为美是主观情感“移情”、“外射”到物质对象上的结果。这种理论作为审美过程的心理描述,确有见地,在相当范围内合乎审美心理的事实。但它建立在唯心主义基础之上。最大的缺陷就是否定了审美对象的客观性;在强调主体因素的能动作用时,忽视了对客体这一外部因素的分析。

“美是什么”这个问题,自提出两千多年来,众多的哲学家、美学家做了多种多样的回答,其中不乏真知灼见,但总的来说颇像是“不解之谜”,以至于现代西方的不少人对能否

认识美的本质持怀疑的态度。这种局面两千多年前的柏拉图似乎早就意识到了,美只能意会,不可言传,正如他所说的“美是难的”。但美的事物和现象存在于社会生活、自然界及艺术之中,对于美,人们极容易感受到。正如法国哲学家狄德罗(1713年—1784年)所说:“只要那儿有美,就会有人强烈地感觉到它。”

(二)美是一种价值

在美学中使用的“美”的概念有多种含义,又因为“美”这个词本身的多义性,给人们造成了许多困扰,所以我们要弄清其含义。李泽厚曾经作过总结:“在美学范围内,‘美’这个词也有好几种或几层含义。第一种(层)含义是审美对象;第二种(层)含义是审美性质(素质);第三种(层)含义则是美的本质、美的根源。”所以要注意“美”这个词是在哪层含义上使用的。所谓的“美”到底是指对象的审美性质,还是指一个具体的审美对象,抑或指美的本质和根源?如果“美是什么”是问什么是美的事物、美的对象,那么,这基本是审美对象的问题;如果是问“美”的客观性质、因素、条件构成等,这是审美性质问题;但如果要问这些审美性质是何来的,美从根源上是如何产生的,这就是美的本质问题了。而且人们在日常生活中使用“美”这个词,也有美学含义上的使用和非美学含义上的使用之分。当人们看到天边绚丽的彩霞时,会由衷地赞叹道:“真美呀!”在这里所用的“美”,是一种肯定性的审美评价,是在美学含义上的使用;当人们吃到可口的食物时,会情不自禁地发出“美味”、“美极了”的赞叹。这里所用的“美”是非美学含义上的使用,表达“好”,即“好吃”的意思。

从以上的说明中我们可以看出:日常用语中的“美”无论是美学含义上的使用,还是非美学含义上的使用,都是一种评价用语。它表达了主客体之间的一种价值关系。当旅游者外出旅游时说“这儿的风景真美!”时,就表明旅游者对眼前的风景持一种肯定的态度,秀丽的风景引起他身心的愉悦。这种愉悦来自其审美需求的满足,它只会在人与审美对象发生某种关系时才能出现。这也表明审美活动的实质是人类的一种价值活动。因此,美是人们在这种活动中形成的一种价值观。

三、美的特征

(一)美的形象性

美的事物的第一个特征就是它的形象。凡是美好的事物,都是直观的、具体的,能被人们感知的。能够成为人们观赏对象的自然事物,无论是高山大川、行云流水,还是花草树木、飞禽走兽,都是直接的物质存在,它们分别以各自的物理形态呈现在人们的面前,具有一定的形态,并为人们所感知。如,人们谈及春天的美,会提到桃红柳绿。桃花在初春时节花蕾绽放,其优美的花姿、绚丽的色彩具有一种浓艳华丽之美;而柳树柔嫩的枝条,随风婆娑起舞的姿态传递着春的信息。春天的美,是通过桃花、柳丝的形象表现出来的。

在实际生活中,人们在追求社会美的同时,也强烈地追求着艺术美。艺术美就更富于形象性了。艺术对现实的反映,绝非简单地抽象概括,而是寓抽象于具体形象之中,凭借色彩、线条、形体、声音、语言等物质材料来造型,从而为人们提供可以具体感受的对象。苏州的园林是美的,造园时灵活运用形体、色彩、声音及其相关法则,调用多种多样的造园手法与技巧,采用概括、提炼的方式,将自然山水进行“移天缩地”式的典型处理,造出峰峦

涧谷、流水小溪。在其上配置花草树木,再将亭台楼榭融合在人工创造的山林景色之中,巧妙地安排园林空间,来营造园林的意境。园林的景色使人陶醉,它既是一种客观存在,同时又与人们的审美情趣相吻合,因而被誉为“无声的乐章、无字的诗歌、立体的画卷”。黑格尔说过“美只在形象中见出”,表明美与形象是结合在一起的。没有形象性,便没有美的存在形式。然而,形象是具体、生动、千变万化的,因而美就不可能千篇一律、万古不变,而是个性鲜明、绚烂多彩、异态纷呈的。美的表现形式是千姿百态的,有崇高的美,又有秀丽的美;有刚性的美,又有柔性的美;有运动的美,又有静止的美;有华贵的美,又有平淡的美;有雄奇的美,又有优雅的美等等。无论哪一种美,都是通过具体形象表现出来的。正因为美具有形象性,才能使事物的“美”,闻之有声、视之有色、触之有物、呼之欲出,从而给审美者留下生动的印象。

(二)美的感染性

美具有一种悦情悦意,引起人的喜爱和崇敬的独特性质。凡是美的事物,都能使审美主体受到感染,以情感人,以情悦人,使人为之陶醉。具有这个特性是因为美的事物和现象是有表情性、有意义的形象,能吸引人们的注意,给人以愉悦的审美享受,引起人们情感乃至心灵的愉悦反应。当人们感受美的事物时,心中都会洋溢着兴奋和喜悦。

美的感染性,是美本身固有的特点,不是什么人主观外加的。它的来源,首先是美有其具体形象,可以作用于人们的感官,调动人们的情思,引起人们的爱慕和追求。在蔚蓝的天空中迎风招展的五星红旗令中国人激动、愉快,凡是热爱社会主义祖国的人,都会无比地热爱五星红旗,看到它,就会自然而然地产生一种勃勃向上的情绪和作为一个中国人的自豪感。又如,当我们在戏院观赏一出戏剧时,随着剧情的发展,也会自然而然地沉浸在艺术境界之中,关心人物的命运,同他们一起分担欢乐和忧伤。这种强烈的感染力,来自人物与人物之间的情感共鸣。自然界的美,在显示人的本质力量方面,并不像社会美和艺术美那样直接、鲜明。但是,千差万别的自然景象、自然风光展现出大自然的无穷魅力,显示出自然界的勃勃生机。因此,自然美也能够激起人们对大自然深切的爱恋之情。因为其所具有的属性适应了人类生存发展的需要,所以美是对人类自身生活的一种肯定。美作为一种社会现象总是对人而言的,离开了人类的社会生活,就很难说清楚对象是美还是不美。人们首先是满足物质的需要,然后才去追求精神的需要。“食必常饱,然后求美,衣必常暖,然后求丽”说的就是这个道理。

(三)美的创新性

美来源于人们的实践活动,而人的实践活动带有一定的创造性,人的本质力量是积极的、向上的,因而美必然会同人类社会的进步性相联系,美本身也处于历史发展之中,充满着生机和新颖性。

美的创新性特征在社会美和艺术美中表现得尤为突出。人类的历史是不断向高级社会形态发展的过程,这一历史过程是永远不会完结的。不论历史的进程多么曲折,人类社会绝不会永远停留在一个水平上。当然,随着历史的前进和人类改造自然能力的日益增强,人类自身及其生活在一天天美化。人的实践活动创造了美,反过来美以直观的形象反映着人的创造。人的实践活动是社会的、历史的、具体的,这就决定了美也必然是社会的、历史的、具体的。在不同的社会和时代,美的创造呈现出种种不同的状况。在人们的生活

中,广泛存在着美的事物和现象,愉悦着人们的精神。随着社会的进步、科技的发展,人类的视野也在不断扩大,人们对于火山、海底、峰巅、高空、极地,以至月球、宇宙世界、生物体内、微观世界等领域,越来越多地倾注注意力,开始欣赏荒凉的沙漠以及充满惊涛骇浪的大洋,甚至对地球极地的征服,去太空漫游,也会逐渐地成为人们的旅游活动。

在实际生活中,人们在孜孜不倦地追求社会美的同时,也在强烈地追求着艺术美。艺术美的独创性更是十分突出。一切成功的美的艺术,都以其鲜明的独创性被世人认可。艺术的独创性依靠艺术家:“他凭着清醒而可靠的感觉,自然而然能辨别和抓住种种细微的层次和关系;倘若是一组声音,他能辨出是哀怨还是雄壮;倘若是一个姿态,他能辨出是英俊还是萎靡;倘若是两种互相补充或连接的色调,他能辨出是华丽还是朴素。他靠着这个能力深入事物的内心,显得比别人敏锐。”正是这种细致敏锐的感觉,使他们再现了艺术的典型化,这样才会创造出有独特性、个性化的艺术形象,才有可能真切生动地反映现实生活中各具特色的美的风貌。

然而艺术一旦走入模仿、雷同的误区,它的美也就丧失殆尽。所以美产生于人类改造世界的实践中,是主客观交互作用的产物。在不同的社会和时代,美的创造性呈现出种种不同的状况。例如,以西方建筑为例,从古希腊神庙的和谐典雅,到古罗马建筑的世俗奢华、中世纪教堂的威权严肃、文艺复兴时古典回归以及巴洛克的奇诞怪异、洛可可的妖媚柔靡,所有这些形形色色的审美追求,无不包含了创造者对所处年代的政治、经济、宗教等方面的现实考虑,但以上种种的审美的差异并没有阻碍美的创造,各个时期的建筑都为人们留下了一些杰作。

四、美的形态

探求“美是什么”,了解美与人类社会实践的关系,可以激发我们对生活的热爱。通过对美的特征的了解,我们可以知道,美是一切美的对象所具有的本质属性,是客观的,而不是人的意识所赋予的。人们在审美活动中直接感受到各种具体的美。美的基本形态可以分为自然美、社会美、艺术美三种,有人也把自然美与社会美总称为生活美。生活美是现实的美,艺术美则是生活美的种种反映。

(一)自然美

自然美指客观事物的美,即能够引起人们审美愉悦的自然物的生动形象。例如,浩瀚无垠的星空、汹涌澎湃的大海、逶迤的山峦、奔腾的江河;瑰丽的色彩、生动的形态、动听的旋律、神奇的变化等。自然界正是以其感性特征直接引起人们的美感,人们在欣赏自然风光时,无不赞叹大自然的鬼斧神工。大自然的迷人风光,激起人们的种种情思。登泰山极顶“一览众山小”,激起人们奋发向上的豪情;上岳阳楼望洞庭“衔远山,吞长江,浩浩汤汤”,联想到“先天下之忧而忧,后天下之乐而乐”的忧国忧民的思想;登龙门俯瞰“五百里滇池奔来眼底”,让“数千年往事注到心头”。

自然可分为“原态自然”和“人化自然”两种形态。“原态自然”是指未经人类加工改造的、自然界原本所具有的直接形态。例如巍峨的高山、辽阔的海洋、茫茫的荒原等,它们保留了自然的原生状态,以其天然的本来面目呈现于人们的面前。

从人类文明的发展历史及人类社会的劳动实践历史来看,人们对自然美的欣赏是一

定社会实践的结果。在远古时代,在生产力极度低下和科学文化极度缺乏的客观条件下,原始人无法理解自然现象,如日出日落、风雨雷电、惊涛骇浪、洪水猛兽等等,他们认为这许多的自然现象中蕴含着无限神秘的威力。原始人对巨大的自然事物或自然现象的感受是惊异、畏惧。无论是天上的日月星辰,还是地上的花草树木、鸟兽虫鱼,都仅仅是一种自然的存在,正所谓“流水无情草自青”。也正如马克思、恩格斯所说:“自然界起初是作为一种完全异己的、有无限威力的和不可制服的力量与人类对立的,人们同它的关系完全像动物同它的关系一样,人们就像牲畜一样服从于它的权力。”随着人类实践活动的向前发展,自然界和人本身两方面都得到“人化”,人类与自然的联系在拓宽。从狩猎、驯养动物、捕鱼到采集果实、种植植物等,实践活动扩大了人们的视野,丰富了人们的需求。自然事物本身的属性,出现了是否适合于人的问题。凡适合于人的,人们则加以肯定,反之则加以否定。人与自然的关系,是在实践中逐步形成和发展起来的。通过对自然的支配、改造并使之成为“我”所用,人与自然建立起特定的审美关系。

“人化自然”是指人类在物质生产和社会实践的过程中对自然界加以利用并改造,使自然景物与人类实践活动的成果相融合而形成新的景物。“人化自然”包含两方面的内容:一是自然被改造。例如人类通过自己的实践活动,不同程度地改变了自然的外貌,使沙漠变绿洲、沧海变桑田。人类改变了自然的原有面貌,刻下了人类智慧、才华的印记;二是一些自然物通过人类的想象,赋予神化的色彩,从而获得“人化”,如云南石林中的一块石峰,与当地撒尼人的神话巧妙地结合在一起,使这一块没有生命的岩石仿佛“活”起来了,石峰“阿诗玛”在人们的眼中显得“楚楚动人”。

在绚丽多彩的大自然中,美的自然景物层出不穷,表现形式更是千姿百态。然而,自然美与社会美和艺术美相比,有着自身显著的特征:

第一,突出的自然性。自然事物的审美属性,是自然美形成的必要条件和基础;离开了自然事物的自然性,就没有了自然美。巍峨的山峰、挺拔的青松给人不同的造型美,而奔腾的江河、咆哮的大海,以锐不可当的力量表现出磅礴气势的自然美。一切自然美景都是由自然事物的独特性构成的,而且是天然形成的。人们喜爱松、竹、梅、兰,把它们誉为“四君子”,是与它们的自然属性分不开的。松的挺拔坚强、竹的虚心有节、梅的不畏严寒、兰的秀质清芳,这些特征是这些植物自身所固有的。

第二,以形式美为重。自然事物的内容多数情况下依稀可辨,显得模糊、隐约。在外表上,美一般是在比例、对称、和谐方面给人以美的享受,而不是在思想上给人以启迪。形式美大于内容美。这种以形式美为重的特性,经常在审美过程中表现出来。例如蝴蝶在未羽化前的幼虫时期,吞食农作物,危害庄稼,但因其羽化后有着斑斓色彩和翩翩起舞的舞姿而惹人喜爱。

第三,美具有多面性。自然物的美在一定条件下,在与人们社会生活的特定联系中,会显现出不同的侧面。也就是说,同一事物,有时表现出一种美,有时又表现出另外一种美。例如天上的月亮有时皎洁如镜、有时弯曲似弓,这种阴晴圆缺的变化显现出种种不同的美态,引发出观赏者的不同情感。自然景色因季节、光线、云雾、雨雪等因素变幻无穷,雨中的西湖、雾中的庐山、雪中的北国,大自然无时无刻不在重新塑造审美对象,让人们感到美不胜收。

(二)社会美

美不仅存在于自然界,还存在于社会生活中。哪里有生活,哪里就有美。社会主要是人类征服自然和改造自然的产物,人类的实践活动构成整个社会生活的核心。社会美存在于社会生活的各个领域,如经济、政治、科学实验以及人的衣食住行、交际往来等方面。社会美主要体现在实践活动美、实践主体美、实践成果美这几个方面。

1. 实践活动美

人类最基本的实践活动是生产劳动,生产劳动是人类最基本的生命活动。为了达到“食必常饱,衣必常暖”的目的,人类世代代劳作不止。人的一切生命活动总是在一定意识和目的的支配下进行,是“按照美的规律来建造”的活动,从而使劳动摆脱了物质的束缚,成为一种自由自觉的创造性活动、一种显示人的本质力量的活动。在这种劳动中,人把自身的聪明才智、人格力量投射到对象上,使“自然人化”,并成为人的本质力量的一种确证、人的生命价值的象征,因而劳动本身和劳动创造的产品都是美的。

劳动过程的美在外在形式上表现为劳动场面的美,内在结构上表现为内部组织的协调和劳动节奏的和谐。移山填海、植树造林、修路筑桥体现出劳动主体的雄伟气概,呈现出恢宏之美;飞针走线、精雕细刻体现出劳动主体精巧灵活、精益求精的精神,呈现出恬静之美。劳动产品的美是指由产品体现出的人的创造智慧及其本身的功能、形式等显示的美。功能美是首要的,而功能美首先在实用。形式美具体表现在线条、形状、色彩本身以及它们内在组合比例的外观或形式上。例如:整齐、光洁、对称、平衡、节奏、韵律、和谐、多样统一等等。劳动产品往往以最合理、最优化、最鲜明、最美观的外形美来表现产品的特性和用途,赋予产品以审美价值。

2. 实践主体美

人是社会实践的主体,人的美集中体现了社会美的特点。人的美包括外在美与内在美两个方面。外在美是指人的相貌、体态、服饰、行为等方面;内在美指人的精神品质。内在美要通过外在美来表现,同时外在美受到内在美的制约,人的美正是这二者的统一。

人的相貌、体态,通常称为人体美。人体美是一种自然美。人体的相貌美是由比例适当的五官、匀称的身材和光洁的皮肤等构成的。体态美通过姿势动作表现出来,是身体各部分的配合而呈现出来的外部形态的美。美的姿态必须是自然的姿态。忸怩的姿态,断然是不美的。《庄子·天运》中的东施效颦的故事就能很好地说明这一点,同村的丑女看到生病的西施皱眉的模样很是美丽,便自己也来装扮人家那般的模样。只可惜,这个丑女东施只知“颦美”却不知“颦之所以为美”。这个“颦”只有在西施这个自然的姿态才会是美的。

当然,人的形体、相貌,也不是纯粹外在的,内在的神、情也会通过外在的貌表现出来。黑格尔说:“目光是最能流露灵魂的器官,是内心生活和情感主体性的集中点。”他还认为口是面部仅次于眼的最美部分:“口通过极度轻微的运动可以生动地表达出毫厘不差的讥讽、鄙夷和妒忌以及不同程度的悲、喜,就连静止状态的口也可以表现出温柔、严肃、拘谨和牺牲精神等”。

服饰是人的相貌美的重要组成部分,穿着打扮之美称为服饰美。服者,着衣也;饰者,装饰、修饰也。包括衣服、鞋帽、首饰、提包、腰带、手套、袜子等。着装应尽可能因时因地

而异,与自己的职业、身份、性别、年龄、学识、修养相协调。色彩款式应得体,以求得与形体的和谐统一,衬托和增添人体的外在美。

人们在长期的审美活动中,逐渐认识到内在美更重于外在美的道理。内在美是指一个人的心灵美,主要表现在品德、情操等方面。在我国先秦时期,对于美的看法,就强调美与善的统一,认为真正的美是内在人格的善表现于外。个体努力修养充实于内在的善,当它表现于外时,就成为美。

3. 实践成果美

实践成果是人类利用自然、改造自然的成果。人们在实践中创造的美可以在实践成果中体现出来。当前社会中鳞次栉比的高楼大厦、宽阔坦荡的高速公路、琳琅满目的商品,这些都表现出强烈的实践成果美。

(三) 艺术美

1. 艺术美来源于生活

同自然美与社会美不同,艺术美是艺术家对现实生活进行创造性改造的产物。艺术美是美的客观存在形态,艺术品是人类审美意识的结晶,艺术美存在于各类艺术品的艺术形象之中。现代意义上的艺术,仅指精神文化中的艺术创作,即音乐、舞蹈、绘画、雕塑、文学、戏剧、电影以及书法、摄影等。它们都是直接脱离了功利需要而专门满足人们的审美需要的精神产品。艺术美作为生活美(自然美与社会美的总称)的反映,一方面反映现实,一方面又融进了艺术家的思想感情。人们的生活中存在着艺术美的原始素材,艺术家的创作激情也来自生活。现实生活中有着无比生动的内容。生活中的美是自然形态的粗糙的事物,但也是最生动、最基本的事物。因而生活中的美是艺术创作取之不尽、用之不竭的源泉。但与艺术美相比较,生活美总是存在于现实的一定时间和空间之中,它们常处于活动状态,缺乏稳固性和普遍性。社会美的直接现实性消失后,如果没有传播媒介的帮助,美感影响也就消失了。而自然美则依赖于自然状态,时序的更替和环境的变化必然影响到自然美存在的永恒性和自由性。因而生活美的美学意义远没有艺术美那样具有更高的审美价值与持久的生命力。

现代画家黄宾虹(1865年—1955年)擅画山水,他对自然美中的山水景与绘画中的山水画进行区分,有这样一段话:“山川入画,应无人工造作之气,此画图艺术之要求。故画中山川要比真实山川为妙。画中山川,经画家创造,为天所不能胜者。”他又说:“山水画乃写自然之性,亦写吾人之心。山水予人以利益,人生息其间,应予美化之。”现实中的美虽有千姿百态,但它们是分散的、孤立的,存在于个别的美的现象之间,常常缺乏内在联系。艺术美的创造正因为写进了艺术家的“吾人之心”,将现实生活中的一些现象经过加工,一方面将分散的美集中起来,进行艺术的典型化;另一方面又把与美混杂在一起的多余的杂质去掉,使之更纯净,使生活美得以强化,使之更具有代表性。现代画家齐白石曾说过:“作画妙在似与不似之间,太似为媚俗,不似为欺世。”画家所言的“太似”是指拘泥于生活表面的“真”,“不似”是指歪曲生活的“伪”。而“妙在似与不似之间”,就要求画家不能局限于局部的真实,而要展现生活的底蕴,通过典型的艺术形象,展现生活中具有普遍意义的美。

艺术美不是生活形象的简单再现,而是艺术家主观感受的体现。任何成功的艺术作

品总是传达了艺术家心灵的声音,倾注了艺术家追求艺术美的热情。艺术家将社会美和自然美纳入心灵,用情感去冶炼它,用想象去完善它,将自己的审美理想、审美激情熔铸进去,化为作品的血肉和灵魂,从而使现实美升华,成为心物一体的美。艺术家的创作激情也来源于生活。艺术作品不是简单记录各种生活现象,而是艺术家深入观察生活、研究生活,在实践中培养出深入生活的感情,在生活中激发出创作的激情,并发挥其想象而创作出来的。

2. 艺术美高于现实美

艺术美是对现实美的升华,主要是通过典型化和理想化来实现的。艺术家对现实材料进行加工,把现实美中不美的部分“清洗”掉,把分散的美集中起来,创造出典型形象,使之更符合美的规律,更纯粹、更精致。同时,艺术家建构的艺术形象具有十分紧密、协调的内在联系,是用一种完整的面貌与世界对话,表现出一种理想美的色彩,因而是普遍自由的形式与普遍自由的内容相结合的一种新的美的形态。

艺术美高于现实美的另一个特点在于:艺术从本质上说是以审美为核心的,而现实生活与自然界,并非处处都是美的,同时会有大量的丑并存其中。而且现实中的、自然中的丑就是丑,是生活美的反面。在现实生活中,丑不能成为审美对象,它常引起人们的心理抗拒和情感排斥,从而不为审美心理所容纳。但是丑进入具有真正审美价值的艺术系统之中,它就不再是单纯的丑了,而是在与美的矛盾统一体中起着衬托美、反射美的光辉作用。丑以各种各样的表现形式取得某种审美价值,以至于以其“丑得如此精美”而激发起强烈的美感。

3. 艺术家与艺术美的创造

艺术美是由艺术活动的主体创造出来的,艺术生产的主体不一定是艺术家,但艺术家一定是艺术生产的主体,并且艺术生产的性质集中体现在艺术家身上,因为艺术家是专业化的艺术生产主体。艺术美从本质上看,是艺术家按照“美的规律”进行创造性劳动的产物。

艺术美的创造过程是艺术家通过创造性劳动对生活进行提炼的过程,是艺术家的思想情感与生活相融合的过程。艺术美是艺术家把人类及其自身对生命超越的渴望和激情外在化,根据自己的审美理想,运用高超的技巧,创造出符合生活本质的形象。只有当人类自觉地意识到有必要通过专门的创造性劳动来满足自身的审美要求时,真正的艺术才会产生。通过艺术家的想象力、创造力,艺术得以实现,真正的艺术家才会出现。

艺术美就其内容来说,是艺术家对于生活美的真实反映;就其形式来说,它是作品的存在方式,是艺术家运用一定的物质媒介创造出来反映社会生活的艺术形式。艺术美注重形式,没有形式艺术作品无以存在。艺术美也不脱离内容,因为在艺术欣赏中仅仅靠形式是不能影响人的思想感情的。如果没有内容,艺术形式也无以依托。罗丹说过:“没有一件艺术作品,单靠线条或色调的匀称,仅仅为了视觉的满足,能够打动人的”。一件具体的艺术品,美都是内容与形式的统一。

在以上的内容中分别论述了自然美、社会美和艺术美。实际上自然美、社会美和艺术美三者的界线又并非清晰可见,它们是互相融合、互相渗透的。自然美也可以变为艺术美,比如自然界中存在的美丽的景物,通过画家描绘下来成为艺术品,自然美就转化为艺