

美育教程

龙泽弘

陆承柏

主编



美育教程

主 编 龙泽弘 陆承柏

副主编 张 昕 李鸿安 王国楹

中国对外经济贸易出版社

(京)新登字 062 字

图书在版编目(CIP)数据

美育教程/龙泽弘,陆承柏主编。—北京:中国对外经济贸易出版社,1997.3

ISBN 7-80004-539-0

I.美… II.①龙…②陆… III.美育-教材 IV.G40-014

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 00088 号

美 育 教 程

主 编 龙泽弘 陆承柏

副主编 张 昕 李鸿安 王国楹

*

中国对外经济贸易出版社出版
(北京安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码:100710

新华书店北京发行所发行

外文印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本

9.75 印张 插页 0.5 印张

252 千字

1997 年 6 月第 1 版

1997 年 6 月第 1 次印刷

印数:5000 册

ISBN 7-80004-539-0

G·18

定价:16.00 元

内 容 提 要

《美育教程》是为了提高经贸人才的素质而编写出版的。

全书共分九章。它运用美学基本原理,针对我国对外经贸这个窗口行业的实际与要求,独辟蹊径,用流畅的文字,生动而新颖的事例,理论联系实际,向读者介绍怎样塑造自我的心灵美和形象美,并且使二者完美统一的方法与途径。此外,本书还用一定的篇幅介绍了如下的内容:在国际贸易中,按商品的营销学的要求,从商品的设计、生产、包装、促销广告(包括布展)等环节上回答了什么是美,怎样创造美,让美去提高商品的附加值。与此同时,本书还帮助对外经贸人员,运用审美知识去鉴赏异邦的风物美,欣赏文学艺术美,吸收人类文化精华,做美的使者,共创人类美好的明天。

本书突出对外经贸行业的特色,可读性强,实用性强,可作为全国经贸院校的教材,也可供对外经贸在职人员学习之用。

目 录

第一章 对外经贸人才的素质与美育	(1)
第一节 美育的意义和作用	(1)
一、美育是精神文明建设的主要内容	(1)
二、美育对对外经贸人才的特殊作用	(5)
第二节 美的基本知识	(8)
一、美的本质	(8)
二、美的范畴	(10)
三、美的形态	(13)
第三节 对外经贸人才审美能力的形成	(18)
一、审美心理的产生及其过程	(19)
二、美感的形成	(23)
三、美感的相对性、时代性和阶级性	(31)
第二章 对外经贸人才美的自我塑造	(35)
第一节 外经贸人才的心灵美	(36)
一、政治素质美	(36)
二、伦理道德美	(39)
第二节 对外经贸人才的文化素质美	(42)
一、文化的时空结构美	(42)
二、语言美	(45)
三、情绪美	(54)
第三节 对外经贸人才的风度美	(55)
一、服饰美	(56)
二、行止美	(65)

三、礼仪美	(68)
第三章 工艺品艺术鉴赏	(74)
第一节 中国传统工艺艺术纹样美	(74)
一、动物纹样美	(75)
二、植物纹样美	(80)
三、几何变形纹样美	(84)
第二节 外国工艺艺术纹样美	(86)
一、非洲艺术纹样美	(87)
二、美洲艺术纹样美	(92)
三、阿拉伯艺术纹样美	(94)
四、南亚艺术纹样美	(99)
五、欧洲艺术纹样美	(101)
第四章 美学原则在进出口商品中的运用	(111)
第一节 进出口商品的美学价值	(112)
一、艺术价值	(113)
二、实用价值	(118)
第二节 进出口商品的造型美	(122)
一、形态美	(122)
二、结构美	(126)
三、色彩美	(132)
第三节 进出口商品的质地美	(135)
一、柔滑的美	(136)
二、坚硬的美	(138)
三、轻薄的美	(139)
四、动感的美	(141)
第五章 进出口商品包装装璜美	(145)
第一节 进出口商品包装装璜的审美标准	(146)
一、美在新奇而简洁	(147)

二、美在艳丽而明快·····	(150)
三、美在动静的谐调·····	(153)
第二节 优秀包装装璜赏析·····	(158)
一、新颖别致的“八角包装纸箱”·····	(159)
二、多彩多姿的“包装拎袋”·····	(159)
三、主题鲜明的“电炉丝盘包装”·····	(160)
四、妙趣横生的“玩具洗发剂容器”·····	(161)
五、民风浓郁的“蜀宫夜宴液”包装装璜·····	(162)
六、回归自然的“野山参”系列包装·····	(163)
七、韵美意新的“5升宴会啤酒”系列包装·····	(165)
八、满身“贵”气的“宇宙神茶王铁观音”包装·····	(166)
第六章 国际广告的审美特征 ·····	(168)
第一节 国际广告的意蕴美·····	(168)
一、国际广告的创意美·····	(168)
二、国际广告的情理美·····	(172)
第二节 国际广告美术、文学、音乐的审美特征·····	(175)
一、国际广告视觉传递美·····	(176)
二、国际广告语言传递美·····	(178)
三、国际广告的音响传递美·····	(183)
第七章 商品展销活动中的美学原则 ·····	(185)
第一节 布展的美学原则·····	(186)
一、形式与内容统一的原则·····	(186)
二、均衡、协调、变化、统一的原则·····	(191)
第二节 布展的审美心理效应·····	(192)
一、突出展品真善美的特点·····	(193)
二、注重体现民族风格·····	(196)
三、流行风格的周期性变化·····	(200)
第八章 异邦风物的审美原则 ·····	(205)

第一节 山水之美·····	(205)
一、高峻的美·····	(205)
二、秀丽的美·····	(208)
第二节 文物之美·····	(209)
一、美的怀古情结·····	(210)
二、窥探古人的审美意识·····	(212)
三、感受美的历史演变·····	(216)
第三节 异域建筑艺术美·····	(229)
一、古希腊巴狄农神庙·····	(229)
二、拜占庭圣索菲亚教堂·····	(231)
三、哥特式教堂建筑艺术·····	(232)
四、巴洛克式建筑艺术·····	(234)
五、婆罗门教建筑艺术·····	(235)
第四节 世界各国的风情美·····	(236)
一、欧美基督教文化与风情·····	(237)
二、佛教文化与风情·····	(242)
三、伊斯兰教文化与风情·····	(245)
四、世界各国风情·····	(247)
第九章 文艺欣赏与审美·····	(256)
第一节 文学欣赏与审美·····	(256)
一、共鸣中的顿悟体验·····	(256)
二、移情中的愉悦体验·····	(258)
三、形象中的伦理美·····	(262)
第二节 音乐欣赏与审美·····	(267)
一、音乐美的表现与特征·····	(267)
二、音乐美感的发生·····	(275)
三、音乐的类别·····	(280)
第三节 影视艺术与审美·····	(281)

一、影视艺术的审美特征	(281)
二、影视艺术的美感发生	(287)
第四节 造型艺术与审美	(289)
一、绘画、雕塑的审美特征	(289)
二、绘画、雕塑名作欣赏	(294)

第一章 对外经贸人才的素质与美育

对外经贸事业是美的事业,对外经贸活动是美的活动。它在五彩缤纷的国际市场中求生存,在千奇百异的商品营销竞争中谋发展;它为社会创造着新颖而丰富的物质文明,更为不同肤色的人们提供着相互理解、相互依存的精神需求。许多人羡慕这种美,追求这种美;而跻身于这种美的氛围中的对外经贸人才,更是以自己的才智创造着这种美。

美的事业呼唤素质美的人才。对外经贸的大厦,须有素质美的对外经贸工作者去营造。正如蜜蜂酿蜜,春蚕吐丝样的劳动之美,奉献之美,对外经贸工作者也应以特有的审美观,审视自己的事业,在美感中释放美的创造力。

因此,美育就成为对外经贸工作者的必修课程。美育,是人生的艺术化,也是一种性灵的陶冶。对外经贸工作者在美育修养中能获得高格调的生活情趣和工作品位。随着社会的发展,对外经贸的繁荣,对外经贸事业对这种情趣和品位要求越来越高,对外经贸工作者的素质优化将与美育的关系越来越密切,对审美理想的追求,将会更加迫切和自觉。

第一节 美育的意义和作用

一、美育是精神文明建设的主要内容

随着经济、政治体制改革的深化,随着国门的敞开,各种观念、各种思潮相继涌入我们这个长期封闭的泱泱大国,特别是社

会主义市场经济的勃兴,给 12 亿人在精神上以冲击,它所引起的震荡的剧烈程度,是可想而知的。这时,如无有效的制衡力量,在精神上极易发生非良性的倾斜。所以,在建设物质文明的同时,建设好精神文明,是十分迫切的任务。用美育来架构人格,塑造人才,是美学的神圣职责。

在社会生活中,利与义、真与假、善与恶、美与丑并存,如何看待,如何处理,使不少人感到困惑。美育则是解除这种困惑的重要的力量。

(一)高尚的人生观在美育中培养

审美理想是人生的一种制衡力量,美学是在世界观的指导下,人们按照美的规律去改造客观世界,同时也改造自己的主观世界。人们追求审美理想时,不论是追求的过程,还是追求获致的结局,都以美自律。追求审美理想,首先要回答人生的意义,要解决人生观和世界观的问题。朱光潜先生说得好:世界上的事物有三种价值:真、善、美,人类心理有三种活动:知、情、意。三种价值与三种心理活动又有对应关系。人能知就要求知,要辨别真伪,寻求真理,就会服膺人类最崇高的社会理想,树立正确的人生观。具有美好人生观的人,必然要追求社会的合理性,即社会美——社会的整体富裕,社会成员的平等、和谐和精神世界的崇高。人们朝着这个方向不断地追索下去,自然就会把社会主义、共产主义作为最美好的理想。毛泽东、周恩来、宋庆龄等无产阶级革命家,无一不是从革命民主主义者,走入共产主义者队伍的。这是一种合乎逻辑的自然归宿,为了实现这一美好的社会理想,人们不惜牺牲一切,包括宝贵的生命。所以夏明瀚的就义诗:“砍头不要紧,只要主义真,杀了夏明瀚,还有后来人。”成了千古绝唱,照耀着后世。它的雄强的美,壮烈的美和悲剧的美,陶冶着几代人的灵魂。美好的人生观必然衍生美好的生死观、金钱观等,把美好的名节看得比生命更重要。“饿死事

小,失节事大”便是中华民族的传统美德。这种人格美,是一种崇高的美,对当世和后世都有巨大的影响力量。此外,在不懈地追求中,每达到一个阶段,便会产生一种愉悦,这种愉悦又激励自己向更高的境界攀登。美无止境,愉悦亦无止境,美就在追求之中。愈接近答案,人的审美心理结构便愈完善,人的品格便会越来越高尚。

(二)纯美的伦理道德在美育中完善

美育以情来感人向善,人在审美活动中,移情于物,以物为参照,怡然向善。人们以伦理道德自律,首先是认为伦理道德是美的。美育对整体人格的形成,无疑是一副生长剂和营养剂。伦理道德首先是人类共同遵守的规范,是理顺人与人之间的关系准则。其功能是为了达到社会和谐的美,平衡的美和蓬勃生机的美,并且这种“和谐”与“平衡”是相对的,是不断地发展的,任何违反伦理道德的行为,如粗野无礼、暴行、色情、拜金主义等,都是不美的。人在追求审美理想时,会自觉地去遵守道德规则;在为社会的整体美去奋斗时,会首先要求自身美,这种审美要求,从自觉进入“自然”状态时,便是一种纯美的反映,人格便会完善起来,审美活动便进入了更高阶段。一位在某地打工的青年,见到三名儿童落水后,便奋不顾身下水抢救,事后不留姓名,悄然而去。有关部门费了许多周折才找到他。记者问他救人时的想法,他说:“我当时什么也没想,只知救人要紧,人的生命重要,把小孩子救上来,是我的职责,是很平常的事。我根本没想到要登报,要得奖金。”这是完美人格的体现。具有审美理想的人,由于目标宏远,便会站得高,内心纯净,因而具有较强的社会“免疫力”,在金钱的诱惑下,不会堕落;在黄色的妖雾包围中,不会昏迷;在得与失面前,不会困惑。人们在追求审美理想时,自然要遵守伦理道德规范。按伦理道德自律,便会产生美的效应。

(三)美好的性格情操在美育中陶冶

“美关乎情。”美感是一种崇高的情感活动,人的爱美之情,会诱导人们按照美的规律去创造美,在创造客观世界美的同时,也会培养自身美。例如米洛岛上的维纳斯雕像,是古希腊人的作品,她集人体形美之大成,又赋有心灵的内美。对这尊雕像,在具有不同审美层次者的眼中,她有不同的审美价值。审美层次较低的人,多从感官的情欲出发,往往沉缅和迷恋在快感之中,进而为低级趣味的浊流所吞没,这就远离了作品本身的审美价值,其自身的精神也会愈趋低下;相反,一个审美层次较高的人,一个有强烈的审美理想的人,看待这尊雕像,并不以感官愉悦为满足,而是在对理性美的不断追求中,不仅注意到形体的美,也强烈地感受到作品流露出来的内在美,即内心平静、端庄、自尊、自信的精神状态。通过主体对客体的审美活动,人们便产生了“见贤思齐焉”的愿望,要求自身美好起来,正如马克思说的“在观照对象之中就会感到个人的喜悦,在对象里认识到自己的人格。”因此美好的事物就象“一面镜子,对着我们光辉灿烂地放射出我们的本质”。尽管人的外形难以改变,但人的精神和人的行为却有无限回旋的空间。人的内美,即人的性格美(精神美、行为美)往往能矫正、弥补自然因素造成的外形的不足,那种内在品质的光华所形成的魅力,会吸引审美主体的注意力,而忽视造化留下的败笔。培根在《论美》中提道:“美德好象宝石,它在朴素背景的衬托下,反而更华丽。同样,一个打扮并不华贵,却端庄而有美德的人是令人肃然起敬的。”他又说:“形体之美要胜于颜色之美,而优雅行为之美,又胜于形体之美。”因此,只有“把美的形貌与美的德行结合起来,美才会放射出真正的光辉。”主体对客体进行审美活动时,不仅注意到它的外美,为之仿效,而且注意到它的内美,并努力与之等同,不断地追求主客体一致,人的品格、气质在这追求中,必然会不断地完善、完美起来,他的

精神世界便会愈来愈丰富,便会趋向崇高,而愉悦也随之俱来,便会进入更高层次的审美境界。

我们也应看到“审美教育自有它本身的特点:它不需要用任何抽象的理智形式,象知识灌输那样,象行政命令那样,象法律制裁那样,从外面强加于人;它象空气一样包围着受教育者,让他不知不觉地自愿地去感受,去体会,从而心甘情愿地接受教育。”(蒋孔阳:《谈审美教育》,载《红旗》杂志、1984年第22期。)

(四)爱国主义精神在美育中培育

爱国主义是一面具有巨大精神力量的旗帜,在风风雨雨的征途上,在兴衰沉浮的历史中,它以无可比拟的凝聚力带领人民走向胜利。我们从岳母在岳飞背上刺下的“精忠报国”四个大字中,看到了中华民族的美育传统,从李四光、钱学森等海外游子投奔祖国怀抱,看到了美育的丰硕果实。一个追求美的精神世界的人,一定是一个爱国主义者。在历史上以爱国主义精神放射耀眼的光华的人总是受人崇敬的。如岳飞、文天祥、林则徐等,他们受到万世的景仰,是因为他们人格的伟大、崇高和美好,而强烈的爱国主义精神则是他们释放不尽的光源。

二、美育对对外经贸人才的特殊作用

美育是对审美主体的造就,美育要“创造一个了解艺术而且能够欣赏美的公众”(马克思语)。具体说,美育是端正人们的审美观念,培养人们的审美能力,优化人们的心灵,摒弃低级趣味和非人的品质,使人由“生物的人”上升为“社会的人”。美育对于对外经贸工作者来说,必然会有“质”的变化的作用。

(一)优化人格

对外经贸人员有时要离开自身植根的文化“泥土”,到异国他乡去进行业务活动。有时要暂时脱离自己所属的那种政治领域,而要进入另一种非我的政治环境中。这样,原有的约束机制便在无形中淡化了,这时精神上如果成了“不设防的城市”,如无

较强的“免疫力”，他面临的危险就会是其他人的许多倍。与此同时，对外经贸从业人员生活的社会层面极宽，极富挑战性。他们从事的国际商品交易，附影随形的是金钱和利润。物质利益无时无刻不在向道德挑战，向人格挑战。此外，国际商场上波谲云诡，经商活动也是一种智力较量，而狡诈与机智在表象上几乎没有区别，有时极难给它们划定合乎实际的界限，把握得不好，极有可能滑入邪恶的泥坑。对外经贸人员接受审美教育，就显出了它的必要性和重要性，而培养审美情趣，提高审美层次，就能在精神上筑起一座道德的长城，就会具备把握人生航向的潜能。在心境上也是愉悦代替了惊险，悠游代替了紧张。此时，他就会从盲目的必然中解放出来，而成为一个自由的人，成为一个有道德的、高尚的、纯粹的、美的对外经贸工作者。所以说审美教育对对外经贸人员有着特殊的意义。

（二）美化形象

人的形象包括人的言谈举止、音容笑貌、穿着衣饰等。对外经贸人员在国际市场的大舞台上，应该是“中国人”的形象。在形形色色的客户面前，或举止庄重，神情专注；或和颜悦色，温文尔雅；或动如深溪，缓于表而迅于底；或静如山，寂于外蕴于内；或出言有礼，潇洒大方；或成竹在胸，不亢不卑。他们展现的虽是个人的风采，但显示的却是中国人的尊严；表现的虽是个人的品格的优劣，而代表的却是中国国格的高下。更有现实意义的是，对外经贸人员的美的形象，有时会带来意想不到的美的经济效益。在进出口业务活动中，那种因一个美的举动而成为成交的重要因素，屡见不鲜。

双方初次接触，各自都怀有戒备心理，只有交往中，通过细心地观察，确定可信度才能作进一步的交往，解除这种戒备心理，溶化心理上的冰墙，靠的是盛德美行的热量。所以说美育是增强对外经贸人员形象美感的催化剂。

(三)美化心灵

“山蕴玉而生辉,水怀珠而川媚。”对外经贸工作者的人格美、形象美是美的心灵迸发的火花,闪烁的辉煌。美育的核心是对人的心灵之“育”。对外经贸工作者在美育中会志向高远,不为外物所累,不为己利所牵;能瞄准现实的行情变化,能把握市场发展趋势。这是他们心灵美的丰富内涵所致。如孔子“三人行,必有吾师”的谦虚美;孟子“富贵不能淫,贫贱不能移”的节操美;曹操“老骥伏枥,志在千里”的奋进美;王之涣“欲穷千里目,更上一层楼”的远见美;苏轼“不识庐山真面目,只缘身在此山中”的卓识美;范仲淹“先天下之忧而忧,后天下之乐而乐”的抱负美;陆游“但悲不见九州同”的爱国美;于谦“要留清白在人间”的气节美;鲁迅“我以我血溅轩辕”的忠于祖国美……这些美对心灵的渗入和陶冶,会使对外经贸工作者在困境中走向“柳暗花明又一村”,从狭路奔向海阔天空。

(四)敏锐思维

1928年,伟大的科学家爱因斯坦在回答爱好音乐是否影响他的科研时说:“音乐并不影响研究工作,它们两者都从同一个渴望源泉摄取营养;而他们给人们带来慰藉也是互为补充的。”形象思维有助于抽象思维,促进抽象思维,这是已被实践验证了的科学结论。对外经贸工作不只是一项重复性工作,其实质是一种创造性劳动。对外经贸工作者既要形象思维,也需抽象思维,二者“互为补充”,才具备有创造力的条件。美育,就能锻炼这种思维,有了这种思维,就会有思维的敏锐性,就会不断有新的发现,在自己的业务活动中有所创新。一位工艺品厂负责人,在广交会上看到一种方形洗衣筐展品竟引来各国客商订货。他经了解得知,原来美国有积聚洗换的衣服一块洗的习惯。于是,他回厂后精心设计了一种新型的洗衣筐,创下了很高的经济效益。他这种行为敏捷性,来自于他敏锐的思维能力。

第二节 美的基本知识

爱美之心,人皆有之。爱美乃是人的天性,这就为审美追求提供了内驱力,同时也给审美教育扫除了心理障碍。尤其对外经贸工作者活动在国际舞台上,外界给他们施加了一些压力的同时,又提供了许多有利条件,可以说在主客观两方面都为审美教育提供了动力。进行审美活动,必须先弄清什么是美,它有哪些范畴和形态,以及如何培养这种能力,这是进行审美活动首先要解决的问题。

一、美的本质

(一)什么是美

美的本质是什么?王朝闻先生说:“美是人们创造生活、改造世界的能动活动及其在现实中的实现或对象化。”(王朝闻:《美学概论》,人民出版社1981年版,第29页。)这句话说明美是一个感性的具体存在。一方面它是一个合乎规律的存在,体现着自然和社会的发展规律;另一方面又是人的能动创造的结果。例如新发现的四川乐山大卧佛,本是群峰在天际的剪影,它仰面而卧,坦胸露腹,雄浑壮美。它存在了万年以上,并不依赖人的主观意志,是一个“感性的具体存在”,体现着“自然”的“发展规律”。在人们发现它之前,它只是一种“潜美”,被发现之后,它又是人们的劳动与愿望“在现实中的实现或对象化”,是人们能动创造的结果,它一旦被人们发现,这种潜美便成为现实中“实现”或现实。虽然人们对它未施加一凿一斧,这依然也是一种劳动,一种创造的结果。因为观察、发现、想象也是一种劳动,一种创造。这种实现是人的主观愿望与客观实际相符合,因而引起愉悦,既赞叹了客观现实的美,也赞叹了自身劳动的美,这也就是人的“对象化”,即人在赞叹卧佛的同时,也在赞叹自身,赞叹自