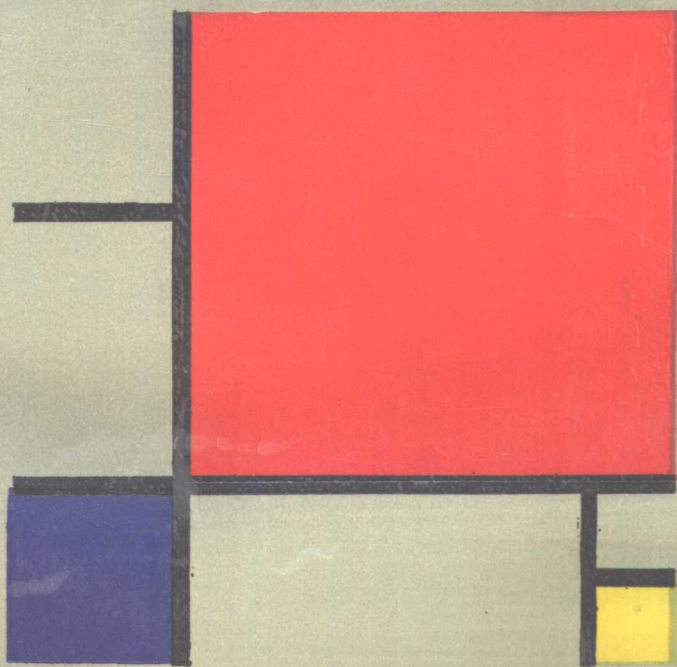


审美学通论

何 迈主编

SHEN MEI XUE TONG LUN



安徽人民出版社

审美学通论

何 迈 主编

安徽人民出版社

封面设计：诸卫国
责任编辑：王世超

审 美 学 通 论

何 迈 主编

安徽人民出版社出版发行

新华书店经销 合肥永青印刷厂印刷

开本：850×1168/ 印张：11.25 字数：300千

1990年9月第1版 1990年9月第1次印刷

印数：00001—9200

ISBN7—212—00386—7/B·30 定价：5.20元

●前 言

爱美之心人皆有之，爱美乃是人之天性。人们的一切对社会或集体负责的活动，无不在有意无意地追求美的东西。可以说，世界上没有不爱美的人。

那么，人究竟怎样去爱美，怎样去求美，爱什么美，求什么美呢？这对于许多大学生来说，是一个极感兴趣而又需要解决的问题。而要解决这个问题，不但需要有一般美学理论的教育，而且还需要有一个正确的指导。《审美学通论》正是在这样的动机促使下编写的。同时，理工科大学的学生对于美的追求和捕捉，涉及到美的许多领域，诸如与专业及生活相联系的领域，因而，一般美学就很难适合他们的需要。为此，就必须把审美教育贯串于美的各个领域。《审美学通论》力图通过这一尝试来满足读者的需要。

要达到以上的目的，我们自知自己的学识是远远不够的，所以在编写本书的过程中，我们参阅了国内外的有关美学的教材、专著和各种辞书，吸取了其中某些思想和观点，引用了一些相关的材料及个别的思路构架。为此，这里谨向有关作者和单位表示真挚的谢意。

本书是由国家机电部所属部分院校联合编写

的。何迈同志任主编；张玉荣、张志英同志任副主编。参加各章编写的同志有：第一章杨华贤、唐志；第二章唐永泽、何公达；第三章冯五江、张玉荣（其中第一节为何公达改写）；第四章张玉荣；第五章何迈；第六章唐永泽；第七章唐志、王守法；第八章张宪平、张冬平、赵崇珍；第九章王晓明（其中第三节为王树木撰写）；第十章胡伯彦、张道仁；第十一章何迈；第十二章陈一红；第十三章张圣华、张志英；第十四章何公达、陈一红、秦河鹏；第十五章王守法、张志英；第十六章张玉荣；第十七章彭祝斌；附录张志英。参加本书统稿工作的除主编和副主编外，还有王守法、杨华贤同志。张冬平同志也参加了部分统稿工作。

此外，在本书编写的过程中，本本拟定作为主编之一的唐志同志，不幸猝然离世了。而所幸者，在唐志同志离世一周年之际，这本为他渴望良久的《审美学通论》问世了。在此，我们仅以这朵小花献给曾在美学园林中辛勤耕耘的唐志同志。

编 者

1990年1月23日

目 录

第一章 美 美学 审美学	(1)
第一节 美	(1)
一、什么是美	(1)
二、美的产生	(2)
三、美的本质	(5)
第二节 美 学	(11)
一、什么是美学	(11)
二、美学的研究对象与范围	(14)
三、美学的研究方法	(19)
第三节 审美学	(20)
一、什么是审美学	(20)
二、审美学的研究对象	(21)
三、审美学与其他科学的关系	(22)
第二章 美的类型	(25)
第一节 自然美	(25)
一、什么是自然美	(25)
二、自然美的主要特点	(26)
三、自然美的审美价值	(28)
第二节 社会美	(29)
一、什么是社会美	(29)
二、社会美的主要特点	(31)
三、社会美的审美价值	(34)
第三节 艺术美	(36)

一、什么是艺术美	(36)
二、艺术美的主要特征	(37)
三、艺术美的审美价值	(39)
第三章 美的形态	(42)
第一节 优美	(42)
一、优美及其性质	(42)
二、优美的种类与特点	(43)
三、优美的审美价值	(44)
第二节 壮美	(45)
一、什么是壮美	(45)
二、壮美的特点	(46)
三、壮美的审美价值	(47)
第三节 崇高	(48)
一、崇高及其性质	(48)
二、崇高美的特点	(49)
三、崇高的美学魅力	(50)
第四节 悲剧	(51)
一、悲剧及其本质	(51)
二、悲剧的类型	(52)
三、悲剧的审美特征	(53)
四、悲剧的理性作用	(54)
第五节 喜剧	(56)
一、喜剧及其本质	(56)
二、喜剧的类型	(57)
三、喜剧的审美特征	(58)
四、喜剧的理性作用	(59)
第四章 美的感受	(61)
第一节 审美感受	(61)
一、美感及其根源	(61)

二、美感的形态.....	(62)
三、美感的本质.....	(64)
第二节 审美心理.....	(67)
一、审美心理的涵义.....	(67)
二、审美心理的构成.....	(67)
三、审美心理的特征.....	(72)
第三节 审美情趣.....	(73)
一、审美直觉.....	(73)
二、审美移情.....	(74)
三、审美联想.....	(75)
四、审美共鸣.....	(76)
五、审美升华.....	(78)
六、审美差异.....	(78)
第五章 美的鉴赏.....	(81)
第一节 情景与意境.....	(81)
一、情景.....	(81)
二、意境.....	(83)
第二节 虚实与明暗.....	(86)
一、虚实.....	(86)
二、明暗.....	(88)
第三节 疏密与动静.....	(90)
一、疏密.....	(90)
二、动静.....	(93)
第四节 传神与气韵.....	(95)
一、传神.....	(95)
二、气韵.....	(98)
第六章 小说、诗歌、散文美学.....	(101)
第一节 小说美.....	(101)
一、小说的概述.....	(101)

二、小说的审美构成·····	(112)
三、小说美的鉴赏价值·····	(106)
第二节 诗歌美·····	(107)
一、诗歌的概述·····	(107)
二、诗歌的审美构成·····	(107)
三、诗歌美的鉴赏·····	(112)
第三节 散文美·····	(114)
一、散文的概述·····	(114)
二、散文的审美构成·····	(116)
第七章 戏剧、电影、电视美学·····	(121)
第一节 戏剧美·····	(121)
一、戏剧美及其研究对象·····	(121)
二、戏剧的审美特征·····	(125)
三、戏剧美的鉴赏价值·····	(127)
第二节 电影美·····	(130)
一、电影与电影美·····	(130)
二、电影的审美特征·····	(135)
三、电影美的鉴赏价值·····	(139)
第三节 电视美·····	(141)
一、电视及其影响和趋势·····	(141)
二、电视的审美特征·····	(142)
三、电视美的鉴赏价值·····	(143)
第八章 音乐、舞蹈、体操美学·····	(146)
第一节 音乐美·····	(146)
一、音乐美及其产生和发展·····	(146)
二、音乐美的构成·····	(148)
三、音乐的美学特征·····	(150)
第二节 舞蹈美·····	(152)
一、舞蹈的起源和发展·····	(152)

二、舞蹈的审美特征	(154)
三、舞蹈美的鉴赏	(156)
第三节 体操美	(158)
一、体操的起源与发展	(158)
二、体操的美感特征	(159)
三、体操的审美价值	(163)
第九章 书法、绘画、摄影美学	(165)
第一节 书法美	(165)
一、书法美的构成	(165)
二、书法的审美特征	(168)
三、书法美的鉴赏	(171)
第二节 绘画美	(172)
一、绘画美的构成	(172)
二、绘画的审美特征	(176)
三、绘画美的鉴赏	(178)
第三节 摄影美	(180)
一、摄影美及其在美学中的地位	(180)
二、摄影美的摄取基础	(183)
三、摄影的审美特征	(185)
第十章 建筑与雕塑美学	(188)
第一节 建筑美	(188)
一、建筑美的涵义	(188)
二、建筑美的形式	(189)
三、建筑的美学特征	(193)
四、建筑的审美价值	(195)
第二节 雕塑美	(197)
一、雕塑美及其构成	(197)
二、雕塑美的本质特征	(198)
三、雕塑的审美形态	(201)

四、雕塑美的价值创造	(204)
第十一章 环境美学	(206)
第一节 环境美的内涵与特征	(206)
一、环境美的内涵	(206)
二、环境美的类型	(208)
三、环境美的本质特征	(210)
第二节 环境美的构成、形态与造化	(212)
一、环境美的物态构成	(212)
二、环境美的形态特色	(214)
三、环境美的人工造化	(217)
第三节 环境美的表现技法与美感显现	(219)
一、设计意向与造型要素	(219)
二、空间布局与艺术特色	(220)
三、表现技法与美感显现	(223)
第十二章 产品造型美学	(227)
第一节 产品造型美及其构成	(227)
一、造型美的含义与意义	(227)
二、造型美的构成	(229)
三、造型设计的基本特征	(232)
第二节 产品造型设计的美学原则	(234)
一、造型设计的基本原则	(234)
二、造型设计的形式美学法则	(235)
第三节 产品造型美的创造与鉴赏	(239)
一、产品造型美的创造	(239)
二、产品造型美的鉴赏	(242)
第十三章 装饰美学	(244)
第一节 装饰美及其价值与构思	(244)
一、装饰美的涵义、内容和范围	(244)
二、装饰美的价值	(246)

三、装饰美的构思·····	(248)
第二节 装饰设计的美学要求·····	(250)
一、形象的端庄、简洁、新颖·····	(250)
二、布局的整洁、变化、有序·····	(252)
三、环境的壮观、优美、深邃·····	(254)
第三节 装饰美的鉴赏与创造·····	(255)
一、注重民族风格·····	(255)
二、表现时代精神·····	(257)
三、装点美的生活·····	(259)
第十四章 色彩美学·····	(261)
第一节 色彩的特性、组合与心理特征·····	(261)
一、色彩的特性与组合·····	(261)
二、色彩的心里特征·····	(263)
第二节 色彩配制的理论、原则和方法·····	(267)
一、色彩配制的涵义与体系·····	(267)
二、色彩配制的调和规律·····	(268)
三、色彩调和的几种色组·····	(270)
第三节 色彩的创造与鉴赏·····	(271)
一、识性——色彩的个性·····	(271)
二、论比——色彩的对比·····	(274)
三、寄情——色彩的感情投资·····	(277)
第十五章 人机系统美学·····	(280)
第一节 人机系统美的由来与发展·····	(280)
一、什么是人机系统美·····	(280)
二、人机系统美的内容·····	(282)
三、人机系统美的总体要求·····	(285)
第二节 人机系统美感特征及心理与生理因素·····	(287)
一、人机系统的美感特征·····	(287)
二、人机系统中心理因素的美感效果·····	(290)

三、人机系统中生理因素的美感效果·····	(293)
第十六章 人的美学 ·····	(296)
第一节 人体美 ·····	(296)
一、人体美及其构成·····	(296)
二、形体美与精神美及其相互关系·····	(297)
三、人体的美学特征·····	(300)
第二节 爱情美 ·····	(302)
一、爱情及其审美价值·····	(302)
二、爱情美的主要特征·····	(304)
三、爱情美的选择与培养·····	(306)
第三节 风度美 ·····	(308)
一、风度美及其构成·····	(308)
二、风度的美学价值·····	(309)
三、风度美的培养·····	(310)
第四节 服饰美 ·····	(312)
一、服饰美及其特点·····	(312)
二、服饰的审美要求·····	(314)
三、服饰美的捕捉与创造·····	(316)
第十七章 审美教育 ·····	(318)
第一节 什么是审美教育 ·····	(318)
一、审美教育的性质·····	(318)
二、审美教育的目的·····	(320)
三、审美教育的特点·····	(321)
第二节 审美教育的地位和作用 ·····	(324)
一、确立崇高人生理想的重要手段·····	(324)
二、探求科学真理的有力助手·····	(325)
三、实现人格完善的必由之路·····	(328)
第三节 审美教育的实施方法 ·····	(330)
一、开辟美育课堂·····	(330)

二、建造审美舞台.....	(331)
附录：技术美学简介.....	(335)
一、技术美学的产生和发展.....	(335)
二、技术美学在生产过程中的应用.....	(340)
三、技术美学在现代设计中的体现.....	(345)

第一章 美 美学 审美学

人类从形成真正的人类生活时起，实际上就提出了美、美学、审美学的问题。

那么，什么是美，什么是美学，什么是审美学呢？这是一个值得深入研究的理论问题，同时也是一个必须解决的现实问题。人总是爱美的。爱美乃人之天性。对于什么是美的问题，人们总是在进行着这样或那样的研究，并且作出了这样或那样的结论。不过，这些研究的结论，都不能为世人所公认。这样，在前人研究的基础上，沿着前人探索之路再作些探索，就显得很有必要了。

第一节 美

一、什么是美

什么是美呢？这是一个长期争论的问题。对于这个问题，历史上诸家都曾作过研究，现实中诸家也曾作过探索。可是，时至今日，依然是人言言殊，始终悬而未决。在什么是美的问题上，之所以长期争论不休而又没有定论，一个很重要的原因，就是人们没有注意到美与美感、审美对象和审美意识之间的区别，也就是把美与美感、审美对象与审美意识混为一谈。在一些人看来，似乎美与美感、审美对象与审美意识是同一个东西。其实，这是不符合客观实际的。

在马克思主义哲学看来，物质、感觉和意识都是各具不同内涵的概念。依这些原则来推论，美、美感、审美对象和审美意识，同样是各具不同内涵的概念。而把不同概念当作同一概念来使用，

怎能不引起逻辑上的混乱呢？而以混乱的前提去论证问题，当然就不能科学地解决问题了。

美是物质本身所具有的。审美对象就是客观存在着的美的事物。美是物质的美，物质是美的物质。从这个意义上说，美与审美对象是同一个东西。而美感与审美意识则不同。它们同属于人对美的认识的范畴。美感是审美意识的基础，审美意识则是美感的深化和发展。美与审美对象是客观存在的客体，美感与审美意识则是主体对于美的认识，也即是人所独有的能动性。主体与客体的关系，就是反映与被反映的关系；主体是反映者，客体是被反映者；没有被反映者，就没有反映者。美感就是人对美的反映，审美意识就是人对审美对象的反映。而没有美就不会引起人的美感，没有审美对象也不会产生审美意识。人们只要分清这些界限，弄清这些关系，就不难弄清什么是美。

究竟什么是美呢？

所谓美，就是客观事物所具有的足以唤起人们美感的具体形象。狄德罗说过：“只要那儿有美，就会有人们强烈地感觉到它。”这就是说，凡是美的事物，无论是美的自然形态，还是美的社会形态，都是可以被人直接感知的。例如，红日东升，彩霞飘拂，月映江流，奇山怪石，莺歌燕舞，蜻蜓点水，北雁南飞等等，都具有足以唤起人们美感的具体形象。至于象“自古忠良人几在，孤坟千载化芳棵”，“小楼望月月沉沉，依稀寻归梦，不敢问来人”，“诗家不尽平平仄，鸬鹚声里，子规啼血”等等，则或使人感到悲愤，或使人感到月惨星愁。这也是一种由美而唤起的美感。所有这些现象说明，美是一种具体可感的、赏心悦目的形象。这种形象是客观事物所特有的。可以说，没有客观事物美的形象，就不会有人的美感。而承认美的客观实在性，就是坚持美学唯物主义的原则。

二、美的产生

美究竟是产生(起源)于人类社会形成之前，还是产生于(起

源)人类社会形成之后?究竟是物质自然本身的产物,还是人类社会实践的产物?对于这个问题的看法,同样是多种多样的。但是,归纳起来无非是“自然派”和“主观派”两种。

在“自然派”看来,在人类社会形成之前,美就已经存在了。因为,美根源于自然界的本身,起源于自然界本身的某种属性。在“主观派”看来,美是在人类社会形成以后才产生的。因为,美离不开人和人类社会。

自然科学早已证明,在人类社会产生以前,地球早就存在了。人类生息的这个地球的形成,迄今已有40多亿年。地球上最早的生命化石,距今亦约有30亿年。生命并不是神秘的东西,它是从无生命物质演化而来的。现今的地球上,已有近120多万种动物,近30多万种植物,近10多万种微生物。这说明在地球生成的过程中,同时也就生成了各种各样的自然物。这是符合自然史实的。

自然物处在自然之中。千奇百怪,婀娜多姿,光华夺目,美不胜收。这是自然物大多所具有的形象。这些具体而生动的形象往往能唤起人的美感。这说明美是自然物所特有的。而自然物又是先于人类而存在的。在地球上还没有人类的时候,自然物早就生成了。当然,同时也就生成了自然美。自然物生成自然美,自然美源于自然物;自然物是美的,美是自然物的。何时何地有自然物的存在,何时何地就有自然美的存在。自然物是独立于人和人类而存在的。自然美作为自然物的形象,不用说也是独立于人和人类而存在的。但是,社会和社会美却完全不同了。它们的发生和发展,绝对离不了人和人类。

人类是自然界长期发展的产物。人类同自然界相比,诚然要年轻得很多。人类社会的形成和发展,迄今也不过百万年以上。而有文字记载的历史,距今更近了。人们要把握社会美的根源,就必须考察人在社会美中的地位和作用。

社会是由人组成的。人是社会的人,社会是人的社会。人是社会存在的前提,是社会的主体,是社会的第一要素。社会的物