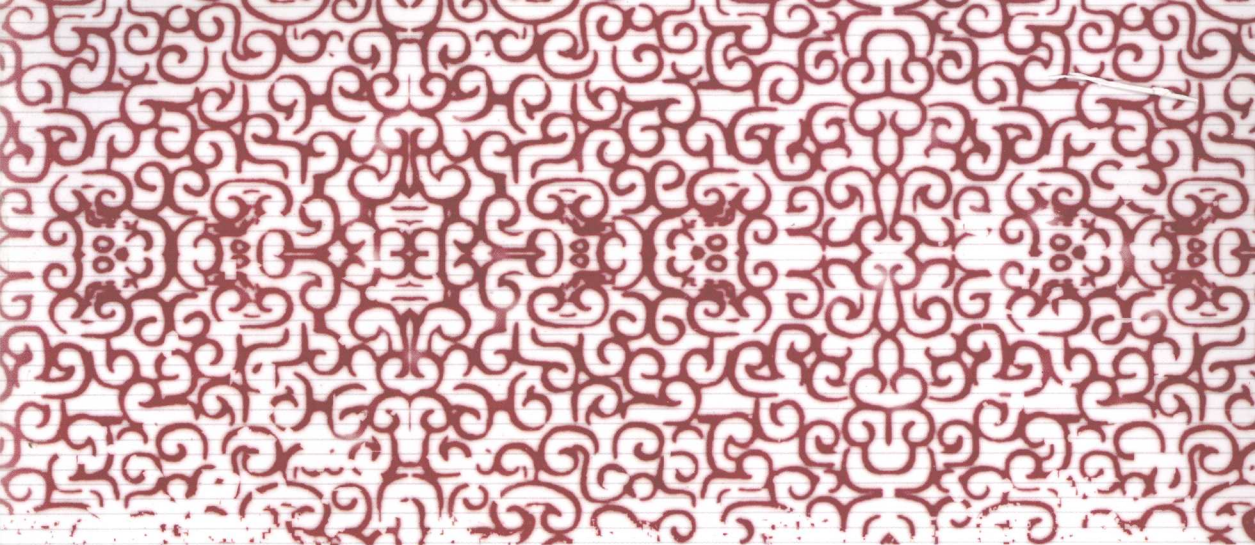




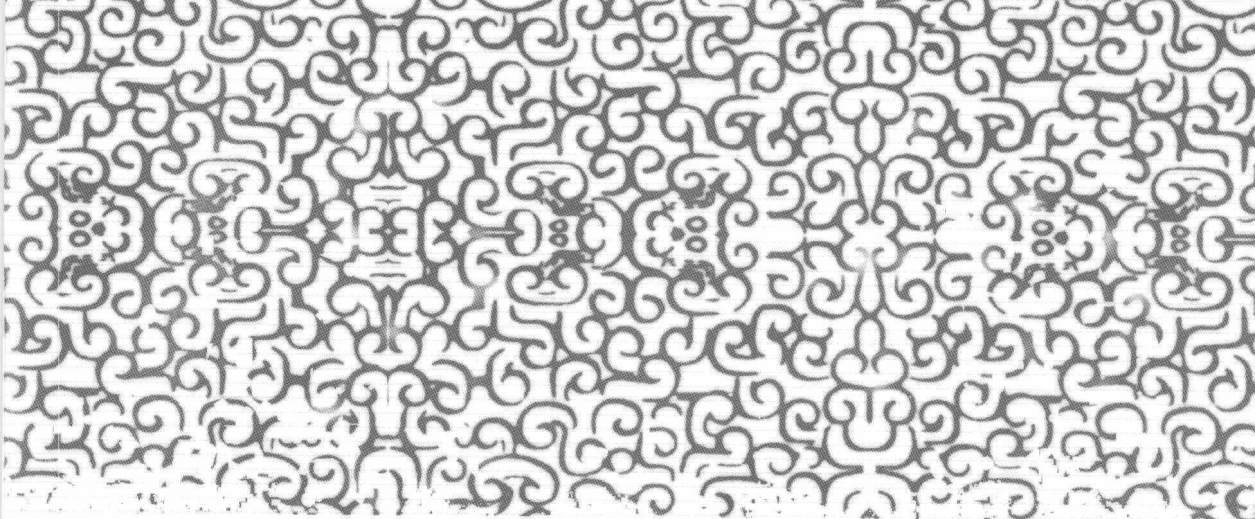
意象

Journal of China Aesthetics

第三期



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



意象



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

意象(第三期)/叶朗主编. —北京:北京大学出版社,2009.9

ISBN 978-7-301-15724-4

I. 意… II. 叶… III. 美学-文集 IV. B83-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 159459 号

书 名: 意象(第三期)

著作责任者: 叶 朗 主编

执行编辑: 王锦民

责任编辑: 吴 敏

封面设计: 奇文云海

标准书号: ISBN 978-7-301-15724-4/B·0818

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子邮箱: pkuphilo@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 出版部 62754962

编辑部 62752025

印 刷 者: 北京飞达印刷有限责任公司

经 销 者: 新华书店

787mm×1092mm 16 开本 15.5 印张 240 千字

2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

目 录

本期特稿

美在意象

- 美学基本原理提要 叶 朗(1)

中国美学研究

- 中国美学文献学研究的历史回顾及其学科建设的初步构想 ... 皮朝纲(19)

- “琴”文学美学初探 罗筠筠(51)

- “气韵生动”诸问题略说 张郁乎(65)

- 妙悟与自然 徐 辉(83)

西方美学研究

- 托马斯·阿奎那“美的三要素”理论 刘春阳(99)

“生活美学”的新构

- 兼论康德美学在当代的缺失 刘悦笛(113)

域外研究

论“肖像”艺术的主题

- 试探跨越文化之定义 郭静云(135)

论韩国书艺之东国真体及其美学

- 以李淑《笔诀》为中心 金演宰(177)

研究生园地

- 定义悬念 黎 萌(195)

书评

生命的馨香

- 《八大山人研究》读后 刘桂荣(241)

美在意象

——美学基本原理提要

叶 朗

一、引言:什么是美学

1. 西方美学的历史是从柏拉图开始的,不是从鲍姆加通开始的。
2. 中国美学的历史至少从老子、孔子的时代就开始了。不能说中国古代没有美学。
3. 在中国近代美学史上,影响最大的美学家是梁启超、王国维、蔡元培。在中国现代美学史上,影响最大的美学家是朱光潜和宗白华。
4. 20世纪50年代到60年代,中国出现一场美学大讨论。这场大讨论把美学纳入认识论的框框,在“主客二分”思维模式的范围内讨论美学问题,这在很长一段时间内,对中国美学学科的建设产生了消极的影响。
5. 美学研究的对象是审美活动。审美活动是人的一种精神—文化活动,它的核心是以审美意象为对象的人生体验。在这种体验中,人的精神超越了“自我”的有限性,得到一种自由和解放,回复到人的精神家园,从而确证了自己的存在。
6. 美学的学科性质可以归纳为四点:第一,美学是一门人文学科。人文学科的研究对象是人的生活世界,是人的意义世界和价值世界;第二,美学

叶朗,北京大学哲学系教授。

本文为教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(04JJD720003)成果,曾发表于《北京大学学报(哲学社会科学版)》2009年第3期。

是一门理论学科、哲学学科,那种用心理学美学来取代哲学美学的思潮对美学学科的发展是不利的;第三,美学是一门交叉学科,与艺术、心理学、语言学、人类学、神话学、社会学、民俗学、文化史、风俗史等诸多学科都有密切的关系;第四,美学是一门正在发展中的学科,从国际范围看,至今还找不到一个成熟的、现代形态的美学体系。

7. 学习美学的意义在于:第一,完善自身的人格修养,提升自己的人生境界,自觉地去追求一种更有意义、更有价值和更有情趣的人生;第二,完善自身的理论修养,培养自己对于人生进行理论思考的兴趣和能力,从而使自己获得一种人生的智慧。

8. 美学学科的性质决定了学习美学的方法:第一,要注重美学与人生的联系,学习和思考任何美学问题都不能离开人生;第二,要立足于中国文化;第三,要注重锻炼和提高自己的理论思维的能力;第四,要有丰富的艺术欣赏的直接经验,同时要有系统的艺术史的知识;第五,要扩大自己的知识面;第六,要有开放的心态,要注意吸收国内外学术界的新研究成果。

二、美是什么

1. 在古希腊,柏拉图提出“美本身”的问题,即美的本质的问题。从此西方学术界几千年来一直延续着对美的本质的探讨和争论。这种情况到了20世纪开始转变。美的本质的研究逐渐转变为审美活动的研究。从思维模式来说,主客二分的模式逐渐转变为天人合一(人—世界合一)的模式。最主要的代表人物是海德格尔。

2. 在20世纪50年代我国学术界的美学大讨论中,对“美是什么”的问题形成了四派不同的观点。但无论哪一派,都是用主客二分的思维模式来分析审美活动。到80年代后期和90年代,学术界重新审视这场大讨论,很多学者开始试图跳出这个主客二分的认识论的框框。

3. 不存在一种实体化的、外在于人的“美”。柳宗元提出的命题:“美不自美,因人而彰。”美不能离开人的审美活动。美是照亮,美是创造,美是生成。

4. 不存在一种实体化的、纯粹主观的“美”。马祖道一提出的命题:“心

不自心,因色故有。”张璪提出的命题:“外师造化,中得心源。”“心”是照亮美的光源。这个“心”不是实体性的,而是最空灵的,正是在这个空灵的“心”上,宇宙万化如其本然地得到显现和敞亮。

5. 美在意象。朱光潜说:“美感的世界纯粹是意象世界。”宗白华说:“主观的生命情调与客观的自然景象交融互渗,成就一个鸢飞鱼跃,活泼玲珑,渊然而深的灵境。”这就是美。

6. 美(意象世界)不是一种物理的实在,也不是一个抽象的理念世界,而是一个完整的、充满意蕴、充满情趣的感性世界。这就是中国美学所说的情景相融的世界。这也就是杜夫海纳说的“灿烂的感性”。

7. 美(意象世界)不是一个既成的、实体化的存在,而是在审美活动的过程中生成的。审美意象只能存在于审美活动之中。这就是美与美感的同一。

8. 美(广义的美)的对立面就是一切遏止或消解审美意象的生成(情景契合、物我交融)的东西,王国维称之为“眩惑”,李斯特威尔称之为“审美上的冷淡”,即“那种太单调、太平常、太陈腐或者太令人厌恶的东西”。

9. 美(意象世界)显现一个真实的世界,即人与万物一体的生活世界。这就是王夫之说的“如所存而显之”、“显现真实”。这就是“美”与“真”的统一。这里说的“真”不是逻辑的“真”,不是柏拉图的“理念”或康德的“物自体”,而是存在的“真”,就是胡塞尔说的“生活世界”,也就是中国美学说的“自然”。

10. 由于人们习惯于用主客二分的思维模式看待世界,所以生活世界这个本源的世界被遮蔽了。为了揭示这个真实的世界,人们必须创造一个“意象世界”。意象世界是人的创造,同时又是存在(生活世界)本身的敞亮(去蔽),这两方面是统一的。司空图说:“妙造自然。”荆浩说:“搜妙创真。”宗白华说:“象如日,创化万物,明朗万物!”这些话都是说,意象世界是人的创造,而正是这个意象世界照亮了生活世界的本来面貌(真、自然)。这是人的创造(意象世界)与“显现真实”的统一,也就是“美”与“真”的统一。

11. 生活世界是人与万物融为一体的世界,是充满意味和情趣的世界。这是人的精神家园。但由于人被局限在“自我”的有限天地中,人就失去了精神家园,同时也就失去了自由。美(意象世界)是对“自我”的有限性的超

越,是对“物”的实体性的超越,是对主客二分的超越,从而回到本然的生活世界,回到万物一体的境域,也就是回到人的精神家园,回到人生的自由的境界。所以美是超越与复归的统一。

三、美感的分析

1. 美感不是认识,而是体验。美感不是“主客二分”的关系(“主体——客体”结构),不是把人与世界万物看成彼此外在的、对象性的关系。美感是“天人合一”即人与世界万物融合的关系(“人——世界”结构),是把人与世界万物看成是内在的、非对象性的、相通相融的关系。美感不是通过思维去把握外物或实体的本质与规律,以求得逻辑的“真”,而是与生命、与人生紧密相联的直接的经验,它是瞬间的直觉,在瞬间的直觉中创造一个意象世界,从而显现(照亮)一个本然的生活世界。这是存在的“真”。

2. 王夫之借用因明学的一个概念“现量”来说明美感的性质。“现量”的“现”有三层含义:

一是“现在”,即当下的直接的感兴,在“瞬间”(“刹那”)显现一个真实的世界。只有美感(超越主客二分)才有“现在”,只有“现在”才能照亮本真的存在。

二是“现成”,即通过直觉而生成一个充满意蕴的完整的感性世界。所以美感带有超逻辑、超理性的性质。美感的直觉包含想象(原生性的想象),因而审美体验才能有一种意义的丰满。

三是“显现真实”,即照亮一个本然的生活世界。

3. 审美态度(审美心胸)就是抛弃实用的(功利的)态度和科学的(理性的、逻辑的)态度,从主客二分的关系中跳出来。这是美感在主体方面的前提条件。布洛用“心理的距离”来解释这种态度。“心理的距离”是说人和实用功利拉开距离,并不是说和人的生活世界拉开距离。

4. “移情说”的贡献不在于指出存在着移情这种心理现象,而在于通过对移情作用的分析揭示美感的特征。移情作用的核心是情景相融、物我同一(自我和对象的对立的消失),是意象的生成。这正是美感的特征。美感的对象不是物,而是意象。

5. 美感是一种精神愉悦,它是超功利的,它的核心是生成一个意象世界,所以不能等同于生理快感。但在有些情况下,在精神愉悦中可以夹杂有生理快感。在有些情况下,生理快感可以转化为美感或加强美感。

6. 人的美感,主要依赖于视觉、听觉这两种感官。但是,其他感官(嗅觉、触觉、味觉等感官)获得的快感,有时可以渗透到美感当中,有时可以转化为美感或加强美感。在盲人和聋人的精神生活中,这种嗅觉和触觉的快感在美感中所起的作用可能比一般人更大。

7. 人类的性爱(性的欲望和快感)包含有精神的、文化的内涵,它是身与心、灵与肉、情与欲融为一体的享受。性爱的高潮创造一种普通生活所没有的审美情景和审美氛围,这是一种高峰体验,也是一种审美体验。有了这种性爱,人生就在一个重要层面上充满了令人幸福的意义。

8. 马斯洛提出的“高峰体验”的概念,是指人生中最美好的时刻,生活中最幸福的时刻,是对心醉神迷、销魂、狂喜以及极乐的体验的概括。马斯洛把审美体验列入高峰体验。马斯洛对高峰体验的描述,对我们理解和把握美感的特点很有帮助。特别是马斯洛关于高峰体验会引发一种感恩的心情,一种对于每个人和万事万物的爱的描述,指出了美感的一个极其重要的,同时又为很多人忽视的特点。

9. 综合来说,美感有以下五方面的特性:

无功利性。在审美活动中,人们超越了对对象的实在,因而也就超越了利害的考虑。这意味着美感是人和世界的一种自由的关系。

直觉性。这是美感的超理性(超逻辑)的性质。超理性不是反理性。美感中包含有理性的成份,或者说,在“诗”(审美直觉)中渗透着“思”(理性)。

创造性。美感的核心是生成一个意象世界,这是不可重复的,一次性的。

超越性。美感在物我同一的体验中超越主客二分,从而超越“自我”的有限性。这种超越,使人获得一种精神上的自由感和解放感。这种超越,使人回到万物一体的人生家园。

愉悦性。美感的愉悦性从根本上是由于美感的超越性引起的。在美感中,人超越自我的牢笼,回到万物一体的人生家园,从而在心灵深处引发一种满足感和幸福感。这种满足感和幸福感可以和多种色调的情感反应结合

在一起,构成一种非常微妙的复合的精神愉悦。这是人的心灵在物我交融的境域中和整个宇宙的共鸣和颤动。

10. 由于美感具有超越性,所以在美感的最高层次即宇宙感这个层次上,也就是在对宇宙的无限整体和绝对美的感受的层次上,美感具有神圣性。这个层次上的美感是与宇宙的神交,是一种庄严感、神秘感和神圣感,是一种谦卑感和敬畏感,是一种灵魂的狂喜。这是最高的美感。在美感的这个层次上,美感与宗教感有某种相通之处。

四、美和美感的社会性

1. 美和美感具有社会性,因为第一,审美主体都是社会的、历史的存在,因而他的审美意识必然受到时代、民族、阶级、社会经济政治制度、文化教养、文化传统、风俗习惯等因素的影响;第二,任何审美活动都是在一定的社会历史环境中进行的,因而必然受到物质生产力的水平、社会经济政治状况、社会文化氛围等因素的影响。

2. 美是历史的范畴,没有永恒的美。

3. 人的审美活动与人的一切物质活动和精神活动一样,不能脱离自然界。自然地理环境必然融入人的生活世界,深刻地影响一个民族的生活方式和精神气质,从而深刻地影响一个民族的审美情趣和审美风貌。

4. 对审美活动产生决定性影响的是社会文化环境,包括经济、政治、宗教、哲学、文化传统、风俗习惯等多方面的因素,其中经济的因素是最根本的、长远起作用的因素。

5. 社会文化环境对审美活动的影响,在每个个人身上,集中体现为审美趣味和审美格调。审美趣味是一个人的审美偏爱、审美标准、审美理想的总和,是一个人的审美观的集中体现,它制约着主体的审美行为,决定着主体的审美指向。审美趣味既带有个体性的特征,又带有超个体性的特征。审美格调(审美品味)是一个人的审美趣味的整体表现。一个人的审美趣味和审美格调(品味)都是社会文化环境的产物,受到这个人的家庭出身、阶级地位、文化教养、社会职业、生活方式、人生经历等多方面的影响,是在这个人的长期的生活实践中逐渐形成的。

6. 社会文化环境对审美活动的影响,在整个社会,集中体现为审美风尚和时代风貌。审美风尚(时尚)是一个社会在一定时期中流行的审美趣味,它体现一个时期社会上多数人的生活追求和生活方式,并且形成为整个社会的一种精神氛围。时代风貌是一个社会在一个较长时期所显示的相对比较稳定的审美风貌,是那个时期的社会美和艺术美的时代特色。

五、自然美

1. 自然美的本体是审美意象。自然美不是自然物本身客观存在的美,而是人心所显现的自然物、自然风景的意象世界。自然美是在审美活动中生成的,是人与自然风景的契合。

2. 自然美的生成(人与自然风景的契合)要依赖于社会文化环境的诸多因素,依赖于审美主体的审美意识以及审美活动的具体情境,因而自然物不能“全美”(所谓“全美”即在任何时候对任何人都能生成意象世界)。“肯定美学”提出的“自然全美”的观点是站不住的。“肯定美学”在理论上错误的根源在于把自然物的美看成是自然物本身的超历史的属性,从而否定审美活动(美与美感)是一种社会的历史的文化活动。他们主张一种完全脱离文化世界、完全排除价值内涵的所谓“纯审美的眼光”和“解审美化的自然”,其实那是不可能存在的。

3. 自然美和艺术美一样,都是意象世界,都是人的创造,都真实地显现人的生活世界,就这一点说,自然美和艺术美并没有谁高谁低之分。

4. 自然美是历史的产物,自然美的发现离不开社会文化环境。在西方,自然美的发现开始于文艺复兴时期。在中国,自然美的发现开始于魏晋时期。

5. 自然美的意蕴是在审美活动中产生的,因而它必然受审美主体的审美意识的影响,必然受社会文化环境各方面因素的影响。脱离社会文化环境的所谓体现纯然必然性的意蕴是根本不存在的。

6. 中国传统文化中有一种强烈的生态意识。中国传统哲学是“生”的哲学。中国古代思想家认为,“生”就是“仁”,“生”就是“善”。中国古代思想家又认为,大自然是一个生命世界,天地万物都包含有活泼泼的生命、生

意,这种生命、生意是最值得观赏的,人们在这种观赏中,体验到人与万物一体的境界,从而得到极大的精神愉悦。在中国古代文学艺术的很多作品中,都创造了“人与万物一体”的意象世界,这种意象世界就是我们今天所说的“生态美”。

六、社会美

1. 社会美是社会生活领域的意象世界,它也是在审美活动中生成的。一般来说,在社会生活领域,利害关系更经常地处于统治地位,再加上日常生活的单调重复的特点,人们更容易陷入“眩惑”的心态和“审美的冷淡”,所以审美意象的生成常常受到遏止或消解,这可能是社会美过去不太被人注意的一个原因。

2. 人物美属于社会美。人物美可以从三个层面去观照:人体美,人的风姿和风神,处于特定历史情景中的人的美。这三个层面的人物美,都显现为人物感性生命的意象世界,都是在审美活动中生成的,带有历史的文化的内涵。

3. 老百姓的日常生活尽管天天重复,显得单调、平淡,但如果人们能以审美的眼光去观照,它们就会生成一个充满情趣的意象世界,这个意象世界包含有深刻的历史的意蕴,显现出老百姓的本真的生活世界。

4. 在人类的历史发展中,出现了一些特殊的社会生活形态,如民俗风情、节庆狂欢、休闲文化等,在这些社会生活形态中,人们在不同程度上超越了利害关系的习惯势力的统治,超越了日常生活的种种束缚,摆脱了“眩惑”的心态和“审美的冷淡”,在自己创造的意象世界中回到人的本真的生活世界,获得审美的愉悦。这些社会生活形态是社会美的重要领域。特别是节庆狂欢活动,那是最具审美意义的生活。柏拉图、歌德、尼采、巴赫金都指出,在狂欢节中,由于超越了日常生活的严肃性和功利性,人与人不分彼此,自由来往,从而显示了人的自身存在的自由形式,生活回到了自身,人回到了自身,“回复到人类原来的样子”。人在狂欢节的活生生的感性活动中体验到自己是人,体验到自己是自由的,体验人与世界是一体的。人浑然忘我,充满幸福的狂喜。这是纯粹的审美体验。

七、艺术美

1. 艺术的本体是审美意象,即一个完整的、有意蕴的感性世界。艺术不是为人们提供一件有使用价值的器具,也不是用命题陈述的形式向人们提供有关世界的一种真理,而是向人们呈现一个意象世界,从而使观众产生美感(审美感兴)。所以艺术和美(广义的美)是不可分的。

2. 艺术是多层面的复合体。除了审美的层面(本体的层面),还有知识的层面,技术的层面,物质载体的层面,经济的层面,政治的层面,等等。

3. 艺术与非艺术应该加以区分,区分就在于看这个作品能不能呈现一个意象世界,也就是王夫之说的能不能使人“兴”(产生美感)。西方后现代主义的一些流派如“波普艺术”和“观念艺术”的某些艺术家,他们否定艺术与非艺术的区分,实质上是摒弃一切关于意义的要求,从而导致意蕴的虚无。他们的一些“作品”没有任何意蕴,因而不能生成审美意象,也不能使人感兴。这些东西不是艺术。

4. 艺术创造的过程包括两个飞跃,一个是从“眼中之竹”到“胸中之竹”的飞跃,一个是从“胸中之竹”到“手中之竹”的飞跃,在这个过程中可能涉及政治、经济、物质技术等多种复杂的因素,但这一切的中心始终是一个意象生成的问题。

5. 艺术作品的结构可以分成不同的层次。我们认为分成三个层次是比较合适的:(一)材料层;(二)形式层;(三)意蕴层。

艺术作品的材料层有两方面的意义,一方面,它影响整个作品的意象世界的生成,另一方面,它给观赏者一种质料感,这种质料感会融入美感,成为美感的一部分。

艺术作品的形式层也有两方面的意义,一方面,它显示作品(整个意象世界)的意蕴、意味,另一方面,它本身可以有某种意味,这种意味即一般所说“形式美”或“形式感”,这种形式感也可以融入美感而成为美感的一部分。

艺术作品的意蕴带有某种程度的宽泛性、不确定性和无限性。这就是王夫之所说的“诗无达志”。这决定了艺术欣赏中的美感的差异性和丰富性。

6. 对艺术作品进行阐释是不可避免的,也是有价值的。但是这种以逻

辑判断和命题的形式所作的阐释,只是对作品意蕴的一种近似的概括和描述,这与作品的“意蕴”并不是一个东西。同时,对于一些伟大的艺术作品来说,一种阐释只能照亮它的某一个侧面,而不可能穷尽它的全部意蕴。因此,这些作品存在着一种阐释的无限可能性。

7. 艺术作品的意蕴层带有复合性,中国古人称之为“辞情”和“声情”的复合。在不同的艺术形式和艺术作品中,这种复合是不平衡的。这是研究艺术作品意蕴应该关注的一个问题。

8. “意境”是“意象”(广义的美)中的一种特殊的类型,它蕴含着带有哲理性的人生感、历史感和宇宙感。“意境”给予人们一种特殊的情感体验,就是康德说的“惆怅”,也就是尼采说的“形而上的慰藉”。“意境”不仅存在于艺术美的领域,而且也存在于自然美和社会美的领域。

9. 关于“艺术的终结”的问题,黑格尔有两个命题。一个是从绝对观念发展的逻辑提出的命题。他的逻辑是:艺术显现绝对观念,绝对观念是无限的,是最高的真实,而艺术是有限的,所以艺术最终要否定自己。我们认为他的理论前提不能成立。绝对观念不是最高的真实,艺术也不是理念的显现。艺术在人类社会中有特殊的价值,不是哲学可以替代的。黑格尔的第二个命题是从历史发展的角度提出的,就是现代市民社会不利于艺术的发展。这个命题包含着黑格尔对现代市民社会深刻的观察。但是我们认为不能由此得出艺术不再是心灵的需要的结论。正相反,人类对艺术的需求更加迫切了。

当代美国学者丹托立足于后现代主义艺术的实践,重新提出“艺术终结”的命题。他的逻辑是,后现代主义艺术的一些流派抹掉艺术品和现成品的界限,艺术转到观念的领域,艺术变成哲学,这导致艺术的终结。我们认为丹托的命题不能成立。因为艺术与非艺术的界限并没有消失,人对于艺术(审美体验)的需求,作为人的精神需求,也不会消失。

八、科学美

1. 物理学领域的一些大师,如彭加勒、爱因斯坦、海森堡、狄拉克、杨振宁等人,他们都肯定“科学美”的存在。在他们看来,“科学美”表现为物理

学理论、定律的简洁、对称、和谐、统一之美,也就是说,“科学美”主要是一种数学美,形式美。他们都指出,“科学美”是诉诸理智的,是一种理智美。他们都相信,物理世界的“美”和“真”(物理世界的规律和结构)是统一的,因而他们都强调,科学家对于美的追求,在物理学的研究中有重要的作用。

2. 在科学美的领域存在着几个在理论上需要研究的问题:

第一,自然美、社会美、艺术美是审美意象,它诉诸人的感性直觉,而“科学美”是用数学形态表现出来物理学的定律和理论架构,它诉诸人的理智。那么,从美的本体来说,科学美和自然美、社会美、艺术美能否统一?有没有可能提出(发明)一种新的理论架构,把科学美与自然美、社会美、艺术美都包含在内?

第二,美感不是认识而是体验,它是超功利、超逻辑的,而科学美是一种数学美、逻辑美,它超功利,但并不超逻辑。那么,科学美的美感的性质和内涵就和一般的美感有差别,是一个有待解决的问题。

第三,很多物理学家都认为从物理学研究的成果中可以观照宇宙的绝对无限的存在,从而获得一种宇宙感。但是,物理学研究的成果是人类理性活动的产物,而宇宙感则是一种超理性的体验,这就产生一个问题,就是人们有没有可能从理性的领域进入超理性的领域的问题,也就是人们有没有可能从逻辑的“真”进入永恒存在的真、从形式美的感受进入宇宙无限整体和绝对美的感受的问题。

3. 很多科学大师都认为追求科学美是科学研究的一种动力,理由主要是:第一,美的东西必定是真的,因此可以由美引真。第二,在科学研究中要想获得创造性的成果,必须依赖直觉和想象。

4. 人的大脑两半球有分工。但是一个人在自己的人生和创造中如果能使大脑两半球的功能互相沟通、互相补充,那就可能使自己在科学和艺术这两个领域或在其中一个领域作出辉煌的创造性的成果。这是达·芬奇、丢勒、歌德、张衡、爱因斯坦等大科学家大艺术家给我们留下的启示。

九、技术美

1. 技术美是社会美的一个特殊的领域,是在大工业的时代条件下,各种

工业产品以及人的整个生存环境的美。技术美要求在产品生产中,把实用的要求和审美的要求统一起来。

2. 在西方历史上,对技术美的追求可以分三个阶段:第一阶段以莫里斯为代表,主张恢复手工业时代那种既实用又美观的古典风格;第二阶段以苏利约以及格罗庇乌斯等人为代表,主张产品的外观形式应该是它的功能的表现;第三阶段受20世纪人本主义思潮的影响,审美设计从工业产品扩展到整个人类的生存环境。

3. 技术美的核心是功能美,即产品的实用功能与审美的有机统一。功能美的追求是对历史上曾出现过的两种片面性的否定,一种是只求功能,不问形式,一种是把产品的审美价值完全归结为外在的形式。这两种片面性都是对实用功能和审美的割裂。

4. 为了正确把握功能美,要注意两个问题:第一,我们说的功能不仅要适应人的物质要求(即产品的使用价值),而且要适应人的精神需求(即产品的文化价值、审美价值)。第二,功能不仅应该体现为产品的内在形式结构,而且也应体现为产品的表层外观。产品外观的缺陷,往往意味着功能的缺陷。

5. 技术美(功能美)给人的愉悦是一种复合体,包括生理快感、美感和某种精神快感。在当代,越是高档的产品,美感在这个复合体中占的比重就越大。

6. 学术界对“日常生活审美化”有多种多样的理解和解释。我们认为,“日常生活审美化”不应理解为人们采用审美眼光看待日常生活,不应理解为追求人生的艺术化,不应理解为后现代主义艺术的某些流派抹掉艺术与生活(艺术与非艺术)之间界限的主张和实践,也不应理解为网络、影像等等虚拟世界的泛滥。“日常生活审美化”是对大审美经济时代的一种描绘。在这样一个大审美经济时代,审美(体验)的要求越来越广泛地渗透到日常生活的各个方面,人们在生活中追求一种愉快的体验。在这样一个大审美经济时代,文化产业越来越受到重视。

十、优美与崇高

1. 不同的社会文化环境会发育出不同的审美文化。不同的审美文化

由于社会环境、文化传统、价值取向、最终关切的不同而形成自己的独特的审美形态。审美形态是特定的社会文化环境中产生的某一类型审美意象的“大风格”。审美范畴是这种“大风格”(审美形态)的概括和结晶。在西方文化史上,优美与崇高、悲剧与喜剧、丑与荒诞等几对概念是涵盖面比较大的审美形态的概括和结晶,也是美学史上绝大多数美学家认同的审美范畴。在中国文化史上,受儒、道、释三家影响,也发育了若干在历史上影响比较大的审美意象群,形成了独特的审美形态(大风格),从而结晶成独特的审美范畴。例如,“沉郁”概括了以儒家文化为内涵、以杜甫为代表的审美意象大风格,“飘逸”概括了以道家文化为内涵、以李白为代表的审美意象大风格,“空灵澄澈”则概括了以禅宗文化为内涵、以王维为代表的审美意象大风格。

2. 优美是古希腊文化所培育出来的文化形态。古希腊神庙和人体雕像是优美的典型代表。优美的特点是完整、单纯、绝对的和谐,就是文克尔曼说的“高贵的单纯和静穆的伟大”。优美引起的美感,是一种始终如一的愉悦之情。

3. 崇高是希伯莱文化和西方基督教文化所培育出来的审美形态。神是崇高的最纯粹、最原始的形式。哥特式教堂是崇高的典型代表。到了欧洲18世纪至19世纪之交的浪漫主义时期,“崇高”的文化内涵发生了重大的变化,人的超越自我的精神历程,成为崇高的核心。诗和音乐(歌德的《浮士德》,贝多芬的第三、第五、第九交响曲)成了崇高的新的感性显现。康德认为,崇高的对象用在数量上和力量上的无限巨大,激发了主体的超越精神,主体由对对象的恐惧而产生的痛感而转化为由肯定主体尊严而产生的快感,这就是崇高感。

4. 在优美和崇高之中,有一种灵魂美,它闪耀着高尚、圣洁的精神光辉。这种灵魂美的本质是一种大爱,是生命的牺牲与奉献。人们面对这种灵魂美,内心充满一种神圣感,这种神圣感是一种心灵的净化和升华。

5. 中国美学中有一对和崇高与优美十分类似的范畴,即阳刚之美与阴柔之美(壮美与优美)。但是这两对范畴的文化背景不同,哲学内涵不同,所以不能把它们完全等同。