



21世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材

旅游美学

第二版

于德珍 主编

南开大学出版社

21 世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材

总主编 叶晓军

旅 游 美 学

第二版

主 编 于德珍
编 者 和 洁 张文敏
罗艳菊 钱益春
付美云 陈建军

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游美学 / 于德珍主编. —2 版. —天津: 南开大学出版社, 2012. 8

21 世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材
ISBN 978-7-310-03971-5

I. ①旅… II. ①于… 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(2012)第 170089 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 孙克强

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022) 23508339 23500755

营销部传真: (022) 23508542 邮购部电话: (022) 23502200

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2012 年 8 月第 2 版 2012 年 8 月第 4 次印刷

230×170 毫米 16 开本 17.25 印张 314 千字

定价: 32.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022) 23507125

**21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材
编撰指导委员会**

(按姓氏笔画排列)

卜复鸣	王安国	王 冰	王仲君	王建平	王雅红
叶骁军	邓 辉	任 平	任昕竺	何若全	华国梁
朱 耀	朱俊彪	沈文娟	沈鸿秋	刘庆友	李亚非
李京霖	陆 峰	沙 润	杨新海	周武忠	肖 飞
俞晓红	喻学才	顾 钢	黄震方	蒋亚奇	鲁 斌
臧其林	魏向东				

**21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材
编写组**

叶骁军	王建平	陈来生	马洪元	于德珍	邢夫敏
柯 英	李 晓	黎宏宝	谢 佳	李雪东	陈建军
吴 捷	吴新宇	曹灿明	邵 兰	王雅红	许云华
蔡军伟					

总 前 言

旅游,最时尚的活动。

旅游,最让人钟情的积极休闲方式。

当旅游成为一种产业,而且是世界最大的产业的时候,关于她的研究,关于她的人才培养——专业教育,便纷至沓来……

中国的旅游业离不开世界的土壤,中国的旅游教育是世界旅游教育的有机组成部分。中国最初的旅游教材主要是在借鉴国外教材的基础上编撰的。最初的教材,她们,是中国旅游教材的弹词开篇;她们,是中国旅游教育的奠基石;她们,是国产旅游教材的阶梯……

其后,旅游教材如雨后春笋,茁壮成长。

旅游科学是理论与实际密切结合的科学。中国高等教育已进入大众化时代,它要求每一个大学毕业生必须既具有高度的理论基础,也必须具备实际的工作能力。旅游教材应跟上现代社会的发展,告别一支粉笔一本书的时代,告别仅给教师一本书让教师自己制作 PPT 的时代,告别学生纸上写作业的时代,进入电脑网络教学的时代,进入通过现代教学手段实现理论与实践教学密切结合的时代。

我们这套教材是为适应高等教育大众化时代,要求本科教育培养现代化应用性新型人才的大趋势而产生的。她是由国内多所高等院校旅游类专业的资深教师联合编撰的最新旅游类专业新概念系列教材。

本教材适合旅游类专业(包括旅游管理、饭店管理、导游、餐饮与烹饪等专业)本科生使用,同时也适合于广大的旅游爱好者及相关培训使用。

教材具有以下特点:

1. 系统性。全套教材每本约 30 万字,包括旅游理论、旅游资源、旅行社管理、酒店管理、财会管理等模块。

2. 时效性。它采用了 21 世纪最新的体系、理论、观点、数据、资料和案例。

3. 统一性。全套教材体例统一,教学要素完整,章节层次脉络清楚。各章节有内容提要和练习。其他教学要素如教学大纲、重要概念、图片、表格、阅读材料、资料卡片等刻制在光盘中。

4. 实践性。重视实践活动,有书面及电子实训和练习。可用电脑和网络进行作业和实训。

5. 方便性。为了方便教师课堂教学和学生课后学习的需要,本书配有与教材相配套的网页式辅教光盘。光盘采用 Frontpage 软件制作,版面活泼,色彩丰富,使用方便。内容包括课程教学大纲、全书各级目录、主要内容、重要概念、图片和表格、练习和思考,以及超级链接:扩展知识面的阅读材料、资料卡片等,生动、形象、直观,可与纸质教材相互配合使用。大幅度减轻教师负担,特别是基本免除教师板书之劳。

作者

2008.04

内容提要

旅游美学是以旅游审美活动为其特定研究对象的一门学科。旅游美学源自美学,是美学的分支。旅游美学是以旅游审美对象(即旅游者的观赏对象)、旅游审美主体(即旅游者)为其研究对象,分析旅游活动中的各种审美关系,特别是人与人之间的关系,从中总结其规律性的一门学科。

旅游美学有别于传统的美学。它多以实践为出发点,注重美与现实直观性的联系,强调美与社会生活的结合。旅游美学不同于其他分支,既有很强的实用性和针对性,又有自己独特的系统,属于应用美学的范畴。

本书集合了多位旅游美学教师多年的教学经验和知识积累,在内容的编排上,在介绍旅游美学理论知识的同时,注重审美意识的培养。针对旅游美学涉及的相关美学基础知识较庞杂的特征,对与旅游美学相关联的美学基础知识作了简要介绍,增加了阅读材料以拓宽学生的鉴赏能力。

本书共分九章,第一、二、三章分别介绍了美学的基本知识,以建立起较为系统的美学知识体系,论述了美感受的内容随社会的发展逐步丰富和深化,以及怎样把握观赏的位置、角度、距离、时间去进行旅游审美。第四、五、六章分别阐述了自然景观、人文景观、民俗旅游景观的审美,即研究旅游审美对象的审美特征和审美属性,并从理论上揭示了这些审美对象之所以美的内在奥秘。第七、八、九章分析了旅游者在旅游审美活动中的心理、审美体验和旅游工作者的审美要

求,分别从感觉、知觉、情感、想象、理解的角度进行了详细的分析和研究;从旅游审美的需要、需求与动机、旅游审美心理意识与个性、旅游审美感受的层次着重探讨旅游者的审美心理。旅游活动中存在很多审美关系,特别是旅游者与旅游从业人员的审美关系,本书从旅游工作者美的形象、美的服务、美学修养几个方面论述了如何协调旅游工作者与旅游者之间的审美关系。

目 录

第一章 美学与旅游美学	(1)
第一节 美学的概述.....	(1)
第二节 旅游美学的研究范畴	(19)
第三节 旅游美学思想的溯源	(23)
第二章 旅游美学的历史积淀	(31)
第一节 审美意识雏形时期	(31)
第二节 比德的审美观	(35)
第三节 畅神的审美观	(39)
第四节 旅游审美的优化积淀	(48)
第五节 当代人的审美情趣时期	(53)
第三章 旅游审美对象欣赏的方法原理	(56)
第一节 欣赏空间的构成	(56)
第二节 动观与静观	(67)
第三节 欣赏线路的构成	(69)
第四章 自然景观的审美	(74)
第一节 自然景观的构成	(75)
第二节 自然景观的欣赏	(98)
第三节 中西自然景观美学比较.....	(104)
第五章 人文景观的审美	(110)
第一节 建筑审美的基础知识.....	(110)

第二节 中国古建筑的审美特性及欣赏·····	(120)
第三节 中国古典园林的审美特性及欣赏·····	(142)
第四节 中国古代雕塑的审美特性及欣赏·····	(150)
第五节 中国现代建筑的审美特性与欣赏·····	(157)
第六章 民俗旅游景观的审美 ·····	(166)
第一节 民俗旅游景观的构成·····	(166)
第二节 民俗旅游景观的审美·····	(189)
第七章 旅游审美的心理要素 ·····	(194)
第一节 审美感觉与知觉·····	(194)
第二节 审美想象·····	(200)
第三节 审美情感·····	(207)
第四节 审美理解·····	(211)
第八章 旅游审美的体验 ·····	(213)
第一节 旅游审美的需要、需求与动机·····	(214)
第二节 旅游审美心理意识与个性·····	(223)
第三节 旅游审美感受的层次·····	(232)
第九章 旅游工作者的审美要求 ·····	(239)
第一节 旅游工作者美的形象·····	(239)
第二节 旅游工作者美的服务·····	(247)
第三节 旅游工作者的美学修养·····	(256)
主要参考文献 ·····	(262)
后记 ·····	(265)

第一章 美学与旅游美学

本章提要

本章以较大的篇幅介绍了美学的基本知识,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。在“旅游美学的研究范畴”一节中界定了旅游美学的概念,简述了旅游美学的研究范围,还简单分析了现代旅游审美的基本特征。最后介绍了“移情说”、“内幕仿说”及“审美距离说”,这些理论对确立旅游观赏方法及分析旅游观赏的心理特征起着重要的指导作用。

第一节 美学的概述

一、既古老又年轻的美学

美学作为研究美、审美和艺术的科学,既古老又年轻。人类的审美意识和美学思想是很古老的,美学作为一门学科却又十分年轻。从人类发展的历史来看,人们发现美、欣赏美以及在实践中从不自觉到自觉地创造美,由来已久。据考古学证明:人类大约产生于四五百万年以前。开始创造原始的艺术品,大致在距今

数万年前旧石器时代。至少在三万年前,人类开始以粗略的轮廓和抽象的符号表示动物、人体的图画和雕刻,后来图画变得比较清晰、细致。人们在改造自然,在与自然间建立一种审美关系时,美和美的感受就同时诞生了。这时的自然界对人类而言不仅是与人的生物本能活动、物质实践活动相联系的具有实际功利性的对象,而且也具有了超功利性的供人们作为精神享受的观赏价值。

人类从对具体事物的欣赏,到凝聚为一种较为抽象的美的观念,要经历一个漫长的发展过程。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,说明审美意识开始了萌芽状态的理论形式。人们进一步对美的事物之所以美在观念上进行概括和辨析,标志着人类对美进行理论研究的开始。东西方美学思想的历史则可追溯到遥远的古代,经历了两千多年的漫长岁月。

中国早在两三千年前的奴隶制社会的西周,当时的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,广泛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。后来又在浩瀚的哲学、文学、艺术学、地理学著作中留下丰富的美学思想。而古希腊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明确提出,并作了相应的研究,为后来的美学理论奠定了基础。在漫长的中世纪的黑暗时代,近千年时间内西方的美学理论研究进展甚微。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的建立,以1750年德国美学家鲍姆嘉通(1714年—1762年)出版的专著《美学》第一卷中创立了“美学”这门学科的称号作为标志。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来加以研究,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“美学是感性认识的科学”。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,美学学科得以确立。美学是研究现实美的规律及其表现和人们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

美也许是人们谈论得最多,但又表达不清的东西。几千年来,不少的哲学家、美学家为了揭开美的奥秘,进行过艰苦的探索。“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,就会发觉对这个熟知的东西事实上并不真正了解。

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,也还是一个引起争论的问题。”古今中外的美学家尽管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客观存在的美的直接、被动的反映,被称为“客观美论”;一种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。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,因为美就在于体积和大小秩序。”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。

“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的问题。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,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:“只有对于用艺术家的眼光去观察自然的人,自然才显得美。”主观美论在近代西方广泛传播,是近代美学的主要趋势,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,对客体作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;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,但却认为这个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。

“美是什么”这个问题,自从提出来后,两千多年来各位哲学家、美学家作了多种多样的回答,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,美只好意会,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

我们在美学中使用的“美”的概念有多种含义,因为“美”这个词本身的多义性,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。第一层(种)含义是审美对象;第二层(种)含义是审美性质(素质);第三层(种)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(种)含义上使用的。你所谓的‘美’到底是指对象的审美性质,还是指一个具体的审美对象,还是指美的本质和根源?从而,‘美是什么’如果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

是问哪些客观性质、因素、条件构成了对象、事物的美,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,亦即美从根本上是如何可能的,这就是美的本质问题了。”^①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观点评价,是在美学的含义上使用。当人们在吃到适口的食物时,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。它内在地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或联系时才能出现。这也表明审美活动的实质是一种价值活动,因此,美是在这种活动中产生或形成的一种价值。

三、美的特征

(一)美的形象性

美的事物和现象的第一个特征,就是它的形象。凡是美好的事物,都是直观的、具体的,能被人们的感官感知,都具有形象。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,分别以各自的物理形态呈现在人们的面前,具有一定的形态和模样,为人们所感知。

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,随风婆婆起舞的形态传递着春的信息。春天的美,是通过桃花、柳丝的形象表现出来的。

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

^① 李泽厚. 美学四讲. 上海:三联书店,1989:60~61

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、异态纷呈的纷繁世界。美的表现是千姿百态的,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感情的独特性质。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,给人以愉快的审美享受,引起人们情感乃至心灵的愉悦反应。当人们感受美的景色、美的事物、美的乐曲、美的绘画、美的雕塑、美的建筑时,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,可以作用于我们的感官,调动人们的情思,能给人带来幸福感和欢乐感,能引起人们的爱慕和追求,能使人心情舒畅、精神振奋。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。不仅是因为红黄两色鲜艳的色彩、长方形合乎“黄金分割率”的红旗的形状以及旗子上五星和谐的图案,更是因为五星红旗是成千上万的先烈用鲜血和生命换来的,它象征着自由和解放,标志着我们国家的尊严和民族的团结。如果没有这些深厚的寓意,五星红旗就不会那么强烈地打动人们的心灵。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的境界之中,关心人物的命运和遭遇,同他们一起分担欢乐和忧伤。这种强烈的感染力,主要也是来自人物的性格,来自人物与人物之间所展开的各种矛盾冲突。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,显示出自然界欣欣向荣的勃勃生机,都可以“显示生活和使我们想起生活”。因此,自然美,也能够激起人们深切的爱恋之情。

因为美所具有的属性适应了人类生存发展的需要,所以是对人类自身生活

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的问题。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) 美的新颖性

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,充满着新颖性。

美的新颖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演变的历史,这一历史过程永远不会完结。不论历史的进程多么曲折,人类绝不能老是停留在一个水平上。当然,随着历史的前进和人类征服自然、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。人的创造性实践创造了美,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,在人与人之间的各种关系中,到处存在着美的事物、美的现象,愉悦着人们的精神。随着社会的进步、科技的发展,人类的视野在扩大,人们对于火山、海底、峰巅、高空、北极、南极,以至月球、宇宙世界、生物体内、微观世界等领域,倾注了越来越多的注意力,开始欣赏荒凉的沙漠、旷野以及充满惊涛骇浪的大洋、湍急的瀑布河流。至于对地球极地的征服,甚至去太空漫游,会逐渐地出现在人们的旅游活动范围中。

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。艺术美的独创性十分突出。一切成功的美的艺术,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,他能辨出气息是哀怨还是雄壮;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。他靠了这个能力深入事物的内心,显得比别人敏锐。”^①正是这种细致敏锐的感受,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多彩多姿的各具特色的美的风貌。

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,是主观交互作用的产物。在不同的社会和时代,美的创造性

① 丹纳. 艺术哲学. 北京:人民文学出版社,1963:28