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。正如蜜蜂酿密，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

需要全本请访问 www.ertongbook.com

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的准则。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，摈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

需要全本请访问 www.ertongbook.com

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美的风采，但显示的却是中国人的尊严；表现的虽是个人品格的优劣，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“但悲不见九洲同”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

身的感受力、想象力，亦即创造力。人工开凿的乐山大佛，则更是如此。总之，“只有在物质领域内，出现了具有社会性的客观现实，才有可能在观念领域内，出现思想情感对对象的能动反映,形成具有社会性的意识观念。”(王朝闻:《美学概论》,人民出版社 1981 年版,第 30 页。)

(二)美与真

美与真是紧密联系在一起的。真是指客观世界及事物本身运动、变化和发展的规律性。人只有认识了真，才能创造美，因为违反了客观世界及事物本身运动、变化和发展的规律性，就达不到能动地改造世界的目的，也就得不到美。但真并不就是美，因为美不是客观规律本身，而是人们运用客观规律改造世界的能动创造的实践活动的实现。例如作为商品的轿车，世界上第一辆轿车与现代最新设计的轿车无论是外形还是内部结构，差距是非常之大，体现了人类在漫长社会实践活动过程中获得了对客观世界的规律性的认识。人们在实践中懂得，要提高车速，就必须克服空气的阻力，而要达此目的，就必须将车体设计成流线型。人们认识到的这种客观规律便是真。人们对客观世界的规律性的认识，并将这种认识付诸于实践，它的感性的具体存在的形式就成为人的能动创造活动所必须掌握的东西，并成为对这种活动肯定，这时真才具有了美的意义。浅近地说，当人创造性地运用流线型克服空气阻力这一客观规律造出汽车，使之与人的目的相一致，成为人的创造的智慧、才能、力量的客观表现，从而唤起人的美感，并使之成为审美对象时，真才具有美的意义，美与真有着密不可分的联系，真是美的基础。

(三)美与善

美与善有着更为直接的联系。善是什么？善是在实践上符合人的目的的客观实在，这种客观实在符合社会发展的趋势，并能够起促进社会发展作用。善是美的前提，唯善才美。流线型

车体，为人们提供快速的交通工具，这是善的一面。由善而美，但美并不是善。善直接与人的功利目的相联系，美则不是，美是人们认识观赏的对象，是对实现真与善的智慧、才能和力量的赞叹。虽然美不直接与功利目的相联系，但美的社会意义是推动人们更好地改造自然与社会，其最终还是为了善。所以，第一辆轿车近似于今天的吉普，后来在审美理想的推动下，不断地改进，由蜗壳型到纺锤型到今天的“子弹头”型，它的时速也提高了许多，是越来越善，越来越美了。

真是美的基础，善是美的前提，有真有善才有美，并不是只有真才美，真与善结合才有美。凡是美的，必是真和善的；真、善、美是同一客观对象密不可分地联系在一起的三个方面。

二、美的范畴

(一)优美与崇高

优美与崇高是两种相对的美的范畴，它们在性质、特征和给人们的审美感受等方面，都是不相同的。

优美呈现的状态是秀丽、幽雅、清新、柔和、小巧、精致、圆润、舒缓的状态。产生这种状态的原因是，美处于客体和主体的矛盾相对统一的平衡、和谐的状态。在这种美的对象中，人的自由意志得到彻底实现，人的实践特性达到合目的性与合规律的有机统一，已经看不到人类艰苦实践的痕迹。如福建德化爱德华瓷厂的玉白瓷瓷塑滴水观音，线条柔和，衣带飘拂，仿佛立于春风之中，在造型上这尊观音像慈眉善目，微合双唇，左手握净瓶，瓶口朝下，自然下垂，似乎不曾着力；右手掌心向左，拇指、食指和小指向上，中指和无名指向下弯曲，作弹水状。动作自然、轻柔、舒缓，表达的是典型的阴柔之美，亦即秀美（图 1）。它给人的审美感受是以愉悦为基础的，“是美的对象引起我们美感的愉快，于全体说来，都是愉快的，一致的，调和的。”杜牧的《山行》：“远上寒山石径斜，白云生处有人家。停车坐爱枫林晚，霜

叶红于二月花”生动地表达了士大夫阶层闲适、逸豫的审美心态,这“寒山石径”“红枫”引起了他的审美愉悦,使他留连忘返。在他眼里只存在美,只有超脱,物我合一,使自己融入大自然之中。

崇高是一种壮美,它表现为大、为高、为雄。它的特征是美处于主体与客体的矛盾激化之中,人的自由意志和客观必然性处于对立冲突之中。如果人的自由意志战胜了客观必然性,表现了主体的强大的力量,这股力量成为不可遏止的气势,就是崇高的美。例如陈毅同志的诗:“此去冥间招旧部,旌旗十万斩阎罗”就体现了豪迈,不屈不挠,顽强抗争的崇高之美。如果人的意志暂不能战胜客观必然性,但又显示了人类实践的巨大威力和远大理想,显示着人定胜天的顽强态势,这也是崇高之美。如毛泽东同志的《念奴娇·昆仑》:“安得倚天抽宝剑,把汝裁为三截:一截遗欧,一截遗美,一截留东国,环球世界,同此凉热。”这种豪迈的气势,以解放人类为己任的伟大胸怀,也是一种崇高之美。这种美同人类为了实现自己的目的所进行艰苦斗争的历史过程联系在一起。这是社会的崇高的美。这种崇高往往和道德评判紧紧联系在一起。

自然界的崇高,比如山的高峻,往往使人产生畏惧,使物与人处于对立的矛盾状态,但人又用自己的意志和智慧去战胜自然,从而产生胜利的自豪感,心理上承受的压抑转化为审美的愉悦。如泰山以其相对的高度,被定为五岳之尊。在山脚,人有征服它的欲望,迨一登上绝顶,便产生“登泰山而小天下”之感,这种因智慧、力量而征服泰山所引起的愉悦,也是崇高之美。

艺术的崇高,是社会生活中崇高的反映。它是艺术家的创造物,并且是来自生活。例如京剧《红灯记》中李玉和三代人的崇高形象是艺术家的创造,它来自生活。所谓“戏场小天地,天地大戏场”,艺术形象之所以有感人的崇高之美,就是因为这种审美对象来自生活。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

(二)悲剧与喜剧

美学中的悲剧与喜剧，有别于戏剧中的概念。美学意义上的悲剧，是指历史的必然要求和这个要求实际上不可能实现的悲剧性冲突，以及由于自身的缺限和过失而引起的毁灭。美学意义上的喜剧，是在社会的发展过程中，当人们愉快地战胜陈旧的社会制度或生活方式，并对新的社会制度和生活方式热情地拥抱，欢乐地赞叹时产生的喜剧性冲突。法国唯物主义哲学家狄得罗说得好，“悲剧是把有价值的东西毁坏了给人看，喜剧是把无价值的东西毁坏了给人看。”

悲剧有三种内容：第一，它必须含有悲痛的内容，好人受难，甚至被迫害致死，由此而给人在精神上巨大的刺激、遗憾，产生义愤、怜悯和同情。第二，它必须寓有净化感，这是一种积极的净化，它能使人在精神、道德上得到升华，从而不断地抗争和奋进、不为邪恶所征服。第三，它必须杂有愉悦感，使人在悲痛后产生愉悦，对这种精神产生赞美之情，从而受到鼓舞，对前途充满信心。

美学范畴的悲剧，其特征：第一，构成悲剧的人物既要有悲剧的性格，又要具有正面的素质，即必须是好人，可以是英雄，也可以是一般的人。悲剧人物可以是文天祥、岳飞这样的民族英雄，也可以是窦娥这样善良的弱小女子。总之，凡是因遭受挫折、不幸、死亡，而在人们心中引起悲痛的悲剧人物才能产生悲剧效应。第二，以社会实践主体暂时遭受挫折为内容。人在改造社会、改造自然时，总会遇到阻力和反抗，甚至遭到暂时的挫折和失败，悲剧便会出现，例如《刑场上的婚礼》、《江姐》等。第三，这种悲剧，不致使人产生畏怯、退缩、甚至怀疑正义力量的效应。相反，这种悲剧的审美价值在于激发人产生更旺的斗志，使悲剧逐渐转化为喜剧的结局。

美学范畴的喜剧，是在美与丑的矛盾冲突中，以美压倒丑为

其基本点，以内容与形式、动机与效果相互矛盾的行为、事件为基本内容，从而引得人们发笑，直接或间接肯定人的本质力量，给人以精神满足，使人获得美的享受的审美存在。在美与丑的斗争中，美居于主导地位、支配地位，通过对丑的否定来肯定美，从而显示人的巨大的本质力量。喜剧的特征之一是把丑恶的东西撕去其伪装，并把它置于一个尴尬的境地展示给人看，使人在心理产生某种愉悦，从而认识、肯定人的本质力量。例如 1994 年春节文艺晚会上有一个小品，讽刺了用公款吃喝的丑恶现象，引起观众的巨大共鸣。观众的共鸣不仅是对该剧本身的审美价值的赞许，也是对社会上普遍存在的这类现象的厌恶，这种厌恶的情绪又是以一种嘲弄的方式出现的，这便是喜剧效应。喜剧的另一特征，是正面地肯定正义的力量，从而达到否定非正义的力量，以引起人们内心的美感为目的。在美与丑，正义与非正义的较量中，美战胜丑，正义战胜非正义，从而在人们的心中引起美感效应，这也是美学范畴的喜剧效应。如 1949 年中华人民共和国成立，意味着蒋家王朝的覆灭，在广大劳动人民心中掀起的欢乐的浪潮，也是一种喜剧的效应。

三、美的形态

(一)社会美

社会美是人类社会实践活动体现出来的美，是人类改造社会、改造自然的实践活动的最直接存在的形态。它体现了人类实践的整个活动过程，同时，社会美又体现在人类实践活动的成果之中，即人的本质力量的结晶蕴含着社会美。 1987 年中国的鞋靴在世界市场上所占份额极小，居于意大利甚至巴西、韩国和港、台地区之后。经贸人员经过市场调查，摸清各国消费习惯之后，采取许多相应措施，不过五六年时间，中国鞋靴不仅在美国市场上跃居第一位，而且还在德国“踩住了意大利的脚”。中国鞋靴在世界市场上的变化，在中国人心中引起的美感，是不言而

喻的。这不单是因为中国的出口额增加了，更重要的是它说明了中国人民的才智得到了世界人民的承认和肯定，也就是中国人民“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”。

社会美又有三种形态。第一是人的美，它由人体自然美和人的内在素质美两部分构成。后者比前者更为重要。人的内在素质美是指人的风度、气质、性格、情趣和道德情操美，换言之，人的素质美是由以上诸因素有机合成的结果，是一种广义的文化沉淀的产物。它的格调越高就越美。具有素质美的经贸人才，对对外经贸事业具有十分重要的意义。人的内在素质美中以心灵美最重要，它是一种感性的具体表现，它是道德情操的具体表现，具有鲜明的阶级性和社会性，只有当它与社会的进步相一致时，才具有真正的美感。第二是环境美，它是人的本质的历史延伸和普遍的泛化。它既包含劳动产品的美（物质产品和精神产品），又包含人际关系的美。第三，社会美还包含有斗争生活的美和日常生活的美。不过斗争生活的美在人类实践活动中得到了集中的反映，而日常生活的美常常被轻松、愉悦和平凡所淹没，需要用敏锐的审美眼光去捕捉，去发现。

（二）自然美

自然美是指自然界存在的美。例如蓝天白云、浩淼的海洋、高峻的山峰等。自然美与人类实践有紧密的联系，只有当“自然人化”，人类在自然物中直观自身，自然美才有意义。

自然美可分为两种：一种是人类通过生产劳动改造过的自然物的美，如庐山、黄山。尽管它本身很美，但一些人文景观与它本身的原始美的合成，使它进入了更美的境界，这里体现了人的本质力量的对象化，参与了明显的社会内容。一种是没有经过人类生产劳动加工改造过的自然物的美，如张家界、九寨沟和长江三峡中的许多景观。在这种自然美中，主要是自然物以本

身的自然属性如色形、线条、声音以及整齐一律、平衡对称、变化统一等形式取悦于人。三峡中的神女峰，以状如女性兀立山头的岩石而闻名于世，它并非人工开凿，只是给人以联想，这与美国拉什莫尔山上四位总统的雕像给人的审美效应是不同的。

与社会美不同的是，自然美偏重于形式，因为人们关注的往往是它的形式，而忽视了它的内容。人们通过它对照自身，完成审美活动。对外经贸人员如果对自然美具有鉴赏能力，不仅能完善自己的人格，提高自身的素质，而且还能进行创造性的劳动。

(三)形式美

构成形式美的自然物很多，主要有色彩、线条、声音、形体等。

色彩，不同的色彩有不同的效果。色彩具有视觉效果：对色彩明暗、冷暖的处理可造成形体感；对色彩的变化处理可造成空间感；对物体表面特征配置色彩可以产生质感。色彩还有感情效果：色彩既有单一的象征意义（一色一义），如红色代表热情、斗争，也有多种象征意义，如白色既代表纯洁，也代表冷漠。对同一色彩，不同民族有不同的象征意义，如世界上多数民族视蓝色为纯洁，而埃及人则视它为魔鬼的象征。

线条，有直线、曲线、折线三种基本类型。一般说来直线表示刚劲，曲线表示柔和，波浪线表示轻快流畅。此外，辐射线表示奔放，交错线表示激荡，平行线表示安稳。线条各样的组合还可以产生不同的美学效果。

声音，有自然声和人造乐声。自然声只有与人的本身力量的要求相适应的时候，才能成为审美对象。例如旷野中的狼嚎只能引起人恐怖，喜鹊的吱喳往往引起中国人的喜悦。至于人造的声音如果不是乐声，也不能成为审美对象。如机器的轰鸣、汽车撕裂空气的呼啸，无论如何引不起人的愉悦。但乐声却不

同。贝多芬的《命运》，能激起人的斗志，引发人们向上；交响乐《梁祝》，能激起人们对梁祝的坚贞爱情的赞美。所以孔子主张礼乐，认为它对人有教化作用。

形体，不同的形体给人不同的美感。圆形象征柔和，方形表示刚劲，正三角形具有安全感，倒三角形则是倾危感的象征，三角形顶端转向侧面表示前进，高而窄的形体代表了险峻，宽而平的形体则表示平稳。

形式美有它的规律性：

(1)整齐美，如在商品展销会上，将同一商品整齐地排列，就能给人以秩序感，节奏感。

(2)均衡美，又可称对称的美，如唐代长安由宫城出玄武门是一条南北向的朱雀大街，形成一条中轴线，两旁街巷横呈对称排列，给人宁静、稳定的感觉。

(3）比例美，黄金分割就是达到这种审美效果的最本质的方法。物体的造型，尤其是建筑物，广泛运用这种规律，以达到这种审美效果，贝聿铭设计的白天鹅宾馆如此，北京的人民大会堂也是这样。高与宽之比，往往恒定为 5∶3。建筑师如果想要“打破”这种规律，追求一点变化的美时，往往采取补救措施，扳回这种局面，在违背中体现顺从。当宽超越这种规律时，便在中间或两侧加高成圆顶、尖顶或方顶；当建筑物过高时，又不得不在它的旁边加建裙楼。我们只要留意观察，便会发现这种规律随处可见。我们的建筑师对美神是十分虔诚而又忠心的。

(4）节奏美，它表现在两个方面：一是时间运动的过程，二是力的强弱变化。它们的有序组合，可以产生各种审美对象。音乐、舞蹈、诗歌、戏剧、小说、影视都应具有节奏美，否则就不成其为艺术。商品的外形、建筑、绘画则是空间的节奏美，所以人们把建筑称为凝固的音乐。

(5)对比美，就是人们把两种极不相同的对象放在一起，使

人感到鲜明、振奋、醒目、活跃，例如高与低、黑与白等。

（6）和谐美，这是形式美的最高要求，也最难把握。它要求将各种形式美，按照美的规律放在一起，形成一种韵律。不具有高层次审美能力和杰出的创造力的人，是难以做到的。

（四）艺术美

艺术美是艺术家根据现实生活进行创造，并运用一定的物质材料体现出来的观念形态的美，如：音乐、舞蹈、绘画、雕塑、摄影、电影、戏剧、文学、工艺品，这些艺术美是人们不可缺少的精神食粮。

艺术美与社会美、自然美的根本区别，就在于艺术美是观念形态的美，是艺术家用自己的世界观、审美观去认识、评价现实生活，并用一定的艺术形式能动地反映生活的产物。也就是说，客观现实生活是艺术创造、艺术美的源泉，是第一性的，艺术美是对现实的反映，是第二性的。现实是肥沃的土壤，艺术美是植根于现实土壤中开出的鲜花。现实生活比艺术生动丰富，而艺术却比生活更高更美。另外，艺术美也能反映现实生活中丑恶的人和事物，能以丑衬美，如“粉面含嗔威不露，未曾开言笑先闻”的王熙凤，这个艺术形象栩栩如生，塑造得非常成功，人物是丑的，但艺术形象却是美的。

概而言之，艺术美的特征有三：

一是艺术美是典型形象的美。艺术美主要是艺术形象的美，但并不是所有的艺术形象都是美的，只有那些具有典型性的艺术形象才是美的。所谓典型是指作者用典型化的方法创造出来具有鲜明而独特个性的艺术形象。艺术形象的个性特征愈鲜明、生动，所揭示的社会本质愈深刻，个性与共性愈统一，典型性就愈强。所以典型形象是艺术美的首要特征。

二是艺术是真善美的统一。艺术的真善美来源于生活的真善美，又高于生活的真善美。真实是艺术的生命，虚假的艺术是

需要全本请访问 www.ertongbook.com