



引用格式:吴国强.论艺术情感的创造与心理接受[J].郑州轻工业学院学报(社会科学版),2016,17(6):80-85.

中图分类号:J505 文献标识码:A

DOI:10.3969/j.issn.1009-3729.2016.06.010

文章编号:1009-3729(2016)06-0080-06

论艺术情感的创造与心理接受

Research on the creation and psychological acceptance of artistic emotion

吴国强

WU Guo-qiang

南通大学 工业设计系, 江苏 南通 226007

摘要:艺术创造的本质是人作为主体对客体实践体验的精神把握。艺术即直觉,是情感的表现。在现实生活中,不仅艺术家具有艺术情感,拥有丰富精神生活的普通人也可在内心完成种种未能诉诸物化形式的艺术表达。由此观之,艺术创造与接受具有普遍性。艺术情感来源于创造,艺术作品产生于创造者心中的精神向往。艺术情感创造的意义,正是创造主体把自己无意识的情感提升为自觉的艺术审美情感,从而使这样的情感感染更多的人,引导人们由“是怎样”认识到“应如何”,进而去“怎样做”。艺术情感的创造过程是将无限情感想象倾注于有限物象,使审美情感融入有限物象,从而产生无限审美可能,进而使接受者在审美中获得高度的情感满足。艺术情感的创造源泉是现实存在,其目的是使艺术审美成为人类自觉的情感活动,陶冶人的情操,提高人的生活质量。艺术情感的思维方式经历了趋于抽象和偏于具象的反复变迁过程,反映了人类审美取向演变的历史轨迹,也反映了审美意识和艺术情感创造渐进突变的演化历程。艺术情感是人类普遍的共同需要,其创造必须建立在审美主体普遍的心理通融和接受基础之上。就现代设计艺术而言,艺术情感创造的终极目的在于产生被人们接受的美感作用力,而不仅仅限于以美的形态愉悦人的感官。

关键词:
艺术情感;
艺术创造;
审美;
心理接受

收稿日期:2016-03-02

基金项目:江苏省教育科学“十二五”规划项目(D/2013/01/051);江苏省现代教育技术研究重点项目(2013-R-25591)

作者简介:吴国强(1953—),男,江苏省常州市人,南通大学教授,主要研究方向:设计美学。

当代高度发达的信息与互联网技术,为人类社会造就了一个丰富而便捷的物质世界。然而,在物质需求不断得到满足之后,人们却发现人生的意义正日趋迷失在对自身情感的漠视之中。身处“高科技、低情感”生存困境之中的人们,祈盼精神理想的回归,渴望通过观照日常生活艺术作品来体验精神生命的惬意,以抗拒科技理性对自身的困扰与异化。因此,有关艺术情感创造与接受的研究命题,自然而然地成为当今时代设计艺术领域探索艺术创造法度的重要课题。本文拟在分析艺术创造基本特征的基础上,阐述艺术情感的创造与心理接受,以供学界参考。

一、艺术创造的基本特征

艺术是人在生存实践中所形成的社会性审美形态。艺术创造不仅反映了强烈的主体意识,同时也体现了人对自然法则和社会意识形态的体认。人与客观存在互相制约、相互影响的互动关系,决定了艺术创造具有如下基本特征。

1. 主体性

人类在初进科技昌明之际,极少为科技理性所困扰,人们可以不假思索地认为“美不属于物,而是属于人的能动性,属于人的精神活力”,“自然是美的,就因为人用了艺术家的眼光去静观它……假如没有想象的帮助,自然本身就没有哪一部分是美的”^[1]。由此可见,艺术创造的本质是“人”作为主体对客体实践体验的精神把握。

纵观人类艺术创造的历史,艺术创造强烈地反映着人的主观意识,艺术所呈现的对自然法则的体认也总是包含着主体的主观意识。而主体的这种主观意识,首先受到存在于其中的社会意识形态的影响,既包括政治、宗教等社会文化因素的影响,也受个体的情感、气质、品格、

趣味等个性因素的影响。所以,艺术创造是对人类自身生存实践的意识反映,艺术作品是人类内在精神与时代精神汇合的综合体现。艺术创造是人将有限的自然力在自身精神意识中的延伸与拓展,使时代风貌、个人情感、宗教思想和社会意识统一在当下的审美取向之中,进而物化为某种形式的精神产品。因而每个时代的艺术创造,都具有其鲜明的时代特征,体现了那个时代的社会精神风貌。对人类来说,艺术与科学是两种并行不悖且互不替代的人类创造性劳动成果,科学技术支撑着人类赖以生存发展的物质基础,而艺术承载了人类追求与向往的精神情感,引领人类走向未来。

2. 普遍性

就创造的角度而言,艺术情感是一种厚积薄发的心理直觉,即精神情感的意象再现。西方表现主义美学认为:“美不是事物的属性,而是如同每一种其他价值一样,仅仅作为精神活动的产物而存在”,“这种精神活动是那种在一座教堂、一出悲剧或一轮落日、一首曲调中感受到美的人所具有的审美经验。一个人如果此类经验丰富,他就富有完全现实化的艺术天性,这种罕见的气质使他能够不借助于一般的传达刺激物而运用这种天性,即使他永远缄默不语,终生默默无闻。一旦我创作了一首歌曲或一首诗,看见或想象出一片在每一细节上都是完整无缺的景色,我便完成了一部艺术作品,并获得了一种作为艺术家的满足”^[2]。这种人内在丰富性的外在表现,即是个体在情感指引下从现象世界提炼精神体验的审美能力。在这样的前提下,即便个体一生从没有将内在的审美意象外化为某种专门的艺术表现形式,他仍然可以被认为是一个艺术的体验者和创造者。由此可以认为:艺术即直觉,是情感的表现。在现实生活中不仅仅艺术家具有艺术情感,那些拥有丰富精神生活的普通人,也会在内心完成种种未

能诉诸物化形式的艺术表达;艺术情感的感知与表现不是专门从事艺术表现的人之专利,它也属于普通人的情感体验范畴。这种对艺术的宽泛理解,将艺术情感交还给了每一位审美直觉者,肯定了艺术对于人类的普遍社会价值。由此,艺术创造获得了实在的社会价值和存在意义。假设艺术创造并不属于普通人的情感范畴,那么艺术便无从拥有欣赏者,也就不存在艺术创造的理由。

3. 引导性

再现生活的审美理论本质上是一种形而下的技巧论,美学理论历来否认艺术创造仅限于反映和再现生活,一直主张只有表现情感才是艺术创造的真谛。如此否定“反映和再现”论的理由是显而易见的,因为人类的生存活动本身就包含了“是怎样”和“应如何”,前者是以认识的形式反映客观存在的实体属性,一切科学都属于这种类型的反映形式;后者反映的是主客体之间的价值关系属性,即客体对主体需要的满足程度,它是以评价的方式来反映客体的,艺术审美便属于这一种反映形式。显然,艺术创造需要实现情感审美创造,它所表达的情感不能仅仅是对现实情感的单纯反映,更多的是对情感理想“应如何”的探寻与完善。因此可以认为,艺术情感来源于创造,艺术作品产生于创造者心中的精神向往。艺术情感创造的意义,正是创造主体把自己无意识的情感提升为自觉的艺术审美情感,从而使这样的情感感染更多的人,以引导人们由“是怎样”认识到“应如何”,进而去“怎样做”。

二、艺术情感的创造

由于人类被赋予了普遍的艺术想象能力,因此,人类的艺术天赋仅有强弱的差异,并不存在本质的区别。每个个体都可能体验到丰富的情感感受,都具有艺术创造的愿望与潜能,都能

够从事艺术审美,所不同的只是对于艺术敏感程度的强弱,天赋与后天环境共同造就了人类的审美情感与艺术创造力。于是,每个人都可能创造也都需要艺术美感,审美个体是以自己的艺术情感通过审美的方式与世界交流并体验世界,进而建构审美意象并将其演化为理想与典型的审美形式的。尽管人类审美的艺术感知力自有其情感创造的发生机理,若不借助于某种恰当的艺术形式便无法感知与流传。

1. 艺术情感的创造过程

艺术感知力必定存在于艺术表现之前,没有艺术感知力也就不会有艺术审美发生。罗丹说:“世界并不缺少美,缺少的只是发现美的眼睛。”由此可见,美是存在于人的意识之前的,是自然存在启发了人们对美的感知。存在与意识的关系在我国传统审美观中被称为“取象表意”,即艺术家由诗化物象而创构出艺术审美意象,并且物化这样的情感创造,进而构造出一个体现审美理想的人造审美对象。这是诗歌、美术等纯艺术作品创作的意识过程,也是产品形态和其他设计艺术的情感创造历程,同时还是一条始终依据感性形态基础的艺术情感创造途径。艺术情感创造是人们将无限情感想象倾注于有限物象,使审美情感融入有限物象,从而产生无限审美可能,进而使接受者在审美中获得高度的情感满足。之所以有这样的可能性,原因在于审美意境中感性物象的内在规律为艺术情感创造提供了附着的介质,艺术创造的成败则取决于主体心灵情感意向与感性物态造化规律的有机融合程度。艺术创造的“取象表意”,既是人类自身情感表达的需要,也是自然万物在人心灵中折射的体现,更是艺术情感的创造过程。

2. 艺术情感的创造源泉

艺术情感的创造源泉是现实存在,即由存在中的物象感性特征感动人,人又以自己独特

的审美方式去表现并且强化这种感动,再通过富含艺术情感的作品形式感染更多的人。艺术情感创造的目的,在于使艺术审美成为人类自觉的情感活动,陶冶人的情操,提高人的生活质量。由此可见,艺术情感不仅限于认识与感知,它是以人为目的且为人所实践的,艺术在现实生活中承担着对人生存方式进行自我设定的任务。艺术之所以具有这样的功效,就是因为艺术所反映的不是“是什么”,而是“应如何”。“应如何”总是带有超验性的,它反映着现实人生,因为艺术理想与愿望皆由人的生存实践生发而来,它本身理应为人的生活所具有,之所以称之为“艺术理想”,就是因为它在现实生活中常常缺失。从这层意义来看,艺术比一切“是什么”都更深刻地反映着现实需要:“是什么”仅反映现实存在,并且这种存在可能正趋消亡;而艺术创造所内含的“应如何”,是把那些蛰伏于人们心底、驱使人们走向行动的人生希望和梦想以艺术作品的形式反映出来,使人们的情感得到宣泄。由此可见,尽管艺术情感创造源发于感性的冲动,但它能够透过现象而揭示出事物的本质。

纯粹艺术的创造如此,设计艺术的创造也是如此。设计艺术创造同样是以深刻体悟自然物象规律而实现的,中国传统“师法自然”的艺术创造方式,就是来源于对自然物象与自然规律的自发体验,将自然生命节律在艺术中具象为对称、均衡、连续、反复、节奏等形式美感法则,从而赋予人造物象以丰富的象征意义而实现情感创造。这一创造法则亘古如此,在各类传统工艺品中,既有对现实物象的摹仿,又有将美感与功能重组的想象:“作为炊煮器的陶鬲是由陶鼎演变而来的,它以三条肥大中空的款足代替了鼎的实心足,扩大了用火加热时受热的面积。器颈部高拔,口前部有冲天鸟喙状长流,宛如一只昂首挺胸的大鸟。”^[3]可见,承载

着艺术情感创造的各种艺术形态,集中表现了艺术创造者对自然节律的体认,体现了情感节律与自然法则的完美统一。由此而形成的美学法则经过继承与创新,已成为全人类的文化遗产,并在当今的设计艺术中得到广泛传承与发展。

3. 艺术情感创造的思维方式

艺术情感创造追求的是形象表现力,而抽象写意的艺术手法较具象手法更易提炼较高的意境和表现更大的张力,这是人类艺术日趋抽象的原因所在。造型艺术总是因摹写自然能力的提高而日趋具象,之后又因追求表达意境的完善而走向抽象。传统造型艺术是由远古的半抽象向逐步具象或抽象两个方向发展的。也就是说,先民们出于表现的本能力图惟妙惟肖的意图,追求具象写实;但受限于当时的表达力只能力求强化其象征的意味,由此派生出抽象写意。抽象是人的一种内在能力,但对抽象的追求是后天生成的,它受文化因素的制约,抽象需要通过一定的想象与夸张方能实现。抽象写意通常要通过对事物的感受形成意象,然后根据既成的意向将物象从自然生态中概括、抽象出来。这种概括、抽象的表达体现了艺术意境的完善,常常折射出人的艺术理想。抽象艺术往往更多地包含了人自身丰富的心灵意境。我国商代以前的艺术表现,由于受到当时人类艺术表达能力的限制,缺乏惟妙惟肖的描写能力,经历了由不自觉的变形抽象逐渐走向有意识抽象的过程。这样一种艺术情感创造的发展历程,使自然法则与主体情感由艺术创造逐渐走向相互融合,极大地丰富了艺术形象的情感表现力。事实上,艺术情感的创造思维方式在其形成过程中,经历了在趋于抽象与偏于具象之间反复变换的过程,这种抽象与具象的交替偏重与互为影响,反映了人类审美取向演变的历史轨迹,也反映了审美意识和艺术情感创造渐进突变的

演化历程。

4. 艺术创造的情感价值

艺术理想与现实人生之间是一种互补关系。人创造了艺术,而艺术反过来又悄然改变着人的生活态度,艺术对于社会人生所具有的就是这样一种自我评判与自我设定的制动功能。艺术向人们昭示了超越生活、令人向往的真、善、美,也成为对社会人生的某种评判标准和改造利器。通过艺术情感的创造与体验,人类返观自身的欢娱与哀愁、坎坷与顺达,从而走出心灵的迷茫与困惑,憧憬未来美好的愿景。在艺术的发展历程中,艺术情感创造的形式总处在不断变迁之中,但其审美价值亘古不变。艺术情感创造所体现的是人类不断追逐的理想之梦,艺术情感的不朽魅力将与人类相伴始终。只要人类生存环境永恒存在,只要人类生生不息地发展,人类就要寻求自身感性生命的扩张,人类对艺术情感的追求与创造也就永远不会停息。

三、艺术情感的心理接受

综上所述,审美活动自古以来便是人类宣泄情感、追求理想的重要方式。在人类的生命历程中,人类正是通过艺术情感创造与审美想象来寄托内心的复杂情思,从而激发起心理共鸣,使审美主体获得情感上的满足。从这个意义上来说,美感即是情感的满足感。艺术情感与主体之间深层的心理照应,抚慰了人类的内心需求;并且,艺术作为人类情感历程的承载物,还通过对人类种种情感的典型表现,又让人的精神获得另一种替代性的满足。因此,艺术情感作为全人类普遍的共同需求,其创造必须建立在审美主体普遍的心理通融和接受基础之上。当然,这种得到普遍通融的艺术接受心理,还需要针对特定目标人群的共同情感与兴趣,将这种共同情感兴趣因素转化为某种功能的物

象,为既定的人群服务,在产品设计等艺术情感创造中尤其如此。就设计而言,美感是一种价值。美感的价值标准至少应该存在于两个方面:一是这种美感是有用的;二是这种美感是容易被接受的。换句话说,美感的特征在于它的客观性,这种客观性即是这一特定的美感特征必须为特定接受者的审美经验所接受。但艺术应用领域如产品设计中的审美意识,不同于纯美学研究层面上的审美概念,产品设计中的审美意识是比较功利的,其物质与意识的接近程度比任何其他审美领域都更为密切。这种审美实用性的理由也非常简单,因为美学到了应用层面的时候,一切美的原理和要素都必须最终实现物化,并被一切需要的人所接受,这种被接受的前提使其具有更多的功利性目的。因此,造型设计的艺术情感创造,尤其需要注意这种美感特征的客观性,注意使其具有对于特定人群接受的针对性。

艺术设计之所以能够让观者感受到其所呈现的美感,这是因为能够使观者认同的那些美感确实存在于对象上,如它的结构、形态、颜色、比例、大小等。体现于实用形态中的美感审美功效在于:它可能在人的审美天性作用下,以其被感知形态美感的审美意象陶冶人的内心情操,使接受者向往形态美感所指向的审美情趣,从而体现出形态美感艺术情感的感召力。这里同时体现了人与物的双向作用力,即发现形态美和被美熏陶。在现代社会中,艺术情感在很大程度上作用于日常生活,因此,艺术情感创造的作用力在设计艺术领域是层层递进的:设计师发现美—在美的陶冶中,设计师构造出审美意境—审美意境被观者接受—产生美感,影响人的内心情操。就现代设计艺术而言,艺术情感创造的终极目标正在于产生这种被人接受的美感作用力,而不仅仅局限于以美的形态愉悦人的感官。

四、结语

人创造了艺术,而艺术情感创造的接受对象仍然是人自己。在世间万事万物中,康德始终坚持“人是目的”,认为艺术不是为功利目的服务的。就艺术实践领域而言,宇宙间一切体现艺术存在的东西都只是艺术的手段,唯有“为人”才是目的:艺术需要体现人性的价值与尊严。从这样的认识层面出发,艺术情感创造起到了使人捍卫真正意义上的人生,进而避免人类在社会进步中由于科技理性而使自身异化的作用。毫无疑问,由艺术情感而激发出来的艺术创造以其言近旨远的表现张力,淋漓尽致

地张扬了人类多元文化的厚重历史,引领着人类走向文明与进步。正因为如此,艺术的情感创造与接受才成为审美理论研究的重要对象,每一位身处艺术创造领域的人,都需要对艺术情感的创造与接受有深入的理解和研究。

参考文献:

- [1] 朱狄.当代西方美学[M].北京:人民出版社,1984:70.
- [2] 埃德加·卡里特.走向表现主义的美学[M].北京:光明日报出版社,1990:147.
- [3] 尹定邦.设计学概论[M].长沙:湖南科学技术出版社,2001:71.

本刊数字网络传播声明

本刊已许可中国学术期刊(光盘版)电子杂志社在中国知网及其系列数据库产品、万方数据资源系统、维普网等中以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。其相关著作权使用费与本刊稿酬一并支付。作者向本刊提交文章发表的行为即视为同意我刊上述声明。