



阅读新闻 背景：

狮山客：动物,美感及美的生成

日期：2009年2月14日

来源：美学研究 作者：狮山客

阅读：516

动物有没有美感？经常在网上看到与此相关的讨论,我以为从美学界的现状来看，对美感，审美，美的本质尚且争论不休，要解答动物有没有美感，显然难上加难。

美是难的,大自然是奇妙的。

去年六月十二日美国ABC电视台的晚间新闻播放了一条有趣的的报导,应该说还和美学(或许是另类美学，不是艺术哲学或意识形态美学；也许有一天会称之为动物美学)有关。

每年春天有一种黑燕(BREWER'S BLACKBIRD)飞到美国OREGON的EUGE市. 这种黑燕在市区的行道树上筑巢. 每当行人走近他们的鸟巢时, 他们会袭击行人,猛啄行人的头部(见附图1.).人为了防止鸟的袭击,以手护头,颇为狼狈. 记者说其实防止鸟的袭击,也不难,绝窍是向昆虫学习.有的飞蛾双翅展开时, 双翅上两个大而圆的图案,就像两个大眼睛,称为假眼(见附图2,3).鸟见了害怕, 至少感到不安全.因此这种飞蛾就免遭鸟的捕食.还有的毛毛虫, 不仅头上双眼圆睁(可能是真眼加化妆),而且身体侧面和尾部, 都有大而圆的假眼(见附图4),煞是有趣. 现在人也和昆虫一样,在帽子上作两个大而圆的假眼,就能避免黑燕的袭击了.

我搞不清动物有没有美感，我只是想问，动物有美感又怎么样,没美感又怎么样？飞蛾，毛毛虫之类的低等动物，肯定是没有美感的，但它们竟然能在翅上身上长出彩色圆环。美学家不是认为圆形是最完美的图形吗？成双,对称的,色彩鲜明的圆形图案,不可谓不美.请问有哪一位具有丰富美感的艺术家，审美大师能在自己的身体上“生长”出彩色图案呢？我只听说过人体彩绘艺术，却没有见过人体“彩生”艺术。据说动物只能按照一个种的尺度建造，而人懂得按照任何一个种的尺度建造。看来上帝死了,入住圣殿的是无所不能的人。这种以人万能，以人为神的思想阻断了我们的思路，局限了我们的视野。美感对人来说是重要的,美感对动物来说未必重要.如果人真拥有任何一个种尺度，就应该用任何一个种的尺度衡量宇宙万物。不幸的是以人为中心的思想,习惯于只用人这一物种的尺度来认识自然环境。

人是用符号信息思维的高等动物。符号信息是它指的信息，是信息之信息,信号信息直接表达信源的特徵，而符号信息表达信宿与信源之间新的约定,即此信号信息它指另一信号信息和它的信源特徵。人之为人,正是由于人共创，共建，共享,共用统一的符号信息系统.人用符号信息进行思维所以具有意识。意识是以符号信息为主的信息系统。人有意识,因此具有美感，以此辨识美。人的美感是人的生态本能。所谓生态本能是指人通过美感和在此基础上发展的审美能力，感知辨识环境，进而改造和适应环境。缺失这种生态本能，没有美感和审美能力的人，或在这方面有巨大偏差的人难以生存或不存在。

郑板桥说他画竹的过程是“林中之竹,眼中之竹,胸中之竹,手中之竹”;这正是信号信息到符号信息,再从符号信息又转化到新的信号信息(同时也是符号信息)的过程.郑板桥的眼中之竹,是他接收到竹的信号信息。他的胸中之竹,已是艺术家的符号信息。他胸中符号信息的对象化-----墨竹,看来是实体的信号信息,其实是板桥先生与具有审美能力的人所约定的符号信息。所以郑板桥之竹,画得再好，再真再美,只有人能欣赏,猫,狗,鸟雀是正眼不看的,可见审美---- 人与环境之间的信息交流是通过符号信息这一中介实现的。人工美,艺术,是人的意识，人头脑中美的符号信息的对象化。

动物一般没有思维能力,有的高等动物既使有，也是很低级的思维能力。没有思维能力，不具意识的

Digg 排行

- 2 杨新磊：显豁于传媒思想丛林的...
- 1 郝建：坏孩子带来的思考——暴...
- 1 张彩华：《泰坦尼克号》——...
- 1 从《红高粱》看影视美学观念的...
- 1 王志敏：现代电影美学体系简介...

热门评论

动物只通过信号信息与环境交流,因此它们没有美感,也不审美。那么没有美感,不具审美能力的动物能不能感知美,辨识美?要说清此问题,自然需要长期系统的,科学的观察,试验和研究。但动物创造的美,是客观事实。可见没有意识的动物,虽然它不能将自己的本质力量对象化,但通过生物物种与自然环境之间长期的信息(信号信息)交流,能将自身的本质力量(通过信号信息)自身化,创造自身之美。这正是自然界绚丽多彩的根源所在,也是大自然的奥秘所在。

那么美是供欣赏的吗?我看不完全是,美可以供欣赏和被欣赏,美也可以不供欣赏和不被欣赏。飞蛾,毛毛虫翅上和身上的彩色园环不是供它物欣赏,也并不是要美化自己,而是向黑燕传递虚假信息,保护自身。可见美的实质是信息交流,它和商业广告的作用差不多。在现代市场经济的社会,商业广告铺天盖地而来,自然也越做越美。当然也不排除有的商业广告越做越假,因此切不可忘记,还有许多传递虚假信息的商业广告,不然你上了当,也告不动它,将美看作只是供欣赏和只是被欣赏的,这无非是以人的一个种的尺度去衡量大自然所有的尺度。

目前流行的观点是审美涵盖了美的实质;美是审出来的,美是具有审美意识的人的创造物和专利;认为动物除非具有审美意识,自然美才可能存在。

赵汀阳在“对美学的一种理解”一文中说:“由普通的经验产生审美意识在逻辑上是不可能的,因为缺少一个必然的逻辑根据,除非认为事实本身具有美的特质,并且美不是人类的创造产物和专利。但这个假设必须拥有这样一个事实才能成立,即动物也具有审美意识。而马克思早已通过严密的论证向我们指出,只有人才“按照美的规律来建造”[注:马克思:《1844年经济学—哲学手稿》(异化劳动)一节。]。因此,只有艺术经验才是产生审美意识的真正原因”(1)。

我早已失去了为一些人的马克思的引文查找原文的兴趣,因为我的经验积淀表明,他们所引的关键之句往往是我无法找到的。我只知道马克思说过“人也按照美的规律来构造”。但赵文却说“马克思早已通过严密的论证向我们指出,只有人才“按照美的规律来建造”,不知典出何处,再说马克思再严密论证也没有用,自然界不会按照马克思在一节手稿中的“严密论证”运行的。希望唯物主义真正“唯物”,而不是“唯书主义”,更不是自我“辩证”的“唯书主义”。马克思说“人也按照美的规律来构造”,一个“也”字,说明马克思认为人不是第一位遵循美的规律的建造者,更谈不上美是人类的创造产物和专利,美的规律决不是人的实践产物,人只是在实践中,特别是通过艺术经验了解,应用和掌握美的规律。

有人将美感和美混为一体,也是不对的,美感是人对美的感知和辨识,美感不是美,人对冷热的感知和辨识可称为热感,热感不是热,没有热感,热依然客观存在,热感研究得再透,也未必说清了“热本身”,只研究美感和审美也同样不能说清美的本质,美是什么?美是一种信息现象。热是什么?热是物质能量属性的一种表现,体外热源可以引起人的热感,同样,体外信息源的某种性质可以引起人的美感,信息源的什么性质可以引起人的美感?事物信息的某种有序组合具有美的特征,能引起人的美感,美是序的表征,美感是序的滋味,这里并不排除主观美的存在,因为美是信息,美既可以是客观的,又可以是主观的,也可以是主客观的统一,人通过审美可以在头脑中产生美,它是人大脑中动态信息系统的有序组合,但是人的审美意识是有符号信息参予的信息系统动态有序过程,而自然美是没有人的符号信息参予的信息系统的有序组合。

美感和审美的关键还是康德所指出的合目的性。人通过符号信息有意识地合目的,动物通过信号信息无意识地合目的。殊途同归,有何不可,合什么目的?生物和环境之间信息交流的和谐统一,两者关系的有序化,生物将这种有序化的信息潜藏在基因里。人有意识地合目的,有序化的符号信息储存在文化里,由此可知,有序乃众美之源,万物之美源于序;人工美如是,自然美亦如是,飞蛾,毛毛虫翅上和身上的彩色园环是为了吓阻飞燕而产生的,它虽然也可说是美,但不是供欣赏的。它是飞蛾,毛毛虫防止飞燕啄食自身而创生的,从而建立了一种新的种间关系,是生态系统有序化的产物。和谐有序的生态关系是自然美的重要根源之一,序是理的展现,有序亦是有理,绝对有序,绝对有理,柏拉图认为“美本身”是来自对“理念”的分有,是有一定道理的。

可见飞蛾,毛毛虫身上的彩色园环的美学启示十分重要,人不应只用人一个种的尺度去衡量大自然,而是要学会用更多的尺度去衡量大自然,人不是无所不能的神,只有自然,实际它也包扩人在内,才拥有所有的种的尺度,美不是人的专利,恰恰相反,美是大自然的专利,美是序,是生,是成,是理的分有,人通过美感和审美活动辨识美和创造美,创序,创生,创成,分有万物之理,一些动物即使没有美感和审美能力(不排除有些动物可能有美感),它们也有创造美的生态本能,它们也创序,创生,创成,虽然处于被动态,存在的,就是合理的,谁能否认动物也能分享万物之理呢?

附图1.黑燕袭击行人的头部.



附图2.当黑燕接近时飞蛾展开双翅,显示双翅上的圆型图案----假眼,以此吓阻飞燕.



附图3.另一种飞蛾双翅上的假眼.



附图4.一种毛毛虫身体上的假眼.



(以上附图均为作者拍摄,资料来源是美国广播公司2005年6月12日的晚间新闻.)

注释:

1. 赵汀阳：对美学的一种理解,《中国社会科学院研究生院学报》杂志 (2)1986 pp.16.-20.

0

顶一下


 收藏  推荐  打印 | 字体: 大 中 小

← 刘法民：怪诞感分析

冀志强：马克思《1844年经济学哲学手稿》的美学解读 →

相关新闻 全部新闻

本文评论 查看全部评论 (0)

表情:  姓名: € 匿名 字数 0

评论声明

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

点评:

同意评论声明

[管理入口](#) - [搜索本站](#) - [分类浏览](#) - [标题新闻](#) - [图片新闻](#) - [推荐链接](#) - [站点地图](#) - [联系方式](#)

投稿请发送至美学研究网邮箱：Email:Aesthetics.com.cn@gmail.com

制作维护：美学研究网 京ICP备05072038号