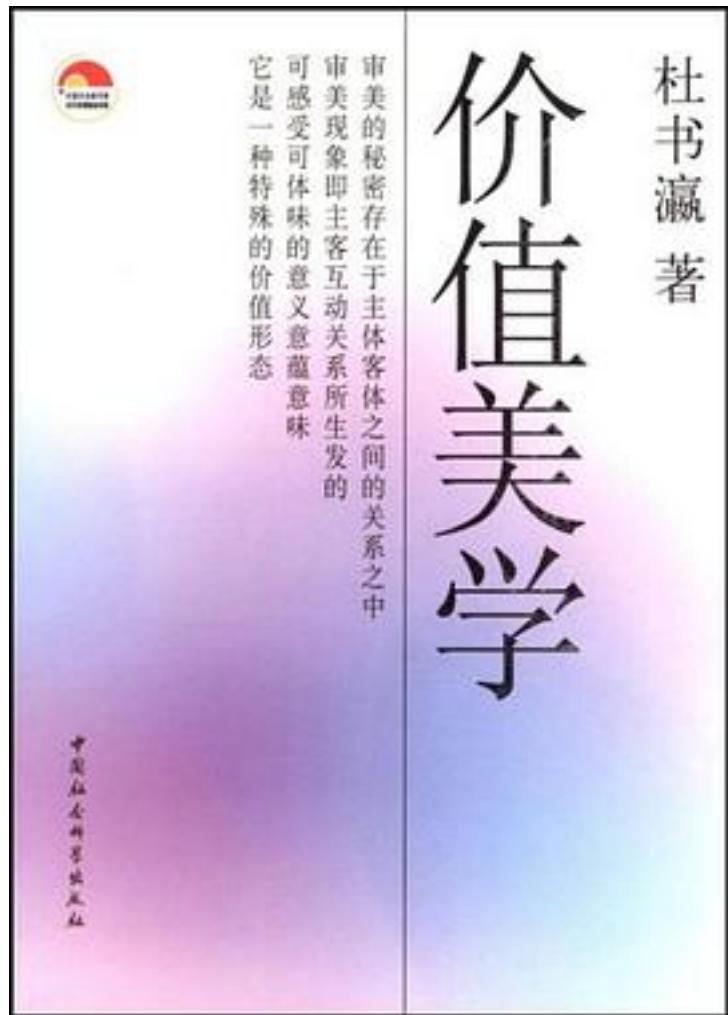


价值美学



[价值美学 下载链接1](#)

著者:杜书瀛

出版者:

出版时间:2008-6

装帧:

isbn:9787500458173

《价值美学》从历史的和现实的大量审美现象出发，结合人的本质与价值的本质，论证

了审美现象属于价值范畴的历史根据和逻辑根据，指出以往美学的重大误区正是在于价值范畴之外找美。作者以审美价值为核心，从多方面揭示了审美价值的特性，并对审美价值的发生学进行了考察，对审美价值的生产类型和规律、审美价值的消费、审美价值的评价以及审美接受中的共鸣与观赏等进行了详细论述。

“价值美学”在中国属于正在建立的一门学科，《价值美学》作为一部探索性的学术著作，许多观点与传统美学相左。作者强调：审美的秘密存在于主体客体之间的关系之中，审美现象即主客互动关系所生成的可感受、可体味的意义、意蕴、意味，它是一种特殊的价值形态。

作者介绍：

杜书瀛，中国社会科学院文学研究所研究员，长期任文艺理论室主任，学术委员会副主任，《文学评论》编委、中国社会科学院职称评定委员会委员（文学片）以及多所大学兼职教授，1993年国务院学位委员会通过为博士生导师。1983年加入中国作家协会，偶尔写些散文和诗歌。主要著作有《论艺术典型》（1983）、《论艺术特性》（1983）、《文艺创作美学纲要》（1985）、《文学原理创作论》（1989，获文学研究所优秀科研成果奖）、《文艺美学原理》（主编，1992）《李渔美学思想研究》（1998，获中国社会科学院优秀科研成果二等奖、文学研究所优秀科研成果一等奖、首届中国文学研究奖），“中国二十世纪文艺学学术史”（主编，2001，获2003年文学研究所优秀科研成果二等奖、第五届中国社会科学院优秀科研成果二等奖）、《说文解艺》（2005）、《文学会消亡吗》（2006）、《艺术哲学读本》（2008）、插图本《闲情偶寄评注》（2007）、《滑稽与笑的问题》（合作翻译，1997）等。

目录: 第一章 绪论

- 1 我为什么迟疑
- 2 从美学说到哲学：但愿我的有些话不会令你感到不快
- 3 有学者提请注意哲学上的新动向：价值论转向
- 4 美学学科多样化，而价值美学走红
- 5 价值美学虽非显学，然鼓吹者不乏其人
- 6 关于本书的一些设想

第二章 审美现象描述

- 7 人类智力遭遇挑战，审美现象很难定义
- 8 审美现象是自然现象，抑或文化现象？
- 9 审美现象是物质文化现象，抑或精神文化现象？
- 10 审美现象是真、是幻，是虚、是实？
- 11 审美现象的确定性与非确定性
- 12 审美现象相对于主体而非主观的心绪、情感、感性观念，相对于客体也非客观的实体
- 13 审美的秘密可能隐藏于主体客体之间

第三章 审美现象的价值本性——人·价值·美

- 14 人是自然，又非自然
- 15 价值界说

16 审美属于价值范畴

- 17 以往美学误区之一：在价值活动和价值现象之外找美

18 以往美学误区之二：审美无利害

第四章 从价值论视角评说美学史例

- 19 解说当年柏拉图所面临的难题

- 20 解说狄德罗的“美在关系”说

- 21 解说克莱夫·贝尔“有意味的形式”

- 22 解说二十世纪五十年代的美学论争

- 23 美学史上各家各派常常“不经意滑入”价值美学轨道

第五章 审美价值的特性（一）——愉悦性

24 需要寻找特殊性

25 愉悦性是其表层的也是基本的特点

26 审美愉悦的广义内涵

27 愉悦性导致审美活动对象与其他价值活动对象的差异

28 审美愉悦包含感官愉快但绝非生理性的官能快感

29 感受·感动·领悟——以情感为中心

30 以人自身为最高目的

第六章 审美价值的特性 (二)

第七章 审美价值的特性 (三)

第八章 审美价值的特性 (四)

第九章 审美价值的发生学考察

第十章 审美价值的生产

第十一章 审美价值的消费

参考文献

党圣元推荐书

高建平推荐书

· · · · · (收起)

[价值美学](#) [下载链接1](#)

标签

评论

各种材料堆堆来捏一捏，看不出对审美、价值等相关话题的任何（八九十年代流行国内学术界的）陈词滥调之外的见解，也没有有效的论证。有趣的一点是作者曾饱受后结构主义-相对主义话语的骚扰。有趣的另一点是原来改开之后学科重建的时候早就有很多分析美学的文章译进来。

虽然觉得稍有东拼西凑之嫌，可是没有它我也做不出报告来，害，给参考价值加星。

[价值美学](#) [下载链接1](#)

书评

价值美学_下载链接1