

<<主体美学>>

图书基本信息

书名：<<主体美学>>

13位ISBN编号：9787308036092

10位ISBN编号：730803609X

出版时间：2004-3-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：赵铮郅

页数：276

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<主体美学>>

前言

我对美学的研究源于兴趣。

美的哲学问题似乎是怪圈，要解决这个谜，取决于科学的方法。

美的产生、发展与人类的审美活动有关。

因此，人与美的关系问题是美学的哲学核心问题。

要把这种思想科学地表达出来却是件难事，因为这是一条逻辑锁链，每一个环节都有严格的理论涵义。

我的基本观点表述如下：客体对象不依赖人而存在，但客体对象的美却依赖于人。

例如，彩虹、瀑布、玫瑰花、百灵鸟不依赖人而存在，但它们成为美的对象——或者说它们产生美的性质——却依赖于人，这是人类对它们进行审美活动的结果。

人的审美活动从本质上来说，是一种为了满足审美需要而进行的实践活动，如同人为了满足物质需求而进行的实践活动一样。

只不过两种活动的方式不一样，前一种是精神形式的，后一种是物质形式的。

因此，审美对象或美的对象的存在以审美主体的存在为前提，美的存在以人的审美活动的存在为前提。

审美活动既产生了审美主体，也产生了审美客体，产生了人与对象的审美关系。

当客体对象向人显示出美时，或者说，当人在客体对象上感觉到美时，这是人类审美活动的结果，而不是原因。

美的这种社会属性是人的审美活动给客体对象带来的结果。

如果没有审美主体，或者说没有能从事审美活动的人，那么，就没有审美对象和美的对象，也就没有美。

因此，不是美的存在引起了人们的审美活动，而是人类的审美活动把客体对象变成了审美对象，变成了美的对象或丑的对象。

这正如一棵树成为生产资料是人们经济活动的结果而不是原因那样，树的经济性质只是人类经济活动给它带来的社会性质。

同样，任何客体对象上美的性质只是人类审美活动给它们带来的结果。

至于人为什么审美，这是主体方面的原因，也是主客体之间关系的原因。

至于人对什么样的客体对象进行审美，对什么样的客体对象不进行审美，这也不是客体对象决定的，而是人的社会生活决定的，是社会生活造成的人的本质力量决定的。

任何客体对象的美，只能是主体审美资源的对应物而已。

但在审美活动中，人的审美感觉不会也不能去感觉自己的本质力量，他们只会根据自己的本质力量去相应地感觉客体对象的美。

这样一来，美的主体性就似乎消失了。

其实，审美客体永远离不开审美主体，美也永远离不开人。

因此，当某种客体对象——例如一朵玫瑰花——向人们显示出美时，实际上是他们的审美感觉在客体对象上产生作用的结果。

我希望这本书能给学术界增加一点儿新的东西，仅此而已。

<<主体美学>>

内容概要

人的审美活动从本质上来说，是一种为了满足审美需要而进行的实战活动一样。只不过两种活动的方式不一样，前一种是精神形式的，后一种是物质形成的。因此，审美或美的对象的存在以审美主体的存在为前提，美的存在以人的审美活动的存在为前提。审美活动既产生了审美主体，也产生了审美客体，产生了人与对象的审美关系。当客体对象向人显示出美时，或者说，当人在客体对象上感觉到美时，这是人类审美活动的结果，而不是原因。美的这种社会属性是人的审美活动给客体对象带来的结果。如果没有审美主体，或者说没有能从事审美活动的人，那么，就没有审美对象和美的对象，也就没有美。因此，不是美的存在引起了人们的审美活动，而是人类的审美活动把客体对象变成了审美对象，变成了美的对象或丑的对象。这正如一棵树成为生产资料是人们经济活动的结果而不是原因那样，树的经济性质只是人类经济活动给它带来的社会性质。同样，任何客体对象上美的性质只是人类审美活动给它们带来的结果。

<<主体美学>>

书籍目录

第一章 美的困惑 审美思考 柏拉图的困惑 美的存在决定审美感觉? 审美感觉决定对象的美? 美的二律背反第二章 美的哲学框架 “反映论”框架 社会—历史框架 主体哲学框架 主体美学思想的历史发展 马克思《1844年经济学哲学手稿》第三章 人与美 人的生理快感 意识代替本能 人的审美需要 人的审美能力 人的审美活动第四章 审美主体、 审美主体是一种抽象 审美主体历史地产生 社会生活制约审美主体 社会意识也制约审美主体 审美主体是“中介”第五章 审美客体 审美客体也是一种抽象 审美客体的二重性 审美客体的主体性 审美客体的历史性 审美客体也是“中介”第六章 审美感觉的二重性 “反映”的感觉与“表现”的感觉 审美感觉是人的本质力量 审美感觉历史生成 “格式塔”的启示 审美心理——中介第七章 美的历史与逻辑的统一 美的历史起点的界定 美的逻辑起点定位 功利活动先于审美活动 功利对象怎样变成美的对象 美的历史与逻辑的统一按美的规律创造

<<主体美学>>

章节摘录

书摘 人的“理性、意志、爱”是人的本质力量，而人的生命活动不过是理性活动、意志活动和爱的活动，而马克思则把人的需求和为满足需求进行的活动看作是人的本质力量。

人的需求，首先是吃、喝、穿、住的物质需求，因此人的生命活动首先是为吃、喝、穿、住而进行的物质生产活动。

马克思所说的这种“人”已经与费尔巴哈所说的“人”有了本质的区别，因此“人”在马克思那里，已经成为历史唯物主义范畴。

人的生命过程是一种自然过程，如同动物的生命过程是一种自然过程一样。

人的肉体组织的存在及这种肉体组织存在所产生的需求与动物的肉体组织的存在及这种肉体组织的存在所产生的需求一样，都是一种自然物和自然力，但人为了满足自己需求而进行的活动及活动方式却与动物为了满足自己的需求而进行的活动及活动方式有本质的区别。

“动物和它的生命活动是直接同一的。

动物不把自己同自己的生命活动区别开来，它就是这种生命活动。

人则使自己的生命活动本身变成自己的意志和意识的对象，他的生命活动是有意识的。

这不是人与之直接融为一体的那种规定性，有意识的生命活动把人同动物的生命活动直接区别开来。

”（《1844年经济学哲学手稿》53页）由于人的活动是有意识的活动，这不仅仅是指人的意识活动，人的物质生产活动也是有意识的活动，因此人的活动与活动的成果不是与自然界融为一体，而是区别于自然的一种社会的文化的创造。

这种社会的、文化的创造不仅表现在人的活动过程和活动方式上，也表现在人活动的对象上，表现在人与客体对象的关系上。

即使是石器时代人类使用过的最简陋的石器，也是一种文化创造。

它们与恐龙碰过的石头不一样，也与猴子碰过的石头不一样。

因此在马克思看来，“人”不仅是一种自然存在物，也是一种社会存在物，是一种文化存在物。

人的活动、人的行为、人的思想、人的享受等等既是社会的，又是文化的。

“正像社会本身生产作为人的人一样，人也生产社会。

活动和享受，无论就其内容或就其存在方式来说，都是社会的，是社会的活动和社会的享受。

自然界的人的本质只有对社会的人说来才是存在的，因为只有在社会中，自然界对人说来才是人与人联系的纽带……社会是人同自然界的完成了的本质的统一。

”（《1844年经济学哲学手稿》78—79页）由于主体这种社会文化的特点，因此，主体与客体之间那种客观的、必然的关系不仅是自然的关系，而且也是一种社会的关系，因为主体联系客体那种活动方式只有在“社会”里才是现实的，而那种活动方式本身又是社会的方式。

所以，在马克思看来，“人”是一种社会存在物，即使人有吃、喝、性等等的自然需求，也是通过社会活动的形式表现出来的，这不仅指社会群体、单个人也是如此。

“个人是社会存在物，因此，他的生命表现，即使不采取共同的、同其他一起完成的生命表现这种直接形式，也是社会生活的表现和确证。

”（《1844年经济学哲学手稿》79页）第二，有关“人的本质”和“本质力量”。

马克思说：“人的本质是人的真正的社会联系，所以人在积极实现自己本质的过程中创造、生产人的社会联系、社会本质，而社会本质不是一种同单个人相对立的抽象的一般的力量，而是每一个单个人的本质，是他自己的活动，他自己的活动，他自己的享受，他自己的财富。

，”（《1844年经济学哲学手稿》159页）“人的本质是人的真正的社会联系”，这与马克思在《费尔巴哈提纲》中所说的“人的本质是一切社会的关系的总和”相比，它们有异曲同工之妙：而从这两句话表达的思想来看，它们已经没有实质的区别。

这说明马克思对“人”的看法和对“人的本质力量”的看法已经完全摆脱了费尔巴哈。

而马克思有关“社会本质”与“单个人的本质”的关系的观点也值得注意，单个人的活动、单个人的享受与“社会本质”并不矛盾，而且是社会本质的一桢表现，或者说是社会本质的表现形式。

因此，人的“社会性”与“自我性”并不矛盾，而是统一的。

<<主体美学>>

“人是自我的，人的眼睛、人的耳朵等等都是自我的，人的每一种本质力量在人身上都具有自我性这种特性。

”（《1844年经济学哲学手稿》）121页）用这句话来解释人在审美活动中表现出来的差异性和美的差异性，是最恰当不过了。

人的“本质”和“本质力量”又必须在人的活动中对象化地表现出来，人只有通过自己的各种活动，才能证明他的本质和本质力量，也只有通过自己的活动，人才能占有自己的全面本质。

“人以一种全面的方式，也就是说，作为一个完整的人，占有自己全面的本质。

人同世界的任何一种人的关系——视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉、思维、直观、感情、愿望、活动、爱——总之，他的个体的一切器官，正像在形式上直接是社会的器官的那些器官一样，是通过自己的对象性关系，即通过自己同对象的关系对对象的占有，对人的现实的占有，这些器官同对象的关系，是人的现实的现实，是人的能动和人的受动，因为按人的方式来理解的受动，是人的一种自我享受。

”（《1844年经济学哲学手稿》80—81页）这与费尔巴哈所说的“人是在对象上面意识到他自己的”相比，无论在思想上还是在表达上都有了新发展。

如果我们把人与对象的审美关系也作为“人同世界的任何一种人的关系”中的一种，那么人的审美活动、人的审美感觉便是人的本质力量。

因此审美感官在对象上进行审美，决不是简单的“反映”，从这种关系的本质来说，审美活动是人对象的“占有”，也是“对人的现实的占有”，因为通过审美活动人在对象上表现他的本质力量，同样也是在现实生活中肯定自我。

正是在这种意义上，客体对象的美是人的自我本质力量的确证。

第三，关于人的本质特征，这是有关“人”的十分重要的思想内容。

与费尔巴哈不同，马克思把人的劳动，即人的物质实践活动当作人的本质特征。

“正是在改造对象世界中，人才真正地证明自己是类存在物。

这种生产是人的能动的类生活，通过这种生产，自然界才表现为他的作品和他的现实。

”（《1844年经济学哲学手稿》54页）“通过实践创造对象世界，即改造无机界，人证明自己是有意愿的类存在物。

”（《1844年经济学哲学手稿》53页）“劳动这种生命活动，这种生产本身对人说来不过是满足他的需要即维持肉体生存的需要的手段。

而生产本身本身就是类生活。

这是生产生命的生活。

一个种的全部特征、种的类特性就在于生命活动的性质，而人的类特性恰恰就是自由的有意识的活动。

”（同上）从这些论述的形式来看，马克思所运用的语言还与费尔巴哈相似，但透过这些表述方式，从思想的角度来说，他已经完全脱离了费尔巴哈。

在《手稿》中，我们还可以看到大量类似的叙述，即把“劳动”、“生产”、“货币”、“资本”、“生产资料”、“生活资料”等经济学概念运用到“人”的范畴中来，人的物质生活的需要成了人的第一需要，人的物质生产活动成了人的基本活动，人的劳动活动成为人的本质特征。

总之，“人”已经从费尔巴哈的旧唯物主义中解放出来，从理性意志情欲的“人”变成在物质生产活动基础上全面发展的“人”，进入了历史唯物主义哲学的范畴。

第四。

有关人与自然界的关系，也即有关“人的对象化”和“对象人化”的思想。

“类生活从肉体方面说来就在于人（和动物一样）靠无机界生活，而人和动物相比越有普遍性，人赖以生活的无机界的范围就越广阔。

从理论领域说来，植物、动物、石头、空气、光等等，一方面作为自然科学的对象，一方面作为艺术的对象，都是人的意识的一部分，是人精神的无机界，是人必须事先进行加工以便享用和消化的精神食粮。

同样，从实践领域来说，这些东西也是人的生活 and 人的活动的一部分。

<<主体美学>>

人在肉体上只有靠这些自然产品才能生活，不管这些产品是以食物、燃料、衣着的形式还是以住房等的形式表现出来。

在实践上，人的普遍性正表现在把整个自然界——首先作为人的直接的生活资料，其次作为人的生命活动的材料、对象和工具——变成人的无机的身体。

自然界，就它本身不是人的身体而言，是人的无机的身体。

人靠自然界生活，这就是说，自然界是人为了不致死亡而必须与之不断交往的人的身体。

”（《1844年经济学哲学手稿》52页）我们在前面已经引用马克思说的话，“人只有凭借现实的、感性的对象才能表现自己的生命”，这就是所谓“人的对象化”思想。

而在上面引文中，马克思又从“理论”和“实践”两个方面论述人是如何“对象化”的。

但人为什么要“对象化”？为什么要凭借对象才能表现自己和自己的本质力量？这段引文是最好的注解。

因为人的存在，必须依赖自然界生活，没有自然界，人就不能生存。

所以，自然对象是人的赖以生存的资料，是人的物质实践活动的工具和对象，也是人意识活动的对象。

没有对象，人既不能进行物质实践活动，也不能进行意识活动——即不仅不能表现自己的本质力量，甚至不能生存下去。

正是在这种意义上，自然对象才是“人的无机的身体”，即自然对象是“物化的人”，从而说明自然对象对于人类的重要性。

这也就是所谓“对象的人化”。

这里必须说明的是：无论是费尔巴哈所说的“人的对象化”和“对象的人化”，还是马克思所说的“人的对象化”和“对象的人化”。

从本质上来说，都是一个关于“人”的思想，即是一个关于主体的思想，而不是关于对象(物)的思想。

这个思想，却被许多人歪曲了。

在马克思那里，“人的对象化”是指人的存在、人的需求、人的活动必须通过对象才能表现出来，而“对象的人化”是指“自然界是人为了不致死亡而必须与之不断交往的人的身体”。

这是对“人的对象化”的补充说明，是从对象角度来阐述人的活动和人的类特征。

.....

<<主体美学>>

媒体关注与评论

自序我对美学的研究源于兴趣。

美的哲学问题似乎是怪圈，要解决这个谜，取决于科学的方法。

美的产生、发展与人类的审美活动有关。

因此，人与美的关系问题是美学的哲学核心问题。

要把这种思想科学地表达出来却是件难事，因为这是一条逻辑锁链，每一个环节都有严格的理论涵义。

我的基本观点表述如下：客体对象不依赖于人而存在，但客体对象的美却依赖于人。

例如，彩虹、瀑布、玫瑰花、百灵鸟不依赖于人而存在，但它们成为美的对象——或者说它们产生美的性质——却依赖于人，这是人类对它们进行审美活动的结果。

人的审美活动从本质上来说，是一种为了满足审美需要而进行的实践活动，如同人为了满足物质需求而进行的实践活动一样。

只不过两种活动的方式不一样，前一种是精神形式的，后一种是物质形式的。

因此，审美对象或美的对象的存在以审美主体的存在为前提，美的存在以人的审美活动的存在为前提。

审美活动既产生了审美主体，也产生了审美客体，产生了人与对象的审美关系。

当客体对象向人显示出美时，或者说，当人在客体对象上感觉到美时，这是人类审美活动的结果，而不是原因。

美的这种社会属性是人的审美活动给客体对象带来的结果。

如果没有审美主体，或者说没有能从事审美活动的人，那么，就没有审美对象和美的对象，也就没有美。

因此，不是美的存在引起了人们的审美活动，而是人类的审美活动把客体对象变成了审美对象，变成了美的对象或丑的对象。

这正如一棵树成为生产资料是人们经济活动的结果而不是原因那样，树的经济性质只是人类经济活动给它带来的社会性质。

同样，任何客体对象上美的性质只是人类审美活动给它们带来的结果。

至于人为什么审美，这是主体方面的原因，也是主客体之间关系的原因。

至于人对什么样的客体对象进行审美，对什么样的客体对象不进行审美，这也不是客体对象决定的，而是人的社会生活决定的，是社会生活造成的人的本质力量决定的。

任何客体对象的美，只能是主体审美资源的对应物而已。

但在审美活动中，人的审美感觉不会也不能去感觉自己的本质力量，他们只会根据自己的本质力量去相应地感觉客体对象的美。

这样一来，美的主体性就似乎消失了。

其实，审美客体永远离不开审美主体，美也永远离不开人。

因此，当某种客体对象——例如一朵玫瑰花——向人们显示出美时，实际上是他们的审美感觉在客体对象上产生作用的结果。

我希望这本书能给学术界增加一点儿新的东西，仅此而已。

<<主体美学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>