

<<观众心理美学>>

图书基本信息

书名：<<观众心理美学>>

13位ISBN编号：9787514303445

10位ISBN编号：7514303448

出版时间：2012-4

出版时间：现代出版社

作者：余秋雨

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>

## <<观众心理美学>>

### 内容概要

本书是余秋雨先生通过对《赵氏孤儿》《奥赛罗》等戏剧分析及对表演艺术家（梅兰芳等）、剧作家（莎士比亚、莫里哀等）的创作实例的解读，从观众心理角度来阐述戏剧艺术的随笔著作，用散文的笔调对戏剧学乃至心理学也都作了生动的解读，极具吸引力。上世纪80年代问世以来，广受好评，基本上也奠定了余秋雨学术著作通俗化的写作特点，成为艺术表演类考生的重要参考书，也是大学表演类专业必读书目。

## <<观众心理美学>>

### 作者简介

余秋雨，1946年生，浙江余姚（现为慈溪）人。  
在家乡度过童年后到上海读中学和大学，曾任上海戏剧学院院长、上海写作学会会长。  
撰写过大量艺术史论和文化史论著作，在学术界影响巨大。  
获“国家级突出贡献专家”、“中国十大艺术精英”、“中国最值得尊敬的文化人物”等荣誉称号。

20年前辞职后开始全面考察中华文明，然后又亲身考察埃及文明、希腊文明、希伯来文明、巴比伦文明、波斯文明、恒河文明遗址，以及欧洲九十六座城市。  
由于考察过程中要贴地穿越当今世界最恐怖的地区，又被电视追踪直播，引起全球各地的极大关注。  
在考察过程中写出的《文化苦旅》、《山居笔记》、《千年一叹》、《行者无疆》、《寻觅中华》、《摩挲大地》、《行走十五年》等书籍，开创“文化大散文”的一代文风，获得两岸三地诸多文学大奖，并长期位居全球华文书籍畅销排行榜前列。

曾应邀赴美国哈佛大学、耶鲁大学、哥伦比亚大学、华盛顿国会图书馆以及台湾、香港、澳门、新加坡、马来西亚、菲律宾、澳大利亚等地演讲“中华大文化史”和“中外文化对比史”。

2008年，上海市教育委员会颁授成立“余秋雨大师工作室”。

余秋雨先生最近三年新任：香港浸会大学人文奠基教授，香港凤凰卫视首席文化顾问，澳门科技大学荣誉文学博士、人文艺术学院院长，台湾元智大学桂冠文学家。

## <<观众心理美学>>

### 书籍目录

- 概述：心理美学引论
- 一 什么是心理美学
  - 二 心理美学的立足点
  - 三 对“观众”的误解
  - 四 “正常观众”
  - 五 心理美学的首要范畴
  - 六 心理美学中的悲剧美和喜剧美
  - 七 悲剧美为何发生转型
  - 八 喜剧美为何不适合情感投入
  - 九 这一对范畴融合了
  - 十 又从心理学通达了哲学
  - 十一 审美心理机制
  - 十二 以“注意”为例
  - 十三 随意注意
  - 十四 屏风之争
  - 十五 心理空间
- 本论：观众审美心理
- 第一章 学理基础
- 一 心理研究是一种思维升级
  - 二 接受美学与心理学相遇
  - 三 接受美学的基本思路
  - 四 期待视域
- 第二章 综合的心理需要
- 一 心理需要的第一度对象化
  - 二 心理需要的第二度对象化
  - 三 心理定式
- 第三章 反馈流程
- 一 反馈的意义
  - 二 集体心理体验
  - 三 剧场内的多角反馈
  - 四 剧场内外的反馈
- 第四章 观众的感知
- 一 特殊的强度
  - 二 变异
  - 三 感知真实
  - 四 感知力度
- 第五章 观众的注意力
- 第六章 观众情感的卷入
- 第七章 观众的理解和想象
- 第八章 心理厌倦

## &lt;&lt;观众心理美学&gt;&gt;

## 章节摘录

一 什么是心理美学 心理美学, Psychological Aesthetics, 是一门从审美心理上研究美的学问。这是对传统美学的一种根本性突破。

德国古典主义哲学家黑格尔是传统美学的集大成者。

他的美学, 是他庞大哲学体系的一部分, 基本上与心理学关系不大。

他认为, 美是“绝对理念”的派生物, 或者说, “美是绝对理念的感性形式”。

因此他研究美, 以“绝对理念”为起点。

不管他是不是把“绝对理念”解释清楚了, 也不管后人是不是理解了他的“绝对理念”, 有一点是可以肯定的, 他所建立的, 是一种“自上而下”的美学。

自黑格尔以后, 绝大多数美学都继承了这种“自上而下”的模式。

即使并不赞成“绝对理念”, 也会首先寻找一个抽象概念, 再层层具体化。

几乎一切美学著作, 包括大学里的美学教材, 总是当头提出一个问题: “美是什么?”

这个问题的答案当然是一个定义, 定义可长可短, 但都因艰辛概括、拼凑概念, 似乎什么都包罗了, 结果却毫无价值。

直到今天, 这种“美的定义”不知道出现了多少, 但没有一个能被人们记得。

更严重的是, 这种“自上而下”的理论程序, 把人间大量丰富多彩的美, 全都变成了同一源头的概念衍生物, 其实是严重脱离了美的存在状态。

试想, 要把狂风暴雨中的惊魂夜海、古代美女的秋波一闪、百岁夫妻的临终握手、大漠莽原的孤狼长嚎、宋词格律的平仄调整、歌剧女腔的故意停顿、现代画家的实物引入、万众聚集的默然悼念, 等等等等这一些美, 全都概括成同一个定义、揭示出同一种理念, 有可能吗?

有必要吗?

有意义吗?

如果硬要概括, 那么, 美学从一开始就走向了不美。

当然, 也可以用一种聪明的方法来定义: “不丑即美”。

但问题仍然来了: 丑是什么?

丑和美之间往往只有一点点最微妙的界线, 这个界线怎么划定?

世上有辽阔的“不丑不美”的灰色地带, 这个地带与美和丑的界线又怎么划定?

……由此可见, “自上而下”的美学, 一开步就会撞墙。

在学术上, 完全可以容忍少数哲学家通过形而上的途径继续研究人世间一些终极命题的内涵和外延, 但是这并不是普遍社会对美学的要求。

普遍社会时时、处处都在发现美、接受美、享用美、创造美, 人们希望获得这方面的理论指引。

正是在这样的渴求和这样的困境中, 人们发现, 如果把问题的重心从“什么是美”转移到“为什么让人感到美”, 整个学术框架立即就出现了生机。

“为什么让人感到美”, 这个问题, 把美的接受者当作了主体。

随之而来, “美”也就转化为“美感”。

产生“美感”的过程, 称作“审美”, 因此, 这种美学也可以称之为“审美学”。

一个人如何产生美感, 这是心理学课题。

由此, 美学也就从哲学的门庭转向了心理学的门庭。

所不同的是, 在哲学的门庭中, 美学的地位不高, 分量不重; 而到了心理学的门庭, 便取得了特殊地位。

心理美学的归结点是美学而不是心理学。

当然, 这种美学与传统美学有着根本的差异。

二 心理美学的立足点 从心理学的方位来研究美, 摆脱了抽象概念的云中游戏, 产生了一种脚踏实地的学术凭依。

但是, 既然脚踏实地了, 地上也有多条路可走。

对美的心理学研究, 至少有以下三条路可走—— 第一条路, 研究美的创造者的心理活动过程, 也

## <<观众心理美学>>

可以称为“艺术家心理研究”。

例如，艺术家的童年记忆，艺术家的精神创伤，艺术家的特殊气质，艺术家的思维异常，等等。

第二条路，研究艺术作品中的心理逻辑。

例如，经典小说中主人公的情感程序，著名绘画中各种眼神所包含的心理内涵，戏曲的唱腔所刻画的情绪逆反，等等。

第三条路，研究接收者(即观众、听众、读者)的心理反应，并由此推断艺术创作要遵循的心理规则

心理美学的立足点，不是第一、第二条路，而是第三条路。

因此，心理美学也就是“接受美学”，又可以称为“观众审美学”、“观众心理学”。

P3-5

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>