

<<人是元价值>>

图书基本信息

书名：<<人是元价值>>

13位ISBN编号：9787560986401

10位ISBN编号：7560986404

出版时间：2013-2

出版时间：华中科技大学出版社

作者：韩东屏

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>

<<人是元价值>>

前言

现代社会竞争日趋激烈，生活节奏明显加快，人们心理上长期处于过度紧张状态，极易导致神经功能失调，进而诱发精神上的疾病。

显然，让精神始终保持在一种健康状态就成为当今医学、心理学和社会学共同关心且迫切需要解决的一个重要问题。

值得注意的是，产生于古老印度的瑜伽在现代得到了人们的充分注意。

瑜伽是一种在全世界得到广泛传播的身心灵联结和整合的修炼方式。

通过瑜伽的学习与练习可以有效地塑造形体、增进身心健康和培养创造力。

现代瑜伽不再仅仅局限于宗教界，而是广泛地进入医学界、心理学界、艺术、体育等等。

现代瑜伽发展的基础是建立在不同民族、不同文化背景共同的健康需求和审美需求之上的，其核心是满足当代人强身健体、塑造形体、缓解心理压力等需求。

因此，对于大众健身及大学生体育而言，开辟瑜伽课程具有重要意义。

然而，相对于其他体育项目来说，瑜伽的学习和练习对场地和教师的要求比较高，它的个性要求也比较高，最理想的情况是每个学生都能根据自己的身体和学习进展状况制定行之有效的练习教程。

显然，采用传统的录像、图片、书籍等制作的瑜伽教学系统不能满足教学要求，给普及带来一定的困难。

显然，探索和开发一种既可以在教师指导下集体学习与练习，又可以课后供学生自己练习的教学系统具有较大的意义。

计算机的使用为瑜伽的教学提供了一种新思路。

采用专家系统开发瑜伽教学系统不仅可以提高瑜伽知识的学习效率，而且可以根据自己的学习和练习情况自己设计练习项目。

既可以在教师指导下集体学习与练习，又可以课后供学生自己练习。

采用专家系统开发瑜伽教学系统的关键是构建瑜伽知识库，其核心是知识的获取和表示。

由于瑜伽知识中隐性知识和过程知识数量较多，采用传统的基于谓词的、基于实例的和基于本体的等知识表示很难满足要求，因此本文采用一种面向问题分析与决策专家系统(Problem Oriented Analysis and Decision Expert System, POADES)的知识库构建方法，它以问题为核心，采用与人类思维相一致的方式获取和表示知识，可以快速有效地构建瑜伽知识库。

本书综合了国内外瑜伽研究精华，以瑜伽训练为核心，将瑜伽的基本理论和姿势练习转化成面向问题分析与决策的知识，构建了瑜伽智能学习与训练系统。

作为瑜伽学习与训练课程与人工智能技术结合的探索，作者希望能为广大的瑜伽练习者提供深入学习和自主练习有力的工具。

本书获得中央高校基本科研业务费资助及华中科技大学自主创新研究基金项目(2012WQN036)资助。

感谢华中科技大学体育部领导和同事，正是他们的热情关怀和支持才使本书得以顺利完成。

感谢华中科技大学出版社领导和全体同志对本书的出版给予的大力支持和付出的辛勤劳动，没有他们的支持，本书是难以完成和出版的。

特别感谢我的先生尹文生，他给予我以强有力的技术支持，不仅提供了面向问题分析与决策专家系统的内核，而且大力协助我完成了瑜伽知识系统的构建。

谨以此书献给我的家人。

<<人是元价值>>

内容概要

《人是元价值:人本价值哲学》内容简介：没有人就没有价值，说明人是价值之源或元价值，所以必须预设“元价值”范畴，才有可能说清楚价值及各种价值问题。

从元价值出发，可知价值是人赋予对象的好坏意义，价值意识是有好坏内涵的意识，价值之在是被赋予好坏意义的存在者，价值语言是可还原为好坏的词语……由于人赋好坏意义于对象是基于对象作用于人之需求的事实，所以从实然可以推出应然。

每个人都是万物的赋义者意味价值必然是多元的，但在公共事务领域，可用公开讨论与民主抉择相结合的方法达成价值共识。

由于终极价值是统领所有具体价值的价值和标准，所以我们只要就终极价值达成共识，基本上就能为社会中的所有价值争端找到统一答案。

<<人是元价值>>

作者简介

韩东屏，男，生于辽宁大连。

现为华中科技大学哲学系教授、博士生导师。

主要致力于伦理学、价值哲学、人生哲学、文化哲学、制度哲学的研究。

创建元价值范畴，并对价值本质、价值评价、实然与应然这三大价值哲学难题给出了全新解决；创立文化工具论、制度安排后发优势理论和以克隆转忆方式实现人之永生的理论构想；还与肖雪慧女士共创主体论的伦理学和主体论的人生哲学。

主要著作有：《克隆转忆人——供人类思考的思考》《市场经济与人生》《自我实现——主体论人生哲学》（与肖雪慧等人合著）。

在《哲学研究》《自然辩证法通讯》《哲学动态》《道德与文明》《伦理学研究》《江汉论坛》《人民日报》《光明日报》等报刊上发表学术论文及理论随笔三百余篇。

<<人是元价值>>

书籍目录

- 一、代序：价值研究——哲学的目的域——从什么是哲学说起 1.哲学能否定义？
 2.哲学是否需要统一定义？
 3.参照科学说哲学 4.哲学史的证明 5.哲学仍有作为的证明 6.解释力的证明 7.余论 上篇 元价值生发价值
 二、价值能否定义？
 1.摩尔的价值不可定义论 2.别尔嘉耶夫的价值不可定义论 3.对价值不可定义论的评析 三、价值是否属人？
 1.两种回答 2.关于纯客观主义确证的驳论 3.关于泛主体论确证的驳论 4.结论 四、价值究竟是什么？
 1.价值定义困境 2.困境成因 3.元价值 4.价值是人赋予对象的好坏意义 中篇 价值的谱系 五、价值之在 1.价值之在的含义与性质 2.价值之在的类型 3.价值之在的等级 4.价值之在的始源 5.价值之在的转化 六、价值语言 1.价值语言的性质 2.价值语言的功能 3.价值语言的类型 4.价值语言的级别 5.价值语言的逻辑
 七、价值意识 1.意识与价值意识 2.非理性价值意识 3.理性价值意识 4.普世价值 下篇 实践中的价值问题
 八、实践：问题、知识、标准 1.实践的问题 2.知识的标准 3.实践的标准 九、价值评价 1.价值评价即评价 2.评价的根据 3.评价的性质 4.评价所表达的意义 5.评价的效用 6.评价的结构与类型 7.评价的方法及其合理性 8.对物的评价及方法 9.对事的评价及方法 10.对人的评价及方法 十、价值选择 1.选择与价值选择 2.选择的先决条件 3.选择的责任 4.现实中的选择方式 5.各种实有选择方式的长短与功用 6.选择的实质 7.选择的困境及其成因 8.摆脱价值困境的路径与方法 十一、推论“应然”的逻辑... 1.问题的由来及意谓 2.对休谟问题的各种回答 3.评析休谟问题的各种解 4.推论“应然”的充要条件 5.可然与实然 6.“应然”的推导 十二、达成价值共识的方法 1.金规则法 2.康德的普遍法则立法法 3.黑尔的价值判断可普遍化法 4.伽达默尔的视域融合法 5.哈贝马斯的交往对话法 6.罗尔斯的重叠共识法 7.建构新的方法 十三、终极价值及其确立 1.终极价值的含义和问题 2.历史中的个人终极价值主张 3.人本终极价值的理论确认 4.人本终极价值的指标及相互关系 5.确立终极价值目标于社会的意义 6.对一些诘难的回应 十四、价值原则与价值规范系统 1.道德原则是最基本的价值规范 2.对中外主流道德原则的反省 3.对思想家主张的道德原则的反省 4.合理道德原则的必备条件 5.人本道德原则的合理性 6.人本道德原则对个人的衍生规范 7.人本道德原则对社会的衍生规范 8.人本道德规范系统的基本构架及充实方法 十五、价值维度：共产主义不遥远 1.制度维度的“天堂式解读” 2.价值维度的“人本式解读” 3.两种解读：两种前途 4.进一步的启示 主要参考文献

<<人是元价值>>

章节摘录

版权页：无逻辑矛盾或内在悖论的价值定义不一定是确当的价值定义。

元价值概念的确立，不仅让价值属人论的三大派别的价值定义从此摆脱了遗漏主体的逻辑厄运，而且同时也为我们理解价值提供了新的可能。

而这一点，也是确立元价值概念的一个理论意义。

元价值作为比价值更基本的范畴，不是涵盖价值，而是生发价值；不是价值的属概念，而是价值的发祥地。

那么，只有纯粹的好这一种含义的元价值又是如何将含有好和坏这两种含义的价值生发出来的呢？

过程是这样的，人作为元价值，通过对象性活动即实践，会将那些能满足自身需求的对象称为“好”；会将那些悖逆自身需求或危害自身的对象称为“坏”，因人满足需求的目的是为了人本身，所以危害人自身的对象更要称为“坏”；还会将那与些自身需求无涉的对象称为“非好非坏”或“不好不坏”。

由于“好”即正价值，“坏”即负价值，“非好非坏”或“不好不坏”就是“无价值”，因而上述过程就是元价值生发价值的过程，同时也是元价值生发无价值并将价值与无价值相区别的过程。

据此在我看来，“价值”这个范畴，一不是价值客体主义所说的什么“满足人的需要的客体或其属性”，二不是什么价值主体主义所说的“人的需要本身”或“人的需要的满足”，三不是什么价值关系主义所说的“主客体的关系”或“客体满足主体需要的关系”，而是人根据对象于自身及其需求的肯定效应或否定效应，用可还原为“好”或“坏”的词语赋予对象的意义。

简之，价值就是人赋予对象的好坏意义。

<<人是元价值>>

编辑推荐

《人是元价值:人本价值哲学》由华中科技大学出版社出版。

<<人是元价值>>

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>