

May 2013

On Pleasure, Imagery and Value of Beauty as the Characteristics of Aesthetics

Zhixiang Qi

Follow this and additional works at: <https://tsla.researchcommons.org/journal>



Part of the [Chinese Studies Commons](#)

Recommended Citation

Qi, Zhixiang. 2013. "On Pleasure, Imagery and Value of Beauty as the Characteristics of Aesthetics." *Theoretical Studies in Literature and Art* 33, (3): pp.64-70. <https://tsla.researchcommons.org/journal/vol33/iss3/17>

This Research Article is brought to you for free and open access by Theoretical Studies in Literature and Art. It has been accepted for inclusion by an authorized editor of Theoretical Studies in Literature and Art.

论美的愉快性、形象性、价值性

——美的特征研究之一

祁志祥

摘要:美的特征是美学研究的老问题。传统的美学原理教科书在阐释这个问题时,或是存在美的特征与美的定义脱节的现象,或是将美的愉快性与美感的愉快性混为一谈,总之存有比较随意、理论性差、不够严密的缺陷。现代美学研究论著则侧重美在审美活动中的生成性,否定美具有统一的本质及定义,因而也就取消了美的特征研究的可能性和必要性。笔者站在建设性的后现代立场,从美是有价值的快感对象这一独特的美的定义出发,重新审视美的特征,得出美具有愉快性、形象性、价值性、客观性、主观性五大特征的系统认识,以期对人们认识这个问题提供有益的参考。本文仅就美的前三种特征加以探讨。

关键词:美的特征 愉快性 形象性 价值性

作者简介:祁志祥,文学博士,博士生导师,上海政法学院研究院教授,主要研究方向为文艺理论、美学。电子邮箱: qizhixiang7713@sina.com

Title: On Pleasure, Imagery and Value of Beauty as the Characteristics of Aesthetics

Abstract: Textbooks on the principles of aesthetics have all tackled the fundamental issue about the characteristics of aesthetics, but generally there exists a breakdown between the description of characteristics and the definition of beauty or there is no distinction between the pleasure of beauty and the pleasure of aesthetic perception. Modern aesthetic theories have a tendency of highlighting the generative aspect of beauty in aesthetic activities and denying the homogeneous quality of beauty and its definition, and therefore the possibility and necessity of the research into the characteristics of beauty is ungrounded. This paper takes a constructive post-modern stance to re-examine the characteristics of beauty, and defines beauty as a valuable object of pleasure. The paper summarizes the five major characteristics of beauty as pleasure, imagery, value, objectivity and subjectivity, and elaborates on the first three characteristics.

Key words: characteristics of beauty pleasure imagery value

Author: Qi Zhixiang, Ph. D., is a professor at Shanghai University of Political Science and Law (Shanghai 201701, China), with main research interests in literary theory and aesthetics. Email: qizhixiang7713@sina.com

美的特征是美学研究的老问题。然而传统的美学原理教科书在阐释这个问题时,或是存在美的特征与美的定义脱节的现象,或是将美的愉快性与美感的愉快性混为一谈,总之存有比较随意、理论性差、不够严密的缺陷。现代美学研究论著侧重从美在审美活动中的生成性角度否定美具有统一的本质及其定义,因而也就取消了美的特征研究的可能性和必要性。笔者站在建设性的后现代立场重新寻求关于美的统一性的内涵定义,并由此来重新审视美的特征,以期对人们认识这个问题提供有益的参考。

美的特征是美的内涵的外在表现,也是美的

内涵的补充说明。根据笔者的长期研究和审慎思考,“美”的内涵在语义上可视为一种快感对象,^①但不是所有的快感对象,而是有价值的那部分快感对象;而对象所以会成为生命主体有价值的快感对象,源于对象满足、契合了审美主体的物种本性或个性。^②当客观对象满足、契合了审美主体的生命本性或个性需求的时候,就会成为令主体愉快的对象,这是美的愉快性特征。令主体愉快的对象不是抽象的,而是形象可感的,这是美的形象性特征。然而并不是所有形象可感的愉快对象都是美,美只能是对生命主体有益的有价值的那部分对象,这是美的价值性特征。美是一种价值,价

值连接着主、客体两方面,是主客体的统一,于是客观性与主观性构成美的另两种特征。限于篇幅,本文仅就美的愉快性、形象性、价值性特征加以探讨,关于美的客观性与主观性(亦即现成性与生成性、共同性与差异性)特征,容另外讨论。

一、美的愉快性

美是能直接、普遍引起特定生命体的有价值的快感的对象。在人们关于“美”的涵义的一系列规定中,最基本的义项是“快感”。在审美实践中,“如果一事物不能给人以快感,它决不可能是美的”,“凡是一眼见到就使人愉快的东西才叫做美的”(北大哲学系 285;66)。反过来说,“美的东西就是一般产生快感的东西”(克罗齐 93)。17 至 18 世纪英国美学家爱迪生指出:“最能直接打动心灵的还是美。美立刻在想象里渗透一种内在的欣喜和满足”(转引自 北大哲学系 95)。同时期意大利美学家缪越陀里指出:“我们一般把美了解为凡是一经看到、听到或懂得了就使我们愉快、高兴和狂喜,就在我们心中引起快感和喜爱的东西”(转引自 北大哲学系 90)。18 世纪上叶德国美学家沃尔夫指出“美”在于事物的“完善”,而“完善”的标志是能够产生“快感”:“美在于一件事物的完善,只要那件事物易于凭它的完善来引起我们的快感”,“美可以下定义为:一种适宜于产生快感的性质,或是一种显而易见的完善”(转引自 北大哲学系 88)。18 世纪下叶英国美学家休谟说:“美只是产生快乐的一个形相”(2:334),“当任何对象具有使它的所有者发生快乐的倾向时,它总是被认为美的”(2:618)。康德在继承前人思想的基础上,给美的事物引起的反应加了许多特殊规定:“美是无一切利害关系的愉快的对象”(1:48),“美是不依赖概念而被当作一种必然愉快底对象”(1:79)。其中,“愉快”是不可约简的基本义项。谷鲁斯《美学绪论》指出:美是以审美的外观给我们带来直接的感性快感,即给耳目带来快感的东西。缪勒—弗莱恩费尔斯在《艺术心理学》中把美说成差不多或完全没有杂质的一种快感经验。德苏瓦尔《美学和普通艺术学》写道:美的特殊性,是在没有任何障碍或不快的阴影下自我的欣赏。伏尔盖特《美学体系》认为:美等于纯粹的快感(转引自 李斯托威尔

228)。桑塔亚那揭示:“美是因快感的客观化而成立的。美是客观化的快感”。面对某物,我们说“它是美的”,其实是说“它令我愉快”,“美是被当作事物之属性的快感”(转引自 北大哲学系 285-86)。弗洛伊德说:“美没有明显的用处”,只提供“享受”,“美的享受具有一种感情的、特殊的、温和的陶醉性质”(转引自 蒋孔阳 397)。艺术作为人类创造的美的集中体现,其最基本的功能就是给予读者观众“最大的愉悦”。卡西尔指出:“无人能否认:艺术作品给予我们最大的愉悦,也许是人类本性能够感受的最为持久的和最为强烈的愉悦”(转引自 蒋孔阳 1:19)。现实和艺术中的美千姿百态,千差万别,但在给予审美主体愉快这一点上,是共同的。王充《论衡·自纪篇》指出:“美色不同面,皆佳于目;悲音不共声,皆快于耳;酒醴异气,饮之皆醉;百谷殊味,食之皆饱”正如有学者指出的那样:“任何对象的美,总是能够从精神上给人们带来愉悦的效果,离开了这一特点,美也就不成其为美了”(楼昔勇 28)。美的这种愉快性,法国当代美学家马利坦称之为“美的喜悦”(转引自 蒋孔阳 1:153)。

美的事物的愉快性不是为自己存在,而是为自身以外的审美主体而存在的。正如食糖的甘甜食糖自身感受不到,只为人类的味蕾而存在一样,大量没有感觉器的无机或有机的自然物的美不是为自己,而是为其他生命体,尤其是为审美意识高度发达的人类而存在的。一般动物的美不是使自我愉快的,而是使别的动物体愉快的;对于人类而言,美是令人愉快的,而不是令自我愉快的;美的事物使其他生命体感到愉快,并不是故意的、有目的的,而是因为契合某个物种的生命主体的本性、需要而产生的。正如黑格尔所揭示的:“有生命的自然事物之所以美,既不是为它本身,也不是由它本身为着要显现美而创造出来的。自然美只是为其它对象而美,这就是说,为我们,为审美的意识而美”(转引自 朱光潜 160)。

美产生、带来愉快,而不是自身享受愉快,在这个意义上,美的“愉快性”又叫“感染性”。“美的感染性是美本身固有的特点”,“任何美的事物,都能激发人的感情,使人们在精神上得到很大的愉悦与满足”(刘叔成等 61)。“美是十分迷人的,具有无比强烈的感人力量。它可以丰富人的生活,愉悦人的身心,给人的精神带来种种欢快与

满足。比如,当我们下班回家,尽管经过一天紧张的劳动,身体十分疲惫,可是,只要我们打开收音机,里面传来悠扬的乐曲;打开电视机,荧屏上映出富有情趣的节目;打开画册,欣赏一幅又一幅的画作,我们似乎会顿时忘却疲劳,陶醉在迷人的艺术境界之中。此外,我们还可以观赏一下清洁、美观、朴素、大方的居室陈设,也可以在庭院欣赏一下各种草木花卉,仰望头顶自在的蓝天白云,倾听一下小鸟清脆悦耳的鸣叫,我们心头也会漾起一种无比欢快的情意。我们还可以自己动手,亲自弹奏一首乐曲,轻轻地哼上一支小调,或者到庭院浇花、锄草,更会感到自得其乐。周末,我们还可以去看看戏,跳跳舞,节假日还可以同家人一起游览公园,甚至作短途旅游。有了美,我们的生活丰富了,心情愉快了,疲劳也消除了”(楼昔勇 49)。艺术美的感染性也是如此。列夫·托尔斯泰指出:“艺术作品和其它任何一种精神活动之间的不同之处就在于:它的语言是所有的人都能理解的,它能毫无区别地感染所有的人[……]绘画、音乐和诗(如果它被翻译成我所理解的语言)也正是这样的情形。吉尔吉斯人和日本人的歌曲能感动我[……]日本的绘画、印度的建筑和阿拉伯的神话也同样感动我”(63)。

美作为五官快感和心灵愉悦的对象,美的愉快性存在于生命体的五觉快乐和精神快乐中。五官是人体十大系统中与中枢相连的外部感官。美色引起视觉的愉快;美声引起听觉的愉快,美味引起味觉的愉快,香气引起嗅觉的愉快,舒适引起触觉的愉快,这是五觉对象的美引起的感觉愉快。这种美的愉快性对于动物来说都有效。善良的行为引起道德的满足,真理的形象引起智性的满足,这是人类特有的美引起的思维中枢的精神愉快。五觉愉快虽然属于感觉愉快,但并非所有的感觉愉快都可视为美引起的快感。比如打喷嚏、伸懒腰等等。举凡人的九大机体组织内部感官反映机体物质代谢过程协调状态的快感,在我们关于“美”的界定中都不应视为美的快感。^③

二、美的形象性

“美”是具有愉快性的审美对象。快感对象总是存在于审美主体之外的现象世界中的,因而形象性是美的另一基本特征。同时,美要能发挥、

实现它的愉快性功能,必须具有生动可感的形象。美区别于真、善的最根本的不同,就是形象性。揭示自然科学真理的公式或社会真理的理论、抽象的道德理念可以是“真”、是“善”,但不是“美”;只有加上感性的形象,才能变成可以感人的“美”。“美学之父”鲍姆嘉通创立“美学”学科时就指出:美是“感性知识的完善”,而这“感性知识”,包括“完善的外形”(转引自 北大哲学系 142)。康德在分析美引起快感的方式时,指出:“美是不依赖概念而被当作一种必然的愉快底对象”(1:79)。美凭借什么使人直觉到愉快呢?形象性。他举例说:“花,自由的素描,无任何意图地相互缠绕着的、被人称作簇叶饰的纹线它们并不意味着什么,并不依据任何一定的概念,但却令人愉快满意”(1:44)。黑格尔认为:“美是理念的感性显现”(142)。什么是“感性显现”?就是形象显现:“真正美的东西[……]就是具有具体形象的心灵性的东西”(104)。“概念只有在和它的外在现象处于统一体时,理念就不仅是真的,而且是美的了”(142)。因此,黑格尔强调:“美只能在形象中见出”(161)。从鲍姆嘉通,到康德、黑格尔,肯定美的形象性,是德国美学家的一个传统。这个传统得到车尔尼雪夫斯基的高度评价:“我承认德国美学家所发挥的美学概念中有许多个别的概念是正确的。譬如,说形象在美的领域中占着统治地位”(66)。艺术美也是如此。“凡是一般观念在艺术领域内部应该体现为生动的人物,通过事件和感觉表现出来,而不应始终是枯燥无味的一般概念”(66)。列夫·托尔斯泰也强调:艺术是用人人都能理解的形象感染人的,“图画、声音和形象能感染每一个人,不管他处在某种进化的阶段上”(103)。艺术的形象是作家心灵创造的“意象”,艺术美的形象性特征又叫“意象性”。克罗齐指出:“意象性这个特征把直觉和概念区别开来,把艺术和哲学区别开来[……]意象性是艺术的固有的优点:意象性中刚一产生出思考和判断,艺术就消散,就死去”(216)。美是鲜活生动的直觉对象,而不是抽象的概念。“直觉给我们的是这世界,是现象;概念给我们的是本体,是心灵”(北大哲学系 294)。比如“水”,其概念是一般、抽象的,不是这条河、那个湖的水,而水的直觉对象则是形形色色的水的现象,是这条江,那片海,这条河,那个湖,这场雨,那杯茶。美只存

在于感性现象中,而不能存在于抽象的概念中。“一个人开始作科学的思考,就已不复作审美的观照”(北大哲学系 295)。因此,形象性作为美的特征,成为许多美学著作强调的共识。刘叔成、夏之放等著的《美学基本原理》指出:“美的事物和现象总是形象的、具体的,总是凭着欣赏者的感官可以直接感受到的。不论是自然美、社会美,还是艺术美,作为内容和形式的有机统一,都有一种感性的具体形态,它们的内容都要通过由一定的色、声、形等物质材料所构成的外在形式表现出来”,“事物的美总是存在于感性形式之中,离开了特定的感性形式,美也就无所依傍了”(58; 59)。楼昔勇《美学导论》指出:“任何一个审美对象的存在,总是具体的、形象的,是人们可以凭借自己的审美感官直接感受的。抽象的概念、定理可以是真,因为它揭示了事物发展的某些规律性,但它不可能是美,因为它不具备美的形象性的特点”(207)。季水河《美学理论纲要》指出:“形象性是美的第一个特征。不管自然界生活中,还是艺术里,凡是称之为美,可以作为审美对象的事物都是具体的、形象的,欣赏者凭自己的感官可以直接感受到的”(61)。比如说“花是美的”,这个判断本身是不能感人的,只有到百花园中,通过昂首绽放的花朵的观赏,或通过花的形象的艺术呈现,才能感受到花的美。再比如说“秋日游子思乡”,这个判断只是告诉人们一种人生的知识,并不能打动人的情感,唤起人的美感,但马致远的《天净沙·秋思》以一种形象的传达,赋予这个主题以令人浮想联翩、咀嚼不尽的美:

枯藤老树昏鸦
小桥流水人家
古道西风瘦马
夕阳西下
断肠人在天涯

1992年巴塞罗那奥运会上,美国篮球“梦之队”在与克罗地亚国家队的决赛中勇夺冠军。一篇报道显示:美国队2分球的命中率为77%,罚球命中率6人100%,最少的2人也为67%,全场抢得后场篮板球18个,前场篮板球11个,抢断球17次。数字很惊人,但没有美;要感受到其中令人欣喜若狂、如痴如醉的美,只有身临其境或通过

电视转播,直接观赏他们的表演,亲眼目睹“魔术师”约翰逊变化莫测的传球,“飞人”乔丹的空中滞留和腾跃绝技,“恶汉”巴克利势不可挡的单手扣篮和勇悍凶猛的盖帽绝招,以及整个队伍行云流水的配合和摧枯拉朽的气势(楼昔勇 207)。

值得说明的是,由于我们将美从传统美学的视听觉愉快对象扩大到一切外部感官的快感对象,所以,我们所说的美的形象性不仅指形色、声音,而且包括嗅觉、味觉、触觉的感性对象。失明、失聪的盲聋之人也有自己可以感受的美,这种可感的美就存在于嗅觉、味觉、触觉的感性形象中。

三、美的价值性

“美”是形象性的、能使生命体直觉到愉快的对象,但并非所有的愉快对象都叫做“美”,“美”只是一部分的快感对象,也就是对生命体有益的有价值的快感对象。“美”是一种价值。无价值、反价值的快感对象非但不是“美”,只能属于“丑”。正是有价值的快感对象,将“美”从普泛的娱乐对象中提炼出来,区别开来,从而与“真”、“善”并列,成为人类肯定的积极的价值范畴。

我们经常说“美是一种价值”,但这里的“价值”究竟指什么,却语焉不详。显然,它不是人们日常使用的经济“价值”概念,而是人文“价值”范畴。经济学上的“价值”是“凝聚在商品中的劳动”,定义明确;人文领域的“价值”却含义迷离,一直没有明晰的界定。笔者的看法是:

首先,“价值”不是纯客观的东西,而是相对主体而存在的。稻谷对于人类来说是有价值的,因为“民以食为天”;竹子对于熊猫来说是有价值的,因为它是熊猫的主要食物。不只劳动产品因为满足人们的生活需要是有价值的,自然万物对于人类而言也是有价值的,因为它们是人类赖以生存的生活资料和生活环境。“价值”就是客观事物中存在的对生命主体有意义的属性。它不仅相对于人类主体而存在,而且相对于所有生命主体而存在。比如地球不仅是对人类有价值的,而且对于一切地球上的生物都是有价值的。“价值”不仅取决于其对于生命主体的一般本性的契合,而且取决于其对于生命主体不断变化的特殊需要的契合,比如说“一块面包对于饥饿者是最伟大的价值”(斯托洛维奇 20)。可见,“价值”产

生于主客体的相互关系和作用中,是某种程度上的主客体的统一。斯托洛维奇指出:“价值形成中客体和主体的相互关系问题——这是价值论的中心问题之一”;“价值不但是对象、现象,而且是它们对人和社会的客观意义[……]价值具有在社会历史实践的过程中形成的客观意义,同时也具有主体本身赋予价值关系的客体的主观意义”;“难道价值本身不就是由于主客体的相互作用而形成的吗?因而它不就是主客观的统一吗?”(24;103;23)。美作为价值也是如此。前苏联阿·斯·斯在《古代思想家论艺术》序论评价苏格拉底美是有用的观点时说:“美不是事物的一种绝对属性,不是只属于事物[……]美不能离开目的性,即不能离开事物在显得有价值时它所处的关系”(转引自朱光潜 37)。瓦·西·连·柯指出:“审美价值——美和丑——也具有主观方面和客观方面”;图·加·林·诺夫也指出:“美——这是主客观的统一”(转引自斯托洛维奇 24)。卡·冈·分析揭示:“‘审美’是从自然和人、物质和精神、客体和主体的相互作用中产生出来的效果,我们既不把它归结为物质世界的纯客观性质,又不归结为纯人的感觉”;“审美依照人对它评价的程度成为对象的属性。美——这是价值属性,正是以此在本质上区别于真”(转引自斯托洛维奇 23)。布·罗·夫说:“现实美[……]不在科学认识中而在关系中,即我们的‘我’的积极参与中被掌握”;德国美学家柏森·布鲁赫说:“现实的审美性质作为主体和客体之间在现实中生动的、起作用的关系而存在”(转引自斯托洛维奇 22)。

其次,“价值”是客观事物中有益于主体生命存在的积极、肯定性的属性或意义。在这一点上,“价值”的涵义与“善”相通,在现实社会中往往比“善”的外延更普泛,还涵盖“真”。古印度考底利《利论》指出:“价值保障人类生存”(斯托洛维奇 3)。兰德(Rand)指出:“一个机体的生存就是它的价值标准:凡是增进它的生存的就是善,威胁它的生存的就是恶”(17)。斯托洛维奇指出:“价值在本质上不可能是消极的”,“价值不仅是现象的属性,而且是现象对人、对人类社会积极意义”(128;136)。美作为一种“价值”,无疑应当是肯定、有益于生命、对生命存在有“积极意义”的。波·瓦·洛强调诗人:“要爱理性,让你的一切文章永远只从理性获得价值和光芒”;立·普·斯指出:对美

的感受就是“在一个感官对象里所感觉到的自我价值感”,“一切艺术和一般审美的欣赏就是对于一种具有伦理价值的东西的欣赏”(转引自朱光潜 613)。桑·塔·亚·那认为:“美是一种积极的、固有的、客观化的价值”(转引自北大哲学系 285)。斯托洛维奇肯定:“美、漂亮是审美价值的‘标尺’”,“丑是审美反价值的基本形式”(132)。比如悲剧范畴,“具有审美价值的人和现象在矛盾和冲突的过程中遭到毁灭或者经受巨大的灾难。同时,毁灭或灾难显示甚至加强这种价值”,“悲的体验中不仅有损失的悲哀和痛苦,而且也有光明的感觉,这种感觉的产生是由于吸收了最高的价值”(斯托洛维奇 136)。表现“反价值”的丑的喜剧范畴也是如此:“喜的体验使我们产生愉悦,当然不仅由于骤然遇到现象的丑陋实质,而且由于我们身上显示出来的一种能力,即把现象的丑陋实质同真正的价值可能是不知不觉对比时看出它的真实价值的能力。幽默感在揭发所有臆造的价值时,本身由此成为巨大的人类价值”(斯托洛维奇 138)。人们赞美“真善美”,批评“假丑恶”,显然是把“美”作为与“善”、“真”并列的有益的、积极的、神圣的价值范畴看待。“美”可以有不同于“真”、“善”的单纯形式,但这种单纯形式必须不以损害“真”、“善”为底线。易言之,一种只能带来官能快感而背离“真”、“善”、有害于生命存在的无价值、反价值的纯形式,人们不会承认它是“美”。有益于生命的价值性,是美的基本特征之一。笠·原·仲·二指出:“中国古代人们获得美感的对象——美的对象,初期主要是在感觉性、官能性的生活方面使他们感到生存的意义、具有使其日常生活‘生气勃勃’那种效力的事物,从而形成‘美的本质’”(3)。“中国人的美意识起源于与维持生命相关的感官愉悦,一切有利于生命从而可以使人的官能获得快乐的对象,都是美的;相反,一切阻碍人的生命力旺盛、增长,因而使官能得到痛感和不快感的对象,都是美的对立面——丑。美,意味着对生的肯定、促进和追求,因此,甘美的食物、芬芳的香气、诱耳的音调、悦目的美色等,一切有利于肯定、增进和充实生命的对象,皆为美意识发生的直接源泉,而‘丑意识来自对人之死的本能的畏恶感’。一切使人畏惧、嫌恶、忌避的对象,一切意味着人的生命力的否定乃至毁灭、削弱、耗等等的事物,则是丑意识发生的直接

起始处”(笠原仲二 2)。

再次,我们来看一看是否所有的快感对象都有价值。应当承认,快感对象标志着客观对象与快感主体之间关系的契合与协调,如果快感对象契合的是快感主体的物种本性,造就了主体内部生命运动的平衡,促进了主体生命的健康存在,那么,这种快感对象就是有价值的,就是“美”,就与“真”、“善”不相违背。但事物成为快感对象还有一种可能,即由于对象契合、满足了主体的某种特殊的、过分的、不良的偏好。这种情况下的快感对象恰恰是有害生命的,对生命存在具有否定意义的,就不应视为“美”,而应视为“丑”。美酒、美色是快感对象,但对于嗜酒如命、沉湎女色的人来说,这种酒色恰恰是杀身的利器,所以就异化为丑。虽然可以带来快感,却对生命更加有害的毒品也是如此。美、丑在原始经验中虽然一般由快感与痛感决定,然而正如有价值的痛感对象不是“丑”一样,无价值的快感对象也不是“美”。列夫·托尔斯泰批评说:如果停留于“‘美’只不过是使我们感到快适的东西”的原始审美经验,那么“‘美’的概念不但和‘善’不相符合,而且和‘善’相反”,“我们越是醉心于‘美’,我们就和‘善’离得越远”(63)。因此,对于桑塔亚那“一切快感都是固有的和积极的价值”的以偏概全的判断(转引自北大哲学系 284),笔者是无法同意的。在美必须具有“价值性”这个问题上,亚里士多德关于“美是自身就具有价值并同时给人愉快的东西”的判断堪称慧眼独具,有先见之明(转引自蒋孔阳 朱立元 468)。

注释[Notes]

①详参拙作“论美是普遍快感的对象”,《学术月刊》1(1998);“美丑观:悦情为美,痛苦为丑”,《上海大学学报》3(2010)。

②详参拙作“适性为美:关于‘美’的实质的全新解读”,上海市社会科学界 2012 年度学术年会优秀论文,《文化复兴:人文学科的前沿思考》(上海:上海人民出版社,2012 年)。

②在这点上,我们与将机体觉快感都视为美感的汪济生先生有别。参汪济生《系统进化论美学观》(北京:北京大学出版社,1987 年)、《美感概论》(上海:上海科技文献出版社,2008 年)有关“机体部”的论述。

引用作品[Works Cited]

北京大学哲学系美学教研室编:《西方美学家论美和美感》。北京:商务印书馆,1982 年。

[Division of Aesthetics, Dept. of Philosophy at Peking University, ed. *Western Estheticians on the Beauty and Aesthetic Perception*. Beijing: The Commercial Press, 1982.]

车尔尼雪夫斯基:《美学论文选》。北京:人民文学出版社,1957 年。

[Chernyshevsky, N. G. *Selected Essays on Aesthetics*. Beijing: People's Literature Press, 1957.]

克罗齐:《美学原理》,朱光潜译。北京:外国文学出版社,1983 年。

[Croce, B. *Aesthetics*. Trans. Zhu Guangqian. Beijing: Foreign Literary Press, 1983.]

休谟:《人性论》,关文运译。北京:商务印书馆,1983 年。

[Hume, D. *A Treatise of Human Nature*. Trans. Guan Wenyun. Beijing: The Commercial Press, 1983.]

黑格尔:《美学》第一卷,朱光潜译。北京:商务印书馆,1981 年。

[Hegel. *Aesthetics*. Vol. 1. Trans. Zhu Guangqian. Beijing: The Commercial Press, 1981.]

季水河:《美学理论纲要》。长沙:湖南人民出版社,2011 年。

[Ji, Shuihe. *An Outline of Aesthetic Theory*. Changsha: Hunan People's Publishing House, 2011.]

蒋孔阳主编:《二十世纪西方美学名著选》,上册。上海:复旦大学出版社,1987 年。

[Jiang, Kongyang, ed. *Selected Readings of Aesthetics in the 20th Century*. Vol. 1. Shanghai: Fudan University Press, 1987.]

蒋孔阳 朱立元主编:《西方美学通史》第一卷。上海:上海文艺出版社,1999 年。

[Jiang, Kongyang, and Zhu Liyuan, eds. *A Comprehensive History of Western Aesthetics*. Vol. 1. Shanghai: Shanghai Literature and Art Publishing House, 1999.]

康德:《判断力批判》,宗白华译。北京:商务印书馆,1996 年。

[Kant. *The Critique of Judgment*. Trans. Zong Baihua. Beijing: The Commercial Press, 1996.]

笠原仲二:《古代中国人的美意识》,杨若薇译。北京:三联书店,1988 年。

[Kasahara Chūji. *The Sense of Beauty among the Chinese*. Trans. Yang Ruowei. Beijing: SDX Joint Publishing Company, 1988.]

楼昔勇:《美学导论》。上海:华东师范大学出版社,1996 年。

[Lou, Xiyong. *An Introduction to Aesthetics*. Shanghai: East China Normal University Press, 1996.]

刘叔成 楼昔勇等:《美学基本原理》。上海:上海人民出版社,1987 年。

[Liu, Shucheng, and Lou Xiyong, et al. *Basics of Aesthetics Theory*. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 1987.]

李斯托威尔:《近代美学史评述》,蒋孔阳译。上海:上海译文出版社,1980 年。

[Listowel, W. F. H. . *A Critical History of Modern Aesthetics*. Trans. Jiang Kongyang. Shanghai: Shanghai Translation Publishing House, 1980.]

Rand. *The Objectivism of Ethics*. New York: New Library of

World Literature, 1964.

斯托洛维奇:《审美价值的本质》,凌继尧译。北京:中国社会科学出版社,1984 年。

[Stolovich, L. . *The Essence of Esthetical Quality*. Trans. Ling Jiyao. Beijing: China Social Sciences Press, 1984.]

列夫·托尔斯泰:《艺术论》,丰陈宝译。北京:人民文学出版社,1958 年。

[Tolstoy, Lev. . *On Art*. Trans. Feng Chenbao. Beijing: People's Literature Press, 1958.]

朱光潜:《西方美学史》,北京:商务印书馆,1982 年。

[Zhu, Guangqian. *A History of Western Aesthetics*. Beijing: The Commercial Press, 1982.]

(责任编辑:王 峰)

