



价值论角度元美学论纲

吴建国 著

黑龙江教育出版社



价值论角度元美学论纲

吴建国 著

图书在版编目(CIP)数据

价值论角度元美学论纲/吴建国著. —哈尔滨:黑龙江教育出版社, 2005. 12
ISBN 7 - 5316 - 4569 - 6

I. 价… II. 吴… III. 美学—研究 IV. B83
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 160588 号

价值论角度元美学论纲

JIAZHILUN JIAODU YUANMEIXUE LUNGANG

吴建国 著

责任编辑	贾海涛
封面设计	傅 旭
责任校对	张佳欣
出 版	黑龙江教育出版社 (哈尔滨市南岗区花园街 158 号)
印 刷	哈尔滨市动力区哈平印刷厂
发 行	黑龙江教育出版社
开 本	850 × 1168 毫米 1/32
印 张	9.25
字 数	240 千
版 次	2005 年 12 月第 1 版
印 次	2005 年 12 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7 - 5316 - 4569 - 6/G · 3476
定 价	22.00 元



作者简介

吴建国博士（1965-），汉族，黑龙江省克山人；1987年于哈尔滨师范大学化学教育专业本科毕业，1992年于华东师范大学自然辩证法暨自然科学史研究所硕士毕业，2005年于南京大学科技哲学专业博士毕业；在高校长期从事《自然辩证法》、《现代科技概论》等课程教学以及单位科研管理方面工作，1998年晋升为副教授；独立撰写出版学术专著3部，参编全国统编教材1部，在《自然辩证法研究》、《中国科技论坛》、《科技进步与对策》、《学海》、《南京社会科学》、《光明日报（理论版）》等刊物发表学术论文近30篇。

导 言

美学研究的主要任务是要建构出一种概念体系（即学说或理论）来系统化、简约化地描述那些与美、审美、艺术相关的现象，以合理地解释关于这些现象的主体经验形成及其差异性。现在美学研究多纠缠于对个别环节问题的理解上，沉溺于对名家观点赞赏与批判上，热心于对美学发展历史上的英雄作考古研究，满足于模糊概念的模糊使用，得意于对存在的美学相关现象做《易经》式玄化解释，而缺乏为美学建构一种系统化概念逻辑体系的追求和勇气。美学研究最为重要的取向应该是：怎样建造更好的美学理论工具，而不是比较现有美学理论各有何特长。现实中，“有美无学”的现实尴尬、“美学无根”的学术困境、“审美过程不明”的理性无奈，均在昭示——现有诸多美学理论均不是能够对美学现象给出系统化逻辑解释的有效理论工具。

一、美学研究缺什么？

作为学科的美学虽已经建立，但作为科学的美学理论仍久唤不出。建构一种符合科学标准的美学学说，其基本条件就是概念具有明确性、逻辑结构具有自洽性。在科学性水平上，现代自然科学之所以优于社会科学理论，首先是因为自然科学所使用概念能具有内涵明确性，社会科学理论却不能很好地做到

这一点。而现今美学概念更为模糊，所使用的概念常常是“只可意会不可言传”，甚至达到“怎么理解都行”的程度。至于逻辑结构自洽性更是难以对美学研究产生约束。

尽管国内外哲学新论在不断地给美学研究带来新思想，美学研究者也努力从哲学、科学、艺术中寻找理论建构出路。但今天的美学界仍然处于一种十分尴尬的困境之中。正如俞吾金所总结的那样：“乍看起来，在美学研究上要提出一些新的想法几乎是不可能的了，因为人们不仅面对着从国外译介进来的浩如烟海的美学典籍，也面对着国内不同的美学流派和汗牛充栋的美学论著。美学研究范围内的每一个细节差不多都被穷尽了，仿佛人们除了拾人余唾或袖手旁观以外，再也没有其他事情可做了。美学研究真的已达到这种完善的境界了吗？我们的回答是否定的。与这种外观上的繁荣相对的是，美学在内涵上显露出来的空前的贫乏。表现之一是美学理论的肤浅与趋同。在文本中触目可见的只是一些外来的新名词，仿佛引证新的东西就是创造新的东西，而对任何一种美学理论的哲学基础都缺乏深入的、批评性的反思。研究者们争辩着，维护着各自的美学观念，认为在他们之间存在着不同的学派。实际上，他们都在同一个哲学基础上用略显不同的术语表达着同样的主题。表现之二是审美趣味的普遍下降，以至于审美主体不能把自己的趣味转向那些真正具有审美价值的对象，却在一些平庸的作品上流连忘返。表现之三是审美鉴赏力的普遍丧失，在批判缺席的鉴赏方式中，生活中的美与丑经常被颠倒过来。于是，丑学取代了美学，模仿取代了创造，恭维取代了批评。美学什么都有了，就是没有生命、激情和灵魂。”^①

^① 俞吾金：《美学研究新论》[J]，学术月刊，2000年第1期，第76页。

对于解决美学现实困境的有效途径，潘知常曾有这样论述：“这样，传统美学的或者以美、以美感、以审美关系、以艺术为研究中心的失误也就从根本上得到了匡正。我们不难发现：传统美学一直纠缠不休的被抽象理解了的美、美感、审美关系、艺术，实际上只是审美活动的若干方面，例如，美不过是审美活动的外化、美感不过是审美活动的内化、审美关系不过是审美活动的凝固化、艺术不过是审美活动的二级转化，等等。因此，传统美学无论是以美为对象，还是以美感、审美关系、艺术为对象，都是遮蔽了审美活动本身的必然结果，都是一种实体思维或主体性思维。而全部美学史也无非是一部对于人类的审美活动的抽象理解的历史而已。或者无法准确说明主体，或者无法准确说明世界，而要恢复美学研究的真正面目，就要把这一切通括起来，转而去寻找它们的根源。否则，美学研究就会永远停留在一种我一再提示的那种“无根”的困惑状态之中。而一旦以审美活动作为它们的根源，就会意识到：自古以来纠缠不休的美与美感的对立，无非是具体的审美活动内部的两个方面的对立，我们之所以视而不见，只是因为我们对于审美活动的抽象理解所致。换言之，假如说，美是什么是古代的问题，美感是什么是近代的问题，那么，审美活动如何可能以及在此基础上的美如何可能，美感如何可能，则是现代的问题了。于是，美学基本问题从对于美或者美感的研究转化为对于审美活动的研究。美学本身也转而出现一种全新的形态。”^①

美学所研究的对象不是神秘的东西，而是广泛存在于人的生活之中，所以美学研究要以人的生活所需入手，即贯彻人本主义指导思想。首先要研究人是怎样处理每一件摆在他面前最

^① 潘知常：美学的重建 [J]，学术月刊，1995 年第 8 期，第 93 页。

为细小的“生活事物”？追究主体如何选择？为何如此选择？还可如何选择？实践后，还会不会如此选择？“人类的历史和现实都表明，不了解人本身的价值生活、不解决生活意义的问题、不提出合理的价值观念，人类是很难有效地改造自然、改造社会，获得幸福的。”^①

二、本书的贡献

本书意在通过概念指意梳理，贡献一套从价值论角度建构的元美学理论体系（理论模型），以求对美、审美、艺术、文化等相关现象提供一个系统化逻辑解释。面对浩瀚的美学著作和美学广泛涉及领域仍能这样想，就需要一种勇气；仍能去尝试，更需要有“无知者”般的“无畏”精神。但作者也深知，没有这种不断的理论建构尝试，美学就永远不可能有科学化理论收获。

为何从价值论角度切入美学理论模型建构？正如S·C·佩佩尔所说：“价值理论是为一组所谓价值学科的共同问题起的名称。这些学科包括伦理学、美学、知识理论和逻辑学的某些方面、经济学、政治学、人类学和社会学。由于专门化，这些学科日益分离了。价值理论是跟这种分离趋向相反的运动，要从这些学科中抽取出共同的问题和核心。”^②从某种角度讲，经济学理论建构为美学建构提供了借鉴。“在经济学中，当经济学家试图把价格或购买力这样的特殊的经济价值分析成像需要、欲望、满足、快乐和痛苦这样的非经济要素时，就涉及到一般价值。

^① 李江陵：价值与兴趣——培里价值本质论研究[J]。中国社会科学出版社，2004年版，第46页。

^② 李江陵：价值与兴趣——培里价值本质论研究[J]。中国社会科学出版社，2004年版，第46页。

并且新的经济理论,如经济伦理学,也涉及到一般价值理论。在美学中存在着关于艺术和道德关系的争论,这种争论导致了两种或把道德归结为美或把美归结为道德的对立主张。”^①

以往的价值论美学之所以不能自圆其说,大多是因为没有将“‘事物满足主体需要能力’这一‘客观存在’”同“主体对这一‘客观存在’的认定值”区分开来。也就是说,没有将“美”(事物对主体需要的真实满足能力)与“审美价值”(主体认定的满足能力)区分开来。美学上的混乱,主要是概念不清引起的;它似在“速度”和“加速度”不分时期物理学上的混乱。只要把概念重新做“近似自然科学般清晰”梳理,价值角度的美学理论建构就是沿着主客体统一论思想前行的佳径。“总之,一般价值理论能够‘把所有的价值还原为一个统一的单位,使之可以相互通约。它还使所有价值在某种意义上可以测量。它提供了比较价值判断的合理性基础;尤其是给那些人们用以评价他们的文明、进步或他们的心灵受奴役状况的终极判断提供合理性的依据。’”^②

本《论纲》作为对一种尝试性建构的美学体系粗线条勾勒,主要是向大家贡献一些美学研究的想法。本书所贡献的主要思想可概括如下:

1. “主体生存世界三相区分”观

借鉴人工智能研究成果,把主体所生存世界做三相区分是本美学体系架构基础:客体世界(是由众多客体构成的世界,具有时态惟一性,主体也是其中一个客体)、认知世界(是由主

^① 李江陵:价值与兴趣——培里价值本质论研究[M]. 中国社会科学出版社,2004年版,第52页。

^② 李江陵:价值与兴趣——培里价值本质论研究[M]. 中国社会科学出版社,2004年版,第53页。

体根据感觉到的客体信息经过主体知识体系释读所成“物象”构成的世界；因为主体感知能力不同，所以认知世界存在主体间性）、价值世界（主体用自己的审美标准把认知世界的物象价值化后形成的世界）。认知世界是主体各自绘出的客体世界“地图”，价值世界是主体在认知世界地图标出万物价值大小以供行为操作使用的“地图”。价值世界是主体指挥自己进行客体世界实践行为的操纵室。主体实践于客体世界、生活于认知世界、抉择于价值世界。经验是架通三相世界的桥梁。实践是主体知识系统和价值标准体系实现循环积累与优化的基础。

2. 美本质“能力说”

在“主体生存世界三相区分”观点基础上，认为“经验、知识、科学知识”相关的认识问题可统一于“客体世界与认知世界”关系问题，作者在《科学知识：从个体建构到社会化生产》（博士论文，黑龙江人民出版社2005年出版）中以“核心公共科学知识社会生产过程模型”对此加以理论解释；认为“美、审美、艺术、文化”相关的美学问题可统一于“客体世界——认知世界——价值世界——客体世界”循环形成问题，其核心是美与审美关系问题，关键是美本质界定问题。

在美本质问题上，认为“美”是客体世界中存在的“客体”，它的存在与主体对它的认知程度无关，由两个客体（一般指人与物）之间构成的“需要——满足”关系决定其存在属性；美是指客体满足主体某确定需要的能力。而主体对“美”的认定过程即为审美，所给出的认定值即称审美价值；审美价值具有主体间性，可绕“美”波动，让两者更好地相符的过程即是主体审美“求真”过程。审美对象是主体认知世界中的“物象”而非客体本身。审美对象或有客体世界的对象物（即为审美客体）或没有真实的客体对应物（如龙、孙悟空等）。审美价值是

主体由认知世界建构价值世界的基础。主体对美有亲情。审美价值大的审美对象及审美客体也能让主体产生成正比的审美愉悦。

3. 审美“过程说”

主体审美过程不可理解为“刺激——反映”式的简单直觉过程，而是至少由“确定目的、明确标准、感知信息、知识释读、价值评估、实践检验（或审美交流）、记载知识及修正标准”等步骤组成前后相继的多环节过程。这一过程中任何环节上的差异，都将导致在审美价值上的相殊。主体就在这多环节的审美过程的不断循环运行中丰富自身的知识系统和价值标准系统，从而不断走向“成熟”。主体实践需要、享受审美愉悦、提供审美交流、锻炼审美能力等四个方面目的构成主体审美动力。主体间在智能、经历、环境的相似性，决定了主体间在审美价值认定上的相似性。

4. 文化微观动态形成说

在微观上，文化是社会个体审美标准所共同形成的社会平均审美标准，是社会个体审美标准所具有的共性特征。个体审美标准与社会文化形成双向互动，即社会文化通过教育、舆论、法律等手段不断“修正”个体审美标准，而个体审美标准的整体变化就形成该社会的文化演变。文化与个体审美标准均为动态变化中的时态性存在物。

5. 艺术“审美表达技术”观

艺术是主体在获得审美经验后形成符号文本的表达技术；主体凭借艺术来创造审美经验的符号表达文本以实现审美交流；艺术表达以能唤起他人（甚至是自身）审美以实现审美交流为灵魂；追求异质化艺术表达的目的，是为刺激主体进行重新审美。

以“主体生存世界三相区分”、美本质“能力说”、审美多环节“过程说”为核心建立起来的本元美学理论体系，吸收人工智能研究的新成就，吸收哲学、美学、心理学、社会学现代理论成就，借鉴自然科学研究方法，是从价值论角度切入的研究人类个体及群体行为内在机制的哲学体系。它面对的是活生生的具体的“人”，而且通过“审美交流”把“具体的人”与“社会化的人”联结起来，以统计方法、模式方法来研究“审美过程”和“社会文化形成”，解决了“个体——社会”的互动机制问题。

本书所建构的元美学理论体系将哲学上所讨论的认识论、实践论、价值论、道德作用、社会法律、文化观念等内容有机地融为一体；把主体看成一个不断学习（即实践和训练中丰富）的主体，主体的“知识系统”和“审美标准”也在主体的不断实践过程中不断“积淀”；从而较为合理地解决了个体生活、社会生活中那些极为具体的行为背后的内在机制问题。此美学体系根植在美学各流派提供的沃壤中，是在现代科技成果（尤其是人工智能研究成果）的支持下，对马克思主义哲学在美学领域理论进行的微观层次丰富。但反过来又可用本美学体系观点，对诸多竞生竞存的美学“学说”给予一种优缺点评价。

三、本书各章提要

第一章提要：针对现代美学理论建构上的“无根”困境、“有美无学”现实尴尬、美学在社会应用上的无为，依据文献综述了美学研究中的八种误区、现代美学研究的两种取向；对美本质问题不可悬置性给予了理论上的揭示；认为是对美本质与审美机制不明酿就美学现实困境，出路在于对人类实践下价值评价多环节过程梳理。

第二章提要：本书提出的美本质“能力说”认为：美本质问题是美学建构不能绕开的基石；美是客体满足主体某种需要的能力，是由主客二元要素共同决定的客观存在，单独强调主客单一要素都将陷入极端性认知误区；美的存在具有客观性、功利性、可比性、可变性；审美是主体对美的认定过程，从而个体化地获得审美价值；美与审美价值是不同的两件事，后者是对前者的主体认定值，美的存在与主体对它认知准确程度无关。

第三章提要：人们实践于同一个客体世界，但“生活”于各自形成的认知世界，抉择于各自价值世界。具有客观惟一性的客体世界是人的认知对象和生存环境，但主体（人）并不拥有本身无“象”的无限层次的客体世界。主体能依据器官和仪器感受源于客体事物的信息、并在已有的知识体系帮助下对客体信息进行释读成“象”，从而建构出自己拥有的认知世界；科学是拓展认知世界的工具。主体再从需要如何满足角度出发，依靠累积而来的审美标准体系把认知世界进一步构象出价值世界；主体通过“价值世界的选择”引导着自身“客体世界的实践”，从而在满足主体需要的同时，也改造着客体世界，并依据实践结果的反馈和主体间的审美交流来丰富和修正自己的认知世界和价值世界。经验是联通三相世界的桥梁，经验的非真性、主体间性并不能取消其具有的主体描绘客体世界“地图”惟一原料地位。“三相世界区分”将为哲学、科学、美学基本概念统一化搭建平台，并为科学化提供基础。

第四章提要：审美“过程说”认为：一般而言，审美是对美在程度上的主体认定过程，是主体日常实践活动；审美价值是主体给出的一种相对性的认定值；主体审美以其对自身需要判断、对客体物象的认知水平为基础。主体审美是多环节组成

前后相继的系统活动：对客体（物甲）信息进行感受环节；对感受到的客体（物甲）信息进行知识性释读，并形成“物乙”的环节；依据主体所具有的审美目的及其所确定的相应审美标准进行审美价值判定环节；依据审美结果形成对客体（物甲）审美态度环节；依据审美结果进行“行为选择操作以接受实践检验”或“符号输出以接受社会评价”环节；依据实践结果或社会评价反馈，对主体自身“知识系统”和“价值标准系统”进行修正和丰富环节。个体日常实践都是对审美标准和知识系统进行检验和修正的不断循环演进过程。

第五章提要：在审美“过程说”看来，审美是指对确定的审美对象（即认知世界的“物象”，而非客体世界的客体事物）满足主体需要能力的评价活动；“审美客体”与“审美对象”是两个不同的概念，审美客体（即物甲）是主体把审美结论指标给予的那客体事物，审美对象（即物乙）严格意义上说，是由一组特定信息所决定特征的主体认知世界事物。审美对象是由被框定的审美客体信息特征以及主体感知水平、主体知识体系三者所共同决定的“物象”。对同一审美客体，审美对象却不保证相同，审美评价自然可有异；这是导致主体间审美争论的重要原因，也是美学理论建构的陷阱。

第六章提要：要探讨审美机制问题，须先从人的智能活动机制分析入手，而这种分析须采用先简后繁的逐级近似方法来实现。人工智能研究为这种逐级近似研究方法提供了讨论问题的简化模型蓝本。人类智能虽更为繁杂，但仍然可简化理解为主要具有五项功能的智能系统：感知信息功能、信息释读功能、价值评价功能、符号表达功能、行为调控功能。主体审美过程就是依靠这五大系统功能来多环节循环性实现的。主体审美水平由审美价值向存在之美的依归性程度（或者说两者相符程度）

标度,其中主体对客体信息感知能力、既有知识体系对信息释读能力,决定着主体感知水平和审美水平。朱光潜的“物甲物乙说”就已经注意到这一审美环节问题;主体的感官功能、对“物甲”注意程度、知识系统结构与水平等三方面差异,让主体因感知环节导致审美的主体间性普遍存在。在“主体感知”这一审美环节上,不可避免地存在着想象的作用。

第七章提要:不同的主体拥有不同的审美标准,其结构差异由一组评价项目、零指标、项间权重系数比所决定。个体审美标准是其审美经历、智力水平、文化环境所共同决定的时态函数。审美标准的差异性决定了主体间审美趣味问题。个体审美标准的平均值构成了社会文化的基本特征,而个体审美标准的最高指标构成了该个体的审美理想。

第八章提要:个体审美就其动力驱动而言,可分为四个方面:满足自身实践需要、享受审美愉悦需要、满足审美交流需要。锻炼审美能力需要。在具体审美实践中,这四个方面需要经常以复合形态来驱动个体审美,当然各方面权重是随主体不同时而异。主体对审美价值大的审美对象、审美客体有亲情(审美愉悦),反之则有恶感,而且审美价值成正比。非经过主体理性分析就能获得感性审美愉悦,需要通过理性分析才能产生理性审美愉悦。不同主体会获得不同比重的理性与感性审美愉悦。对审美愉悦的追求是主体进行艺术创造的动力之一,但对审美愉悦的享用追求要适度和理性。

第九章提要:审美所得到的审美价值评价不外两个流向:其一用于自身的实践行为选择,其二是向其他个体表达输出。主体要将审美评价借助符号形成符号文本表达出来,才能实现个体间的审美交流。个体间的审美交流对于个体审美标准的丰富与修正,对于实现审美教育都是不可或缺的。对已经形成的

审美评价，会因主体的符号表达能力差异而产生表达准确度的问题，将影响审美交流的准确性与有效性。在审美交流中，能代表社会群体主流审美标准的成员，往往会成为权威。权威的审美标准（思想）在审美交流中会有较大的社会“号召力”。

第十章提要：艺术是表现审美经验的符号表达技术。审美是艺术之本。经过艺术“美化”后的主体“创造”物是艺术作品。在艺术创造中存在表达方式和表达水平问题。艺术绝非仅创造“美”事物的技术，艺术也创造“丑物”。没有不表达一定审美内容的艺术作品，也没有不体现一定艺术形式的审美表达。审美追求为艺术创作提供舞台，艺术创作以唤起审美为灵魂。一切社会产品都是“工艺品”，尽管许多产品的功能无可挑剔，却常常因为其单调和无个性所导致的无“新奇性”，激发不起人们审美评价的欲望，无法从对其审美中获得“审美享受”。产品生产中技术化、艺术化相结合是现代制造业生命力所在。

第十一章提要：个体间审美标准虽有差异，但社会众个体间那些有差异的审美项目、零指标、项目权重系数等都会形成一个统计平均值，由此构成社会平均审美标准，即此社会的文化时态。社会平均审美标准因社会成员（个体）的审美标准差异而不同，它随社会时态不同而变化，是社会的时态函数。主体不能脱离以社会道德、法律为核心规范的社会文化约束而任意地审美，否则，将受到社会必要“修正”。社会总是对符合其文化发展趋势的偏离进行赞扬和鼓励，对背离其发展趋势的偏离进行谴责和修正。

第十二章提要：美育是指对社会成员的审美能力进行目的性培养，包括对主体感知能力、评价能力、艺术能力的培养。美育意在“全面地培养人”，但它不是完人教育，它只是让个体的审美标准能更好地吻合某种社会文化的要求。美育的培养目

标有阶级性、功利性，是依美育的施教者需要而定的特定目的教育活动，故美育只为培养出“需要的人”，不能培养出“完人”。美育手段主要有两类：其一是训练；其二是熏陶。因美育是“触及灵魂”的工作，故注定是一个循序渐进的系统工程。