

/文|艺|新|视|角|丛|书/

文学 价值学 引论



● 李春青

云南人民出版社

李春青

云南人民出版社

文学价值学引论

(滇) 新登字01号

本书得到国家社会科学青年基金资助，特致谢忱。

· 文艺新视角丛书 ·

文学价值学引论

著 者：李 春 青

责任编辑：刘 存 沛

封面设计：袁 亚 雄

出版发行：云南人民出版社

排 版：云南创力激光照排发展公司

印 装：云南新华印刷二厂

印 数：1—2000

开 本：850×1168 1/32

印 张：10.25

字 数：235千

版 次：1994年10月第1版第1次印刷

ISBN 7-222-01681-3/I·433

定 价：7.20元

新的视角 新的收获

——李春青《文学价值学引论》序

童庆炳

李春青 1985 年考入北京师范大学中文系攻读文艺学硕士学位,1988 年毕业后留校工作。从多年的接触中,他治学的勤奋和刻苦,给我留下了极为深刻的印象。他读的书很多很广,哲学、社会学、心理学、人类学等都有涉猎,中国的古代典籍和西方的各种著作都一一阅鉴。他就像一个饥饿的人,见到食物就扑上去。他相信“读书破万卷,下笔如有神”。功夫不负苦心人,他的研究能力提高得很快。早在研究生二年级时,他就出版了专著《艺术直觉研究》,毕业后他又出版了专著《艺术情感论》、《美学与人学》和《魏晋清玄》,并在各种学术刊物上发表论文 30 余篇。现在他又完成了国家青年基金项目《文学价值学引论》。他的汗

没有白流，变成了一本又一本沉甸甸的书。对一个学者来说，还有什么比见到自己写的字，变成那一行行的铅字更令人欣喜的呢！当然，我不是说只要出版就一定好，我是说要出高质量的书才好。春青的这部《文学价值学引论》就显示了他对学术质量的执着追求。

价值学是上个世纪末到本世纪初才发展起来的一个哲学分支。将文学价值作为研究对象，在西方也只是近几十年的事情。因此文学价值学是一个年轻的学科。文学价值学的对象很广，涉及到作家的创作、文本形式、读者接受以及文学的社会功能等。在文学研究中，文学价值处于诸因素交汇的位置。因此文学价值学作为研究文学的独特视角具有重要的意义。可是，迄今为止，它的价值在文艺学界尚未得到普遍的重视。

“价值”原本是一个经济学、哲学的范畴，因此在研究文学价值时，首先也必须从哲学层面上予以辨析。此书的上篇，就是从哲学的层面对文学的价值的基本特性，对伦理价值与历史价值的关系，对文学符号、意义与文学价值的复杂联系等问题，予以深刻的阐释，提出了许多有价值的独到见解。本书作者认为，正如任何商品都是使用价值与交换价值的复合体一样，任何文学作品也都是个体价值与社会价值的复合体，这是文学价值的二重性。作者十分准确地抓住了文学价值的这种二重性，是极有意义的，因为对文学价值二重性的揭示，可以避免文学研究中长期以来的偏颇：或是只讲文学的“自我表现”，只强调文学的个体价值，或是只讲文学的社会功能，只强调文学的社会价值。文学价值论的研究因要考虑到文学的各种因素，它比其他视角的研究要全面一些，这是它的优长之一。春青的书把这一点揭示得那样清晰和深刻，充分显示了文学价值学对于文学研究的重要意义。

此书的中篇，作者尝试用心理学的观点考察文学价值问题，这是作者的别出心裁的创造，同样是十分有意义的。心理学与价值学本是互不相干的两个学科，在现代西方心理学界，有些学者将价值问题引入心理学研究中，例如美国的人本主义心理学将两个学科相互渗透，这是极有意义的开拓。但在文学研究中，用心理学方法解释价值问题还是新的尝试。此书对文学价值的历史生成，对创作心理的冲动的价值维度，对艺术情感向价值的生成，对个体生命的体验与角色意识的关系，以及对悲剧价值、喜剧价值等等，都从心理学的角度进行了合理的深入的探索，这是很有理论意义的。

此书的下篇是对中国古代文学价值观的考察，目的是印证上、中篇提出的基本观点。但作者在具体展开的论述中，就中国古代文学价值观的研究，也有不少新的独到的观点。

目前，由于种种原因，学术研究处于一个低潮中，新的读书无用论又抬头，这是令人悲哀的。但是春青有一种要把冷板凳坐暖的精神，甘于淡泊，甘于寂寞，要在学术研究中成就一番事业，这是极可钦佩的。我相信他长期坚持下，一定会如愿以偿。

· 1993年12月6日

目 录

新的视角 新的收获 (序) 童庆炳 1

导言 1

一、文学研究的价值学视角 1

二、文学价值学的对象和任务 8

三、文学价值学的方法 12

四、本书的内在结构 16

上 篇 文学价值的哲学思考

第一章 来自哲学、经济学的启示 21

一、需要、实践、主客体关系 21

二、从商品价值看文学价值 26

三、关于文学评价的标准问题 31

第二章 个体价值与社会价值的双重变奏 36

一、文学个体价值的必然性及基本形态 37

二、文学社会价值的必然性及基本形态 43

三、文学个体价值与社会价值的关系 47

第三章 伦理价值与历史价值的相互消解 52

一、文学的伦理价值与历史价值 53

二、文学的历史价值与伦理价值的矛盾统一及其原因

.....	57
三、历史评论与伦理评价的冲突	63
四、评价的基本原则	67
第四章 符号、意义、价值	71
一、符号和意义的对应关系	72
二、文学符号的意义与价值的关系	76
三、在创作过程中的符号、意义与价值	82
第五章 文学价值的实现过程：潜能、评价、效应	90
一、文学价值实现过程的三个基本环节	90
二、文学价值潜能与文学评价	93
三、潜能与价值效应	96
四、评价的二重性	99
五、价值效应冲突	101
六、效应与评价	103
第六章 文学价值系统的静态描述与动态考察	106
一、文学研究视角及文学价值的本体意义	106
二、文学价值系统的动态性：价值与潜价值	113
第七章 文学价值观念	124
一、文学价值观念的历史生成	125
二、文学价值观念的内在结构	129
三、文学价值观念的功能意义	133

中 篇 文学价值的心理学阐释

第一章 文学价值历史生成的心理学考察	141
一、巫术的心理依据与艺术的心理准备	142

二、巫术仪式的两种心理体验及其结果·····	146
三、神话与巫术的心理差异及其审美价值·····	150
四、余论·····	156
第二章 创作冲动的心理构成及价值维度 ·····	158
一、作为心理状态的创作冲动·····	159
二、创作冲动作为心理张力结构·····	163
三、创作冲动的激起与运动过程·····	169
四、创作冲动与文学个体价值·····	172
第三章 情感向价值的生成 ·····	176
一、艺术情感诸特性·····	176
二、艺术情感对创作主体而言的价值意义·····	180
三、艺术情感对接受者而言的价值意义·····	184
第四章 文学个体价值与社会价值的心理形态及其冲突 ·····	195
一、自我体验的审美品格·····	196
二、角色意识与自我体验的冲突·····	200
三、自我体验的抗争与角色意识的审美化·····	205
第五章 悲剧价值的生成及其审美特性 ·····	209
一、从生活悲剧到文学悲剧·····	210
二、悲剧价值的客观方面·····	212
三、悲剧价值的主观方面·····	216
四、悲剧价值的审美本质·····	219
五、悲剧价值与崇高感·····	225
第六章 喜剧价值的生成及其审美本质 ·····	229
一、喜剧价值内在构成的客观方面·····	229
二、喜剧价值内在构成的主观方面·····	235
三、喜剧价值的审美本质·····	240

下 篇 中国古代文学价值观的历史演变

第一章 中国古代文学价值观的历史生成及基本特性	247
一、生命价值：中国古代文化精神的核心	248
二、先秦诸子几种有代表性的价值观	254
三、儒、道哲学价值观向文艺价值观的升华	263
第二章 玄学与六朝文学价值观	272
一、从清议到清谈——名士阶层价值观念的转换	273
二、玄学价值观的基本特质	277
三、玄学价值观向社会生活方式的沉潜	282
四、玄学精神向审美价值范畴的升华	287
五、玄学精神在文学创作中的体现	293
第三章 心学与明中叶文学价值观的嬗变	297
一、从“理”到“心”	298
二、从陆王之“心”到左派王学之“心”	305
三、李贽的“童心说”及其文学价值观	309
四、明中叶以后文学价值观的主要倾向	313
五、明中叶文学价值观与六朝文学价值观的几点异同	317

导 言

一、文学研究的价值学视角

从人类哲学观念发展的历史来看，意识和自我意识有一个相当长的分离阶段。古希腊的哲人们在绞尽脑汁地追问世界本原的同时，也在思考人作为“万物的尺度”所具有的各种主体能力。他们未能很好地解决作为意识的对象的大千世界与作为自我意识的对象的人本身之间究竟是一种怎样的关系。十七世纪的理性主义者和经验主义者开始感觉到研究人与世界的联系的重要性，并进行了许多有益的探索，但他们却将这种联系仅仅限制在认识论领域，于是知识是如何构成的这一问题便几乎成了他们哲学沉思的全部内容。由于看到了理性主义者和经验主义者的局限，康德转而全力探讨人的主体能力，他发现面对无限的客观世界，人的认识能力显得过于渺小了，它根本无法与这个世界相抗衡，但他却欣喜地发现在人的精神世界中有一

个领域是专门根据对象来扩张人的主体能力的，这个领域便是实践理性，它凭借道德和信仰能力使人以有限的存在去把握无限的世界。康德自己说这是为信仰留了一个地盘，后人则责备他向宗教让步，而实际上，康德是为人们从一个新的角度观察世界，特别是观察世界与人自身的联系在主体精神领域中发现了一个新天地。现代价值哲学正是借助康德的发现建立起一种新的哲学观念的。

从 19 世纪后半叶到 20 世纪，许多哲学家纷纷将对西方哲学而言可称为一个新领域的价值世界当做哲学沉思的主要对象，价值这个人们用了很久的日常生活用语和经济学概念获得了哲学本体论意义。新康德主义重要人物，著名哲学家文德尔班以康德的学说为起点，建立起自己的价值哲学，他认为价值问题应在哲学研究中居于重要位置。因为任何知识都离不开价值，都要以价值为标准。而关于价值的知识则反映着评价主体与评价对象之间的关系，是一种关于人与客观对象之间联系的知识。文德尔班还认识到，价值既有以个人意识为依据的“特殊价值”；又有以“普遍意识”为依据的“普遍价值”。这是颇有深度的见解。由于对价值的重视，文德尔班甚至认为一切社会历史科学都应成为关于价值的科学。文德尔班的学生，另一位新康德主义的代表人物李凯尔特继承了文德尔班的观点，也认为社会历史科学应成为一种价值科学。他认为社会历史科学所研究的都是个别问题，因而研究社会历史问题应该用“个别化”方法。他的意思是说，作为价值现象，任何一种社会历史问题都只是通过个人的兴趣、评价才会显示其价值意义，因此研究这些问题就不能像研究自然界现象那样，采用一般化的方法，揭示其普遍规律。社会历史中只有个别的東西而没有普遍

的东西^①。这样，李凯尔特就否定了价值的普遍性，将它仅仅看作与个人相关的东西了。他没有发现个体价值与社会价值的辩证联系。

美国 19 世纪末兴起的实用主义哲学从“效用原理”出发来看待一切哲学问题，西方哲学史上被长期赋予神圣性的真理，在实用主义者看来也只是“效用”的别名。威廉·詹姆士指出：“真理主要是和把我们由经验的一个瞬间引导到其他瞬间上去的方式联系着的，而事后足以说明这种引导是很有价值的。根本上，在常识的水平上说，基本上思想状态的真理意味着一种有价值的引导作用。”^② 这样，詹姆士就将真理与价值联系起来，价值就是事物的有用性。因此，价值——有用性便达到了真理的高度。杜威进一步发展了实用主义价值观，他提出“工具主义”理论，认为一切思想、理论都不是什么对客观现实的反映，而是实现某种目的的工具，有效用的便是正确的，无效用的便是错误的。对于价值问题，他同样是从效用的角度来论述的。他指出：“我们不能把任何享受的东西都当作价值，以避免超验绝对主义的缺点，而必须用作为智慧行动后果的享受来界定价值。如果没有思想夹入其间，享受就不是价值，而只是有问题的善；只有当这种享受以一种改变了的形式从智慧行为中重新发生的时候，它们才变成价值。”^③ 其实，杜威还是将“享受”这种纯个体性经验看成是价值的基本内容的，只不过他认为这种“享受”必须是为主体在意识上把握了的享受而已。用“享受”、“满足”这些个人经验来衡量价值，这自然是对个体价

① 参见李凯尔特：《文化科学和自然科学》，商务所书馆 1986 年版，第 48—50 页。

② 詹姆士：《实用主义》，商务所书馆 1979 年版，第 42 页。

③ 杜威：《确定性的寻求》，上海人民出版社，1966 年版，第 195 页。

值的充分肯定了，但这却也同时否定了个体价值与社会价值的紧密联系。

德国应用现象学的代表人物马克斯·舍勒用现象学的“本质直观”的方法研究伦理学问题，他认为价值不是以理性为基础，而是以“价值感情”为基础的。因此，理性并不能把握价值，价值不是抽象的产物，有价值的存在物都是个别的，人对价值的把握是靠主观感受，这种把握常常是在对对象理论上的理解之前的。舍勒认为，最高的价值是人格价值，而人格价值则只有通过爱来实现，因此，“爱”这种纯粹的个体情感就被赋予了最高的价值意义。他甚至认为，以“爱”为核心的感情乃是人类一切认识活动的基础^①。舍勒在许多方面是从康德的伦理学观点出发的，但他又激烈地批判了康德，他认为康德将价值置于理性基础之上，力求在价值本身范围之外去寻找关于善恶的普遍标准，这是错误的，因为“价值首先是在感受中给予我们的”^②。由此可知，舍勒同样是以个体心理体验作为衡量价值的基本标准的，他同样忽略了价值的社会本质。

价值哲学的出现在人类哲学发展史上具有极为重要的意义，它标志着人们的意识和自我意识在哲学高度上达于统一，价值作为人与客观对象的某种关系的表征而成为哲学沉思的主要对象，这本身就意味着人类思维已经将主体与客体作为一个有机整体来认识了。但是，由于价值哲学的开创者的未能真正理解主客体间的复杂联系，未能真正把握这种复杂联系中作为中介的因素，因而大都仅仅限于主体的心理体验的狭小范围来思考价值的本质，这就使他们的理论具有了极大的局限性。而真

① 参见施太格缪勒：《当代哲学主流》，商务所书馆，上卷第145—148页。

② 参见《价值探求》，黑龙江教育出版社，第125—126页。

正解决这一问题的，却是在价值哲学出现之前就早已存在的马克思主义哲学，对此，我们将在本书上篇第一章予以深入分析。

价值哲学既发现了一个新的研究领域，又为人们观察世界提供了一个新的视角。这对文学研究来说同样具有重要的本体论和方法论意义。文学是什么？文学的本质是什么？这些问题曾引出过各式各样的答案，而从价值学角度人们又对文学有了新的认识：文学是一种价值，确切地说，是一种由特殊符号负载的综合性价值系统。

较早地运用价值理论研究美学和艺术问题的是美国自然主义哲学家、美学家乔治·桑塔耶纳。他认为美学是一种价值学说，它和伦理学一样，都是研究人类以感情为基础的判断活动的。他从主观论的角度来看待价值，认为“价值发乎我们情不自禁的直接性或莫名其妙性的反应，也发乎我们本性中的难以理喻的成分”^①。这就是说，价值乃是来自于人的一种非理性的主观感受。他认为“美是一种价值”^②。对美这种价值的判断就更是一种不依赖于任何理性观念的直接的感受活动了。他说：“在想象、瞬息的直觉和赋有形式的知觉中所固有的价值，叫做审美价值。它们主要在自然界和各种生物中被发现，但也常常在人所创作的作品、语言所唤起的形象及声音的领域中被发现。”“审美价值存在或被认为是明显地表现出来的那些作品，称为美的艺术。”^③根据桑塔耶纳的论述。衡量美的价值尺度只有一个，那就是人的审美的快感，“美是在快感的客观化中形成的，美是客观化了的快感。”^④因此，文学艺术作为表现审美价值的

①② 桑塔耶纳：《美感》，中国社科出版社1982年版，第13、14页。

② 桑塔耶纳：《艺术中的理性》，见蒋孔阳主编《二十世纪西方美学名著选》上卷，第266页。

③ 《美感》，第35页。

形式，实际上就是人们创造出来“客观化”创造者的审美快感并进而引发欣赏者快感的特殊形式。

桑塔耶纳用价值理论考察美和艺术问题，这在美学和文艺理论的发展史上是有重要意义的，但他仅仅从个体心理感受出发来解释美和艺术价值，这就使他的理论只能停留在具体审美心理过程的范围，根本无法从更宏大的背景上来揭示美和艺术的复杂性质。他只能将艺术看成是个体心理过程的对象和事物，而不能认识到在其个体心理形式背后隐含的社会内容。

在美国实用主义哲学家中，C. I. 刘易斯是较为看重价值的客观方面的。他在《价值与事实》一文中指出：“‘价值’这个词如同‘颜色’或‘形状’这个词一样，是用以表称事物显现的性质的范畴。”^①这就是说，价值是指客观事物呈现给人一种的属性，它的存在首先是以客观事物的固有性质为依据的。但在刘易斯看来，价值与客观事物本身毕竟不能等量齐观，价值并不是那有价值的事物本身，而是指那事物在与人的联系中表现出的某种功能意义^②。他还认识到，价值会因评价主体的不同而分为关于个体的价值和对其社会的价值，他指出：“我们用不同方法或为不同目的评定关于客体事物的价值。关于个人的价值：即我的价值，你的价值，和这个人的价值，都是为个人的不同和个人情况的差别的理由所评定的。这些理由影响到价值，这些价值是一种特殊的客观实体可能具有的而且适用于个人，因而也影响个人的经验。非个人的或社会的价值是作为大多数人们或社会的价值来评定的”^②。这实际上已经超出了以往价值哲学基本上是在个体范围内考察价值问题的观点。刘易斯还根据

①② 见《当代美国资产阶级哲学资料》，第1辑，第14页。

② 《当代美国资产阶级哲学资料》，第1辑，第19—20页。

价值自身的特性而将其分为客体事物“固有的价值”和“工具的价值”。前者指客观事物本身所具有的性质。后者则指客体事物能够帮助主体实现某种目的的性质。他认为“美的价值是固有价值例子”。刘易斯用这种价值理论来分析美学问题，他认为审美价值是这样一种属性：“这种属性与其他属性一样受到经验的检验，但又不依赖于任何个别的经验或个人所发现的价值。”^①这即是说，审美价值是一种带有普遍意义的价值属性，它的呈现虽离不开个人经验，但它的存在又是对许多主体而言的。它有某种客观规定性。这种见解显然与康德关于美不借助于概念而又带有普遍性的见解是一致的。刘易斯认为，在审美客体中包含着各种潜在的审美价值因素，对这些因素的发掘则有赖于审美主体所具有的主观能力。“他们一旦具备了这种能力，便能在对任何审美对象的考察中更有把握、更准确地判断该客体的潜在因素，从而使自己以及他人能进一步发掘更多的价值。”^②这样，刘易斯又强调了主体能力对于审美判断的重要意义。从这些论述中我们可以看出，刘易斯是极力在审美价值的个体经验性与社会普遍性、主观性与客观性的辩证关系中来阐述其本质特征的，这就使他的理论较之桑塔耶纳要大大前进了一步。

语义学美学也将审美价值和艺术价值作为关注的主要对象。这派美学的代表人物 I·A·瑞恰兹认为：“在美学中，一个更为严重的缺陷是对价值因素的回避。”^③他将语言分为“符号语言”与“情感语言”两类，认为艺术品所使用的是“情感语

① 《认识与评价的分析》，见《当代美学》，光明日报出版社，第 500 页。

② 《认识与评价的分析》，见《当代美学》，光明日报出版社，第 500 页。

③ 《文学批评原理》，见《二十世纪西方美学名著选》，上卷，第 359 页。