



论美的客体性和客观性

(华中师范大学 文学院, 湖北 武汉 430079)

On Aesthetic Object and Objectivity

(Humanities School, Huazhong Normal University, Wuhan, Hubei 430079, China)

- 摘要
- 参考文献
- 相关文章

全文: PDF (1668 KB) HTML (1 KB) 输出: BibTeX | EndNote (RIS) 背景资料

摘要 在后现代语境下, 由于主客对立二分的思维模式遭到质疑和消解, 美的客体性和客观性仿佛已经不言而喻地被取消了。但是, 从本体论(存在论)角度来看, 美作为客体的存在是不可能取消的, 审美对象与审美主体不可能构成现实的“主体间性”; 从认识论角度来看, 美只能是人们认识的对象, 美和美感不能混淆, 美是不依赖于人的主观意识的客体的属性; 从价值论角度来看, 美是客体的审美价值, 美离不开人的审美需要和人类社会, 但是美可以而且事实上独立于每个审美主体的美感而显现出审美价值和意义。

关键词: 美的客体性 美的客观性 主体间性 审美价值

Abstract: Under postmodernism, the aesthetic object and objectivity have been evidently abolished due to the antithesis between the subjective and objective thinking modes. However, aesthetic, as the existence of object, is not to be abolished when looking from the point of ontology; aesthetic object and subject cannot form the realistic inter- objectivity. On the other hand, when looking from epistemology, aesthetic is only the object of human cognition; it should be confused with aesthetic sense. Aesthetic is objective which is beyond human subjective consciousness. Finally, when looking from the point of value, aesthetic is the value of the object; it cannot be separated from aesthetic need and human society, but can be, and in fact is, independent from aesthetic subject to show its value and significance.

Key words: aesthetic object aesthetic objectivity inter- subjectivity aesthetic value

作者简介: 张玉能(1943-), 男, 江苏南京人, 华中师范大学文学院教授、博士生导师。

引用本文:

张玉能. 论美的客体性和客观性[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2006, 27(4): 49-54.

ZHANG Yu-Neng. On Aesthetic Object and Objectivity[J]. Journal of Jishou University (Social Sciences), 2006, 27(4): 49-54.

- [1] 郑易里, 曹成修. 英华大词典[Z]. 北京: 商务印书馆, 1984.
- [2] 德汉词典[Z]. 上海: 上海译文出版社, 1983.
- [3] 徐昌明, 张其松. 新英汉哲学词典[Z]. 成都: 四川大学出版社, 1991.
- [4] [俄]列宁. 哲学笔记[M]. 北京: 人民出版社, 1959.
- [5] [德]康德. 判断力批判: 上卷[M]. 宗白华译, 北京: 商务印书馆, 1964.
- [6] [德]席勒. 秀美与尊严——席勒艺术和美学文集[M]. 张玉能译, 北京: 文化艺术出版社, 1996.
- [7] [德]席勒. 席勒散文选[M]. 张玉能译, 天津: 百花文艺出版社, 1997.
- [8] [英]约翰·莱尔德. 价值的客观性[A]. 价值论与伦理学论丛[C]. 武汉: 湖北人民出版社, 2002.

服务

- ▶ 把本文推荐给朋友
- ▶ 加入我的书架
- ▶ 加入引用管理器
- ▶ E-mail Alert
- ▶ RSS

作者相关文章

- ▶ 张玉能

- [1] 王伟. 接受美学在内地的转述译介和话语建构[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2012, 33(2): 33-40.
- [2] 杨春时, 杨晨. 中国古典美学意象概念的主体间性[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2011, 32(4): 21-25.
- [3] 李咏吟. 主体间性理论与审美价值体验的共通感[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2011, 32(1): 21-26.
- [4] 张翼. 民俗文化广告的审美价值[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2009, 30(4): 154-156.
- [5] 刘汝荣, 杨为. 论广告翻译中的主体间性[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2009, 30(1): 157-161.
- [6] 李明德. 论导向效果[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2008, 29(6): 87-92.
- [7] 赵建军. 转换与超越: 知识论与价值论美的结构体性[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2008, 29(5): 49-53.
- [8] 王伟. 文本意义的主体间性建构——从审美理解谈“解释学论战”[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2008, 29(5): 86-90.
- [9] 杨春时. 自然主义的主体间性: 在信仰主义与审美主义之间[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2007, 28(1): 29-34.
- [10] 刘士林. 我能够期待什么——论审美价值的本体论承诺[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2001, 22(4): 19-25.

版权所有 © 2012《吉首大学学报(社会科学版)》编辑部

通讯地址: 湖南省吉首市人民南路120号《吉首大学学报》编辑部 邮编: 416000

电话传真: 0743-8563684 E-mail: jsdxxb@qq.com 办公QQ: 44134225

本系统由北京玛格泰克科技发展有限公司设计开发 技术支持: support@magtech.com.cn