

<<中国古代美学之自由精神>>

图书基本信息

书名：<<中国古代美学之自由精神>>

13位ISBN编号：9787511714534

10位ISBN编号：7511714536

出版时间：2013-1

出版时间：李天道 中央编译出版社 (2013-01出版)

作者：李天道

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>

<<中国古代美学之自由精神>>

内容概要

《中国古代美学之自由精神》主要内容包括：中国美学的“朴”与“归朴”之域及其构成、老子的“无味”之“味”说与中国文艺美学“淡”范畴等。

中国美学的基本精神突出地体现在生命诉求与对审美境域化生构成的推崇。

中国美学总是借助艺术来使人融于天地化育，促使人生诗意化，力图塑造完美的心灵，把肯定人生，把握人生，以构成更高人生境域与审美境域作为审美活动的极境、乐生。

体征生生，即力图在审美境域中完成真善美相统一的人格、光明的人生、自由任运的理想人格，视宇宙自然为可居可游的心灵家园，以圆融无碍的干平常生活中体悟天地大化作为审美的最高宗旨。

<<中国古代美学之自由精神>>

作者简介

李天道，彭州市人。

现为四川师范大学文学院教授，博士生导师。

四川省有突出贡献专家、四川省二级教授，四川省作家协会会员、四川省美学学会秘书长、中华美学学会理事、中国古代文学理论学会理事；高校美育学会常务理事、中华美学学会美育研究会理事。

在《文学评论》、《文艺研究》、《文学遗产》、《北京大学学报》、《学术月刊》等刊物上发表论文一百余篇；并在中华书局、商务印书馆、中国社会科学出版社等多家出版社出版《中国美学之雅俗精神》、《老子美学的当代意义》等专著多本。

获四川省优秀教学成果奖一等奖和三等奖各一次；获四川省哲学社会科学优秀科研成果奖三等奖五次，四川省第九次社会科学优秀科研成果二等奖一次；获青海省社会科学优秀成果奖三等奖一次。

<<中国古代美学之自由精神>>

书籍目录

中国美学的“朴”与“归朴”之域及其构成 老子的“无味”之“味”说与中国文艺美学“淡”范畴
中国美学“兴”与“兴会”之域的构成论意蕴 《周易》“化生”构成思想与文艺美学变异说“诚”
：中国美学的最高审美之维 论中国文艺美学之“几”范畴与“知几”说 论儒家人生美学之审美自由
域“典雅”说的文化构成及其美学意义 中国传统美学“典雅”说的规定性意义 《周易》“阴阳”观
与中国美学之“生化”构成思想 现象学美学构成论视域下的“禅” 中国传统美学之自由创新精神 汉
语批评之诗性言说及其美学渊源 构成论视域下的“清”与“清雅” “大象无形”与中国美学“意境
”之模糊心态 中国美学境域缘发构成论中的自由精神 巫术文化与古代早期美育思想的发生 《周易》
与中国文艺美学“常”、“变”生化观 道家“道”论与中国美学之“通变”观

<<中国古代美学之自由精神>>

章节摘录

版权页：中国文艺美学推崇“淡”之域的创构。

所谓“淡”，指平淡、清淡、疏淡，侧重指意蕴情味。

最初“淡”指一种“味”。

如王充云：“大羹必有淡味。”

董其昌云：“淡然无味，天人粮殆于此发窍。”

李佐贤云：“声希味淡，无迹可求。”

这些地方都是指意蕴情味。

引入文艺美学，“淡”则并非指平直浅淡，而是有“味”能“深”，是“发纤脓于简古，寄至味于淡泊”，是“外枯而中膏，似淡而实美”，是绚烂之极后的平朴，因而是“淡中有旨”。

从原初视域来看，中国美学对“淡”之境域的美学追求，其生成原点应该归依于老子美学中的“无味”之“味”说。

老子云：“为无为，事无事，味无味。”

（《老子》六十三章）在这里，老子提出著名的“无味”说的美学命题。

在老子看来，“无味”之“味”，乃为“味”之极致，是“至味”之所在，“无味”是“道”境域的显现。

这是老子美学要义之所在。

老子认为，“道”之境域的呈现是“淡”而“无味”，而这“无味”也是一种“味”，而且是一种至高至上的“味”。

因此，王弼《老子注》云：“以恬淡为味。”

“无味”是一种“恬淡”之“味”。

老子以“味”论“道”。

“道”无味，不似肥浓甘脆，令人咀嚼不已，饜饒无穷，而人之爽口悦心者，自不厌焉。

此无味中之至味，非世味之浓所可拟。

“道”无方所，亦无形状，难想象亦难捉摸。

故曰：视不见，听不闻，而取之靡穷，用之不竭，所以范围天地而不过，曲成万物而不遗，这就是“道”之所以为“大”。

<<中国古代美学之自由精神>>

编辑推荐

《中国古代美学之自由精神》是由李天道著，中央编译出版社出版的。

<<中国古代美学之自由精神>>

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>