

[首页](#) >> [艺术学](#) >> [原创文章](#)

熟悉感对美感的消解性

2019年11月05日 13:05 来源：中国社会科学网-中国社会科学报 作者：薛永武

字号

[打印](#) [推荐](#)

从审美的角度来看，审美主体越是熟悉审美客体，不但不能增加美感，有时反而能够产生对美感的消解性。

熟悉感对审美主体的心理影响

熟悉感是指主体对比较熟悉的事物所产生的心理感受。从审美主体的角度来看，审美主体对审美对象熟悉的程度直接影响主体的审美感受。一般而言，主体对审美对象越熟悉，美感程度有时越低；主体对审美对象越陌生，美感程度有可能反而越高。

在审美过程中，我们第一次看到浩瀚的大海、茫茫的雪原或千里戈壁时，这些特殊的审美客体给我们强烈的视觉刺激，使我们产生特殊的心理感受，比如突兀感、惊奇感、震惊感等美感。但是，人们如果生活在这些环境，就不再会产生这么强烈的感受，就会逐渐习以为常，甚至熟视无睹。渔民在浩瀚的大海捕鱼，习惯了大海的波涛，面对辽阔的海洋，未必产生对大海的美感；而内陆地区的人们第一次看到大海时，大多非常欣喜、激动，甚至产生美感。东北地区的居民适应了冬天的严寒，面对茫茫的林海雪原也未必产生美感；而热带地区的人们第一次看到茫茫的林海雪原，就会被冰天雪地的情景所折服，在惊奇中产生特定的美感。

关于熟悉感对美感的消解性，苏联文学批评家什克洛夫斯基在1914年的论文《词语的复活》中，阐述了对语言自动化现象的观察与思考。什克洛夫斯基认为，如果我们注意观察一下人类心理感受的一般规律的话，就会发现，一事物被感受若干次后感受过程便开始进入无意识的“自动化”领域，这时候事物就会“枯萎”，也就是说不能引起人们足够的注意力。他提出了艺术陌生化的观点，并影响了布莱希特的戏剧理论。布莱希特为了增加戏剧艺术的陌生化效果，主张增加戏剧内容对观众的新鲜感。在剧本创作上，他善于运用异国模糊的时空背景，以达到观众与剧情间的疏离效果。杨向荣认为，“布莱希特确实是在1935年的莫斯科之行后才提出陌生化的，而什克洛夫斯基早在1919年就已有此提法。布莱希特与什克洛夫斯基的理论在美学内涵上有着许多相似处，什克洛夫斯基的理论在一定程度上应该是影响了布莱希特，而不仅仅只是一种巧合”。由此可见，在戏剧欣赏过程中，熟悉感也会在较大程度上影响观众的美感程度。

熟悉感消解美感的原因

熟悉感对美感的消解性，是指审美主体在审美的時候，主体越是熟悉审美的对象，就越会降低对事物的美感，即对美的事物的熟悉程度客观上对美感的产生具有较大的影响。审美主体对美的事物越是陌生，越会产生美感；审美主体对美的事物越是熟悉，反而越会降低美感，即审美主体对美的事物的熟悉感对美感的产生具有一定的消解性。这种消解性并非完全的消解，而是在一定程度上会降低审美主体对美的事物所产生的美感程度。

熟悉感与陌生感相对而言。在欣赏美的过程中，阐释学中的“前理解”自觉不自觉地对审美主体产生重要的影响。审美主体在“前理解”中，如果不熟悉美的事物，一旦进入审美境界，马上就会被美的事物所吸引，在赏心悦目中产生特定的美感；相反，从“前理解”的角度来看审美心理，审美主体如果比较熟悉审美对象，就难以产生浓郁的美感，所谓见怪不怪，见美不美，已有的审美经验也会冲淡甚至抑制主体对美感的产生。

为了避免熟悉感对美感的消解性，审美主体要更多地欣赏新的美的事物，不要反复欣赏同一个或同一类美的事物。如果欣赏同一类美的事物，可以适当延长欣赏的间隔时间，

尽量降低熟悉感对美感的消解性。适当延长间隔时间，在一定程度上意味着增加对美的事物的陌生感，有利于产生美感。

社会心理学视角的解读

从社会心理学的角度来看，首因效应的内在机制也会从心理上说明熟悉感能够对美感产生一定的消解作用。首因效应是由美国心理学家洛钦斯首先提出的，也叫首次效应、优先效应或第一印象效应，指交往双方形成的第一次印象对今后交往关系的影响，也是“先入为主”带来的效果。

从首因效应来看，第一印象能够给人们产生较深刻的印象，而熟悉感客观上恰恰与首因效应正好相反。与首因效应相反，我们如果非常熟悉这个对象，这个对象的信息就不再像第一次那样给视觉产生很大的新刺激，反而在一定程度上对美感产生消解作用。

从心理学的角度来看，人们既“见怪不怪”，又会见美不美。其内在心理机制就是人的视觉如果经常见到某类对象，人的神经系统通过这类对象的反复刺激，就会降低对该事物的敏感度。在社会心理层面，所谓见美不美，是指审美主体经常接触到同一类审美的对象，就会从视觉和心理两个层面在适应审美的对象的基础上，可能弱化对美的事物的欣赏，甚至产生审美疲劳。

从审美促进人才开发的角度来看，为了避免熟悉感对审美作用的消解性，施教者应该尽量用丰富多彩的审美对象熏陶和感染受教者，不要经常用相同的审美对象和审美手段进行施教，在一定程度上避免对教育效果的消解性。

（作者单位：中国海洋大学文学与新闻传播学院）

作者简介

姓名：薛永武 工作单位：

分享到：

转载请注明来源：[中国社会科学网](#)（责编：胡子轩）

相关文章