

论审美效应

李欣复

()

中图分类号:

摘要: 审美效应是审美主客体之间进行信息交流活动所产生的一种综合性效果反应。所谓美和文艺的社会效应都要通过审美效应来实现。因此,抓住这个重要环节,展开深入的研究,其它问题也就相应可以得到解决。审美效应问题,在西方近代美学中已经有较长的研究历史,比如它的类型、性质、心理和生理功能的反映及特点等,都从实验手段方面积累了一些数据,提出了一些美学范畴,足以供我们借鉴和参考。但众所共知,无论精神分析派,现象学派或是

关键词:

 [阅读文章\(pdf\)](#)

关闭本页