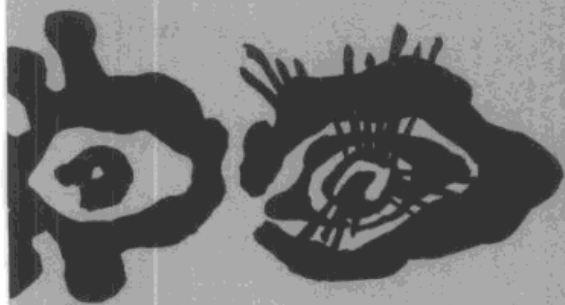




数据加载失败，请稍后重试！

观众心理学

陆一帆著



A0291926

前 言

文艺读者和观众常常碰到这样的问题：为什么一个作品这样写而不那样写？为什么某一时代出现这样的文艺流派而不出现另一种文艺流派？为什么有些长期受欢迎的作品突然失去读者和观众？为什么出现这样和那样的文艺“危机”？为什么有的作品被一些人捧上天，广大读者却不欣赏？为什么“通俗文学”大受欢迎，而“纯文学”却遭冷遇？色情作品是坏作品，为什么还有那么多人喜欢看？文坛上为什么一会儿出现这一种“热”，过一会儿又出现另一种“热”？这些都是文艺领域中令人关注的问题。我们应该好好地研究，掌握其中的规律，遵循它去行事。

文艺作品是要拿给读者观众看的，世界上没有只写给自己看的作家。既然要写给读者观众看，就要了解他们喜欢什么作品不喜欢什么作品，他们的审美心理如何。如果对他们的心理不了解，只凭自己的爱好去写，与读者观众的要求格格不入，作品自然不受欢迎。所以，不仅作家、艺术家，还有文艺管理工作、出版工作者、书店经营者，都应该研究读者观众心理。当然，读者观众也应该懂得自己的心理。

本书虽名曰《观众心理学》，但并不限于观众，也包括文学读者在内，是读者观众心理学。读者观众可以作为个体而存在，也可以作为群体而存在。本书主要是研究群体读者

观众心理，有时为了说明群体问题才插进一些个体的内容。关于个体读者观众心理问题，我在拙著《文艺心理学》一书中作过许多论述，所以本书从略。

观众心理学属于却不等于社会审美心理学。社会审美心理学论述一般的审美心理规律，观众心理学论述文艺观赏心理规律。当然，在一般问题上它们是共通的。要了解后者必须先懂得前者，所以本书在论述各个问题时，总是先论述社会审美心理一般原理，然后再论述文艺观赏心理的特殊规律。我以为只有这样才能解决问题，只就观众论观众心理是不可能解决问题的。

我于1983年写完《文艺心理学》以后，便决定动手写《观众心理学》，因为我觉得这是十分重要的课题，当前文艺上出现的许多问题，若不从读者观众心理方面去探讨就无法弄明白。但这又是个繁难课题，我还没有什么底，需要一段较长时间的学习和积累材料。所以我一边收集资料，一边编写其他专著，直到1986年夏才开始动手写作本书。是年下半年我给研究生和本科高年级生开《文艺心理学》课，讲的实际是观众心理学，我想借此机会听听同学们的意见。当时我一边写一边讲，后来写讲稿赶不上，便写个提纲上课，十分紧张也十分狼狈。讲完课我便着手修改和补写。有些章节难度大，捉摸好久才写出来。原定是去年七月交稿的，但不得不一拖再拖，至今才完稿。本书原定与黄一心同志合写，后来她由于工作忙抽不出时间，便把所积累的全部资料交给我，由我单独完成。本书有她一份汗水。对她的帮助我深为感激，特此鸣谢。

陆一帆

1988年1月30日于中山大学

第一章 社会审美心理

一 什么是社会审美心理

什么是社会审美心理？这是一个崭新的问题。它是社会心理的一个组成部分，而社会心理本身仍然是一个新的领域，过去研究的人并不多。马克思和恩格斯对社会心理并未予以充分注意。历史唯物主义讲经济基础与上层建筑，说明二者的性质和关系，讲上层建筑时只讲社会意识形态，不讲社会心理。恩格斯晚年发现这是个缺陷，希望后来的马克思主义者努力研究这一问题。1893年，恩格斯给梅林复信，针对他的《论历史唯物主义》一书所存在的问题，写道：“……被忽略的还有一点，这一点在马克思和我的著作通常也强调得不够，在这方面我们两人都有同样的过错。这就是说，我们最初是把重点放在从作为基础的经济事实探索出政治观念、法权观念和其他思想观念以及由这些观念所制约的行动，而当时是应该这样做的。但是我们这样做的时候为了内容而忽略了形式方面，即这些观念是由什么样的方式和方法产生的。”^① 恩格斯在这里指出了历史唯物主义新的研究领域和方向，这就是不仅要阐明经济发展归根结底决定着思想观念体系的

^① 《马克思恩格斯选集》第4卷，第500—501页。

发展，而且要更加详尽地说明经济基础是以什么样的形式，通过什么样的方法对上层建筑起作用，使它得以产生，并按照一定的方向发展。这是重要的新领域，过去被忽视了。恩格斯认为：“必须重新研究全部历史，必须详细研究各种社会形态存在的条件，然后设法从这些条件中找出相应的政治、私法、美学、哲学、宗教等等的观点。……这个领域无限广阔，谁肯认真工作，谁就能做出许多成绩，就能超群出众。”^①

最早对社会心理作认真研究的是普列汉诺夫，他不仅研究一般的社会心理，还研究社会审美心理。但是苏联于30年代否定了他这方面的观点，认为他的社会心理学观点是唯心主义的，所以没有人重视，我国更不会重视。泰纳在社会审美心理学方面也作过认真的研究，他的《艺术哲学》就是这方面的重要成果，这部著作作用大量的历史材料，论证了时代气候如同自然气候一样影响着文艺，其中有许多精辟见解。我以为它在方法论上的价值超过它的理论观点的价值，过去我们对它重视不够。

社会审美心理对文艺创作和文艺欣赏是非常重要的，普列汉诺夫说：“要了解某一国家的科学思想史或艺术史，只知道它的经济是不够的，必须知道如何从经济进而研究社会心理，对于社会心理若没有精细的研究与了解，思想体系的历史唯物主义解释根本就不可能。……因此社会心理学异常重要。甚至在法律和政治制度的历史中都必须估计它，而在文学、艺术、哲学等学科的历史中，如果没有它，就一步也动不得。”^②

① 《马克思恩格斯选集》第4卷，第475页。

② 《普列汉诺夫哲学著作选集》第2卷，第272—273页。

普氏认为社会心理对文艺的影响极为重大，研究文艺史“如果没有它，就一步也动不得。”我认为这是很中肯的见解。可以说社会心理学是揭开文艺产生、发展之谜的一把钥匙。

什么是社会审美心理？要了解它先要了解整个社会结构。关于社会结构，马克思在《“政治经济学批判”导言》中作过这样的论述：“人们在自己生活的社会 中发生一定的、必然的、不以他们的意志为转移的关系，即同他们的物质生产力的一定发展阶段相适合的生产关系。这些生产关系的总和构成社会的经济结构，即有法律和政治的上层建筑竖立其上并有一定的社会意识形态与之相适应的现实基础。”^①马克思这里提出了社会结构的基本层次是：“生产力—生产关系（经济基础）—上层建筑（其中包括政治法律制度、意识形态）。这里他没有提出社会心理层次。恩格斯在《费尔巴哈和德国古典哲学的终结》及有关历史唯物主义的通信中，已提出了社会意识具有一定的层次结构：最直接的低级的人们日常意识，比较高级的意识形态，如法律、政治等，高级的远离物质基础而悬浮于空中的思想体系，如哲学、艺术、宗教等，它们同经济基础的联系，是通过许多中间环节实现的。这些中间环节恩格斯没有明确说出是社会心理，但是显然他已意识到了。

普列汉诺夫在马克思和恩格斯的理论上，提出了社会结构的“五项论”，即：（一）生产力的状况；（二）被生产力所制约的经济关系；（三）在一定的经济“基础上”生长起来的社会政治制度；（四）一部分由经济直接决定

① 《马克思恩格斯选集》第2卷，第82页。

的，一部分由生长在经济上的全部社会政治制度所决定的社会中的人的心理；（五）反映这种心理特性的各种思想体系。①普氏明确地将社会意识形态分为两个层次：社会心理和思想体系。②这是普氏在历史唯物主义学说中的一个重要贡献。他的社会心理学说的来源除了马克思恩格斯的学说外，还受到了黑格尔的“民族精神”论和泰纳的“时代气候”论的启迪，后二人的理论对他的影响更直接些。

所谓社会心理，就是特定群体的日常意识，亦即特定历史时代，特定民族，特定阶级，特定团体中普遍流行的精神状态，包括感情、愿望、要求、信仰、风俗习惯、道德风尚等。社会心理与思想体系（社会意识形态）不同，它是直接经验的反映，具有直接感受性。经济制度、政治生活的细微末节的变化，马上就会在社会心理中反映出来，人们便迅速自发地“反馈”，感到高兴或痛苦，抱有希望或绝望。这些心理很快便流传起来，成为一种社会心理。由于它是直接经验的反映，所以具有自发性，不系统性和不稳定性。例如义和团的排外反帝运动，过去中国人民的“抵制洋货”运动，都是一种自发的反帝爱国的朴素心理的自然流露；天安门事件是群众反对极“左”路线，反对“四人帮”的朴素心理的表现。

社会意识形态或思想体系（包括政治思想、道德思想、哲学思想、宗教思想、文艺作品及文艺思想等），虽然也是经济基础的反映，但不是直接的反映，不是经济、政治有什么细微变化就立即反映出来，它不是自发地在经济基础上产生，而是经过理论家、作家加工、提炼、概括，使之理论化、系统化，成为一种系统、独立的意识体系，具有稳定

① 《普列汉诺夫哲学著作选集》第3卷，第195页。

性。例如，科学社会主义理论不是工人自发心理的产物，不是工人情绪、意志、要求的直接综合，它是无产阶级理论家马克思恩格斯所创立的，他们深入研究了资本主义的经济关系，才发现了资本主义剥削的秘密，揭示出资本主义必亡，社会主义必胜的规律。科学社会主义理论不仅集中反映了无产阶级的意志、情绪和要求，而且对无产阶级的地位和作用作出了论证。自发的工人心理并不理解自己解放的条件和历史任务，只是对剥削阶级的不满和盲目的反抗，往往掺杂利己主义和民族主义思想。由于社会意识形态是经过专门家的分析、综合、改造、加工，所以它具有间接性、自觉性、系统性和稳定性，是高层次的社会意识。

社会审美心理是社会心理的一个组成部分，它渗透着社会心理各个组成因素，所以在研究社会审美心理因素时，不能脱离社会心理的各种因素孤立地进行考察。企图撇开社会心理提出一种“纯粹”的社会审美心理来，是徒劳无功的。社会审美心理是特定群体的日常审美意识，是人们对自然美、社会美、艺术美、日常生活美的心理反映。人们觉得这些对象美或不美，喜爱或者讨厌，产生快感或不快感，都会立即反映出来，有什么感受就反应什么；这些心理是直接的，零碎的，自发的。文艺作品和文艺理论、美学思想都是社会审美心理的直接反映，它们比社会审美心理更集中，更有系统性。社会审美心理与其他社会构成因素的层次可见图一。

社会审美心理虽然是特定社会团体的共同心理，但并非该集团每个人所有审美心理的总和，而只是特定社会团体典型的审美心理。也就是说，社会审美心理是特定社会团体所有成员不同程度地具有的共同心理，它不包括每个人一切审美心理特征。要知道，在一个团体中每个人既有与其他人相

图一

各种社会意识形态 文艺作品、美学			
社会心理		社会审美心理	
政		治	
生		产 关 系	
生		产 力	

同的审美心理，也有个人独特的为他人所无的审美心理，前者是共性，可归入社会审美心理中；后者是个性，不能归入社会审美心理中。例如，没落时代的审美心理是颓废、悲观绝望、淫乐，喜爱靡靡之音、浅斟低唱、厌世出尘，这是共同的，每个人都或多或少地具有的。但是，由于各人的出身、经历、心理素质与生理条件不完全相同，所以各人除了上述这些心理以外，也还有一些独特的审美心理：有的人愤世嫉俗，大喊大叫；有的人玩世不恭，嬉笑怒骂；有的人沉默寡言，冷眼面世；有的人努力追求光明，有的人等待光明的到来。又如工人阶级的审美心理是积极、进取、充满战斗激情，乐观、健康的，但各个工人也还有自己独特的审美爱好和兴趣，有的人也爱浅斟低唱，有的人爱黄色的东西，有的人也悲观厌世。总之，社会审美心理是撇开个人独有的审美心理素质，审美能力、趣味等个体因素，只是某一社会团体所显示出来的共同审美心理活动和趋势。社会审美心理与个体独特的因素无关，它强调团体的整体性，忽略个体性；强调总体的宏

观，略去个体微观；它突出人的社会地位，所属阶级、群体、民族的特征，撇开个人的生活经历和地位等条件。

因此，社会审美心理学或群体观众心理学与个体审美心理学不同。个体审美心理学主要研究个人审美心理过程和个性审美心理特征。个人审美心理过程，即个人的审美感觉、知觉、表象、记忆、思维等审美心理过程。审美个性特征，即个人在审美心理活动中表现出来的比较稳定的审美心理特点，如个人审美能力，审美趣味、审美心境、审美注意、审美习惯、审美定势等。社会审美心理学主要是研究社会团体的审美心理过程和审美特点，着重整体的宏观研究。

二 社会审美心理结构

“审美心理结构”一词现在已颇为流行，但是它究竟是怎么样的？许多人不甚了了。不少人认为审美心理结构，就是审美的感觉、知觉、表象、想象等。其实，这只是审美认识过程。我以为审美心理结构是人们用以进行审美活动的心理总体，它在审美认识每一过程中都起作用。它包括许多因素，可归为两部分：一是审美心理特质部分，包括审美性格、审美习惯和审美能力。这部分是稳定因素，它们是在较长时间内形成的，有的则有深厚的历史渊源，一旦形成就比较不易变化，变化过程较缓慢。另一部分是审美情感，包括审美需要、审美趣味、审美心境。这部分是动态因素，经常变化，直接反映社会经济、政治情况，社会上出现什么大事，立即就在审美需要、趣味、情感上反映出来。

社会审美心理结构也包括这些因素，只不过它们是社会

众多成员所共有的典型心理因素，不是个体独有的心理因素。它们就是社会审美性格、社会审美习惯、社会审美能力、社会审美需要、社会审美趣味、社会审美心境。下面分别论述之。

1. 社会审美需要。社会审美需要与个人审美需要大致相同，其内容也包括本能美感、性爱美感、知性美感和德性美感等四方面的需要。每一个社会或民族、阶级、集团都有这几方面的共同审美需要。这些共同审美需要心理上的表现就是美的要求、美的理想。关于审美需要已有专章论述，这里从略。

2. 社会审美心境。心境是一种情感形态，是某一时间内侵袭人整个身心而表现较为微弱的情感，这情感有各种各样的品种，喜、怒、哀、乐、爱、恶、恨等应有尽有。心境主要是由外界事物所引起，同时也可由个人身体的自我感觉引起（如健康状况、精力充沛或不足等）。社会审美心境与个人心境不同，它是在一时期内侵袭整个特定社会团体而表现较为微弱的情感，它存在的时间较长，是特定团体各成员所共有的，所以它是一种社会情感，相当于社会思潮那样的情感状态。它的产生与个人生理心理因素无关，全然是由社会的经济、政治、哲学、自然环境等所引起的。每一个社会或民族、阶级、集团都有共同的审美心境。例如文艺复兴时期的社会审美心境是欢乐、乐观、热情，向往人性和人道。我国魏晋南北朝时期的社会审美心境，是悲伤、痛苦、飘逸、解脱、恬淡、自然。当今我国开放改革时期的社会审美心境是热情、奔放、豪迈、欢乐。

可能有人说，你所说的社会审美心境实际上也就是一般的社会心境。是的，我正是这样认为。为什么是这样的？因

为一方面，一个人审美前的情感是外界或内部各种因素所引起的，既有审美情感也有非审美情感，谁也分不清它是什么情感。另一方面，这是不是审美情感是没有什么关系的，反正所起的作用都一样。我们之所以称它是社会审美心境，仅仅是因为它这时是作为社会审美的情感背景，是社会美感的起点。人们是在这种心境基础上进行审美的，而不是进行科学活动或实用活动。

社会审美心境对社会审美活动影响不可低估，其作用有二：第一，促进审美知觉，使其带有明显的倾向性。情感对人们的知觉起促进作用，使认知带有明显的倾向性。人在愉快时总是倾向以肯定的眼光去看待各种事物，本来美的事物显得更美，不甚美的事物也觉得相当美，他平时所不关心的东西也会引起他的愉快情感。人在哀伤苦闷时总是倾向以否定的眼光去看待各种事物，美的事物觉得不美，平时有兴趣的东西也引不起他的愉快。这是普遍存在的现象。这种现象是可以用大脑生理机制去说明的。由于社会审美心境有这种作用，所以在欢乐的时代，作品中的事物多染欢乐色彩，山也乐来水也乐。因为作家心情快乐，他们戴着欢乐的有色眼镜去看事物，这方面可以盛唐诗歌为例。在悲伤时代，作品中事物多染哀伤情调，云愁月惨，草木含悲。因为作家戴着悲伤的有色眼镜去看事物，这方面可以魏晋时代的诗歌为例。第二，社会审美心境是美感的起点。人的情感是一股连绵不断的流水。人们在审美之前不会心如古井，而是有一定情感的，人们审美时所产生的美感就以它为起点。如果审美心境是愉快、欢乐的，美感的起点越高，美的事物很容易引起人们强烈的美感，不甚美的事物也能引起人们的美感。人在喝酒以后很容易激动和兴奋，其原因就是喝酒以后人的生理机

能被酒精激动起来了，神经兴奋了，所以一遇到某些高兴的事就特别兴奋、激动，犹如干柴遇烈火一样。如果审美心境是悲哀痛苦的，美感的起点就低，需要特别美的事物才能引起人们的美感。有一些美的事物在平时能引起美感，但在悲哀心境侵袭人时，却引不起美感，因为悲哀的情感把美感削弱和破坏了。正是由于社会审美心境起着这种作用，我们常常看到欢乐的时代，人们的审美对象和美感总是非常丰富多采的。自然界社会上美的事物很多，较为普通的事物也引起人玩赏不已。而在灾难频繁的时代，很多美的事物似乎变得丑了，引不起人们的赞赏，美似乎显得贫乏多了。其实，并非因为客观事物不美，而是由于社会审美心境的破坏所致。马克思曾说：“焦虑不安的穷人甚至对最美的景色也没有感觉。”其原因即在于此。

由此可见，社会审美心境在社会审美活动中起着重要的作用，它可以使整个社会的人对美的事物漠然处之，对不大美的事物赞赏不已。因此，为了社会审美活动获得良好的效果，创造一个良好愉快的社会审美心境是十分必要的。

3. 社会审美趣味。审美趣味是人们对审美客体的一种特殊认识倾向，这种认识倾向带有稳定的指向性，持续较长时间，而且总是带有特别快乐和满意的情感，当人们对某事物产生趣味时，就会愉快地去认识它，欣赏它。每个人都有自己独特的审美趣味，每个社会、每个民族和集体也有独特的审美趣味。^⑥社会审美趣味和社会需要关系密切，后者是前者的基础，由于对某些审美对象有特殊需要，才会对它发生趣味。我们常常看到有的时代，整个社会对人体美特别感兴趣，对性格美却相对地缺乏兴趣。例如古希腊人对人体美非常爱好，为了获得美的形体，人们积极进行体育锻炼，还

进行舞蹈训练，到处有男女的健身场所。这与当时的战争和贵族统治有密切关系。为了要赢得战争和统治奴隶，贵族青年必须要有强健的体魄。我国魏晋南北朝时代也对形体美特别感兴趣，爱形体美成风，不仅士大夫阶级如此，普通平民也这样。看到形体美的人大家总是啧啧称赞，一个美男子上街，男女老少就争着围观，水泄不通，甚至有“看杀卫玠”、“潘岳掷果”的现象。产生这种审美趣味的主要原因是人的觉醒。连年战祸，灾难频繁，使人感到人生犹如朝露，所以倍觉珍贵，对有形之躯自当爱惜，崇尚美貌。

4. 社会审美性格。性格是指一个人对周围现实的一种稳固态度和习惯的行为方式。我们每个人对周围现实都产生独特的反应。这反应表现在两个方面：一是做什么，一是怎么做。做什么活动的动机，表明他对现实的态度；怎么做是行为的方式，这就是性格。例如遇到困难时，有的人经常表现出坚定、勇敢、自信；有的人则表现为动摇、害怕、退缩。社会审美性格就是特定社会或团体广大成员在审美活动中普遍具有的共同性格。社会审美性格其实也就是社会性格，因为个人或团体无论在审美还是做别的事，所表现出来的都是同一个性格，没有另一个性格。

社会审美性格是各式各样的，常见的有，坚定性或动摇性，勇敢或懦弱，诚实或奸诈，纪律性或散漫性，积极性或消极性，坦率性或隐蔽性，亲切性或冷酷性，同情心或残暴性，有礼或粗野，高尚或卑劣，自律或放肆，谦虚或自大，大公或自私，勤劳或懒惰，精细或粗疏，朴实或虚荣，节俭或奢侈，正直或圆滑，等等。各个民族、各个阶级和各个社会集团都具有独特的性格。例如小资产阶级的性格是：革命不彻底性，妥协性，动摇性，好走极端；有时十分激进，而

一旦遇困难挫折往往惊慌失措，悲观消极。

社会审美性格对审美活动有不小影响，它往往制约社会的审美趋向，影响人们的爱恶。一般说来，有什么样的社会审美性格，社会就比较喜爱与之相类似的美。刚强的社会性格偏重于喜爱刚性美，柔弱的社会性格偏重于喜爱优美，朴实的社会性格偏于自然质朴之美，虚荣的社会性格偏于雕琢浮华之美，高尚的社会性格喜爱高雅之美，粗野卑劣的社会性格喜爱庸俗下流的东西，残暴的社会性格喜爱凶杀打斗一类的作品，诸如此类，等等。刘勰在《文心雕龙·知音》中说：“夫篇章杂沓，质文交加，知多偏好，人莫圆该。慷慨者逆声而击节，酝藉者见密而高蹈，浮慧者观绮而跃心，爱奇者闻诡而惊听；会已则嗟讽，异我则沮弃。”这确是一种普遍现象，个人审美如此，社会审美也如此。

我国北方人与南方人因所生活的地理环境不同，养成了不同的性格，北方人性格刚强、粗犷、古朴，南方人性格柔和、细腻、多情，这些性格上的区别古代尤其明显。因此，南北的审美趣味就大不相同，这种区别集中表现在《诗经》与《楚辞》的不同风格上。南方人由于性格柔和、细腻、多情，所以喜欢《楚辞》这类艺术美的形态：神奇幻想，浪漫多姿；感情炽热，缠绵悱恻；华丽多采，轻歌漫舞。北方人性格刚强、粗犷、古朴，所以喜爱《诗经》这类艺术美的形态：写实主义，刚毅简朴，情感节制而不强烈，“乐而不淫，哀而不伤”。

社会审美性格在各种社会团体中都是存在的，最突出的是存在于民族和阶级中，即民族性格和阶级性格，这两种社会性格在审美活动中的作用最大。

5. 社会审美习惯。习惯是一种心理特质。所谓习惯，

就是人在一定的情况下，自然而然或自动地对某些审美对象进行欣赏的特殊倾向。这是普遍存在的现象。例如中国人喜欢舞龙舞狮，过年过节或其他喜庆日子就舞起来，大家围着观看，虽然经常看，反复舞，但百看不厌，常看常新。西方人过年喜欢圣诞老人和圣诞树，中国人对此不感兴趣。我国内部各地也有一些独特的审美习惯，最明显的是各地区的人都习惯于欣赏本地地区的戏曲，一般不喜欢欣赏外地区的戏曲。例如广东人喜爱粤剧，北方人喜爱京剧，上海人喜爱越剧，河南人喜爱梆子，安徽人喜爱黄梅戏。甚至在一个省内不同地区不同县乡，也有自己的欣赏习惯。如广东省内，潮洲人喜爱潮剧，海南人喜爱琼剧，梅县地区人喜爱山歌剧和汉剧。

社会审美习惯的形成依靠两个方面：一是对某些审美对象进行反复的审美活动，造成“习惯成自然”。一切习惯的形成都是由于一定事物的刺激和主体的某些有关动作在大脑中形成了巩固的暂时神经联系，这种联系形成之后，就成为动力定型，当人们受到这一类事物的刺激作用时，就自然而然地去进行有关动作。社会审美习惯的形成自然不能离开这一规律。例如，中国人之所以喜爱舞龙舞狮，因为人们自小就经常见到这种民间艺术，各地区的人之所以喜爱本地地区的戏剧而不喜爱外地区的戏剧，就是因为从小就经常欣赏到本地地区的艺术，听多看多了，大脑神经上形成了动力定型。而外地区的戏剧虽也偶尔看过，但次数不多，无法形成巩固的暂时神经联系。社会审美习惯的形成还依靠另一种因素，这就是审美传统。所谓审美传统就是历史上形成而留传下来的审美习惯。任何人一生下来还完全不懂事的时候，就置身于一定的社会审美传统之中，并且开始受到它的熏陶。这种熏