

生活美學。

與

藝術。

謝登旺 主編



商鼎數位出版有限公司 印行

生活美學。

與

藝術。

謝登旺 主編



生活美學與藝術

主 編：謝 登 旺

發行人：廖雪鳳

出版者：商鼎數位出版有限公司

地址／台北市金山南路二段138號2樓

電話／(02)2228-9070 傳真／(02)2228-9076

郵撥／第50140536號 本社帳戶

<http://www.chienhua.com.tw>

[e-mail:chienhua@chienhua.com.tw](mailto:chienhua@chienhua.com.tw)

編輯委員：洪泉湖、劉阿榮、阮慶岳、鍾雲鶯、王旭、林國章、
高輝、李禮仲

編輯助理：許惠玲、陳葦柔、葉佩怡、陳宥君、游華芳

封面設計：呂欣庭

封面圖片：Sunflower & Tomato詹小葵

排 版：商鼎電腦排版部

◎本書所有論文均經雙向匿名外審修正後方予出版。

出版日期：中華民國一〇一年十二月

版權所有・翻印必究

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

生活美學與藝術／謝登旺主編.--臺北市：商鼎
數位，民101.12

面； 公分

ISBN 978-986-144-105-4 (平裝)

1.生活美學 2.藝術 3.文集

180.7

101026003

序

美學是有關於「美」的客體之經驗及其思辨，美的客體普存在生活各界，藉由人類經驗凝聚與精鍊的藝術，是美學教育的最佳取徑。

美學教育是時時刻刻存在於我們生活的周遭。在日常生活經驗的過程，藉由師長或父母或同儕的引導，提升個體之感覺、知覺、與辨識的能力，以建立自我鑑識經驗的成長。但是，要從能有所感，到有所知，以至於有所判，是必須透過美學的教育，瞭解美與藝術的基本形式法則、表現的方式與流派風格、文化的意涵與差異，特質的營造等相關的知識與技能及其運用。因為，個體要先能有所感覺，所以能知覺對象存在之意義與異同，因此能將知覺的對象予以分類，進而能將類別形成系統，最後則能建構自身的價值體系，實踐在其生活之中，這是學校、社會、與生活中美學教育的鵠的。

美學教育是二十一世紀人才培育的基礎，是生活素養養成的根本，不可諱言的，應為各學科領域學習的核心。《生活美學與藝術》一書，以跨領域的努力，集結長年關注此一議題師長們的卓思，從文化意識、中國古典詩詞、公共藝術、社會階層、休閒娛樂、部落自然、華人品味、茶藝文化、以至於兒歌教育等的面向探索美的存在與價值，宏觀的視野，勾畫恢弘的疆域。很榮幸能有機會參與此計畫的相關研討，相信此書必能為臺灣美學教育提供豐富的教學資源，並引領生活美學教育之落實與紮根。

國立台灣師範大學美術學系教授

陳懷花

當代社會中的生活美學

生活於當代世界的公民，一方面享受豐裕的物質生活，另一方面也感受精神方面之空虛。許多人透過其自身之心靈感發，對藝術美學有所體悟，對生活品味不斷充實提升，因而形成一種「生活美學」的氛圍。作為國家主體的公民，若能重視生活美學，當可增進生活情趣、豐富生命內涵、化解暴戾之氣，從而建設美麗祥和的社會。

受到近代資本主義商品化的影響，許多藝術美學、生活品味或生活風格，往往也表現出商業或金錢的氣息，少了一些文化品味。吾人認為：在商品化生活中應增加藝術文化的內涵，且文化是一種生活中被選擇保存、不斷詮釋的「傳統」，必須透過日常生活的「再現」與「實踐」來理解。例如：《禮記》第三十〈孔子閒居篇〉，子夏問：「民之父母應如何？」孔子曰：「夫民之父母乎！必達於禮樂之原」。在傳統社會中由統治者來宣揚禮樂教化，而在當代民主社會中，生活美學來自公民的日常生活，反映於國家社會的藝術文化水平。

從西方的理論觀點，生活美學是對藝術美感的反映取向（*reflection approaches*）和接受取向（*reception approaches*）。前者說明藝術「反映」了社會現象；後者是指人們欣賞與「接受」藝術美學。至於藝術美感或生活美學，不僅由客觀存在的作品所賦予，或生活環境所反映，也取決於個人主觀的詮釋和想像。美國學者赫希（E.D. Hirsch）認為：作品的意義是由作者所賦予，作者在作品呈現時，有了它既定的意義，意義具有象徵性，而且是客觀存在的，這是表現或反映的面向。另外，讀者或欣賞者，能夠「再造」（*reproduce*）作者的原意，使表現與接受者彼此有共同的「心靈感通」，亦即從作品中體會、引申出不同的意義，甚至不同欣賞者在不同的情境下，對各種作品也能藉由彼此互動，賦予新的意義。

元智大學人文社會學院成立十餘年，目前設有外文、中語、社會暨政策科學、藝術設計等四個學系及研究所，師生們平常對藝術及生活美學頗為關心，且藉由社會關係網絡與外界連結，一群學術同好共同關心「公民美學與當代社會之建構」，相濡以沫而未相忘於江湖，乃有此心靈感通、多元繽紛的公民美學觀點呈現。個人作為人社院及社政系的一員，有機會參與此學術與藝術之饗宴，深感榮幸。在專書付梓之際，受邀略志數言，更覺惶恐。唯願作者與讀者視域交融、心靈感通，則此書意義與價值存焉！

劉阿榮 謹識

於人社院 2012.10.10

主編 序

人類文明的歷程，走過了經濟奇蹟之後，總感覺上有某些部分相對不能滿足，有謂「富裕中的貧窮」現象，乃直指缺文化的基因所致。故台灣近年來在政府政策鼓勵與民眾自覺運動下，全面倡導文化公民權、公民美學、生活美學等概念，暫且不辨其間異同，所有概念目標皆希望打造一個具高文化水準的國家與社會，讓人民的生活充滿了品味與品質，追求「美」於是成為公民的權利與義務或責任。而「美」的東西希望與「藝術」劃等號，藝術乃在日常生活中自然、自在的存在，任由人們自由、自得地接觸，故有所謂生活即藝術，藝術即生活，而每一個現代公民皆可從日常過日子的生活中去培養美學的意識，各自領會「美學生活化、生活美學化」的意涵，或許吾人不必將它當作是一門深奧不可及的學問，而是從生活中與人們息息相關的每一個角落中去發揮，去審視判斷它的美或不美，至此審美將成為全民化、普及化的運動，若因此型塑全民愛藝術，人人能審美、大眾有美感，國民素質自然高一等。而在倡議發揚生活美學漫漫路程中，大學肩負一定使命感，它可對社會進行喚起、帶動、教育、推廣、改變等不同作為或工程；它也可對民眾教它們「美」的覺知，自覺而覺他，卒將美或藝術的種籽散播於全人類之中，讓每一子民皆因涵泳於藝術而讓生活更臻美境。本院近年結各系之力辦理「公民美學」國際學術研討會，將與會各專家學者論文輯成冊，希藉正式刊行讓更多有識之士分享後再發想。茲值付梓在即，特略述同道努力之心路歷程以茲分享。

謝登旺 於元智大學
2012.11.5

目 錄

- 文化意識與生活美學：差異或趨同？
元智大學社政系教授 劉阿榮 1
- 中國古典詩詞中的生活美學初探
中央美術學院人文學院 宋修見 25
- 公共藝術與公民美學的對話
一以桃園地區為例
元智大學藝術與設計學系副教授 鄒淑慧 39
- 社會階層化與休閒生活美學之分析
一以臺灣勞工為例
元智大學社會暨政策科學學系教授、助理教授 王佳煌、李俊豪 61
- 部落自然美學營造之路徑
一以桃園縣復興鄉高遶部落生態旅遊為例
元智大學社會暨政策科學學系教授 謝登旺 93
- 少數民族的文化美學
一論藏族作家次仁羅布的創作特色
元智大學中國語文學系助理教授 洪士惠 115
- 文化創意產業與生活美學
一以華山 1914 文化創意產業園區為案例
聖約翰科技大學通識教育中心講師 賴美惠 135

■ 審美發現與民族民間工藝品	
— 從雲南「印象根藝」的市場化認同談起	
雲南大學文化產業研究院教授 林藝	155
■ 重構曼谷華人社會文化地圖	
泰國法政大學歷史系講師 (Kornphanat Tungkeunkunt) [泰] 陳玉珊....	167
■ 論滇菜文化的美學價值及其文化特性	
雲南大學工商管理與旅遊管理學院副院長 呂宛青	183
■ 台灣茶文化的創意與生活美學	
蘭陽技術學院通識教育中心講師 黃金鷹	193
■ 論兒童歌謠教育與生活美學培育之關係	
— 以日本唱歌、童謠教育為例	
元智大學應用外語系副教授 吳翠華	
東京外國語大學國際日本研究中心副教授 谷口龍子	211
■ 公民美學與休閒娛樂	
— 以漢代六博圖像為例	
徐州漢畫像石藝術館研究員 武利華	227
■ 公民美學與材質轉換	
— 以西漢早期的畫像石槨為中心	
元智大學藝術與設計學系 / 藝術管理研究所 助理教授 龔詩文	263

文化意識與生活美學：差異或趨同？

元智大學社政系教授

劉阿榮

摘要

生活美感的追求，古今中外，皆所同然。然時空環境之差異，表現於美感藝術當然有別，如西方神廟建築與中國宮殿形式迥異，即使中國傳統審美觀念亦隨時代而變遷，所謂「環肥燕瘦」正體現了漢、唐對「美女」標準的不一。再以「現代主義」強調的對稱統一、體系統合；而「後現代」追求差異或分延、解構而恣意、去中心、去主體，兩種思潮截然不同。

落實於公民生活中，藝術美感的是否有階級性、種族地域性？仍是爭議的焦點。尤其西方馬克斯主義、新馬克斯主義所宣稱資本主義「文化工業」的霸權支配，及透過「生產關係的再生產」，無產階級已被「洗腦」、「同化」而融入資產階級的文化意識和消費文化之中。

當前臺灣文化意識處於多元並存的現象，但受政治意識型態的影響，表現在公民生活美學上，難免有貴族美學、庶民美學；認同（喜好）中華文化藝術、日本風尚、西洋風格、臺灣本土化……之差異，換言之，公民生活美學受「文化意識」、「階級意識」之影響，表現出差異性；又在資本主義消費文化與廣告效應下表現趨同性。本文之目的，即在探討文化意識與生活美學的可能趨向：差異性或趨同性？

關鍵詞：文化意識、生活美學、公民美學、消費文化、生活風格

文化意識與生活美學：差異或趨同？

壹、引言

兩岸人民隨著經濟發展、生活改善，近些年來已有不少個人或家庭，追求其喜好的生活品味，表現出獨特的生活風格。根據媒體報導，若干生活在中華文化影響下的華人，有些捨去中國傳統家居擺設，生活習性，而願以高價購置歐美的古典家具，營造其悠然自適的生活情趣。其認知與行為，固然展現出經濟能力，收藏保值的心理，但也有不少人獨樹其生活風格、表現其生活美學。

在傳統中華文化薰陶下，大多數華人社會的家中擺飾與生活習性，有濃厚的東方文化色彩：家具、書畫、飲食習慣……各方面都比較屬於中國式／臺灣式風格；但也有不少以「和式」（日本風格）或「洋式」（歐美風格）為時尚。從表象看，是生活風格／生活美學的差異，但若從深層內涵去審視，卻受潛存的「文化意識」所影響。

再以同一個國家或地區為例，不同的族群、階級（階層），其文化意識與生活美學也有明顯的差異。例如臺灣原住民的傳統服飾與漢民族有所差別；即使漢族中的「客家人」，傳統藍布衫及花布，在閩南族群的服飾中則較不常見，這是族群文化影響其生活風格與生活美學的地方。

再以社會各階層審視：上層社會、中產階級、下層社會，其消費習慣、生活品味、審美觀……等都會受到經濟條件／階級意識所制約。因此，階級意識表現在消費文化與生活美學上，是具體存在的。當然也有學者認為：不同階級所顯示的文化品味（高雅文化／低俗文化）、美學，都有朝向「邊界的崩解」之可能（羅世宏等譯，2009）。

然而，在「全球化」（globalization）與網際網路（internet）的浪潮襲捲下，國家／民族所呈現的文化邊界逐漸消失，許多自認為「世界公民」的人，對於傳統文化／本國文化，未必表現出忠誠的認同，反而會以世界各國文化來擴展自己的視野，豐富其生活美學。另一方面，「全球在地化」（glocalization）的趨勢，也不斷孕育滋長「地方」、「在地化」的生活品味。

形成了既「趨同」又「差異」的雙重現象。如同全球化／網際網路，逐漸解構不同國家／民族間的邊界（boundary）一般，資本主義藉著網路、大眾傳播、廣告效果的滲透，不同階級／階層之間的生活品味，也在「複製」、「模仿」的過程中，相互混搭，大體趨勢是由下層社會，逐漸融入資產階級和上層社會的文化意識與消費文化之中，而表現出「趨同」的現象。若究其差異，只是表現於品質與真假的內涵，例如：富人／上層社會追求「名牌」服飾、手錶、手機等，而窮人／下層社會則使用仿冒品、山寨版……來滿足其品牌的奢望。由此觀之，不同階層的活品味與生活美學，在資本主義商品拜物教的廣告效果下，其實是共同屈服於「上層社會／精英文化」所形塑的所謂「名牌」、「風格」、「品味」，而表現出趨同的現象！

本來，藝術美學應該是中性的，不宜從高雅／低俗或善／惡去區分，但涉及深層的意識形態時，文化意識常會左右其生活美學觀，尤其政治意識形態的好惡，更配著雅俗善惡的生活美學與藝術鑑賞。例如：在臺灣一些政治意識形態比較極端的人，其藝術或美學的「價值觀」（好壞判定）就十分明顯。有些人熱愛中華／臺灣文化，會以其對中華／臺灣文化的認同／排斥，來判定某些藝術品或生活美學的雅俗善惡，這種以政治意識形態來評價藝術與美學，實非正常心態，然卻真實存在。

本論文所探討「文化意識與生活美學」，除引言及結論之外，共分三部分：首先，對文化意識、藝術與生活美學、生活風格諸概念有所釐清；其次，將不同文化意識所反映的生活美學進行對照或比觀；最後，析辨不同文化意識下的生活美學是趨同或差異？茲依次分述如下：

貳、相關概念的釐清

本文討論文化意識與生活美學，至少涉及幾個主要概念如：文化意識、藝術與生活美學、生活風格或生活品味、公民美學等概念，需有所界定或釐清。

一、文化意識

文化（culture）一詞在中國古籍《易經》「賁卦」之彖辭曰：「剛柔交錯，天文也，文明以止，人文也。觀夫天文，以察時變；觀夫人文，以化成天下。」意思是觀察自然現象的變化，以了解人處於自然環境下的生存之道；觀察人

類社會的互動關係與社會規範，使天下之人在聖人的教化下，安居樂業，生民福祉。古代中華民族對「文化」的概念，著重於「人文教化」的意思。而西方傳統對「文化」的概念，則有兩層意義；第一是由拉丁文“cultura”（由土地耕種轉義為心靈之修養）；另一是拉丁文“civil”，為文明(civilization)的字源，原指「公民」在團體中的文明表現（沈清松，1998；劉阿榮，2006）。

澳洲學者巴克爾（Chris Barker）在《文化研究，理論與實踐》（*Cultural Studies: Theory and Practice*）一書的第二章，特別對「文化與意識形態」加以論述。他認為：「文化是生活的形式 (a life form)……其用法及意義持續變化，而思想家則希望藉由文化的概念處理不同的事務。」（羅世宏等譯，2009）值得注意的是，該書引述不少學者對「文化」的敘述，其中引述 Williams（1965）的觀念：文化是「研究生活的全部方式之中的各種元素間的關係。」而且文化是一種生活中被選擇保存與詮釋的「傳統」之一部分，必須透過日常生活的「再現」與實踐活動來了解。

根據 Williams（1981）建議，在探索文化時可以聚焦於以下各個面向（羅世宏等譯，2009）：

1. 藝術與文化的制度（或機構），例如工藝或市場形式。
2. 文化產生所涉及的各種形構，及學派、運動和派系。
3. 生產方式，這包括了文化生產的物質工具與外顯的文化形式之間的關係。
4. 文化的同一性（identifications）或形式，這包括了文化產品的特殊性、美學目的，以及產生並表達異議的特殊表現方式。
5. 意義與實踐（牽涉了社會秩序與社會變遷）的選擇性，傳統在時間與空間之中的再製。
6. 從一種所謂「被實現的表達系統」的角度言，「經過選擇的傳統」的文化，是如何被組織出來的。

上述第一和第四項特別提到藝術與文化制度（機構），文化的同一性與特殊性、美學目的，與本文所欲討論的主題較為密切。具體言之，文化是生活的實際經驗，從文化的形式及品味來看，文化有同一性與特殊性，也表現

在生活美學之中，有些人會將文化區分為高雅／低俗；或菁英／大眾文化，但也有人認為這種分別的界線並不很明確，例如：C. Barker 就以：「高雅文化／低俗文化：美學及其邊界的崩解」概念（羅世宏等譯，2009）來說明文化與公民美學的差異性，其邊界會趨於模糊，而有混同的現象。

至於能融貫中西思想，「繳繞其詞，碎義析理」而對「文化意識」提出精闢論述者，當推唐君毅先生為代表，他在《文化意識與道德理性》之巨著中曾謂：

「文化乃人之精神活動之表現（或創造），亦即謂文化之概念與精神之概念，同為一綜攝主客內外之相稱，心與物，心與生命，生命與物，個人與社會之相對之一概念。吾人之精神活動，包含一所實現之理想或價值之覺識，此固為心理的或心靈的。而吾人實現此理想之志願，卻能貫通於吾人之自然生命，並指揮令吾人之身體動作，以發生一對所謂外在之自然界或人間社會，求有所改變之行為。」（唐君毅，1985）。

唐先生認為文化乃人類精神之表現，綜攝主客、內外、心物之概念，而將文化意識與道德理性相融貫，因此書中各章對家庭意識、經濟意識、政治及國家、哲學科學意識、宗教意識……均加以深刻思辨索解，尤其第六章專就「藝術文學意識與求真意識」加以探討，他認為：「求美之意識，為包含主觀身心活動之忘卻，實用目的之超越，即謂求美之意識，與求真之意識在一義上為一類……美之被視為客觀，而說求美之心，依於一大公無私之道德心靈……事物之美之在天地，不容我私有而獨欣賞獨表現」（唐君毅，1985）。這一段相當艱深的思考，在表達藝術美學和科學求真，依於大公無私之道德心靈，不容私有獨享，可見唐先生從文化意識推出人類共同心靈的「求美之心」，應有共同欣賞、共同表現的趨向。

余英時（1992）則說：「中國人相信價值之源，內在於一己之心而外通於他人及天地萬物」，透過自我修養以求取「人倫秩序與宇宙秩序中的和諧」，也就是慈照禪師所云「天地與我同根，萬物與我一體」，亦即天人合一、天人和德的境界（余英時，1992）。這種精神的整體觀照，也可視為中國文化意識之表現，並以此為基礎而發展出知識、道德與美感。

二、藝術與生活美學

藝術在人類生活中已有悠久的歷史，並形成生活中的「生活美學」。從世界現存的資料可以窺知：早期人類的文明中已有不少的藝術或生活美學，例如舊石器時代人類創造的石器，除實用之外，尚有簡單的「形式美」。後期的舊石器時代「麥達林尼安期」(Magdalenian Period)，更有較為進步的藝術，彼時畫家手繪的野牛、馬、鹿、猛犸等動物活動的壁畫，極為現代文明人類所欣賞。至於新石器時代的食器，一方面具有實用的目的，另一方面又有美術的趣味。此外陶器的裝飾也創造了幾何形的紋樣，以後演變到銅器時代與鐵器時代，純抽象的幾何形紋樣，乃更為發達而美觀（虞君質，1986）。可見藝術生活與人類歷史一樣的悠久。

進一步觀之，藝術也是一個國家和民族文化重要的內涵，它體現著該國家及民族的精神創作與生活美感。以我國為例，「是世界文明古國，不僅有悠久的歷史和燦爛的文化，而且從古至今傳統延續不斷，遺產累積豐厚，在世界文化史上是極為突出的。」我們的祖先「不斷發展了自身的思維能力和創造力，造型能力和審美觀念也隨之萌發。」（薄松年主編，2006）換言之，一國之人民其藝術美感與生活美學，是文化的重要內涵，也是國民素質的重要表現，中華民族的成長就把此種藝術創造與生活美學，構成文化的豐富內涵。

在近代中國知識份子中，王國維第一次透過康德（I.Kant）將「美學」概念引入到中國語境中（羅崗，2007）。其後，蔡元培先生提倡「五育並重」一德、智、體、群、美，培養現代公民，為我國的教育內涵，擴充到更高更廣的境界。朱光潛也將「美」視為近代人生的重要修養之一，其所著《談美》、《西方美學史》、《談美書簡》等書，對中國美學思想影響甚大。不論從藝術創作或藝術欣賞來看，美感的基礎來自經驗的完全或統一。當創作者或欣賞者將所欲觀察、創作、欣賞的對象，視為一「圓滿自足」，則可得到美感，當然，也有主張接受「缺陷之美」的態度。

一般而言，美感需要主觀上的直覺，同時也需要主觀上的一種「心理距離」，也就是在「我」與「物」之間，保持一種相當距離，不為自身的利害所束縛；不被物的實際效用所掩蔽，而是採取一種超然態度以觀之。兩個例子可做參考：朱光潛在《談美》一書中指出，散步於河之兩岸，見「彼岸」

風景幽美，而本身所處之「此岸」則不甚美，繞過對岸，反覺不同感受，蓋因未有「心理距離」之故也。另外，共同觀賞一棵「樹木」三種角色（三類人）：植物學家著重其品種、成長、發育等切身之關懷；木材商則估算其材質與價格，至於藝術家超然其外，觀賞其樣態與形體，以個人的情感移植於對象中，而分享對象的生命情趣，由此可知「移情作用」（*empathy*）也是藝術美學的基礎。綜上，「心理距離」與「移情作用」對藝術美感與生活美學，共同發揮了重要的影響作用。

除了上述從「心理學」去論述藝術與生活美學外，還可以從「社會學」的觀點，看到「藝術中蘊含了各式各樣社會的資訊」《藝術社會學》（*Sociology of the Arts*）一書的作者亞歷山大（Victoria D. Alexander）指出：藝術的「反映取向」（*reflection approaches*）和「接受取向」（*reception approaches*），都是社會學的重要課題。前者（反映取向）認為：各種藝術「反映」了社會現象，例如，一幅「肖像畫」人物的笑容，可以反映出社會態度與該社會牙科醫療的品質。一部影集（影片）也會反映該社會的種族／階級特色，這些都是透過藝術告訴我們社會上有關的事物（張正霖、陳巨擘譯，2008）。至於後者（接受取向）是指「人們如何消費、使用與接受藝術。」（同前）例如 Hall（1980）引用「符號學」的概念去解釋文化文本的編碼與解碼；藝術物體被視為是體現藝術的「文本」。意義呈現在語言與視覺的符碼中。藝術物體的創作者，將意義編寫入其中。閱聽人為了掌握藝術物體的意義，勢必要解碼或解讀訊息。於是作者意圖賦予文本的意義，而閱聽人也能藉不同的解碼方式，從文本中取得不同的意義（Alexander，2003）。如此閱聽人進入創作者的「文本世界」而與其心靈對話。在「接受取向」中，顯示權力與意識型態的存在。例如性別／族群的偏見會影響生活美學的接受／排斥程度。接受理論假定閱聽者在接觸文本的時候，已經存有「期望的視域」，他們依據自身期望的視域來閱聽文本，因此他們詮釋文本的意義，投射出自身背景的特性。例如對某一電視劇的角色扮演，閱聽者常將自身的期望投射其中，來表現其好惡。

除了文化意識，藝術與生活美學之外，生活風格（*lifestyles*）也是與本文有關的概念，現代社會中，每一個人都可選擇一種生活風格或表現出不同的生活品味。例如錢尼（Chaney，1996）認為：「生活風格是使人有所區別的行動類型。」甚至由生活風格、生活品味不同而形成社群認同，學者指出：