

第八章 以美感過生活不是夢

「符號迷宮」的現代生活

現代人對生活的體認是充滿符號性的。

走在街道上，交通號誌、招牌廣告、商品陳列、過往行人、到建築物本身等，我們不斷在遭遇符號。然而，在這些我們從日常生活中所接收到的符號中，有越來越多是超出我們能夠理解的範圍，現代社會越來越像是符號迷宮。這也正是為什麼在過去幾年來隨著捷運完工通車，臺北市政府大力進行拆建整頓及美化市容等工程，希望為市民提供一個整齊清潔、秩序井然的新世紀生活環境，臺北市人卻相反地愈加有迷失方位的感受。因為在同一個物質空間中，現代人面對的是符號持續繁衍與流竄所帶來的混亂。

在現代人的生活空間中，越來越多的事物承載著美學符號。除了前面章節強調的消費商品之外，近幾年來，不少地方政府不斷在執行與推動閒置空間（如臺北市的華山藝文特區前身為菸酒公賣局廠）與歷史建築物再生利用（如臺北當代藝術館是臺北市舊市政府等），其目的皆在於創造美學符號產製的大本營。



臺北華山藝文特區
閒置空間的再生利用

另外，建築商最近在推出房地產個案時，除了炫耀其外觀的建築美學意涵（甚至其命名是選擇具有藝術氣息的字眼如「國家藝術館」、「天琴」、「中山藝術紀」）外，更是在設計上為其所建造的住宅添加不少的美學符號表徵，例如成立住宅專屬美術館或是裝置歐洲宮殿藝術雕像，甚至在銷售期間於接待中心舉辦畫展、邀請知名藝術人士或團體進行表演。美學符號進駐空間產業之後所產生的效果，不僅能美化環境與提高生活品質，也同時創造出房地產的經濟價值。

在傳統的藝文活動與新興的消費商品、文化經濟、文化政策、傳播媒體等因素的相加相乘作用下，使美學符號活躍地出現在現代人的生活空間中。與美學事物互動，成為日常生活中例行發生的經驗。

美感成為生活的需要

面對此一生存狀態，「以美感過生活」，不是口號也不是夢，而是生活的需要。美感成為現代人處理日常事務時必須思索的問題。整個現代社會越來越像是一個大型的美術館。美學體驗可以發生在書店、發生在咖啡店、發生在街頭；現代人也隨時被要求做出美學的判斷，在購物的時候、在從事休閒娛樂活



臺北華山藝文特區
空間成為美學符號產製的大本營



臺北華山藝文特區
美學符號進駐空間之後將改變人們對生活空間的體認

動的時候、在看電視的時候· · · ·

然而，過去人們所遵循的集體美學標準已經失去普遍的指導效力。對於什麼是美？什麼是不美？個人必須自己去建構自己的答案。這意味著，一方面，個人獲得更多與更大的參與空間，但另一方面，個人面臨壓力要為自己的美感體驗負責。

本書從社會文化變遷趨勢的討論中，提出美感生活的三角叢結（生活美學、生活風格、與生活空間）行動概念。「以美感過生活」也必須是在生活理念、生活形式、與生活場域等面向全面的展開和體驗，也必須在三者之間取得必要的連結。生活美學的擁有促使自己深刻地反省消費文化，生活風格的建立讓自己的生活充滿格調與創意，而生活空間的經營增進自己與他人、社會、生態間的共生關係。藉由這種三角叢結的發揮，現代社會才不會是令人焦慮的「迷宮」，而是帶來歡愉的「遊樂場」。



牙醫診所的內部空間
美學體驗也可以發生在看病的時候

臺北華山藝文特區
都市建設不一定要「不斷的拆」或是要「不斷的建」

生活需要技能，美感生活也不例外，只是此一技能是隨現代社會變遷而形成的新世紀生存要求。然而，在社會變遷的快速發展之下，美感生活技能往往成為現代人享受優質生活的一大挑戰。本書提出三角叢結行動概念——生活美學、生活風格、與生活空間——即是希望以此作為現代人在面對美感生活時代來臨時應具備的新觀點。

「生活美學、生活風格、與生活空間」三角叢結是引導性的概念，幫助我們突破觀念上的障礙，讓自己更清楚地認識所身處的環境。如何在具體日常生活加以實踐，則是另一項工程。不過這項工程並不需要龐大的資金與人力資源，它最需要的其實是自覺與反省。為何是自覺與反省？這是因為美學事物在現代社會已大量地湧現。我們必須認清，其實不是美學事物「匱乏」，反而是它的「過剩」才是我們現今所遭遇到的難題。

過去在匱乏的時代，人們接觸美學事物的機會是有限的，美感不是常有的生活體驗。如何讓人在生活中有更多的管道去接觸到美學事物，成為此一階段社會發展極力欲克服的問題。但在藝術作品及消費美學商品充斥的現代社會，我們反而接收到過度的美學刺激。其所造成的結果往往是：一方面，由於接觸美的機會大量增長，美學事物不再被當作是應該珍惜的稀有資源，我們逐漸是以免洗餐具式的，亦即「用過即丟」的態度去看待美學事物。美感時代的來臨帶來的竟是現代人美感價值的沉淪；另一方面，現代人在日常生活中不斷遭遇美學事物，而這些事物所承載的符號意義已超出我們能夠理解掌握的範圍，現代人生活在美學所建構出來的符號迷宮中，無所適從失去方向感的壓力反而讓人覺得生活在美感時代並不快樂。

從以上的說明，可以瞭解到，擁有美學事物的多寡、美學事物是否大眾化，絕不是所謂「優質美感生活」的最終決定因素。一個人的自覺意識與反省

思維能力，才是建立美感生活至為關鍵的影響因素。一個有自覺意識的人才有能力讓自己在美感中不斷自我實踐與自我昇華，而一個能夠反省思維的人也才能夠辨識真誠與虛偽的美感體驗。自覺與反省讓人能夠自由自在地享受美感價值的高貴以及美感生活的歡愉。

現代人要以自覺意識與反省思維去打造自己的美感生活。然而，這僅是打地基的工作。具體的美感生活工程應該根據三角叢結藍圖在三個層面上擴建：充實美學理念，凸顯風格意識，以及經營空間氛圍。這三者正是我們應該積極培養的美感生活技能。

充實美學理念：對美感生活而言，生活不是物質利益的追逐競爭，而是美學理念的實踐。美學理念像是「磁鐵」，讓美學事物為我們所吸引。美學事物更像是「海綿」，必須不斷充實新的視野與觀點，不然會乾涸。開放的美學理念能讓自己擁有更多奧妙的美學體驗。

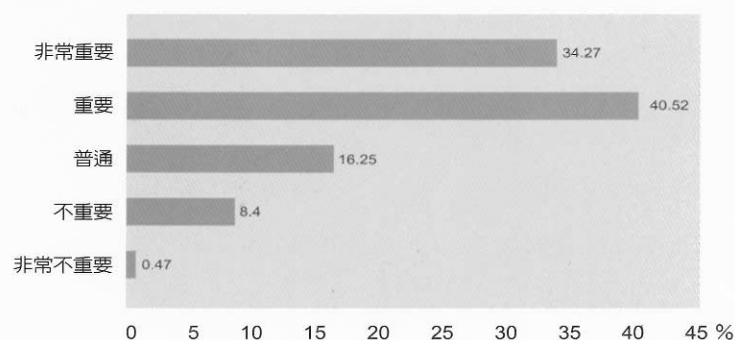
凸顯風格意識：對美感生活而言，生活不是單調枯燥的例行事務，而是美學風格的展現。美感生活是有自覺的實踐活動，而生活風格正是我們對美感生活的承諾。透過生活風格，我們一方面積極地將生活納入美學的範疇，另一方面則是各項美感活動有了彼此統合的中心。

經營空間氛圍：對美感生活而言，美感的生活空間不是單純的物理空間，而是美學進駐的空間。美佔有空間版圖，而空間也是美的孕育溫床。美的空間安排——不論是居家之內或之外——是美感生活的必要發展條件，我們必須積極介入生活的空間經營。

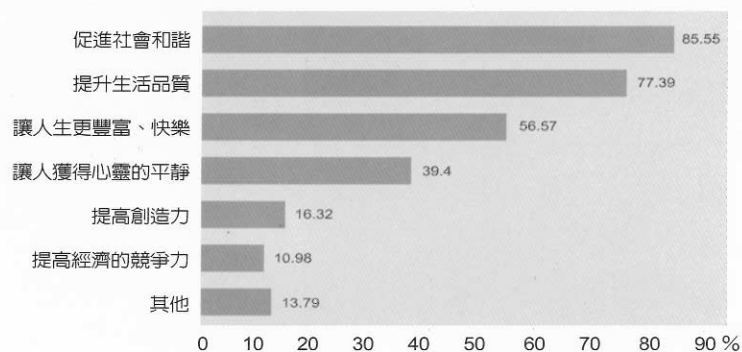
美感生活技能在台灣以及在世界各地越來越受到重視。2001年11月天下雜誌出版了特刊「美的學習：捕捉看不到的競爭力」。在文中，天下雜誌特刊清楚點出，「美」是新世紀的核心競爭力，是世界各國目前積極開發的國民生產力。美不是單純的藝術享受，而是與一個社會的經濟脈動緊密結合。

關於「美」在台灣的發展狀態，天下雜誌特刊進行一項全國性抽樣的電話調查，提供一些簡單的統計數據。其中特別值得注意的幾項數據是：74.79%的受訪者認為美是重要的（參考表一）；「促進社會和諧」、「提升生活品質」、

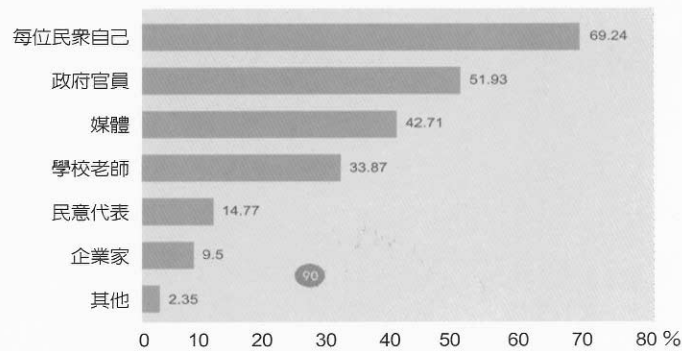
表一：您覺得美重不重要？



表二：您覺得美可以…？（可複選）



表三：要使臺灣更美，應該由誰帶頭做起？（可複選）



及「讓人生更豐富、快樂」三者是受訪者認為美的主要功能（參考表二）；69.24%的受訪者認為要使台灣更美，應該由每位民眾自己做起，其次才是認為這是政府應負的責任，佔受訪者的51.93%（參考表三）。

天下雜誌特刊將「美」的新世紀時代意義，以及其對臺灣社會發展（如經濟生產、教育學習、生活品質等）的啓示，有相當詳實及建設性的討論。特刊中並為讀者提供實用的閱讀書單（如朱光潛等人的著作）與網站網址（如文建會的網站www.cca.gov.tw等）。天下雜誌此一特刊的目的在於希望讀者能夠擁有更多延伸的觸角，去開發自己的美感生活技能。

以美感過生活，並不是說每個人都要致力於發揮藝術創作的的能力，去從事藝術創造，那是狹隘的美感生活。美感生活強調的是如何讓美學體驗成為日常生活的內容，甚至是重心。藝術創作只是美感生活其中的一部份。美感生活將為我們的生活帶來全面的影響。以美感過生活的人，要不斷的閱讀，與美學對話；更要不斷的實踐，展現在形塑生活風格和營造生活空間上。

「以美感過生活」，是一項新世紀的生活新技能，它充滿著挑戰，但也充滿著無可比擬的生活享受。

國家圖書館出品預行編目資料

迎接美感社會的來臨：現代社會生活與美感／

蕭新煌, 劉維公著, ——出版. ——臺北市：

藝術館, 民90

面：公分. (藝術與生活系列：2)

ISBN 957-01-0218-7 (平裝)

1. 美學—論文, 講詞等

180.7

90022647