

# 提昇大眾審美品味之研究

(中)

張俊傑



本文接上期十四頁二之(三)「從美感形成心理，看審美品味有不同層級」。

美感發生的根源在於心，心才是美感的主體，這個心不是生理的心，而是心理的心，如平常所說的心靈。在中國文化思想中，如儒家本心中的「仁心」，道家「心齋」中的「道心」，佛家「但用此心，直了成佛」的「佛心」，玄學「澄懷味象」的「明心」，理學「敬誠」、「良知」的「良心」，文學「文以載道」，「充滿逸氣」的「文心」。這些展現人類本心本性的心靈觀念，包括了哲學之精神本質本體靜態的心，和心理學表現思維、感情和意志等動態精神現象的心。心理學是研究精神法則的科學，其對象為精神生活。所謂精神生活，係指思想、情感、意志之動的狀態，至於精神生活之靜的狀態，即精神之本質的研究，則不屬於心理學的範圍，而屬於形而上學或本體論

的哲學範圍。本來心理學包涵於哲學之中，如古希臘哲學家柏拉圖、亞里斯多德均有如此看法。中世紀的經驗學派至十七、八世紀的休謨、亞當斯密等人均以分析的方法研究精神生活，心理學乃漸進步，受到世人重視，形成分立的趨勢。至一八二九年詹姆斯·米爾著《人類心理現象之分析》，又至赫爾·巴特以數學應用於心理學之研究，說明精神生活與生理之關係。如此漸漸的以實驗方法研究精神現象，於是心理學不但自哲學中獨立出來，而且成為一切社會科學的基礎。雖然心理學成為獨立性的經驗科學，但終究與哲學有密切的關係。哲學家欲確定知識的限度，藝術家欲確定美感的條件，道德學者欲發現行為科學的規範，在在均須以心理學做基礎，而心理學最後仍歸於哲學的領域。至於美學本為哲學的一部份，與哲學大同而小異。美學為研究美的學問，如論理學之研究真，

倫理學之研究善，同為一種規範性科學。但就心理根據言，哲學基於理智，美學基於情感。就表現之形式言，哲學為論理的、重抽象普遍的概念，美學重具體的表現，追求經驗之再現與創造。就材料而言，哲學用抽象的語言文字表現，美學則涉及創造事實之具體表現。雖然有如此之不同，但人類生活仍以求情感之滿足為主，追求精神境界的理想化，而哲學則在提示抽象概念的理想境界。哲學之實驗價值的提高有賴於美學，美學之組織理論有賴哲學，互為表裡。正因為哲學、美學、心理學三者有這般密切的關係，有時難分難解，只好想到那裡說到那裡了。

談到美感，我們會簡單的說美感就是人類內心一種因審美而興起愉快的感覺（較詳細的涵義於後再談）。美感的形成有人持客觀的態度，以為美在於事物對象在形狀、色彩和聲音等方面，具有統一、調



和、均衡、變化、層次、比例、韻律等形式特徵，顯示了對象美的屬性，而人類的心靈像鏡子，必然見物顯形，這些形式完全呈現在心靈中時，就會覺得美。也有人持主觀的態度，以外物各具特色，形式變化甚多，無所謂美不美；美不在客觀條件，而全在內心的感受，像「情人眼裡出西施」，喜歡就覺得美，因此，美存在於個人主觀的概念中，概念的模型成為審美的基礎。大部份的美學家都不贊成這兩種極端的做法，一般都認為美是客觀存在的，但須經主觀的認知才能形成美感。像席勒（Schiller）即倡融合說，其後的哲學家如黑格爾（Hegel）、叔本華（Schopenhauer）、哈德曼（Hartmann）等皆作類似的主張。大致說來，美不全在於外物的屬性，亦不全在主觀的心靈，而在觀賞者經由視覺與聽覺，將外在美的屬性資訊傳送給心靈，把內在愛美的感情引發出來，形成心物融合主客合一的作用，這種作用，德國的美學家李普斯（T. Lipps）稱之為「移情」，古希臘哲學家亞里斯多德稱之為「洗淨」，我國南北朝的畫家宗炳稱之為「暢神」，而近代的美學家朱光潛稱之為「情趣的意象化或意象的情趣化」，均在說明形成美感的歷程。然而，在美感的形成中，我們的心理活動究竟是由何種力量推動？由何種機能促成我們的知覺美？這種力量，這種心理機能就是愛。在前節已經敘述，因為藝術及一切美的創造，均在順應人類心理愛美的本性，表現生命自求提昇之生的本質。

西方美學家對美的意義，審美的態度、經驗與價值，藝術的意義、價值與功能，均有系統的分析和

研究，在此限於篇幅無法詳談，只就本節主題，及其形成審美品味層級高低相關者略述之。

一、桑塔雅那（Santayana, 1862-1952），西班牙美學家，曾作《美感》（*The Sense of Beauty*, 1896）。他主要的相關主張有下列三點：

1. 美是一種積極的、內在的與客觀化的價值。所謂積極的是非規範性的；客觀化是超越主觀好惡的。所謂「價值」，一般分為工具價值、本身價值與內在價值，如筆可以寫字畫畫，具有「工具價值」，筆只是幫助我們達到寫字畫畫目的的工具，筆本身不是目的。一杯茶或一個麵包則不是工具而其本身就是目的，可以止渴充饑，就是本身價值。而內在價值，係指事物可以帶來內心快感或滿足的經驗，如我們看到大海會帶來心胸遼闊廣大開朗的感覺；海既非工具亦非目的，只是引起心靈內部產生美感享受的因素。

2. 美有相對性和主觀性。藝術的價值不是客觀絕對的，常存在感情中，喜歡就覺得有價值。

3. 美是客觀化的快感。故審美的快感與身體的快感不同。所謂「客觀化」是說在審美活動中感官的注意力導向外物，心靈的想像呈現無比的自由自在。而身體的快感則是主觀的，故心靈能超越而達自由自在。

二、康德（Kant, 1724-1804）德國大哲學家，著《判斷力的批評》，批判理性主義與經驗主義美學，影響深遠。其相關的主張：

1. 美是無私的滿足。所謂「無私」含有二義：一是不涉及慾望，特別是佔有慾。二是只受對象的外表形

式吸引，不關心對象是否真的存在。因此，美是受對象外表形式吸引而產生的不涉及私慾的滿足感。他在「遊戲說」中認為，無所為而為之超越利害的心情，是美感發生的良好契機。

2. 美感有主觀的普遍性和必然性。美感既然是無私的，一人感受到美的對象，別人也應能感到美，這種普遍性是建立在除去私慾，人人共有的感情或感受力上，不是建立在邏輯概念活動上，所以康德稱之為主觀的普遍性，因此康德否定審美判斷是理知的判斷，而是假定在人有共感力的基礎上。他認為由於美感不涉及慾望，故有主觀的普遍性和必然性。肉體的快感因涉及到個人的慾望，所以無普遍性和必然性。

3. 美感就是對象的主觀合目的性所造成內外契合的快感及自由感。不依據概念知識，不涉及慾望存在，就是「主觀合目的性」，亦即上面所說的主觀普遍性。他認為美感就是對象的主觀合目的性所造成之內外契合的快感及自由感。

三、托爾斯泰（Tolstoy, 1828-1910）俄國大文豪、藝術理論家，所著《什麼是藝術》一書，被西方認為是經典之作。他主張：

1. 藝術的價值在溝通人與人之間的情感，以促進人類的幸福。他認為藝術最大的作用，在於藝術的感染，即觀賞者與藝術家藉著藝術品的美產生同樣的感動。藝術的本質是感情的表現。藝術家藉藝術外在的形式表現自己的情感，也因而感染別人。此點說明他重視藝術之社會功能。

2. 藝術要表現作者情感的真誠與獨特，藝術品應展現藝術家人格的真誠，越是能發揮真誠而獨特的個性



，越具有強烈的感染性。

3.推崇大眾化藝術，認為人人共同喜歡的藝術才是好的藝術，因此主張藝術大眾化、平民化。

由以上注重「情感」的觀念，可看出注重人性善德的發揮，由注重感染力及大眾化，則使藝術與生活應用相結合而得到發揮的空間，由真誠見出重視藝術家的人格修養，類似中國以作品展現人格的觀念，以自己人格感染眾人人格，發揮社會性、教育性的功能。

四、克羅齊 (Croce, 1866-1952) 意大利哲學家，倡導精神主義，為唯心論者。強調美為心有，並為心享：

1.意識即實在，脫離精神活動（意識活動）無實在可言。他用直覺解釋精神活動的現象，認為美感是審美的快感，美是成功的表現，是內心印象形成之純粹精神的事實。心的直覺是其審美思想的根本。他認為直覺是最單純、最獨立、最清晰、最主動的，無論創作或欣賞都靠直覺。直覺生於心，成於心，故所謂純粹精神活動的事實，完全是內心的，與外界無干涉（所謂直覺是人類心理機能最原始最根本的能力，是心理快速反映的現象。心理認識事物不假思索、聯想、回憶，即可當下把握眼前事物的性質，此種心性本能，即是直覺）。

2.精神活動的價值有正有反，就直覺而言，藝術有美有醜，美是正價值，醜是負價值；就理智價值而言，真為正，假為負；就慾望的價值而言，利為正，害為負；就意志的價值而言，善為正，惡為負。直覺、理智、慾望、意志是精神活動的精神層次。前二者重在知，後二者重在行，知在把握事物真相，行在







把握實用效果。

3. 直覺 = 表現 = 藝術品 = 欣賞 = 批評。藝術品是藝術家心靈直覺意象的表現，吾人欲欣賞藝術品，應先在內心具備如同藝術家同等的直覺，才能真正欣賞藝術品，故藝術品欣賞為重新創造的活動，欣賞者的內心能重視創作者創作的原始直覺，始能充份欣賞；批評亦同。

五、柏克森 (Bergson, 1859-1941) 法國著名哲學家，與前者有不同的看法，其思想與美感有關者：

1. 藝術的本質在靈見，為超實用性質 (超實用目的) 的活動。
2. 美感是心靈與事物直接會通的結果，除此之外沒有其他目的。
3. 美感的直覺是對特殊具體事物所生的知覺。其知覺的對象是事物本身的真象。

六、卡萊 (Cary, 1888-1957) 愛爾蘭的小說家與美學家，著《藝術與真實》。其理念與克羅齊、柏克森有相同之處，他們都是理想主義者。但他不同意克羅齊的直覺即表現的看法。認為直覺只是雛形，與表現之間尚有一段發展的過程性才完成表現 (類似直覺為受孕形成胚胎到誕生，尚需一段成長發展的歷程和時間，但其發展是內——心，外——物的會通融合，而非像胎兒只在內部)。因此主張：

1. 直覺非表現，直覺是把握事物的本質，藝術家內心形成創作之初，即發現事物特性和真象，此即直覺。但尚未表現出來成為藝術品，故非表現。
2. 一般人因實用性的知識，概念化的教育，只見到事物之利，未見到美。我們推展美育，應使大眾同時見到美，或先見到美、注意到美，



以提高美育的功效。

3. 藝術是直覺、媒體和技法的綜合表現（發展成果）。其過程是從接受到創造。從純粹直覺到感覺的印象再到純粹反省與批判。

綜合卡萊、柏克森、克羅齊，三人均重視「直覺」，但克羅齊認為直覺扮演決定性主動、積極的角色，直覺像熔爐，是熔鑄藝術品的根本。卡、柏二氏對直覺的創作性保留部份餘地，認為藝術美的創造，不止產生在最初的靈見，在創作過程中不斷的以新的靈見產生二度三度的創造力；欣賞與批判則重在於第一次（對作品）創造性的靈見。

七、佛洛伊德（Freud, 1856-1939），奧國著名心理分析學家。前面已說過，他以病態心理學診治人類心理病因的觀點建立其學說，其學說以原慾和潛意識的影響為基礎，他認為：

1. 藝術品與幻想間有密切關係。人生有性、利等本我的原始慾望，慾望不能達成，受挫折乃轉變提昇而成藝術創作。
2. 藝術家的創作行為像白日夢，即用幻想來補助希望達成而做不到的慾望，乃在藝術品中實現夢想，以滿足其潛意識的原慾。

佛洛伊德的理念，顯然只留意到人類性（體膚享樂原慾的需求）和自我（佛氏稱本我）私心（本位利益）的趨向。雖然在藝術創作原理上解釋不通（如師法自然的自然主義或寫實主義，均與潛意識無關），但至少說明某些層次和數量的大眾在生活情趣上的追求和表現，著眼於追求滿足體膚享受和自我嗜好的快感，如吸煙、喝酒，乃至於吸毒、色情等，似乎均與人類原慾

追求生理快感的潛意識有關，如能轉化提昇到美感的層次，仍是有意義的。

八、尼采（Nietzsche, 1844-1900）德國哲學家，反對藝術與實際利害無關的看法。強調「權利意志」，是其建立的新倫理觀，認為人應該致力發揮天生最大潛能及良心到最高峰，成為精神的「超人」。基於此一觀點，他認為人的生命才是真實的；最主要的，倫理道德是外加的，與人的生命是對立的。個人生命的發揮重於一切，高於一切，相信「物競天擇」的「進化論」，所以重自我意志的實現，連帶重視民族自強自尊至上的理念，影響到德國的民族性。在藝術方面，他主張：

1. 藝術與實際人生有關，藝術可轉化原來單調無聊的世界成為有生命價值的世界，唯有經藝術的轉化，世界才能顯出較高的價值和意義。
2. 藝術創作有兩種形式，一種是阿波羅（Apollo，日神，也是夢之神）式，象徵宇宙秩序，表現形式勻稱、內容清晰的美感。另一種是戴奧尼仙（Dionysian 酒神）式，象徵抒情的美感，即藝術的創作與欣賞將人帶入類似愛情的心理陶醉狀態，如音樂、舞蹈、抒情詩等。尼采研究的方向與佛洛伊德類似之處，是深入藝術的潛意識層面，探討藝術與慾望之間的關係。

九、波桑葵（Bosanquet, 1848-1923）英國哲學家，也是唯心論者，認為身心一體，心不離身，也不離物。美的創作需要心意（內容）、物質（媒體）和形式三位一體。他認為美感具有三個特性：

1. 穩定性（也就是超越性）：美感是一種精神活動，不是要滿足現實

的需要，所以能超然物外，穩定不移。

2. 關聯性（即相關性或融合性）：心與美相連，創作或欣賞美的事物，能引起快感的對象和原因，是在審美時，心與對象彼此融合，關聯不分，全心全意投入其中，陶醉在美感之中。

3. 公共性（即客觀性或普遍性）：他很重視美感教育，認為教育文化的共同目標，是教人正確的喜愛和正確的厭惡。美應為眾人所享，不因分享而減弱，並因分享而增強，所以美具有公共性或普遍性。

除以上三種特性之外，波桑葵認為：審美對象為表象，美感的愉快非在表象，而是產生於想像領域之中，所以他認為美感經驗是「體現於表象之內，實現於想像之中」的一種愉快感情的體會。

十、貝爾（Bell, 1881-）英國著名藝術評論家，與福萊（Fry, 1886-1934）同為形式主義美學家。其美感思想：

1. 線條與色彩的組合可產生審美的感動，能引起審美情感的對象，即顯示是一種有意義的形式。
2. 審美的情感無關乎現實，能擺脫人生的利害。全心觀賞藝術品的形式，才是純粹的、真正的審美活動。
3. 寫實和記敘的元素與藝術無關。有時象形的因素，對審美的情感或許有害，因為大多數人缺乏欣賞純粹美感形式的習慣，藝術品的內容或形象，易引起與日常生活中相關事物的聯想，影響正確審美的情感。此類概念，固然有助於抽離舊經驗之聯想作用，而使藝術走向純粹形式表現，為純粹主義藝術表現有所辯護，較屬純理智的產物，似非





屬感知活動的對象，但若真能像音樂之抽離與實際事物的關聯性，亦有其價值；至少將有助於生活事物裝飾性審美情感的社會性功能，亦有助於環境的美化，產生促進大眾審美生活習慣的建立。

十一、派克 (Parker, 1885-1949)，美國現代美學家，對藝術原理的分析相當深刻。其主要理念認為，藝術品是有機的整體：

1. 藝術品如同有機體，其中每部份元素都互相需求，類似貝多芬交響樂之前後音符的關係，是一有機完整的組織。換言之，美在有機的組織關係中。

2. 藝術品的價值，在創作者想像的意境能使欣賞者產生共感。因此他所主張之「有機整體的特性」，主要係指觀賞者內在經驗所具整體性的相似性及共通性。因為欣賞者於

觀照作品之際，其相同經驗自然聚集於此。

3. 有機整體的原理：

a. 強調主題 (即以主題為中心)：使各部份保持主題統一性的最大限度和差異性的最小限度，大主題之下可有數個小主題，彼此變化生織。從相反方向來看，保持主題最小的統一性和最大的差異性，使藝術品顯得活潑而多變化，富於刺激性和難以捉摸；現代藝術多現出類似的突兀性質。

b. 保持相對關係的平衡：如線條的變化、質量、輕重、空間遠近、體積大小、色彩濃淡、光線明暗、虛實變化等，保持適當平衡以顯得美。

c. 注意層次的統合：有主賓相輔，以主統賓，以賓輔主；有高潮、低潮之相關變化。

d. 演進或發展：創作或欣賞在展開的過程中，先行的部份決定著後續的部份，最後顯示出整個的意義。適於一般所謂「時間性的藝術」(如音樂、戲劇、小說)及某些「空間性藝術」中引申畫面涵義於畫面之外者，如宗教畫或中國畫中寄情言志的思想等。

基於以上這些主張，可見派克之「有機整體」主張，係由質(媒材)、形(形式)、意(涵義)三種要素融合而成，三者缺一不可，彼此間對內表現相互團結而穩不可破，因此，要認清作品，必須揚棄無機的分析分解的理解方式，而作整體全面之有機的把握。

十二、李普斯 (Lipps, 1881-1941)，德國哲學家和心理學家。他以為審美的「情移」係建立在心理學的基礎上。其審美論點：

1. 美感經驗是一種情移(移情作用)：我們把自己的情感投射到物象裏，再從物象返回自己感受的體驗裡，是主動亦是被動，是主客合一的。如朱光潛所說：「是情趣的意象化或意象的情趣化。」

2. 美感是一種快感的享受：這種快感由心靈觀照對象所引起，而觀照對象，無論是從知覺或想像，都需依靠感官與知覺系統的作用。

3. 審美是一種自我享受：是自身內在經驗的價值感。這種價值(感情)與對象之客觀(物質性)無關。審美享受是自我享受，故該享受中無原來之對象。換言之，審美享受的自我，是心物合一具化的，是交融滲透狀態的，因此已非原有之本質本性，而是主客合一的性格，原有自我與對象間對立的性格當下消失不復存在。因此，這時的自我，是觀賞的自我，也是理想的自我



。 4. 審美情移的基礎在於心物合一（或者說物我合一或物我一如）：在創作或欣賞的移情過程中，自我意識進入「同一性」或「同一化」的狀態，即泯除我和對象之分。如我國古典美學中「心景相融，物我兩忘」的情形，又如觀江水浪花時，心花與浪花共舞，江心與我心相冥。

5. 審美活動中，當我們的精神專注於外界事物時，會產生身體的外模倣與意識的內模倣，這種模倣是有感而不動的，內心起共鳴，體外不起活動。如前所述心花與浪花，心中之感隨浪花動，但身體不動；有個故事說，一個和尚和一個普通人看旗子飄揚，此人說旗動，和尚說不對，此人說風動，和尚也說不對，此人問究竟是那兒動？和尚說：「心動。」

十三、閔斯特堡（Münsterberg, 1863-1916），美國哈佛大學名教授，德籍美學家，是當代價值論的先驅，倡導「藝術（或美的本質）孤立說」。其有關美感的重要主張：

1. 孤立是美感經驗的唯一內容：孤立表示形式的完整與內容的自足，美的價值就在使心靈在孤立自足的情形下獲得充份的滿足與安息。他認為要把握事物的本身，唯一辦法就是使其孤立。使心靈孤立，等於使對象變美，不涉及外界事物。就事物對象言是完全孤立，就心靈感知對象的主體言，則是去除一切煩擾的因素，獲得心靈的完全安頓或安息。

2. 審美活動需經人為的轉化：我們心靈具有自意象轉化為意境的造境能力，亦即閔斯特堡所說孤立對

象的能力，有此能力，才能見出自然的美或欣賞藝術作品的美。一種審美的活動或藝術作品的創造，都要在孤立經驗的因子下予以轉化，才能使其原來美的面目呈現在我們心中。

3. 審美需要無為的態度：美感經驗的增進和審美能力的培養，均以無為的態度為基礎。所謂無為的態度，係指拋開一切功名、經濟等價值觀念，以無所為而為的態度觀照自然，才能充份把握到自然本身的真相。

4. 美具有普遍性和永恆性：美的對象是歷久常新的，表示它的永恆性；好的藝術品大家都愛欣賞，表示它的普遍性。閔斯特堡認為科學與藝術均在追求超乎個人價值，這種價值即是客觀的價值，故具有普遍性和永久性。

5. 審美的習慣與能力須及早培養：人類都有先入為主和習慣成自然的情形，故審美能力應及早培養，使審美能力早日得到發展，早日獲享美感的益處。

十四、布洛（Bullough, 1880-1934），英國劍橋大學教授，著名美學家，其審美主張強調「心理的距離」。在代表作《現代美學的概念》中提出：

1. 現代心理學的美學，認為美是一種由視覺（主要是藝術品的視覺觀賞）而生的效應，因此，觀賞時，氣候、地理、環境、社會、教育、宗教、文化思想等，對藝術內容、形式、欣賞力及品味會發生影響。過去大家重視的各種美的形式法則，應具有相當彈性而非一成不變。欣賞效應心理是有機的。

2. 心距就是心物感情的距離，也是審美的態度，它存在於我們自身與

引起我們情感的對象之間，可推展為美學的原理：a. 化解藝術上主觀性與客觀性、寫實性與理想性、感覺性與精神性、個性與典型性之間表面的矛盾。b. 提供美的標準，使美（美感）與適意之物（快感）有別。c. 可視為美感意識的一種特徵。所謂美感意識，即不以尋常的心態直接看事物的價值。如觀看戲劇，以置身事外旁觀者保持心理距離，則不與現實需求相關，始易獲得美感。d. 心距為藝術之創造或欣賞過程的一種狀態，也就是一般所謂「藝術氣質」的特徵。

3. 心距的作用有二，消極方面：可拉開事物的實用面，消除我們受事物實用態度的支配，即去除注重事物實用的心態。積極方面，可抑制實用經驗的浮現，而創造美感經驗的新基礎。如海霧之美，使我們獲得新經驗。心距的作用，使我們達到美感，避免產生實用性快感或不快樂之感。

4. 保持心距的適度性。布洛稱為「心距的矛盾」或「切身又帶有距離的關係」，依美感經驗的觀點，創作或欣賞美的作品時，最好將物我之間的關係保持在一種切身又有適當距離的狀態中。不可差距（距離不足），否則心受物累，藝術品與自然無殊；也不可超距（距離太遠），太遠則心物隔離，易失心理的效應，藝術品呈現造作、空洞與荒謬之感。世人有「差距」多於超「距」的情形，最好是「恰到好處」。布洛認為喪失距離（太遠或太近），即喪失美感。

綜觀「心距」的理念，確為美感的必要條件。也是美感與快感的不同之處。其他的美學家或哲學家，多有類似的主張，如朗格遊戲說



中的「假想」，托爾斯泰「情感的感染」，佛洛伊德的「白日夢」，柏克森、克羅齊、卡萊等人的「直覺」等，都含有相當程度的「心距」涵義。

從以上各理論可看出人類對美感與快感意義的界定或理念的詮釋，有其相關的性質，更有相異的性質。一般而言，美感是審美活動的快感，與一般口舌的味覺、鼻的嗅覺、體膚的觸覺等官能性肉體之樂的快感有異；美感之樂亦有感官的基礎（特別是視覺與聽覺），但它使人的精神與心靈超越感官的束縛，忘卻與肉體的聯繫，美感可含快感，快感未必含美感，茲歸納簡述如下：

一、從物我的關係狀況言，美感是心物融合為一的，快感是心物對立分明的：

1. 美感具有物我合一的特性：如我們看大海，心中產生廣大、遼闊、開朗的美感心情時，物我性質不能明顯區分，自我情感投射到物而與之冥合，心物（主客）特性已經融合為一，愉快的情緒中已達到物我相合相忘的程度，分不出是心是物。換言之，已超越了心物分離的關係。

2. 快感則不同，如我們口渴喝水、肚子餓了吃麵包，在吃的時候產生快感，主體（我）與對象（物）的性質清楚區分，截然而別。

二、美感是在行動與滿足的同時發生，快感則是先有行動，後得滿足：

1. 如觀海或欣賞美術品時，是作為主體的心情投射到客體的物，而產生情移現象，客體之物的形象因主體愛的投入而產生主體化，因情緒的投入而生人情化，並經情感的

往復回流，不斷增強至超然忘我一片美感的境地。行動與滿足是同時進行的。

2. 快感如喝水飲酒等，是先有了行動，然後感到愉快。

三、美感產生時，對象仍完好存在；快感產生時，對象則會變動或消滅：

1. 人人欣賞明月，明月不減一分，人人觀看高山，高山不減一寸，美感發生時，對象本身不變。

2. 飲水、飲酒、進用食品時，對象減少或消滅；觸摸一件物體時，物體表面因摩擦而有變動，均非保持原樣完整不變。

四、美感在心，快感在身：

1. 欣賞美術品、音樂、舞蹈等，愉快在心，不在眼睛耳朵等感官部份，亦不在形狀、色彩、線條本身，而已予綜合提昇，因此超越感官的束縛，而達精神自由境界。

2. 吸煙、喝酒、吃檳榔、按摩等快感發生在肉體而非心靈，縱使心靈亦得快感，其快感仍繫於感官之間。各種刺激元素與快感不是分離的。

五、美感具公共性，快感具私自性：

1. 美感具有可分享性、社會性、超自我利害性，能促進個人心理及社會和諧。

2. 快感具有私有性、獨佔性、自我性，無助於社會積極的和諧。

六、美感對身心多益，快感對身心多害：

1. 美感（如美術、音樂、舞蹈等）可陶冶性情、弘揚愛心，使內分泌正常而旺盛，促進健康，增進社會人際關係，並能延年益壽。

2. 快感（如煙、酒、毒品、色情等）有刺激身體及心理，影響機能

正常發展或導致心理或精神的異常，損害身體健康，無助正常人際關係，甚至導致事故的發生、疾病的感染、行為的越規和壽命縮短等可能。

七、美感層次較高，快感層次較低：

1. 美感以精神性、心理性層面為主，為形而上的。

2. 快感以物質性、動物性、肉體性為主，為形而下的。

八、美感具積極的、內在的、客觀的價值，快感則缺乏此等價值：

1. 美感本身是一種價值而非事實（美是對價值的知覺，而非對事實的知覺），它令人趨善、覺善，並能養善（提高愛心，超越名利之私）。故有積極的價值。這種價值是內在的，因為對象本身就給人帶來快感，而非由於其具備某種功能或利益。所謂客觀化的價值，是指快感的客觀化，也就是主觀感受的情感付諸外物，使之成為外物的一種性質。換言之，使情移於物，主觀變成客觀，因而產生超越自我的價值。

2. 純粹快感多為主觀的、非內在的、消極的。

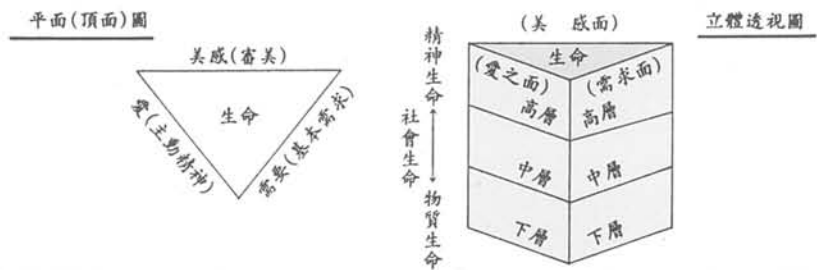
由以上八點，美感與快感似乎可以截然畫分，但在兩者之間另有一個層面，這個層面就是基於社會性、教育性、生活性的因素，使美的欣賞與生活應用相結合，使美的陶冶和教育功能相結合，使藝術生活化，使生活藝術化；在食、衣、住、行、育、樂、環保、景觀中，普遍應用美感對善、和諧、趣味、舒解工作壓力、增進彼此關愛等方面，產生調和提昇的功能。如器物 and 衣著的圖案花紋，在使用器物和







審美品味層級架構圖解



各面說明如下表

特 徵	愛	審 美	需 求
超越性 普遍性 精神性 內在性 哲理性	博愛： ①愛生命： 愛天：法天志、弘天性 愛生命：倡生順生、自強 不息 愛人：親親仁民、兼愛、 利他 愛物：愛物、長物、成物 ②愛美： 愛萬物形、色之美 愛萬物生命現象之美	純美感： ①審美的快感 ②心靈與外物直接會通融合 的結果 ③超越現實性、實用性、目 的性 ④忘我、忘功、忘名、無私 、無慾、自在 ⑤心物合一、主客合一、天 人合一 ⑥實現自我、表現自我內在 價值 ⑦藝術創作與欣賞	①審美的需求： 自然美：自然景物、聲音 、動感等 人為美：美術、音樂、舞 蹈、戲劇等 ②自我實現的需要： 接受自己：肯定自己、獨 立自主、自由 自在、把握現 在 表現自己：發揮潛能、創 造不已、展現 效率、實現理 想
社會性 公共性 教育性 群體性 互助性 心理性 應用性	情愛： ①親愛： 夫妻愛情、父田、子女親 情。兄弟姐妹手足之情。 親戚的親情 ②友愛： 朋友、鄰居、同學、同事 的友情。同儕團體的公情 ③敬愛： 對長輩、元首、國家之愛 ④愛施：樂善好施	生活美感： ①美感之社會性轉化、喜悅 、善意 ②實用物品的美化、裝飾設 計、造型設計 ③生活空間、房屋內外、環 境、市容、道路、公園、 景觀的美化 ④美感教育、知識技能培養 、心性陶冶、發展健全人 格	①歸屬與愛的需要： 家庭：父田子女、親友鄰 居等 社會：社交接觸、公共事 務等 教育：不斷學習、工作、 幫助他人 ②尊嚴： 自尊、自信、主敬、敬人 成事 追求共同及各人榮譽 司法公正、自由平等 ③知識、理解、教育、信仰
實用性 個人性 自我性 動物性 生理性	①性愛： 肢體愛撫、性愛 ②愛自身自物： 愛自身、愛自物、愛自財 重自利	個體快感： ①味覺與嗅覺快感：飲食、 吸煙、喝酒、吃檳榔、吸 毒等 ②觸覺快感：幼兒吃奶、撫 摸動物、接觸異性、按摩 、親吻、性交等 ③利益快感：如中獎等	①生理需求： 飲食、健康、性交、睡眠 休息等 ②安全需要： 身體安全與精神安定 生活安全與工作收入安定 環境安全與社會安定

消遣和新聞。消遣多是粗略的小拼盤，新聞多是社會新鮮事，戰爭、情殺、走私、破案、國會殿堂失序等等。此一時段廣告也最多，節目維持靠廣告收入，廣告影響節目內容，以吸引一般大眾喜好為取捨的根據，在這般節目型態之下，陶冶身心的功能自然難以發揮。社會文化的層級和審美品味的提昇，確實有某些方面的困難，但至少這個架構可以提醒我們，目前大眾審美品味所在的層級，值得我們警惕。當然，這個問題應分兩方面來說：(一)是知的問題，絕大部份的民眾，對於美的認知和美感的益處缺乏深入的瞭解。因為瞭解不夠，於是影響到興趣的狀況，沒有興趣，自然不會去體察，因此造成與美感隔膜以及對審美冷淡的現象。(二)是行的問題，基於認知的不足和興趣的缺乏，加上生活的忙碌和接觸的機會少，乃形成審美品味不足的情形。另一方面，把體膚的快感當作舒解工作壓力、尋求精神刺激和放鬆忙碌心情的途徑，是故未獲美感之益，已受快感之害，造成生活品質偏低的現象。要提高民眾生活品質，充實精神生活內涵，此一架構指標，或可發生相當程度之啟發作用，特以圖解說明於後，作為本節研究審美架構的結論。

