

美力洋溢

美感生活一起來

So Aesthetic

Let's Put Aesthetics into Practice
in Life

陳育淳 Yu-Chun CHEN

臺北市立介壽國民中學視覺藝術教師

「陳老師一走進教室，隨手撿起地上的垃圾，請學生將窗戶一扇扇對齊，擺放好課桌上的書籍，教室看起來舒服多了。」

「走在綠蔭環繞、街道整齊的富錦街上，心情真是愉悅，充滿著綠意與愜意。」

「廣闊的視野、層疊的山巒、綿延的雲海，夕陽映照猶如金色波濤，美麗極了，讓我忘記所有煩惱。」

美讓人愉悅

美在哪裡？在藍天與層層雲朵之間，在建築物與光線虛實呼應中，在簡潔實用的設計品上，在藝術品呈現的造型色彩中……。基本美感是直覺的、客觀的。每個人應該都比較喜歡整齊、清潔的環境，喜歡綠蔭環繞，喜歡櫻花、雲海。這些美的事物，讓人產生愉悅感，讓人感受到舒適、合宜的氛圍。

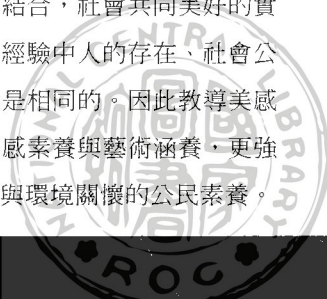
「美感」這詞包含美和感，如果「無感」是無法感受「美」，就如同羅丹的名言：「這個世界不是缺少美，而是缺少發現美的眼睛」。美是主體感覺、觀察、思考的一個過程，透過對審美對象產生愉悅之情，是主體經驗、客體特質之間的交互作用。而生活美感課程是希望透過生活中事物的體驗、觀察、分析與實作，引導學生學習在生活中發現美、探索

美、應用美，以「我在乎」的生活態度選擇生活方式，讓美愉悅人生、享受生活。

美感素養也是一種公民素養

十二年國民教育課程綱要的基本理念，期望開展學生與自我、他人、社會、自然的各種互動能，將所學的知識、技能、態度化作素養，將學習落實在真實的世界。國家教育研究院所成立「亞太地區美感教育研究室」，將美感素養定義為有關美感的知識、技能和情意（態度和習慣），是長期美感經驗累積與內化的結果（洪詠善、邱鈺婷，2014）。

美感課程即是一種個體自發的感知，從客體中發現、探索美的愉悅，並且能與媒材、物件、空間、環境產生溝通互動，期能參與社會，有善念，為生活的共好而付出行動。透過美感教育，能夠培養學生主體對於周遭人事物與環境的關懷，並期望他們能參與社會，尋找一種美感共識，一種適用於社會環境的合宜狀態。而核心素養是指一個人適應現在生活與面對未來挑戰的知識、能力與態度，所關注的也是學習與生活的結合，社會共同美好的實踐，與美感教育強調生活經驗中人的存在、社會公民素養與自然關懷的美學是相同的。因此教導美感教育不僅是充實學生的美感素養與藝術涵養，更強化學習者對於周遭人事物與環境關懷的公民素養。



美學三軸：存在美學、公民美學、生態美學

與美學有關的研究很廣泛，亞太地區美感教育研究室綜合國內外相關研究，提出美感教育應從「人」出發，涵蓋人與自己、他人、自然生態等層面，透過覺察、認知、情意與行動的教育歷程，而開展「存在美學」、「公民美學」與「生態美學」的美感教育圖像（范信賢、洪詠善、阮凱利、黃祺惠，2016）。透過美感教育，可以引導學生主體自發，透過審美與創造美的歷程，獲得生命存在的意義；亦可以探討社會文化等公民議題，追求和諧並理解差異；甚至是為自然發聲的態度與能力，喚起地球公民身分的覺醒。上述美感教育的觀點，皆與十二年國教課程綱要的基本理念相符。

整齊清潔非難事／存在美學

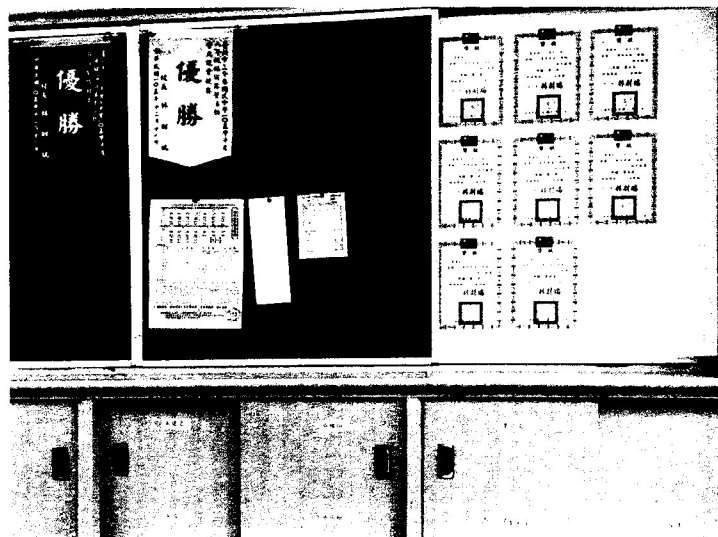
學校是學生們每天生活的場域，首先就從學生生活的環境來談談如何培養學生基本的美感。學校常見的置物櫃，公告、考卷隨意擺放，櫃內髒亂不堪，櫃門也沒有順手關上，整體讓人感到煩雜不舒適。如果學生能把書本擺放整齊，櫃子

關好，在視覺上就顯得有秩序，是不是可以讓教室的所有使用者感受較為愉悅呢（圖1）？圖2是設計教育扎根計畫的海報，很諷刺地連海報的張貼，都無法將它與布告欄對齊，張貼者隨意使用膠帶、圖釘固定，如此不合宜的布置，再有設計感的海報也會因此而減損它的美感。由此可知，美感生活最簡單的說明就是「讓它好看」（Make it nice），最基本的要求就是好好做一件事，無論是櫃子的整理或是海報的張貼，美感教育要提醒的，就是用心做好每件事，將細節完成，其目的就是讓自己跟他人愉悅。

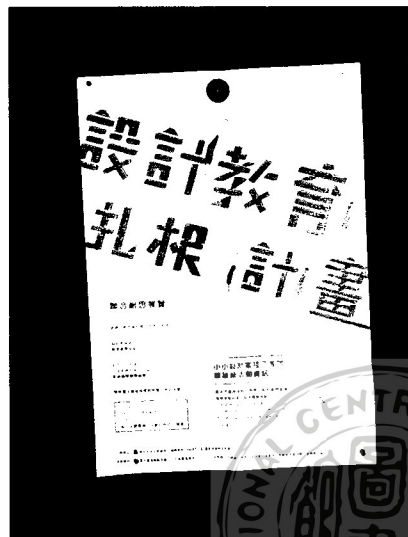
如果學生可以從自己做起，安頓好自己，將乾淨、整齊作為美感的基礎，用心對待生活環境，書本、桌椅、掃地用具依序擺放，置物櫃整理乾淨不紊亂，教室的布置、公告的仔細張貼，就符合美感的基本條件：「清潔與整齊」。簡單的秩序就可以產生美感，能讓使用教室的師生們擁有較為愉悅、共好的環境。

調和的城市色彩／公民美學

將場景移到社區的街道，日本金澤的街上一隅（圖3），整體感素淨，沒有特別突兀的招牌，以較



1 注重整齊、清潔的置物櫃



2 隨便張貼的海報、



低彩度、調和、雅致的中間色調為主，讓人看起來俐落清爽，變電箱也簡單大方，低調融入街景。不僅如此，街道也非常的乾淨。

歐洲的街景同樣的強調秩序，類似的高度，調和的色彩，整齊的格線，讓街道看起來舒適，自然而然產生愉悅之感。就算是熱鬧的街道，也不會看到斗大的黃色麥當勞招牌（圖4、圖5），基本上為了維護整個街道景觀的一致性，招牌的大小是被規範的。而在瑞士伯恩的舊城區，這個被聯合國教科文組織列為世界遺產的城市，為了保持古拙典雅的樣貌，麥當勞的招牌，跨國企業的商標也得換裝，成為優雅的白色（圖6）。這裡所討論的美學是從個體到群體的關係，透過公民的參與，每位居民利他、共好的理念，才能為社區的整體帶來美感與改變。

3

3 日本金澤市街道。

4 6

4 德國慕尼黑麥當勞招牌。

5

5 德國菲特列港麥當勞商店招牌。

6 瑞士伯恩的麥當勞店招牌。



反觀台灣的市容，商家為了利己，五顏六色的招牌，鮮豔搶眼的文字，將整個視覺上與環境的調和感犧牲了，人們忘卻了一句俚語：「當每個人都大聲講話的時候，其實是沒有人大聲講話」。每一個招牌都張牙舞爪，其實等於沒有看到任何招牌。例如台南的新化老街，雖然統一了某些元素，看起來整齊了一點，但是招牌的設計與色彩太過鮮豔，整體感還是不夠協調。更何況有些商家為了利己，擴充自己店面，在騎樓之外還搭建遮雨棚（圖 7），甚至並排停車；另一家咖啡店則在古樸灰牆外掛著色彩繽紛的布條，搶了原本牆面上「新化老街咖啡」的風采，反而破壞了整體的美感。（圖 8）

除了招牌，花枝招展的變電箱也是城市景觀的殺手，彩繪是一種美化方式，但如果不能與周邊的景觀協調，也只是一張突兀的作品，或者隨便拉起廣告用的紅色布條，也是破壞景觀的行為；最沒有公德心的則是將公領域作為私領域的延伸，例如：將自家的衣服晾在馬路旁邊，甚至回收的垃圾也占據人行道。回到公民美學的探討，社會由人們所共同建立的，唯有當每位居民願意「利他、共好」，尋求一種合宜的美感共識之時，整個社會朝向美好的方向改善，才是真正的利己。

自然界找美／生態美學

自然之美是由上天所孕育，當你細細地品味一朵花的整體造型，你會驚嘆天神的傑作。花的質感、色彩、造型如何細膩、調和，簡單的幾何秩序，營造了大千世界的奧秘。欣賞大自然的美景所產生的愉悅是簡單且自然的本能，圖 9 是一個幼兒園大班的孩子，眺望著台東並鳥瞰景色，這一刻，他正在經歷美感，在體驗自然。如果能夠從小就培養對於生態環境的美感素養，讓學生了解人類與自然生態系統之間共生共榮的關係，進一步引導他們珍視自然，關懷自然，進而成為大地的守護者。

等待日出是許多人的共同經驗，這個歷程即是一種美感經驗，一種美感的生活享受，為了經歷那一道光芒的感動，可能暈著、凍著，但為了親眼目睹自然之美，舒展生命中可能累積的壓力，等待那一刻的愉悅與天地同遊，吸引著許多人的心靈。然而生態的危機，因為人類的耗用與污染日益嚴重，前一陣的新聞指出：澎湖的海岸只剩下 5% 是乾淨的，海洋垃圾隨著洋流與季風，正在侵蝕地球，殘害我們的環境。生態美學就是透過引導學生覺醒其地球公民的身分，期望透過美感的行動，能為環境付出，進而淨化、美化環境。



7 台南新化老街。

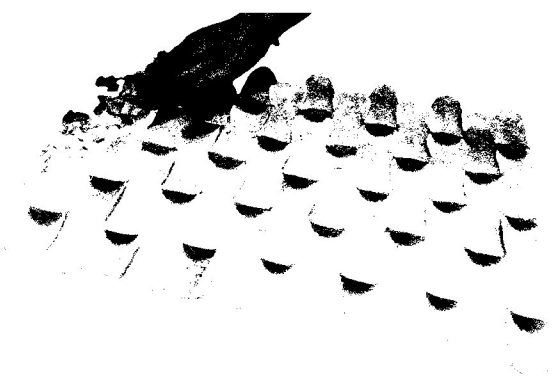


8 台南新化街咖啡的招牌布條。

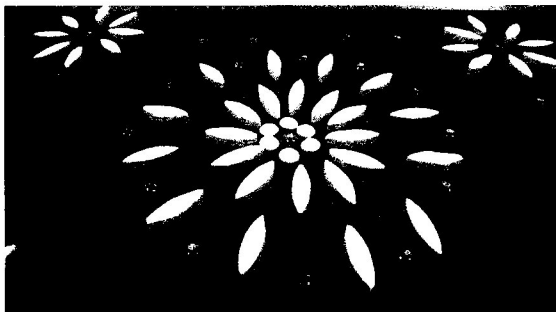


9 眺望台東。





10 洋芋片食物排列。



11 鳳眼糕食物排列。



12 樹葉排列。

美感課程在教育上的實踐

美感涉及「主體」、「客體」和「經驗」三者之間的關係，教師在課堂上需要選擇客體對象，提供給學生美感的經驗，也就是一種審美感知、審美理解或是實踐美的歷程。首先以學生為主體，從學生喜歡、熟悉的生活開始，以體驗教育的方法做中學，開發知覺讓身體學習，讓學生先有感。接下來，需要教導學生知識、技能，用以參與審美活動，並且能在生活中實踐美善。由此可以歸納出美感教育實踐的三個層次：首重個體覺知（awareness）的啟發；客觀的鑑賞能力（appreciation）的培養；技能教導以落實美感行動（action）。以下簡述分享筆者所實施三個美感課程，說明上述的理念。

審美感知（awareness）／有感而發

「有感而發」是以「視覺、觸覺、嗅覺、聽覺、味覺」五感，統整學生在視覺藝術與國語文藝寫運用的跨領域課程，視覺藝術以五感描述開始進行「有趣的食物排列」，引導學生說出對零食的感覺，分組創作出具有美感秩序的構成；欣賞具有質感表現的建築物；閱讀文章中對美的探討；最後走出教室，體驗生活，以攝影構成記錄質感生活，並以文字摹寫生活的感動，表達美感。

視覺藝術的部分，讓學生以用心的態度，從拿到零食包裝時就運用知覺觀察、品味，教導的就是「覺知」與「描述」，用身體記住了，心也就記住了。接著運用所學習美的原理原則的知識與技能，從做中學、錯中學，完成食物排列（圖10、圖11）。教師也可以根據地區選擇不同的排列物件，就在微風徐徐的公園裡，呼吸著清新的空氣，聽著鳥鳴，讓學生撿拾落葉，進行美感的練習（如圖12），不需要花費，一樣可以擁有美感體驗。

審美理解（appreciation）／我們的社區美？不美？

這個課程以社區街道為探索的地點，教師先以提問的方式引導學生思考，從師生互動中溝通對於街道美感的看法，接著引導學生進行社區的訪查，找出「美」、「不美」與「美中不足」的街景，並提出解決問題的方案。本課程整合學生學習脈絡中的多項能力，透過觀察描述、訪查分析、歸納設計、發表省思等教學策略交叉運用，引導學生關心城市裡的環境美感問題，培養關懷社會環境「共好、利他」的公民素養與良善品格，結合社區的能量，促進社區認同。

學生以社區環境為教學資源，透過社區的訪查，將學習與生活結合，以攝影的方式記錄，一起討論對於街道的觀察，並歸納其美醜的原因後，以簡報發表。學生發現影響街道景觀的原因，包含：招牌、水溝蓋、人孔蓋、消防栓、冷氣安裝、建築立面、街道是否清潔等。當學生需要說出其分類的原因，尤其為何美中不足的時候，是需要具備與美

感相關的知識，而且懂得分析、判斷，並思考如何才能具有美感，透過審美的理解，提出解決方案。

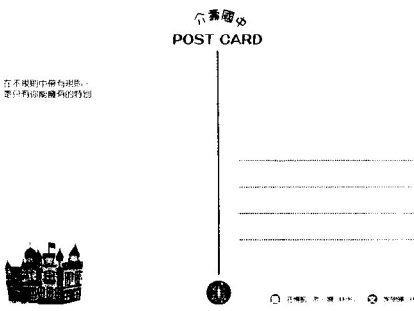
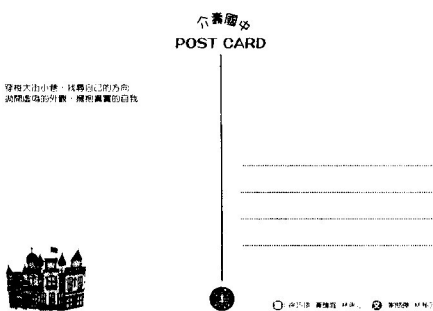
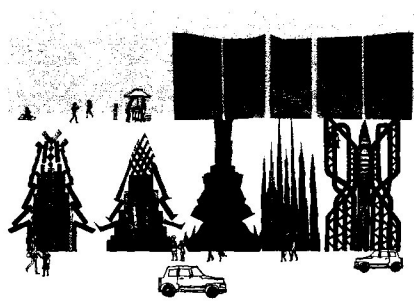
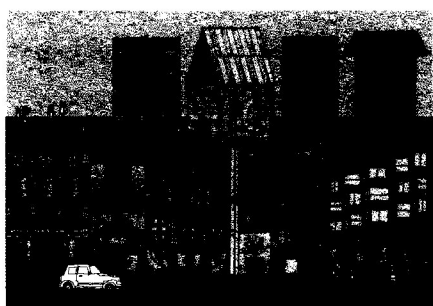
美感行動 (action) / 如何創造具有吸引力的城市？

如何創造具有吸引力的城市？是「創造我們的街」課程的核心問題，以視覺藝術為主軸，跨領域的方式融入英語、地理、數學與語文課程。透過英文影片探討，了解城市的美感來自於秩序中多樣的變化；地理部分，理解自然環境與建築型態的關係；數學則應用在學生以比例、構成與秩序的概念設計街道建築物時，所使用的幾何形體概念，學生可以使用直尺跟圓規輔助繪出建築物立面中的格線分割或圓弧設計，例如：拱門、窗戶、窗花、門、陽台、屋頂設計。

學生從小組的討論中，擬定符合整組社區的街道秩序，發展個人創作。最後將優秀的建築立面圖，依照風格分類設計成明信片，並根據明信片的畫面，創造出符合圖畫意象的文句或短詩作品，作為學校獨一無二的文化創意商品 (圖 13)。透過這樣的歷程，讓生活中常見的建築成為創作的主题，例如有位學生的回饋提到：「藉由這次的活動，我了解到秩序、比例是設計房子重要的元素，在路

上，我也觀察到許多建築物也都具有這些特色。做完這個作品，我不僅增進自己的美術技巧，也更懂得美的成因。」從生活環境取材，對學生而言，除了具有親和力，也容易得到理論的證明，更能說服學生。這樣的美感行動，學生參與了街道與明信片設計，讓創作與生活經驗結合的歷程尤其可貴。

綜合以上美感課程實施的經驗：「覺知、鑑賞與行動」這三種行為是相輔相成的，一個課程中可能運用了不僅一種的策略，但由淺至深，由小至大，還是可以歸納成三個美感教育實踐歷程的層次 (如圖 14)。首先強調學生的知覺的開發，從生活題材中產生經驗的累積，發現美的存在。接下來透過美的形式原理探討客體對象中的「比例、構成、色彩、質感、結構、構造」六種面向，包含生活器用、空間與環境，大自然的美感、極簡美學體認、比例的差異、秩序與韻律、色彩與質感、造型與空間美感等 (漢寶德等，2013)。另一方面，體會形式之中所包含的文化意涵，也助於理解形式表現的脈絡與歷史，這些相關知識的學習，能深耕學生審美的鑑賞能力，最後透過技能的運用，不僅能在生活中實踐美，也可以善用設計為美感發聲並解決問題。





14 美感教育的實踐歷程。

美感是一種競爭力

Google 搜尋介面的使用者，應該都有發現 Google 首頁的圖案經常變化，配合節慶、藝術家的生辰、科學家的發明等，設計獨具風格的動畫或圖像，不變的是每一頁面都有 Google 的字母呈現，以多種面貌呈現出不同風格的美感。Google 的首席設計 Jon Wiley (2014) 表示：美感是好產品的其中一個要素，能引起人們情感上的共鳴。自從蘋果引領的 3C 設計風潮創造驚人的經濟效益，讓產品具有實用與美感，已經成為顯學。在「HOLA 味覺實驗：孩子不好好吃飯怎麼辦？」(2016) 的影片中也可見：小孩因為擺盤的差異，相同的食物吃起來卻有美味的差異，可見美的視覺形象會影響人們的認知與行為，在稱為設計時代的今日，美感已經是國家的競爭力。

美感教育能為我們帶來什麼改變？美感教育能為我們做些什麼？

美感課程試圖引導學習者進行覺察、分析、思辨與判斷，透過生活中事物的發現、探索與應用在生活中找到美，並且是一種對於整體環境社會而言是合宜的美感共識。這與十二年國教強調個人為學習的主體，運用工具有效的與他人及環境互動，處理社會的多元性，強調人際關係，並具備素養的公民意識相符。

美國國家科學委員會所發表 STEM (Science, Technology, Engineering Mathematics) 觀點，建議培養優質科技人才、工程師、科學家以及數學家，來提升國家的競爭力。近年來更加入了藝術 (Art) 這個關鍵詞彙，成為 STEAM，藉由工程跟藝術的結合與展示，強調手作與創客的觀念，將創意轉化成產品，並具備美感素質。

由此可見，美感教育除了教導學生做好自己，讓國民普遍擁有美的判斷力，用心過生活，在其中體會美、享受美，提昇精神生活的品質之外，無論在哪種職位，都可以用心且有品質地完成工作崗位中基本美感的要求，具備美感素養以決定出合宜的公共事務；也讓學生思索如何以利他的態度，找到社會環境的整體秩序，陶鑄讓社會良善的公民素養。最後將美感融入所有設計，在屬於設計世代的今日，提升國家的競爭力。

(本文圖片提供：陳育淳)

延伸閱讀

范信賢、洪詠善、阮凱利、黃祺惠編著 (2016)：《這樣，美嗎？美感教育在台灣》。台北市：國家教育研究院亞太地區美感教育研究室。

洪詠善、邱鈺婷 (2014)：《國家教育研究院正式成立「亞太地區美感教育研究室」》。2016 年 11 月 12 日，取自 http://epaper.naer.edu.tw/print.php?edm_no=87&content_no=2181

教育部 (2014)：十二年國民基本教育課程綱要總綱。台北市：教育部。

漢寶德 (2010)：《如何培養美感》。台北市：聯經。

Dindo Lin (2014)：《從視覺、動畫到工業設計，為何矽谷著迷於設計人才？》2015 年 10 月 10 日，取自 <http://technews.tw/2014/01/17/from-the-visual-animation-industrial-design-designers-as-silicon-valleys-hottest-careers/>

「HOLA 味覺實驗：孩子不好好吃飯怎麼辦」(2016)。2016 年 3 月 1 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=iRpZnTufa84>