

不”知”不”覺”，淺析中國佛像畫展示的傳播觀念

——以夏荊山中國佛像畫為例

蔡靜野

國立臺灣藝術大學書畫藝術學系博士生

摘 要

中國佛像畫，既是宗教藝術，也是繪畫藝術。宗教文化和中國繪畫藝術既能夠完美共存於一個藝術表現形式中歷久不衰，引無數的賢能畫略之才傾情於這項的事業，定有其亙古不變精神魅力。展覽中國佛像畫，陳列(display)容易，展示¹(exhibit)不容易；觀看容易，知覺不容易，傳播的觀念決定傳播的效能。策展，就是要把中國佛像畫長久的淵源脈絡與畫家畢生執著的創作歷程和心血傑作，這些無法剝離的線索巧妙的梳理在一個展覽空間，創造不知不覺的輕鬆知覺情境氛圍，把這些看似複雜的、悠長的、形而上的哲理意涵，以深入淺出的理念翻譯成放諸四海而皆准的展示語言，無論是與知識淵博的學者學術交流，還是給樸實無華的普羅大眾休閒觀賞，讓“知”的人有“覺”；讓“不知”的人，先“知”後“覺”。每一幅畫作和每一位觀眾都值得尊重，在展域都應有真切的獲得感，“自覺，覺他，覺行圓滿無缺”。

關鍵字：佛像畫 展示 傳播 知覺

¹ G·Ellis Burcaw 《博物館這一行》(Introduction to Museum Work) 張譽騰譯，五觀藝術出版 2000，陳列(display)為了讓觀看者對物件產生興趣，而呈現物件，展示(exhibit)在含以上，較“陳列”更為嚴肅、更有分量、更專業。它是帶有教育觀眾的意圖的一組觀念的呈現，或者，以藝術展示單元為例，它是由專人有計畫的將藝術物件組成一個單元加以呈現出來的。也就是說，它是一場展覽中，角色清晰的部分，頁 25。

“Unawareness” and “Unconsciousness”- A Study on the Communication
Concept of Chinese Buddha Painting Exhibitions

—Examples of Xia Jing Shan’s Chinese Buddha Painting Works

Tsai Ching-Ye

National Taiwan University of Arts

Abstract

Chinese Buddha paintings are religious art and painting art. There must be the long-lasting spirit and charm that perfectly combines religious culture and Chinese painting in this historical art form and attracts elites to devote themselves to this course. In terms of Chinese Buddha painting exhibitions, it is easy to display but not easy to exhibit; it is easy to be aware but not easy to be conscious. A communication concept determines its effectiveness. The purpose of exhibitions aims to present the long history of Chinese Buddha paintings and creation experiences and works of artists with attached context skillfully in an exhibition space to develop the atmosphere in a relaxing way without any obvious awareness and consciousness. These philosophical concepts seem complicated, long-lasting, and metaphysical and they are then translated in exhibition languages that can communicate with viewers around the world including knowledgeable scholars who would engage in academic exchanges and the general public who engage in recreational activities. These exhibitions allow those who are “aware” to develop “consciousness” and those who are not “aware of” to develop “awareness” first. Each painting and each viewer deserve our respect and they shall obtain something from exhibitions. They shall become “aware and conscious to achieve fullness.”

Keywords: Buddhist paintings, exhibition, communication, awareness and consciousness

壹、展示，中國佛像畫的藝術魅力

中國佛像畫，藝術生態發展歷史悠長，早在六朝時代，畫家便以佛畫為能事，在中國傳統文化氛圍中以一種獨特的藝術形式屹立，並且在人物畫中極具地位。中國佛像畫的畫家的藝術語言方式，深受東方傳統藝術觀念的影響，從作畫使用的工具媒材、表現手法和呈現方式等角度觀察，所創作的藝術成果最單純而清晰的性狀被歸類為“繪畫作品”。在美術館、博物館等專業展覽機構中，藏品（展品）有著相當成熟且科學的分類辦法，其中主流分類有：書畫類、玉器類、標本類、錢幣類和陶瓷類等，中國佛像畫一直是以書畫類藝術品的屬性在專業機構裏被保存、整理研究和展出的。所以，對中國佛像畫美學價值以及其所賦意涵的探究和學習，首先應該從其作為書畫藝術的本質屬性和面貌著手，這是中國佛像畫展示研究的一個重要且必要的基礎。

“一般而言，我們觀察或描述藝術品時，總是將之視為一個整體，不會刻意分開強調它的內容或藝術性(美學表現方式)。……然而，政府看待藝術品卻有不同角度；他們認為所有藝術品都具備兩個可以完全分開討論的元素：其一可通稱為‘內容’(content)，它是藝術品主題和觀點的混合體。其二可通稱為‘藝術性’(artistic quality)，意指藝術品的美學價值(aesthetic merit)，但有時意涵更廣泛些，尚可包括原創性(originality)、真實性(authenticity)或保存現狀(condition)等。”²

誠如史蒂芬·威爾(Stephen E. Weil)所言，對於藝術品的研究和討論，可以分別從其“內容”和“藝術性”兩個面向展開，內容意涵和藝術審美是兩個並不衝突的問題意識，各有各的研究方法和學術語境，二者亦可並行不悖，互為補益，對

²Stephen E. Weil《博物館重要的事》(making museums matter)張譽騰譯，五觀藝術出版 2015，165-166。本文先以演講形式發表在 1999 年 10 月在華府舉辦的美國美學社(The American Societi for Aesthetice)年會。

於本文中國佛像畫作品的展覽展示探討範圍來說，最終通過“內容”和“藝術”乃至觀眾知覺心理研究等角度所梳理出的多個策展脈絡，都能夠為當前以及未來佛像畫展示活動提供有現實指導意義的佐證和依據。

從中國佛像畫的繪畫“藝術審美”現象而言，有豐富多元的藝術視角，佛像畫的審美藝術性追求、畫家繪畫技法的師承和發展、作品畫面所繪題材的時代性和創新性等等，都可以作為探討美學意涵的切入點，殊途同歸，每一個角度都可以應和現代藝術展覽敘事性的邏輯理念，大有探究和琢磨的空間。

一、古法畫論的傳播理念

中國佛像畫的藝術性評鑒，在中國藝術史論中，自古就有較為完整的論述，從評鑒方法角度、思想邏輯、標準和範例中，都可以清晰的捕捉到古人在長期藝術研究基礎上總結的理論和觀念。這種思路和方法可以追溯到三國時期，著名畫家曹不興³被稱為“佛畫之祖”，是文獻記載最早一位傳奇畫家，心敏手運，須臾立成，頭面手足胸臆，不失尺度。相傳南朝謝赫⁴對曹不興的中國佛像畫作嘆服不已“觀其風骨，擅名不虛，在第一品矣”⁵，謝赫在其所著中國繪畫史上第一篇系統的繪畫品評專著《古畫品錄》中，品評三國至齊梁傑出畫家二十七人，共分六個品階，他將曹不興的品第次序，列為第一品之高。而謝赫的品評眾畫家藝術造詣的重要依據是他所提出的古代繪畫實踐贅“六法論”：一曰氣韻生動，二曰骨法用筆，三曰應物象形，四曰隨類賦彩，五曰經營位置，六曰傳移模寫。分別從

³曹不興亦名弗興，生卒年不詳，吳興（今屬浙江湖州）人，在黃武年間（222—229年）享有很大的聲譽，與皇象的草書，嚴武的圍棋，菰城鄭嫗的算相、吳範的善候風氣、趙達的算術、宋壽的解夢和劉敦的天文，並稱為吳中“八絕”。善畫龍、虎、馬及人物，有落墨為蠅等傳奇故事，其佛畫成就對後世影響很大，

⁴謝赫（479—502年）：南朝齊、梁間畫家、繪畫理論家。善作風俗畫、人物畫。著有《古畫品錄》，為我國最古的繪畫論著。評價了3世紀至4世紀的重要畫家。提出中國繪畫上的“六法”，成為後世畫家、批評家、鑒賞家們所遵循的原則。

⁵《太平禦覽》卷七五一《歷代名畫記》中華書局1998。

繪畫的氣韻、筆法、表現性、著色、構圖和臨摹六個角度，論述和評價畫作。這個重要的論述成為中國古代美術品評作品的標準和重要美學原則，並延續至今。

再如夏荊山居士的中國佛像畫，1971年移居美國加州，進入美術學院研修，同時參訪世界各大博物館進行研習、臨摹，中國畫的寫意、工筆畫的細膩和西洋畫的透視、寫實融為一體的技法，專心致力於佛教繪畫藝術，數十年如一日，構思愈益巧妙，技法更加精湛，功力日漸深厚。楊企霞曾在《夏荊山觀音佛畫之研究》一文中，有過借用“六法論”評鑒邏輯的方法，對夏荊山居士的佛像畫“藝術性”進行描述的部分。（楊企霞 2014）她評述說，夏荊山於觀音（圖 1）衣紋線條繪製之處，筆法方折頓挫，有粗細濃淡之變化，筆式有輕重、虛實之控制，行筆揮灑自如、緩慢而穩定，是從“筆法”的運用和運筆功力角度進行的分析；《紅竹觀音》（圖 1-1）中以朱砂畫竹之大膽用色，與蘇軾“世間無墨竹，既可以用墨竹，何嘗不可以用朱畫！”的繪畫主張不謀而合，正是從“著色”的大膽創新和不拘一格的色彩運用部分加以闡釋；畫面結構特色中，從以主尊為中心的構圖方式、以背景留白的意境創造和畫面動態佈局經營的巧思三個段落的論述，與“經營位置”的六法論思維相近似等論述，評鑒夏荊山居士的中國佛像畫藝術性中繼承傳統中國畫理論和技術的藝術造詣部分。



圖 1 《紅竹觀音》局部



圖 1-1 《紅竹觀音》局部

中國佛像畫既學古，遵循古法畫論的觀念，那麼在展示傳播的脈絡整合中，古法畫論便成了一個清晰而有中國畫壇普遍認同感的邏輯準則。中國的繪畫理論自成系統，著作宏富，體裁多樣（畫論、畫評、畫史、著錄、題畫詩等），門類豐富（人物、山水、花鳥等門類的理論），闡述精微，所以非常容易在中國畫論體系中尋找出與展覽畫作形制類別相吻合的線索，規劃展品研究和展示的方向，這種脈絡依據的遵循，不僅僅是策展的捷徑，也是觀眾最容易體會和感知展覽意涵的意識指引。

二、時空秩序的傳播脈絡

“讀書不多，畫則不能進於雅；觀理不清，則畫不能規於正。”

——蘇軾

畫作雖然只是方寸之物，但我們都深知，這並不是一蹴而就的平凡之事。一幅畫凝聚了畫家勤奮治學的態度、博古通今的見識、下筆如有神的氣魄才情，更不乏勸世為善、志存高遠的思想觀念。中國古代畫史中，關於畫家勤奮好學的故事枚不勝舉：

譬如五代畫家厲歸真，自幼酷愛繪畫，為了畫好老虎，每天一大早就備足乾糧和筆墨紙硯，深入猛虎喜歡經常出沒的荒山野嶺，仔細地觀察老虎的各種動態，坐的、伏的、蹲的、撲食小動物的種種動態和神貌，把觀察到的形象畫成白描記錄下來，積累了大批老虎的畫稿，仔細琢磨老虎神態特徵，以便增強對老虎的想像力。經過一段艱苦的深入老虎生活後，畫虎的技藝大有長進，畫出來的老虎無不栩栩如生。此後他延續勤奮執著的治學態度，用盡大半生的時間遊歷名山大川，見識更多飛禽走獸，終成一代繪畫大師。

或如郭熙（約 1000-約 1090 年），北宋畫家、繪畫理論家。出身布衣，好道學，喜遊歷。善畫，初無師承，後在臨摹李成山水畫中受到啟發，筆法大進，亦

能自放胸臆，筆勢雄健，水墨明潔。畫山石多用卷雲或鬼臉皴，畫樹如蟹爪下垂。熙寧(1068-1077)間為圖畫院藝學，後任翰林待詔直長，成為宮廷畫院重要成員。於畫論方面亦有建樹，總結出對四季山水的審美感受及山水構圖三遠法等。創作活動旺盛的時代正是宋神宗在位的熙寧、元豐間（1068—1085年），深受神宗的恩寵，有“神宗好熙筆”，“評為天下第一”之說。

復如元朝著名畫家王冕（1287年-1359年）七八歲時，父命牧牛隴上，竊入學舍，聽諸生誦書；聽已，輒默記。暮歸，忘其牛，父怒撻之，已而復如初。母曰：“兒癡如此，曷不聽其所為？”冕因去，依僧寺以居。夜潛出，坐佛膝上，執策映長明燈讀之，琅琅達旦。佛像多土偶，穢惡可怖；冕小兒，恬若不見。會稽韓性聞而異之，錄為弟子，遂為通儒。

由於每位畫家個自所處年代和地域的差異，必然會受到生活的社會環境和藝術氛圍影響；畫家的家庭境遇影響其求學和畫工技藝成長進程；畫家自身天資悟性亦有區別，藝術天賦開蒙亦早亦晚；加之諸多畫家們的喜擅景物無所不涉，造就了各具風格特色而無法複製的畫壇美談。

正如夏荊山居士的習畫歷程，1943年拜郭味蕓⁶為師，遵循古法潛心苦學，奠定堅實的中國畫傳統技法基本功。1949年以軍人身份隨國民黨政府遷臺，軍職退休後專心於藝術創作，早年丹青繪畫涉科甚多，有花鳥、蟲獸、山水和人物等。1960-1970年畫作主要集中在花鳥及人物，此時人物畫多為行樂圖、夜宴圖和仕女圖等；1954年皈依南亭法師(1900-1982)，1958年得到南懷瑾居士(1918-2012)教導修持禪法，故其藝術修為也受到極大的影響，從此潛心於繪製佛教題材人物畫，並在畫韻上得到了大幅度提升；1971年移居美國，參訪世界各大博物館臨摹

⁶郭味蕓（1908~1971）名忻，以字行。濰縣（今濰城區）城裏人。著名國畫家、美術理論家、美術教育家。2007年在其故居“疏園”西鄰建成郭味蕓美術館，與“疏園”形成一體。2008年7月，郭味蕓美術館開館。

佛像畫，藝術與宗教信仰融為一體後，其畫作不僅僅追求筆墨技法，更執著於佛學的研修，進而更富有精神意涵。

諸位畫家雖然所處年代相距甚遠，但都有勤勉好學、奮發圖強的感人經歷，畫家主人公個人傳記的故事性，是我們在研究畫家藝術成就時難以剝離的重要內容，是不可忽視的展覽背景線索，也是最為通俗易懂、簡單可循的一種時間和空間邏輯的策展脈絡形式。敘事的結構也是策展最為容易與觀眾交流和對話的語境，依據畫家人生經歷而所排列出來的藝術展覽場域，這看似自然樸實的藝術傳播觀念，正契合了俄國哲學家車爾尼雪夫斯基⁷《藝術生活》中“藝術源於生活，而高於生活”的人本主義思想。

三、創作迸發的藝術力量

畫家的每一個永世流傳的不朽之作，在其本人行筆前，都難以做到十足的預判、計畫或故意使然。當然，我們非常贊同蘇軾說的：“博觀而約取，厚積而薄發”，畫家經過勤學苦讀的藝術修行過程，終成正果；但也許，就是在樸實的研習瞬間，不經意的“神來之筆”，其畫作便成為不可複製的膜拜經典，這兩者不僅不矛盾，而且還相得益彰。

“……創作過程包涵一長系列的想像飛躍以及藝術家適當塑造素材而賦之以型的嘗試。手欲圖實現想像的指令，滿懷希望地點染一筆，而結果可能並未盡如所期，因為物質莫不抗拒人類意志，也因為藝術家心中的意象不斷轉移變化，以至於想像的指令無法十分精確……如此而往，各種衝動不斷流轉於心靈與眼前已經片面塑成的素材之間，他漸漸而愈來愈界定意象，直到意象完整而被賦予可

⁷尼古拉·加夫裏諾維奇·車爾尼雪夫斯基（Nikolay Gavrilovich Chernyshevsky，1828-1889），俄國革命家、哲學家、作家和批評家，人本主義的代表人物。

見的形式為上。”⁸

藝術的天賦和這種創作瞬間迸發的妙筆生花，這是畫家與眾不凡的本領，是可遇而不可求的藝術境界，從事繪畫藝術，沒有勤奮不成事，唯有勤奮也不能成事，還要有對藝術的敏感和悟性。東晉畫家顧愷之曾論到：“凡畫，人最難，次山水，次狗馬；臺榭一定器耳，難成而易好，不待遷想妙得也。”人物畫是中國畫中的一大畫科，它力求人物個性刻畫得逼真傳神，氣韻生動、形神兼備。其傳神之法，常把對人物性格的表現，寓於環境、氣氛、身段和動態的渲染之中。故僅僅掌握中國畫基本技法，並不足以繪製人物畫的精神，更何況富有宗教背景的佛像畫，這正是中國佛像畫家值得敬佩的地方，是繪畫藝術玄妙不可言的境界，也是展覽能夠在“不知不覺”中傳導的智慧深意。

貳、傳播，中國佛像畫的智慧與關照

一、 眾生平等的慈悲與關照

根據佛經和佛教傳記中的記載，當佛在世時，在佛教寺院中已經有了佛教繪畫，可以肯定佛教繪畫是早於佛教雕刻的。⁹早期佛教通過各種形式傳播教義，承載這個使命的載體形式極為豐富，其中以“佛像畫”為符號語言最為典型。

“語言單位是一個雙重的實體，其組成靠兩個元素的聯結……語言符號所結

⁸詹生 (H.W.Janson)，《藝術的歷史》(History of Art, New Yorks: Harry N.Abrams, 1962)，10 頁。

⁹《根本說一切有部毗奈耶雜事》卷第十七雲：“給孤長老施園之後，作如是念：‘若不彩畫，便不端嚴。佛若許者，我欲裝飾。’即往白佛。佛言：‘隨意當畫。’聞佛聽已，集諸彩色，並喚畫工。報言：‘此是彩色，可畫寺中。’答曰：‘從何處作，欲畫何物？’報言：‘我亦未知，當往問佛。’佛言：‘長者！於門兩頰應作執杖藥叉；次傍一面作大神通變；又於一面畫作五趣生死之輪；簷下畫作本生事；佛殿門傍畫持鬘藥叉；於講堂處畫老宿苾芻，宣揚法要；於食堂處畫持餅藥叉；於庫門傍畫執寶藥叉；安水堂處畫龍持水瓶著妙瓔珞；浴室火堂依《天使經》法式畫之，並畫少多地獄變；於瞻病堂畫如來像躬自看病；大小行處畫作死屍，形容可畏；若於房內應畫白骨髑髏。’是時長者從佛聞已，禮足南去，依教畫飾。”

合的不是事物和名稱，而是觀念和聲音意象(sound-image)。後者不是物質性的聲音或純粹的物理現象，而是那聲音在心理上所留下的印記，在我們感官上所留下的印象。”¹⁰

以畫傳教，單純直觀的傳教形式，沒有階級、種族的限制，任憑他是一國之君，還是一介草民，都可以看到同樣一般的造像；也沒有年齡、性別和學識基礎的門檻阻礙，老弱婦孺或是不懂識字，都從佛像畫裏看得見教義的精神。上至宮廷廟堂，下至百姓陋室，有牆壁之處皆可陳設，皆可膜拜，充分的體現了佛教眾生皆平等的理念，更深刻的反映了佛教對眾生的關照。畫面符號語言，容易在視覺意識中反復識別和強化，好似春風化雨，“不知不覺”沁入心田，這便是佛教的智慧與慈悲。

謝赫所著的《古畫品錄》提出繪畫的目的是：“明勸戒，著升沉，千載寂寥，披圖可鑒。”他指出通過真實的描寫收到傳播和教育的效果。對於佛教深刻的教義和思想，不同的觀者均根據過往有限的認知假以思考，在研習和修行的過程中，很可能會遇到一些階段性的不解和困惑，視覺感極強的佛像畫與佛教經文之間互為解讀和詮釋，佛像畫起到了對教義經文的闡釋和點化的作用，讓後世信徒看完豁然開朗，進而明瞭教義，故讚美不已。(如圖2)



¹⁰Ferdinand Saussure, 《符號與語言》,《文化與社會》(Culture and Society) 立緒文化事業有限公司 1998, 77 頁。

圖 2 唐咸通九年《金剛經》的卷首¹¹（局部）

“一幅畫所表現的實在並不少於話語所談論的實在。繪畫並沒有模仿它所表現的東西；相反，像所有的描述一樣，繪畫的表現使實體有機化了。”¹²

正所謂大愛無言，一幅中國佛像畫彰显了佛祖的慈悲，蘊涵了無盡的智慧，喚醒內在的真我，藝術的語言是無國界的，眾生皆有獲得教化的機會，一幅畫的傳播機率超過口口相傳、超過文辭撰章更能超越時空的漫長變遷，它就默默無聲的給予普世關照，毫無凡俗的計較。

二、 佛學意涵的歸納梳理

隋唐一代民間大量畫工創作的石窟壁畫，是我們瞭解早期佛像畫的重要史料，在石窟中都會有一個類似於連環畫一般，以繪畫為主，而非文字敘述而經營的故事線索。“壁畫主要描繪佛本生（前生）故事、佛傳（佛一生的事蹟）故事、因緣譬喻故事和佛涅槃故事的畫等。”¹³莫高窟第 290 窟窟頂佛傳故事畫（北周）的佛傳故事作橫卷式六條並列，用順序式結構繪製，共 87 個畫面，描繪了釋迦牟尼從出生到出家之間的全部情節。這個典型的以傳頌佛祖的自身故事的脈絡，即可借鑒成為中國佛像畫展示中以佛教人物故事發生、發展為序的陳列組合方式。

¹¹正咸通九年刊刻的《金剛般若波羅蜜經》是我國現存的有確切紀年的最早的雕版印刷品，由卷首畫、經文及施刻人組成。其卷首的扉頁畫是世界上最古老的版畫作品之一。原卷長 487.7cm，高 24.4cm，共用 6 塊雕版、6 張紙印刷，再加一張扉頁畫，粘連成一幅長卷。卷末有“咸通九年四月十五日王玠為二親敬造普施”刊記，“咸通”是唐懿宗的第二個年號，“咸通九年”為西元 868 年。清光緒二十五年（1899 年），英籍匈牙利人斯坦因在甘肅敦煌石窟中發現，騙掠回英國，現藏於英國國家圖書館。

¹²尼爾森·古德曼（Nelson Goodman）在其《藝術語言》中提出藝術語言存在，並且根本不同於一般語言。

¹³丁明夷著《佛教與中國繪畫》，趙樸初、任繼愈《佛教與中國文化》，國文天地雜誌社 1990，121 頁。



圖3 莫高窟第290窟窟頂佛傳故事畫（局部）

依據佛教畫分類來規劃展示也是一種脈絡，如“圖”和“像”兩大類：“像”指一幅畫中單一畫像，或一幅畫中雖畫有多像，其內容都只是側重在表現每一像的儀容形貌，別無其他的意義。而“圖”指一幅畫中以一尊像為主體，或多尊像共同構成主體，其中有主有伴，共同體現一幅故事。“佛經畫”的內容分有很多，如佛類、菩薩類、明王類、羅漢類、高僧類、曼陀羅類；“佛圖”按內容分也有不少，如佛傳類、本生類、經變類、故事類、山寺類、雜類等。此外還有“水陸畫”由像和圖混合組成的佛畫集。

在夏荊山居士的中國佛像畫中，繪製了大量菩薩像和羅漢像等，這種情況下，我們可以依據展品所繪內容，即畫像主題人物歸類的方式，整合陳列秩序。如菩薩，佛教中四大菩薩：文殊菩薩、觀音菩薩、普賢菩薩、地藏菩薩四位法力高深的菩薩可以做一個展示單元；或羅漢，佛教十八位尊者十八羅漢：賓度羅跋羅墮閣尊者坐鹿羅漢、迦諾迦代蹉尊者歡喜羅漢、諾迦跋哩陀尊者舉鉢羅漢、蘇頻陀尊者托塔羅漢、諾距羅尊者靜坐羅漢、跋陀羅尊者過江羅漢、迦理迦尊者騎象羅漢、伐闍羅弗多羅尊者笑獅羅漢、戍博迦尊者開心羅漢、半托迦尊者探手羅漢、羅怛羅尊者沉思羅漢、那迦犀那尊者挖耳羅漢、因揭陀尊者布袋羅漢、伐那婆斯尊者芭蕉羅漢、阿氏多尊者長眉羅漢、注荼半托迦尊者看門羅漢、迦葉尊者降龍羅漢、

彌勒尊者伏虎羅漢；以及佛教中四位護法天神四大天王、竹林七賢等等又是一個可以在整個展覽中單獨闡釋的展示專題。

三、 佛教造像的真善之美

無論中外，在早期繪畫的發展史上都以人物畫為主，而且都為宗教或政治服務。從續發掘的古代帛畫或壁畫中，可以見到古代的帝王、功臣、聖賢或文人們的面貌，有濃厚的政教功能，也有古人信奉的佛、菩薩、羅漢等釋道人物，各種不同形式與題材的人物畫，都有細緻的感情描寫，和惟妙惟肖的形象刻畫，給觀賞者帶來深刻的美感。

佛學思想中，對於“真善美”的闡釋頗多，大抵圍繞在符合客觀規律和主體需要目的基礎上，以感性的形式肯定人的自由創造的生動形象，能喚起人們的情感上的愉悅，構成審美對象，才能稱之為美的邏輯。

“美並不是事物的一種直接屬性，美必然地與人類的心靈有聯繫——這一點似乎是差不多所有的美學理論都承認的。”¹⁴

在中國佛教繪畫中觀音像較為常見，種類繁多，變體也多。觀音在古印度佛教雕塑以及我國早期觀音造像中皆作男性形象，而至南北朝末期及唐末，隨著觀世音菩薩觀念的深入人心，姿容溫婉、體態秀妍的女相觀音逐漸取代了威武有須的男相觀音，這或許更切合中國的民間審美。而且陰柔的女性比陽剛的男性更容易發揮觀世音菩薩慈悲救苦這一精神的特質。面容飽滿，眼簾低垂，嘴角眉宇間透露出莊嚴、慈悲與靜穆，佛畫各家雖技法不同，但均致力於呈現莊嚴、智慧與慈悲的佛法意涵。而其中筆墨的百般美妙變化，正是由普羅大眾對佛學真善美的

¹⁴Ernst Cassirer 著《人論》(An Essay on man)結構群譯，1989年初版236頁。

心靈知覺所映射的藝術寫照，可見美與人類心靈知覺之間存在必然聯繫；可見美與佛學之間也存在交相呼應的必然聯繫。

真者，非假也；善者，非惡也；美者，非醜也。佛教之美是以善為前提，服從真善的目的，對人有益、有用，佛教促進人的自我覺悟、自我完善、自求進步、自然進化，使人們得到覺悟，提升境界，實現天下為公。這種精神魅力自古以來感化無數文人墨客，所以他們情不自禁地借筆墨抒發並記錄自己的感悟和對佛學的解讀。許多文人畫與禪畫都是畫家生活的智慧，和獨特的思維方式；體現畫家個人生命和心靈的關注，對真實人生的追求，這一現象從六朝廷續至當代，生生不息。

“藝術並不打算在深度和廣度上與自然競爭，它停留於自然現象的表面；但是它有著自己的深度，自己的力量。它借助於這些表面現象中見出合規律性的性格、盡善盡美的和諧一致、登峰造極的美、雍榮華貴的氣質、達到頂點的激情，從而將這些現象的最強烈的瞬間定形化。”¹⁵

中國佛像畫在魏晉南北朝吸收和借鑒外來藝術樣式，至唐代開始走向成熟。被稱為“畫聖”的唐代畫家吳道子，正逢寺觀宗教壁畫極盛之時，打出“焦墨薄彩”的旗幟發展筆墨線條的表現力，突出其簡練生動，並初創白描體，對後世佛畫影響深遠，成為佛教人物畫的典範，也標誌著中國佛教畫體系的最終完成。“從此，‘吳帶當風’成為開元天寶以後佛教壁畫的楷模。”¹⁶據載他曾於長安、洛陽兩地寺觀中繪製壁畫多達 300 餘堵與眾人分享佛理和造像之美，各幅作品奇蹤怪狀，無有雷同，吳道子所畫佛像人物衣褶飄舉，線條遒勁，人稱莼菜條描，具有天衣飛揚、滿壁風動的效果美不勝收，觀者蜂擁喧呼。

¹⁵歌德對狄德羅《畫論》譯本的評論。見《全集》第 45 卷，第 260 頁。

¹⁶丁明夷著《佛教與中國繪畫》，趙樸初、任繼愈《佛教與中國文化》，國文天地雜誌社 1990，123 頁。

有“小故宮”之稱的中國揚州佛教文化博物館，有一個以佛畫為專題的“佛畫世界”展廳，集中展示了大量以佛學、佛像為題材的藝術品，策展依據展品的特色，從佛學經典的敘事脈絡和展品風格、材質的藝術屬性進行多重規劃，把佛像畫藝術之美與佛學真善美有機地結合在一個環境空間。

中國佛像畫專題可以總結和整理出很多展示線索，策展框架的建設和線索梳理的背後都存在其知識體系的理論支撐，而每一個展覽定有其特色和傳播目的，策展是只要兼顧到其中幾條主要線索，即可在佛像畫藝術成就的基礎上，再創一個集美、示美、宣美的美奐展覽空間，傳播效能將隨之收穫事半功倍的效果。

如圖 4：



圖 4 中國揚州佛教文化博物館 “佛畫世界”展廳（局部）

參、不知不覺：展示的漸進傳播構想

知覺(perception)是個典型的心理學名詞，意為一系列組織並解釋外界客體和事件的產生的感覺資訊的加工過程。陳列、展覽到展示、傳播無一可以規避人的心理活動，在中國佛像畫展示傳播的探討中，“知”與“覺”兩個字的個體本身分別剖析，又有更為有趣的意涵和漸進的過程可以分析和聯繫套用。從“由知到

覺”到“不知不覺”的展覽受眾心理變化脈絡探索，策展中非常重要的觀眾研究的思考面向，必經觀眾知覺體驗的考量，它既是中國佛像畫展示研究的途徑也是其他題材展覽的重要借鑒。

通常我們所熟識的展覽形態，是通過展品和展廳共同組成的空間場域，而進行的藝術作品展示等一系列活動。策展人透過“展示行為”傳播和輸出“展覽資訊”，受眾透過“觀看行動”接收和接受“展覽資訊”，此時這個不能被簡單量化的“展覽資訊”便是整個展示活動的核心意圖。“展覽”與“觀眾”二者互為彼此“知覺”的對象和目標面向，這一系列導致結論的過程都經於“知覺”心理遞進接受層面。當受眾的“知”與“覺”成為達成展覽意圖的有效路徑時，我們會發現有很多關於傳播過程的複雜考量，需要審視和思考。

一、由知而覺的知覺過程

簡單說，“由知而覺”是就展覽傳播目標與傳播效能而言的預設，“由知而覺”應有多重的層次意涵，如初級的基本傳播效能預期、次級的良好傳播效能預期、中級較為滿意的傳播效能預期和高級的理想化傳播預期，如圖 5 傳播層級遞進示意圖：

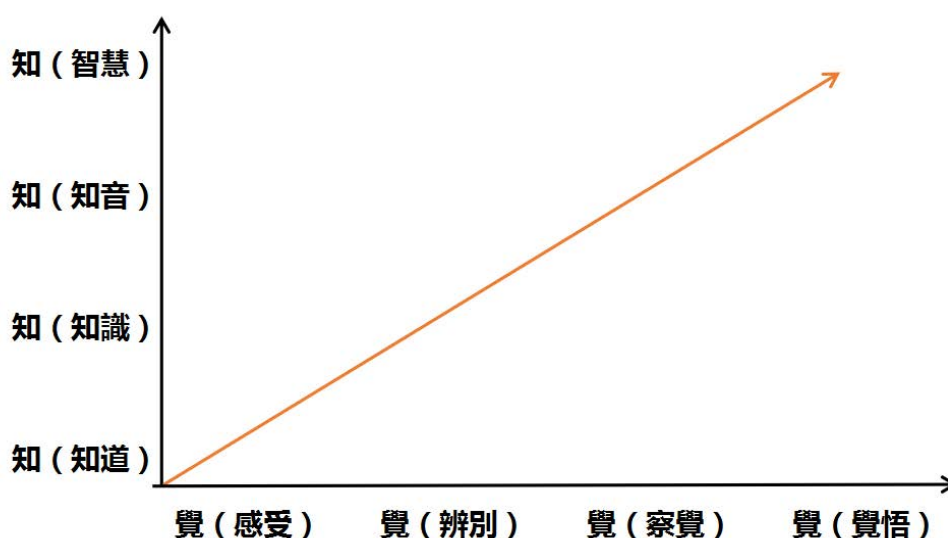


圖 5 傳播層級遞進示意圖 (製表人：蔡靜野，2016)

(一) 由知而覺的初級傳播

“知”取意為：曉得、明瞭；使知道。

“覺”取意為：感到，感受。

初級的傳播是在策展和展示內容傳播效能的雙重考量下，參觀的受眾最為基礎和基本的資訊收穫程度，即通過閱讀展覽空間內陳設展品，知曉、瞭解到展覽所展的內容題材（書畫、玉石器、青銅器等），對策展所設計的藝術與文化氛圍有初步的感受，流覽的快速遊走於展覽空間。

(二) 由知而覺的次級傳播

“知”取意為：學識，知識。

“覺”取意為：視覺、聽覺、觸覺、嗅覺的辨別。

次級的傳播基於觀眾有主動參與意識的情況下，人們知覺的一部分東西是通過感官獲取於人們面前的物體¹⁷，通過視、聽、觸覺等參與性的觀察活動，配合策展所提供的展品資訊獲得方式，積極的閱讀學習展覽中展品的知識，聆聽多媒體設備的語音講解或志工的導覽講解，觸碰展項所設計的互動設施，運用器官和肢體體驗展覽，體會並學習展覽提供的藝術、文化、科技等知識。

(三) 由知而覺的中級傳播

“知”取意為：彼此瞭解，相知，知音，故知。

¹⁷美國心理學家威廉·詹姆斯 (William James, 1842—1910) 對知覺理論作了如下的敘述：“現在足以證明知覺的一般法則：人們知覺的一部分東西是通過感官來自於人們面前的物體，另一部分（可能是大部分）總是來自於人們自己的心靈。”他認為，根據當時觸發感官的刺激，人們便作出可能會產生這種刺激的物體性質的推斷。這種推斷是人在整個生活中形成的感官經驗的基礎上作出的，因此是一種具有很高概率的可能性。赫爾姆霍茨 (H. vonHermann von Helmholtz 1821~1894) 早就指出過知覺的推斷是自動的無意識的過程。

“覺”取意為：發現，發覺，察覺。

中級傳播對策展品質和受眾專業素養都有相對高的要求，相知、故知即是所展的內容、知識、資訊與參觀受眾的知識背景，有相近或契合之處。學者、行業人士參觀自己熟識領域的展覽，會根據自己故有的知識結構去對照策展梳理的知識結構，在比較和鑒別的參觀過程中，發現展覽或自己在展覽相關知識資訊中暴露的問題。中級傳播過程中，受眾很容易感受、捕捉和察覺到策展人切入問題的角度、脈絡及策展策略，領會策展意圖和策展目的，從知識層面查缺補漏，專業角度與展覽進行對話交流。

(四) 由知而覺的高級傳播

“知”取意為：通“智”¹⁸。

“覺”取意為：醒悟，覺醒，覺悟。

高級傳播強調策展的深層意涵與鉅觀意義。從客觀上來說，策展是在限定的展品和展示空間內部有意識和目的進行排列組合，所以展覽能夠闡釋的問題也必定是有限的。即便是有限的傳播，也可以有無限的願景，受眾觀看完展覽，客觀看來是參觀行為的結束，主觀上也可以說是打開受眾知識領域的一個新的開始。

“知”通“智慧”是引發觀眾思考、引導智慧思維的意思，展覽不僅僅提供給觀眾一些相對固定的資訊，它完全可以起到引導學習方法、開啟思維模式和提升審美觀念的作用。若觀眾能夠在參觀後的思考中獲得覺醒、覺悟的感受，那麼眼前所傳播的資訊的價值就會在意義上突破傳統的基本預設，所展之物有限、所展之場有限、所展之期（時間）有限，唯有意義無限，進而發展到啟發智慧的無限可能。

¹⁸《論語》：知（知道）之為知（知道）之，不知（知道）為不知（知道），是知（通智）也。

漢寶德在《展示規劃——理論與實務》¹⁹中也將展示基本性質整合成極為相似的四個層級，他從觀賞性、知識性、啟發性、宣導性四個性質歸類，與筆者的知覺傳播效能漸進層級分析的著眼點雖有差異，但都體現了策展人對展覽成效和觀眾研究的思量與關照。

中國佛像畫展示的“知”與“覺”傳播過程，因多一層佛學的普世關照，相對其他展覽題材，更有深意。如初級傳播層級，以中國畫藝術之美和佛學真善之美的觀賞性為預期，凡是美的事物都有賞心悅目的功能，展覽“知”（給與）觀眾美的事物，使觀眾“覺”（感受）到美好的過程，受眾範圍最為廣泛。次級傳播在中國畫藝術性與佛學理念的知識性傳播範疇，學到“知”識，因視、聽、觸、嗅“覺”積極參與的知性傳播過程，具有良好教育傳播效能。中級傳播是基於專業背景和佛學基礎的條件下，畫家、佛學研究者與所展出中國畫的筆法、氣韻和佛像意涵的對話與交流，從學術啟發性收穫而言，有相“知”而“覺”察的學術層級，可以稱其為較滿意的傳播效能。高級傳播即是在展覽參觀過程中或參觀後，獲得藝術啟迪和佛像頓悟的心靈感受，藝術與佛學共同宣導的真善美提升展覽意涵境界，一系列複合由“知”而“覺”的心理變化，構成展覽的理想預期。

二、展示教育的知覺促動

教育是展覽非常重要功能屬性之一，無論在美術館、博物館或是其他室內外大小不一的環境空間中，亦或五花八門題材與歷時規模的展覽裏，發掘其展示傳播的動機、研究其傳播作用效能，均清晰可辨所附含的社會教育職能。展示教育寓教於樂的美好願望和有教無類的出發點雖毋庸置疑，但觀眾是展覽資訊的接收面向，他們對於一廂情願的教化與灌輸方式的展覽教育形式是否接受呢？

¹⁹漢寶德《展示規劃——理論與實務》臺北：田園城市文化出版社 2000，54-62 頁。

目前場館觀眾研究調查，多採用三種形式：①與觀眾交談，請觀眾談參觀體會；②請觀眾填寫意見徵詢單（調查問卷）；③在展廳內設觀眾留言簿。調查個例取樣的廣泛性和代表性是存在爭議的，但人的知覺心理學是存在普遍共性的，利用科學共性從“知”與“覺”受眾體驗角度分析，策展是否可以利用“知”與“覺”的感受，規劃營造一個不知不覺中被引導和傳播的氛圍空間呢？

漢寶德曾在展示基本性質中有過關於宣導性的描述，為使參觀者接受某種觀念或事實，即使是科學的展示，仍有宣導性，其價值視其是否為公益之目的而定。

（漢寶德，2000）展覽空間不是學校的課堂，如果從其社會公益教育機構的性質為前提探討，它主要是協助學校教育和進行成人教育。換個角度說，展覽的教育是被社會觀眾有選擇的接受的，展覽施行教育功能的尺度如果把握不好，可能適得其反，所以策展傳播資訊比學校內教育更要講究方式方法。展覽首先要設計規劃得吸引觀眾駐足，視覺有美感享受，並且內容有清晰可辨的知識結構或脈絡可循，而後才有展示傳播、輸出資訊乃至宣導性的教育功能。

“人生活在他能夠辨識的意義裏。他將自己延伸到他發現為融貫的事物裏，並且安居其中。這些意義我可以有千般萬種。人類一知覺到這些意義，便相信是真實的——除非他們另外接受的神話否認某些意義的實在。”²⁰

中國畫是民族傳統藝術瑰寶，佛教是重視人類心靈和道德進步的宗教信仰，兩種文化在人類文明的進程中默契交融，相互促進，彼此成就。展覽中國佛像畫，是對兩種文化藝術的繼承和發揚的，也是對智慧思想的分享和傳播。知覺到展覽意義是策展活動的終極目的，由知到覺是達成展示傳播的促動過程，由知到覺是階段性步驟環節，不知不覺是貫穿始終的重要心理感受。由知到覺逐步加深對中

²⁰Michael Polanyi, Harry Prosch 《意義》 Meaning 彭淮棟譯，聯經出版事業公司 1986，79 頁。

國佛像畫的認知體會，不知不覺的完成理解和轉化為受眾自我解讀的過程，受眾讀懂中國佛像畫的美和意涵是繼承，用自己的感悟和知覺語言去表達和傳遞便是發揚。

由知而覺的初級促動，是毫無功利心的，對美好事物的分享，哪怕觀眾只是在展廳內遮風避雨，中國佛像畫自會映入眼簾，慈眉善目的佛像自會給觀眾真善美的心理暗示，無欲無求，不知不覺中，在潛意識裏印下慈悲的容顏，足矣。

由知而覺的次級促動，是真善美無私的給予，展場中提供觀眾知覺所需求的內容和技術支持，當觀眾主觀上對所傳播的中國畫藝術和佛學藝術資訊產生興趣，知覺產生進一步探尋的心理訴求時，不知不覺的就會在展覽中尋得答案，教育功能已然在由知到覺體驗中潛移默化的施展作用。

由知而覺的中級促動，是為“有識之士”提供的學術探討氛圍場域，擁有學術背景的觀眾可以在展覽中驗證自我對知識的掌握程度，也可在展覽傳播的資訊中交換有無，從知到覺的展覽體驗中，體會藝術和佛學的深奧莫測，交流中促進獲得新的認知，不知不覺的感受到自我的智慧提升。

待到由知而覺的高級促動，是知覺引導觀眾智慧、醒悟、覺醒、覺悟的策展追求，是佛學藝術普世關照、眾生平等的精神。如郎世寧²¹等畫師，作為天主教耶穌會的修道士來中國傳教，其教義、文化背景和語言與中國民眾都大相徑庭，故以畫為媒，也是運用了觀眾的知覺體驗。藝術語言和陳列語言，雖是無聲語言，但卻有無聲無息、潤物無聲的特質，循序漸進、不知不覺的進行傳播輸出，知覺的教育促動，蘊藏不可估量的巨大傳播作用。

“屋中有畫，等於懸掛了一個思想。”

²¹郎世寧（Giuseppe Castiglione，1688年7月19日—1766年7月16日）義大利人，生於米蘭，清康熙帝五十四年（1715）作為天主教耶穌會的修道士來中國傳教，隨即入宮進入如意館，成為宮廷畫家，歷任康、雍、乾三朝，在中國從事繪畫達50多年。

所謂欲速則不達，展覽的教育功能，絕非傳統意義的教化，而是在不知不覺中，讓受眾有知進而有覺，張弛有度，探究章法，遵循觀眾的知覺心理規律，科學的運籌促進的進程。傳播資訊的本身也好，展覽空間所演繹的知識本體也罷，論其能夠給與受眾群體的效能畢竟有限，引導求知的主動性和追求真善美的觀念與態度，打開新視野、激發觀眾高遠志趣、更新意識形態，從有限到無限更有價值。

三、引導知覺的傳播觀念

知覺是各種感覺的結合，它受個體知識經驗的影響，即便引起知覺的刺激是局部的，所得的知覺經驗仍然是整體的。展覽的傳播行為不是一次性的偶發事件，它從實體存在之日起，即刻發生著適應性的調整，這是個需要長期的經驗積累過程。展覽與觀眾都在於不斷發展和進化的社會環境中，彼此的成長相輔相承，互為條件也互為前提。傳播觀念的前瞻性規劃思考，應探尋規律，嘗試對彼此的知覺進行培養和引導，有共同的目標和意志趨向，更容易滿足彼此需求。

“美不能根據它的單純被感知（*percipi*）而被定義為‘被知覺的’，它必須根據心靈的能動性來定義。它不是由被動的知覺構成的，而是一種知覺化的方式和過程。但是這種過程的本性並不是純粹主觀的，相反的，它乃是我們直觀客觀世界的條件之一。”²²

“知”與“覺”或“知覺”，既是展示傳播的過程，正如前文中多次提及的“由知到覺”到“不知不覺”；也是結果，“知覺”（感受）到了“不知不覺”就融入的藝術氛圍環境。每一次過程與結果的角色更替，意義被重新賦予，也是

²²Ernst Cassirer 著《人論》（*An Essay on man*）結構群譯，1989年初版 236 頁

知覺重新的進化過程，而其原本的功能並未消失，只是在下一個新開啟的展示傳播活動中，把融入豐富知覺經驗的基因存續下去，更加包容和多元的引導受眾的不知不覺。丟勒(Albrecht Durer)²³說，藝術家的真正才能就是從自然中“引出”美來。“因為藝術深深地植根於自然之中，誰能從自然中抽取它，誰就能佔有它”。²⁴藝術的創作，是來源與由觀眾審美經驗所組成的自然的社會藝術氛圍。展覽引導受眾知覺到藝術的美，基於策展人的知覺“經驗”，“經驗”知曉藝術品美的存在，而“經驗”來自於藝術創作這，將它“引出”在展覽中，傳遞給觀眾。策展是用一個藝術感知經驗的行為去闡釋另一個行為，策展的行為是對藝術品的二次創作，所以展覽本身是一個引導知覺的藝術品。

“讓我們想想歐洲將近一千年期間所作的繪畫——從培裏克利思(Pericles)時代到拜占庭時期，再是從喬托(Giotto)與杜奇歐(Duccio)到十九世紀末。至少，按照已經表達出來的看法而言，這種繪畫的目標是在於逼肖知覺到或想像出的事物。”²⁵

藝術創作一定不是孤立存在於創作者本身的，它必須依賴社會整體的感知經驗，知覺和想像以美的經驗的形式呈現，可以跨越國度、穿越時空；展示傳播可以引導大眾運用美的知覺，存續經驗用於知覺，知覺既間接受到經驗的影響，就可以從眾多經驗中尋求規律和方法，運用它們嘗試和引導知覺體驗。周而復始的循序漸進，便是事物更新進步的動力之源。

引導知覺，是借用知覺經驗傳播資訊的觀念，是從展覽的目標受眾人本身的心理知覺層面去思考的路徑。人是最智慧和複雜的，遇見新鮮或美好的事物，擅

²³ 丟勒（1471-1528）德國宗教改革運動時期的油畫家、版畫家、雕塑家、建築家。

²⁴ 《丟勒文學遺稿》(Literary Remains of Albrecht Durer)，1889年，182頁。

²⁵ Michael Polanyi, Harry Prosch 《意義》Meaning 彭淮棟譯，聯經出版事業公司1986，108頁。

於學習接受，經過知覺整合成為經驗後，又擅於傳遞分享。所以把展覽中美的藝術品規劃精美的展示傳播作品，調動受眾知覺敏感度，是永續發展的重要思路。

肆、結論：自覺，覺他，覺行圓滿無缺

繪畫中蘊涵禪意、佛學中蘊涵藝術、佛像畫蘊涵利益眾生的智慧關照。中國佛像畫作為展品的誕生應有兩個機緣，第一次機緣是繪本創生，緣於畫家對繪畫和佛學的了悟，行筆者把所學、所悟和生活中知覺到的哲理精髓概括與筆墨，筆筆蘊藏厚積薄發的佛學藝術造詣。第二次機緣是繪本公諸於世，佛像畫予一人閱和予眾人觀，在解讀展品意涵的必要環節中，並無二意。策展運用陳列語言和傳播手段，整合所展背後所蘊含的故事，梳理出一個深入淺出框架脈絡，是對展品進行二次創作，再塑的氛圍空間既承載藝術品，展示本身也成為空間藝術品。

藝術品 = 框架 ↔ 故事

“我們以想像達成整合意義，是輔助性地知覺它的兩個成分，而，以兩個成分本身而言，這兩個成分是明白地不能並立，或者說，在邏輯上不能並立，若由想像加以合併，卻同聲一起，共相成為此詩意義的輔助線索。莎士比亞第十八首十四行詩中得以溶釋無跡，理由在此。……框架與內容互相體現，而並不是一方（指歸）或象徵另一方。

細部在一件藝術品的意義中的這種整合只不過是常則之一例而已——眼前這首作品中就可以見到許多不同的例子——常則是：輔助線索的整合產生了感覺，而這感覺在外貌內容上都和它的構成分子有別。”²⁶

策展集結各種理論和方法運籌於展覽，只為輔助觀眾知覺展品意涵，事半功倍提高展示資訊傳播效能。展品本身的價值在策展中被發掘，而策展的價值也在

²⁶ Michael Polanyi, Harry Prosch 《意義》Meaning 彭淮棟譯，聯經出版事業公司 1986，106 頁。

思考和實施的過程中產生並自成體系，在層層剖析和梳理中，真善美逐漸被了然清晰。展品既是策展要托舉出來的明星，也是展示傳播研究的例題，策展經過多重題材和議題的嘗試，尋找展覽與受眾之間的默契規律，則一通百通。老子說：一生二，二生三，三生萬物。學佛是一種修行、繪佛像畫是一種修行、策展中國佛像畫也是一種修行。所謂中國佛像畫的第二次機緣，展品每展覽一次，即增一次再生的機緣；策展每重新梳理一次，便會在前次的基礎上更有見地，以此生生不息，展示傳播便會永續發展。

夏荊山居士大量的中國佛像畫創作，雖受個人修為的審美和意志的促動，然其所繪佛像畫不僅滿足眼前創作情懷抒發，不知不覺，卻為中國繪畫藝術和佛學智慧的傳播，積累了素材，也為後進佛像畫事業做出示範和鋪墊。

參考文獻

1. (1987)《中國畫論》駱駝出版社編。
2. 萬繩楠(2000)。《魏晉南北朝文化史》。昭明出版社。
3. 趙樸初、任繼愈(1988)。《佛教與中國文化》。北京中華書局。
4. 任繼愈(1988)。《中國佛教史》。中國社會科學出版社。
5. 李增新、高壽仙撰文，師均、小雪、聞裏編繪(1989)。《五百羅漢》。淑馨出版社。
6. (1987)。《人物與儀軌》，中國佛教總論（二）。木鐸出版社。
7. 黃光男(1997)。《美術館行政》。臺北：藝術家出版社 1997。
8. 許景華(2006)。《神話與神化——化身救度之圖像思想與象徵關照》。國立歷史博物館。
9. 張婉真(2014)。《當代博物館展覽的敘事轉向》。遠流出版公司。
10. 漢寶德(2000)。《展示規劃—理論與實務》。臺北田園城市文化出版社。
11. 漢寶德(2000)。《博物館管理》。臺北田園城市文化出版社。
12. 釋見證（古騏瑛）(2011)。《佛教題材展覽規劃與效能探析》復旦大學博士論文。
13. 薛軍偉(2010)。《藝術與博物館》中國美術學院博士論文。
14. 何小欣(2011)。《當代博物館的複合化設計策略研究》華南理工大學博士論文。
15. 俞文君(2010)。《人物紀念館展覽內容設計研究》復旦大學博士論文。
16. 倪志雲(2015)。《中國畫論名篇通釋》。上海人民美術出版社。
17. Paul Ricoeur (2004)。《活的隱喻》(La metaphore vive)汪堂家譯，上海譯文出版社。
18. Rudolf Arnheim(1984)。《藝術與視知覺——視覺藝術心理學》騰守堯、朱疆源

譯，，中國社會科學出版社。

19. R.D.Walk and H.L Pick Jr(1986)。《**知覺與經驗**》(Perception And Experience) 喻柏林、宋鈞、萬傳文、林國彬、佟樂泉譯，科學出版社。
20. Maurice Merleau-Ponty(2001)。《**知覺現象學**》 薑志輝譯，商務印書館出版。
21. Ernst Cassirer(1989)。《**人論**》(An Essay on man)結構群譯。
22. Michael Planyi, Harry Prosch(1986)。《**意義**》(Meaning)彭淮棟譯，四月第二版。
23. Victoria D.Alexander (2006)。《**藝術社會學——精緻與通俗形式之探索**》(Sociology of the Arts-Exploring fine and popular forms)張正霖，陳巨擘譯，巨流圖書。
24. Osho(2002)。《**直覺**》(Intuition-Knowing Beyond Logic)沈文玉譯，生命潛能文化事業有限公司。
25. Dr.John H.Falk & Dr.Lynn D.Dierking(2001)。《**博物館經驗**》(The Museum Experience)林潔盈、羅欣怡、皮准音、金靜玉譯，五觀藝術管理有限公司。
26. Huston Smith(2001)。《**人的宗教**》(The world' s religions)劉安雲譯，海南出版社。
27. Rudolf Arnheim (1994)。《**藝術心理學新論**》(New essays on the Psychology of Art)郭小平、翟燦譯，臺灣商務印書館股份有限公司。
28. K.sri Dhammanada (1990)。《**佛教徒信仰是什麼**》(What Buddhists Believe)釋印海、張大卿，財團法人臺北慧炬出版社 1990。
29. Jean Paul Sartre(1992)。《**影象論**》(L' imagination)魏金聲譯，商鼎文化出版社。