

藝術學報

-
- 1 臉書「粉絲專頁圖文創作者」之自我揭露探究
陳麗秋
-
- 25 事件性的主體：以藝術重啟「超受容性」
陳蕉
-
- 41 漢字造形之促發再認實驗研究
傅銘傳 孫慶文 楊喻捷
-
- 65 中高齡女性視覺輔具之使用現況與設計需求研究
葉栢虯 黃詩怡
-
- 85 數位電影色調創作管理模式之研究：從攝影到一級調光
丁祈方
-
- 105 泰國東北那伽民間文學與無形文化資產
張雅梁
-

半年刊 第十四卷第1期(總102期)



編輯的話

藝術學報創刊於1966年，是國內歷史最悠久的藝術類學術期刊，能維持至今，需感謝歷屆主編、編輯委員、評審委員、投稿作者以及讀者的努力與支持，才得以持續茁壯成長。

為方便作者投稿，本學報自83期起改採全年徵稿方式辦理。另外，為了健全審稿制度及提高審稿流程之時效性，本刊將持續召開出版編輯委員會議，適時修訂徵稿及審查辦法、投稿規則、審查流程…等事項，期藉由不斷的檢討，使得審查制度更為公平完善，進而提升學報品質與內容並滿足稿件性質的多元化。

學報編輯群希望在未來的編輯作業中，能秉持嚴謹的態度以更快、更有效率的方式，遴選出國內的優良學術論文與讀者共享，也盼望投稿作者與讀者能踴躍提供高見，以便讓我們不斷的進步並順應時代潮流，朝向國際化的高品質學術期刊發展。

本期學報總計收16篇投稿論文，已完成初審及雙向匿名外審作業者共計13篇，經提本校出版編輯委員會議審議，最後決議通過刊登者共計6篇，刊登之論文包括美術學門2篇、設計學門2篇、傳播學門1篇、人文學門1篇。

國立臺灣藝術大學出版編輯委員會
民國107年6月

藝術學報 第102期

目次

美術	一、臉書「粉絲專頁圖文創作者」之自我揭露探究 / 陳麗秋.....	1
	二、事件性的主體：以藝術重啟「超受容性」 / 陳蕉.....	25
設計	三、漢字造形之促發再認實驗研究 / 傅銘傳、孫慶文、楊喻捷.....	41
	四、中高齡女性視覺輔具之使用現況與設計需求研究 / 葉栢毓、黃詩怡.....	65
傳播	五、數位電影色調創作管理模式之研究：從攝影到一級調光 / 丁祈方.....	85
人文	六、泰國東北那伽民間文學與無形文化資產 / 張雅梁.....	105

TAIWAN JOURNAL OF ARTS

Vol.102

June 2018

CONTENTS

1. A Research of Facebook Fanpage: Self-disclosure on the Creators of Illustration/Text 1
/ Li-Chiou Chen
2. Evential Subject: How Art Triggers Anew Transpassibility
/ Chiao Chen..... 25
3. Experimental Research on the Priming Effect of the Shape of Chinese Characters
/ Ming-Chuan Fu , Vincent C Sun, Yu-Chieh Yang..... 41
4. A Study on the Current Use and Design Requirements of Visual Aids for
Middle-aged Women
/ Po-Chan Yeh, Shi-Yi Huang..... 65
5. The Study of Creative Management Model of Films' color & tones in Digital Film
Production – From Shooting to Primary Grading
/ Chi-Fang Ting..... 85
6. Naga Folk Literature and Intangible Cultural Heritage in Northeastern Thailand
/ Ya-Liang Chang..... 105

國立臺灣藝術大學出版編輯委員會設置要點

89.10.17八十九學年度第六次行政會議通過

91.03.05九十學年度第十五次行政會議修正通過

93.12.14九十三學年度第九次行政會議修正通過

97.2.19九十六學年度第九次行政會議修正通過

106.03.21.105學年度第8次行政會議修正通過

- 一、國立臺灣藝術大學(以下簡稱本校)為辦理學術出版與發行，提升研究風氣，促進教學與研究成果交流，依據本校出版中心設置要點第四點，設置出版編輯委員會(以下簡稱本會)，並訂定本要點。
- 二、本會負責本校出版品之法規、徵稿、審查、編輯、印行等相關作業方針之研議與諮詢。
- 三、本會置委員十七人，圖書館館長、教務長及各學院院長為當然委員，其餘委員由校長遴聘校內、外之學者專家擔任之，各委員任期二年，連選得連任。
本校委員應少於總委員人數之二分之一。
- 四、本會置召集人一人，由圖書館館長擔任並兼會議主席。
- 五、本會每學期至少召開一次審查會議，必要時由主席召集臨時會議，需有全體委員二分之一以上出席始得開議，開會時，執行秘書需列席。
- 六、本會委員為無給職，校外委員(含校外特聘主編)得依規定支給出席費及交通費。
- 七、本要點未盡事宜，悉依相關法令辦理。
- 八、本要點經行政會議通過，陳請校長核定後實施，修正時亦同。

106學年度出版編輯委員會委員名單

審查類別	姓名	服務單位	職稱	備註
主任委員	趙慶河	本校圖書館	館長	校內
委員	鐘世凱	本校多媒體動畫藝術學系	教授兼副校長	校內
美術學門	劉柏村	本校美術學院	教授兼院長	校內
"	廖仁義	國立臺北藝術大學圖書館	館長	校外
"	程代勒	國立臺灣師範大學美術學系	教授	校外
設計學門	許杏蓉	本校設計學院	教授兼院長	校內
"	賴建都	國立政治大學廣告學系	教授	校外
"	蕭銘萓	國立清華大學藝術與設計系	教授	校外
傳播學門	朱全斌	本校傳播學院	教授兼院長	校內
"	陳清河	世新大學廣播電視電影學系	教授兼副校長	校外
"	陳儒修	國立政治大學廣播電視學系	教授	校外
表演學門	劉晉立	本校表演學院	教授兼院長	校內
"	鄭德淵	國立臺南藝術大學中國音樂學系	教授兼所長	校外
"	朱芳慧	國立成功大學藝術研究所	教授兼所長	校外
人文學門	陳嘉成	本校人文學院	教授兼院長	校內
"	王志弘	國立臺灣大學城鄉所	教授兼所長	校外
"	郭昭佑	國立政治大學教育系	教授兼系主任	校外

藝術學報主編及學術顧問

主編

陳嘉成 國立臺灣藝術大學人文學院院長

學術顧問

海倫·湯瑪斯 (Prof. Helen Thomas)

聖三一拉邦音樂舞蹈學院 舞蹈研究 教授

(Professor of Dance Studies, Trinity Laban Conservatoire of Music and Dance)

紀元文

中央研究院歐美研究所副研究員

國立臺灣藝術大學藝術學報徵稿及審查作業要點

87學年度第五次行政會議通過
88學年度第廿二次行政會議修正通過
89學年度第八次行政會議修正通過
90學年度第五次行政會議修正通過
91學年度第一次行政會議修正通過
91學年度第五次行政會議修正通過
91學年度第十九次行政會議修正通過
92學年度第六次行政會議修正通過
93學年度第九次行政會議修正通過
94學年度第十次行政會議修正通過
94學年度第十四次行政會議修正通過
97學年度第十七次行政會議修正通過
105學年度第8次行政會議修正通過
105學年度第10次行政會議修正通過

- 一、國立臺灣藝術大學（以下簡稱本校）為鼓勵教師從事學術研究，提高學術水準，促進學術交流，特出版藝術學報（以下簡稱本學報），為處理本學報之徵稿及審查事項，特訂定「國立臺灣藝術大學藝術學報徵稿及審查作業要點」（以下簡稱本要點）。
- 二、本學報為與藝術相關之論著、調查報告及專題研究之發表園地，於每年六月及十二月出版，邀請國內、外各大專校院教師、各機構研究人員暨研究生投稿。
- 三、撰稿原則：
 - （一）來稿所用文字，以中文、英文為限。
 - （二）稿件請用電腦橫打，每篇文稿（含中、英文摘要、本文、註釋、參考文獻、附錄、圖表）字數以八千字至兩萬字為原則（含標點符號），圖文併計以24個版面（純文字滿頁38字×38行=1,444字）為限。
 - （三）稿件正文與中、英文摘要請自行印出一式四份，連同投稿者資料表，寄交本校圖書館出版中心，經通知錄取後，再繳交確認文稿磁片（請用word文字檔儲存）及本校製發之授權書一份。
 - （四）中、英文摘要以250字為原則，摘要包含：研究動機、目的、方法、結果等；並列出中、英文關鍵字（key-words），關鍵字以不超過6個為原則。
 - （五）為便於匿名審查作業，正文及中、英文摘要中請勿出現任何個人資料，來稿之附註及參考書目，請依文稿性質採用APA或MLA格式。

四、稿件格式：

- (一) 中文字體請使用新細明體，如須強調請用標楷體，文稿格式為橫向排列、左右對齊，並註明頁碼（置每頁文末右下角）；英文字體請使用Times New Roman體。
- (二) 稿件首頁為1、論文題目；2、作者姓名；3、任職機構及職稱、聯絡地址、傳真、E-mail。
- (三) 稿件次頁為論文題目、論文摘要及正文。
- (四) 稿件末頁以英文書明論文題目、作者姓名及任職機構、職稱。
- (五) 稿件裝訂順序為：1、首頁資料；2、中文摘要（含關鍵字）、正文（含參考文獻、注釋）、圖表；3、英文摘要（含關鍵字）。

五、著作財產權事宜：

- (一) 本學報刊載之論著以未經發表為原則。請勿一稿兩投，違反學術倫理，或侵犯他人著作權。
- (二) 經本學報接受刊登之著作，其著作權仍歸作者所有，但作者同意授權本學報得再授權其他資料庫業者，進行重製、透過網路提供服務、授權用戶下載、列印等行為。並得酌作格式之修改。且未經本校同意，不得在其他刊物再行發表。
- (三) 來稿若經採用，本學報因編輯需要，保有文字刪修權。
- (四) 文稿有抄襲爭議者，概由撰稿人自行負責。

六、本學報不支付稿費，來稿若經刊登，將敬贈作者當期刊物3冊及抽印本20份。

七、稿件交寄：

- (一) 來稿請以掛號郵寄新北市板橋區（220）大觀路1段59號國立臺灣藝術大學圖書館出版中心收。
- (二) 有關本學報之「投稿者資料表」、「授權書」等，請逕至本校網站查詢，網址為：
<http://www.ntua.edu.tw>。洽詢電話：(02) 2272-2181-1715。

八、審查：

本學報之審稿制度，包括初審（含形式審查、預審）、外審與複審四個階段。

- (一) 形式審查：由主編針對來稿確認是否符合形式要件（包括字數、撰稿體例等），不合者退回修正或退件。
- (二) 預審：通過形式審查之稿件，由本學報主編針對文稿品質及主題宗旨進行預審；如有疑義，由本學報主編邀請另一位委員複審，若看法一致即予退件。
- (三) 外審：
 - 1、通過預審之稿件，由主編提出建議名單經主任委員同意後，以匿名方式送請二至三位相關領域之專業學者進行外部審查，經二人以上通過者始准進入複審。

2、經審查要求修改之論文，應填寫「學報論文審查意見處理情形表」。

3、外審意見分為四類：

- (1) 同意刊登。
- (2) 修正後刊登。
- (3) 修正後再審。
- (4) 不同意刊登。

(四) 複審：通過外審之稿件，委請本學報主編先行核閱所有審查意見、作者歷次修改之審查意見處理情形表及文章整體品質，提供是否刊登之建議，並將結果提本校出版編輯委員會會議審議。

(五) 本學報稿件之審查，酌致審查人審查費；其審查費之支給標準採按字計酬，每千字中文一百七十元，外文二百一十元，每人每件審查費之請領金額以貳仟元為限。

(六) 審查通過之稿件，本學報因編輯上之需要，保有刊登期數調整權。同一期同一作者以刊載一篇論文稿件為原則，如作者係一人以上者，則以第一作者為認定基準；如確有需要須及時刊載者，同一作者同一期中以加刊一篇為限。

(七) 投稿者撤稿之要求，需以書面提出，並敘明撤稿理由。為避免資源浪費，凡於送外審階段提出撤稿者，本刊一年內不接受其投稿。

九、本要點經行政會議通過，陳請校長核定後施行，修正時亦同。

臉書「粉絲專頁圖文創作者」之 自我揭露探究

陳麗秋*

收件日期 2017 年 4 月 5 日

摘要

隨著科技的演進，虛擬網路平台功能的發展愈來愈新穎，「人手一機」的現象也愈來愈普及，隨處都可看見低頭滑著手機的人們。由於所接收的訊息量與日俱增，因而改變了人們的閱讀習慣，相較於單純的文字敘述方式，圖像式的表達更容易引起現代人的興趣，也因此促進了圖文創作產業在社群分享平台上的逐漸興起。而在眾多的社群平台中，臉書的發展與使用人數尤為搶眼，也因此導致許多插畫家紛紛將其分享平台轉移至臉書上，期能更快速地被大眾知曉並累積人氣。此研究將插畫家們應用臉書粉絲專頁平台發表他們作品，稱之為「粉絲專頁圖文創作者」。本研究期望透過臉書粉絲專頁上具有高人氣的十位圖文創作者，應用自我揭露理論，探討其相關應用，並了解粉絲專頁圖文創作者在創作時自我揭露的正向功能應用現象。本研究發現，粉絲專頁圖文創作者在自我揭露正向功能的相關應用上，多會創作「發洩」個人情緒相關的作品，而此類創作，除了能夠貼近粉絲的想法外，也能藉由與粉絲的即時性互動，拉近彼此之間的距離，並提升「關係發展」程度；另外，倘若粉絲專頁沒有建立獨特形象，對粉絲而言，除了較不易產生既定印象，對圖文創作者而言似乎也不易達到「社會控制」的效果；而且雖然粉絲專頁上的粉絲人數能夠反映出「社會認可」的接受程度，但隨之衍生的是有時會遇到持相反意見的粉絲，使得圖文創作者必須適時地進行「自我澄清」。

關鍵字：自我揭露、粉絲專頁圖文創作者、臉書

* 元智大學資訊傳播學系助理教授

壹、前言

隨著高速網路的盛行，造就了現今「滑世代」的趨勢，臺灣人民使用手機的頻率次數更高居世界之冠（NOWnews, 2015），「滑世代」的來臨，使人們成為不論在用餐或搭乘運輸工具時，視線都無法離開手機螢幕的「手機控」（洪毓琪，2015）。「人手一機」的現象正以超乎人類想像的速度，重建人們的生活與學習方式。只要擁有行動裝置，隨時隨地都能與全世界進行連結。伴隨著此股潮流，行動裝置的功能也更加多元並人性化。而臺灣的網路市場在 2009 年下半年，也掀起了一股「社群熱」風潮（中央訊息服務，2009）。在眾多社群分享平台中，擁有基本社群功能和多樣化多媒體服務的「臉書」，發展尤為顯著。根據創市際市場研究顧問所進行的網路收視率調查分析，臉書在 2009 年 9 月已成為新一代臺灣民眾最喜愛使用的社群平台（鄭彙翰，2009）。其中，臉書上的特有功能——「粉絲專頁」，除了提供一個臉書使用者免費進行分享與交流的平台外，也吸引趣味相投的使用者，因而使得許多藝人、商業團體、不同性質的族群開始在臉書上建立起屬於自己的發聲平台——「粉絲專頁」。

通常，誰的影片、圖像愈能吸引臉書使用者注意，誰的粉絲專頁人數累積速度就愈快，因而導致以圖文創作為主的粉絲專頁更容易為大眾所接受。相較於文字性的敘述方式，圖像式的呈現方式淺顯易懂，也更能提升傳遞訊息的效果。因此，在粉絲專頁上以插畫創作為主的創作者，除了須具備相當的繪畫水準外，更需具有高敏銳度的觀察力，其創作特色除了以圖畫為主、文字為輔外，也會運用簡易的線條、配色與幽默諷刺的形式創作貼近人心的內容，吸引臉書使用者觀看並累積粉絲數量。除此之外，插畫家們也能夠藉由創作行為，將生活中無法向他人訴說的情緒，發洩以創作的形式轉化，因此，自我揭露對於粉絲專頁插畫家而言，是一項不論在經營粉絲專頁上或創作上皆常見的現象。然而，自我揭露除了會影響人際關係的發展外，也會產生不同的正向功能。因此，本研究將會根據 Derlega 與 Grzelak（1979）所提出的五項自我揭露正向功能——發洩、自我澄清、社會認可、社會控制與關係發展，探討插畫家們在粉絲專頁上常見的一些現象。

本研究將這些以臉書粉絲專頁為主要分享創作平台的插畫家們，命名為「粉絲專頁圖文創作者」。相較於以往的傳統插畫家，粉絲專頁圖文創作者們能透過臉書上的特殊功能：「按讚」、「留言」與「分享」，即時性地觀察其粉絲的反應或回饋，並藉由一來一往的互動過程中，獲得粉絲關注，使其人氣也隨之「爆紅」。由於近幾年粉絲專頁圖文創作者的竄紅速度與其相關粉絲專頁發展過於迅速，因此亟需對此一現象進行相關探討。有鑑於此，本研究將根據網站——Daily View 網路溫度計時事網路大數據分析（2014）與 UBeauty 網站於 2014 年所提出時下人氣「正夯」的臉書粉絲專頁圖文創作者們（Venus, 2014），綜合其資料後，從中選擇合適的訪談對象，期望藉由質性訪談方式解析臉書粉絲專頁圖文創作者們創作時的內心想法，以進一步了解臉書粉絲專頁圖文創作者自我揭露正向功能應用的現象。

貳、相關文獻探討

一、粉絲專頁圖文創作者的興起與特色

在網路 Web2.0 的世界中，網路部落格是一重視「分享」的平台，除了具備基本的訊息交換功能外，也提供網路使用者一處方便討論的園地。相較於以往的大眾傳統媒體，網路部落格不論在觀眾的互動性或回饋上皆更具影響力。在早期，由於部落格插畫天后彎彎所創造的高人氣，使得許多插畫家趨之若鶩，期望能夠藉由社群平台分享圖文創作，步上與彎彎相似的道路；但後期，由於臉書使用人數迅速竄升，在 2009 年已有高達 62% 的臺灣國民曾經使用過臉書（陳眉衣，2009），且根據 Facebook 大中華總經理梁幼莓表示：「累積至 2014 年，在臺灣平均每日有 1,100 萬人登入臉書，同時，每月則有高達 1,500 萬人次登入臉書」（楊喻斐，2014）。隨著此股趨勢，也促使了以往曾於其他部落格分享創作的插畫家們紛紛將其分享平台轉移至臉書，並期望能夠更快速地累積人氣。另外，也有愈來愈多的創作者看準圖文插畫的未來發展，並因為某些因素，如臉書平台的免費性質、個人興趣的驅使或是身旁親朋好友的鼓勵，開始在臉書上經營以圖文性質為主的粉絲專頁。通常，粉絲專頁圖文創作者最初只會隨著臉書好友間的「按讚」或「分享」功能，逐漸拓展觀眾群並累積粉絲人數，當累積至相當知名度時，才會將其筆下創作的虛擬人物角色實體化，製作相關產品以供大眾選購。

隨著近幾年文創產業興起，粉絲專頁圖文創作者憑藉著其高人氣，將他們筆下所代表的人物角色發展至現實生活中，並發售實體相關產品提供粉絲購買，商品也容易隨之熱銷，因此除了以往的文具用品外，其合作的廠商也逐漸拓展至家電業者或美妝相關產業（蘋果日報，2014）。且若文化创意產業能夠與城市行銷結合，對於塑造城市的文化內涵也是一大助力（文化创意產業專案辦公室，2012），除了能加深國外觀光客或本國人對此城市的印象外，也容易對此城市的產業相關發展或文化內涵產生興趣，並有助於活絡城市的相關形象。正因如此，與圖文創作者合作的對象不再侷限於業界，甚至也有地方政府為了提升城市的相關文化內涵，而與圖文創作結合，如 2015 年新北市政府的元宵燈籠，即首次突破傳統的提燈樣式，跨界與粉絲專頁圖文創作者——Lu's 合作，推出限量版的羊年燈籠以供粉絲選購（凌濤，2015）。經由此現象不難發現，粉絲專頁圖文創作者的創作想法與理念，正隨著文創產業的崛起，逐漸由網路虛擬平台內滲透並拓展至現實世界中，真實地呈現於大眾眼前。

然而，粉絲專頁圖文創作者與傳統插畫家之間的特色與差異，除了以不同的平台進行分享外，也有幾項創作形式或風格上的轉變：(一)創作時程被縮減。為了配合臉書平台的高汰換率，圖文創

作者的創作時程因而縮短，若於短時間內分享多篇創作，較容易吸引固定粉絲族群前往追蹤；(二)創作內容更寫實，也更為諷刺。通常，富有嘲諷意味濃厚或符合社會時事的創作內容，更貼近觀眾的真實想法，因此也更容易受到粉絲的歡迎與共鳴；(三)畫面呈現方式的轉變，可分為兩種形式：單張畫面呈現，使觀看者馬上就明瞭圖文創作者所表達之意，如圖 1，或以對話的方式呈現，如敘事性的連續畫面呈現方式，表達作品，如圖 2；(四)以黑白線條繪畫加上單純色彩。為了縮短創作時程，導致多數粉絲專頁圖文創作者較偏好以極簡風格——黑白線條與簡單配色作為主要創作方式，並以色塊的方式呈現所欲強調的色彩。



圖 1. 單張畫面表現形式

大陰盜百貨臉書粉絲專頁，2016

資料來源：「單張畫面表現形式」，取自

<https://www.facebook.com/QiaohuTIGER/photos/a.472551212818942.1073741828.472537659486964/1229210863819636/?type=3&theater>.



圖 2. 敘事性的連續畫面

吃到飽臉書粉絲專頁，2016

資料來源：「敘事性連續畫面」，取自

[https://www.facebook.com/allcaneat/photos/a.1401929423403902.1073741828.1401911856738992/1751498071780367/?type=3&theater.](https://www.facebook.com/allcaneat/photos/a.1401929423403902.1073741828.1401911856738992/1751498071780367/?type=3&theater)

二、臉書圖文創作者與自我揭露現象

「自我揭露」最早是由心理治療家 Sidney Jourard 對於個人行為中的自我揭露現象進行研究，並將其解釋為：「使自己被他人知道的過程」(the process of making the self known to other persons) (Jourard & Lasakow, 1958)。簡言之，就是藉由對他人透露自身相關訊息或主動將個人訊息與他人分享的一項過程。但在大多數情況下，任何人都有可能在無意間向另一人透露相關訊息，因此，自我揭露較嚴謹的說法應該為：在至少兩個人的環境中，其中一人故意向另一人透露有關自身私密訊息的過程。另外，自我揭露除了對人際關係的建立是一項重要的因素外 (Parks & Floyd, 1996)，對於發展親密關係也很重要。人們一般在進行自我揭露時，通常只會揭露較表面的訊息，反而要隨著時間的流逝或兩人間的關係逐漸加深後，才較有機會進行更深層次的自我揭露 (陳皎眉，2004)。然而，在一段關係中，自我揭露的尺度拿捏也是一重要之事，若自我揭露能力不足，將會導致對方對自己的認識不夠；但若過頭，則會使對方受到驚嚇而引發反彈。

自我揭露除了會影響人際關係之發展外，也會產生不同的正、負向功能。本研究將僅選擇自我揭露所產生的正向功能，以探討粉絲專頁圖文創作者如何將其應用於創作內容中。以下為 Derlega 與 Grzelak（1979）所彙整的五項自我揭露正向功能：

(一)發洩 (expression)

主要是將個人不論正、負面之感受與他人訴說。適當的發洩行為，也能使其心中感到舒緩，並達到抒發個人情緒的目的。

(二)自我澄清 (self-clarification)

適當的自我揭露能促進個人表明自身想法，幫助他人更了解自己，並有助於與他人間產生共識，避免產生不必要的衝突或誤會。

(三)社會認可 (social validation)

當表達個人想法、態度與價值時，可藉由旁人的協助、指導、認同與肯定來增加自己被社會所接受之依據；反之，則可做出適當修正，使自身符合社會觀點。

(四)社會控制 (social control)

通常人們會藉由此功能去塑造一固定形象，在他人或是社會上尋求認同感，以達成某些目的。例如有些人會刻意強調自身優點或利用資訊的不公開化，間接控制他人看法，使其形象更加強烈。

(五)關係發展 (relationship development)

人與人之間透過自我揭露將彼此的信念、觀念或想法的相關訊息進行傳遞，可以使彼此更加了解，以達到提升彼此間親密程度的正向關係。

藉由自我揭露正向功能的運用與發揮，也能夠加深與他人之間的聯繫。但隨著時代的演變與科技的發展，人與人之間的交流平台逐漸由現實生活中轉移至虛擬網路世界中，也導致了自我揭露的現象有所變化。由於網路上的匿名性容易讓使用者隱藏真實身分，若無意間透露個人真實情緒時也無須畏懼，因而造就人們在虛擬網路世界中的自我揭露程度，不論深度或廣度，都會較真實世界高 (Joinson, 2001; Deb Levine, 2000)。故在圖文粉絲專頁上，也可發現創作者藉由自我揭露正向功能而產生的相關行為。本研究將運用 Derlega 與 Grzelak（1979）所提出之自我揭露正向功能與粉絲專頁圖文創作者所應用的相關現象，做一對照陳述，如表 1。

表 1 自我揭露正向功能與粉絲專頁圖文創作者所應用之現象

自我揭露正向功能	簡述	粉絲專頁圖文創作者的應用現象
發洩	以抒發個人情緒為主要目的，與他人訴說自己所遭遇之感受。	作者以現實生活中所發生的事情作為創作靈感來源，並藉由創作抒發當下感受或情緒。
自我澄清	向他人表達自身想法並產生共識，並藉由他人不同回饋使他人更了解自己。	若遇到持相反意見之粉絲時，會對其進行澄清，讓更多粉絲了解圖文創作者的真實想法。
社會認可	根據他人的認可能夠增加被社會所接受之依據；反之，則做出適當修正符合社會觀點。	可藉由按讚數量或留言數量觀察，若按讚數量愈高，則代表被社會認可的程度愈高；反之，則較低。
社會控制	藉由所塑造之形象，在社會環境中或他人之間尋求一認同感。	藉由筆下主角的個性或文字敘述表達作者所欲塑造之形象，也能夠吸引認同此現象的粉絲，以達到社會控制的行為。
關係發展	人與人之間可以透過適當的自我揭露，使彼此關係更加親密。	可藉由臉書上的即時回應與粉絲進行互動，有時也會在粉絲專頁上舉辦活動與粉絲同樂，提升彼此之間的關係發展。

參、研究方法



由於本研究欲探討的高人氣粉絲專頁圖文創作者為少數專業人士，因此較適合以質化的研究方式，探究粉絲專頁圖文創作者們如何將自我揭露正向功能應用至創作內容中。使用量化發放問卷的方式進行調查，僅能獲得表面形式上的數據資料，但若以質性研究的訪談方式，較能深入了解其內心真實想法。所以本研究將採用質性的訪談方式作為研究方法，除了能夠深入探討粉絲專頁圖文創作者的真實想法外，也能更清楚地了解每位粉絲專頁圖文創作者與自我揭露正向功能的相關應用。以下為本研究將自我揭露正向功能進行延伸，所設置的半結構式訪談問題，如表 2。

表 2 自我揭露正向功能相對應之訪談問題

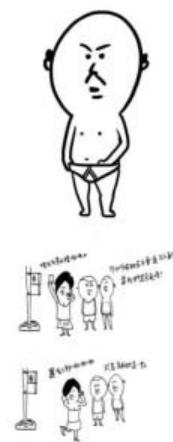
自我揭露正向功能	訪談問題
發洩	請問您創作臉書粉絲專頁時，您在想什麼呢？ 您覺得哪些創作是發洩自己情緒嗎？能否舉例？
自我澄清	請問您當初在創立粉絲專頁時是抱著什麼樣的想法？ 有沒有遇過與你意見相反的粉絲？ 您是如何澄清或解釋您的想法呢？能否舉例？
社會認可	當看到粉絲專頁上的人數或是 Po 文，按讚人數愈來愈多有什麼感覺？ 何種創作內容較容易吸引粉絲來按讚呢？
社會控制	當經營臉書粉絲專頁時，會不會將粉絲專頁塑造特別形象代表您的想法？ 是什麼樣的緣故，讓您想要塑造此形象？
關係發展	請問您喜歡與粉絲專頁的粉絲互動嗎？ 每天大約花費多少時間？ 有沒有特別的互動經驗？能否舉例？

本研究根據 DailyView 網路溫度計時事網路大數據分析 (2014) 與 UBeauty 網站在 2014 年所提出之高人氣粉絲專頁圖文創作者們 (Venus, 2014) 進行排名彙整後，作為本研究之原定訪談對象，10 位原定訪談對象名單見附錄一。由於原定訪談對象多為高人氣的圖文創作者，而這些高人氣圖文創作者們大部分已有簽約中的經紀公司，導致本研究無法直接接觸到受訪者本人，必須透過經紀人傳達。而對此種純研究形式的訪談，被經紀公司視為無經濟效益，導致經紀人以圖文創作者工作繁忙或忽視等方式拒絕接受訪談。在無法接觸到所有原定之訪談者的情況下，本研究計畫僅能於 2016 年 10 月 30 日另覓粉絲專頁人數超過 14 萬人之圖文創作者，作為候補的訪談對象。本研究正式訪談之圖文創作者，其中只有大陰道百貨與好笑刺青店為原定訪談對象，其餘皆為候補訪談對象。以下為正式受訪者名單，受訪者以「F」(Facebook、Fanpage) 縮寫字母進行編碼，彙整其粉絲人數、簡介說明與創作之作品內容，如表 3。

表 3 受訪的 10 位粉絲專頁圖文創作者之粉絲人數、簡介與其創作之作品

編碼	臉書粉絲專頁名稱	粉絲人數	簡介	創作作品
F01	吃到飽	562,434	<p>「吃到飽」，作者本名彭揚鈞。以一圓臉身材微胖的黑白短髮的男子為主要角色。通常會以幽默的敘事方式轉述生活中所遭遇之現象，也由於創作題材過於貼切之緣故，因此吸引許多粉絲前往追蹤並按讚。</p>	 <p>食物不只是食物</p>
F02	大陰盜百貨	466,175	<p>「大陰盜百貨」，作者以一隻動物角色——「雞姊」作為主要人物，描述從事服務業的專櫃人員會遭遇的種種現象，並因為幽默諷刺的畫風與敘事手法，引發許多同為百貨業服務人員的共鳴與迴響。</p>	 <p>大陰盜百貨</p>

-
- F03** 好笑刺青店 348,416 「好笑刺青店」，本名康俊豪。以一穿條內褲、台味十足的黑白「阿杯」為主要角色。由於作者家中開設中醫診所，因此會利用上班的閒暇時間使用 Pin 筆進行描繪。雖只以簡潔的畫風與簡短的文字敘述創作，但由於嘲諷性濃厚，深得粉絲喜愛。



-
- F04** 黃色書刊 327,365 「黃色書刊」，作者本名顏浩鵬。由於偏愛黑色幽默之緣故，因此有了「黃色書刊」的筆名。最初，雖以「人生系列」的幽默圖文爆紅，但由於作者不喜愛搞笑的創作風格，因此後期則改以漫畫形式訴說人生道理。



-
- F05** 兔包 488,570 「兔包」，作者為一對雙胞胎男孩菜包與肉包的母親，通常會以細膩的線條與使用多種顏色的畫風來描繪作者與兒子們之間所發生的事情。另外，其丈夫也同為一名粉絲專頁的圖文創作者，名稱為「菜朝」。



F06 救客人 411,463

「救客人」是一個以講笑話為主的粉絲專頁。作者以咖啡色的「推推熊」作為主要角色，再藉由人物之間的對話帶出作者所欲表達的笑話。由於作者是以 Illustrator 軟體所精心描繪的，因此時常會見到重複性較高的媒材。



F07 廢物女友 372,984

「廢物女友」相較於一般的圖文創作者們，是由 Line 貼圖起家。其畫風通常使用較淡的色系，並以簡潔的線條為主。內容則是以日常生活男女朋友間所發生的有趣互動為主。



F08 豆苗先生 213,022

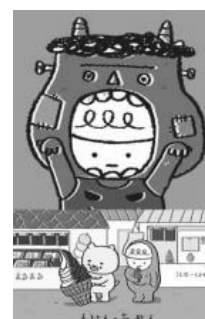
「豆苗先生」，本名朱聖智，現為大四生，但目前休學中。以頭上長著兩片葉子的人物為主要角色，由於作者的偏好，因此使用的色彩多以綠色為主。創作內容則多以一般日常生活所發生的趣事為主。



F09 我要討厭你五分鐘 192,621 「我要討厭你五分鐘」，主要角色是以一個橢圓黑色髮型的人物為主，使用的顏色也以黑白居多，但偶爾會點綴一些特殊的色塊。特別的是，其創作內容時常會不避諱地談論與時事或政治相關的議題。



F10 喂，wei 140,414 「喂，wei」，本名高全緯。以一隻藍色的微笑精靈為主要角色。作品多以具有療癒性的內容與溫暖色系為主，相較於一般創作者，作者目前還是依照個人偏好而使用水彩作為主要的創作工具。



註：粉絲專頁人數擷取日期為 2016 年 10 月 30 日。

肆、研究結果與討論

一、發洩的應用：創作內容的融入

(一)自我發洩，獲得他人重視

根據本研究的訪談結果可發現，多數圖文創作者認為創作發洩性圖文能宣洩其個人情緒（F04、F05、F06、F08、F09、F10）。當創作完相關圖文後，除了能夠發洩情緒，也能藉由粉絲的回應獲得不同的回饋，如受訪者 F08 所言：「會希望大家給我一個內心想要的回覆」；另外，更有部分受訪者提及，當粉絲對其圖文產生共鳴與迴響時，通常心理會感到安慰（F03、F04、F05、F07），且受訪者 F08 也表示：「會好奇大家的感想如何」；較特別的是，除了能夠獲得不同的回饋外，也有受訪者能夠在粉絲的回應中獲得嶄新的創作靈感或想法，並運用至往後的創作內容中（F04）。

(二)以觀察他人為主，不自我發洩

相較於會將個人情緒融入創作中進行發洩的圖文創作者，有少部分創作者則表示不會將其情緒融入創作（F01、F02、F07），並認為應將個人情緒與創作區隔開較妥善，「完全沒有，我畫的時候就是把個人情緒分開來」（F02），且有受訪者認為此現象應偏向蒐集或觀察他人的生活，再統整為一常見現象進行創作較為合適，正如受訪者 F07 所言：「粉絲專頁比較像是我給自己的功課，把自己或別人的有趣行為記錄下來，所以不太算宣洩，應該算是我自己在蒐集一些東西的感覺」。

由此可知，通常粉絲專頁圖文創作者在進行創作時，多數會創作發洩性的相關圖文，並藉由粉絲下方的留言、回應，從中獲得歸屬感或不同的回饋行為；但同時，也有少部分的圖文創作者不會創作與發洩個人情緒相關的圖文，反而會以觀察社會大眾的日常生活現象或行為來創作。因此也可發現，當粉絲專頁圖文創作者創作發洩性的圖文時，有時也有可能包含了為他人發洩的行為。

二、自我澄清的運用：對反對聲音的處置

(一)易產生反對聲音的創作

由於人多嘴雜，當粉絲專頁人數逐漸上升時，與粉絲間較容易產生不一致的想法或觀念，因此多數的受訪者皆表達曾遇過類似現象（F03、F04、F05、F06、F09）。另外，有受訪者提及，帶有政治相關或略帶暴力字眼的相關議題，較易引起粉絲的反彈聲浪（F07、F09），「只要有牽扯到一點暴力行為的，我覺得不是說不能畫這種東西，只是畫這種東西會比較容易有爭議」（F07）；反之，本研究也發現，若圖文創作者以療癒性質為主的心情小語內容或無主觀情緒字眼的創作，則不易引起粉絲反對（F01、F10），如同受訪者 F01 所提到：「我畫的東西普遍都不會這麼主觀，通常不太會有粉絲會來抱怨或是反對」。

(二)對於反彈聲浪的處置

根據每位圖文創作者的個性不同，對於反彈聲音的處置，也會有所差異。有受訪者會認真地向其粉絲澄清觀念（F09），「我都很認真在跟他們解釋。我沒有辦法說誰輸誰贏，但至少我講了我要講的，他也說了他要說的，只是要不要認同的問題而已」；但也有受訪者表示並不會澄清其觀念（F03、F04、F05），「我覺得與其跟他爭論，不如忽略他這樣子比較好」（F04）；有趣的是，許多時候澄清不只是創作者的事，有受訪者就提到常會有粉絲一同協助澄清想法（F02、F05），正如受訪者 F02 所言：「我覺得澄清的方式類似其實不是只有我一個人，我的粉絲也會來幫我」。

雖然粉絲專頁的人數上升，容易使圖文創作者產生成就感，但也相對容易產生不同的聲浪。相較於無主觀情緒或心情療癒性質的創作內容，以敏感度或爭議性高的創作議題，如政治議題，容易

引發粉絲的反對聲音。而對於此類反對聲音的處置，有人會選擇積極澄清，但也有人會選擇直接忽略，特別的是，在積極澄清的過程中，有時會有其他粉絲從旁協助澄清，成為同一陣線。

三、社會認同的應用：反映於按讚數量上

(一)按讚數牽動創作者心情

根據本研究結果指出，幾乎所有受訪者發現其創作被按讚、分享或留言數較高時，心情多為愉悅（F01、F02、F04、F05、F06、F07、F08、F09、F10）。但也有部分受訪者認為，最初會因為數量的高低，使其備感壓力（F02、F08），且通常此股壓力也只能視其心境轉變而釋懷，「就覺得我想那麼多幹嘛，我畫這個不是為了讚而畫，我是自己想要畫一些好笑的事情給人看才畫的」（F02）。值得一提的是，有受訪者表示無此種壓力，「我比較沒有去 care 讚數到底高不高，不高我就說算了」，受訪者 F10 如是說。

(二)與節日或時事相關的議題討論度高

由訪談資料中可發現，通常圖文創作者皆了解何種創作內容容易吸引粉絲，如與節日或時事相關的創作議題。正如受訪者 F04 所言：「我知道最有共鳴的畫，應該就是要畫時事的東西」。雖然有部分受訪者會選擇採用「節日梗」進行創作（F01、F10），但還是有部分受訪者為了與多數圖文創作者進行區別，只會挑選幾個特殊節日進行創作（F08、F09），「比較特殊的話像父親節、母親節這種的我可能會，可是比如三八婦女節我就覺得我不想跟他們一樣，會覺得我這樣跟風，就有點不太想畫」（F08）；另外，與政治或宗教相關的創作議題討論度也比較高。通常此種創作很容易引起粉絲注目，但多數受訪者會選擇避免創作（F04、F06、F08），怕被觀眾貼標籤。但值得一提的是，有極少數的受訪者還是會選擇創作與政治議題相關的內容，較不在意他人的眼光，「對我來說政治即生活，所以當政治變成生活一部分的時候，我沒有畫心情就會很差，所以我沒辦法避諱」（F09）。

(三)觀看族群以女性為主

現今檯面上廣為人知的粉絲專頁圖文創作者以男性居多，如好笑刺青店或大陰盜百貨，但根據本研究訪談資料發現，在多數的圖文粉絲專頁上，通常男女粉絲的比例上會以女性居多，有時差距甚大（F02、F04、F06、F07、F09），誠如受訪者 F02 所言：「櫃姐會比較多，比例很高」。而導致此現象的緣由，有受訪者認為與粉絲專頁性質有關，「因為我的主題，所以一定是女生比例比較高，高到差不多 80%」（F07），但也有受訪者認為應與女性容易「按讚」的行為相關，「因為男生本來就

不太會去看太多這種粉絲頁的。因為我記得之前看一個數據，男生停在粉絲頁按讚的那些動作會比女生還要少。像我自己也是不太會去按，然後也不太會去看其他東西」(F04)。

雖然粉絲專頁圖文創作者喜愛被按讚的感受，但同時也需要承受數字所衍生的壓力。當面對容易吸引粉絲或討論度高的創作內容，有部分受訪者會選擇不跟風，與大眾圖文創作進行區別；但當面對與政治或宗教性議題相關之高敏感時事，多數則會選擇避免觸及敏感議題，少數才會因個人理念而繼續創作。而且經由圖文創作者的粉絲專頁後台管理也可發現，按讚的粉絲通常會以女性居多，其原因或許與該粉絲專頁的特質吸引女性或女性本來就比男性更容易按讚的行為。

四、社會控制的應用：粉絲專頁形象上的設定

(一)無意間產生一固定形象

圖文創作者的粉絲專頁在初期通常還沒有形成一個固定的形象，但隨著時間的流逝，為了提供粉絲一明確記憶點，多數受訪者會逐漸形成一固定形象來代表粉絲專頁(F01、F02、F05、F07、F09、F10)。而圖文創作者如何形成特有的形象，則可能與個人的喜好、便於觀眾記憶或不同的職業類別相關。如有受訪者會因個人的偏好而形成一固定形象，「我會走圖文小語路線、心靈小語是因為我自己本來就喜歡這樣的創作」(F10)，但也有受訪者為了使得觀眾產生記憶點而產生，「發現這樣子其實不容易讓大家記住你，所以我才慢慢開始就是刻劃……好像真的有這麼一個人活在你身邊的感覺」(F01)，且當圖文創作者身處不同的工作環境時，也較容易創作出與此環境相關的創作「梗」，「當時剛好想說畫自己工作上的東西，畫一畫結果發現全部都是百貨業的事情，然後有一點像是順理成章就變成這樣」(F02)。

(二)角色形象融入個人想法

經由訪談資料也可發現，多數受訪者會將其理念，影射至筆下所創作的角色內進行傳遞(F01、F05、F08、F09、F10)，如受訪者 F09 所言：「我會在粉絲專頁上塑造一個特別的形象來代表我的想法」；相反地，也有少數受訪者不會將個人想法影射至作品中，反而只會樹立一虛擬形象進行創作，「我比較不一樣的是它不是我，他是我創造出來的一個虛擬人物，我盡量把我想成為的人投射到上面去，就去架構這樣的一個人」(F06)。但有時，圖文創作者並不會發現其創作內容中其實也涵蓋了個人的想法，反而需經由他人提醒才會發現，「其實有可能就是潛意識裡的我」(F03)。

粉絲專頁圖文創作者在初期的粉絲專頁形象設定上多為無意間所誕生，且在後期的形象的設立上，會因個人喜好、易於觀眾記憶或職業的類別不同而產生不同的代表形象。多數圖文創作者會

在無意間將其個人的想法或理念融入創作內容中，間接影響粉絲想法。有趣的是，有少數圖文創作者反而需經由旁人提點，才會發現此現象的存在。

五、關係發展的應用：和粉絲的互動

(一)多數喜愛與粉絲互動

多數受訪者皆表示喜愛與其粉絲進行互動 (F01、F02、F05、F06、F07、F08、F09、F10)，「我非常喜歡跟粉絲互動，我非常鼓勵大家留言給我」(F05)；反之，還是有少部分表示不喜歡 (F03、F04)，並認為若將與粉絲互動的時間運用至創作上更為妥當，正如受訪者 F04 所提到：「我會覺得……拿回覆的時間，不如拿去創作」(F04)。另外，值得一提的為，依據不同的粉絲專頁性質，所產生的粉絲互動類型也會有所差異，如受訪者 F05 的粉絲專頁，由於多以親子互動內容為主，因而結識許多身分同為母親的粉絲，甚至有時也會收到粉絲所贈送的孩童用品。

(二)控制回覆與互動時間

隨著粉絲專頁的人數上升，按讚與留言數量也會逐漸攀升。但本研究發現，粉絲專頁圖文創作者與粉絲互動的時間，其實並不長，大部分圖文創作者會於短時間內完成回覆 (F02、F06、F09、F10)，「其實沒有很多欸，可能半小時吧！」(F10)；但也有部分受訪者表示會無時無刻與粉絲互動留言 (F05、F07、F08)，「幾乎無時無刻，除非有做事或特別出去玩，不然三不五時就會開訊息看留言」(F08)。且由於留言數量過於龐大，因此圖文創作者對於粉絲的留言多會選擇性進行回覆，如針對粉絲所提出的問題，「基本上我會盡量回，如果真的太多沒有辦法或是人家留了一些我不知道該怎麼回的不會回之外，基本上就是盡量能回就回」(F05)、或圖文創作者認為有趣的回覆內容，「我會看留言，覺得很好笑的就會跟它互動。如果有可以發揮、超展開的，我也會去再接這個好笑的东西」(F03)，但也有受訪者會依照個人對該篇創作的興致高低而選擇性回覆，「如果是我 PO 一個議題大家來討論，我當然會花比較多的時間，長則一天；假如我 PO 一些比較生活的事情，只是拿出來大家笑一笑，這種的我就不會特地去回，看過就算了」(F09)。

(三)偏向保有神秘感

大多數的受訪者雖喜愛與粉絲進行互動，卻還是傾向與粉絲間維持一距離，維持粉絲心中的完美形象並保有神秘感 (F02、F03、F08、F10)。誠如受訪者 F08 所言：「大家應該還是希望保有一個神秘感，我們會比較希望你是喜歡我們的圖，並不是喜歡我們的人。有時候大家對圖會有一個幻想，我不喜歡給大家失落感」。但若一定要出現於人們眼前時，如參與電視節目的錄製或於戶外展

覽時，則多會佩戴墨鏡或自製面具隱藏其部分面貌（F02、F03、F06），阻擋大眾於現實生活中直接看到其真實面貌。

雖然大部分圖文創作者喜愛與粉絲進行互動，不過，有時按讚或留言數量過於龐大，多數圖文創作者會傾向於短時間內進行互動。在選擇互動的留言上，比較會挑選粉絲所提出問題、創作者認為有趣或是創作者自認為創作具有議題性作品的留言內容進行回覆。為了保有一定的想像空間，大部分的圖文創作者在現實中會傾向保有神秘感，若需要出現在大眾眼前，也多會選擇遮掩部分面貌與粉絲間保持一適當距離，以免破壞其粉絲們的幻想。

伍、研究結論與建議

在自我揭露上，當粉絲專頁圖文創作者創作「發洩」性圖文時，多會將個人情緒融入創作中，以達發洩之目的，有時也會因為貼近人心的創作內容，容易與粉絲產生共鳴。相較於一般插畫家而言，粉絲專頁圖文創作者能夠藉由粉絲專頁上的功能，獲得即時性的回饋或安慰。但有趣的是，還是有三位圖文創作者會將創作內容與個人情緒進行區隔，鮮少將個人情緒帶入創作中，反而會以觀察他人的日常生活現象為主。因此，圖文創作者的「發洩性」創作，有時也是為了大眾而進行，並非單方面地抒發個人情緒。另外，雖然現今檯面上多數以真實面貌呈現於眾人面前的高人氣圖文創作者多為男性，但根據本研究訪談之粉絲專頁圖文創作者的粉絲專頁管理後台卻發現，通常在圖文粉絲專頁上按讚的粉絲會以女性居多，而且有時差距甚大。由於相較於男性而言，女性更容易向他人進行自我揭露（Dindia & Allen, 1992），因此也容易發現在粉絲專頁上所按讚的粉絲以女性占多數。

由於粉絲專頁是一即時性互動的平台，因此也是一適合各方進行「自我澄清」的平台。當粉絲專頁人數持續攀升時，創作者的喜悅心情可想而知；但隨著粉絲人數逐漸下滑或停滯的數字壓力，創作者也只能隨著自身心境的轉換將之釋懷。另外，當粉絲專頁的粉絲人數一多，也容易產生不同的聲音。在反對聲音的處置上，則會因創作者的個性或粉絲專頁的性質而有所不同，有圖文創作者會向粉絲積極地澄清，以免被粉絲誤會，有時也會有意見相似的粉絲從旁協助澄清，使創作者備感窩心；相反地，也有創作者會選擇直接忽略，以免和粉絲產生正面衝突。在自我揭露上，人們大多喜愛受到大眾的「社會認同」，粉絲專頁圖文創作者也不例外。相較於以往的插畫家，粉絲專頁圖文創作者能藉由觀察粉絲專頁上的粉絲回應，了解其接受度。通常圖文創作者也了解何種創作內容較易吸引粉絲的目光，但對於此種容易吸引大眾目光的創作，兩位圖文創作者表示會為了與多數創作者進行區隔，而選擇不跟從流行。另外，當面對某些高敏感度的創作內容，如宗教或政治類型議

題，大多數的圖文創作者則會選擇避免創作此類型的作品，以免被社會大眾貼上特定標籤，只有一位創作者因為個人理念的驅使下而繼續創作。

粉絲專頁圖文創作者在「社會控制」上，容易經由粉絲專頁的固定形象，間接影響粉絲想法。但本研究也發現，其實多數圖文創作者的形象建立，並非刻意訂定而是逐漸形成的，且設定的原因似乎與個人喜好、易於觀眾產生記憶或是因為創作者本身的職業不同而容易產生不同的職業創作「梗」，如受訪者大陰盜百貨先前曾於百貨公司專櫃就職，因此創作的靈感多以上班時所遭遇的經歷為主，後期因為離職的緣故而導致創作靈感來源銳減，時常停刊。圖文創作者似乎也會在無意間將個人想法或理念融入創作中，有趣的是，有時需要經由旁人的提醒，才會發現此現象，甚至也有部分創作者會將作者本人的形象特色融入自己所創作的角色中，建立起專屬的形象。另外，相較於以往的插畫家，現今的創作者可藉由「按讚」或「留言」的功能與粉絲進行「關係發展」，藉此提升創作者與粉絲間的親密度，但有時留言數量過於龐大，倘若一一進行回覆，則會耗費創作者過多的時間，因此在回覆留言的選擇上，多數創作者會挑選粉絲所提出的疑問、具有「梗」的留言內容或是創作者本身對此篇創作是否有興趣，才會進行回覆。而為了提升知名度，現今的粉絲專頁圖文創作者有時會在經紀公司的引導下參與電視節目的錄製，但在現實中人們所看到的圖文創作者多會遮掩部分面貌，並非以全部面貌呈現於眾人眼前，這或許可以說明，多數的圖文創作者希望在現實中保有神祕感，與粉絲間保持若即若離的關係，以免破壞粉絲們的幻想。

根據上述的說明，可以大致了解粉絲專頁圖文創作者在自我揭露正向功能的相關應用上，多會創作「發洩」個人情緒相關的創作，而此類創作，除了能夠貼近粉絲的想法外，也能藉由與粉絲的即時性互動，拉近彼此之間的距離，並提升「關係發展」程度。另外，倘若粉絲專頁沒有建立獨特形象，對粉絲而言，除了較不易產生既定印象，對圖文創作者而言似乎也不易達到「社會控制」的效果；而且雖然粉絲專頁上的粉絲人數能夠反映出「社會認可」的接受程度，但隨之衍生的是有時會遇到持相反意見的粉絲，使圖文創作者必須適時地進行「自我澄清」。由於本研究訪談之對象皆為當今高人氣的粉絲專頁圖文創作者，因此可提供學術界了解此領域的相關發展；對於同為粉絲專頁圖文創作者的創作者而言，也可以了解彼此的創作想法，並提供一般閱讀者能夠更深入地一窺創作者的理念，對於往後欲參與此領域的創作素人或插畫家們也有一個可參考的依據。然而，由於每個時代高人氣的粉絲專頁圖文創作者可能會有所變化，因此也建議未來能夠持續對不同時間點的高人氣圖文創作者們進行研究，使閱讀者對於此類訊息能隨時更新。另外，本研究僅對粉絲專頁圖文創作者的自我揭露現象進行探討，因此也期望未來能夠繼續對其經營模式或商業發展進行相關探究。

致謝

本文感謝行政院科技部補助經費，得以順利完成研究（計畫編號為 MOST 105-2410-H-155-040）。

參考文獻

一、中文

DailyView 網路溫度計時事網路大數據分析（2014）。**彎彎掰掰？十大網路新興人氣插畫家！** 取自

<http://dailyview.tw/Daily/2014/08/18>

NOWnews (2015)。每天小讀五分鐘飽覽雜誌輕鬆又免費。取自

<http://www.nownews.com/n/2015/05/12/1690770>

Venus (2014)。台灣人氣網絡插畫家。取自

<http://beauty.ulifestyle.com.hk/hk/news/girlstalk/ADwRYBEqA3w/>

大陰盜百貨臉書粉絲專頁(2016)。單張畫面表現形式。取自

<https://www.facebook.com/QiaohuTIGER/photos/a.472551212818942.1073741828.472537659486964/1229210863819636/?type=3&theater>

文化創意產業專案辦公室(2012)。結合城市行銷形塑文創新風貌。取自

http://cci.culture.tw/cci/cci/market_detail.php?c=196&sn=5019

中央訊息服務(2009)。2009 部落格回顧：「社群經營」開花結果專家預測 2010 年風潮續燒！取自

<http://www.cna.com.tw/postwrite/Detail/47710.aspx#.VeFhlfmqkko>

吃到飽臉書粉絲專頁(2016)。敘事性連續畫面。取自

<https://www.facebook.com/allcaneat/photos/a.1401929423403902.1073741828.1401911856738992/1751498071780367/?type=3&theater>

洪毓琪(2015)。滑世代眼睛不保？適度補充葉黃素。取自 [http://www.msn.com/zh-](http://www.msn.com/zh-tw/health/other/%E6%BB%91%E4%B8%96%E4%BB%A3%E7%9C%B)

[tw/health/other/%E6%BB%91%E4%B8%96%E4%BB%A3%E7%9C%B](http://www.msn.com/zh-tw/health/other/%E6%BB%91%E4%B8%96%E4%BB%A3%E7%9C%B)

[C%E7%9D%9B%E4%B8%8D%E4%BF%9D%EF%BC%9F%E9%81%A9%E5%BA%A6%E8%A3%9C%E5%85%85%E8%91%89%E9%BB%83%E7%B4%A0/ar-BBkOMRL](http://www.msn.com/zh-tw/health/other/%E6%BB%91%E4%B8%96%E4%BB%A3%E7%9C%B)



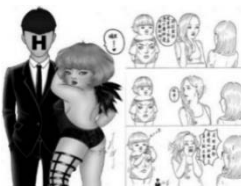

- 凌濤(2015)。新北羊年小提燈首推跨界合作網路插畫家。取自
http://www.ntpc.gov.tw/ch/home.jsp?id=28&parentpath=0,6,27&mcustomize=news_view.jsp&dataserio=201502250015
- 陳眉衣(2009)。開心農場是最多臺灣網友使用的 Facebook 應用程式。取自
http://www.insightexplorer.com/news/news_09_17_09.html
- 陳皎眉(2004)。人際關係與人際溝通。臺北：雙葉書廊。
- 楊喻斐(2014)。臺灣臉書滲透率冠全球活躍用戶續增每日平均 1100 萬人登入。取自
<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/finance/20140228/35670111/>
- 鄭彙翰(2009)。Facebook 超越無名為臺灣人最愛社群網站。取自
<http://www.beephone.com.tw/shownews.php?id=8050>
- 蘋果日報(2014)。商機無限 插畫家跨足觀光 航空。取自
<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/supplement/20140422/35780843/>

二、外文

- Deb Levine, M. A. (2000). Virtual attraction: What rocks your boat. *Cyber Psychology & Behavior*, 3(4), 565-573.
- Derlega, V. J., & Grzelak, J. (1979). Appropriateness of self-disclosure. In G. J. Chelune (Ed.), *Self-disclosure: Origins, patterns, and implications of openness in interpersonal relationships*. (pp.151-176) , San Francisco CA: Jossey-Bass.
- Dindia, K., & Allen, M. (1992). Sex differences in self-disclosure: A meta-analysis. *Psychological bulletin*, 112(1), 106.
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31(2), 177-192.
- Jourard, S. M., & Lasakow, P. (1958). Some factors in self-disclosure. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 56(1), 91.
- Parks, M. R., & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 46(1), 80-97.

附錄一

原定受訪的 10 位高人氣粉絲專頁圖文創作者之粉絲人數排行表

排名	臉書粉絲專頁 名稱	粉絲專頁 人數	簡介	創作作品
1	Duncan	2,910,765	「Duncan」網友稱之為「當肯」。在粉絲專頁上以 Hello Kitty 系列插畫一炮而紅。現今則以招牌自畫像：一位戴著粗框眼鏡、頂著西瓜皮髮型的男子為主要角色。作品大多描繪以黑白簡單線條，並適時以黑、灰、紅等顏色進行上色。	
2	掰 掰 啾 啾 Byebyechuchu	1,336,158	「掰掰啾啾」作者本名林柏維，非美術相關背景，因為個人興趣而開始創作。作品以簡單的黑白線條畫出有著高尖髮型的代表人物「腦公」和「腦婆」。內容以詼諧、嘻戲的方式描繪周遭生活經驗或是兩性之間的議題。	
3	H.H 先生	1,233,104	「H.H 先生」本名廖華弘。不是科班出身的 H.H 先生，在臉書上以講話辛辣的胖胖女孩「美美」而爆紅，作品中經常嘲諷一些化濃妝的女孩或是生活中一些不公不義的事情。繪畫以較為繁複的黑白線條呈現，或是加以漸層處理出滑潤的色彩效果。	
4	Cherng	1,021,822	「Cherng」本名楊承霖。大四時開始經營臉書粉絲專頁，因為在臉書上分享黑白又帶著鄙視眼神的馬來貘而爆紅，作者也因此有了「馬來貘」之稱號。作品以黑白色調、簡單線條呈	

現，並加上幽默風趣的文字，反映生活上的各種趣事。

5 翻白眼吧！溫蒂妮小姐 900,310

「翻白眼吧！溫蒂妮小姐」認為每天都有太多想要翻白眼的事物，不畫出來太可惜，因此創作作品通常都會搭配著奇怪的肢體動作與粉紅色的背景，以諷刺、影射來傳達當下的感受。



6 ROSE X 螺絲一隻筆 597,504




「ROSE X 螺絲一隻筆」，作者以情侶間微妙的相處與互動作為主要的創作靈感來源，並於粉絲專頁上告知粉絲們，在觀看粉絲專頁時要注意一些過於肉麻的創作內容。作品以簡單的黑白線條呈現。



7 Lu's 550,245

「Lu's」本名盧佳慶。大學時代開始粉絲專頁，剛開始只是在臉書上分享自己的素描畫作，後來才在臉書上創作 Lu's 系列作品。創作靈感來自於生活周遭的經驗，以圓胖角色「達達」和「妃妃」描述城市裡甘草人物的心情，甘苦自得。作品多以黑白線條搭配粉嫩色系。



8	吃到飽	448,977	「吃到飽」，作者本名彭揚鈞。以一圓臉身材微胖的黑白短髮的男子為主要角色。通常會以幽默的敘事方式轉述生活中所遭遇之現象，也由於創作題材過於貼切，因此吸引許多粉絲前往追蹤並按讚。	
9	子宮頸 yen	428,714	「子宮頸 yen」，以極細鋼珠筆作為創作工具，畫出黑、白兩色為主要的作品。創作主題較為前衛而大膽，具有強烈的個人風格。作品中經常可見性器官及露骨文字，也會針對時事進行嘲弄、諷刺。	
10	大陰盜百貨	421,347	「大陰盜百貨」，作者以一隻動物角色「雞姊」作為主要人物，描述從事服務業的專櫃人員會遭遇的種種現象。因為幽默諷刺的畫風與敘事手法，引發許多同為百貨業服務人員的共鳴與回響。	

註：粉絲專頁人數擷取日期為 2015 年 9 月 29 日。

A Research of Facebook Fanpage: Self-disclosure on the Creators of Illustration/Text

Li-Chiou Chen*

Abstract

As technology evolves, gradually more virtual network platforms with innovative functions are being developed. Nowadays, the phenomenon of nearly every person having a personal mobile device, usually a smartphone, can be observed everywhere. Because the amount of information people receive has been increasing every day, reading habits are also changing. Compared with simple textual descriptions, pictorial expressions more easily arouse contemporary readers' interest. Thus, graphic creation is an emerging industry on social networking platforms. Among such platforms, Facebook has achieved outstanding levels of development and has a considerable number of users, thereby contributing to the online migration of many illustrators to Facebook for use as a sharing platform to rapidly gain popularity and accumulate followers. The illustrators who use Facebook fanpage to present their works, in this study will be called as "fanpage creator of text/illustration". The study applied the self-disclosure theory on 10 graphic illustrators who manage Facebook fanpage that have considerable numbers of followers, to explore the relevant applications and gain an insight of the phenomenon of self-disclosure among fanpage creators of text/illustration.

Keywords: self-disclosure, fanpage creator of text/illustration, facebook

* Assistant Professor, Department of information communication, Yuan Ze University

事件性的主體： 以藝術重啓「超受容性」

陳蕉*

收件日期 2017 年 10 月 7 日

摘要

本文從一個有別於現代主體 (modern subject) 的角度，探討藝術如何在這個技術統治的世界中，讓藝術重新成為「超受容性」(transpassibility) 的引發物，亦即讓人重新無預設地有著世界的未知完全敞開。藝術如何讓觀者從影像「事件所使之湧現與展現的可能性來思考自我性」？人與世界之間如何重新建立起一種「召喚」關係？影像事件如何形成情感內作力？本文將借用事件哲學家 C. Romano 對於事件的相關思考、H. Maldiney 的「超受容性」、「召喚」、「遭逢」、G. Deleuze 的「情感內作力—影像」概念，以及 M. Heidegger 對於技術的追問作為主要的研究方法，以兩件影像藝術作品：A. Sala 的《一次又一次》和 D. Claerbout 的《無題，卡爾與朱莉》為例，嘗試思考探索這些問題。

關鍵字：未定的區域、事件、事件性的主體、情感內作力—影像、超受容性

*國立臺南藝術大學造形藝術研究所助理教授

壹、前言

一、離棄真實的現代主體

關於現代主體 (*sujet moderne; modern subject*)，Romano (1999) 在他的著作《事件與世界》 (*L'événement et le monde*) 中提及，自 R. Descartes 以降，將人確立為現代主體直接就意謂著她／他不會被事件這樣的東西所影響，也就是她／他被想成是一個由意識或理性所掌理控制的自由意志個體，面對著所遭遇之事，永遠屹立不搖於前。Lévinas (1990a) 也說，身為主體就是「面對著發生在我們身上的事，擁有總是能無限退身於其後的能力」，就是「與事件發生關聯，但同時保有不捲入其中的能力」。這種堅立不搖的主體觀，可溯源自 Aritotle 的實體 (*substantia*) 概念，即在事物多變的性質或意外之下，總是有一個作為基底的實體持續存在著 (Romano, 1999)。但是這樣的主體觀是侯曼諾所質疑的，而他並不是唯一的質疑者，其他如 Badiou (1988) 和 Rancière (1998) 等人，同樣主張主體的非實體性，也就是主體不但不是穩定不變，相反地，主體是不穩固而動搖不定的。

現代主體性同時意謂著對於理解、控制與進步的追求，以及對於不確定性的拒斥。「事件」因此是現代主體所欲排除者，因為它是那突然發生、滋擾著既有安定秩序的突襲。在這樣的現代性思維促逼下，主體因而成了一個「失去了事件」的人：現代性對於理性與控制的信仰，使得現代主體不再能無預設、無條件地向著世界的未知敞開。她／他因此是一個與 Maldiney (2007) 所說的「超受容性」 (*transpassibilité*) 絕緣的人。「超受容性」隱含著一種任何計畫都無法將其含括於內的開放性。每一次迎接一樁事件的同時，另一個世界就被打開。當舊世界因事件的來臨而崩裂的時候，經常會出現一個不確定的懸置時刻，以及一道與舊世界之間的裂隙。但這個動盪並不是永久的，它同時導入的是當事人視野的即刻重新調整。當事人在其中不斷改變，其原有視域立即由新視域所取代 (Maldiney, 2007)。我們將會在文後對於 Romano 的思想呈現中逐漸看到，Maldiney 和 Romano 的觀點是極其一致的。反觀經過種種條件框架、裁切、收束之後的現代主體，其受容性卻被層層封堵。現代主體因此是一個離棄了真實 (*le réel*) 的人，因為「真實並不是我們對其運作的對象」，它首先是「我們向著它展開的對象」 (Maldiney, 2003)。

二、藝術之工具理性化及其困境

相較於現代性之下那個被「拋置」 (*jectus*) 於意識或理性「之下」 (*sub*) 的主體 (*subjectust*)，藝術原本應該是那反過來有機會讓人「身處於自己之外」 (*hors de soi*)，也就是身處於主體的理性控制之外的觸發物。它引發「超受容性」，為這個被理性中心主義所禁錮的世界，提供了一個破口，並且將現代主體所失去的活躍狀態，返還給她／他。然而，啟蒙理性的除

魅 (disenchantment)，演變至今卻成了工具理性的技術統治。即使是藝術，「藝術有用論」框限下的藝術，也講究與鼓吹「有用而明確的積極作為」。例如在著眼於政治概念傳達的馬克思主義電影評論者眼中，義大利新寫實電影 (Italian neorealism) 的影片，就顯得過於被動與消極。這些評論者認為，義大利新寫實捨棄了改變現實的可能積極作為，而選擇呈現迷茫混亂的景象，以致片中人物與發生在他們眼前的事物，只存在著極為淡然冷漠的關係 (Deleuze, 1985)。即使在當代藝術中的數位互動藝術中，我們同樣可以看到此種對於「積極有用的作為」的信仰。例如過去十數年間，為數不少的數位互動藝術創作者極欲透過控制，來擺脫不確定與未知的懸缺，並傾向於將制約反應視為「積極有效」的互動模式。

關於這樣的現象，F. W. Nietzsche 對於現代性的批評，在今天看來依然中肯：現代性缺乏對於曖昧模糊的尊重，現代主體既無法、也無意定神在不確定性、或浮動隱微 (Miller, 1997)。無論是馬克思主義者，或是前述的許多數位互動藝術創作者，他們各自所抱持的強勢預設目的，已在一開始就驅逐了事件與不確定性。然而，馬克思主義評論者對於義大利新寫實電影的批評，卻完全忽略了那些被他們批評為被動與消極的影像，其可能蘊含的情感內作力及其可能有的效應。Deleuze (1985) 在這個問題上，抱持著與馬克思主義者完全相反的意見。他認為，正是因為義大利新寫實片中的人物與發生在他們身上的一切，看起來總是如此地不切身，正是這種淡漠的「無作為」才得以讓影片「釋放出疏離的巨大力量」。而前述的互動藝術創作者或許並未意識到他們所極欲清除的不確定，可能才正是讓這類型的藝術，有機會從「動作—影像」的僵固迴圈中脫離而出的契機所在。

三、問題意識及研究方法

因此，「藝術的『無作為』=『無法改變現實』=『無用』=『無價值』」的邏輯應該受到質疑。美國詩人 W. S. Merwin (2015) 對於政治詩表達了類似的意見，當一首詩一開始就被設想為必須承載著政治訊息時，這些非關於詩的額外目的，將會讓寫詩的人一開始就「知道太多」、一開始就「太清楚」自己「應該說什麼」，以致政治詩多半淪為教條宣傳。所以，知道一切，掌控所有，可能反過來扼殺了許多可能性。不確定性與事件對於人的存在價值，以及重建人與世界的關係之角色意義，有必要被重新看待。在這個後現代主義未竟其功的「後現代主義之後」，影像藝術如何透過影像的事件性，再次讓藝術成為超受容性的引發物？它如何讓觀者，就像 Romano (1999) 所說的，從影像「事件所使之湧現與展現的可能性，來思考自我性 (ipséité)」？人與世界之間，如何藉由影像事件，重新建立起一種被馬勒迪奈稱之為「召喚」(l'appel) 的開放關係？影像事件如何形成情感內作力？本文將主要借用上述兩位哲學家的事件相關理論，以及 Deleuze 的「情感內作力—影像」、M. Heidegger 對於現代科技的追問，作為研究方法，透過 A. Sala 的

《一次又一次》(*Time after Time*) 和 D. Claerbout 的《無題，卡爾與朱莉》(*Untitled, Carl and Julie*) 這兩件影像藝術作品的分析，嘗試著思考探究這些問題。

貳、影像事件與「超受容性」

一、擺脫任何先決意義的湧現

並不是所有的影像都具有事件性 (*événementialité*)。關於「事件性」這個字，不同的哲學家使用的字不盡相同。Badiou 使用 *événementielité*，但是在 Romano (1999) 的理論系統中，則有兩個拼法極接近但各自代替著不同意義的字：*événementialité* 和 *événementielité*。對於 Romano 來說，*événementielité* 只是在既有世界之中 (*intramondaine*) 具因果關係的事實的實現，而 *événementialité* 涉及的才是無法預期的事件。成為事件的影像，因此並不是因為影像呈現了或再現了任何重大事情的發生。具有事件性的影像，就影像事件，它並不內屬於既有世界，相反地，它開啟了一個世界。它首先是擺脫了任何先決意義的一道湧現 (*jaillissement*)。它與任何的源頭都沒有關係，它自己就是自己的源頭 (Romano, 1999)。A. Sala 2003 年的影像作品《一次又一次》，即體現著這樣的湧現。Sala 的作品經常反映其出生國阿爾巴尼亞的社會政治狀況轉變。這件總片長僅約 5 分半鐘的作品，畫面元素極其單純：水平固定鏡位全景鏡頭中，僵立著一匹馬。夜間的昏暗和遠方建築物的燈光，映照出牠的剪影。牠站在公路內，緊挨著公路水泥邊欄。每隔一段時間，疾駛的車輛從牠身邊近距離擦身而過，一次又一次地。鏡頭的焦距在清晰與模糊間切換，有時候似乎與車聲的迫近同步。焦距的切換逐漸令人焦慮，原本單純的焦距變化，慢慢地與這匹馬的恐懼，以及牠未知的命運，隱約連在一起。一次又一次地，刺目的車燈、飛嘯而過的車行聲，以及影片末段處，卡車劃過的一長聲喇叭巨響、脆弱僵立的馬。

《一次又一次》之所以不內屬於既有的世界，並不是在於一匹馬出現在不該出現的公路上，因而在場景上所生的超現實感。如果借用 Romano 對於事件性的剖析來說明的話，更多是因為那匹馬的出現與牠正承受的一切，「在過去與未來之間，引入了一道裂縫」(Romano, 1999)。我們不知道那匹馬為什麼會出現在這個理應不該是牠出現的地方。暗夜中閃逝而過的車燈，照見了牠根根分明的肋骨，然而，我們無法確定那是疾病或飢餓所致，但卻可以清楚感受到，那是個正承受著痛苦的身體。對於一次又一次的威脅，明顯極度驚懼的牠，從頭到尾唯一能做出的「抵抗」，是那有時因極度緊張而蜷縮起的一隻後腳。其他多半時候，牠則僵硬地站在原地。我們不敢確定下一秒，牠是不是就要倒下，或將被那些飛馳的快車撞上。全景鏡頭一般用來強調被拍攝對象的動作和移動，而不是角色內在的情感狀態。然而在這裡，這匹馬的驚恐，卻唯有在全景鏡頭下，牠

的僵立於巨大未知威脅中以及相形之下顯得如此無能為力的自我防衛，才得以化其內在之驚懼狀態為可感可見。

二、與事件的「遭逢」

世界在這樣的瞬間被重新組構，這個影像事件對於觀者而言，是一場「遭逢」(la rencontre)。但所謂的「遭逢」，並不單純只是既定的某個可能性，經由任何兩造之間的相遇，而在世界之中被實現。就如 Romano 在《事件與世界》之中所說的：「伴隨著這樣的遭逢而來的焦躁、膽怯、惶惶不安，必然將中斷當事者對於原有世界所擁有的熟悉與安穩放心」(Romano, 1999)。Romano 進一步在他的另一著作《事件與時間》(*L'événement et le temps*)中，對於「遭逢」與當事者之間的關係，做了更為詳盡的發展。他說：

遭逢要是不會動搖我們所確信的事，以及我們的慣性的話，那麼它就不能稱之為遭逢。而遭逢將不會是遭逢，如果它不是在摧毀了我們對於任何事物的習慣的同時，也讓我們對於所有的事物產生懷疑，包括我們自己是否有能力迎接 (accueillir) 一個其命運不但與我們的命運相遇、並且改變了、擾動了我們的命運的人。(Romano, 2012, p. 232)

在《一次又一次》中，觀者的世界因這樣的遭逢而騷亂動盪，即使她／他所迎接的是一個我們所難以真正窺究其內在生命的命運——匹脆弱、且被遺棄在公路邊的馬的未知命運。觀者正經歷著的是一場事件，而不是一個事實 (fait; fact)。事實與事件的差別在於，相對於事件，事實是一個從拉丁字源上理解的“ob-jet”。ob 意為逆著，jet 意為拋擲，它因此是一個被拋置在主體面前的對象。主體因而跟事實保持著一種平靜的「面對面」關係，安全而不受影響地置身於外 (Romano, 1999)。相反地，事件與人的關係，從來就不是如此。在事件關係中，高傲而從容地遠遠打量著那個對象，成了完全不可能的事。在《一次又一次》的事件裡，觀者無法隔在距離外，冷眼而平靜地看著那匹馬，而是與牠共同經歷著不可預期與極度不安的每一刻。甚至，如果用 Deleuze (1981) 的話來說，觀者在此刻已經流變為那匹僵立於公路邊的馬。但這並不是說，觀者已經實際變成那匹馬，而是她／他對於這匹馬的同化與憐憫，在觀者的內在之中，形成了一個介於人與馬之間的「無以區分的區域」(zone d'indiscernabilité) (Deleuze, 1981)。他們二者共同處於一種極度敏覺的狀態。人和動物在這個遭逢中，在事件的潛在性中，結合在一起。但必須強調的是，這樣的極度敏覺狀態，卻不同於震驚，即便事件本身必然屬於一種出其不意的意外襲擊。關於震驚，十九世紀熠熠閃爍著資本主義金燦輝煌的陌生巴黎，以及在這世界之都裡，匆忙往來

的陌生人群，曾經為 Benjamin 帶來過震驚。在〈論波特萊爾的幾個主題〉（“On Some Motifs in Baudelaire”）中，Benjamin 曾經就經驗（Erfahrung）和體驗（Erlebnis）這兩個與經驗有關的德文字做過區分。他以 S. Freud 的學說說明震驚如何作為主體的自我防衛機轉，以緩衝過度的刺激對當事人所造成的衝擊。由於這些刺激將被震驚所攔截，因此它們被記錄入經驗（Erfahrung）之中的機會並不高，相關的刺激傾向被轉化成一個能夠被指出確切發生時間，但卻喪失了意識完整性的「曾經體驗過的極短瞬間」（Erlebnis）（Benjamin, 1955/2010）。但相反地，在事件的遭逢裡，即便觀者的既有認知一再遭到拆解，事件在當事人經驗中的刻寫，往往總是烙著深深的鑿痕。

在事件中，觀者成為一個極度開放的人。因為，事件要能夠成為一記襲擊、意外，其發生之一方條件在於：一個能將自己完全開放給異己（l'Autre），也就是開放給所有我所不熟悉的、所有不屬於「我」的，以及所有我所不曾知道的各種可能性的未知世界與生命。觀者對《一次又一次》的經驗（to experience/faire une expérience/ eine Erfahrungmachen），是她／他與永遠陌生的、不可預知的異己，在這作品中的兩相照面。在這影像事件中：馬，這種在火車發明之前，曾驕傲昂然地代表著速度的動物，如今被無情地棄於現代世界的速度系統（公路）邊上；那匹孤立的瘦馬的僵立恐懼，對比著周邊黑暗中，幾乎足以將其吞噬的威脅。牠的羸弱與失去了速度的不堪，對照著牠所面臨的無可知命運，讓觀者在經驗著異己的同時，成為一個立身於「險境」的人。如果從中文文意來區別，作為動詞的經驗與作為名詞的經驗相距甚遠。作為名詞的經驗和它的法語或英語的意義對等表達方式（avoir de l'expérience/have experiences），同樣有著累積、擁有既有的經驗或知識的意涵。因此，這樣的經驗已被納入當事人熟悉的領域，成為「同一」的一部分。然而，作為動詞的經驗，卻是一種穿越險境。就像 P. Lacoue-Labarthe（1986）借用 R. Munier 對於 experience 的字源 *experiri* 的詮釋中所說的：*experiri* 的拉丁字根 *periri* 意為危險，而 *per* 在印歐語系的字源裡可找到二個意義，一為穿越，一為考驗、痛苦，因此，「經驗從一開始就是、而且無疑根本上就是一種置於險境」。如果不是因為在當事者所將經驗的事情中，存在著賭注與危險，經驗是不會發生的。Heidegger（1976）在《走向語言之途中》做了很精采的解釋。他說：經歷某件事，就是「任由著它向著我們而來，任由著它碰觸我們，降臨在我們身上，翻轉我們、改變我們」。他說，德文的經驗（動詞）*erfahren* 的古德文字源 *faran* 意為傳送，因此 *faire une expérience/eine Erfahrungmachen* 這個表達當中，表面上看似主動的動詞「做」（*faire/machen*），並不是說我們是經驗的操盤手。相反地，它具有被動的意涵，那是在穿越（*passer à travers/durchmachen*）、遭受（*endurer/erleiden*）、承受（*endurer/annehmen*）、接納那觸及我們的東西的同時，臣服在它之下。因此，與其說觀者是觀者，不如說她／他更是個歷險者。

這樣的開放性，同時也是一種「召喚」。在召喚中，「我讓我的存在，暴露在事件發生的風險之中」。置身於事件之中的人，就像一個迷途者，朝著一個虛空的彼岸他方，拋擲出一聲呼喊。在

這一聲呼喊中，她／他已經離開熟悉的「此處」，但卻尚未尋得下一個落點，一直到一個新的世界被召喚而至、被打開為止 (Maldiney, 2007)。在「影像—事件」中，觀者因此已經不再只是「觀者」，她／他是 Romano (1999) 所說的「事變者」(l'advenant)。在事件與人的關係中，Romano 之所以用「事變者」來取代「主體」這樣的字眼，原因在於「事變者」並不單單只是某個事件的見證者，而是能夠「經驗事件所帶來的無可取代的試驗，因而能在這個自己也被不可逆地改變的試驗中，從事件所使之湧現與展現的可能性，來思考其自我性」的人。「事變者」具有一種主動／被動的雙重性，她／他在事件中包含著作為承受者與自身接著將產生的、主動然而未知的改變。事變者在事件的經驗中，「跨越一個介於事件前的自己，和事件後的自己之間的時間」(Romano, 1999)，讓自己(被)改變。因此，更極端一些地說，在事件中，事變者對於自己的理解，總是一種對於異己的理解：對於一個我變成的樣子的理解 (Romano, 1999)。

觀者因此不再被封閉於主體的隔離膜之內，而是漂流在充滿著無盡可能性的流體之中。她／他的開放而「多孔隙」的狀態，很接近 Freud 在心理分析技術中所說的「流動的注意力」(attention flottante)。這個心理分析技巧強調分析者在分析過程中，對於受分析者所提供的一切訊息，應無預設地等同看待。分析者個人的偏好、日常習慣、道德準則……應在此時被懸置。分析者對於自身主體性的節制，讓分析者本身的感受敏銳度最大化，這將回過頭來幫助分析者在分析的過程中，授權被分析者對於自己的表達內容，做出最大可能的自由連結，以便讓那些隱藏在受分析者語言中、看似無關緊要的線索，從受分析者的潛意識之中浮出 (Freud, 1912/2013; Megglé, 2007)。這種「無意圖、無布局」(sans dessein ni dessin)，但是卻能將一個人推向最大感受層次的開放狀態，就是 Maldiney (2007) 所說的「超受容性」所擁有的狀態。

參、影像事件與情感內作力

一、未定的區域

和 Sala 的《一次又一次》一樣，D. Claerbout 2000 年所做的數位互動作品《無題，卡爾與朱莉》，也由極為單純的畫面所構成。作品唯一的場景是一個固定鏡位長鏡頭家居畫面，這立即召喚出攝影影像的靜定性。影像中白熾強烈的日光，在語彙簡明的現代主義建築物上所切割出的對比分明陰影，強化了影像的靜定性。遠遠地就看到安坐在屋廊下桌邊的二人，他們靜靜地棲蔽在建築物門廊下濃郁墨黑的陰影裡。中年男人正對著鏡頭，遠遠地望過來。背對著鏡頭的小女孩則專注於自己所進行的活動，看起來正在畫畫或者書寫。影像就這麼一直以接近黑白靜照的方式投影呈現著，一直到那早在一走入展場之際，便已成為潛在的互動者的觀者靠近影像至某段距離之

事件性的主體：以藝術重啟「超受容性」

後，男人似乎像是微微向小女孩示意了一下，她接著轉過頭來，遙遠而簡短地朝觀者的方向看了一眼，¹之後便繼續沉浸回她先前所進行著的活動，早先的靜止重新落下（見圖 1、圖 2）。

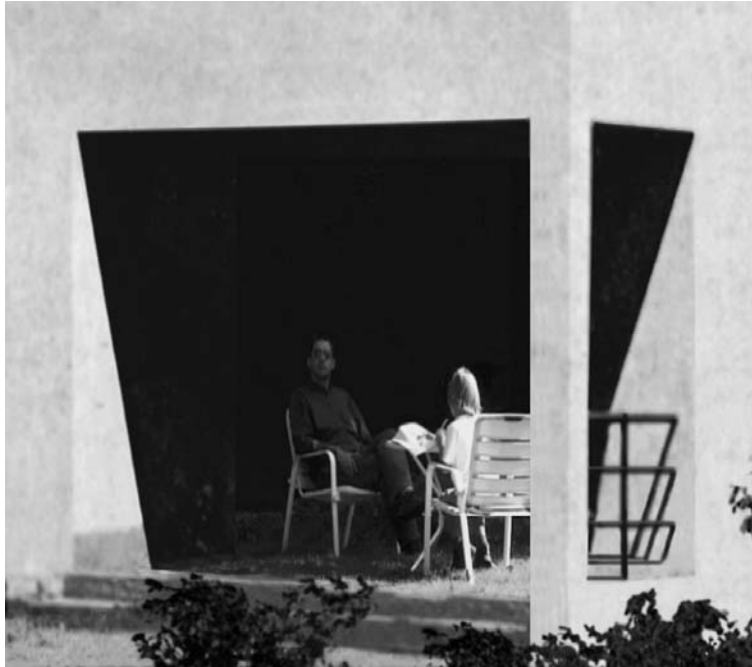


圖 1：David Claerbout, Untitled, Carl and Julie, 2000. 單頻互動錄像投影，黑白，無聲。

¹ 作品的裝置現場設有接近感應器，觀眾接近影像投影牆至某段距離後，下一段影像的播放將會被系統啟動。

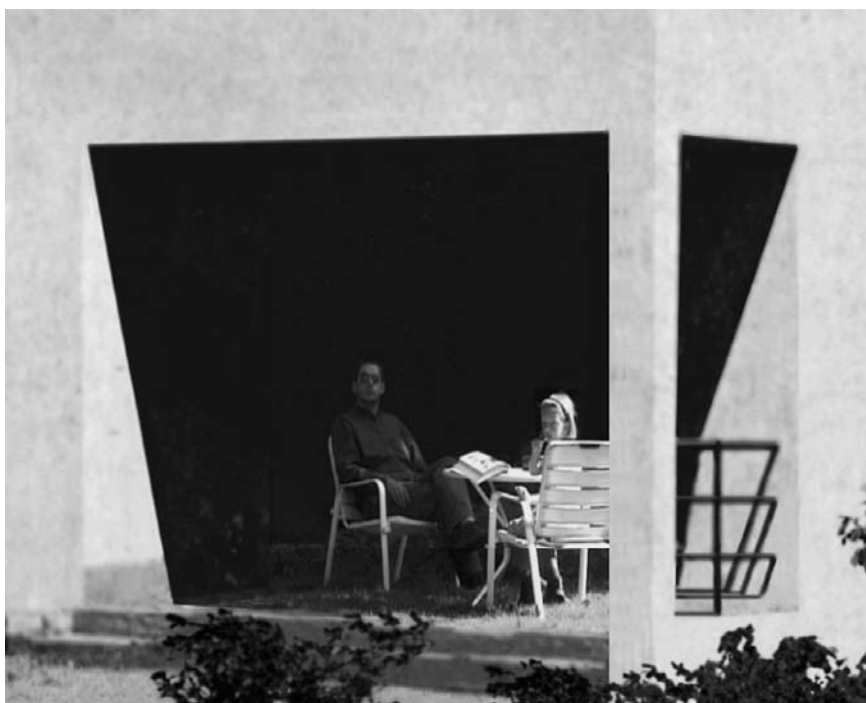


圖 2：David Claerbout, *Untitled, Carl and Julie*, 2000. 單頻互動錄像投影，黑白，無聲。

「事件發生之時，一切總是已經太遲」(Romano, 1999)。Romano (1999) 說，我們的意識總是落在事件發生的起點處之後。事件總是發生在我們出其不意時，我們從來就不可能真的與事件同步。也因為如此，每一個事件發生的起始時刻，總永遠與當事人錯過，這些話雖簡短，但卻重要地總結出《無題，卡爾與朱莉》的關鍵特質。這件作品的影像完全去除了鏡頭的移動以及敘事，影像安靜幾乎如靜照，但影像中的男人對著鏡頭直視的目光以及私人屋廊下的家居畫面，讓觀者一開始就像誤闖私人領土的闖入者。當影像中的小女孩忽然轉身回望之際，那個短暫的回看，動搖了觀者原本還維持著的客觀觀看者位置，並讓觀者瞬時捲入另一個感知層次中。觀者身為「當事人」的意識在瞬間被強烈喚起。這個意識的覺醒，讓她／他重新在時間之中，回頭搜羅檢視這「醒過來」的時刻前的每一刻。那些先前看似平淡的片段，在此刻想起來似乎有些可疑。至於那些接著將發生的未來，也因此變得不再平靜，某種懸欠駐留在觀者心中。觀者的時間意識從「現在」向著「未來」與「過去」，全面攤展開來。此時，即使互動影像的物理觸動已經停歇，但是它所展開的漣漪效應卻持續著。正是這樣的心理效應，使得作品與觀者驅動激發出彼此的生命力。

這件作品體現出生命體 (l'être vivant)、時間以及事件的最有趣定義。生命並不是生理意義上的細胞組成、能量代謝、生長、繁殖、死亡，時間也不只是那每一分、每一秒的經過和累積。關

於這些，讓我們從 Deleuze 對於 Bergson (1939) 的《物質與記憶》(*Matière et Mémoire*) 的援引談起。Deleuze 說，Bergson 將大腦視為一個介於所收到的刺激，與所要執行的回應之間的間隔 (l'intervalle)。當大腦承接了一個刺激之後，它並不是讓這個刺激直接即刻延伸為一個立即的反應。而是在接收到的刺激與要被執行的動作之間，必然存在著一個間隔。所有針對這個刺激的分析，就在這個間隔之中發生。所有的不確定與未知，也在這個間隔或斷裂之中產生。行動（或不行動）的決定與發生，將會在時間中逐漸展開與形成。因此，從這個意義上看，生命的最重要特徵即不確定。而時間的開展，並不是一個等速的、可預知的、無意外的機械性伸展活動。時間是「事件的貯藏空間」(la réserve des événements)，²它是那使事件得以用各自最適切的速度，漸次展開的「空間」。這樣的展開本身，就是一個事件。

二、「情感內作力—影像」

如果從致力於「提高有效互動」的藝術家的角度觀之，這件作品中的懸而未決，或許非但無助於互動，它甚至可能比較像是一種「無效互動」。然而，這種對於有形而明確的因果關係以及「動作」的強調，將可能忽視了影像事件的情感內作力。事實上，觀者在心中所存置的懸宕，不但餘波盪漾，且具有一種與其無為表象，全然不相稱的情感內在作用力。它很接近 Deleuze (1982a) 所談的“image-affection”。關於 Deleuze 的這個法語用詞，本文嘗試著以「情感內作力—影像」來翻譯它。但這個複合詞究竟希望指稱什麼？首先，影像在這裡並不專指攝影機或其他任何裝置所生產的視覺經驗對象，而是對象（事情）出現在我們的經驗中的樣子。他說，影像「就是那些顯現出來的東西 (C'est ce qui apparaît)」，也就是，影像在這裡被 Deleuze (Deleuze, 1982b) 視為現象的同義詞，因此並不限於視覺對象。影像是這些出現在我們感知經驗中的所有可能面向、所有的部分、所有的活動 (actions)，以及它們彼此之間的所有互動 (interactions)，所聚集成的一個無盡全體 (l'ensemble)。它們彼此相互作用，彼此隨著彼此不斷改變，永無終止。這整個更迭不止、永不停歇的影像活動所構成的全體，即「運動—影像」(image-mouvement)。因此，「運動—影像」並不侷限地只發生在電影或其他動態影像媒體所創造的經驗，而是擴及至所有顯現在我們的感知經驗之中的所有現象。

至於「情感內作力—影像」，文前所述的大腦間隔中產生的影像，可細分為三類：「知覺—影像」(images-perception)、「動作—影像」(images-action)、「情感內作力—影像」(l'image-affection)。若以主體來說，它們就是一個感知的主體、一個採取行動的主體、一個被情感內作力

² 這個表達源自 *La réserve visuelle des événement dans leur justesse* (Dôgen, 1980) 一書的標題，但我們在這裡將標題中的「視覺貯藏空間」(*réserve visuelle*) 擴充為「貯藏空間」，因為事件中並不只限於視覺資料。

所作用著的主體 (Deleuze, 1982c)。當主體成為一個被「情感內作力」所作用著的主體時，她／他將感覺到自己的內部被外來的刺激所滲入，自己就像是困陷於身體內部一般。此刻，無論「知覺—影像」或「動作—影像」，都無法填補那個介於刺激與反應之間間隔。因為一方面，主體的知覺被擾亂，「知覺—影像」因此已無法介入；另一方面，那個正困頓地在自己身體內部、掙扎不已的主體，已經無力採取任何行動，「動作—影像」因此也就無從發生。在這樣的條件下，唯有「情感內作力—影像」足以進駐這個刺激與反應之間間隔。Bergson (1939) 對於這樣的情感內作力，有著相當清晰的書寫。他說，那些外來的刺激直接被身體所吸收，身體只能進行某種掙扎，而這就是情感內作力的來源。Bergson 接著更進一步讓我們訝異地意識到，情感內作力與身體的疼痛這兩個看似不甚相關的現象，事實上是極為類近的。他說，疼痛是「一種發生在感覺神經上的行動衝動 (tendance motrice)。所有的疼痛都是由某種無能為力的努力所構成。所有的疼痛都是一種局部的努力，而就是這個努力的被隔絕以及無法傳導的本身，造成無力感」。承受著情感內作力的主體，不斷地吸收外來刺激，然而卻無力以任何的行動回應。

Claerbout 的《無題，卡爾與朱莉》中的觀者所經歷的，正是這樣的情感內作力。作品的黑白影像所拉出的時間距離、影像中靜謐的私人空間一角所隔出的心理距離、影像中的男人靜定直視的目光、觀者自覺對於小女孩沉浸的個人世界所造成的干擾、.....，它們各自以各自的方式，實實在在觸動了觀者，並同時在他的身體內施放著一道一道的內作用力。觀者與這件作品的關係並不是：站在這個影像面前，「我知道什麼什麼.....」。因此，這並不是「知覺—影像」；也不是面對著這個影像，「我要做什麼什麼.....」。亦即，這樣的經驗與「動作—影像」無關；而是，我與這個影像兩相照面的當下，「我在我的身體之中，感覺到有個什麼什麼正在發生」。「情感內作力—影像」占據著那個介於收受到的刺激與所採取的行動之間間隔。在這樣的內作力作用下，觀者彷彿像被攫獲在自己的內在之中。只能任由這一股持續累積於內的能量，於身體內不斷地對她／他進行擠壓、拍打 (Deleuze, 1982a)。因此，這件互動作品所促成的，絕不是一個立即的行動反應，就像是我們所熟知的大部分數位互動作品所期待的反饋 (feedback) 一樣。相反地，它創造的，是「一種不會延伸成任何動作的純聽覺和視覺屬性的情境 (situation purement optique et sonore)」。也就是一個目的不在於刺激任何動作的產生，而是為了「使得某種無可承受的東西，得以被領會感受到」的情境 (Deleuze, 1985)。Deleuze (1985) 說，這種不可承受的力量，並不是一種讓人神經緊繃的攻擊、也不是一種誇張暴烈的暴力、更不是血腥恐怖。它是一種超出「知覺—影像」及「動作—影像」的「情感內作力—影像」。有時候，甚至面對著太美的東西，也可能形成如此的純聽覺和視覺屬性的情境。

肆、結論

Heidegger (1950/1994) 認為在這個「貧困時代」，一個技術統治日益肆無忌憚，無論物性或人性，都被納入一種計算性邏輯的時代，唯有藝術能「摸索遠逝諸神的蹤跡」。世界黑夜因詩人的吟唱，而得以成為 Hölderlin 所說的「神聖之夜」。Heidegger 或許並未料到，今天的藝術，在許多時候，卻同樣未能倖免於他所說的「成為圖像」的困境：在「有用性」的算計下，藝術連同世界都被視為一個待取用資源庫，被「強制並累積成一種枯燥、乏味、因此壓抑的方式」(Heidegger, 1954/1977)。正是因為如此，讓藝術再度成為超受容性的引發物，有著關鍵而珍貴的意義。在這個「瀰漫著黑暗的世界黑夜」，如果我們仍然在藝術中期待著一些什麼其他的事物所不能給予的東西的話，那將會是藝術之有機會讓人成為事件性主體，將人與作為其棲留處所的世界，重新黏合起來。讓她／他與世界的關係，超越「主體—客體」的對象化關係，讓她／他再度對著未知與神秘敞開心胸，重新接納不確定性。Sala 的《一次又一次》和 Claerbout 的《無題，卡爾與朱莉》這兩個「影像—事件」所體現的，正是這樣的力量。

謝詞

這篇論文承蒙三位匿名審稿人鉅細靡遺的審閱，審稿人的諸多指正與寶貴的建議，讓這篇論文更為周延，謹申謝忱。

參考文獻

一、中文

- Heidegger, M. (1994)。林中路 (孫周興譯)。臺北：時報文化。(原著出版於 1950)
- Benjamin, W. (2010)。發達資本主義時代的抒情詩人：論波特萊爾 (張旭東、魏文生，譯)。臺北：臉譜。(原著出版於 1955)

二、外文

- Anri Sala (n. d.). Retrieved from <https://www.guggenheim.org/artwork/artist/Anri-Sala>
- Badiou, A. (1988). *L'être et l'événement*. Paris, France: Editions du Seuil.
- Benjamin, W. (1955/1968). *Illuminations*. New York, NY: Schocken Books.
- Bergson, H. (1939). *Matière et Mémoire: Essai sur la relation du corps à l'esprit*. Paris, France: PUF.
- Deleuze, G. (1981). *Francis Bacon: Logique de la sensation*. Paris, France: Edition de la différence.
- Deleuze, G. (1982a). *Cinéma, cours 22 du 02-11-82-3 Transcription: Fabienne Kabou Correction: Agathe Vidal*. Retrieved from http://www2.univ-paris8.fr/deleuze/article.php3?id_article=160
- Deleuze, G. (1982b). *Cinéma, cours 22 du 02-11-82-2 Transcription: Anna Mrozek*. Retrieved from http://www2.univ-paris8.fr/deleuze/article.php3?id_article=159
- Deleuze, G. (1982c). *Cours 6-12/01/82-1*. Retrieved from http://www2.univ-paris8.fr/deleuze/article.php3?id_article=103
- Deleuze, G. (1985). *Cinéma 2 : L'IMAGE-TEMPS*. Paris, France: Minuit.
- Dôgen. (1980). *Shôbôgenzo. La réserve visuelle des événement dans leur justesse*. Paris, France: Edition de la Différence.
- Freud, S. (2013). Conseils aux médecins sur le traitement analytique. *La technique analytique*. Paris, France: PUF. (Original work published 1912)
- Heidegger, M. (1976). *Acheminement vers la parole* (F. Fédier, Trans.). Paris, France: Gallimard.
- Heidegger, M. (1977). *The Question Concerning Technology and Other Essays*. (W. Lovitt, Trans.). New York, NY: Harper and Row. (Original work published 1954)
- Interview with Video Artist David Claerbout. (2016, March 24). Retrieved from <http://www.aestheticmagazine.com/interview-david-claerbout/>
- Lacoue-Labarthe, P. (1986). *La poésie comme expérience*. Paris, France: Christian Bourgois.
- Lévinas, E. (1990 a). *De l'existence à l'existant*. Paris, France: Vrin.

- Maldiney, H. (2003). *Art et existence*. Paris, France: Klincksieck.
- Maldiney, H. (2007). *Penser l'homme et la folie*. Grenoble, France: Jérôme Millon. (1997)
- Meggé, V. (2007). L'attention flottante en psychanalyse. *Psychanalyse en mouvement*. Retrieved from <http://www.psychanalyse-en-mouvement.net/actualites/article-104-20071204104-l-attention-flottante-en-psychanalyse.html>
- Merwin, W. S. (2015). *Conversations with W. S. Merwin*. Jackson, MS: University Press of Mississippi.
- Miller, E. P. (1999). Harnessing Dionysos: Nietzsche on Rhythm, Time, and Restraint. *Journal of Nietzsche Studies*, 17, 1-32.
- Rancière, J. (1998). *Aux bords du politique*. Paris, France: La Fabrique-Éditions.
- Romano, C. (1999). *L'événement et le monde*. Paris, France: PUF.
- Romano, C. (2005). Réponses de Claude Romano à quelques questions. *Transversalités*, 96, 53-66.
- Romano, C. (2012). *L'événement et le temps*. Paris, France: PUF.

Evential Subject: How Art Triggers Anew Transpassibility

Chiao Chen *

Abstract

From a non-modern subject's point of view, i.e. a non-substantial perspective on subject, this paper attempts to portray how, in this technocracy-ruling-world, art can trigger anew the "transpassibility" in people, that is to say to enable one to fully open oneself to the unknown without any presupposition. How can art make viewers reflect on their ipseity through the possibilities articulated in world, which are brought into being by the image-event? How can a "call" be created between the human and the world? How does an image-event produce "image-affection"? Two art creations--Anri Sala's *Time after Time* and David Claerbout's *Untitled, Carl and Julie*--are examined to help provide the answers to the above questions. The main theoretical references supporting our analysis are: Claude Romano's thinkings on eventiality, Henri Maldiney's "transpassibility", "call" and "encounter" notions, as well as Gilles Deleuze's "image-affection" concept, and Heidegger's reflections on technology.

Keywords: zones of indiscernibility, event, evential subject, image-affection, transpassibility

* Assistant Professor, Graduate Institute of Plastic Arts, National Tainan University of the Arts

事件性的主體：以藝術重啟「超受容性」

漢字造形之促發再認實驗研究

傅銘傳*、孫慶文**、楊喻捷***

收件日期 2018 年 1 月 24 日

摘要

本研究為瞭解視覺辨識美術字體設計的判讀再認效率，採用「促發效應實驗」的概念進行實驗研究，以分析人們判讀美術字體反應的快慢，進而解析其再認效益。如受試反應快即代表關聯性強，視覺辨識效率高，而受試反應時間慢，即代表關聯性不高，其視覺再認效率差。實驗研究分為兩階段，第一階段採「內容分析法」，美術字體透過文獻的整理進行編碼與定義，共可分成七種「漢字設計樣式」：原筆畫字形設計、減筆畫字形設計、連字設計、字形添加造形元素設計、圖形取代字形設計、具象造形字形設計、筆畫位移重組字形設計，以及一組標楷字作為控制組。第二階段採「實驗法」，透過隨機60位受試者，以促發效應的程序，進行「漢字設計判讀實驗」的判讀反應。實驗結果發現：一、不同「受試者背景」並不影響反應時間的快慢，表示研究樣本適用於每位來自不同領域的受試者；二、整體反應速度由快至慢，依序為：控制組、原筆畫類和減筆畫類、字形添加造形類、位移重組類、連字類、圖形取代類、具象造形類。

關鍵字：文字設計、再認、促發效應、視覺傳達設計

*國立臺灣藝術大學視覺傳達設計學系副教授

**中國文化大學資訊傳播學系助理教授

***國立臺灣藝術大學視覺傳達設計學系研究生

壹、前言

文字造形的演變過程中，漢字的演進是由繁入簡的蛻變。林漢裕、林榮泰與薛惠月（2005）曾指出，「繁體漢字是以形為主的文字，在創造和演進過程是一種造形的活動。在處理設計的過程中，大部分的時間也是在做造形的工作」。設計師針對不同的主題需求與目的，透過文字造形的設計，設計創作出不同的視覺意象，藉此表達設計的內容與意涵。因此，「文字本身的設計，也是一種能夠表現出強烈情感與力量的影像設計」（伊達千代、內藤タカヒコ，2008），不論是平面設計、多媒體動畫、包裝設計、環境視覺……等各相關領域之設計，文字造形設計可說是圖像與造形的縮影，且同時具有一定的設計辨識能力。蘇宗雄（1985）在《文字造型與文字編排》一書中曾提出，文字造形的成形必須包含其構成原理、密度、平衡、大小、間距等元素。如何將原始的文字造形經由設計後的美術字體，在不失其創造性與趣味性下，仍能被觀察者辨識出設計的內容與意涵，成為設計師的重要課題。

目前以字體造形設計之判讀再認模式的研究並不多，有鑑於此，本研究採用心理實驗法進行促發效應（priming effect）實驗研究，將漢字與圖形組合設計的判讀過程進行分析，探討美術字體的設計變化是否會影響觀看者的判讀速度。字體設計樣式千百種，表現形式與構成要素變化多樣，為求具有代表性，本研究採立意抽樣，蒐集 2013 年及 2014 年新一代設計展之各校主視覺主題之「中文字字形設計」為研究樣本，此展覽為全國大專校院設計科系最新之設計表現，字體設計形式豐富多元，透過內容分析法先進行分類分析，分類結果再應用促發效應理論，由受試者進行判讀再認反應之實驗，進一步探討漢字設計的表现形式與觀察者再認效益快慢之差異性，研究成果可作為設計師或文字造形設計者在進行字體設計時之參考。根據上述，本研究欲達成下列目的：

- 一、經由促發再認反應，探討「受試者背景」與「反應時間」是否具有顯著影響。
- 二、分析各類字體設計樣式，是否會影響受測者再認反應時間的快慢。
- 三、建構文字造形設計之促發再認分析模式。

貳、文獻探討

在象形文字尚未誕生之前，史前人們所遺留下來，具有強烈視覺語言功能的圖畫，考古學家稱之為「繪畫文字」（pictogram）（林品章，2000）。演變至今，文字是一種同時具有「讀」與「寫」兩種功能，依據不同的性質與需求，設計師常從現有的文字結構加以重組、形變、比例縮放等多種形式上之改變，並設計出不同的美術字，可說是設計師為了達成引人注目的視覺需求，透過字體造形上的變化所得的字形（王韋堯、周穆謙，2010；蘇宗雄，1985）。因此，美術字是一種字體運用不同的表現形式所設計出的字形，並同時保有文圖之間的美感設計。

根據設計辭典的解釋，“logotype”本來是印刷術語，“logo”指的是「合成」，而“type”指的是「活字」，兩字結合成的意旨是將兩個或兩個以上的文字組成一體的字形。

文字的功能在於傳達訊息、記錄資訊，文字設計的多樣表現，進而使人們出現了「判讀反應」，一個正確的字形自然會顯現其「可讀性」(readability)，所謂的可讀性指的是一個字元或符號，可以很容易地辨識，即閱讀時所遭遇的阻礙少(伊達千代、內藤タカヒコ，2008；蘇宗雄，1985)。然而，對於文字而言，這樣是不夠充足的，因此進一步追求文字的「易讀性」(ligibility)，依據魏朝宏(1983)的說明，若以人體工學的領域來探討，「易讀性」指的是判讀文字上的難易程度，若以心理學的層面來探討，「易讀性」指的是觀者透過一段長時間的閱讀，所產生的疲勞程度，而「可讀性」通常也和「易讀性」是相關聯的。

若以視覺傳達(visual communication)的觀點而言，易讀性指的是一個字元或某個符號，經由視覺認知的判讀，可以容易地辨識出其文字內容，也就是說，在判讀的過程中，所遭遇的阻礙少，此時稱之為「視認性」(visibility)，換言之，指能在判讀文字上不造成困擾。因此，在設計美術字或標準字的同時，除了設計出獨特性且具特色之文字造形外，也必須考慮到文字的「視認性」與「易讀性」，避免做出過度的文字設計，以利觀察者在判讀上可以快速正確地視讀出字形與字義。而如何觀察與分析文字造形設計之判讀上「視認性」與「易讀性」的差異，是本研究進行促發再認實驗設計之動機。

國內有關於文字造形設計的判讀再認研究不多，大部分為文字造形衍生至品牌或包裝上的設計應用，其他關於圖案造形的特徵與視認性之研究，如許峻誠與王韋堯(2010)曾以李克特氏量表評估的方式，藉由圖案外形的特徵數量來預測觀察者對簡化程度偏好間的關係；羅凱與林品章(2011)曾以歷史研究法來彙整文獻並建立圖像文字系統化之基礎，確立其獨特性的存在；蕭坤安(2006)從視覺認知的角度對於造型複雜程度與視覺記憶做基礎性探討，提出不同的造型組合手法對於造型的記憶有顯著影響；曾清旗、林銘泉、蕭世文與陳龍安(2004)曾以 KJ 法做樣本分類，歸納出圖形商標設計的五種造形法則；管倅生與謝育仁(2000)曾以焦點族群法篩選出地圖上代表性的指示性圖示，並提出「圖示的好壞必須考慮到傳達的語意佳與設計的品質」。本研究參考上述文獻相關議題的研究方法，採內容分析法進行漢字造形設計之表現形式分類，再運用心理實驗法進行促發效應實驗，將漢字與圖形組合設計的判讀過程進行分析，探討美術字體的設計變化對觀看者判讀速度的影響。

Meyer 與 Schvaneveldt (1971) 的實驗中首次提出語意促發效應(semantic priming effect)的理論，在此實驗中，研究者先呈現一個詞彙(如醫生)給受試者，接著呈現兩類刺激，分別是與先前詞彙有關聯性的詞彙(如護士)，以及先前詞彙無關聯性的詞彙(如水杯)。結果發現，若呈現的字串彼此具有意義上的關聯(如醫生－護士)，相對於意義無關聯性的字串(如醫生－麵包)，受試者

的反應會明顯地較快。因此，透過促發項與目標項的操作，反應時間的快慢，將可理解兩概念間的關聯性為何。

朱滢（2002）認為，「促發效應指的是先前的處理活動對隨後的處理活動所產生的促進作用」。也就是說，以前曾經接觸過的概念或議題，當下次再遇見與其相似或相關時，反應速度會增快。孫慶文、廖哲偉與魏裕昌（2011）提及促發效應的基本原理就是根據 Collins 的語意模型，當某一語意節點被活化時，將產生激動擴散，其能量會沿著連結網路，促發相關概念。

對於人類的大腦而言，文字會帶來一連串的聯想，且沒有辦法自主控制，因為大腦會自動將聽到的詞彙或看到的詞彙、事物作時間的序列，並活化意念的連結，甚至改變一個人的行為（洪蘭、曾志朗，1997）。大腦記憶透過促發效應會將先前的處理活動，對隨後所處理的活動產生促進作用，也就是說人類的大腦會自動記憶五官所接觸的事物做語詞抉擇的擴充。舉例說明：當我們讓受試者對於「電子產品」做出分類抉擇速度時，先給受試者觀看「手機」與「毛巾」，結果發現受試者對「手機」之於「電子產品」出現明顯的反應，而「毛巾」卻沒有引起任何的認知回饋，因此推知，受試者對「電子產品」分類做出抉擇前，大腦透過神經元的活絡，加上以往的知識進行適當的判斷與辨識反應。例如：「手機」與「筆電」為同一類型、「毛巾」與「手帕」為同一類型、「桌子」與「椅子」為同一類型、「葡萄」與「藍莓」為同一類型等等。故得知，以前曾經接觸過的概念或議題，當下次再遇見與其相似或相關的事物發生時，反應速度便會徒增，反之則驟減或沒任何的促進作用與反應。這種類似的情況也常在日常生活中可以發現，例如：當我們忘記澆灌自家庭院或植栽時，可能因為看到「水」而想起澆灌這件事；也可能因為「椅子的顏色為綠色」而想到澆灌這件事，而這些都與促發效應所產生的促進作用所反應出來的信息息息相關。

然而，促發效應應用於文字造形設計之研究甚少被探討，因此，本研究於實驗設計程序中以視覺訊息由下而上的處理歷程為設計主軸，並以文字對應漢字美術字體的再認反應時間進行量測，透過促發效應之實驗模式，分析觀察者判讀速度之快慢與漢字造形間的關聯性，並建構文字造形設計之再認分析模式。

參、研究方法

研究方法分成兩個階段來進行，第一階段採用內容分析法（content analysis）。首先，蒐集文字設計類型分類與說明之相關文獻，依研究目的建立「漢字設計樣式」的種類，即七種「漢字設計樣式」，分別為原筆畫字形設計、減筆畫字形設計、連字設計、字形添加造形元素設計、圖形取代字形設計、具象造形字形設計、筆畫位移重組字形設計。研究樣本的選擇：現場蒐集近兩年來全球最

大規模的單一學生設計展——臺灣第 32、33 屆新一代設計展之各校視覺主題之「漢字字形設計」作為研究樣本，並製成研究編碼表。接著聘請二位文字設計師作為編碼員，進行信度與效度的測試，整合結果並建立「漢字設計樣式」的類型與依據，確立實驗樣本之編碼。

第二階段使用的是「實驗法」(experimental method)。進行實驗數據的檢定與分析，其實驗樣本之分類：實驗組 (experiment groups) 為七種「漢字設計樣式」與一組控制組 (control groups)，此八種水準作為第一個自變項 (independent variable) 因子。以促發效應的程序，進行「漢字設計判讀實驗」的判讀反應。

一、實驗樣本設計

步驟一，將篩選新一代設計展的視覺主題之「漢字字形設計」作為研究樣本；步驟二，將其背景顏色去掉，並統一文字顏色為黑白色調；步驟三，取樣本中任意兩個字作為呈現的字形，部分進行次序互換，使受試者在「漢字設計判讀實驗」受測的過程中，不因文字本身的字義而干擾判讀反應。如圖 1 所示。

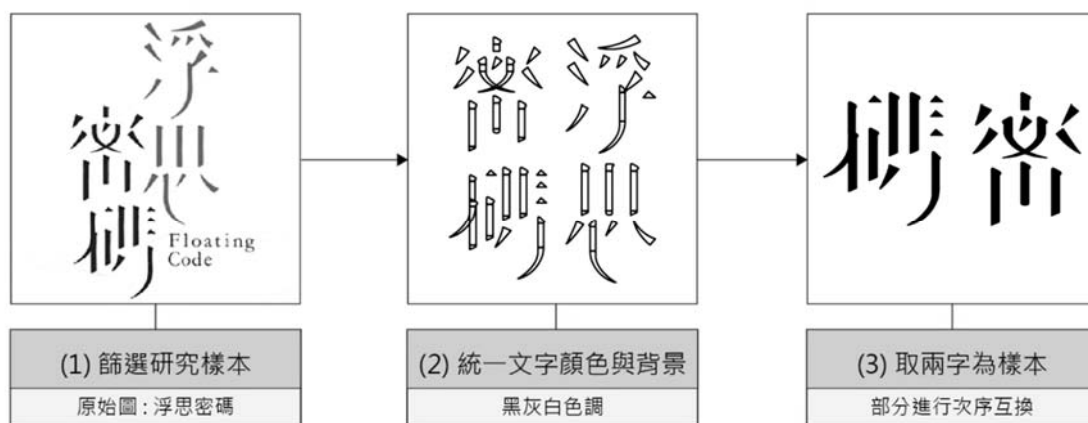


圖 1 實驗樣本設計之流程與步驟

樣本設計程序反覆地進行，並透過文獻的整合，建構出七種「漢字設計樣式」之定義與說明，如表 1 所示。

表 1 七種漢字設計樣式的類型之定義說明

類型	文字設計樣式名稱	定義說明	樣本
1	原筆畫字形設計	字形設計的過程中，保留文字的原貌，不做筆畫上的增加與刪減，藉由對文字筆畫的彎曲、變形、加粗、加細等之設計手法設計而成。	10
2	減筆畫字形設計	字形設計的過程中，將文字的每個字體，經過局部筆畫的刪減或省略簡化的設計手法設計而成的字形。	10
3	連字設計	字形設計的過程中，將兩個或兩個以上的字體，透過文字筆畫相互連結成一個個體單位設計而成的字形。	10
4	字形添加造形元素設計	字形設計的過程中，將圖形或某種裝飾造形符號，嵌入於部分的文字筆畫設計而成的字形。	10
5	圖形取代字形設計	字形設計的過程中，將文字筆畫以某種圖形取代設計而成的字形。	10
6	具象造形字形設計	字形設計的過程中，將一個或兩個以上的字體，經由筆畫的變形或編排的方式，構成的某種具體的形象造形圖案。	10
7	筆畫位移重組字形設計	文字原始的構字筆畫，將其打破本身架構，透過水平軸或垂直軸的位移移動，重新安置新筆畫位置，並組成一個字形設計。	6

上述七種「漢字設計樣式」之定義說明的規範，共計 66 筆樣本數，由於本實驗設計包含「模擬實驗」與「正式實驗」。以下將對總研究樣本進行分類，並將各設計樣式之說明舉例與總研究樣本圖，如下呈現：類型一：原筆畫字形設計（圖 2）；類型二：減筆畫字形設計（圖 3）；類型三：連字設計（圖 4）；類型四：字形添加造形元素設計（圖 5）；類型五：圖形取代字形設計（圖 6）；類型六：具象造形字形設計（圖 7）；類型七：筆畫位移重組字形設計（圖 8）。


<p>【類型一：原筆畫字形設計】</p> <p>舉例說明</p> <p>T1_10: 方次</p> <p>設計手法： 文字筆畫只進行筆畫彎曲與變形、粗細改變之設計</p> <p>筆畫：6 (不變)</p> <p>筆畫：4 (不變)</p> 	T1_01	T1_02	T1_03
	T1_04	T1_05	T1_06
	T1_07	T1_08	T1_09

圖 2 類型一：原筆畫字形設計說明與實驗樣本圖


<p>【類型二：減筆畫字形設計】</p> <p>舉例說明</p> <p>T2_10: 計設</p> <p>設計手法： 局部筆畫的刪減或省略再設計</p> <p>筆畫：8 (變少)</p> <p>筆畫：10 (變少)</p> 	T2_01	T2_02	T2_03
	T2_04	T2_05	T2_06
	T2_07	T2_08	T2_09

圖 3 類型二：減筆畫字形設計說明與實驗樣本圖


<p>【類型三：連字形設計】</p>  <p>T3_10: 改過</p> <p>設計手法： 兩個字體透過部分筆畫連結成一個個體單位再設計</p>	舉例說明	T3_01	T3_02	T3_03
		T3_04	T3_05	T3_06
		T3_07	T3_08	T3_09

圖 4 類型三：連字設計說明與實驗樣本圖

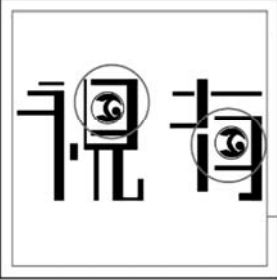

<p>【類型四：字形添加造形元素設計】舉例說明</p>  <p>T4_10: 視有</p> <p>設計手法： 將「」造形符號嵌入部分文字筆畫再設計</p>	舉例說明	T4_01	T4_02	T4_03
		T4_04	T4_05	T4_06
		T4_07	T4_08	T4_09

圖 5 類型四：字形添加造形元素設計說明與實驗樣本圖

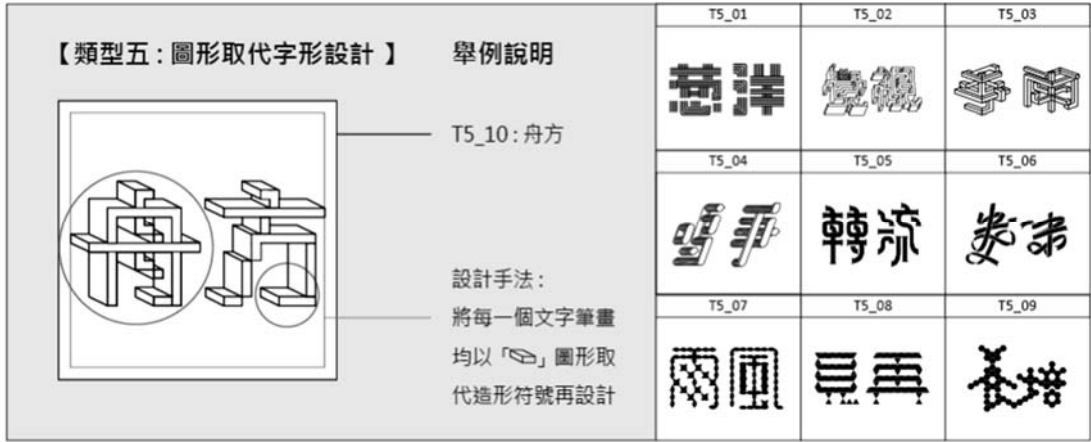


圖 6 類型五：圖形取代字形設計說明與實驗樣本圖

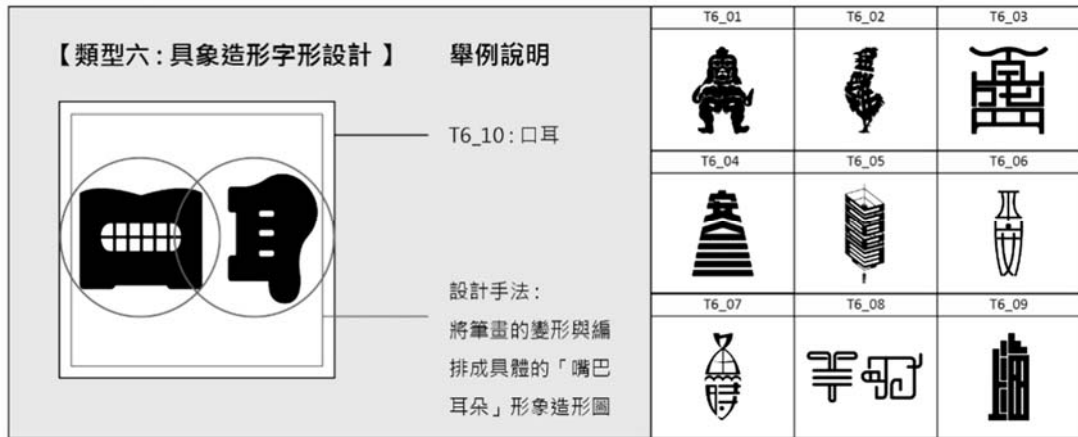


圖 7 類型六：具象造形字形設計說明與實驗樣本圖

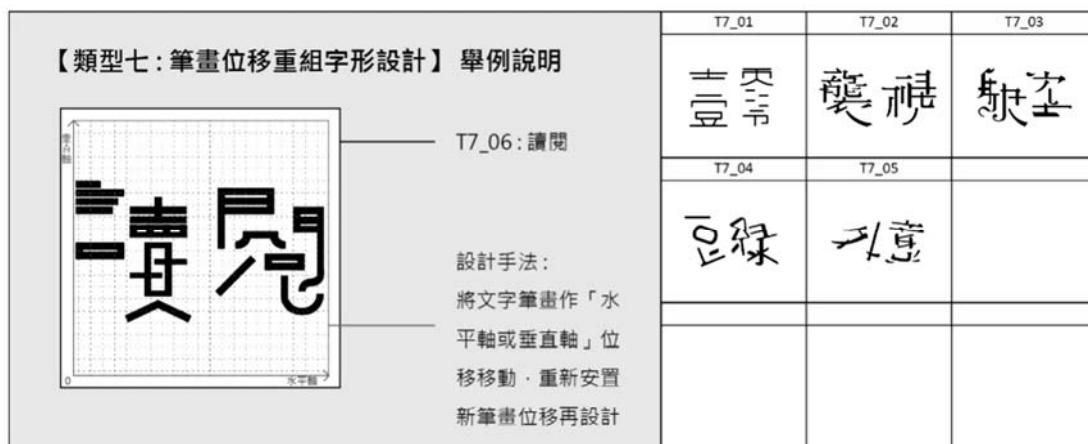


圖 8 類型七：筆畫位移重組字形設計說明與實驗樣本圖

二、受測者與實驗環境

受測者共計 60 位，在實驗設備上採用 Cedrus Super Lab 4.5 軟體進行實驗設計的程式設計，並應用認知心理學實驗裝置為反應按鍵盒（response box），記錄刺激呈現和受試者之判讀反應時間。實驗中將自行設計實驗程式，並於電腦螢幕上呈現視覺刺激與喇叭呈現聽覺刺激。實驗相關設備與環境如表 2 所示。

表 2 實驗相關設備環境

實驗環境	效用	內容
實驗視距與視角	統一不同操作者實驗時觀看電腦與螢幕之間之距離。	視距距離於 40~80 公分之間，本研究將受測者的視距離設定為 100 公分。
實驗室空間硬體	具備螢幕外在光源、聲音隔離不干擾的視覺實驗進行。	實驗室。
實驗用電腦軟體	可執行視覺實驗與記錄時間及相關數據資料之套裝軟體。	認知心理學實驗裝置之反應按鍵盒。
實驗用視覺顯示器	可執行視覺實驗與記錄圖像顯示畫面。	EIZO S1902-SH 顯示器（19 吋）最大解析度（1280×1024 pixel）。
實驗用電腦硬體	可執行視覺實驗與記錄時間及相關數據資料。	華碩桌上型電腦，電腦之 Intel (R) Core (TM) i7 CPU。

三、實驗設計與實施

為了使實驗設計能於「漢字設計再認實驗」顯示中不影響受試者判讀的過程，故將背景設定為白底，實驗的「漢字設計圖」與對應的「文字」皆為黑字呈現，進行判讀反應的歷程。總螢幕顯示大小為 1280×1024 像素，白底無黑框干擾。漢字設計示意圖為 500×500 像素，亦為白底黑字無黑框干擾，而對應「漢字設計圖」的「文字」，則選用於教育部頒定常用字頻表挑選，與其「筆畫」和「字形」相仿的近似字，呈現大小為 97 字級。實驗步驟與程序如下：

(一)實驗開始：實驗指導語。

(二)倒數計時 5 秒。

(三)正式實驗：

1. 首先，聽到一聲提示聲（500HZ）並同時出現凝視點「+」：500ms。
2. 接著於左半邊，看到一組「文字設計圖」：500ms。
3. 最後出現「漢字設計圖」對應的文字，當聽到提示聲（300HZ）後，進行字形判讀反應。
4. 每進入下一題前，受試者必須先按下「反應按鍵盒」作答，方能開始。
5. 第一回合實驗結束，中途休息 20 秒。
6. 於第二回合實驗開始前，有 10 秒緩衝時間與 5 秒倒數計時，提醒受試者實驗即將開始，以此流程開始循環進行判讀反應之實驗。

(四)正式實驗結束。

實驗過程中，每一筆受試者的對與錯之反應時間數據將一併留存，供後續統計分析使用。實驗步驟如圖 9。

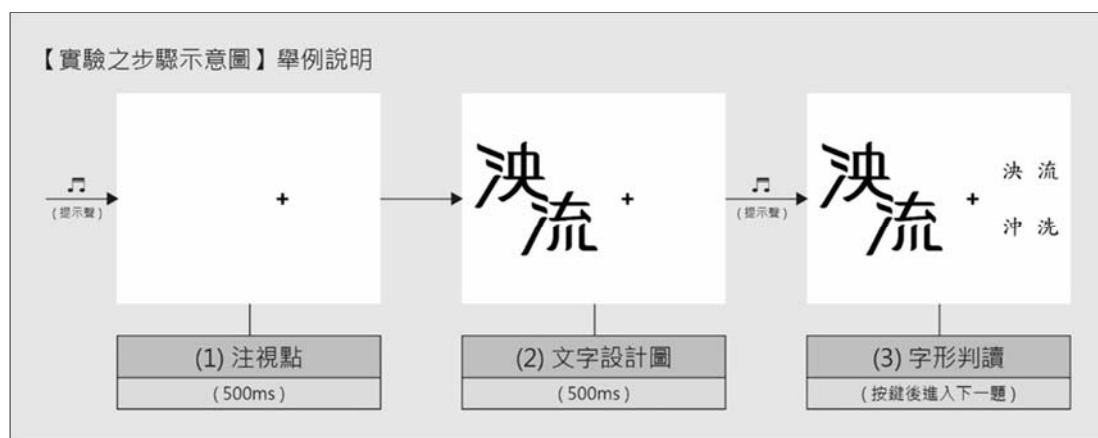


圖 9 實驗步驟之示意圖

肆、研究分析與討論

本「漢字設計再認實驗」中，為了解不同的「受試者背景」與「漢字設計樣式」，此兩種自變項於受試者進行判讀反應時，是否在判讀反應時間上有快慢的差異性，分析採「二因子混合設計變異數分析」(2-way ANOVA mixed design) 進行檢定。實驗之變異數分析所要檢定以「受試者背景」與「漢字設計樣式」間，再認的反應時間是否具顯著性。透過隨機抽樣的方式，進行 60 位受試者，包括 30 位設計背景者與 30 位非設計背景者的實驗數據分析。每筆實驗樣本含有 60 個數據資訊，共計針對 4,080 筆判讀反應時間之數據資料進行變異數的分析與檢定。

有關 60 位受試者之編號、性別、背景、年齡、反應時間平均秒數、實驗代號：控制組 (CG)；原筆畫組 (T1)、減筆畫組 (T2)、連字組 (T3)、添加造形組 (T4)、圖形取代組 (T5)、具象造形組 (T6)、位移重組類 (T7)，以及受測者反應時間等基本實驗數據整理如附錄一、附錄二。

(一)判讀正確反應時間之數據分析

就判讀正確反應時間之平均數統計值發現，依受試者正確答對題數與答題正確率，由高至低依序排列如下：1. CG：控制組為 9 題，98.50%、2. T2：減筆畫組為 9 題，96.30%、3. T7：筆畫位移類為 5 題，95.78%、4. T3：連字組為 8 題，93.89%、5. T4：添加造形類為 8 題，93.89%、6. T1：原筆畫類為 8 題，91.85%、7. T6：具象造形類為 8 題，87.41%、8. T5：圖形取代類為 8 題，85.19%。正確答題秒數，反應時間由快至慢（秒數值由少至多），依序排列為：1. CG：控制組為 974.90ms、2. T1：原筆畫類為 1302.04ms、3. T2：減筆畫類為 1321.00ms、4. T4：添加造形類為 1359.20ms、5. T7：筆畫位移類為 1400.60ms、6. T3：連字類為 1415.80ms、7. T5：圖形取代類為 1748.14ms、8. T6：具象造形類為 2050.90ms。詳細資料整理如表 3 所示。

表 3 總答對題數之正確數據統計值

英文代號	漢字設計樣式 (簡稱)	正確答題數	答題正確率	正確反應時間
CG	控制類	9	98.50%	974.90ms
T1	原筆畫類	8	91.85%	1302.04 ms
T2	減筆畫類	9	96.30%	1321.00 ms
T3	連字類	8	93.89%	1415.80 ms
T4	添加造形類	8	93.89%	1359.20 ms
T5	圖形取代類	8	85.19%	1748.14 ms

T6	具象造形類	8	87.41%	2050.90 ms
T7	筆畫位移類	5	95.78%	1400.60 ms
平均		8	92.85%	1507.81 ms

(二)「受試者背景」與「漢字設計樣式」再認反應分析

在變異數分析之前，為了達到分析結果的顯著性，必須先給予一個虛無假設（null hypothesis，以 H_0 表示）與對立假設（alternative hypothesis，以 H_1 表示）。本研究二因子混合設計變異數分析，可分成三個不同反應時間的假設如下：

1. 假設「受試者在再認的過程中，其背景是不受漢字設計樣式的不同而影響反應時間的快慢，且沒有顯著差異」。
 - (1) H_0 ：漢字設計樣式與背景間不存在交互作用
 - (2) H_1 ：漢字設計樣式與背景間存在交互作用
2. 假設「設計背景者與非設計背景者，於再認過程中兩者間沒有顯著差異」
 - (1) $H_0: \mu_{\text{設計}} = \mu_{\text{非設計}}$
 - (2) $H_1: \mu_{\text{設計}} \neq \mu_{\text{非設計}}$
3. 假設「各類漢字設計樣式，在受試者再認過程中，並不會影響反應時間的快慢，且沒有顯著差異」。
 - (1) $H_0: \mu_{CG} = \mu_{T1} = \mu_{T2} = \mu_{T3} = \mu_{T4} = \mu_{T5} = \mu_{T6} = \mu_{T7}$
 - (2) $H_1: \mu_{CG} \neq \mu_{T1} \neq \mu_{T2} \neq \mu_{T3} \neq \mu_{T4} \neq \mu_{T5} \neq \mu_{T6} \neq \mu_{T7}$

實驗中不同的漢字設計樣式在再認的過程中，不太可能呈現理想中的假設。因此，期望可以得到：受試者在背景或文字設計上，於再認的過程中，具有明顯的反應時間的快慢之差別。透過表 4 漢字設計樣式與受試者背景之統計摘要之結果顯示：經由 Greenhouse-Geisser 調整後，數據「受試者背景 (BG)」實驗處理與「漢字設計樣式 (T)」實驗處理間，交互作用後之交互效果的 F 檢定值為： $F(3.68, 213.48) = .401, P = .792 > .05$ ，淨相關 Eta 平方 = .007，觀察的檢定能力 = 1.000。

由於 P 值 $> .05$ 未達顯著，因此不需要進行「單純主要效果分析」。可進一步探討不同「受試者背景」與「漢字設計樣式」的主要效果是否顯著。

表 4 漢字設計樣式與受試者背景之統計摘要

來源		型 III 平方和	df	平均平方和	F 檢定	顯著性 P 值	淨相關 Eta 平方	觀察的檢定能力 ^a
漢字設計樣式 (T)	假設為球形	43559651.372	7	6222807.339	75.041	.000***	.564	1.000
	Greenhouse-Geisser	43559651.372	3.681	11834542.762	75.041	.000***	.564	1.000
	Huynh-Feldt	43559651.372	4.029	10811979.221	75.041	.000***	.564	1.000
	下限	43559651.372	1.000	43559651.372	75.041	.000***	.564	1.000
(T) * (BG)	假設為球形	232610.845	7	33230.121	.401	.902	.007	.179
	Greenhouse-Geisser	232610.845	3.681	63197.085	.401	.792	.007	.138
	Huynh-Feldt	232610.845	4.029	57736.542	.401	.809	.007	.142
	下限	232610.845	1.000	232610.845	.401	.529	.007	.095
誤差 (T)	假設為球形	33667915.775	406	82925.901				
	Greenhouse-Geisser	33667915.775	213.482	157708.582				
	Huynh-Feldt	33667915.775	233.672	144081.774				
	下限	33667915.775	58.000	580481.306				
註：使用 alpha = .05 計算。								
* $P < .05$ ** $P < .01$ *** $P < .001$								

(三)「漢字設計樣式」與「受試者背景」之個別檢定分析

1. 「漢字設計樣式」之主要效果分析

由表 4 漢字設計實驗之受試者內效應項的檢定結果顯示，實驗處理的過程中，透過 Greenhouse-Geisser 調整後，「漢字設計樣式」具有顯著的主要效應： $F(3.68, 213.48) = 75.04$ ， $P = .000 < .05$ 達顯著水準，淨相關 Eta 平方 = .564。也就是說，此受試者內「漢字設計樣式」設計因子，在進行判讀反應時，所呈現的反應時間已達到統計上的顯著性，即具有反應速度上的快慢之差異性。因此推翻虛無假設，確立對立假設 $H_1: \mu_{CG} \neq \mu_{T1} \neq \mu_{T2} \neq \mu_{T3} \neq \mu_{T4} \neq \mu_{T5} \neq \mu_{T6} \neq \mu_{T7}$ 。表示：「隨著不同的字形設計樣式，在受試者判讀反應的過程中，會出現不同的反應時間，且具有顯著性」。

2. 「受試者背景」之主要效果分析

由表 5 分析受試者間效應項的檢定結果顯示，「受試者背景」因子的實驗處理中，主要效應： $F(1, 58) = .628, P = .431 > .05$ 未達顯著水準，淨相關 Eta 平方 = .953，觀察的檢定能力 = .122。由於 P 值 $> .05$ 並未達到顯著的差異，表示不同的設計背景者在進行判讀反應時，反應時間未達顯著水準，亦即「受試者背景」與判讀「反應時間」較無法觀測出其快慢的變化，故虛無假設並未被推翻。表示：「設計背景與非設計背景之背景因子，於再認反應的過程中，在時間觀測上並沒有顯著的差異性」。

表 5 不同設計背景的再認效應檢定

來源	型 III 平方和	df	平均平方和	F 檢定	顯著性	淨相關 Eta 平方	觀察的檢定能力 a
截距	1.004E9	1	1.004E9	1172.575	.000***	.953	1.000
BG	538284.103	1	538284.103	.628	.431	.011	.122
誤差	49683037.092	58	856604.088				

註：使用 $\alpha = .05$ 計算。
 $*P < .05$ $**P < .01$ $***P < .001$

漢字設計樣式之整體成對比較中，採最小顯著差異法可以明顯發現，文字設計樣式中的 T5、T6、CG 此三種「漢字設計樣式」水準與其他七種水準的平均數之成對比較，其 $P = .000 < .05$ 已達顯著水準。舉例說明：類型 T1 表格中顯示，T1 對 T3、T1 對 T5、T1 對 T6、T1 對 CG 之顯著性 $P = .006、.000、.000、.000$ 皆達 .05 顯著水準，達顯著差異，代表此三種「漢字設計樣式」兩兩成對比較之反應時間有明顯的快慢速度差之別。其平均差異分別為 113.75 ms、446.10 ms、748.86 ms、327.15 ms，可依其平均差異值推斷其受試者在判讀反應過程中反應時間快慢，依序（秒數由少至多）為：CG < T1 < T3 < T5 < T6，即控制組（快 327.15ms）< 原筆畫類 < 連字類（慢 113.76 ms）< 圖形取代類（慢 446.10 ms）< 具象造型類（慢 748.86 ms）。反之，類型 T1 對 T2、T1 對 T4、T1 對 T7 之顯著性 $P = .0513、.140、.058$ 皆 $> .05$ 未達顯著水準。換句話說，代表此四種「漢字設計樣式」的判讀反應時間相當接近。茲將其個別成對比較之結果整理如表 6。

表 6 漢字設計樣式之整體成對比較結果分析

Type	結果分析
T1	控制組(快 327.15ms) < T1 < 連字類(慢 113.76 ms) < 圖形取代類(慢 446.10 ms) < 具象造形類(慢 748.86 ms) T1 對 T2、T4、T7, $P > .05$ 未達顯著。表示彼此間的判讀反應時間相當接近
T2	控制組(快 346.09ms) < T2 < 連字類(慢 94.81ms) < 圖形取代類(慢 427.15ms) < 具象造形類(慢 729.91 ms) T2 對 T1、T4、T7, $P > .05$ 未達顯著。表示彼此間判讀反應時間相當接近
T3	控制組(快 440.90ms) < 原筆畫類(快 113.76ms) < 減筆畫類(快 94.81ms) < T3 < 圖形取代類(慢 332.35ms) < 具象造形類(慢 635.11 ms) T3 對 T4、T7, $P > .05$ 未達顯著。表示彼此間判讀反應時間相當接近
T4	控制組(快 384.31ms) < T4 < 具象造形類(慢 388.94ms) < 圖形取代類(691.70ms) T4 對 T1、T2、T3、T7, $P > .05$ 未達顯著。表示彼此間判讀反應時間相當接近
T5	控制組(快 773.25ms) < 原筆畫類(快 446.10ms) < 減筆畫類(快 427.15ms) < 添加造形類(快 388.94ms) < 位移重組類(快 347.55ms) < 連字類(快 332.35ms) < T5 < 具象造形類(慢 302.76ms) $P < .05$ 均達顯著。表示彼此間判讀反應時間具有快慢的差異
T6	控制組(快 1076.01ms) < 原筆畫類(快 748.86ms) < 減筆畫類(快 729.91ms) < 添加造形類(快 691.70ms) < 位移重組類(快 650.31ms) < 連字類(快 635.11ms) < 圖形取代類(快 302.76ms) < T6 $P < .05$ 均達顯著。表示彼此間判讀反應時間具有快慢的差異
T7	控制組(快 425.70ms) < T7 < 具象造形類(慢 347.54ms) < 圖形取代類(慢 650.31ms) T7 對 T1、T2、T3、T4, $P > .05$ 未達顯著。表示彼此間判讀反應時間相當接近
CG	CG < 原筆畫類(慢 327.15ms) < 減筆畫類(慢 346.09ms) < 添加造形類(慢 384.31ms) < 位移重組類(慢 425.70ms) < 連字類(慢 440.90ms) < 圖形取代類(慢 773.25ms) < 具象造形類(慢 1076.01 ms) $P < .05$ 均達顯著。表示彼此間判讀反應時間具有快慢的差異

註：T1：原筆畫類、T2：減筆畫類、T3：連字類、T4：字形添加類、T5：圖形取代類、T6：具象造形類、T7：位移重組類、CG：控制組。

整體再認反應時間由快至慢（即秒數由少至多），依序分別為控制組 947.90ms、原筆畫字形設計 1302.04ms、減筆畫字形設計 1321.00 ms、字形添加造形元素設計 1359.20 ms、筆畫位移重組字形設計 1400.60 ms、連字設計 1415.80 ms、圖形取代字形設計 1748.14 ms、具象造形字形設計 2050.90 ms，如圖 10。

單位：毫秒（ms）

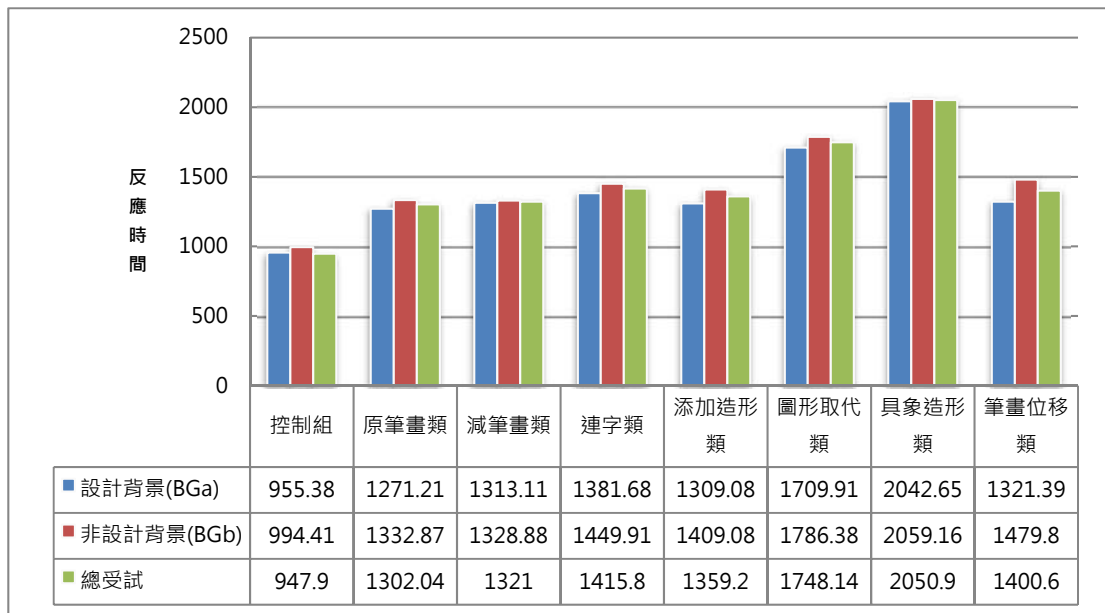


圖 10 漢字設計樣式之於反應時間的長條圖

伍、結論與建議

本實驗研究所觀察的「漢字設計」之實驗樣本，是透過不同的表現手法所設計出的美術字字形，主要取自於臺灣第 32、33 屆新一代設計展之參展主題之「漢字字形設計」。實驗對象為隨機抽樣之 60 位受試者，以促發效應的概念來進行「漢字設計再認實驗」之實驗作業。

實驗結果發現，在受測者「背景」因素分析中， $F(3.68, 213.48) = .401, P = .792 > .05$ ，未達顯著水準，即代表整體受測者背景再認反應結果，並不因受試者背景的差異而影響再認反應時間，表示研究樣本適用於每位來自不同領域的受試者。

「漢字設計樣式」之因子的實驗處理中，主要效應： $F(3.68 : 213.48) = 75.04, P = .000 < .05$ 已達顯著。表示不同的「漢字設計樣式」在受測者進行判讀時，會影響其反應時間的快慢。

整體而言，漢字造形設計再認反應由快至慢，依序為控制組、原筆畫類和減筆畫類、字體添加造形類、筆畫位移類、連字類、圖形取代類、具象造形類，除了控制組外，由促發再認反應可觀察出文字最佳之判讀的「視認性」與「易讀性」的設計手法，為原筆畫字形設計與減筆畫字形設計，反應最慢者為具象造形字形設計。

由於樣本數的限制，後續研究建議包括：一、因類型七的「筆畫位移重組字形」中僅有六筆樣本，故在統計上的準確性尚不足以推論至各類之漢字設計的辨識優劣，故後續可針對此進行增加與修正。二、本研究實驗字體樣本為無彩色方式呈現，則後續研究可進一步將色彩因子加入，深入探討色彩變相的因子對受測者的再認過程中，具有何種影響性，以及反應時間之關聯性為何。

本研究以促發效應的概念進行「漢字設計再認實驗」，從不同漢字的設計及表現形式中，發現文字造形的變化確實會影響受測者判讀時間的快慢。實驗研究的過程中，以科學化及標準化的實驗作業程序進行精確的量測，分析出不同漢字設計的再認率，深入解析其判讀效益，建構出文字設計之視覺再認評估分析程序與模式。

就學術面而言，本實驗研究企圖發展更多元的設計研究方法範疇，以視覺設計結合心理學的實驗方法，透過漢字促發再認實驗，研發出以促發效應理論與再認記憶實驗為基礎的研究方法與評析理論。在應用面則可提供相關視覺圖案與字體設計開發之判讀觀點與評估模式，並有助於應用設計如環境指標符號 (pictogram) 開發、資訊圖表評估分析、幼兒學習圖案之設計、標誌設計 (logo) 或資訊量分析等實務性之視覺再認效率評估的參考，以期建立視覺傳達設計結合心理實驗法的分析效益與評估模式。

致謝

本論文為科技部專題研究計畫 (MOST104-2410-H-144-005-) 之部分研究成果，感謝科技部給予研究經費補助，以及研究生楊喻捷參與計畫實驗執行，特此致謝。

參考文獻

一、中文

- 王韋堯、周穆謙 (2010)。包裝品牌命名字形設計差異化及其視認性研究。*設計學報*，15(1)，1-20。
- 朱滢 (2002)。實驗心理學。臺北：五南圖書。
- 伊達千代、內藤タカヒコ (2008)。文字的準則。臺北：悅知文化。
- 林品章 (2000)。視覺傳達設計的理論與實踐。臺北：全華圖書。
- 林漢裕、林榮泰、薛惠月 (2005)。漢字轉換成產品造形的可行性探討。*設計學報*，10(2)，77-87。
- 孫慶文、廖哲偉、魏裕昌 (2011)。網頁背景與色彩對品牌商標視覺辨別效率之影響。*設計學研究*，14(1)，79-96。
- 洪蘭、曾志朗 (1997)。心理學實驗研究法。臺北：遠流。
- 許峻誠、王韋堯 (2010)。圖形外形特徵數量與簡化程度之認知研究。*設計學報*，15(3)，87-105。
- 曾清旗、林銘泉、蕭世文、陳龍安 (2004)。應用感性語彙與意象認知於電腦輔助銀行業幾何型商標設計之建構。*設計學報*，9(3)，97-109。
- 管倖生、謝育仁 (2000)。旅遊地圖示之評估。*設計學報*，5(1)，63-73。
- 魏朝宏 (1983)。文字造形。臺北：眾文圖書。
- 蕭坤安 (2006)。造形複雜度認知與視覺記憶關係之探討。*設計學報*，11(4)，99-108。
- 羅凱、林品章 (2011)。圖形文字的蛻變與新貌。*設計學研究*，14(1)，23~50。
- 蘇宗雄 (1985)。文字造型與文字編排。臺北：藝風堂。

二、外文

- Collins, B. L., Lerner, N. D., & Pierman, B. C. (1982). *Symbols for industrial safety* (Technical Report NBSIE 82-2485). Washington, DC: U.S. Department of Commerce.

Meyer, D. E., & Schvaneveldt, R. W. (1971). Facilitation in recognizing pairs of words: Evidence of a dependence between retrieval operations. *Journal of Experimental Psychology*, *90*(2), 227-234. doi: 10.1037/h0031564

附錄一 設計背景者反應時間平均數

Number	ID	Gender	BG	Years	GB	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	
編號	代號	性別	背景	年齡	控制組	原筆畫組	減筆畫組	連字組	添加造型組	變形組	取形組	象造型組	筆畫位移組
1	9	女	○	22-25	1401.22	1722.00	1375.11	1342.25	1403.22	2502.44	2447.57	1265.40	
2	16	女	○	18-21	789.22	1228.44	1194.88	1446.11	1442.11	1400.57	2499.67	2150.60	
3	17	女	○	18-21	669.00	1160.11	796.00	923.00	958.75	971.11	943.86	919.40	
4	18	女	○	18-21	903.22	1225.67	1148.44	1346.63	1257.00	1720.17	1827.38	1069.40	
5	21	女	○	18-21	688.89	658.50	895.00	791.00	702.57	760.67	1038.78	725.50	
6	23	女	○	18-21	1251.11	1563.00	1871.67	1656.33	1518.13	2142.71	2169.71	1761.20	
7	25	女	○	18-21	629.88	1202.75	1161.33	1443.44	1431.88	1303.86	2381.71	1413.75	
8	26	女	○	18-21	932.78	1114.78	1450.25	1103.29	1431.44	1783.50	2290.75	1159.60	
9	27	女	○	18-21	888.11	1090.38	1163.00	1481.22	973.38	1595.75	1510.13	1007.00	
10	29	女	○	18-21	904.11	1059.43	1180.11	1108.88	1026.63	1278.20	1241.88	1514.40	
11	30	女	○	18-21	1182.78	1178.67	1322.67	1589.44	1484.00	1297.57	2674.50	1386.00	
12	32	女	○	18-21	956.56	1549.33	1390.00	1206.11	1360.88	2517.25	3134.11	1886.80	
13	33	女	○	18-21	1176.11	1492.33	1393.78	1613.33	1533.75	2063.88	2598.67	1579.40	
14	35	女	○	18-21	1120.11	1749.00	2202.38	1659.11	1822.38	1695.33	1342.00	1100.00	
15	36	女	○	18-21	920.13	1432.78	1416.22	1869.44	1406.33	1640.50	2697.11	1339.80	
16	39	女	○	22-25	1065.22	1098.71	1271.44	1430.25	1080.25	1291.88	1756.00	1479.60	
17	40	女	○	22-25	691.33	2408.33	1693.78	1749.78	1251.63	2343.43	3162.56	1274.60	
18	41	女	○	18-21	1071.89	1401.86	1347.33	1598.43	1349.11	1649.75	2241.86	1396.60	
19	42	男	○	18-21	687.11	985.25	1025.67	726.67	1027.89	1391.50	1518.88	767.80	
20	43	女	○	18-21	940.75	1303.13	1343.56	1359.33	1624.29	1830.43	2567.63	1262.00	
21	48	女	○	22-25	793.00	860.43	870.67	780.86	748.50	1004.38	1224.25	911.20	
22	49	女	○	18-21	897.11	823.75	1459.33	1311.38	990.38	2006.13	2081.25	1318.00	
23	50	女	○	18-21	995.56	1087.13	1409.44	1730.13	1823.11	2390.63	2717.00	1683.20	
24	51	男	○	30-33	826.33	965.00	930.13	908.00	974.00	1017.63	1047.50	943.80	
25	52	女	○	18-21	871.56	1133.78	1189.33	1271.25	1547.44	1680.29	2158.11	931.80	
26	55	男	○	22-25	887.67	1360.38	1315.22	1445.44	1517.71	2531.43	2207.25	1319.60	
27	56	女	○	22-25	1340.78	1755.50	1775.33	1790.38	1550.00	2170.33	2299.29	2186.40	
28	57	男	○	30-33	1505.78	1412.00	1622.63	1637.00	1802.56	2058.63	1796.56	1526.20	
29	58	男	○	30-33	904.11	1096.13	1105.78	1881.56	1218.67	2201.89	2754.67	1296.60	
30	62	女	○	22-25	770.11	1017.88	1072.88	1250.44	1021.75	1055.50	948.83	1066.00	

漢字造形之促發再認實驗研究

附錄二 非設計背景者反應時間平均數

Number	ID	Gender	BG	Years	GB	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7
編號	代號	性別	背景	年齡	控制組	原筆畫	減筆畫	連字	添加造形	圖形取代	具象造形	位移重組
1	2	男	—	22-25	1238.33	2010.63	1999.89	1504.13	1628.63	1828.11	1935.33	2684.20
2	3	男	—	18-21	877.00	1146.89	1488.89	1756.22	1535.78	1833.33	1988.00	1129.40
3	4	女	—	22-25	1477.44	1746.33	1698.00	1887.13	1815.50	2174.00	2776.50	1615.80
4	6	男	—	22-25	1563.67	1898.78	2175.38	2464.22	1789.00	1812.13	3154.11	1773.20
5	7	男	—	22-25	889.11	1134.14	989.57	1383.50	1070.00	1575.13	1258.83	986.40
6	10	女	—	22-25	1502.44	2069.33	1912.11	1956.00	2171.11	3563.78	3131.67	1661.20
7	13	女	—	22-25	1058.56	1353.63	1524.67	1604.11	1699.33	1869.71	2036.89	1186.60
8	14	女	—	22-25	1041.56	1571.67	1580.44	1883.22	2442.78	2326.11	4250.25	2136.80
9	15	女	—	22-25	674.38	844.33	953.63	1151.63	738.63	1127.50	1390.29	881.60
10	53	男	—	30-33	983.89	1286.14	1186.38	1470.22	1240.13	1829.33	2149.00	1624.00
11	59	女	—	22-25	918.00	1646.75	1254.22	1458.75	1661.33	2348.25	2097.00	1313.40
12	64	女	—	18-21	971.33	1273.78	1395.88	1615.11	1448.67	1360.43	1944.14	867.80
13	66	女	—	18-21	963.33	2049.00	1501.25	1329.22	1682.89	1877.14	2642.75	2179.20
14	68	女	—	18-21	1188.88	1406.78	1338.88	1565.44	1616.13	2174.38	3369.11	1414.00
15	69	女	—	18-21	943.89	830.13	855.11	1295.88	985.22	1353.38	1796.38	1225.00
16	70	女	—	18-21	1118.11	1778.89	1657.11	1541.50	1401.13	1489.50	2136.38	1771.40
17	71	女	—	18-21	660.22	854.13	923.63	1456.33	1087.63	1736.00	1401.13	1257.00
18	72	女	—	18-21	847.75	1119.88	986.00	985.63	862.89	1319.75	1325.63	1059.50
19	73	女	—	18-21	1128.22	1225.67	1343.56	1287.22	1231.00	1894.00	1710.71	1372.40
20	74	女	—	18-21	845.44	1000.00	1139.00	1244.25	1248.00	1406.57	1398.43	2417.40
21	75	女	—	18-21	1010.33	1321.88	1258.78	1248.78	1817.56	1962.33	2314.22	2417.40
22	76	女	—	18-21	591.11	700.67	904.00	934.50	1136.63	1027.86	1083.75	852.40
23	77	女	—	18-21	1066.89	1413.22	1327.67	1648.22	1354.13	2068.78	2031.83	1500.00
24	78	女	—	18-21	682.22	1000.13	1096.88	1080.38	951.00	2000.14	1856.86	1263.80
25	79	女	—	18-21	759.00	1002.75	859.78	1082.89	909.11	1175.56	1921.57	918.00
26	80	男	—	18-21	841.22	1173.00	1230.13	1633.22	1293.75	1819.67	2061.83	1526.20
27	81	男	—	18-21	971.88	1416.13	1375.13	1193.29	1410.78	1710.17	1889.38	1237.25
28	82	女	—	18-21	1235.88	1532.25	1547.38	1493.63	1790.50	2108.33	1937.86	1807.80
29	83	男	—	18-21	744.89	1033.50	930.67	866.00	928.00	1201.00	1030.00	970.75
30	84	男	—	18-21	1037.22	1145.67	1432.00	1476.78	1325.11	1618.88	1754.88	1344.20

Experimental Research on the Priming Effect of the Shape of Chinese Characters

Ming-Chuan Fu *, Vincent C Sun** , Yu-Chieh Yang***

Abstract

In order to understand the efficiency of visual recognition of artistic characters, this study adopted the concept of priming effect in the experimental researches. The speed of identification of artistic characters was analyzed to further determine their recognition efficiency. High speed suggests great relevance and high visual recognition efficiency, while low speed suggests the otherwise, or resulting from other phenomena. The experimental research was divided into two stages. The first stage focused on content analysis. The second stage focused on experimental research. Sixty subjects were randomly selected to participate in the identification experiment of character designs based on the procedure for priming effect. Experimental results determined by two-way mix ANOVA shows that: (1) The background of the subjects does not have any impact on their speed of response, which suggests that the research subjects are applicable to all subjects from different fields; (2) The overall speed of response ranking from high to low are as follows: control group, characters of the original strokes and characters of reduced strokes, characters consisting of shaping elements, characters of reconstructed strokes, characters of ligature strokes, characters replaced by figures, and characters based on a concrete image. Excluding the control group without experimental treatments, the most easily recognized character design is characters of the original strokes and characters of reduced strokes, while the most difficultly recognized one is characters based on a concrete image.

Keywords: character design, recognition, priming effect, visual communication design

*Associate Professor, Department of Visual Communication Design, National Taiwan University of Art

**Assistant Professor, Department of Information Communications, Chinese Culture University

***Postgraduate, Department of Visual Communication Design, National Taiwan University of Art

中高齡女性視覺輔具之使用現況與設計需求研究

葉栢毓*、黃詩怡**

收件日期 2018 年 1 月 25 日

摘要

視覺退化由40歲開始，隨著年齡增長而日趨嚴重，部分中高齡者受心理因素或視覺輔具造型不優而放棄使用視覺輔具，其中，女性之中高齡者更是如此，為提供符合其需求之產品，設計師需了解中高齡者的使用特性，方能設計出符合女性中高齡者需求之產品，進而提升其使用產品之績效。本研究以問卷調查，針對105位年齡介於46~64歲且有使用視覺輔具之中高齡女性進行調查，調查內容主要了解現行視覺輔具使用現況、購買因素及期望設計，結果發現：一、多數使用手持式視覺輔具；二、對於產品外觀仍會在意，以功能性、金屬質感及舒適性之設計優先挑選；三、造型以圓形，約三到五公分，以輕巧、攜帶方便且價格500元以下較佳。

關鍵字：女性、中高齡、視覺輔具

*玄奘大學視覺傳達設計學系助理教授

**玄奘大學視覺傳達設計學系研究生

壹、緒論

生活品質的提升與醫療技術進步，讓人類的平均壽命提升，老齡化社會也隨之而來，此現象臺灣亦然，近年來低出生率讓中高齡人數（45～65 歲）逐漸攀升，此族群於未來生活將會面臨無子女照顧之情形（李宗派，2010）。

高齡化造成身體機能與器官的退化，最常見的有視力、聽力衰退、骨質疏鬆等，而視覺系統退化感受最為明顯（Goodpaster, et al., 2006）。隨著科技發展，科技產品之開發使人們使用電子產品的頻率提高，此一現象亦促使視覺提早老化（竇維正，2009）。據統計，視力問題隨著年齡的增長而嚴重，且會有不同程度的變化（Wang & Tsai, 2003），包含近距離視覺、活動視覺（閱讀移動中的訊息）、視覺搜尋、視覺訊號處理速度以及炫光不適等問題（Shrestha & Kaiti, 2014）。然因視覺能力為人類鑑定身邊物體之主要依恃（Pratt, O'Donnell, & Morgan, 2000），因此，視覺的退化顯然對生活會造成極大不便，亦讓許多視覺輔具因應而生。

根據統計發現，現行之視覺輔具除眼鏡容易攜帶外，部分中高齡者會隨身攜帶放大鏡作為輔具用，多數視覺輔具考量實用層面往往將鏡面設計較大，不利於攜帶與收納，然而，中高齡視力退化初期容易造成心理上不願意使用輔具，無法習慣攜帶或使用視覺輔具，甚至認為視覺輔具造型不佳會帶來他人之異樣眼光而放棄使用，特別是女性之中高齡者常因不願讓人認為自己已老化，導致視力退化加劇下降，進而影響日常生活及工作效率（余正虹、嚴兆雄，2010），因此，本研究將屏除容易攜帶之眼鏡式輔具，並針對其他種類之視覺輔具進一步探討。

如同上述，視覺系統的退化與現代科技發展的衝擊下，眼疾將影響人們的生活，包含工作績效與生活作息，然而，心理因素更造成多數中高齡者無法面對而拒絕使用其視覺輔具，而女性中高齡者更為顯著，將使其邁向高齡後其視覺機能更降低。因此，了解視覺輔具的特性、使用情況，以及中高齡女性之生心理層面成為視覺輔具設計之重要課題，為此，本研究目的為調查出符合中高齡女性使用之視覺輔具，為完成此目的，本研究之規劃如下：

- 一、現行視覺輔具之調查。
- 二、探討中高齡女性使用視覺輔具之需求。
- 三、整合中高齡女性視覺輔具之設計建議。

貳、文獻探討

一、社會現況

隨著科技與醫療技術的進步，延長了全球人口平均壽命。世界衛生組織（World Health Organization, WHO）指出現今多數國家中，60 歲以上人口比例增長速度較其他年齡組來得快，2000~2050 年，預計全球 60 歲以上人口將增長三倍多，意即將從 6 億人口增加至 20 億人口，而我國近 30 年來生育率大幅減少 60.2%，與全球平均生育率相較更減少 19.5%，未來將面臨無子女照護的生活。

根據內政部（2018）統計發現，臺灣於 2012~2017 年幼年人口（0-14 歲）減少約 32 萬人，工作年齡人口（15-64 歲以上）減少約 10 萬人，老年人口（65 歲以上）增加 66.7 萬人。從歷年來人口數觀察，顯示老年人口數逐年攀升，幼年人口因生育率下降而逐年降低，導致人口老化，此現象將成為臺灣未來的社會問題。詳細數據如表 1。

表 1 人口數三段年齡組 單位：人

年份	幼年人口	工作年齡人口	老年人口
	(0-14 歲)	(15-64 歲)	(65 歲以上)
	區域別總計	區域別總計	區域別總計
2012	3,411,677	17,303,993	2,600,152
2013	3,346,601	17,332,510	2,694,406
2014	3,277,300	17,347,763	2,808,690
2015	3,187,780	17,365,715	2,938,579
2016	3,141,881	17,291,830	3,106,105
2017	3,091,873	17,211,341	3,268,013

註：整理自人口數三段年齡組（土地面積、戶數與人口數一按區域別分）。內政部，2018，取自 <http://statis.moi.gov.tw/micst/stmain.jsp?sys=100&funid=c00000>

由表 2 工作年齡人口中，針對 45-64 歲年齡分配百分比可發現 2016 年所占的工作年齡人口為 40.5%，預計在 2061 年時，將增加為 47.5%，已逐漸趨近半數（國家發展委員會，2018）。近年來之人口數統計發現，2005~2015 年間，國民之平均年齡已從 77.4 歲增加至 80 歲，平均壽命有逐年提升趨勢，其中女性（83.62）之平均歲數更高於男性（77.01），因此，女性於高齡化之獨立生活能力需更加重視。而勞動人口年齡中，近五年總人口數兩性之勞動人口比例皆有差異，中高齡層

之勞動人口男女比率上升，且女性人口比例成長（1.6%）較男性（0.5%）快速（行政院主計處，2017）。

表 2 工作年齡人口年齡結構

	2016 年			2011 年		
	人數 (萬人)	占總人口數比 例 (%)	占工作年齡人口 比例 (%)	人數 (萬人)	占總人口數比 例 (%)	占工作年齡人 口比例 (%)
15-29 歲	465	19.7	26.9	209	11.4	22.1
30-44 歲	564	24.0	32.6	288	15.7	30.4
45-64 歲	700	29.7	40.5	449	24.4	47.5
合計	1,729	73.5	100.0	946	51.5	100.0

註：整理自中華民國人口推估（105 至 150 年）。國家發展委員會，2018，取自 http://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=84223C65B6F94D72

上述資料顯示，臺灣社會現況及未來人口推估，中高齡者受人口老化與少子化的衝擊人數亦向上攀升，老年生活將遭遇無子女照顧的景況。而在中高齡階段，退化所產生之疾病影響生活，無法獨立完成生活所需，嚴重者需醫療體系協助日常生活，因此提升自我照顧及自我管理能力的管理，成為不可忽視之課題。

二、中高齡者

各國針對中高齡者之定義有所不同，依據臺灣《就業服務法》，中高齡者之定義是指年滿 45 歲至 65 歲之國民（全國法規資料庫，2017）。而隨著年齡的增長，心理、生理及社會年齡而有不同意義，可由五種方向觀察老化之現象：外觀老化（cosmetic aging）、社會性老化（social aging）、心理性老化（psychological aging）、經濟性老化（economic aging）、生物性老化（biological aging），其中以生理方面變化最為明顯，身體機能及器官老化將影響生活行為品質與社會參與（余正虹、嚴兆雄，2010）。

日常生活中，會使用視覺、聽覺、觸覺等各種感官於每日的生活（毛慧芬，2011），而高齡化造成視力、聽力、行動能力喪失（WHO, 2018），最明顯的是視覺感官系統，更常被認定為發現衰老之現象（Wang & Tsai, 2003）。根據調查發現，臺灣地區高齡者常見之眼睛疾病包括老花眼、白內障、青光眼、乾眼症、糖尿病視網膜病變、黃斑部病變，其中以老花眼所占比率最高。

老花眼易在 40 歲後產生，症狀為近看時畫面會短暫模糊、眼睛易疲倦、眉骨疼痛。現代科技發展快速，多數人已習慣使用電子產品，而長時間使用電子產品，導致眼睛過度疲勞而視力嚴重受損，而在高度近視下，眼球退化速度更增為 50~100 倍，到了中年更劇烈，易引發老年性視力疾病，根據統計更發現因疲勞而併發黃斑部視網膜新生血管破裂、喪失中心視力者因年齡增長而增加(竇維正，2009)。雖醫療進步其相關設備提升，部分眼疾可藉由手術或其他方式治療，但正常的視力老化、神經病變是無法藉由醫療讓視力恢復(毛慧芬，2011)。因此，中年需定期視力檢查外，應評估自己生活需求並慎選視覺輔具，才能如同常人般生活(陳瑩山，2006)。

三、輔具相關

輔具主要是用來協助人們完成各方面活動之工具或器具，目的為使人獨立自主生活，減少依賴他人做出決定或提供幫助(余虹儀，2013)。輔具種類相當多，大致可分為 12 類：(一)個人醫療輔具；(二)技能訓練輔具；(三)矯具與義具；(四)個人照顧與保護輔具；(五)行動輔具；(六)居家生活輔具；(七)住家及其他場所之家俱與改裝組件；(八)溝通與資訊輔具；(九)物品與裝置處理輔具；(十)工具、機械與環境改善輔具；(十一)休閒輔具；(十二)綜合類(衛生福利部，2017)。其中，視覺輔具則歸類於溝通與資訊輔具類別中。

目前市面上之視覺輔具可歸納出五種(毛慧芬，2011)，如表 3 所示，其中，視覺輔具依使用方式的不同又可分為手持與非手持兩種：「手持」：包括手持式、攜帶式、文鎮式與項鍊式，當視覺閱讀該區域範圍時，視覺輔具產品須靠手部同時移動操作；「非手持」：為頸掛式，手部無須操作視覺輔具，將視覺輔具固定在同一位置或焦距，僅靠著眼睛視覺移動來進行閱讀。

表 3

市售視覺輔具類別

圖片	種類	說明
	手持式	最簡單、普遍的工具，有各種不同大小尺寸，握把方便使用，外觀特色明顯。
	攜帶式	方便攜帶，體積輕巧。
	文鎮式	與手持式相似，差別在於無握把設計，鏡片厚重倍數較高，需將輔具放置在書面文字上，以移動方式使用。
	項鍊式	重量輕、鏡面小可隨身攜戴且不易遺失，具裝飾性。
	頸掛式	鏡面設計大可視範圍較大，另附有燈光照明功能輔助閱讀，整體重量僅靠脖子支撐，長時間使用易造成姿勢不良與頸部負擔。

資料來源：彙整自放大鏡，寶寶吧，2018，取自 <http://www.baobao88.com/bbka/rcwp/07/1920940.html>；放大鏡、樂齡網，2018，取自 <https://www.ez66.com.tw/tw/放大鏡?pagenumber=2>；《Optical burger》6 倍光學漢堡放大鏡，PChome，2018，取自 <https://mai.pchome.com.tw/prod/ABAL4H-A75859981>；ルーベ拡大鏡 4 倍ペンダント ネットレス母の日敬老の日 PW-24 日本製クリアー光學，Yahoo! JAPAN，2018，取自 https://store.shopping.yahoo.co.jp.cyechock/pg-23pw-24.html?sc_i=shp_pc_search_

itemlist_shsr_title: Led Işikli Boyun Askıtlı Biryüleç-Hands Free Mognifier, by Aklindatut, 2018,
Retrieved from https://www.aklindatut.com/Kisisel_Urun/Boyun-Askili-Buyutec-Hands-Free-Magnifier.aspx

四、心理特性

Abraham 與 Robert (1987) 提出需求層級理論 (Maslow's Hierarchy of Needs)，分為五個層級，由較低階的生理需求至較高階自我實現需求，其中日常用品及生活必需品為生理需求，每個人的需求皆是由此層級往上發展，需求是有限的，當較低需求層級達到滿足後，便會以下一個需求層級為目標，基於此理論說明一旦滿足實用、安全性和舒適性的需求，重點即可能轉向裝飾、情感和象徵性之設計需求 (Crilly, Moultrie, & Clarkson, 2004)。輔具的需求與使用者的心態及動機有關，最常被提及的是「客觀」及「主觀」兩大方向，「客觀」指由專家學者透過評估決定對輔具的需求及情況，「主觀」為意識上對輔具需求的感覺 (張宏哲, 2006)；受年齡、性別、經濟狀況與生活型態不同，導致個別需求產生差異性，選購產品時須具備購買能力才可達成需求 (蕭富峰, 2012)。

現今女性自主意識提高，多數採購決策落到女性身上，因此女性已成為最主要的消費族群 (別蓮蒂、陳倩如、陳富寶, 2005)。此外，女性因愛美而較重視產品外觀 (柯洪霞、曲振國, 2006)，對於有價值、美的產品感受深刻，易受情感影響而產生購買或占有慾望，同時也追求產品使用與購買過程之便利性 (耿黎輝, 2003)。Cunningham 與 Roberts (2007) 提出吸引女性消費者之四大關鍵，利他法則、美感法則、秩序法則、聯繫法則，其中美感法則可用於產品外觀上，針對女性商品設計需注重細節，包括色彩、款式、形狀，適合纖巧、雅緻並應簡單、方便與實用 (周斌, 2015)，因此了解女性心理特質及產品需求，方能掌握產品設計之方向。

多數人進入退化初期會因無法接受機能下降，而忍受疼痛或生活不便，選擇逃避現況交由他人處理，或是認為使用輔具是服老的表现，會引來異樣眼光，對輔具的認知亦較為負面，導致內心排斥使用輔具 (陸哲駒、陳秋帆, 2007)。使用輔具需先接受老化的事實，才能以正向角度看待輔具 (毛慧芬, 2010)。

根據調查更發現，高齡者較主觀，且自尊心較強 (Beata, Urszula, & Monika, 2016)。有鑑於此，設計師與銷售人員應先了解高齡者對輔具的需求特性與個人偏好，讓使用者挑選輔具時，更明確了解如何選購輔具 (毛慧芬, 2010)，而設計者可透過產品品質、功能或感官之改良，以符合客戶需求，提升其滿意度，購買個別產品時會考量產品屬性決策以決定是否購買。此外，除符合消費者之需求與期望 (漆梅君, 2001)，設計產品時考量人因工程與通用設計，亦能使多數人有效執行產品功能與用途。

五、產品設計

產品設計時應考慮人性因素，包括物質、生理、心理、社會及文化因素，提供使用者感到更貼心之輔具設計與服務，可導入通用設計，讓使用族群不侷限於身心障礙者（余虹儀，2013）。因此，設計師於設計過程應考量成本、性別、文化、環境、工程問題等因素（Herwig, 2010）。國際人類工程學協會（International Ergonomics Association）將此定義為人體工學（或人為因素），主要應用於系統與產品、機器、工作、工具的設計與改善，優化人類福祉，提升效率、舒適與人員的主觀滿意度，意指進行設計時應考慮生理、心理等各種人性因素（許勝雄、彭游、吳水丕，2013）。視覺輔具操作是靠手與眼睛完成，因此人體工學於視覺輔具探討可分為視覺與手部兩部分，分述如下：

（一）視覺

年齡與視覺適應上有極大的關聯性，因水晶體會逐漸失去彈性，導致觀看近物點時會明顯退化，而遠物點通常不變或少許改變，當視覺近物點退化超過 250 毫米時，此情況即為老花眼（Grandjean & Kroemer, 1997/1999）。

長時間注視、觀看細小物件、快速搜尋目標等行為也容易造成過度使用視覺系統而產生疲勞，而照明不足或視域範圍對比強烈等環境亦容易造成眼睛乾澀、痠痛、眨眼頻率增加、雙重影像、視銳度降低、視覺目標搜尋能力降低、視調節與輻輳能力降低、頭昏、頭痛等症狀（李開偉，2017），因此，應維持舒適的焦距來減少對眼睛的傷害。

（二）手部

手部構造是由骨骼、血管、肌腱、韌帶、神經所組成，而前臂肌肉透過腕關節道的肌腱與手指相連接，能使手指彎曲與伸展，腕部管道兩邊分別為手背的骨骼與橫腕韌帶（張一岑，2010），長時間使用或姿勢不良都易造成手部傷害。

產品規格需考量使用其功能、特性、目的與狀況，以人體計測之數據作為基本參考，方能設計安全、易用及舒適之產品，其產品規格尺寸應考量人體計測以符合人性化（李再長、黃雪伶、李永輝、王明揚，2005）。本研究主要針對中高齡女性使用者進行設計，因此需考量女性手部尺寸，表 4 為不同國家的女性手部人體計測值。

表 4

單位:毫米

女性手和手腕的尺寸

		M	SD
手長	美國軍人	181	10
	日本人	-	-
	中國人香港人	-	-
	英國人	174	9
	德國人	175	9
指根處手寬	美國軍人	80	4
	日本人	90	5
	中國人香港人	92	5
	英國人	76	4
	德國人	78	4
最大手寬	美國軍人	-	-
	日本人	-	-
	中國人香港人	-	-
	英國人	92	5
	德國人	94	6

註：取自人因工程(鄔慎智、藍俊雄、藍天雄、汪慧瑜，譯)，E. Grandjean and K.H.E. Kroemer, 1999，
臺北市：高立。(原著出版於 1997 年)

使用視覺輔具時需靠手指與手腕來進行操作，手與手腕部位透過姿勢、力量及頻率來了解人因工程風險的標準，其中腕部傷害最常見為累積性傷害 (Daniels, Zook, & Lynch, 2004, Giuliani, et al., 2008)，主要因素為不良的手腕姿勢、手部施力過度、高頻率重複動作與長時間作業，導致骨骼肌肉性傷害或疾病。以女性肌力與重複數小時而不會造成疲勞之出力程度而言，在設計產品時，必須考慮產品規格重量，降低使用者手部疲勞或傷害。

六、小結

根據文獻分析之結果，視覺系統的退化為無法抗拒之因素，此一現象將嚴重影響其日常生活，而女性因易受心理層面影響而不使用視覺輔具，造成視力更加受損，因此，設計者於設計階段除應考量人因與通用設計外，更應了解女性心理特質與需求，掌握產品設計之要素，方能設計出符合大

眾女性所使用之產品，因此，本研究將針對中高齡女性使用視覺輔具之經驗進行探討，分別針對人口學變項、使用狀況、購買因素及期望設計進行探討，以作為未來視覺輔具設計之參考依據。

參、研究方法

經文獻資料彙整後，整理出相關之研究方向，並以問卷調查方式進行探討，目的為了解中高齡女性使用視覺輔具之使用狀況、購買因素及期望設計，本研究之問卷於設計完成後，進行預試，以確認問卷措辭及問題設計之合理性。其後，於公家機關、學校單位針對符合受測條件之民眾進行問卷施測，問卷調查方法分述如下：

一、問卷內容

問卷分別針對人口學變項、使用狀況、購買因素及期望設計四大項進行調查，內容如下：

- (一) 人口學變項：目的為了解受試者背景，包括年齡、教育程度、目前工作及收入狀況。
- (二) 使用現況：目前所使用之視覺輔具款式（款式圖如表 3）、使用行為、使用困擾與心理層面，使用困擾與心理層面以李克特（Likert scale）五分量表評估，依個人感受劃分，「1」表示很不同意、「2」表示不同意、「3」表示普通、「4」表示同意、「5」表示很同意。
- (三) 購買因素：挑選視覺輔具之各種因素，了解視覺輔具對使用者的需求，包含挑選條件、材質、造型與其他功能等。
- (四) 期望設計：了解受試者心理所期望的視覺輔具設計，包含款式、材質、價格、造型等。

二、受試對象

採立意取樣，針對中高齡者進行問卷施測，於社區大學、社區發展協會、政府機關等地方進行問卷發放，受試對象條件如下：（一）女性年齡介於 46-64 歲；（二）使用視覺輔具且使用時間超過一年；（三）每日均有使用視覺輔具習慣者；（四）可閱讀中文字者。

三、分析方法

將研究資料輸入電腦以 SPSS 進行分析，描述性統計分析人口學變項及各變項之平均數與標準差；單因子變異數分析（One-Way ANOVA）檢測視覺輔具普遍使用款式、使用行為、使用困擾與心理層面、購買需求與期望設計，若檢定結果呈現顯著值（ $p < .05$ ）則使用 Least Significant Difference test (LSD)進行多重比較，將其結果進行分群。

四、問卷調查流程

施測前於各單位（社區大學、社區發展協會、政府機關）進行研究之宣導，並請各單位協助尋找合適之受訪者；進行訪談前會告知受訪者本研究之目的與流程，訪談開始將針對人口學變項、使用輔具狀況、購買因素及期望設計進行問卷調查，問卷內容採勾選方式，每位受訪者進行約 30-40 分鐘之問卷作答時間。

肆、研究結果

受試者共計有 105 位中高齡女性，年齡介於 46-64 歲，平均年齡為 59.06 ($SD=4.46$) 歲，多數為高中（職）畢業（41%）及退休者（67.3%）。

統計結果發現，市面上五款視覺輔具（手持式、攜帶式、文鎮式、項鍊式、頸掛式）之持有率有顯著差異 ($F = 203.69, p = .00 < .001$)，經由 LSD 分群後發現手持式 ($M = .89, SD = .32$) 為最多，其次為攜帶式 ($M = .32, SD = .47$)，而文鎮式 ($M = .03, SD = .17$)、項鍊式 ($M = .00, SD = .00$) 與頸掛式 ($M = .19, SD = .14$) 則較少人持有，使用款式分析如表 5。

表 5
使用款式分析與 LSD 分群

款式	<i>M</i>	<i>SD</i>	LSD
手持式	.89	.32	A
攜帶式	.32	.47	B
文鎮式	.03	.17	C
項鍊式	.00	.00	C
頸掛式	.19	.14	C

統計結果發現，使用行為亦有顯著差異 ($F = 42.22, p = .00 < .001$)，經由 LSD 分群後發現使用者多使用視覺輔具來閱讀商品標示 ($M = .80, SD = .40$) 與使用說明書 ($M = .72, SD = .45$)，而較少使用視覺輔具進行手機操作 ($M = .11, SD = .32$) 與寫字 ($M = .11, SD = .32$)，使用行為分析如表 6。

表 6 使用行為分析與 LSD 分群

使用行為	<i>M</i>	<i>SD</i>	LSD		
閱讀商品標示	.80	.40	A		
使用說明書	.72	.45	A		
閱讀表單	.46	.50	B	C	
看書	.37	.49	B	C	D
報章雜誌	.31	.47	C D		
手機操作	.11	.32	E		
寫字	.11	.32	E		

針對現行使用視覺輔具之使用困擾與心理層面分析，如表 7 所示：使用者不會長時間使用 ($M = 2.23, SD = .67, p = .00 < .001$) 且不會常被詢問視覺輔具在哪購買 ($M = 2.50, SD = 0.92, p = .00 < .001$)；結果更顯示使用者認為現行之視覺輔具會主動積極使用 ($M = 3.38, SD = 1.27, p = .00 < .001$)、體積輕巧 ($M = 3.64, SD = 0.96, p = .00 < .001$)，因此單手即能操作 ($M = 3.59, SD = 0.91, p = .00 < .001$)，且價格合理 ($M = 3.61, SD = 0.66, p = .00 < .001$)，操作起來很容易 ($M = 3.97, SD = 0.91, p = .00 < .001$) 也很舒適 ($M = 3.25, SD = 0.94, p = .01 < .001$)，然後，使用者非常在意他人眼光 ($M = 3.39, SD = 0.88, p = .00 < .001$)，認為使用視覺輔具會讓人認為年齡或機能的改變 ($M = 3.30, SD = 0.95, p = .01 < .001$)，同時也不喜歡現行視覺輔具的造型與材質 ($M = 3.21, SD = 0.80, p = .01 < .001$)。

表 7 使用困擾與心理層面分析

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
是否需長時間使用	2.23	0.67	-11.82	.00*
是否常被詢問哪裡購買	2.50	0.92	-5.62	.00*
是否常找不到	3.04	1.21	0.32	.75
是否攜帶方便	3.09	1.13	0.78	.44
手持時有無負擔	3.19	1.12	1.74	.08
不喜歡造型材質	3.21	0.80	2.67	.01*
使用時很舒適	3.25	0.94	2.80	.01*
使用而讓人認為年齡或機能改變	3.30	0.95	3.19	.00*
是否積極主動使用	3.38	1.27	3.06	.00*
是否在意他人眼光	3.39	0.88	4.53	.00*

單手能否容易穩握	3.59	0.91	6.68	.00*
價格合理	3.61	0.66	9.50	.00*
體積輕巧	3.64	0.96	6.80	.00*
操作容易	3.97	0.91	10.89	.00*

* $p < .01$

購買需求區分四個面向探討，分別為挑選條件、材質、輔具與其他需求，結果發現，除了材質 ($F = 2.43, p = .09 > .05$)、挑選條件 ($F = 58.34, p = .00 < .001$)、輔具本身 ($F = 48.56, p = .00 < .001$) 與其他需求 ($F = 7.80, p = .00 < .001$) 均有顯著差異。

經由 LSD 分群後發現，使用者仍以功能 ($M = 2.58, SD = 0.63$) 為最首要之考量，亦在乎輔具之鏡面大小 ($M = 2.56, SD = 0.66$)，此外，攜帶方便 ($M = 2.24, SD = 0.74$) 亦為使用者考量之重要因素，購買需求之分析如表 8 所示。

表 8 購買需求分析

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>LSD</i>	
挑選條件				
外觀	1.57	0.73	A	
價格	1.84	0.73		B
功能	2.58	0.63		C
材質挑選				
塑膠	1.82	0.86	-	
木頭	1.93	0.81	-	
金屬	2.14	0.76	-	
輔具本身				
體積重量	1.70	0.72	A	
整體大小	1.74	0.76	A	
鏡面大小	2.56	0.66		B
其他需求				
容易尋找	1.81	0.88	A	
方便收納	1.95	0.78	A	
攜帶方便	2.24	0.74		B

中高齡女性使用者對於期望設計方面，想嘗試之款式 ($F = 88.75, p = .00 < .001$)、材質偏好 ($F = 9.68, p = .00 < .001$)、期望價格 ($F = 46.51, p = .00 < .001$)、尺寸 ($F = 46.84, p = .00 < .001$) 與造型 ($F = 135.98, p = .00 < .001$) 均有顯著差異。

經由 LSD 分群後發現，使用者願意嘗試項鍊式的視覺輔具 ($M = 4.05, SD = 1.10$)，而最常見之手持式則為最低 ($M = 0.53, SD = 1.50$)；材質則偏好金屬 ($M = 0.48, SD = 0.50$)，塑膠則偏好度最低 ($M = 0.20, SD = 0.40$)；價格仍偏好 500 元以下 ($M = 0.62, SD = 0.49$)，1,000 元以上最低 ($M = 0.07, SD = 0.25$)；尺寸偏好較小的 3-5 公分 ($M = 0.63, SD = 0.49$)；而造型則偏好正圓 ($M = 0.75, SD = 0.44$)，其次是長方 ($M = 0.19, SD = 0.40$)，期望設計調查分析如表 9 所示。

表 9 期望設計調查分析

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>LSD</i>	
想嘗試之款式				
項鍊式	4.05	1.10	A	
文鎮式	3.22	1.11		B
攜帶式	2.81	2.07		C
頸掛式	2.81	1.05		C
手持式	0.53	1.50		D
材質				
金屬	0.48	0.50	A	
木頭	0.34	0.48		B
塑膠	0.20	0.40		C
其他	0.00	0.00		D
價格				
500 元以下	0.62	0.49	A	
501-1,000 元	0.31	0.47		B
1,000 元以上	0.07	0.25		C
尺寸				
3-5 公分	0.63	0.49	A	
6-8 公分	0.30	0.46		B
9 公分以上	0.09	0.25		C

造型				
正圓	0.75	0.44	A	
長方	0.19	0.40		B
正方	0.06	0.24		C
橢圓	0	0		C
六角	0	0		C
七角	0	0		C
八角	0	0		C

伍、結論與建議

高齡化造成視覺系統退化感受最為明顯，統計發現，隨著年齡的增長會有不同程度的視力問題，因此，許多人會攜帶視覺輔具，根據本研究統計結果發現，手持式為最大眾所擁有，雖會積極使用，但僅用於閱讀標示或說明書。此外，使用時怕被認為已老化或因為造型而影響使用時的心情，此與其他學者之研究結果相符（柯洪霞、曲振國，2006；耿黎輝，2003；梁鳳儀，1996）。由前述可知，使用者常需用於閱讀標示或說明書，因此輔具之體積、攜帶性也是購買時之重要依據，此外，針對現行之輔具使用者以功能為主要需求，但在價錢、材質許可下多數願意嘗試使用項鍊型，這與文獻中女性較想嘗試美的事物相符（耿黎輝，2003）。

本研究針對中高齡女性對於視覺輔具之相關需求與設計建議進行調查，提供以下建議供相關產業作為未來設計參考：

一、現行之視覺輔具仍多以手持式為多，且目前臺灣普遍市售視覺輔具仍缺乏造型美觀之設計，可朝向飾品式進行設計，如項鍊式，除了攜帶方便亦可增加其美觀性。

二、材質可挑選金屬類，造型可朝圓形約 3-5 公分、體積輕巧、攜帶便利、實用性與舒適性方向設計，價格訂為 500 元以下為可接受之價位。

高齡化社會已來臨，中高齡族群相關議題逐年受到國人重視，特別是在滿足此族群需求與偏好度上，本研究針對女性中高齡視覺輔具進行研究與探討，從中得到許多對視覺輔具需求與中高齡女性外觀、心理之偏好等值得參考之結論，期待本研究之結論能提供業界、學界作為未來研究與設計之重要參考，讓更多相關產品或研究人員能投入更多心力於此領域。

參考文獻

一、中文

- 毛慧芬 (2010)。輔具，銀髮族的好幫手—讓生活更添色彩。**健康世界**，414，20-28。
- 毛慧芬 (2011)。不再視茫茫—視覺輔具的應用。**健康世界**，432，65-70。
- 余正虹、嚴兆雄 (2010)。老人視力障礙。**當代醫學**，37，30-35。
- 余虹儀 (2013)。從通用設計觀念談到輔具設計發展。**輔具之友**，33，41-45。
- 別蓮蒂、陳倩如、陳富寶 (2005)。女人錢最大—女性行銷五部曲。臺北：商周。
- 李再長、黃雪伶、李永輝、王明揚 (2005)。人因工程。臺北：華泰。
- 李宗派 (2010)。美國長期照護保險制度之探討。**臺灣老人保健學刊**，6(1)，1-19。
- 李開偉 (2017)。實用人因工程學 (第五版)。臺北：全華。
- 周斌 (2015)。消費心理學。臺北：元華。
- 許勝雄、彭游、吳水丕 (2013)。人因工程：人機境介面工適學設計 (第五版)。臺中：滄海。
- 柯洪震、曲振國 (2006)。消費心理學。北京：對外經濟貿易大學。
- 耿黎輝 (2003)。消費心理學。四川：西南財經大學。
- 張一岑 (2010)。人因工程學。臺北：揚智。
- 張宏哲 (2006)。銀髮族與輔具。**輔具之友**，19，3-7。
- 梁鳳儀 (1996)。女性的消費觀。北京：中信。
- 陳瑩山 (2006)。謹慎選擇視力不良的輔具品—幫助黃斑部病人生活更方便。**健康世界**，362，85-91。
- 陸哲駒、陳秋帆 (2007)。銀髮族輔具的選用原則。**輔具之友**，20，27-30。
- 漆梅君 (2001)。透視消費者：消費行為理論與應用。臺北：學富。
- 蕭富峰 (2012)。消費者行為。臺北：智勝。
- 竇維正 (2009)。中年人搶救視力老化大作戰—視力保健第二春。**臺電月刊**，555，49-53。
- Grandjean, E., & Kroemer, K.H.E. (1999)。人因工程 (鄔慎智、藍俊雄、藍天雄、汪慧瑜，譯)。臺北：高立。(原著出版於1997年)
- 內政部 (2018)。人口數三段年齡組—按區域別分。取自
<http://statis.moi.gov.tw/micst/stmain.jsp?sys=100&funid=c00000>
- 世界衛生組織 (2018)。老齡化。取自 <http://www.who.int/topics/ageing/zh/>
- 全國法規資料庫 (2017)。就業服務法。取自
<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=N0090001>

行政院主計處 (2017)。歷年勞動力之年齡。取自

<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=18844&ctNode=4943>

衛生福利部 (2017)。輔具產品。取自 https://repat.sfaa.gov.tw/07product/pro_a_list.asp

國家發展委員會 (2018)。中華民國人口推估 (105 至 150 年)。取自

https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=84223C65B6F94D72

樂齡網 (2018)。放大鏡。取自 <http://www.ez66.com.tw/tw/放大鏡?pagenumber=2>

寶寶吧 (2018)。放大鏡。取自 <http://www.baobao88.com/bbka/rcwp/07/1920940.html>

Yahoo! JAPAN (2018)。ルーベ拡大鏡 4 倍ペンダント ネットレス母の日敬老の日 PW-24 日本製クリ
アー光學。取自 [https://store.shopping.yahoo.co.jp/cyehock/pg-23pw-24.html?](https://store.shopping.yahoo.co.jp/cyehock/pg-23pw-24.html?sc_i=shp_pc_search_itemlist_shsr_title)

[sc_i=shp_pc_search_itemlist_shsr_title](https://store.shopping.yahoo.co.jp/cyehock/pg-23pw-24.html?sc_i=shp_pc_search_itemlist_shsr_title)

Aklindatut (2018)。Led Işıklı Boyun Askılı Biryüleç-Hands Free Mognifier. Retrieved from

https://www.aklindatut.com/Kisisel_Urun/Boyun-Askili-Buyutec-Hands-Free-Magnifier.aspx

二、外文

Abraham, H. M., & Robert, F. (1987). *Motivation and personality*. New York, NY : Harper and Row.

Beata, M., Urszula, B., & Monika, K. (2016). Positive orientation, self-esteem, and satisfaction with life in the context of subjective age in older adults. *Personality and Individual Differences, 99*, 206-210.

Crilly, N., Moultrie, J., & Clarkson, P. J. (2004). Seeing things: Consumer response to the visual domain in product design. *Design Studies, 25*(6), 547-577.

Cunningham, J., & Roberts, P. (2007). Inside her pretty little head: A new theory of female motivation and what it means for marketing. Chicago, IL: Independent Publishers Group.

Daniels, J. M., Zook, E. G., & Lynch, J. M. (2004). Hand and wrist injuries: Part I. Nonemergent evaluation. *American Family Physician, 69*(8), 1941-1948.

Giuliani, C. A., Gruber-Baldini, A. L., Park, N. S., Schrodt, L. A., Rokoske, F., Sloane, P. D., & Zimmerman, S. (2008). Physical performance characteristics of assisted living residents and risk for adverse health outcomes. *The Gerontological, 48*(2), 203-212.

Goodpaster, B. H., Park, S. W., Harris, T. B., Kritchevsky, S. B., Nevitt, M., Schwartz, A. V.,... Newman, A. B. (2006). The loss of skeletal muscle strength, mass, and quality in older adults: The health, aging and body composition study. *Journals of Gerontology Series A: Biological Sciences and Medical Sciences, 61*(10), 1059-1064.

- Herwig, O. (2010). *Universal design: Solutions for a barrier-free living*. Berlin, Germany: Walter de Gruyter.
- Pratt, J., O'Donnell, C., & Morgan, A. (2000). The role of the fixation location in inhibition of return. *Canadian Journal of Experimental Psychology*, 54 (3), 186-195.
- Shrestha, G. S., & Kaiti, R. (2014). Visual functions and disability in diabetic retinopathy patients. *Journal of Optometry*, 7(1), 37-43.
- Wang, W. Y., & Tsai, P. Y. (2003). The effects of different solid line as direct cue for the older on visual search of texts in a lump of information. *Journal of Design*, 8(30), 91-106.

A Study on the Current Use and Design Requirements of Visual Aids for Middle-aged Women

Po-Chan Yeh*, Shi-Yi Huang**

Abstract

Visual deterioration started from the age of 40 and will become worse gradually when people get older. However part of the middle-aged people give up using the visual assistive devices due to psychological factors or because of the unappealing design of the visual assistive devices leading to odd stares from the others, this happened particularly to the middle-aged females. In order to improve products' utilization, designers must aware of elders' eyes performing abilities and limitations while designing products to meet users' requirements. Total 105 middle-aged females, age between 46-64 years, and used to use visual assistive product, were enrolled in this study. A questionnaire consists of 3 parts: using state, consumer behavior, and future suggestion. The results showed that: (1) Most subjects used to use handheld magnifiers; (2) Subjects will care about product appearance and prefer to select with functionality, metallic and comfortable; (3) The shape of circle, approximately 3-5 cm, should consider something light and small size, portable, practical and comfortable, priority will be given to devices with selling price within 500 dollars.

Keywords: female, middle-aged, visual assistive product

* Assistant Professor, Department of Visual Communication Design, Hsuan Chuang University

** Graduate Student, Department of Visual Communication Design, Hsuan Chuang University

數位電影色調創作管理模式之研究：從攝影到一級調光

丁祈方*

收件日期 2017 年 7 月 6 日

摘要

膠片需經由沖洗印片後影像才可辨識，而數位製作時現場影像監看的便利特性，導致在曝光控制與色彩再現上有依賴肉眼判斷之傾向，也容易造成色調創作管理的失準與誤差。因此，電影藝術實踐中，光影色調創作的視覺性訊息溝通模式實屬重要。本研究採研究方法與步驟，分別是選擇電影短片《構不到的訊號》之河堤場次，並從運用參考影像的鏡頭設計、現場拍攝灰卡與色卡及參照上述兩者製作工作毛片時曝光和標準色的基準調校、一級調光套用工作毛片光號等，嘗試針對色調管理模式進行實證研究。研究發現，電影色調創作在製作階段的溝通上除了概念影像外，藉由灰卡的基準調校，可避免光調在肉眼上的誤差與復原景物明暗的細節；完成色卡的基準調校，能促使影像回復成具有色階均勻分布的色彩再現；工作毛片建構出影片作者對影片想像的初步風貌，更可在一級調光時套用此光號，協助完成影片作者在此階段的藝術實踐。最後提出落實灰卡與色卡的拍攝，以及使用負片概念的攝影思維，作為數位電影製作階段上色彩創意管理模式的結論和建議。

關鍵字：一級調光、工作毛片、光影色調、灰卡與色卡、《構不到的訊號》、電影色彩管理

*國立臺灣藝術大學電影學系副教授

壹、緒論

光影色調是影片作者主觀的選擇與運用。¹影片作者運用明暗和色彩來賦予作品的特殊表意性，並根據個人差異處理成創作影像，來成就敘事上的深刻意涵。電影藝術也因色彩象徵意義的選用，是奠基於影片作者在電影中賦予其個性與本質之故而得以成立。

在創作過程中，影片作者多會藉由電影概念圖，對內與對外進行創作溝通。《亞果出任務》²中不斷揭示預計拍攝的電影概念圖，便是為製作環節做說明的詮釋。影片作者們透過概念設計（如圖1）、分鏡圖、或是選用既有的圖像或影片以為參考影像，在諸多會議中把創作概念盡量精確傳達給劇組人員知悉以進行溝通。這說明了影片作者從前期概念、拍攝與後期處理時，創作意念的傳遞和各種形式的轉換，都是影片作者意志的一貫和延續。當然，色彩的選用也在其中。因此電影的色調創作管理流程中，運用視覺訊息與劇組進行意念傳達與溝通的模式，實為電影藝術實踐的重要課題。



圖1 概念設計圖例。sol vfx索爾視覺效果有限公司

數位方式的電影製作使得影像的拍攝更為容易，也讓原本僅能由洗印廠完成的後期工作，幾乎都可在個人電腦上完成。加上 OTT (over-the-top) 與自媒體的興盛，影片和展演平台同時需求大增，製作工具和規格的推陳出新，讓傳統電影產業不斷接受著崩解和革新的挑戰。³同時這也讓我

¹ 本文中的影片作者，係論者對 film makers 的中譯文，泛指在影片製作上的所有相關人，並非單純限制在一般所謂的作者如導演身上。

² 《亞果出任務》(Heslov, Clooney, & Affleck, 2012) 是描述 1979 年伊朗的何梅尼事件中，中央情報局為了要將六位逃到加拿大大使館避難的美國機要人員救出，決定讓大家偽裝成註冊在加拿大的電影公司之劇組人員，正在為一部虛構的科幻冒險鉅片《亞果》之拍攝，於伊朗境內進行勘景。片中使用概念圖來說服伊朗當局，這真的是一部即將拍攝的影片。

³ 因為製作限制與軟硬體的使用要求大幅減低，加上運用電影基礎的影像工作成為標準，只要取得適用或無償可供下載的軟體，剪輯套片和調光、甚至連電影院上映的數位電影發行拷貝 (Digital Cinema Package, DCP) 檔案也都可藉免費軟體製作，以往的影片後期製作產業體系產生逐漸崩解的現象。

們省思，影片作者們是否具備精準的溝通能力，將反映在藝術實踐的每個階段。因此，光影色調創作的管理方式，在數位製作上顯得相當重要。論者在本研究採實證方式，在籌備、拍攝到後期的數位沖洗還原（digital processing）、數位毛片（dailies）⁴的影像風貌調性等創作上，嘗試整理與探索出視覺性的訊息管理模式，以為創作溝通之建議。

貳、光影色調與電影敘事

電影攝影並不是簡單抓取影像，它應該是與影片在情感上的結合。比較現在的軟片和視頻影像，區別就如同看一個蘋果和一個橘子。它們是光化學工藝與數位技術的區別，這關係到你要讓影片帶給觀眾怎樣的感受和情緒。

Lemore Syvan（引自 Eastman Kodak, 2007, p122）

影片作者在光影色調選、運用與敘事具有高度關聯性。《北非諜影》(Wallis & Curtiz, 1942) 中，影片作者們選用了咖啡店內外的光線和陰影，把感情的曖昧採用黑白色調中豐富層次的中間灰來呼應。《玉樓春劫》(Preminger, 1958) 把過去的情節用彩色，而當下事件卻以黑白來敘述；《阮玲玉》(徐小明、陳自強、關錦鵬, 1999) 則是將張曼玉等演員們針對扮演角色的訪談段落以黑白呈現，而重新演繹阮玲玉的相同段落則用彩色來再現。兩部影片藉由黑白和色彩交互選用，編織出電影獨有的互文性。

電影色彩是一種動態的色彩，不僅融於人物的表徵，更是人物內心情感世界的外延與物化(周登富, 1994)。意即色彩是影片作者對於敘事表達上既主觀又主要的環節和手段。吳芳宜(2007)也提及電影色彩運用的具體目的，分別是引起注目性、表示時空場景轉換、表現劇情發展的轉變、表現情緒氣氛及象徵意義等五項，同時也依據電影類型歸納出色彩基調上的運用傾向和使用頻率。由此可知，色彩的多樣性與電影創作思維上的關聯。

色彩在敘事情感的表達上，可以是獨立的、局部的、或是整體的象徵方式(杜娟, 2010)。也因此色彩和電影敘事的關係，會串聯起不同敘事情節、調整敘事節奏和產生對敘事烘托與轉折的作用，並能提升敘事的藝術價值(游娟, 2015)。故色彩便是情感的象徵，電影藉由色彩表達情感，也藉由色彩運用和情感表達的推波助瀾，交織出更具層次的象徵意義。

電影雖融合了多方的藝術，在色彩表現的模式也自承有一股歷史脈絡。例如，繪畫上對用色意念的不同，可用古典主義或印象主義加以分別。此外，也有受到民族性與哲學思維的左右，出現了

⁴ 數位毛片，也稱為數位工作拷貝（work print），是進行影片剪接工作時所需的素材。

強調純色派的東方主義。再者，如強調色彩相對呼應特性的思路、與強調色彩層次的結構主義，以及特意不遵守或挑戰既有色彩規則的後現代主義等，這便是所謂電影對色彩運用的歷史脈絡（林韜，2008），而其間也可判別出色彩在電影中既可是主導地位，也可以是從屬的存在。

把色彩退處於從屬地位時，電影則用光影差異作為影調的主軸。《火線追緝令》（Kopelson, Carlyle, & Fincher, 1995）中有一情節，是剛調任到當地的刑警 David Mills（布萊德·彼特飾），在大雨中等候老刑警 William Somerset（摩根·費里曼飾）到來，一同進入兇殺案住宅現場偵察命案屍體的段落。此段落是在極度暗黑的空間中，Somerset 一邊問 Mills 為何制服警員這麼多，一邊沉著細心地尋找線索。同在凌亂現場的 Mills，則是不斷嘮叨怎會有如此奇特的凶殺案發生。兩人在昏暗的屋內角落搜索辦案情節，敘述核心則布滿著毫無頭緒的雜沓氛圍。整個影片段落用淡化色彩、強調光影來體現電影敘事懸疑意涵的風格調性，成為後現代電影表現的重要手段。這與強調懸念是建構情節、最具張力，最富魅力的藝術手段（王心語，2001）互相呼應。

除了敘事與心理層面外，影像的本質層面所要掌握的，也包含了對空間的解像力、影像動態範圍的呈現力和色域空間的表現力。影響影像風貌的任一項技術，一方面雖可獨立運作、但也同時連動影響了敘述風格與電影文本。藉影像來敘事是電影藝術的本質，也因此電影主題、敘事文本和影像表現彼此充分呼應，更非獨立存在。當中電影色調表現便是影片作者在藝術實踐上，積極和努力掌握的手段。色調的變化和全片的主色調，在場面與段落上的差異對比，依據敘事和人物在電影色彩基調上的轉變，對應於文本內容的影像，迫使影片作者追求影像表現的極致。在電影藝術中，色彩和敘事同時具備了可視覺性和心理層面的作用，這使得電影的色彩成為影片作者的思想，而影片作者的思想便是道。藉由對色彩的追求與極致來實現其創作思想，換言之，就是影片作者對「道」的一項貫徹（霍廷肖，2012）。

參、研究目的

本研究目的是將電影製作的步驟進程以時間軸為概念，試圖將色調創作的管理模式，從概念形成、實地拍攝與檔案處理過程等步驟，聚焦在探究如何將光影色調的想像，於藝術實踐的過程中，能否貫徹意志與透過視覺性訊息建立起作業階段的溝通模式。

肆、研究方法與步驟

本文係將短片電視電影《構不到訊號》⁵中的河堤對話場次，在敘事內容和意念間如何體現色調創意和具體實踐的過程，借助工具進行調校步驟之論述，研究方法與步驟簡述如下。

一、在創意策劃階段

概念參考影像採用既有電影段落以為參考。

二、在拍攝階段

影像擷取規格如下：

(一) 攝影機為 Red Epic 數位攝影機，各項主設定為 5K 解析、每秒 24 格率、影像記錄採用原生 RAW 檔案，壓縮比是 3:1。

(二) 鏡頭為 Arri Ultra Prime T1.9 定焦鏡頭組。

(三) 在每個不同照明條件的場景內，分別以占據不少於 15%、甚至更大影像面積的灰色塊 (Gray Card) (中性灰卡或簡稱灰卡)，如圖 2 所示，與具備 24 個自然色、彩色、原色和灰度色塊的 ColorChecker Chart (攝影校色卡或簡稱色卡)，如圖 3 所示，進行灰卡與色卡的拍攝。

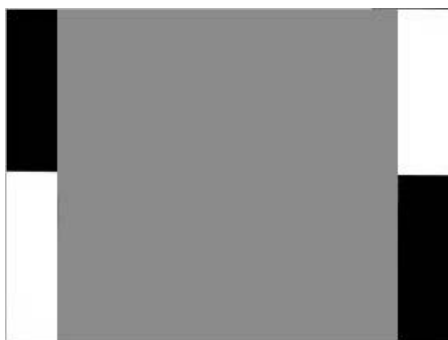


圖 2 柯達二代灰卡

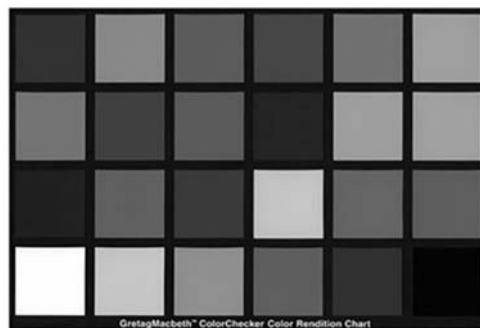


圖 3 攝影校色卡

三、在後期數位沖洗階段的校正調整作業

(一) 首先是殺青後將原生檔案 RAW 檔進行數位沖洗，製作成離線剪輯 (off-line) 用工作毛片 (dailies)，也就是離線剪輯所需的檔案。透過 Black Magic Davinchi Resolve 12.5 版軟體，將所

⁵ 《構不到的訊號》製作人是丁祈方，導演為周語莊。影片已於 2014 年於公共電視台播出 (丁祈方、周語莊，2014)。

拍攝的 RAW 檔，選用 RED Color3 的色彩空間（color space），以及選用 REDlogFilm 的 Gamma 模式，讓影調的寬容度保有最大調校空間，以便讓視覺感（visible tones）可以自由創作或展現，並在轉製工作毛片時可保有每一場次的光號。調校過程中的色彩空間，因 RED EPIC 攝影機的色彩編碼中 RED Color3 是採用 Rec.709 的色彩空間（RED.COM, n.d.）之故，本研究基準調校係參照此色彩空間。研究使用的轉製工作毛片檔案格式為 mxf 檔、色彩編碼（codec）是 DNxHD36 的檔案，色彩空間為 Rec.709。

（二）在進行各項校正時使用的示波器為 Black Magic 的 Ultra Scope，此示波器具備 RGB Parade、B/W Waveform 和 Vectorscope 與 Historgam 等各種檢視介面，以數據顯示影像中 RGB 成分的訊號強度、黑與白的亮度訊號強度、訊號的色相和彩度分布，以及總體曝光分布等。如圖 4。

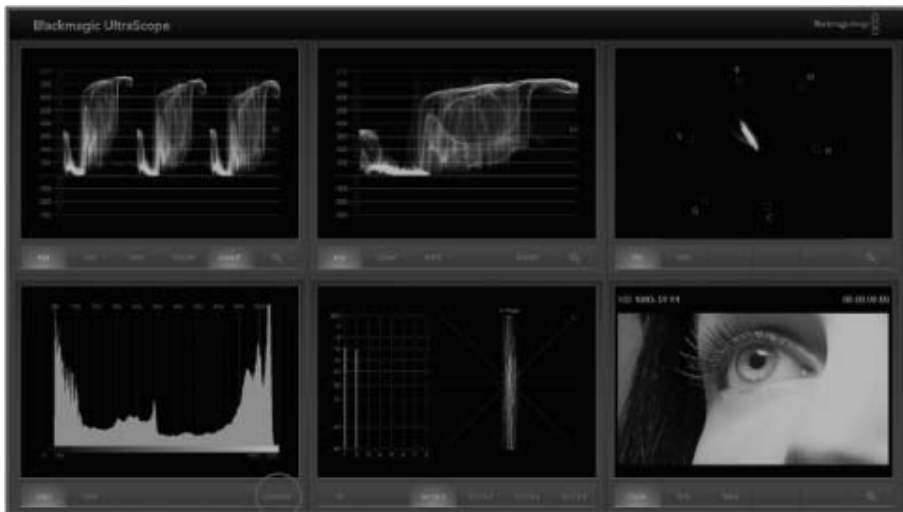


圖 4 UltraScope 各種檢視介面

註：自左上到右下，分別顯示 RGB Parade、Waveform 和 Vectorscope、Historgam、Audio wave 與 Picture。

（三）研究中進行影像調整校正時，參照示波器的 RGB Parade 和 Waveform 顯示的視覺化資訊，進行各項校正和風貌創作。依據各拍攝場次完成校正後，各場次的初步影像風貌，便立即反映在工作毛片上。此後，便使用這些已完成並具有影片作者初步風貌的影像進行離線剪輯。

四、鏡頭包含的校正光號數據，使用定剪的工作檔進行套片（confirm）時，套片與一級調光的準備工作

剪接版本確定後，時間軸上所有使用的鏡頭影格（frame）的剪接點資訊便可同時獲得，以便檢視剪接工作毛片的光號可否在套片時沿用，完成影片作者影像的初步風貌。

伍、研究發現

一、創作想像上的表達與溝通之首要—場面調性的表達與溝通之概念參考

故事發生的環境背景設定傾向於較為遠離都市的鄉下，充滿自然田野景色之地。影片中阿弟與男子見面的河堤和本身住家則為純樸風味。

上述文字節錄自《構不到的訊號》企劃書之內文，是針對河堤場次影像調性在創作想像上的表達。是影片作者欲實現的創作意念，亦是與攝影師、美術設計和調光（技）師等進行溝通的重要參考依據。除了文字表達外，可運用電影圖像或照片，以便和主創團隊進行確認與溝通。此圖像可稱為概念圖或參考影像，如圖 5，便是本片在提案與籌備時和團隊溝通所使用的參考影像。



圖 5 電影長片《甜·祕密》⁶堤防上談話場次的參考影像

⁶ 《甜·祕密》（劉大武、許肇任，2012）一片是描述小揚（黃劭揚飾），觀察著家人、同學和朋友間的愛情，從困惑到認識的悠緩的轉變歷程。成為參考影像情節，是小揚對於父親和母親分別有其他曖昧情愫對象，而這兩位又是自己熟識和親愛的人，和自己的死黨小馬說出自己的困惑已經可以釋懷，計劃踏上自己旅程的段落。

作品完成時整體的光影色調上則做了較大的調整，一是因為兩者文本上的差異，一是時空背景的不同。雖然有部分依然延續了相似的電影文本；如同樣是小孩的內心世界對自己在家庭中存在地位產生遲疑，正計劃要踏上自己的旅程，所以鏡頭設計上依然保有以整體天空為背景，加深了人物角色對未來的期待和不可知。但成片上則選用較參考影像明亮的光影和色彩表現，藉此凸顯在大人們都無法理解的環境中，和有特殊能力天線男（吳慷仁飾）的巧遇，竟然可以奇幻地理解了自己思念精神異常哥哥的心境，讓阿弟（謝飛飾）頓時感到一股和天線男心理頻率相疊合的特殊情懷。這裡的電影表現核心是要襯托出這股純真無害、親密又有點空靈與令人感到溫馨的調性，如圖 6。



圖 6 短片電視電影《搆不到的訊號》河堤場次段落成片光影調性

二、準確曝光的中性參考基準調校－灰卡的拍攝與校正

灰卡（Kodak Gray Card Plus）是幫助調色師和配光師保有攝影師拍攝在膠片上的風貌，且為過帶設備的曝光和色彩平衡設定提供一個中性的參考影像（Eastman Kodak, 2007, p117）。各式場景的照明要件不同，檔案也有不同的色彩編碼。當影像檔案進行格式轉換時，將原生檔案沖洗出正確的光影色調，以利後續創作的取捨判斷，灰卡便成為重要的參考基準。

灰卡上的中間灰和分處於光譜兩端的純「黑」與「白」，受到色溫變化、光照強弱和場景散光等的影響，在透過拍攝並記錄下來後，可能會產生亮部與暗部分布不甚均勻的影像。在任何一個場

合以 18% 中性灰反射的光線作為測光的基礎下，我們能拍攝出亮、暗均勻的影像，不會記錄太多太暗的地方，也不會記錄太多偏亮的角落。但是灰卡中的黑、中間灰與白，單憑肉眼辨識仍會產生高度的誤差。依據灰卡特性，正常曝光條件下中間灰的峰值應落在約 40 左右，而黑是 5-10 之間、白是 70-80 之間。將圖 7 與圖 8 進行比較後便可得知，兩圖的差異除了肉眼可視的感受外，B/W Waveform 示波器的峰值也有相當明顯的不同。

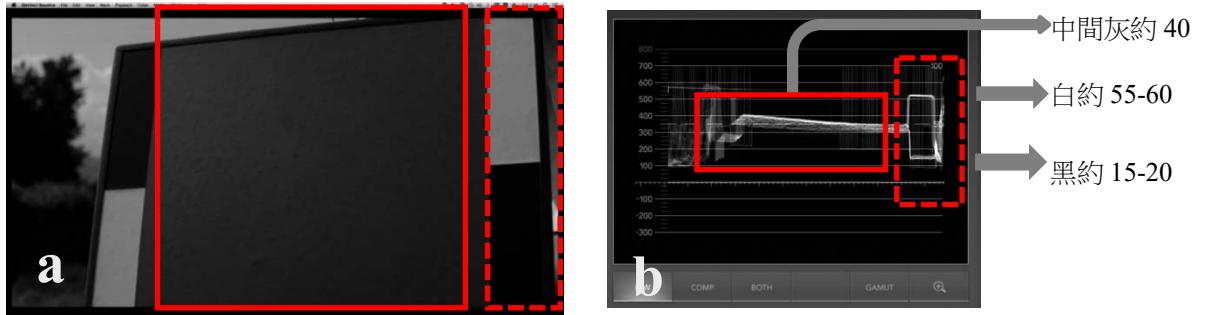


圖 7 校正前灰卡與參數。左 a 為未校正的現場拍攝灰卡，右 b 為灰卡在波形示波器上所表示的峰值指數，中間灰落在 40 左右，兩圖的紅色實線處符合中間灰應當平均反射率 18% 的特性；紅色虛線處的黑是落在 15-20、白是落在 55-60 之間，與標準參考值有明顯差異，顯現出黑與白的反射率分別是過多與不足，場景物體的明暗變化等細節較難表現。

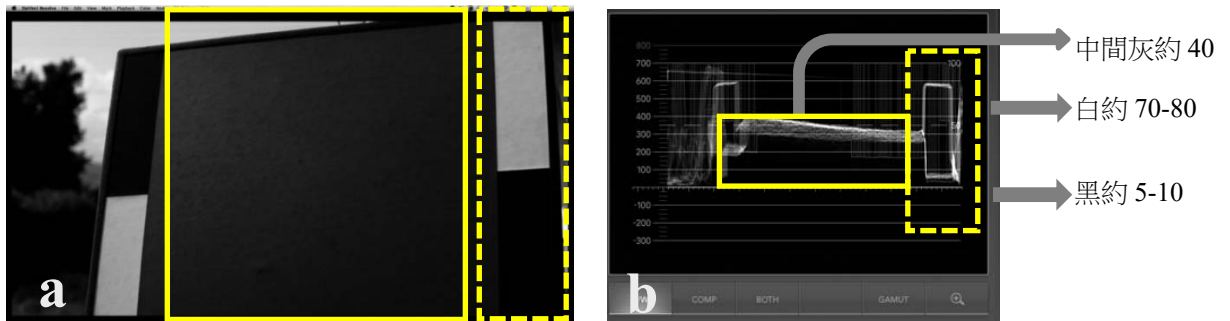


圖 8 校正後灰卡與參數。左 a 為校正後的現場拍攝灰卡，右 b 為灰卡在波形示波器上所表示的峰值指數。兩圖的黃色實線處反映出正常曝光條件下中間灰的峰值是落在約 40 左右，黃色虛線處反映出黑是 5-10 之間、白是 70-80 之間，和校正前的影像相比，可知此處顯示出明、暗均勻的影像表現。

檢視校正前的中間灰是落在約 40 左右，符合中間灰應當再現出平均反射率 18%的特性，這意味著這場戲的曝光掌握得宜。但另一方面黑卻落在 15-20 之間、白是在 55-60 之間，這與標準參考值有明顯差異，顯現出黑與白的反射率分別是過多與不足，造成場景物體的明暗變化等細節較難表現。若未參照灰卡客觀工具進行調校，影片整體的明暗調性將無法回復到基準。若把未進行基準校正的影像進行更進一步的總體光影表現調整的話，影片檔案中各色彩分子結構會遭到破壞，也無法創作出豐富明暗層次與對比得宜的影像。

三、標準色參考基準調校—攝影校色卡的拍攝與校正

攝影校色卡 (Color Checker Chart) 除了和灰卡一樣是協助辨識與調校準確曝光的參照基準外，它更是協助具體實踐影像調性的創作想像轉化前，提供成為更細緻調校的對照基準。在灰卡的黑、中間灰與白分別調校至基準值後，進一步需要再針對紅、綠、藍三色光所組成的各色塊與色階的再現是否準確進行校正。

雖然完成灰卡的基準校正，意味著整體曝光已達到光影對比上的基準需求，但是因為人眼在色彩感知上會產生視覺疲勞與意義認知上的差異，當場景照明要件不同時，必須要再針對其他色塊、特別是 RGB 三色光的濃度，對照 RGB Parade 和 B/W Waveform 兩參數值進行比對調校。假若灰卡校正準確，奠基在灰卡校正基礎的各自然色所反映出的高低峰值，則應分別落在 70-80 與 0-5 之間。

從校正前的圖 9 和校正後的圖 10 可以得知，RGB Parade 和 B/W Waveform 所顯示的峰值變化。其中 RGB Parade 峰值從 10-65 校正成 0-75 之後，色階分布豐富均勻使得自然色彩得以再現，這在視覺上便有極為明顯的差異。此外，自然環境中存在各種色彩，因為各顏色自身對光的吸收、透過與反射特性不同，在光照後便會產生濃度、反光和強弱的差異變化。此時的峰值曲線也會不同於灰卡中的黑、中間灰與白 B/W Waveform 的平整曲線，色卡反而會呈現出一個變化豐富、峰峰相連的圖形。這高低曲線意味著因各色光的濃度充足豐富，各自然色可以被清楚地區隔開來，並回復到攝影的照明要件下影像具有更優異的色彩再現能力，有助於進入下一階段的調光創作上所需要的寬容區域。

校正時要注意的是，在高低峰值的範圍變化原則上，相異於黑、中間灰與白的高低峰值需要儘量保留在 70-80 與 5-10，而色卡的峰值則是 70-80 與 0-5 之間。這是因為 RGB Parade 中的最低峰值可以為 0，是實體界存在著無色光反射的物體；但 B/W Waveform 的最低峰需控制在 5-10 間，則是因為展現出物體明暗時，影片中的黑與白，需要呈現在銀幕上，而不是空間上或物理實體上的純黑與純白之故，因此，需要有保有異於 0 的最低峰值，以為影像上的視覺再現。

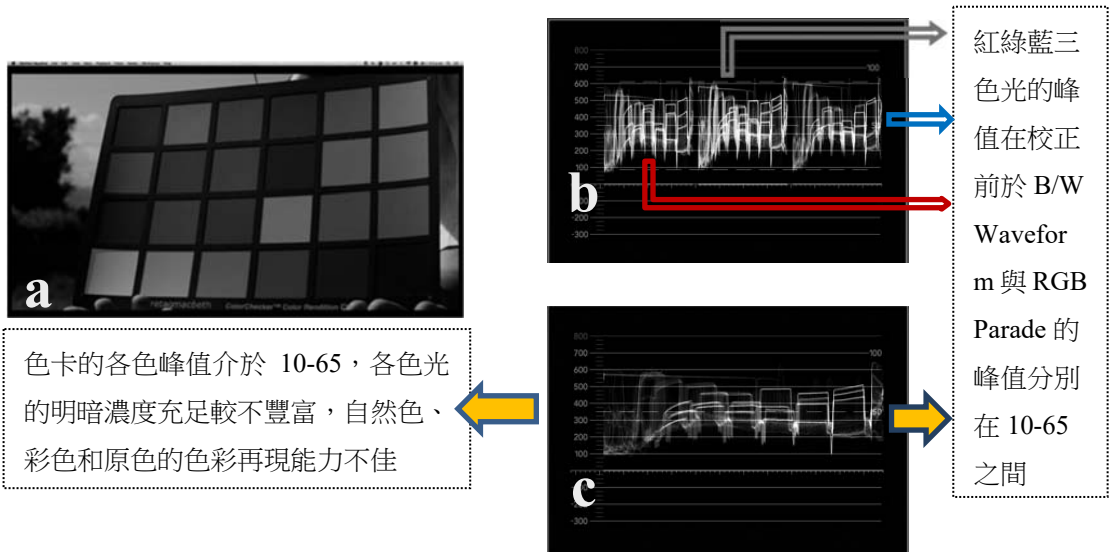


圖 9 校正前色卡與參數。左 a 為未校正的現場拍攝色卡，右上 b 為色卡在 RGB 示波器上所顯示的峰值指數，右下 c 為 BW 示波器上所顯示的峰值指數。雖已完成黑、中間灰與白的校正，但色光的部分則因尚未校正之故，RGB Parade 的峰值是介於 10-65 間，自然色、彩色和原色也因各色光的濃度不足與分布不均，產生色彩再現有明顯不佳的現象。

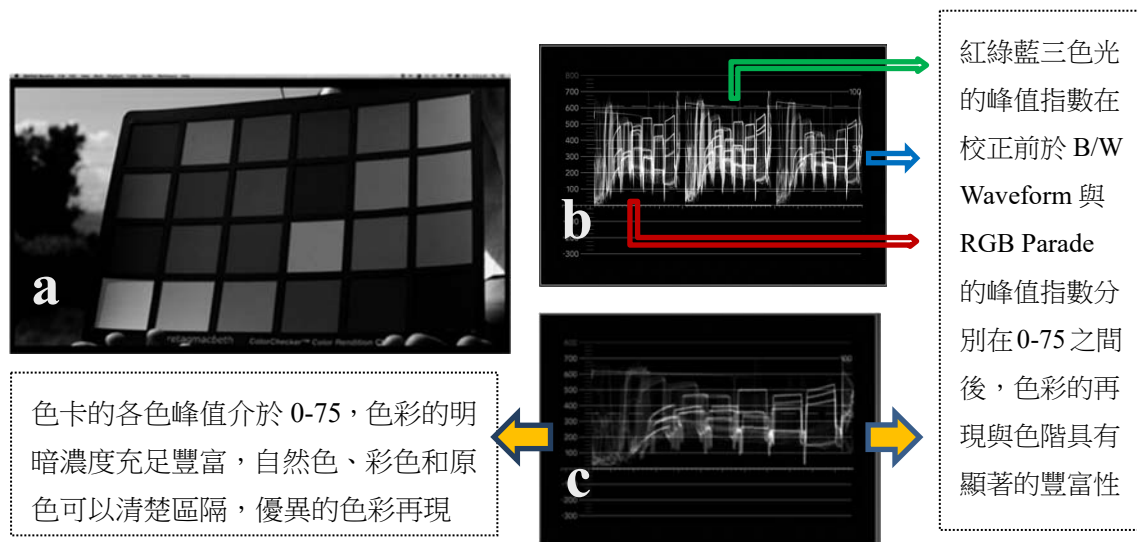


圖 10 校正後色卡與參數。左 a 為校正後的現場拍攝色卡，右上 b 為色卡在 RGB 示波器上所顯示的峰值指數，右下 c 為 BW 示波器上所顯示出校正後 RGB 各色光的峰值指數介於 0-75，此時各色階的豐富均勻分布，濃度也有大幅提升的改善，使得各自然色、彩色和原色回復到攝影的照明要件下更適當的色彩再現，與校正前的影像有極為明顯的差異。

四、工作毛片的初步風貌創作

原生檔案 RAW 檔需經由數位沖洗（俗稱轉檔）才可轉製成工作毛片進行剪接。此階段類似於膠片沖洗後，依據各自場景和鏡頭的光號進行加減光號的曝光量在配光（timing）後，讓同一場次中的鏡頭可依敘事特性為主導，讓鏡頭的光影色調趨於一致，更進一步協助剪接上的創作。

RAW 檔案是一個包含影像後設數據（metadata）的檔案。在工作毛片製作時將原生檔案以軟體進行符合版本的光號之套用，便可回復到拍攝時肉眼所視的光影調性。此處有關影片風貌是依循創作意念的想像，在完成灰卡、色卡校正後，進行初步的光影色調創作，影像會依此光影色調進行工作毛片的轉製。在這些素材中，影片作者於不同場次的光影色調之想像意念，已被具體實踐為其創作風貌，剪接上使用已有初步實踐風貌的影像素材，影片作者的意念便藉此逐步貫徹。圖 11 便是在河堤場次以灰卡與色卡進行基準校正後，依據場景調性的意念，完成初步風貌調整後的工作毛片，與未有任何調教的原始影像的鏡頭表現之對比。

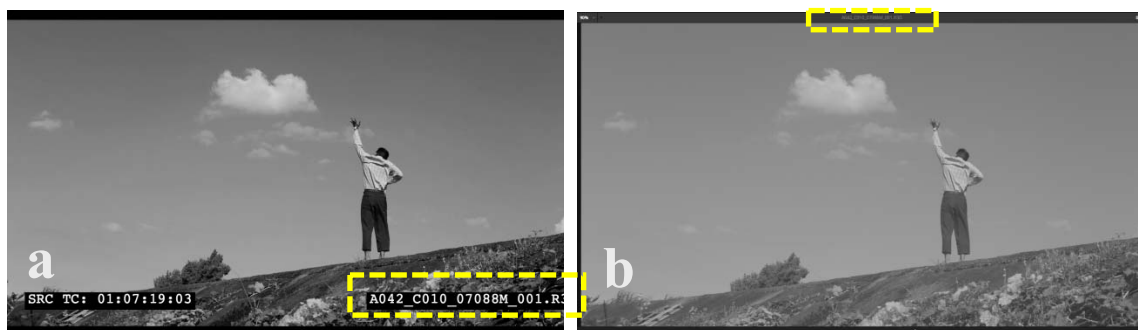


圖 11 工作毛片初步色彩風貌轉製圖例。左 a 為以灰卡和色卡行基準校正後，依據場景核心意念所進行的初步風貌調整後的工作毛片；右 b 為未經過校正色調與風貌調校的原始 RAW 檔案影像。兩圖的黃色虛線框處，可見有原始檔案名稱 A042_C001_0788M_001.R3D 的字樣標示，意即 a 是自 b 轉製的工作毛片。

五、套用初步創作風貌的光號與完成一級調光

套片工作是讓工作軟硬體尋找完成影片中使用鏡頭的原始鏡頭檔案精確的開始和結束時間點，所以定剪影像需要有和套片軟體互相溝通的工作檔，如圖 12 所示。此時使用的工作檔案格式多為 AAF、XML、ALE 等。在前開的步驟四時，工作毛片原則是場次（Scene No.）為單位進行沖洗轉碼製作，⁷工作時間軸上便已嵌入了相關的校正和創作光號，並分別以場次和卷號為單位嵌入套片工作檔的後設資料。套片時可一併將這些在工作毛片轉製時完成鏡頭的校正和創作光號之參數（looks），在套片時導入沿用，工作歷程如圖 13 所示。在完成定剪和套片的同時，一級調光的校正調整因套用了完成灰卡、色卡和初步創作風貌的調整光號，因此這些風貌也可套用於相對應的原始鏡頭檔案，展現出創作意圖的具體影像。

⁷ 因為拍攝時的規劃多以同一場次進行拍攝，但因拍攝上的需求，偶爾也會有以膠片的卷號（Roll No.）進行區分的需要。

數位電影色調創作管理模式之研究：從攝影到一級調光

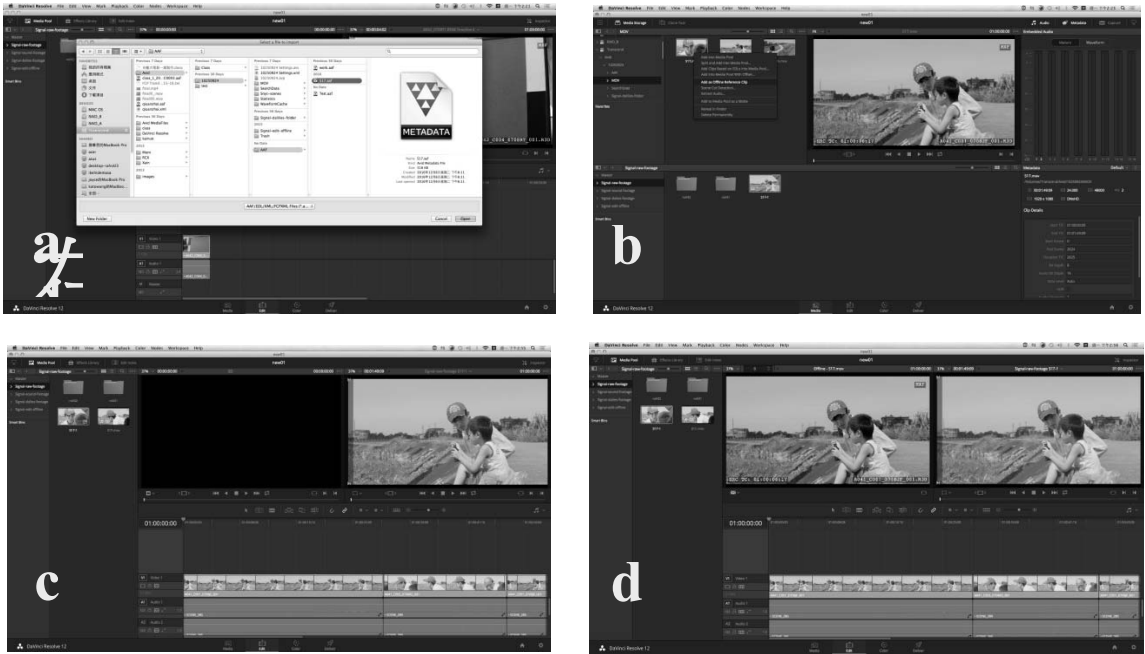


圖 12 是完成定剪後的套片工作示意。a 是套片上匯入定剪工作檔；b 在時間軸上依序將原始檔進行排列的簡易流程；c 是影片定剪後將原始影像依據定剪次序再於時間軸上進行每個鏡頭的排列工作；d 為將定剪的離線剪輯參考影像匯入進行套片準確性的比對，精確無誤後便為進入下個工作階段如一級調光、二級調光等做準備。





圖 13 套片時套用初級風貌光號示意圖例。a 是利用 Color Trace 的功能，將製作工作毛片時完成鏡頭的校正和創作光號數的帶入沿用；b 選擇以場次（或卷號）為單位；c 把已在工作毛片完成創作成初級風貌光號，完整帶入在套片時的原始檔案；d 貫徹創作意念的藝術實踐。上述各項緊接著將與一級調光和二級調光的創作溝通有相當重要的關聯。

陸、結論

本研究的目的是希望能探索出在藝術實踐過程中，如何運用視覺性訊息，協助影片作者貫徹其對光影色調的意念和想像，並以視覺性訊息建立成為各作業階段的溝通模式。

研究採取了從創意階段的參考圖像，以及依場次別拍攝的灰卡和色卡的視覺訊息，透過轉製工作毛片時進行基準光影色調的調校，使其具備影片作者的想像風貌，以進行剪接創作。確認定剪並進行套片時，各場次的光影色調，運用相容的軟、硬體持續導入光號和沿用完成一級調光，並提供為二級調光時與調光師創作溝通的模式。⁸

經本研究證實，影片作者在概念形成階段，可選用參考圖像或影片，作為和創作團隊進行具體實踐時意念溝通上的視覺依據；在拍攝時，融合導演與攝影師對文本詮釋後的創作，在各場景實踐光影設計的同時，將灰卡與色卡依場次別拍攝所得的視覺訊息，作為後期影像基準調校的視覺化訊息依據，讓影像得以在曝光基準的條件內，以場為單位，完成工作毛片的影像風貌，並促使各鏡頭的光影色調趨於一致，以利剪接的進行和貫徹敘事性的主導思維；當定剪完成時，上述已調整後的場次鏡頭的光號參數，在套片時把此參數資料導入和沿用而完成一級調光，讓視覺訊息成為影片作

⁸ 二級調光（secondary color grading）簡單地說，是一種透過調光設備，將影像的三原色、獨立進行色相、飽和度和濃度的調整，並輔以遮罩（masking）、追蹤（tracking）等，將色彩與光線圖層分離或是穿透連動方式等的視窗（power window）方式，為影像畫面進行更精準區域的色調創作表現。

者將創作意念和調光師進行充分溝通的憑藉，並依此落實在具體的藝術實踐上。本研究的實證步驟所建立起的視覺化訊息溝通，可成為數位電影製作階段色彩創意的管理模式。

柒、建議

電影色彩的精緻分工，大抵可說導演負責基調色與語言色；攝影師負責光色、畫色與片色；美術師負責形色、光色和語境色。（周登富，1996）

這段話闡釋了與電影創作有關的色彩分工，導演、攝影師和美術設計在各司其職的同時，存在大幅度的重疊。無論是哪一位的意念表達，都須藉由鏡頭和攝影機的記錄和重現。電影製作藉助了數位化在價格、影像記錄媒體和再現的便利、快速與親近性，似乎逐漸消弭了攝影既有的技術門檻，卻也不斷提醒著需要統整觀念與做法的必要性。本研究針對光影色調管理模式提出下列建議：

一、準確曝光的再認識：落實灰卡與色卡拍攝

相對於膠片色彩的記錄需準確的曝光要求，數位拍攝的採光思維卻有著僅依賴白平衡的正確與否之傾向。準確曝光是由投射到膠片上的光線強度以及攝影機快門的開啟時間長短來決定；但無論用的是膠片或是數位影像，正確曝光才足以建構起影片作者意念亟欲表達的影像平台，並據此再行光影色調的創作。不適當的曝光不僅對場景整體與細節上的明暗產生強烈的影響，也因電影具有動態特性之故，曝光失準亦會導致鏡頭間的連續性和場景物體色調發生明顯的違和感，實應謹慎為之。

在不同場次與場景攝影時拍攝灰卡，除了可提供曝光資訊外，更重要的是提供了場景中的平均反射率。反射率不會因個人好惡而改變，且是後期工作重要的參考依據。灰卡的客觀性降低人為因素的影響，從而確保色彩還原的準確性。而色卡提供了影像針對色階分布豐富均勻與否進行調校，促使自然色彩得以再現。灰卡與色卡協助影像校正與回復至攝影的準確曝光。

因數位成像與由化學反應成像的膠片不同，它容易造成傾向以經驗法則進行光影強弱的選擇和曝光控制。數位手段的飛速進展，讓影像創作工具的取得操作越顯容易，所以製作上傾向省略、甚至排斥在現場拍攝灰卡與色卡。這種單憑主觀意識建構起的視覺印象之偏頗認知，往往容易造成製作流程欠缺影片作者意念的貫徹，無法建立起主創人員間的溝通平台而造成創作上或作品的缺憾。

二、古典與現代的融合：負片的拍攝思維

電影採用負片（negative）拍攝的原因，在於當光線經過負片時可改變色光濃度來獲得更大比例的調整空間，以進行中間片（intermediate）或是正片的印製，並藉此把影像的光影與色調修正與

調整，膠片的製作模式源自於要確保膠片的沖洗成效（processing），因此拍攝前和沖印廠進行拍攝和沖洗後的檢測，與貫徹沖洗規劃等密切相關。這可謂是膠片在藝術實踐上「古典」的作法。

數位電影製作上將原生檔進行工作毛片轉製，或是匯入定剪工作檔以完成原始檔案的套片後，所進行的光影色調之二次創作，可謂是沿襲著上述的概念。在運用「當代」的數位手段時，也應採用膠片的「古典」思維，將其融合在藝術實踐上。藉助於數位手段的便利性，在二次創作的一級調光和二級調光時，可沿用製作工作毛片時的光號，使得影片作者的創作意念可以貫徹，或是與不同階段的工作夥伴進行二次創作上的溝通。

運用科技輔助的藝術表現，對影片作者而言，最大的收穫並非科技本身，而是在運用科技時的體現。例如，因為新創工具送洗衣物的便利性大大提升，但送洗衣物的完成品質才是使用者最在意的事。相同地，數位的飛速進展讓影像創作越顯容易的同時，卻有導致單依賴肉眼辨識和主觀印象，並誤以為影像調校的空間和寬容度單憑後期調光軟體就已足夠。這種失衡的思維，造成色調管理模式上的溝通障礙。和電影敘事相呼應的色調表現，為的是表達情感和傳達情懷，是藝術創作的根本。因此，憑藉視覺性的訊息，讓意念在色調的創作上得以貫徹的管理模式，在藝術實踐上實不應忽視。

參考文獻

一、中文

Sol vfx 索爾視覺效果有限公司 (2015)。公司簡報檔。

Eastman Kodak (2007) (中譯本)。電影製作指南。(*The Essential Reference Guide for Filmmakers*) (116-122 頁)。Browine City: Eastman Kodak Company。取自 <http://www.kodak.com>。

吳芳宜 (2007)。不同類型電影的用色特徵 (碩士論文)。取自臺灣博碩士論文系統。(系統編號 095NCTU5509009)。

杜娟 (2010)。淺談電影中色彩的象徵意義與情感表達。大眾文藝, 6, 124。

周登富 (1994)。論電影色彩的表現功能。北京電影學院學報, 2, 131-148。

周登富 (1996)。電影美術概論。北京：中國電影出版社 1996 年版。

林韜 (2008)。電影色彩觀念的歷史脈絡。北京電影學院學報, 4, 13-22。

游娟 (2015)。電影色彩與影片敘事關係。電影文學, 18, 64-66。

王心語 (2001)。影視導演基礎。北京：北京廣播學院。

霍廷尚 (2012)。參電影色彩之道。北京電影學院學報, 2, 67-73。

二、外文

RED.COM (n.d). *Color Management with Cinema California*: Retrieved from:
<http://www.red.com/learn/red-101/cinema-color-management>

三、影音資料

丁祈方 (製作人), 周語莊 (導演) (2014)。構不到的訊號 [短片電視電影] 臺北市: 財團法人公共電視文化事業基金會。

徐小明、陳自強 (監製), 關錦鵬 (導演) (1999)。阮玲玉 [電影]。香港, 中國: 威禾電影製作有限公司。

劉大武 (監製), 許肇任 (導演) (2012)。甜・祕密 [電影]。臺北市: 紅花鐵馬映像。

Heslov, G., Clooney, G. (Producers), & Affleck, B. (Director). (2012). 亞果出任務(Argo) [Motion picture]. California, USA: Smoke House Pictures.

Kopelson, A. Carlyle, P. (Producers), & Fincher. D. (Director). (1995). 火線追緝令(Seven) [Motion picture]. New York, NY: New Line.

Preminger, O. L. (Producers & Director). (1958). 玉樓春劫(Bonjour Tristesse) [Motion picture]. Culver City, CA: Columbia Pictures.

Wallis, H. B. (Producers), & Curtiz, M. (Director). (1942). 北非諜影 (Casablanca) [Motion picture]. Burbank, CA: Warner Bros. Entertainment.

The Study of Creative Management Model of Films' color & tones in Digital Film Production – From Shooting to Primary Grading

Chi-Fang Ting*

Abstract

Exposed film needs to first be processed and then printed before it can be recognized. While digital film production could be monitoring on-set conveniently, it relies on the naked eye for exposure and color control, leading to misalignment and error in the management of color creation. Therefore it is of critical importance to find a model of visual information communication and management for the creation of light and shadow tones achieve the filmmaker's purpose. This study proceeds as follows: Select the embankment scene from the short film *My Antenna is Broken*; take the shots design for the referenced images and the gray and checker chart used to shoot the scene; use the two items referenced above as the benchmark for exposure and color baseline adjustments; use this benchmark for dailies transcoding, applying dailies lutsin primary grading when doing confirming, etc, and then using this color adjustment management model for empirical research. The study found using the gray card as the benchmark tuning avoids the error of the hue of the naked eye and restores the details of the scenery. After color checker chart for benchmark tuning is completed, the reproduction of the image color scale is more evenly distributed. Dailies were built to the initial style that filmmaker imaged and this look can be applied to primary grading when confirming. All of above can help the filmmaker master artistic practices. This led us to further stress taking pains to be sure to shoot with the gray card & color checker chart, and to use the negative concept in film conception as the creative management model for the film's color & tones in digital production.

Keywords: primary grading, digital dailies, film's color & tones, gray card & color checker card, My Antenna is Broken, management model of film color

*Associate Professor, Department of Motion Pictures, National Taiwan University of Arts

泰國東北那伽民間文學與無形文化資產

張雅梁*

收件日期 2017 年 6 月 30 日

摘要

那伽是泰國重要的文化意象，其中泰東北為那伽文化重鎮，擁有以那伽為主題的多項無形文化資產，包括民間文學與節慶活動等。綜觀泰東北不管是舊傳統或新文創等無形文化資產，其創作理念都與那伽民間文學有關，故那伽民間文學是理解當地無形文化資產的重要視角。那伽民間文學可分為佛教和本土故事兩類，兩類形象不同，但都對當地產生影響，形成在地智慧。本文採質性研究，探討那伽民間文學和無形文化資產間的關係，研究發現：第一，兩者關聯密切，主要連結在於那伽形象背後的文化意義，其由民間文學建構而成，並形成在地智慧，影響無形文化資產的再現。第二，隨著泰國政府實施無形文化資產政策，那伽不僅成為泰東北的文化特色，也帶動當地文化產業，如雕塑、壁畫、節慶、Bai Sri與布織品等，都有以那伽為主題的文化產品，這是那伽民間文學轉化為無形文化資產的連帶效應。

關鍵字：民間文學、在地智慧、那伽、泰國東北、無形文化資產

*國立暨南國際大學東南亞學系獨立博士後研究員

壹、緒論

那伽 (Naga) 屬於巨蛇崇拜 (serpent worship)，其信仰廣布於南亞與東南亞地區，特別是東南亞的緬北、中華人民共和國（以下簡稱中國）雲南、泰北、泰東北（又稱伊森 Isan 地區）和寮國等地，都將那伽視為在地保護神，護佛護民。其中泰東北為那伽文化重鎮，擁有多項那伽類的無形文化資產，伊森人深信那伽住在湄公河底，儼然以那伽文化源頭自居 (Ngaosrivathana & Ngaosrivathana, 2009)。綜觀泰東北不管是舊傳統或文化創意產品（以下簡稱文創產品），已有多項以那伽為主題的無形文化資產，其創作理念都與那伽民間文學有關，所以那伽民間文學是理解當地無形文化資產的重要視角。循此，本文的問題意識是想了解泰東北那伽民間文學和無形文化資產之間的關係；這樣的研究視角在民間文學研究中較為少見，因為一般民間文學的研究對象多以文本、脈絡和表演論為主 (林培雅, 2006)，少提及民間文學與無形文化資產間的再現關係，故本文以此為題。

本文將神話、傳說和民間故事統稱為「民間文學」，¹所選那伽民間文學包含泰國《南傳大藏經》，以及泰東北的口傳、民間故事和神話，但不包含印、東等外來神話。研究者揀選 10 則那伽民間文學和三類那伽類無形文化資產（共計五項）進行比較，目的是要探討那伽民間文學和無形文化資產之間的關聯性。用詞部分，“Intangible Cultural Heritage” (มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้)，臺灣慣稱「無形文化資產」或「無形文化遺產」，其他華人地區則稱「非物質文化遺產」，本文依臺灣法定用語，統稱為「無形文化資產」。另，“local wisdom” (ภูมิปัญญาท้องถิ่น) 華人地區或稱「本土智慧」或「傳統文化」，本文採泰文字義，稱為「在地智慧」。

¹ 關於民間文學定義有各派說法，是否書寫成書面文字也各有見解，相關資料參見金榮華 (1997, 自序)、胡萬川 (2010, 頁 201-203)、Brunvand (1986); Dundes (1999, pp. 5-8)。

貳、文獻探討

依題以「無形文化資產」、「在地智慧」以及「那伽與泰國文學」等子項進行探討，至於那伽由來探源，請參見張雅梁（2017）的研究，於此不贅。

一、泰國無形文化資產

泰國文化部轄下的文化推廣司（The Department of Cultural Promotion）為無形文化資產行政事務的主管單位，其使命是保護和促進社會上的傳統智慧和藝術文化，並促進多元文化的學習和交流（The Department of Cultural Promotion 2013a）。2003 年聯合國教科文組織通過《無形文化資產保護公約》，文化推廣司也於 2005 年開始針對無形文化資產進行蒐集與建檔的工作，2009 年接受泰國各地區無形文化資產的登記，並於 2013 年研擬《無形文化資產法》（草案），2015 年公布《無形文化資產法》（修正草案）（以下簡稱文資法修正草案）。2015 年修正版草案的內容共計 6 章 43 條，將無形文化資產分為 7 類，分別是：「民間文學」、「語言」、「表演藝術」、「傳統手工藝」、「社會實踐、儀式與節慶活動」、「民俗遊戲與武術運動」和「自然界和宇宙的知識與實踐」（The Department of Cultural Promotion, 2015a）。

泰國文資法修正草案中，有關保護和促進無形文化資產的相關組織與做法，從中央到地方政府均有明文規定。由下述草案各章章名可得知草案概括內容，各章章名為：

第一章總則，第二章保護和促進無形文化資產中央委員會，第三章保護和促進無形文化資產府級委員會，第四章無形文化資產登記，第五章保護和促進無形文化資產，第六章更正與撤銷無形文化資產之登記，以及過渡條款。（The Department of Cultural Promotion 2015a）

「保護和促進無形文化資產委員會」分為中央及府級兩類，由中央委員會主導。有關中央委員會的成員組成、資格與獎勵作法，明定於第 8~18 條（The Department of Cultural Promotion, 2015a）。文資法修正草案規定中央委員會的六名社區代表，需選自泰國北部、東北部、中部、南部、東部和西部各一人（第 8 條第 1 項第 3 款）；同時所任命的委員資格必須來自於文化、地方文化、表演藝術、宗教、傳播、泰國傳統醫療、法律或體育休閒等領域的專家，具備該領域的知識與專業（第 8 條第 1 項第 4 款），明顯可知該草案的立法精神是以鼓勵發展「地區」和「多元」文化為主。此草案將來通過後，即為泰國文化大法，以促進和保護多元文化為主，此立法精神完全顛覆以往大泰主義下「同文、同種和同文化」的做法，往昔所禁止的各族群祖傳文化，在此翻轉重生，轉而鼓勵發揚多元與在地文化，此乃泰國文資法最重要的精神。2009 年迄今，泰國官方已

公布七批無形文化資產名錄，2009~2014 年公布 286 項，2015 年新增 32 項，總數達 318 項（The Department of Cultural Promotion, 2014, 2015b）。

二、在地智慧

約從千禧年後，泰國學界開始討論「在地智慧」議題，所謂在地智慧就是在地知識，著重本土性。在泰國文資法修正草案中，特別強調保護和促進在地智慧，支持文化多樣性、注重在地化。泰國的在地智慧至今沒有明確的學術定義，研究者比較多篇文獻後綜合定義如下：

泰國在地智慧是一種概念、生活態度和社會價值，具文化繼承性；舉凡想法、信仰、知識和生活方式等，都屬於在地智慧。（Deetes, 2003, pp. 36-47; Prajansant, 2006, p.127; Thai Youth Encyclopedia Project, 2012, p.1）

簡單說，在地智慧是一種先民生活經驗的傳承。「泰國社會與民族的內蘊，有其堅實的在地智慧作為基石」（Thai Youth Encyclopedia Project, 2012, p.1）。這兩句話清楚點出泰國人對其在地智慧的簇擁之情，他們以擁有、實踐在地智慧為傲。Tuenjai Deetes 為倡導在地智慧的先驅，他曾以佛教儀式、地方節慶、城鄉發展和環境保護為例，闡述當時泰國社會中所流失的在地智慧，並語重心長地強調在地智慧對泰國社會的重要性。Deetes 之所以體認到在地文化的重要性，其實是來自於他對資本主義、消費主義和全球化洪流的反動，他認為要為在地文化找出路，最好的方法就是努力照顧祖先所遺留下來的知識（Deetes, 2003）。Deetes 之後，在地智慧陸續受到討論，現任泰國文化部長 Veera Rojpojanarat 甚至言明：「（泰國）無形文化資產來自在地智慧，是經由各社區人民的文化、信仰、生活方式和規則所不斷累積而成的」（The Department of Cultural Promotion, 2015b）。故泰國文資法修正草案的精神就是要保護與促進在地智慧。

那伽是泰東北的在地智慧，不少當地政府以那伽作為地方特色，並提報為無形文化資產項目，至今伊森地區擁有多項那伽類的無形文化資產，例如「社會實踐、儀式與節慶活動」類的「火箭節」（ประเพณีบุญบั้งไฟ, Rocket Festival）於 2013 年列入國定的無形文化資產（The Department of Cultural Promotion, 2013b），以及「民間文學」類的〈帕登和楠艾〉（ตำนานผาแดงนางไอ่, Phadaeng Nang-Aii）也於 2011 年列入（The Department of Cultural Promotion, 2011）。此外，農開府的祥龍吐火（บั้งไฟพญานาค, Naga Fireballs）和那空帕農府的燈船節（ประเพณีไหลเรือไฟ, The Fire Boat Festival），目前雖沒有列入國家無形文化資產項目，但都是名聞遐邇的那伽節慶。由此可知，那伽是伊森的在地智慧，當地許多無形文化資產都與那伽有關。

三、那伽民間文學與那伽形象

泰東北那伽民間文學包含口傳、民間故事和神話，口傳故事特別集中於湄公河區域，因為伊森人相信那伽住在湄公河下，所以湄公河區域的那伽口傳故事特別豐富，此部分請參見 Pathom Hongsuwan 的說明；²至於民間故事和神話的部分，喜馬潘森林（Himmapan）和《南傳大藏經》是主要文學作品，上述這些故事所形塑出的泰國那伽形象各有不同，也都影響深遠。研究者曾就泰國民間文學中的那伽形象進行分析，發現那伽有佛教和本土形象，背後彰顯出佛教與巨蛇崇拜兩套文化系統，但多數人熟悉那伽在佛教系統中的護佛形象，卻對其本土形象所知有限（Chang, 2017）。泰國那伽的主流形象源出佛教，特別是喜馬潘森林和《南傳大藏經》裡的描述，在南傳佛教三界中，喜馬潘森林位於須彌山下，內有多種神獸，那伽為其中一種，據泰國人觀念，喜馬潘森林中的那伽形象為蛇形，頭上有頭冠，天敵是金翅鳥（Phlainoi, 2009）；而《南傳大藏經》裡的那伽形象，原則上和喜馬潘森林所描述的形象差不多，因為兩者都屬於佛教系統，所以形象上沒有很大的差異。但那伽除了佛教形象外，也有本土形象，這與當地久遠以來的巨蛇崇拜有關，由於那伽為泰東北的傳統信仰，也是地方守護神，所以即便後來的佛教成為主流信仰，但傳統的巨蛇崇拜在伊森至今仍占有一席之地。於是，泰東北的那伽，就在佛教與巨蛇崇拜這兩套文化系統的底蘊下，透過各自的那伽民間文學，慢慢發展出佛教與本土兩種形象，詳細的描述後續會再說明。

² Hongsuwan 在最近一篇發表裡，從湄公河的角度談佛教民間故事，他將故事類型分成湄公河起源、聖地聖物、聖獸聖樹和傳統儀式四類，其中便包含多則那伽民間故事（Hongsuwan, 2011）。

參、研究說明

一、研究方法與選樣

本文立基於研究者先前的研究成果 (Chang, 2017)，將那伽民間文學分為佛教和本土故事兩類，兩類形象不同，並將其與那伽類無形文化資產進行比對，試圖找出那伽民間文學和無形文化資產之間的關聯性。採質性研究法，輔以田野訪談，受訪者與數量請參閱附錄。樣本上揀選泰國 10 則膾炙人口的那伽民間文學，以及三類那伽類無形文化資產 (共計五項)，進行對照分析。

二、研究地區與族群

本文為屬地研究，適用於伊森地區；伊森地區主體民族為佬族 (Laotian)，³按 2017 年泰國最新人口統計，伊森計有 2,194 萬 5,392 人，約占泰國人口的三分之一 (Department of Provincial Administration, 2017)。雖然東南亞各地與中國雲南也有那伽文化，但名稱、神話等並不一致，為使研究聚焦，本文不涉及跨域／國的比較研究，如泰、寮那伽比較等。

肆、泰東北那伽民間文學

本文列舉泰國 10 則膾炙人口的那伽民間文學，包含《南傳大藏經》和泰東北的口傳、民間故事和神話。這些故事中，數則已發展成結構完整的文學形式，有故事名稱、人物和起承轉合的情節；但亦有數則口傳故事的形式並不完整，惟因廣為人知，故具代表性，因此本文也一併將口傳故事列入討論。

一、那伽民間文學

(一) 不求不應該求的 (ว่าด้วยขอสิ่งที่ไม่ควรขอ)

出處：Mahamakut Buddhist University (2003a, Vols. 58, pp .22-29)

故事大意：

³ 佬族在泰國隸屬泰—卡岱語系 (Tai-Kadai language group)，但在中國民族列表中，則歸為壯泰族群。泰國官網中將 |ᨾ| 譯為 Laotian，但一般人都以 Lao 或 Lao-Isan 稱呼伊森地區的佬族 (The Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre, 2017)。

古時有兩兄弟歸隱修行，各住一處，弟弟修行之處鄰近水潭，那伽就住在潭內。那伽非常喜愛修行人，某日，那伽變化成人形親近弟弟，與之交談，甚為親密，此後就經常來找弟弟。有一次臨去前，那伽為了表達對弟弟的愛慕，就現出原形，以蛇身盤繞弟弟，並將頭部鎌首大展，現出保護修行者的姿態，之後才慢慢地從弟弟身上離開，回到水中，弟弟為此深感驚恐，顏面憔悴。不久後，弟弟前往拜會哥哥，哥哥見弟弟面容憔悴，問起原由，弟弟便如實稟報遇見那伽之事。哥哥聽後就問弟弟：「那伽的身上可有何裝飾？」弟弟回答：「那伽的脖子上繫著摩尼珠。」於是哥哥請弟弟下次遇見那伽時，開口向那伽索求摩尼珠。弟弟聽從哥哥之言，當他再見到那伽時，便向那伽求取摩尼珠，這樣連求了三次，每次那伽聽聞後都不予回應，且立即轉身離去。當弟弟最後一次跟那伽索討摩尼珠時，那伽告訴弟弟：「我所有的飲食全產自摩尼珠，因此無法割愛予你，所以以後我也不會來找你了。」從那之後，那伽就再也沒有出現了。那伽雖已離開，但弟弟依舊面黃憔悴，哥哥見狀詢問原因，弟弟回答：「因為我無法再見到美麗的那伽了！」哥哥告訴弟弟：「其實你和那伽是無法分離的」。

(二) 龍本生譚 (อรรถกถาอุรคชาตกที่๔)

出處：Mahamakut Buddhist University (2003b, Vols. 57, pp. 22-27)

故事大意：

那伽被金翅鳥追捕，沿著河邊一路遁逃，剛好碰到一位修行人正在河邊解衣沐浴。那伽見狀，立即化為摩尼珠，躲入修行人的皮衣中，希望修行人救他一命。金翅鳥追趕而至，看見那伽躲入皮衣中，意欲抓取，但因為皮衣發出修行威光，所以金翅鳥無法近前捕抓那伽，於是金翅鳥呼喚修行人，想取拿皮衣，捕抓那伽。修行人得知事件始末後，就勸退金翅鳥，也拯救了那伽一命。

(三) 菩利塔本生經 (ภริทัตชาตก)

出處：Mahamakut Buddhist University (2003c, Vols. 64, pp. 1-27)

故事大意：

佛陀前世曾轉生為那伽，因智慧卓越，被帝釋天王賜名「善利塔」。有一次善利塔到忉利天拜訪帝釋天王時，看見帝釋天王堆積如山的財寶，瞭解到這些財富全都是依靠功德而來的，因此，他發願勤修持戒波羅蜜，以求脫離那伽身形，不再用肚子爬行，希望轉生到忉利天界。善利塔自發願後，便勤修持戒波羅蜜，寧死也不造惡。善利塔修行期間，眾多年輕貌美的雌那伽紛紛前來關照他，為他獻舞照料；但為守戒行，善利塔拒絕了這些關照，並刻意躲到鹽牟河岸獨自修行。有一天，正當他專心修行時，一位名叫阿郎拍的捕蛇人出現，並施用捕蛇咒語，傷害與捕捉善利塔。阿郎拍將善利塔裝在蛇籠內，帶著善利塔四處表演賺錢，並逼迫善利塔展現神力，像雜耍般的變化身形，命其忽大忽小，忽胖忽瘦，以此魔法博取各地觀眾的喝采與捐獻。雖然善利塔威力無窮，事實上，他只需看阿郎拍一眼，阿郎拍馬上就會化為灰燼，但善利塔為了持戒，寧願自己受苦，也不願傷人。後來善利塔的大哥將他救出，善利塔非但沒有報復阿郎拍，還原諒他的種種惡行。善利塔因持戒有成，最終功德圓滿，脫去那伽身形，順利轉生到更高的境界。

(四) 世上極樂 (ว่าด้วยความสุขที่ยอดเยี่ยมในโลก)

出處：Mahamakut Buddhist University (2003d, Vols. 44, pp. 161-162)

故事大意：

佛陀在目支鄰陀樹下，一度結跏趺坐時，天起大雲，連續降雨七日。這時，目支鄰陀那伽王，從住所爬出，用己身環繞佛陀，局蜷七匝，並將頭部鎌首大展，心中默禱著：「最重要的是不能讓世尊受到侵擾，不能讓悶熱襲擾世尊，蛇蚊、風、陽光和爬蟲等也都不可以打擾世尊修行。」目支鄰陀那伽王歷經七日守護，直到雨過天晴時，才慢慢從世尊身上解除局蜷，並幻化成人形，合掌立於世尊前，皈依世尊。

(五) 帕登和楠艾 (ผาดั่ง-นางไฉ่)

出處：Samphan (2010, pp. 97-100)

故事大意：

古代有位高棉王，他的女兒楠艾公主長得非常漂亮，慕名求婚的人非常多，於是國王就決定舉辦火箭比賽，為公主尋找佳婿，只要誰的火箭能射得最高最遠，就將公主許配給

對方。消息公布後，帕登前來參賽，但他的火箭發射得不夠遠，因此無法如願迎娶公主。同時，有另外一位那伽王子幻化成人形，也跟著人群進城觀賽，但當祂看見楠艾公主時，就立刻對公主一見傾心，深深愛慕。事後那伽王子返回湖中，依舊對楠艾公主念念不忘，於是祂決定跟那伽國王道別，進城找公主。那伽王子離開湖底後，就變成一隻白松鼠，脖子上還掛了漂亮的寶戒，跑到皇宮的樹枝上跳來跳去，一心想再見公主一面。當公主見到松鼠後，也看見了寶戒，心生歡喜，於是命令獵人捕捉松鼠，並取下寶戒。之後松鼠遭獵人射殺，倒地的那一瞬間，松鼠的身體突然變得非常巨大，松鼠臨死前告訴獵人，要請全城的人享用祂的肉。後來，公主如願得到寶戒，同時全城的百姓也共同分食了美味的松鼠肉，只有一群住在高原的寡婦除外。那伽王子的隨從得知噩耗後，立即回稟那伽國王，那伽國王怒不可遏，決定要為那伽王子復仇。而另一方面，帕登因思念楠艾公主，也在同一時間返回城裡，想再看公主一面，當公主見到帕登後，也邀請帕登享用松鼠肉，並告訴帕登有關射殺松鼠的事。帕登一聽便知道松鼠是那伽王子所變成的，立即阻止公主食用松鼠肉，因傳聞人們若吃了那伽的肉，會老化致死且招致不幸，所以帕登即刻帶公主逃出城。此時，那伽國王正率領那伽大軍血殺全城，除了那群沒吃松鼠肉的高原寡婦逃過一死外，只要吃過松鼠肉的，全都難逃死劫。帕登帶公主一路奔逃，但那伽國王卻緊追在後，最後那伽國王成功擄回公主，帕登不敵，只好逃走。逃走後的帕登時刻掛念公主安危，為救公主，希望自殺後可以成為鬼王，能帶領眾鬼營救公主。帕登死後果然如願變成鬼王，並率領眾鬼大戰那伽軍隊，雙方交戰激烈，風雲變色，後經天神協調才停止戰役。楠艾公主雖被天神救回，但至於公主真正的丈夫到底是那伽王子還是帕登？至今，公主仍在等待天神的答案。

(六) 哭泣的庫拉平原 (ทุ่งลาร่องไห้)

出處：Samphan (2010, pp. 101-106)

故事大意：

「哭泣的庫拉平原」是古時泰東北的某處區域，據說這裡曾經是一大片湖泊，那伽王住在湖中，名為布里那伽 (นาคบุรี)，具有神力；如果當地村民有麻煩，只要召喚布里那伽，祂總會出現幫忙。湖泊西面有座占巴勒城，當地的國王是布里那伽的好朋友，他們曾互相約定，當占巴勒有難或發生事故時，占巴勒國王可以擊鼓請布里那伽前來相助，當布里那伽聽到鼓聲後，就會上岸相助。占巴勒城的公主十分漂亮，某日遊湖時遭人施

咒挾持，眾人於湖面遍尋不著，於是國王擊鼓請布里那伽幫忙。布里那伽聽聞鼓聲後，立刻整軍上岸，但卻只見國王身影，不見敵人蹤跡，於是布里那伽詢問國王，為何召喚祂前來？國王說，美麗的公主和姪女被人施咒，失蹤於湖水深處，請求布里那伽幫忙。布里那伽聞言後，隨即發揮神力吸乾湖水，於是隱藏於湖中的叢林慢慢浮現，包括挾持者的船也在叢林中找到，因此公主就被順利救回。

(七) 那農佛塔 (พระธาตุหล้าหนอง)

出處：Hongsuwan (2011, p. 38)

故事大意：

那農佛塔位於泰東北農開府，據說此佛塔原本位於湄公河岸，後因河川改道，導致佛塔被淹沒，只剩下佛塔的頂端露出水面。當地居民相信，佛塔雖沉至水底，但佛塔內所供奉的佛陀舍利，將繼續由河底的那伽守護著。

(八) 祥龍吐火 (บั้งไฟพญานาค)

出處：Hongsuwan (2011, pp. 42-43)

故事大意：

傳說佛陀曾至湄公河岸向萬物布道，萬物生靈都欣喜追隨。之後，有兩名那伽請求佛陀，希望能讓祂們進入僧團求道，佛陀因慮及那伽的身形和人不一樣，便婉拒了請求。那伽聽聞後立即幻化成人形，且再度向佛陀請求，於是佛陀答應讓祂們進僧團求道。其他的那伽聽到消息後都非常歡喜，因此每年在出夏節時，眾那伽都會聚集於湄公河並射出火球，以表示對佛陀的尊敬與感謝。

(九) 口傳故事一

出處：Ngaosrivathana & Ngaosrivathana (2009, p. 3)

故事大意：

傳說那伽曾變幻人形進入僧團求道，但在睡覺時，因現出原形而被發現，不得不離開僧團。於是那伽就懇請佛陀答應，希望日後的僧團學習者，在正式出家前，能統一以「那伽」之名稱呼這群人，用來紀念那伽對佛陀教義的忠誠。

(十) 口傳故事二

出處：Tambiah (1970, p. 170)

故事大意：

烏波庫 (Upaguta) 為佛教聖僧，特別能護佑儀式順利進行，以免遭受邪惡的魔羅 (Mara) 破壞。伊森人相信烏波庫是那伽的化身，諳水性，同時也是大自然的一部分。

二、民間文學中的兩種那伽形象

研究者曾分析泰國民間文學中的那伽形象，結果顯示那伽有「佛教」和「本土」兩種形象 (Chang, 2017)，若依此結果檢視上述 10 則泰東北那伽民間文學，依舊適用。那伽的兩種形象如下：

(一) 佛教故事形象

佛教故事形象立基於佛教，特別是「摩尼珠」和「守護」這兩項故事元素，是那伽在南傳佛教中很重要的象徵意義，所以在佛教故事中的那伽經常與摩尼珠和守護有關。就前述 10 則故事中，7 則與佛教故事有關，這類故事顯示那伽的護佛精神，其所內蘊的形象大致如下：

那伽為美麗神獸，掌管水域，頸掛摩尼珠，天敵為金翅鳥，但喜愛修行，故能避難；皈依世尊，常以頭部鎌首大展之姿保護佛陀與修行人。

（二）本土故事形象

本土故事形象立基於巨蛇崇拜，它和佛教故事形象截然不同，強調的是那伽的七情六慾，若人類不崇敬那伽，那伽會報復、降災。這類故事顯示那伽的神威善戰、驅鬼能力，並可守護國王與人民，其所內蘊的形象大致如下：

那伽掌管水域與財寶，可受國王的召喚，幫助人類。同時，祂具七情六慾，足以對抗人類懼怕的惡鬼。傳說那伽會幻化成銀白色的稀少動物，人們若宰殺分食，恐致那伽詛咒，遭遇不幸。

綜上，伊森那伽民間文學反映出兩類那伽形象，各有寓意；無論是佛教還是本土形象，都是透過民間文學建構出文化意義，並存於伊森人日常生活中。

三、脈絡關係：那伽故事形象、文化意義與無形文化資產的關聯性

民間文學反映出社會脈絡，有關民間文學和社會脈絡間的關係，泰國學者 Nathalang (2013) 認為彼此關係緊密，肯定兩者所存在的對應關係。以本文為例，泰國東北民間文學所反映出來的那伽形象是一種社會集體意識，是伊森人所共享的文化意義，用通俗的話來講，就是伊森人熟悉的在地智慧，所以我們可以從那伽民間文學，看到那伽形象背後所反映出來的佛教文化和巨蛇崇拜，也能夠理解為什麼伊森人喜歡使用那伽圖像運用於日生活中（如路燈、徽章標誌等），因為這與那伽形象所內蘊的文化意義有關。對當地人而言，使用那伽圖像，就是使用那伽形象背後的文化意義，而這些都是民間文學所相應而來的社會脈絡。這些社會脈絡隱隱連結出一組重要關係，那就是：「民間文學中的那伽形象、文化意義和無形文化資產之間，三者究竟呈現何種關聯？」前文闡述那伽民間文學的形象與文化意義，已論證出這組重要關係的前半部，接續要加入那伽類無形文化資產的討論，找出無形文化資產和文化意義之間的關係，用以完整這組重要關係的論證，並串連起那伽民間文學和無形文化資產之間的關聯性。

伍、泰東北那伽類無形文化資產

承上，那伽民間文學反映出佛教與巨蛇崇拜兩大文化系統，並有佛教和本土兩種形象。在佛教故事中，那伽的形象就是守護，所以許多那伽類的無形文化資產都體現於佛寺中，例如，雕塑、壁畫、節慶和 Bai Sri 等；而在本土故事中，那伽可保護人類和驅逐惡靈，所以在生活用品上，也可看見那伽圖像。伊森人認為那伽是護佛神獸，也是當地保護神，這些文化意義都是由那伽民間文學長期建構而成，也相對體現於無形文化資產之中，尤其是「傳統手工藝」、「民間文學」和「社會實踐、儀式與節慶活動」這三類無形文化資產（共計五項），經常可見那伽形象，說明如下：

一、雕塑

那伽在佛教故事的形象就是「守護」，因此佛寺中，只要與三寶有關的事物，常見那伽守護其旁，如佛寺、佛塔、佛像、佛寺建築中的山牆雕花、鴟尾、撐拱等等，特別是門、窗、階梯等入口處，常有那伽裝飾。這類裝飾不但美觀，且能強化佛寺環境的神聖性（Bovornkitti, 2005）。以伊森佛寺雕塑，使用那伽的情形更普遍，Sanboon（2010）調查伊森和寮國湄公河流域的佛寺作品，發現那伽經常被使用於佛寺建築裝飾上，因那伽是當地傳統信仰，所以伊森藝師特愛用那伽造形作為設計元素。以雕塑為例，龍王護佛像、那伽階梯和那伽雕塑是經常可見的那伽造形，這與那伽的守護精神有關。

（一）龍王護佛像

龍王護佛像（ปางนาคปรก, PangNakProk）是伊森特色，最為人津津樂道的故事就是目支鄰陀那伽護佛典故。泰國佛經故事中所描述的佛陀姿態多達 73 種（Dhammathai, 2017），⁴龍王護佛像為其一，那伽能在眾多神獸中被揀擇守護佛旁，與巨蛇崇拜有關，特別那伽是伊森的傳統信仰，所以龍王護佛像受到伊森人青睞，有其道理。龍王護佛像從墮羅鉢底時期（Dvaravati，西元 6-11 世紀）就受歡迎，吳哥寺中的佛陀造像就是坐在那伽下（嚴智宏，2005；Jermsawatdi, 1979），這類古代造像至今仍具影響；伊森曾被吳哥帝國統治，但位居泰國，所以伊森的龍王護佛像有高棉（圖 1）和泰式設計（圖 2）兩類型制，⁵兩者的造像工法截然不同。龍王護佛像歷經時代洪流，有不同的時代造像，現今已成為了一種文創產品，充滿各式想像，如圖 3。

⁴ 另一說 66 種，參見 Saisingha（2012）

⁵ 高棉型制是指古代高棉政權領土內的藝術風格，在泰國特指泰國境內發現的高棉作品，多數出現於伊森境內。泰式設計具有彎曲線條、繁複與對稱等特色。是一種柔美線條的設計，展現於泰國各種工藝設計上。



圖 1 龍王護佛像高棉型制。作者、年代不詳，石製，研究者攝，Wat Pho Si，那空帕農府（Nakhon Phanom）。



圖 2 龍王護佛像泰式設計。作者、年代不詳，混合媒材，研究者攝，Wat Thai，農開府（Nong Khai）。

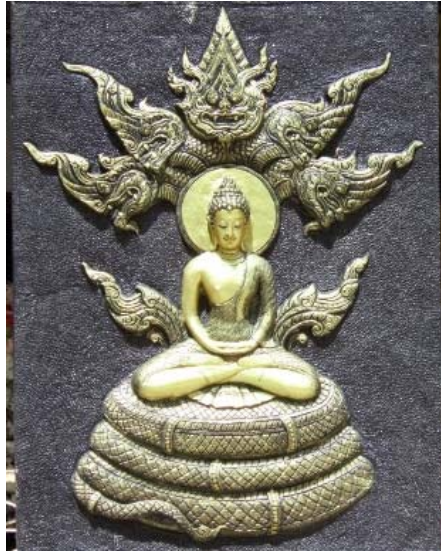


圖 3 龍王護佛像。作者、年代不詳，混合媒材，研究者攝，Wat Pa Sala Wan, 訶叻府 (Khorat)。

(二) 人形那伽階梯

佛寺階梯為聖界入口，傳說那伽是佛陀上忉利天為母講經的天梯，同時人們相信死後可經由那伽階梯前往天堂，因此伊森佛寺常在入口處製作那伽階梯 (Pritasuwat, 2014)，象徵通往天界的通道。那伽階梯普遍存在於伊森佛寺，因伊森佬族喜歡以動物造形作為佛寺入口的守護神，尤其那伽又是當地的巨蛇崇拜，深受伊森藝師喜愛 (Polson, 2012, pp. 101-102; Sanboon, 2010, pp. 48-49)。伊森那伽階梯中，極具特色的是人形那伽階梯 (圖 4)，這種將那伽前半身以人形出現的造形，在泰國其他地區少見，但常出現於伊森佛寺，此和當地民間文學有關，如〈帕登和楠艾〉中就描述那伽王子具有神力，可幻化成人形，因此伊森人據此傳說，製造出人形那伽階梯，反映出伊森人對那伽的想像。製作那伽階梯已成為一種行業，研究者曾訪談有十幾年工藝經驗的 Chi，Chi 說：「一對兩層樓高的那伽階梯 (圖 4)，造價要 5 萬泰銖」(Chi, 2017/02/03，田野訪談)。人形那伽階梯的原型來自民間文學，這項無形文化資產也是那伽民間文學體現於當地文創產業的例證。



圖 4 人形那伽階梯。年代不詳，混合媒材，研究者攝，Wat Thai，農開府。

（三）那伽雕塑

那伽是泰東北的在地智慧，不少當地政府以那伽作為地方特色，開啟那伽文創產業的道路，那伽雕塑便是一例。東北很多巨型雕塑幾乎都出現在湄公河畔，舉凡烏汶府（Ubon Ratchathani）、那空帕農和農開府都有。去年那空帕農地方政府於湄公河畔豎立巨型那伽王雕塑成為地標，耗資約 900 萬泰銖，⁶此舉無非是要樹立城市形象，刺激觀光，也說明當地對那伽的崇拜之情，那伽不只是神獸，它更是一尊在地保護神。巨型那伽雕塑之所以會出現於湄公河畔，除了觀光考量外，也與當地傳說有關，例如，烏汶府 Wat Luang 就有一對近年才興建的巨型那伽雕塑（圖 5），當地師父說明建造的原因：「傳說有人曾在此見過那伽，所以在這建那伽雕塑，寺裡對那伽也會祭拜、掛花環」（Wat Luang 師父，2017/01/29，田野訪談）。伊森人視那伽為保護神，就像〈哭泣的庫拉平原〉的那伽王一樣，會保護在地居民，所以伊森流行將那伽造像，用於祭拜或送進佛寺裡做功德。

⁶ 那伽王雕塑為黃銅材質，那伽像寬 4.49 公尺，高 10.9 公尺，連同基座總高 16.29 公尺，重達 9 噸（The Nakhon Phanom Provincial Office 2559 活動海報，2016/09/20，田野調查資料）。



圖 5 巨型那伽雕塑。作者、年代不詳，黃銅，研究者攝，Wat Luang，烏汶府。

雕塑那伽造像的材質，有石、鐵、木質和紙黏土等等，工藝家會發揮巧思，細細設計那伽的五官、頭冠與身形，不少作品相當精緻；以圖 6 為例，不到 30 公分高的那伽雕塑，要價 7000 泰銖，不算便宜，但這已是量產後的在地價格，很多泰國人是專程前往東北迎請那伽回去供奉。此外，那伽做成的佛牌、護身符也十分常見，如圖 7 的護身符是用紙黏土精心製成，費時費工也費心，工藝師 Cha 是那伽的忠實信徒，擁有一家工作室，專門製作那伽雕塑（圖 7）。Cha 的店裡供奉那伽，每次製作那伽雕塑前，總要祭拜、持戒與看時辰（Cha, 2017/02/01，田野訪談）。Cha 說，那伽是信仰，所以他的那伽雕塑不賣給外國人，除非對方懂那伽、信奉那伽。上述各式的那伽雕塑全指陳一件事：不論是宗教或文創產品，那伽雕塑幾乎都與那伽民間文學有關，不但使用那伽故事中的形象，也應用那伽形象背後的文化意義。



圖 6 那伽雕塑。作者、年代不詳，混合媒才，研究者攝，Wat Thai，農開府。



圖 7 那伽雕塑護身符。工藝師 Cha 製，年代不詳，混合媒材，研究攝，Cha 工作室，農開府。

二、Bai Sri

Bai Sri (บายศรี) 是用芭蕉葉做成的一種精美容器，輔以鮮花點綴裝飾，其字義有「用米做功德」或「吉祥米」之意，因此 Bai Sri 會內裝煮熟的米飯，搭配菜餚、甜點，常見於各類祭祀、婚禮、滿月或重要儀式之中。泰國皇家和一般平民用的 *Bai Sri* 並不相同，皇家的 Bai Sri 用於皇家儀式，平民則用於民間慶典上。Bai Sri 依尺寸分為兩種，一種是碗狀的小型 Bai Sri，稱為「Bai Sri 碗」；另一種是樹狀的大型 Bai Sri，稱為「*Bai Sri* 樹」(Patong & Sakunathawong, 2012, pp.31-32)。伊森人習慣在慶典上使用 Bai Sri，加上巨蛇崇拜的原因，所以會以那伽的造形來製作，稱為「那伽 Bai Sri」(圖 8)。那伽 Bai Sri 大多以芭蕉葉製作，用於供佛做功德，但因芭蕉葉無法久放，後來就有人改用七彩緞帶、彩布或塑膠片取代芭蕉葉，以製作能久放的那伽 Bai Sri (圖 9)。那伽 *Bai Sri* 的精神取自那伽護佛形象，也有吉祥之意，像前述口傳故事二，伊森人相信烏波庫是那伽的化身，而烏波庫又能保佑儀式順利進行，所以在大小儀式慶典上，擺上那伽 *Bai Sri* 就等於迎請了烏波庫，可使儀式圓滿，道理在此。那伽 Bai Sri 的製作精神，一樣是取自民間文學中的那伽形象。



圖 8 Bai Sri 碗（後）和那伽 Bai Sri（前）。作者不詳，2016，芭蕉葉以及鮮花，研究者攝，河濱公園，那空帕農府。



圖 9 那伽 Bai Sri。作者不詳，2016，混合媒材，研究者攝，河濱公園，那空帕農府。

三、布織品

伊森位居泰、寮邊境，跨境的佬族喜愛在布織品繡上那伽圖像，取其保護之意。Findly (2011) 調查布織品，說明在寮國布織品上狀似那伽的圖像稱為 Pii Nyak, Pii Nyak 在寮國文化中雖有食人魔的負面形象，但祂只吃壞人，會保護好人，所以寮國佬族會將那伽圖像運用於各類織布之上，例如，揹兒帶、頭巾、薩滿醫療布或佛寺門簾上，以保護人的意識、精神免於惡靈干擾。這類情況也見於伊森，圖 10 是伊森市集中所販賣的褲子，上面織有那伽圖像，對伊森人而言，那伽圖像展現於布織品上是流行、保護，也是日常。「湄公河沒有那伽就好比人類沒有力量」這是 Klangprapan (2014) 的比喻，清楚點出那伽和湄公河的密切關係，克倫蘭潘認為那伽扮演了湄公河和其流域居民之間的重要連結，此地的那伽是一種有「權力」的文化。這個權力使湄公河流域的居民相信，那伽會保佑在地子民，相對的，透過權力，那伽也深入當地居民的日常生活。湄公河和那伽之間透過民間文學，締造出很多文化意義，這些意義代代相傳形成巨蛇崇拜，如布織品上的那伽圖紋便是例證，那伽成為保護的圖騰。



圖 10 布織品上的那伽圖紋。2016，布料，研究者攝，傳統市場，那空帕農府。

四、壁畫

泰國無形文化資產七大類中，壁畫屬於「民間文學」類，故壁畫和民間文學關係密切。南傳佛教的信仰中，信徒相信將佛陀或宗教故事透過壁畫供佛，將具有無上功德（Amaranonta, 2008, p. 41）。一般佛寺壁畫題材，多以南傳佛教教義和史詩故事為主，例如，本生經、羅摩史詩、馬利僧人（Phra Malai）遊地獄、各地民間故事等，但由於菩利塔本生經中記載，佛陀曾轉世為那伽王子，因此在伊森，經常出現這則菩利塔本生經的故事。除佛經故事外，東北佛寺也會將當地的那伽節慶納入畫中，特別是湄公河畔的佛寺，那伽壁畫相當豐富，如農開府 Wat Pho Chai 的壁畫，主題為佛教故事，其中繪有許多那伽故事與節慶，如那伽求道（圖 11）和祥龍吐火節慶等（圖 12），就連該寺的門神也都是以腳踏那伽的姿態呈現。那伽故事或節慶出現於各地壁畫中，反映出東北人對那伽的認知，這些壁畫是依照民間文學，並透過藝師繪製出那伽形象。



圖 11 那伽求道。作者不詳，2000 年，混合媒材，研究者攝，Wat Pho Chai，農開府。



圖 12 祥龍吐火節慶。作者不詳，2000 年，混合媒材，研究者攝，Wat Pho Chai，農開府。

五、節慶

泰東北那伽節慶的傳說故事中，最著名的莫過於火箭節和祥龍吐火節。火箭節是東北習俗，其由來與〈帕登和楠艾〉故事有關。起初，居民燃放火箭是為了祈雨，祈求農作豐收，現今則成為祛災迎福的觀光節慶（圖 13）。火箭節活動舉行時，所燃放的每根火箭都有持有者，燃放火箭前，施放者會先大聲叫喚持有者的姓名，之後燃放；當火箭射得越高，代表它在空中的停留時間越長，這也象徵著火箭持有者的來年運勢將會更好（Dansai Researchers, 2007）。一般火箭頭會做成那伽造形，因為那伽掌水，以形喻意進行祈雨儀式。另外，祥龍吐火節的由來與〈祥龍吐火〉故事有關，祥龍吐火為大自然現象，但人們更喜歡將它視為那伽神蹟，因為那伽住在湄公河底，傳說那伽曾經入僧團求道，為表示對佛及僧侶的尊敬，因此每年會於出夏節時，在湄公河上射出火球歡慶。這兩個節慶都與那伽民間文學有關，現已成為觀光熱點，用以促銷旅遊和推動宗教經濟。



圖 13 火箭施放。2012 年，研究者攝，Wat Pho Chai，黎府（Loei）。

陸、研究結果與討論

一、那伽民間文學與無形文化資產關聯密切

研究者將前述內容整理如表 1 所示，發現泰東北多項那伽類的無形文化資產有其內蘊的那伽形象和意義，而這些形象皆與民間文學有關。那伽有佛教和本土兩種形象，佛教形象經常體現於佛教藝術中，如雕塑、壁畫、節慶等，這與那伽護佛的精神有關；而本土形象常涉及人類欲求，如祈求保護、驅鬼、施財和施雨等，這與當地巨蛇崇拜有關，在兩種形象的交織下，那伽已成為伊森人日常生活的一部分。當地人使用那伽圖像，等同使用那伽的文化意義，對伊森人而言，那伽形象雖由民間文學建構，但在心靈上，那伽是信仰、是在地智慧、是護身符，也是文創的來源，可護佛、護民、驅邪與致富。表 1 可充分論證，民間文學中的那伽形象、文化意義和無形文化資產三者，關聯密切，至此可呼應前文所提及的一個重要提問，在伊森社會脈絡下，「民間文學中的那伽形象」、「文化意義」和「無形文化資產」之間，三者呈現一組重要關係：「民間文學中的那伽形象、文化意義和無形文化資產之間，三者形成關聯。」換言之，民間文學不只是單純的文本，它更是一組有意識的符號，串連起文化意義，形成在地智慧，並影響當地的無形文化資產，這些種種相互構組出伊森社會脈絡。

泰東北那伽民間文學和當地無形文化資產的關聯密切，主要連結在於那伽形象背後的文化意義，它是由民間文學建構而成，不斷形成伊森人所共享的在地智慧。另若從無形文化資產的觀點來看，七大類的無形文化資產項目中，就有三項與那伽相關，說明泰東北確實為那伽文化重鎮，而那伽也隨著泰政府推廣無形文化資產政策成為泰東北文化特色，並帶動當地文化產業，如雕塑、壁畫、節慶、Bai Sri 與布織品等，都有以那伽形象為主題的文化產品，這是那伽民間文學轉化為無形文化資產的連帶效應。

表 1 泰國東北無形文化資產與那伽民間文學分析

無形文化資產項目	細項	名稱	內蘊的那伽形象	文化意義	是否有關民間文學
傳統手工藝	雕塑	龍王護佛像	佛教	護佛	✓ ¹
		人形那伽階梯	佛教	人天階梯	✓ ²
			本土	具神力能幻化人形	✓ ³
		那伽雕塑	佛教	守護、施財	✓ ⁴
	本土		保護、施財	✓ ⁵	
	Bai Sri	Bai Sri	佛教	守護、做功德	✓ ⁶
			本土	巨蛇崇拜	✓ ⁷
	布織品	布織品	本土	保護、巨蛇崇拜	✓ ⁸
民間文學	壁畫	壁畫	佛教	護佛	✓ ⁹
社會實踐、儀式與節慶活動		祥龍吐火節	佛教	護佛	✓ ¹⁰
		火箭節	本土	保護、賜雨	✓ ¹¹

¹ 如〈世上極樂〉。

² 如佛陀上切利天為母講經。

³ 如〈帕登和楠艾〉，那伽能幻化人形。

⁴ 如〈世上極樂〉、〈那農佛塔〉，那伽具守護力量；又〈菩利塔本生經〉、〈龍本生譚〉中，那伽身懷摩尼珠，掌管財寶，能施財。

⁵ 如〈帕登和楠艾〉，那伽掌管財寶。

⁶ 如本文口傳故事二，烏波庫為那伽化身的故事，那伽會保佑節慶儀式順利進行。

⁷ 如〈帕登和楠艾〉。

⁸ 如〈哭泣的庫拉平原〉，那伽會保護人類。

⁹ 如那伽求道、〈菩利塔本生經〉、〈世上極樂〉、〈祥龍吐火〉。

¹⁰ 如〈祥龍吐火〉。

¹¹ 如〈帕登和楠艾〉。

二、民間文學發展的新視角

本文以泰東北那伽為例，觀察民間文學與無形文化資產間的關聯，研究發現此兩者關係密切，意即泰東北那伽民間文學的書寫方式，不是只有以口傳、書面文本或戲劇表演的方式進行，還會結合多類型的無形文化資產，發展出多元文創的可能性，此多元化並非偶然出現，而是與其所處脈絡有關。那伽民間文學之所以能藉由多種媒介（如雕塑、壁畫、節慶、Bai Sri 與布織品等）展演許多藝術作品，關鍵點在於那伽形象背後的文化意義，而此文化意義汲取於佛教與巨蛇崇拜，在時間淬鍊下形成當地文化底蘊，再經由民間文學建構，形成伊森人所共享的在地智慧。簡言之，那伽民間文學是取之於民，用之於民，所以此地的那伽民間文學很精彩，從生活進入文學，從文學立體成藝術空間，自然產生了許多無形文化資產。

就民間文學的研究角度而言，本文案例或有助於思考民間文學與文創產品之間的可能性，或許當我們在談民間文學的再現時，除常見的文學作品與戲劇外，或許還能再激發出多元文創，嘗試以不同的方式再現民間文學。

柒、結論與建議

「民間文學中的那伽形象、文化意義和無形文化資產之間，三者互有關聯」，此為本文重要結論。泰東北那伽民間文學反映出當地佛教和巨蛇崇拜兩套文化系統，伊森人相信那伽可護佛、護民、驅邪與致富，所以那伽早已成為日常生活的一部分，祂是信仰、在地智慧、護身符，也是文創來源。研究者揀選 10 則那伽民間文學，以及泰國三類無形文化資產（共計五項）進行分析，探討那伽民間文學和無形文化資產之間的關聯，研究發現兩者關係密切，主要的連結在於那伽形象背後的文化意義，此由民間文學建構而成，不斷形成伊森人所共享的在地智慧。同時，隨著泰政府推廣無形文化資產政策，那伽不僅成為泰東北文化特色，也帶動了當地的文化產業，如雕塑、壁畫、節慶、Bai Sri 與布織品等，都有以那伽為主題的文化產品，這是那伽民間文學轉化為無形文化資產的連帶效應。

此外，本研究還顯示出泰東北那伽民間文學書寫方式的多樣性，它不是只有以口傳、書面文本或戲劇的方式呈現，比較特別的是，還結合了文創。換言之，那伽民間文學所建構出來的那伽意象已成為一種在地智慧，是藝師進行文創的重要元素，當文學結合文創時，就顯示出民間文學書寫方式的多樣性。於此，本文提出兩點建言如下：

第一，就研究而言，民間文學的研究視角向來以文本、脈絡和表演論為多，本文以不同視角觀察民間文學與無形文化資產之間的關係，期拋磚引玉，或致民間文學研究的路徑得更寬廣。

第二，就文創而言，臺灣的民間文學和文創產品的再現方式，除常見的文學作品與戲劇外，或許還能再激盪出多元文創，嘗試以不同的方式再現民間文學。

誌謝

感謝「2017 語言文學暨文化國際學術研討會」評論人鄭美惠教授，以及三位匿名評審提供寶貴建議，讓本文益臻完善。另本研究為科技部補助專題研究計畫之部分研究成果（105-2410-H-260-051-MY3），感謝科技部補助，使本研究得以順利完成。

參考文獻

一、中文

- 金榮華（1997）。**民間故事論集**。臺北市：三民。
- 林培雅（2006）。近四十年來臺灣民間文學的調查、研究狀況。**臺灣文學研究學報**，3，33-52。
- 胡萬川（2010）。民間文學口傳性特質之研究：以臺灣民間文學為例。**臺灣文學研究學報**，11，199-220。
- 張雅梁（2017）。泰北那伽（Naga）造形研究：以清邁市佛寺為例。**藝術評論**，32，51-94。
- 嚴智宏（2005）。南傳佛教在東南亞的先驅：泰國墮羅鉢底時期的雕塑。**臺灣東南亞學刊**，2（1），3-60。

二、外文

（一）英文

- Bovornkitti, L. (2005). The influence of Buddhism in historical Thai art. *Journal of the Royal Institute of Thailand*, 30(2), 355-362.
- Brunvand, J. H. (1986). *The study of American folklore : An introduction*. New York, NY: Norton.
- Chang, Y. L. (2017). Exploring Naga images: Textual analysis of Thailand's narratives. *Journal of Mekong Societies*, 13(1), 19-35.
- Dansai Researchers. (2007). *Phi Ta Khon: Enjoyable Boon Luang Day*. Bangkok, Thailand: Workprint.
- Dundes, A. (1999). *Holy writ as oral lit: The Bible as folklore*. New York, NY: Rowman & Littlefield.
- Findly, E. B. (2011). A protective spirit in Lao-Tai textiles: The Pii Nyak and its Indian antecedents. *The Journal of Lao Studies*, 2(2), 47-66.

- Hongsuwan, P. (2011). Sacralization of the Mekong River through folk narratives. *MANUSYA: Journal of Humanities*, 19, 33-45.
- Jermasawatdi, P. (1979). *Thai art with Indian influences*. New Delhi, India: Abhinav.
- Klangprapan, M. (2014). Mekong River without the Naga: People without power. *The Journal of Lao Studies*, 5(1), 85-93.
- Ngaosrivathana, M, & Ngaosrivathana, P. (2009). *The enduring sacred landscape of the NAGA*. Chiang Mai, Thailand: Mekong Press.
- Polson, I. (2012). The art of dissent: The wall paintings¹ at Wat Thung Sri Muang in Ubon Ratchathani. *The Journal of Lao Studies*, 3 (1), 91-127.
- Prajonsant, S. (2006). Suea-dam, Tam-phrae, Sin-mai: A database of local wisdom. *Journal of Mekong Societies*, 2(2), 125-138.
- Tambiah, S. J. (1970). *Buddhism and the spirit cults in North-east Thailand*. London, UK: Cambridge University Press.

(二) 泰文

- Amaranonta, P. (2008). A study on the relationship between Thai mural paintings about the Buddhas of the past and literature in relation to Buddhism. Thailand. *Journal of Damrong*, 7 (1), 37-57.
- Deetes, T. (2003). *Local wisdom and culture in Thailand*. Bangkok, Thailand: Office of the National Culture Commission.
- Department of Provincial Administration. (2017). *Total population based on the proof of registration 2017*. Retrieved from https://dopa.go.th/banner_link/fileDownload/130
- Dhammathai. (2017). *Styles of Buddha Images*. Retrieved from <http://www.dhammathai.org/pang/pang.php>
- Mahamakut Buddhist University. (Ed.). (2003a). Manikantha Jataka. *Tripitaka in Thai translation version* (Vols. 58, 99. 22-29). Nakhon Pathom: Mahamakut Buddhist University.
- (2003b). Uruga Jataka. *Tripitaka in Thai translation version* (Vols. 57, pp. 22-27). Nakhon Pathom: Mahamakut Buddhist University.
- (2003c). Bhuridatta Jataka. *Tripitaka in Thai translation version* (Vols. 64, pp. 1-27). Nakhon Pathom: Mahamakut Buddhist University.

- (2003d). Muccalinda Sutta: About Muccalinda. *Tripitaka in Thai translation version* (Vols. 44, pp. 161-162). Nakhon Pathom: Mahamakut Buddhist University.
- Nathalang, S. (2013). Creative folklore: A review of its social context and related concepts. *Journal of Letters*, 42 (2), 1-74.
- Patong, B. & Sakunathawong, S. (2012). Bai Sri. *Thai youth encyclopedia* (Vols. 38, No. 2). Bangkok, Thailand: Thai Youth Encyclopedia Project by His Majesty the King.
- Phlainoi, S. (2009). *Animals of himaphan* (4th ed.). Bangkok, Thailand: Phimkham.
- Pritasuwan, P. (2014). *Naga decorate Buddhist temples in Amphoe Mueang Nan*. Thai Art Department, Faculty of Fine Arts, Chiang Mai University.
- Saisingha, S. (2012). Buddha Images. *Thai youth encyclopedia* (Vols. 29, No. 2). Bangkok, Thailand: Thai Youth Encyclopedia Project by His Majesty the King.
- Samosorn, P.(1989). *E-sarn mural paintings*. KhonKaen: KhonKaen University.
- Samphan, A. (2010). *Folktales in Thailand*. Bangkok, Thailand: Creative a book.
- Sanboon, T. (2010). Identity in the decorations of local religious constructions of the Isaan region of Thailand and Lao PDR. *Academic Journa: Faculty of Architecture, KhonKaenUniversity*, 9(1), 45-60.
- The Department of Cultural Promotion. (2015a). *Draft intangible cultural heritage act* (Amendment). Retrieved from <http://ich.culture.go.th/index.php/en/home/draftichact>
- (2015b). *Intangible cultural heritage in 2015, Thailand*. Bangkok, Thailand: The Department of Cultural Promotion. Retrieved from <http://book.culture.go.th/newbook/ich/ich2015.pdf>
- (2014). *The list of Thailand's intangible cultural heritage 2009-2014*. Retrieved from <http://ich.culture.go.th/index.php/th/ich/register>
- (2013a). *Draft intangible cultural heritage act*. Retrieved from http://www.siamese-heritage.org/pdf/Draft_ICH_Law.pdf
- (2013b). *Intangible cultural heritage in 2013, Thailand*. Bangkok, Thailand: The Department of Cultural Promotion. Retrieved from <http://book.culture.go.th/newbook/ich/ich2013.pdf>
- (2011). *Intangible cultural heritage in 2011, Thailand*. Bangkok, Thailand: The Department of Cultural Promotion. Retrieved from <http://book.culture.go.th/newbook/ich/ich2011.pdf>
- Thai Youth Encyclopedia Project. (Ed.). (2012). Local wisdom in Thailand. *Thai youth encyclopedia*. (Vols. 23, No.1). Bangkok, Thailand: Thai Youth Encyclopedia Project by His Majesty the King.
- The Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre. (2017). *Ethnic groups research in Thailand*. Retrieved from <http://www.sac.or.th/databases/ethnicredb/index.php>

Wattanasin, W. (2008). Travel to the south: Look for Naga in Laem Samila. *Rusamelae Journal*, 29(2), 59-63.

附錄

本研究之受訪對象

受訪者	職業	訪談時間	訪談地點
Chi	工藝師	2017/02/03	農開府
Wat Luang 師父	僧人	2017/01/29	烏汶府
Cha	工藝師	2017/02/01	農開府

Naga Folk Literature and Intangible Cultural Heritage in Northeastern Thailand

Ya-Liang Chang*

Abstract

Naga is an important part of Thai culture and Northeastern Thailand is the center of Naga culture, with a large and subtle Naga cultural heritage that includes folk literature and festivals. Generally speaking, in both traditional culture and the cultural and creative industries, the concepts of intangible Northeastern Naga cultural heritage appear to be derived from Naga folk literature. Therefore, understanding local intangible cultural heritage requires an examination of folk literature. The Naga's narratives of Thailand can be divided into two categories: Buddhist stories and indigenous stories. Although these two types of stories feature different images, both contribute to the formation of local wisdom. The research method of this article is qualitative research, the aim is to understand the relationship between Naga folklore and intangible cultural heritage. The results of this study show: (1) A close relationship between folk literature and the region's intangible cultural heritage: in particular, folk literature gives meaning to the Naga images which form the basis of local wisdom and affect the representation of Naga intangible cultural heritage. (2) Because the Thai government has promoted a policy of cultural protection, the promotion of local cultural industries has resulted in Naga themes being displayed in festivals and on cultural products including sculptures, murals, Bai Sri, fabrics, etc. This is the influence of changing from Naga folk literature to intangible cultural heritage.

Keywords: folk literature, local wisdom, Naga, northeastern Thailand, intangible cultural heritage

* Postdoctoral Researcher, Department of Southeast Asian Studies, National Chi Nan University

國立臺灣藝術大學「藝術學報」撰稿格式

壹、稿件：請用 A4 格式電腦打字，存 word 文字檔，上下左右邊界為 2.5 公分，稿件需具備中、英文題目與作者中、文英姓名暨服務單位；中、英文摘要以不超過 250 字、中英文關鍵字以不超過 6 個為原則。

貳、文章結構：

一、封面：依次包括（一）論文題目、（二）作者姓名、（三）服務單位、職稱。

二、摘要：

（一）實證性文章：研究問題、研究對象、研究方法、研究結果（含顯著水準）、結論與建議。

（二）評論性或理論性文章：分析主題、目的或架構、資料來源、結論。

三、本文：

（一）緒論：研究問題與背景、研究變項定義、研究目的與假設。

（二）研究方法：研究對象、研究工具、實施程序。

（三）研究結果

（四）結論與建議（或研究限制）

（五）參考文獻：

參、文獻引用：（詳閱 APA 格式第六版）

一、基本格式：同作者在同一段中重複被引用時，採用第二段所述第一種引用方式，第一次須寫出日期，第二次以後則日期可省略，但如採用第二種引用方式時，第二次以後則須註明年代。

（一）英文文獻：In a recent study of reaction times, Walker (2000)

described the method...Walker also found...

In a recent study of..., Walker (2000) ... The study also

showed that...(Walker, 2000)...

（二）中文文獻：秦夢群（2001）強調掌握教育券之重要性，…；秦夢群同時建議…。文中也指出教育券使用不當之負面效果（秦夢群，2001）

二、作者為一個人時，格式為：

（一）英文文獻：姓氏（出版或發表年代）或（姓氏，出版或發表年代）。

例如：Porter (2001)…或 (Porter, 2001)。

（二）中文文獻：姓名（出版或發表年代）或（姓名，出版或發表年代）。

例如：吳清山（2001）。…或（吳清山，2001）。

三、作者為二人以上時，必須依據以下原則撰寫（括弧中註解為中文建議格式）：

（一）原則一：

英文論文：作者為兩人時，兩人的姓氏全列，並用「and」連接。

例如：Wassertein and Rosen (1994)…或…（Wassertein & Rosen 1994）

中文論文：作者為兩人時，兩人的姓名或姓氏全列，並用「與」連接。

例如：吳清山與林天祐（2001）…或（吳清山、林天祐，2001）

例如：Wasserstein 與 Rosen (1994) 或 (Wasserstein & Rosen 1994)。

- (二) 原則二：作者為三至五人時，第一次所有作者均列出，第二次以後僅寫出第一位作者並加 et al. (等人)。

例如：

【英文論文】

【第一次出現】

Wasserstein, Zappula, Rosen, Gerstman and Rock (1994) found

或 (Wasserstein, Zappula, Rosen, Gerstman, & Rock, 1994)...

【第二次以後】

Wasserstein et al. (1994)... 或 (Wasserstein et al., 1994)...

【中文論文】

【第一次出現】

吳清山、劉春榮與陳明終 (1995) 指出 或 (吳清山、劉春榮、陳明終, 1995)

【第二次以後】

吳清山等人 (1995) 指出 或 (吳清山等人, 1995)

Wasserstein、Zappula、Rosen、Gerstman 與 Rock (1994) 發現 或 (Wasserstein, Zappula, Rosen, Gerstman, & Rock, 1994)。

- (三) 原則三：作者為六人以上時，每次僅列第一位作者並加 et al. (中文用「等人」)。

- (四) 原則四：二位以上作者時，在文中引用時，中文書寫格式上作者之間用「與」連接，英文書寫格式則用 and 連接，在括弧內以及參考文獻中則分別用「、」或「&」號連接。

四、作者為公司、協會、政府組織、學會等單位時，依下列原則撰寫：

- (一) 基本上，每次均使用全名。

- (二) 簡單且廣為人知的單位，第一次用全名並加註其縮寫名稱，第二次以後可用縮寫，但在參考文獻中一律要寫出全名。

例如：

[第一次出現] National Institute of Mental Health[NIMH] (1999)

或 (National Institute of Mental Health[NIMH], 1999)

[第二次以後] NIMH (1999)... 或 (NIMH, 1999)...

例如：

[第一次出現] 行政院教育改革審議委員會【行政院教改會】(1998)

或... (行政院教育改革審議委員會【行政院教改會】，(1998)。

[第二次以後] 行政院教改會 (1998)... 或... (行政院教改會，1998)。

五、外文作者姓氏相同時，相同姓氏之作者於文中引用時均引用全名，以避免混淆。

例如：R. D. Luce (1995) and G. E. Luce (1988)... 或 R. D. Luce (1995) 與 G. E. Luce (1988)

六、未標明作者（如法令、報紙社論）或作者為「無名氏」（anonymous）時，依據下列原則撰寫：

（一）未標明作者的文章，把引用文章的篇名或章名當作作者，在文中英文用斜體（中文用粗體）顯示，在括弧中用雙引號（中文用「」）顯示。

例如：*Educational Leadership* (1994)...或... (“Educational Leadership,” 1994)。

例如：領導效能（1995）...或...（「領導效能」，1995）。

師資培育法（1994）...或...（「師資培育法」，1994）。

作者署名為無名氏（anonymous）時，以「無名氏」當作作者。

例如：...(Anonymous, 1998)。

例如：...（無名氏，1998）。

七、括弧內同時包括多筆文獻時，依姓氏字母（中文用筆畫）、年代、印製中等優先順序排列，不同作者之間用分號“；”分開，相同作者不同年代之文獻用逗號“，”分開。

例如：(Pautler, 1992; Razik & Swanson, 1993a, 1993b, in press-a, inpress-b)。

例如：（吳清山、林天祐，1994，1995a，1995b；劉春榮，1995，印製中-a，印製中-b）。

引用二手資料：除非絕版、無法透過一般管道尋獲或是沒有英文版本（有閱讀困難），盡量不要引用二手資料。如引用二手資料，僅在參考文獻中列出閱讀過的二手文獻來源。

例如：Allport's diary (as cited in Nicholson, 2003)

林天祐的記事本（引自陳明終，2009）…

八、引用資料無年代記載或古典文件時：

（一）知道作者姓氏，不知原始年代，但知道翻譯版年代時，引用譯版年代並於其前加 trans.。

例如：(Aristotle, trans. 1945)

（二）知道作者姓氏，不知原始年代，但知道現用版本年代時，引用現用版本年代並於其後註明版本別。

例如：(Aristotle, 1842/1945)

（三）古典文件不必列入參考文獻中，文中僅說明引用章節。

例如：1 Cor. 13.1 (Revised Standard Version)

例如：論語子路篇

九、引用特定局部文獻時，如資料來自特定章、節、圖、表、公式，要逐一標明特定出處，如引用整段原文獻資料，要加註頁碼。

例如：(Shujaa, 1992, chap. 8) 或 (Lomotey, 1990, p. 125) 或(Lomotey, 1990)...(p. 125)

例如：（陳明終，1994，第八章）或（陳明終，1994，頁8）

十、引用個人通訊紀錄如書信、日記、筆記、電子郵件、會晤、電話交談等，不必列入參考文獻中，但引用時要註明：作者、個人紀錄類別、以及詳細日期。

例如：(T. A. Razik, Diary, May 1, 1993)

例如：（林天祐，上課講義，1994年5月1日）

十一、其他方面：

例如：(see Table 2 of Razik & Swanson, 1993, for complete data)

例如：(詳細資料請參閱：林天祐，1995，表1)

肆、參考文獻：(詳閱 APA 格式第六版)

一、編排格式

(一) 英文文獻每一筆開頭要凸排4個英文字母，如：

Razik, T. A., & Swanson, A. D. (1995). *Fundamental concepts for educational administration and leadership*. New York: Macmillan.

(二) 中文文獻開頭凸排兩個中文字，如：

張芬芬 (1995年4月)。教育實習專業理論模式的探討。毛連塹 (主持人)，教師社會化的過程。師資培育專業化研討會，臺北市立師範學院。

二、引用格式

(一) 期刊、雜誌、新聞文章、摘要資料：

1. 中文期刊格式 A：作者 (年代)。文章名稱。期刊名稱，期別，頁別。
2. 中文期刊格式 B：作者 (印製中)。文章名稱。期刊名稱，期別，頁別。
3. 英文期刊格式 A：Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (1995). Title of article. *Title of Periodical*, xx(xx), xxx-xxx.
4. 英文期刊格式 B：Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (in press). Title of article. *Title of Periodical*, xx(xx), xxx-xxx.
5. 中文雜誌格式：作者 (年月日)。文章名稱。雜誌名稱，期別，頁別。
6. 英文雜誌格式：Author, A. A., & Author, B. B. (1996, January 9). Article title. *Magazine Title*, xxx, xx-xx.
7. 中文報紙格式 A：作者 (年月日)。文章名稱。報紙名稱，版別。
8. 中文報紙格式 B：文章名稱 (年月日)。報紙名稱，版別。
9. 英文報紙格式 A：Author, A. A. (1996, January 9). Article title. *Newspaper Title*, p. xx.
10. 英文報紙格式 B：Article title. (1996, January 9). *Newspaper Title*, p. xx.

(二) 書籍、手冊、書的一章：

1. 中文書籍格式 A：作者 (年代)。書名。出版地點：出版商。
2. 中文書籍格式 B：作者 (年代)。書名 (版別)。出版地點：出版商。
3. 中文書籍格式 C：單位 (年代)。書名 (編號)。出版地點：作者。
4. 中文書籍格式 D：書名 (年代)。出版地點：出版商。
5. 英文書籍格式 A：Author, A. A. (1993). *Book title*. Location: Publisher.
6. 英文書籍格式 B：Author, A. A. (1993). *Book title*. (2nd ed.). Location: Publisher.
7. 英文書籍格式 C：Institute. (1993). *Book title* (No. 123.). Location: Author.
8. 英文書籍格式 D：*Book title*. (1993). Location: Publisher.

9. 中文書文集格式：作者 (主編)(年代)。書名。出版地點：出版商。
10. 英文書文集格式 A：Author, A. A. (Ed.). (1995). *Book title*. Location: Publisher.
11. 英文書文集格式 B：Author, A. A., & Author, B. B. (Eds.). (1995). *Book title*. Location: Publisher.
12. 中文百科全書或辭書格式：作者 (主編)(年代)。書名 (第 2 冊)。出版地點：出版商。
13. 英文百科全書或辭書格式：Author, A. A. (Ed.). *Title*(3rd. ed., Vol. 1). Location: Publisher.
14. 中文翻譯書格式 A：原作者中文譯名 (譯本出版年代)。書名 (版別) (譯者 譯)。出版地點：出版商。(原著出版年：1984 年)
15. 中文翻譯書格式 B：書名 (譯本出版年代)。(譯者 譯)。出版地點：出版商。(原著出版年：1984 年)
16. 英文翻譯書格式：Author, A. A. (1996). *Book title* (B. Author, Trans.). Location: Publisher. (Original work published 1983)
17. 中文書文集文章格式 A：作者 (年代)。文章名稱。載於 文集作者 (主 編)，書名 (頁別)。出版地點：出版商。
18. 中文書文集文章格式 B：作者 (年代)。文章名稱。載於 文集作者 (主編)，書名 (章別)。出版地點：出版商。
19. 英文書文集文章格式 A： Author, A. A. (1993). Article title. In B. B. Author (Ed.), *Book title* (pp. xx-xx). Location: Publisher.
20. 英文書文集文章格式 B： Author, A. A. (1993). Article title. In B. B. Author (Ed.), *Book title* (chap. 3). Location: Publisher.

(三) 專門及研究報告：

1. 中文政府報告格式 A：單位 (年代)。報告名稱 (報告編號：xx)。出版地：作者或出版商。
2. 中文政府報告格式 B：作者 (年代)。報告名稱 (○○單位報告編號：xx)。出版地：作者或出版商。
3. 英文政府報告格式 A：Institute (1996). *Report title* (Rep. No.). Location: Publisher.
4. 英文政府報告格式 B：Author, A. A. (1996). *Report title* (Rep. No.). Location: Publisher.
5. ERIC 報告格式：Author, A. A. (1995). *Report title* (Report No. xxxx-xxxxxxxxxx). Eugene, OR: University of Oregon, ERIC Clearinghouse on Educational Management. (EA xxx xxx)

(四) 會議專刊或專題座談會論文：

1. 已出版之會議專刊文章格式：依性質分別與書文集或期刊格式相同。
2. 中文專題研討會文章格式：作者 (年月)。論文名稱。研討會主持人 (主持人)，研討會主題。研討會名稱，舉行地點。
3. 英文專題研討會文章格式：Author, A. A. (1995, April). Report title. In B. B. Author. (Chair), *Symposium topic*. Symposium title, Place.
4. 中文會議發表論文格式：作者 (年月)。論文名稱。會議名稱，會議地點。
5. 英文會議發表論文格式：Author, A. A. (1995, April). *Paper title*. Paper presented in the Meeting Title,

Place.

(五) 學位論文：

1. DAI 微縮片格式：Author, A. A. (1995). Dissertation title. *Dissertation Abstracts International*, xx(xx), xxxA. (University Microfilms No. AAC95-14263)
2. DAI 原文格式：Author, A. A. (1995). Dissertation title. (Doctoral Dissertation, University Name, 1995). *Dissertation Abstracts International*, xx, xxxx.
3. 中文未出版學位論文：作者 (年代)。論文名稱。○○大學○○研究所碩或博士學位論文，未出版，大學地點。
4. 英文未出版學位論文：Author, A. A. (1995). *Dissertation title*. Unpublished doctoral dissertation, University Name, Place.

(六) 視聽媒體資料：

1. 中文影片格式：製作人姓名 (製作人)，導演姓名 (導演) (年代)。影片名稱【影片】。(影片來源，及詳細地址)
2. 英文影片格式：Author, A. A. (Producer), Author, B. B. (Director). (1995). Film title [Film]. (Avail from Company Name, Address)
3. 中文電視節目格式：節目製作人姓名 (製作人) (年月日)。節目名稱。電視台地點：電視台名稱。
4. 英文電視節目格式：Author, A. A. (Executive Producer). (1996, May 1). *Program title*. Place: Television Company.

(七) 電子媒體資料：

1. 中文線上查詢格式 A：作者 (年代)。文章名稱。期刊名稱【線上查詢】，期別。線上查詢的詳細程序(如：<http://www.tmtc.edu.tw/~primary/right.htm>)。(上網查詢日期，如：2000 年 10 月 27 日)
2. 中文線上查詢格式 B：作者 (年代)。文章名稱【線上查詢】。線上查詢的詳細程序。(如：<http://www.tmtc.edu.tw/~primary/right.htm>)。(上網查詢日期，如：2000 年 10 月 27 日)
3. 英文線上查詢格式 A：Author, A. A. (1996). Article title. *Periodical Name* [On-line], xx. Available: Specify path (如：<http://www.ed.gov/pubs/planrpts.html>) (Visited date 如：October 27, 2000)
4. 英文線上查詢格式 B：Author, A. A. (1995). *Title* [On-line]. Available:Specify path(如：<http://www.ed.gov/pubs/planrpts.html>) (Visited date 如：October 27, 2000)
5. 中文 CD-ROM 文章摘要格式：作者 (年代)。文章名稱【光碟】。期刊名稱，期別，頁別。光碟資料庫別：文章摘要編號。
6. 中文 CD-ROM 論文摘要格式：作者 (年代)。論文名稱【光碟】。光碟資料庫別：論文摘要編號。
7. 英文 CD-ROM 文章摘要格式：Author, A. A. (1995). Article title [CD-ROM]. *Journal Title*, xx, xxx-xxx. Abstract from: Source and retrieval number.
8. 英文 CD-ROM 論文摘要格式：Author, A. A. (1995). *Article title* [CD-ROM]. Abstract from: ProQuest File: Dissertation Abstracts Item: 9514263.

(八) 法令：

1. 中文法令格式 A：法令名稱 (公布或發布年代)。
2. 中文法令格式 B：法令名稱 (修正公布或發布年代)。
3. 英文法院判例格式：Name vs. Name, Volume Source Page (Court data).
4. 英文法令格式：Name of Act, Volume Source §xxx (1995).

伍、圖表製作：(詳閱 APA 格式第六版)

一、表格的製作：

表格主要包括：標題、內容、以及註記三個部份，格式如下：

(一) 中文表格標題的格式：表 1. 標題 或 表 2. 標題，...等。(置於表格之上)。

(二) 英文表格標題的格式：Table 1.

Table Title (均置於表格之上)

如為定稿，則改為 Table 1. *Table Title* 不再分為兩行。

(三) 中英文表格內容的格式：格內如無適當的資料，以空白方式處理，如有資料，但無需列出，則劃上斜線 / 。列數可酌予增加，但行數愈少愈好。同一行的小數位的數目要一致。

(四) 中文表格註記的格式：於表格下方靠左對齊第一個字起，第一項寫總表的註解 (如：本資料係由九位評審依五等第計分法...，資料來源：...)，第二項另起一列寫特定行或列的註解 (如： $n1=25$. $n2=32$.)，第三項另起一列寫機率的註解 (如： $*p < .05$. $**p < .01$. $***p < .001$.)

(五) 英文表格註記的格式：與中文格式原則相同，但以英文敘述，第一項為 *Note*，第二項為 $n1=20$. $n2=30$ ，...等，第三項為 $*p < .05$. $**p < .01$. $***p < .001$.等。

(六) 中文表格資料來源的格式 A：註記第一項可說明本表的出處，來自期刊文章可寫：資料來源：“文章名稱”，作者，年代，期刊名稱，期別，頁別。

(七) 中文表格資料來源的格式 B：如來自書籍可寫：資料來源：書名 (頁別)，作者，年代，出版地：出版商。

(八) 英文表格資料來源的格式 A：*Note*. From “Title of Article,” by A. A. Author, 1995, *Title of Journal*, xx(xx), p. xx. Copyright 1993 by the Name of Copyright Holder. Reprinted [or Adapted] with permission.

(九) 英文表格資料來源的格式 B：*Note*. From *Title of Book* (p. xxx), by A. A. Author, 1995, Place: Publisher. Copyright 1993 by the Name of Copyright Holder. Reprinted [or Adapted] with permission.

二、圖形的製作：

圖形包括：標題、內容、註記三部份，格式如下：

(一) 中文圖形標題的格式：圖 1. 標題 或 圖 2. 標題，...等。(置於圖形下方)

(二) 英文圖形標題的格式：*Figure 1. Title*. (置於圖形下方)，在投稿時，APA 要求所有圖形標題全部另紙打印在一張紙上。

(三) 中英文圖形內容的格式：縱座標本身的單位要一致、橫座標本身的單位也要一致，而且不論縱座標或橫座標，都要有明確的標題，並且要在圖形中標出不同形式的圖形代表何種變項。

(四) 中英文圖形註記的格式：與表格的格式相同。

(五) 每一圖表的大小以不超過一頁為原則，如超過時，可在前表的右下方註明(table continues) 或(續後頁)，在後表的左上方註明(continued) 或(接前頁)。

陸、數字與統計符號：(詳閱 APA 格式第六版)

一、小數點之前 0 的使用格式：一般情形之下，小於 1 的小數點之前要加 0，

如：0.12，0.96 等，但當某些特定數字不可能大於 1 時(如相關係數、比率、機率值)，小數點之前的 0 要去掉，如： $r(24)=.26, p < .05$ 等。

二、小數位的格式：小數位的多寡要以能準確反映其數值為準，如 0.00015 以及 0.00011 兩數如只取三位小數，無法反映其間的差異，就可以考慮增加小數位。一般的原則是，依據原始分數的小數位，再加取兩位小數位。但相關係數以及比率須取兩個小數位，百分比須取整數。推論統計的數據一律取小數兩位。

三、千位數字以上，逗號的使用格式：原則上整數部份，每三位數字用逗號分開，但小數位不用，如：1,002.1324。但自由度、頁數、二進位、流水號、溫度、頻率等一律不必分隔。

四、統計數據的撰寫格式： $M = 12.31, SD = 3.52, F(2,16) = 45.95, Fs(3, 124) = 78.32, 25.37, t(63) = 2.39, \chi^2(3, N = 65) = 15.83...$ 等，其中推論統計數據，要標明自由度。(請參閱該手冊，第 113 頁)

五、統計符號的字形格式：除 $\mu, \alpha, \varepsilon, \beta$ 以及 V 等符號外，其餘統計符號均要在其下劃線，如：ANCOVA, ANOVA, MANOVA, N, n1, M, SD, F, p, R... 等。如為定稿，這些統計符號的字形一律以斜體羅馬字形呈現。

藝術學報 第 102 期

刊 名：藝術學報

出版機關：國立臺灣藝術大學

發行人：陳志誠

本期主編：陳嘉成

出版年月：中華民國一〇七年六月

創刊年月：中華民國五十五年十月

刊期頻率：半年刊

地 址：新北市板橋區大觀路一段五十九號

網 址：<http://www.ntua.edu.tw>

電 話：(02)2272-2181-1715

印 刷：新北市維凱創意印刷庇護工場 / (02)8226-6239

定 價：新台幣 500 元整

展 售 處：五南文化廣場/臺中市中山路 2 號 (04)2226-0330

國家書店松江門市 / 臺北市松江路 209 號 1 樓 (02)2518-0207

版權所有·不准翻印藝術學報

GPN：2005500004

ISSN：10213686

TAWAN JOURNAL OF ARTS

Vol.102

June 2018

PUBLISHER:

Chih-Cheng, Chen

EDITOR:

Editorial Board of the National Taiwan University of Arts,
Republic of China (Taiwan)

ADDRESS OF ADMINISTRATION OFFICE:

59 Dagan Rd Sec. 1, Banciao Dist., New Taipei City, Taiwan 220
Republic of China

SUBSCRIPTION RATES:

NTS 500.00

ALL RIGHTS RESERVED

No part of this book may be reproduced in any form, by mimeograph or any other means, without permission in writing from the publisher, except by a reviewer, who may quote brief passages in review to be printed in a magazine or newspaper.

GPN : 2005500004

ISSN : 10213686

Taiwan JOURNAL of ARTS

-
- 1 A Research of Facebook Fanpage: Self-disclosure on the
Creators of Illustration/Text
Li-Chiou Chen
-
- 25 Eventual subject: How Art Triggers Anew Transpassibility
Chiao Chen
-
- 41 Experimental Research on the Priming Effect of the Shape of
Chinese Characters
Ming-Chuan Fu, Vincent C Sun, Yu-Chieh Yang
-
- 65 A Study on the Current Use and Design Requirements of Visual
Aids for Middle-Aged Women
Po-Chan, Yeh, Shi-Yi Huang
-
- 85 The Study of Creative Management Model of Films' color &
tones in Digital Film Production – From Shooting to Primary
Grading
Chi-Fang Ting
-
- 105 Naga Folk Literature and Intangible Cultural Heritage in
Northeastern Thailand
Ya-Liang Chang
-

Semiyearly print, Volume 14, Issue 1 (No. 102)

