

藝術學報

-
- 1 人文、地質與地緣政治：臺灣當代藝術地理轉向之案例分析
高俊宏
-
- 29 意動法應用於芭蕾教學以提升身體覺察能力之研究——以舞蹈系二年級學生為例
程佑慈
-
- 57 從原生廣告中探討圖像與文字揭露情境的協同作用
楊朝明
-
- 87 風獅爺造型比例和尺寸與傳統尺規之關聯性探討
詹仕鑑、馬慈均
-
- 107 論黃友棣抗戰歌曲〈杜鵑花〉詩歌與音樂的理論與實踐
張窈慈
-
- 135 「通俗」與「雅正」——1950~1970年代臺灣南管戲的藝術追求問題探討
盧盈好
-
- 159 虛擬作為一種新現實：從新物質主義的觀點探析虛擬存有論
邱誌勇
-

半年刊 第二十卷第2期 (總115期)



國立臺灣藝術大學
中華民國 113 年 12 月

編輯的話

國立臺灣藝術大學《藝術學報》創刊於1966年，為國內歷史最悠久的藝術類學術期刊，能維持至今，由衷感謝歷屆主編、編輯委員、評審委員、投稿作者及讀者的共同努力與支持，才得以持續茁壯成長。

為利於作者投稿，本學報自第83期起採全年徵稿、隨到隨審方式辦理。另為健全審稿制度及提高審稿流程之時效性，亦持續召開出版編輯委員會議，適時修訂徵稿及審查流程等事項，期藉由不斷的檢討，使得審查制度更臻完善，進而提升學報品質與內容，以及滿足稿件性質的多元化。

期望未來在出版編輯作業中，持續秉持嚴謹的態度，以更有效率的方式，遴選出國內的優良學術論文，也盼望投稿作者與讀者能踴躍提供高見，以使本學報不斷進步並順應時代潮流，朝向國際化的高品質學術期刊發展。

本期第115期藝術學報共收15篇投稿論文，完成初審及雙向匿名外審作業者共計5篇，經提本校出版編輯委員會審議後，決審通過5篇論文，其中保留1篇論文至下期刊登。由於上期保留3篇至本期刊登，本期總計刊登7篇論文，分別為美術學門2篇、設計學門2篇、表演學門3篇。

國立臺灣藝術大學出版編輯委員會
2024年12月

藝術學報 第115期

目次

- 一、人文、地質與地緣政治：臺灣當代藝術地理轉向之案例分析
/ 高俊宏 1
- 二、意動法應用於芭蕾舞教學以提升身體覺察能力之研究——以舞蹈系二年級學生為例
/ 程佑慈 29
- 三、從原生廣告中探討圖像與文字揭露情境的協同作用
/ 楊朝明 57
- 四、風獅爺造型比例和尺寸與傳統尺規之關聯性探討
/ 詹仕鑑、馬慈均 87
- 五、論黃友棣抗戰歌曲〈杜鵑花〉詩歌與音樂的理論與實踐
/ 張窈慈 107
- 六、「通俗」與「雅正」——1950~1970 年代臺灣南管戲的藝術追求問題探討
/ 盧盈妤 135
- 七、虛擬作為一種新現實：從新物質主義的觀點探析虛擬存有論
/ 邱誌勇 159

TAIWAN JOURNAL OF ARTS

Vol.115

Dec. 2024

CONTENTS

1. Humanities, Geology, and Geopolitics : A Case Study of the Geographic Shift of Contemporary Art in Taiwan
/ Jun-Honn Kao..... 1
2. The action research of improving body awareness ability in Ideokinesis method into ballet lesson
/ Yu-Tzu Chen.....29
3. Exploring the Synergistic Interaction of Visual and Textual Disclosure Contexts in Native Advertising
/ Chao-Ming Yang57
4. An Exploration of the Relationship between the Proportions and Dimensions of Feng-Shih-Yehs with Traditional Rulers
/ Shih-Chien Chan & Tzu-Chun MA.....87
5. A Study on the Theory and Practice of Poetry and Music of Yau-tai Hwang’s Anti-Japanese War Song “Azalea”
/ Yao-Tzu Chang..... 107
6. "Common" and "Elegant" : A Discussion on the Artistic Pursuits of Taiwanese "Nanguan Opera" in the 1950s to 1970s
/ Ying-Yu Lu 135
7. The Virtual as the New Real: A Neo-materialistic Perspective on the Ontology of Virtuality
/ Chih-Yung Chiu..... 159

《藝術學報》第115期主編

姓名	任職單位及職稱	備註
蔡秉衡	本校中國音樂學系 教授兼主任	校內

113 學年度出版編輯委員會委員

委員別	姓名	任職單位及職稱	備註
主任委員	呂允在	本校圖書館 館長	校內
當然委員	劉家伶	本校多媒體動畫藝術學系 教授兼教務長	校內
美術學門			
當然委員	劉俊蘭	本校雕塑學系 教授兼美術學院院長	校內
委員	曾肅良	國立臺灣師範大學藝術史研究所 教授	校外
委員	郭博州	國立臺北教育大學藝術與造形設計學系 教授	校外
設計學門			
當然委員	傅銘傳	本校視覺傳達設計學系 教授兼設計學院院長	校內
委員	賴淑玲	南華大學產品與室內設計學系 講座教授兼副校長、圖書館館長	校外
委員	陳殿禮	國立臺灣工藝研究發展中心 主任	校外
傳播學門			
當然委員	連淑錦	本校廣播電視學系 教授兼行政副校長、傳播學院院長	校內
委員	陳清河	世新大學廣播電視電影學系 教授兼校長	校外
委員	王翔郁	新竹市文化局 局長	校外
表演學門			
當然委員	曾照薰	本校舞蹈學系 教授兼表演藝術學院院長	校內
委員	莊敏仁	國立臺中教育大學音樂學系 教授	校外
委員	范聖韜	國立臺灣師範大學表演藝術研究所 教授	校外
人文學門			
當然委員	劉俊裕	本校藝術管理與文化政策研究所 教授兼人文學院院長	校內
委員	郭昭佑	國立政治大學教育學院 特聘教授	校外
委員	王麗雁	國立彰化師範大學美術學系 教授	校外

人文、地質與地緣政治：臺灣當代藝術地理 轉向之案例分析

高俊宏*

收件日期：2023 年 10 月 12 日

接受日期：2024 年 5 月 10 日

摘要

觀察近年來臺灣當代藝術的發展，「地理轉向」(geographical turn) 已經是一個趨勢。本文首先梳理當代地理學的演進與脈絡，以及當代創作朝向地理學的演進。同時，進一步從人文、地質以及地緣政治等三個面向切入，分別探討創作背後的地理學觀點，以及所乘載的「主體性」觀念。包含李俊賢「台灣計劃」所蘊含的現象學與文化地理學的觀念，以及背後的臺灣主體意識；劉秋兒「看山Unknow」系列中的環境與地質的觀念，以及許家維「回莫村計畫」中的地緣政治與「解主體」的觀點。本文階段性的目標在於藉由藝術地理轉向的分析，探討本土意識與臺灣主體性在藝術上的轉進。

關鍵詞：臺灣當代藝術、地理學、人文主義、地質、地緣政治

* 國立高雄師範大學跨領域藝術研究所助理教授

壹、地理學與藝術實踐之關聯

地理學理論並不一定能直接套用於藝術實踐，藝術實踐也不見得是為了詮釋地理學而為。若要探問藝術與地理學之間的關係，應當還是要回到藝術自身的脈絡進行思索。然而，地理學也不見得完全處於藝術的外部。在知識的整體進展之下，人文學科並非封閉各自發展，彼此之間仍具有共時性（synchronicity）的背景。藝術實踐縱使不是刻意去連結地理學，但往往已經觸及地理學的觀念及方法。有鑑於此，以下首先就當代地理學的發展進行初步梳理，而後再論及與藝術之間的連結。

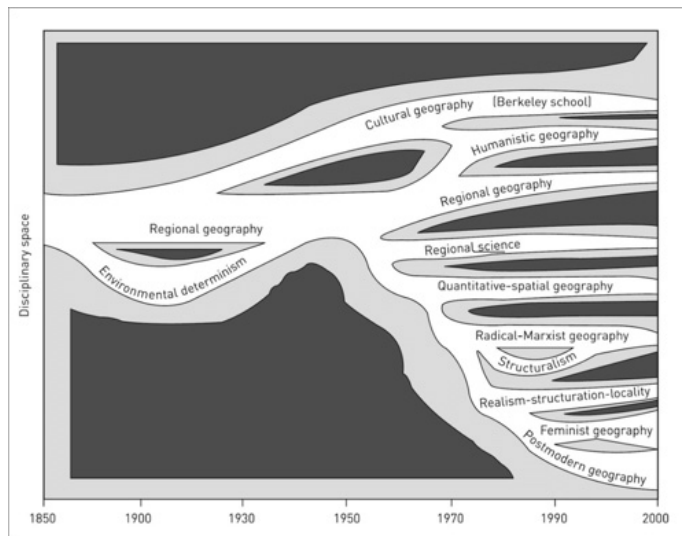
上個世紀中葉左右，人文科學領域發生了諸多的「轉向」（turn），包含語言學轉向（linguistic turn）、後殖民轉向（postcolonial turn）、女性主義轉向（feminist turn），人類學研究中的本體論轉向（ontological turn）、國際研究中的新物質主義轉向（new materialism turn）等。各學科的轉向原因雖然不同，卻是於對於學科本身舊有的認識論之不滿，並意圖拓展連結，此一動機上應該是一樣的。其中，「地理轉向」（geographical turn）是本文所關注的重點。

首先是地理學轉向與各種社會批判理論的結合，有「基進地理學之父」（Radical Geography）之稱的 Richard Peet，使用了「地理的哲學」（philosophy of geography）一詞來強調地理學所蘊含的思想，並且強調晚近地理學有朝向社會理論發展的趨勢（Richard Peet, 2005：12-13）。在其所繪製的「現代與後現代人文地理學派」圖中，勾勒出了當代地理學發展的概況，從帝國式的環境決定論開始，演變到區域地理學以及柏克萊學派的文化地理學。而後再漸次分化出了人文主義地理學、區域地理學、量化空間地理學、基進—馬克思主義地理學、女性主義地理學與後現代地理學等。這些地理學分脈發展也受到了區域科學、結構主義、實在論—結構—地域等不同觀念的影響（圖一）。其中，環境決定論強調以環境為主所衍生出來的地理觀點，具有直接的社會功能，卻可能正當化了帝國主義因為生存環境的限制而對外所發起侵略。而強調獨特性的區域地理學與人文地理學則因反制環境決定論而興起（Richard Peet, 2005：49），也就是從這裡，藝術實踐與地理學之間的關係也開始可能。

由 Peet 所梳理的脈絡可知，現代地理學從過去重視科學觀點，逐漸演變成為具有哲學內涵與社會理論的思想。以馬克思主義地理學的 Edward Soja 為例，其對於空間的分類大致為：（一）、資本主義秩序正在以空間優於時間的方式進行重組。（二）、空間性（spatiality）基本上構成了社會生命的方式。（三）、如果要使社會有意義，批判理論就需要認真對待空間（Edward W. Soja, 1996：381）。歸納起來，Soja 是以資本所產生的空間現象為基礎，並主張以此作為批判的主體。有鑑於此，Soja 提出了「第三空間」（Thirdspace）論，期待一個充滿互動與機遇的空間。在第三空間的概念裡，主體與客體、抽象和具體、真實和想像、可知與不可想像、重複和差異、結構和能動性、思想和身體、意識和無意識、學科與跨領域.....交揉在一起（Edward W. Soja, 1996：384）。Soja 汲取了波赫士（Jorge Luis Borges）短篇小說《阿萊夫》（Aleph）的靈感，透過玻璃珠所反射出來的重重世界來

理解第三空間，並藉以區別於第一空間：「感知空間」(perceived space) 以及第二空間：「構想空間」(conceived space) (袁源，2017：180-183)。第三空間帶來了自由且有機的可能性，並且明確地將空間視為一種「方法」。此外，同樣具有社會批判性的觀點，David Harvey 所主張的「批判地理學」(critical geography)，強調資本主義與空間生產複雜的關聯，資本家為了增加「壟斷地租」(monopoly rent) 的價值，掠取空間的真實性、原創性以及文化特殊的美學 (David Harvey，2003：18)。

圖一 「現代與後現代人文地理學派」，《現代地理思想》



註：資料來源自 Richard Peet

從人文的面向來說，1925 年 Carl Sauer 在〈地景形態學〉(The Morphology of Landscape) 一文指出，「地景」(landscape) 就像地區 (region) 一般，有著共同而嚴謹的定義，也就是「形塑地貌」的過程。地景是一個特定的區域裡，經由物理與文化所共同產生出來的形式 (Carl Sauer, 1925：321)。Sauer 進一步指出了地景的幾個特徵：一、地景具有一般性的含義。二、地景是對於特定內容的人為判斷。三、地景具有所有區域內相關特徵的擴延。四、地景有自然與人文的區別 (Carl Sauer, 1925：323-326)。1920-30 年代，Sauer 開始提倡「文化地景」(cultural landscape)，主張文化是地景的主要作用力 (agent)，而自然則僅只是促成文化能夠作用的媒介 (施雅軒，2000：73)。

段義孚 (Ti-Fu Tuan) 的「人文主義地理學」(humanistic geography) 則將地理學界定為「把地球作為人類的家的研究」(池永歆，2009：39)。主張以現象學 (phenomenology) 的方式面對三大主題：「地方被感受的特性」、「權力的心理學」與「想像力的文化」(池永歆，2009：39)。

探究人類的地理行為以及對空間、地方的感受，最終提出了地方情感與社會進步連結的可能。其認為，地方之愛與強調民族根柢的「愛鄉主義」(patriotism)有所不同，「愛鄉主義」有被擴張並且渲染成帝國主義的危險，段義孚主張回歸人自身的感官限制以及生物需求，以具有彈性、較小的尺度來理解地方與個人之愛的關係 (Richard Peet, 2005: 82-83)。此外，在地緣政治方面，Richard Peet 以「傅科派的地理學」來理解 Foucault 觀念中的地理學，他認為 Foucault 傾向以特定的地緣政治以及局部的空間、組織來理解整體。Peet 並引用英國地理學者 Chris Philo 的解讀，認為 Foucault 有關於「散布空間」(space of dispersion)的觀點，來自於對歷史「總體史」(total history)之批判 (Richard Peet, 2005: 230-231)。從這個角度來說，對於空間的組成與形構的探討，其重要性便高於對於線性歷史的描述。

至於當代藝術轉向地理學的實踐，則是比較晚近的情況。Thomas Jellis 認為，2015 年往前回溯十年左右，地理學與藝術領域之間的關係引起了人們極大的興趣，產生出了「藝術地理學」(art-geography)、創意地理學 (creative geographies) 或「實驗地理學 (experimental geography) 等多樣化的詞彙。(Thomas Jellis, 2015: 369)。以當代藝術地理學為例，其創作的取徑與過往前衛藝術時期創作者對於相關地理元素的介入，相當不一樣。以前衛藝術時期的 Richard Long 的創作為例，作品較為強調人類活動與地景之間的關聯。1967 年的《一條走出的線》(A Line Made by Walking) 即為一例。不過，《一條走出的線》仍然側重於地景藝術與行為觀念藝術，尚未與地理學的觀念產生實際的對話。Jellis 所謂的藝術地理學的產生，基本上是在晚近「跨學科」(cross-disciplinary dialogue) 的知識生產的特性下產生。他舉德國藝術家 Olafur Eliasson 為例，認為藝術地理學所聚焦的重點已經不是文化地景的形塑，而是在藝術與地理學之間各自的理論、教育學與體驗之間，形成新的對話。(Thomas Jellis, 2015: 369)。以 Olafur 的《河床》(Riverbed) 為例，該作將美術館空間轉換為「諾地」(nordic, 北歐的)的火山地形，挑戰了將美術館空間既有的「空間專制」(tyranny of place) (Svava Riesto and Henriette Steiner: 2017)。¹ 除此之外，「協同創作」(collaboration) 亦為藝術地理學的重要特徵，以地理學家 Kate Foster 與藝術家 Hayden Lorimer 共同創作的《生物地理學》(BioGeoGraphics) 為例，特點是協同對話、不堅持於單一形式、分享不同學科之間的價值。(K. Foster and H. Lorimer, 2007: 425-427)

除了跨學科的協同工作以外，地景觀念的轉變也促成了藝術與地理學的連結，英國地理學者 Harriet Hawkins 指出，近年來地景藝術在對於地景的理解，很大程度上被沉浸式的描述所取代，過去以視覺為主的模式逐漸轉詩意化的導向。(Harriet Hawkins, 2010: 323)。Hawkins 認為，自 20

¹ 「空間專制」(tyranny of place)一詞來自於挪威建築與空間學者 Mari Hvattum，她認為對於「場所精神」(spirit of a place) 特定的閱讀方式反而會對於其他面向的感知形成壓迫。Olafur 的《河床》(Riverbed) 於 2017 年在丹麥丹尼斯美術館 (Danish modern art museum) 展出，該作在部分的美術館空間內撲滿火山軟石，並且挖出了一條混有火山灰的流水。

世紀中葉以來的大部分(西方)藝術史都是一部對於視覺和再現傳統進行批判的歷史,藝術生產和消費的政治長期以來都將注意力集中在再現問題上,這樣的批判性傳統,對於當代地理學的實踐中具有很大的價值。(Harriet Hawkins, 2010: 335)

整體而言,當代藝術實踐透過地理學的形式表現,與各學科之間跨領域的趨勢有關。其樣貌相當的多樣化,基本上可概分為身體介入空間(行走、踏查、體感...)、圖學(描繪、測量、製圖...)、地方誌(區域研究構成)、地緣政治(關係研究構成),乃至於以地質學作為切入點的創作。反過來說,地理學者也多有涉及藝術的案例。Hawkin 便認為,地理學者除了透過藝術作品探討其中的地理觀念以外,也會透過策展的方式,結合藝術家一起實踐地理的創作(Harriet Hawkins, 2011: 464)。以上的發展說明了藝術與地理學之間在概念上除了有綿密的關係以外,在實作上更有著相互合作的空間。

然而,上述的脈絡與案例主要還是以西方為主,相關的藝術與地理學之間的銜接與轉向在臺灣的發生,除了學科之間跨領域的共同背景之外,仍有著不一樣的脈絡。本文主旨在於透過在地的相關案例,除了梳理背景脈絡以外,並就李俊賢、劉秋兒與許家維等人創作中的不同地理學觀念,進一步理解當代創作與地理學互動的在地因素。

貳、臺灣當代藝術之地理轉向

以臺灣藝術的發展而言,並不容易以斷定藝術的地理轉向時間點。不過,至少就空間的關注而言,九〇年代空間裝置藝術的迸發可視為徵兆之一。廖仁義認為,裝置藝術從「場地」與「時間」來營造藝術的內涵,並創造觀者與作品之間的互動(姚瑞中, 2004: 12-13)。當然,臺灣的空間裝置類型創作從 1960 年代以來已有發展(姚瑞中, 2004: 12),但是九〇年代仍為主要的發展期,在這個過程中,「特定場址」(site specific)的創作也成為趨勢。一方面,特定「場域」的打開,讓作品走出白盒子空間,並產生更多不可預期的衝撞。另一方面,公共空間本身的意義也藉由創作而產生了顛覆與消解(姚瑞中, 2004: 418-444)。九〇年代中期,空間方面的策展也拓展了河流、橋樑、街道、公園、廣場等開放場所的連結(姚瑞中, 2006: 39-40),² 種種因素激發了藝術朝向廣義的地理連結。

從政策面而言,1997 年藝文界結合官方推動「閒置空間再利用」,具有打開空間的意義,「空間生產」也逐漸成為當時期創作的另一種手法。加上近年來的「民族誌轉向」與「田野調查」成為

² 例如「淡水河上的風起雲湧」(1995)、「河流—新亞洲藝術,台北對話」(1996)、「大地·城市·交響」(1997, 嘉義裝置藝術展)等。

重要的藝術實踐模式（王聖閔，2015），各種在地元素的深入探索愈來愈重要，間接強化了藝術對於區域地理的重視。再加上研究型創作（research-based art）的普及，不同學科的對話日漸頻繁，其中也包含了藝術與地理學的接軌。另外，從策展的角度而言，當代策展的地理轉向也頗受注目。以2018年吳瑪俐與 Francesco Manacorda 共同策劃的台北雙年展「後自然：美術館作為一個生態系統」而言（臺北市立美術館：2018），龔卓軍即以該展為例，認為在面對原住民議題以及極端型氣候的挑戰時，當代策展的領域也慢慢出現了「地理學轉向」（龔卓軍：2020）。

以個別創作案例而言，姚瑞中早期的「行動三部曲」第一部曲《本土佔領行動》（1994），在歷年來殖民者登陸的港口擺拍，即以戲謔的方式翻轉殖民地理的空間，希望藉此彰顯台灣主體性（姚瑞中，2004：22）。或如陳愷璜《週；海徑一月亮是太陽》（1998），以船隻不間斷繞行臺灣島嶼一圈，並以監視器拍攝本島，改變了我們對既有地理景觀的觀看方式（簡子傑，1998），上述兩個案例皆具有明顯的「翻轉」意味，除了姚瑞中翻轉殖民空間以外，陳愷璜船上的監視器，一方面暗喻殖民者窺視臺灣之眼，也提供了我們從海上的觀看島嶼的翻轉角度。此外，創作者特別提到了「航向何處？我們到底需要以如何的一艘『船』，於世界航行？」（Aesthetic Jam，2014），整個行動是一種「主體（意識形態）虛擬建構」（Aesthetic Jam，2014）。因此，以上兩者皆以地理來進行藝術的表述，也都觸及了台灣主體性建構的問題。

初步觀察，上述直接以身體介入的藝術行為，與晚近臺灣當代藝術領域透過「田野」、研究型創作（research-based art）所呈現出來的空間觀念有所不同，甚至後者更具有地理學觀點的雛形。這樣的轉變，再如姚瑞中與失落社會檔案室的《海市蜃樓：台灣閒置公共設施攝影計劃》（2010~2018），揭露荒廢的公共空間，不僅有 David Harvey 批判地理學的角度，大量空間踩點也有著「製圖」的觀念，並具有一定的研究與報導特質。另外，歷史回訪、重構地方誌，也成了晚近人文地理學類型創作的特徵。如陳飛豪重新詮釋日殖時期的歷史典故。³ 或如劉星佑、陳漢聲的「走路草農 / 藝團」（秦雅君：2024），以地方誌作為取向，轉譯甲仙家鄉的生活。陳依純則以大量在地素材，例如新北市的老家或者外公林水源的南投，建構出非虛構的影像地誌學（非池中：2017）。這些創作都有著地方再認識的企圖，也都隱約有著本土化的實踐意味。

此外，梁廷毓以「鬼魅地理學」（spectral geographies）的觀點（梁廷毓：2023），勾勒出地理中的各種「靈界」元素，試圖讓「歹物」回歸其複雜的原生脈絡。同樣由梁廷毓所參與的「引爆火山工程」團隊，更進一步提出了「負地理學」（negative geography），串連諸多被排除在地表主流學科之外的異端知識。另外，龔卓軍所策劃的「2022 Mattauw 大地藝術季：曾文溪的一千個名字」（2022），

3 例如陳飛豪在台北當代藝術館所展出的〈帝國南方無理心中〉（2022）。就是透過表演藝術、劇本、文學與新聞的轉釋重構，結合基隆、高雄與澎湖的地景，構造出日殖時期的臺灣想像。

以橫貫式 (transversality) 的連結方式 (龔卓軍, 2020),⁴ 挑戰了過往以特定場址 (site-specific) 或場外藝術 (off-site art) 為主的大地藝術季思維。該計畫穿越整個曾生文溪流域, 在萬物、族群、文化、歷史與地理之間, 為藝術與地理學提出了盡可能全面的連結。

上述案例僅是列舉, 而非全面盤點。然而, 藝術在朝向地理學的過程中, 究竟僅只是對於不同學科的好奇, 或者存在著更深層的動機? 初步觀察, 「主體性」的問題在這個過程中扮演了幽靈一般的關鍵角色, 地理行動的建構與主體性的建構似乎一直存在著某些關聯。基於上述原因, 本文以臺灣主體性觀念的「構—解」來切入, 進一步聚焦在李俊賢的「台灣計劃」(1991-2000)、劉秋兒的「看山 Unknow」(2006-) 系列, 以及許家維的「回莫村計畫」(2009)。這三位創作者雖然無法概括所有與地理學相關的當代創作。但是, 交錯比對之下, 可以發現上述三者透過藝術與地理學的操作, 分別投射出相當不同的「主體」觀點。其中, 李俊賢透過地景寫生的方式, 以強烈的視覺風格建構了「台味」的美學。劉秋兒則是透過山川、河流與人文的綜合觀察中累積出對於藝術與動力學的思考。而許家維的創作則具有多重的解構: 一方面解構既往的「主體」觀點, 並將歷史拉往冷戰、大航海以及史前時期的地緣政治; 另外一方面也解構了影像的既定生產關係, 藉此探討藝術的能動性。上述三者分別涉及了不同的地理學觀念, 對於臺灣「主體性」觀念也明顯不同。

至於三位創作者的既有研究而言, 過往對於李俊賢的研究多半集中在臺灣南方的社會藝術、情境與「台味」的主體化詮釋。⁵ 劉秋兒的部分則多半聚焦在創作者的身體行為、藝術展現以及社會行動等議題。⁶ 另外, 對於許家維的相關論述, 則較多半聚焦在影像、敘事、考古等。⁷ 綜觀上述文獻, 基本上並未集中在地理學方面的議題進行探討。因此, 本文試圖以地理學的觀點, 串連、辯證上述三位創作者的創作案例。

⁴ 該文中, 探討了德勒茲 (Gilles Deleuze) 與瓜達希 (Felix Guattari) 的地理哲學 (geophilosophy), 以及瓜達希的「生態智學」(ecosophy), 以及他挑戰精神醫療體制化的現象所提出的「橫貫性」一詞, 並將「橫貫性」放在對於當代藝術與地方藝術節的「白盒子體制的移情」與「歐美藝術美學體制的移情」的批判性觀察裡。

⁵ 李俊賢相關學術論文方面有鄭傑夫 (2022)。「南方藝術折枝人—由李俊賢看 1987 到 2019 年高雄現代藝術發展中的社會關懷」。國立高雄師範大學美術學系碩士論文。黃海鳴 (2021)。「藝術的共振 / 殘局 / 轉機的形成—以李俊賢與高雄藝術生態發展關係為例」。其他文章如龔卓軍 (2021)。「罵髒話、畫髒罵: 李俊賢的畫外音與燦爛多巴胺」、鄭勝華 (2019)。「欸欸 (ㄉㄨㄨ) 臺灣藝術 閱讀李俊賢作品的三條路徑」等。

⁶ 劉秋兒相關文章有吳牧青 (2017)。「(f)圖地反轉」—創作·流亡·意志·史 劉秋兒「缺牙鋼琴」、簡子傑 (2017)。「策展專文: 缺牙鋼琴—劉秋兒個展」、高俊宏 (2019)。「淺談劉秋兒的『看山 4』」等。

⁷ 許家維相關學術論文方面有黃上容 (2023)。「歷史與事件的想像圖徑—許家維的影像敘事轉向」。國立臺南藝術大學動畫藝術與影像美學研究所碩士論文。其他文章如張玉音 (2022)。「變成圖騰的作品, 是創作的險局: 在聖堂裡的一場演出」—許家維考古與現實的破口。黃祥昀 (2019)。「後設電影作為一種歷史方法—以展覽《影像的謀反》與許家維的作品為例」(上)(下)、周安曼 張欣 (2013)。「時間、地域、記憶—看許家維的多重敘事語言」等。

參、「台味」地理學，以李俊賢「台灣計劃」為例⁸

李俊賢、陳水財、倪再沁、蘇志徹所共同發起的「台灣計劃」，藉由身體介入形成了具有個人情懷的文化地景。過去，臺灣藝術領域關於地景的創作，大多以鄉土事物為對象，與 Sauer 的北美地理學派崇尚地景的「鄉村性」(rurality) 不謀而合。當然，其中也不乏以視覺圖像描繪都市場景者，但是透過大量身體介入地景的「實踐」而言，李俊賢的「台灣計劃」值得深入探究。他台東出發，依序前往苗栗、澎湖、花蓮、南投、雲林……(李俊賢，2010：25) 並且斷斷續續持續了十年的風景寫生。其中包含了以五天的時間在烈日下獨自行走於澎湖、黃昏獨自坐在台東山腳下的小教室……也因為「台灣計劃」的契機，李俊賢得以近距離接觸當時的「山地文化」(李俊賢，2010：26)。龔卓軍認為，這般看起來無目的卻又有所圖的藝術實踐為「碎行田野」，龔以「一種生命，才是這個計畫的核心」來形容「台灣計劃」之「碎形田野」所投射出來的生命「長考」。(龔卓軍，2019：116-121) 相應於此，創作者提到了創作過程中的「田野」經驗帶給自己的衝擊：

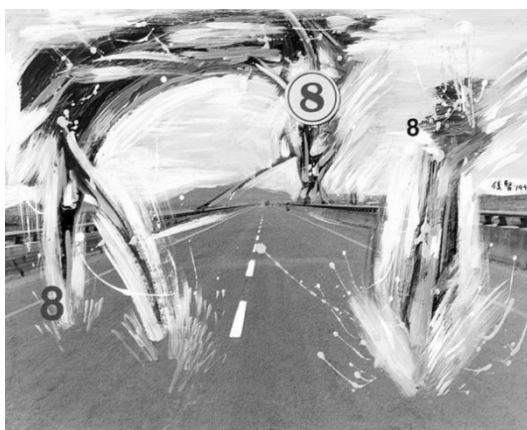
就身體經驗而言，「台灣計劃」使我的天線雷達瞬間接收大量訊息，因而充滿莫名的興奮感，即使感官接收的只是一般臺灣人生活狀態的訊息，都使我有好奇的新鮮感。(李俊賢，2010：26)

Sauer 在〈墨西哥的性格〉一文提及，經由好幾代人的生活實踐，人與土地的動態關係將會交織出屬於這塊土地的「性格」。其更進一步認為，文化是「人對地景所施加的能動性」。(Carl Sauer, 1963：343) 而地景的「性格」則是文化作用的結果，這也使得地景具相當的人文色彩。然而，「台灣計劃」所突顯出的「性格」，究竟是李俊賢「個人」的，或者是從地景裡所形成的集體臺灣人性格？面對這個問題，本文先從畫面切入探討。李俊賢的「台灣計劃」運用了大量的拼貼手法 (collages)，表面上似乎呼應了西方新表現主義 (Neo Expressionism) 的畫風，實則充滿了個人身體運動的痕跡。他以自創的技法：Hue (台語「甩」的意思)，藉由畫筆的揮灑與塗抹，漸次堆疊出了「扞」(台語：「粗糙」、「繁茂」之意) 的地景 (許遠達，2021)。在場景的設定上，「台灣計劃」傾向選擇相對邊緣的空間，例如山邊、海岸、平原、鄉間等。畫面上粗獷的地景經常結合了常民的符號意象，諸如廟宇、美食、建築、橋樑、碉堡……其中還夾雜了不少民間話語。例如《過橋之發、發、發》(1991)，以常見的橋樑地景作為底圖，橋面爆發出幾束噴泉般的塗抹筆觸，上面分別出現了三個「8」字，連結了民間「發發發」的諧音 (圖二)。或者如同《北灰西施》(2000) 一作 (圖

⁸ 本文以「臺」字呈現相關的地名，但此處保持「台味」與「台灣」之所以保持「台」字，是沿用過去的報導以及計劃名稱的用法。

三), 粗獷的肌肉與骨感的女子身形, 使觀者意識到作者將某種男子氣概 (masculinity) 的神韻投射到檳榔西施的形象上, 也突顯了創作者相當個人的主觀觀點。因此, 「台灣計劃」毋寧說是李俊賢個人的性格與臺灣土地所呈現出的集體性格之間的揉合。

圖二 李俊賢, 〈過橋之發、發、發〉, 1991



註：資料來源自李俊賢

圖三 李俊賢, 〈北灰西施〉, 2000



註：資料來源自李俊賢

另外，從整個行動的層次而言，「台灣計劃」透過創作這的身體與環境的磨擦、碰撞，這個過程蘊含著身體現象學的意義。以地景而言，John Wylie 認為現象學式的地景是非再現性的，交織著人在地景中的身體實踐，是「造景」(landscaping)而非單純去表現「地景意象」。行走、騎車、攀登乃至於園藝的工作都可以視為某種「造景」實踐，也都具有現象學地景的特性。Wylie 引用了 Merleau-Ponty 的「纏繞」(intertwining)一說，藉以解釋「造景」並不是依照一個藍圖去「製造地景」，而是由身體與地景所交織出來的互動，人與地景之間因而纏繞於分離與結合的雙重運動之中。(John Wylie, 2021: 211-224) 當然，李俊賢的繪畫不見得能夠套用 Merleau-Ponty 的「纏繞」一說，然而當 Merleau-Ponty 在探討可見與不可見的問題時談到「看者本身不應該是他所看之世界的局外者。」，這裡面就涉及了觀者與被觀看對性之間的纏繞性，甚至是「可逆性」。(吳錫德, 2018: 94-95) 這樣的說法確實也讓我們從創作者與的風景之間實則無法分離的角度，理解李俊賢在「台灣計劃」中的身體性。

同時，從李俊賢青少年時期騎著腳踏車探索高雄各地，尋找具有「粗粒感」的工業景觀而言(李俊賢, 2010: 17)，其視覺經驗已經存在著某種觸覺。鄭勝華指出，李俊賢的繪畫並不是單純的風景，而是人與土地、歷史之間的混融痕跡(鄭勝華, 2019: 80-81)。許遠達也認為他的台客畫風表現了「粗礪、生猛、鮮豔、熱情、有力的台灣精神」(許遠達, 2020: 27)，特別是 Hue 的技法，將身體的運動痕跡烙印在畫布上，形成一幅幅極具身體觸感的繪畫。

從臺灣「主體」建構的觀點而言，「台灣計劃」以圖像、符號(文字)以及 Hue 的技法所堆疊出的「台味」美學，其中還可能涉及到地景與國族審美(national aesthetics)之間交揉問題。換句話說，這些具有「臺灣味」的圖像、符號(文字)與技法是在相對的文化處境之下所衍生的美學自我認同。黃海鳴認為，李俊賢以寫生來面對自己所成長的風景，是擺脫西方文化殖民的方法，寫生和主體性的建立有著密切的關係(黃海鳴, 2021: 51)。創作者雖然取材各種在地要素，融合了髒話、鹹味、扞等要素，形塑一套「台味」美學(許遠達, 2021)。李俊賢的寫生概念背後，埋藏在畫面底層的就是他念茲在茲的「主體性」建構。(龔卓軍、許遠達, 2021: 48)

然而，龔卓軍則認為「台灣計劃」的美學元素來自於土地與氣候所形成的存在感，並且特別形成了一種「南方」的意味。(龔卓軍、許遠達, 2021: 31) 從這個角度看來，「台灣計劃」的「台味」美學確實有建構屬於臺灣自我國族美學的意圖，而且別是以「南方」來強化此一美學的內涵。以「南方」的體感與符號來重新對應臺灣主體性，除了「解構」了以北方(臺北)為主的主體想像，由於「南方」的寬廣意涵，使得李俊賢創作具有跨越國界的可能性，從而開啟更大的感知領域。

肆、地質，或「力」的地理學，以劉秋兒為例

我說：「臺灣藝術的迫切在於宏觀現實主義」。(劉秋兒，2017)

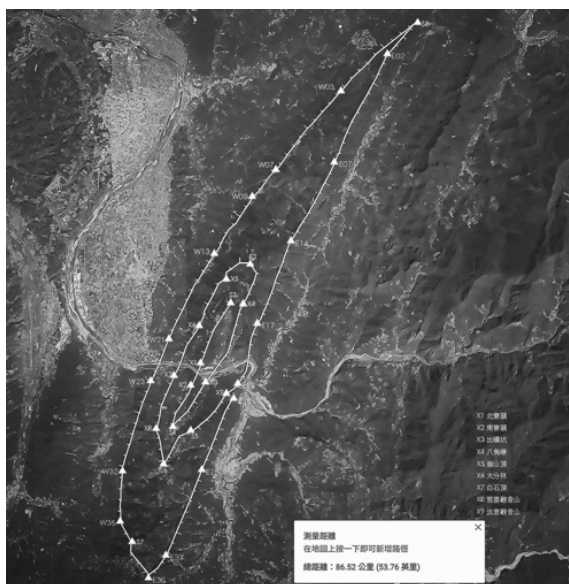
相對於李俊賢濃烈的人文特質，劉秋兒近年來的地質與地理藝術計畫則提供了不同的觀點。事實上，劉秋兒一開始的創作還是比較於偏向於人文精神的，從〈圖抗系〉(Soul Anti Series, 2012-) 可以看到，該系列以大量手工塗抹的方式，處理創作者過往所收集累積的大量印刷品與文件，藉以突顯過往訊息的消逝(失效)與當下身體的存在。創作者提到「對日常生活裡的物件或物件所隱含的訊息加以塗抹的行為，而這個行為一直有『存在』的隱喻」(簡子傑，2017)。但是，從後續的「看山 Unknow」計畫開始，劉秋兒逐漸轉向於地理的思考。「看山 Unknow」計畫分為五個系列，首先是〈看山 1. 阿里山山脈尾系有個灣〉(2005-2007)，以昔日「古高雄灣」附近的山塊作為創作對象(例如半屏山、柴山、鳳肚丘陵等)，進行了多次的行走、書寫、拍攝與藝術性的行動(劉秋兒，2015-2023)。〈看山 2. 西流河〉(2023-)，則是預計從高雄典寶溪到新竹頭前溪，由南而北劃定十九條往西流的河川，觀察河流如何切割、交織出西部平原的生命。該計畫目前已進行了阿公店溪的踏查與紀錄，過程中，創作者仿效考古的挖掘行為，並觀察隱藏在土壤層裡的人文與自然訊息(劉秋兒，2015-2023)。另外，〈看山 3. 窮繞〉(2006)則是騎著機車繞行於北臺灣山區的產業道路，以近似路上觀察學的方式前往各個無名的角落勘查地形。〈看山 4. 賴春標〉(2017)則是從宜蘭中興文創園區(前中興紙廠)地面一千多棵伐木時期所遺留的殘木蒐集、挖掘開始，進一步連結到臺灣森林保育先鋒賴春標的事蹟。至於尚在進行中的〈看山 5. 翼肋之地〉(2018-)則是以三義到三灣，一塊從空照圖中長得像飛機翼肋的山塊為主，進行長時間的行走與紀錄(劉秋兒，2015-2023)。

劉秋兒的「看山」系列並非一開始就鎖定以地質為主，例如在〈看山 1. 阿里山山脈尾系有個灣〉時期，透過「行走的學校 / 腳底路線」的行動，劉秋兒帶領參與者穿行在高雄城市與周遭地帶，相關行動充滿了「邊緣」的人文特質，甚至有不少實驗影像的操作，如該系列的〈穿洞〉(2007)一作，參與者騎機車走訪高雄周遭的軍營、荒地、寺廟(清水巖)、戰備坑道等，相關的動態紀錄影像被劉秋兒套用了漣漪狀的特效，搭配詭異的人聲，形成怪異且亦具邊緣性的錄像。同系列的〈綁架飛碟〉(2008)，則將走訪半屏山的紀錄，混搭著各種生態觀察、山友的日常生活、城市遠景的畫面，以快慢不一的方式破碎呈現，慘不忍睹的影像似乎回應了因為水泥開採而顯得破碎的地景。再如〈看山 3. 窮繞〉，創作者提及北臺灣山脈附近的行走：「比較像藝術家自己一個人，試圖如何看進事物內裡的精神世界，僅一個隻身現實環境中去孤獨注視。」(劉秋兒，2015-2023)。一直到〈看山 4. 賴春標〉中，對於記者賴春標的致敬，上述種種皆顯示「看山 Unknow」系列中的人文特質。

可是到了近期，從〈看山 3. 窮繞〉的過程中，劉秋兒便大量以身體行動浸潤在大地之中，這樣的模式延續到近期的〈看山 2. 西流河〉以及〈看山 5. 翼肋之地〉，可以看出劉秋兒逐漸關注於地理的相關議題。分析原因，與創作者長時間與自然大地相處的過程應該脫離不了關係。然而，劉秋兒的地理觀點並非學院教育之下的產物，反而更像是自成一脈的民間風水山師。林開世認為「風水實踐具有零碎、分散與自我中心的性質」（林開世，2007：66），強調風水是一種關於時空框架、範圍與界限的個人「實踐」，風水所藉以評估的基礎並不是科學，而是脈絡性的（林開世，2007：65）。然而，劉秋兒自述對於地理的關注重點並不在於地理科學的探討，而在於「美學」。⁹ 那麼，何謂地理學中的「美學」？觀察劉秋兒的創作，初步可以分為「造型」以及「力」兩個元素。從造型的角度而言，例如進行中的〈看山 5. 翼肋之地〉（圖四）可以看出：

翼肋之地，南從三義，北至三灣，全長近三十公里，最高八百二十米，屬雪山山脈西部麓山帶；空照輪廓簡潔完整，南圓北尖，形似飛機翼肋板；以北北東、南南西走向，匍伏中央與雪山山脈趨勢；南接關刀山稜線，其稜線以南有鯉魚潭水庫、大安溪、大甲溪；北頂中港溪流域，包括永和山水庫、大埔水庫。（劉秋兒，2015-2023）

圖四 劉秋兒，〈看山 5. 翼肋之地〉，2018

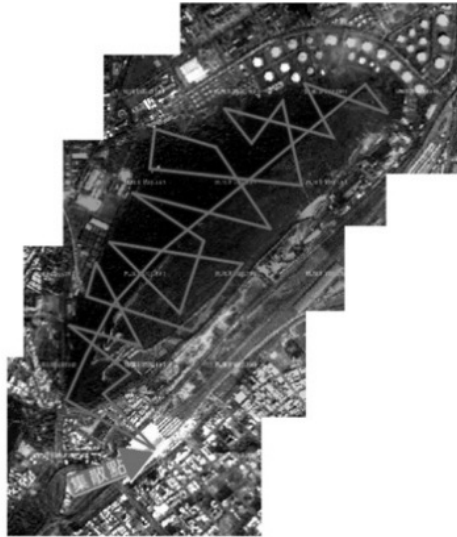


註：資料來源自劉秋兒

⁹ 劉秋兒口述，高雄市前鎮區，2023，筆者紀錄。

劉秋兒以山體造型自創名稱的做法已有舊例，例如〈看山 1. 阿里山山脈尾系有個灣〉裡，因為發現半屏山空照圖的形狀與飛碟類似，因而自創了〈綁架飛碟十二小時〉的行走計畫（圖五）。除此之外，「看山 Unknow」中的其他部分也經常出現自創的名詞，在〈看山 3. 窮繞〉裡，他以「會翻滾的線」來形容淡水河的今昔變化（劉秋兒，2015-2023）。此外，以「直線」來串接蘭陽溪與大甲溪的河谷，並且命名為「大蘭一條線」，同時認為這裡的檜木生存區域恰好與泰雅族的生活空間重疊，主張兩者之間似乎存在著「某種神秘的關聯」。¹⁰ 雖然相關定義迥異於學界，但是對比林開世的觀點，劉秋兒的地理命名雖然具有自我中心的性質，但是不見得是零碎、分散的。我們依稀感覺到創作者在命名與觀察背後，一直存在著造型與力的觀點。

圖五 劉秋兒，〈綁架飛碟十二小時〉的行走計畫



註：資料來源自劉秋兒

延續著對於力的觀點（或者著迷），劉秋兒反覆繞行臺灣南北各地，如此浩大且幾近於自我消耗的行為動機究竟為何？或許，這必須從他所提出的「台灣藝術的迫切在於宏觀現實主義」切入。所謂宏觀現實主義，與過去他所主張的「擴充運動」（2008-2011）或許有所關聯。「擴充」意指藝術應該盡可能脫離個人品味與商品化，進而召喚集體覺醒，擴張社會行動，尋找地理上「族群利害與共的母體信物」（劉秋兒，2019）。劉秋兒認為就像互古生長於島嶼上，經過不斷演替，最終在盛行

¹⁰ 劉秋兒口述，高雄前鎮區，2023，筆者紀錄。

雲霧帶裡長出了驚人的檜木森林，山林萬物才是現實的母體。¹¹ 由此推之，此一「現實」並非現實主義（realism）中所預設的社會對象，而是包含了某種「整體性」（holism）。從上述的創作而言，劉秋兒又特別傾向於從地質切入對整體性的摸索。似乎，他所尋覓的是塑造出今日地形地貌背後的神秘動力系統。而從劉秋兒的「看山 Unknow」創作可以發現，他所關注的力量系統主要來自於廣義的「自然界」，其中，地質的構成之力可以說是其關注的重點。地質屬於廣義的地理學的一部分，一般聚焦在岩層、土壤等物質的形成。但是縱觀劉秋兒的相關創作可以發現，除了具體的物質組成以外，形成地質之物質性背後的力量具有無比的啟發性。

地質與力量的關係可以從〈看山 5. 翼肋之地〉看出。當初發現苗栗那塊飛機翼肋形狀的山塊時，劉秋兒曾經驚呼「為什麼有這個『東西』？為什麼？」（劉秋兒，2015-2023）換言之，創作者首先是受到翼肋之地的地質之力形成所震撼。其次，在繞行翼肋之地山區時，創作者切入了更為細緻且複雜的地質因素，包含古老的油井、動植物生態與現代山林開發的現場，使得其「地質」的觀察對象除了基礎地球科學的層面之外，也包含了人類世（Anthropocene）的部分，將「地質之力」延伸到今日人類活動的層面，而這便進一步涉及到了倫理的問題。

就倫理問題而言，劉秋兒並沒有過度著墨於人與自然之間的倫理問題，因此與一般環境藝術的發展不同。有鑒於一般的生態學多半限制於科學的測量、演算、規劃的觀點，Arne Naess 於 1973 年探討「深層生態學」的文章裡提到了「生態智慧」（ecophilosophical），主張以謙卑與平等的心態面對萬物，整體的自我實現是最高的目標，人的自我實現則是依附著整體（Arne Naess, 1973: 95-100）。從「看山 Unknow」的系列看來，「整體」是存在的，但是與 Naess 不同在於，劉秋兒似乎特別關注激發萬物成長、變動乃至於死滅的動力，包含地質，也包含生活於其上的萬物生靈。

¹¹ 同上註。

伍、地緣政治，以許家維為例

本文第三個探討案例是許家維的「回莫村計畫」，¹² 以及該計畫所呈現的地緣政治觀點。「回莫村計畫」以 1949 年撤退到緬北的國民黨孤軍，現居住在泰北邊境回莫村（又稱美斯樂，Mae Salong）的後裔為主。其中，錄像作品〈回莫村〉是以過去國民黨情報人員、現任神職人員田牧師所創辦的「自強之家」（孤兒院）為主要場景（圖六）。另外，〈廢墟情報局〉則是以情報站廢墟台座作為舞台，邀請泰國偶劇團以及回莫村的前情報人員老兵共同參與，以「傩」舞（Khon）的方式搬演泰國神話猴神哈努曼（Hanuman）的故事，藉此隱射孤軍協助泰國抵抗共產黨的歷史（圖七）。

圖六、許家維，〈回莫村〉，「回莫村計畫」，2009



註：資料來源自許家維

圖七、許家維，〈廢墟情報局〉，「回莫村計畫」，2009



註：資料來源自許家維

¹² 「回莫村計畫」主要分為以下的創作：2013 年的裝置作品〈回莫村－國防部 1920 區光武部隊大陸工作組〉、2015 年的〈廢墟情報局〉、〈情報局紀念所〉等。

在〈回莫村〉裡，首先值得探討的是錄像中的「非敘事」以及「現場調度」問題。許家維並不採取一般說故事的方法，而是邀請「自強之家」裡，父母因為毒品因素而遺留的孩童們充當拍攝團隊，將「自強之家」的廣場轉為創作場景。另外，〈廢墟情報局〉裡參與共同演出的老情報員，以及意外在影片中出現的泰國軍人，也構成了一幅邊區日常的景觀。許家維強調，無論故事的真實與虛構，必然有一個「講故事的現場」存在著，而拍片是一件「今天正在村子裡發生的事」。¹³ 強調藝術性在於當下生活場景的翻轉。「自強之家」成為了當代的拍片現場，也間接賦予了這批孤兒一個「攝影者」的動能位置。印卡以「對立場景」(counter-site)來形容現實的回莫村在各國權力包夾之下所自我建立的烏托邦情況(印卡，2016)，雖然暗指孤軍部隊從困守在金三角「飛地」(enclave)的處境，一直到安身立命於邊區的歷程，但也回應了許家維對於「拍攝現場」的強調。換言之，〈回莫村〉中活生生的村落現場，相對於小說《異域》乃至於各種被形塑出來的固定而悲情的歷史敘事，幾乎是「對立」的位置，這種對立因為「偏離」《異域》的原初文本而具有一定的美學張力。

從地緣政治的角度來說，許家維的創作經常透過細微且邊緣的事物，連結信仰、文化、經濟、戰爭與政治等相對複雜的網絡，同時也勾勒出臺灣與世界之間的隱性連結。例如《鐵甲元帥》(2011)一作，串起馬祖芹壁村與中國江西之間的民間信仰及隱形關聯。或者〈武士與鹿〉(2019)則是探討東印度公司在日本、臺灣與東南亞的鹿皮貿易網絡。另外，在《熊貓、鹿、馬來貘與東印度公司》一作的拍攝過程中，創作者提及：

馬六甲就是很觀光的地方嘛，你網路上看照片，都是明信片那一種的，就是拍這建築（按：殖民建築），就是標準的那個方法。可是我想看的是明信片以外，明信片看到可是它背後是什麼，那你一般網路上，遊客也不會拍這些東西，電塔就變成是我這次拍攝的一個，滿重要的一個場景。¹⁴

從敘事的角度而言，許家維認為「歷史」本來就不是「乾乾淨淨」，而是「亂亂的」。¹⁵ 這種「亂亂的」歷史，與邊緣地帶的空間與地理存在著不少關聯，空間的突顯成為質疑所謂「正統」歷史的重要因素。法國歷史學者 François Dosse 在談論到「年鑑學派」(Annales school)的前身時，提到了十九世紀歷史學者 Paul Vidal 由歷史轉向地理研究的過程 (François Dosse, 2008: 24)。Vidal 主

¹³ 許家維訪談，引自：「第 15 屆台新藝術獎入圍作品-《回莫村》許家維個展／許家維 藝術家訪談」，台新藝術獎網站，2017，<https://www.youtube.com/watch?v=4xRQiceM7Gc>

¹⁴ 許家維訪談，引自：「許家維的亞洲考古路徑」，公共電視「藝術很有事」，2020，第六十九集，<https://www.youtube.com/watch?v=JuyQ8HTBnNo>

¹⁵ 同上註。

張歷史應該排除以事件與政治敘事為主的觀點，回到特定區域的現況描述，例如「環境」、「生活類型」、「日常性」，他懷疑固定的歷史理論架構並且強調描述與觀察。如此透過區域性的地理元素的掌握，所延伸出來的歷史觀便充滿了各種現場的有機元素，也影響到後續「年鑑學派」重視經濟史、社會史、文化史而輕政治史、人物史的傾向 (Francois Dosse, 2008: 24-48)。

然而，如果要以「年鑑學派」來理解許家維，可能尚屬牽強。其中的不同首先在於「地域」的界定，前者相對固定在單一空間，而後者則具有網絡式的連結。此外，若以「回莫村計畫」看來，除了美學張力以外，生活在現實裡面回莫村的孤軍後裔所呈現出的離散感，散發著另一種地理的觀點。Willem Schendel 提出了 Zomia (贊米亞，或稱 The Highlander, 高地人) 一詞，用以形容中南半島內陸高地的人們。「他們一方面生產出屬於自己特殊的地理知識，同時這也是一種目前地理學尚未知曉的知識」(geographies of ignorance) (Willem Schendel, 2005: 275)。

人類學家 James Scott 更進一步以贊米亞來形容居住在在這個區域裡，海拔一千公尺以上，總數達一億人以上的複雜族群，他們的共通特點之一是作為叛軍與逃亡者的後代。贊米亞長久以來逃避平原的水稻帝國 (paddy empire)，並且產生諸多與帝國之間的斡旋機制 (James Scott, 2018: 168-170)。從這個角度來說，「回莫村計畫」裡的孤軍後裔可謂是贊米亞的後代，也是國共內戰歷史洪流中的離散者。因此，由離散者所交織出來的地緣政治，與強勢帝國主導的地緣政治有著顯著的不同。特別相對於 Friedrich Ratzel 從「生存空間」(Lebensraum) 延伸出來的「古典地緣政治」，將國家視為「有機體」，注重於外交合縱、民族生存以及軍事擴張 (Joe Painter & Alex Jeffrey, 2012: 200)。離散者的地緣政治的關係，比較接近於上述 Peet 所歸納的 Foucault 派地理學中的「散布空間」。Peet 引用了 Foucault 的說法，進一步談到了「散布空間」的特色：「我們生活在一組關係中，這些描繪出的地點，很難化約為其他地點，也絕對無法疊加在其他地點上」(Richard Peet, 2005: 372)。從這個角度來說，許家維的地理學觀點一方面解構大型敘事，回到「散布空間」與現場。二方面，也因為非正統的敘事方式，讓他的創作經常帶有張力與詩性。

此外，「技術」也是值得討論的問題。「回莫村計畫」涉及了孤軍後裔的情報工作。印卡認為，情報作為一種「工具」，剝削著情報員 (工具人) 的肉身 (印卡, 2016)。而許家維在該計畫的〈情報局紀念所〉一作中，有著對於情報的技術更深的思考。〈情報局紀念所〉想像中的計畫，是在回莫村情報局遺址的空地上挖洞，成為一個既不預設觀眾的存在，又深入地表的「無檔案紀念館」，透過空間設計來暗示情報的不可見性。¹⁶ 而在〈回莫村〉錄像中，「自強之家」的孩童被安排成為拍攝人員，也具有翻轉攝影機器 (技術) 掌握者的隱喻。如果攝影作為一種「霸權」的象徵，那麼被殖民者如何反過來使用殖民者的技術就是一個饒富意義的問題了。由此觀之，許家維的〈回莫村〉

¹⁶ 許家維訪談，引自：「第 15 屆台新藝術獎入圍作品-《回莫村》許家維個展／許家維 藝術家訪談」，台新藝術獎網站，2017，<https://www.youtube.com/watch?v=4xRQiceM7Gc>

一作，讓山區小孩掌握了攝影機器，更加觸及到了影像背後的生產機制，也是許家維的創作在地緣政治的串連之外，另一層關於技術解殖的想像。

陸、藝術地理實踐中的差異主體觀

上述三位創作者不同的創作取徑，除了顯示出各異的地理觀點以外，也間接透露了不同的「主體」觀念。在創作的領域裡，地理一方面是蘊育不同主體性的「介面」(interface)，卻也是「解構」的場所。李俊賢的「台灣計劃」繪畫充滿了海洋、海港、曠野、檳榔等，所傳達的臺灣「主體」觀依附著大地而生。一如和辻哲郎(Tetsuro Watsuji)的「風土論」(climate and culture)，強調季風、沙漠、牧場等因素構成了人的思想(和辻哲郎，2017)。「台灣計劃」兼具了文化與身體現象學式的地景，而環伺的「風土」，除了常民場景以外，更深遠的背景則是當時(90年代)臺灣本土化意識的影響。陳水財指出，「本土化」是理解李俊賢重要的切入點(陳水財，1998：12)。「台味」美學的建構符應了上述的觀點。許遠達更認為這樣的主體性是建立在臺灣土地、常民文化與南島文化的認同上(許遠達，2020：3)，有著超越單一國族的美學想像。如前所述，「台灣計劃」中的主體認同除了具體的臺灣國族以外，也因為畫面上各種風土元素的構成，整體而言形成了擴越國界的感覺結構，隱含著廣闊的「南方」想像。

同樣是高雄出身的劉秋兒，地理對他而言似乎扮演了母體(matrix)的角色。舉〈廣義棲蘭山環境行走〉裡的「意涵層疊的地圖」為例(劉秋兒，2015-2023)(圖八)。創作者在地圖中提到了五個層次，依序是地層構造、溪流位置、檜木扁柏林的範圍、伐林產業發展的集散加工地，以及原民泰雅族裔的遷徙分佈(劉秋兒，2015-2023)。該圖以地質做為基底，再次突顯了劉秋兒對於大地的關注，其次才是地表上所產生出來的各種生命與文化現象。因此，他的「主體」觀與其說是「臺灣」，不如說是「大地」。

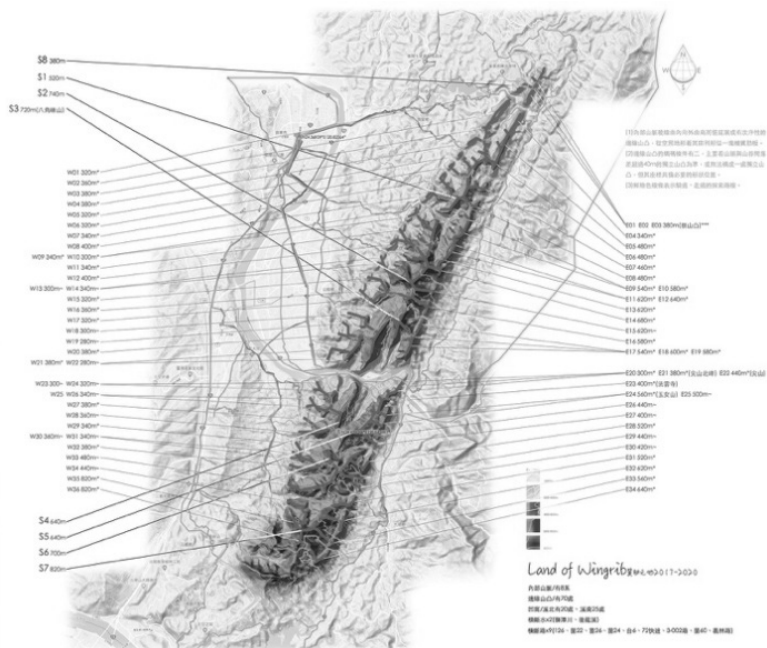
圖八 〈廣義棲蘭山環境行走〉,「意涵層疊的地圖」



註：資料來源自劉秋兒

不過，雖然劉秋兒後期的創作聚焦在地質與地理學的問題，但是觀其創作的切入面，「觀察」仍然先於「分析」，這也是他有別於一般地理學者的不同之處。而劉秋兒觀察的角度也並非採取遠觀的方式，如同觀看遙遠的風景一般，而是身體力行的進入山野環境，例如尚未完成的〈看山 5. 翼肋之地〉，無論是騎機車繞行蜂仔坑，或是徒步開路登上柑仔頂，（劉秋兒，2015-2023）無法忽視的是在相關的地理學訊息揭露之前，那具移動在環境中的身軀。從〈看山 5. 翼肋之地〉所繪製的複雜的「翼肋之地地型編碼圖」觀之，（圖九）實在無法否認劉秋兒在這個階段的創作中，「地理」的意識是相當清楚的。但是就整起行動而言，還是與一般地理學的製圖者有著顯著的區別，那就是製圖者身體性的突顯。

圖九 〈看山 5. 翼肋之地〉,「翼肋之地地型編碼圖」



註：資料來源自劉秋兒

雖然，劉秋兒與李俊賢對於地理與創作之間的觀念不同。但是，兩者都以大量行動繞行臺灣。由此可見，他們對於身體勞動（乃至於消耗）都存在著一定的崇敬，間接展現出「向土而生」的心境。相對起來，許家維的創作看起來則維持一定的距離，包含對於身體性的執著，對本土的激情，乃至於環境的直接關注。觀察許家維的創作，偶然、嫁接、乃至於突梯的敘事往往是重要的創作手勢，這也反應了其對於「主體」觀念趨向於「混雜」的看法，「主體」並非單一而固定的，而是經常出現在不同文化嫁接的過程中（或者就是這個嫁接的過程）。如《黑與白—熊貓》（2018）一作，以中國古今的「熊貓外交」作為起點，揭開背後不同的政治謀算，但是在錄像裡，創作者安排了一場日本喜劇的漫才（まんざい Manzai）展演，將整個作品調性轉為喜劇一般的展演政治。另外，《黑與白—熊貓》也呈現了大量網路資料搜索與匯集的過程。據此，許家維提到了「我的創作方法變成比較像是一種網絡化的思考，所有看似不相關的東西，其實互相是有關聯的。」（Lulu Tsai, 2018）或如《核衰變計時器》（2017）一作，作品探究了從日殖時期銻石的發現，並且一度希望發展成軍事工業，後來因為產量不足而放棄，到今日銻石成為了核衰變計時器的材料（許家維：2017）。作品也納入了今日臺大地質系研究室的銻石研究過程，使得研究成為一種特別的「表演」與嫁接。

從地緣政治的角度來說，藝術領域所呈現的地緣政治議題，通常具有以下幾特徵：(一) 具有跨區域、跨國的特質；(二) 具有網狀的脈絡性；(三) 具有回訪與現場再創造的行動。例如林羿綺的「越洋信使」個展中的《雙生》(2020) 一作，以創作者自身的家族脈絡，回到三個不同意義的「出生地」，串起了金門、臺灣以及印尼的隔代影像敘事(陳飛豪：2020)。「回莫村計畫」也具有上述的三樣特質，這樣的創作所形成的「主體」，與過往以臺灣為主的狀態頗為不同。因此，許家維的創作中的「主體」，除了地緣政治下的離散者(孤軍)、帝國宰制下的物質(銛石)、非人生界(熊貓與馬來膜)以外，也可以視為是由各種大的歷史(政治史、經濟史、自然史、科技史...) 裡面的邊緣人、事、物所組成，一部離散而不停地變動、變形，從而幾乎無法明確定義的「主體」。

柒、小結

路況曾經以「沒有主體的主體性」諷喻九〇年代臺灣文化界一度蔚為風潮的主體論述，他提到：「『主體』原本就是浮動不居的，不可能達到充份完全的表達」、「空洞無物、言不及義正是一種最真實的主體性表達」(路況，1996：131-132)。然而，觀察九〇年代的視覺藝術領域，確實對於臺灣主體性一度有著強烈的形象化、符號化企圖，往往也因為「用力過猛」而產生過猶不及的現象。然而，要說當時的主體觀點是空無一物，恐怕也昧於集體現實。事實上，從今天的角度回望，可以發現這三十年來的當代創作與某種蒙昧而模糊的主體性有關，然而，創作表現上已從過往的激情轉為相對內斂的藝術知識的解析與生產。因此，並不是主體性不存在，而是更多的層次被打開了。

整體來說，李俊賢的「台味」人文地理學雖然強調土地感，卻也是從個人的「生命經驗」、整體的「歷史意識」以及當下生活的「世俗價值」三方面循序漸進(李俊賢，2012：13)。本土與生活其上的人們對他而言是「力度」的匯集，對於藝術具有某種「訊息強度」(李俊賢，2012：23)。而在劉秋兒的創作中，除了環境、地質與人文生態的思維以外，彷彿有一股來自地心的力量吸引著他。兩者的關注然不完全相同，卻也被不同地理的力量所牽引。同樣的，我們也可以看到在許家維的創作中，也存在著一種離心的力場，反向訴說著更為複雜的、卻同樣屬於「我們」的身世。

從李俊賢、劉秋兒到許家維，代表了人文、地質到地緣政治的地理學觀點，同時也間接體現了從臺灣主體性的建構到解構的過程。如前所述，主體性這條軸線雖然無法涵蓋所有的地理轉向的類型以及背後的深層動機。但是總結來說，藝術的地理轉向，總是蘊含著不同的歷史意識，其中一個很大的重點在於重思本土的精神構造，特別是對於過往偏向於符號化、人文化的反思。例如，從李俊賢到許家維，我們可以看到「台味」的各種符號消失在複雜的地緣政治網絡中。許家維的案例顯示出，當代創作者透過地理因素的相關創作，基本上已經脫離了地理與主體再現的關係，從而進入

藝術地理學關係網絡之間的政治性。縱使如此，以臺灣的特殊處境來說，創作中的主體意識勢必隨著整體的國家境遇而有所不同，同時也可能再次牽動著不同地理學概念的選擇以及援引。地理學作為人文、環境、大地與創作者之間的重要橋樑，在可見的未來，應該會繼續在藝術領域裡扮演重要的位置。

參考文獻

一、中文部分

- Carl Sauer (1963)。The Personality of Mexico。引自：John Wylie (2021)。地景。(王志弘等譯)。群學，32。
- David Harvey (2003 年 9 月)。地租的藝術：全球化、壟斷與文化的商品化。城市與設計學報，15、16。1-19。
- Francois Dosse (2008)。碎片化的歷史學：從年鑑到新史學。(馬勝利譯)。北京大學出版社。
- James Scott (2018)。不受統治的藝術：東南亞高地無政府主義的歷史。李宗義譯。國家教育研究院。
- Joe Painter、Alex Jeffrey (2012)。空間與權力：政治地理學新風貌。(謝明珊、陳坤森譯)。韋伯文化。
- John Wylie (2021)。地景。(王志弘等譯)。群學。
- Richard Peet(2005)。王志弘等譯。現代地理思想。群學。
- Tetsuro Watsuji (2017)。風土：人間學的考察。(朱坤容譯)。東方出版社。(原著出版於 1935 年)
- 池永歆 (2009 年 7 月)。人本主義地理學者段義孚對現象學的闡釋與運用。鵝湖月刊，408，39-46。
- 李俊賢 (2010)。李俊賢：台灣計劃。典藏藝術家庭。
- 李俊賢 (2010)。台到深處無怨尤——自我風格之形成與確定。台灣計劃：李俊賢，16-27。引自：許遠達 (2020 年 12 月)。來自常民的視覺思維——李俊賢 本土化歷程與「合體字」及「花鳥體」。南藝學報，21，1-32。
- 路況 (1996)。犬儒圖：當代形象評論集。萬象出版社。
- 姚瑞中 (2004)。臺灣裝置藝術。木馬文化。
- 姚瑞中 (2004 年 7 月)。無可迴避的荒謬：一個藝術家的藝術運動。台中文化視窗，64，22-25。
- 姚瑞中 (2006 年 4 月)。脫胎換骨——1995 年至 2005 年的台灣當代藝術發展的幾個面向。臺灣美術，64，42-45。
- 龔卓軍、許遠達 (2021)。跟著俊賢去旅行。我已文創有限公司。
- 林開世 (2007 年 6 月)。風水作為一種空間的實踐：一個人類學的反思。臺灣人類學刊，5，63-122。
- 吳錫德 (2018 年 3 月)。論梅洛—龐蒂感知現象學的翻譯觀。編譯論叢，13-1，83-104。
- 黃海鳴 (2021 年 5 月)。藝術的共振 / 殘局 / 轉機的形成——以李俊賢與高雄藝術生態發展關係為例。國立彰化師範大學文學院學報，23，33-54。
- 許遠達 (2020 年 12 月)。來自常民的視覺思維——李俊賢本土化歷程與「合體字」及「花鳥體」。南藝學報，21，1-32。

- 袁源（2017年7月）。「第三空間」學術史疏理：兼論索亞、巴巴與詹明信的理論交叉。《中南大學學報》，23-4，180-188。
- 施雅軒（2000年6月）。地理學的歷史取向。《國立臺灣大學地理學系地理學報》，27，78-84。
- 陳水財（1998年8月）。在咒罵與自謔中提升—評李俊賢近作，創作論壇—從周處到甲爸：李俊賢個展。高雄市立美術館，12。
- 梁廷毓（2023年12月）。幽冥地理/誌：論「鬼瞳」影像的地理幻見與異色魅景。《文化研究季刊》，180，62-66。
- 鄭勝華（2019年2月）。欸欸(ㄉㄨㄥˋ)台灣藝術：閱讀李俊賢作品的三條路徑。《藝術認證》，85，80-81。
引自：引自：許遠達（2020年12月）。來自常民的視覺思維—李俊賢本土化歷程與「合體字」及「花鳥體」。《南藝學報》，21，7。
- 王聖閔（2015年7月9日）。田野的誘惑與藝術史的重新評估。《典藏 ARTouch》。 <https://artouch.com/art-views/content-5767.html>
- 印卡（2016年10月10日）。冷戰的技術——評許家維《回莫村》，Bios monthly。
<https://www.biosmonthly.com/article/8100>
- 不著撰稿人（2017）。林水源傳奇系列。非池中。
<https://artemperor.tw/artworks/28514>
- 秦雅君（2024年4月16日）。在藝術裡成家：屬於陳漢聲與劉星佑的走路草農／藝團。國藝會線上誌。
https://mag.ncafroc.org.tw/article_detail.html?id=8a8082858ec9aed1018edfcc00a70002
- 陳飛豪（2020年8月6日）。雙生子、老照片與附身：林羿綺「越洋信使」憑吊儀式中的咒術體系。《典藏 ARTouch》。 <https://artouch.com/art-views/art-exhibition/content-12961.html>。
- 簡子傑（1998）。藝術家乘船繞島航行：側記陳愷瑛的「週·海徑——月亮是太陽」。伊通公園網站。
<http://www.itpark.com.tw/artist/column/160/64/text/230>
- 簡子傑（2017）。缺牙鋼琴：劉秋兒個展。伊通公園。
https://www.itpark.com.tw/people/essays_data/106/2360?fbclid=IwY2xjawGx_xVleHRuA2FlbQIxMAABHUGG_y_2hbZzGgPHnSfkbF9UOsFZZ1wcNX3kbJI04NEHhqKGyKN9kKhpAw_aem_KZRFKxBGb bFWJ5PE7QorjQ
- 許家維（2017）。核衰變計時器 Nuclear Decay Timer。許家維網站。
<https://hsuchiawei01.blogspot.com/2017/12/nuclear-decay-timer.html>
- 臺北市立美術館（2018）。2018 台北雙年展—後自然：美術館作為一個生態系統。臺北市立美術館。
https://www.tfam.museum/Exhibition/Exhibition_page.aspx?id=635&ddlLang=zh-tw
- 劉秋兒（2015-2023）。劉秋兒網站。 <https://leoliu.art.blogspot.com/2015/01/artist.html>

劉秋兒 (2017)。**看山 4. 賴春標**。展覽文宣。

龔卓軍 (2019 年 8 月)。**碎形田野·二度田野·軟性田野：再論藝術家做為民族誌者**。**藝術家**，531，116-121。

龔卓軍 (2020 年 2 月 24 日)。**橫貫式的地理部署：地方藝術節與當代藝術中的原民性**。**典藏今藝術：藝術觀點 觀察**。<https://artouch.com/art-views/content-12207.html>。

龔卓軍、許遠達 (2021)。**跟著俊賢去旅行**。我已文創有限公司。

龔卓軍 (2022 年 2 月 4 日)。**流域的策展學·關鍵帶的共同體**。「眼底城事」網站。
<https://eyesonplace.net/2022/10/12/21710/>

Aesthetic Jam (即興學院) 臉書 (2014)。

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.782004361852543.1073741828.780511315335181&type=3>

Lulu Tsai (2019 年 1 月 15 日)。**許家維的黑與白計畫，網絡化思考迸發全新創作能量**。Taler 網站。
<https://www.tatlerasia.com/lifestyle/arts/%E8%A8%B1%E5%AE%B6%E7%B6%AD>

不著撰搞人 (2017)。**第 15 屆台新藝術獎入圍作品-《回莫村》許家維個展／許家維 藝術家訪談**。台新藝術獎網站。<https://www.youtube.com/watch?v=4xRQiceM7Gc>

「藝術很有事」團隊 (2020)。**許家維的亞洲考古路徑**。公共電視「藝術很有事」。
<https://www.youtube.com/watch?v=JuyQ8HTBnNo>

二、外文部分

Arne Naess (1973). The Shallow and the Deep, Long-Range. Ecology Movement. A Summary. *Inquiry*, 16. 95-100.

Carl Sauer (1925). *The Morphology of Landscape*. John Leighly, (1983[1963]). *Land & Life: A Selection from the Writings of Carl Ortwin Sauer*. University of California Press.

Edward W. Soja (1996) . *Third space: Journeys to Los Angeles and Other Real-And-Imagined-Places*. Oxford:Blackwell. 56-7.

Harriet Hawkins (2010). The argument of the eye? The cultural geographies of installation art. *Cultural Geographies*, 17-3, 321-340.

Harriet Hawkins (2011). Dialogues and Doings: Sketching the Relationships Between Geography and Art. *Geography Compass*, 5-7.

Kate Foster and Hayden Lorimer(2007) . Some Reflections on Art-Geography as Collaboration.

CulturalGeographies, 14-3. 425–432.

Phil Hubbard and Rob Kitchin, (2011). *Key Thinkers on Space and Place*. SAGE Publications Ltd.

Svava Riesto、Henriette Steiner (2017). Riverbed – Olafur Eliasson. *Topos Magazine*.

Thomas Jellis (2015). Spatial experiments: art. *Cultural Geographies*, 22-2. 369–374.

Willem Schendel (2005). Geographies of Knowing, *Geographies of Knowing, Geographies of Ignorance: Jumping Scale in Southeast Asia*, University of Amsterdam.

Schulte Nordholt, HGC., Kratoska, PH., & Raben, R. (2005). *Locating Southeast Asia: Geographies of Knowledge and Politics of Space*, Brill Academic Pub.

Humanities, Geology, and Geopolitics: A Case Study of the Geographic Shift of Contemporary Art in Taiwan

Jun-Honn Kao*

Abstract

In recent years, a discernible shift has taken place within the contemporary art scene in Taiwan, characterized by a notable “geographical turn.” This study provides a comprehensive analysis of this transformation, tracing its roots in modern geography and its profound impact on artistic creations. Simultaneously, it investigates the underlying geographical facets inherent in these artworks and the concept of “subjectivity” they embody. This exploration unfolds through three distinct lenses: the humanistic perspective, the geological dimension, and the geopolitical viewpoint. To illustrate these concepts, we delve into the works of artists Jiunshyan Lee, Leo Liu, and Hsu Chia-Wei, each of whom delves into various academic constructs and subjectivities. Jiunshyan Lee’s “Taiwan Project” scrutinizes the realms of phenomenology and cultural geography, with a particular emphasis on the inherent Taiwanese subjectivity. Leo Liu’s “Look at the Mountains: Unknown” series plunges into the domains of environment and geology. Finally, Hsu Chia-Wei’s “Huai Mo Village Project” explores the geopolitical undercurrents and “deconstructive subjectivity” in his creations. Through a comprehensive analysis of these artworks, this study sheds light on the evolution of local consciousness and Taiwanese subjectivity in contemporary art, primarily driven by the profound geographical transformations within the field.

Keywords: Contemporary art in Taiwan, Geography, Humanities, Geology, Geopolitics

* Assistant Professor Institute of Interdisciplinary Arts, Kaohsiung Normal University

意動法應用於芭蕾舞教學以提升身體覺察能力之研究—以舞蹈系二年級學生為例

程佑慈*

收件日期：2023 年 11 月 24 日

接受日期：2024 年 5 月 10 日

摘要

本研究運用意動法 (Ideokinesis) 融入於大學舞蹈系芭蕾舞課程中，研究對象為舞蹈系二年級二十位學生，進行五週課程練習。

本研究採質性和量化並行之研究方法，質性的部分以行動研究為主軸；在課程實施前期，以教師教學日誌和學生學習心得為課程調整規劃之依據，在課程實施後期，設計期末學習回饋問卷並分析其學習成效，以了解研究參與者身體的覺察能力和學習成效。

本研究結果如下：一、將意動法概念融入大學舞蹈系芭蕾舞課程並運用學術並進實施課程為可行之方式。二、意動法運用於芭蕾舞課程中學生接受度佳。三、意動法融入芭蕾舞課程中，從量化數據中證實有效的提升大學舞蹈系學生身體覺察能力。四、使研究者的自我精進及專業發展更加提升教學成效，課程內容設計需要給予學生更多自我學習的空間，回歸到身體的本質，因材施教才是教育該有的理念。

關鍵詞：意動法、芭蕾舞課程、身體覺察、行動研究

* 國立臺灣藝術大學舞蹈學系兼任講師

壹、緒論

舞者的身體好比畫家的畫筆，是表達思想、情感的工具，但不同的是，當畫筆壞掉可以替換，而舞者的身體一旦損壞便無法更新，而且修復還原的機會並不大，這就促使研究者在舞蹈教學的過程中，重新開始思考舞蹈教育的面向和方法，希望能有更精準明確的方式讓教學更加科學化，因此在研習張夢珍老師所開設的身心學課程中，發現意動法（Ideokinesis）非常適合應用於大學舞蹈系芭蕾舞課程，所以希望在課程中融入此概念，增進學生身體覺察能力改善身體動作技巧，成為一位有覺察能力的舞者。

一、研究背景與動機

研究者多年在舞蹈教學經驗中發現，傳統舞蹈教學方式比較著重於模仿學習，訓練方式較多針對動作部分進行制式的訓練，忽略了生理個體上的差異性，對於能力不足的學習者容易造成身體表現力的不佳、運動傷害發生頻繁、自信心不足使得學習動機低落，進而影響其學習成效。

二、研究目的

本研究運用意動法融入芭蕾舞課程中，設計其適合大學舞蹈系學生之課程，以舞蹈系二年級學生做為研究參與者，探討意動法融入芭蕾舞課程中對其學習成效為何？研究目的為下：

- （一）以意動法融入芭蕾舞課程之中，編排出能提升大學舞蹈系學生身體覺察能力的課程。
- （二）大學舞蹈系學生對意動法融入芭蕾舞課程中的接受度和學習情形。
- （三）以意動法融入芭蕾舞課程對大學舞蹈系學生的身體覺察能力的情形。
- （四）探討透過意動法融入芭蕾舞教學之課程規劃設計與實務操作後，研究者在芭蕾舞教學之自我省思，並提出相關教學法之建議。

三、研究問題

根據上述具體的研究目的，提出本研究之研究問題：

- （一）意動法融入芭蕾舞教學中之課程內容與實施歷程為何？
- （二）大學舞蹈系學生對課程的接受度為何？
- （三）意動法的實施是否能提升大學舞蹈系學生的身體覺察能力？

- (四) 研究者在意動法融入芭蕾舞教學之課程設計、教學活動過程和研究參與者反饋上的省思與成長為何？

四、研究範圍與限制

(一) 研究範圍

1. 本研究受試者為大學舞蹈系學生，共為 20 人做為研究對象，在其習舞年齡上及身體能力上起始條件不相等下做相同方式的教學策略，研究結果限於研究者個人自我成長，不做任何平均數據後的比較。
2. 本研究是研究者參與張夢珍老師的身心學課程及輔以相關文獻進行統整並進行課程的規劃。

(二) 研究限制

1. 因新冠肺炎疫情的關係，在課程實施中分為實體與線上課程，再加上研究參與者身體因素，而影響出席狀況，在教學和學習品質上都會受到影響。
2. 本研究採意動法教學，每次課程在 120 分鐘的教學時間限制內，偶爾需視學生當下的情形，進行彈性調整教學課程設計內容。

貳、文獻探討

一、意動法的理論與實務

(一) 意動法相關文獻探討

在探討意動法理論於舞蹈教學的學術文章中，羅曼菲(1989)所出版意象與舞蹈和劉美珠(1996)意動法理論與實際之分析研究，兩者是以意動法為主要的概念帶入舞蹈教學中；羅曼菲(1989)將意動法的概念帶入現代舞蹈的教學當中，並輔以解剖學及九條意象線概念增強學習者的身體感受力及身體使用的方式，以減少運動傷害的發生，她在文章中提到傳統的教學方法讓舞者卯足了勁，拼命去跳，根本搞不清楚老師的指示到底要怎麼做，而意動法明確指示，可以減少舞者在動作學習中的摸索和嘗試錯誤；而劉美珠(1996)則將意動法的思想背景及理論基礎，更明確說明其學術地位和教學模式。近年來，運用意動法帶入芭蕾舞教學的研究中，大多加入其他的身心技法於行動研究，以林佳玟(2010)的研究擷取適用的身心技法練習，應用在國中芭蕾舞技巧教學中，以發展一套具身

心教育觀的芭蕾教學課程及適用的教學策略。賴欣怡（2014）以胸腔、脊椎、肩膀、骨盆四個身體部位、齒輪概念及九條意象動作線為主要內容，探討課程對兒童芭蕾大踢動作技能之學習成效。溫柔與張夢珍（2015）也運用意動法及皮拉提斯的概念設計適合舞者的動作訓練，由於大部分的行動研究都會加入其他身心技法來同步執行，但研究者著重探究的部分是運用意動法的觀點，提昇改善研究參與者於身體概念、感受以及創造出不同以往身體使用方式，讓他們在未來的舞者這條道路上能有一個除了埋頭苦練的方式外，另一種新的身體運行模式作為調整身體的一項工具，故無參與與其他身心技法的運用；延續羅曼菲教授運用意動法對於現代舞蹈教學的突破，研究者也希望在芭蕾這門舞蹈的訓練中，運用這樣的方式來增進動作成效，減少運動傷害，更希望能在嚴謹的舞蹈教育中透過不同的方式來減少研究參與者因個體上的差異性而影響的表現能力，也藉由心智上的改變來轉換身體感受，給予研究參與者新的觀點來看待及運用自己的身體，增進其覺察的能力，讓學習更符合因材施教的理念。

（二）意動法的理論架構

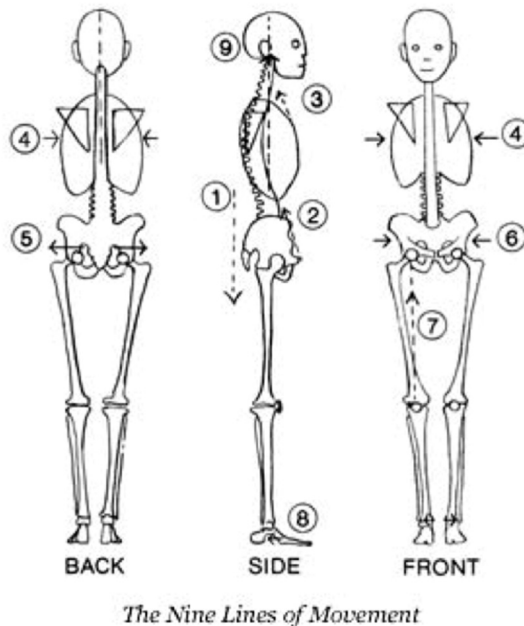
意動法這門學問起源於陶德教授（Dr. Mable Elsworth Todd，1880 - 1956），她從人類進化開始，談到好的身體骨骼排列如何能保健及節省體力（羅曼菲，1989，7），視覺化的意象方式為基礎，來重新教育身體的先驅之一，所用的方式自稱為生理心理學（Psychophysical），她提出有關身體教育的觀念，對日後身體療法或動作教育之研究有很大的貢獻與影響（劉美珠，1996，55）。史薇卡博士（Dr. Lulu E. Sweigard）繼承了陶德教授的思想與觀念，全新透入這方面的研究，在她所執教的紐約茱莉雅學院（Julliard Art School）作了無數實驗，證實陶德的假設與觀點（羅曼菲，1989，7），更進一步的發展其思想，設計出實際操作之動作教育方法，稱之為意動法（Ideokinesis）。在史薇卡承襲了陶德的觀念，描述意動法是一種“意象動作”而非有意識地刻意做動作的方法，若要讓“意象”產生效果，就要讓這個主動者（動作者）必須能“看到”動作真實位置，能“看到”動作確實方向，以及有想要做動作的慾望；但千萬不要刻意的肌肉動作干擾意象動作（劉美珠，1996）。史薇卡教授透過實驗，研究出人體結構上的共通性，發展確立了九條動作線（9-line of Movement）概念，清楚的指出意象動作的身體部位和方向，使意象的過程有更明確的指標，而易於掌握，以達到人體自然架構、平衡槓桿，創造效率的良好動作姿勢（劉美珠，1996）。統整來說，意動法是針對使用意象來創造改良肌肉的協調性，Eric Franklin（2003/2007）提到意動法主要強調在習慣性神經肌肉運作上的改變。將注意力放在體內不可見的動作上，讓身體的“它”自動由身經系統來控制與協調，自然調整肌肉力量不平衡的位置。以下為九條意象動作線分佈位置及意象形容詞對照表整理如表 2-1-1，圖 2-1-1 為身體九條意象分佈圖。

表 2-1-1 九條意象動作線分佈位置及意象形容詞對照表

意象線分佈位置	意象形容詞
1 脊椎向下延伸	長了一條恐龍尾巴
2 縮短骨盆腹前中央部位到第十二節胸椎的距離	將褲子的拉鍊拉上
3 胸骨頂端到脊柱頂端	像是去做頸部牽引
4 縮小胸腔	像是穿馬甲
5 骨盆後側肌肉，向外遠離，而加寬距離	將手風琴拉開
6 骨盆前側肌肉，向內收進，而減少距離	穿束腹
7 從膝蓋中心點到股骨關節的中心點	往上長高的強壯樹幹
8 從腳趾頭到腳跟	站在輸送帶上面
9 從頭頂使整個軀幹的中心軸向上延伸	頭頂接近天花板

註：參閱劉美珠，1996。國立臺灣師範大學體育學系。

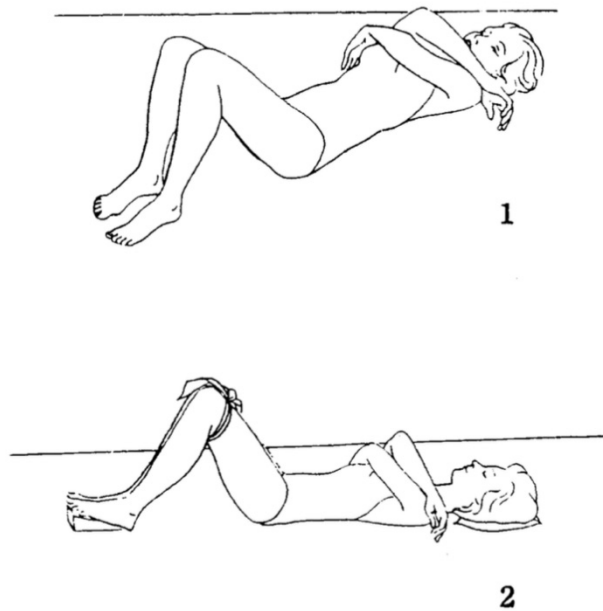
圖 2-1-1 身體的九條意動線分佈圖



註：參閱劉美珠，1996。國立臺灣師範大學體育學系。

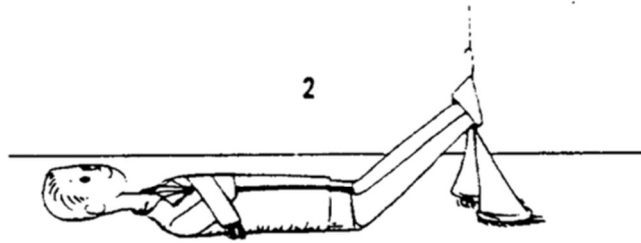
在史薇卡認為中，休息可以給予身體恢復的時間，於是她提出的建設性的休息姿勢（The Constructive Rest Position）簡稱為 C.R.P（源自於 Todd 的平躺姿勢）（劉美珠，1996），減少肌肉緊張，使得全身肌肉達到最平衡和穩定的狀態；再加入空西裝（The Empty Suit）的意象練習，在腦海裡幻象自己的身體是一套空西裝，想像從天花板垂下一個衣架，而雙腿褲管正好從膝蓋彎曲處，被吊在衣架上，雙袖交叉放在上衣上，整套西裝皺巴巴的，應用想像力從腦海中想像西裝慢慢被拉平。以下圖像表示：

圖 2-1-2 C.R.P（建設性休息位置）姿勢圖



註：參閱劉美珠，1996。國立臺灣師範大學體育學系。

圖 2-1-3 C.R.P 姿勢空西裝 (The Empty Suit) 意象圖



註：空西裝 (The Empty Suit) 意象圖。取自意動法理論與實際之分析研究 (66)，參閱劉美珠，1996。國立臺灣師範大學體育學系。

本研究實施首先以 C.R.P 的位置上，進行意象練習方式不要刻意去動作，試著去感受身體內在的感受和地板的接觸；在緩慢的動作狀態下，進行簡單地實際身體操作強化及固定新的神經使用方式，得到正確的肌肉使用方法。接下來強化日常生活正確身體的運用及日常的執行；最後帶入芭蕾舞課程中，以“意象”帶動身體感覺，體會正確的肌肉使用，讓身體自然而然地產生動作。

在本研究九條意象動作線運用概念，依循溫柔與張夢珍 (2015) 所提到穩定軀幹中心軸——S 型脊柱的有一、二、三、九這四條線，維持骨盆平衡的有一、二、五、六這四條線；保持胸腔正確位置的是三、四、九這三條線；第七條線是支配軀幹的下肢並緊接軀幹的大腿骨的運動線；第八條線支撐全身的窄小底面積的足掌位置。這些意象的運動線，清楚地指出了意象動作的身體部位和方向，使意象過程有更明確的指標，同時又易於掌握，使身體容易完成最合乎人體自然架構及平衡槓桿有效率的良好動作姿勢。

在此研究中研究者希望延續意動法中空西裝與九條意象動作線的概念，讓身體骨架盡量和合乎上物理平衡重心的垂直中線，讓研究參與者重新思考身體並將注意力著重於身體排列和感受肌肉狀態，不再刻意地為了動作而動，而是感受身體的訊息、重新架構身體的使用方式，研究者認為，意動法除了改善身體的架構概念之外，也可透過重新認知身體、梳理自我內在的感受，運用心智改變身體使用模式，啟發新的學習動機，達到提升學習成效。

二、芭蕾舞課程概要

在芭蕾舞課程訓練當中，其基本結構分為扶把動作、離把動作兩部分，扶把動作即是幫助學習者找到重心、動作正確位置以及動作感覺的練習 (呂藝生，2000)。在「Gretchen Ward Wnarren 所著《Classical ballet technique》書中明確指出，『正確的立姿是初學古典芭蕾舞者訓練課程中最基本的條

件，如果訓練不正確會導致將來芭蕾技術上的缺點」(郭志輝，2004)。所以在芭蕾課程中，扶把的練習是在輔助學習者找到身體的軸心，並輔助完成其所有手臂、腳與軀幹的伸展，轉圈甚至跳躍動作的練習。從動作的難易度來逐步訓練芭蕾的各種舞姿的規範以及身體動作的協調，平衡動作更是需要扶把來找到身體的正確排列來訓練平衡技巧。因此芭蕾教師以及學習者應重視課堂上扶把練習的重要性，它不僅是學習鍛鍊基本能力的地基，也是達到身體的暖身的最佳方式。

課程的第二部分即是離把動作，包含中間以及流動兩個部分的練習，隨著學習者在扶把動作中所獲得的平穩性以及身體的掌控能力，日趨成熟，可慢慢加重學習者在離把動作的份量，並保持扶把動作原有的順序，將動作移至中間練習，為了使學習者掌握正確的舞姿，增強他們對於動作的穩定性和表現力，芭蕾教師宜為較為簡單的動作練習開始(呂藝生，2000)。Vera S. Kostrovitskaya, Alexei Pisarev (1968/2011) 提到基本訓練練習的順序是依照動作的難度所定，千萬不可任意變更，教師編排組合應考慮其功能性和邏輯性，不能只為了設計花俏組合堆砌動作。只有每天堅持遵守芭蕾課程的訓練，研究參與者才能獲得優秀的專業素養。研究者基於此概念編排此研究的芭蕾課程內容，以符合大學二年級研究參與者需要達成之動作。

由上述可知，在芭蕾訓練中舞者身體的正確排列性對於動作的平衡及穩定性極為重要，也影響了技巧動作日後的發展，所以研究者在芭蕾訓練中加入意動法理念，是希望可以輔助研究參與者達到正確的身體排列和增進身體的覺察能力，使得在芭蕾訓練中都能穩定並正確地完成動作以達到更佳的动作表現，並減少運動傷害的發生；舞者有好的身體覺察能力對於日後在所有舞蹈的表現上也會有所幫助，更輕鬆的完成動作技巧，有好的學習方式，就會產生好的學習效果，自信心的出現便能提升學習的動機。

三、身體覺察之研究

張春興(2006)在張氏心理學辭典中將自我覺察定義為：「個人為自己的所作所為、內心慾望及個人優缺點都能了解情形。」也就是一個人能夠了解自己，就是具有自我覺察能力的人。曹雯芳(2007)將覺察整理出四個共通觀點：第一，「覺察」是一種身心活動知覺了解的歷程；不但包含「了解」的成分，且覺察是一個過程，而不是時間點；第二，「身體覺察」是透過接觸、經驗、注意，以便了解自己身體的感覺及感受過程；第三，覺察只是去發覺身體的狀況，而不加以批判；第四，覺察時著重當下直覺的感覺，而不是被過去所制約出來的情感、狀態。因此「身體覺察」即是對身體狀況知覺了解的歷程，而身體覺察能力只對身體狀況知覺了解的程度。所以想要了解身體使用的情形，首先要開發身體覺察的能力並學習傾聽身體的聲音，進一步尋找個人身體是最省力的方式，能夠讓人的情緒得以抒發和表達，增加身體的活動量和活動力。當透過發現身體疲勞或傷害

的趨勢，開始感受、覺察到身體肌肉張力和身體給予自己的訊息(酸、痛、舒適)，身體覺察是學習自我探索的開始。

劉美珠(2013)也提到「身體覺察乃是覺察自己的身體，是指將注意力完全地集中在身體的內在感受，活在自己的身體裡，將無意識的行動提升到意識層面，進而體察每一個當下」，「覺察能力就是在意識與無意識之間扮演重要的溝通角色，唯有開發了身體覺察的敏銳度，才有能力輕鬆地駕馭身心變化及欲求」。在舞蹈表現上，多數舞者都會勉強自己的身體，並且在乎別人對自己身體的評價，長久下來便累積許多身體的負擔，當身體覺察能力的提升，能讓自己更認識身體、用正確的方式與身體工作、了解舊傷復發的原因，可以觀察到不舒服就能學會如何減緩身體不適(楊子欣，2019)。所以本研究運用意動法概念增強研究參與者對於身體覺察的能力，透過覺察的方式能清晰的察覺到身體給予的訊息和身體使用方式的差異兩方面，進而減緩運動傷害，將動作過程轉變為意識層面，更輕鬆完成動作表現。

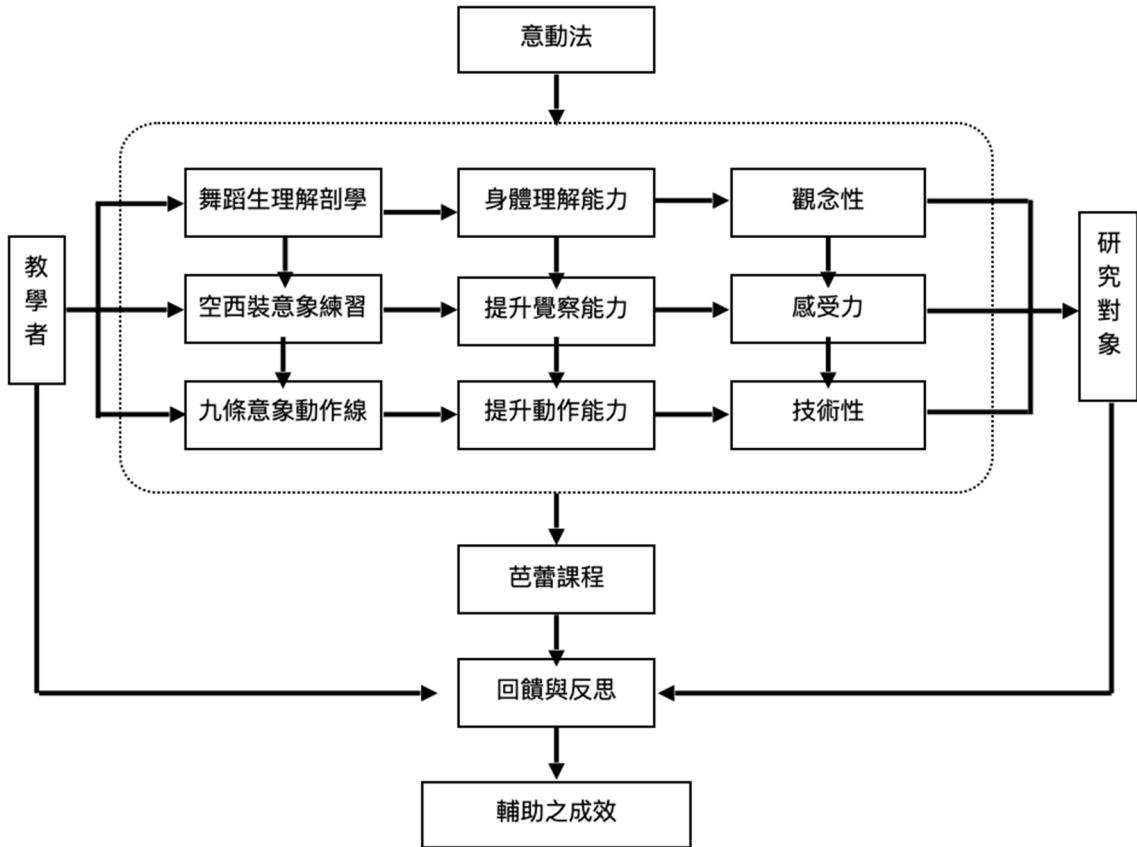
參、研究方法

本研究採行動研究，首先收集文獻資料，再進行課程內容規劃及擬定課程活動，依據教師教學日誌及研究參與者的學習日誌進行省思修正課程，再透過學習回饋問卷及期末心得報告將所得到的結果進行資料分析整理，最後撰寫研究報告。

一、研究架構與流程

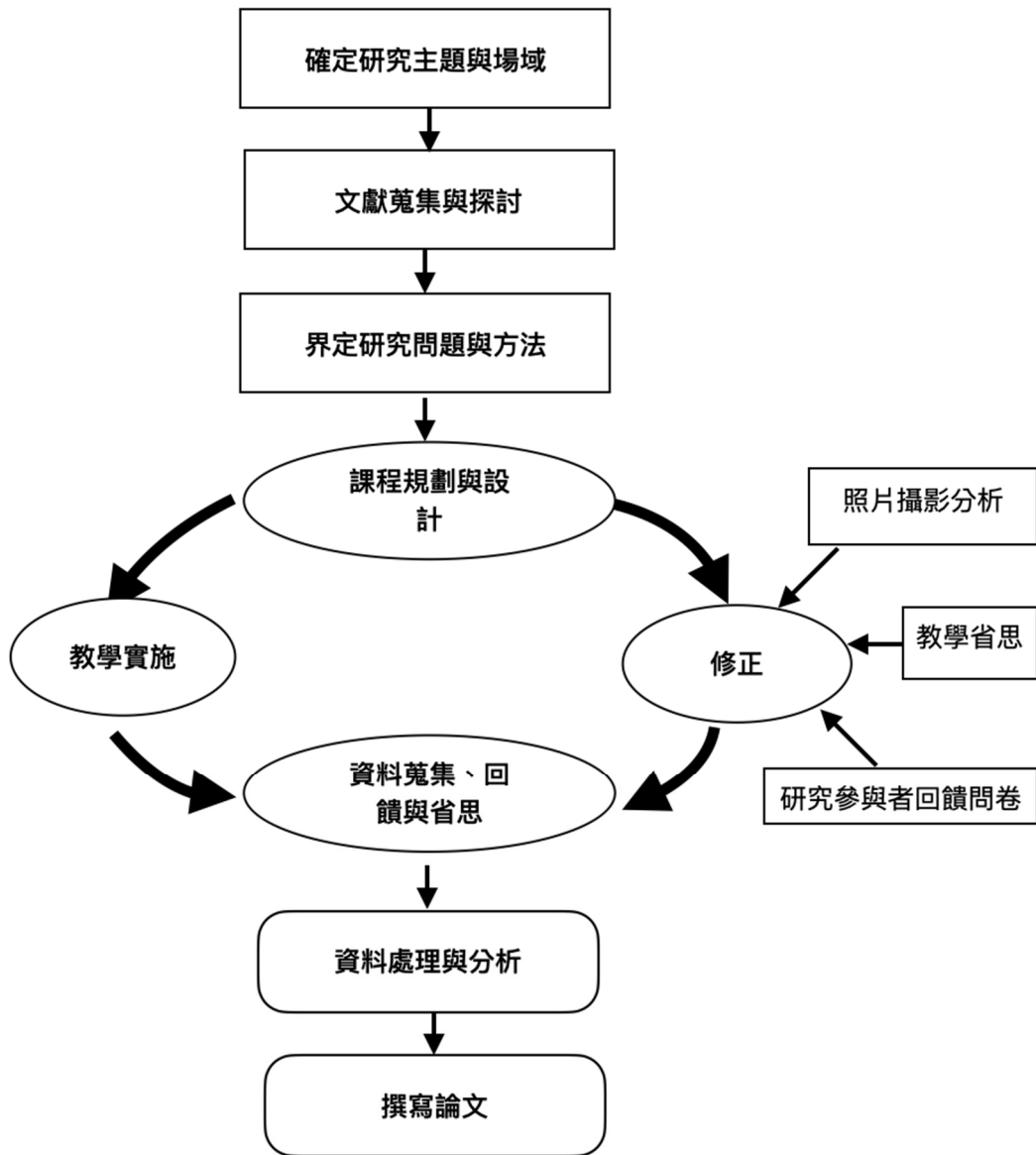
本研究運用意動法為研究主軸，應用於基礎芭蕾舞課程當中，以行動研究為基礎進行研究。本研究架構圖如圖 3-1-1；研究流程為圖 3-1-2。

圖 3-1-1 研究架構



註：研究者自行繪圖

圖 3-1-2 研究流程



註：研究者自行繪圖

二、研究參與者與研究場域

本行動研究之研究參與者，以大學舞蹈系二年級二十位研究參與者，十九位女生一位男生做為研究參與者。

研究場域包含研究時間與研究地點，分述如下：

- (一) 研究時間：每週五下午 1:00-3:00。
- (二) 研究地點：專業舞蹈教室（約 20 坪）。如圖 3-2-1 所示。

圖 3-2-1 研究場域



註：研究者自行拍攝

三、研究工具

本研究採用量化與質性並行之行動研究，以參與觀察法為主要搜集資料的方式輔以錄影、拍照，資料分析與處理的方式如下：

- (一) 量化資料處理分析，從知能、情意和技能三層面所發展出來的八個學習指標進行學習成效之分析。
- (二) 質性資料處理與分析，所得之文本資料包含研究參與者學習日誌、教學日誌、研究參與者學習回饋單、期末心得報告、舞蹈專題問卷；非文本資料包括：課堂影像資料，作為資料分析的依據。以上各資料給予編碼，將有系統的組織管理及呈現；將原始資料編列於表 3-3-1。

表 3-3-1 資料編碼方式說明

參與人員	資料類型	編號方式	編碼說明
研究參與者	課前學習調查表	SD-02	S 為研究參與者，D 為學習調查表，編號 2 號研究參與者
	學習日誌	SR-100303	S 為研究參與者，R 為回饋單，編號 3 號研究參與者於 10 月 3 號的回饋單
	學習回饋單	SI-05	S 為研究參與者，I 為研究參與者學習回饋問卷，編號 5 號研究參與者
	期末心得報告	SE-01	S 為研究參與者，E 為期末心得報告，編號 1 號研究參與者
	舞蹈專題問卷	SQ-03	S 為研究參與者，Q 為舞蹈專題問卷，編號 3 號研究參與者
	期末自評報告	SS-18	S 為研究參與者，S 為期末自評報告，編號 18 號研究參與者
教師兼研究者	教學日誌	TD-1108	T 為教師，D 為教學日誌，教師於 11 月 8 日的教學日誌
	學習評量單	TE-120301	T 為教師，E 為評量單，在 12 月 3 日編號 1 號研究參與者的評量內容

註：研究者自行整理

四、課程設計與規劃

(一) 課程目標

1. 透過圖片、影像和人體模型引導研究參與者理解身體的構造，並進一步正確地執行動作。
2. 藉由融入意動法概念，輔助研究參與者提升動作完成度和提升身體覺察能力。

(二) 教學策略

本課程的教學核心概念，導入意動法於芭蕾教學當中，將學習者作為核心，引導其在學習中透過意動法的概念，跳脫傳統教學模式，多方的傾聽、關注研究參與者的想法與回饋，使其重新覺察身心的變化，透過不斷地討論與回饋，引導出創造新的教學方向。

(三) 課程內容與大綱

此課程為兩個部分，第一部分有兩個單元，第一單元為身體架構概念，以 Jacqui Greene Haas (2010/2015) 書中生理解剖概念為基礎分成三堂課完成，第二單元意動分成兩堂課完成，每堂課為 50 分鐘，課程第二部分為基礎芭蕾課程，每堂課為 70 分鐘，每次上課時間為 120 分鐘。整理如表 3-4-1 及表 3-4-2 所示，依序說明如後：

表 3-4-1 身體架構與意動法課程大綱

週次	單元	課程名稱	教學流程與方法	教學資源	上課時間
一	第一單元	身體架構概念 I — 認識脊椎	1. 學習脊椎構造及肌力的訓練。	骨頭人 圖片	50 分鐘
二		身體架構概念 II — 認識骨盆與髖關節	2. 認識骨盆與髖關節構造及肌力的訓練	3D 動態解剖 畫面	50 分鐘
三		身體架構概念 III — 認識肩膀和手臂	3. 認識肩膀及手臂構造及肌力的練習。		50 分鐘
四	第二單元	空西裝意象與九條線意象的認知	1. 進行空西裝的意象練習。 2. 透過觸摸來針對九條意象線來做說明。	骨頭人 圖片	50 分鐘
五		九條意象線的探索	3. 運用學習單來創造自己對九條意象線的想像。		50 分鐘

註：研究者自行編寫

表 3-4-2 芭蕾舞教學課程大綱

單元名稱	教學內容	上課時間
扶把動作	<ol style="list-style-type: none"> 1. plié 動作組合 2. battement tendu 動作組合 3. battement tendu jeté 動作組合 4. rond de jambe par terre 動作組合 5. battement fondu 動作組合 6. battement relevé lent and battement développé 動作組合 7. grand battement jeté 動作組合 	70 分鐘
離把動作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 慢板組合：temps lié 90 度、port de bras、battement développé、attitudes、arabesque、relevé lent。 2. 旋轉組合：pirouettes 4th and 5th、tour attitudes、tours chain�s。 3. 快板組合：petit changement de pied、soubresaut、pas assemblé、pas jeté、sissonne。 	
硬鞋動作	<ol style="list-style-type: none"> 1. flexing feet 動作組合 2. demi plié with relevés 1st& 2nd 動作組合 3. battement tendus & sous-sus 動作組合 4. �chapp�s en croix 動作組合 5. pas couru 動作組合 	

註：研究者自行編寫

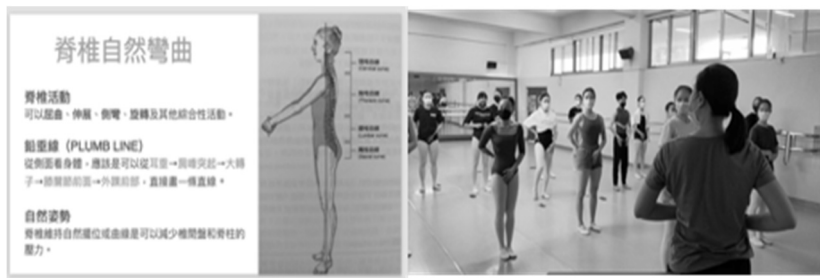
五、課程實施歷程與修正

本課程於 2022 年 3 月 25 日到 4 月 22 日，進行五週，每週一次為 120 分鐘。以下為課程實際流程與實施情況，同時也透過教師教學日誌和學生學習日誌，進行分析與討論。

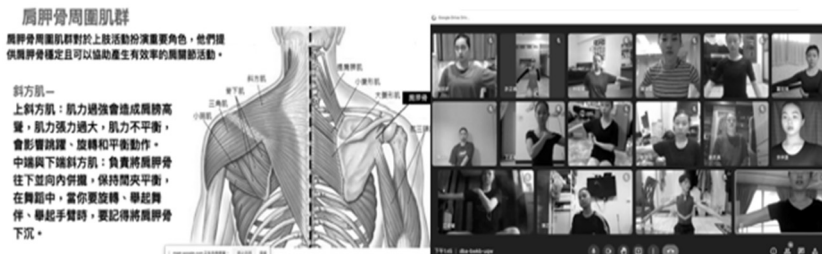
(一) 身體架構概念課程並帶入芭蕾舞基礎課程

表 3-5-1 身體架構概念課程並帶入芭蕾舞基礎課程表

1. 脊椎構造說明



2. 肩膀與手臂結構說明



3. 骨盆與髖關節結構說明



(續)

4. 身體架構概念運用於芭蕾舞課程(扶把動作)



5. 身體架構概念運用於芭蕾舞課程(離把動作)



註：研究者自行拍攝編排圖表

1. 教學者教學觀察

在上課前先理解其對於身體概念的認知程度，同時也聆聽研究參與者在學習芭蕾舞上所遭遇的問題，希望能藉此更能針對這些問題進行課程的規劃。

2. 研究參與者回饋

透過對理解身體結構以及肌肉的運用於芭蕾舞課程中，更能感受到動作的起始點進而提升動作的完成度和身體的覺察能力。

3. 課程修正

由於線上課程或是實體與線上並行的因素，因此研究者增加了更多動態的身體動作、口頭上的詢問以及 3D 解剖圖的運用來提高其專注力和誘發其對身體的覺察能力，也增加了研究參與者和研究者之間的互動度。

(二) 意動法概念與實際體驗並帶入芭蕾舞教學課程

表 3-5-2 意動法概念與實際體驗並帶入芭蕾舞教學課程表

1. 空西裝意象概念



2. 透過觸摸感受九條意象線



(續)

3.九條意象線運用於芭蕾舞課程中（動作說明）



4.九條意象線運用於芭蕾舞課程中（硬鞋動作）



註：研究者自行拍攝編排圖表

1. 教學者教學觀察

在進行九條意象線練習時，慢板動作的感受會比快板動作時更為清楚，研究參與者的身體隨著教師的指導語不斷地在做自我的調整和檢視。並非每位研究參與者都能確實運用這個意象的方式來調整身體的排列，身體原本的固著性很難在短時間修正。

2. 研究參與者回饋

研究參與者在未學習九條意象線之前，學習動作的方式大多透過教師的示範與其指導語的輔助，但是每個人的感受理解不同，容易造成教學上的盲點，透過九條意象線的幫助，更清楚的了解身體的應有的感受和狀態，但並不是每一條意象線都能清楚地運用於動作的執行。

3. 課程修正

在意動法課程實施時，研究者對於指導語的述說並不簡潔清晰，容易造成研究參與者無法確實理解。由於研究參與者的肌肉過度緊繃有學生表示感受不到每條意象線位置，所以透過放鬆動作來重新感受。

肆、研究結果與討論

此部分分為三個方面進行討論，第一方面學習成效的部分，本研究從知能、情意和技能三個層面設計學習回饋問卷，運用量化分析以了解研究參與者之學習成效，第二方面亦是質性分析，透過研究參與者期末心得報告的文字回饋，探討其對於課程的接受程度與其心理與生理上的改變，了解研究參與者的身體經驗感受；第三方面為研究者之教學自省。

一、研究參與者學習成效之分析

本研究在課程結束後，針對八個訓練項目的實施成效問卷調查，如表 4-1-1 所示五點量表之平均數從 4.25 到 4.85，均與理想平均數 3 之差異性進行 t 檢定，均達顯著水準 ($p < .01$)，顯見學生對於教學成效極為滿意。

表 4-1-1 學習效益之平均數、標準差與單一樣本 t 檢定

學習領域	訓練項目	平均數	標準差	t 檢定
知能	1. 理解舞蹈生理解剖概念	4.6	0.503	14.236*
	2. 理解身體九條意象線	4.45	0.605	10.722*
	3. 覺察身體前後差異	4.7	0.47	16.170*
情意	1. 引發對芭蕾舞課程興趣	4.25	0.786	7.109*
	2. 對芭蕾舞有更多不同思考面向	4.5	0.513	13.077*
技能	1. 提升身體覺察能力	4.85	0.366	22.584*
	2. 感受體外轉力量	4.55	0.605	11.461*
	3. 提升動作完成度	4.45	0.51	12.704*
整體效益		4.75	0.444	17.616*

* $p < .01$ 註：研究者自行整理

本研究以知能、情意、技能三個領域學習成效之平均數作為自變項，以課程整體效益評分作為依變項，進行多元回歸分析。經統計分析兩者之整體相關係數 R 為.530，解釋變異量為.281， F 值為 2.080，整體回歸模式之有效性未達顯著水準。因此本研究進一步分別針對三個學習領域中之各題項做為自變項，進行多元回歸分析。經統計分析，知能領域三個題項與課程整體效益評分之整體相關係數 R 為.234，解釋變異量為.055， F 值為.308，整體回歸模式之有效性未達顯著水準。情意領域二個題項與課程整體效益評分之整體相關係數 R 為.372，解釋變異量為.138， F 值為 1.365，整體回歸模式之有效性亦未達顯著水準。

如表 4-1-2 所示，受試者對 3 個技能領域學習成效與課程整體效益之評分，其相關係數分別為.948、-.028 以及.187，其中第一項身體覺察能力之提升與課程整體效益之相關係數達顯著水準 ($p<.01$)。以全部 3 個技能領域學習成效作為自變項，以課程整體效益評分作為依變項，兩者之整體相關係數 R 為.754，解釋變異量為.568， F 值為 7.018，達顯著水準 ($p<.01$)。此結果顯示，以 3 個自變項預測受試者對課程整體效益之評分，整體回歸模式具有有效性。而其中最重要的預測變項為「提升身體覺察能力」(β 值.782， $p<.01$)。

表 4-1-2 以技能領域學習成效預測課程整體效益之多元回歸分析

依變項	自變項	B	r	β	t
整體助益	提升身體覺察能力	0.948	.728*	0.782	4.067*
	感受腕外轉力量	-0.028	0.343	-0.039	-0.192
	提升動作完成度	0.187	0.058	0.215	1.137
		R=.754	R2=.568	F=7.018*	

* $p<.01$ 註：研究者自行整理

二、研究參與者質性回饋分析與討論

從量化的分析結果中得知，此課程能提升研究參與者的身體覺察能力，研究者希望更深入地了解其身體覺察的感受為何，所以透過統整研究初期到後期之資料進行質性分析，這方面分析主要分為三部分，第一部分是分析九條意象線對於動作執行的輔助成效；第二為身體覺察的部分針對「身體的訊息」、「身體的使用」兩個方面進行探討，並將研究者將各層面的重點分類；第三部分為研究參與者對於這次課程實施的回饋進行統整，以助以了解課程對研究參與者的接受度為何，以下為分析結果：

(一) 意象線之動作輔助：在課程實施後，意象線對動作執行是有效的輔助方式

第一、二、九條線在做每套動作可以讓身體排列回到最正確的位置。(SR042911)

第一條跟第九條，它讓我整體會一直有個上下拉扯的感覺，不會塌著腰在做動作，尾椎也會很自然地放下不翹起來，讓下肢再做動作的時候輕快很多。(SR042915)

第九條線，覺得自己拉長延伸之後長高很多。(SR042908)

第八條意象線是想像站在輸送帶上，有往下紮根、平衡穩定的作用。(SR042908)

第三條對我比較有幫助。主要是在身體直立時的動作都蠻有幫助的(站著、踮著的時候)，這條線會讓我覺得是頸部一直拔高到耳下的感覺。(SR042905)

研究參與者普遍對於第一、九線對於身體脊椎的延伸感最有幫助，能輔助身體位置的排列。第一、二條線對於骨盆位置的控制最有幫助。第三條線對於頸部至頭部的向上提升感。第八條線讓腳尖的動作和硬鞋踮立最能感受到腳掌的使用。運用九條意象線後可以讓身體的排列感受更清楚不需繃緊肌肉，能讓身體找到收放的方向及方法，可讓學生下意識地執行身體排列的動作，讓平時容易忽略的部分更容易的完成。

(二) 身體覺察部分

1. 身體訊息：在課程實施後，參與者對自我身體的認知和感知力有明顯的提升

有意識到有時候做動作我並不是使用正確的肌肉在支撐。(SR032501)

做前 Attitude 時最能感受到我的髂腰肌有被我使用到。(SR032505)

在練習的過程中我能清楚得感覺到自己的身體是「非常有意識」的在調整。(SR042206)

髖關節解離的這個概念，幫助了我在動作時骨盆的穩定度。(SR040802)

在做空西裝拉拉鍊的時候，我真的能感覺到肋骨關上。(SR042902)

九條意象線的運用能讓疲憊的身體感覺感受到支撐，讓身體更有張力。(SR042901)

大多數的研究參與者，對於身體的感知都有顯得提升，也開始覺察身體的變化和感受並且在動作的進行中開始有意識地完成動作，不在只是單純執行動作。

2. 身體的使用：覺察身體在使用中，能找到更省力、更有效率的方式來完成動作

其實用對方法就不會這麼的累,反而能正常地好好呼吸不會去憋氣。(SR0422014)

能夠發現自己身體的每個部位都能夠找到收放的方向及方法,而不是單單只是緊緊地收著讓身體緊繃而已。(SR042901)

更了解自己身體的構造,所以在做 turn out 或者舉旁腿的時候更輕鬆一些。(SR040810)

透過身體的使用,可以增加動作的完成度,減少身體錯誤的排列,更輕鬆地執行動作,不需要緊繃身體做動作就能開始感受到呼吸的存在。

(三) 課程感受

此部分為透過學習期末心得報告,以了解研究參與者對於此課程安排的感受和接受度。

感覺老師的課有學科部分的又能夠回歸到芭蕾課堂上調整身體的用法。(SE-02)

老師能給我們有更多細節的練習有更多的關心以及關切到研究參與者個人的問題的課程。(SE-06)

在最有感觸的時候帶入術科,可以馬上調整身體,及時去修正問題。(SE-11)

這樣的方式讓我覺得上起芭蕾課不會像以往那樣的死板跟枯燥,反而是有趣的。(SE-14)

老師的課讓我重新在跳舞時體會到與自己身體交流的狀態。(SE-03)

研究參與者認為學術科同時並行的教學方式,從認知觀念再透過感受身體,最後運用於動作技術的學習進程,能讓其更清楚的覺察身體的變化並加深學習的印象,對身體的運用或知識部分都是非常有助。對於教學者所運用積極並給予自主練習的上課方式是給予正向回饋,能增進其學習的動機和提升學習的成效,改善班級氣氛。

三、研究者省思與成長

研究者在研究中同時擔任教學者的角色,這是一個很大的挑戰,經由行動歷程的省思,在教學內容上和技巧的精進,從參與者的各項回饋中獲得極大的收穫與成長,學習到更快速地處理課堂上的突發狀況,受益良多。以下為研究者本身從此研究中所獲得的感受。

(一) 尊重個體的差異

由於研究參與者的舞蹈經驗已經是相當豐富，在學習的模式上已趨近成熟，重新再接受並理解新的認知和建構新的身體狀態著實不易，所以覺察身體的過程就必須增加，使其能夠重新建構身體感知以及試著鼓勵發言並且說明「感受」沒有對錯，因為每個人的身體狀態不同，所接受和反應的也不同。

(二) 放慢上課速度

研究者教學過程中，容易為了課程進度而忽略了研究參與者學習的經驗與感受，所以在將來的教學中需多加強的部分。

(三) 隨時掌握學生的學習狀態

研究者教學過程中，容易為了課程進度而加快教學的腳步，卻忽略了研究參與者學習的經驗與感受，所以在將來的教學中需多加強的部分。

(四) 創造師生間的共同語言

在課堂中研究者與研究參與者因為透過意動法的教學，產生了彼此之間共同語言和概念，所以在課程中更可以清楚的了解老師當下的要求的重點。

伍、結論

本研究首先，運用意動法規劃及設計課程，以大學舞蹈系學生為研究參與者進行教學介入；其次，以量化數據分析學習回饋問卷，以及質性分析在教學過程中所蒐集之資料，包括研究參與者心得回饋以及研究者之教學日誌等，藉以探討意動法實施歷程以及對大學舞蹈系學生動作表現及身體覺察的狀態，最後了解意動法對大學舞蹈系學生之學習成效與身體覺察的影響效果。綜合本研究結果分析與討論後，提出本節之結論如下：

一、將意動法概念融入芭蕾舞課程中之實施歷程

本研究將課程分為兩部分，第一部分在芭蕾舞基礎課程中加入意動法中空西裝與九條線的概念，第二部分將此觀念帶入芭蕾舞基本訓練的動作練習中，透過學生每週的回饋及教師在教學中的觀察，再針對課程做細部的調整，以利下週課程的實施，發現此為可行之教學方式。

二、意動法運用於芭蕾舞課程中學生接受度佳

從研究參與者的學習回饋單中可知，此課程編排能清楚的幫助釐清身體訊息及提升身體的覺察力並進一步提升動作的完成度，研究參與者也能接受這樣學術科並行的教學方式，對於研究者給予的自主時間更是能提升其對於自身的探索，因此對於此課程的接受度佳。

三、意動法融入芭蕾舞課程中，能有效的提升大學舞蹈系學生身體覺察能力

本研究結果顯示：此課程實施後，從量化統計中發現，身體覺察能力之提升對課程整體效益的部分是有顯著幫助，研究參與者對於教學成效極為滿意。從質性分析發現，在身體的覺察能力在「身體訊息」、「身體的使用」兩方面都有提升。

四、規劃設計與實務操作意動法融入芭蕾舞教學之中，能促使研究者的自我精進及專業發展更加提升教學成效

(一) 課程實施方面

本研究結果顯示：此課程規劃設計能符合研究參與者的能力，對於課程的實施也能及時進行修正調整為適合其的程度，課程內容能引發研究參與者的學習動機和興趣。

研究者發現，教學相長正符合此研究的精髓，透過研究參與者的反饋更加清楚教學方針的優劣。

(二) 教師教學方面

透過結果顯示：可以轉變教師與學生之間的互動模式，進而改善班級氣氛和學習氛圍、即時得到學生的回饋，提升教學的成效。在教學的過程中，指導語的使用需簡潔清晰，可加入更多意象的形容，學生更能感受到身體質地的變化。總體而言，此課程能夠在學習成效之外，能促使師生互動關係趨向良好氛圍，使學生能更深刻的覺察身體狀態。

(三) 專業成長方面

教學者容易將達成動作目標和課程進度放在第一位，忽略了學生個體上的差異和心理狀態，但透過身心教育理念的加入，促使教學者開始思考課程內容設計更需要給予學生更多自我學習的空間，回歸到人的本質，因材施教才是教育該有的理念。

參考文獻

一、中文部分

- 呂藝生 (2000)。《舞蹈教育學》。上海音樂。
- 林佳玟 (2010)。《身心技法應用於國中生芭蕾舞技巧教學之行動研究》〔未出版之碩士論文〕。臺北市立體育學院。檢自臺灣博碩士論文系。 <https://hdl.handle.net/11296/y7484u>
- 曹雯芳 (2007)。《身體覺察能力量表編製之研究》〔未出版之碩士論文〕。國立臺東大學。檢自臺灣博碩士論文系統。 <https://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gswweb.cgi/ccd=E4wnKo/record?r1=7&h1=15>
- 郭志輝 (2004)。《舞蹈應用生理解剖學》。五南。
- 楊子欣 (2019)。《聽！身體在說話：客製化身心動作教學之敘說探究》〔未出版之碩士論文〕。臺北市立大學。
- 張春興 (2006)。《張氏心理學辭典》。東華書局。
- 劉美珠 (1996)。《意動法理論與實際之分析研究》〔未出版之碩士論文〕。國立臺灣師範大學。
- 劉美珠 (2013)。《身心學導論》。102 學年度上學期，身心學導論教材，臺東大學心動學系。
- 溫柔、張夢珍 (2015)。《舞者身心訓練理論與實踐》。高等教育。
- 賴欣怡 (2014)。《身心技法應用於兒童芭蕾舞大陽動作 (Grand Battement) 學習成效之行動研究》〔未出版之碩士論文〕。臺北市立大學。檢自臺灣博碩士論文系統。 <https://hdl.handle.net/11296/z7r4rq>
- 羅曼菲 (1989)。《意象與舞蹈》。遠流。
- Eric Franklin (2007)。《舞蹈意象與身體訓練》(林文中譯)。藝軒。(原著出版年：2003) Eric Franklin (2007)。
《舞蹈意象與身體訓練》(林文中譯)。藝軒。(原著出版年：2003)
- Jacqui Greene Haas (2015)。《舞蹈解剖學：讓你增進身體靈活度及緊實肌力的最佳指南》(陳婉菁譯)。合記。(原著出版年：2010)
- Vera S. Kostrovitskaya, Alexei Pisarev (2011)。《俄羅斯學派之古典芭蕾舞教學法典》(李巧譯)。幼獅文化。
(原著出版年：1968)

二、外文部分

- Warren, Gretchen Ward (1989). *Classical Ballet Technique*. U. of South Florida

The action research of improving body awareness ability in Ideokenesis method into ballet lesson

Yu-Tzu Chen*

Abstract

The study aimed to merge Ideokenesis into dance training of Dance Department in a university. There were 20 sophomore students in a dance department participating in the study during 5-week classes.

This study adopted both qualitative and quantitative research methods. The qualitative part took action research as the main axis; In the early stage of curriculum implementation, the teacher's teaching log and students' learning experience were used as the basis for curriculum adjustment planning. In the later stage of the course implementation, a final learning feedback questionnaire was designed and its learning effectiveness was analyzed to understand the body awareness and learning effectiveness of the research participants.

The results of this study were as follows: 1. The concept of Ideokenesis was integrated into the ballet curriculum of a university dance department, implemented in an academically rigorous manner. 2. The Ideokenesis method is well accepted by students in ballet courses. 3. The integration of the intentional method into the ballet curriculum has been confirmed by quantitative data to effectively improve the body awareness of university dance students. 4. This study enhanced the researcher's self-improvement and professional development, improving teaching effectiveness. The design of curriculum content needs to give students more space for self-learning, return to the essence of the body, and teach students according to their aptitude is the concept of education.

Keywords: Ideokenesis, Ballet class, Body awareness, Action research

* lecturer of National Taiwan university of arts

意動法應用於芭蕾舞教學以提升身體覺察能力之研究—以舞蹈系二年級學生為例

從原生廣告中探討圖像與文字揭露情境的 協同作用

楊朝明*

收件日期：2024 年 1 月 25 日

接受日期：2024 年 5 月 10 日

摘要

本研究旨在探討原生廣告的圖文揭露（廣告圖像顯示、廣告標題陳述）對廣告辨識的影響，並以廣告道德知覺及廣告可信度為中介變因，分析廣告辨識效果對消費者的廣告態度、品牌態度、購買意願與分享意圖的影響。研究採用4x2受測者間實驗設計，從306位受測者（男生=144、女生=162）的資料中，獲得四項主要的研究發現：(1) 廣告圖像顯示及廣告標題陳述的差異會對廣告辨識造成影響；(2) 廣告辨識會透過「廣告道德知覺」的中介作用，對消費者的品牌態度產生正向的影響；(3) 廣告辨識會透過「廣告可信度」的中介作用，對消費者的廣告態度、品牌態度、購買意願及分享意圖產生正向的影響；(4) 廣告辨識會透過「廣告道德知覺」及「廣告可信度」的共同中介作用，對消費者的廣告態度、品牌態度、購買意願及分享意圖產生正向的影響。原生廣告以複合圖像顯示（如商標圖案+產品圖像）及品牌名稱作為揭露特徵，有助於消費者識別出廣告說服意圖，並強化廣告道德知覺及廣告可信度，從而對後續的消費者態度與行為意圖產生正向的影響，這些研究發現可提供給廣告主與網路媒體商，未來在擬定原生廣告行銷策略時的參考依據。

關鍵詞：原生廣告、廣告揭露、廣告辨識、廣告道德知覺、廣告可信度

* 明志科技大學視覺傳達設計系教授

壹、緒論

原生廣告 (native advertising) 是一種新型態的數位網路廣告，此種廣告形式整合了網路媒體商、廣告商與網路用戶端的需求，以類似新聞的樣貌融入於網頁中 (Conill, 2016)，網路用戶會在不自覺的情況下，點擊資訊連結而接收到廣告訊息，這是一種極具創新性的整合行銷手法 (Zimand-Sheiner et al., 2020)。面對原生廣告形式的出現，甚多研究者對原生廣告提出批判的聲音，因為他們擔心這種偽裝性的線上展示廣告 (disguised online display advertising) (Wang et al., 2019)，它的圖像呈現及文字格式與網站所編輯的內容有高度的相似性，這會有欺騙 (deceiving) 與誤導 (misleading) 消費者點擊廣告之嫌 (Wojdyski, 2016; Lahav & Zimand-Sheiner, 2016)。事實上，原生廣告的使用是一把雙刃劍，一方面它可以融入既有媒體 (indigenous media) 的內容，從而吸引網路用戶的關注與點閱；但另一方面，它也可能會涉及到操縱或欺瞞網路用戶的爭議問題 (Lee, Kim, & Ham, 2016)。從線上數位廣告發展的趨勢來看，原生廣告有其研究的意義，然過去學者的研究大多著重在原生廣告的揭露語言、標示位置與色彩醒目等變因的研究 (e.g., Wojdyski & Evans, 2016, Campbell & Evans, 2018; Wang et al., 2019)，而以廣告圖像及文字作為揭露特徵的研究相對較少，故以圖文揭露情境為變因，探究消費者是否有能力透過廣告圖像與文字的揭露，明確的辨識出廣告說服的意圖，此乃為本論文肇起之研究動機。

圖像是廣告中重要的視覺線索，適切的圖像設置可觸發消費者的心理形象 (Rossiter, 1982)，從而讓消費者產生良好的品牌態度和購買意願 (Mitchell, 1986)。Miniard et al. (1991) 在其研究中發現，圖片在消費者腦海中引發的想法起著重要的作用，而當圖像傳遞出產品的相關訊息時，圖像即具有調節訊息說服的效果。Kao and Du (2020) 認為，廣告圖像的設置可以被視為是影響廣告態度和品牌印象的重要因素；廣告的溝通說服效果除了受到圖像設置情境的影響之外，圖像和文字的結合也是影響消費者態度與行為意圖的重要因素 (Teng et al., 2014)。Cauberghe, Pelsmacker, and Janssens (2010) 曾做過圖片與文字對互動廣告影響的相關研究，最後得出的結論是當互動廣告只有一個訊息時，不太容易增加廣告的點擊率；但當廣告透過圖片與文字的相互結合時，則會誘發觀者的注意力從而獲得更高的點擊率。事實上，不同的揭露情境會對閱聽眾的心理和行為產生複合影響，當圖像和文字內容高度一致且相輔相成時，廣告訊息更容易被閱聽眾接受和記住 (Paivio, 1986)，這是因為視覺和文字訊息的協同作用可以加強訊息的整體性和可信度，從而提升廣告效果 (Mayer & Moreno, 2003)；反之，如果圖像和文字內容不一致，會造成閱聽眾的認知不協調，導致訊息傳遞的效果大打折扣 (Sweller, Ayres, & Kalyuga, 2011)。原生廣告與傳統廣告對於圖文運用的出發點不太一樣，傳統廣告是透過圖像與文字的刺激，讓消費者注意廣告訊息從而產生購買行為，而原生廣告則不希望圖像與文字過度刺激，從而削弱消費者說服知識 (persuasion knowledge) 的產生 (Friestad & Wright, 1994; Zimand-Sheiner et al., 2020)，誘導消費者發生誤擊廣告的可能性 (Wojdyski, 2016;

Lahav & Zimand-Sheiner, 2016)，故在原生廣告顯示揭露特徵下，圖像設置與文字陳述的差異，其會對廣告辨識與說服產生何種程度的影響？此乃為本論文第二個研究動機。

原生廣告不具廣告辨識性是要預防消費者抵制廣告，所使用的一種相對應機制與手段 (Lee et al., 2016)，然而在廣告商業活動中，廣告訊息的自我揭露 (self-disclosure) 與消費者的廣告辨識 (advertising recognition) 都是很重要的事情，但當新聞網路平台配合廣告商隱藏商業活動時，即會衍生出已付費的廣告讓消費者無法識別的爭議問題 (Wojdynski & Evans, 2016)，隨之而來的便是廣告道德的批判 (Schauster, Ferrucci, & Neill, 2016)。甚多的學者亦曾指出，隨著原生廣告逐年的大量出現，人們瀏覽網頁時出現更多的心理擔憂，因為他們可能不清楚正在觀看的資訊是一篇已付費的廣告，還是一般性的新聞內容 (Carlson, 2015)，而過去的研究也明確的指出，非傳統廣告 (如：社交媒體宣傳) 的說服意圖，確實比傳統的商业廣告 (如：雜誌印刷廣告) 更難以辨認 (Van Noort, Antheunis, & Van Reijmersdal, 2012)。檢視著名的新聞入口網站 (如：Yahoo、BBC News 等)，也可以輕易地發現網站上隱藏著很多不易被發現的商业性資訊。儘管，這些原生廣告有其揭露特徵，但在視覺效果上卻極為的不明顯，故如何妥善的通過廣告標籤和視覺線索的提示，提升消費者對原生廣告揭露訊息的理解，這關係到消費者與網路用戶知的權利 (Federal Trade Commission, 2013)。此外，廣告道德知覺與廣告可信度對廣告的潛在影響，其在廣告學中是一個關鍵的研究領域，尤其是在原生廣告的訊息情境中，更是影響廣告說服力的重要因子 (Wojdynski & Evans, 2016)。廣告道德知覺 (advertising ethical perception) 涉及消費者對廣告內容及其呈現方式的道德判斷，而廣告可信度 (advertising credibility) 則反映了消費者對廣告訊息的真實性和可信度的評估。這兩者對於消費者的態度和行為意圖有著重要影響。儘管，過去已經有學者投入相關的研究，但甚少學者從道德知覺與訊息可信的層面切入，故以廣告道德知覺及廣告可信度為中介變因，探究原生廣告的識別與否對消費者態度與行為意圖的影響，此乃為本論文第三個研究動機。綜合上述，本論文設立三個主要的研究目的，茲說明如下：

- 一、探討原生廣告的圖文揭露情境對廣告辨識效果的影響。
- 二、探討原生廣告的廣告辨識效果對消費者態度及行為意圖的影響。
- 三、探討廣告道德知覺與廣告可信度的中介效應對消費者態度及行為意圖的影響。

貳、理論背景與研究假設

一、原生廣告風潮的出現

自 2013 年原生廣告出現以來，這個詞彙便被廣泛使用。學者和研究機構對其定義大同小異，例如，Altimeter Group 將其定義為「原生廣告是一種融合媒體的廣告形式，這種線上廣告結合付費媒體和自有媒體的訊息格式，使其成為具有商業意圖的內容，並將此內容傳送到特定的網路平台上」（Lieb, Symanski, & Etlinger, 2013）。Manic（2015）則將其定義為「原生廣告是一種付費的資訊內容，這種付費內容從編輯的角度融入媒體網站的頁面，使其看起來與媒體平台的頁面有一致性的展示形式」。Bakshi（2015）更明確地指出，原生廣告是一種客製化的生產方式，網路出版商接受廣告商的付款後，按照客戶需求設計廣告內容，使廣告在外觀、功能或文字語氣上看起來都非常類似於獨立製作的新聞形式。廣告商藉此混淆消費者點擊廣告，從中獲利。原生廣告的全球支出規模難以精確計算，僅美國 2021 年的原生廣告支出就增長了 21%，總額高達 570 億美元（Klout, 2021）。這塊大餅也讓各大入口網站與社群網站垂涎（如：Yahoo、Google、Facebook、Instagram 等），紛紛投入相關資源經營（e.g., Evans et al., 2017; Campbell & Evans, 2018）。因此，原生廣告未來的發展趨勢與市場規模不容小覷。

事實上，原生廣告是廣告商與網路媒體商共同尋找出來的一種創新廣告型態（Lahav & Zimand-Sheiner, 2016; Wojdyski & Evans, 2016），因為它可解決廣告點擊率下滑的問題，故被視為線上內容出版商的福音（Wojdyski, 2016）。根據 ADYOLIKE 公司的研究，從 2020 至 2025 年全球原生廣告支出預計將增長 372%（約 4020 億美元），而 2025 年亞太地區的原生廣告市場規模將從目前的 253 億美元增長至 1190 億美元（Martechseries, 2019），其成長幅度之大超乎所有人的想像。Harms, Bijmolt, & Hoekstra（2019）認為，原生廣告的使用可以解決橫幅廣告所產生的廣告視盲（banner blindness）問題，以及彈跳式廣告所產生的資訊干擾問題，從而避免觸發消費者產生負面的心理反應和強烈的廣告迴避行為（Liu et al., 2018）。因為原生廣告能解決傳統線上廣告的問題，近年來許多新聞網站也開始根據客戶需求製作刊載原生廣告。從傳統的平面媒體公司（如：Atlantic Magazine）到數位新創公司（如：Buzzfeed），均開始進行數位營運模式的轉型（Wang & Li, 2017）。許多知名報紙媒體，如 *New York Times*、*Wall Street Journal*、*Washington Post* 等，也相繼投入這種新形式的廣告營收方式（Harro-Loit & Saks, 2006）。原生廣告的風潮正在全球數位廣告市場迅速蔓延。

二、圖像與文字在廣告中的作用

大多數的廣告是由視覺（圖像）、語言（文字）和品牌（商品）三個基本要素構成，各要素之間的互動會改變消費者的態度傾向（Schmitt, Tavassoli, & Millard, 1993）。大量研究證據顯示，廣告

中的視覺圖片能夠吸引消費者的注意力 (Rossiter, 1982)，並在提供產品訊息和塑造品牌形象方面發揮重要作用 (Singh et al., 2000)。Park, Stoel, and Lennon (2008) 指出，廣告訊息透過視覺圖像的處理，更容易讓消費者理解廣告的意圖，並且有助於激發消費者的內心情感。因此，大多數廣告商長期以來依靠視覺圖像的力量，向消費者展示產品或服務，並說服潛在客戶購買。雖然廣告形式已從紙本印刷發展到線上形式，但視覺圖像在廣告中的重要性依然不容忽視。以 Instagram 社群網絡上的原生廣告為例，這些廣告在很大程度上依賴視覺圖像。那些優先於產品文字描述的視覺圖像廣告帖子，更容易喚起網絡用戶的關注 (Kim, Seely, & Jung, 2017)。此外，Edell 和 Staelin (1983) 的研究發現，運用品牌相關資訊設計的廣告圖像能提升消費者的廣告記憶效果。Boerman, van Reijmersdal, and Neijens (2014) 在電視節目情境下的研究亦發現，適度顯示產品圖像和企業標誌，可以有效提升觀眾對廣告的辨識度。基於上述，本研究提出假設一 (H1)：

假設一：廣告圖像顯示的差異會對原生廣告的辨識造成影響，且「複合圖像顯示」(如：商標圖案+產品圖像)的識別性會優於「單一圖像顯示」(如：商標圖案、產品圖像及使用情境圖像)。

雙環理論(dual loop theory)闡述人們在處理廣告訊息時，同時擁有語言認知(language cognition)與視覺認知(visual cognition)的反應，消費者會用語言途徑與視覺途徑進行訊息的解碼與編碼，最後會儲存在自身的記憶中，當消費者接收到廣告訊息時，語言訊息的處理與視覺訊息的處理會呈現出一種互補的模式 (Rossiter & Percy, 1980)。此外，大部分的廣告行銷專家也都認同，廣告文字的陳述對於商業廣告亦是重要的元素 (Soley & Reid, 1983)，Leigh (1994) 更認為，標題的呈現是廣告訊息中最重要元素，倘若一則廣告缺乏標題的陳述，消費者有可能陷入不瞭解廣告意旨的窘境，故廣告文字與廣告圖像應有相同的位階。Moriarty et al. (2014) 指出，廣告文字主要功能在於提供關鍵賣點的途徑，引導消費者對廣告訊息產生注意和關心，並且給與產品需求的刺激，進而讓消費者能認真的思考並購買該項產品。此外，Wojdyski and Evans (2016) 認為，揭露標籤的語言特性會影響到消費者的廣告辨識結果，對比模稜兩可的揭露措辭，清楚明確的揭露語言會引導消費者從中獲得最佳的廣告辨識效果。在網頁上若給予更直接或更清晰的文字傳遞出廣告意旨，已被證明可以提高消費者的廣告辨識度 (Wojdyski et al., 2017)，而清晰有效的披露可讓消費者思考訊息說服的本質，以及訊息背後的廣告意圖，進而幫助消費者實現他最終的目標 (Rozenaal et al., 2011)。基於上述，本研究提出假設二 (H2)：

假設二：廣告標題陳述的差異會對原生廣告的識別造成影響，且「有品牌名稱」的識別性會優於「無品牌名稱」。

三、廣告辨識、訊息態度及行為意圖的關聯

說服知識模型（persuasion knowledge model, PKM）曾表明，當消費者將訊息內容識別為廣告時，此時會激發消費者的廣告防禦機制，同時也有可能引發負面的訊息效果（Friestad & Wright, 1994），這也是有些網路媒體商刻意將原生廣告隱藏在新聞網頁上，不讓消費者發現的主要原因。根據研究顯示，成年人對原生廣告的廣告辨識率平均只有 7%（Wojdynski & Evans, 2016），原生廣告會產生這樣問題，最主要的原因是贊助廣告與客觀的訊息內容，兩者過於相似導致網路用戶難以分辨所致。另一項研究也指出，有超過三分之一的消費者在面對贊助廣告時，其視覺的注視點會完全避開網頁上有廣告辨識的標示（Wojdynski & Evans, 2016），有學者更深入的推論，這有可能是消費者查看了廣告揭露的標籤，但他們卻不理解標籤中的含義，或者是他們對標籤中的語言有不同的識別解讀所致（Hyman et al., 2017）。Wojdynski（2016）提出另一種解釋，即消費者認為被揭露的只是一則普通的展示廣告，而不是與贊助商有關的商品文章，因此他們將訊息視為一般的客觀性文章，而不是一個具有說服意圖的廣告性訊息（Micu & Thorson, 2008）；對此，Bakshi（2015）也提出更深入的看法，其認為消費者在信任的網頁環境下，瀏覽資訊可以緩和匆忙的心智，因此強度不夠的揭露提示無法喚醒心智，以至於消費者無法察覺所看的內容實際上是廣告。

相關學者們亦認為，揭露機制與識別效果不佳的原生廣告，因廣告形式的說服動機不明確，其會導致消費者說服知識活化（persuasion knowledge activation）（e.g., Kirmani & Zhu, 2007; Wei, Fischer, & Main, 2008），以及訊息防禦機制的產生（Tutaj & Van Reijmersdal, 2012），一旦消費者最後發現有被原生廣告誤導的可能時，這會驅使消費者對這種廣告形式的認知，以及對廣告主的信譽會產生負面的態度（Harms et al., 2019）。事實上，從過去的相關研究中，學者們發現主動揭露訊息意圖，讓原生廣告具有廣告辨識性，這不但不會影響到原生廣告的點擊率，相反的有助於提升廣告態度（ad attitude）與廣告可信度（ad credibility），同時也可以有效的擴大品牌效應（brand effect）（Harms et al., 2019）。此外，Wang and Li（2017）在研究中亦發現，大約只有 50% 的原生廣告有公開了贊助商的品牌訊息，這表示廣告辨識尚未在原生廣告市場中普及，因為廣告主擔心一旦原生廣告具有識別性，網路用戶會產生如同橫幅廣告的一樣的廣告視盲（banner blindness）問題；對此，有學者認為無識別性的原生廣告有可能會阻礙網路用戶與贊助組織或品牌，建立良好關係的機會（Wang & Li, 2017）。基於上述，本研究提出假設三（H3）：

假設三：原生廣告具廣告辨識性會提升消費者的 a) 廣告態度、b) 品牌態度、c) 購買意願及 d) 分享意圖。

四、道德知覺、訊息可信及行為意圖的關聯

根據調查大約有 66.6% 的網路用戶們認為，他們曾被冒充新聞社論的贊助文章欺騙了 (Wojdyski, 2016)。Zimand-Sheiner et al. (2020) 認為，新聞網頁出現不明訊息來源 (unidentified message sources) 和廣告意圖的付費媒體內容，有可能會引發廣告商業的道德問題。此外，根據研究顯示，人們對各種網路媒體嵌入廣告而從中獲利的做法，廣告行銷從業者與成年的消費者都認為這是一種不道德的做法 (Schauster et al., 2016; Zimand-Sheiner & Lahav, 2019)，道德雖然是一種消費者的意識形態 (consumer's ideologies)，但這種無形的態度或價值觀會間接影響各種的廣告行銷活動 (Agag & El-Masry, 2016; Diallo & Lambey-Checchin, 2017)。儘管，原生廣告可為消費者提供更好的網路瀏覽體驗，但從功利主義 (utilitarianism) 的角度來看，原生廣告不太符合乎道德規範的商業活動，因為原生廣告最大獲利者還是廣告商和新聞發布者 (Zimand-Sheiner et al., 2020)。此外，自廣告出現以來，關於廣告道德影響的爭議就一直存在 (Nwachukwu et al., 1997)，而道德與欺騙似乎是一體兩面的事情，過去的研究亦指出，具有欺騙性質的廣告會對後續的訊息處理產生了負面的偏見 (Darke & Ritchie, 2007)；LaTour and Henthorne (1994) 曾以性訴求 (sexual appeal) 的廣告為研究對象，其發現消費者的道德知覺與判斷 (moral perception and judgment) 會對廣告態度、品牌態度和購買意圖造成負面的反應。基於上述，本研究提出假設四 (H4)：

假設四：廣告辨識會透過廣告道德知覺的中介作用，對 a) 廣告態度、b) 品牌態度、c) 購買意願及 d) 分享意圖產生正向的影響。

依據文獻顯示，廣告可信度對消費者態度與行為意圖有著顯著的影響 (Mosa, 2021)，而廣告可信度是指消費者對廣告中所宣稱的事實和資訊的信任程度，當消費者認為廣告可信度高時，他們會更傾向相信廣告中的宣稱，從而對廣告中的產品或服務產生更積極的態度和行為意圖 (Weismueller et al., 2020)。此外，在相關的研究中學者們也發現，讓原生廣告具有廣告辨識性，這不但不會影響到原生廣告的點擊率，相反的有助於提升廣告態度與廣告可信度，同時也可以有效的擴大品牌效應 (Harms et al., 2019)。Campbell and Evans (2018) 研究亦指出，廣告贊助透明化 (sponsorship transparency) 的程度，有助於減輕消費者知道消息說服意圖後的負面反應。之前的研究也表明，訊息可信度會正向的影響消費者對廣告內容的反應 (Lafferty, Goldsmith & Newell, 2002)；

因此，在評估消費者對原生廣告的認知時，廣告可信度的因素尤為重要，網路行銷人員若開誠布公，毫無隱瞞的讓消費者可以識別出付費廣告的形式與位置，這樣不僅可以強化贊助者的廣告信譽，亦可以吻合網路平台的信賴形象，同時也可以強化消費者後續的購買行動與訊息分享意願(Wojdyski & Golan, 2016)。此外，Harms et al. (2019)亦認為，當今的消費者重視說服力的透明性，更勝過於說服力的內容性，廣告商想要從媒體平台的信譽中受益，讓訊息來源透明化(即廣告辨識性)是不得不的作法，這會有助於提升消費者訊息分享的意圖(Campbell & Evans, 2018)。基於上述，本研究提出假設五(H5)：

假設五：廣告辨識會透過廣告可信度的中介作用，對 a) 廣告態度、b) 品牌態度、c) 購買意願及 d) 分享意圖產生正向的影響。

Rest (1994) 曾指出，倫理道德的知覺與消費者的決策行為是息息相關的，人們的認知與情感系統亦是相互聯繫的，當人們意識到自己所採取的行動，有可能會損害或造福他人時，此時即會產生情感效果而影響後續的決策行為。此外，依據說服知識模型的預測，透過揭露與識別讓消費者了解訊息贊助的行為，會對訊息態度產生負面的影響，甚至會降低原生廣告的品牌態度(Evans et al., 2017)，而捷思系統模型(heuristic systematic model, HSM)更深入的解釋，為何消費者對原生廣告的評估可能以負向的方式發展，主要的原因是當人們意識到自己可能正面臨被訊息說服的威脅時，此時就會啟動訊息的自我防禦機制，亦即具有欺騙性質的廣告會對後續的訊息處理產生了負面的偏見(Harms et al., 2019)。因此，當消費者發現原生廣告揭露不透明，而讓其感覺到被誤導或欺騙時，這可能會導致消費者對原生廣告產生負面的看法。此外，來源可信度理論(source credibility theory)亦指出，訊息傳遞的說服力某一部分取決於來源的可信度，消費者認為廣告中的品牌是否真實可信，這個關鍵來自於消費者接受到的訊息源頭，是否有值得信賴的條件，而廣告資訊的公開與透明即是可信賴的條件之一，在數位的網路環境中，這種潛在變因是影響消費者行為的關鍵因素(Jin & Villegas, 2007)。更多的研究顯示，廣告商主動揭露廣告可強化消費者的道德知覺及廣告可信度(Zimand-Sheiner et al., 2020)，亦間接地讓消費者態度與行為意圖產生正向的影響(Harms et al., 2019)。基於上述，本研究提出假設六(H6)：

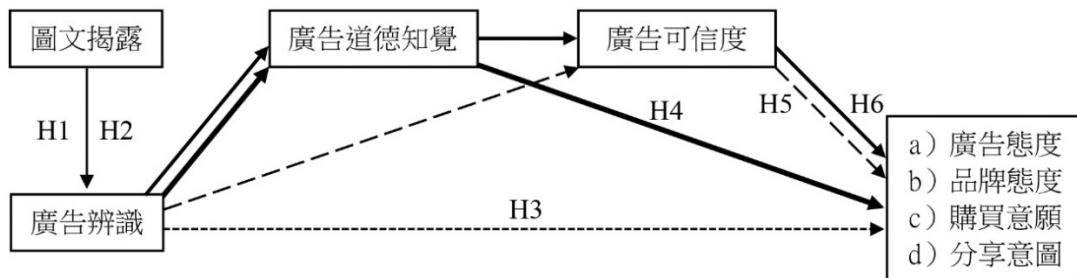
假設六：廣告辨識會透過廣告道德知覺與廣告可信度的共同中介作用，對 a) 廣告態度、b) 品牌態度、c) 購買意願及 d) 分享意圖產生正向的影響。

參、研究方法

一、概念模型

本研究先依據圖像與文字在廣告中的作用，設定出不同形式的圖文揭露情境，探討對原生廣告辨識的影響，依此提出假設一 (H1) 與假設二 (H2)；其次，依據說服知識模型 (PKM) 的理論，探討廣告辨識結果對消費者態度與行為意圖的影響，依此提出假設三 (H3)；其三，依據消費者的道德知覺與判斷之文獻，推論「廣告辨識」會透過「廣告道德知覺」的中介作用，而對消費者態度與行為意圖產生正向的影響，依此提出假設四 (H4)；其四，依據廣告可信度之文獻，推論「廣告辨識」會透過「廣告可信度」的中介作用，而對消費者態度與行為意圖產生正向的影響，依此提出假設五 (H5)；最後，依據捷思系統模型 (HSM) 與來源可信度理論，推論「廣告辨識」會透過「廣告道德知覺」及「廣告可信度」的共同中介作用，而對消費者態度與行為意圖產生正向的影響，依此提出假設六 (H6)。本研究依據上述的六個假設，建立整體的研究概念模型 (圖 1)。

圖 1 研究概念架構圖



註：本研究自行繪製。

二、前測

為了要控制產品及品牌涉入度的影響，本研究遂進行兩次的前測，從中尋找具有中立性的產品及品牌，以作為後續製作實驗刺激物的依據。首先，先進行產品類型的前測，本研究列舉八種產品類型，分別為：手機、電腦、球鞋、咖啡、服飾、家具、啤酒及機車等，並以某科技大學教職員工生作為取樣的對象，透過兩道李克特 (Likert) 七點尺度的題目進行測量 (完全不同意 = 1、完全同意 = 7)，題目為：「對我來說○○○產品是很重要的」及「○○○產品在我的生活中扮演一個很重要的角色」，共計有 102 位受測者參與產品類型的前測。經統計分析後發現，「咖啡」的產品涉入度最具中立性 ($M=4.09$, $SD=0.96$)，故本研究以「咖啡」作為廣告商品。

後續，本研究再進行一次咖啡品牌的前測，目的也是尋找具有中立性的產品品牌，同樣列舉了臺灣常見的八個連鎖咖啡品牌，分別為：85° Café、Starbucks Coffee、Louisa Coffee、Dante Coffee、Cama Café、City Cafe、Let's Café 及 Mr. Brown Café 等，以某科技大學教職員生作為取樣的對象，透過兩道 Likert 七點尺度的題目進行測量（完全不同意=1、完全同意=7），題目為：「我會經常去○○○購買咖啡」及「我對○○○推出的咖啡口味很了解」，共計有 98 位受測者參與產品類型的前測。經統計分析後發現，「Cama Café」的品牌涉入度最具中立性（ $M=4.04$ ， $SD=0.89$ ），故本研究以「Cama Café」作為廣告品牌。

三、受測者描述

本研究以臺灣 21~60 歲具有線上購物經驗的消費者作為研究樣本，採用立意取樣法最初發出 320 份問卷，最後回收 306 份有效問卷，其中男生有 144 人（47.1%）、女生有 162 人（52.9%）。此外，我們也提供知情同意書給所有的受測者，所有受測者也都同意接受此研究主題的實驗與問卷量表的填寫。詳細的受測者資料如下表 1。

表 1 受測者之特徵描述

背景資料		人數 (n=306)	百分比	累積百分比
性別 (生理)	男生	144	47.1	47.1
	女生	162	52.9	100.0
年齡	21~30 歲	97	31.7	31.7
	31~40 歲	79	25.8	57.5
	41~50 歲	85	27.8	85.3
	51~60 歲	45	14.7	100.0
學歷	高中	38	12.4	12.4
	專科	23	7.5	19.9
	大學	178	58.2	78.1
	研究所	67	21.9	100.0

註：本研究自行整理。

四、研究步驟與實驗設計

本研究規劃九個研究步驟，依序為：(1) 擬定「Cama Café」為原生廣告主，並虛擬兩款 Cama Café 欲推出的新品咖啡；(2) 為新品咖啡設計四張原生廣告的視覺圖像及兩款廣告標題；(3) 撰寫一篇類新聞的廣告行銷文章，並在文章內置入與新品咖啡有關的新聞圖片；(4) 模擬臺灣 Yahoo 入

口網站的新聞搜尋頁面，並將原生廣告的視覺圖像與廣告標題置入其中（圖 2）；（5）讓受測者觀看虛擬的新聞頁面後，再請受測者進行廣告辨識的問卷量測；（6）不論受測者是否有看到原生廣告的圖文揭露資訊，皆告知新聞頁面的廣告連結位置；（7）請受測者閱讀新品咖啡的廣告行銷文章；（8）受測者進行廣告道德知覺、廣告可信度、廣告態度、品牌態度、購買意願與分享意圖等構面的問卷調查；（9）回收問卷資料進行相關的統計分析。

圖 2 實驗刺激物相關資訊示意圖



- A 區—正常新聞資訊呈現
- B 區—原生廣告視覺圖像
- C 區—原生廣告標題內容
- D 區—原生廣告商品概述

註：本研究自行繪製。

本研究採用 4×2 受測者間實驗設計 (between-subjects experimental design)，操作廣告圖像顯示 (商標圖案+產品圖像、商標圖案、產品圖像、使用情境圖像) 及廣告標題陳述 (有品牌名稱、無品牌名稱) 等兩個自變數。本研究依據實驗操作性定義及美國聯邦貿易委員會對原生廣告的揭露指南與做法 (Federal Trade Commission, 2013)，設定出八個不同的實驗情境，八個實驗情境除了廣告圖像顯示與廣告標題陳述有所不同外，其餘公開的新聞圖片、文字內容與相關的廣告連結等資訊完全一致 (表 2)。

表 2 廣告圖文揭露情境之實驗情境設定

廣告圖像顯示方式	廣告標題陳述方式	實驗情境
商標圖案+產品圖像 (複合圖像顯示)	有品牌名稱 	Cama Café 讓消費者找尋自己的拿鐵真愛 情境一
	無品牌名稱	咖啡連鎖店讓消費者找尋自己的拿鐵真愛 情境二
商標圖案 (單一圖像顯示)	有品牌名稱 	Cama Café 讓消費者找尋自己的拿鐵真愛 情境三
	無品牌名稱	咖啡連鎖店讓消費者找尋自己的拿鐵真愛 情境四
產品圖像 (單一圖像顯示)	有品牌名稱 	Cama Café 讓消費者找尋自己的拿鐵真愛 情境五
	無品牌名稱	咖啡連鎖店讓消費者找尋自己的拿鐵真愛 情境六
使用情境圖像 (單一圖像顯示)	有品牌名稱 	Cama Café 讓消費者找尋自己的拿鐵真愛 情境七
	無品牌名稱	咖啡連鎖店讓消費者找尋自己的拿鐵真愛 情境八

註：本研究自行整理。

五、應變數測量

(一) 廣告辨識

受測者被要求回答兩個問題，第一個問題為「在剛才瀏覽的網頁上，請問您有看到任何的廣告資訊嗎？」此問項以兩極（有、無）的方式讓受測者回答，受測者若回答「有」，其將被要求繼續回答下一個問題，即「請您盡可能詳細地說明，哪些特徵或內容讓您覺得它是廣告？」(Wojdyski et al., 2017)；假若第一個問題受測者回答「有」，但在第二個問題卻無法寫出揭露的相關資訊時，或寫出的內容與廣告揭露資訊無關時，此筆資料即會被判定為「無」。資料由兩名訓練有術的編碼人員，共同進行廣告辨識的判定，判定結果以二元的方式進行編碼—即「0」表示沒有看見廣告揭露資訊；「1」表示有看見廣告揭露資訊 (Boerman et al., 2014)。在 306 位受測者中，共有 128 位可以正確的說出廣告揭露的相關訊息 (商標圖案+產品圖像/有品牌名稱=24、商標圖案+產品圖像/無品牌名稱=18、商標圖案/有品牌名稱=21、商標圖案/無品牌名稱=14、產品圖像/有品牌名稱=15、產品圖像/無品牌名稱=13、使用情境圖像/有品牌名稱=13、使用情境圖像/無品牌名稱=10)，整體的廣告辨識率為 41.83%。

(二) 廣告道德知覺

根據 Reidenbach and Robin (1990) 所提出的「多維度道德量表」(multidimensional ethics scale)，分別從「道德公平」(moral equity)、「相對論」(relativistic) 及「契約主義」(contractualism) 等三個不同的維度設計問卷題目 (Henthorne & LaTour, 1995)。受測者被要求回答七個有關廣告道德知覺的陳述，題目分別為「我覺得 Cama Café 所採取的廣告行動對消費者不具公平性；我覺得 Cama Café 所採取的廣告行動對消費者不具正義性；我覺得我的家人及朋友是可以接受 Cama Café 所採取的廣告行動；從文化的層面上看，我覺得 Cama Café 所採取的廣告行動是可以被接受的；從傳統的層面上看，我覺得 Cama Café 所採取的廣告行動是可以被接受的；我覺得 Cama Café 所採取的廣告行動有違反不成文的廣告契約；我覺得 Cama Café 所採取的廣告行動是一種不道德的廣告方式」，採用 Likert 七點尺度量表進行量測，意見表達的程度從「完全不同意=1」到「完全同意=7」，反向題目亦進行反向編碼，上述七個項目取平均值，以形成單一測量變數 ($M=4.54$, $SD=0.96$, $\alpha=0.909$)。

(三) 廣告可信度

研究者主動告知受測者原生廣告的新聞連結處，並要求受測者閱讀文章內容後，回答五個有關廣告可信度的陳述，每一個問題都以「我認為這一篇文章的內容很...」作為開頭，衡量的指標分別

為「真誠、值得信賴、令人信服、有偏見、不可信」等 (Wojdyski et al., 2017)，採用 Likert 七點尺度量表，意見表達的程度從「完全不同意=1」到「完全同意=7」。在對「有偏見」和「不可信」的測量指標上，本研究進行反向編碼，上述五個項目取平均值，以形成單一測量變數 ($M=4.40$ ， $SD=0.86$ ， $\alpha=0.807$)。

(四) 廣告態度

受測者被要求回答五個有關原生廣告態度的陳述，每一個問題都以「我認為這一則廣告的內容很...」作為開頭，衡量的指標分別為「吸引人、不討喜、令人愉快、令人讚賞、無聊」等 (Wojdyski & Evans, 2016)，採用 Likert 七點尺度量表，意見表達的程度從「完全不同意=1」到「完全同意=7」。在對「不討喜」和「無聊」的測量指標上，本研究進行反向編碼，上述五個項目取平均值，以形成單一測量變數 ($M=4.33$ ， $SD=0.88$ ， $\alpha=0.842$)。

(五) 品牌態度

受測者被要求回答六個有關新聞來源者的陳述，前五個問題都以「我覺得 Cama Café 的品牌很……」作為開頭，衡量的指標分別為「優質、有魅力、不友善、令人喜歡、令人討厭」等 (Wojdyski & Evans, 2016)；第六個問題為「我會給 Cama Café 正面的品牌評價」(Campbell & Evans, 2018)，採用 Likert 七點尺度量表，意見表達的程度從「完全不同意=1」到「完全同意=7」。在對「不友善」和「令人討厭」的測量指標，本研究進行反向編碼，上述六個項目取平均值，以形成單一測量變數 ($M=4.31$ ， $SD=0.97$ ， $\alpha=0.892$)。

(六) 購買意願

受測者被要求回答五個有關書籍購買意願的陳述，五個問題分別為「我會想要進一步試喝 Cama Café 推出的新品咖啡；我會主動在網路上搜尋 Cama Café 的販售資訊；購買咖啡時我會特別尋找 Cama Café 的販售地點；我覺得 Cama Café 的商品不值得購買；我可能不會購買 Cama Café 推出的新品咖啡」(Evans et al., 2017)，採用 Likert 七點尺度量表，意見表達的程度從「完全不同意=1」到「完全同意=7」。在對「不值得購買」和「不會購買」的測量指標，本研究進行反向編碼，上述五個項目取平均值，以形成單一測量變數 ($M=3.94$ ， $SD=0.94$ ， $\alpha=0.855$)。

(七) 分享意圖

受測者被要求回答五個有關訊息分享意願的陳述，五個問題分別為「我覺得這是一篇值得分享的網路資訊、我會把 Cama Café 推薦給我的朋友們、我可能會把這一則新聞內容分享在社群媒體、

我願意把這個新聞資訊的連結轉寄給有需要的朋友、我有興趣在網路上與朋友分享這則新聞資訊的看法」(Evans et al., 2017; Wojdyski et al., 2017)，採用 Likert 七點尺度量表，意見表達的程度從「完全不同意=1」到「完全同意=7」。上述五個項目取平均值，以形成單一測量變數 ($M=3.88$ ， $SD=0.95$ ， $\alpha=0.847$)。

肆、資料分析與假設測試

一、效度與信度分析

本研究以驗證性因素分析 (confirmatory factor analysis, CFA) 進行「廣告道德知覺」、「廣告可信度」、「廣告態度」、「品牌態度」、「購買意願」與「分享意圖」等構面的信度分析，並從中檢測每一個測量指標的因子負載量 (outer loading)、組合信度值 (composite reliability, CR)、平均變異萃取量 (average variance extracted, AVE) 與內部一致性信度 (internal consistency reliability) 的 Cronbach's α 值，資料分析彙整如下 (表 3)。

表 3 收斂效度檢驗及內部一致信度分析

測量構面	項目	因子負荷量	組合信度 (CR>0.7)	平均變異萃取量 (AVE>0.5)	Cronbach's α ($\alpha>0.7$)
廣告道德知覺	AE-1	0.780	0.928	0.648	0.909
	AE-2	0.845			
	AE-3	0.791			
	AE-4	0.818			
	AE-5	0.784			
	AE-6	0.793			
	AE-7	0.820			
廣告可信度	AC-1	0.764	0.867	0.568	0.807
	AC-2	0.842			
	AC-3	0.800			
	AC-4	0.615			
	AC-5	0.729			

從原生廣告中探討圖像與文字揭露情境的協同作用

廣告態度	AA-1	0.794	0.888	0.613	0.842
	AA-2	0.783			
	AA-3	0.804			
	AA-4	0.764			
	AA-5	0.771			
品牌態度	BA-1	0.775	0.918	0.650	0.892
	BA-2	0.776			
	BA-3	0.805			
	BA-4	0.823			
	BA-5	0.828			
	BA-6	0.831			
購買意願	PI-1	0.777	0.896	0.634	0.855
	PI-2	0.798			
	PI-3	0.831			
	PI-4	0.763			
	PI-5	0.811			
分享意圖	SI-1	0.773	0.891	0.622	0.847
	SI-2	0.815			
	SI-3	0.791			
	SI-4	0.745			
	SI-5	0.818			

註：本研究自行整理。

二、研究假設測試

根據假設一（H1）的預測，廣告圖像顯示的差異會對原生廣告的識別造成影響，且「複合圖像顯示（商標圖案+產品圖像）」的識別性會優於「單一圖像顯示（包括：商標圖案、產品圖像、使用情境圖像）」，以及假設二（H2）的預測，廣告標題陳述的差異會對原生廣告的識別造成影響，且「有品牌名稱」的識別性會優於「無品牌名稱」。本研究在 IBM SPSS 21.0 統計軟體上，以二元邏輯回歸（binary logistic regression）檢驗假設一（H1）與假設二（H2）是否成立。統計檢定結果顯

示，整體模型係數的 Omnibus 測試為 $\chi^2(4)=13.48$ ，已達顯 $p < 0.1$ 的顯著水準 ($p = .009$)，表示此模型可預測廣告辨識的結果。

在廣告圖像顯示差異的檢定上，以「複合圖像顯示(商標圖案+產品圖像)」做為參考類別下，相較於單一圖像顯示的「產品圖像」($B = -0.81$, Wald = 6.06, $p = .014$)及「使用情境圖像」($B = -1.03$, Wald = 9.10, $p = .003$)，其 B 值皆為負值之下，廣告辨識檢定已達 $p < .05$ 的顯著水準。此結果顯示以「複合圖像顯示(商標圖案+產品圖像)」的廣告辨識性會優於單一圖像顯示的「產品圖像」及「使用情境圖像」，然在單一圖像顯示的「商標圖案」上則未達顯著水準 ($B = -0.37$, Wald = 1.29, $p = .257$)。此外，在廣告標題陳述的檢定上，標題「有品牌名稱」與「無品牌名稱」的差異，亦達顯著 $p < .01$ 的顯著水準 ($B = -0.33$, Wald = 8.10, $p = .004$)。依據上述的檢定結果，假設一(H1)為部分成立，假設二(H2)為完全成立(表4)。

表 4 廣告圖像顯示及廣告標題陳述對廣告辨識影響之二元邏輯回歸分析

變數來源	B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)
廣告圖像顯示					
商標圖案+產品圖像 vs.商標圖案	-0.37	0.33	1.29	.257	0.69
商標圖案+產品圖像 vs.產品圖像	-0.81	0.33	6.06	.014*	0.44
商標圖案+產品圖像 vs.使用情境圖像	-1.03	0.34	9.10	.003**	0.36
標題陳述方式					
有品牌名稱 vs.無品牌名稱	-0.33	0.12	8.10	.004**	0.72

註：本研究自行整理。

* $p < .05$ ** $p < .01$

根據假設三(H3)的預測，原生廣告具廣告辨識性會提升消費者的 a) 廣告態度、b) 品牌態度、c) 購買意願及 d) 分享意圖。為此，本研究在 IBM SPSS 21.0 統計軟體上，分別以四個獨立樣本 t 檢定 (Independent Sample t -test) 檢測假設三(H3)。統計檢定結果顯示，廣告辨識的變因在 a) 廣告態度的構面上有顯著差異 ($M_{有識別} = 4.79 < M_{無識別} = 3.99$)， $t(298.73) = 9.16$, $p < .001$ ($p = .000$)；在 b) 品牌態度的構面上有顯著差異 ($M_{有識別} = 4.99 < M_{無識別} = 3.82$)， $t(301.33) = 13.60$, $p < .001$ ($p = .000$)；在 c) 購買意願的構面上有顯著差異 ($M_{有識別} = 4.47 < M_{無識別} = 3.57$)， $t(273.34) = 9.43$, $p < .001$ ($p = .000$)；在 d) 分享意圖的構面上有顯著差異 ($M_{有識別} = 4.27 < M_{無識別} = 3.60$)， $t(298.41) = 6.73$, $p < .001$ ($p = .000$)。依據上述的檢測結果，本研究所設立的假設三(H3)成立(表5)。

表 5 廣告辨識對應變數影響之獨立樣本 *t* 檢定

變數檢定	廣告辨識	n	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
廣告態度	有	128	4.79	0.71	9.16	.000***
	無	178	3.99	0.85		
品牌態度	有	128	4.99	0.87	13.60	.000***
	無	178	3.82	0.85		
購買意願	有	128	4.47	0.83	9.43	.000***
	無	178	3.57	0.83		
分享意圖	有	128	4.27	0.79	6.73	.000***
	無	178	3.60	0.96		

註：本研究自行整理。

*** $p < .001$

此外，假設四 (H4)、假設五 (H5) 及假設六 (H6) 分別預測，廣告辨識會透過廣告道德知覺的中介作用、廣告可信度的中介作用、廣告道德知覺與廣告可信度的共同中介作用，對 a) 廣告態度、b) 品牌態度、c) 購買意願及 d) 分享意圖產生正向的影響。為此，本研究在 SPSS 21.0 統計軟體下，使用 Hayes (2012) 的 PROCESS macro 模型 6，進行四次的中介模式分析，所有分析均使用 5,000 次拔靴法 (bootstrap) 樣本量，去估計經誤差校正後的信賴區間。上述三個假設的測試結果，茲說明如下 (表 6)：

廣告道德知覺的中介作用 (H4 測試)，對 a) 廣告態度 ($b = -.005$, boot SE = .064, 95% BCBCI [-.1266, .1225])、c) 購買意願 ($b = .081$, boot SE = .079, 95% BCBCI [-.0685, .2428]) 及 d) 分享意圖 ($b = .122$, boot SE = .092, 95% BCBCI [-.0557, .3118]) 沒有顯著性的影響。然而，對 b) 品牌態度 ($b = .239$, boot SE = .074, 95% BCBCI [.0978, .3883]) 則會產生正向的間接效果 (positive indirect effect)。依據上述的檢測結果，本研究所設立的假設四 (H4) 為部分成立。

廣告可信度的中介作用 (H5 測試)，對 a) 廣告態度 ($b = .351$, boot SE = .072, 95% BCBCI [.2079, .4901])、b) 品牌態度 ($b = .162$, boot SE = .046, 95% BCBCI [.0809, 0.2633])、c) 購買意願 ($b = .153$, boot SE = .045, 95% BCBCI [.0743, .2522]) 及 d) 分享意圖 ($b = .193$, boot SE = .049, 95% BCBCI [.1032, .2935]) 會產生正向的間接效果。依據上述的檢測結果，本研究所設立的假設五 (H5) 成立。

廣告道德知覺與廣告可信度的共同中介作用 (H6 測試), 對 a) 廣告態度 ($b = .221$, boot SE = .056, 95% BCBCI [.1209, .3407])、b) 品牌態度 ($b = .102$, boot SE = .032, 95% BCBCI [.0485, .1731])、c) 購買意願 ($b = .097$, boot SE = .033, 95% BCBCI [.0410, .1705]) 及 d) 分享意圖 ($b = .122$, boot SE = .036, 95% BCBCI [.0588, .2002]) 會產生正向的間接效果。依據上述的檢測結果, 本研究所設立的假設六 (H6) 成立。

表 6 廣告辨識透過中介變因對廣告態度、品牌態度、購買意願及分享意圖的間接效果

變數來源	<i>b</i>	boot S.E.	Lower 95% BCBCI	Upper 95% BCBCI
廣告辨識→廣告道德知覺→廣告態度	-.005	.064	-.1266	.1225
廣告辨識→廣告道德知覺→品牌態度	.239***	.074	.0978	.3883
廣告辨識→廣告道德知覺→購買意願	.081	.079	-.0685	.2428
廣告辨識→廣告道德知覺→分享意圖	.122	.092	-.0557	.3118
廣告辨識→廣告可信度→廣告態度	.351***	.072	.2079	.4901
廣告辨識→廣告可信度→品牌態度	.162***	.046	.0809	.2633
廣告辨識→廣告可信度→購買意願	.153***	.045	.0743	.2522
廣告辨識→廣告可信度→分享意圖	.193***	.049	.1032	.2935
廣告辨識→廣告道德知覺→廣告可信度 →廣告態度	.221***	.056	.1209	.3407
廣告辨識→廣告道德知覺→廣告可信度 →品牌態度	.102***	.032	.0485	.1731
廣告辨識→廣告道德知覺→廣告可信度 →購買意願	.097***	.033	.0410	.1705
廣告辨識→廣告道德知覺→廣告可信度 →分享意圖	.123***	.036	.0588	.2022

註：本研究自行整理。

b 為未標準化之係數, BCBCI 為誤差校正後 5000 次的 bootstrap 信賴區間; *** $p < .001$ 。

伍、問題與討論

一、廣告圖像顯示及廣告標題陳述差異對廣告辨識的影響

本研究所設定的「商標圖案+產品圖像」、「商標圖案」、「產品圖像」及「使用情境圖像」等四種廣告圖像顯示，以及廣告標題陳述是否加入品牌名稱作為識別變因，經由資料分析顯示，在廣告圖像顯示的變因上，「商標圖案+產品圖像」的廣告辨識性 (recognition=55.26%) 最佳，其次為「商標圖案」(recognition=46.05%) 及「產品圖像」(recognition=35.44%)，廣告辨識性最差的為「使用情境圖像」(recognition=30.67%)；此外，在廣告標題陳述的變因上，「有品牌名稱」的廣告辨識性為 45.81%，「無品牌名稱」的廣告辨識性為 37.75%。進一步以二元邏輯回歸(binary logistic regression) 進行假設一(H1)與假設二(H2)的檢定發現，廣告圖像顯示的差異確實會對原生廣告的識別造成影響，且「商標圖案+產品圖像」的廣告辨識性，會優於「產品圖像」及「使用情境圖像」；另廣告標題陳述的差異，同樣也會對原生廣告的識別造成影響，且「有品牌名稱」的廣告辨識性會優於「無品牌名稱」。

上述的研究結果表明，當原生廣告在網頁上出現時，以「複合圖像顯示」(如商標圖案+產品圖像)做為揭露特徵，較容易引導網路用戶思索訊息說服意圖，從而提升廣告辨識的機率；此外，本研究亦發現以「商標圖案」做為揭露特徵，雖為單一圖像顯示的形式，但此種形式的廣告圖像揭露，亦能誘發網路用戶產生良好廣告辨識效果。對此結果，本研究認為「商標圖案」在長期的品牌建立和市場推廣過程中，已經成為消費者頭腦中與特定品牌聯繫最緊密的符號之一，當消費者在原生廣告中看到這個商標圖案時，會立即與該品牌聯想起來，進而識別出廣告的存在。此外，相比於其他圖案，商標圖案在視覺上更容易被辨識和記憶的原因，係因為它們是經過專業設計師精心打磨出來的結果，這種視覺特徵的獨特性，使得商標圖案成為一個有效的廣告揭露特徵(Wojdyski & Evans, 2016)，讓消費者能夠快速識別出廣告的存在。最後，本研究亦發現將品牌名稱置入於標題內，更容易讓消費者識別出原生廣告的存在；此研究發現亦顯示在消費者的心中，「品牌名稱」是一個品牌的核心識別元素之一，其具有高度的品牌辨識度，當消費者在廣告標題上，看到他們熟悉的品牌名稱時，他們會迅速將廣告與該品牌聯繫起來，進而識別出廣告的存在。

二、廣告辨識性對消費者態度與行為意圖的影響

透過四個獨立樣本 *t* 檢定進行假設三(H3)的測試，本研究發現原生廣告若具廣告辨識性，不但可以有效地提升消費者的廣告態度、品牌態度與購買意願之外，對於消費者的訊息分享意圖亦有助益。對此結果，本研究認為原生廣告的廣告辨識性，驅使消費者能夠迅速識別出這是一則廣告，從而在訊息認知上與其他內容區分開來，這種訊息接受與訊息說服的認知一致性，讓消費者能夠更

加明確地辨識和接受廣告的存在，而不會將其視為隱蔽或欺騙性的內容。換言之，當消費者明確認識到一則廣告時，他們更容易理解廣告的目的和訊息，有助於消費者對廣告產生正向的訊息態度與行為反應。綜合上述，原生廣告具良好的廣告辨識性，可以讓消費者更清楚的知道廣告所要傳達的訊息，從而增強了廣告訊息的說服力，當消費者對廣告的認同度提高時，他們更可能相信廣告所宣傳的產品（或服務）的價值，進而增加其購買意願。

此外，本研究認為原生廣告中的廣告辨識性，可以幫助消費者建立與品牌的聯繫和認同感，而當消費者明確識別出廣告是與特定品牌相關的時候，他們更容易將廣告與該品牌的形象、價值觀和產品聯繫起來，這種品牌連結有助於提升消費者對品牌的態度和忠誠度。最後，本研究亦認為原生廣告的廣告辨識性，有助於消費者對廣告產生共鳴和興趣，進而促使他們主動參與和分享廣告，過去文獻亦表明，當消費者對廣告感到積極和正面，他們更可能主動將廣告分享給他人 (Stathopoulou et al., 2017)，這樣就增加了品牌的曝光度和口碑效應，而消費者的分享行為不僅擴大了廣告的影響範圍，還加強了消費者對廣告和品牌的信任和忠誠度。當消費者自願分享廣告時，他們表達了對廣告的支持和認同，這有助於增強其他消費者對廣告和品牌的信任和興趣，進而提高他們的品牌態度和購買意願。綜合上述，原生廣告具有廣告辨識性可以提升消費者的廣告態度、品牌態度、購買意願和分享意圖。透過認知一致性、廣告說服力、品牌連結和口碑效應，廣告辨識性幫助消費者正確認識並接受廣告，提高他們對廣告和品牌的信任和認同，進而增加購買意願並促使他們主動參與和分享廣告，進一步擴大廣告的影響力和品牌的曝光度。

三、廣告道德知覺、廣告可信度的中介效應對消費者態度及行為意圖的影響

本研究透過 PROCESS macro 模型 6 的中介模式分析，檢測假設四 (H4)、假設五 (H5) 與假設六 (H6)，有三個主要的發現，其一為廣告辨識會透過「廣告道德知覺」的中介作用，對消費者的品牌態度產生正向的影響 (H4)；其二為廣告辨識會透過「廣告可信度」的中介作用，對消費者的廣告態度、品牌態度、購買意願及分享意圖產生正向的影響 (H5)；其三為廣告辨識會透過「廣告道德知覺」及「廣告可信度」的共同中介作用，對消費者的廣告態度、品牌態度、購買意願及分享意圖產生正向的影響 (H6)。

首先，針對假設四 (H4) 的研究發現，本研究認為廣告道德知覺是消費者對廣告所涉及的倫理和道德準則的知覺和評價，當消費者認為一則廣告符合他們的道德期望和價值觀時，他們會對該廣告持有正面的道德評價，而廣告道德知覺包括廣告的真實性、誠信度、公平性等方面的判斷，而當消費者認為廣告是真實、誠信且公平的，他們更可能對該品牌持有正面的態度。歸納上述，廣告辨識透過影響廣告道德知覺對消費者的品牌態度產生正向影響，消費者對廣告的道德評價直接影響

他們對品牌的信任和好感程度。因此，原生廣告應該注重廣告辨識，並通過遵守道德準則來建立消費者對廣告和品牌的正面評價。

其次，針對假設五（H5）的研究發現，本研究認為廣告辨識幫助消費者辨識出廣告的存在並評估其可信度，從而影響他們對廣告的態度及後續的行為意圖；換言之，當消費者認為廣告真實且可靠時，其會對廣告持有正面態度，這提高了對廣告和品牌的信任度和好感度，增強了購買意願和忠誠度。再者，廣告辨識提供了消費者判斷廣告真實性和可靠性的基礎，這種可信度評價影響了消費者對廣告態度和品牌的態度，同時也影響消費者的訊息分享意圖，而當消費者認為廣告真實可信，他們更傾向於將廣告內容分享給他人，這是因為他們相信這樣的廣告對其他人有價值，故願意將這個有價值的訊息分享出去（Dedeoğlu et al., 2020），而分享行為也進一步擴大了廣告的影響範圍，並提高了品牌的曝光度和影響力。

最後，針對假設六（H6）的研究發現，當消費者明確識別一則廣告，並對其內容進行道德評估時，他們更傾向於認為廣告具有道德性且可信，這種道德知覺和可信度的結合使消費者對廣告和品牌形象產生正面態度（Zimand-Sheiner et al., 2020）。因此，廣告辨識透過廣告道德知覺和廣告可信度的共同中介作用，對消費者的廣告態度、品牌態度、購買意願和分享意圖產生正向的影響。上述的研究發現也實證出，廣告辨識會透過「廣告道德知覺」及「廣告可信度」的共同中介作用，而對消費者的廣告態度、品牌態度、購買意願及分享意圖產生正向的影響，此結果也顯現出在原生廣告中，讓消費者能識別出廣告意圖的重要性，適切的廣告辨識能讓消費者感受到真實、誠實和有道德的廣告內容，從而建立消費者對廣告的道德評價和廣告可信度評價，這將有助於增強消費者對廣告和品牌的正面態度，促進購買行為和訊息分享。

陸、結論與建議

原生廣告是一種從媒體編輯的角度製作廣告內容，使其看起來與媒體平台的頁面有一致性的資訊展示形式，然而這種廣告形式也確實引起了一些爭議，其中一個爭議點是原生廣告可能模糊了廣告和非廣告內容之間的界限，使消費者難以識別出廣告的存在，這可能導致消費者被誤導或感到欺騙，並影響他們對品牌的態度和信任；另一個爭議點是原生廣告可能破壞了媒體內容的客觀性和獨立性，當廣告與編輯內容混淆時，媒體可能面臨利益衝突的困境，廣告商和消費者之間無法保持平衡時，這可能導致媒體內容受到廣告商的影響，進而影響新聞的品質和公眾的訊息可靠性。

原生廣告雖然在提供品牌宣傳和消費者體驗方面有其優勢，但也面臨著上述的爭議和挑戰，本研究以中文的入口網站為研究對象，透過嚴謹的實驗過程獲得若干的研究發現，依據整體的研究結果，提供相關的建議給學術研究者與廣告實務工作者參酌，相關內容如下：

- (一) 廣告揭露和廣告辨識是原生廣告中的關鍵因素，透過明確且清晰地方式揭露商業目的，可以使消費者更容易識別出廣告的存在。在原生廣告中使用商標圖案作為廣告揭露的特徵，其能夠有效地引起消費者的識別，因為商標圖案具有獨特性和易辨識性。此外，廣告標題中出現品牌名稱也是廣告辨識的重要指標之一，當消費者能夠明確識別廣告，他們更有可能對廣告內容進行評估，並形成相應的消費者態度和行為意圖。
- (二) 廣告道德知覺在廣告辨識和消費者態度之間扮演著重要角色，當消費者認為廣告具有道德性時，亦即廣告內容誠實、公平、符合道德標準，他們更傾向於對廣告和品牌產生正面的態度。廣告設計者應確保廣告內容符合道德準則，避免誇大和誤導性的陳述，透過建立道德正確的廣告形象，廣告可以增強消費者對品牌的信任和好感度，進而提高其購買意願和訊息分享意圖。
- (三) 廣告揭露和廣告辨識是關鍵要素，其對消費者的態度和行為意圖產生重要影響，明確的揭露商業目的，並不會降低對原生廣告的說服力，而使用商標圖案作為揭露特徵，不僅可以提高廣告辨識度，同時也可以消費者更容易識別出廣告的存在。廣告道德知覺和廣告可信度在廣告辨識和消費者態度之間發揮中介作用，消費者認為廣告具有道德性和可信度時，更傾向於形成正面態度和行為意圖，建議廣告主應確保廣告內容符合道德準則，提供真實可靠的訊息，以建立消費者對廣告的信任和好感度，這將有助於增加消費者的購買意願和訊息分享意圖，同時提升品牌形象和市場影響力。
- (四) 最從，本研究從廣告設計的實務面向提供建議，例如：適當的使用商標圖案和標題設計，增加廣告揭露的清晰度和明確性，幫助消費者快速識別廣告的存在；強調廣告的道德性，正向的建立消費者對廣告的道德評價；提供真實可靠的資訊，避免虛假宣傳和誤導性的內容，以增加消費者對廣告和品牌的信任；持續評估和改進廣告設計，針對消費者的反饋和期望進行調整，以提升廣告的效果和消費者的滿意度等。

致謝

本論文為國科會專題研究計畫 NSTC 111-2410-H-131-003 之部分成果，特此銘謝國科會對本研究之補助。作者亦感謝兩位匿名審查委員給予諸多寶貴的意見，本論文得以更完整。

參考文獻

- Agag, G., & El-Masry, A. A. (2016). Understanding consumer intention to participate in online travel community and effects on consumer intention to purchase travel online and WOM: An integration of innovation diffusion theory and TAM with trust. *Computers in Human Behavior, 60*, 97-111.
- Bakshi, A. C. (2015). Why and how to regulate native advertising in online news publications. *Journal of Media Law & Ethics, 4* (3/4), 4-47.
- Boerman, S. C., van Reijmersdal, E. A., & Neijens, P. C. (2014). Effects of sponsorship disclosure timing on the processing of sponsored content: A study on the effectiveness of European disclosure regulations. *Psychology & Marketing, 31*(3), 214-224.
- Campbell, C., & Evans, N. J. (2018). The role of a companion banner and sponsorship transparency in recognizing and evaluating article-style native advertising. *Journal of Interactive Marketing, 43*, 17-32.
- Carlson, M. (2015). When news sites go native: Redefining the advertising editorial divide in response to native advertising. *Journalism, 16*(7), 849-865.
- Cauberghe, V., De Pelsmacker, P., & Janssens, W. (2010). Simultaneous exposure to a program and advertising content in an interactive context: Perceptual and semantic interference and reinforcement. *Journal of Business Research, 63*(9-10), 972-978.
- Conill, R. F. (2016). Camouflaging church as state: An exploratory study of journalism's native advertising. *Journalism Studies, 17*(7), 904-914.
- Darke, P. R., & Ritchie, R. J. (2007). The defensive consumer: Advertising deception, defensive processing, and distrust. *Journal of Marketing Research, 44*(1), 114-127.
- Dedeoğlu, B. B., Van Niekerk, M., Küçükergin, K. G., De Martino, M., & Okumuş, F. (2020). Effect of social media sharing on destination brand awareness and destination quality. *Journal of Vacation Marketing, 26*(1), 33-56.
- Diallo, M. F., & Lambey-Checchin, C. (2017). Consumers' perceptions of retail business ethics and loyalty to the retailer: The moderating role of social discount practices. *Journal of Business Ethics, 141*(3), 435-449.
- Edell, J. A., & Staelin, R. (1983). The information processing of pictures in print advertisements. *Journal of Consumer Research, 10*(1), 45-61.
- Evans, N. J., Phua, J., Lim, J., & Jun, H. (2017). Disclosing Instagram influencer advertising: The effects of disclosure language on advertising recognition, attitudes, and behavioral intent. *Journal of Interactive Advertising, 17*(2), 138-149.

- Federal Trade Commission (2013). *.com Disclosures: How to make effective disclosures in digital advertising*, (March 2). Retrieved from: <https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/pressreleases/ftc-staffrevises-online-advertising-disclosure-guidelines/130312dotcomdisclosures.pdf>.
- Friestad, M., & Wright, P. (1994). The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts. *Journal of Consumer Research*, *21*(1), 1-31.
- Harms, B., Bijmolt, T. H., & Hoekstra, J. C. (2019). You don't fool me! Consumer perceptions of digital native advertising and banner advertising. *Journal of Media Business Studies*, *16*(4), 275-294.
- Harro-Loit, H., & Saks, K. (2006). The diminishing border between advertising and journalism in Estonia. *Journalism Studies*, *7*(2), 312-322.
- Hayes, A. F. (2012). *PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling* [White paper]. Retrieved from <http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf>
- Henthorne, T. L., & LaTour, M. S. (1995). A model to explore the ethics of erotic stimuli in print advertising. *Journal of Business Ethics*, *14*, 561-569.
- Hyman, D. A., Franklyn, D., Yee, C., & Rahmati, M. (2017). Going native: can consumers recognize native advertising: Does it matter. *The Yale Journal of Law & Technology*, *19*, 79-111.
- Jin, C., & Villegas, J. (2007). The effect of the placement of the product in film: Consumers' emotional responses to humorous stimuli and prior brand evaluation. *Journal of Targeting, Measurement & Analysis for Marketing*, *15*(4), 244-255.
- Kao, T. F., & Du, Y. Z. (2020). A study on the influence of green advertising design and environmental emotion on advertising effect. *Journal of Cleaner Production*, *242*, 118294.
- Kloot, L. (2021), *21 Native advertising statistics for 2021*. *Outbrain Blog Network*, (March 31). Retrieved from: <https://www.outbrain.com/blog/21-native-advertising-statistics-for-2021/>
- Kim, D. H., Seely, N. K., & Jung, J. H. (2017). Do you prefer, Pinterest or Instagram? The role of imagesharing SNSs and self-monitoring in enhancing ad effectiveness. *Computers in Human Behavior*, *70*, 535-543.
- Kirmani, A., & Zhu, R. (2007). Vigilant against manipulation: The effect of regulatory focus on the use of persuasion knowledge. *Journal of Marketing Research*, *44*(4), 688-701.
- Lahav, T., & Zimand-Sheiner, D. (2016). Public relations and the practice of paid content: Practical, theoretical propositions and ethical implications. *Public Relations Review*, *42*(3), 395-401.

- Lafferty, B. A., Goldsmith, R. E., & Newell, S. J. (2002). The dual credibility model: The influence of corporate and endorser credibility on attitudes and purchase intentions. *Journal of Marketing Theory and Practice*, *10*(3), 1-11.
- LaTour, M. S., & Henthorne, T. L. (1994). Ethical judgments of sexual appeals in print advertising. *Journal of Advertising*, *23*(3), 81-90.
- Lee, J., Kim, S., & Ham, C. D. (2016). A double-edged sword? Predicting consumers' attitudes toward and sharing intention of native advertising on social media. *American Behavioral Scientist*, *60*(12), 1425-1441.
- Leigh, J. H. (1994). The use of figures of speech in print ad headlines. *Journal of Advertising*, *23*(2), 17-33.
- Lieb, R., Szymanski, J., & Etlinger, S. (2013). *Defining and mapping the native advertising landscape*. Altimeter Research, (September 10). Retrieved from: <https://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2013/10/report-defining-mapping-nativeadvertising-landscape-rebecca-lieb.pdf>
- Liu, C., Lo, S., Hsieh, A., & Hwang, Y. (2018). Effects of banner ad shape and the schema creating process on consumer internet browsing behavior. *Computers in Human Behavior*, *86*, 9-17.
- Manic, M. (2015). The rise of native advertising. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, *8*(1), 53-58.
- Martechseries.com (2019). *Global native advertising market set to be worth over \$400 billion by 2025*. Martechseries Blog Network, (March 6). Retrieved from: <https://martechseries.com/salesmarketing/programmatic-buying/global-native-advertising-market-set-worth-400bn-2025/>
- Mayer, R. E., & Moreno, R. (2003). Nine ways to reduce cognitive load in multimedia learning. *Educational Psychologist*, *38*(1), 43-52.
- Micu, A. C., & Thorson, E. (2008). Leveraging news and advertising to introduce new brands on the web. *Journal of Interactive Advertising*, *9*(1), 14-26.
- Miniard, P. W., Bhatla, S., Lord, K. R., Dickson, P. R., & Unnava, H. R. (1991). Picture-based persuasion processes and the moderating role of involvement. *Journal of Consumer Research*, *18*(1), 92-107.
- Mitchell, A. A. (1986). The effect of verbal and visual components of advertisements on brand attitudes and attitude toward the advertisement. *Journal of Consumer Research*, *13*(1), 12-24.
- Moriarty, S., Mitchell, N. D., Wells, W. D., Crawford, R., Brennan, L., & Spence-Stone, R. (2014). *Advertising: Principles and Practice*. Pearson Australia.
- Mosa, R. A. (2021). The Impact of Advertising Credibility on Purchase Intentions: An Empirical Study among Iraqi Facebook Users. *European Journal of Business and Management Research*, *6*(5), 228-234.

- Nwachukwu, S. L., Vitell Jr, S. J., Gilbert, F. W., & Barnes, J. H. (1997). Ethics and social responsibility in marketing: an examination of the ethical evaluation of advertising strategies. *Journal of Business Research*, *39*(2), 107-118.
- Paivio, A. (1986). *Mental Representations: A Dual Coding Approach*. Oxford University Press.
- Park, J., Stoel, L., & Lennon, S. J. (2008). Cognitive, affective and conative responses to visual simulation: The effects of rotation in online product presentation. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, *7*(1), 72-87.
- Reidenbach, R. E., & Robin, D. P. (1990). Toward the development of a multidimensional scale for improving evaluations of business ethics. *Journal of Business Ethics*, *9*, 639-653.
- Rest, J. (1994). **Background: Theory and research**. In J. Rest & D. Narvaez (Eds.), *Moral development in the professions: Psychology and applied ethics* (pp. 1-26). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Rossiter, J. R. (1982). Visual imagery: Applications to advertising. *Advances in Consumer Research*, *9*, 101-106.
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (1980). Attitude change through visual imagery in advertising. *Journal of Advertising*, *9*(2), 10-16.
- Rozendaal, E., Lapierre, M. A., van Reijmersdal, E. A., & Buijzen, M. (2011). Reconsidering advertising literacy as a defense against advertising effects. *Media Psychology*, *14*(4), 333-354.
- Schauster, E. E., Ferrucci, P., & Neill, M. S. (2016). Native advertising is the new journalism: How deception affects social responsibility. *American Behavioral Scientist*, *60*(12), 1408-1424.
- Schmitt, B. H., Tavassoli, N. T., & Millard, R. T. (1993). Memory for print ads: Understanding relations among brand name, copy, and picture. *Journal of Consumer Psychology*, *2*(1), 55-81.
- Singh, S. N., Lessig, V. P., Kim, D., Gupta, R., & Hocutt, M. A. (2000). Does your ad have too many pictures?. *Journal of Advertising Research*, *40*(1-2), 11-27.
- Soley, L. C., & Reid, L. N. (1983). Satisfaction with the informational value of magazine and television advertising. *Journal of Advertising*, *12*(3), 27-31.
- Stathopoulou, A., Borel, L., Christodoulides, G., & West, D. (2017). Consumer branded# hashtag engagement: can creativity in TV advertising influence hashtag engagement?. *Psychology & Marketing*, *34*(4), 448-462.
- Sweller, J., Ayres, P., & Kalyuga, S. (2011). *Cognitive Load Theory*. Springer Science & Business Media.
- Teng, L., Ye, N., Yu, Y., & Wu, X. (2014). Effects of culturally verbal and visual congruency/incongruency across cultures in a competitive advertising context. *Journal of Business Research*, *67*(3), 288-294.

- Tutaj, K., & Van Reijmersdal, E. A. (2012). Effects of online advertising format and persuasion knowledge on audience reactions. *Journal of Marketing Communications, 18*(1), 5-18.
- Van Noort, G., Antheunis, M. L., & Van Reijmersdal, E. A. (2012). Social connections and the persuasiveness of viral campaigns in social network sites: Persuasive intent as the underlying mechanism. *Journal of Marketing Communications, 18*(1), 39-53.
- Wang, P., Xiong, G., & Yang, J. (2019). Serial position effects on native advertising effectiveness: Differential results across publisher and advertiser metrics. *Journal of Marketing, 83*(2), 82-97.
- Wang, Y., & Li, Y. (2017). Understanding “native advertising” from the perspective of communication strategies. *Journal of Promotion Management, 23*(6), 913-929.
- Wei, M. L., Fischer, E., & Main, K. J. (2008). An examination of the effects of activating persuasion knowledge on consumer response to brands engaging in covert marketing. *Journal of Public Policy & Marketing, 27*(1), 34-44.
- Weismueller, J., Harrigan, P., Wang, S., & Soutar, G. N. (2020). Influencer endorsements: How advertising disclosure and source credibility affect consumer purchase intention on social media. *Australasian Marketing Journal, 28*(4), 160-170.
- Wojdyski, B. W. (2016). The deceptiveness of sponsored news articles: How readers recognize and perceive native advertising. *American Behavioral Scientist, 60*(12), 1475-1491.
- Wojdyski, B. W., & Evans, N. J. (2016). Going native: Effects of disclosure position and language on the recognition and evaluation of online native advertising. *Journal of Advertising, 45*(2), 157-168.
- Wojdyski, B. W., Bang, H., Keib, K., Jefferson, B. N., Choi, D., & Malson, J. L. (2017). Building a better native advertising disclosure. *Journal of Interactive Advertising, 17*(2), 150-161.
- Wojdyski, B. W., & Golan, G. J. (2016). Native advertising and the future of mass communication. *American Behavioral Scientist, 60*(12), 1403-1407.
- Zimand-Sheiner, D., & Lahav, T. (2019). Israeli media reality vs. consumer attitudes: TV viewers' ethical perceptions and attitudes towards regulation of embedded paid content. *Israel Affairs, 25*(1), 165-184.
- Zimand-Sheiner, D., Ryan, T., Kip, S. M., & Lahav, T. (2020). Native advertising credibility perceptions and ethical attitudes: An exploratory study among adolescents in the United States, Turkey and Israel. *Journal of Business Research, 116*, 608-619.

Exploring the Synergistic Interaction of Visual and Textual Disclosure Contexts in Native Advertising

Chao-Ming Yang*



Abstract

This study investigated the effect of the images and texts (ad image display and ad headline) of native advertising on advertising recognition and used perceived ad morality and ad credibility as mediating variables to analyze the effect of advertising recognition on the ad attitude, brand attitude, purchase intention, and sharing intention of consumers. A 4×2 between-subjects experimental design was employed to analyze the data of 306 subjects, 144 men and 162 women. Four conclusions were drawn. First, ad image displays and ad headlines affect advertising recognition. Second, advertising recognition has a positive effect on the brand attitude of consumers through the mediating effect of perceived ad morality. Third, advertising recognition has a positive effect on the ad attitude, brand attitude, purchase intention, and sharing intention of consumers through the mediating effect of ad credibility. Fourth, advertising recognition has a positive effect on the ad attitude, brand attitude, purchase intention, and sharing intention of consumers through the mediating effects of perceived ad morality and ad credibility. A composite image display, featuring elements such as a logo image and a product image and the product names used in native advertising to disclose features can help consumers recognize the persuasive intent of advertising and improve perceived ad morality and ad credibility, thereby positively affecting consumer attitude and behavioral intention. These discoveries can serve as a reference for advertisers and Internet media providers when they formulate marketing strategies for native advertising.

Keywords: native advertising, advertising disclosure, advertising recognition, perceived ad morality, ad credibility

* Professor, Department of Visual Communication Design, Ming Chi University of Technology

風獅爺造型比例和尺寸與傳統尺規之 關聯性探討

詹仕鑑*、馬慈均**

收件日期：2024 年 3 月 6 日

接受日期：2024 年 11 月 1 日

摘要

早期金門的風獅爺身負守護村落、庇佑民眾安居樂業的使命，近期更轉型成促進在地觀光的特色文化資產；由於現代社會對過去傳統文物製作的法則忽視，本研究希望透過文獻回顧和資料比較法，對於風獅爺的尺寸資料進行分析，尋找風獅爺的造型尺寸與傳統尺規間關聯性。研究發現早期製作的風獅爺造型尺寸，與傳統丁蘭尺的吉凶尺寸是有關聯存在。本研究也透過文獻中風獅爺高、寬、深和照片資料，分析當地現存蹲踞式風獅爺，高寬比例數值約介於1.3~2.8之間，平均值為2.36；直立式的風獅爺高寬比數值介於2.1~4.7之間。在風獅爺的頭身比例部分，蹲踞式頭身比約介於2.5~3.9；而直立式風獅爺的頭身比約介於2.9~5.8。本研究所統計分析的高寬比和頭身比數值可供文創商品開發造型設計比例的參考。

關鍵詞：風獅爺、傳統尺規、丁蘭尺、高寬比、頭身比

* 銘傳大學數位媒體設計系副教授

** 銘傳大學數位媒體設計學系講師

壹、前言

近年來，由於傳統文化較受到社會大眾的關注，以及文化創意產業發展的推波助瀾下，許多與文化相關的創意商品也因應而生。在金門的「風獅爺」不僅開發出許多的文化創意商品，當地縣政府更是以風獅爺為主題，而舉辦相關文化觀光的旅遊活動，推動地方觀光發展創造商機。事實上，風獅爺除了傳統文化信仰上的意涵外，從角色造型的角度來看，風獅爺造型就非常具有特色，再加上設計師的創意巧思，各種風獅爺的文創商品也就大行其道，甚至也有專為風獅爺景點打卡開發的遊戲 APP（金門觀光旅遊網，2023）。風獅爺的由來是因早期民眾的民智未開，對於科學知識不足，再加上大自然多變無可預測的情況下，民眾在精神上因而寄託民俗信仰的圖像、器物，用以來驅邪、制壓各種不好的環境狀況、煞氣等，以尋求地方平安，居民身體健康，風獅爺、石敢當等相關的宗教信仰性的「辟邪物」也就因應而來（陳炳容，1996）。

在金門風獅爺的起源與傳統風水信仰息息相關，早期村落的發展並非整體有序的規劃，因而許多地理條件無法滿足風水格局的原則，因而造成對於村落不好的沖煞情形，民眾深信需要有避邪、制煞的力量，方可讓在地居民安居樂業，平安順利，為滿足居民對於居住安心的需求，風獅爺的設置就隨此而來。在金門當地民眾對於風獅爺的信仰歷史發展已經很久，於各村落都設置屬於保護自己村落的風獅爺；也因而對於風獅爺的信仰，就成為當地的重要的傳統文化，和村落精神的寄託（金門縣政府，1994）。社會對於民眾對於風水信仰的觀念，已不能簡單化，當作民間迷信的思維來看待，而這種信仰已轉化成為，民眾日常生活中息息相關，成為文化信仰的一部份（漢寶德，1998）。

現代人對於物體大小的測量，都是以公制單位作依據；在古代未有當今公制單位前，都是以傳統量測的尺規為工具，其種類也甚多。在傳統陽宅建築上，常見的尺規以「魯班尺」為多，而用於陰宅的尺規，則以「丁蘭尺」為用，在古代對於所製造的器物尺寸，建築營造施工的量測，都需要以這些尺度作為量測的依據（樓蘭摩天，2001）。傳統風獅爺造型的尺寸大小，是否與這些傳統尺規存在著關聯性？一直困惑研究者，因而興起對於風獅爺尺寸與傳統尺規關係的探討。在過往相關文獻資料對於風獅爺的研究，多半著重在文史資料的調查、與當地聚落的關係，或是風獅爺在風水功用探討等主題為多，尚未見以風獅爺造型比例、尺寸相關的研究。然而，按張家銘在其所著之「金門田野印象 2009」書中所言，後期的風獅爺製作，因有經驗工匠因心生畏懼相關禁忌，而不願意製作的情況下，而引進一些過往沒有做風獅爺的素人雕刻家，進行製作，因而演變成後來風獅爺造型多元豐富的情況（張家銘，2009），由此可知並非所有石雕工匠都能完全清楚掌握風獅爺在製作上的一些原則；因此，本研究希望嘗試以不同的研究方式，來嘗試探討和推論風獅爺的製作原則，並且也會引用相關文獻中的訊息，以了解風獅爺製作的流程和尺寸制定的方式，以認識風獅爺相關的議題。

本研究的進行，期望透過現有尚存的傳統風獅爺尺寸資料，逆向回推其是否與傳統尺規存在著關聯性，嘗試不同於傳統直接訪談的方式，來了解和接近探討相關製作的原則，以不同研究方式進行，嘗試性的以另一種新方式，對於早期風獅爺其製作原則的探索 and 了解；另外，對於風獅爺頭身比例的分析，則是希望瞭解傳統風獅爺造型比例的實際量化情形，能數據化呈現，以作為日後開發風獅爺造型設計上的參考。

圖 1-1：金門金沙·浦邊的風獅爺



註：圖片來源-金門風獅爺調查研究，59

圖 1-2：金門金沙·下塘頭的風獅爺



註：圖片來源-金門風獅爺調查研究，67

一、研究目的

本研究主要針對傳統風獅爺尺寸與傳統尺規的關聯性，和風獅爺造型的比例進行探討。對於風獅爺尺寸與傳統度量尺規之間關係研究，透過現有風獅爺尺寸和傳統尺規的比對，以了解風獅爺尺寸是否存在與傳統尺規上的關聯性；而對於風獅爺造型比例的探討，主要希望透過風獅爺其整體高度與寬度的比例（高寬比），與角色設計中常用的頭部與身體組成的比例（頭身比），藉以瞭解風獅爺的造型比例的組成，以利日後進行風獅爺角色造型開發時的參考。針對風獅爺與傳統尺規的關聯，按傳統這些風水制煞文物的製作，相信早期風獅爺的尺寸與傳統尺規間，應該存在著關係，而希望透過現有風獅爺尺寸的比對，推論出風獅爺的尺寸是與何種尺規有關聯的。本研究目的的主要有下列幾點：

1. 比對現存風獅爺在尺寸上與傳統尺規吉凶尺寸的關聯；
2. 整理分析現存風獅爺造型的高寬比和頭身比的實際情形；
3. 歸納出不同型態風獅爺造型比例和尺寸的範圍，以利日後進行開發所參考。

二、研究範圍與限制

近年來風獅爺相關造型的商品甚多，但現代新創的風獅爺文創產品尺寸，大都以現代度量的尺規直接進行，並不再參考傳統的度量尺規，因此本研究分析的風獅爺有下面幾點在研究上的範圍和限制，條列說明如下：

1. 本研究之風獅爺尺寸資料，主要以金門當地早期所保存下來至今的風獅爺文獻資料為主；因為早期工藝師對於傳統度量的依據較為遵從，從這些歷史存留下來的文物中去逆向追溯其關連，應該是比較能發現其關係。
2. 在文獻資料整理中發現，中央政府、縣政府等主管文化的單位，其投入的經費預算，支助金門當地風獅爺的現況調查、文史保留等工作已有一段時間，相關風獅爺的調查資料和文獻也十分完整豐富，因此本研究主要建構在運用這些現有的文獻資料基礎下進行。
3. 研究中所引用的風獅爺的規格尺寸資料來源，主要是依據金門縣政府於 1994 年出版的「金門風獅爺調查研究」，以及南華大學黃蕙馨的碩士論文「共存與疏離-金門風獅爺與聚落之關係」等所提供相關村落型的風獅爺文獻資料為依據。事實上，這些研究先進對於風獅爺的田野調查資料和圖像資料，已進行得非常縝密和完善，且都在政府機關的督導下進行，其資料的正確性和真實性，應該是毋庸置疑。
4. 另外傳統的度量工具有許多種形式，本研究將以一般較常見的「魯班尺」和「丁蘭尺」進行吉凶尺寸的比對，其他度量的尺度方式，就不在本研究範疇中。

事實上，在中央文物保存相關部會、金門縣政府和地方文物工作者的努力下，對於金門現存的風獅爺，已經進行多次現況的田野調查和文物資料建檔，其資料相當的完善。本研究受限於人力、物力和時間的條件情況下，以引用這些現有政府部門所提供的文史資料，做為分析進行的依據，其相關資料訊息應該是可靠且可信的，對於風獅爺關議題的後續研究發展，是非常有幫助的。

貳、文獻探討

按照本研究的主題和目的等考量下，對於相關的文獻資料包含有：風獅爺的功能、角色造型比例的探討、和傳統尺規等三大類為主的進行，以下就這些相關文獻陳述如下各小節：

一、風獅爺的功能

風獅爺也稱為「石獅爺」、「石獅爺公」，為金門當地民眾重要的信仰的神祇之一，由於傳統上民眾對於獅的意象，一般民眾深信其造型威猛有威懾力的型態，可以威嚇來自外來的邪魔妖怪和邪祟，因此風獅爺在金門其主要功能，是剋制來自風邪的作怪，和風水上所造成的不好的凶煞，因而有了「風獅」的名稱（金門縣政府，1994）。早期金門當地民眾深信，日常所受到的蟲害、風害和惡劣的環境條件，是因為一些無形的妖魔邪祟作怪所造成，因而需要尋求能擋風、止煞、鎮邪等功能的辟邪物協助，保護村落和民眾，因而風獅爺也就因此而設（楊天厚、葉鈞培，2009）。金門風獅爺依其設置的位置可以分為「村落型」、「屋脊型」及「觀賞型」等三大類，村落型的風獅爺設置於村莊的外圍，負責守衛全村的安危，主要以「鎮風」、「止煞」等功能為主；「屋脊型」的設置於屋脊、牆垣上或鑲在牆上，其功能主要化解風水上的一些凶煞，例如：「路沖」、「水箭」、「壁刀」等有形可以見到的一些風水環境的凶煞；而觀賞型的風獅爺則只是為景觀造景，提升觀光所用。風獅爺是一種制煞物，在雕刻時有許多忌諱，石雕師傅多以誠心敬畏之心進行製作，一般老經驗的石雕師傅，忌怕觸犯相關禁忌，而盡可能避而不做。因此，近期在風獅爺創作上，只能盡可能找一些素人雕刻家或設計師製作，因素人不清楚過往雕刻風獅爺的相關禁忌，因而創作出各式各樣具有創意型態，多元新風貌的風獅爺出現，因而造就後期的風獅爺型態多元而豐富的情況（張家銘，2009）。

由於近年來文創產業的發展，金門的風獅爺由原本在地的守護神，漸漸轉型成可以創造許多商機的文創商品，帶動地方觀光產業的發展（吳漢龍，2022）。甚至發展和現代科技結合的互動式旅遊 App，結合金門在地風獅爺景點和手機互動模式，積極推廣具地方特色的遊旅形式，以多元的方式切入並與觀光景點建立連結，風獅爺為主題的互動式的遊戲 App 也因應產生。風獅爺從過去的辟邪、制煞的守護神，蛻變成帶動觀光發展的文化特色亮點的角色，是社會觀光大環境變動下，成功由傳統宗教文化信仰，轉型成地方觀光推手型態，金門縣金沙鎮推出的「尋找風獅爺 APP」就是一個很成功的案例（游旻慈，2023）。

二、風獅爺造型比例

事實上，風獅爺的造型與一般廟前所佇立石獅造型相似，傳統以來華人對於獅子威武勇猛氣勢意象，在經過宗教的催化和在地的形式演變，逐漸成為民眾傳統信仰中，能避邪納福的神獸，並且在結合傳統宗教和風水民俗信仰，風獅爺就成為民眾心目中能夠避邪、鎮煞的辟邪吉祥物（陳炳容，1996）。在金門風獅爺的設置的型態中基本上可依分為蹲式和直立式兩種型態；按《金門縣志》的文字記載，早期的風獅爺的造型是以蹲式為主，但是由於蹲式的造型較低矮，長時間下容易被當地

風沙所淹埋，漸漸的後期就以直立式造型的風獅爺為多，並且以石雕材質為多，這也反映民俗文化的變遷，是會因當地的自然環境的影響而演變（許蕙真，2004）。

在動漫的角色設計中，通常會以角色的頭部長度大小為單位，並且用以衡量身體各部位的比例值，例如常聽到的「幾頭身」這用詞；也就是以頭的長度，當作一個單位的基準來衡量各部位的造型比例，而所謂頭長是定義為頭頂到下巴的距離稱之，並以此基準去衡量角色中各部位的比例（創瑞設計，2010）。一般情形下，在角色的設計會根據人體頭部大小為單位，和故事中角色所需的風格進行變形，現實生活中，正常人比例的約控制在 4~8 頭身之間，而在漫畫的中人體的比例，則可以控制在 2~10 頭身，另外 Q 版造型的角色常介於 2~5 頭身之間（MCOO 動漫，2013）。

由於近年來文創產業的發展，金門的風獅爺由原本在地的守護神，漸漸轉型成可以創造許多商機的文創商品，帶動地方觀光產業的發展（吳漢龍，2022）。甚至發展和現代科技結合的互動式旅遊 App，結合金門在地風獅爺景點和手機互動模式，積極推廣具地方特色的遊旅形式，以多元的方式切入並與觀光景點建立連結，風獅爺為主題的互動式的遊戲 App 也因應產生。風獅爺從過去的辟邪、制煞的守護神，蛻變成帶動觀光發展的文化特色亮點的角色，是社會觀光大環境變動下，成功由傳統宗教文化信仰，轉型成地方觀光推手型態，金門縣金沙鎮推出的「尋找風獅爺 APP」就是一個很成功的案例（游旻慈，2023）。

三、魯班尺與丁蘭尺

在傳統建築上，木工常用丈量工具的魯班尺也稱為「文公尺」，傳聞是巧聖先師魯班所創製的一個量測長度的一個工具，其長度為一尺四吋四分（約為現今 43.6 公）。工匠在建造房屋、家具製作都得按照魯班尺吉凶的尺寸進行；事實上，某種程度而言魯班尺，就如同古代模矩化規格的標準行式，是一套呼應人與自然之間關係的量測尺度。一般魯班尺分為八格「財、病、離、義、官、劫、害、本」，一般建築營造都是取吉字的尺寸，作為長度的依據，為陽宅營造所使用（吳彰裕，2005）。丁蘭尺為另一種傳統的尺規，主要是用於陰宅墳地、祖先牌位的量測所用，丁蘭尺共有十格，每格長度一寸兩分八（約為 3.85 公分），其十格各代表著「丁、害、旺、苦、義、官、死、興、失、財」，在尺寸的取用時，如同魯班尺一樣，也都是取吉字的尺寸用之（樓蘭摩天，2001）。

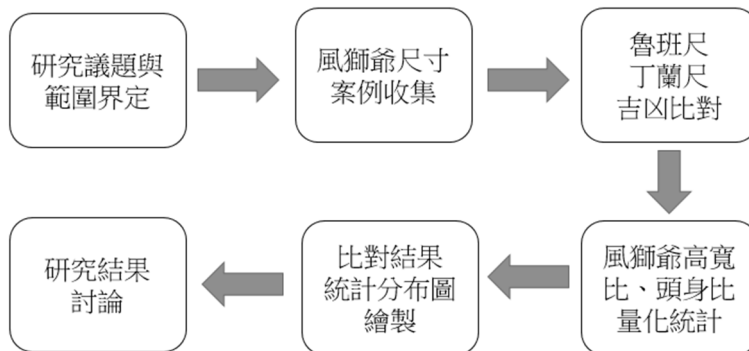
於所收集的文獻資料中可以發現，於九零年代左右，中央文物保護部門和金門縣政府已投入大量的資源、預算和人力，對於僅存的風獅爺的文化資產文物的調查和保護，也出版相關的調查報告和文字資料，對於本研究的進行相當大的幫助。事實上，本研究的內容，主要是著重在應用這些資料基礎上，進行後續可行的分析和運用；另外本就僅是作者個人興趣為出發的研究，受限於資源和人力，即使再次進行田野的調查，也無法做得比先前政府機關，投入的研究成果和調查來的更詳實，因此引用這些已公開的資料，進行後續的發展和應用應屬合理方式。

參、研究方法與流程

本研究主要探討有兩大部分：一、為風獅爺尺寸和傳統尺規之間關聯性，以了解傳統風獅爺的尺寸製作，是依據何種尺規來制定，二、為探討風獅爺造型的高寬比和頭身比的比例關係，以利日後開發風獅爺造型的參考。整體的研究方法主要以「文獻回顧法」和「比較研究法」進行，文獻回顧法主要是透過對於以往留下的歷史文獻資料，有系統的收集和進行分析比對以了解和檢驗，研究假設相關的形成的原因；而比較法則是透過資料間比較，以瞭解比較的內容其正面的意義和作用，因而比較的對象，是需建立在相同的基礎上才能進行分析和比較（管倅生 等著，2010）。而本研究主要利用這些尚存的風獅爺尺寸文獻，透過這些尺寸資料，進行與魯班尺和丁蘭尺吉凶尺寸的比對，以歸納出這些早期製作的風獅爺其規格尺寸，和傳統尺規間是否存在著關聯。第二部分則利用收集到的風獅爺規格尺寸和照片作為基礎，以比例尺量測並計算現有風獅爺的高寬比例和頭身比。最後再將比對和統計的結果，製作成統計分布圖，以瞭解現有風獅爺的相關比例情況。

研究的流程主要可以分六個階段進行，首先針對研究主題的問題進行界定，並將進行的研究目的和範圍的釐清，第二階段則進行案例收集，透過既有的書籍、學術論文等文獻資料整理，以確認能夠取得的有效資料量；第三階段則進入資料的比對，透過所取得的文獻和政府部門紀錄的尺寸規格資料，與傳統尺規吉凶尺寸的比對，第四階段則利用這些比對資料，繪製成統計的分布圖，以利進行後續探討，第五階段則是藉由收集到的風獅爺照片，利用比例尺進行頭部和高度量測和計算，以取得風獅爺的頭身比量化數值；最後階段則進行結果論述和討論，研究進行流程如下圖 3-1 所示

圖 3-1：研究進行流程



註：本研究繪製

本研究主要應用的文獻是以陳炳容所著「金門風獅爺」和黃慧馨論文「共生與疏離---金門風獅爺與聚落之關係」等兩著作中，對於金門現存風獅爺的調查文獻資料為基礎，取其風獅爺的長、寬

高尺寸的文獻資料，並將這些量化的文獻數據與丁蘭尺和魯班尺的吉凶尺寸進行比對，以了解各風獅爺其大小尺寸，是否落於兩種尺寸的吉凶範圍中，並將這些比對數值繪製成分布圖，以利觀察其吉凶分布狀態。另一部分則利用兩個文獻中，所提供的風獅爺照片圖像資料，進行頭身比的量化比較分析，以了解現存風獅爺的頭身比的實際情況，投身比量化分析結果，有助於日後進行風獅爺造型設計時的參考和應用。

在文獻資料的整理過程中，發現於南華大學黃慧馨碩士論文內，清楚地將金門風獅爺的規格尺寸、設置位置、製作年代和製作的材料，分類整理的十分清晰完善，充分滿足本研究對於風獅爺的規格尺寸所需。本研究按黃慧馨的研究分類，將風獅爺主要分類成蹲踞式和直立式兩大類進行。蹲踞式的有效案例合計有 26 個，直立式的則有 55 案例，兩種型態合計共 81 個案例。而這些案例都是屬於具功能性村落型的風獅爺；近代基於觀光景點所需而設置的風獅爺，就不納入案例中，其主要因為這些大型的風獅爺都為觀賞用，較未具信仰所需之功能，且尺寸也過於巨大，也不利後續統計所用。本研究另一部份進行風獅爺高寬比和頭身比例分析，主要是以風獅爺高寬尺寸，和全身圖片為分析的依據。在金門縣政府所出版的金門風獅爺調查研究中，對於收集的風獅爺都建有清楚高、寬尺寸資料和照片，且圖片皆清晰完整，符合本研究量測比例的需求，資料中圖像的有效案例合計有 61 例。感謝這些資料研究收集者和政府部門的投入，讓本研究有充分的文獻資料能夠順利進行。

肆、結果分析與討論

本研究主要以風獅爺與傳統尺規的關聯以及造型比例兩大方面進行分析；在與傳統尺規的關聯部份，將所收集的案例尺寸，分別與魯班尺和丁蘭尺的吉凶尺寸進行比對，並且按照高、寬、深三個向度分別進行；而造型比例則分別就高寬比和頭身比兩種方式進行分析。

一、風獅爺尺寸與魯班尺關係

圖 4-1 為本研究，按傳統尺規的吉凶尺寸，與蹲踞式型態風獅爺在高、寬、深三個向度尺寸的分佈比較圖。在分佈圖中粉紅色底的位置，為魯班尺屬於吉字的尺寸位置。在所取得的 26 個蹲踞式案例中，分別將高、寬、深三個向度的尺寸數值分別標註入分佈圖內而在圖 4-2 為直立式風獅爺高、寬、深尺寸與魯班尺吉凶尺寸分佈圖，整體與魯班尺相關的分析結果說明如下：

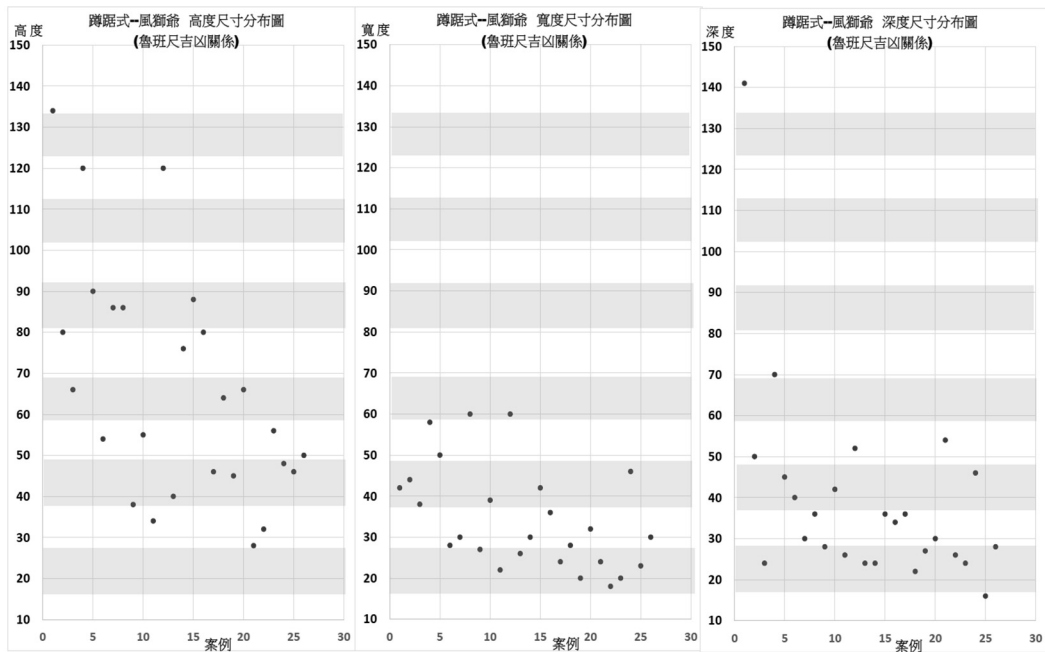
1. 發現蹲踞式的高、寬、深三個尺寸與魯班尺吉凶的關係，並沒有明顯的關聯趨勢呈現，比較近似於隨機的分佈關係。在分佈圖中可以發現，這些蹲踞式的案例其尺寸分佈於魯班尺吉、

凶尺寸的情況較為平均，並沒有特別集中某些吉凶尺寸的情況。

2. 再進一步以量化統計的數據來看，在蹲踞式的案例中，在高度的尺寸約各有 50% 的案例分別屬於吉和凶的尺寸；而在寬度的部分約有 65% 的案例屬於吉的尺寸，而有 35% 是屬於凶的尺寸；在深度部分也是位於吉和凶尺寸的各占有一半的比例。
3. 觀察直立式案例尺寸的分布狀況，與蹲踞式的分布結果相似，是屬於較隨機式的型態呈現。
4. 在 55 個直立式的案例中，高度部分約有 53% 的案例，是位於魯班尺吉的尺寸，而約有 47% 的比例是位於凶的比例，兩者間差異並不十分明顯；在寬度部分約有 36% 屬於吉字尺寸，而有約 64% 屬於凶的尺寸；在深度部分，45% 案例位於吉的尺寸，有 55% 的案例在凶的尺寸。

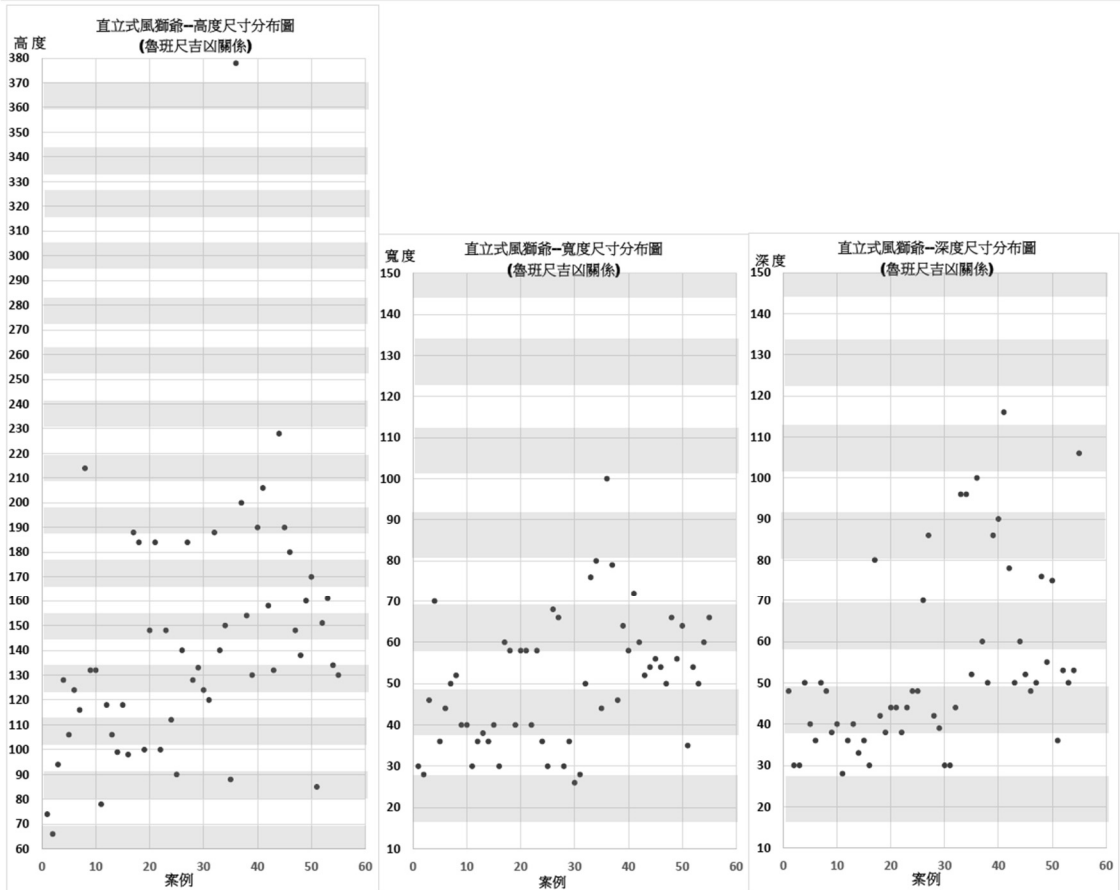
據以上結果可以發現，無論踞式或直立式的統計分布圖和量化的占比結果而言，並無法觀察出與風獅爺尺寸與魯班尺的吉凶，存在有特別明顯的收斂關係和趨勢，所以可以推論風獅爺的高、寬、深的製作尺寸與魯班尺吉凶尺寸，應該是較沒有直接的關聯性。

圖 4-1：蹲踞式-風獅爺高、寬、深度尺寸與魯班尺吉凶關係分布圖（粉紅底為吉尺寸）



註：本研究自行統計繪製

圖 4-2：直立式-風獅爺高、寬、深度尺寸與魯班尺吉凶關係分布圖（粉紅底為吉尺寸）



註：本研究自行統計繪製

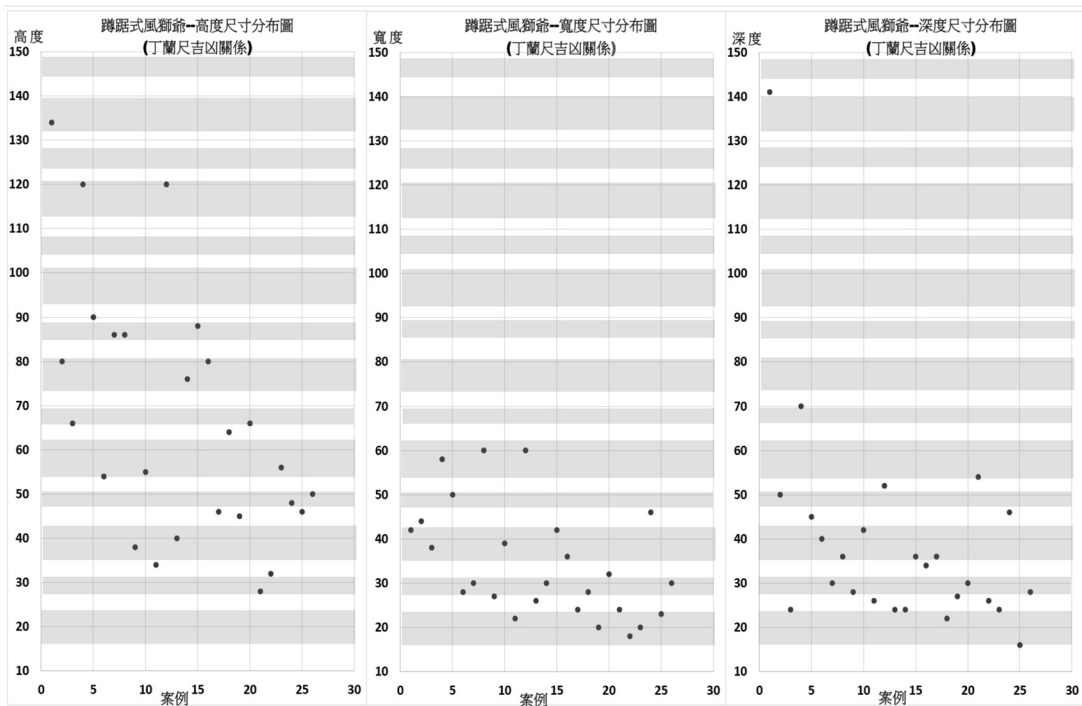
二、風獅爺尺寸與丁蘭尺關係

本小節主要是針對風獅爺高、寬深尺寸，與丁蘭尺吉凶尺寸關係的分析比對，圖 4-3 為蹲踞式型態風獅爺在高、寬、深三個像度尺寸與丁蘭尺吉凶的分布關係圖，而圖 4-4 為直立式的 55 案例中，風獅爺高、寬、深尺寸與丁蘭尺吉凶比對的統計分布狀況。有別於前小節，在分布圖中淺藍底色範圍，為丁蘭尺中屬於吉字的尺寸，而相關的分析結果如下面幾點；

1. 在 26 個蹲踞式案例，將高、寬和深三個的尺寸數值分別標記分布統計圖中，發現蹲踞式的高、寬、兩個尺寸與丁蘭尺吉凶的關係，有較明顯的落於吉的尺寸關係趨勢存在

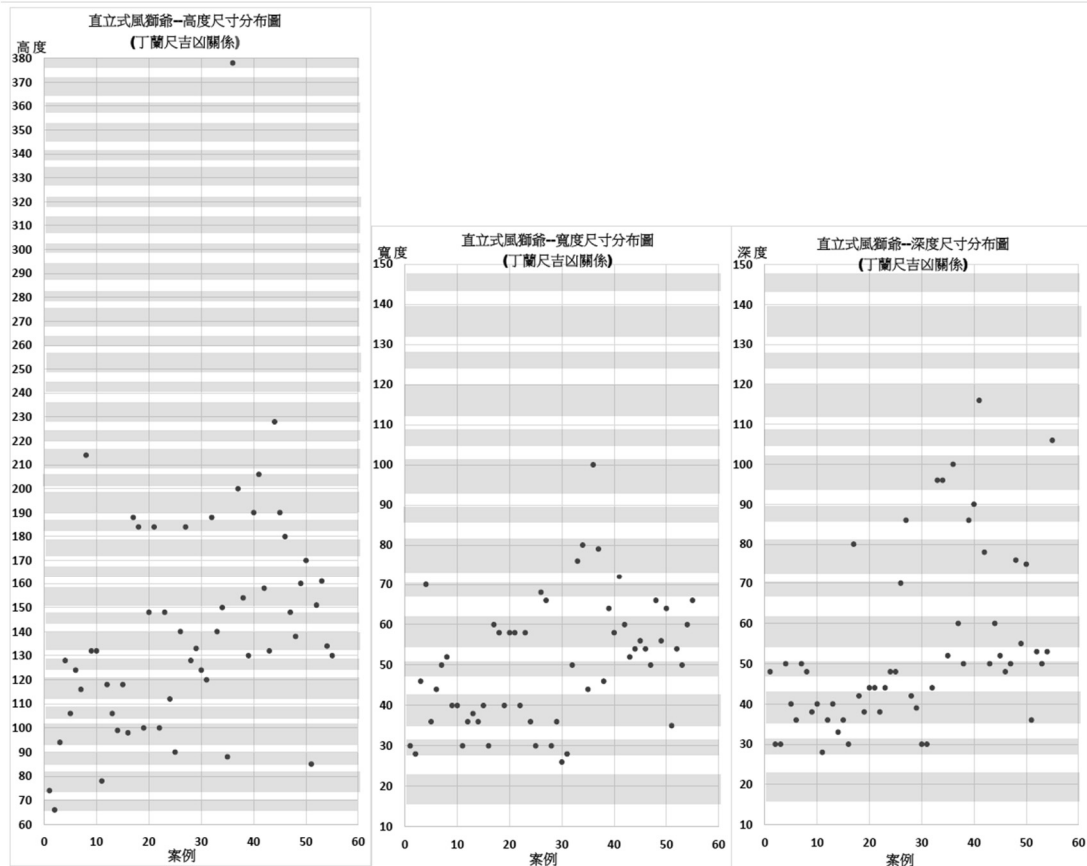
2. 在蹲踞式分布的量化比例上，在高度尺寸中約有 77% 的案例，是位於丁蘭尺吉的尺寸範圍，而位於凶的比例約僅占 23% 的比例；而在寬度分布的統計，約有 73% 的案例寬度是位於吉的尺度中，而也僅有 27% 是位於凶的尺寸；另外在深度尺寸的比對中，位於吉、凶關係就沒有那麼明顯地關係呈現，位於吉和凶的尺寸各占有一半的比例。所以在蹲踞式的風獅爺案例中，高度和寬度與丁蘭尺吉的尺寸，是較有明顯關聯趨勢存在。
3. 在直立式的 55 案例中，如同前段蹲踞式與丁蘭尺的情況相近，直立式與丁蘭尺關係的趨勢也是較為明顯。在高度尺寸關係，約有 75% 的比例是位於丁蘭尺中吉的尺寸範圍，僅有 25% 的比例是位於凶的範圍；而在寬度的比對中，約有 73% 是位於吉字的範圍內，27% 是在凶的尺寸範圍；而在深度尺寸的關聯性呈現更高的關係，高達 84% 的比例是分布於吉的尺寸，而僅只有 16% 的是處於凶的尺寸範圍。
4. 從這三個向度的比對統計上來看，很明顯丁蘭尺的統計結果，與魯班尺有較大的差別，比對結果呈現風獅爺的尺寸，確實與丁蘭尺吉凶尺寸有較明顯的關聯性存在。

圖 4-3：蹲踞式-風獅爺高、寬、深度與丁蘭尺吉凶關係分布圖（淺藍底為吉尺寸）



註：本研究自行統計繪製

圖 4-4：直立式-風獅爺高、寬、深度與丁蘭尺吉凶關係分布圖（淺藍底為吉尺寸）



註：本研究自行統計繪製

根據以上對於風獅爺兩種型態案例的尺寸，分別與魯班尺和丁蘭尺的吉凶關係統計比對，可以發現在風獅爺的尺寸與魯班尺的吉凶，並沒明顯的關係存在；但相反地，與丁蘭尺的關係就較有明顯關聯趨勢存在。進一步而言，蹲踞式風獅爺中，於高度和寬度與丁蘭尺吉凶的關係，存在較有明顯的關連趨勢，但是在深度關係就不是很明顯。而在直立式的案例中，高度、寬度和深度三個向度的尺寸，都呈現有七成以上的案例，其尺寸比例和丁蘭吉的尺寸是相關的，因此我們推論風獅爺的尺寸和丁蘭尺是較有關聯，按先前本研究對於風獅爺尺寸應該與傳統丁蘭尺的關聯，推論是應該存在的。

然而在尺寸分布圖的比對中，有約三成的風獅爺尺寸並不在丁蘭尺吉字的尺寸範圍中，其造成原因，在經過仔細研讀相關文獻資料中發現，於黃慧馨的論文訪談資料中，曾經提到對於風獅爺製作決定流程紀錄，按訪談資料提及，早期一部分風獅爺製作流程，會先是由資深石雕師傅，按丁蘭

尺的吉凶寸白，開出幾種不同尺寸規格後，再交由村人請示地方廟宇的神明，做最終決定哪一個尺寸規格為所要製作的尺寸（黃慧馨，2008）。由此可知，在這種決定規格模式下，可以相信早期風獅爺的製作尺寸，是按照丁蘭尺的規則進行的。但是，有些地區到後期對於風獅爺的製作流程，是以直接請示地方神明決定，來訂定所需風獅爺的尺寸規格，與早期由資深石雕師傅先行按丁蘭尺制定程序有所差異，而神明直接指示的尺寸，亦不見是完全能滿足丁蘭尺吉凶尺寸，這可能因而造成部分的風獅爺製作尺寸，無法滿足丁蘭尺吉凶原則的原因之一。

於前小節透過風獅爺的尺寸與魯班尺和丁蘭尺的吉凶比對分析，發現不管在直式或蹲式的風獅爺尺寸，明顯地風獅爺的尺寸應該是與丁蘭尺較為相關，並且大部分尺寸是按照丁蘭尺吉凶的規則進行製作。為確認這推論正確與否，特地拜訪風水前輩吳彰裕教授進行訪談，吳教授本身為警察大學專任教授，同時從事風水堪輿有四十多年經驗，對於風水制煞相關事務十分熟稔。吳教授表示：

風獅爺在風水上主要的功能是作為鎮煞、制煞所用，而這些民俗信仰中所謂的凶煞、邪祟，一般都屬於陰事、陰煞；因此，這些避邪的神祇的尺寸規格製作，理論上是應當按照丁蘭尺的吉凶尺寸來進行製作。

這也驗證本研究透過量化的比對推論風獅爺的尺寸應當是以丁蘭尺的吉凶進行製作為基準；不過他也特別提醒，近年流行的風獅爺造型所創作的文創商品、裝飾藝品等都屬於近代的商業大量生產的裝飾性商品，都比較沒按照過去傳統吉凶尺寸的規範在製作，因為早期製作的工藝師傅，比較講究這些傳統尺規傳承和原則，所以用過去所存留下來的風獅爺尺寸來推論，本研究所假設風獅爺尺寸與傳統尺規的關聯應當是合理的。風水專家的看法與早期風獅爺的製作尺寸由地方上資深石雕師傅開出丁蘭尺為依據的尺寸後，再由當地的廟宇的神靈請示所要製作的尺寸，不謀而合。

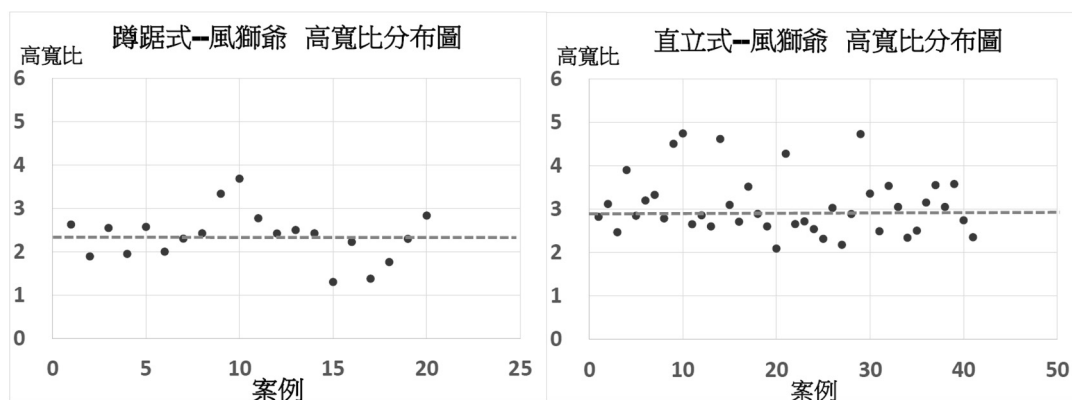
三、風獅爺造型比例

一般在視覺對於物件的比例，通常會以熟悉的構件當作基準，進行大小尺度比例的比對，在環境空間上，一般常用長、寬的比例，以了解造型視覺上大小關係（王德生、唐真真譯，1989）；在動漫角設的設計中，大都以角色的人物的頭部大小當作衡量基準，以衡量身體各部位的比例值（肖瑋春、劉昊，2017）。本研究關於風獅爺造型比例的探討，亦是按照這些原則下進行分析。

(一) 風獅爺高寬比

在金門風獅爺調查研究中，提供高、寬尺寸的有效案例計有 61 例，按照風獅爺蹲踞和直立的兩種型態，高寬的尺寸進行比較。兩種型態的風獅爺在高、寬造型比例上是有所差異的。在蹲踞式案例中，其高、寬比的值，是介於 1.3~2.8 數值之間，而整體的平均值為 2.36。而在直立式的案例中，高、寬的比例數值介於 2.1~4.7 之間，平均值為 2.94。相關案例高寬比的分布圖如下圖 4-5 所示。按兩個型態分布圖的統計結果而言，蹲踞式的案例其比例極大和極小的離散分布較為平均；而在直立式案例其極大值離散情況較為嚴重，相對的在極小值部分則顯得較為聚集的情形，呈現與平均值的差異離散較小。事實上，不管是蹲踞式或直立式的風獅爺，其高、寬比差異比不是特別大，由於早期風獅爺雕刻材料，一般多以石材為主，而石材在切割成雕刻石料的比列、或搬運上就較為受限，因而在高寬的比例上，差異就不會有特別大的情形發生。

圖 4-5：蹲踞式和直立式風獅爺---高、寬比分布圖

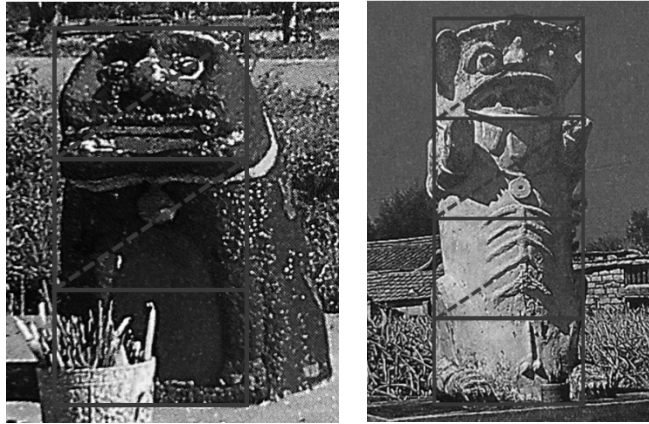


註：本研究自行統計繪製

(二) 風獅爺造型的頭身比

所謂頭身比承如先前文獻資料所言，是以角色頭部的長度大小當作量測的基準，並以頭長當作單位衡量的基準，去度量角色各部位的大小比例。在動漫角色造型上，大都是以此度量方式進行。本部分的分析比較，即是以風獅爺頭頂部到下巴的長度為基準，以量測整體造型高度的頭身比例。而相關量測案例，也是以縣政府所出版的金門風獅爺調查研究所提供的照片為依據，相關量測的方式，如下圖 4-6 風獅爺頭身比量測示意圖所示。

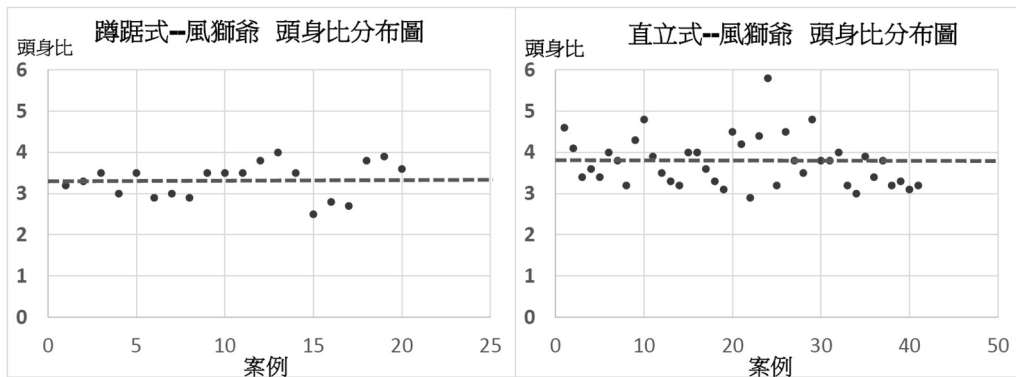
圖 4-6：風獅爺頭身比量測示意圖



註：圖片來源-金門風獅爺調查研究，107、113

在蹲踞式風獅爺的頭身比分析案例中，頭身比數值介於 2.5~3.9 之間，整體其平均值為 3.3，頭身比例最小值和最大值的差異，並不是十分大，畢竟是蹲踞型的造型，其本身頭部和身體高度之間的造型差異就較為受限，因而極小值和極大值的差距就不會特別明顯；因此觀察圖 4-7 蹲踞式的頭身比分布圖，其最大值和最小值與平均值的離散程度就相對範圍較小。另一方面，在直立式的頭身比數值，其最小和最大值介於 2.9~5.8 之間，頭身比最大值為最小值的 2 倍，差距較為明顯，而整體直立式案例平均值為 3.8，仔細觀察直立式頭身比分布圖的差距，可以清楚發現有少部分，其頭身比數值較大的案例，其離散範圍較為嚴重，因而造成極大值和平均值的差距達 2 個頭身的差距，相對的在平均線以下；而在較小值案例的離散狀況，相對較沒那麼嚴重，與蹲踞式的離散趨勢較為相似。圖 4-7 為蹲踞和直立式頭身比的統計分布圖。

圖 4-7：蹲踞式和直立式風獅爺---頭身比分布圖



伍、結論與建議

早期的風獅爺身負守護村落、庇佑民眾安居樂業的使命，而漸漸成為當地重要的信仰和精神中心；在經過歲月的洗滌，戰禍摧毀，到如今能華麗轉型，變身成為推動地方觀光產業，促進在地文化發展重要的角色之一，是一個很大的轉變。而至今留存的風獅爺繼續在地方上，延續其愛護鄉民，華麗轉換角色，成為地方文創商品的創意源頭，可見風獅爺在文化上特有魅力。本研究在透過一系列的文獻資料的分析和比對，推論出風獅爺造型尺寸，顯然與傳統丁蘭尺的尺規，是存在著某種程度的關聯。雖然一部份風獅爺的尺寸，並無法符合丁蘭尺吉字的規格，其可能造成原因甚多，於先前章節已有討論，就不在此贅述；而在經過堪輿專家的訪談，也驗證早期傳統風獅爺的製作，是需要符合丁蘭尺的尺規下進行製作。而風獅爺尺寸規格是以丁蘭尺為基準而非魯班尺，其主要原因是風獅爺於傳統風水信仰中，是用於鎮邪、制煞的辟邪物，按傳統民俗信仰觀屬於陰的神祇，所以適用於陰事所用的丁蘭尺。

在對於文獻資料和照片的統計分析和比較，金門當地現存蹲踞式風獅爺，其高寬比例數值約介於 1.3~2.8 之間，整體高寬比的平均值為 2.36；而直立式的風獅爺，其高寬比數值介於 2.1~4.7 之間，平均值為 2.94。畢竟兩種姿勢型態的差異，兩者間高寬比之間是會存在一定比例的不同。而在風獅爺頭身比分析部分，蹲踞式頭身比約介於 2.5~3.9，平均值則約為 3.3；而在現有直立式風獅爺的案例中，頭身比值約介於 2.9~5.8，直立式的整體頭身比平均值約為 3.8。明顯地，在直立式型態風獅爺的頭身比差異範圍較為明顯。本研究所統計分析的高寬比和頭身比的量化數值，日後是可以提供文創商品開發，進行風獅爺造型時的參考；這些數據，也有利於民眾對於風獅爺造型比例的了解。

在傳統設計方式和尺規應用漸漸被遺忘的當今，本研究希望透過對於風獅爺尺寸相關基礎數據的比較分析，以發現過往傳統工匠，在製作風獅爺所遵循的原則，以及對於現有案例造型比例情形。事實上，學術界對於風獅爺相關的基礎研究，也有相當豐富的資料可循，甚至對於史料文物的記載和調查也甚為縝密。而本研究即是建構在這些完善的基礎調查文獻資料下進行。面對 AI 時代的來臨，傳統的文化思維漸漸式微的時代，風獅爺相關的探討議題和研究，還是有一些議題，可以深入探討和瞭解的，以下就後續可以發展進行的研究相關議題提出建議：

1. 運用現代高科技的儀器協助，將這些留存至今的文物數位化存檔紀錄下來，這些歷史的文物，經過大自然的考驗、戰火的摧殘，以及人為破壞能夠存留至今實屬不易，數位化的將這些風獅爺數據建檔保留，以利文物資料數位化的保存和運用。

2. 對於風獅爺所設置方位與村落關係的研究已不少，但是在傳統風水文化信仰上，方位與五行顏色是有相關聯的，風獅爺造型顏色是否與所處的方位不同，其色彩造型上有否差異，這也是值得深入探討的議題。
3. 傳統較小型的風獅爺亦有設立於屋脊上，此部分的資料文獻相對較少，針對這種較小型且較不容易碰觸的風獅爺，也是值得去紀錄和研究的方向。
4. 風獅爺的造型比例研究，其分析結果是適合運用於文創、動漫等產業角色設計的應用，本研究的風獅爺頭身比，將於未來後續的造型設計中運用，此亦是下階段可積極進行探討的方向。

在邁入高科技世代，希望透過對於傳統文化事物的探討，以了解過往對於這些傳統文物製作或設計思維方式，以利後人探索淵源和應用，這也是對於傳統文化事物的延續和尊重。本研究希望透過科學化的研究探討，對於過往較不被注意到的傳統製作內涵和方式，能夠持續被關注和紀錄，本研究僅是相關傳統文物研究的一小開端，希望未來有更多對於傳統事物之研究能繼續推展，讓傳統文物的製作內涵和意義能繼續被傳承下去。

參考文獻

- MCOO (2013)。Q 版人物素描技法。上奇資訊份有限公司。
- 王德生、唐真真譯 (1989)。建築：造型、空間與秩序。六合出版社。
- 吳彰裕 (2005)。開運陽宅。時報文化企業出版有限公司。
- 吳漢龍 (2022)。大學生購買文創產品意願之初探—以金門風獅爺為例。〔未出版之碩士論文〕，南華大學。
- 尚璋春、劉昊 (2017)。遊戲動漫-人體結構造型手繪技法。北星圖書事業。
- 金門縣政府 (1994)。金門風獅爺調查研究。設計家文化出版事業有限公司。
- 金門觀光旅遊網 (2023)。2023 年 10 月 27 日，取自：<https://kinmen.travel/zh-tw/news/details/3528>。
- 張家銘 (2009)。金門田野印象 2009。普羅文化出版廣告事業。
- 許蕙真 (2004)。台灣獅文化的圖像分析。〔未出版之碩士論文〕，國立臺北藝術大學。
- 陳炳容 (1996)。金門風獅爺。稻田出版社。
- 創瑞設計 (2010)。卡通漫畫速成技巧大公開。基峯資訊股份有限。
- 游旻慈 (2023)。尋找風獅爺 APP 之創新擴散、心流體驗、行為意圖之研究。〔未出版之碩士論文〕，國立金門大學。
- 黃蕙馨 (2008)。共生與疏離-金門風獅爺聚落之關係。〔未出版之碩士論文〕，南華大學。
- 楊天厚、葉鈞培 (2009)。守護的神祈-金門風獅爺與辟邪物。金門縣文化局。
- 漢寶德 (1998)。風水與環境。聯經出版事業公司。
- 管倅生等編著 (2010)。設計研究方法。全華圖書。
- 樓蘭摩天 (2001)。堪輿與風水。經史子集出版社。

An Exploration of the Relationship between the Proportions and Dimensions of Feng-Shih-Yehs with Traditional Rulers

Shih-Chien Chan*、Tzu-Chun MA**

Abstract

In early Kinmen, Feng-Shih-Yehs sculptures bore the mission of safeguarding villages and ensuring the well-being of residents, transitioning in recent years to become cultural assets promoting local tourism. However, contemporary society has shifted away from emphasizing the traditional principles of crafting cultural artifacts, leading to a gradual neglect of the rules governing traditional measuring instruments. This research employs literature review and data comparison methods to analyze and compare relevant literature on Feng-Shih-Yehs sculptures, aiming to identify the correlation between the proportions of Feng-Shih-Yehs sculptures and traditional measuring instruments. It is inferred that the dimensions of early Feng-Shih-Yehs sculptures were related to the auspicious dimensions of the traditional Dinglan ruler. Interviews with geomancy experts corroborate that early traditional Feng-Shih-Yehs sculptures were crafted according to the rules of the Dinglan ruler. Additionally, through literature review and photo analysis, extant squatting Feng-Shih-Yehs sculptures in Kinmen exhibit height-to-width ratios ranging approximately from 1.3 to 2.8, while upright Feng-Shih-Yehs sculptures have height-to-width ratios ranging from 2.1 to 4.7. Regarding the proportion of head-to-body ratios, quantitative statistics indicate that squatting Feng-Shih-Yehs sculptures have head-to-body ratios ranging from approximately 2.5 to 3.9, whereas upright Feng-Shih-Yehs sculptures have head-to-body ratios ranging from approximately 2.9 to 5.8. The disparity in head-to-body ratios is more pronounced in upright Feng-Shih-Yehs sculptures. The statistical results can serve as references for creative products in designing Feng-Shih-Yehs sculptures.

Keywords: Feng-Shih-Yehs, traditional ruler, Dinglan Ruler, height-to-width ratio, head-to-body ratio

* Associate professor, Department of Digital Media Design, Ming Chuan University

** Lecturer, Department of Digital Media Design, Ming Chuan University

風獅爺造型比例和尺寸與傳統尺規之關聯性探討

論黃友棣抗戰歌曲〈杜鵑花〉詩歌與音樂的 理論與實踐

張窈慈*

收件日期：2024 年 4 月 19 日

接受日期：2024 年 11 月 1 日

摘要

黃友棣先生 (1912-2010) 於三十歲時，為方健鵬的〈杜鵑花〉新詩譜寫樂曲，全曲將三月的春天描繪得朝氣蓬勃、青春洋溢。這首樂曲的創作目的，原是藉由音樂來救國和掃除萎靡的社會風氣，以提振抗戰時期全國軍民的士氣。黃先生不僅將〈杜鵑花〉譜曲成民謠的抒情歌，也實踐了他所主張的中國音樂中國化、藝術歌曲大眾化、民間歌曲高貴化、愛國歌曲藝術化、寓詩於樂的設計等。黃先生的〈杜鵑花〉正是「大樂必易」的代表作品，曲調是以現代和聲與作曲方法創作，且運用中國風格的樂語 (Musical idiom)，既充實了中國民歌音樂的骨架，其和聲也聽來自然合宜，方法不複雜，合唱有主有賓，有唱有和、有對答、有呼應，堪稱是民謠中的藝術歌曲，傳世久遠。

關鍵詞：黃友棣、杜鵑花、抗戰歌曲、大樂必易、民謠、藝術歌曲

* 遠洋出版社授課教師
中華大學通識教育中心兼任助理教授

壹、前言

黃友棣先生（1912-2010）於三十歲（1941）時，為方健鵬的〈杜鵑花〉新詩，譜寫成樂曲，有獨唱、女聲三部合唱、混聲四部合唱和小提琴獨奏的編制。全首樂曲將三月的春天描繪得朝氣蓬勃、青春洋溢，黃先生藉由音樂來宣傳救亡國家，更以此掃除萎靡的社會風氣，提振抗戰時期全國軍民的士氣。不僅將〈杜鵑花〉譜曲成民謠的抒情歌，也實踐了他自己所主張中國音樂中國化、藝術歌曲大眾化、民間歌曲高貴化、愛國歌曲藝術化、寓詩於樂的設計等五項創作的路向。

本篇擬從黃先生的生平與學習音樂的概況來著筆；再討論〈杜鵑花〉詩歌的創作背景；另參酌黃先生數本音樂論著中的主張，探討抗戰歌曲〈杜鵑花〉音樂的產生；最後，以混聲四部的合唱譜為例，分析〈杜鵑花〉詩歌與音樂的理論與實踐。

貳、黃友棣的生平與學習音樂的概況

黃先生出生於廣東省高要縣，排行第六；祖父曾擔任官職，父黃燦章，母林浣薇，其父母皆出生自書香門第，但是，黃先生三歲（1915）時，父親病逝，家道中落後，就在困苦的環境中學習；妻劉鳳賢，長女黃薇（1944-），二女黃蓀（1947-），三女黃芊（1949-），是他身邊的親人。黃先生小時候家裡的書很多，最愛看的是《唐詩三百首》，他七歲（1919）時上小學，兩年後考進區立高級小學，初次接觸音樂，當時是將中國歌詞填進日本的學堂歌，以風琴演奏，當時的他唱得很開心，且試奏和絃。從小各科成績都得第一，由於能獨立自己學習各門學科，因而被同儕稱作「孤佬十三」和「孤獨鬼」的綽號。¹

黃先生曾說：「我一直以教書為業，原先在香港地區活動，民國四十一年（1952）開始，應邀到臺灣講學，陸續得到臺灣頒發的獎項，編曲〈孔子紀念歌〉到〈蔣公紀念歌〉，不認為自己是音樂家。」沈冬（1956-）女士補述說：「黃先生沒有受過專科的音樂學校，沒有受過專業的音樂訓練，所以相對於正統音樂科班出身的人，算是很邊陲、邊緣的。他沒有去過北京、上海，因此，與北京、上海音樂中心的學生相比之下，更是邊緣。」又云：「抗戰時待在廣東，沒有去重慶的音樂中心，後來到臺灣，沒有到臺北，而留在高雄，一生刻意讓自己在舞台的邊邊，不想站在舞台的中心，不喜歡站在鎂光燈、聚光燈的中心。」黃先生民國七十六年（1987），在香港退休，由於眼壓高，青光眼，醫生建議他到天氣乾燥的地方靜養，所以他選擇在高雄定居。學生李子韶先生有言：

¹ 沈冬，趙琴（2002）。《黃友棣——不能遺忘的杜鵑花·創作的軌跡——泱泱大哉樂·黃友棣年表》，傳統藝術中心，頁150-154。黃友棣（2005）公視人物傳記系列《笛聲，華人音樂家：第三集 留堂的孩子：黃友棣》DVD。財團法人公共電視文化事業基金會。

「七十六歲(1988)的黃先生過著家徒四壁的生活，為高雄樂團注入活力，為他人所津津樂道。定居高雄這段期間，寫了很多的臺灣民歌(臺語)。」租屋在苓雅區，曾立遺囑，提出死後將骨灰撒在山上，不要撒在海上。²

黃先生自認為他是一名音樂教育工作者，拒絕外國人與華僑為了建大型音樂廳而受邀飯局，因他認為此舉是「紅牌的坐檯」，別無意義，故而拒絕這些飯局。再者，從大陸逃到香港時，想要在政府單位教學音樂的老師，必須考過英國的音樂學位，原先學習音樂三年經驗，才有辦法考試通過音樂學位，而黃先生卻要求只要學習一年的音樂，就得通過英國考試的音樂學位。³由此可見，黃先生要求學生學習音樂是要有內涵、有效率和必須通過音樂學位測驗的，如此，方才完成了這一個階段的學習。

臺中師範學院林進祐教授提及：「黃先生將西方教會調式音樂把中國的五聲音階與七聲音階，變成移調音樂，成為可聽性、可唱性與簡易性，使用西方的和聲手法，但不一定用功能，而是使用色彩。」又言：「有些藝術家在不利的大環境下，顯示他的風格，黃先生是一位謙虛低調的學者，在他的活動範圍裡，與中國文化特別有關係的，注重中國文化的就是珠海、大同，或者音樂學院裡面的人，與以前在中國大陸裡有工作經驗的人。」⁴

黃先生追尋中國古代調式和聲，從長安、絲路、土耳其到羅馬教廷，成為教會音樂的起源，也是西方和聲的起源。四十六歲(1958)至義大利羅馬留學六年，努力尋找屬於中國和聲的方法，黃先生與馬各拉教授(Franco Margola)交友，又向卡爾督祺教授(Maestro Edgardo Carducci)學習，研究中國調式音樂如何變成西洋的大小調音階，就是看如何把古代的和聲做起來，所以黃先生就寫成了《中國風格和聲與作曲》⁵。黃先生以為，五聲音階並非中國音樂唯有，五聲音階全世界都在做，尤其民歌全都是，尤其是蘇格蘭民歌(卻一點中國味道都沒有)。中國的音樂，即樂語，需加入中國的語言，才是中國的味道。⁶

傳記作者傅孟麗(1949-)有言：「黃先生政治立場鮮明，甚至有人設計安排回大陸去，但他非常清楚不想與中共來往，不太談政治題目，因為對政治沒有興趣。若對政治有興趣，中年時期就有機會，執政黨高階就曾對他有興趣，他的理想就是樂教工作者，連校長都沒有興趣。」關於與香港

² 本段數個引文內容皆整理自黃友棣(2005)。公視人物傳記系列《笛聲，華人音樂家：第三集 留堂的孩子：黃友棣》DVD。

³ 黃友棣(2005)。公視人物傳記系列《笛聲，華人音樂家：第三集 留堂的孩子：黃友棣》DVD。

⁴ 黃友棣(2005)。公視人物傳記系列《笛聲，華人音樂家：第三集 留堂的孩子：黃友棣》DVD。

⁵ 黃友棣(1969)。《中國風格和聲與作曲》。正中書局。

⁶ 黃友棣(2005)。公視人物傳記系列《笛聲，華人音樂家：第三集 留堂的孩子：黃友棣》DVD。

作曲家及作詞家協會的交往上，黃先生言及：「拒絕 CASH 版權費，因為當時的音樂教育尚不普及，認為音樂教育必須普及後，才願意收版權費用。」⁷

黃先生六十歲後才開始寫十二本音樂書籍，小故事說大道理，幫助音樂老師們介紹給學生。⁸ 學生李子韶先生說：「蔣公去世，秦孝儀詞『翳維總統，武嶺蔣公』，香港要他半天內譜完曲，創作速度快，功力之強，感人摯深。」⁹前述的這些書籍，無不影響著臺灣後出的音樂教育工作者與廣大的群眾們，對於中西音樂本質的異同，以及如何將音樂教育推廣至社會，普及大眾，都是值得探討的問題。

參、〈杜鵑花〉詩歌的創作背景介紹

民國二十九年（1940）的冬天，黃友棣先生任教的師範學院同事陳維祥，送給他中國廣州國立中山大學文學院哲學系四年級學生方建鵬筆名蕪軍的小詩數首，其中〈杜鵑花〉一首，詩句純樸，很能代表大時代中小兒女的感情。¹⁰全詩如下：

淡淡的三月天，杜鵑花開在山坡上，杜鵑花開在小溪畔，多美麗啊！

像村家的小姑娘，像村家的小姑娘。

去年，村家小姑娘，走到山坡上，和情郎唱支山歌，摘枝杜鵑花，插在頭髮上。

今年，村家小姑娘，走向小溪畔，杜鵑花謝了又開呀！

記起了戰場上的情郎。

摘下一枝鮮紅的杜鵑，遙向著烽火的天邊：

「哥哥！你打勝仗回來，我把杜鵑花，

⁷ 黃友棣（2005）。《笛聲，華人音樂家：第三集 留堂的孩子：黃友棣》DVD。

⁸ 傅孟麗（2000）。《流芳——黃友棣的樂教人生·第十一樂章——青春作賦皓首窮經》，「一九七〇年夏天，在中廣服務的趙琴，第一次到香港訪問黃友棣，得知他正在埋首寫第一本《音樂創作散記》。後來在他們魚雁往返中，趙琴常是單篇散記的第一個讀者。這本書終於在一九七四年，由臺北東大圖書公司出版。以後二十年，黃友棣陸續出了十二冊樂教文集，都是由東大圖書公司的董事長劉振強贊助出版。這十二本樂教文集依出版時序如下：《音樂人生》（一九七五年）、《琴臺碎語》（一九七七年）、《樂林筆露》（一九七八年）、《樂谷鳴泉》（一九七九年）、《樂韻飄香》（一九八二年）、《樂圃長春》（一九八六年）、《樂苑春回》（一九八九年）、《樂風泱泱》（一九九一年）、《樂境花開》（一九九二年）、《樂浦珠還》（一九九四年）、《樂海無涯》（一九九五年）、《樂教流芳》（一九九八年）。春暉出版社，279。

⁹ 黃友棣（2005）。公視人物傳記系列《笛聲，華人音樂家：第三集 留堂的孩子：黃友棣》DVD。

¹⁰ 黃友棣（2016）。《琴臺碎語·杜鵑花》（增訂二版）。東大圖書股份有限公司，258-259。張夢瑞、黃友棣（2005）。《歌聲滿人間——音樂大師黃友棣》。臺灣光華雜誌，外交部。傅孟麗（2016）。《流芳——黃友棣的樂教人生》（初版）。春暉出版社，87。

插在你的胸前，不再插在自己的頭髮上。」

淡淡的三月天，杜鵑花開在山坡上。杜鵑花開在小溪畔，多美麗啊！

像村家的小姑娘，像村家的小姑娘。啊！啊！¹¹

歌詞洋溢著三月的春天充滿著朝氣蓬勃的青春氣息，杜鵑花開在山坡上和小溪旁，展現出無限生機且又美麗的樣貌，有如村家小姑娘般的活潑可愛又吸引他人的目光。再來，提起去年村家的小姑娘，走在山坡上，與情郎唱山歌，且摘了杜鵑花，插在頭髮上的事，是如此的自由自在、無憂無慮啊！但是，今年村家的小姑娘，當走在小溪旁時，不再是與情郎唱山歌，而是豔紅的杜鵑花凋謝後撒滿了小溪旁時的鮮血顏色，不禁讓人想起戰爭的無情，這是戰亂中的青春兒女，必須用自己的鮮血與愛情為代價，捍衛自己的國土和家園，方能滋長出另一片代表著鮮紅而無憂且開滿在小溪旁的杜鵑花來。其中，「摘下一枝鮮紅的杜鵑，遙向著烽火的天邊：『哥哥！你打勝仗回來，我把杜鵑花，插在你的胸前，不再插在自己的頭髮上。』」一段歌詞，正是敘述著代表美麗青春的杜鵑花，不僅止於裝飾在村家小姑娘的頭髮而已，而是村家小姑娘還能將小兒女的愛情轉化為迎接打贏勝仗回歸家鄉的哥哥，獻出這最美麗的杜鵑花來。〈杜鵑花〉這段歌詞的文意，最終正如同沈冬女士曾提及的：「這是大時代青年的共同使命。純真的青春，背後卻隱藏了沉重的時代命運，這是杜鵑花最令人盪氣迴腸的地方。」¹² 詩歌的最後，方先生又重複了「淡淡的三月天，杜鵑花開在山坡上，杜鵑花開在小溪畔，多美麗啊！像村家的小姑娘，像村家的小姑娘。」一段文句，這段文句讀來好似再現春天充滿那朝氣蓬勃的青春氣息，杜鵑花依然如從前那般開在山坡上和小溪旁，展現出無限生機且又美麗的樣貌，雖與開頭重複，但沒有累贅之嫌，反而恰如其份的營造出村家小姑娘般清新、可愛、活潑的姿態。

民國三十年（1941）春天，即抗戰進入第四年，省立藝專音樂科學生，在曲江青年會禮堂，以無樂器伴奏的合唱形式，首次演唱此曲。全場聽眾相當陶醉，甚獲聽眾喜愛，連續鼓掌要求再唱，情形十分熱鬧，出乎黃先生意料之外。他更沒料到，〈杜鵑花〉竟成為他日後一生的代表作品。¹³ 黃先生曾自述，〈杜鵑花〉作詞人方先生自從文學院畢業後，任教於廣西桂林師範學校。曾經一次帶領學生旅行途中，為了因營救一位遭溺的學生而犧牲自己的性命。其師友皆為他此舉，非常感慨惋惜。每當杜鵑盛開的季節來臨，聽〈杜鵑花〉一曲時，追懷往事，不禁令黃先生黯然神傷。¹⁴

¹¹ 黃友棣（1987）。《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》。香港幸運樂譜謄印服務社，31-34。

¹² 沈冬、趙琴（2002）。《黃友棣——不能遺忘的杜鵑花》，56-58。

¹³ 黃友棣（1997）。《樂府春秋·杜鵑花》。青溪出版社，183。黃友棣著（2016）。《琴臺碎語·杜鵑花》，258-259。

¹⁴ 黃友棣《樂府春秋·杜鵑花》，182-183。黃友棣（1986）。《樂圃長春·抗戰期中的樂教工作並懷念創作歌詞的詩人們》（初版）。東大圖書股份有限公司，289。傅孟麗（2000）。《流芳——黃友棣的樂教人生》，88-89。

再者，抗戰期間，黃先生所任教的師範學院，建校於群山環繞的管埠，每當春回大地的時候，漫山遍野，全是鮮豔如火的杜鵑花，他自己曾說：「杜鵑花比起翠綠的楊柳，更讓人思念懷舊。」¹⁵況且，黃先生從事音樂工作，總是自許為音樂教育的工作者，他提到如下：

音樂教育工作者，日夕所期望的，是在世界上能使音樂之花處處開；萬紫千紅，愛花的人，當然是喜愛清新秀麗的鮮花。昔日文人雅士，不辭勞苦，跋涉長途，遠赴洛陽賞牡丹，都是因為愛花之美。倘因節令相違，無法賞到盛放的牡丹，就成為終生憾事。¹⁶

真心愛花的人，非但愛燦爛盛開的花朵，同時也愛含苞欲放的花蕾；而且更愛那些將來纔發蕾的幼苗。老實說，這些幼苗纔是充滿希望的天香國色，具有輝煌瑰麗的錦繡前程。但，一般人總是喜歡眼前的美景，我們仍須把具體的鮮花，呈現在他們的眼前，然後可以收得美育的良效。¹⁷

根據前二段內容所述，黃先生以「花的盛開」比擬為「音樂之花處處開」，凡愛花的人，正如同愛音樂的人，喜愛清新秀麗的音樂之花。舊日的文人雅士，不辭勞苦，願意遠赴洛陽賞牡丹，就是因為愛花的美好，在此也可比附為「愛音樂的美好」。假若賞花的節令與牡丹綻放的時間相違背，就將成為終身的憾事，這裡也可視為倘若「想要賞樂的時候與音樂傳唱的時間相違背」，如此亦將成為音樂工作者終身的憾事。因為，對一名音樂教育工作者而言，如果他所創作的音樂無法感動人心，井水之處無法流傳，處處受到阻礙的話，想必他的音樂將無法為眾人所耳熟能詳與深植人心。再者，黃先生又以真心愛花的人，「非但喜愛燦爛盛開的花朵」，同時「也愛含苞待放的花蕾」，「更愛那些將來才發育長大的幼苗」；正如同真心喜愛音樂的人，「非但喜愛堂皇富麗的大曲」，同時「也愛簡單樸質的民歌」，「更愛那些將來才萌芽逐漸成形的風行樂音」。其實，這些「當代傳唱的流行樂音才是有展望的當代音樂」，具有「大放異彩的美好前景」。但是，一般人總是喜歡眼前的美景，我們仍須「把具體的鮮花，呈現在他們的眼前，然後收得美育的良效。」在此，亦可比擬為一般人總是喜愛當前的音樂，我們仍須「把好聽的音樂，呈現在眾人的眼前，就此收得美好樂音的迴響。」

¹⁵ 黃友棣（1997）。《樂府春秋·杜鵑花》，182-183。黃友棣（2016）。《琴臺碎語·杜鵑花》，258-259。

¹⁶ 黃友棣（1992）。《樂境花開》（初版）。東大圖書股份有限公司，3。

¹⁷ 黃友棣（1992）。《樂境花開》，4。

肆、抗戰歌曲〈杜鵑花〉音樂的產生

這首〈杜鵑花〉音樂的產生是源自於黃友棣先生十分喜歡方健鵬的〈杜鵑花〉詩，黃先生拿到這首詩時，立刻將它譜成曲子，創作時間恰逢黃先生三十歲（1941）¹⁸，即抗戰時期的作品。關於〈杜鵑花〉音樂的創作背景，曾在《樂圃長春·抗戰期中的樂教工作並懷念創作歌詞的詩人們》一文中，提及抗戰前與抗戰時期，他所準備的樂教工作，如下：

一九三一年九月十八日，日本強佔我國東北；當時我仍在中山大學文學院教育系二年級。我們正在校中忙於組織藝術研究社，期以積極的音樂活動來掃除萎靡的社會風氣。自從九一八以後，音樂救亡的工作，熱烈展開；這種轉變，對於改良社會風氣，實在大有帮助力。國難期間，眾人不再昏睡度日了。

一九三四年，我畢業於教育系，任教於廣東佛山市南海縣立第一初級中學校。教學之餘，我忙於磨練鋼琴與提琴的演奏技術，同時也忙著研習作曲方法，準備去香港考取英國聖三一音樂院的學位，以作獻身樂教的基礎。

一九三七年七月七日，盧溝橋事件觸發對日抗戰，我在課餘就不能不投身抗戰音樂的活動。當時，抗戰動員委員會成立，廣州市社會局亦積極展開各項宣傳活動，我必須為之編作各種應用歌曲；例如，募捐歌、防空歌、男兒當兵歌、軍民合作歌、縫製棉衣歌等等，都要源源供應。我所做的〈軍人進行曲〉、〈木蘭辭〉、〈歸不得故鄉〉、〈青年團歌〉等等，都是因當時需要而產生的作品。此外，還要協助廣州青年會主辦的民眾歌詠團；又在佛山聯合各校舉行五百人大合唱、千人大合唱，以喚起同仇敵愾的士氣。

一九三九年秋天，所有學校奉命疏散，繼之而來的便是廣州淪陷，省府內遷。事前，我的老師（祖居連縣的劉以毅先生），曾經再三囑咐，「倘若廣州撤退，請即到連縣來」。他認為，亂世隱居山城，有利於我的音樂修養。他的一番好意，實在使我銘感五內。於是，廣州告急之時，我即取道三水、四會，徒步經廣寧、懷集、八步、連山，而抵達連縣的三江墟；卻不曉得，廣東省政府也是撤到連縣來。原想入山潛

¹⁸ 沈冬、趙琴（2002）。《黃友棣——不能遺忘的杜鵑花》，151。

心修練，怎知走到十字街頭；磨練之功尚未完成，已經身不由己地投向服役的行列去了！

在隨著來的一年中，我給極度繁忙的樂教工作所纏，屢蹶屢起，未有病倒，可算幸運之至。¹⁹

由上述引文可知，當年的黃先生曾以積極的音樂活動來掃除萎靡的社會風氣，且又熱烈展開音樂救亡的工作；教學之餘，忙於磨練器樂的演奏技術和研習作曲方法，再準備至香港考取英國音樂院的學位，作為獻身樂教的基礎；當年抗戰動員委員會成立，廣州市社會局亦積極展開各項宣傳活動，黃先生因而為之編作各種應用歌曲；恩師曾囑咐他，他若遇廣州淪陷，則隱居連縣，有利修養音樂，但是誰知尚未隱居練成，卻身不由己的報效國家服役去了；儘管黃先生被極度繁忙的樂教工作所困，但是屢蹶屢起，自嘲未曾病倒，算是幸運。再者，黃先生還在《樂谷鳴泉·抗戰歌曲之分析》中提到「側重歌唱的抗戰音樂」，如下：

抗戰期中，樂器缺乏，音樂活動，常以歌唱為主；混聲四部合唱便是和聲豐富的樂曲。所有合唱歌曲之演出，皆是採用牧歌風格；即是沒有樂器伴奏的合唱。這類合唱，有時用分部的鼻音和唱，有時用啦啦伴唱，也有時用拍手助唱。²⁰

像是這首〈杜鵑花〉最初就是以無樂器伴奏的歌唱為主，而且樂曲中男高音和男低音就是使用「啦啦啦」伴唱。²¹筆者以為，當無鋼琴伴奏時，這樣的編曲恰好方便演唱者就地演唱，一方面既達到音樂宣傳救亡國家的效果，另一方面藉由伴唱達成無樂器伴奏的和聲作用。

黃先生將〈杜鵑花〉作成民謠風味的抒情歌，是想證明民歌是可以藝術化的。²²他曾在《樂苑春回·創作的路向》中，提及如下：

站在音樂創作者的立場看，中國音樂必須現代化，世界化，但不能缺少民族的性格。為了創作之故，必須將古樂與今樂，雅樂與俗樂，中樂與西樂，都融會貫通，再注入時代精神，然後可以成為真正的現代中國音樂。

¹⁹ 黃友棣（1986）。《樂圃長春·抗戰期中的樂教工作並懷念創作歌詞的詩人們》，257-259。

²⁰ 黃友棣（1992）。《樂谷鳴泉·抗戰歌曲之分析》，（臺北：東大圖書股份有限公司，再版），277。

²¹ 譜例請參見附錄十，黃友棣曲：《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》，31-34。

²² 張夢瑞、黃友棣（2005）。〈歌聲滿人間——音樂大師黃友棣〉，《臺灣光華雜誌》外交部。傅孟麗（2000）。《流芳——黃友棣的樂教人生》，87。

音樂是每個人生活必需的營養素。我們應該為大眾創作而不應拋棄了大眾，離群獨處。因此之故，我們要使用人人已懂的材料，帶引人人進入未懂的境界，使人人都能生活於優美的音樂之中，修德向善，敬業樂群。如果創作者能夠認識音樂藝術的最後目標，實在是服務於教育，則必然不會以獨醉於個人的音樂境中為滿足，而能以使人人共享音樂的恩賜為至樂。²³

由此可知，〈杜鵑花〉是一首中國化的民謠，不失現代化，不缺少民族的性格，且注入了時代的精神，成為抗戰時期真正的現代中國音樂。此外，音樂是每個人生活所必需的營養素，〈杜鵑花〉的音樂藝術是貼近眾人的生活，非離群獨處的。況且，音樂教育工作者不以單獨醉心於個人的音樂境地所滿足，而是要創作使人們一起共享的音樂為終極目標。關於〈杜鵑花〉一曲，筆者認為依照黃先生所言的十大項「創作的路向」²⁴中，吻合了第一項「中國音樂中國化」，因為它原本就是一道中國化的民謠，具備中華民族、抗戰時期那種凝聚力的性格；再吻合第二項「藝術歌曲大眾化」，也就是這首既活潑、輕快又可愛的樂曲，唱來頗為貼近民眾的心聲，且流傳久遠，還成為黃先生這一生的代表作品；又符合第三項「民間歌曲高貴化」，正是從小姑娘採摘山坡地和河岸旁杜鵑花的畫面，以最為簡要樸實的內容，由藝術歌曲的獨唱、女聲三部合唱、混聲四部和小提琴獨奏的編制演出；²⁵再符合第四項「愛國歌曲藝術化」，讓抗戰的愛國歌曲，也能視為藝術歌曲來詮釋演唱，更富有美感與藝術性；最後，又吻合第八項「寓詩於樂的設計」，就是將詩歌譜上曲調，再發展出獨唱、女聲三部合唱、混聲四部合唱和小提琴獨奏的編制設計，總共符合五項要點。

文人藝術家以文或以樂的方式記錄了歷史，也鼓舞了全國軍民的士氣。〈杜鵑花〉不同於其他熱血沸騰的抗戰音樂歌曲，民謠般的旋律加上感人的歌詞，給當時一個希望，黃先生寫成曲調輕鬆快樂的歌，一句「多美麗啊！」旋律帶有清楚的轉音，由藝專合唱團在曲江青年會的大禮堂，以無

²³ 黃友棣（1989）。《樂苑春回》（初版）。東大圖書股份有限公司，163。

²⁴ 黃友棣（1989）。《樂苑春回·創作的路向》，包含（一）中國音樂中國化、（二）藝術歌曲大眾化、（三）民間歌曲高貴化（四）愛國歌曲藝術化、（五）傳統樂曲現代化、（六）榮耀古代詩人的成就、（七）表彰音樂前賢的作品、（八）寓詩於樂的設計、（九）朗誦歌唱之合一、（十）音樂哲理生活化，163-164。

²⁵ 根據《臺灣音樂群像資料庫》所錄，有多種編制的譜曲，<https://musiciantw.ncfta.gov.tw>，國立傳統藝術中心。黃友棣（1990）。《樂韻飄香》（再版）。東大圖書股份有限公司，117。沈冬、趙琴（2002）。《黃友棣——不能遺忘的杜鵑花》，155。黃友棣作曲：包含了獨唱歌曲作品一的〈黑霧〉、〈遠景〉、〈歸不得故鄉〉、〈望故鄉〉、〈杜鵑花〉、〈月光曲〉和〈木蘭辭〉七首其一；女聲三部合唱歌曲作品二〇〇的〈杜鵑花〉、〈茉莉花〉和〈花中花〉三首之一；小提琴獨奏曲為作品四的〈簫〉、〈唱春牛〉、〈阿里山變奏曲〉、〈鼎湖上的黃昏〉、〈杜鵑花〉和〈我家在廣州〉六首之一；混聲四部合唱〈杜鵑花〉。混聲四部合唱可參見黃友棣（1987）。《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》，31-34。

樂器伴奏的方式正式演唱，從廣東流傳到廣西桂林，接著傳到雲南昆明，再到貴州、貴陽傳到四川成都，成了大後方青年學子最愛唱的一首歌，使得這首創作傳唱不絕。²⁶根據《禮記·樂記》所言：

大樂必易，大禮必簡。樂至則無怨，禮至則不爭。²⁷

前述這段文意是指盛大的、偉大的音樂必然是平易近人的，最大的典禮必然是簡單的。樂教流通，人們的情思都表達出來，再沒有什麼鬱結於心的怨恨；禮教流行，人們的動作皆有一定的規矩，不再有什麼言行上的衝突。傅孟麗曾提及：

〈杜鵑花〉的流傳，令黃友棣聲名大噪，也給他一個重要啟示：「大曲必易」，創作不宜遠離群眾，應該使人人都能共享其樂。²⁸

黃先生亦於《樂谷鳴泉》中，給予「大樂必易」明確的定義，如下所述：

內容真摯，乃能成其大，外形簡樸，乃能成其易；這決非虛偽而空洞的作品所能做得到。²⁹

即是意旨音樂的內容必須真摯，就能成就它的盛大與偉大，音樂聽來簡單樸質，而非堂皇富麗的，就能成就它的平易近人，這絕對不是那種虛偽且空洞的音樂作品，所能完成的目標。再來，黃先生又於《樂風泱泱》提到《禮記·樂記》：「大樂必易，大禮必簡。」的重要，細述如下：

最好的樂曲，淺近易懂；最好的禮法，簡單易行。這就說明禮樂是用來實踐而非徒事空談。既然是人人都要用來實踐於生活之中，則必須是簡易的，普及的，而不是專為少數人設立的。

²⁶ 黃友棣（2010年1月10日）。《大樂必易：閱讀黃友棣，聆聽時代之音》經典音樂會，高雄市政府文化局，高雄市合唱團、高雄市交響樂團、高雄市文化中心至德堂。張夢瑞、黃友棣（2005）。〈歌聲滿人間——音樂大師黃友棣〉，《臺灣光華雜誌》。外交部。

²⁷ 王雲五、王夢鷗（2009）。《禮記今註今譯（下）·第十九樂記》。臺灣商務印書館，664。

²⁸ 傅孟麗（2000）。《流芳——黃友棣的樂教人生》，88。

²⁹ 黃友棣（1992）。《樂谷鳴泉·大樂必易》，18。

也有人擔心，普及大眾的音樂，可能是內容粗劣，價值很低。這樣的見解，實在是大大的錯誤見解。大眾對於專門技術也許不高明，但對於音樂的內容是真誠還是虛偽，卻具有敏銳的辨別力。事實上，那些技術複雜的音樂作品，其內容並不能勝過簡樸的民歌；倘若剝去那些炫人耳目的技巧，可能立刻變為淺薄的材料。³⁰

由前述二段引文可知，黃先生創作的〈杜鵑花〉樂曲，主要是讓大眾都能學習、能接受、易傳唱、易記憶的曲調，如此人人才能享受音樂的美好，因為音樂的內容無關技術，且炫人的技巧不足以表達音樂的內涵，唯有發自內心真誠的表現樂音，才是大眾所能接納和心悅誠服的。

黃先生將〈杜鵑花〉作成中國風格的曲調，但編為合唱歌曲時，總嫌和聲不夠中國味。³¹筆者以為，依據黃先生對於音樂創作的主張，可由《樂府春秋》和《琴臺碎語》二書中，所提及的如下內容：

很想用此詩作成民謠風味的抒情歌，以例證民歌藝術化的設計。這給我啟示：音樂創作，不可忘記自己民族的語調。外國音樂作品，可能美麗而優秀；但絕對無法取代民謠曲風的親切感。那時，隱約給我看見中國風格和聲的道路。³²

可以見得，這是黃先生最初欲將〈杜鵑花〉創作成民謠抒情歌的動機，筆者以為，這首〈杜鵑花〉的確被黃先生譜曲成如民謠般的曲風，唱來活潑可愛又有朝氣，加上抗戰時期的傳播和鼓吹軍民士氣，更凸顯了作曲者想藉由這樣的民歌曲調展現當時國內民族語調的精神。

再者，他在《樂林華露》〈調式和聲與現代和聲〉與〈現代中國音樂的創作〉中，提及創作的原則，如下所述：

中國的古曲以及各地民歌，皆用調式作成；我該用調式和聲為基礎，融合現代和聲與作曲方法，再加入中國風格的樂語 (Musical idiom)，可能找尋到現代中國音樂創作的新途徑。³³

³⁰ 黃友棣 (1991)。《樂風泱泱》。東大圖書股份有限公司，306。

³¹ 黃友棣 (1991)。《音樂創作散記》(一)。三民書局，60。

³² 黃友棣 (1977)。《樂府春秋·杜鵑花》，182-183。黃友棣 (2016)《琴臺碎語·杜鵑花》，258-259。

³³ 黃友棣 (1990)。《樂林華露·調式和聲與現代和聲》。東大圖書股份有限公司，61-62。

歐洲作曲者將調式和聲只是變換色彩的工具；而我則急需調式和聲來充實中國音樂的骨幹。我比他們更需要這些技術。³⁴

中國風格的音樂創作，應該以中國傳統的調式為骨幹。（五聲音階是調式的一部份，當然可以使用；但不必困處在五聲的牢籠之內）。樂曲之中，要側重調式的曲調，調式的和聲。和聲的基礎法則，根據古典音樂的法則而擴展其範圍，跳出了那狹窄的限制。至於一切節奏變化，音色，曲體，中國樂器之運用，皆可自由選擇，各適其適。要使音樂作品中國化，同時不忘現代化，世界化。³⁵

在我看來，中國音樂必須中國化，同時現代化，世界化；但不應忘掉中國文化的傳統精神。如此，乃不至於在現代的狂潮中迷失了方向。因此，我們必須重新認識自己。³⁶

由此可知，黃先生欲創作中國風格的音樂，和聲的基礎法則是根據古典音樂的和聲而擴展其範圍，至於節奏變化、音色、曲式與中國樂器的運用，皆可自由選擇。尚且，黃先生又提及中國音樂必須中國化、現代化與世界化的理由，他大力疾呼中國音樂不應忘掉傳統精神，如此，才不至於在

³⁴ 黃友棣（1990）。《樂林華露·調式和聲與現代和聲》，64；又《樂林華露·現代中國音樂的創作》：「重新認識中國傳統的樂語：音樂是世界語言；但切勿忘記，音樂不能缺少個性。沒有個性的音樂，流於平庸；沒有個性的民族，受人藐視。……創作現代的中國音樂，首先要認識我們民族的優秀傳統。」；「音樂要現代化，但不忘要中國化：要使中國音樂現代化，同時要中國化。（1）中國古曲以及各地民歌，所用的音階，並非歐洲古典樂派所用的大小音階，而是各種調式。因此，樂曲所用的和聲方法，不能只用古典樂派的方法，而必須研究中國的調式和聲方法。（2）中國樂曲的慣用語（Idiom）與句法（Phrasing），必須組織於樂曲之內，然後能增加親切之感。」；「關於音律，調式，和聲諸問題：中國風格的曲調，來自調式各音的節奏組合；中國風格的和聲，來自調式各音的組合，同時響出來。歐洲近代的和聲，是用大小音階為基礎，並非以調式為基礎。歐洲的優秀和聲原則，我們可以使用；但不能只用大小音階的和聲為已足。我們既然認清中國古曲，中國民歌，都是以調式為基礎，就必須發展調式和聲的技術。有了這種和聲技術，用之以處理古曲，民歌的編作，然後不至於張冠李戴，衣不稱身。中國古曲，中國民歌，都是由各種調式所作成。以往，中國作曲者所研究的和聲方法，都追隨了西洋方法，偏重了大小音階的和聲方法，尚未有關於調式和聲方法的材料可以參考。我蒐集了值得參考的材料，編成《中國風格和聲與作曲》一冊，只是從這方面，向作曲者們，獻出棉薄力量。樂曲創作，當然不能缺少節奏變化。有許多中國式的節奏，應該適當地使用於作品之中，以增強中國色彩。音色與曲體，以及中國樂器之採用，也大有助於『中國音樂中國化』的設計。」；「中國文化的傳統精神，是重倫理，尚禮樂，處事以中庸之道，絕不偏激。禮樂的精神，是禮主外，（守紀律，重秩序，互助合作）；樂主內，（心誠意正，融洽和諧）。所以，中國音樂並非無調的音樂而是有調的音樂。為了表現樂思，我們當然可以使用一切現代的作曲方法，——不論是多調，無調，或者全部用不協和絃，——但決不能喧賓奪主，失卻原本善良的個性。」116-117、117-118、124、125。

³⁵ 黃友棣（1990）。《樂林華露·現代中國音樂的創作》，126。

³⁶ 黃友棣（1990）。《樂林華露·現代中國音樂的創作》，115-116。

現代多變的狂潮下，迷失了方向，因此，理應要站穩腳步，清楚的認識自己，決定好方向做自己該做的事才是正確之道。

關於〈杜鵑花〉的曲調，黃先生創作時是以現代和聲與作曲方法，另欲使用中國風格的樂語（Musical idiom）來譜曲，以充實中國民歌音樂〈杜鵑花〉的骨幹，但是，筆者實際分析〈杜鵑花〉的樂譜，見得作曲者黃先生並未刻意使用中國的調式和聲譜曲³⁷，也因為如此，所以，黃先生在《音樂創作散記》（一）中提及「和聲不夠中國味」³⁸！筆者經由西方的和聲學來分析曲譜後，可得知它的句段起結分明、節奏變化自由，曲調的強弱拍與歌詞詞句內的強弱字，位置相稱，句子使用自由，前述這些條件與黃先生在《中國風格和聲與作曲·曲調創作的原則》中所羅列的創作重點，相為吻合。³⁹

關於〈杜鵑花〉一曲，黃先生創作時，曾經遇到以下的情況：

在抗戰末期，我請住在廣州灣（湛江）的朋友，買了一些提琴絃，托人帶入內地給我應用。邊境檢查站的守軍，認為那些金屬的琴絃可能是無線電通訊器材，這乃是間諜偷運的違禁品，要將攜帶物品的人就地槍決。在搜查他所攜帶給我的信之時，有一位軍人認得我的名字；他說明這是〈杜鵑花〉的作曲者，他唱過這首歌，可以證明這些琴絃不是通訊用品；於是免他一死。當他將琴絃帶到給我之時，向我大大抱怨。我認為，雖然琴絃幾乎斷送了他的生命，但〈杜鵑花〉卻把他起死回生；有驚無險，音樂效能，也算功過相抵了。⁴⁰

³⁷ 根據黃友棣（1969）。《中國風格和聲與作曲·曲調創作的原則》中，提及：「我們創作調式的曲調，並非純以復古為目標，而是以調式風格為主，加入一切現代的技術，使調式音樂，表現出民族的風格，同時現代化。下列各點是我們創作曲調時所應持的原則：第一，調性明確清楚：創作曲調，亦不必限於五聲音階；只要明白調式的特性音程所在，能把調式的特點表現出來，就不會損害了民族風格。第二，句段起結分明：創作曲調，雖然開始與中途結束，都可自由；但全曲結尾，仍要用該調式的主因，以求清楚。在曲調裏，能運用該調式的特性音程，使調式明顯，乃是重要的原則。第三，節奏變化自由：創作曲調之時，必須盡量使其節奏變化豐富；一拍一音、一拍兩音，都不可用得太多。第四，注意歌詞風格：如果所作的曲調是用來唱的，則必須注意到曲調的強弱拍，要與詞句內的強弱字，位置相稱。詞句之唱出，必須使聽者易於聽懂；所以字音的抑揚，配合曲內音節的低高，大有關係。第五，勿用方塊句子：模進的曲調，要使重複出現之時，稍有變化，不要用絕對相同的節奏。如果節奏絕對相同，也要變換一下各音的進行，用些跳行的裝飾音，始有差別。樂句之內，不要呆板的節數。可以把句中的節數伸長或縮短。有趣味的片段，可以反覆；有作用的句子，可以用增時、減時的方法，使其再現；意思豐富的幾個音，可以特別延長，或者加以特強奏唱；凡此種種，都可以使句子不至於流於方塊狀，37、40、43、44-45。

³⁸ 黃友棣（1991）。《音樂創作散記》（一），60。

³⁹ 譜例請參見附錄十，黃友棣（1987）。《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》，31-34。

⁴⁰ 黃友棣（1977）。《樂府春秋·杜鵑花》，183。黃友棣（2016）。《琴臺碎語·杜鵑花》，259。

邊境檢查站的守軍把提琴絃誤認為無線電通訊器材的狀況，幾乎讓黃先生廣州灣（湛江）的這位朋友，為了幫自己代買提琴絃，冒著生命危險，再帶入內地方便運用的舉動，幾乎要斷送了他的生命。而廣州灣（湛江）的這位朋友自己也說，幸好守軍認識黃友棣的大名，朋友為了證明琴絃非間諜所偷運的無線電通訊器材違禁品，故而向守軍說明自己曾唱過黃先生的〈杜鵑花〉，而這琴絃正是為了幫〈杜鵑花〉的作曲者黃先生所準備的，所以，守軍在邊境檢查站檢查時而免自己一死。由前述的文意歸納來說，〈杜鵑花〉在當時已廣為流傳，連軍隊裡的守軍，也知道抗戰歌曲〈杜鵑花〉一首，這更讓黃先生很確定，他為抗戰時期所創作的音樂發揮了很大的影響力，也很確切地實踐和了解到了「創作不宜遠離大眾，音樂應該普及，使人人皆能分享其樂。」的最終目的。

根據《臺灣音樂群像資料庫》所錄，〈杜鵑花〉有獨唱、女聲三部合唱、混聲四部合唱和小提琴獨奏的編制。獨唱曲發表於一九五三年，收錄在《藝術歌集》第一輯；女聲三部合唱曲、提琴輔奏發表於一九八二年。由於聽眾的喜愛，又編民眾熱烈的歡迎，出乎黃先生意料之外。黃先生以為，可能是因為抗戰期間，這首〈杜鵑花〉較為風行的原因。所以，用小提琴獨奏此曲，有充分機會發揮小提琴的特性，恰呈現了第三絃的溫柔，第四絃的沉雄，以及跳弓的輕巧，雙絃的甜美，左手撥絃的活潑，非常能吸引聽眾的聆賞和目光。⁴¹

伍、〈杜鵑花〉詩歌與音樂的理論與實踐

黃友棣〈杜鵑花〉詩歌與音樂的搭配上，四部混聲合唱的編制，由鋼琴伴奏，樂曲聽來活潑動人，時而輕快，時而緩慢，聲音清亮。本章即以混聲四部合唱作為分析的對象，首先，先從前奏六小節來探討，如譜例一⁴²：

PIANO

Moderato (♩=72)

mf

p

⁴¹ 黃友棣（1982）。《樂韻飄香·二三鋼琴曲與提琴曲·提琴曲的解說·（三）杜鵑花（抒情曲）》，118-119。

⁴² 黃友棣（1987）。《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》，31。

前奏開頭以 2/4 節拍，「Moderato」(♩=72)(中等的、中速度的、中板的)⁴³速度起始，每三小節為一個樂句，共有兩個樂句，每個樂句的第一小節是採以彈跳的琶音演奏，樂句的第三小節也就是樂句的最後一個小節，和絃最後停留在 F 大調的 I 級原位上。第二個樂句，其實是第一個樂句旋律的反覆，只是將第一樂句的旋律提高了八度來演奏。前奏結束後，節拍轉換為 4/4 拍，如譜例二⁴⁴：

Moderato dolce
(Tenor solo)

mp
淡 淡的三月天，杜鵑花開在山坡上，杜鵑花開在小溪畔；多 美麗啊！——

mp

樂曲的開頭，先以男高音「Moderato dolce」(中等的、中速度的、中板的，甜蜜的、溫柔的、親切的、柔和的)⁴⁵，*mp* 中弱的音量，獨唱「淡淡的三月天，杜鵑花開在山坡上，杜鵑花開在小溪畔；多美麗啊！——」一段旋律。伴奏的右手則採以後半拍起始的十六分音符琶音和八分音符的分解和絃演奏，左手採以連續三小節的圓滑奏，每兩拍兩個四分音符的單音加完全四度的和諧音程，陪襯著右手的旋律，隨著時間的推進，讓男高音主旋律在唱出「多美麗啊！——」時，整段的樂句才稍告一段落，尤其「啊！——」字，旋律使用附點八分音符延長記號「◡」和兩組 $d^2 c^2$ 十六分音符，最後一組的 $d^2 c^2$ 則是一個十六分音符加上一個附點四分音符延長音「◡」後，樂句才告一個段落。這個「啊！——」字，作曲者將它處理為轉音的聲腔，且加上漸強「 < 」的聲量，其

⁴³ 國家教育研究院 (2012)。中等的、中速度的、中板的，《音樂名詞》，《雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網》。

⁴⁴ 黃友棣 (1987)。《黃友棣作品專輯 (三) 合唱藝術歌曲選》，31。

⁴⁵ 國家教育研究院 (2012)。中等的、中速度的、中板的，甜蜜的、溫柔的、親切的、柔和的，《音樂名詞》，《兩岸音樂名詞》，《雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網》。

實是黃先生作曲時，刻意譜出「啊！——」字的效果，一方面拉長樂句的餘韻，一方面讓人聽來一猶未盡，以承接後面歌曲的重點內容。再來下面就進入混聲四部合唱的樂段，如譜例三⁴⁶：

12 (Chorus)

像村家的小姑娘， 像村家的小姑娘。 去年，村家小姑娘，
 啦

女高音、女低音、男高音、男低音四部，聲量銜接前面 *mp* 中弱「啊！——」字的音量，四部同時合唱著「像村家的小姑娘，像村家的小姑娘。」樂句直到唱出二分音符延長音「 ♩ 」 「娘」字後，到一個段落。這段旋律的每個字音唱來簡短而輕盈，「像、小」四個字的聲母發音器官為口腔裡的「舌面擦音」，「村、家」四個字的聲母發音為「舌面塞擦音」，二個「的」字聲母發音為「舌尖（中）塞音」，故而咬字聽來有點小心翼翼，樂句的聲量也從中弱轉為漸弱「 ———— 」後而收尾；這兩句旋律的伴奏部分，多以後半拍的八分音符來彈奏，第二個樂句的最後一個「娘」字，右手則以十六分音符 *F* 大調的 *I* 級和絃，以及採用六個圓滑奏的三十二分音符琶音來延長至下個樂句，最後則停留在延長音「 ♩ 」 *f*³ 上。再來，「去年，村家的小姑娘」的旋律，由女高音和女低音唱出 *mf* 中強的音量，男高音和男低音則演唱「啦……」，尤其後面的第三、第四拍唱出跳音，可視為陪襯的低音和聲。不僅如此，又如譜例四⁴⁷：

⁴⁶ 黃友棣（1987）。《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》，31。

⁴⁷ 黃友棣（1987）。《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》，32。

16

走到山坡上，和情郎唱支山歌，摘枝杜鵑花，插在頭髮上。

啦

女高音和女低音又繼續延續前面 *mf* 中強的音量，唱出「走到山坡上，和情郎唱支山歌，摘枝杜鵑花，插在頭髮上。」男高音和男低音則接續演唱「啦……」，男低音同樣每小節的第三、第四拍唱著輕快八分音符的跳音，增加女聲二部主旋律的活潑性，整體上，聽來既輕盈又可愛，畫面上正表現出一對年輕的男女，在山坡上唱支山歌，且小姑娘為其採摘杜鵑花，將花朵插在自己頭髮上的動態畫面，雖如此簡單的動作，但黃先生卻將這段音樂寫得動人可愛又活潑。而男高音兩個小節多唱著後半拍的八分音符和十六分音符的 *a* 音，直至第三小節，旋律才進階到 *b* 音和往下低大六度的 *d* 音，最後才又回到二分音符的延長「 $\overset{\frown}{\bullet}$ 」*e* 音和 *f* 音，這段樂句到此，才終告一個段落；男低音在這三個小節，多以八分音符和跳音來演唱，直至延長「 $\overset{\frown}{\bullet}$ 」*A* 和 *F* 音，與男低音同時演唱完全五度和完全八度的和聲後，才結束這部分的樂段。

旋律演唱完「去年，村家小姑娘，走到山坡上……」之後，緊接著，再演唱「今年，村家小姑娘」之景。如譜例五⁴⁸：

⁴⁸ 黃友棣（1987）。《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》，32。

20 *meno mosso*
mp
 今年，村家小姑娘，走到小溪畔，杜鵑花謝了又開呀！
meno mosso
mp
mp
 記起了戰場上的情郎。
rit.
mp
rit.

這段樂句是以「*meno mosso*」(速度稍慢)⁴⁹抒情的方式演唱，此處是以弱起拍起始，彷彿就要慢慢的提起不同於以往的境遇，讓四部合唱同樣唱著「今年，村家小姑娘，走到小溪畔，杜鵑花謝了又開呀！記起了戰場上的情郎。」一段歌詞那般地畫面，直至最後一個小節的第三、四拍轉調前的間奏伴奏，轉為「*rit.*」(突慢)⁵⁰，才讓樂句整個速度又慢了下來。至於強弱大小，這段僅維持在*mp*中弱的強度來演唱，只在「謝了又開呀！」一句稍作漸強「 < 」和漸弱「 > 」中做變化。另外，這兩行歌詞所搭配的旋律，其中的降e、升f、裝飾音a¹都是做為經過音而已。整

⁴⁹ 國家教育研究院(2012)。速度稍慢，《音樂名詞》，《雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網》。

⁵⁰ 國家教育研究院(2012)。突慢，《音樂名詞》，《雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網》。

段的伴奏來看，左手低音皆演奏八度的二分音符作為襯底，右手則演奏多組的和聲或分解和絃，聽來乍似是小溪裡的水波，隨著風聲陣陣的波動著，對整段而言，這樣的伴奏，有種幫助樂句汨汨推進，推波助瀾至結尾的功效。

黃先生曾在《樂林蕈露·現代中國音樂的創作》，提及男女聲高低音域、和聲的使用，以及合唱的賓主問題，如下所述：

無論古今中外，流傳下來的民歌，都是只有曲調，並無和聲。一首曲調，以男女聲齊唱之時，就產生相距八度的音程。由於男女聲各有高低音域，移高移低，同時唱出，便產生了不同度數平行音程。這是和聲產生的自然進展程序。音樂愈進步，和聲的方法也愈複雜，愈精巧。歐洲音樂，近三百年來在和聲發展的歷程，就是如此。

凡是合唱，合奏的樂曲，不應只是全體齊唱與齊奏，而應該有主有賓，有唱有和；有對答，有呼應。要如此，則編作樂曲之時，必須先有和聲法則，然後有所依據。

51

由此可知，〈杜鵑花〉的前半段，除了男高音獨唱外，再來則由男女混聲四部的高低音域，或間隔唱出，或同時唱出，自此而有不同度數的平行音程產生。〈杜鵑花〉在黃先生的和聲創作下，聽來既自然且合宜，方法並不複雜，但卻是小巧而精美的。況且，合唱起來有主有賓，有唱有和、有對答、有呼應，完全吻合黃先生在〈現代中國音樂的創作〉一文中，所提及的重點創作內容。

前段結束後，下一段由女高音「a tempo」（回原速、還原速度）⁵²演唱為起始，強弱大小以 *mf* 中強的強度演唱「摘下一枝鮮紅的杜鵑，遙向著烽火的天邊」一段樂句，伴奏部分則為兩拍為一組的圓滑奏，尤其右手四小節的十六分音符琶音或分解和絃，為女高音所演唱的主旋律，掀起一波高潮。如譜例六⁵³：

⁵¹ 黃友棣（1990）。《樂林蕈露·現代中國音樂的創作》，123。

⁵² 國家教育研究院（2012）。回原速、還原速度，《音樂名詞》、《兩岸音樂名詞》，《雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網》。

⁵³ 黃友棣（1987）。《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》，33。

28 (Soprano Solo)

mf a tempo
摘 下 一 枝 鮮 紅 的 杜 鵑 ， 遙 向 着 烽 火 的

mf a tempo

Detailed description: This block contains the first system of the musical score. It features a Soprano Solo line and a Piano accompaniment. The Soprano line starts with a treble clef, a key signature of two flats (B-flat and E-flat), and a 4/4 time signature. The lyrics are written below the notes. The piano accompaniment consists of two staves, with the right hand playing a rhythmic pattern of eighth and sixteenth notes, and the left hand providing a harmonic foundation with chords and single notes. The dynamic marking is *mf a tempo*.

(Chorus)
p 天 邊 : “ 哥 哥 ! 你 打 勝 仗 回 來 , 我 把 杜 鵑 花 , 插 在 你 的 胸 ” *mf*

p *mf* *f*

Detailed description: This block contains the second system of the musical score, marked as the Chorus. It features a Soprano line and a Piano accompaniment. The Soprano line begins with a treble clef, a key signature of two flats, and a 4/4 time signature. The lyrics are written below the notes. The piano accompaniment consists of two staves. The right hand has a complex rhythmic pattern with many sixteenth notes. The left hand provides a steady harmonic accompaniment. Dynamic markings *p*, *mf*, and *f* are used throughout the system.

前, 不再插在自己的頭髮上。”

rit.

rit.

後面再銜接一段「哥哥！你打勝仗回來，我把杜鵑花，插在你的胸前，不再插在自己的頭髮上。」這一大段的樂曲是以降 G 大調演唱，四個聲部的旋律多以八分音符、附點八分音符和十六分音符來表現這段俏皮又可愛的樂句，伴奏亦多是八分音符、附點八分音符和十六分音符的演奏，直到主旋律唱出「胸前」二個二分音符的字後，伴奏方借用降 G 大調 III 級大和絃到 IV 級原位的分解和絃，將樂句銜接至「不再插在自己的頭髮上」一句上，伴奏再由多組的音程或分解和絃或和聲，以圓滑奏和延長「 \bullet 」音，音量則在最後採漸弱「 — 」的強度收尾。伴奏間奏最後使用了十六分音符和八分音符「*rit.*」（突慢）⁵⁴的速度加上跳音，讓樂曲轉調到另一個樂段。

此曲是全首樂曲的最後一個樂段，開頭以「*Animato*」（生氣蓬勃的、精神煥發的）⁵⁵的表情記號，重複主題旋律那般有朝氣、有活力的樣貌。如譜例七：

⁵⁴ 國家教育研究院（2012）。突慢，《音樂名詞》，《雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網》，2012 年。

⁵⁵ 國家教育研究院（2012）。生氣蓬勃的、精神煥發的，《音樂名詞》、《兩岸音樂名詞》，《雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網》，2012 年。

譜例七(mm.39-48)黃友棣曲：《黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選》，34。

39 *Animato*

f

淡 淡 的 三 月 天， 杜 鵑 花 開 在 山 坡 上， 杜 鵑 花 開 在 小 溪 畔；

Animato

f

多 美 麗 啊！ 像 村 家 的 小 姑 娘， 像 村 家 的 小 姑

mp

mp

歌詞與此曲開頭的歌詞完全相同，但是，這裡是由混聲四部合唱來呈現，主旋律仍以女高音為主，其他女低音、男高音和男低音，則以簡單而變化不多的單音做唱和，節奏與女高音的旋律變化為依據，僅有在每句歌詞的樂段結尾，稍作過門的變化，讓樂曲繼續往下銜接下去。當女高音演唱到「多美麗啊！——」的歌詞時，旋律使用附點八分音符 d^2 延長記號「 ♩^\bullet 」和二組 $e^2 d^2$ 十六分音符，最後一組的 $e^2 d^2$ 則是一個十六分音符再加上一個附點四分音符延長音「 ♩^\bullet 」，這個樂句才告一個段落。此處，作曲者將它處理為轉音的聲腔，由「多美麗」三個字就開始加上漸強「 ♩^\bullet 」至「啊！——」字，聲響效果與樂曲的首段相同，一樣是一為了拉長樂句的餘韻，與讓人有一猶未盡的感覺，所做的特殊變化。至於這裡的伴奏，不同於首段的圓滑奏，是由於為了呈現生氣蓬勃的、精神煥發的風格，故而使用將近四個小節的跳音，使得樂曲聽來極富生氣活潑的感受；伴奏前三個小節右手的和聲，就重複使用了 G 大調 I 級第一轉位和絃、三度音程、G 大調 VI 級第一轉位和絃、G 大調 I 級原位和絃三次；第四小節的第三、第四拍和第五小節的第一拍，則採用 G 大調 I 級原位的分解和絃二分音符延長音「 ♩^\bullet 」與 G 大調 V 級原位的分解和絃附點四分音符的延長音「 ♩^\bullet 」，做為此樂句最後伴奏的結尾。

歌詞的最後兩句，「像村家的小姑娘，像村家的小姑娘。」四部以 mP 中弱的聲量同時合唱著相同的歌詞，樂句直到唱出二分音符延長音「 ♩^\bullet 」「娘」字後，到一個段落，與整首樂曲的開頭，主旋律和伴奏的表現是一致的。至於最後的「啊！啊！——」字，四個聲部則先以 P 弱的聲量，以及「*rit.*」（突慢）⁵⁶的速度演唱第一個「啊！」，後才以延長音「 ♩^\bullet 」「啊！——」字的二個全音符

⁵⁶ 國家教育研究院（2012）。突慢，《音樂名詞》，《雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網》。

加上八分音符的音長，唱出「*Tempo I*」（速度 *I*）⁵⁷的正常速度，做為整首樂曲的最終結尾。整首樂曲看來，曲式以 A—B—A 三段式進行，先從 F 大調起始，再轉為降 G 大調，最後才回到 G 大調。

從前述對全首各段樂曲的分析，還可從黃先生創作編曲上所秉持的下文觀點來看：

藝術歌的詞與曲，必須融洽無間，相輔相成；好比一個和諧的小家庭，夫妻二人，相敬相愛，是愛人而不是主僕。

無論作曲者，演唱者，對於歌曲裏的詞句，必須尊重。作曲者對於歌詞各自的強弱，各字的平仄聲韻，各句韻腳的位置，都要謹慎處理；稍有差池，就可能鬧笑話。⁵⁸

作曲者要尊重歌詞，要敬愛詩篇。作曲之前，必須更小心，更深入地細讀詩句。詩中每個字的聲韻，每一句的節奏，以及全篇詩中的意境，都要小心發掘；將其蘊藏著的內涵，化成音樂，詳盡地表現出來。⁵⁹

上面提及黃先生主張詞與曲必須融洽相合，而且作曲者和演唱者對於歌曲的詞句，也必須尊重。筆者以為，經由本章各樂段的分析，可以見得，黃先生運用方健鵬的歌詞與其創作的樂曲上，下了很大的功夫，才有抗戰時期大家耳熟能詳，既為民歌又為藝術歌曲的作品，流傳於世。

當年黃先生除了作曲外，還經常擔任教學和指揮的工作。抗戰時期的歌詠運動如風起雲湧，為了鼓舞群眾，出現了大型的合唱活動，黃先生曾指揮三千人大合唱，那是聯合了十數間學校的壯舉。他希望用歌唱開展音樂風氣，以音樂推行國語，以音樂提倡愛國運動，就這樣一步一腳印，辛苦而踏實地推行他的樂教工作。藉由抗戰的撤退疏散，城市的音樂工作者來到鄉村；在戰亂的苦悶中，音樂成了心靈的慰藉，各地學校與社團都熱心的舉辦多樣的音樂講座、音樂欣賞，這就是黃先生平時很樂意從事的工作。⁶⁰

⁵⁷ 國家教育研究院（2012）。速度，《音樂名詞》、《兩岸音樂名詞》，《雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網》。

⁵⁸ 黃友棣（1994）。《音樂人生：對創作的觀點·尊重歌詞》。東大圖書股份有限公司，42。

⁵⁹ 黃友棣（1994）。《樂浦珠還·藝術歌裡的中國情》（初版）。東大圖書股份有限公司，17。

⁶⁰ 趙琴、沈冬（2002）。《黃友棣——不能遺忘的杜鵑花》，58-59。

陸、結語

由上述可知，本文分別從「黃友棣的生平與學習音樂的概況」、「〈杜鵑花〉詩歌的創作背景介紹」、「抗戰歌曲〈杜鵑花〉音樂的產生」與「〈杜鵑花〉詩歌與音樂的理論與實踐」等四方面來探討。其重點如下：

首先，黃先生一生以教書為業，自認為是名音樂教育工作者，留學義大利六年間，邊學習西洋的大小音階，邊尋找中國古代的調式音樂，寫成了《中國風格和聲與作曲》。六十歲以後，撰寫十二本音樂書籍，影響所及遍佈南臺灣，對於中西音樂本質的異同，以及如何將音樂教育推廣至社會，普及大眾，都是值得深思的問題。

其二，〈杜鵑花〉詩歌來自學生方健鵬之作，活潑可愛，洋溢著熱情青春，頗能代表小兒女在愛情與戰爭的環境下，所流露的真摯情感。由於黃先生所任教的環境，漫山都是杜鵑花，他曾喻「杜鵑花比起翠綠的楊柳，更讓人思念懷舊。」故而言說出他以此譜曲的創作動機。

其三，〈杜鵑花〉樂曲，可說是「大樂必易」的代表作，曲調以現代和聲與作曲方法創作，另欲使用中國風格的樂語 (Musical idiom)，進而充實中國民歌音樂的骨架。經筆者實際由西方的和聲學分析樂譜後，得知句段起結分明；節奏多變化；曲調與歌詞的強弱拍，位置相稱；句子自由使用，沒有拘泥於節數、音型的模進方塊句子。

最後，混聲四部合唱，曲調聽來時而輕快，時而緩慢，音色清亮，可愛有活力；鋼琴伴奏常有圓滑奏、跳音、琶音、和聲與分解和絃。曲式以 A—B—A 進行，從 F 大調起始，再轉為降 G 大調，最後回到 G 大調。尚且，和聲自然、合宜，方法不複雜，合唱有主有賓，有唱有和、有對答、有呼應，堪稱為民歌與藝術歌曲，傳世久遠。

參考文獻

- 鄭玄、王雲五、王夢鷗（2009）。**禮記今註今譯（下）**。臺灣商務印書館。
- 沈冬、趙琴（2002）。**黃友棣——不能遺忘的杜鵑花**。時報文化出版企業股份有限公司。
- 傅孟麗（2000）。**流芳——黃友棣的樂教人生**。春暉出版社。
- 黃友棣（2016）。**琴臺碎語**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1994）。**音樂人生**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1994）。**樂浦珠還**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1992）。**樂谷鳴泉**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1992）。**樂境花開**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1991）。**音樂創作散記（一）**。三民書局。
- 黃友棣（1991）。**樂風泱泱**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1990）。**樂林華露**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1989）。**樂苑春回**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1987）。**黃友棣作品專輯（三）合唱藝術歌曲選**。香港幸運樂譜騰印服務社。
- 黃友棣（1986）。**樂圃長春**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1982）。**樂韻飄香**。東大圖書股份有限公司。
- 黃友棣（1977）。**樂府春秋**。青溪出版社。
- 黃友棣（1969）。**中國風格和聲與作曲**。正中書局。
- 臺灣音樂館（2022）。**臺灣音樂群像資料庫** <https://musiciantw.ncfta.gov.tw>。國立傳統藝術中心。
- 國家教育研究院（2012）。**音樂名詞**。雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網。
- 國家教育研究院（2012）。**兩岸音樂名詞**。雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網。
- 黃友棣（2010）。**大樂必易：閱讀黃友棣，聆聽時代之音**。經典音樂會宣傳單。高雄市政府文化局。演唱單位：高雄市内合唱團、高雄市交響樂團、高雄市文化中心至德堂。（演唱時間：2010年1月10日）。
- 張夢瑞、黃友棣（2005）。**歌聲滿人間——音樂大師黃友棣**。台灣光華雜誌 <https://Taiwan-panorama.com.tw>，外交部。
- 黃友棣（2005）。**笛聲，華人音樂家。第三集 留堂的孩子：黃友棣 DVD**。公視人物傳記系列。財團法人公共電視文化事業基金會。
- 黃友棣（2004）。**文化大師薪火相傳 第八集 樂教推手——黃友棣**。八十三年行政院文化獎得主 DVD。財團法人公共電視文化事業基金會。
- 釋昭慧（2010）。我最美好的音樂記憶。**弘誓雙月刊**，106，4-5。

- 釋敬定 (2010)。追思黃友棣教授。弘誓雙月刊, 106, 6-9。
- 旅人 (2010)。七月——懷思音樂家黃友棣。弘誓雙月刊, 106, 16。
- 釋見岸、呂宜庭 (2010)。懷念「妙音菩薩」——一代音樂宗師黃友棣教授。弘誓雙月刊, 106, 22-25。
- 陳殿冠 (2010)。當黃友棣禮讚高雄。弘誓雙月刊, 106, 26-27。
- 張介能 (2009)。聽見天籟——東方天籟合唱團高雄音樂館首演。弘誓雙月刊, 97, 70-71。
- 趙琴 (2009)。《走過臺灣古典音樂廣播的黃金歲月》——兼談我的音樂廣播生涯及對現狀的思考。關渡音樂學刊, 10, 23-48。
- 釋見岸 (2005)。大師心、台灣情。弘誓雙月刊, 73, 69。
- 釋見岸 (2004)。樂聲中的感動——與作曲家黃友棣教授一席談。弘誓雙月刊, 70, 54-55。
- 曾士魁 (1982)。記音樂家黃友棣先生蒞臨鳳山演講。師友月刊, 182, 39-41。

A Study on the Theory and Practice of Poetry and Music of Yau-tai Hwang's Anti-Japanese War Song "Azalea"

Yao-Tzu Chang*

Abstract

At the age of 30, Mr. Yau-tai Hwang (1912-2010) composed the music for Chien-peng Fang's new poem "Azalea." The whole song depicts the spring of March as full of prosperity, vigor, and youth. The original purpose of this piece of music was to use music to ignite the power of the country and eliminate the sluggish social atmosphere, in order to boost the morale of the military and civilians in China during the Anti-Japanese War. Mr. Yau-tai Hwang not only composed "Azalea" into a folk ballad, but also fulfilled his ambition for the sinicization of Chinese music, the popularization of art songs, the gentrification of folk songs, the art-based transformation of patriotic songs, and the design of combination of poetry with music. "Azalea" composed by Mr. Yau-tai Hwang is the representative work of "The highest style of music is sure to be distinguished by its ease." The tune was created using modern harmony and composition methods, and Chinese-style musical idiom was also applied. This song enriches the skeleton of Chinese folk music. Besides, its harmonies also sound natural and appropriate, and the signing method is not complicated. The chorus includes primary and secondary harmonies; there is a balance between singing and harmony; there are also symmetries in lyrics and meanings. This song is undoubtedly an art song among folk songs worthy to be handed down for a long time.

Keywords: Yau-tai Hwang, Azalea, Anti-Japanese War Song, The highest style of music is sure to be distinguished by its ease, Folk Song, Art Song

* Yn-Yang Publishing House Instructor
Assistant professor, General Education Center, Chung Hua University

「通俗」與「雅正」—— 1950～1970 年代臺灣南管戲的藝術追求問題 探討

盧盈妤*

收件日期：2024 年 4 月 28 日

接受日期：2024 年 11 月 1 日

摘要

1950至1970年代臺灣戲界慣以南管戲指稱目前所知之九甲戲或交加戲，彼時臺灣南管戲藉由「白字」與音樂母源——南管做為搬演焦點，既承繼日治時期臺灣內臺南管白字戲的演出特質，且擴展音樂母源的暈染範圍，進而穩固其觀眾來源。1950至1970年代臺灣南管戲實則同時受到彼時本地白字戲、臺語語境、南管形象與福建泉廈移民思鄉情懷等因素所致，而持續強調「南管」演出標誌，亦積極向南管館閣學習，「南管」的聽覺形象深植於臺灣南管戲。然受到臺灣文娛環境的日漸改變，1960年代中期臺灣南管戲活動強度漸趨疲乏，逐漸走向衰微。

本文將從戰後臺灣戲界慣稱的南管戲一詞為研究起點，嘗試辨析臺灣戲劇環境如何生成此稱呼？與日治時期臺灣內臺南管白字戲有何關聯？1950至1970年代臺灣南管戲如何在臺灣戲劇環境立足？走向式微是否係一偶然事件？期以種種疑問的追尋過程，延伸至其文化意義的思考。

關鍵詞：南管戲、南管、白字、臺語

* 國立臺北藝術大學傳統音樂學系兼任講師、國立臺北藝術大學戲劇學系博士

壹、前言¹

長久以來，臺灣學界對於臺灣「南管戲」的稱呼各有主張。查閱臺灣戲曲史與臺灣音樂史相關研究，南管戲相關用語充斥於各種論著，如：七子戲、七腳戲、九甲戲、交加戲、高甲戲、梨園戲、南管戲……等，各家說法自相異視角進行討論，凸顯各個論述面對不同時空的劇種內涵與藝術屬性看法分歧。

「南管戲」為戰後臺灣慣用的劇種名稱，吾人感興趣的是彼時臺灣戲劇環境如何促使此稱呼的生成？與日治時期商業劇場南管白字戲的養成環境又有什麼樣的關聯性？吾人希冀藉由探尋戰後臺灣南管戲的成長環境，嘗試辨析 1950 至 1970 年代²臺灣南管戲從臺灣戲劇、音樂環境獲得哪些養分與壓力？面向觀眾之時，採取哪些策略，進而「形塑」現今劇界回望之「傳統」？這些發展軌跡的文化意義為何？對當代的發展又產生何種影響？凡此種種疑問的討論，係為本文研究目的。基此研究目的之上，本文論述之臺灣南管戲所指為「1950 至 1970 年代臺灣民間所稱『南管戲』的觀演與學習傳統」，即一般所稱之「九甲戲」或「高甲戲」，³吾人聚焦於此前提之下，則排除 1950 年代七子戲藝師徐祥於臺南興南社的教學，與 1963 年由徐祥、李祥石兩位藝師所訓練來自臺南的十四位七子戲學員之養成過程與其文化意義，雖廣義的臺灣南管戲史研究無法迴避七子戲培訓過程，然本文篇幅有限，故將研究焦點限縮於 1950 至 1970 年代臺灣民間南管戲的藝術追求過程。

回顧臺灣南管戲史研究多聚焦於劇種發展與藝術表現，隨著近年臺灣學界深入研究，戲班紀實和唱腔曲調也成為研究重點之一，本文延續臺灣學界呂訴上、邱坤良、辛晚教、李國俊、林麗紅等人的戰後臺灣南管戲歷史發展進程先行研究，希透過本文的書寫，為前述疑問提出另一探究視角。

為使本文之討論主題更為立體，簡要概述南管戲相關名稱產生之背景脈絡有其必要性，吾人亦嘗試針對前人所稱名稱使用提出個人見解，以下將本文論述時序之中相關詞語一併列出，並簡論之。1961 年呂訴上的《臺灣電影戲劇史》為臺灣戲曲研究者不可忽略的書籍之一，由於成書時間較早，故成為諸多研究者思辨與探討的材料來源。其中，〈臺灣南管戲略史〉一文提及「泉州以人搬演的戲劇有七色班，組成員以十六歲以下兒童為劇員。故事題材最著名者有荔鏡記」，以及「臺灣的南管戲，早年有王包傳授主持的泉郡錦上花班……至光復後至今共有七班，陳金河主持的新錦珠於四十四年度全省地方劇決賽入圍。」⁴呂訴上以臺灣南管戲包含「七色戲」⁵及日治時期泉郡錦上花一

¹ 特別感謝匿名審查委員提供寶貴意見致使本文更臻完整。

² 雖本文研究對象所處時間為 1950 至 1970 年代，但為使論述相對立體，並開展縱向與橫向歷史連結，故將適時論及 1950 年代之前的臺灣戲曲發展概況。為求閱讀便利性，本文以西元紀年做為行文之用。

³ 關於臺灣九甲戲與高甲戲名稱之混用情形，將於前言進行簡要討論與梳理。

⁴ 呂訴上（1961）。《臺灣電影戲劇史》。銀華出版部，187-194。

⁵ 呂訴上稱「七色戲」包含七種行當，組成演員為十六歲以下兒童，演泉州社會、風俗習慣，唱泉州音樂，詳見呂訴上（1961）。《臺灣電影戲劇史》，190。

脈概論之，其認為臺灣南管戲係以「南管」做為伴奏來源的戲曲劇種。然臺灣史料文獻中並未見七色班或七色戲之稱呼，而清領時期文人筆記⁶與日治時期臺灣報紙資料皆曾見「七子班」演出紀錄，吾人認為此稱較七色班接近史實，故本文論及清領時期與日治時期臺灣七子班演出情況之時維持使用「七子班」與「七子戲」名稱。

呂訴上認為臺灣南管戲包含日治時期泉郡錦上花一脈，且延續至戰後的臺中南管新錦珠歌劇團系統及其分支的新麗園、勝錦珠、新麗珠……等，此認知脈絡可能源自日治時期部份內臺七子班改以南管白字戲示人之因，而日治時期臺灣內臺七子班香山小錦雲面對商業劇場環境，選擇直接改演南管白字戲，並以泉郡錦上花為班名在內臺行藝，凸顯日治時期戲曲劇種白字戲化⁷為彼時商業劇場劇種在地化明顯例證之一，有別於原鄉的發展，是故，筆者論及其脈絡時，將視情況參酌使用南管白字戲，期貼近劇種開展歷程與在地化現象。

1980 至 1990 年代，臺灣戲曲學界未完全開啟臺灣在地發展研究，且隱含了追溯劇種原鄉淵源的氛圍，當時以 1950 年代中華人民共和國（以下簡稱中國）定名「梨園戲」⁸與「高甲戲」⁹之研究論著不在少數，包括 1989 年曾永義《參軍戲與元雜劇》、1992 年邱坤良《舊劇與新劇：日治時期臺灣戲劇之研究（1895～1945）》、1998 年辛晚教《南管戲》、2000 年李國俊《周水松先生紀念專輯——臺灣高甲戲的發展》皆選用「梨園戲」與「高甲戲」名稱。

邱坤良透過紮實的田野資料梳理日治時期臺灣職業七子班發展軌跡，呈示彼時七子班皆以「囡仔班」方式生存，建立七子班前場演員年紀規範的概念。鑑於邱坤良的研究成果及戰後臺灣七子班田野資料的缺乏，本文論及 1950 年代之後的相關內容，將視情況斟酌使用七子班與七子戲二詞。1998 年辛晚教《南管戲》認為中國梨園戲與高甲戲的後場音樂來源相同，其皆使用所謂的「南管」（中國稱「南音」）為其後場樂源，明確提出「南管戲」包含「梨園戲」與「高甲戲」的概念。此論述過程雖未完整思辨二十一世紀之後中國與臺灣的在地化史實，而選用 1950 年代之後中國定名之「梨園戲」與「高甲戲」，卻亦提供戲曲劇種甄別的一思考方向，即建立廣義「南管戲」定義，值得深入討論；而李國俊《周水松先生紀念專輯——臺灣高甲戲的發展》則借用「高甲戲」名稱，以論述戰後臺灣南管戲職業班新錦珠一脈的發展歷程。筆者鑑於「梨園戲」與「高甲戲」二名未見於

⁶ 見張啟豐（2004）。《清代臺灣戲曲活動與發展研究》。國立成功大學中文研究所博士論文，199-204。

⁷ 學界對於日治時期戲曲白字戲化現象已有諸多討論，可參考曾永義、邱坤良、林鶴宜、梁真瑜等人著作，本文將視情況斟酌討論劇種白字戲化現象與其延伸討論。

⁸ 中國梨園戲指的是演出泉州語、泉州風俗文化為主的中國地方戲曲劇種。

⁹ 中國閩南高甲戲吸取中國泉南一帶的陣頭表演，包含舞獅、宋江陣等形態，發展成「宋江戲」，清代道光時期吸收梨園戲、竹馬戲的劇目與身段，成為「合興戲」。而後，又受到傳入閩南的徽班、江西班、京班影響，逐漸形成高甲戲。中國高甲戲發展源流可參考張啟豐（2004）。《清代臺灣戲曲活動與發展研究》，215。

日治時期臺灣文獻，亦未能完整反映臺灣劇種在地化發展過程，且不為戰後至今臺灣戲界普遍使用，是故，本文暫不採用此二詞。

綜上所述，學界部分論點主張使用梨園戲與高甲戲等稱呼，¹⁰但這些名詞並未見於臺灣史料文獻與臺灣戲界普遍使用，吾人更傾向採用七子戲、南管白字戲、九甲戲與南管戲等詞彙，因這些名稱蘊含其所處戲曲環境之理解，較能凸顯娛樂生態改變之歷史經驗，為避免失去本文焦點，筆者暫不採用七腳戲、梨園戲、高甲戲等名詞稱呼臺灣在地發展之劇種，期符合臺灣語境。

臺灣戲曲學界針對南管戲的早期研究經常聚焦於劇種內容與劇團發展脈絡……等方面，承前所述，本文藉由戰後臺灣都市化的社會養分，觀察彼時戲劇環境對臺灣南管戲的影響，特別是語言融匯過程與臺灣本地白字戲發展對臺灣南管戲之挹注與削弱的作用。本文論述共分五節，第一節前言闡明全文主旨與簡述臺灣南管戲名稱使用的脈絡；第二節分析 1950 至 1970 年代臺灣南管戲養成之環境，並聚焦於臺灣話融合過程對於整體臺灣戲曲環境之影響；第三節論述戰後臺灣政治與戲劇環境的巨變，臺灣南管戲嘗試從「白字」與「南管」兩個聽覺層面回應觀眾審美趣味，試圖延續或調整南管戲的劇種內涵；第四節解析戰後臺灣南管戲在地再生的文化意義；第五節綜合檢視 1950 至 1970 年代臺灣南管戲在聽覺與劇種質地的延續與變革，乃至於對當代的影響提出個人見解。

貳、戰後臺灣戲曲環境

臺灣戲曲走過清領時期移墾社會、日治時期都市化社會與戰爭期，自戰後初期逐漸復甦，重整河山，除了舊班恢復，亦見另組新團，重新登上常民生活舞臺。戲曲流播方式不僅止於依附民間歲時節令慣習的外臺戲，與承繼日治時期發展的內臺商業搬演，尚有自日治時期已孕育成形的唱片、廣播與電影等戲曲傳播管道，皆為 1950 至 1960 年代初期臺灣戲曲環境重要搬演舞臺。然而，並非所有劇種都能即刻順應戰後臺灣娛樂趨勢改變而順利發展，除歌仔戲持續展露鋒芒，客家採茶戲、南管戲與布袋戲持續活躍於地方戲院與外臺戲之外，亦有無力即時調整阻擋時代變遷者，於戰後競豔戲曲舞台上持續低吟，尤其 1960 年代電視興起，係壓倒諸多劇種直接從臺灣戲曲搬演行列退位的最後一股力量。以下先行簡述戰後臺灣南管戲所處的社會、文化環境，包含經濟發展、交通建設、人口比例、語言政策等因素對戲曲發展的增強或削弱，接著關注延續自日治時期通俗「白字」的聽覺慣習，嘗試以劇種搬演語言的角度切入觀察，探尋影響戰後臺灣南管戲發展的關鍵力量。

¹⁰ 關於「七子戲/七腳戲/梨園戲」、「九甲戲/交加戲/高甲戲」等名詞混用現象，呂鍾寬教授曾發表數篇文章，指出應使用「七腳戲」、「交加戲」做為代稱，更能符合兩個劇種之表演內容與特質。但由於本文篇幅有限，所論焦點不在劇種名稱辨析，期待未來以專文深究劇種來源與名詞混用現況。而為使本文行文流暢，將視論述對象所處戲曲環境酌以使用「七子戲」、「南管白字戲」、「九甲戲」、「南管戲」名稱。

一、邁向都市化的社會養分

1949 年底國民政府遷臺，彼時，臺灣歷經二戰結束，政治與經濟皆處在極為不穩定的狀態，國際情勢紛亂。為穩定經濟與加強在臺的治理，國民政府陸續推動土地改革與經濟建設，牽動土地制度改變、提高農工業產量與財產再分配，臺灣遂朝向新興工業化社會發展。1960 年代臺灣經濟重心從農業轉移至勞力密集輕工業，眾多就業機會因而出現。在 1963 年美援終止之後，臺灣本地資本不斷積累，同時成為以中小企業為主的經濟結構，人民所得差距逐漸縮小。1960 年代後期，國民政府啟動十大建設計畫，其中，1970 年代初期臺灣南北高速公路（今中山高速公路）、北迴鐵路的建造，縮短臺灣各地往返時間，促進經濟發展，影響人口流動，跨越傳統農業社會的地理分野，加速語言融合的速度，致使臺灣本地戲曲從業人員直接面對戰後社會變遷的環境轉變事實。

經濟制度與交通建設深刻影響城鄉發展與人口比例，改變戰後臺灣社會體質與生活慣習，對戰後戲曲環境亦產生深遠的作用。戰後的三十年間臺灣人口逐漸增加，主因是經濟持續發展與推動生育計畫，雖土地改革增加農民留守農村的生產意願，但因臺灣整體經濟重心轉往輕工業，自 1950 年代後期起，臺灣人口持續往都市遷移，農村人口老年化比例逐年增加。而 1960 年代中期正值中國文化大革命，臺灣所受之軍事威脅明顯減弱，彼時，戰後嬰兒潮人口進入職場，提供輕工業人力需求；又因受到現代化與都市化社會影響，臺灣女性結婚年齡延後，促使參與非農業工作的女性比例提高，透過上述勞動人口的挹注，1960 年代至 1970 年代中期臺灣發生大規模的城鄉遷移，加速都市化歷程與語言融合的速度，而傳統農村社會生活與歲時節令、戲曲搬演彼此密切互動的連結，漸受到衝擊，人民不再全然循著過往社會舊慣，逐漸在現代化作用之下找到嶄新的文化網絡。諸多社會轉變深深影響臺灣戲曲環境。¹¹

對臺灣戲曲環境而言，除經濟發展、交通設施與人口移動之外，執政者的文化與語言政策是戲曲活動能量的關鍵因素。臺灣經歷日本殖民統治五十年，自日治中期起，在日本殖民政府的「同化」政策¹²執行之下，帝國語言與文化壓制力道增強，「同化」政策漸漸強化對臺灣人思想的控制，使臺灣常民的文化、語言與生活方式自然與接續掌管的國民政府有不小的隔閡。國民政府甫治理臺灣隨即積極推動「去日本化、再中國化」政策，與臺灣人民產生文化與族群極大的摩擦、衝突，雖是如此，1950 年代初期中央政府持續推行「國語教育運動」，1960 年代更倡議「中華文化復興運動」，

¹¹ 林季平（2011）。〈跨區域遷徙〉，《中華民國發展史·社會發展》上冊。聯經，129-130。

¹² 「同化」一詞源自於十九世紀歐美殖民地政策中的「assimilation」，其基本精神係將殖民地統治當作殖民母國施政的延長。臺灣在日本殖民統治下所接受的「同化」政策和「assimilation」，其實際內容與特徵尚存在一段距離，並非完全相同。日本殖民政府的「同化」政策主要是以積極且強烈的「國語教育」，企圖使臺灣人「成為日本人」。臺灣接受的「同化」政策並不完全等同於「assimilation」，而是日本帝國主義式的「同化」。（參考陳培豐（2006）。《「同化」的同床異夢：日治時期臺灣的語言政策、近代化與認同》。麥田，17。）

在政府機關、學校、市場、商店、工礦場等地規範加強「國語教育」。「國語教育運動」強力執行單一語言政策的宗旨，遏抑臺灣本地其他語言的成長，藉由 1950 年代至 1970 年代「廣播電臺與電視臺輔導準則」，持續規範「方言」比例。¹³國語流行歌曲即是此語境下的「受益者」，其從「國語教育運動」與復興中華文化政策當中汲取養分，加上政府與官方廣播電視媒體大力支持，同時擁有戰後嬰兒潮接受國民教育的一群受眾，1960 年代成為臺灣流行歌曲重要的一部分，臺語¹⁴流行歌曲首當其衝而相對黯淡。

雖戰後「國語教育運動」與復興中華文化政策強勢推行，然而，所謂的「臺灣話」（或稱「臺灣通行語」¹⁵）並未因官方文化政策的壓制而直接消亡。臺灣通行語自日治時期至戰後持續進行語腔整合，其肇因於交通日趨便利、媒體流播廣泛、商業劇場競演，又 1950 年代至 1970 年代臺灣出生率持續上升，尤其是 1960 年代的生育計畫，誕生一群「土生土長」的「臺灣人」，其為臺灣口說語言新增一批協助流播與融合的生力軍。大量運用臺灣通行語為搬演語言的戲曲劇種莫過於臺灣歌仔戲，戰後臺灣本地戲曲為彼時臺灣戲曲環境主力，包含歌仔戲、客家採茶戲、南管戲、布袋戲等，皆運用不少臺灣通行語做為念白語言的來源。另從臺語電影受到臺灣觀眾高度喜愛看來，可以說明臺灣通行語係戰後臺灣民間重要的溝通交流語種之一。

娛樂媒體管道的增加是戰後臺灣戲曲發展乃至於當代戲曲環境重要的影響因素。受到國民政府政策影響，1950 年代外臺戲市場緊縮，各戲班紛紛轉往內臺戲、廣播市場發展，奠定不少戲曲藝人的紮實功底與敏捷調整的能力。1952 年，政府明文規定「各地普渡通限於農曆七月十五日舉行」，且「只准平安祭與拜拜各做戲一次，一次不得超過兩天」，¹⁶統一了民俗普渡祭拜時間，限制祭典演戲次數，禁止迎神賽會活動，積極舉辦「改善民俗陋習」座談會，試圖改變清領時期以降臺灣民俗活動伴隨戲曲演出的風氣，外臺戲曲搬演市場首當其衝；1954 年雖放寬外臺戲演出辦法，但演出限制仍頗為嚴格，須由省社會處主辦，演出內容需遵照「電影戲劇事業管理規則」辦理，¹⁷接受查驗登記。外臺演出機會驟減之下，各戲班紛紛將目標轉向商業戲院，增加生存空間。除了商業戲院之外，廣播電臺遂為戰後戲曲傳播重要媒介之一。1950 年代中期，臺灣北部與中部地區的廣播電臺節目中，戲曲節目演出兼賣藥的形式深受臺人歡迎，注重音色與唱功的廣播戲曲節目，成

¹³ 李福鐘、楊秀菁、薛化元（2002）。《戰後臺灣民主運動史料彙編（八）新聞自由》。國史館，85、212。

¹⁴ 此處「臺語」與本文稍後所提之「臺灣話」、「臺灣通行語」概念相同，為遵循學界詞語使用習慣，在此稱呼「臺語流行歌曲」，而後提及戰後臺語廣播與臺語電影皆以此緣由使用「臺語」一詞。

¹⁵ 參考洪惟仁的臺灣語概念與語詞使用習慣。洪惟仁（2019）。《臺灣社會語言地理學研究：臺灣語言的分類與分區》。前衛，第一冊。

¹⁶ （1952，8 月 19 日）。〈厲行節約改善民俗，楊肇嘉昨抵中勸導，開六縣市首長會議，統一拜拜每年分三期舉行，各地普渡統限七月十五日〉。《臺灣民聲日報》，第四版。

¹⁷ （1954，11 月 25 日）。〈外台戲演出辦法，省府公佈實行，劇本限核准有案者，內容應配合節日意義〉。《商工日報》，第四版。

為許多戲曲藝人開啟知名度的管道。多元的戲曲流播管道使得臺灣歌仔戲及布袋戲迎來臺灣戲曲繼日治時期之後的第二個內臺戲的全盛期，客家採茶戲與南管戲則針對不同觀眾來源而穿梭各地戲院進行商業演出，一時之間，臺灣戲曲呈現百花齊放的景觀。

二、「臺灣通行語」的聽覺延續

據前所述，臺灣本地語言的融合現象肇因於日治時期至戰後的交通便利、社會變遷與聲音媒介流播，從日治時期臺灣演劇搬演訊息當中即可觀察臺灣本地語言融匯的例證，如日治中期起，臺灣陸續出現了原使用官音、潮調、泉州話的本地戲班，為獲得觀眾的認可，而將搬演語言調整為「白字」的演出訊息，此可視為臺灣本地語言整合之一例；而戰後臺灣通行語經由歌仔戲、廣播臺語節目、電視臺語節目、臺語電影與臺語流行歌曲的強力傳播，遂成為戰後國民政府推行國語政策底下相對「多數」的語言，自此，臺灣本地其他語言受到一定程度的衝擊，在國語與臺灣話之間夾縫生存。

雖語言並非係一劇種消亡的必要因素，但當整體社會環境充滿著強勢語種與其媒介之時，常民生活所能觸及之處便就自然而養其語言環境了。如前所述，戰後臺灣通行語藉由廣播臺語節目、廣播歌仔戲、電視歌仔戲與臺語電影的流播，滋養臺灣通行語的言說環境，如 1959 年頒布的「廣播無線電臺節目規範」：「廣播播音語言應用國語，惟方言節目（如閩南語新聞）得以方言播送，其比例不得超過百分之四十」¹⁸由此「方言」比例規範可知彼時臺人使用臺灣通行語的比例頗高，官方政府感受到「國語」與「方言」口說比例矛盾，致使制定此規範。又如 1950 年代中期起，「民本」、「中興」、「正聲」、「民聲」、「國聲」等各縣市所屬廣播電臺陸續招募歌仔戲演員，成立電臺專屬的廣播歌仔戲團，可見其收聽率之高。另見 1960 至 1970 年代初期的電視歌仔戲與電視布袋戲，琅琅上口的曲調、通俗易懂的口白、生動的劇情與連續劇的播放模式，造就全臺高收視率，更成就了葉青、柳青、小明明、王金櫻、楊麗花等歌仔戲明星演員。前述例證無不展示戰後臺灣通行語在臺人生活當中的流通程度。

1960 年代至 1970 年代，臺灣戲曲市場明顯受到廣播、電視與電影三個娛樂媒介彼此消長的影響，牽引著臺灣通行語的流播版圖。1960 年代初期因臺視開播，曾帶動臺語電影產量，電影製作雖為歌仔戲帶來另一波流行風潮，但於此同時，其他劇種因為無法抵抗電影的播放而黯然退出內臺市場。而歌仔戲電影市場美好光景並未維持太久，即因 1960 中期臺語電影產量逐年增加，製作技術持續精進，歌仔戲電影無法與新興電影工業競爭，漸從戲院版圖轉移。歌仔戲市場的移動則影響

¹⁸ 李福鐘、楊秀菁、薛化元 (2002)。《戰後臺灣民主運動史料彙編 (七) 新聞自由 (一九四五~一九六〇)》。國史館，453。

其他劇種生存空間的連鎖效應。又 1960 年代起的電視開播¹⁹與廣播、電影的持續發展，正值臺灣轉型為輕工業化與都市化社會的過程，人口結構已然與過往農業社會相去甚遠，民俗慣習與娛樂方式亦隨之調整，外臺戲曲市場再次面臨深刻的衝擊。臺灣通行語經由現代媒體為流播媒介，進行傳送與演變，同時伴隨著戰後臺灣社會變遷，使「臺灣話」的口說環境逐漸「完整」，其作用力持續蔓延至臺灣戲曲發展版圖。

自自治時期中期至戰後，通過臺灣通行語言說環境的逐漸壯大與完整過程，致使歌仔戲的劇種特質、搬演內容、演唱曲調與表演語言的傳遞管道增加，培養其觀眾基數，戰後臺灣歌仔戲班如雨後春筍般迅速復班，²⁰顯現臺人的娛樂需求，進而促使其他劇種持續追尋觀眾審美風向的轉變，以獲取戲路。如臺灣重要傳統表演藝術亂彈戲保存者王慶芳²¹青壯年時期曾搭苗栗後龍地區亂彈戲班「老新興」，戰後臺灣商業戲院發展期間，「老新興」為迎合觀眾審美趣味，除了原擅演的亂彈戲之外，亦需透過白話、加唱歌仔調，以增加觀眾的喜愛與認同。²²而在臺灣通行語的言說環境漸趨完整與本地白字戲聽覺經驗逐步蔓延日常生活的同時，「白字」與歌仔調已然「遍地開花」，臺灣南管戲又採取什麼樣的策略應對呢？

參、戰後臺灣南管戲聽覺質地傳遞之路

承前所述，臺灣經過 1950 年代政治、經濟與社會制度的改革建立期，1950 年代後期起，臺灣經濟結構逐漸轉型，鄉村人口逐年往都市遷移，整體社會趨向都市化發展，社會風俗慣習更迭、娛樂管道增加與語言消融對臺灣戲曲環境產生顯著影響，彼時臺灣南管戲是如何回應時代的變動呢？傳遞什麼樣的劇種形象給彼時的觀眾？除了上述的環境因素之外，還有其他的作用力嗎？戰後南管戲的時代回應可與彼時其他領域進行橫向連結嗎？其呈現的時代回應是否進一步協助戰後南管戲提升自我優勢？種種疑問將透過「白字」與「南管」兩個聽覺形象進行辨析，試圖為戰後南管戲的劇種特質查找其時代意義。

¹⁹ 臺灣無線電視臺開播始於 1962 年臺視開播，而後，1969 年與 1971 年中視與華視開播，開啟無線電視三臺鼎立的高峰期，其間，電視歌仔戲與電視布袋戲的高收視率至今仍為臺人津津樂道之盛事。

²⁰ 曾永義（1988）。《臺灣歌仔戲的發展與變遷》。聯經，66。

²¹ 王慶芳（1939~）曾駐班於諸多亂彈戲班、客家戲班，亦唱歌仔戲、京劇。初學丑角，後轉攻小生、老生等，尤擅花臉，2020 年榮獲中華民國文化部指定登錄「重要傳統表演藝術亂彈戲保存者」。

²² 范揚坤編（2005）。《雙桂長春：王慶芳生命史》。苗栗縣文化局，50。

一、「白字」——語言融匯的橫向連結

「白字」並非戰後臺灣南管戲獨有之劇種特質，日治時期臺灣商業劇場即出現此搬演標誌。戰後，「白字」更因娛樂管道增加，而獲得擴散的機會。「白字」之於戰後臺灣南管戲而言，不僅可進行縱向的溯源調查，亦與戰後娛樂環境產生橫向的連結。一切需從劇種白字戲化談起，劇種白字戲化係日治中期臺灣商業劇場劇種在地化顯著現象之一，彼時臺灣商業劇場因應現代化作用所帶來的語言融混，產生搬演語言白字化的轉變過程，許多內臺戲班以所謂的「白字」標示演出特色，爭取持握臺灣通行語觀眾的聽覺需求。布袋戲、南管白字戲與客家改良戲皆曾以「白字」做為商業劇場競爭裡的回應措施，如 1913 年「艋舺蓮花池街開演四春園七齣仔，已極盛況，夜夜滿座……口白則純用臺語，故婦女子聽之易曉。」，七子戲班四同春小麗園搬演口白改以「純用臺語」取代原七子戲所用之泉州話。²³另外，日治中期部分九甲戲班以「南管白字戲」之名於商業劇場行藝，如泉郡錦上花、北投清樂園、新彩雲等，與此同時崛起的臺灣本地劇種——歌仔戲、客家改良戲，以強勢的本地白字戲劇種居於商業劇場主流劇種，同時對「官音」系統的亂彈戲與四平戲產生威脅，四平戲甚至開啟「日演四平，夜演採茶或歌仔」的搬演模式，²⁴以利順應商業劇場趨勢。是故，劇種白字戲化已成為日治時期商業劇場劇種發展不可忽視之其一軌跡。

日治中期臺灣內臺戲曲白字戲化的發展歷程並未因時空轉變而停滯，反之，因臺灣本地白字戲劇種——歌仔戲的流播而延續至戰後，並透過唱片、廣播與電影的傳播，直接賦予戲曲劇種強勁的推進力量面對戰後臺灣觀眾的觀戲需求。臺灣歌仔戲初期的表演型態包含本地歌仔、歌仔陣等，一般認為其源自宜蘭地區，而宜蘭地區慣用語言以漳腔為主，在歌仔戲逐漸壯大的同時，臺灣漳腔亦隨著歌仔戲班的各地巡演，將其語言聽覺慣習流播至臺灣各地，戰後臺灣本地歌仔戲班的數量可為其證，據學界研究，1960 年代在臺灣各地商業戲院進行營業演出的歌仔戲班保守估計約莫三百團，²⁵雖內臺戲院的商業屬性為戲曲白字戲化不可忽略之影響因素，然歌仔戲班數量之多，實可證之歌仔戲受到臺灣觀眾的高度喜愛，臺灣漳腔透過歌仔戲班各地搬演，進而擴大其聽覺的影響範圍，同時加速臺灣通行語的融匯過程。

如前所述，雖臺語流行歌曲、臺語廣播與臺語電影皆曾受到官方遏抑，但臺灣通行語仍為戰後臺灣民間重要的溝通語言，戲曲白字戲化遂成為戰後劇種發展不可迴避的在地化途徑之一，客家戲便是一鮮明之例。內臺戲蓬勃發展時期，客家戲向亂彈戲、京戲、四平戲吸取其劇種搬演精華，當

²³ 劉美枝 (2012)。《回首四平風華：古禮達與莊玉英的演藝人生》。國立傳統藝術中心，75、205-208。

²⁴ 劉美枝 (2012)。《回首四平風華：古禮達與莊玉英的演藝人生》。國立傳統藝術中心，75、205-208。

²⁵ 此為邱坤良估計之數量，另依曾永義的估算，則為五百團以上，不論實際戲班數量為何，皆可視為歌仔戲之高峰發展時期。參考邱坤良 (1982 年 3 月)。〈中國傳統戲曲在臺灣的發展〉，《民俗曲藝》，15，39。曾永義 (1988)。《臺灣歌仔戲的發展與變遷》，67。

內臺戲市場逐漸被電影所佔據之後，客家戲轉向外臺發展，彼時為回應觀眾需求，不論是念白改為閩南語，抑或演唱歌仔調、採茶調、京調與亂彈調，²⁶客家戲企圖爭取觀眾的聽覺認同感。經由客家戲的因應之道，可知「白字」的觀戲需求已非僅存於商業劇場，而操持閩南語系語言的戰後南管戲又是如何回應勢不可擋的語言趨勢呢？

依據洪惟仁之臺語文相關研究成果可知，臺灣通行語主要由漳腔與泉腔融匯而成，泉腔包含其常用之特殊韻母——央元音²⁷，如〔ir〕，²⁸此為泉腔語言特點之一，亦係漳泉兩腔重要辨識特質之一。²⁹吾人認為漳腔透過歌仔戲的大量搬演，深化臺人的漳腔語言聽覺印象，間接加速漳腔與泉腔在臺灣的融合過程，同時弱化臺灣泉腔的語言聽覺範圍與強度。而戰後臺灣南管戲的念白是如何表現的呢？仍持續保留部分泉腔發音嗎？從 1960 年代錦玉鳳南管歌劇團錄製的《包公審郭槐》³⁰，可發現不少運用漳腔語韻發音的現象，例如：「你」〔lí〕、「火」〔hué〕、「過」〔kuè〕、「除」〔tí〕、「去」〔khi〕……等，另從泉腔過渡至「新泉腔」的念白語腔，則可為泉腔找到些許餘跡，例如：「郭」〔keh〕、「假」ké。然，戰後臺灣南管戲不僅是念白語韻往「白字」³¹方向靠近，唱段中經常出現的詞語與襯字亦改為漳腔發音，如「目滓」〔bák-tsáinn〕為形容眼淚之泉腔語彙，為使聽眾更容易進入南管戲的劇情，即改為「目屎」〔bák-sái〕；又如唱段襯字「不女」亦自泉腔發音的〔m̄-lir〕改為漳腔〔m̄-lí〕，試圖讓觀眾從完整的泉腔聽覺感受當中抽離，「盡可能」朝向「白字」的聽覺目的。

戰後臺灣南管戲不僅承繼日治時期臺灣商業劇場南管白字戲的藝術焦點，嘗試與戰後臺灣戲曲白字戲化現象的持續發酵產生橫向連結，同時回應戰後臺灣通行語融匯現象的擴散。除了持續「白字化」之外，戰後臺灣南管戲在音樂方面又朝著什麼方向前進呢？

²⁶ 徐亞湘（1995）。《桃園縣本土戲曲、音樂團體調查計畫報告書》。桃園縣立文化中心，8。

²⁷ 依洪惟仁的研究指出，臺灣泉腔又可分為「老泉腔」與「新泉腔」兩個類型，「老泉腔」係保存央元音（如〔ir〕）的變體，而「新泉腔」則是已失去央元音的語體。洪惟仁（2009年3月）。〈臺北地區閩南語的方言類型與方言分區〉。《臺灣語文研究》，第三期，241-242。

²⁸ 本文論及之臺灣話讀音寫法皆參考「教育部臺灣閩南語常用辭典」網站標註。（2023年7月15日），取自 <https://sutian.moe.edu.tw/zh-hant/>。

²⁹ 臺灣漳腔與泉腔的語言特點與混融現象參考洪惟仁的研究成果，其近期著作《臺灣社會語言地理學研究：臺灣語言的分類與分區》。

³⁰ 資料來源：係由江武昌先生轉錄原唱片，後於2016年上傳網路平臺公開。（2023年7月8日）。取自 <https://www.youtube.com/watch?v=8PCJVTYhafw>。

³¹ 1950至1960年代「白字」在臺灣語境之中有「錯字」之含義，如1963年省議員向教育部建言之時，指出高中畢業生文章「白字」連篇，呼籲教育部調整國文教育的方向與辦法。然，本文論述概念主要延續戲曲劇種白字戲化的發展脈絡，且戰後仍有白字戲稱呼存在，故本文論及「白字」之時，續以語言融合概念論之。（1963，1月8日）。〈國文程度低落，應即謀求補救辦法〉。《臺灣民聲日報》，第二版。

二、「南管味」——音樂母源的暈染

戰後臺灣百業逐步恢復，音樂與戲劇環境復甦，南管³²館閣活動亦熱絡進行，南管戲不僅請日治時期職業七子班演員教戲，增加搬演劇目數量，同時與南管館閣交流，並向南管先生學習「正曲」³³與樂器演奏，滿足具泉音聆聽欲求的觀眾。1950 年代臺中南管新錦珠歌劇團（後簡稱臺中南管新錦珠）曾請日治時期臺南職業七子班金寶興名角徐祥隨團教學，除加強七子戲身段之外，並指導《陳三五娘》、《高文舉》、《郭華》……等七子戲齣，³⁴協助劇團培養面對「泉音」需求觀眾的能力。然考量劇團的搬演戲路，臺中南管新錦珠選擇學習與排演同時具愛情、逗趣與武打情節的戲齣，另將唱段比例偏高、戲劇張力較低的戲齣列入次要排演的劇目，如《韓國華》、《朱弁》……等，³⁵顯示職業劇團在「俗雅」之間的權衡之計。職業南管戲劇團與「泉音」的連結不僅是學習與搬演七子戲齣，每當臺中南管新錦珠與彰化員林生新樂巡演至臺南或高雄等地，班主會帶著大家至當地南管館閣拜訪，如北港南華閣、集斌社、臺南南聲社……等。³⁶劇團在戲院演出之時亦適時加入南管「正曲」的演唱段落，由演員彈奏琵琶同時進行演唱，藉此做為劇團搬演焦點之一，滿足聆聽「泉音」需求的觀眾。

一般而言，臺灣南管演唱強調「頓挫」之感，即演唱需具備「輕重」分明之特質，如臺中南管新錦珠團員搬演七子戲齣時，盡量留意「頓挫」唱法，使其具「南管」味道。然所謂「南管」的聽覺味道又是什麼呢？如同報紙刊載勝錦珠劇團與臺中南管新錦珠至臺中商業戲院演出的廣告，以「全部南曲演唱」³⁷、「社會家庭教化純正清曲」與「太祖牌南管大戲」³⁸做為演出特點標誌，透過劇團演員對南管與七子戲的演繹，擴大「南曲」、「南管」與「泉音」的聆聽範圍，豐富其聽覺的可能性，亦為劇團穩固觀眾群體。

承前，戰後臺灣南管戲面對本地語言融匯幅度逐漸深廣，與本地白字戲劇種的強勢壓力，搬演部分七子戲戲齣與演唱南管可為南管戲帶來「泉音」、「南曲」聽覺需求的觀眾，同時，戰後臺灣南

³² 此處所述之南管係指由拍、琵琶、三絃、二絃與洞簫合樂，且遵循嚴謹演奏規範，並依照此五項樂器的演奏準則所呈現的狹義南管；後續談論到廣義南管概念之時，則以增加引號方式呈現（如「南管」）。

³³ 南管「正曲」其意涵係相對於戲曲所用曲目而存在的，指非戲曲所使用的南管曲目，係南管樂界為區分南管與戲曲使用「類南管」曲目而使用之稱呼。

³⁴ 林麗紅、李國俊（2000）。《周水松先生紀念專輯——臺灣高甲戲的發展》。彰化縣文化局，56-57。

³⁵ 2019 年 2 月 10 日電訪與 2023 年 1 月 12 日訪問演員黃美悅，高雄市住所。黃美悅（1943~），本名黃悅，臺灣九甲戲資深藝人，初學三花、旦行，後主攻生行與花臉，1950 年代至 1970 年代活躍於臺中南管新錦珠歌劇團、正新麗園南管歌劇團與生新樂南管歌劇團。

³⁶ 2022 年 6 月 24 日訪問演員蘇玉蘭，彰化縣員林鎮住所。蘇玉蘭（1955~），彰化人，十四歲成為生新樂劇團綁戲囡仔，二十一歲與生新樂劇團老闆之子周龍燈結婚，係生新樂劇團重要演員。

³⁷ （1951，7 月 11 日）。〈臺省勝錦珠劇團來演〉。《臺灣民聲日報》，第六版。

³⁸ （1953，1 月 21 日）。〈臺省勝錦珠劇團來演〉。《臺灣民聲日報》，第五版。

管館閣活動頻繁且與常民生活關係密切，南管之於南管戲而言，除了是一個曲腔辨識特徵的來源之外，南管所標誌的形象亦是戰後南管戲劇種特質的重要象徵，對於鞏固「泉音」需求的觀眾具備強烈的協力作用。

南管在臺灣的發展歷史可追溯自清領時期，不少閩南地區移民將原鄉音樂帶入臺灣，最遲於清領晚期在臺灣相繼成立南管館閣，如臺南振聲社³⁹、鹿港雅正齋與聚英社⁴⁰，許多商紳成為南管館閣維持日常運作的關鍵經濟來源，隨著時間的推移，日治時期臺灣南管漸因商紳的生意往來，成為臺灣許多政治、民俗場合不可或缺的音樂文化之一，如 1908 年臺灣縱貫鐵路開通，臺北地區紳商聘請南管樂師奏樂，以祝鐵道全通盛典；⁴¹1913 年宜蘭建醮聘請鑼鼓陣、鼓樂陣、藝閣與南管……等沿途奏樂；⁴²又如 1923 年日本裕仁皇太子來臺，南管館閣臺北集絃堂與廈門集安堂的南管樂人們獻奏《百鳥歸巢》一曲，⁴³此後南管遂受到統治者的青睞，其樂種形象可見一斑。戰後初期，受到國際政治霸權爭奪情勢與臺灣本地政權不確定性的影響，臺灣南管經常成為政治與文化宣傳的媒介，如 1953 年中華國樂會成立於臺北，集結了十四個「國樂」⁴⁴團體，包含廣東音樂、潮州音樂、南管等樂種，其宗旨為發揚國粹、配合國策、改造社會氣氛，時任立法院長、內政部長、教育部長等長官皆列席觀禮；⁴⁵1964 年中華民國為紀念延平郡王於臺南市延平郡王祠舉行祭禮儀典，由時任內政部長連震東主祭，祭典完成之後，由臺南南聲社唱奏南管遙祭鄭成功先賢；⁴⁶1969 年中央廣播電臺邀請自菲律賓南樂崇德社的僑民們演奏南管，同時錄製並向對岸播放，⁴⁷以達成編文化情感的目的。凡列種種，皆顯示臺灣南管悄然被形塑為「莊嚴」、「典雅」的樂種形象。之於百花齊放的戲劇環境，戰後臺灣南管戲延續其音樂母源的曲調演唱與強調音聲特質的標誌，有其協力作用。透過戲韻母源的暈染，戰後臺灣南管戲與其他劇種產生顯著差異性，可做為劇種辨識的重要聽覺特質。戰後臺灣戲劇環境出現語言融匯速度加劇、白字戲劇種強勢擴展、影音媒介傳播幅度深遠等影

³⁹ 依王三慶與施炳華等人的研究成果指出，臺南振聲社最早成立時間約莫為清領時期道光年間、臺南三郊三益堂成立(1827 年)之時，館址於臺南水仙宮，創始人為怡和洋行張大川。參考王三慶、施炳華、高美華(1994-1995)。《鹿港、台南及其周邊地區南管之調查研究》。中華民國國家科學及技術委員會專題研究報告，16-18。

⁴⁰ 據許常惠等人調查，鹿港雅正齋實際成立時間無法確認，依雅正齋保存之沿革誌所記，其成立時間可能為十八世紀初期，存有之手抄本可溯至 1916 年；而鹿港聚英社應於十九世紀初期至中期左右成立。參考許常惠(1982)。《鹿港南管音樂的調查與研究》。鹿港文物維護地方發展促進委員會，16-20。

⁴¹ (1908, 10 月 15 日)。〈樂師應聘〉。《臺灣日日新報》，第 3139 號。

⁴² (1913, 12 月 23 日)。〈宜蘭建醮續報〉。《臺灣日日新報》，第 4863 號。

⁴³ Wang Ying-fen.2016."The transborder dissemination of nanguan in the Hokkien Quadrangle before and after 1945." *Ethnomusicology Forum*, 25: 66.

⁴⁴ 1953 年中華國樂會成立之時，受到彼時政治情勢影響，其「國樂」概念泛指中華民國憲法包含之國界的各地音樂，與今時臺灣指稱「國樂」之內涵有所差異。

⁴⁵ (1953, 4 月 20 日)。〈中華國樂會成立，內教兩部長參加典禮，張道藩贊成發揚國粹〉。《聯合報》，第三版。

⁴⁶ (1964, 4 月 30 日)。〈南市昨盛典，紀念鄭成功，復臺三〇三年〉。《聯合報》，第二版。

⁴⁷ (1969, 5 月 2 日)。〈中央廣播電台，歡迎崇德樂團〉。《聯合報》，第五版。

響因素的同時，南管戲採用音樂母源——南管，恰可透過與南管館閣的近源，保障劇團的部份觀眾來源，發揮了鞏固觀眾群體的作用。

肆、「南管戲」在地再生之文化意義

戰後臺灣南管戲承襲日治時期商業劇場南管白字戲的搬演特徵，嘗試以「南管」與「白字」兩個演出焦點，橫向擴展搬演語言與音聲的聽覺群體，試圖與彼時戲劇環境對話，除了回應因彼時政局與社會不穩定而產生部分在臺的福建泉廈移民之原鄉情懷延續性，戰後南管戲在臺灣戲劇環境裡「白字」力量的推進之下，朝向音樂母源——南管靠近，吸取與呈現南管的內涵與形象，滿足擁有「泉音」需求的常民，同時，間接為形塑文化共同體注入協力作用。以下將從三個層面探討戰後南管戲在地再生的文化意義，分別係原鄉情懷的延續、「白字」的推進反射與「南管」質地的重疊與映照。

一、原鄉情懷的延續

歷經 1930 年代晚期至 1945 年的全球軍事衝突——第二次世界大戰（後簡稱二戰），臺灣常民尚未獲得喘息機會，緊接著是中華民國與中華人民共和國長達將近三十年的軍事對峙期（1949 年～1979 年），雙邊人民無法自由移動與交流，直接深化臺灣本地福建移民原鄉情懷的欲念，而戰後臺灣南管戲正巧接收此文化共同體的情感渴求。部分南管戲劇團如勝錦珠與正新麗園等，皆曾在內外臺搬演唱段較長的折子戲，並學習南管曲唱，⁴⁸依劇情所需，於戲齣之中演唱全曲，而非截段演唱，⁴⁹藉此連結具「南曲」聽覺文化情感的觀眾；依福建泉州惠安移民臺灣的大稻埕江姓家族後代江淑貞⁵⁰所述，1950 年代臺北大稻埕江姓家廟——「江府大人廟」每年祭祀活動皆包含三天以上的南管匯演，⁵¹先是以排場方式接連演唱南管三天，接續邀請南管戲演員陳秀鳳等人演出，由於，江姓宗族鄉親皆有涉獵、學習與聆聽「南管」的經驗，故宗族鄉親常針對南管戲演員進行「羅戲」⁵²，以滿足泉州原鄉曲韻的聽覺期待。

⁴⁸ 林麗紅、李國俊（2000）。《周水松先生紀念專輯——臺灣高甲戲的發展》，60。

⁴⁹ 2023 年 1 月 12 日訪問演員黃美悅，高雄市住所。

⁵⁰ 江淑貞（1943～），臺北人，長期活動於臺灣南管文化圈，其江姓家族自日治時期移民至臺灣大稻埕，長期從事商貿事業，戰後大稻埕南管館閣「江姓南樂堂」為其家族成立，當時聚集不少南管人切磋技藝，廖坤明與吳仁仁曾擔任教席。2021 年 4 月 16 日訪問江淑貞，臺北市民權東路摩斯漢堡餐廳。

⁵¹ 據江淑貞表示，南管排場匯演與南管戲演出活動皆於現今臺北市環河北路的水門附近舉辦。

⁵² 「羅戲」為臺灣民間戲曲傳統用詞，係指看戲觀眾對劇團與演員進行點戲，點名想看的戲齣，後請劇團與演員演出此戲。

無獨有偶地，二戰後散居於東南亞⁵³的華人移民亦因「南管」或「南曲」曲韻的流播而汲取文化情感的慰藉。二戰結束之後，全球政治局勢尚未穩定，隨即進入冷戰時期⁵⁴，各國面臨二戰懸而未決的衝突遺緒，中華民國則接受美國的軍事與經濟援助，1954 年簽訂《中美共同防禦條約》⁵⁵。種種國際霸權角力雖使臺灣常民失去往返對岸中國的自由，但對於文化層面而言，則間接促進在臺華人與東南亞地區華人的軍事、經貿、文化等頻繁往來，如 1950 年代臺灣各地民間組織多與菲律賓華人僑民密切來往，⁵⁶而南管館閣的交流聯繫即係一例，1959 年 5 月 10 日與 14 日菲律賓華僑四聯樂府四國勞軍團南管組抵臺南南聲社與臺中清水清雅樂府拜訪交流⁵⁷，此次訪問經驗亦開啟 1960 至 1990 年代兩地南管館閣的長期互動網絡，以及，為人所知的 1963 年臺灣十三位七子戲學員至菲律賓華光戲院公演四個月⁵⁸，其中，因政治局勢關係而間接促成李祥石藝師戰後在菲律賓與臺灣的一連串教學工作。

除了臺灣與菲律賓南管文化圈內彼此互動之外，1950 年代福建移民對「南管」聽覺感受的渴求與共通語言的理解，亦直接反映於廈語片在東南亞各地的流播。⁵⁹二戰結束之後，全球迎之而來的冷戰時期，間接提高東南亞地區華人跨境接觸的機會，同時反映於文化、娛樂的傳播範圍，如臺灣歌仔戲與廈語片於東南亞地區的輸入，⁶⁰而廈語片亦間接帶領 1950 年代臺灣臺語片發展，廈語片初期所使用配樂來源之一的「南管」則可視為福建移民文化認同意識的代表例證之一。

廈語片主要係由一批自廈門躲避戰火至香港的電影人所拍攝，投資商為新加坡、馬來西亞與菲律賓投資者，1950 年代中期以前，以廈語古裝片為主，1950 年代後期興起廈語時裝片。廈語片主要使用廈門流通語言，因廈門的地理位置與歷史進程所致，十九世紀中晚期即出現漳、泉兩腔的混

⁵³ 今日所稱之東南亞，係由二戰期間英國海軍上將 Louis Francis Albert Victor Nicholas Mountbatten (1900~1979) 於印度建立「東南亞盟軍最高司令部」，此後，東南亞一詞即包含越南、泰國、馬來西亞、緬甸、新加坡、印尼、菲律賓……等國之地理概念。張錫鎮 (1999)。《東南亞政府與政治》。揚智，2。

⁵⁴ 一般認為冷戰始於 1947 年「杜魯門主義」的提出，結束於 1991 年蘇聯解體。此時期係二戰結束之後，美國與蘇聯持續二戰時期的衝突氛圍，成為兩個爭奪全球政治經濟霸權的大國，兩國並未正式開戰，故此段時間一般被稱為「冷戰時期」。

⁵⁵ 冷戰期間，美國為了圍堵以蘇聯與中國為主的共產勢力，與中華民國政府簽訂《中美共同防禦條約》，彼此保障政權穩定，直至 1980 年臺灣時間 1 月 1 日終止。

⁵⁶ (1953, 5 月 9 日)。(閩南同鄉會，歡迎菲僑領)。《臺灣民聲日報》，第四版。

⁵⁷ (1959, 5 月 15 日)。(菲華南管組，抵清水訪問)。《臺灣民聲日報》，第五版。

⁵⁸ 洪惟助 (1998)。(1963 年臺灣七子戲培訓班始末及其影響)。《海峽兩岸梨園戲學術研討會論文集》。國立中正文化中心，73-90。

⁵⁹ 1950 至 1960 年代僑居海外的中國閩南移民與廈語片的關聯性可參考吳君玉編 (2012)。《香港廈語電影訪蹤》。香港電影資料館。

⁶⁰ 臺灣戲曲、傳統音樂與廈語片在東南亞地區的流播近年成為臺灣學界關注焦點之一，可參考林鶴宜、容世誠、蔡欣欣、王櫻芬等人的研究成果。

融語體；⁶¹臺灣通行語亦係彙集漳、泉兩腔的綜合語體，又廈語片大多取材自中國福建民間故事，故在 1950 年代國際政治情勢籠罩之下，廈語片的內容易引起臺灣常民的共鳴。

自十九世紀末至二十世紀中期是廈門發展的關鍵時期，廈門逐漸取代泉州，成為南管流播的主要源頭。「南管」係廈語片發展初期經常使用的音樂來源之一，而透過 1950 年代初期廈語片於香港、菲律賓、臺灣、新加坡等地的流播，「南管」遂成為撫慰各地福建移民思鄉情懷的重要媒介，如著名的廈語片演員江帆⁶²即因具備演唱「南管」的能力，成為電影行銷之助力，她參與主演的首部廈語片《唐伯虎點秋香》1952 年新加坡與菲律賓票房告捷，此後，她參與演出的五十多部廈語片中有二十部由她擔任主演，並以「南管」做為電影宣傳特色之一。⁶³這些廈語片亦經常使用福建與臺灣的民間故事做為電影文本來源⁶⁴，如 1954 年臺灣上映之《荔鏡緣》⁶⁵，故事取材自閩南一帶的民間故事「陳三五娘」，1956 年臺灣上映《周成過臺灣》⁶⁶取材自臺灣民間故事。這些廈語片自劇本與配樂，皆暈染了所謂「南曲」或「南管」音樂特質，滿足各地的泉廈移民思鄉之情感需求，成為 1950 年代中華民國與菲律賓華人文化交流的其一助力，與此同時更帶動廈語片與臺灣自製臺語片的蓬勃發展。

1950 年代後期至 1970 年代，自臺灣出訪菲律賓宣慰僑胞的南管戲演員們，則延續與鞏固福建移民思鄉的聽覺共同體概念，憑藉「南曲」、「南管」聽覺文化的認同需求，開啟一連串以宣慰僑胞為目的進行巡演的文化活動，如 1958 年中華民國國防部康樂總隊率五十餘人前往菲律賓進行為期二個月的巡迴演出，⁶⁷組織歌仔戲與南管戲演員同行，菲律賓當地不少華僑喜愛聽「南曲」，南管戲劇藝員負責潤場，擇以唱段為主的折子戲演出，如《昭君和番》與《陳三五娘》等戲齣，⁶⁸充分滿足福建移民的聽覺需求。

⁶¹ 1842 年鴉片戰爭之後，廈門被迫開港成為通商口岸，漳泉兩地移民不斷湧入廈門，廈門話逐漸吸收漳、泉兩腔，成為漳泉混合語體。曹逢甫（2013，1 月）。〈臺灣閩南語共同腔的浮現：語言學與社會語言學的探討〉。《語言暨語言學》，14(2)，473、476。

⁶² 江帆（生卒年不詳），泉州人，具話劇、南管與京劇學習經驗，為 1950 年代廈語片著名演員。

⁶³ 據王櫻芬的研究指出，使用南管的廈語片多以古裝片方式拍攝，達六十四部，多流播於 1950 年代中期之前。王櫻芬（2012）。〈廈語古裝片的音樂運用：以南管為焦點〉。《香港廈語電影訪蹤》，98。

⁶⁴ 1950 年代，不僅是廈語片經常使用閩南地區民間故事為電影文本題材來源，旅菲華僑創辦的僑龍企業公司自製的臺語片，亦借用閩南地區流傳的《呂蒙正》為創作來源，並在臺公開徵選演員。（1955，5 月 6 日）。〈罌粟花即將上映，臺語片徵求演員〉。《聯合報》，第六版。

⁶⁵ （1954，6 月 22 日）。〈荔鏡緣〉。《聯合報》，第六版。

⁶⁶ （1956，8 月 19 日）。〈周成過臺灣〉。《聯合報》，第六版。

⁶⁷ （1958，8 月 24 日）。〈宜春園劇團，今赴菲公演〉。《聯合報》，第二版。

⁶⁸ 原預計兩個月的巡演，依據林麗紅與李國俊的研究，此次訪菲活動延長至八個月，可見演出獲得當地觀眾喜愛。林麗紅、李國俊（2000）。《周水松先生紀念專輯——臺灣高甲戲的發展》，84-85。

二、「白字」的推進反射

戰後臺灣的南管戲憑藉國際政治局勢衍生福建移民的思鄉情懷，以及，彼時臺灣、菲律賓與美國的微妙權力關係，臺灣南管戲同時於臺、菲締造佳績。然此歷史進程不僅是福建移民情懷所致，臺灣本地白字戲的蓬勃發展更是推進戰後臺灣南管戲積極採借音樂母源——南管的關鍵原因，而臺灣本地白字戲對臺灣戲劇環境所形成的動能係自 1920 至 1970 年代，與臺灣本地語言融匯歷程具高度相關，臺灣南管戲受其兩者影響，自 1960 年代晚期進入發展停滯狀態。

「白字化」從日治時期商業劇場蔓延至戰後，戰後中華民國政府延續日治時期的交通建設，臺灣通行語在交通便捷的情況之下，其語言整合程度遠高於日治時期，從戰後戲曲劇種白字戲化的持續、臺語片的崛起、臺語流行歌曲的高度流播皆不難看出戰後臺灣通行語的影響幅度，「白字」不再是戲曲市場競爭的關鍵，其劇種特質已然成為決定性因素之一。依此可推測戰後臺灣南管戲為何成為彼時民間對此劇種常用之稱呼，「白字」與否，已無法成為劇種在戰後臺灣戲劇環境中的競爭條件，南管戲必須找尋穩固觀眾群的其他特質，而二戰之後散居各地的福建移民成為「南管」聽覺文化的共同體基數，此觀眾群體為臺灣南管戲傾注顯明的支持力量，南管戲借重音樂母源既豐富南管戲的聽覺呈現，亦從中獲得「南管」聽覺欲求的觀眾群，故以「南管戲」行藝實較「白字」特質或「九甲戲」更能直接吸引與鞏固其觀眾群體。

然戰後臺灣南管戲的發展歷程亦為戰後臺灣職業七子班幾近消亡下一註解。藉由臺灣通行語的整合過程，可以得知泉腔在漳泉兩腔融合之際為弱勢語腔，從南管戲的白字戲化與臺語片的發展過程亦可觀察泉腔在戰後臺灣的處境。南管戲搬演劇目較泉腔七子戲多元，包含七子戲擅長的文戲，如《陳三五娘》、《呂蒙正》……等，亦演出許多七子戲所沒有的歷史武戲或臺灣本地故事改編之劇目，如《火燒百花臺》、《安安趕雞》……等。南管戲如此，臺語片更是站在語言整合的基礎之上發跡。臺語片於 1950 年代崛起之時，直接以「臺語」與「南管」為其行銷焦點，爾後，於 1957 年則出現使用都馬調與「南管」的「閩臺故事愛情歌唱片」。⁶⁹面對泉腔漸趨弱化，臺語片只要具「南管」演唱特質，且取材自中國閩南民間故事，即可做為演出焦點吸引觀眾，泉州語韻使用與否並非臺語片製作與銷售的考量，顯示具備泉州語韻需求的觀眾銳減，承上所述，即可做為戰後職業七子班幾近消亡的補充。然 1960 年代臺灣南管戲亦面臨過去七子戲曾經歷的生存難題，「南管」不再是穩固觀眾來源的關鍵因素，除了前述泉腔需求減少之外，1960 年代之後，一批以「臺語」與「國語」為母語的「臺灣人」在本地出生，成長於漳泉語韻消長情形逐漸淡化的語境裡，與原鄉樂韻認同相對模糊的聽覺環境當中，1960 年代之後臺灣南管戲面臨挑戰。

⁶⁹ (1957, 2 月 10 日)。(癡瘋女)。《臺灣民聲日報》，第六版。

三、「南管」質地的重疊與映照

南管最遲於清領時期透過閩南移民散播至臺灣，觀察閩南移民在臺灣的開發與生活軌跡，不難發現有泉廈移民的地方就有南管的存在，如較早進入開發階段的臺南府城與彰化鹿港等地。日治時期受到士紳商賈的支持，南管的社會形象持續維持淡雅與閑靜特質的藝術表徵，並延續至戰後，乃至於當代。戰後，臺灣南管戲持續暈染音樂母源的聽覺範圍，實則受到三個因素層疊式推進，分別是「白字」的驅使、國際政治局勢影響福建移民移動權利，以及，常民娛樂方式日漸增加，戰後南管戲的回應策略可視為彼時臺灣戲劇與音樂環境之下的「當然」作為。然從戰後「南管」聽覺輸入過程中，反映哪些南管的鮮明特質？而這些聽覺經驗是否只保留於南管戲與南管的觀演群體之間呢？透過哪些媒介傳遞至觀眾的聽覺經驗呢？對臺灣戲劇環境挹注了什麼樣的協力作用呢？

一般而言，南管以琵琶為領奏樂器進行合樂，南管琵琶為其樂種的精神象徵之一，其整體合樂音色也與其他樂器相互搭配，而非單一存在，亦係當代南管類戲曲⁷⁰不可或缺的後場樂器之一。戰後臺灣南管戲為穩固其觀眾來源，不僅使用南管樂器——琵琶、二絃與洞簫，演員亦學習彈奏琵琶，以同時彈奏與演唱，增強觀眾的「南管」視覺與聽覺印象，戲劇搬演過程之中使用南管樂器，既可將其沈靜音色暈染至觀戲經驗，深化南管內斂形象，亦使戲韻更貼近一般觀眾的南管印象——閑靜，對於戰後臺灣南管戲招徠「南管」聽覺欲求的觀眾群體有其助力。回望戰後臺灣南管戲為了力求在彼時戲劇環境當中生存，其暈染音樂母源的做法，亦成為當時的社會發展、戲劇環境與語言融合的交互作用之一例。

然據臺北「白字戲」⁷¹子弟班南安社後場樂師陳國藏⁷²表示，戰後臺北「白字戲」子弟班針對劇情需要而演唱部分「南管」曲目，如搬演《陳世美》之時，演唱南管曲〈恨冤家〉，後場無南管琵琶、二絃與洞簫的使用習慣，主要是以北管三絃與大廣絃為主。其「白字戲」經驗或許無法代表整體戲界，但採取「白字」聽覺策略可視為劇種鞏固部份觀眾群體所進行的在地化過程。綜合戰後臺北「白字戲」的後場樂器使用與南管曲演唱現象，以及承繼日治時期新竹一帶職業戲班⁷³的「白字

⁷⁰ 「南管類戲曲」一詞出自李國俊〈南管類戲曲的傳習困境與盲點〉一文，係指運用「南管」為後場伴奏或曲調演唱來源的戲曲種類，將當代臺灣的南管戲（或稱七子戲）與九甲戲（或稱交加戲、高甲戲）一同列入。李國俊（2004）。〈南管類戲曲的傳習困境與盲點〉。《民間藝術論壇論文集：民間藝術保存傳習計畫綜合論壇-界限的穿透》。國立傳統藝術中心，136-141。

⁷¹ 此處使用「白字戲」稱呼，主要遵循臺北「白字戲」陳國藏樂師對其搬演劇種的稱呼，陳國藏表示 1950 至 1960 年代臺北地區皆稱「白字戲」，而非九甲戲、南管戲等名稱。2021 年 1 月 15 日訪問陳國藏與其師弟李元泉（1947~），臺北市延平北路住所。

⁷² 陳國藏（1941~），臺北人，為「白字戲」後場樂師，自 1950 年代起活躍於臺北地區南管與「白字戲」演出活動。

⁷³ 依陳國藏與其師弟李元泉表示，臺北福安社（前身臺北南龍社）於 1950 年代至 1960 年代先後聘請土城先與金俊先兩位老師擔任教席，據悉兩位教戲先生出身新竹地區職業白字戲班演員，可惜年代久遠，且福安社社址經歷多次天災，以致許多文字資料損毀，無法確認兩位教戲先生出自何班。但從林麗紅與李國俊的研究成果發現，日治時期南管白字戲班泉

戲」稱呼，並參照臺灣學界研究成果指出，1943 年臺北士林溪洲底南龍社成員曾有錄製「白字戲」經驗，⁷⁴或許能反映日治時期商業劇場「南管白字戲」在戰後的延續脈絡，有其地緣關係軌跡。因其地形影響，戰後臺北的漳泉語腔地理界線較分明，雖有漳泉相互影響與融合的現象，不似臺灣中南部混融程度高，⁷⁵而產生部份的地域差異性。

臺灣戲界普遍對於戰後臺灣南管戲唱腔來源的一般認知係廣義南管或所謂的「九甲調」，而從臺灣歌仔戲自崛起初期即有使用「南管」曲調的經驗，⁷⁶然此所謂的「南管」指涉的是什麼內涵呢？藉由「重要傳統表演藝術保存者——歌仔戲藝師王金櫻⁷⁷的年少時期經驗可知，戰後臺灣廣播歌仔戲盛行的年代曾使用九甲調（係廣義南管）於其錄音過程當中，通常用於較悲傷劇情或抒發感傷情懷之時，因九甲調之拖腔較長、速度緩慢，能吸引聽眾進入其劇情。⁷⁸王金櫻所指拖腔較長，遠因係南管強調頓挫唱法，即一般所述之「輕重」分明。據前所述，南管戲演員黃美悅亦在搬演之時特別強調此演唱特色，可見南管的部分演唱特質已留存於戰後臺灣南管戲與歌仔戲之中，雖劇種搬演之時，需視劇種本質與劇情所需進行曲調調整，但其音樂母源之精髓仍保留於兩個劇種演唱之表徵當中。

伍、結語

戰後臺灣南管戲之所以在彼時的臺灣社會背景之下以「白字」與「南管」為藝術表徵行藝，係受到臺灣社會環境的「白字」力量，與國際政治角力影響福建移民移動權利驅使。戰後臺灣通行語進入相對高度混融的過程，臺灣常民的娛樂方式漸趨多元，具「白字」需求的觀眾群體藉由不同視聽管道獲得滿足，從本地白字戲蓬勃發展與其透過影音流播媒介——唱片、廣播、電視與電影的流行可做為一明例；在「白字」影響之下，戰後臺灣南管戲持續轉借南管的藝術質地與觀眾群體，亦為南管戲招徠相對穩定的觀眾群體，並促使南管戲於 1950 至 1960 年代擁有臺灣戲劇舞臺一席之地。

郡錦上花班主王包的師兄弟其中一名為「金俊」，是否與臺北福安社教戲先生同一人則不得而知。林麗紅、李國俊（2000）。《周水松先生紀念專輯——臺灣高甲戲的發展》，15。

⁷⁴ 王櫻芬（2008）。《聽見殖民地：黑澤隆朝與戰時臺灣音樂調查（1943）》。國立臺灣大學，215、218。

⁷⁵ 洪惟仁：〈臺北地區閩南語的方言類型與方言分區〉，253-255。

⁷⁶ 徐麗莎、林良哲（2007）。《從日治時期唱片看臺灣歌仔戲》（上冊）。國立傳統藝術中心，120-121。

⁷⁷ 王金櫻（1946~），本名王仁心，臺灣歌仔戲著名女演員，工旦行，曾經歷內臺、賣藥團、廣播、電視與劇場等不同時期的臺灣歌仔戲發展歷程。王金櫻、徐亞湘（2019）。《島嶼歌戲：王金櫻世代》。臺北市政府文化局。

⁷⁸ 2022 年 6 月 23 日訪問王金櫻，臺北市北投區住所。

然時間巨輪並未停止，1950 年代晚期「南管」漸從臺語片觀眾的聽覺欲求之中淡出，「南管」曲韻不再是臺語片的演出焦點。1960 年代中後期，誕生於戰後嬰兒潮的臺灣人已漸成為社會的生力軍，係一批未夾帶遷徙所致之濃厚思鄉情懷的臺灣本地常民，缺少隱藏於生命經驗裡的抒懷與撫慰需求，南管失去部分聽眾群體，同時面臨都市化與工業化之後所帶來的式微危機，最遲於 1970 年代開始，南管館閣相繼面臨衰微與消亡的命運。⁷⁹南管尚且如此，而南管戲在「白字」環境裡無法再以「南管」或「南曲」做為聆聽焦點爭取觀眾的聽覺選擇之時，自 1960 年代中後期起，部分九甲戲子弟班轉型為歌仔戲班或九甲戲演員轉搭歌仔戲班，即非偶然，而是在整體社會從農業社會走向都市化，進而產生數個都會區的社會結構之下戲曲發展的規律，戰後職業七子班的幾近消亡可以為其借鏡。立基於如此的基礎之上，南管類戲曲走入重重挑戰的 1980 年代臺灣社會，包含政治、思想、身體的解禁，工業化產業結構漸朝向科技為尚的產業型態，民俗慣習、歲時祭儀與常民生活的距離日趨疏遠，娛樂方式的多元開展更是前所未有的衝擊，臺灣學界出現保存「傳統」的聲音，促使南管與南管類戲曲逐漸進入「考古」與「維護」的系統工程裡，劇種「本質」成為「維護」的最高宗旨，而自二十世紀初劇種養成的市場自我調節能力已然不為時代所用，隨著學界與政府的逐步介入，戲曲環境再度翻轉，南管類戲曲如何面對現下社會的急速轉變，是個值得深思的議題，或許回望歷史，能有所啟示。

⁷⁹ 許常惠 (1982)。《鹿港南管音樂的調查與研究》，12-25。

參考文獻

一、中文部分

- 王金櫻、徐亞湘 (2019)。《島嶼歌戲：王金櫻世代》。臺北市政府文化局。
- 王櫻芬 (2008)。《聽見殖民地：黑澤隆朝與戰時臺灣音樂調查 (1943)》。國立臺灣大學。
- 王櫻芬 (2012)。《廈語古裝片的音樂運用：以南管為焦點》。香港廈語電影訪蹤。香港電影資料館。96-109。
- 王三慶、施炳華、高美華 (1994~1995)。《鹿港、臺南及其周邊地區南管之調查研究》。中華民國國家科學及技術委員會。
- 江武昌轉錄。臺灣高甲戲／包公審郭槐 2 <https://www.youtube.com/watch?v=8PCJVTYhafw>。
- 呂訴上 (1961)。《臺灣電影戲劇史》。銀華出版部。
- 李福鐘、楊秀菁、薛化元 (2002)。《戰後臺灣民主運動史料彙編 (七) 新聞自由 (一九四五~一九六〇)》。國史館。
- (2002)。《戰後臺灣民主運動史料彙編 (八) 新聞自由》。國史館。
- 李國俊 (2005)。南管類戲曲的傳習困境與盲點。《民間藝術綜合論壇論文集》。國立傳統藝術中心，136-141。
- 林季平 (2011)。跨區域遷徙。《中華民國發展史·社會發展》。聯經出版事業公司。
- 林麗紅、李國俊 (2000)。周水松先生紀念專輯——臺灣高甲戲的發展。彰化縣文化局。
- 邱坤良 (1982)。中國傳統戲曲在臺灣的發展。《民俗曲藝》15：34-43。
- 洪惟仁 (2009)。臺北地區閩南語的方言類型與方言分區。《臺灣語文研究》3：239-309。
- 洪惟仁 (2019)。《臺灣社會語言地理學研究：臺灣語言的分類與分區》。前衛出版社。
- 洪惟助 (1998)。1963 年臺灣七子戲培訓班始末及其影響。《海峽兩岸梨園戲學術研討會論文集》。國立中正文化中心。73-90。
- 范揚坤 (2005)。《雙桂長春：王慶芳生命史》。苗栗縣文化局。
- 范揚坤 (2023)。《大稻埕古亭吹：陳金來家族的音樂事業》。臺北市政府文化局。
- 施炳華 (2007)。南管振聲社滄桑史一。《王城氣度》14：12-17。
- 徐亞湘 (2006)。《日治時期臺灣戲曲史論：現代化作用下的劇種與劇場》。南天書局。
- 徐亞湘 (1995)。《桃園縣本土戲曲、音樂團體調查計畫報告書》。桃園縣立文化中心。
- 徐麗莎、林良哲 (2007)。《從日治時期唱片看臺灣歌仔戲》。國立傳統藝術中心。
- 教育部 (2023)。《臺灣閩南語常用辭典》。<https://sutian.moe.edu.tw/zh-hant/>。
- 莊長江 (2011)。《泉州戲班》。福建人民出版社。
- 許常惠 (1982)。《鹿港南管音樂的調查與研究》。鹿港文物維護地方發展促進委員會。
- 曹逢甫 (2013)。臺灣閩南語共同腔的浮現：語言學與社會語言學的探討。《語言暨語言學》14 (2)：457-484。

- 張啟豐 (2004)。清代臺灣戲曲活動與發展研究。國立成功大學中文研究所博士論文。
- 張錫鎮 (1999)。東南亞政府與政治。揚智文化事業股份有限公司。
- 陳培豐 (2006)。「同化」的同床異夢：日治時期臺灣的語言政策、近代化與認同。麥田出版社。
- 曾永義 (1988)。臺灣歌仔戲的發展與變遷。聯經出版事業公司。
- 臺南市南聲社 (2015)。臺南市南聲社慶祝建館百年特刊。
- 劉美枝 (2012)。回首四平風華：古禮達與莊玉英的演藝人生。國立傳統藝術中心。

二、外文部分

- Wang Ying-fen. (2016). "The transborder dissemination of nanguan in the Hokkien Quadrangle before and after 1945." *Ethnomusicology Forum*, 25 : 58-85.

三、報紙

- (1908, 10 月 15 日)。樂師應聘。**臺灣日日新報**，第 3139 號。
- (1913, 6 月 25 日)。七齣盛況。**臺灣日日新報**，第 4689 號。
- (1913, 12 月 23 日)。宜蘭建醮續報。**臺灣日日新報**，第 4863 號。
- (1951, 7 月 11 日)。臺省勝錦珠劇團來演。**臺灣民聲日報**，第 6 版。
- (1952, 8 月 19 日)。厲行節約改善民俗，楊肇嘉昨抵中勸導，開六縣市首長會議，統一拜拜每年分三期舉行，各地普渡統限七月十五日。**臺灣民聲日報**，第 4 版。
- (1953, 1 月 21 日)。臺中新錦珠劇團來演。**臺灣民聲日報**，第 5 版。
- (1953, 4 月 20 日)。中華國樂會成立，內教兩部長參加典禮，張道藩贊成發揚國粹。**聯合報**。第 3 版。
- (1953, 5 月 9 日)。閩南同鄉會，歡迎菲僑領。**臺灣民聲日報**，第 4 版。
- (1954, 6 月 22 日)。荔鏡緣。**聯合報**，第 6 版。
- (1954, 11 月 25 日)。外台戲演出辦法，省府公佈實行，劇本限核准有案者，內容應配合節日意義。**商工日報**，第 4 版。
- (1955, 5 月 6 日)。罌粟花即將上映，臺語片徵求演員。**聯合報**，第 6 版。
- (1956, 8 月 19 日)。周成過臺灣。**聯合報**，第 6 版。
- (1957, 2 月 10 日)。癡瘋女。**臺灣民聲日報**，第 6 版。
- (1958, 8 月 24 日)。宜春園劇團，今赴菲公演。**聯合報**，第 2 版。
- (1959, 5 月 15 日)。菲華南管組，抵清水訪問。**臺灣民聲日報**，第 5 版。
- (1963, 1 月 8 日)。國文程度低落，應即謀求補救辦法。**臺灣民聲日報**，第 2 版。
- (1964, 4 月 30 日)。南市昨盛典，紀念鄭成功，復臺三〇三年。**聯合報**，第 2 版。

(1969, 5 月 2 日)。中央廣播電台，歡迎崇德樂團。聯合報，第 5 版。

四、訪談

訪問陳國藏與李元泉 (2021, 1 月 15 日)。臺北市延平北路住所。

訪問陳國藏 (2021, 3 月 12 日)。臺北市延平北路住宅。

訪問江淑貞 (2021, 4 月 16 日)。臺北市民權東路摩斯漢堡。

訪問王金櫻 (2022, 6 月 23 日)。臺北市北投區住所。

訪問蘇玉蘭 (2022, 6 月 24 日)。彰化縣員林鎮住所。

訪問黃美悅 (2023, 1 月 12 日)。高雄市住所。

電訪黃美悅 (2019, 2 月 10 日)。高雄市住所。

“Common” and “Elegant” : A Discussion on the Artistic Pursuits of Taiwanese “Nanguan Opera” in the 1950s to 1970s

Ying-Yu Lu*

Abstract

In the 1950s to 1970s, the term Nanguan Opera in the Taiwanese theater scene commonly referred to what is now known as Jiuja Opera or Jiaojia Opera. During this period, Taiwan Nanguan Opera focused on the performance of "vernacularization" and its musical source, Nanguan, which not only inherited the performance characteristics of Nanguan Bai Zi Opera in Taiwan Commercial Theater during the Japanese Occupation but also expanded the influence of Nanguan. This helped solidify its audience base and enabled its survival in the Taiwanese theatrical landscape.

However, in the 1950s to 1970s, Taiwan Nanguan Opera was also influenced by factors such as local Bai Zi Opera, the Taiwanese language context, the image of Nanguan, and the nostalgia of Fujian immigrants.

This article starts by examining how the Taiwanese theater community came to use the term Nanguan Opera and attempts to clarify its connection to the development of Nanguan Bai Zi Opera in Taiwan Commercial Theater during the Japanese Occupation. It also explores how Taiwan Nanguan Opera established itself within the Taiwanese theatrical landscape in the 1950s to 1970s, its interactions with Nanguan, and whether its decline was a historical accident. Through these inquiries, the article aims to extend its exploration into the cultural significance of Taiwan Nanguan Opera.

Keywords: Nanguan Opera, Nanguan, vernacularization, Taiwanese

* Adjunct Instructor, Department of Traditional Music, Taipei National University of the Arts
Ph.D. Program, Department of Theatre Arts, Taipei National University of the Arts

「通俗」與「雅正」——1950~1970 年代臺灣南管戲的藝術追求問題探討

虛擬作為一種新現實：從新物質主義的觀點 探析虛擬存有論¹

邱誌勇*

收件日期：2024 年 8 月 1 日

接受日期：2024 年 11 月 1 日

摘要

二十世紀晚期，許多網路文化論者以二元化網路虛擬空間與實體物理空間之間的關係，因而漠視了身體在「虛擬實境」中的重要性，然而本文認為虛擬性並非存在於某個超越肉身經驗的領域裡，而是當身體出現在數位環境(即數位體現)裡，存在著某種「虛擬面向」(virtual dimension)。然而，虛擬實境科技及相關沉浸式媒體並不能單純地被視為一種技術，更需以一種特別方式組構受眾感知，成為一種「美學技術」。本文從新物質主義的當代思潮出發，進一步地重新論證虛擬藝術在當前的發展，不能以二元論的思維對「虛擬」與「真實」進行分立，觀眾(或參與者)參與在虛擬實境的作品之中，其感知仍是一種實在的經驗，並由此擴展所謂「真實」在當代物質文明下的定義與範疇，藉此宣稱「虛擬作為新現實」的新命題。因此，虛擬作為一種新現實是對於虛擬真實的轉向，也是對於虛擬美學的重新省視並朝向關係美學邁進。

關鍵詞：新物質主義、虛擬藝術、本體顯現、新現實、存有一認識論

¹ 本文為 112 年國科會專題研究計畫—「迎向虛擬媒介的考古學：從媒體型構與受眾感知的體現關係探析虛擬媒介的新物質主義」(國科會計畫，NSTC112-2410-H-007-071) 部分階段性成果。作者感謝三位審稿委員給予本文的支持與修改建議，使文章更臻完整，特此聲明並致謝。

* 國立清華大學藝術學院副院長、科技藝術研究所所長

壹、前言

每一個虛擬的世界都是一個新的現實。(David Chalmers, 2022)

在資訊文明蓬勃發展的 1980 年晚期到 1990 年中期，「虛擬性」與「互動性」成為主導資訊文化與資訊美學論述發展的兩個重要關鍵概念；其中，虛擬性作為數位科技的重要特質之一，允諾並聲稱心靈將可脫離身體、肉體而存在。二十世紀晚期，許多網路文化學者（如：Mark Slouka, Gordon Graham, Claudia Springer）²以二元化網路虛擬空間與實體物理空間之間的關係，因而漠視了身體在「虛擬實境」³中的重要性，然而本文認為虛擬性並非存在於某個超越肉身經驗的領域裡，而是當身體出現在數位環境（即數位體現）裡，存在著某種「虛擬面向」(virtual dimension)(Munster, 2006)。在科幻文學與電影的歷史中，文學家、電影導演對「虛擬實境」的想像早有諸多的描繪。在《美麗新世界》(Brave New World, 1932)中，Aldous Huxley 想像出一但帶上特製眼鏡便能沉浸到影像世界中的科技，參與者不僅能觸碰到影像中的物件，更能嗅到影像中的氣味。而改編自 Stephen King 小說的電影《未來終結者》(The Lawnmower Man, 1992)更闡述著原本弱智的主角喬比 (Jobe)，經由實驗性藥物及虛擬設備的訓練後，成為失控的殺人機器，並試圖脫離肉身進入虛擬世界中稱王。而在著名的小說《神經喚術士》(Neuromancer, 1984)中，William Gibson 也深刻地描繪著主角凱斯浸入到一個數位世界中，透過虛擬的形式和影像，感受由數位運算所構成之經驗。上述在科幻文本中曾被視為純然幻想的敘事情境，如今已透過創新實驗的技術與機械設備一一被實現出來（邱誌勇，2018）。

從科幻文學的想像到技術創新的實踐，虛擬實境在技術上的精進與發展。早在 1911 年的《生活雜誌》(Life Magazine)中，Harry Grant Dart 便以《我們終將獲得幸福》(We'll All Be Happy Then)描繪出未來人們沉浸在被科技設備所圍繞的生活之中(Novak, 1911/2024)。1929 年飛行模擬器(The First Flight Simulator)便已經問世。Michael Goddard (2022)認為虛擬實境最早起緣於上個世紀 60 年代的活動圖像、聲音與電腦科技的交匯。以致，1962 年，Morton Heilig 發明的「仿真模擬器—Sensorama」可同時進行視覺、聽覺、嗅覺與觸覺等多種感官，而 Ivan Sutherland 與其助理則於 1968 年的麻省理工學院的實驗室中，創製了一項名為《達摩克里斯之劍》(The Sword of

² Mark Slouka (1999) 討論人類生活邁向一種所謂非真實的狀態，失去物質的實在性；Gordon Graham (1999) 認為網路科技使人們在網路科技中獲得如實的經驗，但卻無法將虛擬實境變成實在的事物，認為虛擬實境無法等同於真實；Claudia Springer (1996) 以身體退化與人類退化的觀點，認為人類面臨生存危機，取而代之的是機器般的存在。

³ 本研究將研究對象統一稱為「虛擬實境」，其主要原因是，當我們以「虛擬實境」來指涉虛擬科技時，主要是由「頭盔顯示器」(Head Mount Display, HMD) 所創造的視覺效果與現象，其主要在技術層面上的意義是由「投影螢幕 — (測試頭部旋轉角度或眼球動勢的) 感測器 — (收集感測資料以計算螢幕顯示內容的) 運算元件 — 立即影像與聲音的回饋」四個部分所組成而成，並強調「沉浸」(immersion)、「互動」(interaction) 與「想像」(imagination) 的三「I」特質。

Damocles)⁴的設備，以觀眾迎向前去，操作固定於天花板上的裝置，體驗虛擬的經驗。1981 年，Jaron Lanier 提出「虛擬實境」(virtual reality)一詞，用以指涉此種科技。爾後，SEGA、任天堂 (Nintendo)、Google、Facebook、HTC 等跨國公司紛紛投入技術的研發與商品化。

依循上述，Goddard 認為虛擬實境科技及相關沉浸式媒體不能僅被視為一種技術，更需以一種特別方式組構受眾感知，成為一種「美學技術」(aesthetic technique)。依循媒體考古學的脈絡，倘若將虛擬實境視為是當代重要的文化美學技術產物，則 Sybille Krämer and Horst Bredekamp (2013) 所指出文化技術研究的確與科學史、藝術史與圖像學等學科相互融匯，並由此拓展其自身領域，則可進一步深化人們對文化技術的理解。同樣在新科技媒體的研究中，Wolfgang Ernst (2013) 指出當前以軟體與演算法為基礎的數位檔案或數位記憶，同樣屬於文化技術範疇，更使人們見識到媒體技術或機器自身所擁有的某種能動性。Ernst 對媒體的時間性或機械時間有深入的研究，並認為媒體為人們提供了一種與人類歷史截然區隔開來的「時間關鍵性視野」(time-critical perspective)，對應於人類歷史的「宏觀—時間性」(macro-temporality)，數位媒體對訊息的處理、操作、執行與同步化等結構則生成了一種「微觀—時間性」(micro-temporality)。Ernst 更進一步地在其論著《聲響時間機器：顯性聲響、靜默聲音與隱性聲波性》(*Sonic Time Machines: Explicit Sound, Sirenic Voices, and Implicit Sonicity*)中，將技術媒體的微觀—時間性與其所謂的「聲波性」(sonicity)連結起來，指向技術媒體和機器在訊號處理中產生的「操作性時間性」(Ernst, 2016: 21-30)。上述的當代論述彰顯出一明顯的特質，即：試圖重新關注科技的物質性，並以一種「新物質主義」(new materialism)觀點強調媒體物質的考古學思維，藉以探究物質文明導向的研究如何在當代媒介科技研究中展現作用。依此，本文從新物質主義的當代思潮出發，進一步地重新論證虛擬藝術在當前的發展，不能以二元論的思維對「虛擬」與「真實」進行分立，觀眾(或參與者)參與在虛擬實境的作品之中，其感知仍是一種實在的經驗，並由此擴展所謂「真實」在當代物質文明下的定義與範疇，藉此宣稱「虛擬作為新現實」的新命題。

⁴ 〈達摩克里斯之劍〉是一個會在受眾左右眼分別投射出由電腦生成圖像的裝置，而因人類兩眼之間的距離約有 10-12 公分，因此出現雙目視差。經由大腦認知神經處理之後，使受眾感知到一個類似實際存在物理空間中的立體物件。

貳、從新物質主義出發

新物質主義 (new materialism/ neo-materialisms) 是二十世紀橫掃社會科學與人文學的重要思潮，儘管關於新物質主義的確切定義及其相關思想論點之間仍存在著許多分歧，但是基本上新物質主義是跟隨著「物質轉向」(turn to matter/ material turn) 思潮而起的論點，且至少具備著兩層意義：首先，是人類中心式 (anthropocentric) 觀點的轉向，反對現代主義思想中對於二元論的假定，像是自然／文化、客體／主體、人類／事物、意義／事物等之間的劃分，認為傳統上視人類為世界的中心或人類是世界的認識者，這樣的觀點無法適恰的了解世界，尤其在數位時代裡，人類對於環境的理解更大程度的仰賴科技 (Oxford Research Encyclopedias, 2020)。其次，是對於何謂「物」(matter) 的物質性 (materiality) 的重新概念化。新物質主義之「新」源自於其與傳統物質主義的決裂，並重新審視，或擴延了「物質」的概念，且不再將物質視為具有或可被化約為某種實體 (substance)；反之，新物質主義觀點宣稱物質性並非某種固定的屬性，而是一種過程，物質化的過程產生了物質的本體狀態，而物質化的過程即代表著物質所具有的是某些能力 (Oxford Bibliographies, 2019)。因此，物質的概念擴大到意指關係、潛能、可能性，而且這些能力是可以獨立於人類而存在的。

Nick Fox 與 Pam Alldred (2017) 在思考新物質主義為社會學帶來的洞見時指出，對於「物」(matter) 的關注能夠跳脫傳統社會學對於結構的思考 (無論是結構主義或後結構主義)，重新將焦點放在本體論而非認識論的面向上。新物質主義的本體論觀點源自於一元論的思維，反對心物二元論的劃分，因而反對自然與文化、人類與非人類、底層結構與上層結構、微觀與巨觀之間的區分；依此，在新物質主義的本體論架構下不存在著結構、系統、機制，取而代之的是事件，無數的事件構成了物質的效果也共同生產了世界與人類的歷史。對於事物的轉向讓我們重新認識一元論世界，也讓我們認知到所有的事物必然都是有關連的、脈絡化的，而非本質且絕對的。因此，兩位學者認為新物質主義社會學所關注的是社會生產而非社會建構，也因此社會學所檢視的對象變成了「事物的能力」(matter's capacities)，關於事物如何互動、如何影響其他物質以及如何被其他物質所影響，與事物如何產製世界與人類史。新物質主義強調的是事物自我組織的能力，其生命力，而且在事物的內裡並不存在著任何與之對立的「心」或「靈魂」(Fox and Alldred, 2017: 7-8; 23-24)。由此，新物質主義所強調的是事物能做什麼，而非事物是什麼，也因此，所謂的「物質性」(身體、物件、器官、物種等等) 不應該被視為是在本體論上具有某些先驗的本質，各自佔據特定的空間，反之，物質性應該被視為是關係的，透過與其他身體、事物、觀點之間關係而獲得的本體論狀態 (亦即，關係本體論)。

重新梳理當前新物質主義的論點，不難發現許多觀點皆源自 Gilles Deleuze 與 Felix Guattari，以及相關的文化與性別理論。本文並無意圖聚焦在深入討論 Deleuze 與 Guattari 的理論；然而，因當代討論虛擬藝術的美學本體時，多數學者都是從 Deleuze 出發，受其影響甚深。在眾多論著中，

與藝術、社會學有關的新物質主義論點，且能適用於理解虛擬藝術的論點，分別為：Bruno Latour 的行動網絡理論、Deleuze 與 Guattari 的情動論、Karen Barad 的本體認識論，以及 Manuel DeLanda 的物質主義現象學。Latour 的新物質觀點建立在「行動網絡理論」(actor-networked theory) 上，行動網絡理論的核心翻轉了人類作為唯一行動主體的傳統社會學論點，Latour 認為能動性 (agency) 存在於或產生於關係網絡或社會聯結 (assemblages) 之中，而構成關係網絡或組合的行動體 (actants) 既是人類也是非人類。因此，關係網絡是異質性的，超越了傳統視為「社會」的構成，甚至囊括了所有文本、機制、建築等來自於其他除了社會學領域外的元素。由此，關係或組合的社會學觀點不再將自身的研究侷限在傳統的社會行動者 (人類) 概念上，而是思考人類與非人類實體 (entities) 之間的互動上。因此，我們可以說 Latour 的行動網絡理論對於新物質論觀點的貢獻在於：擴展了社會學想像的界限，超越了傳統「社會力」(social forces) 的解釋限制，並強調各種不同物質性的重要性；它同時也挑戰了社會學的本體論觀點，主張社會本體論其實是由各種不同的異質組合所構成的 (轉引自 Fox and Alldred, 2017)。

Deleuze 與 Guattari 被視為是當代最具影響力的新物質論學者，而與藝術領域最相關的則是提供了 DeLanda 關於互動、組織與社會組合理論的基礎，以及造就了社會科學中著名的「情動轉向」(affective turn)，將學者們的焦點轉向事物及其動態生產能力上。就許多部分而言，受 Deleuze 與 Guattari 的物質論觀點影響，Latour 與網絡行動理論學者，尤其是他們皆主張「關係本體論」，但是相較於 Latour，Deleuze 與 Guattari 的論點更著重在本體論的建立上，他們建立了一套更細緻的關於社會生產的微觀物理學。其新物質主義論點跳脫心物二元論，將身體與其他所有物質，無論是社會性的或是抽象的實體，皆視為「關係」，這些關係並不具有本體論狀態或本質性，「關係」本身與關係所產生的事物、思想之間並沒有本體論上的差異。換言之，在 Deleuze 與 Guattari 的新物質觀點下，「物質」的概念被擴展了，包含了所有的物與抽象的思維，亦即，當所有物質被放入「關係的聯結」(assemblages) 之中，它們就獲得了實體 (substance) 與型態，這些組合以各種方式發展出行動與事件 (同上註，17)；至於是什麼讓某些組合得以聚集在一起？他們認為在於這個組合所能造成「情動」(affect)、產生變化 (becoming) 的能力上，換言之，我們可以將「情動」理解為一種能夠造成改變，能夠在某個關係中造成狀態上的改變的能力 (情動力)。由此，「情動力」取代了傳統社會學的「能動性」(agency)，而且也擴展了能夠產生能動性的主體，因為所有的關係 (無論是人與非人、生物或非生物) 都具有情動力 (同上註，17-18)。

Barad 的新物質論觀點則是建立在認識論上，她主張我們對於世界的觀點皆是脈絡性的 (亦即交雜著物理學的與社會文化)，亦即，身為觀察者或研究者的角色總是影響著觀察的結果。因此，沒有所謂的客觀獨立於觀察對象的觀察者，也沒有絕對獨立的客體或物件。就此，或許用「現象」來指稱事物會來得更貼切，因為「現象」是脈絡化的，不具有絕對的、純粹的且等待被發現的「本

質」，一個現象是由許多「行動」(intra-actions)(事物之間的互動)所構成，也因此，事物的本體論(或存有)或所謂的真實(reality)是由構成現象的事物之間的互動所組成的，Barad 因此以「能動真實」(agential reality)一詞取代「真實」，而構成「能動真實」的必然涵蓋了客體與觀察者、自然與文化、文字與世界等二元論，也因此，事物與意義之間彼此交雜不再區分(同上註，19)。

DeLanda 的物質現象學則是建立在「世界」與「體現的心智」之間的「互動關係」上。「世界」，外在世界，是堅實的實在(如唯物論者所言)；「體現的心智」，心智並非抽象的、非物質性的主體，心智有其物質基礎，即身體機制。而人類作為一個認識的主體，是一個體現的主體，由無心智的認知主體(mindless cognitive agents)與有意識的主體所構成，這些主體具有不同程度的意向性，共同構成了一個極其複雜的、有理解力的心智主體。當主體感知外在世界時(透過身體的感官接受外在環境的各種符號)，即是這些認知主體將外在「符號」傳送並轉譯成內在符號與意向性符號，以驅使主體做出行動與反應。主體之所以能夠理解世界並與之互動，是因為事物的「性質」是在互動關係中「突現」(emergent)的。DeLanda 以物質現象學觀點，跳脫傳統物質主義將所有心靈現象化約為物質的觀點(將心智化約為大腦)，以及傳統現象學或唯心主義消除所有現象的物質基礎的觀點。他認為在物質主義與現象學之間的斷裂來自於「實體二元論」(substance dualism)——認為心智與身體各自具有不同的物質性(spiritual materials and physical materials)，DeLanda (2022)認為我們可以在「實體一元論」(substance monism)的原則下主張性質二元論(property dualism)，亦即：心智與身體各自擁有不同的性質，但是兩者皆屬相同物質性。

綜整上述關於新物質主義的各家論點，相信從人類中心主義的位置移轉至強調關係式的觀點，將有助於理解數位科技(尤其是虛擬科技)所帶來的虛擬現象。因此，本文試圖從新物質主義的觀點出發，並梳理出適合用來詮釋「虛擬藝術」的論點；在此，關於「虛擬藝術」一詞所指涉的是泛指使用虛擬科技來進行藝術創作者，涵蓋「擴增實境」(augmented reality)、「虛擬實境」(virtual reality)、「混真實境」(mixed reality)，甚至是最晚進因應通訊傳播科技發展而起的「遠程實境」(telematic reality)等類型，以及圍繞在這些議題上出現的關於「虛擬(性)」、「真實」、「美學」等主題的藝術哲學思維。然而，綜觀當前關於虛擬藝術的論述中，普遍存在著傳統物質主義的思維，致使人們時常落入「虛擬 vs. 真實」的二元論窠臼，並糾結在「虛擬實在論」(Virtual Realism)的成立條件(如：資訊結構、演算法、軟硬體等)，抑或是過於強調人的知覺在虛擬環境中的重要性，而推論出「沉浸感」的絕對重要性。雖然這些議題至關重要，然如何跳脫傳統物質主義的框架將更甚重要。若採取新物質主義的觀點，側重於物質化的過程與真實間的關係論證，便能依不同的情境勾勒出在每種情境中最相關的物質組合，避免陷入「虛擬真實是否為真？」此種雙重模糊性(dual ambiguity)的論題之中。

參、再訪「虛擬」，及其應對

何謂「虛擬」？在虛擬實境的相關論述中，我們不難發現當中存在著明顯的二元的本體觀點，即虛擬世界與真實世界之間的對立與想像。在虛擬科技啟蒙的 1960 年代，Sutherland 在其短文〈終極顯示〉(“The Ultimate Display”)中即指出，人們可以運用電腦圖形再現物理世界的各種現象，使那些超越人們感知能力的現象，得以被認知。由於電腦運算的存在，這些所謂無法感知的現象也可以透過電腦中介讓人們感知到，使過往從未有過的視覺表徵得已被展示出來。Sutherland 在文中的電腦顯示器其實就是一面通往數位世界的窺視鏡，他指出「終極的顯示方式將是一個房間，電腦在其中可以控制物質的存在方式。…… 通過適當的編程，這樣的顯示簡直就是愛麗絲夢遊的仙境。」(1965: 508)。而此文也被後人稱為虛擬或擴增實境技術的原爆點，而 Sutherland 的終極顯示其實就是將電腦作為通往虛擬世界之窗口的概念，通過這個窗口，人們得已看到虛擬世界的景象。

儘管在 Sutherland 發表的當下，許多虛擬技術尚未問世，但 Sutherland 認為只要通過電腦模擬的觀察過程，將人的頭部運動即時記錄下來，並讓電腦圖像追蹤其頭部方向的變化，並即時調整位置進行顯示，那個使用者便能在心理層面產生三維立體圖景。在技術上，Sutherland 利用兩個雙筒顯示器，由電腦分別顯示略有位差的圖像，透過光學透鏡的反射，在使用者面前合成一個虛擬圖像，並提供立體聲的聽覺感受。1968 年，Sutherland 與其實驗室中的成員，正式發表的「達摩克斯之劍」(the Sword of Damocles) 以「頭盔式三維顯示器」的形式問世，正式成為開創當代虛擬實境技術的新時代，也使其獲得虛擬實境之父的稱譽(Sutherland, 1968)。當代電腦科學家 Jaron Lanier(1989) 在電腦圖形學會 (ACM SIGGRAPH) 專業組 (panel session) 中與同場專家共同以〈時尚、興奮與希望：虛擬世界的三種面貌〉(“Hip, Hype and Hope—the Three Faces of Virtual Worlds”) 為題，有系統地陳述虛擬實境的含義，他認為，虛擬實境是非常像物理世界，於此之中，參與者在外表上感知到的那種實在感，也就是通過感官和物理世界所感知到的。Lanier 認為虛擬實境創造了後符號通訊的理念，因為它以符號進行通訊，直接製造出一種與其他人分享外部世界的模式。Lanier 對虛擬實境的系統描述，使其被尊稱為第一個虛擬實境的科學家。

從早期技術發展脈絡可知，虛擬實境逐漸引發了人們以傳統物質主義觀點對感覺真實性的廣泛討論，包括：虛擬世界作為真實(物理)世界的模擬，虛擬世界本身是否為真實的存在？人們在虛擬世界中所獲得的感覺是否為真？虛擬科技中介下由電腦繪圖所創造出的影像是否為實體？虛擬實境是否具有物質性？這些提問其實皆是源自於上文所述的傳統物質主義與二元本體的觀點，將虛擬與真實之間的對應定錨在非物質與物質，進而推論出虛擬世界因不具有物質性，因此不具有本體意義上的真實，並進而質疑虛擬體驗的真實性。正如上文所述，隨著新物質主義論點的出現，對於虛擬真實的論述也開始出現了不同且較為適切的論點。回溯與此相關的數位時代中的虛擬論述，早在 1988 年法國學者 Pierre Lévy 便在《化為虛擬：數位時代中的真實》(*Becoming Virtual*：

Reality in the Digital Age) 一書中，立基於當代技術的實際發展來探析虛擬的議題，宣稱虛擬不是虛假、幻覺或虛構，更不是與「真實」(real) 相對應，而是與「現實」(actual) 相比較。Lévy 提出虛擬應與現實的概念並置一同思考，而非將虛擬對立於真實的主要論點是認為，虛擬作為有疑問的複合體，乃是伴隨著情境、事件、對象，或實體的力或趨勢的節點，且具有產生某種效果的內在力量或能力 (capacity)，它是能夠形成一種「現實化」的創造性過程，也是值得探究的實體 (Lévy, 1998)。Lévy 認為，虛擬化風潮普遍是指數位科技所帶來的現象 (例如：文化活動的線上化、數位化)，但究其實，虛擬化更廣義的指涉存有 (being) 的過程。儘管 Deleuze 僅是在形而上的層次對虛擬與真實進行探究，認為虛擬本身具有現實性 (actuality)，卻對當代的虛擬哲學產生了重大的影響。Lévy 從 Deleuze 關於真實的構成理論出發，重新梳理 Deleuze 以四個元素 (兩個軸線)：「可能 (the possible) — 真實 (the real)」與「虛擬 (the virtual) — 現實 (the actual)」來說明存有的狀態。Deleuze 論證了「虛擬也是一種真實」的觀點，認為虛擬就是事物現實化 (actualized) 的過程，此一現實化包含了「具體型態可感知的存在」，以及「理想性的存在」兩個層面。依此，虛擬包含了可產生某種效果的內在力量或能力。簡言之，可能—真實這個軸線說明了所謂真實的事物是由某些條件所構成，例如：木頭是構成桌子的可能條件、資訊結構是數位影像的可能；而虛擬—現實軸線所關注的是事物在現實情況下發生 (也就是「現實化」) 的情境條件，虛擬與現實之間的關係類似於問題與解決之間的關係，也就是虛擬是未解狀態 (problematic) 而現實是未解狀態獲得了解決的狀態。換言之，我們可以將可能—真實軸線視為實體 (substance) 的面向，而虛擬—現實則是事件 (event) 面向；可能與虛擬是潛在隱晦的，而真實與現實則是外顯的 (Lévy, 1998)。

常見於虛擬實在論 (Virtual Realism) 論述中關於虛擬的「真實性」(reality) 探討時常是基於「可能—真實」軸線，因而陷入尋找構成虛擬真實的可能條件，且由於這組關係是決定性的，使得這類論點最後總是傾向於將虛擬真實化約為「資訊結構」，但又因為資訊結構與虛擬真實的多元現象之間的鴻溝使得論點變得跛腳。因此，有愈來愈多的學者 (像是 Lévy、Grant Tavinor 等) 主張從虛擬—現實軸線來思考虛擬真實，虛擬之於現實兩者並非等同或相似 (resemble)，而是一種回應 (respond) 關係，現實是對於虛擬的回應，例如：某個行動被化為現實 (發生了)，是對於相關虛擬情境 (不同要素構成的關係網絡) 的回應。由於虛擬性並不具有固定的構成與組合，因此不同情境下將產生不同的現實。此外，虛擬與現實之間是一個不斷變動、生成的過程，某個虛擬產生的現實也會回過頭來重新塑造虛擬，產生不同的虛擬情境並進一步產生不同的現實，如此不斷的演進與轉變。舉例而言，就一個電腦程式本身而言，它暗示著可能與真實之間的關係，例如：繪圖軟體與數位圖像之間，當人類介入使用或與這個電腦程式互動時，就暗示著虛擬與現實之間的關係，(例如：當這個程式被放入某個工作環境中，就涉及了不同團隊、不同的使用方式，產生了不同的結果，因此，現實化的過程是一種創造 (創新) 過程，它暗示著新質量 (quality) 的產生、觀念的轉化。

不同於 **Deleuze** 對於現實化的關注 (強調從虛擬到現實的轉變), **Lévy** 更側重於虛擬化 (從現實邁向虛擬) 的過程, 他認為虛擬化並非只是一種存有的狀態, 而是生存在數位科技時代中人們可以選擇的各種模態 (同上註, 17-18)。虛擬化的過程雖然是從現實回到虛擬的狀態, 但是並非如同從真實回到可能的「去真實化過程」(derealization), 虛擬化的過程雖是現實化的反轉, 但卻不是一種復原 (回復到原本的虛擬狀態, 例如: 從問題的解決回到未解決之前的「相同」狀態), 虛擬化的過程亦是一種創造, 是本體狀態的改變 (同上註, 26-27)。舉例而言, 影像的虛擬化, 有兩個層次上的表現, 一是二維畫作本身的數位化 (屬於可能—真實向度), 二是虛擬化過程中所涉及的可能關係組合 (屬於虛擬—現實向度): 工程師如何寫程式 (不同的工程師對於影像風格的解讀或許不同)、使用什麼科技 (繪圖軟體、AI 生成)、在什麼機構底下進行、基於何種用途與目的等等。因此, 虛擬化的過程是重新將事物放入不同的虛擬狀態之中, 它可能轉變成不同的本體狀態 (或者說, 改變了對於這個事物的不同本體狀態的關注)。這也是 **Lévy** 認為「虛擬化是創造真實的一個重要向度」之因 (同上註, 27)。

至此, 我們約略可看見承襲於 **Deleuze** 的論點, 無論是新物質主義或關係本體論, 都在於強調所謂的「真實」並非是物質的固定屬性, 而是現實化的結果, 而現實化的建立則是在人與物質之間的關係組合。如此新物質主義式的真實論點解決了傳統現象學的唯心論調, 也跳脫了傳統物質主義的限制, 激發了許多當代關於虛擬真實、虛擬本體論、以及虛擬美學的思想, 像是 **DeLanda** 的物質現象學、**Roberto Diodato** 的虛擬 (關係) 美學、以及上述 **Lévy** 的論點, 皆是將虛擬真實放在「虛擬—現實」的向度來思考, 凸顯了人與非人元素、人與虛擬科技之間的關係如何建構 (不同的) 虛擬真實, 以及知覺在虛擬真實的現實化過程中所扮演的關鍵角色。然而, 正如上文所述, **Lévy** 特別著重在現實朝向虛擬化的轉變過程, 而這個 (反向的) 過程卻鮮少被刻意凸顯 (尤其在虛擬真實的論述當中)。正如 **Tavinor** (2022: 9) 指出, 隨著虛擬實境相關科技的發展與應用, 出現了一種「虛擬轉向」(The virtual turn) 的文化現象, 直指當前人類的文化活動的全面虛擬化現象, 然而這股風潮卻未引發太多美學上的關注, 主要原因除了傳統物質主義的框限誤把虛擬放在真實的對立面, 而忽略了虛擬真實其實作為一種媒介真實, 它是媒介與人之間關係的現實化, 其美學意涵正在於此關係之中。因此, 欲探究虛擬美學, 勢必得進入虛擬媒介與人之間的複雜關係網絡之中, 尤其是 (虛擬) 真實如何在虛擬環境中產生, 而知覺在其中扮演的角色為何。以下將從新物質主義脈絡下的本體論觀點探討存有 (本體) 或真實是如何在知覺與科技的組合關係中顯現的。

肆、「存有－認識論」(onto-epistemology) 的轉向：知覺與「生成」真實 (generated reality)

從虛擬真實的論述爬梳中可見一條關於本體論的論述轉向，從心物二元論的形上學論點轉向新物質主義式的本體論，這個關於本體論的轉向意味著存有(或存在)並不存在著固定不變的本質，與其說「存有或本體」，倒不如說是「存有狀態」。亦即，所謂的真实 (reality) 或存在是在各種關係的組合中顯現的，是一種現實化與物質化的過程；虛擬真實是在虛擬科技與知覺的互動關係中生成的，這組關係可能涵蓋著科技(媒體)的視覺化與人的多重感官(視覺、身體的移動、觸覺等等)之間不同程度的互動而產生了不同程度的真實。這也說明了在虛擬實境的論述中總是不斷的強調虛擬科技與「感覺」之間的關係，諸如：Frank Biocca (1992) 認為虛擬實境是一種多感覺通訊技術。透過包含電腦、頭盔顯示器、耳機、觸感手套等硬體技術集合組成。Jonathan Steuer (1992) 則認為虛擬實境作為新的感知媒介，是一種經歷與體驗，而非機器。Johnny Hartz Søraker 則彙整關於虛擬實境的基本意涵，並歸納為三個主要流派：第一種是將虛擬實境視為一種新的通訊媒介。第二種是將虛擬實境理解為第一人稱的環境感知。第三種是將虛擬實境當成電腦互動模擬系統(轉引自 Ess and May Thorseth, 2011: 7)。William Sherman 與 Alan Craig 在《理解虛擬實境》(Understanding Virtual Reality: Interface, Application, and Design) 中給出了一個相對完整的早期定義，認為虛擬實境是「一個媒介形式，由多個互動式電腦模擬裝置組成，該裝置能夠探測用戶位置與行為，以及包括代替和擴大一種或多種感官的回饋，模擬出給參與者心理沉浸的感覺」(Sherman and Craig, 2022: 4)。與此之中，「沉浸」被視為是最初在表達虛擬實境這項前途看好的技術中最重要特質之一，虛擬實境更是「一種以消失為目的的媒介」(a medium whose purpose is to disappear) (Bolter and Richard Grusin, 1999: 21)。簡言之，「虛擬實境」是通過電腦運算與生成之三維空間，並藉由技術讓使用者透過視覺與聽覺的感受，產生身歷其境的感受(王柏偉，2020)。

(虛擬)科技與真實感受之間的關係被 Stéphane Vial 稱為「本體顯現」(ontophany)。Vial (2019) 認為每一種科技都是一種現象科技，透過科技事物的現象性得以向人類顯現(例如：透過顯微鏡，我們得以看見事物的微小結構；望遠鏡將超越肉眼視線可及之外的事物帶到我們面前)，不同的科技顯現不同的現象本體，因此，每一次的科技革命都是一次本體論上的革命。正如數位革命的作用是作為一種「數位顯現」(digital revelation)。數位革命讓我們意會到存有 (being) 的問題即是科技的問題；數位革命讓我們見識到數位科技將「對於未知世界的知覺」帶到我們面前，迥異於既存的知覺文化，這些新的知覺是前所未見的，且讓我們得以接近我們從未見過的存有 (beings) 與真實，這些存有產生於我們的螢幕與介面，其所造成的暈眩與不適也不斷的挑戰我們對於真實的看法。Vial 認為我們需要新的概念才能夠更好的掌握複雜的數位現象，以及更好的詮釋我們的數位經驗，

而這個新概念即是「本體顯現」(ontophany)，或稱之為「現象性」(phenomenality)——從現象學的視野來探討數位事實(Vial, 2019: 9-10)。換言之，每一種科技都是一種現象科技(而非只是全然中立的客體)，科技具有一種能力(power)，產生現象性的能力，科技的能力透過知覺(亦即科技與人之間的關係)讓事物顯現為「真實」；因而科技革命總是與現象存有有關的(ontophanic)，也就是說這場革命是對於「知覺結構」的撼動，以及透過科技，存有(ontos/being)如何向我們顯現(phaino/appears)，最後如何造成真實概念的改變。

每一種新科技都可被視為「本體顯現母體」(ontophanic matrix)，形構我們如何在世界裡經驗(experience-in-the-world)。每一種新科技總是撼動我們的現象慣習(phenomenological habits)，每一種新科技都造成一種「本體顯現轉向」(ontophany shift)。本體顯現意指一種介於科技與知覺之間新的現象構想(phenomenological configuration)。因此，與其說科技革命是科技本身的演進或汰換，它更指涉的是「知覺結構」的革命，而知覺結構的巨大改變造成了我們對於過去所認為的「真實」的改變。這也說明了為什麼 1960 年代認為虛擬世界是不同於真實世界(當時對於真實的觀點是建立在柏拉圖的形上學)，到了 1990 年代，像 Sherry Turkle 或 Michael Heim 開始至今(或是從科技現象學的觀點)，我們開始意會到真實與虛擬之間的對立是一種錯誤的形上論，虛擬與真實之間並沒有不同，人類一直以來都是透過科技來認識或構想真實，不同的科技構成了不同的知覺結構，人們透過數位科技學得了新的現象慣習，獲得了新的知覺結構，我們正學著(而且未曾結束)生活在「數位本體顯現」(digital ontophany)裡(轉引自 Vial, 2013)。

就此而言，知覺不僅是身體或意識的一個功能，同時也是一種社會功能。知覺總是受到文化因素所影響(文化因素構成知覺的條件)。因此，任何藝術的、科學的、或科技的創新對人類造成的影響或衝擊是因為這些科技影響或模塑了我們的知覺活動，進而造成了現象革命。Vial 指出數位革命不只是一次歷史事件，它同時也是一次哲學事件，因為數位革命影響了人們對於世界、存有的現象經驗，因此，數位革命是一次本體論上的革命(或稱為「本體論的轉向」)，一次朝向「本體顯現」(ontophany)的革命、從固定不變的，或二元論式的本體論，朝向「存有如何顯現」的本體論(Vial, 2019)。

如今，新物質主義提供我們一些洞見：物質的概念從實體(substance)的劃分基準離開，物質與非物質之間的區分不再是以物的「構成成份或條件」來界定，在新物質的觀點下，物質的概念被擴充了，涵蓋了抽象的思維與具體的物件，物質這個概念的內涵變成了「物質化過程」，變成了「關係網絡」。因此，所謂的「真實」所指涉的不再僅是具體的物件，真實是物質化與現實化的結果；既然真實是物質化與現實化的結果，那麼所謂的「存有」或「本體」自然而然就不是固定不變的，反之，是不斷處於變動與生成之中的狀態。藉由此新物質主義觀點介入虛擬實境議題，虛擬實境這項(現象)科技，從媒介的角度而言，其所帶來的衝擊在於它創造了一種截然不同於過去的媒介真

實，虛擬真實似乎保留了過去媒介真實的影子，例如：圖像中心主義；但又似乎具有某些獨特的樣貌，例如：強調沉浸感的虛擬環境。虛擬科技所帶來的「真實」衝擊並非在於這項「科技」本身，而是在於這項科技改變了知覺關係結構（科技並非直接改變人的「知覺」，而是改變了科技－知覺之間的關係結構），進而造成不同的「本體顯現」。因此，承續著新物質主義的觀點，上文梳理了「虛擬」一詞的定義並認為需要重新概念化：「虛擬」並非相對於「真實」的「非真實或不真實」，「虛擬」的概念應該放在與「現實」相同的軸線上，探索虛擬的現實化亦即物質化的過程如何產生虛擬真實（virtual realities）。因此，下文將提出一種關注於「虛擬介面－人（與他人）－影像」之間關係的虛擬真實的新物質主義觀點，一種「存有－認識論」（onto-epistemology），這組關係強調人在這個虛擬物質化的過程中與其他非人元素（或行動者）之間的關係，例如：介面（虛擬頭顯）在人的知覺上產生不同的真實效果，而人對這些真實效果所做出的回應也共同形塑了這場虛擬真實。因此，這組關係所關注的是一種從認識論而獲得的存有狀態，而這種存有狀態既涵蓋了個人層次的物質現象學也涵蓋了社會層次的藝術社會學。

伍、「虛擬科技－人－真實」關係

上文提及 Tavinor 曾指出，關於虛擬真實的藝術論述當中鮮少關注於虛擬藝術的美學層面，大多圍繞在真實的形上學問題，這是因為虛擬真實「作為一種媒介」（尤其是一種藝術媒介）這個事實未被重視，反而僅著重在虛擬真實本身是否具有某種特殊的真實性的討論上（Tavinor, 2022）。虛擬真實（實境）作為一種媒介，亦即虛擬科技作為一種創造真實的媒介，其本身並不具有某種固定的關於真實的本質，虛擬科技如同過去傳統的媒體（繪畫、攝影、電影等等）一樣，皆在於創造真實，唯獨虛擬科技以其所未有的方式在創造真實，而這個「前所未有的方式」通常被視為是「沉浸」與「在場」，亦即：虛擬媒介或虛擬科技所創造的真實是一種透過沉浸感與身如其境的感受（而這些感覺主要是透過身體的知覺所產生）而產生的。換言之，虛擬科技作為一種媒介形式，也如傳統媒介一樣是對於真實的再現、模擬或創造。但不可否認的是其獨特性應是在於：虛擬科技將知覺結構「虛擬化」與「現實化」的過程，這個過程是一個如同莫比斯環般的變動過程，在「虛擬科技－知覺－產生（虛擬）真實」的過程中，需要更多程度的身體、感覺、知覺的參與。因此，下文將檢視虛擬真實論述中關於「沉浸」與「在場」的論點，並指出光是凸顯沉浸或在場的重要性並無法精確詮釋虛擬真實的獨特性。

換言之，虛擬實境作為一種媒體，是關於真實的再現與想像的空間的配置，虛擬實境所傳達的是「空間經驗」本身，它是一種能夠產生特殊美學與藝術實踐的媒體。Tavinor（2022）主張從媒體

的角度論述虛擬真實，原因在於虛擬媒體也同樣承襲著傳統媒體或美學上對於真實的關注，尤其是圖像寫實主義 (pictorial realism)，唯獨虛擬真實更側重於多重感官的參與，使得虛擬真實脫離了原本圖像寫實主義的脈絡 (以視覺為主)，轉向關注於體感 (以知覺為主) 甚至達到一種超脫物理界限的理想狀態。從視覺轉向知覺的論述中充斥著對於理型世界 (ideal) 的過度想像與歡慶，例如：期待觀眾在虛擬環境中能夠獲得「像真的」一樣的經驗，或是拋開身體的侷限進入到一個全然想像的世界，這似乎都預設了一種「完美真實」(視覺優於其他感官，以及心靈優於身體) 的觀點。本研究認為這仍是心物二元論下的過度推論，倘若從現象科技的觀點介入，虛擬實境作為一種現象科技，無論是對於視覺的強調或是身體感覺的強調，皆是不同現象性的顯現。因此，虛擬真實論述中不斷強調的「沉浸感」，其實也出現在繪畫與電影中，觀者在其中產生了程度不一的沉浸感，不同的是虛擬實境中產生的沉浸感更為「真實」(或者更為貼近現實狀態)。因此，探討虛擬真實的獨特性的核心問題應該是：什麼讓虛擬真實變得更真？正如 Tavinor (2022: 1) 所言，虛擬真實除了是指「身歷其境的感覺」外，更深刻的體驗在於「發覺」(revelation)，(驚喜的) 發覺虛擬的空間存在於你的身後與周遭。也就是說，觀者 (參與者) 在虛擬環境中所獲得的驚喜並非只在於虛擬真實與實際真實之間的相似度，而是隨著身體的移動 (例如頭部的轉動) 看到了不同的影像，這種觀看或知覺的方式與現實生活中相似，因此，虛擬媒體特殊之處是在於它如何將我們平凡的感覺與知覺能力加以虛擬化 (而非只是將圖像虛擬化)，讓我們在虛擬世界中獲得知覺能力，虛擬本體也因而得以現實化。

當我們以新物質的觀點介入虛擬真實的探討時，即可發現虛擬真實的產生是因為科技將我們的知覺結構予以虛擬化，讓我們在虛擬環境中獲得了知覺的能力。因此，虛擬真實的現實化是因為虛擬科技與知覺之間的關係所構成，而非在於虛擬科技本身。從這個對於「關係」的觀點檢視「沉浸」與「在場」的相關論述即可發現：無論是沉浸或在場都不能被單獨視為是虛擬真實的獨特本質，因為沉浸是一種心理狀態，個人感受到被包圍在某個環境中並與之互動。因此，任何媒介真實都能達到沉浸的感覺，但是在許多虛擬真實的論述中卻總是將沉浸感視為虛擬真實的主要特徵，主要是因為沉浸的概念相當模糊，它既有「傳送」的意義，也同時與「注意力」有關。首先，就傳送的意義而言，沉浸一詞很容易被理解為「從現實環境中離開，進入某個虛擬環境或媒介真實之中」，如此的「傳送」意義其實是一種修辭隱喻上的使用，就物理空間而言，我們並未真的離開身體所在的物理空間並進入到另一個空間裡；其次，就「注意力」而言，沉浸是指將注意力轉移到另一個感覺環境而不注意外在環境，就像進入小說或遊戲的世界一樣 (Tavinor, 2022)。因此，就這兩層沉浸意義而言，沉浸並非虛擬真實所獨有。

就「在場」(尤其指電子媒介下的遠距在場) 而言，根據國際在場研究學會 (International Society for Presence Research, ISPR) 的定義：在場是指一種「在」(being there) 虛擬環境中的感覺，或是

更廣義的定義為：使用者誤以為未經媒介中介而出現在某虛擬環境中的「錯覺」(ISPR, 2024)。依此，虛擬環境中的「在場」是指透過媒體中介，尤其是知覺的參與而產生的身臨其境的感覺，而知覺的參與所產生的在場即是「空間在場」(spatial presence)：一種感覺到置身在虛擬環境空間中，一種「在那裡」(being there)的感覺，空間在場並非物理上的位移(physical displacement)，而比較類似於對於地點的錯覺(place illusion)。由此，虛擬環境之所以能夠產生空間在場的感覺，不一定來自於虛擬環境的「逼真度」(媒介真實與現實真實之間的相似性)，而是在於它所產生的感覺運動經驗的真實度，也就是使用者在虛擬環境中具有知覺的能力(看得到、聽得到)並與之互動的行動能力。因此，產生虛擬真實的關鍵在於虛擬科技能將知覺結構虛擬化的程度，當它能達到「知覺結構的同構」(perceptual isomorphism)時，它所創造的虛擬真實就愈逼真(Tavinor, 2022: 124-125)。

倘若我們相信虛擬真實是透過虛擬科技將知覺結構虛擬化或物質化的創造過程，那麼或許我們可以從新物質主義的觀點理解何謂創造或創意。源自於新物質主義觀點的物質本體論建立在兩個命題上：一是創意是一個「物質過程」，亦即創意、物質性與體現之間的關係；二是創意並非個人靈感閃現的「火光」(spark)，而是座落在身體、事物與觀念所構成的網絡之中。換言之，創意流動在生理、心理與文化關係網絡之中，此網絡可稱之為「創意－聯結」(creativity-assemblage)。這個「創意－聯結」架構出身體所能及的範圍、如何在藝術中感覺與慾望、科技發明與知識的發展。所以，創意並非關乎於誰或什麼事物是有創意的(例如：藝術物件的創意)，而是關乎於哪些物質被組合起來，以及他們如何產生新的事物或新的改變。於此，創意可被認定為是一個開放結局的情動過程(an open-ended flow of affect)，這個過程在組合的關係(人與非人所構成的關係)中產生了能夠行動、感覺、與慾望的創新能力。有創意的物件本身即是「情動(素)」(affects)，進一步在人類與非人類身上產生能力；意即，創意的特徵是過程性的、未完結的、像地下莖般蔓延開來。因此，創意不應該被理解為一種屬性(attribute)，或甚至是一種「潛能」(potential)，而是應該被視為是物件的「能力」(capacities)。簡言之，物件的情動力並非一種本質性的屬性，產品的情動力是在產品與人類以及非人類元素的關係中產生的(Fox and Alldred, 2017)。

從「創意－組合」的架構來檢視虛擬真實的創造過程更加凸顯了本文所強調的：虛擬真實是虛擬科技將知覺結構虛擬化，讓使用者在這個虛擬環境中獲得了知覺與行動的能力，並因此將虛擬現實化的過程。這個組合是由虛擬實境(科技)－人(知覺)之間的關係所構成，依照不同的科技規格與不同的使用者(包括使用者、其他參與者、以及製作者)構成了不同的關係組合，也因此產生了不同的(虛擬)真實。舉例而言，Chris Milk & Gabo Arora 的虛擬紀錄片(virtual documentary)《西卓上方的雲》(Clouds over Sidra, 2015)，攝影鏡頭跟隨著 12 歲的難民西卓(Sidra)進入她的日常生活，以第一人稱視角帶領觀眾進入她的學校、體育館、麵包店、一家人生活的帳篷裡。正如創作者所言，這部作品「不在於說故事，而是活故事(storyliving)。這是攝影或傳統電影語言所無

法提供的強烈感受，尤其在媒體充斥的世界裡，人們早已對視覺感到麻木。而虛擬實境成為一種同感機器（*empathy machine*），當使用者戴上虛擬實境裝置，他不是透過螢幕觀看，也不是透過窗戶觀看，而是置身其中，以更深層的方式感受、同理；於此，虛擬實境讓人類更像人類，它讓我們更接近真實，它的真實感是來自於使用者所感受到的同理心（*Bolger, Engberg & MacIntyre, 2021*）。在這部作品中，創作者透過虛擬科技建構了西卓的故事場景，這個虛擬環境因為第一人稱視角（自我中心式的圖像知覺）賦使（*affordance*）觀者能夠以最自然的方式感知西卓的世界，而這種最自然的感知方式其實就是透過虛擬科技創造出空間在場的感受，因彷彿如身臨其境（空間在場）而激起了觀者的同理心。此即 *Tavinor* 所言：我們的知覺是來自於環境對我們所開啟的行動潛能，亦即「環境賦使性」，正如我們在虛擬環境中，因為身體獲得了知覺與行動的可能，真實因此而產生（*Tavinor, 2022*）。

陸、結論

本文從新物質主義的觀點介入虛擬藝術的探討，指出虛擬藝術的相關論述與文獻中普遍存在著承襲於傳統物質主義觀點下對於真實的形上意義的過度關注，使得虛擬真實的探討總是圍繞在「真實與虛擬」、「真與假」等二元的對立上，因而忽視了虛擬科技作為一種美學技術的重要性以及虛擬真實的美學意涵。據此，在爬梳當代新的物質主義觀點後發現「物的轉向」也同樣出現在當代虛擬藝術的論述脈絡中。無論是藝術家或學者皆開始關注物質性、科技本身與虛擬真實之間的關係，開始關注虛擬真實的「真實」面向而非只專注在「虛擬」面向，亦即：虛擬真實的「真實性」並非建立在形上本體論意義上而言的「虛假」，或「不真實」，或「不存在」；反之，其真實性是建立在虛擬與現實之間的關係上而言的「存有或存在」。

從這個物質轉向的觀點出發，虛擬真實的探討開始關注在虛擬科技作為一種美學技術，它正以一種特殊的方式組構觀者（受眾）的感知。正如本文所述，這種特殊的方式即是指虛擬科技將平凡的知覺結構加以虛擬化的過程，讓觀者（使用者）可以透過虛擬科技在虛擬環境中獲得知覺與行動能力。也就是說，虛擬化的過程涉及設計者或藝術家如何透過虛擬科技（媒介）為虛擬環境創造出新的賦使性（*affordance*），這些新的能力或可能性是建立在虛擬科技對於知覺結構的模擬（例如：自我中心式的視知覺、身體的運動）以及觀者可與之互動的可能性上，當觀者（使用者）在虛擬環境中感知到環境中的賦使性，亦即：透過知覺而了解或知道如何與虛擬物件進行互動，此時虛擬真實就被現實化了，虛擬真實因而顯現了。

總結而言，本文的主要論點：「虛擬作為一種新現實」，並非試圖提出一個「新」的創建，而是提出對傳統現實的「補述」與「拓延」，除了是新物質主義觀點的引薦，更是對於虛擬存有論的反思。與其思考虛擬真實的形上學意義，倒不如將本體論或存有論放在行動認識論的視角上，思考從虛擬邁向現實的過程中，行動體（人與他人，以及科技）之間的關係如何影響或創造真實，虛擬化與現實化的過程如何在不同的關係組合中彼此交織，創造出不同的真實（本體顯現）。而虛擬科技作為一種藝術媒介，在虛擬化與現實化的過程中，其美學意涵除了創作者的創意與受眾的感知面向上，或許強調「關係」的面向更能詮釋虛擬美學的複雜含義。因此，虛擬作為一種新現實是對於虛擬真實的轉向，也是對於虛擬美學的重新省視並朝向「機械圖（影）像—科技介面—觀眾感知」的關係美學邁進。

參考文獻

一、中文部分

- 王柏偉 (2020)。VR 與形塑世界的三種模態。藝術松創刊號—VR 這回事，12-17。
- 邱誌勇 (2018)。虛擬實境藝術中的「本體論事件」與「共感聯覺美學」。現代美術學刊，36，59-78。

二、外文部分

- Biocca, F. (1992). Virtual reality technology: A tutorial. *Journal of Communication* 42, 23-72.
- Bolger, J. D., Engberg, M. & MacIntyre, B. (2021). *Reality media*. London: MIT Press.
- Bolter, D. & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge: MIT Press.
- Chalmers, D. (2022). *Reality+: Virtual worlds and the problems of philosophy*. New York: W. W. Norton & Company.
- DeLanda, M. (2022). *Materialist phenomenology: A philosophy of perception*. London: Bloomsbury Academic.
- Diodato, R. (2005). *Aesthetics of the Virtual*. NY: SUNY Press.
- Ernst, W. (2013). *Digital memory and the archive*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Ernst, W. (2016). *Sonic Time Machines: Explicit Sound, Sirenic Voices, and Implicit Sonicity*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Ess, C. & Thorseth, M. (2011). *Trust and virtual world*. NY: Peter Lang Publishing.
- Fox, N. J. & Alldred, P. (2017). *Sociology and the new materialism: Theory, research, action*. London: SAGE.
- Goddard, M. (2022). Genealogies of immersive media and virtual reality as practical. aesthetic machines. In Bernd Herzogenrath (Ed.), *Practical aesthetics* (pp171-182). UK: Bloomsbury.
- Graham, G. (1999). *The Internet: A philosophy inquiry*. New York: Routledge.
- Gibson, W. (1984). *Neuromancer*. NY: Ace.
- Huxley, A. (1932). *Brave new world*. NY: Harper Perennial.
- King, S. (1975). *The lawnmower man*. Cavalier.
- Lanier, J. (2017). *Dawn of the new everything: Encounters with reality of virtual reality*. NY: Henry Holt and Co.
- Leonardo, B. (1992). *The lawnmower man*. New Line Cinema.
- Lévy, P. (1998). *Becoming virtual reality in the digital age*. NY: Plenum Press.
- Munster, A. (2006). *Materializing new media: Embodiment in information aesthetics*. US: University Press of New England.

- Sherman, W. & Craig A. (2002). *Understanding Virtual Reality—Interface, Application, and Design*. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers.
- Slouka, M. (1999). The Road to Unreality. In Victor Vitanza (Ed.), *Cyberreader*. Boston: Allyn and Bacon, 1999. pp. 95-106.
- Springer, C. (1996). *Electronic Eros*. Austin: University of Texas.
- Steuer, J. (1992). Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. *Journal of Communication* 42, 73-79.
- Sutherland, I. (1965). The ultimate display. *Proceedings of IFIP Congress 65*, 506-508.
- Sutherland, I. (1968). A head-mounted three dimensional display. *Proceedings of AFIPS 68*, 757-764.
- Tavinor, G. (2022). *The aesthetics of virtual realism*. NY: Routledge.
- Vial, S. (2019). *Being and the screen: How digital changes perception*. London: The MIT Press.

三、網路資源

- ACM SIGGRAPH panel session. (1990). Hip, hype and hope-the three faces of virtual worlds. *ACM digital library* [On-line], 6-10. 取自 <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/328750.328798>。(瀏覽日期：2024年2月28日)
- International Society for Presence Research (2024). 取自 <https://ispr.info>。(瀏覽日期：2024年2月28日)
- Krämer, S. & Bredekamp, H. (2013.9). Culture, technology, cultural techniques -Moving beyond text.” *Theory, culture & society* 30 [On-line], 20-29. 取自 <https://doi.org/10.1177/0263276413496287>。(瀏覽日期：2024年2月28日)
- Novak, M. (1911). We'll all be happy then. *Paleofuture: The history of the future* [On-line]. 取自 <https://paleofuture.com/blog/2008/2/29/well-all-be-happy-then-1911.html>。(瀏覽日期：2024年2月28日)
- Permalink. The sensorama: One of the first functioning efforts in virtual reality.取自 <https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=2785>。(瀏覽日期：2024年11月13日)。
- Plate, L. Oxford Research Encyclopedias. (2020.03.31). New materialisms. 取自 <https://oxfordre.com/literature/display/10.1093/acrefore/9780190201098.001.0001/acrefore-9780190201098-e-1013>。(瀏覽日期：2024年2月29日)。
- Sencindiver, S. Y. Oxford Bibliographies. (2019.06.03). New materialism. 取自 <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780190221911/obo-9780190221911-0016.xml>。(瀏覽日期：2024年2月29日)

Vial, S. (2013.03). There is no difference between the 'real' and the 'virtual': a brief phenomenology of digital revolution. *Theorizing the Web 2013* [On-line]. 取自 <https://hal.science/hal-01164475>。(瀏覽日期：2024 年 2 月 28 日)

Milk, C. & Arora G. (2015). *Clouds over Sidra*. 取自 <https://docubase.mit.edu/project/clouds-over-sidra/>。(瀏覽日期：2024 年 11 月 13 日)。

The Virtual as the New Real: A Neo-materialistic Perspective on the Ontology of Virtuality

Chih-Yung Chiu*

Abstract

Many cyber-culture scholars in the late twentieth century took a dualistic view on the relationship between virtual and physical spaces. Although these Scholars disregard for the body, this paper argues that virtuality did not exist in any realm beyond corporeal experiences, rather there is a “virtual dimension” to digital embodiment. However, virtual reality and related immersive media should not be deemed merely a single type of technology, but an “aesthetic technique” that shapes the audience’s perception in a specific way. Starting from contemporary philosophical discussions on neo-materialism, this paper argues that it is impossible to dualistically distinguish the virtual from the real in the current development of virtual art, because the perception of a viewer (or a participant) immersed in a work of virtual reality remains essentially a physical experience. This paper also expands the definition and scope of “reality” in the context of contemporary material civilization, thereby putting forward its proposition of “the virtual as the new real” that represents a shift towards virtual reality, a reflection on virtual aesthetics, and the orientation toward relational aesthetics.

Keywords: Neo-materialism, virtual art, ontophany, the new real, onto-epistemology

* Vice Dean of the College of Arts and Professor and Director of the Graduate Institute of Art and Technology, National Tsing Hua University

國立臺灣藝術大學藝術學報稿約

- 一、本校《藝術學報》(以下簡稱本學報)為刊登藝術相關之學術性論述刊物，涵蓋美術、設計、傳播、表演、人文等五大學門，於每年六月及十二月出刊，全年徵稿，隨到隨審。歡迎國內、外各大專校院教師、機構研究人員及研究生惠賜學術論文。
- 二、本學報刊載之文章以未經發表為原則。請勿一稿二投、違反學術倫理或侵犯他人著作權。如有違反，法律責任由作者自行負責，且本學報於往後不接受該作者來稿。
- 三、來稿所用文字，以中文、英文為限。請使用 Microsoft Word 軟體處理，版面規格為 A4 直式，上下左右邊界為 2.5 公分，每頁右下角標註頁碼。
- 四、每篇文稿(含中、英文摘要、正文、註釋、圖表、參考文獻、附錄)字數以 8,000 至 20,000 字為原則(含標點符號)。中文摘要以 300 至 500 字、英文摘要以 150 至 250 字為原則(含關鍵字，以 3 至 6 個為原則)。為便於匿名審查作業，中、英文摘要及正文中請勿出現任何個人資料。
- 五、中文字體請使用新細明體，如須強調請使用標楷體，標點符號及空白字為全形字；英文字體請使用 Times New Roman，標點符號及空白字為半形字體。相關撰稿體例請參考「國立臺灣藝術大學藝術學報撰稿格式」，請逕至網站下載 <https://lib.ntua.edu.tw> (路徑：圖書館→出版中心→藝術學報→撰稿格式)。
- 六、作者需同意無償授權本學報以開放取用及非專屬授權方式，再授權予其他資料庫業者收錄於各資料庫中，並得數位化典藏、重製、發行、公開傳輸、授權使用者瀏覽、下載、列印等行為，且為符合紙本期刊或資料庫之需求，得進行格式及文字編輯。惟作者仍保有未來集結出版、公開傳輸與自我典藏等個人使用之權利，作者在再出版之著作中，亦須清楚註明於本學報初次出版之完整書目資訊。
- 七、因編輯需要，本學報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。
- 八、來稿若經刊登，將敬贈作者當期刊物 3 冊及抽印本 20 份，不另致酬，亦不收取任何出版費用。
- 九、來稿請以掛號郵寄紙本稿件 3 份、投稿者資料表及著作權授權書各 1 份，另備電子檔 Word 及 PDF 檔各 1 份(可存入光碟、隨身碟或 Email 至本學報信箱)。

收件人：國立臺灣藝術大學圖書館出版中心

收件地址：(22058) 新北市板橋區大觀路一段 59 號

聯絡電話：(02) 2272-2181 分機 1715。

有關投稿者資料表、著作權授權書等，請逕至網站下載 <https://lib.ntua.edu.tw> (路徑：圖書館→出版中心→藝術學報→投稿表單下載)。

藝術學報 第 115 期

出版機關：國立臺灣藝術大學

發行人：鐘世凱

主編：蔡秉衡

出版年月：中華民國一一三年十二月

創刊年月：中華民國五十五年十月

刊期頻率：半年刊

地址：220307 新北市板橋區大觀路一段 59 號

網址：www.lib.ntua.edu.tw

電話：02-22722181 分機 1715

印刷：新北市維凱創意印刷庇護工場 02-82266239

定價：新臺幣 500 元整

展售處：五南文化廣場

臺中市北屯區軍福七路 600 號 04-24378010

國家書店松江門市

臺北市中山區松江路 209 號 1 樓 02-25180207

版權所有·禁止翻印藝術學報

GPN：2005500004

ISSN：10213686

TAIWAN JOURNAL OF ARTS

Vol.115

Dec. 2024

Published by: National Taiwan University of Arts

Issued by: Dr. Chung, Shih-Kai, President

Chief Editor: Dr. Tsai, Ping-Heng, Professor

Publishing Date: Dec. 2024

Start-Publication Date: October 1966

Publication Frequency: Semiannual

Address: No.59, Sec. 1, Dagan Rd., Banqiao Dist., New Taipei City
220307, Taiwan, R.O.C.

Web Site: www.lib.ntua.edu.tw

Telephone: 02-22722181 ext. 1715

Printed by: New Taipei City Wecare Creative Printing Shelter Factory
02-82266239

Price: NTD 500

Sales Outlets: Wu-Nan Book Inc 04-24378010

Government Publications Bookstore 02-25180207

Copyright © National Taiwan University of Arts

GPN : 2005500004

ISSN : 10213686

Taiwan JOURNAL of ARTS

-
- 1 Humanities, Geology, and Geopolitics : A Case Study of the Geographic Shift of Contemporary Art in Taiwan
Jun-Honn Kao
-
- 29 The action research of improving body awareness ability in Ideokinesis method into ballet lesson
Yu-Tzu Chen
-
- 57 Exploring the Synergistic Interaction of Visual and Textual Disclosure Contexts in Native Advertising
Chao-Ming Yang
-
- 87 An Exploration of the Relationship between the Proportions and Dimensions of Feng-Shih-Yehs with Traditional Rulers
Shih-Chien Chan & Tzu-Chun MA
-
- 107 A Study on the Theory and Practice of Poetry and Music of Yau-tai Hwang's Anti-Japanese War Song "Azalea"
Yao-Tzu Chang
-
- 135 "Common" and "Elegant" : A Discussion on the Artistic Pursuits of Taiwanese "Nanguan Opera" in the 1950s to 1970s
Ying-Yu Lu
-
- 159 The Virtual as the New Real: A Neo-materialistic Perspective on the Ontology of Virtuality
Chih-Yung Chiu
-

Semiyearly print, Volume 20, Issue 2 (No. 115)

