

ISSN : 10213686

# 藝術學報

Taiwan Journal of Arts

半年刊

第十二卷第2期(總99期)

國立臺灣藝術大學

中華民國 105 年 10 月

藝術學報

第十二卷第2期(總99期)

Taiwan Journal of Arts

## 編輯的話

藝術學報創刊於1966年，是國內歷史最悠久的藝術類學術期刊，目前也是國科會臺灣人文學引文索引 THCI 收錄期刊，能維持至今，需感謝歷屆主編、編輯委員、評審委員、投稿作者以及讀者的努力與支持，才得以持續茁壯成長。

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

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

本期學報總計收22篇投稿論文，已完成初審及雙向匿名外審作業者共計19篇，經提本校出版編輯委員會議審議，最後決議通過刊登者共計14篇，刊登之論文包括美術學門3篇、設計學門4篇、傳播學門2篇、表演學門3篇、人文學門2篇。

國立臺灣藝術大學出版編輯委員會  
民國105年4月



# 藝術學報 第九十九期

## 目 次

設計	一、產品年代風格之研究 / 簡秋薇、林志隆、林榮泰 .....	1
	二、應用產品差異化設計策略於台灣文化創意皮件設計之研究 / 謝修環 .....	29
	三、動畫短片的敘事結構與色彩計畫研究 / 鐘世凱 .....	45
	四、動態網頁在動作風格組合上之審美性研究 / 陳瀚凱 .....	63
傳播	五、行動社群參與者社交動機與自我呈現策略之研究 / 楊美雪、 朱家瑩 .....	89
	六、〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典 繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉 / 賴玉釵 .....	109
傳播	七、臺灣箏樂發展的歷史軌跡及當代變遷 / 張儷瓊 .....	137
	八、論臺灣「跨文化劇場」改編四要素 / 朱芳慧 .....	175
	九、從實效與娛樂的劇場交流中獲得轉變 - 以扮仙戲《醉八仙》 為例 / 紀家琳 .....	207



# TAIWAN JOURNAL OF ARTS

Vol.99

November 2016

## CONTENTS

1. The Correlation between Story Structure and Color Plan in Short Animations /Shih-Kai Chung.....	1
2. Applying Product Differentiation Design Strategy to Cultural and Creative Leather Goods Design in Taiwan /Hsiu Ching Laura Hsieh.....	29
3. The Correlation between Story Structure and Color Plan in Short Animations /Shih-Kai Chung.....	45
4. AAesthetics Study of Dynamic Website in Action Style Combinations /Han-Kai Chen.....	63
5. A Study of Mobile Community Participants' Social Motivations and Self-Presentation Strategies / Mei-Hsueh Yang Chia-Ying Chu.....	89
6. A Preliminary Study on Transmedia Storytelling Approaches Applied in the Adaptation of an Interactive, Illustrated eBook: A Case Study on My Very Hungry Caterpillar /Yu-Chai Lai.....	109
7. The Historical Development and Contemporary Changes of Taiwan Zheng Music /Chang, Li-Chiung.....	137
8. On Four Elements of Adaptation of "the Intercultural Xiqu / Fang-huai Chu.....	175
9. To be changed from theater exchange of effectiveness and entertainment - for example Taiwan Religious Festival Theatre "Drunken Masters" / Chi, Chia-Lin.....	207

# 國立臺灣藝術大學出版編輯委員會組織辦法

89.10.17 八十九學年度第六次行政會議通過

91.03.05 九十學年度第十五次行政會議修正通過

93.12.14 九十三學年度第九次行政會議修正通過

97.2.19 九十六學年度第九次行政會議修正通過

- 第一條 為健全本校出版品之學術評審機制，提昇學術研究水準，特訂定出版編輯委員會（以下稱本會）組織辦法。
- 第二條 本會負責學校出版品之法規、徵稿、審查、編輯、印行等相關作業之研議。
- 第三條 本會設委員十六人，教務長及各學院院長為當然委員，另每一學門聘任兩位校外委員，由校長遴聘之。本校委員應少於委員會總人數之二分之一；各委員任期一年，連選得連任。
- 第四條 本會置主任委員一人，由教務長擔任並兼會議主席。
- 第五條 本會置執行秘書一人，由教務處綜合業務組組長兼任，負責執行開會決議，並處理有關出版品之編印、發行作業。
- 第六條 本會分別依美術學院、設計學院、傳播學院、表演學院、人文學院等五大學門各設置召集人一人，由各學院院長擔任之，負責該學門稿件初審事宜。
- 第七條 本會於預定出版品截稿後、編印前召開一次審查會議，必要時由主席召集臨時會議。開會時，需有全體委員二分之一以上出席，執行秘書列席。若非國科會申請獎助項目者，其校內、外委員人數不受比例限制。
- 第八條 本會委員及派兼人員均為無給職，但非由本校人員兼任者得依規定支給出席費。
- 第九條 本辦法未盡事宜，悉依相關法令辦理。
- 第十條 本辦法經行政會議通過後實施，修正時亦同。

## 104 學年度出版編輯委員會委員名單

審查類別	姓名	服務單位	職稱	備註
主任委員	鐘世凱	本校多媒體動畫藝術學系	教授兼教務長	校內
美術學門	劉柏村	本校美術學院	教授兼院長	校內
	李乾朗	國立臺灣藝術大學藝術管理與文化政策研究所	兼任教授	校外
設計學門	廖仁義	國立臺北藝術大學博物館研究所	助理教授	校外
	許杏蓉	本校設計學院	教授兼院長	校內
	賴建都	國立政治大學廣告學系	教授	校外
傳播學門	范丙林	國立臺北教育大學數位科技設計學系	教授兼系主任	校外
	朱全斌	本校傳播學院	教授兼院長	校內
	陳儒修	國立政治大學廣播電視學系	教授	校外
	李天鐸	實踐大學時尚與媒體設計研究所	教授	校外
表演學門	劉晉立	本校表演學院	教授兼院長	校內
	吳榮順	國立臺北藝術大學音樂學院	教授兼院長	校外
	林明慧	國立臺灣師範大學音樂學系	教授	校外
人文學門	廖新田	本校人文學院	教授兼院長	校內
	張婉真	國立台北藝術大學文化資源學院	教授兼院長	校外
	簡瑞榮	國立嘉義大學視覺藝術系	教授	校外

# 「國立臺灣藝術大學藝術學報」徵稿及審查辦法

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

## 第一條 宗旨：

- 一 本校為處理藝術學報之徵稿及審查事項，特訂定「國立臺灣藝術大學藝術學報」徵稿及審查辦法，以下簡稱本辦法。
- 二 本學報以鼓勵教師從事學術研究，提高學術水準，促進學術交流為宗旨。

## 第二條 徵稿：

- 一 本學報為與藝術相關之論著與調查報告之發表園地，於每年四月及十月出版，除提供本校教師投稿外，並歡迎全國各大學院校教師暨學術研究機構之研究人員投稿。
- 二 本學報得視各類別稿件及字數情況，決定獨立出刊以下類別：藝術學報（美術類）、藝術學報（設計類）、藝術學報（傳播類）、藝術學報（表演藝術類）、藝術學報（人文教育類）、藝術學報（綜合類）。

## 第三條 撰稿原則：

- 一 來稿所用文字，以中文、英文為限。
- 二 稿件請用電腦橫打，每篇文稿（含中、英文摘要、本文、註釋、參考文獻、附錄、圖表）字數以八千字至兩萬字為原則（含標點符號），圖文併計以 24 個版面（純文字滿頁 38 字×38 行=1,444 字）為限。
- 三 稿件正文與中、英文摘要請自行印出一式四份，連同投稿者資料表，寄交出版編輯委員會，經通知錄取後，再繳交確認文稿磁片（請用 word 文字檔儲存）及本校製發之授權書乙份。
- 四 中、英文摘要以 250 字為原則，摘要包含：研究動機、目的、方法、結果等；並列出中、英文關鍵字（key-words），關鍵字以不超過 6 個為原則。
- 五 為便於匿名審查作業，正文及中、英文摘要中請勿出現任何個人資料，來稿之附註及參考書目，請用 APA 格式。

## 第四條 稿件格式：

- 一 中文字體請使用新細明體，如須強調請用標楷體，文稿格式為橫向排列、左右對齊，並註明頁碼（置每頁文末右下角）；英文字體字體請使用 Times New Roman 體。
- 二 稿件首頁為 1、論文題目；2、作者姓名；3、任職機構及職稱、聯絡地址、傳真、E-mail。

- 三 稿件次頁為論文題目、論文摘要及正文。
- 四 稿件末頁以英文書明論文題目、作者姓名及任職機構、職稱。
- 五 稿件裝訂順序為：1、首頁資料；2、中文摘要（含關鍵字）、正文（含參考文獻、注釋）、圖表；3、英文摘要（含關鍵字）。

第五條 著作財產權事宜：

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

第六條 本學報不支付稿費，來稿若經刊登，將敬贈作者當期刊物 3 冊及抽印本 20 份。

第七條 稿件交寄：

- 一 來稿請以掛號郵寄新北市板橋區(220)大觀路1段59號臺灣藝術大學教務處綜合業務組「藝術學報出版編輯委員會」收。
- 二 有關本刊之「投稿者資料表」、「授權書」等，請逕至國立臺灣藝術大學網站查詢，網址為：<http://www.ntua.edu.tw>。洽詢電話：(02) 2272-2181-1151。

第八條 審查：

- 一 投稿稿件與本刊撰稿原則及稿件格式等規定不符者，主編得逕予退回投稿者。
- 二 稿件於投稿後委請出版編輯委員會各學門召集人或學門委員負責初審事宜。初審通過之稿件，聘請相關領域之專家擔任審查工作。
- 三 稿件複審分別委請校內、外學者專家三位審查之，經二人以上通過者始准予刊登。
- 四 送請審查之稿件，請審查人於三週內審閱完畢，註明審查意見後送回。。
- 五 稿件審查採雙向匿名方式進行，投稿者及審查人姓名均予保密。
- 六 審查意見共分四級：
  - (A) 同意刊登（建議 80 分以上）
  - (B) 修正後刊登（建議 80 分以上）
  - (C) 修正後再審（建議 79-70 分）
  - (D) 不同意刊登（69 分以下）
- 七 當審查分數或意見落差過大，稿件刊登與否，由「出版編輯委員會」依審稿委員之意見討論後決議之。
- 八 學報稿件之審查，酌致審查人審查費；其審查費之支給標準採按字計酬，每千字中文一百七十元，外文二百一十元，每人每件審查費之請領金額以貳仟元為限。
- 九 審查通過之稿件，本刊因編輯上之需要，保有刊登期數調整權。同一期同一作者以刊載一篇論文稿件為原則，如作者係一人以上者，則以第一作者為認定基準；如確有需要須及時刊載者，同一作者同一期中以加刊一篇為限。
- 十 投稿者撤稿之要求，需以書面提出，並敘明撤稿理由。為避免資源浪費，凡於送外審階段提出撤稿者，本刊一年內不接受其投稿。

第九條 本辦法經行政會議通過後施行，修正時亦同。



# 產品年代風格之研究

簡秋薇\*、林志隆\*\*、林榮泰\*\*\*

## 摘要

馬斯洛的需求層級理論主張需求的發展是連續、重疊、波浪式的演進。本研究以設計史的觀點，區分出五種年代風格—機能性、親人性、趣味性、個性化與愉悅性與之對應，探討電風扇與手機此兩個不同興起世代產品的年代風格演變及對不同背景受測者的影響。發現：1. 在受測者的背景條件中主修科系對於電風扇的年代風格認知有較大的影響，而手機則是性別的影響較大。2. 設計藝術背景與女性受測者對感性屬性有相對的高需求；3. 科技的產品因素影響男性多於女性，且越近代的產品其偏好度越高；4. 推測未來的產品風格演進趨勢，包含：機能的親人性、多變的趣味性、個性的愉悅性。

**關鍵字：**馬斯洛層級需求、產品設計、產品年代風格。

---

\*簡秋薇現為僑光科技大學生活創意設計系助理教授

\*\*林志隆現為國立臺灣藝術大學工藝設計學系副教授

\*\*\*林榮泰現為國立臺灣藝術大學設計學院創意產業設計研究所教授

## 壹、前言

科技的發展，推進了產品的設計與生產技術，就產品設計而言，近年來，產品除了基本的功能外，如何賦予產品特殊的風格形態，以滿足消費者的心理需求，已逐漸成為設計師的重要工作(Walker,1989)。特別是科技產品，越來越多的科技產品以一種人性化的姿態跟人們接觸與互動，透過適當的設計引導使用者學習，來解除使用上的疑慮，更貼近人性需求，從而改變使用者的行為與生活模式(Peter, 2000)。而且對消費者而言，品牌形象即是產品外觀所展現出來的風格，產品風格能將消費者與品牌聯繫起來。產品象徵的品牌，以及品牌消費最終的感情走向是產品，因此，具情感的產品設計可以發展品牌形象(Keller, 1993; Yen, Lin, & Lin, 2014)，也代表產品設計對於現今的消費市場具有舉足輕重之地位，亦至關重要。

產品設計隨著時間的演進，也從過去注重功能取向，逐漸傾向以消費者為中心而加入情感訴求，產品設計的外觀風格愈顯重要。關於產品風格，透過時間演進，以年代為區分依據，可以大致了解不同年代趨向的代表性產品設計風格，這種隨年代變化的風格差異，也因此顯露出設計元素內容上的區別。馬斯洛(1943)首次發表「人類動機的理论」(A Theory of Human Motivation Psychological Review)一書，書中提出了需要層次論，因此開啟各領域對人的需求相關探討。Yalch與Brunei(1996)曾讓消費者透過馬斯洛的人類需求層級，評估當時不同品牌的刮鬍刀和牙刷。Chan(2000)則曾從歷史的角度來看產品風格的轉變，探討風格是否可被測量，他認為產品風格可以反映文化狀態和社會面向特徵的特定類型。不管從消費者角度看產品，還是從年代探討產品風格，這些現象都與消費大眾的需求息息相關，然而，針對消費者對於產品風格認知的偏好，尚未同時透過年代與消費者需求進行更深入的相關分析，例如，不同年代的產品，是否真的存在較高的年代風格識別度？或是某年代的特定產品，是否只適合存在特定的年代？皆有待研究者探討。台灣過去從60年代至今的40幾年間，從家電產業到資訊產業帶領台灣在經濟上的起飛，因而由一個原始農業地區轉變成為高品質、高科技的經濟區域(Bernhard,2005)，也使得這片土地的子民有機會感受與使用，隨不同時代而轉變的生活用品，透過這些變化軌跡，可作為未來產業發展的參考借鏡，推測未來的設計發展趨勢。本研究目的有二，其一不同年代的產品，是否真的存在較高的年代風格識別度；其二某年代的特定產物，是否只適合存在特定的年代。

## 貳、文獻探討

### 一、馬斯洛人類需求層級

馬斯洛認為人類有五個需求層級，其發展規律主要包含：低層級需要是高層級需要的基礎；人類需求層次呈現波浪式發展；不同層次需求的發展既與個體年齡增長和發育相關，又與社會的經

濟、文化教育程度相關。如圖 1 所示，馬斯洛所描述的需求發展並非間斷的、階梯式的跳躍過程，而是連續的、重疊的、波浪式的演進(Maslow,1954)。儘管馬斯洛的需求層級理論缺乏實驗證明支持，但卻受到廣泛的接受(Soper, Milford & Rosenthal, 1995; Wahba & Bridgewell, 1976)。例如：Chung(1969)指出馬斯洛的五種需求的分類是有些人為的，因為在真實狀況之下，所有的需求是交互影響在一個人身上，然而馬斯洛卻提供一個簡化的方式讓管理者了解需求的類型，好像在一個確定的狀態支配某人的驅動力，這也提供給一些洞察歷史和未來的發展趨勢；Davis(1977)從企業管理與社會經濟角度解析馬斯洛的層級理論，假設在 1935 年馬斯洛五個需求的分佈為安全需求佔主導地位，其次是基本的生理需要，而 1985 年，社會和自尊的需求將佔據主導地位，其次是自我實現；Norwood (1999)主張馬斯洛的層級理論能被用於描述個人謀求不同發展階段資訊的種類之用，意即一當人們特意謀求不同資訊的時刻，代表其內心渴望取得不同階段事物的需求；Jordan (1999)則以馬斯洛所提出的人類需求五層次理論，以人因的應用提出產品的使用者需求理論，包含機能性(Functionality)、易用性(usability)、以及愉悅性(pleasure)三個層次；在 Jordan (2000) 的理論架構中，更結合 Tiger (1992) 的理論把愉悅性區分為生理愉悅 (physio-pleasure)、心理愉悅 (psycho-pleasure)、社會愉悅 (socio-pleasure) 與意識愉悅 (ideo-pleasure)，因此 Daniels (2001)認為馬斯洛最終的結論“自我實現”位處人需求本質中的最高階層，是出眾的，也許是他對於人類行為與動機研究中，最重要的貢獻之一。

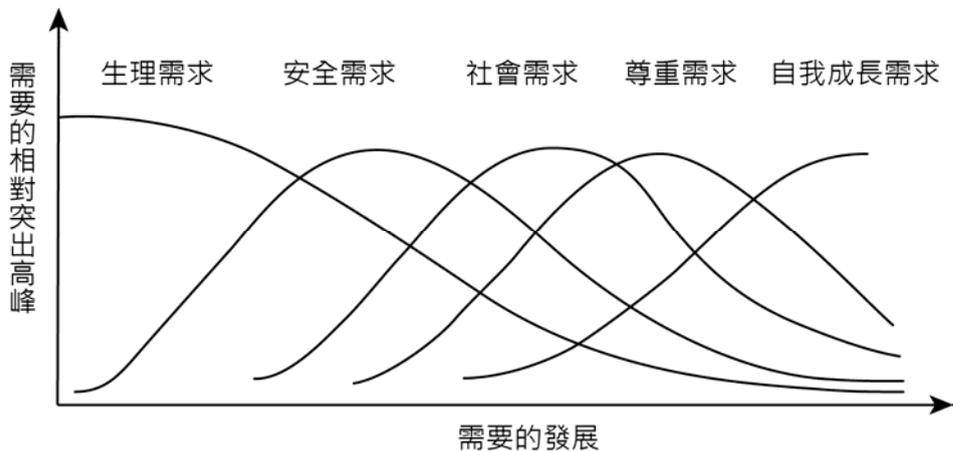


圖 1.需求層級的演進(Maslow,1954)

## 二、產品設計之年代風格

瑞士藝術史學家沃夫林 (H. Wölfflin) 在其所著《藝術史的原則》(Principles of Art History)一

書中，認為風格的形成主要是一.時代、2.民族氣質、3.個人性情的表現。他提出的概念、迄今仍廣為藝術設計史家所沿用。而中國文學大思想家劉勰(約465-520)在《文心雕龍》之〈時序篇〉以創作個性論述風格，其中探討的風格形成的客觀因素，包括創作對象(本研究所指即產品)因其特點和性質的不同，以及具體時代條件和歷史環境等對創作風格的影響。而且由於作者的創作總是在特定的時代歷史條件下進行的，所以活動在不同時代的創作者在風格上也會帶有該時代的印記，這就是所謂的“年代風格”。

從二十世紀初期包浩斯(Bauhaus)影響建築與產品設計開始的30年代開始，若以每20年為一個區隔，比對這些在跨越年代產生的各種風格主義，當最基本的產品可量產與使用功能被滿足，產品設計除了滿足功能需求之外，進而思考弱勢族群的公共空間使用權力，因此擴展成為50年代的親人性的設計概念，此與人類需求層級的安全需求可互相呼應，也就是說產品不只要可以用，也要好用而且符合友善的設計(Sparke et al 1997, Thomas & Marc, 2012)。當產品風格從功能性與親人性的角度被滿足，另一種需要改變的聲音產生。蓋瑞(Frank Gehry)、史塔克(Philippe Starck)和索薩斯(Ettore Sottsass)在1970年帶給了我們一個答案：設計將以個人為中心並以特色取勝(Smock, 2004)。而從1980年代晚期的產品設計主要目標在於使產品如何變得更個性化，自從SONY公司推出革命性的產品隨身聽之後，消費性電子產品如衣服珠寶一樣合身且可隨身攜帶(Dormer, 1993)。英國社會學家Giddens便提出「生活形式」(The Form of Life)的概念，來了解全球化對現代人日常生活所帶來的影響(盧詩韻, 2010)。丹麥專生產視聽產品的B&O公司，他們現在所接收的挑戰不在技術層面，相反地，挑戰來自生活型態的轉變，大家並未坐在客廳聽音樂或看電視而是在廚房、浴室、汽車、辦公室、街頭等不同場所從事這些活動(Verganti, 2013)。美國消費性電子產品展CES2016的消費趨勢與科技風向之焦點包含虛擬實境、自動汽車、新一代智慧家電與穿戴式裝置等(ETtoday科技雲, 2016)。21世紀，智慧型科技產品似乎無所不在我們的生活中，在高度經濟發展與豐碩的物質享受下，過去要求安全、效率與舒適的產品設計，已經不能滿足消費者的需求，消費者開始追求產品在心理及感情上愉悅的滿足。由情感所引導，豐富高尚的生活，提供日常存在的意義，提升了生命和資產的評價(Cacioppo et al. 2001 p. 173)。然而，整個二十世紀產品設計發展史的變化顯示，許多產品一旦發展成熟，功能日益強化或增加時，消費者卻不再專注重視產品功能面，卻將對於該產品實質功能上的使用需求，轉為對於產品外形塑造出的情感訴求。產品依據年代所發展出的年代風格與造形屬性整理如表1所示。以上亦呼應林榮泰(2005)利用科技、人性與文化創意之間的關係，意即透過科技發展所影響的設計風格，並與馬斯洛的五層級需求對應於諾曼(Norman, 2004)在情感設計一書所提出的本能、行為、反思三個設計層次，將產品年代風格演變由早期至近代分別定義為功能、友善、有趣、個性與愉悅(如圖2所示)。



圖 2. 科技、人性與文化創意之關係圖(修改自林榮泰，2005)

由前述相關文獻探討可知，產品造形依據不同年代製造技術的功能需求，與時代背景所形成的風格特性而產生不同的變化，並且對應馬斯洛的五種人類需求層級的相關學理探討可知，需求是由情感、情緒等使用者內在認知延伸到外在行為的一連串過程，而產品需求是由產品觀點來了解使用者由生理層次的使用功能到心理層次的愉悅需求的演變過程所產生的產品屬性之粹取，將作為本研究設計與量化研究問項的評估內容及方向。

## 參、研究方法

### 一、 研究設計

本研究以馬斯洛的需求層級理論作為使用者需求層級的依據，並以科技發展所影響的設計風格做為產品屬性的依據，並針對其對應的代表風格的特色，與產品屬性中所延伸的相關名詞。研究者利用各年代產品進行專家團隊焦點訪談，萃取出一個可以凸顯該特色的代名詞，分別為功能、友善、有趣、個性與愉悅。對照表 1 每個年代風格所代表的名詞分別是 S1 是 30 年代風格，產品屬性是功能、量產、成本；S2 是 50 年代風格，產品屬性是安全、操作、人因；S3 是 70 年代風格，產品屬性是多變、趣味、流行；S4 是 90 年代風格，產品屬性是獨特性、個性化、客製化；S5 是 21 世紀年代風格，產品屬性是情感、愉悅、人性。經過再次萃取，S1 以功能(Function)為代表，S2 以(友善)Friendly 為代表，S3 以(有趣)Fun 為代表，S4 以(個性)Fancy 為代表，S5 以(愉悅)Feeling 為代表。

表 1.馬斯洛五層級需求（使用者需求層級）與產品年代風格（產品屬性）之分析表

馬斯洛五層級需求	年代	年代代表風格	參考文獻	產品屬性	屬性萃取
自我實現需求	S5/ 21 世紀	後現代/多元	Bhaskaran (2005); Cacioppo., Berntson., Larsen., Poehlmann., & Ito, (2001)	情感、愉悅、人性	愉悅
尊重需求	S4/ 90 年代	後現代主義、加州新浪潮、解構主義	Bhaskaran (2005); 陸容之 (1990); 劉其偉 (1999)	獨特性、個性化、客製化	個性
社會需求	S3/ 70 年代	普普藝術、歐普藝術、孟斐斯	Bhaskaran (2005); Smock(2004); Dormer(1993)	多變、趣味、流行	趣味
安全需求	S2/ 50 年代	當代風格、流線型風格、有機設計	Bhaskaran (2005); Dormer(1993); Sparke, P., Hodges, F., Coad, E. D., Stone, A., & Aldersey-Williams, H.(1995/李玉龍、張建成譯); Thomas & Marc, 2012)	安全、操作、人因	友善
生理需求	S1/ 30 年代	德國工藝聯盟、風格派、包浩斯、結構主義	Bhaskaran (2005); Sparke, P., Hodges, F., Coad, E. D., Stone, A., & Aldersey-Williams, H. (1995) /李玉龍、張建成譯；劉其偉 (1999)	功能、量產、成本	功能

實驗產品類別則根據台灣行政院主計處的家庭設備普及率統計調查，在 2013 年普及率超過 90%的設備有彩色電視機(99.3%)、電話機(94.7%)、行動電話(92.6%)、冷暖氣機(90%) (102 年家庭收支調查報告，行政院主計總處)。表示這兩個樣本是受測者熟悉的產品，既然普及率高表示消費者對此產品的接觸多且熟悉，所以即使透過圖片的調查，亦可較快喚起受測者對該產品的使用記憶與感覺，彌補本研究在調查上的限制。本研究之實驗樣本選擇，則是以上列四種高普及率之產品，透過 1.產品的年代風格變化多樣容易區隔，2.存在消費市場的時間有差異，這兩個條件篩選出兩種產品，這兩種產品一個超過百年，而另一則為近代產品，而近代產品的市場存在即使不及百年，但仍可由產品某個特性的演進，區分出五種年代風格者。本研究最後選擇了行動電話與冷暖氣機類似可產生環境溫度改變功能之產品—電風扇。

## 二、受測樣本

本研究從電風扇與手機篩選實驗樣本。主要根據年代為節點區分，以 1890 年就被開發設計出來的電風扇，可實際用 30、50、70、90 與 21 世紀五種年代來區分風格；而年代未達百年的產品則依照五種的年代風格，仍舊可以套用在近代產品之上，以 1985 年被開發設計的手機而言，而影響手機型態最具體且有數據的產品規格為「重量」，故以手機之產品重量之演進為風格區隔。兩種相差近百年被生產出來的產品為實驗樣本，以相同的實驗程序為之，每個步驟皆以電風扇先行，隔周再進行手機，相同的受測者，相同的受測環境。以文獻探討中所提到的五種年代風格，為了簡化說明文字，後續皆以 S1 代表 30 年代風格，S2 代表 50 年代風格，S3 代表 70 年代風格，S4 代表 90 年代風格，S5 代表 21 世紀年代風格。

實驗樣本之圖片來源主要有二，一是生產該產品之主要品牌之官方網站，二是銷售該產品之官網，由兩位資深工業設計師篩選兩類產品（電風扇、手機）各 100 個樣本(每個年代 10 個)，再由另外三位專家包括一位十年以上經驗的資深工業設計師與兩位十年以上教學經驗之學者，根據與控制變項，如表 2 所示，再各篩選出 50 個樣本(每個年代 5 個)。

表2. 樣品挑選根據與控制變項

產品	S1	S2	S3	S4	S5	控制變項
電風扇	年代 1935~ 座地扇	1950~ 座檯扇	1990~ 擬物造形、USB高塔扇等 電風扇等	1998~	2005~ Otto 木扇、Dyson 空氣倍增器等	生產年代/ 操作功能/ 外觀造形
手機	年代 1985~ 750g 黑金剛	1991~ 250g 符合嘴與耳距離	1999~ 100g 型態多元、千變萬化、蓬勃發展智慧型手機	2006~ 60g	2007~ 112g	生產年代/ 機重量/ 智慧 手機

### 三、觀察樣本

從馬斯洛的五個人類需求層級發現，從生理需求到自我實現，以及從產品風格年代的從功能到愉悅，都是從理性到感性的過程，也呼應 Chien(2015)指出理性與感性這個屬性有助於產品設計的定位，對消費者也有影響。因此本研究以理性、中性與感性三種產品屬性作為樣本選擇之指標。

1.受測者：國立聯合大學工業設計系三年級與四年級學生，總共 40 位(20 名女性/20 名男性)。

2.材料：將 50 個樣品之圖片彩色列印出並製成卡片，尺寸為 A5 大小。

3.步驟：

(1)依照五種風格分成 5 群，每群 10 張產品圖卡，排列於桌面。

(2)受測者依照自己的設計經驗與對產品的認知，分別挑出最具理性、中性與感性之屬性代表產品，並將之填寫於問卷單上。

(3)統計最高次數者，最後將樣本數縮減為每個年代 3 個共 15 個，如圖 3 是電風扇的最終樣本，圖片下方是產品編號 fA~fO，圖片上方標示其所屬年代風格。圖 4 是手機的最終樣本，圖片下方是產品編號 cA~cO，圖片上方標示其所屬年代風格。本研究的圖片皆以產品原來色彩並去除背景處理之。



圖 3.十五個電風扇樣本



圖 4. 十五個手機樣本

#### 四、問卷設計

問卷設計以使用者需求層級與產品屬性為依據，問項 1~10 是使用者需求層級面向之設計，以馬斯洛的五層級需求為基礎，透過名詞的轉換，每個層級建立 5 個問項。並請三位專家(同樣本)，作問項修正，最後將問項收斂成 2 個。問項 11~15 以林榮泰（2005）提出的透過科技發展所影響的設計風格的五種產品屬性之代表性名詞—功能、友善、趣味、個性與愉悅為內容。換言之，問項 1 與 2 是根據馬斯洛五層級之生理需求所設計，問項 3 與 4 是根據馬斯洛五層級之安全需求所設計，依此類推到問項 10；問項 11 則是關於產品屬性的功能性，問項 12 則是關於產品屬性的友善，依此類推到問項 15。例如在生理需求的對應問項，電風扇是針對它的基本功能需求——可以產生涼風，改善環境溫度，以及它的使用操作方便性為設計依據；手機的基本功能需求——通話收訊是否良好，操作性的撥打方便性為設計依據。安全需求的對應問項，電風扇是針對人因方面的安全與舒適性的問題為設計依據；對應在手機的人因問項則是方便攜帶與握持的人體工學需求。在社會需求的對應問項，則是針對擁有這個產品是否可以讓消費者在流行性與生活產生變化方面，可與整個社會脈動有共感為設計依據。在尊重需求的對應問項，則是針對提升品味與身分地位的被生活中的群體重視與被尊重為設計依據。在自我實現需求的對應問項，則是針對生活更美好與自我滿足所產生的良好感覺為設計依據。

表 3 是收斂後之正式問卷，左邊是電風扇之問項，右邊是手機之問項，分別有 15 個問項。受測產品以隨機的方式產生順序，而問項則是固定的，從第一層級到第五層級順序排列，每個產品分別有 15 個問項，問項的尺度是五點量表。本研究之問卷調查共分兩階段，第一階段調查電風扇，第二階段調查手機，每一階段問卷作答時間約 20~25 分鐘，兩階段問卷皆完成之受測者可得到台幣 50 元超商禮卷一張。本問卷以網路問卷 Google 雲端硬碟之表單為工具，第一階段與第二階段問卷答題時間相隔一週，問卷回收之後，以 SPSS 軟體統計分析其結果。

表 3.問項設計

電風扇	手機	理論細項	理論依據
1.您覺得這種電風扇吹起來夠涼嗎?	1.您覺得這種手機收訊好嗎?	生理需求	人類需求 的層級(馬 斯洛, 1954)
2.您覺得這種電風扇好操作嗎?	2.您覺得這種手機撥打方便嗎?		
3.您覺得這種電風扇使用起來安全嗎?	3.您覺得這種手機攜帶方便嗎?	安全需求	
4.您覺得這種電風扇使用起來舒適嗎?	4.您覺得這種手機符合人體工學嗎?		
5.您覺得擁有這種電風扇會讓您有跟上流行嗎?	5.您覺得擁有這種手機會讓您有跟上流行嗎?	社會需求	
6.您覺得擁有這種電風扇會讓您生活有變化嗎?	6.您覺得擁有這種手機會讓您生活有變化嗎?		
7.您覺得擁有這種電風扇可提升你的身分地位嗎?	7.您覺得擁有這種手機可提升你的身分地位嗎?	尊重需求	
8.您覺得擁有這種電風扇可提升你的品味嗎?	8.您覺得擁有這種手機可提升你的品味嗎?		
9.您覺得擁有這種電風扇讓生活更美好嗎?	9.您覺得擁有這種手機讓生活更美好嗎?	自我實現 需求	
10.您覺得擁有這種電風扇讓感覺更良好嗎?	10.您覺得擁有這種手機讓感覺更良好嗎?		
11.您覺得這種電風扇功能足夠嗎?	11.您覺得這種手機功能足夠嗎?	功能	
12.您覺得這種電風扇使用起來友善嗎?	12.您覺得這種手機使用起來友善嗎?	友善	
13.您覺得這種電風扇令人覺得有趣嗎?	13.您覺得這種電風扇令人覺得有趣嗎?	趣味	
14.您覺得這種電風扇令人覺得個性化嗎?	14.您覺得這種電風扇令人覺得個性化嗎?	個性	
15.您覺得這種電風扇令人覺得愉悅嗎?	15.您覺得這種電風扇令人覺得愉悅嗎?	愉悅	

## 五、受測對象

將參與者以其背景條件包括理工、設計藝術與其他專業或學習背景，並同時區分學生或在職人士，所以共有六種，以及性別男女兩種。學生主要來自國立聯合大學、國立台北科技大學與國立台

灣藝術大學，而在職人士則是來自 FB 社群網站的分享連結，皆為有正當職業之成年者，背景條件頗為多元，基本資料統計如表 4 所述。

表 4. 參與者背景的描述

科系	理工	設計/藝術	其他	總計	
N	55	106	40	201	
身份	學生	41	74	16	131
	在職	14	32	24	70
性別	女性	19	66	31	116
	男性	36	40	9	85

## 肆、結果與討論

### 一、問卷信效度分析

第一段問卷—電風扇，共回收235份有效網路問卷，第二階段問卷—手機，則回收210份有效問卷。以同人多次重複驗證(intra-observation)，第一階段參與者與第二階段之參與者必須是相同的，故將第一階段與第二階段者之填答者做一重複比對確認，得到兩階段皆有填答者共201份，也就是說回收有效問卷201份，有效問卷回收率85.5%。為了控制參與者這個變項，在問卷的開端與基本資料的需求皆做了明確的要求。

回收後之有效問卷以SPSS軟體進行信度分析，在第一階段問卷—電風扇之信度值Cronbach' s  $\alpha$  達到0.974，屬於高信度。第二階段問卷—手機之信度值Cronbach' s  $\alpha$  達到0.982，屬於高信度。接續以因素分析法作效度的分析，電風扇與手機分別以15個問項作因素分析之KMO值分別是.920與.939，Bartlett球形檢定的Sig.值皆為.000，兩者皆屬於非常適合進行因素分析之解讀。另外一個檢測，則是以多向度評量軟體(MDS)作偏好資料多向度(MDPREF-MultiDimensional Preference data)分析受測者對於電風扇與手機之偏好所產生之產品屬性之差異。

### 二、產品年代風格之軸向分布

圖5是第一階段實驗—電風扇之多元尺度法(ALSCL)，推導的刺激物就是五種年代風格產品的知覺圖。圖6則是第二階段實驗—手機之多元尺度法(ALSCL)，推導的刺激物就是五種年代風格產品的知覺圖。從五種年代風格S1、S2、S3、S4與S5的軸向分布，可以發現電風扇與手機出現不同

的分布狀態。電風扇之S1與S2在同一象限，其他則是分屬不同象限，而手機之S2與S3則在同一象限，其他則是分屬不同象限。

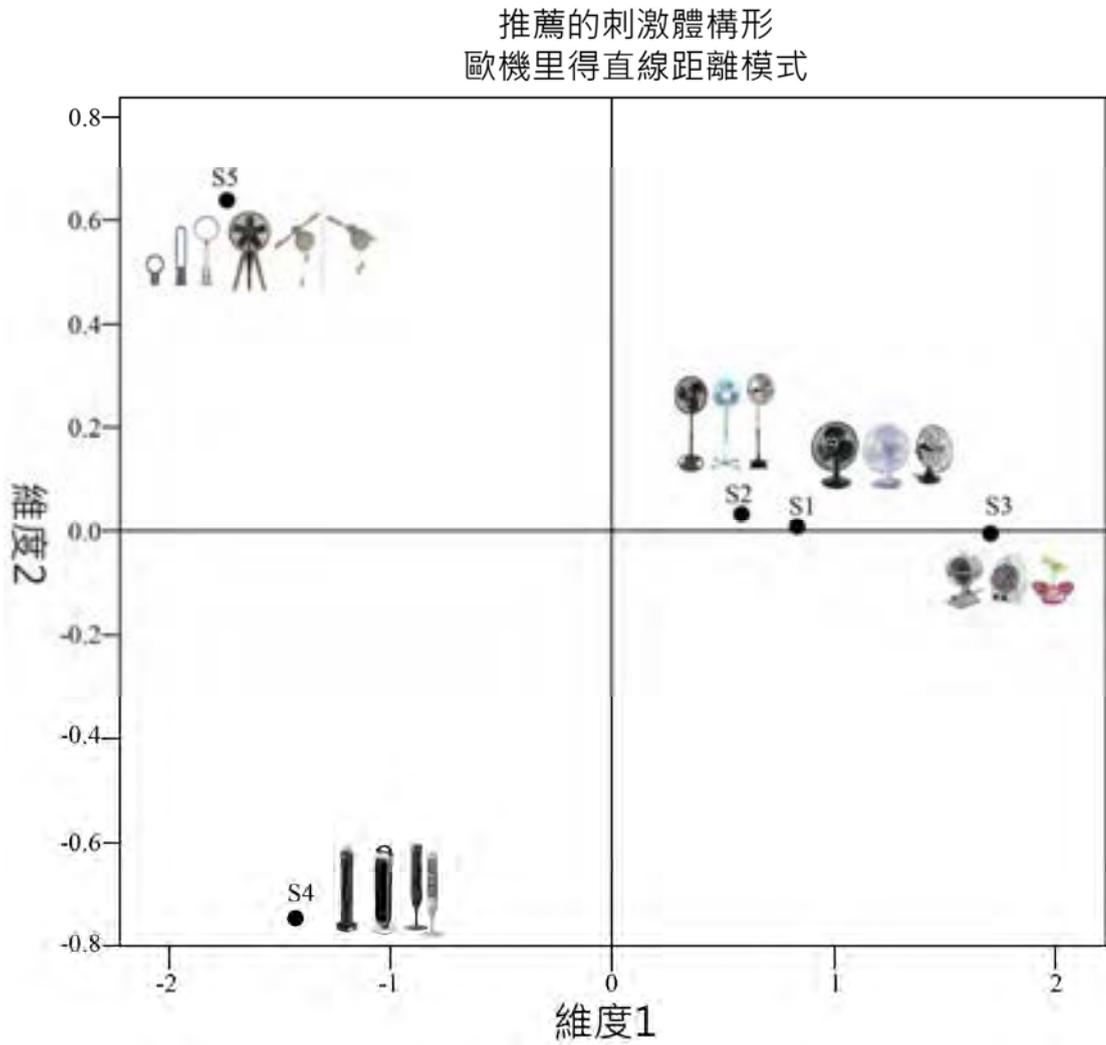


圖 5. 電風扇的知覺圖

推薦的刺激體構形  
歐機里得直線距離模式

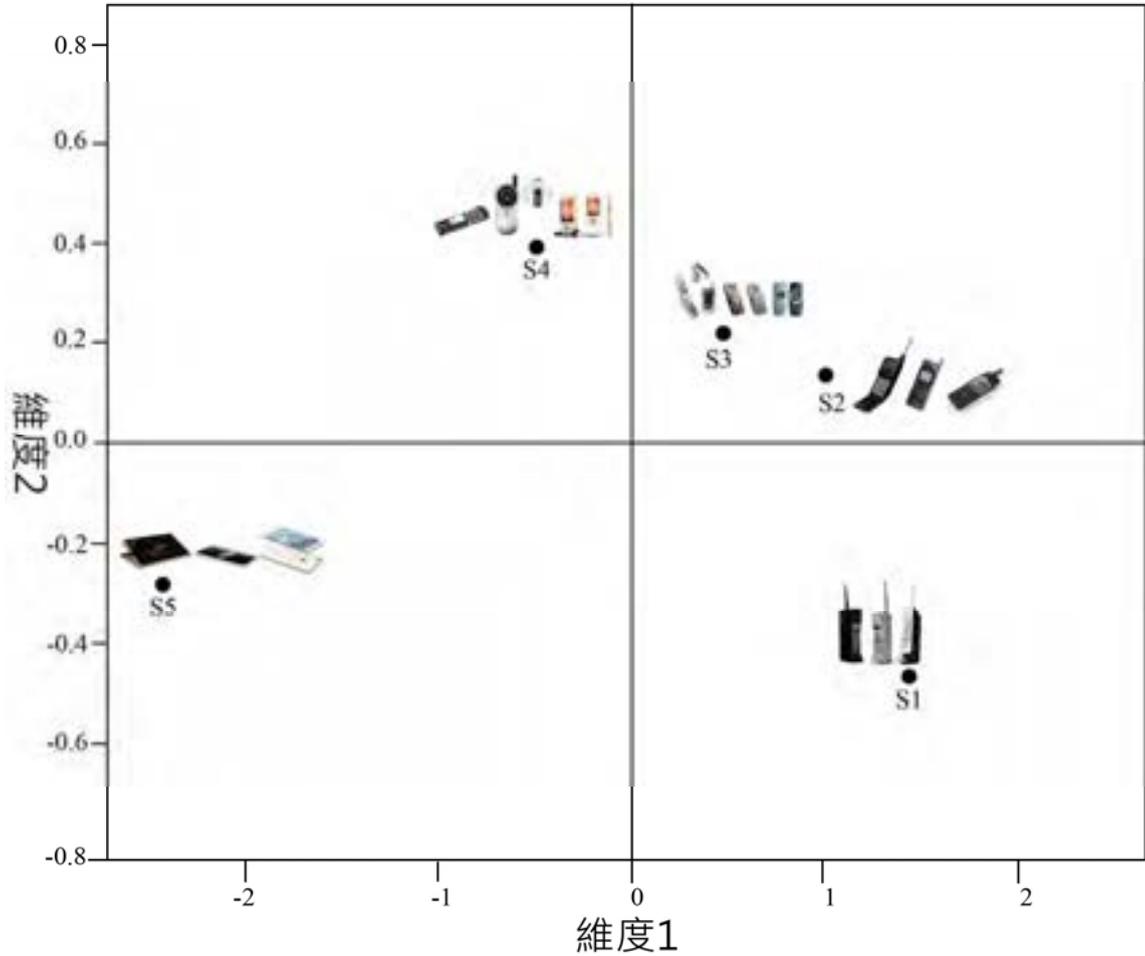


圖 6. 手機的知覺圖

### 三、產品年代風格屬性之排序

此部分利用多向度評量法(MDS)之偏好資料多向度(MDPREF-MultiDimensional Preference data)分析受測者對於電風扇與手機之偏好所產生之產品屬性之差異。表 5 與表 6 分別是電風扇與手機之交叉產品矩陣(Cross Product Matrix of Stimuli)所產生的分數由左至右之排序，並且是以產品屬性問項 11 至 15 (Q11~Q15)為主，分別對應代表 S1 至 S5 的風格屬性（對應說明如表 1 所示），而編號

越大的產品越接近近代設計。從表 5 與表 6 可以發現不管電風扇還是手機，越接近現代設計的產品除了能讓人感覺愉悅，在功能、友善、趣味與個性等屬性也有一定的表現程度。

從年代風格軸向分佈探討本研究所提出的不同年代的產品，是否真的存在較高的年代風格識別度？根據研究結果發現僅在 S1 與 S5 符合，其他皆不符合。以設計屬性來看，趣味性與個性化屬於產品功能與技術已趨成熟的時期，產品外觀不受零件尺寸的限制，設計師可以賦予產品更豐富的造形變化。相對的，機能性與親人性是產品造形還受制於技術加工與零件尺寸，所以在產品的造形演進上，有外觀尺寸、操作性的限制，對於受測者而言，這樣的產品風格，反而是比較容易區隔出來的。關於五種產品年代風格的軸向分布，電風扇與手機是不同的分布狀態。如圖 5 與圖 6 所示，電風扇之 S1 與 S2 在同一象限，而手機之 S2 與 S3 則在同一象限，其他則是分屬不同象限，關於這兩種產品之間的差異，以重疊的親人性(S2)這個產品探討。電風扇與親人性被歸為屬性相同的是機能性(S1)，手機則是趣味性(S3)，這可以從兩個面向來探討，其一是手機是攜帶型產品，電風扇是家用型產品，尺寸與操作需求不同；其二手機相較電風扇是高科技產品，所以它的風格趨勢進程較快，從機能性(S1)產品到親人性(S2)產品，從產品重量與尺寸的快速變成適合攜帶的較小尺寸，讓產品造形風格產生大的改變，這種改變的刺激，對於受測者而言，大於與趣味性(S3)的差異，所以 S2 與 S3 則在同一象限。相對而言，電風扇在機能性(S1)產品到親人性(S2)產品，雖然座扇與落地扇的高度有所差異，但基本型態沒變，只有連接扇葉與底座的柱子長度不一樣，而趣味性(S3)則有較大的造形變化，這種改變的刺激，對於受測者而言，大於與機能性(S1)的差異，所以 S2 與 S1 則在同一象限。這也顯示了親人性(S2)是一個產品風格發展重要的轉捩點，越是高科技的產品，親人性的產品風格與機能性有比較明顯的差異。

如表 5 與表 6 所示，分別是電風扇與手機之交叉產品矩陣排序，手機之產品群組現象較為明顯，例如屬於 S5 愉悅性的 cM、cO、cN 在 Q15 問項結果集中於排序前三名，其他屬於 S4 個性化的產品 cL、cJ、cK 在 Q14 問項中雖然不是預測中最高排序，但卻群組在 4、5、6 的排序，其他也依序往後排序，只有 S1 機能性手機，分別在 3、6、8 的排名。這表示僅在 S1 與 S5 符合該項風格產品在該風格中具有較高評價，因為對於研究結果，高科技產品手機的評價是依照被開發生產的年代，越接近現在的產品在五種年代風格中的評價皆屬於較高的排序，僅有第一階段的 S1 機能性手機(俗稱黑金剛)，因其第一代的歷史特殊性，該產品之尺寸體積、造形與使用型態皆具有其科技史意義，再加上當時的手機市場售價高能夠擁有者屬社會菁英階級，與現在人手一機的狀況不同，所以，此產品在排序上與其他產品的狀況相較，有其差異處。

電風扇之排序，依照產品風格群組的現象不若手機明顯，但是 S5 與 S4 之產品 fO、fM、fN 與 fL、fK、fJ，皆屬於排序前 1 到 6 名。而 S3 趣味性的 fI 則在 Q11~Q14 皆屬於排序最後 15，而 S2 親人性的 fE 也在排序 14 居多，S1 機能性的 fB 則是排序 13 居多。也就是說電風扇的排序，前半

段是 S5 與 S4 風格，後半段是 S3、S2 與 S1 風格。符合該項風格產品在該風格中具有較高評價者，S5 成立，S1 也有在該風格中排序相較為前面。

表 5.電風扇交叉產品矩陣排序

排序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
<i>Q11</i>	fM	fL	fK	fN	fJ	fD	fA	fO	fG	fC	fH	fF	fB	fE	fI
<i>Q12</i>	fM	fL	fN	fK	fO	fJ	fG	fF	fC	fD	fA	fH	fB	fE	fI
<i>QM</i>	fM	fL	fN	fK	fO	fJ	fG	fF	fC	fD	fA	fH	fB	fE	fI
<i>Q14</i>	fM	fN	fL	fO	fK	fJ	fF	fC	fG	fD	fA	fH	fE	fB	fI
<i>Q15</i>	fO	fM	fI	fF	fN	fL	fG	fC	fK	fJ	fH	fD	fA	fE	fB

表 6.手機交叉產品矩陣排序

排序	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	M	14	15
<i>Q11</i>	cK	cJ	cA	cO	cN	cB	cM	cC	cL	cH	cD	cI	cG	cE	cF
<i>Q12</i>	cM	cN	cL	cO	cJ	cI	cG	cK	cH	cE	cF	cD	cC	cB	cA
<i>QM</i>	cM	cN	cO	cL	cJ	cK	cG	cH	cI	cF	cE	cD	cA	cB	cC
<i>Q14</i>	cM	cN	cO	cL	cJ	cK	cG	cH	cI	cF	cE	cD	cA	cB	cC
<i>Q15</i>	cM	cO	cN	cJ	cL	cK	cG	cH	cA	cI	cF	cD	cE	cB	cC

#### 四、產品年代風格的影響

根據總數矩陣(Population Matrix)與正規化刺激矩陣(Normalized Stimulus Matrix)之向量運算所建構在空間上以內外兩群所產生的點，呈現出圖 7 與圖 8 分別是電風扇與手機的產品屬性之多元尺度偏好認知圖。並進一步對照問項的相關矩陣之角度轉換，找出最接近 90 度的兩個對立問項，以雙軸展開的方式，分別呈現如圖 9 與圖 10。

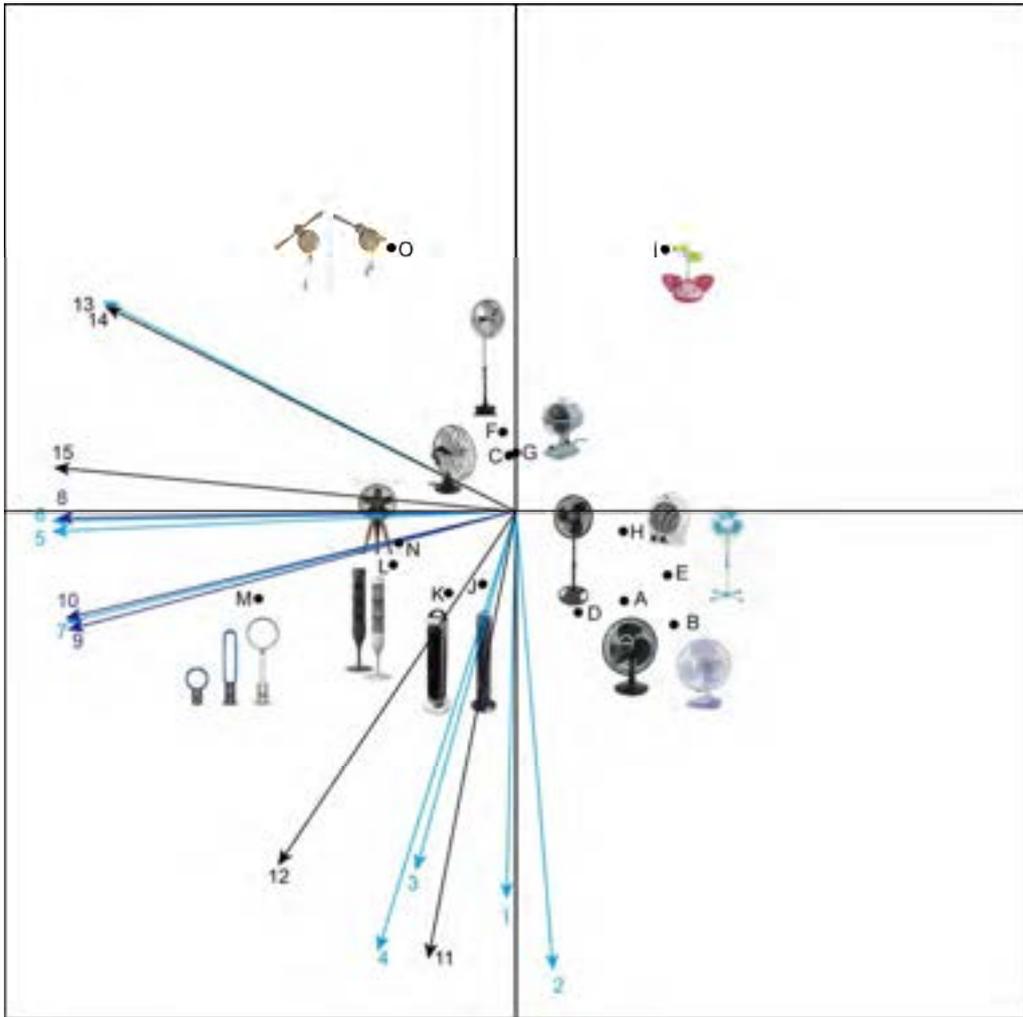


圖 7.電風扇之多元尺度偏好認知圖

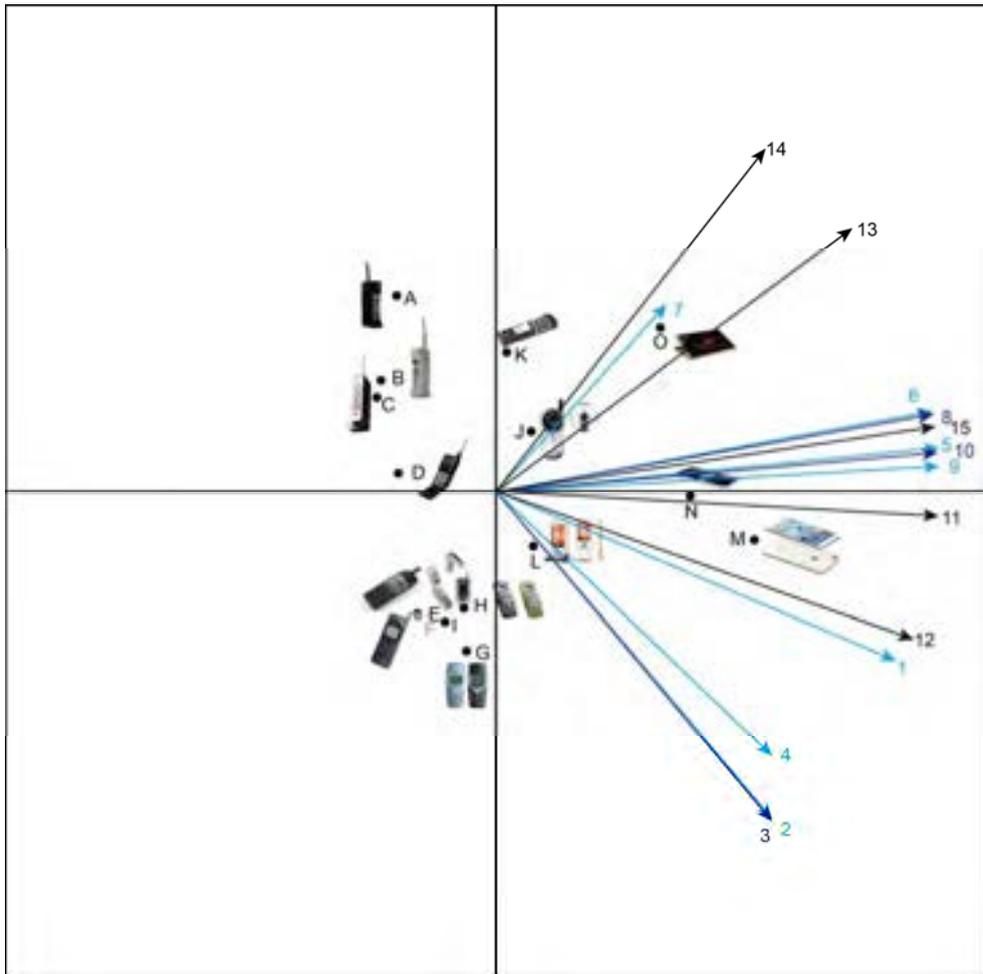


圖 8.手機之多元尺度偏好認知圖

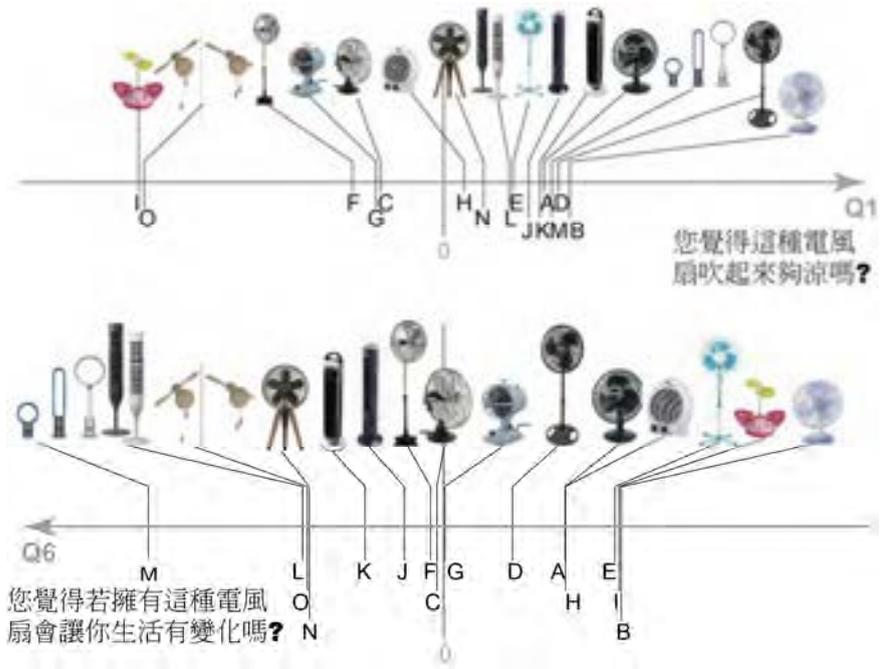


圖 9 電風扇之對立問項之雙軸圖



圖 10 手機之對立問項之雙軸圖

某年代的特定產物，是否只適合存在特定的年代？本研究之結果顯示，高偏好與高評價的產品，是屬於各個面向兼具的最接近現代生產的 S5 產品，如同 Desmet & Hekkert (2007) 提出使用者與產品的互動經驗中可以看到三個層次的情感回饋，包括美學層次 (aesthetic level)、意涵層次 (meaning level) 以及被產品所誘導出來的情感層次 (emotional level)。當產品提高科技條件並具有誘發使用者情感，提升使用者的品味與身份。較早期的年代產品，因為科技條件與當代風格的差異，對於現代人而言，接受度是較低的，但是各種年代的產品並存於消費市場，如同馬斯洛所說的人類層級需求是連續的、重疊的與波浪式的並存，但是越是高階的越是人類追求的目標，如同產品，越是近代高品質的產品越受青睞。以下則是電風扇與手機兩種產品，分別對於對立問項的探討，驗證年代產品對現代消費者的偏好影響。針對電扇與手機的多元尺度偏好度分析說明如下。

### (1) 電風扇

電風扇最接近 90 度的問項分別是 Q1 的[您覺得這電風扇吹起來夠涼嗎]與 Q6 的[您覺得若擁有這電風扇會讓您的生活有變化嗎]，兩者之相關矩陣之相關係數是 0.0286，轉換角度是 88 度(Q1 與 Q5 之角度雖也是 88 度，相關係數是 0.0397 比 Q6 大，所以選擇 Q6)。將這兩個問項分別以垂直投影方式，從中心 0 展開雙軸圖，如圖 8 所示，上層 Q1 問項的箭頭往右指示的產品是該問項偏好度較高的產品，下層是 Q6 問項之箭頭往左指示的產品則是該問項的偏好度較高的產品。Q1 屬於[產品-功能]構面，Q6 屬於[使用者-情感]，Q1 偏好度最高的一群組依序是 fB、fD、fM、fA、fK、fJ、fE、fI、fN、fH，而且彼此間距都很接近，表示偏好差異小。而偏好度最低的一群組是則是 I 與 O，距離中心最遠，表示這兩個產品被認為吹起來的風最涼的可能性最低，而產品 fI 是屬於 S3 趣味性之產品，以造形取勝，功能性偏低，而產品 fO 則是 Otto 木頭扇，屬於 S5 愉悅性的產品，以意境取勝，功能性的確偏低。

Q6[您覺得若擁有這電風扇會讓您的生活有變化嗎]偏好度最高的是產品 fM—戴森(Dyson)空氣倍增器，與其他產品的間距大，表示該產品在此問項的偏好特別高，其次是產品 fL、fO、fN，皆屬於 S5 愉悅性與 S4 個性化產品，而且彼此間距都很接近，表示偏好差異小。而偏好度最低的則是 fB、fI 與 fE，三者間距很近，差異小，這些產品分別屬於 S1、S3 與 S2 的產品。產品 fB 在問項 1 是最高偏好以及問項 6 是最低偏好，分別屬於最極端的偏好，符合此兩個問項的對立性。而產品 fM 則是在兩個對立問項中皆屬於高偏好，表示這個產品屬於全面性的高偏好產品，也就是所謂高品質產品。

### (2) 手機

手機最接近 90 度之問項分別是 Q2 的[您覺得這手機撥打方便嗎]與 Q13 的[您覺得這種手機有

趣嗎]，兩者之相關矩陣之相關係數是-0.0157，轉換角度是 91 度。將這兩個問項分別以垂直投影方式，從中心 0 展開雙軸圖，如圖 9 所示，上層 Q2 問項之箭頭往右指示的產品是該問項偏好度較高的產品，下層是 Q13 問項的箭頭往左指示的產品則是該問項的偏好度較高的產品。Q2 偏好度最高的是產品 cM—iPhone，與其次的產品 cN、cG 與 cH 都有間距，而此問項偏好度高者屬於 S5 與 S3 風格，前者是智慧型手機，後者是小體積之按鍵式手機。偏好度最低的則是 cA、cB 與 cC，皆屬於第一階段的 S1 機能性，因尺寸較大而讓受測者產生撥打方便度較低的偏好。Q13 偏好度最高的是產品 O、M、N 皆屬於 S5 之智慧型手機，其次的 cK、cJ 皆屬於 S4 風格。而偏好度最低的則是 cF、cE、cG 與 cI，三者間距很近，差異小，這些產品分別屬於 S2 與 S3 的產品。所以在產品是否有趣這個問項中，偏好度高是屬於 S5 與 S4 風格，偏好度低是屬於 S2 與 S3 風格。產品 cM 與 cN 智慧型手機，在兩個問項中皆屬於高偏好，表示這個產品屬於全面性的高偏好產品，也就是所謂高品質產品。如同 Hartmann 等 (2005) 提出最高知覺效應的實現是整合功能屬性並帶有情感效益之綠色定位策略；電風扇與手機這兩種產品在最高評價之產品，亦是屬於功能面向與情感面向兼具的近代產品，它們的科技條件相對也比較高。雖然電風扇屬於中低科技產品，但產品 cM 戴森空氣倍增器相對其他產品則是科技條件高者。整體而言，當產品提高科技條件並具有誘發使用者情感，提升使用者的品位與身份，兼具功能與情感兩個面向的產品，將是科技產品開發設計的重要方向。

## 五、產品年代風格的趨勢

綜上所述，關於產品之年代風格，電風扇與手機兩種產品的五種年代風格的軸向分布皆屬一樣分布狀態，即可說明同屬第三象限的 S3(Fun)與 S4(Fancy)相較於其他三種風格是屬於同樣屬性的。而關於五種產品年代風格的軸向分布，電風扇與手機則是不同的分布狀態，而 S2(Friendly)是重疊的，這顯示了親人性是一個產品風格發展重要的轉捩點，越是高科技的產品，第二階段親人性的產品風格將會跟第一階段的機能性設計顯現出較明顯的差異，並呈現擺脫既定風格的特色。

關於五種年代風格之評價，排序五種年代風格進行檢驗，越接近現代的產品其在各種年代風格的評價皆屬於較高的。手機與電風扇皆以 S5 完全符合該項風格產品在該風格中具有較高評價，以及 S1 也有在該風格中排序較為前面的狀況。根據兩種產品的對立問項皆屬於 S1 與 S3 兩種年代風格屬性，可見，這兩種屬性之認知差異度最高。而 S3 又在前述之軸向分布驗證與 S4 屬性相似，S2 則是接近 S1 的屬性，而 S5 則是包含了所有風格的特性。為了在未來的設計實務之應用更加方便，將 S(Style)這個代號改成五個年代風格的第一個字母的 F，以區別本研究的特色，所以，以圖 11 來說明，作者以馬斯洛的層級理論所衍伸的設計演，如圖 11 左之 5F 所示，而本研究根據設計演進來看未來得設計趨勢，如圖 11 右之 3F。

如同科技發展的進程，Dormer(1993)在 1945 年後的設計運動一書提到，科技的進步在北美以

及歐洲加快了產品的淘汰率，在 1950 年的電子產品已明顯展現。本研究認為 F1/F2 可融合為第二代的  $F1^2$ ，F3/F4 可融合為第二代的  $F2^2$ ，所以，以本研究之年代風格的角度來看未來產品的演進趨勢，有三個風格趨勢的演變(3F)，如下說明:第一階段的  $F1^2$ —親人性之機能；所謂親人性是指符合人體工學與操作性的指標，也就是說與產品尺寸相關的，對於手機這個科技產品而言，無論是黑金剛或是智慧手機，使用者總是可以因為某些重要的功能，而接受尺寸較大所產生的操作不方便這件事，只要在手上可掌握的合理範圍內。第二階段的  $F2^2$ —多變的趣味性與個性化；以設計角度來看，趣味性與個性化屬於產品功能與技術已臻成熟的時期，產品外觀不受零件尺寸的限制，設計師可賦予產品更豐富的造形變化。 $F3^2$ —人性化之愉悅性科技，且  $F3^2=F1^2+F2^2$ 。也就是說，21 世紀的設計趨勢是設計思維所引導的各種風格的多元化。如同日本的商品學研究會所言 21 世紀的核心價值是個人的獨特性、多樣化商品或生活情境與具有感動力商品或生活情境(商品學研究會，2000)。

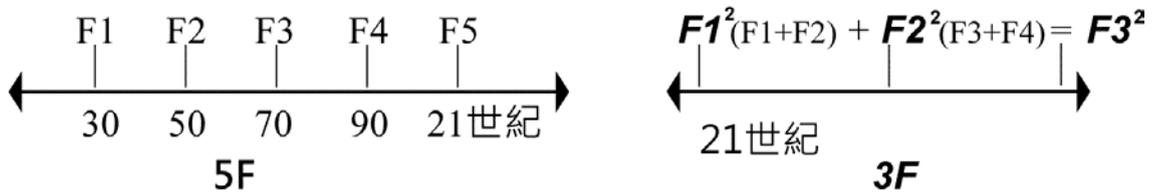


圖 11. 5F 與 3F

## 六、參與者背景之影響

此部分針對受測者之性別與就讀科系兩種背景條件分別做單變量的交互作用分析(MANOVA)。其結果如表 5 所示，上排編號是產品問項編號，英文字母表示產品代碼，數字表示問項的代碼，例如 A13 表示產品 A 的第 13 個問項。在 15 個產品的 15 個問項共 225 問項中，僅列出 Sig<.05 具顯著性者。關於電風扇的部分，在就讀科系這個條件有 38 個顯著差異者，是四個交叉分析中最高，且皆屬於有趣、獨特、流行、愉悅等問項，就讀科系是設計藝術者其平均值較低於理工與其他科系，因而具顯著性。唯一例外是 O12 的設計藝術背景者均值高。關於手機部分，性別這個條件有 19 個顯著差異者，為次高。關於流行、身分、品味等問項，智慧型手機(產品 cM 與 cN)，以及產品 cA 與 cB 之收訊問項，男性之平均值皆較女性高並具有顯著性。唯一例外是產品 cO 的人體工學是女性均值較高。電風扇之性別條件，僅有 7 個顯著性，3 個關於操作、安全、功能，女生均數較高，1 個流行則是男性較高。唯一與品味有關的是古典扇 fF，女性對骨董扇的品味認知較高。而手機的就讀科系條件，僅有 5 個顯著性，有 3 個是關於產品 cO。

表 7.產品與背景條件具顯著性差異者

<b>FxM</b>	A13 A14 B5 B6 B7 B8 B13 B14 B15 C8 D13 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E13 E15 H6 H7 H8 H10
	.000.004.000.002.000.000.000.000.004.003.004.000.002.001.000.001.000.001.000.004.000.000.005
	H13 H15 I5 J12 N5 N6 N7 N8 N9 N10 N13 N14 N15 O6 O12
	.003.000.000.000.000.000.000.000.000.000.003.001.003.005.004
<b>PxG</b>	A1 B1 H5 H7 I2 I3 L7 L8 M3 M4 M9 M1 M1 2 3 N7 N9 N10 N14 N15 O4
	.001.002.005.005.000.004.005.004.001.005.005.001.001.004.003.001.000.000.001
<b>FxG</b>	A5 B2 B3 B11 D3 E2 F8
	.005.000.001.002.000.001.003
<b>PxM</b>	E9 L11 O4 O11 O13
	.003.003.000.004.005

1.F:Fan, P:Phone, G:Gender, M:Major

2.僅列出 Sig<.05 之顯著者

從上表 7 可以察覺受測者背景對於電風扇與手機這兩種產品的影響差異。在受測者背景條件中主修科系對於電風扇的結果影響較大，而手機則是性別影響較大。在影響的內容方面，兩種產品都是屬於有趣、獨特、流行、愉悅等問項具有顯著性差異，電風扇是設計藝術背景者之均值較低於理工與其他科系；手機是女性之均值較低於男性，以及智慧型手機(產品 cM 與 cN)與產品 cA 與 cB 之收訊問項，也是低於男性。關於均值較低表示對於該問項之認知標準較高，也就是要求較高，所以一樣的產品與問項，其結果較低。如同 Graham & Balloun(1973)在馬斯洛的理論對於滿意度和驅動力與人的需求順序關聯，在實驗中顯示，值越低表示受測者越關心這個層級的需要。也就是說，設計藝術者與女性對於 S3、S4 與 S5 之相關問項之標準與需求較高，設計藝術者與女性皆屬於感性屬性較高者，過去的研究顯示在傳遞訊息的方式上，男性傳播者往往被認知擁有更強的專業性(Kempf & Palan, 2006)，易展現偏向邏輯性、分析性的技巧，而女性偏向主觀且較直覺式的描述方式。Rasoal, Danielsson & Jungert (2012)的研究指出理工科系比較沒有同理心。在馬斯洛定義自我實現所舉的例子“一個音樂家必須做音樂，藝術家必須畫畫，詩人必須寫詩”(Maslow, 1943)。後來發現兩類自我實現者，一種是經常經歷強烈高峰者稱為高峰者，一種是較少高峰經驗者稱為非高峰者。非高峰者重實踐、重效能，重理智，這類型的人多為政治家、社會改良者。高峰者則對人生經驗、生命奧秘、宇宙之美等有敏銳和深刻的體驗，這類型的人多為詩人、音樂家、哲學家

(Maslow,1969)。所以說，自我實現者之中也是有理性者感性者的差別。而受測者對於感性屬性的問項也有相對的高需求，所以，影響差異之顯著性皆呈現於 S3~S5 之間項，也就是說，S3~S5 之風格屬性相較於 S1~S2，較為感性。且感性屬性相較於理性，具有較高的不確定性(Chien,2015)。相對地看其他的顯著性問項，在電風扇之性別條件，僅有 7 個具顯著性，3 個關於操作、安全、功能，男生的均數皆較低，與前面所述恰可相呼應。

受測者的背景條件中主修科系對於電風扇的結果影響較大，而手機則是性別的影響較大。這兩者之間的差異，若將問題回歸到產品本身的特質這件事來探討，電風扇是十九世紀末被開發設計出來的家電產品，手機則是二十世紀末出現的產品，兩者的科技進程相差近百年，影響該年代風格的演進趨勢也有所差異。手機相較於電風扇是屬於高科技的產品，年代風格的演進也相對快速形成；而電風扇則相對是科技程度較低但風格演進較緩慢且完整的產品。所以，在本研究中，性別這個條件對於高科技產品的年代風格的認知差異較顯著，主修科系則對於風格演進完整的產品認知差異較顯著，雖然其結果顯示，性別中的女性以及主修科系中的設計藝術皆屬於感性特質較高者，但其中的差異在於，性別是先天的自然條件，主修科系則是後天的教育條件。如果天生的性別差異，女性對於高科技產品的感性問項的需求較高，但是，透過教育的養成，性別的差異，女性對於非高科技產品的感性問項的需求已經與男性接近且不具顯著性。可見，在教育的養成之下，對於非高科技產品的感性問項之需求已經接近，這就是電風扇具有影響條件是主修科系。但是，當該產品之科技程度較高時，女性一樣對於感性問項保持較高度需求，不會因為該產品的高科技這個因素而降低對於感性問項的需求，相對地，男性會因為科技這個因素，而降低對於感性問項的需求，結果顯示，手機產品 cM 與 cN(iPhone 與 Samsung galaxy)男性之感性均值皆高於女性，男性只要看到是高階智慧型手機就是高評價，而女性則是會思考心理的需求是否被滿足。如同 Griskevicius, Cialdini, & Kenrick(2006)所探討的男性比女性更容易公開提醒大家注意自己的創造力，女性很可能會選擇有創造力的男性當伴侶。在競爭的動機被激勵，男性更容易展示自己的創意天份。可見，科技水準這個產品因素對於男性的影響大於女性。男性尤其以不同的展現方式，變得更有創造力，明顯地消費昂貴的商品，渴望高薪工作(Griskevicius et al., 2007;Roney, 2003;Wilson & Daly, 2004)。從 iPhone 新手機問世，漏夜排隊的以男性居多便可以驗證。

## 伍、結論

本研究以兩個不同世代被開發設計出來的產品—電風扇與手機，探討產品之五種年代風格之演變，本研究所提出的兩個研究目的，所得到的結果如下所述:其一不同年代的產品，是否存在較高的年代風格識別度，根據本研究之結果僅在 F1 與 F5 符合，其他皆不符合。其二某年代的特定產物，是否只適合存在特定的年代，本研究之結果顯示，當產品科技條件提高，且在產品風格表現上

具有誘發使用者情感時，該產品在各個面向皆具有較高偏好度與評價，而這些產品皆是最近代的 F5 產品。較早期年代產品，因為科技條件與當代風格的差異，對於現代人而言，其接受度是較低的。但是，各種年代的產品並存於消費市場，如同馬斯洛的人類層級需求是連續的、重疊的與波浪式的並存，但是越是高層級的需求越是人類追求的目標，就如同產品，越是近代高品質的產品越受測者青睞。

包括受測者的背景條件與產品的年代背景之影響。其結論如下：受測者的背景條件中主修科系對於電風扇的受測結果影響較大，而手機則是性別影響較大。在影響的內容方面，兩種產品都是屬於有趣、獨特、愉悅等問項具有顯著性差異。設計藝術者與女性對於感性屬性的問項也有相對的高需求。科技這個產品因素對於男性的影響則是大於女性。關於五種產品年代風格的軸向分布，親人性是一個產品風格發展重要的轉捩點，越是高科技的產品，第二階段親人性的產品風格與第一階段的機能性風格具有較明顯的差異，並呈現擺脫既定風格的特色。而且 F1 與 F2 可整合為 F1，F3 與 F4 可整合為 F3，所以，以本研究之年代風格的角度來看未來產品的演進趨勢，有三個風格趨勢的演變，簡稱 3F。將是第一階段的 F1—親人性之機能，第二階段的 F2—多變的趣味性與個性化，F3—人性化之愉悅性科技，且  $F3=F1+F2$ 。也就是說，21 世紀的設計趨勢是設計思維所引導的各種風格的多元化。

## 誌謝

感謝意思創造有限公司負責人吳或韡，ZOE design 設計總監饒海平兩位資深設計師，以及文化大學廣告系助理教授顏惠芸與健行科技大學行銷與流通管理系助理教授馬睿平，擔任本研究焦點訪談之專家團隊。

## 參考文獻

- 行政院主計總處(2013)。102年家庭收支報告。取自<http://win.dgbas.gov.tw/fies>。
- 沃夫林·韓瑞屈 (Wolfflin, H.) (2005)。藝術史的原則 (*Principles of Art History*)。(曾雅雲譯)。台北：雄獅。(原作1987年出版)
- 林榮泰(2005)。科技與人性的結合—文化創意。《科學發展》，396，68-75。
- 商品學研究會、黑川雅之(2000)。設計的未來考古學(*THE FUTURE ARCHE-OLOGY OF DESIGN*)(李朝金 譯，2002)。臺北市：田園城市。
- 陸蓉之(1990)。後現代的藝術現象。臺北：藝術家。
- 劉勰。(1958)。文心雕龍·體性篇 (*Doctoral dissertation*)。北京：人民文學出版社。
- 劉其偉(1999)。近代建築藝術源流。臺北市：六合出版社。

- 盧詩韻(2010)。再見美學 台灣設計潮流百年。美育，180，68-81。
- ETtoday科技雲(2016)。CES 2016 展前倒數！七個你必須要知道的年度科技趨勢。取自  
<http://www.ettoday.net/news/20160105/624682.htm>
- Sparke, P., Hodges, F., Coad, E. D., Stone, A., & Aldersey-Williams, H. (1995)。新設計史(The New Design Source Book)(李玉龍、張建成譯)。臺北市：六合。
- Bernhard E.B. (2005).*Design History, theory and practice of product design*. Berlin: Birkhäuser.
- Bhaskaran L. (2005). *Design of The Times: Using Key Movements and Styles for Contemporary Design*. Hove Brighton: RotoVision S.A.
- Cacioppo, J.T., Berntson, G.G., Larsen, J.T., Poehlmann, K.M., & Ito, T.A. (2001). *The psychophysiology of emotion*. In M. Lewis & J.M. Haviland-Jones (Eds.), *Handbook of Emotions* (2nd ed.) .173-191. New York: The Guilford Press..
- Chan, C. S. (2000). Can style be measured?.*Design studies*,21(3), 277-291.
- Chien, C. W., Lin, C. L.,Lin,R.T.(2015). The study of rational and emotional cognition of chairs. *Bulletin of Japanese Society for the Science of Design*. 62(3), 3\_57-3\_66.
- Daniels, M. (2001). *Maslows's concept of self-actualization*. Retrieved February 2004, from  
<http://www.mdani.demon.co.uk/archive/MDMaslow.htm>
- Davis K.(1977).*Human Behavior at work: Organizational Behavior*. (5th ed.) New York: McGraw-Hill, Inc..
- Desmet, P. M. A., & Hekkert, P. (2007). Framework of product experience. *International Journal of Design*, 1 (1), 57-66.
- Dormer, P. (1993).*Design since 1945*. London: Thames and Hudson.
- Graham, W. K., & Balloun, J. (1973). An empirical test of Maslow's need hierarchy theory. *Journal of Humanistic Psychology*. 13(1), 97-108.
- Griskevicius, V., Cialdini, R. B., & Kenrick, D. T. (2006). Peacocks, Picasso, and parental investment: The effects of romantic motives on creativity. *Journal of personality and social psychology*, 91(1), 63.
- Griskevicius, V., Tybur, J. M., Sundie, J. M., Cialdini, R. B., Miller, G. F., & Kenrick, D. T. (2007). Blatant benevolence and conspicuous consumption: when romantic motives elicit strategic costly signals. *Journal of personality and social psychology*, 93(1), 85-102.
- Hartmann, P., Apaolaza Ibáñez, V., & Forcada Sainz, F. J. (2005). Green branding effects on attitude: functional versus emotional positioning strategies. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(1), 9-29.

- Jordan, P. W. (1999). Pleasure with products: Human factors for body, mind and soul. *Human factors in product design: Current practice and future trends*, 206-217. London, England: Taylor & Francis.
- Jordan, P. W. (2000). *Designing pleasurable products: An introduction to the new human factors*. New York: Taylor & Francis.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity, *Journal of Marketing*, 57, 1-22.
- Kempf, DeAnna S. and Kay M. Palan(2006),”The Effects of Gender and Argument van Kesteren, I.E.H, Stappers, P.J., & de Bruijn, J.C.M. (2007). Material in Products Selection: Tools for Including User-Interaction in Materials Selection. *International Journal of Design*, 1(3), 41-55.
- Maslow, A.H. (1954) . *Motivation and personality*. New York: Harper.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370.
- Norman, D. A. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. New York: Basic books.
- Norwood, G. (1999). *Maslow's hierarchy of needs. The Truth Vectors (Part I)*. Retrieved May 2002, from <http://www.deepermind.com/20maslow.htm>
- Peter W.(2000).*ZKM Interview :Peter Weibel über die Rolle des Museums im 21. Jahrhundert*. Retrieved Oct. 23 2012, from://onl.zkm.de/zkm/personen/weibel.
- Rasoal, C., Danielsson, H., & Jungert, T. (2012). Empathy among students in engineering programmes. *European Journal of Engineering Education*,37(5), 427-435.
- Roney, J. R. (2003). Effects of visual exposure to the opposite sex: Cognitive aspects of mate attraction in human males.*Personality and Social Psychology Bulletin*,29(3), 393-404.
- Smock, W. (2004).*Bauhaus Ideal: Then and Now*. Academy Chicago Publishers.
- Soper, B., Milford, G., & Rosenthal, G. (1995). Belief when evidence does not support theory. *Psychology & Marketing*, 12(5), 415-422.
- Tiger, L. (1992). *The pursuit of pleasure*. London: Little Brown & Co.
- Thomas, L. & Marc, H.(2012), Richard Hollerith and the Origins of Universal Design , *Journal of Design History* 25(2),206-217.
- Verganti, R. (2013).*Design driven innovation: changing the rules of competition by radically innovating what things mean*. Brighton: Harvard Business Press.
- Wahba, A., & Bridgwell, L. (1976). Maslow reconsidered: A review of research on the need hierarchy theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 15, 212-240.

Walker, J. A. (1989). *Design History and the History of Design*. England, London: Pluto, 153-170.

Wilson, M., & Daly, M. (2004). Do pretty women inspire men to discount the future?. *Proceedings of the Royal Society of London B: Biological Sciences*, 271(Suppl 4), S177-S179.

Yalch, R., & Brand, F. (1996). Need Hierarchies in Consumer Judgments of Product Designs: Is It Time to Reconsider Maslow's Theory?. *Advances in Consumer Research*, 23(1), 405-410.

Yen, H. Y., Lin, P. H. & Lin, R. (2014). Emotional Product Design and Perceived Brand Emotion. *International Journal of Advances in Psychology (IJAP)*, 3(2), 59-66.

# The Study of Period Style in Products

Chiu-Wei Chien\*、Chih-Long Lin\*\*、Rung-Tai Lin\*\*\*

---

## Abstract

The evolution of the developmental needs described in Maslow's five-hierarchy needs is continuous, overlapping and rippled. In light of the historical design perspective, period styles were created. This study aims to discuss the evolution of the styles based on the five periods—function, friendly, fun, fancy and feeling. Using products – the electric fan and the cell phone – that were developed and designed in two different generations. Included in this discussion are the influences based on the background criteria of the subjects and the background of the products. The conclusion is as follow: 1. The background criteria that had the greater influence on the evolution of electric fan product is the subject's major of study, whereas for cell phones, it is gender. 2. Design artists and women have relatively high demand when it comes to questions that have perceptual properties. 3. Technology products as a factor have a greater influence on men than women. And the more modern products are more popular. 4. There are three stages in the evolution of the style trend, when the future trend of product evolution is observed based on the perspective of period styles. The first stage is humanistic function; the second stage is varied fun and personalization; the third is humanistic pleasurable technology.

**Keywords:** Maslow's Hierarchy of Needs, Products, Period Style, Pleasurable Technology.

---

\* Assistant Professor, Department of Innovative Living Design, Overseas Chinese University

\*\* Associate Professor, Craft and Design Department, National Taiwan University of Arts

\*\*\* Professor, Graduate School of Creative Industry Design, College of Design, National Taiwan University of Arts



# 應用產品差異化設計策略於台灣文化創意皮件設計之研究

謝修璟

## 摘要

在這國際化的時代，如何將台灣在地文化導入於世界舞台，讓其能在國際舞台上發光發熱，同時又保存傳統技藝與技術，是台灣設計研究者需要關心之重要議題。設計究竟要如何「提高價值」？如何透過設計策略之應用、產品設計方法、設計程序讓傳統皮件代工轉型並藉由「文化創意」來加值就成為本研究之動機。本研究之目的是為：協助台灣在地皮件之傳統代工保存皮革技藝，透過設計策略之應用並將其融入台灣在地文化，透過縝密的研究方法建構出「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」。研究方法說明如下；首先，經由文獻探討及綜合相關理論，擷取符號學及產品語意學適用於文化產品設計的理論，整合差異化設計策略，發展並形塑「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」。第二階段，將「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」應用於皮件商品實務設計過程，探討如何應用文化元素在商品設計，藉以檢視「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」可行性。第三階段，據皮件廠商設計師(設計總監)訪談之資料收集及分析，討論並驗證所建構之模式。本研究所設計建構之模式，第一步驟是設計策略因子分析及商品差異化設計策略之擬定，第二步驟是台灣文化之探討-符碼選定與分析，第三步驟為形式聯想法之應用，第四步驟是皮件設計概念視覺化，第五步驟是皮件設計雛形實施建構(打樣)，第六步驟是設計評估。本研究結果預計能夠幫助產業開發展現文化特色之商品並為設計師及設計領域提出相關建議，協助台灣在地皮件之傳統代工，建構出具市場區隔之產品且將台灣文化導入並研發皮件商品。

**關鍵字：**文化創意商品、皮件設計、設計模式

\* 謝修璟現任職國立雲林科技大學創意生活設計系副教授

## 一、緒論

### (一) 研究背景

「全球化」對世界帶來的影響非常巨大，且有持續加速擴散的現象 (Massey, 1994)。由於運送及傳播之迅速化與便捷化，在這兩者影響下快速縮短了區域間的距離。文化內涵也往往透過全球化的產銷機制，而在消費市場上延展得更為廣泛，使得文化商品之發展有朝向普及化、一致化發展的樣態，變成純粹講求經濟利益、而失去保存重要文化的意涵。陳其南 (1995)、葉維廉 (1990)，與葉智魁 (2002) 等人皆指出在文化太過依賴標準化及經濟利益的背景下，流於為因應市場與消費者之需求，且限縮著個人的主體經驗、創意與手工價值。郭曜棻 (2007) 主張地方文化產業的發展在全球化趨勢下，首先可透過強調區隔以彰顯地方特色的方式，不斷地強化地方的文化生活特色，以便形成足以和外來文化區隔與競爭的實力；應該採取具有彈性的姿態，在全球化的架構下強力展現地方文化的優質特色，以爭取更大地域範圍的認同；再加上特殊性與獨特性等策略之有效運作、文化工業的標準化之大量生產模式，以及全球化所帶來的強烈擴張與侵略力量之下找尋出自己的生存空間。能夠善用地方文化的稀有性與獨特性，才足以和大量生產的複製文化有所區隔，並且形成本身的競爭優勢 (林家祥, 2011)。

### (二) 研究動機

在全球產業經濟化的帶動下，政府積極促進經濟發展，台灣的產業已逐漸轉型，由原有的製造加工(OEM)發展為以設計為主軸之加工(Original Design Manufacturing, ODM)，進而發展至現今的自創品牌(Original Brand Manufacturing, OBM)。OBM 所獲得的利潤遠超過原有的OEM，因此，在台灣著重技術與開發提昇的同時，更需要建立屬於自己的品牌產品，塑造出台灣的獨有形象。林榮泰與林伯賢 (2009) 之研究亦指出每個國家本身之傳統文化與生活型態，皆具獨特的識別性，在全球化的市場激烈競爭中，應用文化特徵所進行的設計應用，可提升產品獨特性與增加消費體驗。而隨著產業結構的轉變與外移，經由設計「提高價值」，與透過文化創意加值產業，並提升產品的「附加價值」，正是目前需要努力的方向。因此，設計究竟要如何「提高價值」？如何透過設計策略之應用、產品設計程序之建構讓傳統皮件代工產業轉型並藉由「文化創意」來加值建立屬於自己的品牌產品，塑造出台灣的獨有形象，就成為本研究之動機。

### (三) 研究之目的

1. 透過文獻理論之探討，整合並建構出「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」。
2. 驗證「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」之可行性。

3. 設計建構出「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」以助台灣在地皮件之傳統代工，建構出具市場區隔之台灣文化皮件產品。

## 二、文獻探討

### (一) 文化理論與符號學探討

#### 1. 文化及台灣文化

知名人類學者Trompenaars 和Hampden-Turner (1997) 認為文化的本質有三個層次，最外層是外顯的日常生活所見及各項藝術工藝與生活用具之展現，中間層是價值觀與規範，軸心層是對於生存的奮戰精神。據Hoftstede (2005)之理論，符號、儀式、行為、風俗習慣及價值觀的累積形塑了文化；而符號(Symbols)、典範人物(Heroes)、儀式與規範(Ritual and Norms)、價值觀(Value)是文化中的四個關鍵元素，亦是文化的最軸心元素，任何符號、典範人物、及儀式規範皆是價值觀醞釀及影響後的外在表徵，依據 Hsieh (2013)對於Hofstede的研究，建議以上四個項目都是值得被設計師運用於設計，且達成設計溝通的好方式。由於地理位置四面環海，對各種文化有很大的包容力，從最早的原住民文化再加上中華文化，乃至於荷蘭、西班牙、日本等國所遺留的文化遺跡，讓台灣在地文化呈現多元面貌，由於多種文化的融合，台灣在地文化風貌呈現出民族多元文化及多樣性的社會狀態，文化特質及層次豐富 (劉文三，1999)。在本研究中，所謂在地文化指的是台灣本土文化，本研究將台灣在地文化定義為特定符號、工藝、價值觀、行為、產物、傳統、信仰、規範、價值觀之集體組合，這些組合能夠展現某一群體(或某一區域)之特質。而本研究將採用Hofstede(2005) 的文化理論來分析台灣在地(各區域)文化的內涵並解析出可用的文化元素。

#### 2. 應用符號學於商品設計過程

設計者運用符號是為達到設計的目的—與觀者的溝通。不管何種符號；標誌、影像、設計創作、人的動作、表情之呈現，其目的都在於傳達訊息。觀眾透過符號，進而闡釋其意義。身為設計者必須深刻體悟如何精確適宜地操作及運用符號來傳遞所要傳達之訊息，讓觀眾能有效釋義(解碼)。符號不僅具外顯於表層的外在形式(符號具)，還隱含有深層的意義(符號義)。語言學專家Saussure (1959)提出符號學的分析方法，把一個符號視為具兩個面向的實體，符號是由「符號具」(Signifier)與「符號義」(Signified)所組成；「符號具」是符號外在的物理形式，也就是看得到的影像、可觸的物體、可聽的聲音等實質形式，人們必須透過感官去感受它；「符號義」是觀賞者對於符號指涉對象的一種想像，稱為所表示的概念。在訊息意義的分析上，符號不僅具有外顯於表層的意義，還有隱含於深層的意義。

### 3. 應用產品語意學將文化整合於商品設計過程之相關研究

透過上述對於文化的探討可知文化的核心是價值觀，而價值觀是藉由儀式規範、典範人物及符號來展現之。設計實務創作之文化內涵需要藉由文化符號的運用來展現其內涵意義與價值；文化符號的運用方式也因文化的差異而有所不同。如何在文化與設計實務創作兩者間取得適切結合，則需藉由不同的設計方法，適當地將文化符號轉化於設計實務創作中。產品語言是在研究人造形態於使用的情境下，所有的象徵性質以及這些知識在工業設計上的應用。這不僅要考慮物理與生理的功能，而且也要考慮心理、社會、和文化的情境。即所謂的「象徵環境」。Vihma (1995)認為形態動作介面的存在有兩個方面：1) 產品透過外形、尺寸與組成成分的條件而存在。2) 產品的外形條件能夠說明產品提供何種功能與所具有的操作意義。在設計上，設計師常利用一種形體的轉換去形容一種物件的形成。在造形和知覺上賦予一個主體或情境來超越直接物質化的功能時，亦即是一種隱喻的表現。透過隱喻的詮釋，產品可表達出造形的實質(Practical)意義與情感(Emotional)雙方面的功能(McCoy, 1987)。Norman(2013)針對使用者操作一個新產品或尚未接觸過產品前，便會根據自己的心智模式(mental models)來解釋物品形態的意義。

據Krippendorff(1989)及McCoy (1987)的產品語意理論，可歸納分析出設計中常被應用的五種形式聯想法則，法則如下。直喻 (Simile)：係指「該設計作品」與「被借用之符號」，在重要特徵上有極類似處。因而，此符號被用來闡釋該設計作品，故設計創作與符號的關連性是很直接的。隱喻 (Metaphor)：係指「該設計作品」與「被借用符號」，在次要的特徵屬性上有相似處(形、色、質)。設計作品與符號的關連性較為暗藏。轉喻(Metonymy)：指應用某符號之部份元素來詮釋設計創作，該符號的部份元素具象徵作品性質的強烈特色。取整體符號之部份元素來詮釋設計創作，以投射所欲傳達之概念。類推(Analogy)：指該「設計作品」與「被借用符號」間並無直接關聯性，但在某一特點或情境具聯想的可能。諷喻(Allegory)：指該「設計作品」與「被借用符號」間並無直接關聯性，但在某一使用情境上，卻意外透露設計者所欲傳達的概念並衍生出諷刺性。透過形式聯想法的理解與應用，設計師方能運用適當之形式聯想來處理視覺表現之問題，將創新觀念轉化為具體呈現。而「轉譯設計法則(形式聯想法則)」中的直喻、轉喻、類比、暗喻、諷喻，其所異之處在於主者與喻者間所使用之設計手法與關係性不同。若將此種模式應用於設計創作，可活絡設計創作之創意發想，並進而理解文化符號於設計實務創作中的運用方式及關係性 (蔡孟珊，2007)。

#### (二) 產品差異化設計策略探討

何明泉及宋同正等 (1997) 定義，設計策略是對於即將展開之新產品，其在設計決策的開發過程中，對於外部競爭環境 (市場及產業)，以及組織內部 (氣候、資源、架構及程序等) 之了解與

分析後，針對其工作所提出一系列明確的設計指導方針。至於英國設計管理研究學者Cooper & Press (1995) 則提出，設計的過程即為一種有策略性的計劃，以迎合市場快速變遷的需求與企業新興潛力之應用，而設計策略最終的目的是將企業理念與目的進行視覺化，以利企業進行溝通，用以面對外在競爭的變化，做出對設計資源上的調整，藉以開發出適用於企業競爭優勢的商品與服務。

將差異化導入於產品設計的運用思維，無非是想要由眾多類似的事物當中脫穎而出，以創造獨特性與新鮮感的價值(林家祥, 2011)。Kotler (2002) 認為可從差異化策略對消費者的重要性、可負擔性，以及對產業發展的獨特性、優越性、獲利性等幾項指標加以判定其必要性。如此的差異性才能有效傳達欲吸引消費者的價值。而王麗凱(2009)指出，差異化的價值在於能提升消費者對於產品的好感度、塑造更能吸引消費者的產品差異化內涵，除了可對產業發展帶來正面效益外，亦可提升產品對消費者的吸引力。戴國良(2008)提塑造差異可從四個面向去發想：功能差異化，是指其功能的變化而言；設計差異，是指商品設計形態的變化言；材料差異，是指產品或零件材料使用上的變化而言；服務差異，是指服務的完善與完美程度而言。營造獨特性與差異化之產品特色的十六個切入思考構面。1.從消費者需求面切入，2.從研發與技術特徵面切入，3.從製程特徵面切入，4.從原物料、零組件特徵面切入，5.從品質等級特徵面切入，6.從現場環境設計、氣氛、設備、器材、地理位置特徵面切入，7.從現場現做特徵面切入，8.從品牌知名度切入，9.從功能特徵切入。10.從服務特徵面切入11.從品管嚴格面切入12.從手工打造特徵切入13.從訂製、特製、全球限量特徵切入14.從獨家配方、專利權特徵面切入15.從低價格特徵面切入16.從全球競賽得獎特徵切入。設計策略可在競爭激烈的環境下為公司提供適合的設計方向，並提供一系列的行動指導原則，而在市場區隔愈複雜化與消費者需求愈多元化的狀態之下，產品也愈須樹立足夠的差異化予以相對應(Cooper & Press, 1995)。而本研究將引用戴國良的產品差異化四個面向去做商品差異化設計(操作面向)策略之擬定。

### (三) 台灣皮件發展及在地皮件公司現況案例

台灣皮件產業的發展沿革，可分為三個階段：1970年以前萌芽期、1970~1990年代成熟期、以及1990年代~迄今衰退期(汪萱蕙, 2006)。本研究搜集了六間台灣重要皮件公司之案例，分別為：(1) Alto、(2) Stacey Wang Leather Goods、(3) Pascher (4) Sobdeall、(5) Feity、(6) Hsu & Daughter，作一4P之比較。在產品向度(Product)，大多數台灣皮件品牌尚未善用台灣在地文化作為主要發展方向，多偏向西方設計思維為品牌主要脈絡，殊為可惜。價格向度(Price)上，多數品牌採取中高價位之走向。推廣向度上(Promotion)，可看出品牌多數仰賴虛擬平台做推廣，而實作秀、走秀、手作課程為較特殊之手法。在通路(Place)上，多數品牌也是仰賴虛擬平台銷售，其次與其他百貨、書店做

特約，海外有實體門市的並不多。根據前述，以上提及之台灣皮件品牌在價位、推廣、通路上的手法大同小異，而在產品向度上，只有少數以在地文化做為主軸發展，如何讓台灣在地文化與傳統皮藝成功地結合、保有自我本土文化之特色及全球市場之區隔性，是目前設計師與業者的共同課題。

### 三、研究方法

本研究方法分為三個階段，第一階段：文獻理論之探討，建構「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」。經由文獻探討及綜合相關理論，整合差異化設計策略於設計過程中，進而透過文化特徵及皮件產業的彙整分析，擷取符號學及產品語意學適用於文化產品設計的過程，發展並形塑「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」。第二階段：模式應用於實務設計。將「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」應用於皮件商品實務設計過程，藉以檢視「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」可行性。第三階段：專家及業者訪談與模式驗證。據專家訪談及皮件廠商訪談之資料收集、整理及歸納分析，討論「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」的可行性，藉以調整並修正「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」。本研究根據前述的Hofstede(2005)、Saussure(1959)、戴國良(2008)、林家祥(2011)所提出之理論，本研究建構了「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」，此理論性模式分為五個步驟，如下圖所示。



圖1 整合差異化設計策略與文化於皮件設計之理論性模式

(一) **第一步驟**，設計策略因子分析及商品差異化設計(操作面向)策略之擬定，操作面向如下。

1. 使用機能差異：滿足需求的功能，使用上的滿足感受，在使用功能上的相異處。

2. 設計形態差異：

(1) 象徵性意義差異化；產品的象徵性內涵，敘述表現價值，經由敘述內容來強調產品特徵。

(2) 造形形態美學差異化；造型型態美學，造型、色彩、質感、結構等所傳遞之感受。

3. 材料差異：以素材製造差異化，強調素材與地方之關係性。

4. 品牌形象差異：品質信譽，品牌知名度，全球競賽得獎認證。

在差異性文化商品的設計過程中，重點在於使用者是否能輕易認知產品所傳達的價值以及使用的機能性。

(二) **第二步驟**，台灣文化之探討：符碼選定與分析。

文化內涵分析：符碼、典範人物、儀式規範、價值觀

文化符號：符號具(外表形式)，符號義(內部意涵)

(三) **第三步驟**，形式聯想法之應用，直喻、隱喻、類推、轉喻、諷喻。

(四) **第四步驟**，皮件設計概念視覺化。

(五) **第五步驟**，皮件設計雛形實施建構(打樣)。

(六) **第六步驟**，設計評估。

## 四、採設計案例以驗證「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」

將「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」應用於皮件商品實務設計過程，探討如何應用文化元素在實際皮件設計過程，藉以檢視「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」的可行性。此創新皮件提包設計之系列設計過程，選定台灣在地文化符碼—台灣原生花卉，以其形態、色彩、代表花語與內涵為設計元素，軸心思維是要透過皮件袋包結構型態轉變為可穿戴服裝的概念，以下為設計過程之分析與說明。

### (一) 案例一 相思—吊帶裙後背包設計

「相思—吊帶裙後背包」之文化符碼選定為台灣原生花卉的相思樹，其外型特徵為金黃色球狀花朵，也象徵著對親人或愛人的思念。此差異化設計策略選用為功能與設計形態，以相思樹之形態作為後背包之設計(具設計形態差異性)，並透過簡單的構造轉換為吊帶裙(具功能差異性)。相思樹帶給人

較優美、典雅之感，因此在色調搭配上使用咖啡色系與綠色系，作為吊帶長裙。案例一之設計過程與說明請參閱表1。

表1 案例一 相思—吊帶裙後背包設計

文化符碼之選定與分析	設計概念視覺化	皮件打樣
 <p>此為台灣原生花卉-相思樹，相思樹的特色為金黃色球狀花朵。花語為對親人或愛人的思念。透過「相思樹花」這個符碼，以建構商品的象徵性內涵及造形形態美學之差異性與表現台灣文化特性。</p>	 <p>以相思樹的特徵：金黃色球狀花朵作為束口繩的裝飾，以此為相思樹之象徵。整體為咖啡色系，織帶為綠色，可轉換為優美的吊帶裙。</p>	 <p>結構型態演變過程：                  步驟 1，將蓋子掀開，背帶為固定在包包蓋子的邊緣上。                  步驟 2 往前可固定成為吊帶(裙子)，往後固定則為後背包的背帶。                  步驟 3，包包底部為拉鍊，拉開後即可穿進去。</p>

## (二) 案例二 圓果秋海棠—斗篷後背包設計

「圓果秋海棠—斗篷後背包」之文化符碼選定為台灣原生花卉的圓果秋海棠，其外型特徵為圓果狀的花苞以及白色花瓣與黃色花瓣，其花語象徵對相思或是愛情的困擾。此差異化設計策略為功能與設計形態，以圓果秋海棠之外徵作為束口包設計(具設計形態差異性)，並可型變為可愛活潑的斗篷(具功能差異性)，此過程象徵從含苞待放的花苞綻放為情竇初開的花朵，而背後的繩索又代表愛情的困擾與束縛。案例二之設計過程與說明請參閱表2。

表2 案例二 圓果秋海棠—斗篷後背包設計

文化符碼之選定與分析	設計概念視覺化	皮件打樣
 <p>此為台灣原生花卉-圓果秋海棠，其特色為花苞是可愛的圓果狀、白色花瓣與黃色花蕊。花語為相思或是對愛情的困擾。透過「圓果秋海棠」這個符碼，以形塑商品的象徵性內涵及造形形態美學之差異性與傳達台灣文化特性</p>	 <p>以圓果秋海棠的特色表徵作為束口包的設計發想，可轉換為斗篷，主要分為帽子與下衣，帽子為可拆卸之部分。帽子-圓果花苞形狀(顏色、斑點設計)，下衣為白色的皮革，搭配金屬鈕扣。</p>	 <p>結構型態演變過程：                  步驟 1，將帽子往下拉固定於鈕扣上。                  步驟 2，衣服兩角往後扣住。                  步驟 3，拉上衣服底部拉鍊。</p>

### (三) 案例三油點草—帽子提包設計

「油點草—帽子提包」之文化符碼選定為台灣原生花卉的油點草，其外型特徵為紫色斑點的花瓣，其花語代表歡樂、開闊、忘憂之意。此差異化設計策略選用功能與設計形態，以油點草之紫色花瓣特色發展提包設計(具設計形態差異性)，可型變為可愛有趣的帽子(具功能差異性)，並使用油點草的紫色與粉紫色調作為此提包設計。案例三之設計過程與說明請參閱表2。

表3 案例三 油點草—帽子提包設計

文化符碼之選定與分析	設計概念視覺化	皮件打樣
 <p>此為台灣原生花卉-油點草。其特色為花瓣有紫色斑點。花語：歡樂、開闊、忘憂。透過「油點草」這個符碼，以建構商品的象徵性內涵及造形形態美學之差異性與呈現台灣文化特性。</p>	 <p>以油點草型態作為袋包設計，長條對折為瓣狀模擬花瓣，將其翻轉後轉變為帽子。</p>	 <p>結構型態演變過程：                  步驟1，將中間兩條長條狀上下扣住。                  步驟2，將扣住的長條固定在帽子上。                  步驟3，將包包翻轉，即可變為帽子。</p>

透過上述三案例之設計過程分析，發現「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」為可行之方法，設計者可以藉由此模式更精確地設計創作，並有更清楚的設計脈絡，發展適切及確實的設計，在此狀況下初步地驗證本研究所建構之模式有其可行性。在第一步驟商品差異化設計(操作面向)策略之擬定—使用機能差異、設計形態差異(象徵性意義、造形形態美學)，以其作為設計依據；第二步驟文化符碼之選定與分析—台灣原生花卉，如相思樹的外型特色為何，花語的代表意義為何；第三步驟為形式聯想法之應用；第四步驟為設計概念視覺化，此系列都以功能、設計形態之差異去做設計，在功能上都轉變為可穿戴之服飾，與其他品牌的產品功能性做區分；在設計形態上則將台灣原生花卉的形態應用到商品設計上，建立了高度的獨創性。第五步驟則為依據設計稿，設計師自行或與皮件打樣師合作以建立袋包雛形打樣。

## 五、專家訪談以驗證「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」

本研究採半結構訪問法，訪談了下列四個皮件公司 Feity、Fer-Guoo、SOB DEALL、Holtic 的設計師，並將所建構的設計模式及上階段之皮件設計打樣展現給上述四個公司之設計師(或設計總監)的真實回應，藉以調整本研究所建構的設計模式。各公司之簡述及訪談重點如下所示，各公司

設計師(或設計總監)之訪談編碼方式為，關於 Feity 之訪談編碼為 FI，Fer-Guoo 之訪談編碼為 GI，SOB DEALL 之訪談編碼為 SI，Holtic 之訪談編碼為 HI。

1. Feity是台灣從代工轉型的中小型企業。設計師的建議是，設計開發要多了解客戶之偏好 (FI-01)。
2. Fer-Guoo是台灣的中小型廠商，由老工廠代工轉型成立自由品牌已有八年經驗，品牌整體為中低價位。設計師的建議如下，設計模式可從實用性、功能性、材質等進行進一步的延伸。圖樣的差異和打樣出來會有很大的差別，因此需要不斷打樣修正 (GI-01)。
3. SOB DEALL是台灣的大型皮件品牌。精品中高價路線。設計師的建議如下，(1)符碼選擇的部分，應挑選可以讓大眾意識到台灣元素的符碼，並且在轉化上不宜太過抽象。(2)草圖的部分應該開始挑選配件。(3)最後評估可以考慮更多元化的選擇。(4)第二步驟，可搭配參考資料，更容易讓不同部門理解。第三和第四步驟中間加入材料選擇及材質應用的評估步驟 (SI-01)。
4. Holtic是小型廠商。設計師的建議如下，(1)除了形體上的改變外，應把淺層的思考轉化成更多的文化內涵。(2)機能性考量需要以使用者的角度切入深思。並且要考慮皮革材質是否合適。(3)建議應該優先進行材質的了解。(4)異材質結合。(5)一開始就加入皮料專家討論，可以避免一些由於對材質不了解產生的問題。(HI-01)。

據訪談結果，本研究做一分析與整理，發現並提出以下幾個重要面向：

- (一) **整體設計生產流程之異同：** Fer-Guoo 為傳統產業剛剛進入轉型階段之廠商，因此公司部門結構分類較不詳細，缺少設計及行銷部門；而 SOB DEALL 已經是行之有年的精品廠牌，因此整體部門分工完整，並擁有自己的行銷部門，因此兩者在設計並上市的過程有相當大的不同，SOB DEALL 會在行銷部門評估後直接量產上市；而 Fer-Guoo 則是先小量生產，進實體店面進行測試三個月後，受歡迎的款式開始量產。(GI-02、SI-02)
- (二) **關於皮料材質的應用：** 廠商及專家皆認為在材質的選擇及評估上必須注意，因皮件材質的變化性大，不同生物、部位、處理方法或染色方法，都會影響到材料性質，因此在設計時便應該要加入對皮件材料的評估及確認。從以下訪談內容整理出上述事宜。
  - (1) Fer-Guoo 設計師建議，如想賦予產品更多功能性，除皮件材料外，可多應用異材質的結合進行實驗，如一般花布、帆布等材質，且採較輕之布料可減輕皮料的重量(GI-03)。
  - (2)由於皮料較為高價，Feity 在皮料應用時，也利用剩餘的皮料進行新的包款設計，其經典之揸布花包，便是利用各塊皮料之剩皮拼湊設計而成，可一定程度節省材料之使用成本 (FI-03)。

(三) **關於文化符碼之選擇**：可選擇具辯識度的符碼並用更深度之方法去轉換符碼為設計。

可以把表面較淺層的思考轉化成更深層的文化內涵，試著用習慣與生活方式的改變方向思考，提升設計的層次...(SI-04、HI-04)。在初始的符碼選定上，使用較具辯識度的符碼進行設計，例如花卉可用梅花或櫻花等大眾較熟悉之花朵(GI-04)，可延伸其它系列，介紹更多台灣特有種的花朵，會較有力量去說服消費者... (FI-04)。

## 六、結論

根據上述訪談對設計模式所做的調整，細節說明如下。

- (一) 在第一步驟設計策略因子分析及商品差異化設計策略之擬定的部份，皮件的材質不一定適合其他功能轉換的物品，機能設計面向須做更周延之考慮。可從實用性、功能性、材質等進行進一步的延伸，而機能性考量要以使用者的角度切入深思。需要考慮皮革材質是否合適，應該優先進行材質的了解，亦可嘗試異材質結合。
- (二) 在第二步驟文化符碼之選定與分析挑選可以讓大眾意識到台灣的符碼，並且在轉化上不宜太過抽象。另外，加入皮料專家作為共同討論的對象，以避免一些由於對材質不了解產生的問題。
- (三) 第三步驟形式聯想法之應用，設計除形體上的呈現之外，應更深入了解其文化特色(如生活習慣...)。另，太過抽象的設計元素轉換，大部分的人可能無法意會。應把淺層的思考轉化成更深的文化內涵。在此步驟上加入材料選擇及材質應用的評估將更有幫助。
- (四) 在第五步驟皮件設計雛形實施建構(打樣)過程中，往往圖樣和打樣出來會有很大的差別，需要不斷打樣後再做修正。
- (五) 第六步驟設計評估，除找專家外，可以使用網路蒐集意見，或直接針對目標客戶做市調。在這階段可以考慮更多元化選擇。

關於上述整體模式之所做的調整及改進可以發現，在皮件材料之評估在整個模式過程中必須加強，因此建議在設計過程中需加入對材料熟悉的皮件專家，一同陪伴設計，可以減少設計及實際產品產生的落差，在功能性變化的提出也可以更符合實際使用需求。而符碼選定及設計，也應該經過更深的文化探討及了解，再進行更生活化、具現代性的設計。最後，進行包款設計時還是必須要以其使用性及功能性為最重要的考量，如果增加的不同功能性之變化，會破壞包包本身的實用性，就必須考慮其他替代的方案，否則可能反會破壞包款原本的設計初衷。

從上述設計案例之解說分析與設計模式的調整，可以發現「整合文化於皮件商品設計模式」在設計運用上能與皮件商品實務設計有所契合，透過專家訪談及設計評估之資料分析，得知本研究所建構的「整合差異化設計策略與文化於皮件設計之模式」經調整與改進後，有助於協助產業開展現文化特色之產品，也趨向於能為設計師及業者提出具市場區隔及辨識性之設計開發建議，藉由

應用此模式進行更精準的設計實作，能有更清楚的設計思考過程以發展適切及確實的台灣文化創意皮件設計，協助台灣在地皮件之傳統代工業建構皮件創意品牌商品，並將在地文化與精神與皮件創意商品做結合，使舊有品牌注入新生命以發展具有現代國際觀的台灣在地文化皮件品牌，創造更高的在地文化價值。

## 致謝

本文感謝行政院科技部補助經費，得以順利完成研究。計畫編號為 MOST104-2622-H-224-001-CC3。

## 參考文獻

- 王麗凱 (2009) 台灣IPTV 服務之差異化指標及策略之研究。國立台灣師範大學大眾傳播研究所，碩士論文。
- 方世榮(譯) (2002) Kotler, P. 著，行銷管理學。台北市：東華書局。
- 何明泉、郭文宗 (1997) 產品文化識別之探索。科技學刊, 6(1), 253-263。
- 何明泉、宋同正、陳國祥、黃東明 (1997) 影響設計策略之要素分析研究。設計學報，2(1)，79-92。
- 汪萱蕙 (2006) 百貨公司業基本資料庫，台灣經濟研究院產經資料庫。
- 林家祥 (2011) 促進地方文化特色之產品設計策略探討。朝陽科技大學工業設計研究所，碩士論文。
- 林榮泰、林伯賢 (2009) 融合文化與美學促成文化創意設計新興產業之探討。藝術學報，5(2)，81-106。
- 郭曜棻 (2007) 全球化與地方文化產業之壟斷邏輯。台北市：師大書苑有限公司。
- 徐啟賢、林榮泰 (2011) 文化產品設計程序。設計學報，16(4)，1-18。
- 徐啟賢 (2004) 以台灣原住民文化為例探討文化產品設計的轉換運用。長庚大學工業設計研究所碩士論文。
- 陳其南 (1999) 社區總體營造與文化產業發展。台灣手工業季刊，55，16-25。
- 葉維廉 (1990) 殖民主義：文化工業與消費慾望。當代月刊，52，40-59。
- 葉智魁 (2002) 發展的迷思-文化產業與契機，哲學雜誌叢書。台北市：業強出版社。
- 蔡孟珊 (2007) 地方文化符號於文化商品設計過程中的轉化與運用—以雲科大工業設計系學生文化商品設計為例，國立雲林科技大學工業設計研究所碩士論文。
- 張文智 (1998) 設計政策與設計策略在產品設計之運用。設計學報，27(1)，47-59。

- 鄧成連 (2000) 設計策略評述。設計學報，5(2)，53-71。
- 劉文三 (1999) 台灣早期民藝。台北市：雄獅圖書。
- 戴國良 (2008) 品牌行銷與管理。台北市：五南圖書。
- 謝修璟 (2013) 以「在地文化」為主題之設計創作教學研究。藝術學報，9(1), 115-142。
- Cooper, R. & Press, M. (2005) *The Design Agenda*. Chichester: John Wiley & Son.
- Hofstede, G. (2005) *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw-Hill.
- Hsieh, H.C.L., (2013) Localization of Web Design: An Investigation of Culturally Preferred Web Attributes in Taiwan and the UK, *Lecture Notes in Computer Science*, 8024, 404-413.
- Kotler, P. (1996) *Principles of Marketing*. New York: Prentice-Hall.
- Krippendorff, K., (1989) Product Semantics: A Triangulation and Four Design Theories, *Product Semantic '89*. Helsinki: Finland.
- Massey, D. (1994) A Global Sense of Place. *Chichester*: John Wiley & Sons .
- McCoy, M., (1987) Interpreting Technology Through Product Form. *Industrial DESIGN*. 140,6-9.
- Norman, D. (1998) *The Design of Everyday Things*. New York: Basic Book.
- Scheuing, E. (1974) *New product management*. Hinsdale : Dryden Press.
- Saussure, F. (1966) *Course in general linguistics*. New York: McGraw-Hill.
- Trompenaars and Hampden-Turner .( 1997) *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. London: Nicholas Brealey.
- Vihma, S. (1995) *Product as Representations: A Semiotics and Aesthetic Study of Design Products*, Helsinki: UIAH.
- Alto 皮件品牌設計網站。http://www.viaalto.com/
- Stacey Wang Leather Goods 皮件品牌網站。http://swleathergoods.com/
- 巴夏喀皮件品牌網站。http://www.pascher.tw/
- 沙伯迪澳皮件品牌網站。http://www.sobdeall.com.tw/
- Feity 皮件品牌網站。http://feitybag.pixnet.net/blog
- Hsu & Daughter 皮件品牌網站。http://www.wodat.com/index.php/dshare/product-design/17-hsu-daughter

# Applying Product Differentiation Design Strategy to Cultural and Creative Leather Goods Design in Taiwan

Hsiu Ching Laura Hsieh



## Abstract

In such a globalization era, it is an important issue for design researchers in Taiwan concerning about introducing local culture on the international stage as well as preserving traditional skills and technology. This study aims to assist traditional OEM of local leather goods in Taiwan in preserving the leather skills, which are integrated with local culture by the application of design strategies to construct The Model Integrating Differentiation Design Strategy and Culture to Leather Goods Design. The research methodology is described as following. First, semiotics and product semantics suitable for cultural product design theories are extracted, differentiation design strategies are integrated, and The Model Integrating Differentiation Design Strategy and Culture to Leather Goods Design is developed and formulated through document discussion and comprehensive theories. Second, The Model Integrating Differentiation Design Strategy and Culture to Leather Goods Design is applied to the practical design process of leather goods to check the practicability of the proposed model by applying cultural elements to goods design. Third, the proposed model is further discussed and verified according to the data collection and analysis of expert and leather goods business interviews. The research results are expected to help the industry develop goods which could present cultural characteristics, propose suggestions for designers, and assist traditional OEM of local leather goods in Taiwan in constructing products with market segmentation.

**Keywords:** cultural and creative goods, leather goods design, globalization.

---

\*Associate Professor, Department of Creative Design, National Yunlin University of Science and Technology.



# 動畫短片的敘事結構與色彩計畫研究

鐘世凱

---

## 摘要

動畫短片受限於片長，敘事的手法必須緊湊紮實，才能在短暫的時間內表達一個完整故事。因此，在精簡的故事結構裡，有效的運用色彩編排更能導引觀眾的目光，讓觀眾沉浸於故事的敘事。

故事編寫很重要的關鍵在於敘事結構中情感刺激的營造。然而，儘管故事情感刺激與色彩編排皆可左右動畫短片的吸引力，兩者彼此關聯的研究卻始終不足。因此，本研究嘗試聚焦這兩項動畫前製重要議題，藉由研究成功的動畫短片，建置完整的資料及分析，以奠立故事編寫及色彩計畫的參考依據。

研究首先從相關文獻中探討故事編寫與色彩計畫相關的分類方法，並以皮克斯經典的動畫短片為研究樣本，透過逐格檢視統計，以較客觀的判別方式分析影片故事編排及色彩計畫的表現性做探討，並歸納出敘事結構中情感刺激與色彩計畫的關聯。研究成果期能做為臺灣電腦動畫教育與創作的重要參考文獻。

**關鍵字：**動畫短片、故事敘事、色彩計畫、皮克斯

---

\*鐘世凱現為國立台灣藝術大學多媒體動畫藝術學系教授

## 壹、緒論

動畫這個虛擬的媒材之所以能夠吸引人心、引起共鳴，除了一個引人入勝的故事之外，更需要一個清楚敘事的手法，巧妙地刺激觀眾的情感，讓觀眾的心境隨著劇情起伏，深陷於故事的敘事編排。其中色彩計畫的運用攸關敘事的氛圍，對於動畫吸引力的影響不容小覷。可惜的是，儘管故事情感刺激編排與色彩計畫運用深深地影響動畫短片的成敗，相關的研究卻始終不足。因此，本研究嘗試聚焦這兩項重要動畫製作議題，藉由成功 3D 動畫短片的逐格檢視，建置完整的資料及分析，以奠立故事編寫與色彩計畫運用的參考依據。

動畫是「說故事的藝術」，一個故事邏輯、架構完整，觀眾才能感受到導演想要傳遞的想法。敘事的過程中，情境的營造則對故事的渲染有絕對的影響。本研究分析要點，包含探討動畫短片故事的敘事架構與模式，透過皮克斯短片動畫，分析皮克斯在劇情上所使用故事進行模式，瞭解短片動畫中存在哪些應用元素，而這些元素為何能夠讓觀眾產生共鳴，希望能藉由此次動畫敘事結構有關情感刺激編排的研究基礎下，探討 3D 動畫短片的故事情感刺激編排與色彩計畫的關聯，期盼能提供 3D 電腦動畫創作者敘事與色彩設計的原則及方向。

## 貳、文獻探討

### 一、故事敘事結構

故事是一連串假設的事件，「發生」在虛構的時間中，或是歷史上某段時間(Kawin, 1996)，而敘事是指對觀眾呈現故事的敘述線及表現形式，它是一種風格的運用。故事作為一個動畫的本質，在整個動畫製作流程中是應該要花費最多心力縝密構思的。有關故事敘事架構的論述，首推好萊塢知名的兩位電影編劇大師—席德·菲爾德 (Syd Field) 與羅伯特·麥基 (Robert McKee)。

席德·菲爾德認為好萊塢的商業電影敘事都是「三幕劇」的概念性架構(Field, 2005) (如圖 1)：第一幕佈局 (Setup)，人事時地物的交代，並建立情境做故事的鋪陳；第二幕抗衡 (Confrontation)，一連串的抗衡衝突、遭遇到危機或困難；第三幕結局 (Resolution)，化解掉危機、解決了問題。本計畫的研究對象—皮克斯歷年來發行之動畫短片，雖然敘事規模遠較商業長片為小，故事仍不脫「三幕劇」的概念性架構，這套公式依然適用。

羅伯特·麥基則建議將電影故事的發展分為五階段(McKee, 2010)，分別是：

#### (一) 意外的事件 (Inciting incident)

意外的事件通常也是故事中主角欲解決的問題，意外事件的編排在於引誘觀眾上鉤，好奇接下來究竟發生什麼事。

## （二）事件的惡化（Progressive Complications）

衝突、抗衡是戲劇中最重要的元素，一個問題的解決通常會衍生出更多、更複雜的難題，事件的惡化讓觀眾的心情有高低起伏，其目的在使觀眾上鉤後，不受干擾、持續的沉迷於劇情中。

## （三）危機的包圍（Crisis）

危機指的是主角們隨著困難的加劇，似乎已到無法收拾的困境，敘事的重點在使觀眾的心情下探到最低點。

## （四）故事的高潮（Climax）

在故事的高潮中，觀眾的情緒到達了最高點，既是情緒的最高點，也是劇情轉折點的開始。

## （五）問題的解決（Resolution）

所有問題的解決階段。

在羅伯特·麥基的故事發展五階段中，「事件的惡化」及「危機的包圍」實際上就是三幕劇結構中的第二幕抗衡，而「故事的高潮」及「問題的解決」就是第三幕結局。

## 二、故事的情感刺激

當某個物體的振動頻率和某個擁有相同振動頻率的外在刺激取得回應的時候，共鳴就會產生。例如一幅引人注目的圖畫可以成為一個令人難忘的情感連結到人們的腦中，就是圖畫與觀者產生情感上的共鳴。

說故事的目的就是要建立聽眾情感上的聯繫，擅長說故事的人知道如何用故事召喚感情。動畫本身就是「說故事的藝術」，敘事是動畫的本質，畫面構圖、角色動作表演、色彩氛圍，則是重要的輔助。

羅伯特·麥基強調故事編寫中主題、背景和氣氛的重要性，他提出故事敘事的情感刺激（Emotional Charge）。所謂的情感分為正面（Positive）情感與負面（Negative）情感：

— 正面情感刺激：

任何歡樂、滿足、成就的事件，足以舒解觀眾壓力，或帶來喜樂的感覺。

— 負面情感刺激

任何悲慘、失落、不安的事件，造成觀眾壓力，或帶來悲傷的感覺。

情感刺激的經營在於讓觀眾心情起伏震盪，隨劇情發展加強其幅度，也就是說，隨著故事的敘事，戲劇張力應該要增加，情節節奏會變快，人物情感也會逐漸上升，直到故事的最高潮（如圖 1）。

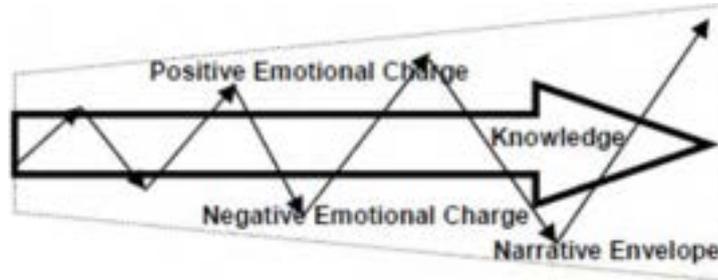


圖 1：故事敘事的情感刺激。(Sharda & Nalin, 2007)

如果說「三幕劇」是故事的骨架，那麼「情感刺激」便是故事敘事的皮肉，將兩者結合（如圖 2），我們便有一個動人的故事。

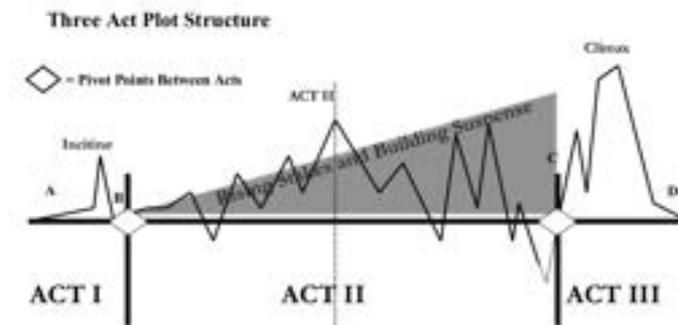


圖 2：三幕劇的情感刺激模式

（來源 <http://www.michaelhiebert.com/2012/10/17/three-act-plot-structure-in-detail/>）

### 三、電影的色彩表現

Giannetti (Giannetti, 1989) 認為在心理方面，色彩是電影中的下意識元素，訴諸的不是意識和知性，而是強烈的情緒性。色彩是電影藝術的重要元素，電影工作者常藉由畫面的燈光設定明暗、佈景道具等的色彩配置調控來展現劇情張力或氣氛。其中光影的設定可說是電影畫面的主要力量來源，光影可以呈現極廣的情緒氛圍，無論是從黑暗面、邪惡、威脅，到豪華、豐富、明亮的場景，靠著謹慎選擇配置的明亮及陰暗區域，都可以建立情緒和意義 (Ward, 2003)。

電影中的色彩並非一成不變地重現現實世界的色彩，雖然兩者色調相同，但是中間有差距存

在，電影中的色彩可以只是純粹展現場景原有面貌，也可成為一種符號傳達出某些概念( Stephenson, 1976)。Zettl (Zettl, 1998)認為色彩表現有三個功能：表達事件精要的本質；增加刺激性和戲劇張力；建立氣氛。整體而言，最主要是在於讓人感受到某種特定的感覺。

色彩對於人類的視覺有其重要的影響因素，人對色彩的生理與心理反應藉由生活經驗累積而成，無形之中左右著人類的心理反應，產生情感的聯想與共鳴，進而營造整體畫面的氛圍，達到視覺影像傳遞情感的效果。不同的導演有其善用的燈光技巧去營造特定風格(Brown, 1996; Gillette, 1998)，其中色彩的對比就是電影營造情緒慣用的手法(Seif El-Nasr & Horswill, 2004; Block, 2001)，導演可運用色相、明度、彩度的對比變化去營造情境的氣氛，近而影響觀眾的情緒。

在一部動畫中首要根據故事、人物情感、風格等不同，決定全片整體所呈現的色彩基調、人物形象的代表象徵色彩、對比場景空間的色調，隨著時間的流程及空間的轉換，掌握色彩的表現價值，色彩的對比性與象徵性，利用色彩的心理特徵與象徵性，營造不同的場景氣氛，並且透過光色的變化來達到改變整體色調，進而實現影響情緒的變化，使色彩語言在動畫中發揮至最大的效應。

### 四、色彩基調

基調是指多種色彩之間相互搭配所構成的總體影調或色彩傾向。影像畫面中要形成不同的風格，就必須要有一種總體構成的色彩關係，就像是音樂中的音調一般，決定著整體和諧而富於變化的旋律曲調，藉由色彩的呈現，傳遞情感的藝術感召力。在創作前製時期即可依據故事主題的不同選擇具象徵性的色彩基調協調整體畫面，達到烘托主題，表達敘事情境的效果。

色彩基調通常可依色彩的三種屬性來做分類：

#### (一) 以明度為主的基調配色

明度統一的基調能夠避免色相的繁雜，減低視覺上雜亂的層次感，呈現較清晰、理性的秩序。明度基調的條理表現較為內在，是三種色彩基調中最基礎的一個基調。明度統一的基調配色在畫面中容易遺失明暗對比(如陰影呈現)的細節，不利於塑造物體的立體感，造成影像的平面化。相對的，明度基調統一有利於模糊物體輪廓的特性，畫面較為柔和與和諧。明度傾向可分成亮調與暗調兩種基調。

##### ● 亮調

亮調給人光明、神聖、純潔、恬靜、輕鬆、明快的感覺。在動畫上常被用在輕鬆、溫馨的情節場景中，描繪婦女、兒童等較溫順不具攻擊性的人物形象，在心理上具有正面的心理效果(如圖3)。

##### ● 暗調

暗調的畫面具有明顯的體積、重量感，給予人沉著、穩重、莊嚴的感受，更具有戲劇張力。在人物的表現上，適合用在表現老人、智者、威信的長者等；在物像上，適合用來刻劃紀念碑、古蹟、神殿等肅穆的形象。暗調的畫面因為可視度低，在心裡上容易傳遞神秘、悲傷、陰鬱、恐懼等視覺感受（如圖 4）。



圖 3：《雷霆戰狗》使用亮調來營造輕鬆、溫馨的氣氛



圖 4：《天外奇蹟》運用暗調表現年邁的落寞與鬱悶感

## （二）以色相為主的基調配色

色相主導著整體畫面色彩的傾向，色彩所蘊含的感情在色相基調的表現是最直接、最強烈的。色相基調的確立，就是情緒、心理感覺的確立。觀眾可以透過畫面的色相基調與日常生活中的具體事物聯結，接收色彩所導入的情感聯想。統一的色相基調可以表現出和諧自然的視覺感，但在使用上需注意明度不宜太接近，否則將產生層次不清的混濁感。依照色相的鄰近關係又可分為暖色調與冷色調兩大系統。

### ● 暖色調

以紅、黃為中心向外延伸的鄰近色相為暖色調。暖色調容易讓人聯想到火焰，而形成心理上的溫度感，給人積極、熱情、興奮的感覺（如圖 5）。

### ● 冷色調

以藍為中心向外延伸的鄰近色相為冷色系。冷色調在視覺上使人疏遠，心理上會有遲緩、收縮、後退的反應。冷色系因為讓人聯想到海洋、月夜，因此容易讓人感覺較為冰冷、沉靜和消極的體驗（如圖 6）。



圖 5：《怪獸電力公司》利用冷色調營造小女孩房內空虛、寂寞的情境



圖 6：《天外奇蹟》利用暖色調營造火光燃燒，提升觀眾緊張的情緒

### （三）以彩度為主的基調配色

彩度或稱飽和度，高彩度基調給人的視覺感官刺激大，而低彩度基調則相對較為平淡。若畫面中的彩度分散配置，容易導致整體配色混亂、無一致性。統一彩度的基調視覺上較為統一，讓畫面呈現規律感，對於色彩的情感表達也較明確、強烈。

依據畫面中的整體彩度傾向，可分為高彩度調、低彩度調以及無彩度的黑白調：

- 高彩度

高彩度的基調因為不同色彩各自的主張都很強烈，視覺感官強烈、具衝突性，心理上富有活力與朝氣、積極、年輕的氣息(如圖 7 左)。

- 低彩度

低彩度基調樸素、柔和、含蓄，畫面較成熟穩重。另一方面，也容易造成老舊、混濁、冷清的感覺(如圖 7 右)。

- 無彩度

無彩度的畫面由黑至白的漸層灰階所組成，在電影的情境營造上最常被使用來渲染畫面的氛圍，引觀眾深度思考。

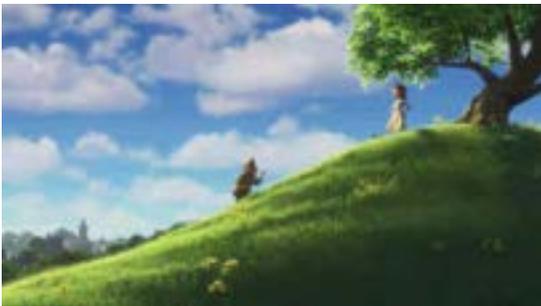


圖 7：《天外奇蹟》透過不同的彩度基調對比來表現故事人物的物換星移

## 參、研究方法

研究架構主要分為四個部份：「醞釀構思」、「資料蒐集」、「分析探討」及「總結報告」，而其中的作業流程大致如下(圖 8)所示：

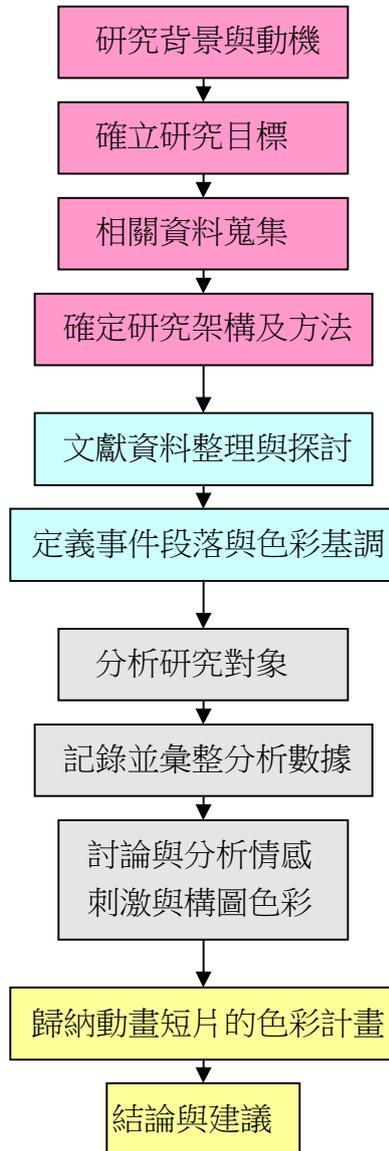


圖 8：研究架構流程

依據研究架構流程，研究步驟的執行主要包含下列五點：

- (一) 蒐集電影故事編寫、色彩理論以及 3D 電腦動畫相關的文獻資料。
- (二) 參考文獻資料、進行故事劇情節奏之編排整理並定義出所要分析的色彩基調。
- (三) 分析五部動畫短片故事情感刺激的段落數據資料。
- (四) 依據所得到的數據資料，經過統計與整合後進行分析探討與深入研究。
- (五) 結論的撰寫以及提供未來應用參考的成果報告。

## 一、確立研究對象

本研究以皮克斯歷年經典短片動畫為研究對象，分析 3D 電腦動畫色彩計畫的運用，藉由故事劇情的編排分析，探討 3D 動畫短片的故事情感刺激與色彩計畫的關聯。初步挑選出 5 部動畫短片：《For The Birds》、《Lifted》、《One Man Band》、《Partly Cloudy》、《Presto》。

## 二、故事情感刺激之編排整理

動畫影片依據片長時間，可概分成極短片、短片、長片。極短片片長最短，可能只有 30 秒，如常見的商業廣告。短片則泛指片長在 15 分鐘以內，本次研究對象在片長部分皆屬短片範疇。

無論對電影或動畫而言，透過鏡頭語言的表現力，都能為影像畫面傳遞更進一步的視覺訊息。依照三幕劇的線性發展，不同的段落中，各有其不同的氣氛與情緒，因此，在鏡頭運用及表現性上也必定有所差異。根據這點，本研究在進行色彩計畫之數據分析時，設計以三幕劇結構做段落數據分析，在這三個大段落下，切割出三個「幕」為主要單位，接著以「事件」為最小單位，透過電腦數位工具的輔助，分析每個「事件」中的色彩運用，以找出成功動畫電影其故事情感刺激與色彩計畫之關聯，做為日後臺灣數位內容產業與學術界在電腦動畫製作與研究上的重要參考。

## 三、分析五部動畫電影情感刺激的段落數據資料

本研究之動畫素材是 DVD 轉換進入非線性編輯軟體 (Adobe Premiere)，以每秒 30 格的速率將所有影格輸出為單一圖片，並由研究者逐格檢視，手動精確地將影格依鏡頭進行編號，之後使用 Adobe Photoshop 與自行撰寫的色彩偵測程式輸出畫面中的色彩平均值，記錄所有相關的數據資料，最後彙整出每個事件的色彩平均值與時間長度。

段落數據分析的模式，就是將五部動畫所有鏡頭色彩資料，記錄至試算表軟體 (Microsoft Excel) 當中，並依據前一節所介紹的公式，分別將研究對象拆解成數個事件段落，對照比較色彩在各段落中的運用情形，最後再深入歸納討論，整理出五部動畫的色彩計畫。

## 肆、研究結果分析與探討

根據文獻探討所定義的七種色彩基調，以統計圖表(附錄)並列出在五部研究對象中的相關數據資料，並針對其在不同故事段落的使用情形做進一步分析與探討，在此將使用較多的圖表說明研究結果。

### 一、第一幕鏡頭色彩基調的運用研究結果

#### 色相

第一幕的敘事主要在故事的佈局，五部短片依據故事的情境抉擇各自基礎的色相，在色相的配置上均能維持其一致性，而無冷暖色調的變化。

#### 彩度

五部短片在彩度的配置亦能維持其一致性，唯一的例外是《Presto》，原因則在於劇情中魔術表演舞台幕前與幕後場景的切換。也就是說，彩度的變化是因場景的切換，而不是劇情的轉折。

#### 明度

五部短片在明度的配置與色相一樣，均能維持其一致性，而無明調、暗調的明度切換變化。

### 二、第二幕鏡頭色彩基調的運用研究結果

#### 色相

第二幕的敘事主要在一連串的抗衡衝突，在色相的配置上《For The Birds》、《Lifted》、《One Man Band》與第一幕一樣維持其一致性，而無冷暖色調的變化。《Partly Cloudy》、《Presto》則從主要的暖色調基調增加了一定比例的冷色調(分別為 60%; 36%)。其中《Partly Cloudy》的敘事主要由角色 A(烏雲)與角色 B(送子鳥)的目標衝突所形成抗衡事件構成，因為角色烏雲的大面積構圖讓畫面的冷色調色相大幅的提升至 60%。而《Presto》則是角色 A(魔術師)與角色 B(兔子)的目標衝突所形成的抗衡，因為兩個角色所處場景(舞台前、舞台左側幕後)不同，事件鏡頭的切換而有冷暖色調的變化。

#### 彩度

在五部短片中，第二幕的彩度配置比例幾乎與第一幕相同，顯見在兩幕的敘事架構中，彩度的變化對於觀影情緒的影響並非導演色彩計畫刻意營造的重點。

#### 明度

在明度的配置上《For The Birds》、《Partly Cloudy》、《Presto》、《One Man Band》大致與第一幕一樣維持相同的明度配置基性，較無明、暗色調的變化。《Lifted》則由第一幕的亮調進入第二幕的明暗交錯色調，最主要原因是場景中受飛碟強烈燈光的照明與否。

### 三、第三幕鏡頭色彩基調的運用研究結果

#### 色相

第三幕雖然片長比例較短，但由於結局帶來的變化，有時會給予和主體不同的色彩基調，其中色相的變化最為常見。五部短片中，《For The Birds》、《One Man Band》以暖色調作為結局之主要色彩基調，《Lifted》、《Partly Cloudy》則以冷色調作為結局，《Presto》則由衝突對立的暖色調，轉為和諧的冷色調。

#### 彩度

第三幕的彩度配置比例幾乎與第一、二幕相同，唯一的例外是《Presto》則由衝突對立的高彩色調轉為和諧的低彩色調，再次呼應彩度的變化非觀影情緒營造的重點。

#### 明度

在明度的配置上，五部短片的第三幕大致與第一、二幕一樣維持相同的明度配置基性，較無明、暗色調的變化。

### 伍、結論與建議

透過前述的分析結果，我們可以發現在 3D 動畫短片裡，在色彩計畫的運用上會維持統一的色彩基調，在一連串事件的帶領之下，色彩基調雖然會產生些許變化，但其變化是緩慢而微小的，不會同時改變色相、彩度與明度的基調而造成太大的色彩落差。

短片動畫會利用色彩給予觀眾明確的第一印象，在緊湊的時間裡交代整部動畫的氛圍，在此根據研究成果與數據資料，加上觀察的心得與參考文獻，歸納出以下幾點：

#### （一）第一幕的色彩基調變化極小，且與影片主要的色彩基調相同

第一幕在整部影片中所佔的片長比例較小，因此發生的事件數量大多只有一到三件左右。由於第一幕的敘事主要在故事的佈局，將人事時地物交代清楚，並建立故事的情境，因此，在事件數量較小，也缺乏抗衡衝突的敘事編排下，色彩基調不管在色相、彩度、明度，幾乎沒有變化。通常第一幕會給予整部影片主要的色彩基調，例如 For The Birds 與 Lifted 整體屬於冷色調，One Man Band、Partly Cloudy 與 Presto 則是暖色調，這五部影片都在第一幕呈現相對應的色調。然而 Partly Cloudy 由於是採用一鏡到底的方式作為開場，因此色彩就包含較多的調性。

#### （二）第二幕的色彩基調變化較大，主要與事件發生的場景和情緒有關

第二幕在整部影片中所佔的片長比例最大，所發生的事件在三幕劇中不僅數量最多，也是密度

最高的。由於第二幕的敘事主要由一連串的抗衡衝突所架構，許多正負面情感的變化也大多發生在第二幕裡。因此為了引領劇情發展，在場景與情緒的切換間會產生較多的色彩變化。例如 *Lifted* 是在屋子與飛碟裡的場景做切換，*One Man Band* 是在左右兩個角色場景間切換，兩者的變化都反應在明度上。至於 *Partly Cloudy* 則是因為雲人的情緒改變而產生冷暖色調的變化。

### (三) 第三幕的色彩基調變化會根據結局而與主體的基調產生落差

第三幕在整部影片雖然佔的比例不大，不過由於結局帶來的變化，有時會給予和主體不同的色彩基調。例如 *For The Birds* 整體為天空的冷色調，但在結局時小鳥們因為惡作劇失敗而必須依靠大鳥時則轉變為稻草的暖色調。*Presto* 整體為高彩的衝突色調，但在結局時魔術師與兔子合好如初，便轉為和諧的低彩色調。*One Man Band* 整體為愉快的亮調，但結局因兩人的得意忘形而被女孩羞辱，因此最後轉為沈重的暗調。

根據以上的分析，我們可以知道在安排劇情時，如果能根據故事發展的架構為其安排適當的色彩計畫，將為故事裡的每個事件大大的加分。一部成功的動畫短片，必須擁有色彩計畫的原則及方向作為製作的標準，才能在短時間內給予觀眾適當的情感刺激。

本研究利用量化的分析整理出色彩計畫的運用，將研究結果建構成數據資料庫，提供原創動畫電影在色彩與風格設定上對成功動畫電影的參考，以期能給予台灣的動畫師最大幫助。

誌謝：本研究為國科會補助專題研究計畫之部分研究成果（NSC 101-2410-H-144-011-）感謝國科會（National Science Counsel）之補助，使本研究得以順利完成。

## 參考文獻

- Block, B. (2001). *The Visual Story: Seeing the Structure of Film, TV, and New Media*. Focal Press, NY.
- Brown, B. (1996). *Motion Picture and Video Lighting*. Focal Press, MA.
- Field Syd (2005). *Screenplay: the foundations of screenwriting*. Delta Publishing, UK.
- Giannetti Louis 著，焦雄屏譯，(1989)。認識電影。臺北：遠流出版社。
- Gillette, J. M. (1998). *Designing with Light*, 3rd. ed. Mayfield, CA.
- Kawin, Bruce 著，李顯立等譯，(1996)。認識電影。解讀電影。台北：遠流出版社。
- McKee, R. (2010) *Story: Style, Structure, Substance, and the Principles of Screenwriting*, HarperCollins, CA.
- Seif El-Nasr M. & I. Horswill, "Automating Lighting Design for Interactive Entertainment," *ACM Computers in Entertainment*, vol. 2, 2004.
- Sharda & Nalin (2007). *Authoring Educational Multimedia Content Using Learning Styles and Story Telling Principles*. In: *Proceedings of the ACM Workshop on Educational Multimedia and Multimedia Education*. pp. 93-102.
- Stephenson R. 著，劉森堯譯，(1976)。電影藝術面面觀:現代電影藝術欣賞。臺北：志文出版社。
- Ward Peter (2003). *Picture Composition for Film and Television*. Focal Press, MA.
- Zettl Herbert 著，廖祥雄譯，(1998)。映像藝術。台北：志文出版社。

# 附錄

## 一、鏡頭色彩基調的運用研究結果

表 1 色相基調數據資料表

For The Birds					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	1	14%	28.63	18%	28.63
冷色調	6	86%	133.24	82%	22.21
總數	7	100%	161.87	100%	23.12
Lifted					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	0	0%	0.00	0%	0.00
冷色調	8	100%	270.50	100%	33.81
總數	8	100%	270.50	100%	33.81
One Man Band					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	14	93%	236.97	99%	16.93
冷色調	1	7%	2.73	1%	2.73
總數	15	100%	239.70	100%	15.98
Partly Cloudy					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	4	44%	180.17	59%	45.04
冷色調	5	56%	123.03	41%	24.61
總數	9	100%	303.20	100%	33.69
Presto					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	11	69%	186.83	67%	16.98
冷色調	5	31%	91.80	33%	18.36
總數	16	100%	278.63	100%	17.41

表 2 彩度基調數據資料表

For The Birds					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	7	100%	161.87	100%	23.12
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	7	100%	161.87	100%	23.12
Lifted					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	8	100%	270.50	100%	33.81
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00

總數	8	100%	270.50	100%	33.81
One Man Band					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	15	100%	239.70	100%	15.98
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	15	100%	239.70	100%	15.98
Partly Cloudy					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	9	100%	303.20	100%	33.69
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	9	100%	303.20	100%	33.69
Presto					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	6	38%	111.00	40%	18.50
高彩度調	10	63%	167.63	60%	16.76
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	16	100%	278.63	100%	17.41

表 3 明度基調數據資料表

For The Birds					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	0	0%	0.00	0%	0.00
亮調	7	100%	161.87	100%	23.12
總數	7	100%	161.87	100%	23.12
Lifted					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	4	50%	112.57	42%	28.14
亮調	4	50%	157.93	58%	39.48
總數	8	100%	270.50	100%	33.81
One Man Band					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	11	73%	0.00	0%	0.00
亮調	4	27%	239.70	100%	59.93
總數	15	100%	239.70	100%	15.98
Partly Cloudy					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	0	0%	0.00	0%	0.00
亮調	9	100%	303.20	100%	33.69
總數	9	100%	303.20	100%	33.69
Presto					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	16	100%	278.63	100%	17.41

亮調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	16	100%	278.63	100%	17.41

二、第一幕鏡頭色彩基調的運用研究結果

表 4 第一幕色相基調數據資料表

For The Birds—第一幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	0	0%	0.00	0%	0.00
冷色調	2	100%	57.63	100%	28.82
總數	2	100%	57.63	100%	28.82
Lifted—第一幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	0	0%	0.00	0%	0.00
冷色調	1	100%	55.63	100%	55.63
總數	1	100%	55.63	100%	55.63
One Man Band—第一幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	2	100%	60.30	100%	30.15
冷色調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	2	100%	60.30	100%	30.15
Partly Cloudy—第一幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	2	100%	0.00	0%	0.00
冷色調	0	0%	109.20	100%	0.00
總數	2	100%	109.20	100%	54.60
Presto—第一幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	3	100%	80.00	100%	26.67
冷色調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	3	100%	80.00	100%	26.67

表 5 第一幕彩度基調數據資料表

For The Birds—第一幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	2	100%	57.63	100%	28.82
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	2	100%	57.63	100%	28.82
Lifted—第一幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	1	100%	55.63	100%	55.63
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00

總數	1	100%	55.63	100%	55.63
One Man Band—第一幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	2	100%	60.30	100%	30.15
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	2	100%	60.30	100%	30.15
Partly Cloudy—第一幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	2	100%	109.20	100%	54.60
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	2	100%	109.20	100%	54.60
Presto—第一幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	1	33%	0.00	0%	0.00
高彩度調	2	67%	80.00	100%	40.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	3	100%	80.00	100%	26.67

表 6 第一幕明度基調數據資料表

For The Birds—第一幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	0	0%	0.00	0%	0.00
亮調	2	100%	57.63	100%	28.82
總數	2	100%	57.63	100%	28.82
Lifted—第一幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	0	0%	0.00	0%	0.00
亮調	1	100%	55.63	100%	55.63
總數	1	100%	55.63	100%	55.63
One Man Band—第一幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	2	100%	60.30	100%	30.15
亮調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	2	100%	60.30	100%	30.15
Partly Cloudy—第一幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	0	0%	0.00	0%	0.00
亮調	2	100%	109.20	100%	54.60
總數	2	100%	109.20	100%	54.60
Presto—第一幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	3	100%	80.00	100%	26.67
亮調	0	0%	0.00	0%	0.00

總數	3	100%	80.00	100%	26.67
----	---	------	-------	------	-------

三、第二幕鏡頭色彩基調的運用研究結果

表 7 第二幕色相基調數據資料表

For The Birds—第二幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	0	0%	0.00	0%	0.00
冷色調	4	100%	75.60	100%	18.90
總數	4	100%	75.60	100%	18.90
Lifted—第二幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	0	0%	0.00	0%	0.00
冷色調	5	100%	131.03	100%	26.21
總數	5	100%	131.03	100%	26.21
One Man Band—第二幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	9	100%	110.10	100%	12.23
冷色調	0	0%	0.00	0%	0.00
Partly Cloudy—第二幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	2	40%	70.97	46%	35.49
冷色調	3	60%	82.23	54%	27.41
總數	5	100%	153.20	100%	30.64
Presto—第二幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	7	64%	101.53	60%	14.50
冷色調	4	36%	67.34	40%	16.84
總數	11	100%	168.87	100%	15.35

表 8 第二幕彩度基調數據資料表

For The Birds—第二幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	4	100%	75.60	100%	18.90
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	4	100%	75.60	100%	18.90
Lifted—第二幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	5	100%	131.03	100%	26.21
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	5	100%	131.03	100%	26.21
One Man Band—第二幕					

鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	9	100%	110.10	100%	12.23
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	9	100%	110.10	100%	12.23
Partly Cloudy—第二幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	5	100%	153.20	100%	30.64
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	5	100%	153.20	100%	30.64
Presto—第二幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	3	27%	54.50	32%	18.17
高彩度調	8	73%	114.37	68%	14.30
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	11	100%	168.87	100%	15.35

表 9 第二幕明度基調數據資料表

For The Birds—第二幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	0	0%	0.00	0%	0.00
亮調	4	100%	75.60	100%	18.90
總數	4	100%	75.60	100%	18.90
Lifted—第二幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	3	60%	62.20	47%	20.73
亮調	2	40%	68.83	53%	34.42
總數	5	100%	131.03	100%	26.21
One Man Band—第二幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	6	67%	71.77	65%	11.96
亮調	3	33%	38.33	35%	12.78
總數	9	100%	110.10	100%	12.23
Partly Cloudy—第二幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	0	0%	0.00	0%	0.00
亮調	5	100%	153.20	100%	30.64
總數	5	100%	153.20	100%	30.64
Presto—第二幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	11	100%	168.87	100%	15.35
亮調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	11	100%	168.87	100%	15.35

四、第三幕鏡頭色彩基調的運用研究結果

表 10 第三幕色相基調數據資料表

For The Birds—第三幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	1	100%	0.00	0%	0.00
冷色調	0	0%	28.63	100%	0.00
總數	1	100%	28.63	100%	28.63
Lifted—第三幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	0	0%	0.00	0%	0.00
冷色調	2	100%	83.83	100%	41.92
總數	2	100%	83.83	100%	41.92
One Man Band—第三幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	3	75%	66.57	96%	22.19
冷色調	1	25%	2.73	4%	2.73
總數	4	100%	69.30	100%	17.33
Partly Cloudy—第三幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	0	0%	0.00	0%	0.00
冷色調	2	100%	40.80	100%	20.40
總數	2	100%	40.80	100%	20.40
Presto—第三幕					
鏡頭色相基調 (H)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暖色調	1	50%	5.30	18%	5.30
冷色調	1	50%	24.47	82%	24.47
總數	2	100%	29.77	100%	14.89

表 11 第三幕彩度基調數據資料表

For The Birds—第三幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	1	100%	28.63	100%	28.63
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	1	100%	28.63	100%	28.63
Lifted—第三幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	2	100%	83.83	100%	41.92
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	2	100%	83.83	100%	41.92
One Man Band—第三幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	4	100%	69.30	100%	17.33

高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	4	100%	69.30	100%	17.33
Partly Cloudy—第三幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	2	100%	40.80	100%	20.40
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	2	100%	40.80	100%	20.40
Presto—第三幕					
鏡頭彩度基調 (S)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
低彩度調	2	100%	29.77	100%	14.89
高彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
無彩度調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	2	100%	29.77	100%	14.89

表 12 第三幕明度基調數據資料表

For The Birds—第三幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	0	0%	0.00	0%	0.00
亮調	1	100%	28.63	100%	28.63
總數	1	100%	28.63	100%	28.63
Lifted—第三幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	1	50%	49.97	60%	49.97
亮調	1	50%	33.86	40%	33.86
總數	2	100%	83.83	100%	41.92
One Man Band—第三幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	3	75%	47.60	69%	15.87
亮調	1	25%	21.70	31%	21.70
總數	4	100%	69.30	100%	17.33
Partly Cloudy—第三幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	0	0%	0.00	0%	0.00
亮調	2	100%	40.80	100%	20.40
總數	2	100%	40.80	100%	20.40
Presto—第三幕					
鏡頭明度基調 (V)	事件數	%	秒數	%	平均秒數
暗調	2	100%	29.77	100%	14.89
亮調	0	0%	0.00	0%	0.00
總數	2	100%	29.77	100%	14.89

# The Correlation between Story Structure and Color Plan in Short Animations

Shih-Kai Chung

---

## Abstract

Unlike the ordinary feature films, short animations have to be completely expressed in a limited span of time. Therefore, besides the compact structure of the story itself, there has to be with a strong color plan to catch the audience's eyes and appeal them.

The main point of making stories is to create the emotion charge which moves peoples' hearts. Even the emotion charge and the color plan both deeply effect the success of short animations, it is still lacking of being discussed. Thus, this research aims to solve these problems. Through studying well-known short animations, frame data will be collected and examined. These data are then analyzed and reorganized to build the reference for storytelling and color plan.

This research first investigates the ways to tell story and plan color scheme from published resource. Short animations produced by Pixar are used in our research and analysis samples. By way of using scientific tools to analyze data statistics, this research studies the narrative structure and the color plan of short animation films, and tries to generalize the association between emotional charge and color scheme. As the results of this research, they should provide an important reference in Taiwan's education and creation of computer animation.

**Keywords:** Short animation, Story telling, Color planning, Pixar

# 動態網頁在動作風格組合上之審美性研究

陳瀚凱

## 摘要

動態網站有別於靜態網頁，除了視覺動態呈現手法外，同時也增加了使用者與介面互動的樂趣，諸如動態選單呈現、動態頁面轉場效果、圖片作品的動態輪播、動態商品展示方式、橫幅廣告動畫等。甚至許多動態網站會藉由前導頁動畫製作或網頁遊戲，藉以吸引觀者的目光進而產生瀏覽網頁的興趣，更重要的是它影響了使用者在瀏覽與操作方式上的習慣。本研究認為動態網站設計的重要步驟就是網頁的視覺風格呈現，因此動態網站在視覺風格呈現上的審美性探討，就變得格外重要。在數位時代下，動態網頁已經為網頁設計主流趨勢，尤其是審美性除了會影響觀者在視覺心理上的好惡程度外，甚至會影響喜好性、使用性等。然而具有美感性的動態網頁更能增加使用效益，並且提高瀏覽網頁的動機。因此瞭解動態網頁對觀者在視覺心理上的影響，使其符合數位設計傳達的需求，其實是個非常重要的課題。本研究為了探討動態網頁在動作風格組合上的審美性，針對國外瀏覽點閱率高且視覺評價也高的動態網頁作為實驗樣本，主要目的是欲了解觀者的視覺評價，是否會因為動作風格組合上差異而產生不同的美感評價。在研究方法上，嘗試以聯合分析(conjoint analysis)針對審美性評價來進行探討，透過因子(factor)與水準(level)列出每梯次的正交組合，藉以預測受測者對不同動作組合(針對動態網頁)上所喜好的審美性評價。研究目的：(1) 探討動態網頁在動作風格呈現之審美性調查與資料分析方法。(2) 探求動態網頁的動作風格組合與審美性評價，找到符合觀者心理最佳化的動作組合。(3) 最後提出關於動態網頁在設計實務與設計教學上之相關設計建議。研究結果歸納如下：首先在「四種動作風格組合」中，「運鏡風格」決定了整體動態網頁在動作呈現上的流暢性，建議以移機運鏡(translation)來視覺呈現可獲得較佳的審美性評價。其次在「比例變化+空間表現+方位移動」之動作風格組合中，可特別強調「比例變化」的呈現手法，例如在視覺上以垂直軸或水平軸的變形來傳達圖文訊息，或藉由展開的形式來加強圖文訊息的傳達性。第三在「比例變化+空間表現+運鏡風格」之動作風格組合中，建議在視覺上主要是以變焦運鏡手法，或是透過轉軸運鏡方式，以及移機運鏡等鏡頭運用等來加以視覺呈現。第四在「比例變化+方位移動+運鏡風格」之動作風格組合中，除「運鏡風格」呈現外，還必須輔助「比例變化」(例如垂直擠壓、水平擠壓、變形與展開等手法)，透過強化上述兩種風格，可獲得最佳的審美性評價。最後在「空間表現+方位移動+運鏡風格」之動

作風格組合中，則必需強調「方位移動」所呈現的動態效果，即是在動態網頁上，建議可透過上下左右或對角線位移等方式來傳達圖文訊息或頁面的轉場效果，甚至是以自由位移的方式來搜尋圖文訊息等，皆可以提高較佳的審美性評價。

**關鍵字：**動態網頁、動作風格組合、審美性評價

## 壹、研究動機與背景

動態網站有別於靜態網頁，除了視覺動態呈現手法外，同時也增加了使用者與介面互動的樂趣，諸如動態選單呈現、動態頁面轉場效果、圖片作品的動態輪播、動態商品展示方式、橫幅廣告動畫等。甚至許多動態網站會藉由前導頁動畫製作或網頁遊戲，藉以吸引觀者的目光進而產生瀏覽網頁的興趣，更重要的是它影響了使用者在瀏覽與操作方式上的習慣。然而，當網頁設計師在將任何動態風格元素加入網頁時，也必須考慮動態網頁設計對使用性的要求，以及考量使用者在個別網頁與整個動態網站上的互動方式。另，本研究認為動態網站設計的重要步驟就是網頁的視覺風格呈現，畢竟所有視覺元素都是站在第一線與觀者進行直接的接觸，因此動態網站在視覺風格呈現上的審美性探討，就變得格外重要。在數位時代下，動態網頁已經為網頁設計主流趨勢，尤其是審美性除了會影響觀者在視覺心理上的好惡程度外，甚至會影響喜好性、使用性等。然而具有美感性的動態網頁更能增加使用效益，並且提高瀏覽網頁的動機。因此瞭解動態網頁對觀者在視覺心理上的影響，使其符合數位設計傳達的需求，其實是個非常重要的課題。另，關於本研究所探討的審美性意義，Norman（2004）曾提出四種愉悅性層面；包括生理愉悅性、社會愉悅性、心理愉悅性與意識愉悅性。由此可瞭解審美的愉悅性所牽涉的範圍極廣，本研究所探討的情感喚起，即是審美的愉悅性，並且只針對觀者的心理性層面進行探討。許多心理學研究發現，觀眾在審美的愉悅感上可以透過誘導方式來提升，Isen（1987）在研究中發現人們會因為積極的情感刺激，會使其能處理訊息更加地樂觀，同時如果在環境中提供積極正面的情緒刺激與氣氛，會增加個人對視覺訊息的感性程度評價。承上，根據相關研究證實（陳瀚凱 2015、2014、2012）。而情感喚起驅動著人類對視覺藝術的追求，同時視覺藝術作品的訊息多寡也影響著情感喚起程度，視覺藝術具有許多的訊息複雜度，這些複雜訊息量可以透過量化方式來加以量測分析（Petrov, 2002; Locher, 1995; France & Henaut, 1994）。Clore（1994）則認為生理喚起屬於一種刺激狀態的情感，其範圍從平靜到興奮的狀態。歸納以上文獻，本研究針對審美性的定義如下：『審美性是情感喚起的一部分，它屬於抽象的心理性，透過喚起作用而引發觀者的情緒性程度，它始終驅動著觀者本能對愉悅感的追求。動態訊息的審美性確實可以透過不同的視覺傳達的刺激，而有效地提高其視覺評價』。

基於此，本研究為了探討動態網頁在動作風格組合上的審美性，針對國外瀏覽點閱率高且視覺評價也高的動態網頁作為實驗樣本，主要目的是欲了解觀者的視覺評價，是否會因為動作風格組合上差異而產生不同的美感評價。另，基於動態網頁（dynamic website）在動作風格組合呈現上非常複雜與多樣化，不同的組合所產生的配對樣本數會非常龐大，本研究參考相關文獻（陳瀚凱，2015、2014、2012；Chen & Guan, 2014；管倖生與童鼎鈞，2008；陳鴻源，2004），針對動態訊息所提出的動作特徵概念，進而針對動態網頁在動態呈現上的特徵屬性，嘗試修正定義出「四種動作風格類型」與「12種基本動作特徵。基於上述，經專家會議討論擬導入聯合分析法（conjoint analysis），

透過因子 (factor) 與水準 (level) 列出每梯次的正交組合, 而每梯次皆以排序法與評價法來估算受測者心理對審美性的效益值, 然後把效益值視為預測值, 藉以預測受測者對不同動作組合 (針對動態網頁) 上所喜好的審美性評價, 本研究希望可以針對動態網頁在動作風格呈現的審美性評價上, 找到符合觀者心理最佳化的動作組合預測, 藉以作為設計實務與教學之參考。研究目的: (1) 探討動態網頁在動作風格呈現之審美性調查與資料分析方法。(2) 探求動態網頁的動作風格組合與審美性評價, 找到符合觀者心理最佳化的動作組合預測。(3) 最後提出關於動態網頁在設計實務與設計教學上之相關建議。

## 貳、相關文獻探討

針對動態網站的審美性調查研究與資料分析方法等相關研究上, 陳瀚凱 (2015) 針對動態網站在美感喚起與審美性因子關係上之研究中, 在影響美感評價的關鍵因子預測上, 該研究以多元迴歸分析先找出影響美感評價的「關鍵因子」(被迴歸式選入者), 以及「參考因子」(其餘未被選入者), 最後提出『九種動作組合呈現』的「美感迴歸預測式」分別為: 「垂直擠壓+明暗漸變+物件滾動+轉軸運鏡」 $AE=.506 S+.304 R...$  ( $R^2=0.507$ ,  $CI=9.306$ )、 「水平擠壓+明暗漸變+左右移動+移機運鏡」 $AE=.552 A+.376 R...$  ( $R^2=0.729$ ,  $CI=8.570$ )、 「垂直擠壓+尺寸縮放+左右移動+變焦運鏡」 $AE=.711 V....$  ( $R^2=0.505$ ,  $CI=5.055$ )、 「垂直擠壓+透視旋轉+上下移動+移機運鏡」 $AE=.371 T+.350 R+.387 V....$  ( $R^2=0.710$ ,  $CI=16.672$ )、 「水平擠壓+尺寸縮放+上下移動+轉軸運鏡」 $AE=.591 S+.293 Bea....$  ( $R^2=0.679$ ,  $CI=8.584$ )、 「水平擠壓+透視旋轉+物件滾動+變焦運鏡」 $AE=.367 A+.368 R+.257 Bea....$  ( $R^2=0.784$ ,  $CI=11.277$ )、 「展開+尺寸縮放+物件滾動+移機運鏡」 $AE=.547 T+.317 Bal....$  ( $R^2=0.590$ ,  $CI=8.128$ )、 「展開+明暗漸變+上下移動+變焦運鏡」 $AE=.428 T....$  ( $R^2=0.274$ ,  $CI=4.078$ )、 以及 「展開+透視旋轉+左右移動+轉軸運鏡」 $AE=.440 A+.369 Bea....$  ( $R^2=0.729$ ,  $CI=8.800$ ) 等。但由於該研究只針對經由九種代表性樣本, 進行關聯性評價進行分析與預測, 並未進一步地針對各項審美性因子的動態呈現的視覺設計元素進行內容分析。陳瀚凱 (2015) 曾在虛擬博物館的動作風格研究上, 針對台灣線上的虛擬博物館的動態風格在審美性與使用性上之關聯性進行調查研究, 並定義出七組符合虛擬博物館設計需求上的使用性因子 (usability factor); 分別為互動性 (Interactivity)、參訪性 (Visiting)、展示性 (Display)、易學性 (Learnability)、記憶性 (Memory)、即時性 (Efficiency)、效率性 (effectiveness) 等。在研究方法上, 該研究以『路徑分析法』 (Path analysis), 透過自變項 (七項使用性因子) 對於依變項 (滿意度高低評價) 之變異的解釋程度, 企圖以最少的自變項獲得最高的迴歸關係式預測結果。Chen & Guan (2014) 針對動態訊息的相關研究中, 曾提出七組審美性因子; 分別為美感性 (beauty)、辨識性 (recognition)、喚起性 (arousal)、平衡性 (balance)、變化性 (variation)、象徵性 (symbol) 與時間性 (time) 等, 經由審美性因子

來評估動態網站的審美性，可讓整體研究更加趨於完整。該研究嘗試運用了語意差異法（semantic differential method）與主成份因素分析（principal factor analysis；PFA），並透過「感性語彙量表」（共 20 組形容詞語彙）的建構，再經由因素分析縮減，最後歸納共七組審美性的關鍵因子。從上述相關研究結果顯示，確實讓動態訊息的視覺評量方法更臻於完善，且適用於動態網站的審美性評量方式。陳瀚凱（2014）針對動態圖像之視覺特徵在認知性與審美性分析上之研究，研究方法主要是以「視覺等階法」與「語意差異法」等兩種視覺評量方法，該研究提出  $\Delta$ AIR（審美訊息率，aesthetics information ratio）的概念，分析兩種不同的視覺評量結果。陳瀚凱與管倖生（2014，2012，2010，2007）針對動態訊息在動作風格呈現上之相關研究，為了探討動作特徵的差異性，以焦點團體與專家會議進行探討，最後定義出常見的動作特徵作為代表性樣本；包括「四種動作風格類型」（比例變化型、空間表現型、方位移動型、運鏡風格型等）與「十二種常見動作特徵」（垂直擠壓、水平擠壓、展開、明暗漸變、尺寸縮放、透視旋轉、物件滾動、左右移動、上下移動、轉軸運鏡、移機運鏡、變焦運鏡等）。相關研究結果發現，動作特徵與風格類型等屬性，在事後檢定分析上都有顯著性差異，這表示動作風格與特徵是會影響觀者的主觀判斷，陳瀚凱（2014、2012）為了探討動態訊息在動作風格呈現上影響美感喚起的高低程度，曾提出「審美訊息率」（aesthetics information ratio，AIR），以及「正面訊息」（positive information）與「負面訊息」（negative information）的概念。該研究定義出「正面訊息」是針對傳達性具正面影響之動態元素，而「負面訊息」則可視為呈現動態訊息的複雜度因子，例如讓觀者產生錯誤認知的訊息、傳達的易讀性不佳或美感性不佳等。

洪伯松與管倖生（2009）以廣告影像為樣本，探討色彩喜好因子對於廣告影像之情感意象的影響，研究共分三階段調查，第一階段，以專家訪談及文獻彙整，提出六個影像色彩喜好的心理因子。第二階段，進行情感意象調查及放聲思考，並以語意差異法及口語分析檢視影像情感意象的訊息傳遞。最後階段，進行色彩喜好因子的問卷評量，探討不同影像情感意象下，各心理因子不同的相對重要性。研究發現顯示，不同情感意象類型的影像，各色彩喜好心理因子扮演不同的重要性。Goodwin（2009）以使用性的觀點，透過文獻歸納法討論圖像的設計語言，認為除了使用性外，風格特徵更是表現審美性常重要的設計因素。童鼎鈞與謝承勳（2008）曾針對動態圖標進行動態感性意象調查，研究中定義出上下移動、左右移動、左右搖擺與前後收縮四種基本動態形式，調查研究方法則是先透過迴歸分析建立動作變化模式，並藉由多次元尺度分析與集群分析篩選出符合四種動態表現的感性語彙，最後將代表性感性語彙與不同動作變化量的樣本組合搭配，進行感性意象調查。至於資料分析方法則是透過正交設計進行圖標樣本的組合配對，以達到縮減樣本的目的，並導入聯合分析法對調查結果進行分析證。Tsai（2008）透過訊息率模型和 PAD 情感模型，探討網站視覺訊息的情緒反應因素，研究中運用相關調查與資料分析方法（例如線性迴歸、多元迴歸分析、Pearson 相關係數、因素分析等）探討網頁設計的審美性，但研究中僅以少數特徵訊息做驗證與量

測，因此所得結論較會以偏概全，而忽略了其它因素的影響。在探討視覺特徵訊息對審美性強弱影響之相關研究中，陳瀚凱與管倖生（2007）在探討海報的視覺特徵訊息對審美性與注目性探討，研究方法則是透過三階段問卷調查法，即：視覺構成特徵訊息調查（關於影響注意力的強弱程度）、視覺情緒語彙調查（關於海報複雜度與審美度的量測），以及獨立樣本的視覺特徵訊息調查等，依序進行數據分析比對，主要是為了驗證「視覺特徵訊息」對各類型海報風格與影響注目性之關聯性，該研究透過導入訊息熵式  $H = \log_2 6^v$  的轉換，可以檢驗與比較各視覺特徵的訊息量高低，從而瞭解其訊息特徵出現在畫面的頻率次數，以及影響注目性的高低程度。

陳鴻源（2004）以感性工學的方法定義設計的表現形式，並以正交設計產生樣本，再進行審美性評價，實驗結果發現，審美性評價會受到不同的表現形式的影響，但上述研究只是針對複雜性較低的靜態圖像作探討，比較缺乏與複雜性高的動態圖像進行比較。Petrov（2002）以統計學的線性相關係數，分析視覺藝術的審美性因子，但缺點是無法深入量測每一審美性因素出現頻率的多寡。林敬欣等（2000）在網頁介面中動態型態對圖像意義傳達影響之研究，在實驗架構上提出動態圖像設計的兩大向度，並根據動態圖像在網頁上呈現的相關現象，將動態圖像呈現的動作形式分為七種類型，包括主體變化、上下移動、描述事件、文字提示變化、旋轉、左右移動、及顏色變化等，同時在調查方法上也導入使用性的概念，透過使用性評估方法分析動態圖像對不同使用經驗之使用者造成的傳達差異。Locher（1995）則運用語意差異法，將所有的形容詞對分數加總得出訊息率總分（information rate score）的概念，藉此測量視覺設計的審美性。France & Henaut（1994），嘗試以非線性的方式對視覺藝術的審美性做初探。Burchett（1991）運用內容分析法與文獻歸納法討論色彩喜好性因子，認為在眾多影響因子中以直覺感知（intuition）最為重要，觀者會藉由過去經驗評估，進而影響審美性結果。因此，關於動態圖像的審美性調查方法，本研究認為有效地找出影響動態圖像的審美性關鍵因子是非常重要的。Merhrabian & Russell（1974）提出以語意差異法的概念，設計審美性語彙量表，來量測設計因子。

## 參、研究方法

### 一、研究設計與流程

本研究透過專家會議，針對研究調查與資料分析方式，以及代表性樣本的挑選等，做優缺點之研究效益評估。有關參與「專家會議」的專家共有三位；第一位專家，專長在於視覺傳達領域的相關理論研究，並以動態訊息傳達的審美性與使用性做為主要研究對象，目前為大學專任助理教授，教學資歷十年以上。第二位專家，專長在於動態視訊設計與視覺認知心理的研究，為大學專任助理教授，設計實務與教學資歷十二年以上。第三位專家，專長在於互動多媒體設計與介面設計，為設

計實務豐富的設計師，設計資歷六年以上。因此為達到本實驗的目的，專家會議之評估流程有四個步驟：(一) 首先，由本研究提出針對本議題的相關視覺評量與資料分析方法，以及相關實驗設計規劃。(二) 在專家會議中，說明相關研究設計的步驟與樣本挑選的策略方式，相互比較後進行效益評估。(三) 由三位專家進行討論，提出問題與改善建議，使其實驗設計更趨於完善。(四)最後，確定實驗設計規劃。鑒於本研究透過多種研究與分析方法來探討動態網頁在動作風格呈現上的審美性，因此為了讓讀者易於瞭解整個研究流程，歸納說明如下：在審美性調查與資料分析方法上，本研究擬以聯合分析 (conjoint analysis)，針對審美性評價來進行探討。在實驗變項設計上，則參考陳瀚凱與管倖生 (2015, 2014, 2012) 在動態訊息之整合性視覺評量方法研究中，所提出的視覺特徵與審美性因子 (例如動作特徵及風格特徵)，以及洪伯松與管倖生 (2009) 在色彩喜好與情感意象調查上所提出的美感因子、童鼎鈞與謝承勳 (2008) 在動態感性意象調查中所定義的動作特徵等概念，以及Bense (1971) 對環境訊息所提出的審美性因子與資料分析方式等，針對實驗設計加以修正，提出「動作風格」、「動作特徵」及「組合特徵」等視覺評量效標。另，為有效限制因刺激物組合所產生的龐大數量樣本，本研究參考Chen & Guan (2014)、管倖生與童鼎鈞等 (2008)，以及陳鴻源 (2004) 等人透過聯合分析法定義動態網頁設計的特徵屬性，並藉由正交設計來求取實驗的代表性樣本，藉以取代數量龐大的動態網頁樣本組合，透過屬性因子 (動作風格) 與設計手法 (動作類型) 列出每梯次的正交組合，進而設定動態網頁的代表性樣本，希望透過簡化的視覺評估流程，藉以提升本實驗的效度。至於在動態網頁樣本的調查方法與樣本定義上，本研究參考Nielsen (1993、1990)、Molich & Nielsen (1990) 與Shackel (1991) 等人，運用於使用性評估等相關研究調查方法，針對動態網頁樣本進行蒐集與調查。

## 二、研究範圍與限制

### (一) 探討議題聚焦於審美性

基於有限人力與物力，並根據國內外相關文獻的調查研究 (Norman, 2004; Clore, 1994; Nielsen, 1993; Isen, 1987)，現階段研究所探討的議題，只聚焦於動態網頁對人們視覺心裡之「審美性因素」做探討，至於動態網頁的「互動性」及「使用性」等則不在研究範圍內。雖然「互動性」與「使用性」對於動態網頁也有探討的必要性，但是基於實驗限制以及龐大訊息的複雜度，相關議題則留待後續的專題研究中再進行深入探討。

## (二) 動態網頁樣本之挑選標準

動態網頁的製作軟體眾多，本研究主要挑選以 Adobe Flash 軟體所製作的動態網頁呈現與特效為主，並從 Koflash website 平台所評價的動態網站中，挑選出評價獲得 3.5 顆星以上的優良設計網站。同時要符合實驗所需透過正交組合所萃取的網頁樣本。

## (三) 動態網頁樣本之播放限制

鑒於本研究主要目的是探討動態網頁在動作風格呈現上的「審美性」因素，因此為避免在每次的實驗樣本播放設計上，為避免每位受測者在瀏覽動態網頁時所瀏覽的連結路徑不同，以及所看到動態網頁刺激物在動作風格呈現上的不同，因而導致實驗結果的產生誤差。因此本研究採取限制受測者在瀏覽動態網頁上的開放性，採取封閉性的問卷設計概念，嘗試導入使用性工程 (Usability engineering) 的研究方法 (Molish & Nielsen, 1990; Shackel, 1991)，並參考 Nielsen (1993、1990) 所提出的『使用者工作觀察與典型工作設定』(user task observation & prototype)，先由本研究根據每個動態網頁動作呈現風格，訂定每個動態網頁樣本之『典型工作設定』，再經由專家熟手(熟悉動態網頁設計與使用性的概念者)進行相關訊息瀏覽與路徑鏈結，藉以讓每個動態網頁在動作風格呈現上，能夠密切符合透過正交設計所產生的動作組合，同時以 Ever-cam 螢幕錄影軟體對瀏覽路徑予以紀錄錄影，最後再剪接成 FLV 影片的格式在實驗視窗上進行實驗測試。本研究透過上述的實驗限制，讓每位受測者所看到的動態網頁樣本呈現的一致性，藉以確保相關實驗的信度與效度。

## (四) 受測者限制

基於本實驗在複雜訊息量測上，具有部分的設計專有名詞，因此受測者條件必須是曾受過設計專業訓練與熟捻動態網頁設計的熟手。因此本研究主要受測對象為設計相關科系的學生，挑選符合上述條件者之大學部二年級以上的學生，包含碩士班研究所的學生。

# 三、美感喚起程度之排序實驗設計

## (一) 實驗視窗設計

本研究以 Adobe flash 軟體做為視窗介面設計，整個視窗介面設計的相關流程以 Action script 進行整合串聯。實驗視窗尺寸為 1024×768 pixel，並在位置區域的分配上，分成上下兩個區塊，上下兩區塊尺寸皆為 1024×384 pixel，上半部左邊為說明文；上半部右邊則置放 9 組代表性的動態網頁樣本，下半部則安排 9 個小方格，由受測者根據美感喚起程度置入小方格中，從左至右依序為第 1 名至

第9名，小方格下方有美感評價輸入欄（參圖1、圖2）。



圖 1：美感排序預測之實驗視窗：左上方為實驗操作說明，右上方為動態網頁樣本，下方則是排序的空格，可放置網頁樣本，最下則為成績輸入欄位。



圖 2：美感排序預測之實驗視窗：依據動態網頁在觀者心理感受之美感喚起程度，進行美感排序（把右上方網頁樣本，依序置於下方空格中，最高者置於左方），當完成美感排序後，再進行分數評價。

## （二）實驗過程說明

實驗過程說明如下：（1）本實驗在於驗證測試，「動態網頁」在動作風格呈現上的差異，而影響觀者的美感喚起程度。（2）實驗過程中，請觀者先開啟並依序瀏覽九組「動態網頁」樣本。（3）在瀏覽後，請觀者依據美感性評價，把右上方的樣本依序置入下方的小方格中，從左至右依序為第1名至第9名。（4）在排序過程中，可以隨時調整排序位置。（5）當九組排序完成後，在最下方空格鍵入美感評價分數（評價共分成1~7分，可允許小數點1位，但中間4分不能選擇，只能選擇3.5分以

下,或4.5分以上)。(6) 當觀者完成美感性評價後,按下按鈕,結束實驗並離開視窗。

## 四、實驗樣本設定

### (一) 實驗樣本挑選範圍

基於研究限制與樣本挑選範圍縮減,以及實驗樣本的信度,本研究採用 [www.koflash.com](http://www.koflash.com) 所彙整的動態網頁 (Dynamic websites) 作為實驗樣本來源。關於 koflash website 網站為一個免費私人網站 (不以營利為目的), 主要是以動態網頁的畫廊概念 (web gallery) 以及網頁的視覺設計評量作為該網站的內容呈現架構, 該網站主要是根據不同媒體類型所呈現動態網站進行蒐集 (動態網頁呈現主要是以 Flash 為主要設計), 並針對不同媒體類型所呈現的網頁進行專業視覺評價。此外, 該網站所評價的動態網頁類型包羅萬象; 包括 3D、流行 (Fashion)、電影 (Movie)、遊戲 (Game)、汽車 (Automobile)、公司 (Companies)、音樂 (Music), 以及攝影 (Photography) 與旅遊 (Travel) 等。Koflash website 的視覺評價方式, 主要是透過該網站的專家成員 (該網站成員包括專業的視覺設計師與網頁系統工程師等成員), 針對動態網頁的視覺設計傳達、動態呈現特徵、視覺美感風格以及使用性等進行視覺評價, 滿分為五顆星 (best flash websites), 另在評價分數上該網站也可以容許有半顆星評價分數, 例如 3.5 顆星、4.5 顆星等。因此, Koflash website 是許多以 Flash 動態呈現為主, 並進行動態網頁設計的視覺設計師經常會瀏覽與設計參考的網站平台。基於上述, 本研究會根據 Koflash website 所推薦的網站中, 先從 4 顆星以上評價中篩選出適合本研究的動態網頁樣本, 最後經由專家會議討論, 挑選出符合實驗所需的代表性樣本 (所謂代表性樣本是指透過正交組合表所萃取出的動作風格組合, 再經由專家會議討論, 挑選出符合實驗需求的動態網頁)。

### (二) 從正交設計萃選出的代表性樣本

本研究以聯合分析法 (conjoint analysis), 透過屬性因子 (動作風格) 與手法 (動作特徵) 列出每梯次的正交組合。因此在正交表設計上, 則參考陳瀚凱 (2015)、Chen & Guan (2014)、管倖生與童鼎鈞 (2008), 以及陳鴻源 (2004) 等所提出的概念, 彙整針對動態訊息所提出的動作特徵等文獻, 並針對動態網頁在動態呈現上的特性, 嘗試定義出各「四種動作風格類型」(比例變化型、空間表現型、方位移動型、運鏡風格型等) 與「十二種基本動作特徵」(垂直擠壓、水平擠壓、展開、明暗漸變、尺寸縮放、透視旋轉、物件滾動、左右移動、上下移動、轉軸運鏡、移機運鏡、變焦運鏡等) (參表 1)。另, 特別補充說明, 所謂「動作特徵組合」, 並非指動態網頁在動作特徵上所呈現的細部, 而是指該動態網頁在整體呈現上所傳達出的動作風格意象, 說明如下: 從 81 ( $3^4$ ) 組樣本中透過正交設計, 在必須符合各種設計手法採用次數盡量平均為原則下, 從 L9 ( $3^4$ ) 挑選

出一組共 9 個動態網頁樣本，根據「動作風格之特徵屬性要素表」，經由正交組合表所挑選樣本如下：A<sub>1</sub>B<sub>1</sub>C<sub>1</sub>D<sub>1</sub>、A<sub>2</sub>B<sub>1</sub>C<sub>2</sub>D<sub>2</sub>、A<sub>1</sub>B<sub>2</sub>C<sub>2</sub>D<sub>3</sub>、A<sub>1</sub>B<sub>3</sub>C<sub>3</sub>D<sub>2</sub>、A<sub>2</sub>B<sub>2</sub>C<sub>3</sub>D<sub>1</sub>、A<sub>2</sub>B<sub>3</sub>C<sub>1</sub>D<sub>3</sub>、A<sub>3</sub>B<sub>2</sub>C<sub>1</sub>D<sub>2</sub>、A<sub>3</sub>B<sub>1</sub>C<sub>3</sub>D<sub>3</sub>、A<sub>3</sub>B<sub>3</sub>C<sub>2</sub>D<sub>1</sub>等(參表 2)。最後，本研究從 Koflash website 網站中挑選本階段實驗之九組代表性樣本，且必須符合正交組合要素的條件(參表 3)。

表 1：四種動作風格類型之組合要素表(本研究定義)

動作風格 (屬性因子)		呈現手法(動作類型)		
		樣本選擇：動態網頁		
		(1)	(2)	(3)
A	比例變化型	垂直擠壓(extrude)	水平擠壓(transform)	展開(expand) 從中間水平展開+網中間垂直擠壓
B	空間表現型	明暗漸變(gradient)	尺寸縮放(scale)	透視旋轉(rotate)
C	方位移動型	物件滾動(roll)	左右移動(horizontal move)	上下移動(vertical move)
D	運鏡風格型	轉軸運鏡(fixed rotation) 例如上下平移、左右搖攝與鏡頭滾動	移機運鏡(translation) 例如主題跟拍、前後遠近推拉與路徑軌道	變焦運鏡(zoom) 例如焦距變換、清楚模糊、動態模糊與影像變形等

表 2：九組動作特徵組合正交表

編號	正交編碼	比例變化型	空間表現型	方位移動型	運鏡風格型
01	A <sub>1</sub> B <sub>1</sub> C <sub>1</sub> D <sub>1</sub>	垂直擠壓	明暗漸變	物件滾動	轉軸運鏡
02	A <sub>2</sub> B <sub>1</sub> C <sub>2</sub> D <sub>2</sub>	水平擠壓	明暗漸變	左右移動	移機運鏡
03	A <sub>1</sub> B <sub>2</sub> C <sub>2</sub> D <sub>3</sub>	垂直擠壓	尺寸縮放	左右移動	變焦運鏡
04	A <sub>1</sub> B <sub>3</sub> C <sub>3</sub> D <sub>2</sub>	垂直擠壓	透視旋轉	上下移動	移機運鏡
05	A <sub>2</sub> B <sub>2</sub> C <sub>3</sub> D <sub>1</sub>	水平擠壓	尺寸縮放	上下移動	轉軸運鏡
06	A <sub>2</sub> B <sub>3</sub> C <sub>1</sub> D <sub>3</sub>	水平擠壓	透視旋轉	物件滾動	變焦運鏡
07	A <sub>3</sub> B <sub>2</sub> C <sub>1</sub> D <sub>2</sub>	展開	尺寸縮放	物件滾動	移機運鏡
08	A <sub>3</sub> B <sub>1</sub> C <sub>3</sub> D <sub>3</sub>	展開	明暗漸變	上下移動	變焦運鏡
09	A <sub>3</sub> B <sub>3</sub> C <sub>2</sub> D <sub>1</sub>	展開	透視旋轉	左右移動	轉軸運鏡

表 3：從 Koflash website 網站挑選之九組代表性樣本

編號	網站類型	網站網址	正交編碼	該動態網站在首頁上的首頁圖像擷取
01	Hiroshi seo 攝影專輯	<a href="http://www.seohiroshi.com/">http://www.seohiroshi.com/</a>	A <sub>1</sub> B <sub>1</sub> C <sub>1</sub> D <sub>1</sub>	
02	Ahmed Awad Badeeb & Bros 汽車	<a href="http://www.kiayemen.com">http://www.kiayemen.com</a>	A <sub>2</sub> B <sub>1</sub> C <sub>2</sub> D <sub>2</sub>	
03	FWA 攝影公司	<a href="http://www.fwaphoto.com/">http://www.fwaphoto.com/</a>	A <sub>1</sub> B <sub>2</sub> C <sub>2</sub> D <sub>3</sub>	
04	Morgan Stanley Matrix 公司	<a href="http://www.morganstanley.com/matrixinfo/">http://www.morganstanley.com/matrixinfo/</a>	A <sub>1</sub> B <sub>3</sub> C <sub>3</sub> D <sub>2</sub>	
05	For colored Girls gallery 畫廊	<a href="http://forcoloredgirlsgallery.com">http://forcoloredgirlsgallery.com</a>	A <sub>2</sub> B <sub>2</sub> C <sub>3</sub> D <sub>1</sub>	
06	Wonder wall 室內設計公司	<a href="http://wonder-wall.com">http://wonder-wall.com</a>	A <sub>2</sub> B <sub>3</sub> C <sub>1</sub> D <sub>3</sub>	
07	TYA 廣告設計公司	<a href="http://www.tya.co.jp/#">http://www.tya.co.jp/#</a>	A <sub>3</sub> B <sub>2</sub> C <sub>1</sub> D <sub>2</sub>	
08	Gloria Magazine 時尚雜誌	<a href="http://www.matkostankovic.com/#/portraits/ida-prester/">http://www.matkostankovic.com/#/portraits/ida-prester/</a>	A <sub>3</sub> B <sub>1</sub> C <sub>3</sub> D <sub>3</sub>	
09	Zeebee 視覺設計公司	<a href="http://www.zeebee.co.uk/#/HOME">http://www.zeebee.co.uk/#/HOME</a>	A <sub>3</sub> B <sub>3</sub> C <sub>2</sub> D <sub>1</sub>	

## 五、實驗設計

### (一) 實驗設備與環境

基於實驗設備控制，本研究選用 iMac 2.9GHz quad-core Intel Core i5 processor (Turbo Boost up to 3.6GHz) with 6MB L3 cache，21.5 吋（可視區域）LED 背光鏡面寬螢幕，TFT 主動矩陣液晶顯示器，5ms 反應時間，標準視角：水平 178°；垂直 178°，最高解析度 1920 ×1080 pixel，平均亮度 360 cd/m<sup>2</sup>，平均對比度為 1000:1，Graphics chipset Nvidia GT 640M。另，根據 Kurita & Saito (2002)，以及 Yamamoto & Tsumura (2000) 研究發現，動態訊息在視覺評量的準確度上，大部分會因外在環境光源的減弱而有相對提高的趨勢。因此本實驗在實驗過程中，會盡量安排在一個比較密閉的暗室中進行實驗，或關閉電腦教室的環境光源，盡可能消除環境光源對受試者的影響，只保留螢幕光源，藉以增加視覺評量的準確度。

### (二) 受試者與實驗者

本研究的受試者是以立意抽樣為主，無論裸眼視力或矯正後的視力，只要符合實驗需求即可（意即在 6-8 度的視角，能夠清楚瀏覽動態網頁樣本）。另，基於實驗變項控制與相關實驗統一性，受試者，每人進行一次視覺評價。抽樣母群體為大學設計學院相關科系學生（年齡介於 20~25 歲間），以便於配合在實驗室進行受測，本實驗由母群體中抽取共 80 名受試者。基於實驗控制，所有實驗受試者，無論在設計背景、年齡條件、性別平均、學習環境，以及皆屬於網路使用環境的熟手等，相關條件皆符合一致性。關於性別變項的控制，根據先前之相關研究顯示（陳瀚凱，2015、2014；Chen，2014），性別變項在動態訊息之相關視覺評量上，並不會有顯著差異性，因此性別控制變項才會設定每個實驗男女各半進行測試。此外，實驗人員則位於受試者電腦之旁邊，除了架設受試者端電腦硬體外，主要工作是為了紀錄受試者端電腦上所呈現的數據，以及提供相關協助與操作說明。

### (三) 實驗程序與樣本數

美感喚起程度之排序預測的實驗流程，共 80 位受測者進行測試，資料分析數為 9（動作特徵組合）×80（受測者）=720。在實驗過程中，每次呈現在右上角的九組刺激物，在上下左右的位置配置上，並非固定不變而是以隨機進行排列，因此每次每位受試者所觀看的刺激物在右上角的配置都不相同，藉以避免位置與排序效應的干擾。此外，為了避免受試者的疲勞效應，皆會讓受試者

進行短暫休息後，再自行按下任意鍵，才會繼續進行下個實驗測試，直到完成共 9 個刺激物樣本為止，預估受試者所花費的平均實驗時間為 20~40 分鐘。

## 六、實驗變項

### (一) 控制變項 (control variable)

基於實驗限制，由於動態網頁上之圖像符號特徵 (symbol feature) 訊息非常多，例如圖標訊息、按鈕訊息、廣告訊息、內容訊息等，本階段並不針對不同的個案 (符號訊息) 進行探討，只探討動態網頁在動作特徵的整體審美性進行探討，因此除了挑選符合「動作風格呈現之組合要素表」類型需求的動態網頁外，還特別挑選以「黑白灰」等色調為主色系的動態網站，使色彩因素對視覺評價的影響降低。因此本研究在挑選符合研究需求的九組代表性樣本，在前置作業上必須花許多時間進行討論。

### (二) 自變項 (independent variable)

1. **動作風格 (action style)**：共有四種動作風格，分別為「比例變化型」、「空間表現型」、「方位移動型」與「運鏡風格型」等 (參表 1)。
2. **動作類型 (action attribute)**：共有十二種動作類型，依序為垂直擠壓 (extrude)、水平擠壓 (transform)、展開 (expand)、明暗漸變 (gradient)、尺寸縮放 (scale)、透視旋轉 (rotate)、物件滾動 (roll)、左右移動 (horizontal move)、上下移動 (vertical move)、轉軸運鏡 (fixed rotation，例如上下平移、左右搖攝與鏡頭滾動)、移機運鏡 (translation，例如主題跟拍、前後遠近推拉與路徑軌道)、變焦運鏡 (zoom，例如焦距變換、清楚模糊、動態模糊與影像變形等) 等 (參表 2)。

### (三) 依變項 (dependent variable)

1. **美感排序之效用值與重要度預測**：本研究以聯合分析的離散模式 (discrete model) 做為資料分析方法。針對動態網頁之動作風格類型之視覺評量結果進行分析，並進行順位排序之分數轉換；例如第一名為 9 分、第二名為 8 分、第三名為 7 分、第四名為 6 分、第五名為 5 分、第六名為 4 分、第七名為 3 分、第八名為 2 分、第九名為 1 分等。上述經轉換分數後再統計其平均分數，藉以理解在動作風格組合中審美性高低預測。最後求得每個特徵屬性之效用值 (偏迴歸係數或選項分數)，以及每個特徵屬性之重要度，藉以了解受測者心理對各部分動作風格組合的審美性評價預測。

2.動態訊息熵式 (Dynamic information, 簡稱 DI) : 本研究為有效計算動態網頁呈現的複雜度, 擬參考陳瀚凱與管倖生 (2014, 2012, 2010, 2007) 針對動態訊息之複雜度相關量測中, 所提出的動態圖像訊息熵式 (dynamic information), 同時也參考 Petrov (2002) 與 France & Henaut (1994) 為計算視覺藝術與空間訊息的複雜度所提出的訊息熵式, 以及 Locher (1995)、Merhrabian & Russell (1974) 等人運用李克尺度轉換數據來計算訊息率 (information rate score) 總分的概念。本研究定義出六個區間, 6 代表 0~6 的七階選項 (代表受試者對動態訊息出現頻率的認知), 單位為「bit」, 且本研究假設每位受試者對區間長度之主觀認知應該都是相同。v 為受試者所填寫的視覺評價 (從 1 至 7 分), 代表受試者在六個區間中, 出現題項情境的區間數。6v 則代表動態訊息出現的所有可能情況。將受試者填答的數字帶入運算公式, 即可量化出現動態圖像之訊息量 DII, 數值越大則代表出現的訊息量愈多。最後加總全部題項 (共 n 題) 的訊息量, 即可得到系統中之動態訊息熵式:  $DI = \log_2^{6v_i}$ ,  $i=1,2,3,4,\dots,n$ 。

3.審美訊息率 (aesthetics information ratio, 簡稱 AIR) : 為了探討各種動態網頁呈現, 對視覺傳達產生的影響, 因此嘗試導入審美訊息率的概念, 其計算式主要參考陳瀚凱與管倖生 (2014, 2012, 2010, 2007) 先前在探討動態圖像之視覺評量方法研究中, 曾提出「正負面因子」的概念, 同時也參考 Bense & Reichard (1971) 為有效計算複雜度, 所提出的計算式: 審美性 (aesthetics) = 整體秩序結構 (order) / 複雜度 (complexity)。本研究試導入「正面與負面訊息」的資料分析概念, 「正面訊息」 (positive information) 定義為呈現動態網頁之動作風格時, 對審美性具正面影響之因素條件, 例如美觀或好看的心理感受, 其計算方式是根據李克 7 點尺度, 從 1~7 分的排列順序來配置, 愈往右邊尺度則表示正面訊息出現的頻率愈高。「負面訊息」 (negative information) 定義為呈現動態風格的複雜度, 對審美性具負面影響之因素條件, 例如不好看、醜陋或不喜歡等心理感受, 計算方式則反過來從 7~1 分的排列順序來計算, 愈往左邊尺度則表示視覺評量的複雜度愈高。最後, 定義當審美訊息率為 1 時, 即表示動作風格之審美性符合最低標準, 當數值大於 1 時, 數值愈大則表示動作風格呈現之審美性愈好; 反之, 當訊息傳達率小於 1 時, 數值愈小則表示動作特徵呈現之美感性愈差。審美訊息率公式如下所示: 審美訊息率 (AIR) = 正面訊息 (positive information) / 負面訊息 (negative information)。

## 肆、實驗結果分析

### 一、四種動作組合之美感排序與重要度預測分析

從數據可發現（參表 4），動態網頁影響觀者在審美性評價上之重要度（各因子的效用全距之構成比），依序為「運鏡風格」（重要度=38.5%）、「比例變化」（重要度=32.8%）、「方位移動」（重要度=17.9%），以及「空間表現」（重要度=10.8%），其中以「垂直擠壓（B=.457）、透視旋轉（B=.237）、左右移動（B=.202）、移機運鏡（B=-.117）」之動作因子組合最佳，可獲得較高的審美性評價。

表 4：四種動作組合之重要度預測與效用值分析

重要度（各因子的效用全距之構成比）	效用值 Coefficients(偏迴歸係數) B	水準 (Level)	因子 (Factor)
32.8%	.457	A(1)垂直擠壓	比例變化
	.082	A(2)水平擠壓	
	-.108	A(3)展開	
10.8%	.050	B(1)明暗漸變	空間表現
	.090	B(2)尺寸縮放	
	.237	B(3)透視旋轉	
17.9%	.118	C(1)物件滾動	方位移動
	.202	C(2)左右移動	
	-.107	C(3)上下移動	
38.5%	-.121	D(1)轉軸運鏡	運鏡風格
	-.117	D(2)移機運鏡	
	-.782	D(3)變焦運鏡	

### 二、三種動作組合之美感排序與重要度預測分析

三種動作因子組合共分成四個群組（參表 5），依序為「群組 1」（比例變化+空間表現+方位移動）、「群組 2」（比例變化+空間表現+運鏡風格）、「群組 3」（比例變化+方位移動+運鏡風格）與「群組 4」（空間表現+方位移動+運鏡風格）。首先在「群組 1」影響審美性評價上之重要度為「比例變化」（重要度=54%）、「方位移動」（重要度=25%）、「空間表現」（重要度=21%），並以「垂直擠壓（B=.623）、透視旋轉（B=.284）、左右移動（B=.225）」之動作因子組合最佳。其次在「群組 2」影響審美性評價上之重要度為「運鏡風格」（重要度=46%）、「比例變化」（重要度=40%）、「空間表現」（重要度=14%），並以「垂直擠壓（B=.643）、透視旋轉（B=.048）、轉軸與移機運鏡（兩者相同 B=.073）」之動作因子組合最佳。接著在「群組 3」影響審美性評價上

之重要度為「運鏡風格」(重要度=43%)、「比例變化」(重要度=37%)、「方位移動」(重要度=20%)，並以「垂直擠壓(B=.550)、左右移動(B=.224)、移機運鏡(B=-.033)」之動作因子組合最佳。最後在「群組4」影響審美性評價上之重要度為「運鏡風格」(重要度=56%)、「方位移動」(重要度=26%)、「空間表現」(重要度=18%)，並以「透視旋轉(B=.442)、左右移動(B=.159)、移機運鏡(B=-.064)」之動作組合最佳。

表 5：三種動作組合之重要度預測與效用值分析

組合	重要度 (各因子的效用全距之構成比)	效用值 Coefficients (偏迴歸係數) B	水準 (Level)	因子 (Factor)
群組 1 (A+B+C)	54%	.623	A(1)垂直擠壓	比例變化型
		-.158	A(2)水平擠壓	
		-.560	A(3)展開	
	21%	-.164	B(1)明暗漸變	空間表現型
		-.016	B(2)尺寸縮放	
		.284	B(3)透視旋轉	
	25%	.092	C(1)物件滾動	方位移動型
		.225	C(2)左右移動	
		-.325	C(3)上下移動	
群組 2 (A+B+D)	40%	.643	A(1)垂直擠壓	比例變化型
		.195	A(2)水平擠壓	
		-.018	A(3)展開	
	14%	-.176	B(1)明暗漸變	空間表現型
		-.141	B(2)尺寸縮放	
		.048	B(3)透視旋轉	
	46%	.073	D(1)轉軸運鏡	運鏡風格型
		.073	D(2)移機運鏡	
		-.696	D(3)變焦運鏡	
群組 3 (A+C+D)	37%	.550	A(1)垂直擠壓	比例變化型
		.132	A(2)水平擠壓	
		-.074	A(3)展開	
	20%	.125	C(1)物件滾動	方位移動型
		.224	C(2)左右移動	
		-.118	C(3)上下移動	
	43%	-.038	D(1)轉軸運鏡	運鏡風格型
		-.033	D(2)移機運鏡	
		-.769	D(3)變焦運鏡	

群組 4 (B+C+D)	18%	.208	B(1)明暗漸變	空間表現型
		.257	B(2)尺寸縮放	
		.442	B(3)透視旋轉	
	26%	.034	C(1)物件滾動	方位移動型
		.159	C(2)左右移動	
		-.175	C(3)上下移動	
	56%	-.067	D(1)轉軸運鏡	運鏡風格型
		-.064	D(2)移機運鏡	
		-.764	D(3)變焦運鏡	
Kendall's (tau) =1.000    Significance=.000				

### 三、動態網頁在美感評價上之訊息量與 AIR 分析（四種動作風格組合）

基於有限篇幅，本研究只針對「四種動作組合」之訊息量與 AIR 進行分析（參表 6），九組代表性樣本；包括「1.垂直擠壓+明暗漸變+物件滾動+轉軸運鏡」、「2.水平擠壓+明暗漸變+左右移動+移機運鏡」、「3.垂直擠壓+尺寸縮放+左右移動+變焦運鏡」、「4.垂直擠壓+透視旋轉+上下移動+移機運鏡」、「5.水平擠壓+尺寸縮放+上下移動+轉軸運鏡」、「6.水平擠壓+透視旋轉+物件滾動+變焦運鏡」、「7.展開+尺寸縮放+物件滾動+移機運鏡」、「8.展開+明暗漸變+上下移動+變焦運鏡」、「9.展開+透視旋轉+左右移動+轉軸運鏡」等。本研究的資料分析數據，則從受測者在美感排序實驗中，受測者依照著動態網頁在美感之喚起程度，所進行的美感分數評價。本研究導入 DI 訊息熵式與 AIR 審美訊息率，並以 One-Way ANOVA 進行分析，最後經 Duncan 事後檢定得出結論。從數據可發現（參表 6 與表 7），動作特徵對視覺評價結果有顯著差異，共分成五個群組（ $F=8.757$ 、 $\text{sig.}=0.000^{**}$ ，達雙尾顯著性）；以「垂直擠壓+透視旋轉+上下移動+移機運鏡」（ $\text{AIR}=4.13$ ）、「垂直擠壓+明暗漸變+物件滾動+轉軸運鏡」（ $\text{AIR}=3.38$ ）、「展開+透視旋轉+左右移動+轉軸運鏡」（ $\text{AIR}=2.24$ ）與「水平擠壓+明暗漸變+左右移動+移機運鏡」（ $\text{AIR}=2.00$ ）最高。而以「展開+明暗漸變+上下移動+變焦運鏡」（ $\text{AIR}=0.61$ ）最低，可發現只有這一組之 AIR 未達標準值 1，而其他的 8 組代表性樣本，AIR 皆符合 1 以上水準。

表 6：四種動作特徵組合之訊息量與 AIR 分析

九種動作特徵組合	樣本數	視覺評量之平均數	標準差	動態訊息 (視覺評量轉換成訊息量 bit)		AIR (審美訊息率)
				正面訊息	負面訊息	
1. 垂直擠壓+明暗漸變+物件滾動+轉軸運鏡	80	5.63	1.31	12.0 bit	3.5 bit	3.38
2. 水平擠壓+明暗漸變+左右移動+移機運鏡	80	4.97	1.50	10.3 bit	5.2 bit	2.00

3. 垂直擠壓+尺寸縮放+左右移動+變焦運鏡	80	4.57	1.46	9.23 bit	6.3 bit	1.47
4. 垂直擠壓+透視旋轉+上下移動+移機運鏡	80	5.83	1.13	12.5 bit	3 bit	4.13
5. 水平擠壓+尺寸縮放+上下移動+轉軸運鏡	80	4.72	1.78	9.62 bit	5.9 bit	1.63
6. 水平擠壓+透視旋轉+物件滾動+變焦運鏡	80	4.32	1.89	8.57 bit	6.9 bit	1.24
7. 展開+尺寸縮放+物件滾動+移機運鏡	80	4.94	1.37	10.2 bit	5.3 bit	1.91
8. 展開+明暗漸變+上下移動+變焦運鏡	80	3.27	1.39	5.87 bit	9.6 bit	0.61
9. 展開+透視旋轉+左右移動+轉軸運鏡	80	5.15	1.58	10.7 bit	4.8 bit	2.24

表 7：四種動作特徵組合之 Duncan 事後檢定分析

	F 檢定				顯著性
	8.757				0.000**
Duncan 事後檢定分析	群組 1	群組 2	群組 3	群組 4	群組 5
8. 展開+明暗漸變+上下移動+變焦運鏡	3.27				
6. 水平擠壓+透視旋轉+物件滾動+變焦運鏡		4.32			
3. 垂直擠壓+尺寸縮放+左右移動+變焦運鏡		4.57	4.57		
5. 水平擠壓+尺寸縮放+上下移動+轉軸運鏡		4.72	4.72		
7. 展開+尺寸縮放+物件滾動+移機運鏡		4.94	4.94	4.94	
2. 水平擠壓+明暗漸變+左右移動+移機運鏡		4.97	4.97	4.97	
9. 展開+透視旋轉+左右移動+轉軸運鏡			5.15	5.15	5.15
1. 垂直擠壓+明暗漸變+物件滾動+轉軸運鏡				5.63	5.63
4. 垂直擠壓+透視旋轉+上下移動+移機運鏡					5.83

## 伍、結論與建議

### 一、動態網頁的動作風格與動作特徵定義

本研究針對動態網頁之動作風格屬性，提出了「四種動作風格類型」（比例變化型、空間表現型、方位移動型、運鏡風格型等）與「12種基本動作特徵」（垂直擠壓、水平擠壓、展開、明暗漸變、尺寸縮放、透視旋轉、物件滾動、左右移動、上下移動、轉軸運鏡、移機運鏡、變焦運鏡等）。研究發現，透過動作風格與特徵的概念，確實可以讓動態訊息的視覺評量與資料分析上更趨於完整。同時經研究證實，本研究以聯合分析法探討動作因子組合（動態網頁）對審美性評價的影響，已獲得初步驗證，也解決了龐大樣本數的問題。

### 二、動作風格組合之設計建議

1. **四種動作風格組合**：審美性較佳次序為「運鏡風格」（重要度=38.5%）、「比例變化」（重要度=32.8%）、「方位移動」（重要度=17.9%）與「空間表現」（重要度=10.8%）。本研究發現，「運鏡風格」決定了整體動態網頁在動作呈現上的流暢性，建議以移機運鏡（translation）來視覺呈現可獲得較佳的審美性評價；例如主題跟拍、前後遠近推拉與路徑軌道等運鏡手法。其次在「比例變化」風格上，透過垂直軸的比例變化設計，例如擠壓、膨脹、伸縮等動作呈現的視覺效果最佳。接著在「方位移動」上，藉由平行移動的手法，並配合時間節奏、時間差、靜與動的對比等手法，可以提高圖文訊息傳達的趣味性。在「空間表現」上，則是以透視旋轉所呈現的空間感最強，此種手法較類似真實 3D 迴轉的概念，較符合觀者在現實生活上的認知經驗。最後，本研究建議在四種動作風格組合上，以「垂直擠壓（B=.457）、透視旋轉（B=.237）、左右移動（B=.202）、移機運鏡（B=-.117）」之動作因子組合最佳。

2. **三種動作風格組合**：從研究結果發現，垂直擠壓、透視旋轉、左右移動、移機運鏡等動作因子，還是決定了三種動作風格組合上的關鍵因素，綜合歸納與分析如下：

- (1) **「比例變化+空間表現+方位移動」之動作風格組合**：此類型組合以「比例變化」的影響性最高（重要度=54%），其影響美感的動作因子順序，依序為垂直擠壓、展開與水平擠壓等。其次是「方位移動」（重要度=25%），其影響美感的動作因子順序，依序為上下移動、左右移動與物件滾動等。最後則為「空間表現」（重要度=21%），其影響美感的動作因子順序，依序為透視旋轉、明暗漸變與尺寸縮放等。歸納上述，此類型組合要獲得較高的審美性評價，建議在動作風格呈現上，可特別強調「比例變化」的動作風格呈現，例如在視覺上以垂直軸或水平軸的變

形來傳達圖文訊息，或藉由展開的形式來加強圖文訊息的傳達性。最後建議，此類型組合以「垂直擠壓 (B=.623)、透視旋轉 (B=.284)、上下移動 (B=.325)」之動作因子組合最佳。

- (2) 「比例變化+空間表現+運鏡風格」之動作風格組合：此類型組合以「運鏡風格」的影響性最高(重要度=46%)，其影響美感的動作因子順序，依序為變焦運鏡、轉軸與移機運鏡等。其次是「比例變化」(重要度=40%)，其影響美感的動作因子順序，依序為垂直擠壓、水平擠壓與展開等。最後則為「空間表現」(重要度=14%)，其影響美感的動作因子順序，依序為明暗漸變、尺寸縮放與透視旋轉等。歸納上述，建議在動作風格呈現上，可特別強調「運鏡風格」所呈現的動態效果，建議在視覺上主要是透過轉軸運鏡方式(例如上下平移、左右搖攝與鏡頭滾動等)，以及移機運鏡等鏡頭運用(例如主題跟拍、前後遠近推拉與路徑軌道等)，來加以呈現，皆可獲得較佳的審美性評價。最後建議，此類型組合以「垂直擠壓 (B=.643)、透視旋轉 (B=.048)、轉軸與移機運鏡(兩者 B=.073 皆相同)」之動作因子組合最佳。
- (3) 「比例變化+方位移動+運鏡風格」之動作風格組合：此類型組合以「運鏡風格」的影響性最高(重要度=43%)，其影響美感的動作因子順序，依序為轉軸與移機運鏡、變焦運鏡等。其次是「比例變化」(重要度=37%)，其影響美感的動作因子順序，依序為垂直擠壓、水平擠壓與展開等。最後則為「方位移動」(重要度=20%)，其影響美感的動作因子順序，依序為左右移動、物件滾動與上下移動等。歸納上述，建議在動作風格呈現上，可特別強調「運鏡風格」所呈現的動態效果，除了轉軸與移機運鏡外，其次則是運用變焦運鏡手法，也能獲得不錯的評價(例如焦距變換、清楚模糊、動態模糊與影像變形等)。最後建議，此類型組合以「垂直擠壓 (B=.550)、左右移動 (B=.224)、移機運鏡 (B=-.038)」之動作因子組合最佳。
- (4) 「空間表現+方位移動+運鏡風格」之動作風格組合：此類型組合還是以「運鏡風格」的影響性最高(重要度=56%)，其影響美感的動作因子順序，依序為變焦運鏡、轉軸與移機運鏡等。其次是「方位移動」(重要度=26%)，其影響美感的動作因子順序，依序為左右移動、物件滾動與上下移動等。最後則為「空間表現」(重要度=18%)，其影響美感的動作因子順序，依序為透視旋轉、尺寸縮放與明暗漸變等。歸納上述，建議在動作風格呈現上，必需強調「運鏡風格」與「方位移動」所呈現的動態效果。有關運鏡風格等相關手法，建議可參考前段文章說明，

本研究不再贅述，至於「方位移動」的視覺手法，即是在動態網頁上，建議可透過上下左右或對角線位移等方式來傳達圖文訊息或頁面的轉場效果，甚至是以自由位移的方式來搜尋圖文訊息等，皆可以提高較佳的審美性評價。最後建議，此類型組合以「透視旋轉 (B=.442)、左右移動 (B=.157)、移機運鏡 (B=-.764)」之動作因子組合最佳。

### 三、動作風格組合在審美訊息率 AIR 的發現

本研究嘗試透過動態訊息熵式與審美訊息率，已初步驗證動作風格組合在 AIR 上的複雜度。九組代表性樣本，以「垂直擠壓+透視旋轉+上下移動+移機運鏡」(AIR=4.13)、「垂直擠壓+明暗漸變+物件滾動+轉軸運鏡」(AIR=3.38)、「展開+透視旋轉+左右移動+轉軸運鏡」(AIR=2.24)與「水平擠壓+明暗漸變+左右移動+移機運鏡」(AIR=2.00)最高。反之只有「展開+明暗漸變+上下移動+變焦運鏡」(AIR=0.61)之 AIR 未達標準值 1。本研究的創見，在於運用被普遍應用的聯合分析法，並結合李克七點尺度來加強資料分析的信度，並藉由李克尺度左右兩端的分數計算方式，把平均數轉換成動態訊息熵式，計算區間影響美感喚起的高低程度。最後，經本研究的實驗驗證，透過聯合分析法與正交設計，確實可以簡化數量龐大的數據資料，並可以有效地分析，最後獲得審美性評價的結果，雖然結果尚未臻於完善，但也證明了此方法運用於動態網頁的審美性評價是具有有效度的。最後在後續相關研究議題上，本研究建議，如果可以輔助專家問卷調查法（或專家啟發性評估），以及內容分析法等調查與資料分析方法，並針對動態網頁的審美性評價進行設計內容分析，本研究認為或許可以更深入地剖析動態網頁在動作風格呈現上的相關設計手法與運用，藉以作為設計實務或設計研究上的參考。

### 致謝

本研究經費由行政院科技部專題研究計畫補助，計畫編號：MOST 103-2410-H-212-011，特此致謝。

### 參考文獻

- Burchett, K. E. (1991). Color harmony attribute. *Color research*, 16, 270-278.
- Bense, M. & Reichard, J. (1971). *The projects of generative aesthetics. Cybernetics, art and ideas*. London: Studio Vista.
- Clore, G. L. (1994). Why emotions vary in intensity. In P. Ekman & R. J. Davidson (Eds.), *The nature of emotion, fundamental questions*. Oxford University Press.
- Chen, H.K (2014). *The Study of the Relationship between Style Feature Combinations of Dynamic Icons*

- and Aesthetic Factors. JSSD (Japanese Society for the Science of Design), Vol. 61 (1), 1-26.
- Chen, H. K. and Guan, S. S. (2014). A perceptual evaluation of grating frequencies & velocities in the analysis of dynamic images, *Displays*, Volume 35, Issue 1, January 2014, 38-48.
- France, M.M. & Henaut, A. (1994) . Art, therefore entropy. *LEONARDO*, 27 (3), 219-221.
- Goodwin, K. (2009). *Designing for the Digital Age*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Isen, A. M. (1987). *Positive affect facilitates creative problem solving*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 1122-1131.
- Kurita, T., & Saito, A. (2002). *A characteristic of the temporal integrator in the eye-tracing integration model of the visual system on the perception of displayed moving images*. IDW'02(pp.1279-1282), VHF 2-1. Tokyo: IDW.
- Locher, P. (1995). *A measure of the information content of visual arts stimuli for studies in experimental aesthetics*. *Empirical studies of the arts*, 13 (2), 180-190.
- Mehrabian, A. & Russell, J.A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge. Massschusetts & London: The MIT Press.
- Molich, R., & Nielsen, J. (1990). *Improving a human-computer dialogue*. *Communications of the ACM* 33, 3 (March), 338-348.
- Norman, D. A. (2004). *Emotional Design: Why we love everyday things*. New York: Basic Books.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*, New York: The Academic Press.
- Nielsen, J. (1990). *International user interface: An exercise*. *ACM SIGCHI Bulletin*, Vol. 21, Issue 4, 50-60.
- Petrov, V. M. (2002). *Entropy and stability in painting: An information approach to the mechanisms of artistic creativity*. *LEONARDO*, 35(2), 197-202.
- Shackel, B. (1991). *Usability-Context, framework, definition, design & evaluation*. *Human Factors for Informatics Usability*. Cambridge University Press, Cambridge, U.K., pp.355~360.
- Tsai, T. W., Chang, T. C., Chuang, M. C., Wang, D. M. (2008). *Exploration in emotion and visual information uncertainty of websites in culture relations*. *International Journal of Design*, 2(2), 55-66.
- Yamamoto, T., & Tsumura, M. (2000). *Guiding principles for high quality motion picture in AMLCDs applicable to TV monitors*, *SID 2000 Digest*. 30(2), 456-459.
- 林敬欣 (2000)。網頁介面中動態型態對圖像意義傳達影響之研究。國立成功大學工業設計研究所碩士論文，未出版，台南市。
- 洪伯松與管倖生 (2009)。廣告影像情感意象與色彩喜好因子關係之研究。設計學報，14 (4)，頁

49-67。

童鼎鈞與謝承勳(2008)。圖標設計之局部特徵屬性對整體感性之研究。科技學刊,17(2),頁 149-158。

陳鴻源(2004)。應用感性工學於圖標設計之研究。科技學刊,13(1),頁 33-44。

陳瀚凱(2015)。動態網站在美感喚起與審美性因子關係上之研究。商業設計學報,第 18 期,頁 94~112。

陳瀚凱(2015)。虛擬博物館在動作風格呈現上之審美性與使用性研究。科技部專題研究計畫成果報告(科技部計畫編號:Most 104-2410-H-212-014),未出版,台北市。

陳瀚凱(2014)。動態網頁在動作風格呈現上之審美性研究。科技部專題研究計畫成果報告(科技部計畫編號:Most 103-2410-H-212-011),未出版,台北市。

陳瀚凱(2014)。動態圖像在動作特徵與審美性因子關係上之研究。設計學報,19(4),頁 01-20。

陳瀚凱(2014)。動態圖像在認知性與審美性之研究。科技學刊,23(2),頁 111-121。

陳瀚凱(2012)。動態圖像之動作特徵在審美性與認知性分析上之研究。科技部專題研究計畫成果報告(科技部計畫編號:NSC101-2410-H-451-009),未出版,台北市。

陳瀚凱與管倖生(2007)。以信息熵理論探討視覺特徵信息對審美性與注目性之影響—以海報設計為例。設計學報,12(2),頁 53-70。

# Aesthetics Study of Dynamic Website in Action Style Combinations

Han-Kai Chen

---

## Abstract

Dynamic presentation are widely used in the application of dynamic website. Therefore, understanding the visual effects of dynamic information on viewers is a very important issue. In the contemporary age characterized by universal usage of dynamic information, designers should attain synchronized knowledge and understanding of relevant media technology so as to present preferred design quality in the management of digital design such as dynamic website design, multimedia design, and so on. Therefore, this study adopted the viewpoint of “visual design” and conducted a aesthetics evaluation of action style combinations. The conjoint analysis method were adopted in the research methodology to simplify aesthetics evaluations and enhance their validity. The purpose of this study was: (1) To propose recommendations for dynamic website design and improving data analysis methods of aesthetics evaluation. (2) To examine the influence of psychological factors on viewer when they experience dynamic presentation. (3) To identify the best action style combinations that meet viewer’s psychological characteristics and propose recommendations for dynamic website design.

**Keywords:** Dynamic website, Action style combinations, Aesthetics evaluation

---

\* Department of Visual Communication Design, Da-Yeh University. Assistant professor.



# 行動社群參與者社交動機與自我呈現策略之研究

楊美雪\*、朱家瑩\*\*

## 摘要

行動社群讓人們得以隨時進行社交，提供參與者在社交中進行自我呈現策略，建構自己的形象。因應行動社群的發展與參與行動社群之社交動機、自我呈現策略情況，本研究探究行動社群參與者社交動機與自我呈現策略之關聯性，利用網路問卷調查，獲得 578 份有效問卷。研究結果發現：(1)「建立關係」、「維持關係」、「尋求歸屬感」、「尋求人氣」與「迎合性策略」、「炫耀性策略」、「示弱性策略」、「協助性策略」呈高度正相關；(2)「尋求歸屬感」與「示弱性策略」呈中度正相關；(3)「維持關係」、「尋求歸屬感」與「迎合性策略」呈中度正相關。。

**關鍵字：**行動社群、社交動機、自我呈現策略

---

\*楊美雪現為國立臺灣師範大學圖文傳播學系教授

\*\*朱家瑩現為國立臺灣師範大學圖文傳播學系研究生

## 壹、緒論

### 一、緒論

行動裝置的蓬勃發展，讓使用者每天黏著在手機、平板電腦上的時間越來越長(資策會，2015)。eMarketer (2014b)調查顯示，全球 52%的網路使用者會使用行動社群分享訊息。超過 87.6%的台灣網友會參與行動社群(資策會，2014)，顯示行動社群的影響力逐漸擴大。每天都利用行動社群進行社交的網友，在亞太地區約 61%，臺灣地區則高達 70% (TNS,2015)。而 Facebook 與 Line 是臺灣民眾最常參與的行動社群(天下雜誌，2015)。

行動社群利讓參與者可以創建個人檔案、內容，以進行人際溝通與社交(Ellison & Boyd, 2013)，其影響力逐漸提升。Sosik and Bazarova (2014)認為維持關係是人們參與社群媒體的重要社交動機。社群媒體提供一個沒有時空限制的社交場所(Grieve, Indian, Witteveen, Tolan, & Marrington, 2013)，不僅提供人們維持既有關係，也讓人們在廣大的人際網絡中建立新關係(Ellison, Steinfield and Lampe, 2011)。社群媒體鼓勵參與者分享個人資訊、塑造個人身分、形象(Christofides, Muise, & Desmarais, 2009)，也使得社群媒體成為尋求人氣的重要管道(Utz, Tanis, & Vermeulen, 2012)。由於他人無法感知參與者當下的表情、環境特徵等，在行動社群中，人們對於自己的行為有較高的控制性(Kim & Tussyadiah, 2013)，更可以構思訊息的呈現(Lee, Ahn, & Kim, 2014)。為了在行動社群上發展良好的社交關係，參與者利用其特性，策略性的控制自己所呈現的形象，並有技巧的進行社交行為(Leary & Allen, 2011)，自我呈現策略便成為在行動社群上進行社交的重要考量(Leary & Allen, 2011)。

自我呈現策略是行動社群參與者進行社交時的重要行為(Leary & Allen, 2011)行動社群參與者利用文字、圖片、表情符號展現自己的想法，從中構思自我呈現策略，建構自己期望的身分，以獲得良好的社交關係(Rosenberg & Egbert, 2011)。而參與行動社群的社交動機，與參與者自我呈現策略間的關聯性為何，是值得探究的課題。本研究歸納過去研究中較常提及且屬於個人主動建構自我形象自我呈現策略，分成迎合性策略、炫耀性策略、示弱性策略以及協助性策略，並著重探討在行動社群中，參與者社交動機與自我呈現策略之關聯性。

## 貳、文獻探討

本研究旨在探討行動社群參與者社交動機與自我呈現策略。本章將分別從行動社群概況、社交動機構面與相關研究、自我呈現概念策略與相關研究進行探討與整理，最後再統整各節論述作成文獻探討小結。

## 一、行動社群概況

行動社群利用行動網路讓參與者可以創建個人檔案、交換用戶產生的內容，以進行人際互動溝通(Kaplan & Haenlein, 2010; Ellison & boyd, 2013)。行動社群憑藉著行動裝置的普及、與全球網路結合，發展更大幅度邁進，提供了人們依生活情境變化而隨時隨地分享資訊的機會(Lugano, 2012)。並衍生出許多不同類型的行動社群程式，大多數由既有的固定裝置平台重新設計後應用到行動裝置上，如 Facebook、Twitter、Youtube 等(Kolko, Johnson, & Rose, 2007)，也有原本為行動版後來延伸至電腦版，如 Instagram (Ibrahim, 2015)。此外，標籤系統、適地性服務、即時通訊等社群導向系統的發展(de Souza e Silva, 2013)，增添了新的服務功能，除了基本的社交相關功能，如動態更新，更重要的是發展了即時位置資訊功能、即時訊息功能等(Kolko et al., 2007)，讓人們在行動互動的情境下，提升非正式的社交溝通的方便性(Lugano, 2012)。

## 二、社交動機構面與相關研究

資訊科技的發展使得行動社群成為人們進行社交互動的重要工具。本節先統整社交動機相關構面，接著整理社交動機相關研究。

### (一) 社交動機構面

由於動機影響人類的實際行為(Kim et al., 2013)，促使人們做出某些行為去滿足個人對於某種需求的渴望(Hsu et al., 2010)。在眾多的研究當中，皆指出社交動機，如建立關係、維持關係、尋求歸屬感等為參與社群的重要動機(Kim et al., 2013; Seidman, 2013)。分別敘述如下：

#### 1. 建立關係

社群媒體不僅提供人們獲取資訊，也延伸了人們的社交網絡，幫助新關係的發展(McCown et al., 2001)。社群媒體降低了社交互動的障礙，讓原本較難進行互動的人們，如陌生人、遠距離的親友，能輕易的透過社群媒體進行互動，並結交與自己興趣、看法等相似的同伴(Gilbert & Karahalios, 2009)，讓社群媒體中潛在的人際網絡產生連結，進而建立新的友誼(Haythornthwaite, 2005)。

#### 2. 維持關係

Bryant and Marmo (2009)指出監控(surveillance)是社群媒體上特殊的維持關係行為。由於在社群媒體中，參與者不僅可以在對方的個人檔案、首頁等查看其他用戶的資訊，好友更新動態時也會顯示在自己的首頁上(Trottier, 2012)，此種監控行為讓參與者得以持續得知他人消息(Christofides et al., 2009)。McEwan (2013)則歸納社群媒體維持關係行為的探討，將社群媒體上的維持關係行為分為分

享(sharing)、關心(caring)、監控(surveillance)。

### 3. 尋求歸屬感

人們擁有歸屬於某群體以及情感依賴的需求(Watson & Johnson, 1972)。Gangadharbatla (2008)認為，現今的社群媒體參與者主要是為了尋求情感上的歸屬。人們透過更新動態、分享等行為，尋找自己感興趣的用戶，並提供能讓他們了解自己的資訊，以利於雙方互動，促進情感交流，尋求歸屬感的滿足(Zolkepli & Kamarulzaman, 2015)。Cao et al. (2013)認為歸屬感來自於與親友互動以及彼此的情感支持。Seidman (2013)則認為透過尋求接受(acceptance-seeking)以及相互連結與關懷(connection/caring)，人們可以獲得歸屬感的滿足。

### 4. 尋求人氣

人氣指的是受到大眾喜愛，或是受到同儕團體的喜愛(Bukowski, 1989)，Valente, Gallaher and Mouttapa (2004)則認為網路上的人氣代表某人是某群體的網絡核心。因此尋求人氣指的是內心期望受到廣大民眾的注目、喜愛，希望自己能成為大眾的核心人物(Hollenbaugh & Ferris, 2014)。Boyd (2008)認為，透由在社群媒體中提高自己的能見度，讓自己與社群中其他成員產生連結，是尋求人氣重要的方式。

## (二) 社交動機相關研究

Sosik and Bazarova (2014)認為 Facebook 能促進參與者與以前的朋友或陌生人間的關係。社群參與者可以透過共享興趣、分享内容、社團等來認識新朋友(Ellison et al., 2011)。在維持關係方面，研究指出人們使用 Facebook 之社交動機主要是與親友維持關係(Brocke, Richter, & Riemer, 2009)。Kim et al. (2010)研究顯示維持關係動機與使用 Facebook 滿意度顯著相關。Vitak (2014)探究實際地理環境遠近與維持關係之關係，指出 Facebook 好友間的地理環境越遠，則越會致力於維持關係，並認為社群軟體可以有效提昇關係品質。在尋求歸屬感以及尋求人氣方面，Pai and Arnott (2013)指出社群參與行為，如發布動態、遊戲等能滿足參與者歸屬感。Zhang, Tang and Leung(2011)研究顯示女性在社群中尋求歸屬感的動機高於男性。在尋求人氣方面，眾多研究指出尋求人氣是參與社群的重要社交動機(Hollenbaugh & Ferris, 2014; Rui & Whinston, 2012)，且與是否願意公開個人資訊顯著相關(Christofides et al., 2009)。此外，年齡較低者尋求人氣的動機較年齡高者高(Utz et al., 2012; Christofides et al., 2009)。

## 三、自我呈現概念策略與相關研究

傳播科技的發展改變了人們溝通互動的形式，各種新的行動社群則成為人們呈現自我的新平台

(Sinn & Syn, 2014)。本節先探討自我呈現之概念策略，接著彙整近年來對於自我呈現策略相關研究。

### (一) 自我呈現概念策略

自我呈現(self-presentation)，指個人刻意管理他人對自己的印象，試圖影響他人對自己的看法，以得到與該特定印象有關的利益、好處、地位等(Goffman, 1959; O'Sullivan, 2000)。個人所呈現的資訊並不是真實的自我，而是藉由所呈現的資訊，來引導別人看待自己所期望的自我(Schlenker, 1980)，因此自我呈現是一種目標導向的行為，是為了要影響他人對自己形象的看法而產生的行為(Jones & Pittman, 1982)。為了進行自我呈現，人們會採取不同的策略，Tedeschi and Lindskold (1976)將自我呈現策略分為保護性(defensive)與肯定性(assertive)兩類，Arkin (1981)則使用不同詞彙，分為保護性(protective)以及獲取性(acquisitive)兩類，此二類之意義與 Tedeschi and Lindskold (1976)提出的保護性、肯定性相同。本研究依據學者(Tedeschi & Lindskold, 1976)對自我呈現策略的分類狀況，將各種自我呈現策略分別歸納為保護性與肯定性兩類，整理如下：

#### 1、保護性自我呈現策略：

- (1) 藉口(excuses)：指個人不為造成負面情況的事件負責(Tedeschi & Lindskold, 1976)，與Huang (2014)提出的操弄(manipulation)意同。
- (2) 辯護(justifications)：提供許多理由為負面事件辯解，但是會對該事件負責(Scott & Lyman, 1968)。
- (3) 否認(disclaimers)：否認自己與負面事件的關聯性，或在問題發生之前，使用免責聲明來解釋狀況(Hewitt & Stokes, 1975)。
- (4) 自我設障(self-handicapping)：個人為了阻止他人探查到自己的錯誤，而製造阻礙(Brown & Jones, 2000)。
- (5) 道歉(apologies)：承認自己的錯誤，為負面行為的自責，道歉有時候也可以用來修復自我形象(Tedeschi & Lindskold, 1976)。
- (6) 代罪羔羊(scapegoating)：為了否認、切割自己對某件事的責任，引導他人對某人、事的歧視或不好的印象(Brown & Jones, 2000)。
- (7) 自欺欺人(self-deception)：指個人同時擁有兩個對立的信念，且刻意不去感受負面的信念，有意識的欺騙自己來維護自己的自尊(Snyder, 1985)。

#### 2、肯定性自我呈現策略：

- (1) 逢迎(ingratiation)：使用謙虛、幽默的語句，操弄自己的外貌、人格特質等來使自己受到

喜愛，或是為了要收刮好處(Jones & Pittman, 1982)。

- (2) 威脅(intimidation)：製造自己是一個危險、有強大力量的形象，用來造成他人的恐懼以及提高威脅效果(Jones & Pittman, 1982)。
- (3) 懇求(supplication)：展現自己的弱點、無奈或自嘲以及對目標對象的依賴性，以懇求他人的幫助(Jung et al., 2007; Jones & Pittman, 1982)。
- (4) 自我推銷(self-promotion)：炫耀自己的能力、成就等(Jones & Pittman, 1982)。與 Jung et al. (2007)提出的自信(competence)意同。
- (5) 應得的權利(entitlement)：指個人做了正面的成就而邀功(Tedeschi & Lindskold, 1976)。
- (6) 自我提升(enhancement)：指讓他人認為，自己的行為結果比他人原先預期的還要好(Schlenker, 1980)。
- (7) 取暖(basking)：指個人使自己與其他受到他人推崇的人或群體產生關連，讓自己能因他人的成就與之俱榮(Cialdini & Richardson, 1980)。
- (8) 抨擊(blasting)：指個人造成某人或群體的負面評價(Cialdini & Richardson, 1980)。
- (9) 模範(exemplification)：一種呈現個人道德高尚的行為，或犧牲自己以成就他人(Jung et al., 2007)，與 Huang (2014)提出的示範(role model)意同。
- (10) 偽裝(sandbagging)：指偽裝或提供某些資訊以隱藏自己真實的能力或意圖，讓他人預測自己的能力低於自己本身有的能力(Gibson & Sachau, 2000)，與虛偽(hypocrisy)意同(Brown & Jones, 2000)。
- (11) 炫耀性謙虛(humblebragging)：指藉由抱怨的方式來隱藏炫耀的內容(Sezer et al., 2015)。

由於人們在進行社交互動時，大都會期望呈現較正面的形象以促進良好關係(Wong, 2012)，故本研究歸納過去研究中較常提及且屬於個人主動建構自我形象自我呈現策略，分成迎合性策略、炫耀性策略、示弱性策略以及協助性策略，詳述如下：

- 1、迎合性策略：指的是讓自己的外貌、人格特質等受到他人喜愛，或利用奉承的語句來迎合他人，獲得利益(Jones & Pittman, 1982)，如逢迎、取暖等。
- 2、炫耀性策略：用公開或抱怨的方式炫耀自己的能力、成就等(Sezer et al., 2015)，如自我推銷、炫耀性謙虛、應得的權利等。
- 3、示弱性策略：展現自己對於某件事的無助感，利用示弱、自嘲的態度來懇求他人協助，或隱藏自己真實能力(Jung et al., 2007)，如懇求、虛偽等。
- 4、協助性策略：提供他人有用的資訊、為他人犧牲奉獻以成為他人效仿、崇拜的對象(Huang, 2014)，如模範、自我提升。

## (二) 自我呈現相關研究

Jung et al. (2007)研究指出 CyWorld 參與者的自我呈現策略依序為自信、懇求、模範、奉承。Rosenberg and Egbert (2011)探究 Facebook 上的自我呈現策略，顯示參與者會使用操弄、損害控制、自我推銷、模範。Sezer et al. (2015)發現假抱怨真炫耀的炫耀性謙虛策略(humblebragging)會降低他人喜好及感知真誠度，且其效果不如直接抱怨。Wong (2012)探討逢迎、懇求及自我提升策略，指出 Facebook 參與者利用動態更新、發布圖片、私人訊息、按讚、回覆來進行逢迎、懇求以及自我提升策略。此外，男性較會呈現自我推銷的內容，女性則較會呈現浪漫、可愛的內容(Peluchette& Karl, 2008)。Bronstein (2014)指出社群參與者以女性較多，通常使用真名，選擇性的呈現大頭貼，進行自我提升策略。張雅晴(2011)研究 Facebook 發現中高齡參與者擅長使用逢迎、自我推銷和模範策略，逢迎策略甚至被當作禮貌來使用。在跨國自我呈現策略研究方面，Kim, Berger, Kimand Kim (2014)指出美國教授使用自我提升策略被視為是有能力的，但不受喜愛，在韓國則相反。

## 四、文獻探討小結

在行動社群的探討中，社交動機是重要的研究主題，包括建立關係、維持關係、尋求歸屬感、尋求人氣都是重要的行動社群參與動機。此外，歸納過去研究中重要的自我呈現策略，可分成迎合性策略、炫耀性策略、示弱性策略以及協助性策略。由於行動社群已成為人們進行社交的重要工具，且人們會策略性的呈現自我，故本研究著重探討行動社群參與者社交動機與自我呈現策略，依據相關文獻，建構出行動社群參與者社交動機及自我呈現策略構面，最後歸納出結論，提出具體建議，供後續研究參考。

## 參、研究方法

經由文獻探討之後，本研究提出研究假設，推測行動社群參與者社交動機與自我呈現策略各構面間有相關，以下分別敘述研究假設、研究方法、對象與實施，接著進行研究變項測量。

### 一、研究假設

本研究根據文獻探討後，提出之研究假設如下：

- H1：社交動機中建立關係與自我呈現策略中迎合性策略、炫耀性策略、示弱性策略、協助性策略有相關。
- H2：社交動機中維持關係與自我呈現策略中迎合性策略、炫耀性策略、示弱性策略、協助性策略有相關。
- H3：社交動機中尋求歸屬感與自我呈現策略中迎合性策略、炫耀性策略、示弱性策略、協助

性策略有相關。

H4：社交動機中尋求人氣與自我呈現策略中迎合性策略、炫耀性策略、示弱性策略、協助性策略有相關。

## 二、研究方法、對象與實施

本研究採用問卷調查法，以網路便利取樣方法收集樣本，研究對象為有行動社群參與經驗之參與者。本研究問卷草擬完成後，邀請專家學者對問卷初稿提供具體的修正意見，並修正問卷以確立問卷之內容效度。問卷預試採網路問卷調查 (<http://www.mysurvey.tw/s/CJtCXhsY>)，以 mySurvey 編寫，於 2015 年 10 月 14 日至 2015 年 10 月 15 日發放問卷於各大行動社群中。本研究共回收 123 份預試樣本，剔除填答不完整者 4 份，共 119 份有效問卷。研究者將 119 份有效問卷進行整理與編碼，進行 Cronbach's  $\alpha$  信度檢測。各因素的  $\alpha$  係數分別如下：「建立關係」信度為.81、「維持關係」信度為.90、「尋求歸屬感」信度為.88、「尋求人氣」信度為.85、「迎合性策略」信度為.81、「炫耀性策略」信度為.95、「示弱性策略」信度為.89、「協助性策略」信度為.83，各量表之信度皆符合.70 之標準(Henson, 2001)。在預試過程中，考量「尋求人氣」構面中的第 7 題(「在行動社群中，我會建立社團邀請他人加入」； $M=2.83$ )、第 8 題(「在行動社群中，我會建立粉絲專業邀請他人加入」； $M=2.54$ )的平均數遠低於「尋求人氣」構面的整體平均數( $M=3.24$ )，「炫耀性策略」構面中的第 6 題(「在行動社群中，我會表現出多才多藝的樣子」； $M=2.87$ )的平均數遠低於「炫耀性策略」構面的整體平均數( $M=3.11$ )，故剔除此三題而成為正式問卷。

正式問卷為增加回收效率，將同樣問卷製成四份，均以 mySurvey 編寫(分別為 <http://www.mysurvey.tw/s/b4FRnSSa>、<http://www.mysurvey.tw/s/NJFCKfwa>、<http://www.mysurvey.tw/s/PkYAZwyB>、<http://www.mysurvey.tw/s/DafGgTfN>)，網路問卷製作完成後，將其中兩份問卷連結發布於批踢踢實業坊中的問卷版(編號 18455、18485)，填答完成後可獲得 50P 幣。另外兩份問卷連結則發布於 Facebook、Line 等行動社群邀請參與者協助填答並散佈。問卷發放時間為 2015 年 10 月 16 日至 11 月 11 日，共回收 610 份，剔除填答不完整與無效問卷 32 份，有效問卷共 578 份，達 Comrey and Lee(1992)認為良好的樣本回收數量 300 份以上。

### 三、研究變項測量

本研究依研究方法進行研究工具之設計，建立研究工具為問卷調查表。問卷共分三個部分，第一部分為行動社群參與者社交動機，建立關係之題項參考自 Ellison et al. (2011)，維持關係之題項參考自 McEwan (2013)、尋求歸屬感之題項參考自 Cao et al. (2013)、尋求人氣之題項參考自 Boyd (2007)。第一部分詢問行動社群參與者對於建立關係、維持關係、尋求歸屬感、尋求人氣的動機，可獲得滿足的同意程度，以 Likert 五點尺度衡量，由最低(1 分)至最高(5 分)分別代表「非常不同意」、

「不同意」、「普通」、「同意」及「非常同意」，分數越高，表示參與者對於該動機，可獲得滿足的同意程度越高。建立關係構面共 7 題，題項為「在行動社群中，我結交外貌吸引我的人」、「在行動社群中，我結交才藝吸引我的人」等。維持關係構面共 5 題，題項為「在行動社群中，我與親友聊天」、「在行動社群中，我結交追蹤親友的即時動態」等。尋求歸屬感構面共 6 題，題項為「在行動社群中，我想要得到他人的關心」、「在行動社群中，我想要得到他人的幫助」等。尋求人氣構面共 6 題，題項為「在行動社群中，我會更新我的近況」、「在行動社群中，我會更新我的個人檔案」等。

第二部分為行動社群參與者自我呈現策略，迎合性策略、炫耀性策略、示弱性策略、協助性策略之題項參考自 Leet al.(1999)、Tedeschi and Norman (1985)。第二部分詢問行動社群參與者為了討好他人、為了炫耀自身、為了得到他人幫助、為了協助他人，而採用的行為策略，以 Likert 五點尺度衡量，由最低(1分)至最高(5分)分別代表「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」及「非常同意」，分數越高，表示參與者對於為了討好他人、為了炫耀自身、為了得到他人幫助、為了協助他人，而採用的行為策略的同意程度越高。迎合性策略構面共 6 題，題項為「在行動社群中，我會誇獎他人」、「在行動社群中，我會感謝他人」等。炫耀性策略構面共 7 題，題項為「在行動社群中，我會展現自己的專長」、「在行動社群中，我會展現自己的成就」等。示弱性策略構面共 5 題，題項為「在行動社群中，我會表現出愚笨的樣子」、「在行動社群中，我會表現出懦弱的樣子」等。協助性策略構面共 5 題，題項為「在行動社群中，我會提供他人需要的資訊」、「在行動社群中，我會幫他人推薦他的粉絲專頁」等。最後一部分為受試者基本資料，包含性別、年齡、教育程度、平均一天內更新幾次動態、平均一天花多久時間使用行動社群，以名目尺度分析之。

## 肆、研究結果與討論

本研究之有效問卷為 578 份，說明如下：

### 一、問卷信度

本研究以內容一致性方法檢驗問卷信度，採用 Cronbach's  $\alpha$  係數衡量問卷一致性的程度。各因素的  $\alpha$  係數分別如下：「建立關係」信度為.76、「維持關係」信度為.92、「尋求歸屬感」信度為.87、「尋求人氣」信度為.85、「迎合性策略」信度為.88、「炫耀性策略」信度為.93、「示弱性策略」信度為.89、「協助性策略」信度為.84，各量表之信度皆符合.70 之標準(Henson, 2001)。

### 二、使用者背景分析

本研究之有效問卷有 578 份，由表 1 可知，年齡集中在 21-25 歲(46.9%)。平均一天更新動態次數以 1-2 次(85.5%)為最多。平均一天使用時間以 1-2 小時(40.3%)為最多。

表 1 使用者背景之次數分配表

變項	組別	次數	百分比
性別	男	267	46.2%
	女	311	53.8%
年齡	20 歲以下	106	18.3%
	21-25 歲	271	46.9%
	26-30 歲	114	19.7%
	31-35 歲	37	6.4%
	36-40 歲	18	3.1%
	40 歲以上	32	5.5%
教育程度	國中(含)以下	11	1.9%
	高中職	64	11.1%
	大專院校	314	54.3%
	研究所(含)以上	189	32.7%
平均一天更新動態次數	1-2 次	494	85.5%
	3-4 次	46	8.0%
	5 次以上	38	6.6%
平均一天使用時間	1 小時以內	108	18.7%
	1-2 小時	233	40.3%
	3-4 小時	154	26.6%
	5 小時以上	83	14.4%

### 三、行動社群參與者社交動機與自我呈現策略相關分析

將社交動機與自我呈現策略等構面進行皮爾遜相關分析，結果如表 2，各變項之間的相關係數皆顯著，且相關係數為正值，顯示變項間的相關在統計上具有意義，而且是正相關。社交動機與自我呈現策略四個構面的相關係數介於.11-.52 ( $p < .01$ )，屬於低至中度相關，屬於中度相關（邱皓政，2010）。其中「尋求人氣」與「炫耀性策略」相關係數最高( $r = .52$ ,  $p < .01$ )，「維持關係」與「示弱性策略」相關係數最低( $r = .11$ ,  $p < .01$ )。

表 2 社交動機與自我呈現策略相關係數矩陣

變項/構面	建立關係	維持關係	尋求歸屬感	尋求人氣	迎合性	炫耀性	示弱性	協助性
建立關係	1.00	-	-	-	-	-	-	-
維持關係	.22**	1.00	-	-	-	-	-	-
尋求歸屬感	.39**	.26**	1.00	-	-	-	-	-
尋求人氣	.48**	.33**	.44**	1.00	-	-	-	-
迎合性	.31**	.42**	.46**	.43**	1.00	-	-	-
炫耀性	.41**	.24**	.47**	.52**	.47**	1.00	-	-

示弱性	.19**	.11**	.38**	.27**	.21**	.41**	1.00	-
協助性	.27**	.35**	.24**	.43**	.37**	.30**	.19**	1.00

\*\*p<.01

#### 四、行動社群參與者社交動機與自我呈現策略典型相關分析

經皮爾森積差相關分析檢定，可看出兩者之間存在顯著相關性。進一步透過典型相關分析，如表 3，檢視各構面的相關情形與解釋力，發現四個典型相關係數分別為  $\rho_1=.713$  ( $p<.001$ )、 $\rho_2=.284$  ( $p<.001$ )、 $\rho_3=.240$  ( $p<.001$ )、 $\rho_4=.052$  ( $p>.05$ )，僅有第一、第二與第三個典型相關係數達顯著，因此可知，四個控制變項與四個效標變項之間主要是透過三個典型相關相互影響。

表 3 社交動機與自我呈現策略典型相關分析摘要表

控制變項 (X 變項)	典型因素			效標變項 (Y 變項)	典型因素		
	$\chi_1$	$\chi_2$	$\chi_3$		$\eta_1$	$\eta_2$	$\eta_3$
建立關係	.612	-.032	-.373	迎合性	.798	-.066	.529
維持關係	.581	-.561	.583	炫耀性	.821	.257	-.451
尋求 歸屬感	.777	.583	.235	示弱性	.497	.614	.040
尋求人氣	.842	-.193	-.414	協助性	.629	-.653	-.103
抽出變異數 百分比	25.763%	1.399%	1.014%	抽出變異數 百分比	48.879%	21.252%	12.4%
重疊百分比	50.623%	17.324%	17.627%	重疊百分比	24.876%	1.713%	.713%
				$\rho$	.713***	.284***	.240***
				$\rho_2$	.509	.081	.058

\*\*\*p<.001

由表 3 可知控制變項中的第一個典型相關變項( $\chi_1$ )，可解釋效標變項的第一個典型因素( $\eta_1$ )總變異量的 50.9%，控制變項於第一個典型相關變項( $\chi_1$ )可自我解釋四構面總變異的 25.76%，效標變項於第一個典型因素( $\eta_1$ )，可自我解釋四構面變異量的 48.879%。此外，控制變項與效標變項重疊部份為 24.876%，故控制變項透過第一個典型因素，可以解釋效標變項總變異量的 24.876%。

控制變項中的第二個典型相關變項( $\chi_2$ )，可解釋效標變項的第二個典型因素( $\eta_2$ )總變異量的 8.1%，控制變項於第二個典型相關變項( $\chi_2$ )可自我解釋四構面總變異的 1.399%，效標變項於第二個典型因素( $\eta_2$ )，可自我解釋四構面變異量的 21.252%。而控制變項與效標變項重疊部份為 1.713%，故控制變項透過第一個典型因素，可以解釋效標變項總變異量的 1.713%。控制變項中的第三個典型相關變項( $\chi_3$ )，可解釋效標變項的第三個典型因素( $\eta_3$ )總變異量的 5.8%，控制變項於第三個典型

相關變項( $\chi_3$ )可自我解釋四構面總變異的 1.014%，效標變項於第三個典型因素( $\eta_3$ )，可自我解釋四構面變異量的 12.4%。控制變項與效標變項重疊部份為.713%，故控制變項透過第一個典型因素，可以解釋效標變項總變異量的.713%。

圖 1 相關分析路徑圖中顯示，社交動機的四個構面「建立關係」、「維持關係」、「尋求歸屬感」、「尋求人氣」為控制變項，另以自我呈現策略中四個構面「迎合性策略」、「炫耀性策略」、「示弱性策略」、「協助性策略」為效標變項，以解釋兩組變項間的相關情形。

第一組典型變量之相關係數為.713，在控制變項中，以「建立關係」、「維持關係」、「尋求歸屬感」、「尋求人氣」與第一組典型因素( $\chi_1$ )有高度相關，其典型結構係數為.612、.581、.777、.842。在效標變項中，以「迎合性策略」、「炫耀性策略」、「示弱性策略」、「協助性策略」與第一組典型因素( $\eta_1$ )為高、中度相關，其典型結構係數為.798、.821、.497、.629。由於第一個典型相關係數為正值，可知行動社群參與者社交動機愈高，則自我呈現策略也隨之愈高。第二組典型相關係數為.284，在控制變項中，以「尋求歸屬感」與第二組典型因素( $\chi_2$ )有高度相關，其典型結構係數為.583。在效標變項中，以「示弱性策略」與第二組典型因素( $\eta_2$ )為高度相關，其典型結構係數為.614。且第二組典型相關係數為正值，可知行動社群參與者「尋求歸屬感」動機愈高，則「示弱性策略」也隨之愈高。

第三組典型相關係數為.240，在控制變項中，以「維持關係」、「尋求歸屬感」與第三組典型因素( $\chi_3$ )有低度相關，其典型結構係數為.583、.235。在效變項中，以「迎合性策略」與第三組典型因素( $\eta_3$ )為高度相關，其典型結構係數為.529。且第三組典型相關係數為正值，可知行動社群參與者「尋求歸屬感」動機愈高，則「迎合性策略」也有隨之愈高的趨勢。

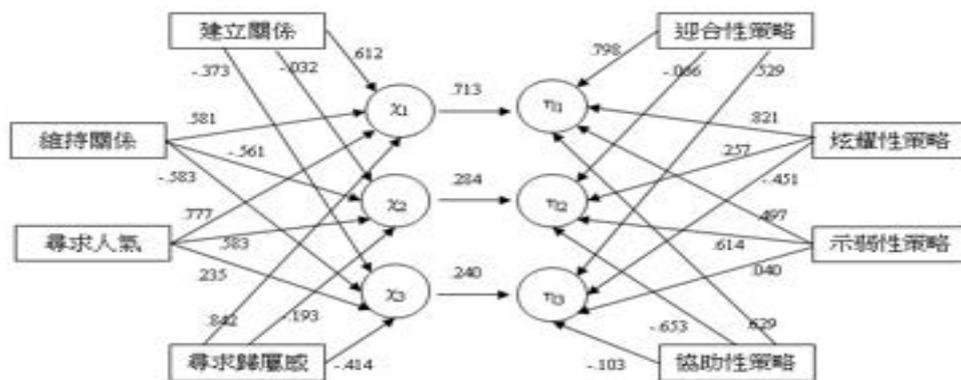


圖 1 社交動機與自我呈現策略典型相關分析徑路圖

本研究顯示，參與者社交動機與自我呈現策略有中、低度正相關，與 Wong (2012)、Utz et al. (2012)的研究結果相似。進一步探討兩者間的影響情形發現，社交動機的四個構面(建立關係、維持

關係、尋求歸屬感、尋求人氣)與自我呈現策略(迎合性策略、炫耀性策略、示弱性策略、協助性策略)的四個構面有著高度的相互影響力，此部分可從第一個典型相關得知。而尋求歸屬感、尋求人氣是社交動機中與自我呈現策略相對較高者，且與自我呈現策略四構面形成高度正相關。研究結果更顯示尋求人氣與自我呈現策略有高度相關。Christofides et al. (2009)指出，行動社群參與者為了尋求人氣，經常採用自我呈現策略，如炫耀性策略等，來炫耀自身的能力、成就，期望獲得大眾注目。Utz et al. (2012)也指出，以尋求人氣為動機的人，為了避免遭到孤立，傾向於使用自我呈現策略來符合潮流。為了受到他人的認同、注目以提升人氣，會採用自我呈現策略，以迎合他人或社會主流規範(Gülnar, Balci, & Çakır, 2010)。此外，本研究顯示參與者為了尋求歸屬於該行動社群的感覺，會透過自我呈現策略來獲得歸屬感的滿足。Utz, et al., (2012)研究也指出人們會透過自我呈現策略來炫耀自身的能力，以尋求歸屬感。

由第二個典型相關可知，社交動機中尋求歸屬感與自我呈現策略的示弱性策略，有中度正相關。Seidman (2013)認為，行動社群參與者為了尋求歸屬感，會展現示弱性策略，以博取關心，得到歸屬感。在第三組典型相關中，本研究顯示社交動機中維持關係、尋求歸屬感與自我呈現策略的迎合性策略呈中度正相關。Wong (2012)探究行動社群指出維持關係動機與迎合性策略呈顯著正相關，與本研究結果相似。Seidman (2013)則認為，行動社群參與者為了尋求歸屬感，會採用迎合性策略，迎合他人的觀點，期望與對方產生情感連結。也會展現對他人的關心，迎合他人的情緒需求(Pai & Arnott, 2013)。

## 伍、研究結論與建議

本研究旨在探討行動社群參與者社交動機與自我呈現策略之關聯性，研究結論與建議如下：

### 一、研究結論

本研究結果顯示，社交動機中的「建立關係」、「維持關係」、「尋求歸屬感」、「尋求人氣」與自我呈現策略中的「迎合性策略」、「炫耀性策略」、「示弱性策略」、「協助性策略」有著高度相關。進一步探究發現尋求歸屬感、尋求人氣是社交動機中與自我呈現策略相關相對較高者，且與自我呈現策略四構面形成高度正相關。行動社群參與者為了尋求歸屬於該行動社群的感覺，會透過自我呈現策略來獲得歸屬感的滿足(Shabir, Iqbal, & Safdar, 2014)。Utz, et al. (2012)則認為人們會透過自我呈現策略來炫耀自身的能力，以尋求歸屬感。行動社群參與者為了尋求人氣，經常採用自我呈現策略，如炫耀性策略等，來炫耀自身的成就，期望獲得大眾注目(Christofides et al. 2009)。本研究也發現「尋求歸屬感」與「示弱性策略」有中度正相關，推測參與者為了尋求情感上的歸屬，而採用示弱性策略來博取同情(Seidman, 2013)。最後，本研究顯示「維持關係」、「尋求歸屬感」與「迎合性策略」

呈中度正相關，推測由於迎合性策略旨在討好他人，藉此拉近彼此關係，讓雙方有歸屬於同一陣線的感覺，故維持關係、尋求歸屬感與迎合性策略相關性(Wong, 2012;Pai& Arnott, 2013)。

## 二、研究建議

### 1.開拓參與者對行動社群不同的社交動機

本研究發現，使用時間在建立關係、維持關係、尋求歸屬感、尋求人氣動機有顯著差異。故為了提升參與者使用時間與黏著度，業者或許能發展行動社群其他功能，來提升參與者使用時間與黏著度，開拓使用該行動社群進行社交的動機。

### 2.發展新的功能供參與者選擇

本研究發現更新動態次數較高者，其尋求人氣之動機較高，為了加強尋求人氣之動機以提升參與者發文次數，或許行動社群設計者可以發展各種圖片濾鏡、文字型態等供參與者選擇，滿足參與者尋求人氣之動機。

### 3.提供年齡高者友善的功能介面

本研究顯示年齡高者尋求歸屬感動機顯著低於其他年齡層參與者，推測除了年齡高者在現實生活中已滿足歸屬感的需求，也可能因行動社群設計對於年齡高者來說不易操作，故建議設計者可以考量年齡高者的使用需求，促進尋求歸屬感動機，以提升年齡高者族群之使用頻率。

### 4.後續研究可探討不同行動社群的其他策略

本研究著重於肯定性自我呈現策略，推測尚有其他社交動機、自我呈現策略尚未探究，建議後續深入研究不同社交動機、自我呈現策略。此外，也有學者(Zywica&Danowski, 2008)將在行動社群上公開資訊的情形、功能運用的方式視為自我呈現策略的方法，建議後續研究者可深耕在行動社群上的各種策略。

## 參考文獻

- 天下雜誌 (2015 年 8 月)。2015 數位生活大調查。天下雜誌，579。取自 <http://topic.cw.com.tw/2015digitallife/>
- 張雅晴(2011 年 7 月)。中高齡者在社交網路服務平台上自我表演之初探：以 Facebook 為例。中華傳播學會 2011 年年會，台灣，新竹。
- 資策會(2014 年 8 月 26 日)。逾 87% 網友透過行動裝置使用網路社群【新聞】。取自 [http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01\\_pop.asp?sno=367&type1=2](http://mic.iii.org.tw/aisp/pressroom/press01_pop.asp?sno=367&type1=2)
- 資策會(2015)。2015 年第一季全球與台灣 App 數據觀測與分析。財團法人資訊工業策進會產業情報研究所(MIC)。
- Arkin, R. M. (1981). Self-presentational styles. In J. T. Tedeschi (Ed.). *Impression management theory and social psychological research* (pp. 311-333). New York: Academic Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brocke, J. V., Richter, D., & Riemer, K. (2009). Motives of using social network sites(SNSs) - An analysis of SNS adoption among students. *Proceedings of the 22<sup>nd</sup> Bled eConference Enablement: Facilitating an Open, Effective and Representative Society*, Bled, Slovenia.
- Bronstein, J. (2014). Creating possible selves: information disclosure behaviour on social networks. *Information Research*, 19(1), 19-1.
- Brown, A. D. & Jones, M. (2000). Honourable members and dishonourable deeds: sensemaking, impression management and legitimation in the 'arms to iraq affair'. *Human Relations*, 53(5), 655-689.
- Bryant, E. M., & Marmo, J. (2009). Relational maintenance strategies on Facebook. *The Kentucky Journal of Communication*, 28(2), 129-150.
- Bukowski, W. M., & Hoza, B. (1989). Popularity and friendship: Issues in theory, measurement, and outcome. In T.J. Berndt & G. W. Ladd [Eds]. *Peer Relations in Child Development: Wiley Series on Personality Processes* (pp. 15-45). New York: Wiley.
- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2009). Information disclosure and control on facebook: are they two sides of the same coin or two different processes?. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 341-345.
- Cialdini, R. B., & Richardson, K. D. (1980). Two indirect tactics of image management: basking and

- blasting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(3), 406-415.
- de Souza e Silva, A. (2013). Location-aware mobile technologies: historical, social and spatial approaches. *Mobile Media & Communication*, 1(1), 116-121.
- Ellison, N. B., & boyd, d. (2013). Sociality through social network sites. In Dutton, W. H. (ed.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*(pp. 151-172). Oxford: Oxford University Press.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 13(6), 873-892.
- eMarketer (2014b, November 12). Mobile devices spur sharing of timely content[online news]. Retrived from <http://www.emarketer.com/Article/Mobile-Devices-Spur-Sharing-of-Timely-Content/1011571>
- Gangadharbatla, H. (2008). Facebook me: collective self-esteem, need to belong, and internet self-efficacy as predictors of the iGeneration's attitudes toward social networking sites. *Journal of interactive advertising*, 8(2), 5-15.
- Gibson, B., & Sachau, D. (2000). Sandbagging as a self-presentation strategy: claiming to be less than you are. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 56-70.
- Gilbert, E., & Karahalios, K. (2009, April). Predicting tie strength with social media. *Proceedings of CHI online relationships*, Boston, MA.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth: Penguin.
- Grieve, R., Indian, M., Witteveen, K., Tolan, G. A., & Marrington, J. (2013). Face-to-face or facebook: can social connectedness be derived online. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 604-609.
- Gülнар, B., Balcı, Ş., & Çakır, V. (2010). Motivations of facebook, youtube and similar web sites users. *Journal of Social Sciences of the Turkish World*, 54, 161-184.
- Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, 8(2), 125-147.
- Henson, R. K. (2001). Understanding internal consistency reliability estimates: A conceptual primer on coefficient alpha. *Measurement & Evaluation In Counseling & Development*, 34(3), 177-189.
- Hewitt, J. P., & Stokes, R. (1975). Disclaimers. *American Sociological Review*, 40, 1-11.
- Hollenbaugh, E. E., & Ferris, A. L. (2014). Facebook self-disclosure: examining the role of traits, social cohesion, and motives. *Computers in Human Behavior*, 30, 50-58.
- Hsu, C. H., Cai, L. A., & Li, M. (2010). Expectation, motivation, and attitude: a tourist behavioral model. *Journal of Travel Research*, 49(3), 282-296.
- Huang, H. (2014, November). Self-presentation tactics in social media. *Proceedings of 2014 International*

*Conference on Social Science*, Atlantis Press.

- Ibrahim, Y. (2015). Instagramming life: banal imaging and the poetics of the everyday. *Journal Of Media Practice*, 16(1), 42-54.
- Jones, E. E., & Pittman, T S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives of the self* (pp. 231-261). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Jung, T., Youn, H., & McClung, S. (2007). Motivations and self-presentation strategies on korean-based "Cyworld" weblog format personal homepages. *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 24-31.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kim, E. J., Berger, C., Kim, J., & Kim, M. S. (2014). Which self-presentation style is more effective? A comparison of instructors' self-enhancing and self-effacing styles across the culture. *Teaching in Higher Education*, 19(5), 510-524.
- Kim, J., & Tussyadiah, I. P. (2013). Social networking and social support in tourism experience: the moderating role of online self-presentation strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1/2), 78-92.
- Kim, S. B., Choi, K. W., & Kim, D. Y. (2013). The motivations of college students' use of social networking sites in travel information search behavior: the mediating effect of interacting with other users. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(3), 238-252.
- Kolko, B. E., Johnson, E., & Rose, E. (2007). Mobile social software for the developing world. In D. Schuler (Series Eds.), *Online Communities and Social Computing: Lecture Notes in Computer Science* (385-394). doi:978-3-540-73257-0
- Leary, M. R., & Allen, A. B. (2011). Personality and persona: personality processes in self-presentation. *Journal Of Personality*, 79(6), 889-916.
- Lee, E., Ahn, J. & Kim, Y. J. (2014). Personality traits and self-presentation at facebook. *Personality and Individual Differences*, 69(1), 162-167.
- Lugano, G. (2012, September). Social computing: a classification of existing paradigms. *Proceedings of 2012 ASE/IEEE International Conference on Social Computing*, Amsterdam, Netherlands.
- Maslow, A. H. (1968). *Toward a psychology of being*. New York: Van Nostrand.
- McCown, J. A., Fischer, D., Page, R., & Homant, M. (2001). Internet relationships: people who meet people. *Cyberpsychology & Behavior*, 4(5), 593-596.
- McEwan, B. (2013). Sharing, caring, and surveilling: an actor-partner interdependence model

- examination of facebook relational maintenance strategies. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 16(12), 863-869.
- Pai, P., & Arnott, D. C. (2013). User adoption of social networking sites: Eliciting uses and gratifications through a means–end approach. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1039-1053.
- Peluchette, J., & Karl, K. (2008). Social networking profiles: an examination of student attitudes regarding use and appropriateness of content. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(1), 95-97.
- Rosenberg, J., & Egbert, N. (2011). Online impression management: personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(1), 1-18.
- Rui, H., & Whinston, A. (2012). Information or attention? An empirical study of user contribution on Twitter. *Information Systems and e-Business Management*, 10(3), 309-324.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management: The self-concept social identity and interpersonal relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on facebook: how personality influences social media use and motivations. *Personality & Individual Differences*, 54(3), 402-407.
- Sezer, O., Gino, F., & Norton, M. I. (2015, April). Humblebragging: a distinct—and ineffective—self-presentation strategy. Paper presented at Harvard Business School Working Paper. Retrieved from [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2597626](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2597626)
- Shabir, G., Iqbal, Y. W., & Safdar, G. (2014). Demographics' Differences in Social Networking Sites Use: What Communication Motives Does it Gratify?. *International Journal of Social Work and Human Services Practice*, 2(5), 184-194.
- Sinn, D., & Syn. S. Y. (2014). Personal documentation on a social network site: Facebook, a collection of moments from your life?. *Archival Science*, 14(2), 95-124.
- Snyder, C. R. (1985). Collaborative companions: the relationship of self-deception and excuse making. In M. W. Martin [Ed]. *Self-deception and self-understanding: new essays in philosophy and psychology* (pp. 33-35). Lawrence, Kan.: University Press of Kansas.
- Sosik, V. S., & Bazarova, N. N. (2014). Relational maintenance on social network sites: how facebook communication predicts relational escalation. *Computers in Human Behavior*, 35, 124-131.
- Tedeschi, J. T., & Lindskold, S. (1976). *Social psychology: Interdependence, interaction, and influence*. New York: Wiley.
- TNS (2015, October 6). The new social frontier: Instant messaging usage jumps 12% as more people opt

for closed platforms. Retrieved from <http://www.tnsglobal.com/press-release/new-social-frontier-instant-messaging-usage-jumps>

- Trottier, D. (2012). Interpersonal surveillance on social media. *Canadian Journal of Communication*, 37, 319–332.
- Tufekci, Z. (2008). Can you see me now? audience and disclosure regulation in online social network sites. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28(1), 20-36.
- Utz, S., Tanis, M., & Vermeulen, I. (2012). It is all about being popular: the effects of need for popularity on social network site use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(1), 37-42.
- Valente, T. W., Gallaher, P., & Mouttapa, M. (2004). Using social networks to understand and prevent substance use: a transdisciplinary perspective. *Substance use & misuse*, 39(10/12), 1685-1712.
- Vitak, J. (2014, February). Facebook makes the heart grow fonder: relationship maintenance strategies among geographically dispersed and communication-restricted connections. *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing*, Baltimore, MD.
- Watson, G., & Johnson, D. (1972). *Social psychology : issues and insights*. Philadelphia: Lippincott.
- Wong, W. K. W. (2012). Faces on facebook: a study of self-presentation and social support on facebook. *Discovery—SS Student E-Journal*, 1, 184-214.
- Zhang, Y., Tang, L. S.-T., & Leung, L. (2011). Gratifications, collective self-esteem, online emotional openness, and trait like communication apprehension as predictors of Facebook uses. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(2), 733-739.
- Zolkepli, I. A., & Kamarulzaman, Y. (2015). Social media adoption: the role of media needs and innovation characteristics. *Computers in Human Behavior*, 43, 189-209.
- Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The faces of facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), 1-34.

# A Study of Mobile Community Participants' Social Motivations and Self-Presentation Strategies

Mei-Hsueh Yang\* 、 Chia-Ying Chu\*\*

---

## Abstract

Mobile community enhance participants to socialize at any time, provide participants to make self-presentation strategies and build online image. In response to the development of the mobile community and participants' social motivation, self-presentation strategies, we explore the social motivation of mobile community participants and self-presentation strategies. This study used Internet questionnaires to collect data. There are 578 valid questionnaires. The results show that: (1) There is a high significant relationship between “build relationship“, “maintain relationship“, “belonging“, “need for popularity“ and “ingratiating strategy“, “self-enhancement strategy“, “supplication strategy“, “assistance strategy“; (2) There is a moderate significant relationship between “belonging“ and “supplication strategy“; (3) There is a moderate significant relationship between “maintain relationship“, “belonging“ and “ingratiating strategy“.

**Keywords:** mobile community, social motivation, self-presentation strategy

---

\*Professor, Department of Graphic Arts and Communications Information, National Taiwan Normal University.

\*\*Graduate student, Department of Graphic Arts and Communications Information, National Taiwan Normal University.

# 〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

賴玉釵

## 摘要

跨媒介敘事者盼藉「故事延展」及「媒介延展」開拓故事世界，藉原作及改編作品「互媒」建構承襲體系。

跨媒介敘事之「故事延展」可依原作圖像、文字、圖文整合為軸，融入細節等延伸既定內容。跨媒介敘事可因應不同載具而「媒介延展」，以特定敘事資源改編文本。本研究以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編為同名互動電子書為例，闡釋跨媒介轉述之敘事策略。

《好餓的毛毛蟲》改編者以幼兒為目標族群，考量幼兒認知及審美發展而建立確定點，融入日常生活事物而再設計故事。以故事延展為例，《好餓的毛毛蟲》電子書圖像沿用原作設定，新增細節安排；改編版本之文字則轉化原作字彙。以媒介延展為例，電子書之視覺模組、聽覺模組、互動模組均引導改編歷程。《好餓的毛毛蟲》視覺模組融入兒童熟悉之立體書等類型，聽覺模組融入音效及配樂賦予感官刺激；互動模組則考量幼兒認知及審美發展，設計易理解之互動遊戲。

跨媒介敘事者可用圖文「互媒」而串接故事網絡，模仿圖像樣貌等承襲既有品牌特質；亦可考量目標閱聽人之美感反應，依「故事延展」及「媒介延展」等延伸敘事品牌。

**關鍵字：**改編、故事網絡、敘事策略、跨媒介敘事、繪本

---

\*賴玉釵現為銘傳大學新聞學系副教授

## 壹、研究動機與問題

跨媒介敘事 (transmedia storytelling) 因匯流情境而受重視，鼓勵敘事者依相異平台／敘事資源而展現系列作品 (Englund, 2010; Filice, & Young, 2012)。跨媒介敘事需考量「故事延展」(narrative expansions) 及「媒介延展」(media expansions)，前者為依據原作角色及背景等擴展，後者為依據不同平台之資源而轉述 (Scolari, Bertetti, & Freeman, 2014)。

跨媒介敘事者盼依不同平台而再述題旨、情節及角色，如改編原作為圖像、影劇、小說及主題樂園等，以引發閱聽人多元感動 (Englund, 2010; Jenkins, 2006)。敘事者可藉「跨媒介轉化」(intermedial transposition) 將單一文本轉為至另一媒介類型，如模仿主題、引述語句、擬仿構圖等而再現既有文本 (Grishakova, & Ryan, 2010)。跨媒介敘事者可將經典故事視為「敘事品牌」(narrative are brands; Smith, 2011, p. 33)，並再依相異媒介延伸為「跨媒介品牌」(transmedia brand) 而創收效益 (Bernardo, 2011; Dena, 2008; Dhoest, & Malliet, 2012; Gray, 2010)。

著名如《哈利波特》小說改編為電影、主題樂園等，運用閱聽人賞析原作之「跨媒介記憶」(transmedia memory) 而持續再述故事，盼閱聽人沉浸故事世界 (Brown, & Patterson, 2010; Harvey, 2015; Smith, 2011)。易言之，跨媒介敘事者可模仿既定媒介形式而形塑「互媒」(intermediality) 之效，<sup>1</sup>建構故事網絡 (Beddows, 2012)。

跨媒介敘事策略乃與預期閱聽人回應、改編者詮釋相繫，再藉由不同類型之敘事資源而拓展故事世界 (Beddows, 2012; Dhoest, & Malliet, 2012; Murdock, 2010)。跨媒介敘事者若考量「敘事品牌」經營及設計，需臆測「潛在消費者」、閱聽人敘事期待 (期許之類型樣貌及故事發展) 等面向 (洪于茹, 民 97; Harvey, 2015; Smith, 2011)。

以圖像文本 (繪本、漫畫及圖文書) 為例，跨媒介敘事者改編圖像時可參照原作外在特徵，模仿筆調、畫風、媒材特質等 (Faubert, 2010; Kukkonen, 2011)。跨媒介敘事者改編圖像文本為其他類型，彰顯不同模組 (modality) 賦予之敘事潛力及旨趣 (Dhoest, & Malliet, 2012; Kukkonen, 2011; Painter, Martin, & Unsworth, 2013; Ryan, 2004a)。<sup>2</sup>

圖像文本類型中，繪本以圖畫為主、文字為輔而呈現故事 (Nodelman, 1988; Painter, Martin, & Unsworth, 2013)。以實作情境為例，國際繪本大獎已行之有年，如凱迪克繪本大獎、英國格林威大獎、波隆那國際大獎均強調視覺藝術之重要性 (林敏宜, 民 91; 許玉婷, 民 101)。或如近年波隆那國際大獎電子書獎《愛》(Love, the app, Niño Studio, 2013) 及《好餓的毛毛蟲》(My very hungry caterpillar, StoryToys Entertainment, 2015)，均改編自同名經典作品。綜觀圖像敘事及實作趨勢，本文擬以繪本之跨媒介改編為討論對象。

繪本之跨媒介改編包括數位敘事範疇，如以動畫、互動式電子書等形態呈現，盼閱聽人如實感知場景及空間設計 (Benton, 1999; Dewdney, 2011; Many & Cox, 1992)。以互動電子書為例，數位載具

再述原作，融入視聽及互動元素而增加感官刺激，提供閱聽人賞析之相異視角（Dewdney, 2011; Mirzoeff, 1999）。

跨媒介敘事者盼保有原作角色、場景、情節等，吸引既有閱聽人；也盼提供多元感官及娛樂體驗，開拓消費市場（Dhoest, & Malliet, 2012; Filice & Young, 2012）。以臺灣繪本「敘事品牌」為例，幾米作品已跨媒介改編為電影、舞台劇、互動電子書等（石昌杰，民 98；幾米，民 102，民 103，民 104，民 105）。繪本《地下鐵》、《向左走·向右走》及《星空》已改編為電影，擬仿原作故事主線而形成「互媒」體系（幾米，民 103）。以音樂為例，《忘記親一下》等均曾改編為主題音樂並發行 CD（幾米 SPA，民 104）。以舞台劇為例，《幸運兒》、《向左走·向右走》及《地下鐵》曾改編為舞台劇（何定照，民 105；洪于茹，民 97；幾米 SPA，民 105）。以互動電子繪本為例，《向左走·向右走》和《星空》均曾改編為 iPad 繪本，創作團隊均以原作圖像為基礎再融入動畫、音效、互動設計（幾米 SPA，民 102）。

如上所述，國內已有幾米之 iPad 互動式繪本，國外波隆那國際大獎亦有電子書類別。繪本《好餓的毛毛蟲》（*The very hungry caterpillar*, 1969）為暢銷逾五十年之經典，Eric Carle 成立公司「艾瑞卡爾世界」（The World of Eric Carle™）並將「毛毛蟲」作為商標／品牌而長久經營（歐凱寧譯，民 100；Lima, 2014）。

繪本《好餓的毛毛蟲》跨媒介改編形式包括立體書、劇場、動畫、互動式繪本及周邊商品，日本並有 Eric Carle 專屬繪本博物館（陶樂蒂，民 104；Akune, 2013）。本書發行五十國語言，並售出三千多萬冊（Akune, 2013）。《好餓的毛毛蟲》iPad 互動繪本獲 2015 年波隆那國際大獎電子書獎，角色、道具、故事旨趣等均與原作「互媒」，故事線及遊戲形態等亦依行動載具特質而延伸。《好餓的毛毛蟲》iPad 互動繪本以幼童為訴求對象，獲獎理由為結合 3D 形式並以兒童視角呈現世界。

本研究考量「敘事品牌」及跨媒介改編為 iPad 互動繪本趨勢，盼理解「互媒」對於建構故事世界之重要性。《好餓的毛毛蟲》iPad 互動繪本之改編方向符合「互媒」及「敘事品牌」旨趣，故擬以此書及改編版電子繪本為研究個案。研究問題如下：

- （一）以故事延展為例：敘事者再述原作為 iPad 互動繪本，如何承繼、延伸原作既有元素？
- （二）以媒介延展為例：敘事者再述原作為 iPad 互動繪本，彰顯「媒介」何種敘事資源及特質？

## 貳、文獻探索

### 一、跨媒介敘事意涵

跨媒介敘事者藉由「故事延展」、「媒介延展」而開拓故事宇宙（expanded universe），盼引發閱聽人多元反應（Filice, & Young, 2012; Harvey, 2015; Jenkins, 2006, 2010）。

〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

跨媒介敘事者盼「改編」原作為系列作品，藉「互媒」延伸敘事品牌(Grainge, 2004; Harvey, 2015)。原作及改編作品可藉「媒介文本之相互指涉」而形成互媒效果，供符碼、情節、構圖設計等存於相異載體(Gibbons, 2010; Wolf, 2005)。跨媒介敘事者可運用特定類型之多模組資源(multimodality；如數位敘事整合視聽等多種元素)，混用多媒體呈現改編版本(Grishakova, & Ryan, 2010)。敘事者盼依不同版本而提供閱讀「間隙」(gaps)，促使閱聽人發掘細節而達跨媒介參與(transmedia participation; Bernardo, 2011; Jenkins, Ford, & Green, 2013)。

跨媒介敘事強調「轉化」層面，考量改編者、媒介延展及故事延展(Clarke, 2013; Voigts-Virchow, 2009)。以改編者為例，跨媒介敘事者可考量數位匯流、轉述及參照等情況，可思索媒介特質及敘事資源(如文字、畫面與聲音等)加以轉述；也需思索轉述作品之類型特徵，參照既有作品為改編基礎(Pavis, 2001; Voigts-Virchow, 2009)。

以故事延展為例，跨媒介網絡之各文本具不同強度，衍生多元整合體系(Harvey, 2015)。跨媒介敘事者可考量轉述目標、援引原作形式(藝術材質、構圖及情節等)，藉「互媒」體現圖文之跨媒介互涉關聯(Gibbons, 2010; Kress, 2010)。跨媒介敘事者可沿用或轉述既定元素，重組故事橋段而再現內容；也可依自身想像而為新版本「補白」，而開展文本世界(Scolari, 2013)。跨媒介改編包括轉述主題、角色、道具、情節，並依敘事目標及潛在消費者而設定腳本(Dowd, Fry, Niederman, & Steiff, 2013)。

以媒介延展為例，跨媒介敘事者運用相異媒介載具之敘事資源(如圖像、聲音、互動形式等)，再製圖像等素材(Bolter & Grusin, 1999; Cardwell, 2002; Mathijs, 2006; Voigts-Virchow, 2009)。若以紙本圖像跨媒介轉述為動畫為例，聽覺元素包括聲效與音樂混用，視覺元素包括鏡頭語言、構圖、角色形貌、場景及道具等形態(Jewitt, 2009; Kress, & van Leeuwen, 2001; 2006)。改編者運用之模組亦具社會表意功能，呈現導演詮釋劇本之策略、再現場景或角色形貌之意圖等(Kress, & van Leeuwen, 2001; Page, 2010)。

跨媒介敘事者可思索文創趨勢、消費習慣，再製圖文而延展故事題旨及情節(Dovey & Kennedy, 2006, p. 257)。易言之，跨媒介敘事者可改編既有文本，因應科技載具之敘事邏輯而再詮釋故事(Ryan, 2004a, 2004b)。跨媒介轉述乃與科技載具相繫，因新媒介特質而引發閱聽人感知、互動及詮釋(Doloughan, 2010; Ryan, 2004a; Uricchio, 2004)。

## 二、圖像敘事之跨媒介轉述歷程：以互動電子書為例

跨媒介敘事者需考量相異版本之「互媒」關聯，整合故事網絡而延展敘事品牌(Beddows, 2012)。以數位敘事為例，影像、字幕、聲效、音樂及超連結等，均為改作之敘事資源(Page, 2010)。

如上所述，圖像敘事之跨媒介轉述涉及故事延展、媒介延展，與新媒介載具如何整合／引導元

素組裝相繫 (Ryan, 2004a; Wutz, 2011)。跨媒介轉化之敘事策略包括「故事延展」及「媒介延展」層面, 思索創作者如何運用科技形式轉述、引導閱聽人體驗 (Grishakova, & Ryan, 2010; Wutz, 2011)。以圖像改編歷程為例, 跨媒介敘事者可強調感知層面並考量閱聽人期待 (如考量圖像特徵), 延續既有品牌 (Gibbons, 2010; Smith, & Pearson, 2015)。創作者如何結合潛在消費者需求, 企圖引發美感之敘事策略, 亦可探詢。

### (一) 跨媒介敘事策略之故事延展

以繪本跨媒介轉述之藝術層面為例, 研究者可剖析「互媒」如何影響紙本改編為其他類型, 研析創作者盼激發閱聽人何種美感反應 (Chapple, & Kattenbelt, 2006; Lowe, 2010)。美感為無功利之心靈暢快, 屬閱聽人與文本交流之效應 (賀瑞麟, 2012)。改編者可臆測潛在消費者之美感反應, 選擇欲改編元素 (李豔, 2012; 洪于茹, 2008)。

#### 1. 跨媒介改編原作圖像及文字：

跨媒介敘事者可詮釋故事情節, 並參考呈現形式及公式等加以再述, 體現「再創作」歷程 (Kattenbelt, 2008; Schober, 2010)。圖像敘事者可整合圖文線索, 如運用圖像角色、場景、行動等元素而鋪陳完整故事 (Herman, 2010)。繪本講求「圖文互補」, 如文字助圖像延伸「言外之意」、情感及故事發展; 另圖文結合亦增加閱聽人補白/想像空間, 如兩幅圖像之對照可因文字之助, 而若「鏡頭推移」般供敘事發展 (幾米, 民 103)。圖像亦助文字生動呈現, 即圖像引發閱聽人對文字之詮釋、意象; 閱聽人發現細節後再重新詮釋, 或可彰顯角色厚度, 以發現作品可玩味之處 (幾米, 民 103)。

創作者可考量敘事品牌之延續性, 因應不同媒介模組而再製原作 (Franco, 2015)。創作者再詮釋歷程需依潛在消費者需求, 臆測閱聽人詮釋圖像、文字及整合形態, 嘗試召喚真實讀者參與及想像 (Gibbons, 2010; Passalacqua, & Pianzola, 2011; Smith & Pearson, 2015)。

跨媒介敘事者可觀察閱聽人所喜之紙本書元素, 再述作品時依潛在消費者 (如兒童) 感知呈現 (Franco, 2015)。以跨媒介轉述之圖像敘事為例, 跨媒介敘事者可改作原圖為動畫, 並增加情節及故事元素 (Goodbrey, 2015; Franco, 2015)。敘事者可融入圖像/影像而感知「視覺奇景」, 而閱聽人可依新增圖像/影像而組裝故事片段為整體情節、理解新版本之因果關係 (Balides, 2004; Padgett, & Allen, 1997)。

#### 2. 跨媒介改編原作情節：

跨媒介敘事者可維持原作角色、主要事件、情節等, 新增故事題材及聲效元素而作「故事延展」 (Franco, 2015; Longo, 2006)。

〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

跨媒介敘事者需思索相異媒介載具之敘事策略，以特定類型之敘事資源而呈現故事元素 (Herman, 2010)。以數位敘事腳本為例，參照其他媒介形式之公式（如主要場景、次要場景等建構「衛星事件」），也可考量遊戲類型而設定遊戲規則、互動形態 (Dovey, & Kennedy, 2006; Franco, 2015)。

跨媒介敘事者之美感評價也與「跨媒介地景」(transmedia landscape) 相繫，如賞析作品累積之詮釋知識庫 (Dovey, & Kennedy, 2006)。跨媒介地景乃與改編者跨媒介記憶 (transmedia memory) 相關，如聯想特定作品系列之發展系譜，或思索某類作品之共同形式 (Harvey, 2015)。改編者可運用跨媒介記憶而詮釋情節發展，整合相關敘事知識（公式及元素呈現等）作決策及判斷 (Harvey, 2015)。

## (二) 跨媒介敘事策略之媒介延展

「互媒」隱含相異平台之文本意涵互涉，藉由不同類型轉化、改編原作為新版本 (Clarke, 2013; Kattenbelt, 2008; Murray, 2005)。跨媒介敘事研究者論及「媒介為核心之敘事學」(media-centered narratology)，強調傳播科技提供創作之機緣 (affordance)，凸顯科技如何協助改編 (Grishakova & Ryan, 2010; Bernardo, 2011, 2014)。

### 1. 傳播科技對跨媒介敘事之影響力：

研究者可考量媒介「物質性」，思索如 3D 等媒材提供何種敘事資源或限制 (Hayles, 2002; Grishakova & Ryan, 2010)。傳統敘事學多強調故事內容與再述之關係，如何藉語言等載具呈現事件；跨媒介敘事學則將重心回歸「媒介」，並強調媒介對意義建構之重要性 (Grishakova & Ryan, 2010)。

跨媒介實涉及相異系統之敘事情境，敘事者需因應不同類型以傳散訊息、應用科技而再製既有元素 (Dena, 2010; Kress, 2010)。跨媒介敘事盼剖析傳播工具對再述故事之影響力，如多模組形式可助達成何種敘事目標、轉述既有成品 (Grishakova, & Ryan, 2010; Kress, 2010)。跨媒介敘事者可從原作圖像延伸為動畫、聲音，供閱聽人享如實體驗 (Ellis, 2011; Ryan, 2006; Sasha, Pettyjohn, Gresalfi, Volk, & Solomou, 2012)。

### 2. 電子書之敘事資源與媒介延展：

跨媒介敘事者再述原作時，可將改編重心置於「文本導向」，強調數位敘事給予閱聽人參與空間、相異體驗 (Dovey, & Kennedy, 2006)。跨媒介轉述之類型提供敘事資源，彰顯科技對敘事助益 (Grishakova, & Ryan, 2010)。如電子書可安排角色對白、音效及配樂，整合圖像／影像與聽覺元素關聯 (Das, 2012; Rowsell, 2014)。跨媒介敘事者可轉化文字、旁白為聲效，供閱聽人聯想畫面及聽覺元素關聯，從而引發情感 (Egenfeldt-Nielsen, Smith, & Tosca, 2008)。

### **(1)互動電子繪本之互動／遊戲設計：**

跨媒介敘事者可鋪陳原作與改編版本關聯，並注入吸引閱聽人元素；如考量影像、互動敘事(遊戲)規則及故事世界，藉「互媒」而延展故事網絡並供潛在閱聽人逐步涉入(幾米, 2014; Smith, 2015; Dovey, & Kennedy, 2006)。

改編者可整合原作角色、情節、道具，藉相異媒介而提供玩家更多參與可能(Longo, 2006; Smith, 2015)。以互動載具為例，改編者可融入觸控遊戲，設置互動規則及閱聽人需達成目標，盼兼具娛樂及教育效果(Egenfeldt-Nielsen, Smith, & Tosca, 2008; Sasha, Pettyjohn, Gresalfi, Volk, & Solomou, 2012)。

跨媒介敘事者可依行動載具等類型，考量科技賦予之敘事資源而再現故事場景，並延續系列作品內容(Smith, 2015; Smith, & Pearson, 2015)。以行動載具之互動敘事為例，跨媒介敘事者可融入遊戲設計，提供閱聽人參與空間；敘事者可參照原作之角色功能，依既有故事線新增互動遊戲，增加閱聽人多元體驗(如遊戲愉悅；Dovey, & Kennedy, 2006; Harvey, 2015; Mathijs, 2006)。

### **(2)互動電子繪本之觸控／翻頁設計：**

以數位圖像敘事為例，科技載具提供翻頁及觸控等敘事資源，協助拓展故事網絡(Beddows, 2012; Smith, & Pearson, 2015)。跨媒介敘事者可思考科技如何再述故事，運用介面等增加閱聽人參與。改編者運用觸控設計而召喚閱聽人參與故事情節，並增加翻頁等觸控設計(Goodbrey, 2015)。跨媒介敘事者藉數位科技而再現原作橋段，提供閱聽人互動機制而融入故事網絡(Dovey, & Kennedy, 2006)。閱聽人可因行動載具之觸控方式而放大視覺畫面，因觸控／翻頁而掌控敘事節奏(Goodbrey, 2015)。

整體言之，跨媒介敘事者延伸故事角色、情節、道具等元素，盼系列作品共享「互媒」特質(Beddows, 2012)。跨媒介敘事除角色、情節、場景等「故事延展」，也包括閱讀載具等「媒介延展」(Harvey, 2015; Smith, & Pearson, 2015)。易言之，跨媒介敘事研究者可剖析「跨媒介文本結構」，理解不同類型及媒介平台如何因「互媒」相繫(Mitchell, 2004)。

## **參、研究方法**

跨媒介敘事者盼運用相異之媒介類型，依「互媒」拓展故事網絡(Clarke, 2013)。如前文所述，跨媒介敘事改編版本均隱含既有元素，並依「故事延展」新增細節；或依「媒介延展」而強化敘事效果，轉化圖像為動畫等媒材呈現(Doloughan, 2010; Ryan, 2004a, 2004b)。

研究者盼結合多模組之敘事分析，理解跨媒介文本可運用之敘事資源、媒體載具附加功能(Jewitt, 2012)。多模組文本分析盼將作品拆解為不同模組，理解單一模組(如圖像或文字)功能；

研究者可進一步探析各模組如何相互呼應，藉由不同模組線索及細節而建構新義（Mavers, 2012）。

以多模組文本分析言之，研究者可先剖析特定載具／類型之敘事資源，理解跨文本間元素轉化；亦可考量相異類型之轉化結構，剖析多模組敘事語法及組合方式（Jewitt, 2012; Page, 2010）。多模組文本分析盼探索：多模組敘事可比對改編前後文本異同（如故事增加／減少何種元素），並剖析多模組賦予故事之改編空間（Herman, 2010）。研究者可比對跨文本分析結果，探索敘事策略、媒介素材（圖文及影像）功能（Herman, 2010）。易言之，多模組文本分析盼比對跨媒介轉化後之相同（異）元素，並進一步剖析媒介載具影響（Montoro, 2010; Nørgaard, 2010）。

以繪本跨媒介轉述為例，研究者可先由單幅圖像之模組形式著手，並理解不同圖像間模組如何呼應、串連為整體；亦可理解文字如何延伸、補充及延展圖義，強化圖像特定意涵（Leander & Vasudevan, 2012; Mavers, 2012; Unsworth & Cléirigh, 2012）。研究者可進一步剖析圖像文本如何轉化為視聽模組，理解圖文整合、敘事語法、圖文呼應關聯（Unsworth & Cléirigh, 2012）。

整體言之，研究者可自改編策略起始，理解改編者運用之特定媒介架構及形式，剖析敘事目標（Uricchio, 2004）。如電腦繪圖及後製等數位媒介提供內部運作規則，敘事者需依此產製作品、拼裝／組合視覺形式及符碼，體認視覺效果及可能予閱聽人之美感反應（Wutz, 2011）。下文擬援引「故事延展」及「媒介延展」分析指標，對照紙本及電子書版本差異。除針對個別指標逐一探索外，本文也擬援引作者專訪、改編團隊報導等片段，以闡釋敘事團隊改編考量為何。

## 一、故事延展之分析指標：繪本圖文

以類型為例，改編乃涉及跨媒介之多模組敘事，需納入相異媒介形式以詮釋再述重心，並思索不同元素之交流形式（Page, 2010; Young, 2008）。跨媒介敘事者再述「圖像」及「文字」，可援引其他媒介特徵而強化原作特質；也可轉化原作既有元素，展現原作及改編版本「互媒」現象（Chapple, 2008; Gibbons, 2010; Kress, 2010）。

改編者可從對類型之背景知識起始，融合特定類型之想像、公式呈現、盼閱聽人感知之畫面等，融入個人詮釋；再如傳播科技等發展形態，亦引導改編者反思類型呈現形式（Young, 2008）。

以圖文結構言之，圖像模組可探索原作構圖、角色、時地等如何改編，是否延續原作視覺元素（色彩、線條、角色形貌及畫風等）；以文字模組言之，繪本敘事者多藉文字補述圖義而強化圖像旨趣，故跨媒介轉述如何呈現文字／語言亦可探詢（幾米，2014；Thomas, 2010）。故研究者剖析繪本圖文之轉述機制後，可再對應改編者對類型之思辨（如對電子書類之想像）以理解敘事策略。

## 二、媒介延展之分析指標：電子書之視覺模組、聽覺模組、互動模組

以「互媒」為例，研究者可剖析原作及改編創作之共享特徵起始，剖析改編者如何運用既定作

品及改編資源而再述故事 (Jenkins, 2006; Young, 2008)。易言之，研究者可探析「互媒」在改編歷程之展現形式：改編者如何轉化原作文字，並依既存之圖像、文字及資訊等媒介，作為「互媒」之再述線索。多模組分析盼探索科技如何轉化文本特徵，並依新載具資源重新整合 (Jewitt, 2012)。

以圖像文本轉述為例，「媒介延展」可探索科技如何轉化繪本素材 (Kress, 2003; Thomas, 2010)。本研究盼由繪本之圖文模組起始，理解圖像模組（角色樣貌、背景、場景等）、聽覺模組（文字及對白等）如何轉為電子書之「視覺模組」、「聽覺模組」及「互動模組」。如繪圖單幅圖文可轉為動畫，文字可轉為音效及配樂；原作情節或有助於聽覺模組、互動模組之發想 (Flewitt, Hampel, Hauck & Lancaster, 2012; Jewitt, 2012; Mavers, 2012)。

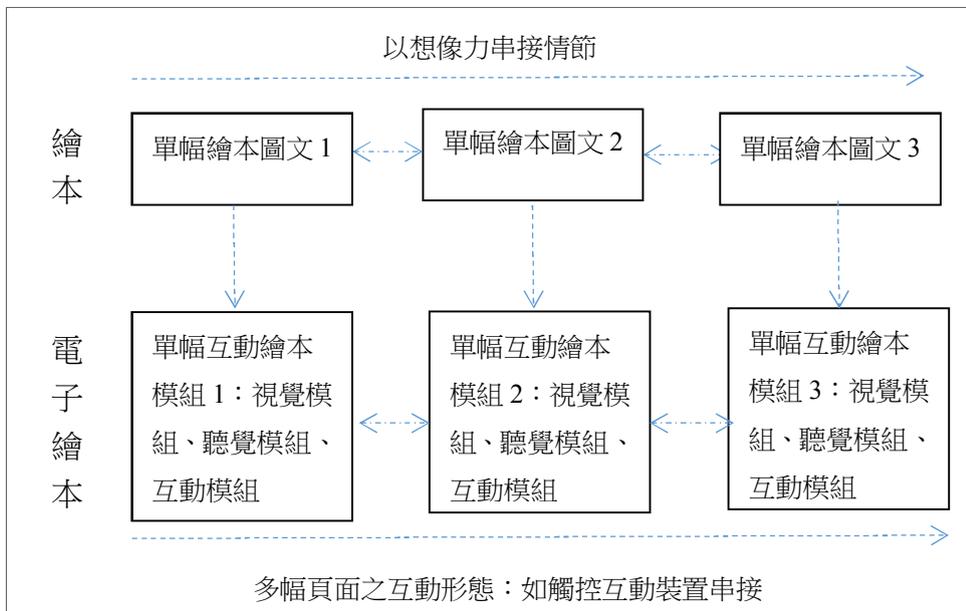


圖 1 繪本轉述為互動電子繪本之「媒介延展」概圖

(資料來源：本研究整理。改編之互動電子書多為逐格改作，故上文以單幅圖文為例，闡釋繪本紙本轉化互動電子書之設計。如上圖所述，繪本圖文需閱聽人以想像力貫串情節；互動電子繪本則需閱聽人以觸控等方式互動，理解故事發展)

如上圖所示，「單幅繪本圖文」或可因「互媒」而轉化為「單幅互動繪本模組」，跨媒介敘事者可自單幅圖像融入動畫、運鏡等設計 (Jones, 2012; Kress, 2010; Mavers, 2012; Unsworth & Cléirigh, 2012)。單幅互動繪本模組可串接為「多幅頁面之互動形態」，如藉互動裝置而整合情節發展、激發閱聽人參與 (Jewitt, 2012; Mavers, 2012)。

〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

下文擬依繪本圖像及文字起始，分析紙本如何轉化為互動電子繪本之「故事延展」及「媒介延展」歷程。本研究除多模組文本分析，亦輔以跨媒介敘事者自述改編歷程之報導，盼闡釋敘事策略、改作考量。

## 肆、研究分析與討論：《好餓的毛毛蟲》之跨媒介轉述策略

本研究盼探索《好餓的毛毛蟲》如何跨媒介改編為 iPad 互動繪本，並藉多模組文本分析理解原作轉化歷程，對照相異媒介提供之敘事資源。本研究擬依多模組文本分析，探索「故事延展」及「媒介延展」面向，剖析跨媒介改編之增刪元素。如前文所示，敘事者可承襲／延展既有元素而「故事延展」，也可依不同載具轉化文本而「媒介延展」。下文擬依「故事延展」及「媒介延展」為軸，探索繪本改編為互動電子書之敘事策略。

在「故事延展」部份，本研究依「圖像模組」、「文字模組」跨媒介轉述，理解互動電子繪本如何延伸原作符碼及情節。

另在「媒介延展」部份，本研究擬依 iPad 之視覺模組、聽覺模組、互動模組，理解 iPad 載具提供之敘事資源。

### 一、繪本改編互動電子書之故事延展：繪本圖像模組、文字模組

#### (一) 繪本圖像模組之跨媒介轉述

繪本《好餓的毛毛蟲》屬遊戲書／玩具書 (toy books) 等類別，鼓勵三歲以下幼兒與繪本互動，引發感官知覺等悅讀體驗 (嚴淑女，民 101；Nodelman, & Reimer, 2003)。遊戲書盼兒童以「玩遊戲」形式閱讀書籍，即從遊戲／玩耍起始理解世界 (如觸碰材質、感知色彩及排序，辨識色彩及字彙)；如融合遊戲設計，並融入有趣操作形式，盼配合兒童認知歷程 (林敏宜，民 89；嚴淑女，民 101)。

遊戲書鼓勵兒童藉想像力而理解角色之情感、動作及經歷；如透過翻頁、拉扯頁面等書頁設計 (如拉拉書、立體書等類別)，或具硬頁書、立體書、穿孔設計等而引發彈起等視覺效果，供幼兒以遊戲形式賞析繪本 (嚴淑女，民 101；Nodelman, & Reimer, 2003)。易言之，遊戲書盼色彩鮮明、圖像大且線條單純，故事旨趣盼貼近兒童熟悉題材，服膺趣味、參與及認知發展等目標 (林敏宜，民 89)。

繪本作者 Eric Carle 以鮮麗顏色、挖洞書頁、漸大書頁設計等，即盼獲取兒童注意力；Eric Carle 並盼以毛毛蟲成長時程、所需食物，貼近日常生活所需而喚起兒童熟悉感 (林真美，民 101；歐凱寧譯，民 100)。繪本作者 Eric Carle 以上色之薄葉紙拼貼，配合劇情搭配用色 (歐凱寧譯，2011／谷本誠剛、灰島佳里，2006)。

若以繪本《好餓的毛毛蟲》圖像模組為例，視覺風格模仿兒童繪畫之單純畫風，呈現近似塗鴉及拼貼效果（彭懿，民 98；陶樂蒂，民 104；Marcus, 2012）。Eric Carle 以鮮豔及反覆塗抹色彩營造「童畫」意象，藉此引發幼兒熟悉感並刺激五感體驗（Akune, 2013; Marcus, 2012）。以單幅圖像模組言之，《好餓的毛毛蟲》紙本畫頁為不同尺寸，如五分之一寬、五分之四寬等大小不一畫頁，分別呈現不同類別水果（彭懿，民 98）。圖像模組也展現於不同畫頁串接，如 Eric Carle 以毛毛蟲成長歷程，帶領幼兒認識色彩、水果等知識（彭懿，民 98；陶樂蒂，民 104）。

如前所述，跨媒介敘事者可依既有符碼及情節，重組／再詮釋構圖、元素及場景而「故事延展」。繪本改編為 iPad 互動電子繪本《好餓的毛毛蟲》（*My very hungry caterpillar*; StoryToys, 2016），新版本承襲原作無字繪本、洞洞書等類型，並保留原作情節及圖像設定；改編者盼由互動設計而邀請兒童共構故事情節，盼兒童習得色彩等簡易概念（Calimlim, 2014; Gemmill, 2014; McDowell, 2015），並藉互動歷程推動故事情節發展。

易言之，跨媒介敘事者援引圖像特徵、角色及情境，呈現改編旨趣；也可運用不同視角而呈現故事文本，提供閱聽人詮釋圖像空間（Clarke, 2013; Herman, 2010; Jones, 2012; Megehee, & Woodside, 2010）。一般咸認，美感反應多來自閱聽人與文本交流之不確定感（indeterminacy），盼閱聽人從中感受探索樂趣，如藉想像力「補白」而享再創作之愉悅（蔡曉楓，2004；Spiegel, 1998）。文本潛藏確定點，引領閱聽人融入生命經驗、日常體驗等而涉入故事情境，建立探索路標（Langer, 1990; Rosenblatt, 1938; 1978）。

電子繪本《好餓的毛毛蟲》盼藉「互媒」，沿用原作角色、色彩、情節等而建構敘事品牌。如上所述，閱聽人賞析體驗可自某一文本起始而延伸至不同版本，融入先前賞析體驗而引發共鳴（Jenkins, 2006）。以繪本轉述為電子繪本為例，改編者可用相仿角色、互動形式等敘事資源，增加遊戲娛樂氛圍而延伸敘事品牌。

## （二）繪本文字模組之跨媒介轉述

跨媒介平台轉述涉及「敘事設計」策略，如將抽象文字修辭轉譯為具體圖像符號（Kress, 2010）。創作者可依敘事旨趣以形塑訊息，並運用敘事資源以思考圖文整合方式（Bernardo, 2014; Kress, 2010）。

繪本《好餓的毛毛蟲》以簡易文字描述一周進程、水果種類、星期名稱等知識，便於兒童理解排序等概念（嚴淑女，民 101；歐凱寧譯，民 100；Carle, 1969）。

改編作品可引述原作元素、詞彙、韻律等，盼閱聽人聯想原作等互媒知識（Holthuis, 2010）。閱聽人可自「互媒」而理解媒介文本之脈絡（原作產製脈絡等），體認文本互涉意涵而衍生多元詮釋（Holthuis, 2010; Levinson, 2001）。電子繪本《好餓的毛毛蟲》盼發展幼兒之「算數」、「字彙」、「計

〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

量」能力，並融入遊戲等設計（Educational App Store, 2016）。跨媒介平台轉述歷程乃與創作者關切焦點相繫，也與創作者欲溝通之目標族群相關（Bernardo, 2011, 2014; Kress, 2010）。電子繪本《好餓的毛毛蟲》協助兒童理解基本數字概念，並教授水果等字彙（Educational App Store, 2016）。

易言之，跨媒介敘事者可引用關鍵「典故」（字詞、情節）而建立「互媒」關聯，供閱聽人參照不同作品而理解故事世界（Holthuis, 2010）。以電子繪本《好餓的毛毛蟲》文字為例，轉述原作詞彙、毛毛蟲覓食及成長等情境，藉典故等「互媒」聯想而建立敘事網絡。

## 二、繪本改編互動電子書之媒介延展：視覺、聽覺、互動模組

創作者轉化敘事至不同平台時，可思索呈現目標、傳播內容、目標族群特質，慮及創作者與閱聽人關係（Bernardo, 2011, 2014; Kress, 2010）。創作者考量敘事資源（如技術輔助），慮及資源可否滿足目標閱聽人、輔助改編構想，達成原初設定之傳播效果（Kress, 2010; Herman, 2002）。

### （一）視覺模組：繪本轉述為連續畫面

跨媒介敘事者可依原作角色、道具、情節等故事基礎，作「互媒」依據以建構跨媒介網絡（Booth, 2010; Dhoest, & Malliet, 2012; Sándor, 2010）。另跨媒介轉述之載具亦提供敘事資源（或表述語法），供敘事者再詮釋、轉化既定文本為多模組形態（Booth, 2010; Prince, 1982; Sándor, 2010）。易言之，創作者可因審美考量並依媒介類型特質，選擇合宜形式而再述文本（Chatman, 2001）。

跨媒介敘事者可考量閱聽人知識及日常經歷，作為詮釋圖像之參考；並納入改編等新元素而滿足閱聽人創新期待（張晶，民 100；Morrow, 2001）。若對照幼兒審美發展歷程，幼兒多依聲光感知以理解事物（張春興，民 83；徐玉玲，民 97）。幼兒多喜活潑歡樂題材，另亦著重視覺表現；如角色外型討喜、顏色鮮豔等，易引發幼兒興趣（朱伶莉，民 93；徐玉玲；民 97）。圖像辨識乃與閱聽人生命經驗相繫，閱聽人需藉既有資訊系統而辨別角色（Lopes, 1996）。電子繪本《好餓的毛毛蟲》盼以視覺形式吸引幼兒，故背景運用大量白色，並融入水果、樹木等「立體書」質感之數位特效（Gudmundsen, 2015）。

以數位動畫為例，跨媒介敘事者可自原作轉化素材，以動態形式而引發閱聽人感知（Belting, 2005）。電子繪本《好餓的毛毛蟲》也沿用幼蟲變為蝴蝶歷程，設計蝴蝶翅膀；電子繪本並運用動畫形式，觸擊電子書次頁可發現蝴蝶所產蟲卵，揭示下一歷程開始（Gudmundsen, 2015; Lima, 2014）。易言之，跨媒介敘事盼可藉「媒介延展」層面，延伸故事先前設定並跨越不同媒介呈現（Beddows, 2012）。

## (二) 聽覺模組：繪本圖文引發之配樂歷程

配樂乃涉及創作者與「潛在消費者」交流歷程，組織音符而輔助故事情節(Kafalenos, 2004; Tarasti, 2004)。敘事者可因感知及審美考量而創作音樂，如自圖像等五感聯想起始；敘事者亦盼音樂提供相關訊息而供閱聽人理解意義，貼近故事旨趣(鄭茂平，民 100；賀瑞麟，民 101；Kafalenos, 2004)。

電子繪本《好餓的毛毛蟲》改編原作，融入對白、音效及音樂(Gudmundsen, 2015; McDowell, 2015)。電子繪本《好餓的毛毛蟲》依文本世界，設計符合大自然聲效及音樂(Gudmundsen, 2015)。電子繪本加入聲效等設置，賦予故事不同意義；跨媒介敘事者盼幼兒點閱不同選單而引發聲效(McDowell, 2015)。易言之，跨媒介敘事者盼閱聽人詮釋音樂而引發想像空間，音樂為推展情節之故事角色，從而建構影音關聯及事件因果(Kafalenos, 2004)。

## (三) 互動模組：電子繪本融入觸控等遊戲設計

繪本原作《好餓的毛毛蟲》融入「洞洞書」等互動元素，幼兒可扮演小蟲而參與故事情境(Marcus, 2012)。幼兒可從不同尺寸之頁面，逐一理解毛毛蟲所食何物，並從「洞洞書」設計理解毛毛蟲啃咬痕跡(彭懿，民 98)。繪本《好餓的毛毛蟲》書頁挖空，表示毛毛蟲啃食痕跡，說明毛毛蟲成長所需(歐凱寧譯，民 100)。

類型提供不同模組形態、資訊再現形式，引發閱聽人詮釋及感知(Sandgren, 2010; Thom, 2000)。電子繪本介面設計盼幼兒易理解資訊，幼兒可觸碰介面而引發後續情節、活動及遊戲(Gemmill, 2014; Ritter, 2014)。電子繪本可融入遊戲而引發閱聽人愉悅情緒，並鼓勵閱聽人將遊戲歷程觀察事物融入認知體系，以此理解外在世界(Egenfeldt-Nielsen, Smith, & Tosca, 2008; Sasha, Pettyjohn, Gresalfi, Volk, & Solomou, 2012)。

跨媒介敘事者轉化圖像作品時，可融入視聽元素及數位效果而召喚閱聽人參與(Smith, 2015)。電子繪本《好餓的毛毛蟲》轉述同名原作為 3D 互動遊戲，沿用 Eric Carle 手繪風格及數位動畫製作(Lima, 2014)，即提供閱聽人「互媒」而判別圖像資訊之效果。

### 1. 跨媒介敘事者融入幼兒熟悉元素：

創作者可參照既有類型知識，體現於再創作之類型期待(Beddows, 2012; Ryan, 2004a)。電子繪本《好餓的毛毛蟲》考量 Piaget 兒童認知發展歷程，盼介面設計可引發兒童反應、學習及理解(Sellers, 2015)。電子繪本盼訴求運用螢幕時間等同「閱讀時間」，遊戲等同聽故事、聽故事如同遊戲；兒童或可藉遊戲等「實踐」，對閱讀有進一步理解(Sellers, 2015)。

閱聽人可感知故事元素、對照日常經驗而詮釋文本，考量敘事再現形式而賦予意義(Levinson, 2001; Padgett, & Allen, 1997; Thom, 2000)。幼兒可成為毛毛蟲朋友，藉觸控裝置摘取果實而餵食毛毛

〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

蟲，參與幼蟲成長過程（Calimlim, 2014; Gudmundsen, 2015; Lima, 2014）。幼兒可捲動電子繪本頁面（左移、右移等）而探索場景，可參與種花、種植果樹等歷程（Gudmundsen, 2015）。幼兒或可透過遊戲設計而理解互動規則，自動態場景引發感官愉悅。

電子繪本《好餓的毛毛蟲》加入冰淇淋等物件，帶入遊戲設計（Educational App Store, 2016）。電子繪本之毛毛蟲盼尋獲食物，幼兒需在有限時間內點閱及蒐尋，方能完成餵食歷程（Educational App Store, 2016）。幼兒之審美愉悅與寫實相繫，若文本呈現日常場景，則較易引發幼兒之美感反應（王秀雄，民 87；徐玉玲，民 97）。如互動設計之冰淇淋及餵食歷程等，乃屬幼兒熟悉概念及日常環節，或為召喚幼兒參與文本、引發共鳴之關鍵。

## 2. 跨媒介敘事者融入幼兒熟悉之遊戲形式：

數位敘事作品可設計多種視角及互動形式，供閱聽人複合多種感知而整合圖文主題（陳蕉譯，民 98；Ndalianis, 2004）。電子繪本《好餓的毛毛蟲》出版商設計幼兒易操作之觸控機制，並盼數位繪本情節更彈性（供幼兒互動及參與），故融入適宜幼兒之音樂、聲效及遊戲（Lima, 2014）。電子繪本《好餓的毛毛蟲》帶入更多互動元素（如小鴨游泳、澆花、種果樹等）並設計 3D 花園，毛毛蟲成長情節則與原作「互媒」（Calimlim, 2014; McDowell, 2015），藉閱讀載具延展而增加敘事效果。

如前所述，遊戲盼召喚閱聽人參與，因互動而引發視覺奇景及如實體驗（Ellis, 2011; Egenfeldt-Nielsen, Smith, & Tosca, 2008; Ryan, 2006）。改編者可轉化原作為互動形態，盼召喚閱聽人跨媒介參與及涉入，激發不同體驗及想像（Booth, 2010）。電子繪本《好餓的毛毛蟲》轉化原作為 3D 遊戲世界並作「媒介延展」，兒童與可餵食毛毛蟲（虛擬角色）水果，體現照顧幼蟲歷程（Calimlim, 2014; Gudmundsen, 2015; License!, 2014; Lima, 2014）。

跨媒介敘事者感知文本後，可依特定視角而再詮釋／再創作，透過新增角色行動、情節而呈現故事（Phelan, 2001）。電子繪本《好餓的毛毛蟲》角色樣貌依循原作設定，幼兒可觸控而移動毛毛蟲位置、讓毛毛蟲持續行走，繼而發現新環境樣貌（Gudmundsen, 2015; McDowell, 2015）。敘事者可思考如何引發閱聽人與文本互動而體現敘事元素，助閱聽人串接情節（Passalacqua, & Pianzola, 2011）。電子繪本《好餓的毛毛蟲》出版商經理 Barry O' Neill 表示，此數位繪本之目標客群為幼兒；盼藉數位形式賦予原作角色生命力，召喚原作閱聽人融入新故事情境（License!, 2014; Lima, 2014）。

《好餓的毛毛蟲》形塑「確定點」（determinacy；果實等日常事物、洞洞書等幼兒熟悉類型），召喚幼兒參與故事；同時融入遊戲設計，而引導閱聽人行生新觀察及美感反應。易言之，跨媒介敘事者可考量幼兒熟悉類型、生命經驗、原作故事等，建立互動電子繪本之「確定點」，供幼兒逐步涉入文本世界。另遊戲等互動設計或為不確定點之來源，幼兒可依觸控及感知等物理形式，享有多元感官愉悅及探索樂趣。幼兒可從遊戲互動裝置，引發對圖像、動畫之新觀察，翻轉對既定事物之

認知，而感驚喜及共同參與情節等樂趣。

就電子繪本言之，互動遊戲提供更多細節；幼兒與電子繪本互動時，每次閱讀或可得相異體驗（McDowell, 2015）。易言之，數位模組提供故事產製框架，敘事者可依相異平台／類型而再述故事（Ndalianis, 2004; Philips, 2012）。跨媒介敘事者依「故事延展」及「媒介延展」等轉述策略，因應目標消費者之需而打造「敘事品牌」。

## 伍、小結與討論

跨媒介敘事盼拓展故事品牌，藉互媒元素引發閱聽人跨媒介涉入、沉浸於故事世界（Beddows, 2012; Philips, 2012）。跨媒介敘事者盼藉科技模組等改編故事，閱聽人可參照相異版本而建構故事網絡（Philips, 2012）。

跨媒介敘事者盼探析，多平台提供之敘事資源、科技如何協助文本再現，或引導故事呈現類型、影音及情節呈現（Smith, & Pearson, 2015）。《好餓的毛毛蟲》為風行五十年之經典繪本並有專屬註冊商標及品牌，改編之同名互動電子書獲「2015年波隆那國際大獎電子書獎」。就敘事品牌、跨媒介敘事網絡言之，本書均具代表性。

### 一、小結

本研究以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編為互動電子書為例，剖析「故事延展」及「媒介延展」等敘事策略。改編者考量潛在消費群為三歲以下幼兒，故融入幼兒之認知及審美發展等設計故事，召喚兒童閱聽人之跨媒介涉入。

本研究盼理解 iPad 版本如何承襲／拓展既有元素而「故事延展」；亦盼剖析 iPad 載具之敘事資源如何協助「媒介延展」。易言之，本研究探索敘事者如何藉多模組資源「再詮釋」原作，並從中凸顯何種媒介特質。以多模組文本結果顯示，繪本圖文模組可藉「故事延展」為 iPad 互動遊戲情節；繪本圖文模組可藉「媒介延展」，轉化為視覺、聽覺、互動等多模組。

以「故事延展」言之，跨媒介敘事者可依繪本圖像及文字，據此拓展故事內容。跨媒介敘事者可承襲原作角色、場景及情節「互媒」關係，並融入遊戲設計而盼增加閱聽人主動性、感官愉悅。以圖像為例，電子繪本《好餓的毛毛蟲》之角色、色澤與主線均與原作「互媒」，並新增動畫等安排；以文字為例，電子繪本則轉化原作字彙而建構互媒體系。圖像及文字模組可相互呼應而發揮綜效，圖義需藉文字定錨、文字亦可延伸圖義；圖文可發揮綜效，闡釋時地變化及因果關係（Salway, 2010）。

以「媒介延展」言之，跨媒介敘事者可考量不同類型之多模組資源，融入影像、配樂及音效等而再述原作。新載具可延展繪本圖文多模組形態，如不同媒介提供影像與科技等敘事資源，或可行

〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

生互動設計 (Royce & Bowcher, 2007; Salway, 2010)。電子書之「視覺模組」融入立體書、洞洞書等視覺特效，盼引發幼兒對媒介類型之熟悉感；「聽覺模組」則轉化文字及情節為對白、聲效及配樂，幼兒可觸擊螢幕而體驗感官愉悅。以互動模組為例，電子繪本新增餵食、玩耍、培育植物等觸控設置，盼激發幼兒參與。「互動模組」考量幼兒認知及審美發展，設計幼兒易操作之觸控介面、易理解之遊戲情節。

## 二、學理意涵

本研究探索「敘事」與「媒介載具」關聯，剖析媒介載具提供之多模組如何再述故事及情節，或轉化原作為不同展演形態 (Doloughan, 2010)。本研究異於傳統結構主義之敘事觀（切割敘事為「故事」及「論述」等表現形式），盼將作品視為「故事網絡」一環，理解「互媒」及「敘事品牌」關聯。若以跨媒介故事網絡情境而言，本研究以多模組文本分析探索轉化歷程。本研究發現，多模組敘事可參照媒介載具特質，從物質／科技面向而理解故事素材；多模組敘事可探索單一元素及多種元素綜效，亦可理解跨媒介轉化之形變及功能，強調「媒介」對故事網絡影響力。上述均為傳統結構主義敘事研究少論及，屬本研究之學理意涵。

整體言之，跨媒介敘事者可運用「互媒」而串接故事，模仿圖像特徵、角色設定、文字描寫、道具設置等建構故事世界 (Beddows, 2012; Smith, 2011)。以《好餓的毛毛蟲》敘事品牌建構為例，敘事者可融入原作設定而收「互媒」之效；也考量幼兒所知之日常經驗、生活脈絡，並藉遊戲喚起幼兒感知及愉悅感。跨媒介敘事者可依「故事延展」而融入更多細節，拓展文本世界；亦可藉「媒介延展」而融入互動遊戲設計，因應潛在閱聽人美感反應之需而延伸敘事品牌。

## 三、研究限制及建議

本研究建議，未來或可比對閱聽人跨媒介賞析原作、iPad 互動電子繪本歷程，以實證資訊理解閱聽人如何回應改編版本召喚。往後研究或可思索改編版本如何細緻化呈現角色，理解閱聽人與改編版本之互動關聯、詮釋歷程、認知影響及感官愉悅等 (Ensslin, 2010; Thomas, 2010)。往後研究亦可對照「跨媒介」賞析者、僅接觸改編電子繪本者之詮釋差異，如輔以問卷、回饋單等設計，探索前者是否更能體會故事情節、記誦更多知識等。日後研究或可結合實證資訊，細緻化既有學理模型。

## 致謝

本文為科技部專題研究計畫〈閱聽人詮釋跨媒介圖像敘事之交流歷程與美感反應：以繪本改編為互動電子繪本為例〉(MOST 105-2410-H-130-014 - )之部份研究成果。作者感謝評審之悉心指正，敬致謝忱。

## 參考文獻

- 王秀雄(民87)。觀賞、認知、解釋與評價—美術鑑賞教育的學理與實務。臺北：國立歷史博物館。
- 石昌杰(民98)。從繪本到動畫—以《微笑的魚》為例。臺北：幾米繪本、電影研究及當代文化探討研討會。
- 朱伶莉(民93)。幼兒對圖畫書回應行為之探究。屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東縣。
- 何定照(民105)。幾米音樂劇 臺灣小清新征服上海【線上查詢】。https://video.udn.com/news/459316。上網查詢日期，民105年10月27日。
- 李豔(民101)。美與物：論藝術產業中的審美與經濟。北京：北京大學。
- 林真美(民101)。必讀經典 保障珍貴童年。親子天下實戰教養系列，17，94-101。
- 林敏宜(民91)。圖畫書的欣賞與應用。臺北：心理。
- 洪于茹(民97)。幾米圖像創作品跨音樂舞台劇之再創作研究。臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士論文，未出版，新北市。
- 徐玉玲(民97)。國小二年級學生選擇圖畫書之研究。臺北教育大學語文與創作學系語文教學碩士論文，未出版，臺北市。
- 張春興(民83)。教育心理學—三化取向的理論與實踐。臺北：東華。
- 張晶(民100)。圖像的審美價值考察，載於彭亞非(主編)，讀圖時代(頁92-109)，北京：中國社會科學出版。
- 許玉婷(民101)。認識國內外童書大獎。親子天下實戰教養系列，17，80-82。
- 陳蕉(譯)(民98)。法蘭西斯·培根：感官感覺的邏輯(原作者：G, Deleuze)。臺北：國立編譯館。
- 陶樂蒂(民104)。好餓好餓的毛毛蟲。《大野狼》，1，45。
- 幾米(民103)。故事團團轉。臺北：大塊文化。
- 幾米 Spa(民102)。翻開幾米繪本：《向左走·向右走》與《星空》ipad 繪本電子書【線上查詢】。http://paper.udn.com/udnpaper/PIF0009/232518/web/。上網查詢日期，民105年10月27日。
- 幾米 Spa(民104)。幾米 Spa 新感動：《忘記親一下》音樂作品【線上查詢】。http://paper.udn.com/udnpaper/PIF0009/287957/web/。上網查詢日期，民105年10月27日。
- 幾米 Spa(民105)。幾米 Spa 新感動：《向左走·向右走》音樂劇2016 巡演登場【線上查詢】。http://paper.udn.com/udnpaper/PIF0009/291402/web/。上網查詢日期，民105年10月27日。
- 彭懿(民98)。遇見圖畫書百年經典。臺北：上誼。
- 賀瑞麟(民101)。美學與文化創意產業。載於周德禎(主編)，文化創意產業：理論與實務(頁67-86)。臺北：五南。

〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

- 歐凱寧（譯）（民 100）。如何幫孩子選繪本（原作者：谷本誠剛、灰島佳里）。臺北：貓頭鷹。
- 蔡曉楓（民 93）。《解讀少年的自我統合與追尋——一個少年小說閱讀討論會的質性研究》。臺灣師範大學教育學系碩士論文，未出版，臺北市。
- 鄭茂平（民 100）。音樂審美的心理時間。四川：西南師範大學。
- 嚴淑女（民 101）。從「玩」進入書的世界。親子天下實戰教養系列，17，84-87。
- Akune, S. (2013, December 10). Eric Carle. *Casa*, 40-45.
- Balides, C. (2004). Immersion in the virtual ornament: Contemporary “Movie Ride” films, In D. Thorburn, & H. Jenkins (Eds.), *Rethinking media change: The aesthetic of transition* (pp. 315-336). New York, NY: Routledge.
- Beddows, E. (2012). *Consuming transmedia: How audiences engage with narrative across multiple story modes*. Thesis doctoral, Swinburne University of Technology.
- Begemann, P. (2010). Reader’s strategies in comprehending poetic discourse. In J. S. Petöfi & T. Olivi (Eds.), *Approaches to poetry: Some aspects of textuality, intertextuality and intermediality*(pp. 1-32). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Belting, H. (2005). Image, medium, body: A new approach to iconology. *Critical Inquiry*, 31(2), 302-319.
- Bernardo, N. (2011). *The producer’s guide to transmedia: How to develop, fund, produce and distribute compelling stories across multiple platforms*. London, UK: beActive Books.
- Bernardo, N. (2014). *Transmedia 2.0. : How to create an entertainment brand using a transmedial approach to storytelling*. London, UK: beActive Books.
- Bolter, J. D. & Grusin, A. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Booth, P. (2010). Memories, temporalities, fictions: Temporal displacement in contemporary television. *Television & new media*, 12(4), 370-388.
- Brown, S. & Patterson, A. (2010). Selling stories: Harry Potter and the marketing plot. *Psychology & Marketing*, 27(6), 541 - 556.
- Calimlim, A. (2014). Shelf control: *My very hungry caterpillar* is a fun app based on Eric Carle's classic book. *AppAdvice Web site*. Retrieved from <http://appadvice.com/appnn/2014/10/shelf-control-my-very-hungry-caterpillar-is-a-fun-app-based-on-eric-carles-classic-book>
- Carle, E. (1969). *The very hungry caterpillar*. New York, NY: Philomel books.
- Carroll, N. (2003). *Engaging the moving image*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Chapple, F. & Kattenbelt, C. (2006)(Eds). *Intermediality in theatre and performance*. Amsterdam, The

Netherlands: Rodopi

- Chapple, F. (2008). On Intermediality. *Culture, language and representation*, 6, 7-14.
- Chatman, S. (2001). Ironic perspective: Conrad's secret agent. In W. van Peer, & S. Chatman (Eds.), *New perspectives on narrative perspective* (pp. 117-131). New York, NY: State University of New York Press.
- Clarke, M. J. (2013). *Transmedia television: New trends in network serial production*. London, UK: Bloomsbury Academic.
- Das, R. (2012). Children reading an online genre: Heterogeneity in interpretive work. *Popular communication*, 10, 269-285.
- Dena, C. (2008). Emerging participatory culture practices: Player-created tiers in alternate reality games. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 41 - 57.
- Dena, C. (2010). Beyond multimedia, narrative, and game: the contributions of multimodality and polymorphic fictions, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 183-201). London, UK: Routledge.
- Dewdney, A. (2011). Transmediation: Tracing the social aesthetic. *Philosophy of photography*, 2(1), 97-113.
- Doloughan, F. J. (2010). Multimodal storytelling: Performance and inscription in the narration of art history, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 14-30). London, UK: Routledge.
- Dovey, J., & Kennedy, H. W. (2006). Playing the ring: Intermediality and ludic narratives in the *The lord of the rings*. In E. Mathijs (Ed.), *The lord of the rings: Popular culture in global context* (pp. 254-269). London, UK: Wallflower Press.
- Dowd, T., Fry, M., Niederman, M., & Steiff, J. (2013). *Storytelling across worlds: Transmedia for creatives and producers*. Burlington, MA: Focal Press.
- Educational App Store. (2016). Counting with the very hungry caterpillar. *Educational App Store Web site*. Retrieved from [http://www.techwithkids.com/Review\\_SR01244S\\_my-very-hungry-caterpillar](http://www.techwithkids.com/Review_SR01244S_my-very-hungry-caterpillar)
- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J. H. & Tosca, S. P. (2008). *Understanding video games: The essential introduction*. New York, NY: Routledge.
- Ellis, J. (2011). On the concept of a Game. *Philosophical investigations*, 34(4), 381-392.
- Englund, A. (2010). Intermedial topography and metaphorical interaction. In L. Elleström (Ed.), *Media borders, multimodality and intermediality*(pp. 69-80). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Ensslin, A. (2010). Respiratory narrative: multimodality and cybernetic corporeality in “physio-cybertext” , In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 155-165). London, UK: Routledge.

- Evans, E. (2011). *Transmedia television: Audience, new media, and daily life*. London, UK: Routledge.
- Faubert, P. (2010). 'Perfect Picture Material' : Anthony Adverse and the Future of Adaptation Theory. *Adaptation*, 4(2), 180-198.
- Filice, M., & Young, S. (2012). From mainstage to movies to media: Sustaining the live and performing arts through artistic convergence and the Balaban and Katz philosophy of continuous performance. *International journal of arts management*, 14(2), 48-56.
- Flewitt, R., Hampel, R., Hauck, M., & Lancaster, L. (2012). What are multimodal data and transcription. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 40-53). London, UK: Routledge.
- Franco, C. P. (2015). The *Muddle earth* journey: Brand consistency and cross- media intertextuality in game adaptation. In R. Pearson & A. N. Smith (Eds.), *Storytelling in the media convergence age: Exploring screen narratives* (pp. 40-53). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Gemmill, L. (2014). Famous Children's Authors Apps. *KinderTown web site*. Retrieved from <http://www.kindertown.com/blog/famous-childrens-authors-apps-and-a-free-subscription/>
- Gibbons, A. (2010). "I contain multitudes" : Narrative multimodality and the book that bleeds, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 78-98). London, UK: Routledge.
- Goodbrey, D. M. (2015). Distortions in spacetime: Emergent narrative practices in comics' transition from print to screen. In R. Pearson & A. N. Smith (Eds.), *Storytelling in the media convergence age: Exploring screen narratives* (pp. 54-73). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Grainge, P. (2004). Branding Hollywood: Studio logos and the aesthetics of memory. *Screen*, 45(4), 344-362.
- Gray, J. (2010). *Show sold separately: Promos, spoilers, and other media paratexts*. New York, NY: New York University Press.
- Grishakova, M. & Ryan, M. (2010) (Eds.). *Intermediality and storytelling*. New York, NY: De Gruyter.
- Gudmundsen, J. (2015). My very hungry caterpillar. *Tech with kids Web site*. Retrieved from [http://www.techwithkids.com/Review\\_SR01244S\\_my-very-hungry-caterpillar](http://www.techwithkids.com/Review_SR01244S_my-very-hungry-caterpillar)
- Gudmundsen, J. (2015, April 12). 3 apps captivate kids with charming characters. *USA Today*. Retrieved from <http://www.usatoday.com/story/tech/columnist/gudmundsen/2015/04/12/kids-apps-charming-characters/25360745/>
- Harvey, C. B. (2015). *Fantastic transmedia: Narrative, play and memory across science fiction and fantasy storyworlds*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Hayles, N. K. (2002). *Writing machines*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Herman, D. & Page, R. (2010). Coda/ Prelude: Eighteen questions for the study of narrative and multimodality,

- In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 217-220). London, UK: Routledge.
- Herman, D. (2002). *Story logic: Problems and possibilities of narrative*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Herman, D. (2010). Word-image/ utterance-gesture: Case studies in multimodal storytelling, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 78-98). London, UK: Routledge.
- Herman, D. (2010). Word-image/ utterance-gesture: Case studies in multimodal storytelling, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 78-98). London, UK: Routledge.
- Holthuis, S. (2010). Intertextuality and meaning constitution. In J. S. Petöfi & T. Olivi (Eds.), *Approaches to poetry: Some aspects of textuality, intertextuality and intermediality*(pp. 77-93). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.
- Jenkins, H. (2010). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. *Continuum: Journal of media & cultural studies*, 24(6), 943-958.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York, NY: New York University Press.
- Jewitt, C. (2012). An introduction to multimodality. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 14-25). London, UK: Routledge.
- Jewitt, C. (2012). An introduction to multimodality. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 14-25). London, UK: Routledge.
- Jones, M. (2009). *Found in translation: Structural and cognitive aspects of the adaptation of comic art to film*. Saarbrücken, Germany: VDM Verlag Dr. Müller.
- Jones, R. H. (2012). Technology and sites of display. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 114-126). London, UK: Routledge.
- Kafalenos, E. (2004). Overview of the music and narrative field. In M. Ryan (Ed.), *Narrative across media*(pp. 275-282). Lincoln, Neb.: University of Nebraska Press.
- Kattenbelt, C. (2008). Intermediality in Theatre and Performance: Definitions, perceptions and medial relationships. *Culture, language and representation*, 6, 19-29.
- Kress, G. (2003). *Literacy in the new media age*. London, UK: Routledge.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London, UK: Routledge.

- Kukkonen, K. (2011). Comics as a test case for transmedial narratology. *Substance*, 40(1), 34-52.
- Langer, J. A. (1995). *Envisioning literature: Literary understanding and literature instruction*. NY, New York: Teachers College Press.
- Leander, K. M. & Vasudevan, L. (2012). Multimodality and mobile culture. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 127-139). London, UK: Routledge.
- Levinson, J. (2001). Aesthetic properties, evaluative force, and differences in sensibility. In J. Levinson & E. Brady (Eds), *Aesthetic concepts: Essays after Sibley* (pp. 61-80). Oxford: Oxford University Press.
- License! (2014). Eric Carle releases caterpillar App. *License ! Web site*. Retrieved from <http://www.licensemag.com/license-global/eric-carle-releases-caterpillar-app>
- Lima. (2014). Announcing *My very hungry caterpillar*, a nurturing app from StoryToys which brings Eric Carle's much-loved character to life in interactive 3D. *Lima Web site*. Retrieved from <https://www.licensing.org/press-release/announcing-my-very-hungry-caterpillar-a-nurturing-app-from-storytoys-which-brings-eric-carles-much-loved-character-to-life-in-interactive-3d/>
- Longo, M. (2006). Cooperation versus violence: An ethnographical analysis of the Return of the king video game. In E. Mathijs (Ed.), *The lord of the rings: Popular culture in global context* (pp. 270-284). London, UK: Wallflower Press.
- Lopes, D. (1996). *Understanding pictures*. Oxford: Oxford University Press.
- Lowe, V. (2010). 'Stages of Performance' : Adaptation and intermediality in Theatre of Blood. *Adaptation*, 3(2), 99-111.
- Many, J. & Cox, C. (Eds.). (1992). *Reader stance and literary understanding: Exploring the theories, research and practice*. Norwood, NJ: Ablex.
- Marcus, L. S. (2012). *Show me a story!: Why picture books matter: Conversations with 21 of the world's most celebrated illustrators*. Somerville, Mass.: Candlewick Press.
- Mathijs, E. (2006). Popular culture in global context: *The lord of the rings* phenomenon. In E. Mathijs (Ed.), *The lord of the rings: Popular culture in global context* (pp. 1-19). London, UK: Wallflower Press.
- Mavers, D. (2012). Image in the multimodal ensemble: Children's drawing. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 263- 271). London, UK: Routledge.
- Mavers, D. (2012). Image in the multimodal ensemble: Children's drawing. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 263- 271). London, UK: Routledge.
- McDowell, S. (2015). Less glitz makes for more magic in children's apps. *Digital book world web site*. Retrieved from

- <http://www.digitalbookworld.com/2015/less-glitz-makes-for-more-magic-in-childrens-apps/>
- Megehee, C. M., & Woodside, A. G. (2010). Creating visual narrative art for decoding stories: That consumers and brands tell. *Psychology & Marketing*, 27(6), 603-622.
- Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to visual culture*. London, UK: Routledge.
- Mitchell, W. J. (2004). Homer to home page: Designing digital books, In D. Thorburn, & H. Jenkins (Eds.), *Rethinking media change: The aesthetic of transition* (pp. 203-215). New York, NY: Routledge.
- Montoro, R. (2010). A multimodal approach to mind style: Semiotic metaphor vs. multimodal conceptual metaphor, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 31-49). London, UK: Routledge.
- Morrow, D. (2001). Situation models and point of view in narrative understanding. In W. van Peer, & S. Chatman (Eds.), *New perspectives on narrative perspective* (pp. 225-239). New York, NY: State University of New York Press.
- Murdock, G. (2010), Networking the commons. Convergence culture and the public interest, in J. Gripsrud (ed.), *Relocating television: Television in the digital context*. London, UK: Routledge, pp. 224 – 37.
- Murray, S. (2005). Brand loyalties: Rethinking content within global corporate media. *Media, Culture & Society*, 27(3), 415-435.
- Ndalianis, A. (2004). Architecture of the senses: Neo-Baroque entertainment spectacles, In D. Thorburn, & H. Jenkins (Eds.), *Rethinking media change: The aesthetic of transition* (pp. 355-373). New York, NY: Routledge.
- Niño Studio (2013). *Love, the app*. Argentina, AR: Niño Studio.
- Nodelman, P. & Reimer, M. (2003). *The pleasures of children's literature*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Nodelman, P. (1988). *Words about pictures: The narrative art of children's picture books*. Athens: University of Georgia Press.
- Nørgaard, N, A. (2010). “I contain multitudes” : Narrative multimodality and the book that bleeds, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 78-98). London, UK: Routledge.
- Padgett, D., & Allen, D. (1997). Communicating experiences: A narrative approach to creating service brand image. *Journal of advertising*, XXVII( 4), 49-62.
- Page, R. (2010). Introduction, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 1-13). London, UK: Routledge.
- Painter, C., Martin, J. R., & Unsworth, L. (2013). *Reading visual narratives: Image analysis of children's picture books*. London, UK: Equinox.

- Passalacqua, F., & Pianzola, F. (2011). Defining transmedia narrative: problems and questions. *Dialogue with Mary-Laure Ryan. Enthymema, IV*, 65-71.
- Pavis, P. (2001). Theatre studies and interdisciplinarity. *Theatre research international*, 26(2), 153-163.
- Phelan, J. (2001). Why narrators can be focalizers: and why it matters. In W. van Peer, & S. Chatman (Eds.), *New perspectives on narrative perspective* (pp. 51-64). New York, NY: State University of New York Press.
- Prince, G. (1982). *Narratology: The form and functioning of narrative*. New York, NY: Mouton.
- Ritter, C. K. (2014). *The very hungry caterpillar & friends – Play & explore* app review. *The Horn Book Magazine web site*. Retrieved from <http://www.hbook.com/2014/07/choosing-books/app-review-of-the-week/hungry-caterpillar-friends-play-explore-app-review/>
- Robillard, V. (2010). Beyond definition: A pragmatic approach to intermediality. In L. Elleström (Ed.), *Media borders, multimodality and intermediality* (pp. 150-162). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Rosenblatt, L. M. (1938). *Literature as exploration*. NY: MLA.
- Rosenblatt, L. M. (1978). *The reader, the text, the poem*. Carbondale, IL: Southern Illinois University.
- Rowell, J. (2014). Toward a phenomenology of contemporary reading. *Australian journal of language and literacy*, 37(2), 117-127.
- Royce, T., & Bowcher, W. (Eds.) (2007). *New directions in the analysis of multimodal discourse*. Mahwah and London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ryan, M. (2004a). Introduction. In M. Ryan (Ed.), *Narrative across media* (pp. 1-39). Lincoln, Neb.: University of Nebraska Press.
- Ryan, M. (2004b). *Narrative across media: The Languages of storytelling*. Lincoln: University of Nebraska.
- Ryan, M. (2006). *Avatars of story*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Salway, A. (2010). The computer-based analysis of narrative and multimodality, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 50-64). London, UK: Routledge.
- Sandgren, H. (2010). The intermediality of field guides: Notes towards a theory. In L. Elleström (Ed.), *Media borders, multimodality and intermediality* (pp. 111-123). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Sándor, K. (2010). Photo/graphic traces in Dubravka Ugrešić's The museum of unconditional surrender. In L. Elleström (Ed.), *Media borders, multimodality and intermediality* (pp. 187-198). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Sasha, B., Pettyjohn, P., Gresalfi, M., Volk, C., & Solomou, M. (2012). Game-based curriculum and

- transformational play: Designing to meaningfully positioning person, content, and context. *Computers & education*, 58, 518-533.
- Schober, R. (2010). Translating sounds: Intermedial exchanges in Amy Lowell's 'Stravinsky's three pieces "Grotesques", for String Quartet'. In L. Elleström (Ed.), *Media borders, multimodality and intermediality*(pp. 163-172). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International journal of communication*, 3, 586-606.
- Scolari, C. A. (2013). Lostology: Transmedia storytelling and expansion/compression strategies. *Semiótica*, 195, 45-68.
- Scolari, C. A., Bertetti, P., & Freeman, M. (2014a). Introduction: Towards an archaeology of transmedia storytelling. In C. A. Scolari, P. Bertetti & M. Freeman (Eds.), *Transmedia archaeology: Storytelling in the borderlines of science fiction, comics and pulp magazines* (pp. 1-14). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Sellers, S. A. (2015). Bologna 2015: The ABCs of children's apps. *PW web site*. Retrieved from <http://www.digitalbookworld.com/2015/less-glitz-makes-for-more-magic-in-childrens-apps/http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/childrens/childrens-industry-news/article/66053-bologna-2015-the-abcs-of-children-s-apps.html>
- Smith, A. N. (2015). *Super Mario* seriality: Nintendo's narratives and audience targeting within the video game console industry. In R. Pearson & A. N. Smith (Eds.), *Storytelling in the media convergence age: Exploring screen narratives* (pp. 21-39). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Smith, A. N., & Pearson, R. (2015). Introduction: The contexts of contemporary screen narratives: Medium, national, institutional and technological specificities. In R. Pearson & A. N. Smith (Eds.), *Storytelling in the media convergence age: Exploring screen narratives* (pp. 1-17). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Smith, T. (2011). Brand salience not brand science: A brand narrative approach to sustaining brand longevity. *The marketing review*, 11(1), 25-40.
- Spiegel, D. L. (1998). Reader response approaches and the growth of reader. *Language Arts*, 76(1), 41-47.
- StoryToys Entertainment. (2015). *My very hungry caterpillar*. UK: StoryToys entertainment limited.
- Tarasti, E. (2004). Music as a narrative art. In M. Ryan (Ed.), *Narrative across media*(pp. 283-303). Lincoln, Neb.: University of Nebraska Press.
- Thomas, B. (2010). Gains and losses? Writing it all down: fanfiction and multimodality, In R. Page (Ed.), *New perspectives on narrative and multimodality* (pp. 142-154). London, UK: Routledge.
- Thomas, B. (2010). Gains and losses? Writing it all down: fanfiction and multimodality, In R. Page (Ed.), *New*

〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

*perspectives on narrative and multimodality* (pp. 142-154). London, UK: Routledge.

Unsworth, L. & Cléirigh, C. (2012). Multimodality and reading: The construction of meaning through image-text interaction. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 151-163). London, UK: Routledge.

Unsworth, L., & Cléirigh, C. (2012). Multimodality and reading: The construction of meaning through image-text interaction. In C. Jewitt (Ed.), *The Routledge handbook of multimodal analysis* (pp. 151-163). London, UK: Routledge.

Uricchio, W. (2004). Historicizing, In D. Thorburn, & H. Jenkins (Eds.), *Rethinking media change: The aesthetic of transition* (pp. 23-38). New York, NY: Routledge.

Voigts-Virchow, E. (2009). Metadaptation: Adaptation and intermediality – Cock and Bull. *Journal of adaptation in film & performance*, 2(2), 137-152.

Wolf, W. (2005). Intermediality. In D. Herman, M., Jahn & M, Ryan (Eds). *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* (pp. 252-256). London, UK: Routledge.

Wutz, M. (2011). Literature in the age of visual media. *Twentieth-century literature*, 57(2), 285-290.

Young, P. (2008). Film genre theory and contemporary media: Description, interpretation, intermediality. In R. Kolker. (Ed.), *The Oxford handbook of film and media studies* (pp. 224-259). New York, NY: Oxford University Press.

## 註釋

1. 「互媒」承接「互文」之概念，說明媒介形式之跨界模仿形式，研究者並以「互媒轉向」(intermedial turn) 名之 (Voigts-Virchow, 2009)。跨媒介改編乃運用不同類型語言，再製、轉化、援用既有視覺符碼、情節等訊息，盼促發閱聽人多元美感反應 (Robillard, 2010; Young, 2008)。「互媒」盼理解不同媒介系統之轉述，改編者之再詮釋及運用之轉化語法、混搭類型等 (Robillard, 2010; Voigts-Virchow, 2009)。以數位敘事 (數位影像) 類型為例，創作者可應用新媒介資源而再詮釋舊作，運用「互媒」模仿、參照或融合既有作品特質 (Voigts-Virchow, 2009; Wolf, 2005; Young, 2008)。影像類型 (包括數位影像) 包括對白、配樂、動態畫面等敘事資源，敘事者可運用「互媒」模仿既有作品之文字、音效、框格 (Robillard, 2010; Voigts-Virchow, 2009; Young, 2008)。
2. 「模組」為媒介類型提供之敘事資源，如小說具文字模組、圖像具視覺模組等 (Painter, Martin, & Unsworth, 2013)。類型或伴隨特定模組及常規，創作者可既定媒介語法等形塑／呈現文本世界 (Jewitt, 2009; Kress, 2010)。模組提供媒介文法，有助創作者思索如何匯整多種表徵，結合不同模組以體現文本意義 (Jewitt, 2009; Kress, 2010)。

# A Preliminary Study on Transmedia Storytelling Approaches Applied in the Adaptation of an Interactive, Illustrated eBook: A Case Study on *My Very Hungry Caterpillar*

Yu-Chai Lai

---

## Abstract

Transmedia storytellers expand the world illustrated in a story by combining approaches of narrative expansion and media expansion, in addition to constructing an “inherence system” based on the intermediacy between the original and revised versions of the story.

During narrative expansion, a transmedia story presents a work on the basis of its original images and texts, in addition to integrating extended contents such as fine details that further illustrate the original work. During media expansion, a transmedia story is added to narrative media across various platforms to present the original work. In the present study, the transmedia storytelling approaches were applied to the design of an interactive eBook, *My Very Hungry Caterpillar*, which was adapted from the eponymous classic illustrated children’s book.

Tailored to facilitate the cognitive and aesthetic development of child readers, the adaptation comprises stories related to everyday life. Through narrative expansion, the eBook use animations to present the original visual contents, displays the original textual contents in different formats of discourse, transposes original images and text, and provides games to engage young readers. Through media expansion, the eBook was designed with visual, auditory, and interactive modules. The visual module presents three-dimensional content that appeals to children; the auditory module delivers soundtracks and background music to provide auditory stimulation; and the interactive module offers intelligible, interactive games to promote the cognitive and aesthetic development of child readers.

Through image-text intermediacy, transmedia storytellers can establish story networks that link with the original works, thereby inheriting the attributes (e.g., images and figures) of existent brands. They can also extend the narrative brands of original works by employing narrative and media expansions according to the aesthetic responses of target readers.

**Keywords:** Adaptation; story network; narrative strategy; transmedia storytelling; picturebook

---

\* Department of Journalism, Ming Chuan University. Associate Professor.

〈繪本跨媒介轉述為互動電子繪本之敘事策略初探：以經典繪本《好餓的毛毛蟲》改編「波隆那國際大獎」電子書為例〉

# 臺灣箏樂發展的歷史軌跡及當代變遷

張儷瓊

## 摘要

臺灣箏樂發展以來，積累為數眾多的箏樂人口，超過一甲子歲月的箏樂人文積累，創造豐富的箏樂文本與內涵，成為重要的箏樂文化資產。現階段的臺灣箏樂發展成果究竟是根植於先民遷徙的歷史際遇；還是歸因於中原文化的落地生根？本文回顧臺灣箏樂的發展、觀察當代箏樂的變遷與軌跡，由歷史、社會、人文面向研究臺灣箏樂，從概念、行為和音聲的分析中，探討臺灣箏樂發展的歷史經驗與當代面貌。研究發現，臺灣箏樂體現著臺灣箏人藝術創造的過程和成果，立基於傳統並且不斷創新，作品內容豐富而多元，反映出時代人文的特殊意義。

**關鍵字：**臺灣箏樂、箏樂發展、箏樂創作。

---

\*張儷瓊現為國立臺灣藝術大學中國音樂學系教授。

## 壹、前言

箏樂在現今的臺灣社會中有廣泛的流傳，眾多的習樂和欣賞人口使得箏樂發展活絡而繁榮。早期臺灣漢人音樂社會中的古箏，是作為民間北管音樂演奏「絃譜」的絲竹樂器之一，也被應用在「細曲」<sup>1</sup>演奏中，經常與琵琶、三絃、提絃、和絃、洋琴、品仔等樂器合樂<sup>2</sup>。（見圖 1）北管的古箏有專稱，叫做「抓箏」或「沙箏」（音 sa<sup>1</sup>-chieng<sup>1</sup>）；已故著名的北管藝師王宋來擅長細曲的演唱，也擅彈箏<sup>3</sup>，更使用箏伴唱細曲。（見圖 2）據其口述，他所使用的「抓箏」是在 1928 年左右於臺北延平北路的樂器店以當時七塊半的價錢購得<sup>4</sup>，可見臺灣社會箏的流傳和北管樂社樂人的傳承應用有所相關。可惜北管「抓箏」的演奏現已幾近失傳，僅有少數藝人擅長、少數學子習奏。<sup>5</sup>



圖 1：北管絲竹樂器及「抓箏」（資料來源：國立臺北藝術大學網站）



圖 2：北管著名藝人王宋來彈箏圖（資料來源：國立傳統藝術中心網站）

昔時的臺灣，在 1937 年太平洋戰爭以前，藝文社會的演出活動中還能見到大陸沿海各地戲班樂社的表演足跡。20 世紀上半葉日治時期的臺灣，與大陸沿海城鎮保持著藝文的交流訪演，其

中以上海京班、福州徽班、閩班等來臺藝文演出最為頻繁<sup>6</sup>，也曾有大陸沿海的民間器樂組織在臺灣演出<sup>7</sup>。至於古箏的流傳與演奏，除了上述細樂中抓箏的使用之外，鮮少有相關的文本紀錄。

1948年11月中央廣播樂團在臺展開訪問演奏，為臺灣聽眾帶來了當時國樂的曲目。一份黎松壽收藏的節目單<sup>8</sup>顯示，該團楊競明先生演奏了一曲梁在平改編的《搗衣曲》<sup>9</sup>，這是有據可考的一次在臺北上演的古箏獨奏節目。(見圖3) 這個時期臺灣社會雖有古箏的流傳，但僅屬少數、普及面不足，歷史上並沒有許多箏樂活動的記載。



圖3：1948（民37）年11月7日中廣國樂團在臺演奏會節目單(黎松壽收藏、吳贛伯提供)

自臺灣光復至政府遷臺以來，隨著當時眾多移民來臺，大陸各地的箏樂在臺灣便展開了密集的傳播與發展。綜觀箏樂在臺灣社會早期的零星分佈，與光復後與日俱增的密集發展兩相對照，不禁引人思量：是怎樣特殊的人文環境和社會背景造就了臺灣箏樂的發展條件？臺灣箏樂發展的歷史過程雖為短淺，然而伴隨臺灣社會文化的發展，歷經了不同的階段，各時期的箏樂經典樣貌何如？臺灣社會又是如何支持著箏樂人文與創意？本文回顧臺灣社會近六十餘年來的箏樂發展，藉由分析箏樂內容及音聲樣態，回顧臺灣箏樂文化的背景，進而探討其發展現狀與成果。

## 貳、早期臺灣箏樂環境的回顧

臺灣箏樂的發展基本上與歷史環境、社會人文、政策背景有密切的關聯。早期箏樂人口的移民、兩岸政治環境的迭變、以及文化交流的進程與互動的實質，是牽引箏樂發展的主要因素。臺灣的箏樂人口在民間自發及社團的學習模式之下，積累了龐大的音樂社會脈絡。以下分由社會人文與政策影響等面向簡要回顧臺灣箏樂早期發展之環境，以概略回顧1980年代兩岸開放探親頻繁交流以前，臺灣箏樂人文及社會活動的概況。

## 一、社會與人文背景

回顧臺灣箏樂的發展，自 20 世紀中葉，大量人口隨著政府遷臺，長久時間流行於中國大陸民間的古箏音樂也隨著這個移民潮傳播到了臺灣，國樂在臺灣各地展開了繼承與傳播，而古箏樂人也在這個趨勢中推動箏樂的發展，北方的梁在平、潮州的黃宗識等人帶來的河南、山東、潮州各地的箏樂曲目，對箏樂在臺的發展奠定了基礎。梁在平教授<sup>10</sup>年少時期從史蔭美學習琴、箏與琵琶，習得了南方箏曲<sup>11</sup>；其後又向魏子猷學習了河南箏曲，因此兼收南北曲風。自 1949 年來臺之後，他將其所學的箏曲引介到臺灣社會，成為臺灣箏樂發展的先驅。梁在平的創作能量豐沛，作品富有琴樂箏彈的個人風格，近半個世紀之久的時間持續創作與演奏，為臺灣箏樂的發展奠定了基礎。

早期箏樂的推廣與國樂團的發展有密切的關連，中廣國樂團（成立於 1953 年）、幼獅國樂社（成立於 1958 年）二個社團組織，對早期國樂人才與箏樂的發展造成深遠的影響。根據林月里對於臺灣社會早期箏樂人文環境的回顧，北中南各地皆有愛樂箏友：

當時的國樂界老前輩，如高子銘、梁在平、孫培章、周岐峰、李瀾平等諸位前輩對於古箏均有涉獵，尤其是梁在平、周岐峰、李瀾平等諸位前輩，對於箏樂的推展更是不遺餘力，努力培育英才，於是許多後起之秀如北部之鄭向恆、許輪乾、周文勇、徐燕雄、林月里、解席曼、魏德棟，中部之郭長松、高煌堅、魏德樑，南部之祈寶珍、嚴威、孫澈、倪永震、林俊茂等人繼之而起，也紛紛投入推廣行列，終於掀起一股學習熱潮，不論是在民間或是在學校也如雨後春筍般的成立古箏社團，學習古箏蔚為風潮，而形成國樂發展的另一股力量。（林月里，2004，30）

1966（民 55）年 4 月 28 日中華民國音樂學會主辦，由周岐峰指揮幼獅國樂社【國樂演奏會】節目單上，附有該社的社員演出名單，甚至還專設古箏隊演奏。（圖 4、5）由此可見早期的箏樂附屬於國樂社團，箏樂人口的養成端賴業餘的習樂風氣，而在當時的業餘環境中，箏樂隊伍已經發展得頗有規模了。



局勢相隔數十載，臺灣與香港、東南亞各地的交流卻方興未艾。在 1960 年代末 1970 年代初，時任香港中文大學教職的陳蕾士曾數次訪問臺灣，深化潮樂在臺的傳播<sup>12</sup>。至於大陸的箏曲，則持續透過一些非正式的管道（如：唱片、廣播），被聽譯記錄轉為曲譜在社團之間廣為流傳。

## 二、政策環境

臺灣箏樂在過去一甲子的發展過程，曾歷經國家文化政策的推助而有長足的發展，音樂社會因政府政策主導而造成趨勢風潮，樂人社團也因文化交流而更為活躍，歷史證明國家的文藝政策對藝術文化的發展有絕對的影響力。

1967 年開始，政府推動了「中華文化復興運動」<sup>13</sup>，而這股政策風潮直接增進箏樂的發展。谷鳳翔回憶 1966 年(民國 55 年)11 月 12 日國父孫中山先生誕辰紀念日的社會氛圍與「中華文化復興節」的由來：

民國五十五年的此日，總統蔣公在國父一百一十周年誕辰紀念大會中，發表「中山樓中華文化堂落成紀念文」，昭示「國父發明三民主義，以繼承我中華文化之道統為己任，乃使我五千年民族文化，歷久而彌新，蓋我中華文化之精華，盡蘊於此也。」(谷鳳翔，2009)

根據中華文化總會網站資料，1966 年 11 月 12 日發起之「中華文化復興運動」，具有鼓勵弘揚中華文化、深入民間文化建設與活動的政策導向：

以發揚傳統中華文化與倫理道德為宗旨，鼓勵公私立文化學術機構從思想上、學術上宏揚中華優良文化，並推行各項深入民間的文化建設與活動。(中華文化總會網站資料)

於是，1967 年 11 月，教育部文化局成立。1978-1981 年，推動「文化建設」，更在 1978 年 10 月，推動「建立縣市文化中心計劃」。1978 年 12 月 14 日，推動「加強文化及育樂活動方案」。根據中華文化復興運動之行則，其中之一為「以文藝研究為文化復興發皇」，其精神內涵為：

文化復興所倡導的文藝，是要植根於民族文化的土壤中，以吸取民族歷史文化的滋養，而後才可開出民族文藝的花朵，以表現出民族文化的精神和特性。(中略)其中最顯著的工作項目，如國家文藝基金會的成立，文藝政策的擬定。本會國劇推行委員會對國劇的改進與推行，如國劇的定期演出，劇本的整理與創作，場面人員的訓練，國劇課程的設計與課本的改進，舉辦各大專青年暑期國劇研習會等。並由中央到地方各文化中心機構的建立，聯合全國文藝界舉行文藝座談，各種文藝季的舉辦，文藝創作的獎勵，文藝研究班的設立，輔導各種文藝活動，如書畫展覽、戲劇演出、舞蹈表演、音樂演奏，各種文藝創作的比賽，各種傳統藝術的改進與弘揚。(中華百科全書「中華

文化復興運動」)

上述的宗旨精神與活動內涵說明，以「國」字命名的藝文類項在當時都在政治策氛圍中，獲得了相對較多的資源，在爾後的一段時間裡，國劇、國樂、國畫...等等，有了長足的保存與發展。1971年成立國立藝專國樂科，培養國樂演奏人才，便是在此文化復興浪潮之下所施行教育興革。又如救國團<sup>14</sup>每年成立各種國樂器教學班，吸引眾多社會各階層人士學習中國音樂，使得箏樂人口在彼時有顯著的提升。

古箏音樂的發展在1970年代進入繁榮高潮，是臺灣箏樂發展史上創作最為密集的年代。因為教學、演出之所需，相應的需要大量的曲目和演出人才，於是密集舉辦國樂集訓、示範演出和教學活動，其中救國團自1967年至1973年，在每年寒、暑假辦理國樂研習營，對國樂發展有重要的影響，也帶動了箏樂學習的高潮<sup>15</sup>。(圖6)



圖6：1969（民58）年救國團於屏東師專之國樂研習營（林月里提供）

蘇顯星在《戰後臺灣文化政策變遷歷程研究—歷史結構分析》一文中指出：戰後臺灣文化發展與政治、經濟、社會的發展緊緊相扣，在每個不同的階段，都有基於當時整體環境需要所做的安排，文化政策的擬定，脫離不了政治的干預、主導。...(中略)...政治主導力量伸進文化領域，往往具有宣示「正統」、塑造「主流」的意味...。(蘇顯星，2002，i) 事實上，政策的主導的確創造了藝文發展的空間，當時有許多的音樂活動便是在政策推行之下應運而生。由於箏樂學習的風氣至此已漸提升，民間社團也因廣大的學習人口需要而設立，擴大了古箏音樂的傳播範圍。1960-70年代間各級學校還廣設了古箏社團，例如：國立師範大學、臺灣大學、中興大學等大專院校皆設有國樂

社或古箏班。此外，各種演出活動頻繁，國立臺灣藝術專科學校國樂科在 1975 年舉辦的【雅頌樂演奏會】，有「中華文化復興運動推行委員會」的贊助；1977 年舉辦的【大漢天聲】音樂會，節目冊便明文：「慶祝第十二屆中華文化復興節」。由此可見政策的推行對藝文活動帶來了直接的推助和影響。(圖 7、8)



圖 7：【雅頌樂演奏會】節目冊



圖 8：【大漢天聲】節目冊

## 參、臺灣箏樂的音聲軌跡

### 一、對於大陸箏樂傳統的繼承

臺灣光復之後，特別是 1949 年移民潮以後，大批新住民渡海來臺，箏樂在臺灣的文化流佈自此出現顯明的脈絡。早期箏人由大陸各地引進臺灣的曲目極為有限，能演奏教學的曲目則更少。1950-60 年代裡，《上樓》、《千聲佛》、《百鳥朝鳳》、《關雎》、《宮燈舞》、《蕉窗夜雨》、《泣顏回》、《小開手》、《清平調》、《平沙落雁》、《漁舟唱晚》、《高山流水》、《天下大同》、《陽關三疊》、《錦上花》等樂曲都是流傳在各地國樂社團的常見曲目。

早期演奏會刊印的節目單顯示了當時常見的演奏曲目。1966 (民 55) 年 4 月 28 日由中華民國音樂學會主辦，周岐峰指揮幼獅國樂社【國樂演奏會】節目中，古箏隊演奏河南箏曲《百鳥朝鳳》、《上樓》二曲，古箏獨奏山東箏曲《漁舟唱晚》是當時流傳甚廣的曲目。(圖 9)



圖 9：1966（民 55）年 4 月 28 日中華民國音樂學會主辦  
周岐峰指揮幼獅國樂社【國樂演奏會】(林月里提供)

1967（民 56）年 8 月中中國廣播公司國樂團國宴節目，古箏獨奏《漁舟唱晚》（見圖 10）。屏東師專在 1969 年（民國 58 年）的演奏會中，演奏的也是《漁舟唱晚》（見圖 11 節目單）。屏東國樂社 1970 年（民國 59 年）的演出曲目則有古箏獨奏《高山流水》（見圖 12 節目單）。



圖 10：1967（民 56）年 8 月中中國廣播公司國樂團國宴節目古箏獨奏《漁舟唱晚》



圖 11：1969（民 58）年 1 月屏師國樂團音樂會節目古箏獨奏《漁舟唱晚》

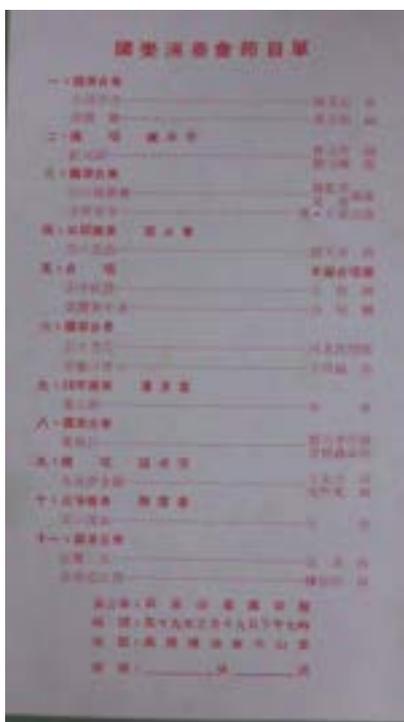


圖 12：屏師國樂社 1970（民 59）年演奏古箏獨奏《高山流水》

除了第一代臺灣箏人直接引進來自大陸的曲目之外，還有一些曲目是兩岸分治後透過第三地樂人傳播來臺的曲目。鄭德淵回憶他在 1967 年（民國 56 年）9 月就讀成功大學之後，接觸到了《漁舟唱晚》、《百鳥朝鳳》、《漢江韻》、《慶豐年》等箏曲。（鄭德淵，2004）也就是在馬來西亞僑生林俊茂、潘石玉的影響之下，南北箏派的更多樂曲進入了臺灣，造成了流行。

1973 年（民國 62 年）林俊茂、潘石玉合著《古箏彈奏技巧》，內容涵蓋基本指法練習，特殊

指法練習，以及《高山流水》、《蕉窗夜雨》、《南進宮》、《紡織忙》、《採茶撲蝶》、《昭君怨》、《漁歌唱晚》、《慶豐年》、《塞上曲》、《落院》等樂曲（林俊茂、潘石玉，1973），提供了習箏者更多的選擇。林俊茂還在成功大學及中廣國樂團研習營傳授了《慶豐年》、《幸福渠》、《鬧元宵》、《紡織忙》等曲，亦帶動了彈箏者演奏技巧與音樂風格的求變與發展（鄭德淵，1999，36）。當時社會上對於大陸傳來的傳統曲目接受度很高，傳播的速度也很快，校園中的箏樂教學更是逐步開展。文化學院 1974 年（民國 63 年）華岡藝展節目中，也有古箏獨奏《紡織忙》、《陽關三疊》（圖 13）。國立藝專 1976 年畢業演奏會中演奏了《南進宮》（圖 14）。當時（1976 年）國立藝專招生古箏指定曲目則為《錦上花》（圖 15）。以上資料充分說明 1980 年代以前，流傳在臺灣箏樂的曲目主要還是對於大陸箏樂傳統的繼承。

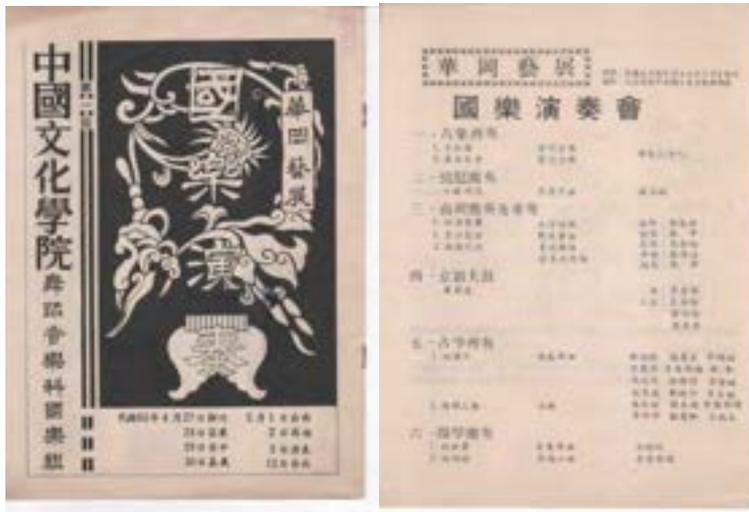


圖 13：文化學院 1974（民 63）年華岡藝展節目古箏獨奏《紡織忙》、《陽關三疊》

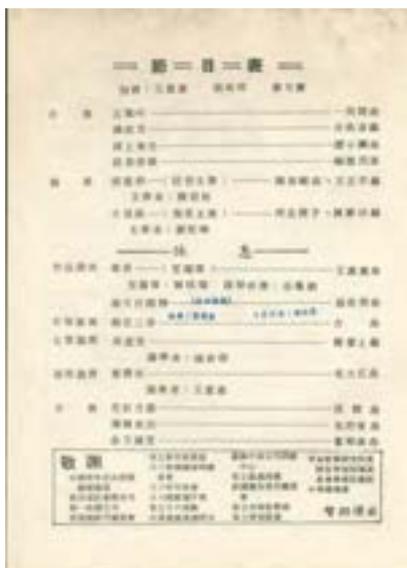


圖 14：國立藝專 1976 (民 65) 年畢業演奏會曲目《南進宮》



圖 15：國立藝專 1976 (民 65) 年招生指定箏曲《錦上花》

## 二、箏樂創作意識的形成與發展

綜觀箏樂文本的內容，除了對舊有曲目的承繼之外，還有一些為了補充曲目和練習所需的創作。早期國樂的發展由國樂社團奠基，作品創作注重傳統技法、表達國樂語彙。其後，越來越多的箏樂家投入創作，形成演奏者觀點的寫作角度，也呈現多元繁榮的箏樂發展景象。

### (一) 早期國樂家的箏樂創作

時值 1950、1960 年代，國樂在台灣的發展尚處於起步階段，囿於人才短缺，國樂的創作數量不多<sup>16</sup>，箏樂的作品更少<sup>17</sup>。古箏獨奏曲主要來自大陸地方箏樂的流傳，本地古箏創作的起步則相對較慢。

在早期國樂編制裡，與地方音樂絲竹合奏特性一致，各項樂器的聲部比重趨於相當，古箏主要作為織體之一部分，其往往發揮了補充和妝點的功能，對旋律骨幹進行必要的花飾。當時國樂背景作曲家多半以國樂語彙的傳承為基礎，對古箏技法「吟揉按放」特點加以運用發揮，除了作為合奏樂器之用，並經常與其他樂器搭配而為演奏形式之變化。

夏炎創作的《柳蔭泛舟》以古箏為主奏樂器，使用管樂、彈撥（揚琴、阮）、胡琴（包含南胡、中胡、高胡、革胡）、擊樂等聲部加以伴奏。在以齊奏為主的樂隊織度中，呈現一種較為規整、平和婉轉、循序有致的國樂語法，襯托古箏音響和技法的演奏。技法方面，使用抹托、勾托以及按、拂等技法刻畫箏樂形象，富有傳統箏樂語法的傳承意義。

此曲在 1971（民 60）年中廣國樂團主辦的海外青年暑期返國研習的國樂演奏會做為合奏曲目演奏（見圖）。此曲標以分段標題（一）湖上情歌（二）柳蔭小憩（三）雨絲片片。曲速由慢至快逐漸發展，是一首寫景寄情之作。

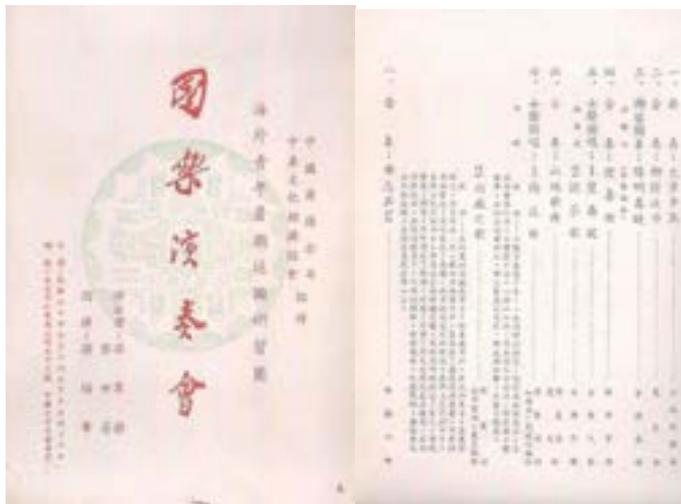


圖 16：1971（民 60）年 7 月中廣公司海外青年暑期返國研習團國樂演奏會節目《柳蔭泛舟》

夏炎作曲的《流水寄情》也是早期的箏樂作品，多以級進音型刻畫古箏指端輕「拂」、帶指而過的音響效果，以樸實傳統的箏樂技法，發揮古箏的樂彙，表現古箏樂器舒緩婉轉的特殊美感。樂曲並以單一的主題，發展出富有傳統古箏演奏技法與特色，是早期臺灣箏樂曲目常見的創作手

法。

譜例 1：《流水寄情》樂譜文本封面及內頁



資料來源：《古箏自學法》(布衣散人：1978)

董榕森在 1960 年代創作的二首箏樂作品《六段錦》(1967)及《昇平樂》(1969)，《六段錦》(1967)是為古箏初學者譜寫的曲目，此曲因係指法練習曲性質，大量使用右手托、抹、勾以及左手的吟、揉、按、放等傳統技法。《昇平樂》係董榕森先生於 1969 年的作品，曲調優雅、祥和，在優美的旋律中，顯現出歌舞昇平、遍地祥和的喜悅。(林月里 2004：44)這一首古箏獨奏小品富有左手的作韻表現設計，旨在展現潮州箏樂的韻味，是早期流傳較多的箏樂獨奏曲。(見譜例 2)

譜例 2：《昇平樂》樂譜



資料來源：《箏之藝》曲集（魏德棟、魏德樑，1977，79）

## （二）箏樂演奏者的自創作品

箏樂人創作的主要目的在於教學和演奏，教學有了新的曲目，推助更多新的技法和傳承；音樂會有了新的曲目，表現更多音響和創意。箏樂人對於創作的實踐，多數建立在自身的演奏經驗，是故他們的作品往往發揮繼承箏樂技法和樂彙風格的精神，進而展開新的音符篇章。

梁在平有「臺灣箏樂之父」之稱，是早期臺灣箏樂發展的重要推手，他來臺之後的首部作品創作於 1951 年，此後陸續創作共發表了 44 首作品，彌補了早期曲目不足的情況<sup>18</sup>，是寥寥少數的箏樂創作者之一。梁在平個人的琴韻箏聲風格突出，擅於將古琴的吟揉進退和泛音運用在箏曲創作中。自此展出了他琴箏音樂的個人化特質，1950 年代的臺灣國樂界充滿著梁式的箏聲樂音。

梁在平的作品是臺灣箏樂個人化風格創作經典的開端，他個人深厚的文學詩詞造詣，及其對於琴韻及崑腔牌子曲之通曉，創造了他獨特的琴韻箏聲。梁式的箏曲創作，以箏樂做為移情、寄情及幻情之標題意識開展，以「敘心境、傳神思」之意境形成獨樹一格之箏樂語彙。<sup>19</sup>

梁在平自 1950 年代以後創作力豐沛，成果斐然，計有：《舒懷曲》（1951）、《自由行》（1951）、《燒餅油條》（1951）、《憶故人》（1951）、《婆娑》（1952）、《屈原》（1952）、《水仙》（1952）、《海潮音》（1952）、《畫夢錄》（1953）、《復興頌》（1954）、《奮起之歌》（1955）、《高山流水》（1955）、《歸帆》（1956）、《出水蓮變奏曲》（1957）、《銀河》（1958）等曲。其他如《戀舞曲》（1961）、《長

相思》(1964)、《悠悠我思》、《錦瑟曲》、《平園箏詩》等曲皆成於 1960 年代。這些作品具有梁氏個人的風格，傳為時代經典。根據梁銘越的研究，梁在平的創作出於「移情而代敘」的意識，以古箏表達個人的思維和情感：

梁氏處女作之產生，基於其懷念與哀悼之情感，以古箏「移情」而「代敘」，是以先有情而後移情，在以其傳統器樂之修為，文學之素養，詩詞之創作（標題意識）的根底，步入創作的領域，如《憶故人》及《出水蓮變奏曲》乃移情之作品；《舒懷曲》及《燒餅油條》則為寄情之作品；《畫夢錄》及《銀河》乃幻情之作品（梁銘越，2004，22、25）。

綜而言之，自 1951 年梁在平教授在臺灣的第一首創作起始，不斷地有箏人進行箏曲的創作。政府鼓勵傳統文化之發展，國樂隨之蓬勃，國樂人口的增加亦帶動了箏樂的發展，使得箏樂演奏者紛紛投入創作。1972 年，中廣國樂團於淡水舉辦國樂營，在鼓勵學員創作的情況下，鄭德淵模仿了《紡織忙》的一些演奏手法，創作了自己的第一首箏曲《淡江暮色》<sup>20</sup>（鄭德淵，2004）。此後陸續創作了《桃花源》(1976)、《隨想曲》(1979)、《海鷗》(1979)、《孔雀東南飛》(1980)、《聽董大彈胡笳弄》等曲，都收錄在鄭德淵出版的《21 絃箏演奏法》（鄭德淵，1980）一書中。這些作品除了展現了作曲者個人的人文情懷，也同時反映了當時的社會文化背景，一種對中華文化傳承的認同和使命感，正驅策著眾多的文藝青年投入音樂創作的行列。

早期的創作注重傳統箏樂的作韻技法和地方樂彙，1970 年代至 1980 年代前期則是臺灣箏樂創作的高峰，也是箏樂事業繁榮的時代。創作數量最多、投入創作的箏樂演奏者眾，箏人的作品成為當時樂界的主軸，箏樂作品多來自社團教學、表演等領域。

1970 年代的創作熱潮緊迭熱鬧，黃宗識在中美斷交時創作的《兩夜行舟》(1971)；魏德棟創作之《秋收》(1972)及黃得瑞《寒山琴影》都寫於 1970 年代<sup>21</sup>。還有許多箏樂學習者、愛好者，在習箏之餘提出自己的創作。例如：施清介創作之《鴻飛曲》(1973)、《撫水曲》(1978)、笛箏重奏《秋山吟情》<sup>22</sup>(1974)等，充分在箏人之間傳播與演奏。梁在平在這個時期則有《遊子吟》(1973)、《音湖》(1973)、《秋水長天》(1973)、《叮嚀》(1973)、《丁巳一號》(1977)、《丁巳二號》(1977)、《丁巳三號》(1977)、《丁巳四號》(1977)等作品。（梁在平，1962、1967、1978、1986、1996）<sup>23</sup>。

魏德棟的《採蓮曲》(1977)、《農村的絃歌》(1977)、《客家採茶調》(1978)、《濱海迴瀾春來早》(1979)；廖文章《迷羊》(1976)、《溪》(1977)、《對岸》(1979)、《鳳凰城之春》(1980)；施文耀的《古鎮煙雲》(1978)、《雨過天青》(1979)；以及黃好吟《春風甘霖遍寶島》(1978)、《英雄凱歌》(1979)等等，這些箏作的創作時間都集中在 1970 年代的後期，可見這正值臺灣箏樂創作的歷史高峰。根據鄭德淵的回憶：

民國 62、63 年間在中廣國樂團的創作研習營鼓勵下，開始了我創作的第一首曲子《淡江暮色》，使得許多年輕人開始嘗試創作，之後，許多古箏界的演奏家也開始創作。像魏德棟、黃得瑞也進行二十一纏絃箏的創作，接著黃好吟、施清介、李進輝、陳國興也創作了多首箏曲。在當時，大陸的二十一絃箏曲流傳到臺灣，活潑快速熱烈的曲風迥異於傳統的優雅韻味。但在不能公開演奏的情況下，箏演奏家以大陸箏曲的技巧手法，模仿或形象的創作了箏曲，雖脫離不了大陸《戰颱風》等箏曲的風格，但對於箏的演奏技巧的發展是具有正面的意義。(鄭德淵，2004)<sup>24</sup>

1970 年代末期因已有大陸箏樂的零星傳入，牽引了許多技法上、音樂內容和風格的方向，接著便開始出現《雨過天青》(1979)、《壯志凌雲》(1981) 等音響較為壯闊、富力度張力和嶄新技巧的樂曲。1987 年正逢兩岸開放探親，自此許多的創作由大陸傳入臺灣，使得箏樂人忙於理解、接收對岸作品，這時期總體作品數量下跌。雖然如此，此時期仍不斷有箏人將其技法實踐的經驗，從演奏角度著眼呈現創作成果，例如：廖文章、盧朝吉等人。

綜而觀之，箏人的創作多以傳統手法和語彙的繼承為主，他們在題材上各顯示了不同的選題角度，賦予各異的內容和手法表現，六十餘年來積累了眾多的作品數量。本文僅概略提出幾個創作方向，舉例簡要探討：

## 1. 抒懷詠志

早期的箏樂作品在創作手法和創作理念方面，主要是個人的意識、心情的發抒，多為個人感觸，表達自由意識思想和人文觀點闡述為主。多數早期箏人的創作，如梁在平、鄭德淵、黃得瑞、李進輝等人的作品；也是以此為主要內容的。梁在平 1960 年代的《平園箏詩》便是抒懷詠志之作，其創作緣起及曲意背景如下：

本曲以抒情及音詩方式，由扶桑雅韻作引，描寫友情的呼喚與淡淡的哀愁，佐以風雨故人來的秋思與漢江杵歌，顫音宛轉，不勝低迴，終而風和日暖，以溫煦情懷作結，是曲泛音部分，均採琴制。(梁在平，1996，31)

箏人的創作表達了社會人文背景，借文抒懷是常見的創作角度，鄭德淵《桃花源》是作者鄭德淵讀陶淵明《桃花源記》有感，因而借文抒懷的作品，援引王維《桃源行》原文為曲意背景。《聽董大彈胡笳弄》(1976)、《孔雀東南飛》<sup>25</sup>(1980)、《長亭怨慢》(1983)、《聶政刺韓王》(1988) 皆為此類代表作。

箏樂創作文本顯示了作曲者的個人意識，詠志、抒懷之外，更多地發抒樂人的主觀情感。向新梅《絳雪》(1985) 根據范成大筆下描繪的梅花風采：「花知主客得不凡，一夜風光融絳雪」為寫作意象。《寒山琴影》(1970s) 作者黃得瑞引詩人寒山的詩作「高高孤頂山，四顧極無邊，獨坐

無人知，孤月照寒泉，泉中且無月，月自在青天，吟此一曲歌，歌終不是禪。」譜成箏曲《寒山琴影》，都是借文抒懷的樂曲。

## 2.敘景

董榕森《翠谷映輝》(1979)、《楓葉飄香萬里情》(1996)、《冬山河畔映彩霞》(1997)是典型的以景入樂。盧朝吉《武陵觀星》(1995)、《南臺灣風情畫》(1996)亦為觀景攬勝有感之作。

施文耀的《古鎮煙雲》(1978)對臺灣古鎮鹿港的興衰起落進行了音樂描述，觀其曲意內容，即可感受作者憑弔景物、描繪風土的創作意圖：

鹿港，這曾是不為人熟悉的地方，在歷經先人的墾殖，由荒蕪漸趨繁華，而與臺南、萬華並譽為“一府二鹿三艋舺”；曾幾何時，由絢爛而歸於沒落，終成供人憑吊懷舊的文化古鎮。

全曲即以鹿港的滄桑史為主題予以描述，共分六段：

### (一)渡海來臺(自由板)

明永曆年間，大批閩人冒著狂風巨浪，渡海來臺，集居鹿港，筆路藍縷，共同墾殖開發。

### (二)古巷冬晴(慢板)

先人歷經艱辛，秉持純樸民性，為鄉里而奮鬥。“狹巷紅牆月深，小道迂迴古意遠。”當年二鹿跡堪尋。

### (三)繁華絢爛(小快板)

煙火萬家，百貨充盈，舟車輻輳。為北路一大長鎮，西望汪洋，風帆爭飛，萬幅在目。

### (四)濁水之患

濁水溪氾濫，支流流失於港口，泥沙倒灌，泊船不易，鹿港自此衰微。

### (五)鹿港斜陽

“莫更繁華談二鹿，危樓斜對夕陽殘”經濟衰頹，卻增高其文化價值與歷史意義，流連徘徊之際，感謂蒼海倉田，人事變化的無奈。(鄭德淵, 1980)

## 3.敘事

藉由音樂篇章記述事件或主題，往往能突出故事性。廖文章創作的《對岸》(1981)反映著大時代

小國民的故事：

「蒼茫遠望一水間，客寄獨飲意緒懸，故鄉親友今安在？切切淒淒滿心田。」作者於民國 62 年服役於金門，連上有士官長丁禮者，待人和氣，照顧部屬無微不至，唯喜望月獨飲，後得知，其名乃丁義，丁禮為其兄。抗戰時，冒充其兄從軍，就此一別家人與故鄉三十載。日後，作者與其成為好友，常伴其飲酒思鄉，一日為其所求，作詩相贈，作者對詩詞雖不甚了解，但仍竭盡所能。(廖文章，1995，7)

歷史上的箏樂創作文本有一部分為反映時事、足堪作為時代記事之作。黃宗識在中美斷交時創作一曲《雨夜行舟》(1971)，以為惕勵鼓舞士氣之作。由作品背景和創作意識的角度而言，是臺灣箏樂發展歷史上很特殊的文本。該曲的曲意說明如下：

民國 60 年美國與中共建交，黃宗識先生有感於國際形勢的嚴酷。為抒發內心愛國情懷。鼓舞國人自強不息精神，乃創作了古箏創作曲“雨夜行舟”。勉勵同胞不畏險阻勇往直前，猶如雨夜行舟。曲中可體會到頂風破浪的情景。此曲並獲得教育部創作獎。(張儷瓊、劉穎蓉，2004，附 11)

反映時代、描述時事的箏樂曲目還有陳國興的《壯志凌雲》(1979)。其曲意說明反映了作曲者在時事環境驅使下的創作意念：

參觀了國慶慶典的空軍戰機表演之後，留下了深刻的印象，從而創作了古箏曲《壯志凌雲》。全曲以中國傳統音樂的‘起承轉合’曲式思維發展；分為五段：‘保衛領空’、‘勇戰敵人’、‘戰勝而歸’、‘翱翔在自由祖國的青天’和‘慶祝’。音樂以宮徵調式為主，汲取了 21 絃箏效果強烈的技法，展現了現代空戰的壯烈場景，表現了空軍戰士，保衛國家人民，勇戰敵人的英雄氣概。(陳國興，2004，85)

陳國興回憶了當時的創作動機和背景：

民國六十八年十月十日，我從馬來西亞攜帶了一台 21 絃箏到臺灣，沒想到颺起臺灣一陣 21 絃箏風，當時我以華僑的身分參加雙十國慶，到南部參觀空軍雷虎小組的精采表演，這些健兒高超的技術深深映入我心，回臺北後，不久也認識了不少箏界的朋友，當時臺灣對大陸的種種都還非常敏感，朋友勸我少彈大陸曲，否則恐怕會有麻煩，於是我想起了南部的震撼，加上當時對戰颱風這樂曲滾瓜爛熟，所以我就借鑑了戰颱風的曲式結構寫下了《壯志凌雲》21 絃箏曲。(陳國興，2004，85)

#### 4.風土與人文背景之主題

基於移民的歷史，臺灣的樂人對大陸懷有故土情感，他們取材各地的民歌、戲曲，藉由箏樂的創

作寄予風土的懷想，是一種人文情感的寄託。施文耀《南陽鼓子隨想》（1984）是基於河南大調曲子音調特徵譜寫創作的樂曲。董榕森創作《彈戲》（1997）則是運用京劇音樂為素材創作的古箏協奏曲。

從事臺灣箏樂創作的箏人有些生長在斯土文化氛圍之中，他們根據所見所感描繪身旁事物，尤其是對城鎮、鄉土和人情的描寫，特別地生動具體。此類作品的描述範圍不僅於地理，其蘊含的背景意義多有族群的、人文的意向，寄託了一方風土人情的意寓。

此類以樂音描述突出臺灣風情的創作，還有魏德棟創作、編寫的一系列作品，如《秋收》（1972）、《採蓮曲》（1977）、《農村的絃歌》（1977）、《客家採茶調》（1978）、《濱海迴瀾春來早》（1979）等，多運用客家音樂的素材，融入箏人鄉土懷舊、情繫族裔的精神。王瑞裕的《上四套》、《朝天子》由臺灣細樂和大鼓亭音樂移植而來。張儷瓊以福佬音樂素材入樂的箏樂創作《六月茉莉奇想曲》（2001）、《古城之憶》（2009），也都是對臺灣風土人文關懷之作。

## 5. 多元文化的展現與交融

臺灣箏樂創作中汲取多元文化素材起步甚早。梁在平經常演奏出訪世界各國，對於亞洲箏族樂器有許多接觸，他所創作的《長相思》（1964）內容便運用了韓國伽倻琴的演奏手法；《畫夢錄》（1952）一曲則是受到宮城道雄日本箏手法所啟發。晚近以來有更多的當代箏家從不同角度與面向參與箏樂創作，對世界音樂的借鑒顯示了箏人對於多元素材啟發的回應。

李志純《凝》（1998）運用爵士樂元素加以創作發展，形成在古箏上東西方文化素材的跨越與交融。同樣地，樊慰慈的作品富含多元文化風格的吸收與借鑒，《趣夢亂》（2003）中的爵士樂與琉球音階；《眼神》（2009）運用西班牙音樂風格；《夜魔》（2010）融入吉普賽音樂元素。（謝岱霖 2012：iii）。許嫚烜的《秘境弦舞》（2014）旨在表現濃厚的中亞舞蹈音樂色彩；盧菱竹的《O'rip》（2013）、林道生《馬蘭姑娘》（1999）則有原住民音樂旋律素材的借用。此外，還有表現各民族、各種舞姿形象的舞蹈元素入樂，也豐富著樂曲的多元性。例如：黃好吟《煙霄引》（2009）描摹著唐代胡旋舞的舞姿韻律、《飛天舞》（2011）則刻畫天女散花的神韻美感。（魏小慈，2012，2）綜而言之，各種多元的素材和風格豐富著臺灣箏樂的文本，展現此地樂人寬闊的視野和樂思。

### （三）具西樂訓練背景的專業作曲家投入箏樂的創作

1980年代後期開始，具有西樂訓練背景的臺灣作曲家積極將目光投向東方音樂，為古箏進行創作，自此展開臺灣箏樂發展的另一面風景。尤其是1980年代後期專業作曲家興起箏樂的寫作，在當時社會氛圍和音樂環境背景之下，基於他們對於東方音樂的好奇和認識，更開始了古箏的創作。作曲家從不同角度為臺灣箏樂譜寫了另一種形式的箏曲，張邦彥《秋之旅 I》（1986）、盧炎

《尋幽曲 I》(1986)便是此風興起的開端者。西洋音樂背景的作曲家在古箏上的創作不羈於傳統的認識，而以其個人的思維、全新的語彙，在古箏上展開創意。錢善華《系列 IV-箏》(2001)布置了箏與鼻笛、口簧樂器之間的音響表現。陳立立《相變》(2008)充滿對古箏傳統音響之外的探索意向，以預置的概念創作，使用紙張、迴紋針、琴弓、彈力球等工具展開古箏音色音響的設計。

1986年張邦彥在《秋之旅》一曲中所使用的技法，多為古箏傳統的彈按技法，呈現富有以韻補聲的音韻音響。1992年潘皇龍的《迷宮逍遙遊》，則使用了更多非常規的演奏技法(如利用前岳山右側、雁柱左側的音響)開發不同於傳統彈按的音響效果。盧炎的《尋幽曲》(1986)<sup>26</sup>則為了擺脫傳統古箏音樂五聲音階的音組織，全曲致力在五聲音階以外尋找樂曲的音高表現，並在演奏中移動雁柱。這在早期作品是少見的演奏設計，過去五聲音階定絃及五音組織的樂彙結構，少有演奏時移碼的需求<sup>27</sup>，在作曲家的創意和設計之下，《尋幽曲》的移碼改音成為此曲的特點之一。

這些專業作曲家在樂曲的創作中，投入了一種與傳統箏樂大相逕庭的樂語模式，無論是動機的發展、音階調性的配置、移柱變音、以及樂曲織度和節奏錯位的設計等，都顯示作曲者在創作的角度上，使用一種與傳統古箏音樂風格模式截然不同的設計。從創意的角度而言，是一種器樂的新嘗試。就樂語風格而言，則有別於傳統的因襲慣性。對作曲者本人來說是一種實驗和探索；對古箏樂界而言，則是一種來自西樂觀點的外來力量的傾注。筆者將此類賦予東西樂語交互作用的創作，認知為作曲者對東方樂器的探索與討論。

由專業作曲家角度創作的箏樂文本，在配器上呈現益發多元的組合，古箏在作曲家眼中的角色顯得越來越活潑。與絃樂、擊樂、管樂的配搭，突破過去的獨奏角色，也開始與西洋樂器做更多的合作演出。在音色、音響上，基於作曲家對古箏的理解，有更多的古箏音響被開發。琴絃(搔、刮)/琴身(打、滑)/音色(預置材質)等各異性的音聲表述，說明作曲者對古箏音響無疆界的探索。

音樂語彙及內容方面，專業作曲家的創作角度與箏樂家不同，他們所創作的箏樂作品，多突出個人化的樂思創意及實驗性的音響技法，這些文本的創作意圖並不以承載古箏既有的文化語境為考量，所使用的音樂語彙與中國民間音樂的傳承語彙內容則完全相異。雖然如此，隨著時間的推移，近來的作品則更多針對古箏傳統和特色音響和技法的使用展開創作，顯示作曲家在多年探索的過程中，逐漸把古箏這項樂器的個性，理解得更為清晰。使得虛實對應、以聲補韻的手法特點逐漸被西樂背景訓練的作曲家普遍地注意到，並置為創作中重要的參考。

## 肆、創作概念、音聲表現與演奏行為的漸變

### 一、創作概念的日新月異

回顧臺灣箏樂的發展，表現在創作概念上的具體事象，不外乎技法、曲式、風格、音色與音響的運用等。這些概念的形成與表現與臺灣箏樂創作者對古箏技法的理解、曲式內容的設計、各種素材與風格手法的運用、以及音色音響的觀點有關。

影響最鉅者，為樂器的改革。人們使用樂器的觀念長期以來迭有變化，從早期的鋼絃錚錚，到其後的纏絃長響，近年又有多聲絃制的亮麗悠揚，各自有特色。因著時代的遞進和樂器改良的腳步，改變了古箏舊有的音響與音色，說明了當代人多變的音色品味和長期以來對於古箏音色音響的概念變化趨勢。這個音響概念的變革，促發了箏樂內容的異化。

回顧過去六十餘年來的臺灣箏樂創作概念，可以發現：臺灣箏樂也在這個趨勢之中漸而展開寬廣無界限的技法設計和音色音響表達。從傳統技法和樂彙的因循使用，以至於曲式內容樣貌的多元豐富；從傳統的單一主題變奏到複雜的作曲手法；從民間流傳的共性演變而為作曲家個人化的樂思表達。綜觀過去所形成的概念與變遷，說明了臺灣箏樂海納百川、多元各異的豐富內涵。

1950年代臺灣流傳著隨著移民來臺的河南、山東及潮州箏樂，樂風質樸典雅，富有地方色彩。梁在平的創作（如：《憶故人》等）始於1950年代，1960年代更多國樂作曲家投入箏樂的創作，例如：夏炎《柳蔭泛舟》、董榕森的《昇平樂》及《六段錦》等，這些少數的早期作品都保持了地方箏樂旋律的發展方法，重視傳統箏樂的技法鋪陳，受到河南、潮州箏樂的影響頗鉅。

1970年代至1980年代是臺灣箏樂發展快速的時期，當時曲目有限，為了教學之需，箏樂家自行創作譜寫新曲。作品的形式內容多元紛呈，其中梁在平的琴韻箏聲風格突出，如《叮嚀》、《遊子吟》、《秋水長天》等經常流傳在音樂社會。此時開始有專業作曲家投入箏樂的創作，然僅為少數。另一方面，21絃箏逐漸傳播開來，更有許多現代技法融入新曲中，借用吉他、豎琴等樂器的手法擴充了演奏技法。這時期的創作以教學表演的供需為目的，個人的演奏經驗、喜好和演奏習慣，成為創作的核心，也因此主題變奏、新技展現蔚為時興。完全個人化的創作概念，形成了這時期臺灣箏樂多元各異的特點，作品內容與風格並沒有明顯的共性，不一而足的形式與內容，說明了臺灣箏樂創作充滿了自由的空間。

1980年代的後期與1990年代，正值兩岸開放、文化交流頻仍的時期，數十年來的大陸箏樂作品陸續被介紹到臺灣樂壇，形成第二次大陸箏曲的大量傳播。由於大陸作品大量輸入，加以兩岸作品的內容迥異，大陸作品手法新穎風格多元；自此以後，除了少數堅持創作的箏人之外，臺灣箏樂的創作量普遍銳減。

1990年代之後，眾多的臺灣箏樂創作文本出現了許多異質性，樂曲的形式多元，創作的內容

在不同的曲式結構中展開。箏樂創作的概念由技法角度、傳統語彙為主，慢慢轉向具有新意的特色語彙和富有技法挑戰的設計，體現了更多元包容的文化價值。這個時期更多的專業作曲家投入箏樂的創作，這些作曲家沒有國樂背景、沒有樂彙習慣、更沒有對於這項樂器的傳承目的，因此擁有更為寬廣的創作空間，相對地在內容上也更少地包含傳統的語彙，其作品風格更因人而異。縱然如此，由不同個體展示的新穎創作觀，仍然積累成為臺灣箏樂的當代面貌。

綜觀前文的分析，臺灣箏樂社會在歷史的進程中，初期傳承大陸地方箏樂的曲目，接著出現了個人創作概念的日新月異，表現在創作形式和內容上，是一連串漸變的音聲型態和創作概念的變化。這裡有更多的個人想像、更少的傳統共性；可以想見的是，當西方及世界音樂的語彙進入了古箏音樂的創作，當代作品攜帶更多元的訊息、卻更稀釋的中國傳統音樂語彙的表達。

創作概念的變化影響了箏樂文本的內容和方向，作品的質地和風格也隨著社會風潮的移換而改變。由昨日到今時，臺灣箏樂創作的發展離不開社會文化的影響，而今日臺灣箏樂文本的內容，也正反映著這樣一個快速移動、對東西方文化大量吸收融會的社會趨勢。這種趨勢和概念的變化，絕非半世紀以前人們所見所聽。昨日的經典保存不易；今日的風潮之作，也不盡然成為明日的經典，這需要大眾的認可和文化篩選。值此之際，透過觀察創作概念和文本表現的改變，我們得到啟示：傳承與創新同等重要，珍惜傳統不失去文化座標；努力創新不被流俗的趨勢所掩蓋，應為臺灣箏樂當今所需的發展之道。

## 二、音聲表現的具體變化

長久以來，臺灣箏樂的發展軌跡多是循著既有的概念與傳統印象而行。無論變化的程度多寡；對箏樂既有的演奏表現模式，是遵循還是顛覆，其主要音響構成還是不脫樂器製作設計下的常規，大多數的作品仍舊以表現古箏樂器既有音響音色為主。然而便有一些創作，顯示了對於音聲設計和音色變化的概念，使得古箏音樂的內容，包容了許多推陳出新的變化。

### (一) 定絃概念的變化

樂器的改革直接影響的是樂器性能，作曲家根據新的樂器性能加以創作，形成新一代的樂器文化，進一步影響了箏樂的發展。除了樂器的音域擴大了、音量增加了、音色改變了；最值得一提的，是對絃列排列的重新定置。上世紀末至 21 世紀初以來，多次的絃制改革對箏樂作品的內容與風格開展起到了關鍵的作用，七聲絃制、多聲絃制等多種嘗試使得箏樂創作的變化尺度越來越大。這種與傳統五聲音階不同的趨勢中所展開的演奏邏輯，不僅是概念改變的始點，更導引了箏樂新風格、新趨勢的起點。

回顧臺灣箏樂創作文本，在 1960 年代以後定型的 21 絃箏形制基礎上，已有眾多的作品依典

型絃制（四個八度音域，依五聲音階循序排列）創作。然在多年前已有臺灣作曲家突破這樣的定制對古箏定絃採用變革嘗試，展開他們的作品創意。以下幾例文本在臺灣箏樂的發展中，在定絃設計方面具有特殊意義：

### 1.重新排列的順向性定絃邏輯

潘皇龍於 1988 年開始創作《迷宮·逍遙遊》系列作品，其系列作品均採用「開放形式」的方式創作，箏獨奏曲《迷宮·逍遙遊 III》創作於 1992 年，其定絃邏輯與古箏傳統定制的絃列順序不同，該定絃以中間的 D 為音階中心，並向兩側對稱展開。

譜例 3：《迷宮·逍遙遊 III》定絃

製譜：郭岷勤

其實絃列的排序主要還是在於構組樂曲的內容所需，因此有些創作作品不依照傳統的五聲音階絃列排序，是為了展開樂曲的實質內容。例如：陸樵《三令：水祭舞》的定絃（譜例 1），主要由 D、E、F<sup>#</sup>、A、B<sup>b</sup> 組成，在低音定絃中多增加兩個 B 音，使其音階為 D、E、F<sup>#</sup>、A、B<sup>b</sup>、B；最低音 E<sup>b</sup> 則是為了增加其定絃列中增四度不和諧音響效果。

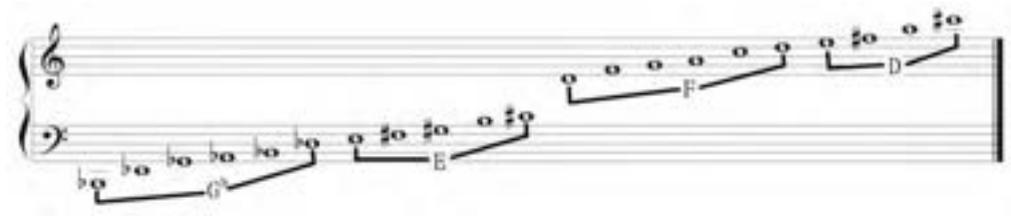
譜例 4：《三令：水祭舞》定絃

製譜：郭岷勤

以上這些絃列排序在臺灣箏樂文本中雖打破了傳統的音高序列，仍有規律可循。例如，有些

作品的絃列排序是依對稱性展開的，也有些定絃則是因循著某種旋律或樂調的轉換需求而定。例如：許雅民《歌賦》。該曲的定絃可分為四組，由低至高為 G<sup>b</sup> 調、E 調、F 調及 D 調之五聲音階構成（譜例 5），在各個調性色彩之間展開歌仔戲音樂素材的借鑒和創作。

譜例 5：《歌賦》定絃



製譜：郭岷勤

定絃概念的變化對箏樂作品的內容有明顯的影響，不同的定絃序列也在挑戰著演奏者對於古箏樂器操作定義上的常規認知。絃序的變化直接帶來的是音組織構成的改變，對於旋律樂彙構成的影響可謂直接而明顯。

其次，七聲絃制箏的提出也是對定絃邏輯的變革之一。古箏的形制變化多端，不定期地便有相對新穎、創意的實驗型品項產生。在近期最為引人注目者，為七聲絃制的古箏。其絃序以七聲音階排列，組合而為三個八度音域。作曲家的創作，在七聲絃制的環境中，顯然展開有別於五聲音階環境的語彙造句模式。郭岷勤《自然》組曲（2012）便是在七聲絃制古箏硬體基礎上應運而生的新作品。從《自然》系列作品的定絃結構可觀察到，在樂器改革的趨勢中，七聲音階成為一種新的選項，創作者在音階使用上有更寬廣的空間概念，提供了當代箏樂創作新的工具和方向，促進了更多創作概念的更新，當然也更多地影響了箏樂內容的發展。

## 2.非常規的、非順向性的定絃方法

絃制的變化，除了傳統五聲音階順向性定絃的序列重組之外，還更進一步地發展出許多非常規的、非順向性的定絃方法，導致不同的音高表現和音響效果。

首先，一首打破常規音響的作品《相變》，挑戰了原有的定絃規律。作曲者不以音高為主要因素，調整了定絃產生新的音列。為了打破古箏既有、預設的傳統五聲音階聲響，以及依照音高低的規律排序，除了將被拆除雁柱之最內側絃外的其餘二十條絃的音高完全重置，並根據其設計邏輯推演出新的定絃。（陳立立，2009，44）。在作曲者的設計之下，改變了原有的古箏定絃序列，形成由微分音與自然音混合而成的定絃序列（見譜例 6）。其以 D 調五聲音階絃位記譜，在記譜音

高和實際音高兩個序列之間，呈現著極大的不對等。因此演奏者面對預置的音高序列時，挑戰著其既有的視覺與聽覺意識連結反應。

譜例 6：《相變》定絃

The image shows a musical score for the piece 'Xiangbian' (相變). It consists of two systems of staves. The top system is labeled '記譜音高' (Notated Pitch) and the bottom system is labeled '實際音高' (Actual Pitch). The score includes various annotations in Chinese, such as '在絃上彈' (play on the string), '在絃上近彈絃處' (play near the string), '將中型長尾美' (use medium-long tail beauty), and '在絃上近彈絃處' (play near the string). The annotations describe specific playing techniques and positions on the zither strings.

資料來源：《相變》（陳立立，2008）

這種來自定絃的變革不僅改變了傳統箏樂演奏的既定手法模式（如：倒垂蓮花手勢和順向級進的習慣），也在創作上開啟了自由之門。在打破定絃規律之後，作曲家更無限寬廣地提出概念和設計，落實樂思創意而不受到絃列音的限制，此舉顯然成為作曲家創作的助力，但也成為當代箏樂演奏家必然面對的難題。

## （二）音色音響的開發與創新

專業作曲家對古箏音色的開發不遺餘力，他們投入箏樂創作以來，多半對古箏的音響能力有所好奇，他們勇於開創新的音響與音色，表達作曲者開闊的樂想。有人用不同的材質使古箏發聲；也有人透過預置的設計改變古箏的音色表現。

作曲家也把現代箏樂中所常用的拍板作為特殊聲響的表現，即用手指或手掌擊打琴板或琴絃的某一部分，產生一種獨特的音響效果。這是一種「擊奏樂器」演奏理念在古箏演奏技法上的介入（蔡珊珊，2006）。

陳立立的《相變》（2008）一曲，便充滿著以手掌拍擊、打絃、亂音、以右手義指刮岳山右

側、敲擊琴蓋或琴身...等非常規的音聲設計。如譜例 6 所示，該曲除了絃列音高的重新配置之外，還在琴絃之上進行了預置，以迴紋針、紙片、鈴鐺、長尾夾...等物件，改變既有的古箏音響與音色。《相變》一曲除了是作曲家陳立立個人對古箏音色的嘗試，也是古箏樂界一個特殊的創作案例。這種音色「陌生化(defamiliarization)<sup>28</sup>」的創作概念，使得建立在古箏上不同的預設物件，如：金屬、木質、紙質、橡皮、玻璃等，產生了有別於傳統的古箏音色與音響，建立了嶄新的音色環境，隨而展開作曲者個人特殊的聽覺探險。

李志純的系列箏曲都運用了音色的變化，呈現她對於古箏的認識和嘗試。她在 2013 年創作《蚌鶴相爭、棒捺相爭》，除了凸顯古箏和鋼片琴的對比音響，更利用棒撥、弓擊等手法在聲音表情上展開全新的探索。

### 三、演奏行為的多元與遞變

傳統的箏樂演奏形象多數是採端坐而奏，演奏姿勢持穩，在社會演變和民情開放的趨勢中，逐漸有了站奏方式，以有效地開展肢體動態，因而更有了舞蹈的融入。近來更有彈、跳合一的動感演奏，多數是結合流行樂界音樂元素創作的作品。

黃好吟《煙霄引》(黃好吟, 2010) 融合舞蹈特點、突出表演藝術的綜合表演，站奏有利於肢體表達；游凱婷的箏三重奏《花火》以搖滾樂的編制和常用的節奏型鋪陳，樂曲富有跳動的流行樂風格，強調不同音樂型態 (style) 之間的内容借鑒，亦為此間富有演奏特點的新創作。

「坐→站→跳」的演變過程，顯示了由靜態到動感的演奏行為轉變。在這轉變中的關鍵呈示，事實上是音樂質地和内容的變化。早期的箏樂作品表現傳統樂彙，音樂風格嫺雅委婉，適合端坐演奏。近期作品樣態多元、風格多樣，在樂語表現上已經不侷限在中國地方音樂的内容範圍；甚至包括世界音樂各種素材，包括舞曲、流行、各種文娛音樂的内容。

近來創作在表演形式上的轉變，明顯的帶來箏樂劇場化及觀眾視聽習慣的改變。觀眾的視聽習慣由靜—動—幻 (影音)，單純的舞台演奏發展而為影音綜合的表演藝術，MIDI 合成的背景是古箏演奏常備的伴奏；多媒體配置的古箏演奏會已經不算創新先進。演員的服裝儀容由樸質到亮麗；由黑白服飾到彩色繽紛，由於觀眾的品味日新月異，箏樂作品的取向也漸趨多元。

古箏演奏劇場化是新取向之一，隨著演奏舞台的多元發展，劇場式的演出需求也應運而生。在專業作曲家的作品文本之中，可以發現越來越多劇場因素：演奏者亦被賦予戲劇演出的工作、影音配置益發不可或缺、舞台布景亦從過去簡單的布幕，發展而為布景。

李元貞的作品《貓嬉》、《貓兒嬉》展現了對貓的動作的動態速寫，用古箏的樂音形象化地呈示貓的搔抓動態。<sup>29</sup>尤其是《貓兒嬉》的演奏設計，含有戲劇走位的概念，演奏者採用了作者原發的意想，在舞台上展開了演繹，或動或跳，都在身體力行地進入「貓嬉」的劇場式詮釋。這種

需要寬闊的表演場域和動態的演奏姿勢，與過去端坐而奏的形象已經大相逕庭。<sup>30</sup>

跨領域的對話和結合，無非是透過表演場域的變化、表演方法的借鑒、表演觀念的融合...等方法，對箏樂的演出領域和內容形式加以拓展。蔡欣微的《風月之名》為三台古箏而作，賦予角色、述說故事。是表演者觸角的延伸，展開器樂劇場的作品。大觀箏樂團「箏相大白」音樂會<sup>31</sup>運用相聲引介托陳箏樂的演出，是異業結合的表演形式，屬於跨領域演出的保守範式。黃好吟強調跨界的表演概念，以《飛天舞》及《瑤池金母》等樂曲探討舞蹈、武術與音樂的交織關係<sup>32</sup>，則是強力涉入的方法。

從臺灣箏樂創作文本的內容來看，靜態到動態的發展，單一到複雜的舞台配置，其中的變與異，都是社會進程中總和了多元因素而發展的結果。跨界的藝術語言，增進了臺灣箏樂的表述能力；更多的影音和劇場化的條件，支持著視覺和聽覺的表演共構，增進了臺灣箏樂的實質發展。筆者認為，在借鑒與實踐的過程中，關鍵在於：提高對於主體與客體本質的認識，認清領域對話的內容、理解表演藝術領域的方法結構。音樂表演是主體，透過表演成功達到樂音傳遞與交流溝通的目的，便是演出的真義。在跨界交融的今天，視覺與聽覺的充分衝擊與融合，使得社會對於國樂美學的認識因而改變。表演模式和欣賞角度的遞變，亦使得箏樂的演奏內容和形象持續被改寫。這種概念的轉變，具體表現在箏樂創作與表演行為中，使得實質產出的文本加速異化的腳步。值此同時，其所作用的文化語境也在轉換，創作者和欣賞者對於臺灣箏樂的音聲認識不斷有新的定義。在歷史的推進、社會的發展過程中，形成了眾多個人化的創作文本，它們是音樂社會的資產，也是臺灣箏樂的詳實面貌。

## 伍、臺灣箏樂的文化論述

回顧臺灣箏樂發展史，臺灣箏樂文化是因襲自大陸移民文化，在一脈相傳的傳統音樂中，長期依存大陸曲目，原本缺乏在地文化意識。六十餘年以來，由於世代交替、人口結構遞變，文化思維正在轉移。越來越多的議題促發了臺灣認同意識的建立，在臺灣本土文化浪潮之下，臺灣箏樂也有了主體建構的需求。先人在一甲子之前，為臺灣箏樂開了端，歷經筆路藍縷，走向多元並存。這一甲子積累的臺灣箏樂文本，既是根植於六十年前一場遷徙的際遇，也是歸因於六十年來中原文化的落地生根。

箏樂文化及其內涵是一連串富有具體意義的符號。它的音聲內容、類型、音聲概念和行為在社會中具有一定的意義。在整體箏樂文化的符號表徵之下，仍可發現箏樂文本的概念、行為和音聲內涵，都一一相互關連，牽一髮而動全身。

長久以來，臺灣箏樂文化大致呈現一種多元並陳的概況，作品的背後包容了不同的創作概念。從時間象限來看，是「新舊並陳」；由文化背景解讀，是「東西疊合」；就表演形式而言，是「跨

界交融」，景象繁簇，熱鬧紛呈。

黃俊傑認為這些多元而豐富的文化之間構成了衝突，在《臺灣意識與臺灣文化》一書中他提出了論述：

戰後臺灣的思想與文化發展雖然多元而豐富，但是卻也呈現諸多思想或文化質素之間的衝突與不協調，主要表現分為：（1）傳統文化與現代文化之間的對抗。（2）中原文化與臺灣文化之間的推移。（3）西方文化與本土文化之間的緊張。

在以上三項文化內部質素的衝突之中，以第一項也就是傳統文化與現代文化之間的對抗較具有本質性，因而牽動前二者的發展，其中中原文化與臺灣文化之間的緊張，基本上是由於戰後臺灣政治結構與政策導致；而西方文化與本土文化之間的緊張，則是與戰後臺灣經濟的快速發展及其國際化趨勢，有直接或間接的關係。（黃俊傑，2006，175-176）

內容上，箏樂文本之間有獨立的内容（如：作品形式、音聲設計的多元），也有相互影響與制約（如：技法、素材、音樂語彙的因襲）。表面上看來毫無交集，無法匯為討論；但事實上，在箏樂内容的新舊層積、東西文化的折衝協調、以及兩岸曲目的融合與交流，眾多細節之處，仍舊相互關連。

以下便根據上述戰後臺灣文化三種類型理論解釋臺灣箏樂文化，探討臺灣箏樂發展的文化面向，首先，是傳統文化與現代文化的新舊並陳；其次，是大陸與臺灣箏樂文化的對比與認同；其三，則論述西方文化與本土文化的東西疊合

## 一、當代與傳統的新舊並陳

從歷史的角度來看，箏樂内容涵括了若干世代之間的文化層積，自 1950 年代以來舊有的地方曲目和現代的創作箏曲並存，從此傳統文化與現代文化之間的對抗未曾稍歇。舊的層積是為傳統、並非落後；新的文化層積是創意、也是發展的動力。早期的古箏樂人以細膩的吟猱滑按營造聲韻兼備的音樂形象，以流暢的運指移音表現抑揚跌宕的氣韻變化。無論緩彈細按抑或繁絃促節，各種豐富的音樂型態、樂韻內涵與地方風格，展現出箏樂文化的傳統樣貌。近年的箏樂文本展示的是更多元的内容表述，作曲者無羈絆、無限制地展開創意樂思，試探各種音聲表現，文本類型和演奏形式則更多與時代腳步結合，創作角度益發地個人化了。

由技法面向觀之，傳統箏樂演奏的倒垂蓮花對稱指法及傳統夾彈手法，因著樂器的改革、絃材的改變、張力的提升，在當代幾次改革之後，漸漸使得演奏手法有所改觀，提彈手法被運用得更多，無論在力度與張力的跨度或是樂音質量和延展力皆有所改變。當代演奏技法推陳出新，行雲流水與顛覆傳統的多元炫麗技法應運而生，從而改變了箏樂曲目的發展面向。新舊並陳之下，

作品內容改觀，隨著時代而漸變。這些當代創意的匯集，展現傳統箏樂與當代創作的二元對立，是臺灣箏樂社會長久時間的累積成果，體現了傳統與當代二種美學意趣的兼容並蓄。

## 二、大陸與臺灣箏樂文化的對比與認同

面對中原文化與臺灣文化之間的推移，來自大陸的箏樂文本深深牽引臺灣箏樂社會。從早期的《漁舟唱晚》、《高山流水》等地方風格箏曲，到 1950 年代以後大陸發展出力度、速度方面有很大突破的浙江箏派音樂，慢慢地在 1970-80 年代傳播來臺，對臺灣箏樂內容實質上有很大的牽引影響。1980 年代兩岸開放探親之後，更多的大陸創作箏曲在臺傳播與演奏，臺灣箏樂作品在很長一段時間受到忽略。隨後風行的快速指序，又再一次地影響了臺灣箏樂的實質發展。這個時期臺灣箏界對大陸箏作的倚賴趨勢顯而易見。

然而，隨著歷史社會的進程，意識型態逐漸轉換，臺灣箏樂作品漸而受到重視。對大陸箏樂文化的技法和語彙傳承，是臺灣箏樂文化的初衷；而對臺灣箏樂文化的進一步意識和認同，則在兩岸交流後的二十年間逐漸加深加重。

文化認同是深植的歷史觀和社會價值，以標示文化認同的界限。臺灣對於臺灣意識的真正注意，大致始於 1980 年代「臺灣結」對「中國結」的熾熱論戰。在 1990 年代，臺灣因政治解嚴，原有的國家定位、國家認同、族群認同、及政黨認同驟然解體，社會學、政治學者也開始加入研究的行列。臺灣意識獨特之處，在於它是一種多面向 (muliti-dimensional)、多層次 (multi-layered) 的集體認同 (collective identity)，因此會作多形式的呈現 (施正鋒，1999)。

西元 2000 年以來，除了學術圈對臺灣箏樂的注意，更多的個人箏樂創作朝向臺灣音樂素材注目。試圖從臺灣在地音樂素材的整理和運用上，在箏樂作品文本中植入臺灣文化的獨立表徵。盧蔓竹的《O'rip》取材自原住民阿美族音樂，郭岷勤《島》來自排灣族的歌謠，魏德棟的《剪剪花》、樊慰慈的《趣夢亂》皆運用客家歌調素材，張儷瓊的《古城之憶》和《六月茉莉奇想曲》援引臺灣福佬民歌素材，王瑞裕的《上四套》則出自臺灣細樂，其移植的《朝天子》更有大鼓亭音樂的傳統。

以臺灣文化、臺灣音樂為主題的作品逐漸增加，說明創作者在取材和創作意識上，更多地注意到中原文化與臺灣文化的二元態勢，感受到在地文化的重要性，積極將本土傳統音樂的保存擴大應用在古箏音樂的創作上。

## 三、西方文化與本土文化的東西疊合

臺灣箏樂一方面受著西方文化的牽引，另一方面受到大陸箏樂的強勢影響，臺灣的箏樂在發展

中受到東西文化交互的影響。值此同時，對於當代箏樂文本的分析、文本背景的論述和創作趨勢的研究，更顯得急迫而重要；這成為釐清方向、定位自我、展望未來的重要基石，對於臺灣箏樂風格特點的建立則至關重要。東西文化的交流帶來的是箏樂語言的轉換和內容風格的蛻變，一樣的古箏載體，不一樣的文本內容。表達的是現代人的思想；呈現的是改觀的社會語境。

在部分創作文本之中，顯示具有文化匯流的趨勢，也不乏全球化的意識。一方面，臺灣箏樂體系中仍然延續著大陸箏樂的內容，這與當代許多創作上採用新興技法、陌生語彙的新作品，產生了二元對立的緊張感。西方音樂語言在古箏樂器上被展現，而許多融合爵士樂、世界音樂元素的作品，展現了新奇和創意，體現社會多元並存的價值。藝術創作反應社會和時代，是自然的趨勢。對於東西方樂彙的衝突，音樂社會中出現了並存的現象。在東西文化交流頻繁的當代，西方文化與本土文化之間形成了疊合的結果，東西並置的結果，不盡然只有緊張感、違和感，更多的是新奇與刺激。暫時性地，東西文化的對應與揉合形成了另一種美學態度，拼接與混搭似乎更貼切地呼應著當代社會的多元主張。長遠來說，大多數人的聽覺習慣決定文化篩選的結果，未來的變化尺度和東西疊合的趨勢發展將是可期的。

## 陸、結論

回顧臺灣箏樂一甲子走過的發展道路，是歷史經驗的積累，也是社會和文化整體作用的綜合表徵。換句話說，臺灣箏樂的發展根植於漢人的早期移民，晚近六十多年前一場移民遷徙的歷史際遇，促成了臺灣箏樂的密集的發展。而今臺灣箏樂實體內容的多元並陳，還是應該歸功於超過一甲子以來前輩樂人孜孜矻矻的經營成果。

時序的遞進伴隨社會背景的改變，影響了人們的生活和思想，進而表現在音樂創作的概念上。回顧臺灣箏樂的創作，光復以後至 1960 年代時期，中國音樂語彙共性是古箏音樂創作的主軸；中期 1970-80 年代箏樂創作的繁榮，其背景原因主要是來自教學表演的需要，因而許多在傳統技法語彙的基礎上，產生許多個人化的創作文本，其概念主要在於展示技法，包裝主題曲調，為教學演奏的需要而創作。後期 1990 年代至今進入語彙更迭、技法概念創新的階段，所產生的文本多元各異，展示了更多的個人創意，進入了一種寬廣無疆界的音樂表述空間。在不同風格的箏樂作品中，我們看到一種自由表述的氛圍，無論是早期的典雅風格或近期的創意實驗，臺灣箏樂充滿著一種動力，展現出勇於嘗試、精於觀察、適應變化、發展不輟的基調。另一方面，我們從眾多文本中觀察到巨大的變化尺度，正也說明了臺灣箏樂有多元的面向和文化包容力。整體而言，臺灣箏樂作品體現著臺灣人藝術創造的過程和成果，其內容豐富而多元，具有特定的人文背景和時代意義。

在歷史的縱軸上，創作者、演奏者、聽眾在社會語境中，產生了不同程度交流、互涉和關聯。

綜觀臺灣箏樂發展的社會性背景，政策的推動與社會的維持無疑是重要的因素。在臺灣箏樂發展史中，作品文本的產出和傳播也因為政策的因素有所起落。其中有國樂語彙的傳承，推展了技法的傳統和風格的承繼；更不乏個人觀點的創意和富有東西疊合素材概念的作品。無論出於早期國樂作曲家、箏樂演奏家或是具西洋音樂訓練背景作曲家的創作，皆由不同的角度表現了獨立的創作意圖，在不同的發展階段發揮了各自的功能，成就了特定的意義。

臺灣箏樂的概念、行為和音聲在社會文化語境中不斷變化，在古箏技法的傳承、創作概念的變遷、演奏行為的多樣化、音聲設計的創新實驗、以及形式風格的異化各方面，展開了繁榮而快速的發展。在說明箏樂人和他們所形成的音樂社會與時代環境的各個環節，緊密地連動與循環，構成了當代臺灣箏樂多元並陳的景象。

由時空推移的背景來看，臺灣文化認同意識與臺灣箏樂主體建構的呼聲隨著社會的進程而益發顯明。按照社會發展的多元趨勢，這不是唯一的文本發展方向，卻是臺灣箏樂在過去長久時間所缺乏的珍貴內容。值此在地全球化的發展趨勢中，臺灣箏樂作品的產出多元而繁榮，如今正視臺灣箏樂文化風格特點的建構，將是奠定其主體內容的有利基石，立基於此則能展望臺灣箏樂未來更為寬廣的發展空間。

## 註釋

1. 細曲為北管中的藝術歌曲，由於唱工細膩，講究韻味頓挫，有別於戲劇唱腔，故以為名，有些研究將此類北管樂曲書寫為幼曲。它以一名歌者執板演唱，並以絲竹樂器和之，所用之絲竹樂器主要為提絃、和絃、三絃、品，此外並有琵琶、洋琴、箏等。（國立傳統藝術中心網站「南北管音樂知識網」）
2. 北管絲竹樂隊由提絃、和絃、三絃、品、洋琴、抓箏、秦琴、七音鑼（即雲鑼）雙中等樂器組成。（呂鈺秀等編，2008，184）
3. 王宋來為著名北管藝人，學術界推崇其細曲演唱功力。王宋來先生會唱的細曲有十餘首，著名的有【烏盆】、【昭君和番】等.....他還有另一項絕活就是自彈自唱之功力，而且不只一樣樂器，只要他會的樂器都能自彈自唱。（傳統藝術中心網站「南北管音樂知識網」）
4. 根據呂鍾寬的撰述：「王先生演唱〈南詞天官〉時，常以沙箏伴奏。此器為王先生以七塊半的價錢，在十八歲左右於延平北路的樂器店購得」（呂鍾寬，2005,119）。又王宋來出生於民國前二年（1910），故推論他購得此箏的時間約於1928年左右。
5. 有關「沙箏」的存見、發展以致於衰微之情形，涉及北管細樂的淵流及樂種傳播和發展背景，未來另闢專文深入探討。
6. 根據徐亞湘的研究，自1906年(明治三十九年)演唱皮黃的福州徽班「三慶班」來臺起，至1937

年(昭和十二年)福州戲、京戲兼演的福州「舊賽樂」班回閩止,三十二年間總計超過五十個以上的上海京班、福州徽班、閩班來臺於大小城鎮巡演,各班演期則自數月到十數年不等。(徐亞湘 2000: 150)

7. 黃宗識回顧早年臺灣藝文社會的潮樂交流,在其出版的《古箏彈奏法》一書序言中寫道:「南派古樂名師王澤如先生<sup>1</sup>,精擅三絃琵琶及古箏,指法嫻妙,造詣極深,名揚中外,民國二十二年間,曾應聘蒞臺北演奏,盛況空前,其表演節目單,係以柯羅版印刷,並詳列演奏樂曲之工尺譜,至為精美,可惜流傳不多...」。(黃宗識, 1972, 8)由於有關王澤如的演奏目前尚無史據文本可考,只能想像潮州音樂曾在當時的臺北城悠揚的場景。
8. 該節目單封面標題為「臺灣省博覽會國樂演奏」(黎松壽收藏、吳贛伯提供),詳參照〈20世紀台灣國樂及其創作概略〉(吳贛伯, 2010)一文。
9. 梁在平於 1931 年(時年 21 歲),因改編琴曲《搗衣曲》,注入箏樂之新生命,為當時之國樂前輩所賞識與肯定。於隔年「百代公司」(EMI)錄製《搗衣曲》及《寒鴉戲水》二曲,成為箏樂“電響”首次之佳音。(梁銘越, 2004)
10. 梁在平(1912-2000),河北高陽人,十四歲隨史蔭美學習琴、箏、琵琶,二十歲拜師張友鶴,後又拜魏子猶為師。年十五,求學於北平時即與古琴大師楊時百、管平湖、張友鶴、鄭穎孫,箏師史蔭美、魏子猶、南胡大師劉天華、琵琶名家朱英等在北平藝術學院同席演出。(梁在平, 1996, 5)
11. 據其自述,南派箏曲《寒鴉戲水》、《平沙落雁》即得自史師之教授。(楊清惠, 2014, 26)
12. 陳蕾士當時任教於香港中文大學,曾於 1969 年來臺演奏,是年 12 月 8 日於臺北實踐堂舉行「陳蕾士古箏獨奏會」,臺灣箏樂壇一時為其個人化的潮箏演奏風格與變化繁複的花奏技法表現所吸引,留下深刻的印象。1973 年 12 月 23 日再次受梁在平之邀,於臺北實踐堂舉辦「陳蕾士、梁在平古箏演奏會」,1974、1975 年間更曾於當時稱為文化學院與國立藝專二所學校任教,帶給臺灣箏樂不小的影響,並造成當時廣泛的潮州箏樂學習風尚,帶來了潮箏曲目的普及性並奠定陳蕾士個人化的演奏技巧與風格在臺灣的流佈。(張儷瓊, 2011, 333)
13. 當時推動文化的機構,主要是中華文化復興運動推行委員會及國民黨中央委員會,其後國民黨成立文化工作會,至 1981 年才成立行政院文化建設委員會,統籌文化事務。
14. 救國團全稱為「中國青年反共救國團」。
15. 自 1967 年至 1973 年期間,救國團曾在屏東師專舉辦國樂研習營,例如 1969 年舉辦的研習營便分為吹管、拉絃、彈撥與箏樂等組。箏樂組由周岐峰、鄭向恆及林月里負責指導,日夜均排定課程,理論與實務並重,實務方面包含個別技術指導、小組教學、分部練習、箏樂合奏及國樂合奏練習等課程,為期兩週,結訓時並舉辦成果發表會,古箏組也有獨奏、重奏、齊奏及與

樂團大合奏等項目。(林月里、張儷瓊，2012，190)

16. 當時國樂創作尤以周岐峰、林沛宇、夏炎、董榕森...等國樂家的創作為主。他們多為國樂演奏能手，也能演奏古箏，為演奏、教學、錄音之需進行創作。
17. 1950-60年代的箏曲創作，尤以梁在平最豐，詳後文。
18. 1951年，梁在平教授在臺灣創作了他的第一首箏曲《憶故人》，這首以樂府詩木蘭辭問答式體裁的創作，同時開啟了他個人以及臺灣箏樂的新里程。此後，直至2000年辭世為止，梁教授正式記譜出版的古箏創作曲計有44首、改編曲3首，琴曲創作1首、改編琴曲11首。(張儷瓊，2011，332-333)
19. 關於梁在平的箏藝特點，詳參〈梁在平箏藝與琴韻之契機—試論其50年代新曲之結構與風格意識〉(梁銘越，2004)
20. 在該國樂研習營中，魏德棟創作了合奏曲《柳營風光》、蔡錫山創作了揚琴曲《蝴蝶操》、施清介創作笛曲《蹤影》。
21. 黃得瑞出版的《古箏專輯》(黃得瑞，1975)一書，內容收錄箏多首黃得瑞及國人的改編樂曲，如《丟丟銅仔》、《耕農歌》、《搖嬰仔歌》，及其個人創作的《寒山琴影》等。
22. 此曲曾獲1977年教育部文藝創作獎第一名。
23. 梁在平先生的創作多陸續於1962年至1996年收錄在其個人古箏專輯《古箏獨奏曲》、《十六絃古箏獨奏曲》中。
24. 整理自2003年10月25日鄭德淵在「臺灣箏樂創作的回顧與展望」研討會(國立臺灣藝術大學主辦)中專題演講的內容。
25. 1980年鄭德淵創作了這首著名的古箏二重奏曲，是運用26絃箏與21絃箏樂器的音色特性加以發揮的。《孔雀東南飛》全曲共分為五段：(一)家婦難為(二)泣別府吏(三)再嫁(四)生作死別(五)孔雀東南飛。
26. 此曲在1986年完成古箏獨奏，2000年完成了洞簫伴奏。樂曲中擅長以箏與簫對唱的方式呈現旋律，運用箏與簫的不同特性組合、活用，並透過節奏、調式等的變化，使樂曲得以在傳統的韻味中洋溢著現代感。
27. 此法在大陸著名箏作《草原英雄小姐妹》中曾採用。
28. 陳立立在其碩士學位論文中提出了她追求音色的理念，她提出這是借鑒自俄國形式主義學者Victor Shklovsky(1893-1984)於1917年在“Arts as Technique”一文中，提出的文學觀點。Victor Shklovsky認為：「藝術的目的在於傳遞對事物的感動，這種感動不是透過對事物的理解，而是對事物的感受。藝術的手法是使物體『陌生化』，使形式困難化，以增加感知的難度和加長感知的時間，因為感知的過程在本質上即是美學的目的之一，必須加以延長。藝術是一種體驗事物藝術

面向的方式;事物本身並不重要。」(陳立立, 2009, 4)

29. 參見《貓嬉》演出現場錄影(見 <https://www.youtube.com/watch?v=F-jL2wUzVgI>)。
30. 參見《貓兒嬉》演出現場錄影(見 <https://www.youtube.com/watch?v=t-SMP1OsMS4>)。
31. 大觀箏樂團「箏相大白」音樂會(時間: 2015年10月7日 地點: 國家演奏廳, 臺北)。
32. 「黃好吟古箏演奏會」(時間: 2015年10月27日 地點: 國家音樂廳, 臺北)。

## 參考文獻

### 一、辭書

呂鈺秀等編(2008)。臺灣音樂百科辭書。臺北: 遠流出版社。

### 二、專書及譜冊

呂鍾寬(2005)。北管藝師葉美景、王宋來、林水金生命史。宜蘭: 國立傳統藝術中心。

張儷瓊(2002)。台灣地區箏樂傳承脈絡體系之調查研究。臺北: 學藝出版社。(2003)。箏路瑣記—張儷瓊箏樂文集。臺北: 學藝出版社。(2011)。彈箏論樂—張儷瓊箏樂論文集。臺北: 大卷文化出版社。

黃好吟(2005)。臺灣箏樂創作選暨黃好吟箏樂文集。臺北: 大陸書店。

黃俊傑(2006)。臺灣意識與臺灣文化, 臺北: 國立臺灣大學出版中心。

鄭德淵(1999)。近代中國箏樂之發展。臺北: 大卷出版社。

### 三、譜冊

布衣散人(1978)。古箏自學法。臺北: 學藝出版社。

林俊茂、潘石玉 編著(1973)。古箏彈奏技巧。臺北: 景文文化事業出版社。

梁在平 編著(1962)。古箏獨奏曲。臺北: 中華國樂會發行, 四海出版社出版。(1967)。古箏獨奏曲。臺北: 中華國樂會發行, 中國文化學院東方樂

舞研究所出版。(1978)。梁在平教授古箏獨奏曲及箏路歷程文集。臺北: 梁在平出版, 中華國樂會印行。(1986)。古箏獨奏曲·箏路歷程文集。臺北: 梁在平出版, 琴韻箏聲齋總社印行。(1987)。

梁在平教授箏路歷程影集。臺北: 梁在平出版, 琴韻箏聲社總社發行。(1996)。十六弦古箏獨奏曲。屏東: 施桂珍發行。

張儷瓊(2002)。六月茉莉奇想曲(曲譜附CD)。臺北: 學藝出版社。(2011)。古城之憶。臺北: 大觀箏樂團。

陳立立(2008)。相變。未出版。

- 黃宗識（1972）。古箏彈奏法（第四版）。臺北：宗識古箏研究社。
- 黃得瑞（1975）。古箏專輯。臺北市：黃得瑞發行。
- 黃好吟（2010）。《煙霄引》箏獨奏曲。臺北：大陸書店。
- 廖文章（1995）。廖文章古箏作品集。臺北市：生韻出版社。
- 鄭德淵（1980）。21 絃箏演奏法。香港：友聯書報發行公司/臺北：中華樂訊雜誌社出版。
- 魏德棟、魏德樑（1977）。箏之藝曲集。臺北：中華樂訊雜誌社。

#### 四、期刊論文

- 徐亞湘（2000）。從外江到國劇：論臺灣民間京劇傳統的形成與失落。民俗曲藝，170，143-175。
- 蔡珊珊（2006）。現代箏曲「新技三法」及其運用。江蘇社會科學，S1，215。。

#### 五、研討會論文

- 吳贛伯（2010）。20 世紀台灣國樂及其創作概略。載於戴嘉枋、李紀祥、蔡秉衡（主編），中國音樂史學論集（161-188 頁）。臺北：國泰文化事業有限公司。
- 林月里（2004）。從臺灣早期箏樂環境談董榕森先生的箏樂作品。載於張儷瓊、劉穎蓉（主編），臺灣箏樂創作之回顧與展望學術研討會論文集（29-52 頁）。新北：國立臺灣藝術大學。
- 林月里、張儷瓊（2012）。臺灣箏樂發展前期（光復後至民國六十年代）之歷史回顧。載於戴嘉枋、李紀祥、蔡秉衡（主編），中國音樂史學論集（171-224 頁）。臺北：國泰文化事業有限公司。
- 陳國興（2004）。古箏曲壯志凌雲創作與分析。載於張儷瓊、劉穎蓉（主編），臺灣箏樂創作之回顧與展望學術研討會論文集（83-91 頁）。新北：國立臺灣藝術大學。
- 梁銘越（2004）。梁在平箏藝與琴韻之契機—試論其 50 年代新曲之結構與風格意識。載於張儷瓊、劉穎蓉（主編），臺灣箏樂創作之回顧與展望學術研討會論文集（19-28 頁）。新北：國立臺灣藝術大學。
- 鄭德淵（2004）。談鄭德淵箏曲之創作。載於張儷瓊、劉穎蓉（主編），臺灣箏樂創作之回顧與展望學術研討會論文集（63-69 頁）。新北：國立台灣藝術大學。

#### 六、學位論文：

- 陳立立（2009）。音色素材的建立與融合。國立臺北藝術大學音樂學系碩士論文，未出版，臺北。
- 楊清惠（2014）。梁在平箏樂觀之研究。國立臺南藝術大學民族音樂研究所碩士論文，未出版，臺南。
- 蘇顯星（2002）。戰後台灣文化政策變遷歷程研究—歷史結構分析。國立臺南師範學院鄉土文化研

究所碩士論文，未出版，臺南。

謝岱霖(2012)。當代箏樂的多元文化性—以樊慰慈箏樂創作中的世界音樂元素為例。國立臺灣師範大學民族音樂研究所碩士論文，未出版，臺北。

魏小慈(2012)。與舞蹈意象有關的現代創作箏曲探討—以《飛天舞》、《馬蘭之戀》、《煙霄引》為例。中國文化大學音樂學系碩士班中國音樂組碩士論文，未出版，臺北。

## 七、電子資料

中華文化總會網站。(2014年10月29日)，取自：[http://www.gacc.org.tw/pub/LIT\\_6.asp?ctyp=LITERATURE&pcatid=0&catid=1425&ctxid=1766&single=Y](http://www.gacc.org.tw/pub/LIT_6.asp?ctyp=LITERATURE&pcatid=0&catid=1425&ctxid=1766&single=Y)

中華百科全書。(2014年10月29日)，取自：<http://ap6.pccu.edu.tw/encyclopedia/data.asp?id=230&nowpage=4>

國立傳統藝術中心網站。(2015年10月9日)，取自：<http://tmi.ncfta.gov.tw/thememusic?uid=780&tid=2&pid=29>

國立傳統藝術中心網站「南北管知識網」。(2015年10月9日)，取自：[http://kn.ncfta.gov.tw/NCF TA/npk\\_index/Main.html](http://kn.ncfta.gov.tw/NCF TA/npk_index/Main.html)

國立臺北藝術大學網站。(2015年10月9日)，取自：<http://trd-music.tnua.edu.tw/ch/intro/d.html>

Youtube 網站《貓嬉》演出現場錄影。(2015年10月9日)，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=F-jL2wUzVgI>

Youtube 網站《貓兒嬉》演出現場錄影。(2015年10月9日)，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=t-SMP1OsMS4>

谷鳳翔(2009)。三民主義與中華文化復興運動。黃花崗雜誌第27期。(2014年8月17日)，取自：<http://www.huanghuagang.org/hhgMagazine/issue27/page085.html>

施正鋒(1999)。台灣意識的探索(上)。(2014年10月29日)，取自：[http://www.taiwannation.org.tw/rep ublic/rep1-10/no10\\_15.htm](http://www.taiwannation.org.tw/rep ublic/rep1-10/no10_15.htm)

# The Historical Development and Contemporary Changes of Taiwan Zheng Music

Chang, Li-Chiung



## Abstract

Taiwan Zheng music since its development in Taiwan has accumulated a large number of zheng population, through the accumulation of zheng cultivation over a cycle of sixty years, creating rich Zheng music and contents and becomes an important zheng cultural heritage. Does the ancestors' historical migration contribute to the present achievement of Taiwan Zheng music? Or the influences of the central-plain culture after being spread into Taiwan do? The study reviews the development of Taiwan Zheng music, observing its contemporary changes and tracks, studying Taiwan Zheng music from the aspects of history, society and humanity, and probes into the historical experiences and contemporary perspectives through the analyses of concepts, behaviors and soundscapes. The result indicates that Taiwan Zheng music embodies the artistic creativity and achievements by Taiwan Zheng musicians, honoring the tradition but continually searching new ways, coming out rich and diverse musical contents, and reflects significant humanity of age.

**Keywords:** Taiwan Zheng music, Development of Zheng Music, Zheng Composition.

---

\* Professor. Department of Chinese Music, National Taiwan University of Arts.

# 論臺灣「跨文化劇場」之分類及「跨文化戲曲」四要素

朱芳慧

## 摘要

在資訊全球化的影響下，個別的傳統文化受到異文化的衝擊，從跨文化研究到「跨文化主義」已成為一個議題。「跨文化劇場」係指不同文化之間在相遇接觸後所產生的變化；即兩種以上的異質文化碰撞，時而交融，時而衝突所形成一種新劇場形式。

本論文首先對「跨文化劇場」進行分類為「跨文化戲曲」與「跨文化戲劇」，探討「跨文化戲曲」四要素，並舉兩岸四部優秀劇目為例，檢視對照四要素。其實這四要素，就是當代戲曲編寫必須要有的四要素，對「跨文化戲曲」而言，這四要素更是不容小覷。「跨文化戲曲」研究是一個重要議題，本文試從改編作品探析中西劇場之差異，為戲曲在當代劇場之建構找尋可行之「途徑」。

**關鍵字：**跨文化劇場、跨文化戲曲、跨文化戲劇、當代劇場

---

\*簡朱芳慧現為成功大學藝術研究所教授兼所長

## 前言<sup>1</sup>

藉助交通運輸與通訊科技，時空距離縮短、接觸頻繁，旅行與遷徙等空間的實體移動，促成「個人」與「他文化」的相遇。二元對立的界面逐漸擴大，異質因素與外來異己力量的共生效應，文化間的尊重差異、交錯影響與相互接納，塑造了「跨文化」(Cross-Cultural)與「多元文化的」(multicultural)空間。「跨文化」是對於民族文化有差異或衝突的異文化現象、風俗、習慣的認識，而不同民族、國家及群體之間的文化差異，是經歷文化之間的互動關係，以包容的態度予以接受與適應。跨文化或多元文化的形式思想涵括兩種以上的文化類型；係指來自不同文化背景的人，通過與他人的相互尊重，相互交流，在互動中建立關係，也許會發生種族和文化權力不平衡的問題，然而在跨文化的相互學習過程共同成長，不但藉此瞭解、欣賞對方的「標的文化」(target culture)，更可以審視、提昇自己的「原著文化」(source culture)<sup>2</sup>。在資訊全球化的影響下，個別的傳統文化受到異文化的衝擊，從跨文化研究(Cross-Cultural Studies 或 Cross-Cultural Research (CCR) )到「跨文化主義」(Interculturalism)已成為一個議題。<sup>3</sup>

西方文藝評論家認為：表現救贖、寬恕與愛的主題，才是一部好作品。古典風雅的希臘悲劇，在主題上有著對命運壓倒性的毀滅，表現出廣闊、偉大、超凡的憐憫，具有強大淨化心靈的功能與作用。西方戲劇經過中世紀曾被神化、再詮釋，雖然後來的莎劇和法國戲劇異軍突起，而希臘悲劇一直佔據著不可逾越的高峰。西方戲劇理論在二十世紀之前多出於詩人、作家之手，成就輝煌。如亞里斯多德(Aristotle, BC.384-BC.322)、莎士比亞(William Shakespeare, 1564-1616)、莫里哀(Molière, 1622-1673)、席勒(Johann Christoph Friedrich von Schiller, 1759-1805)、易卜生(Henrik Johan Ibsen, 1828-1906)、雨果(Victor-Marie Hugo, 1802-1885)、歌德(Johann Wolfgang von Goethe, 1749-1832)等。亞里斯多德的經典《詩學》(Poetics)是第一本探討戲劇本質的著作，開創了西方戲劇的「亞里斯多德詩學」傳統，文本劇作與文學領域長久以來主導了西方戲劇的發展。1980年代出現表演研究(Performance studies)成為專門學科，興起「跨文化劇場」(Intercultural theatre)的研究領域。西方戲劇從「文學劇場」(Literature theater)走向「導演劇場」(Theater Director)。跨文化劇場(Intercultural Theatre)成為當代劇場創作潮流。歐美研究者如彼得·布魯克(Peter Brook, 1925-)、理查·謝喜納(Richard Schechner, 1934-)、尤金諾·芭芭(Eugenio Barba, 1936-)、亞利安·莫努虛金(Ariane Mnouchkine, 1939-)以及羅伯·威爾森(Robert Wilson, 1941-)等。

戲劇跨文化起源很早，可回溯到十六世紀，歐洲傳教士肩負著政治和文化使命踏上中國的土地。元雜劇《趙氏孤兒》<sup>4</sup>是第一部被翻譯成歐洲文字的中國戲劇，在歐洲被廣為傳播。<sup>5</sup>自1698年法國傳教士約瑟夫·普雷馬雷(Joseph de Premare)將《趙氏孤兒》譯成法文，《趙氏孤兒》在歐洲出現了諸多改編版。除了法國伏爾泰<sup>6</sup>(Voltaire, 1694-1778)改編《中國孤兒》(L'Orphelin de la Chine, 1755)，該劇在巴黎法蘭西劇院(Comédie Française)首演，獲得極高評價。<sup>7</sup>也有英國Arthur Murphy(1727-1805)

改編《中國孤兒》(*Orphan of China*, 1759);義大利 Pietro Metastasio(1698-1782)改編(*L'eroe cinese*, 1748)等。<sup>8</sup>《趙氏孤兒》在歐洲風靡一時。王國維說：「明以後傳奇，無非喜劇，而元則有悲劇在其中。...其最有悲劇之性質者，則如關漢卿之《竇娥冤》、紀君祥之《趙氏孤兒》，...則列之於世界大悲劇中，亦無愧色也。」<sup>9</sup>。從以上可以看出，兩種不同戲劇之間的跨文化交流，必然會衍生出一些新的戲劇形式。由中西文化的互動，可以讓我們重新審視中國與西方、古代與現代的文化形態的關係。

就觀察臺灣於 1995 年，當代傳奇劇場與理查·謝喜納曾共同完成希臘悲劇《奧瑞斯提亞》(*The Oresteia*, 458B.C.) 的跨文化改編，《奧瑞斯提亞》是一齣跨文化的前衛京劇。《奧瑞斯提亞》雖是一齣充滿暴力、復仇、血腥與性慾的悲劇，謝喜納以「新京劇」風格結合傳統悲劇觀與他自己的導戲品味，思考著如何讓京劇既能前瞻未來，又能回顧歷史。他試著從「前衛劇場」尋求「跨文化劇場」之定位。<sup>10</sup>繼謝喜納《奧瑞斯提亞》的跨文化洗禮，臺灣陸續出現跨文化改編熱潮。例如在 2009 年，羅伯·威爾森與王安祈及魏海敏合作，打造臺灣版《歐蘭朵》(*Orlando*)。一樣以「獨角戲」表現吳爾芙(Virginia Stephen Woolf, 1882-1941)筆下的「歐蘭朵」，導演羅伯·威爾森說：「劇場不應以文字為中心，重視意念的傳達而不依賴字句，舞台(畫面與聲音)不是為了說明劇情(文字)而存在的」，「戲劇可以是姿態，可以是光線，可以是聲音，可以是文字，可以是顏色。戲劇可以是任何東西，在這些分層的區域裏，你可以將它們疊在一起組成」<sup>11</sup>。羅伯·威爾森將「場面」轉化成「景觀」的理念，就是「意象劇場」。威爾森依循小說實踐了「景觀場面」的理念，他試將京劇元素融入《歐蘭朵》，卻表現出他對京劇的陌視。西方戲劇與中國戲曲，兩者在劇場藝術、中西美學及表演形式上俱有差異，就會產生異文化的碰撞與不適。「跨文化劇場」通過不同文化背景的人在劇場的互動中建立關係，在過程中學習尊重，共同成長。跨文化交流，必然會衍生出新的戲劇形式，在交流過程中，以異國文化、劇場特質，相互激盪出新的劇場表演形式。實踐者創作其間，例如，歐美文化本位主義、文化挪用等，文化拼貼、劇場霸權等，這些所存在的問題，都是交流中必然會呈現的現象。如以上所述的《奧瑞斯提亞》及《歐蘭朵》這種現代戲曲新面貌，就是我所提出的「跨文化戲曲」<sup>12</sup>。

## 一、台灣「跨文化劇場」之建構與分類

本人依循文建會《文化白皮書》表演藝術四類，<sup>13</sup>將其中「一、音樂、三、戲劇、四、傳統戲曲，依作品改編及屬性分類至「跨文化戲曲」與「跨文化戲劇」之中。並且將「跨文化劇場」研究定位在中西文化。<sup>14</sup>詳見附表 1：「中西戲劇及劇場」分類圖、附表 2：臺灣「跨文化劇場」分類圖，以及附表 3：臺灣「跨文化戲曲」改編劇目彙整表(1986-2016)<sup>15</sup>。「跨文化戲曲」包括：京劇、歌仔戲、豫劇、客家戲，四個戲曲劇種。「跨文化戲劇」包括：舞臺劇、音樂劇兩類(此分類即打破原來音樂及戲劇分類之概念)。第一類「跨文化戲曲」，臺灣各劇團改編劇目如下。

## (一)第一類「跨文化戲曲」

### A、京劇：

1986《慾望城國》<sup>16</sup>、1990《王子復仇記》<sup>17</sup>、1993《樓蘭女》<sup>18</sup>、1995《奧瑞斯堤亞》(謝喜納與當代傳奇劇場改編)<sup>19</sup>、2001《李爾在此》<sup>20</sup>、2004《暴風雨》<sup>21</sup>、2005《等待果陀》<sup>22</sup>、2010《歡樂時光—契訶夫傳奇》<sup>23</sup>、2013《蛻變》<sup>24</sup>、2016《仲夏之夜夢》<sup>25</sup>(當代傳奇劇場改編)；1998《羅生門》<sup>26</sup>、1999《出埃及記》<sup>27</sup>、1999《森林七矮人》<sup>28</sup>(國立復興劇校京劇團改編)<sup>29</sup>、2012《艷后和她的小丑們》<sup>30</sup>、2009《歐蘭朵》(臺灣版, *Orlando*, 羅伯·威爾森與國立國光劇團改編)<sup>31</sup>；2002《胭脂虎與獅子狗》<sup>32</sup>、2005《白雪公主與七矮人》<sup>33</sup>、2008《弄臣》<sup>34</sup>(臺北新劇團改編)<sup>35</sup>；2004《仲夏夜之夢》<sup>36</sup>、2005《誰都有秘密》<sup>37</sup>、2008《瑣事》<sup>38</sup>、2010《女僕》<sup>39</sup>(戲點子工作坊改編)。

### B、歌仔戲：

1996《欽差大臣》<sup>40</sup>、2001《彼岸花》<sup>41</sup>(河洛歌仔戲團改編)<sup>42</sup>；2003《仲夏夜之夢》<sup>43</sup>、2004《無事生非》<sup>44</sup>(臺灣戲曲專科學校改編)<sup>45</sup>、2007《熱天兮戀夢》(臺灣戲曲學院改編)<sup>46</sup>；1999《梨園天神》、2006《梨園天神-桂郎君》(唐美雲歌仔戲團改編)<sup>47</sup>；2001《罪》<sup>48</sup>、2009《阿育王》<sup>49</sup>(秀琴歌劇團改編)<sup>50</sup>；2004《路得記》<sup>51</sup>、2006《逃城記》<sup>52</sup>、2011《約瑟的新衫》<sup>53</sup>、2012《拿伯的葡萄園》<sup>54</sup>、2014《以斯帖記》<sup>55</sup>(臺灣歌仔戲班劇團改編)<sup>56</sup>；2006《惡女嬌妻》<sup>57</sup>(海山戲館改編)；2007《威尼斯雙胞案》<sup>58</sup>、2009《雪夜客棧殺人事件》<sup>59</sup>(臺灣春風歌劇團改編)<sup>60</sup>；1997《聖劍平冤》(洪秀玉歌劇團改編)<sup>61</sup>；2011《我的情人是新娘》<sup>62</sup>(春美歌劇團改編)；2011《狂魂》<sup>63</sup>、《Mackie 踹共沒?》<sup>64</sup>(一心歌劇團改編)；1997《黑姑娘》(薪傳歌仔戲團)<sup>65</sup>；2008《醜女的婚禮》<sup>66</sup>、2010《慾望當舖》<sup>67</sup>、2011《牟尼之瞳》<sup>68</sup>、2015《半人》<sup>69</sup>(尚和歌仔戲劇團)<sup>70</sup> 改編；2011《做淫愁》<sup>71</sup>(李清照私人劇團)<sup>72</sup> 改編；2008《冤家路窄》<sup>73</sup>(芝山雅韻戲劇團)<sup>74</sup> 改編。

### C、豫劇：

2000《中國公主杜蘭朵》(魏明倫與臺灣豫劇團)<sup>75</sup> 改編、2010《約/束》<sup>76</sup>、2012《量·度》<sup>77</sup>、2015《天問》<sup>78</sup>(臺灣豫劇團)<sup>79</sup> 改編。

### D、客家戲：

2014《背叛》(榮興客家採茶劇團)<sup>80</sup> 改編。

從以上臺灣「跨文化戲曲」四個戲曲看來：歌仔戲 27 齣(1996-2008)、京劇 22 齣(1981-2001)、豫劇 4 齣(2000-2005)、客家戲 1 齣(2007)。歌仔戲名列第一，京劇第二，豫劇第三，客家戲第四。自 1986 至 2016 年臺灣「跨文化戲曲」改編作品共達 54 齣。

## (二)第二類「跨文化戲劇」

「跨文化戲劇」包括：舞臺劇(話劇)、音樂劇兩類(此分類即打破原來音樂及戲劇分類之概念)。臺灣各劇團改編劇目如下。

**A、舞臺劇(話劇)：**

1992《莎姆雷特》<sup>81</sup>、1994《西出陽關》、1989《半里長城》、1997《三人行不行》、2002《北極之光》、2002《徵婚啟事》、(屏風表演班改編)<sup>82</sup>；2004《威尼斯雙胞胎》<sup>83</sup>、1995《一夫二主》<sup>84</sup>、1998《絕不付帳》<sup>85</sup>(表演工作坊改編)<sup>86</sup>；2001《安蒂岡妮》<sup>87</sup>、2003《女巫奏鳴-馬克白詩篇》、2004《莎士比亞不插電-1-羅密歐與茱麗葉》<sup>88</sup>、2005《莎士比亞不插電-2-哈姆雷》<sup>89</sup>、2006《狂想莫札特》、2006《利西翠姐》<sup>90</sup>、2007《莎士比亞不插電-3-馬克白》<sup>91</sup>、2007《美女與野獸》<sup>92</sup>、2009《莎士比亞不插電-4-維洛納二紳士》<sup>93</sup>(台南人劇團改編)<sup>94</sup>；2005《祭特洛伊》<sup>95</sup>、2007《仲夏夜夢》<sup>96</sup>、2004《羅密歐與茱麗葉》<sup>97</sup>(金枝演社改編)<sup>98</sup>；1989《淡水小鎮》(果陀劇場改編)<sup>99</sup>。

**B、音樂劇(歌舞劇)：**

1994《大鼻子情聖-西哈諾》<sup>100</sup>、1994《新馴悍記》<sup>101</sup>、1998《跑路天使》<sup>102</sup>、1997《吻我吧娜娜》<sup>103</sup>(果陀劇場改編)、2007《福春嫁女》(國立台北藝術大學)<sup>104</sup> 改編。

從以上臺灣「跨文化戲劇」改編作品看來：舞臺劇(話劇)22 齣(1755-2009)，音樂劇(歌舞劇)5 齣(1994-1997)。舞臺劇名列第一，音樂劇第二。臺灣「跨文化戲劇」舞臺劇及音樂劇改編作品共達 27 齣。若再從「跨文化戲曲」及「跨文化戲劇」兩類作品看來：舞臺劇奪冠，其次是歌仔戲，京劇第三，音樂劇第四，豫劇第五，客家戲第六。自 1986 至 2016 年臺灣「跨文化劇場」改編作品共達 81 齣。(「跨文化戲劇」改編作品共達 27 齣、「跨文化戲曲」改編作品共達 54 齣)。由以上數據得知，「跨文化劇場」創作在臺灣已成風潮。

接著提出「跨文化戲曲」四要素。

## 二、「跨文化戲曲」改編四要素

自王國維《宋元戲曲史》之後，「戲曲」用來指稱中國傳統戲劇，戲曲之傳統美質，宜保存並發揚者，有三：其一，虛擬象徵程式之寫意表演藝術原理，使排場流轉自由無時空之拘限，是戲曲累積千百年的智慧結晶；它也是中國戲曲能與希臘悲劇、印度梵劇鼎立為世界三大古文化劇種的主要原因；其二，戲曲語言富於音樂旋律，腔調決定劇種，其咬字吐音之口法宜應講求，藉此以保存發揚其地方性與民族性之特色；其三，歌舞性、節奏性、誇張性、疏離且投入性，亦皆為戲曲之傳統美質與特色，亦應保存並發揚。當代學者對於戲曲之質性、內外結構之認知，元明清以來，實有其演進之歷程。<sup>105</sup>曾教授永義先生認為：「為了扎根傳統，首先必須弄清楚傳統適應現代的利弊得失，從而取其利與得為基礎，再結合現代正確理念與技法，以調適現代劇場。」戲曲當代因應之道，首在真切認識戲曲之本質在寫意，其傳統之優美質性，如歌舞性、節奏性、誇張性、疏離與投入性

及其所形成之虛擬象徵程式之表演藝術原理，使排場自由流轉而無時空之制約。凡此皆應保存並予以發揚；而戲曲語言富於音樂旋律，自有其腔調口法，絕不可受到西方美聲唱法所「污染」，否則便失去了崇高的戲曲民族性。其次當留意戲曲之其他質性，其可修正者則改良之。如詩劇形成之變革，如程式之運用與創新，如腳色修為之突破，如調適現代劇場發揮運用其功能。至其已不適應時代之質性，如主題思想忠孝節義教化之窠臼，如題材之陳陳相因，如雜技之喧賓奪主等，就應該予以祛除。<sup>106</sup> 而如何讓「傳統戲曲」蛻變為「現代戲曲」？石光生先生對跨文化改編提出三點：「1、文本必須檢視原著作品具備什麼特色？創作風格以及關切的議題為何？2、改編者的詮釋為何？3、標的文化劇場藝術如何呈現改編？」<sup>107</sup>對於石光生提出的三點，應是對「跨文化戲劇」之規範。相對於「跨文化戲曲」要如何改編？筆者提出以下四端：(一)寓意新詮：原著題材之新意開發、(二)詞曲聲腔：詞情與聲情之相得益彰、(三)舞台排場：排場時空之自由流轉、(四)演員演譯：演員表演之創意詮釋。並舉自兩岸四部優秀劇目：當代傳奇《慾望城國》、京劇《弄臣》、河洛歌子戲《彼岸花》，以及川劇《中國公主杜蘭朵》為例，對照四要素，檢視四劇之成果。

在此說明兩點：一、「跨文化戲曲」四要素就是當代戲曲編寫必須要有的四要素，對「跨文化戲曲」而言，這四要素更是不容小覷，應以戲曲為主體適切融入西方戲劇，才不失其戲曲美學與藝術質性。二、以論述四要素來解析這四部作品，並非全面分析劇目，而是指出能合乎四要素條件的論述之。避免全文過於龐雜及繁複。

### (一)第一要素「寓意新詮」舉例說明

「寓意新詮」指對改編寓意原著題材之新意開發以及思想深化。例如魏明倫川劇《中國公主杜蘭朵》與張藝謀歌劇《圖蘭朵》(*Turandot*)同時在北京上演。讓一中一洋兩個「公主」同時展示在觀眾面前，領略到這同一題材的作品在不同國度、不同文化背景、不同表現形式下的差異。魏明倫說：「川劇版與張藝謀的歌劇版有本質的不同。這部川劇已不是通常意義上的改編，而是一種再創作，在承襲普氏西洋歌劇之故事雛型，進行脫胎換骨的重新創造，從內容到形式徹底的翻新。歌劇《圖蘭朵》的優勢在音樂，歌劇的靈魂是「歌」，「戲」只是載體；而川劇《中國公主杜蘭朵》，是戲在前、曲在後，再創一齣力求內容中國化、形式戲劇化、人物傳奇化、關目詼諧化、語言詩歌化道地的中國地方戲曲。」張藝謀歌劇《圖蘭朵》在文本題材上，完全遵照普契尼(Puccini, 1858-1924)原著；杜蘭朵雖美豔動人，但殺人如麻。而在魏明倫在角色重塑上，都有極高度的刻畫。川劇的杜蘭朵華麗高貴，雖生性乖張卻善良俏皮；因本性的「善」，受到「情」的呼喚，而懂得「自省」，追求所「愛」；又如柳兒為愛血染纜繩的真情流露，以及無名氏看淡榮華權勢的天然本性，以及侏儒太監的串場功能與疏離效果(*Verfremdungseffekte*)。戲曲丑角透過矮子步與插科打諢的串場與「疏離效果」的運用，讓觀眾產生疏離感。<sup>108</sup>劇中將杜蘭朵的悔改，轉換成她化身為柳兒，主動追求無

名氏，杜蘭朵與柳兒合而為一。突破了歌劇《圖蘭朵》「呈現出霸權西方對東方想像的凝視(gaze)」<sup>109</sup>。

又如京劇《弄臣》將原著歌劇《弄臣》(*Rigoletto*)「黎果雷多」改為「黎詠德」、公爵「曼圖亞」改為王爺「滿樂」、弄臣的女兒「吉爾達」改為「黎吉兒」、刺客「斯帕拉富奇列」改為殺手「史大成」、刺客的妹妹「瑪達列娜」改為殺手的妹妹「史玉蓮」，並且增加女傭「喬若凡」一角。對原著「詛咒」主題的改編，思想深化，劇情增添宿命寓意之不同詮釋：將歌劇勇於為愛替死的吉爾達，改為柔弱與癡情的黎吉兒；王爺滿樂以淨角俊扮，和雨果原著的法王弗蘭西斯一世，以及歌劇的曼圖亞公爵一樣，不斷的勾引異性、尋歡作樂，集權勢及魅力於一身的風流形象；歌劇中吉爾達與公爵已有幾次約會，京劇版刪除這段情節，透過舞蹈律動，翻滾撲跌的表演，安排綁架黎吉兒的過場戲；歌劇是由吉爾達自己決定為愛犧牲來完成，在京劇版黎吉兒是在殺手史大成及其妹史玉蓮的惡意設計下，無端犧牲自己的生命，做了他人的替死鬼；京劇版弄臣「黎詠德」為主線，將王爺「滿樂」、女兒「吉兒」、刺客「史大成」與其妹「史玉蓮」，組合三個事件，再透過弄臣「黎詠德」，展現人性在各種遭遇所面臨的挑戰。以及結合臺灣政治背景與社會文化的風俗民情，發展現代戲曲的創作思維。<sup>110</sup>

再如《慾望城國》(以下稱《慾》劇)，題材改編自莎士比亞四大悲劇之《馬克白》(*Macbeth*)。眾所周知，莎劇的精髓在於文字優美、意象豐富，既有詩的韻味，又能刻畫角色的複雜內心世界。《馬克白》劇寫蘇格蘭將軍馬克白與班戈，擊敗敵軍自戰場榮歸。馬克白受封爵號「考德領主」。歸途遇到三女巫，女巫們稱馬克白為「未來的國王」，並預言班戈的子孫將世代為王。馬克白受女巫的鼓動，思緒翻騰，野心生發。《慾》劇依照原著主題進行改編，將背景改至西元前三世紀中國東周戰國時代的薊國，並將主線集中在敖叔征夫婦弒君篡位上。全劇共分四幕十四場：第一幕分〈山鬼〉、〈三報〉、〈森林〉、〈封賞〉四場；第二幕：〈慾患〉、〈駕臨〉、〈謀害〉三場；第三幕：〈馴馬〉、〈奔逃〉、〈大宴〉三場；第四幕：〈更夫〉、〈洗手〉、〈預言〉、〈毀滅〉四場。<sup>111</sup>劇中刪去幽靈所云「女人所生不足懼」和「勃南樹林移位、去劇末「梅爾康」繼任王位等。《慾》劇只到敖叔征終場〈毀滅〉為止。原著經典的〈洗手〉一幕，在《慾》劇見敖叔征夫人唱功，以及突顯夫人罪惡深重，予以強化無法洗去心靈之血。《慾》劇試圖將戲曲的古典抒情藉西方的哲思題材，深化劇中永恆的人性。薊國大將敖叔征班師回朝，途中遇一山鬼預言前途，加上夫人慾患與自己的慾望和野心。敖叔征夫婦犯下弒君之罪難以自拔，夫人流產，崩潰瘋狂，懸樑自盡。最後，敖叔征被叛軍亂箭射死。《慾望城國》在劇本文學上和戲劇人物刻畫上，雖然無法達到原著的深刻和細膩，但就主題寓意忠於原著之原則下，將《馬克白》的劇本改編為京劇載體形式，又將中國歷史、小說等溶入情節，將角色歷史人物化，再注入中國文學及宗教，開拓當代戲曲舞台新視野。

更如歌仔戲《彼岸花》改編莎士比亞最膾炙人口的《羅密歐與茱麗葉》(*Romeo and Juliet*)。《彼

岸花》將兩大家族之仇恨械鬥的愛情悲劇，改寫至臺灣漳泉族群衝突的台灣歷史。以浪漫的愛情故事為主體，將背景設定在台灣艋舺。描述早期渡海來台的移民，來自不同原鄉，因語言風俗、宗教信仰、習慣等差異，自然形成分類聚居，劃分地盤的現象。這些移民的漢人，抱持著各自的原鄉認同，為了生存而相互競爭，因此經常發生衝突，這些衝突事件往往演變成祖籍勢力的械鬥，其中又以占移民大宗的漳州人與泉州人彼此的群鬥最為頻繁激烈。西方談家族間的世仇，在早期臺灣的移民社會則有更嚴重的族群對立。繼亞里斯多德之後，黑格爾推崇「衝突論」。然而他的「衝突論」基本上是從「絕對理念」出發。「衝突性」為戲劇首要的藝術表現，希臘戲劇被認為是戲劇中最高為衝突理想的典範。而莎士比亞的「戲劇衝突」在人物性格塑造上，時常顯現出猶豫不決、內心分裂、複雜多變的主要衝突特徵。

十九世紀批評家班拿帖爾（Ferdinand Brunetiere）認為：衝突是戲劇的基本要素，美國戲劇家馬修士（James Brander Matthews）也認為在情節安排上，沒有衝突就沒有戲，衝突又稱為「戲劇性」，因此，「衝突理論」成為西方戲劇重要的定義。在河洛團長劉鐘元的努力下，《彼岸花》的藝術價值不僅符合戲劇衝突的原則，在戲劇衝突的繼承之下又有開展。歌仔戲是台灣土生土長的劇種，歌仔戲也是台灣人最親切的台灣經驗。百年來，從唱歌仔的簡單音樂形式開始，逐漸吸收融合歌舞等表演藝術，並吸收四平戲、亂彈戲、福州戲、京劇等表演方式或鑼鼓經的各劇種養分而形成，經過皇民化洗禮後，在古路戲外尚衍生出胡撇仔戲。並且在現代劇場藝術及舞台技術前導下，逐漸發展為代表當代台灣的成熟劇種。而歌仔戲的創作，在台灣現代劇場講求精緻化的前提下，不脫離歌仔戲本質，結合時代脈動、觀眾審美趣味，呈現多元主題思想，以新視角詮釋現代觀點，深入刻畫人性內在心理轉折與感情思維。與其說河洛的《彼岸花》嘗試改編《羅密歐與茱麗葉》的愛情悲劇，是欲致力於提升歌仔戲的體質，向「文學歌仔戲」的標誌靠攏，不如說在藝術上是藉助莎翁名著，將原著主題兩大家族仇恨下的愛情悲劇，改寫臺灣漳泉族群衝突，讓臺灣歷史還魂。<sup>112</sup>在「許多歌仔戲跨文化詮釋...，但卻是表面而缺乏內涵的「文化拼貼」。<sup>113</sup>依筆者看來《彼岸花》的傑出表現，可說是歌仔戲跨文化詮釋的異軍突起。

## （二）第二要素「詞曲聲腔」舉例說明

「詞曲聲腔」講究詞情、聲情之相得益彰。然而何謂詞曲聲腔之相得益彰？製曲作詞者必須對戲曲「歌樂之關係」有所了解。若論「戲曲歌樂」可分劇作家運用語言所創作的各種歌詞形式和音樂家運用音符和樂器伴奏所創作的各種樂曲形式兩大部份。其歌詞形式有歌謠、小調、詩讚、詞曲等，其樂曲形式有土腔體、板腔體、曲牌體三種。周德清「務頭論」論述歌樂相得益彰之主要基礎，詞情的融合諧美，才是戲曲音樂極致的基礎，因此，語言旋律（聲情）可說是「戲曲歌樂」的根本，而歌樂的相得益彰，實有賴於「聲情」、「詞情」 首先的融合無間。而歌詞與樂曲必須配

搭融合，最後由充任腳色扮飾人物的演員以其一己之「唱腔」傳達出來，然後「戲曲歌樂」才算完成。「歌樂融合」則必須經由人聲唱出始能呈現，此即所謂「唱腔」。「而唱腔之構成在於一己之音色、咬字吐音之口法，以及其達意傳情行腔之修為，總此而遵循詮釋唱詞之音符，並和以其襯托之樂器，乃始克完成呈現。則唱腔亦實為複雜之有機體。<sup>114</sup>

例如川劇《中國公主杜蘭朵》第一場「女合幫腔」：「中國公主自畫像，艷若桃李，冷若冰霜」，「男合幫腔」：「王孫公子鳳求凰，觀畫如醉，愛美若狂」，接著「男女合幫腔」：「三道難題考駙馬，一把屠刀閃寒光」。「幫腔」設計既交代故事緣起，又烘托氛圍蕩氣迴腸。在川劇中揚起的「男女幫腔」襯掩男女主角的唱腔力度與氣勢，「幫腔」又可起到定調，描述環境，製造舞台氣氛，提示劇中人物的內心感情，代表第三者對劇中人物的評價等作用。又如第二場，無名氏觀畫幕後幫腔的表現：「看一眼心馳神往」，「看兩眼走火入魔」，「看三眼身不由我，墮入愛河，墮入愛河」，在幫腔與主唱一唱一和之間，既有人物自敘，又有他人旁觀，緊緊將觀眾的情緒帶入意境中。第四場柳兒自殺身亡，杜蘭朵怵目驚心，將歌劇中貫穿全場的〈茉莉花〉曲調與經典曲目「今夜無人入睡」，放在第五場「柳兒」自殺後淡淡拂過，接著揚起的男女合唱「幫腔」，強調幫襯對男女主角演唱「高腔」的悲傷與羞愧。在演唱過程中，「幫腔」與唱腔互為增輝，加之以密鑼緊鼓的配合，能使舞台氣氛變化無窮。劇中原曲音樂也另作安排，將貫穿歌劇全場的「茉莉花」曲調，改為第五場柳兒自殺後，讓它淡淡的拂過與歌劇的經典曲目「今夜無人入睡」（公主徹夜未眠），重新設計在川劇的「幫腔」，來襯托男女主角前後的「高腔」演唱，旨在強調其悲傷與羞愧。凡此「茉莉花」及「今夜無人入睡」等曲目，皆是借鏡西方歌劇的經典名曲，創發設計在川劇的聲腔藝術上之表現，值得稱許。<sup>115</sup>

又如京劇《弄臣》的編腔稟持戲曲板腔音樂規範，以京劇皮黃板式為主軸，以【慢板】、【原板】、【二六】、【流水】、【快板】、【散板】等，再配置加入交響音樂的運用，恰如其分的加強劇中的情緒。在〈序曲〉及末場，以同詞句、異唱腔的演唱，展示弄臣前高亢意志風發，以及晚景淒涼的無奈，唱「我似一條蟲」，又如，在第一場〈詛咒驚心〉王爺唱「女人的心我最懂，善變任性又多情」一曲，「就是借用了義大利歌劇「公爵」的詠嘆調〈女人善變〉之旋律元素，優美聲調顯露出，花花公子的輕浮與自信。」曲調先以〈善變女人〉的西式旋律進入兩句，再接戲曲板腔，這種手法為一種中西混合的旋律唱段，弄臣緊接下句唱腔〈女人的心我也懂〉，再接西皮搖板，轉換之間既自然又悅耳。〈女人善變〉一曲，作為貫穿全劇的主題旋律，劇中反覆出現。再如，吉兒的第一段唱【西皮慢板】，以穩重端莊作為人物地基調，在花腔轉板過程中又表現出一絲憂鬱，【西皮流水】接【二六】轉【原板】，弄臣接【二六】流暢的道出了真言，緊接轉【原板】：「爹怕妳年幼無知被矇騙，爹掛念無娘的吉兒受傷殘，老天爺帶走我的一半，至今哀傷痛難言，唯有愛女相依伴，好似春雨送冬寒。」末場的父女對唱，以二黃為基調，【二黃漢調】、【二黃原板】、【二黃清吟】：「怎能把

兒忘，妳是爹的命，緊緊在心房。嘆兒不幸命兒苦，不該降生爹身旁。感念吉兒常為爹爹添歡暢，解憂歡欣聚一堂。為什麼天道要懲無奈漢，反助元兇更猖狂。」更是娓娓道出為人父的辛酸與無奈。由歌劇詠嘆及重唱，置換到京劇的文武場。京劇版《弄臣》在跨文化改編的音樂聲腔創作上，編腔朱紹玉將京劇板腔與歌劇交響融和運用，一再挑戰現代劇場，舞臺呈現豐富多元，無論「我是一條蟲」，或是「何處是歸鄉」的唱段，角色聲腔游走在「生」與「丑」之間，都是讓人感動之處。「從而使詞情與聲情互為生發，而終於施以音樂旋律的襯托、渲染、描述、強化而更趨於完美。這其間實亦有賴於語言旋律與音樂旋律的相激相盪而相得益彰。」<sup>116</sup>而歌樂關係的終極，在於語言情趣與所承載的旋律之融合。本劇在不脫離戲曲美學本質向西方歌劇借鏡，創編新曲，表現佳績。

### (三)第三要素「舞台排場」舉例說明

「舞台排場」即「舞臺調度」(*mise en scène*)<sup>117</sup>。其定義就是將舞臺虛空，減低華麗裝置，其理想是以景觀取代語言「捨棄對白或極度精省文字使用，可將全數心力投注於聽覺、視覺和聲音意象」<sup>118</sup>。中國戲曲是以分場或分齣的方式演出，所以其藝術也就形成非寫實而為虛擬象徵性的特質，也惟有這樣特質的戲曲才能搬演宇宙間的萬事萬物和自由自在的時空流轉。劇情隨著演員運用虛擬、象徵、程式的唱作，於是時間不停的推移，空間一個接一個的轉換，這種虛擬象徵程式的手法，是透過腳色配合其歌舞樂渾融無間的表演傳達出來的。例如京劇《弄臣》簡樸寫意的舞台設計：京劇版刪除歌劇吉爾達與公爵約會情節，以眾臣士兵藉報復弄臣，透過舞蹈律動，翻滾撲跌的戲曲表演，載歌載舞，取而代之，完成這場綁架黎吉兒的過場戲。在最具功能的設置是第五場〈執迷難悟〉，這一場是以酒店的室內室外作為背景，舞臺置一道窗牆景片，演員四人分為兩組，運用旋轉景片隔開兩面，視劇情演唱需要，以角度轉動變化，一面以戶內光影窺漏，呈現正在調情的滿樂與史玉蓮，另一面以戶外月黑風高、激憤悲傷的黎氏父女。<sup>119</sup>演唱中，藉由演員轉換位置，配合牆片旋轉，巧妙呈現一裡一外的氛圍對比。舞台二戲一景，各抒情感，透過戲曲虛擬手法，時空自由流動，將人物表現得生動深刻。形塑出既寫意簡約、線條樸實、排場時空自由流轉的京劇現代劇場。



又如川劇《中國公主杜蘭朵》編導採用靈動的「擬人化」(金鼎人、門官與眾花群)與「意識流」來調度戲曲舞台。「擬人化」在戲劇的表現形式,是指台詞不只是對白有時還有獨白、旁白、歌唱等;人物也不一定是人類,在童話劇或神怪劇中,動物和物件被「擬人化」、「人格化」後也可以說話。川劇將原劇三道謎題改為:一、金頂舉過天靈蓋,二、將公主調下九龍台,三、與公主比武。三個難題都並非如歌劇的單純問答題,而是需要許多表演動作來完成。第一場,沙漠怪客回答第二道問題的時候,運用噴火術將雜技的表演,但仍無法將公主調下高台;又如劇中人與金鼎人的互動;金鼎並非只是物品,而是借金鼎「擬人化」與應試者的互動的表演,使這一道題極具可看性。另外在第四場,柳兒進入宮中的戲,兩門官的角色「擬人化」;他們是門讓人開啟出入,同時也是門官與柳兒對話。他們可以隨著表演的進行,也同時擁有表演,既是道具又是角色,間接轉述著宮中發生之事。而「意識流」指人類的意識活動是一種連續不斷的流程,關注於人物內心此刻當下的情緒。常使用的「意識流」技巧如「內心獨白」、「自由聯想」、「時空錯置」等表現手法。為了突破時空的限制,表現意識流動的多變性、複雜性。第二場透過「意識流」的處理將劇情帶入虛實;孤島上無名氏三看柳兒帶回的杜蘭朵畫像後,神魂顛倒,意識進入幻覺狀態,這時杜蘭朵飄然而降。兩人花叢嬉戲,無名氏抱住的杜蘭朵卻是柳兒。幻覺破滅,而無名氏也瞬間回到現實;在第五場柳兒自殺,無名氏哀嚎,這時眾花群時而圍繞兩人又隱沒兩人,場景前後呼應,角色對換。

120

從川劇《中國公主杜蘭朵》的精心設計,正符合了好的戲劇形式;就是將下意識的活動與理性的意識結合起來,對內心深處開掘並自由表現的同時,能使觀眾的想像悟得其中之奧妙。劇中將「意識流」與「擬人化」活潑運用在戲曲舞台上的美學特色,魏先生立足於川劇戲曲文學再取法於西方,然後融會貫通成為魏氏獨到的表述方式。於2000年臺灣豫劇團再將川劇《中國公主杜蘭朵》原班編導移植,以河南梆子為主體的演出,使這齣戲更加豐富多元,成為臺灣新豫劇《中國杜蘭朵公主》。不論改編或移植,川劇《中國公主杜蘭朵》是借歌劇經典重新塑造中國公主的形象,正符合「文化轉換與文本結構與書寫。」<sup>121</sup>之改編要求。

#### (四)第四要素「演員演譯」舉例說明

「演員演譯」即演員表演之創意詮釋。中國戲曲是綜合表演藝術,中國劇場也是演員劇場,通過演員豐富的表演來創造環境的時空觀。在千錘百鍊的藝術傳承下,以表演程式體系的藝術本質發展至今,成為中國戲曲之劇場美學。在美學範疇上與印度梵劇接近,其戲劇形式歌舞並重,強調以寫意、象徵、虛擬、程式為其表現之基本原理。例如《慾望城國》之舞台排場與演員演譯:吳興國飾演敖叔征,是武生也是老生,而最後他被自己的慾望操縱支配幾近瘋狂時,無論在性格上或表演上,都更貼近淨行;只有結合以上三個行當才足以詮釋「馬克白」,因此吳興國和魏海敏的表演前

者必須從本行武生、老生再融跨淨行之京劇藝術特質和人物於一爐，後者必須融合青衣、花旦、潑辣旦的表演於一身，才能演活「馬克白夫人」<sup>122</sup>。〈森林〉遇到暴風雨，表現馬群嘶鳴狀，舞蹈元素融入演員高難度的京劇功夫，別緻於一般戲曲的「趟馬」程式。〈馴馬〉運用傳統戲曲虛擬、象徵的表演，體現實質事物的意象。〈封賞〉當敖叔征聽報訊後說道「正當作戰，竟來報喪，擾亂我心。」然後一刀把侍從給殺了。這種處理方式符合中國傳統英雄梟雄流血不流淚的形象，把悲愴化為士氣，演來更加淒涼。〈奔逃〉做時空的切割及交代，將兩個事件在同一場次呈現。「面具舞」舞者如同揭示敖叔征一般，陷入了醜美、善惡、良知與欲望的掙扎。〈預言〉融合電影手法以慢動作配以舞台燈光再度設計應用，敖叔征表現出馳騁於森林之間。「連場」即連接前後兩場，可節省換場換景時間。〈尾聲〉山林搖動，將士叛離，敖叔征站在高臺上，萬箭齊發，箭箭穿心。只見他身子搖晃跌撞，他從高處城臺上倒翻而下。王者面臨了四面楚歌的淒楚。一個壯士生命燃盡淒美的場景。<sup>123</sup>



又如《弄臣》弄臣黎詠德是結合戲曲「生」與「丑」特色，提昇行當深度，使之豐富飽滿。設計「生、丑」的新表現形式：弄臣的走路既非丑「存腿蹲腰邁方步」，也不是如生行「肩鬆提腿走八字」，而是大步直行，雙手隨之前後擺動，二目不常與人對視，顯露出弄臣多疑、刻薄、目中無人的習性。在〈序曲〉弄臣的樣貌是「丑」行當，唱念之間插科打諢，諷刺意味，表現悲喜小人物。當他拿下面具就是一個慈父，角色由「丑」轉「生」，表現人前人後之不同面相。弄臣黎詠德既有弄臣的滑稽詼諧，又有老生的穩重滄桑，營造的喜感與悲情相互幫襯，塑造戲曲人物形象「借古鑒今」，對人性深層探索，複雜詮釋分析，可說跨越了歌劇弄臣的殘疾形象。<sup>124</sup>



## 結語

中國戲曲是綜合表演藝術，中國劇場也是演員劇場，通過演員豐富的表演來創造環境的時空觀。在千錘百練的藝術傳承下，以表演程式體系的藝術本質發展至今，成為中國戲曲之劇場美學。在美學範疇上與印度梵劇接近，其戲劇形式歌舞並重，強調以寫意、象徵、虛擬、程式為其表現之基本原理。而台灣劇場來自日本劇場、中國劇場與西方劇場。自 1949 年國民政府來臺，不論「話劇」或「戲曲」也跟進臺灣。當代學者對於戲曲之質性、內外結構之認知，元明清以來，實有其演進之歷程。經前人努力至今「戲曲學」已成為大學之重要學科；而今戲曲研究也為顯學。傳統戲曲在當代因應之道，當以優美傳統之戲曲質性來調適當代劇場。筆者根據文建會《文化白皮書》表演藝術四類，將「跨文化劇場」之改編作品依循屬性分類「跨文化戲曲」與「跨文化戲劇」兩類。臺灣「跨文化劇場」自 1986 至 2016 年改編作品共達 81 齣。臺灣「跨文化戲曲」改編作品 54 齣。(歌仔戲 27 齣、京劇 22 齣、豫劇 4 齣、客家戲 1 齣)，臺灣「跨文化戲劇」改編劇目 27 齣(舞臺劇(話劇) 22 齣，音樂劇(歌舞劇) 5 齣)。由數據顯示，「跨文化劇場」已在臺灣形成創作風潮。筆者接著提出「跨文化戲曲」四要素，並舉自兩岸四部優秀劇目：當代傳奇《慾望城國》、京劇《弄臣》、河洛歌子戲《彼岸花》，以及川劇《中國公主杜蘭朵》為例，對照四要素，檢視四劇之成果。「跨文化戲曲」四要素為：(一) 寓意新詮：原著題材之新意開發、(二) 詞曲聲腔：詞情、聲情之相得益彰、(三) 舞台排場：排場時空之自由流轉、(四) 演員演譯：演員表演之創意詮釋。其實這四要素，就是當代戲曲編寫必須要有的四要素，對「跨文化戲曲」而言，這四要素更是不容小覷，應以戲曲為主體適切融入西方戲劇，才不失其戲曲美學與藝術質性。

希望「跨文化戲曲」四要素，能夠建立當代戲曲改編之重要準則。

## 註釋

1. 感謝貴校期刊校外審查委員對本論文的提點及指正，筆者已依序補充修正。
2. 「原著文化」和「標的文化」，來自帕維(Patrice Pavis)的沙漏理論(The Hourglass of Cultures)*The Intercultural Performance Reader*，1996,pp.8-10.
3. 跨文化研究也稱為「全文化研究」(Holocultural Studies)，是指人類學、社會學、心理學、經濟學、政治學的專門科目，運用來自許多社會的實地研究資料，檢視人類行為的視野，並檢視關於人類行為與文化的假設。<http://ccr.sagepub.com/>
4. 元雜劇《趙氏孤兒》，作者紀君祥。本劇全名《趙氏孤兒大報仇》(明人臧懋循編《元曲選》，或《冤報冤趙氏孤兒》)(《元刊雜劇三十種》)。劇情講述程嬰忍辱負重撫養孤兒十數年，終於待其長大成人為全家報仇的故事。春秋時期晉國權臣屠岸賈與趙盾不和，趙氏全家慘遭屠殺，程嬰與公孫杵臼定計將趙氏孤兒救出，為騙過屠岸賈，公孫不惜自己犧牲，可歌可泣。
5. 張隆溪、溫儒敏編選，《比較文學論文集》，北京：北京大學出版社，1984年，頁84。
6. 伏爾泰，法國啟蒙時代思想家、哲學家、文學家，啟蒙運動公認的領袖。被稱為「法蘭西思想之父」。他不僅在哲學上有卓越成就，也以捍衛公民自由，以信仰自由和司法公正而聞名。儘管在他所處的時代審查制度十分嚴厲，伏爾泰仍然公開支持社會改革。他的論說以諷刺見長，常常抨擊天主教教會的教條和當時的法國教育制度。伏爾泰的著作和思想對美國革命和法國大革命的主要思想家都有影響。
7. 伏爾泰的《中國孤兒》保留原劇的孤兒，將故事背景改編至蒙古鐵騎踏中華的時代。孤兒仍是皇室後裔，被託孤給大臣贊提(Zamti)，之後不久皇室的統治者就死在了成吉思汗的手上。另外，又增加原劇沒有愛情情節，將成吉思汗設計為贊提之妻伊達美(Idamé)的追求者，曾被伊達美因對國家的堅貞而拒絕。
8. 光生，《跨文化劇場：傳播與詮釋》，臺北：書林出版社，2008，頁105。
9. 王國維撰，葉長海導讀，《宋元戲曲史》，上海：上海古籍出版社，1998年，頁98-99。
10. 有關謝喜納的相關理論，詳見朱芳慧，〈從西方劇場變革探討其跨文化霸權爭議〉，頁95-96。
11. Robert, Wilson, Fred, Newman, and Richard, Schechner, " Robert Wilson and Fred Newman: A Dialogue on Politics and Therapy, Stillness and Vaudeville ,*The Drama Review* , 47.3(2003):125.
12. 朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，臺北：國家出版社，2012年4月，頁63-69。
13. 《文化白皮書》將表演藝術分為四類：一、「音樂」、二、「舞蹈」、三、「戲劇」、四、「傳統戲曲」。臺北：行政院文化建設委員會，1998年。
14. 跨文化可分為廣義與狹義。廣義：是指西方文化與中國文化，稱「中西文化」或西方文化與東方文化，稱「東西文化」。狹義：是指台灣文化、外省文化、客家文化、原住民文化、新住民文

化。

15. 三個附表的資料搜集整理、製表、製圖，在此感謝成功大學藝術所謝雨芸、紀喬馨以及建築所楊天豪協助完成。
16. 改編自威廉·莎士比亞(William Shakespeare, 1564-1616)《馬克白》(*Macbeth*, 1611)
17. 改編自莎士比亞《哈姆雷特》(*Hamlet*, 1599-1602)
18. 改編自尤里匹底斯(Euripides, ca. 485-406 B.C.)《米蒂雅》(*Medea*, 431 B.C.)
19. 《奧瑞斯提雅》是謝喜納與當代傳奇劇場改編自艾斯奇勒斯(Aeschylus, ca. 525/524-456/455 B.C.)《奧瑞斯提雅》(*Oresteia*, 458 B.C.) 當代傳奇劇場：<http://www.twclt.com/>
20. 改編自莎士比亞《李爾王》(*King Lear*, 1606)
21. 改編自莎士比亞《暴風雨》(*The Tempest*, 1611)
22. 改編自薩繆爾·貝克特(Samuel Barclay Beckett, 1906-1989)《等待果陀》(*En attendant Godot*, 1953)
23. 改編自安東·契訶夫(Anton Pavlovich Chekhov, 1860-1904)之 14 篇小說，有《牡蠣》、《變色龍》、《小蘋果》、《套中人》、《犯罪分子》、《歌女》、《文官之死》、《紳士朋友》、《她是誰》、《暈》、《憂傷有誰知》、《黑衣僧》、《六號病室》、《帶狗的女人》
24. 改編自弗朗茨·卡夫卡(Franz Kafka, 1883-1924)《變形記》(*Die Verwandlung*, 1915)
25. 改編自莎士比亞《仲夏夜之夢》(*A Midsummer Night's Dream*, 1605)
26. 改編自芥川龍之介(Akutagawa Ryunosuke, 1892-1927)短篇小說《竹藪中》(*藪の中* / *Yabu no naka*, 1921)，及黑澤明(Kurosawa Akira, 1910-1998)電影《羅生門》(羅生門 / *Ra syo mon*, 1950) <http://www.hccc.gov.tw/zh-tw/Activity/ArtReviewDetail/35>
27. 改編自《舊約聖經》(*The Old Testament*)〈出埃及記〉(*Exodus*)
28. 改編自《兒童與家庭童話集》(德語：Kinder- und Hausmärchen, KHM)，俗稱《格林童話》(Grimms Märchen, 1812)之〈白雪公主〉(*Snow White*)
29. 國立復興劇校是國立戲曲專科學校、現國立戲曲學院的前身。而京劇團一直附屬於學校。  
<http://www.tcpa.edu.tw/bin/home.php>
30. 改編自莎士比亞《安東尼與克莉奧佩特拉》(*Antony and Cleopatra*, 1606)
31. 《歐蘭朵》改編自維吉尼爾·吳爾芙(Virginia Woolf, 1882-1941)《歐蘭朵》(*Orlando*, 1928) 國立國光劇團：<http://www.kk.gov.tw/home>
32. 改編自莎士比亞《馴悍記》(*The Taming of the Shrew*, 1590)
33. 臺北新劇團將《森林七矮人》重新編排改名為《白雪公主與七矮人》。
34. 改編自威爾第(Verdi, 1813-1901)歌劇《弄臣》(*Rigoletto*, 1851)
35. 臺北新劇團：<http://liyuan.koo.org.tw/eindex.html>

35. 改編自莎士比亞《仲夏夜之夢》(*A Midsummer Night's Dream*, 1605)
36. 改編自尚·惹內(Jean Genet, 1910-1986)《女僕》(*Les Bonnes*, 1946)
37. 改編自蘇珊·葛雷斯貝(Susan Keating Glaspell, 1876-1948)《瑣事》(*Trifles*, 1916)
38. 改編自尚·惹內(Jean Genet, 1910-1986)《女僕》(*Les Bonnes*, 1946)
39. 改編自果戈里(Nikolai Vasilievich Gogol-Yanovski, 1809-1852)《欽差大臣》(*The Inspector General*, 1836)
40. 改編自莎士比亞《羅密歐與茱麗葉》(*Romeo and Juliet*, 1597)
41. 河洛歌子戲團：<http://www.holo-opera.tw/>
42. 改編自莎士比亞《仲夏夜之夢》(*A Midsummer Night's Dream*, 1590-1596)
43. 改編自莎士比亞《無事生非》(*Much Ado About Nothing*, 1600)
44. 臺灣戲曲專科學校 <http://www.tcpa.edu.tw/bin/home.php>
45. 《熱天兮戀夢》臺灣戲曲學院改編自莎士比亞《仲夏夜之夢》(*A Midsummer Night's Dream*, 1590-1596) 臺灣戲曲學院前身是臺灣戲曲專科學校。
46. 《梨園天神》及《梨園天神-桂郎君》改編自法國卡斯特頓·勒胡(Gaston Leroux, 1868-1927)的小說《歌劇魅影》(法文：Le Fantôme de l'Opéra，英文：The Phantom of Opera, 1910)。唐美雲歌仔戲團：<https://zh.wikipedia.org/wiki/唐美雲歌仔戲團>
47. 改編自索福克勒斯(Sophocles, ca. 496-406 B.C.)《伊底帕斯王》(*Oedipus the King*)
48. 改編自印度電影《利劍紅塵》(*Asoka*, 2001)
49. 秀琴歌劇團：<https://zh.wikipedia.org/wiki/秀琴歌劇團>
50. 改編自《舊約聖經》〈路得記〉(*Ruth*)
51. 改編自《舊約聖經》〈申命記〉(*Deuteronomy*)
52. 改編自《聖經舊約》〈創世紀〉(*Genesis*)之約瑟故事
53. 改編自舊約聖經〈列王記〉(*I Kings*)第 21 章
54. 改編自《聖經舊約》〈以斯帖記〉(*Esther*)
55. 臺灣歌仔戲班劇團之福音歌仔戲：<http://www.kuaahi.tw/works/worksclass?id=2>
56. 改編自莎士比亞《馴悍記》(*The Taming of the Shrew*, 1590-1594)
57. 改編自卡羅·高多尼(Carlo Osvaldo Goldoni, 1707-1793)《威尼斯雙胞案》(*The Two Venetian Twins*, 1747)
58. 改編自阿嘉莎·克莉斯蒂(Dame Agatha Mary Clarissa Christie, 1890-1976)《東方快車殺人事件》(*Murder on the Orient Express*, 1934)
59. 臺灣春風歌劇團：<http://zephyropera.pixnet.net/blog>

60. 《聖劍平冤》改編自莎士比亞《哈姆雷特》(Hamlet,1598-1602)。洪秀玉歌劇團：  
[http://www.sgwritings.com/viewnews\\_56054.html](http://www.sgwritings.com/viewnews_56054.html)
61. 改編自愛爾蘭中世紀神話《崔斯坦與伊索德》(Tristan and Isolde) 。  
<http://news.ltn.com.tw/news/supplement/paper/541157>
62. 《狂魂》改編自歌德(Johann Wolfgang von Goethe,1749-1832)《浮士德》(Faust, 1808)。一心歌劇團：<http://yishin1989.pixnet.net/blog>
63. 《Mackie 踹共沒?》是一心戲劇團改編自德國布萊希特(Bertolt Brecht,1898 - 1956)《三便士歌劇》(Threepenny Opera, 1928)。<http://pareviews.ncafroc.org.tw/?p=3527>
64. 《黑姑娘》改編自《兒童與家庭童話集》(德語：Kinder- und Hausmärchen，KHM)，俗稱《格林童話》(Grimms Märchen,1812)〈灰姑娘〉(Cinderella) 。薪傳歌仔戲團：  
<http://www.ncfta.gov.tw/events/opera2015/shintrun.asp>
65. 改編自羅傑·藍瑟霖·格蘭(Roger Gilbert Lancelyn Green, 1918-1987)《亞瑟王與圓桌騎士》(King Arthur and the Knights of the Round Table,1953)
66. 改編自馬克·吐溫(Mark Twain,1835-1910)《乞丐王子》(The Prince and the Pauper, 1882)
67. 改編自莎士比亞《奧賽羅》(Othello,1603)
68. 改編自雨果(Victor Marie Hugo, 1802-1885)《巴黎聖母院》(Notre-Dame de Paris,1831)
69. 尚和歌仔戲劇團：<http://sunhope.myweb.hinet.net/>
70. 改編自寺山修司(Tereyama Shuji,1935-1983)《青森縣的駝子》(青森県のせむし男, 1983)
71. 李清照私人劇團：<http://www.freedommenstudio.com/blog/>
72. 改編自莎士比亞《無事生非》(Much Ado About Nothing, 1598-1599)
73. 芝山雅韻戲劇團：[http://cyberfair.tp.edu.tw/12th\\_WWW/E-02-04/index.htm](http://cyberfair.tp.edu.tw/12th_WWW/E-02-04/index.htm)
74. 《中國公主杜蘭朵》魏明倫移植川劇，改編自普契尼(Puccini, 1858-1924)歌劇《圖蘭朵》(Turandot,1924) 。臺灣豫劇團：<http://bangzi.ncfta.gov.tw/home>
75. 改編自莎士比亞《威尼斯商人》(The Merchant of Venice,1600)
76. 改編自莎士比亞《一報還一報》(Measure for Measure,1604)
77. 改編自莎士比亞《李爾王》(King Lear;1603-1606)
78. 臺灣豫劇團：<http://bangzi.ncfta.gov.tw/home>
79. 《背叛》改編自莎士比亞《卡丹紐》(Cardenio,1653) 。榮興客家採茶劇團：  
<http://hakkafans.myweb.hinet.net/troupe.htm>
80. 改編自莎士比亞《哈姆雷特》(Hamlet,1598-1602)
81. 屏風表演班：<http://www.pingfong.com.tw/pingfong2011/>

81. 改編自卡羅·高多尼(Carlo Osvaldo Goldoni, 1707-1793)《威尼斯雙胞案》(*The Two Venetian Twins*, 1747)
82. 改編自卡羅·高多尼《一樸二主》(*Il servitore di due padroni*，英語：*The Servant of Two Masters*, 1745)。https://en.wikipedia.org/wiki/Carlo\_Goldoni
83. 改編自達里歐·弗(Dario Fo, 1926-2016)《絕不付款》(*Non Si Paga! Non Si Paga!*，英語：*Can't Pay? Won't Pay!*, 1974)。https://en.wikipedia.org/wiki/Dario\_Fo
84. 表演工作坊：<http://www.pwshop.com/>
85. 改編自索福克里斯「底比斯三部曲」(Theban Trilogy)中的第三部「安蒂岡妮」(Antigone)
86. 改編自莎士比亞《羅密歐與茱麗葉》(*Romeo and Juliet*, 1591-1595)
87. 改編自莎士比亞《哈姆雷特》(*Hamlet*, 1598-1602)
88. 改編自希臘劇作家亞里斯多芬尼茲(Aristophanes)《利西翠姐》(*Lysistrata*, 411 B.C.)
89. 改編自莎士比亞《馬克白》(*Macbeth*, 1606)
90. 改編自英國編導 Laurence Boswell 於 1996 年為 Young Vic 和皇家莎士比亞劇團所創作的同名劇本。其中對於愛情與親情的描繪更能引發共鳴、觸動人心。(並非改編自迪士尼的同名電影)
91. 改編自莎士比亞《維洛納二紳士》(*The two gentlemen of Verona*, 1594)
92. 台南人劇團：<http://tainanerensemble.org/portal/index.php>
93. 改編自荷馬詩篇「伊利亞特」(*Iliad*, 750 B.C.或 725 B.C.)
94. 改編自莎士比亞《仲夏夜之夢》(*A Midsummer Night's Dream*, 1590-1596)
95. 改編自莎士比亞《羅密歐與茱麗葉》(*Romeo and Juliet*, 1591-1595)
96. 金枝演社：<http://www.goldenbough.com.tw/>
97. 《淡水小鎮》果陀劇場改編自美國劇作家桑頓·懷爾德(Thornton Wilder)《我們的城市》(*Our Town*, 1938) 果陀劇場：<http://www.godot.org.tw/109>
98. 改編自艾德蒙·羅斯丹(Edmond Rostand, 1868-1918)《風流劍客》(*Cyrano de Bergerac*, 1897)
99. 改編自莎士比亞《馴悍記》(*The Taming of the Shrew*, 1590-1594)
100. 改編自電影《修女也瘋狂》(*Sister Act*, 1992)
101. 改編自莎士比亞《馴悍記》(*The Taming of the Shrew*, 1590-1594)
102. 《福春嫁女》改編自莎士比亞《馴悍記》(*The Taming of the Shrew*, 1590-1594)。國立臺北藝術大學 <http://1www.tnua.edu.tw/main.php>
103. 曾永義，〈論說「戲曲之內在結構」〉，《藝術論衡》復刊第六期特邀稿，國立成功大學藝術研究所，2014，頁 51-53。
104. 曾永義，〈讓傳統戲曲昇華為“現代戲曲”〉，中國評論新聞：

hk.crnrt.com/doc/7\_0\_103424349\_2\_1018001802.html，2016年5月9日。

105. 石光生，《臺灣傳統戲曲劇場文化：儀式·演變·創新》，2013年，頁407-408。
106. 朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，頁152-155。
107. 石光生，《臺灣傳統戲曲劇場文化：儀式·演變·創新》，臺北：五南出版社，2013年，頁402-404。
108. 朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，頁204-216。
109. 「當代傳奇劇場」2006年出版《慾望城國》DVD及節目單。
110. 朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，頁79-117。
111. 石光生，《跨文化劇場：傳播與詮釋》，臺北：書林書版社，2008年，頁116-117。
112. 從創作方面觀察，有群體創作而流傳之號子、歌謠、小調，有以新詞套入舊腔之號子、歌謠、小調，有選詞配樂，有倚譜配詞、倚聲填詞，有摘遍，有自度曲，有詞調之令引近慢等八種。若從呈現方面觀察，則有誦讀、吟詠、依腔傳字、依聲行腔、依字定腔等五種。對於歌樂由本身之互為生發、相得益彰，到由歌者唱腔之融合呈現。曾永義，〈論說「歌樂之關係」〉，《戲劇研究》，第13期，2014年，頁53。曾永義，〈論說「戲曲劇種」〉，原載《語文、情性、義理：中國文學的多層面探討國際學術會議論文集》（臺北：國立臺灣大學中國文學系，1996年），頁315-348；收入《論說戲曲》（臺北：聯經出版社，1997年），頁239-285，又收入《曾永義學術論文自選集·甲編》（北京：中華書局，2008年），頁163-193；曾永義，〈論說「腔調」〉，《中國文哲研究所集刊》第20期（2002年3月），頁11-112；後收入《從腔調說到崑劇》（臺北：國家出版社，2002年），頁21-180。曾永義，〈論說「歌樂之關係」〉，《戲劇研究》，第13期，2014年，頁4-5。
113. 朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，頁155-158。《中國公主杜蘭朵》劇本引自魏明倫，《魏明倫劇作精品集》，上海：古籍出版社，1998年，頁205-241。
114. 曾永義，〈論說「歌樂之關係」〉，頁53。
115. 「舞臺調度」來自法國安東尼·亞陶(Antoin Artaud, 1896 - 1948)「殘酷劇場」(Theatre of Cruelty)。他將西方戲劇的心理學，對比形而上的東方劇場學。「殘酷劇場」之「舞臺調度」創造了「意象劇場」(Theatre of Images)。
116. 原文: In the Oriental theater of metaphysical tendency, contrasted to the Occidental theater of psychological tendency..... It is because the Oriental does not deal with the external aspects of things on a single level nor rest content with the simple obstacle or with the impact of these aspects on the senses, but instead considers the degree of mental possibility from which they issue, that it participates in the intense poetry of nature and preserves its magic relations with all the objective degrees of universal magnetism. Antonin Artaud, *The Theater and its Double*, New York: A division

- of Grove Press, Inc. 1958. P.72-73。
117. 朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，頁 219-221。
118. 「意識流」一詞來自「意識流文學」，而「意識流文學」是現代主義文學的重要分支；興起於十九世紀末、二十世紀初的歐洲。「意識流」理論有兩個，一是美國作家亨利·詹姆斯提出，另一個是佛洛伊德的潛意識理論。「意識流文學」泛指注重描繪人物意識流動的狀態，包括清醒的意識、無意識與夢幻意識。主要成就局限在小說，而在戲劇、詩歌中也有表現。而蒙太奇的「意識流」就是電影中用來表現事物多重性的手法，如「多視角」、「慢鏡頭」、「特寫鏡頭」等。詳見唐正序、陳厚誠主編，《二十世紀中國文學與西方現代主義思潮》，成都：四川人民出版社，1992年，頁 253-260。轉引自朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，頁 158-165。劇本引自魏明倫，《魏明倫劇作精品集》，上海：古籍出版社，1998年，頁 205-241。
119. 石光生，《臺灣傳統戲曲劇場文化：儀式·演變·創新》，頁 367。
120. 吳興國，〈從傳統走入莎翁世界〉，《中外文學》，第 15 卷，第 11 期(總第 179 期)，1986 年，頁 51。
121. 朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，頁 100-101。
122. 朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，頁 220-221。
123. 圖表資料蒐集整理：謝雨芸，國立成功大學藝術研究所。

## 參考資料

### 一、中文專書

- 文建會，《文化白皮書》，臺北：行政院文化建設委員會，1998 年。
- 王國維撰，葉長海導讀，《宋元戲曲史》，上海：上海古籍出版社，1998 年。
- 紀君祥，《趙氏孤兒大報讎》，臧晉叔編，《元曲選》，臺北：中華書局，1989 年。
- 王安祈，《臺灣京劇五十年》，宜蘭：傳藝中心，2002 年。
- 曾永義，《從腔調說到崑劇》，臺北：國家出版社，2002 年。
- 曾永義，《戲曲之雅俗、折子、流派》，臺北：國家出版社，2009 年。
- 曾永義，《曾永義學術論文自選集·甲編》(北京：中華書局，2008 年)。
- 曾永義，《論說戲曲》，臺北：聯經出版社，1997 年。
- 石光生，《跨文化劇場：傳播與詮釋》，臺北：書林出版社，2008 年。
- 石光生，《臺灣傳統戲曲劇場文化：儀式·演變·創新》，臺北：五南出版社，2013 年。
- 陳芳，《莎戲曲：跨文化改編與演繹》，臺北：臺灣國立師範大學出版中心，2012 年。

朱芳慧，《跨文化戲曲改編研究》，臺北：國家出版社，2012年。

Antonin Artaud，劉俐譯，《劇場及其複象》，臺北：聯經出版社，2003年。

丁文泠，《中西《弄臣》七版本研究》碩士論文，臺南：國立成功大學出版，2016年。

林淑薰，《臺灣新編京劇的主題、敘事技法與舞臺呈現之探討》博士論文，臺北：國立政治大學，中國文學研究所，2009年。

唐正序、陳厚誠主編，《二十世紀中國文學與西方現代主義思潮》，成都：四川人民出版社，1992年。

魏明倫，《魏明倫劇作精品集》，上海：古籍出版社，1998年。

約翰·雷門著，余光照譯：《女性主義文學的創始人—吳爾芙》，臺北：貓頭鷹出版社，2000年。

維吉尼亞·吳爾芙著，朱乃長譯：《美麗佳人歐蘭朵》，臺北：幼獅文化，1993年。

羅伯·威爾森、魏海敏、耿一偉等：《喚醒東方歐蘭朵：橫跨四世紀與東西方文化戲劇之路》，臺北：中正文化出版，2009年。

張隆溪、溫儒敏編選，《比較文學論文集》，北京：北京大學出版社，1984年。

## 二、英文專書

Brenda R. Silver. *Virginia Woolf Icon*. Chicago:University of Chicago Press,2000.

Pavis, Patrice. *Theatre at the Crossroad of Culture*, Routledge,1992.

Pavis, Patrice. *The Intercultural Performance Reader*, Taylor & Francis,1996.

Voltaire. Francois Marie Arouet de. trans by William F. Fleming. *The Orphan of China, in The Works of Voltaire: A Contemporary Version*. New York: St. Hubert Guild,1901.

Wilson, Robert, Fred, Newman, and Richard,Schechner."Robert Wilson and Fred Newman: A Dialogue on Politics and Therapy, Stillness and Vaudeville", *The Drama Review*,2003.

Wilson, Robert. *The Theater of Images*. New York:Harper & Row Publishers,1984.

Sheyer,Lawrence. *Robert Wilson and His Collaborator*. New York:Theatre Communications Group ,1989.

## 三、期刊論文

曾永義，〈論說「戲曲之內在結構」〉，《藝術論衡》復刊第6期特邀稿，臺南：國立成功大學藝術研究所，2014年，頁51-53。

曾永義，〈論說「歌樂之關係」〉，《戲劇研究》，第13期，2014年。頁84。

曾永義，〈論說「戲曲劇種」〉，原載《語文、情性、義理：中國文學的多層面探討國際學術會議論文集》，臺北：國立臺灣大學中國文學系，1996年，頁315-348。

曾永義，〈論說「腔調」〉，臺北：《中國文哲研究所集刊》，第 20 期，2002 年，頁 11-112。

胡耀恆，〈莎士比亞專欄：西方戲劇改編為平劇的問題—以《慾望城國》為例〉，臺北：《中外文學》，第 15 卷，第 11 期(總第 179 期)，1986 年，頁 77。

朱芳慧，〈從西方劇場變革探討其跨文化霸權爭議〉，《藝術論衡》復刊號(第 6 期)，臺南：國立成功大學藝術研究所，2014 年，頁 89-108。

林 岷，〈趙氏孤兒與歐洲戲劇〉，《歷史月刊》，第 89 期，1995 年 6 月，頁 30-35。

黃佐臨，〈梅蘭芳·斯坦尼斯拉夫斯基·布萊布特戲劇觀比較〉，《人民日報》1981 年 8 月 12 日，第 5 版。收錄《梅蘭芳藝術論評》，北京：中國戲劇出版社。1991，頁 20。

陳慧珊，〈跨文化美學的音樂詮釋—以臺灣當代作曲家之藝術觀為例〉，《藝術學報》，臺北：國立臺北藝術大學，第 81 期，頁 215。

曹樹鈞，〈二十世紀莎士比亞戲劇的奇葩：中國戲曲莎劇〉，《戲曲藝術》，北京：中國戲曲學院，1996 年 1 月，頁 91-93。

吳興國，〈從傳統走入莎翁世界〉，《中外文學》，第 15 卷，第 11 期(總第 179 期)，1986 年，頁 51。

#### 四、影音資料

當代傳奇劇場 2005 年出版《慾望城國》DVD 及節目單。

河洛歌子戲團出版 2006 年出版《彼岸花》DVD 及節目單。

新編京劇《弄臣》DVD 由李寶春提供(未出版)。

新編川劇《中國公主杜蘭朵》DVD 由魏明倫提供(未出版)。

#### 五、網路資料

國家兩廳院 官方網站 <http://npac-ntch.org/program/show/2c90bcd71dd6e5cd011dd6ecb91c513b?lang=zh>

曾永義，〈讓傳統戲曲昇華為“現代戲曲”〉，中國評論新聞：[hk.crntt.com/doc/7\\_0\\_103424349\\_2\\_1018001802.html](http://hk.crntt.com/doc/7_0_103424349_2_1018001802.html)，2016 年 5 月 9 日。

羅伯·威爾森 個人官方網站 <http://www.robertwilson.com/> (檢索日期 2016 年 02 月 05 日)

英國 The Daily Telegraph 官方網站 <http://www.telegraph.co.uk/culture/> (檢索日期 2016 年 02 月 05 日)

美國 The New York Times 官方網站 <http://www.nytimes.com/> (檢索日期 2016 年 02 月 05 日)

CurtainUp 官方網站 <http://www.curtainup.com/orlando.html> (檢索日期 2016 年 02 月 05 日)

Obliques Librarie Independante 官方網站 <https://www.librairie-obliques.fr/> (檢索日期 2016 年 02 月 05 日)

日)

enScènes 官方網站 <http://fresques.ina.fr/en-scenes/accueil> (檢索日期 2016 年 02 月 05 日)

網路電影資料庫 IMDb <http://www.imdb.com/title/tt0107756/> (檢索日期 2016 年 02 月 05 日)

《聖劍平冤》[http://shakespeare.digital.ntu.edu.tw/shakespeare/view\\_record.php?Language=ch&Type=p&r\\_id=JOG1997HAM](http://shakespeare.digital.ntu.edu.tw/shakespeare/view_record.php?Language=ch&Type=p&r_id=JOG1997HAM)(檢索日期 2016 年 02 月 05 日)

《絕不付帳》[http://ed.arte.gov.tw/uploadfile/periodical/3376\\_084-095.pdf](http://ed.arte.gov.tw/uploadfile/periodical/3376_084-095.pdf) 維基百科(檢索日期 2016 年 03 月 1 日)

《利西翠姐》<http://hkfringeclub.com/zh/whatson/335-Play+Reading+in+English+-+Lysistrata+by+Aristophanes.html>

廖俊逞,〈《大鼻子情聖》跨文化劇場的突出印記〉(中時電子報) [chinatimes.com/performingartsreview/20090904000041-300603](http://chinatimes.com/performingartsreview/20090904000041-300603)(檢索日期 2016 年 03 月 1 日)

臺灣莎士比亞資料庫：[http://shakespeare.digital.ntu.edu.tw/shakespeare/view\\_record\\_other\\_file.php?Language=ch&Type=rf&rid=JOG1997HAM008](http://shakespeare.digital.ntu.edu.tw/shakespeare/view_record_other_file.php?Language=ch&Type=rf&rid=JOG1997HAM008)(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

國立復興劇校：<http://www.tcpa.edu.tw/bin/home.php/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

河洛歌仔戲團：<http://www.holo-opera.tw/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

臺灣戲曲專科學校：<http://www.tcpa.edu.tw/bin/home.php/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

唐美雲歌仔戲團：<https://zh.wikipedia.org/wiki/唐美雲歌仔戲團> (檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

秀琴歌劇團：<https://zh.wikipedia.org/wiki/秀琴歌劇團> (檢索日期 2016 年 11 月 6 日)

臺灣歌仔戲班劇團：<http://www.kuaahi.tw/works/worksclass?id=2> (檢索日期 2016 年 11 月 6 日)

臺灣春風歌劇團：<http://zephyropera.pixnet.net/blog> (檢索日期 2016 年 11 月 6 日)

洪秀玉歌劇團：[http://www.sgwritings.com/viewnews\\_56054.html](http://www.sgwritings.com/viewnews_56054.html) (檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

一心歌劇團：<http://yishin1989.pixnet.net/blog/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

一心戲劇團：<http://pareviews.ncafroc.org.tw/?p=3527>

[http://m.taipeifestival.org/article\\_page.aspx?ID=430](http://m.taipeifestival.org/article_page.aspx?ID=430)(檢索日期 2016 年 10 月 31 日)

薪傳歌仔戲團：<http://www.ncfta.gov.tw/events/opera2015/shintrun.asp/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

尚和歌仔戲劇團：<http://sunhope.myweb.hinet.net/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

芝山雅韻戲劇團：[http://cyberfair.tp.edu.tw/12th\\_WWW/E-02-04/index.htm/](http://cyberfair.tp.edu.tw/12th_WWW/E-02-04/index.htm/)(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

日)

臺灣豫劇團：<http://bangzi.ncfta.gov.tw/home/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

上海越劇團 <http://www.yueju.net/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

國立臺北藝術大學 <http://1www.tnua.edu.tw/main.php/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

榮興客家採茶劇團 <http://hakkafans.myweb.hinet.net/troupe.htm/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

屏風表演班 <http://www.pingfong.com.tw/pingfong2011/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

表演工作坊 <http://www.pwshop.com/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

台南人劇團 <http://tainanerensemble.org/portal/index.php/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

金枝演社 <http://www.goldenbough.com.tw/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

果陀劇場 <http://www.godot.org.tw/109/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

張藝謀 <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%BC%A0%E8%89%BA%E8%B0%8B/>(檢索日期 2016 年 05 月 9 日)

李清照私人劇團：<http://www.freedommenstudio.com/blog/> (檢索日期 2016 年 07 月 2 日)

夏綠蒂·勃朗特：<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%A4%8F%E7%B6%A0%E8%92%82%C2%B7%E5%8B%83%E6%9C%97%E7%89%B9>(2016 年 03 月 1 日)

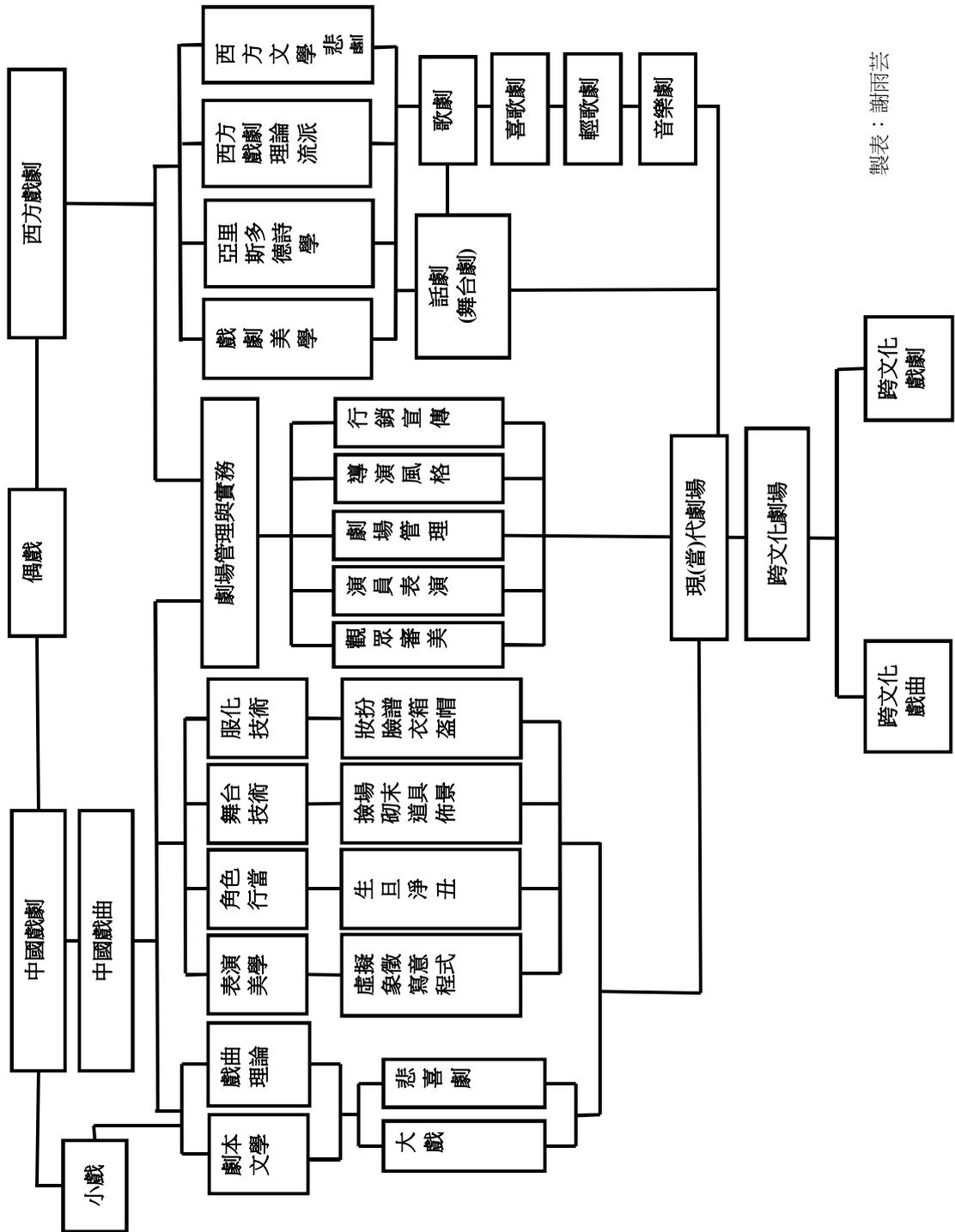
## 六、附錄

附表 1：中西戲劇及劇場-分類圖

附表 2：臺灣「跨文化劇場」分類圖

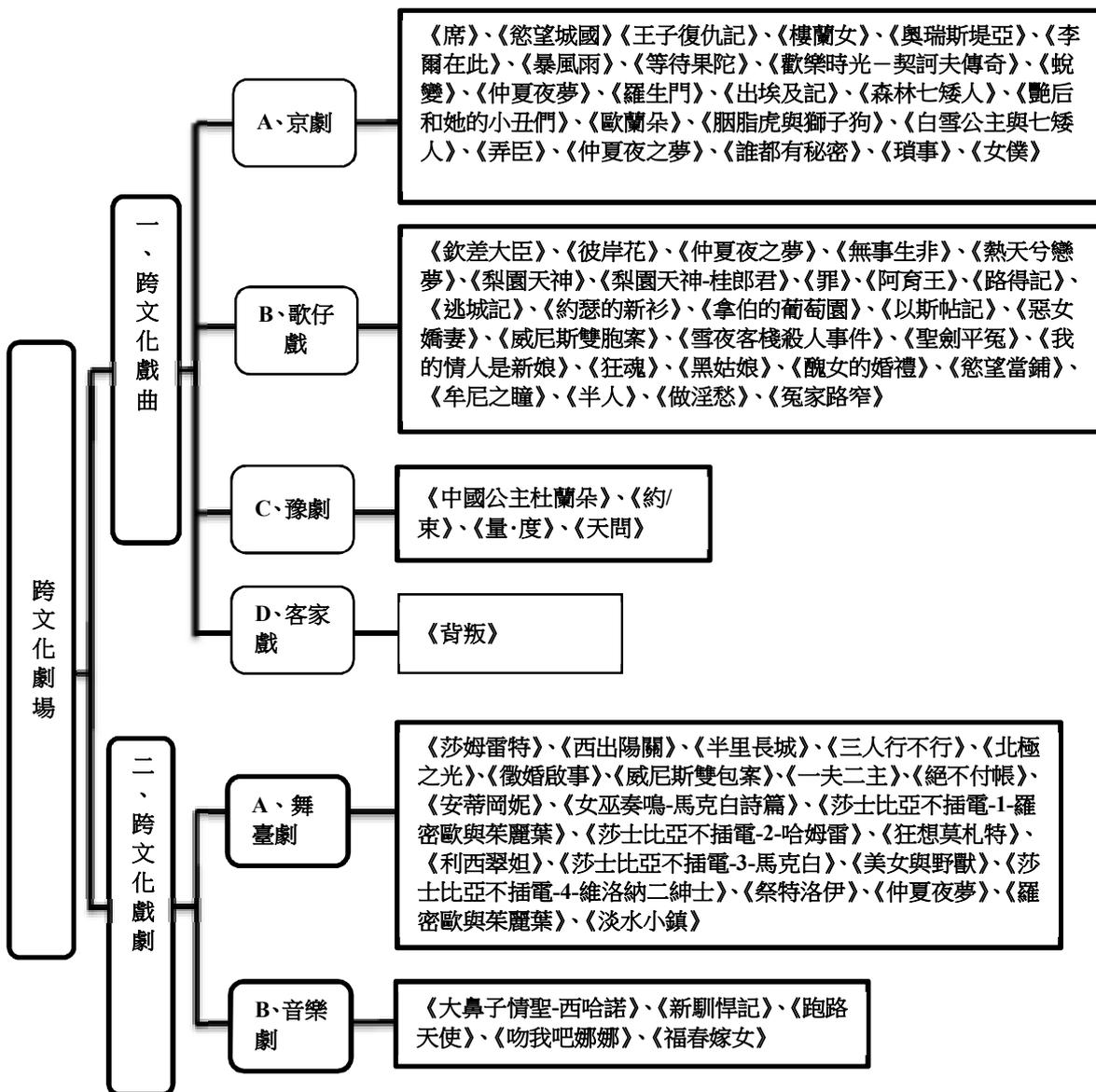
附表 3：臺灣「跨文化戲曲」改編劇目彙整表(1986-2016)

附表 1：「中西戲劇及劇場」分類圖



製表：謝雨芸

附表 2：臺灣「跨文化劇場」分類圖



製表：楊天豪

附表3：臺灣「跨文化戲曲」改編劇目彙整表(1986-2016)<sup>125</sup>

演出單位	劇種	劇目	首演	改編原著
當代傳奇劇場	京劇	《慾望城國》	1986	莎士比亞《馬克白》( <i>Macbeth</i> , 1606)
	京劇	《王子復仇記》	1990	莎士比亞《哈姆雷特》( <i>Hamlet</i> , 1599-1602)
	京劇	《樓蘭女》	1993	希臘悲劇：尤里庇德斯(Euripides, 480 B.C.-406 B.C.)《米蒂亞》( <i>Medea</i> , 431 B.C.)
	京劇	《奧瑞斯提亞》	1995	希臘悲劇：艾斯奇勒斯(Aeschylus, c.525/524-c.456/455 B.C.)《奧瑞斯提雅》( <i>Oresteia</i> , 458 B.C.)
	京劇	《李爾在此》	2001	莎士比亞《李爾王》( <i>King Lear</i> , 1606)
	京劇	《暴風雨》	2004	莎士比亞《暴風雨》( <i>The Tempest</i> , 1611)
	京劇	《等待果陀》	2005	薩繆爾·貝克特(Samuel Barclay Beckett, 1906-1989)《等待果陀》( <i>En attendant Godot</i> , 1953, 英文： <i>Waiting For Godot</i> )
	京劇	《歡樂時光—契訶夫傳奇》	2010	安東·契訶夫(Anton Pavlovich Chekhov, 1860-1904)之14篇小說，有《牡蠣》、《變色龍》、《小蘋果》、《套中人》、《犯罪分子》、《歌女》、《文官之死》、《紳士朋友》、《她是誰》、《暈》、《憂傷有誰知》、《黑衣僧》、《六號病室》、《帶狗的女人》
	京劇	《蛻變》	2013	卡夫卡(Franz Kafka, 1883-1924)《變形記》( <i>Die Verwandlung</i> , 1915)
京劇	《仲夏夜之夢》	2016	莎士比亞《仲夏夜之夢》( <i>A Midsummer Night's Dream</i> , 1590-1596)	
台北新劇團	京劇	《胭脂虎與獅子狗》	2002	莎士比亞《馴悍記》( <i>The Taming of the Shrew</i> , 1590)
	京劇	《白雪公主與七矮人》	2005	《格林童話》( <i>Grimms Märchen</i> , 1812)《白雪公主》( <i>Snow White</i> , 1812)
	京劇	《弄臣》	2008	威爾第(Giuseppe Verdi, 1813-1901)歌劇《弄臣》( <i>Rigoletto</i> , 1851)
戲點子工作坊	京劇	《仲夏夜之夢》	2004	莎士比亞《仲夏夜之夢》( <i>A Midsummer Night's Dream</i> , 1590-1596)
	京劇	《誰都有秘密》	2005	尚·惹內(Jean Genet, 1910-1986)《女僕》( <i>Les Bonnes</i> , 1946)
	京劇	《瑣事》	2008	蘇珊·葛雷斯貝(Susan Glaspell, 1876-1948)《瑣事》( <i>Triffles</i> , 1916)
	京劇	《女僕》	2010	尚·惹內(Jean Genet, 1910-1986)《女僕》( <i>Les Bonnes</i> , 1946)
國立台灣戲曲學院	京劇	《羅生門》	1998	芥川龍之介(Akutagawa Ryunosuke, 1892-1927)小說《竹籬中》(藪の中/Yabu no naka, 1921)，及

演出單位	劇種	劇目	首演	改編原著
附設京劇團				黑澤明(Kurosawa Akira)電影《羅生門》(羅生門/Ra syo mon,1950)
	京劇	《出埃及》	1999	聖經舊約《出埃及記》( <i>Book of Exodus</i> )
	京劇	《森林七矮人》	1999	《格林童話》( <i>Grimms Märchen</i> ,1812)《白雪公主》( <i>Snow White</i> ,1812)
國立國光劇團	京劇	《歐蘭朵》	2009	吳爾芙(Virginia Woolf, 1882-1941)《歐蘭朵》( <i>Orlando</i> ,1928)
	京劇	《艷后和她的小丑們》	2012	莎士比亞《安東尼與克莉奧佩特拉》( <i>Antony and Cleopatra</i> ,1623)
臺灣豫劇團(前國立豫劇團)	豫劇	《中國公主杜蘭朵》	2000	普契尼(Puccini, 1858-1924)歌劇《杜蘭朵》( <i>Turandot</i> ,1926)
	豫劇	《約/束》	2009	莎士比亞《威尼斯商人》( <i>The Merchant of Venice</i> ,1600)
	豫劇	《量·度》	2012	莎士比亞《惡有惡報》( <i>Measure for Measure</i> , 1604)
	豫劇	《天問》	2015	莎士比亞《李爾王》( <i>King Lear</i> , 1603-1606)
海山戲館	歌仔戲	《惡女嬌妻》	2006	莎士比亞《馴悍記》( <i>The Taming of the Shrew</i> , 1623)
洪秀玉歌劇團	歌仔戲	《聖劍平冤》	1997	莎士比亞《哈姆雷特》( <i>Hamlet</i> , 1598-1602)
薪傳歌仔戲團	歌仔戲	《黑姑娘》	1997	《格林童話》( <i>Grimms Märchen</i> ,1812)《灰姑娘》( <i>Cinderella</i> ,1812)
河洛歌仔戲	歌仔戲	《欽差大臣》	1999	俄國果戈里(Nikolai V. Gogol-Yanovski,1809-1852)《欽差大臣》(俄文： <i>Ревизор</i> ，英文： <i>The Government Inspector</i> ,1836)
	歌仔戲	《彼岸花》	2006	莎士比亞《羅密歐與茱麗葉》( <i>Romeo and Juliet</i> ,1597)
唐美雲歌仔戲	歌仔戲	《梨園天神》	1999	法國卡斯頓·勒胡(Gaston Leroux, 1868-1927)的小說《歌劇魅影》(法文： <i>Le Fantôme de l'Opéra</i> ，英文： <i>The Phantom of Opera</i> ,1910)
	歌仔戲	《梨園天神桂郎君》	2006	法國卡斯頓·勒胡(Gaston Leroux, 1868-1927)的小說《歌劇魅影》(法文： <i>Le Fantôme de l'Opéra</i> ，英文： <i>The Phantom of Opera</i> ,1910)
臺灣戲曲學院(前臺灣戲曲專科學校)	歌仔戲	《仲夏夜之夢》	2003	莎士比亞《仲夏夜之夢》( <i>A Midsummer Night's Dream</i> ,1590-1596)
	歌仔戲	《無事生非》	2004	莎士比亞《無事生非》( <i>Much Ado About Nothing</i> , 1600)
	歌仔戲	《熱天兮戀夢》	2007	莎士比亞《仲夏夜之夢》( <i>A Midsummer Night's Dream</i> ,1590-1596)
秀琴歌劇團	歌仔戲	《罪》	2001	索福克勒斯(Sophocles,B.C.496- B.C.406)《伊底帕斯王》( <i>Oedipus the King</i> , 427 B.C.)

演出單位	劇種	劇目	首演	改編原著
	歌仔戲	《阿育王》	2009	印度電影《利劍紅塵》( <i>Asoka</i> , 2001)
臺灣歌仔戲班劇團	歌仔戲	《路得記》	2004	《舊約聖經》〈路得記〉( <i>Ruth</i> )
	歌仔戲	《逃城記》	2006	《舊約聖經》〈申命記〉( <i>Deuteronomy</i> )
	歌仔戲	《約瑟的新衫》	2011	《聖經舊約》〈創世紀〉( <i>Genesis</i> )之約瑟故事
	歌仔戲	《拿伯的葡萄園》	2012	《聖經舊約》〈列王記〉( <i>1 Kings</i> )第21章
	歌仔戲	《以斯帖記》	2014	《聖經舊約》〈以斯帖記〉( <i>Esther</i> )
臺灣春風歌劇團	歌仔戲	《威尼斯雙胞胎》	2007	卡羅·高多尼(Carlo Osvaldo Goldoni, 1707-1793)《威尼斯雙胞胎》( <i>The Two Venetian Twins</i> , 1747)
	歌仔戲	《雪夜客棧殺人事件》	2009	阿嘉莎·克莉斯蒂(Dame Agatha Mary Clarissa Christie, 1890-1976)《東方快車殺人事件》( <i>Murder on the Orient Express</i> , 1934)
春美歌劇團	歌仔戲	《我的情人是新娘》	2011	愛爾蘭中世紀神話《崔斯坦與伊索德》( <i>Tristan and Isolde</i> , 1865)
一心歌劇團	歌仔戲	《狂魂》	2011	歌德(Johann Wolfgang von Goethe, 1749-1832)《浮士德》( <i>Faust</i> , 1808)
	歌仔戲	《Mackie 踹共沒?》	2012	德國布萊希特(Bertolt Brecht, 1898-1956)《三便士歌劇》( <i>Threepenny Opera</i> , 1928)
尚和歌仔戲劇團	歌仔戲	《醜女的婚禮》	2008	羅傑·藍瑟霖·格蘭(Roger Gilbert Lancelyn Green, 1918-1987)《亞瑟王與圓桌騎士》( <i>King Arthur and the Knights of the Round Table</i> , 1953)
	歌仔戲	《慾望當舖》	2010	馬克·吐溫(Mark Twain, 1835-1910)《乞丐王子》( <i>The Prince and the Pauper</i> , 1882)
	歌仔戲	《牟尼之瞳》	2011	莎士比亞《奧賽羅》( <i>Othello</i> , 1603)
	歌仔戲	《半人》	2015	雨果(Victor Marie Hugo, 1802-1885)《巴黎聖母院》( <i>Notre-Dame de Paris</i> , 1831)
芝山雅韻戲劇團	歌仔戲	《冤家路窄》	2008	莎士比亞《無事生非》( <i>Much Ado About Nothing</i> , 1598-1599)
李清照私人劇團	歌仔戲	《做淫愁》	2011	寺山修司(Terayama Shuji, 1935-1983)《青森縣的駝子》(青森県のせむし男, 1983)
榮興客家採茶劇團	客家大戲	《背叛》	2014	莎士比亞《卡丹紐》( <i>Cardenio</i> , 1653)

# Analysis of the Classification of the Intercultural Theatre in Taiwan and the Four Elements of “the Intercultural *Xiqu*” Adaptations

Chiu-Wei Chien\*、Chih-Long Lin\*\*、Rung-Tai Lin\*\*\*

---

## Abstract

Under the influence of the globalization of information technology, a local traditional culture might be a strongly impacted by any foreign culture. Thus, Cross-Cultural Studies or Cross-Cultural Research (CCR) and Interculturalism have long been an issue or concern among researchers. “The Intercultural theatre” is a new form derived from the theatrical changes which have been ensued from the interactions among different cultures.

This paper will classify the Intercultural Theatre first, then dividing it into “the Intercultural *Xiqu*” and “the Intercultural Drama.” Then the discussion will shift to the four elements of “the Intercultural *Xiqu*,” and take four plays as example to exemplify my ideas. The four elements of “the Intercultural *Xiqu*” are usually neglected by present playwrights, but they are essential and could never be underestimated in the field of the Intercultural *Xiqu*. The Intercultural *Xiqu* is now an important issue for research. This paper will compare and contrast the differences between Chinese and Western cultures, and hopefully, find an achievable “path” for the *Xiqu* in the contemporary theatre.

**Keywords:** intercultural theatre, intercultural *Xiqu*, Intercultural drama, contemporary *Xiqu*.

---

\* Fang-huai Chu, Professor and Chair, Institute of Art Studies, National Cheng Kung University.

# 從實效與娛樂的劇場交流中獲得轉變-以扮仙戲《醉八仙》為例

紀家琳

## 摘要

臺灣喜慶酬神演出中，扮仙戲咸認為是酬神演出的重要目的。扮仙戲的《醉八仙》演出雖短，因扮演的人數較多，是較為隆重的演出，且與常人戲劇性生活貼近，故成為臺灣廟宇酬神戲常見的儀式/戲劇過程。本文透過人類表演學理論，藉由《醉八仙》中一段簡短對觀眾中介物贈送與接觸的表演，亦即儀式性演員從中介神明與人世的媒介，打破劇場分界後，使全場觀眾成為儀式的參與者與戲劇的共樂者。將實效及娛樂融合為一，重譯其原有理論所論述的二元對立性。應用本理論，探討觀眾透過中介物的轉換/轉移轉變後，運用於兒童劇場演出實務面上的情形與實際現狀。

**關鍵字：**扮仙戲、中介物、轉換、轉移、兒童劇場

---

\*紀家琳現為中國文化大學戲劇學系專任助理教授

## 一、前言

酬神戲，就字面上的解釋，可分拆為兩個部分，一是「酬神」，是指對宗教神聖人物的感謝及賜與福運，帶有普通人民生活上的現實意義，乞求與實現的目的性。一是「戲」，也就是戲劇的意思，帶有扮演與娛樂的意涵。這種戲劇形式，在亞洲地區一般就是指戲曲類的演出。結合兩部分字義，筆者認為所謂酬神戲，可定義為以戲曲演出感謝神靈對人的幫助與賜福，是一種戲曲結合宗教演出的活動。臺灣傳統的民俗酬神戲又稱扮仙戲，是結合儀式與戲劇表演的特有形式之一。通常，酬神戲儀式的意義大於戲劇表現，以宗教信仰觀點來說，扮仙戲可說是地方請戲演出最重要的目的（邱坤良，1981；王嵩山，1988）。扮仙戲中，以北管戲為主要劇種，原因是相對於南管的北管為「正音」<sup>1</sup>，且傳入臺灣的歷史悠久。民間的歌仔戲、布袋戲也演酬神戲，一般僅止於演《扮三仙》，有時也會演《八仙》，但是由於也是向北管師傅所學，因此，演出時幾乎與北管無異。現今已不多見《天官賜福》複雜華麗的酬神戲，主因是所需人數過多，一般劇團人數過少無法演出（林素珠，1999）。在外臺戲演出時，扮仙戲會包含兩戲三段，即神仙戲與人間戲，神仙戲便是扮仙戲，目的是作為人神間的直接聯繫。人間戲又分成加官（或封王、封相、卸甲）與金榜，是人們對理想的憧憬，此即所謂的「三齣」、「三齣套」，是臺灣外臺傳統演出的程序（王國義，2005）。

筆者於 2009 至 2010 年進行博士論文田野調查時，由於必須察看臺灣廟宇前戲臺的使用方式與情形，往往要乘著廟宇相關慶典戲曲演出，才能得到戲臺與所要樣本的一手資料。故筆者觀賞了多次《醉八仙》演出。第一次觀賞時，筆者注意到一件非常特別的儀式，尤其是在場觀眾的反應與行為。當八仙要開始進入到喜宴喝酒的表演部分時，幾乎所有的觀眾就會快速向前移動到舞臺邊，似乎知道下一個動作為何。不多久，筆者恍然大悟，原來是舞臺上扮演八仙的演員要開始向下灑酒與丟糖果、餅乾，有幾場甚至還有錢幣。此時，舞臺與觀眾，神聖與世俗，虛幻與現實融合成一體，非常熱鬧與迷幻，尤其是灑真正的錢幣時，台上演員使勁向下丟擲，台下觀眾瘋狂的爭奪與撿拾，使人忘記是否還在進行酬神戲演出，筆者也因此撿到過新台幣十幾元與糖果等食物。記得當時筆者與其他觀眾的神情是非常快樂與滿足的，甚至不捨得使用撿來的錢，因為會覺得這是被神靈灌注幸運與福氣的象徵物，應該要好好珍藏。這樣的場面與心理感受，使得筆者產生探究當儀式與戲劇同時發生時，演員與觀眾如何透過表演的轉換與轉移，產生彼此之間新的關係與心裡滿足感？而透過這種轉變模式，其所能投射到當代劇場形式與功能的影響，及發展的現況為何。

## 二、臺灣當代酬神戲的演出程序

酬神戲從宗教上的定義來看，可視為祭祀儀式的程式，尤其是聖誕節日最為常見。就戲劇演出定義來看，則可視為演員扮演給觀眾觀看的劇場表演過程。以臺灣當代而言，這種帶有儀式性質的戲曲演出形式，大致以歌仔戲與布袋戲為主，但是由於時代與經濟因素的改變，也有所謂電影歌仔

戲、電視布袋戲，亦即以播放歌仔戲的電影或布袋戲的電視畫面取代真人演出達到酬神的形式（紀家琳，2013）。就劇種來說，如上所述，扮仙戲的部分看似是歌仔戲的形式演出，但是實際上還是以北管為主（林素珠，1999）。

進行酬神戲的流程又可分成兩個階段不同的內涵與意義進行，分別是「扮仙戲」與「戲曲演出活動」（作戲）或稱為正戲（王嵩山，1988），扮仙戲是最主要酬神的演出，也就是演給神靈看的，有巫術儀式的宗教意涵，作戲則是扮仙戲之後，演給群眾看的。因此，根據王嵩山所著《扮仙與作戲》書中所述，整體表演可分成三個步驟，節錄於下：

第一步驟：言語祈福與賜福對象

酬神戲通常分日戲與夜戲演出，日戲演出前才有扮仙戲。開演前，劇團團主或團員會先述名廟宇及神明的名稱，主持人的名字<sup>2</sup>，並口述下列言詞，同時有人負責燒金紙與放鞭炮：

今日\*月\*日，就是我們\*\*地\*\*人，誠心誠意來向\*\*公（神）謝戲全台。這是我們\*\*\*所謝的，現在要來扮仙賀壽，祈求\*\*公（神）靈感，來保佑著我們爐主\*\*\*闔家平安、萬事如意、鴻圖大展、家內孩子大小平安順遂……！開始扮仙！

其中所有祝禱之詞幾乎涵蓋常人於現實生活與社會經濟活動的想望，最重要的部分是透過誰人的請戲，希望能藉由戲劇演出的媒介將神的靈力與此人的祈望結合與連接。而後開始搬演可溝通神界與人世的「仙界」場景。

第二步驟：「來自過去」的仙人

經由以上的開場白，緊接者戲曲舞臺上的文武場開始奏樂，「仙人」開始進入舞臺，扮演仙人的演員儼然成為媒介，將剛才的期望傳達給本次所祭祀與賀祝的主神。這其中又可分為簡單的儀式如「扮三仙」與在較大場合的「天官賜福」、「扮醉仙」兩種。本文所論述之「醉八仙」意即就是在較大場合的「扮醉仙」。

第三步驟：「公」與「私」的扮仙

由於扮仙形式可有「公仙」與「私仙」兩種。「公仙」是由幾位信眾聯合所請，常見的是由廟方出面主持，為所有信眾祈福。或是以某行業別或以地方為單位共同出資請戲扮仙還願。在扮完公仙之後，往往又有私人因還願或祈福，再請演員扮仙一台。透過先前的某一仙，念出如前的祝禱詞。扮仙戲結束後，劇團往往會再次感謝廟宇主持人或請戲者的支持，以及強調謝戲一齣呈現與觀眾面前的誠心誠意。

隨後開始進行筆者所謂的第四步驟：演出正式的戲文。本步驟在整個酬神戲演出中，既然扮仙戲才是酬神戲的重要意義所在，之後的正戲則是為民眾所演，因與酬神沒有直接的關係，也沒有宗教儀式上的表現，歸為純粹娛樂的部分，且是電影、電視產業出現之前，當時傳統社會大眾的娛樂來源之一。演出的範圍從帝王將相、才子佳人，甚至胡撇仔戲、歌舞秀都有（邱坤良，1980；邱坤

良，1997；楊馥菱，2002；林鶴宜，2007；紀家琳，2013），所以正戲在酬神意義上是不重要的。

然而，即使酬神戲的整體戲劇表演行為，在扮仙戲時並不強烈，群眾對戲劇活動的目的與功能還是有所需求的。藉由正戲演出延續娛樂功能，淡化巫儀味道，回歸到庶民生活的娛樂活動，甚至帶有教育群眾的功用，故酬神戲的表演完整性應是包含正戲演出，沒有完成第四個正戲演出的步驟，甚至是演員演出之後的冷卻行為與演出的後期結果，如同謝喜納（Richard Schechner 1934~）<sup>3</sup>提出的人類表演學（Performance studies）所述，完美的表演順序應有七部分：訓練、工作坊、排練、熱身活動、演出、放鬆活動、演出的後期結果，如果沒有完成這七個順序，則其表演的完整性是不足的。亦即，大多數的表演，筆者指的是整個表演行為是儀式性的，包含了隔離（Separation）、過渡（Transition）與重整（Incorporation）三個部分，訓練、工作坊、排練、熱身活動屬於初步的隔離儀式，表演本身是闕現的，類似於過渡儀式，放鬆活動和表演後期結果屬於闕現的重整儀式（王曉春譯，2010）。因此，酬神戲完整的表演行為，應是在包含正戲演出結束，演員經過例如吃飯、宵夜或合作拆台的冷卻放鬆活動，以及與戲迷寒暄洩演出優劣的後期活動行為完成後，至此屬於儀式性質的整體表演活動才是真正的結束或將重新開始。

### 三、《醉八仙》的演出流程與場面意涵

《醉八仙》，顧名思義是喝醉的八位仙人，這八位仙人也就是中國民間傳統最常認定的：漢鍾離、呂純陽、張果老、曹國舅、韓湘子、藍采和、李鐵拐、何仙姑。通常動用到八仙祝壽的排場，適用在臺灣道教神靈中位階較高或等同的神祇壽誕時，如媽祖等（王嵩山，1988）。以下為《醉八仙》的演出過程：

文武場音樂起，漢鍾離出場後坐於桌頂，其餘各仙先後出場向漢鍾離打過招呼後即下場，最後漢鍾離與何仙姑同下台。

瑤池金母出，念定場詩：「瑤池金母法無邊，若是蟠桃幾千年；余要眾仙來到此，慶賀人間福壽綿。」之後念白：「吾乃瑤池金母事也，只因長庚星壽誕，如來蟠桃大會，相請眾仙前到華堂慶賀。童兒，眾仙可曾到？」「未曾到！」「好，若是到，你們前來報。」下台。童報八仙到，八仙出，各自唸詞，眾仙並口白：漢鍾離：「海上蟠桃初熟」……何仙姑「前到華堂祝壽」。

漢鍾離：「眾仙請了。金母相邀不知有何法意？」金母出曰：「今日長庚星壽誕，相邀爾等前到華堂慶賀！（一起跨起祥雲，到了華堂）眾仙，爾們個個吟詩一首！」於是八仙又各自吟詩一句：海屋添壽不等閒，飛鶴萬丈碧波天；……眾仙既有蟠桃會，今日舉宴月瓊高。

（八仙同曰：「好個舉宴月瓊高」，吟詩已畢！）金母曰：「長庚壽誕一同拜壽，請！（八仙與金母一同面對廟宇拜壽）（八仙：拜壽已畢！）眾仙，長庚壽誕排有壽宴與眾仙食得大醉而歸！」於是八仙喝得盡醉，各歸洞府。金母亦下台。

由於《醉八仙》對觀眾的灑酒與灑食時機並無嚴格規定，八仙要開始飲酒前或在飲酒之後都可以進行，故本文筆者之切入點即為儀式/戲劇進行時會有的這段表演行為。

另據紀錄，八仙喝醉之後，會有另外一段唱詞與動作。

八仙：呂純陽酒量高，何仙姑蓮峰小，他二人併著香肩，他二人併著香肩，對著胸腮，相依相抱，漢鍾離怒目觀照，漢鍾離怒目觀照，鐵拐李顛狂自把葫蘆翻吊。果然是一醉萬愁消。行行蓬萊將到，齊齊耳內喧鬧，半空中仙音嘹，何仙姑仙丹妙，寶蘆內麻姑相邀，寶蘆內麻姑相邀，鹿角麟蹄高麗火照，願年年此日勝金朝。願年年此日勝金朝。(林素珠，1999)

從以上《醉八仙》演出過程來看，整個慶賀誕辰祝壽的宗教儀式與表徵意義非常濃厚。再加以廟宇即表示神靈居住的場域，本身建築的戲臺甚或是為了演出外加的野台，在廟中的建築物皆屬神明的居住場所（紀家琳，2013），故整個儀禮程序可視為皆在神界裡進行。扮仙戲時的一般人，也就是觀眾，在宗教認知上是不存在的，是帶有分界的活動。因此，當扮仙拜壽時，群眾不會一同對誕辰神靈進行祝賀的動作，近似於一般的群眾，以整體環境空間視之，廟宇此時成為一個三度空間，神靈與庶民共同存在的場域。

由於戲臺通常比一般地面高，廟宇主殿一般也都是墊高的，扮仙酬神時，戲臺與廟宇是在同一個空間，在平面仰望的觀眾很清楚知道，那不是屬於他們的場域，凡人在這時沒有資格祝壽，他們的心意必須藉由中介的扮仙演員們去傳達，只能等到表演過程的轉換與轉移到來，觀眾才成為這個儀式的參與者。亦即當扮仙演員藉由喝醉酒打破舞臺界線，將舞臺/仙界上的食物與錢財，分賜與觀眾，觀眾空間與儀式空間合而為一的短暫時間，觀眾轉換/轉移成儀式/戲劇的一部份，成為參與者/共樂者，並從此心中在情感與認知也就是意識上獲得部分轉變時，才是真正參與這場儀式/表演的開始。

#### 四、儀式的轉換與戲劇的轉移

根據謝喜納（Richard Schechner，1985）〈表演者與觀眾的轉換與轉移〉(Performers And Spectators Transported And Transformed)文中的定義：我把表演者被改變之處稱為“轉換”（Transported），把表演者回到起點之處稱為“轉移”（Transformed）。(烏銳譯，2010)<sup>4</sup>

“轉換”的進一步解釋為，表演者通過儀式性的表演，在表演過程後，表演者的個人社會認同與特質發生變化，隨著儀式的完成，表演者無法原到原點，必須根據儀式的定義，轉換成新的身份進行日後的扮演。例如：成年禮，男孩經過有形的刺青或配飾贈與儀式或是無形的一段時間的身體折磨後，成為社會上認定的男人身份。婚禮經過交換有形戒指與無形的誓詞儀式後，男人自此成為人夫的角色。其中，有形象徵物或無形的意識取得，佔有重要決定性的關鍵。

“轉移”的進一步解釋則為，劇場內一般性的演出，例如戲劇演出，表演者根據文本要求所做

的表演性扮演，隨著演出結束的冷卻行為恢復自身的人格特質，例如：卸妝並換回原先的個人服飾，或與朋友至酒吧說笑喝酒等等的行為，表演過程後不會改變個人的社會認同或角色身份，而轉移與轉換的完成，許多時候必須依靠觀眾的參與才能達到目的。因此，根據以上的定義與謝喜納所論述，觀眾的地位與反應，也可透過工作坊的訓練或其他形式，產生轉換或轉移的可能（鄔銳譯，2010）。

從《醉八仙》的整個表演歷程來看。扮演神仙的演員一方面進行具儀式性質的表演，只有表演的轉移沒有轉換，因此對於部分觀眾而言是劇場演出活動的一種。從宗教意義上觀之，由於演員帶有意識上中介人神之間的地位，透過儀式來分割神聖與世俗（王嵩山，1988），當他們在高起的舞臺上扮演神仙進行表演時，宗教的認定是演員透過外部的裝扮獲得轉換，這群八仙演員就是真正的神聖八仙，而信徒們屬於世俗，也就是觀眾，由於無法與神仙在同一等級，因此扮仙戲儀式進行時，還是在觀看儀式過程並無參與者的意識，如同真實的劇場環境一般。其關係如下圖示，可視為一種立體與意識的觀演關係，舞臺/神聖在上，觀眾/世俗在下。

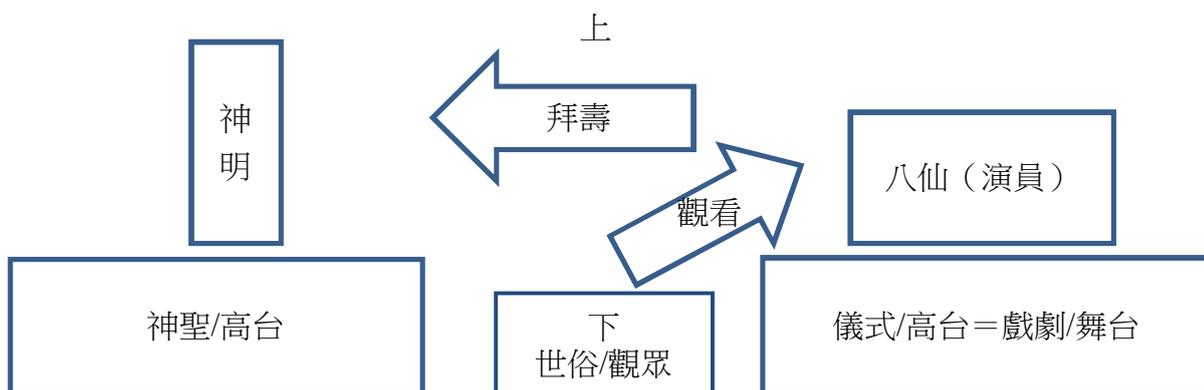


圖 1.扮仙戲實際與意識的觀演關係圖

紀家琳繪製

從上圖不難看出，這是一個帶有世俗階級觀念的關係圖像。符合臺灣民間信仰禮教下的社會階級制度觀念，神靈在上統領下層民眾，形成不論以宗教儀式或是戲劇演出來說，對台下的觀眾/信徒都是不對等的上對下關係（董芳苑，2008）。雖說現場的觀眾大部分是不用花錢就可以參與或觀看，只能被動的接受儀式或戲劇過程，符合傳統上儀式與戲劇長久以來對群眾的主從態度。但是，不論是實體上的高台阻隔，或是心理上的宗教區分，所有人的觀演關係在扮仙戲發生前，獲得滿足期望的心理狀態則都是存在的。特別是爐主或是請戲者在透過主動酬神扮仙演戲時，總是懷有能夠因此獲得模擬社會生活現實的實現心態，例如：獲取富貴、錢財、世俗想像。以及大部分群眾的心

理需求，也同樣以能夠擁有神明祝福的感受為依歸等等。因此，即使此時的觀演關係有著不對等的階級意識，由於連主事者自身都是屬於世俗的一分子，為了滿足自身與所有人的想望，透過儀式性表演的中介物發送，打破儀式與戲劇的界線，使全場觀眾皆成為參與者並達到全體共樂、共有、共享的結果，成為《醉八仙》的演出目的之一。

故此，《醉八仙》與其他扮仙戲在整體表演性上最大的不同，即在於演出中對觀眾贈送物品或錢財的行為，以及結束前戲劇性的擬人醉酒如同凡人酒後的調笑動作，所產生的娛樂效果。否則大部分的扮仙戲演出，太過注重儀式過程，因為缺乏戲味並不吸引一般人欣賞，難以達到主事者希望能號召多數觀眾共樂共享及娛樂的意圖。

## 五、中介物的打破，觀眾在實效與娛樂中相互融合

在幾近模擬真實人生的儀式戲劇狀況下，人們即使在不對等的關係裡，對於《醉八仙》的表演並不會有所怨言，反而有所期待，信眾/觀眾在經驗上早已知道這種實務與心理上的需求是會獲得滿足的，特別是對神明之間的餽贈。因為在亞洲不只是人與人之間要“有往有來”（黃德林譯，2010），跟神明之間也一樣是“有來有往”的關係，如上所述，人、神之間也有著非常社會化的生活態度，即經由「俗-聖-俗」的運動空間，完成圓滿現實生活秩序的結構（鄭志明，2005）。希望彼此贈與的越多就能獲得越多的好處或是所謂的福報。

隨著樂音的響起，八仙陸續登場，人們透過扮仙轉換的中介行為，將現世人的想望透過儀式傳達給誕辰的另一位高階神明，並期待獲得籌報的回應。群眾們一直等到賜宴橋段的開始，期待亦同時達到最高點。意識上不論是扮演的轉移或是參與的轉換，都隨著中介者將舞臺/神界上的米酒/仙酒與食品/仙果或錢財等中介物灑向觀眾/信眾，打破或說是融合舞臺/仙界的界線時獲得滿足，即演員與觀眾直接交流的開始，全場混亂，喧鬧不斷，如同劇場藝術學所說：當去除舞臺界線時，即成為非理性混亂的劇場，這不是藝術而是生活（潘鴻瑞，2007）。使群眾無法分別當下的場景，一體雙面，儀式/實效與戲劇/娛樂的表演效果與目的，至此時對觀眾/參與者一同展現驚人的影響與結果，特別是滿足所有人的情感與認知。

謝喜納曾說：儀式/實效(effectiveness)與戲劇/娛樂(entertainment)是相背的，但它們組成了一個二元結構的體系，一個連續不斷的統一整體。基本的對立是實效與娛樂之間的對立而非儀式與戲劇之間的對立（黃德林譯，2010）。以臺灣的《醉八仙》扮仙戲來看，與其說透過儀式與戲劇的目的所實現的實效與娛樂是相背的，筆者更寧願說在《醉八仙》中藉由表演的展現，導致實效與娛樂的結合，尤其是透過中介物的賜/贈與群眾時所發生的轉換/轉移。以下為當信徒/觀眾獲得中介物打破/融合舞臺界線，結合仙界與世俗後時的意識圖。



圖 2.扮仙戲打破/融合界線後的意識關係圖

紀家琳繪

在場的群眾，當中介物獲得時，是無法分辨信徒與觀眾的，所有人不僅是宗教儀式上的參與者，同時也成為廟宇劇場表演上的參與者，群眾不分彼此溶為一體。以宗教的觀點來說，信徒意識上當八仙分賜神明賜宴的中介物時，台下群眾感受到的是轉換，也成為一個暫時與八仙同等神界的社群，與世俗是脫離的，筆者就曾經看過台下信眾與台上八仙一同喝酒敬酒的場面。因為此時眾人心態是與神共樂，而神明也以食物或是錢財的“來往”回饋給信眾，即使是一顆小小的糖果也能使信徒得到一定程度的滿足，特別是心理上的滿足（如圖 3.）。

在臺灣所會散發的中介物中，小額金錢的給予往往能造成信眾更久遠意識的轉換甚至可視為一種契約，並延續在往後生活上的一小段時間。對信徒來說，這些錢是經過上階神明法力所祝福的幸運物，如同符咒一般，帶在身上或放在家中有增財與聚財的效果，因此，擁有這些錢財如同轉移為被祝福的人的意思，是不可隨意花費的聖物，筆者就曾聽聞過有信徒會將所獲得的錢財拿回家中與住處神明或祖先共同祭拜，對其有供奉聖物的態度。



圖 3.臺灣南投紫南宮演出情形



圖 4.臺灣紙風車兒童劇團戶外演出情形

紀家琳攝影網路提供



對一般戲劇觀眾而言，由於食品與錢財是隨意灑出的，不見得所有人都可以坐著獲得，因此，現場觀眾人人都需起身奔跑與他人爭搶或俯地撿拾這些物品，如同遊戲般的撿拾或搶奪活動達到娛樂效果，也有同樂的目的，卻沒有儀式上的社會現實意義，缺少轉換的意涵，而帶有轉移的意思。亦即戲劇上扮演神仙的角色，依照戲劇效果給予民眾轉移成表演的一部份，將觀眾轉移成表演中參與宴會的賓客。再加以扮仙戲幾乎都是在野台的場域，沒有限定年紀與人種，故現場所有人不論是信徒與觀眾都非常認真開心，如同臺灣紙風車兒童劇團<sup>5</sup>常用的活動手法，而帶台下觀眾一同參與玩樂大型氣球的接力競賽，不只兒童玩的開心，反而是通常陪伴的成人獲得更多的娛樂效果（如圖4）。

隨著灑完所有物品結束混亂場面，信徒們得到實質與心理上的回報，觀眾也因為演員的行為獲得遊戲娛樂上的滿足，儀式的實效與戲劇的娛樂效果同時完成交流的目的，群眾們再同時將目光轉至台上，回到現實世界，帶著感恩與興奮的心情繼續欣賞扮仙戲中神仙們喝醉的表演，隨著戲味的加重，尤其是呂洞賓與何仙姑酒後互相調笑的戲劇情境，使觀眾與信眾準備與獲得之後將有正式戲劇演出的訊息，直至《醉八仙》演出結束。

## 六、劇場與中介物的關係與應用

扮仙戲一連串的過程中，表演依照本身的意義與觀眾屬性的相異處，造成多種不同的功能，最後達到的目的是一致的，特別是藉由中介物的發送，透過有形或無形的意義，讓群眾獲得基本實質與心理上的滿足。這種需求的滿足層次，是多元且代表不同意識層面的滿足，表演之後亦能發生其影響。除了符合臺灣民間宗教信仰，以求取實際生活的平安乃至富裕安適功利取向的基本意涵外（吳惠巧，2005；董芳苑，2008；王嵩山，1988）。也符合馬斯洛（A.MASLOW）人本心理學的基本需求理論，任何人性之真正需求的獲取滿足，皆能促使個體發展的更為完善、健康和健壯。而基本需求獲取的滿足，其所能產生的影響可包含情意與認知，甚至可變化個人的性格特質與人際關係。層次可分成五層：生理、安全、感情、尊重、自我實現。（莊耀嘉，2000）

根據筆者觀察與自身經驗，以扮仙戲的一般性觀眾而言，透過中介物的獲取行為與幾乎人人有獎的機會，一般觀眾或信眾在情意外，還可有部分生理飲食的滿足，例如酒、糖果與餅乾甚至是紅龜粿，屬最底階基本的滿足感。在大眾環境下玩樂的過程，使得情緒發散淨化，對生活環境滿足感增強，甚至可達到對人生趨於積極的表現，則是屬於安全及情感上的滿足。而在臺灣，由於較少異教徒<sup>6</sup>會觀賞或參與扮仙戲演出，信徒或對於宗教信仰不強烈的觀眾，亦可因著中介物所代表的意涵，獲得意識上被神聖寵愛的感受，發生歸屬信仰的確認與再強化，能使參與者因此產生對信仰信守或是更信守不渝的價值觀。從認知上檢視，一般觀眾透過對表演熟悉所取得滿足的經驗，能在面對下次表演時更敏銳、有效率且切合實際地的，完成準備撿拾食物或錢財的動作。

對信徒，則透過中介物帶有幸運物意涵的獲取滿足感，在平時生活上，如果伴隨著錢財的增加，往往會有意識的連結中介物與運勢的關係，例如當代許多寺廟發財金的贈送亦有同樣的意涵，進而滿足最高的自我實現需求。當產生啟示與開悟的類似神秘經驗增多時，則又能增加個人性格特質中自信心的部分。

從上述可見，中介物在表演中所扮演的重要地位，特別是對於群眾情意的滿足與認知上的影響；中介物的出現不僅能強化表演與觀眾彼此之間的連接，甚至從經營的觀點來看，也能成為培養觀眾群的手段。因此，使用中介物贈送群眾並使之成為程式化表演，特別是經過儀式表演所賦予更深層意涵的中介物，是否能夠運用於劇場演出與經營方針呢？這個答案在臺灣是肯定的，且早有劇團運用此種手法獲得實質上的成效，尤其是針對已有功利取向，卻沒有成人實際功利意識的兒童觀眾。

可惜的是，這樣的操作模式如同謝喜納所說，一般環境下的實效與娛樂是處於對立的地位（黃德林譯，2010），未能如同扮仙戲的融合，特別是儀式表演的部分不夠強烈或是缺乏更實質中介物的使用時，就較難深入影響兒童觀眾的認知感與增強歸屬感。

舉實例說明。如圖 4.的紙風車兒童劇團，在劇場演出中使用大型充氣玩偶與觀眾互動，已成為每次演出中如同儀式般的表演程式，玩偶如同《醉八仙》丟擲錢幣的中介物，可使每位碰觸到的大小觀眾因參與而興奮不已，同時滿足個人與大眾娛樂上的情感。但是由於並非人人都能玩到布偶，所以沒碰到的孩子往往表現的極其失落，雖然不到厭惡的程度，但確實會發生影響，例如筆者就曾聽到過孩童對母親說：都是你在玩我都玩不到。此外，布偶缺乏表徵的意涵，亦沒有贈與的行為，太過於偏重娛樂的效果，因此儀式淪為純粹遊戲的過程，無法強化觀眾對劇團的認同也無法轉換成新的社群團體。群眾對於日後同一劇團的演出，並不會因為布偶的玩樂行為而產生期待。玩偶與戲劇演出內容亦不相關，無法產生更多對劇團的連結性。

臺灣另一如果兒童劇團。該劇團的團長趙自強先生，在臺灣的電視兒童節目中，因扮演節目中水果奶奶的角色，二度獲得電視金鐘獎最佳兒童節目主持人獎項而聲名大噪，因此在其所主導的如果兒童劇團演出時，節目正式開演後大幕升起前，都會出現電視節目中水果奶奶帶有手勢、動作的主題曲與觀眾互動，然後本人出場與現場兒童進行有教育意涵的問答對話，結束時也會使用該節目中特有的快樂咒語結束互動，使全場觀眾懷著興奮的心情，如同酬神戲儀式般的準備觀賞接下來正式的戲劇演出。

以上程序幾乎成為該劇團在劇場正式演出前的儀式化表演，非常能夠滿足觀眾對此一特定角色的情感與認同。筆者第一次觀賞如果兒童劇團演出時，就非常驚訝全場觀眾（包含大人）的反應，隨著熟悉這一表演儀式的程序，當日後再觀賞同劇團其他的創作時，筆者也開始與兒童們一起期待此一特定角色的出現，一起歌唱，最後一起喊咒語然後開始觀賞演出。戲劇演出後，該角色還會再一次出現舞台上與所有的觀眾互動問答與一同唱一首結束的歌曲，觀眾的冷卻活動至此完成，參與

了一個完整的儀式化表演過程，滿足且期待下次再相會。

如果兒童劇團的演出，運用人物特有的歌曲與手勢，無形的歌唱與手語中介物，如同《醉八仙》與場下信徒一同喝酒祝壽或丟灑錢幣一般，轉換現場觀眾，成為認同同一個形象意識下的社群團體，故對群眾而言是充滿驅動力的偶像，使觀眾們如同宗教信仰一般的對此兒童劇團的演出保有信心與驅動力，因此，可視為利用儀式與戲劇結合成功的案例之一。但是，由於演出的過程中缺少實際中介物的贈送，過於強調兒童劇場教育上的目的，忽視兒童也有功利主義的傾向，也沒有由特定角色帶領的互動遊戲或活動，因此，演出後較難達到如上述認知層面的滿足，無法因滿足實際與娛樂需求而對兒童人格或認知產生影響，甚為可惜。

印證劇場儀式化表演影響劇團經營現狀的現象，就發生在近年來該劇團開始減少水果奶奶本人於演出前後出現，改以影像或只有聲音的部分進行此一演出儀式，漸少現場的實際帶動參與。筆者發現，現場觀眾就沒有之前的投入與踴躍，甚至有觀眾數減少的趨勢。筆者推論，觀眾減少或許與重複演出劇作有關，不過，演出前觀眾與特定角色同樂和見到其本人，應也是觀眾至劇場觀賞的要素及期待之一，當發現期待無法滿足時，觀賞的樂趣降低了，參與及持續支持該劇團的意願也就隨之減少。

筆者曾詢問過如果兒童劇團此一現象，獲知劇團對主要代表人物水果奶奶的逐漸淡化，有其計畫性，主因是該特定角色的形象權不屬於劇團所擁有，且希望著眼於日後改以建立劇團名稱的品牌形象以利行銷，作為答覆。但是，筆者認為，長久以來儀式性表演，加上偶像人物所形成有利經營模式的縮減，應亦是影響票房的原因之一。儀式性表演以及有形或無形中介物所能產生的影響與娛樂效果，往往超乎經營者的想像，如何使實效與娛樂同時存在，並在觀眾中轉變造成回應與滿足的成效，應是兒童劇場經營者在構思戲劇演出時所需注意的要素之一。

## 七、結論與建議

臺灣當今的酬神戲日趨沒落，尤其是正戲演出時幾乎無人欣賞，扮仙戲戲碼，如《三仙會》、《壽仙》等演出時，群眾都寥寥可數，酬神戲現今的演出，已不是如同傳統社會時的娛樂選項，而是逐漸回歸至宗教上演給神看的表徵意義，扮仙戲中還有較多人觀看參與的，以《醉八仙》、《群仙會》演出時人數較多，經常也是中介物贈與完畢後，大部分的觀眾就離開了。這個現象，固然與臺灣當代野台戲正戲演出表演能力的沒落與品質不佳有極大的關係（林鶴宜，2007；楊馥菱，2002），然而至少還能吸引部分觀眾留下欣賞之後的演出。從《醉八仙》的演出過程中可理解，表演與群眾之間如果要達到良好與長久的劇場關係，除去宗教信仰的部分，中介物的使用可視為強化與關鍵的手段之一。如何應用表演時的中介物使其具有表徵意義，結合儀式與戲劇意涵，經由打破或融合舞臺區與觀眾席，使得觀眾意識因此經過實效的轉換與娛樂的轉移功能，獲得需求上滿足後對其產生

影響，進而利用此種手段，培養劇場演出的愛好者與支持者，為筆者本次從臺灣扮仙戲《醉八仙》表演過程中，所得出之結論與建議。

運用中介物打破舞臺與觀眾之間的界線，使兩者融合一體，滿足所有群眾的期望，不再單一的尋求實效或娛樂，而是多元效果呈現，實際上已成為臺灣表演團體在演出時不自覺的手法。如何滿足劇場中所有觀眾不論在情意或是認知上的期望，如同民間信仰為何能吸收信眾的原理非常相近，期望與需求的獲取滿足是最大的動力來源。

由上述可知，儀式與戲劇都能形成一定的影響。表演過程達到的目的越多，吸引越多忠誠的觀眾。使用帶有表徵意義的中介物，加強儀式與戲劇的表演功能，在劇場中造成實質功效，於臺灣的兒童劇場中有目共睹。如何結合兩者使之同時存在與發生，筆者則於參與小星星兒童劇團的兒童偶劇《不一樣的聖誕節》演出中獲得更多的啟發與證實（如圖 5.）。



圖 5.劇場內舞臺與觀眾的結合

小星星兒童劇團提供

《不一樣的聖誕節》演出聖誕老人與聖誕精靈的故事，主題在述說，被賦予幸福的聖誕禮物只有真正的好孩子才能獲得。聖誕老人透過聖誕精靈進入到觀眾席，將兒童們所喜愛的貼紙，當成戲中的聖誕禮物，同時如同《醉八仙》中介物的錢幣/物品一般，轉換成獲得幸福的人與具有表徵意涵（我是好孩子）的禮物，透過打破舞台界線，互動式的交流形式，灑給兒童撿拾，最後在觀眾與聖誕老人、聖誕精靈的親密互動、祝福中結束演出。整個演出流程與扮仙戲的表演意義如出一轍。神聖與世俗混合在一起，實效與娛樂在劇場中同時出現且進行交流。可惜的是，編劇於禮物在劇中的表徵意義不夠明確，劇場管理單位基於安全考量不讓兒童起身追跑撿拾，甚至提前告知兒童有貼紙可領取，使兒童缺乏驚喜與滿足的情意，否則這次的模式，極可能就成為如同扮仙戲，儀式與戲劇在劇場演出中成功交流達到轉變觀眾的最佳範式。

## 註釋

1. 正音即官話。
2. 臺灣廟宇由於組織可分為財團法人與管理委員會，所以會說主任委員或董事長、爐主的姓名為代表。
3. 理查·謝喜納 (Richard Schechner)，美國紐約大學表演研究系著名教授，當今世界最具有影響的戲劇導演兼理論家。被譽為繼斯坦尼斯拉夫斯基、布萊希特、梅蘭芳之後，第四位在 20 世紀享譽世界的表演學理論研究大師。他所創建的“人類表演學”，是近年來國際上發展最快的人文新學科之一（理查·謝喜納，2016）。
4. 本文由烏銳先生翻譯。但是在翻譯過程中，筆者比對原文，發現在 Transported 一詞上的翻譯，發生兩種中文意義，轉換與轉化，Transformed 也發生兩種中文意義，轉化與轉移。其中都有翻譯成轉化，為避免中文意義上不統一發生混淆，故筆者以文章內之中文翻譯為主，Transported 翻譯為轉換，Transformed 翻譯為轉移。
5. 臺灣的兒童劇團，現今幾乎都符合兒童劇場的定義。所謂兒童劇場，指的不是兒童自身的表演，而是由專業劇團，結合劇場工作人員與受過訓練的演員，訴諸於年少者觀眾為對象的演出活動。演出以舞台劇、戲偶、歌舞劇、默劇等表演型式為主（張曉華，2008）。
6. 在此指的異教徒為臺灣民間信仰之外的群眾，指天主教、基督教、回教、伊斯蘭教等等。

## 參考文獻及書目

- 王嵩山（1988）。扮仙與作戲。臺北縣板橋市：稻鄉出版社。
- 王國義（2005）。《醉八仙》在傳統劇種間的文化風貌探討。屏東文獻，9，38-103。
- 王曉春（譯）（2010）。人類學與戲劇學之間的聯繫點（原作者：Richard Schechner）。人類表演學系列-謝喜納專輯。上海市：上海戲劇學院。（原著作出版年：1985）
- 朱振威（2002）。就劇場藝術學論意識劇場觀演之關係。中國文化大學藝術研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 邱坤良（1981）。談民間戲曲活動。民俗曲藝，9，29-36。
- 邱坤良（1980）。野台高歌。臺北市：皇冠出版社。
- 林素珠（1999）。北管扮仙戲研究。中國文化大學藝術研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 林鶴宜（2007）。從田野出發：歷史視角下的臺灣戲曲。臺北縣板橋市：稻鄉出版社。
- 吳惠巧（2005）。臺灣傳統信仰的宗教詮釋。臺北市：大元書局。
- 紀家琳（2013）。臺灣當代廟宇劇場戲臺體制研究。台中市：白象文化事業有限公司。
- 理查·謝喜納。上海戲劇學院。民國 105 年 10 月 11 日，取自：

[http://www.sta.edu.cn/list\\_professor.aspx?id=17149](http://www.sta.edu.cn/list_professor.aspx?id=17149)。

莊耀嘉（2000）。瑪斯洛。臺北市：桂冠圖書股份有限公司。

黃德林（譯）（2010）。從儀式到戲劇極其反面：實效-娛樂二元關係的結構/過程。人類表演學系列-謝喜納專輯（原作者：Richard Schechner）。上海市：上海戲劇學院。（原著作出版年：1982）

張曉華（2008）。兒童劇場的賞析教學。教師天地，158，22-28。

楊馥菱（2002）。臺灣歌仔戲史。台中市：晨星出版社。

鄔銳（譯）（2010）。表演者與觀眾的轉換與轉移。人類表演學系列-謝喜納專輯（原作者：Richard Schechner）。上海市：上海戲劇學院。（原著作出版年：1985）

董芳苑（2008）。臺灣宗教大觀。臺北市：前衛出版社

鄭志明（2005）。臺灣傳統信仰的宗教詮釋。臺北市：大元書局。

潘鴻瑞（2008）。由劇場藝術學論《唐戲弄》的觀演關係。中國文化大學戲劇學系碩士論文，未出版，臺北市。

Richard Schechner（1985）。*Between Theater & Anthropology*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

# To be changed from theater exchange of effectiveness and entertainment - for example Taiwan Religious Festival Theatre "Drunken Masters"

Chi, Chia-Lin

---

## Abstract

Gods reward festive performances in Taiwan, Taiwan Religious Festival Theatre has been considered an important object of the gods reward performance. "Drunken Masters" show is short, because the number of plays more, is more important performances, and with ordinary people living close to the dramatic, it has become common drama in Taiwan temple thanksgiving ritual/theatre process. In this paper, through the Performance Studies theory, by "Drunken Masters" in a brief show for the audience was presented and contacted with the intermediary. That is, the ritual actors from the gods and the human world of media intermediaries, after breaking the boundaries of theater, so that the whole audience become participants in the ritual and drama co-musicians. The effectiveness and entertainment merge into one, retranslating the original theory they discussed duality. Application of this theory to explore the audience transported/transformed after transformation of the intermediary, and performance practices used in the case of children's theater and the actual status quo.

**Keywords:** Taiwan Religious Festival Theatre · intermediary · Transported · Transformed · Children's Theatre.

---

\* Department of Theatre Arts Chinese Culture University Assistant Professor

從實效與娛樂的劇場交流中獲得轉變-以扮仙戲《醉八仙》為例



藝術與  
幸福

第一卷  
第一輯  
（總目次）

ISSN 10213686 00500

9 771021 368004

GPN : 2005500004  
定價 : 新台幣500元整