

視 覺 藝 術 論 壇

發行人：李明仁

編 輯 審 查 委 員 會

編輯委員：劉豐榮、簡瑞榮、張栢祥

（本學報所有應徵文稿均敦請校外專家學者審查）

執行編輯：張栢祥

執行秘書：劉華芬

責任編輯：陳箏繡、孫翼華、陳娜文、王藍亭、黃怡媽

編輯顧問：黃冬富：國立屏東教育大學教授兼副校長

黃壬來：文藻外語學院傳播藝術系教授兼系主任

陳瑞文：國立台灣師範大學藝術學院美術系教授

封面設計：張栢祥

國立嘉義大學人文藝術學院視覺藝術學系／視覺藝術研究所

「視覺藝術論壇第六期」稿件目錄

台灣漫畫迷文化之美形品味之研究：

以「美少女」與「美少年」人物圖像為焦點..... 陳箐繡 2

試論陰性書寫於當代水墨創作中的隱微體現..... 孫翼華 31

行動電話之功能圖像傳達與使用者意涵認知研究..... 陳娜文 王藍亭 48

初探法國新藝術女性肖像畫中側面像的風格特色..... 黃怡嫣 80

台灣漫畫迷文化之美形品味之研究： 以「美少女」與「美少年」人物圖像為焦點

陳箏繡*

摘要

台灣漫畫迷文化非常活躍，展現積極主動的生產性，對於人物造形講究「美形」尤其著重，主要是因為「美少女」與「美少年」角色大受青睞與歡迎，這類人物圖像到處充斥。所謂「美少女(bishoujo)」或「美少年(bishonen)」，係指那些容貌美麗的少女或少年，這類人物角色與圖像不僅有其造型方式與美感特徵，同時也反映某種集體價值與美感品味。本研究一方面整理台灣漫畫迷所喜愛的「美少女」與「美少年」人物類型，並分析其形式美感特徵與意義模式，另一方面則探析漫畫迷對美形人物圖像所表露的美感價值判斷，希望進一步了解漫畫迷文化之整體品味與觀點。

關鍵詞：美少女、美少年、美行品味、漫畫同人誌、漫畫迷文化

*國立嘉義大學視覺藝術學系 教授

*本研究為國科會補助之兩年期專題研究計畫(NSC 96-2411-H-415-007，NSC97-2410-H-415-031) 之部分研究成果，僅此感謝研究小組的努力與所有參與者的協助。

A Study of the Taste for Beautiful Figure Images in Taiwan's Anime/manga Fan Culture: With a Focus on “Bishoujo” and “Bishonen” Images

Jin-Shiow Chen

Abstract

In the last decade, Taiwan's manga fan culture becomes highly visible and active and has demonstrated the power of productiveness as could be identified through the thousands of manga doujinshis and manga-related products displayed for sale in the ComicWorld. From the comic market phenomenon, it is obvious that “manga figure images” are the greatest significance because almost all products are based on or extended from manga figure images. Among the most prominent figure images are “bishoujo” and “bishonen”. They both are Japanese terms, literally meaning “beautiful girl” and “beautiful boy”. These “bishoujo” and “bishonen” images featuring their own visual styles are very popular among manga fans. The popularity of “bishoujo” and “bishonen” images is never a simple spectacle, but a complex phenomenon surrounded by an expanding tangle of intersecting interests, ideas, ideologies, and interpretations. In order to understand these fascinating cultural phenomena thoroughly, this study will be approached from two different ways: 1. categorizing the types of bishoujo and bishonen images popular among Taiwan's manga fans and analyzing the visual, representational features of these types of beautiful figure images; 2. mapping the meaning structure and social functions of bishoujo and bishonen images in the context of Taiwan's manga fan culture.

Keywords: bishoujo, bishonen, taste for beautiful figure, anime/manga doujinshi, anime/manga fan culture

* Professor, Department of Visual Arts, National Chiayi University

台灣漫畫迷文化之美形品味之研究： 以「美少女」與「美少年」人物圖像為焦點

壹、緒論

一、研究緣起與動機

漫畫人物圖像在漫畫迷文化佔據非常重要的地位，其強大魅力可以從漫畫同人誌販售會上展售的漫畫同人誌與周邊商品幾乎都以漫畫人物圖像為表現核心，其數量之多、運用之廣，簡直到了「滿溢」的狀況，每每有被漫畫人物圖像塞爆的感覺。不過，漫畫同人誌販售會場上到處可見的漫畫人物圖像往往是抽離漫畫中之場景語境而加以特寫，就像明星宣傳海報、人物寫真、大頭貼一樣，圖中人物也因而顯得更加突出顯目、更與眾不同、更有魅力，更具偶像形象與態勢，而漫畫明星與偶像也就這樣產生了。而這些各式各樣、不同風格與型態的漫畫偶像中，我們可以發現一共通特性，那就是其人物造形幾乎都很強調「美形」，即所謂的「美少女」與「美少年」（或另稱「美形男」、「美男子」）之類的。「美少女」或「美少年」，顧名思義即是指那些容貌美麗的少女或少男。雖然，「容貌美麗」的評斷是相當主觀的，不過，漫畫迷社群隨著其文化發展與實踐的過程中，卻逐漸衍生出特殊的標準、條件與原則。

最早引發許多兒童與青少年為「美少女」形象而瘋狂的少女漫畫實在是非「美少女戰士」莫屬，這套日本少女漫畫兼動畫在90年代發行即紅遍大街小巷，不僅風靡亞洲，而且橫掃歐美，有關美少女戰士的網站成千上萬，至於美少女戰士迷就更難以估算。雖然，這套美少女戰士動漫畫成功的條件很多，但

¹ 漫畫同人誌販售會是因應漫畫同人誌創作者和愛好者的社交需要而產生的聚會活動，提供他們和一般漫畫迷便利的交流管道。漫畫同人誌販售通常利用星期六和週日舉辦，活動時間並不長，但是這樣為期兩天的販售會對整個漫畫同人誌次文化來說是相當重要的，不僅提供同人誌創作者和一般漫畫迷便利的聚會和交流管道，同時也是凝聚該文化社群的主要動力(Chen, 2003)，一般中型販售會的同人社團區攤位平均大約都有三百多個，暑假期間的販售會規模較大，社團攤位往往可達到七、八百個，而每場參觀人數（多為漫畫迷）大約在一萬人次左右。

最重要的還是因爲片中的美少女戰士的角色塑造與形象實在不愧「美少女」之名，Eternal Stars—永恆星星網站之網主即提到BBS站上就常常討論到「美少女戰士中你最喜愛的是誰」的問題（<http://es.suw.idv.tw/>）。美少女戰士的美少女造型對往後之少女漫畫或同人誌創作的影響匪淺。而在漫畫同人誌販售會場，我們也確實可以發現這樣風格的美少女圖像很多，受喜愛的程度可見一般。

「美少年」一詞仍然是日本大眾文化的產物，係指外形美麗俊俏的年輕男子。美少年形象在漫畫迷文化的地位相當重要，尤其在女性漫畫迷之間，其受歡迎程度非常高。根據長期研究日本漫畫文化的Kinsella (2000)的觀察，日本漫畫迷主要以年紀在13-25歲之間的年輕女性爲主，而本研究這幾年觀察台灣漫畫同人誌販售會的結果也發現年輕女性不僅是漫畫同人誌次文化²的主要參與者，而且是文本生產者和敘事者，其喜好並衍生創製的女性化漫畫風格與類目成爲此文化的主流，從女性向³同人誌的數量比男性向的多很多的情形可以察覺（陳箐繡，2006）。少女漫畫和女性向BL同人誌是以女性閱讀者爲取向，而且幾乎都是由女性創作者所創，因此，美少年蹤影簡直遍佈漫畫迷文化中，其佔有率絕對不會比美少女圖像少。

此外，立體模型娃娃的流行，則爲美少女和美少年形象之塑造提供另一種創意途徑，立體娃娃模型主要產自日本和韓國，以漫畫人物風格爲依據，可以更換眼球、睫毛、頭髮、和服飾，還可以化妝，所以娃娃造型與漫畫美少女和美少女相似。近幾年，霹靂布袋戲的華美戲偶也出現在販售會，但是似乎更加柔美化，而且也融合一些漫畫的造型風格，成爲另一種較具本土色彩的美少女和美少年。

² 漫畫同人誌 (Animé/manga Doujinshi)、與漫畫同人誌次文化 (Animé/manga doujinshi culture)：這是漫畫文化所衍生出來的新產物，是指由一群漫畫同好以動漫畫、電玩、其他影視劇等爲衍生漫畫之創作題材，自資發行出書，並在漫畫同好之間相互交流或銷售的業餘性漫畫刊物。因著漫畫同人誌、漫畫作品與相關產品的創作、發行、交換、販售和消費等活動而凝聚形成的特殊文化風貌，即稱爲漫畫同人誌次文化。

³ 漫畫同人誌從閱讀者導向的角度來說，一般分爲「女性向」、「男性向」和「一般向」，「女性向」則以女性讀者爲導向，以「男性愛」(Boy's Love，簡稱爲BL)漫畫同人誌爲代表。「男性向」係指以男性閱讀者爲主，以「女性愛」(Girl's Love簡稱爲GL)和成人漫畫同人誌爲代表，至於「一般向」則指其內容適合全年齡範圍，沒有情色與激情性愛的畫面內容，與「健全」一詞同。而言下之意，男性向或女性向漫畫同人誌都涉及情色內容，因此，也多列爲15限或甚至18限範圍內，所謂15限，乃限制15歲以上才能閱讀，而18限乃指限制18歲以上才能閱讀。

更直接地說，漫畫迷文化就是有關「美少女與美少年」偶像崇拜與生產的文化，是一個強烈追逐「美形品味」的社群，一方面不斷接收商業漫畫的資源，一方面又持續再創，生產屬於其文化品味的造型方式與語彙。然而，這樣一種「美少女與美少年」崇拜的現象與品味難道只是顯示青少年與青少年們一種盲目崇拜、膚淺頹廢、認同迷惘、自我沉醉、縱情感官、以及逃匿虛擬世界的自我放逐行爲？還是它其實隱藏更深層的次文化意涵、美感特質與意義形式？Wilson and Toku (2004)曾經提醒到，這是一個屬於青少年/少女的衍生性漫畫符號生產系統，它是與學校著重的藝術不一樣的，透過漫畫媒介，青少年/少女正逐漸形構屬於他們的獨特視覺形式語言、意義結構與經驗模式。從此，我們可以意識到兩層重點：年輕漫畫迷們的「美少女與美少年」崇拜現象不僅反映年輕人的美感品味與再現形式之喜好特徵，同時也顯示其異於傳統精緻藝術的美感觀點與價值判斷，也因此，若對漫畫迷之「美少女與美少年」人物角色之再創、表現與美感價值判斷進行研究，不僅可以對其人物角色類型、形式美感特徵與意義結構方式有所了解，同時還可進一步了解漫畫迷文化之集體價值和美學觀點。

二、研究目的與問題

綜合以上之分析和討論，本研究計畫希望藉由質性研究法，針對兩個層面進行整理與探究：第一層面是整理台灣漫畫迷所喜愛的「美少女」與「美少年」人物類型，並分析其形式美感特徵與意義模式，第二層面則探析漫畫迷對美形人物圖像所表露的美感價值判斷，希望進一步了解漫畫迷文化之整體品味與觀點。本研究的最終目的是希望藉此研究發現提供當代視覺文化藝術教育研究之新見解與建議。為達此目的，本研究計畫擬定之具體研究問題如下：

- (一) 目前漫畫迷文化流行之「美少女」與「美少年」之類型爲何？「美少女」與「美少年」各類型之造型特徵與形式美感爲何？
- (二) 流行漫畫之「美少女」與「美少年」圖像對漫畫迷來說具有怎樣的吸引力與美感價值？漫畫同人誌社群所創製之「美少女」與「美少年」圖像文本又具有怎樣的意義結構與美感意涵？

三、名詞釋義

本研究涉及之主要名詞的界定如下：

(一)漫畫(Manga)、動漫畫 (Anime/manga)：本研究的漫畫，專指日本流行漫畫，通常是連環漫畫書，具有完整的故事情節，甚至常常需要連載數輯才告完結。漫畫與卡通動畫(Animation簡寫為Anime)有著密切的關聯性，一般卡通動畫多是改編自漫畫書，然後以動畫方法處理。本研究雖然用漫畫為統稱，但其涵蓋內容還包括動畫、電玩和相關周邊商品。

(二)漫畫文化、漫畫迷社群與漫畫迷文化 (Manga Culture, Manga fandom or Manga Fan Culture)：所謂漫畫文化係指因為日本商業漫畫所牽引而成的文化現象，也是流行文化的一環。漫畫迷社群是指因愛好或著迷動漫畫的人所形成的群體關係，而由此群體在一起的互動關係所形成的特殊文化性質即為漫畫迷文化。

(三)漫畫同人誌 (Manga Doujinshi) 與漫畫同人誌文化 (Manga Doujinshi Culture)：這是漫畫文化所衍生出來的新產物，是指由一群漫畫同好以動漫畫、電玩、其他影視劇等為衍生漫畫之創作題材，自資發行出書，並在漫畫同好之間相互交流或銷售的業餘性漫畫刊物 (鍾瑞蘋, 1999; 林怡璇, 1997; Chen, 2002)。漫畫同人誌出刊方式可分為數種，包括：個人誌、合同誌、單行本、突發本等 (林羿姣, 2003)；而其內涵主要可分為原創派和演繹派兩種 (賴怡伶, 2000)。而因為漫畫同人誌與相關漫畫衍生產品之展售、交流或消費的關係所形成的文化現象即為漫畫同人誌文化，由於漫畫同人誌創作者也多為漫畫迷，所以漫畫同人誌再創就是一種迷生產，漫畫同人誌文化就是漫畫迷文化的一部分，不過由於它是漫畫迷文化最可視、最聚焦的部分，所以往往被用來代稱漫畫迷文化。

(四)美少女 (Bishoujo)：這是日本用語，用以指稱容貌美麗的少女，其年齡多在18歲以下。若年紀更輕更可愛的小少女，則又以羅莉(Loli)稱之。

(五)美少年 (Bishonen)：這一類是日本用語，近年在漫畫迷文化廣受重視，似乎因而被認為日本漫畫迷文化的專有術語，相關用語還有「美形男」或「美男子」。美少年係指容貌柔美的少年，年齡也多在18歲以下。若年紀更輕更可愛

的小少年，則又以正太稱之，年齡大於18歲者則多用美男子或美形男。但在日本漫畫中，人物普遍年輕化，或許因為閱讀者以青少年、青少年和年輕男女為主的緣故，因此，本研究乃採用「美少年」一詞。

貳、文獻探討

一、漫畫美少女與美少年之形象特徵

「美少女」或「美少年」都是日本用語，在漫畫迷文化中尤其盛行，係指容貌美麗的少女或少男。「美少女」或「美少年」形象魅力的高漲與風靡主要受到日本漫畫工業新型態經營方式的影響。以「美少女」形象來說，最早引發許多兒童與青少年為「美少女」形象而瘋狂的少女漫畫實在是非「美少女戰士」莫屬，這套日本少女漫畫兼動畫在90年代發行即紅遍大街小巷，不僅風靡亞洲，也橫掃歐美。美少女戰士就是典型的「美少女」，其造型對往後的少女漫畫或同人誌創作的影響匪淺，飄逸飛揚的秀髮、明亮動人的大眼睛，小巧可愛的鼻子和嘴唇，九頭身的比例，纖細窈窕的身軀和修長的雙腿，年紀大約都在14、15歲，有的甚至更小，看起來清新純淨又天真無邪，令人喜愛。

「美少年」一詞仍然是日本漫畫文化的產物，原本指BL（同性愛）漫畫或同人誌中的男主角們，其人物造形都相當唯美與夢幻，既有女性的美貌細膩，又有男性的理性果決，完全超乎男女身體的分界與限制，以雙性同體的超然美感來突顯一種純粹與神聖的愛。或許因為BL漫畫原屬於少女漫畫一環，其創作者也多跨足一般少女漫畫，因此，我們發現這樣丰姿卓約的翩翩美少年形貌即移轉運用在少女漫畫的男主角上，也因此，現今美少年已不再完全代表同性戀者，也可以是異性戀者，也就是說，凡是外形美麗俊俏的男子都可稱為美少年或美形男。又由於少女漫畫中的美形男主角隨著劇情需要，被描繪為具有各種優點與能力的英雄人物或主角，他們往往擁有藝術能力、運動天賦、高智商、或者有著幽默感，打破傳統美少年的刻板形象，美少年的形象因而更多元化、

健康化、以及完美了 (Wikipedia, 2006)。在80年代初左右，少年漫畫與少女漫畫的區分開始模糊化（李衣雲，1999），或許因此緣故，少女漫畫所標榜的美少年形象似乎也影響了少年漫畫對男性角色的外形塑造與美感呈現，也因此，少年漫畫中的男性角色越來越多元，有些角色也像少女漫畫中的男主角一樣被塑造得相當清麗雅致，對漫畫迷文化中的「美形男」風潮頗有推波助瀾的效用。

（一）以年齡作區分的類型

漫畫中的美少女類型很多，以年齡區分來說，則又有幾種。清麗窈窕、又純真可愛的美少女在漫畫迷文化中被稱為「羅莉」（loli），近來有越來越受歡迎的趨勢。相對於稚嫩可愛的羅莉，成熟美麗的美形女稱為「御姐」（onei），其年齡大約在16歲到25歲之間，已脫離羅莉型態的女孩，身材姣好，氣質顯得成熟，不過，一旦過了20歲的女人通常會以「熟女」稱之，在動漫畫或同人再創作品中，其實這類「熟女」人物角色是比較少的。當羅莉即將轉變為御姐時則稱為「尾羅莉」，這樣的美少女大約在15、16歲之間，已經開始擺脫掉小羅莉的幼稚羞澀，成為較成熟但不至於太老成的青春美人。整體說來，漫畫迷文化所風靡的女性之美是非常年輕化，比較來說，10歲以下的小可愛可能比25歲的成熟美女還受歡迎。

美少年通常指年紀在18歲以下長相美麗的年輕男子，然而，就像美少女一樣，美少年也因年齡關係而有了不同的型態與術語做代表，如：「正太」、「美男」或「美形男」。「正太」就是指俊俏可愛的小弟弟，年紀大約在12歲以下；「美男」或「美形男」則泛指容姿美麗的男性，不過，通常以此形容年紀大約在18~30歲的青年人。雖然，以少年稱此年紀的男子似乎有些不妥，但是，歐美漫畫迷仍然以「美少年」來泛稱所有造型美形的男性漫畫人物 (Wikipedia, 2006)。不同於「羅莉」在男性漫畫迷間的高度受歡迎，「正太」對女性同人誌創作者間的吸引力比較沒有那麼高，本研究觀覽一般少女漫畫和BL漫畫同人誌的男主角仍然以看起來大約在14歲以上到20多歲的美少年和美形男為主。

以年齡來區分漫畫美形人物為三種基本類型，其間的界線又不明確，顯然此區分法太粗略了，但是，這是漫畫迷文化習慣用法，只要是此文化圈子的人大概都知曉這些術語和其間的差異，譬如：「蘿莉」與「御姐」各有其造型特徵，其中女性胸部發育與否即是一明顯指標，不容易混淆。不像「蘿莉」與「御姐」間有一明顯分類指標，「美少年」和「美形男」有些時候是不容易區分的，只能根據漫畫原作所提供的訊息，或者比對成熟度來做區別。至於「正太」則因為是年紀11、12歲以下的小可愛，因此也較易區別。所以，造型之稚嫩可愛或成熟俊美的程度不同可以做為美感偏好的評斷標準。

（二）以造型風格作區分的類型

雖然漫畫中的美少女與美少年造型似乎依循某種公式，但是，若我們從視覺表現風格或性格來看，似乎又可將漫畫中之美少女和美少年的角色造型細分為許多不同的類型。美少女角色的造型風格很多元，主要常見的類型大概有以下幾種：（A）清新可愛又俏皮的、（B）甜美嬌嫩的、（C）華美艷麗的、（D）古典優雅的、（E）冷豔的、（F）優柔淒美、（G）自信獨立的與（H）純真善良的類型等。美少年角色的造型風格也一樣豐富多元，尤其像少女漫畫中的俊美男主角隨著劇情需要，往往被描繪為具有各種優點與能力的英雄人物或主角，因此常擁有藝術能力、運動天賦、高智商、或者有著幽默感，打破傳統美少年的刻板形象，其形象也因而更多元化、健康、以及完美了（Wikipedia, 2006）。就現今商業漫畫與漫畫同人誌來看，美少年角色的造型風格可以區分出很多類型，比較明顯且常見的有以下幾種：（A）溫和柔美的、（B）可愛俏皮的、（C）優雅愁悵的、（D）頹廢不屑的、（E）叛逆帥氣的、（F）冷靜睿智的、（G）英勇俊俏的類型等（Chen, 2007）。

以上針對漫畫中美少女與美少年的角色造型風格所做的分類只是本研究個人初步的觀察與整理，尚未進行信效度檢測與評估，在此提出來只是強調漫畫美少女與美少年的造型確實可以區分出許多不一樣的類型，而每一種類型有其視覺表現特性與美感品質。一旦從閱聽人的審美或喜愛角度來看，那麼，這些類型又可做為評估閱聽人審美品味的指標。本研究將透過問卷了解填答者

喜愛的漫畫美少女與美少年人物，以及其喜愛的角色造型特徵，從這些問卷資料和蒐集來的漫畫同人誌與圖卡，我們可以整理出目前漫畫迷文化中的美少女與美少年角色的造型風格主要有哪些類型，並統計出哪些風格是較受漫畫迷喜愛。

二、品味概念與社會意涵

誠如上一段討論有關漫畫美少女與美少年造型風格之多元類型，不同類型的美少女與美少年造型自然吸引不同的愛好者。雖然，漫畫迷或同人們對「美少女與美少年」人物造型的欣賞與喜愛角度可能有差異；但是，他們之中應該有許多層面是類似的，至少他們都是因為喜愛這屬於日本漫畫型態的「美感品味」而聚集在一起的，而此群體所分享的嗜好與品味的現象就有社會意涵與趣味性，值得進一步了解與探討。

「品味」的本意原是滋味之品嚐，但後來引申為對事物之鑑賞能力。根據柏克「論品味」的觀點，品味能力涉及個人天生的敏銳度與感受力、以及對鑑賞對象之關注力與持久度。柏克認為品味決非一單純的觀念，它至少包含感覺、想像力、推理與判斷力的成分（Burke, 1729-1797, 11~13），那麼，個人因為擁有這些成分的程度不同，其品味能力也就有差異。

在〈藝術品味與文化資產〉一文中，Bourdieu則以社會批判的角度分析到，藝術愛好或品味能力是由社會文化條件促成的資能，一種培養出來的天性，將藝術資能與教育之間的關係牽連在一起。簡單地說，藝術家或鑑賞家並非是「天縱英明」的結果，而是日積月累、有意識或無意識的學習行為所造成的，也因此，所謂專家往往是受教化或受文化涵化最深的人，文化實踐變為自然過程，「成為一種習性，將『擁有』(possession) 化為『存有』(being)」（林明澤譯，1997，267）。藝術品味或鑑賞能力的獲取是仰賴個人對藝術知識與其特有之符碼的掌握，以及如何藉此累積更多的藝術資能，以便占據文化階級的優勢位置；如此，藝術品味的建立脫離不了權力爭鬥的關係，永遠處在個人條件與社會文化價值的協商位置，也因為如此緣故，藝術品味在歷史時空下，必受社會情境制約，與社會文化保持連結關係。

從Bourdieu的文化資產觀點來看，漫畫迷文化之美感品味與實踐模式似乎也可以文化機制與社會關係加以解釋，特別是當此文化是建立在一套漫畫符碼與再現體系的基礎上。漫畫同人社群的社會行為主要建立於漫畫文本之消費、閱讀、創作與書寫、生產與再生產上，文本選擇也就決定了其社會身分的歸屬與認同（Fiske, 1987; Pustz, 1999）。這樣的社群屬性就是Jenkins（1992）所謂的「象徵性社群」（symbolic community），在此社群中，當成員愈能認知到每一個原始文本的脈絡時，那麼他們也就愈能從中擷取豐富的資源以建構自身的意義和愉悅，其文化實踐能力也就愈強，反之亦然（Fiske, 1987）。簡言之，在象徵性社群中，文本生產能力越強，文化實踐能力也就更充分，擁有的文化資產相對地也會增加，成為該社群中的專業人士或有經驗的鑑賞家。如台灣漫畫同人界有所謂的「大手」，就是稱呼那些創作水準高，有專業漫畫家程度的同人誌創作者，他們在漫畫同人圈的知名度高，作品銷售量大，屬於藝術家階級，而他們往往成為散佈某種美感品味的重要介質。

漫畫迷文化雖然是一個開放性高的社群，沒有明顯區域、種族、性別和社經地位的限制，也沒有清楚的社群機制與規範，只要對漫畫（包括動畫和電玩）有熱情、有興趣即可成為其成員，但因個人掌握漫畫符碼與知識的能力不同，他所處的社會地位也就不一樣。本研究預期漫畫同人誌創作者、角色扮演者、和一般的漫畫愛好者（熱愛漫畫但不事漫畫同人誌創作或角色扮演者）對漫畫美少女與美少年造型的欣賞角度與評鑑能力將有所差異。不過，縱使他們之間有差異，在同屬漫畫迷文化成員的前提下，他們也會有共通性，分享類似的集體價值觀點和潮流品味。

參、研究方法與執行

由於本研究重點是有關漫畫迷文化之「美少女與美少年」人物圖像造型特徵與其反映之「美感品味」問題，所以，本研究以檔案研究法為基礎，以「美少女與美少年」人物圖像為主要的研究檔案，進行人物圖像分析，並輔以問卷

與觀察，以強化本研究之內容形式整理與意義詮釋的深度和客觀性。

資料蒐集方面，「美少女」圖像有二十個，主要是從本研究問卷的回應中整理出15位，問卷蒐集期間為2007年8月~2009年7月，利用參加同人誌販售會。「美少年」角色圖像則分兩組，一組是被稱為「漫畫史上超級帥哥前十位排名」，排名資料來自藤訊動漫（comic.qq.com/a/20061028/000005.htm）的票選，這十位角色可以說是美形男中的經典，歷久不衰。第二組則是另外從本研究問卷之回應名單中整理出來的二十位角色。至於問卷部分，由於考慮同人誌創作者、角色扮演者和一般漫畫迷眾的文化實踐能力有所差異，因此，本研究乃針對這三群對象設計三款問卷，每款問卷發出100份，但本研究僅選取填答較詳實的每款20份作為研究資料，所以總共有60份。問卷發放是利用漫畫同仁誌販售會舉辦之時進行的，需事先向主辦單位申請，取得同意後才能實施，問卷發放分兩梯次，一為2008年10月在台南，一為2009年5月在台北。而在漫畫同人誌販售會現場發放問卷的同時，研究者也乘機觀察此社會文化的動向，特別是針對漫畫同人誌販售會中所呈現的「美少女與美少年」角色圖像趨勢與展售產品的種類，以及漫畫迷們的社會互動關係。

本研究之資料分析分兩部分，第一部分是圖像檔案分析，主要是針對所蒐集之20位「美少女」與25位「美少年」人物圖像資料作整理，說明角色名稱與漫畫出處，簡述外貌特徵，及分析其美形類型；第二部分則是觀察與問卷內容分析，主要是針對漫畫同人誌創作者、角色扮演者和一般漫畫迷對「美少女與美少年」人物圖像的造型特徵、魅力、意義結構與美學意涵的回應進行整理分析與歸納。

肆、研究分析與討論

一、漫畫界流行之「美少女」與「美少年」的類型

(一) 美少女類型

少女漫畫中到處充滿美少女圖像，可選擇的角色多不可勝數，要客觀排名並不容易，大致說來，漫畫迷們票選美少女角色多半是依據個人喜好與品味而定。以下表格中的角色順序並不是美形排名順序，只是方便呈現圖像資料，以便說明受歡迎的美少女形象大概有哪些，而這些資料來源是整理自本研究設計之問卷，以及網路相關論壇。

表1：美少女人物圖像分析

| 角色名稱 | 漫畫出處 | 外貌特徵說明 | 美形類型 (性格特質) | 圖像 |
|-------------|--------|-------------------------------------|----------------|---|
| 月野兔 | 美少女戰士 | 金色長髮，頭上束著兩髮髻，變裝後身著藍色水手服，九頭身，雙腿非常瘦長。 | 正義、可愛又善良之美 |  |
| Sheryl Nome | 超時空要塞 | 飄逸的粉紅長髮 | 豔麗動人之美 |  |
| 柊司 | 幸運☆星 | 黃色蝴蝶結 紫色短髮 | 天然治癒系 角色之美 |  |
| 娜娜莉·蘭佩洛基 | 叛逆的魯魯修 | 微捲棕色長髮， 紫色明眸、大眼、 身體瘦小 | 溫柔體貼之美 |  |

| | | | | |
|-------------|-------|--|---------------------|---|
| 兩儀式 | 空之境界 | 擁有如黑色絹布般 綺麗的秀髮，並有 致死之魔眼的魔力 | 端正親和 之美 |  |
| 龍宮禮奈 | 暮禪悲鳴時 | 黃褐色短髮，身著 水手制服，配件為 柴刀+帽子 | 腹黑 (表裡不一) 之美 |  |
| 西行寺 幽幽子 | 東方系列 | 複雜的洋裝與帽子 | 漂亮卻貪食 之美 |  |
| 閻魔愛 | 地獄少女 | 平瀏海與黑色直長 髮，有時著黑色水 手制服，有時穿黑 色花布之和服 | 黑暗之美 |  |
| 雅琍耶姐 ·費瑞 | 交響樂の雨 | 茶色長髮、 黑色大眼， 身著鄉村風格的 洋裝。 | 純真善良 可愛之美 |  |
| 水銀燈 | 薔薇少女 | 黑羽 | 腹黑 (笑面虎， 黑心肝) |  |
| 八神疾 風 | 魔法少女 | 白色短髮+帽子 | 可愛之美 |  |
| 北條 沙都子 | 寒蟬 | 妹抖 | 可愛之美 |  |

| | | | | |
|----------|------------------|----------------------------------|---------|---|
| 西洛絲·維多利亞 | Hellsing | 軍裝 | 傻大姐之美 |  |
| 綾波零 | 新世紀福音戰士 | 灰色短髮，身著高中女生制服 | 冷漠病態之美 |  |
| 鮎川圓 | 橙路 | 校園制服 | 神秘莫測之美 |  |
| 管生明日香 | 閃電霹靂車 | 車隊女郎服，細腰，俏麗秀髮，修長美腿。 | 青春陽光之美 |  |
| 涼宮春日 | 涼宮春日的憂鬱 | 校園水手服 | 鬼靈精怪之美 |  |
| 蓓兒丹蒂 | 幸運女神 | 金黃長秀髮，天使般的翅膀 | 賢良淑德之美 |  |
| Lucy | Elfen Lied (剛本倫) | 淡紫色長髮，褐色眼眸，頭上有貓耳般的雙角與透明導航片，有超能力。 | 超能力妖精之美 |  |
| C. C. | 反逆的魯魯修 | 綠色長髮，造型可愛，但是性格卻很有個性，有智謀。 | 睿智個性之美 |  |

(二) 美少年類型

1. 漫畫史上超級帥哥前十名排名

相對於美少女美形排名的多元分歧現象來說，美少年的美形評比似乎比較具有共識，顯示一般漫畫迷對何為美少年或美形男的審美品味比較具有一致性，甚至，還可區分出十名經典式的、歷久不衰的美形男代表，以下即所謂漫畫史上超級帥哥前十名的排名。本研究對每一角色之外貌特徵作簡短之描述說明，並根據該漫畫中角色性格與人物造形特徵來區分其美形類型。

表2.1：漫畫史上超級帥哥前十名圖像分析

| 角色名稱 | 漫畫出處 | 外貌特徵說明 | 美形類型 (性格特質) | 圖像 |
|------|-----------|--------------------------------------|----------------|---|
| 哈特涅特 | Black Cat | 黑色亂短發，頸下有羅馬數字xiii印記，武器黑帝斯(黑色裝飾槍) | 個性衝突之美 |  |
| 由貴瑛裡 | 萬有引力 | 淡褐色頭髮，淺色眼睛，配飾是眼鏡、香煙，左耳戴一只耳環 | 愛恨糾葛之美 |  |
| 皇昴流 | 東京巴比倫 | 黑髮綠眸，手套(手背上有櫻塚護留下的印記)，工作時身穿白色式服，右眼失明 | 孤獨之美 |  |
| 流川楓 | 灌籃高手 | 黑髮黑眸，臉部無表情，嗜睡，打球時左手戴黑色護肘 | 冷漠不屑之美 |  |
| 藤原左為 | 棋魂 | 長髮古裝(平安時代)美人，陪飾是耳環和折扇 | 執著之美 |  |

| | | | | |
|---------|-------|---|--------|---|
| 哈利斯 | 毒伯爵該隱 | 黑色短髮，金綠色眼眸——狂妄的美貌，絕對21世紀前衛美型的代表，喜歡毒藥，喜歡掘墓 | 狂妄高傲之美 |  |
| 楊戩 | 封神演義 | 藍髮紫眸，額上有第三隻眼，坐騎是一隻白色長毛大狗(哮天犬)，特長是變身 | 天才之美 |  |
| Count D | 恐怖寵物店 | 黑髮，一眼變異呈金色，永遠中式華麗長衫，面掛甜美笑容 | 外酷內柔之美 |  |
| 邑輝一貴 | 暗之末裔 | 銀色短髮，遮住右眼(義眼)，通常一身白色風衣 | 高深莫測之美 |  |
| 藏馬 | 幽遊白書 | 銀色的長髮，金色的眼眸，妖狐 | 聰慧明智之美 |  |

此排行主要根據藤訊動漫 (comic.qq.com/a/20061028/000005.htm) 的票選資料，排行榜中的角色確實相當美形，堪稱歷久不衰的經典造型，不受後來之美形男角色影響。


2. 其他美形男

除了上述的十位經典美形男外，尚有很多美形男的角色，本研究從問卷中整理出十五位代表性角色，並針對各角色之漫畫出處、外貌特徵與美形類型作初步描述與分析，資料結果如下表2.2。

表2.2：其他美少年人物圖像分析

| 角色名稱 | 漫畫出處 | 外貌特徵說明 | 美形類型 (性格特質) | 圖像 |
|---------------------------|----------------------------|---|----------------|---|
| 風鳥院 花月 | 閃靈二人組 | 身褐色長髮，分束兩側，深核色眼眸，擅長操弄絃線，將自然萬象化作招術的「風鳥院流絃術」之傳人 | 中性之美 |  |
| 玖月牙曉 | X | 銀色長髮，著古代白色長袍，有政治世家的風範 | 善良高貴之美 |  |
| 月城雪兔 | 庫洛魔法使 | 核色短髮，帶眼鏡，是庫洛卡守護者「月」的偽裝模樣 | 溫和爽朗之美 |  |
| 審判者 (月) 變 身後的雪 兔 | 庫洛魔法使 | 銀色長髮，身披白色長袍，外表冷酷，但內心熱情 | 真誠忠實之美 |  |
| 聖鬥士 星矢 | 聖鬥士星矢 | 黑髮，身著天馬座聖衣，為人極為衝動，但戰勝敵人的決心卻無人能比 | 意志力之美 |  |
| 酷拉皮卡 | HUNTER X HUNTER (獵人) | 黃色頭髮，興奮或憤怒時眼睛會呈火紅色，手中常握鎖鏈武器 | 智慧冷靜之美 |  |
| 神田優 | 驅魔少年 | 烏黑長髮，手中握有刀形六幻武器，未發動前為黑色，發動後為銀白色 | 冷血之美 |  |

| | | | | |
|--------|-------|--|--------|---|
| 星宿 | 夢幻遊戲 | 烏黑長髮，左頸上有一個「星」字，是朱雀七星士的印記，專長是劍術 | 帝王高貴之美 |  |
| 孫權仲謀 | 鋼鐵三國志 | 黑長髮，綠色眼眸，頭戴珠簾帽飾，身披白色毛茸披風 | 才智雋永之美 |  |
| 紫劉輝 | 彩雲國物語 | 淺茶色長髮，頭上有髮髻，中國古裝造型， | 昏庸癡情之美 |  |
| 天野真琴 | 真假茱麗葉 | 金黃頭髮，高中女生裝扮，但他原是男兒身。 | 執著之美 |  |
| 「仙女座」瞬 | 聖鬥士星矢 | 綠色頭髮，淺綠色眼眸，常戴桃紅色頭盔，個性溫和不愛鬥，擅用心理戰術。 | 溫和靈巧之美 |  |
| 柳宿 | 夢幻遊戲 | 紫核色長髮，黑色明亮眼眸，美貌如女子，左胸上有一個「柳」字，擁有異於常人的怪力。 | 嬌柔之美 |  |
| 阿爾維斯 | 魔兵傳奇 | 黑短髮，綠眼眸，外表冷酷、內心熱血澎湃，曾在戰爭中被施加了殭屍刺青。 | 冷酷之美 |  |
| 利傑 | 銀色勇者 | 褐色短髮，銀色衣著與披風，黑色手套，是一位天真可愛的魔法師 | 天真可愛之美 |  |

| | | | | |
|-----|-----|---------------------------------|---------|---|
| 塔矢亮 | 棋靈王 | 黑色短髮，黑眼珠，天才棋士，眼神透露出聰明純真的有志優等生性格 | 純淨有志向之美 |  |
|-----|-----|---------------------------------|---------|---|

二、「美少女」與「美少年」的造型特徵

(一) 美少女的造型特徵

上面表1 所列的20位美少女代表性人物角色圖像，無論是從外貌特徵，或是從美形類型，都可看出這些美少女角色是各有特色、各具美感。不過，整體看來，這些角色之間還是有共通性，根據問卷資料的整理，美少女角色塑造有以下幾種特點：

- 1.外表特徵：飄飄長髮、美麗秀髮、俏麗短髮；明眸皓齒、眼睛大、睫毛長、吸引人的眼神、眼睛有光澤、閃亮、充滿夢幻色彩；鼻子省略、或僅簡單描繪；皮膚白皙、紅脣小嘴、尖下巴；身材好、身材勻稱、纖細、修長比例、修長的八頭身、腿長、修長身材+蘿莉臉、身材不能肥胖，五官在正確的位置上。
- 2.性格特質：溫柔、可愛、柔弱、妖嬌、年紀永遠比預設看起來小、一眼就很吸引人目光的外表、成熟又有「氣質」，野艷性感的美女、可愛又不失魅力、有「氣質」、善良純真、具魅力的性格、天真無邪又甜美、小巧可愛、楚楚可憐、身子單薄，風一吹就飛走的樣子。
- 3.衣著配飾：衣服髮型都要很可愛、服裝髮型搭配得宜，飄飄然長裙、薄紗長衫、俏麗短裙、短褲、有特色的衣服造型與髮式。

從上列有關漫畫迷回應的美少女角色塑造特點來看，外表特徵與衣著配飾兩方面基本上與表1所分析描述的類似，但是在性格特質一項方面，卻有一些差異性存在，漫畫迷所回應的美少女性格特色多為正面的，譬如，溫柔、可愛、柔弱、妖嬌、天真無邪又甜美、善良純真、有「氣質」等，然而，就表1的美形類型（性格特質）一項中，我們卻發現有負面的性格特質，例如：龍宮禮奈的表裡不一、西行寺幽幽子的貪食誤事、閻魔愛身為地獄少女，對世人充滿怨恨

與報復之心、以及綾波零的冷漠變態等，如此看來，擁有美麗外表的美少女，卻未必有良善美好的性格，但是一般人還是比較容易將「美」與「善」連在一起，從問卷回應即可略見此般情形。

（二）美少年的造型特徵

就像表1的美少女造型多元差異性一樣，上面表2.1與表2.2所列的美少年/美形男代表性人物角色圖像，無論是從外貌，或是從美形類型（性格），都可看出這些角色是各有特色、各具美感。不過，整體看來，這些角色之間還是有共通性，根據問卷資料的整理，美少年/美形男角色塑造有以下幾種特點：

- 1.外表特徵：長髮飄逸、頭髮柔順、短鬚、中長髮；女性化的五官、膚如白雪、面如冠玉、蒲柳之姿、臉蛋清秀、臉尖、削瘦的臉、長臉；紅脣、劍眉、細眉、濃眉、漂亮的眼睛、細長眼、小狗般的眼神、長睫毛、高鼻、臉型與美少女相同，但線條有稜角，眼睛比美少女稍小、較長；高挑、好身材、纖細瘦長、修長纖細身材、肩膀挺、勁瘦腰細、挺俏的臀、長腿、、、九頭身，手長腳長；身材不能肥胖，五官在正確的位置。
- 2.性格特質：帥，有個性，冷酷，斯文(中性)，文質彬彬，乾淨、不諳世事，楚楚可憐(等於沒胸部的美少女)，野艷又不失可愛，性感有魅力，無辜狀，俊美卻又沒有娘娘腔的感覺，個性有魅力，柔弱、無搏雞之力，個性軟弱，主觀的直覺，陽光燦爛、有主角威能，優雅的動作，個性鮮明、愛恨分明，有奇異能力或特殊才能、以及容易招惹是非的災難體質，自傲、孤僻、頹廢、可愛、有趣、天真。
- 3.衣著配飾：服裝髮型搭配得宜、戴眼鏡、穿時尚的衣服或薄紗長衫。

從表2.1和表2.2的美少年/美形男的圖像與上述漫畫迷問卷回應的外表特徵來看，美少年/美形男的美形特色就在於「陰陽融合」的俊秀美感，這與猛男或肌肉男的陽剛、壯碩與強健之美感不大相同，而是男性魅力中融合女性陰柔雅致的美，不過，從上列之25位美少年/美形男圖像來看，我們可以發現每位角色的「陰陽融合」程度不太一樣，有的較有男性氣概，有的則較具女性柔美成分，甚至已經非常像美貌女子，譬如：〈棋魂〉中，長髮長衫飄逸優雅的藤原左為，〈鋼鐵三國志〉中，才智多謀的孫權仲謀，〈真假茱麗葉〉中的天野真

琴，以及〈夢幻遊戲〉中嬌柔的柳宿，幾乎很難辨識他們是男子。然而，如此這般的男子女子化美學卻是個有趣、值得玩味的視覺再現形態，主要是因為它不僅反映「陰陽融合」之美形造型與視覺表現的可能模式，同時也標示一種跨越性別的「新人體美學」。

至於漫畫迷對美少年/美形男的問卷回應方面，比較值得注意的仍然是有關性格特徵一項，不過，不同於美少女性格特徵的回應都偏向美好正面的部分，美少年/美形男的性格特質回應卻有負面元素，譬如：冷酷、個性軟弱、自傲、孤僻、頹廢等，但有趣的是，這原本被認為是性格缺陷或弱點，在美少年/美形男形象塑造上卻成了「壞壞美形男」的催化劑，所激發的吸引力反而更加強勁，表2.1超級帥哥中就有明顯的例子，如：〈Black Cat〉中的哈特涅特，個性衝突，隨時有精神分裂的危機；〈東京巴比倫〉中的皇卯流，右眼失明又個性孤獨；〈灌籃高手〉中的流川楓，則是面無表情又嗜睡，一付冷漠不屑的模樣，但他卻被公認超級帥、超級受喜愛的美少年；再者，〈毒伯爵該隱〉中的哈利斯也是一付狂妄高傲的模樣，但也是令人著迷。不過，無論是「壞壞美形男」，或「正正美形男」，其共同點就是善用合適其性格的視覺造型，也就是說，不僅外貌要俊美，而且要美得有個性、有特色，表2.1的十位超級帥哥都是很好的例子。

三、「美少女」與「美少年」圖像的魅力與地位

根據觀察了解，「美少女」與「美少年」很受漫畫迷們的青睞喜愛，主要的原因就如問卷回應者A所言：「（美少女與美少年）很受歡迎啊，因為萌（可愛）與美的事物人人都愛」，但較令本研究好奇的是，「美少女」與「美少年」圖像究竟在漫畫迷心裡具有怎樣的魅力，以及在社群文化中所佔據的地位？以下是整理自問卷回應的意見，由於很多意見大同小異，為了避免重複，乃將意見重點稍作刪減統整為如下十四項：

- 1.具有領導流行趨勢的力量，會吸引模仿風潮甚至帶動相關週邊的商機(例如：公仔、偶像、造型打扮等)。
- 2.很高吧，沒有人會想看醜人當主角吧！想想若都沒有美型角色的話，漫

- 畫大概就不會有那麼多的人愛看了吧，反而會變成少數人的喜好。
- 3.具有至高無上、無可取代的地位，代表著作品中的「理想形象」。
 - 4.是故事中的主軸、是噱頭、崇高不可或缺，有如帥哥美女在歌壇的地位。
 - 5.好故事往往也需要美少女和美少年襯托的。
 - 6.是目前漫畫界的主流，更是賺錢的表徵，當然是「商業吸引的手法」
 - 7.美少女在「男性向」漫畫中是十分重要，應該是必備的。
 - 8.«美少女»與«美少年»是吸引人觀看的動力，通常人氣會很高。
 - 9.是花瓶？或深藏不露的花瓶(比較實用)，雖然花瓶，卻是永不可缺。
 - 10.很重要，主角不美形，我會被退稿。
 - 11.是賣點，為作品增加人氣，更是主角需要的條件之一。
 - 12.是主角、重要角色，讓人看了心情好。
 - 13.有一定的地位，尤其對年齡層低的人，像國小或國中小朋友，會吸引他們對作品有興趣。
 - 14.形象＝賣象，選擇漫畫當然也會以外貌畫技取勝阿，外表萌那賣相就佳。

誠如上列意見，「美少女」與「美少年」圖像在漫畫迷文化中是相當重要的，無論是從漫畫創作之內容經營角度來看，還是從該社群之文化流通與實踐關係來看，都扮演著不可或缺的必要角色，不過，意見的表面是如此，實際上則又另有所指。再仔細檢視一下上述意見，我們就可察覺其字裡行間隱約透露的負面觀點與評斷，簡單地講，很多漫畫迷實際上並不認為「美少女」與「美少年」具有實質的價值，對漫畫之內在品質影響不大，因為美貌或美形都是表面功夫，沒有意義深度，只能像花瓶般當擺飾，但是，他們之所以重要、不可缺少，是因為一般人很膚淺、很視覺感官，多以美貌取勝、以萌為標準，尤其是年輕讀者(像國小或國中小朋友)，故要有賣點或吸引力，非得塑造美形角色不可，至於內容品質到底如何卻未必受重視，這裡面有許多的無奈與感嘆。

面對漫畫迷這樣的潛在性否定態度，我們不免要問，「美少女」與「美少年」的視覺造型真地只是「花瓶」，只是表面的形式美感，充當裝飾美化的功用，以便發揮「養眼的作用」（問卷丙）？還是成功的「美少女」與「美少

年」角色其實更需要純熟高超的視覺造型與表現技術，以傳達文字語言難以表現的意義形態？也因此，這樣的美形圖像與再現方式背後也有其意義結構系統。接下來，本研究即是針對「美少女」與「美少年」圖像的意義結構與美學意涵進行分析討論。

四、「美少女」與「美少年」圖像的意義結構與美感價值

(一)「美少女」與「美少年」圖像的意義結構

關於「美少女」與「美少年」圖像的意義結構這問題，我們還是得從這類形象的象徵意涵來看，也就是說，這些美形圖像除了是漫畫故事中的某個角色以外，其性格特色與美感造型往往反映某種更深層的意義，而此處的分析就是希望能透析「美少女」與「美少年」圖像背後的意義結構與象徵系統，而分析的方式主要是以表1與表2.1與表2.2的「美少女」與「美少年」角色圖像及其在原作中的性格特色為主，並以問卷相關見解為輔，分析結果如下：

- 1.超越世間的神仙意象：許多「美少女」與「美少年」角色雖是屬於世間的，但是他們的美麗形貌卻不屬世，使之宛如仙人一般，誠如問卷丁的回應：「如此的美，像活在仙人界或天堂的感覺」，也因此這類美形角色就帶有超越世間的神仙意象與象徵性。
- 2.藝術雕琢下的完美意象：有些「美少女」與「美少年」角色被雕琢塑造得非常完美，彷彿只有在藝術或戲劇中才看得到的人物，就如問卷戊的回應：「傾向伸展台、舞台的完美意象，偏離現實」，而這類美形人物也就反映藝術雕琢下的完美意象。
- 3.夢想中的理想意象：有很多問卷回應者皆談到，美形圖像的造型特色多強調「萌、帥」，塑造夢幻感，呈現一種難能達成的唯美理想意象，也因此，這樣唯美夢幻的「美少女」與「美少年」人物總是令人聯想到夢想中的理想意象。
- 4.王子公主般的高貴意象：無論是漫畫圖像資料或問卷或訪談，我們不難看到「美少女」與「美少年」圖像隱含著西方童話中王子公主的形式特徵

與意義結構，主要作為表現一種文明化的、貴族式的高貴美感。

5.俗世外的清流純淨意象：「美少女」與「美少年」的美形，往往被塑造出有別於俗世，彷彿世外桃源般的清新純淨，用以突顯庸俗與天然之分野。

6.有限時間下的恆久意象：從許許多多「美少女」與「美少年」角色中，我們知道並不是所有的角色都是正派的，但是縱使是惡魔等反派角色卻對愛情充滿堅持與執著，讓美形和永恆性產生連結，讓我們在有限的時間下可以看見永恆性的存在。

7.混沌虛假中的真理意象：「美少女」與「美少年」的美除了具有清新脫俗的特性外，也往往被塑造成在現實混亂、真假難辨的環境中堅持追求真理的代表，更直接地說，這樣類型的「美少女」與「美少年」角色本身就是代表真理，其造型美感自然要反映這種真理的意象。

8.困頓中的堅忍意象：這類型的「美少女」與「美少年」角色可以以「梅花」作比擬，強調不畏風寒，越冷越開花的傲骨特性，縱使在困頓環境中，也能堅忍不拔，勇往直前，這樣類型的「美少女」與「美少年」角色造型美感也就反映這種堅忍的意象。

從上面的分析描述，可以發現「美少女」與「美少年」角色造型的意義象徵性是豐富精采的，上列八項其實尚可細分出更多類型。就像第八種類型可類比「梅花」，其他七種類型似乎也有相對應的花木可作比擬，而從此，我們可以意識到，「美少女」與「美少年」角色造型的意義象徵模式其實就像中華文化以松、竹、梅、蘭、蓮等花木比擬君子性格的方式類似，那麼，其背後應可推演出一套完整的意義系統。

(二) 「美少女」與「美少年」的美感價值

1. 「美少女」與「美少年」在漫畫迷中的美形功用

先前已約略提到，「美少女」與「美少年」角色受歡迎的主要因素就在於美形外表，然而「美少女」與「美少年」角色除了引發漫畫迷們喜愛，樂於親近之外，那麼，是否還有其他功能？從漫畫迷問卷回應的意見中來看，「美少

女」與「美少年」角色的美形功用尚有以下五點：（1）可以滿足幻想，引發更多想像；（2）美少女的性格更加柔弱，滿足男性渴望；美少年的性格則容易女性化、滿足女性渴望；（3）讓人看了心情好、賞心悅目；（4）增添看動畫時的樂趣；（5）滿足現實生活中的不滿，表達人類慾望。

2. 「美少女」與「美少年」在漫畫中之美形功用

「美少女」與「美少年」角色因為個人特質強烈，所以許多閱聽人很容易因而被吸引，不過，絕大部分問卷回應者都還是會強調劇情還是很重要，譬如問卷已提及：「因造型獨特被吸引，但若劇情太糟則無法持續」。也有問卷回應者強調個人較重視劇情，還是要劇情吸引人才會喜愛該作品，不過，他們也強調美形角色確實有加分作用，幾乎沒有人認為只要劇情好，角色畫得再怎麼差都無所謂，以下兩位回應者的意見可作參考：

問卷回應者庚認為：「漫畫好看在於劇情，不過，反之我可能會因角色畫風太醜而無法閱讀該漫畫」。

問卷回應者辛強調：「近年覺得「典型」美少年、美少女太氾濫，已經麻木了/有時候會看到一半才突然覺得很喜歡這個角色，然後才追進度下去；不過，如果內容太爛愛，興趣就會消失，好的角色設定還要有好的劇情輔導，內容若不萌，對美形角色會無感，有很多作品有美形角色卻沒有劇情，那就不太好。」

伍、結論

經過層層的分析與討論後，我們再進一步來看看漫畫迷文化這樣的美形品味究竟有何特徵與美學意涵。首先，此美形品味是偏向「稚嫩甜美」，其形式、質感與風貌和西方傳統藝術美感截然不同，形構出一種特屬於當前社會、漫畫流行之甜美、可愛、粉嫩、夢幻、以及流動善變的陰柔氣質。這種品味的產生或許是因為以下三種因素：（一）漫畫媒介之美感符碼特性，（二）時代社會品味的改變與影響，（三）年輕人（尤其是青少年/青少年年齡層）的偏好。

有趣的是，這樣「稚嫩甜美」的美形品味在漫畫迷文化雖然極為普遍，美少女與美少年角色也廣受歡迎，但是卻仍有許多漫畫迷認為它們都是膚淺無深度的感官愉悅而已，對漫畫品質提升貢獻不大，也因此出現這樣一個「既喜愛又鄙視」的弔詭畫面，這或許是因為漫畫迷社群一方面隨著當前流行文化的品味前進，另一方面卻又受傳統精緻藝術與美感品味的牽絆，當然在兩者之間還有許多不同的喜愛層次與標準，使得漫畫迷文化更具有多元豐富的品味結構與秩序。

漫畫迷文化之美形品味的另一個特徵就是其「綜合包容」性，這可以從幾個層面來看，首先，「美少女」與「美少年」造型就是融合東西方人物的特徵，既有西方白種人的感覺，也有東方人的氣質，形成一種混種美形人物，而如此東西混種型態是有程度比例之差別，有的美形人物較像西方人，有的則較像東方人。其次，這種現代「美少女」與「美少年」圖像的美感形式與日本美人畫傳統保有某種程度的聯繫，主要有以下三個層面的影響：（一）平面化的繪畫形式，（二）身形姿態的形式特徵，（三）裝飾性符號的形式特徵。再者，許多日本漫畫不僅採用中國神話、小說或歷史故事，其「美少女」與「美少年」圖像也多少受到中國人物圖像的繪畫特色之影響，主要原因可能是因為日本文化與中華文化之間原本就很密切，因此其人物畫也多少受中國人物畫的影響，美形品味也多有雷同之處，符號象徵方式與精神層次表現也都相似。事實上，「美少年」這種具有女性化優雅美感在中華文化的人物造形中並不陌生，因為自古有教養的文人雅士往往被描述為白面書生、俊俏乾淨、知書達理的謙謙君子，就像紅樓夢的賈寶玉、白蛇傳的許仙、西廂記的張珙、甚至西遊記的唐三藏等等，所以，甚至有女扮男裝出演小生的習慣。這些例子其實都說明日本漫畫美形人物雖是現代流行文化產物，但是，其背後卻有著堅實的東方文化與圖像符號系統作基礎。

參考文獻

- 李衣雲（1999）。*私と漫畫の同居物語*。台北：新新聞文化。
- 李幼蒸（1997）。Roland Barthes原著（1978）。*符號學原則。寫作的零度：結構主義文學理論文選*。台北：久大。
- 吳憲鎮（2005）。*漫畫同人誌創作者的閱讀與書寫之研究*。嘉義大學視覺藝術研究所碩士論文。未出版。
- 林明澤譯（1997）。Pierre Bourdieu原著（1968）。*藝術品味與文化資產*。收集在吳潛誠總編校，*文化與社會：當代論辯*（259~276）。台北縣，台灣：立緒文化事業。
- 林怡璇（1998）。*漫畫同人誌團體成員之特質、自我概念與行為研究*。文化大學新聞研究所碩士論文。未出版。
- 林羿姮（2003）。*尋找藏寶圖中的秘密：漫畫同人誌創作者學校內外藝術學習歷程關聯性之研究*。台灣師範大學美術研究所碩士論文。未出版。
- 陳箏繡（2006）。「日本動漫畫」迷文化之異地生產、根植與文化形構：以台灣和美國漫畫同人誌販售會為焦點探析。*藝術學報*，第一期（創刊號），135-154。
- 張儒林譯（1997）。D. Hebdige原著（1979）。*次文化：生活方式的意義*。台北縣，新店市：學欣。
- 蕭湘文（2002）。*漫畫研究：傳播觀點的檢視*。台北：五南圖書出版股份有限公司。
- 賴怡伶（2000）。*台灣少女漫畫發展與文本創作分析研究*。成大藝術研究所碩士論文。未出版。
- 鍾瑞蘋（1999）。*漫畫同人誌，歡喜就好！中國時報1996年4月25日*，第39版。

英文部分

- Chen, J. S. (2002) Exploration of adolescent comics-culture and self-learning experiences in cartooning. Paper presented in 2002 National Art

Education Association Annual Convention, Miami, Florida, USA.

Chen, J. S. (2003) The comic/anime fan culture in Taiwan: With a focus on adolescents' experiences. *The Journal of Social Theory in Art Education*, 23, 89-103.

Chen, J. S. (2007) Young women's Boys' Love manga doujinshi and erotic fantasy. Paper presented in the InSEA 2007 Art Education Research and Development Congress, Heidelberg- Karlsruhe, Germany, July 15-20.

Fiske, J. (1987) *Television culture*. London : Routledge.

Fiske, J. (1992) The culture economy of fandom. In L. Lewis (Ed.) , *The adoring audience: Fan culture and popular media*, (pp.30-49) . London: Routledge.

Jenkins, H. (1992) *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. New York: Routledge.

Kinsella, S. (2000) *Adult manga: Culture and power in contemporary Japanese society*. Honolulu: University of Hawai'i Press.

Pustz, M. J. (1999) *Comic book culture : Fanboys and true believers*. Mississippi : University Press of Mississippi.

Wikipedia (2006) Bishonen. <http://en.wikipedia.org/wiki/Bishonen>

Wilson, B., & Toku, M. (2004) “Boys' Love,” yaoi, and art education: Issues of power and pedagogy. In D. L. Smith-Shank (Ed.) , *Semiotics and visual culture: Sights, signs, and significance* (pp. 94-103) . Reston, VA: National Art Education Association.

圖片參考網站

<http://www.cuhkacs.org/~hegu/Bo-Blog/read.php?208>

<http://www.wretch.cc/blog/altr/3516405>

<http://www.8comic.com/rank/43.html>

<http://my.mdbchina.com/tie/1213906/>

<http://www.jasonforce.com/candycandy/jpcomicscover03.jpg>

<http://www.comic.qq.com/a/20061028/000005.htm>

試論陰性書寫於當代水墨創作中的隱微體現

孫翼華*

摘要

本文主要是從全球化的框架下，藝術風格、觀念出現「文化雜化」(Cultural hybridity) 的現象來介入文化傳統性的議題，在其演繹的過程中，「陰性書寫」(L'écriture Feminine)的隱微感知再現於當今文化脈絡下的可能性；另一方面，環圍於當代藝術多元視角的場域中，藝術價值試圖放入後現代主義方法學的解構論、符號學及中西方美學……企圖撥正長期以陰柔氣質為次，陽剛氣質為優之兩者包裹在一起的意識型態；同時透過不同視角下的指涉意涵，試圖讓陰柔氣質於水墨創作此一領域，呈現出更為豐富的審美架構。最後，提出在台灣藝術生態百花齊放的今天，若觀看的視角仍是：水墨與傳統畫上等號，當代與西方水乳交融，水墨藝術是否將永遠歪斜於當代的邊緣。個人相信：只有當陰柔氣質與當代水墨不囿於傳統的定義之際，水墨藝術方有可能自在地與當代對話；陰柔隱微的美學氣質，也才能作為繪畫創作中重要的價值表徵之一。

關鍵詞：陰性書寫、陰柔氣質、當代水墨、隱微

*國立台灣藝術大學 書畫藝術學系 兼任助理教授

Subtle Embodiment of Feminine Writing in Contemporary Ink Painting

Yi-hua Sun

Abstract

In conclusion, the study wants to point out a problematic viewpoint. In the diversified artistic environment of Taiwan, if our viewpoint still rests on erroneous equalities, such as “ink painting equals to the traditional” or “western-styled equals to contemporary,” it is possible for the art of ink painting to be banished forever to the border of the contemporary. It is the author’s belief that, for the art of ink painting to have free exchange with the contemporary, the concepts of L’écriture Feminine and contemporary ink painting must not be confined to the traditional definitions. It is only on this condition that the hidden feminine aesthetics can serve as crucial evaluation for creative works of painting. This study examines the phenomenon of cultural hybridity within artistic styles and conceptions under the frame of globalization. Through this examination, this study engages the issues of cultural tradition, and taps into the possibility of resurrecting the creative awareness of “feminine aesthetic appreciation” within the contemporary cultural context. From another perspective, within the diversified fields that surround the contemporary art, the artistic value is attempting to absorb postmodern methodologies such as deconstructionism and semiotics, as well as Chinese and Western aesthetics. Through the delineation of this theoretic influence, the study attempts to point out the ideology that places the masculinity over femininity. At the same time, this study examines the signification under different perspectives to endow feminine creative ink painting with a richer aesthetic structure.

Keywords: L’écriture Feminine, Femininity, Contemporary Ink Painting, Subtlety

* Adjunct Professor, Department of Painting and Calligraphy Art,
National Taiwan University of Arts

試論陰性書寫於當代水墨創作中的隱微體現

壹、緒論

藝術，可說是最隱微的時代表述者，不論其以順應的方式與時代同流，抑或是以省思的態度與時代抗衡，它都無法脫離與時代的依存關係。如果說一個文化場域，是族群累積與沉澱化的過程，可想見的，它必定是由各個不同文化、政治、社會範圍被框架的子場域(subfield)所作用、推擠之下的結果。¹湯瑪士·麥克維利(Thomas McEvelley)在《藝術與他者》(Art and Otherness)中提出：

當一個被傳統所浸淫的文化與其他文化相遇時，這個文化通常會蓋起一道心智的牆抵禦其外來的影響，而視外來的影響是一種內在的威脅(外來文化是他者)；或者此文化藉由瞭解其本身文化的現實面，而逐漸採納其來自外界的影響。藝術風格與其文化動機的模糊化，是後者最爲明顯的元素，因爲其似乎打破其傳統文化的同一性。²

在全球化的框架下，藝術風格、技術、形式、概念等出現「雜化」，其「文化雜化」(Cultural hybridity)現象是一種雙面性的存在，一方面其文化起源在雜化的過程中，其純粹性再也不是一個重要的因素。另一方面，文化傳統性在雜化過程中，保存及創造了其文化再現於當今文化脈絡下的可能性。³自二次世界大戰結束後的台灣社會，發展出融合日本文化傳統的東方哲學唯心路線的「陰性美學」，其實是非常具有區域性文化的特色。⁴而藝術創作的當代性，不必倚賴包覆於「非此即彼」(either/or)的既定思想模式中，它可以是雄強的、聳

¹ 林宏璋，《後當代藝術徵候：書寫於在地之上》，臺北市：典藏藝術家庭，2005，頁10

² Thomas McEvelley, *Art and Otherness*, (New York: Mcpherson Co, 1992), p.123-124

³ 林宏璋，前引文《後當代藝術徵候：書寫於在地之上》，頁14~15

⁴ 陸蓉之，《台灣(當代)女性藝術史》，台北市：藝術家，民91，頁218

動的、爭議的、積極的、反諷的、惡搞的、主動的；同時也可以是陰性的、象徵的、幽微的、隱喻的、寓意的、間接的、感性的話語方式，是一股可以流動的、廣納的、包容的多元表述—於「混沌界」或者說是所謂的灰色地帶。陰性書寫有如乳汁般的白色墨水，帶有女性特質(femininity)或著說陰柔特質(feminine)的陰性書寫，悠悠緩緩流淌出一脈陰柔的、如隱的、幽微的視覺感知，此種細膩的審美質地，鋪陳並潛存著不可忽視的蔓延力量。而在當代藝術觀點的多義性及其背後因交雜所呈顯的文化內涵及其角度日趨多元的當下，創作者不再僅限於在傳統文化的形式中去詮釋傳統文化，而是以更高自由度的創造態度來重新觀看傳統文化，並且尋求突破傳統既有文化和創建新文化的多種可能性。

貳、陰性書寫的意涵與界域

關於「陰性書寫」(L'écriture Feminine)、「陰柔美學」(The Aesthetics of Femininity)的意義，首先是由法國女性主義學者海倫西蘇(Hélène Cixous, 1937-)所提出，並於1974年成立「陰性書寫中心」，法文原意除了廣義所指涉由女性所書寫的文章之外，也可視為一種不單只受女性生理所侷限的特質，某些男性藝術家的作品也同樣具有此特質，藝術學者江足滿將其歸納出七點：(一)顛覆文類、學科、藝術等傳統區分，甚至文學史/藝術史/文明史的潛在力量。(二)創造非單一符旨：掙脫單一語言/符碼桎梏。(三)「兩性觀念」：超越性別差異。(四)容他性的「陰性經濟」，如利它的精神與文藝中集體創作的現象。(五)解放女性的身體：女性發言的主體性。(六)戲(模)擬典律—換裝與改寫。(七)空缺與流動性。⁵海倫西蘇這位被德希達譽為「思考的詩人」的女作家自承受德希達的解構理論啟發甚深，⁶在她最早對書

⁵ 江足滿，〈女性心靈再現：『陰性書寫』與『陰性圖象』〉，引自《心靈再現—台灣女性當代藝術展》，高雄：高雄市立美術館，2001，頁18~22

⁶ Rosemarie Tong，刁筱華譯，《女性主義思潮》，台北：時報，1998，頁399~405

寫提出探討的文章〈突圍〉(Sorties, 1975)中,就以打破二元對立思考模式,重新界定陰性想像為出發點。文章一開始,在「她在哪裡?」的標題之下,西蘇列舉一系列二元對立詞語與概念:主動/被動、太陽/月亮、文化/自然、日/夜、父親/母親、頭腦/情緒、理智的/感性的、邏格斯/情感……等。在她的看法裡,所有這些二元對立都隱含了一個階序的概念,而男/女的二元對立是所有這些階序中二元對立的原型。男人是與上述二元對立的前者,也就是與其正面價值交相聯繫的,而女性則是被連繫於階序中負面的、居於下風的那一方。這樣的二元對立模式深深嵌入我們文化的各個層面,結構著人們的思想行爲,陰性書寫所強調的重點在於圈圍出不同於陽剛、明確、條理的男性價值,或者說在社會文化裡取得絕對高於女性位階的男性特質,同時也抗拒傳統裡二元對立以及必分高下優劣的詞彙與觀念,如:陽性代表著光明、崇高、明確、優秀,陰性則是黑暗、低下、模糊、負面等的價值觀。

海倫西蘇較以「生物本質主義」來介入其論點,她曾說過:

男人與女人都被捲入了一個複雜的千年文化網絡中,被它所決定。對它的複雜性,我們實際上是分析不了的。我們談到女人和男人時,都已經不可能不捲入一個意識型態的展演場域……

總是同樣的隱喻,我們跟隨它,只要有話語成形之處,它以它所有的形式迷醉我們。不論我們是透過文學、哲學、評論,來閱讀或訴說幾世紀以來的再現、反思,同一個、或說是雙重的理絡牽引著我們。⁸

「陰性書寫」(L'écriture Feminine)的原始概念可說是對應於陽性書寫而來。「陰性書寫」(L'écriture Feminine)為開放性文本的書寫方式,它將經驗置於語言之前,並提倡非線性、循環性的寫作,與「陽性書寫」(Literature)(西蘇通常稱之為「以陽物為中心」的書寫)不同,它並不倚賴傳統的二元邏輯,即在陽性認知中以自身為中心思考,其餘的「他者」只有在相對於自己時才存

⁷ 唐荷,〈女性主義美學的探討-西蘇與陰性書寫〉,引自《女性主義文學理論》,台北:揚智文化,2003,頁181

⁸ Helene Cixous,《Sorties》,in Elaine Marks & Isabelle de Courtivron ed., New French Feminisms, (Amherst: University of Massachusetts Press,1981), P.96

在，且有尊卑之分。在傳統文本的書寫中，男性總是以黑色墨水書寫，小心翼翼地將自己的思想包裹在周密且嚴格的規範裡，而女性則是用「白色墨水」書寫，不急著在理路及脈絡中突顯，也不意圖製造真理或價值，而是讓文字自由自在地往她希望的方向一路流淌，呈現開放的、多重的，變化多且富於節奏感、充滿可能性的面向。「白色墨水」代表著母親的乳汁，象徵著原始自然的養分，讓「她的書寫能不斷保持前進，地勢、狀況一概不考慮……她的語言並不收納、包含任何事物而只負責夾帶事物；且其並不壓抑可能而只創造可能。」⁹陰性書寫容許不同的表達，鼓勵藉著文字或創作將自己帶離那以陽性為唯一所建構的世界，拓展創作者獨特的思緒及情意表現，如：細膩、婉約、不固定、信手而寫、隨意自然、流動感、奔躍幻變……因此並不侷限於女性，相信它也可以被男性藝術家所使用。如：二十世紀最重要的作家之一：愛爾蘭的詩人詹姆斯·喬伊斯(James Joyce, 1882—1941)，他的作品極具綿密泉湧的意識流聯想，另一位美國的心理小說大師亨利·詹姆斯(Henry James, 1843—1916)，其筆下細膩纏綿的心理寫實鋪陳，同樣令人動容。這兩位男性作家皆可為此一書寫類型兼容並蓄之最佳例證。只不過是，女性是比男性更為接近此類書寫。¹⁰另一位勇於探索、創新不懈的語言暨詩學理論家兼批評家，同時對中國文化有著高度推崇的克里斯多娃(Julia Kristeva , 1941—)則質疑「本質的女性」的存在與否。她說：

不對女性做實際的探求，而將「女性」孤立為一個絕對名詞，一個固定的形貌去設想女性，這實際上是說不通的，因為現實生活中可能根本就沒有這樣一個女性的存在。¹²

過分強調「男」、「女」之分是近乎荒謬的……雖然我承認突顯女性身分可以作為一種手段，但我還是要指出，較深入地來看，「女性」

⁹ Helene Cixous, 黃曉紅譯〈美杜莎的笑聲〉，引自《女性主義經典—十八世紀歐洲啓蒙，廿世紀本土反思》，台北市：女書，1999，頁87~97

¹⁰ 謝鴻均，〈撥游於「陰性空間」的妊娠紀錄〉，引自《原好—混混乃陰性空間，瀝瀝如母性系譜》，臺北市：臺灣商務印書館，2006，頁66

¹¹ Kristeva, *About Chinese Women*, tr. By Anita Barrows, (New York: Urizen Book, 1974), p.16

¹² Kristeva, "Interview with Tel Quel", in Marks and de Courtivron ed., *New French Feminisms: An Anthology*, p.157

終究並不是一個本質性的存在；她與其他事務之間有著彼此聯繫、相互影響的關係。

克里斯多娃不贊成把語言與生理結構混為一談，在這「生物本質主義」的基礎上把書寫風格分為陽性與陰性，她認為這樣無異於把男性與女性再一次放入中心二元論對立的模式。而且，許多男性作家的作品事實上也呈現所謂的「陰性」書寫風格。可見生理性別與書寫風格並沒有一對一的絕對關係。¹³ 克里斯多娃在其堪稱重量級的博士論文《詩語言的革命》(*The Revolution of Poetic Language*)中，她把拉岡的象徵秩序與想像秩序的理論框架加以修改，轉化為她自己語言中的「象徵態」(the symbolic)與「符號態」(the semiotic)¹⁴，在從符號態過渡到象徵態的關卡中，不論男嬰或女嬰都必須面對認同父親或母親的抉擇，因此不論男孩還是女孩都有機會去選擇成為「陰性」或「陽性」。克里斯多娃對女性的論述是自覺地與本質的女性劃清界線，對她而言，「女人特質」不是天生的本質，而是「一連串選擇的結果」。¹⁵ 因此，克里斯多娃宣稱「婦女就其本身而論並不存在」。¹⁶ 她所論述的重點並不在生理意義上的「婦女」，而在文化語境中的「女性」，並視「女性」為一種不可界定的「東西」，一種存在和話語方式。同時，她反對激進女性主義的美學主張，拒絕自由女性主義的策略，認為這種「反意識型態」的作法無異於確立了一個女性中心主義，重設了中心／邊緣的二元對立模式，因而再次陷入了本質論的構架之中。¹⁷ 個人較為贊同她從差異論的觀點出發，倡導一種基於個人獨特性之上的多元女性論述，因此無法賦予「女性」任何先驗且確定的意涵，應從文化、語言、文本中重新形塑陰性的價值。

海倫西蘇強調：「陰性書寫能不斷保持前進，不牽強附會，只創造可能……」，「陰性書寫洋溢樂觀且歡愉的情懷」，讓「那原始的古老單聲道和其

¹³ 唐荷，〈克里斯多娃與邊緣顛覆書寫〉，《女性主義文學理論》，台北：揚智文化，2003，頁189

¹⁴ 唐荷，〈克里斯多娃與邊緣顛覆書寫〉，前引文《女性主義文學理論》，頁191

¹⁵ Morris Pam, *Literature and Feminism: An Introduction*, (Cambridge: Blackwell, 1993), p.165

¹⁶ Kristeva, *About Chinese Women*, tr. By Anita Barrows. (New York: Urizen Book, 1974), p.16

¹⁷ 羅婷，〈克里斯多娃〉(Kristeva, Julia, 1941-)，臺北市：生智，2002，頁215~216

他多種語言一起發聲，產生美好、和諧的共振共鳴」，經由表達他者經驗、母體韻律與音節印記、歡愉衝動所銘刻在書寫之中的自由戲耍意符都會發覺，原來真實表達不被壓抑的正確聲音，其實只要認真面對自己自由揮灑便可觸及。¹⁸作為一種新的書寫理想，她確實企圖顛覆父系文化與社會對發話權的獨攬。故「陰柔氣質」、「陰柔美學」及「陰性書寫」指涉隱含在陰性中有著另一種革命的可能。「陰性」承認他者的差異，也不打算把自己建構在陽性的宰制位置之上。因此，「陰性書寫」可以不必依賴二元邏輯，進而容許不同表達的原動力，¹⁹同時在創作的當下，不用被包覆在「非此即彼」(either/or)的既定思想模式中，它是可以流動的、廣納的、包容的多元表述—於「混沌界」或者說是所謂的灰色地帶，進一步繁衍出更多且廣的可能性。

參、陰性審美的內涵價值

身為一個女性視覺藝術工作者，同時感受東西方文化價值體系並陳的現代生活相互交錯的影響下，人們重新思考、辯證傳統性別關係中的定位，也必然注意到「女性主義」在二十世紀以降的種種發展，實為後現代藝術型態中一支不可或缺的生力軍，或者說一種再詮釋藝術價值的發展模組。女性微弱的聲音依舊透過各種隱微奧妙的書寫方式，呈現或再現自我主體，不絕如縷。書寫乃是銘刻個人受想行識的生命經驗與感情，同時也是創造與再生產的文化符碼(codes)與象徵體系的活動²⁰，它在自由與規範、道德與慾念……徘徊遊走且具不確定性的臨界狀態(liminality)。

1949年所出版的《第二性》(The Second Sex)為代表作的女性主義者西蒙·波娃(Simone de Beauvoir, 1908-1968)所提出的名言：「女性不是天生而就

¹⁸ 陰性書寫與白色墨水，2009.04.06. 引自<http://blog.sina.com.tw/linlin/article.php?pbgid=9061&entryid=586700>(2010.4.25.)

¹⁹ 姚瑞中，〈陰柔美學〉，引自《台灣裝置藝術》，台北：木馬文化，2002，頁198

²⁰ 紀元文，〈「女性書寫」專題弁言〉，引自《歐美研究》第35卷第1期，台北：中央研究院歐美研究所，民94，頁2

的，是被塑造而成的。」(“Woman is not born, but made.”)²¹，而歷史(History)亦非天生而就，是被男性塑造的，西蒙波娃主張沒有永恆固定的女性氣質或女人的宿命。約翰·伯格(John Berger)亦認為女性「自己既是觀察者又是被觀察者……她必須觀察自己和自己的行為，因為她給別人的印象，特別是給男性的印象，將會成為別人批判她一生成敗的關鍵。」²²謝鴻鈞亦就以上兩個論點浮現也同時宣告了女性無法迴避被塑造的宿命，因為女性的存在意義已成為文明社會兩千多年所沉澱的結局，即使在後現代的鬆綁思潮下，男性願意重新審視對女性的約束傳統，絕大多數的女性亦會在不自覺的狀況下捍衛著男性的權威。²³然而女性(陰性)是可以透過存在主義中所強調的誠實面對自我與虛境，勇敢的作出抉擇，努力地改變處境，女人仍然可以重新定義自己的存在，進而全面參與、介入與塑造過去一直由男人所主導的世界。

個人並不喜歡「女性主義」這個標籤，因為，它很容易讓人掉入二元論的制式化陷阱之中，而陰柔氣質也並不同於女性主義，個人深深地以為陰柔氣質所傳達出的陰柔審美，亦不僅僅是女性所特有的專利。賈桂林·羅斯(Jacqueline Rose)亦認為陰性氣質和藝術史都不是與生俱來的，而是被製造的，且兩者應會使對方都更形豐富。嚴格來說，那是一種不同於男性所主導兩千多年來所建立的藝術王國價值體系，而非專以男、女性性別者所創作的作品或論述來區分。更精確的說，我們可以發現，有許多男性藝術家在試圖表現陰柔特質的作品時，其所背負的壓力與不公平對待，也正是現有這個藝術制度下所無法感知的。個人相信在適度融入後現代主義方法學的解構論、符號學及精神分析論後，其多元架構在剖析及評論陰性意象符號的藝術型態時，對作品的詮釋可更趨多元與益加注重藝術作品的內涵及其精神面，進而撥正長期以陰柔氣質為次，陽剛氣質為優的意識型態，還予陰柔氣質一個等量齊觀於雄強壯美的藝術高度。

一直認為「陰柔氣質」應是一種存在的方式，而不是一種存在的類別。絕

²¹ 西蒙·波娃，歐陽子、楊翠屏等譯，《第二性》，志文，1992

²² John Berger (約翰·伯格)，戴行鉞譯，《藝術觀賞之道》，臺北市：臺灣商務，1993，頁50

²³ 謝鴻鈞，〈撥游於「陰性空間」的妊娠紀錄〉，前引文《原好—混混乃陰性空間，瀝瀝如母性系譜》，頁15

對的二分法是有其盲點的，我們應滌除陰柔氣質的審美表現是類屬次等的藝術形態，拆解這種將陰柔氣質即是女性藝術特質，陽剛氣質必為男性藝術特質的二元論述；或陰柔氣質為次，陽剛氣質為優之兩者包裹在一起的意識型態，還給不同基質藝術家所選擇個別差異的客觀評述，如此才能真實處理性別的各種因素，再現藝術的實際面貌。²⁴遊走於性別邊緣創作的藝術家，以其個人感知處理“性別”，使得繪畫形象似乎具有其特定造型與文化暗示，在沒有強烈主觀的預設立場下，創作者來自現實生活的無限感動之下，不可否認的，有著陰性自我的心境也常處於一種介於情感、內在與社會之間的糾結拉扯。

琳達·諾克林(Linda Nochlin)曾問：「為何偉大的女性藝術家不會存在？」(Why are there no great woman artists?)，筆者覺得應該更精確的問：「為何偉大的陰性藝術作品不常出現？」而性別特徵並非是衡量藝術的標準，但藝術個性的發揮又往往受制於性別，若不從傳統的性別“二元論”的定式思維中解放出來，就難以真正發揮個性，展現殊性。個人相信：只有性別的解放方能提升個性的解放，才可引發個性的多元發展，進而帶出藝術生態的平衡發展。近年來，國內外都有所謂「中性美聲」的音樂創作者，男性時尚界，似乎也有漸次靠攏女性特質的趨勢。印度靈性大師奧修(Osho, 1931—1990)也曾說過：「是的，這世界確實有少數佛陀存在，但如果你仔細觀察，他們都比較具有女性特質，而非男子氣概。整個世界上所有偉大的藝術家都愈來愈有女性優雅和細膩的特性，他們讓人感到柔和、放鬆、平靜和安寧，他們已不再狂熱。」²⁵時至今日，社會性別在流動中呈顯多元紛雜的存有狀態，藝術家們已在作品中解構著僵硬的性別定義，消解著性別傳統的定式思維。當代藝術高揚著人的主體意識，相信唯有在性別與多元文化空間中展演著人的差異及本色，當代藝術才有更真實的存在意義。

²⁴ 張多蜜，《陰柔氣質與我的藝術創作》，台北市立師範學院視覺藝術研究所碩士論文，2005，頁27

²⁵ 奧修大師，林若宇譯，《智慧的書(上)》，台北市：探索文化，民86，頁206

肆、以陰性書寫建構的當代水墨創作

台灣美術在殖民與移民的發展進程中，歷經多次的本土辯證，而各個階段的藝術家也呈顯了外來多元文化的豐富影響。東方藝術中最具獨特風格的水墨創作，也在嘗試創新、傳承精髓與現代生活節奏快速變遷的場域中，如何與類屬陰性審美的隱微特質的內涵價值相融遇合後，再造新水墨的審美經驗並建構水墨藝術多元的閱覽方式，也成為當代水墨創作中值得關注的課題之一。

審美觀是創作者存在當下追求理想境域的一種話語方式。每個人所企及的理想境界不同，方式各異。「陰性書寫」容許各類藝術形式不同的表達，因此並不侷限於女性，只不過是大部分的女性藝術家似乎較男性更為接近、親和此類書寫。儘管藝術作品和創作符碼有著霧落般不透明的質地，我們也可以發現，陰性基質的藝術家在題材及媒材上的選擇與呈現，雖多元卻懷抱一定程度的共相，並且與她(他)們的生活經驗息息相關，她(他)們擅於將人類感官交叉運用，延伸為對內在、外在的自我觀照，關注的面向較傾向私人的感受，而這種自我觀照又可引申為對心理、生理、生活經驗的探索及披露，或對周遭事物及外在世界環境點滴積累的生命軌跡。在她(他)們的作品中，我們看到許多素材被不約而同地大量使用，如：布料、針線甚至身體，這有一個共通點，就是對「柔軟性」的偏好。也因此，有許多藝評家將此類創作經驗稱之為「陰柔美學」或「陰性書寫」(L'écriture Feminine)，海倫西蘇將這類開放的文本性質發展成「文本的歡愉」(Textual Jouissance)，它是一種雙性取向的概念，並非只是單純地建立在女性的自覺上，而是建立在兩性對等的互動關係之中。²⁶根據海倫西蘇的看法，此乃生產「陰性書寫」的必要條件之一，意指能夠承認「異己(差異)」的存在，兼具男性與女性特質，提出對性別差異另類的詮釋，翻轉傳統對不確定與不穩定的歧視，脫離欲望之主導結構的主觀及社會效果；相反地，男性的雙性特質則因父系文化的歧視而被灰飛湮滅。因此，海倫西蘇所謂的雙性特質，不同於傳統的「雌雄同體」(androgyny)理想，想要泯滅性別

²⁶ 姚瑞中，〈陰柔美學〉，引自《台灣裝置藝術》，台北：木馬文化出版事業，2002，頁198

差異，反而具有開放，流動，承認複數形式的特色，能賦與女性書寫時表達的優勢，從而取代父權中心強調「非此即彼」之統合單一性的壓制性論述。²⁷

我們可以發現在藝術創作中的陰柔氣質絕非女性所獨有，創作者試圖藉由畫作探視某段時間裡的內在自我表現，他們(她們)的作品風格柔軟細緻，偏重情感的感性處理，也許對他或她而言，置放於較為陰性氣質的氛圍情境中似乎較易於真情流露。所以，在各個創作領域的男性藝術家的作品中，也可發現類似的、同樣的陰柔特質。此種體現於畫面或者說場域中的特殊氛圍，恰恰與中國美學相互輝映。以下所援引及論述的作品，是以陰柔發微為象徵符號的東方藝術創作為主，其創作者風格各異，但都存有一個最大的共同點—以陰柔氣質的審美角度及其樣貌深耕並衍發出的水墨創作來詮釋創作者所身處的當下世界，筆者在此僅提出部分的觀察及解析，取樣作品也以創作者個人風格的部份軌跡，其中以作品裡所內蘊的陰性書寫與陰柔氣質為主，非以媒材、題材、技法為分類之標準，而是試著藉由畫面整體的幽微氛圍之陰柔原型來梳理出其表現形式風格，同時輔以既有評論，藉以傳達出創作者細膩的生活感知與其美感經驗。我們可以觀察到蕭巨昇的水墨創作以後現代的拼貼手法，在仿若復古的擬態情境裡綴合並置入台灣的常民文化，從作品〈吟猗〉(圖1)帶著古意幽微的畫幅中，觀照作者所凝塑出那一方當代迷離卻又合諧內蘊的神秘境域。王怡然則慣用中性化的人體符號，以霧化輪廓的典型化陰柔美，成功地抽身於符號的象徵，在「誘惑」與「背離」中摩擦出無限能量。在作品〈思綺春〉(圖2)裡，如波蒂切利(Sandro Botticelli, 1447-1510)〈維納斯的誕生〉中，維納斯從貝殼中緩緩揚升的場景，代之以男子，貼合著神話中女性陰柔美的原型。詹前裕於「野鳥之夢」系列，如〈野鳥之夢〉(鸚哥)(圖4)中以其所嘗試的新技法，在絹本背後烘染金色的雲母或撒金沙子，使圖像蒙上一層面紗，若隱若現，使觀賞者之視覺癢癢，欲窺明晰全貌，反增強觀眾無限的遐思與想像空間，猶如於月夜靜聽一首小夜曲，製造出柔美神秘的氛圍。此系列作品之意涵，據作者言：「隱喻著籠中野鳥追求自由生活的夢幻願景」，觀者若能依照作者之意涵作感

²⁷ 朱崇儀，〈性別與書寫的關聯—談陰性書寫〉，引自《文史學報》，第30期，台中：中興大學，2000，頁83

情移入時，更能激起畫面的詩情畫意。²⁸潘信華(圖3)則在曖昧隱喻與弔詭虛幻的陰柔氛圍中游走，恰恰凸顯出藝術家所身處當下的時代特質。女性精神分析學家露西·依蕊格萊(Luce. Irigaray)，提出以內視鏡(*speculum*)的角度來檢視陰性文脈，是一種打破「唯一」，流向「非一」的觀看方式，也是饒文貞長期所固著的陰性敏銳、細密的情緒，並嘗試以陰柔的曲線來表現內在與外在的相連。在其作品〈雲卷相連〉(圖5)中，有著內視鏡在子宮或大腸內所見到的景象，均被轉換如肉瘤所結構的風景，彷彿佛洛伊德認為的女性內縮了的陰莖，正挑逗著自我的情慾，帶有一種不需假借外物的滿足感。²⁹孫翼華近期於〈女兒巢〉(圖6)的系列作品中以類屬陰性文脈的手法來介入，企圖呈顯並勾勒出一方女性想像的可能性，較以往的物象觀照漸次轉為心象的新境域，創造並置入更為細膩流動的陰性複調。

由以上引述的作品中，我們可以發現創作者多選取具屬陰性特質之輕質量為其媒介物、基底材(絹、紙)及類柔軟的創作符號元素，如：大自然中氤氳的烟嵐、綿密似浪的草坡、棉軟的白雪、嬌柔的花朵、輕柔的禽羽、中性的人體……等均被廣泛運用並反覆出現，用以詮釋並言說沉重的情感，並且凝塑他們的作品，同時成為其作品中重要的象徵符號。如此的表達方式，展現的正是陰柔發微的創作者歷經生命體驗後的心靈昇華。而「陰性審美」之內蘊幽微的隱喻陰性特質，環圍於當代藝術的多元視角及文化雜化的話語場域中，也漸次浮漾出粲然的光彩。

²⁸ 王秀雄，〈傳承與開創：戰後膠彩畫教育之父-詹前裕教授的膠彩畫創作評釋〉，引自《大地之光-詹前裕膠彩畫集》，台北市：創價藝文中心，2005，頁7

²⁹ 謝鴻均，〈台灣當代美術大系(議題篇)-陰性·酷語〉，臺北市：藝術家，2003，頁95



圖1：蕭巨昇〈吟猗〉
2001 水墨膠彩、生漆、
木板 132.5×63.6 cm



圖2：王怡然〈春綺思〉
2003 膠彩絹本 117×73 cm



圖3：潘信華〈持驗記〉
2007 水墨紙本 170x85cm



圖4：詹前裕〈野鳥之夢〉(鸚哥)
2003 膠彩絹本 80×65 cm



圖6：孫翼華〈女兒巢系列〉
2010 水墨絹本 28×40 cm×3



圖5：饒文貞〈雲卷相連〉
1997 膠彩絹本 120×100 cm

伍、結論

藝術創作者之所以能夠創造出新的藝術語彙，主要是其能更清晰地喚起隱於自身傳統主體文化中，因在地生活而創造出自我實現的嘗試；抑或是能掌握身處於新的外在環境，因當下知覺而涵泳出另一深層的表現。作為一位視覺藝術工作者，對於水墨創作身處當代藝術詭譎多變的景觀中，如何更為自在地與當代對話，相信唯有加深並增廣其原始定義的厚度，另一方面肯定因著地域、環境、文化……等面向在其雜化的過程中，保存亦創造出文化再現於當今脈絡下不同層次的可能性。

藝術創作的當代性，表述的方式日益多元，觀看的視角也充滿著高度的選擇性，如何「觀看」？誰來「觀看」？為何「觀看」？站在如此一個充滿希望和變數的景況裡，不必倚賴並包覆於「非此即彼」的單一旦既定思想模式中。

「陰性書寫」以曖昧為樂，對於潛存的無、匱缺、邊緣及被壓抑的部份中的種種可能性都抱持無限的興味，此與當代水墨中所高揚的個人自主性創作相互呼應。同時從依蕊格萊、海倫·西蘇到克里斯多娃等人企圖跳出理性話語言說的空間，或者說象徵秩序的脈絡，來介入更為自在流淌的書寫向度，海倫西蘇希望藉由「陰性書寫」理想來顛覆父權體系下較為理性的思考模式與克莉絲蒂娃強調宮籟(Chora)¹等的概念，對於我們建構及梳理陰性文化與陰性書寫的嘗試似乎更能有所借鑑，同時置入當代水墨創作於「陰性書寫」的可行性。筆者於本文中嘗試以當代水墨創作的陰性書寫或者說陰柔氣質為主要的聚焦對象，紮實透過當下的現實生活經驗與潛在的視覺感知，期許能將東方水墨創作中內蘊幽微的隱喻陰性特質，進一步介入並繁衍為當代藝術的重要角色之一。

¹ 宮籟指涉為「陰性空間」(chora, maternal space)，期間充斥著曖昧、混沌、無以言說、神漾與狂喜，柏拉圖曾用以解釋不可名狀「如子宮般」的玄牝空間。語出謝鴻均，〈撥游於「陰性空間」的妊娠紀錄〉，引自《原好—混混乃陰性空間，瀝瀝乃母性系譜》，臺北市：臺灣商務印書館，2006，頁2

參考書目

- 刁筱華譯，Rosemarie Tong，《女性主義思潮》，台北：時報，1998年。
- 王秀雄，《大地之光－詹前裕膠彩畫集》，台北市：創價藝文中心，2005年。
- 朱侃如譯，Murray Stein，《榮格心靈地圖》，台北：立緒，1999年。
- 朱崇儀，〈性別與書寫的關連－談陰性書寫〉，引自《文史學報》第30期，台中：中興大學，2000年。
- 江足滿，《心靈再現－台灣女性當代藝術展》，高雄：高雄市立美術館，2001年。
- 西蒙·波娃，歐陽子、楊翠屏等譯，《第二性》，志文，1992年。
- 林宏璋，《後當代藝術徵候：書寫於在地之上》，臺北市：典藏藝術家庭，2005年。
- 姚瑞中，《台灣裝置藝術》，臺北：木馬文化，2002年。
- 紀元文，〈「女性書寫」專題弁言〉，引自《歐美研究》第35卷第1期，台北：中央研究院歐美研究所，民國94年。
- 唐荷，《女性主義文學理論》，台北：揚智文化，2003年。
- 陰性書寫與白色墨水，2009.04.06. 引自<http://blog.sina.com.tw/linlin/article.php?pbgid=9061&entryid=586700>(2010.4.25.)
- 張多蜜，《陰柔氣質與我的藝術創作》，台北市立師範學院視覺藝術研究所碩士論文，2005年。
- 陳淑珍譯，Jo Anna Isaak，吳介禎審訂，《女性笑聲的革命性力量》，台北市：遠流，2000年。
- 陸蓉之，《台灣(當代)女性藝術史》，台北市：藝術家，民國91年。
- 凱文·奧頓奈爾，王萍麗譯《黃昏後的契機－後現代主義》，北京：北京大學，2004年。
- 黃曉紅譯，Helene Cixous，〈美杜莎的笑聲〉，引自《女性主義經典－十八世紀歐洲啟蒙，廿世紀本土反思》，台北市：女書，1999年。
- 奧修大師，林若宇譯，《智慧的書(上)》，台北市：探索文化，民國86年。

蕭翔鴻，《陰性皮膜性快感－女性面具性嗜好之專論》，臺北市：唐山，2006年。

戴行鉞譯，John Berger（約翰·伯格），《藝術觀賞之道》，臺北市：臺灣商務，1993年。

謝鴻均，〈撥游於「陰性空間」的妊娠紀錄〉，引自《原好－混混乃陰性空間，瀝瀝乃母性系譜》，臺北市：臺灣商務印書館，2006年。

謝鴻均，《台灣當代美術大系(議題篇)－陰性·酷語》，臺北市：藝術家，2003年。

羅婷，《克里斯多娃》(Julia Kristeva, 1941-)，臺北市：生智，2002年。

英文部分

Cixous, Helene. 《Sorties》, in Elaine Marks & Isabelle de Courtivron ed., *New French Feminisms*, (Amherst : University of Massachusetts Press, 1981) .

Kristeva, *About Chinese Women*, tr. By Anita Barrows. (New York : Urizen Book, 1974) .

Kristeva, “Interview with Tel Quel” , in Marks and de Courtivron ed., *New French Feminisms : An Anthology*.

McEvelly, Thomas. *Art and Otherness*, (New York : Mcpherson Co, 1992) .

Pam, Morris. *Literature and Feminism : An Introduction*, (Cambridge : Blackwell, 1993) .

行動電話之功能圖像傳達與 使用者意涵認知研究

陳娜文* 王藍亭**

摘要

本研究針對市調機構『IDC』2010年最新研究報告『全球行動電話市佔率』排行前五名之行動電話功能圖像作為研究樣本，挑選一般大眾最常使用的功能圖像進行屬性分群，並將相似的功能圖像歸類，透過電子問卷對研究樣本進行混淆性與聯想性認同度調查，將驗證結果數據對應圖像形態分析表，並將圖像元素拆解，歸納與分析優劣圖像之設計形式與特性，並探討易理解訊息的圖像。本研究結果顯示，採用大眾熟悉或習慣的事物，並以實物的特點作為設計依循方向，容易使受訊者了解其圖像意涵，視認性佳；以「關聯元素」或「輔助元素」來加強圖像意涵的聯想性，其獲得的評價不一，相較於「單一主體」的表達方式在辨識度並無顯著的差距；以「圖像簡化」加上「轉喻」的類型在圖元取向上較無法與生活中的事物產生對應，視認性較差無法達到有效的傳達。

關鍵詞：行動電話，圖像，傳達，認知

*台南應用科技大學視覺傳達設計系碩士班研究生

**台南應用科技大學視覺傳達設計系副教授

The Study on Cognition of User and Communication of Icons for Function of Cell phones

Na-Wen Chen / Lan-Ting Wang

Abstract

This study uses the functional icons of cell phones that have taken the top five positions of the world's market shares as the research sample. Attribute categorization is used to classify the icons. An E-questionnaire is also employed for the survey on confusing and associated recognition. Icon elements are then analyzed to conclude their design styles and characteristics and to discuss the easy understanding of messages sent through the icons. By incorporating them with things that the public can easily identify with into the characteristics of actual design, information receivers will easily identify icon contents and meaning. Association with icons with associating or auxiliary elements is reported in a different evaluation process. After comparing the presentation with a single subject, there has been no significant difference observed. Simplified icons with metaphors are difficult for users to associate with daily objects and are reported to have poorer recognition as well as ineffective message delivery.

Keywords: Cell phones ,Icons, Communication, Cognition

* Graduate Student, Department of Visual Communication Design, Tainan University of Technology.

** Associate Professor, Department of Visual Communication Design, Tainan University of Technology.
Corresponding Author

行動電話之功能圖像傳達與 使用者意涵認知研究

壹、緒論

一、研究背景與動機

在早期文字尚未成形，人類對於訊息的傳達是以非語言方式為溝通與傳遞的橋梁，如手勢或使用結繩、堆石等方式作圖像。隨著科技快速擴展與網路帶動下，人與人的溝通與互動形式不斷在改變，以人機互動介面做為傳輸訊息的管道成爲一種趨勢，而圖像化介面被各種軟硬體所使用，是人與資訊產品溝通最便利的一種主力，其中以電腦網頁、行動電話與PDA功能選單等操作介面最爲廣泛。以行動電話獲得訊息的型態成爲現今生活一種主流文化，而使用圖像化介面傳遞訊息的方式，讓使用者所見即所得，是一種最佳的傳達形式。

圖像的表達形態是無國界限制的視覺思考之技術展現，不同語文的人也可以透過視覺的共性去了解圖像。每一個圖像都具有三種面向的特質，分別是外觀、意義及顯示方式(Marcus, 1992)。意義是指本身所指涉的事物是否明顯，使用者是否明瞭圖像所代表的意義；顯示方式是取決於圖像設計上的呈現是否能達到本身設計的要求，能否精確的顯示與表達圖像(黃柏文, 2004)。由此可知圖像的外觀、意義及顯示方式這三項特質是相輔相成的，亦是訊息傳遞成功與否的關鍵所在。然而圖像設計的開發過程中，容易受制於個人主觀與直覺式的思考模式，若是建構者和解讀者無法達成認知上的共識，在語意傳達的過程中便會產生辨識混淆而導致錯誤的解讀(陳曉儒, 2005)，因此圖像辨識、認知與圖像設計三者有非常緊密的關係。

二、研究目的

圖像認知歷程牽涉到圖像傳達者、圖像、圖像接收者三個重要的環節(黃柏文, 2004)，所以如何將訊息準確、迅速的傳達給使用者不只在於個人觀點的

思考，使用者的心理認知與觀感的考量是建構一個好的圖像設計系統必須的思維。在當代行動電話以圖像方式做為操作介面，是人機互動的一種指標與發展潮流，而圖像造形表現是偵測與認知圖像功能重要的線索。基於上述，本研究將透過圖像造形在大眾認知與設計者所要傳達的意念解析找出兩者對應關係，本研究目的是探討使用者對於行動電話功能圖像傳達與圖像設計者所要傳達的訊息之意涵是否認知一致，並以造形元素探討行動電話功能圖像傳達方法，並歸納優劣圖像之設計形式，提供圖像設計師在進行設計前之參考依據。

貳、文獻探討

一、造形與圖像設計

(一) 造形的意義

造形是由形、色、質三大基本要素所組成，其中形的情況亦可細分為點、線、面、立體空間來思考(呂清夫譯，1991)，它們之間必須巧妙的組合起來，才能造成有力的畫面。造形一詞是一般人在言語中經常使用的日常話(林品章，2005)，所以造形廣義的來說，是涵蓋人類有形文化的全部(張文龍，2001)。造形就心理學的概念解釋，是透過視覺將外在世界所接受的形態，經由認知與心理互動的過程，轉換成有意義的結構實體，所以同樣具體的造形，會因每個人的成長環境和學習背景、觀察角度而產生差異。以設計領域而言，造形不僅是精心策劃與製作所呈現的具體形態，也是設計者轉化靈感與啓示具有文化意涵、美學原理、心理、機能等作用的視覺感受。

(二) 圖像設計原則之探討

圖像(Icon)是複雜過程的一種視覺簡化(吉國華譯，2003)。圖像特性訊息是透過呈現讓使用者進行訊息傳遞之聯想，行動電話功能圖像通常在一個固定的範圍裡，利用圖的造形、色彩、具象、抽象等方式，引導使用者在知覺與視

覺上的體會，以達到欲傳達的涵意。就設計的觀點而言，如果圖像在視覺設計上，未能適切做出有效的傳達，即使具有絕佳的視覺創意，也無法提示使用者在操作時的處理(陳曉儒，2005)。因此優良的圖像設計必須是建構者與解讀者達成認知上的共識，使圖像在語意轉換過程中降低認知上的差距，進而讓使用者清楚且容易得到需要的資訊，而如何建構有系統且適用之圖像，運用一套良好的設計經驗法則做為參考機制，是一種直接且有效的方法。

從上述探討可知，圖像設計牽涉到心理與視覺上的範疇，所以當圖像的需求確立，圖像設計師要確實掌握使用者的認知狀態，必須從兩方面著手，其一是圖像設計呈現的方式分為：1.具象形的圖像，一般而言是指傳達的訊息與使用者所熟悉的事物有強烈的關聯；2.抽象形的圖像，傳達的訊息是使用者所熟悉的事物或有一致的概念，則適合用抽象的圖像來表達；3.強制形圖像，確定圖像被使用的頻率很高，則適合用強制型的圖像；4.綜合型圖像，通常用來傳達較為複雜訊息或抽象的概念(林榮泰、莊明振，1991)。第二個方面則是圖像傳達訊息的取向，包括是聯想取向：當設計發展新圖像時，盡量設想圖像結構本身是大眾原本所共同認同的，或是一看到圖像就能輕易產生聯想的，也就是說與人類日常生活經驗或大眾刻板印象的概念與暗示相符合或相似(Rookes & Willson, 2000)；圖像的構成要素，設計圖像時必須針對目標所需，審慎的選擇高度心智化的圖元；第三是認知取向：應用認知取向的技巧需特別注意人類的認知體系，如人的記憶結構、訊息處理模式、資料擷取與回憶等，特別是圖像識別理論，也就是設計者與使用者的概念模型達到一致(林振陽、陳中聖，1993)。

以圖像的表徵與建構模式來看，圖示設計的原理可分為表徵設計模式、表徵建構模式與圖示建構法則(謝育仁，2000)。從林榮泰(1993)所提出三個評估圖像的共同因素：語意傳達、設計品質、象徵意涵。將各學者專家的理論分述如下：

Marcus歸納出圖像設計的基本原則有下列四列：一致性、明確性、簡單性、熟悉度。

Horton (1994)的五項設計圖像原則:相似性、差異性、重要性、深度、移動。

張繼文(1995)提出圖像設計應該以認知心理學為基礎，在設計原則上，應考慮到人類視覺的感覺認知、注意力、形狀辨認與記憶力等需求，以視認性、顯著性、視認性、含意性、簡潔性等為設計原則。

根據蕭錦昌(2001)的介面圖像評估原則：可學習性、效率性、可記憶性。

二、圖像訊息傳達與認知心理

圖像設計是視覺思考的技巧表現，不但可以傳遞許多文字概念，同時也可取代及涵蓋非文字的敘述領域(蘇文清等，2007)，是兼具傳達特質與美感的視覺訴求。根據心理學的理論，人類日常接收外界的刺激所獲得的「訊息」，經由視覺器官所獲得者約佔所有知覺器官83%以上，更重要的是，經由視覺器官所蒐集的訊息，在人類記憶庫中具有較高的回憶值(林磐聳，1998)，而圖像是一種視覺溝通的語言，不僅可看見，更可運用視覺思考的能力幫助思想和意識清晰呈現(余佳等，2006)，使要傳達的訊息更具說服力。

符號學就是研究符號和符號的運作的學問，相對於如何將這些文字、圖像或聲音轉化為可以解讀的訊息，就必須研究認知心理學(蘇文清等，2007)。認知心理學的主要理論架構是訊息處理模式，此一處理模式是將人類視為主動的訊息處理者，以此來探討人類憑感官接受訊息、儲存訊息以及提取、運用等不同階段所發生的事(鄭玉麗，1993)，所以「認知」是訊息的獲得與使用，它包含兩個層面的問題，一方面是知識如何在記憶中儲存，另一方面是如何被使用者解譯、處理的問題。

「認知」(Cognition)一般來說，是指人的心理、生理兩方面對刺激的回應。當眼睛在視網膜受到反射的刺激後便開始動作，眼睛會從所處的環境中分辨刺激的形式，並從既有的經驗中，找出能處理、分析該刺激的記憶，對於相同的刺激，會因每個人的經驗不同，引起屬於個人化的認知(鍾聖校，1998)，認知也是稱所有形式的認識作用(劉錫權等，1998)。對訊息傳達而言，認知心理與視覺設計的完美契合，是圖像設計的最高目標，因為不同設計元素的表達，會因受訊者本身的生活形態或背景的差異，對意涵的詮釋而有所差別，所以使用者如何正確的理解一個圖像，是傳達者與受訊者相互影響、回饋的循環關係及認知

的一種心理歷程。圖像的解讀涉及到複雜的心理問題與外在環境的影響，要達到有效且正確的溝通，在於使用者都必須有共同的認知(黃柏文，2004)。故從圖像設計的過程中，設計者必須掌握認知與圖像意義之間的互動關係，以共同的視覺認知為基礎透過視覺造形的表現形式，運用約定成俗的訊息為設計依據，來詮釋所設計的圖像，如此將可更適切的達成訊息傳達作用。

三、行動電話與圖像設計之探討

通訊科技無遠弗屆，影響生活的每一層面(何宗翰，2003)。行動電話的蓬勃發展，更拉近人與人之間的距離，且突破時間與地點的限制，使人們可以在任何時間、任何地點做溝通(何宗翰，2003)。在全球電信自由化的帶動下，行動電話已成為全球經濟產業的主流(黃柏文，2004)。而設計一項更貼近使用者的產品，則是行銷活動的一個重要環節。生活在充滿視覺符號和影像快速變換時代環境中，人不知不覺中會以符號作為評定品質優劣的標準(吳進生，2001)。設計良好的產品，可減低操作時發生錯誤的機率(Treu，1994)，在使用後達成產品效能並帶給使用者操作後的舒適性，而圖像化功能的呈現方式是最讓人輕易上手，因其符合人性中將資訊視覺化的渴望(何宗翰，2003)。行動電話的功能日趨複雜，其呈現的方式也越來越多元化，從早期純文字的介面，進展到以圖像為主要的傳達。然而許多功能受限於呈現方式的不同，此時圖像本身是否能提供予使用者更正確且清晰的資訊，圖像設計扮演關鍵性的角色。良好的圖像設計可提高人們在使用產品時的愉悅性及流暢性。

四、圖像與符號學之相關探討

法國符號學大師Roland Barthes曾說：「人類是符號的動物」(黃柏文，2004)。在人類有歷史紀錄以來，從遠古中國的象形文字到西方城堡的徽章紋飾，就已經運用各種符號、圖像來記錄許多的事物與傳遞訊息。最早的圖像記錄大約是在三、四萬年前舊石器時代遺留下來的洞窟壁畫，當時已將野生動物的圖像紀錄在石洞牆壁上，常被當作是人類繪畫藝術的起源(林品章，2000)，可見人類運用圖像的歷史悠久。

隨著人類文明的演進，圖像應用不再只是訊息的標記，從日常的生活至每一個傳播活動所接收的信息，都是由符號透過各種形式的組合及裝載不同意義，來達成溝通的目的，顯見圖像已成為傳播資訊的重要元素。而如何瞭解圖像、文字或聲音能變成有意義的訊息並完成傳達，透過符號學角度的觀點來探討與拆解，是研究圖像相關議題一項科學且有邏輯的思考方式。符號學涉及的層面很廣，包含符號的過程以及符號本身含有的功能，其研究本質都與人類歷史活動演進有關，因此許多學者喜好應用符號學的架構，來探討大眾傳播、流行文化、文化人類學、教育、行銷、設計等領域的學術研究。例如Umberto Eco以記號探討電影以及文學的意義傳達；Roland Barthes特利用記號探討流行服飾及大眾文化(姚村雄，2001)；在台灣則有學者姚村雄透過符號學的基礎理論，針對日治專賣時期之酒類標貼中的視覺圖像表現與運作情形進行研究(陳娜文，2011)。

Ferdinand de Saussure的符號學理論，主張符號是「符號具」和「符號義」兩方面表裡一體而成立之運作關係，且兩者分別代表外延意義與內涵意義，彼此形成一種任意的關係，依據不同的社會、文化環境脈絡的變化而產生不同的意涵(姚村雄，2001)。Peirce(1960)認為符號理論是關於經驗與知識的理論，而人類所有的經驗皆是在組織符號與對象物之間的意義。他根據對象與符號之關係，清楚的劃分符號為三大類型，分別是：一、圖像型(Icon)：指符號與其所代表的事物或概念，具有全部或部分的類似關係存在，可藉由符號本身的觀察而瞭解其意義，例如圖畫、雕像、攝影等形象逼真的視覺符號。二、指示型(Index)：指符號與對象之間存在一種邏輯關係，可藉由符號所提供的線索，而聯想到其意義，例如看到冒煙會讓人聯想到火。三、象徵型(Symbol)：指符號與對象之間的關係，是基於某種環境、文化下之約定性的連結，符號意義的瞭解是必須經過學習的，例如旗幟、數字等人工的象徵符號(姚村雄，2001)。

Charles Morris的符號學理論主要分三大領域，分別為「研究符號本身」、「研究組成符號所依據的符碼系統」、「研究符號運作所依之文化」(Fiske, 2000)。若從語言學的角度來看，「研究符號本身」即為「語用學」，主要是研究符號和使用者間的關係，透過人們對符號的使用，使符號具有意義；「研

究組成符號所依據的符碼系統」即是「語法學」，符碼是組織符號和決定符號間關係的系統，擁有表層文本序列的聯繫性，這領域研究社會和文化如何因應其自身需要，發展出的各類符碼；「研究符號運作所依之文化」則為「語意學」，研究符號和意義間的關係，意義是由人們所賦予的，與所處的文化具有很深的關係，探討心理表象概念的聯繫性，而文化也仰賴符號的運用而存在(李幼蒸，1997；何秀煌，1978)。以圖像為例，圖像的組成方式即為「語法」、圖像如何被詮釋即為「語意」、圖像與使用者間的關係則為「語用」(林品章、張照聆，2009)。

參、研究方法與步驟

本研究經由文獻的探討了解圖像設計與造形之關聯性，並建立圖像形態分析表，針對所蒐集的圖像樣本，將其形態與視覺表現要素拆解，同時透過問卷對研究樣本進行混淆性與聯想性認同度調查，了解行動電話功能圖像設計是否真正達到讓使用者可輕易操作與了解其功能，並從其中歸納出圖像是利用何種法則達成傳達與讓使用者容易聯想。本研究以「問卷調查法」(電子問卷)與「內容分析法」，採三階段進行調查，茲將各階段進行步驟與內容詳述如下：

一、第一階段：研究樣本的蒐集及歸納

(一) 研究樣本的蒐集

本研究以IDC2010年最新研究報告全球行動電話市場佔有率排行前五名之主功能選單圖像作為研究樣本，分別是Nokia、Samsung、LG的智慧型行動電話、RIM機、Sony Ericsson。研究樣本蒐集採立意抽樣方式，請不同年齡族群的使用者以訪談及紀錄方式挑選出最常使用的功能，挑選結果共有31項，分別為通話、設定、相機、照相、簡訊、訊息、照片、相片、行事曆、日曆、鬧鐘、股市、股票、地圖、聯絡人、通訊錄、電話簿、備忘錄、記事本、備註、

購物、商店、語音搜尋、錄音、音樂、多媒體、影音、瀏覽器、網路、娛樂、遊戲；經由挑選出來的功能為目標以螢幕畫面擷取或上網下載圖像，解析度較低清晰度不佳的圖像，則本研究以繪圖軟體重新繪製，將每一圖像大小設定為60*60pixl，得到的初步樣本有77個圖像。

(二) 研究樣本的歸納與篩選

行動電話功能相當多元，具有相同屬性之圖像在名稱上皆有些許差異，為避免圖像類別過於分散及造成受測者的負擔，因此進行屬性分群將相似的功能圖像歸類(如表1之左側表格)及圖像的刪減；篩選中發現通話、鬧鐘、行事曆、日曆、瀏覽器、網路功能皆為約定成俗的圖像(如圖1)，一般大眾已有共同認知，因此將這些項目刪除不列入本次的研究範圍。

1 圖像的歸納：

再次請不同年齡族群的使用者依功能操作內容進行歸類整理與討論，分類結果將相機功能、照相功能統稱為相機，語音搜尋、錄音、音樂、多媒體、影音歸類為影音，簡訊、訊息統合為訊息，照片、相片統稱為照片，股市、股票統稱為股市，聯絡人、電話簿併入通訊錄功能，備忘錄、記事本、備註合併為備忘錄功能，購物、商店、娛樂、遊戲則併稱購物或娛樂功能。



圖1. 行動電話約定成俗的圖像



圖2. 本研究淘汰及保留之圖像樣本範例

(資料來源：本研究，2011)

表1.行動電話功能圖像分群圖表

| 功能名稱 | 圖例 | | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 相機 | | | | | | | |
| 影音 | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| 訊息 | | | | | | | |
| 照片 | | | | | | | |
| 地圖 | | | | | | | |
| 設定 | | | | | | | |
| 股市 | | | | | | | |
| 記事本 | | | | | | | |
| 通訊錄 | | | | | | | |
| 娛樂與購物 | | | | | | | |
| | P01 | P02 | P03 | P04 | P05 | P06 | P07 |
| | | | | | | | |
| | P09 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 |
| | | | | | | | |
| | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 |
| | | | | | | | |
| | P25 | P26 | P27 | P28 | P29 | P30 | P31 |
| | | | | | | | |
| | P33 | P34 | P35 | P36 | P37 | P38 | P39 |
| | | | | | | | |
| | P41 | P42 | P43 | P44 | P45 | P46 | P47 |
| | | | | | | | |
| | P49 | P50 | P51 | P52 | P53 | P54 | P55 |
| | | | | | | | |

(資料來源：本研究，2011)

2 圖像樣本之篩選評估：

為考慮在進行問卷調查時，如樣本過多使受測者產生疲勞的現象以至於隨便作答而影響到問卷的準確度，因此決定縮減圖像樣本，以刪減的方式進行，經刪減後共得55個樣本(如表1之右側表格)。圖像篩選原則是依據設計元素的樣式、組合與差異做整體評估，將評估的原則說明如下：

(1) 圖像的視認性與元素樣式：行動電話功能圖像通常受限於螢幕的大小，如何在有限的範圍呈現讓使用者便於操作，圖像設計的簡潔與清晰度相當重要，為使受測者容易辨識圖像的形狀縮短測試時間，所以同一類別圖像若是樣式相同，則影像不清晰或輪廓較模糊、不分明的圖像為淘汰樣本(如圖2)。







(2) 圖像設計元素的組合與差異：圖像的差異主要以外觀造型辨識，為測得更多不同造形給予使用者的觀感，若兩個圖像的設計元素有相同者，則元素組合較少的圖像為淘汰樣本(如圖2)。




二、第二階段：圖像形態分析表建立

本階段主要是針對所蒐集的圖像樣本，依據文獻探討將圖像的形態要素與視覺表現拆解，以應用於研究實驗中間卷調查後評估與歸納圖像設計優劣所具之特性。先參考Horton(1994)之圖像表徵建構模式中的表現方式，並由5位具圖像設計背景的專家組成焦點小組，進行形態分析項目及各圖像的形態歸屬討論。

本研究經過討論後，綜合出圖像樣本的外觀形態表現有「呈現方式」項目，並細分為具體呈現方式、圖像簡化方式、複合方式三個類目；而圖像語意的傳達或象徵的意義，牽涉到圖像形態的設計，是人類視覺、知覺與心理認知的交互作用，因而列為形態分析項目之一並命名為「意義轉換」，再細分為明喻、暗喻、轉喻三個類目；圖像的組成可以觀察到元素間的關係，所以多重元素的組合可以營造或輔助意義的傳達，因此元素的多或寡將造成不同結果的產生，所以將組成元素列入形態分析項目，再將細分為單一主體與二個主體以上類目，二個主體以上類目再依其元素的作用分為關聯元素、輔助元素二類，圖像形態分析整理及說明如表2。

表2.行動電話功能圖像形態分析表說明

| 項 目 | 類 目 | 說 明 | 圖 例 |
|------|--------|------------------------------------|--|
| 呈現方式 | 具體呈現方式 | 以具象的物件為表現方式。 | 相機功能→  |
| | 圖像簡化方式 | 以具象的物件做簡化或抽象的表現方式。 | 相機功能→  |
| | 複合方式 | 結合具象與簡化圖像或簡化圖像仍保有部分具象形態的表現方式。 | 照片功能→  |
| 意涵轉換 | 明喻 | 直接以元素的意象作為與語意的關聯性將含意明白的表現出來。 | 影音功能→  |
| | 暗喻 | 利用具代表的形態、物件、符號或概念作為轉換方式。(謝育仁，2000) | 購物功能→  |
| | 轉喻 | 利用象徵性的意象、動作等，轉換為代表性意涵。(謝育仁，2000) | 備忘錄功能→  |

| | | | | |
|------|-----------|------|---------------------------|--|
| 組成元素 | 單一主體 | | 組合元素以單一主體為主。 |  控制器→ |
| | 兩個或兩個以上主體 | 關聯元素 | 兩個主體以上的元素具有相互關聯的意涵或指示性存在。 |  音符+CD→ |
| | | 輔助元素 | 用來加強或幫助說明圖像的意涵。 |  聲波+麥克風→ |

(資料來源：本研究，2011)

三、第三階段：行動電話功能圖像意義混淆性測試與聯想性調查

本研究採用便利取樣，問卷方式以上傳電子問卷讓受測者直接上網填寫，共分為二個部分，為避免受測者在填寫聯想性認同度問卷調查時，得知圖像的解答出現調整答案的情形，所以請受測者必須先從第一部分「行動電話功能圖像意義混淆性測試」問卷開始填寫。為了解行動電話功能圖像所要傳達的意義與受測者的認知是否相同，故設計問卷將選出來的圖像樣本隨機排列於問卷左方，並於每一圖像右方列出對應意義，請受測者依直覺判斷點選所對應的意義，藉此方式了解圖像間混淆的情形。施測後將結果製成混淆矩陣表，列首依序放置各圖像，行首為圖像意義，行列交叉的數值即為該圖像與該項名詞意義配對的情形，而正確率的數值代表圖像容易被辨識的程度，其餘則為與其他名詞相對混淆的次數數值。本研究之聯想性認同度調查主要是以受測者的主觀意識來評比，以Likert量表設計問卷，Likert量表量測受測者對此概念的反應態度，針對每一個反應都給予一個數值，以代表受測者對該項目的認同程度，將這些項目的得分加總即是受測者對該概念的態度。此問卷將樣本與圖像意義列出，請受測者對該圖像是否符合其意義的聯想給予不同程度的認同，並對於每一種程度的認同給予評分，評分方式為選擇非常有聯想性的給予3分、具聯想性給予2分、不具聯想性給予1分、非常不具聯想性則為0分，所得各圖像的總分做為圖像設計優劣的分析依據。

肆、研究結果與分析

一、受測者基本統計分析

本研究以網路問卷由受測者自行上網填寫，共回傳110份，有效問卷為103份；受測者的基本資料統計，男性35位占全部受測人數的34%，女性68位全部受測人數的66%，可知受測者中女性比例較高。在年齡方面，18歲至20歲有36人，21歲至30歲有24人，31歲至40歲有29人，41歲至50歲有9人，51歲以上只有5人，顯示受測者介於18歲至40歲的年齡群居多，而此階段的行動電話使用族群最為活躍；在教育程度上，高中職以下有2人，高中職有48人，大學有37人，研究所有16人。

二、行動電話功能圖像意義混淆性分析

法國符號學大師羅蘭巴特說：「人類是符號的動物」，因圖像是一種能超越文化隔閡的視覺語言，使不同的文化能傳達訊息而達到更有效的溝通，故具備簡明易懂而通用的繪畫性圖像，自然比文字具備更佳的視覺傳達效果，然而在此傳達的過程中，卻經常出現圖像意義的混淆，本階段主要目的為測試各項目圖像之傳達意義認知及混淆情形，從表3至表8為各項目圖像辨識率混淆矩陣一覽表。

(一) 行動電話之「影音功能圖像」意義混淆性分析

從影音圖像意義的配對結果(見表3)數據中可知，圖像P51為正確率最高的圖像，其正確率達91.26%，其次為圖像P46正確率為89.32%，位居第三名為圖像P40正確率為86.41%，其他依序為圖像P06(正確率84.47%)、圖像P36(正確率82.52%)，而答題正確率偏低的圖像P12、P39仍有48%至54%的比例，顯示此項目被誤認的情形低。在混淆性方面，圖像P09以麥克風做為設計元素，所以容易與娛樂功能混淆；圖像P12則是容易與設定圖像混淆；圖像P37以被誤認為照片功能居多；圖像P39推究其原因可能是設計元素特徵不明顯，而造成與多項功能混淆，最容易被誤解為訊息功能或通訊錄功能。

表3.行動電話功能圖像意義混淆分析表——影音功能圖像


| 圖像編號 | P06 | P09 | P12 | P36 | P37 | 圖像編號 | P38 | P39 | P40 | P46 | P51 |
|--------|---|---|---|---|---|--------|---|---|---|---|---|
| 圖像 |  |  |  |  |  | 圖像 |  |  |  |  |  |
| 功能名稱 | | | | | | 功能名稱 | | | | | |
| 相機 | 6 | 1 | 4 | 1 | 6 | 相機 | 0 | 3 | 1 | 2 | 2 |
| 影音 | 87 | 60 | 56 | 85 | 65 | 影音 | 82 | 50 | 89 | 92 | 94 |
| 訊息 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 訊息 | 1 | 13 | 1 | 2 | 1 |
| 照片 | 2 | 1 | 4 | 3 | 17 | 照片 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 地圖 | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 地圖 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 設定 | 2 | 6 | 25 | 2 | 4 | 設定 | 8 | 10 | 2 | 0 | 2 |
| 股市 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 股市 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 備忘錄 | 0 | 2 | 6 | 1 | 1 | 備忘錄 | 0 | 5 | 1 | 0 | 1 |
| 通訊錄 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 通訊錄 | 0 | 12 | 2 | 0 | 0 |
| 娛樂或購物 | 0 | 27 | 1 | 8 | 5 | 娛樂或購物 | 7 | 8 | 7 | 6 | 2 |
| 正確率(%) | 84.47% | 58.25% | 54.37% | 82.52% | 63.11% | 正確率(%) | 79.61% | 48.54% | 86.41% | 89.32% | 91.26% |

(資料來源：本研究，2011)

(二) 行動電話之「相機功能圖像」及「訊息功能圖像」 意義混淆性分析

由相機圖像意義的配對情形中(如表4)，顯示圖像P04及P47為正確率最高的圖像，其正確率皆達90%以上，其次為圖像P25，正確率為78.64%，其它依序為圖像P24(正確率64.08%)。圖像的混淆以圖像P23、P24最容易被誤解為影音或設定功能，其他圖像被誤認的情形則不顯著。從此項目的調查中可發現，利用相機顯著的特徵為呈現方式，被正確辨識的比例相當高。在訊息圖像意義的配對情形中(見表4)發現，圖像P45為正確率最高的圖像，正確率達91.26%，因圖像中信封的元素在大眾心中已是約定成俗代表訊息的一種符號，受測者容易了解其涵義，而其他圖像的辨識度比例與圖像P45有明顯差距，依序分別是圖像P03(正確率67.96%)、圖像P42(正確率57.28%)，可了解這個項目的圖像，在造形設計上較無法讓使用者辨別。在混淆性方面，圖像P03及P42以被誤認為照備忘錄功能情況最多；圖像P07普遍被誤認為備忘錄或通訊錄功能；圖像P13則以被誤認為照片、通訊錄功能最為明顯。

表4. 功能圖像意義混淆分析表——相機功能圖像及訊息功能圖像

| 圖像編號 | P04 | P23 | P24 | P25 | P47 | 圖像編號 | P03 | P07 | P13 | P42 | P45 |
|------------|---|---|---|---|---|------------|---|--|---|---|---|
| 相機 功能名稱 |  |  |  |  |  | 訊息 功能名稱 |  |  |  |  |  |
| 相機 | 95 | 24 | 66 | 81 | 96 | 相機 | 2 | 0 | 7 | 1 | 0 |
| 影音 | 4 | 35 | 16 | 6 | 2 | 影音 | 1 | 2 | 4 | 4 | 0 |
| 訊息 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 訊息 | 70 | 45 | 27 | 59 | 94 |
| 照片 | 0 | 0 | 4 | 3 | 2 | 照片 | 1 | 0 | 24 | 1 | 0 |
| 地圖 | 0 | 3 | 2 | 1 | 0 | 地圖 | 3 | 0 | 8 | 2 | 0 |
| 設定 | 0 | 28 | 11 | 7 | 1 | 設定 | 2 | 7 | 2 | 4 | 2 |
| 股市 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 股市 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 備忘錄 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 | 備忘錄 | 18 | 32 | 8 | 20 | 4 |
| 通訊錄 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 通訊錄 | 3 | 16 | 19 | 10 | 3 |
| 娛樂或購物 | 1 | 10 | 3 | 1 | 1 | 娛樂或購物 | 1 | 1 | 3 | 2 | 0 |
| 正確率(%) | 92.23% | 23.30% | 64.08% | 78.64% | 93.20% | 正確率(%) | 67.96% | 43.69% | 26.21% | 57.28% | 91.26% |

(資料來源：本研究，2011)

(三) 行動電話之「照片功能圖像」及「地圖功能圖像」意義混淆性分析

依據照片圖像意義的配對結果(見表5)，顯示圖像P18為正確率最高的圖像，其正確率為85.44%，位居第二名是圖像P26(正確率66.02%)，其餘圖像正確率依序為圖像P01(正確率62.14%)、圖像P22(正確率52.43%)。在混淆性方面，圖像P34被誤判為相機功能達66次，亦為此項目正確率最低者，觀察其原因可能是與相機功能的設計元素相似，而產生混淆的情形；圖像P01、圖像P26混淆的情形較為分散，分別以被誤判為相機功能、設定功能居多；圖像P22容易被誤認為影音功能。在地圖圖像意義的配對分析表中(如表5)，顯示除圖像P02辨識度較差(正確率48.54%)之外，其餘圖像答題正確率皆達60%以上，以圖像P16為正確率最高的圖像，其正確率達到89.32%，其次為圖像P15正確率為84.47%，排名第三則為圖像P35正確率為79.61%，探究其因可從以下分析表觀察到這項功能圖像在設計上具有共同的特徵，例如定位點指示圖像或方向指引圖像。在混淆性方面，圖像P02被誤認為其他功能情形並不集中，以設定功能最多；圖像P19最容易被誤認為娛樂功能。

表5.行動電話功能圖像意義混淆分析表——照片功能圖像及地圖功能圖像

| 圖像編號 圖像 功能名稱 | P01 | P18 | P22 | P26 | P34 | 圖像編號 圖像 功能名稱 | P02 | P15 | P16 | P19 | P35 |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 相機 | 13 | 6 | 4 | 3 | 66 | 相機 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 影音 | 7 | 3 | 27 | 5 | 4 | 影音 | 6 | 3 | 0 | 1 | 2 |
| 訊息 | 6 | 1 | 2 | 3 | 0 | 訊息 | 6 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 照片 | 64 | 88 | 54 | 68 | 24 | 照片 | 4 | 3 | 7 | 1 | 0 |
| 地圖 | 4 | 4 | 2 | 7 | 2 | 地圖 | 50 | 87 | 92 | 71 | 82 |
| 設定 | 2 | 0 | 2 | 12 | 1 | 設定 | 19 | 1 | 2 | 7 | 9 |
| 股市 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 股市 | 6 | 1 | 0 | 2 | 1 |
| 備忘錄 | 4 | 1 | 8 | 1 | 1 | 備忘錄 | 6 | 1 | 0 | 6 | 2 |
| 通訊錄 | 0 | 0 | 2 | 0 | 1 | 通訊錄 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 娛樂或購物 | 2 | 0 | 2 | 4 | 3 | 娛樂或購物 | 5 | 6 | 1 | 12 | 3 |
| 正確率(%) | 62.14% | 85.44% | 52.43% | 66.02% | 23.30% | 正確率(%) | 48.54% | 84.47% | 89.32% | 68.93% | 79.61% |






(資料來源：本研究，2011)

(四) 行動電話之「設定功能圖像」及「股市功能圖像」 意義混淆性分析

在設定圖像意義的配對分析表中(見表6)顯示圖像P49為此項目圖像答題正確率最高者，正確率達93.2%，圖像P27正確率為76.7%位居第二，其餘圖像正確率依序為圖像P31(正確率58.25%)、圖像P44(正確率56.31%)，圖像P53正確率最低(正確率23.3%)。在混淆性方面，圖像P31以被誤認為娛樂或購物功能佔較高的次數；圖像P44與其他功能的混淆情形以相機或影音功能為多；圖像P53與其他功能的混淆情形相當分散，以備忘錄、娛樂或購物、影音、訊息混淆的次數較多，皆達10次以上。

在股市圖像意義的配對分析表中(見表6)發現，此項目圖像答題的正確率皆達80%以上，正確率最低者仍有87.38%，顯示此功能圖像設計呈現方式與大眾的認知差距較小，設計元素特徵突顯，是容易引導使用者順利操作功能的圖像，與其他功能圖像混淆性極低。

表6.行動電話功能圖像意義混淆分析表——設定功能圖像及股市功能圖像

| 圖像編號 | P27 | P31 | P44 | P49 | P53 | 圖像編號 | P05 | P20 | P21 | P30 | P54 |
|--------|---|---|---|---|---|--------|---|---|---|---|---|
| 功能名稱 |  |  |  |  |  | 功能名稱 |  |  |  |  |  |
| 相機 | 2 | 0 | 12 | 0 | 1 | 相機 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 影音 | 6 | 2 | 19 | 2 | 11 | 影音 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 訊息 | 2 | 7 | 2 | 2 | 11 | 訊息 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 |
| 照片 | 8 | 2 | 2 | 1 | 2 | 照片 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 地圖 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 地圖 | 1 | 2 | 0 | 2 | 2 |
| 設定 | 79 | 60 | 58 | 96 | 24 | 設定 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 股市 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 股市 | 94 | 94 | 96 | 94 | 90 |
| 備忘錄 | 0 | 8 | 5 | 0 | 22 | 備忘錄 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| 通訊錄 | 1 | 0 | 0 | 1 | 6 | 通訊錄 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 娛樂或購物 | 3 | 24 | 4 | 1 | 23 | 娛樂或購物 | 0 | 0 | 1 | 1 | 3 |
| 正確率(%) | 76.70% | 58.25% | 56.31% | 93.20% | 23.30% | 正確率(%) | 91.26% | 91.26% | 93.20% | 91.26% | 87.38% |











(資料來源：本研究，2011)

(五) 行動電話之「備忘錄功能圖像」及「通訊錄功能圖像」意義混淆性分析

從備忘錄圖像意義的配對分析表中(見表7)，顯示圖像P08為正確率最高的圖像，其正確率為73.79%，其次為圖像P55正確率為66.99%，第三名為圖像P43正確率為65.05%，其餘圖像正確率依序為P41(正確率57.28%)、P50(正確率52.43%)。由此項目分析圖表中發現，圖像在設計元素的運用上與通訊錄或訊息功能的反差小，所以容易與它們混淆。

在通訊錄圖像意義的配對結果(見表7)，顯示圖像P32為正確率最高的圖像，正確率為73.79%，其次為圖像P17正確率為69.9%，而其餘三個圖像正確率皆未達60%，且正確率最低者圖像P14，正確率僅有12.62%。從分析表中觀察到此功能圖像P14、P17、P32、P33最容易與備忘錄功能混淆，推論在設計元素上偏好使用書冊圖像做為呈現方式，因而產生混淆，另外在圖像P10之設計元素使用人形的簡化圖像，而造成使用者誤解為照片功能。

表7.行動電話功能圖像意義混淆分析表——備忘錄功能圖像及通訊錄功能圖像

| 圖像編號 | P08 | P41 | P43 | P50 | P55 | 圖像編號 | P10 | P14 | P17 | P32 | P33 |
|-----------|---|---|---|---|---|-----------|---|---|---|---|---|
| 功能名稱 \ 圖像 |  |  |  |  |  | 功能名稱 \ 圖像 |  |  |  |  |  |
| 相機 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 相機 | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| 影音 | 0 | 0 | 0 | 1 | 7 | 影音 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 訊息 | 21 | 1 | 2 | 39 | 13 | 訊息 | 2 | 7 | 5 | 3 | 3 |
| 照片 | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | 照片 | 29 | 12 | 8 | 2 | 1 |
| 地圖 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 地圖 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| 設定 | 2 | 0 | 6 | 1 | 7 | 設定 | 3 | 12 | 1 | 1 | 2 |
| 股市 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 股市 | 0 | 3 | 0 | 1 | 3 |
| 備忘錄 | 76 | 59 | 67 | 54 | 69 | 備忘錄 | 5 | 34 | 14 | 20 | 32 |
| 通訊錄 | 4 | 41 | 23 | 8 | 1 | 通訊錄 | 53 | 13 | 72 | 76 | 56 |
| 娛樂或購物 | 0 | 0 | 3 | 0 | 1 | 娛樂或購物 | 4 | 22 | 0 | 0 | 2 |
| 正確率(%) | 73.79% | 57.28% | 65.05% | 52.43% | 66.99% | 正確率(%) | 51.46% | 12.62% | 69.90% | 73.79% | 54.37% |



(資料來源：本研究，2011)

三、行動電話功能圖像意義聯想性與圖像形態分析

(一) 「相機功能」圖像及「訊息功能」圖像之形態與聯想性對應分析

從表8分析得知此項目除圖像P04以圖像簡化方式呈現之外，多數是「實體呈現方式、明喻、單一主體」的設計方式，且它們的聯想度至少到達1.5分，觀察其設計形態是利用寫實的相機外觀或特徵為元素，具有高度的辨識性。聯想度排名依序為圖像P47(聯想度2.89分)、圖像P04(聯想度2.81分)、圖像P25(聯想度2.15分)。從表10分析中顯示訊息功能圖像，聯想度最高的圖像P45，聯想度達2.7分，所使用的設計形態為「實體呈現方式、明喻、二個主體、關聯元素」，是以信封做為明喻的意象，並輔以線條及圖說圖案代表文字或語言的傳達。圖像設計形態偏向使用「圖像簡化方式」、「暗喻」及「關聯元素」。

表8. 功能圖像形態與聯想性分析表——「相機功能」圖像及「訊息功能」圖像



| 圖像編號 | | P04 | P23 | P24 | P25 | P47 | 圖像編號 | | P03 | P07 | P13 | P42 | P45 |
|------|--------------|---|------|------|------|------|--|------|------|------|------|------|-----|
| 形態分析 | |  | | | | |  | | | | | | |
| 呈現方式 | 實體呈現方式 | | • | • | • | • | | | | | | | • |
| | 圖像簡化方式 | • | | | | | • | • | • | • | | | |
| | 複合方式 | | | | | | | | | | | | |
| 意義轉換 | 明喻 | • | • | • | • | • | | | | | | | • |
| | 暗喻 | | | | | | • | • | • | • | | | |
| | 轉喻 | | | | | | | | | | | | |
| 組成元素 | 單一主體 | • | • | • | • | • | • | | | | | | |
| | 二個(含)主體以上 | | | | | | | • | • | • | • | • | • |
| | 關聯元素 輔助元素 | | | | | | | | | | | | |
| 聯想度 | 平均值(分) | 2.81 | 1.50 | 1.96 | 2.15 | 2.89 | | 2.22 | 1.97 | 1.86 | 2.20 | 2.70 | |

(資料來源：本研究，2011)

(二)「影音功能」圖像形態與聯想性對應分析

從表9中發現影音功能圖像以「明喻」的意義轉換方式比例較高，且組成元素偏好使用「關聯元素」或「輔助元素」，來增加聯想性。聯想度最高的是圖像P06，聯想度為2.69分，其所使用的設計形態為「圖像簡化方式，明喻，單一主體」。其他圖像的聯想度依序是圖像P51(聯想度2.64分)，設計形態是「複合方式、明喻、二個主體、輔助元素」；圖像P36(聯想度2.62分)，設計形態是「複合方式、明喻、二個主體、關聯元素」；圖像P40(聯想度2.57分)，設計形態是「複合方式、明喻、二個主體、關聯元素」。

表9. 功能圖像形態與聯想性分析表——「影音功能」圖像

| 圖像編號 | | P06 | P09 | P12 | P36 | P37 | 圖像編號 | | P38 | P39 | P40 | P46 | P51 |
|------|--------------|---|------|------|------|------|--|------|------|------|------|------|-----|
| 形態分析 | |  | | | | |  | | | | | | |
| 呈現方式 | 實體呈現方式 | | | | | | | | | | | | |
| | 圖像簡化方式 | • | • | • | | | | | • | | | | |
| | 複合方式 | | | | • | • | | | • | | • | • | • |
| 意義轉換 | 明喻 | • | • | | • | | | | • | • | • | • | • |
| | 暗喻 | | | | • | | | | | | | | |
| | 轉喻 | | | | | • | | | | | | | |
| 組成元素 | 單一主體 | • | | | | | • | • | | | • | | |
| | 二個(含)主體以上 | | | | • | • | | | | • | | | • |
| | 關聯元素 輔助元素 | | | | | | | | | | | | |
| 聯想度 | 平均值(分) | 2.69 | 2.19 | 1.92 | 2.62 | 2.06 | | 2.29 | 1.40 | 2.57 | 2.31 | 2.64 | |









(資料來源：本研究，2011)

(三) 「照片功能」圖像及「地圖功能」圖像之形態與聯想性對應分析

從表10可了解照片功能圖像以「實體呈現方式、明喻、單一主體」的設計方式佔多數，在聯想度的水平相當平均，皆達到2分以上，顯示此項目之設計方式、元素易於辨識。聯想度排名依序是圖像P18(聯想度2.44分)，其設計形態是「實體呈現方式、明喻、單一主體」；圖像P22及圖像P34(聯想度2.17分)，其設計形態分別是「實體呈現方式、明喻、二個主體、關聯元素」、「複合方式、明喻、二個主體、關聯元素」。

從表10結果顯示地圖功能圖像設計以「明喻」方式佔大部分，並喜好以「輔助元素」來加強聯想性，如圖像P15、P16、P19。此功能圖像的聯想度排名依序為圖像P15及圖像P16(聯想度2.45分)，其設計形態是「實體呈現方式，明喻、二個主體、輔助元素」；圖像P19(聯想度2.07分)，其設計形態是「圖像簡化方式、明喻、二個主體、輔助元素」。

表10. 圖像形態與聯想性分析表——「照片功能」圖像及「地圖功能」圖像

| 圖像編號 | | P01 | P18 | P22 | P26 | P34 | 圖像編號 | | P02 | P15 | P16 | P19 | P35 | |
|------|-----------|---|---|---|---|---|-----------|--------|---|--|---|---|---|---|
| 形態分析 | 圖像 |  |  |  |  |  | 形態分析 | 圖像 |  |  |  |  |  | |
| | 呈現方式 | 實體呈現方式 | | • | • | • | | | | • | • | | | • |
| | | 圖像簡化方式 | • | | | | | | • | | | | • | |
| | | 複合方式 | | | | | | | | | | | | • |
| 意義轉換 | 明喻 | • | • | • | | • | 明喻 | | • | • | • | • | | |
| | 暗喻 | | | | • | | 暗喻 | | | | | | | |
| | 轉喻 | | | | | | 轉喻 | • | | | | | | |
| 組成元素 | 單一主體 | • | • | | • | | 單一主體 | | | | | • | | |
| | 二個(含)主體以上 | 關聯元素 | | | • | | 二個(含)主體以上 | 關聯元素 | | | | | | |
| | | 輔助元素 | | | | | • | 輔助元素 | • | • | • | • | | |
| 聯想度 | 平均值(分) | 2.12 | 2.44 | 2.17 | 2.01 | 2.17 | 聯想度 | 平均值(分) | 1.56 | 2.45 | 2.45 | 2.07 | 2.04 | |











(資料來源：本研究，2011)

(四) 「設定功能」圖像與「股市功能」圖像之形態與聯想性對應分析

從表11結果顯示設定功能圖像在「轉喻」的運用較多，整體來說在此項目以「圖像簡化」之設計方式分數較低，較不能引發聯想。此功能圖像的聯想度排名依序為圖像P49(聯想度2.63分)，其設計形態是「實體呈現方式、明喻、

二個主體、關聯元素」；圖像P27(聯想度2.07分)，其設計形態是「實體呈現方式、轉喻、單一主體」。從表12結果可知股市功能圖像在意義轉換上全數使用「暗喻」方式，且聯想度的平均值皆有2分以上，從圖像可看出此項目均以代表股市之折線圖為設計元素，讓使用者容易理解進而產生聯想。此功能圖像的聯想度排名依序為圖像P21(聯想度2.75分)，其設計形態是「圖像簡化方式、暗喻、二個主體、關聯元素」。

表11.功能圖像形態與聯想性分析表——「設定功能」圖像與「股市功能」圖像











| 圖像編號 | | P27 | P31 | P44 | P49 | P53 | 圖像編號 | | P05 | P20 | P21 | P30 | P54 | |
|------|-----------|---|---|---|---|---|-----------|------|---|---|---|---|---|------|
| 形態分析 | |  |  |  |  |  | 形態分析 | |  |  |  |  |  | |
| 呈現方式 | 實體呈現方式 | • | | | • | | 實體呈現方式 | | | • | | | | |
| | 圖像簡化方式 | | • | • | | • | 圖像簡化方式 | | • | | • | | • | |
| | 複合方式 | | | | | | 複合方式 | | | | | • | | |
| 意義轉換 | 明喻 | | | | • | | 明喻 | | | | | | | |
| | 暗喻 | | | | | | 暗喻 | | • | • | • | • | • | |
| | 轉喻 | • | • | • | | • | 轉喻 | | | | | | | |
| 組成元素 | 單一主體 | • | • | | | | 單一主體 | | • | • | | | | |
| | 二個(含)主體以上 | 關聯元素 | | | | • | 二個(含)主體以上 | | | | • | • | | |
| | | 輔助元素 | | | • | | • | 輔助元素 | | | | | | • |
| 聯想度 | 平均值(分) | 2.07 | 1.50 | 1.85 | 2.63 | 1.17 | 聯想度 | | 平均值(分) | 2.69 | 2.55 | 2.75 | 2.69 | 2.45 |

(資料來源：本研究，2011)

(五) 「備忘錄」功能圖像與「通訊錄」功能圖像形態與聯想性對應分析

從表12結果顯示備忘錄功能圖像聯想度最高的是圖像P08(聯想度2.42分)，其設計形態是「圖像簡化方式、暗喻、二個主體、關聯元素」，是藉由鉛筆象徵性的動作轉換為代表性意涵。其他圖像聯想度排名依序是圖像P41(聯想度2.18分)、圖像P55(聯想度2.13分)、圖像P43(聯想度2.11分)，而這些圖像以「實體呈現方式、明喻、單一主體」為主要的表現手法。從表12結果顯示通訊錄功能圖像聯想度最高的是圖像P32(聯想度2.47分)，其設計形態是「實體呈現方式、明喻、單一主體」，是利用電話簿實體明示其涵意，簡潔明瞭的特徵讓使用者易於辨識。其他圖像聯想度排名依序是圖像P17(聯想度2.30分)，其設計形態是「實體呈現方式，明喻，單一主體」；圖像P10(聯想度2.27分)，其設計形態是「圖像簡化方式，明喻，單一主體」。

表12. 功能圖像形態與聯想性分析表——「備忘錄功能」圖像與「通訊錄功能」圖像

| 圖像編號 | | P08 | P41 | P43 | P50 | P55 | 圖像編號 | | P10 | P14 | P17 | P32 | P33 | | |
|------|-----------|---|---|---|---|---|------|-----------|---|--|---|---|---|---|---|
| 形態分析 | 圖像 |  |  |  |  |  | 形態分析 | 圖像 |  |  |  |  |  | | |
| | 呈現方式 | 實體呈現方式 | | • | • | | | • | 呈現方式 | 實體呈現方式 | | • | • | • | |
| | | 圖像簡化方式 | • | | | • | | | | 圖像簡化方式 | • | | | | |
| | | 複合方式 | | | | | | | | 複合方式 | | | | | • |
| 意義轉換 | 明喻 | | • | • | | • | 意義轉換 | 明喻 | • | • | • | • | | | |
| | 暗喻 | • | | | • | | | 暗喻 | | | | | | | |
| | 轉喻 | | | | | | | 轉喻 | | | | | • | | |
| 組成元素 | 單一主體 | | • | • | • | • | 組成元素 | 單一主體 | • | • | • | • | | | |
| | 二個(含)主體以上 | 關聯元素 | • | | | | | 二個(含)主體以上 | 關聯元素 | | | | | • | |
| | | 輔助元素 | | | | | | | | 輔助元素 | | | | | |
| 聯想度 | 平均值(分) | 2.42 | 2.18 | 2.11 | 2.09 | 2.13 | 聯想度 | 平均值(分) | 2.27 | 1.62 | 2.30 | 2.47 | 2.19 | | |

(資料來源：本研究，2011)

四、行動電話圖像與圖像形態之相關分析及結果討論

從表13中顯示行動電話圖像樣本與圖像辨識以具體呈現方式、複合方式、明喻、單一主體的設計趨向有正向的關係，而使用圖像簡化方式、暗喻、轉喻、關聯元素、輔助元素為負向關係，其中轉喻的意涵轉換是負向關係且達顯著水準，表示此設計形態影響使用者正確辨識的程度最低。再將圖像形態與聯想性測試結果平均值進行相關分析，結果顯示只有圖像簡化方式、轉喻是負相關其餘為正相關且明喻的意涵轉換方法達顯著的水準，此表示圖像聯想性與明喻方式有較高的關係。另外，轉喻的方式在辨識度與聯想性的相關程度皆為負向關係並達高顯著水準，表示此類目影響使用者正確判斷的程度偏低，表14為行動電話圖像辨識正確率小於20%之圖像與形態運用一覽表。




表13. 行動電話圖像辨識度與聯想性之圖像形態相關程度表

(**在顯著水準為 0.01 時(雙尾)，相關顯著。*在顯著水準為 0.05 時(雙尾)，相關顯著。)

| 類 目 | | 相關係數(r) | 顯著性 | 類 目 | | 相關係數(r) | 顯著性 | | |
|------|-----------|---------|--------|------|--------|-----------|-------|-------|-------|
| 呈現方式 | 具體呈現方式 | 0.141 | 0.306 | 呈現方式 | 具體呈現方式 | 0.015 | 0.912 | | |
| | 圖形簡化方式 | -0.220 | 0.106 | | 圖形簡化方式 | -0.182 | 0.184 | | |
| | 複合方式 | 0.108 | 0.434 | | 複合方式 | 0.231 | 0.089 | | |
| 意涵轉換 | 明喻 | 0.216 | 0.113 | 意涵轉換 | 明喻 | 0.266* | 0.049 | | |
| | 暗喻 | -0.008 | 0.951 | | 暗喻 | 0.057 | 0.682 | | |
| | 轉喻 | -0.292* | 0.031 | | 轉喻 | -0.444** | 0.001 | | |
| 組成元素 | 單一主體 | 0.131 | 0.339 | 組成元素 | 單一主體 | 0.007 | 0.957 | | |
| | 兩個或兩個以上主體 | 關聯元素 | -0.065 | | 0.636 | 兩個或兩個以上主體 | 關聯元素 | 0.007 | 0.234 |
| | | 輔助元素 | -0.091 | | 0.507 | | 輔助元素 | 0.163 | 0.163 |

(資料來源：本研究，2011)

表14. 行動電話圖像辨識正確率小於20 %之圖像與形態運用一覽表

| 行動電話圖像正確率小於20 %之圖像 | | | | | |
|--------------------|---|---------|---------|------|--------------|
| 圖像編號 | 圖像 | 辨識正確率 | 聯想度 | 功能名稱 | 圖像呈現形式 |
| P28 |  | 13.59 % | 40.45 % | 購物 | 具體呈現、暗喻、關聯元素 |
| P14 |  | 12.62 % | 54.05 % | 通訊錄 | 具體呈現、明喻、單一主體 |
| P48 |  | 12.62 % | 45.31 % | 設定 | 圖像簡化、轉喻、輔助元素 |

(資料來源：本研究，2011)

圖像可以完全取代文字，但卻無法用圖像完全表達其意，使用者會自行尋找有效率行動電話圖像聯想特徵，或尋找是簡單的圖像視覺表現。行動電話透過圖像與產品溝通，而圖像形態會影響使用者對產品功能的理解，所以在著手設計圖像時應慎選呈現方式、元素，並確實了解使用者的文化背景和使用習慣，避免使用者在操作時產生困惑。設計者設計的簡單圖像勝過複雜性的圖像，具體的圖像之可用性較低而抽象圖像之可以更快的回應使用者，並提供具體認知聯想。描述性強的圖像容易喚起使用者的相關功能聯想，圖像的功能描述正確，則能使此描述性的抽象圖像迅速有效地發揮傳達訊息之作用。

人們透過視覺經驗累積視覺性的影像，然而此一過程會因不同的文化，對影像的理解會有不同的組織方法(孫春望等，2009)。圖像的對比度和清晰度也會影響使用者的訊息提取與判斷，因此文化差異也會影響使用者的聯想及認知能力。隱喻是重要的圖像設計要素，由於各國文化不盡相同，為了更能方便溝通，運用圖像傳遞訊息可幫助溝通者了解其含義，圖像可表現內容情境使人產生聯想與認識其中的涵義。由於圖像的表達是藉由圖像的知覺經驗以及心理感受，所以圖像設計上要有辨識功能、造形功能及美感功能等。圖像的意義提供暗示，使用者依據習慣、知識、經驗及情緒完成解讀圖像的步驟；並且圖像需被使用者解碼、辨識、搜尋、驅動等，以了解圖像的意義，並組合其他相關的圖像意義。

五、行動電話圖像辨識正確率與受測者背景認知差異分析

爲了解圖像被辨識、聯想是否因受測者背景而產生差異情形，進而找出受測者對於圖像設計認知的差異因素，因此本階段以 SPSS for Windows 統計軟體將各圖像正確率、聯想度與受測者基本資料進行卡方檢定，檢驗結果如 P 值 ≤ 0.05 則表示達顯著差異， ≤ 0.01 達非常顯著差異。檢驗方法分別將受測者性別、年齡、教育程度三個構面與圖像混淆性測驗結果 (辨識正確率) 及圖像聯想性認同度測驗結果 (聯想度) 進行交叉分析，當該構面達顯著差異的圖像越多表示圖像認知受此因素影響越高。然後將達顯著差異的圖像列出，再依據答對人數、聯想性認同人數分別除以不同性別、各階層年齡、各教育程度的答題人數，計算在各基本資料項目所佔的比例，進而比較受測者背景造成圖像認知差異與聯想度差異之感受程度高低。

在行動電話圖像辨識正確率與基本資料之卡方檢定中，從表15及表16顯示在性別構面達顯著差異的圖像有5個，年齡構面達顯著差異的圖像有13個，教育程度構面達顯著差異的圖像有7個，由此可知造成行動電話圖像認知差異的因素主要集中在年齡構面。性別在圖像認知上差異，女性答對率高於男性如圖像P03、P27、P40；年齡在各圖像認知的差異，以20歲以下及41~50歲以上差異最大，例如圖像P02、P40、P41在41~50歲以上有高達80%以上的正確率，而圖像P45、P52則是20歲以下答對率最高，有高達90%以上的正確率。

表15. 行動電話圖像「辨識正確率」與「性別」構面認知達顯著差異之圖像



| 圖像編號 | 圖像 | X ² | P | 受測者性別 | 辨識正確人數 | 辨識正確率 |
|------|---|----------------|-------|-------|--------|--------|
| P03 |  | 4.553 | 0.033 | 男 | 19 | 54.29% |
| | | | | 女 | 51 | 75.00% |
| P19 |  | 4.8 | 0.028 | 男 | 29 | 82.86% |
| | | | | 女 | 42 | 61.76% |
| P22 |  | 5.54 | 0.019 | 男 | 24 | 68.57% |
| | | | | 女 | 30 | 44.12% |
| P27 |  | 6.436 | 0.011 | 男 | 32 | 91.43% |
| | | | | 女 | 47 | 69.12% |
| P40 |  | 5.202 | 0.023 | 男 | 34 | 97.14% |
| | | | | 女 | 55 | 80.88% |

表16.行動電話圖像「辨識正確率」與「年齡」構面認知達顯著差異之圖像

| 編號 | 圖像 | X ² | P | 受測者年齡 | 辨識正確率 |
|-----|---|----------------|-------|---------|---------|
| P40 |  | 10.446 | 0.034 | 20歲以下 | 72.22% |
| | | | | 21歲~30歲 | 95.83% |
| | | | | 31歲~40歲 | 89.66% |
| | | | | 41歲~50歲 | 100.00% |
| | | | | 50歲以上 | 100.00% |
| P41 |  | 10.619 | 0.031 | 20歲以下 | 44.44% |
| | | | | 21歲~30歲 | 50.00% |
| | | | | 31歲~40歲 | 62.07% |
| | | | | 41歲~50歲 | 88.89% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% |
| P44 |  | 9.772 | 0.044 | 20歲以下 | 69.44% |
| | | | | 21歲~30歲 | 58.33% |
| | | | | 31歲~40歲 | 51.72% |
| | | | | 41歲~50歲 | 44.44% |
| | | | | 50歲以上 | 0.00% |
| P45 |  | 9.912 | 0.042 | 20歲以下 | 97.22% |
| | | | | 21歲~30歲 | 91.67% |
| | | | | 31歲~40歲 | 93.10% |
| | | | | 41歲~50歲 | 77.78% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% |
| P50 |  | 10.163 | 0.038 | 20歲以下 | 44.44% |
| | | | | 21歲~30歲 | 62.50% |
| | | | | 31歲~40歲 | 65.52% |
| | | | | 41歲~50歲 | 11.11% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% |
| P52 |  | 10.809 | 0.029 | 20歲以下 | 100.00% |
| | | | | 21歲~30歲 | 91.67% |
| | | | | 31歲~40歲 | 86.21% |
| | | | | 41歲~50歲 | 66.67% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% |
| P01 |  | 10.685 | 0.030 | 20歲以下 | 72.22% |
| | | | | 21歲~30歲 | 75.00% |
| | | | | 31歲~40歲 | 51.72% |
| | | | | 41歲~50歲 | 22.22% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% |
| P02 |  | 10.07 | 0.039 | 20歲以下 | 36.11% |
| | | | | 21歲~30歲 | 50.00% |
| | | | | 31歲~40歲 | 65.52% |
| | | | | 41歲~50歲 | 22.22% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% |
| P03 |  | 15.721 | 0.003 | 20歲以下 | 75.00% |
| | | | | 21歲~30歲 | 79.17% |
| | | | | 31歲~40歲 | 68.97% |
| | | | | 41歲~50歲 | 11.11% |
| | | | | 50歲以上 | 40.00% |
| P07 |  | 9.693 | 0.046 | 20歲以下 | 33.33% |
| | | | | 21歲~30歲 | 62.50% |
| | | | | 31歲~40歲 | 51.72% |
| | | | | 41歲~50歲 | 11.11% |
| | | | | 50歲以上 | 40.00% |
| P19 |  | 13.458 | 0.009 | 20歲以下 | 52.78% |
| | | | | 21歲~30歲 | 83.33% |
| | | | | 31歲~40歲 | 86.21% |
| | | | | 41歲~50歲 | 44.44% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% |
| P26 |  | 25.888 | 0.000 | 20歲以下 | 36.11% |
| | | | | 21歲~30歲 | 91.67% |
| | | | | 31歲~40歲 | 82.76% |
| | | | | 41歲~50歲 | 55.56% |
| | | | | 50歲以上 | 80.00% |

(資料來源：本研究，2011)

表17.行動電話圖像「聯想性」認同度與「性別」構面認知達顯著差異之圖像

| 圖像編號 | 圖像 | X ² | P | 受測者性別 | 聯想性認同人數 | 比例 |
|------|---|----------------|-------|-------|---------|--------|
| P03 |  | 7.806 | 0.050 | 男 | 27 | 77.14% |
| | | | | 女 | 61 | 89.71% |
| P09 |  | 12.584 | 0.006 | 男 | 32 | 91.43% |
| | | | | 女 | 54 | 79.41% |
| P33 |  | 7.984 | 0.048 | 男 | 26 | 74.29% |
| | | | | 女 | 53 | 77.94% |
| P37 |  | 8.243 | 0.041 | 男 | 29 | 82.86% |
| | | | | 女 | 50 | 73.53% |
| P44 |  | 8.114 | 0.044 | 男 | 20 | 57.14% |
| | | | | 女 | 43 | 63.24% |

(資料來源：本研究，2011)

在行動電話圖像聯想性認同度與基本資料之卡方檢定，從表17及表18顯示在性別構面達顯著差異的圖像有5個，年齡構面達顯著差異的圖像有22個，教育程度構面達顯著差異的圖像有10個，由此可知造成行動電話圖像聯想性差異主要的因素以年齡構面影響最大。在聯想性認同度達顯著差異的圖像，以男性認同比例略高於女性；21~30歲及31~40歲的年齡層對行動電話圖像聯想性有高度認同感，認同人數比例皆達90%以上。

表18.行動電話圖像「聯想性」認同度與「年齡」構面認知達顯著差異之圖像

| 編號 | 圖像 | X ² | P | 受測者年齡 | 比例 | 編號 | 圖像 | X ² | P | 受測者年齡 | 比例 |
|-----|---|----------------|-------|---------|---------|-----|---|----------------|-------|---------|---------|
| P01 |  | 23.268 | 0.026 | 20歲以下 | 80.56% | P19 |  | 25.059 | 0.015 | 20歲以下 | 52.78% |
| | | | | 21歲~30歲 | 79.17% | | | | | 21歲~30歲 | 91.67% |
| | | | | 31歲~40歲 | 72.41% | | | | | 31歲~40歲 | 82.76% |
| | | | | 41歲~50歲 | 88.89% | | | | | 41歲~50歲 | 55.56% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% | | | | | 50歲以上 | 60.00% |
| P04 |  | 21.593 | 0.042 | 20歲以下 | 100.00% | P21 |  | 23.728 | 0.022 | 20歲以下 | 94.44% |
| | | | | 21歲~30歲 | 95.83% | | | | | 21歲~30歲 | 100.00% |
| | | | | 31歲~40歲 | 100.00% | | | | | 31歲~40歲 | 100.00% |
| | | | | 41歲~50歲 | 88.89% | | | | | 41歲~50歲 | 88.89% |
| | | | | 50歲以上 | 100.00% | | | | | 50歲以上 | 80.00% |
| P05 |  | 24.988 | 0.015 | 20歲以下 | 91.67% | P22 |  | 25.141 | 0.014 | 20歲以下 | 66.67% |
| | | | | 21歲~30歲 | 100.00% | | | | | 21歲~30歲 | 91.67% |
| | | | | 31歲~40歲 | 100.00% | | | | | 31歲~40歲 | 86.21% |
| | | | | 41歲~50歲 | 88.89% | | | | | 41歲~50歲 | 100.00% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% | | | | | 50歲以上 | 80.00% |
| P06 |  | 23.64 | 0.023 | 20歲以下 | 97.22% | P24 |  | 23.6 | 0.023 | 20歲以下 | 75.00% |
| | | | | 21歲~30歲 | 91.67% | | | | | 21歲~30歲 | 83.33% |
| | | | | 31歲~40歲 | 93.10% | | | | | 31歲~40歲 | 89.66% |
| | | | | 41歲~50歲 | 100.00% | | | | | 41歲~50歲 | 44.44% |
| | | | | 50歲以上 | 80.00% | | | | | 50歲以上 | 60.00% |
| P15 |  | 33.397 | 0.001 | 20歲以下 | 88.89% | P25 |  | 33.372 | 0.001 | 20歲以下 | 47.22% |
| | | | | 21歲~30歲 | 100.00% | | | | | 21歲~30歲 | 91.67% |
| | | | | 31歲~40歲 | 96.55% | | | | | 31歲~40歲 | 93.10% |
| | | | | 41歲~50歲 | 88.89% | | | | | 41歲~50歲 | 77.78% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% | | | | | 50歲以上 | 80.00% |
| P26 |  | 38.026 | 0.000 | 20歲以下 | 44.44% | P36 |  | 22.06 | 0.005 | 20歲以下 | 100.00% |
| | | | | 21歲~30歲 | 91.67% | | | | | 21歲~30歲 | 100.00% |
| | | | | 31歲~40歲 | 89.66% | | | | | 31歲~40歲 | 96.55% |
| | | | | 41歲~50歲 | 66.67% | | | | | 41歲~50歲 | 88.89% |
| | | | | 50歲以上 | 80.00% | | | | | 50歲以上 | 80.00% |
| P32 |  | 21.64 | 0.042 | 20歲以下 | 97.22% | P41 |  | 29.922 | 0.003 | 20歲以下 | 63.89% |
| | | | | 21歲~30歲 | 91.67% | | | | | 21歲~30歲 | 87.50% |
| | | | | 31歲~40歲 | 96.55% | | | | | 31歲~40歲 | 96.55% |
| | | | | 41歲~50歲 | 66.67% | | | | | 41歲~50歲 | 77.78% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% | | | | | 50歲以上 | 100.00% |
| P33 |  | 37.918 | 0.000 | 20歲以下 | 97.22% | P43 |  | 24.744 | 0.016 | 20歲以下 | 55.56% |
| | | | | 21歲~30歲 | 66.67% | | | | | 21歲~30歲 | 83.33% |
| | | | | 31歲~40歲 | 65.52% | | | | | 31歲~40歲 | 93.10% |
| | | | | 41歲~50歲 | 66.67% | | | | | 41歲~50歲 | 77.78% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% | | | | | 50歲以上 | 80.00% |
| P34 |  | 24.623 | 0.017 | 20歲以下 | 77.78% | P45 |  | 27.535 | 0.001 | 20歲以下 | 100.00% |
| | | | | 21歲~30歲 | 83.33% | | | | | 21歲~30歲 | 100.00% |
| | | | | 31歲~40歲 | 96.55% | | | | | 31歲~40歲 | 100.00% |
| | | | | 41歲~50歲 | 55.56% | | | | | 41歲~50歲 | 77.78% |
| | | | | 50歲以上 | 60.00% | | | | | 50歲以上 | 100.00% |
| P35 |  | 29.595 | 0.003 | 20歲以下 | 50.00% | P51 |  | 31.697 | 0.002 | 20歲以下 | 100.00% |
| | | | | 21歲~30歲 | 91.67% | | | | | 21歲~30歲 | 100.00% |
| | | | | 31歲~40歲 | 86.21% | | | | | 31歲~40歲 | 100.00% |
| | | | | 41歲~50歲 | 88.89% | | | | | 41歲~50歲 | 77.78% |
| | | | | 50歲以上 | 100.00% | | | | | 50歲以上 | 80.00% |

(資料來源：本研究，2011)

伍、結論與建議

圖像是「面性」的傳達方式，而文字是「線性」的傳達方式，因此圖像具有良好的傳達效率，人類自古便懂得使用圖像來傳達訊息。圖像的應用會隨時代需求與應用媒體改變而變化，但以圖像替代文字來傳達的精神卻不曾改變。經由人類的溝通過程，而一連串的符碼使用必須透過圖像傳達（Yiy, 2005）。本研究主要目的在探討行動電話功能圖像在沒有文字輔助的情形下，了解圖像傳達方式最能讓使用者理解圖像的涵意，並快速搜尋到所需的功能。圖像意涵混淆性與聯想性認同度調查各項目數據分析結果，取正確率達60%以上且聯想度最高分者，代表辨識度高為設計最佳之圖像，反之若正確率低於50%代表辨識度較低，則視為評價較差的圖像。茲將研究結果整理出以下幾點結論與建議：

1. 由混淆性分析與聯想度分析對應結果發現，以「實體呈現」或「圖像簡化」、「明喻」的意涵轉換及「單一主體」的設計方法所佔比例最高，尤其在「相機功能」、「備忘錄功能」、「通訊錄功能」評價較高之圖像，使用次數最頻繁，由此可知透過一般大眾熟悉或習慣的事物，並以實物的特點作為設計依循方向，容易使受訊者了解其圖像意涵，視認性佳。採用接近真實物件的圖像表達，使用者不必再經過學習便可以辨認圖像的意義，是值得參考的設計模式。

2. 在「影音功能」、「訊息功能」、「地圖功能」、「設定功能」、「股市功能」中，以「關聯元素」或「輔助元素」來加強圖像意涵的聯想性，其獲得的評價不一，相較於「單一主體」的表達方式在辨識度並無顯著的差距。以「圖像簡化」加上「轉喻」的方式在各項目調查中，其獲得的評價偏低，尤其是「設定功能」使用次數較多。概括來說，此類型的設計在圖元取向上較無法與生活中的事物產生對應，視認性較差無法達到有效的傳達。故建議圖像在設計、醞釀時，必須確實掌握使用者的文化經驗與認知狀況。

4. 良好的視覺圖像應具優良的辨識性、簡潔性、理解性及設計品質與美感等，並從國際化統一標準設計形式，漸漸往多元文化與表現形式而演進。視覺

圖像設計形式包羅萬象，除造形與元素組合方式外，音效、動態呈現、色彩計畫等，皆是影響訊息傳達與功能操作績效之因子。這些因子是相互交錯運用，所形成的樣貌多變且龐雜。

參考文獻

- 吉國華譯（2003），Steve Caplin著，多媒體的圖示應用，旭營文化。
- 何秀煌（1978），記號學導論，台北：大林出版社。
- 何宗翰（2003），圖像化呈現方式應用於行動電話人機介面之研究，中原大學資訊管理研究所碩士論文。
- 呂清夫譯（1991），藝術·設計的平面構成，台北：北星圖書出版。
- 李幼蒸（1997），語義符號學—理論符號學導論，台北：唐山。
- 余佳、陳雲閔、許中維、蔡培元、蕭而芳、蔡曉涵(2006)，網路訊息圖像的認知研究，國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術系，學士學位畢業論文。
- 吳進生(2001)，新台幣紙鈔意象符號認知之研究，國立交通大學應用藝術研究所碩士論文。
- 林品章（2000），視覺傳達設計的理論與實踐，全華科技圖書股份有限公司。
- 林品章（2005），造形原理，全華科技圖書股份有限公司。
- 林品章、張照聆（2009），圖像傳達系統化之理論基礎，台灣科技大學工商業設計系，設計學研究，第12卷第2期，P46~68。
- 林振陽、陳中聖（1993），本省家庭警示性圖像認知之研究，工業設計，第22卷，第4期，pp.231-239。
- 林榮泰、莊明振（1991），從圖像語意探討人機介面圖像的設計，工業設計，第20期，pp.P85~93。
- 林磐聳（1998），企業識別系統CIS，藝風堂出版社，三版。
- 姚村雄（2001），從記號學角度探討日治專賣時期台灣酒類標貼設計之視覺符號運作，設計研究，第1期，P121~139。
- 孫春望、陳建雄、蔣世寶（2009），情境文字的文圖轉碼過程對景別之圖像解譯差異研究，設計學報，14卷4期，pp.1-22。
- 陳曉儒（2005），從語意轉換觀點談符號設計之研究----以觀光資源項目為例，國立雲林科技大學視覺傳達設計系，碩士論文。

- 陳娜文（2011），圖像設計應用於螢幕介面訊息傳達之研究，台南應用科技大學視覺傳達設計系，碩士論文。
- 黃柏文（2004），中原大學行動電話人機介面圖像意象及其偏好之研究，中原大學商業設計學系研究所，碩士論文。
- 張文龍（2001），台灣技職校院校徽造形意象之研究，國立台灣師範大學工業教育學系研究所，碩士論文。
- 張錦華譯（2000），Fiske, J.（約翰·費斯克，1995），傳播符號學理論，台北：遠流。
- 張繼文（1995），從認知心理學觀點探討記號設計，屏東師院學報，第8期，pp.472~500。
- 張耀羿、熊碧梧（2009），視覺傳達設計圖像應用之研究—以美軍心戰傳單為例，第九屆國軍軍事社會科學學術研討會。
- 劉錫權、陳幸春譯（1998），視覺傳達—平面設計，台北：六合。
- 鄭文俊（1999），資訊產品螢幕圖像操作介面設計思索與實務，大葉學報，8卷1期，pp.111-120。
- 鄭麗玉（1993），認知心理學，台北：五南圖書出版。
- 蕭錦昌（2001），網頁介面使用性之探討與意象研究，國立成功大學工業設計研究所，碩士論文。
- 謝育仁（2000），指示性圖示之研究-以旅遊地圖為例，國立成功大學工業設計研究所碩士論文。
- 鍾聖校（1998），認知心理學，台北：心理。
- 蘇文清、嚴貞、李傳房（2007），符號學與認知心理學基礎理論於視覺設計之運用研究—以“標誌設計”為例，人文暨社會科學期刊，第3卷，第1期，pp.95-104。

英文部分

- Horton, W.,1994, *The Icon Book: Visual Symbols for Computer Systems and Documentiont*, New York: John Wiley & Sons.

- Marcus, Aaron. 1992, *Graphics design for electronic documents and user interface*, ACM Press.
- Rookes, P. & Willson, J. 2000, *Perception – Theory development and organization*, Routledge.
- Treu, S.,1994, *User Interface Design: A Structured Approach*. New York: Plenum Press.
- Yiy, K. (2005) *Cinema art*. MA: Tomas.

初探法國新藝術女性肖像畫中 側面像的風格特色

黃怡嫣*

摘要

文藝復興的女性側面像以典雅氣質為訴求，受到四分之三正面像而沒落的側面像，直到十九世紀東西藝術交流後，結合日本藝術浮世繪的線條、用色與構圖表現，輔助歐洲擺脫傳統藝術的限制；這種結合歐洲傳統與浮世繪造形表現，讓側面像的畫面表現更加多元。

取材於自然中的昆蟲、花、草等植物與宇宙元素的火、水及日月星辰，這些裝飾元素搭配幾何線條，捨棄用色明暗法和遠近透視法，造就出另一種平面性；在色塊與線條的組合下，除了景深的綿延外，人物成為圖案一部份的統合表現為空間感另闢一種新的表現方式；明確的線條型態，在粗細長短的曲線變化下，讓畫面的細節更為繁複，與色塊的搭配又能融合，呈現一種複雜而非雜亂的視覺圖像。

透過風格分析將盧西恩·雷維·杜莫（Lucien Levy Dhurmer, 1865-1953）、喬治斯·德·弗雷（Georges de Feure, 1868-1943）和埃德加德瓦·馬克桑斯（Edgard Maxence, 1865-1953）這三位國人較為陌生的十九世紀法國藝術家作品，從構圖探討女性肖像畫中的側面像裝飾意涵，從平面性、空間感與複雜性三方面分析畫家結合繪畫風格與裝飾元素，造就各種新藝術女性側面像作品。

關鍵詞：女性側面像、新藝術（Art Nouveau）、盧西恩·雷維·杜莫（Lucien Levy Dhurmer）、喬治斯·德·弗雷（Georges die Feure）、埃德加德瓦·馬克桑斯（Edgard Maxenc）

*國立成功大學藝術研究所研究生

Study the Ornamental Meaning of the Profile Chart in France Art Nouveau Portrait Paintings of Women

Yi-Yen Huang

Abstract

Profile of women in the Renaissance elegance and appeal by three-quarters of the decline of the profile as the front, until the nineteenth century, after the exchange of Eastern and Western art, Japanese art of Ukiyo-e with the line, use of color and composition performance, supporting the European away from the traditional limits of art; this shape with the performance of traditional European and Ukiyo-e, so that profile picture of the performance of more diversified.

Draw materials natural insect, plant and fire, ink and the sun and the moon and the stars of the universe, these ornamental elements match the geometric lines, give up the light and shade law and Perspect the law, produce a kind of new level. Combine color lump and lines, there is result of depth of field, there are interconnected systems that behave jointly, that is to say personages become the space sense result of a part of a pattern. The lines change lets the detail of the picture be more abundant, merge color to match, a kind of visual picture complicated but not disorderly appears.

Analyze Lucien Levy Dhurmer (1865-1953) , Georges de Feure (1868-1943) , and Edgard Maxence (1865-1953) by style. These three French artists in strange the 19th century, probe into the ornamental meaning of the works of the composition, analyze from level, space science and three respects of complexity a painter combines the painting style and ornamental element, draw in various Art Nouveau women the profile chart works.

Keywords: bishoujo, bishonen, taste for beautiful figure, anime/manga doujinshi, anime/manga fan culture

* Graduate student, Institute of Art Studies, National Cheng Kung University

初探法國新藝術女性肖像畫中 側面像的風格特色

壹、緒論

新藝術時期受到日本浮世繪的版畫技法影響，畫作元素的輪廓線十分明顯，以現代眼光省視產生一種精緻漫畫彩稿的錯覺。特別是以女性為主題的人物肖像畫，女性不再只是文藝復興時期突顯地位或是表現貞潔的靜態性側面像；新藝術時期女權地位有所提昇，透過女性的多樣性運用於商品包裝與宣傳廣告，在印刷品的量化下，讓女性形象多元化。較為特別的是女性側面像，透過顯著的線條描繪複雜的細節，擷取異國文化元素與色塊變化，成功擺脫四分之三人物像的立體感束縛，在各式線條背景與色塊的變化下，造就出如夢似幻的女性形象。

回顧文藝復興時期的人物肖像畫，喜愛取法古希臘羅馬半身立體雕像的表現形貌，女性側面像呈現出一種背景簡潔、人的側面特寫與不對焦眼神，搭配刻畫細微的衣物配件，表現畫中人物的高雅姿態。側面像的構圖表現過於平面，這種靜謐風格自1450年以來逐漸被四分之三正面像所取代，逐漸式微的側面像在肖像畫中僅用以描畫當達官顯赫，突顯人物的典雅尊貴。

沒落的側面像直到十九世紀，伴隨著東西文化交流與裝飾風格的興盛，新藝術的將畫作主體置於一個類似鏡頭取景的環境中，飄逸的線條與裝飾元素結合，掌握空間特色以女性為主題的各種表現，將裝飾意涵發揮的淋漓盡致。吸取賽爾特（Celts）、哥德藝術（Gothic）、巴洛克（Baroque）與洛可可（Rococo）的中世紀藝術形式、曲線、戲劇效果及簡化圖案等特色，結合日本浮世繪（Ukiyo-e）典雅的線條和鮮明的色彩，造就一種裝飾複雜的平面式空間感畫面。日本浮世繪以商品包裝紙的形式傳入西方引發蒐集的熱潮。新藝術運動的藝術家，吸取浮世繪的裝飾性發揮在各種藝術題材上，開始重視並學習浮世繪的構圖表現，創造富含平面效果與裝飾元素的線性繪畫。

這種裝飾性表現在建築藝術的曲線、花草圖案的壁紙、立體裝飾的瓶子與

結合昆蟲題材的珠寶飾品等工藝美術，發展出豐富且多樣的設計樣態，並將此種技法運用到畫作上。側面像以靜態的固定姿勢，強調臉部輪廓線的造形，將東方藝術融入其中，透過裝飾元素描繪人物的造形與背景，讓側面像有更多的象徵意涵。新藝術的女性與自然融合，結合羽毛、植物、昆蟲與動物造就絢爛的畫面；豐富的肢體動作讓女性形象不再只是優雅美麗與善解人意的氣質，富含生命力與奔放情感或是清逸空靈的新形象，成為十九世紀末的一股風潮。

本論題從女性肖像畫的側面像復興為始，回顧文藝復興時期女性側面像的興衰，以及自四分之三正面像盛行到十九世紀之前為數不多的女性側面像作品，初步分析女性側面像在構圖表現與創作技法的差異性。探討日本浮世繪的作品風格是如何影響並被應用在女性側面像的題材表現上；藉以評析畫作裝飾性功能的表現模式，從平面性、空間感與複雜化三個層面新藝術女性側面像作品的裝飾性特色。

新藝術的風格在繪畫表現十分多元，除了商業海報外，傳統繪畫技法也有所創新。研究範圍著重探討法國新藝術的側面像題材表現，比照文藝復興時期的女性半身側面肖像畫為基準，挑選三位國人較為陌生的法國新藝術運動的藝術家作品做對照。分別是擅長以藝術海報塑造女性側面像作品的盧西恩·雷維·杜莫¹（Lucien Levy Dhurmer, 1865-1953）和以傳統繪畫為基礎，結合新藝術的裝飾性與人物有所關連，讓女性肖像畫的側面像題材更有故事性的喬治斯·德·弗雷²（Georges de Feure, 1868-1943）跟埃德加德瓦·馬克桑斯³（Edgard Maxence, 1865-1953）的女性側面像作品，用以檢視畫作之裝飾性。期許透過本研究得以明顯對照女性肖像畫中的側面像表現差異；顯示文化交流後的西方新藝術風格的多變性；並藉以認識更多新藝術時期的畫家。

¹ Lucien Levy Dhurmer: born in Algiers, 1865, died in Le Vésinet, 1953

² Georges de Feure: born in Paris, 1868, died in Paris, 1943

³ Edgar Maxence: born in Nantes, 1871, died in La Bernerie-en-Retz, 1954

貳、本文

一、女性肖像畫的側面像復興

女性的多變性是藝術家喜愛表現的題材。藝術肖像作品中女性透過衣著、飾品與配件的搭配造就萬種風情。歐洲的肖像藝術因文藝復興取法古代文化的表現方式而興盛，側面像能強調人物的高雅而廣受歡迎，直到充滿立體感四分之三正面像興起後，側面像逐漸沒落。十九世紀日本藝術傳入西方，浮世繪的平面性與裝飾元素的特殊性，吸引許多藝術家創作線性繪畫。

新藝術運動吸收歐洲傳統繪畫與浮世繪的裝飾性，為靜態的側面像增添動態線條與裝飾元素造就絢麗畫面。新藝術畫家筆下的女性，不只是氣質高雅而是結合自然元素展現生命力的新形象，讓當時因過於平面而式微的側面像得以復興。

（一）側面像的起源與沒落

義大利文藝復興的女性肖像畫訴求是靜態且被動的。在當時保守的世俗價值觀規範下肖像畫裡的「她們」，主要的差異表現於穿戴的衣著配飾以及說明門第身份的象徵物。⁴肖像畫的功能是展現高貴典雅的貴族氣息，而非強調人物個性特質，而側面像的表現型態，最能符合當時需求。

側面像只呈現胸部以上的人體，強調臉部輪廓線表達靜態的姿勢。眼神朝畫面上不存在的前方注視，背景效果可分為三大類，一是如安東尼奧·波拉尤奧羅（Antonio del Pollaiuolo 1429/1433 -1498）所繪製的《一位年輕女性的肖像畫》（Portrait of a Young Woman, 1475）（圖1）之單色處理表現；第二種的屋內風景，可參考菲利波·利皮（Filippo Lippi 1406 -1469）的《一位年輕女性的側面肖像畫》（Profile Portrait of a Young Woman, 1450-1455）（圖2）作品；與皮耶羅·德拉·弗蘭契斯卡（Piero della Francesca 1415-1492）的《烏爾比諾公

⁴ 花亦芬（2001），跨越文藝復興女性畫像的格局－《蒙娜麗莎》的圖像源流與創新，臺大文史哲學報，第五十五期，84

爵夫人》（Pendant Portraits of Federico da Montefeltro and Battista Sforza, 1460）
（圖3）所呈現的戶外風景。



圖1 Antonio del Pollaiuolo,
《Portrait of a Young Woman》,
1475, 48.9 x 35.2 cm, tempera and oil on
panel.



圖2 Filippo Lippi,
《Profile Portrait of a Young Woman》,
1450-1455, 49.5 x 32.7 cm, tempera on
panel.



圖3 Piero della Francesca,
《Pendant Portraits of Federico da Montefeltro
and Battista Sforza》, 1450, Galleria degli
Uffizi, Florence (Photo: Nicolo Orsi
BAttagini)

此時期的側面像著重描繪人物的造形，包含高貴的飾品與精美的服飾，帶有濃厚的階級觀念，人物的面部表情較為嚴肅且動作單調，透過靜態的動作強調女性婉約的氣質；畫面背景的屋室、林野象徵著畫中人物的世俗成就，側面像兼具炫耀財富及權勢的功用。

四分之三正面像，正可強化肖像畫與雕像的對話關係，賦予二度平面上的人物逼真的實體感，將所繪人物的面貌儀態從更多面向清楚具體地呈現出來。⁵

四分之三正面像的立體感，自十五世紀後成為畫家在人物表現上的常用題材。側面像的平面性在當時已發展至瓶頸，構圖表現難以創新。

四分之三正面像人物的姿勢與頭部的組合最為彈性。站姿、坐姿或是臥姿的四分之三正面像，透過動作與背景互動，讓畫面更為活潑。

四分之三正面像的表現性豐富，但若想呈現高貴身份與道德人格，側面像仍是最佳選擇。使得側面像在歐洲藝術仍有價值，但也間接造成十五世紀後的側面像，侷限為專門表現人物高尚的功能。例如洛可可時期費多 斯捷帕諾維奇·洛柯托夫（Fedor Stepanovich Rokotov 1736-1808）的《偉大的凱瑟琳二世肖像畫》（Portrait of Empress Catherine II the Great, 1763）（圖4），在單調的背景襯托下畫中主人更顯雍容華貴；巴洛克時期林布蘭（Rembrandt Harmenszoon van Rijn, 1606-1669）的《著華服的薩斯基亞》（Saskia in Pompous Dress, 1634-42）（圖5），則是在林布蘭所擅長的劇場式光影效果下，頗有聚光燈的效果。與文藝復興的作品相比，人物的動作變化不大，但表情較為柔和；而衣



圖4 Fedor Stepanovich Rokotov,
《Portrait of Empress Catherine II
the Great》, 1763.



圖5 Rembrandt Harmenszoon van Rijn,
《Saskia in Pompous Dress》, 1634-42,
100 x 79 cm, Oil on wood,
Staatliche Museen, Kassel.

⁵ 花亦芬（2001），跨越文藝復興女性畫像的格局－《蒙娜麗莎》的圖像源流與創新，臺大文史哲學報，第五十五期，90

著配件的表現則更加細緻，不同布料的光澤與衣摺處理的非常清楚，更能藉此顯示畫中人物的地位。

（二）日本浮世繪的影響

從日本與西洋國家的交流可以知道，透過通商條約的簽訂，東西文化的交流是透過"物品"的進出才開始⁶

與西方締結通商條約的日本，在商品流通的過程中將東方藝術傳入歐洲。浮世繪作品本是用以保護外銷陶瓷器的包裝紙，因圖案特殊引起西方注意。日本藝術促使歐洲傳統美術的舊有理論與古典觀念產生革新。日本浮世繪畫家歌川國貞（うたがわ くにさだ, 1786-1865）的《源氏物語》（The tale of Genji, 1835）（圖6）以線條勾勒的乾淨臉部，在裝飾繁複的和服、紙門與器皿中顯得特別突出。讓·愛德華·維亞爾（Jean edouard Vuillard 1868 -1940）的《范羅敦和米希亞》（Vallotton and Misia, 1899）（圖7）仿效乾淨臉部的特色，精緻的屋內人物臉龐因單純的色彩處理而成爲畫中主題。



圖6 歌川國貞, 《The tale of Genji》, 1835, 35.5 x 24.6 cm, Colour woodcut (one of a triptych).



圖7 Edouard Vuillard, 《Vallotton and Misia》, 1899, 72 x 53 cm, Oil on cardboard, Paris, Private Collection.

⁶ 原文：そもそも西洋諸国との外交の端緒が「通商条約」の締結という形をとつた事實に明かなように、文化の交流もまずは「物」の出入りを以て始まつたのである。谷田博幸（2004）。唯美主義とジャパニズム。名古屋市：名古屋大學出版會，頁42

浮世繪靈活發揮版畫的線條特殊性，從浮世繪的作品中可看見流動的、有機的以及節奏性的曲線模式，將自然元素變成裝飾性圖案，運用對比性的複雜化原則，在充滿裝飾元素的畫作中，人物的五官卻用簡潔的線條勾勒，讓主體以一種乾淨的造形突顯於畫作上。新藝術吸收此種特性，許多造形設計開始出現以花草等植物為主體的線條造形，雖捨棄傳統西方的明暗法，透過色彩與線條的搭配強調主客體關係，產生新的前後景效果。浮世繪將主體成爲圖案的一部份，空間因色彩搭配而融爲一體的特殊性，新藝術的表現更爲突出。

（三）法國新藝術的女性側面像題材

新藝術運動學習哥德藝術巴洛克、洛可可與賽爾特的中世紀藝術形式，作品富含中世紀風情與世俗享樂的氣氛，漩渦狀、曲線與簡化的花紋圖案，爲畫面增添戲劇性的效果。同時將日本浮世繪特有的典雅線條和鮮明色彩運用在藝術各領域上。透過新藝術，讓沈寂許久的側面像結合線性特質與裝飾性圖案，跳脫靜態的畫面效果。

此時期的女性肖像畫發掘了女性新風情，與文藝復興時期的作品相比更爲活潑；同時也活躍於各式商業。新藝術最廣爲人知的畫家慕夏（Alphonse Mucha 1860-1939）即成功地將商業海報結合藝術性而廣受。作品《拜占庭頭飾：金髮》（Byzantine Head: The Blonde, 1897）（圖8）中類似中世紀的服飾，比起文藝復興時期繁雜配件的衣著較爲簡約。但人物的頭髮與頭飾的裝飾性又十分豐富，由線條勾勒的頭髮形狀搭配色塊，製造出平面卻飄逸的動態感。頭部飾品或爲自然元素的花草，或爲宇宙元素的星辰，富含複雜性的飾品在平面的頭髮更爲凸顯。畫面後方的幾何線條造形繁複，卻能與前景的平面色塊人物搭配。



圖8 Alphonse Mucha.
《Byzantine Head: The Blonde》,
1897, Color lithographs.



圖9 Georges De Feure, watercolor (from Art
and Decoration), 1901.

商業表現型態上還有擅長藝術海報喬治斯·德·弗雷的作品（作品名不詳，圖9），畫面上方是花朵與花蕊的組合，兩旁是幾何形的葉子。畫中的女性四分之三式的站姿，強調衣著的繁複細節，透過線條的輔助強調衣服的綳摺。低頭的側面與厚重的長髮，臉部只剩單純的線條，緊密的眼睛變成一條線，透過右手停駐的小鳥，從小鳥偏頭的方向，為畫面作延伸。線性造形的果叢後方有騎馬者和村鎮，透過女性衣物的垂墜，為畫面作了前後分割。

新藝術在傳統繪畫上的表現也有許多創新，在阿里斯締德·馬約爾（Aristide Maillol 1861-1944）的《一位女孩的肖像畫》（Profile of a Girl, 1896）（圖10）一作中，透過筆觸強烈的色塊式造形，在明亮的黃白背景中，黑色蕾絲遮陽帽與上方的紅花十分突出，粉紅色衣著的明暗處理很少，樹木的色彩變化也不多。戴著帽子的女性頭部略微往下，側臉不見眼睛與額頭只剩鼻子下方



圖9 Georges De Feure, watercolor (from Art
and Decoration), 1901.



圖10 Aristide Maillol, 《file of a Girl》, 1896,
Paris, private collection.

的造形，從緊閉的紅唇與往後伸展的手臂，讓人好奇畫中人物的心情。與帽子上四朵紅花對比的枝葉，受浮世繪連作的作品分割影響，樹木被截斷的效果以及與女性的距離，為畫作增加無窮的想像空間。

法國新藝術的女性側面像題材，跳脫了文藝復興單調的構圖表現，人物的臉部表情可以微笑或張開不再緊閉；眼神也不限於凝視前方，閉眼的造形反倒增添神秘感；頭部的姿勢也可以上下移動，不再只能平視前方。手部姿勢也十分靈活，透過手部肢體的延伸，為畫面增添故事性。

考量印刷而運用大色塊的海報與刊物，跳脫傳統藝術對明暗變化的要求，透過海報的單色效果，讓側面像的線條更為突出。傳統繪畫在構圖與色彩表現上，嘗試在突顯人物的側面像題材中，增加人與景的故事性，讓背景不再只是單純的美化效果；且人物的臉龐也有了不一樣的呈現方式，透過配件的遮掩效果，更能有效強化畫面的想像空間。新藝術為畫面增添的裝飾元素與傳統的側面像相比，新藝術側面像的人物姿態更為活潑，肢體動作讓畫面的延伸性更強，細心搭配的裝飾元素，讓畫面更為豐富。

二、畫作的裝飾性功能

新藝術藝術家瞭解裝飾的特色並活用於創作上，再現自然元素與人物的搭配充滿更多互動。自然元素不再只是單純的背景，透過新藝術的裝飾性，讓美的感受性更為明顯。裝飾藝術可以創出某種氣氛，色調與形狀以各種姿態呈現，圖案的反覆讓畫面複雜性獲得平衡，細膩的畫風刺激觀眾的想像力。

新藝術充滿活力的曲線和線條的節奏性，結合抽象性線條與色塊運用，裝飾與構造並非單純描述事實，透過裝飾性呈現的美感，讓作品充滿暗示性，引導觀者自我內心的感受。作品除了外表的精緻華麗，內在蘊含著神秘世界的奧秘，反映了新藝術創作者的思想。

（一）平面性效果

新藝術仿效浮世繪「沒有陰影的圖像」之效果，運用線條與大色塊製造前後景深。新藝術讓線條的地位提昇，色彩明暗性的變化也被色塊式用色所取代。這種類似版畫套色的單一色調平塗效果，透過線條與鮮豔色彩的醒目搭配，在藝術海報表現上最為突出。

透過幾何線條與塊狀色彩的創作方式，海報的圖像缺乏陰影表現，是新藝術將平面性發揮淋漓盡致的特點。考量海報印刷的制式化，色彩的明暗變化若過於豐富，容易導致畫面混濁；且色彩變化過多亦造成成本負擔。海報在雖然畫作線條細膩，透過相似性與重複性的配色，仍能有效節省印刷成本；並適度使用對比色組合，透過衝突性色彩吸引觀眾注意，達成宣傳效果。

壁紙的平面性效果則是大量運用花草元素，透過規律、對稱或是協調的造形方式表現。以線條勾勒外輪廓，區塊為單位填入單色色彩，以對比性為主的配色，使用高彩度的鮮豔色彩為主題點綴，對比的配角則依創作者喜好彈性調整。

在側面像的表現上，盧西恩·雷維·杜莫的《一陣風》（The Gust of Wind, 年代不詳）（圖11）填滿葉子的平面背景，凸顯女性的表情與飄逸的長髮線條；《女子與獎章》（Woman with a Medallion, 1896）（圖12），類似文藝復興時期肖像畫單色背景以及樸素的衣著表現下，強調右手勾拉項鍊的姿態。喬治斯·德·弗雷的《根特女子》（Femme de Gand, 1900）（圖13），即是透過線條與色塊的變化，在平面性的畫面製造前後景深；《罪惡之源》（La Source Du Mal, 年代不詳）（圖14）則是在同色系的畫面下，線條選擇性的描繪外型搭配色塊變化，讓有輪廓的造形得以突出，主客體的搭配協調。擅長在同色系背景變化的埃德加德瓦·馬克桑斯，在《配有孔雀羽毛的女子肖像》（Profile with Peacock, 1896）（圖15）的綠色背景，透過線條勾勒樹林，與《餵食天鵝的紅髮女孩》（Jeune Fille Rousse Nourrissant Des Cygnes, 1900）（圖16）的藍綠色植物與白天鵝，若不仔細觀察，將會誤認畫中女性是身處於在單色系背景中。



圖 11 Lucien Lévy Dhurmer, 《The Gust of Wind》, Oil on canvas, Private collection.



圖 12 Lucien Lévy Dhurmer, 《Woman with a Medallion》（La Femme à la Médaille ou Mystér）, 1896, 35 x 54cm, Pastel, Musée d'Orsay, Paris.



圖13 Georges de Feure, 《Femme die Gand》, 1900, 37 x 54cm, water color and crayons on paper.



圖14 Georges De Feure, 《La Source Du Mal》, 34.5 x 25.5cm, lithographs in color.



圖15 Edgar Maxence, 《Profile with Peacock》, 1896, 30 x 46 cm, Pastel, Collection of M. Gerard Levy (Paris, France) Private collection.

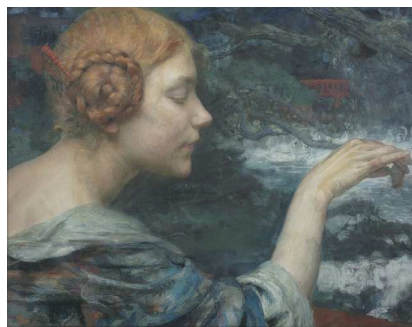


圖16 Edgar Maxence, 《Jeune Fille Rousse Nourissant Des Cygnes》 (young girl feeds the swans), 1900, 46x57cm, watercolor and pastel on paper.

此一時期的畫作平面性表現效果，與西方傳統的明暗法不同，雖然單一物件的立體感消失了，從整幅作品觀看卻又不是完全的平面。與文藝復興時期在用色上的漸層與堆疊習慣不同，新藝術特意強調線條與色彩，此種搭配讓輪廓線強調了物體的形狀，色彩則是讓區塊之間有所分別，運用得宜的色彩學搭配，在色塊間同色系的明度與彩度變化，以及對比色系的使用，提高畫面的裝飾效果。

（二）空間感表現

被封鎖的空間關係和統一的顏色和表面的外輪廓線，如同日本木刻，在一個圖案區塊內有秩序的藉由各種裝飾性呈現個體形式。⁷

仿效浮世繪的版畫套色，透過輪廓線與色彩充滿畫面的阻塞特質，搭配簡化細節的描寫方式，統一了整體畫面的空間關係。新藝術作品的畫面充斥著許多線條，飄逸的線性在作品上隨意遊走，結合阿拉伯式的幾何特性，曲線的組合讓作品充滿流動性。色塊式的搭配，雖缺少了三度空間的深度，與線條搭配的畫面風格造就另一種幻覺風格。

色塊與線條所製造的景深效果，讓人物與圖案的統一，表現新的空間感。這種特色在海報表現上最為突出。但新藝術在傳統藝術媒材的創作上，也能運用不規則的曲線為畫面背景和飛舞的頭髮；對於自然元素的寫實描繪，運用於裝飾性表現上；結合中世紀或異國情調在人物的衣著或背景的佈置；構圖講究均衡，搭配一體化的裝飾元素，展現一種神秘脫俗的畫面。

盧西恩·雷維·杜莫的《一陣風》（圖11）一作，整體畫面缺乏景深，與葉子融合的女性側臉透過飄揚的黑長髮，讓人隨著黑髮注意女性的存在；《女子與獎章》（圖12），單色背景的平面性，在看不見的表情與手勢下，反倒給人一種靜謐的感覺。喬治斯·德·弗雷的《根特女子》（圖13），適度簡化背景的線條造形，在色彩的變化下成功強調主客體的遠近效果；《罪惡之源》（圖14）的同色系畫面，靈活的線條與色塊的變化，強調了畫面的空間。埃德加德瓦·馬克桑斯的《配有孔雀羽毛的女子肖像》（圖15），綠色系的畫面給人一種靜謐的感覺，背景出現的對比紅色，暗示性的強調女性與孔雀之後的想像空間；《餵食天鵝的紅髮女孩》（圖16）的白天鵝與河水的顏色相近，類似速寫的勾勒方式反倒強調了天鵝在遠處的空間性。

新藝術的空間性，將西方遠近透視的藝術科學使用率降低，結合線條與色

⁷原文：Spatial relations are blocked and unified by colour values and surface border outlines, as in the Japanese woodcut, which within a small pictorial area imposes strict order on the various ornamentally rendered individual forms. Siegfried Wichmann(1985). Japonisme: the influence on western art in the 19th and 20th centuries. New York: Park Lane, 213-214

彩的裝飾性，造就一種奇特的舞台效果。在這個場景裡，擁有中世紀的元素、異國情調的設計以及多樣的線性造形，讓作品的空間表現充滿奇幻風格。

（三）複雜化效果

新藝術的裝飾性，在藝術家精湛的構圖，結合線條與色彩的運用，呈現了精緻的美感。透過亂中有序的幾何組合，讓畫面的複雜性有一規則可循，。主題與背景的皆擁有高度複雜性，但主從關係清楚，背景的風采不會搶走主角；而主角的裝飾性也能更背景呼應，造就了複雜而非雜亂的畫面特色。新藝術的複雜化效果，表現在各領域中，建築物外圍的浮雕與窗戶的單調性對比；幾何造形的大門不同於單調的直線式鐵條所給予的沈重感；屋內新藝術風格的擺設與樓梯造形，增添華麗氣息。

盧西恩·雷維·杜莫的《一陣風》（圖11），飛舞的樹葉在統一的色調上有規律性，毫無裝飾品的女性與黑髮反而成功地在繁複畫面中被關注；《女子與獎章》（圖12）的大色系分割，讓畫面呈現簡潔感，被帽子遮掩的臉部增添許多想像。喬治斯·德·弗雷的《根特女子》（圖13），精細描繪的女性髮流搭配相近色系，人物的衣著與頭飾的色塊變化多元，細膩的主體表現與背景的簡潔造形取得平衡；《罪惡之源》（圖14）在同色系的底色透過線條、色塊與適度的留白的搭配，協調整體畫面。埃德加德瓦·馬克桑斯的《配有孔雀羽毛的女子肖像》（圖15），主體的羽毛造形刻畫細膩與開屏的孔雀呼應，統一色系的造形透過線條的變化增添畫面元素，作品中相互呼應的配置，產生一種統合感；《餵食天鵝的紅髮女孩》（圖16）裡閉上眼睛的紅髮少女，讓人更加關注手部動作與後方白天鵝的互動，紅色的髮飾、手部下方的一抹紅色與遠處的紅色小橋，對比色的擺置讓畫面更為活潑。

繪畫作品透過色彩強調裝飾性元素，把握主題簡潔的原則，避免曲線造形過多遮掩主題。透過自然元素的幾何造形以及中世紀或異國風情的元素，與主題協調搭配後，呈現一種非現實的氣氛。色調、形狀與圖案的重複性，讓畫面複雜性獲得平衡。細膩畫風所呈現的複雜畫面，藉由搭配合宜的色塊組合，成功吸引觀者目光；細看畫作後，對於畫面元素的情境有了不同的聯想；若再深入研究作品線條，將會驚訝於作品元素的豐富性。

三、法國新藝術女性側面像作品分析

新藝術和象徵主義彼此關係是相輔相成的。兩方藝術家相互分享對奇特、神祕和情色題材的興趣。⁸

十九世紀新藝術的裝飾性與象徵主義的概念相近，兩方的藝術家交流分享奇特，神祕和情色的主題為圖像材料。不少畫家因作品風格的關係，難以歸類為哪一流派。本論題以女性肖像畫的側面像作品為選許準則，在法國新藝術運動中，挑選三位國人較為陌生的藝術家介紹。結合裝飾性功能與圖像學分析方式，解釋女性側面像作品的裝飾意涵。

新藝術運動在歐洲產生了許多藝術家，臺灣對於新藝術的繪畫認知卻多以慕夏的唯美畫風為主。為拓展國人多方認識新藝術風格，選擇個慕夏所大受歡迎的法國，介紹法國新藝術運動的藝術家作品，藉以認識其他畫家的畫作風格。喬治斯·德·弗雷擅長以藝術海報塑造女性側面像作品，畫中的女性姿態多變，與慕夏筆下的女性向比，又是另一種風貌的美女；盧西恩·雷維·杜莫和埃德加德瓦·馬克桑斯則是以傳統繪畫結合新藝術的裝飾性，作品中的女性不再侷限於達官顯貴或是中世紀造形的女性，讓女性肖像畫的側面像題材更為親民。

（一）盧西恩·雷維·杜莫

1879年盧西恩·雷維·杜莫在法國巴黎（Community School of Design and Sculpture）學習繪畫和雕塑。1882年首度在巴黎沙龍展出作品；1886到1895年盧西恩·雷維·杜莫在克萊門特·瑪西亞（Clément Massier）擔任了陶瓷裝飾師，然後成為藝術工作室主任；1892年的第一件陶瓷作品充滿伊斯蘭藝術風格；1895年拜訪義大利，受了文藝復興時期的藝術影響，開始了職業畫家生涯。

⁸原文：The relationship between Art Nouveau and Symbolism was profitable. Both groups of artists shared an interest in an iconography drawn from exotic, mysterious and erotic subjects. Laura-Vinca Masini, translated from the Italian by Linda Fairbairn(1987). Art nouveau. New York: Arch Cape Press, 75-76

1896展覽作品使用盧西恩·雷維·杜莫（Lucien Lévy-Dhurmer）為落款，使用乳名—苟杜莫（Goldhurmer）的最後兩個音節，用以區別其他雷維（Lévy）的畫家。作品展現前拉斐爾派的陰霾憂鬱與印象派的明亮色彩的對比風格，受到大眾的喜愛。為作家喬治·羅登巴克（Georges Rodenbach）所繪製的肖像畫《喬治·羅登巴克的肖像畫》（Portrait of Georges Rodenbach, 1895）（圖17），展現奇特的協同效果。1901後改以風景畫為主要創作，作品風格類似惠斯勒（James Abbott McNeill Whistler 1834-1903）和莫內（Claude Monet 1840-1926）。



圖17 Lucien Lévy-Dhurmer,
《Portrait of Georges Rodenbach》, 1895,
36x55 cm, Pastel on paper.



圖11 Lucien Lévy-Dhurmer,
《The Gust of Wind》, Oil on canvas,
Private collection.

《一陣風》（圖11）的色調是深黃為底搭配些許的橙紅；畫中女性身軀被葉子所遮掩，只剩下頸部以上的側面臉龐。被葉子覆蓋的背景，強調飄揚的黑髮和女性的視線往同一方向延伸，畫面不見頭髮的末端，也不知女性為何張開嘴巴，只知在風中飄舞的落葉下有一位女性和飄動的長髮。

畫作構圖分為三景，以女性側臉為中景，遮掩頭部與身軀的濁色系樹葉是前景；在頭髮後方明度較高的樹葉則是背景。符合主題的秋季，樹葉用色較為混濁，在黃綠色系中摻雜泛紅的葉子強調季節性。由葉子組成的背景，不知畫中女性是躺在落葉上感受秋風吹拂，還是在一陣強風中長髮與落葉一同飛揚。

主體被安排在一群葉子當中，透過色彩的變化強調樹葉交疊，但明暗變化有限且背景佈滿樹葉，讓視覺停留在葉子上導致景深不足。但是女性的長髮與葉子一同飛揚，從女性的視角延伸，微啓的雙唇與不知凝視何物的眼神，不見末端的飛舞長髮，隨著畫作邊界的結束，未知的領域讓觀者增添更多想像空間。

以深色系平塗的背景強調了前景人物，女人的眼神被包裹長髮的帽子所遮掩，只能從眼睫毛的造形知道眼神是注視前方。與文藝復興時期不畫「手」的側面像訴求相比，用色單純的《女子與獎章》（圖12），取景在胸部上方的側面半身像，搭配橫式長方形的構圖，讓右手與脖子項鍊互動更為明顯。



圖12 Lucien Lévy Dhurmer, 《Woman with a Medallion》（La Femme à la Médaille ou Mystère）, 1896, 35 x 54cm, Pastel, Musée d'Orsay, Paris.

冷色系的藍色為背景底色，平塗也缺乏明暗變化，讓背景呈現單調的平面性。婦女的頭部以深藍色布帽將額頭、耳朵、盤旋的頭髮和下巴全部包裹起來，讓側臉只剩鼻子和嘴巴的線條。眼睛部分因為被布帽遮住，僅能透過眼睫毛與陰影推測婦女的視線是凝視前方。從頸部開始包覆身軀的衣服，不見裝飾繁複的描繪，僅是黃褐色的單一色調。

如同主題所明示的有一個大徽章的婦女，右手食指所鉤住的徽章與衣服同色系，黑色的鍊子強調拉扯的動作。類似文藝復興時期的單色背景，但人物的衣著樸實，加上遮住眼睛的帽子，本應為單純的側面像，卻因與脖子上的項鍊產生互動的手，增添了作品的複雜性。

盧西恩·雷維·杜莫的作品包括油畫，素描，陶瓷，家具和室內設計，結合拉斐爾前派的陰鬱氣息和印象派的明亮效果，在衝突的色彩表現上展現個人風格。在平面性表現透過色彩的對比，讓畫面的主從關係清楚；獨特的畫面氛圍，強化了作品的空間性；把握簡潔與繁複的比例，讓主題更為明顯。

（二）喬治斯·德·弗雷

父親是荷蘭的建築師，母親是比利時人，出生於法國的喬治斯·德·弗雷（Georges die Feure）（原名：Georges Joseph van Sluÿters）。1890年搬到巴黎成爲儒勒·尚珩（Jules Cheret, 1836-1932）的學生，並從事廣告畫以及裝飾藝術風格海報的設計。喬治斯·德·弗雷以時髦年輕婦女爲主角，強調棕色、綠色與玫瑰紅用色的新藝術風格海報廣受好評，這些受歡迎的優雅圖像讓他獲得海報詩人（the poet of the poster）的稱號。1894年展出以女性爲主題的水彩作品，風格與英國比爾茲來（Aubrey Beardsley 1872-1898）相似。喬治斯·德·弗雷在裝飾性藝術的貢獻，讓他在1901年被提名爲騎士榮譽軍團（Chevalier de la Legion d'honneur）。



圖13 Georges de Feure,
《Femme die Gand》, 1900, 37 x 54cm,
water color and crayons on paper.

以低彩度高明度的色彩組合而成的《根特女子》（圖13），典雅的用色讓人聯想現代性的插畫作品。黃綠色調的搭配，產生一種穩重的感覺。畫中女性的淨白膚色，適切地突出身上的裝飾造形。透過線條仔細勾勒的植物，在區域間的單色變化中，雜而不亂的效果，反倒強調職務欣欣向榮的生命力。遠處的建築物色調與背景相近，搭配簡潔的輪廓，增加背景與女性的距離。

畫面前景的側面女性，眼神並非凝視手上的花也不與觀者相望，產生一種沈思的效果。延伸的右手與彎曲的花莖，結合左上與右下的植物佈景，讓花朵與側面像之間的村鎮風景受到注意。簡潔得宜的線形建築與橋上的騎馬者所構成的背景，高明度的用色增加整幅作品的空間性，強化了作品的景深效果。

用線勾勒頭髮的髮流，隱藏在同色系髮色下的線條得以與頭上的飾品調和，用色較為濃重的考量有效能區隔後方花草；以人物為前景，花草植物為中景，色調最淡的建築為背景，三景式構圖結合線條的流暢性，在延伸的空間裡充滿和諧感。



圖 13 Georges de Feure,
《Femme die Gand》, 1900, 37 x 54cm,
water color and crayons on paper.



圖 14 Georges De Feure,
《La Source Du Mal》, 34.5 x 25.5cm,
lithographs in color.

不同於《根特女子》（圖13）畫中的女性形象，《罪惡之源》（圖14）在眼角加強深色效果的女性，搭配微微上揚的紅唇，給人一種精明的感覺。在橘紅色系的配色下，線條只做重點式描繪，在色塊之間，更能強調女性的眼神。左方的小鳥雖然抬頭看著女性，但女人的眼神卻是上揚的狀態，在有限的畫面中，增加了作品的想像空間。

簡約的線條，僅用幾筆就勾勒出女性的紅髮；前發的枝葉是純色塊造形，遠方的花朵搭配細微的輪廓現，畫面的最後方類似光暈的效果讓延伸有所停留。在看似簡潔的造形下，線條的裝飾性減弱，反倒是色彩的變化為重點。

右下方較為深色的落葉造形，規律性的朝頭髮處移動；站在枝葉上的小鳥，在簡約的線條下也是強調眼睛的輪廓，但人與鳥並非是相望的效果，讓人好奇畫中女性是被什麼所吸引。

喬治斯·德·弗雷筆下的女性有著顯明個性，透過線條描繪的眼神傳達特質。擅長藝術海報的背景，作品的色彩與線條的搭配十分協調，捨棄陰影的圖像表現，讓作品充滿平面特性；作品在線條與色彩的相互協調或是偏重某一方，彈性運用造就多樣的空間表現；在訴求繁複性的作品中，適度斟酌色彩讓主題更為明顯，或是在簡潔的作品中，畫龍點睛的線條造就景深與強調重點。

(三) 埃德加德瓦·馬克桑斯

埃德加德瓦·馬克桑斯在法國巴黎高等美術學院（École des Beaux-Arts in）接受儒勒·埃利德勞 (Jules-Elie Delauney, 1828-1891) 與古斯塔夫·莫羅 (Gustave Moreau, 1826-1898) 的指導。從1894年至1939年持續舉辦展覽，並經常擔任各沙龍的委員會和陪審團。埃德加德瓦·馬克桑斯的風格和內容變化不大，作品受中產階級喜歡。結合對「人」與「宗教」主題的喜愛，從《森林之魂》（The Soul of the Forest, 1898）（圖18）充滿裝飾性元素、宗教性或寓言式形象與身著中世紀服飾的人物的畫作表現可見端倪。



圖18 Edgard Maxence,
《The Soul Of The Forest》, 1898.



圖15 Edgard Maxence , 《Profile with Peacock》, 1896, 30 x 46 cm, Pastel, Collection of M. Gerard Levy (Paris, France) Private collection.

《配有孔雀羽毛的女子肖像》（圖15）綠色系背景凸顯前方身著藍衣的女子。河畔兩旁是配有孔雀羽毛飾品的女性和開屏的孔雀呼應。孔雀後方的紅色建築，暗示在高聳入雲的樹林後方還有延伸空間。畫中的女性盤起來的頭髮露出肩頸線條，頭上有著描繪精緻的孔雀羽毛。淺藍與深藍的眼球配色，是埃德加德瓦·馬克桑斯人物畫中空靈眼神的特色。色調純度高的衣著與羽毛的藍色相近，服飾上方的圖案避免用色過雜，也不脫離羽毛的色調。畫面下方的羽毛，應是女子以手扶持而斜靠在右臂處。

人物主體的用色鮮豔，背景則在藍綠色系的變化下，呈現朦朧氣息。後方的樹木越往上延伸線條就越明顯，但天空不見白雲、藍天與太陽，反倒是灰濁的陰天，令人好奇孔雀前方的河水波光何來。林間小徑位於孔雀身後，開屏中的孔雀讓人看不清小徑的起點，有種不得其門而入的惆悵。

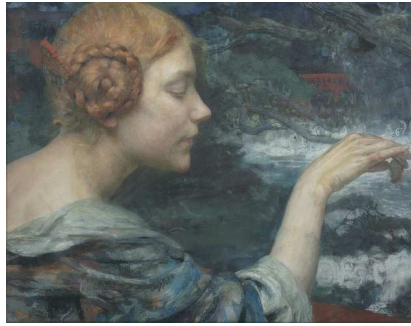


圖16 Edgar Maxence, 《Jeune Fille Rousse Nourrissant Des Cygnes》(young girl feeds the swans), 1900, 46x57cm, watercolor and pastel on paper.

《餵食天鵝的紅髮女孩》(圖16)畫中的紅髮女子閉上雙眼，右手的大拇指、食指與中指將飼料固定，右手後方的白色系不是浪花，而是成群等待餵食的天鵝。作品以水彩上色，色塊的堆疊表現精采，女子衣著的縐摺與花樣，在色彩與筆觸上有精細的描繪。頭髮盤旋的造形清楚表現，髮飾的位置與光澤也不馬虎，閉上眼睛的靜謐感，與潺潺流水呼應，藍綠色系的背景，更凸顯整幅作品的閒適。女性背後的樹幹以明顯的線條搭配色彩，樹葉則是色彩的堆置，畫作的天空承襲埃德加德瓦·馬克桑斯一貫的朦朧意向，增添虛幻效果。

天鵝們在白色色塊裡，透過黑線勾勒外型，隱藏在女子的右手與彎曲的樹幹後面，與河流有著完美的融合。右手下方的紅色區塊，雖只描繪一小角，卻能表明女子身處於岸邊，伸出的右手是要將飼料灑入河中，而頸部線條的延伸讓整個人體前傾，藉以凸顯位於後方的天鵝群。

運用裝飾性元素、宗教性或寓言式形象，結合中世紀風格、神話主題和朦朧意象，創造虛幻的作品風格。習慣以同色系用色的創作風格，透過線條的輔助，讓作品的第一印象充滿平面的錯覺，深入觀察卻又進入另一種奇幻的空間，相近色系的變化搭配些許的對比色點綴，讓畫面有了統合性。在看似平面的畫面中，充滿許多細膩的裝飾元素，對於背景的延伸描繪，製造一種魔幻的特殊效果，女性主體的造形或是動作與背景相互呼應，這種關連性強調整體畫面的主題性造就協調效果。

新藝術運動的女性特質，除了文藝復興式的氣質展現，結合東西方藝術的裝飾題材，發掘女性的多變樣貌。女性的側面像與裝飾元素的結合，從新藝術畫家的筆下發揮魔幻性、寫實性、復古性或是異域性特質，使得女性側面像的表現更加多元。

參、結論

女性的側面像，從文藝復興為表現典雅氣質而風行，卻受四分之三正面像的流行而式微許久。十九世紀的新藝術運動，吸收歐洲與日本藝術的東西交融，擺脫傳統藝術的窠臼，搭配浮世繪的線條、用色與構圖表現進行創新。文藝復興時期突顯地位或是表現貞潔的女性，在新藝術時期擁有了多種樣貌，在印刷品的量化下，商品包裝與宣傳廣告皆可看見各種女性形象。透過顯著的線條描繪複雜的細節，擷取異國文化元素與色塊變化，成功擺脫四分之三人物像的女性側面像，在各式線條背景與色塊的加持下強化立體感，搭配精緻的背景塑造出新女性形象。

回顧文藝復興時期的人物肖像畫，簡潔的側面特寫與不對焦眼神；伴隨著東西文化交流與裝飾風格的興盛，新藝術的將自然環境常見的昆蟲、花草植物與動物，自然元素的火、水與宇宙中的日月星辰等題材運用在背景，搭配刻畫細微的衣物配件，表現畫中人物的高雅姿態。從女性肖像畫中側面像的復興中發現，新藝術的將畫作主體置於一個類似鏡頭取景的環境中，飄逸的線條與裝飾元素結合，掌握空間特色以女性為主題的各種表現，將裝飾意涵發揮的淋漓盡致。

透過幾何線條的表現方式，以塊狀色彩為主的平面性表現，透過色塊與線條所製造的景深效果，讓人物與圖案的統一，表現新的空間感；描繪精緻的線條，在各式曲線變化下畫面的細膩度更高，為避免畫面冗雜，捨棄明暗的色彩變化，透過色塊搭配凸顯線條，使整體畫面展現複雜而非雜亂的效果。

新藝術的裝飾性，運用色面與線條的組合造就畫面的生動感；透過平塗與色彩的搭配強調空間，縮短圖面的透視效果；幾何線條的規律性讓作品蘊含一種穩定的協調。繪畫作品把握簡潔原則，讓裝飾性元素與主題相互搭配。透過自然元素的幾何造形以及中世紀或異國風情的元素，增添飄渺與虛幻。色調、形狀與圖案的重複性，平衡畫面的複雜性。細膩的畫風搭配色塊組合，讓畫面充滿豐富性。

新藝術畫家對傳統繪畫加以線條與色塊的使用，透過盧西恩·雷維·杜

莫在背景的平面式變化；擅長運用色彩與線條的喬治斯·德·弗雷與埃德加德瓦·馬克桑斯的同色系造形，這三位藝術家運用新藝術在平面性、空間感與複雜性的裝飾特色，結合裝飾性與個人創作風格，在作品上展現新藝術氣息。

參考文獻

- ゾヨソ・ポノプ=ヘネツノ，中江彬、兼重護、山田義顕訳（2002）。ルネサシスの肖像画。東京都：中央公論美術出版。
- 天野知香（2001）。装飾／芸術—19-20世紀フランスにおける「芸術」の位相。東京都：星雲社。
- 花亦芬（2001）。跨越文藝復興女性畫像的格局—《蒙娜麗莎》的圖像源流與創新。臺大文史哲學報，第五十五期，77-130。
- 谷田博幸（2004）。唯美主義とジャパニズム。名古屋市：名古屋大學出版會。
- 陳懷恩（2008）。圖像學：視覺藝術的意義與解釋。臺北市：如果出版社。
- 蔡綺（1997）。「新藝術」研究=Art Nouveau。臺中市：捷太。

英文部分

- Alan, Brown David. [et al.] (2001) *Virtue & beauty: Leonardo's Ginevra de' Benci and Renaissance portraits of women*. Washington: National Gallery of Art.
- Amaya, Mario. (1966) *Art nouveau*. London: Studio Vista.
- Arnason, H. H. (1986) *A history of modern art : painting, sculpture, architecture, photography*. London: Thames and Hudson.
- Barely, Nartin. (1969) *Art Nouveau*. London: Hamlyn.
- Francastel Pierre; translated by Randall Cherry (2000) *Art & technology in the nineteenth and twentieth centuries*. New York: Zone Books.
- Greiff Constance M. (1995) *Art nouveau* (New York: Abbeville Press,.)
- Harris, Nathaniel. (1987) *Art nouveau : Painting, sculpture, jewelry, architecture, glass*. New York: Exeter Books.
- John, Pope-Hennessy. (1989) *The portrait in the Renaissance: the A. W. Mellon lectures in the Fine Arts, 1963* [delivered at] The National Gallery of Art, Washington, D.C. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

- Laura-Vinca, Masini. translated from the Italian by Linda Fairbairn (1987) *Art nouveau*. New York: Arch Cape Press.
- Pierre, Francastel. translated by Randall Cherry (2000) *Art & technology in the nineteenth and twentieth centuries*. New York: Zone Books.
- Robert, Schmutzler. English translation by Edouard Roditi (1962) *Art nouveau*. New York: H. N. Abrams.
- Rosenblum, Robert. & H.W. Janson (1984) *Art of the nineteenth century : painting and sculpture*. London: Thames and Hudson, 1984.
- Rosenblum, Robert. (2005) *19th-century art. Upper Saddle River, N.J.*: Prentice Hall.
- Siegfried, Wichmann. (1985) *Japonisme: the influence on western art in the 19th and 20th centuries*. New York: Park Lane.
- Silverman, Debora L. (1989) *Art nouveau in fin-de-siecle France : politics, psychology, and style*. Berkeley: University of California Press.

圖片參考網站

- <http://my-museum-of-art.blogspot.com/search/label/Maxence%20Edgard> 2010/12/05
- <http://thebluelantern.blogspot.com/2007/10/marguerite-burnat-provins-symbolism.html> 2010/12/05
- <http://thebluelantern.blogspot.com/2007/10/marguerite-burnat-provins-symbolism.html> 2010/12/25
- <http://www.abcgallery.com/M/mucha/mucha102.html> 2010/12/25
- <http://www.abcgallery.com/M/mucha/mucha23.html> 2010/12/29
- <http://www.all-art.org/symbolism/4-france09-02.htm> 2011/01/08
- <http://www.all-art.org/symbolism/4-france09-02.htm> 2010/12/05
- <http://www.artrenewal.org/pages/artwork.php?artworkid=9642&size=huge> 2010/12/05
- <http://www.artrenewal.org/pages/artwork.php?artworkid=9642&size=huge> 2011/01/08

<http://www.cardcow.com/243858/alphonse-mucha-zodiac-1896-art-advertising-reproductions>

<http://www.jstor.org/pss/777034> 2011/01/08

[http://www.xiamenoilpainting.com/xiamen_oil_painting/painting/Lucien_Levy-Dhurmer--Woman_with_a_Medallion\(Mystery\).html](http://www.xiamenoilpainting.com/xiamen_oil_painting/painting/Lucien_Levy-Dhurmer--Woman_with_a_Medallion(Mystery).html) 2010/12/05

[http://www.xiamenoilpainting.com/xiamen_oil_painting/painting/Lucien_Levy-Dhurmer--Woman_with_a_Medallion\(Mystery\).html](http://www.xiamenoilpainting.com/xiamen_oil_painting/painting/Lucien_Levy-Dhurmer--Woman_with_a_Medallion(Mystery).html) 2011/01/08

<http://www.mutualart.com/Artwork/Femme-de-Gand/C7D92573F38389DE>
2010/01/12

視覺藝術論壇·第六期 / 視覺藝術論壇編輯委員會編輯。

— 嘉義縣民雄鄉：嘉大人文藝術學院視覺藝術
學系/視覺藝術研究所，民100

90面；9.5公分

ISBN 978-986-02-4319-2

1. 視覺藝術 期刊

視 覺 藝 術 論 壇 第六期

發行人：李明仁

編輯者：視覺藝術論壇編輯委員會

出版者：嘉義大學人文藝術學院視覺藝術學系/視覺藝術研究所

網 址：<http://adm.ncyu.edu.tw/~art>

地 址：嘉義縣民雄鄉文隆村85號

電 話：05-2263411 ~ 2801

定 價：360元

印刷者：偉懋彩色數位印刷有限公司

電話：05-2832696

傳真：05-2843238

出版日期：中華民國一百年七月

ISBN 978-986-02-4319-2

版權所有·翻印必究