

## 附錄：教學資源

### 一、圖片或媒體說明

#### 3-1 蔡依林

臺灣流行音樂女歌手，也是青少年的偶像。1980 年出生，處女座，畢業於輔仁大學英文系。這張照片是 2004 年 8 月她在演唱會的造形，表現出時下女星追求豐胸、身材較好的現象。

#### 3-2 河莉秀

韓國變性藝人，本名李慶恩，1975 年出生，較好的面貌與身材，被譽為地球上最美麗的人種，媒體也常描述她比女人更女人。

#### 3-3 瑪麗蓮夢露

瑪麗蓮夢露 (Marilyn Monroe, 1926~1962) 美國性感巨星，在大眾眼中，她甜美純真的笑容與性感的姿態令人難忘。1962 年她自殺身亡後，影迷難以接受，至今仍有許懷疑與說法。

#### 3-4 瑪麗蓮夢露，沃荷 (Andy Warhol, 1928~1987)，1962，絹印，195x195cm，紐約現代美術館藏。

1960 年代的美國年輕人，對於未來，只能以無力感來形容（1963 年美國總統甘乃迪遇刺身亡，1964 年越戰爆發，美國本土所出現的種族暴動、吸毒現象，讓當時的美國人充滿茫然），此時的明星崇拜，正是受創的消費者的心理補償。然而這些被塑造出來的明星，他們所呈現的特質是，隱藏了真實生活中的脆弱，而以完美的形象呈現於眾人面前（伊麗莎白泰勒得憂鬱症、瑪麗蓮夢露於 1962 年自殺，以及貓王的孤獨）。60 年代時，沃荷以絹印的影像，在畫布上，呈現了好萊塢明星公眾面具後的個人悲劇。他以可複製的版畫技法，將光鮮亮麗的明星外表，印上許多豔麗的、不自然的化學色彩，影像也不講求精準，來影射如夢似幻的明星。他的畫作說明：個人悲劇在力求煽情的媒體炒作之下，可能會讓某人一生之中，就這樣聞名於世 15 分鐘，之後，其命運立刻再度遺忘。接二連三地出現於好萊塢，使得生活變得越來越廉價。個人之所以聞名於世，是因為其悲劇過於罕見的結果，然而我們的社會卻將這類悲劇事件，當作是日常生活的一部分。整幅作品說明美國媒體塑造明星、明星人格剝離、民眾追逐名人、然而名聲易逝的情況。

#### 3-5 綠色的可口可樂，沃荷，1962，油彩、畫布，208.9x144.8cm，紐約惠特尼美國美術館藏

可口可樂——暢銷全球的商品，整齊反覆地排列在畫面上，統一在一片綠色調中點綴上紅色商標，深具廣告效果。沃荷以熱門的消費產品為題材，用堆疊的的形式來說明美國消費文化與大眾的流行生活。

#### 3-6 一百個康寶濃湯，沃荷，1962，油彩、畫布，183x132cm，水牛城諾克斯畫廊藏

康寶濃湯，日常生活常見的用品，沃荷將之轉化成藝術題材，讓藝術生活化、生活藝術化，這便是普普的精神。一百個康寶濃湯顯示著商品大量生

產的情形，而沃荷也將自己的藝術品變成大量生產的東西，除去藝術的獨特性，讓藝術也成為人人可消費的物品。

**3-7 呃，或許，李奇登斯坦 (Roy Lichtenstein, 1923~1997)，1965，畫布、乳漿，152x152cm，科隆路德維希博物館**

李奇登斯坦喜歡取材漫畫，將連環多格畫面精簡再局部放大，重新安排畫面，使人容易看到重點並立刻欣賞其深意。對話框說明了畫中的女子的心情：「嗯，或許他病了，或者他不能離開他的工作室」。他讓畫面布滿網點也是另一項特色，使人有種懷舊之感，也讓我們聯想到印刷的效果。畫作線條明確、色彩豔麗、十分引人注目。

**3-8 曬衣夾，歐登伯格 (Claes Oldenburg, 1929~)，1977，不鏽鋼，13.72x3.74x1.37m，美國費城**

歐登伯格以日常的生活物件為主題，創作雕塑，作品尺寸巨大，多擺設在城市的公共場所，轉變了這些日常物品的功能，賦予它們新的涵意。例如這個曬衣夾直入雲霄，逼迫我們改變觀看它們的習慣。

**\* 補充：辛辣泡菜的圖形中的口紅，歐登伯格，1966，拼貼，25.4x20.3 cm？，倫敦泰德美術館藏**

藝術家在倫敦市中心的廣場矗立起一排口紅，這些口紅皆放大尺寸，好似一排煙囪般，像是紀念碑一樣，訴說著時代的轉變與物質社會的來臨。

**3-9 蒙娜麗莎，達文西 (Leonardo da Vinci, 1452~1519) 約 1502~1506 年，畫板、油彩，77x53cm，法國巴黎羅浮宮藏。**

這幅畫中的女子身分仍有爭議，然而她那動人的微笑，令人印象深刻。達文西用「Sfumato」技法——朦朧的輪廓與柔軟豐美的色彩，形狀曖昧得好似隱入陰影裡；光影相互吞融，使整幅畫作充滿朦朧美。

達文西使用「Sfumato」技法的兩處，一處是嘴角和眼角，另一處是人像背後的夢幻風景。嘴角和眼角，達文西使它們消融在柔和的陰暗處，所以我們無從確定蒙娜麗莎望著我們時的心情；她的表情總像是正要由我們眼中逃逸出去的樣子。至於背景的風景，我們發現畫的左右兩邊並不十分配合，左邊的地平線比右邊要低得多了。因此，當我們把焦點集中在畫面左邊，蒙娜麗莎看起來就比集中於右邊時來得稍微高些或更筆直些；她的臉似乎也跟著位置的改變而變。那使風景漸遠漸淡，稱為空氣遠近法。另外，雙手及衣袖的部分，他也耐心觀察，細心描繪。除了呈現了外貌特徵外，也刻畫了她之靈魂，正因為畫家留意到人的情感變化，因此此作是注重人文精神的文藝復興之代表作。

**3-10 蒙娜麗莎，沃荷，1963，版畫，111.8x73.7cm**

沃荷以著名的達文西作品「蒙娜麗莎」為題材，來表現普普藝術的精神。達文西的「蒙娜麗莎」舉世聞名，其經典的程度已到了神化的地步，此作被視為文藝復興的代表作之一，是傳統畫中最知名的作品，然而也因其神祕性而引來多種詮釋，更令一般觀者迷惑，認為藝術是一門高深的學問，普通人

是無法窺其堂奧的。而沃荷的「蒙娜麗莎」，以多個蒙娜麗莎圖像錯置，正是要打破傳統精緻藝術獨一無二，難以親近的迷思。

### 3-11 LV 櫻花包，村上隆 (Takashi Murakami, 1962~)，2002

2002 年村上隆與知名品牌 Louis Vuitton 合作，將 LV 經典的字母組合圖案轉換為色彩繽紛的「櫻花包」，使他成為家喻戶曉的人物。他用代表日本的櫻花花瓣和卡通式的開心笑臉來登上法國名牌殿堂，這項藝術與時尚的合作，再次模糊藝術和次文化的界線。

**補充： SUPERFLAT MONOGRAM 動畫片段，村上隆創作，Mamoru Hosoda 導演，LVMH Louis Vuitton 執行製作，2002**

村上隆在 2002 年與知名品牌 Louis Vuitton 合作，為其量身製作此動畫短片「SUPERFLAT MONOGRAM」，播放於全球各個旗艦店，以促銷新品。

### 3-12 超級扁平展 一角，村上隆策劃，2002

2002 年村上隆規畫一個巡迴美國的「超級扁平」(Superflat) 藝術展，引起藝術界及媒體的高度注目，此展於洛杉磯當代美術館 (MOCA) 及明尼阿波里斯的渥克藝術中心 (Walker Art Center) 展出後，最後一站會到達西雅圖的亨利藝廊 (Henry Art Gallery)。這個展覽在洛城開幕會上，吸引了超過 8000 人前往參與，破了該館開幕會的參與人次紀錄，可說是眾人注目。

Superflat 將東京風潮帶到了北美洲，而且這股風潮並不全是純藝術領域，村上隆所選的 19 位藝術家 (包括他自己)，幾乎全部是表現日本流行及次文化：漫畫、動畫、漫畫人物模型、插畫、設計及攝影，以及在這種文化底下成長的年輕人的異想世界。而這些創作者也不全是血統純正的藝術工作者，其中包括國際上最有名氣的插畫家奈良美智 (Yoshitomo Nara)，動畫家金田伊功 (Yoshinori Kanada)、動畫導演森本晃司 (Koji Morimoto)、漫畫家竹熊健太郎 (Kentaro Takekuma) 和町野變丸 (Henmaru Machino)、20471120 (這是藝術家的名字也是他設計的服裝品牌名稱)，另外還有攝影家佐內正史 (Masafumi Sanai)、大井成義 (Shigeyoshi Oi)，以及年輕藝術家高野綾 (Aya Takano)、青島千穗 (Chiho Aoshima)、Mr.……等人。

這個展覽的主題幾乎全是表現日本流行及次文化，村上隆試圖探測著純藝術與通俗文化之間的界線，在藝術與商業之間尋找的新的融合。他說：「我在尋找藝術和娛樂之間的交集。而他的這種概念已經贏得了歐美藝術評論者的肯定，「村上隆被認為是一位潮流開創者，在菁英與大眾文化之間呈現出一種包含了更廣闊當代藝術、文化範圍的一種新美學。」。由於西方對於日本消費文化的好奇心與接受度，以及他敏銳地感受日本社會文化的現象，讓他在這個時機點上創造了這個潮流。這個陣容使得一向以展出純藝術的美術館空間頓時充滿了大眾文化的流行感。例如西雅圖當地的另類周報 The Stranger 的報導下了這樣一個標題：「Superflat 以最美妙的方式瓦解了菁英文化和普羅文化之間的藩籬」。

不論是「瓦解」藩籬或是「連結」了菁英與大眾藝術，村上隆的演講及

開幕會上都湧來了大批觀眾。對西方藝術圈來說，或許是自安迪·沃荷以來，最大規模地直接將流行文化納入視覺文化脈絡中，並讓它成為一個國家的文化象徵。而且，村上隆讓這一批「Shinjinrui」（新人類）成為創造日本當代藝術靈魂，在他的策劃下，非藝術領域的創作者，開始跨入了藝術界。

北美洲一本介紹亞裔文化的雜誌「Giant Robot」介紹村上隆，其中提到他對日本年輕人「宅居族」（Otaku）的觀察：他們沉溺於漫畫、電玩和卡通動畫中，在這之中長大，甚至自己也成為這個場景創造的一份子，他們代表了日本當下社會裡的某個文化面向和生活價值觀。甚至在村上隆自己的作品中（那隻很像米老鼠的DOB，或是那些帶著強烈「性」意味的卡通玩偶）也都強烈受到漫畫和卡通的影響。這正是這個展覽所將傳達的概念，村上隆為其下了一個標籤——Superflat！Superflat不只是敘述了卡通動畫及漫畫影像上的扁平特質，還更深入地指向了大眾文化的扁平無深度現象。村上隆不只一次提到，日本整個社會就是superflat。

事實上，漫畫和卡通不只是日本青少年娛樂的主力，同時也影響亞洲其他地方，這些在眾人眼裡的次文化，已成為日本向外輸出的文化力量來源。二次大戰後，日本為仿效美國迪士尼而開發出的「低成本動畫」

（limited-animation），如今已發展成獨樹一格且龐大精緻的產業，村上隆正以此來詮釋日本新世代的文化。

Superflat一展直接以商業或非商業性作品來說明「扁平」這個特質，似乎也是在意圖抹平兩者間的距離。村上隆在畫冊裡的「Superflat宣言」中開宗明義就說：「社會、風俗、藝術、文化：都極度平面（two-dimensional）……今天，日本電玩和卡通動畫最能表現這種特質，而這些又在世界文化中具有強大的力量。」他將日本流行文化和次文化直接擺到所謂高級藝術（high art）的範疇中來探討，不只是重視這股力量，其實也在試圖探測著通俗藝術與純藝術之間的界線。

這個展覽的視覺力量很大，有強烈視覺快感和刺激性。很多作品根本就是商品。看完展覽後可以買到相關紀念品。例如奈良美智最早為日本女子龐克團「少年小刀」（Shonen Knife）繪製的唱片封面——那個同時帶有邪惡與清純特質的小女孩等等。這些從次文化及商業體系裡搬進美術館的「作品」直接表現自身，並在美術館裡得到了成為藝術的合法性，成為文化符號。普普藝術時代的藝術家挪用商業符號，它們在美術館空間裡被賦予了不一樣的意義，而現在的日本藝術家，則讓美術館裡的精緻藝術和流行市場上的娛樂價值平起平坐。展覽已不再是藝術家批判流行文化，而是流行文化的製造者就是藝術家，這使得「藝術家」的角色定位受到極大的衝擊，他們本身就是扁平文化中的一份子。這就是村上隆對於日本「扁平」文化的詮釋。

這個展出得到很大的迴響，不僅讓觀者將其與西方藝術脈絡相呼應，也對西方藝術產生了深遠的影響。事實上，現在日本的次文化和消費文化，對西方的影響力也越來越大，甚至入侵到藝術領域。不過最後他又說，「我的

方式是要建立一個華德·迪斯奈的風格……我認為那是真的藝術。有些人質疑他是不是藝術家。我認為他的觀念更甚於杜象（Marcel Duchamp,1887~1968），很 hardcore。因為他抓到了人們的慾望。」

村上隆在這檔展出中所想闡述的，其實是複雜的歷史交互影響下的日本當代文化風貌。它充分表現了日本文化現況及其內涵，並點出了相關的歷史背景發展。Superflat 不只是取當代文化現象切片做為展覽的主題，而是深入了整個日本在二次戰後所形成的價值觀、生活觀以及社會發展現象，它不只反映地域文化特質，更重要的是展現了全球化時代世界各地的彼此交錯和牽動，以及呈現出商業和娛樂的力量無所不在。

**補充： DOB先生，村上隆，2002**

DOB是日本一部漫畫主角的口頭禪加上日本方言混合出來的，意思是「為什麼」，這是村上隆在研究藝術時，經常提出的問句，也是生活在多變世代的我們經常問的句子，DOB其實是一個不斷在問為什麼的形象，是村上隆本身，也是我們所有的人。

**3-13 小雷夢娜，奈良美智，2001，130.3x96.8cm，壓克力顏料、畫布，私人收藏**

奈良美智所畫的人物圖像簡潔，頭型又圓又大、雙頰肥胖、額頭很高寬、雙眼又大又壞、鼻子與嘴較不明顯。她以此種特色的娃娃風靡全球，她表示此創作來源自童年經驗與平日對小孩的觀察，也相信每個人心中都有一個小孩，而小孩也都具有善良與邪惡的一面。

**3-14 腮腺炎，奈良美智，1996，120x110cm，壓克力顏料、畫布，日本青森縣收藏**

奈良筆下的人物並非完全可愛無瑕，有時而頭上綁著繃帶，並且常處於一片孤寂的背景中，這種受傷神情似乎隱藏了什麼故事，與一般的天真可愛很不一樣，令人捨不得將視線轉移。

**補充： 奈良美智 童裝T恤，2004**

2004年奈良美智應臺北當代藝術館之邀，參加「虛擬的愛」動漫展，帶來許多精選佳作與限量商品，並且和臺灣Why And 1/2 童裝接觸合作，授權生產童裝T恤，並將所得捐出作為慈善之用。圖中的小模特兒們穿著奈良大頭娃娃的衣服，顯得時髦又可愛。

**補充： 花樹，權奇秀，2004，上漆的鋼、壓克力玻璃，162x130cm，私人收藏**

以簡單的線條、顏色勾勒出可愛笑臉的人物，高站在彎彎曲曲的支架上，令人聯想到而時的折疊玩具，十分童真與有趣。

**3-15 搖滾樂，李東起，2001，壓克力顏料、畫布，170x260 cm**

1993年，李東起首次創造出「原子小老鼠」時，韓國還沒有把漫畫當作藝術看待，只認為他的作品「具有實驗性」。他的「原子小老鼠」結合了日本漫畫中的人物——「原子小金剛」的外形，以及美國「米老鼠」的頭和鼻子。在這件作品中，原子小老鼠在樂團中，好像超級巨星貓王般歌唱跳舞。從此作，我們可以看見日本

及美國文化對韓國流行文化的影響、大眾傳播的無遠弗屆，以及韓國青少年對外來流行文化的追崇。現在「原子小老鼠」在韓國愈來愈流行，甚至還印製在童裝上銷售！

### 3-16 美少女戰士，洪東祿，1999，透明片、壓克力片、燈箱、馬達，180x120cm，臺北市立美術館藏

1999年「美少女戰士」系列之作，令洪東祿成為受人矚目的藝術家。他將日本美少女偶像搭配西方祭壇畫，來呈現通俗文化在這時代的地位。這些玩偶彷彿是這個時代新的聖像，取代了傳統的聖母形象。

洪東祿曾在訪談中，提到他創作「美少女戰士」系列的源起和動機，「那時我學弟剛好在做玩具模型，我向他借模型來拍。開始時沒設背景，純粹只拍模型人物。當時我人在臺南藝術學院，學校的圖書館裡有很多畫冊，而且沒人管理，我就直接把畫冊借回家。偶然把畫冊裡的圖片擺在玩偶旁，發現效果還不錯。」就這樣誕生了玩偶系列。雖然他最初創作時可能不帶有太多的觀念，但他的作品卻已開啟了多方的探討與多元的詮釋。

在媒材與形式上，他用大尺幅的燈箱、用色飽和流暢、再加上光柵片技術造成的影像晃動、聲光俱備的效果，帶給觀者全新的視覺感受，令人驚喜。

乍看之下，這樣的作品讓人難以理解。藝術家以親切可愛的玩具形象招徠人們的注意，再用炫亮豔麗的色彩，迷糊觀者的視線，在一陣興奮之後，留給觀者無限困惑。

其實我們可從這時代的氛圍來理解洪東祿的作品，他曾說：「我不可能不去理會這時代的環境，創作是一個時代背景的再現，當然也會與該時代的美學、哲學有關聯。」過去人們膜拜的聖像神明，是架接在真人真事之上，雖然英雄事蹟被人傳誦誇大到近於神話的地步，但這些人物至少是依據真實，也確實有一番英雄事績。如耶穌、聖母、媽祖、釋迦牟尼……等。然而，洪東祿所擁戴的偶像並非來自真實世界。他們雖然都具備消滅敵人、拯救世界的神聖使命。但從名字到形象，乃至於個性、命運，全部是來自電玩和卡漫的虛擬世界。他們是憑空捏造出來的假面英雄。

「儘管內容全部以虛擬構成，卻還能發出唬人的尊嚴」這些假面英雄不但替代了真實世界的形象，甚至比真實世界的真實還要來得真實。當他們以正義化身宣布拯救宇宙時，其實也凸顯了這世界的荒謬與虛無。

洪東祿除了反映新世代人類對於卡通人物認同的普遍現象，也突顯了新世代架構在虛無的無重力感。他的作品在光鮮亮麗、甜美可愛的假面英雄外表下隱藏著一種「漂浮感」，彰顯了屬於年輕人的生活經驗與模式，以及一些伴隨他們成長的流行物語與感情記憶。

### 3-17 無敵鐵金剛，洪東祿，2000，透明片、壓克力片、燈箱、馬達，180x120cm

無敵鐵金剛也是洪東祿的玩偶系列之一。藝術家以日本卡通漫畫中的無敵鐵金剛為主角，利用影像燈箱裝置，結合光柵片技術，藉由觀者移動位置

而產生影像變化。這樣的作品歌誦通俗文化與大眾的消費心理。在新世代的心中，卡漫的主角，早就從消費商品變成情感上的救世主，這些人物能在危急時發揮神奇的力量，在一片聲光叢林中，解救受難的人，滿足了人們自戀的心理，成為大家成長過程中情感的投射與依賴。

這些從商業機制中創造出來的玩偶，被放置在重要華麗的背景前，成為時代的新英雄。面對臺灣文化通俗化以及瀰漫著消費神話的現況，洪東祿選擇了一種擁抱「通俗文化」的態度。他的出線，除了說明社會文化發展的必然趨勢外，也反映出新新類人的價值觀與態度。

洪東祿以玩偶系列表現臺灣青少年的流行文化，並且認為這是時代的趨勢。正如他在西班牙 Portaldisco 訪談時說到：「過往傳統用來區分主流與否的標準……不再適用於現狀。而過去所形成的純藝術與否的定義、主流與通俗文化或次文化的疆界也已模糊。或許在作品的表現形式之中，大量地融入過去主流藝術所排斥的元素，包括消費文化，目前逐漸受到重視，也形成一種趨勢。」

### 3-18 封神之前戲——請眾仙Ⅲ，楊茂林，2002~2004，檜木、銅、古地毯

楊茂林以來自美日的卡漫人物為題材，用臺灣檜木作為媒材，運用木雕的手法，將這些卡通人物——無敵鐵金剛、原子小金剛與女金鋼，以佛教造像風格呈現，塑造成神祇模樣，供奉在傳統的神桌上，煞有其事地端坐或躺臥著，說明著虛擬人物對現代人生活的重要性，似乎有著神明般慰藉人心的作用。

### 3-19 夢·遊仙境 2，方廷瑞、翁邦鳳，2004，彈性布料，300x150 cm

翁邦鳳與方廷瑞，因其時裝設計師的背景，故而採取布料為媒材，以色彩鮮豔服裝結合影像，創造類似劇場的裝置作品「夢·遊仙境 2」，經過感應器偵測觀眾的來到，再啟動巨大人形兔模特兒，作出與觀眾互動的表演，充滿卡通動漫的夢幻性與娛樂性。

### 3-20 留蘭，楊福東，2003，14 分鐘黑白 35mm 影片

藝術家取材於中國水墨風格的漫畫，用真人演出其中片段，成為一支黑白短片。令人聯想到中國傳統的山水畫與武俠片段，既古代又現代，似乎影射著傳統文化與當代流行文化的結合。

### 3-21 我相信我能飛，劉野，2004，壓克力顏料、畫布，200x180cm

此畫的構圖顏色都十分單純，只有一名女孩拿著長劍與右下方的一叢松樹。這彷彿是中國武俠片的一個鏡頭，然而這女孩十分稚氣可愛，又好像是卡漫的人物，因此此畫結傳統中國水墨畫與現代卡通的元素，探討兩者融合的議題。

### 3-22 同人誌學生作品，2004，台北

同學多以自學或與同好交流的方式來創作，作品的風格常受日本漫畫的影響。

### 3-23 同人誌周邊商品，2003，台北

同學們也常設計書籤、信封、貼紙等周邊商品，來增加作品的多元性。

### 3-24 同人誌角色扮演，2003，台北

Cosplay，costume play 的縮寫，乃是「板娘」，真人招牌之意，他們打扮成漫畫、電視卡通、像劇、電玩，或布袋戲裡的人物等。

也是人緣好壞的指標。到底大頭貼有何魅力讓我們趨之若鶩？其實，大頭貼快速取得、滿足自導自演的表演慾，給予我們許多歡樂（3-25）；另外，就美感而言，大頭貼使膚色較白且暇疵全無，的確美多了，這都是它深受歡迎的原因。

大頭貼可說是青少年間最普遍的攝影藝術活動，它滿足了大家創作的慾望。例如可以自選背景、加上卡片般的裝飾、寫上紀念文字等等（3-26）。

### 3-25 大頭貼／學生提供，2004

同學常把大頭貼是為人緣好壞的指標，這說明了青少年重視同儕關係的現象。另外大頭貼快速取得、在隱密空間中，與自己重視的人拍攝，滿足自導自演的表演慾，這都是它受歡迎的原因。

### 3-26 大頭貼／學生提供，2004

大頭貼是美術、表演與攝影的藝術活動，它滿足了創作的慾望。例如可以擺姿勢、自選背景、加上卡片般的裝飾、寫上紀念文字、留下應時節的花紋等等

### 3-27 西門町吐舌一枚，可樂王，2001，攝影，46.5x56cm，詹明堂藏

臺灣當代藝術工作者可樂王，是位六年級生，他以時下受青少年喜愛的大頭貼的形式，拍攝許多西門町少女的照片，表現時下青少年的「裝可愛」、愛現文化與哈日現象。

### 3-28 張飛戰岳飛·泡泡滿天飛系列，陳擎耀，2001~2002，攝影、電腦輸出於畫布，100F

作者以大頭貼為創作靈感，左邊穿著日本軍服的青年拿著望遠鏡，右邊身穿海軍服的美少女們，拿著螢光玩具手槍，射出滿天繽紛的泡泡，占領整個天母的大頭貼店，底下還寫著一排紀念文字：「海軍中佐陳さん率特攻隊突擊天母大頭貼店並驗收戰果」。此作以大頭貼的形式表達青少年次文化的特質——以自己與友人為主角、輕易地無厘頭搞笑、滿足表現與創作慾、聯絡人際關係，也是青少年最喜愛的藝術寫真。

以下是陳擎耀的創作自述：

「張飛戰岳飛，泡泡滿天飛」是我正在創作中的一個系列性作品，在形式上跟我之前的「風流醫生俏護士」系列一樣，都是採取扮裝攝影的創作。這些作品其實都跟我自己的生活狀態、生長背景有些關係，像「風流醫生俏護士」，我的創作源頭其實是要做一個 A 片的武俠版。我一向幾乎只有單戀，就算曾經正正式式談過一次戀愛，也沒得到什麼「經驗」，平常，做做木工、畫畫、瀏覽色情網站，是我僅有的生活內容兼消遣；缺乏實戰經驗有另一個



好處，就是有無限的想像空間，把 A 片搞成了武俠版，我想，我那些交過很多女朋友的同學們是一定做不出來的。

這次參賽獲獎的「張飛戰岳飛，泡泡滿天飛」系列，我自己覺得也跟我的家族背景，我的意識形態很有關係；我祖父、外祖父、爸爸媽媽兩代，可以說都是老牌的「哈日族」，我從小吃的餅乾都是爸媽從委託行買來的日貨；有了第四台以後，家裡的電視頻道一定是在 NHK 或是緯來日本台；從小聽他們講日治時代的美好生活，以及他們對於戰爭的經歷，對我來說，這些絕對是無法抹掉的影響。在我的腦海中，對「日本」的概念已經被割裂成兩種面貌：一種是戰時與戰前帝國主義式，傳統的日本；另一種則是從緯來日本台接觸到的，戰後被閹割了的日本及作為全亞洲流行文化代表的日本；這兩種完全不同的日本同時在我腦袋中存在，依稀彷彿就好像成了我自己真實一般的經驗。

我自己來看，這種經驗其實跟臺灣文化現貌是很接近的。「張飛戰岳飛，泡泡滿天飛」我請兩位美貌女同學跟我一起，穿著我手縫自製的日本軍裝，拿著彩色泡泡槍組成一支「突擊隊」，到臺北街頭到處去占據大頭貼據點。拿槍、穿軍裝的作品，很容易被解讀為是不是在搞對殖民主義、強勢國家機器與軍國主義的大批判，這不是我的本意，為了不要造成這種誤讀誤解，所以我特別請嬌豔的美女扮裝、拿彩色玩具泡泡槍，強化這種非現實感與扮裝的戲劇效果。

「大頭貼」是一種典型從日本流行到全世界的次文化現象，在日本的都會中，「大頭貼」經常的功能是援交女郎貼在電話亭，附上自己電話號碼招攬生意的手法；渡過太平洋流行到美國，「大頭貼」的主要功能變成了旅遊區附上風景背景的觀光化產品；到了臺灣又跟日本、美國都不一樣了，多數是小女生二、三好友，或是情侶一起去拍，隱然發展出一種同儕認同的意義；相同的形式，日本次文化產物「大頭貼」在臺灣發展出另一種本土化意涵；我組織的「突擊隊」，某種意義上正是對已經臺灣化的「大頭貼」同儕文化的一種模擬。

觸發這件作品創作的靈感來源，是有一次我在 7-11 統一超商，看到有一個人穿著一身納粹軍服，滿酷的，尤其是他敢穿出來，好像很自得的在扮演一個很帥的角色，這其實跟認同納粹已經沒什麼關係了，因為我們根本沒有種族主義的背景或是猶太記憶；就像我們這一代，記憶與經驗裡其實完全沒有對於日本軍國主義的愛恨情仇，所以我使用「日本軍服」，扮裝的文化意涵以及突兀的喜感、戲劇效果，遠遠大過認同的指涉。

穿著步兵服占據了士林「大頭貼」之後，接著我扮演的士官長還要率領我的兵團，穿著海軍、空軍軍服，攻掠、占領全臺北城所有地區的「大頭貼」。嘿嘿嘿……

補充：後庭花——遠山金四郎，陳擎耀，2003，攝影、電腦輸出於畫布、金箔、手寫字，100F

此作品中的人物，打扮成日本武士、怪盜模樣，似乎在街頭即將上演一齣日本武士劇。充滿無厘頭的戲謔與玩笑，說明了青少年的表現慾與哈日現象。

### 3-29 伯斯圖 (Tobias Bernstrup)，虛擬波茨坦城，2001，3D 電腦動畫遊戲

作者將真實柏林的觀光景點變成一個電玩世界，在這個世界裡，柏林變得美麗、冷漠與科幻。這個作品很詩意地探討生死寂寞的問題，當玩家漫遊在空無一人的波茨坦廣場時，某些地方會出現一團藍色光束，只要走入光束裡，就會被帶到另一空間中，也許是頂樓、加油站或陌生地點，一旦玩家不小心，就會摔死或掉下，在死亡之後，總會出現一首憂傷的音樂，但是正如電玩世界一般，死後還可復生。然而，玩這個藝術品時，玩家只能不斷地孤單走著，不同於電玩中的血腥，此作冷清到似乎不用血腥暴力來消滅彼此，讓死亡多了一份淡淡的都會哀愁，美麗卻空洞，彷彿訴說著柏林大都會沒有人情也沒有愛情，人生是一場放逐。

### 3-30 不小心掉到海裡的貓和剛出生的水母，李民中，1995，油彩，196x130cm

對李民中來說，他最想、最愛、最喜歡的諸多事件中，畫畫絕對名列前茅，其他還有電腦、音樂、貓、以及和朋友胡鬧等。所以在李民中的平面作品中，大量出現如電腦晶體板路般的、迷宮式的形式，觀者可隨意由畫面中的任何一個點切入，然後跟隨著動線遊走，彷彿置身在一個現代化的、高科技的大遊樂場中，然後散步走啊！走啊！然後碰！碰！碰！……真過癮！在觀看的過程中，觀者不時與藝術家的鬼頭鬼腦、音樂小精靈和貓兒們不期而遇，共同在玩一場現代的遊戲。

此作說明電腦視窗就是我們的世界，畫家以鮮麗色彩交織成一片夢幻的畫面，有各式各樣的魚與海裡動物，繽紛燦爛，布滿整個空間，其中有一隻掉到海裡的貓，露出兇猛的利牙，更顯得趣味。

李民中的藝術，最基本的精神，是輕鬆的、好玩的，遊戲性十分濃重；此外，藝術家也無意間透露著這個年代——屬於他的年齡、背景、環境等息息相關、緊緊相扣的生活脈動，如：電腦資訊的大量被運用、電腦遊樂器的大流行、另類音樂的崛起、都會的個性化走向、社會建設的求新求變等等，都在李民中的畫面中匯集成一幅現代都會的藍圖；然而透過李民中的圖像，我們的得知，他正駕駛著一部電腦動力車，引導觀者在他建造的「大時代遊樂場」中兜風，也說明了電玩的娛樂性與普及性。

### 補充：電玩愛情調情 1.0，勒舍瓦力葉(Martin Le Chevalier)，CD-Rom、滑鼠、Video 投影機，2001

此作以 CD-Rom、滑鼠、Video 投影機的形式創作，結合了電玩與電影的趣味。主題是愛情遊戲與情海的五味雜陳。作者從 350 部 40 年代黑白電影中，挑出一些片段，每個片段都有特定的情境與愛情的情緒反應。這個遊戲可以一人玩或一對情侶來沙盤推演，例如在某種狀況下，男主角去見女主角，這時會出現幾種選擇——勇敢、憤怒或逃避等等，玩家可選擇其中一個

指令，之後女方會因男方的反應，而選出多種的情緒反應。此作將愛情視為幽默的選擇題，而且可以不斷地重新開始玩，也可以不負責任地說不玩了。此作也令我們回顧一些電影中愛情的經典畫面，是一件電玩科技與電影藝術結合的佳作。

### 3-31 快閃族圖片，2003年8月7日傍晚，紐約時代廣場的玩具反斗城

這是2003年8月7日傍晚，在紐約時代廣場的玩具反斗城裡，快閃族向玩具恐龍下跪，並且作出膜拜禱告的模樣。

### 3-32 便利貼機車，張為凱，2002，便利貼、機車

張為凱以大量便利貼貼滿整輛機車，來表達時下青少年短暫閒散、缺乏遠慮的生活態度，以及快閃族來得快去得快的荒謬情形。由於便利貼是一種方便又輕巧的媒材，可以隨時貼了又撕去，再重複使用，不留痕跡，來去自由，沒有包袱，擁有一種即時、輕便、無謂的特質，因此正好說明快閃族的性格、青少年次文化中遊戲無厘頭的情形。

## 二、課本問題參考答案

### 青少年次文化 Check it Out (課本 P.)

青少年次文化的定義：

「青少年」為人生介於兒童期到成年期之間的一個發展階段，若參照行政院青輔會(民84)在青少年白皮書中的年齡層分法，我們可將青少年界定為10至24歲之人。【青輔會2005/01/18發表第一份青少年政策白皮書，以15到24歲定義「青少年」；依世界衛生組織(WHO)對於青少年的定義為10到19歲的年齡是青少年(teenagers)】

「次文化」此詞是美國社會學家Fischer所提出，並無負面意義，乃指一群具有許多相似之社會與個人背景，經過長時間的相處互動後，產生一種彼此了解接受的價值觀念、行為態度與生活方式，這種相互認同的生活模式，有別於成人所發展的社會主流文化，便是所謂的次文化。

因此，「青少年次文化」即是10至24歲的青少年為了滿足生理與心理的需要，發展出一套適合自己生活的獨特文化，包含了生活方式、價值觀、行為及心理特徵等等。這些不同於成人文化的次文化表現於青少年的穿著打扮、日常用品、俚語暗語、休閒娛樂和觀念行為上。

大致而言，青少年次文化的特色有：

1. 拜金逸樂的價值取向
2. 刻薄封閉的暗語形式
3. 炫酷刺激的圖像思考
4. 短暫閒散的生活態度
5. 注重同儕的歸屬感
6. 易受傳媒的影響，注重流行時尚
7. 瘋狂盲目的崇拜偶像
8. 逃避退縮的濫用藥物

### 9.暴力偏差的社會問題

### 10.獨特的價值觀，又是成人世界的縮影

（以上簡單十點參考 Sebald（1984）、台北與高雄師範大學碩博士相關論文，與當代社會青少年探討網站）

其中，比較需要注意的一點是，青少年處於社會的過渡階段，一方面想從孩童期成長，另一方面又無法迅速融入成人社會，因此產生了獨特的自我文化。雖然有別於成人與兒童，然而，大部分青少年往往接受成人價值，並無反成人反文化的傾向。事實上是誇張了成人文化特質，急需認同，找到自我。換言之，青少年次文化寄生於主流文化，並非與成人世界脫離、並非與成人主流文化完全無關。

因此，課文中的選項基本上皆是青少年次文化的特質，然而老師可以開放討論，讓學生有各方面、不同角度的思考，並且引發他們對成人文化的認識，學習溝通與包容。

### 絕世美女普普畫（課本 P.）

請同學仔細觀察比較下列二作，圖 3-10 是文藝復興的作品、圖 3-11 是普普風格，填寫空白部分，以增加對普普風格的認識！

普普 傳統	3-10 蒙娜麗莎，達文西（Leonardo da Vinci,1452~1519），約 1502~1506，油畫，77x53cm，巴黎羅浮宮	3-11 蒙娜麗莎，沃荷，1963，版畫，111.8x73.7cm
題材	高貴的題材，如貴族仕女，屬於享有的精英文化	經常出現的視覺影像，屬於大眾享有的平民文化
技法	追求創新高超的技法	版畫或複製影像，營造仿製、大量生產的效果
風格	具有個人風格，強調藝術的獨特性	去除個人化風格，強調藝術的普遍性

### 藝術 High&Low，大家怎麼看（課本 P.）

你喜歡村上隆、奈良美智與洪東祿的作品嗎？當藝術擁抱次文化，甚至商品化時，他們的作品是媚俗投機嗎？如果未來的美術館與遊樂園無甚差別時，你會認為不成體統嗎？說說你的看法並與同學分享。

答：自由回答。老師可以發揮創意，設計辯論或訪問，讓學生思考藝術的涵蓋問題，藝術是否僅限於美學與技法？藝術是否有高低之分？藝術是否能與商業掛勾？等等問題。

### 疑難雜症解答區（課本 P.）

大頭貼也顯示了人們追求膚白與明星夢的現象，你的看法如何？

答：請舉例與老師同學討論。

- 1.同學自由發表，老師可舉例唐朝豐腴美女以及西非、蘇丹、亞馬遜地區的女性，皆認為肥胖是美，甚至還設有養肥房，來符合族人認同的美。而在婦女豐胸的國家，便認為豐胸為美；在婦女平胸的國家，則平胸是美。現在因為西化全球化的緣故，豐胸被視為女性色相美的指標。老師可以進一步引導學生思考美與群體認同的關聯。其實，各種審美的標準，並無高下之分，老師可藉此導正同學迷思，以平常心看待流行美，以積極的態度欣賞自己本身的獨特美。
- 2.同學自由發表，老師再統整成為明星的好處與壞處，讓同學思索之。

### 電玩藝術練功心得 Q&A（課本 P.）

Q:仔細觀察，電玩藝術的特色有哪些？

- A:1.遊戲互動性——作品強迫觀者去完成藝術家所預留的空白，每一次隨著玩家的不同，也會有不同的結果。
- 2.滑鼠取代畫筆——手中的滑鼠結合了視覺的移動與電玩中人物的移動，滑鼠已成為視覺場域，這與裝置錄影不同。
- 3.重新開始(REPLAY)——無限次的再生，遊戲中的死亡是重新開始的理由，生命是一種不滅的輪迴。
- 4.虛擬的美麗——偶然性遊戲是虛擬的，可以不負責任，也可以「不玩了」。

## 三、美術詞彙

### 漫 畫

#### 1.名詞原由

「漫畫」這個詞最早處出於 1814 年日本浮世繪大師葛飾北齋所著的《北齋漫畫》一書，該書是以隨筆式散文搭配圖案呈現的文學作品，並非引人發笑的娛樂作品。在中國，漫畫最早是鳥類的名稱，指的是琵琶鷺，直至清朝才有漫不經心之意，到了 1922 年豐子愷作品是中國漫畫的開端。在西方，漫畫原只畫畫前的習作，至 1840 年才是指一種帶有諷刺歪曲的圖畫，最具代表的是法國藝術家杜米埃（Honore Daumier,1808~1879）的嘲諷畫作。

#### 2.界定

一般說來，大眾對漫畫的理解在於認為漫畫是娛樂性、低俗性圖文書籍，但是漫畫的目的似乎不一定要引人發笑。從日本細木原青起在《日本漫

畫史》一書中所提及，「相對於純正美術……漫畫的第一要義乃在於吸收人世的機微、穿透其實相……可不受拘束，採用種種不同的表現方法，相對於純正美術，漫畫擁有極大的自由」，另外漫畫史學家李闡認為：「漫畫是一種獨特誇張，隱含諷刺幽默，來表達意見、傳達訊息、抒發情感，以達到娛樂、教育、宣傳、評論效果的繪畫藝術」以及漫畫研究者蕭湘文也說「漫畫是一種不拘形式與題材，用誇張變形或扭曲等手法所繪製的圖像」。總括而論，我們可歸納漫畫的定義為：漫畫是利用圖框中圖像與文字的搭配，將各分鏡流暢地連結起來，以組成故事的圖文書籍。

### 3. 漫畫的特色

就讀者而言，漫畫是以圖像為主、文字為輔的藝術表現，透過圖像較易閱讀、因此易於快速吸收的特性，使漫畫成為大眾的最愛。尤其青年學生要求速度、講求刺激、流行，因此漫畫的機動性、自主性、與流行性等特色使它成為學生的主要休閒。還有漫畫常以誇張幽默的手法呈現人性，令人會心一笑，以最簡約風趣的形式來表達深刻意涵。另外，由於漫畫的分鏡剪輯，因此故事的流暢與結果，必須透過讀者的想像力，將影像、文字、劇情串聯起來，可以激發與滿足讀者的想像力。

從創作者的角度，漫畫創作者必須兼顧到形式及內容的表現。在形式層面，漫畫的分格就有如蒙太奇電影分鏡手法，屬於跳躍式思維，於是產生一格一格的故事漫畫。因此連續動作的細節，不必仔細交代，讀者自然能透過想像力而心領神會。在內容層面，故事情節之吸引人乃在於反映大眾的現實生活、心理渴望，或情感寄託。人物的設定、文字以及動作表情等各種表現元素也將使用最流行、時尚的語言呈現，才能說明漫畫是現代流行指標之特性。

從創作目的來看，當代的漫畫創作的最大挑戰便是抓住讀者的心。如何使讀者耐心將漫畫閱讀完、刺激消費者購買慾便是當今最大課題，也是創作者必須受制於銷售壓力。因此，讀者的喜好成為主導漫畫風格、形式潮流的關鍵。不過，這樣的情形是針對出版社發行的「商業誌」漫畫，對於同人誌而言，創作的目的在於興趣，而非商業利益。

在藝術領域中，漫畫因其通俗商業的性質，形成與精緻文化對抗的態勢。然而在 1960 年代普普之後，漫畫變成了熱門藝術素材，顛覆了古典藝術標準，在藝術史上地位提升，但臺灣社會對漫畫仍持有一些負面的認知，影響本土漫畫的發展。

### 4. 臺灣漫畫的近況

漫畫在臺灣的發展，隨著年代、觀念之改變而有所改變，今昔漫畫在風格表現上、呈現方式上或創作目的上皆有不少改變，另外，漫畫發展至今，似乎有鹹魚大翻身之勢，逐漸得到各界的矚目與推廣。

早期臺灣社會，認為漫畫是一種外來的粗俗文化，對青少年的人格有不良影響，持負面意見者較多，無法得到正面的鼓勵。而且漫畫多盜版自日本，

本土漫畫被打壓，臺灣漫畫家逐漸消蹤匿跡，年輕學子也因此偏向日本漫畫的風格與品味，導致臺灣本土漫畫難以發展。

然而，現在漫畫漸受肯定與喜歡，漫畫迷們對漫畫的迷戀，幾近崇拜的程度。他們將漫畫的內容與意義，與生活作聯想，從中習得人生哲理。另外甚至啟發他們創作漫畫的慾望，因此集結成社，固定與同好交流，漫畫同人誌次文化於是產生。當然這也是受日本同人誌的影響，臺灣同人誌從 1997 年第一場大型販售會開始，發展到今日，除了作品創作外，已包括有文學創作、角色扮演(cosplay)、音樂評論等範疇，可說是集結了美術、語文、表演藝術、音樂等藝術相關領域的文化活動，逐漸受到社會大眾的注意。

現今，如何開創本土漫畫風格，無疑是大家的課題，幾米繪本的成功已經證實「他山之石可以攻錯」，只要努力，臺灣圖文書籍的前景仍是指日可待的。

### 漫畫同人誌

漫畫同人誌，這個從漫畫衍生出來的藝術行為，興起於日本，與商業誌最大的不同之處，在於同人誌的創作，不必迎合讀者與出版社的口味，而是主張自由創作，並非以商業利益為考量。以下就漫畫同人誌之定義、內涵、由來、維繫及特色作說明。

#### 1.同人誌的定義

「同人誌」(Dojinshi)此詞，來自於日本，「同人」乃指有共同嗜好之團體，即「同好」之意；「誌」則指任何文件形式之刊物。於是同人誌指的是一群愛好漫畫創作者自費出版的刊物，屬於友誼間衍生出來的文化。同人誌發展至今，已超越刊物的範圍，而成為「一群同好以動漫畫、電玩、電影電視劇、偶像明星、自創等來演繹漫畫創作，並自籌經費發行，在同好間互相交流」，舉凡與同人誌相關之活動皆在界定範疇之內。

同人誌成員本身大多是漫畫迷，從自己喜愛的題材作為創作主題，由於不受出版業的限制，因此在內容、形式之發展上較為自由。同人誌常被誤認為同性戀刊物，讓同好們大感困擾，也造成大眾對同人誌的誤解。除此之外，販售會上的角色扮演(cosplay)，原是「板娘(真人招牌)」的功能，也因為表演形式較引人注目而易被誤解為漫畫同人誌的代稱。然而依照「同人誌」原始之意，應該是以圖像為主，以文字為輔，採自費出刊的漫畫刊物。

#### 2.漫畫同人誌的起源

1910 年代，日本「白樺派」名作家、武者小路篤實等人將文藝愛好者之作品集結成冊，並自費發行，這種同人間的刊物當時便被稱為「同人誌」，不過它是屬於文藝同人誌。所以，漫畫同人誌是早期日本文藝同人誌的衍生。後來由於漫畫同人誌發展蓬勃，因此今日的「同人誌」，則是指「漫畫同人誌」及相關活動。

日本漫畫同人誌起源於日本少女漫畫第四代的漫畫團體「Clamp」。

「Clamp」是一個七人的漫畫同人誌團體，因其作品《聖傳》受到讀者的熱

愛，故在 1988 年開始在商業漫畫雜誌上連載。她們十分有個性，只聚集同好、不迎合出版社的要求、畫自己想畫的東西，這樣的行為受到當時年輕創作者的推崇，是漫畫同人誌發展的背景。

臺灣同人誌的起源，至今沒有明確的說法。不過觀察其創作形式、內容或行為模式，以及販售會與同好交流的模式來看，深受日本漫畫同人誌的影響。同人誌販售會是集結一些同好社團作作品交流，在臺灣只有不到十年的經驗（日本就有二十多年的歷史），由於日本產業的進駐，不免深受日本風潮之影響，造成創作者不論在創作風格、行為表現及活動模式上，依循日本的傳統活動模式，是最令人覺得美中不足的部分。

### 3. 漫畫同人誌的內涵

漫畫同人誌可分為兩大系統：「原創派」及「演繹派」。原創派同人誌在題材上屬自創，通常自創人物或故事。此類的知名度較低，市場也較小，多發表於個人網頁或網站上供人觀賞；而演繹派的題材則取自於當紅的動漫畫、卡通、電玩、電視劇、電影等，作者利用自己的想像力，重新詮釋某些角色或內容。例如漫畫《灌籃高手》，讀者很想看到櫻木花道與晴子約會的場面，但在原作看不到，於是同人誌作者便會自創櫻木花道與晴子約會的場景以滿足大家之想像。

同人誌一開始多以自創為主，但發展至今，演變為演繹派較受歡迎。當中創作之動機除了重新詮釋自己喜歡之角色外。也有對原作某些情節的改編，並非單純改造他人作品而已。臺灣同人誌創作主題大致可分為七類：分別有電玩、漫畫、卡通、電視劇或偶像劇、電影、霹靂布袋戲、自創等。不管以何種主題呈現，漫畫同人誌也可依畫風分為男性向與女性向兩種，所謂男性向即為畫男生喜歡看的漫畫，女性向則畫女生愛看的東西，相同的是人物皆美麗俊俏。除了以電玩、卡漫、媒體為主題之外，還有布袋戲偶漫畫化的風潮，從 1996 年便在臺灣同人誌界中發展開來，風行一時。這對臺灣漫畫同人誌而言，是開創一條新的里程，有別於日本風格，創造出中華民族獨特風味，是發展本土風格的可喜現象。

### 4. 漫畫同人誌的維繫

無論在臺灣或日本，漫畫同人誌起因於學生的升學壓力。為了抒發煩憂，孩子藉由漫畫愉悅暫時忘卻課業、生活的壓力，儘管父母師長反對，他們仍會躲著偷偷看、偷偷畫。這樣很容易產生所謂革命情感，令他們格外珍惜志趣相投的友誼，形成獨特的次文化。

同人誌的形成多半源自學生模仿喜愛之漫畫角色，並藉由聚會互相交流，進而匯集成冊，在親朋好友間販售。於是同好的驅動力是關鍵。臺灣的漫畫同人誌通常起來自非私人社團或學校社團（如卡漫社、漫研社等），他們固定互相討論、切磋畫技，並透過漫畫便利屋，擺放個人創作（即流傳誌）以供讀者觀賞，並販賣。直至 1997 日本企業 SE 來臺開辦第一場漫畫販售會，臺灣漫畫同人誌才逐年擴大。目前為止，參與大型販售會的企業與商家，已



有十家以上。

漫畫同人誌可透過觀察學習、模仿等來學習技法與人際溝通。他們多靠自我學習與努力的，是否科班出生並非關鍵。臺灣漫畫同人誌創作的自我學習分為以下幾種：（1）不斷自我練習、反省；（2）網際網路與 BBS 討論區的交流；（3）漫畫雜誌的技巧教學區；（4）繪畫相關課程等，此外，同儕的互相感染以及與販售會上的交流也是他們學習的機會。藉由這些學習的管道，讓他們在漫畫同人誌中保持活躍。

#### 5. 漫畫同人誌之特色

以下就組成份子、創作心態、創作形式、活動形態、社會地位、附加價值等層面來說明漫畫同人誌的特色。

##### （1）組成份子

1960 年代，臺灣本土漫畫盛極一時，經常舉辦同好聯誼的活動，於是產生許多同人誌社團。這些漫畫同人誌社團之組成份子，不限定為互相認識的同學或朋友，凡志趣相投者皆可，主要以高中、大學生為多。

##### （2）創作心態

漫畫同人誌雖有同儕間的販售行為，但是他們表示，販售會只是檢驗自己的創作，而買賣的行為只是附加地滿足其成就感罷了。他們經由創作，與讀者、其他創作者溝通，得到學習的喜悅，也不必受商業因素的干擾，可以依照個人喜好完成作品。論及缺點便是自行印刷成本高，必需自行負擔費用，要承擔風險。不過他們並不在乎，因為能自由自在實現夢想，發洩壓力、與紓發創作慾，便是最快樂的事了。

##### （3）創作形式

漫畫同人誌雖已漫畫為主導，但也有文學、音樂及表演藝術之部分。此外，在周邊商品的生產上也有多元的表現。他們自製的周邊商品琳瑯滿目，如書籤、貼紙、信紙、海報、印章、布偶、馬克杯，好像是一個大型的漫畫商品市場一般；也像是漫畫小型資訊展。

##### （4）活動形態

漫畫同人誌的活動形態，隨著時間發展不斷擴大。「Comiket」，是「Comics Market」的縮寫，也是指日本同人誌的展示販售會，自 1975 年開始舉辦、一年約一至兩次，規模驚人，約有兩萬餘組社團參與，參觀人次高達每日十萬人，不乏亞洲各國同好前往朝聖者。在臺灣舉辦的稱為「Comic World」，簡稱 CW（由日商 SE 舉辦），約一至兩百組社團席位，參觀人次約一至兩千人，也相當成功。臺灣的主要活動另有「Comic World Taiwan」，簡稱 CWT 與「Fancy Frontier」（開拓動漫祭）值得注意的是，不管是臺灣、日本等各地的同人誌販售會，皆需透過企業的贊助方能蓬勃發展，這之間也牽連著彼此之間的商業往來，並非單純的藝文交流。

##### （5）社會地位

從漫畫同人誌的發展，我們可以得知漫畫同人誌乃是屬主流漫畫（商業

誌)之外所衍生出來的文化。因此可說是「次文化中的次文化」。我們不難發現這樣的次文化常被詮釋為異類、特殊景觀,但是這樣的邊陲文化,雖不受重視卻又無法令人忽視。

#### (6) 附加價值

漫畫同人誌販售會中最「引人側目」的就是「角色扮演(cosplay)」。角色扮演的角色選取,來自電玩、漫畫、卡通、電視劇或偶像劇、電影、霹靂布袋戲、自創等。角色扮演剛開始的用意,是作者打扮成自己喜愛的漫畫人物來吸引顧客,此觀念來自日本。演變至今,臺灣漫畫同人誌創作者以少有兼顧創作與cosplay者,cosplay轉由另一群喜愛者來擔任。由於cosplay太有知名度,造成媒體誤解cosplay即是同人誌。然而cosplay迅速竄升的趨勢,已有脫離漫畫同人誌的情況,形成另一個引人注目的學生次文化。

此外,在漫畫同人誌在創作、交流、販售的過程中,提供學生許多學習的經驗。例如創作技巧、美感經驗、故事安排、分鏡之掌握、行銷手法、人際溝通等,這是學校教育無法涉及的,可以說是學生學習社會化的管道之一。

### 四、補充資料

#### 青少年流行語

##### (1) 走音版

粉——很;監介——尷尬;了改——了解;童鞋——同學;花Q——FUCK(英語罵人話);小阿姨——長的很正點的女生(歐蕾廣告);虧哥虧妹——追哥追妹;給不給虧——給不給追求;宮本美代子——根本沒代誌;阿力馬幫幫忙——阿你嘛幫幫忙(加強版)。

##### (2) 轉三個彎版

壓馬路——逛街;逛苦窯——監獄;擦地板——跳舞;簽帳卡——男朋友;小雨衣——保險套;交學費——打電動;洗胃——喝飲料;洗眼睛——看電影;手提箱——成績拿丙等;機車——龜毛;機毛——機車加龜毛;火車——比機車更機車;爐主——考試最後一名;超級雙頻——超級平胸;皮卡丘的弟弟——皮在癢;扛爐——考試倒數3、4名;夾娃娃——墮胎;請你穿hang ten——踹你兩腳(hang ten的標誌為兩個腳丫子)。

##### (3) 字母版

LOA——老孛仔;ATOS——會吐死;LKK——老扣扣;CKK——死翹翹;TMD——他媽的;OIC——喔!我知道(O~I see);BWM——長舌婦(big mouth woman);IDK——我不知道(I don't know);PDG——皮在癢;IBM——國際大嘴巴(international big mouth)。

##### (4) 數字版

7666——起來尿尿;469——死老猴(台語);79——智障;530——我想你;886——掰掰囉;8916——王八蛋(日語);54088——我是你爸爸;3456——相思無用;286——比喻跟不上時代(舊電腦主機型號);909090——

gogogo：729——不來電（7月29晚上全臺大停電）；0564335——你無聊時想想我；535172306——我想我已經愛上你了。

#### （5）食物版

芝麻——很煩；燒餅——很騷的女生；作蛋糕、種芋頭——上大號；芭樂——不上道；茶包——麻煩（英文）；香蕉芭樂——鬼扯；刨冰——不爽之意；搓麻糬——交女朋友；油條——很花的男生；番茄炒蛋——他媽的渾蛋；吃冰——吃安非他命；米苔目——超級不識相。

#### 大頭貼（照相貼紙機）

在臺灣被稱為「大頭貼（Print）」的照相貼紙機，是結合了寫真攝影、電腦影像合成以及精密列表技術的高科技電玩機種。這項引起流行的發明，是日本亞特拉斯（Altus）公司的佐佐木美穗小姐（被譽為 Print 之母）的創意，由於她喜愛各種貼紙，所以有了照相貼紙機的研發。第一部照相貼紙機「Print Club」便在1994年秋天誕生，一上市便造成搶「拍」旋風，當時不但在日本造成風潮，並持續延燒到韓國和臺灣。一開始大頭貼機器上只有日文，到了西元1998年才出現中文的拍貼機！此後，由於各地大頭貼的工程師們，不斷的求新求變，成功地帶動了「大頭貼」風氣。現在將市面上眾多的機台，大略分為下列幾種：

1. 「卡片機」：顧名思義，成品為一式兩張名片大小的卡片。花色背景可依個人喜好做選擇，分為五種情境：COOL、CUTE MODE（可愛造型）、MUSICAN（歌手）、SUPER MODEL（雜誌封面）、IDOL、ACTOR（電影背景）等，從中又分為三十二種背景，廣受拍貼族的好評。
2. 「塗鴉機」：此款機台機體雖較為龐大，但功能卻頗為齊全。整個機體共有上、中、下三個鏡頭，使製作出的卡片版面更具立體感，表情更豐富。不單如此，在拍攝完成之後，還會餘留八十秒的時間任拍貼迷自由發揮，隨意版面上創意塗鴉，參與感十足。
3. 「撲克牌機」：想收集一套專屬個人的撲克牌，撲克牌機便是最佳的選擇，一組五十二張撲克牌再加上兩張鬼牌，共有五十四種不同的花色可依個人喜好做變化。此外，不易撕破的特殊材質卡片也是一項貼心的設計。
4. 「六孔活頁機」：她是以知名卡通「哆啦A夢」為背景主題的機台，配合五連拍的表情變化，成品還會有六孔活頁的設計，可當作萬用本成冊收集。特有的背景主題，頗有收藏價值。
5. 「全身機」：此款機台可作長距離取景功能，膝蓋以上可完全入鏡，畫面亦可局部分為全身(FULL-HEIGHT)、腰上(WAIST-UP)、頭部(FACE-UP)等，最特別處是具特殊燈光的處理如聚光燈、閃光燈、夢幻燈光等其他多達六種變化
6. 「電影寫真機」：此款機台，將人物與電影海報、廣告、雜誌封面做背景合成，結合多種分割方式，不僅是拍貼迷的首選，同時也是電影觀眾的最愛。身處「鐵達尼號」船尾的一隅，男女主角何妨換人做做看。

7.「A4 大尺寸機」：日本這款 A4 紙張尺寸機，除了它的成品質地清晰、尺寸過人之外，同時也結合影像合成的功能，大投臺灣廣大哈日族所好，與眾日劇偶像合影留念再非難事。此外，成品製作成圓形大尺寸的貼紙，係專為攜帶式 CD 唱盤所設計，巧思獨具。

8.「連拍機」：該類型機台一直為新新人類所津津樂道，以連續影像的組合帶動時間的韻律，製作出活潑生動的效果。

9.「透明寫真」：成品以透明不透水膠布貼紙製作，此型機台是時下少男女們的最愛，透明、不遮掩視線的材質，對手機螢幕，或是鏡子都很適用，可以說是眾大頭貼中最为實用的一種，同時它也具備連拍的功能，功能齊備，無怪能大受歡迎。

綜觀以上機型，我們可知照相貼紙機的沿革，乃取決於拍攝鏡頭的改良、背景效果的多樣化以及印製成品的創新。如就整個發展過程來看，市場仍以日本的 Altus 公司為主導，它創新了許多功能，影響這類型機檯往後發展甚深。例如 Altus 公司在 1998 年 2 月推出「Super Pricla 21」，率先採用超高畫質伸縮鏡頭，並改進列表技術，不僅可同時容納多人攝影，畫質更為細膩自然，同時還首創可縱向拍攝，使照相貼紙機的功能又有重要的突破。自此，照相貼紙機的發展臻於成熟，研發重點即轉向拍攝效果的多樣化，廠商紛紛在拍攝鏡頭及印製成品的效果上下工夫。目前，Altus 公司更推出搭載 I-MODE 功能的網路照相小站「Print station」，拍貼族只要登錄成為「Print」的會員，便可透過手機收到由網路照相小站傳送過來的他人資料，並可和對方交換影像照片。此外，透過該公司的服務，更提供所有 I-MODE 用戶將照片畫面製作成個人網頁的服務。對廣大拍貼族群來說，電子網路通訊結合照相貼紙機技術提供了更精緻更快速的服務品質，真是一大福音。至於臺灣，照相貼紙機檯的經營，初期業者多是到日本選購機檯，臺灣組裝，或是整部機檯自日本代理來臺。1997 年，臺灣中潛科技、亮群科技（現為高凱科技）與日本廠商共同開發一款可中文留言字幕的「歡樂屋」創意照相貼紙機檯，有十五種風情背景、卅種情趣花邊、四十種留言，每回印刷時間僅約 25 秒，一組十六小張可分割，可說是臺灣大頭貼紙機研發的先鋒。現今國內也有自行研發者，如三誠電子自行研發的照相貼紙機，價格上明顯較進口機台低廉，其精美的軟硬體結構相較起國外同型機檯，甚至可以說是有過之而無不及，著實有益於國內消費市場。

### 大頭貼流行的原因

照相貼紙機這種類結合了電腦、印表機及數位相機的機種，深受消費者的喜愛，因為其科技娛樂性，滿足了玩者自選圖案的遊戲期待心理，例如可以將拍出來的大頭貼做成鑰匙圈、撲克牌、個性手錶等專屬商品，既新鮮有趣又時髦流行。還有，便利快速亦是一大魅力，例如可以在隱密的地點與重視的人一起照相，只要花幾分鐘，就能留下美好的回憶！在青少年間，互相交換大頭貼已成新世代獨特的交誼方式，一個人的人緣好壞與否，端看他手

中的那本萬用冊，是否密密貼滿同學們的大頭貼。另外，可以滿足自導自演的表演慾，過過明星的癮，也得到搞怪的樂趣。最後以美感來看，大頭貼以高度曝光使膚色較白，瑕疵全無，使我們看起來較美，也是好處之一。

大頭貼除了深受青少年喜愛外，西門町「蓋酷家族」的營業員陳英仁先生也表示，年輕族群固然是該市場主要的消費群，但中、老年層的消費者也頗喜歡此娛樂。例如店內所擺設的素描機便是銀髮族的最愛，這樣的情況顯示了國內消費者對於照相貼紙機的肯定，並將之視為一種健康有趣的新興娛樂。

### 電玩的發展

第一台電玩是 1960 年代美國麻省理工學院建造的「星際大戰」，剛問市時，其爆炸性與交互作用的螢光幕畫面令人驚豔。但由於體積與費用龐大，並無法普遍。十年後，運用微電腦技術，製造出小型的盒裝乒乓球遊戲，風行全球，也可以在電視螢光幕玩。接著日本發展的「太空入侵者」，開始了電玩遊戲的文化。直到 1980 年代，電玩遊戲才發展到早期美國「星際大戰」複雜的程度。電玩遊戲的設計者不斷地研發，讓人物場景栩栩如生、有如身歷其境。根據研究顯示，電玩遊戲之所以吸引青少年的原因在於暴力的內容、競爭的情節與幻想的主題，玩家可以在虛擬的空間中，盡情地發洩壓力、體力，獲得課業外的成就感（如電玩中角色等級的提升，可在同儕中炫耀），並經歷一場感官的最高刺激。

### 電玩的省思

2002 年臺灣電玩小子曾政承，在韓國世界網路遊戲大賽中，獲得冠軍，成為社會的熱門話題。電玩對學子的影響到底是正面或負面，引發各界討論，以下提供正反兩方的論點，以供參考：

#### 1.正面效果

- (1) 電子遊戲可訓練手眼配合的動作技巧。
- (2) 電玩的內容可訓練玩家應付各種偶發狀況。
- (3) 電玩可提供一個攻擊慾望發洩的安全出口。
- (4) 電玩可啟發學生多元智慧的發展。
- (5) 電玩已成發展資訊，提升國家競爭力的代名詞。

#### 2.負面效果

- (1) 電玩的虛擬世界令青少年無法勇於面對現實生活中的挫敗感。
- (2) 減少與社會互動的時間，甚至喪失社交能力。
- (3) 造成成癮的行為，對其他活動興趣缺缺，學業成績低落。
- (4) 電玩的酷炫精采，令學子對真實的世界失望，並失去耐心。
- (5) 養成暴力氣質、不安的心理現象、對生命的不尊重，或沉迷於幻想。

因應時代的發展，教育工作者如何以開闊的胸襟、合情理的誘導來處理學生熱愛電玩的現象，正式考驗著大家的智慧，我們應引導學生作出正確的

價值判斷，讓潛能發揮，並避免負面作用，以合乎時代變遷腳步。

### 快閃族（Flash Mob）

Flash 是快速、迅速之意，Mob 是群眾暴民之意，故是「快速的群眾」，據說起源於美國曼哈頓。此新興族群，由一群陌生人組成，通常由某個人透過網路發出集會消息，相約在指定的時間、地點集合，作出指定的動作，之後便快速離開。現在就來看看這 Flash Mob 的活動集會通知該如何看，通常 Flash Mob 的起頭會這樣寫的：

INSTRUCTIONS Mob N

集合時間：XX 年 XX 月 XX 日 XX 點 XX 分

過程：X 分鐘

Instruntions 是指令的意思，而 N 則表示次數，有時人們也會在最前面增加城市名稱。在來就是陳述指令內容，首先第一步會先請網友核對手錶的標準時間，接著會告訴你集合地點、該完成的動作有哪些，通常這些動作都不會持續太久，總會在 10 分鐘以內完成並疏散，有些通知會連幾分幾秒該做什麼動作都巨細靡遺的說明。總之他們對時間的掌控要求精準，包括對時與幾分幾秒後該作甚麼動作都詳細說明，並且整個活動通常在 10 分鐘之內完成。這類活動的參與人數從十幾人到上千人都有，這樣的新興活動正迅速走紅全世界。快閃族的舉動無厘頭又戲謔荒誕，並沒有特別的目的，總令旁人莫名其妙，又錯愕疑惑。