

# 「萌粉 for fun」

臺北市立仁愛國民中學 陳曉慧

---

一、課程主題：「萌粉 for fun」

二、課程領域：藝術與人文領域 視覺藝術科

三、實施對象：國中七年級學生(適用國中七~九年級)

四、設計理念及教學目標：

本校位於臺北市區商業精華地段，各式商店、百貨公司林立且國際遊客如織，環境周邊常見藝文相關訊息及文化創意活動。而教師觀察多數學生對於流行事物如數家珍，其中不乏對於項目及品牌的認識，這或許來自於家庭背景的影響，也或有青少年間次文化的討論。但是，在其各自闡述與展現個性的表徵下，卻顯見學生們使用之生活學用品多以卡通造型取勝。原來，大家都臣服於「萌」的魅力之下，屬於泛「萌」黨派的粉絲。

當然，詞語的流行隨著日常媒體使用與大量的網路資訊，使得原本來自動漫範圍裡較為狹隘且物化女性的「萌」，已經轉變成生活中喚起人們童心的觸媒。我們得見社會群眾從「黃色小鴨」開始，追逐大型「月兔」(2014 桃園地景藝術節 霍夫曼作品)的時潮氛圍。依據網路維基百科的解釋，「萌可以被理解為個人因著人物的某些特徵而萌生起像燃燒般的共鳴感覺」。因此，可對之理解為具有動詞與形容詞的雙詞性；同時，「可愛」為其中之一要素而非為全部。而不可否認的是這樣的造像，以創意的發想擄獲人心，形成風潮。

學學文創志業董事長徐莉玲提到「當世界的趨勢已經是別人以你的美感在評鑑你的能力的時刻，『一技在身』就要輸給『一藝在身』的人了...」（徐莉玲，2010）；因此，本課程設計以美術創作為概念生發之基礎，輔以流行圖像、社會藝術活動為介質，導引學生思考其中的意義並落實美感經驗。同時，「波伊斯認為生活就是一種藝術創作的過程，人們都應該用藝術家般的意識去生活，並在自我覺醒下有意識地去改變社會這個大軀體」（周雅菁、陳寬育，2011）。所以，單元步驟雖以其生活週遭的

美感經驗為思考的主軸，但是刻意提供學生與他人有一交流互動的機會。藉由調查他人對用品選擇偏好的理解，思索「設計」的概念，期學生能從浮泛抽象的主觀描述到理性整理的落實，從中辨認引起共感的要素並具體運用之。

因此，本課程教學目標為：

**【認知方面】：**

- 1.能明察自我概念，並說明個別想法。
- 2.能指認不同圖像，且分析差異。
- 3.能經由活動設計，體認設計創作的藝術特性。
- 4.能辨認文創產品、產業，瞭解其源自生活共感的基礎。

**【情意方面】：**

- 1.能發揮小組分工合作精神，記錄且完成意見蒐集調查活動。
- 2.能從文創產品的設計中，認識自我生活的根源，深化對文化環境的情感。

**【技能方面】：**

- 1.能覺知自我創作意向，並考量他人想法，具體呈現。
- 2.能選擇適合材料、操作工具，以完成作品。

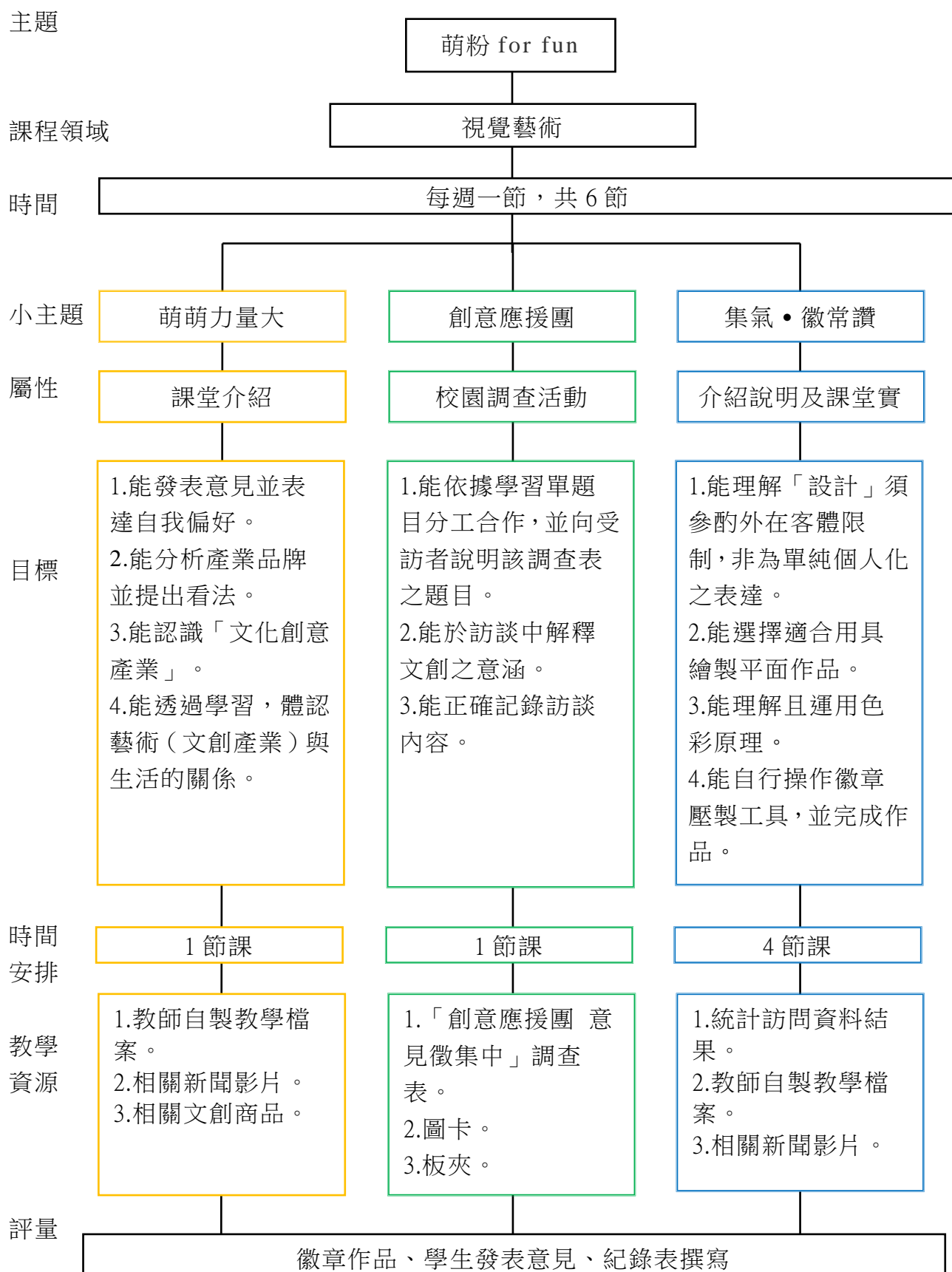
---

參考資料：

徐莉玲（2010）。學學文創志業網站（<http://www.xuexue.tw/>）。

周雅菁、陳寬育，2011。打造美麗台灣—台灣生活美學運動。文建會電子報 <http://www.moc.gov.tw/images/epaper/20090410/p01.html>

## 五、課程架構：



六、活動流程：

單元一：萌萌力量大			
實施年級	七年級，共 11 個班	時 間	每班一節課
教學活動流程			教學重點及資源
步驟一	引起動機	<p>1.教師先以開學時給七年級新生寫的「我想認識你」調查表內容，引導學生說明其生活中所偏愛的事物(以為讓老師快速認識學生為由，會請同學在調查表中推薦他們喜歡的各種人事物給老師，以加深印象)。</p> <p>2.將學生廣泛性的發表導引至其手邊學用品的選擇，並聚焦於圖像討論，以引起動機。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■「我想認識你」調查表。</li> <li>■整合學生說法，適時聚焦討論。</li> </ul>
步驟二	發展活動	<p>1.你是哪種「粉」：魯夫粉、kitty 粉、蘿莉粉、火影粉、阿朗基粉、醜比頭粉、名粉...</p> <p>2.被「控」的理由：造型、故事、顏色、品牌、流行。</p> <p>3.卡哇伊熱潮：</p> <p>❶全民社會藝術運動-2013 年風靡全台灣之黃色小鴨到「2014 桃園地景藝術節」玉兔。</p> <p>❷商業操作活動造成流行-超商各式集點或速食店餐點贈品活動。</p> <p>❸媒體流行語形成風潮-療癒系及萌。</p> <p><b>【配合教學 上課引用網頁及圖片】：</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>↑承繼引起動機而來，教師以自身為 hello kitty 粉為例，讓學生發表自我意見，說明發展活動 1.及 2. (作者自拍圖片)。 圖 1</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>↑延續前項多數學生表達「可愛」的說法，教師提示此卡哇伊熱潮-電子媒體時常播放 (引用連結 youtube 整頁網頁)。 圖 2</p> </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■教師自製教學檔案。</li> <li>■相關新聞、影片。</li> <li>■討論受歡迎的圖像。</li> <li>■從社會流行活動探討此一現象：人們為何瘋迷與受吸引的理由，與媒體重複的報導是否相關。</li> <li>■帶入新聞熱播現象，教師可擇一播放說明。</li> </ul>



↑學生間還流行兌換超商贈品。僅在 google 輸入超商集點，即可出現許多的贈品活動(引用連結 google 整頁網頁)。

圖 3



↑出現在媒體的流行用語-療癒系、萌，其所含範圍廣泛。同時也有些產品設計不單純為可愛的創發(引用連結 youtube 整頁網頁)。

圖 4

■圖 2 參考網址: <https://www.youtube.com/watch?v=YmrXw1cg0oE>

■圖 3 參考網址:

<https://www.google.com.tw/search?q=%E8%B6%85%E5%95%86%E9%9B%86%E9%BB%9E&biw=1089&bih=667&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CCUQsARqFQoTCMmbssbGoMcCFQIkIAoAoAoKRg&dpr=1.25>

■圖 4 參考網址: <https://www.youtube.com/watch?v=FcP-EzSUDs8>

#### 4.說明「萌」的意義：

- ①原生日本動漫的概念，其基本萌屬性特徵亦有物化女性之嫌。
- ②提示基本特徵：很大的眼睛（臉部大小的 3/5）、小的鼻子、扁平的臉、相對大的頭、中學生制服或運動服、呆毛...
- ③動漫展熱潮-進擊的巨人(非以造型討喜)。
- ④航海王 GPS 導航機-航海王(讓我們一起航向偉大的行道、成為我的夥伴吧!)

#### 5.採用因對象引起之共鳴感以定義之。

- ①故宮文創商品-「仕女唐唐」、「朕知道了」、「聖旨」、「密旨」...
- ②電鍋新包裝(舊瓶新裝)-黑白馬來貘。
- ③時尚潮服-川久保玲(play 系列有大眼睛的愛心圖樣)。
- ④介紹文創產業、文創園區(松菸、華山、西門紅樓)。

■經由課程步驟，學生會提出有些不以 Q 版造型為主的贈品:菇菇、屁桃。

■討論非以可愛質素設計，也能吸引人的現象。

■釐清「萌」的共鳴性:人覺得「萌」是來自其心理、情感與某一質素剛好產生的對應。

■卡通創造朗朗上口的文句。討論為何大家會喜歡?

■文創設計的文化共感。

■可請社會科教師協助於其課間介紹文創產業條例及法令問題。

■文化+創意=文創。

**【配合教學 上課引用網頁及圖片】：**



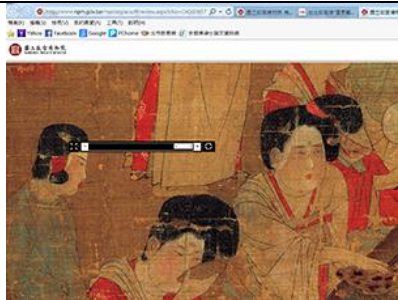
↑ 作者: Solomon203  
不是只有圖片才會被人喜歡，有共鳴感的字句一樣受歡迎。因此，以航海王為主題，廠商推出與 PAPAGO 合作的 GPS 導航機。 圖 5



↑播放相關新聞影片，說明僅有華人有共感的文創商品:故宮「朕知道了」、「聖旨」、「密旨」。其他文化背景的人無法領略其趣味性(引用連結 youtube 整頁網頁)。 圖 6



↑以「仕女唐唐」為例說明文化商品、文創商品及一般商品之區別(引用連結故宮精品整頁網頁)。圖 7



↑對照故宮「唐人宮樂圖」作品，說明「仕女唐唐」墜馬髻頸枕創意來源(引用連結故宮整頁網頁)。圖 8



↑「哪一個是文創商品？」讓學生辨認易引起混淆的**創意商品**和**文創商品**。並說明融入「文化性」的難度(引用連結 domoreidea 整頁網頁)。 圖 9



↑「哪一個是文創商品？」學生多認為有創意才是文創商品，對於圖 10「籤筆」較不能判斷，必需經過教師提醒字詞的諧音才能理解其背景(引用連結 motor-hung 整頁網頁)。圖 10

■相關新聞影片。  
■鼓勵學生至文創園區觀察商場。

■引導學生思考文創僅有商業意圖嗎?(教師可視個別狀況播放誠品行旅相關新聞影片，進行延伸討論)

■相關新聞影片。

■融入文化性的問題尚須考量能否引起共同情感的回饋。

■相關新聞影片。

■「文化商品」:有文化意涵的商品。

■「文創商品」:兼有文化和創意的商品。

■「創意商品」:具有創發新意的商品。

■「一般商品」:不強調文化和創新加值的商品。

■圖 5 參考網址:



[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Taipei\\_IT\\_Month\\_Papago\\_CN-500TOP-TW\\_20131202.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Taipei_IT_Month_Papago_CN-500TOP-TW_20131202.jpg)

■圖 6 參考網址: <https://www.youtube.com/watch?v=zDAQXhiUz9A>

■圖 7 參考網址:

<http://www.npmshops.com/main/modules/MySpace/PrdInfo.php?sn=npmshops&pc=1408000087968>

■圖 8 參考網址:

<http://www.npm.gov.tw/masterpiece/fPreview.aspx?sNo=04000957>

■圖 9 參考網址:

<http://www.domoreidea.com.tw/tw/goods.php?act=view&no=7>

■圖 10 參考網址:


[http://www.motor-hung.com/Aeshop/A-D-eshop\\_PH\\_A.html](http://www.motor-hung.com/Aeshop/A-D-eshop_PH_A.html)

### 【討論】：建立品牌重要嗎？

整合文創概念的印象，並帶入相關手作市集和精品商場的介紹，且以台灣工藝研究所作品及故宮與義大利 Alessi 合作商品為例說明。

### 【配合教學 上課引用網頁及圖片】：



↑  作者:René Spitz  
「建立品牌重要嗎?」其實清朝人物的設計曾經引起種族歧視的批評。 圖 11

↑ 臺灣工藝研究所作品介紹，和「Yii」之 43 椅的說明(引用連結中央廣播電台整頁網頁)。 圖 12

■圖 11 參考網址:

<https://www.flickr.com/photos/renespitz/4625746819/>

■圖 12 參考網址 <http://news.rti.org.tw/news/detail/?recordId=186155>

### 【文創商品的社會價值】：

從都蘭國小書包所引起的後續關注效益，該校自行設計其他文創商品以推動公益活動(學校自行設計書籤、筆記本和小桌椅等，並將其所得捐助校內罹癌學生及部份捐助智障者家長協會)。

■影片參考網址: <https://www.youtube.com/watch?v=Y1mzEmgR3ik>

⑤ 思考本校可以製作甚麼樣的文創商品？

■以大品牌設計對照一般網路搜尋商品，先請學生說明感覺，之後再討論實用性、設計感及經濟效益。

■對比品牌設計與傳統製作。

■產品是生活的情感與技藝。

■傳統技術+現代設計=一件好的工藝品。

■經濟考量非為目的，卻為支持的途徑。

■相關新聞影片。

步 總 1.總結上述，引導學生思考本校可以設計甚麼樣的文創商

■準備調查表。

驟三	結 課 程	品，是提袋、徽章、筆記本、原子筆、吊飾、小書包、杯子、公仔還是... 2.提示下週進行調查活動。 3.若時間許可，可先進行分組安排。	■溝通、安排將進行訪問的班級或是教職員辦公室。
----	-------------	--	-------------------------

單元二：創意應援團				
實施年級	七年級，共 11 個班		時 間	每班一節課
教學活動流程			教學資源及準備	
步 驟 一	發 展 活 動	<p>1.承續第一節課進行分組安排，並針對活動說明事項(約 15~20 分鐘)。</p> <p>2.帶領學生進行定點訪問(約 15~20 分鐘)。</p> <p><b>【注意事項】：</b></p> <p>①課前安排可進行訪問的八、九班級或是取得應允許可之辦公室(導師、行政、家長志工)。</p> <p>②以在同一棟大樓上課班級為優先選擇(依序為：美術課、音樂課、表演藝術課、體育課等。但因實際操作後，仍有部分訪談班級為其他樓棟之家政課、健教課及輔導課，故所需訪談時間較長)。</p> <p>③學生訪問班級時，也可同時訪問教師看法。</p> <p>④七年級每班 24 人，共分 12 組每組 2 人(特殊學生 2 名：有輔導教師從旁協助)。</p> <p>⑤部分學生會害羞不敢行動或是有裝酷的學長姐讓七年級學生裹足，因此教師需扮演關係橋梁人的角色，一方面說明此次活動目的，另一方面適時協助發問。</p> <p>⑥因同棟大樓所需行進時間較短，大部分受訪談班級教師會待在班上，等活動結束後繼續上課。但因實際安排班級後發現仍有需要跨棟的現實需求，因此和該班教師約定以下課前 15 分鐘為受訪時間，部分當堂教師會離開教室至辦公室休息，屆時美術教師須自行控制兩個班級學生並總結活動。</p> <p>3.訪問完，全班回教室統計訪問成果。</p>	<p>■「創意應援團 意見徵集中」調查表。</p> <p>■教師前週先調查同時間上課班級，約定下週時間以進行訪問。</p> <p>■準備板夾。</p> <p>■準備圖卡。</p> <p>■提醒學生如何解說。</p>	



1. 公布單一班級訪問調查結果並與學生討論活動過程。
  - ① 學生喜歡活動性的課程安排。
  - ② 學生會分享學長姐的反應，諸如：學姐很好心，都自己勾選，或是學長姐都亂說亂寫等。
  - ③ 學生會覺得要符合客戶的需求(調查結果)很兩難，自己偏好的項目和客戶要的有落差。
  - ④ 設計可以不管外在的要求嗎？
2. 提示學生下節課將進行校園形象、班級形象及個人形象 logo 設計。
3. 蒐集多數人意見為設計形象之可能依據(引導學生思考這可能是社會共感的來源)。
4. 因考量學生能於課堂製作完成的可能性，此單元後續將以「徽章」壓印為實作課程材料。

■因有 11 個七年級班級將進行調查，其單次結果將逐次累積於教室公告欄以維持學生關注主題的興趣。

分組調查表：

### 創意應援團

意見徵集中

班級：\_\_\_\_\_ 座號：\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_ 姓名：\_\_\_\_\_

受訪者：(班級：\_\_\_\_\_，\_\_\_\_\_ )

■若在眾多文具產品中要挑選一件購買，你會選擇...

答：比較便宜的 有喜歡圖案的 有喜歡顏色的 不挑，隨便 最新流行的 有牌子的 其他：\_\_\_\_\_。

■若在眾多3C產品中要挑選一件購買，你會選擇...

答：比較便宜的 有喜歡圖案的 有喜歡顏色的 不挑，隨便 最新流行的 有牌子的 其他：\_\_\_\_\_。

■在生活中，有什麼令你印象深刻的公仔、圖案或標誌是...  
(例如：kitty、阿朗基、球隊吉祥物或麥當勞、星巴克標誌等)

答：\_\_\_\_\_。

■你覺得讓你注意它的是造形設計、顏色搭配、知名度還是...

答：造形設計 → 看起來很可愛 有個性很酷 憨憨的  
設計簡潔 創意獨特少見 有地方特色、文化風格 其他：\_\_\_\_\_。

顏色設計 → 很搶眼 很柔和 有個性 有層次感  
單一顏色 兩色對比 其他：\_\_\_\_\_。

知名度高 以上都有 其他原因：\_\_\_\_\_。

■你曾聽過「文創商品」這個名詞嗎？答：有 沒有(若回答沒有，請進行訪問的同學簡單說明)

■你覺得哪個是文創商品？



Golden PIN  
DESIGN AWARD  
金點設計獎

© domoreidea



海削小人一筆 削鉛筆機 鐵筆

左圖 <http://www.domoreidea.com.tw/tw/goods.php?act=view&no=7>  
 右圖 [http://www.motor-hung.com/shopping\\_mall/desk\\_ware\\_fp\\_1.html](http://www.motor-hung.com/shopping_mall/desk_ware_fp_1.html)

■你覺得我們學校可以開發什麼樣的文創商品？

答：小書包 筆記本 玩偶、娃娃 鑰匙圈 文件夾  
馬克杯 手機保護套 徽章 水壺 擺飾品  
其他：\_\_\_\_\_。

配合教學活動，圖片已書面徵詢產品公司同意後使用

# 單元三：集氣・徽常讚

實施年級

七年級，共 11 個班

時 間

每班四節課

## 教學活動流程

## 教學重點及資源

- 1.以台灣 10 大文創產品介紹延續單元主題。
- 2.以都蘭國小、台北市觀傳局(子曰書包)為例，說明此單元用意。
- 3.講述前一單元蒐集之資料結果，提示易引起多數人共感的分項目。
- 4.學生設計完之校園形象 logo 作品可請本校學發中心協助進行網路集氣投票活動(此次課程尚未使用)，提高學生創作的興趣。

### 【配合教學 上課引用網頁及圖片】：



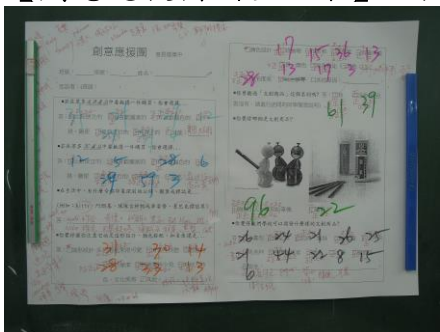
↑介紹資料引自 La Vie 雜誌-年度最佳 10 大文創產品。多數學生都能從中去找出來自生活環境、背景文化和地區化的特色。(作者自拍圖片) 圖 14

↑學生們很喜歡第五名「朕知道了」產品，還提出本校可製作「閱」的貼紙(引用連結故宮精品整頁網頁)。 圖 15

### ■圖 15 參考網址:

<http://www.npmshops.com/main/modules/MySpace/PrdInfo.php?sn=npmshops&pc=1302000040973&lang=&sid=banr20141208>

### 【創意應援團調查結果】：圖 16



- 資料參考自 La Vie 雜誌台灣文創創意產業 100。
- 教師自製教學檔案。
- 相關新聞影片。
- 創意應援團 意見徵集中調查表。
- 用設計，說文化的故事。
- 請學生指認特徵。

■在訪談時，多數學生認為左邊海削小人的削鉛筆機才是文創商品。他們普遍認為有創意、好玩，才是主要判斷的選擇，往往忽略來自生活中隱藏的文化性。所以，真正的文創商品其實創發不易。

步驟一  
引起動機

1.說明企業、政府形象營造(吉祥物) 的行銷意涵。

- ❶ 生活常見雄獅文具奶油獅、台灣人壽阿龍、上海商銀 PUKI、7-11 超商 OPEN 小將等。
- ❷ 不受歡迎的例子：2013 年紐奧良鵜鶘隊「皮爾 (Pierre)」。為什麼？

【配合教學 上課引用網頁】：



↑學生多數認為此吉祥物設計效果並不討喜(引用連結 youtube 整頁網頁)。圖 17

↑比較該球隊更改設計後效果，討論:寫實↔卡通、對比色↔類似色(引用連結 youtube 整頁網頁)。圖 18

- 參考網址：  
[http://www.wasabii.com.tw/contest/notice/notice\\_content.aspx?K=24954&Page=1&G=33&T=12](http://www.wasabii.com.tw/contest/notice/notice_content.aspx?K=24954&Page=1&G=33&T=12)
- 圖 17 參考網址：<https://www.youtube.com/watch?v=KFARon-y2r8>
- 圖 18 參考網址：<https://www.youtube.com/watch?v=dI3ujQ4Zq20>

❸ 成功的例子：熊本熊 kumamon。

【配合教學 上課引用網頁及圖片】：



↑ 作者: kyu3 介紹日本熊本熊及其策略。已有許多同學在街頭見過相關宣傳活動及產品。圖 19

↑為宣傳地方，引起大眾的注意，官員蒲島知事召開緊急記者會，請所有人協尋熊本熊遺失的腮紅(引用連結 youtube 整頁網頁)。圖 20

- 圖 19 參考網址：<http://photozou.jp/photo/show/124201/210356696>
- 圖 20 參考網址：<https://www.youtube.com/watch?v=ECWPnUyCefw>

■行銷著重於自我意識的定位、自我期許的未來。

- 先請學生發表對造型的看法:寫實擬人對比卡通圖像。
- 複習色彩學概念:色相環、對比色、類似色。

■吉祥物無非是積極行銷的手段，在操作上強調生活化的、有感情的，討喜的樣貌是讓其品牌或是產品被彼端消費者記憶，甚至產生好感度。

④相同用意的設計：「台灣達」(タイワンダー，日本非營利組織「台灣應援團」為了感謝台灣在三一一地震中給日本的幫助而設計)與交通部觀光局形象大使(喔熊 ohbear)。

【配合教學 上課引用網頁】：



↑介紹日本「台灣聲援會」設計之「台灣達」，幫忙宣傳台灣觀光及其各種活動記錄(引用連結 facebook 整頁網頁)。圖 21



↑比較圖像設計引自:tranews 網站。此為 2008 年國史館台灣文獻館舉辦台灣第一特展時，為活動設計的吉祥物「棒仔」(引用連結大台灣旅遊網整頁網頁)。圖 22



↑「台灣喔熊」(Oh Bear!)操作類似熊本熊，有臉書分享日常生活、參與各種宣傳活動(引用連結 facebook 整頁網頁)。圖 23



↑比較圖像設計引自:高雄熊臉書。誕生於 2015 年的高雄熊，在網路上的討論被認為撞臉熊本熊，多認為有抄襲之嫌。可請學生提出看法(引用連結 facebook 整頁網頁)。圖 24

■熊本熊經營策略：本身吉祥物的故事性(非虛構童話人物)、網路公告生活行程(煞有其事)、免費授權(只需申請且運用廣泛)、地方特色(熊本市之熊)。

■介紹「台灣喔熊」(Oh Bear!)有 line 貼圖。

■介紹「台灣達」。包含主題曲、人物設定。

■高雄熊設計的初衷也以台灣黑熊為本，希望加入高雄的地方特色。最後創發出來的形象卻引起爭議，可請學生發表意見(高雄熊部分為新增加的課程)。

- 圖 21 參考網址: <https://www.facebook.com/cheer4taiwan>
- 圖 22 參考網址: [http://tw.tranews.com/Show/Style1/News/c1\\_News.asp?SItemId=0271030&ProgramNo=A000001000003&SubjectNo=49848](http://tw.tranews.com/Show/Style1/News/c1_News.asp?SItemId=0271030&ProgramNo=A000001000003&SubjectNo=49848)
- 圖 23 參考網址: <https://www.facebook.com/OhBearTaiwan>
- 圖 24 參考網址: <https://www.facebook.com/khh.hero>

2.設計與考量



- ①設計要素:地方或人文特色、故事性。
- ②討論原創圖像的智慧財產權：權利金？免費授權？

【校園、班級和個人形象 logo 設計】：

- ①符合市場需求(單元二「創意應援團 意見徵集中」調查表結果)。
- ②單元材料：7.5cm×7.5cm 金屬製徽章，每人三個。
- ③學生可自由選擇使用色鉛筆、鉛筆、酒精性麥克筆、彩色筆、蠟筆、水彩等工具。
- ④學生平面繪製完後進行實體操作。
- ⑤播放以前學生作品檔案(flash)，以供此次學生參考。

【配合教學檔案】：



圖 25 1/10 .exe

圖 26 2/10 .exe



圖 27 3/10 .exe

圖 28 7/10 .exe

- 用徽章設計說校園文化的故事。
- 教師自製製作步驟檔案(.exe)。

- 提醒學生畫面範圍大小及說明其厚度不適宜黏貼他物。
- 先說明製作程序讓學生有初步了解。

- 提醒學生製作時材料易擺放錯誤的地方。
- 此次製作以徽章為主，檔案後段介紹的其他材料僅口述說明。

實作課程  
步驟三



學生作品:



↑女學生偏好描繪動漫人物 圖 29



↑很明顯「籃球」是 28 號同學的生活重心 圖 30



↑其實陳 O 棋上課常被老師唸，不知道「believe」和暴怒眼球有沒有特殊用意! 圖 31



↑有時學生的發想很直接，左邊徽章僅繪兩根熱狗加上荷包蛋，猜出來了嗎?就是 20 班! 圖 32



↑學生自我期許:猛男的願望 圖 33



↑小提琴多次出現在該名學生的作品中 圖 34



↑偏好動漫人物的學生總是女學生 圖 35



↑喜歡下課時和老師分享太陽馬戲團的學生作品 圖 36



↑該名學生在美術上表現極佳，不管是立體塑形還是平面作品皆優

圖 37



↑龍徽章和左邊狼圖案都是同一學生作品，或許是樣樣優秀，在班級同學相處間極為低調

圖 38



↑學生堅持要三個徽章全部畫風景圖

圖 39



↑海棉寶寶深植人心！

圖 40