

第二章 文獻探討

本章主要在探討本研究的相關文獻，從圖畫書的歷史背景，直到順應社會發展、現代人心靈的需求而發展出屬於成人的圖畫書，經由本研究探索的脈絡，描繪出整個台灣成人圖畫書的發展歷程。

2-1 成人圖畫書的興起與歷史脈絡：

從西洋圖畫書歷史的發展開始，接著談到台灣成人圖畫書發展的歷史背景，藉此剖析出台灣成人對於圖畫書需求的興起。最後帶出台灣成人圖畫出過去的發展以及現況。咨述如下。

2-1-1 西洋圖畫書發展史簡述

就人類進化史而言，人類先由繪畫作為傳遞訊息的媒介，原始人藉由洞窟壁畫記事，進而發展文字和語言，當文字語言普及以後，圖像淪為輔助工具（蔡宛珊，2005，12）。若不就出版品論，將圖畫書的形式可拓展至其他領域，如中世紀的仿羅馬式教堂溼壁畫，一幅圖畫甚至是連續的圖畫，讓目不識丁的群眾，了解聖經故事裡要傳達的寓意，無須藉由文字就可以將信仰傳遞人心（楊裕隆、陳美蓉，2005）。這種圖像的感染力是無遠弗屆，雖然我們也許能臆測聖經是圖畫書的起源，然就圖畫書相關資料文獻顯示，在西方，圖畫書約有 500 年左右的歷史。最早追溯到十八世紀的中古，當時內容多半是宣揚道德或是指導品行為主，以供兒童閱讀，價格昂貴，數量稀少。1467 年，英國 William Caxton（1422~1491）開始印刷兒童書籍，他所印製的*伊索寓言*（圖 7），包含一百多幅的木刻版畫（林敏宜，2000，11-18）。



圖 7 伊索寓言內頁
(大英圖書館網站, 2006)



ORBIS PICTUS

szemléltetés az iskolában

圖 8 世界繪圖內頁
(布達佩斯博物館網
站, 2006)

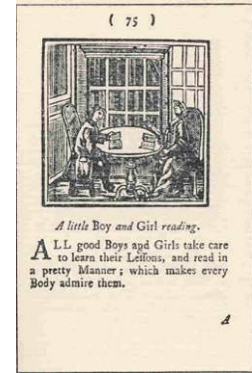


圖 9 A little pretty
pocket book 內頁
(大英圖書館網
站, 2006)

然而圖畫書由於鎖定的對象不盡相同，因此在第一本圖畫書上有爭議，一般來說公推 *世界繪圖 (Orbis pictus)* 為第一本圖畫書 (圖 8)，由捷克的教育家 John Amos Comenius 所編寫，他主張透過具體事務觀察來學習的感官教學，因此書內容類似有圖鑑的百科全書，例如犀牛的定義是什麼，屬於什麼動物，生活於何處，體積多少，性情如何，不如帶學童去動物園參觀，或在書中畫一幅犀牛的圖 (林玉体, 1994, 267)。



圖 10 Thomas Bewick 的作品
(Wikipedia, 2006)



圖 11 Kate Greenaway 的作品
(Wikipedia, 2006)

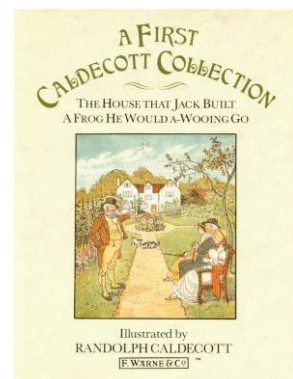


圖 12 Randolph Caldecott 的作品 (Randolph Caldecott Society UK, 2006)

十八世紀開始，受到盧梭自然主義的影響，社會上開始重視兒童的需求，圖畫書由教育兒童轉為娛樂兒童，譬如 *A little pretty pocket book*，是出版商 John

Newberry (1713~1769) 所印製 (圖 9)，並成立了第一家童書專賣店，內容主要適用”趣味”的方式教導字母，有燙金與花邊的設計 (張誌煌，2004，18)。Thomas Bewick 是第一位童書畫家，將十八世紀以前木刻版畫，最多加入業餘畫家依指導上色的局面，帶入了前所未有的優美境界，他首創插畫家會在書上簽名的例子 (圖 10)。

十九世紀，圖畫書無論風格、插畫、印刷上都有進步，插畫家 Walter Crane 色彩豐富、Kate Greenaway 高貴優雅，其影響甚至辯及當時孩童服飾的流行，後來著名的格林威大獎及為紀念他所設 (圖 11)。Randolph Caldecott 的玩具書市現代彩色插畫的濫觴，凱迪克插畫大獎，為紀念他所設立 (圖 12)。三位畫家 1850 年與 Edmund Evans 的畫坊合作，出版彩色的圖畫書，印刷術的進步讓圖畫書的設計，不論在色彩或形式上皆更為自由與豐富。二十世紀以來進駐入圖畫書的輝煌世紀，印刷術更為成熟，同時兒童本位主義的教育影響，讓各界重視兒童文學因而獎項紛紛設立。



圖 13 the tale of peter rabbit

(Announcing the Scholars' Lab, 2006)

現代圖畫故事書的起源是英國的 Beatrix Potter，他繪至栩栩如生的小兔子，讓「小兔子彼得的故事」(the tale of peter rabbit) 廣受喜愛 (圖 13)，內容敘述一隻頑皮兔子的生活趣事，用小兔子象徵兒童的姿態與生活，更貼近小朋友內在的想法 (傅林統，1990，108)。由於獎勵兒童文學發展，各各圖畫書相關的獎項開始成立，1938 年美國成立的凱迪克大獎，1955 年英國設立的格林威大獎，1956 年德國繪本大獎，同年國際青少年讀物委員會議設立國際安徒生大獎，甚至未這些優秀的插畫辦展覽。展覽方面，1965 年聯合國教科文組織促成布拉迪斯國際插畫雙年展 (Biennial of Illustrations Bratislava)，1967 年首屆義大利波隆那國際兒童書展揭幕於布拉迪斯市，堪稱是目前國際上公認指標性的插畫展 (林敏宜，

2000, 5-6)。

若單就成人圖畫書而言，國外以 Jean-Jacques Sempe 為先驅，其著作小淘氣尼古拉系列，廣受歡迎，表現出小人物的幽默，九七年以被晨星出版社引進。另如玉山社「瑪塞林為什麼會臉紅」、「我的另一半」，描繪法國都市成人的生活，再市場上也極受歡迎(溫彤瑋、張曉彤，2003)。

2-1-2 台灣成人圖畫書興起的文化背景

後現代文化中，人們因為大量的電腦，電視，攝影技術的圖像衝擊，引發閱讀習慣的改變。感性消費產品取勝，代文學作品(paraliterature)的產生，其中包含以圖片取勝的刊物(孟樊，1989，127)。人類進入多媒體時代以來，大量的圖像產生，電視、電腦、電影改變人類溝通的習慣，圖像的傳達比文字更生動是一個既存的事實。E.H.Gombrich 曾提出視覺意象是最能激發人的，這也是為何廣告作品常運用大幅的圖片(劉鳳蕊譯，2000)，這樣的情況促使台灣進入視覺系書籍的時代(洪義男，2005)。除此之外，沒有一件事情是單純獨立存在，依賴個人對流行文化的觀察，累積起來變成潮流的動向，引領世代的價值觀與態度(沈呂白，1998，11)。個人行為特質、偏好，深受其成長背景影響(黃旭明，1998，14)。社會學家已證實，許多早年的影響漸利綺我們的思考模式與行為，要了解消費行為，關鍵在於掌握他們年輕時養成的性格特徵(Smith & Clurman，1998，39)。因此我們要了解成人圖畫書興起的原因，不妨從一需社會現象著手觀察。

民國三十八年，政府遷台後，人口由六百萬餘增至八百萬餘人，導致民國四十年失業率達到四·五%。約五零年代末期，台灣的戰後嬰兒潮步入職場，她們由於成長過程中並不富裕，頗能辛勤工作，加上當時的勞力需求旺盛，出口激增，讓經濟成長達到空前的局面，此後十四年間，不但失業率多在 2% 以下，平均所得亦由兩百五十美元，增加到兩千一百四十美元(黃旭明，1998，17-19)。

經濟發展邁向成熟期(1984~1994)：這一時期是台灣經濟邁向成熟的時期，台灣經濟發展尚未完全達到如美、歐、日等進步國家的程度，但種種跡象顯示確已趨向成熟(王作榮，1997)。成熟時期以後，台灣人口開始具有一些成熟社會的特徵(黃旭明，1998，17-19)：

「這段時期以後，明顯的是教育程度的提升，民國四十年，大專以上占六歲以上人口一·三%，至七十五年已達到九·三%，這樣的環境讓這一代的年輕人更具有理想，行為更講求方法和效率，具有較多思考及反省能力。

以上為台灣近年以來現況，雖然步入經濟的成熟期，現代後工業化社會卻帶來人們在心理上的無助感。民國七十七年以來，台灣經濟不再有雙位數的成長，成長率多在七%以下，跟著是社會環境的惡化，犯罪率呈倍數成長。

X世代以科技為表徵，電玩、電腦、手機、email，讓X世代的成長過程普遍是較為多采多姿的，生育率下降，受到父母的照顧相對耕多，心理上對同儕的認同需求增加。X世代面臨的未來更不確定，生活價值趨於即時行樂，薪資所累積的財富難以覓得安身之處，多樣化的消費使儲蓄減少，無法迅速累積財富的情況和過去的时代相差很多，因此更傾向於投資理財。X世代標新立異，追求個人的高度自由。」

以上這段敘述顯示，社會一旦發展到巔峰，人就會開始問，這樣的生活是我想要的嗎？懷疑起自己想要的生活方式（楊裕富、林萬福，2002）。一般討論的後現代，是針對1960年以後的社會而言，筆者台灣近年重大社會事件的紀錄，重大社會事件，如白曉燕案、八掌溪事件、金融風暴、2000年及2004年的總統大選。天然災害與疾病如颱風、水災、921大地震、SARS。國勢的強弱，或多或少影響民眾對於未來的信心樂觀于否（Hastings and Hastings，1992：611-614）。現代社會混亂，多元，讓台灣社會有不安的焦慮感。台灣民眾1991-1994年以來，覺得自己很快樂或非常快樂的，佔比例的14%-26%，還算快樂及快樂的，佔67%-78%，至於不太快樂，很不快樂則佔5%-12%（傅仰止、伊慶春、瞿海源，2004，123）。就社會、經濟、政治及自然環境上，皆顯示人生及人性的不可控制，生活在台灣的現代人必須社會爭取地位、物質享受，當機器、物質佈滿人生，人會開始覺得有些厭煩，想要反抗，想把機器、物質一腳踢開，回到田園、回到自然、回歸精神層面。台灣民眾至2000-2004年為止，是漸漸趨向悲觀，尤其2004年，對未來抱持

悲觀的民眾佔 56%，樂觀的占 35%。悲觀的人口增加了 13%，對政治和經濟方面的預測也差不多雷同，如圖 14（瞿海源，2004，7）。

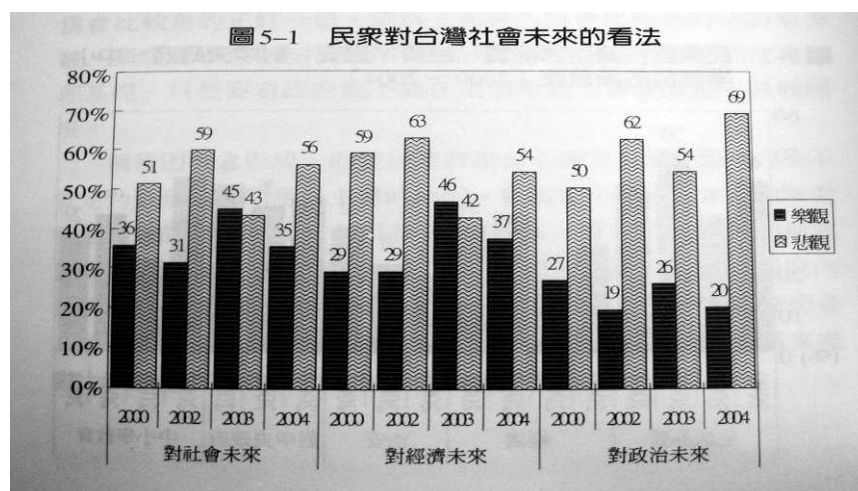


圖 14 台灣民眾對台灣社會未來的看法（瞿海源，2004）

成人開始有一些童心主義思想產生（伊彬、鄧逸平、黃永宏，2004），因素複雜，除了對現實的失望，厭倦工業化的無趣與不自由，尋求更與他人不同，同時又是尋求其他人認同的一種矛盾心理。當物質文明發展的越完善，兒童社會化程度也會加快，然而成人在兒時沒有充足享受童年的樂趣，亦讓成人的閱讀像兒童靠攏，讓兒童與成人閱讀習慣的版塊界限趨於模糊（黃秋芳，2002）。這是整個後工業化的後現代社會的一種現象。「post」也就是後現代的「後」，有一種超越的意思，有種逆反的涵義，也就是對工業社會，對現代文明表達出某種程度的反抗。處在後現代社會的人們，追求自我超越的一種可行方法，就是對後現代社會進行反撲。後現代的主軸是多元的，若以哈桑（Ihab Hassan）的多元論來剖析後現代，由**後現代景觀中的多元論**一文，後現代被歸納為 11 項特質不確定性（Indeterminacy）、凌亂或片段性（Fragmentation）、非神聖化（Decanonization）、無自我、無深度性（self-less-ness、Depth-less-ness）、不可呈現、不可表象性（The Unpresentable、The unrepresentable）、反諷（Irony）、雜交（Hybridization）、狂歡性（Carnivallization）、表演、參與性（Performance、Participation）、建構主義（Constructionizm）、內在性（Immanence）。以上 11 個特性，白話的說，後現代的社會特性如下（孟樊，1989）：

A、以個人獨特性為主體，重視心靈內在。

- B、理想至上的社會。
- C、心靈內在、直覺至上的反理性主義。
- D、反組織科層專業分工，主張強烈的脫離社會之自由。
- E、抗拒傳媒主導、強調邊緣歸屬感。
- F、抗拒科技主宰，主張回歸自然。
- G、邊緣運動與靈異運動的分裂。
- H、社會事務極端漠不關心或極端強調邊緣戰鬥。

台灣近年，文化創意產業興起，節慶活動蓬勃，「文化消費時代」的來臨，從文化發展的角度來看，當人們的生活以文化為訴求時，這對文化、創意的發展都有很大助益。

包括傳統的民俗宗教節慶活動，如媽祖進香、鹽水蜂炮也都在轉變中，現代人參加鹽水蜂炮是在追求刺激好玩，而非宗教性的消災祈福。文建會主委陳其南表示，這樣追求體驗與感覺的特殊景觀，也是後現代的一種特質（蔡文婷，2005）。

2-1-3 台灣成人圖畫書的發展與現況

過去這 40 多年來，台灣圖畫書出版、行銷產業的發展與台灣整體的經濟發展狀況，政治環境演變之歷程；圖畫書出版行銷者的經營實力變化；其中又包括圖畫書行銷管道；大型連鎖書店及圖畫書大賣場的興衰更替；這些外界環境因素都與圖畫書出版業有著顯著的相互影響關係。如以每 3-5 年的短期趨勢或以 5-10 年的中期發展變化；甚至以每 10 年做一個長期階段的發展分析，都可以發現並歸納出一些重要的圖畫書產業發展趨勢指標和重要的演變狀況之分析。

例如自 1960 年起，就兒童圖畫書而言，台灣圖畫書產業每年的新書出版冊數及總營業額大致呈現一種高幅的年度成長率（平均約 10% 左右）。尤其自 1985 年至 1994 年這十年間，可說是一個台灣圖畫書發展最高峰的黃金時期。此期間每年大約平均有數百種新的圖畫書上市，年度整體圖畫書的營業額也可達台幣 50 億到 80 億左右。出版圖畫書的業者約有五十到六十家，年度總銷售總冊數約在 200 萬冊上下！在文建會台東師院所舉辦的「兒童文學一百」好書評選活動

中，七○年代的本土圖畫書創作只有二十五冊，八○年代一百三十九冊，但從 1990-1998 年卻激增為五百四十二冊（劉鳳蕊，2000）。

二十一世紀以來，成人圖畫書卻發行量激增，成人圖畫書幾米，可樂王，紅膠囊，張曉萍等人浮上檯面，成為知名人物。若綜合各家對台灣成人圖畫書之見解，自 1998 年成人圖畫書成為出版界的新寵，幾米出版**微笑的魚**，**森林裡的秘密**，國內始將會本市場分畫出成人繪本走向（楊裕隆、陳美蓉，2005）。幾米本人亦曾表示，不認為自己的繪本土給小朋友看的，因為內容多超出兒童的理解（2000）。賞圖比讀文字來的輕鬆有趣，突顯出近年呈現「圖像符號」，優於「語言符號」的情況（蘇振明，1999）。

繼幾米掀起的風潮之後，2000 年紅色文化出版**紅繪本**系列，包含的作品有**當公主遇上他**，**等待王子 100 年**，**絨布兔子**，**歡迎檢走這顆心**，**He is Monster**，**我心中最美麗的**（溫彤瑋、張曉彤，2003），這樣的圖書類型對於感情觀多有著墨，完全跳脫童書的內容，顯示出一般出版業者，意識到他們無法繼續將**微笑的魚**，**森林裡的秘密**歸類為童書，並且有發展其獨立市場的企圖。2003 年，遠流出版**繪幸福**系列，作品包含變成**麵包的夢**，**巴黎情人**，**愛情採購指南**，**愛情採購指南**。2003 年至 2005 年間，小知堂以 WOW 系列為名推出成人圖畫書，包含作品有**偷蛋龍**，**魔術師**，**天堂的窗口**，**雙色鳥**，**在我心裡跳舞：米努克兔的世界**。此系列以感人溫馨為訴求，撫慰現代人寂寞空虛的心，並試圖打破兒童與成人圖畫書的界線（溫彤瑋、張曉彤，2003）。

若就目前兒童圖畫書市場而言，精裝化、套裝化，市場崇尚國外已成名作品的名牌消費心態（洪文瓊，2005）。台灣圖畫書起步較國外慢，台灣圖畫書出版內容的來源，圖畫書出版業是經常購買國外已出版成書的版權（伊彬、張婉琪，2003）。根據 2005 年伊彬、劉瑋婷的「台灣成名兒童圖畫書插畫創作者工作現況之調查研究」一文，來出版中文版的圖畫書，省時、省錢，降低成本費用。再加上已有其他語文版本銷售的成績做參考或翻譯出版國外已出名的圖畫書來出版，其行銷成功機率大增，選購在出版國外已得獎的圖畫書則更是篤定、安全，因為已有國外得獎獎項當背書，較易被買書者接受。目前以兒童圖畫書而言，非本土創作占市場的 70%，本土自製僅 30%，其中亦有插畫家表示，台灣插畫作品圖像深度與創作思維深度不足，也缺乏多樣性，因此缺乏競爭力（伊彬、劉瑋婷，2005）。

目前台灣圖畫書出版及經營的模式，參考林訓民*沒有天生的玫瑰園—談我的圖畫書製作、出版經驗和對圖畫書業界的看法*一文，歸類如下（林訓民，2003/7/10）：

- 「（一）本土自創：（a）在台印刷並在台銷售（b）在國外印刷再進口在台銷售
- （二）翻譯國外：（a）未經授權（1960-1980年代）（b）購買版權
- （三）在台印刷後出口：（a）中文版（b）英文版
- （四）國外原文版進口：（a）英文（b）日文
- （五）與國外插畫家及文本作者合作出版：（a）中文版（b）其他語文版；此即為格林的經營模式。
- （六）台灣的插畫家所插畫的圖畫書先由國外出版英文版或其他語文版本後，再經由國內出版者取得授權出版中文版。但有些國內圖畫書的評審及出版者仍認為此種圖畫書是台灣自創出版。

歸類圖畫書發展趨勢為：

- （一）從紙本媒材到數位展現（From paper to pixels）
- （二）從2D平面版到3D動畫及影視（VCD, DVD）和語音CD出版
- （三）由單向傳播到多元互動（CD-ROM，遊戲 game）
- （四）由單一的出版文化品到多種商品組合。

21世紀圖畫書六'e'的主流特色：

1. Education 教育的、學習的 圖畫書應具有 8大智能，10大能力培育特色
2. Entertainment 娛樂的 圖畫書應具有 →娛樂的、趣味的特色
3. Engagement 共讀的 圖畫書應具有 →親子、師生的共讀與互動的特色
4. Experience 體驗的 圖畫書應具有 →生活的、情境的、體驗的特色
5. Electronic 電子的 圖畫書應具有 →數位的、電子的特色
6. Excellence 傑出的 圖畫書應具有 →傑出的、精選的特色」

跟據*野葡萄文學誌*2003年12月號（見附錄），「野葡萄勁爆大調查」顯示出大部份的人是喜歡圖畫書的，不過這份調查由於沒有公佈受測族群而讓我們不知他們是以已經有閱讀圖畫書習慣的人當作標的，或是以有閱讀習慣的人。前者

以筆者的想法，代表的是已開發的市場，後者代表的是尚待開發的市場。

幾米的作品最受到受測者的歡迎，但樣本無法顯示出原因為何。受測者同時表示，他們在意最內容，其次才是視覺感受。其它影響購買決策因素亦不得而知。大部分的人表示價格有所影響。因此筆者將這份問卷闕漏的部份設計成全新的問卷內容，期待它是較為詳盡，較為統整性的。

如今台灣成人圖畫書市場尚缺乏人才投入與研究，我們雖無法一以蓋之，肯定台灣成人圖畫書跟兒童圖畫書具有一樣的問題，因此本研究亦將藉由問卷的調查，尋找成人圖畫書目前所面臨的挑戰與問題。

2-2 相關名詞定義

本章節主要目的在於釐清歷年研究的模糊地帶，成人是什麼?成人圖畫書又是什麼?跟兒童圖畫書有什麼不同?等等的問題。

2-2-1 圖畫書的範圍：

圖畫書英文叫做「picture books」，一般出版界所使用的「繪本」一詞源自於日本，代表的意義是一種以圖畫為主，輔以文字的書籍，也就是說甚至完全可以沒有文字也不影響閱讀。台灣雖在名稱方面沒有一定的共識，業界仍普遍將圖畫書沿用日本繪本一詞，1999年7月24日由學者鄭明進首度提出，應由圖畫書一詞取代繪本（黃永宏，2001）。中央社報導2001年國際兒童圖畫書原畫展，文建會始採用學者的建議，統一將繪本稱為圖畫書一詞（引自蔡宛珊，2003，1）。因此在官方文件中，已經甚少會出現繪本一字，便於統一這依類別的研究。至於成人的圖畫書，雖未見強調「成人圖畫書」一詞為專有名詞，此用法甚至容易引起一般民眾對於「成人」一詞的誤會，然而在業界多以「圖文書」，「圖文創作」來命名。對於此一興新類別，本研究仍以成人圖畫書一詞統一。

這類的書強調視覺效果，以兒童為主的圖畫書版面不但大，近年來更有精緻化的趨勢（林敏宜，2000，6-8）。「一本書聽完正文並看了插圖之後，孩子是否只看圖畫書就正確的重複這個故事?（郭麗玲，1991）」，這句話讓我們知道，

一本成功的圖畫書不但要圖文缺一不可，圖畫的表現更和故事的流暢性又很大的關連。因此一本優良的圖畫書和有插畫的書（Illustrated books）是非常不同的。

然而個人觀察近年成人圖畫書市場，成人圖畫書內容龐雜，且台灣於 1998 年後，才漸漸萌發，呈現特色與內容皆迥異的情況，成人對於文字閱讀上可以說是沒有障礙與理解上的困難，加上許多成人圖畫書也不是以故事為主，內容參入了個人生活雜感，字句片段化，類似詩歌的表現亦所在有，因此圖畫連貫的重要性相對上小了許多。

2-2-2 成人圖畫書的特質與範圍

所謂成人，事實上在多篇探討成人各類心智活動的文獻中，對成人的定義皆略有不同，Lyman（1976）曾在著作中提到，成人悉指達到完全發展的個體，特別是能力方面，譬如智力、認知、理解力等等。若以法律層面來看，美國以往一直將成年人的年齡規定在二十一歲，後來美國第二十六項修正案開始實施，將參加聯邦選舉投票的年齡降到十八歲，除少數州外，大部份的州都陸續將未成人的年齡定在十八歲，加州就是其中的一個州。

雖然基本上成年人的年齡標準是十八歲，但是，各個州對青少年的某些行動或活動也對成年人的年齡有提前或延後的規定，例如，在加州，青少年在申請駕駛執照時滿十六歲就可以當成成年人，而在購買酒類產品時，青少年年滿二十一歲才能當成年人。

至於台灣法律定義民法需滿二十歲，刑法需滿十八歲，方為成人。然而可知的是，既然對成人定義不一，表示此年齡依個人情況可能有所差異，若依陳佩慈（1996）成人閱讀之研究-以台北市立圖書館永春分館讀者為例，將成人沿用 20 歲作為研究，可接續蔡宛珊（2003）成人讀者對圖畫書的解讀-以幾米作品為例，繼續延伸，然而本文雖採此年齡為成人定義，尚需提出注意少年普遍因為資訊取得容易，以及社會環境變遷而趨於早熟的現象。

日本富山房出版社在圖畫書廣告目錄上印了一句廣告詞：「我們的讀者是三歲到一百歲，具有一顆純樸心靈的兒童與成人。」這句話代表一個意思，圖畫書多半由成人扮演創作者的角色，當然也就會以成人所曾經歷的經驗來發揮，其讀

者其實很難區分出兒童或是成人，兒童可以理解的題材，大人也可以理解，畢竟大人也曾經歷兒童階段，也就是說，廣義的成人圖畫書，是包含了兒童圖畫書在其中的。

圖畫書特質有：1.兒童性。2.藝術性。3.教育性。4.傳達性。5.趣味性（林敏宜，2000）。台灣目前研究，普遍以雖如前小結所述，撇去圖文書、繪本之龐雜的名詞，以圖畫書一詞統稱，然而閱讀文獻資料不難發現圖畫書一詞之研究多半針對兒童圖畫書而言，這些研究的成果，無法一貫的套用在成人閱讀的圖畫書上。另有說法是，圖畫書具有：1.容易閱讀與學習。2.與讀者直接互動。3.內容簡短。4.主題廣泛。5.寫作風格多元。6.展現視覺藝術。7.帶來閱讀上的愉悅（Henry & Simpson, 2001）。這樣的說法涵蓋較廣，可涵蓋成人圖畫書的一些特質，但是略有過度籠統的感覺。

然而在「台灣圖畫書所反映的文化風貌」一文中（洪文瓊，2003）提到，要研究圖畫書其實必須確定圖畫書所包含的範圍，以台灣而言，是否僅包含由台灣創作的圖畫書？翻譯的圖畫書呢？在成人的圖畫書領域而言，總結以上觀察，以及對圖畫書既有的認知，蔡宛珊（2003）曾於「成人讀者對圖畫書的解讀」一論文中提及，靈魂的出口一書為台灣成人圖畫書寥寥可辨的濫觴，依其圖文比例，數段文字，甚至數頁敘述中，才輔以整幅在形式上和文字完全脫離的插圖，筆者認為，若依照郭麗玲之說法，無法單獨閱讀插圖得知內容，且其圖像佔全書比例偏低（145面中，47面有全面的插畫），因此筆者認為將之歸類為台灣成人圖畫書之始並沒有說服力，最多只能顯示出台灣成人對於圖像的需求讓他在出版市場中表現亮麗。因此圖畫篇幅少，去除圖畫本身仍尚稱全書完整的書籍，本研究並不將其歸類在成人圖畫書的範疇。



圖 15 一隻叫做扁食的貓封面
(敖幼祥，2001)



圖 16 一隻叫做扁食的貓內頁（敖幼祥，2001）

成人圖畫書若要他進入現有的分類，他也許能被歸類為兒童圖畫書的延續，圖畫書種類的一支，或是該將成人圖畫書視為文學作品再發展到極致的一種多元化現象，視為文學類的一種（冀文慧，2003，17）？同時亦有漫畫和圖畫書相互混雜的情況產生。例如敖幼祥**一隻叫做扁食的貓**（圖 15），雖包裝上不是用漫畫形式，但內容上和漫畫並無二置（圖 16）。所謂漫畫，即含有諷刺、幽默、教育等意義的遊戲畫。筆法簡單、不拘形式、題材自由變換，描繪人物時，抓住某些特點，用誇張或歪曲的手法表現。早期以趣味、幽默為主，今有不少專門描述刺激生動的冒險故事，描繪眾生百態、宗教故事、歷史小說（中文百科大辭典，1986，792-793）。或許喜歡漫畫的人，會認為圖畫畫是漫畫的一種形式，然而喜歡圖畫書的人，也許會認為圖畫書和漫畫的本質是全然不同的。白話的說，漫畫的表現方式較為簡單，以線條具有強大的說明性為主，這和圖畫書具有藝術性、文字較為婉轉洗鍊的方式不同，其中的不同處其實是非常顯而易見的。

2-2-3 圖畫書風格定義

所謂圖畫書的風格，以**台灣民間出版兒童圖畫書插畫風格分析**（伊彬、鄧逸平文、林雅慧 2005）之分類，作為參考依據，分為「設計概念繪畫」、「類西畫表現」、「類國畫表現」、「溫馨甜美」、「抒情寫實」、「童話卡通」、「類漫畫氣質」、「怪趣」、「靈巧抽象」、「裝飾圖案化」、「類版畫剪紙民俗特質」。以下簡稱為「設繪」、「類西」、「類國」、「抒寫」、「溫甜」、「童卡」、「類漫」、「怪趣」、「靈抽」、「裝圖」、「類板」共十一類。

本研究中，由於成人圖畫書中原本就闕漏「類國」、及「類版」，這兩項圖畫書風格在**高中生年級與性別對於圖畫書插畫風格**之探討一文中（王孟惠、伊彬，2005）也顯示出，這兩類在成長過程中樣本數少，接受程度較不高，延續這個研究結果，因此本研究亦未加入類國及類版的圖片樣本。以「設繪」、「類西」、「抒寫」、「溫甜」、「童卡」、「類漫」、「怪趣」、「靈抽」、「裝圖」分為九類，同時將靈巧抽象一類，參考在**高中生年級與性別對於圖畫書插畫風格**之探討一文所得文獻，更為涵蓋性更廣的「表現性」一詞，另外，「設繪」領域所涉指的強調設計感、造型表現，亦合理的擴及到現代式的用色大膽的設計風格，以讓每個風格的區別性加大，以不同於原訂「設計概念繪畫」，全名依本研究需要修正，稱為「設

計式繪畫」，加上前述另八項，共分為九類。此九大項風格定義取從 *中華兒童叢書 (1965-1999)* 到 *信誼基金會 (1979-2001)* 出版兒童圖書插畫風格之演變及其意義一文 (伊彬、鄧逸平、黃永宏, 2004) 之定義製表如下表 1 :

表 1 本研究所採用之繪畫風格定義

類別名稱	定義
類西畫表現	傳統學院式西畫技法，講究筆觸、線條、明暗、立體、透視。部份結合藝術畫派手法。
抒情寫實	從類西畫的基礎出發，包含現實客觀條件、用色較為清新柔和，多描述生活點滴，溫暖、輕鬆。對自然的描寫介於「類西畫」與「溫馨甜美」之間。
溫馨甜美	人物尚維持在真實比例，但有可愛化的傾向，常採用粉潤色系，讓畫面呈現溫馨浪漫，唯美歡愉之感。
童話卡通	著重人物造型與情境的描述，雖常用裝飾手法，但非必要。移情、擬人化，注重人物情感的互動。
裝飾圖案化	特意控制圖案元素，使畫面圖案化、平面化，或物件制式畫行程的裝飾效果，通常顏色豐富，強調點線面。色彩對比明顯，色域分明，與「童卡」相較，對情境描述，「裝圖」遷就於圖案的表現。
設計式繪畫	概念性的描述強調有設計感的構圖，畫面的構成強烈，藉由片段情緒與場景物件，來陳述狀態或情境，注重意念的傳達。
漫畫氣質	畫面具有高度描述性與世俗性，誇張。抓住人物特點，造型簡化極具張力，以表現趣味為主。
怪趣	怪異奇趣的造型，藉由產生奇幻異想空間讓人印象深刻，有特殊的戲劇效果。
表現性	創作個人意識濃厚，以具有個人風格的表現手法，變形，加入奇想與另類的解讀，表現出畫面一種略微超脫現實的效果。

2-3 文化行銷、消費心理學、與文化消費

此小節主要闡述一些本論文所運用的辭彙，以及研究角度，以對後續研究數據理解與說明。

2-3-1 文化行銷概論：

就台灣而言，早期台灣並不重視行銷活動，設計者將心比心，很容易抓住消費者的口味，以生產導向來滿足消費者。(沈呂白，1998，13)，所謂文化行銷是行銷學的一環，「文化行銷」的內涵從字面上至少有四種意義：

1.各種文化產品的行銷：影像製品、書籍、舞蹈、雜技等等。2.利用文化產品或形式來協助商品的行銷。3.考慮做為社會環境影響下的行銷。4.為了行程一種有利競爭和銷售的文化而行銷(鄭自隆、洪雅慧、許安琪，2005)

文化行銷因此包含了定義一個品牌的形象，品牌內涵，品牌忠誠，以及獨特的社群文化等內容。

2-3-2 消費心理學

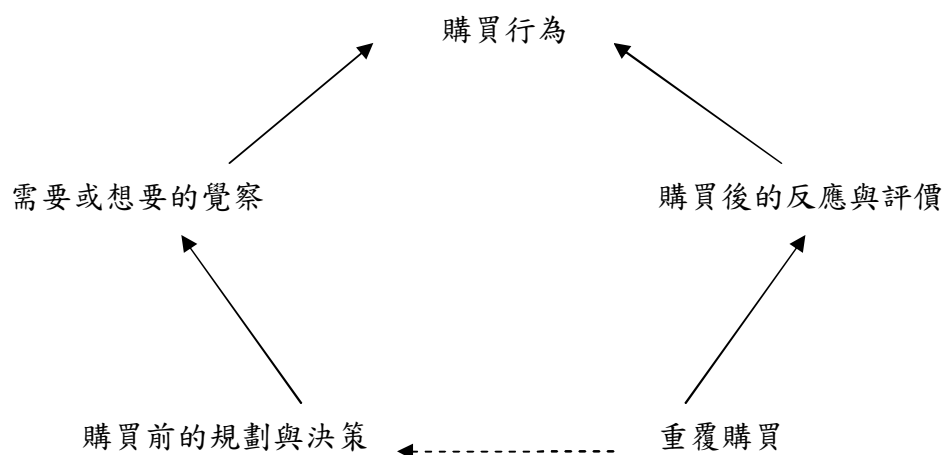


圖 17 簡化的購買歷程

所位消費者心理學的興起，來自於消費模式的改變，由工業導向，轉變為人

文導向經濟。也就是說，經濟基礎由於技術的提升，製造產品困難度降低，消費者選擇變多，因此轉變為以消費者為主的市場概念。從理性轉向渴望，客觀轉為主觀，再轉為心理層面。(Herbert Muschamp, 1999) A.消費者決策的歷程 (decision making) 是一連串問題的解決 (如圖 17)。1.想要 (want) 與需要 (need) 的覺察。2.購買前的規劃與決策。3.購買行動。4.購買後行為 (可能會重覆購買，重複促銷或是購買後就放棄了這項產品。)(Foxall, Goldsmith, Brown,2004,29) 如圖 10。

此即所謂 ATR 模式，察覺、嘗試以及重覆購買 (awareness-trial-repeat buying) (Ehrenberg,Goodhardt,1979)。

B. 消費者的類型：

1.高涉入：認知型消費者：消費者的「理解模式 (comprehensive model)」是一種心理歷程，簡單來說即為「認知-情緒-意圖」(Engel et al.,1968;Howard& Sheth,1969;Nicosia,1966)，這種輸入，經過中央歷程，然後輸出的經過，可以用來解釋消費者對於廣告的反應。型成「反應刺激-生物-反應」(stimulus-organism-response) 的心理模式 (Foxal, Goldsmith ,Brown,2004,33)。白話的解釋，認知型的消費者會搜尋已有的資料，夾雜過去的經驗、甚至成見，同時和整個社會環境是不是方便購買都有關係。此次購買經驗也會成為再次購買的參考依據。認知型的消費者是透過學習與分析去消費，同時也具有較高的品牌忠誠度。

2.低涉入：無承諾消費者：相較上述的消費者型態，低涉入的消費者是較感性的，這些決定因素包含店面陳列、團體壓力。大多數的消費者消費行為並未出現高涉入的學習，尤其是非例行性，或非講求耐用產品的購買 (Krugman,1965)。在低涉入低品牌承諾的情況下，消費者使用較少的理性訊息，產品的選擇受到情境的影響，因此品牌忠誠度低。

2-3-3 文化產業與文化消費

cultural consumption，文化消費乃文化研究之一環，二十世紀以來，全球人類經過漫長的生存，現代化、工業化，逐漸進入文化消費的時代，各式各樣的文化產業也在現實經濟社會中慢慢成長。透過文化消費的實踐，我們創造了文

化。文化是我們在生活中體現人於自然的關係的一種方式（John Storey,1999）。目前我們身處於消費社會，消費（consumption）已經代替生產（production）成爲自我認同，自我實現，群體歸屬和社會發展與變遷的指標。我們的日常生活不斷的被消費文化所定義。我們透過消費，能夠了解到社會的價值觀，達到不同的社會或是個人目的，也就是說，一個人她所消費的內容與方式，能夠顯示出她想成爲怎樣的人，或是，他希望自己被認定爲怎樣的人，透過消費我們得以保持特定的生活的風格。文化消費也就是文化的實踐（John Storey,1999），文化消費的研究不只在文化”製造”之後還包含文化”變化”期間的過程與因果，基本上來說，消費是動詞，文化消費則是一種社會行爲，必然的受到當時的社會與文化影響。

圖畫書不屬於民生必需品，卻是有著極具社會意義的價值建構能力，透過圖畫書，可以建構出知識體系、常識概念、道德倫常、待人處事原則、同情心、知性和感性的領域等等（楊裕隆、陳美蓉，2005）。

2-4 參考文獻小結

借由以上所有參考文獻，我們可以了解到，圖畫書的歷史，圖畫書在台灣的形成與發展，許多論文顯示，目前圖畫書的研究，不但是沿著西洋兒童圖畫書，且缺乏東方的研究，成人部門尚未有系統的獨立出來。

本研究歸納出台灣成人圖畫書的發展文化背景可分爲：1.閱讀習慣改變，進入視覺系閱讀的時代。2.經濟進步，社會成熟。3.社會混亂，人心悲觀缺乏安全感。4.童心主義的興起，追求單純與美好。了解一般群眾的心態，做爲成人圖畫書發展的契子，以說明成人追求視覺、想像力皆超脫文字的成人圖畫書之緣由。

台灣成人圖畫書發展的現況方面：1.總出版量大幅提升。2.知名插畫家浮出檯面。3.出版社的「系列化」行銷。

至於圖畫書範圍混雜的問題，除了學術研究的需要以外，對於整個圖畫書產業的分工，圖畫書市場的經營，都會有深遠的影響。1.名詞上：以成人圖畫書統稱。2.年齡上：以 20 歲以上定義成人。3.圖像內容：漫畫與圖畫書的區別在於，漫畫著重描述誇張、簡單明瞭，圖畫書則著重藝術感，詩意。

以下章節將藉由此文獻資料顯示結果，伴隨將用到的圖畫書風格、行銷辭彙解釋所收集到的成人圖畫書市場數據，及讀者對於圖畫書的偏好與消費決策等消費行為。