

臺灣師範大學美術研究所藝術指導組

碩士論文

應用視覺媒體設計於職場霸凌之創作研究

Creative Research on the Application of Visual Media

Design on Workplace Bullying



指導教授：許和捷教授

研究生：張雅婷 撰

中華民國一〇一年七月

國立臺灣師範大學碩士論文通過簽名表

系所別：美術學系 碩士班 藝術指導組

姓名：張雅婷

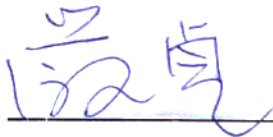
學號：696600456

論文題目：(中文)應用視覺媒體設計於職場霸凌之創作研究

(英文) Creative Research on the Application of Visual Media
Design on Workplace Bullying

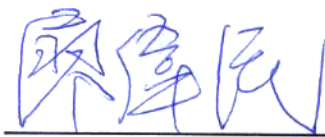
經審查合格，特予證明

論文口試委員



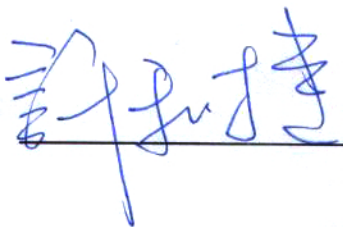
嚴 貞

國立雲林科技大學視覺傳達設計系教授



廖偉民

國立臺灣師範大學視覺設計系副教授



許和捷

國立臺灣師範大學視覺設計系系主任
論文指導教授



系主任(所長)簽章：

中 華 民 國 1 0 1 年 6 月 2 6 日

摘要

本創作研究以職場霸凌為主題進行一系列的視覺媒體創作，希望藉由具有高度互動性、趣味性、及宣導性質的視覺表現語彙，將現代職場霸凌的現象呈現出來，並且運用視覺媒體設計的多元特色，串連起社會議題中不同面向的討論，讓觀者由淺至深的瞭解議題，並引起他們的關注，使他們願意進一步討論這類型的社會議題。

本創作研究以對公共議題應有的關注，再佐以職場問題相關的訊息彙整，同時探討社會與藝術設計的關聯、設計創作實驗、及視覺媒體表現之定義與特性，透過不同類型的視覺媒體創作模式展開一種新的詮釋及視覺表現風格。本創作研究中探討主要有三大議題：（一）由文獻探討認識職場中普遍常見的權力問題、職場霸凌現象發生的原因、及其帶給人或社會的影響，並彙整出職場霸凌的主要問題。同時利用文獻資料來瞭解社會與藝術設計間的相互影響，以及當代設計創作實驗所反映出的社會現狀，藉此驗證本創作研究之設計實驗創作動機和趨勢。在設計實驗的範疇中，針對視覺媒體創作類別進行認識與表現形式之分析，以作為本創作研究未來創作形式之參考。（二）以社會議題為主題之視覺媒體創作作為研究案例，以其視覺媒體類別和主題類別分類，分別分析其表現手法、創意發想、圖像元素、和文字使用，藉此探究案例主題與視覺表現手法的關係和各類型視覺媒體之異同。（三）配合本研究創作主題，將案例進行綜合性分析論述，以作為媒材表現應用之策略參考。最後，依照探討社會議題的內容深度，選擇三種不同的視覺媒體表現形式來呈現，三種表現形式會因為其性質和媒材特性而產生不同程度的探討作用：以插畫圖像創作來描述職場現象，以桌上遊戲的提問和關卡帶動對職場議題的討論，再以辦公室產品設計融入職場環境，產生提示、安慰和療癒的效果。

本創作研究突破過去探討社會議題的單一視覺表現手法，以多元的媒材和層次面向來引導觀者認識職場霸凌，藉此教育觀者也帶領參與者討論社會議題中的現象和自身的感受，同時也讓他們思考解決的方法。

關鍵字：職場霸凌、視覺媒體設計、插畫圖像、桌上遊戲、療癒商品

Abstract

The study focused on the visual media creation of workplace bullying issue. The creation displayed the problems in the workplace by using highly interactive, interesting, and promotion visual design skills. Through the method of visual media design, it connects different sides of views and clarify the concept from shallow to deep, also raise the awareness of audiences.

Based on the proper concerns about the public issues and the feature of workplace bullying, this study aimed to analysis the connection between society, art, and design, to discuss the definition and characteristics of visual media design. This study mainly focused on the discussions of three topics: (1) Through the literature review, this study comprehended some theories of workplace problem such as the causes, impacts and corresponding measures and then compiled the main problems of workplace bullying. Also, analyzed the relationship between society, art and design, verified the development of modern design experiment, and analyzed the expression of visual media design. (2) Then collected the visual media design cases, which related to social issue, analyzed concept, visual elements, and slogans. This study further explored the similarity and difference between the social issues and the visual expression; also proved the characteristics of visual media can be full of interactive, interesting and educational. (3) According to the synthetic analysis and the wide and depth of discussion, this study attempted to apply three methods in workplace bullying issue, which are illustration creation, table game, and the office product. First, using seven illustration creations to describe the phenomena of work place. Second, utilizing the quizzes and missions of the table game to lead the discussion and interaction. Third, making the positive office product to fit in working environment, to inform, to comfort, and to cure the people who are suffered from workplace problem.

This study changed from the single visual technique of expression to multiple, using different kind of media and martial to carry out the thinking and explore opinions that would otherwise be overlooked and unmentioned.

Keywords: Workplace bullying, Visual media design, Illustration, Table game design, Inspirational product design

謝 誌

本創作研究論文能夠順利完成，首先要感謝指導教授許和捷老師，在整個論文寫作過程裡，不斷地督促與耐心的教導，並且能適時的給予研究建議和方向的指引，讓我能確立自己的研究目標，並全力聚焦於研究及創作上。同時也要感謝口試委員嚴真教授、廖偉明教授，在口試過程中不吝嗇給予指正及寶貴的意見，使本創作研究內容能夠修整的更加完善。

感謝師大美術系藝術指導組的黃金陣容教授們，在這兩三年的時間裡給予最豐富、不藏私的設計專業指導與鼓勵，同時也提供許多難能可貴的國際交流機會，讓學生得以在課堂學習之外，向書學、向人學、向環境學習。在藝指組學習的期間，因為參與國際競賽、交流活動和教育部專案，不僅提升自我設計企劃專業技術及美學素養，深入的瞭解自己的定位和可能性，也很幸運因此有機會以公費學生的身分至英國進修平面設計一年。出國的這一年改變了很多自己的設計思維與創作態度，也因此醞釀出本創作研究的概略想法。

最後，我要感謝我的家人、好友、和藝術指導組的夥伴們，在這兩三年的求學過程裡，一路上默默支持我、鼓勵我，陪伴我走過求學中所經歷的困難與挫折，若沒有你們在背後做為我的後盾，我也許無法達成自己的目標，繼續朝著設計之路邁進。其中特別謝謝藝術指導組97級的同窗友人，不管是在學習上、課外交流活動、或是參與國際競賽上，我們總是最團結的姿態去面對，不僅互相合作幫忙，隨時提供必要的協助，更給予我最大的精神鼓舞。在此，我衷心的感謝在本創作研究路上所有關心並且協助我的各位。

張雅婷 謹致

中華民國一〇一年七月於臺灣師範大學美術研究所藝術指導組

目 錄

摘要.....	ii
Abstract	iii
謝 誌	iv
目 錄	v
表 目 錄	vi
圖 目 錄	vii
第一章緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究範圍與限制	3
第四節研究方法與流程	4
第五節 名詞釋義	6
第二章 文獻探討	7
第一節 當前職場問題之探討	7
第二節 藝術設計與社會之內涵分析研究	16
第三節 視覺媒體創作之應用分析研究	27
第三章 以社會問題為主的設計創作案例分析探討	35
第一節 社會問題設計創作案例分析	36
第二節 霸凌議題的設計案例分析	49
第四章 創作方法分析	55
第一節 創作案例之媒材表現分析	55
第二節 創作概念與設計方法	58
第五章 創作作品說明解析	61
第一節 插畫圖像創作系列作品說明	61
第二節 互動式桌上遊戲創作說明	75
第三節 療癒產品創作說明	88
第四節 展示規劃	94
第六章 結論與建議	100
參考文獻	103
附件	108

表 目 錄

表2-1藝術設計創作類別之差異	16
表3-1 桌上遊戲類別案例	36
表3-2 產品圖樣競賽類別案例	37
表3-3 生活用品類別案例	38
表3-4 街頭大型廣告類別案例	39
表3-5 街頭藝術類別案例	40
表3-6 政令宣導海報類別案例	41
表3-7 複合媒體創作類別案例	42
表3-8 投影計畫類別案例	43
表3-9 電影類別案例	44
表3-10電視劇類別案例	45
表3-11電視廣告類別案例	46
表3-12網路宣導影片類別案例	47
表3-14平面海報-防治婚姻暴力	50
表3-15平面海報-防治暴力海報	51
表3-16雜誌廣告-解決奴隸問題	52
表3-17多媒體互動裝置-防治婚姻暴力	53
表5-1 由文獻探討結果所整理出的職場問題與現象	61
表5-2 插畫圖像創作- The boss scope分析	63
表5-3 插畫圖像創作- Unbalance work分析	65
表5-4 插畫圖像創作Cold table zone分析	67
表5-5 插畫圖像創作- New threats to survival分析	69
表5-6 插畫圖像創作- Words hurt分析	71
表5-7 插畫圖像創作- I'm overworking	73
表5-8 桌上遊戲-遊戲問題設計	76
表5-9 桌上遊戲-遊戲任務指令設計	77
表5-10桌上遊戲-疊疊樂設計過程	79

圖目錄

圖2-1 職場壓力對個人的安全與健康之負面影響	12
圖2-2 一百種回家的方法-宣傳DM	18
圖2-3 一百種回家的方法-表演劇照	18
圖2-4 A 100 Chairs in 100 Day , Martino Gamper	20
圖2-5 Food Design , Martí Guixé	20
圖2-6 2011台北世界設計大會-交鋒	22
圖2-7 台灣海報設計協會-人與自然的和諧關係 , 松永真 (日本)	22
圖2-8 思想傳播模式要素圖 , David K.berlo	27
圖2-9 Antique toy, V&A Museum of childhood	29
圖2-10 Rocca Game , Trulie Okamocek	29
圖2-11 Drop , Paul Cockshedge	29
圖2-12 Infografica Regina FF , Francesco Franchi	30
圖2-13 Into the Forest , Anthony Browne	30
圖2-14 3d mapping-Johnny walker	31
圖2-15 Projection Mapping- New balance	31
圖2-16 Get your Energy Back- Toyota	31
圖2-17 蘇打綠歌曲mv-你在煩惱什麼呀	32
圖2-18 海尼根電視廣告	32
圖2-19 Moving Brand- Living identity	33
圖2-20 Disney- AppMATEs	33
圖2-21 Public Brussels- Reporters without borders	33
圖3-1 案例-團體遊戲	36
圖3-2 案例- Print Magazine- Carry Hope	37
圖3-3 案例- WWF Paper Dispenser	38
圖3-4 案例- BBC World 街頭廣告	39
圖3-5 Through A Mother's Eyes	40
圖3-6 Please do it at home, Tokyo Metro	41
圖3-7 London 投影	42

圖3-8 MEN DON'T PROTECT YOU ANYMORE.....	42
圖3-9 Water marks project	43
圖3-10告白劇照	44
圖3-11危險心靈劇照.....	45
圖3-12 Shattered Dreams, Transport of London	46
圖3-13 We miss you-Nature misses you	47
圖3-15Domestic violence- Ring/ Necklace (個人創作)	50
圖3-16 Silence hurts-hurt girl/ hurt old man/ hurt kids/ hurt woman	51
圖3-17雜誌廣告-Ending slave labor is not this easy	52
圖3-18 Amnesty international- Domestic violence	53
圖5-1插畫圖像創作-老闆牌顯微鏡The boss scope	64
圖5-2插畫圖像創作-到不了的位子Unbalanced work.....	66
圖5-3插畫圖像創作-帶刺的族群 Cold table zone	68
圖5-4插畫圖像創作-危機四伏中New threats to survival.....	70
圖5-13桌上遊戲-面具設計呈現	83
圖5-18桌上遊戲-遊戲任務與面具的搭配	87
圖5-19桌上遊戲-遊戲實驗測試.....	87
圖5-20療癒產品-面紙盒與午睡枕產品設計概念草圖	88
圖5-21療癒產品-產品設計概念草圖.....	89
圖5-22療癒產品-面紙盒套設計稿.....	90
圖5-23療癒產品--午覺枕設計稿.....	90
圖5-24療癒產品-捲茶包棒設計稿.....	90
圖5-25療癒產品-總覽拍攝.....	91
圖5-26療癒產品-面紙盒套成品.....	91
圖5-27療癒產品-仙人掌午覺枕成品.....	92
圖5-28療癒產品-捲茶包棒成品.....	92
圖5-29展覽擺設規劃圖.....	95
圖5-30展覽現場呈現.....	96
圖5-31展覽現場呈現.....	96
圖5-32展覽現場呈現.....	97

圖5-33展覽現場呈現.....97

圖5-34展覽現場呈現.....97

圖5-35展覽現場呈現.....97

圖5-36展覽現場呈現.....97

圖5-37展覽現場呈現.....97

圖5-38展覽現場呈現.....97

圖5-39展覽現場呈現.....98

圖5-40展覽現場呈現.....98

圖5-41展覽現場呈現.....98

圖5-42展覽現場呈現.....98

圖5-43展覽現場呈現.....98

第一章緒論

第一節 研究背景與動機

現代人身處在種種的生活壓力下，大量社會問題滋生，又經過大眾媒體誇張及過度渲染報導，社會的真實面以更複雜多元、不受限的樣貌呈現。從經濟問題、民生問題、教育問題到攸關人身安全問題，再再顯示現代人的無奈與社會的陰暗面，而近期備受關注的社會問題，又以霸凌（bully）最為嚴重。

國內外霸凌事件頻傳，根據統計台灣有5成4的上班族曾經在職場被霸凌，形式可能是言語的冷嘲熱諷、工作上的刁難，或是小團體的排擠行為等等，但超過7成的上班族為顧及工作而不敢說出來。日本也曾透過日劇《決定不哭的日子》反應日本當前職場霸凌的現象，內容因為寫實的呈現職場的險惡面，而一度成為日本社會新鮮人進入職場前的教戰守則。另外，美國「職場霸凌學會」（Workplace Bullying Institute）在2010年的統計顯示，每3名美國成人就有1人曾受到職場霸凌，也因此美國歐巴馬總統在同年於白宮召開霸凌防治的會議，針對北美霸凌事件做出改善與解決方案，而世界各國也透過宣導與教育來正視霸凌問題，但即使如此，霸凌問題仍不斷的在世界的各個角落重演。從校園到社會職場，霸凌者透過不同形式如身理上的、體力上的、情緒上的、人際關係的、心理壓力的、個人空間的及職務權力來對身處弱勢者產生傷害，若霸凌行為不及時遏止，對受凌者、旁觀者、甚至霸凌者身心發展影響鉅大。

因此，除了透過教育、政策宣導正確的觀念，身為具有社會責任的設計者能夠為這議題做些什麼來提升大眾的關注？過去視覺設計是以什麼樣的方法來探討這類型的問題？設計者是否能夠從生活中發現問題所在跟社會現況，有條理的分析問題，並且透過自身的設計專長來改善這樣的問題？有什麼是設計者能做或者必須要做的？設計師又會如何思考並透過作品來呈現社會議題？筆者希望透過對藝術設計創作活動的熱情與興趣，以社會科學作為觀察與詮釋的角度，來瞭解設計創作是如何產生與發展、以及創作如何與觀者互動以提升他們對議題關注。

第二節 研究目的

本研究透過文獻探討來瞭解現今職場問題，藝術設計與社會的關係，及視覺媒體創作的方法，再透過案例分析整理時下社會議題之設計創作，分析其創意發想、視覺創作表現手法與特色，並藉由本研究創作進行實驗與驗證，以便於運用在日後相關議題上。

根據上述研究動機，歸納本研究主要目的有幾點，分述如下：

1. 透過此研究，能瞭解職場霸凌的前因後果

國內外霸凌事件頻傳，相較於校園霸凌問題已有不少相關討論與政策，職場霸凌問題反而鮮少被提到或是受關注，本研究將會歸納整理職場普遍常見的問題，進而瞭解職場霸凌現象發生的原因及其帶給人或社會的影響。

2. 分析藝術設計與社會間的關係，及認識視覺媒體設計與其創作方法

透過認識社會對藝術設計的影響，及當代設計創作實驗所反映出的社會現狀，來驗證本研究針對社會問題進行設計實驗創作的重要性。在設計實驗中，本研究主要針對多元視覺媒體進行認識與分析，進而作為主要研究創作之形式。

3. 分析研究社會問題相關之設計作品類型及表現手法

視覺設計是最普遍被用來清楚傳遞訊息和溝通的表現媒材，其中探討社會問題又以平面海報及公益廣告的形式為多。本研究以使用的視覺媒體類別做分類，歸納整理社會問題為主題的視覺設計作品，再聚焦於探討霸凌議題之設計作品，就其表現手法、圖像元素、創意發想、文字使用進行分析，以作為本研究創作之參考。

4. 綜合以上研究，將歸納整理的資訊元素轉換成自己的設計語彙及手法，創作成系列設計作品。

以職場現象作為主題創意發想的基礎，案例分析作為創作表現的參考與借鏡，透過視覺語彙實踐並示範本研究創作策略，供日後創作者發展相關議題之參考。

第三節 研究範圍與限制

1-3.1 探討社會問題之設計創作的研究範圍

本研究聚焦於在職場問題，以此作為社會問題的部份縮影，主要研究範圍為現代人在職場普遍會經歷的職場問題，透過瞭解職場問題對人們心理與生理的影響及普遍的應映對策，來找到視覺設計可以切入探討的部份來做創作，再透過社會對藝術設計的影響，及當代設計創作實驗所反映出的社會現狀，來驗證本研究創作之價值。

在主要研究基礎的文獻資料選擇上：

1. Bully in sight: how to predict, resist, challenge and combat workplace bullying: overcoming the silence and denial by which abuse thrives

以Tim所寫的這本書作為對職場霸凌的基本認識，再以近期報導和台灣相關數據輔助資料做統整合理，而得以歸納整理職場普遍常見的問題，進而深入呈現霸凌現象的原因及影響。

2. 藝術社會學-精緻與通俗形式之探索

由張正霖與陳巨擘翻譯Alexander的《藝術社會學》（Sociology of the art）除了清楚解釋出藝術與社會的關係，也從文化層面去做解析，因此本研究將以這本書來作為社會議題創作個案分析的輔助資料。

3. 現代設計社會學

張利國所著作的《現代設計社會學》是目前市面少見連結社會學的設計專書，書中詳述了社會的設計文化、設計與社會公眾心理、設計與社會溝通及設計與社會的關係等等，這些資料可協助本研究在針對社會議題創作個案及平面設計作品進行分析時，能呈現有依據、有條理的解析。

4. 入鏡路徑：視覺媒體創作與研究法

由鄧宗聖所寫的《視覺媒體創作與研究法》主要是以創作者出發，思考創作的可能性、人與人的互動性、創作與研究間的平衡。它深入探究視覺媒體創作的意義，及視覺媒體主題研究、方法選擇、材料運用等論述，提供視覺媒體創作的整體介紹。因此本研究可透過此書，建立視覺媒體相關研究法之基礎概念，並加入自身的對話來進行創作。

1-3.2 研究樣本限制

1. 職場的社會現象與研究並非筆者主要學習的範疇，因而無法就社會研究方面做太深入的解釋，本研究主要是針對職場壓力、職場中人與人互動及人際關係的問題來做探討，並以視覺設計創作來呈現筆者所分析整理後的訊息。
2. 社會議題之案例分析將依據前一章視覺媒體創作的類別：可操作的物品與實物展示、印刷品與圖像教材、幻燈片與投影、電視與電影、電腦與網路這五項，分別依使用載體類別找二到三件案例進行介紹與分析。
3. 霸凌議題之案例分析將選擇三～四件設計創作進行視覺語彙和創作手法個案分析。

第四節研究方法與流程

1-4.1 研究方法

本研究建立研究動機目的、確定研究主題與範圍後，以當前職場問題及探討社會議題的創作方法進行文獻探討，同時針對不同領域藝術設計呈現社會議題的手法與方式加以分析歸納，蒐集整理資料並以原型測試來驗證、表現媒材及符號意含做為的依據，進行視覺設計創作，以創作成果作為本研究方向之具體示範與實踐。

1. 文獻分析法

本創作研究將透過文獻探討法對職場霸凌相關的專書、研究數據、網路資訊及新聞進行論點分析與歸納，此外也透過此方法輔助個案分析的立論基礎。

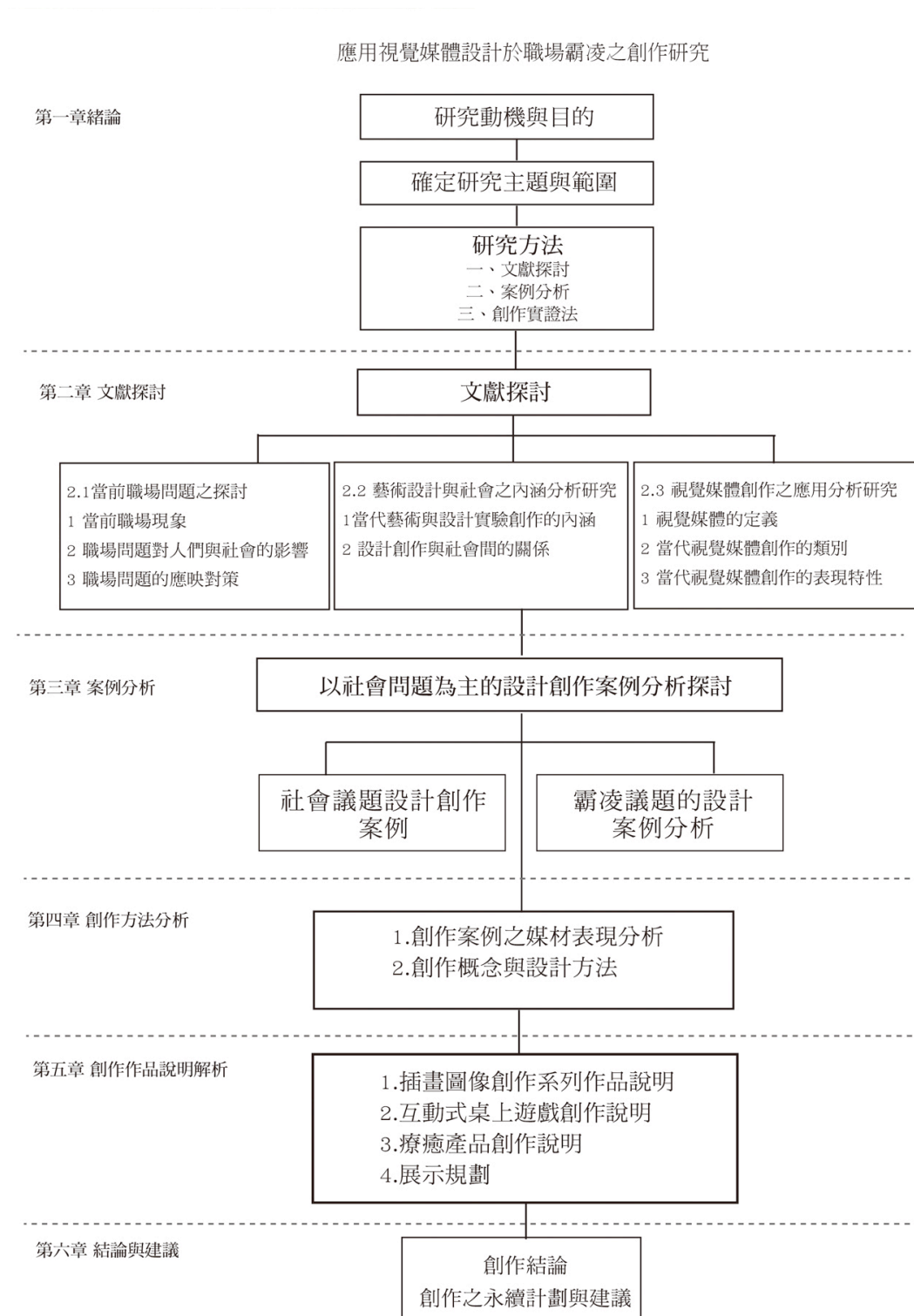
2. 個案分析法

個案分析法主要是透過個人觀察及過去經驗選擇條件相近的案例來進行分析，本研究主要針對探討社會議題的五種創作類型和公益類平面設計作品的表現手法與形式進行個案分析。

3. 創作實證法

以創作實證法將研究所獲得的觀點與結論以創作作品的方式呈現出來，從主題的創意發想、使用媒材、元素符號及表現形式來作為此創作的重點，以此達成引起觀眾關注社會議題的目標。

1-4.2 研究架構與流程



第五節 名詞釋義

1. 社會問題 (social problem)

社會問題是一種「宣稱的情況」，而這種情況與兩人以上的一群人的價值觀念互相違背或相抵觸，而使得大眾或社會學者認為應採取行動去改變宣稱得情況 (Rubington, 1981)。相較於個人問題，社會問題包含的面向及範圍較為廣泛，它所蘊涵與處理的重點是社會關係，社會關係亦如同人與人相處時會因為種族、性別、教育程度背景以及居住地區之都市化程度不同而必須去調整中間認知上的差異，這是一項具有切身性與挑戰性的課題。社會問題是因人類集體生活而產生，因此也必須透過集體力量才能夠有效的解決，除了透過制定社會政策的方式來解決，亦會透過社會群體力量進行改革運動來改變並表達對於特定的不平等或不正義的社會現象的深度關懷。

2. 職場霸凌 (workplace bullying)

1980年代，瑞典教授Heinz Leymann以職場暴行 (mobbing) 一詞撰文指出職場中存在的敵意行為。1980-1990年代初期，英國記者Andrea Adams 以較通俗的職場霸凌 (workplace bullying) 一詞在BBC廣播電台做了一系列相關報導，引起大眾的注意，並在1992年出版《Bullying at Work: How to confront and overcome it》一書，首次正式使用職場霸凌一詞 (Minding the workplace, 2009)。

MSF Union (1994) 解釋職場霸凌是指在工作場所中發生的，藉由權力濫用與不公平的處罰所造成的持續性的冒犯、威脅、冷落、孤立或侮辱行為，使被霸凌者感到受挫、被威脅、羞辱、被孤立及受傷，進而折損其自信並帶來沈重的身心壓力; Field (1996) 則定義職場霸凌為一種藉由控制與壓抑他人以表達霸凌者內心的攻擊與不適當行為的強迫性需求，這些不適當行為可能是社交上的、個人化的、人際上的或專業性的不當做為，並因為整體工作環境對此類不當做為的默許或忽視而持續存在，受霸凌者不僅會因為霸凌者的攻擊與不當做為而受害，更會因為整體工作環境的默許與忽視氣氛而感到彷彿被所有人聯合傷害與背叛，進而造成強大的生理與心理受創結果。因此霸凌行為不一定是暴力行為，刻意的冒犯、威脅、冷落、孤立、侮辱或小動作，只要持續造成被霸凌者的不舒服都可稱做霸凌。

第二章 文獻探討

本章主要在探究當前職場霸凌問題及當代設計實驗與社會的關係，並透過分析視覺媒體類別來了解其表現形式與方法，共分為三小節，第一節先列舉當前職場現象、職場問題對人們或社會所造成的影響和目前對職場問題所提出的應映對策，第二節探討藝術設計與社會的關係、分析設計的實驗創作、及研究當代設計創作實驗之發展，第三節再針對視覺媒體類別進行分析。各節內容詳述如下：

第一節 當前職場問題之探討

2-1.1 當前職場現象之觀察與分析

過去職場上的性別不平等問題，包括不能結婚或懷孕或做男女薪水待遇差異等不合理的規定，隨著政策立法、婦權團體及公民組織觀念宣導再加上社會環境逐漸成熟，當前職場上的性別問題有長足進步，但職場環境中仍有許多問題待我們去觀察與解決。例如近日台灣的「校園霸凌」（school bullying）事件頻傳而引起各界關注，然而霸凌現象並不僅限於校園，在職場上也有相同甚至更嚴重的現象產生。在此將職場現象問題歸納成：職場權力、人際關係與溝通、職場壓力三個面向。

1. 職場權力相關之問題

由調查數據看來，全台灣超過一半以上的上班族都曾遭遇霸凌行為，有61%的霸凌施暴行為來自於主管，35%則是受到同事霸凌。職場中總是脫離不了權力關係，這些具有實質影響力的權力會隨著個人的職位、職權、資源及人脈等等而有所不同，一旦人們透過這些職場地位的影響力對其他人造成威脅，就會引發「職場霸凌」(workplace bullying)，而這現象在整個權力關係中是一種普遍卻不常被正視的部份。因為職場霸凌與校園霸凌不同的是，校園霸凌通常是學生間的問題，有老師、家長、甚至教育主管單位可以介入處理霸凌事件，然而職場霸凌的加害者本身可能就是主管，當霸凌發生時，職場中居於弱勢的被霸凌者及周遭目睹同事，會因擔心事情鬧大反而飯碗不保而比較不會願意對外投訴或舉發，因而導致工作表現嚴重受影響（Grandey, Kern & Frone, 2007）。

在職場中，容易出現以下與職場權力有關的問題：

(1) 管理過當：

在職場中若過當的管理便會轉變成霸凌行為，例如主管持續性的吹毛求疵，在小事上挑剔、雞蛋裡挑骨頭，將微小的錯誤放大、扭曲和刻意產生誤解，或是總是提出不合理的要求來試圖貶抑下屬個人、職位、地位、價值與潛力。這種霸凌涉及職場的權力關係，而使過度管理者或霸凌者可藉職位之便對下屬展現其權力，並造成被霸凌者產生畏懼感與心理壓力。

(2) 不合理的工作要求：

當上司或管理者有心刁難下屬時，會提出不合理的工作要求使他們無法達到實際的工作成效，例如突然縮短交件期限或是給予不實際的工作目標，造成被霸凌者必須犧牲自己的時間超時工作，又或者故意不通知被霸凌者工作繳交時限，害其耽誤時限而遭到處分。霸凌者透過不合理的要求去陷害、否定或批評被霸凌者的努力，也同時間否定被霸凌者的存在與價值。

(3) 分工與賞罰不均：

在職場中，工作的調配與獎懲方式若沒有一套標準模式，而是根據管理者自己的喜好來進行，便很容易造成分工或獎懲上有偏袒或不公平的問題，例如給下屬過重和額外的工作，卻只讓被霸凌者的責任增加卻降低其權力或地位，或是大材小用刻意讓下屬去做無聊瑣事，甚至完全不指派任何事，又或者在未加詳細調查下，對被霸凌者犯下的輕微錯誤給予沈重處罰。

(4) 剝奪權利：

職場員工享有一定的基本權益，當這些權益被剝奪時，就會造成霸凌的問題。例如主管或上司搶佔功勞、剝奪或剽竊部屬的工作成果或聲望、不准部屬請假，或者剝奪下屬接受必要教育訓練的權益，又或者在下屬未犯錯的情形下要求離職或退休來剝奪其工作權益。

2. 職場人際關係與溝通問題之現象

職場中，人際關係與溝通的重要性是不言而喻的。人際關係是透過人與人之間的互動所建立起的關係，而處理人際關係的能力與在職場或社會成功或失敗有很大的關聯性，最關鍵的因素是要懂得尊重別人、欣賞別人、接納別人、肯定別人，因為同時也能夠贏得別人的尊重與認同。要在職場營造一個良好的人際關係除了與人為善外，培養積極而有效的人際溝通也有很大的幫助。溝通時要注意彼此的認知與使用的語彙是否有差異，因為不同的家庭背景、學校環境、或社會環境會影響一個人的認知，而當在溝通接收訊息後，便會輸入腦中去處理外來的訊息，然後加以認知產出，因此，一旦訊息溝通不良就會有衝突，而造成工作上或人際上的問題。職場環境常見的人際關係與溝通問題為以下幾點：

(1) 言語暴力：

職場中鮮少出現直接拳腳相向的霸凌問題，反而多是以言語暴力或言語騷擾造成被霸凌者的心理壓力，根據1111人力銀行統計，職場霸凌現象中以「言語謾罵」（68.41%）和「冷嘲熱諷」（65.67%）為大宗，而這種語言型式的霸凌較常來自於外部客戶或主管（Grandey, Kern & Frone, 2007），其次才是同事。而最常出現的狀況是霸凌者在他人面前對被霸凌者大聲斥吼、持續的作弄開玩笑、出現性暗示言詞，或是說挑釁、羞辱、輕視跟貶抑的話等等（Lutgen-Sandvik, 2006）。相較於肢體衝突，這種無形的暴力行為反而防不勝防而造成嚴重的職場問題。

(2) 歧視與不平等對待：

職場文化裡的歧視與不平等的問題一直都存在，特別是女性，她們的工作權普遍潛藏許多難關與不平等對待，例如來自無法避開的主管或客戶的職場性騷擾，常使女性處於左右為難的情境，又或者不健全的職場環境常出現招募限制、同工不同酬、升遷不公、單身條款、懷孕歧視等問題，而阻隔她們工作的發展跟可能性。而職場不平等對待也常出現在弱勢族群，如個性內向害羞與性情溫和的人、身體障礙者、輕微智力障礙者、外貌不揚者及從事低階工作的人，因為他們處在劣勢而只能夠隱忍這些不公。

(3) 孤立行為與冷漠態度：

除了明顯的職場騷擾與言語暴力，職場霸凌還包含一些持續性的、瑣碎惱人的、非強勢的霸凌行為，例如主管或同事因為意見相左而選擇背後攻訐或利用小團體來孤立與排擠，態度刻意冷漠、忽視其要求或對其特別苛刻（Lutgen-Sandvik, 2006），這些事個別看來似乎都不嚴重也不容易被視為霸凌舉動，因而不鮮少得到他人同情或重視，反而會認為是受霸凌者自己本身抗壓力低、不懂溝通，或是性格及人際互動有缺陷而產生的問題。霸凌者以各種方式鼓動同事孤立、打壓排擠被霸凌者，而旁觀者為自保或保全工作而漠視問題，因此讓職場霸凌現象較容易被整體職場環境容忍、忽視、否認或默許。

3. 職場壓力來源分析

近年來，科技的進步、全球化的趨勢、企業組織的重組及公司政策的不穩定，造成工作時數拉長和內部競爭激烈而產生工作人際關係上的團體溝通與霸凌問題，又或者個人生涯發展不順遂、工作負荷過重或工作的不安全性等等，都是可能造成職場壓力(workplace stressors)的原因。職場壓力是指當面對職場內外環境的各種壓力源，個人在無法調適或採取因應策略時，所產生的心理、認知、生理及行為等對健康負面影響之身心狀態。2000年國際勞工組織（International Labour Organisation）的一項調查報告中提到，歐美國家每十名員工就有一人蒙受憂鬱、焦慮、工作壓力或倦怠的情境之苦。以下幾點為職場常見的壓力來源：

(1) 不和諧的工作環境：

當處在具有時間壓迫性、競爭性、壓力責任大和工作量失衡的工作環境裡，容易爆發情緒性的衝突而在人際關係上有團體分工不和諧、溝通與協調問題，又或者職務是處在有安全疑慮的工作環境、缺乏訓練或缺乏對執行工作的準備、需要作息不正常輪班或者必須頻繁調動工作時間地點和內容的工作，除了要不斷的適應而造成很大的生活壓力外，也容易影響生理時鐘而造成內在失調或職業傷害。

(2) 無成就感的工作：

工作價值不僅是金錢形式上的回饋，也同樣要符合個人興趣並帶來成就感。根據馬斯洛的需求層次理論，人除了透過職業來滿足生理上與安全上的需要外，也進而希望滿足感情上的、尊重的、自我實現的需要。當職業是缺乏社會認同感、社會價值觀評價較差的工作、工作的質或量過輕或過重或是工作不具有前瞻性、個人生涯發展不順遂等，容易導致長期缺乏自我認同感、成就感，以及缺少滿足心理上的需求。

2-1.2 職場問題對人們與社會的影響

1. 壓力與疾病的產生

根據英國曼徹斯特大學科技中心（UMIST）的研究發現，職場霸凌現象與職場員工的生活壓力與心理生理疾病有很大的關連性，英國有超過兩百萬人認為自己曾遭受職場霸凌，而英國政府花費總預算的3.6%打算用來支付員工因被霸凌而出現憂鬱、焦慮及創傷後壓力症候群（PTSD）等各種壓力相關疾病（The Andrea Adams Trust，2004）。

職場壓力是由於個人與工作適配不良、工作內外角色衝突、沒有合理的自我控管所引起的，而這對人們的影響，輕則是影響個人心緒穩定而導致身體健康、家庭、人際社交、生活及睡眠品質出現困擾；重則造成個人生活、人際互動不良甚至於出現身體與心理精神方面的疾病，或更嚴重的以自殺來結束生命。

職場壓力除了對個人有影響外，同時也對企業組織的發展影響甚大。一個壓力管理不健全的職場環境，不僅會使員工產生身心不健康、對工作環境的印象較負面、欠缺積極的工作動力以及工作效率品質的降低等負面影響，也容易造成工作壓力的惡性循環（Agervold & Mikkelsen，2004），甚至於造成企業組織因員工的高流動率所產生的招募及訓練人員額外付出的成本花費。下圖是職場壓力對個人安全健康的負面影響之示意。（參圖2-1）

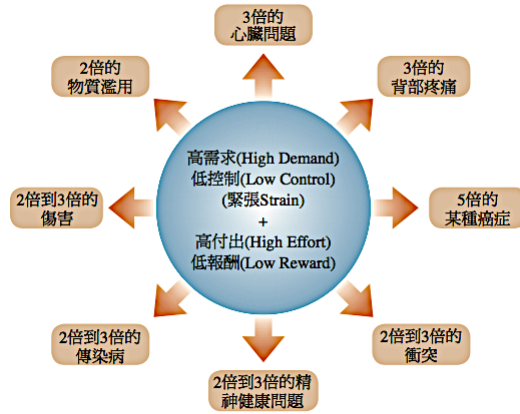


圖2-1 職場壓力對個人的安全與健康之負面影響
(健康的職場:壓力風險管理之應用, 2006)

2. 循環的社會問題

除了工作壓力會產生惡性循環外，職場問題也會產生骨牌效應，連帶影響家庭和整體社會。根據英國每日郵報（Daily Mail）報導，主管惡言相向所造成的霸凌問題與職場壓力會對部屬伴侶造成重大影響，接著影響到婚姻關係，再來是員工的整個家庭，原因是由於一旦主管苛待、怒罵下屬時，不僅讓工作關係更加緊張，也連帶影響員工情緒。因此面對其伴侶與家庭成員時，比較無法有正面互動與連繫，更沒有動力或能力去解決家庭的問題。由此得知，職場問題會間接的影響到員工工作場所之外的生活問題。

此外，職場問題可能降低企業員工工作產能及服務品質，而造成潛在經濟問題。根據英國曼徹斯特大學科技中心（UMIST）的研究發現，英國一年因為職場霸凌而直接損失一千八百萬個工作天，足足比因勞資糾紛所損失的工作天數多三十倍。這樣大量的經濟成本損失，與職場問題和管理階層是否積極介入霸凌的發生有很大的關連。

當職場環境是不健全且選擇漠視霸凌事件的發生，往往容易會造成員工對企業組織的向心力和責任感下降，而會出現經常請假或無故缺席、曠職、上班時間注意力不集中、工作效率低落或是員工的高流動率等，這樣的現象會直接反應在企業組織的發展與產能而產生虧損。因此，職場霸凌行為是不該被容忍與漠視，企業必須採取行動防止或制止霸凌行為的發生，同時也必須提供員工機會去解決問題並抒發職場壓力，以避免讓這種傷害影響到家庭和整體社會經濟。

2-1.3 職場問題的應映對策

透過當前職場環境歸納出常見職場霸凌現象，例如職場環境中的權力關係、人際關係和職場壓力問題等，其嚴重程度絕對不亞於校園霸凌，輕則如特定對象排擠、重則如言語暴力甚至是肢體衝突。但多數受害者為保住工作或受限於企業文化，多選擇隱忍或離職來逃避問題，長久下來造成身心重大傷害。因此學習如何調整自己的心態去面對跟瞭解職場霸凌是很重要的。

1. 個人對職場霸凌之心境調整與應映對策

職場霸凌大多是針對單個或少數人，在被霸凌當下，應善用理性溝通，透過堅定的態度和語氣清楚的表達想法來捍衛自己的權益，而不是以激烈言語反擊造成更嚴重的衝突或霸凌問題。當霸凌發生後，首先先靜思考自身有無缺失，是否有應負責任未負或失誤，找出問題以避免日後類似事件重演。此外，可向外尋求支援，例如告知家人朋友來宣泄情緒與獲得支持，亦可透過生命線、心理諮詢中心、就職公司的人力資源部或工會來提出申訴並尋求協助來解決霸凌危機，但在申訴時盡量避免流於抱怨，應提出可證明的錄音或工作紀錄作為憑證，並將報告重點放在霸凌行為對企業整體營運和人員管理的影響。若暫時無法改善職場霸凌現象，個人心理壓力的調適可透過拓展生活圈、戶外踏青、培養興趣或運動來轉移焦點，讓負面情緒獲得宣洩使得身心靈得以放鬆。

The Andrea Adams Trust¹²（2004）則建議如下做法：

- (1) 向同事尋求建議與支持。
- (2) 尋找其他也遭霸凌的同事，共同向霸凌者面質，明白表達不滿並向霸凌者展現受霸凌者結盟的意向。
- (3) 聯合其他受霸凌者向公會、福委會、員工健康部門、員工諮商部門投訴。
- (4) 聯合其他受霸凌者向人力資源部門投訴，並索取公司中與制止霸凌行為的相關政策或法令，若公司沒有這樣的資料，則試圖蒐集其他公司的相關資料。
- (5) 盡可能以錄音或錄影方式記錄霸凌者的霸凌行為做為證據。
- (6) 找出自己過去的績效評估結果，證明遭到霸凌並非因為自己的工作表現不佳。

- (7) 請同事誠實的評估你的為人與工作表現，證明你不是因為自己有問題才會遭到霸凌。
- (8) 做身心健康檢查以證明霸凌現象已造成你的身心健康受損。

而對於個人在受到霸凌後的心理調適，其建議如下：

- (1) 跟員工諮商師或公司健康部門的醫師約時間，詳細說明所遭遇到的霸凌經驗，減少個人的壓抑與壓力。
- (2) 適度的服藥以減輕生理病痛。
- (3) 盡可能維持均衡且健康的飲食，以維持個人戰力。
- (4) 請員工諮商師協助你處理因霸凌而有的各種情緒，以避免自身落入專業枯竭。
- (5) 做一些可以讓自己身心放鬆的活動。
- (6) 要有在工作場所以外的朋友，他們更容易站在你的立場上體諒與傾聽。
- (7) 在下班後做一些能讓自己感到愉快的事情。
- (8) 盡量保持幽默感，並對自己好一點。
- (9) 與關切職場霸凌的相關社福機構保持聯繫，或在工作之外尋找有共同經驗的朋友、部落格、社群。

2. 企業針對職場霸凌之配套措施

有鑒於職場問題對家庭、企業和社會造成重大的影響，企業主應該正視員工人際衝突及職場霸凌行為所帶來之負面影響，針對霸凌事件採取事前預防及事後補強的配套措施，管理階層除了必須積極掌握辦公室氣氛、保障員工權益和設立透明化的良性競爭機制，以減少員工搶功諉過及背後攻訐的機會外，當員工遭遇到職場霸凌時，管理階層應積極協助受害者去解決問題，並設有心理諮詢部門讓員工能抒發職場壓力。如此一來不但可避免企業內耗，更能提升團隊士氣、降低人才流動率，而得以創造一個良好、安全、體制健全的工作環境，進而促進工作環境之和諧與社會進步。

以日本為例，日本全國至地方皆有職場霸凌的現象，因此日本政府為了促進個人勞動紛爭的解決而在各都道府縣建立「集體性勞動紛爭解決制度³」，也透過「保持和增進勞動者心理健康的方針」向有需要的企業組織，提供心理健

康對策的支援。

日本企業因此能透過講習活動的實施、諮詢體制的建立，以及CSR推動體制的運作等，來切確實行職場欺凌、職權霸凌的事前防範和事後處理的相關因應措施。此外，日本有專門為了解決職權霸凌問題而成立的民間企業和代表勞動者的勞工團體，他們提供講習活動、諮詢窗口來協助企業內部職權霸凌問題，並透過相關書籍和影音的販售等來宣導正確的知識。

3. 政府針對職場霸凌訂定相關政策與社會宣導

除了企業組織須建立職場霸凌的相關制度跟因應措施外，同時也需透過政府政策和社會宣導協助大眾充分瞭解職場霸凌帶來的負面影響。在台灣，政府已有「員工協助方案」來幫助勞工適應職場生活，此方案早期是針對個人，而現在逐漸擴展至以公司部門、整個企業組織為主要服務對象，其服務內容包含心理協助、專業生涯發展、工作設計、組織制度、財務及法律諮詢等方面。這樣方案最終目的是試圖透過諮詢服務找到影響員工工作表現與績效的原因，並積極協助員工解決生活、工作與身心健康上的問題，如此不僅建立良好企業制度與文化，也拉近勞資關係以達到雙贏的結果。

社會宣導上除了透過社會團體、工會組織提供免費的諮詢服務外，也能透過校園裡完整的品格教育、倫理教育、全人教育和生命教育建立起正確的價值認知和觀念態度，並教導學生認識霸凌的行為模式及應變的方法。此外，亦能利用大眾媒體以有創意的海報、廣告、動畫、電影或是產品等，將訊息快速的傳遞並引起他們對職場問題的關注。

2-1.4 當前職場問題探討小結

當前職場問題主要來自三個面向：職場權力、人際關係與溝通、職場壓力，其中涵蓋管理過當、不合理的工作要求、分工與賞罰不均、剝奪權利、言語暴力、歧視與不平等對待、孤立行為與冷漠態度、不和諧的工作環境、無成就感的工作等問題。這些問題除了對個人的身心造成傷害，也會擴散至公司、家庭、經濟或整體社會。面對職場霸凌，大眾普遍會怕影響工作，而不願意對外投訴或舉發，因此對於職場霸凌的社會宣導、學校教育必須落實，以達到事前預防及事後補強的功效。本研究將運用以上資料，以職場霸凌相關問題進行一系列視覺媒體設計創作，希望透過視覺創意引起大眾對於此議題的關注。

第二節 藝術設計與社會之內涵分析研究

社會是指人類群體在特定的空間裡創造出具有獨特的文化和風俗習慣，而藝術與設計則是反映人類文化情感及群體生存需求的產物，藝術設計與社會是互相影響且密不可分的存在。藝術除了外在美感價值外，它也是社會的縮影，其創作原因、表現形式、及鑑賞標準等，皆受到整體社會賦予的價值觀念、制度和訓練所影響，而設計也是一樣，特定的社會價值決定社會的需要，進而產出相對應的設計作品，可能是一件商品、一個標誌或是一張海報，但這些作品的創作內涵卻可能是非常不同的。藝術設計依照其創作屬性作畫分，主要分為實務性創作及實驗性創作兩類。（參表2-1）

表2-1 藝術設計創作類別之差異

藝術設計 創作類別	創作內容	創作對象	創作性質	展示場域
實務性創作	具有主題性	消費者	商業性	商場、商店
實驗性創作	具有社會議題性	觀者	藝術性	展覽空間

（本創作研究者整理）

在表2- 1中可以看到，實務性創作及實驗性創作在創作表現內容、目標對象、創作性質、和展覽場域都有很大的差異。實務性創作主要是與市場需求接軌，著重在其商業性，這類型的創作會針對消費者的需求進行主題性的設計創作，例如為店家設計宣傳海報、為客戶設計產品包裝等，因此創作作品陳列的場域即是商場或商店等營利場所。而實驗性創作則是著重於創意思想與原創表現，創作內容多半來自於生活或社會性議題，透過社會共同感知信息與觀者溝通，其藝術性高於商業性，具有高度創新性、價值性和啟發性，因此多半展示於美術館、博物館、藝廊等展覽空間。

在藝術設計的實驗性創作中，因為不受客戶或消費者的左右，因此創意空間擴大、思維方式更多元、表現形式更多變，設計實驗的精神實質是創意空間的擴大、思維方式的改變、表現形式的嚐試，此時的設計創意亦是藝術創作。而本研究將分析藝術設計與社會的關連性和其創作內涵，藉此了解如何以藝術設計來反映社會、創作者又是如何轉換自身的經驗與思考進行創作、和藝術設計創作是如何影響社會的。

2-2.1 當代藝術與設計實驗創作的內涵

1. 藝術的實驗創作

藝術富含價值意義的辭彙，除了那些引人入勝的文字與畫作外，藝術亦包含所有有形的、看得見的或是可以聽見的創作嘗試，不僅只是傳統的純藝術，更涵蓋其他通俗以及民間藝術。藝術的範圍既深且廣，很難以某些辭彙來斷定何謂藝術。

雖說如此，仍可由大多數的藝術形式之間找到某些共同特徵，例如：1、具有藝術性的產品必須是有形、看得見或聽的見，可以是一個物品或是一齣戲。2、必須公開的傳播，讓它被看見、聽見或體驗。3、是一種尋求樂趣的經驗，能帶給觀眾美感的愉悅、或是提振心靈、短暫跳脫現實束縛。4、是為呈現虛構故事或詮釋抽象意念的一種表現形式。5、藝術是視物質性或社會性脈絡而定，不同群體會有不相同見解⁴。

呼應上述五種藝術的共同特徵，Griswold(1994)曾以文化客體 (cultural object) 來說明藝術是「以某個形式具體呈現的共同價值」，是可聽、可看、或有形的存在，且能被清楚表達。社會學家Howard Becker提到

藝術如同其他複雜的概念一般也假裝具有本質上的通則，但當我們試圖去定義時，卻發現其中有許多例外，他們符合此概念的某一部分，但不是全部。當我們談及『藝術』時，通常指的是：具有所謂美學價值的作品，或是被某個美術論點所支持的作品，以及在適當地點展示的作品，如展示在博物館，或再音樂會中演奏，但實際上卻有許多作品只符合部份特徵。（Howard Becker，1992：P.138）

根據上述Becker看法，藝術價值無法僅用幾項規準來認定、評斷，他認為藝術的創造、生產與經銷、或是價值是受到特定的人或體系所影響，其價值標準是由社會或被藝術世界⁵的人們所認定，而容易造成認知上的矛盾或是模稜兩可。Becke視藝術為集體活動，是一過程而非已完成的產物，他認為藝術創作是一種集體投入，因此將藝術定義為「被創造與被欣賞之物」，藝術並非天才藝術家所獨有，而是由

創作過程中的每一面向所共同塑造後的結果。

藝術創作種類依其大眾性的程度被分成三種類型，有包括繪畫、雕刻、攝影等的視覺藝術、歌劇、交響樂、戲劇、劇場、舞蹈或表演藝術、文學作品或小說、電腦藝術的精緻藝術（fine art）、或電影、電視劇、流行音樂、平面和電視廣告等的通俗藝術（popular art），又或者在社區環境裡發生的藝術行為如街頭塗鴉的民間藝術（folk arts）⁶。任何的藝術創作種類皆有其實驗性，當藝術創作跳脫既有的形式、不受客戶主導、且藝術性高於商業性時，此時的藝術創作便具有高度的實驗性，而這樣的藝術創作內容多半取自個人經驗、日常生活或反映社會性議題。

例如台灣的三缺一劇團（參圖2-2, 2-3），她們的戲劇概念大多是由個人生命歷程提升到探討公眾議題，藉由表演與觀眾共同探討及省思。他們在2007年所發表的作品「一百種回家的方法」，即是探討女同志媽媽現實處境的困難，及女同志組織家庭的希望。面對傳統社會價值觀所帶來的束縛與壓力，劇團以獨特的切入觀點來探討同志議題，透過故事和表演的闡述將自身經驗提升至社會共感來與觀眾對談，藉此向觀眾拋出問題也檢視過往自我的生命經驗。



圖2-2 一百種回家的方法-宣傳DM
(取自<http://www.wretch.cc/album/short1player>)



圖2-3 一百種回家的方法-表演劇照
(取自<http://www.wretch.cc/album/short1player>)

2. 設計的實驗性創作內涵

設計，指的是把一種計畫、規劃、設想、問題解決的方法，通過視覺的方式傳達出來的活動過程，其核心內容包括三個方面：為計畫、構想的形成；以視覺傳達方式傳達；以及計畫通過傳達之後的具體應用⁷。設計被認為是「有目的的創作行為」，它是對創作或創造進行預先的計畫，因此可以把任何創造活動理解為設計。在二次世界大戰後，設計開始被視為解決功能、創造市場、影響社會、改變行為的手段，設計成為人與人溝通的方法及人與物關係的橋梁⁸。

而以視覺設計創作來說，設計的本質是溝通。創作者透過圖像造型、色彩、文字、及視覺符碼等元素，將創意思想具體的建構出來。這類型的設計實驗創作主要針對圖案造型、字體編排、色彩配製等視覺表現進行探討及嘗試，以求創造出嶄新的視覺語彙及視覺媒材運用的可能性。然而，在天馬行空、恣意發想創意、實驗的同時，也必須立足在設計基礎研究上，因為設計實驗創作極其容易脫離現實需求，而忽略了為設計的本質與實踐的可能性。

設計的實驗性創作以設計的創新思考、前衛的實驗精神，和作品的互動性與觀者溝通，由於它著重在創意思想與原創表現，因此具有高度藝術性、價值性和啟發性。設計的實驗性創作主要是透過各種媒材、媒介間的組合，以表達反映當下的社會觀念和意識，其創作材料靈活、創作方式自由、可操作性強、且觀念性強，而這些特色與裝置藝術創作表現相仿，因此裝置藝術成為當代設計的實驗場，它為設計提供了實驗的可行性，也拓寬了設計創作的實驗性思維。

設計實驗的原料跟媒材多半來自於生活中的現成物，這讓設計不再是開模、批量生產的活動，而是具有獨特性且人人可以參與的創作過程。例如，倫敦設計師Martino Gamper 利用現成物組成傢具，在100天設計了100張椅子（參圖2-4），每張椅子造型和組成皆不同；或是 Camper 形象設計師Martí Guixé，以食物作為設計基礎，以工業設計的角度，探討一連串的「可食」產品設計實驗（參圖2-5），他們利用生活中可以想到或看到的元素皆透過設計實驗創作來實踐，呈現出實驗創作的誇張性、生活性、幽默性和展示效果。這些實驗性的設計拓展當代設計材料的局限性，延展設計思維，從而體現設計創作的觀念性，同時也能在短時間內達成創作行為，並激勵大眾的潛在創造意識。



圖2-4 A 100 Chairs in 100 Day · Martino Gamper
(取自<http://www.gampermartino.com/projects/a-100-chairs-in-a-100-days/>)



圖2-5 Food Design · Martí Guixé
(取自<http://www.food-designing.com/>)

3.當代設計實驗創作之發展

在設計史的扉頁裡，紀錄下的是過去前人在設計實驗創作中的成果，從建築、產品、到平面設計，透過各種材料在不同環境之間的轉換與組合，來體現創作者所要傳達的概念。而在當代，隨著全球化、科技發展和新媒材的產生，通過材料思維的革變，從而催生出設計思維的延展，人們對設計材料有了重新的認識後，即由一個設計原點，進行了發散性的思維活動。如此一來，創作將擁有更多樣的元素可運用，不僅能創造出跨國界、跨領域、或跨議題的設計創作，也能體現出當代設計的創作觀念，使其更加人性化，更加符合時代的發展需要。

以藝術和設計實驗創作為例，自二十世紀以來，藝術設計發展的歷史可謂媒體與科技的演進史，創新的媒體和媒材演變出截然不同的創作形式和展演效果。然而科技與藝術設計的結合與實踐，其意義並不僅止於創新技術如何被應用於創作上，而是設計的創新思考、前衛的實驗精神，及作品與觀者間的新互動形式。

Marshall McLuhan曾說：「任何一個我們使用的新媒體，皆為新語言、新經驗甚至新意識，且皆由新操作經驗造成。新媒體非關於我們舊的現實世界，而是決心改造舊世界的殘餘。」⁹ 例如Facebook的出現改變過去電腦及時通訊軟體的使用，也開創人與人之間的互動新形態，這樣的新媒體由淺入深的改變生活習慣、人際關係甚至團體意識等，全面的影響人們的生活。新的媒介和載體創造出新的使用文化，從元素、符號、語彙、使用者經驗、到族群意識，它逐漸改變了過去的思維及操作形態，而透過資訊的流動及轉化建立了一套全新的使用形態。也因為如此，當代藝術設計強調作品與觀者的互動關係，觀者在與作品的互動中體驗著遊戲般的快樂，並透過這樣的方式來理解作者所要傳達的觀念與想法。這不僅是人與物間的互動形式，更是人與人間想法和情感上的互動，大眾的感受置身其中而成為參與作品組合元素的一部分，而高度互動性與人性化使當代藝術設計具有一種情感化體驗，參與者能在互動的過程中體會到樂趣，進而對設計的對象產生極大興趣。

當代的藝術設計已從其本身物質的預設中被拆解下來，轉變為具有無所不在媒介性的多元形式，這些實驗作品的建構也因此被認定為是多元複雜個體相

互串連後的樣貌。這些當代設計實驗不單只是一種創作形式，更深含對人類社會的關懷與責任，除了多面向的突破現有的思考、跳脫商業目的，更是以設計實驗來促進設計本質上的發展和思考，而其探討主題往往是反映當代文化環境和時代的一種觀念，因此多以社會議題作為創作的核心主軸。

在國內外，除了設計大專院校學生的實驗創作外，更透過設計社團或設計競賽的運作模式來促進設計實驗創作的產出，例如，國際平面設計社團協會 ICOGRADA¹⁰ 透過各種不同形態的會議，針對全球關注的事宜，進行學術性討論並達成共識，而2011年世界設計大會（IDA congress）在台灣舉行，以「交鋒」作為主題（參圖2-6），探討設計實務與其他領域（如科學、技術、政府、商業、非政府及人道組織）在設計相互激盪後的突破，呈現具嶄新、爭議性、實驗性及挑戰設計專業界限作品與概念；國內的台灣海報設計協會（TPDA）多次舉辦國際性海報設計展（參圖2-7），創作主題探討範圍從台灣印象、漢字、台灣色彩、到和平、地球暖化、人與自然的和諧關係等，這不僅活絡台灣海報設計活動，更藉由設計創作反映社會文化與民族心聲；世界各國相繼舉辦國際性的設計競賽，如美國的紐約ADC、英國D&AD、墨西哥海報雙年展、法國蕭蒙海報競賽，德國的iF獎、紅點獎，或是日本的富山海報三年展等，以競賽和展覽的形式向全世界的設計師公開徵件，而主題多是針對文化、社會議題、自然問題、或是特定議題進行設計創作之探討。透過這些有系統、組織性的社團活動與設計競賽，帶領設計實驗創作的發展，不僅藉此提升國家的設計創新能力，同時也能針對設計觀念進行交流與分享。



圖2-6 2011台北世界設計大會-交鋒
(取自<http://www.tdc.org.tw/2011ida01.htm>)



圖2-7 台灣海報設計協會-人與自然的和諧關係，松永真（日本）
(取自<http://203.68.182.153/pda2009/index.php>)

2-2.2 設計創作與社會間的關係

實驗性創作的社會議題性、藝術性使它具有高度價值和啟發性，因此可被用來檢視社會現況與價值觀念。雖然實驗性創作是由個體自由意志來製成，但創作者會受到社會思潮、教育、人格結構、機緣、和個人生活經驗等因素的影響，以有形或無形的形式，藉由作品反映出個體和社會群體的密切關係，也因此具有高度藝術性的設計實驗創作會被放置在「文化」的脈絡中來被檢視和探究。

若將藝術性的創作與社會的關係表述為簡單直接的連結，藝術像鏡子一般反映社會各種現象，透過創作呈現社會的資訊和樣貌，但同時藝術亦利用方法將觀念植入人們的腦中，提供角色模式或塑造某觀念來影響社會，可能是正向的引起觀者對事件的同理心和關注，或是負面的宣導錯誤的觀念訊息或制約大眾的心理¹¹等，因此Alexander在2006年以「反映取向」和「塑造取向」兩類來說明藝術與社會的連結與關係¹²。而設計與社會的關係和連結亦是如此，社會是設計的環境、背景和土壤，無論什麼時代的藝術與設計皆是扎根於帶有共同問題、共同的限制和傾向的同一個社會生活中¹³。設計受社會發展的軌跡影響和制約，但同時又以自身的發展過程作為對社會發展的反作用而產生影響。

1. 設計反映整體社會的脈動

社會的許多表現形式與構成形態，融合了文化和傳統，對藝術設計皆產生直接的影響，因此可透過設計反映出的社會樣貌來瞭解社會的轉變。

設計反映社會需求與社會發展¹⁴。當特定的社會生活方式、生產關聯和社會文化產生變化，也決定了社會需要的產生與變化，從而使相對應的設計應運而生。社會的需求決定產品功能，同時也制約設計物的性質、形態和展演方式。設計產物的功能、外型、類別樣式隨著歷史時代和社會生活所轉變，例如不同世紀的書本裝禱在形態上的差異，又或是現代與後現代建築設計在風格、材質使用上的差別等。而設計展示環境和訊息傳播方式受到社會發展影響，而產生出更多元新穎的設計類別，以世界博覽會為例，世界各國展館設計除了代表該國當時的社會文化特色外，也被作為展示國力及科技發展的指標，因此在陳列及多媒體的使用上會跨越不同設計形態與載體，形成具有新意的設計系統

工程。

設計反映社會思維模式與價值觀¹⁵。社會提供設計所需的訊息、知識、材料、人力等，而技術水平也隨著教育和科技發展一同提升，因此，設計師能藉此設計新的物品來滿足社會的需要，進而推動設計發展。但不可避免的，社會與文化同時也對設計師的思維模式、設計觀念和設計方法產生制約。設計師表現出來的想法意識多半取決於當時的社會生活和社會意識，而設計師在社會所處的位置也由特定社會環境和自己的社會行為、社會作用所決定，正如佐口七朗在設計概論這本書中所說的，設計行為是個人的活動，同時又是社會性的活動。

在設計與社會性的互動中，社會的價值觀念決定設計的審美與消費活動，也左右設計標準和評價系統的變化。設計樣式和廣告信息傳播的方法會隨不同時代社會公眾的價值觀和科技進度而有所轉變，因此在設計標準與評判上就會產生差異。這樣的社會作用建構出設計文化的創作價值也影響設計的發展。

2. 設計的社會功能

比起傳統經典的視覺表達樣式，設計的確擁有與現代社會接軌的實用性與操作性，它介入社會生活各個面向同時也參與建構社會生活，設計的社會功能被用來滿足不同社會現狀，也根本上改變了整體社會的外在形式。

設計具有改造功能¹⁶。設計-生產-消費的過程即是社會改造的表現，從建築、傢具、汽車、服飾、廣告、包裝到識別標誌，設計產品早已融入生活，成為不可切割的一部份。而設計產品從環境空間物品轉而影響使用者的使用習慣、思考觀念、評價及實踐方式，分別從物質與精神兩方面改變、改造社會生活的面貌。

設計具有認識功能¹⁷和溝通功能。設計是設計師對生活觀察與認識社會的結果，透過設計產品反映當時的社會生活面向，並以特有的方式滿足公眾認識世界的需要。雖然其中不可避免的會加入設計師本身的設計觀念，但也因此能多元廣泛的以不同程度的影響大眾對世界、社會的認識。而設計的信息溝流符號體系被用來連結社會共同概念，傳遞人類共同的需要、感受、訊息及生活經驗，而促使人們更緊密的交流、溝通和親近。例如，「愛」是無形的概念，但

透過有形的符號「心形」的視覺訊息設計，大眾能具體感受「愛」的訊息並連結真實情感與意義。

設計具有教育功能及感染功能。設計具有說服大眾和培養啟蒙的作用，這亦是設計對社會的一種塑造的過程。設計的教育功能，除了實現在促進想像力和創造力的設計教育外，設計產品也透過大量生產及廣告曝光，將其中蘊涵的生活態度、功能觀念、科技知識、和價值取向，不知不覺對整體社會大眾產生影響。而設計的感染功能與教育功能接近，只是感染功能是在不知不覺中對大眾產生影響。設計的感染力是在特定的社會環境條件下，透過暗示、喚起、熏陶、或感動帶給人們心理與行為潛移默化的影響，進而改變人們的美感結構、審美觀念與評判標準。

設計具有悅心功能。Walter Gropius對於設計的悅心功能提出一個看法：「對於充分文明生活來說，人類心靈上美的滿足比起解決物質上的舒適要求是同等的甚至是加重要的。」設計除了著重於功能外，也要滿足人們的需要，設計應該令人感到生理上舒適、心理上喜悅的才能夠與消費者、觀者產生共鳴。

設計的社會功能對應著社會大眾的不同需要，而具有多功能性、功能可變性及功能取向性，但其最終目標即是用以引導社會大眾走向正確、美好、有價值的生活形式。

2-2.3 小結

透過探討當代藝術與設計實驗創作的內涵、分析設計創作與社會的關係，本研究藉此了解到實驗性創作、當代設計實驗性創作的發展，及藝術設計創作是如何反映社會、影響社會的。設計實驗性創作會受到大環境的影響，而在作品中反映出社會需求、社會發展、社會思維模式、社會意識形態與價值觀，然而設計實驗性創作也透過其改造功能、認識功能、溝通功能、教育功能、悅心功能和感染功能對社會進行整體性的塑造。藝術設計與社會關係是廣泛、深沈且複雜而沒有絕對性，因此後來又有文化菱形觀點的產生，它除了綜合反映取向與塑造取向的觀點，亦加強菱形中個個元素間的關係。

然而為了簡化藝術設計與社會關連的複雜度以突顯兩者中間的連結，本研究將在下一章的案例分析裡，只針對設計實驗性創作的反映及塑造取向進行探究。首先會以反映取向的說法，瞭解各案例中所反映出的社會樣貌和社會背景，再以塑造取向理論觀點，發現創作者是透過何種形式的符碼與概念進行觀念塑造，以呈現社會議題。

第三節 視覺媒體創作之應用分析研究

透過社會科學作為觀察和詮釋的方法，本研究希望對藝術與設計創作的發生和開展，以及媒材與載體的使用進行論述與研究，以此深入瞭解藝術設計創作與社會間的關係。在藝術設計創作中，其中屬「視覺媒體創作」能夠涵蓋多種載體與媒界，例如平面海報、插畫繪本、網頁、電視廣告、實體遊戲等，藉此以更多元、具有互動性的樣貌呈現議題。

2-3.1 視覺媒體的定義

人類獲得知識及訊息的來源甚多，一般來說都是透過個人直接或間接的漸中獲得。直接經驗是由自己親身活動的結果，間接的見則是透過語言、文字、圖片等媒介而獲得他人活動的結果（參圖2-8）。無論是何種類型的經驗取得，這些都與人類的感官作用有密切的關連，其中又以視覺和聽覺為大宗。

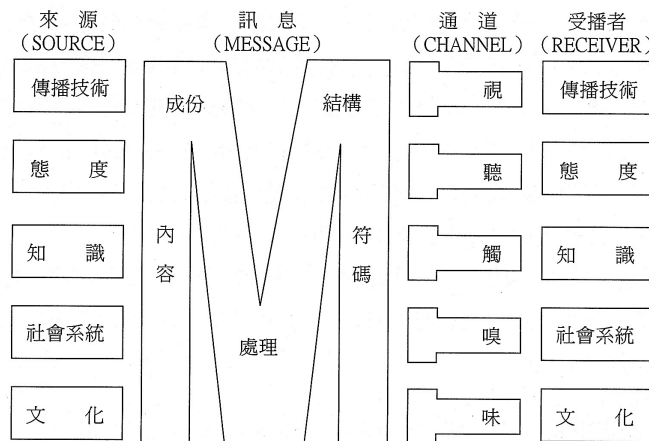


圖2-8 思想傳播模式要素圖，David K.berlo

媒體這一名詞來自於拉丁文中的Medium，亦被譯為媒介，是指「兩者之間」，它是指信息再傳播過程中，信息來源到接收者之間承載並傳遞信息的任何載體或工具。亦可把媒體看作為實現信息從信息來源傳遞到受接收者的一切技術手段，因此有「媒體即訊息」¹⁸之說法。媒體具有兩種含義，一個是承載信息的載體；另一個則是指儲存和傳遞信息的實體，例如承載信息載體的廣播、電視、電腦、網路、雜誌、報紙、圖片、電影等和存有信息的錄音帶、錄影帶、光碟以及相關的硬體設備。而現在媒體已經被作為各種通信工具、宣傳工具和教育工具的總稱。

視覺媒體則是媒體類別中以影像做為傳達基礎的呈現形式和工具。它不僅

大方向的包含視覺繪畫創作、視覺藝術創作，同時也兼容語言和視覺素材共構的創作，而非純視覺造型的藝術作品，因此也能納入陳述真實樣貌的新聞或是具有說服性的廣告等。視覺媒體能透過生動的圖畫和形象、動畫和特效效果等具有強烈真實感和表現力的表現形式，不僅讓觀者能充分運用感官獲取訊息、刺激觀者的興趣、提供具體的經驗，也能引起他們的求知慾並促進積極思考，因此視覺媒體普遍被使用在教學和宣導上。

2-3.2 當代視覺媒體創作的類別

若將視覺媒體視為承載和傳遞信息的實體，即可分為非放映性視覺媒體和放映性視覺媒體兩類。非放映性視覺媒體主要有可操作的物品（模型）、實物展示、印刷品、圖像教材等；放映性視覺媒體則有電視、電腦、電影、幻燈片和投影等¹⁹。

可操作的物品或模型指的是可以讓觀者實際動手觸碰觀察或操作的，除了提供視覺的刺激，這類媒體通常也能提供觸覺的刺激；實物展示通常結合具體的物品，輔以文字或圖像說明，引導參觀者了解實物的功能與外觀特色；印刷品種類繁多，其中以書籍、小冊子或小卡的形式為多，這些印刷品通常具有特定的訴求或訊息傳遞；圖像教材普遍包含1.圖片（still pictures）是以照相或類似照相的方式來表現人、事、物。2.圖畫（drawings）是將圖片簡化只強調主體，以線條來表達人、事、物。3.圖表（charts）是有系統的簡化資訊後的呈現方式，透過圖表可以迅速了解資訊之間的關係。4.統計圖（graphs）是將數據以視覺化呈現，除表達數據間的對應關係，也顯示數據所屬的實質意涵。5.漫畫（cartoons）以圖畫為主，文字對話為輔。6.海報（posters）是由文字、色彩、線條、圖形、圖片所組成，通常以鮮豔的圖形或醒目的文字來吸引越讀者的注意，通常不會一次傳達過多或過於複雜的資訊。

放映性視覺媒體中，幻燈片與投影是屬於較為傳統的放映形式，必須事先製作與拍攝好圖像、圖畫或圖表，再以機器進行投影放映。電視與電影是結合視覺與聽覺的多媒體類型，透過動態表現、不同角度的時空背景及敘事系統塑造最具真實感的故事和劇情，用以呈現多面相的訊息結構。例如是紀錄片、電視劇、電視廣告、電影、小品短片等。電腦則是以數位媒體的樣貌呈現，透過網絡、網頁及數位動態影像與觀者做更快速即時的互動。

2-3.3 當代視覺媒體創作的表現特性

1. 非放映性視覺媒體創作表現

(1)可操作的物品與實物展示

可操作性的物品與實物展示相較於圖像、圖畫這種單一平面訊息來源的創作要來的複雜，除了透過視覺與觀者互動，亦提供觸覺的刺激，創作類型可能包括教學模型（參圖2-9）、桌上遊戲（參圖2-10）或立體裝置（參圖2-11）等等。

創作者除了必須關注在物品外表和視覺訊息外，同時也需設想實物存在空間的樣貌和狀態，以及如何以文字或圖像輔助說明，成功引導觀者瞭解物品及實物的功能、外觀、特色²⁰。此外，除了視覺上的訊息接收外，可操作性的物品也著重在實際動手觸碰、觀察或操作互動，因此物品的外觀、使用材質、正確的操作介紹和使用流程說明即是此類型創作的重點。

在創作可操作性的物品或實物展示時，首先以使用者為中心來預想訊息內容、材質及操作模式，必須簡化細節以突顯訊息內容與主題，也同時必須針對它設計前導說明及後續活動，例如在操作前，運用印刷品、流程圖表或口頭說明先向使用者解說操作內容，並提醒他們在操作過程中應注意的地方。在操作過程結束後，透過後續活動來檢視和觀察使用者是否明瞭整個創作內涵及重點，也藉此作為未來修正的參考。



圖2-9 Antique toy, V&A Museum of childhood
(取自www.vam.ac.uk/)

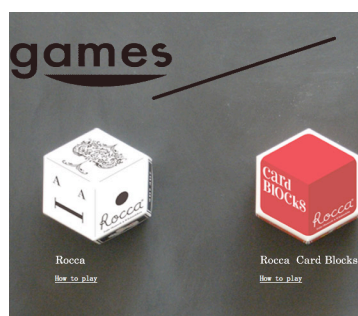


圖2-10 Rocca Game, Trulie Okamocek
(取自 <http://rocca-game.jp/>)



圖2-11 Drop, Paul Cockledge
(取自www.flickr.com/photos/ondondesignfestival/6377276817/)

(2) 印刷品與圖像教材

印刷品與圖像教材是屬於單純、單向性的視覺溝通媒體，主要是由文字、圖畫、圖像、圖表、符號、色彩或線條等平面視覺元素所組成，而為了引起觀者的注意、並快速的表達特定的訴求或是傳遞訊息，普遍會有系統的簡化視覺訊息，並且利用突出的圖像或是文字來彰顯主題，例如下圖的訊息設計作品（參圖2-12），它以簡化的符號表現歐美地區皇冠的分布與關聯。印刷品與圖像教材的單向溝通媒介的特點也造成它們與觀者較無互動性，因此這類型的創作重點除了在於色彩、線條、造型等外在視覺元素外，也同時著重在主題概念及視覺內容的敘事能力和說故事的方法。

在印刷品和圖像教材的創作上，主題來源若能貼近大眾的日常生活或是生命經驗，便能提供相近的情境讓觀者感同身受的參與問題與解決問題。例如在繪本（參圖2-13）或插畫書裡，圖畫成為故事的媒介，它以寫實或超現實的手法貼近生活和心中的意象。故事不再是透過文字來敘述，而是由觀者瞭解每個畫面的起始、發展到結束，並透過自己的意識和個人經驗去解讀和連結圖像的敘事系統，進而賦予觀者視覺性的整體思考。

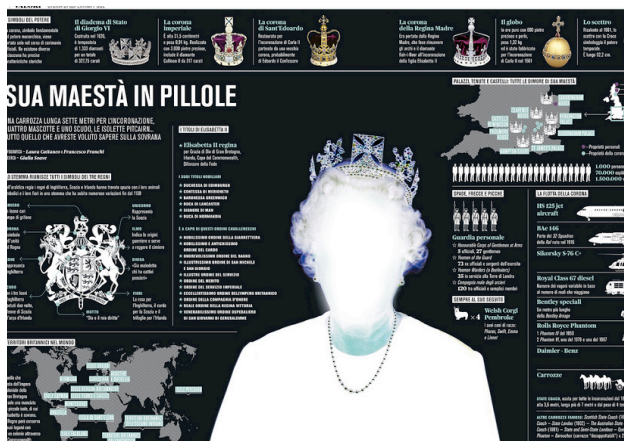


圖2-12 Infografica Regina FF, Francesco Franchi
(取自 www.flickr.com/photos/franchi/3048928992/lightbox/)

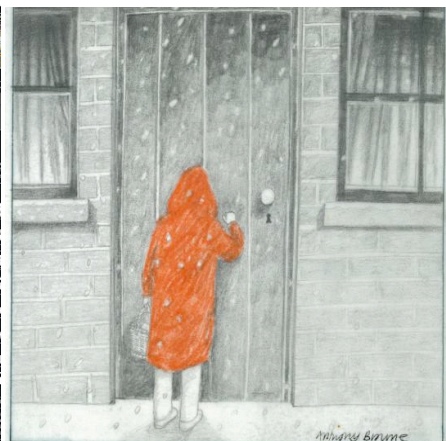


圖2-13 Into the Forest, Anthony Browne
(取自 www.hildrensbookillustration.com/iew_illustration.php?id=45)

2.放映性視覺媒體創作表現

(1) 幻燈片與投影

幻燈片與投影是屬於承載訊息和儲存訊息的實物載體，主要是結合圖像、圖畫、文字或圖表所進行的傳統放映模式。這樣的放映模式在現代科技的發展下，有逐漸轉產生新的多媒體技術。這個技術在外國日漸普及，主要是利用投射技巧，把立體3D動畫投射在建築物或空間上，達到藝術或市場推廣效果，例如建築物的3d投影（參圖2-14）、或是利用商品進行立體投影（參圖2-15、圖2-16）。

由於投影是必須事先製作內文圖表、拍攝圖像或是動態影片，因此在其創作表現上，除了要簡化視覺訊息、使用強烈的色彩、注重圖形和文字比例外，也必須考量到投影機的設置、建築物或空間的估算、以及兩者間的距離等，投影設備普遍在圖像大小和色彩明暗上具有調整的彈性，但仍要仔細評估展示環境的空間、或配合觀者數量進來行調整。



圖2-14 3d mapping-Johnny walker,
華山藝文特區
(取自 [www.youtube.com/
atch?v=8VCD6cRfRis](http://www.youtube.com/watch?v=8VCD6cRfRis))



圖2-15 Projection Mapping- New balance
(取自 [http://www.thebinder.com.tw/3d-
mapping/](http://www.thebinder.com.tw/3d-mapping/))



圖2-16 Get your Energy Back- Toyota
(取自 [http://www.thebinder.com.tw/d-
mapping/](http://www.thebinder.com.tw/d-mapping/))

(2) 電視與電影

電視與電影是結合動態視覺與聽覺的多媒體類型，以特效或轉換不同時空角度來引導觀者進入敘事系統中，透過具真實性的畫面和劇情內容呈現核心主題。這類型的創作有呈現真實社會事件的紀錄片、具有創造性和虛構的科幻片、貼近生活的音樂MV（參圖2-17）、或是具有創意娛樂性的電視廣告（參圖2-18）等，創作者同時間必須處理多方面的視覺、聽覺訊息和人物角色的行動發展，如何將主題表達清楚、掌握事件的發展性，進而引起觀者共鳴和理解即是這類型創作必須先注意的部份。其次才是影片的內容素材是否充足、影像長度多久、要以何種風格來呈現等等後續的思考。以紀錄片來說，主題可能是透過敘故事表述來反應一個問題或是呈現一個事件，而創作者真正要表達的是「真實問題」而非「真實資料」，因此生活中發生的真實資料必須運用自身的文化知識、社會語言和心理，對真實資料或影像進行選擇和安排。



圖2-17蘇打綠歌曲mv-你在煩惱什麼呀
(取自www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=-3TmzrEDuJ8 /)



圖2-18海尼根電視廣告
(取自www.youtube.com/watch?v=Qr0ipuwvuX4 /)

(3) 電腦與網路

在數位時代的今日，藝術創作與科技緊密相扣著，而視覺媒體在當代科技的快速發展下產生新的樣貌，電腦與網路帶動整個數位媒體的發展。藝術家開始以電腦數位工具進行創作，透過網路、網頁及數位動態影像的運用，整合多媒體、廣泛多元的資源、及快速有效的連結來與觀者產生即時的互動。而近年來智慧手機的盛行也帶動視覺媒體的另一種風潮，利用手機的拍照功能、無線網路、及手機應用程式，為視覺設計創作增加可能性。

科技與視覺媒體藝術的結合激盪出多元的藝術表現與互動特質，這些特質開啟了跨領域創作的可能性，不僅廣泛運用多元媒材與複合媒體，在表現形式與內容上更強調其互動性，使作品有更多元化及更開放的發展。此類的視覺媒體創作包含動態式的網路廣告、與觀者直接互動的網頁設計、或是以社群網路進行連結與分享的數位影片等，不僅與觀者有更多互動，也能依據使用者不同而產生不同的呈現。例如左下圖為知名設計公司Moving Brand所開發的電腦互動裝置(參圖2-19)、或是為結合實體玩具與平板電腦互動的應用程式(參圖2-20)、亦或者為結合平面印刷品、智慧型手機和網路媒體的網站宣傳(參圖2-21)，除了利用電腦科技與不同領域的跨界合作外，作品中的「互動性」技術使創作形式和溝通產生更多元的效果，不僅完整的將創作者的想法創意直接執行出來，也使產出的創作效果具有豐富的趣味性。



圖2-19 Moving Brand- Living identity
(取自 www.movingbrands.com/?paged=1&living=1/)

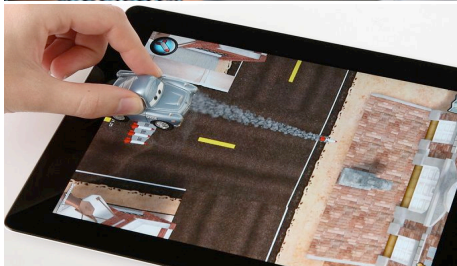


圖2-20 Disney- AppMATes
(取自 http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=VaNzbCt_xtcY)



圖2-21 Public Brussels- Reporters without borders
(取自 <http://en.rsfsf.org/>)

雖然並沒有一種媒體表現形式絕對有利於特定主題的表現，但由於載體和媒介的本質差異，有些主題和創意適合採取某些特定媒體的形式，因此如何使用媒體資源才能最有利的呈現訊息是需要透過創作者自身的知識經驗來判斷。

2-3.4. 小結

過去呈現社會議題普遍是以平面或是電視廣告作為宣導的表現形式，然而隨著電腦科技和社會文化的開放多元，創作者有更好的技術和更多的機會將創意透過複合媒材與媒體的使用與觀者進行溝通，因此本研究針對視覺媒體做介紹與認識，並透過現有的案例做分析，了解視覺媒體的發展以及不同媒材與創意結合後的表現形態。

而隨著不同表現載體的呈現，創作者亦運用不同的表現語彙和探討手法，例如在平面插畫或繪本表現上，多數會以敘事手法串聯起自身的生命歷程與大眾共同認知的視覺符號，建構出完整的場景畫面來陳述一段故事的發展並傳達訊息；而電影電視媒體的創作大多是描述或闡釋事實材料或日常生活經驗的影片，以田野調查詳細觀察、研究後的資料結合視覺影像材料來詮釋創作者對事件的看法。雖然表現載體會影響創作者使用視覺語彙的形式和主題概念，但這些創作概念發展都是以人和環境為基礎，不管是何種表現媒體，創作者往往是透過個人經驗和觀察來提出新的發現或是體悟，再以視覺上的陳述和符號來影響人的情感，而觀眾則是本能的對於他們所見的事物產生連結而有所回應。因此，在本研究創作中，將選擇多樣性的媒材，以不同的方法角度切入主題，帶領觀者感受更全面的觀點和體驗。

第三章 以社會問題為主的設計創作案例分析探討

社會議題（social issue）因為與生活息息相關而一直是大眾及政府、民間團體的高度關注和重視的部份，其所探討的社會問題（social problem）從全球暖化到生物多樣性，從道路安全到防治暴力，社會議題不再只是政府法規的訂定或人們口頭上的關切議題，而是將對議題的關心轉化成實際行動，用自身的力量去改變社會所存在的問題。身為一位視覺創作者或是設計師，對於公共議題的關注有更大的社會責任，英國著名的平面設計師 Neville Brody曾說「所有的平面設計師在這社會上肩負著更高標準的責任，正因為我們能將無形的想法視覺化成有形。」²¹平面設計師能將新聞上的社會議題、複雜的資訊數據或是抽象情感轉化成有形的符號或視覺訊息，例如將「愛」、「和平」等無形的概念透過創造心形符號或是反戰符號來呈現其意向，因此對於社會，設計師有很大的責任去傳遞正確的視覺訊息。國內外設計社團、學校單位或是國際設計競賽常以社會問題或公眾議題作為具社會性及教育性的海報創作或公益廣告主題，設計師們能充分表現出作品中的意義，並透過視覺語彙詮釋其豐富內涵，也藉此透過視覺設計創作的形式來表達對此議題的重視，並提升大眾對社會議題的關注，也試著影響公眾的認知、態度與行動。

而隨著電腦科技的發展，社會議題的創作媒材範圍不再僅止於海報或是廣告的形式，而是使用更多元性的媒材產生更多可能性的視覺媒體創作。本章希望藉由探討近期以社會問題為主的視覺媒體創作案例，來分析、觀察它們的創意發想和探討議題的方法，並進一步了解視覺媒體創作的媒體表現手法、表現特色和媒材使用的規劃，以作為本研究的創作參考。本章的第一部份將依據第二章的視覺媒體創作類別：可操作的物品與實物展示、印刷品與圖像教材、幻燈片與投影、電視與電影、電腦與網路這五項，分別找二到三件案例就其創作主題、創作特色、表現方法、資源使用與規劃進行介紹與分析。而為了配合本研究創作主題-職場霸凌，在第二部分以創作主題分類進行個案分析，探討霸凌問題之視覺媒體設計創作的視覺語彙和創作手法。

第一節 社會問題設計創作案例分析

3-1.1可操作的物品與實物展示

可操作性的物品與實物展示能透過視覺與觀者互動，亦提供觸覺的刺激，因此在利用設計創作表現社會問題時，它能夠帶給參與者更多感官的刺激，進而提升參與者的興趣與關注。下列表3-1、表3-2、表3-3是針對可操作的物品之視覺媒體案例所做的表格分析，由表格中可看出案例之創作特色、圖像表現形式、和資源使用與規劃。

表3-1桌上遊戲類別案例

 圖3-1案例-團體遊戲 (取自 http://www.nutshellcomms.co.uk/SubPage/events.aspx)			
作品名稱	Whose Shoes? Putting People First	圖像類型	電腦繪圖
表現議題	個人健康與社會關懷議題	圖像元素	文字、色塊、遊戲棋子
Whose Shoes? 是一個富有創造學習與發展性的互動式桌上遊戲（參圖3-1），藉由遊戲過程中的討論和對人的觀察來瞭解個人健康與社會關懷的相關議題，這幫助許多社會機構能針對成人進行社會照顧議題個人化的溝通與宣導。過去由於探討內容偏向個人理解與道德感，而非具有對環境或生命造成威脅性的議題，因此是很難提出來探討的。然而透過這個不具有競爭性的遊戲，鼓勵參與者提出自己的想法、分享好的實踐方法與探索生活的過程，以建立良好的溝通方式和互信互助的支持系統。			
創作特色	利用互動性的桌上遊戲探討議題		
表現方法	以類似大富翁的形式進行提問，參與者能夠互相分享想法與建議，並且透過合作來激勵彼此以提升自己的生活模式。以簡單的遊戲方式幫助使用者探索新的想法。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為成年人。遊戲內涵包含在地性的思考、個人性的計畫、照顧與支持服務的帶領等等，提供人們選擇與控制自己的生活模式，因此遊戲的目標族群是全體大眾，而遊戲主要是配合社區或社會機構所主辦的活動演講來進行遊戲和宣導教育。		

（本創作研究者整理）

表3-2 產品圖樣競賽類別案例



圖3-2 案例- Print Magazine- Carry Hope
(取自 <http://www.printmag.com/Article/The-Carry-Hope-Tote-Bags-are-Now-Available>)

作品名稱	Carry Hope	圖像類型	電腦繪圖、手繪
表現議題	環保/社會綜合議題	圖像元素	動物圖像、造型文字、資訊圖表、人物造型
Carry Hope 是由Print Magazine所發起的一個計畫（參圖3-2），這項計畫主要針對近年發生的許多天災人禍等社會議題，邀請12位深受大眾喜愛的設計師進行T-shirts和托特包的圖案設計，設計師們能夠自由選擇自己支持的慈善機構進行議題創作，最後會透過商品販售行為來籌措社會公益的資金，也提供一個方向讓大眾能為社會盡一份心力。而除此之外，這項活動也提供其他設計師或讀者一個管道能透過自己的設計能力引起大眾對社會議題的關注與關心，因此也對大眾讀者進行托特包設計徵稿，而吸引了一百多件作品參與這項活動。			
創作特色	利用具有宣導性的圖案和文字與商品做結合以探討各種議題		
表現方法	以邀稿跟徵件的方式集合多元的社會議題創作，並以統一的吊牌視覺整合這項計畫的設計概念。		
資源使用與規劃	主辦單位為設計性質的雜誌，因此能夠有足夠的資源進行有效的宣傳，使公眾了解整個計畫的動機目的，並能順利的邀請設計師進行社會議題創作及向大眾讀者徵件，也因此使整個計畫呈現多元豐富的面貌，進而促進大眾願意為此公益計畫購買商品的動機。		

（本創作研究者整理）

表3-3 生活用品類別案例

 圖3-3案例- WWF Paper Dispenser (取自http://adsoftheworld.com/media/ambient/wwf_paper_dispenser)			
作品名稱	Save Paper, Save The Planet	圖像類型	電腦繪圖
表現議題	自然與環保議題	圖像元素	南美洲地圖、紙巾
World Wildlife Federation 的這個廣告企劃（參圖3-3）就是利用生活周遭已存在的事物進行創意發想，在這個案例中，以有南美造型挖空的抽取紙機和綠色紙巾吸引使用者的注意，清楚的闡述每一張被抽取的紙即是從南美洲森林所得來，這個簡單的海報呈現了多重的感受和概念，讓觀者了解保護地球、減少雨林的消逝即是從減少紙張用量開始，進而達到制止並減少自然環境的加速惡化，並幫助創立一個人與自然和諧共處的美好未來。			
創作特色	結合日常生活已存在的物品和環保概念進行宣導，讓使用者能透過每天習慣的動作直接產生關注和連結。		
表現方法	將南美洲土地的造型貼紙貼在一般公共場合的擦手紙抽取機上，綠色的擦手紙會隨著時間逐漸減少，就如同南美洲雨林減少一般。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為全民。WWF的環保公信力加上海報與宣導文字往往能快速的引起觀者的重視，而利用公眾場合的擦手紙抽取機除了能有效傳達此活動概念，也能藉由現成物的結合而減少經費支出。		

（本創作研究者整理）

根據表3-1～表3-3 之分析，具有互動性的遊戲或產品不僅能帶來使用上的趣味性，更能提升參與者對於議題的了解和興趣，例如桌上遊戲的部份，能夠帶領參與者提出自身的思考與實踐方式，是一個能有效宣導且建立良好溝通的方式，而將社會議題與生活用品、產品的結合，也同樣能夠拉近使用者與議題間的距離，進而再生活上產生潛移默化的影響與改變。

3-1.2印刷品與圖像教材

印刷品與圖像教材主要是由文字、圖畫、圖像、圖表、符號、色彩或線條等平面視覺元素所組成，而為了吸引觀者的注意、有效的傳遞訊息，並加深他們對主題訴求的印象，多半會有系統的簡化視覺訊息，並且利用突出的圖像或是文字來彰顯主題。（參表3-4、表3-5、表3-6）

表3-4 街頭大型廣告類別案例

 圖3-4 案例- BBC World 街頭廣告 (取自http://www.adverbox.com/ads/bbc-2/)			
作品名稱	See Both Sides Of The Story	圖像類型	攝影
表現議題	社會犯罪議題	圖像元素	新聞畫面、文字、logo
新聞媒體總是聲稱他們是以正確、公正而沒有偏袒的角度來報導新聞，然而在很多時候卻發現許多媒體上被認定的事實和觀點其實只是一個故事的片面之詞，這對新聞媒體來說是冒險卻步可避免的現象。當全球知名的BBC也提出他們是以不偏不倚的角度來陳述事實時，必定也會遭受到質疑與不信任，因此，BBC透過 See Both Sides Of The Story 這個廣告宣傳（參圖3-4），以創意又明確的方法向觀眾證明他們的報導角度絕非單面向的呈現。			
創作特色	利用街角產生的視覺死角進行畫面的反差，以兩個角度呈現一個故事，以契合BBC WORLD的公正報導精神。		
表現方法	選擇十張不同主題的新聞畫面張貼在街口，以中軸線使左右畫面能夠因為視覺角度而獨立存在。觀者從單一角度觀看會產生自己的詮釋和想像，當他們再從兩個面向了解兩邊畫面彼此的關連性時，便能夠深刻理解 BBC 使用橫跨畫面中間標語「SEE BOTH SIDES OF THE STORY」所代表的意涵。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為有收看新聞習慣的民眾。為配合設計概念，在設計內容的圖像選取和拍攝、畫面構圖的佈局皆要仔細斟酌，且僅能以街頭戶外海報才能完整呈現設計概念。		

（本創作研究者整理）

表3-5 街頭藝術類別案例

			
圖3-5 Through A Mother's Eyes (取自 http://www.nutshellcomms.co.uk/SubPage/events.aspx)			
作品名稱	Through A Mother's Eyes	圖像類型	攝影
表現議題	社會族群議題	圖像元素	人像、母親的眼睛紙卡
JR是一個法國街頭藝術工作者，他選擇用他的相機為人們拍攝黑白的肖像，再印製成大型海報張貼在她們的社區街頭及建築物上，透過張貼不同地區、不同民族或不同性別的臉孔來表達社會議題或是呈現世界的樣貌。在2011年所進行的一個社區計畫Through A Mother's Eyes，參與計畫的成員包含紐約北邊布隆克斯區的貧困住戶，透過拍攝年輕人與母親眼睛圖片（參圖3-5），以突顯當地女性的重要並拉近居民間的距離。JR在世界的許多地區進行相似的計畫，他試圖以街頭藝術結合當地社區慶典來改變當地的高犯罪和貧困的樣貌。			
創作特色	結合在地社區居民與攝影形式的街頭藝術來探討族群議題		
表現方法	突破過去街頭藝術創作以大型圖畫、自己的名字縮寫的創作圖案的表現形式，改以與社區居民合作，將他們的照片肖像大圖輸出後張貼出來以闡述不同議題的意涵。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為社區居民。配合社區居民的生活環境與相關族群或社會議題進行創作發想，再進行拍攝當地居民的活動。並利用創作者在其他地方的創作案例當背書，而使他在其他地區進行類似案例時能夠更加順利的進行。		

（本創作研究者整理）

表3-6 政令宣導海報類別案例

 Figure 3-6 shows two posters from the Tokyo Metro 'Please do it at home' series. The left poster is titled '家でやろう。' (Please do it at home.) and features a man in a suit talking on a phone in four panels. The right poster is titled '庭でやろう。' (Please do it in the yard.) and features a man in a suit talking on a phone in four panels. Both posters have a yellow background and black text.			
圖3-6 Please do it at home, Tokyo Metro (取自 http://scope.metrocf.or.jp/gallery/mp_gallery2008.html)			
作品名稱	Please do it at home	圖像類型	電腦向量繪圖
表現議題	電車乘客禮節宣導	圖像元素	人物、電車情境、宣導文字
日本的傳統禮數精緻且精深，尤其是在生活禮節、現代商業和職場禮儀上，有許多值得探究和玩味之處，而東京地鐵（Tokyo Metro）的一系列電車宣導海報（參圖3-6）即是透過設計宣導禮節的最好例子。自2008年至2011年，東京地鐵共發行了36張與電車禮儀相關的宣導海報，海報主要以漫畫插圖的形式呈現，以簡潔的向量線條、網點和單純的黃色、白色、黑色做為作品風格的統合，並加入創意巧思的在每張畫面中皆陪襯一位大叔作為旁觀者與受害者的角色。海報標語僅以簡單的「Please do it at ____」來提醒民眾避免在電車上做出不適切的行為。			
創作特色	以幽默、風趣、和創意構圖的插畫來探討電車禮節議題。		
表現方法	以連貫性的漫畫風格與色彩展現多元的創作題材和創意巧思，使系列作品具有統調性卻富含變化。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為搭乘電車的乘客。海報以月刊的模式呈現，連續三年固定每個月推出新的宣導主題海報張貼於地鐵站和電車上，並按照月份整理此系列作品放置於東京地鐵網站做展示和宣導。		

（本創作研究者整理）

由表3-4~表3-6 可知，印刷品與圖像教材多以貼近生活的元素進行創作，透過攝影、或是鮮明的插圖來反映日常生活上的事件，並藉由充滿創意、幽默的圖像形式吸引觀者對議題的注意，尤其是東京地鐵的宣導海報（參圖3-6）成功的以簡化的插畫造型、富有故事性的內容、和連貫性的視覺風格引起大眾對這系列作品的關注和喜愛。

3-1.3 投影

投影即是利用投射技巧，把圖像、文字或動態影像投射在建築物或空間上，將可觀看範圍擴大以達到訊息傳遞之推廣效果。投影圖像內容必須簡化、使用色彩要強烈、注意圖形和文字比例，同時也必須考量到投影機的架設位置、建築物或空間的估算、以及投影機和壁面兩者間的距離。以下為投影類別之設計案例在表現社會議題上的分析。（參表3-7、表3-8）

表3-7 複合媒體創作類別案例

圖3-7 London投影 (取自 http://www.jennyholzer.com/Projections/site/London2006/) 圖3-8 MEN DON'T PROTECT YOU ANYMORE (取自http://www.jennyholzer.com/)			
作品名稱	Public Project	圖像類型	文字投影
表現議題	性別、人權等綜合議題	圖像元素	文字
此計畫是美國的女性觀念藝術家Jenny Holzer的作品，她從1977年開始嘗試用語言文字作為她的藝術創作元素，並使用傳統媒體以外的媒介和公共空間作為文字的載體。她將具有意義的文字投射在世界各地的大型建物或公共空間（參圖3-7），又或者結合社會性的文字標語和不同媒材載體：LED、T恤、電視訊息、貼紙、或海報等，展示在公眾場所來呈現她對特定議題的關注，並藉由充滿張力的視覺對大眾產生影響。她在1983年所做的系列創作「Survival series」（參圖3-8），即是結合大樓看板、跑馬燈、保險套包裝和電視頻道等媒介，以文字「MEN DON'T PROTECT YOU ANYMORE」來傳達生存的議題。			
創作特色	以文字標語結合多元媒材來探討社會議題。		
表現方法	將充滿張力的文句投射或張貼在公共空間，並配合播映、海報印刷、服飾印花等模式將文字標語融入日常生活。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為全民。文字源自書本典籍和Jenny個人創作，藉由不同載體和媒介的展演，使文字以多元並富含意義的樣貌呈現，甚至超越句子本身的力量。透過媒體資源的整合與概念的連結，social project 成功的達成引起大眾對議題關注的目的。		

（本創作研究者整理）

表3-8 投影計畫類別案例



圖3-9 Water marks project
(取自 <http://watermarksproject.org>)

作品名稱	The Watermarks project	圖像類型	文字投影
表現議題	地球暖化議題	圖像元素	文字、數據資料
全球暖化問題是近期備受關注的議題，但是當透過媒體傳播時，卻很難讓觀眾了解全球暖化與自身的關係和問題的嚴重性。在英國的小鎮布里斯托進行了一個藝術計畫「The Watermarks project」，主要是在市中心的建築物上以大型投影設備投影地球暖化後將會上漲的海平面水位線（參圖3-9），透過這種直接連結現實生活環境的方式來提醒大眾，讓觀者能自行想像未來潛在的水災危機及全球暖化將會對生活和城鎮帶來多大的影響。雖然這樣的投影宣導方式僅在英國的小城鎮進行，但是透過這項富含創意概念的藝術計畫，讓全球觀者皆能像當地居民一般深刻的瞭解到我們所面臨的巨大環境問題，也提供創作者另一個創造思考的方向：如何透過更有創意的方式來廣泛且有效率的散播訊息。			
創作特色	以圖像資訊投影結合現實環境以探討海平面上升問題。		
表現方法	在部份地區的建築物上投影未來海平面的最高水位線，以文字圖像和生活環境結合，讓觀者能快速了解此計畫的概念。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為鎮民。投影範圍為當地潛在具有水患危機的五個地區，而投影的內容來自於IPCC的研究數據。此計畫同時也帶領不同社區進行工作坊，讓民眾和藝術家能夠對此計畫有更深的認識。		

（本創作研究者整理）

由表3-7、3-8 的分析可發現，大型投影創作因為創作載體呈現面積較大，無論是文字、圖像、或是動態影像，皆能夠更迅速的吸引觀眾的目光，而若能夠利用創意概念結合大型投影圖像和現實生活環境，便能夠以最具有臨場感、最直接的方式來呈現社會議題之現象或影響，並且與大眾生活做密切的連結。

3-1.4 電視與電影

電視、電影這類型之媒體表現是結合動態視覺與聽覺，以特效或分鏡轉換引導觀者進入不同時空、角度來觀看故事，透過虛實交錯的畫面表達劇情內涵，不僅讓觀者能夠掌握劇情發展，也能滿足自身的想像。以下分別為電影、電視劇及電視廣告之案例分析。（參表3-9、表3-10、表3-11）

表3-9 電影類別案例

 森口先生の告白 とある中学校、1年B組。終業式後のホームルーム。担任・森口悠子がある事件。…数ヶ月後、学校のプールで彼女の一人娘が死亡した事件…の真相を話し始めた。事故死と判断された娘は、実は、クラスの中の2人＝犯人A・Bに殺されたのだと言う。それはまさに衝撃の告白であった。森口は少年法で守られた犯人たちに、ある想像を絶する方法で処罰を与えると宣言する…それはなんと？			
圖3-10 告白劇照 （取自http://www.imdb.com/media/rm1746254336/tt1590089）			
作品名稱	告白	圖像類型	錄像
表現議題	霸凌/青少年犯罪議題	圖像元素	學校、學生、老師、家長
由日本導演中島哲也執導的「告白」是改編自同名小說的電影，劇情描述一位象徵高道德標準的老師為了平衡正義，對輕視生命、低估生命本質的學生A與B進行一場人性心理的報復行動，利用學生間的制衡力量讓他們真正的「感同身受」死亡，而不是踏入有形的囚房。（參圖3-10）在電影中，故事是由劇中角色的對白所串聯建構起的，狀似羅生門般的反覆推演真相，觀眾是旁觀的全知者又像是犯罪者的身分凝視劇情發展，看著劇中角色做出矛盾的人性掙扎舉動。導演將這一道無解的道德議題拋向觀眾，由觀者自己去感同身受角色的矛盾與痛苦也檢視自己內在的本質。			
創作特色	由不同角度反覆推演故事，藉此探討多元的青少年議題。		
表現方法	導演大量使用全景俯視鏡頭，讓觀眾彷彿是審判者一般的看著故事進行，卻又同時以被害者和加害者的視角來描寫細節而增加故事內容的震撼力。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為學生、老師、家長與教育相關人員。告白是由同名小說改編而成的，保持小說篇章的架構，但在部份內容、人名、和人物出場有配合電影而作變更。		

（本創作研究者整理）

表3-10 電視劇類別案例



圖3-11 危險心靈劇照

(取自 <http://web.pts.org.tw/~web01/Dangerous/p1.htm>)

作品名稱	危險心靈	圖像類型	錄像
表現議題	學校與教育改革議題	圖像元素	學校、學生、老師、家長
危險心靈是一部改編自台灣作家侯文詠同名小說的電視劇（參圖3-11），劇情主要以青少年學生的角度切入教育體制問題，真實的突顯青少年對於生命、教育現狀與未來充滿了疑惑和不解，而接踵而來的校園事件也帶出台灣教育改革政策下，學校、老師、學生、家長及社會在各個方面產生的矛盾與衝突現象。劇情的故事鋪陳除了深刻點出教育體制內外的不正常現象，真實的反映出成年人在現實生活裡面對社會的群體思維模式的無知和逆來順受，也同時展現現代人生活上的荒謬及無奈，危險心靈即是透過這場危險的旅程來獲得心靈的成長與人際關係的改善。			
創作特色	以社會寫實的手法將方式呈現台灣教育改革和學校議題		
表現方法	劇情內容涵括家庭問題、學校制度、教育改革、青少年問題等等，透過對升學主義導向的社會現象提出質疑，來挑戰社會既定的觀念並反思最終教育的目的。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為學生、老師、家長與教育相關人員。因劇情改編自小說，為了增加內容的豐富性和視覺順序性，而將小說的短時間事件、單線進行表現做變動，加入支線和部份細節來使敘事過程更完整，也因而把主題也從探討「教育」延展為青少年的「成長」。		

（本創作研究者整理）

表3-11電視廣告類別案例

			
圖3-12 Shattered Dreams, Transport of London (取自 http://www.youtube.com/watch?v=TTNFpBaOcoQ&feature=channel)			
作品名稱	Shattered Dreams	圖像類型	錄像
表現議題	道路安全議題	圖像元素	車禍、小孩、奧運運動員、家庭照片、獲獎獎牌
英國倫敦交通部（Transport of London）從2008年開始一項行人道路安全計畫（TFL Road Safety），分別以平面廣告和電視廣告進行宣導，而經過研究調查，這項道路安全計畫的確發揮效用，不僅將道路意外發生的比例降低，也引起倫敦市民的一致肯定。在這系列廣告中，其中的電視廣告Shattered Dreams（參圖3-12）特別吸引人的注意。導演利用時空交錯的手法將一場交通意外連結了女孩的現在和未來，透過如此強烈的因果關係來讓駕駛或觀者能夠多留意行車當下的每一分一秒，否則一個女孩的璀璨未來可能會因為過去的一場意外而全部粉碎掉。			
創作特色	以跨越時空及超現實的拍攝手法來呈現交通意外事件。		
表現方法	這個電視廣告將小女孩的生命比擬為玻璃，是脆弱、一碰即碎的個體，而當交通意外發生的同時，未來的影像、成就逐一的支離破碎，在視覺上充滿張力跟震撼感。		
資源使用與規劃	作品的主要目標對象為駕駛者、家長和青少年。由於是倫敦交通部進行的計畫，因此系列的平面廣告、電視廣告皆能透過公眾場所、地鐵車廂、地鐵站及倫敦交通工具進行張貼或播放，進而得以提高此項計畫的高度曝光和宣導效益。		

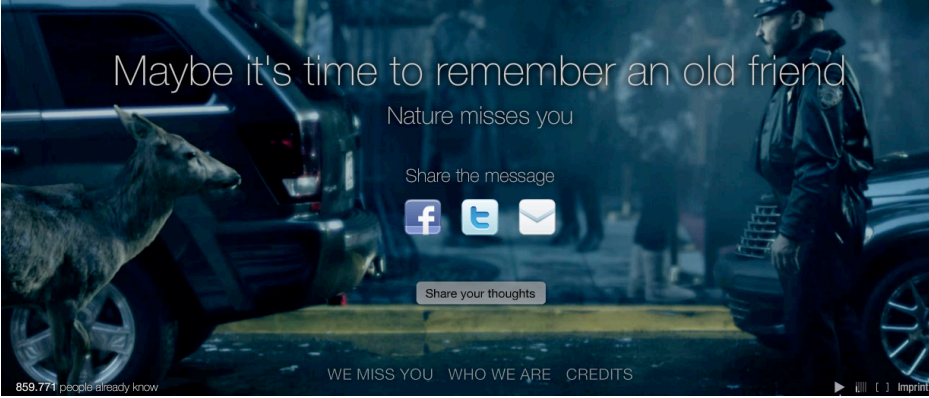
（本創作研究者整理）

從表3-9~表3-11 來看，利用電視與電影這類型的視覺媒體呈現社會議題時，其敘事的手法和劇情發展架構是引起觀者興趣的關鍵，例如電影和電視劇以寫實的手法，真實的反映出現實生活裡所面對社會的現象和群體思維模式，而其中也不乏是利用特殊運鏡、超現實手法、或倒敘手法來加強視覺張力，藉此引起觀者對此議題的關注。

3-1.5 電腦網路

電腦帶動數位媒體的發展，透過網路、網頁及數位動態影像與觀者做更快速即時的互動，利用電腦這類的數位工具進行創作，再透過網路、網頁及數位動態影像來結合創作概念，以多元、又跨界的形式整合媒體來呈現最後的成果。下列是利用電腦網路進行社會議題探討之案例分析。（參表3-12、表3-13）

表3-12 網路宣導影片類別案例

			
圖3-13 We miss you-Nature misses you (取自 http://www.wemissyou.de/)			
作品名稱	WE MISS YOU	圖像類型	錄像
表現議題	自然生態議題	圖像元素	城市街道、車陣、警察、鹿、文字
網路藝術早期認為「在網路上呈現的數位作品」，近期則被定義為「以網路為創作的媒介或平台，去從事視覺、表演、探討社會議題、資訊分析等的創意表現。」網路藝術多半具有互動性、參與感、及使用複合式媒體的特性，且利用人們的互動行為來傳播訊息。WE MISS YOU 是由三位德國電影系學生在2011年所製作的一項計畫，他們拍攝了一段極具戲劇張力的短片（參圖3-13），並以擬人手法讓誤闖都市叢林的梅花鹿在出車禍前，用誠摯的眼神看著警官，並說出「Nature misses you」這一訊息，短片結束的同時出現社群網站的點擊標誌和「Maybe it's time to remember an old friend」，讓人們能想起自然的重要並將這樣的觀念訊息傳遞出去。			
創作特色	透過數位影音搭配社群網路的連結，利用人的互動性來宣導議題。		
表現方法	以電影拍攝手法來製作這部影片，片中將動物擬人化並放置在都市中以產生視覺反差。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為全民，因影片和網路轉載的特點，而僅能用電腦網路呈現。此案例能在短時間達成近百萬人轉載瀏覽的紀錄，除了因為計畫本身強而有力的視覺和概念張力，也必須歸功於社群網路能快速分享轉載訊息的功能。		

（本創作研究者整理）

表3-13 海報與QR碼



圖3-14 Anti bear farming (取自 <http://www.youtube.com/watch?v=0f-W4qawJRk>)

作品名稱	Anti bear farming	圖像類型	攝影
表現議題	自然生態議題	圖像元素	黑熊、籠子、腳印、QR碼、文字
在韓國，為了從熊身上取得稀有的中藥材原料，大約有1140隻熊被迫居住在又小又髒的籠子裡，而為了使韓國民眾能夠了解現狀並正視這個問題，韓國泰迪熊博物館決定製作一個保護黑熊的廣告企劃。他們製作一張巨形海報（參圖3-14），上面印有一隻仰望的黑熊，這張海報被張貼在人來人往的地鐵車站地板上，每當人們經過、踩過這張海報，便留下黑色的足跡並逐漸襯出籠子的造型和宣導的文字。在海報的一側利用QR碼建立一個網站的連結，觀者可以利用手邊的智慧型手機直接連結到官方網站以了解更多相關資訊。最後，他們將整個海報製作過程及宣傳片段加入英文說明後剪輯成影片，藉此讓更多人能夠了解這個議題並且看見他們的巧思和創意。			
創作特色	以人與海報互動的方式來呈現議題。		
表現方法	改變海報原本單一性的溝通，透過雙面膠和噴膠等媒材的使用，讓人們的足跡變成作品的一部份，同時也透過QR碼這種數位媒介的輔助讓觀者能迅速接收到更多資訊，更促使海報和觀者能產生互動。		
資源使用與規劃	作品的目標對象為全民，因設計概念和使用媒材的限制，僅用於地面巨型海報。		

（本創作研究者整理）

由表3-12、表3-13 可知，這類型的視覺媒體創作透過科技產品的輔助、及社群網絡的連結與觀者產生更多互動，也依據使用者不同而產生不同的效果。從以上探討社會問題的設計案例分析中，了解到創作表現方法與作品的創意內涵和概念發想緊密連結的，除了妥善利用視覺元素、文案、色彩支持創作概念，更透過實質的媒體、媒材運用技巧和規劃實踐創意。而這也顯示，即便是針對艱澀的議題，仍能藉由視覺媒體創作以多元的方式帶來正向的影響。

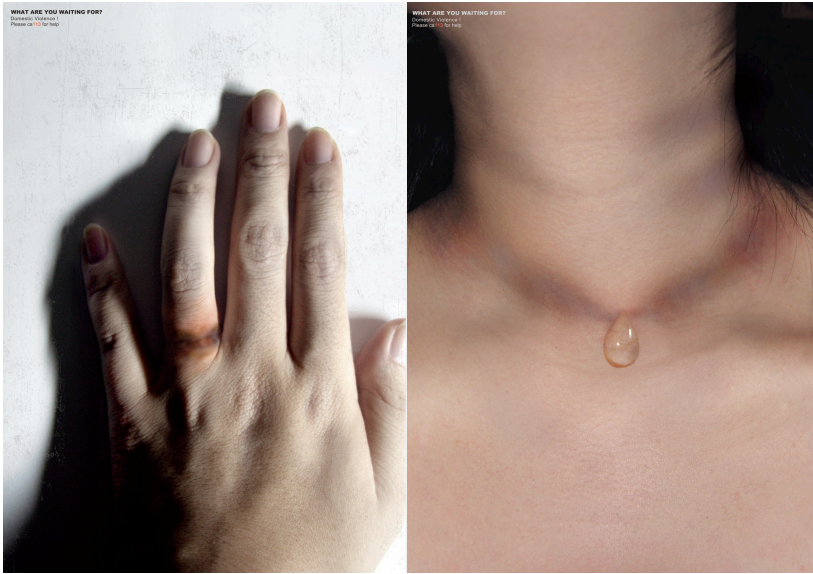
第二節 霸凌議題的設計案例分析

在上一節，本創作研究以五種視覺媒體類型探討社會問題之創作表現，其中探討的社會議題包含了個人健康與社會關懷議題、自然與環保議題、社會犯罪議題、社會族群議題、環境禮節議題、性別與人權議題、青少年犯罪議題、學校與教育改革議題、與道路安全議題等，這種以創作表現手法分類的方式，所涵蓋及探討的社會問題較為廣泛，較難從中找出單一主題類別之表現手法和比較其創意發想及作品形態。

因此，本節將針對本創作研究主題-職場霸凌問題進行相似主題類型之案例分析，例如受虐議題、家庭暴力議題之創作案例等，不僅就其表現形式的可能性進行觀察，亦分析表現手法與符號使用，以了解過去是如何以視覺媒體設計來探討霸凌這類型的問題。（參表3-14~表3-17）

表3-14 之案例 Domestic violence- Ring/ Necklace，為筆者於2009年的個人創作，這件作品主要是以平面海報探討家庭暴力的問題，透過簡潔的畫面和符號的使用，以隱喻手法來呈現議題；表3-15之案例 Silence hurts，是國際特赦組織針對暴力問題所發行之系列海報，以明確的影像呈現人臉和手的強烈對比，讓觀者能夠快速的發現暴力問題往往是因為受害者選擇息事寧人而越來越嚴重；表3-16之案例 Ending slave labor is not this easy，為國際勞工組織針對勞工議題宣導做製作的雜誌廣告，透過簡單的畫面構圖和利用書本翻閱的特性進行創意設計，藉由與書本的互動讓觀者關心奴隸問題的存在；表3-17之案例 Domestic Violence，是國際特赦組織在2009年所推出的防治家暴公益廣告，它結合科技媒體的互動性與傳統街頭看板的特色來呈現作品的概念，讓觀者藉由實際互動而提高興趣與關注。

表3-14 平面海報-防治婚姻暴力

 圖3-15Domestic violence- Ring/ Necklace (個人創作)			
作品名稱	Domestic violence	圖像類型	攝影
圖像元素	手、頸部、瘀青、淚滴	文案	What are you waiting for! Please call 113
這系列海報為筆者於2009年的個人創作，這件作品主要是以平面海報探討家庭暴力的問題（參圖3-15）。過去，戒指和項鍊通常是象徵著愛和婚姻，但在畫面中，無名指上那一圈被緊勒後產生的瘀青戒指，和頸子上那一道被人掐住的傷痕項鍊跟眼淚鑽石象徵著變質的情感，它們不再是愛而是枷鎖。這個概念呈現出家庭暴力是如何破壞人們的婚姻和幸福，也表現出深陷在婚姻暴力的人往往被囚禁在這樣的枷鎖裡無法逃出。透過這件海報，希望觀者能感受到家庭暴力是一件嚴重且刻不容緩的問題，別在等待與遲疑而造成悲劇，立即幫助需要我們的人。			
創作特色	以簡潔的畫面和隱喻手法來呈現議題。		
表現方法	這張海報以巨碑式的構圖來編排，先以拍攝局部人體圖像後，透過電腦繪圖刻畫出寫實的瘀青和傷痕效果。		
資源使用與規劃	這件作品的目標對象為全民，特別是深受家暴傷害、或是家暴目擊者，主要流通於雜誌、報紙、街頭大型廣告、車體廣告及海報。		

（本創作研究者整理）

表3-15 平面海報-防治暴力海報



圖3-16 Silence hurts-hurt girl/ hurt old man/ hurt kids/ hurt woman
(取自<http://www.ads-ngo.com/tag/amnesty-international/page/8/>)

作品名稱	Silence hurts	圖像類型	攝影
圖像元素	男人手、女孩、老人、 男孩、女人、瘀青	文案	Silence hurts call 707200077
這系列海報為國際特赦組織所發行，主要是以平面海報設計來探討家庭暴力的問題（參圖3-16）。在畫面中，每個人皆做出保持安靜的手勢，臉上除了帶著傷口，也表現出憂慮和害怕的神情。當仔細觀看靠在他們嘴上的那隻手，是一隻粗壯、具有刺青、濃密手毛的男人手臂。這隻手與人像的害怕模樣產生連結，也道出海報的核心主題-保持安靜、不聲張只會使暴力問題持續存在，安靜也是會帶來傷害的。			
創作特色	以簡潔的畫面和對比手法來呈現議題。		
表現方法	這張海報以巨碑式的構圖來編排，先以拍攝人像後，透過電腦繪圖合成男性的手，並且刻畫出寫實的姿態和傷痕效果。		
資源使用與規劃	這件作品的目標對象為全民，特別是深受家暴傷害、或是家暴目擊者，主要流通於雜誌、報紙、街頭大型廣告、車體廣告及海報。		

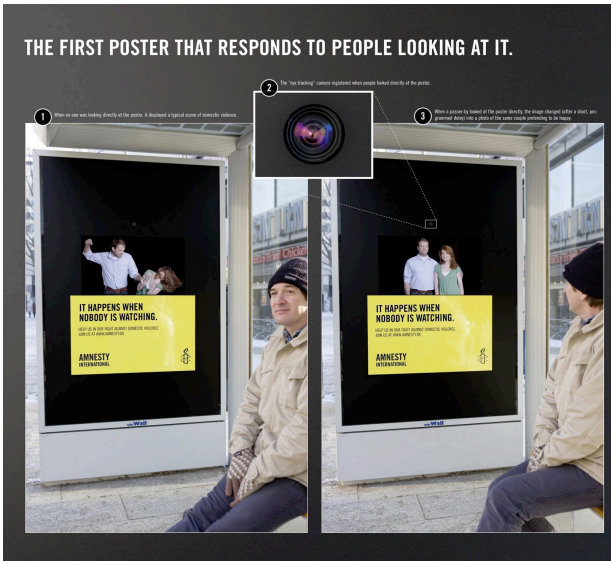
（本創作研究者整理）

表3-16 雜誌廣告-解決奴隸問題

			
圖3-17雜誌廣告-Ending slave labor is not this easy (取自 http://osocio.org/message/ending_slave_labor_is_not_this_easy)			
作品名稱	Ending slave labor is not this easy	圖像類型	攝影
圖像元素	粗糙的雙手、手銬	文案	Ending slave labor is not this easy
國際勞工組織International labour Organization (ILO)是一個以國際勞工標準處理有關勞工問題的聯合國專門機構，此組織主要在維護勞工權利並改善其工作與生活狀況，提供就業資訊與培訓機會來製造就業機會，同時也管理職業安全、健康危害警示系統、勞動標準與人權項目等。ILO透過平面公益廣告來宣導勞工議題（參圖3-17），而其中「Ending slave labor is not this easy」即是以具有互動性的雜誌公益廣告來呈現。他們利用雜誌翻頁的特性，在雜誌頁面中間連結了一副手銬，當讀者用力將書本攤平的同時，也將這道枷鎖破壞掉，但在枷鎖後方寫了「解決奴隸問題不像這動作一樣簡單」，藉此提醒讀者關於奴隸問題的存在和關心此議題的必要性。			
創作特色	以簡潔的圖像和利用載體的特性發展出互動效果。		
表現方法	在視覺符號的使用上，以手銬和粗糙的手來顯示奴隸議題，並巧妙運用雜誌的翻頁特性，讓讀者的動作具有意義，在透過文案的題點讓作品主題更明確且前後呼應。		
資源使用與規劃	加入立體書的互動形式概念，藉此突破雜誌廣告的樣式。		

（本研究整理）

表3-17多媒體互動裝置-防治婚姻暴力

 THE FIRST POSTER THAT RESPONDS TO PEOPLE LOOKING AT IT. 1 When no one was looking directly at the poster, it displayed a typical scene of domestic violence. 2 The 'eye-tracking' camera registered when people looked directly at the poster. 3 When a person looked at the poster directly, the image changed after a short, pre-programmed delay into a picture of the same couple attempting to be happy.			
作品名稱	Domestic violence	圖像類型	攝影
圖像元素	男人、女人、家暴行為	文案	It happens when nobody is watching
在數位科技蓬勃發展的年代，海報或街頭看版也發展出新的可能性，能夠有效的傳遞訊息並吸引觀者的注意。國際特赦組織Amnesty international在2009年推出的防治家暴公益廣告就是一個例子（參圖3-18），它結合了新的數位媒介與傳統街頭看板廣告，利用視訊鏡頭感應觀眾的動態，當我們看著數位海報時，海報顯示的是一對相安無事、甜蜜的夫妻，一旦觀者目光離開海報，海報即會產生變化顯示家暴的樣貌。設計作品藉由科技與數位媒介的輔助，能將家庭暴力總是隱藏在大眾目光下的特性完整的呈現出來，此外，透過與作品的實際互動，不僅能提高觀者的興趣和關注力外，也能讓他們能夠更清楚的了解議題。			
創作特色	以新的數位媒介輔助海報呈現社會議題概念。		
表現方法	利用視訊鏡頭感應觀者動態來改變海報上的影像，藉此讓作品和觀眾產生連結與互動性。		
資源使用與規劃	由於視訊感應鏡頭的架設距離和高度考量，因此將海報放置地點設在候車站的海報看板上，不僅讓等候的乘客有足夠時間與海報產生互動，也能讓路過的行人能看見互動的過程和結果。		

（本創作研究者整理）

由表3-14~表3-17可知，探討霸凌議題的創作多利用簡潔的圖像和暗喻的手法來呈現主題內容，藉此讓觀者能快速的接受到畫面上的主題內涵，例如表3-14 之案例 Domestic violence- Ring/ Necklace，以中軸畫面搭配象徵婚姻的戒指與項鍊符號，以隱喻手法來呈現婚姻暴力下的傷痕；又或者是表3-15之案例 Silence hurts，以悲傷、無奈的人像搭配一隻粗暴的手，兩者間的對比和手部的動作能讓人快速連結暴力問題與消極的息事寧人的家庭霸凌現象；表3-16之案例 Ending slave labor is not this easy，連結畫面構圖與書本的特性對比出帶出解決奴隸問題的困難與大眾普遍的錯誤認知；表3-17之案例 Domestic Violence，以科技媒體的互動性來完整呈現出家庭暴力總是隱藏在大眾目光下的特性，藉此讓觀者以實際互動的形式提高他們對議題的興趣與關注。由以上案例來看，藉由互動性的裝置的確能讓觀者提高對創作的關注，進而深入了解議題，而這些特點可做為本創作研究之參考。