

後現代數位媒體設計：美學評析與實證研究

POST-MODERN DIGITAL MEDIA DESIGN

AESTHETIC EVALUATION AND EMPIRICAL STUDY

洪雅玲
YAH-LING HUNG



國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

後現代數位媒體設計：美學評析與實證研究
/洪雅玲 著--初版.--臺北市：田園城市文化事業
2011.03 面；公分
ISBN 978-986-6204-17-3 (平裝)
1.數位藝術 2.數位媒體 3.設計
956.7 1000003121

後現代數位媒體設計：美學評析與實證研究

Post-modern Digital Media Design : Aesthetic Evaluation and Empirical Study

作者／洪雅玲

美術設計／林銀玲

發行人／陳炳樛

發行所／田園城市文化事業有限公司

登記證／新聞局局版台業字第6314號

地址／104 臺北市中山北路二段72巷6號

電話／886-2-2531-9081

傳真／886-2-2531-9085

部落格／gardenct.pixnet.net/blog

電子信箱／gardenct@ms14.hinet.net

劃撥帳號／19091744 田園城市文化事業有限公司

初版一刷／2011年3月

ISBN／978-986-6204-17-3 (平裝)

定價／新台幣 280 元

版權所有 翻印必究（缺頁或破損請寄回更換）

後現代數位媒體設計：美學評析與實證研究
POST-MODERN DIGITAL MEDIA DESIGN
AESTHETIC EVALUATION AND EMPIRICAL STUDY

洪雅玲
Yah-Ling Hung

自序

十餘年來，作者在輔仁大學傳播學院影像傳播學系，傳授電腦繪圖、2D 動畫、網頁設計、互動媒體設計等實務課程。每天忙於8種軟體技術的升級與編寫使用說明講義(Photoshop、Illustrator、In Design、Flash、Dreamweaver、Firework、Painter、Director)，且帶領學生完成近二十個公益與弱勢團體的官方或活動網站，因而2010年得到輔大教學成果獎；四年前，開始到台北科技大學設計學院創意設計學士班傳授電腦繪圖輔助設計課程，在科班與非科班學生的學習過程中，發現重技術、輕美學的作品很難登上世界舞台，於是開始從事一系列世界知名數位媒體設計的研究，因而開設了設計美學、攝影鑑賞、藝術評論、數位媒體設計鑑賞等理論課程，也陸續發表了8篇相關的學術論文。當個人在引用文獻、撰寫論文的過程中，發現國內外有關設計技術的書如過江之鯽，然而關於數位媒體設計美學的書卻有如鳳毛麟角。

猶記得作者從美國威斯康辛大學麥迪遜分校藝術研究所畢業後，回國至台北市立美術館擔任編審、助理研究員期間時常遇到一個難題：國內外的藝評家對於現代藝術的批評常有一定的模式，然而對於後現代設計是否也有著類似計量的準則？尤其數位媒體設計是典型的後現代產物，傳統藝術的金科玉律似乎對其無用武之力，究竟該如何欣賞與評析數位媒體設計呢？近年來作者有幸擔任全國數位4C(動畫遊戲類)、行政院新聞局雜誌金鼎獎(攝影與美術設計類)、時報廣告金犢獎(網路廣告類)等全國性數位設計比賽的評審，發現每次比賽的評審標準不一，甚至因邀請評審的專業而產生不同的評鑑標準，讓許多參賽者感到迷惘，假如全國性比賽都缺乏較客觀的評鑑準則，我們如何教育新一代的設計者走上正確的成長軌道？2000～2010可稱是數位媒體設計第一個成熟的十年，因此作者想從一個數位媒體的設計

者、教育者、評鑑者、研究者的角度，著手一本跨藝術、設計、資訊與傳播的書，希望可以成為數位媒體設計與後現代閱聽人的溝通媒介，以協助設計人正確掌握後現代消費者的口味，與帶領閱聽人成功解讀數位媒體所傳達的訊息。

本書的章節概要如下：第一章節的目的在於闡述研究動機與設計理論，首先釐清現代與後現代的定義與介紹後現代美學題材、手法與風格的演變，其次介紹常見的藝術批評的基本元素與可應用於數位媒體設計的藝術理論；第二章節的目的在於分析數位媒體設計的評析類目，每一小節皆從起源、定義、演進談起，其次引介相關文獻來探討該類目的特性、功能與應用，最後作者提出適合後現代閱聽人的設計準則。第三章節則研討流行的數位媒體設計的應用範疇，每一小節皆從起源、定義、演進談起，其次引介相關文獻來探討該應用範疇的特性、設計與應用，最後作者提出該類數位媒體設計的實際運作過程，以及可能獲得後現代閱聽人青睞的成功關鍵；第四章節是有關數位媒體設計的實證研究，以代表東西方數位媒體發展關鍵的電影海報、運輸廣告、影音短片與網路廣告為例，來解讀流行於後現代的影像、廣告、影音與互動設計；第五章節則是介紹東西方數位設計的發展概況與對於台灣數位內容設計未來的期待。最後在附錄中編列了國內外知名數位媒體設計比賽的評析準則，希望可以提供莘莘學子與業界精英的創作參考。

本書能順利完成，首先感謝輔仁大學校長、副校長、教務長等師長的支持，鼓勵作者利用寒暑假、帶職帶薪地赴英進修博士，方能順利研讀東西方數位媒體設計的相關研究，亦由衷感謝英國里茲大學設計研究所的Tom Cassidy、Stephen Westland、Catherine Stone教授的協助與指導，將以往數位設計領域的創作與研究，奉獻於人類健康傳播的新頁——健康資訊設計與評估，順利於英、美兩地國際學術研討會發表相關論文；最後特別感謝傳播學院與藝術學院諸位教授對於本書的指正，以及影像傳播學系同仁的協助，在撰寫相關論文與專書的五年當中，分擔了筆者的授課與服務，衷心感謝，無以言表！

目錄

10	第一章、導論
11	第1節 前言
13	第2節 現代與後現代之釐清
15	第3節 後現代設計美學
19	第4節 新媒體、數位媒體設計
21	第5節 數位設計鑑賞與評論
26	第二章、後現代數位媒體設計之評析類目及設計原則
27	第1節 編排設計
30	第2節 色彩設計
33	第3節 創意設計
36	第4節 符碼設計
40	第5節 風格設計
43	第6節 攝影設計
48	第7節 資訊設計
51	第8節 流行設計
54	第9節 技術設計
58	第10節 小結
60	第三章、數位媒體設計之設計步驟與成功關鍵
61	第1節 視覺傳達設計
64	第2節 影音短片設計

67	第3節	角色動畫設計
72	第4節	線上遊戲設計
76	第5節	線上學習設計
80	第6節	互動網頁設計
84	第7節	網路廣告設計
88	第8節	電子書設計
91	第9節	多媒體教材設計
95	第10節	小結

98 第四章、數位媒體設計之實證研究

99	第1節	東西方數位影像設計技法與風格之比較與分析 以「金馬獎」與「奧斯卡」最佳影片的海報設計為例 (1971~2006)
114	第2節	東西方運輸廣告設計之比較與分析 以「台北捷運」與「倫敦地鐵」的燈箱廣告設計為例
128	第3節	解讀後現代影音藝術的流行符碼與視覺風格 以2007百大發燒金曲MV為例
142	第4節	數位行銷新美學：豐富媒體設計初探 以2006~2009年台灣金手指網路廣告獎得獎作品為例

162 第五章、總結與前瞻

163	第1節	東西方數位設計的發展概況
165	第2節	台灣數位內容產業發展的問題
168	第3節	台灣數位媒體設計的未來展望

170 參考書目

185 附錄

表格目錄

表1.1	現代主義與後現代主義的創意對比
表1.2	後現代設計題材選擇
表1.3	後現代設計相關手法
表1.4	後現代設計相關派別
表2.1	國內外有關「編排設計」的評析類目
表2.2	國內外有關「色彩設計」的評析類目
表2.3	國內外有關「創意設計」的評析類目
表2.4	國內外有關「符碼設計」的評析類目
表2.5	國內外有關「風格設計」的評析類目
表2.6	國內外有關「攝影設計」的評析類目
表2.7	國內外有關「資訊設計」的評析類目
表2.8	國內外有關「流行設計」的評析類目
表2.9	數位媒體設計常用的電腦應用軟體
表3.1	國內外有關「視覺傳達設計」的評析研究
表3.2	國內外有關「影音短片設計」的評析研究
表3.3	國內外有關「角色動畫設計」的評析研究
表3.4	國內外有關「線上遊戲設計」的評析研究
表3.5	國內外有關「線上學習設計」的評析研究
表3.6	國內外有關「互動網頁設計」的評析研究
表3.7	國內外有關「網路廣告設計」的評析研究
表3.8	國內外有關「電子書設計」的評析研究
表3.9	國內外有關「多媒體教材設計」的評析研究
表4.1	金馬獎 & 奧斯卡最佳劇情片
表4.2	金馬獎 & 奧斯卡數位影像設計技法使用比例
表4.3	金馬獎 & 奧斯卡數位影像設計風格使用比例
表4.4	運輸廣告創意策略使用比例
表4.5	運輸廣告編排計畫使用比例
表4.6	運輸廣告配色原則使用比例

表4.7	MV流行符碼使用比例
表4.8	MV視覺風格使用比例
表4.9	豐富媒體設計訪談對象列表
表4.10	創意策略之定義與舉例
表4.11	視覺風格之定義與舉例
表4.12	互動原則之定義與舉例
表4.13	豐富媒體創意策略使用比例
表4.14	豐富媒體視覺風格使用比例
表4.15	豐富媒體互動原則使用比例

附錄

國內知名數位媒體設計比賽評析準則

國際知名數位媒體設計比賽評析準則

第一章

導論

前言

常聞物以類聚的「風格」文辭形容現代藝術，如印象、野獸、立體、表現、抽象等派別。而「莫衷一是」的後現代設計是否也有著類似歸屬的描寫辭彙？常見步伐一致的創作技法，徜徉於同一種風格的現代設計裏，如比例、平衡、對比、透視、律動等，而「模糊不確定」的後現代設計，是否也有著類似計量的創作技法？

現代文學以字句、段落、語意、修辭等元素組合來表現美；現代繪畫以色彩、線條、平衡、空間等元素組合來表現美；現代音樂以節拍、快慢、調性、旋律等元素組合來表現美；但多元解構的後現代設計，結合了資訊、科技、傳播、設計、心理、經濟、社會等不同學門的精髓，運用了文字、圖片、影像、音樂、動畫、影片等多媒體來創作，任何一個單一媒材的鑑賞與評論系統，實在很難來評斷此種結合美學、技術與行銷的設計創作，尤其後現代設計的本意在於反抗傳統藝術的金科玉律，因此並沒有一定的美學規則，但正因其含糊不清的創作動機，更留給閱讀者無限的遐想餘地。

「設計」，是美學的化身，是文化的表徵，更是時尚的代言者，從平面式的編輯設計、海報設計、廣告設計，經立體式的工業設計、舞台設計、景觀設計，到數位化的廣告CF設計、網頁設計、光碟設計。設計創意在二度空間、三度空間、四度空間裡遊走；設計技術在Photoshop、Illustrator、Dreamweaver、Flash、3D studio Max、Maya 3D的電腦軟體裡飛翔；設計時尚在食、衣、住、行等日常生活裡徜徉，不同媒材的創意設計，帶來不同的視聽感官的震撼，尤其在後現代的創作叢林裡，真正美的地標難尋，閱聽人稍不注意即迷失在五花十色的交錯光影中。

追溯「現代藝術」一詞的起源，有些藝術史學家認為是源自於1863年畫家

馬內(E. Manet)的〈草地上的午餐〉；但有些藝術史學家卻認為是源自於1855年畫家庫爾貝(Courbet)的〈畫室〉，兩幅作品闡揚的是畫家對於自然比例與空間的追求；而「後現代」一詞則源於1950年代英、美的文學革命，興起於1960年代的新式建築，盛行於1980年代的文化研究，都是對於先前傳統的權威制度提出質疑與挑戰。數位媒體是典型的後現代產物，設計人透過新的媒體展現創意的百變形式，因此數位媒體設計可說是後現代設計的代表。然而數位世界如何與當代藝術的發展銜接？高千惠、陳泰松、李圓一(2004)表示數位藝術創作與現代藝術的關係，在現實與幻想方面，如異類的超現實主義；在影像解析方面，如秀拉的點描法呈現；在過程分析方面，如觀念藝術的構想；在溝通表達方面，如達達藝術和總體藝術的理念；在行為產生方面，如無形的觀念行動藝術；在生產系統方面，如拼貼後製的普普藝術；在藝術家的分身轉化上兼具電子科技與藝術觀；在文化思想方面則將數位創作植入生活。

何謂數位媒體設計？相信許多人仍對其定義感到困惑。它是一種媒材？一種手法？一種風格？還是一種概念？一種創意？一種潮流？簡單來說，它是一種結合科技與藝術的傳播媒體，也是一種可以讓時代的創意百花齊放的「新媒體」。西方學者Hocks & Kendrick(2003)指出新媒體的發展已使得設計脈絡中的許多關係的比重獲得改變，如應用勝於理論、製作勝於批評、形式勝於觀念意識、影像勝於文字，由此所斷裂的文化脈絡應該試圖化解，未來新的設計與理論都應該兼顧製作與批評兩面。這也是撰寫本書的初衷，在渾沌不明的後現代思潮裡，作者想從一個數位媒體設計者、教育者與評鑑者的角度，嘗試理出後現代設計評析美學的頭緒。

現代與後現代之釐清

1860年代，工業革命興起，急速都市化的歐洲，逐漸拋棄舊制度的思維，亟思新標準(new standards)的改革，企圖與過去的傳統古典作區分，以呈現當代生活的創新印象。在這股現代思潮中的代表人物中，在文學領域有James Joyce、Gertrude Stein，在戲劇領域有Bertholt Brecht，在音樂領域有Claude Debussy、Arnold Schoenberg，在繪畫領域有Monet、Seurat；而1960年代，資本主義橫行，在美、英、法等現代國家崛起一股反智性的思潮，否定同一、結構、邏輯的傳統美學，強調多元、解構、非邏輯的創作理念，大膽挑戰井然有序的現代主義，掀起陣陣後現代社會的驚濤駭浪。在這股後現代思潮中的代表人物中，在文學領域有Henry Levin；在哲學領域有Jurgen Habermas；在建築領域有Charles Jencks；在評論領域有Ihab Hassan；在繪畫領域有Andy Warhol……真是百家爭鳴，不勝枚舉。

王受之(1998)表示「後現代」(Post-Modern)在設計上是指現代主義設計結束，即70年代以後至目前仍在進行的一個時間階段；而「後現代主義」(Post-Modernism)則是從建築設計上發展出來的一個風格明確的設計運動。由於兩者觀念經常混淆，近來一些理論家採用「現代主義以後」(After Modernism)來取代「後現代」。陸蓉之(2003)指出現代藝術家創造符碼(code)，建立符碼詮釋的權威，以圈內的認知為評量的準則；後現代藝術家運用符碼，對既存的符碼進行解構(deconstruct)和重組(reconstruct)的遊戲，以觀者的互動作為定義的準則。現代主義的研究方法，旨在分析(analysis)，對同構型進行歸納分類；後現代主義的研究態度，首重綜合

(synthesis)，以異質性進行雜交配對。事實上，整個後現代主義的基調，就是以顛覆西方傳統文化的基礎為核心，以嬉鬧創新的戲法，突破藝術崇高的藩籬，就如同文化解嚴一般，大眾思想瞬間自由解放，把菁英取向的現代主義轉化成庶民文化的後現代面貌，只不過因為時代、地域與民族的不同，每個人對其闡釋理解的方式，自然也是多元難測的。

表1.1 現代主義與後現代主義的創意對比 (羅青，1989)、(鄭祥福，1999)、(王俊斌，2000)

現代主義	後現代主義
浪漫主義、象徵主義	形而上主義、達達主義
垂直思考	水平思考
形式(關聯的、封閉的)	反形式(斷裂的、開放的)
有目的	遊戲心態
有階層組織	偶然無秩序
技術精巧	技窮無言
藝術對象、完成作品	強調過程、即興表演
創造、整體化	反創造、解結構
審美距離	直接參與
在場	缺席
集中	分散
精選	混合
隱喻	轉喻
典範	句法
確定性	不確定性
超越性	內在性
誇大妄想症	精神分裂症
縱軸典範	毗鄰範例
主從關係	平行關係
詮釋、理解	反詮釋、誤解
語意學	修辭學
敘事、正史	反敘事、野史
大師法則	個人語型

後現代設計美學

「美學」(Asthetik) 此門學科是由德國哲學家於1750年首度命名，然後形而上方法的美學、心理學方法的美學、社會學方法的美學與藝術學方法的美學研究接踵而來，後現代美學的創作來源有哪些？楊裕富(2000)提出主要來自四個來源：(1) 符號美學：視覺之美應包括了視覺對象作為「純粹物」以及「符徵物」之美，乃至於觀賞者本身的經驗聯想所喚起之美；(2) 接受美學：作品的詮釋權不在作者，而是在欣賞者與讀者；(3) 批判美學：在資本主義生產制度下，藝術作品有商品化與物化傾向，在高度工業化下，藝術品原創性與版權逐漸虛位化；(4) 敘事美學：具有文藝合論的色彩，主張回復作品的文學性、敘事性、神話性、說服性與裝飾性。雖然後現代藝術都帶有反現代主義美學的色彩，但是在後現代設計的創作美感經驗裡，卻將現代美學原則、後現代美學原則、前現代美學原則，融合得天衣無縫，或許這也是後現代美學論述不容易清晰理解的原因之一吧！

由於藝術創作是社會審美意識的集中表現，每個時期、每個藝術家都有著獨特的創作脈絡，只要追溯藝術史的發展次序與藝術創作的特點，對於「後現代主義」帶有「現代主義」的色彩，也就不再令人納悶了。作者認為後現代藝術派別的演變大約可分為三個時期：

- (1) 思想概念時期：如構成主義(Constructivism)、達達主義(Dadaism)、超現實主義(Surrealism)等藝術，此時表現的是後現代的先知美學；
- (2) 試作體驗時期：如普普藝術(Pop Art)、歐普藝術(Op Art)、機動藝術