

## 台灣、中國、馬來西亞華裔大專青年圖像表現形式之比較研究

郭大維\* 何肇喜\*\* 王銘顯\*\*\*

\*國立雲林科技大學設計學研究所

\*\*國立雲林科技大學創意生活設計系

\*\*\*明道大學設計學院講座教授

### 摘 要

本文以六項繪畫主題執行台灣、中國、馬來西亞三地之華裔大專青年圖像表現形式之差異性比較研究，運用「比較分析法」進行「圖像基模」的符號分析，針對三地華裔學生繪製的圖形問卷進行統計分析，歸納出該主題下對於符號認知與圖像表現形式之共同特徵及差異性；分析三地華裔青年隨社會環境不同而存在之圖像符號與形式表現的認知差異。

研究以符號學理論針對收集到的圖像問卷進行「肖像性」(icon)、「指示性」(index)、「象徵性」(symbol) 等三大類型之符號分類；再將圖像問卷傳達的美感樣態與語彙形式對應於認知心理學的基模 (schema) 概念，檢驗三地華裔青年在相同的主題詞彙是否展現相同認知向度、亦或發現不同地區圖像之間的形式美感差異，作為進一步發展美感評估指標之用。

研究結果發現三地華裔青年間確實存在因教育背景與個人能力及品味差異造成的形式風格影響，然而不同地區之間在地文化造成的圖像形式差異則不若生活環境來得顯著。此外，三地華裔青年對於符號認知呈現存有相近的時代性視覺語彙，部分圖像則顯現跨區域的共同符號特徵；並獲得網路符號與動漫風格對此世代的圖像語言影響。本研究結果可作為後續研究基礎，並可進一步探討符號認知及圖形美感呈現的認知研究。

**關鍵詞：**符號學、符號認知、繪圖基模、美感認同

### I. 前 言

生長在不同文化氛圍的華裔青年，是否具有相同的符號認知？他們同時在生長地接受在地原生民族文化和中華文化的雙重洗禮，對於視覺符號認知與圖像表達形式是否會受到中華文化與語言表達模式的共通性影響，即使身處於不同社會文化環境，仍然具有最大的共通性？亦或是華裔青年受到當地原生民族的影響，對於符號認知與詮釋有著不同的差異性傳達方式？

尤其是身處當代二十一世紀圖像資訊充斥的數位媒體時代，廣泛的「閱讀視覺化」的傳播傾向，訊息傳達已不單單藉由語言文字溝通；人們使用MSN、SKYPE、LINE等等網路軟體，透過電腦或手機簡訊傳輸的情緒圖像，彰顯目前視覺傳達的圖像表達形式之普遍性與滲透性。然而圖像的溝通與傳遞必須建立在傳遞者與接收者的認知共識上，「圖像符號」的表現建構重點不在於形態內容寫實或不寫

實，也不在於簡約或繁瑣，其重點在於一個完整的圖像建構必須具備「完整視覺陳述」(complete visual statement) 的機能，同時閱聽者亦須具備相同的認知與思維模式，才能夠接收完整的視覺內容與視覺意義。林品章與張照聆(2009) 表示圖像的傳播歷程為設計者透過形、色、材質等將圖像進行編碼，利用媒介將圖像傳給接收者，接收者接收後即對圖像進行解碼，其中，文化背景是傳播成功與否的重要關鍵 (林品章, 張照聆, 2009, 頁65)。

相同世代若是生長於不同社會背景，是否會隨著不同文化與社會環境差異而有不同的見解與詮釋，為釐清以上的疑點，本研究藉由三地不同文化背景生長下的台灣、中國、馬來西亞華裔青年，他們對於共同的符號之認知程度，以及其圖像表達形式的差異性，從而對於文化互異性的認知結構做一基礎性的先期研究。

本研究以兩階段問卷進行，先以繪圖方式透過六個繪畫題

目探討本國青年圖像形式之認知基模異同狀態，第二階段再以不同地區的華裔青年作進一步研究，比較三者之在圖像語言對具體及抽象概念的形式呈現，針對同區域的大專青年作符號認知之分析研究，並以符號學分析圖像傳達形式之意義與其對應之不同分群的美感判斷是否有所差異。

## II. 文獻探討

### 2.1 符號學

依據索緒爾 (Ferdinand de Saussure) 符號學理論分析，符號乃是以「符號具 (signifier)」（符徵）和「符號義 (signified)」（符旨）的兩面性，作為表裏一體而成立的；亦即任何一個整體的符號，都同時兼具有符號具與符號義。符號具，指用來表示具體事物或抽象概念之各種符號，是一個物質化的媒介物，如：語言、文字、聲響、影像，造形...等；符號義，則是符號具所表示的具體事物或抽象概念之內在意義，它並不是「一個事物」，而是此「事物」的內在表現。兩者不僅分別具有符號之「外延意義」(denotative meaning) 與「內涵意義」(connotative meaning)，彼此並形成一種非自然的、任意 (arbitrary) 的關係，根據所存在之社會、文化環境的脈絡變化，而形成不同的符號意義；所以，符號具與符號義是一種約定俗成的關係 (Saussure, 1966)。

後結構主義者則反對索緒爾模式中符徵與符旨的穩定與可預期之關係。Jacques Lacan (1901-1981) 曾論到在符徵下的不斷游移 (sliding) 之符旨，他主張無特定之符徵定著於特定的符旨，Derrida (1966) 指出符徵之遊戲 (play) 或自由遊戲 (free play)，符徵並非固定於其符旨，而是越過自身而指向其他符徵，且符徵對符旨存在著不確定之參照方式 (劉豐榮, 2006, 頁14)。

關於符號學的研究領域，約翰·費斯克 (張錦華等譯, 1995) 認為主要包括三個：

1. 符號本身：包括研究符號的種類，研究不同種類符號傳遞訊息的不同方式，及研究符號與使用者之間的關係。
2. 組織符號所依據的符號或符號系統 (system)：研究一個社會或族群如何因應自身需要，開拓發展出各種符碼。
3. 符號或符碼運作所依之文化 (culture)：不同文化所解讀符號與符碼的運用亦不相同。

符號學相關理論眾多，與圖像符號最具關聯為皮爾斯 (Charles Saunders Peirce, 1839-1914) 依符號和對象關係，建立的符號三層面 (王秀如, 林明男, 2006)。符號與其對象之關係也就是即符號具與符號義之間的關係，皮爾斯將符

號區分為「肖像性」(icon)、「指示性」(index)、「象徵性」(symbol) 等三類型之分類方式。分類方式說明如下表：

表1 皮爾斯三種類型 (陳俊嘉, 2001)

	Icon	Index	Symbol
表達方式	形象類似	邏輯關係	約定俗成
範例	相片、地圖	煙與火	字、數字
過程	可以目擊	可以想出	必須學習

Arnheim (1969) 曾定義出三種印象功能 (image function)，1. 圖形 (picture)：具象型—把和語意有關事物特徵，利用視覺方法予以具象化；2. 符號 (symbol)：抽象型—事物概念或抽象化概念予以視覺化，要略具想像力；3. 記號 (sign)：強制型—與實際事物無關。這類圖是被強制指定或約定俗成。將Arnheim對應於皮爾斯建立的符號三類型，發可發現兩人的分類方式幾乎相同，因此本研究亦以皮爾斯的分類型式探討圖像符號。

依符號的文化性差異而言，約翰·費斯克認為符號運作依文化不同所解讀與運用亦不相同。Smith-Shank (2004) 認為符號學即對文化中符號與象徵之研究；Danesi (1993) 亦主張符號學乃在研究吾人為再現周邊之世界、以及製造關於此世界之訊息；Chanda (2004) 認為「文化理念」與「符號學」之關係是頗為直接的，因「文化理念」是透過符碼系統 (a coding system) 而溝通，可見符徵、符旨的組成關係會根據所存在之社會、文化環境的脈絡變化，而形成不同的符號意義，本研究即是對不同的圖像符號做分析比較。

### 2.2 認知基模簡介

「基模」(schema) 被概念化為一種心智結構，是一種心理認知的概念圖像，它是一種心智的速寫，人們用它來簡化現實。基模的概念在各種心理學的著作中出現過，最初則為Bartlett於1932年將基模觀念應用在閱讀理解的研究上，指基模是個人同化新訊息及產生訊息回憶之既有知識結構，透過基模的作用，人們主動建構文章的理解。該學者認為人們將影像與訊息組織成有意義的類型，而這些類型對後來的記憶回想有幫助。分類的過程是基模理論的核心 (Lakoff, 1987)。

Rumelhart (1980) 認為基模是一種儲存於長期記憶中的知識結構，用以協助個人獲得新訊息及回憶舊訊息。此後，在Novak and Gowin於1984年提出的概念圖中利用命題、連結的方式將個體的認知結構有意義的呈現出來，讓語言能力拙劣者表達心中的概念圖像，是身體動作分析工具所不及的 (余民寧, 1997)。圖像符號則是以繪畫語言方式，達到不用文字也能讓人了解其訊息意義，相對於Bartlett (1932) 認為基模概念為影像與訊息的有意義組織，圖像內容如何



有效傳達給觀看者，與認知基模應有其關聯。

Armbruster (1986) 認為基模本身是一個理論架構，指結構化知識的形成；可以想像為一個修飾的知識結構，代表儲存在記憶裡的原型概念。基模是指人、物、事件和情境的原型基模，內容基模指在特定領域中不同主題、概念的先前知識；而文體基模又可稱為結構基模，包含兩方面的知識：

1. 結構化文章的一般架構。如列舉、比較、時間序、因果、及問題解決等。
2. 專門性文章的特殊結構，如新聞報導的特定文體、學術性文章的既定格式、說明文的基本類型以及敘述文的故事文法等等 (顏若映, 1993, 頁385-412)。

圖像符號的傳達主要是透過視覺形象的一種認知之過程。Kroehl (1987) 認為，這種視覺形象標準是建立在知覺要素 (Element of Perception)、圖形 (Pattern)、被表示的對象 (Represented Objects) 與意象 (Images) 等方面。相較 Armbruster (1986) 指稱基模是指人、物、事件和情境的原型基模，透過圖像性的統計探討，或可建構具有代表性的圖像認知基模原型，鑒於認知基模理論發展多以文字描繪原型概念，反之將理論以繪圖形式探討認知原型並印證於不同群組間之分析比較應有其參考價值。

### 2.3 Piaget皮亞傑認知發展理論

在皮亞傑的觀念中，基模不是先天的，也不是後天在經驗中被給予的，而是主體透過行動建構出來的 (杜燕麗, 1995)。基模是是認知發展的基本結構，基模的改變表示學習的結果，是行動的結構或組織。基模的進化包含組織及適應：

1. 適應 (adaptation)：個體的認知結構因環境限制而主動改變的心理歷程。
2. 同化 (assimilation)：以既有的基模去解釋新經驗。
3. 調適 (accommodation)：修正既有的基模。

認知結構是基模的不斷重組。皮亞傑將基模分為三個部分：行為性的基模代表一系列的行動，統整與行動相關的經驗，並且引導我們的行為。符號基模則是吾人在心智當中建立一些符號，並運用這些符號來表徵某些外在的事物。操作性基模為個人具有一些逆轉或者復原性思考的能力，稱之為一種思考性的操作性基模。

認知心理學的主要理論架構是來自於訊息處理模式，它是比較屬於個人主觀的識認系統的建構，也就是訊息接收者

對於訊息接受與處理的歷程 (蘇文清, 嚴貞, 李傳房, 2007)，然而圖像語言溝通在於客觀互動的符號解讀，相較於認知心理學的訊息傳達與處理的程序，可以發覺符號傳達與視覺認知之間具有相同的處理模式，對使用大量圖像符號傳達訊息的視覺傳達設計而言，圖像語言的分析能更進一步幫助釐清符號的選用與評估，並找出圖像符號意義之建構脈絡，藉此得到新的思維與設計的方法。

## III. 研究方法

### 3.1 研究設計

符號學作為當代研究視覺傳達媒介的重要理論之一，藉以瞭解視覺符號的構成與運作方式，以及符號所傳達的內容意義；因此研究設計採兩階段調查採樣分析，第一階段先請190位台灣地區大專青年依照字彙描繪細節，探討青年的美感認知與圖像符號的共同語彙，與其回憶及再認的過程，第二階段再以同樣的問卷請三地華裔青年之受試者共224人依照題目繪圖，比較台灣、中國、馬來西亞三地青年間對於相同主題的呈現，透過對具象與抽象意涵的圖像分析，探討區域間的美感認知與圖像符號異同，釐清不同生活環境與社會背景的圖像語言使用形式，分析圖像符號間之相互關係與意義傳達樣態。

### 3.2 研究限制

本文進行之圖像表達形式研究，是以比較分析法進行有關符號運用與圖像表達意義分析以及美感特徵探討作為主要焦點；然而研究僅依問卷圖像作為符號分析之依據，不能獲悉繪圖者的心理狀態與圖像形式依據。進行圖像語言分析之時，亦僅就性別與學習背景等相關部分作符號學理論的初步探討，而未能對各個不同的變項間作詳盡的交叉比較分析。第一階段聚焦在於分析性別與學習背景的圖像差異，第二階段僅就三地華裔青年的圖像表達形式差異進行比較。

### 3.3 研究目的

皮爾斯認為有意義的圖像記號不需經學習或訓練，就可解其中意義 (李幼蒸譯, 1997)。這種對於圖像符號的直接性認知，也就如同殷達爾 (Max Imdahl, 1925-1988) 所謂的「一直嘗試從直觀 (Anschauung) 出發，並且在對藝術的直接觀照當中尋求各種理論反思的可能性」(陳懷恩, 2007) 本研究目的即是以圖像表達形式分析三地華裔青年對於共同符號的認知程度。圖像表達與文字閱讀的不同在於圖像形式包含了品味象徵與美感認同，文字線性的論述分析可能成為圖像與美學向度的束縛，直接藉由對主題的繪畫觀察分析，係因圖像語言特性既可達到文字呈現文辭內容的責

任，更可展現文辭的內在特質與設計者的設計面向，其細微深入與瞬時性的感官理解超越文字。圖像表達之意義、形體、印象深植於觀者心中。

同一世代的圖像表達若顯現共同或相似之形式符號，依照皮亞傑的認知理論則可推論為是同一世代在心智結構當中建立的符號基模，除了表徵某些外在的事物之外，或可視為同一世代的美感認知的呈現，形式意義依據基模論述亦可成為驗證次文化美學基模的理論基礎，若將圖像表達形式視為青年溝通與表達的符號基模，將圖像與訊息組織成有意義的符號類型，相同族群或同一世代亦當具有相近之美感判準。

本研究即透過對圖像問卷的收集分析，提供設計者瞭解一般民眾對於符號認知與轉換成圖像表達形式，冀望在文字理論架構之外，以圖像形式表達反證的符號認知，用以探討圖像、符號、意義與認知的結構關係。研究目的可歸納出以下四點：

1. 從符號學的角度探討圖像傳達時的形式差異。
2. 從認知心理學的基模理論分析圖像傳達的符號認同。
3. 從圖像分析統計當中探討當代社會的文化影響。
4. 從設計的角度探討圖像形式的設計表現、時代訊息、美感趨向。

### 3.4 研究假設

本研究以三地華裔青年為研究對象，其生長背景環境互異，或因生長地之文化與語言的影響，對於共同符號的認知有不同之圖像表達形式之差異，其研究假設如下：

1. 性別影響繪圖主題，如切入觀點、描述方式等。
2. 學習背景影響繪圖呈現品質，如繪圖精細度、線條穩定度、構圖周延性等。
3. 同年齡層顯現相近之圖像語彙特色，如物件之造型趨勢、抽象事物之表現符號、構圖之美感、繪畫品味等等。

### 3.5 問卷調查方式

本研究採兩階段調查採樣分析，採用問卷作答法及比較分析法，將設定之題目以問卷形式發出，請受測者於時間內作答；作答前一律以統一文字稿條列說明；測驗過程不提供任何語言或圖形提示。同時作答之受測者，亦排除相互交談情形；測驗時間約30分鐘左右。

### 3.6 問卷設計

問卷詞組的產生方式，延續以單純字彙由不同年齡層作為

測試對象之前期研究(郭大維, 羅逸玲, 何肇喜, 2012), 再依照問卷的研究結果調整, 邀請設計科系教授、設計學院研究生等五位相關人士組成焦點團體討論問卷詞組設計。在人、物、事件和情境的原型基模基礎上選出較能顯現生活樣態、社會環境與豐富意象的詞彙。皮爾斯認為所有的符號化經驗都組織在「物理形式」與「精神形式」兩大部分的概念上, 唯有透過符號使用者的概念, 符號才和外在真實的理解產生關聯。因此字詞決定以具象、抽象兩組屬性概分, 參照先前問卷以焦點團體依照測試結果作為依據, 經過團體討論和意見交流, 遴選具表現性的詞彙作為問卷之用。最後擇定以具象動物(熱帶魚)、生態景觀(森林)、工業產品活動(賽車)與抽象的情境(戀愛)、生理反應(肚子餓)、心理狀態(沮喪)等六個意象明確的詞彙, 觀察圖像語言之傳達形式與符號意義。

最終問卷設計採以繪圖方式作答, 共分為兩部分, 第一部分為基本資料, 包括受測者性別、科系別與修業年級以及慣用手; 第二部分區分為具象、抽象兩類命題包含三組具象詞彙與三組抽象詞彙共六大題, 第一階段問卷僅針對圖像性別差異與不同教育背景做分析, 年級差異與慣用手變項分析則不在本次研究討論之內, 第二階段則聚焦在不同地區之青年圖像作異同比較, 目的是將視覺圖像表現作為研究重點, 尤以具有傳達文化特徵與美感特質之各類圖像符號為探討目標, 問卷內容及問卷形式如下圖1說明:

科系: <input type="checkbox"/> 設計 <input type="checkbox"/> 非設計 _____系 ____年級	
性別: <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	
慣用手: <input type="checkbox"/> 右 <input type="checkbox"/> 左	
請依照您的美感原則描繪下列主題, 並避免文字暗示。謝謝!	
熱帶魚	肚子餓
森林	戀愛
賽車	沮喪
<b>具象詞彙</b> 熱帶魚: 動物具象, 熱帶地區主要特色。 森林: 植物具象, 包含場域空間表現, 但不指涉區域差異。 賽車: 具象交通工具, 含競賽方式差異, 社會活動, 非生物形式。	
<b>非具象詞彙</b> 肚子餓: 生理現象, 單指個人生理狀態。 戀愛: 情境抽象, 歷時性的行為程序 沮喪: 心裡抽象, 複雜的情緒表現	

圖1 本研究之問卷設計形式

## IV. 問卷調查統計

### 4.1 第一階段調查



在皮亞傑的觀念中，基模是主體透過行動建構出來的(杜燕麗, 1995)，認知結構則是基模的不斷重組。本研究參考皮亞傑之認知發展及索緒爾的符號學理論，以我國青年為對象觀察此一世代圖像語言的造型特徵與符號形式，進而分析時代青年的視覺表徵與美感品味。第一階段受測者以18-22歲的青少年作為取樣對象，本國此一年齡層以大學生居多，因此取樣自兩所不同區域的大學，共計200份問卷，收回後扣除文字表達及缺損問卷，有效問卷190份，回收率95%，為區別教育背景是否造成繪圖影響，故將本階段進分為設計科系與非設計科系，以了解青少年的美感屬與圖像表現特徵。統計資料整理如下表2：

表2 第一階段問卷回收統計結果

性別	男		女	
	設計相關	非設計相關	設計相關	非設計相關
小計	50	27	94	19
合計	77		113	

#### 4.1.1 本國大專青年圖像形式之認知基模分析

研究發現部分的青少年繪畫顯現出精細的細節描寫與畫面透視構圖，並且有以線條呈顯速度感或律動感的抽象表現形式，然而同年齡層的繪畫表現能力差異極大，同為設計相關科系的青年間程度差異尤其顯著，整體表現面貌豐富多元。圖像表現對應於研究假設，所得結論如下：

1. 性別確實影響對繪圖主題的表現，兩性對抽象字彙表達能力差異不顯著，個人間的差異反而明顯，足見個別風格迥異。女性對賽車此項詞彙表現明顯發現單調的細節繪製，亦或不感興趣的粗略繪製形狀。肚子餓詞彙男性出現較多生理層面的描述，例如空空的胃、蠕動的腸子等圖示；女性較少出現該向度。
2. 設計科系修業年級影響繪圖呈現元素，顯見設計教育的影響，比如設計構成的點、線、面抽象化程度、描繪精細度、線條穩定度、構圖周延性等。設計科系同時較非設計科系較重視繪圖呈現的質感、也較多抽象性的繪畫表現。
3. 青年同世代間顯現類同的圖像語彙特色，如賽車項次以賽車旗、賽道表現，肚子餓詞彙也以漢堡、雞腿等造型呈現、並有抽象符號之網路用語圖像，如ORZ、T\_T的沮喪符號、漫畫造型與透視構圖之表現方式、相近的繪畫品味等等。
4. 在構圖內容部分，若分為「線條品質」及「整體構圖」加以討論；線條複雜度以設計科系線條表現較複雜。整體而言，線條穩定度的部分也以設計科系稍優於非設計

科系。此外非設計相關科系運用較多文字輔助描述，設計科系較多與詞彙字意脫離的個人主觀表現。

#### 4.2 第二階段調查

第二階段調查以三個不同地區的華裔青年作為受測者，分析探討不同社會背景的華裔青年圖像表達形式差異。由於繪圖問卷有其執行上的條件限制，故以便利抽樣 (convenience sampling) 方式進行，受測者同樣以18-22歲的青年作為取樣對象。台灣地區施測對象為大學生，馬來西亞與中國地區的華裔青年則以在台求學之交換生為取樣對象，以達抽樣人選教育背景之公平性與對等性；並為了避免抽樣對象同化，中國與馬來西亞地區的大學交換生以短期交換並在台時間一年之內為受測對象。

本研究調查歷時2012.09.17-2013.01.17共約四個月，得到有效問卷224份，台灣學生問卷以大學整班作答方式取得，該校學生來源涵蓋台灣全區，生源分佈為北部47%、中部30%、南部23%，收回後扣除文字表達及缺損問卷，有效問卷共計139份，馬來西亞學生問卷以僑委會海青班兩年制來台就讀專班學生作答，有效問卷共計52份，中國學生由於多屬以交換生方式來台短期就讀，問卷採由自北部與中部大學交換生課後答卷方式取得，共計有效問卷33份。三地大專青年有效問卷共計224份。

表3 第二階段問卷回收統計結果

國籍	台灣		中國		馬來西亞	
	男	女	男	女	男	女
小計	41	98	7	26	1	51
總計	139		33		52	

### V. 問卷結果

#### 5.1 青年圖像的符號分類統計

依照符號學的理論，語詞、色彩、線條、空間形式和結構、音樂曲調等媒介，多為符號形成的基礎，皮爾斯將「符號」、「符號的指涉」、「符號的使用者」視為一個三角形，三者關係緊密相連，而且每一要素必須與其它兩者相連時，才能夠被理解。青年學子的圖像傳達表現，透過這些圖形符號外在的具體構成，傳達符號內在的蘊含意義，亦屬圖像分析的論述基礎。

雖然，依據符號與其傳達對象的關係，可以將符號區分為上述三種不同類型，但由於符號運作時，肖像、指示、象徵等三個符號層面並非完全獨立、分離的，三者會依符號運作之脈絡關係，彼此而有互相跳躍、融合(姚村雄, 陳俊宏, 邱上嘉, 2008, 頁78)。

本研究為了統計比較三地青年的符號使用差異，符號界定

依照圖像形式之符號主體判定，以單一符號層面作為分類屬別，按照皮爾斯三種類型做分類區別 (表1)，界定方法是以焦點團體所有成員先行看過全部問卷後，再討論圖像符號類型區分，最後依其顯著性作為判定，若遇爭議狀態則以多數決方式定義之。三地青年符號分類原則定義如表4所示：

表4 青少年符號類屬形式區分說明

詞組	肖像性	指示性	象徵性
熱帶魚	有詳細描述細節及外型之熱帶魚，數量不拘，無論有無環境其他細節表示(水草、氣泡、珊瑚等)	具有熱帶詞意之情境或物件指涉，沙灘、烈日、椰子樹等熱帶景觀暗示等等皆屬之	抽象化斑紋線條、非具象(非相關)之描述
森林	寫實描寫森林樹木與動植物、具有空間場景者	簡化的樹木造型、無背景描述、樹木數量不拘	幾何化樹木意象(三角形或長條形、垂直線條等造型暗示)、非具象(非相關)之描述
賽車	人、賽道、車等空間場景描述，或單純的賽車造型	賽車旗、S賽道線條、賽車女郎	F1標誌、品牌商標、非具象之描述
肚子餓	人和食物同時出現在畫面中，表現明確關聯性	食物圖像、肚子造型、流口水等單純人物(局部)或表情描寫	抽象圖像(胃、眼睛噴火)、非具象(非相關)之描述
戀愛	同時出現兩個人(動物)的互動情境描述，繪畫風格不拘但有情境描述	接吻意象、個人的喜悅表情、牽手特寫(無環境描述)、邱比特	愛心圖像(數量不拘)、囍(文字)、男女抽象符號圖像、非具象之描述
沮喪	流眼淚或是以表情具體呈現者，或是頹圯人形姿態皆屬之	以幽暗空間背景、死亡暗示或其他情境表現(棺材、鏽曲在幽暗牆角、下雨等等)	網路慣用之文字性符號、T、T、冏、ORZ、非具象(非相關)之描述

三地華裔青年圖像符號依照皮爾斯三種類型分類方式，可得下列分類統計結果：

表5 中國、馬來西亞、台灣三地華裔青年圖像符號百分比統計表

	肖像性(%)			指示性(%)			象徵性(%)		
	中國	馬來 西亞	台灣	中國	馬來 西亞	台灣	中國	馬來 西亞	台灣
熱帶魚	78.7	75	84.2	12.1	25.0	5.8	9.1	0	10.1
森林	57.7	63.4	43.1	21.2	26.9	35.3	21.2	9.6	21.6
賽車	69.8	84.6	71.9	6.1	7.7	18.7	24.2	7.7	9.4
肚子餓	36.4	59.6	40.3	39.4	34.6	37.4	24.2	5.8	22.3
戀愛	36.3	63.4	39.7	21.2	11.5	18.0	42.4	25	42.4
沮喪	45.6	75.0	52.6	27.3	9.6	27.3	27.3	15.4	20.1
總平均	54.1	70.2	55.3	21.2	19.2	23.7	24.7	10.6	21.0

### 5.1.1 三地青年符號認知與偏好差異

根據表5統計結果可得知：

1. 馬來西亞華裔青年的肖像性符號使用所佔之百分比為70.2%，遠高於台灣與中國青年55.3%與54.1%，推論馬來西亞華裔青年的圖像形式偏好寫實，明顯以具象方式呈現。
2. 中國、馬來西亞和台灣的青年使用指示性符號分別所佔

之百分比為21.2%、19.2%與23.7%，可見三地華裔青年以指示性符號表達的比例相近，推論三地華裔青年擁有相近的圖像邏輯思考。

3. 馬來西亞華裔青年使用象徵性符號表達的比率為10.6%，相對於台灣、中國兩地青年的21.0%、24.7%，幾乎只有台灣、中國的一半比例，對應於馬來西亞華裔青年的肖像性符號使用百分比達70.2%，推論馬來西亞學生較不慣用抽象符號形式表達，致使馬來西亞華裔青年圖像符號認知與台灣、中國兩地青年差異較大。

## 5.2 三地華裔青年圖像的符號美感分析

Dreyfuss (1972) 認為圖像不同於語文結構在於圖像與指涉物不具有任意性，圖像和它所表徵的事物具有一種「類比」的關係。然而並非所有的表徵物與圖像間一定都具備類比的關係，有些反而存在任意關係 (林品章, 張照聆, 2009, 頁50)，符號間的組成形式有三種特性：1. 任意性 (arbitrariness) 2. 抽象性 (abstractness) 3. 歧義性 (ambiguity) (張秀蓉編, 1998)，本階段研究試圖從三地華裔青年的符號形式與文化特徵分析了解青年對符號美感的形式偏好，根據表6-1—6-3問卷回收圖像符號的取樣表及三地華裔青年的符號異同統計分析 (表7)，可推論以下幾點：

### 5.2.1. 具象詞彙的符號形式差異

#### 1. 熱帶魚

「熱帶魚」詞彙屬於具體之指涉物，圖像符號多以具象方式呈現，雖然三地皆有以太陽符號表示「熱帶」氣候象徵，但馬來西亞華裔學生 (圖20) 以太陽符號表現高溫氣候的比例最高 (27%)，反映當地的亞洲熱帶型雨林氣候。此外，中國學生在圖像中出現具有濃厚南國熱帶環境色彩的檳榔、椰子樹、香蕉樹 (圖19)，推論中國學生對熱帶魚的「熱帶」認知是建立在自然景觀「南國風光」的刻板想像，而非真實生活的記憶投射，此一現象在台灣、馬來西亞華裔學生的圖像中則極為少見。

#### 2. 森林

森林詞彙在中國與馬來西亞華裔學生圖像中可見具象描述中多有山景、小溪、動物等物件，畫面豐富性高，部分可見伐木特徵 (圖4、圖5)。相對台灣學生的森林圖像簡化比例高，多見以樹木構成之單純畫面，具像描繪僅佔7.2%；台灣學生有31%、中國學生有30%的高比例出現簡化的聖誕樹形，馬來西亞華裔青年圖像中如聖誕樹之寒帶樹種形式僅佔3.8%，而以熱帶地區的闊葉林象具體描繪為主。此外，在調查中可見台灣學生在森林特徵的抽象化圖像表現，展現個人設計品味之強烈企圖 (圖41)。



表6-1 三地華裔青年圖像符號：肖像性取樣表

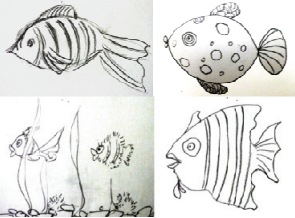
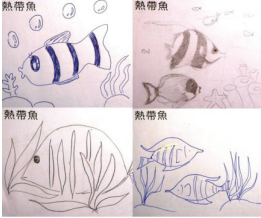
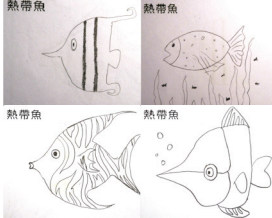


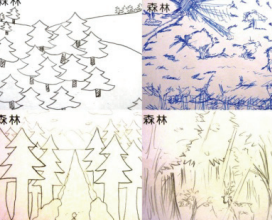
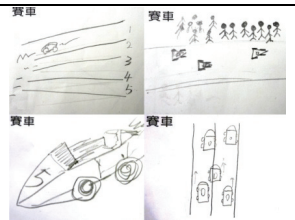
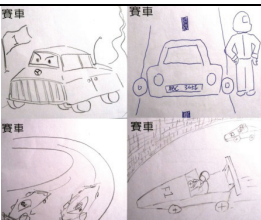
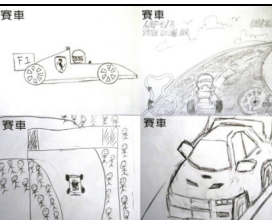








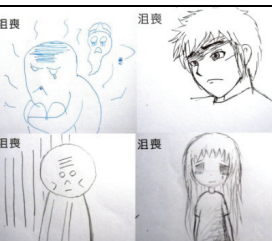
國別	肖像性					
	中國		馬來西亞		台灣	
熱帶魚	 <p>圖1</p>		 <p>圖2</p>		 <p>圖3</p>	
森林	 <p>圖4</p>		 <p>圖5</p>		 <p>圖6</p>	
賽車	 <p>圖7</p>		 <p>圖8</p>		 <p>圖9</p>	
肚子餓	 <p>圖10</p>		 <p>圖11</p>		 <p>圖12</p>	
戀愛	 <p>圖13</p>		 <p>圖14</p>		 <p>圖15</p>	
沮喪	 <p>圖16</p>		 <p>圖17</p>		 <p>圖18</p>	

表6-2 三地華裔青年圖像符號：指示性取樣表

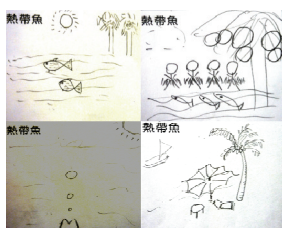
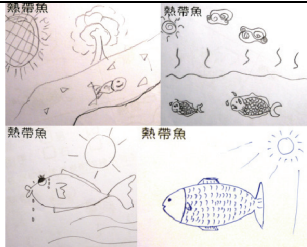

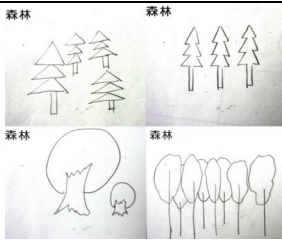
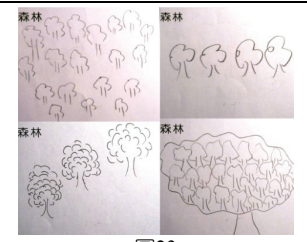
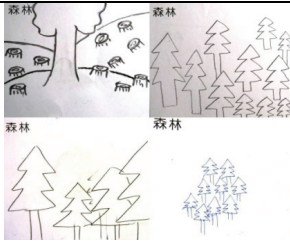
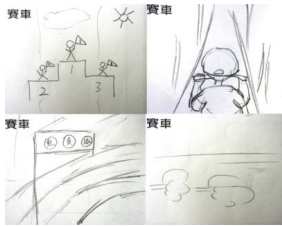
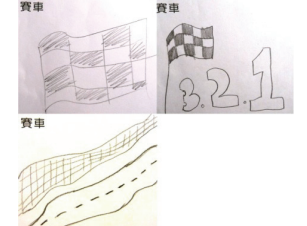
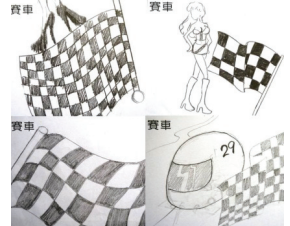



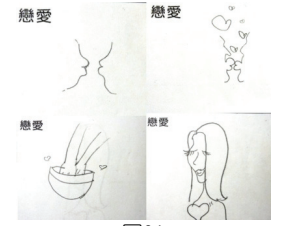

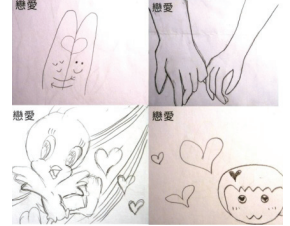
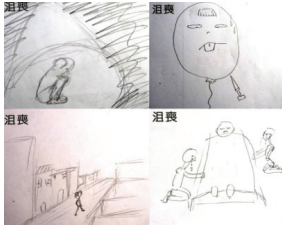

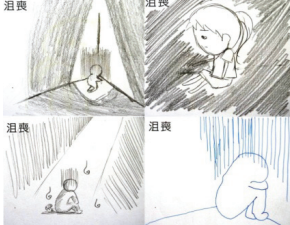
國別	指示性		
	中國	馬來西亞	台灣
熱帶魚	 <p>圖19</p>	 <p>圖20</p>	 <p>圖21</p>
森林	 <p>圖22</p>	 <p>圖23</p>	 <p>圖24</p>
賽車	 <p>圖25</p>	 <p>圖26</p>	 <p>圖27</p>
肚子餓	 <p>圖28</p>	 <p>圖29</p>	 <p>圖30</p>
戀愛	 <p>圖31</p>	 <p>圖32</p>	 <p>圖33</p>
沮喪	 <p>圖34</p>	 <p>圖35</p>	 <p>圖36</p>





表6-3 三地華裔青年圖像符號：象徵性取樣表

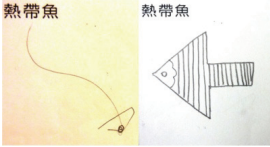
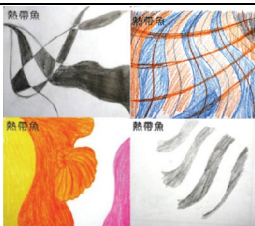
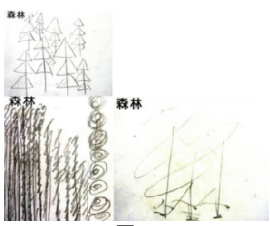

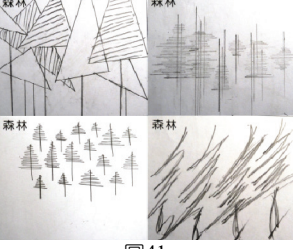
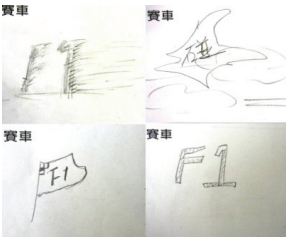
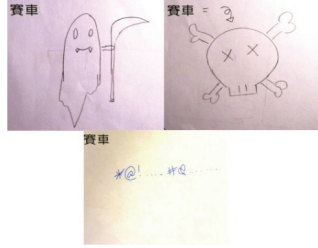
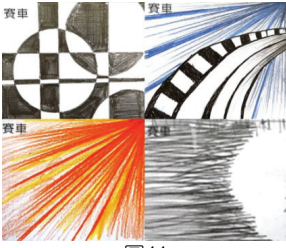
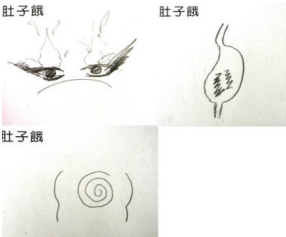
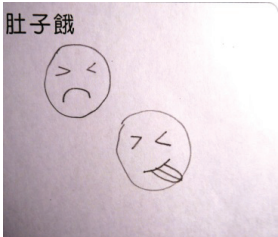
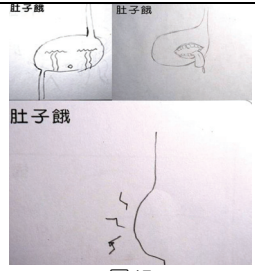
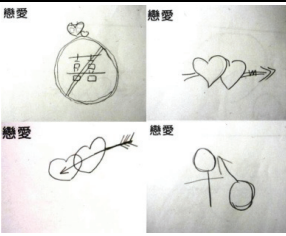
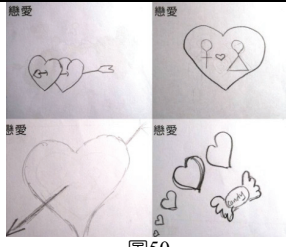
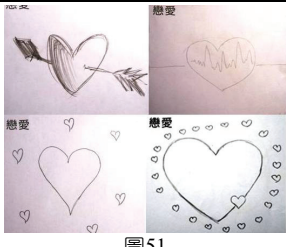
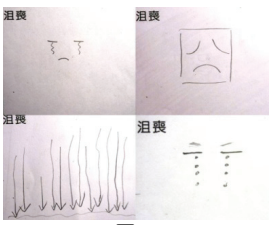
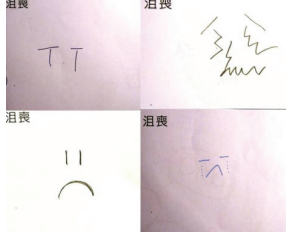
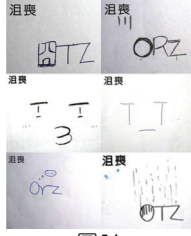
國別	中國	象徵性 馬來西亞	台灣
熱帶魚	 <p>圖37</p>	無	 <p>圖38</p>
森林	 <p>圖39</p>	 <p>圖40 (圖像表達與主題非絕對相關)</p>	 <p>圖41</p>
賽車	 <p>圖42</p>	 <p>圖43</p>	 <p>圖44</p>
肚子餓	 <p>圖45</p>	 <p>圖46</p>	 <p>圖47</p>
戀愛	 <p>圖49</p>	 <p>圖50</p>	 <p>圖51</p>
沮喪	 <p>圖52</p>	 <p>圖53</p>	 <p>圖54</p>

表7 三地華裔青年的符號異同統計分析

國籍	中國	馬來西亞	台灣
繪畫詞組特性	問卷數33	問卷數52	問卷數139
熱帶魚以太陽、椰子樹等表現次數比例	3次(9%)	14次(27%)	8次(5.7%)
森林以具體表現與抽象表現次數比較	具體描述6次(18%) 抽象表現2次(6%)	具體描20次(38%) 抽象表現0次	具象10次(7.2%) 抽象6次(4.3%)
聖誕樹或三角形方式表現次數比例	14次(30%)	2次(3.8%)	46次(31%)
賽車以F1字體出現次數	3次(9%)	3次(5.7%)	1次(1.4%)
賽車旗出現次數	0次	10次(19%)	25次(18%)
中式西式比例比較	中式10次(55%) 西式8次(45%)	中式7次(21%) 西式27次(79%)	中式33次(56%) 西式25次(44%)
愛心出現次數	25次(76%)	48次(92%)	108次(78%)
眼淚出現次數	10次(30%)	27次(52%)	60次(43%)
網路符號出現次數	9次(27%)	6次(12%)	10次(7.1%)

### 3. 賽車

三地學生在「賽車」詞彙之圖像形式表現差異頗大，圖中可見中國學生表達圖像多元，有腳踏車、頒獎台、碰撞、賽道、賽車旗，F1文字等圖像使用，賽車細節描繪不多，馬來西亞華裔青年則除了出現F1等字樣外，賽車描繪亦少、可見帶安全帽之賽車手，蜿蜒賽道、賽車旗。台灣學生象徵符號大致相同，此外出現賽車女郎則為特殊之處。賽車的符號形式可見符號的歧義性組成形式，尤其馬來西亞學生以死神或骷髏符號顯現符號與其代表事物往往是不清楚且富有變化的，反之或也表現當地F1賽車活動造成學生對賽車危險性的真實感知。

#### 5.2.2 抽象語彙之符號美感差異

##### 1. 肚子餓

麥當勞(McDonald's)的M字商標與漢堡薯條已成為肚子餓的食物象徵，食物圖像當中漢堡、薯條、炸雞、披薩等西式食品佔有相當比例，其中以馬來西亞華裔青年的79%為最高，中國學生的46%次之，東方傳統的飯碗、麵湯等食物器皿則以台灣學生的55%為最高。藉由肚子餓的食材表現也可發現三地學生飲食習慣西化的程度不一，相同的是中式食物的表現皆偏少，但食材表達的多樣性則有所差別，其中以台灣學生使用的食物種類最為多元(圖12)。

##### 2. 戀愛

使用心型符號與漫畫表現戀愛情境為三地青年的圖像共通點，可見符號美感的形式偏好，普遍性的愛心符號成為青年傳達情緒或當下心境的主要表現形式。愛心的廣泛使用包含開心、喜愛等意義以及心花怒放或心心相映等等心型變化圖像，都是「戀愛」語彙的普遍性認同。中國、馬來

西亞、台灣的華裔青年出現愛心的次數各高達76%、92%、78%。此外可見台灣學生描繪戀愛於海邊漫步或觀賞夕陽的日常經驗(圖15)，傳達出台灣的自然環境特色、中國學生則多見戶外草地空間、馬來西亞華裔學生環境描述較少。

### 3. 沮喪

從「沮喪」抽象詞彙的分析可見符號與指涉物的類比關係和任意關係，任意性是指圖像與其代表事物是來自使用者的任意指定，「沮喪」圖像表現方式多元，眼淚、下雨、幽暗空間、哭泣或蜷曲人型等等都成為圖像符號(圖34、圖35)，其中以眼淚圖像作為表徵物的象徵符號的運用比例最高。此外，可以發現三地青年部分使用orz的英文字母作為「沮喪」圖像，這是網路世代用於表達沮喪情緒的符號象徵；以象形文字的架構通過英文字母的重組代表與原文字義無關的符號意義，是青年學生圖像符號的任意性組成形式，也是青年世代「象徵性」符號的傳達模式。

綜觀三地華裔青年的圖像符號，驗證不同符號具的運用可形成同樣之符號義，亦或可視為詞彙自身之多義性，此種符號具與符號義的傳達情形，正是索緒爾(Saussure, 1966)所謂：「符號具與符號義之非自然、任意的關係」。圖像依詞彙之不同認知傳達訊息，圖像符號的意義是需要學習與溝通的，但圖像形式的多元性相對也豐富了詞彙內涵。

## VI. 結 論

當代哲學家卡西勒(Ernst Cassirer)認為人的「符號活動力」(Symbolic activity)是人類與其它動物最大差異之處；並說所有人類文化形式都是符號形式(甘陽譯, 2005)。本研究中的圖像形式雖然大多是由明顯易於辨識之圖像符號所形成，但其中不乏青年彰顯個別差異性的圖像表現，整體來說三地華裔青年的圖像形式有相當程度的同質性表現。但藉由統計分析可以觀察到下列幾點特色與差異：

1. 三地華裔青年可觀察到的當地文化獨特性圖像表現，相較於地域性風土環境的圖像形式比例明顯較大，其中馬來西亞華裔青年的圖像形式較少運用抽象符號表現，相對於台灣、中國兩地青年差異較大。在圖像抽象化的部分可見台灣學生展現形式設計品味之強烈企圖(圖38、圖41、圖44)。學生採取以點、線、面等形態呈現圖像之現代感與造型美感，在重覆與變化之間更表現自身的專業素養與繪製能力。
2. 媒體傳播的影響也成為青年圖像傳達的符號特色，賽車旗與F1字樣慣常在學生圖像當中出現。其他如品牌輪胎的角色公仔、品牌汽車的商標符號也出現在賽車詞彙之中，這些的文化刺激通過媒體傳播對青年學生的視覺認



知基模造成了明顯的改變與影響。

3. 華人學生現代生活異於傳統民族習性與生活型態，而成為中西並呈的多元文化樣貌。圖形溝通也藉從網路、手機傳達而成為普遍性的圖像符號，尤其在全球化媒體的影響下，顯見目前新一代溝通的符號也趨向全球同質性。
4. 在調查中可以發現繪畫能力較佳的問卷往往伴隨著動漫式的誇張表情或人物造型，動畫中慣用的聚光燈獨白，或是卡通漫畫常用的陰影線條與背景處理多可在青年圖像中看到。其中台灣學生相對於其他學生則較多漫畫表現，這或許因為台灣青年處於充斥日本動漫資訊的社會中，使得台灣青年經常使用動漫符號表達自我的情感。

圖像符號的應用會隨當時代公眾需求與應用媒體改變而變化，並從國際化統一標準形式，漸漸往多元文化與表現形式而演進(王秀如, 林明男, 2006)。儘管三地的青年因為全球媒體的因素而使用共通的符號表達，但是因為各地背景環境與文化差異，作為符號具之各種圖像，也包含青年彰顯個別差異性的符號義，實是個人美感陳述與圖像品味所欲傳達的特殊性追求，本研究除了分析比較三地華裔青年的圖像形式差異外，或許也傳達出現代青年追求個人風格與風格表現之宣示，也提供日後研究者對於文化差異與圖像表達研究的參考。

### 參考文獻

王秀如, 林明男, 2006, 圖像符號設計基礎與理論之探討, 親民學報, 第12期, 頁103-118。

甘陽譯, 2005, 人論 (An Essay on Man), 桂冠圖書, 台北。(原作者卡西爾, 原著於1944年出版)

余民寧, 1997, 有意義的學習—概念構圖之研究, 初版, 商鼎, 台北市, 頁68-69。

李幼蒸譯, 烏伯托·艾科等著, 1997, 結構主義與符號學, 桂冠圖書, 台北。

杜燕麗, 1995, 皮亞傑, 東大, 台北。

林品章, 張照聆, 2009, 圖像傳達系統化之理論基礎, 設計學研究, 第2卷, 第12期, 頁65。

姚村雄, 陳俊宏, 邱上嘉, 2008, 日治時期美術設計的「台灣圖像」符號分析, 設計學報第13卷, 第2期, 頁69-87。

張秀蓉編, 1998, 口語傳播概論, 中正, 台北市, 頁36-40。

張錦華等譯, 1995, 傳播符號學理論, 初版, 遠流, 台北市 (原作者John Fiske, 原著於1982年出版)。

郭大維, 羅逸玲, 何肇喜, 2012, A Preliminary Study on Cognition Schema by Drawing, International Conference

on Kansei Engineering and Emotion Research, 國立澎湖科技大學, 澎湖。

陳俊嘉, 2001, 從符號學角度探討設計物意義建構及解讀之差異, 碩士論文, 國立雲林科技大學, 雲林縣。

陳懷恩, 2007, 圖像學: 視覺藝術的意義與解釋, 初版, 如果, 台北市, 頁228-229。

劉豐榮, 2006, 視覺符號探討方法之理論探析: 由圖像誌到符號學與Lacan的符號學之創新, 視覺藝術論壇, 創刊號, 頁14。

顏若映, 1993, 先前知識在閱讀理解上的認知研究, 國立政治大學教育與心理研究期刊, 第16期, 頁385-412。

蘇文清, 嚴貞, 李傳房, 2007, 符號學與認知心理學基礎理論於視覺設計之運用研究—以“標誌設計”為例, 人文暨社會科學期刊, 第三卷, 第一期, 頁95-104。

Arnheim, Rudolf, 1969, Visual Thinking, U of California P, Berkeley.

Armbruster, B. B., 1986, Schema theory and the design of content-area textbooks, Educational Psychologist, 000 (021), pp. 0253-0267.

Bartlett, F. C., 1932, Remembering: A study in experimental and social psychology, Cambridge, England: Cambridge University Press.

Chanda, J., 2004, Learning about culture through visual signs, In Deborah, Smith-Shank (Ed), Semiotics and visual culture: Sights, signs, and significance, NAEA, VA, pp. 86-93.

Danesi, 1993, Messages and meanings: An introduction to semiotic, Canadian Scholars Press, Toronto.

Kroehl, H., 1987, Communication Design, 2000, ABCVerlag, Zurich, pp. 31-32.

Lakoff, George., 1987, Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind, Chicago: The University of Chicago Press.

Novak, J. D. and Gowin, D. B., 1984, Learning how to learning. Cambridge, London: Cambridge University Press.

Rumelhart, D. E., 1980, Schemata: The building blocks of cognition, In R. Spiro, B. Bruce, and W. Brewer (Eds.), Theoretical issues in reading comprehension, Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Saussure, F., 1966, Course in general linguistics, New York: Mcgraw-Hill.

Smith-Shank, D. L., 2004, Introduction In Deborah L. Smith-Shank (Ed), Semiotics and visual culture: Sights, signs, and significance, NAEA, VA, pp. 8-12.

Received 19 April 2013  
Revised 8 July 2013  
Accepted 16 August 2013



## **A STUDY OF COMPARATIVE OF PICTORIAL FORM IN CHINESE COLLEGE STUDENTS OF TAIWAN, CHINA AND MALAYSIA**

Ta-Wei Kuo\*, Chao-Hsi Ho\*\* and Ming-Shien Wang\*\*\*

\*Graduate School of Design  
National Yunlin University of Science and Technology  
Yunlin, Taiwan 64002, R. O. C.

\*\*Department of Creative Design  
National Yunlin University of Science and Technology  
Yunlin, Taiwan 64002, R. O. C.

\*\*\*College of Design  
Mingdao University  
Changhua, Taiwan 52345, R. O. C.

### **ABSTRACT**

Use six painting themes to execute the study of comparative of pictorial form in Chinese college students of Taiwan, China and Malaysia. Comparative analysis is adopted to analyze the symbol of “pictorial schema.” Research is in accordance with the paintings questionnaire figured by college students from Taiwan, China and Malaysia, to generalize its common features and characteristics of graphic symbol under specific themes; and analysis the difference in cognition of sub-cultural features and aesthetic feelings due to social environment transition.

This study is based on semiotics laid by Ferdinand de Saussure, to categorize paintings collected by questionnaires into three group: icon, index and symbol. Corresponds aesthetic feeling and vocabulary form of pictorial semiotics to schema in cognitive Psychology, to inspect if we can generalize common features and characteristics of cognition under the same theme, or distinguish the difference of symbol and aesthetic form on paintings between youths from diverse areas.

The result shows the influence of style exactly exist because of different educational background, personal capability, and diverse taste between youths in three countries. Nevertheless, there is no significantly symbolic feature emerged due to the influence of social culture in difference areas. Moreover, visual symbols of youths present similar visual vocabularies in this age. Some paintings reveal cross-over, global cognitive symbols; to learn that internet symbols and animation makes an effect upon young generation. Findings of this study can act as a basis of future researches and imply a trend of investigating cognition schema of symbol and graphic aesthetic presentation.

**Keywords** : semiology, painting schema, cognitive development, aesthetic identity

