

台灣地區兒童與青少年視覺影像反應研究

A Study of the Response toward Visual Images among Children and Adolescent in Taiwan

趙惠玲 Hwei-Ling Chao

國立台灣師範大學美術研究所 教授

Professor / Graduate School of Art National Taiwan Normal University



摘要

近年來我國社會氛圍呈現日益多元且雜選的發展，國內兒童與青少年身處五光十色的視覺文化氛圍中，在價值觀與自我認同之澄清與建立上均易受到各式視覺影像的影響。然而，以往國內、外對於閱讀影像相關之審美認知研究多僅及於觀者對於精緻藝術史中名家作品所產生反應之探索，較少有就觀者對一般日常生活中通俗視覺影像反應進行探究者。「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應研究」之目的則即在探究我國兒童及青少年「如何」解讀日常生活之視覺影像，二則探討兒童及青少年「為何」進行如是解讀。期望藉此研究之執行，能對我國兒童及青少年面對日常生活中視覺文化影像之觀看模式及解讀類型進行瞭解，作為未來相關學術研究及實務應用時之參考。

關鍵字：影像解讀模式，影像觀看類型，視覺文化藝術教育，兒童與青少年

Abstract

Children and adolescent in Taiwan is immersed in a visual culture comprising of multiple images. Such visual environment has an impact on their identity and values. However, most of the existing aesthetic theories are based on children or adolescent's response toward masterpieces rather than daily images. The first goal of the present study is to investigate how children and adolescent interpret daily images. The second one is to investigate how children and adolescent made their decisions while interpreting these images. It is hoped that the study could help understanding the interpreting model and the viewing type toward daily images of Taiwanese children and adolescent in Taiwan.

Keywords: the model of interpreting images, the type of viewing images, visual culture art education, children and adolescent

研究緣起與目的

研究緣起

在後現代教育思潮成爲今日教育理論主流之際，藝術教育的內容亦須因應此一思潮而添入新氣象。後現代社會最大的特色之一在於視覺影像的影響力，藉由這些充斥在生活中的影像，人們與外在世界進行瞭解與溝通，並進一步對之進行解讀與判斷。然而，與此同時，個體也受到這些影像所傳達價值觀及意識形態的引導。由於我國近年來社會多元且雜遝的發展，國內兒童與青少年身處五光十色的視覺文化氛圍中，在價值觀與自我認同之澄清與建立上均易受到各式視覺影像的影響。有鑒於學習者對於影像的反應，對視覺文化藝術教育相關課程、教學活動設計等均有密切關係，我國兒童與青少年對於日常生活影像反應的研究，於視覺文化思潮於我國藝術教育界逐漸推展之際，應有其意義與必要性。

根據趙惠玲（2004／2005），視覺文化藝術教育的主要目的便是協助學生在與生活中影像的互動中，釐清並建構自身的主體性，進而能建立「自我認同」（self-identity）；因之，視覺文化藝術教育強調以學生生活中的視覺經驗爲主體、著重視覺影像背後的社會性意涵、主張跨文化及跨學科的學習。在強調以學生生活中之視覺經驗爲主體的情況下，由於學生生活視覺經驗的多樣性，當藝術教學內涵擴及於生活中的視覺經驗時，藝術教育原先的學科領域便須隨之擴展。在以往學科取向藝術教育思潮下，雖則或有將廣告、電腦數位影像、青少年次文化、海報、攝影等納入創作課程中，然而其著眼點多以技法、媒材的學習爲主；至於在鑑賞課程中，仍以中、外精緻藝術爲主要教學內容，較少兼及青少年次文化、日常生活通俗影像的部分。相較於教授精緻藝術，如何著手引導學生閱讀日常生活中的視覺影像，對於許多藝術教育工作者而言是較爲陌生的課題。尤其以往實施藝術教學時，兒童及青少年繪畫發展能力及審美認知理論常是教師們據以設計課程之重要參考，惟日常生活中視覺影像之創作與解讀，與一般傳統繪畫技巧之能力發展及對精緻藝術作品的欣賞特質或許不盡相同，原有之繪畫發展能力及審美認知理論或有其應用上的限制，而有予以擴充的可能。

檢視視覺藝術教育的領域中，有關兒童、青少年或成人審美認知能力之分析向爲國內、外視覺藝術教育工作者所關注（e.g. Brunner, 1975；Housen, 1992；Parsons，

1987；崔光宙，1992；羅美蘭，1993；陳瓊花，2000），惟歷來國內外對於人類審美認知能力之相關研究，內容多僅及於觀者對於精緻藝術史中名家作品所產生反應之探索，較少有對於一般日常生活之通俗影像的反應進行觀者反應之系統化的探究。究竟當兒童與青少年面對日常生活中的視覺影像時，其反應為何？觀看模式為何？對影像的解讀類型又為何？而影響兒童與青少年日常生活中視覺影像觀看模式的因素又有哪些？均是值得當下藝術教育工作者進行探究的議題。

研究目的與問題

鑒於前述緣起，「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應研究」之目的則在探究我國兒童及青少年「如何」(how) 解讀日常生活之視覺影像，二則探討兒童及青少年「為何」(why) 進行如是解讀。期望藉此一研究之執行，能瞭解台灣地區兒童及青少年面對日常生活之視覺影像時的觀看模式及影響因素，以及對視覺影像的解讀類型。根據研究目的，本研究以台灣地區國小、國中及高中之美術班及非美術班學生為調查對象，探討下列研究問題：

- 一、台灣地區兒童與青少年面對日常視覺影像時所應用之觀看模式為何？
- 二、台灣地區兒童與青少年面對日常視覺影像時所應用之觀看模式是否因年齡、性別、視覺藝術學習背景不同而有差異？
- 三、台灣地區兒童與青少年面對日常視覺影像時之解讀類型為何？

研究限制

為使本研究之目的與範圍更加明確，將本研究之限制說明如下。首先，有關視覺之相關理論及研究甚多，這些研究或自人類生理結構的角度關照視覺感官的功能，或自人類心理認知結構的角度解析視覺作用的歷程。然而於本研究中，並不擬對構成視覺感官的科學原理或構成視覺影像的基本視覺元素等進行探究，而僅關注於兒童與青少年面對本研究所選擇之日常視覺影像時的觀看模式及解讀類型，以及影響其觀看模式的原因。

其次，日常生活之視覺影像繽紛雜遝，種類眾多，不若精緻藝術中的名作一般易於選取及分類。由於本研究目的是檢驗兒童及青少年解讀日常通俗影像時的反應，為達到此一目的，本研究於選擇研究工具中之影像時，參考 Freedman 及 Wood (1999) 研究中之影像選取模式，以海報、卡通、廣告影像、電腦動畫等為主要選

取類別，同時增加日常攝影一類，惟如是的選擇標準仍難以全面涵蓋學生於日常生活中可能接觸之影像，是本研究的限制之一。同時，在日常視覺影像中除靜態的影像外，尚包含動態影像，如電視、電影等，然而，於本研究中，考慮施測之時間、設備等因素，僅以靜態影像作為選擇對象，也是閱讀本研究結果時須注意之限制。

再者，進行瞭解台灣地區兒童與青少年面對日常生活之視覺影像的觀看模式及解讀類型時，將同時探討影像觀看模式與兒童及青少年的年齡、性別以及視覺藝術學習背景間的關係。然而，由於日常視覺影像背後所隱藏的經濟、社會層級等意識形態，兒童及青少年的家庭背景與父母社經地位等均有影響其視覺影像反應的可能，亦應進行瞭解與觀察。惟於本研究中，考量研究實施之單純性，並未進行是類變因之檢核，於閱讀本研究結果時，亦須注意此一限制。同時，本研究在研究對象取樣時，僅及於台北縣、市設置有美術班之國小、國中、高中，並未及於其他縣、市，雖然於進行研究工具效度檢驗時，邀請於南部任教之視覺藝術教師協助進行影像選取，然而，當閱讀本研究結果時，仍須注意本研究在研究對象取樣上的限制。

文獻探討

近二、三十年來台灣由於在經濟、科技上均有蓬勃發展，社會中視覺影像充斥，學生每日張眼所及便是各式繽紛影像，也習以視覺影像來建構外在世界，並接受新資訊。然而，後現代的影像文化強調直接、短暫和強烈的視覺刺激，觀者往往僅注意表面的視覺表像而未關懷影像的內容與意涵。視覺文化藝術教育的最主要目的是希望學生在與日常視覺影像的互動中，能建立「自我認同」，檢視自身的意識形態，澄清自我的價值觀（趙惠玲，2004／2005）。因此，藝術教育工作者便需協助學生在面對生活中的繽紛影像時，能具備「好奇的眼光」(curious eye)(Rogoff, 1998, 18)，並以「視覺進行批判」(vision as critique)(Rogoff, 1998, 15)，以質疑的態度觀察所見，發現以往不知或不曾察覺的事物；同時，還希望能培養學生「人文關懷」的眼光，不但尊重自我的審美素養，更能雅納他人的審美素養。

檢視中、外藝術教育思潮的轉變，可以發現，在近代的思潮變遷中，對視覺藝術教學內涵造成較大影響的兩波思潮為 1980 年代的「學科取向藝術教育」思潮，及二十世紀末的「後現代藝術教育」思潮。學科取向藝術教育強調「鑑賞」與「創作」在視覺藝術教學中等量齊觀的重要性，將視覺藝術理論的地位大舉抬升，認為有關美學、藝術史、藝術批評的學習與視覺藝術創作一樣重要，同為建構視覺藝術教學

內涵的重要元素 (e.g. Clark et al., 1987; Efland, 1987; Wilson, 1997)。後現代藝術教育思潮則跟隨著後現代藝術思潮的腳步，進行對於傳統菁英取向藝術教育觀的挑戰。尤其自 1990 年代之後，視覺文化的思潮傳入藝術教育界，更對視覺藝術教學內涵進行另一波「賦權」，主張視覺藝術教育工作者應將其疆域自「視覺藝術」擴充至「視覺影像」，並檢視視覺影像於每一社會框架中的意義，以符合今日學生所處的環境 (郭禎祥、趙惠玲，2002；趙惠玲，2001/2002、2004/2005；劉豐榮，2001 等)。可以說，視覺文化的思潮將藝術教學的內容擴充至前所未見，具充分彈性與可能性的全方位時期。

學科取向藝術教育思潮的提出可以說是對長久以來視覺藝術創作的優勢地位，以及其於視覺藝術教學界的迷思進行解構；除此之外，由於「鑑賞」的重要性提升，學科取向思潮的風行也使得中、外藝術教育界對於學生鑑賞心理、審美能力的相關研究大幅增加。然則，自鑑賞教育的重要性於藝術教育界被強調以來，有關兒童及青少年對於「對象物」的反應雖為藝術教育學界所重視，惟學科取向鑑賞教學的主要對象為精緻藝術中的名作，當學者們進行兒童及青少年對於「對象物」的反應之研究時，多將所謂「對象物」的範圍圈定於藝術作品中，而在進行研究時，又往往以學科取向的專家思維規劃研究模式並以既定標準進行解讀，例如，以作品之形式、表現、情感等面向作為重要探討方向等。在視覺文化藝術教育的觀點下，日常生活影像方為學生視覺經驗的主流，在進行是類研究時，便需將「對象物」的範圍轉換為學生生活中的日常影像。

根據陳瓊花、伊彬 (2002, 159)，在藝術教育界中，有關藝術認知的相關研究可以大別為兩類，一類為關注學習者圖像／影像的符號表現，一類為關注學習者圖像／影像的反應之思考歷程。雖然視覺文化藝術教育認為應將藝術教學的範疇加以擴充，但仍強調「鑑賞」與「創作」之教學內容的兼顧 (e.g. Duncum, 2002; Freedman, 2003)，當探討學生對日常視覺影像的反應時，則與以往學習者圖像／影像的反應之研究相關。陳瓊花、伊彬 (2002, 160-167) 同時也指出，在有關學習者圖像／影像的反應之思考歷程研究方面，可以進而歸類為兩種類型，一為普遍性審美發展階段之整體結構，一為審美歷程中特定要素的發展；前者旨在掌握整體性的審美發展結構，後者則在探討個體知覺敏銳性的研究。

在普遍性審美發展階段之相關研究中，美國學者 Parsons (1987) 審美認知發展理論為常被引用的論述之一。Parsons (1987) 以 Jean Piaget (1896-1980) 的認知發展理論及 Lawrence Kohlberg (1927-1987) 的道德判斷發展理論為基礎，選擇八幅

視覺藝術作品，以「人們如何了解藝術」為題，針對美國三〇〇名學前至成人的研究對象進行質化研究，建立其「四向五階」的審美認知發展理論 (Parsons, 1987)。然而，由於 Parsons (1987) 的研究僅以八幅西方精緻藝術作品作為研究內容，其理論可能隱藏之文化偏見受到許多質疑。以台灣而言，便有崔光宙 (1992)、羅美蘭 (1993) 等學者將 Parsons 之審美認知發展理論因應我國國情修正後，再進行驗證研究。其中崔光宙 (1992) 以十幅中、西繪畫作品，針對台灣三三五名學前至成人為研究對象，發現年齡及專業程度與鑑賞能力有所相關，但較小年齡層之研究對象則並不明顯。羅美蘭 (1993) 則以一二〇〇名美術館觀眾為研究對象，以十二幅美術館展覽原作為研究內容，發現年齡、教育程度、職業及專業程度與鑑賞能力有所相關。

在審美歷程中特定要素的發展相關研究中，又可區分為兩類，一為知覺敏銳性的研究，一為審美觀念的研究 (陳瓊花、伊彬, 2002, 163-167)。在國內學者所進行的研究中，前者諸如郭禎祥 (Kuo, 1986) 針對台灣、美國之學生進行抽象及具象繪畫風格分類的研究，發現抽象繪畫較具象繪畫容易進行風格的辨識等。後者如袁汝儀 (1995) 針對國小五年級學生，進行審美價值取向之研究，認為好玩與否、幻想空間、角色認同、安全感與成就感、成人或兄弟的肯定等為受調學生的審美取向之一，其研究視野與以往自藝術學科本質的角度進行探查者有所不同。此外，陳瓊花 (2000) 為了解兒童及青少年面對不同類型之西方藝術作品時，進行描述、喜好與判斷時觀念上的差異，以不同層級的學生為受調對象，結果發現不同年齡層的學生以不同的審美觀念描述作品，而其喜好與價值判斷亦有顯著差異等。一般而言，不論是研究普遍性審美發展階段之整體結構，或者探討審美歷程中特定要素的發展，是類研究內容大多數集中於學生對於精緻藝術史中名家作品所產生反應之探索，針對一般日常視覺影像的反應進行之探究，則屬少數。

在針對一般日常視覺影像的反應進行之探究中，鄭明憲 (Cheng, 2002) 以來自東、西方的三幅藝術作品及三幅平面廣告影像，針對台灣二、四、六、八年級，共計五十六個學生進行深度訪談，發現受調學生傾向自四個文化面向來解釋作品，分別為家庭生活、大眾媒體、學校教育以及一般性的信念與價值觀。同時，鄭明憲亦發現，年紀較長的受調學生方有能力了解廣告的商業目的；但整體而言，受調學生對於東、西方的視覺影像分辨能力並不明顯，也顯示出受到大眾文化的相當影響。其次，蔡州宙 (1998) 採用問卷調查法與內容分析法，針對臺北市二十所國小一〇〇五位高年級學生，研究其對漫畫人物的認同情形。他指出，受調學童對漫畫人物

的認同程度十分高，超過半數的學童均擁有認同之漫畫人物，而學童有無認同之漫畫人物則因年級、家長教育程度、智育成績、閱讀頻率與認同程度的不同而有顯著差異。蔡州宙（1998）發現，學童認同漫畫人物的原因主要以社會正義與才能（智力和技能）最受重視。一般而言，學童最認同男性、年齡層相近、技能、智慧與外貌表現上優秀的漫畫人物。同時，學童認同的漫畫人物之角色類型雖受性別意識形態的影響，但女童較男童能擺脫性別意識形態。

美國學者 Freedman 及 Wood（1999）之研究以美國高中學生為研究對象，取 Parsons（1987）的審美認知理論比較學生於面對視覺藝術作品及日常生活中通俗視覺影像時的異同反應。其研究之主要議題包含下列三類：學生對於不同類型視覺影像之產生緣由的詮釋、學生對於不同類型視覺影像的解釋、學生對於不同類型視覺影像之間關係的闡釋。Freedman 及 Wood 的研究同時採用質化研究法與量化研究法分別進行資料收集；在量化研究的部分，Freedman 及 Wood 選擇四幅視覺藝術作品以及四個來源不同的日常視覺影像，包含海報、卡通、廣告影像等，針對一〇二個研究對象進行問卷調查，詢問研究對象對於不同類型視覺影像的看法，並就一〇二個研究對象中選擇二十五名進行質化研究，以十週的時間觀察二十五名研究對象在課堂上的行為，以及其對自行選擇之視覺影像的反應。Freedman 及 Wood 的研究結果指出，學生面對日常通俗視覺影像的反應模式與其面對藝術作品的反應模式有相類之處。然而，Freedman 及 Wood 也發現，高中學生對視覺影像的詮釋能力要超越 Parsons 審美認知階段說對同年齡學生所歸納的能力，Freedman 及 Wood 認為其原因可能是學生對日常生活中通俗視覺影像的相關知識要豐厚於其對藝術作品的背景知識。

此外，Stokrocki（2001）的研究以三十名美國高中生為研究對象，並以購物商場（shopping mall）中之視覺影像為研究內容，探討研究對象在購物商場之視覺文化氛圍中所獲取的美感價值。Stokrocki 首先以問卷調查的方式，引導這群參與研究之高中生針對在購物商場的視覺經驗進行討論，使學生回想在購物商場所接觸到的各式視覺刺激，再要求學生實際至購物商場以相機拍攝其所擷取之視覺影像後，重新進行判讀與省思。Stokrocki 發現，由於研究對象的學校藝術課程主要是以創作課程為主，學生對藝術概念之認知有貧乏的情況，也並不習慣以討論的方式替代創作去面對藝術。Stokrocki 同時也發現，儘管學生能瞭解一般菁英視覺藝術作品中所蘊含的社會、文化因素，他們對於其日常生活中各式視覺影像背後的社會、文化與經濟因素並不敏感，也認為美感價值應與對象的視覺形式或表現特質相關。Stokrocki

建議學校視覺藝術教育課程中應加入學生的日常視覺經驗，而教師則應嘗試協助學生發覺隱藏在「夠酷、超炫」之視覺影像背後所隱藏的社會、文化與經濟等意義。

由前述國內、外相關研究發現，由於視覺文化藝術教育尚屬新興思潮，相關教學理論累積有限，學生雖日日接觸通俗影像，對於應如何進行解讀並不熟悉。Duncum (2002) 即指出，由於缺乏引導，學生們常忽略視覺影像本身的意識形態，也無從理解為何須對看來尋常的視覺影像進行質疑，遑論知曉應如何解讀影像背後的意涵。Freedman (2000, 2003) 亦認為，多數的視覺文化現象中均隱藏著對於社會優勢文化團體的認同，須加強對於相關議題的教授方能使學生對視覺文化現象的負面影響產生抗拒，並提供學生反思與行動的依據。Ballengee-Morris 及 Stuhr (2001) 則強調，世界變遷迅速，學生需要建立視覺識讀能力以閱讀一個影像的文化訊息，當學生能知道視覺文化的意義後，即能漸次落實社會重建的意涵。換言之，視覺文化藝術教育便是強調要協助學生在透過影像來「建構」外在世界後，也要透過影像來「解構」外在世界，當學生的信念及價值觀有所改變後，其行為則較易相應發生自發性的改變。

於本研究中，為能了解台灣地區兒童與青少年對於日常視覺影像的反應，以通俗視覺影像為研究客體，並就兒童與青少年面對通俗影像之反應進行兩個面向的探討，一為理解兒童及青少年對於視覺影像的觀看模式，亦即「如何」觀看影像；二為理解兒童及青少年對於視覺影像的解讀類型，亦即「為何」決定其對影像的判斷。期望以「張網」的方式，以每一幅影像為中心點，向外連結，再將不同的網脈交織，架構出我國兒童與青少年對於日常視覺影像的反應，進而協助藝術教師理解如何幫助學生探討影像的意義與尋找影像的價值，使學生在當代影像的洪流中，釐清自身的主體性。

研究方法與實施過程

研究方法

「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應調查研究」之主要目的在於瞭解台灣地區兒童與青少年面對日常視覺影像時的觀看模式及影響因素，以及對視覺影像的解讀類型。根據研究目的，本研究主要以問卷調查研究法進行研究架構之規劃，以蒐集並累積受調對象的個體資料，再以內容分析方式進行資料之解讀與詮釋

(Bernard, 1996/2000)。由於本研究之問卷主要採開放式題型設計，由受調學生以自陳方式填答問卷，所得之資料為質性資料的形式，在資料分析處理時，本研究先將質性資料進行分析編碼後，轉化為量化數據，再採用量化統計方式進行分析。

研究對象

為能了解我國兒童及青少年面對日常視覺影像時的觀看模式及解讀類型，並能了解不同年齡階段、性別、視覺藝術學習背景之學生於面對日常影像時之觀看模式的差異，本研究乃以台灣地區國小、國中及高中，設有美術班之學校為調查學校。於進行調查對象之選取時，考量受調學生應能反應各年齡階段之認知差異，於國小階段以五年級學生為研究對象，國中階段以八年級學生為研究對象，高中階段則以二年級學生為研究對象。同時，考量研究實施之需要，又以台灣地區美術班分布較集中之台北縣、市設有美術班之學校為選擇對象，進行隨機抽樣。由於目前國內美術班於國小、國中及高中階段均以一校設置一班為原則，是以在選校之後，該校之國小五年級、國中八年級、高中二年級美術班學生即為問卷調查研究對象；而普通班則採「叢集抽樣法」(cluster sampling)(Bernard, 1996/2000)，於各校對應年級普通班中抽取一班學生進行調查。

總計本研究共於台北市選擇國小、國中及高中各兩所，台北縣選擇國小、國中及高中各一所，共計九所學校為取樣學校；於國小、國中及高中階段均各有三所學校六個班級為研究對象。至各受調班級進行資料收集時，每班以四十五分鐘為填答時間，每位受調學生以自陳方式填答問卷，所填答之問卷及各題反應均分別進行編碼。有關各年齡階段受調學生人數分布資料參見附錄一。

研究步驟與期程

本研究計可分為七個研究期程，分別為：前導性研究(2001年12月)、擬定實施計畫及聘任研究助理(2002年9月)、收集文獻資料(2002年10月至2003年9月)、發展研究工具(2003年9月至12月)、選取研究對象(2003年10月至11月)、進行問卷調查(2003年12月至2004年1月)、問卷資料分析(2004年1月至3月)等。

研究工具及效度、信度

本研究主要研究工具為「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應調查問卷」，問



卷包含兩大結構，一為影像卷部分，二為答卷部分。影像卷計有五題，分別為海報、電腦卡通、廣告、攝影、次文化等五類學生日常生活中較易接觸之影像。為提高觀看影像之準確性，影像卷採用高質素鐳射彩色影印方式印製，每一影像均單獨以 A4 大小紙張印製，務求與原影像畫質相近；於填答時，每位受調學生均各持有一份一式五張之影像卷。答卷部分計有兩部分，第一部分為基本資料之填答，第二部分為正式答題；於正式答題中，每一影像均有獨立之答卷並請受調學生回答五個問題；同時，為顧及答卷準確性，於每一張答卷上，均印有該張答卷影像之縮小黑白圖稿。

本研究研究工具之影像選取計分為三階段進行。先由研究參與人員多方收集適用影像，同時亦請目前任教於中、小學之視覺藝術教師協助影像之提供；將所收集影像依研究目的進行初步彙整後，共計篩選三十三張影像，編制第一階段研究工具鑑別度問卷。進行第一階段研究工具鑑別度測試¹後，再篩選出十二張影像，編制第二階段研究工具鑑別度問卷。進行第二階段研究工具鑑別度問卷測試後，篩選出五張影像，分別為海報、電腦卡通、廣告、攝影、次文化等五類，各類影像特質參見附錄二²。

於研究工具之答卷部分，亦根據研究目的先行撰寫初稿，與影像鑑別度測試一併進行兩階段專家效度檢視，針對研究工具內容之適切性進行檢驗。於進行效度檢視時，計邀請十六位藝術教育工作者填答專家效度問卷；十六位藝術教育工作者中有兩位任教於大學校院藝術教育科系、一位為現職國小視覺藝術教師、一位為現職高中美術教師、十位視覺藝術教育碩士班研究生、二位視覺藝術教育博士班研究生，而二位視覺藝術教育博士班研究生中有一位為現職高中美術教師，另一位為現職國小教師。此外，由於本研究之研究對象包含國小至高中三類年齡層學生，問卷中文字之描述如何方能適於各年齡層學生填答，是應注意之問題。於設計本研究之研究工具時，亦同時請國小六年級及高中三年級各一位非美術班學生試填問卷，以了解所選取之影像及答卷文字描述之適當性。有關答卷主要內容參見附錄三。

研究資料分析

問卷回收之後，由研究參與人員根據研究目的及視覺文化藝術教育相關理論，

¹ 於進行研究工具鑑別度測試時，本研究邀請十六位藝術教育工作者填答鑑別度卷，於十六位藝術教育工作者中，計有兩位任教於大學藝術教育科系、一位現職國小視覺藝術教師、一位為現職高中美術教師、十位視覺藝術教育碩士班研究生、二位視覺藝術教育博士班研究生；二位視覺藝術教育博士班研究生中有一位為現職高中美術教師，一位為現職國小教師。

² 為考量影像使用之所有權，於本文中並不呈現影像畫面，讀者若有需求，請與本文作者聯繫。

擬定各影像題之評分標準，並於檢驗評分者信度後，分由研究助理進行評分。

在了解研究對象對於視覺影像的觀看模式，亦即「如何」觀看影像部分，依據視覺文化理論及相關審美研究（e.g Duncum, 1999, 2002; Freedman, 2003; Parsons, 1987），將研究對象面對日常視覺影像時的觀看模式區分為四個面向，進行縱向的深度探討。觀看模式的四個面向分別為：「影像描述」（對應問卷第二題）、「吸引陳述」（對應問卷第三題）、「作者意向」（對應問卷第四題）、「喜好判斷」（對應問卷第五題）（參見附錄三）。其次，再依據視覺文化藝術教育相關理論將各面向區分為五個評分層次，其中第一層次定位於對觀看影像僅進行單一基本描述，並未涉其餘概念之陳述；第二層次定位於對觀看影像進行較豐富之陳述，但仍未涉及較深入之概念；第三層次定位於對觀看影像進行較深入的描述，諸如影像的形式、色彩、構圖、氣氛等，然仍停留於影像表層的觀看；第四層次定位於對觀看影像進行影像表層之外社會性價值的陳述；第五層次定位於對觀看影像能舉出影像表層之外，自我反省的價值判斷。惟由於問卷中五類影像的社會功能不同，於訂定評分準則時，亦就前述五層次之內涵依各類影像之特性進行調整，評分範例參見附錄四。於評分完成後，以 SPSS 10.0 統計軟體就所得資料以平均數及標準差作基本描述，並依據不同年齡階段、性別、視覺藝術學習背景受調學生對於問卷所提供影像之觀看面向，進行「單因子多變量分析」（one-way MANOVA），以了解受調之國小、國中、高中學生對於問卷所提供影像之觀看面向，並檢驗不同年齡階段、性別、視覺藝術學習背景學生之影像觀看模式是否有顯著差異。

其次，就兒童與青少年面對日常視覺影像時的解讀類型，亦即「為何」決定其對影像的判斷方面，本研究以研究對象面對影像時所持的態度、信念及價值觀（Duncum, 1999）為考量原則，區分為對影像「吸引原因」的表達層面（對應問卷第三題）、「成功原因」的表達層面（對應問卷第四題）、「喜好原因」的表達層面（對應問卷第五題），進行橫向的廣度探索。在將資料彙整後，本研究先採質性資料分析方式，將原始資料系統化、條理化，以辨識原始資料所呈現之解讀類型趨向，並嘗試尋找主題與類屬。經逐步消化資料後，逐漸建構受調學生面對影像時解讀類型的概念框架，並將原始資料與分析資料進行反覆對照並驗證，以確定未漏失具意義之資料及修正各主題之分類。於分類原則確立後，就每一受調學生之回應按分類原則進行劃記，並將質性資料轉以量化方式登錄，再以 SPSS 10.0 統計軟體就所得資料進行次數分配之檢驗，亦就受調學生之年齡階段、性別、視覺藝術學習背景，分別了解各群性學生之解讀類型。

本研究於初步建構受調學生觀看影像時各項價值判斷的表達類型之歷程中，發現受調學生的陳述資料屬性大致呈現有十類趨向，其中前八類趨向於受調學生對問卷中五類影像的反應資料中均有呈現，另兩類趨向則為依影像的類別與功能而異的表達趨向。同時，這十類趨向同時具現於受調學生對影像價值判斷的「吸引原因」、「成功原因」以及「喜歡原因」的表達層面中。總計受調學生觀看各類影像解讀類型的八類共同趨向分別為：新舊視覺經驗、善惡價值、美醜感受、道德制約、延伸想像、肌理形式、創性意涵以及無關主題等。至於受調學生觀看各類影像時依影像的類別與功能而異的表達趨向部分，則因影像的特質與社會功能而有不同，其中包含有科技、環保、性別、宗教觀、外來文化等不同面向。

在將資料之屬性進行檢視並發現前述表達趨向後，本研究再就受調學生填答之原始資料進行反覆閱讀，進而將前述十類表達趨向區分為五類解讀類型，分別為：主觀好惡、形式美感、社會價值、互涉敘事、其他等五類，分類舉例參見附錄五。其中「主觀好惡」之解讀類型傾向以填答個體自身的主體好惡、善惡信念、新舊視覺經驗以及個體自身對視覺影像創性意涵的判讀等，作為決定影像價值的依據。「形式美感」之解讀類型傾向以視覺影像的肌理、形狀、色彩、表現等作為決定影像價值的依據。「社會價值」之解讀類型傾向以個體所具備之外在社會價值觀，諸如道德、教育等機制的制約作為決定影像價值的依據。「互涉敘事」之解讀類型傾向以視覺影像中的某一物件、某種特質、氣氛、主題等，進行影像之外的延伸發展，諸如：想像、象徵、隱喻、內容或故事敘事等的聯想結果，作為決定影像價值的依據。「其他」之解讀類型則包括進行資料閱讀時，無法判讀或以「不知道」為由進行回應者。

在建構五類視覺影像解讀類型之後，為能呈現受調學生於面對日常影像時解讀類型的面向，以了解學生面對生活週遭影像時「為何」決定其對影像各項價值的判斷，本研究除將質性資料轉以量化方式登錄，並以 SPSS 10.0 統計軟體就所得資料進行次數分配之檢驗外，另就受調學生之年齡階段了解各群性學生之解讀類型。

研究結果分析與討論

台灣地區兒童與青少年視覺影像觀看模式分析與討論

不同年齡兒童與青少年視覺影像觀看模式及差異性分析

本研究以問卷調查方式，自編「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應調查問卷」，並將兒童與青少年的日常視覺影像觀看模式區分為四個面向，分別為「影像描述」、「吸引陳述」、「作者意向」及「喜好判斷」。將資料彙整登錄後，先以平均數及標準差進行基本描述，呈現各年齡階段受調學生視覺影像觀看模式，再依據不同年齡階段受調學生對視覺影像觀看面向之反應進行「單因子多變量分析」考驗，以檢驗不同年齡階段學生對於問卷所提供影像之觀看模式是否有顯著差異，並以「薛費法」(Scheffe's method) 進行事後比較。經過檢驗後，本研究各年齡階段受調學生對視覺影像觀看模式各面向之平均數及標準差如附錄六所示。

根據研究結果顯示(參附錄六)，國小受調學生於觀看影像的四個面向上，在「影像描述」及「喜好判斷」二個面向上均介於第二及第三個評分層次。在「吸引陳述」及「作者意向」面向上則居於第三個層次。然而，國小受調學生在影像觀看模式中之任何面向上均未進入第四個層次。國中受調學生則於觀看視覺影像的四個面向上居於第三個層次中，但於任何面向上均未進入第四個層次。高中受調學生於觀看視覺影像的四個面向中，在「影像描述」、「吸引陳述」及「喜好判斷」面向上均居於第三個層次，但於「作者意向」面向上，則介於第三個層次及第四個層次間，但均未進入第五個層次。

前述資料顯示，國中及高中受調學生在影像觀看模式中各面向之平均數均能達到第三個層次，亦即對影像能進行較深入的描述，諸如影像的形式、色彩、構圖、氣氛等，惟仍停留於影像表層的觀看。然而，僅高中受調學生於觀看面向中的「作者意向」面向上，能進入第四個層次，亦即能對觀看影像進行影像表層之外社會性價值的陳述，惟平均值最高僅為 3.00，並只有在對「電腦卡通影像」的觀看上顯示進入第四層面。至於國小受調學生的影像觀看面向部分，則在「影像描述」及「喜好判斷」二個面向上均介於第二及第三個評分層次，亦即有部分國小受調學生在「影像描述」及「喜好判斷」面向上僅能對觀看影像進行較豐富之陳述，但仍未涉及較深入之概念；而國小受調學生在「吸引陳述」及「作者意向」面向上則居於第三個

層次，亦即能對影像進行較深入的描述，但停留於影像表層的觀看。整體而論，高中受調學生在觀看模式中的「作者意向」面向上能有較高層面的觀看反應，國小受調學生則在「影像描述」及「喜好判斷」面向上仍停留在較淺層面的觀看模式，而國中受調學生雖於各觀看面向上有較一致的現象，但均停留在第三層面的觀看模式中，尙未能對觀看影像進行影像表層之外社會性價值的陳述或進行自我反省的價值判斷。

其次，爲了解不同年齡階段受調學生對視覺影像之觀看模式是否有顯著差異，本研究以「單因子多變量分析」進行考驗，並以「薛費法」進行事後比較，所得分析結果如附錄七所示。

根據研究結果顯示（參附錄七），國小、國中、高中受調學生對電腦卡通影像、攝影影像、海報影像、廣告影像及次文化影像之觀看模式上均呈現顯著差異。由事後比較得知，國中受調學生對電腦卡通影像「吸引陳述」與「作者意向」觀看面向的層次上顯著高於國小受調學生；而高中受調學生對電腦卡通影像「吸引陳述」與「作者意向」觀看面向的層次上亦顯著優於國小受調學生。在攝影影像部分，國中受調學生對攝影影像「吸引陳述」、「作者意向」與「喜好判斷」觀看面向的層次上均顯著高於國小受調學生；而高中受調學生對攝影影像「作者意向」及「喜好判斷」觀看面向的層次上則顯著高於國小受調學生。在海報影像部分，國中受調學生對海報影像「影像描述」、「吸引陳述」、「作者意向」觀看面向的層次上均顯著高於國小受調學生；而高中受調學生對海報影像「吸引陳述」觀看面向的層次上則顯著高於國小受調學生。在廣告影像部分，國中受調學生及高中受調學生對廣告影像「作者意向」觀看面向的層次上均顯著高於國小受調學生。在次文化影像部分，國中受調學生及對高中受調學生次文化影像「影像描述」、「吸引陳述」、「喜好判斷」之觀看面向上均顯著高於國小受調學生。

不同性別兒童與青少年視覺影像觀看模式及差異性分析

在國小、國中、高中不同性別受調學生視覺影像之觀看模式與差異部分，在將資料彙整登錄後，本研究以「單因子多變量分析」進行考驗，並以平均數及標準差呈現不同性別受調學生之視覺影像觀看模式，所得結果如附錄八所示³。

根據研究結果顯示（參附錄八），國小不同性別學生之影像觀看模式於「電腦

³ 由於篇幅之限制，不同性別受調學生視覺影像之觀看模式平均數及標準差未於本文中呈現，僅呈現變異數分析摘要表，讀者若有需要，請與作者聯繫。

卡通影像」上並無顯著差異，於其餘四類影像中則均有顯著差異，顯示「性別」尚為國小階段影響受調學生日常視覺影像觀看模式之因素。同時，國小女性受調學生於影像觀看模式各面向之平均數均高於國小男性受調學生。在國小男生及女生於觀看影像的四個面向上，國小男生在「影像描述」、「作者意向」及「喜好判斷」三個面向上均介於第二及第三個評分層次，在「吸引陳述」面向則居於第二個層次之間，且在「影像描述」面向多屬第二個層次。國小女生於觀看影像的四個面向上，僅於「影像描述」面向介於第二及第三個評分層次，在「吸引陳述」、「作者意向」及「喜好判斷」面向均居於第三個層次，且在「影像描述」面向亦多屬於第三個層次。整體而言，國小階段女生在觀看面向的評分層次較一致。

在國中部份，根據研究結果顯示（參附錄八），國中不同性別學生之影像觀看模式於五類影像中均有顯著差異，顯示「性別」為影響國中階段受調學生日常視覺影像觀看模式之因素。同時，國中女性受調學生於影像觀看模式各面向之平均數均高於國中男性受調學生。在國中男生及女生於觀看影像的四個面向上，國中男生在「影像描述」面向介於第二個層次至第三個層次之間，在「吸引陳述」、「作者意向」及「喜好判斷」三個面向上均居於第三個評分層次。國中女生於觀看視覺影像的四個面向上，在「影像描述」及「喜好判斷」面向居於第三個層次之中；其他「吸引陳述」及「作者意向」面向則介於第三個層次至第四個層次之間。

在高中部份，根據研究結果顯示（參附錄八），高中不同性別學生之影像觀看模式於「電腦卡通影像」上並無顯著差異，於其餘四類影像中則均有顯著差異，顯示「性別」尚為高中階段影響受調學生日常視覺影像觀看模式之因素。同時，高中女性受調學生於影像觀看模式各面向之平均數均高於高中男性受調學生。在高中男生及女生於觀看影像的四個面向上，高中男生在「影像描述」、「吸引陳述」及「作者意向」三個面向上均居於第三個評分層次，在「喜好判斷」面向則介於第二個層次至第三個層次之間。高中女生於觀看影像的四個面向上，在「影像描述」、及「喜好判斷」面向均居於第三個評分層次，在「吸引陳述」及「作者意向」則介於第三個層次至第四個層次之間。同時，在四個觀看面向中，男生與女生受調者於五類影像中之「吸引陳述」及「作者意向」有較其他二類面向有較高的得分。

不同視覺藝術學習背景兒童與青少年視覺影像觀看模式及差異性分析

在國小、國中、高中不同視覺藝術學習背景之受調學生對各類日常視覺影像之觀看模式與差異部分，本研究在將資料彙整登錄後，以「單因子多變量分析」進行

考驗，並以平均數及標準差呈現不同視覺藝術學習背景受調學生之視覺影像觀看模式，所得結果如附錄九所示⁴。

根據研究結果顯示（參附錄九），國小不同視覺藝術學習背景學生之影像觀看模式於五類影像中均有顯著差異，顯示「視覺藝術學習背景」為影響國小階段受調學生日常視覺影像觀看模式之因素。同時，國小美術班受調學生於影像觀看模式各面向之平均數均高於國小非美術班受調學生。在觀看模式的四個面向上，國小美術班在「吸引陳述」、「作者意向」及「喜好判斷」三個面向上均居於第三個評分層次，在「影像描述」面向則介於第二個層次至第三個層次之間。國小非美術班於觀看影像的四個面向上，在「吸引陳述」居於第三個評分層次，在「影像描述」、「作者意向」及「喜好判斷」面向則介於第二個層次至第三個層次之間。此外，國小美術班的高低落差較大，而國小非美術班的落差較小，且最高平均數均未超過 2.40 以上，呈現較國小美術班較低的觀看層次。

在國中部份，根據研究結果顯示（參附錄九），國中不同視覺藝術學習背景學生之影像觀看模式於五類影像中均有顯著差異，顯示「視覺藝術學習背景」為影響國中階段受調學生日常視覺影像觀看模式之因素。同時，國中美術班受調學生於影像觀看模式各面向之平均數均高於國中非美術班受調學生。在國中美術班及非美術班於觀看影像的四個面向上，國中美術班在「影像描述」、「吸引陳述」、及「作者意向」三個面向上均介於第三及第四個評分層次之間，在「喜好判斷」面向則介於第三個層次中。國中非美術班於觀看視覺影像的四個面向上，在「吸引陳述」、「作者意向」及「喜好判斷」三個面向中均居於第三個評分層次，在「影像描述」面向則介於第二個層次至第三個層次之間。此外，與國小美術班情況相類，國中美術班的高低落差較大，而國中非美術班的落差較小，且最高平均數並未高於 2.60 以上，呈現較國中美術班較低的觀看層次。

在高中部份，根據研究結果顯示（參附錄九），高中不同視覺藝術學習背景學生之影像觀看模式於「電腦卡通影像」上並無顯著差異，於其餘四類影像中則均有顯著差異，顯示「視覺藝術學習背景」尚為影響高中階段受調學生日常視覺影像觀看模式之因素。同時，高中美術班受調學生於覺影像觀看模式大多數面向之平均數高於高中非美術班受調學生。在高中美術班及非美術班於觀看影像的四個面向上，

⁴由於篇幅之限制，不同視覺藝術學習背景受調學生視覺影像之觀看模式平均數及標準差未於本文中呈現，僅呈現變異數分析摘要表，讀者若有需要，請與作者聯繫。

高中美術班在「吸引陳述」及「作者意向」面向上，介於第三個層次至第四個層次之間，於「影像描述」及「喜好判斷」面向上均居於第三個評分層次。高中非美術班於觀看影像的四個面向上，在「影像描述」、「吸引陳述」及「作者意向」面向上均居於第三個評分層次，在「喜好判斷」面向上，則介於第二個層次至第三個層次之間。

台灣地區兒童與青少年視覺影像解讀類型分析與討論

兒童與青少年視覺影像吸引原因解讀類型分析

本研究以問卷調查方式，自編「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應調查問卷」，以了解受調學生面對日常視覺影像時的解讀類型。在將受調學生對問卷中五類視覺影像所表達之「吸引原因」按所建構之解讀類型進行劃記後，將國小、國中、高中受調學生之吸引原因解讀類型，以及不同性別、視覺藝術學習背景受調學生解讀類型之次數及排序呈現如附錄十所示⁵。

根據研究結果顯示（參附錄十），國小受調學生在視覺影像「吸引原因」解讀類型之排序上有類似之一致性，在五類解讀類型中，以「主觀好惡」類型排序最常出現，其次為「形式美感」類型，再其次為「互涉敘事」類型，而「社會價值」之解讀類型則最為少見。顯見國小受調學生在觀看日常視覺影像時，傾向以個體自身的主體好惡、善惡信念、新舊視覺經驗以及個體自身對視覺影像創性意涵的判讀等，作為決定是否被影像吸引的依據；而視覺影像的肌理、形狀、色彩、表現等亦為決定影像吸引價值的重要判斷依據，至於「社會價值」之解讀類型最為少見的現象，說明了國小受調學生對視覺影像之「社會價值」面向似乎較不主動關切。

然而，在五類視覺影像中，國小受調學生對廣告影像之「社會價值」排序則有高於「形式美感」的傾向，由於本問卷所選取之廣告影像，是以日本男性偶像明星所拍攝之平面口紅廣告，較具顛覆一般性別認同價值觀之意涵，因此該廣告影像「主題」所隱藏的意識形態似乎獲得國小受調學生較諸視覺形式更多的注意，因而於廣告影像「吸引原因」解讀類型的排序上，有別於其他影像，「社會價值」的排序高於「形式美感」類型。同時，在國小不同視覺藝術學習背景之受調學生方面，發現美術班受調學生於「形式美感」的解讀類型部分，有較非美術班受調學生為重視的

⁵ 由於篇幅之限制，不同視覺藝術學習背景、不同性別受調學生吸引原因解讀類型之次數及排序未於本文中呈現，僅呈現受調學生吸引原因解讀類型次數分配表，讀者若有需要，請與作者聯繫。

情況，值得予以注意。在國小不同性別之受調學生方面，發現國小男、女受調學生大致呈現類似的「吸引原因」解讀類型，僅在對電腦卡通影像的解讀部分，國小男性受調學生呈現較高之「互涉敘事」類型次數，而國小女性受調學生則呈現較高之「形式美感」類型次數。

在國中部份，根據研究結果顯示（參附錄十），國中受調學生在視覺影像「吸引原因」解讀類型排序之一致性不若國小受調學生明顯。然而，仍以「主觀好惡」類型排序為最常見者，其次為「形式美感」類型及「互涉敘事」類型，而「社會價值」之解讀類型則最為少見。顯見國中受調學生在觀看日常視覺影像時，傾向以個體自身的主體好惡、善惡信念、新舊視覺經驗以及個體自身對視覺影像創性意涵的判讀等，作為決定是否被影像吸引的依據；而視覺影像的肌理、形式、色彩、表現等亦為決定影像吸引價值的重要判斷依據，至於「社會價值」之解讀類型最為少見的現象，說明了國中受調學生對視覺影像之「社會價值」面向似乎較不主動關切。

然而，與國小受調學生解讀類型相似的是，在五類視覺影像中，國中受調學生對廣告影像之「社會價值」排序則有僅次於「主觀好惡」的傾向，顯見對於社會普遍價值觀及意識形態較具顛覆之影像，能獲得國中受調學生較多的注意。同時，在國中不同視覺藝術學習背景之受調學生方面，發現美術班受調學生與非美術班受調學生在「吸引原因」解讀類型上，有類似的次數呈現，均以「主觀好惡」出現的次數最高，其次為「形式美感」及「互涉敘事」兩類。在國中不同性別之受調學生方面，亦發現「主觀好惡」於國中男、女受調學生「吸引原因」解讀類型中出現的次數較高。

在高中部份，根據研究結果顯示（參附錄十），高中受調學生在視覺影像「吸引原因」解讀類型之排序上有類似之一致性，在五類解讀類型中，以「主觀好惡」類型排序最常見，其次為「形式美感」類型，其次為「互涉敘事」類型，而「社會價值」之解讀類型則最為少見。顯見高中受調學生在觀看日常視覺影像時，傾向以個體自身的主體好惡、善惡信念、新舊視覺經驗以及個體自身對視覺影像創性意涵的判讀等，作為決定是否被影像吸引的依據；而視覺影像的肌理、形狀、色彩等亦為決定影像吸引價值的重要判斷依據，至於「社會價值」之解讀類型最為少見的現象，說明了高中受調學生對視覺影像之「社會價值」面向較不主動關切。

然而，與國小及國中受調學生的排序結果相似，在五類視覺影像中，高中受調學生對廣告影像之「社會價值」排序則有高於「形式美感」的傾向，顯見對於社會

普遍價值觀及意識形態較具顛覆之影像，亦能獲得高中受調學生較多的注意。同時，在高中不同視覺藝術學習背景之受調學生方面，發現美術班受調學生與非美術班受調學生在「吸引原因」解讀類型上，有類似的次數呈現，均以「主觀好惡」出現的次數最高，其次為「形式美感」及「互涉敘事」兩類。在高中不同性別之受調學生方面，亦發現「主觀好惡」於高中男、女受調學生「吸引原因」解讀類型中出現的次數較高。

兒童與青少年視覺影像成功原因解讀類型分析

在將受調學生對問卷中五類視覺影像所表達之「成功原因」按所建構之解讀類型進行劃記後，將國小、國中、高中受調學生之成功原因解讀類型，以及不同視覺藝術學習背景、不同性別受調學生解讀類型之次數及排序呈現如附錄十一所示⁶。

根據研究結果顯示（參附錄十一），國小受調學生在視覺影像「成功原因」解讀類型之排序上有類似之一致性，在五類解讀類型中，以「互涉敘事」類型排序最常出現，其次為「主觀好惡」及「社會價值」類型，而「形式美感」之解讀類型則較少出現，顯見國小受調學生在決定視覺影像之「成功與否」的解讀類型不同於前一節中，對視覺影像「吸引與否」的解讀類型。此外，研究結果亦顯示，由於成功與否牽涉外在價值觀的因素以及影像本身的功能與目的，當國小受調學生在判讀視覺影像「成功與否」時，傾向依據影像的目的與功能進行判讀。

於本研究中，所選取之電腦卡通影像為多啦 A 夢（小叮噹）以電腦繪圖軟體進行變造之影像，由於多啦 A 夢對於青少年及兒童有一定的熟悉程度，相對的在判讀其是否成功時，主體的個人「主觀好惡」成為重要指標。本研究所選取之海報影像為政令宣導式海報，其圖像與文案間的關係及視覺美感即成為其該海報影像是否成功的決定因素，因而「形式美感」成為判讀海報影像是否成功的重要類型。而本研究之攝影影像為於民間宗教慶典中所拍攝之八家將影像，廣告影像則為由日本男性偶像明星所拍攝之口紅廣告，兩者對於社會價值體系中的宗教關與性別認同均有激盪，相對的，「社會價值」於此二類影像之成功與否價值中即成為較重要之解讀類型。本研究之次文化影像是選用當下於青少年階段至為當紅之大頭貼影像，由於大頭貼影像係以青少年自發性的娛樂目的拍攝為主，與一般社會性功能聯結意涵並不明顯，是以於五類影像中，次文化影像在社會價值之解讀類型上出現次數最低，而與

⁶ 由於篇幅之限制，不同視覺藝術學習背景、不同性別受調學生成功原因解讀類型之次數及排序未於本文中呈現，僅呈現受調學生成功原因解讀類型次數分配表，讀者若有需要，請與作者聯繫。



其他影像有所差距。

在國中部份，根據研究結果顯示（參附錄十一），國中受調學生在視覺影像「成功原因」解讀類型之排序上有類似之一致性，在五類解讀類型中，以「互涉敘事」類型排序最常出現，其次為「社會價值」類型，而「主觀好惡」及「形式美感」之解讀類型則較少出現，顯見國中受調學生在決定視覺影像之「成功與否」的解讀類型不同於前一節中，對視覺影像「吸引與否」的解讀類型。此外，研究結果亦顯示，國中受調學生對視覺影像「成功與否」解讀類型的次數分配傾向，與國小受調學生相似，亦呈現受影像主題之外在因素以及影像本身的功能與目的所影響。除在海報影像部分，「形式美感」為判讀海報影像是否成功的重要類型之外，於其餘影像則傾向依影像之性質與功能決定其成功與否。而五類影像中之次文化影像，由於係為拍攝者個人之娛樂屬性影像，是以其在「社會價值」之解讀類型上出現次數最低，而與其他影像有所差異。

在高中部份，根據研究結果顯示（參附錄十一），高中受調學生在視覺影像「成功原因」解讀類型之排序上有類似之一致性，在五類解讀類型中，以「互涉敘事」類型排序最常出現，此一現象與國小、國中受調學生類似，顯見高中受調學生在決定視覺影像之「成功與否」的解讀類型不同於前一節中，對視覺影像「吸引與否」的解讀類型。然而，在五類解讀類型中，「主觀好惡」類型為其次出現次數較多者，而「社會價值」及「形式美感」之解讀類型則較少出現，此一現象則與國小、國中受調學生有所不同。此外，研究結果亦顯示，高中受調學生對視覺影像「成功與否」解讀類型的次數分配傾向，與國小、國中受調學生亦有相類之處，亦呈現受影像主題之外在因素以及影像本身的功能與目的所影響的情況。且在海報影像部分，「形式美感」亦為判讀海報影像是否成功的重要類型之外，於其餘影像則傾向依影像之性質與功能決定其成功與否。顯見當兒童與青少年面對視覺影像時，影像「成功與否」之價值判定與「吸引與否」之價值判定原因與考量角度有所不同。

兒童與青少年視覺影像喜歡原因解讀類型分析

在將受調學生對問卷中五類視覺影像所表達之「喜歡原因」按所建構之解讀類型進行劃記後，將國小、國中、高中受調學生之喜歡原因解讀類型，以及不同視覺藝術學習背景、不同性別受調學生解讀類型之次數及排序呈現如附錄十二所示⁷。

⁷ 由於篇幅之限制，不同視覺藝術學習背景、不同性別受調學生喜歡原因解讀類型之次數及排序未於本文中呈現，僅呈現受調學生喜歡原因解讀類型次數分配表，讀者若有需要，請與作者聯繫。

根據研究結果顯示（參附錄十二），國小受調學生在視覺影像「喜歡原因」解讀類型之排序上有類似之一致性，在五類解讀類型中，以「主觀好惡」類型排序最常出現，其次為「互涉敘事」及「形式美感」類型，而「社會價值」之解讀類型則最為少見。顯見國小受調學生在觀看日常視覺影像時，傾向以個體自身的主體好惡、善惡信念、新舊視覺經驗以及個體自身對視覺影像創性意涵的判讀等，作為決定是否喜歡影像的主要判斷依據；而個體所具備之外在社會價值觀，諸如道德、教育等機制的制約作，以及視覺影像的肌理、形式、色彩、表現等亦為決定影像喜歡價值的重要依據，至於「社會價值」之解讀類型最為少見的現象，顯示國小受調學生在決定對影像之喜歡與否時，對視覺影像之「社會價值」面向似乎較不主動關切。

在國中部份，根據研究結果顯示（參附錄十二），國中受調學生在視覺影像「喜歡原因」解讀類型之排序上有類似之一致性，在五類解讀類型中，以「主觀好惡」類型排序最常出現，其次為「互涉敘事」及「形式美感」類型，而「社會價值」之解讀類型則最為少見。顯見國中受調學生在觀看日常視覺影像時，傾向以個體自身的主體好惡、善惡信念、新舊視覺經驗以及個體自身對視覺影像創性意涵的判讀等，作為決定是否喜歡影像的主要依據；而個體所具備之外在社會價值觀，諸如道德、教育等機制的制約作，以及視覺影像的肌理、形狀、色彩、表現等亦為決定影像喜歡價值的重要判斷依據，至於「社會價值」之解讀類型最為少見的現象，說明了國中受調學生在決定對影像之喜歡與否時，對視覺影像之「社會價值」面向似乎較不主動關切。

在高中部份，根據研究結果顯示（參附錄十二），高中受調學生在視覺影像「喜歡原因」解讀類型之排序上有類似之一致性，在五類解讀類型中，以「主觀好惡」類型排序最常出現，其次為「形式美感」及「互涉敘事」類型，兩者排序相同，而「社會價值」除在廣告影像部分外，在大部分影像類別中皆為出現最少之解讀類型。顯見高中受調學生在觀看日常視覺影像時，傾向以個體自身的主體好惡、善惡信念、新舊視覺經驗以及個體自身對視覺影像創性意涵的判讀等，作為決定是否喜歡影像的主要依據；而視覺影像的肌理、形狀、色彩、表現，以及個體所具備之外在社會價值觀，諸如道德、教育等機制的制約等亦為決定影像喜歡價值的重要判斷依據，至於「社會價值」之解讀類型最為少見的現象，說明了高中受調學生在決定對影像之喜歡與否時，對視覺影像之「社會價值」面向似乎較不主動關切。

然而，在五類視覺影像中，國小、國中、高中受調學生對廣告影像之「社會價值」排序則有高於「互涉敘事」或「形式美感」的傾向，顯見對於社會普遍價值觀

及意識形態較具顛覆之影像，亦能獲得受調學生在喜歡意向上的注意。同時，當對照「吸引原因」之結果後，發現「主觀好惡」、「形式美感」及「互涉敘事」類型為三階段受調學生在回答對影像「吸引原因」與「喜歡原因」問題時最常出現的類型，似乎顯示受調學生在面對影像時，有將影像的「吸引原因」與「喜歡原因」進行類似詮釋的情況。

結論與建議

結論

「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應研究」之主要目的在於瞭解台灣地區兒童與青少年面對日常生活之視覺影像時的觀看模式、影響因素，以及對視覺影像所持信念、態度、價值判斷的解讀類型。經過資料分析與討論，獲致下列結論：

- 一、台灣地區兒童與青少年於面對日常視覺影像時，其所應用之觀看模式多以影像表層的觀看為主，未能對觀看影像進行影像表層之外社會性價值的陳述，亦未能對觀看影像能舉出影像表層之外，自我反省的價值判斷。
- 二、台灣地區兒童與青少年於面對日常視覺影像時，其所應用之觀看模式將因兒童與青少年之年齡、性別、視覺藝術學習背景的不同而有所差異。顯示年齡、性別、視覺藝術學習背景為國小、國中、高中階段影響受調學生日常視覺影像觀看模式之因素。
- 三、台灣地區不同年齡階段之兒童與青少年於面對日常視覺影像時，具有相似之解讀類型傾向。在視覺影像「吸引原因」及「喜歡原因」之解讀類型部分，以「主觀好惡」類型排序最常出現，其次為「形式美感」、「互涉敘事」類型，而「社會價值」之解讀類型最為少見。在視覺影像「成功原因」之解讀類型部分，不同年齡階段之受調學生均以「互涉敘事」類型為出現次數最高者。
- 四、台灣地區兒童與青少年於面對日常視覺影像時，其對影像的解讀類型將因對影像價值判斷目的之不同，而有不同的觀照取向。對視覺影像進行「吸引原因」及「喜歡原因」的解讀時，受調學生傾向以個人自身的主體好惡、善惡信念、新舊視覺經驗以及個體自身對視覺影像創性意涵的判讀等，作為決定依據。在對視覺影像「成功原因」進行解讀時，受調學生則傾向以視覺影像的某一特質，進行影像之外的延伸發展，諸如：想像、象徵、隱喻、內容或

故事敘事等的聯想結果，作為決定依據。

五、台灣地區兒童與青少年於面對日常視覺影像時，對視覺影像之「吸引原因」、「喜歡原因」的解讀類型有相類之處；然而，受調學生對影像之解讀類型將因影像之特質、功能不同而有不同的解讀取向。

建議

根據「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應研究」所獲致之結論，本研究提出下列建議。

一、擴增兒童與青少年面對「視覺文本」時，多面向、多層次的觀照模式。

根據「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應研究」所得結果，發現兒童與青少年於面對日常視覺影像時，其所應用之觀看模式多以影像表層的觀看為主，未能對觀看影像進行影像表層之外社會性價值的陳述，亦未能對觀看影像舉出影像表層之外，自我反省的價值判斷。此一結果說明了台灣地區兒童與青少年於面對日常視覺影像時似乎仍習以面對精緻藝術的態度進行詮釋，而未能就影像的社會面向或意識形態進行考察，也未能自影像的意涵中，反求諸己。是以本研究建議藝術教師於進行教學時，應能擴增兒童與青少年面對視覺文本時的觀照層面。

在以往學科取向的藝術教學取向下，學生多被引導對藝術作品進行表面肌理、形式、氣氛或媒材的「旁觀式」陳述，較少被引導對藝術作品進行其主題、內涵及意識形態的「主觀式」反芻與省思。常此以往，當面對功能、意義與精緻藝術作品均有所不同之日常視覺影像時，學生也習慣於自日常影像的表面肌理、形式、氣氛等進行觀照。在視覺文化藝術教育的思潮下，即便在教授傳統精緻藝術史中的作品時，也強調要自不同的角度，將作品置回其原屬社會脈絡中，檢視作品被如是傳達的背景意義。舉例而言，於本研究中，便發現當學生以「客觀面」判讀作品是否「成功」時，便與當學生以「主觀面」決定是否「喜歡」該作品或是否被該作品「吸引」時，呈現不同的陳述理由及觀看角度。

因此，即便未來藝術教師進行藝術與人文教學時，仍以傳統精緻藝術史中的作品為教學主要內容，亦應跳脫以往的鑑賞窠臼，而以二十一世紀的當代眼光重新「凝視」過往的藝術作品。根據 Wilson 及 Kao (2003)，對「視覺文本」越能進行「互涉連結」，意味著個體越能豐富自身的「資料庫」，因而能越具「智慧」(intelligence)，從事藝術教學時，不論自流行文化或精緻藝術出發，教師均應擴增學生面對視覺影像時的觀照層面，鼓勵學生進行多方向、多層次的互涉連結。

二、進行基礎研究，建構「視覺文化教學策略」，落實視覺文化藝術教育。

根據「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應研究」所得結果，發現兒童與青少年於面對日常視覺影像時，除觀照層面狹窄之外，尚發現其對影像進行價值判斷時，常呈現「主觀喜好」之解讀類型。此一結果說明了台灣地區兒童與青少年雖然於後現代影像世代中成長，日日浸淫於各式視覺影像中，卻未能自發體識應如何「看待」或「解讀」影像，在此情況下，甚且將有易被影像所傳達之價值觀牽引之虞。如同以往學科取向藝術教育思潮下，學者們常強調「藝術知能」不會與生俱來，須經學習方能獲致（Eisner，1972），同樣的，對於視覺文化中各式繽紛影像的解讀能力亦須經過適當引導，因此，本研究建議藝術教學工作者於未來能多方進行基礎研究，建構「視覺文化教學策略」，以落實視覺文化藝術教育。

以往學科取向藝術教育思潮的特色之一即是強調需規劃嚴謹而有次序性的教學策略，以逐步引導學生進行具效率的藝術學科知能學習。然而，由於學科取向藝術教學策略所面對的是線性發展的精緻藝術，較有脈絡可循；視覺文化教學所面對的則是幾近「無序」的影像時代。換言之，以往具秩序性的教學策略也面臨紛雜的失序態勢，究竟應如何自失序的後現代教學氛圍中重新發現可茲參照的教學依據，或應如何調整以往的教學策略，使能重新為用，似乎仍屬渾沌未清。

儘管覺文化教學策略的內涵尚待各方學者進行構組，然而自本研究中仍可發現部分參考依據。首先，視覺文化教學策略之建構應著重於「有意義的」的影像文本之選取。根據 Roland Barthes，影像能提供觀者兩類解讀方向，一為影像中具普遍性之「知面」，另一為需視特定觀者心態而定的「刺點」（Adams，1996，154-160）。本研究結果顯示，受調學生在面對主題殊異且能對社會既有意識形態進行顛覆之作品時，較能轉變其固有之解讀類型。是以，藝術教師於選擇視覺文化的影像文本時，雖因學生的不同心態而無法預知影像的刺點何在，但如同高震峰（2002）所建議的，教師可視教學目的，盡量選取最具「意義」的影像，亦即選取別具意涵，能被學生進行源源不絕的詮釋，以及互涉連結的視覺影像。

再者，本研究結果亦顯示，兒童與青少年於面對影像時，其解讀類型將因所觀照的價值取向不同而有所改變。是以，於建構視覺文化教學策略時，教師需視教學需求，設計「兩難式」的詢問方案（趙惠玲，2004／2005），進行具目的性的問題引導，以刺激學生自多元的價值面向解讀視覺影像。

同時，當教師嘗試建構自身的視覺文化教學策略時，尚應體識，視覺文化藝術教育強調自學生感興趣的影像文本入手的目的，並非要「糖衣式」的迎合學生興趣，

而是要從學生自發參與的「次藝術」⁸為起點，拓展其思考空間。並且，視覺文化教學雖然挑戰傳統的藝術學門本質，卻並非要與歷史產生斷裂，而是要重新詮釋過去的史實，使其與未來的連接更有滋味。

三、後續研究之建議

「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應研究」執行之主要目的是為瞭解台灣地區兒童與青少年面對日常生活之視覺影像時的觀看模式、影響因素，以及對視覺影像所持信念、態度、價值判斷的解讀類型。於進行研究的過程中，經過文獻理論的探討與對所收集研究資料的分析，建立了受調學生面對日常視覺影像時的觀看模式、觀看層次，以及對影像進行價值判斷的解讀類型。然而，視覺文化思潮於藝術教育中尚屬新興，相關理論建構及實證研究仍有待累積。於本研究實施過程中，包含影像的選取、分類，以及觀看模式、觀看層次和解讀類型的適當性及客觀性，都有待各方學者執行進一步的研究予以深化、擴展，進行不同面向的檢驗，以建立更客觀、周延的參照依據。

其次，於本研究中，僅檢驗兒童與青少年面對日常影像時之觀看模式是否因年齡、性別、視覺藝術學習背景不同而有所差異，並未及於「差異來源」的探索，也未探索前述差異應如何具體實踐於發展視覺文化的相關課程，以及教學實務的應用等。是以，究竟應如何梳理兒童與青少年面對日常影像時觀看模式的差異來源與現象，甚或影像之觀看模式與解讀類型與學生創作行為的關係等，尚有待各界進一步的實證研究予以探索，以具體增益視覺文化藝術教育的推動。

⁸ 一般常以「次文化」用以對照為成人主流文化邊緣化的青少年文化，本文中乃以「次藝術」形容青少年所主動從事，卻可能為成人主流藝術邊緣化的藝術行為。



引用文獻

中文部分：

- 袁汝儀（1995）。*非官方說法*。論文發表於 1995 國際藝術教育學會亞洲地區學術研討會，國立彰化師範大學主辦，1995 年 11 月 10 日。
- 高震峰（2002）。藝術與人文建構式教學取向：超廣度與超深度。載於戴維揚（主編），*新課程建構式教學理論與實踐*（頁 311-343）。台北市：國立臺灣師範大學。
- 崔光宙（1992）。*美感判斷發展研究*。台北市：師大書苑。
- 郭禎祥、趙惠玲（2002）。視覺文化與藝術教育。載於黃壬來（主編），*藝術與人文教育*（上冊，頁 325-366）。台北市：桂冠。
- 陳瓊花（2000）。*兒童與青少年如何說話*。台北市：桂冠。
- 陳瓊花、伊彬（2002）。心理學與藝術教育。載於黃壬來（主編），*藝術與人文教育*（上冊，頁 155-183）。台北市：桂冠。
- 趙惠玲（2001／2002）。視覺文化統整課程初探—從惠玲檳榔與荷莉的例子談起。載於*新世紀藝術教育理論與實務國際學術研討會論文集*，（頁 411-433）。台北市：國立臺灣師範大學。
- 趙惠玲（2004／2005）。*視覺文化與藝術教育*。台北市：師大書苑。
- 劉豐榮（2001）。當代藝術教育論題之評析。*視覺藝術*，4，（頁 59-96）。
- 蔡州宙（1998）。*台北市國小中高年級學生漫畫人物認同之研究*。台北市立師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 羅美蘭（1993）。*美術館觀眾特性與美術鑑賞能力關係之研究*。國立臺灣師範大學碩士論文，未出版，台北市。
- Bernard, R. (2000)。*社會研究方法～質化與量化取向*（朱若柔譯）。台北市：揚智文化。（原作者出版於 1997）

英文部份：

- Adams, L. S. (1996). Semiotics II: Structuralism and post-structuralism. In L.S. Adams, *The methodologies of art* (pp 162-178). Boulder, CO: Westview Press.
- Ballengee-Morris, C., & Stuhr, P. (2001). Multicultural art and visual culture education in a changing world. *Art Education*, 54(4), 6-13.
- Brunner, C. (1975). *Aesthetic judgment: Criteria used to evaluate representational art at different ages*. Unpublished doctoral dissertation, Columbia University, New York.

- Cheng, M. H. (2002). *Culture and interpretation: A study toward Taiwanese children's response to visual images*. Unpublished doctoral dissertation, The Ohio State University.
- Clark, G., Day, M., & Greer, W. D. (1987). Discipline-based art education: Becoming students of arts. *Journal of Aesthetics Education*, 21(2), 129-196.
- Duncum, P. (1999). A case for an art education of everyday aesthetic. *Studies in Art Education*, 40(4), 295-311.
- Duncum, P. (2002). Visual culture art education: Why, what and how. *The International Journal of Art & Design Education*, 21(1), 14-23.
- Efland, A. (1987). Curriculum antecedents of discipline-based art education. *Journal of Aesthetics Education*, 21(2), 57-94.
- Eisner, E. (1972). *Educating artistic vision*. New York: Macmillan.
- Freedman, K. (2000). Social perspectives on art education in U.S.: Teaching visual culture in a democracy. *Studies in Art Education*, 41(4), 314-329.
- Freedman, K. (2003). *Teaching visual culture: Curriculum, aesthetics, and the social life of art*. New York: Teachers College Press.
- Freedman, K., & Wood, J. (1999). Reconsidering critical response: Student judgments of purpose, interpretation, and relationships in visual culture. *Studies in Art Education*, 40(2), 128-142.
- Housen, A. (1992). Validating a measure of aesthetic development for museums and schools. *ILVS Review: A Journal of Visitor Behavior*, 2(2), 213-237.
- Kuo, A. (1986). *Classification of style in paintings: A development study using American and Chinese subjects*. Unpublished doctoral dissertation, University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Parsons, M. J. (1987). *How we understand art: A cognitive development account of aesthetic experience*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Rogoff, I. (1998). Studying visual culture. In N. Mirzoeff (Ed.), *The visual culture reader* (pp. 14-26). New York: Routledge.
- Stokrocki, M. (2001). Go to the mall and get all: Adolescents' aesthetic values in the shopping mall. *Art Education*, 54(2), 18-23.
- Wilson, B. (1997). *The quiet evolution*. Los Angeles : The Getty Education Institute for

the Arts.

Wilson, B., & Kao, C. F. (2003). An Taiwanese arts and humanities integrated curriculum: Problems and prospects. *Research in Arts Education*, 6, 1-18. 藝術教育研究。

附錄一 「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應調查研究」調查對象分布

年 齡	性 別			學 習 背 景		
	男生	女生	合計	美術班	非美術班	合計
國 小	86	94	180	85	95	180
國 中	76	124	199	87	112	199
高 中	112	98	210	85	125	210

附錄二 「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應調查問卷」選取影像描述

類 別	主 題	描 述
電腦卡通	多啦 A 夢 (小叮噹) 機械變形影像	將原多啦 A 夢(小叮噹)以電腦繪圖進行變造之影像。
攝影	陣頭文化攝影影像	於民間宗教慶典中所拍攝之八家將影像
海報	SARS 宣導海報影像	由政府機關印製之 SARS 宣導海報
廣告	口紅平面廣告影像	由日本男性偶像明星所拍攝之口紅廣告
次文化	大頭貼影像	一對青少年男女所拍攝之大頭貼影像

附錄三 「台灣地區兒童與青少年視覺影像反應調查問卷」答卷內容

題號	內 容
1	你以前曾經看過這個影像嗎？（請勾選） <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 沒有 <input type="checkbox"/> 曾經看過類似的影像
2	你在這個影像中看到什麼？請把它們詳細的寫下來。
3	這個影像吸引你嗎？為什麼（請寫出是哪個部分吸引你，及哪個部分不吸引你）？
4	你覺得這個影像的作者想告訴你什麼？他成功了嗎？（不論是不是成功，都麻煩你寫出理由）
5	你喜不喜歡這個影像？為什麼？（不論是不是喜歡，都麻煩你寫出理由）

附錄四 「廣告影像」評分原則及受調學生回應舉例

題號	4-2	你在這個影像看到什麼？請把它們詳細的寫下來。
評分 分類	1 分	只有寫出一個主題（一個名詞）
	舉例	口紅 (E1N20)；口紅、男人、日文、粉底、愛心 (J2N06)；口紅、日文、男人 (H2N06)
		2 分
	舉例	一個男人在擦口紅 (E2N06)；一個神似女性的男性用唇膏 (J3A11)；木村及分不出顏色的口紅 (H3N12)

	3分	能對主題影像加以描述
	舉例	一個女人在推銷口紅，說明口紅的好處 (E2A02)；一個美少年在擦口紅，旁邊有許多美麗顏色的口紅 (J1A07)；一個不男不女的人在擦口紅，人長的不醜，商品也不差 (H3N14)
	4分	除了主題影像之外，對於周圍背景影像能加以描述
	舉例	有一個人擦口紅，好像是雜誌上的賣化妝品的人，左邊的口紅，描寫的太細膩，有點看不清楚 (E3N16)；一本雜誌封面上，一個大男人在介紹女人的化妝品，而且口紅也塗不好 (J2N29)；顛覆以前的觀念，用男生來拍化妝品廣告，有種新鮮感 (H2N07)
	5分	能寫出表層影像之外的隱喻
	舉例	每一種口紅，每一個人都會選擇讓自己看起來最美的口紅 (E3A01) 人妖大展神威 (J3A14) 男人也是需要化妝的，有如帥帥又有女人味的木村 (H3A24)
題號	4-3	這個影像吸引你嗎？為什麼（請寫出哪個部分吸引你，及哪個部分不吸引你）？
評分 分類	1分	只有寫出『吸引』或『不吸引』的回答
	舉例	吸引，人的部分 (E1A20)；不吸引，因為口紅 (J1A26)；還好 (H1A28)
	2分	直覺性、主觀、情緒性的理由
	舉例	化妝品對我而言很噁心 (E2A10) 把一個有名的男星，弄成這樣有點噁心 (J1A20)；愛搞怪，有些噁心 (H1A26)
	3分	有明確指出表層影像的局部（主題或背景），並有具體的理由
	舉例	它的口紅排列方式太死板，畫面太亮又太暗，也沒有空間感 (E2N40)；很單純的白底，一個很明顯的黑衣女子正要擦口紅，有達廣告效果 (J1A06)；個人認為這算是各有創意的失敗，有創意是因為表現出這廣告與其他人不同，失敗則是用男人來當口紅的配角 (H2N40)
	4分	停留在影像表層的觀看。能寫出關於美術的『術語』，例如對形式、色彩、構圖、氣氛的判斷。
	舉例	我覺得很統一，不會有強烈的感覺 (E2A11)；以男性來廣告化妝品，別有一番風味，背景很可愛 (J1A09) 他用了錯置的手法，為畫面製造新意 (H1A19)
5分	能舉出影像表層之外的隱喻（例如社會的價值觀）。	
舉例	因為口紅與我無關，男人擦口紅很變態 (E3A27) 在各位傳統印象中只有女人塗口紅吧！？打破傳統觀念是不錯的創新，但要看是否被大眾接受 (J2A11)；突破傳統的想法，覺得男生也可以用口紅，點出「人人都愛美」的重點 (H2N19)	
題號	4-4	你覺得這個影像的作者想告訴你什麼？他成功了嗎？ (不論是不是成功，都麻煩你寫出理由)

評分 分類	1分	只有寫出『成功』或『不成功』的回答
	舉例	不曉得，不成功（E3N06）；沒有，不會（J3N06）；看不懂（H2N17）
	2分	直覺性、主觀、情緒性的理由
	舉例	在介紹口紅，但他是日本字，我看不懂（E1N19）；擦這個口紅，男生的氣質看起來跟女生一樣好（J1A29）；代表那口紅和木村一樣讓人想擁有（H1A29）
	3分	停留在影像表層的觀看。能寫出關於美術的『術語』，例如對形式、色彩、構圖、氣氛的判斷。
	舉例	沒有生動感，構圖呆板（E3N03）；版面略顯單調，人物表情怪怪的（J3A27）；主題非常明顯（H2N23）
	4分	能舉出影像表層之外的社會性價值。
	舉例	男生和女生沒有差別，男生也可以塗口紅（E3N15）男女都是平等（J3A26）把女生才用化妝品的觀念打破，找木村拓哉來代言，是表現出我也可以當個美男子（H2N08）
	5分	能舉出影像表層之外，自我反省的價值判斷。
舉例	男女生要大方，勇敢作自己愛做的事（E3A29）；現代人都需要「掩飾」，「不論『男』女」（J1A02）；性別不是唯一區別法，暗示人格的解放，美不分性別（H3A04）	
題號	4-5	你喜不喜歡這個影像？為什麼？（不論是不是喜歡，都麻煩你寫出理由）
評分 分類	1分	只有寫出『喜歡』或『不喜歡』的回答
	舉例	不喜歡（E1N29）；喜歡，很吸引人（J3N17）；沒興趣（H1A25）
	2分	直覺性、主觀、情緒性的理由
	舉例	因為他很有趣（E3N24）；男生這樣打扮好可怕（J3A23）；整體色彩沒什麼吸引人（H3N36）
	3分	停留在影像表層的觀看。能寫出關於美術的『術語』，例如對形式、色彩、構圖、氣氛的判斷。
	舉例	口紅的色彩很漂亮，但那不男不女的人物讓我感到疑惑（E2N14）；很搞笑，很有創意，點子不錯，會讓商品大賣（J2N01）；很富想像與創造力（H2N27）
	4分	能舉出影像表層之外的社會性價值。
	舉例	男人擦口紅很奇怪（E3A14）；男生擦口紅好怪，我是男的不能用（J3N33）；男生不能擦口紅（H3A20）
5分	能舉出影像表層之外，自我反省的價值判斷。	

	舉例	應用「男生擦口紅」來吸引別人的注意，讓我有突破的感覺（E2A12）；性別並非化妝的分界線，不管是男或女，都可有自己的選擇（J3A09）；告訴我們男女平等，不是只有女生才可以裝飾自己（H2N18）
--	----	---

附錄五 解讀類型分類舉例

解讀類型	主題	描述
主觀好惡	多啦 A 夢（小叮噹）機械變形影像	喜歡，因為把原本可愛的小叮噹變成另一種有趣的模樣。（J3N29）
形式美感	陣頭文化攝影影像	不吸引，沒有明顯主題，有很多焦點...有太多色系使人分散焦點。（H1A07）
社會價值	SARS 宣導海報影像	成功，因為告訴我要有良好衛生。（E3N28）
互涉敘事	口紅平面廣告影像	不成功，因為找明星代言的廠商都只想要我們掏錢，這就是他們的目的，想也知道。（H2N18）
其它	大頭貼影像	不喜歡，因為看不懂。（E3N28）

附錄六 不同年齡階段受調學生視覺影像觀看模式之平均數、標準差

觀看面向	國小（180 人）		國中（199 人）		高中（210 人）	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
影像描述						
電腦卡通影像	2.59	1.18	2.75	1.24	2.72	1.27
攝影影像	2.08	1.03	2.35	1.07	2.44	1.17
海報影像	1.96	1.18	2.29	1.16	2.14	1.10
廣告影像	2.01	0.96	2.21	0.93	2.24	0.94
次文化影像	1.87	0.97	2.33	1.07	2.17	1.02
吸引陳述						
電腦卡通影像	2.66	0.72	2.72	0.95	2.88	0.86
攝影影像	2.46	0.66	2.68	0.91	2.62	0.85
海報影像	2.41	0.70	2.74	0.94	2.64	0.80
廣告影像	2.29	0.64	2.40	0.69	2.46	0.69
次文化影像	2.23	0.56	2.55	0.74	2.43	0.67

作者意向

電腦卡通影像	2.63	1.03	2.95	1.18	3.00	1.18
攝影影像	2.19	0.76	2.64	0.99	2.74	1.00
海報影像	2.26	0.83	2.67	1.00	2.45	0.81
廣告影像	2.22	0.81	2.51	0.98	2.70	0.99
次文化影像	2.12	0.77	2.25	0.80	2.26	0.86
喜好判斷						
電腦卡通影像	2.22	0.65	2.33	0.8	2.32	1.15
攝影影像	2.05	0.36	2.22	0.62	2.30	0.69
海報影像	2.17	0.67	2.23	0.60	2.14	0.49
廣告影像	2.07	0.42	2.18	0.58	2.20	0.70
次文化影像	1.97	0.39	2.26	0.55	2.06	0.52

附錄七 不同年齡階段受調學生視覺影像觀看面向之差異性

變數	國小			國中			高中			F 值	Scheffe's 事後比較
	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD		
電腦影像											
影像描述	174	2.59	1.18	197	2.75	1.24	207	2.72	1.27	0.88	
吸引陳述	174	2.66	0.72	197	2.72	0.95	207	2.88	0.86	5.63 ***	中>小; 高>小
作者意向	174	2.63	1.03	197	2.95	1.18	207	3.00	1.18	5.89 **	中>小; 高>小
喜好判斷	174	2.22	0.65	197	2.33	0.80	207	2.32	1.15	1.16	
			Wilks'	$\Lambda=0.971^*$	$F(8, 1144) = 2.16$			$(p < 0.05)$			
攝影影像											
影像描述	170	2.08	1.03	196	2.35	1.07	206	2.44	1.17	5.14**	高>小
吸引陳述	170	2.46	0.66	196	2.68	0.91	206	2.62	0.85	3.46 *	中>小
作者意向	170	2.19	0.76	196	2.64	0.99	206	2.74	1.00	17.87 ***	中>小; 高>小
喜好判斷	170	2.05	0.36	196	2.22	0.62	206	2.30	0.69	8.20***	中>小; 高>小
			Wilks'	$\Lambda=0.926^{***}$	$F(8, 1132) = .51$			$(p < 0.001)$			
海報影像											
影像描述	169	1.96	1.18	196	2.29	1.16	205	2.14	1.10	3.82**	中>小
吸引陳述	169	2.41	0.70	196	2.74	0.94	205	2.64	0.80	7.31 ***	中>小; 高>小
作者意向	169	2.26	0.83	196	2.67	1.00	205	2.45	0.81	9.41 **	中>小
喜好判斷	169	2.17	0.67	196	2.23	0.60	205	2.14	0.49	1.44	
			Wilks'	$\Lambda=0.945^{***}$	$F(8, 1128) = 4.03$			$(p < 0.001)$			

廣告影像

影像描述	165	2.01	0.96	198	2.21	0.93	205	2.24	0.94	3.06*	
吸引陳述	165	2.29	0.64	198	2.40	0.69	205	2.46	0.69	2.84	
作者意向	165	2.22	0.81	198	2.51	0.98	205	2.70	0.99	11.72****	中>小;高>小
喜好判斷	165	2.07	0.42	198	2.18	0.58	205	2.20	0.70	2.49	
Wilks' $\Lambda=0.948^{***}$ $F(8, 1124) = 3.80$ ($p < 0.001$)											

次文化影像

影像描述	167	1.87	0.97	198	2.33	1.07	206	2.17	1.02	9.49****	中>小;高>小
吸引陳述	167	2.23	0.56	198	2.55	0.74	206	2.43	0.67	11.10****	中>小;高>小
作者意向	167	2.12	0.77	198	2.25	0.80	206	2.26	0.86	1.64	
喜好判斷	167	1.97	0.39	198	2.26	0.55	206	2.06	0.52	6.78**	中>小;高>小
Wilks' $\Lambda=0.935^{***}$ $F(8, 1130) = 4.84$ ($p < 0.001$)											

附錄八 不同性別學生影像觀看面向變異數分析摘要表

影 像	Λ 值	F 值	df 值
國小			
電腦卡通	0.97	1.55	4 169
攝影	0.91**	3.88	4 165
海報	0.91**	4.13	4 164
廣告	0.86****	6.34	4 160
次文化	0.87****	6.24	4 162
國中			
電腦卡通	0.91**	.70	4 192
攝影	0.83****	9.64	4 191
海報	0.83****	9.75	4 191
廣告	0.91**	5.03	4 193
次文化	0.93**	3.73	4 193
高中			
電腦卡通	0.97	1.57	4 202
攝影	0.86****	7.95	4 201
海報	0.89****	6.34	4 200
廣告	0.91**	4.77	4 200
次文化	0.92**	4.62	4 201

$p < 0.001$

附錄九 不同視覺藝術學習背景學生影像觀看面向變異數分析摘要表

影 像	Λ 值	F 值	df 值	
國小				
電腦卡通	0.79***	11.56	4	169
攝影	0.84***	7.77	4	165
海報	0.74***	14.09	4	164
廣告	0.88**	5.28	4	160
次文化	0.88***	5.62	4	162
國中				
電腦卡通	0.72***	18.64	4	192
攝影	0.82***	10.84	4	191
海報	0.74***	12.52	4	191
廣告	0.90***	5.25	4	193
次文化	0.82***	10.64	4	193
高中				
電腦卡通	0.97	1.53	4	202
攝影	0.86***	8.21	4	201
海報	0.85***	9.01	4	200
廣告	0.90***	5.78	4	200
次文化	0.91**	4.89	4	201

*** $p < 0.001$

附錄十 受調學生視覺影像吸引原因解讀類型次數分配表

影像/年齡	吸引原因類型 (次數/排序)				
	主觀好惡	形式美感	社會價值	互涉敘事	其他
國小					
電腦卡通影像	106 (1)	57 (2)	0 (4)	57 (2)	9 (3)
攝影影像	80 (1)	57 (2)	5 (5)	36 (3)	11 (4)
海報影像	77 (1)	58 (2)	3 (5)	32 (3)	17 (4)
廣告影像	104 (1)	25 (3)	58 (2)	15 (4)	10 (5)
次文化影像	84 (1)	49 (2)	2 (5)	34 (3)	16 (4)
國中					
電腦卡通影像	131 (1)	46 (3)	7 (5)	54 (2)	15 (4)

攝影影像	55 (3)	82 (1)	16 (4)	57 (2)	9 (5)
海報影像	80 (1)	75 (2)	7 (5)	30 (3)	20 (4)
廣告影像	110 (1)	20 (4)	62 (2)	34 (3)	8 (5)
次文化影像	96 (1)	46 (3)	1 (5)	56 (2)	14 (4)
高中					
電腦卡通影像	175 (1)	56 (2)	2 (5)	44 (3)	9 (4)
攝影影像	107 (1)	59 (2)	15 (4)	41 (3)	9 (5)
海報影像	77 (1)	70 (2)	0 (5)	55 (3)	7 (4)
廣告影像	141 (1)	25 (3)	47 (2)	16 (4)	13 (5)
次文化影像	114 (1)	53 (2)	2 (5)	24 (3)	18 (4)

國小 $n=180$ ；國中 $n=199$ ；高中 $n=210$

附錄十一 受調學生視覺影像成功原因解讀類型次數分配表

影像/年齡	成功原因類型 (次數/排序)				
	主觀好惡	形式美感	社會價值	互涉敘事	其他
國小					
電腦卡通影像	43 (2)	10 (4)	16 (3)	121 (1)	15 (4)
攝影影像	19 (3)	19 (3)	31 (2)	102 (1)	21 (4)
海報影像	13 (3)	38 (2)	13 (3)	111 (1)	12 (4)
廣告影像	25 (3)	17 (4)	37 (2)	113 (1)	13 (5)
次文化影像	32 (3)	14 (4)	3 (5)	94 (1)	39 (2)
國中					
電腦卡通影像	38 (3)	7 (5)	46 (2)	119 (1)	22 (4)
攝影影像	12 (5)	28 (3)	62 (2)	95 (1)	18 (4)
海報影像	7 (5)	65 (2)	14 (3)	120 (1)	9 (4)
廣告影像	31 (3)	23 (4)	47 (2)	100 (1)	21 (5)
次文化影像	31 (3)	13 (4)	2 (5)	127 (1)	34 (2)
高中					
電腦卡通影像	54 (2)	10 (5)	0 (3)	56 (1)	16 (4)
攝影影像	23 (3)	14 (5)	19 (4)	150 (1)	24 (2)
海報影像	12 (3)	31 (2)	3 (5)	166 (1)	6 (4)
廣告影像	40 (2)	9 (5)	38 (3)	156 (1)	11 (4)
次文化影像	29 (3)	12 (4)	4 (5)	133 (1)	32 (2)

國小 $n=180$ ；國中 $n=199$ ；高中 $n=210$

附錄十二 受調學生視覺影像喜歡原因解讀類型次數分配表

影像/年齡	喜歡原因類型（次數排序）				
	主觀好惡	形式美感	社會價值	互涉敘事	其他
國小					
電腦卡通影像	125 (1)	24 (3)	2 (5)	8 (2)	9 (4)
攝影影像	87 (1)	39 (2)	7 (5)	32 (3)	16 (4)
海報影像	84 (1)	35 (2)	6 (5)	40 (3)	19 (4)
廣告影像	119 (1)	12 (4)	40 (2)	13 (3)	9 (5)
次文化影像	87 (1)	29 (3)	2 (5)	33 (2)	25 (4)
國中					
電腦卡通影像	156 (1)	18 (3)	4 (5)	42 (2)	14 (4)
攝影影像	79 (1)	40 (3)	22 (4)	48 (2)	20 (5)
海報影像	96 (1)	50 (2)	9 (5)	31 (3)	24 (4)
廣告影像	108 (1)	20 (4)	44 (2)	38 (3)	16 (5)
次文化影像	110 (1)	20 (4)	0 (5)	52 (2)	33 (3)
高中					
電腦卡通影像	182 (1)	24 (3)	3 (5)	35 (2)	8 (4)
攝影影像	116 (1)	47 (2)	16 (5)	28 (3)	27 (4)
海報影像	99 (1)	45 (3)	0 (5)	64 (2)	14 (4)
廣告影像	139 (1)	23 (3)	48 (2)	9 (4)	7 (5)
次文化影像	112 (1)	33 (2)	3 (4)	33 (2)	23 (3)

國小 $n=180$ ；國中 $n=199$ ；高中 $n=210$