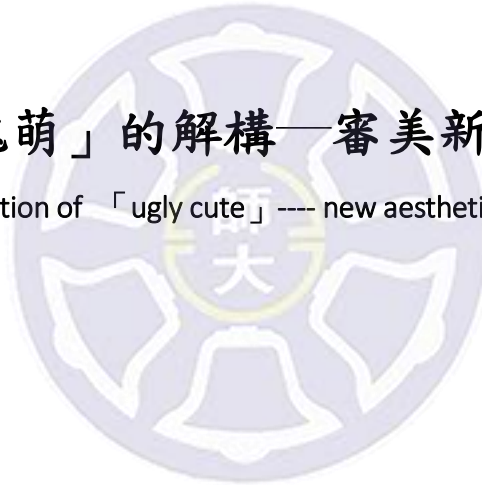


國立臺灣師範大學設計系 106 級碩士班

碩士論文

「醜萌」的解構——審美新體驗

Deconstruction of 「ugly cute」 ---- new aesthetic experience



指導教授：周賢彬

研究生：曹陶甬

中華民國 106 年 6 月

## 謝誌

經過兩年的構思與題材探討，終於將這部論文做了一個結束，將我心中長久以來的疑惑畫了一個短暫的句號，也算是交了一張自認雖有不足，但仍尚稱滿意的成績單。這只是個起點，但未來將由這個起點開始，拓展個人設計思考的新疆域，探索更多有趣的議題。

兩年來不管是從論文選題、文獻方向、思路釐清等等，都從學校的教授們及課程中學習了許多，其中尤其要感謝周賢彬教授的指導，在最初選題之時，周圍許多朋友對這項研究題目均抱持疑問，被認為是難以處理的議題，若非教授的鼎力支持，這份研究恐怕尚未起步便已草草結束；而對於文章的結構與視覺上的要求，教授更是對從無寫作經驗的我，提出許多未曾想過的細節與建議，使整篇研究更加嚴謹與深入，最終得以完成。也在此感謝兩位口試教授對本研究題目的認同與指教，一人的視野畢竟有限，有了這些指教與支持，研究才更為全面，更加完整，如上所述，這個題目是起點，而擴展的思考卻十分廣泛，帶著先進們的建議，相信走出這座校門，未來的我將無懼於面對新的挑戰。

年近四十才踏進研究所的學術之門，除了依賴自己一路走來的經驗與技術之外，更要感謝身邊所有支持我的親人與朋友們，大家的支持使我沒有後顧之憂，而對於個人研究時提供的各種資訊，更是感激不盡。如今研究告一段落，回歸社會的同時，也希望能利用這些研究回饋社會，盡一個知識分子的社會責任。人類文明的未來不必然走向完美，但若是本研究能使讀者對烏托邦的嚮往與思辨，產生毫釐之微的作用，那麼對於本人、對指導的教授們、以及對支持我的親友們而言，也就不枉此文了。

## 摘要

「醜萌」語源來自日本，是綜合「ブサかわ」和「キモかわ」兩字的語詞，意指外觀使人感到醜陋或噁心，但卻能使人感受到可愛感覺的意思，通常用於角色設計的特徵描述。因為是日本俗語，雖然並沒有學術上的明確定義，卻成為一個角色設計領域常見的新興用語。本研究之內容旨在探討「醜萌」的創作方法，文獻探討「醜」與「萌」的定義，與其關聯性，並藉由與業界專家訪談，研究角色設計如何產生「醜萌」的意象，整理出具體的創作手法，最後應用在創作作品《來自克蘇魯》。轉換原作之恐怖印象，訴求「醜萌」的角色設計。

關鍵字：角色設計，情感設計，審美



## Abstract

The term 「ugly cute」 is from Japan, it's the mixed word of 「busakawa」 and 「kimokawa」 meaning someone looks strange, but is endearing and sweet. It's a sub-culture word in Japan and one specific style in character design. This research is exploring how to create character in 「ugly cute」 style. Based on literature study, I try to define 「ugly」 and 「cute」 and make the relevant comparison between them. I interview several professional artist to know how they describe and create 「ugly cute」 character. By applying creation method obtained from this study, I convert existed horrible impression on 《call of cthulhu》 and make a 「ugly cute」 creation.

Keywords : character design, emotional design, aesthetics



# 目錄

謝誌 .....	I
摘要 .....	II
Abstract .....	III
目錄 .....	IV
表目錄.....	VII
圖目錄.....	VIII
<b>第壹章 緒論 .....</b>	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機.....	2
第二節 研究目的.....	3
(一) 「萌」文化帶來的審美意識思考 .....	3
(二) 「醜」的價值探討 .....	3
(三) 「醜萌」的構成原理 .....	4
(四) 「醜萌」的設計方法 .....	4
第三節 研究方法與流程.....	5
(一) 研究方法 .....	5
(二) 研究流程 .....	7
(三) 創作流程 .....	8
第四節 研究範圍與限制.....	9
<b>第貳章 文獻探討.....</b>	<b>10</b>
第一節 「醜萌」的起源.....	10
第二節 「萌」是甚麼？.....	11
(一) 「萌」與「可愛」的差異.....	11
(二) 「可愛」的審美觀 .....	12
(三) 可愛的變體，缺陷的美學 .....	12
(四) 日本人的縮小意識 .....	13
(五) 「萌」的「屬性化」 .....	15

(六) 小結 .....	15
第三節 「醜」的探討.....	16
(一) 「醜」的定義 .....	16
(二) 「醜」的藝術價值 .....	16
1. 美學的相對形式.....	17
2. 諷刺與滑稽.....	17
3. 疾病及未知的恐怖.....	18
4. 以醜為美.....	19
5. 憐憫與人文關懷.....	20
6. 虐待與殘忍的愛好.....	20
7. 好奇心.....	21
(三) 後現代主義與異質論述 .....	23
(四) 小結 .....	24
第四節 「醜萌」的探討.....	24
(一) 認知的偏誤 .....	25
(二) 逆反與獵奇心理 .....	26
(三) 造型心理學與形式原理 .....	28
第五節 「惡俗」與「廢萌」的反思.....	29
(一) 關於「惡俗」 .....	29
(二) 「廢萌」 .....	30
第六節 小結.....	30
<b>第參章 專家訪談.....</b>	<b>32</b>
第一節 訪問對象.....	32
第二節 訪談原則.....	33
第三節 訪談大綱.....	34
第四節 訪談內容分析.....	35
(一) 對於醜萌之定義及其認同 .....	35
(二) 面對醜萌角色設計時的操作手段 .....	36
(三) 進行醜萌角色設計時運用的設計資源 .....	37

(四) 其他 .....	38
第五節 小結.....	38
<b>第肆章 創作內容與形式.....</b>	<b>40</b>
第一節 創作內容分析.....	40
(一) 文本系統概述 .....	40
(二) 文本角色概述 .....	41
第二節 創作形式及技巧.....	46
(一) 創作形式說明 .....	46
(二) 創作技巧說明 .....	48
第三節 創作之解說與分析.....	49
第四節 創作展出.....	55
<b>第伍章 結論與建議 .....</b>	<b>59</b>
第一節 萌文化的審美思考.....	59
第二節 醜的價值.....	60
第三節 醜萌的構成與其代表的意義.....	61
第四節 創作手法檢討.....	63
第五節 廢萌與惡俗.....	64
第六節 建議.....	66
<b>參考書目 .....</b>	<b>67</b>
<b>附錄訪談逐字稿紀錄 .....</b>	<b>69</b>

# 表目錄

表 2-1 年齡區段與對象行為分類 .....	27
表 3-1 訪談對象列表 .....	33
表 3-2 訪談主題 .....	34





## 圖目錄

圖 1-1 研究流程圖示 .....	7
圖 1-2 創作流程圖示 .....	8
圖 2-1 Hello Kitty.....	14
圖 2-2 Tsum Tsum .....	14
圖 2-3 《對自然的好奇心》(Physica Curiosa) 插圖 .....	22
圖 4-1 克蘇魯 (Cthulhu) Art by: douzen on DeviantArt .....	41
圖 4-2 奈亞拉托提普 (Nyarlathotep) Art by: douzen on DeviantArt.....	42
圖 4-3 猶格·索托斯 (Yog-Sothoth) Art by : Stephen Somers.....	43
圖 4-4 哈斯塔 (Hastur) Art by: James C. Graham.....	44
圖 4-5 深潛者 (Deep One) Art by: Neonomicon by Alan Moore and Jacen Burrows .....	45
圖 4-6 概念設計草圖 .....	47
圖 4-7 CAT 角色比例模擬 .....	48
圖 4-8 造型比例檢討與修改 .....	49
圖 4-9 克蘇魯邪神 3D 示意.....	50
圖 4-10 奈亞拉托提普 3D 示意.....	51
圖 4-11 深潛者 3D 示意.....	52
圖 4-12 哈斯塔 3D 示意.....	53
圖 4-13 猶格·索托斯 3D 示意.....	54
圖 4-14 展出形象海報 .....	55
圖 4-15 小型展示箱情境陳列(一).....	56
圖 4-16 小型展示箱情境陳列(二).....	56
圖 4-17 小型展示箱情境陳列(三).....	57
圖 4-18 展覽現場實景 .....	58
圖 4-19 口試現場實景 .....	58

## 第壹章 緒論

從 1970 年代開始，「萌文化」從日本席捲全球，各種的公仔，動漫，大量的傳播了「萌」的價值，使得原本在西方美學中不受重視的「萌」，短短數十年時間，成為社會所認同的主流價值之一，而身為其發源地的日本，將可愛文化深深影響到自身的大眾文化中。後期「萌文化」延伸了各種定義，舉凡能夠引起「萌」體驗的元素，都能被作為「萌」的對象，雖然這樣的現象讓某些人認為是輕佻、幼稚，並且對其強烈批判，但是該文化植根深入社會已是無可否定。

插畫師名畑俊孝（なばたとしたか）於 2006 年發表了一本連環畫，『醜比頭圖鑑』（長崎出版刊）發表。由於造型過於醜陋，引起了很大的迴響。甚至幫其現象取名為「醜萌」。而之後出版各種相關作品，更累計販售高達 250 萬部以上，而後提到「醜萌」，「醜比頭」就成了代表角色，而「醜萌」能夠作為賣點，更是讓許多人跌破眼鏡。從這之後，「醜萌」成為一種可操作的元素，在日本角色造型的領域中，成為新的一個分支。

在西方美學中，自古以來就有「審美」這個詞，卻從來沒有「審醜」。善惡能夠被判斷，色彩能夠被檢測，所有相對的名詞都有專門的檢測學。但「醜」，雖然一直都存在，專門針對醜的探討卻幾乎沒有。在西方美學的觀念中，「醜」的目的只能用來區別「美」。只要不被判斷為「美」，就自動的，無一可免的，被歸入「醜」的範疇。

然而時至今日「醜」卻成為一種顯學。越醜的越有特色，越醜的越受歡迎，醜可以是有趣的，醜可以是嘲諷的，醜甚至可以是神聖的。到底「醜」是甚麼？如果美是讓人趨之若鶩的，那麼醜應該是使人避之不及的。以此說法，則「醜萌」這個形容詞本身將成為一種悖論，但在角色造型的領域中，「醜萌」卻是實際存在，並且賦予角色的一種屬性。

「萌」又是甚麼？如果以審美價值來思考，「萌」的觀念在美醜之間難以定義，而這樣的價值觀，卻又能將美醜都包含其中，這種價值與其發源地----日本的文化是否有關聯性，「醜萌」又是以何種方式受觀眾接受，有其探討的價值。

## 第一節 研究背景與動機

台灣是個多元文化交錯而成的地方，從原初的原住民文化，渡海開墾的閩南文化，客家文化，接著而來的殖民日本及荷蘭文化，二戰後的中華文化，勢力的此消彼長經過多年融合，成了現代的台灣人。雖是如此，身在其中卻經常發生各種「審美差異」的情況。例如台北地標一零一大樓，雖然融入了中式寶塔建築及傳統符號，在國際最醜建築票選中卻榜上有名；台北元宵節的主題燈籠「福祿猴」，雖然請了國際知名的視覺設計大師操刀，也加入了雷射投影的新概念，可是卻在台灣社會中掀起了一股審美論戰；審美爭議的案例雖然在世界各國都有類似的探討，各據一方的激辯卻很難達到雙方的共識。

如同哲學家休謨所說：美並不是物體中的性質，它只存在於觀察物體的人心中，每個人在心中感受到的美是彼此不同的。(Hume, 1989)如果單純爭論美醜，實難以定下結論，然而遠在東洋的日本，卻把「醜」當作了造型設計的武器，在社會上產生了一股「醜萌」的新浪潮。以設計師名佃俊孝設計的「醜比頭」(KOBITO)為代表，角色設計中「醜」反而成為了賣點，顛覆了以往「設計必然符合美學」的一般認知。究竟「醜」如何引發了觀眾感受，可以讓觀眾產生認同並且消費？而日本為何能把「醜」當成是角色設計的特色來進行設計？在設計中，美學有一定程度公式化的再現性，那麼把「醜」作為設計要素時，「醜萌」是否能將再現性公式化？

台灣的近代歷史中，在融合各國文化的同時，卻也造成了台灣民眾對本土文化的認同混亂，時不時能在各種場合收到社會大眾對本土文化美學的不滿：台灣的建築改建是醜陋的，台灣的招牌林立是醜陋的，台灣的背心拖鞋是低俗的，台灣的宗教文化是不入流的，社會觀感總是負面大於正面。然而在蕭瓊瑞教授的演講

中，這些元素卻是台灣人「活力」的證明。醜陋低俗幾乎已是客觀事實，卻能用正面的情感做認同，這其中的轉化是否能如同「醜萌」設計一樣，扭轉社會大眾對本土文化的情感認同？本研究無法達到前述社會設計的高度，但從「醜萌」的研究開始，能夠找到一些突破點，供作後續研究發展的思考空間。

克蘇魯神話體系在現代動漫遊戲次文化中早已無所不在，無論是漫畫中的怪物或遊戲中的異相，幾乎可以說四處都有克蘇魯神話所遺留的元素。雖說如此，大多作品只取其元素，並不對克蘇魯神話的核心特質「未知的恐懼」及其文本中的邪神做出具體論述，尤其在台灣，對其瞭解者更是極其小眾，考慮研究主題的範圍，利用對克蘇魯神話進行系列創作並改編，研究者嘗試將研究成果結合，使原本的負面特性轉化為更為一般人所接受的作品。

## 第二節 研究目的

本研究的目的是在於探討審美體驗對於作品認同之間的關係。審美體驗關乎美學，而作品認同是心理，兩者均有客觀評價方法，然而負面的審美體驗造成正面的評價，是一種矛盾體驗，本研究將其分為四個單元進行討論。

### (一) 「萌」文化帶來的審美意識思考

從二十世紀末開始，日式美學開始席捲全球，而其中的一部分次文化代表，就是「萌」文化的興起。「萌」和「可愛」文化在日本雖然不見得是最早起源，但從日本向外擴張卻是近年來可見的事實。在西方美學中從未至於中心的「萌」，在東方卻能夠被普遍接受乃至風行全球，這之中的差異，與文化必然有某些關聯性，而身為鄰近國家的台灣人，是否能從日本的審美意識中，反思屬於自己的審美意識乃至於認同，是值得探討的問題。

### (二) 「醜」的價值探討

美醜在一般人的觀念中，一向是以相對主義作結。「不是美的，就是醜的。」這樣的二元論，將醜打入暗處，失去了對所有事物的完整鑑賞能力，讓「醜」失

去了發揮價值的空間。即使偉如法國文豪雨果，也在《克倫威爾序言》中提出了「美醜對照原則」。雖然雨果刻意運用該原則創作了《巴黎聖母院》，仍未跳出相對主義的邏輯。

然而時至今日，我們從現代及後現代主義中知道了更多的「醜」。波特萊爾及尼采等大師為我們指引了對於醜的鑑賞方向。審美是一種哲學思考，也是一種心理學研究，研究者試著從各種面向來探討，「醜」在藝術創作中，能夠帶來何種正面價值，而這些價值，是否能讓台灣文化能被重新審視？

### (三) 「醜萌」的構成原理

醜萌是如何造成的？「醜萌」屬性來自日本，泛指角色設計中，外觀醜陋卻能使觀賞者感覺可愛的角色。「醜萌」角色在日本已行之有年，設計師經常用來強調角色的「個性」，四方田犬彥教授認為：「噁心的可愛並非大眾都能接受的可愛，而是一種只有自己被它的魅力所吸引，然後上癮的東西。」、「是被屏除在與大家相同的框架外的事物，以與眾不同的品味去愛好的。」，是一種處於現代思想與美學臨界點上的一種特殊現象。(四方田犬彥, 2007)

如同休謨所言，如果某些忽略或是刻意違反美學規律的作品及創作者也能使我們感到快樂，並不是因為這些作品違反了規則或規律而被觀眾接受，而是因為即使他們犯了這些錯誤，這些作品仍然具備其他能使觀眾接受的部分，能使觀眾得到相應的藝術享受，這些東西蓋過了原本的缺陷，使觀眾滿意(Hume, 1989)。本研究試著將「醜」「萌」的元素分離，探討其中是否具備「別的優美之處」，並訪談專業人士，探討相關類型題材的構成方法。

### (四) 「醜萌」的設計方法

找出其操作方法是否能再現於其他作品。並利用這些元素完成一組「醜萌」的角色設計，詳細的創作過程將在第四章的創作流程中討論。選用《克蘇魯的呼喚》作為研究者的創作文本，首要的原因是原作者 H.P.Lovecraft 是恐怖小說的元祖，文本中充滿了對未知的恐懼以及無法完整窺視的，各種令人驚悚的元素，作為「醜

陋」或「噁心」應能當之無愧。文本雖未完整的敘述主題的外型，但經由文本中角色的口述及暗示，仍然提供了不少的創作線索。因為是重新塑造角色，形象的重現未必需要符合文本，如何利用「醜萌」元素對角色進行重新塑造，會是研究者在本創作中的探討重點，也希望藉由本研究的彙整與歸納，使未來創作者在利用「醜萌」進行角色設計時作為探討方向。

### 第三節 研究方法與流程

本研究將以內容分析法及專家訪談法的方式來進行。首先藉由文獻探討「醜萌」的定義，並藉由與業界相關專業人士訪談，了解在業界領域中對於「醜萌」的認知及其普遍接受度，歸納出普遍最具效力的操作方法，並與創作研究結合。

#### (一) 研究方法

內容分析法 (content analysis)，亦稱為資訊分析，是一種量化的分析手法(王文科, 王智弘, 2014)。研究資料的收集有兩個方式，較為直接的像觀察法 (observation)、訪問法 (interview) 以及問卷法 (questionnaire) 等，間接的則是從現有的資料著手，從既存的相關文件 (document) 及檔案 (archives) 中調查所需資料。內容分析法，是屬於間接方式的，由大眾傳播研究中發展出來，最早是美國學者對報紙的分析，接下來延伸為影視、廣播、演講、文本等對語言的傳播(閻沁恒, 1972)。

對於角色造型的研究，可分為質與量的分析兩種，內容分析法是透過量化的技巧與質性的分析，是各類社會學科主要的研究方法之一，本研究以內容分析法對角色設計進行研究，可以在大量的角色設計資訊中，擷取出研究者需要的設計思維與審美條件。

而專家訪談法是半結構式訪談法的一種應用形式，著重於受訪者在某一個領域的專家能力。本研究的目的是在於找尋醜萌的構成元素與操作手段，其中大部分的內容都是依賴經驗整理而來，也就是需要依靠角色設計師對經驗的充分描述以利

本研究整理、分析出角色設計師可以累積的設計資源，也是深度訪談法的優勢所在。研究者可藉由較長的時間及詳細的訪問，讓受訪者逐漸接近問題核心，藉由對問題的敘述與描繪，使問題與答案在詳細詢問後出現。從文獻探討中我們知道，隨著設計師進行創作的動機與時機不同，創作過程中受到影響時經常無法自知。亦即，若非透過深度訪談的探詢，而是以問卷之類量化調查的方法研究的話，受訪者將因缺乏對問題的充分理解，而很難提供出需要的答案，也會使研究者無法深入問題核心了解。（袁方, 2002）



## (二) 研究流程

本研究以醜萌之審美體驗作為主體，進行文獻的探討，認識醜萌所具備之審美體驗，以及醜萌設計的創作元素，並向業界資深工作者進行訪談，分析醜萌角色造型設計之工作流程，從不同從業者的創作技法中歸納出有效的工作流程及思維，並作為研究者後續創作醜萌角色設計的根據，如圖 1-1。



圖 1-1 研究流程圖示



### (三) 創作流程

從文獻探討得到的內容以及與專家訪談的資料整理並對照後，將觀點作出結論，並進行研究者之創作規劃。藉由延伸自 H.P. Lovecraft 及其他共同創作者之《克蘇魯神話》(Cthulhu Mythos) 之古典恐怖文學的起源作品，本創作將藉用前述整理的手法，轉換原作之恐怖印象，成為「醜萌」的角色設計，並在創作完成之後，對將作品與前述之觀點進行檢驗，並對其是否符合預期作出結論，如圖 1-2。

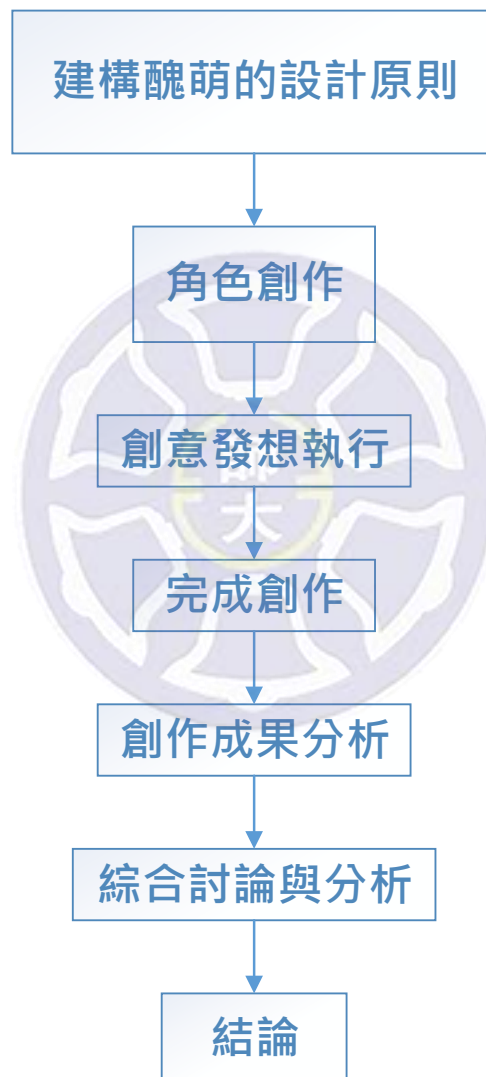


圖 1-2 創作流程圖示

#### 第四節 研究範圍與限制

本研究意在探討審美與認同的相關性與表現方法，由於規模較廣，研究範圍將集中於角色造型的建構與定義，以及創作者刻意營造之「醜」的形象如何獲得受眾認同之歷程，為了使研究被定義在明確的範圍中，使研究內容可以更為具體以及具參考價值，研究者將範圍定義如下：

1. 收集藝術及創作歷史上具審美爭議的藝術作品，探討並歸納其動機。
2. 本研究將「醜萌」範圍限定在角色設計領域，與創作者進行訪談，了解在目前設計工作流程中，創作手法及思維模式如何處理符合定義之形象。
3. 對醜進行的創作是創作者刻意自發的行為，而非自然形成，本研究將聚焦於「刻意營造」之醜陋，及其所造成的效果是否符合預期。
4. 訪談專家數量有限，而創作方法多種多樣，因此歸納結論有一定侷限度。
5. 本研究以角色造型為主題，後續量產前之材質考量，在此不做深入探討。



## 第貳章 文獻探討

### 第一節 「醜萌」的起源

四方田犬彥提出，日語中「噁心的可愛（醜萌）」（きもかわ），是將意味著不愉快，不舒服的「きもい」和「可愛」（かわいい）組合在一起創造出的新形容詞。據推測，這個詞彙大概是在 2000 年前後，由大都市裏十幾歲的女高中生創造出來的，即使在日本的資料中，起源依然是眾說紛紜，無法確認在什麼時候第一次被作為書面詞語使用。（四方田犬彥, 2007）也就是說，「醜萌」是從年輕世代產生的次文化用詞。在研究者著手研究的現在（2016），「きもかわ」已經列入《デジタル大辞泉》日文字典，定義為：「一般指角色之類，雖然有令人噁心的外觀，卻又不知從何處感受到可愛的感覺」。目前仍有日文字典並不將該詞列入其中，但「きもかわ」作為一個形容詞，已經在社會上有著某種程度的普遍性。而在日本的「可愛」文化中，「きもかわ」在角色設計的領域中，已經有了一定範圍的分類，讓人不能忽視它的存在。

在日本的「可愛文化」向全球傳播的同時，對於鄰近的台灣年輕人當然也無可避免的同時接收了各式各樣的「可愛」，「可愛」的普及程度，相信在台灣年輕人甚至是老人都無法否認，即使是隨便在路上抓個人舉例，也一定能隨意舉出各種類型的「可愛」。然而在這些「可愛」之中，「噁心的可愛」（きもかわ）、「醜陋的可愛」（ぶさかわ）的存在卻讓人有種錯亂的感覺。

在此必須先進行說明詞意的解釋。「不愉快，不舒服」的「きもい」和「可愛」「かわいい」的組合，原意是「噁心的可愛」；而「ぶさかわ」則是醜陋「ぶさいく」和「可愛」「かわいい」的組合，原意是「醜陋的可愛」。但是在語言差異下，「噁心的可愛」（きもかわ）和「醜陋的可愛」（ぶさかわ）到了台灣以後，被合併替換成了「醜萌」一詞，這也許是因為在 1990 後期的「可愛文化」在 2000 前期派生出了「萌文化」所致，其中名詞的認知是否存在差異，會在後面進行探討。

## 第二節 「萌」是甚麼？

「萌」這個字的「次文化」起源，相信沒有人會反對是從日本開始的，雖然最初在次文化中使用這個字的來由到目前為止還是眾說紛紜，目前最有信服力的說法還是「同音異字」說：亦即日文輸入時將「燃え」和「萌え」二字錯用所致。由此一說，《ACG 啟萌書-萌系完全攻略》中將「萌」解釋為看到了「萌」的事物時，打鬥時的熱血奔騰般的生理反應，導致興奮，體溫上升如同燃燒，可是兩者成因卻完全不同，所以就改以「燃」同音的「萌」字做為替代。兩字同樣具備燃燒熱情的詞意，但後者卻以幼體生長的詞意，作為與前者不同的意義分別。（傻呼嚕同盟, 2007）。在日文線上字典中定義為：「對某物或人，單方抱有強烈的愛著心、熱情、慾望之類的俗語，並不必然抱持著戀愛感情。」（松村明, 2012）雖說不能以一概全，兩者的說法亦為大同小異。

### （一）「萌」與「可愛」的差異

相較之下，「可愛」的定義就非常明確，在日文字典中的解釋有：

1. 「被小的物體，弱的物體之類吸引的心情」（小さいもの、弱いものなどに心引かれる気持ちをいただくさま。）
2. 「物品被製作的很小，看起來討人喜愛」（物が小さくできていて、愛らしく見えるさま。）
3. 「無辜的，不被憎恨的。不起衝突的，孩子氣。」（無邪気で、憎めない。すれてなく、子供っぽい。）
4. 「可憐的」（かわいそうだ。ふびんである。）（松村明, 2012）

很明顯，「可愛」在日本定義為「幼小」「可憐」「弱態化」的，這與台灣教育部《重編國語辭典修訂本》中的「可愛」的解釋「討人喜愛」有很大的不同，有關這點，韓國學者李御寧的《日本人的縮小意識：豆物狂傳奇》是探討日本可愛文化經常引用的有名著作，然而本節探討重點在於名詞差異，相關內容會在下一節討論。但從兩個名詞的定義看得出來，「萌」的重點意義在於「主體意識」，而「可愛」的重點意義在於「客體外觀」，如果以西方審美學的角度來說的話，「萌」比較接近「審美體驗」（情感），而「可愛」則比較接近「審美對象」（外觀）。由

以上解釋，我們可以說「萌」和「可愛」為兩個名詞意義雖然不同，彼此卻有相對關係。或者換句話說，「可愛」的東西可以是「萌」的。

## (二) 「可愛」的審美觀

「可愛」這個名詞的意義，在西方和日本的審美觀中是有很明顯差距的。「cute」這個名詞，直到 18 世紀初才出現。在莎士比亞的劇作之中，是找不到「可愛」的。「cute」源自「acute」，在 1933 年的牛津字典中的詞意是「急性，聰明，精幹，鋒利，精明」(‘Acute’ came from acus, ..... So ‘cute’ at first meant “acute, clever, keen-witted, sharp, shrewd” according to the 1933 edition of the *Oxford English Dictionary*) (Steinberg, 2016)。明顯和前述的定義不同，甚至與外觀是完全無關的。目前我們所理解的「可愛」，是從約 1970 年時日本所引起的風潮。當時日本女學生流行的「小貓文字」(koneko-ji) 以及三麗鷗公司出品的凱蒂貓更成為帶動的起源。

在亞里士多德的「詩學」中提到這樣一句話：「極端微小的動物不可能是美麗的。因為他們幾乎不被注意到。」，在西洋古典美學中，「小」、「弱」從來就不是審美的條件，「值得被討論的只有「美」，而且必須能在充滿調和與均衡的適當距離、適當份量的狀況下欣賞的美。」(四方田犬彥, 2007)，在這樣的審美觀念下，「可愛」應該是不存在的。然而這股風潮卻不是從西方，而是從日本興起的，這其中的原因，與日本著名的美學「侘寂」(Wabi-sabi)，以及清少納言的《枕草子》對照，看來格外明顯，甚至說「可愛」的審美價值，是從日本美學所建立起來的，似乎也無不妥。

## (三) 可愛的變體，缺陷的美學

四方田犬彥教授的《可愛力量大》一書中，專門針對「可愛」做各種面向的探討，其中最重要的一個論點，就是「可愛」與「美麗」並不是相同意義的詞彙，甚至到了「對立」的程度。「美麗」時常與不可碰觸聯想在一起，然而「可愛」卻總是引起人們想碰觸、呵護的欲望。換句話說，這其實與想要支配的欲望是具相同意義的，也與把對方看作是比自己卑微劣等的人一事是相同的。」(四方田犬

彥, 2007), 也就是說,「可愛」的定義本身或多或少的包含了觀賞者或物自身的「缺陷」。這個論點把「可愛」獨立了出來,在「美」和「醜」的範疇中,跳出第三個分野,與此同時,這個論點也把「醜萌」的定義從另一個角度做出合理化解釋。

日本美學「侘寂」(Wabi-sabi)的主張中,承襲自中國道家和佛教禪宗三法印的概念,其中最重要的觀念是「無常」。Wabi-sabi 表達的是「不完美的美」、「未完成的美」、「非永存的美」,其包含了謹慎與謙遜之美,也包含了不循常理的隨興之美。(Koren, 2011)。這種觀念從九、十世紀一直影響日本人對事物的體驗,尤其是從十四、十五世紀,千利休的茶道開始,讓「侘寂」成為日本的主流審美觀。缺陷也是美的,不完美也是美的,這種「萬物同一」的非二元論觀念,使得本在西方不被重視的,帶有「缺陷」的「可愛」,在日本反而能趁勢而起,也就能被理解了。

#### (四) 日本人的縮小意識

李御寧教授的書中,將日本人對「縮小」的意識從文化,文學,審美觀,生活習慣等進行探討,將縮小意識的手法歸納為鑲嵌、集中、刪除、填塞、架勢、凝結…等六種主要型態,日本特有的俳句的文字、摺扇的結構、人偶的簡化、能劇的架勢、四疊半茶室,在許多細節處表現出對「小」的意識。而其中被許多後世文化學者引用的代表文學著作,便是清少納言的《枕草子》:「可愛的小東西,是畫在可愛的小瓜上孩子的臉。小麻雀聽到有人學著老鼠的叫聲,跳舞般地飛過來。二、三歲的孩童在急著爬來的途中,目光銳利地發現非常小的灰塵,用小小的手指捏住,拿給大人們看的模樣也很可愛。娃娃頭髮型的小孩,不把蓋住眼睛的頭髮往上攏,歪著頭像是在看什麼東西的表情也好可愛……小人偶的配件也很可愛。從池塘撈起小小的蓮花葉片、葵花葉也是小巧的東西。不論什麼小巧的東西全部都可愛。」(李御寧, 2008)。和前文中亞里士多德的「極端微小不足成美」相比,足以見知,「小」成為在日本文化中特有的審美條件,「h 小」是「可愛」這句話,不但在千年之後成為日本的主流意識,更在「萌」文化之中,向全世界進行輸出。

書中有關人偶文化的章節提到，日本人偶的價值，異於其他東亞文化圈國家的宗教儀式功能，具有玩賞，審美的功用，種類多種多樣，自古以來便是從上流貴族到平民百姓都風行的藝術品。而表現人偶的造型手法，作者歸納為：

1. 「移除手腳」：簡化五官，頭部圓形，身體直線的「こけし」人偶，以及不倒翁人偶「だるま」
2. 「彙集」：一方面毫不保留的刪除，一方面集中進行強調，並且留意兩方面的關聯性，如日本人形的「白無垢」禮服及「髮髻」的簡化與強調
3. 「背面美」：以裡現表，和服人偶的細節均在人偶的背後，如腰帶的鼓型結，後領反摺和髮髻露出的頸部

這些手法即使到了現代，在知名的 Hello Kitty 人偶中，或迪士尼的 tsum tsum 娃娃裡，仍然可以在造型手法中，看見這些沿襲千年的「審美意識」，也對研究者的角色造型設計手法，提供了指標性的價值，如圖 2-1，2-2。



圖 2-1 Hello Kitty



圖 2-2 Tsum Tsum

在此另外說明，有關於日本美學與西洋美學的差異，在 Craig Owens 的《異質論述：女性主義與後現代主義》中提到，古典西洋美學忽視了女性意識，美學完全是由學術及男性作為主導，這是否也與雙方的審美意識發展有關？這部分的探

討，研究者會在後面的章節進行論述。

### (五) 「萌」的「屬性化」

「萌」文化在日本興起之後，開始了一種奇特的「屬性化」現象，意指將「萌」的體驗移轉到特定的「符號」上，曾經產生「萌」體驗的對象中，如果某處特質，例如性格上的「陰沉」、「活潑」、「自我中心」...等，或是外表上的「旗袍」、「馬尾」、「刺青」...等，甚至到「種族」、「稱謂」、「境遇」、「職業」...等，為該對象特色時，「萌」的體驗就會從原本的角色身上延伸到該「特徵」，也就是只要看到該符號，就會產生「萌」的體驗。而所謂的「屬性」，目前光是能被列出的，也已經達百種以上，可以說是「無所不萌」。某種程度上和有名的「巴普洛夫的狗」的「條件反射」學說接近，也和心理學中的「戀物癖」現象的敘述是類似的情形了，從這些角度看來，「萌」的體驗是一種主觀高於客觀，感性高於理性的，無法以明確條件界定的審美觀。這與「萌」文化是否因普遍存在於青少年齡層，以致審美觀尚未成形，不得而知，但這並不影響探討。至少可以確定的是，「萌」的本質，是屬於個人體驗的，一種對審美對象的正面情感，而「可愛」的物件經常能引起「萌」的體驗，這也說明日本的「公仔設計」領域中，經常都是以特定頭身的比例的造型作為系列主幹，再加上各種角色的「屬性」特色，塑造性格而成的原因了。

### (六) 小結

就如同「侘寂」一樣，「萌」是一種主觀體驗，而帶出這種體驗的形象，客觀來說，可以用「可愛」來作為導引。在日本的「可愛美學」中，將「幼小的」、「笨拙的」、「弱態化」、「可憐的」當成發展的核心，引導出「萌的體驗」。具體以角色設計來說，手法被分為「移除手腳」、「極度簡化，集中強調」、「以裡現表」等，從東方帶出與西方相異的另一種設計概念以及美學觀，也對研究者的設計手法提供了具體的依據。



### 第三節 「醜」的探討

從「萌」的角度探討之後，接著我們來探討「醜」在審美上的價值。在 Umberto Eco 的著作《醜的歷史》中，把「醜的本身」、「形式上的醜」和「藝術對這兩者的刻畫」作出了區別，然而也在文中同時提到：「在一個特定文化裡，我們幾乎總是只能根據的三種現象來推知前兩者所指為何。」(Eco, 2008)，關於「醜」的探討，本文探討的部分會集中在「醜」本身，及其在藝術上的價值。「醜」和「美」一直都是因為文化、時代等等外在條件而有所不同，如果對「醜」的形式具體敘述，恐怕是千變萬化，難有定論，關於這點，研究者會在第三章的專家訪談中，對代表性的案例進行分析。

#### (一) 「醜」的定義

羅森克蘭茨 (Karl Rosenkranz) 於 1853 年寫下第一部《醜的美學》(Aesthetic of Ugliness) 將醜類比於道德之惡。「正如惡與罪是善的相反,代表地獄,醜則是“美的地獄”。」至於醜的現象，他表示「醜是自成規律的」，並且與美不同，具備了更多更複雜的規律。(Eco, 2008)。「醜」當然是與美共存，在美學的探討中，我們從各種事物中去尋找「規律」與「和諧」，若是無法尋得，便稱之為「醜」，並結束其後的討論。尼采在《偶像的黃昏》一書中提到，人崇拜自己，凡反映他的形象的東西都是美的.....醜是敗壞的跡象與徵狀.....凡是任何衰敗腐壞的行為或象徵，如各種病徵或怪異的舉止，或是表現屍體的各種狀態，皆暗示同一件事，也就是產生「醜」的判斷。人最討厭的，當然是人的壞朽。(Nietzsche, 2007)。我們知道美與醜會因為時代背景，文化，人種，而有所差異，而「審美」是人類特有的一種活動，因此，美與醜的標準，當然就是參考「人類本身」的形式來定義的。而藝術家們處理「醜」的題目時，也就會經常的運用不合比例，或是殘缺的人體，處理動物時，也會刻意混雜兩個以上的物種異質化，使得生物看起來符合「醜」的扭曲形象。

#### (二) 「醜」的藝術價值

Eco 在書中明確的表示，如果從藝術的角度討論醜，至少直到近代為止，所有的美學探討都同意，經由藝術的精緻手法和技巧，醜也能變為美，普魯塔克的《詩

的研究》(De audiendis poetis)中說：模仿出來的醜仍然是醜，但因為藝術家技巧高超而達到與美相應的境界。(Eco, 2008)。醜的題材在藝術上是存在的，然而究竟創作者如何應用「醜」進行題材的創作，創作者之意圖及產生的價值為何，研究者在此將以歷史上著名的各種藝術作品及評論進行探討：

## 1. 美學的相對形式

即使到了現代，「醜」依然是藝術家們創作中愛用的主題，而其中歷久不衰的技法，就是「醜化」。美是自成規律的，於是「破壞其規律」就成了藝術家的課題，在中世紀古典宗教藝術中，惡魔的形象，多來自各種凶獸的混合或對於「異常」的表現。而對於「罪惡」的表現，則來自各種人類的各種疾病及異常的敘述，如流膿、潰爛、腐臭、腫瘤……等。

我們現在當然知道，疾病的發生有其原因，然而在過去醫學貧乏的時代中，所有「異於常理」且「令人怯避」的現象，被歸類為「惡」，而為了傳達正確的價值觀及道德觀，藝術家們為宗教服務，以「善」為美，以「惡」為「醜」，產生了一幅又一幅的「宗教藝術」創作。此時的「醜」指的無異是「道德觀錯誤」，「非善即惡」也就等於「非美即醜」，現代的我們，依然應用相同的觀念在「敵人」、「異族」、「病菌」、「死亡」……上，百試不厭。

在這個層次上，「醜」只是一種「價值觀相異」的具象應用，並沒有太深刻的，隱藏的意涵值得探討。如果想要得到「醜」的效果，只要找出大眾最不喜歡的元素，並應用在創作上，便可以得到相應的效果。

## 2. 諷刺與滑稽

「醜」的形式經常被作為嘲諷和戲謔的應用，從古羅馬時代的奴隸制度就已經記載了專門販賣畸形人的市場存在，直到中世紀，王公貴族到旅社及妓院，甚至是教堂中的執事都曾有过供養傻瓜(Fool)的紀錄，傻瓜在外觀上是畸形和醜陋的，甚至連智力也可能是有缺陷的，然而這些傻瓜正因為畸形和醜陋，反而能夠讓人產生優越感，而越傻越笨，其行為就經常具有意外的滑稽效果。(張沅汐，

2016)因此通常主人對傻瓜的愚行相當寬容，一切嘲笑、謾罵的行為都不會被懲罰，既被人嘲笑，也同時嘲笑別人。這樣的「工作」後來成了宮廷和馬戲團中最受歡迎的身分「小丑」(Clown)。(汪曉雲, 2005)

從早期「封建領主和教會世界對農民心懷輕蔑的表達，他們諷刺農民畸形，由此獲得虐待狂式的快感。這是嘲笑他，而不是和他同樂。」，到近代的政治諷刺漫畫，無論是前者由上而下的蔑視，或是後者由下向上的反抗，其本質都是用「醜化」對象來讓自己的地位相對崇高，此時的「醜」仍然是一種相對主義，關鍵的差異在於藝術服務的「對象」從統治階級的娛樂，轉變為普羅大眾對統治階級的批評。(易紅霞, 2001)「【醜】將崇高的轉化成粗俗的，將愜意的美轉化成可憎的，將絕對的美轉化成諷刺漫畫，在諷刺漫畫裡，尊嚴變成強調，魅力變成賣俏。諷刺漫畫因此是形式之醜的極致。不過，也正因為其所反映的事物是受其所扭曲的正面形象決定的，所以諷刺漫畫不知不覺進入喜劇境界。(羅森克蘭茲《醜的美學》，III (1853))」(Eco, 2008)

### 3. 疾病及未知的恐怖

人類早期生活條件不佳，且醫療技術也未發展時，疾病徵狀是一種「異於常態」的現象，患病者經常從外觀即可辨認，由於病因不明，人們通常歸因為超自然力量，或是患者本身德行不正所致。於是「病徵」就成為「惡行」的代表，自然也就成為了「醜」的具象描述。

人類本能上習慣將事物歸因，然而無法歸因或是無法理解的狀況，則是另一種醜的表現。「醜的歷史避不開另一種醜，我們稱之為情境式的醜，想象我們置身一個熟悉的房間，桌上一盞舒服的燈。突然，桌燈往上浮，飄到半空。燈、桌、房間一還是原來燈、桌、房間，都沒有變醜，情況卻已變得令人不安。我們無法解釋，覺得困擾，或者視我們的神經修養而定，我們感到恐怖。這就是一切鬼故事或其他超自然事件背後的基本原理：一件事物出現它不應該出現樣子，我們感到害怕或恐懼。

1919年，弗洛伊德撰文討論陰森的事物。.....（略）.....，弗洛伊德在一本詞典找到謝林（Schelling）所下定義：所謂陰森，指一件事物應該是隱藏的，現在跑到表面來。1906年，延契（Ernst Jentsch）寫出論文《陰森心理學》（Psychology of the Uncanny），將之定義為引起“思想上的不確定”、讓“我們想不透”的不尋常事物。弗洛伊德詳述這個德文名詞的詞源，.....（略）.....，最後總結為害怕和恐懼引起的不舒服、因鬼導致的恐怖、霧、黑夜、石像的僵硬...」（Eco, 2008）

被稱為恐怖小說始祖之一的霍華德·菲利普斯·洛夫克拉夫特（Howard Phillips Lovecraft）在他的著作中寫到：「人類最古老而強烈的情緒，便是恐懼；而最古老最強烈的恐懼，便是對未知的恐懼。」，其創作之許多作品中，最著名的「克蘇魯神話」系統，內容充滿許多人類的未知謎題，以及好奇心帶來的厄運，這個作品體系也影響之後的恐怖小說作品及作家，成為獨樹一格的系統，本研究之創作題材使用「克蘇魯神話」作為主題也是因為其特異性所致。

#### 4. 以醜為美

十七世紀的巴洛克藝術中，藝術家開始探求古怪奇妙的事物，原本「巴洛克」（Barocco）這個詞就具有貶義，一說語源來自西班牙或葡萄牙語，有「俗麗凌亂」或是「缺乏古典主義均衡特性的作品」，巴洛克藝術帶來的風格主義中，藝術家對沒有靈感的模仿產生排斥，轉而致力於表現手法，他們排斥規則，以主觀印象表達其世界，風格主義並不排斥運用古典主義認為不合常規的元素，他們探索死亡、暴力與恐怖的境界，無論是莎士比亞，或是後來頹廢主義的波特萊爾，都是這個時期的代表性人物，創作亦影響世人至深。（Bayley, 2014）

有關浪漫主義對於醜的見解，雨果（Victor Marie Hugo）在為自己的劇本《克倫威爾》（Cromwell）寫的長篇序言可謂極具代表性的觀點，「醜就在美的旁邊，畸形靠近著優美，醜怪藏在崇高的背後，惡與善並存，黑暗與光明相共。」（汪雯雯, 2009），雨果提出的「美醜對照原則」提到人物的塑造，不以傳統的善惡二分法，而是讓人物充滿矛盾，混雜著善與惡，同時存在美與醜，才能使其形象更加真實，而雨果的《巴黎聖母院》更是依照其原則產出的經典作品。

## 5. 憐憫與人文關懷

在西方宗教觀的影響之下，耶穌受難死於十字架的故事，一直是宗教藝術中的常見主題。早期的作品將「醜化」應用在使耶穌受難的惡人形象，藉以批判所行惡事；然而之後的藝術家們，卻將「醜化」用在耶穌本身的形象中，臉部因痛苦而扭曲變形，身軀因刑罰而滿布傷跡和髒汗的殉道者，反而藉用其所遭苦難，昇華了本身的「高貴情操」。此時的「醜」從原本的相對主義，延伸出了進一步的應用：醜是因為殉道者的犧牲，是至高的情操，於是醜也成了美的、高貴的。黑格爾在《美學》中指出的「你不能用希臘那種美的形式來刻畫基督遭受鞭打、頭戴荊冠、死在十字架上……」(Eco, 2008)，而神父們也發現這點，「但奧古斯丁隨即又將這件證據納入他的宇宙至美論，說耶穌掛在十字架上，看起來是畸形，但是，透過這膚淺的畸形，他表現了受難的內在美，以及他的犧牲所應許給我們的榮耀。」(Eco, 2008)。與古希臘時期大相逕庭，基督教的宣揚的美德如「忍耐」、「寬恕」、「謙卑」、「憐憫」，殉道者的犧牲，在某種程度上扭轉了價值觀，也同時扭轉了某些審美的觀念。

將「憐憫」的觀念延展而生的，是對社會現象的關注。時間產生了老舊，頹壞，然而面對滿臉皺紋的老人，或是崩塌鏽蝕的遺跡，仍有許多人能夠推崇其美，將之名為「懷舊」；先天疾病產生的身體缺陷及智能不足，也仍有許多人希望參與改善，能使其生活如同常人一般無礙，其名為「關懷」。如果單純從外觀現象上來看，不管是老人、殘疾，或是無生命的廢墟，沒有人會否認他們是違反審美條件的，但在外觀表象的後面，我們試著用「內在美」的價值來平衡審美觀的思考：「年老」轉變為「歷練豐富」、「廢墟」轉變為「文化紀念」、「身體缺陷」轉變為「個人特色」、「智能缺陷」轉變為「保留純真」……等等，價值觀讓我們轉換了對審美的判斷。

## 6. 虐待與殘忍的愛好

若是談到人們對於殘忍與虐待的喜好，多半避之唯恐不及，但是薩德侯爵(Donatien Alphonse François Sade, Marquis de Sade)所主張的「薩德主義」(Sadism)

卻同時受到頹廢主義及超現實主義藝術家的推崇，「薩德就是為了顯示對殘忍的愛好存在人的根性之中，才大肆張揚他對別人身體的蔑視。薩德是以哲學上的挑釁來鼓吹暴力，浪漫主義和頹廢主義文學則經常說暴力是感官的至高形式。」(Eco, 2008)。在人道上，一般人反對此類藝術形式，但事實上，自古以來刑場總是聚集了好事之人，即使到了現在，許多人仍然在電影院裡看人遭受血腥虐殺或是行刑式報復的電影。席勒：「我們的天性有個普遍現象，就是憂傷、可怕甚至恐怖的事物對我們有難以抵擋的吸引力；苦難和恐怖的場面，我們既排斥，又被其吸引... (略) ...正義得伸的快慰和不高責的嗜血報復欲都不足以解釋這現象，... (略) ...這現象必定是根源於人類靈魂的天然傾向」(Eco, 2008)。薩德主義被存在主義批判為「極端自由主義」，而在藝術和心理學中，亦被常人當作「變態」看待，即便如此，人類對於殘虐的愛好，仍然是不能否定的。

關於殘虐有另外一種較為溫和的觀點。耶魯大學的 Oriana Aragon 和 Rebecca Dyer 稱之為「可愛的侵略性」(cute aggression)。研究團隊發現受試者對被判斷為「可愛動物」的圖片有「想要用力捏」的衝動，甚至有受試者表示自己將失去控制。該研究者判斷有兩種可能性，一為看到可愛東西時，本能上想使對方接受自己保護，卻受於情境限制無法直接表達，因此轉化為侵略性；另一種可能是，人類經常用負面方式表達正面情緒（例如欣喜若狂）也就是說，是一種發洩情緒的方式。是無害的。(Gates, 2014)

無論以上論點是否正確，都同時說明了人類在本能上具有殘虐的特性，而後者的實驗，更進一步回應前一節對於「可愛」所產生的主觀體驗，所可能產生的「反應」不必然是「正面」，「負面」反應是的確存在且正常的。「殘忍不只可能源出於仇恨或對毀損身體的反常喜好，還經常可能來過度的愛和尊敬」(Eco, 2008)

## 7. 好奇心

自前述提到的「疾病」、「未知」之中，除了常人對其產生的恐懼和厭惡之外，另一群人則表現出「好奇」的情緒。感興趣的科學家和研究者們並不會對「醜」的現象做出明顯的排斥，而是進一步的對其進行記錄和研究。由 Caspar Schou 在

1662 年出版，《對自然的好奇心》（*Physica Curiosa*）是十七世紀的一本記錄各種自然怪異現象的描述，全書 1600 頁多是當時被認為各種怪物的雕版圖像，譬如象與長頸鹿，或是被水手誤認為美人魚的儒艮等等。中國先秦時代的有名著作「山海經」，或是各種方志，在在表現了東西學者的求知慾。對不尋常事物的興趣甚至導致了「自然科學博物館」的誕生，原本的目的只是為了向外人展示珍奇和稀有的事物，對這些異類的好奇，轉為科學研究上的興奮，如圖 2-3。



圖 2-3 《對自然的好奇心》（*Physica Curiosa*）插圖

疾病上的醜對醫學研究而言有同樣的情形。醫學研究者在各種病徵上著力研究，並致力於消除病徵背後的身體異常，對這些研究者而言，醜只是一種疾病信號，研究信號背後的意義並致力消除才是目的。「不過，在實證主義當今的 19 世紀，犯罪人類學興起，隆布羅索（*Cesare Lombroso*）的觀念大為盛行，他在《犯罪的人》（*Criminal Man*）一書中說，犯罪人格的特徵永遠和身體上的反常特徵有關係。隆布羅索沒有將問題簡化到說長相醜的人一定會作奸犯科，但他的確根據號稱「科學」的論點，將身體特徵和道德特徵拉上關係。」（*Eco, 2008*）

東方同樣的自古即有「面相學」相關著作，我們當然不能全盤否認統計出來的實證結果，但這背後「許多遺傳特徵比較常見於因營養不良等問題所苦的社會階

級，以及非社會行為明顯更常見於社會棄兒。從這些理論，到助長“長相醜的人天性就壞”之類的成見，短短一步而已。」 (Eco, 2008)

### (三) 後現代主義與異質論述

對「醜」的探索，在歷史上最著名的活動有兩次，分別是巴洛克與後現代。然而兩者的精神有些差異：巴洛克探索了人類的死亡、屍體、穢物等等，一切原本避之唯恐不及的，人類文化產生的醜惡，在藝術創作之中重新受到審視。而後現代強調的，則是對未知領域的探索與挑戰。無論是普普、前衛、印象派...等，後現代主義的核心精神是「自由」。正如影響後現代主義至深的哲學家尼采所言，若是只有符合規範，符合道德才能被准許表達藝術，那麼藝術就被限制得過於狹窄了。不管是在任何的創作之中，除了符合美德的藝術之外，也有相應醜惡的藝術，而也許正是因為有這種藝術，才能讓藝術做出最強烈的表現，撼動人心。(Nietzsche, 1993)「對於一切現有價值的重新評價。」，今天的醜或將成為明日之美，「後現代的重要社會歷史意義正是在於：它不但開拓了藝術創造的史無前例的最廣闊前景，而且也為根本的重建人類文化提供了最大的可能性。」(高宣揚, 1996)。

西方美學中最重要學者之一的康德，在他的著名作品《純粹理性批判》中，提出了西方哲學最重要的命題「人是目的自身」。而在之後的《判斷力批判》中提到了，「只有在對美的追求的藝術創造和鑑賞活動中，也就是在實現一種「不涉及利益關係」的「無目的的合目的性」的時候，人才能實現其作為目的自身的崇高地位。」(高宣揚, 1996)，之後的後現代思想家如 Jacques Derrida、Michel Foucault 等，都肯定該命題，並以此為始，論述了後現代的基本「人觀」。

後現代主義與過去各種藝術風格最大的差別就在於，以往我們對藝術風格的認知，多以固有的造型、配色、材料、光源...等等造型元素來進行定義；而後現代主義強調的是「一切藝術創作，不論就其內容、形式、和目的而言，都是以這種實現真正自由的不確定性作為基本原則。」(高宣揚, 1996)。也因為如此難以辨認的、完全自由的創作精神，後現代主義的創作在之後又產生了各種如前衛主義，



解構主義，達達主義，普普藝術……等等之類的分野，但核心的精神，仍然沒有脫離「自由」的，「無目的的合目的性」的，追求人類實現的基本命題，也因為追求創作的自由，產生了與傳統審美極大的認知差異，即使是到了現在，仍有些藝術家及藝評人們無法承認「後現代主義」的美學定位。

#### (四) 小結

既被定義為「醜」，負面的代表自然無法避免，自古至今與醜連結的形象不盡相同，但可以確定如尼采所言，人類自身的各種衰弱跡象、徵候，以及一切異於常態的現象通常被歸類於此。隨著科技進步，許多其中的現象已經得到了解釋，並得以救贖。而自古以來的創作者們，除了將自身技術致力於表現美好的事物之外，亦不遺餘力的探討美的邊界，或可說是醜的反思。醜與美是一體兩面，從醜來探討美，不但有據可考，也是對美學最深刻的探求。

#### 第四節 「醜萌」的探討

在進行「醜萌」的探討之前，研究者已對「萌」和「醜」這兩個字個別的意義進行探討，本節將以「醜萌」的定義為主來進行討論。

「醜萌」在前文提及的符號化現象中，仍然屬於一個特異的分野。不同於前述明確可形容的元素，「醜」是很難被明確定義的。即使在「醜萌」這個名稱中，我們仍然有代表性的角色，如「醜比頭」之類，但如果聚焦於單一案例對「醜」進行定義，則未免過於偏狹。《可愛力量大》對於「醜萌」的敘述目前最為具體，延伸「可愛」的定義探討，書中也探討了「噁心的可愛」(きもかわ)。書中提到「…「噁心的可愛」說不定正處於現代思想與美學臨界點上的一些意見是:「噁心的可愛並非大眾都能接受的可愛,而是一種只有自己被它的魅力所吸引,然後上癮的東西」、「是被摒除在與大家相同的框架外的事物,以與眾不同的品味去愛好的」。…可以說是一種關於嗜好的政治學洞察。」(四方田犬彥, 2007), 文中採用了未確定的說法, 與其說是將「醜萌」定位在「醜」與「可愛」之間, 不如說更接近把「醜萌」定位在「極少數觀賞者的偏好」, 可說是完全獨立出來的分野。作者原本想從「醜」跟「可愛」探討因果關係, 但並沒有進行, 「因為令人作嘔

的、難看的這些形象，與可愛絕對不是對立的，倒不如說是相互重疊牽引而成立。」(四方田犬彥, 2007)，關於這個論點，研究者接下來將試著從心理學方向來進行討論。

### (一) 認知的偏誤

在《吸睛的科學》一書中，認知心理學家 Jim Davies 將人類的大腦認知分為「舊大腦」和「新大腦」兩塊，「舊大腦」處理情緒與直覺等，屬於演化過程中本就具備的部分；而「新大腦」處理學習與推論等，並控制「舊大腦」產生的衝動，屬於後天學習和計畫的功能。由於兩個腦的思考規則不同，因此對相同的問題，可能會提出不同的判斷，於是就會產生「三心二意」的狀態，也就是所謂的「認知衝突」，道德難題上有名的「電車難題」等等，就是其中經典的案例。

如果依照 Jim Davies 的說法，「醜萌」這種特殊的判斷便可解釋為「新舊大腦的價值判斷相異」。例如，「新大腦」理性分析外觀，判定外觀為「醜」，但「舊大腦」從本能判斷，認定對象具備「萌」的特質。也就是說，「醜萌」這個詞同時認同了兩種相反的價值觀，這個詞產生的衝突，讓傳統的、相對價值的審美思考，多了一種新的觀點：這個觀點融合「萌」文化背後的東方審美，也就是「萬物同一」的審美觀念，與西方審美學的美醜二元對立價值，可以同時交互使用兩種觀念來進行評價。

從某種角度來說，對「遺體」的認知或許也可以解釋「醜萌」的認知衝突。人類對親人或朋友遺體的認知容易發生落差。一方面我們理性上理解躺在那裏的是一具屍體，但感性上卻又認為此人的心智仍然存在，人類的「物體恆存」概念延伸到「個人恆存」的觀念上，導致無法接受原本仍有心智的人，轉換成無意識的肉塊，這種矛盾的認知衝突在遺族身上經常發生，而為了解決這種矛盾，宗教就會發生作用，藉以獲得認知衝突的解釋。

宗教對於無法解釋的現象，經常能提出「自成一格」的說明，然而這種說明必須藉由熟悉的事物來解釋，或者說是「被理解」為熟悉的事物來解釋，才能被理

解及記憶。如果概念過度脫離常理，則一般人不易記憶，亦不易被接受。這些解釋雖然符合常理，但通常會包含一、二種不同類型的特性，例如宗教經常解釋亡者的意識仍然存在，但是「到了另一個世界」。學者稱之為「輕微違反直觀」。這種方法使得解釋變得有趣，易記，並容易與人溝通。這種「違反事實」卻又「合乎（宗教）解釋」的悖論，會使得人不斷思考，試圖解釋其中的道理，而久久不能忘記。

人類學家帕斯卡·博耶曾提出超自然媒介是「輕微違反直觀的概念」，而這個理論又是「甜蜜點理論」的另一個例證。大腦易於接受直觀的概念，因為處理起來較為流暢，但這種概念並沒有特別好記或值得注意。加入一點違反直觀的概念，超自然神靈才會具備適當的挑戰性，以引發人們的興趣。

「輕微違反直觀」的超自然概念通常分為三種：「一、違反物理特性（例如沒有實體）；二、違反生物特性（例如長生不死）；三、違反心理特性（例如擁有超自然的敏銳知覺）。同樣，無生命的物體也可能具有生物特性（例如會流血）或是心智特性（例如可以聽見人說話）。但如果違反的特性不只一個，反而容易被人遺忘。違反多重特性的神靈極為少見，而且通常僅限於神學典籍之中，並不受大眾歡迎。」 (Davies, 2015)。

以宗教對超自然概念的解釋方法來對「醜萌」進行同樣概念說明的話，明明一眼便能看出「醜」的角色造型（或說具備「醜」的造型元素），卻又同時具備「萌」的造型元素在同一角色上，這樣的造型概念產生了認知衝突，但是因為「萌」或「醜」其中一方的造型元素只提供了少量資訊，因此我們反而認出了「萌」角色中帶著的一點「醜」，或是「醜」的角色身上，帶著一點點的「萌」。這樣容易被辨認，卻又帶著衝突的資訊，反而使得這種角色受到歡迎。

## (二) 逆反與獵奇心理

《裸猿》一書中將人類的行為分為「七個年齡」的種間反映，整理如表 2-1：

表 2-1 年齡區段與對象行為分類 (Morris, 2015)

年齡區段	對象行為
嬰兒時期	完全依賴父母，對大型動物有強烈反應，將其作為父母象徵
幼兒時期	會開始和父母有競爭行為，並對小型動物有強烈反應，並將其作為自己孩子的替代物，也就是飼養寵物的年齡
客觀的成年前期	科學上和審美上的探索興趣開始宰制象徵上的興趣，這是一個抓甲蟲、使用顯微鏡、收集蝴蝶標本和養魚的時期
青少年時期	在這個階段最主要的動物是異性。除非有純粹商業上或是經濟上的價值，否則其他動物在這個階段裡都處於下風
成年父母階段	象徵性動物在這個時期再度進入我們的生活，只是牠們是以寵物的角色進入小孩的生活中
後父母時期	當我們失去小孩之後，我們可能會移情到寵物身上，把牠們當成是我們的小孩對待。
老年時期	這是一個對動物保護和保育有高度興趣的時期，此時的焦點著重在有滅絕危險的動物

從第二階段開始，到第三、四階段之間，藉由與雙親的主體意識競爭以及價值觀探索，部分青少年會產生「逆反心理」，或是「獵奇心理」現象，前者的產生通常基於「(1) .強烈的好奇心 (2) .標新立異的企圖心 (3) .特殊的生活經歷」(Platonov, 1984)，而後者 (Neophiliacs) 的特性為：「(1) 具有快速地適應激烈變化的能力；(2) 對於傳統、重複和例行公式具有不喜歡或強烈的反感；(3) 對於舊的事物具有迅速厭倦的傾向；(4) 具有一種渴望，而在某些情況下著迷或體驗新奇事物；(5) 藉由創造或實現一些事物，以滿足其創造新奇的渴望。」 (Booker, 1969)

「grotesque」原本的語源來自義大利的 Grotto，原本是「洞窟」的意思，約 1480

年左右，羅馬近郊挖出的尼祿黃金宮（Domus aurea）後，其特殊風格便以此代稱，其特徵多以垂直構圖呈現，並以人獸或動植物混雜的圖像作為紋飾主題，如展翼人像，獅身人面，鷹體獅爪等。然而自十五世紀演變至十八世紀時「grotesque」也帶有了醜陋、不協調、奇怪、不愉快、噁心之意（Morel, 2001），而這個字在日本，與「獵奇」亦為同意「被奇怪，異常的事物所吸引，並對其探求「一種興趣」（奇怪・異常なものに強く興味をひかれ、それを捜し求めること。「一趣味」）」（松村明, 2012），說法雖各有差異，但可以歸納出兩個相同的觀點：（1）都是由「好奇心」為起點引發的行為；（2）對特殊、異常的事物有強烈的愛好。這種由好奇心引發的特殊愛好，加上青少年強調主體意識的標新立異，也許使得「醜萌」這種價值觀矛盾的造型，在部分青少年之中受到歡迎。「儘管人們通常傾向讓所有事情得到解釋，但研究顯示，如果有些不確定殘留下來，不但會提高愉悅感，還可以維持得較久。甚至因為揭曉謎底的快感太誘人，留下一個謎團，反而會讓我們更快樂。這種矛盾的心理，就是所謂的「快樂悖論」。」（Davies, 2015）

### （三）造型心理學與形式原理

呂清夫教授的《造型原理》將「美的特徵」分為四件：獨創性、完整性、統一性、快感性。並將「造型基本條件」分為五項，分別為平衡、比例、韻律、對比與調和。如果以上述特徵來進行判斷，「醜萌」的獨創性是無庸置疑的，然而「完整性」與「統一性」的判斷，若是以前述的基本條件進行分析，並以角色設計的分野來思考的話，研究者則將其定義為：「整體主題的風格整合性」，亦即，角色設計若以「單體」來進行時，則其整體之細節控制掌握在一定程度的平衡，並具備高度的元素調和；而若以「複數」來進行設計時，其每個單體雖具備個別之獨創性，但整體必定以某些相同元素進行整合，使其視覺風格達到高度的調和，進而具備「統一性」。

「快感性」的解釋中，「造型雖然有時亦混有不快之感，但整體說來仍以快感為主體。祇是並非指官能的快感，而是能夠感動人心，具有深度的快感。」，在造型基本條件中的「對比」亦有提到，造型可包含「相對的、或矛盾的要素」（呂清夫, 1984）。然而這部分的在前面探討的「萌」定義中，「萌」的體驗即接近「官

能性」而非「具深度」的快感，從此觀點探討，那麼「萌」體驗就不符合「美」的特徵了；然而若是以「醜」和「萌」作為「矛盾要素」帶入前述的「造型條件」，則其矛盾反而符合了其造型之「對比」要素，若是如此，則「醜萌」的美，便不是從其「醜」或是從其「萌」任何一方產生，而是兩者產生的矛盾，正是其符合審美特徵的原因。

## 第五節 「惡俗」與「廢萌」的反思

關於「醜萌」的探討，從前文到這裡已經可以了解到，所謂的「醜萌」，是一種可以刻意被營造的，在醜陋的元素中加入讓人覺得可愛的元素，使觀看者得到一種理性上雖然認為醜，但是卻「醜得很可愛」的造型原則。但這種思維方式，卻又與西洋審美中的「惡俗」與「媚俗」是否相關，另外，「醜萌」的造型原則明顯違反古典美學，在日本盛行萌文化的社會中，仍有許多人不承認或不認識「醜萌」這個詞。在日本萌文化中，若是不具內涵，僅以外觀元素吸引觀看者的角色，有另外一個名詞「廢萌」用來形容。那麼，「醜萌」與「廢萌」是否有相同或相異之處，以下研究者來進行反思的探討。

### (一) 關於「惡俗」

在 Paul Fussell 的著作《惡俗》(BAD, or the Dumbing of America) 中，對糟糕 (bad) 與惡俗 (BAD) 做了分別的定義：糟糕是某種沒有人會認為好的東西，但惡俗更類似將壞的東西硬說成是好的，一種虛假、粗陋、空洞的手段，但卻有些人被說服，認為這些東西是美好且高尚的。原本醜惡的東西，如果被加以矯飾，並且反倒被賦予美好的價值，那麼就符合所謂的「惡俗」。但另一方面又說，在糟糕與惡俗之間分別其差異，正是現代生活的一大樂趣。對其分辨的樂趣，反而成為「醜」創作的重點，如果惡俗是虛假粗陋的，或是空洞使人生厭的，那麼「醜」的創作就該將其創作更真實且精緻，或是更充實，更引人入勝。如此一來，就符合亞里斯多德《詩學》(1448b) 中說：「模仿可憎的事物，如果功夫精到，就能創造美。」 (Fussell, 2015)

## (二)「廢萌」

在十九世紀初期興盛的資本主義，帶來了近代消費主義思維，而萌文化也成為驅動的一環，日本矢野經濟研究所甚至為其定義為「宅經濟」，並進行觀測，以2015年為例，日本宅經濟消費已經高達5100億日幣，並且逐年上升中，為了提高消費力，商人與設計師無不想盡辦法開發新的萌角色，並不斷加入「萌屬性」，卻降低了內容的製作。而大量產出的結果，造成了相當多「只顧賣萌，沒有內涵」的，俗稱「廢萌」的角色及作品，而受到重視內涵之受眾排斥。銷售與創作本無好壞，然而過度簡化內涵的，過度符號化的「萌」，給了我們一些反思，前文提到「萌」的創作方法中「極度簡化，集中強調」和「以裡現表」兩種均為隱喻手法，所謂的「廢萌」，是否只做到了「極度簡化」，而沒有做到「集中強調」；或者沒有掌握到「以裡現表」的內涵，只單純的從外觀進行「幼小化」、「弱態化」，在研究者的創作中，可以進一步來驗證。

## 第六節 小結

由前面的討論，研究者在此做出一個簡單的結論：「醜」與「萌」各有其價值，然而「醜萌」的性質雖然融合兩者元素，產出的意義卻與兩者不全相同，「醜萌」的本質可以說就是「矛盾」本身，利用結合矛盾的相異特性，產出使觀者產生審美趣味的，或者可說是「特異點」，在醜的造型中加入難以解釋的「萌」要素，或者在「萌」的造型之中，加入與造型相異的「醜」要素，觀賞者一旦發現落差，便會尋求解釋，進而從解釋中得到審美趣味。過去的一些哲學家如叔本華，認為真正的藝術僅止於「邀人靜觀」，而刺激感官的藝術只能稱為「有趣」或是「媚俗」，藝術的本質並不在本研究的討論範圍，但在造型設計領域中，這樣的設計手法確實有其效果。

萌文化的興起在某些方面來說正顯現了西方理性主義美學的不足，理性主義將美分門別類進行探討，進而成為一個美學體系，希望能從美之中淬鍊出至高之美。而東方自古少有美學探討，卻將儒道思想融入生活，陰陽一體、美醜共生的觀念反而給予創作者更多的廣闊空間進行探索，西方開始重新審視自己的美學思維，並用東方審美的思維重新探討，而身在東方的我們，除了對自我美學的探索之外，

西方美學的思維完整程度也一樣是我們必須了解的。無論受眾是否能夠參透其本質，也無關主流或次文化，美學與藝術的本質，在於追求自我突破及超越，日本開啟了一個新的文化起點，在勞力逐漸轉交機械自動化，理性推論轉交 AI 自動化的現代，正是人類未來追求超越的一種方向。





## 第參章 專家訪談

專家訪談法是半結構式訪談法的一種應用形式，著重於受訪者在某一個領域的專家能力。本研究的目的是在於找尋醜萌的構成元素與操作手段，其中大部分的內容都是由經驗整理而來，亦即必須依靠角色設計師對經驗的充分描述以利本研究整理、分析出角色設計師可以累積的設計資源，也是深度訪談法的優勢所在。研究者可藉由循序漸進的詢問，讓受訪者切入問題關鍵，藉由對現象的討論與描畫，使問題與答案在最終出現。從文獻探討中我們可以了解，隨著設計師進行創作的動機與時機不同，創作過程中受到影響時經常無法自知。若是以問卷等量化調查的方式進行研究，受訪者將因缺乏對問題的深入理解，而難以接近問題的核心，也導致研究者無法確實進行研究。(袁方, 2002; 鍾倫納, 1993; Rubin & Babbie, 1995; 畢恆達, 1996; Earl, 1998)

半結構訪談的特色是：一、有具體主題，提問問題的結構雖不算嚴謹，但仍具備重點和焦點，不是隨興所至的；二、訪問前準備訪談大綱或訪談重點，但所提問題可於訪問之中隨著談話之中產生，提問的方法和前後也可隨受訪者的答案隨時接上，是有彈性的；三、訪談者不必使用特定文字或語意進行訪問，但訪問過程均以受訪者的答案為主 (Berger, 2004)

### 第一節 訪問對象

本研究採立意取樣在職角色造型設計師進行訪談，也就是選擇特定領域且資深的工作者，以從中獲取一般受訪者無法得到的訊息 (Maxwell, 2001)。因此，本研究訪問對象的選擇原則為：一、年資五年以上，因為本研究使用的是深度訪談法，主要蒐集資料是來自相關工作者經驗的敘述，五年以下經驗較淺的工作者，在經驗上可能無法完整了解提問。二、為讓訪談者能了解受訪者所敘述之內容，必須對受訪者的身分有所認識，所以在取樣上，將優先選擇研究者已有一定程度認識的對象。三、從廣告、動畫、遊戲、漫畫等路線設計師取樣，使資料取得範圍更具多樣性。四、由於本領域之特殊性質，資深從業人數十分有限，因此受者以五位為限，本研究將就五位受訪者訪談所得資訊內容進行整理，為保護受訪者，表

中將不出示姓名及其所屬企業，如表 3-1：

表 3-1 訪談對象列表

	性別	年齡	年資	訪談時間		訪談地點
漫畫家 A	男	46	10 年以上	2017/2/22	pm6:00~7:00	咖啡廳
漫畫家 B	男	43	10 年以上	2017/2/28	am10:30~12:00	咖啡廳
插畫家 C	男	40	10 年以上	2017/3/7	pm5:00~6:00	餐廳
模型師 D	男	38	10 年以上	2017/4/12	pm6:00~7:00	咖啡廳
模型師 E	女	31	8 年	2017/4/13	pm6:30~7:30	咖啡廳

## 第二節 訪談原則

本研究採行半結構訪談方式，如前所述，先訂立訪談大綱或重點，同時對訪談對象背景先做前期認識，以利訪談過程中的行為觀察。並在訪談過程中把握幾項訪談前提，以便研究資料的獲得。

首先，一、研究者須先對受訪者表明，所有訪談資料都以匿名方式處理，這樣才能讓受訪者放鬆進行談話；二、避免使用誘導性提問，也就是盡可能以短句、中性用語，避免研究者觀點影響受訪者；三、訪問過程要經常注意不可偏離研究主軸，因此必須利用談話，自然地將受訪者拉回主題；四、提出的問題過程會視訪談當時的情況，以及受訪者的答案，彈性控制；五、訪問內容會著重在創作者所面臨的具體案例，從案例中敘述其思維模式，目的在避免創作者對自身能力過度的評價，也避免創作者在不知不覺中忽略自己曾使用過之相關資料；六、為使受訪者願意作更具體的回覆，訪談過程中不可隨意中斷談話，鼓勵多說但不誘導，盡量控制談話流向不致被察覺；七、訪談者可依受訪者回答內容適當做進一步詢問；八、訪談資料以受訪者所言為主，讓受訪者自行表達，不可在過程中與受訪者辯論，或對其所說內容提出質疑，亦不可顯示各種帶明顯情感的語氣及表情影響受訪者，對受訪者所說都要即刻接受，不表達自己意見，以致影響受訪者；九、訪談環境必須使受訪者能放鬆，因此地點的選擇條件上，會選擇創作者的休閒環

境，設法使其在訪談過程中較能輕鬆表達不致罣礙，且盡量選擇工作後時間進行訪談；十、訪談過程中需全程錄音，並在訪談後整理逐字稿，做為日後資料分析的重要參考 (Berger, 2004)

### 第三節 訪談大綱

本次訪談的主要問題包括：一、創作者對於「醜萌」定義的認定。二、設計師進行醜萌角色造型時的創作方式有哪些手段。三、創作者對於「醜萌」的創作運用的資源。本研究的訪談大綱將以這幾個問題，作為訪談的主軸，進行與受訪者的對談，根據前章之文獻探討擬定的訪談大綱如表 3-2：

表 3-2 訪談主題

主題大綱	預期取得資料內容方向
主題一 創作者對於醜萌之定義及其認同	希望受訪者表達自身對醜萌的認知以及業界對其運用的實際狀況
主題二 創作者面對醜萌角色設計時的操作手段	希望受訪者能就實際操作案例作敘述，說出創作案例時的操作過程以及完成案例後之外在評價。並將其與前述文獻內容進行比對是否符合。
主題三 創作者進行醜萌角色設計時運用的設計資源	希望能從受訪者的訪談裡，得到受訪者利用的設計資源中，是否有對研究者後續創作具幫助的資料或資源，並進一步分析。

為使受訪者容易了解訪談主題，從實際案例提供答案以便進行分析，當進行訪談時，所採用的訪談流程如下：第一道提問是：「請舉出您在角色設計工作中曾經進行過的醜萌角色，與當時進行該設計的原因。」。本主題中希望受訪者能回想過往工作時的進行案例並敘述當時進行此類設計的狀況，便可從該案例進行分析受訪者對其之定義及認同程度，並適時提出第二道提問：「請敘述當時案之造型例設計是如何進行。」。如果受訪者在回答過程中無法明確敘述，那麼就提出第三道提問：「當時與業主溝通修改時經過如何調整。」，其目的在於利用創作修

改歷程帶出受訪者更具體的記憶，也可以了解非從業者與專業工作者之間是否存在認知落差，並以此案例，進行第四道提問：「為何會選用這些元素？」或「這樣設計與您的過去經驗有關係嗎？」，也就是依照受訪者提供的內容進行深入探討其背景及運用資源內容。

## 第四節 訪談內容分析

### (一) 對於醜萌之定義及其認同

首先，在訪談的五名專業工作者中，在訪談之前聽過「醜萌」這個名詞的只有兩位，其他三位在訪談之前都是沒有聽過的，表示這是目前較少人知道的名詞，三位在以醜比頭為例作說明之後，提出的定義有：

- A. 看起來不可愛討喜，可是看久了耐看，或者是會有特殊的新奇感
- B. 反社會人格的出口
- C. 醜得很可愛
- D. 醜，但是他出發點還是希望這個東西被萌化過，就是有經過設計，而不是停留在只是醜的階段，他是基於...我覺得是有點故意扮醜，本來可愛的東西刻意扮醜
- E. 又醜又可愛，看起來臉可能醜醜的冏冏的，然後其他地方看起來可能又是有點萌的，就會覺得耶，好像很有趣。

即使是專業工作者，對於醜萌的定義也是各有差異的，去除訪談者 B,C 過於簡化的定義，訪談者 A,D,E 的定義較為明確，也就是「醜中帶萌」。其中 A 提到了「新奇感」，也說明了醜萌是較少人接觸的領域，因此新奇；而 D 提到了「刻意扮醜」，表示本質是萌的東西，經由設計手法扮醜而產生衝突的新奇感，亦即是說，「醜萌」是一種手法，將平常主流的美學經過設計而刻意顛覆，進而產生新分野。

雖說醜萌是一種經過設計的手段，然而在認同的部分，五位訪談者中仍有兩位無法接受，一位中立，兩位接受，五位也一致同意，這種分野是小眾的，並不是人人都能接受的設計。而且因為市場小眾，五位的認知都是從角色模型和 LINE 貼

圖領域而來，如同訪談者 4 所說，商業市場太小，資金不足以支撐大量，也許是考量的重要因素。

五位訪談者僅訪談者 B 有在進行醜萌設計，其他四位不管是自身或是朋友均無進行醜萌設計，也顯出前段提到的市場有限，而訪談者 B 則是以「不是很可愛」為賣點，作為街頭藝人，也已進行 5 年以上的工作時間了，這也證明了雖然小眾，但做為小規模經濟，並非完全沒有市場。

## (二) 面對醜萌角色設計時的操作手段

關於操作手段，五位訪談者的意見各有不同，以下為重點節錄：

- A. 問題不在於我們有沒有設計人才，做得很可愛的多的是，但是，從來沒有長期經營，到一個東西被認同
- B. 把自己刻意醜化，女孩子我會畫漂亮，但男主角我會故意畫鮪魚肚，雙下巴當作基本配備，或胖胖的臉；把人格特質，從單純的表象包裝轉移到其他的東西，例如個性、行為，如果是我設計這樣的角色，我會把我個人欣賞的特質投射進去，比如在某個情境下他為了某些事，會去做一些違反常規的事情。
- C. 先去抓平常看得到的，類似的類型，大方向定了之後，再去修他的造型，個性一定要先定下來，個性如果不定，造型就變成牽強了，所以重點是這裡，其次才是造型。
- D. 小眼睛，或者是故意弄鬍渣，或者是故意畫很多的鼻毛，有點像是刻意醜化；作些可愛的姿勢，可愛的動作或是可愛的眼神；頭的形狀，還有就是它弄小眼，可是嘟嘟嘴，那個嘴唇讓你看起來好像有"啾"的感覺。
- E. 臉可能醜醜的冏冏的；露屁股；顏色是粉紅色；慵懶的感覺；配上一些動作之類晃來晃去的那種感覺。

訪談者 B,D,E 都能具體的提出設計角色時，「醜」或是「萌」的特徵，來做為營造，訪談者 C 的意見則是「先定個性，再依照定好的個性去找既有造型作參考」，依照訪談內容來看，訪談者 B 因為是以自己作藍本，個性已有參考；而 D,E 則是

自己未進行設計，而是從既有造型來分析，因此既有造型的個性已定，基本上都是將傳統觀念中的負面形象，如中年男子的肥胖及不修邊幅，不合比例的五官之類，或是以既有造型進行逆向設計，例如五官的大小與特徵異於傳統認知的形式之類，做為「醜」的元素，而至於「萌」的部分，訪談者 B 是將自己的期望反映在自身之外的異性作為對比，亦即是說，設計造型時同時都有兩位角色，一位集中醜化形象，一位集中強調理想造型，與創作者的理想女性造型結合，刻意做出反差。這種技法與之前探討的認知落差有類似的效果，也是具有明顯辨識性的手法。

訪談者 D,E 以既有作品為藍本進行討論，主要是利用幼兒的形象融入形象，例如圓潤的體型比例，嘟嘴的親吻動作、慵懶的癱伏行為等，粉紅色也成為萌元素之一。與訪談者 B 的創作不同在於，醜與萌的造型結合在同一個角色上，於是加入了一般較難以接受的造型，例如過小的眼睛與四肢，皺成一團的困擾表情等。雖然加入了較難被接受的造型，仍然收到歡迎，雖然訪談中並未直接指出受歡迎的原因，但訪談時受歡迎的元素皆與幼兒特徵相聯結。這部分由於訪談樣本不足，無法直接被證實。另外訪談者 E 提到「觸感」的部分，布偶柔軟的觸感，或是果凍式的膠類材質造成的彈性晃動感，也在選購時成為一種重要選項，作為商業產品的考量，材質與生產成本緊緊相關，且與造型之間的認知連結具有相當程度的重要性，因此在後續商品化的程序中，雖不與造型設計直接相關，但亦是可留待未來探討的題目。

值得提到的是訪談者 A 刻意拒絕討論造型的操作手法，表示這些都是很簡單的事情，只是改變比例，改變形狀就能決定的事，並不重要。更重要的是長期經營，這一點在台灣目前的淺碟環境中，缺乏長期經營的題材的確是業界常態。雖說無法忽視這個題目，但因主題偏離，且探討需要長時研究證明，在此無法進行討論。

### (三) 進行醜萌角色設計時運用的設計資源

在網路資訊發達的現在，五位訪談者一致同意使用網路找資訊是最為便捷的方

法，然而網路資料有限，身為美術設計，每位訪談者本身均有購買畫冊及作品設定集，且雖然分野不同，五位訪談者也都有收集角色模型的習慣，且都是大量收集，訪談者 E 直接表明，有實體模型，參考的資訊可以更為詳細，也從側面表達出人物模型市場在藝術創作者領域，是一個更重視細節與精緻程度的市場。

#### (四) 其他

本次訪談的五位設計師中，對醜萌最為正面認同的僅有訪談者 E 號，同為美術設計，與前四位資歷雖然類似，均為美術相關科系畢業，亦工作多年具相當經驗，然而其中有三個變數與前章探討的部分相關，分別為：

1. 女性
2. 想要去喜歡一個不一樣的東西，非主流，亦即逆反心理
3. 年齡僅 31 歲，與前四位差距最少 8 年，亦即不同世代

由於樣本不足，無法判定明確相關性，但與前章節提到的「女性主義」以及「逆反、獵奇心理」是有關連的，另外，年齡層產生的多元價值觀，是否也是「醜萌」分野的關鍵因素，也是後續值得探討的部分。

另外，訪談者 A 和 C 都提到，經營市場在網路社群發達的現在並不困難。創作者本身也可以發揮社群行銷的能力，到處將自己的作品曝光，不必一定要藉由出版社或行銷公司來進行，且網路是面向全球化的，網路所及，全世界都能看到創作者的作品，這現象是否將小眾市場的母數做了最大化，而造成原受地域限制的小眾作品，因此跨地界產生了新市場，本次研究的樣本不足，無法觀察，但可以留作未來的研究方向。

#### 第五節 小結

由於時間限制及相關領域專業人員稀少，且對此主題有興趣者更是少之又少，尋找及約訪花了不少時間，而訪談者個性多樣，年齡也從 50 多歲到 30 多歲都有，因此答案相當多樣化，即使如此，根據五位訪談者的意見，還是可以歸納出幾個較為明確的結論：

1. 醜萌是小眾市場，不建議從高單價的產品作起點產出。
2. 醜萌是刻意去結合「醜」的元素和「萌」的造型，並且精心設計出來的分野。因此「醜」和「萌」都可以從既定映象中的元素去提取，而關鍵則是設計師的操作手法是否精緻，「醜萌」角色是美或醜無關緊要，設計師的操作手法才是「醜萌」受歡迎的關鍵。
3. 關於造型手法，外型的醜萌除了醜陋元素之外，萌的要素可以從趣味性的行為來進行，例如臉頰嘟起如幼兒，或是姿態如肥胖中年男子，或是虛弱的老人等等，與本身造型無法連結，或是相反行為者，也有「反差萌」的效果。另，兩位一組的一正一反對照設計也是容易切入的方法之一。
4. 在台灣，「醜萌」設計知道的人尚少，幾乎無人進行此類型設計，但在價值多元化及資訊通路廉價化的現在，對個人創作者而言可作為一個新市場。





## 第肆章 創作內容與形式

經由對醜與萌的文獻討論以及心理層面分析，以及對專業創作者對於主題的探討後，本章節將記錄從作品文本的基本敘述開始，對研究者的創作技法及創作思維，到創作成品的過程紀錄，以及對成品是否達成主題效果的檢討。

### 第一節 創作內容分析

研究者本身為自由工作者，在協助業界處理專案之餘，也發現近來許多業界的角色設計造型師開始獨立創業，在資本有限的狀態下，創業通常是以自身的模型能力，也就是模型師，或稱原型師自造自售為主。這可能也和近年 3D 列印技術發達，以及銷售通路平面化，兩者均大幅降低了創業難度所致。研究者本身對造型手法有相當工作經驗，亦對角色造型設計有相當興趣，藉由本次研究的調查與討論，將嘗試用公仔設計來作重新詮釋並切入造型市場。

#### (一) 文本系統概述

克蘇魯神話(Cthulhu Mythos)是霍華德·菲利普·洛夫克拉夫特(Howard Phillips Lovecraft)的小說世界觀作為設定，由奧古斯特·威廉·德雷斯(August William Derleth)整理出版、眾多作者共同創造的架空神話體系。克蘇魯並非此架空世界中的主神，雖然它是在此架空世界中最具代表性的信仰，這些作品的題材經常來自現實世界各地神話傳說的再詮釋。只要是接受洛夫克拉夫特小說的世界觀而衍伸創作的作品都可以算是神話的一部分，因而此神話系統目前仍在擴展，至今尚有源源不絕的新創作。克蘇魯神話屬於奇幻恐怖類型小說，核心精神便是「人類對於未知的好奇與恐懼，以及對其探索而招來的災禍。」，系列中，均以文本敘述造型，由於必須營造「無以名狀」的恐怖，大多怪物的敘述多半片斷而零散，且並無實際繪像，現存的插圖絕大多數是個人創作者依照文本自行創作而成。研究者將以醜萌主題為核心，將原本文本中敘述「無以名狀的恐怖」諸神形象，結合「萌」屬性可愛造型，試圖將文本作再詮釋。

## (二) 文本角色概述

克蘇魯神話系統有許多相關及衍生文本創作，因此也產生了許多虛構的神祇和生物，考慮系列創作較具故事性，本次創作將以系統中較為著名的五個角色作為創作主題，進行醜萌的改編。五隻角色如下：

- 克蘇魯 (Cthulhu)

沉睡於海底都市拉萊耶 (R'lyeh) 中，在小說《克蘇魯的呼喚》中出現，是整個神話體系最具代表性的邪神，教徒們認為當群星到達正確的位置，克蘇魯就會復活並毀滅世界。其特徵為近似頭足類的頭部，長有類似章魚的觸鬚，四肢擁有巨大的鈎爪，身軀覆蓋了爬蟲類的鱗甲，背部有像蝙蝠的翼膜 (Lovecraft, 2003)，如圖 4-1。

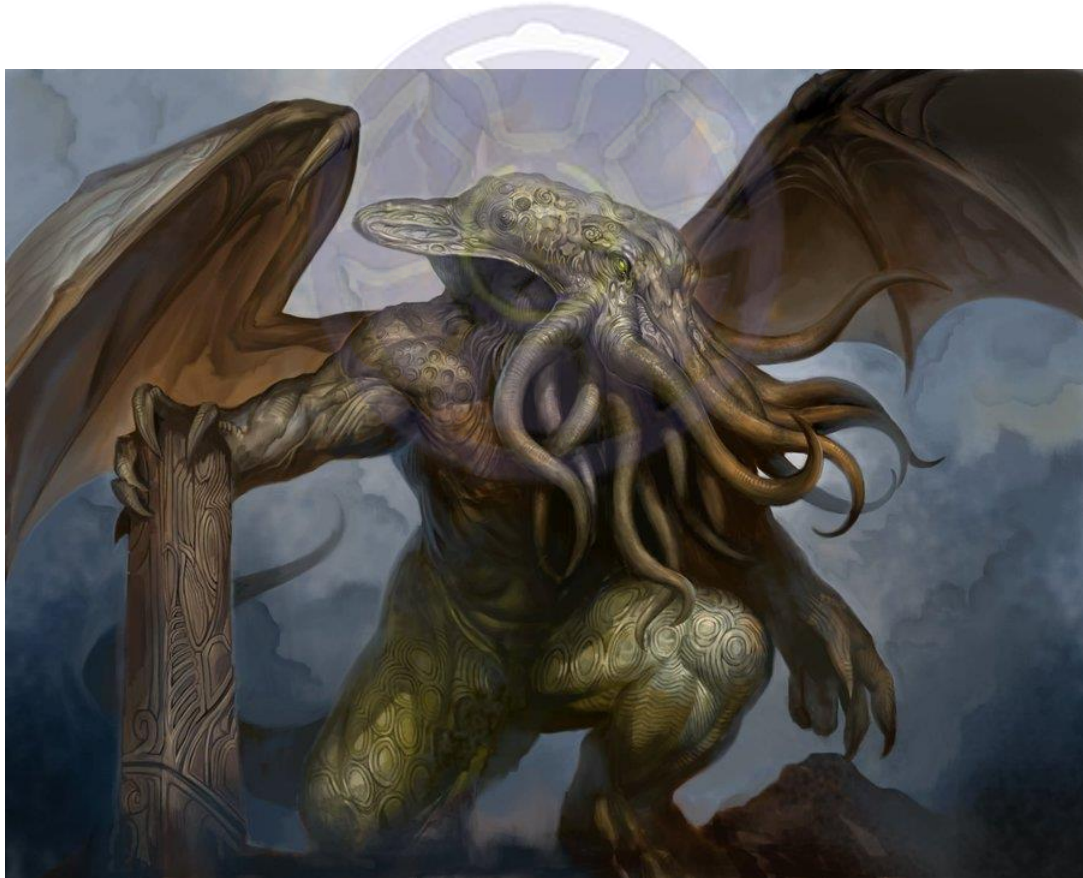


圖 4-1 克蘇魯 (Cthulhu) Art by: douzen on DeviantArt

- 奈亞拉托提普 (Nyarlathotep)

出自《奈亞拉托提普》為外神的統帥阿撒托斯的使者，經常化為各色人種在人類社會中傳播邪惡，是體系中唯一與人類有接觸的邪神。通常表現為一個高大、談吐風趣、黝黑的男人。在各種作品中，有著許多的化身 (Avatar) 和稱號，有「持有千面之神」的稱號。常見的稱號有夜吼者、無貌的獅身人面、腫脹之女等等 (Lovecraft, 2003)，如圖 4-2。



圖 4-2 奈亞拉托提普 (Nyarlathotep) Art by: douzen on DeviantArt

- 猶格·索托斯 (Yog-Sothoth)

出自《敦威治恐怖事件》，居於時空連續體之外，一般認為它不存在於這個宇宙和這個維度中，也不受時間和空間束縛。別名又叫「門之鑰」或「一生萬物、萬物歸一者」，形象為不斷地進行著聚合和分裂的億萬光輝球體 (Lovecraft, 2003)，如圖 4-3。



圖 4-3 猶格·索托斯 (Yog-Sothoth) Art by : Stephen Somers

- 哈斯塔 (Hastur)

曾於在安布羅斯·比爾斯的小說《牧羊人海塔》和羅伯特·錢伯斯的小說《黃衣之王》中出現。主要以「黃衣之王」和「遙遠的歡宴者」的形象現身，特徵為身披黃色斗篷、面部隱藏的人形，亦有一說為滿身皺紋，生有利爪和觸手的黑色飛行物體 (Lovecraft, 2003)，如圖 4-4。

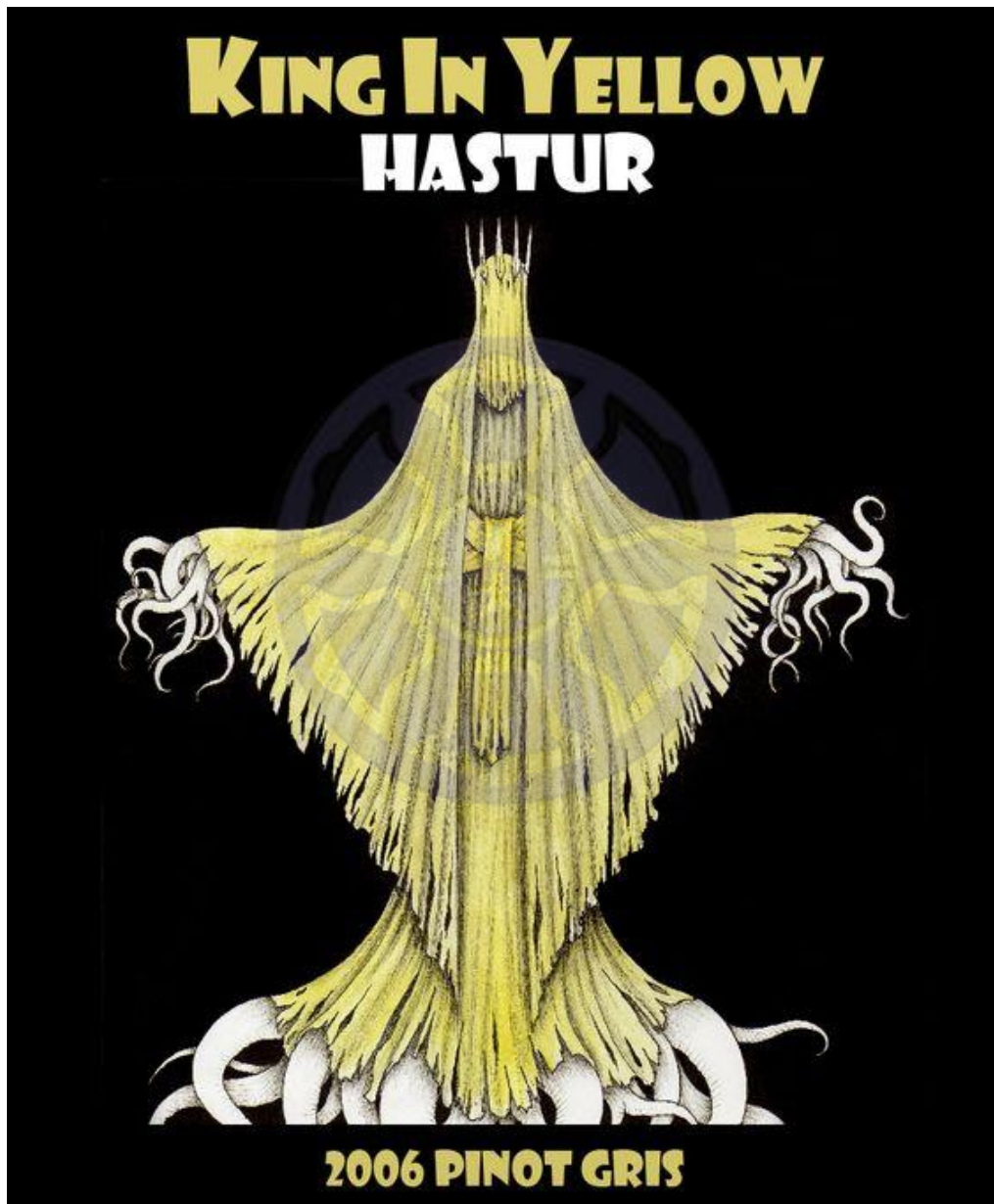


圖 4-4 哈斯塔 (Hastur) Art by: James C. Graham

- 深潛者（Deep One）

出現在短篇小說《印斯茅斯疑雲》中，是住在海底，形象為魚頭人身的類人種族，身上的顏色是灰綠色調，具有白色的腹部，四肢的指間有蹼，身上覆有鱗片，眼睛如魚眼一般突出且不會合上，頸部有鰓，在陸上行動時就用兩腳或四肢蛙跳躍進，在相關典籍中被描述為像蛙的魚或像魚的蛙，身上會帶有濃厚的魚腥味，也有不少完全脫離人形。信仰並效忠於父神達貢和母神海德拉（Lovecraft, 2003），如圖 4-5。



圖 4-5 深潛者（Deep One） Art by: Neonomicon by Alan Moore and Jacen Burrows

由於原文本作品系列是開放自由創作，且極少插圖說明，只要與原作體系相關，不限造型與創作形式，均可以對原作進行二次創作或改寫，因此做為創作內容極為合適。而就作品知名度及代表性而言，《克蘇魯的呼喚》、《奈亞拉托提普》、《敦威治恐怖事件》、《黃衣之王》以及《印斯茅斯疑雲》，都是愛好者族群中相當知名且具代表性的作品，以此為起點進行創作，不但具有明確的角色辨識性，也更

容易接觸相關社群，以便擴大宣傳通路。（森瀨繭, 2010）

考慮系列作品的統一性，同時製作一定數量的造型推出才能得到系統性創作的接受度，本次受限於時間，五體同時推出是最佳選擇。探討中能作為具體參考案例的作品不多，因此頭身比例以醜比頭作為藍本進行。

本次創作之對象客群為女性及低年齡層為主，除造型不可過度尖銳影響安全之外，材質也是討論的範圍之一，軟性材質是較佳的選擇，如矽膠或聚酯纖維內裡等都可探討，然於造型未確定之前，材質的可行性暫作保留，待完成後再行檢討。

## 第二節 創作形式及技巧

### （一）創作形式說明

醜萌主題的探討主軸以角色造型為主，因此創作形式以現有領域而言，立體公仔造型設計是較為接近的項目。雖然也有角色動畫短劇的選項，但動畫短劇通常用於塑造角色個性，考慮優先順序，造型設計是較適合做為起點的選擇。歸納文獻及專家訪談的觀念之後，考慮長期創作之後續延展性，主題形式選擇的要件以系列角色風格特殊及數量豐富為優先。為求造型風格接近，且符合醜萌主題特色，整理出幾個共通原則為：

1. 角色造型盡量簡化為數個基本型
2. 特徵特化並控制數量在約 3 個主特徵，其餘捨棄。
3. 考慮需融合醜萌，外型特徵可加入萌元素，幼兒特徵是一種常見選擇。
4. 目標對象定為女性及低年齡族群，頭身比例統一，依角色特徵微調。

造型概念設計如圖 4-6：





角色主要特徵描述已具備，因此概念設計著重在特徵取舍的拿捏，以及頭身比例控制上，原本也考慮在造型表面的處理上增加細節，考慮受眾目標為低年齡族群及女性，決定採用軟膠質感，方便揉擠的舒壓玩具，作為後續延伸方向，不做過多的細節資訊，因創作時以造型為主，材質的設計在此不做進一步贅述。

## (二) 創作技巧說明

由於角色造型有實體化需求，手繪設定會有細節不足或結構問題的考慮，因此成品將以 3D 軟體進行造型與質感設計的模擬，以及提案的表現。根據研究內容的方法來進行操作。首先進行整體比例的控制，在 3ds max 中利用內建的 CAT 系統來建構初步比例如圖 4-7。

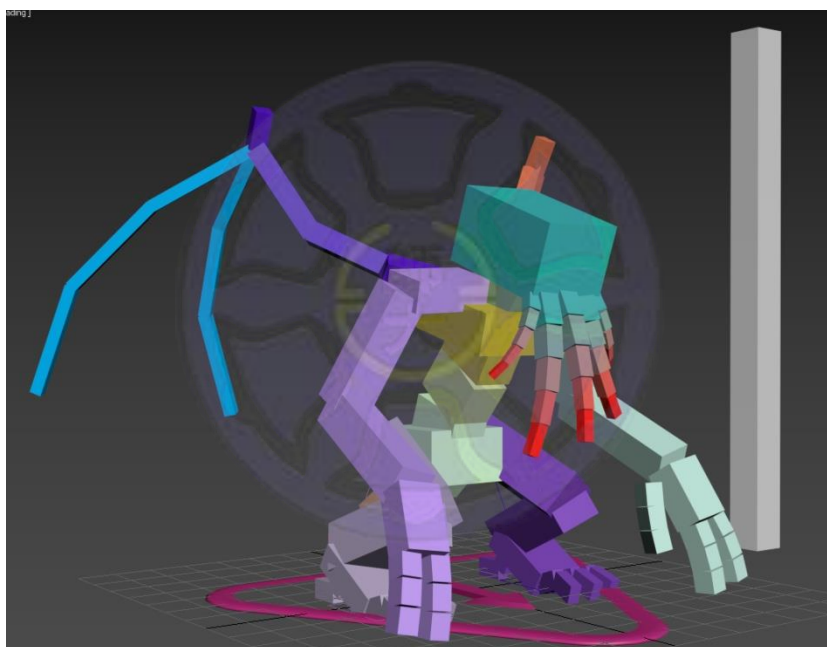


圖 4-7 CAT 角色比例模擬

以文本所述特徵來進行比例調整，完成時發現，過多的細節資訊會使得角色過度真實，而失去了原本的簡化精神，一般塑型之前會藉搭建骨架來確立比例不致走樣，但在創作時由於比例仍未明確定義，直接進入骨架搭建反而花費過多時間。以此骨架為本，直接在畫面上以繪圖工具重新檢討比例，同時將一系列造型維持相同比例繪製，經由概念設計測試多種比例後，頭身比例訂為 2 頭身，較為符合簡化及幼體的元素。且原本五位角色的外觀特徵分別簡化後如圖 4-8：

克蘇魯邪神：章魚頭 / 蝙蝠翅膀 / 龍尾

奈亞拉托提普：嘶吼 / 原本臉的位置是觸手 / 三條腿

深潛者：灰綠色 / 四肢有蹼 / 鱗片 / 魚眼 / 頸部有鰓

哈斯塔：黃衣 / 臉部戴面具 / 利爪觸手

猶格.索托斯：聚合與分裂的球體與泡泡 / 全知全視 / 一為全，全為一

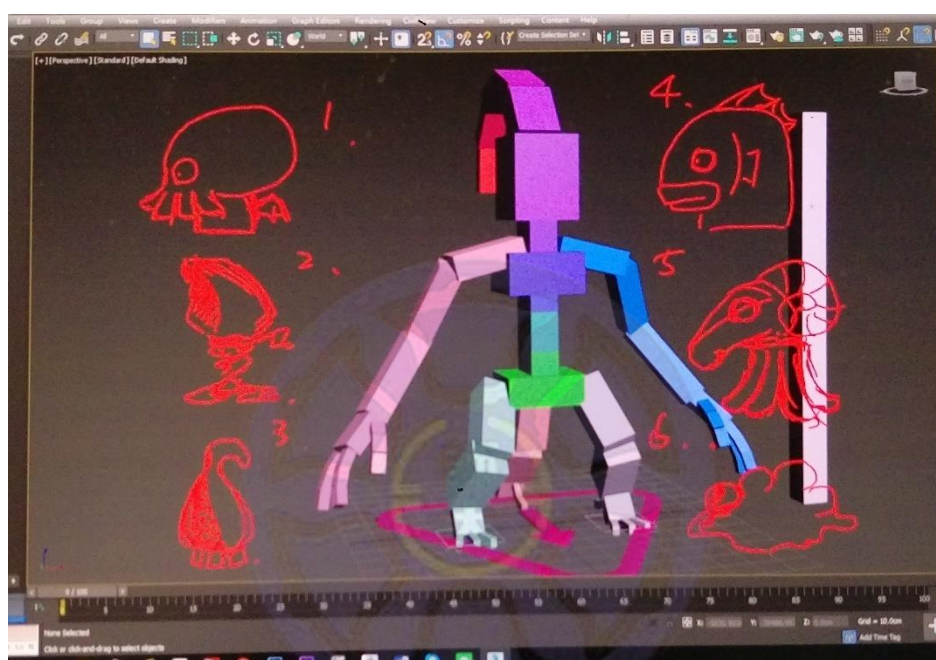


圖 4-8 造型比例檢討與修改

依照作品造型不同，型態較為單純者選用 3ds max 作為創作主軸；而造型較不屬於幾何造型，如猶格.索托斯為不定型，哈斯塔特徵為破布之流，選用 ZBrush 作為創作主力。另外，系列怪物中多有觸手特徵者，選用 PolyBrush 作為輔助觸手部位的製作是較佳的選項。

### 第三節 創作之解說與分析

本作品以克蘇魯神話中的醜惡角色作為標的，進行醜萌的設計轉化而成，雖然體系中怪物題材數量眾多，且適合長期經營，限於論文篇幅，在此選出五體角色進行創作，並在此說明。

## ● 克蘇魯邪神

雖然不是克蘇魯神話體系中最為強大的角色，作為神話名稱的邪神，經常成為克蘇魯創作的主题，因此創作可說是必然的選擇。章魚型態的頭部是最具辨識度的特色，但考慮客群為幼兒及女性，因此將觸手部位簡化為短圓柱狀，而軀幹的四肢則選用日本的簡化手法削去不作敘述。只留下背後的蝠翼和龍尾，縮小比例後，再將背脊綴以小小的鈍化刺作為龍形意象的點綴，也符合了「處理背後的細節」的日式娃娃設計手法。

顏色以綠色為基礎，是因為相關創作均以綠色調為主，而選擇彩度較低的粉綠色，則是客群考量的結果，考慮實體化的可行程度，目前以素色設計，若可行性高，則可以進行表面處理精緻化，如刻意的車縫線，或是金屬配件的裝飾等等的設計。考慮視覺衝擊的因素，眼睛刻意不使用點，而是仿章魚的橫線作瞳孔的設計。如圖 4-9

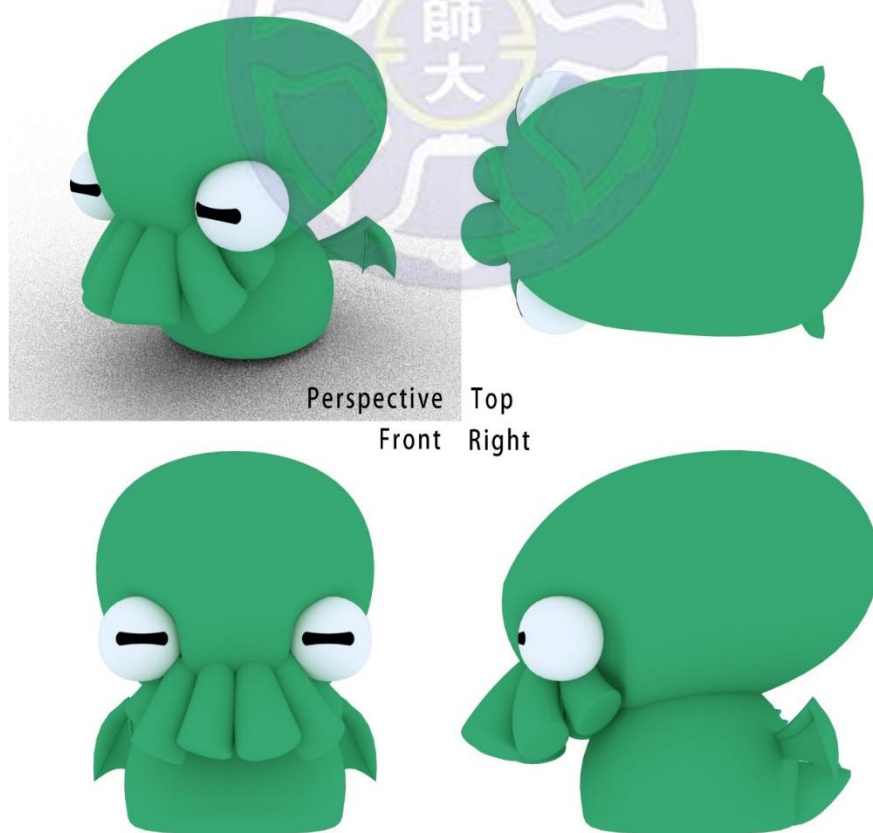


圖 4-9 克蘇魯邪神 3D 示意

## ● 奈亞拉托提普

克蘇魯主題創作的第二選擇大多都是該角色，創作自然不可免。在原作小說中，奈亞拉托提普是唯一經常幻化為人，並在各種時代中出現誘惑人心的角色，也是極少數會和人類交流的怪物，較為接近西方天主教中的惡魔敘述。略去幻化為人的多樣面貌，本體的形式多為無臉、嘶吼的嘴，代替臉的觸手，以及三隻腳。本設計聚焦在「嘶吼」的行為上，刻意強化了張嘴吐舌，以及動畫式的扁桃腺，為了不失去怪物的特質，牙齒仍然保留，但以鈍化三角形為主，三顆牙齒則是刻意破壞對稱的設計。頭部的觸手缺乏爆點，因此在臉的部位作了兩個小孔，用來暗示「沒有臉」的概念，至於兩個孔是眼睛或是鼻孔，則留給顧客自行想像。

顏色選用灰色系是因為小說中多以黝黑的皮膚出現，為了與其他角色區隔，三隻腳的特色也保留下來，以免造型過度重複。如圖 4-10

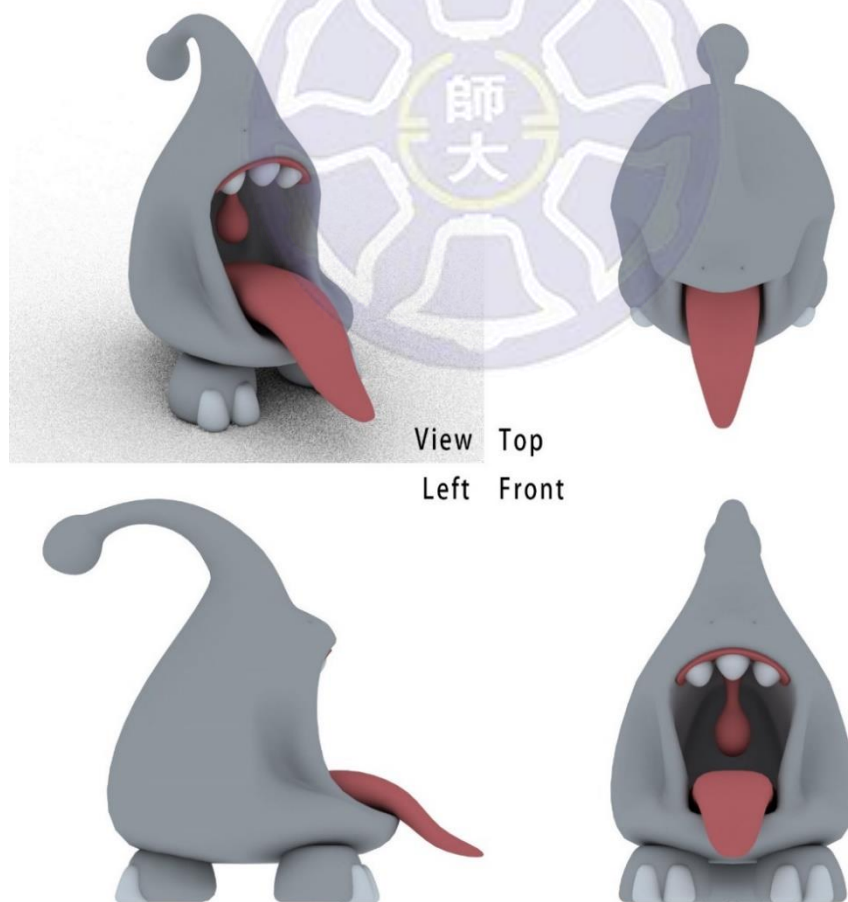


圖 4-10 奈亞拉托提普 3D 示意

- 深潛者

原本主題選定是深潛者的信仰神---父神達貢(Father Dagon)，但達貢與深潛者相反，是人身魚尾，上半身的特徵如同人類，特徵反而會過度薄弱，因此先進行深潛者的設計，待造型確定之後，將來的創作再以深潛者造型的進化版本來設計達貢，較為適當。

深潛者不是邪神，而是海中怪物與人類混血的後代，原作敘述中就是「長的像是魚的人類」，削去四肢之後就剩下魚的特徵了，因此將嘴唇的形狀加厚，唇峰提高，使觀者容易與人臉作連結。灰綠色是魚類常見的顏色，但降低彩度提高亮度，控制在粉色系的範圍內，提高接受度。如圖 4-11

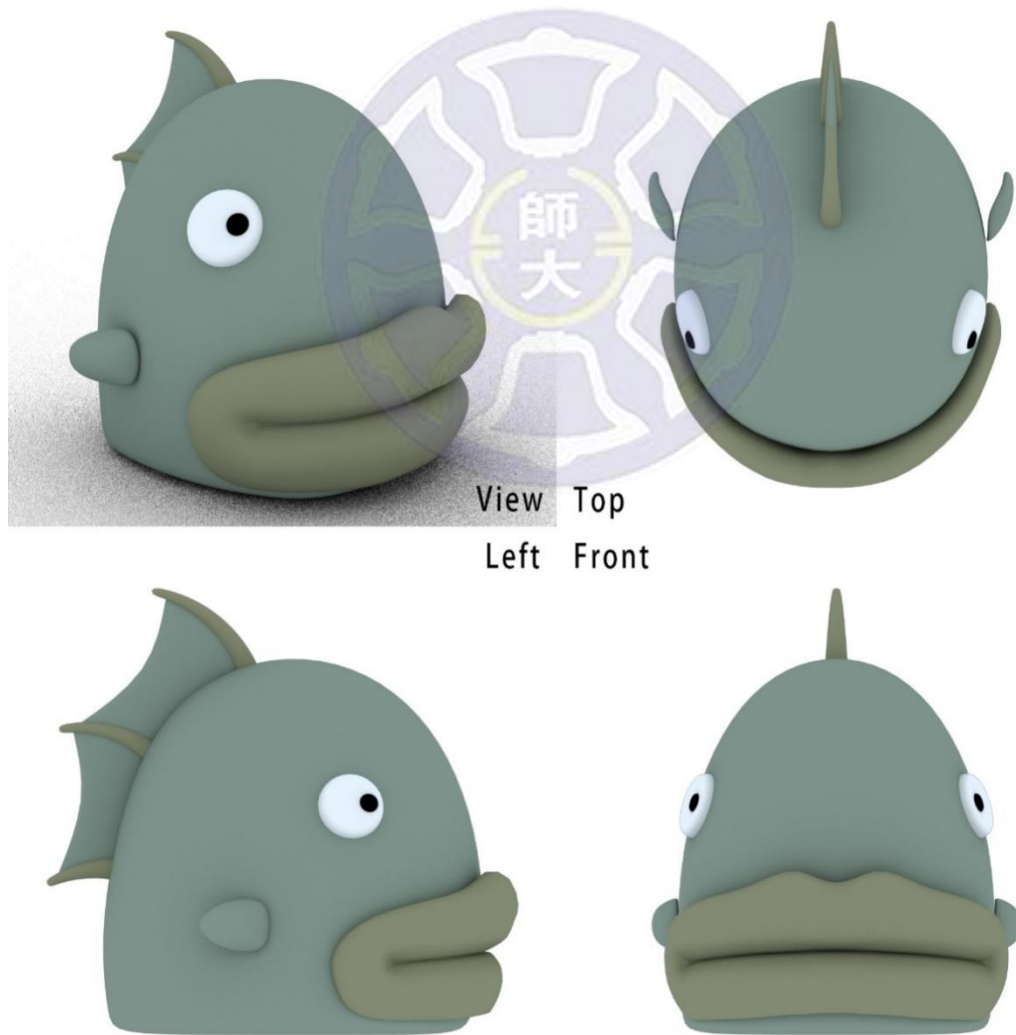


圖 4-11 深潛者 3D 示意

## ● 哈斯塔

在故事體系中是不常見的怪物，但是創作中卻經常見到。黃色外衣和隱藏的臉孔，以及外衣下的條狀觸手是其特徵，其造型設計較為收斂，細節主要集中在包覆的斗篷皺褶上，斗篷紋路設計成纏繞的樣式，表現包覆的效果，臉部則以黑色表現遮蔽。條狀的觸手與克蘇魯邪神不同設計，作成細軟長條，除了與克蘇魯作出區分之外，黃衣的布料纏繞效果與細軟條狀的觸手更為搭調。而細軟條狀的娃娃角色最近在市場上異軍突起，觸手是否能被接受也是測試市場的環節之一。如圖 4-12

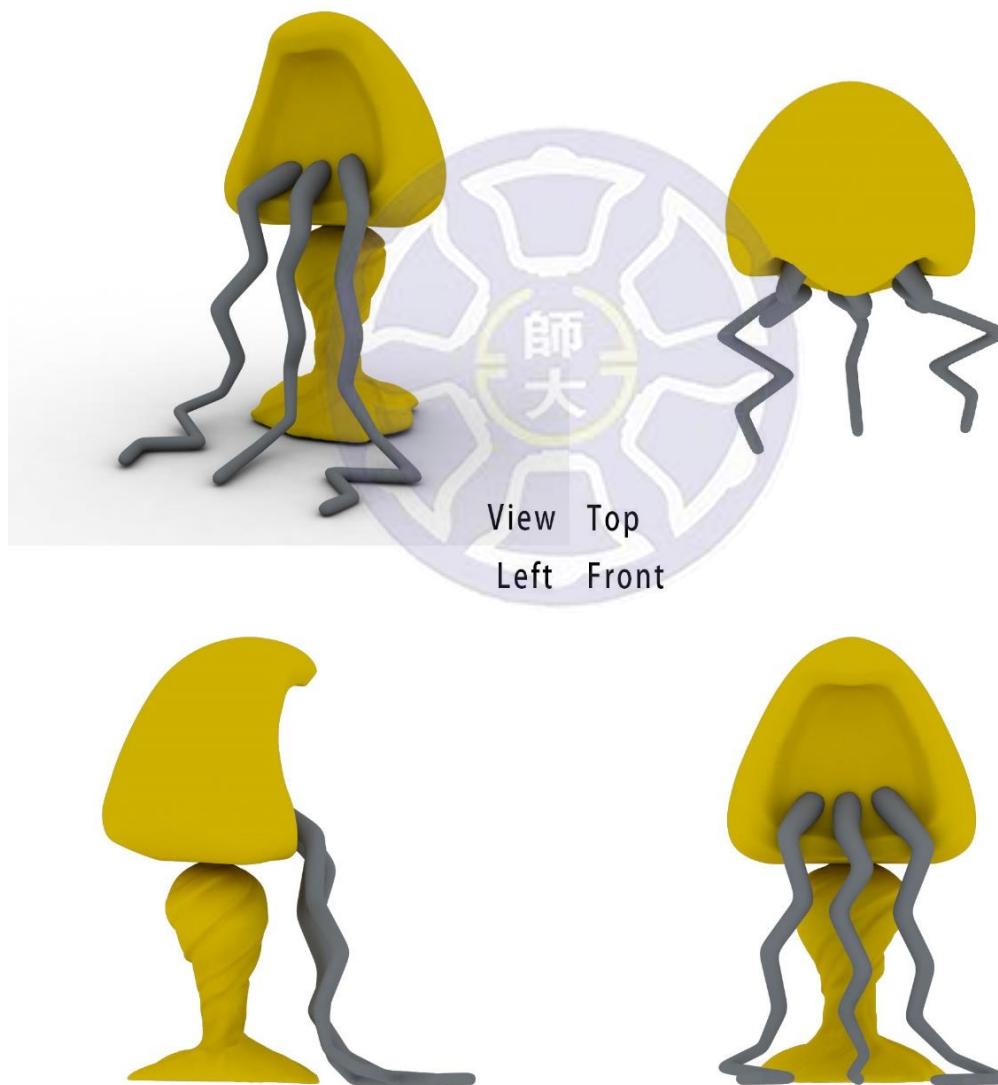


圖 4-12 哈斯塔 3D 示意

## ● 猶格·索托斯

這隻角色是這次作品中的最後進行的角色，也是最具實驗性的角色。與前四肢不同特徵在於「不是人形」，無法從人形中取得認同感。猶格·索托斯是不定型的怪物，在原作中甚至被稱為是一種概念型的物體，只由一團混沌和不斷冒著泡泡和光球來聚合，原作中該神生出宇宙萬物，也是宇宙萬物本身，因此設計造型時就將本體設定為一團爛糊的物體，四周還噴出一些條狀的觸手狀物質，顏色則選用暗紅色系，與人體組織的概念結合。即暗示這接近「不成人形」的怪物。

球體分為兩種，一為眼球，一為氣泡。為了表達怪物有智能，與人相近的元素不能避免，球型中最具智力與主動意識的象徵就是眼球，怪物用淡黃色作為分別，並將瞳孔作為細長，是邪惡形象表現的手法；氣泡則為粉紅透明的充氣體，用於表現從本體組織內冒出的氣體，向外竄出的效果。若是單以醜來討論，這角色應為系列之最，但仍保留了與其他角色接近的頭身比和用色條件，仍然符合「醜萌」，但這樣與人型相異的造型在市場的接受程度如何，正是這設計的目的。如

圖 4-13

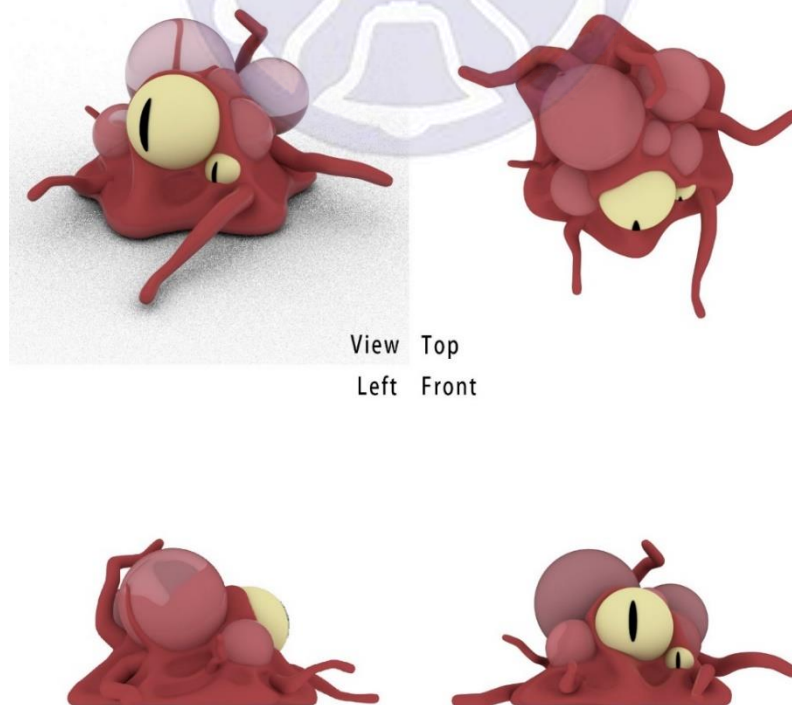


圖 4-13 猶格·索托斯 3D 示意

#### 第四節 創作展出

創作主體為立體角色造型，因此展出以形象海報及 3D 列印角色展示，角色展品尺寸約為 8 公分高，展出上有較小無法展示的疑慮，因此以架高展台配合展示箱製作簡易布景展出。考慮「醜萌」的衝突表現，形象海報以恐怖形象及角色局部逆光呈現，而展示箱中的布景因為配合角色的形象，以卡通剪影的月夜古屋襯托實際造型。觀眾於第一眼面對造型海報首先造成視覺上的恐怖印象，而小型的展示箱在接近觀賞時會發現與海報相反的可愛印象，兩種衝突的展示表現亦符合研究主題的「矛盾」本質，刻意使觀賞者對展出形式的衝突留下印象，如圖 4-14~17。



圖 4-14 展出形象海報





圖 4-15 小型展示箱情境陳列(一)

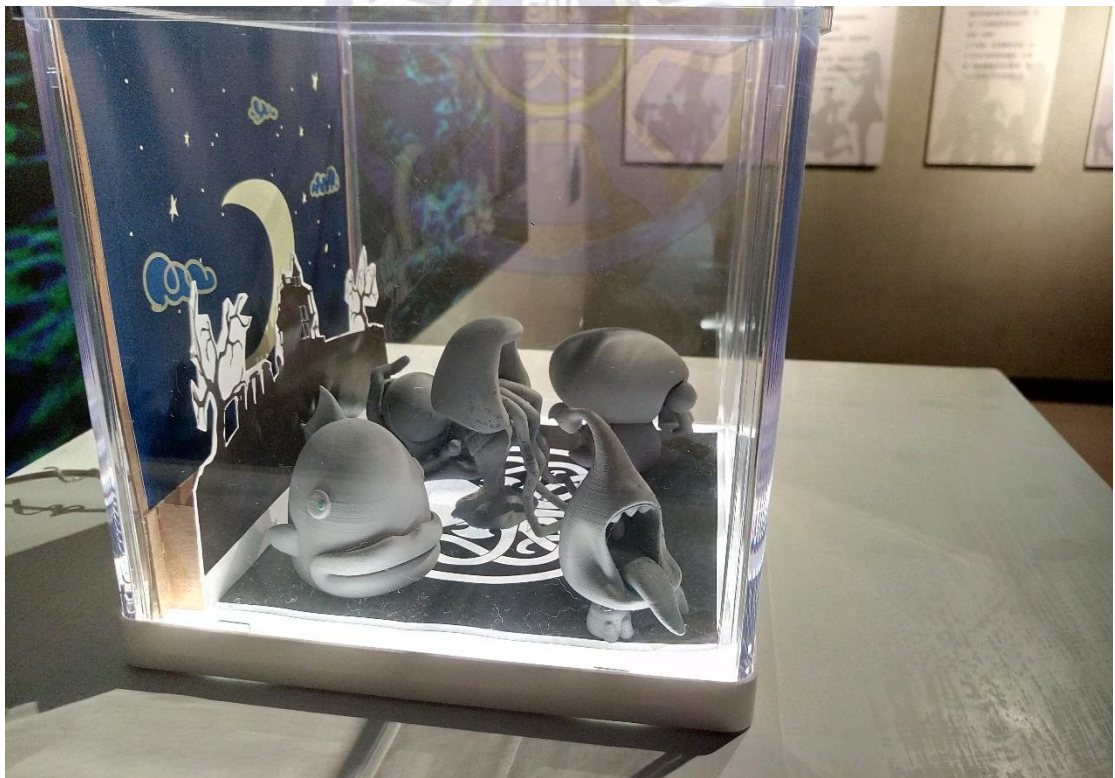


圖 4-16 小型展示箱情境陳列(二)



圖 4-17 小型展示箱情境陳列(三)

研究創作之作品於國立台灣師範大學德群藝廊，民國 106 年 6 月 24 日至 6 月 29 日期間展出，展覽及口試現場實景如圖 4-18~19。



圖 4-18 展覽現場實景



圖 4-19 口試現場實景

## 第五章 結論與建議

### 第一節 萌文化的審美思考

近年來，萌文化已經遍佈全世界，即使與歐美古典美學的原理有巨大差異，萌文化在年輕族群中的影響力仍然不可忽視，也許可將其解釋為對異文化的好奇，亦或許可將其解釋為低齡族群的審美意識尚未健全所致。無論如何，這種東方思想對於美的詮釋，使得日本掌握了與以往不同的商業市場。「侘寂」的萬物同一思想與西洋古典美學的明確思辨美醜相異，將天地萬物都視為相同，而萬物美好之處，由體驗者本身自身來理解。無須解釋，也無須分別。「侘寂」並不去積極的探求美與醜的分辨或是探索，而是直接給予所有對象一致的評價，這種完全經由觀者自行體驗的美學超越了造型及視覺。形而上的評價方法雖然無法應用在明確的商業行為上，卻從根本解放了所有審美意識的拘束，使審美成為完全個人的，不必然是全體一致的價值，如此一來，創作與美醜不必然相關，而在商業價值上，只要能夠得到足夠規模的認同，即使並非符合大眾審美，依然能立足一席之地。

「侘寂」解放的是對審美的明確評判。而由禪學的探討，另外延伸出了「簡化」的造型手法：利用移除手腳降低與其他角色造型相同的資訊，卻集中強調自身角色與其他角色不同的特徵；「幼體」的暗示手法，例如頭身比例及動作表情等，用於使角色形象弱體化如同動物幼兒般，引起觀者的保護欲。且，由於單體造型過度簡化致使資訊傳達有限，會利用其他方式提升資訊量：例如同系列作品一次發表相當數量以提升資訊量，或是利用 CG 短劇的放送增加角色與客群的認識與互動，又或是低成本 line 貼圖免費放送提高知名度同時傳達角色形象…等。以上造型手法及思想除了讓我們了解日本從自身文化對美的詮釋之外，身為高度相同文化圈的亞洲人，亦讓我們思考是否應從自身的文化中，對美學重新思考，並試著找出自己對美學的詮釋。

## 第二節 醜的價值

有美必有醜，理所當然。然而單純的二分法是否符合多元價值文化，卻必須再三思考。動物必須有判斷事物好壞的能力才能生存，這是最基本的本能；但是身為人類，必須對這種判斷更進一步去思考，除卻攸關生命的急迫之外，美醜之於創作是否為必然，善惡美醜之間的關聯是否必然，商業價值與審美是否必然，甚至於，美學對於人類是否必然。這些問題是人類歷史上永遠也探究不完的題目，但對後現代主義，或說對人類文化的探究者而言，正因為探究這樣難解的題目，人類才得以為人。誠如康德所言：「人的目的即為人自身。」

美醜的價值並非來自天地萬物，而是來自人的觀察與意識，以貓狗或昆蟲的眼光來觀察世界，那麼價值觀很可能完全不同。由此可知，審美也許不為人類所特有，但人類的審美很可能與其他物種相異，具有人類自身的特殊性。對人類自身思想的探索，正是人類文明得以興盛的原因。站在文明探索的觀點上，美醜與否並不是觀注的重點，從美醜的價值判斷去反思人的存在及其思想，才是美學研究的核心價值，也是推進人類對於自我認知提升的重要條件。或者也可以說，對於創作者而言，創作的核心無關美醜，不斷突破自我極限的行為本身，才真正形成了「美」，也才是成就自我價值的最終目的，至於創造出來的作品，不過是追求自我極限過程中的里程碑罷了，其成品美醜對創作者而言只是檢視自我的過程，而其評價，則只是留給觀賞者的選擇了。

美自成規律，而醜的規律在於沒有規律(或是更為複雜的規律)。這是矛盾的說法，但從沒有規律之中找出規律，或者是探討沒有規律的規律，於是醜成了美。而對其探究的創作者們，也將為人類的認知的荒野開疆闢土，或許「萬物同一」與「美醜對照」在不久的未來，不必是衝突的觀念，而是一種能夠達成兩者共識的新審美意識。

### 第三節 醜萌的構成與其代表的意義

從前面長篇文獻探討以及專家訪談中可以窺見，「醜萌」的構成核心是「矛盾」，或可說是「衝突」。不管是「醜」或是「萌」，其實都並不是造型設計的核心，兩種明顯對立的價值所造成的認知衝突，才是這類設計的重點。日本在萌文化中有一種說法叫「反差萌」，泛指行為與外型的認知落差，例如中年體格粗壯的男子帶著蝴蝶結髮圈之類，所表達的意思是一樣的。而醜或萌，是故意把明確定義的醜陋形象與可愛形象同時結合在一體角色，或是二體角色各自具備醜或萌的形象者即可稱之，兩種造型方法都能產生類似的定義，但一體與二體的設計所代表的意義或許有些微不同，以研究者的觀點而言，單一個體設計對於矛盾的暗示較為強烈且明顯；二體設計則更接近對照式的美學平衡，關於這部分的探討案例不足，因此僅止於研究者推斷，暫不作深入討論。

關於醜萌的另一個討論，是醜與萌的切入點。本研究雖然聚焦於造型研究，但以角色設計而言，角色造型通常與文本設定必須相符。雖然僅以造型販售的公仔商品，文本設定並非必須，若是不具備文本設定僅流於造型，則將失去造型的內涵，成為空洞的作品，且近年來的角色行銷，多搭配故事作四格漫畫或是動畫短片，對觀眾說明角色性格及世界觀，以利商品宣傳，因此角色造型除造型本身的探討，性格與世界觀的設定也有加入探討的必要性。即使是忽略世界觀，僅對於塑造角色本身形象之外在與內在來探討，則造型屬外在，而性格設定屬內在，僅以造型販售難易表達性格，於是產生了「情境模型」，也就是以角色為主，連帶與世界觀或劇情互動之場景模型，或是角色作出符合其性格之姿勢模型，如此便可拓展造型的可能性，表達角色的性格或是結合故事劇情提升認同程度。若是將醜或萌的元素分別融入外在與內在，例如醜的造型結合可愛的個性，或是可愛的造型搭配醜惡的個性，也符合訪談中提到對於醜萌的定義，與前段造型手法不同之處在於前者的衝突在造型的醜與萌造成的落差；而後者的衝突在與外觀與性格的落差，可知同為醜萌，造型手法也是多種多樣的。

從古到今，無論是西方或是東方，藝術創作都是人類特有的精神文化產物，如同人類的歷史演變一般，藝術創作的精神和內容價值也不斷在演變。過去的認知

把具象的描繪細緻程度作為人類藝術水準的客觀評價，然而風格主義，現代主義等等非具象的，隨著工業革命以及人類生活的水準提高，以及藝術領域不斷的擴展，如今我們談到美，用客觀評價去判斷的方式已經不如以往單純了。所以現在經常能聽到「每個人的審美觀不同」這句代表了現代多元複雜價值觀的名言。

客觀的評價並不是錯誤的，但要進行卻是更複雜了，創造者，觀賞者，購買者，評價者，每個人心裡的標準，在精神文化上，幾乎是不可能完全相同，因此，美與醜的評價是很難得到所有人一致共識。也如同訪談中專家所言：「在商業上，美醜與否，取決在市場價值。」而如何判斷市場價值，通常也只能經由商人或是行銷者精準的眼光來決定，從這個定義來看，創作者的審美在商業上無關緊要，即使在創作者眼中視如糞土，在商人眼光中只要有價值，那麼創作就是「美」的，反之亦同。

這個結論代表了，在商業上，所謂的「審美」不如說是「鑑價」，在消費主義為主流價值觀的社會，美不過是資產的一種，精神文化的產物也是能夠標價的。這個結論可能讓人難以接受。但在資本主義的價值觀中，恐怕很難徹底否定。

在美能夠被鑑價的定義下，「醜萌」代表的，是一個極為小眾的價值觀，卻被商人的眼光相中，從「另類」的角度來切入市場，然後爆紅的產品。這表示即使非主流價值，小眾市場只要放在夠大的客群中，就能夠被支撐起來。因此可以說，如果以商業來考量，醜萌市場必須存活的要素有：大量的客群母數、與主流價值差異極大的另類價值，以及在大量客群下曝光的行銷手段。

#### 第四節 創作手法檢討

「醜萌」一詞的起源是從角色設計開始的，因此研究者的創作形式選用相同的角色設計領域，但「醜萌」本身的定義並不是最重要的，其背後代表的「另類價值觀」才是研究者更有興趣的部分，在資訊流通的現代，以往受地域限制的小眾價值觀，在網路發達的時代是可以串聯世界的，當世界成為客群母數，小眾創作者已經解決了第一個難題。而對於一個剛起步的創作者，在曝光的行銷手段之前，必須先產出自己獨特的另類價值觀，於是，這是研究者正踏上的第二個難題。

「克蘇魯神話」即便是放諸世界，其價值觀仍然是小眾的，然而在青少年次文化中，處處都隱藏了其痕跡。動漫中，包含怪物的設定及世界觀，或多或少都沿用了其概念，研究者剛接觸時，亦如五里霧中，不知從何著手。隨著接觸漸深，發現其對世界觀及未知詮釋之特殊，有其獨樹一格的魅力，對其設定樂此不疲，也因此將其選為創作主題。而「醜萌」是一種反向詮釋的手法，會使得原本的負面意涵被扭曲為正面價值，讓文本的原意中「對未知的恐懼」消失。所幸克蘇魯是開放版權作品，任何人都能夠對作品做再詮釋，如果有特色又不為人所知，作為創作作品的同時，也能推廣原作，是再適合不過的主題。

雖說是「簡化」，卻不能讓作品看起來粗糙，「特徵精化、其餘刪除」是其中的關鍵，但經常在特徵數量的掌握上難以拿捏，以本研究之創作為例，一個角色資訊約在三個左右，超過此範圍就難以控制。

因為是簡化資訊的造型，適合輕鬆互動是這類型的特色，因此也有「療癒」的說法，但單體造型能夠提供資訊有限，吸引力會相對較低，因此在創作時「系列作」會提高資訊量，一體不足以提供的資訊，當五體放在一起時，表現出的資訊勢必更加明確，也能滿足購買者收集的慾望，而若是將系列作長期經營，每批創作出來的角色，又會和前一批互相產生不同的意義，是長期創作適合的考量。

關於創作流程的部分，與傳統角色設計較為關鍵的差異在於前期的造型設定。對於醜萌造型的選擇，與文本設定結合時，醜與萌元素安排的適合性。由於克蘇



魯神話已有原作文本，以及對角色造型的敘述，對其元素組合排列並不困難，但原作精神與萌並不相關，於是若要加入萌元素，則必須對原作作一定程度的修改，也就是二次創作。關鍵在於萌元素的導入要從造型或是性格，甚至從世界觀作調整，本次創作考慮定位為療癒系玩具，因此將層級降低，僅對造型比例進行調整，優點是客群認同的門檻較低，容易入手，但相對同樣也有造型浮濫，設定輕率的風險，若是考慮以系列方式長期經營，在未來的創作中提高萌元素的層級是較佳的選擇，利用性格來做情境造型，如貪睡、懶惰、暴食等結合可愛外型的形式；或是結合社會議題作黑色幽默的情境，例如職場文化、校園文化等台灣社會認同度較高的情境作切入，都可做為後續系列發展的空間。

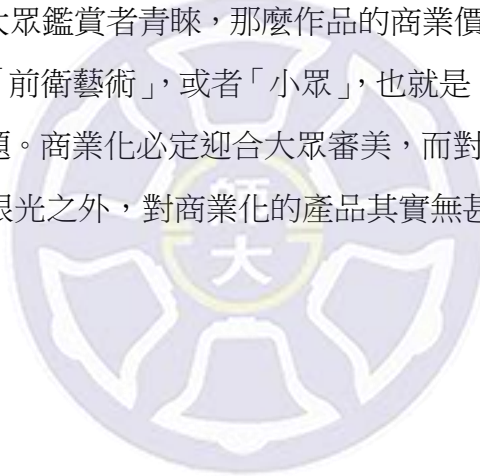
另，於現代科技進步的現代，個人創作者的領域已被擴大。3D 列印加快了原型造型的各種檢討與產出；而遍佈世界的社群業已成熟，都有了各自的團體。這降低了作品宣傳所需要的成本，也顛覆了傳統媒體既有的通路，將通路平面化，若是以創作起家的個人創業者，這些知識是必須的。但不可否認，前述原因同樣造成了其他個人創作者的崛起，因此身在現代科技社會中，不但要涉獵更多知識，行銷宣傳的手段也越來越多樣化，對能力有限的個人創作者而言，將面對的可能是更嚴峻的挑戰。

## 第五節 廢萌與惡俗

廢萌是一種對作品的批判，意旨作品忽視內容中心思想的陳述，而將具商業價值的造型元素優先加入作品中，期望以此手法提高觀眾接受度，例如帶有性暗示或是裸露等，如同倒果為因的方法。雖然不算甚麼違反創作倫理的大罪，但在近年的商業市場中，過於公式化的廢萌角色及作品的確充斥市面，且在日本造成相當程度的市場。這表示了兩件事：一是代表了商業化角色，的確在一定程度上能夠公式化，二是無論受眾意識與否，毫無內涵的作品配合上公式化的手段，在商業市場中，仍有其規模與價值。這個結論也代表，商業化的美是存在的。這與從創作者觀點建立的「探索究竟之美」明顯不同。一般的購買者並不在乎「究竟之美」，只要能在價格，造型與認同中達到平衡，購買便可能成立。因此我們可以

說，以創作者的觀點，「廢萌」是怠惰的，是商業化的產物，需要警惕；然而對於生產迅速的工業化社會及消費主義下的大眾消費者而言，「廢萌」可以說幾乎不存在，只要能認同作品，就能對其消費，產生商業價值。而若是在商業化的前提下，廢萌就只能存在於創作者本身的意識，以及少數鑑賞者更精準的眼光中而已。

「惡俗」就是前述所謂的「少數鑑賞者」才會意識到的判斷。也就是對作品更精準的眼光。休謨提到，創作者必須和作品一起提升水準，這樣也能同時提升對其支持者的水準。若是鑑賞者的精準眼光只能在少數人中具備，那麼這些鑑賞者必定去追求更加符合水準的作品；若是精準的眼光已在多數人中都已具備，那麼如此精準的眼光判定的作品則必定符合商業價值，反過來說，若是僅符合少數人的精準眼光，卻不受大眾鑑賞者青睞，那麼作品的商業價值將有限，而只能提升至符合少數人眼光的「前衛藝術」，或者「小眾」，也就是「醜萌」了。由此推斷，「惡俗」是一個假議題。商業化必定迎合大眾審美，而對大眾審美進行批判，除了滿足於自身的鑑賞眼光之外，對商業化的產品其實無甚助益。



## 第六節 建議

「醜萌」主題的探討，背後主要是想要了解如何發掘負面的價值，並應用在審美觀中，將負面價值轉化為正面，醜萌只是起點，若後進賢良以此為引，則望繼續深入探討「以負轉正」的應用案例，避免在過於單一的價值觀下，許多異於主流價值的小眾遭到排擠，造成價值單一化。

本次研究因規模限制，有幾項未竟之處，望能作為後續研究者參考方向：

1. 為求研究資訊更加深入，對專家進行訪談的數量有限。但同樣的主題在整體客群中的反應，在大量人數的調查統計中也許可以找出較為明確的受眾族群特徵，根據訪談，對本主題抱持正面認同甚至願意收藏者，身分恰好具備與其他訪談者有明顯不同特徵。分別為：女性、年齡層較低、刻意不願跟隨主流等。這些因素是否與主題有高度相關，問卷調查是後續調查較佳的選擇。
2. 隨主題延伸而出現的環境影響，亦即網路社群全球化後的小眾品牌，是否因為全球化現象受益成為商業品牌，而網路社群對小眾市場的產值影響可以擴張到何種程度，是價值多元化市場下值得探討的主題，以特定小眾品牌為例，用搜尋引擎調查並歸納，應可獲得參考資訊。
3. 根據訪談內容，品牌的長期經營會使品牌價值增加，由於不在本主題範圍內，並未深入探討。品牌在長期經營下有何種方法增加，或保有品牌本身價值，不致使下跌，或者時間對於品牌價值的關聯是否為正相關，均為值得後續探討的主題。以特定品牌創作之時間軸及相關新聞進行案例分析，或可歸納出品牌的保值或增值手段。

## 參考書目

- Bayley, S. (2014). *醜：萬物的美學*. (郭玢玢, Trans.) 台北市: 典藏藝術家庭.
- Berger, A. A. (2004). *媒介與傳播研究方法：質化與量化研究途徑*. (黃光玉, 劉念夏, & 陳清文, Trans.) 台北市: 風雲論壇.
- Booker, C. (1969). *The neophiliacs: A study of the revolution in English life in the fifties and sixties*. Collins.
- Davies, J. (2015). *吸睛的科學：為什麼八卦、藝術、宗教和恐怖片令人著迷？*. (薛怡心, Trans.) 台北市: 究竟.
- Earl, B. (1998). *社會科學研究方法*. (李美華, 孔祥明, 林嘉娟, & 王婷玉, Trans.) 台北市: 時英出版社.
- Eco, U. (2008). *醜的歷史*. (彭淮棟, Trans.) 台北市: 聯經出版.
- Fussell, P. (2015). *惡俗：美國社會偽裝優雅的種種愚蠢*. 台北市: 橡實文化.
- Gates, S. (2014, Jan 25). 'Cute Aggression' Study Links Adorable Animal Photos, Aggressive Behavior. Retrieved from The Huffington Post: [http://www.huffingtonpost.com/2013/01/23/cute-aggression-animal-cuteness-aggressive-behavior\\_n\\_2526909.html](http://www.huffingtonpost.com/2013/01/23/cute-aggression-animal-cuteness-aggressive-behavior_n_2526909.html)
- Hume, D. (1989). *鑑賞的標準-休謨論文集*. (季倫, Trans.) 台北市: 結構群.
- Koren, L. (2011). *Wabi-Sabi：給設計者、生活家的日式美學基礎*. (蔡美淑, Trans.) 台北市: 行人.
- Koren, L. (2015). *重返 Wabi-Sabi：給日式生活愛好者的美學思考*. 台北市: 行人.
- Lovecraft, H. P. (2003). *戰慄傳說*. (趙三賢, Trans.) 台北市: 奇幻基地.
- Maxwell, J. A. (2001). *質化研究設計：一種互動取向的方法*. (高熏芳, 林盈助, & 王向葵, Trans.) 台北市: 心理出版社股份有限公司.
- Morel, P. (2001). *Les Grotesques. Les figures de l'imaginaire dans la peinture italienne de la fin de la Renaissance*. Paris: Flammarion.
- Morris, D. (2015). *裸猿*. (曹順成, Trans.) 台北市: 商周出版.
- Nietzsche, F. W. (1993). *尼采美學文選*. (周國平, Trans.) 台北市: 萬象.
- Nietzsche, F. W. (2007). *偶像的黃昏*. (衛茂平, Trans.) 上海市: 華東師範大學出版

社.

- Platonov, K. K. (1984). *趣味心理学*. Changchang Shi: 吉林人民出版社.
- Rubin, A., & Babbie, E. (1995). *研究方法：社會工作暨人文科學領域的應用*. (趙碧華, & 朱美珍, Trans.) 台北市: 雙葉書廊.
- Steinberg, N. (2016, July 19). *When cuteness comes of age*. Retrieved from mosaicscience: <http://mosaicscience.com/story/cuteness-japan-kawaii>
- 王文科, 王智弘. (2014). *教育研究法*. 台北市: 五南出版社.
- 四方田犬彦. (2007). *可愛力量大*. (陳光棻, 譯者) 台北市: 天下遠見.
- 呂清夫. (1984). *造型原理*. 台北市: 雄獅美術.
- 李御寧. (2008). *日本人的縮小意識：豆物狂的傳奇*. (沈文訓, 譯者) 台北市: 漫遊者文化.
- 汪雯雯. (2009年10月). *美与丑——试论雨果的“美丑对照原则”*. *安徽文學*, 頁 213.
- 汪曉雲. (2005). *西方悲劇“非常態”人物征象：小丑、瘋癲、假面*. *浙江藝術職業學院學報*.
- 易紅霞. (2001). *誘人的傻瓜：莎劇中的職業小丑*. 北京: 中国社会科学出版社.
- 松村明. (2012). *大辭泉*. 東京都: 小學館.
- 袁方. (2002). *社會研究方法*. (袁方, 編者) 台北市: 五南出版社.
- 高宣揚. (1996). *論後現代藝術的「不確定性」*. 台北市: 唐山.
- 張沅汐. (2016年2月20日). *小丑文化史：小丑並不是普通反派，他是唯一追求真相的人*. 擷取自 The News Lens 關鍵評論：  
<https://www.thenewslens.com/article/36268>
- 畢恆達. (1996). *詮釋學與質性研究*. 台北市: 巨流出版社.
- 森瀨繚. (2010). *圖解克蘇魯神話*. 台北市: 奇幻基地.
- 傻呼嚕同盟. (2007). *ACG 啟萌書-萌系完全攻略*. 台北市: 木馬文化.
- 閻沁恒. (1972). *大眾傳播研究法*. 台北市: 台北市新聞記者公會.
- 鍾倫納. (1993). *應用社會科學研究法*. 台北市: 臺灣商務.

## 附錄訪談逐字稿紀錄

● 編號:A

---

採訪者	曹陶甬 簡稱 A
受採訪者	漫畫家 簡稱 B
時間	Feb 22, 2017 (Wed) 18 : 00
地點	台北館前路咖啡廳

---

備註 當日咖啡廳人不多，且訪談區域與其他客人較遠，除音樂之外幾無干擾。

---

採訪心得 老師從事漫畫及插畫工作已有 27 年，可謂經驗豐富，對於審美的評價，與商業價值的連接之間相當有心得。對於醜萌的定義雖然能夠理解，老師的判定原則是以前商業價值進行客觀評價，並且認定沒有人會喜歡刻意做醜，因此可以說，老師接受醜萌創作，但是必須以具備商業價值為前提，自己並不會刻意做這類型，而是由客戶指定造型再依樣仿製，對於造型手法，老師刻意迴避具象的元素分解，以自身長期經驗做結，而操作手法鑿是利用與觀眾共鳴的回憶或歷史，進行長期創作產生作品厚度。

---

騰稿紀錄 22 Mar 2017/ First Transcription by 曹陶甬

---

*Coding/Note*    *Interview*

---

定義與認同 A:老師有聽過"醜萌"這個東西嗎?  
B:呃...這個名詞應該是近年從醜比頭才開始，基本上算是有聽過，對這個名字的定義大概就是說...看起來不可愛討喜，可是看久了耐看，或者是會有特殊的新奇感，所以你會去買他的周邊商

---

---

品，但這是...非常個人的，就是喜歡的人會很喜歡，討厭的人會極度討厭。

A:老師想過這之後有其他隱藏在背後的意義嗎?

B:呃...比如說美醜這件事，我自己的判斷啦，在小五，小六之前，是沒有很明確定義的，如果你看過 **Cartoon Network** 那種，甚麼"雞與牛"，那種美式誇張的東西，很多東西到你國中之後會定義他是很醜的，很奇怪的，但是你能接受他的部分是，他動起來了，跟他的故事，那如果說單純只是個造型，那麼醜就是醜，很難萌得起來，我的判斷是，他必須有某種其他的附加要素，或是某種隱藏的意涵之後，他才能有萌得起來的可能性。

A:老師的說法有提到購買周邊商品的部分，所以是用醜萌作主軸進行角色的設計嗎?因為如果不是有一個主體，是沒辦法做周邊來販賣的。

B:我自己的背景，會讓我把想成往商業的方向帶，不然有些不是用醜萌，而是"拙趣"，有些早期的素人畫家，或是民俗圖騰，早期的美術通常是對每個人自己的認知，就好像我們自己畫的圖，畫了長頸鹿大象甚麼的，沒有立體的結構，也沒有很多寫實的東西，可是概念上他就是這個東西，那個東西其實是各個民族或各個圖騰，他都具備有一定拙趣的部分。

A:所以以原住民圖騰來說，你會覺得是美或者是醜?

B:我覺得他有不可磨滅的，特殊的味道，因為他已經超越界定的美醜，那他已經是成為一個歷史或者是文化的一部份。

A:所以你是把這類型列入美醜探討之一?

B:因為不能用單一標準，很多人判定美醜的標準是自己眼界的高低，譬如你一個時期很熱中日劇動漫，那你就覺得這是世界上最好的，可是那也可能只是因為你的圈子只接收到這些東西，你根本沒有機會在你培養美感的時候去接觸到更多，更大量的東西，因為人的判別標準一定是在一個時段內會追求塗鴉，然後會追求寫實，然後才追求造型，有的人可能一輩子就追求寫實，有些人

---

會變成接受特定形象化的東西，他就不再改變了，那是跟一個人的廣度比較有關係的。

A:如果以醜萌為例，你可以舉一個比較經典的例子嗎？

B:我覺得...旺旺的那隻就超醜的啊...但我覺得他真正做對的一件事情，今天你一個角色出來之後，不管他的美醜，就是必須要長期經營，他沒有因為他後來變得更有錢，然後再去做一個更流行時尚，你覺得很可愛的，堅持用原本那個東西...今天的**問題不在於我們有沒有設計人才，做得很可愛的多的是，但是，從來沒有長期經營，到一個東西被認同**，以 HELLO KITTY 來說，他至少經營了 20 年到 50 年，然後形成一個品牌，他不是今天我傻傻地丟了一個造型，然後他就被接受，就算他是媒體硬炒出來的，他的時效性如果沒有後續，他不可能像史奴比那樣的...其實我們看到的，他是有一個產生期，然後會有耕耘期，就是你會有五年到十年的時間讓人不斷地去了解或認識他，成為他的朋友，他的收成，一定不是這幾個月...你聽過 FIDO DIDO 嗎?喝七喜，做自己那個。

操作手段

A:可是現在已經沒有看到這個了

B:因為他是一個月硬炒起來的，短時間炒起來的話，以台灣的淺碟文化的話，今年度特別紅的東西，明年他就會消失，比如說海綿寶寶，如果今年度大量出現這個公仔，多到一個量之後，他就會被判定為舊的東西，然後他就會很快地從市場消失掉。如果不是一下子爆紅的東西，那他就會比較細水長流，會有一定的量。因為品牌的厚度會回著時間去疊加，不會消磨的，但是大部分的東西，沒有辦法活到那個時候。20 年的東西，過了五年就是 25 年，他不可能倒退變成 15 年。

A:有沒有你認識的哪位創作者在做類似醜萌這類創作的？

B:我不覺得會有人故意把東西弄醜，但是就並不是走現代審美的東西，比如說，邱若龍邱若山老師，以敖幼祥的烏龍院來說，他



---

並不是走那種最流行的審美觀，流行審美觀得話，大概是五年或十年，現在甚至是三年東西就已經不太一樣了，在我青少年時代的萌系美少女，和現在已經有很大落差，幾年前一定要有蕾絲，或女僕，到現在其實每個世代產生的都不一樣，通常都隱藏著那個世代的集體大量的潛意識的東西。

**A:**在我的認知裡面，這種刻意風格化的作品並不算是醜，他只是簡化了而已

**B:**最近有個插畫家的風格我個人是不太喜歡啦，就是鼻孔很大，黑白的，我覺得他醜，但我沒有覺得他萌。這是很主觀的。

**A:**我主要是想知道有沒有人會把角色刻意畫的不好看，可是卻用故事或行為來補足他的缺陷，讓他變得好看。

**B:**我不確定有沒有變好看，但我知道有個老師叫作 **FISH**，是"冏男孩"的電影動畫導演，就是他繪畫一些冷門，特殊，不是那麼討喜的，走的故事也是比較個人的，他還是會有一定的客群的量，因為有些台灣不吃的東西，歐美會吃，另外還有一個，市場上完全沒有的，可是因為他達到一個量，就變成在學習或歐美，在學生學院之中會出現那種大量的設計，但在實際的市場上，他就變成少量的特殊品牌，可能你要去多觀察，像是香港的鐵人兄弟那種吧，他那種方塊式的表現，他有些東西是故意做的很另類，有些人買東西就希望自己有獨特性或是區隔性。

**A:**老師是把這類型定義成風格特殊，但不能算是醜吧？

**B:**就是我很清楚這不是我的菜，但就是會有人喜歡。就像是有個牌子是老虎頭，他的耳朵，形狀都已經不像真的老虎，但每年還是有很多人會去買這個牌子的背包，T恤，他就是他的歷史價值存在，我們現在接受的資訊和以前是不能同日而語了，我們現在回去看無敵鐵金剛或是其他永井豪的圖，會發現很多東西是不符合人體結構的，或者是手塚治虫老師的作品，他很多東西是違反透視的，問題是他能在那樣的狀態下，產生足夠大量的故事，所

---

以這個定義...醜不醜是看個人，至於萌不萌，我會把他交給市場的接受度去做評論。因為如果他萌，市場就有一定的接受度。

A:所以反過來說，如果市場上受歡迎，就能說他是萌的囉？

B:這是一個比較簡單的方式，不然就要歸類他是冷門，或是地下的狀態，或許他仍然有個群，既然沒有大到能夠支撐市場，那就表示不夠萌，以現在的網路時代來看，如果有心要經營，他還是有辦法去找到一群人支持，如果還是沒有辦法，只有自己一個人或十個人覺得萌，我是覺得很難支持下去。

A:對我來說，我反而是認為萌是個人主觀

B:醜和萌都是個人觀感的問題，但如果作為商業創作來說，所謂的萌不萌最後的決定在"有多少人也覺得他萌"，如果覺得萌的人夠多，他就形成一個市場，這樣比較好評定，不然是沒辦法做任何界定的，因為這兩項都是完全自主主觀的。

#### 定義與認同

A:老師對醜比頭的評價也是如此嗎？

B:我覺得他就是跟臭豆腐一樣。在醜比頭之前歐美曾經出過一種"魔髮精靈"，以很多人來看，他並不好看，就像你看一些法藍瓷娃娃，有些人覺得很精緻，有些人覺得看到鬼，或者有些人看到日本人偶他會覺得很陰森，他其實是一種主觀的，但他就是有一定的愛好者，決定了他的市場有多大，可以消失多久，在違反審美觀的情況下，他就會做出改變。

A:以醜比頭來說的話，如果賣得不好，他就會再調整造型，是這樣的意思嗎？

B:如果他不賣座，那他直接換，就不會再出更多的醜比頭了，也不會再有更多的行銷案。就好像我們最早看的布袋戲是五頭身，然後臉其實都是傳統的圓臉和國字臉，然後現在都是長臉，整個頭身比拉高，看起來像SD娃娃，其實就是不斷的假定一個市場，去做調動的狀態，這種方法有時候是一邊迎合，一邊改動，因為後面的人只看到這樣的東西，他就會往這種方向，然後那些

---

你認為消失或是被汰換的東西，在二十年、三十年後就變成有價值的骨董，所以我認為很多事情是時間上的變化，沒辦法用一時去定義，我比較喜歡歷史相關的東西，就好像一個區域他會繁榮，再衰退，再轉化，都是一個波段性的，就好像十四松，那個東西其實是無法預料，或者說進擊的巨人，最初不管是骨架或是內容都不清楚，不過他有抓到一個脈動，就是世界變的很糟，把世界變得很糟的是一群中年大叔們，所以那些巨人是沒雞雞的大叔，每個故事都是在那個時代的壓力出現之後，出現像小傑，魯夫，通靈童子，和我們小時候那些要達成的勇氣，奮鬥，目標，角色完全不同，變得簡單的目的，這些角色具備了釋放這些壓力的潛力，於是被認同，現在接下去會出現一些比較認真型的角色，像閃電 11 人，這些作品也具備了微調社會的功能，其實是一個蠻有趣的系統。

設計資源

A:所以當初老師是怎麼去塑造那個造型的呢?也是業主要求為主嗎?

B:我自己每天都會上網不斷吸收資訊，再加上我這二十幾年的藏書，和重慶南路，亞典書局長時間的累積，我有一個很大的資料庫，所以這是一個不斷積累的過程。而有些東西我也不會勉強接，如果有更適合的朋友，我會直接轉介紹過去，我們很清楚自己的類別。

● 編號:B

---

採訪者 曹陶甬 簡稱 A

---

受採訪者 插畫家 簡稱 B

---

時間 Feb 26, 2017 (Sun) 10 : 30

---

地點 淡水捷運站下咖啡廳

---

備註 當日咖啡廳位於捷運軌道下方，列車出入較大聲，且咖啡廳音樂大聲，但因為受訪者本身工作性質需接觸戶外吵雜環境，訪談過程並不受影響。

---

採訪心得 老師在 OCAD 畢業以來，在加拿大從事電影概念設計工作多年，目前在台灣做人像插畫的工作，主打的特色就是“不太像”。而自己創作的插畫也都以醜男為配美女為主題，訪談之中參雜很多個人經歷及思想漫談，雖然有點難以切中題目，但總體來說提供了很多資訊，藉由逐字稿整理，也能一窺究竟。

---

騰稿紀錄 31 Mar 2017/ First Transcription by 曹陶甬

---

---

*Coding/Note* *Interview*

---

定義與認同 A:先前有跟您 Mail 過了，主要是想了解醜萌的定義和認同。當然是想了解您個人觀點的定義，而不是社會觀感的。

B:我直接這麼講好了，我覺得這是一個...反社會人格的出口，具有這樣特質的人不少，就像最早“科學忍者隊”(科學小飛俠)卡通，裡面你最喜歡和最討厭那個角色？

A:最喜歡的應該是老二(大明)吧？

B:那你跟我一樣，所以你應該也是比較受社會排擠吧？我們的個性其實都有點自命清高，就是說，我最討厭像一號(鐵雄)那種自以為是的角色，但是隨著年齡漸長，我開始會同情四號(阿丁)、

---

---

五號(阿龍)因為他們擺明了就是陪襯，跑龍套，但是從自己的立場，會覺得說，我們也許在這個社會上也是被當成四號，五號，我們當然希望自己是二號，於是有時我們會做出一些違反人性的事，每個人都想當頭頭，都想受敬重，沒人想自己一個躲起來，或是我行我素，其實那是反社會人格行為的反射。簡單來說，你有看過我的作品嗎？

A:剛剛看過一些

操作手段

B:那些不算，我說的作品是這些(打開平板相簿)，我自己畫的漫畫裡，會把自己刻意醜化，女孩子我會畫漂亮，但男主角我會故意畫鮪魚肚，雙下巴當作基本配備，或胖胖的臉。

A:你是把自己投射在上面吧？

定義與認同

B:對，有一部分也是說有點像自我解嘲，一開始是如此，但透過這些作品的發表，你會希望得到別人的認同，讓別人也能接受這種價值觀。希望把認同從外表轉移到別的東西，譬如說人品。整個社會崇拜的是包裝，因此醜萌這種觀念雖然存在，但仍然只是小眾，這種非主流的東西，能接受的人很少。但另一種情況是集體意識，其他國家我不知道，但台灣人很喜歡盲從，跟風，只要有人在追這個東西，既使自己不喜歡，也會去跟風，又或者是自己原本不喜歡，但因為大家喜歡於是他也試著喜歡，有點類似洗腦，所以我認為(醜萌)還是爬得起來，從我的立場來看，我認為他是好的，因為他把焦點，把人格特質，從單純的表象包裝轉移到其他的東西，例如個性、行為，如果是我設計這樣的角色，我會把我個人欣賞的特質投射進去，比如在某個情境下他為了某些事，會去做一些違反常規的事情。通常會喜歡醜萌的人，跟會去傷害別人的人是完全不一樣的。

A:在我的認知裡面，這兩種人的差別在於會不會在乎別人，雖然一樣是反社會，但前者對社會是不會造成傷害的

---

---

**B:**我覺得那是好事，我不知道我們這種人在成長的時候，不知道在哪裡被植入了"出風頭很噁心、很假掰"這樣的思考模式，其實我們也想像做老大，但就是會被這種心理壓抑。而這個社會卻是"敢講話的才有權利"。

**A:**其實我在進行這個題目的時候，也經常會思考進行這類創作的人的心理狀態。譬如醜比頭你知道吧？甚至都開了主題餐廳。

**B:**在台灣開主題餐廳只是一窩蜂，台灣人沒有受過充分的美術教育，但我們卻認為自己有品味，台灣人喜歡醜比頭有很大成分只是因為媒體介紹所以才一窩蜂衝，他們不是真的喜歡，只是一種人云亦云，或是一種人家有，我也要有的人心態而已，趕流行而已，醜比頭的主題餐廳，HELLO KITTY 的主題餐廳，都一樣，開不久。另外就是山寨問題，中台兩岸這裡的版權意識非常薄弱，只要一有新奇東西出現，一是仿，二是抄，趕流行買氣氛，就算你仿一個血盆大口的 HELLO KITTY，或是一個很帥氣的醜比頭，一樣會有人會去衝(搶購)，這種一窩蜂現象造成的商業利益足以讓創作消滅。這些人需要教育，而且不能等。

**A:**從你提到的這種觀點來看，其實這現象也就跟醜萌無關緊要，只是產生了一個項目，然後大家就去追捧他。

**B:**只要他成了一個流行的東西，只要群眾能認定他是流行，群眾根本不知道自己喜歡甚麼，創作者為了把自己的個性反射在作品上，並且藉此製造更多認同自己的夥伴，但群眾不在乎，只要電視有報，第二天就去排隊了。

**A:**可以舉一個你自己創作過的醜萌案例嗎？

**B:**可以啊，不過你有沒有一樣的認同我就不能保證了。我稱它做"Force Treatment"，我想表達的是，一個長得好看的人，不代表他能對你永遠忠誠，不離不棄；一個長的很醜，人見人厭的人，也許卻能保護你一生一世。

**A:**你對自己的評價也太低了，我不認為你有那麼糟啊。

---

---

操作手段

B:你有聽過費洛蒙理論嗎?有些人無論性格多麼的惡劣，仍然可以吸引異性趨之若鶩，從人類的邏輯來講是說不通的。

A:我認為可能有某種誘因致使異性無法抗拒吧。

B:你說到重點了，從人類的邏輯無法理解，可是從動物的行為來看其實很簡單，只是因為他們具備了某種特質而導致異性受吸引。那就是費洛蒙理論。我的作品故意把自己畫醜，其實有點自我解嘲，想要表達的就是希望教育讀者注意外表之外的其他地方，比如說品格，行為，之類的。

A:那你會把其他的，好的(正面)訊息塞在作品裡面嗎?

B:好的訊息...好的訊息都塞在女生身上了(該作者之作品醜男配美女)，我想要表達的是說，我經歷過的，並不是長得帥長的漂亮的人就是好人。以前我幫公司想辦法改良流程，但公司改良失敗之後卻拿我當擋箭牌，讓我成為千夫所指的罪人，我是希望公司好，結果卻被老闆弄成全公司的敵人。那些表面上對你好的人，不見得真的對你好，真正對你好的也許長得不好看，但在危急的時候卻會挺身而出。

A:除了你想表達的訊息之外，當初你為什麼會畫這種方向?

B:最早我也把自己畫得很帥，也是長髮飄逸，英俊挺拔，28歲開始突然禿了一整片，禿了之後發現自己不再完美了，不再是以前充滿自信的自己，我原來很醜，醜怎麼辦?我也是人啊，人都希望被喜歡，但我沒有受人喜歡的外表該怎麼辦?那我就對人好啊，可是對人好沒人知道啊，甚至對人好還被當成是壞人，讓我覺得很難接受。連筆名也改成大叔的感覺。你問我甚麼時候開始把自己畫醜，從我禿頭的時候就開始了，頭髮一掉我的自我認同就改變了，可是我覺得這也是好事，以前我會把主題放在帥哥美女，可是後來發現這樣表象的題材超級無聊，後來把自己畫醜了之後，女主角反而可以更漂亮，更好，一般人看到我的話可能會直接覺得"那個男的好醜喔"，但醜不是罪，有罪的總是背後捅你一刀的那個人。

---

---

A:你覺得你自己剛剛提到的作品，有符合到你的期望嗎？

B:呃...意境上達到六十分吧，但好歹我也是自稱畫家，比例造型構圖用色我都覺得還不及格，所以我只放在部落格上，沒有貼出來展示。

A:我研究這個題目也是想找到一些非傳統主流美學的方向啦。

B:你知道好人信的東西嗎？我看過的插畫師裡面，我覺得只有他是發揮到極致。

A:所以你覺得這些東西好看是因為他有打到你的點，是甚麼點呢？搞笑嗎？還是有講到一些真實面的東西

B:不是只有搞笑而已，他有講到真實面，而且我剛剛提到的反社會人格裡面，你會從他的作品感覺到他是你的同類，感覺找到跟自己相近的東西。不管是人，還是音樂。有些音樂內容非常黑暗反社會，可是你不會覺得他討厭，你會覺得他有些部分跟我們自己很像，進一步想，我們會不會在一樣的情況下，做相同的事，走相同的路。我覺得醜萌這種東西是意識形態上的一種認同，你從那上面找到跟自己氣味相投，他的自我解嘲或是刻意反串，反而顯得真實不做作，跟那些為了美而去刻意營造出來的東西正好成了對比。

A:最後一個問題，你覺得你的作品裡面有參考了甚麼資料嗎？

B:當然有啊，男主角就是拿自己當藍本，女主角就是任何我喜歡的類型，不管是從網路上，朋友中，我喜歡的元素我都會把他混在一起，我開始畫畫的原因是從小受到老師肯定，再加上十二三歲的時候想要個女朋友，但找不到，於是就自己畫，那時有個喜歡的女孩子，於是就很努力畫希望得到肯定，所以我畫畫的時候就是把我所有喜歡的元素加進去。

A:你喜歡的元素有特定嗎？

B:我特別喜歡廣東或客家女孩的眼睛，他們的眼睛非常漂亮，這種眼睛是我看過最美的

---



---

A:那服裝呢?有沒有甚麼參考的形式?我看你好像都喜歡那種女神形式的罩袍?

B:我最喜歡 letex 布料，我給你看看(找圖)，反光性高的材料，我很喜歡這種材質，如果身材好的話，那個反光，張力，我很喜歡。

A:你的學習和生活經歷和你的作品有關連嗎?

設計資源

B:絕對有啊，作品是我在 2D 的投射，我認為我是甚麼樣子，就在 2D 裡面把他畫出來，如此而已。

A:最後我還有個問題，如果我自己要進行醜萌角色的設計，你會有甚麼好的建議或方向嗎?

操作手段

B:這種題目在網路上已經出現過很多次了，不只是我，很多人都想表達這種觀念，看起來像壞人的人，可能在危急的時候幫你一把，看起來正常的人，可能會在某個機緣下原形畢露，變成壞人對你張牙舞爪，你可以朝這個方向去思考，比如說在荒島上，或者在戰爭中，一般人因為脫離社會成規和法律約束，因而從原本的樣貌的轉變。我覺得你可以朝這個方向去進行。

---

● 編號:C

---

採訪者	曹陶甬 簡稱 A
受採訪者	插畫家 簡稱 B
時間	Mar 6, 2017 (Sun) 17:30
地點	速食餐廳

---

備註 餐廳用餐時間人潮眾多，聲音吵雜，但不影響訪談。

---

採訪心得 老師在動畫業界工作多年，曾參與美、日多部電影及動畫製作，目前於電視台任職插畫師。本身興趣也是製作模型，對醜萌這個題目歸類為“小眾的喜好”，但對於商業化市場則是具保留的態度。建議是從低成本小型市場著手，例如 Line 貼圖之類。

---

騰稿紀錄 Mar 18, 2017/ First Transcription by 曹陶甬

---

*Coding/Note* Interview

---

定義與認同

A:請問你聽過"醜萌"這個名詞嗎?

B:以前沒有，到你說了我才聽過。

A:所以，你覺得他是甚麼意思?

B:恩...就是...醜得很可愛的意思啊

A:所以其實你也蠻直接的啊

B:對啊。

A:以你認識的插畫家之中，有沒有人在做這種"醜的很可愛"的東西?

B:其實現在的 Line 上面最多啊

A:你會考慮畫這種

---

---

B:我是沒有嘗試過啦，因為我沒有想過這個方面去著手。因為我本身興趣不在這一塊。但是如果客戶需要的話那也是要嘗試一下啦。

A:其實我覺得這種東西就跟儲蓄一樣，沒事就畫一點進去放，總有一天就會像盈餘一樣，升一點利息出來這樣。不會賺多少，但會有一點小驚喜這樣的感覺，除非把這個當做職業做很久，專門拿這個當行銷一樣，那就另當別論了。我不認為 Line 貼圖能賺多少，但作為塑造個人品牌的手段倒是可以認同。

B:我覺得他是啊，這也是現在網路科技發達的一個產物啊，不然你以前哪有這個機會發表，不可能啊。

A:如果要你說出台灣目前有在做這個方向的插畫家，能說幾個嗎？

B:比如說有個插畫家，他是專門在畫那個...三白眼的那個，那個叫甚麼....

A:溫蒂妮是嗎？

B:對對對，類似那一種，可是他也不是完全屬於那種...他的那種風格...或者說像那個誰...畫 Line 貼圖的那個...因為畢竟台灣的市場是...醜萌這種東西在台灣市場以前是沒看過的，台灣人在畫是沒有這種東西的，基本上我看不到。因為你在畫圖的時候...你從我們接圖畫圖開始大部分是從...從漫畫嘛，漫畫的角色就是要帥啊，可愛啊，對不對？強大甚麼的，都是正面的，很少有人會去做這塊，故意要把他做醜化這種...

A:如果要你自己創作，你會做這種題目嗎？不是人家發案給你做的話。

B:創作喔？也不會耶

A:也不會喔？

B:對

定義與認同

---

A:你做過類似的東西嗎?

B:我沒有做過。

A:以國外來講，你看過"醜比頭"嘛?

B:有啊，有看過啊。

A:那你會覺得你會喜歡這種東西嗎?

B:不會啊

A:哈哈，那你覺得他為什麼會紅?

B:就是...我覺得他是一個...一陣一陣的一個流行的趨勢啦...

A:流行趨勢?流行這種的也蠻特別的....

定義與認同

B:對，為什麼會這樣去形容，就是說...你看到這一塊在流行的，就是所謂的上班族，或是一些女生他要舒壓，那...他們會覺得...這種東西可愛，可是對我來說，我可能主觀意識...

A:這本來就屬於主觀意識啊，很正常啊

操作手段

B:對，就是說...就是偏偏你會有那一塊，那個趨勢，就好比日本的所謂的御宅族裡面，他們就是...我記得"萌"這個字就是他們發明出來的，那，就是會有這麼一塊的人，去帶動這一個，慢慢去影響，他可能要醞釀時間很久，可是因為有前期的醞釀，到了醜比頭出來的時候，他就剛好搭上這個趨勢，所以他才會有一陣的風潮。

A:如果叫你設計這樣的角色，你會怎麼樣去設計?

B:哈哈...我完全沒想過這樣的問題。

A:沒有想過?

B:完全沒有啊

A:我可以理解

B:對啊

A:正常一般都不會想要規劃醜的東西

B:其實就像我剛剛講的，我們以前...就是你去看到所謂的漫畫卡通之類的，頂多就是看到可愛嘛，寫實嘛，或者是...是擬人嘛，

---

---

定義與認同

這三大類下去做。而且以前沒有所謂萌這個字嘛，就是只有可愛嘛，帥嘛，所以以前那個年代的思考模式是那個樣子。可是到現在這個年代的時候，因為有點...有點所謂的變態，或者所謂的變體這樣的...就是去衍伸一個可能是一種反社會的一種心理...他們會去...我覺得會就是...就是我故意要跟你不一樣嘛。

A:恩，所以說基本上你是沒有辦法去做反社會的這樣子，就是反社會對你來說就是一種非主流吧？

B:對對，因為畢竟這個市場是很現實的，如果你有牽扯到市場的話，以前純粹個人創作的話是沒有機會發表，所以人家看不到，現在你發表出來了，只是人家喜不喜歡，那是其次了。

定義與認同

可是，一旦牽扯到商品的話，在我們以前那個年代，你是要投資好幾千萬啊，所以不可能去...花這麼多錢去做一個不討喜的人物啊。

A:不一定啊，像那個甚麼...稻中桌球社，你知道嗎？

B:我知道啊，可是他那個...他的規模，我所謂的規模就是說...

A:大型投資這樣？

B:對，就好比像...日本的模式通常都是從漫畫開始嘛，連載開始，然後轉成卡通片，卡通片之後再電影片，通常他的模式是這樣。

A:現在比較偏向輕小說轉動畫

B:對，現在有...其實他...他路線會擴展出來，發展出來，可是，以美式的來講，以前我接加工片，大部分都是美國那邊設定好，他們投資一個案子不可能說，我故意要你去做醜啊，然後我可以回收...其實你可以對比台灣之前自製的魔法阿嬤，你說他內容怎麼樣，故事怎麼樣，那是其次，問題是他商品就賣不好，因為他...其實電影，動漫這種東西，你一定要靠商品去維持你的生命跟你的營收，不然你沒有辦法去回本。

A:對，所以那個皮克斯那個天外奇蹟的評價很高，卻不賣座

B:是啊，你看天外奇蹟都那個樣子了

---

---

操作手段

A:可是以反指標來看的話，史瑞克就是個很奇怪的東西啊

B:對，可是史瑞克那個...他在做那部片子的時候，比較屬於寫實方面去切入，他有一個背景，像以前迪士尼來說，他們喜歡找個**MODEL**，明星，比如說現在的總統川普，他就拿他來當角色設定的人物，但是他會稍微改一下，但是還是很清楚...

A:可以投射到那個人物上面。

B:對，他有一個連結，甚至連配音的部分，他也會做這樣的設定。

A:像是講話的口氣之類的？

B:對，這個角色他會去找哪個明星比較符合他的語氣，或者是能夠模仿出那個效果，所以去做企畫的時候，會往這個方向去思考。

定義與認同

可是，如果單單是以醜萌來講的話，我只看過個人創作的比較多而已。只能是個人小規模創作，不可能有這麼大規模，所以你剛剛講的史瑞克，我會覺得他的層面是，像歐洲的建(築)法，美式的殿堂，他們的美學教育跟東方的比較不一樣，他們可以接受的範圍比較廣，所以他們的切入點，他們也會找一個動力作為基礎來作為切入。

A:之前有幾部很有名的叫佳麗村三姊妹，那個風格也很特殊。那個也不叫醜，那只是風格，很，強烈。記得是法國片？

B:我記得是法國片。

A:後來還有一部大魔術師，風格也都很強烈，但是也不會刻意...那個算寫實嗎？好像也不算。

B:他那個算寫實啊。他那個手法是寫實去切入，然後部份去誇張，那...有時候動漫這種東西你要看誇張到甚麼程度，或者是...像聖誕夜驚魂那樣的，他的人物造型設計，其實你看，基本上都如出一轍。

A:統一的風格這樣？

B:對，他是屬於...如果你要醜，他是屬於醜的那一方面而且醜得怪異有特色以動畫的作品我看就只有提姆波頓他的作品比較怪異他是比較屬於醜的哪一部分我個人是這樣覺得你看他的作品

---

像飛天巨桃歷險記聖誕夜驚魂包含它的人物設計你都可以看得出來

A:我反而比較喜歡吉勒摩戴托羅的作品就環太平洋那個導演

B:這我就不曉得

A:羊男的迷宮你知道就那個導演

B:羊男的迷宮我知道但是那個造型是他設計的嗎

A:是啊

B:那我就知道了

A:我想說...像那種統一風格的東西啊，像是怪獸電力公司那部裡面那每部怪獸的型式又都很不一樣的各種奇怪的型式都有，讓它視覺風格怎麼統一

B:其實應該是這麼說，因為你聖誕夜驚魂的東西它你要用哪一部電影來做比喻如果你要用怪獸電力公司裡面的妖怪來講，就像你剛剛來講因為而已啊而已妖怪是沒有任何定義的，所以你要怎麼去畫它他們也是一樣的整個公司一起畫，不管你要怎麼畫都可以

A:隨意設定都可以，到最後再...

B:你還是可以找出一個脈絡比如說這是一個給兒童看的，他就不能設計得太血腥，所以他的妖怪都有一個大眼睛，這是他的脈絡隱涵在這裡面，不管再怎麼樣的兇惡，他也不會像恐怖片那樣讓小朋友感到害怕，所以你在看迪士尼或者是夢工廠或華納，他們出給小朋友看的，他們基本上還是會以可愛的基本元素在裡面

操作手段

A:如果叫你去設計小孩子可以接受的或者是大部分的人可以接受的那你會如何去進行，比如說幾頭身，按文本的設定比例

B:基本上來說來如果以卡通的手法來講的話，當然是以結構和幾頭身去著手，這個你在看畫面上的話太多年了，都是這個主流方式大眼睛阿，兩頭身啊這是普遍的公式都變成是一個公式，你插畫的手法載入到人物設定裡面的話，你或許會跳出這樣的一個概念，所以如果說是我自己設計的話我可能會以插畫的手法帶進

---

來，我不會再走美式的方式，像你說宮崎駿的東西可愛嗎他只有配角是可愛的，主角不可愛

A:反而偏寫實，我的感覺啦

B:事實如此啦，反而賣的最好的是龍貓，啊黑色球啊其他周邊主角千篇一律都是那個造型換個頭髮換個顏色這樣而已，結果基本上都差不多啊，只是說後來的作品對臉部的刻畫比較細膩。

A:如果你去設計的話你會去找參考資料嗎

B:基本上你設計的角色要幹嘛你的對像是誰要先想好，如果你是先純粹創作塗鴉還是要進行一系列的進行。

A:這是有點奇妙因為現在的情況比較像是說，我現在接觸到的朋友們很多都是，就像是你講的很多都是在 LINE 上面畫貼圖，自己出來做創作然後但是他的創作不是無腦的隨便亂畫會有某種程度的商業考量，他還是希望能賣錢，他不是純爽，只是現在這種觀念已經開始模糊了，你要同時爽，但是又希望得到人家的認同這件事情，可能有某種程度的平衡吧?!但是以你的情況來講就是說，我遇到比較多的狀況是別人開公司，或自己出來搞 IP，但是他希望這個 IP 能夠受歡迎，他勢必有這些條件去營造這個東西

B:所以啊，當你所謂的營造這兩個字就牽扯到後面，所以我剛剛問說，在縮小範圍在說你是畫爽，沒有要公開發表，或者是你要公開發表，你要營造營造到什麼樣的程度，你還不知道，所以說這是你的出發點以我的出發點來說，我是想要做一系列的。

A:比如說假設，我今天的畢業作品，是要做一系列的可愛的怪物公仔，類似像克蘇魯，章魚類的公仔，那你會怎麼去規劃整體的概念，或是你要怎麼樣設法讓他們變得受歡迎？

B:基本上說是以克蘇魯的這個議題來講的話，我可能會擷取一段故事來做背景，我會去設計它的造型，會出現哪幾類，在這個劇情會出現的他是一個小系列，或是一個小單元也好，至少有一個背景做支持。



---

操作手段

A:所以你會先去畫漫畫，先畫小故事，'或者是說就是直接塑造角色，然後從角色上面直接加故事設定

B:最好你先去了解故事，再去設計角色你會比較有 **Feel**，整個故事確定好之後再來進行設計，不一定要是完整的故事，也可以改編，我們剛剛講到醜萌這種東西，其實最主要是看這個公仔有沒有認同感，重點是有沒有打動觀看者的心，去認同他。

A:所以你會怎麼去進行"認同"這種事?

B:基本上我會先去抓...平常看得到的，譬如說如果是調皮搗蛋的妖怪，我就去找類似的類型，大方向定了之後，再去修他的造型，個性一定要先定下來，個性如果不定，造型就變成牽強了，所以**重點是這裡，其次才是造型。**

A:所以你的做法是先定個性，再做外型?

操作手段

B:也會有跳 **TONE** 的時候啊，靈感一來也許就畫下來了，再來**做分類和檢討**。以我現在進行的海龜繪本來講，就是拿我身邊的同學轉成卡通的造型，再轉成海龜的造型，用意是讓小朋友容易理解的擬人化的樣子。比較能說服或快速溝通對話，以整體來講，是以現實的東西做轉換，再套進這個故事中，希望閱讀者可以有更多的認同感，感同身受的感覺。

A:所以你的風格算是寫實嗎?

B:其實不是，是卡通。

設計資源

A:剛剛你提到的所受過的訓練，以你目前進行的繪本來說，有用到以往哪些經驗來幫助呢?

B:我高中美工科有基礎四年的訓練，去動畫公司又有訓練，當然跟學校是不同的，唯一關聯的是**基本功**。

A:有能推薦參考的資料嗎?

B:除了自己的經驗累積之外，就是買**設定集**了。竹谷隆之或荻澤靖都很不錯啊。

---

● 編號:D

---

採訪者	曹陶甬 簡稱 A
受採訪者	遊戲模型師 簡稱 B
時間	Apr 12, 2017 (Tue) 13:30
地點	咖啡廳

---

備註 咖啡廳音樂聲量較大，有時自己的聲音被蓋過，基本採訪狀況順利

---

採訪心得 老師在遊戲業，工作已有 15 年以上，曾參與多部跨國遊戲的資深美術總監，對於主題的概念基本有掌握，對於主題的認同則是異於前三位，處於中立的態度。

---

騰稿紀錄 Apr 15, 2017/ First Transcription by 曹陶甬

---

Coding/Note Interview

---

A:你說你之前沒有聽過醜萌？

定義與認同 B:沒有，我只能大概想像那是甚麼東西

A:可以說一下你的想法嗎？

B:我是覺得他大概是...醜，但是他出發點還是希望這個東西被萌化過，就是有經過設計，而不是停留在只是醜的階段，他是基於...我覺得是有點故意扮醜，本來可愛的東西刻意扮醜，我覺得這就叫醜萌。

A:但是他還是能引起你的那個...萌的點的部分

B:對，因為他的本質上...他是萌的，只是他去扮醜這樣子。

A:如果以你這個定義來講，你能不能說一下，你周圍的朋友有沒有在做類似的東西？

B:你說自己設計嗎？還是？

---

---

定義與認同	A:都可以，因為我前面的訪談做到現在，得到的回應幾乎都是"沒有"。
	B:應該是沒有。我有個朋友很喜歡醜比頭這類的東西，後來出現很多類似的東西，他也都很喜歡，他也是美術，我不確定他有沒有這樣的創作，但我知道他喜歡這樣的形態。
	A:也就是說還是有人喜歡這種東西就是了？那你自己呢？你會喜歡這種類型的或是符合這種敘述的東西嗎？
操作手段	B:應該是沒有，我比較偏好純粹的萌，而且是偏那種...比較美少女的那種萌，跟這個會完全不一樣。
	A:你剛剛說到的朋友，你說他喜歡醜比頭那類的東西嘛，那你可以說出一些比較明顯的特徵嗎？
	B:例如說小眼睛，或者是故意弄鬍渣，或者是故意畫很多的鼻毛，有點像是刻意醜化的感覺，把一個本來萌的東西刻意醜化的感覺，但他感覺還是萌的，他沒有把他畫到說，你看到就覺得"喔，好噁心，我不想再看他"這樣
操作手段	A:你覺得這些東西很醜，那你又覺得他又有哪裡萌，比較可能符合萌的部分？
	B:我自己覺得的話可能是...他的一些眼神，或是他的一些動作，因為有時候公仔作些可愛的姿勢，可愛的動作或是可愛的眼神，那你就會覺得...耶，其實還蠻有意思的，有一點點萌的要素在裡面。
	A:你有問過你朋友這種鬼東西為什麼會喜歡嗎？
	B:我有問過，但是他就說不出所以然。她就只是說"那很可愛呀，哪有醜"
	A:其實很多人你問他哪裡美他可能也說不出來，一樣的感覺。
	B:有的時候已經是個人喜好的感覺，我自己覺得他是個很特殊的人。
	A:個性上會比較特立獨行嗎？

---

---

定義與認同

B:會，感覺有時候也有點孤僻，不是那麼主動會去找人聊天甚麼的

A:好像都是這種感覺

B:你接觸到的，會喜歡這類型的也是？

A:沒有很多，我訪談到現在你是第四個，前面三個，其實只有一個還蠻接受這種東西，可是另外兩個是完全排斥。

B:我是不排斥

A:但也不會特別去接受？

B:對，沒錯，我不排斥的點在，他還是有萌的要素在，他不會醜到說我完全不想看他。

A:前面幾個談到醜萌的時候，他們說這是一個小眾的市場。

B:我覺得應該算小眾，可是以前在(高雄)夢時代我有看過醜比頭的展覽，我就覺得很驚訝想說，哇，醜比頭居然可以有展覽，喜歡它的有這麼多喔？

A:我也是覺得這現象很有趣所以才做研究的，其實並不是因為我喜歡啦。

B:那我應該介紹我朋友給你認識

A:如果有的話當然是最好啦。

B:當然是找這種對這東西感興趣的，你才會知道說為什麼會喜歡

A:很有趣的一點是，最近的 line 貼圖，都是這種很奇怪的，都是畫的醜醜的那種

B:真的嗎？我倒是覺得最近很流行那種線條不是很工整的。

A:那只是故意表現手法粗劣吧...不過這樣好像也符合這種觀念的樣子。我朋友是說，像這類插圖適合在 line 上面生存，符合小眾市場，但是要做大的就...機會不大

B:所以我那個朋友就喜歡這類啊，他聊天的貼圖也都是這種的。

A:你接觸的動畫或電影裡面有這樣的角色嗎？

B:我自己覺得就是那種...譬如說像"銀魂"，他臉帥帥的，忽然就會來個很醜的臉，或者說城市獵人也是帥臉變醜臉，魔神英雄傳

---

---

操作手段

也是。

A:你比較有印象的用途就是拿來搞笑的？

B:對。

A:其實這個有一種講法叫"反差萌"，也是我研究到後來想到的東西，就是平常很正常，突然就會用一種無法想像的方式來表現反差。

B:對，用一個跟他與本來形象完全跳 TONE 的狀態來呈現。

操作手段

A:之前也有人拿醜比頭來跟台北燈會的福祿猴來做對照，說它是醜萌，而不是醜

B:我覺得就是在造型上面，醜比頭的造型是有萌的地方，例如說他頭的形狀，還有就是它弄小眼，可是嘟嘟嘴，那個嘴唇讓你看起來好像有"啾"的感覺，這個表情有打到你的點，有要素在裡面；

操作手段

福祿猴的話，我覺得整個外型也不是這麼圓潤，我覺得它的造型是沒有經過修飾過的，醜比頭是經過設計的，經過修飾的。

A:其實做到後來我有個感覺就是，無論美醜，我們總是能分辨那些"用心的"和"沒有用心的"作品。

B:所以我才會說，那個東西(醜比頭)本質上是美的，但是他刻意要扮醜，對我來說是這樣子。

A:大部分的創作者會跟你說哪裡醜，可是哪裡萌它就不容易說出來，這讓我蠻難進行的。之前有個朋友跟我說，它是把角色作醜，但是把萌的元素放在情境裡面，就好像你剛剛說到的動作這類。所以我現在是朝這個方向在思考。譬如說它在一個很困苦的環境下，作奮力的拚搏這樣子，那你就會覺得說他還蠻有自己的個性這樣子。這是比較屬於用情境來塑造，可是如果是單賣一隻公仔的話就會變的很薄弱。

B:所以醜比頭它是一系列的。

A:對，這是一個特色，這種東西可能做一隻不夠，要做一整套，而且風格都接近，這樣客戶才會接受。

操作手段

B:我是覺得，那種你怎麼看都美美的，就覺得比較不好玩，沒衝

---

---

突；但它要是有一丁點美，然後我又故意讓他扮醜，那還蠻衝突，蠻有趣的。

定義與認同

A:你剛提到的衝突，我是找到一個說法叫認知落差，就是我故意在訊息中參雜了一個不一樣的訊息。你們在設計角色的時候會使用這樣的手法嗎？

B:不會，其實作次世代(模型)其實沒有甚麼個性，因為他就是基於真實世界，真實世界怎樣就是怎樣，我們只是讓它逼近真實而已，沒有這樣的一個空間可以操作，去玩這樣的設計。

A:可是人物設定不是會有嗎？譬如背景設定這樣的。

B:那也就只能在背景上去描述了，沒有辦法在"形"上面做這樣的事情，因為會變的很突兀，因為這是反常態的。你在一個完全基於真實世界的環境做這種事情，可能就不能成立。

A:你自己在做設計的時候，參考的資源有哪些？隨便設定集?網站？

設計資源

B:因為我們都是在做真實的，所以平常都是搜尋相關的人、實景去作參考。

A:現在好像蠻流行 3D 掃描直接轉？

B:說流行也是沒錯啦，不過這是國外那種本錢才可能，的確可以加快速度，台灣不管是硬體或資金都不足，沒有辦法。其實如果願意花錢，這個流程是很值得複製的，不過台灣總是沒辦法，結果就是繼續耗時間。

A:你還有繼續在自己創作嗎？

B:我自己...已經很久沒有做了，我覺得我自己的創作能力不太夠。

● 編號:E

---

採訪者	曹陶甬 簡稱 A
受採訪者	遊戲美術 簡稱 B
時間	Apr 13, 2017 (thu) 18:30
地點	咖啡廳

---

備註 咖啡廳音樂聲量較大，有時自己的聲音被蓋過，一些句尾被音樂蓋過較難聽清，但是不影響採訪過程

---

採訪心得 老師在遊戲業，工作已有 8 年以上，是曾參與多部跨國遊戲的資深美術，在採訪的五人中最年輕，也是也是唯一的女性，對主題抱持最正面態度的看法，這使得主題探討的範圍似乎變的更明確了。

---

騰稿紀錄 Apr 16, 2017/ First Transcription by 曹陶甬

---

*Coding/Note* Interview

---

A:聽說你自己有買醜萌的公仔？

定義與認同 B:大概有一半(收藏占比)吧？

A:那你覺得最喜歡的，或者說印象最深刻的，是哪個呢？

B:就...醜比頭系列裡面的屁桃啊

A:你買了幾隻？

B:很難算，我都是買一盒，然後裡面有很多隻

A:所以你是買一系列喔？

B:是啊，有五隻，有十隻，也有買過存錢筒和絨毛娃娃

A:一次都買一整套？

B:不一定，在店裡看到覺得可愛就會買，看心情。

A:所以你特別喜歡醜比頭裡面的屁桃？

---

---

	B:就屁桃，別隻就還好，除非看到可愛的就會另外考慮。
	A:你可以敘述一下醜萌是甚麼概念嗎？
定義與認同	B:字面上的感覺就是又醜又可愛，我會把他歸類在，看起來臉可能醜醜的冏冏的，然後其他地方看起來可能又是有點萌的，比如說顏色是粉紅色，或是一些...像屁桃它會露屁股，就會覺得耶，好像很有趣。
操作手段	A:我一直以為它是穿娃娃裝的感覺，整個套起來的樣子。
	B:對，可是那整個看起來像是一個屁股。
	A:你有買他的畫冊嗎？
	B:沒有，我不會買可愛型的，我通常買比較...精緻的類型。
	A:你有去過它的主題餐廳嗎？
	B:沒有，可是經過好幾次都還蠻想進去的。
	A:除了醜比頭系列之外，你還會買其他類似的東西嗎？
	B:呃...好像那個... <b>低燃費少女</b> ，我昨天有拍一些照(用手機展示圖片)，他就是結合米奇米妮那些，和他們合作聯名，一開始出來的時候就是仿阿爾卑斯少女改編的，它是日本品牌。我覺得他還蠻符合的。
	A:看起來你好像收了一整櫃都是這類的，種類蠻多的。
	B:就都這一類的吧， <b>臉都很奇怪。蛋黃哥也是。</b>
操作手段	A:你喜歡蛋黃哥甚麼點呢？
	B:它的 <b>聲音很可愛</b> ，然後那種很慵懶的感覺讓人覺得很可愛。
	A:所以你會買是當初有看它的短劇？
	B:其實我沒有看，不知道在哪裡看到就覺得，他好可愛喔，然後就買了。
	A:所以是買了之後才看的？
	B:對，就是買了之後才看到短劇的。
	A:為什麼你會覺得它可愛？
操作手段	B:可能是 <b>講話吧</b> ，然後就是... <b>配上一些動作之類的</b> 。然後就是蛋

---



---

黃在上面晃來晃去的那種感覺。

A:所以你當初看到的是軟的公仔？

B:好像是 line 的貼圖吧。

A:Line 貼圖有陣子蛋黃哥還蠻紅的。

B:我也有買它的 line 貼圖。

A:所以你最早買的是貼圖還是公仔？

B:應該是公仔，記得 line 貼圖那時還在猶豫要不要買

A:你買這種公仔大約都隔多久買一隻？

B:不一定，有時候看到路邊轉蛋也會順手去轉

A:我感覺你好像特別喜歡這一塊

B:還有別塊啦，只是我照片沒有拍出來，我還蠻喜歡恐怖噁心的

A:所以你覺得這類算恐怖嗎？

B:我不覺得它恐怖，對我來說不算。

A:你自己做過這種東西嗎？

B:其實...沒有，沒做過這類東西，我是 3D。

A:你也是 3D，3D 好像都比較少創作...你是從畢業到現在都做這行？畢業到現在做多少年了？

B:一直做到現在大概有 7、8 年了

A:你是幾年次？希望不會冒犯。

B:沒關係啦，我 74 年次，大概 31、32 歲了。

A:那你可能是我訪問之中最年輕的。之前有些觀點提到，會喜歡這種類型的大多是設計科系，感覺設計科系的會比較喜歡這種怪怪的東西？那我的觀點是，這種東西老人好像都很排斥，年紀比較輕的，好像比較會接受。既然你喜歡這類型，又是我訪問到年齡最低的人，你是否會覺得是這樣呢？

B:我之前有看到醜比頭的見面會的現場照片，有很多小朋友，他們也都很喜歡

A:小朋友很多嗎？

B:不到很多的程度，但也有不少小朋友是喜歡的。

---

---

定義與認同

A:醜比頭會受小朋友歡迎還蠻奇怪的...照說通常會受小朋友歡迎的都是那種電視上在播的，像海綿寶寶這類。海綿寶寶也不好看，可是因為它電視有大量在播，可是醜比頭就沒有，小朋友會去喜歡醜比頭還蠻特別的...你的朋友之間有人在做這種的創作嗎？比如說插畫，line 貼圖之類，或者是做公仔拿出來賣的

B:(搖頭)可是朋友也喜歡用那種醜醜的貼圖

A:聽說你也很喜歡用

B:是啊

A:你為什麼會去喜歡這種東西，我覺得他們並不受一般人的喜愛

B:譬如說海賊王，我自己就沒有那麼愛，我覺得很多人都喜歡它，像我就會想要去喜歡一個...不一樣的東西。

A:算是一種反主流、非主流的東西？

B:對。

定義與認同

A:我可以理解，我做這個研究也是想知道非主流的思想，因為現在甚麼都可以拿來創作，像這種醜醜的東西，也有創作的空間，醜比頭就是個很妙的例子，到現在我還是很難理解它為什麼這麼受歡迎，我們的印象中，能夠醜，又能賣錢的，好像醜比頭是最有名的。

B:女生好像都蠻喜歡的。

A:是嗎？我之前有一個女生朋友也蠻喜歡這東西。

B:是啊。

定義與認同

A:那你覺得女生會喜歡這種怪怪的 line 貼圖嗎？

B:我的男性朋友倒是蠻喜歡的，他們很愛用這種怪怪的貼圖

A:你有看過醜比頭的故事書嗎？

B:沒有。

A:我之前看過，教你怎麼抓醜比頭，到哪裡去抓，他們吃甚麼，怎麼飼養之類的，有些還蠻獵奇的，那時候看了還在想說這作者是怎樣，腦袋有問題嗎？這樣也弄成一本書，還有這麼多人喜歡...所以你買這種東西的時候還是以屁桃為主，可是其他同系列

---

---

公仔你也會買吧？

B:就是...如果那一盒玩具裡面屁桃比較多的話，我就會一起買。

A:這個有轉蛋嗎？

B:以前有，現在好像沒了。

A:你有想過自己創作嗎？

B:有，可是我已經很久沒有創作了。

A:做這行應該不容易找時間自己創作。

B:對...通常下班後就想休息了。

A:你之前創作過嗎？

B:我之前是動畫和遊戲製作系，那個時候有畫過同人誌。

設計資源

A:現在 3D 工作通常都是人家拿設定圖來，然後就照做，如果有一些資訊不足的地方，你們會從哪裡補充資訊？

B:上網啊，或者是直接問設定師。

A:公司有社內比賽嗎？

B:有啊，公司以前有

A:那你是怎麼塑造你的角色呢？

B:主要是看題目，看公司訂的主題是甚麼，然後再去找自己有興趣的作，像公司之前的主題是漫威，於是我就做雷神索爾。

A:為什麼你會選雷神索爾

B:因為我有買它的公仔，可以參考。

A:你會買美少女模型嗎？

B:美少女...我沒有，那個還蠻貴。

A:索爾也很貴啊。

B:也是啦，就沒有興趣。

A:做這個研究主要是我還蠻想知道，為什麼醜比頭可以這麼紅，而福祿猴卻被嫌到爆？

定義與認同

B:福祿猴就醜啊，萌不起來，沒有萌的要素，因為它顏色、花色也很雜亂，如果再多用心一點，可能會比較萌吧...

---

A:如果你是福祿猴的設計師，你會怎麼作呢？

操作手段 B:我覺得可能要簡化...就像我剛剛說的**顏色太亂，把它簡化**，然後...**臉部可以再有表情一點**，或許把醜比頭的臉合上去都比較好看

A:哈哈，我覺得那就會很有討論性了，你覺得醜比頭算是很多人喜歡嗎？

B:不多。

A:就小眾對吧，那你覺得它為什麼吸引你，除了剛剛提到的？

定義與認同 B:**就很舒服...很療癒。**

A:療愈...這個就很有趣了，所以你會覺得看了心情會變好嗎？

B:就是當心情很煩，看到它就會很開心

A:你會拿起來扁它嗎？

B:不會(笑)，就只要看就好。

A:所以你現在電腦桌上有放這個？

B:有啊，公司桌上都有。

A:別和同事不會覺得你怪怪的？

B:會啊。

A:如果叫你設計一個像醜比頭那樣的**角色**，你會怎麼進行？

操作手段 B:水果吧，他們好像都是植物，**我會從水果的特徵開始進行，選一種，把它的特色先畫出來，再加上醜臉。**

A:你會考慮加故事嗎？

B:恩...**如果是比賽的話，都是要寫故事的。**

---