

國立臺灣大學社會科學院新聞研究所



碩士論文

Graduate Institute of Journalism

College of Social Sciences

National Taiwan University

Master Thesis

線上出版相片書與美感生活

Photobook Publishing as Everyday Life Aesthetics

林芷揚

Chih-yang Lin

指導教授：谷玲玲 博士

Advisor: Lin-lin Ku, Ph.D.

中華民國 103 年 6 月

June 2014

摘要



當今社會美感意識抬頭，生活風格雜誌相繼創刊，美感生活趨勢興起，強調追求日常生活中的個人幸福感。美感生活是一種人人皆可達成的生活態度，已經跳脫過去以消費文化為主的品味追求，因此本研究以個人在日常生活中的美感創作「相片書」為研究對象，探討大眾創造美感和體驗美感的過程。

本研究以深度訪談法訪問 22 位具有美感意識的相片書創作者，了解其創作相片書的審美過程、從中獲得的美感體驗以及從相片書延伸出的美感生活樣貌。另外，在數位時代的今天，攝影與相片的本質已有轉變，而結合數位技術的「新科技」與印刷紙本的「舊科技」而成的相片書也企圖改變大眾利用相片的行為，因此本研究也從科技角度檢視相片書的文化意義。

研究發現，第一，相片書是活化記憶的媒介，人們透過相片書以說故事的方式訴說生命，相片和記憶都獲得再創造。第二，相片書重塑日常生活並展現另類的自我實現，大眾在數位相機、數位相片、修圖軟體、相片書編輯軟體等新科技共同影響之下，獲得更強的能力去重塑日常生活經驗，建構理想的生命故事。「真實」的意義已經改變，我們從新的真實中獲得滿足，也發展出新的自我概念。

第三，數位浪潮之下實體仍然無可取代，數位時代之下舊科技能夠以和新科技結合的方式佔有一席之地，而相片書的興起顯示實體、紙張、書本的情感價值無可取代。第四，達成自我實現就是實現美感生活，相片書的創作激發受訪者對生活意義的思考，加強對人生信念的認同，更加認識內在的自己，而越接近真正的自我就越有機會達成美感生活。

本研究期望啟發大眾對「美感生活」概念的理解，使人人都有追求美感生活的能力。同時，希望豐富傳播學界對美感和日常生活領域的研究，並藉由相片書啟發大眾對新科技影響之下自我概念的省思。

關鍵字：相片書、相片、攝影、美感、美感生活、審美

Abstract

Our society has put more emphasis on aesthetics since there are more and more magazines focusing on life style and everyday life aesthetics. How to chase and grasp the sense of happiness in everyday life has become an issue and an important living skill nowadays. Everyday life aesthetics is a positive attitude to life for everyone rather than a consuming culture focusing on taste. Therefore, this study takes photobooks as the objective to explore people's art work in everyday life in order to understand how people create and experience aesthetics.

The study interviews 22 people who have published photobooks and are conscious of aesthetics to understand how they create their photobooks, how to experience aesthetics and what everyday life aesthetics they have. On the other hand, this study also explores the photobook on the angle of technology in this digital era since the essence of photo and photography has changed, and photobooks itself involves new technology of digital technology and old technology of printing.

The study suggests four findings: first, photobooks activate our memory. People use photobooks as an agent to tell their life stories in a way that photos and memory are re-created. Second, photobooks re-write our original life experiences and thus a new reality is created and a new concept of self is developed. This comes from the effects of digital camera, digital photo and photobook editing tool.

Third, the old technology does not die even in this digital era because it combines with new technology and enables people to take advantage from both sides. Photobooks suggest physical items, papers and books, are still valuable. Finally, everyday aesthetics can be reached by self-actualization. In the process of creating photobooks, the interviewees develop their creativity, think more about the meaning of life, and strengthen their life goals so they achieve self-actualization, which enables people to experience everyday life aesthetics.

This study aims to inspire people to live in aesthetics and lead a life full of happiness. Also, the study provides a new angle for the academic community of communication to study people's everyday life. Finally, the study suggests the new concept of self in this digital era.

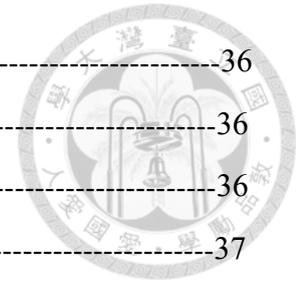
Keywords: photobook, photo, photography, everyday life aesthetics, aesthetics, sense of beauty

目錄



口試委員會審定書	i
中文摘要	ii
英文摘要	iii
目錄	iv
圖目錄	vi
表目錄	vii
第一章 緒論	1
第一節 研究動機與背景	1
第二節 研究目的與重要性	3
第二章 文獻探討與研究問題	5
第一節 攝影、相片、相片書	5
一、攝影	5
二、相片	9
三、數位時代的攝影與相片	12
四、相片書	15
第二節 審美特徵與作用	18
一、審美的四大特徵	18
二、美的四大作用	21
第三節 美感生活	24
一、藝術與日常生活	25
二、美感生活	26
第四節 小節與研究問題	30
第三章 研究方法	32
第一節 取樣	32
一、取樣方式	32
二、樣本條件	32
三、受訪者資料	34

第二節 資料蒐集-----	36
一、訪談流程-----	36
二、訪談大綱-----	36
第三節 資料分析方法-----	37
第四章 研究結果-----	38
第一節 為什麼線上出版相片書？-----	38
一、出版動機-----	38
二、相片書的魅力-----	41
第二節 如何創作獨一無二的相片書？-----	46
一、整體風格-----	46
二、相片風格-----	50
第三節 創作相片書的美感體驗-----	56
一、創作相片書的情感體驗-----	57
二、新科技如何影響相片書創作-----	61
第四節 美感生活-----	64
一、美的定義-----	65
二、美感生活-----	67
三、相片書與美感生活-----	74
第五章 結果討論-----	76
第一節 結果討論與重要性-----	76
一、結果討論-----	76
二、結果重要性-----	81
第二節 研究限制與建議-----	81
參考書目-----	84
附錄-----	88



圖目錄



圖 4-1 相片擺放位置圖	-----	54
圖 4-2 相片擺放位置圖	-----	54
圖 4-3 相片擺放位置圖	-----	55
圖 4-4 相片擺放位置圖	-----	55

表目錄



表 3-1 受訪者基本資料-----35



第一章 緒論

第一節 研究動機與背景

研究者於碩二前往愛爾蘭擔任交換學生一學期，學期結束後在歐洲自助旅行兩個月，半年來累積大量相片，需要一種妥善整理相片的方法。於是，研究者在網路上搜尋到多間「相片書」製作公司，強調數位相片應該輸出成實體，而不是只儲存在電腦中。不過，這裡的輸出並不是傳統的沖洗相片，而是透過相片書製作公司提供的編輯軟體將數位相片依據「書」的形式排版與美編之後，再印刷成一本相簿。以書籍的方式製作、印刷而成的新式相簿，就是「相片書」。

「相片書」是因應數位相片的新產品，也是透過網路發展而來的新服務。各家出版公司多將這種新式相簿稱為「相片書」或「照片書」，少部分稱為「印刷書」、「個人書」。相片書的興起企圖改變數位相機普及之後，大眾只將相片儲存於電腦中的習慣，並且以油墨印刷取代藥水沖洗的方式輸出相片。相片書可以說是傳統相簿的「升級版」，因為它保留傳統相簿便於翻閱和攜帶的功能，卻以更便捷的方式賦予大眾創作的自由，也就是可以在相簿中加上文字紀錄和美術編輯，並且以更輕薄、精緻的書籍形式呈現。

研究者自歐洲返國後把與家人同遊歐洲的相片製成一本旅行相片書，過程中發相片書能滿足製作者建構自己專屬世界的欲望和成就感。而且，這個世界不是網路相簿、部落格或社群網站的網路虛擬空間，而是摸得到的、有存在感的一本「書」。此時，寫書、出書的權利也不再專屬於職業作家，而是普羅大眾也可企及的夢想。據此，研究者認為相片書不只是升級版的相簿，還是能夠實現某種生活理想的媒介，因而對相片書的文化意義產生好奇心與研究動力。

回顧交換學生時期，愛好「美的事物」的研究者享有日常生活的高度自主權，得以時常研究餐食的擺盤、房間的佈置等等。旅行歐洲期間瀏覽大量風景、建築、藝術品的經驗則強化了研究者對美感的敏銳度，並學習以攝影紀錄事物最美的面

貌。這是研究者第一次如此用心與認真看待「照相」這件事，開始重視取景、光線對相片的影響，開始研究如何拍出美的相片。



製作「相片書」時，則發現大量的數位影像不只帶領研究者回到歐洲生活，對相片的迷戀甚至構築了研究者心中的理想生活，彷彿以相片書將這些代表理想的相片輸出後，就可以證明研究者人生的美好。據此，研究者認為生活相片是延續美感和營造美感的重要媒介，決定以「美感生活」的角度檢視相片如何替人們帶來美感，而相片書又如何幫助人們實踐美感生活。

研究者從自身經驗發現「美感」是一般人日常生活中都有的體驗，是一種人人皆可實踐的生活哲學。其實，民間早已興起一股「美」的浪潮，市面上各種強調設計、美感的商品層出不窮，廣告商通常以「生活美學」一詞包裝商品，強調美感的價值。

2004年，《天下》雜誌以「生活美學戰，精緻開打」一文指出影響消費者購買商品的關鍵是「美」，並引用卡希納家飾總經理林憲能的話說，消費者要的是「設計者的智慧」。2005年，《數位時代》在「探索台灣瘋狂美學現象與新消費社會美學的經濟」一文中，指出生活美學商品大量出現，台灣已經進入美學經濟體的社會。日立（HITACHI）家電社長香月隆志表示，好的家電能為消費者帶來更有美學品味的生活，該公司2014年在台推出的System α智能冰箱就強調其簡潔俐落的全平面設計是一種美學氣度。

企業重視產品的「美」是為了創造利潤，恰恰反映出今天的消費者活在日益美學化的時代，需要的是經過美感設計的商品。現代人的日常生活充滿各種美感經驗，正是因為文化經濟不斷供給這些經過設計、具備美感性質的貨品或服務，美的事物已經是現代人日常生活的基本環境（劉維公，2001a）。

除了商品本身，社會大眾對有美感的生活環境和生活態度也日益重視。居家用品品牌生活工場（Working House）和特力和樂（HOLA）都以提倡居家生活美



學為經營理念，認為採用美學商品的目的是在於創造美好的居家環境。我國文化部也發起「台灣生活美學運動」，透過開辦藝術展覽、出版生活美學刊物、設立文創園區、美化城市空間等方式培養社會的美感意識。蕭新煌和劉維公（2001）就指出，美的事物不但已是現代生活情境的基本要素，運用美感過生活還是適應現代社會的一種技能。

當今社會美感意識抬頭，民眾對生活品質的要求提升，近年來生活風格雜誌相繼創刊的現象就可以證明此趨勢。譬如，2013年創刊的《STARS 生活美學誌》由不同角度思考「美」如何影響我們的日常生活，帶領讀者學習建立屬於自己的美。2012年創刊的《小日子享生活誌》的目標讀者是追求簡單、美好生活的民眾。2011年創刊的《Sense 好感》的理念則是「有風格的堅持，有態度的生活」，旨在觀察剖析各種生活美學。據此，我們發現日常生活就是實踐美感的最佳場域，而經營美感生活的目的在於感受幸福。

隨著美感環境的改善，我們有更多機會體驗生活中的美，也有更多條件創造屬於自己的美感，這就是劉維公（2001b）所說「以美的生命作為志趣」的大眾現象。

第二節 研究目的與重要性

由上一節的背景我們知道，現今社會對於美感的重視已從商品消費擴展至生活態度，大眾對「美」的要求已經不侷限在商品的選擇，自身的生活環境和生活方式是人們更關心的課題。因此，本研究順應社會趨勢，聚焦在個人美感經驗和生活哲學的探究，從日常生活中唾手可得並且與大眾息息相關的相片出發，以美感生活概念檢視人們製作相片書的過程以及他們的日常生活樣貌，了解大眾如何透過相片書實踐美感生活。

所謂「實踐」可分為創造與體驗兩部分，本研究將製作相片書視為一種低門檻的創作活動，探討人們如何發揮審美能力，創作代表自己人生印記的相片書。

同時，也探討大眾在創作相片書的過程中體驗到哪些美感，而他們又如何將美感體現在生活中，創造屬於自己的美感生活。



目前學術界以美感生活為主題的研究多以消費文化和公共環境的影響為主。然而，美感生活並非地位與品味的象徵，而是一種人人皆可達成的生活態度，帶有積極主動的意涵。另外，現今社會大眾，尤其是年輕一代特別重視個人理想生活的經營。因此，本研究跳脫消費文化以及大環境影響的窠臼，從日常生活的角度切入，了解相片和相片書的文化意涵。

另一方面，順應現今數位時代而生的各種新科技產品不勝枚舉，相片書雖然只是因應數位相片的眾多產品之一，但其特別之處在於相片書的產製過程結合舊科技（紙本書）與新科技，並非純然的新科技產品。在數位科技當道的今天，相片書卻以紙本的型態出現，企圖在數位時代佔有一席之地，本研究將針對新、舊科技如何對話提出討論。

最後，數位時代之下，數位攝影和數位相片的意義已經不同於傳統攝影和實體相片，大眾拍照和利用相片的方式也大不相同，故新科技如何影響相片書的產製

總結以上論述，本研究的重要性有三：

1. 豐富傳播學界的研究主題，延伸傳播研究觸角
2. 增加大眾對新、舊科技兩者互動關係的了解
3. 增加大眾對數位科技如何影響攝影的認識

根據以上論述，本研究的三大研究目的如下：

1. 透過創作相片書，了解大眾創造與體驗美感的方式
2. 透過創作相片書，了解大眾的美感生活樣貌
3. 透過創作相片書，討論新科技對相片書創作的影響

第二章 文獻探討與研究問題



「相片書」是一種兼具創造與體驗美感的媒介，使用者可以透過編輯相片書的過程發揮創造力，展現其對「美」的認知與想像，並從中獲得美感體驗。因此，本研究將相片書視為一種創作，並稱呼創作相片書的人為「創作者」，以符合研究取徑。

本章共分為四節，第一節「攝影、相片、相片書」首先討論傳統攝影和相片的本質，再探討數位科技如何改變攝影和相片的意義，最後說明相片書的兩個特質。第二節「審美經驗與作用」論述審美活動的四大特性和美的四大作用以描述相片書創作與審美之間的關聯。第三節「美感生活」討論其概念的發展與內涵，指出人人皆可以美感的態度經營生活。最後，第四節總結以上文獻架構，提出三個研究問題。

第一節 攝影、相片、相片書

相片書以編輯軟體將數位相片與紙本相結合，成為一種美感創造與體驗的媒介。本節分為四個部分，前兩個部分分別闡述攝影和相片的本質，第三部分論述攝影和相片在數位時代的變化與發展，第四部份則說明相片書結合新、舊科技的意義以及透過組合相片使相片獲得新生命的方式。

一、攝影

十九世紀中期開始，相機的發明改變了人們「看」東西的方式與態度。我們不只是單純地「多了一隻眼睛」，因為透過相機看見的世界和透過肉眼是不一樣的（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。

攝影技術改變人們對於「時間」的概念，透過照片，我們在同一個物體上發現「過去」景物的定格以及觀看這個定格的「現在」。羅蘭巴特（Roland Barthes）（1980／許綺玲譯，1997）指出，照片中總是有個東西曾經出現在那裡，並且包

含真實與過去兩種立場，這是照片最迷人之處，這個概念就是「此曾在」(that has been)。以感官知覺而言，照片是假的，因為事物已經不復存在，但是就時間而言它又是真的，因為它確實曾經存在。



章光和(2005)進一步解釋，「此曾在」的特質使巴特將攝影看作一種傷口，包含悲愴與狂喜。照片中曾經存在的事物既真實又模糊，既親近又遙遠；看著照片我們感到無法掌握那已逝的過去，但是又清楚明確的知道那個過去絕對真實。

「此曾在」的特性是其他傳播媒體所沒有的，因此，巴特(1980／許綺玲譯，1997)認為照片是一種與真實擦身而過，也是與真實略有涉獵的影像，帶有瘋狂的氣質。

正因為巴特以「我看見，我感覺，故我注意，我觀察，我思考」的個人情感角度看待照片，他提出了「奇遇」和「驚奇」的概念。巴特(1980／許綺玲譯，1997)認為所有照片都是偶然的，我們在按下快門的那一霎那無法控制究竟會拍下哪一個時間切片，而眾多照片中也只有特定幾張會引起我們的興趣。那種使我們與某張照片產生共鳴而散發出的吸引力就稱之為「奇遇」。

如果以1／125秒的速度來拍攝一個事件，攝影者只能從125個時間切片中抓住一個成為事件的總結，若再考量拍攝角度的影響，我們就可以發現攝影本身就是一種奇遇(章光和，2005)。

至於「驚奇」則是指透過照片揭露出事物原本隱藏的部分，也是人們特別好奇的部分，譬如表現奇特和揭發隱私等等(羅蘭巴特，1980／許綺玲譯，1997；章光和，2005)。

巴特(1980／許綺玲譯，1997)將攝影的重點放在其對於時間的確證能力，指出攝影是魔術而非藝術，意即攝影不是真實的複製，而是過去真實的散發物。李昱宏(2013)也指出，攝影裡的真實只有時間上的意義，攝影提供的是再現，而這個再現已經比真實更為真實。

Sontag (1977/黃荻翰譯, 1997) 也認為攝影並非真實的複製品, 反而帶有超現實的特質, 因為照片會散發出從過去時光傳來訊息的感人力量。紀錄過去事物的照片經過時間的距離感效應之後, 超現實性質不證自明, 攝影的影像是另一個真實 (章光和, 2005)。

Sontag (1977/黃荻翰譯, 1997) 指出, 我們將看見的每樣事物都拍攝下來, 這種「攝影之眼」的貪慾教導我們一種新的視覺符碼 (visual code), 同時改變我們對於「什麼是值得觀看的」或者「什麼是我們有權利去觀察的」的想法。

拍照使攝影者擁有專斷權去侵略或忽視周遭的事物, 使經驗本身轉化為一種「看」的方法 (a way of seeing), 這是一種「攝影式的觀看活動」(photographic seeing)。最後, 擁有某一經驗變得和拍一張相關照片完全一樣。同時, 攝影將被拍攝的人或物據為己有, 這個行為含有掠奪的意義, 我們把他人變成可以象徵性擁有的物體 (Sontag, 1977/黃荻翰譯, 1997)。Beloff (1985) 和麥克魯漢 (McLuhan) (1964/鄭明萱譯, 2006) 都指出, 攝影將明星和偶像等名人變成一個可以用錢購買因而得以觸及的夢。

Sontag (1977/黃荻翰譯, 1997) 指出, 攝影是一種證實經驗的方法, 但也是一種拒絕經驗的方法, 因為經驗已經被限制為一種「適合拍照的搜尋」, 以及將經驗轉化成一個影像或紀念品。在中產階級的日常生活中, 攝影就是這些閒逛者眼睛的延伸, 都市的景物成了攜帶相機的城市獵人所追蹤、獵捕的戰利品。這些巡弋都市的攝影者變成優游於情慾風景的「窺淫僻」漫遊者, 出神的鑑賞並且享受著守望的愉悅。

另外, 攝影幫助我們佔有我們無法倚靠的空間, 相機這個幻想機器賦予人們將自己正在經驗的事情成為事實的權力, 使我們沉溺在某種環境之中。旅行就是一種照片收集的策略, 拍照成為撫慰「無法認清自身與環境關係」的活動 (Sontag, 1977/黃荻翰譯, 1997)。李昱宏 (2013) 也指出, 攝影提供虛擬世界, 人們透過攝影沉溺其中。觀光客旅行的時候, 攝影成為一種凝視, 證明自己在某時某地曾

經與日常生活隔離開來。



我們在旅行途中蒐集影像和世界，將征戰各地的影像戰利品據為己有，張貼在社群網站或部落格中以交換資訊或炫耀自己（郭力昕，2013）。李昱宏（2013）也指出，若缺乏攝影，旅行將成夢幻泡影；攝影的存在使旅行成為一種儀式，人們從觀看攝影當中獲得滿足，從旅遊照片的凝視中感到歡愉。

時間的變遷使得「過去」成為最超現實的主題，人們在逐漸消逝的事物中看見一種新的美。現在，只要我們看見某個美的東西而沒有將它拍攝下來，就覺得遺憾。攝影將世界變成百貨公司或是沒有牆的博物館，各種主題都變成一種消費物，成為美學欣賞的對象。相機扮演了美化世界的重要角色，導致照片本身（反而不是世界）成為美的標準（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。

Sontag（1977／黃翰荻譯，1997）認為攝影具有一種悽惻感人的力量，那就是美。而我們在拍照的歡樂中可以獲得對美的渴望。「美」不是任何東西與生俱來的，而是必須透過另一種「看」的方式去發掘。

相機的眼睛善於在平凡和醜陋的事物理發現美，工廠和巷弄可以看起來像田園風光一樣美麗。日常生活的美—譬如一片葉子或是一隻手，只有透過相機才能揭露。相機使人們變成「現實」的觀光客，而所謂現實是那些迷人的、可以被攫握的比較重要的東西。現在，生活中所有的題材都值得被「攝影式的觀看」，相機使熟悉的事物變得奇特，那些平凡無趣、從不被人注意的事物最能彰顯相機的「看的能力」（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。

相機從一個普通機械發展出每個人判斷「重要、有趣、美」的可能性，而這種可能性就形成一張照片，「現實的美學化」使任何照片都有機會成為藝術。在這個背景下，我們對於世事無常的憂鬱感受也變得更加敏銳（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。

過去，機關槍式的攝影方法被認為無法得到嚴肅的成果，攝影者應該是在底片感光的那一刻就已經知道好照片的面貌了（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。美國攝影家 Weston 就說，攝影者先在心中醞釀圖像，接著在他最清楚了解且感覺最強烈的一瞬間按下快門，透過相機觀看一般地製造出該圖像（Rothstein, 1986／李文吉譯，2004）。章光和（2005）也指出，使用老相機的老攝影家在相機的操作上需要較長的時間醞釀，因此比較會思考與等待。

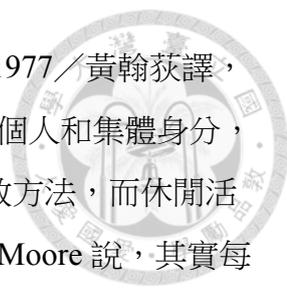
我們無法據有現實，卻可以佔據影像。拍照是一種將對象世界據為己有的技術，也是個體的「唯我」的表達。因此，一張好照片必須是攝影者在最深的意識裡對拍攝對象的全然表達，而這也是他對生命感觸的真正表達（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。李昱宏（2013）對此也有類似的看法，他將攝影師視為駕馭時間的詩人，認為他們能夠從綿延不斷的時間流中擷取某個對他們而言有意義的片段，取出一個凝結的瞬間，將他們對生命的解釋投射在那個瞬間之上，完成他們的生命意志。

二、相片

攝影既然是從時間之流中擷取出片段，那麼相片就是簡潔的時間切片，每張相片都靜靜地享有那一瞬間的特權。它是往事的遺物、過去的痕跡、事物的佐證、對世界的評價，也是情感哀傷的對象（Berger, 1980／劉惠媛譯，1998；Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。

相片雖然可能扭曲事實，但當我們懷疑所聽聞的事物時，相片的出現似乎可以消除大半疑慮。另外，事件結束之後，相片仍然以某種不朽和重要性存在著，它把當下隨即解散、改變的人事物聚集在一起，使我們曾經經歷的事情成為事實。如今，每個人都沉溺在以相片去確定現實和強化經驗的消費之中，而包含旅遊、婚禮、兒童成長等主題的家庭相片是最典型的例子（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。

每個家庭都透過相片紀錄下家庭成員和家庭生活的重要時刻，攝影成為一種



家庭生活儀式，使重要時刻莊嚴化、儀式化、永恆化（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997；郭力昕，1998）。相片和回憶的關係在家庭敘事上包含了個人和集體身分，尤其相機的普及提供家庭生活一種描繪自我和生產象徵性的有效方法，而休閒活動的興盛也協助建立理想的家庭認同（Lister, 1995）。英國作家 Moore 說，其實每個人在拍攝家庭相片的時候，腦中早已有一個家庭影像的理想版本，拍照的時候就自動扮演成那個理想面貌（郭力昕，1998）。

於是，我們不斷拍攝類似的家庭生活相片，永遠只表現出美滿、快樂的一面，使家庭相簿如迪士尼樂園一般，呈現出無菌、單純的歡樂世界。這種生活照的功能類似好萊塢喜劇，人們從中取得短暫的感動、歡笑、補償，獲得暫時的勇氣繼續面對現實生活。我們似乎永遠需要透過相片去證實歡笑的存在以獲取安慰與安心（郭力昕，1998）。在此，相片不只是過去的紀錄，上述的選擇性記憶和相機前的表演顯示相片作為證據的性質更加明顯（郭力昕，2013）。

選擇過的真實使相片提供的回憶證明比較接近劇照一般的「生活亮點」，而非完整的記憶本身（郭力昕，2013）。例如，（台灣的）婚紗攝影模式已經變成為了博取親友的羨慕與認可，新人們以最「正確」而愉悅的表情和造型展現在鏡頭之前（郭力昕，1998）。婚紗攝影以各種幸福快樂的劇本替新人捏造所謂幸福的紀念，新人們更是全力配合演出，以事先「補償」婚後可能不再出現的故事或感覺。

華人的生活攝影文化反映出我們怯於面對生活的沉重與複雜，即便是儲存生活美好的影像記憶也展現了高度的交易性質（郭力昕，2013）。章光和（2005）認為大眾將攝影看成記憶的憑證，因此「此曾在」的本質使人們將相片與現實畫上等號，相信相片可以帶我們回到真實與記憶當中。

相片中的真實是以攝影方式觀看這個世界而得的真實，相片不只提供「那裡有什麼事物存在」的證明，更重要的是攝影者看見了什麼，因此它是一種對世界的評價（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。李昱宏（2013）也指出，攝影師展現的是一種個人的主觀意識，因此攝影是一面鏡子，攝影師反映他自己的視界，而非

多數人誤以為的世界。而相片吸引人的地方就在於它為我們提供某種對於世界的鑑賞關係，我們透過相機對現實的收割而發現了自己（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。

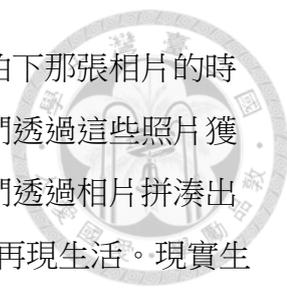


在情感方面，Sontag（1977／黃翰荻譯，1997）指出，相片這個冰凍的時間切片為時間無情的消逝作證，透過盯住過去時光的悽惻感人的力量，使過去變成關注的對象。大部分被拍攝的景物只是因為被拍成照片而沾染動人心弦的力量，一個古怪的主題可能因為攝影家的注意而顯得莊嚴感人，一個美麗的主題也可能因為衰敗而成為哀鳴的對象，就像相片變舊了反而更有韻味一樣。因此，相片有像增添了鄉愁，是一種輓歌藝術。

章光和（2005）指出，拍照的當下，人們已經思考了過去、現在、未來等複雜的時空因素，而將期望寄放在一張相片裡。相片代表對時間的主動掌握，也提供了一種超越時間經驗的永恆。而當我們觀看相片時，是以一種回憶的相信情感來認同其中的一切，這就是巴特「此曾在」的感覺。

同時，只要能迎合自己體認的「真正完全的相片」，這個「此曾在」就變成「此即是」而令人瘋狂（章光和，2005）。雖然相片不是真正的複製真實，但它仍然提供我們關於過去、現在和未來的「擁有」。我們可以透過一張相片而替代性的擁有某一珍愛的人事物，而這股憂鬱美感隨著時間日益加深，最後，時間把相片安放在藝術的水平上（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。

總結攝影和相片的本質，我們發現攝影彰顯了日常生活中的各種美感經驗，包含視覺的美觀、情緒的懷舊、心靈的救贖和生活的再現。視覺上，我們帶著相機在無牆的博物館漫遊，透過「攝影式的觀看」將景物以不同於現實的方式攫取下來，賦予其在鏡頭之下的美觀，接著我們鑑賞並守望著這些戰利品，將之視為視覺美感的欣賞對象。情緒上，「此曾在」的概念讓我們誤以為掌握了那虛無飄渺的過去、現在與未來，對世事的憂鬱更加敏銳。身為輓歌藝術的相片展現它冰凍過去時光的那股悽惻感人的力量，增添了鄉愁，引發我們懷舊的感觸。



心靈上，相片提供我們一種佔有現實的方法，當我們決定拍下那張相片的時候，正是對生命感觸的全然表達，是一種「唯我」的表達。我們透過這些照片獲得心靈的自由，在時間不復返的無奈中得到救贖。生活上，我們透過相片拼湊出理想的生活樣貌，展現「生活亮點」，排除現實中的負面經驗，再現生活。現實生活中無法事事如意，但透過相片的運用，我們可以在一定程度上重塑過去的記憶，使之接近理想。

攝影透過以上四個面向造就日常生活中的美感經驗，而這些經驗都是美感生活的一部分，就看我們如何利用。相片書就是利用攝影再現生活的一種媒介，我們透過相片編排創造視覺美感，也在過程中獲得懷舊或救贖的體驗。不過，相片書不同於展示相片的攝影集，而是圖文並茂的生活故事，文字才能詮釋相片的意義。

任何一張相片都有多重意義，它是對懷疑和幻想的無盡邀請，本身無法解釋任何事情。相片是我們的意識（consciousness）想要獲得某樣東西時所捕捉下來的經驗，它否定了連續性和互繫性的世界觀，為每一瞬間都賦予神秘性（Sontag, 1977／黃翰荻譯，1997）。

因此，相片的意義並非不證自明的，而是必須透過文字引導，必須依附在某個脈絡裡才有意義（章光和，2005）。班雅明（1968／許綺玲譯，1999）也指出，圖說文字將生命情境「文字化」，攝影建構才會明確。

另外，Beloff（1985）指出，我們透過相機觀看的時候並不是單純的看，而是在觀看的訊息中摻雜了目的、需求與期盼，對身旁事物選擇性的參與，其實是透過有色眼鏡看世界。

三、數位時代的攝影與相片

麥克魯漢（1964／鄭明萱譯，2006）指出，任何科技的「訊息」都在於它為人類事物的規模、速度、型態所帶來的變化。今天的攝影和過去最大的不同是數



位相機和數位照片的出現，改變了我們拍照和處理相片的邏輯與態度。

數位相機不用底片、可無限拍攝、可自動對焦、隨拍隨看的特性在規模上製造了數倍於以往的相片；速度上縮減了拍下這張相片與下一張相片之間的時間，加快了相片的產製速度，「成像過程具連續性」（章光和，2006）則讓拍攝與顯像成為一氣呵成的連續動作，獲取相片的速度大為提升；型態上，我們的拍照習慣從「想好再拍」、「省著底片拍」轉變為「想拍就拍」、「拍不好再刪除即可」，攝影變成一種全民運動，態度是輕鬆的、隨興的，行為是浪費的、不嚴肅的。

張美陵（2010）就以「大眾化、瑣碎平常、普遍存在於日常生活」來描述生活中的數位攝影。人們不再像傳統攝影一樣長時間等待值得拍攝的目標或慎重選擇拍攝對象，現今有許多數位相片都是隨意構圖、背光、隨機框取生活的某個片段，任何微不足道的角落和小事物都給予特別關注，彷彿人生處處充滿驚奇。隨機和偶發就是數位攝影的基本特性，因此數位相片很容易透露出對平凡生活的詩意想像與駁雜的趣味。

手拿數位相機的我們依然以「攝影式的觀看」四處拍照，消費無牆博物館裡的每個主題；我們拍照依然是為了顯示「此曾在」，以自己的有色眼鏡鑑賞世界；我們依舊著迷於相片連接過去、現在、未來的浪漫性質，體會它的憂鬱美感。但是，我們透過相機觀看生命的方式變了。

我們對世事無常的傷感更加敏銳，因此自認為的「重要時刻」大幅增加。況且，既然拍照變得如此容易又廉價，怎能不好好把握這易逝的生命？於是，我們貪婪地攫取每一樣東西、每一秒鐘，極欲把眼前的一切以高性能的數位相機全部奪取下來。

拍照之後，數位相片增加了相片的利用方式，我們不只可以在紙本（包含相紙、報章雜誌、廣告媒體等）上觀賞它，還可以在電子媒體（電腦、手機、平板電腦等）上擁有它。此時，影像無所不在的程度比以往更甚，我們可以只拍下一



張相片，彈指之間就在四面八方看見它的多方存在。

容易擁有之外，數位相片也容易改造。無論是數位相機在拍照當時的功能設定（如美肌功能），還是修圖軟體事後對數位相片的修改和補救，美白、修容、明暗、對比、拼貼、裝飾等改造變得輕而易舉。這就是章光和（2006）所說數位攝影「可以無中生有」以及「不用照單全收」的特性。Freeman（2007／吳光亞譯，2009）認為數位攝影所帶來最重大的改變就是後製，因為後製可以消除或更改相機特有的圖形要素，從而改變攝影的語法。

網路上就有一個流行詞彙，將面容和身材修飾後方才公諸於世的人像照片戲稱為「照騙」。如今，熱愛拍照的我們不需要專業技能就可以擁有心目中的理想相片，而且不必受制於相機性能和相片沖印店老闆的沖洗技術，擁有改造的自由和製造意義的主權。在某種程度上，「照騙」或許才是（今天的）「照片」。

對許多現代人而言，光鮮亮麗的相片比事實本身更重要，更有意義（Rothstein, 1986／李文吉譯，2004）。於是，「真實」的意義在數位時代有了轉變，圖像與真實的界定被打破，以前認為真實是正在發生，圖像是再現現實；現在圖像可以程式化的製造出真實，不一定要跟現實契合（蔡源煌，1996）。

生活相片之外，婚紗照和個人寫真更善於透過攝影製造一個有別於現實的現實，且主角對於後者的真實甘之如飴。因為，那些相片中的自己可能比現實中的自己更能成為自己理想中的真實存在，有些人甚至認為相片中的自己才是現實中的自己（章光和，2005）。

漸漸地，我們習慣了修飾過的影像才是相片，而在相機未經功能設定之下拍攝出來的影像，以及雖然在拍攝之前預先設定但未經修圖軟體再次美化的影像都只是創作的媒材。這種相片就像食物原料，經過不同的烹飪方式就會轉變為不同的成品。

因此，比之傳統相片，數位相片提供更多樣且便捷的拼湊、重組、再製的機會。我們不只將相片洗出來貼在牆壁上和放進相簿裡，還可以利用電腦軟體變幻出各種影片、電子相簿、相片書等等，數位相片賦予人們創作的自由和能力。相片再利用讓一張相片的功能和意義不會結束在修圖完成後，更不會終結在拍照完成的那一刻。

如今，我們的攝影模式就是對同一景物拍攝大量相片，再從大量收穫中挑選滿意的片段，即一個事件中的精華，然後以各種修圖方式生產一件有資格上傳到社群網站或部落格展示的「作品」。郭力昕（1998）認為，生活相片應該是具有私密性的個人經驗的捕捉與收藏，原本並不預期要展示給眾多外人觀看。但是，數位相機和數位相片的特性讓我們樂於分享「生活作品」。

張美陵（2010）也指出，將數位相片上傳到網路空間是私密生活的公開展示和遠距的親密感分享，數位攝影的社會使用方式與精神已經和傳統大不相同。相片比之過去，建構個人形象和生活幻象的能力更加強大，是一種主觀的影像創造（章光和，2006）。

至於將數位相片拼湊、重組成相片書的則是出版公司設計的編輯軟體，不過使用同一間出版公司的創作者所能編輯、美化的內容（包含版型、插圖、字形等樣式）都限定在相同範圍之內。從軟體有限的資源中做出選擇，再加上個人意義而產製自己的創作是數位時代常見的現象。van Dijk（2006）認為我們看似擁有很多選擇，其實都是在受到限制的固定框架內創作，創造力在一開始就已經受限。

四、相片書

（一）新、舊科技的交會

相片書的創作者必須藉由編輯軟體方能編輯相片書，但是完成作品並上傳至出版公司之後，卻必須透過印刷機器將虛擬的數位檔案印刷成一本實體書籍。在這個過程當中，網路和編輯軟體都屬於新科技，但是紙本書卻是由來已久的「舊科技」。

網路的出現加以近年來行動裝置的盛行，數位科技大行其道，全球的紙本媒體包含報紙、雜誌、書籍的銷售量都比二十世紀大幅減少，許多出版刊物也推出電子版本因應這股數位浪潮。



2007年上市的電子書閱讀器 Kindle 吸引眾人目光，美國雜誌編輯懷斯伯格 2009年在《新聞周刊》撰文表示，紙本書籍會步上報紙和雜誌的後塵，最後消失無蹤。曾擔任《紐約時報書評》編輯的麥克拉瑟甚至認為，書本將成為懷舊古董，功能僅是提醒我們以前的閱讀方式是這麼回事（Carr, 2010／王年愷譯，2012）。

就在世人普遍將出版業視為夕陽產業，並且不看好紙本書籍未來發展的情況下，「相片書」異軍突起，讓大眾重新感受紙張和書本的價值，並且喚醒我們普遍使用數位相機之前觀看照片的方式。

數位相機尚未普及之前，大眾使用底片相機拍照，並將相片插入傳統相簿的制式透明方格中。數位科技興起之後，不但每個家庭至少擁有一台數位相機，手機也普遍設有照相功能，大眾頌揚數位相片不占（實體）空間的特性，享受拋開厚重相簿的輕便，大多只在螢幕上觀看相片。

此時，「相片書」卻重拾過去被我們放棄的實體元素並以全新面貌示人。相片與展示媒介的發展因此可簡化為「底片相機＋傳統相簿→數位相機＋電腦→數位相機＋新式相簿（相片書）」。

由以上說明可知，儘管數位科技是目前最熱門的新科技，並不代表舊科技就會退出我們的生活舞台，它甚至還可以和新科技兼容並蓄，相片書就是最好的例子。麥克魯漢曾說「機器將大自然變成一類藝術」，指的是新技術的出現可能會將舊技術轉而放在供奉、欣賞的角度看待，不見得會埋葬舊技術，這個發展過程就是媒體效應四大律的「放大、淘汰、重拾、轉化」(Levinson, 1999／宋偉航譯，2000)。

科技技術和產品推陳出新，在不間斷的淘汰、代換、演變過程中，麥克魯漢

認為某一媒體一旦被新媒體取代之後，該媒體隱而未見的效應就會突然移到了聚光燈下供人們以不同的心態仔細檢視與欣賞。只有經過這種取代的過程，舊媒體的光芒才顯得耀眼（Levinson, 1999／宋偉航譯，2000）。



Levinson（1999／宋偉航譯，2000）以敞篷車為例，最初將汽車車頂掀開的原因是為了涼快，但 1960 年代開始許多汽車都裝有空調系統，敞篷車紛紛停產。而當敞篷車重新上市時已經帶有「藝術」目的—為了炫耀其特殊造型，顯得車主很「酷」（cool），而不是為了納涼。

因此，被取代的舊科技或許在功能上無法與新科技匹敵，但它成為藝術品之後的審美意義才正要開始，依然能夠抓住人們的目光。傳統相簿被數位科技「淘汰」，人們充分利用數位相片方便儲存、方便傳播、不占（實體）空間的特性，大多將相片儲存在電腦中，鮮少再沖洗實體相片。

數位攝影造成影像爆炸，大多數影像不再以紙本方式出現，改變了人們近距離觀看與珍惜玩賞相片的經驗，數位科技確實改變了觀看相片的身體與心理距離（張美陵，2010）。不過，時間一久，人們開始懷念將相片拿在手中的真實感和親切感，於是相片書「重拾」了傳統相簿的實體性質和翻閱功能，由書本和傳統相簿「轉化」而來。

此時，相片書不只是改良過的新式相簿，更帶有藝術色彩，讓我們體會數位時代之下紙張的珍貴。從觸感、油墨、版面設計、印刷，我們暫離各種數位產品，以欣賞藝術品的角度感受紙張的細緻、翻閱實體的感覺、書本的完整與親切。相片書帶有傳統相簿的懷舊美學，而紙張在數位時代更凸顯其「摸得到」的價值，因此相片書本身就有美學意義。

（二）相片的組合方式

相片書是一種將相片重新組合以傳達某個意念的媒介，它透過書本的形式和文字的配合將相片串聯起來，接近 Freeman（2007／吳光亞譯，2009）所謂的「圖

片故事」，而圖片故事是使相片獲得新生命的方式。



影像成群並置的時候會和個別展示大不相同，這會創造出一種新的影像，書籍裡的頁面成為新的視框，而書頁上的幾幅影像則成了相片元素。《時代—生活》叢書的《國家文庫》系列有很好的例子，以圖片搭配短文的方式介紹某個國家的某個特色，其呈現方式與相片書十分類似（Freeman, 2007／吳光亞譯，2009）。

章光和（2000）指出，最終呈現影像的媒介對影像的意義影響很大，相片一旦離開創作者原先構思的呈現方式，就會依照媒介傳播的方式來展現意義，進入另一個解讀機制。媒介的個性也會影響攝影意義，因為攝影是安置在符號系統如文字、圖像設計、意識形態的脈絡之中。就如巴特所言，攝影存在於「複雜並存的訊息」中心裡，譬如報紙的立場、標題、版面設計都會影響影像的閱讀。

Freeman（2007／吳光亞譯，2009）也指出，文字可以引導讀者的注意力，改變他們對影像的感受，透過圖文通力合作就可以提供一種圖文交織的敘事。這就是相片書的敘事模式，也是使相片和回憶活化的方式。Berger（1980／劉惠媛譯，1998）認為，將相片置入一個活的背景還中，相片就會繼續存留在時間裡，而不只是被捕捉下來的一瞬間；而文字和符號都可以替相片創造背景環境。

第二節 審美特徵與作用

本研究將相片書視為美感創造與體驗的媒介，而美的創造與體驗可通稱為審美活動，同時它也是美感生活的基礎。本節分為兩部分，第一部分以美的四大特徵說明審美活動如何運作，並配合每個特徵說明相片書創作的相應之處。第二部分則說明美的四大作用，以釐清「美」對於人類生活的意義還有經營美感生活的必要何在。

一、審美的四大特徵

每個人的審美需要和審美能力都不相同，但審美還是存有全人類共同性，也

就是超時代、超民族、超階級的一種審美心理結構（楊恩寰，1993）。以下採用楊恩寰（1993）結合康德對審美的哲學和心理學分析，總結出審美經驗的四個基本特徵，並配合相片書創作加以說明。



（一）審美具有無功利的情感愉悅性

審美經驗的愉快，不是因為對象的存在及其實用價值和目的滿足了個人的感性慾念，而是以其形式訴諸個人的審美能力，滿足其審美需要而產生，因而是無實用功利的（楊恩寰，1993）。不過，審美愉快還是含有功利性，指的是審美活動提供自由給個人，陶冶個人的性情，使人性全面發展，這才是審美的功利所在（楊恩寰，1993）。

以相片書而言，它帶給創作者的愉悅情感來自於它以書本的精美樣式、符合創作者審美趣味的美術設計、真情流露的文字、帶有特殊意義的相片等形式呈現某個生活事件，滿足了創作者回憶生活、宣洩情感、紀念人生等的審美需要。創作者不會因為相片書能夠賣錢而感到愉快，即使作品受他人讚美而獲得愉悅也不是創作相片書的目的。在這裡，創作相片書的功利目的是創作者得以跳脫繁瑣的日常生活，卸下應付現實世界的心防、堅強、理性等，輕鬆自在地投入相片書的創作和（完成後的）欣賞，進入回憶的情境，使情感與心靈得以自由翱翔。

（二）審美有無概念的理解普遍性

審美直覺和領悟是不假思索就會產生的，不需要經過概念的邏輯思考，但同時又包含概念的理解與認識。審美中的理解與認識是借助表象的記憶和想像而進行的思考，概念和邏輯思考溶解在想像裡，使想像的自由活躍受理解（思考）制約，因而審美雖不經概念仍不失理解的普遍性（楊恩寰，1993）。

創作和欣賞相片書的過程會獲取美感，並不是經過是非對錯、「因為…所以…」等概念性的思考，而是透過對於相片的記憶、想像以及相片書美術設計的欣賞來獲得理解與認識。此時產生的美感可能來自於一張和心愛家人同遊某景點的旅遊相片，因為這張相片而喚醒創作者對於該次旅遊的開心記憶，以及想像旅遊當時

所說的話、所做的事、所看的風景名勝。又或者，創作者看著自己設計的相片書，感受到符合自己喜好的編排而產生美感。審美的認知和思考已經溶解於以上的想像，因此不是受到概念的限制，而是想像在腦中自由馳騁的結果。



(三) 審美有無目的的形式合目的性

審美沒有特定目的，重要的是審美對象的形式；不過，形式又要符合人類審美能力及心理機能的協調活動，所以是合目的性的。在審美活動中，不要求審美對象必須符合功利欲求和實用目的，以這點而言，審美是無目的的。無目的性使得審美時常表現為非自覺性、非理性；又因為合目的性，所以又具有某種情感意味。形式成了有意味的形式，無目的成了合目的性，這正是一種自由的表現（楊恩寰，1993）。

創作和欣賞相片書的愉悅來自於相片書的精美樣式、符合創作者審美趣味的美術設計、真情流露的文字、帶有特殊意義的相片以及回憶本身帶來的自我成長，這些要素構成了創作者的審美經驗，而這個審美活動本身是沒有功利和實用目的的。不過，相片書這種審美形式滿足了創作者表現情感的心理活動，具有情感意味，因而產生了合目的性。據此，相片書的審美活動因為無目的性（不受限制）和合目的性（心靈機能協調發展）而造就了創作者的自由。

(四) 審美有無概念邏輯的情感邏輯

審美中的情感邏輯指的是形式（表象）與情感的必然關係。從欣賞方面看，審美對象的形式只要與個人的心理協調活動相對應，就能引起審美愉悅。換句話說，形式不需要透過概念邏輯就能引起審美愉快。從創造方面看，個人並不是根據概念邏輯而選擇、處理、組合審美對象的形式（表象），從而構成新的意象，而是按照情感邏輯來建構的。即使在過程中有想像和理解等概念邏輯的參與，也是依據情感來進行（楊恩寰，1993）。

欣賞自己創作的相片書，由於作品符合自己的審美形式，不需要任何概念和邏輯，相片書就會與創作者的心理活動相對應，引起審美愉悅。而在創作相片書

的過程中，創作者在挑選與編輯相片、添加插圖、編寫文字的過程中都是以情感邏輯來進行；一切以創作者的喜好與情緒選擇使用哪些相片、如何排版相片、在哪裡添加插圖美化版面、以文字表達哪些內心感受等等，並非使用概念邏輯來完成以上動作。



二、美的四大作用

審美活動不會在獲得美感之後就結束，還會對個人產生影響，在當下或累積至日後發揮美的作用，而這些美的「功效」正是成就美感生活的要素。本研究歸納出四種常見的「美的作用」如下。

（一）陶冶心性，使之向善

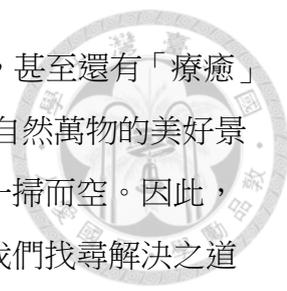
張華芸（天下編輯，2002）指出清末學者梁啟超和王國維都提倡美感教育，其中梁啟超主張將情感的美與善發揚光大，壓制邪惡與醜陋之事物，認為藝術是情感教育的最大利器。王國維不但視美育為教育核心之一，更指出欣賞美的事物能夠使人忘卻自身的利害，進入高尚純潔的境界。民初學者蔡元培也有類似看法，認為美可以激發善的行為，人們應該以美的對象為工具陶冶情感，將感情力量轉化為高尚行為。

以上學者的看法都是：美可以陶冶性情，提升心靈層次，使人向善。小山美秀子認為，人看到美的東西就會想起自己優美的心，因此美會帶來心靈之光，這同樣是人心向善的概念（天下編輯，2002）。

另外，周憲（2003）指出美有四大精神可以調和人生，其中的「和諧精神」就有助於彌合日常生活導致的分裂和矛盾，平衡人的理性和感性。因此，美不只可以帶來愉快與和平，還可以進一步淨化心靈，琢磨心性，提升情感層次，在性情和行為上都達到美好的境界。

（二）紓解與療癒

現代人的生活充滿各種壓力，日常生活充斥專業化和合理化，壓抑了人的意



志和個性（周憲，2003），而美是一種既簡單又有效的抒發管道，甚至還有「療癒」的效果。Ferrucci（2010／廖婉如譯，2011）就說，當人們看到自然萬物的美好景象，心中總會油然而升起一股安心、篤定的感受，憂慮便在此時一掃而空。因此，我們的困境和美密切相關，即便美不是問題的答案，也是幫助我們找尋解決之道的一大助力。

清末學者王國維也有相同的看法。他認為，在我們遭逢困境時，欣賞美的事物可以使心靈獲得解脫與救贖（天下編輯，2002）。周憲（2003）進一步指出，藝術充滿變化和情感，不受日常生活的直接需要所囿，因此可以擺脫生活的功利和要求，彌補生活的不足，提供新的生活形式。Marcuse 也說，藝術使人用內在的自由去對待外在的奴役，就是這個意思（王才勇，2000）。

除了擺脫壓抑，美還可以進一步帶領我們超越侷限，進入愉快的精神世界，舒展天性、情感和想像力；同時，美又能使人再度回到現實世界，以更高的美學視野重塑日常生活，提升生活品質（周憲，2003）。

美還有療癒功效，透過創造性表達活動而實現。上一節提到的高峰經驗都說明當人類獲得創意表達的深層滿足之後，那種圓滿時刻會讓人感到療癒與重生（Ferrucci, 2010／廖婉如譯，2011）。體驗了高峰經驗之後，我們很容易對天地、父母充滿感激之情，產生包容萬物的情緒。內心衝突減少之後比較不會跟自己過不去，較能夠安於自我、專心致志。

高峰經驗替我們帶來許多正面影響，人類學家和心理學家都證實高峰經驗可以消除部分精神官能症症狀，這代表高峰經驗的經歷是心靈轉變的契機。面對生命的單調與痛苦時，高峰經驗的美好也比較能讓我們相信生命仍然有其價值（Maslow, 1961／劉千美譯，1989）。

（三）自我實現

自我實現指的是個人的潛能和才能在發展過程中不斷被實現，邁向人格的統

一和凝聚，感受自己達到完善、圓滿、協調的境界，也使自我對他的內在本性有更充分的認識與認可（Maslow, 1961／劉千美譯，1989）。這個概念假定每個人都有一個真正的自我（real self），個人在社會化和生活適應的過程中隨時在實現潛能，使自己更接近真正的自我（郭為藩，1975）。

Ferrucci（2010／廖婉如譯，2011）提出的例子正可以解釋這個概念：有一位女子熱愛大自然，對瀑布情有獨鍾。某次他與丈夫度假時，遠遠看見一座瀑布便迫不及待的下車往前狂奔，直到雙腳踏入水中才安心的停了下來一連他都被自己無法控制的興奮所驚嚇。這個例子顯示：美的體驗盡在不言中，美帶領我們拋開社會制約、他人的評斷和期待、自身的恐懼和謀算，自由徜徉其中，幫助我們找到最真實、自由的自己。

美就是具有這種功能，可以促使我們瞬間拋開原本固守的人生哲學，啟動「另一部分的我」。靈光乍現的那一秒、一覺醒來想到好主意的那一瞬間、找到新的人生力量的那一刻，這些使我們更堅強、美好、睿智的部分都包含在內。美可以改變我們看待事情的方式以及增加活力（Ferrucci, 2010／廖婉如譯，2011）。

另外，上一節提到高峰經驗是人們最快樂、最興奮、最圓滿、最個體化的時刻，享有高峰經驗的同時就是享有自己的圓滿和完整，此時人們就達到了自我實現。水島惠一（1993）也指出，經歷熱中於自我興趣、遇到情投意合的戀人、埋首藝術領域、驚嘆大自然的美妙等美感經驗時，人們才能領略到枯燥的日常生活中無法感受到的精神抖擻的自我。因此，水島惠一（1993）認為當人們從身心束縛中解脫，並得以發揮潛能、抒發個性、改善生活方式的時候，就是自我實現的達成。

最後，馬斯洛的「需要層次理論」將可以為人類帶來深刻幸福體驗的「自我實現的需要」置於最上層，代表自我實現是身為人類最獨特且最能豐富心靈的經驗和願望，而其中就包含審美的需要（陳仲庚、張雨新，1990）。自我實現與審美關係密切，審美活動時常幫助人們達到自我實現，超越日常生活的乏味與平庸，

把人昇華到更高境界（周憲，2003）。



（四）促進人際關係

Ferrucci（2010／廖婉如譯，2011）指出，美時常出現在人的情感關係脈絡裡，這些關係會強化美，讓我們對美的事物更加明白且印象深刻；而美則會反過來豐富我們的情感關係，使之更活絡。Ferrucci（2010／廖婉如譯，2011）的例子是一位女子和朋友在河岸漫步，共同欣賞雲彩萬千的天空和波光粼粼的河水，女子感到兩人非常親近，覺得自己可以信賴對方。

美的分享是靈魂與靈魂之間的交流，也是信任的基礎。當兩個人共享某件絕美事物，例如一同登上陽明山，在耀眼陽光和沁涼微風下欣賞落英繽紛的櫻花花海，這種分享是美感的起點而不是結果。很多時候，有另一人在場陪伴，美感才得以發生，而情感關係就是美感的源頭（Ferrucci, 2010／廖婉如譯，2011）。

Ferrucci（2010／廖婉如譯，2011）指出，美可以輕易拉近兩個人的距離，是因為當我們在經歷審美活動的時候，不會設防、掩飾，而是用開放的心態呈現真實、坦然的一面。而人際互動的友善、溫暖和感恩會擴大美的感受，使美變得更強烈，甚至改造美，讓美顯得更耀眼。

黃王來（1999）與 Ferrucci（2010／廖婉如譯，2011）不約而同指出，美是人生的基本需要。美的重要性在於，它不是一味抵抗現實世界，反而提供人們一種更好地實踐日常生活的方式。以美的精神看待日常生活，就可以用美的觀點來認識自己、傾聽自己、改變自己、塑造自己（周憲，2003）。

第三節 美感生活

本節分為兩個部分，第一部分說明藝術如何從專業、孤傲的地位解放出來與生活結合，造成日常生活美學化，奠定美感生活的基礎。第二部分定義何謂「美感生活」，強調生活與美相互結合的關係。最後，指出美感生活的發展條件就是：

發現生活中的美，進而創造自己的美。



一、藝術與日常生活

歌德表示：「要想逃避這個世界，沒有比藝術更可靠的途徑；要想同世界結合，也沒有比藝術更可靠的途徑」（周憲，2003）。這句話點出了藝術對人生的重要性，也指出藝術的實用功能。

「藝術」時常給人高不可攀的感受，好似只有專業人士才能理解其奧秘。蕭新煌與劉維公（2001）就指出，過去的藝術活動與體驗通常只出現在特定空間，例如美術館，就是一個特別劃分、隔離出來的獨立空間。然而，今天的藝術已經廣泛出現在日常生活當中：街上有公共藝術裝置，捷運地下街的牆壁掛有畫作，誠品書店和星巴克咖啡館內雅致的裝潢和氣氛也不著痕跡地透露著藝術氣息。

將藝術帶入生活、融入人群，而不只存在於美術館或展覽室的這種改變，源自於二十世紀興起的後現代主義思潮。Featherstone（2007／趙偉姣譯，2009）和鄭祥福（1999）指出，後現代主義打破了藝術與日常生活、高級文化與大眾文化之間的界線，使文化進入一般人的生活。

於是，日常生活美學化的趨勢就此展開：一方面，藝術從孤傲的地位解放出來之後，便往工業設計和廣告領域流動；另一方面，前衛藝術如達達主義和後現代主義企圖證明任何日常生活的事物都能美學化，於是出現了普普藝術以日常生活商品做為藝術表現的現象（Featherstone, 2007／趙偉姣譯，2009）。

Featherstone（2007／趙偉姣譯，2009）還指出，許多藝術家開始放棄對精緻文化的堅持，藝術逐漸進入大眾消費文化，使得我們生活在商品、影像、都市、建築等事物都朝美學化發展的今天。這種日常生活美學化的現象混雜了設計、風格、藝術與流行時尚，藝術與生活的結合也造成美學商品的大量出現。

藝術大眾化之後，蕭新煌與劉維公（2001）所指的「生活加上藝術」便有了

可能，也就是「以美感過生活」的理念得以實現。二十世紀的德國藝術家 Beuys 主張人人都是藝術家，生活就是藝術創作的過程，人們應該用藝術家一般的意識來生活（陳廷晉，2011；陳姝嫻，2011）。



藝術既然已經融入一般人的日常生活，這裡指的「藝術」就不再是高級作品的代名詞，而是一種美感的表現，體現了「藝術生活化，生活藝術化」的生存狀態，即「美感生活」。

二、美感生活

本研究採用「美感生活」一詞替代「生活美學」，兩者意義相同，皆是以美感過生活的態度，強調在日常生活中發現美感，進而創造自己的美感，終極目標是在生活中時時感到幸福（陳姝嫻，2011；陳建銘，2011；郭芳玲，2011）。

一般學者多使用「生活美學」描述此概念，本研究引用文獻時亦保留原文以尊重原作者。但為避免讀者將之與指涉研究藝術學問的「美學」相互混淆，且本研究認為「美感」更能凸顯生活化的意涵，表達大眾在日常生活中對各種美的體驗，訪談時也較容易為受訪者理解和接受，故以「美感生活」一詞為主描述概念。

美感生活強調從日常生活的環境與經驗取材，以個人的主觀感受和獨立想法去體驗、體現生活中各種美的事物，不需要專業知識作為基礎。蔣勳（楊偉中編輯，2011）就指出，美學可以從生活的角度切入，不需要理論，可以體現在食、衣、住、行的日常生活中。只要回到日常生活本身，用聽覺、視覺、嗅覺等官能感受周遭一切事物，就會發現平凡生活當中無處不是美。漢寶德（郭芳玲，2011）也認為，生活是欣賞美的素材；而美是讓生活感受快樂的部分。

正因為美無所不在，我們在飲食、居住環境、大自然、歷史、情感等方面都可以發現美。游淑靜（2010）指出，喜歡喝茶的人邀請三五好友相聚品茗，桌上擺著三峽藍染或者使用鶯歌的陶瓷茶具，這就是「食」的生活美學。



林曼麗（1999）則指出，日本的餐廳會使用當季食材做料理，當客人享用這道料理的時候就是在享受一種生活美感，因為這種生活行為是將對自然的敬畏和同自然的融合濃縮到日常生活中。

環境方面，游淑靜（2010）指出，台灣的住家多為功能取向，建築物外牆布滿鐵門、鐵窗，甚至有許多人將鞋櫃、拖鞋等雜物堆在樓梯間，不但髒亂而且缺乏「住」的美感。若民眾能以盆栽裝飾窗台與陽台，並且不再將鞋櫃等雜物堆置公共空間，「住」的美學就出來了。

台北市民政局曾補助台北市民改善住家附近的鄰里公園，由民眾自發性地將公園建造得花團錦簇，草木修剪得乾淨整齊，一開門看見美麗的公園就賞心悅目（天下編輯，2002），這就是居住環境的美感。

大自然方面，龍應台（天下編輯，2002）指出「生活的美」來自兩個前提：一是人與自然的關係密切，二是生活方式與節奏中有寧靜的空間。龍應台指出台北市文化局在中秋節時於大佳河濱公園舉辦傳統戲曲演奏，讓民眾在草地上一邊聆聽音樂，一邊欣賞河中月影，就是要大家感受與大自然交心的生活之美。陳建明（2011）也主張，潛意識中對大自然的嚮往是人類的共通性，生活之美在於親近自然、師法自然、天人合一，這些觀念落實到生活中就是生活美學。

小山弘子（天下編輯，2002）也表示，美就是留意自己生活周遭，欣賞四季的變化。據此，與親近大自然相關的活動如戶外旅行、風景攝影、園藝等都是體現美感、創造理想生活情境而產生的美感生活。

歷史和情感方面，漢寶德認為台北市拆除許多舊有建築，小時候的記憶不復存在，台北就像座沒有記憶的城市；少了累積，美的事物便很難成形。Ferrucci（2010／廖婉如譯，2011）也指出，等待事物留下歲月滄桑便會散發獨特韻致，累積成為美。

另外，我們對人的記憶、關懷、感謝、懷念等這些生命當中留存下來的東西，也是美；而滿足、滿意、心弦觸動、人際互動、自我展現也都是美（天下編輯，2002；Ferrucci, 2010／廖婉如譯，2011）。



Ferrucci（2010／廖婉如譯，2011）指出，美無所不在而且唾手可得，不但在音樂、詩詞、面容裡，也在鐵鏽裡、凋零的花裡、老舊牆上的苔蘚裡，還在嚶嚶叫的青蛙合聲裡。其實，我們每天睜開雙眼就在接觸藝術，包含早上出門的穿著打扮、飲用的咖啡、選用的紙張、家裡的擺設等等都是藝術（黃王來，1999）。

林曼麗（1999）也表示，哪怕只是一個杯子、盤子，甚至用餐時的擺設都是一種美感，在意的人就會講究這種美感，並獲得愉悅與滿足。豐富的生活經驗和藝術，才能構成美感經驗，進而欣賞、創造，發展出認真的生活哲學（陳建銘，2011；郭芳玲，2010）。

「美」還和個人的深層滿足息息相關。Ferrucci（2010／廖婉如譯，2011）指出，美的體驗符合馬斯洛（Maslow）的高峰經驗（peak experience），都是發生在一個人全神貫注於自己所從事的活動，與之合而為一，產生一種充實而深刻的感受。這種圓滿的時刻，就是一種美。

高峰經驗指的是個人在生活中經驗到某些異常美好的事物之後，感覺個人與外在世界合而為一所留下的難忘且愉悅的經驗（黃光國，1990）。這種經驗讓個體感覺當下是最幸福、最圓滿的時刻，這些時刻可能是戀人的你儂我儂、父母的舐犢情深、徜徉於大自然的物我兩忘、從事藝術活動的渾然忘我等等（Maslow, 1961／劉千美譯，1989）。高峰經驗有如下三個特色與本研究相關：

（一）背景消失

當個體達到高峰經驗時，會進入一種近似於癡迷或全神貫注的狀態，被感知的人事物就成為個體眼中的全部，其他不重要的背景都自動消失。譬如，當戀人含情脈脈的凝視彼此時，兩人眼中只有對方，人物被孤立出來，以感知對象為中



心，無視於身旁的景物或路人。

又譬如母親愛憐地望著手中緊抱的嬰兒時，心中在乎的只有孩子，抱著他就好像擁有全世界，心中油然升起一股愛護孩子的強烈母愛。此時，感知者與被感知者合而為一，戀人或母親感覺自己與眼前的對象融為一體，身邊的背景事物都顯得朦朧（Maslow, 1961／劉千美譯，1989）。

（二）時空的困惑

指的是個體在主觀上置身於時空之外，也就是無時間性且無空間性。個體的行為不受動機和利益驅使，是一種內在的經驗。這個特徵很容易出現在個體從事藝術創作如作曲、繪畫、跳舞等活動的時候，因為心無旁騖且渾然忘我，在創作的狂熱之中就忘記了周遭環境的變化和時間的流逝。

當戀人享受彼此相伴的幸福時刻時，也很容易感到時光飛逝，就是一般常說的「快樂的時光總是過得特別快」。但是，又因為相處的時候過得充實，和戀人在一起的一分鐘又像一年那麼長，這也是無時間性的概念（Maslow, 1961／劉千美譯，1989）。

（三）真善美的價值體驗

高峰經驗總是帶來積極的美好感受，它本身就是完滿無缺的，具有內在有效性。高峰經驗會改變個體對世界的認知，使個體的心靈朝向健康、正面的方向發展，譬如學會寬恕或者不再低潮。

馬斯洛認為，只有在高峰經驗中個體才能體會世界原本的價值，而非只感知自己的價值，包含統一、合一、圓滿、完滿、天命、豐裕、活力、純粹、自足、洪福齊天、恰如其分、渾然天成、天賜恩寵、從容不迫、朝氣蓬勃、駕輕就熟等等。

這些價值就是真、善、美的密切合一，個體透過外在活動感受到高峰經驗所

帶來的這些價值。而外在活動就包含欣賞與創作藝術活動、體驗完美愛情、提出真知灼見、達到體能高峰、參透科學真理、震懾於浩瀚自然美景等等(Maslow, 1961 / 劉千美譯, 1989)。



從以上高峰經驗的特徵可以看出，當一個人達到渾然忘我的境界時，他的創意表達的深層需求獲得滿足，整個人會感到療癒與重生。而「美」，正是讓情感恣意奔放，並且淋漓盡致地揮灑生命(Ferrucci, 201 / 廖婉如譯, 2011)。因此，高峰經驗就是一種美的經驗，可能發生在任何個體獲得深層滿足的圓滿時刻。

美是人的本質核心，也是人生的要素，牽動著生活各個面向，當我們越能夠感知周遭和內在的美，就越能自在、開心的生活(Ferrucci, 2010 / 廖婉如譯, 2011)。本研究再次強調，美與生活是相互結合的關係，如果無法欣賞生活中的美，即使前往音樂廳欣賞高水準的表演，也只是把自己從生活中脫離出來，而不是讓美進入生活(漢寶德, 1999)。因此，美感生活的發展條件就是：發現生活中的美，進而創造自己的美。

第四節 小結與研究問題

本研究意在探討個人在日常生活中的美感創作以及美感生活的樣貌，同時討論攝影在現今數位時代產生哪些變化。三節的文獻探討中，首先釐清攝影和相片的本質與的變化，還有相片書的科技意涵。接著，本研究說明了審美的四大特徵，為相片書創作的美感經驗奠定理論基礎。另外，歸納出美的四大作用，以便檢視創作者在相片書創作過程中的收穫。最後，討論了美感生活的定義和概念，強調美感生活的經營就是發現生活周遭的美，並創造屬於自己的美。

根據本研究的研究目的與文獻整理，三個研究問題如下：

1. 創作者創作相片書的動機為何？相片書優於傳統相簿的原因為何？
2. 創作者如何發想、選材、編排、設計自己的相片書？創作過程中獲得怎樣的美感經驗與新科技的影響？

3. 創作者對美感的定義為何？對美感生活的想像為何？相片書是否反映創作者一部分的美感生活樣貌？



第三章 研究方法



本研究欲了解相片書創作者在日常生活的脈絡之下實行美感創作的過程以及從中獲得的美感經驗，並預期透過相片書展現創作者的美感生活樣貌。在這些條件之下，創作者的日常生活和人生經驗都是十分個人甚至私密的經歷。生活是由各種大大小小的事件組合而成的情境，欲研究生活中的美感經驗，就必須了解創作者的整體生活情境與事件脈絡。

因此，本研究採用深度訪談法進行一對一的訪談，以便受訪者能夠充分描述相片書中呈現的經驗和心情，使本研究得以深入了解相片書創作者的外在世界（表面上的生活樣貌）與內在世界（心靈上的體驗與收穫）。

本章共分三節，第一節「取樣」說明樣本選取的方式以及受訪者基本資料；第二節「資料收集」描述訪談流程、訪談大綱、訪談大綱設計方式；第三節「資料分析方法」說明本研究如何運用訪談所得資料。

第一節 取樣

一、取樣方式

尋找受訪者的管道有四種，第一種為研究者本人的人際關係，主要透過親朋好友的引介；第二種是在相片書出版公司網站上的作品展示區尋找適合訪談的作品，於作品下方的留言板留言給創作者，或以作品資料為線索，再以搜尋引擎搜尋創作者的部落格或 Facebook 以取得聯繫；第三種是直接搜尋引擎鍵入「相片書」或特定出版公司名稱作為關鍵字，搜尋曾創作相片書並於個人部落格分享經驗的創作者以取得聯繫。

二、樣本條件

本研究以「美感生活」為中心，探討創作者透過相片書創作的美感經驗，因此相片書在內容編排上必須展現出設計感或風格，而創作者則必須有明確的生活

態度或者愛好美感事物、嚮往美感生活。



本研究在網路上尋找符合條件的相片書作品時，即以內容是否展現個人特色或呈現某種設計邏輯以判斷創作者是否具備基本美感概念。同樣以遊記為主題，有些相片書從相片質感、版面設計、文字運用等即可看出創作者是有意識、有想法的在「設計」這本書，明顯有別於內容較為平庸的旅行回顧。

本研究預選出看似具備美感概念的相片書後，會盡可能找出創作者的部落格或社群網站 Facebook 個人頁面，觀察該名創作者的狀態、文章或相簿內容，以確認創作者的確具有嚮往美感生活的傾向，增加立意抽樣的準確性。

舉例來說，受訪者 M 以「午休時間」為題，利用上班午休的空檔穿梭於台北市齊東街的巷弄，拍攝許多不同家戶曬衣服的畫面，還有小花小草在日正當中下的光影變化。從這些特殊的拍攝主題以及帶有底片感的相片即可看出，創作者應當是一位對美感有獨到想法、有明確生活態度的人。

受訪者舜舜的作品「Harnas」在主題上即非常特別，記述的是前往南非國家納米比亞與野生動物近距離接觸的經驗；內容編排上帶有些許雜誌風格，並著重於介紹非洲的野生動物。本研究進而觀察舜舜的部落格，發現他的足跡遍及歐、美、亞多個國家，環遊世界正是他的夢想。本研究據此推測，舜舜應當是一位認真生活、獨立自主的人。

除了相片書與創作者都需具備美感概念，本研究篩選樣本的另一個條件是：相片書內容必須以相片和文字相互搭配的方式敘述一個故事。本研究排除以相片為主而僅用簡短文字說明者，而以「圖文並茂」敘述故事者為佳。

本研究依據主題將樣本相片書分為五種類別，一種類別訪談四至五人。這五種類別分別是：旅行類、家庭類、愛情類（含情侶交往、婚紗拍攝、婚禮紀錄等）、寵物類、生活類（指一般生活紀錄，含美食、休閒娛樂等）。

三、受訪者資料

本研究共訪談二十二人，其中 45%的受訪者年齡落在二十至二十九歲，50% 介於三十至三十九歲，意即九成五的受訪者為二、三十歲的年輕族群，而這也是相片書出版公司的主要客群。全體受訪者的基本資料如下表所示：



表 3-1 受訪者基本資料

編碼	暱稱	性別	年齡	職業	相片書類別 / 名稱	訪談方式
一	Peter	男	23	研究生	愛情 / 一顆心的距離	當面
二	M	女	26	研究生	生活 / 午休時間	Skype、Facebook
三	阿山	男	32	平面設計	旅遊 / 珍愛吳哥	Skype
四	陳阿姨	女	67	已退休	生活 / 湛藍 繽紛 內太空	當面
五	Irene	女	34	全職媽媽	家庭 / When I was a child	當面
六	熊朵朵	女	32	全職媽媽	家庭 / 嫁=給女孩一個家	當面
七	Ruby	女	24	國貿業務	愛情 / The Love Story	當面
八	小花	女	39	雜誌主編	愛情 / 10 Years	當面
九	家如	女	25	倉管	家庭 / 我的天才媽咪	網路電話
十	阿成	男	34	電腦遊戲 創意指導	生活 / 2013 我的隨拍隨想 2	當面
十一	火鳥	女	30	家管	愛情 / 琴瑟和銘	Facebook
十二	舜舜	女	28	美編設計	旅遊 / Harnas	當面
十三	Lucia	女	35	全職媽媽	家庭 / Hello, My Angel! (Vol.1)	當面
十四	Candy	女	38	家管	生活 / 愛·生活	Facebook
十五	Scott	男	28	自由業	旅遊 / 小步·京の圓舞曲 製作花絮	當面
十六	尼奧媽	女	35	行銷	家庭 / 第二年	當面
十七	小惠	女	34	行政人員	寵物 / 關於惠惠家 ”兩隻喵”	當面
十八	阿妮塔	女	35	自由業	旅遊 / 2011 New Zealand。	當面
十九	Tiffany	女	29	行銷	旅遊 / Road Trip Southern France	當面
二十	Ashley	女	29	網頁設計	寵物 / 茶茶	當面
二十一	Tange- rine	女	27	護士	寵物 / Whoo & Konie	問卷簡答
二十二	Kisa	女	29	醫務人員	寵物 / Happy Birthday	當面

第二節 資料蒐集



學術界尚未出現以文化研究角度討論相片書的研究，故本研究在訪談大綱設計方面缺乏可供參照的先行研究，僅能參考美感生活的相關論文，並在兩次訪談之後確定整體方向，以初探精神探究相片書創作的可能樣貌。

完成初步的訪談大綱之後，本研究先行訪談兩位受訪者，再將原本三十六題訪問題目縮減為二十七題。縮減過程是，將相似的題目合併為一題，並刪去部分與特定相片書出版公司相關，但與相片書創作的個人想法較無關聯的題目，避免模糊焦點。自第三位訪談者開始，本研究即採用修正後的訪談大綱進行訪問。

由於本研究設定的樣本條件較特殊，加上網路上缺乏專門討論相片書創作的論壇，要找到符合條件又聯絡得上創作者的樣本並不多。為了獲取適當而豐富的資料，只要樣本符合本研究的樣本篩選標準，即使創作者身處本研究無法當面訪談的地區（台北以外），本研究仍以 Skype 或社群網站 Facebook 等通訊方式進行訪談。

二十二位受訪者中，有四位透過 Skype 或 Facebook 線上文字溝通的方式受訪，一位透過 Skype 網路電話受訪，另有一位採用填寫簡答題問卷的方式回答訪談問題；其餘十六人皆為當面受訪。

一、訪談流程

確定受訪者受訪意願之後，本研究皆在訪談之前先提供訪談大綱給受訪者供其參考和預作準備，並請受訪者在訪談當日攜帶樣本相片書一同赴約，便於現場翻閱與討論。為了解受訪者的背景資料以及相片書創作經驗，本研究在正式進入訪談前均先建立受訪者基本資料檔案，結果如表 3-1 所示。訪談進行時間大多為一個半至兩個小時。

二、訪談大綱



訪談大綱根據訪談主題和次序分為三個部分，即創作背景、創作過程、生活美學。本研究首先利用「創作背景」部份的問題了解受訪者對相片書的基本認識和感受，以及創作相片書的動機和結果。第二部分的「創作過程」透過相片書的各個元素如封面、作者欄、相片、美編等等了解受訪者如何從裡到外設計一本自己專屬的書。最後，「美感生活」部份的問題則在了解受訪者的生活態度與相片書的連結。另外，相片書的產製與新科技息息相關，因此訪談大綱的三個部分皆加入新科技相關問題，以釐清相片書和新科技之間的關係。完整訪談大綱請見附錄。

第三節 資料分析方法

本研究的資料管理與分析流程共有三個步驟，說明如下：

一、建立個人檔案與逐字稿：本研究替每位受訪者建立一個專屬資料夾，內含個人基本資料、錄音檔、逐字稿三個檔案。每次訪談之後，本研究根據錄音檔或 Skype、Facebook 的歷史訊息紀錄將訪談內容整理為「問與答式」的逐字稿，以便從中整理重點。

二、重點畫記：整理好逐字稿之後，本研究將受訪者每一題回答的重點以及適合引用的語句標為紅色，使整體內容一目了然，便於日後歸納與比較。標記完整篇逐字稿的重點之後，重要內容顯而易見。

三、表格化比對與歸納：完成全部訪談並整理完所有逐字稿之後，本研究將訪談問題和受訪者的回答濃縮製成表格，一個表格可以呈現兩位受訪者對同一問題的回答。本研究據此歸納訪談內容的相同與相異之處以分析資料並得出結論。

第四章 研究結果



本章共分四節，將訪談結果整理之後依序回答三個研究問題。第一節「為什麼線上創作相片書」回答研究問題一，了解受訪者製作相片書的動機、選用線上出版而捨棄傳統相簿的原因，並從中發現新科技的作用。第二節「如何創作獨一無二的相片書」回答研究問題二當中關於相片書編輯的部分，討論受訪者設計相片書的過程。第三節「相片書創作過程的美感體驗」回答研究問題二當中有關美感經驗和自我成長的部分，探討受訪者創作相片書的自我意義和情感體驗，也從中發現新科技的影響。最後，第四節「美感生活」回答研究問題三，探究受訪者對美感和美感生活的概念，並呈現其與相片書之間的關聯。

第一節 為什麼線上出版相片書？

本節旨在回答第一個研究問題，分為「出版動機」和「相片書的魅力」兩個部分分別討論受訪者出版相片書的原因以及採用相片書而放棄傳統相簿輸出相片的原因，發現受訪者皆有透過實體相片紀念生活和分享生活的需求，而相片書在載具層次上比傳統相簿更具魅力。另外，受訪者大多喜愛紙本的性質，凸顯大眾對實體和印刷品的需求與偏愛在數位時代仍未消失。

一、出版動機

研究發現，創作相片書主要為了紀錄回憶和見證人生，部分受訪者則將相片書視為整理回憶的新方法。以下將受訪者線上出版相片書的動機分為「紀念」和「分享」兩個原因詳述之。

(一) 紀念

所謂紀念，不只是將發生的事情純然紀錄下來，更是有感情地、有意識地為了留念而紀錄，是一種肯定自己、重視生活、珍惜人生的表現。過去，人們或者沖洗相片並收入傳統相簿，或者將數位相片上傳至網路相簿，又或者結合相片和

文字寫部落格，都是為了留下生活的軌跡，留下一個「紀念」。如今，人們希望將記憶定格的初衷沒有改變，載具雖然變成相片書，創作背後的情感依舊。



多數受訪者擔心未來的自己忘記現在的人事物，因此刻意保存當下認為重要的記憶。受訪者尼奧媽的相片書紀錄兒子兩歲這一年的成長過程，坦言除了留給孩子作為成長紀念之外，也是害怕自己上了年紀之後會忘記以前的事情，而小孩又是自己最愛的人，因此必須將一切紀錄下來。重視回憶的受訪者 Kisa 表示，年紀越長越懷念學生時期結交的好朋友，但年輕時沒有留下太多紀錄，近年來便開始注重「做紀念」一事，而相片書就是理想的方式。

受訪者害怕忘記的不只是親朋好友，還有飼養的寵物。受訪者小惠表示，家中老貓已經十五歲，不希望愛貓過世之後就遺忘牠的模樣，因此創作相片書留下紀錄，供日後回味。受訪者 Tangerine 也指出，生命有限，不希望時間帶走對兩隻愛犬的記憶。

除了避免忘記美好回憶，許多受訪者都喜歡將自己經歷過的事情留下紀錄，無論是日常生活或特殊事件。受訪者阿成喜好紀錄日常生活，從部落格較長篇幅的日記開始直到近年來在社群網站 Facebook 上以照片搭配簡短文字，阿成的目的都是留下當時生活的紀錄。現在阿成以相片書收錄 Facebook 上發佈的圖文狀態，用相片寫日記。受訪者小惠也表示，希望留給自己一個紀錄，未來年老的時候可以回顧。

對於特殊事件，人們紀錄的欲望更強烈，受訪者 Kisa 和 Ashley 都認為紀錄當下的心情是很重要的一件事。Kisa 曾經舟車勞頓前往大雪紛飛的北海道欣賞夜景，就在觀賞夜景的前一刻突然停雪，Kisa 感到非常幸運，決定用相機將夜景錄影下來。他表示，北海道的夜景不見得是最美麗的，但那次看夜景的過程一定是最美的，因此希望保留當下好不容易看到夜景的心情。Ashley 則是在寵物兔子過世時強忍悲傷，篩選出兔子從小到大的成長相片，幾天之內就完成一本相片書。

那時候牠剛走掉，我就是覺得一定要趕快做一本，紀錄下當下的那些心情。打開照片都是很難過的，看著電腦就一直哭啊！然後寫文字…寫小時候是還好，但是寫到牠快離開我的時候，我就會想到那時候的狀況，所以就很難過。但我就是不管怎樣就是要做出來，就是給牠一個紀念這樣。—Ashley

對媽媽而言，寶貝孩子的成長只有一次，也是屬於特殊事件，因此紀錄孩子的成長過程是必修的功課。或者，將媽媽本人的人生紀錄留給孩子也是親子間的紀念。受訪者 Lucia、Irene 和尼奧媽的相片書都是紀錄孩子的成長，Lucia 認為既然自己現在的工作是全職媽媽，那麼替兒子做一個完整的紀錄也是這份工作的責任。尼奧媽笑著說，沒有替兒子紀錄成長的里程碑就是對不起兒子。

人物和寵物之外，旅行的美好也讓人急欲留存眼前所見景象。受訪者舜舜前往南非納米比亞擔任保護野生動物的志工，認為去了那麼「酷」的地方應該留下一點紀錄以示紀念，也讓他人知道自己有過這種特殊經歷。創作多本旅遊相片書的受訪者阿山表示，相片書不但替自己留下旅遊紀念，還見證了自己的人生，未來離世時也算留有一些成就。

另外，受訪者 M、Tiffany、Scott、Peter 都將相片書這種新興的載具作為整理記憶的方法。Tiffany 將相片書視為整理旅行回憶的工具，認為經驗必須經過消化之後重新整理出來，才能加強記憶；就好比學習新知識時，必須用自己的方法吸收之後再表達，才是真正學會。而每趟旅行回來之後依序整理相片、寫部落格、做相片書已經成為 Scott 整理回憶的一套流程，相片書是不可或缺的重要環節。

Peter 則將相片書視為表達至高心意的媒介。他在大學畢業前夕設立「好好說再見」的目標，收集和每個好友的合照製成明信片送給對方。但面對愛慕對象時，Peter 認為一張明信片遠不夠表達他的心意，一本書的豐厚和完整才能做到。因此，Peter 認為相片書不但是整理回憶的理想方式，也是表達情感的理想媒介。

（二）分享

部分受訪者創作相片書不只是為了保留回憶，在這個基礎上，他們還希望將

自己的所見所聞傳遞出去，分享給更多認識和不認識的人知道。此時，相片書是他們實現這個目的的絕佳媒介，而不只是一本紀念自己生活的相簿。「分享」就是線上出版相片書的第二種動機。



受訪者 Tiffany 在部落格累積大量國內外的旅行文章，後因考量部落格可能有關閉的一天，便決定將內容整理出來印製成書。此時 Tiffany 考慮的不只是自己回憶的輸出，還有保持原本寫作部落格的精神，即將自身經驗分享給他人。

因此，長年留學歐美的 Tiffany 仿照部落格文章的寫作概念，多數相片書的文字描述都是中英雙語，方便慣用不同語言的讀者。此外，對於需要旅行資訊的朋友，Tiffany 甚至會印製自己的相片書給對方當作參考。

受訪者舜舜喜愛和他人分享相片書勝過獨自閱讀，希望透過自己前往南非國家平安歸來的經驗開闊讀者的眼界，引起讀者的興趣。

我比較喜歡跟人家分享。其實我做這本紀錄的或是網誌什麼的都一樣，就是我希望可以達到讓別人…像我自己是第一次去這種地方(南非納米比亞)，也沒有別人去過，就是我想要傳遞…讓不知道的人知道有這種地方。也算是自己作品傳達出去，就是可以讓大家都很好奇，不知道的人都會想說去那邊會不會很危險啊之類的，看到這本就會比較放心，會產生興趣。—舜舜

受訪者 Tangerine 寫了十個「和狗狗的約定」，搭配兩隻愛犬的相片製成相片書，希望分享給更多人愛護動物。Tangerine 自從飼養寵物之後開始關心流浪狗問題，希望藉由愛犬的相片傳達這十個約定的理念，感動更多讀者。

二、相片書的魅力

數位相機上市多年來，大眾已經養成將相片儲存在電腦中以節省金錢與空間的習慣，沖洗相片的頻率和數量大幅降低。但是，久而久之許多人開始懷念翻閱實體相片的感覺，開始厭倦塞滿資料夾且未經整理的大量數位檔案。相片書的出現提供大眾一個有別於傳統沖洗的方式輸出相片，既保留傳統相簿便於翻閱和攜

帶的優點，又解決相簿厚重和跑相館洗相片的麻煩。



此外，研究發現許多受訪者喜愛紙本和書本的性質，相片書以新科技技術增加製作相簿的效率，又以傳統印刷品的形式保留紙張的溫暖並改進傳統相簿難以創作的缺點，代表「實體」仍然是數位浪潮之下不可或缺的一環。本研究歸納出相片書的魅力共有四點：對實體的需求、對實體的嚮往、實現作家夢、書本形式。

（一）對實體的需求

受訪者對於輸出相片的考量包含增加欣賞機會、避免電腦損壞或部落格公司倒閉造成照片遺失。

受訪者阿成、Candy、Irene 和 Kisa 都表示，電腦中儲存了大量相片卻很少打開來回味，一旦存進電腦之後這些相片就有如封存一般，很少有「再見天日」的機會，十分可惜。受訪者認為，既然相片都是珍貴的回憶，應該將之輸出增加觀看頻率。

我發現燒成光碟或是放在那個隨身碟裡面，就真的不會去看。就是你就知道，哇！2007年的照片file夾有一長串，但是也懶得點進去看。後來有相片書之後，我們就會覺得說，既然那個照片就是…都是回憶，但是我們又都不去看。就是一本書拿在手上，然後有實體的東西放在家裡，就是會…你也不一定常常去翻，但是一定會比你打開電腦去看的機會多一點。—Irene

將相片存在電腦中不但減少回顧機會，還增加遺失風險。受訪者 Scott、Ashley、Irene、Kisa 和熊朵朵都指出電腦的高風險，如中毒、操作疏失、硬碟損壞等等，認為實體的相片書才能確保回憶永久存在。Scott 就以親身經驗指出電腦的不確定性，強調實體相片書的重要。

電腦上的東西是很不可靠的，我有遇到兩次硬碟大掛點。因為我是唸資工系的，對電腦…還好是有準備。不然硬碟這種東西，放再多顆進去都可能…不怕一萬只怕萬一，所以做這個(相片書)還是有好處，實體的書籍跟照片還是比較安心。—Scott

現今許多人將相片上傳至部落格或網路相簿，雖然可以避免電腦損壞的風險，卻也難保這些網路公司沒有關閉的時候。知名部落格網站「無名小站」於 2013 年 12 月永久關閉便是一個例證。受訪者 Tiffany 和阿山都是考量到這一點，認為旅行回憶還是要有紙本紀錄才安心

實體物品也便於與他人分享經歷。受訪者 Scott 和表示舜舜都是為了方便家人，便將相片整理成相片書便於翻閱。同時舜舜也指出，不是每個人都喜愛上網，實體還是最便於分享給所有人觀看。受訪者小惠也認同相片書方便分享的優點，他喜愛和朋友聚餐的時候拿出相片書給大家欣賞，獲得朋友對愛貓的讚美時十分有成就感。

（二）對實體的嚮往

許多受訪者喜愛實體的存在感和紙張所傳遞的溫暖。受訪者阿妮塔、M 和 Tiffany 都幻想出版多本相片書後，書櫃上擺滿一整排相片書的滿足感。受訪者阿妮塔直說，喜歡相片拿在手上的感覺，這種實品珍藏的感覺是電腦內的數位檔案無法比擬的。受訪者舜舜則表示，在電腦上看他拍攝的野生動物相片，就好像在搜尋引擎 Google 上搜尋到一般圖片的感覺；但是在相片書上看到實際「存在」的照片，更能感受非洲之旅的奇特。

受訪者熊朵朵和 Scott 指出，相片書不但「摸得到」，而且有紙張的溫暖，不似電腦裡冷冰冰的數位檔案。Scott 直言，紙本的書籍有一種專屬的浪漫。受訪者 Kisa 表示，他很喜歡書本，家中收藏甚豐，因此十分認同把相簿作成書的想法。本研究發現，許多受訪者對實體的喜愛不僅止於方便分享和保存，更重要的是透過紙張，讓他們可以更親近回憶，更能體會回憶所帶來的情感溫度。

因此，實體代表一個「真正的」回憶，相片書將數位照片實體化的同時，也是把回憶實體化，讓人們更確知記憶的存在，更能掂量它的重量。相片書這種載具承載的不只是實體相片，更是回憶的情感價值。

受訪者小花、Kisa、Ashley 和 Irene 都強調數位照片和實體照片的異同。小花和 Kisa 都認為看電腦上的相片很沒有感情，「看書」的溫暖感受卻無法被取代。

我覺得把照片存在電腦裡面它是一個資料，可是你把它整理出來變成一個相冊，它就是一個真正的回憶，是有實體感的東西，有存在感的東西。那如果在電腦裡面它就跟大量的資料混合在一起了，所以這樣子的東西它還是要藉由我們比較原始的、手工的方式去翻閱它。就是如果有朋友到家裡，你逼他看電腦裡的照片跟逼他看相本，是不一樣的感覺。—小花

受訪者 Irene 指出，電腦相片不如相片書的手感令人感動。

電腦打開來就是按按按，你也不覺得有什麼特別的感覺，只是覺得，喔！去那裡玩但是有書的話，有手感你就覺得不一樣。有手感，看的時候邊看就覺得邊感動，但是看電腦的時候就不會有感動的感覺(笑)，就是看過去。然後看書才會有…就是還蠻感動的。—Irene

受訪者 Ashley 也認為電腦上的相片是沒有整理的檔案，即使已經用資料夾分門別類，依然是很細節的記憶。相片書可以使零散的檔案組織成一個故事，自然顯得動人。

(三) 實現作家夢

相片書不僅是數位照片的實體，更是一本在排版和材質上都接近專業的書。過去，人們想出書只能透過出版社，「作家」並不是一個人人都可輕鬆擁有的頭銜。即使只是想製作書本，排版和印刷等專業技術對一般人而言門檻過高，印製數量的最低限制也是問題，恐怕只有畢業紀念冊和婚紗相本能稍微滿足大眾擁有個人書籍的願望。然而，線上出版相片書的出現完全改變這個現象，不但大幅降低印製書籍的門檻，還替許多受訪者一圓作家夢。

受訪者舜舜、M 和 Tiffany 皆表示，線上出版相片書將印製書本的過程化繁為簡，使沒有排版技術的大眾也可以少量印書。Tiffany 表示，專業的排版軟體如 Indesign 對大眾而言門檻過高，無法解決版面出血、印刷畫素等問題。線上出版相片書的編輯系統不但提供版型可以直接套用，還能自動檢查相片畫素是否夠高，

幾個簡單的步驟就能印製高質感的書本，令人躍躍欲試。



受訪者 Kisa 指出，以前的父母必須將小孩送進照相館拍攝沙龍照，才能獲得專門紀錄小孩成長的寫真書。現今的相片書使大眾不需要再仰賴照相館印書，更重要的是不需要受限於依據攝影師審美觀所拍出的相片，可以直接選用自己拍攝的生活照。相片書賦予大眾高度的自由，創作完全屬於自己的紀念以及隨時皆可創作的方便性。

以前爸媽要紀錄小朋友的成長就必須送到攝影棚給人家拍，但這都是依照別人的角度。他覺得怎樣拍這張照片才「美」，可是那不是你當下想紀錄的心情。但相片書就是你用你的心情、你的角度，所以當你在拍的時候你會知道那是什麼。你可以依照你的方式去排版和紀錄，這樣的美好一定跟去攝影棚拍是不一樣的！它可以更貼近你所想的、所講的事情。你不是想要呈現最「美」，你是想要一些感情和意義在裡面的，那相片書你就可以自己設計。
—Kisa

線上出版相片書系統實現少量印書的可能之後，受訪者 Peter、阿山、舜舜、Scott 表示相片書也實現了他們的作家夢，手中抱著自己創作的相片書，感覺十分美好。舜舜指出，拿著自己圖文並茂的相片書就像在誠品書店買了一本專業旅遊書一般，很有成就感。Scott 也開心的表示相片書滿足了他的成就感。

我有一個小小的夢想是將來要出書。我做第一本(相片書)的時候去東京是跟家人一起去，我都有做一本給他們。有一個家人帶到公司去看，他的同事說「咦！你什麼時候出書了？為什麼裡面有你？」就已經以假亂真了，讓我還蠻有成就感。—Scott

(四) 書本形式

許多受訪者提到相片書的「書籍」形式十分吸引他們，這是相片書和傳統相簿最大的不同。一方面，一個主題做成一本專屬的書，可以讓包含各種零碎片段的回憶成為一個獨立的故事包裝於書殼之內顯示完整性，譬如一趟旅行就是一本書。受訪者舜舜和火鳥都指出傳統相簿只能收集相片，缺乏有調理的故事結構，較為散亂。

另一方面，相片書可輕鬆添加文字，使普通相簿搖身一變成為圖文並茂的故事書，讓回憶在影像和文字的雙重輔助之下顯得更清晰動人。受訪者熊朵朵直說，傳統相簿的意義較為薄弱，看著兒時相片卻不知道自己當時身在何處，但相片書有了文字的輔助，記憶能力加成，渲染力也比單純相片來得強。

受訪者 Ashley 則認為文字可以加深印象，紀錄當下的心情。他以過去寫部落格的習慣為例，指出曾經有一段時間很少書寫，事後回想便感覺那一年似乎是空白的。受訪者尼奧媽也指出文字紀錄的重要，他表示，現在難以回想兒子兩歲的時候做了些什麼，但很慶幸只要重新翻閱相片書，便能回想起兒子的童言童語。

受訪者 Scott 和 Kisa 都表示，傳統相簿只有相片過於單調，搭配文字和插圖之後使回憶更為豐富。重視回憶的 Kisa 指出，在特殊的相片上紀錄當時的心情和想說的話是很重要的事情，相片書就可以滿足他的需求。

第二節 如何創作獨一無二的相片書？

本研究將相片書視為一種創作，探討創作者如何設計相片書可以體現大眾利用日常生活素材的創作經驗，了解受訪者在創作過程中如何應用其審美觀展現美感，一窺其美感創作能力。

相片書可供創作者自由編輯的部分包含封面、作者欄（部分有）、相片、文字、版型、插圖、字型等等。本節旨在回答第二個研究問題當中「創作者如何發想、選材、編排、設計自己的相片書」的部分，分為「整體風格」和「相片風格」來討論。

一、整體風格

為方便討論，本研究將整體風格分為兩部分：第一部分的「封面」包含書名、封面相片和作者欄；第二部分「內容風格」指的是受訪者對相片書內容的設計，包含營造成何種氣氛、是否添加插圖、字型和版型的運用等等。



（一）封面

研究發現，相片書是創作者展露美感概念和發揮創意思想的舞台，許多受訪者將自己對美感和生活的想法融入相片書當中，無形之中便展現了自我風格。單是從書名，就可以發現許多受訪者是有意識地創作相片書，並非將相片書當作收集照片的相簿而已。

受訪者火鳥收集替好友拍攝的婚禮相片，紀錄成冊，書名便是從新郎和新娘的名字發想而來。火鳥取新娘名字中的「琴」字和新郎的「銘」字，結合兩者成為形容夫妻感情和睦之詞，將相片書取名為「琴瑟和銘」，充分展現火鳥的巧思。

受訪者 Peter 也利用心儀對象名字中的「心」字發想，將書名定為「一顆心的距離」，簡單六個字卻蘊含多重意義，使相片書不只紀錄兩人的回憶，更包含 Peter 的真誠情感與殷殷期盼；而後者，才是相片書深具價值之處。

他的名字裡面有一個「心」字，所以我就想說封面應該要有「心」。後來剛好聽到這首歌，就覺得好像…就覺得我們很好，然後只隔著一顆心的距離，剛好又有雙關這樣，對。然後我又喜歡「距離」這兩個字，因為我覺得距離代表很多種，距離…身高是一種距離，然後台灣跟法國是一種距離，然後…身體之間的距離，心跟心之間的距離，然後兩個人之間的距離。—Peter

受訪者 Scott 的京都之旅相片書名為「小步・京の圓舞曲 製作花絮」，點出旅行地點是日本京都，而「製作花絮」的概念則和 Scott 長期經營的部落格遊記相關，透露了創作者的生活樣貌。Scott 指出，講到京都便會聯想到唱歌、跳舞的藝妓，因此聯想到台灣有一首流行歌曲名為「小步圓舞曲」，便加入地名京都成為「小步・京の圓舞曲」。為了配合書名「圓舞曲」的概念，Scott 還以「樂章」作為章節編排相片書內容，使書名和內文相互連貫。

至於「製作花絮」的由來則必須從 Scott 經營的部落格說起。每趟旅行之後，Scott 都會在部落格發表遊記，但他寫的不是普通的遊記，而是融入日劇編劇手法的遊記。相片書收錄的是遊記遺漏的訊息，希望讀者讀完部落格遊記之後，意猶未盡地再來讀相片書，如同日劇片尾的幕後花絮。經營以攝影和旅行為主題的部

落格是 Scott 的生活重心，創作與眾不同的遊記就是他努力的方向，因此從相片書書名可以一窺他的生活目標。



在封面相片的挑選上，許多受訪者如家如、Ruby 都很注重照片與書名必須協調一致，方有協和美好之感。受訪者家如指出，如果沒有挑選正確的封面相片，整本書就「爛掉了」，點出受訪者對封面相片的重視。

部分受訪者的相片書含有作者欄，也就是在封面和封底內縮的摺頁處，可以放上作者的相片和簡介。篇幅不長，但背後的想法可能十分深遠，常可看出創作者的人生觀和生活態度。十分注重幼兒教育的受訪者尼奧媽寫道，某年開始「擔任第二年的宇哲媽媽的工作」，將全職媽媽視為一份工作，而不只是個照顧孩子的普通母親。

為什麼會這樣寫是因為把全職媽媽當成一個工作，我不是只是媽媽而已。這種想法通常會出現在，以前是有工作的婦女才會這麼覺得，全職媽媽也是一個工作。大部分人還是覺得，全職媽媽就是什麼都不會，只會帶小孩，然後大家都忘記全職媽媽以前，我也是有專業的，他忘記其實我們還是有很多身份的。—尼奧媽

信仰基督教的受訪者小惠曾在人生遇到困難時獲教友幫助，他在作者欄放上自己的詩歌創作以及詩歌「奇異恩典」，因為自己的作品曾經上過教會刊物的封面，對他而言別具意義，而「奇異恩典」則可以在他翻閱相片書時提醒自己必須惜福感恩。一個小小的作者欄就顯示出小惠生命中的重要價值，實為自我實現。

（二）內容風格

無論是敘述故事的方式還是圖文排版，受訪者在相片書的編排上都有一套自己的想法。本研究從中挑選幾個較具巧思的例子，呈現其創作概念。

1. 阿妮塔

紀錄紐西蘭之旅的受訪者阿妮塔在相片書中充分顯示對紐西蘭自然風光的驚艷與感動，善用文字和版型變化等策略還原當下的感受。首先，阿妮塔選用襯著

淺藍色天空的皚皚山景作為封面，其後的內容都以淺藍色為基調貫穿全書，將文字敘述方格的背景都設為同一種淺藍色，以表現紐西蘭的冬季雪景。



此外，阿妮塔以相片編修軟體 PhotoImpact 編輯照片版型後再上傳編輯軟體，靈活運用版型設計，還原旅行當下看見奇景的驚喜之情。

有些排版是兩邊合在一起的，然後這邊有挖一個洞。因為我就覺得這邊真的很特別，只是轉過一個彎就變得完全不一樣的世界，很棒！所以我就說這邊做一個挖洞，表現說這樣跨一個彎就不一樣那種感覺。—阿妮塔

雖然相片書編輯軟體提供的是制式的設計，但有心的創作者會利用其他電腦軟體自行設計喜歡的樣式再套用至編輯軟體，因此即使大眾選用同一間出版公司創作相片書，還是可以達到個人化、差異化的效果。編輯軟體提供基本版型排除非專業人士的編輯障礙，後續的美工設計如何變化端看個人作法。

相片編排上，阿妮塔將帶有陽光的相片全部安排在版面上方，若有馬路、地板等「底部」的景物照片則安排在下方。阿妮塔原先並未注意到自己的編輯習慣，研究者告知之後阿妮塔才發現原來自己的設計都有規則可循。

阿妮塔的相片書在排版和色彩搭配上再再展現設計巧思和美感概念，但阿妮塔從未接受美術相關訓練或從事相關工作。本研究認為，阿妮塔已經將美感「生活化」，無論是日常生活還是創作作品，美感是阿妮塔內化的直覺，一種不造作的、自然流露的習慣。以下這段話便可以說明阿妮塔的美感意識：

像我老公常覺得東西弄好就可以吃了，他就算全部東西都放在一起，他也不會覺得怎麼樣，像便當。我就很討厭便當，因為它全部都擠在一起我就不想吃。所以如果有買便當回來，我就會把它放在盤子上。他覺得沒有實際用處的就不會在意，但我覺得用好一點的，自己心情不是也比較好嗎？—阿妮塔

2. 阿山

阿山的相片書紀錄吳哥窟旅遊，將之刻意設計成資訊豐富、相片質感高、排版俐落大方的雜誌風格。書中照片都是當地景物和人物，沒有自己的相片或與同

遊親友的合照。針對每個景點則有詳盡的文字介紹，希望讓讀者認識當地特色。這本書不是具有排他性的個人回憶，而是一種認識世界的邀請。



對阿山而言，相片書不僅是自己的旅遊紀錄，更是傳播知識的管道。他認為多多旅行才不枉此生，有美感的生活亦是如此。因此他用心經營旅遊部落格和旅遊相片書，每次旅行過後都查找許多地理、歷史資料再寫成介紹，將相片書定調為「內容豐富的旅遊書」，反映他利用新媒介致力分享知識的態度。

3. Peter

Peter 的相片書紀錄自己和暗戀對象的共同回憶，圖說文字皆經過精心設計。譬如，他將故事分成好幾個章節來敘述，每個章節都以「一起」為開頭，包含一起工作、一起旅行、一起上學等等作為分類，而每個「一起」又代表了交寓意義的「在一起」，好似有了這麼多「一起」之後就可以「在一起」。

由此可見，Peter 不只是將相片篩選後印刷成書，他傾入全部心力在「設計」一本書，在包裝一個回憶，在書寫生命故事。

二、相片風格

顧名思義，「相片書」以相片的展現為主，篇幅通常比文字多出許多，是整本書的靈魂。受訪者 Ruby 認為相片書就是看圖說故事，因此相片的挑選和編排顯得特別重要，也是創造「風格」的主力。本研究在此討論受訪者心目中「美的照片」，以及創作過程中如何考量相片之間的色彩搭配、與文字的搭配、人物照與風景照的搭配等等。

（一）何謂「美的相片」？

本問題可以分為兩個層次討論，即具體的美和抽象的美。具體方面，受訪者挑選「好看」相片的準則不外乎拍得清楚、人物好看、風景漂亮。但是，有時候受訪者認為一張相片美，往往不是景象或人物樣貌的好看，而是心境或氣氛上的「美好」，這份美好便等於「美麗」，也就是抽象的美。這些美好的感受主要是真

實感和人情溫暖，分述如下：



1. 真實感

受訪者小花和家如都認為，能表現真實生活的相片就是「美的相片」。小花認為一張美好的相片必須兼具自然、真實的本質，譬如一個不造作的笑容或鬼臉就符合美的標準。即使表情本身很醜，但是醜得真實又可愛，那就是美。

有感情的照片，有真實感的照片，它通常就是我會挑選的重點。很多沙龍照很美，我不會挑選它是因為它的美是假的。我覺得美就是一種形式跟內涵的統一；形式就是它當下帶給你就是比較美好的感覺，內涵就是真實的，那這兩個一定要統一我才會覺得這個東西是美的。—小花

受訪者家如在相片書中放入一些媽媽和孩子搶腳踏車騎的相片，表示這幾張照片中媽媽的表情不太好看，但這些畫面直接呈現媽媽個性上真實的一面，非常有意義，這就是一種美。

2. 人情溫暖

研究發現，「美的相片」與人際互動和情感交流最為相關。許多受訪者都會挑選畫面和人物本身並不一定好看，卻因為傳遞出強烈的感動、愛、思念等人與人之間的感情而顯得美好的相片。在此可以發現，「美」的定義不是狹義的漂亮、好看，更是心境上的美好。

紀錄結婚過程的受訪者熊朵朵，挑選不少爸爸深切關愛自己的相片，譬如爸爸牽著他走紅毯出場時，臉部是顫抖的，但內心其實充滿開心與感動。另外有一張相片是熊朵朵的父母親吻他的臉頰，雖然親吻的瞬間熊朵朵的表情有些奇怪，但同時也感動無比。諸如這些表情不自然的照片，在親情的加持之下還是顯得美麗。此外，熊朵朵收錄一張爸爸對丈夫講話，要夫妻兩人好好照顧自己、好好生活的相片，也是認為這種畫面十分美好。

育有幼兒的受訪者 Lucia 和 Irene，認為家庭價值和父母對子女的親情十分美

好，表現這些情感的相片自然都是美的。Lucia 表示，他認為兒子出生後拍的第一張全家福並不好看，但那是第一次一家三口合照一定要收錄。另外，他也會挑選一些兒子和爸爸互動的相片，雖然構圖並不特別，但父子親情依然讓他覺得這種相片很美。Irene 也表示，他喜歡挑選女兒和爸爸對看、對笑的照片，希望女兒長大之後能夠體會爸爸對他的愛。這種展現天倫之樂的相片自然也是美的。

同樣育有幼子的尼奧媽，十分重視相片的背景必須乾淨整潔，顏色和場景過於雜亂的相片都不合格。不過，對於展現人際關係和親情溫暖的相片還是會妥協。尼奧媽指著一張兒子和玩伴的居家合照表示，家裡場景過於雜亂，其實非常不想挑選此相片，但為了日後喚起兒子兒時玩伴的回憶還是選用了。而另一張尼奧媽的爸爸帶小尼奧在大賣場坐投幣式電動車的相片，也因為賣場貨物甚多令尼奧媽覺得不甚美觀。但是外公寵愛孫子的親情溢於言表，尼奧媽還是認為在意義的層次上當屬「美」的相片。

創作寵物（狗）相片書的受訪者 Kisa 重視寵物與主人之間的互動，特地挑選小狗和「阿嬤」難得一起外出遊玩的相片，表達「阿嬤」也很愛狗的心意。小狗的「爸爸」喜愛幫寵物變裝，逢年過節都會將牠打扮成各種特殊造型，Kisa 便收錄許多變裝照，強調這些照片不只是有趣、好笑，重要的是能夠顯現主人愛寵物的心情，這些含有感情的相片就是美的。

由以上討論可以發現，許多受訪者對「美感」是有概念的，意義上的美往往比視覺上的美更令人動容，感受也更深刻。尤其是與家人的互動往往造就了高峰經驗，獲得心理滿足，這種讓情感恣意奔放的體驗就是 Ferrucci (2010/廖婉如譯，2011) 所說的美。

（二）相片編排策略

相片風格的呈現除了受到相片本身的影響，整體相片的編排方式也會決定風格走向。如何將顏色、大小、場景各不相同的相片妥善編輯，考驗創作者的審美能力。



研究發現，有一些特性是多數受訪者在編排相片時常常考量的，諸如相片之間的顏色是否相近、景物是否相似、如何創造畫面的平衡和對稱、集中相同主題的相片等等。

大部分受訪者會將顏色相近的相片安排在一起，也會注意不同色調相片之間的擺放位置，力求協調。受訪者 Peter 會將同一個人物穿著相同顏色衣服的相片集中在同一頁面中，求取一致性。受訪者 Ashley 也表示，相同場景和時間拍攝的相片必須放在一起，無法接受不同顏色的相片出現在同一頁面，參差的色彩會破壞視覺效果。必要時，Ashley 甚至使用相片編修軟體 Photoshop 修改照片顏色使頁面色調統一。

譬如這邊這個地板是紫色的，可是我覺得畫面漂亮比較重要，所以我把它弄成綠色的，因為這樣（跟其他照片）才會搭啊！但是如果這張到這邊的時候，這邊整系列都是紫色就 OK，就是我會在意這些事。像窗簾本來就是這個顏色（綠色），那時候住學校宿舍。其實我覺得很不好看，一開始是有想過這些照片是不放的，但是不行，因為這是牠小時候的照片，一定要放。—Ashley

通則之外，部分受訪者有較為獨特的編輯策略，考量的不只是相片的顏色和背景是否協調而已，在此以 Scott、舜舜、Peter 三人為例。

1. Scott

喜愛不同顏色的組合，以增加視覺刺激和畫面豐富程度。

它的主色調我不喜歡比如說都黃色，這樣視覺上缺乏刺激。我一般在做攝影集的時候，會黃的楓葉、紅色短裙、綠色的什麼，放一些不一樣的東西。比如說美食這個部分，我拍了十張好了，那我要怎麼挑出二分之一放上去。第一個我會想說顏色有點不太一樣，黃色的雞蛋捲啊！紅色的生魚片。—Scott

對於不同場景的相片，Scott 反而可以接受安排在同一頁面。以某頁三張相片為例，各有神社、商店街和馬路，室內和室外景兼具且場景完全無關聯。Scott 不但將這些相片安排在同一頁，而且三張相片各應該安排在左邊、右邊或中間三個平行位置皆有考量：神社供奉至高無上的神明因此擺在中間位置，商店街是室內景因此擺在頁面的右邊位置，而道路是室外場景便擺在頁面的左邊位置。（見圖



4-1)

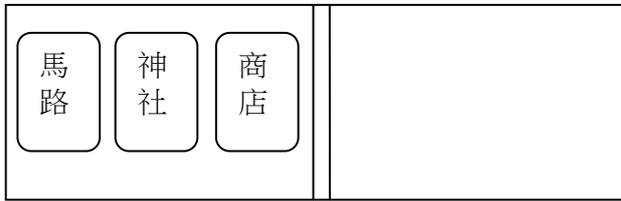


圖 4-1 相片擺放位置圖

2. 舜舜

注重美感的舜舜對於相片的編排都經過仔細考量，特別留心相片主角的視線方向，以及讀者閱讀視線的移動。譬如說，兩張獵豹的臉部照片平行並置，一張花豹正面面對鏡頭，另一張獵豹的頭朝右邊偏移，往右偏那張相片便安排在兩張照片的右邊位置，使得花豹視線往頁面集中，提升閱讀的整體感。

對於想要強調的相片，舜舜選擇放在頁面的最上方，也是考量視線的移動習慣。舜舜表示，一般人的閱讀習慣是由上往下看，如此一來就會先注意到最上排的照片，達到強調的效果。若將重點照片至於最下方，則較容易被讀者忽略。(見圖 4-2)

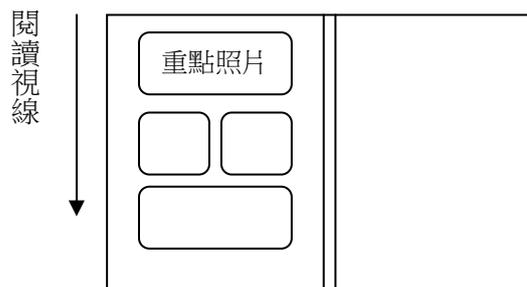


圖 4-2 相片擺放位置圖

另外，針對甲（獵豹獨照）、乙（穿著紅色上衣的舜舜與獵豹合照）兩張相片的擺放，舜舜同樣利用位置的安排分別強化和削弱相片各自的顯眼程度，以達到最佳閱讀效果。舜舜曾經構思將乙相片置於頁面最上方，但該相片中有穿著紅色衣服的人物，十分搶眼，甲相片容易因此被讀者忽略，因此決定掉換兩者位置。(見



圖 4-3)

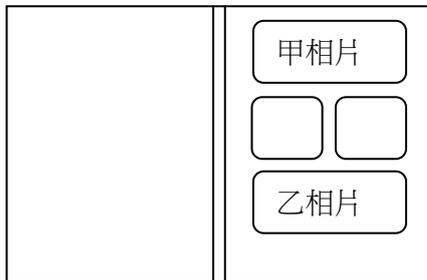


圖 4-3 相片擺放位置圖

3. Peter

Peter 將電影拍攝和策展的概念應用至相片編排，表現順序性和主題性。針對某頁的三張相片，編排順序是仿照鏡頭從近景拉至遠景的感覺，從臉部特寫到半身照，再到全身照。(見圖 4-4)

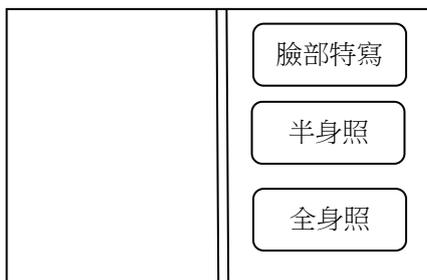


圖 4-4 相片擺放位置圖

如遇三張多人相片，則按照人數多寡，由少到多。某頁的安排便是由上而下依序是四人照、七人照、十人照，另有一頁則是兩人照、六人照、團體照。Peter 笑著說自己有潔癖，相片編排都有規則可循。

此外，喜愛看展的 Peter 也善加利用策展概念。一本相片書就好比是一場涵蓋各種子題的豐富展覽，書中的每一頁就是照片展示的舞台。譬如某幾頁的展覽子題叫做「一起在政大」，這幾頁的篇幅就收錄政大的各種面貌如晴天、雨天、白天、晚上等。

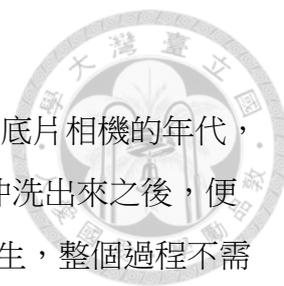
以上討論再再證明了相片書的創作意義，受訪者並非將相片書當作相簿使用，而是以製作作品的心態在「設計」。每張相片的安排、每段文字的敘述、每個版型的編輯、每種顏色的搭配都可能包含特定動機和目的，部分美工能力較強的受訪者甚至可以創作出有如市售書籍一般精美、專業的作品。

在訪談之前，受訪者通常沒有意識到相片書的製作也是一種創作，但以上的討論讓我們看見在不需要專業背景的情況之下，受訪者擁有許多揮灑創意的機會，相片書確實是門檻較低的創作媒介。對於喜愛簡約風格的創作者而言，編輯軟體的固定模組已經夠用，並不限制他們的創意；對於喜愛豐富變化的創作者來說，模組提供基本架構，解決一般人製書和美工專業不足的問題，這是發揮個人創意之前的必經框架，模組反而提供揮灑的空間。若嫌模組缺少變化，受訪者阿妮塔的做法告訴我們，許多電腦軟體皆可補足。

另外，相片書既是創作，就是一種舒展天性的方式，是美感生活的一部分。受訪者 **Scott** 和阿山目前尚無機會出版專業的旅遊攝影集，相片書卻提供相仿的舞臺，他們也可以電子書的形式在網路上分享販售，差別只在缺乏一間簽約的出版社。相片書容許創作者的家就是出版社，缺少專業出版社的把關，大眾或許可以更自由的方式展現作品。受訪者 **Peter** 對策展充滿興趣，現實中或許無法成為真正的策展人，但相片書提供「紙上策展」，以相對低廉和小規模的方式實現願望。

第三節 創作相片書的美感體驗

本節旨在回答第二個研究問題當中關於創作者從相片書創作過程中獲得的美感體驗的部分，分為「創作相片書的情感體驗」和「新科技如何影響相片書創作」兩個部分討論。研究發現，受訪者獲得的美感體驗包含成就感、自我反思、感動三種，創作相片書的過程幫助他們達到自我實現、促進人際關係、沉澱心情等益處。在新科技的影響方面，發現數位相機和相片編修軟體都使相片書更加完美，也增進受訪者創作相片書的動機。



一、創作相片書的情感體驗

相片書不只是一本相簿，更像是一本涵義豐富的小品集。在底片相機的年代，一卷底片裡的相片必須全數沖洗，人們沒有挑選的權利。相片沖洗出來之後，便一張張插入傳統相簿固定版面的格子中。至此，「相簿」已然誕生，整個過程不需要太多的思考，揮灑創意的空間也十分有限。

反觀相片書，卻是一本可以自由創作的相簿。從一開始決定哪些相片要放進書中、思考如何敘說整個故事、編排相片、加入文字一直到美化版面，每一個環節都需要創作者親自參與和決定，自由創作的空間也較大。在這過程中，創作者反覆玩味相同的相片、回憶相同的故事，情感的體驗便更加豐富。

不斷挑選相片、決定設計編排的過程中也會付出感情。受訪者小花便指出，創作時每次的挑選都是情感的重新選擇。因此，創作相片書的過程不只喚起創作者的回憶，更會引發各種情緒，激發更多思考，甚至使感情昇華，獲得新的體悟，達到自我成長。研究發現，受訪者在創作相片書過程中所獲得的情感體驗，以如下三種為主：成就感、自我反思、感動。

（一）成就感

不少受訪者在創作相片書的過程中，都加深他們對該書主題的印象，並且更加肯定自己的成就。身為媽媽的受訪者 Lucia 回顧兒子的成長過程，肯定自己將小孩一手帶大的努力。

就很有成就感啊！這是我小孩的成長，我覺得小孩子是自己一手照顧大的，可以看他的成長過程啊！我覺得還蠻有成就感的。我覺得我很盡力在帶他…覺得我的小孩蠻幸福的啊！然後我覺得我這樣帶他也很幸福啊！完成它我覺得很滿足。對我來說我覺得是功課吧！怎麼講？我覺得我現在的工作就是全職媽媽，那我覺得這也是我的工作，就是幫他做一個完整的紀錄。

—Lucia

養貓多年的受訪者小惠看著漂亮愛貓的相片，肯定自己飼養寵物的用心。他表示，有朋友每次養貓都只能養七、八年，但他已經養到第十五年，非常厲害。潛水經驗豐富的受訪者陳阿姨指著一張寄居蟹的相片表示，這是許多專業攝影家



都沒有拍過的稀有生物，每當他翻開相片書就會自戀地肯定自己十分厲害。喜歡紀錄日常生活的受訪者阿成，則是看著相片書累積認真生活的豐富回憶，內心充滿成就感。

我們無法保留這些已經消逝的時間，卻可以透過照片的「此曾在」象徵性擁有過去的輝煌。另外，這些令受訪者感到成就感十足的照片都是郭力昕（2013）所說的「生活亮點」，因此可以強化成就感，更加肯定自己。

（二）自我反思

研究發現，自我反思是伴隨相片書誕生的一大收穫。創作過程中，記憶的回顧總是牽動受訪者的思緒，透過相片書，許多人發現生活的變化、人際關係的改善、旅行的收穫等等。這些變化不只是時間的推移，還有心態的不同。受訪者會藉由相片書的編輯，思考變化所帶給他們的意義，回顧人生歷程的同時，重新審視自己目前的角色。

每本相片書講述的都是一個人生故事，或大或小都是人生旅途的重要片段。受訪者利用相片書再現自己的人生故事，也在閱讀故事的同時，反省生活周遭的人情冷暖或者使心情在無形中趨於寧靜。以下分為人生變化、自我角色的轉換、促進人際關係、心情的沉澱以及旅行的收穫五點分別闡述。

1. 人生變化

更換公司是受訪者阿成去年的一大變化，透過相片書紀錄這件重要事件，促使阿成反省自己選擇電腦遊戲行業的初衷。阿成在前一間公司服務了十年，現在在新公司重新開始的同時，他發現自己過去十年想要在工作上獲得的成就至今未變，依然朝著夢想前進。阿成希望帶著相同的信念來到新公司也可以繼續圓夢。

育有兩個女兒的受訪者 Irene 透過相片書思考親子教養問題，也反省自己年輕時對待媽媽的態度，發現相片書是親子關係的潤滑劑。

會覺得…小朋友長大真的長很快，就是如果我沒有多陪他的話，他可能一下就長大了，然後一下就進入叛逆期啊！然後就是邊做的時候就會邊想，不行，我一定要多留一些我很愛他的紀錄，然後以後如果我們有吵架啊或是鬧脾氣或是觀念不合的時候，就是會有一些緩衝的媒介。我女兒在生氣的時候我可以把相本從門縫塞進去(笑)，就是讓他回憶起我也有對他好的時候，不是永遠都對他那麼兇(笑)。—Irene

Irene 表示，創作相片書的同時，不只會想到自己與女兒，還會想到自己與媽媽。他反省年輕時總認為媽媽偏心，容易跟媽媽鬧脾氣的原因可能是少了某種溝通媒介。雖然相片書不是兩人面對面的溝通方式，孩子卻可以從相片中看出媽媽照顧子女的盡心盡力，不會執意認為媽媽不疼愛自己。

熱愛潛水的受訪者陳阿姨，對比退休前辛苦的職業生涯和現在悠閒潛水的日子，發覺自己服裝和心態上的轉變，對於目前安然自適的生活更加滿足。

我在想每一個(潛)點都是很輕鬆的，我都是度假的感覺，就是很休閒。我上班的時候不會穿 POLO 衫，我潛水的時候都穿 POLO 衫。所以像我出去吃飯，我女兒都會說：「媽媽你沒有衣服嗎？」他就說我都是穿 POLO 衫。以前上班我都是套裝、高跟鞋，沒有長褲喔！三十年外商，三吋高跟鞋。所以我覺得現在生活就是非常簡單，很俐落、很休閒，每天都像度假，好棒哦！你看，(窗外路人)走過去，也不進來喝杯咖啡…從以前上班到現在退休這樣，我覺得每天都好 happy 哦！—陳阿姨

2. 自我角色的轉換

各自育有一個兒子的受訪者 Lucia 和熊朵朵，都會回想自己與父母的親子關係。因為體會到媽媽的角色，Lucia 把兒時自己缺乏的那一塊在兒子身上補足，希望傾全力給兒子滿滿的母愛。

以前我們那輩的父母不會對小孩這麼盡心的照顧，可能自己比較缺少那塊。我媽是對我很好，可是他工作很忙，所以就是會比較想要對我的小孩這麼好吧！就是以前自己覺得自己缺少什麼的時候，就會想要給你的小孩那方面的東西。因為媽媽以前工作很忙，然後爸爸又比較權威式的那種，不會理小孩的，所以我就不希望我的小孩是這樣子的環境。會很常抱他，很常跟他說媽媽很愛你之類的，因為以前的爸媽不會對我們講這些話。—Lucia

所謂「養兒方知父母恩」，熊朵朵希望相片書能帶給爸爸快樂，也體認到脫離父母保護之後自己新的角色定位。



嗯…就希望他(爸爸)開心，看到那個時刻。就是養小孩子以後就會有一種感想會出來，就覺得小孩子真的不是自己長大的。對啊！就才知道原來自己也是經過那樣的疼愛長大的。就是要孝順一點(笑)。對啊！對他們好一點，要孝順。—熊朵朵

(自己)真的是長大了，因為一定會想說自己是長大的小孩，在爸媽的保護之下。可是結婚就是你必須脫離這個家庭出去飛這樣子，然後去照顧別人的家庭、別人的小孩。—熊朵朵

3. 促進人際關係

對受訪者 Irene 而言，相片書不只是紀錄女兒成長過程的工具，還是改善和媽媽之間親子關係的利器。Irene 表示，在做自己和女兒的生活紀錄時，常常後悔以前不夠愛媽媽；於是現在變身「無尾熊」，和媽媽十分親暱，而媽媽也在表情中透露著滿足與驕傲。

我常常陷入後悔當中(笑)，就覺得我要對媽媽好一點。就是自己結婚生小孩，然後加上自己又做一些就是小孩跟自己的紀錄的時候，就會覺得一定要愛媽媽。然後小時候比較不會撒嬌，就是到可能過了國中之後就不會撒嬌，然後都跟朋友在一起。然後二十幾歲的時候工作了，跟媽媽意見不合，媽媽一回來唸就覺得，喔！好煩，然後就不開心。然後就是結婚之後，再加上自己有小孩，就變得比較…會反過來對媽媽比較好。我媽有時候也會笑說，喔！我這個女兒越老越黏！

然後回家的時候，以前就比較不會抱媽媽、親媽媽幹嘛的，現在就變無尾熊呀！然後媽媽無意間就是透露著一點開心跟驕傲。就覺得親子關係會改善啊！不完全是因為相本，但是邊做的話也會邊回想自己跟媽媽的關係。— Irene

受訪者 Ruby 在創作過程中回想和男友交往的點點滴滴，更加體會到男友專情的優點。Ruby 表示，他的好幾任前男友都和前女友糾纏不清，或者對外佯裝單身，但是現任男友絕口不提舊情人並且斷絕一切聯絡，十分難能可貴。Ruby 在創作相片書過程中回顧大量相片，想起許多男友的優點，無形中更加鞏固兩人感情。



4. 心情的沉澱

完成相片書對受訪者 Peter 而言，就像經歷一場心靈洗滌。收到書本的那一刻，不只代表 Peter 和愛慕對象之間的回憶已經封存，更代表對自己有了交代。Peter 表示，完成這本相片書就像完成某件事情的感覺，是一個結束，好好跟大學生活和愛慕對象說再見。

不過，正因為彼此擁有這麼多回憶，Peter 進一步想用這本相片書和對方告白。即便告白不一定成功，他也希望相片書能讓對方感受到他的在乎，以及對方在他心中的美好。這本書對 Peter 而言就是這段回憶的畢業紀念冊，無論對方是否答應告白，Peter 已經盡力，隨著相片書的完稿，Peter 已然可以重新出發。這是一種透過相片完成的心靈救贖，拍照的那一刻 Peter 表達了生命最深沉的意識，而後透過這些意識的切片達到心靈自由。

喜愛旅遊的受訪者 Scott，透過整理相片、寫部落格遊記、做相片書的方式回憶旅行。相片書是反芻旅行的最後一步，也是讓整個回憶更臻圓滿的關鍵。Scott 指出，旅行回來之後，他會先在電腦中預覽所有相片，挑選相片中特別好看的部分，過程中就會回憶旅程發生的事情，這是第一次的回味。接著動筆寫部落格遊記的時候是第二次的回味，也在這個階段收集更多資訊，對這趟旅行有更深的認識。Scott 表示，原本這趟旅行是六十分，經過第一階段整理相片之後上升為七十分，寫遊記時又增加為八十分。最後到了創作相片書的階段再度瀏覽照片，並且增補遊記沒提及的內容，使整趟旅程達到九十分的完整。在此，相片書是再現旅行、重塑記憶的媒介。

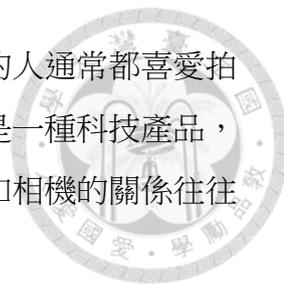
二、新科技如何影響相片書創作

相片書的創作離不開新科技，而數位相機和相片編修軟體是影響相片書產製最大的兩種科技因素，分別討論如下。

（一）數位相機

首先討論相機本身的意義。許多受訪者認為相機是生活中不可或缺的科技產

品，因為它是紀錄回憶最便捷和生動的工具。喜愛創作相片書的人通常都喜愛拍照、喜愛用相片說故事、喜愛用相片紀錄生活，因此相機不只是一種科技產品，而是幫助他們表達情緒、抒發心情、書寫人生的好夥伴。他們和相機的關係往往不是單純人與物的關係，而是類似生活夥伴的關係。



麥克魯漢（1964／鄭明萱譯 2006）指出，照片恢復了拼音字母出現之後，姿勢和手勢作為人類紀錄經驗的科技。相機是人們心智的延伸，相片可以用比文字更生動的方式建立現在和過去的關係。受訪者舜舜、Ruby、Irene、Tangerine、Kisa 都強調相機的重要性在於可以隨時紀錄生活、保留當下的感情。

如今已是數位相機的時代，相片的產製和取得非常容易，相機技術的推陳出新也連帶提升回憶紀錄的即時性、豐富性以及自由性。數位相機不只是紀錄，其高機動性與功能多樣性大幅擴展個人「創作」回憶的空間。相片書就是一種創作相片、創作回憶的方式，是相片的「再創作」，受訪者 M 和 Peter 都同意這一點。相片書之外，舉凡手工剪貼相簿、明信片、小卡片等也都是用相片說故事或者用相片寫日記的不同方式。無論人們如何處理相片和再製回憶，數位相機的「情感功能」都讓生活更加美好。

現今的科技產品不但功能要齊全，更要求外表要美觀，但這裡的美感不只是視覺上的舒適，更是幸福感的擁有。舉例來說，主打女性市場的微單眼相機必須配有美肌功能和方便自拍的翻轉螢幕，近年推出的新機更加入 NFC（Near Field Communication）無線傳輸功能，方便拍照之後立即將相片上傳社群網站分享。操作數位相機時，使用者享有的不只是機械的先進功能，而是享受生活樂趣和美麗影像的幸福感受。數位相機令使用者感到愉快的不是功能本身，功能的豐富實則代表了心靈的豐盈，心理層面的滿足遠超越功能層次的便利。

另外，數位相機降低拍照的成本，增加拍出滿意相片的機會，間接提升創作相片書的動機。受訪者小花和 Irene 都表示，按數位相機的快門不用錢，可以盡情拍攝大量照片，便很容易拍出成功作品。

成本低廉之外，數位相機還有「再製」的特性，人們在輸出相片之前有極高的自主性可以編修相片，如調整對比度、亮度、色調、修容等等。受訪者火鳥便指出，數位相片可以先行修圖，方便又有效果。這些改造使相片更加好看，當然也使相片書更加完美。



此外，相片書直接使用創作者上傳的檔案進行印刷，油墨顏色和印刷技術在印製之前已經固定，沒有額外的人為干預，創作者較容易掌握色差範圍（本研究受訪者大多表示沒有色差問題）。因此，受訪者 Scott 直言，再也不必受到相片沖洗店老闆的審美觀控制相片色調，影響相片輸出成果。

以本研究受訪者為例，數位相機不只替重視回憶的他們紀錄了幸福的瞬間，還讓他們能夠以數位相片去創作屬於自己的幸福。這種幸福可能是修飾相片使照片符合心中想要的模樣，再利用這些符合理想的相片去寫日記感受生活的充實或抒發心情；也可能是將相片以相片書「再創作」，過濾心中的煩惱雜念，將辛苦的過程昇華成一股自我成長的力量。

（二）照片編修軟體

編修軟體的作用主要在版型設計和相片修飾，前者可以增加版面變化，後者可以增進相片書的質感和美觀。各家相片書編輯系統內的版型樣式都有限，為了增加版面的變化以及更符合使用需求，受訪者 Irene 和阿妮塔都會使用自己安裝的編修軟體如 Photoshop 和 PhotoImpact 將多張相片組版完成後，再上傳至相片書編輯系統。如此一來，使用同一套相片書編輯系統的創作者，也可以創造具個人特色的相片書。Irene 表示，自行利用編修軟體排版的相片可以節省版面空間，也能克服編輯系統的版型太過呆板的問題，創造更多變化。阿妮塔運用版型設計，巧妙表達旅行當下驚見奇景的感受。

裡面的排版已經裝不下那麼多照片，或者沒辦法表現照片長長的，那我就會自己做。有些排版是兩邊合在一起的(左右兩頁版型相互配合)，然後(版型)這邊有挖一個洞。因為我就覺得這邊(景點)真的很特別，只是轉過一個彎就變得完全不一樣的世界，很棒！所以我就想說這邊做一個挖洞，表現說這樣

跨一個彎就不一樣那種感覺。—阿妮塔

自製版型以外，相片編修軟體的一大好處便是修改相片。注重人像美觀的受訪者熊朵朵笑著說，好看的照片才會想做成書，如果少了修圖軟體，就會少放很多相片。

受訪者小花、Irene 和 Scott 皆利用相片編修軟體補足當下拍照技術的不足，使照片能夠呈現攝影當下期望的成果。小花表示，「再製」是為了讓相片還原現場，使相片和腦海中的印象相符合。雖然經過修正，卻是更貼近真實的。

我覺得所有的照片都是再製，即使它再真實，它也是一個再製造的過程。為什麼我們要再製造呢？就是我們要讓照片跟你腦海中的印象是相符合的。那如果我今天看到你是明亮的，可是因為我的技術不好我就把你拍得很灰暗啊！可是我不能用這張灰暗的照片說這就是當下的真實啊！那不是，因為我看到的你就是明亮的。所以我會在那張照片拍下來之後，用我的方式把這張照片回復到我當下看到的那個感覺。—小花

Scott 認為攝影反映的是當下的情緒，相片呈現的感覺不見得跟現場環境條件相同。現場或許是溫暖的氛圍，但當事人心情鬱悶，就會將相片調成冷色調表達當下的心情。因此，Scott 也利用編修軟體將相片修改成可以表現自己拍照當下情緒的狀態。

受訪者火鳥利用編修軟體改變色調的目的不是為了達成攝影效果，而是解決失敗相片的問題。將部份彩色相片改為黑白相片，不但降低畫面雜亂的影響，也塑造另一種風格，使得可用相片增加，讓相片書呈現完美的風貌。

第四節 美感生活

本節旨在探究受訪者對美感和美感生活的概念，並呈現其與相片書之間的關聯。本節分為三個部分即美的定義、美感生活、相片書與美感生活依序回答第三個研究問題當中的各個子題。



本節的第一部分意在回答創作者對美的定義，發現受訪者認為理想生活、良好人際關係、自然不造作是最美的。本節第二部分則回答了受訪者對美感生活的定義與想像，統整出四種常見的美感生活類型：「從事興趣，實踐夢想」、「活在當下，知足惜福」、「生活就是旅行，旅行就是生活」以及「重視居家美感，享受居家生活」。了解受訪者對美感生活的概念之後，本節的第三部分肯定相片書確實反映創作者一部分的美感生活想像，多位受訪者都在相片書中透露他們對生活的期許和努力。

一、美的定義

研究發現，受訪者對於「美是什麼」的看法主要集中在生活、人情和真實這三個範疇。有些人認為平衡、自由、悠閒的生活就是美；有些人則特別重視人際關係的良善，認為分享、熱心、愛等都是美的代表；另有部分受訪者推崇自然與真實，認為自己發自內心的喜好就是美。

（一）生活之美

受訪者 Tiffany 和 M 都強調「平衡」的重要，認為維持平衡的生活就是一種美。Tiffany 表示，生活中無論是工作還是休閒都不能走向極端，兩者必須平衡，在心情愉悅之下把握各種學習機會。M 指出，除了個人生活的平衡，充滿掙扎和矛盾的觀念、人生、大環境等等也都需要平衡才能順利發展。

在掙扎和矛盾中尋求平衡，我覺得這是人之為人非常重要的特質，整個世界也是在過與不及之中流轉推進。人和環境都是很複雜的，但我想唯有在尋求平衡的路上擺盪，才能真正幸福吧！就像傳統價值和新的觀念、舊的社區和新的建設、自己的工作和休閒時間、因為愛一個人而感受到對等的痛苦等等，在這之中尋找平衡點，然後好好過下去，對我來是最美、最好的吧！—
M

受訪者舜舜、阿成和小花都嚮往自由、閒適的生活。身為台北人的舜舜並不喜歡台北匆忙的生活，十分懷念前往南部就讀大學時期和同學騎機車出遊的經驗。因此，悠閒的生活對舜舜來說就是美。不喜歡受束縛的阿成嚮往隨性的生活，下班後若想看電影便獨自前往，不見得非要結伴。說走就走的自由便是阿成心目

中的美。小花則表示，非常享受悠閒的居家生活，喜歡假日待在家中以當季食材精心烹調三餐，認為這是一件很美好的事情。



(二) 人情之美

此處的人情包含正面的人際關係以及情感本身的溫暖。受訪者 Tangerine 直說，情感就是最美的，無論是人與人、人與動物、人與事物，都有自己無可取代的情感。

受訪者陳阿姨認為有愛心和樂於分享是最美的，這兩種人格特質十分受到陳阿姨的推崇，而他也希望分享自己的經驗能夠幫助他人。受訪者阿山則認為，旅遊時受到當地人的熱心協助就是一種美。受訪者家如和尼奧媽都重視人際關係的和諧。家如表示，人與人之間的情緒很容易相互影響，如果公司同事之間的相處能夠和自己家中家人的相處一樣開心、沒有爭執，就是最美好的。尼奧媽則是笑著說自己對美的想法很老套，就是音樂劇「真善美」當中傳達的理念，而這也是社會所需的價值。

社會需要的就是真、善、美，其他就不用了。音樂很美好啊！小孩很美好啊！真的是…你心境美好看什麼都漂亮。要放下自己的成見，因為我覺得很多人都充滿恨在過日子(笑)。他們真的很容易被激怒，一點點什麼就生氣，不快樂。當然每個人都有很多不快樂的事情，我也很多啊！可是想辦法讓自己過得很好。放下自己是很重要的，就是你要把自己縮小，讓一些客觀的條件來影響你，不要一直都是自己、自己，不然好多人都很恨這個世界，哈哈！—尼奧媽

受訪者熊朵朵特別感念家人和朋友的照顧，認為這些人情的溫暖是美的核心價值。另外，小孩天真的笑容和寵物忠心的愛都是美的。

比方說我有很多好朋友，我朋友都說我是朋友帶大的孩子，因為我一直都在外面嘛！像我窮到沒錢吃飯的時候他們都會照顧我，這就是美。他們會帶我去吃飯，人際關係。我一直在人際關係上面都遇到很不錯的貴人，他們都會幫助我度過難關。或是我老公對我的照顧，我也覺得那是美的，小孩子的笑也是美的，或是寵物無盡的愛。—熊朵朵



（三）真實之美

這裡的「真實」意指自然不造作以及忠於自己的喜好，表現最真的自己，這些都是「真」的美好。受訪者 Candy 和家如都喜歡發自內心的愉悅，Candy 認為開心的感受感染到身邊的朋友就是一種美，而家如特別喜歡人們自然的笑容還有人際互動的畫面，覺得非常美麗。

受訪者 Scott、阿成和阿妮塔則不拘泥於世俗標準，強調只要符合自己的喜好就是美。Scott 指出，美的定義不只是開心和幸福，以照片而言，帶出當下心情的沉重氣氛也是美。Scott 近來喜愛拍攝畫面灰暗的相片，即使這種類型的照片在部落格上的點閱率很低，但 Scott 堅持自己喜歡的就是美，只要當下的感受是很真實的就一定是美。喜愛攝影的阿成也認為拍照不需要在意他人想法，只要自己喜歡、看得順眼，就是屬於自己的美。另外，阿妮塔認為按照自己的喜好創造理想的居住環境、如願從事自己的興趣就是最美。

二、美感生活

本研究在文獻探討章節時即不斷強調生活中處處充滿美感，而發展美感生活的第一步便是發現生活周遭的美。我們的日常生活中充滿美的事物，許多人因為忙碌而未曾察覺。

研究發現，許多受訪者都會留心日常生活中的風景，並且常用手機將事物拍攝下來。手機拍攝的生活風景以街景、天空、花草佔最多數，受訪者阿成、尼奧媽、阿妮塔和熊朵朵都時常拍攝這些景物。阿成表示，心情鬱悶時較容易發現天空和花草的美麗，可見美的事物不但近在咫尺，而且有療癒身心的潛力。花草和風景之外，熊朵朵也喜歡拍攝窗外陽光的溫度，希望表現平凡中的美。可見，只要有心留意欣賞，美感確實伸手可及。

根據以上所述，可以看出本研究許多受訪者皆會留心生活中的美感事物，也對這類事物十分感興趣。發現生活中的美好是建立美感生活的第一步，真正的美感生活還需要靠自己積極創造；而所謂的「美好」除了懂得欣賞美感事物，也代

表達到心目中的理想，理想生活也就是美感生活。



本研究綜合分析受訪者的生活態度和理想生活之後，歸納出四種美感生活類型，分別為「從事興趣，實踐夢想」、「活在當下，知足惜福」、「生活就是旅行，旅行就是生活」以及「重視居家美感，享受居家生活」。部分受訪者已經達到理想中的美感生活，有些還在朝著目標努力；無論是哪一種，他們心中都有一幅美感生活的藍圖，都正在認真生活，努力實踐自己的美好。

（一）從事興趣，實踐夢想

許多受訪者對物質生活並不貪求，他們重視的是從事自己的興趣或者實現心中的夢想，這些才是美好生活的必要條件。受訪者阿成、Scott、Ashley、阿山、火鳥、Ruby 和 Peter 都十分努力將興趣融入生活，前三者將興趣作為生活重心，努力實踐目標。

阿成自國中開始就立志從事電腦遊戲產業，上班至今他一直堅持信念從事相關工作，並為自己的付出感到驕傲。阿成笑著說他有點像工作狂，以前常常是公司最後一個下班的人，甚至會在公司過夜。某次全公司又只剩下阿成一個人時，他拍了一張漆黑辦公室中只有自己的桌燈亮著的相片，上傳至社群網站 Facebook。阿成表示，希望這張相片讓國中同學知道他仍然在做自己喜歡的事情，仍然為了相同目標而努力。

從這裡可以看出，堅持夢想帶給阿成生活上極大的滿足感，也是人生的重要價值。阿成對興趣和目標的堅持不只表現在工作上，也展現在休閒活動中。他在 2013 年年初便定下前往日本沖繩旅遊的計畫，在身邊朋友都興趣缺缺的情況之下他努力說服大家，最終完成年度旅遊目標。

工作之餘，阿成喜歡結合拍照的興趣出國旅遊，再結合電腦專長將相片創作成相片書。雖然目前生活缺乏獨立空間，不能算是完全達到理想生活，但是工作發展順利的同時也能兼顧興趣，生活稱得上美好，阿成已然沒有過多追求。



受訪者 Scott 也是努力追夢的典型，希望發揮攝影和部落客專長維持生計，這是最理想的生活狀態，但目前尚無法如願，還在掙扎與矛盾的路上前進。Scott 投稿國內攝影比賽總是不受青睞，長久下來經營部落格也感到氣餒和孤單。而後 Scott 嘗試投稿美國和法國的攝影比賽受到肯定，發現西方國家對攝影的定義廣泛，任何生活中看得到的事物都可能是一個主題。

他指出，日本的攝影風格同樣生活化，路邊的一朵花都能拍得很生動。反觀台灣，攝影比賽多為人像和風景攝影，官方攝影比賽多為台灣之美、高雄之美等主題，較為狹隘。此後，Scott 致力學習拍好生活周遭的景物。譬如，當他拍攝家中陽台種植的花朵時，會從各種角度將兩朵花擬人化成一對情侶，塑造特殊情境，希望走出自己的攝影風格。

每天拍攝各種景物是 Scott 的基礎練習，出國拍攝異國風景也是學習途徑，但是這些活動看在不知情的外人眼中卻只是偷閒玩樂，令 Scott 相當挫折。

一般看我部落格、看我拍照或是去哪裡玩，大家會說「你的生活怎麼過得那麼愜意啊！」其實我覺得很煩。像有一次我帶相機出去要拍一些題材，我們隔壁的鄰居他常常看我拿相機拍來拍去，就有點嘲諷地說「你到底是在拍什麼？」就有點不屑、輕視的意味。然後第二次遇到的時候他又過來嘲諷一下「你的生活過得真愜意！」其實一般人不了解你，沒有跟你生活在一起，「看你每年都有去日本啊！好好喔！」但是他們不知道我把旅行當作很重要、很珍貴的在看待，我覺得我不是出去玩的。—Scott

Scott 致力於達成自己的目標，做自己喜歡的事情，卻同時要和他人的冷嘲熱諷對抗，著實不易。他表示，有時候去日本拍照也是想暫時離開這個生活圈，少了別人的冷言冷語才可以放鬆做自己。Scott 的相片書中呈現的是他的生活中最美好的片段，背後的辛苦和孤寂鮮為人知。即便如此，Scott 還是堅持理想，在擺盪中繼續努力。他現在會思考大眾想看什麼樣的攝影作品，嘗試去微調和轉變，但是絕不會一味迎合大眾口味而拍攝非自己初衷的題材。

上述受訪者的例證顯示出夢想對一個人的價值之高和影響之大，日常生活或許平凡，但許多人在平凡的每一天中一步步走向目標。生活無法事事如意，實踐

夢想的路上必有滿足也有挫折，但生活的意義就在這裡。努力將興趣融入日常生活，打造自己理想的生活方式，就是美感生活的一種實踐。



(二) 活在當下，知足惜福

受訪者陳阿姨、小惠、家如和 Irene 對生活大致上感到滿意，十分珍惜現況並且沒有太多額外的追求。

受訪者 Irene 是一位全職媽媽，回顧結婚前的自由到現在養育兩個女兒的生活壓力，認為年紀越大就越難以感受幸福。當教養女兒遇到挫折或是和丈夫口角時很容易否定現在的生活，賭氣地想著結婚、生小孩也沒有比較好。丈夫提醒 Irene 要懂得珍惜，家中僱請外傭幫忙照顧孩子已經讓 Irene 比過去輕鬆很多，Irene 也意識到自己比許多單打獨鬥的全職媽媽還要好命。於是，Irene 利用寫部落格和做相片書的方式記錄下開心的感受，藉此提醒自己雖然不如意的事情十之八九，生活中還是有很多幸福時刻值得珍惜。

Irene 指出，在心情低落時看看相片書和部落格，就會發現不開心都只是一時的，幸福的時刻還是很多。一旦習慣家人的付出，便很容易將之視為理所當然，也很容易只記得丈夫晚歸而忽略他對家庭的貢獻。

不要忘記看看自己身邊特別幸福的事情，就是發現一些讓自己感動的小事情。如果每天都可以發現老公一個好的地方的話，他就看起來沒有這麼討厭(笑)，就是不會被這些小事弄得這麼煩躁。就是只要一直想「他幫我請大姊幫我帶小孩」就，呼！太好了！要對他感恩這樣(笑)。—Irene

秉持著珍惜和感恩的心態，Irene 表示目前已經達到理想生活，方法就是不要凡事都要求達到百分之百。譬如，現實中的經濟能力買不起有前庭後院的房子，但是現在的住處有前陽台和後陽台也不錯；無法擁有精美裝潢的房子，那麼利用現有的白色牆壁以壁貼裝飾也很令人開心；沒有小花園專門種植花草，就在室內的角落種小盆栽；沒有心中明亮寬敞的夢幻廚房，現有的小廚房也已經可以滿足烹調需求。這些生活態度不僅是知足惜福，也是活在當下的表現。

所謂知足常樂，心懷感恩的人比較容易達到理想生活，而在平凡生活中處處留心幸福時刻，珍惜現下所有，就是一種生活美感。



(三) 生活就是旅行，旅行就是生活

許多受訪者如舜舜、阿妮塔、Tiffany、阿山、家如、Ashley 和 Ruby 都十分重視旅行活動。這裡的「旅行」不單指前往外地的過夜行程，還包含一日來回的普通出遊。更廣義來說，「旅行」是一個發現新事物的概念，不限時間長短和路途遠近，日常生活也可以是一場小旅行。

「生活就是旅行，旅行就是生活」的概念出自受訪者舜舜，他認為只要離開家門從事任何放鬆身心的休閒活動，就是一種旅行。每逢周末假日，舜舜一定要出門走走而且不限目的地，並不認為連續好幾天的出遊才叫做旅行。台灣的勞動環境並不允許員工時常放長假，舜舜對旅行的態度就是為了避免受現實束縛而產生的不愉快。另外，他也指出「發現新事物」才是旅行和生活的意義。

你只要發現一個新的地方，即便你到你家隔壁或是到一個公園，都可以發現一件不一樣的事情。所以我就覺得「生活就是旅行，旅行就是生活」，因為這樣子也比較不會讓自己的心侷限在那邊。一定要長途旅行才算旅行的話，反而會讓自己受限，讓自己有更多的不愉快，我覺得也是沒有必要。—舜舜

受訪者阿妮塔也強調「發現新事物」的重要，指出旅行就是一場全新的饗宴。阿妮塔也善於將這個概念與日常生活結合，認為平凡的生活中依然可以發現各種不一樣的驚喜，並將此視為他的生活態度。由此可見，旅行和生活可以是一個相互涵蓋的概念。

雖然每天都是日常生活，但是還是可以從裡面發現還蠻值得紀念的事情。就像我每天去看一下花長得怎麼樣，它今天長高多少，就覺得很高興。或者有時候去買東西啊！譬如說去菜市場發現沒買過的菜，或是老闆有介紹一些新的事情。喔對！就是新的事情！—阿妮塔

受訪者 Tiffany 將旅行視為學習的好機會，既可以了解不同的生活方式、學習相關歷史知識，甚至可以培養新的興趣。豐富自己的同時也開拓眼界，對於職場

的人際關係也有幫助。因此，旅行對 Tiffany 而言不是單純的玩樂，他希望從事休閒活動時也能有知識上的長進，這是最美好的。對 Tiffany 而言，所謂的美感生活就是處處都有學習機會，在工作生活和休閒生活都發揮旅行概念，過得充實且豐富。



對其他受訪者而言，旅行和生活的意義不見得對等，但他們也將旅行融入生活不可或缺的安排中。受訪者阿山就表示，心目中的美感生活就是可以時常離開家鄉澳門去旅遊，並且創作旅遊相片書，多看看這個世界才不枉此生。受訪者家如時常規劃周末旅遊，選定一座城鎮之後盡情享受該地的美景和美食，而這也是他理想中的生活樣貌。家如笑著說，周一至周五認真賺錢，周六和周日就可以去花錢。雖然工作壓力不小，固定的周末旅遊還是讓生活十分美好。

「旅行」不只是一項娛樂活動，更是一種生活態度。發現新事物以及增廣見聞不僅是旅行帶來的收穫，更是豐富生活的元素。秉持著旅行概念過日子，讓生活充滿驚喜和愉悅就是一種美感生活。

（四）重視居家美感，享受居家生活

受訪者熊朵朵、小花和阿妮塔對居家生活情有獨鍾，他們特別重視居家環境美感，喜愛閱讀室內設計雜誌，會積極布置住處自行創造生活美感。受訪者熊朵朵從學生時期就對居家設計和日本雜貨（zakka）非常有興趣，長年下來培養出對設計的精準眼光和對美感的高度要求。他重視生活品質，強調居住環境必須有設計感，自家住處就以各種風格的雜貨布置，並注重各個家具之間的色調搭配，建立豐富多彩的居家風格。

我不喜歡家裡亂亂的，就是…台灣很多家庭都是…你知道，就是很醜，那個我就沒辦法接受。我就喜歡把家裡弄得很漂亮，然後待在裡面很自在，可以不出門也沒關係。就是至少要有點設計感在裡面，或者是像 zakka 的東西雖然看起來很雜，但是擺起來是有美感的。就是順序的排列或是什麼東西要放哪裡，我都有自己一套想法，雖然東西很多但擺出來是漂亮的。—熊朵朵

身為全職媽媽的熊朵朵長時間待在家中，頗具巧思的他便利用各種不同效果

的燈具變換家中氣氛，還會三不五時變換地毯、靠墊、窗簾等家具的風格，增添生活變化。出國旅行時，熊朵朵也會積極尋找具當地特色的家居飾品，譬如在菲律賓購買貝殼燈，在韓國採購花園用具。熊朵朵表示，他的經濟能力不是特別高，但是能力範圍之內都會盡量選擇有設計感的物品，增添生活情趣。

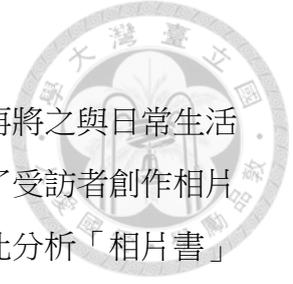
由此可見，居家設計不單是興趣，更是一種對美的追求，是一種希望生活中隨時充滿美麗事物的生活態度。「家」不只是休憩的場域，更是實踐美感的舞台以及貫徹生活態度的空間。

家住基隆的熊朵朵表示，雖然希望購買台北市房子，但他寧願將省下的高額貸款轉作品嚐美食和外出旅遊的經費，如此一來才得以實現所謂的美感生活。

受訪者小花的生活態度是打造自己喜歡的居家生活，讓「家」成為一個實現理想的空間。小花認為「家」必須是一個讓人徹底放鬆和自由做自己的地方，因此他打掉家中原先分隔廚房和客廳的牆面，改造成開放式廚房，讓「家」成為一個自由流動的地方。小花表示，開放式廚房是他對「家」最早的概念與想像，認為女人不應該被關在廚房中做菜。開放式廚房讓他在料理時，也能隨時跟外面的空間保持互動。

至於家中擺設的物品，小花要求實用之外一定要兼具美觀。小花笑著說，生活中出現難看的東西或難看的顏色，對他而言是一種視覺暴力，絕對會想盡辦法移除。和受訪者熊朵朵一樣，小花對居家生活的觀念體現了對理想生活的追求，是生活態度的展現。

以上受訪者對美感有極高敏銳度，且他們對「美」的要求不是停留在腦中幻想或純粹嚮往的階段，而是身體力行將美感體現在居家空間中。更重要的是，具有美感的不僅是住家，還包含一切生活方式，他們熱愛的是生活本身。重視「家」的概念，在理想的居家環境享受生活的一切，就是一種美感生活。



三、相片書與美感生活

本研究希望從相片書中發掘人們的美感概念和審美潛力，再將之與日常生活結合，勾勒出人人皆可擁有的美感生活樣貌。前面的章節討論了受訪者創作相片書的美感體驗以及對美感生活的認知，本研究接續以上基礎在此分析「相片書」與美感生活之間的關聯。

本研究發現，許多受訪者的相片書確實透露出他們的人生觀，反映出他們對美感生活的想像和實踐。在此依據每個類別各挑選一位較具代表性的受訪者，討論如下。

(一) 家庭類

特別重視幼兒教育的受訪者尼奧媽從兒子一歲三個月開始每天都唸二十本故事書給兒子聽，並教導他必須利用書中所學知識幫助他人。尼奧媽的理想是走出辦公室接觸幼兒，建立他們的自信心和同理心，希望從幼兒教育開始改變社會。兒子兩歲後顯現超齡的語言能力，尼奧媽用心紀錄他每一天學會的詞彙，將之和生活照片集結成相片書。這樣與眾不同的內容已經顯示尼奧媽的教育重心所在，也反映他心目中的美感生活是從事教育幫助社會走向真、善、美的境界。

(二) 生活類

受訪者陳阿姨擔任志工已有十年資歷，從這一點就可以印證陳阿姨樂於分享知識以造福他人的性格。對陳阿姨而言，「有愛心且不吝於分享」就是美的展現，不斷強調將自己所擁有的經驗分享出去是非常重要的事。紀錄海底世界的相片書除了替自己留下紀念，陳阿姨也希望讓不會潛水的讀者可以一窺海洋生物的面貌，因此會以讀者的偏好和需求排版相片。相片書中涵蓋印尼西巴丹、帛琉藍洞、埃及紅海、馬爾地夫等多處潛水地點，以及番茄海葵、鯨鯊、海兔、蘇眉、小丑魚等各種生物，資訊之豐富宛如一本教科書。珍惜所有並樂於分享就是陳阿姨最美好的生活態度，這本相片書正反映陳阿姨珍視並貢獻自己潛水經驗的初衷。

(三) 愛情類



受訪者 Peter 最嚮往的事情就是能和彼此相愛的情人以輕鬆、緩慢的步調共同生活，一起享受生活中最平凡的時刻如一起做菜、一起用餐、一起欣賞展覽。Peter 非常重視人與人之間的情感，認為真誠和勇敢是最美的人格，因此創作了紀錄自己和愛慕對象共同回憶的相片書。Peter 將濃烈的感情以內斂的文字和豐富的照片展現，指出只要真實面對自己的情感就是一種美。從 Peter 的字裡行間反映了他所重視的人情美感，這種真情流露的風格即透露他內在的價值觀以及對愛情的重視。

(四) 寵物類

「知足常樂、凡事感恩」是受訪者小惠的生活態度，他聽聞許多人生無常的例子，認為生活不需要有過多要求，只要沒有欠債而且平安健康就是「美」的真義。另外，學生時代曾受基督教教友協助度過難關的小惠，時常用聖經福音提醒自己保持感恩的心，並學習待人處事的道理。因此，小惠在紀錄寵物的相片書中收錄他常誦讀的聖經經文和詩歌，提醒自己所擁有的愛貓和美好生活都來自上帝恩典。這本獨特的相片書明顯反映了小惠人生中最重視的價值觀，也是他不斷提醒自己珍惜所有和修身養性的證明。

(五) 旅遊類

舜舜認為相片書是分享經驗、傳遞知識的理想媒介，透過自己的親身經歷化解一般人對非洲的疑慮和擔憂，讓他十分有成就感，是相片書最具美感的地方。舜舜的創作目的即透露他的生活信仰，旅行經驗不只是自己的收藏，更希望開拓他人視野，讓知識發揮更大價值。因此舜舜在網路上搜尋野生動物的資訊，再搭配自己拍攝的相片介紹動物。讀完舜舜的相片書就像去南非走了一遭，同時增進野生動物知識，這正是舜舜期望達到的價值，也是他美感生活的實踐。

第五章 結果討論



本章分為兩節，第一節「結果討論與重要性」總結本研究的研究結果並提出四個看法。第二節「研究限制與建議」指出本研究在研究過程中遭遇的困難並提出可能的解決之道供未來研究參考，使美感生活的學術研究能夠更臻完善。

第一節 結果討論與重要性

本節共分為兩個部分說明。第一部份「結果討論」提出四個主張：第一，相片書是活化記憶的媒介；第二，相片書重塑日常生活並展現另類的自我實現；第三，數位浪潮之下實體仍然無可取代；第四，達成自我實現就是實現美感生活。

第二部分「結果重要性」，本研究指出「真實」的意義已經改變，新、舊科技可以相得益彰，我們也從中發展出另類的自我實現。另外，本研究協助大眾了解人人都可在不受經濟、地位等外在條件之下發展美感生活，替平凡日子帶來更多幸福感受。

一、結果討論

(一) 相片書是活化記憶的媒介

研究發現，許多受訪者對於精美的相簿有所需求，並不滿足於一張張相片整齊排列的傳統相簿。他們希望以更有意義的方式紀錄回憶，相片書出版公司就以專業之姿提供使用者更有內涵的回憶保存方式。相片書以書本的形式完整收錄一段回憶，讓回憶不只是一張張相片組成的零碎片段，而是由文字串聯起來的「故事」。

這裡呼應班雅明（1968／許綺玲譯，1999）、Berger（1980／劉慧媛，1998）、章光和（2005）和 Freeman（2007／吳光亞譯，2009）對於符號系統影響相片意義的看法，相片書創造特定的脈絡和閱讀順序，圖說文字將生命情境「文字化」，創作者利用「故事」建構了相片意義。因此，圖片故事不但是相片獲得新生命的方



式，也是記憶活化的管道。

長久以來，故事對人們有著難以抵抗的吸引力，也是大眾傳播時常利用的資訊傳遞手法。無論商業廣告還是新聞報導，都離不開「講故事」的形式。以個人層次而言，相片書就是書寫自己故事的方法。

相機讓稍縱即逝的過去具體化，保留逝去的時間片段，相片書則是讓「回憶」具象化，透過書本和文字將回憶重組成一個有主軸的故事，使回憶內容更加生動和精彩。從散亂且無形的「回憶」變成有組織、有邏輯、有系統的「故事」，是相片書遠遠超越傳統相簿的特色。

（二）相片書重塑日常生活並展現另類的自我實現

綜觀所有受訪者的相片書，都是以生活中的快樂經驗為主題，人們透過相簿製造幸福的故事，這是郭力昕（2013）「生活亮點」的概念。相片書並非展現記憶的全貌，而是記憶的再現，創作者在創作相簿的同時也在「創作」回憶，因為書中的故事經過改寫，是日常生活的重塑。

相片本身就是時間的切片，也是事件中的某個精華片段，而不是事件的全貌。因此，創作者拍下照片的時候，就已經是對回憶的初步再現；篩選相片收錄進相片書時，是第二次的再現；而當創作者以各種編輯手法說出這個回憶的時候，已經是第三次的再現。相片書作品呈現的是一個改寫過的生活故事，人們往往篩選掉記憶的負面部分，使之趨近理想狀態，無論這個理想與真實接近的程度是高是低。

在編輯軟體功能和數位相片特性的影響之下，相片書型塑生活的能力比傳統相簿更強。相片書以圖文並茂的方式串起各種生活亮點，精緻的書籍形式將這些亮點包裝得更引人注目。編輯軟體容許我們以專業的版型、可愛的插圖、豐富的文字等元素渲染故事，而數位相片易於再製的特性使相片美化世界的能力大大增加。綜合以上各種要素，相片書所展現的內容遠比真實更加美好。

蔡源煌（1996）指出圖像可以程式化的製造出真實，章光和（2005）以個人寫真為例指出這種相片中的自己比現實中的自己更能成為理想中的真實存在。相片可以反映出人們看待自己的方式，而相片書美化過的「真實」就是創作者選擇記憶自己的方式。



這種美感是真實的，也是虛假的。真實的是事件本身確實存在，因此我們拍下相片佐證並回味；虛假的是我們將照片修改成「照騙」以呈現更令人開心的成果，再以以相片書的敘事手法將之美化。

修圖軟體賦予我們創造意義的主導權，讓美麗的更美麗，快樂的更快樂。只要我們認為「照騙」是事實，它就可以成為事實。因此，我們從虛假中強化了情感和自我認同。相片書提供一座自我展演的舞台，每個創作者都是這場表演的導演，對於劇本和演員有高度決定權。

在數位相片的時代，人們不只收藏相片，更喜歡創作相片。現代人除了修改相片人像的容貌，也時常在相片上添加插圖、文字等裝飾之後才上傳至社群網站與眾人分享，這是照片本身的創作。而相片書是另一種創作相片的方式，也就是相片的「再創作」。

在新科技的支持之下，創作者有更多能力展演一齣理想的生活故事，從相片到編輯都是符合自身理想的狀態，自然強化了對故事的情感和肯定。於是，新科技造就了這種特殊狀態的自我，一種自己塑造自己且樂於穿梭在生活幻象中的自我。即使我們清楚知道那是幻象，卻依然沉浸其中並甘之如飴，同時對自己和對別人都宣稱「這就是我的生命故事」。人們透過相片書再製回憶、重塑生活，在過程中深化情感價值，也造就新科技影響之下的另類自我實現。

相片書協助創作者達到自我實現還反映在編輯軟體的附加價值上。雖然軟體提供的素材是程式化的美感，但那也是使創作者得以接近創意的基礎。一般大眾並沒有製作書籍的能力，美工技巧往往也有限，軟體提供的版型和插圖等素材有

如一塊墊腳石，反而幫助創作者在現有基礎之上進一步揮灑創意和發展美感。

van Dijk (2006) 認為數位時代的創意受到程式框限，但我們無法否認這些創造美感的軟體帶來更多靈感，對許多缺乏創意和美工能力的人們來說，即使是框架內的創作經驗，也是一種啟蒙方式。正因為軟體讓美感創造變得容易，大眾反而有機會更親近「美」。

(三) 數位浪潮之下實體仍然無可取代

相片書之所以受到受訪者的喜愛，對其評價遠遠超過傳統相簿的主因在於，相片書充分結合新科技的便利與印刷品的質感滿足現代人的需求。相片書編輯軟體讓製作相簿成為一件輕鬆、快速的事情，替忙碌的現代人節省跑照相館沖洗相片的時間和麻煩，讓使用者只要透過一台電腦就可以完成傳統送洗相片、取件、買相簿、將相片插入相簿的所有過程。

此外，使用者只要負責挑選相片和編寫文字的「創作」部分，剩下的工作都交給專業人士負責，十分符合現代社會的分工概念。相簿的製作不再是個人的私事，而是一種專業的服務。

然而，相片書受到推崇的另一原因就是使用者可以將電腦中看得見卻摸不著的數位檔案實體化，透過紙張的觸感更親近回憶。實體代表一個「真正」的回憶，讓人們更能感受回憶所帶來的情感溫度，更確知記憶的存在，更能掂量回憶的重量。相片書承載的不只是實體相片，更是回憶的情感價值。

相片書實體化的對象不僅是數位相片，還有回憶本身。即便生活在數位時代的我們早已習慣科技帶來的便利，本研究發現人們對傳統的紙張仍然有著不可抹滅的特殊情感。

數位浪潮席捲全球，國內外許多傳播媒體的紙本刊物發行人數銳減，甚至直接取消紙本發行，出版業的景況也日益艱難，許多專家認為書本將成為懷舊骨董。

然而，本研究認為紙本貼近人心的溫暖不是數位科技的便利和創新所能取代。

拜科技之賜，我們的生活確實更加舒適和有效率；但紙本所傳遞的情感為人們帶來內心的踏實和滿足，豐盈的心靈也是美好生活不可或缺的要素。在生活便利和心靈滿足雙重達成的條件之下，美感生活才能順利發展。相片書顯示人們無法割捨實體相片和紙張，它的興起和好評告訴我們，數位時代的新、舊媒體並非敵對關係，反而可以相輔相成，發展出更符合人類需求的產品。

（四）達成自我實現就是實現美感生活

「美」在生活中無所不在，關鍵是我們能否發現它、感受它、體會它所帶來的幸福感受。許多受訪者具備美感意識、審美能力並擁有明確的生活態度，他們能夠在生活中發現普通事物的美，這些條件使他們十分接近美感生活。本研究顯示，無論何種職業和經濟能力，人人都有能力創造自己的美感生活。

以美感過生活並不是購買名牌衣物或跑遍藝文場所，無論是努力實現夢想、知足惜福、實踐旅行精神還是享受居家生活，研究顯示許多受訪者在經營生活的過程中獲得成就感，覺得自己十分幸福，這就是美感生活的真諦。

研究發現多數受訪者對於自己的相片書作品都有獨到的設計觀點，並不是單純利用編輯軟體的便利製作相簿。在一般人的概念中不認為自己在「創作」，但創作相片書的過程就是在創造屬於自己的美。

從第四章第二節的討論可以看出，從封面、作者欄、相片、內容風格，受訪者都用心構思並有自己的審美觀點，美確實帶領人們舒展天性、情感和想像力（周憲，2003）。而受訪者也常在設計邏輯中透露出生活態度和人生價值觀，顯示受訪者的思想會不著痕跡地體現在審美活動中，符合郭為藩（1975）所說的個人隨時都在實現潛能，接近真正的自我（real self）。

在日常生活方面，許多受訪者都有紀錄生活之美的習慣，譬如以手機拍攝風

景和街景。受訪者也會從烹飪和人際關係等日常生活的普通事物中發現美感，並指出只要符合自己喜好、表現最真實的自己就是最具美感的事情。從這裡我們可以看出，無論是在審美活動還是日常生活中，只要依循自己的愛好與理想，不斷實現個人潛能和才能，越接近真正的自我（real self）就越有機會達成美感生活。

另外，第四章第三節討論了受訪者創作相片書的情感體驗，包含成就感、反思自我角色、促進人際關係、沉澱心情等等。相片書的創作激發受訪者對於生活意義的思考，加強對人生信念的認同，更加認識內在的自己，從而達到自我成長。周憲（2003）指出，審美活動可以幫助人們超越日常生活的平庸，把人昇華到更高境界，也就是自我實現的達成；而在自我實現的條件之下，美感生活近在咫尺。

二、結果重要性

本研究指出在數位相機、數位相片、修圖軟體、相片書編輯軟體等新科技共同影響之下，我們獲得更強的能力去重塑日常生活經驗，建構理想的生命故事。「真實」的意義已經改變，而我們從新的真實中獲得滿足，並發展出另類的自我實現。

另外，在數位時代的今天，人們對實體和紙張的情感仍然沒有消失，紙張的美感甚至在高科技時代更加獲得彰顯。本研究顯示出舊科技的價值，也指出新、舊科技相互融合、相得益彰的實例，協助大眾了解相片書的文化意義。

最後，追求美感並不需要專業知識或過人經濟條件，而是在食、衣、住、行當中留意生活周遭的美，選擇具有美感的方式過生活並朝著個人理想邁進，如此一來就能創造自己的美感生活。

本研究協助大眾了解，即使是日常生活中看似很普通的事物都是創作和體驗美感的機會，一本相片書的製作也是一種審美活動。而審美活動能夠帶給我們心靈成長和自我超越，重視美感生活能替平凡的日子帶來更多幸福感受。

第二節 研究限制與建議



本研究屬於初探性研究，在相片書尚未普及且缺乏前人研究的條件之下遭遇不少困難與限制。本研究的障礙有三，即受訪者難尋、訪談過程溝通不易、文獻理論不足。

相片書出版公司數量不少，許多原本專營相片沖洗與商品印刷的廠商也相繼增加相片書製作業務。相片書是近年的新興產品，目前尚未達到「人人皆知」的普及程度，即使是與研究者年齡相仿，對於流行資訊較為敏感且樂於嘗試新事物的年輕族群，普及率還是不高。研究者在透過自身人際關係尋找曾經製作相片書者的過程中即不斷碰壁，而網路上也缺乏專門討論相片書的論壇，相片書製作經驗的分享大多散落在個人部落格中，因此研究者只能透過網路搜尋引擎一一查找，十分費時。

另外，本研究對受訪者的條件要求較為嚴苛，並非只要有製作相片書經驗就適合受訪，一再篩選之下，適於訪談的受訪者已為數不多，又要能夠透過網路聯繫上對方，整個尋找受訪者過程的效率有待提升。

研究者在訪談過程中發現，部分受訪者對於美、美感、美感生活等概念不甚理解，有些人對於美感的觀念停留在專業美術或美醜判斷的層次，對「美」的概念較為狹隘，對「生活中處處都是美」的觀點也了解不多。因此，當研究者詢問受訪者「怎樣的照片是美的？」、「美是什麼？」、「有美感的生活是什麼樣子？」等問題時，部分受訪者顯得不知所措，認為「美」是很抽象的詞彙。此時，研究者會提示受訪者無形的感受和意義也是美的範圍，或者以「理想生活」替換「美感生活」說明題目意思。

文獻方面，美感生活的理論較少，學術研究多以風格和消費為導向，與本研究探討美的創造與體驗並不相同。因此本研究盡量在抽象的審美特性與生活化的論述中各取所需以建立研究架構。

整體而言，本研究建議未來研究以更加淺顯易懂的方式向受訪者事先說明

「美」和「美感」的意義，在受訪者充分理解的情況下使訪談過程更為順暢，訪談結果更加準確。



參考書目



王才勇（2000）。《現代審美哲學》。台北：書林。

天下編輯（2002）。《美的學習：捕捉看不見的競爭力》。台北：天下。

日立家電（2014.04.01）。〈領航科技與視覺藝術的前衛交響曲 Hitachi 家電 25 年美學登峰之作 System α 典藏版全能智慧真空冷藏庫 絕美登場〉。取自 <http://www.hsct.com.tw/upload/news/20140411news.pdf>

《日立家電有限公司》（無日期）。取自日立家電網頁 <http://www.hsct.com.tw/index.php>

王年愷譯（2012）。《網路讓我們變笨？數位科技正在改變我們的大腦、思考與閱讀行為》，台北：貓頭鷹。（原書 Carr, Nicholas. [2010]. *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W. W. Norton）

〈台灣生活美學運動〉（無日期）。取自文化部台灣生活美學運動網頁。 <http://lifearts.moc.gov.tw/>

李文吉譯(2004)。《紀實攝影》，台北：遠流。（原書 Rothstein, Arthur. [1986]. *Documentary Photography*. Boston: Focal Press）

吳光亞譯（2009）。《攝影師之眼》，台北：大家。（原書 Michael Freeman. [2007]. *The Photographer's eye: Composition and Design for Better Digital Photos*. Cork: The Ilex PRESS Limited.）

吳昭宜（2004年9月）。〈生活美學戰，精緻開打〉，《天下雜誌》，307:182。

李昱宏（2013）。《灰色的隱喻》，台北：田園城市

宋偉航譯（2000）。《數位麥克魯漢》，台北：貓頭鷹。（原書 Levinson, Paul. [1999]. *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium*. London: Routledge.）

周怡伶、楊雅筑（2013.11.21）。〈生活工場 情境式領導 新世代員工加倍愛企業〉，《能力雜誌》。取自 http://epaper.pchome.com.tw/archive/last.htm?s_date=old&s_dir=20131121&s_code=0210&s_cat=

林曼麗（1999）。〈社會審美教育與生活文化〉，漢寶德（編），《審美教育與生活文化》，頁 41-67。台北：洪建全教育文化基金會。

周憲（2003）。《美學是甚麼》。香港：天地。



林鬱（主編）（1993）。《超越自我心理學》，台北：智慧大學。（原書：水島惠一著）

〈特力和樂品牌介紹〉（無日期）。取自特力屋網頁 <http://www.hola.com.tw/about/>

郭力昕（1998）。《書寫攝影》，台北：元尊

郭力昕（2013）。《再寫攝影》，台北：田園城市

章光和（2000）。《複製真實：後現代攝影創作構思系統論述與實踐》，台北：田園城市

章光和（2005）。《攝影不是藝術》，台北：田園城市

陳仲庚、張雨新（主編）（1990）。《人格心理學》。台北：五南。

陳廷晉（2011）。〈空間嬉遊記—童心童眼話環境〉，楊偉中（編），《環境、生活、美學》，頁 60-69。台南：國立台南生活美學館。

郭芳玲（2010）。〈三重奏之美—音樂、舞蹈、生活〉，林公欽（編），《生活美學》，頁 84-91。台北：台北市立教育大學人文藝術學院。

張美陵（2010）。〈日常生活的快拍攝影：從真實的臨在感到數位生活的網絡影像〉，《藝術教育研究》，19: 115-144。

陳建明（2011）。〈漫談自然美〉，楊偉中（編），《環境、生活、美學》，頁 54-59。台南：國立台南生活美學館。

陳姝嫻（2011）。〈環境生活美學在校園〉，楊偉中（編），《環境、生活、美學》，頁 70-76。台南：國立台南生活美學館。

郭為藩（1975）。《自我心理學》。台北：開山。

許瑞宋譯（2012）。《數位新分享時代—網路上的分享與交流如何改變我們的工作和生活方式？》，台北：財信。（原書 Jarvis, Jeff. [2011]. *Public Parts: How Sharing in the Digital Age Improves the Way We Work and Live*. Simon & Schuster Adult Publishing Group.）

許綺玲譯（1997）。《明室攝影札記》，台北：台灣攝影工作室。（原書 Barthes, Roland. [1980]. *La chambre claire*）

許綺玲譯（1999）。《迎向靈光消逝的年代》，台北：台灣攝影工作室。（原書 Benjamin, Walter. [1968]. *Illumination*）

黃王來（1999）。〈學校審美教育與生活文化〉，漢寶德（編），《審美教育與生活文化》，頁 71-114。台北：洪建全教育文化基金會。



黃光國（1990）。《自我實現的人生》。台北：桂冠

黃荻翰譯（1997）。《論攝影》，台北：唐山。（原書 Sontag, Susan. [1977]. *On Photography*）

游淑靜（2010.09.16）。〈美麗就在台灣——為何提倡生活美學〉。取自

http://lifearts.moc.gov.tw/RDLearning/RDLearning_ListContact.aspx?MN=28&TT=A

楊恩寰（1993）。《審美心理學》。台北：五南。

詹偉雄（2005年4月）。〈探索台灣瘋狂美學現象與新消費社會美學的經濟〉，《數位時代》，156:92-99。

楊惠君譯（2009）。《媒體即訊息》，台北：積木。（原書 McLuhan, Marshall & Fiore, Quentin. [1964]. *The Medium is the Message*）

廖婉如譯（2011）。《美，靈魂的禮物》，台北：心靈工坊。（原書 Ferrucci, Piero. [2010]. *Beauty and the Soul: the extraordinary power of everyday beauty to heal your life*）

趙偉奴譯（2009）。《消費文化與後現代主義》，台北：韋伯。（原書 Featherstone, Mike. [2007]. *Consumer Culture and Postmodernism*）

漢寶德（主編）（1999）。《審美教育與生活文化》。台北：洪建全教育文化基金會。

劉千美譯（1989）。《自我實現與人格成熟》，台北：光啟。（原書 Maslow, A.H. [1961] *Toward a Psychology of Being*）

鄭明萱譯（2006）。《認識媒體：人的延伸》，台北：貓頭鷹。（原書 McLuhan, Marshall [1964]. *Understanding Media: The Extensions of Man*）

鄭祥福（1999）。《後現代主義》。台北：揚智文化。

劉惠媛（1998）。《影像的閱讀》。台北：遠流。（原書 Berger, John. [1980]. *About Looking.*）

蔡源煌（1996）。〈後現代的文化意義〉，台北市立美術館，《後現代美學與生活》。台北：台北市立美術館。

劉維公(2001a)。〈當代消費文化社會理論的分析架構：文化經濟學(cultural economy)、生活風格(lifestyles)與生活美學〉，《東吳社會學報》，11:113-136。

劉維公(2001b)。〈何謂生活風格——論生活風格的社會理論意涵〉，《當代》，168:10-25。

蔣勳（2011）。〈生活美學的起點〉，楊偉中（編），《環境、生活、美學》，頁 6-20。台南：國立台南生活美學館。

蕭新煌、劉維公（2001）。《迎接美感社會的來臨—現代社會生活與美感》，台北：國立台灣藝術教育館。

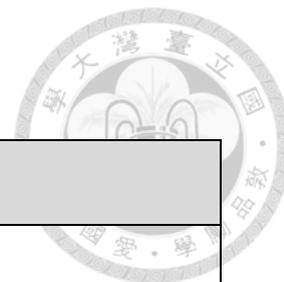
謝素月（2010）。〈教育美學〉，林公欽（編），《生活美學》，頁 60-63。台北：台北市立教育大學人文藝術學院。

Beloff, Halla. (1985). Camera Culture. Oxford ; New York : B. Blackwell

Jan van Dijk.(2006).The Network Society: Social Aspects of New Media(2nd edition). London , UK; Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Lister , Martin. (1995) .The photographic image in digital culture. London ; New York : Routledge

附錄：訪談大綱



訪談主題 & 次序	訪談問題
一、創作背景	1. 您如何得知何謂相片書、相片書創作網站？
	2. 相片書吸引您的原因為何？
	3. 您創作相片書的動機與需求為何？是否考慮過以傳統剪貼方式創作？最終選擇使用線上出版創作回憶錄的考量因素有哪些？
	4. 收到相片書後翻閱的感覺如何？
	5. 實品相片書是否符合您原先的期待？是否滿足您原先的創作動機與需求？若有，感受如何？是否願意再次創作相片書？若無，感受如何？是否改用手工方式創作回憶錄？
	6. 您如何利用相片書？（例如贈送他人、僅供自己收藏、放於家中展示等等）您這麼做的理由為何？感受如何？
	7. 您多久翻閱一次實品相片書？什麼情況之下會想拿出來翻閱？您偏好獨自閱讀或者與人分享？
	8. 創作這本相片書對您本人的意義為何？若是贈禮，希望帶給受贈者的意義為何？
二、創作過程	9. 您如何決定相片書的名稱與封面設計？
	10. 您如何決定作者欄的作者相片、作者名字與作者簡介？
	11. 您希望將相片書的內容營造成什麼氣氛、感覺、風格？
	12. 您如何決定故事內容包含哪些情節？您如何剪裁故事、挑選事件？
	13. 您是否套用編輯軟體提供的版型？若無，原因為何？若有，原因為何？是否滿足您的需求？是否滿意其製作效果？
	14. 您如何挑選您認為「美」的相片？選擇的標準是什麼？
	15. 您是否在上傳相片至編輯軟體前先行後製加工？若有，原因為何？

	16. 您是否喜歡編輯軟體提供的美編圖案？原因為何？您是否使用這些圖案？若無，您如何用其他方式增添相片書的美觀與變化？若有，您如何選用以增添美觀與變化？
	17. 您如何選用字型？如何利用字型增添視覺效果或內容變化？
	18. 選用相片與編輯文字時，您如何考量色彩搭配、人物照與風景照的搭配、文字與相片的搭配、相片的呈現（如光影、尺寸、位置、美編效果等等）？
	19. 您認為新科技（電腦、網路、編輯軟體等等）在創作相片書過程中發揮什麼作用？為您帶來什麼好處？
	20. 您如何透過版型、相片、美編、文字等要素表達您的情感？
	21. 這本相片書哪裡含有美感？具象、抽象皆可
	22. 您創作相片書的過程中，還獲得怎樣的美感體驗？（例如感動、滿足、成就感、自我反思等等）
三、美感生活	23. 您的生活態度或人生哲理是什麼？如何反映在相片書中？
	24. 您認為什麼是美？什麼樣的心情、人物、事物、環境、生活、個性、情感是美的？
	25. 您平日有紀錄或收集「美的事物」的習慣嗎？會將之作為日後創作相片書的材料嗎？什麼回憶和體驗會讓您打算再次創作相片書？
	26. 什麼是您心目中的美感生活或理想生活？那是什麼樣子？目前是否已經擁有這種生活？若有，您如何達成？若無，您做了哪些努力以達成？
	27. 您認為新科技如何協助您創造更理想的美感生活？