

國立臺灣師範大學
圖文傳播學系碩士在職專班

碩士論文

新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究

Research on the application of new media on watercolor
exhibition and communication



研究生：涂彧玲

指導教授：張晏榕 博士

黃光男 博士

中華民國 107 年 2 月

謝誌

專此感謝在本研究的過程中，指導與引領我的師長和親友們；國立臺灣師範大學圖文傳播學系系主任劉立行博士，以及兩位指導教授張晏榕博士與黃光男博士的不吝賜教，與本系曾經教導我的所有師長們。非常感謝水彩畫家陳陽春老師的大力協助，同時感謝陳世晉老師引薦陳奕璇老師、黃盟欽老師擔任我的深度訪談對象，與廖貴秋同學的引薦，引薦鄭綸老師擔任我的深度訪談對象，並感謝四位受訪者提供寶貴的專業建議，建構本研究的專業認知與理解。

感謝臺師大優質的學習氛圍，在本研究的過程中，裨益後學裝備專業的邏輯思考能力，不僅提升學術的專業視角，更延伸至生活的多元學習和領悟；從今爾後，期藉此學術研究，貢獻一己綿薄之力，落實並推展水彩藝術之展覽與傳播。



或玲 107 年 2 月 謹致

新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究

研究生：涂彧玲

指導教授：張晏榕 博士

黃光男 博士

國立臺灣師範大學碩士在職專班

摘要

藝術文化是當代社會可用以治療人心的一帖良方，美化社會必先美化心靈；因此，建立一套正確的價值觀至為攸關，藉由水彩畫藝術之展覽與傳播來美化心靈，可形成美好氛圍、促進社會和諧。

藝術的產生來自時代與環境，同時也來自產業的興起；當今科技之發達，雖然新媒體與傳統媒體有其差異性，但是新媒體展示藝術作品的再創作、再詮釋與再強化，所以新媒體和傳統媒體的互相整合已是這個世代必然的新趨勢。

傳播推動著社會的發展，是一種社會組織行為；社會中的每一個分子，均須仰賴傳播建立聯繫、互通訊息，使整個社會的各個成員建立共通的信念，接受共同的社會規範，進而建構良善的社會行為與關係。

本研究在藝術傳播理論之文獻上，探討藝術傳播的媒介、藝術展覽與傳播趨勢，以及水彩畫與陳陽春老師繪畫源流。在研究方法方面，本研究以陳陽春之水彩畫進行個案研究，首先以內容分析法耙梳水彩畫分別在新媒體與傳統媒體之展覽與傳播方式，並以此檢討與改進，同時以深度訪談法特別專訪陳陽春、陳奕璇、黃盟欽、鄭綸四位專家學者。

經典之作的藝術品，亙古不變的歷史價值，長存於美術館與博物館，總有深藏於象牙塔裡珍品之孤芳自賞，是無法達到廣為流傳的目的；因此，希冀藉此研議更多展覽方式與傳播管道，將好的水彩藝術透過新媒體的語彙廣為流傳，以達到雅俗共賞的理想。

關鍵字：新媒體、水彩畫、展覽、傳播

Abstract

Art is a good recipe for healing people. To purify our society, we have to purify our souls in advance. Therefore, it is very important to set up ethical value in our culture. Spreading out watercolor art is a way to enhance beautiful atmosphere to bring harmony to our society.

Art arises from eras and environments, and also contributed by the industries. With the rapid development of technology nowadays, multimedia has reformed and integrated of the exhibition and communication of arts. This has been an inevitable new trend in our generation, no matter for traditional or new media.

Communication is one driving force of social development, and influences the behavior of people in our society. In fact, it is a very important element in our society and culture. Furthermore, it functions to connect members in society to establish common belief, to accept regular social norms, and to build up a generous social behavior and relationship.

In the literature of this research, I explore the media of art communication, the exhibitions of art and communication. I also introduce the development of watercolor in art history, and the artist Yang-Chun Chen, the keynote of watercolor and his background. For research methods, case study was applied majorly on Yang-Chun Chen's watercolor art. Content analysis was also employed to analyze the modern and traditional exhibition for watercolor arts, for discussion and improvement. In addition, depth interviews method was applied on four artists and scholars to answer the research question in this study.

Classic artworks are valuably kept and displayed in the museum. They are somewhat like narcissistic treasures hidden in the ivory tower and is unable to be widespread. Therefore, the purpose of this study is to consider more ways and channels for exhibitions to promote the valuable works of art to public via new media, in order to reach more in our community.

Keywords: new media, watercolor, exhibition, communication

目 錄

	頁次
謝誌.....	01
中文摘要.....	02
英文摘要.....	03
目錄.....	04
圖目錄.....	05
表目錄.....	06
附錄.....	07
第一章 緒論	08
第一節 研究背景與動機	08
第二節 研究目的與問題	09
第三節 研究範圍與限制	09
第四節 研究流程	10
第二章 文獻探討	11
第一節 藝術媒介	11
第二節 繪畫展覽與傳播發展之整合新趨勢	19
第三節 臺灣水彩畫源流與陳陽春水彩畫	21
第四節 文獻探討小結	26
第三章 研究設計	28
第一節 研究架構	29
第二節 研究方法	29
第三節 研究對象	30
第四節 研究工具	31
第五節 研究實施程序	32
第六節 資料處理	33
第七節 預定進度甘特圖	33
第四章 分析與討論	34
第一節 內容分析法展覽與傳播統計表的資料處理	34
第二節 深度訪談法訪談題目的資料處理	37
第三節 新媒體應用於水彩畫展覽方式研究之分析與討論	39
第四節 新媒體應用於水彩畫傳播方式研究之分析與討論	41
第五章 結論與建議.....	43
第一節 結論	43
第二節 建議	44
參考文獻.....	46

圖目錄

	頁次
圖 1-4	10
圖 2-1	12
圖 3-1	29
圖 3-5-1.....	32
圖 3-5-2	32
圖 3-7.....	33



表目錄

	頁次
表 3-3.....	31
表 3-5-1-1	48
表 3-5-1-2.....	51
表 4-1-1.....	34
表 4-1-2.....	35
表 4-2	62



附錄

	頁次
附錄（一）內容分析文獻.....	48
附錄（二）深度訪談邀請函.....	54
附錄（三）深度訪談同意書.....	58
附錄（四）深度訪談逐字稿.....	62



第一章 緒論

快樂為美的反應，真正的快樂除了感官的享受之外，更是來自心靈的滿足(陳陽春，2010)，藝術的思考與審美經驗開啟人性的心靈之眼。黑格爾指出：「藝術之使命乃在揭發真理」，透過藝術呈現的視界和情感，享受巨人般的精神力量。佛洛伊德亦指出：「由文明帶來的道德和實際的抑制之間都存在著衝突，某些人使用我們稱為正常的方式去解決和昇華這些衝突，藝術就是一種巨大的手段。」

人類對於美的追求源自天性，天地間任何美的事物皆能撼動人類純真的性靈，繪畫亦然；自二十世紀以降，在達達、普普、新普普與後現代主義思潮的洗禮中，藝術家日益注重與觀眾之間的互動關係，甚至是結合傳播媒介進行藝術之創作(林素惠，2012)。科技的確為世人提供快速便利、高品質的物慾享樂，科技數位化之後，各種傳播媒介更是有如雨後春筍般的崢嶸流竄。

時代在改變、思想在改變，藝術的展覽與傳播方式也隨之在改變，傳統與創新是每個藝術家都必須面對的新課題，藝術之展覽與傳播亦然；藝術展覽反映創作者內心的圖畫，創作的出發點在內心最深層的認知，源於心靈、具體呈現於符號的表達；當代藝術依附於新媒體呈現嶄新的藝術語彙，傳統的水彩畫之傳播亦須突破既有的窠臼，追求新媒體的軌跡匍匐前進。

本研究為新媒體應用於水彩畫之展覽與傳播的探討，經由文獻之搜尋探訪展覽與傳播之理論和實務現象的研究，探討新媒體與傳統媒體之不同與整合，希望以此提出新的觀點、新的思維，開拓水彩畫展覽與傳播之新視界。

第一節 研究背景與動機

壹、研究背景：

陳陽春老師畢生專注於水彩畫之創作，陳老師的畫展歷經五大洲 210 次的巡禮，創辦五洲華陽獎鼓勵後進，並於各學院、社團、公務機關、文官訓練所講課，接受電子媒體採訪、出版書刊等諸多傳播方式，推動水彩畫的發展不遺餘力。

後學為臺北市陽春水彩藝術會的理事，欽佩陳老師推動水彩畫傳播的諸多努力，希盡個人杯水車薪之力，並藉學術研究宏觀之力量，研究並推動水彩畫的發展。

貳、研究動機：

水彩畫乃是水與顏料之間的相互滲透與融合，進而產生濕潤、透明、朦朧的獨特性之圖像的表達(李志瑩，2013)。在人類藝術發展的過程中，藝術作品的影響與其傳播效果有極為密切的關係(潘晶，2006)；所以欲推動其發展之關鍵，

係透過傳播之探討，以達到廣為流傳的成效。

隨著新媒體的普及，傳統傳播方式必須積極跟上時代的腳蹤(李懷亮,2009)，水彩畫之傳播，舉凡畫展的舉辦、繪畫比賽的拔擢人才、畫作解析的講座、書籍的撰述、媒體的採訪等，皆依循著既有的方式宣揚水彩畫。然而，時序進入現今之傳播科技時代，筆者深感水彩畫之傳播應跟隨科技的與時俱進；因此，本研究探討新媒體與傳統媒體不同之傳輸概念與方式，希冀開啟進步與創新的水彩畫之傳播環境，擴展水彩畫之傳播視界。

第二節 研究目的與問題

壹、研究目的：

本研究之目的，為探討水彩畫在新媒體與傳統媒體展覽與傳播方式的要旨，並以此檢討與改進，期拓展水彩藝術展覽與傳播的可能性；此研究將聚焦於水彩畫之於新媒體的展覽與傳播，探討具前瞻性的展覽與傳播方式。

貳、研究問題：

本研究主要研究問題為，如何以新媒體展覽、傳播水彩畫藝術？在主要問題的架構下，本研究欲探究：

- 一、水彩畫利用新媒體有何展覽方式？如何進行？
- 二、水彩畫之新媒體傳播方式為何？如何整合？

第三節 研究範圍與限制

壹、研究範圍：

本論文的研究範圍，首在藝術傳播媒介之文獻初探，進而聚焦繪畫傳播發展之整合趨勢，並回溯臺灣水彩畫源流與陳陽春水彩畫之傳播，佐為研議水彩畫文獻搜尋之傳播論述。

本研究以「陳陽春之水彩畫」為個案研究對象，並以內容分析法深入探討臺北市立美術館畫展與陽春水彩藝術會畫展的展覽方式與傳播方式，另以深度訪談法專訪陳陽春、陳奕璇、黃盟欽及鄭綸四位專家學者；同時在其研擬過程中進行展覽方式之研究，並以此延伸更具前瞻性的水彩畫之傳播方式。

貳、研究限制：

本研究係以水彩畫之展覽與傳播為主要議題，在個案研究上，臺北市立美術

館畫展與陽春水彩藝術會畫展均甚為繁多，不及備述；基於研究資訊之時效性原則，茲擷取最新三年內的畫展案例輔作分析研究。另基於文獻資料之提供，臺北市立美術館畫展與陽春水彩藝術會畫展所陳述之傳播方式為統籌臚列，並無對個別展覽做深入之探討，因此本論文是以宏觀的視點論述，較少涉及細節之探討。

第四節 研究流程

茲根據本研究進行研究步驟之擬定，以圖 1-4 說明：

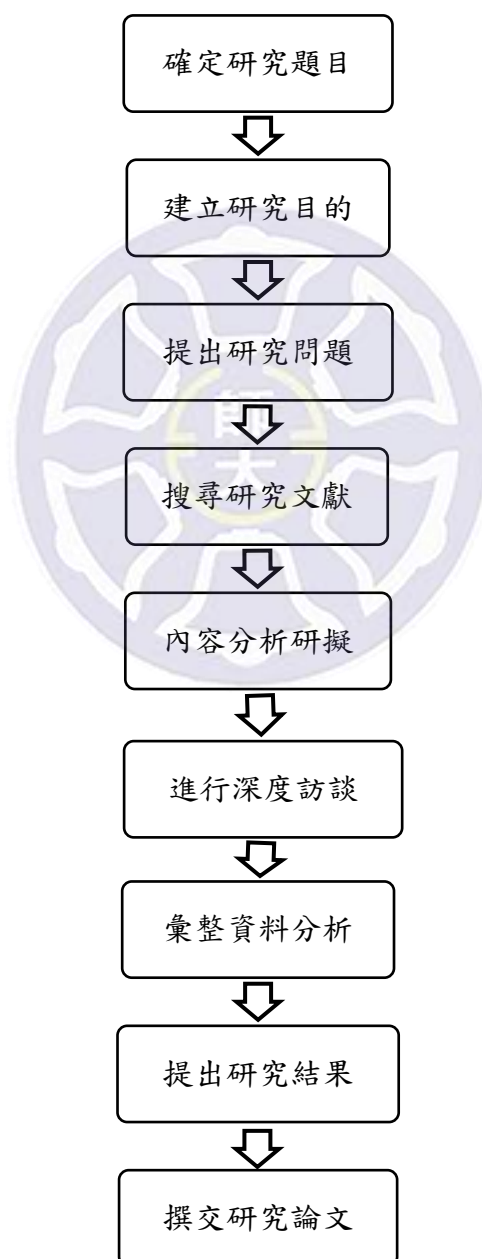


圖 1-4

第二章 文獻探討

本研究蒐集相關文獻進行理論之探討，係以水彩畫的展覽與傳播為主要議題，首先是探討藝術傳播的媒介，再來是搜尋繪畫展覽與傳播發展之整合新趨勢，之後是臺灣水彩畫源流與陳陽春水彩畫，最後則為文獻探討小結。資料蒐集後進行研讀、分析，以瞭解相關理論架構，茲作為水彩畫之展覽與傳播的理論基礎。

第一節 藝術媒介

藝術傳播即是藝術觀念之傳播，邵培仁（1992）於《藝術傳播學》中論述，當今的傳播媒介其功能更為複雜，傳播學者將其歸納成四種：1.通報：提供訊息與情報；2.影響：提供言論與評議；3.娛樂：提供歡樂與消遣；4.廣告：提供商品與服務的消費市場，以上陳述四種傳播媒介的功能，都適用於藝術傳播的領域（邵培仁，1992）。本節首先談論藝術的物質化、獨特性、媒介文本結構性之文化意義與傳播之關聯，之後說明與本研究相關的傳播之媒介與場域，接續聚焦解析本研究所欲探究之新媒體與傳統媒體之差異。

壹、藝術的物質化、獨特性與媒介文本結構性之文化意義

一、藝術的物質化

當我們要解答藝術傳播的媒介是什麼時，首先要瞭解的是藝術的物質化。有一些現代藝術理論學者，秉持「唯心論」的說法，認為藝術是純理論的，當你感覺到它存在時，它就存在，但這也正是它致命之處，因為任何一種藝術都不能脫離物質的存在；另一種理論是把藝術與藝術成品畫上等號，認為藝術只能以物化的狀態被接受，藝術即是成品。綜合克萊夫·貝爾和蘇珊·朗格與傳播學的觀點，認為藝術是展現有意識的形式之一種傳播過程，它能使我們看到藝術的流傳過程，同時與當今傳播媒介的高度發達不謀而合（邵培仁，1992）。

二、藝術的獨特性

葛斯托拉（Pierre Gaustalla）言及：「藝術永遠的努力，乃是在技巧的研究中，以藝術效果為目的地探索種種實際的配合，...」。藝術獨特的風格，在於其時代性、自發性與結構性三方面的呈現；時代性在於每一個時代背景的獨特性，自發性在於藝術家本身對藝術賦予的本體價值，結構性則是在於地域性與民族性所衍生之人文傳統（曾肅良，2002）。

三、媒介文本結構性之文化意義

雷蒙·威廉斯（Raymond Williams）闡釋文化為「表意」（signifying）或「象

徵」(symbolic)之建構，並與物質形成一個相關而非對立的關係體系；菲斯克(John Fiske)則賦予文化即是從生活的社會經驗中攫取意義，且為創製意義的連續過程。由此可知，意義的取得與再現，實為文化結構性意義的核心價值，文化的製產即是「表意」的過程；然而，文化的傳遞非僅止於資訊流通之淺層意義，更蘊含潛藏於符號編碼和解碼的過程中之價值意義。在此文化結構中，傳播學者凱瑞(James W. Carey)指出「儀式性的次序」(a ritual order)之重要觀點，此即是社會化的意義在內容結構上，除了權力和交易之外，尚有美學經驗的分享；這其間包括了個人價值觀、情感依附、宗教觀、倫理觀等等，諸如此類皆是一種儀式性的次序，透過此特定儀式性的次序，建構文本內容的認同與分享，進而落實到個人與社會實際的界域中(陳東園、郭良文、2010)。

貳、傳播的媒介

除了題材在其中的物化作用，體裁也是達成藝術傳播的關鍵，我們將此當作是媒介的作用。從藝術到傳播的過程是極其繁雜的，絕非僅憑直覺或常識所能概述；由此可見，由傳播的角度看藝術，將藝術的媒介分為兩種，即是元媒介和現代媒介，元媒介是指藝術本身，現代媒介則是指具有大眾性以及可複製性的藝術媒介，原則上後者以前者的型態呈現，因此可以稱之為「媒介的媒介」。

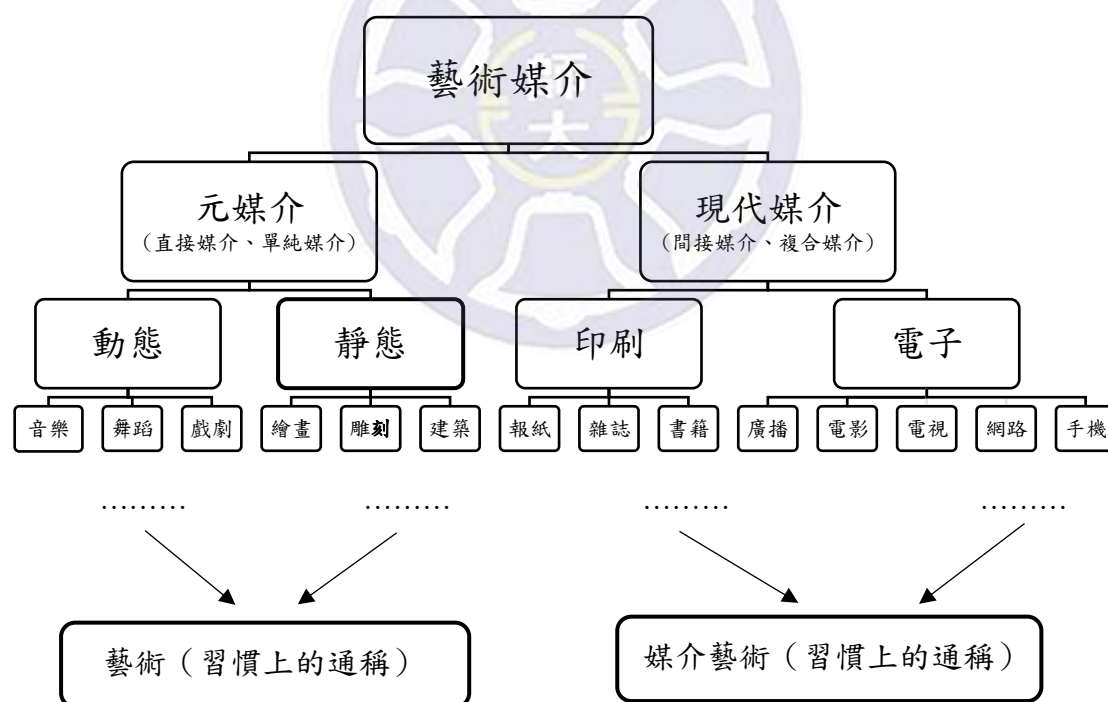


圖 2-1：藝術媒介圖

資料來源：邵培仁(1992)

藝術媒介在實際生活上是非常廣泛的，形同一個複雜的社會現象，茲以圖 2-1 說明藝術媒介的分類。綜觀藝術媒介的分類圖，由於本研究不涉及藝術發生論的議題，所以將聚焦在現代媒介的探討，即是廣義的大眾媒介之研討，茲分述如下(邵培仁，1992)：

一、印刷媒介

今日的印刷媒介是與電子媒介共同討論的，1909 年美國社會學家查爾斯 H·摩雷指出，有四個因素導致印刷比早期的傳播都更為有效：1.表達性：傳達內容詳實的思想感情；2.紀錄永久性：超越時間的限制；3.迅速性：超越空間的隔閡；4.分佈性：廣泛傳達到各階級的人們。雖然提出這一論點的時代性已過，卻仍言之成理，尤其是前兩項因素，是印刷所獨有，並且是傳播媒介難以超越的優勢（邵培仁，1992）。

（一）、報紙

雖然報紙的普及是僅次於書籍與雜誌，但是它在當代的生活中心卻佔據更持久的特性，可謂非常重要。1982 年北京新聞學報在第一次受眾調查研究報告中指出，為什麼閱讀報紙的讀者所佔比例遠低於廣播和電視，但是以閱讀報紙接收新聞的讀者卻佔首位？得出的結論是：1.廣播與電視的傳播比報紙簡單；2.廣播與電視過目即逝，報紙卻有選擇性與容易記憶的好處；3.有些人雖從廣播與電視取得新聞，卻仍在報紙閱讀新聞，是因為報紙的新聞在他腦中留下較深的記憶，所以仍是以閱讀報紙來獲得新聞。其中第三點牽涉到傳播質量的核心問題，從這裡我們得到一個概念，即是報紙相對於先進的電子媒介之廣播與電視，即便沒有超過其傳播的有效性，至少也不低於其平均水平；在確立了這一個前提之後，我們可再進一步瞭解報紙對藝術傳播的效用問題（邵培仁，1992）。

首先，報紙在文化上之服務的態度：即便新聞存在著社會主義與資本主義，但是在文化上之服務的精神卻同樣是受到倡導，儘管倡導和實際是有差別的。就東方而言，新聞媒介被視為教育和鼓舞人民建構物質與精神文明之現代化工具；就西方而言，新聞媒介亦肩負特定的社會教化責任（邵培仁，1992）。

其次，報紙直接服務於藝術傳播的介面：早期在東方，報紙大多以軼聞、演義為主；在西方，則是刊載幽默趣聞。時至今日，隨著傳播業的發達，在東方，報紙中的藝文版面固定成為「副刊」；在西方，有關藝文之版面則是刊載於都市日報的「星期日刊」（邵培仁，1992）。

再次，報紙間接服務於藝術傳播的介面：這顯然是報紙最有利的部份，因為比起副刊之刊載，圖片與文學將更有利於藝文的介紹；這裡包括了陳述藝術人物、藝術思想、藝術作品、藝術故事等等，儘管不一定可充分的展示藝術觀點，但是報紙的大量與持久的傳播效能卻能深植人心（邵培仁，1992）。

（二）、雜誌

最早的雜誌是 1709 年英文版的「評論」，僅四個篇幅，甚為簡易，刊載短篇和長篇小說、詩歌、學術論文、政治社會之評論。在上個世紀末，膾炙人口的雜誌既已不斷問市；然而，專業化雜誌的發行則是在近幾十年，這成為了自二次大戰以來印刷出版界最重要的發展之一（邵培仁，1992）。

雜誌這一印刷媒介的特質，從出版週期上來說，為一定期出版刊物，但不及報紙之頻繁；從訊息量來說，介於報紙與書籍之中；就印製上來說，印刷精美略似書籍；就內容上來說，品評時尚近乎報紙，但不如書籍專門，然而記載卻比報

紙更加廣泛且深入（邵培仁，1992）。

T·彼得森如此評價雜誌的貢獻：1.雜誌對本世紀的政治與社會變革產生某一定程度的責任；2.雜誌不僅解釋，同時透視整個問題與事件；3.雜誌凝聚了全民的同意識；4.雜誌是提供千萬人廉價的娛樂；5.雜誌是人們生活中廉價的指引者；6.雜誌是人類文化的教育者；7.雜誌提供了豐富的訊息、思想（邵培仁，1992）。

雜誌廣泛地涉獵文化、藝術，並予以深入闡釋、評析，尤其是它的連續性，可將有關議題持續討論，此點頗能吸引讀者的青睞。T·彼得森在此解析：雜誌不像廣播、電視過目即逝，也不需要特定的時間收聽，它不像報紙看了就丟，一期期的雜誌都在讀者家裡收納得很好，保持數週甚至數年；雜誌的特性充分地滿足了從容的讀者對解釋性與指導性媒介的需求。正因是這樣，雜誌除了保有它娛樂人心的功效，同時還樹立格調高雅、深縵宏觀的形象（邵培仁，1992）。

（三）、書籍

書籍在人類文明史上擔任著極其重要的角色，它的型式規格化，便於人們閱讀、收藏與保存，為記載人類文明之精神產物，尤其是藝術方面的訊息。最早記載藝術方面的書籍，是以嚴謹、戒慎的面目出現在世人的面前，延至近代，書籍出版商將其顧客的層面，從高雅之士擴及到整個社會，這一個發展趨勢，使得書籍的傳播能力產生了質的變化；此書籍出版的商業化傾向，一則以喜、一則以憂，即是書籍的出版因著商業的帶動，空前的壯大起來，有效地提升了訊息的載量；但是其商業化卻使得以社會服務為出版目的的精神意涵備受質疑，評論家擔心傳統書籍的知識水平恐難繼續維持。然而，即便是如此，書籍在傳播領域中仍是十分活躍，在競爭激烈的現代大眾傳播中，仍是佔領了極其重要的位置（邵培仁，1992）。

這不僅是因為書籍比電視、電影、廣播，報紙、雜誌更具保存性能，並且它也是一種具備個人取向的產品；從書籍的選購、閱讀到收藏，滿滿的人情味妝點讀者知性的生活，套句現代人的說法，乃是文青之士的知心好友。另外，由於出版的慎重、編製的不易、裝訂的規格化、知識的系統化，書籍在傳播領域中一直具備權威性與可被尊崇的好名聲；因著這個特質，沖淡了它在商業性之中的淺薄，因為大部分的出版商在追求利潤的同時，仍是嚴加把關，以維護其出版的品質。就實際而言，出版商是以暢銷書的獲利來彌補不盈不虧或虧損書籍的辦法，使之得以站立在競爭激烈的市場中（邵培仁，1992）。

書籍除了刊載文章、圖片來傳播藝術的訊息，它本身的語言，在某種程度上也影響著受眾的語感，尤其在它的權威意義上，這種影響就顯得更為重要了；即是傳播學所謂的易讀性，立意在於有效傳播的需要（邵培仁，1992）。

二、電子媒介

電子媒介通常是指廣播、電視、電影，在藝術傳播的過程中體現真切、生動的臨場感，這樣的魅力，使人們彷彿置身其中，這是文字所不能取代的真實；這種真實，一方面是來自於聲音與影像的質感，另一方面「聽」和「看」顯然是比閱讀要來得輕鬆許多。人們在閱讀時除了要體會語意，還要集中注意力譯讀文字

符號；然而，電子媒介卻可在聽、看電子訊息的當下同時做其它的事，並且受眾的知識水平也較不設限（邵培仁，1992）。

（一）、廣播

廣播含有無線電技術，在諸多傳播媒介中，廣播最難以控制，因為電波強大的傳達力，使其滲透力非常廣；人們可以在家裡、車上、海邊、山上，只要是電波可傳達的地方，都可接收到廣播所要傳輸的訊息，廣播已遍佈於社會大眾之生活介面，幾乎是無處不在，具備鮮明的靈活性（邵培仁，1992）。

於此我們要探討的是，廣播與電視、電影有著本質上的差異。就運載層面來說，廣播只聽得到聲音看不到人，不及電視、電影豐富的影像；在語言的表現上，廣播終究口語化，亦不及報紙的深入曲折。是「想像」（image），受眾想像得到的人、事、物、情、理等等…應有盡有，這種受眾參與的「創作」過程，給了受眾相當獨特的愉悅感受，這點相當符合藝術傳播的精神意旨（邵培仁，1992）。

人們在接收藝術廣播的同時，其最直接的效應是豐富和慰藉生活，並且收聽廣播對於受眾而言，是較為經濟的傳播媒介，這也間接顯示受眾很大的存在；雖然不是等級很高的傳播媒介，至少具備普遍流傳社會的作用（邵培仁，1992）。

廣播幾乎展現無所不包的氣概，高雅、通俗、嚴肅、嬉戲，理性主義與資本主義融於一爐，這也是今日之廣播，一個漫長進化過程的結果（邵培仁，1992）。

「數位廣播」（digital audio broadcasting, DAB）是傳承傳統廣播媒體產業新技術的科技革命，是繼調幅廣播（AM）與調頻廣播（FM）之後，第三代的新廣播技術，具備多元使用頻率、避免干擾的優點，在傳播廣播音質上具有 CD 音響的水準，也同時傳輸影像和數據資料，當結合 GPS 定位系統時，更提供電子地圖智慧型的導引系統（陳東園、郭良文，2010）。

（二）、電影

1895 年電影正式問世，盧米埃推出「電影機」，還可兼作攝影、洗印及放印之使用，此電影機以紀錄片的型態拍攝正在發生的生活情境，開展了人類全新的視野。爾後，法國的魔術師梅里耶（Georges Melies, 1861-1938）則將電影當作是可供造型的藝術來創作，他的「月球之旅」堪稱是最經典的代表之作；梅里耶把電影當作是形式化的表現媒介，使電影從早期的紀錄片形式轉到了著重形式與戲劇表現的展呈方式（邵培仁，1992）。

隨後，美國的波特（Edwin S. Porter, 1870-1941）發現了一種新的拍攝方式，即是以剪接的手法，將不同時間、地點所拍攝的不同鏡頭，重新接續在一起；於此，說出了一個完整的故事，電影從此告別梅里耶一鏡到底的拍攝方式（邵培仁，1992）。

電影史上建立創新電影語言的第一人就屬美國的格里菲斯（D. W. Griffith, 1875-1948）了，它讓觀眾第一次看到攝影鏡頭貼近人物的特寫鏡頭，以此特寫鏡頭凸顯人物本身之性格，表達該角色的內心世界，使劇情更富戲劇性的張力；格里菲斯同時也善於應用燈光，使電影之照明更為立體而有變化。可以說是把電影語言可能性之呈現，向前做了有系統地推進，連結電影技術與電影敘事，

將電影發展到嶄新、成熟的藝術境界（劉立行，2014）。

（三）、電視

電視兼具時空的性質，訴諸於聽覺與視覺，同時利用聲音、文字、影像傳達訊息，是最廣泛與普及的傳播媒介。在諸多媒介中，它的藝術性和娛樂性也是最明顯的，屬於典型的雜誌式媒介；在早期電視最激盪人心之處，就是它利用電影的形式，結合印刷與廣播組成活動的畫面，由於它可以對等使用電影的視點、焦點、蒙太奇手法，所以它和電影的關係是至為密切的（邵培仁，1992）。

時至今日，「數位電視」（Digital TV,DTV）應運而生，即是電視臺利用無線數位訊號，將數位資料傳輸播放給接收節目資訊內容的電視系統。因為透過數位科技的傳輸，可以避免雜訊之干擾，所以畫面、音質都非常的細緻、清晰，可謂是科技帶動電視發展的新里程碑（陳東園、郭良文，2010）。

1993 年有線電視經營合法化，社會大眾對於電視頻道的選擇更加多元，報紙的閱報率開始下滑，根據 2007 年臺灣社會大眾傳播行為之調查報告顯示，2007 年更是跌至 35.7% 的新低點，但此時電視之收視率卻攀升至 78.9% 的高點，充分顯現黃金交叉結構，電視對報紙寫下襲奪效應之史頁（陳清河、鄭自隆，2007）。

（四）、網路

網路媒介乃是數位技術跨業經營之形式，為即時新聞、線上購物、部落格、臉書等介面之彙整，此多元媒介其傳播功能更加提升與普及化，也因此網路媒介之使用人口大幅成長，並躍升為其它傳統媒介使用之首（邵培仁，1992）。

邁入二十一世紀，隨著網路傳播媒介的興起，在全民 E 化之下，每年網路媒介的使用人口都有快速成長的趨勢；根據 2007 年臺灣社會大眾傳播行為之調查報告顯示，2004 年每天使用網路之人口只佔 26.8%，2007 年已攀升至 45.2%，短短三年，網路對報紙不僅是襲奪，實際已是「汰替」了（陳清河、鄭自隆，2007）。

根據 AC Nielsen 在 1991 年至 2006 年的「媒體大調查」結果顯示，電視、報紙、網路等媒介使用結構之變化，電視從 1991 年的 85.9% 攀升至 2006 年的 94.5%，此數據顯示電視在社會大眾的日常生活中，仍扮演著重要的角色；報紙的閱報率，則從 1991 年的 76.3% 跌至 2006 年的 45.8%，下滑的幅度是傳播媒體中最明顯的，由此可見其報紙市場流失的事實；網路的使用頻率，2001 年首將其納入調查範圍，其使用頻率從 2001 年的 18.4% 開始，至 2006 年的 39.1%，正穩定持續成長中，此數據說明了網路媒體的影響力正逐漸擴大（轉引自陳東園、郭良文，2010）。

從上述的分析資料顯示，就消費者的市場性而言，網路已對電視產生替代與襲奪效應；就網路媒介的挑戰性而言，其多元、即時、隱私等特色，有效將電視之閱聽眾遷移至人機介面高度互動的網路世界（陳東園、郭良文，2010）。

（五）、手機

20 世紀 90 年是通訊科技突飛猛進的發展世代，第五媒介手機可說是新媒介的典型代表，具備獨立之行動作業系統，可透過安裝 APP 應用軟體、遊戲等程式的置入，擴充手機多元之使用功能（邵培仁，1992）。

最初的手機功能並不多，之後的機型增加了可攜式媒體播放器、「傻瓜式」

數位相機、微型攝影機、閃光燈（手電筒）、GPS 導航等多元之功能，使手機成為多樣化功能之裝置。許多智慧型手機還擁有高解析度觸控式的螢幕與網頁瀏覽器，並通過行動寬頻與 Wi-Fi 作高速資料之雲端存取，顯示其最佳的網頁化與高科技之趨勢。

亦因「WAP」之發展，它使用與網際網路相同的「WML」規約和語言，因而使手機可履行網際網路之部份功能，成為移動式的網際網路。將此技術更加廣泛的運用，就可將報紙的內容，移「載」到手機上，手機使用者只須開通 GPRS 或 CD-MAIX 網路，即可看到「手機報」了（彭家發、陳憶寧，2006）。

大陸媒介市場，於 2003 年推出第一張手機報《揚子晚報》之手機板，2004 年上海《申江服務導報》的手機板正式上場，實現了紙本平面媒介邁向無線媒介的「可能」，成為上海第一個電子、平面互動媒介（彭家發、陳憶寧，2006）。

考慮到消費者的需求、付出成本、溝通內容與方便性，手機報實現了雙向溝通的功能，並且不限數字的約制，在市場化的機能之中更為人性化，亦更強調新聞之時效性，此項新科技媒介引領近代傳播之新視窗（彭家發、陳憶寧，2006）。

叁、傳播的場域

一、畫廊

畫廊可以說是一般民眾接觸藝術作品的最主要管道，規模不大，但其展示的繪畫作品卻很雅緻，是文化財的守護者，具有展示與銷售的功能，多屬商業性質；目前較具理念的畫廊經營者，多半能為藝術家規劃藝術生涯，從畫家生活費的贊助，到展覽與策劃，再推至國際藝壇，有一套循序漸進的完整規畫；在追求分工合作的社會中，畫家可專心創作，創作完成再將作品交給專業的畫廊做推廣（黃光男，1998）；於此，每個畫廊擁有基本的畫家，源源不斷地提供繪畫新作，某些成名的畫家，就是靠這些畫廊拱捧出來的（何廣政，2007），因此畫廊與藝術家之間的關係至為密切。在民間一些新興的畫廊中，有部分無論是在空間的規劃、經營的策略上，皆有深入、寬廣且豐富的呈現，經營成果可謂是非常卓越（黃光男，1998）。

二、美術館

美術館是以全民為對象、以精緻美術為內涵的社會教育機構（黃光男，1998）；為提供全民整體之藝術創作氛圍而存在，透過空間的安排提供創作者保存、典藏藝術作品，並藉由展示向人們分享珍貴的藝術作品。美術館有其歷史意義，從特權階級到象徵人文科學教育，人們漸漸瞭解唯有將收藏品公諸於世，如此才能對社會的進步有所助益；延續至今日，日益注重展覽的內容與形式之品質，美術館已不再只是負責保存、典藏、展示等基本活動的展覽場所，更是提供專家、民眾各種資訊與服務推廣的交流平臺；是創作者與民眾、觀賞與被觀賞、內部空間與自然環境、民眾與民眾之間的互動場域，同時延伸成社交之觸媒（黃才郎，2010）；扮演人與人、人與時空、人與文化、人與藝術的溝通橋樑（黃光男，1998），讓觀眾享受「知」與「美」的饗宴，並以此展現藝術文化的軟實力。

肆、新媒體與傳統媒體：

新媒體（new media）是新的科技支撐體系下之媒體型態，如數字報紙、數字雜誌、數字廣播、移動電視、手機、網路，相對於報紙、雜誌、廣播、影視四大傳統傳播媒體，新媒體稱之為第五媒體（智庫百科，2107）。亦即是以網路平臺為根基，藉數位化（digitalization）科技整合傳統媒體，共構形成一種新的媒體內容之形式（陳東園、郭良文、2010）。

在科技發展中逐次延伸的媒體依其先後順序，第一媒體為報紙、雜誌；第二媒體為廣播；第三媒體為電視；第四媒體為互聯網；第五媒體為移動網路。但是就其重要性之區分，互聯網正逐步上升為第一媒體，電視為第二媒體。就目前之適宜性而言，媒體按其形式可劃分為三大類，即是 1.平面媒體，例如：印刷、非印刷、光電類等；2.電波媒體，例如：廣播、影視等；3.網路媒體，例如：網路索引、平面、動畫等（智庫百科，2107）。

新媒體興起於二十世紀中葉，是傳播媒介之新突破，它使得信息業者成為社會發展中關鍵性的產業，形成信息趨勢化之社會結構，全球化同時與新媒體產生緊密的連結。新媒體改變大眾傳播原先的傳播與分佈方式，電子媒介超越了由物質所支撐的情境，新的傳播媒介重新建構改變思想、行為與生活的情境（智庫百科，2107）。

茲將新媒體與傳統之藝術媒體的差異區分為三點概述：

一、去中心化：傳統之藝術傳播模式為「中心化」，其傳播過程是以創作者為中心，受眾者因為身分、技術等因素難以參與創作，只能淪為被動之觀賞者；但是在新媒體之傳播模式則為「去中心化」，即是受眾者得以與創作者共同參與之互動創作過程（李懷亮，2009）。

二、碎片化：即是新媒體向空間進行雙向擴展，它一方面擴展傳統媒體的空間領域，另一方面又對該空間領域進行零碎化之切割，在空間擴展的過程中展現強烈的「零碎化」特質（李懷亮，2009）。

三、分眾化：傳統藝術媒體的大眾化已隨著時間的推移進入「分眾化」傳播模式，即是區分受眾，針對特定受眾進行傳播；如果你仍將目標訂為大眾，那麼你終將失去大眾（李懷亮，2009）。

新媒體與傳統之藝術媒體雖然有其差異性，但是在當今科技時代，新媒體與傳統之藝術媒體已存在一個互相融合的關係，並且是勢在必行的潮流，即是新媒體與傳統之藝術媒體如何整合的議題；面對新媒體的來勢汹汹，傳統之藝術媒體無需抗拒，而是以積極的心態面對，並且是與新媒體並肩而行，積極尋求整合的可能性。然而，前提是媒體必須發展到一個相當的成熟性，才会有整合的可能性；在媒體整合的演化過程中，首先要求「專」，之後才得以延續至「精」的界域，這是媒體整合的基礎概念（李懷亮，2009）。

第二節 繪畫展覽與傳播發展之整合新趨勢

由於本研究目的之一為探究新媒體與傳統媒體展覽與傳播之整合，因此本節列出相關展覽與傳播的整合新趨勢。

壹、繪畫與文學的和鳴

插畫藝術是「繪畫」與「文學」兩者結合的產物，此圖與文之對應關係為作品分析上的重點；林玉山的現代小說插畫，在二十世紀上半葉，撼動臺灣藝壇，掀起了傳統與現代、守舊與革新的討論。明治30年代，由於文藝雜誌的風行與水彩畫家的用心參與，插畫的繪製蓬勃發展（曾曬淑，2011），跳脫繪畫傳統之呈現模式，其載體由傳統之畫紙，進展到與現代小說共構之藝術文化語彙；繪畫藉由大眾文化（現代小說）此載體傳遞現代意象，巧妙地結合了繪畫與文學；因此，現代小說的大量出刊，亦帶動繪畫的間接傳揚，可謂獲致相輔之成效。

貳、拍賣會、畫廊、骨董業經營者的流通

「拍賣會」、「畫廊」、「骨董業經營者」皆為文物品流通所具備之管道，但是拍賣會較著重在篩選、鑑價後的公開競價，主要是以在市面上稀有難得的文物品項為主，而畫廊、骨董業經營者，則是著重在開發、展覽新文物品項之功能，為畫家之作品集中發表的場所（曾肅良，2002）。因此，拍賣會、畫廊、骨董業經營者，分別肩負著制衡、穩定價格與作品發表場所的機能，形成另一股藝術傳播在經濟效益中實質流通的力量。

參、畫展、精緻畫廊、現代美術館、今日美術館

辦「畫展」是畫家行銷自己的最佳方式，繪畫藝術創作者於作品完成時，在畫廊、美術館等場所舉辦繪畫作品的展覽發表會，希望藉著此畫展的舉辦，讓觀賞者走進畫家的創作世界，並且藉著觀賞著的欣賞與創作者產生共鳴的效應，這正是促使藝術家繼續創作的原動力；在畫展中畫家提供畫作，也讓對繪畫有興趣的觀賞者除了觀賞之外，亦可購買繪畫作品。

「精緻畫廊」有其時代性的意義，今日的畫廊肩負著美化與教育的雙重功能，畫作不多，是以高雅的格調為經營型態，人員開銷精簡、經營穩定，比大型畫廊容易經營與生存（陳陽春，2010）。

美術作品是人類精神文明的結晶，因此現代美術的意旨，即是建築與其時代脈動的緊密連結；1793 年法國大革命成功後，羅浮宮國立博物館將過去所珍藏於王室之藝術作品公開陳列，供民眾參觀閱覽，首揭「美術大眾化」之先聲，展開「現代美術館」之民主時代潮流（黃光男，1998）。

「今日美術館」所關心的課題，已不僅止於作品的典藏與展示，更致力於協助觀眾從展示中獲得新經驗與心感受，主動吸引觀眾的興趣，放下身段對「大眾

文化」開放門戶，這已成為今日世界性的趨勢（並木誠士、中川理，2008）；同時運用各種推廣服務彌補學校教育之不足，豐富社會教育並提升成人教育之視野，極力歡迎社會上各階層人士的參與，使美術館成為全民共享之精神堡壘，提供全民最精緻、最豐富的藝術資源（黃光男，1998）。

肆、3D 動畫與數位互動展

「3D動畫」與「數位互動」都是電影、電視、網路、手機等電子科技傳播媒體的演進，呈現於今日閱聽民眾的眼前，為高解析層次的真實感動畫。

「清明上河圖」是北宋張擇端的畫作，主要是汴京和汴京兩岸的自然景色風光，描繪當時的名間習俗，仿如今日之市集，堪稱是當時的一幅巨作，目前深藏於北京故宮博物院；穿越時空，2010年於香港主辦的3D動畫展，因為科技元素「3D動畫」的置入，畫中人文、景物不再是靜止不動，徐徐如生全躍上了螢幕，震撼了世人的雙眼，之後在上海、杭州、澳門等地，亦接續展出。

本土畫家陳澄波先生師承水彩畫家石川欽一郎，畫作主要的場景，除故鄉嘉義，還有淡水的河岸美景，除了入選日本帝國美術展，亦多次入選府展、臺展、光風展、春陽展、臺陽展、槐樹社展等展覽，並接續組織七星畫壇、赤島社、臺陽美術協會等美術團體，其在繪畫上的成就，以及推廣臺灣藝術文化的努力，實在是功不可沒。2014年為了讓民眾可與陳澄波的畫作更親近，特別在松山文創園區舉辦了「光影旅行者 - 百二互動展」，此展覽是人文藝術結合數位科技元素互動式的展覽，係透過體感測驗、影像辨識、數位投影等科技之技術，將陳澄波先生各個時期的畫作，結合科技傳播媒介的展示，致使畫中人文、景物呈現靈活生動的效果，此亦開啟臺灣數位文創之新里程。

諸如此類不同傳統藝術家的畫作之展覽，已藉由3D動畫與數位互動科技傳播媒介的元素，在閱聽眾面前呈現嶄新的風貌。

伍、廣播、電視、網路等傳播媒介的互動

時至今日之藝術傳播，由於科技與傳播媒介的欣欣向榮，更是衍伸諸如法國當代藝術家馬修·羅罕特（Matthieu Laurette，1970-）透過消費問題和電視、攝影或廣告等傳播媒介互動的展演，讓閱聽人看到自己，並且要持續不斷地重覆出現才算完成；是長期計畫性地體驗某些社會議題的紀錄，整個消費社會與傳播媒體的平臺都是他創作表演的舞臺，讓閱聽人觀察、接收、分析，並體會他所傳遞之訊息的多媒體藝術家（林素惠，2012），可謂多元而饒富趣味性。於上述藝術創作活動中，發現藝術家與閱聽人之互動行為，可分別以「接收分析」（reception analysis）、「擴散閱聽人」（diffused audience）之傳播理論來加以解讀，以論述當今藝術創作與傳播理論之間的關係。

「接收分析」（reception analysis）開始於1980年代中期，意旨在整合社會與人文科學的觀點，除了蒐集閱聽人的資料，同時注重傳播媒介的內容，研究宗旨在於閱聽人解碼（decoding）之探討（林素惠，2012），必須對傳播媒介與閱聽

人的論述同時進行比較分析（翁秀琪，1993）。

「擴散閱聽人」（diffused audience）則強調當代媒體已沒能逃脫無所不在的媒介影像的影響，在傳播社會的「觀展／表演典範」Spectacle/Performance Paradigm）中論述，「擴散閱聽人」是指閱聽人的「自我陶醉」（narcissism）與「社會觀展」（spectacle）交錯互動現象所產生的結果（Abercrombie & Longhurst, 1998）。

新的時代引申新的傳播思維，針對藝術與傳播社會兩者之間關係的演變，安妮·喬桂林（Anne Cauquelin）提出之兩種論點，從這兩者之間的比較，可發現「當代藝術傳播化」的趨勢。在此藝術傳播機制裡，參與者之角色扮演與定位，比藝術內容更受到關注。當代藝術與傳播媒介互相融合，兩者之間的互動機制與價值取向，一併都是「觀展」的現象，這乃是當代藝術、傳播媒介與觀眾之間關係發展的新趨勢（林素惠，2012）。

當今的閱聽人已不僅止於是訊息之接受者，而是主動地利用傳播媒介，形塑、展現自己，並且同時尋得其他閱聽人的認同，致使整個社會成為他們展演的舞臺。羅罕特生活在傳播媒介充斥的世代中，利用傳播媒介彰顯自己，將傳播媒介當作是他創作的平臺，他大部分的創作活動之展演目的，在於使閱聽人認可他對社會問題之觀察與體驗，是一位典型的「擴散閱聽人」式的藝術家（林素惠，2012）。

藉由吸引「廣播」、「電視」及「網路」等傳播媒介之觀眾，走進他所創作與設計的策略框架內，同時和他們一起進入「觀展／自我陶醉」的循環議題之中。羅罕特就如同敦促閱聽人以自我形象關照的「鏡子」，促使他們思考現實之人、事、物與日常生活之平常經驗。與擴散閱聽人之間的這種互動行為，誠如傳播學者張玉佩（2005）所說的：媒體影像與閱聽人真實的生活互動經驗，致使真實、虛擬、再現彼此之間的界線趨於消融。

因此藝術家與其他閱聽人之間形塑一種超真實（hyperreality）的社群關係，透過網絡的機制，將不同階層的閱聽人互相聯結起來，使每個人都是該作品中的參與者，並且在網絡之連結中可以放任自我地盡情發展。此創作即是在利用網絡之特性，積極地建構一個和參與者同時進行無限互動的超級連結（林素惠，2012）。

第三節 臺灣水彩畫源流與陳陽春水彩畫

論水彩畫最早出現的時期，可追溯到原始社會這個階段，此階段並不存在太多的語言與文字，但此時期的人類已能利用水彩畫的手法來表現日常生活的勞動與情感，其表現手法簡單，只需簡單的水與可溶性的顏料即可。

西元九世紀，古希臘和古羅馬的畫師開始運用水彩與白色混和成不透明的顏料來作畫，爾後隨著水彩畫的不斷演化與英國水彩畫家的不斷努力，水彩畫終於演進成一種獨立的畫種（李志瑩，2013）。十八世紀與十九世紀中期的水彩畫，

在英國得到輝煌的發展，水彩畫在英國被喻為「國畫」，歷經三百多年的發展，從地形景物圖發展到獨立的繪畫，再從鋼筆淡彩發展到色澤繽紛的畫種，進而發展到繁榮時期的英國水彩畫，在世界畫壇享有很高的聲譽（高磊，2009），英國水彩畫更是因此登上藝術的神聖殿堂；根植於此，爾後人們言及水彩畫的發展，談到的都是以英國為發源地（李志瑩，2013）。

十九世紀隨著外國傳教士的到來，同時也將水彩畫傳播至中國。水彩畫之所以能在中國發展，主要因素：1.當時的留學生畫家能接受西方的美學觀點；2.觀念和文化上的相似；3.中國習慣運用水、色、墨來繪圖。

二十世紀，「英國水彩畫三百年作品展覽」在中國展出，除了因此開闊中國水彩畫家的視野，同時也開啟了中西藝術文化交流的序幕；並且因為政府改革的開放，間接促進中西文化的交流，並帶動水彩畫在中國的發展。綜觀水彩畫在中國得到良好的發展之因素：1.中國的水彩畫家能迅速接受西方的水彩畫家之技法；2.在中國的水彩畫家吸收西方的水彩畫家技法之過程中，同時融入中國傳統文化、哲學觀點、生活體驗；3.中國的水彩畫家擅長於不斷地追求新的表現手法和找尋水彩畫新的發展面向。植基於此，水彩畫在中國漸漸從單一的傳統模式轉變成多元的現代形貌。

現今水彩畫在國際上已占據重要地位，正是因為它具備的獨特性，此獨特性是其它畫種無可替代的。隨著時代和科技不斷地發展，藝術觀點、水彩畫的材料、畫具、技法、傳播媒介更是多元，其多樣的風貌將呈現在可預見的未來（李志瑩，2013）。

壹、臺灣水彩畫源流

談到臺灣水彩畫之源流，必論及早期諸位畫壇大師之啟蒙先師石川欽一郎，石川欽一郎先生出生於1871年，早年留學英國，深受英國水彩畫風之影響，並具東方人文精神的修為涵養，兼備東西方文化之陶冶；日據時期奉派來臺灣，1927年創立「臺灣水彩畫會」，首開臺灣美術教育之風，同時成立美術研究所，畢生致力水彩畫之教授，其門下弟子自成一家，有藍蔭鼎、顏水龍、李澤藩、洪瑞麟等諸君。石川先生本著藝大博美的精神，啟發臺灣之水彩畫藝，敦促臺灣水彩畫開枝散葉之發展，並推進水彩畫藝術，傳達和平、大同之精神意旨（陳陽春，2010）。

石川欽一郎先生英式水彩技法，是早期臺灣唯一的水彩畫法，其製作過程是先將畫紙浸入水中，待全部溼透，再拿出平貼於三夾板上，後沿著畫紙四周用紙條圖上紙漿，一半在紙上，一半在板上，把畫紙塗緊於三夾板；依其製作之需，可在畫紙全濕、半濕、全乾的不同情況下作畫，畫面色彩之透明度很高，除非有特殊情形，一般說來作畫的順序，通常是天空和遠景先著上色彩，對個別之物體也從明亮處先處理，然後再往深處或暗處加彩，在此規格化之流程中，一幅水彩畫即完成（李澤藩，1994）。

臺灣水彩畫之發展，承襲歷史的語彙，接續以此大放光彩，茲列舉不同水彩

畫法之代表性畫家分述如下：

一、透明水彩法 — 皇家

色彩在這個世界上，非常重要，它可以安慰我們。畫家對色彩的感受，要比一般人敏銳；色彩有調和、對比和韻律等等，我們要表現出色彩中最美的部分（藍蔭鼎，1980）。臺灣史上一位提倡真、善、美、聖的水彩畫藝術家，除了自身對理想的勤奮與努力，更是具備時代的敏銳度，致使他的畫作成為世人珍藏的一位大畫家（黃光男，2011）。

藍蔭鼎創立水墨相融，具民族風格的水彩畫之特質，尤其是獨特的「洗畫」手法，更是獨樹一格；其繪畫的意境，是在渾然天成的心念中，呈現獨特的美感，鮮活的色感、靈動的筆觸，況味陳辣華滋，致使觀者久久流連、不忍移目（黃光男，2011）。

源自石川欽一郎啟迪「以自然為師」的信仰，就人格與畫格之間展現文化的素養，有形式的選擇，有想畫的畫風，為技法與情思兩者之間的藝術表現；明顯的技法是象徵點染與意象的組合，面與線之間常運用縫合法，以明暗反襯，以及中國繪畫筆墨之提示，增加畫面的穩定質感；以乾擦法與辣間法交互應用，也以甘蔗屑沾色彩之技法作畫，以毛筆之筆法作畫，活化筆觸，更是他慣用的手法。在他的諸多畫作中，可看到乾溼筆交互運用，不論是故意留白，或蒼勁的筆勢，皆在追求畫面質感的呈現；其技法之交互使用，以至「法無法」庖丁解牛之境，是畫境之於化境的動態創作（黃光男，2011）。

二、不透明水彩法 — 油畫

水彩畫是油畫的準備，油畫層層加上塗色的層塗法，厚厚的、層層的加上顏料，是顏水龍一生最常用的技法，是他在繪畫上的特殊標誌；無筆觸的摩擦暈塗繪製，沒有明顯的界線，卻能表現立體明暗感，使其渾然成為一體；佈局細膩、手法精湛，粗曠、硬拙，大面積色塊的筆調，同色、強光的運用，概略性的輪廓，簡要的技法處理；給人一種野性、樸實、無華之自然本性的感覺。早期作品運用多層平塗技法，晚期層次轉薄，多直接畫上單一顏色，可明顯看出筆觸（顏水龍，1992）。

顏水龍作畫的主題大約可分成幾類：風景、靜物、人物畫像、山胞畫像、蘭嶼之舟；它一直重複繪製相同題材孜孜不倦，從而形成固定的繪畫風格。其繪畫特點為：（一）、繪畫題材固定，所繪製的對象均為身邊常見與易掌握者；（二）、同一題材的作品，構圖多相似；（三）、物形的描繪非完全寫實，屬概念性之寫實，著重精神性的傳達，造型簡易；（四）、畫面之結構，圖案、裝飾化；（五）、用色從 50 年代之柔和、層塗色調，漸次轉變成鮮明、薄塗之純色調，8、90 年代更多運用金黃與青綠之對比色調；（六）、畫面採光無特定光源，甚至有些是完全忽略物影（顏水龍，1992）。

三、層次水彩法

李澤藩 - 臺灣美的詮釋者，渾厚華滋、平淡天真的水彩畫家，畫下臺灣水彩畫史之里程碑，強調圖文並茂教學，鼓勵學生透過畫筆詮釋文章的意境；他認為

繪畫要能延伸至心理的美、生活的美、為人的美，並以層次法立論於教育界。

啟蒙時之李澤藩，同其他早期臺灣畫家之學習歷程，亦是透過石川欽一郎老師的引領，詮釋透明、輕快的英式水彩畫，描繪臺灣的本土風情；完成之水彩畫，筆觸隨意率性、穩定的中景構圖、精粗有別的筆法、高明度、高彩度，層疊簡單明快地營造輕鬆的韻致，十足之文人氣息，深受石川影響（李澤藩，1994）。

繪畫手法以層層堆疊方式表現色彩之透明感，輪廓明確、色彩清晰，賦予物體原有屬性的固有形色，不拐彎抹角的對話，眼前只有與主角的對話，赤裸裸地展現原貌；筆刷厚實的痕跡、粗曠堅拙的筆調，成熟老練篤定而穩健，流露十足信心之駕馭能力；豐富層次堆疊洗鍊之後的語彙，明快、直白而實在，渾然天成、毫不做作，質量兼備獨特。依此延伸出二路風格，（一）、傳統化約的：重疊、透明、簡潔明快；（二）、自創細膩的：洗鍊、不透明、細緻豐富（李澤藩，1994）。

貳、陳陽春水彩畫

一、陳陽春師承

陳陽春老師生於 1946 年，臺灣省雲林縣人。父親陳輕衫、母親吳素梅，七歲時，親請黃傳心老師教導書法開始學寫毛筆字，小學、初中代表學校參加雲林縣的校際比賽榮獲書法、水彩畫第一名。在十四歲的初中時期，每天上下學都會經過一家裱畫店，一放學就跑到店裡看畫，日子久了，王家良先生就這樣教陳陽春老師習畫。

陳陽春老師畢業於國立臺灣藝術大學（前國立藝專），1978 年水彩畫前輩藍蔭鼎蒞臨國立藝專美工科畢業展時，勉勵當時的陳陽春：「無論做什麼事，要做就做第一」，這句話成為陳陽春老師終身自勉的金玉良言，也因此加強他對水彩畫的認知與努力。

延續至陳陽春老師，陳老師作畫多年，他的水彩畫融合了東方（中國）水墨的靈性，和西方（英國）水彩的光影；在水彩技法上，如水份的控制、色彩的掌握和構圖的講究，乃是運用英國的水彩做為創作媒材，並融合中國水墨畫的筆法，藉由水的流動渲染氤氳，顯現雅淡悠遠、輕盈曼妙、飄渺虛靈的「心象」意境；在此連結中西的繪畫理論及技巧，將英國水彩畫之形貌，貫注中國文人畫之藝術精神。陳老師承襲石川與臺灣水彩畫壇諸君之惠能，並融入英國水彩畫之理論與技巧，於此結合中國的水墨技法與西方的水彩技法兩者之特質，自樹一格。

二、陳陽春選擇水彩畫作為創作的的原因

陳陽春之所以選擇水彩畫作為創作的素材？其原由乃是，畫有分東西，東方為中國畫，西方為油畫、水彩。因水彩畫具備的元素介於東方與西方，在東方、亞洲傳佈時，是中國的、是東方的、是一種氛圍，正因為水彩畫涵蓋中國水墨畫的韻味，推動起來像是自己的，所以較為順暢；在西方，水彩畫流傳到西方時，因為置入西方水彩的觀念，所以西方人士認為這是西方的藝術，以致水彩畫傳播較為快速便捷。此即，在東方，東方人士認為水彩畫是東方的；在西方，西方人士又認為水彩畫是西方的，其實是東西方彼此不分國界，是一體

的，因此陳陽春選擇水彩畫傳揚於國際。

三、陳陽春水彩畫之傳播方式

陳陽春為畫走天涯弘揚畫藝，首在深根臺灣、守護臺灣之美，主張藝術下鄉紮根，致使水彩畫之美根留臺灣，此期許分別是：1.彩繪各縣市的特色；2.在臺灣成立美術館（目前已成立指南陽春畫苑等近十個畫室）；3.傳揚獨具個人特色的臺灣水彩畫之技法；4.辦講座以及各機關學術團體的邀請，以此傳揚臺灣水彩畫之美。

陳陽春致力於水彩藝術之傳播，集中國水墨畫與西方水彩畫之精髓，肩負著時代的使命弘揚畫藝，不僅是立足臺灣，更是放眼天下；本著世界村的理念，放諸四海、行走五大洲。古時孔子周遊列國、玄奘西行取經，今日陳陽春行走五大洲。

茲列舉目前陳陽春水彩畫的傳播方式：

（一）、畫展的舉辦

陳陽春從二十二歲（1968年）就開始辦畫展，作品常設於「總統府」、「大板根森林溫泉渡假村」，其作品已被世界42個城市之人士收藏，至今於海內外已舉辦210場的畫展；這期間受邀至日本、香港、英國、法國、中美等地展覽，並於2001年接受外交部駐外單位的邀請，前往約旦、土耳其、巴林、南非、希臘、布里斯本、雪梨、墨爾本、紐西蘭、澳洲等地巡迴展覽，前後在海外世界五大洲、三大洋、二十幾個國家舉辦個展。

陳陽春透過畫展的舉辦，除了藉由畫展讓觀賞者走入畫家的藝術世界，同時也希望以此走入觀賞者的心靈視界；並可結識藝術界與愛好藝術之各路同好，切磋技藝、互換心得，可以此累積實力，並藉此提升水彩畫的能見度。

（二）、繪畫比賽

陳陽春為提倡水彩畫藝術及文化交流振興藝文，於2007年創辦第一屆「世界五洲水彩華陽獎」，截至目前共舉辦八屆，海內外人士皆可報名參賽；繪畫比賽的舉辦，旨在傳揚水彩畫，並藉由參賽的過程，發掘更多的繪畫人才，以此提攜後進。

（三）、講座

陳陽春1994年四十七歲那年開啟國際之交流，接受美國田納西大學邀請，以「訪問學者」身份前往講學，並於次年以「訪問教授」身份再度前往該大學講授水彩畫之創作，同時榮獲田納西大學所在地納克斯維爾市之榮譽市民和市鑰。

美國著名的美術教育學者艾斯納（Elliot W. Eisner）及道伯斯（Stephen M. Dobbs）曾說：「藝術品本身不會替自己說話，它們只對那些經過學習與理解的觀眾，才說該說的話」（王維梅/譯，1986）。畫作解析之講座，是畫家表達自己創作理念的一個好機會，除了得到專家的認同，也讓外行人看得懂，是建構創作者與觀賞者之間一道溝通的橋梁。

（四）、書刊

書籍、刊物、畫冊的發表也是一種提高知名度的傳播方式，陳陽春對於繪

畫的思想、信念與繪畫作品，透過藝文雜誌等刊物的發表，或是書籍、畫冊的出版，此圖文對照的刊物發行，有助於提升水彩畫能見度的功效。

(五)、電子媒介採訪與報導

這是結合科技時代元素的繪畫傳播方式，在新的傳播媒介中，一項展覽的成功與否，也和好萊塢的電影一樣，可以媒體的報導來衡量（黃光男，1998）；陳陽春透過電子媒體的採訪與報導，傳揚畫家的繪畫理念，並為提升水彩畫藝術盡一份心力。

陳陽春認為藝術家要有宗教家大愛的情懷，致使其完成橫跨全球五大洲舉辦畫展之使命，將臺灣水彩畫之愛與美傳揚至千里；陳陽春並打趣地說：「人家是為愛走天涯，而我是為畫走天涯」（吳溪泉，2016）。

第四節 文獻探討小結

本章從文獻中梳理了藝術傳播媒介的傳統傳播媒體與新媒體之初探，首先談論藝術的物質化、獨特性、媒介文本結構性之文化意義與展覽和傳播的關聯性，並說明與本研究相關的傳播媒介與場域，進一步更聚焦說明本研究所欲探究之新媒體傳播；同時鳥瞰繪畫傳播發展科技之整合新趨勢，端此研議融合傳統傳播媒介與新媒體傳播媒介在時序性上的發展趨勢；接續在臺灣水彩畫源流中感念水彩畫壇諸位前輩筆路藍縷之播種耕耘，延續至陳陽春老師畢生在水彩畫傳播上的辛勤傳揚。

以此文獻審視今日的藝術，受到新媒體的影響，致使藝術傳播的速度更快速、界域更寬廣、效率更高超，新媒體在改變當代藝術的創製和消費，使藝術與傳播媒介之間的關係，放置在互相效利的對話空間中，將可啟動新思維與優質藝術傳播相互結合的可能性（王岳川，2003）。

繪畫傳播的發展，不同的傳播媒介承載繪畫流傳之重要任務；當代之藝術傳播更是深受新傳播媒介技術的影響，它與科技傳播媒介之間，存在著極其緊密的關係。誠如法國研究當代藝術的學者安妮·喬桂林（Anne Cauquelin），在她撰寫之《當代藝術》（*L'Art Contemporain*）的書裡論述：在科技傳播媒介的網路社會裡，參與者的活動力取決於其能掌握網絡連結的廣度，以及這些連結之直接與快速與否，並藉由傳播媒介與網際網路之數位化，使其形象無遠弗屆地傳揚，在隨著不同背景的觀者中，衍生出更多的效應（Lestocart, 2004）。因此在藝術這個界域中，最活躍的參與者，即是那些能在最短時間之內，充分掌控整個網絡與數位化之資訊者，這些能掌控優勢的人，就是藝術這個界域的主導者（Cauquelin, 1992）。

水彩畫之發展，可獲致這般榮景，致使今日水彩畫在世界為眾人所注視，這與水彩畫家不斷的探求，以及時代背景的推進有關（高磊，2009）。任何一門藝術的發展除了創作者本身的努力學習與探索，更有賴時代背景的依託（宋清，

2004)；時序進入今日科技傳播時代，傳播更是肩負著舉足輕重的角色，傳播不僅是發揚傳統藝術，更在創新傳統藝術。

社會在進步、文化也在進步，藝術得以完善科技，科技更可以傳揚藝術，科技與藝術緊密相連，科技傳播縮短了時空的距離，擴展了人類的知識範疇與生活界域，藉由科技傳播的迅速便捷，藝術文化得以邁向國際；臺灣水彩畫更因此走入國際，畫家陳陽春老師藉此飽覽世界各地的藝術精髓，敞開心扉接受國際性的美感經驗，將本土的藝術文化融入新知，型塑另一番全球化的藝術特質與風貌。

從文獻資料蒐集中也可看出，陳陽春老師水彩藝術的展覽與傳播，仍是大都以傳統的方式在進行，但由於科技的發達、新媒體給了藝術展覽一個重新換裝的契機；新媒體與傳統藝術媒體在彼此差異的互補關係中，發現共構、共贏的整合，而導向嶄新的時代里程碑。然而，新媒體與傳統藝術媒體在整合的這條道路上，仍是十分漫長，這也是本研究極待解決的議題。



第三章 研究設計

本研究係採個案研究，以「陳陽春之水彩畫」為個案研究對象，旨在探討水彩畫之展覽與傳播。個案研究又稱案例研究，是研究個人、機構或是事件，儘可能系統化的觀察、訪談，並使用歷史性的大量資料來源。當研究者需要瞭解、詮釋、分析、批判某一現象或問題，並提出有效策略之解決方案時，便會使用此研究方法。個案研究通常用於醫學、人類學、歷史學、管理學與臨床心理學（Roger D.Wimmer・Joseph R.Dominick，黃振家等譯，2014，P.168），主張研究者必須進入研究問題的場域，運用此研究對研究問題進行客觀與全面的理解（李長吉、金丹萍，2011）。

Merriam（1988）列出四點個案研究的特性：

- 1.特殊性：亦即個案研究，是針對一種特殊的情境、組織或是事件，研究實際與真實現象的問題與策略的良好方法。
- 2.描述性：個案研究最後呈現的結果，是一份有關研究主題的詳實陳述。
- 3.啟發性：個案研究的目的，在於瞭解正在研究的主題，並賦予新的詮釋、新的觀點、新的意涵與新的視角。
- 4.歸納性：從搜尋的資料中，歸納獲致原理及推類的脈絡，試圖發現新的關係，抑或是驗證現存的假說（轉引自 Roger D.Wimmer、Joseph R.Dominick，黃振家等譯，2014，P.168-169）。

本研究基於研究對象陳陽春老師水彩畫藝術的特殊性，以個案研究方式進行，希望提出質化描述，並呈現啟發性與歸納性結果；執行方式以內容分析法與深度訪談法依序進行。

本研究計畫以內容分析法蒐集新媒體與傳統媒體之相關文獻，分析、闡釋、探討，研擬其研究結果，藉此研究水彩畫如何展覽與傳揚之議題；並以深度訪談法，訪談陳陽春、陳奕璇、黃盟欽、鄭綸四位專家學者。

以下為本研究設計之研究架構、研究方法、研究對象、研究工具、研究實施程序、資料處理、預定進度甘特圖，茲分述如下：

第一節 研究架構

本研究係個案研究，以陳陽春之水彩畫為個案研究對象，並以內容分析法分析新媒體之臺北市立美術館畫展與傳統媒體之陽春水彩藝術會畫展；同時以深度訪談法訪談陳陽春、陳奕璇、黃盟欽、鄭綸四位專家學者，茲以圖 3-1 說明。

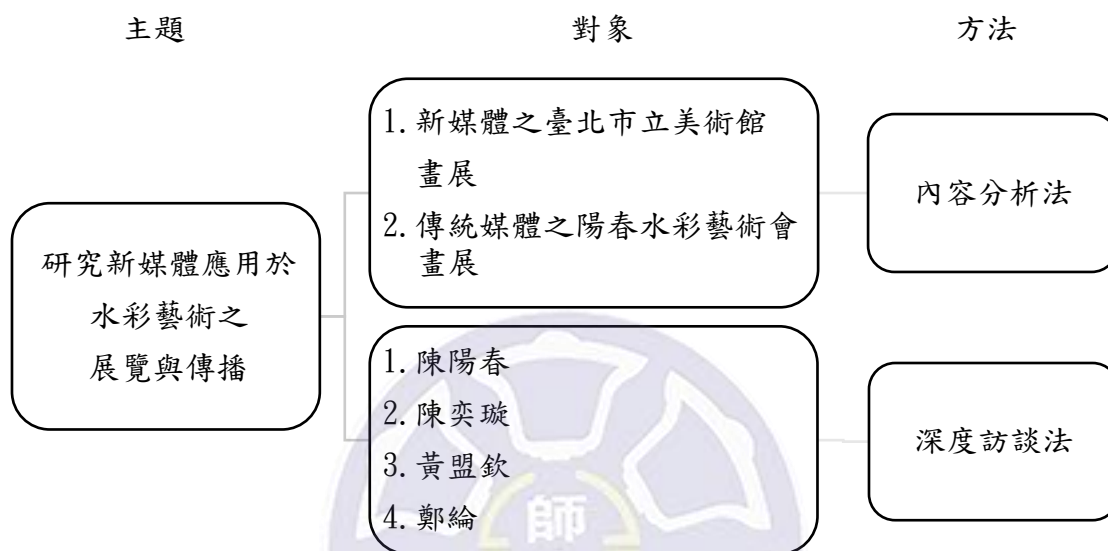


圖 3-1

第二節 研究方法

壹、內容分析法 (Content Analysis)

內容分析法是一種廣泛使用的定性研究技術之質化分析法。首要關鍵在於客觀瞭解要研究的內容是什麼？它不是單一的方法，目前內容分析法的應用，大致有三種不同的方法：傳統式的、導向式的、總結式的。所有三種方法都用於從文本數據的內容中解釋意義，因此可算是依循自然主義範式；這些方法的主要區別是編碼方案、編碼的起源和對可信賴性的威脅。

一、傳統式的內容分析，是直接從文本數據導出編碼類別。

二、導向式的內容分析，則是從理論或相關研究結果開始，作為初始編碼的指導依據。

三、總結式的內容分析，涉及計數和比較，通常是關鍵字或內容，然後接續上下文的解釋。

於此三種特定方法和技術的分析程序，從生命週期護理領域中得出的假設性例子，著墨可信賴性的議題（Hsiu-Fang Hsieh, Sarah E. Shannon，2005）；依據以上內容分析法要旨，本研究較適合總結式之研究分析。

貳、深度訪談法（intensive interview）

深度訪談法又稱質化訪談，採用較少且具代表性之對象，在訪問者與受訪者之間進行訪談，透過蒐集、組織及資料之分析，提出綜合性與系統性，且較深入的問題之瞭解與探訪（李珮瑩，2014）。

深度訪談的特性：

- 一、使用比較小的樣本。
- 二、對受訪者特殊的回答，提供詳實的背景資料；包含受訪者的觀點、動機、經驗與感受。
- 三、可藉此觀察受訪者非語言性之反應。
- 四、需要較長的時間，不像個人訪問只需幾分鐘即可；深度訪談可持續數個小時，也會進行一次以上的訪談。
- 五、深度訪談對每位受訪者的問題都不一樣，在個人訪問（personal interview）中，所有的受訪者皆會被問到同樣的問題，但是深度訪談允許訪問者依循每位受訪者提出不同的問題做提問。
- 六、深度訪談會受到訪問氛圍的影響，與個人訪問比較，深度訪談的成效與否，需視受訪者與訪問者之間的互動關係來決定（Roger D.Wimmer・Joseph R.Dominick，黃振家等譯，2014，P.165-166）。

第三節 研究對象

壹、內容分析之對象

- 一、水彩畫之新媒體傳播的「臺北市立美術館」畫展
- 二、水彩畫之傳統媒體傳播的「陽春水彩藝術會」畫展

貳、深度訪談之對象

- 一、陳陽春
- 二、陳奕璇
- 三、黃盟欽
- 四、鄭綸

本研究深度訪談法之訪談對象共四人，分別以 A、B、C、D 代號，臚列採訪之人名、職稱、專業背景，詳如表 3-3。

表 3-3

代號	人名	職稱	專業背景
A	陳陽春	陽春水彩藝術會永久榮譽會長 水彩畫家 臺灣藝術大學等大學 兼任客座教授與名譽教授	水彩畫
B	陳奕璇	聖約翰大學數位文藝系副教授 兼系主任	數位科技
C	黃盟欽	駐村藝術家 中國科技大學等大學兼任講師	新媒體科技藝術
D	鄭綸	專業創意產業發展顧問 實踐大學講師	文化經濟與創新模式 文化創意產業

第四節 研究工具

壹、內容分析法

依據內容分析法要旨，本研究較適合總結式之研究分析，其分析範圍與分析內容，茲分述如下：

一、研究範圍：

- (一)、臺北市立美術館：三年之內的繪畫展覽。
- (二)、陽春水彩藝術會：三年之內的繪畫展覽。

二、研究內容：

- (一)、臺北市立美術館：分析繪畫展覽之展覽方式與傳播方式？
- (二)、陽春水彩藝術會：分析繪畫展覽之展覽方式與傳播方式？

貳、深度訪談法

筆者將使用語音檔，並以半開放性的問題，對陳陽春、陳奕璇、黃盟欽、鄭綸四位專家學者，進行深度訪談；藉此瞭解諸位在水彩畫的新媒體展覽與傳播上，所提供的經驗、想法與建議，並以此為本研究之參考。

以下為訪談題目之研擬：

- 一、水彩畫利用新媒體，有哪些展覽方式？
- 二、水彩畫利用新媒體，在展覽方式上的實際成效為何？
- 三、水彩畫利用新媒體，在展覽方式上如何進行？可提供哪些建議？
- 四、水彩畫在新媒體傳播上，可提供哪些方式？
- 五、水彩畫在新媒體傳播上，有哪些實際成效？
- 六、水彩畫在新媒體傳播上，可提供哪些前瞻性整合的建議？

第五節 研究實施程序

本研究採個案研究，並分別以內容分析法和深度訪談法，這兩種研究方法進行實施程序，其研究流程與研究說明概述如下。

壹、內容分析法

一、研究流程，如圖 3-5-1 所示。

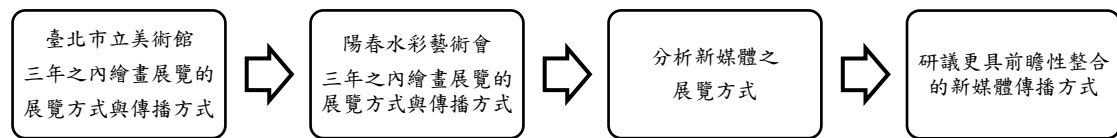


圖 3-5-1

二、研究說明

- (一)、搜尋臺北市立美術館三年之內，繪畫展覽的展覽方式與傳播方式；此【內容分析文獻】表 3-5-1-1，詳如附錄（一）。
- (二)、搜尋陽春水彩藝術會三年之內，繪畫展覽的展覽方式與傳播方式；此【內容分析文獻】表 3-5-1-2，詳如附錄（一）。
- (三)、探討水彩畫利用新媒體之展覽方式。
- (四)、研議水彩畫在新媒體傳播上，更具前瞻性整合的傳播方式。

貳、深度訪談法

一、研究流程，如圖 3-5-2 所示。

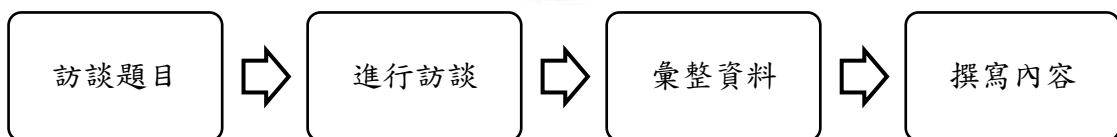


圖 3-5-2

二、研究說明

- (一)、搜尋藝術傳播、水彩畫、繪畫傳播之相關文獻資料，以便深入瞭解相關議題如何擬定，將同一概念置於同一訪談題目，並以此擬定每位受訪者之訪談題目。
- (二)、電話預約每位受訪者訪談之時間與地點，並寄發【深度訪談邀請函】詳如附錄（二）、【深度訪談同意書】詳如附錄（三），正式與每位受訪者進行錄音訪談。
- (三)、彙整每位受訪者之訪談資料。
- (四)、撰寫每位受訪者之訪談內容。

第六節 資料處理

壹、內容分析法：

本研究方法之研究對象，為新媒體之臺北市立美術館畫展與傳統媒體之陽春水彩藝術會畫展；其相關文獻內容，分別臚列展覽與傳播方式的共同點與差異點於比較統計表。

貳、深度訪談法：

本研究方法係訪談陳陽春、陳奕璇、黃盟欽、鄭綸四位專家學者，透過錄音訪談結果，製作逐字稿訪談內容之文字建置，進行資料編碼、資料整理，且以表格方式呈現；對應研究主旨，予以闡釋、歸納出關鍵概念，延伸分析討論，得到具體結論，並於此提出前瞻性的展覽與傳播方式。

第七節 預定進度甘特圖

日期 項目	105/7/1	105/9/1	105/11/1	105/12/1	106/10/1	106/11/1	106/11/16
確定研究題目	■						
建立研究目的	■						
提出研究問題	■						
搜尋研究文獻		■	■	■			
內容分析研擬					■		
進行深度訪談					■		
彙整資料分析						■	
提出研究結果							■
撰交研究論文							■

圖 3-7

第四章 分析與討論

傅科 (Foucault) 說：「知識即是權力 (Knowledge is power)，在資訊社會的時代，掌握資訊者即是擁有知識者，進而複製了更多的權力」(轉引自陳東園、郭良文、2010)；由此可知，資訊社會的新媒體時代，誰掌握了新媒體此項「多元素養」(multiliteracies) 知識體系的社會資源，誰就掌握了更多支配的權力 (power)。

第一節 內容分析法展覽與傳播統計表的資料處理

壹、新媒體 - 臺北市立美術館畫展與傳統媒體 - 陽春水彩藝術會畫展，展覽方式共同點與差異點比較統計表；茲以【內容分析文獻】表 3-5-1-1，詳如附錄 (一)，延伸資料處理，並以表 4-1-1 臚列如下：

表 4-1-1

項目	展覽方式		共同點	差異點
新媒體 - 臺北市立美 術館畫展	類目	次數	☆平面繪畫 展覽 ☆數位影像 ☆攝影	★行動藝術 ★複合媒材 ★裝置 ★聲響 ★壓克力平面作品及物件 ★構築 ★影像 ★電腦輸出 ★現成物與巨型裝置 ★錄像裝置 ★綜合媒材 ★錄像 ★幻燈片 ★攝影 ★壓克力彩 ★動力機械
	1.平面 油彩、畫布、水墨、素描、版畫、文件手稿、紙上作品、紋砌刻畫、壓克力平面作品、雕塑、工藝、織品、膠彩、書法、水彩、油畫、繪畫、文獻、檔案、書信、書籍	25		
	2.影像互動裝置 影像輸出、電腦輸出、紀錄影片、錄像裝置、聲響、聲音、3D 動畫、電腦、互動系統、網路攝影機、投影機、音響、錄像裝置、聲光影像、機械運動、體感偵測、雷射光互動、數位輸出	13		
	3.攝影	6		
	4.複合媒材	7		
	5.行動藝術 表演、行為、事件、詩歌、戲劇、音樂、舞蹈	2		
	6.裝置 物件	8		
	1.平面繪畫展覽	35		
傳統媒體 -	1.平面繪畫展覽	35		

陽春水彩藝術會畫展	2.數位影像	3	★科技互動 視覺裝置
	3.攝影	1	

誠如表 4-1-1 所示，臺北市立美術館之展覽方式，為平面、影像互動裝置、攝影、複合媒材、行動藝術、裝置，陽春水彩藝術會之展覽方式，則為平面、數位影像、攝影。臺北市立美術館與陽春水彩藝術會在藝術的展覽方式上，運用於平面之展覽、數位影像、攝影為共同之方式；然而，在複合媒材、行動藝術、裝置，這三種方式上，北美館已呈現，陽春水彩藝術會則尚未運用此展覽方式。

茲根據調查所得資料，傳統藝術的展覽與理解，得自於平面繪畫，即是元媒體單一、單純、獨一無二的陳述自身最原始的藝術語彙；然而，當今藝術的展演，除了創作者本身對藝術的探索，更有賴時代背景的依托，新時代、新媒體多元語彙的呈現，將置放於結構體上之攝影、海報、設計類的作品與觀眾的置入、行動藝術、複合媒材、裝置等現代語彙，在視覺的潛意識裡，看到不一樣的風景，呼應整個視覺上的結構與氛圍。

傳統媒體陽春水彩藝術會與新媒體臺北市立美術館在展覽上，有其因為不同時代背景的烘托，導致創作者建構藝術語彙之差異；然而，此藝術語彙之差異，亦是兩者在體制上之差異，一個是公立美術館，另一個則是私人藝術團體，顯然呈現結構大於個人，資源裝備能力的實際落差，此為當今社會需要關注的議題。

貳、新媒體 - 臺北市立美術館畫展與傳統媒體 - 陽春水彩藝術會畫展，傳播方式共同點與差異點比較統計表；茲以【內容分析文獻】表 3-5-1-2，詳如附錄（一），延伸資料處理，並以表 4-1-2 臚列如下：

表 4-1-2

項目	傳播方式	共同點	差異點
新媒體 - 臺北市立美術館畫展	1.期刊 2.叢書 3.展覽專輯 4.推廣教育 5.多媒體網站的持續更新、APP、臉書等行動社群媒體的經營 6.記者會 7.藝企合作 8.媒合外部資源挹注於館務發展 9.海報	☆叢書 ☆展覽專輯 ☆記者會 ☆媒合外部資源挹注於館務（畫室）發展 ☆海報 ☆報紙 ☆館務人員解說（陳老師親自導覽）	★期刊 ★推廣教育 ★多媒體網站的持續更新、APP、臉書等行動社群媒體的經營

	10.報紙 11.館務人員解說		
傳統媒體－ 陽春水彩藝術會畫 展	1.畫作解析講座 2.line 群組 3.海報 4.開幕茶會 5.陳老師親自導覽 解說 6.叢書 7.展覽專輯 8.藝企合作（研華 文教基金會） 9.網路電視臺 10.記者會 11.報紙 12.臉書 13.媒合外部資源挹 注於畫室發展 14.電視採訪		★畫作解析講座 ★line 群組 ★開幕茶會 ★電視採訪

依據表 4-1-2 所示，新媒體臺北市立美術館的繪畫傳播方式，為期刊、叢書、展覽專輯、推廣教育、多媒體網站的持續更新、APP、臉書等行動社群媒體的經營、記者會、藝企合作、媒合外部資源挹注於館務發展、海報、報紙、館務人員解說；傳統媒體陽春水彩藝術會的繪畫傳播方式，則為畫作解析講座、line 群組、海報、開幕茶會、陳老師親自導覽解說、叢書、展覽專輯、藝企合作（研華文教基金會）、網路電視臺、記者會、報紙、臉書、媒合外部資源挹注於畫室發展、電視採訪。

兩造之共同點，為叢書、展覽專輯、記者會、媒合外部資源挹注於館務（畫室）發展、海報、報紙、館務人員解說（陳老師親自導覽）；相異點新媒體臺北市立美術館，為期刊、推廣教育、多媒體網站的持續更新、APP、臉書等行動社群媒體的經營；傳統媒體陽春水彩藝術會，則是畫作解析講座、line 群組、開幕茶會、電視採訪。

就共同點而言，皆為傳統媒介的傳播方式，在資源上較易取得與運用；然而，就其差異性，新媒體臺北市立美術館在期刊上的登載，顯然具備學術視野，推廣教育亦是建樹專業人才與美學知能的管道，多媒體網站的持續更新，更是快速傳達 update 的經營模式；但傳統媒體陽春水彩藝術會亦是不惶多讓，在畫作的解析上事必躬親，line 群組的建置亦是活躍翻新，開幕茶會、電視採訪則是親力親為，近乎民心、近乎民意，這對於水彩畫之傳播，可收立竿見影的成效；這是新媒體與傳統媒體的差異，也是大眾與小眾傳播方式的不同。

第二節 深度訪談法訪談題目的資料處理

本研究將受訪者陳陽春、陳奕璇、黃盟欽、鄭綸四位專家學者，分別編碼為：A、B、C、D，代表第1位、第2位、第3位、第4位受訪者的編碼；接續於受訪者的編碼後，編列01、02、03...的數字，代表受訪者訪談題目的題數編碼。例如：A-01為第1位受訪者、第一個訪談題目，其餘依此類推；此【深度訪談逐字稿】，以表4-2臚列於附錄（四）。

本研究於這四位專家學者的訪談內容中，獲致如下幾點概念：

壹、科技藝術的展覽方式

隨著科技發展融入跨媒體、跨領域形式，成為藝術建構生產；透過新媒體的造訪，登堂入室，一窺創作者的內心世界與技法的高度涵養。新媒體藝術成為當代視覺文化間的互動性，運用媒介技術創新的手法，與觀眾產生互動的連結；數位互動、動畫、擴增實境AR（Augmented Reality）與VR（Virtual Reality）虛擬實境等科技媒介置入的互動式展呈，讓觀者可經由與藝術作品的互動，增加觀者對藝術作品的探索與欣賞之主動性，並引導觀者藉由遊戲的樂趣與參與，瞭解、欣賞並闡釋畫作。源於此，降低觀者理解藝術作品的門檻，間接加速創作者與觀者契合的時間，並且顛覆藝術自身的刻板概念，成就藝術再創作的價值。

貳、複合媒材、表演藝術、文創等多元媒材的展覽方式

水彩創作是一種繪畫性的表現技法，猶如想像力建構擬象符碼；新媒體藝術是一種混合多元文化、多元媒材、跨領域的思考語彙，藝術作品在面臨時代潮流與觀念的檢視中，發展出不同的對話與脈絡之可能性呈現。在多元的社會環境中，融入日常生活，透過多元媒材；舉凡美術、設計、影像、科技媒體、複合媒材、表演藝術、文創等等，廣泛結合戲劇、錄像裝置的組合。新媒體協助觀者在與作品的符號溝通中，順利地把符碼從符徵（符碼）過渡到符指；這不只聽到表面之言，更加理解言外之意。藝術家藉由新媒體的多元創作，豐厚了跨領域的廣泛討論，透過藝術創作探索經驗感官，作為現實與觀念的測定器，新媒體藝術因此延展創作的界限。

參、發揮新媒體的特性，重現水彩畫的創作與呈現氛圍

新媒體的呈現，應該避免影響水彩畫作品的獨立性，切莫反客為主。透過藝術家的創作象徵，呈現出時代氛圍與社會實踐，讓新媒體所提供的內容，轉化為理解與享受水彩畫創作藝術的養分，產生豁然開朗與回味無窮的效果；一步步帶領觀者從各個面向去剖析水彩畫作品的相關資訊，激發觀者一探究竟的想望，導引觀者找到水彩畫原作印證新媒體提示的種種徵兆，以完成整個探索

的旅程，成就完整的體驗；此體驗不僅要發揮新媒體的特性，更要重現水彩畫的創作與呈現氛圍，讓水彩畫與新媒體全面混合，相互支援。新媒體林林總總的呈現方式，雖各自有其要求，目的總是要吸引觀者導向，回到原水彩畫作品的欣賞上；以此表達多元價值、多元語彙，呈現創作者與觀賞者的美感經驗與普世觀感。

肆、跳脫藝術家本身的觀點，從觀眾的角度與思維進行展覽

當代藝術，藝術展演常與互動技術結合，互動的隨機性也改變了討論藝術「自身」的概念；透過新媒體互動藝術的方式，吸引觀者的興趣，讓觀者透過自身的參與，進而瞭解並喜歡藝術。因此，藝術家在進行展演時，可嘗試跳脫藝術家本身的觀點，從觀眾的角度與思維進行展示，拓展個人思考空間至疆域的無限擴大；並透過將技術創作融入數位科技類的情境遊戲，例如：AR、VR帶領觀者主動探索、欣賞與共構藝術創作；這不僅可提供觀者自行選取期望攫取的內容，亦可從頭至尾地呈現，讓入門者得以補充基本知識，專業者則能擇取希望獲知的特別內容。

伍、透過網路社群，進行推廣與傳播

此為結合互動設計技術的相關產業所進行的推廣與傳播。近年，傳統藝術創作的展示與推廣形式，搭配政府推廣的互動技術應用，在藝術館或美術館進行展示，並在網路社群媒體不斷放送該展與不同創作媒體相結合的訊息與內容；從展示內容與形式，再透過網路社群媒體的交互運用，是可獲致更大的傳播成效。於今，網路社群必竟已成為眾人最常接觸的媒體形式之一，幾乎絕大多數的訊息都是來自網路社群；網路社群媒體亦是新媒體運用的必爭之地，是可以多加運用與發揮的。

陸、傳播跨界系統性的團隊合作

系統思考緣於牽一髮而動全身的概念，所以不能單打獨鬥；在新媒體傳播的整合上，新媒體傳播跨界系統性的團隊合作，皆可能受益於此一過程步驟的完整而獲得滋養。傳播強調訊息應該源於發送者（sender）與接收（receiver），而選取適當的內容、方式與途徑；所以，除了理解和紀錄水彩畫創作的歷程與發想意念之外，也要針對不同觀眾的背景與需求，選擇適當的新媒體呈現不同的內容；一旦所傳送的訊息與觀者自身的體驗相結合後，所產生根深蒂固的認同，觀者即可因為透過新媒體傳播的誘引，彷彿再次回到水彩畫創作者作品完成前的每個階段。因此，水彩畫利用新媒體傳播，應考量觀者（接收者）與媒體平台的特性，以獲致與觀者經驗的相結合。

第三節 新媒體應用於水彩畫展覽方式研究之分析與討論

壹、水彩畫展覽藝術語彙之延展分析：

藝術品本身並不會替自己說話，僅止於那些經過學習的觀眾，才能理解藝術品本身所要傳達的美學意旨。早期水彩畫的展覽，就平面繪畫，展呈藝術本體面（畫作）之符號理念的表達，畫家必須藉由畫作解析之講座與導覽，表達自己創作的藝術語彙，這是建構創作者與觀賞者之間一道溝通的橋梁；除了得到專家的認同，也讓外行人看得懂。

依據本研究，在臺北市立美術館畫展與陽春水彩藝術會畫展的內容分析，以及深度訪談陳陽春、陳奕璇、黃盟欽、鄭綸四位專家學者，所得之調查分析：因著新媒體時代的來臨，水彩畫創作的美感經驗已跳脫傳統美學的限制，在我們視覺的潛意識或無意識之間，並不是只受到平面繪畫的影響；藝術作品在面臨時代潮流與觀念的檢視中，藝術概念的多樣化，新媒體置入多元文化、多元媒材、跨領域的思考語彙，發展出不同的對話與脈絡的可能性呈現。

新媒體所提供的內容，轉化為理解與享受水彩畫創作藝術的養分，新媒體協助觀者在與作品的符號溝通中，順利地把符碼過渡到符指；此不僅是聽到表面之言，更加理解言外之意。傳統水彩畫的展覽藉由新媒體的建置，結合現代媒介之數位影像、攝影、動畫、AR、VR、裝置、複合媒材、行動藝術等多元媒材，置入藝術展覽的現代語彙；諸如此類不同傳播媒介的元素，透過藝術創作探索經驗感官，在閱聽眾面前呈現嶄新的風貌，新媒體藝術因此延展創作的界限。在多元的社會環境中，新媒體融入日常生活，透過多元媒材，表達多元價值、多元語彙，呈現創作者與觀賞者的美感共鳴與普世共感。

貳、水彩畫展覽方式文化結構性意義與創造力之開啟：

葛斯托拉（Pierre Gaustalla）言及：「藝術永遠的努力，乃是在技巧的研究中，以藝術效果為目的地探索種種實際的配合，...」。藝術獨特的風格，在於其時代性、自發性與結構性三方面的呈現；此即每一個時代背景的獨特性，衍生藝術家本身對藝術賦予的本體價值與地域性和民族性之人文傳統（曾肅良，2002）。文化的傳遞為潛藏於符號編碼和解碼的過程中之價值意義，菲斯克（John Fiske）賦予文化即是從生活的社會經驗中攫取意義，且為創製意義的連續過程；於此，意義的取得與再現，實為文化結構性意義的核心價值，文化的傳遞非僅止於資訊流通之淺層意義，更蘊含潛藏於符號編碼和解碼的過程中之價值意義。在此文化結構中，傳播學者凱瑞（James W. Carey）則指出透過「儀式性的次序」，建構文本內容的認同與美學經驗的分享，進而落實到個人與社會實際的界域中。藝術家所欲表達的創作觀念，轉譯成一種視覺語言符碼，反映著時代性的自我認同與創作動機，無形中傳遞身體與意志力的種種潛能，藉此提升對當代藝術的見解與其延伸性的發展。

於今，藝術之展覽，除了創作者本身對藝術的探索，更有賴時代背景元素的籍入，新時代、新媒體多元語彙的呈現，去中心化、碎片化、分眾化；將置放於結構體上之攝影、海報、設計類的作品與觀眾的置入、行動藝術、複合媒材、裝置等現代語彙，在視覺的潛意識看到不一樣的風景，呼應整個視覺上的結構與氛圍。和觀者一起進入「觀展／自我陶醉」的循環議題之中，於此在視覺上對象不只是對象；旁觸所及，是對象、客體、狀態，是靜態、動態、時間，是如何被固著亦或是不被固著，是抽象、結構化、還未成形之共存，是對於真實與超寫實的宰制；就如同敦促觀者以自我形象關照的「鏡子」，促使他們思考現實之人、事、物與日常生活之平常經驗，致使真實、虛擬、再現，彼此之間的界線趨於消融，以致藝術家與觀者之間形塑一種超真實（hyperreality）的連動關係。

「當代藝術傳播化」的趨勢，在此藝術傳播機制裡，參與者角色扮演之定位，比藝術內容更受到關注；為媒體影像和參與者真實的生活互動經驗，積極地建構一個和參與者同時進行無限互動的超級連結。當代藝術，藝術展演與互動技術結合，互動的隨機性也改變了討論藝術「自身」的概念；運用媒介技術创新的手法，與觀眾產生互動的連結，透過新媒體互動藝術的方式，吸引觀者的興趣，讓觀者透過自身的參與，進而瞭解並喜歡藝術。因此，藝術家在進行展演時，將嘗試跳脫藝術家本身的觀點，從觀眾的角度與思維進行展示，並透過將技術創作融入數位科技類的情境遊戲，例如：數位互動、動畫、擴增實境 AR（Augmented Reality）與 VR（Virtual Reality）虛擬實境等科技媒介置入的互動式展呈，帶觀者主動探索、欣賞與共構藝術創作；讓觀者可藉由和藝術作品的互動中，增加觀者對藝術作品的探索與欣賞之主動性，並引導觀者藉此遊戲的樂趣與參與，瞭解、欣賞並闡釋畫作。當代藝術與傳播媒介互相融合，兩者之間的互動機制與價值取向，一併都是「觀展」的現象；這乃是當代藝術、傳播媒介與觀眾之間關係發展的新趨勢，開啟水彩畫展演之新視野，叩問觀者之心體驗，建構今日新媒體、心媒體的現代視覺語彙。

嶄新的藝術語彙，多元的展呈，今日藝術展覽方式的創造力，已呈現結構性的變化（change）與再現（representation），不再僅止於作品最原始明示的呈現，更是結合新媒體的元素，先進的數位互動、複合媒材、行動藝術、裝置、攝影、觀眾的介入、動畫、AR、VR 等元素的置入，豐富的訴說著創作者的心靈物語；讓單一主體（作品），產生結構性的變化，碰觸了觀者與被觀者的複雜性，多元化、多變化的價值認同，重構視覺隱含的整體意識。藝術家將跳開自己的角色，掙脫傳統的包袱，藉由新媒體不同媒材之藝術語彙，嵌入二次同化的意識形態，全方位多元的探索，探索藝術家在作品（心靈的本體）中所要傳達的觀念與想法；以此新媒體所提供的內容，轉化為理解與享受水彩畫創作藝術的動能，帶領觀者從各個面向去剖析水彩畫作品，導引觀者找到水彩畫原作印證新媒體提示的種種徵兆，藉此成就完整的體驗，重現水彩畫的創作與呈現氛圍，進而回到原水彩畫作品的欣賞上，呈現創作者與觀賞者的美感經驗。新

媒體共生的價值系統，共構展演、闡釋多元的藝術價值，促使觀眾對世界的解釋，發揮更多藝術語彙的連結；將美的理念，展現在觀者的心中，成就藝術再創作的價值，於焉形塑今日水彩畫藝術的展覽方式。

第四節 新媒體應用於水彩畫傳播方式研究之分析與討論

壹、水彩畫傳播方式之發展現況：

水彩畫之傳播，舉凡畫展的舉辦、繪畫比賽的拔擢人才、繪畫的講座、書籍的撰述、媒體的採訪等，皆依循著既有的方式宣揚水彩畫；然而，時序進入現今之傳播科技時代，飛行科技世代的新媒體，縮小龐大世界的界域，尺幅可以繪千里，暢通了無限延伸的傳播視角，德國哲學家尼采謂稱：「世界正如一顆蘋果，自呈在我手掌中」；新媒體、新觀念的置入，突破時空的藩籬，驅動陳陽春水彩畫，飛翔五大洲 210 次的巡禮，延展於在地性與全球性的全面視角。

由研究資料說明，新媒體臺北市立美術館與傳統媒體陽春水彩藝術會的傳播概念與方式，皆極其相近，水彩畫之傳播，已然跟上時代的腳蹤與時俱進，昭然若揭傳揚推廣。

依此研究顯示陳陽春老師致力水彩畫傳播之發展現況，可歸納幾點原因：

一、立基傳統：畫作解析講座、海報、開幕茶會、陳老師親自導覽解說、叢書、展覽專輯。意旨為傳統傳播之表達性與紀錄的永久性，在當代的生活佔據更持久的特性，這牽涉到傳播質量的核心議題；古希臘優秀的文化傳統能在文藝復興時期發揮巨大的影響，即是因為立基在古希臘、羅馬文化之中；傳統是過去的經驗、成果，可適用於不同時期、不同文化，它是一種長時間醞釀的智慧果實，汲取優良傳統的羽翼，如同學習西方的優良傳統一般，皆屬於文化延展之主觀、性格與復活、開創的深思議題（曾肅良，2002）。

二、善用媒體：line 群組、網路電視臺、記者會、報紙、臉書、電視採訪。此乃是技術跨業經營之形式，為現代媒體多元介面之彙整，多元媒介促使傳播功能更加提升與普及化，也因此讓使用人口大幅成長；即是闡明一種行為文化之價值存在，為傳播活動系統化復加之概念，結合思維、文化、技術、行為等等，乃是傳播媒體結構的解放，為多元互動之傳播型態，展現超越傳統媒體的新媒體魅力，建構而成實際的績效（陳東園、郭良文，2010）。

三、媒合外部資源：藝企合作（研華文教基金會）、畫室發展。要發揚藝術文化，鼓勵企業與各界有力人士的贊助，是非常重要的環節；因為藉由資金的挹注、畫室的發展，可更加豐富水彩畫的展覽與投入多元的傳播視角！以此更能鼓勵後進創作，培植與提攜優秀的水彩畫家，進而發揚水彩藝術的開展。

貳、水彩畫跨界系統性的團隊合作傳播方式整合

傳統媒體陽春水彩藝術會雖已呈現如此樣貌，但是新媒體臺北市立美術館顯然更具備學術視野，舉凡在期刊上的登載、教育的推廣、多媒體網站的持續更新，藉此傳輸美學知能、建樹專業人才，更是具備快速傳達 update 經營模式的傳播管道；各種推廣彌補學校教育之不足，並提升成人教育之視野，使美術館成為全民共享的精神堡壘，提供全民最精緻、最豐富的藝術資源。此為傳統媒體陽春水彩藝術會所望塵莫及的，這也是大眾與小眾傳播方式的不同。

然而，近年透過網路社群進行推廣與傳播，已蔚為風尚，網路社群成為眾人最常接觸的媒體形式之一，並躍升為其它媒介使用之首，幾乎絕大多數的訊息都是來自網路社群。網路社群媒體就其多元、即時、隱私等特色，為人機介面高度互動之傳播媒介，其溝通內容與方便性，實現了雙向溝通的功能；透過網路社群的機制，將不同階層的觀者互相聯結起來，在市場化的機能之中更為人性化，亦更兼具訊息傳達的時效性；網路社群已是新媒體運用的必爭之地，此項新科技媒介引領近代傳播的新視窗，值得多加運用與發揮。

依此延伸，從展示內容與形式，再透過網路社群媒體的交互運用，將可獲致更大的成效；此為結合互動設計技術的相關產業所進行的推廣與傳播。傳統藝術創作的展示與推廣形式，搭配政府近年推廣的互動技術應用，在美術館或美術館進行展示，並在網路社群媒體不斷放送該展與不同創作媒體相結合的訊息與內容。在水彩畫新媒體傳播的整合上，新媒體傳播跨界系統性的團隊合作步驟的完整性；除了理解和紀錄水彩畫創作的歷程與發想意念之外，也針對不同觀者的背景與需求，選擇適當的新媒體呈現不同的內容，觀者可因此透過新媒體傳播的引導，再次回到水彩畫創作者作品完成前的每個階段，獲致與觀者經驗相結合，產生屬於創作者、作品與觀者之間的獨一無二。

新的時代延申新的傳播思維，當代媒體已沒能逃脫無所不在的媒介之影響；新媒體改變大眾傳播原先的傳播與分佈方式，超越了由物質所支撐的情境，新的傳播媒介重新建構改變思想、行為與生活的情境。當今的觀者已不僅止於是訊息之接受者，更是主動地利用傳播媒介，形塑、展現自己，並且同時尋得其他觀者的認同，致使整個社會成為他們展演的舞臺。

創作之何以為創作，是「新」的連結，傳播亦然；時序進入現今之傳播科技時代，傳播在此世代扮演社會進步推動者的角色，透過新媒體的造訪，登堂入室，一窺創作者的內心世界與技法的高度涵養；除了立基傳統獨一無二的存在，更是超越既有的認知，去中心化、碎片化、分眾化，強調全觀性，共存共容相互構成傳統媒體與新媒體的整合，以此加速訊息的傳達。元媒體已不足以承載資訊的傳達，水彩畫之傳播跟隨新世代的與時俱進，現代媒介開啟進步與創新的水彩畫之傳播環境，釋放既有的可能性，擴展水彩畫的傳播新（心）視界。

第五章 結論與建議

第一節 結論

藝術是一個在物質中發現生命的載體，藝術帶來生命的復甦與改變；藝術家「心營」的精神之鄉，深度的生命覺醒，使我們理解水彩畫藝術作品所展現的不僅僅是表象的技術層面，藝術家更透過豐富的新媒體結構，闡釋與推動深層的心靈物語，表露對生活、對社會、對宇宙整體心靈意識的關懷與反動。美者無敵！美感意識中和了現代衝突性的經驗，回復純真、平靜的道路，溫暖、喜悅且善良，完滿具足生命圓融之境。

陳陽春誓言「以藝弘道」，致力藝術於生活美學教育，期臺灣成為一個文化之島，畫遍臺灣的各縣市，劃破時空...，將景物中的人情之美留在畫中，並期許每個鄉鎮都有一個美術館，典藏這片土地的美好印記。臺灣水彩畫走入國際，畫家藉此飽覽世界各地的藝術精髓，將本土的藝術文化融入新知，宣揚至世界上的每個角落，並藉此走入世人的心靈與生活領域。

壹、水彩畫運用新媒體多元語彙的展覽方式與進行

由於新媒體與科技技術的刺激與普及，帶動民眾於視覺、聽覺等的感受上，追求更高與更多的新鮮感；因此，結合新媒體技術與應用的藝術家，在藝術的展覽上，不僅需要藝術家本身在創作上的美感能力，也需要新媒體技術的融入。不論是有形的物件、事件感覺的接收，抑或是情感記憶的留存，新媒體、心體驗，超越時間的限制，跨越空間的藩籬，互動形式下的共構，開啟展覽方式更多想像的可能性。

水彩畫的展覽方式亦然，新媒體、心體驗，策展之籌劃，除了水彩平面畫作本體的展覽，此為藝術作品本身最原始的呈現；除此，藝術家當可跳脫自己的角色，連結數位影像互動、攝影、複合媒材、行動藝術、裝置、動畫、AR、VR等新媒體的集體思考，共同展演、解構觀者的現代視覺感，共築闡釋藝術家所要傳達水彩畫作的現代藝術語彙，揭開新世代水彩畫藝術展覽之多元視窗序幕。

貳、水彩畫應用新媒體多元互動的傳播方式與整合

當代媒體已沒能逃脫無所不在的媒介之影響，記者會、報紙、書籍、期刊、電視採訪、講座、水彩畫比賽、網際網路、臉書、Line 群組、教育推廣、多媒體網站的持續更新，凡此種種的傳播方式，給了水彩藝術一個重新換裝的契機；新媒體與傳統藝術媒體在彼此差異的互補關係中發現共構、共贏的整合，選擇適當的新媒體呈現不同的內容，進而導向嶄新的時代里程碑。水彩畫除了立基傳統獨

一無二的存在，更是強調全觀性，共存共容相互構成傳統媒體與新媒體，以此加速訊息的傳達。

新媒體傳播跨界系統性的團隊合作，開啟進步與創新的水彩畫之傳播環境，釋放既有的可能性，透過網路社群等諸多媒體的交互運用，針對不同觀者的背景與需求，選擇適當的新媒體，獲致更具成效之擴展，擴展水彩畫的傳播新（心）視界；去核心化多元互動，共構綿密發展，型塑一統之大格局，讓世人顯然看到臺灣水彩畫傳播方式的美麗願景，藉此傳揚，看到水彩畫的新希望！

第二節 建議

新媒體承載時代的巨輪，推動應用於水彩畫的展覽與傳播，實為一體之兩面、相輔相成，茲彙整如下三點建議：

壹、國際化、在地化超越時空全面化的展覽與傳播思維

啟動水彩畫全面性時空之延展與傳揚，臺灣是一個海島型的文化生態，因此不僅要立基傳統、看見臺灣、落實在地化，更要放眼天下、展望國際社會，拓展海島型的文化格局；如此方能凸顯臺灣水彩畫獨有的特色，畫入生活、走向國際化的新趨勢，以此提供一個多元展覽的環境，傳揚並提升臺灣水彩畫的質量。

貳、超脫傳統文化所賦予之歷史框架，融入現代多元藝術語彙與傳播管道

在諸多結構性的符號之中，崩解性的抽離，解構並相互交融主觀意識形態，大力敲醒深層蘊藏的潛意識，激盪水彩畫展覽與傳播之新（心）視窗。唯有具備創新的動能與表現，藝術才有源源不絕生機的延展；茲此鼓勵創新，融入多元的現代藝術語彙，並置入新媒體複合式跨界系統性的傳播管道，予以拓展臺灣水彩畫的新構面。

參、多元文創商品個性化、傳播資訊高速公路化

經濟是藝術生存的客觀環境，多元文創商品個性化，推動水彩畫藝術向前行，向前走入生活之實際介面；經濟與藝術的發展當可連袂出擊，在實際與理想、利益與使命感之間拿捏平衡。隨著新媒體資訊高速公路的傳播行腳，走向民間、走向國際，藉水彩畫藝術多元現代語彙之廣為傳揚，提升全體人民的文化素養。

依據本研究，在此世代中，是否能提供藝術工作者一個創新發表的空間，是否能提供一個鼓勵創作的文化氛圍，是否能提供一般人提升審美的觀念，是否能注入更多新的元素，是否能傳達更深、更廣的思想與內涵影響人心，讓整

體文化新的生命力燃燒起來；在這些議題上，不論政治經濟的力量有多大，「文化」才是決定一個民族生存的至要關鍵，新文化價值的啟蒙，帶來文化創新的生活模式，是一個國家的事業。是以，當今社會一個有為的政府，如欲永續生存，則必先提升全民之文化素養，將藝術作品以多元的新（心）媒體展覽語彙，提升其展示價值，並傳揚藝術文化教育人民，於此政府的媒合實具關鍵性之任務。水彩畫應用新媒體展演、傳揚多元的現代藝術語彙，民間的努力固然重要，但仍須政府相關單位的大力提倡；結構大於個人，新媒體應用於水彩畫之展覽與傳播，端此仰賴藝術家、學者、民間藝文團體、科技業、政府相關單位，共同戮力以赴，讓世界看見臺灣水彩畫。

未來研究方向：e化社會型態，媒介內容饒富多元，文字、圖像、影音等多媒體元素的「整合性超媒體」（convergent hyper-media）互動性置入，已是此世代的新趨勢，期藉新觀點、新藝術的創制，賦予藝術展覽新（心）的藝術人文語彙；展望未來，續專研於此範疇，再創造、再發現，活躍翻新藝術展覽新（心）語彙。



參考文獻：

壹、中文

王維梅/譯 (1986)。《博物館教育的使命》。博物館學季刊 1986 第 1 卷第 3 期 3-8 頁。

尤西林 (2011)。《藝術傳播的現代機制及其界限》。哲學與文化期刊 2011 年第 38 卷第 10 期 59-74 頁。

李長吉·金丹萍 (2011)。《個案研究法研究述評》。常州工學院學報 2011 年 12 月第 29 卷第 6 期 107-111 頁。

李致瑩 (2013)。《淺談水彩畫歷史發展》。河北省：大眾文藝期刊第 10 期 73 頁。

李珮瑩 (2014)。《當代新媒體藝術之特質與展覽成效研究-以臺北藝術節為例》。國立臺灣師範大學藝術學院美術學系藝術暨行政管理班碩士論文。

何友齡 (2010)。《兩岸文化創意產業群聚個案比較研究-以臺北中山雙連聚落與上海田子紡為例》。臺北市：國立臺灣師範大學美術學系在職進修碩士班碩士論文。

何廣政 (2007)。《環球美術館見聞錄》。臺北市：藝術家出版社。

宋清 (2004)。《淺談風景水彩畫的流變》。陝西省：寶雞文理學院學報 2004 年 10 月第 24 卷第 5 期 98-101 頁。

吳溪泉 (2016)。《捲起千推雪》。臺北市：中國文藝協會。

林素惠 (2012)。《當代藝術與傳播媒介關係之研究：以法國藝術家馬修·羅罕特 (Matthieu Laurette) 和閱聽人互動的作品為例》。臺北市：現代美術學報。

李澤藩 (1994)。《臺灣美術全第 13 卷》。臺北市：藝術家出版社。

李懷亮 (2009)。《新媒體：競合與共贏》。中國：中國傳媒大學出版社。

邵培仁 (1992)。《藝術傳播學》。南京：南京大學。

並木誠士、中川理/著，蔡世蓉/譯 (2008)。《美術館的可能性》。臺北市：典藏藝術家庭股份有限公司。

馬欽忠 (2003)。《當代藝術對傳媒的依賴》。美術觀察，第 1 期，頁 10。

翁秀琪 (1993)。《閱聽人研究的新趨勢-收訊分析的理論與方法》。新聞學研究，第 47 期，頁 1-15。

高磊 (2009)。《淺談英國水彩畫的發展》。河北省：大眾文藝期刊第 18 期 86 頁。

陳東園、郭良文 (2010)。《數位傳播概論》。新北市：國立空中大學出版社。

陳清河、鄭自隆 (2007)。《科技匯流下臺灣社會大眾傳播消費行為研究》。臺北市：臺灣有限寬頻產業協會。

陳陽春 (2010)。《彩色人生》。臺北市：臺北市陽春水彩藝術會。

黃才郎 (2010)。《國美館 2009》。臺中市：國立臺灣美術館。

- 黃光男（1998）。《美術館廣角鏡》。臺北市：藝術家出版社。
- 黃光男（2011）。《鄉情·美學·藍蔭鼎》。臺北市：藝術家出版社。
- 曾景文（1994）。《曾景文水彩畫》。臺北市：藝術家出版社。
- 曾肅良（2002）。《傳統與創新》。臺北市：三藝文化事業有限公司。
- 曾曦淑（2011）。《現代性的媒介》。臺北市：南天書局有限公司。
- 彭家發、陳憶寧（2006）。《現代新聞學》。新北市：國立空中大學出版社。
- 劉立行（2014）。《當代電影理論與批評》。臺北市：五南圖書出版股份有限公司。
- 潘晶（2006）。《論藝術傳播的效果》。江西廣播電視大學學報 2006 年第 1 期 40-43 頁。
- 顏水龍（1992）。《臺灣美術全第 6 卷》。臺北市：藝術家出版社。
- 藍蔭鼎（1980）。《藍蔭鼎水彩畫專輯》。臺北市：藝術家出版社。
- <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/電子動態版《清明上河圖》>
- www.songshanculturalpark.taipei/Exhibition.aspx?ID=145b7ea3-9ba9-404d-8965..

貳、英文

- Abercrombie, N. & Longhurst, B. （1998）. Audiences: A sociological theory of performance and imagination. London:Sage.
- Lestocart, L.-J. （2004）. “Aporie sur l’enfermement.” Art Press, 303, 38-42.
- China. Xin wen chu ban shu. China. （1991）. ”Zhongguo chu ban”zza zhi she 《中國出版》雜誌社。
- Hsiu-Fang Hsieh, Sarah E. Shannon （2005）. Three Approaches to Qualitative Content Analysis. QUALITATIVE HEALTH RESEARCH, Vol. 15 No. 9, November 2005 p.1277-1288.
- （Roger D.Wimmer · Joseph R.Dominick，黃振家等譯（2014）。《大眾媒體研究導論》。新加坡：商聖智學習。

附錄：

附錄（一）【內容分析文獻】

表 3-5-1-1

壹、臺北市立美術館 Taipei Fine Arts Museum

次目	類目	時 間	展覽類別	展呈方式	傳播方式
見微知萌- 臺灣超寫實繪畫		2014/01/18- 2014/04/20	當代展	1-1 油畫	期刊、叢書、展覽專輯、推廣、教育、多媒體網站的持續更新、APP、臉書等行動社群媒體的經營、記者會、藝企合作、媒合外部資源挹注於館務發展、海報、報紙、館務人員解說
徐冰- 回顧展		2014/01/05- 2014/04/20	國際展	1-2 水墨、素描、版畫、文件手稿、紙上作品 2-1 影像輸出 4-1 複合媒材 5-1 行動藝術 6-1 大型裝置計畫	
觀點- 李元佳回顧展		2014/03/08- 2014/06/08	當代展	1-3 平面 4-2 複合媒材 6-2 裝置 3-1 攝影 2-2 聲響...等	
山上的風很香- 遇見伊誕的紋砌 刻畫		2014/03/29- 2014/05/18	申請展	1-4 紋砌刻畫	
短篇小說- 劉致宏個展		2014/03/29- 2014/05/18	申請展	1-5 壓克力平面作品 6-3 物件	
尋梅啟示： 1976-2014 回顧		2014/05/17- 2014/08/17	當代展	1-6 油畫、水彩、版畫 2-3 電腦輸出 6-4 現成物與巨型裝置...等	
親愛的，生日快樂- 王亮尹個展		2014/05/31- 2014/07/20	申請展	1-7 平面繪畫 6-5 裝置...等	
陳正雄回顧展 1953-2013		2014/06/21- 2014/08/17	當代展	1-8 平面繪畫、文件 2-4 紀錄影片...等	
2014 臺北雙年展		2014/09/13- 2015/01/04	當代展	6-6 物件、裝置 2-5 影像、聲音 1-9 繪畫 3-2 攝影	

			4-3 綜合媒材	
2014 臺北美術獎	2014/12/27- 2015/03/08	競賽展	4-4 綜合媒材 2-6 錄像裝置	
取妙生鋒- 東方思維之情懷	2015/01/31- 2015/05/03	國際展	1-10 書法、水墨、繪 畫、雕塑 6-7 裝置	
臺灣製造·製造臺 灣： 臺北市立美術館 典藏展	2015/05/23- 2015/10/11	典藏展	1-11 雕塑、工藝、織 品、膠彩、水墨、書 法、水彩、油畫、素 描 3-3 攝影	
不平衡的完美： 胡坤榮個展	2015/07/25- 2015/09/13	申請展	1-12 繪畫	
※末日感性： 臺灣新媒體藝術 展	2015/09/26- 2015/11/15	申請展	2-7 影像互動裝置（3D 動畫、電腦、互動系 統、網路攝影機、投 影機、音響）	
※麥克風試音 - 許哲瑜個展	2015/09/26- 2015/11/15	申請展	2-8 錄像裝置	
莊詒回顧展- 鴻濛與酣暢	2015/09/26- 2016/01/03	當代展	1-13 油畫、壓克力 彩、雕塑	
索多瑪之夜	2015/10/03- 2016/01/10	當代展	2-9 科技互動視覺裝置 （聲光影像、機械運 動、體感偵測、雷射 光互動）	
愛麗絲的兔子洞 真實生活： 可理解與不可被 理解的交纏	2015/10/09- 2016/01/10	當代展	1-14 繪畫、雕塑 6-8 裝置 5-2 表演、行為、事 件、詩歌、戲劇、音 樂、舞蹈 2-10 聲音、影像	
動物莊園： 蘇旺仲四十年繪 畫展	2015/10/24- 2016/02/14	回顧展	1-15 繪畫	
2015 臺北美術獎	2015/12/19- 2016/03/13	競賽展	4-5 綜合媒材	
楊茂林回顧展	2016/01/30- 2016/04/24	當代展	1-16 繪畫、雕塑 4-6 綜合媒材...等	

綿綿若存－ 新進典藏展	2016/03/12- 2016/05/08	典藏展	2-11 數位輸出 1-17 繪畫、水墨、雕塑 3-4 攝影...等
霍剛·寂弦激韻	2016/05/28- 2016/08/07	當代展	1-18 油畫、素描
等我一億年－ 周世雄個展	2016/06/04- 2016/07/24	當代展	1-19 油畫
崩解劇場： 周代燦個展	2016/08/06- 2016/09/25	當代展	1-20 壓克力、畫布
朗誦/文件： 臺北雙年展 1996-2014	2016/08/13- 2017/03/26	回顧展	1-21 文獻、檔案、書信 3-5 攝影 2-12 影像
2016 臺北雙年展 -當下檔案·未來系譜： 雙年展新語	2016/09/10- 2017/02/05	當代展	1-22 檔案、文獻
2016 臺北美術獎	2016/12/20- 2017/03/19	競賽展	4-7 綜合媒材（防盜器、塑膠、金屬、炭筆）
伏流·書寫	2017/03/18- 2017/06/04	當代展	1-23 檔案、文獻
為了一種現代的 視覺－ 七〇年代跨域的 造型感	2017/07/15- 2017/09/17	當代展	1-24 繪畫、書籍 3-6 攝影 2-13 投影機
嘟嘴男孩： 重置計畫－ 鄭崇孝個展	2017/07/15- 2017/09/17	當代展	1-25 油畫

表 3-5-1-2

貳、陽春水彩藝術會

次目 \ 類目	時 間	地 點	展呈方式	傳播方式
臺灣藝象－ 陳陽春教授水彩 畫展	2014/9/5- 2014/10/16	法務部藝文走廊	1-1 平面繪畫	畫作解析講座、 line 群組、海報、 開幕茶會、陳老師 親自導覽解說、叢 書、展覽專輯、藝 企合作（研華文教 基金會）、網路電 視臺、 記者發表會、報紙 （星洲日報）、臉 書、電視採訪
亞洲三人美展	2014/9/19- 2014/9/26	臺北市國軍文藝中心藝術廳二樓	1-2 平面繪畫	
第二屆臺灣書畫 百人大展	2014/10/7- 2014/10/19	國父紀念館（德明藝廊、東文化藝 廊、西文化藝廊）	1-3 平面繪畫	
“墨影...水墨畫 ”&攝影展	2014/11/1- 2014/12/31	研華科技臺北內湖區瑞光樓與陽光樓 文化藝廊	1-4 平面繪畫 3-1 攝影	
郭香玲書畫心意 展	2014/12/6- 2014/12/18	臺北市社教館第一展覽室	1-5 平面繪畫	
葉玲秀水墨畫個 展	2015/1/23- 2015/2/3	中正紀念堂一樓（介石廳）	1-6 平面繪畫	
“藝苑陽春-2015 陳陽春水彩畫展 暨數位版畫展”	2015/3/7- 2015/3/29	淡水文化園區殷牌倉庫	1-7 平面繪畫 2-1 數位影像	
陽春三月-陳陽春 大師水彩個展 （第 197 次個 展）	2015/3/12- 2015/4/1	環球科技大學圖書館藝術中心	1-8 平面繪畫	
遍地開花第 198 次個展	2015/4/24- 2015/6/18	聖約翰科技大學何兆豐數位藝術中心	1-9 平面繪畫 2-2 數位影像	
徐谷庵國畫大師 九秩水墨畫回顧 展	2015/5/27- 2015/6/16	國父紀念館中山國家畫廊	1-10 平面繪畫	
葉玲秀水墨畫個 展“墨濤進真”	2015/8/5- 2015/8/16	新竹市文化局一樓梅苑畫廊、琉璃畫 廊	1-11 平面繪畫	
郭香玲“奇花爭 豔”第 27 次個展	2015/7/30- 2015/8/31	三線條藝術空間	1-12 平面繪畫	
郭香玲“文化養 生”第 28 次個展	2015/8/4- 2015/8/28	喜悅健康診所	1-13 平面繪畫	
三芝芝柏陽春藝 事館暨淡水八里 畫派開幕聯展	2016/1/23	三芝芝柏陽春藝事館	1-14 平面繪畫	
陳陽春大師水彩	2016/2/17-	臺灣土地銀行館前藝文走廊	1-15 平面繪畫	

畫展	2016/3/9			
陳陽春老師 第 200 次個展	2016/4/9- 2016/4/10	臺南文化中心	1-16 平面繪畫	
臺灣采菱畫展-吳 玉珠等聯展	2016/4/30- 2016/5/10	中正紀念堂三樓彩玉藝廊	1-17 平面繪畫	
北港文化中心啟 用特展 陳陽春大師故鄉 水彩畫展 第 201 次個展	2016/5/1- 2016/7/24	雲林縣北港文化中心第一展示室	1-18 平面繪畫	
陽春堂畫室暨 陽春畫展開幕 第 202 次個展	2016/5/11- 2016/6/30	中華科技大學新竹部圖書館 B 棟	1-19 平面繪畫	
楊靜江老師書畫 展	2016/4/28- 2016/5/18	彰化八卦山藝廊	1-20 平面繪畫	
水彩畫大師陳陽 春數位水彩版畫 展 第 203 次個展	2016/7/15- 2016/8/14	三線條藝術空間	1-21 平面繪畫 2-3 數位影像	
陳陽春大師水彩 畫展-臺灣之美 第 204 次個展	2016/8/7- 2016/8/14	馬來西亞東方人文藝術館二樓	1-22 平面繪畫	
陳陽春大師水彩 畫展-臺灣之美 第 205 次個展	2016/9/9- 2016/9/16	印尼雅加達國家藝廊	1-23 平面繪畫	
臺灣水彩畫特展	2016/10/8- 2016/11/3	臺北市藝文推廣處	1-24 平面繪畫	
陳陽春老師 206 次個展	2016/11/19- 2017/1/19	三芝芝柏陽春藝事館	1-25 平面繪畫	
墨逸陶喜-郭香玲 書畫、周杰紫砂 聯展	2016/12/8- 2017/1/13	國立聯合大學第二（八甲）校區藝術 中心-蓮荷藝文空間	1-26 平面繪畫	
“遊心觀象黃山 四人作品展”	2016/12/27- 2016/12/31	臺北市國軍文藝中心藝術一廳（2 樓）	1-27 平面繪畫	
第八屆世界水彩 華陽獎及第一屆 臺灣學生水彩華 陽獎頒獎典禮及	2017/1/10- 2017/1/19	國父紀念館逸仙畫廊	1-28 平面繪畫	

得獎作品聯展				
陳陽春水彩畫展 “藝術生活化、 生活藝術化”	2017/3/6- 2017/4/25	臺北大學圖書館二樓藝文展覽區（三 峽校區）	1-29 平面繪畫	
墨逸陶喜-郭香玲 書畫暨周杰榮燒 紫砂聯展	2017-2/25- 2017/6/11	桐境仙峰館（苗栗工藝園區 B1）	1-30 平面繪畫	
陳陽春老師 第 208 次水彩展	2017-4/16- 2017/5/8	鶯歌光點美學館 3 樓光點藝術中心	1-31 平面繪畫	
陳陽春大師 師生展	2017-6/5- 2017/7/10	水畫廊	1-32 平面繪畫	
第八屆世界水彩 華陽獎暨臺灣學 生華陽獎得獎作 品巡迴展	2017-7/29- 2017/8/10	文化推廣部大夏藝廊	1-33 平面繪畫	
臺北華陽水彩獎- 畫我臺北	2017-8/06- 2017/6/11	臺北市藝文推廣處	1-34 平面繪畫	
陳陽春大師“陽 光春意”第 210 次個展	2017-10/19- 2018/1/31	史語藝廊（中研院文物陳列館 5 樓）	1-35 平面繪畫	

附錄（二）：【深度訪談邀請函】

壹、陳陽春老師邀請函

陳陽春老師鈞鑒：

我是國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班研究生涂或玲，為本系張晏榕博士與美術系黃光男博士共同指導的學生，目前正進行論文之研究。因您的經歷、專業素養和見解，對本研究至為重要，懇請惠予同意接受訪談。

後學的碩士論文題目為「新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究-以陳陽春為例」，研究目的為探討水彩畫之新媒體與傳統媒體展覽與傳播方式的要旨，並以此檢討與改進，期拓展水彩藝術展覽與傳播的可能性；此研究將聚焦於水彩畫傳播之新媒體的展覽與傳播，探討具前瞻性的展覽與傳播方式。

本研究主要研究問題為：如何以新媒體展覽、傳播水彩畫藝術？在主要問題的架構下，本研究欲探究：

- 一、水彩畫利用新媒體有何展覽方式？如何進行？
- 二、水彩畫之新媒體傳播方式為何？如何整合？

訪談內容經受訪者確認後，僅供研究者作為論文或其它學術出版之用，訪談時間約需 30 分鐘，訪談地點配合受訪者之便，另訪談問題如附件。如蒙應允，後學將儘快與您聯繫。肅此

敬祝

平安喜樂

國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班

研究生涂或玲 敬上 0936030115

106 年 10 月 20 日

貳、陳奕璇老師邀請函

陳奕璇老師鈞鑒：

我是國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班研究生涂或玲，為本系張晏榕博士與美術系黃光男博士共同指導的學生，目前正進行論文之研究。因您的經歷、專業素養和見解，對本研究至為重要，懇請惠予同意接受訪談。

後學的碩士論文題目為「新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究-以陳陽春為例」，研究目的為探討水彩畫之新媒體與傳統媒體展覽與傳播方式的要旨，並以此檢討與改進，期拓展水彩藝術展覽與傳播的可能性；此研究將聚焦於水彩畫傳播之新媒體的展覽與傳播，探討具前瞻性的展覽與傳播方式。

本研究主要研究問題為：如何以新媒體展覽、傳播水彩畫藝術？在主要問題的架構下，本研究欲探究：

一、水彩畫利用新媒體有何展覽方式？如何進行？

二、水彩畫之新媒體傳播方式為何？如何整合？

訪談內容經受訪者確認後，僅供研究者作為論文或其它學術出版之用，訪談時間約需 30 分鐘，訪談地點配合受訪者之便，另訪談問題如附件。如蒙應允，後學將儘快與您聯繫。肅此

敬祝

平安喜樂

國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班

研究生涂或玲 敬上 0936030115

106 年 10 月 20 日

叁、黃盟欽老師邀請函

黃盟欽老師鈞鑒：

我是國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班研究生涂或玲，為本系張晏榕博士與美術系黃光男博士共同指導的學生，目前正進行論文之研究。因您的經歷、專業素養和見解，對本研究至為重要，懇請惠予同意接受訪談。

後學的碩士論文題目為「新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究-以陳陽春為例」，研究目的為探討水彩畫之新媒體與傳統媒體展覽與傳播方式的要旨，並以此檢討與改進，期拓展水彩藝術展覽與傳播的可能性；此研究將聚焦於水彩畫傳播之新媒體的展覽與傳播，探討具前瞻性的展覽與傳播方式。

本研究主要研究問題為：如何以新媒體展覽、傳播水彩畫藝術？在主要問題的架構下，本研究欲探究：

- 一、水彩畫利用新媒體有何展覽方式？如何進行？
- 二、水彩畫之新媒體傳播方式為何？如何整合？

訪談內容經受訪者確認後，僅供研究者作為論文或其它學術出版之用，訪談時間約需 30 分鐘，訪談地點配合受訪者之便，另訪談問題如附件。如蒙應允，後學將儘快與您聯繫。肅此

敬祝

平安喜樂

國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班

研究生涂或玲 敬上 0936030115

106 年 10 月 20 日

肆、鄭綸老師邀請函

鄭綸老師鈞鑒：

我是國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班研究生涂或玲，為本系張晏榕博士與美術系黃光男博士共同指導的學生，目前正進行論文之研究。因您的經歷、專業素養和見解，對本研究至為重要，懇請惠予同意接受訪談。

後學的碩士論文題目為「新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究-以陳陽春為例」，研究目的為探討水彩畫之新媒體與傳統媒體展覽與傳播方式的要旨，並以此檢討與改進，期拓展水彩藝術展覽與傳播的可能性；此研究將聚焦於水彩畫傳播之新媒體的展覽與傳播，探討具前瞻性的展覽與傳播方式。

本研究主要研究問題為：如何以新媒體展覽、傳播水彩畫藝術？在主要問題的架構下，本研究欲探究：

一、水彩畫利用新媒體有何展覽方式？如何進行？

二、水彩畫之新媒體傳播方式為何？如何整合？

訪談內容經受訪者確認後，僅供研究者作為論文或其它學術出版之用，訪談時間約需 30 分鐘，訪談地點配合受訪者之便，另訪談問題如附件。如蒙應允，後學將儘快與您聯繫。肅此

敬祝

平安喜樂

國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班

研究生涂或玲 敬上 0936030115

106 年 10 月 20 日

附錄（三）：【深度訪談同意書】

壹、陳陽春老師訪談同意書

本人知悉國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班研究生涂或玲，將進行「新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究-以陳陽春為例」碩士論文之撰寫，須以訪談方式進行研究，訪談內容以逐字稿呈現後，須經本人檢核，以確定清楚表達本人意旨。

訪談內容將授權研究者作為論文或其它學術出版之用。基於前述理解，本人同意接受研究者之訪談邀請。

此致

涂或玲小姐



同意人：

陳陽春

日期：106 年 10 月 29 日

貳、陳奕璇老師訪談同意書

本人知悉國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班研究生涂或玲，將進行「新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究-以陳陽春為例」碩士論文之撰寫，須以訪談方式進行研究，訪談內容以逐字稿呈現後，須經本人檢核，以確定清楚表達本人意旨。

訪談內容將授權研究者作為論文或其它學術出版之用。基於前述理解，本人同意接受研究者之訪談邀請。

此致

涂或玲小姐

同意人：

陳奕璇



日期：106 年 10 月 29 日

叁、黃盟欽老師訪談同意書

本人知悉國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班研究生涂彧玲，將進行「新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究-以陳陽春為例」碩士論文之撰寫，須以訪談方式進行研究，訪談內容以逐字稿呈現後，須經本人檢核，以確定清楚表達本人意旨。

訪談內容將授權研究者作為論文或其它學術出版之用。基於前述理解，本人同意接受研究者之訪談邀請。

此致

涂彧玲小姐

同意人：



日期： 106 年 10 月 29 日



肆、鄭綸老師訪談同意書

本人知悉國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士在職專班研究生涂彧玲，將進行「新媒體應用於水彩藝術展覽與傳播之研究-以陳陽春為例」碩士論文之撰寫，須以訪談方式進行研究，訪談內容以逐字稿呈現後，須經本人檢核，以確定清楚表達本人意旨。

訪談內容將授權研究者作為論文或其它學術出版之用。基於前述理解，本人同意接受研究者之訪談邀請。

此致

涂彧玲小姐

同意人：

鄭綸

日期：106 年 11 月 1 日



附錄（四）：【深度訪談逐字稿】

表 4-2

編碼	訪談題目	逐字稿內容
A-01	水彩畫利用新媒體有哪些展覽方式？	☆用數位到世界各地展覽，有一個好處，就是說在同一個時間，會在很多地方展覽。還有就是說，媒體像電視、網路，如果有教學節目，放在紙上或者是在螢幕上展覽，我覺得也是非常好。 ☆我現在在中央研究院，之前又到國防部的資通電軍指揮部去展覽，我也是這樣子，所以該部會現在裡面的畫，也是用數位的為主。 ☆我想就是用文創的方式，現在是很多外面的廠商、公司跟我聯繫，像國父紀念館最近籌畫了兩張國父紀念館的美景，它要做為文創；僑委會出的酒，它需要，我就畫了一張 101 作為這瓶酒的包裝。我想透過文創這個東西，你就可以跟生活結合在一起，跟生活結合在一起，大家更能夠接受；就好像你要傳道，就是要適當的講出適當的話，就可以傳遞了，你如果很正經八百的講，人家不聽，也是不行，反而枯燥無味，而且沒有耐心聽下去，因為重點講一講、講一下就好了，不要講太多；而且不同人要以不同方式講，道理是一樣，但聽起來就是不一樣。文創現在也是很普遍，所以只要人家找我、配合我，我就盡量配合他，因為這個起步比較難嘛...；但是如果畫家都太注重這個版權的問題，我想就寸步難行，要有犧牲奉獻的精神。 ☆互動科技的展覽由年輕人去做，給他們一個氛圍去做，淡水剛好是一個人文非常豐富的地方；這個模式，像旗津阿...像鹿港阿...，很多地方都可以跟進，我沒有辦法各鄉鎮都去做，但是我可以做一個模式。 ☆展覽的方法很多，我希望老天可以讓我多活

		幾年，讓我可以做更多的事情，現在我跟一家科技公司在談，資產有一千億的，他們有基金會，現在正在接觸中；如果有科技業來，我們需要科技業的支持，科技業也需要我們去包裝它，用東方文化去包裝它的產業，我們也需要它們實際的支持，相輔相成。
A-02	水彩畫利用新媒體在展覽方式上的實際成效為何？	☆我到國防部的資通電軍指揮部去展覽，改變過去嚴肅的一個氛圍、一個重鎮喔...，而且這文化藝術的氣息，辦公室裡面都是我寫的書法，都是有關心理建設...國防一種努力的指標，都是我來寫；因為文化藝術融入實際國防的崗位，讓我們用這樣的一個觀念貢獻，我們的腦筋可以休息、或者激盪。所以我想，我以前也沒有想到藝術可以走入各個層面，像我也常常到大學去展覽，就是讓藝術走入校園。也可以跟科技業結合，科技也需要，科技是現代化的產業，對不對，是需要文化藝術來包裝它，但是我們文化藝術也是需要科技來支持我們，一起開創嘛...，才能相輔相成。我在那之前，我也跟指南宮合作，我也沒想到藝術可以跟宗教結合，因為宗教是提倡善嘛，對不對；藝術家追求美嘛...，我說美善加起來就是美善天下，所以在那邊成立一個陽春畫苑。我想藝術的影響力，是很大的，而且潛移默化，雖然是柔柔，但其實是勝剛強。
A-03	水彩畫利用新媒體在展覽方式上如何進行？ 可提供哪些建議？	☆因為每個人都有手機、電視，都可以聽自己的節目，所以我想如果畫家不會操作的話...，也可以找專人去設計。 ☆展覽的地點也是很重要，如果在荒郊野外就沒有人看得到；像展覽廳、文化中心，都是一些知名的地方。
A-04	水彩畫在新媒體傳播上，可提供哪些方式？	☆所以有很多朋友，也就是畫廊的朋友呢...，唉這個陳老師現在不曉得是在展覽，因為同一個時間，在亞洲可以出現，在歐洲也可以出現；所以我覺得，因為拜科技之賜，可以這樣做，如果早年的話，十年前這是不可能的，因為事必躬親嘛；也因為現在這樣能夠擴散得很快

		，所以身為現代畫家也有他的方便之處，以前沒這種科技配合，但是以前競爭的對象比較少，現在就比較多了，所以我覺得數位推動起來蠻順暢的。 ☆這媒體是沒有限制的，像以前都是靠報紙，現在報紙越來越萎縮，由那麼大張辦得越來越小張，由很多報社辦得好像是幾乎剩下四大報，所以網路上的媒體...報紙都害怕起來了，對不對；現在電視有很多臺，不像以前三臺的時候，而且現在有那麼多電視臺，每個人手上都有電視，所以如果說畫家能夠配合現在這個風氣，不像清朝、明朝...，也就是說呢...古時候那種方式很慢，都是用口傳這種方式，報紙也沒有，我想配合時代的需求，這個是非常重要的。 ☆書是傳統的方式，傳統還是要保留，我現在示範過程的攝錄，我要一集一集出，現在至少可以出一集至兩集的內容，但是還沒有剪接，我可以鋪上網路，讓大家去看，像我們的前輩都做不到這些，因為時代不同了。 ☆我現在推動水彩畫，在地方上有藝宛陽春，昨天我去參加頒獎典禮，就是去參加新北市，由我們臺北市陽春水彩藝術會和淡水古蹟博物館，還有區公所和 1992 創意工作室所主辦的。在地方上我有藝宛陽春小朋友的水彩畫寫生比賽，淡水是有人文的地方，如果別的城鄉願意學習的話，那我們就是一個模式出來，讓他去做；我甚至要出一本書，日據時代日本畫家畫淡水的，到了民國初年畫淡水的，和現在畫淡水的畫家，都把它配合起來，配合新的景觀和舊的景觀；以前的淡水和現在的淡水不一樣了，以前是帆船，現在不是阿...；所以我現在準備...昨天跟局長見面，他剛好坐我隔壁，我說局長我繼續畫淡水喔...，合起來就是一本淡水驚喜、或者驚喜淡水、淡水驚喜再說...，就
--	--	--

		是用這樣的方式在傳播；這是在地方上，那城市是，臺北市臺北藝文推廣處有辦了臺北華陽獎；城鄉有藝宛陽春，城市有臺北華陽獎，國際有世界水彩華陽獎，我用這樣去推動，我沒有辦法做到全世界的每一個角落，但我是做一個模式出來，讓我們臺灣各區塊都可以響應，都可以呼應，就做一個希望，能夠做到一個典範，大家一起來推動，說不定哪一天水彩畫就變成我們的國畫，因為有我們臺灣自己的東西；就像鄰近所謂的日本畫、東洋畫，它能夠在世界上立足，就是因為有它自己的東西；臺灣也是一樣，我五十年來的努力耕耘就是因為這一句話，我不是為了要賣畫，但我這是在推動文化藝術，把它當作是自己的責任。推動就佔據我創作的時間將近一半...；唉都到處去鼓吹阿...，去演講阿...；我辦了兩百多次展覽、演講，超過兩百次，就是這樣辦。 ☆在剛始的時候，大部份都是靠媒體，媒體就是報紙，後來是電視，現在才有網路，訊息都傳得很快，這個很重要；可是我講的、我選擇的這個水彩畫，是適合東方跟西方都可以接受的一個創作媒材，大家都可以接受，我現在想到的就只有這些。然後到處去演講，我現在辦的講座，超過兩百場展覽，像是我到各大學去演講，問我有什麼好處，這是要犧牲奉獻，如果沒有這種精神，沒有這種宗教家的精神是做不下去的；我想最重要是從內心做起，願意犧牲奉獻，願意付出，才有辦法做。 ☆我盡量在各縣市設立畫室，只要這個區塊的青年學生願意學水彩畫，我都願意告訴他。我現在的畫室，中南部都有，將近十間，但是我不敢再增加，因為跑不了，這個可以說是渾然天成。 ☆透過中間人（記者），邀了十家報社發佈資料，這樣才有更多人可以知道，這不是只有臺
--	--	---

		灣，在國外也是透過當地的媒體配合發佈；例如說 ：在馬來西亞、新加坡、印尼等地都是，這樣才有更多人可以知道。
A-05	水彩畫在新媒體傳播上，有哪些實際成效？	☆我說大學可以開這門課程，就是本身水彩畫的創作...「臺灣水彩畫」，另外就是藝術品延伸的「文創」，可以開兩門課。比如說我們臺藝大美術系，還有就有視覺傳達系，都可以嘛...，我去不是賺鐘點費；教授的鐘點費一個小時還不到一千塊，九百塊還多少。但是我希望年輕的學生能夠傳承，要有人繼續做下去，我不是要賺鐘點費，我只要一個學期我去講一次就好，還是原來的老師去教，我也不會去搶他的位置。再比如說我去講一次，比如說是「文創的需求」，這個作品如果說要取捨，要取哪一塊；這個畫的精神，如果要把重要的切掉，把不重要的留下來，那這個就很糟糕，那這個畫的精神在哪裡？如果要取捨，要怎麼樣的取捨？提供給大家一個基本的概念，就告訴他這些，而且告訴他適合用在什麼地方。「藝術創作」我就告訴他創作的方向，因為新的水彩畫、新的風格出現，讓他們有這樣一個多的成長，比較有一個餘地，我是這樣的一個想法。 ☆可以自己製造設計拍攝短片，像我現在，宣導短片也好、創作短片也好；我現在在自己家裡教畫，我就教我的一個學生整個錄下來，除了講究一些技法之外，我還講一些做人做事的道理，讓會畫畫的懂得技巧，不會畫畫的懂得欣賞。我現在已經在錄了，我就準備一集三十分鐘；因為每一次上課我都錄下來，然後再剪接，剪接好再配合我自己的旁白，用這樣的方式剪接好，可以出帶子，也可以跟網路...或者電視配合嘛...，做這個節目，由畫家自己做比較不會離譜。 ☆因為我也沒有想到說可以跟宗教結合，像宗教跟藝術的結合，因為宗教比較嚴肅，我們藝

		術比較浪漫、比較隨和，加起來就是美善天下。所以也可以跟政治結合，比如說我到美國十大城市去展覽，我去那邊宣慰僑胞，僑委會也感謝我，給我感謝狀；我跟外交部配合，我們去文化外交，外交部長碰到我說，你對我們文化外交貢獻很大，我沒有想到說各行業都可以接觸。我最近是副總統招見，我說我請副總統惠賜墨寶，幫我寫八個字，他說哪八個字，我說【台灣水彩 - 陽春畫派】，我推動起來更有力量，借重副總統的關懷與影響力，之後我到處演講，推動起來就更有力量，通通可以結合啦！因為我們追求真善美嘛...。
A-06	水彩畫在新媒體傳播上，可提供哪些前瞻性整合的建議？	☆我這一輩子只做一件事，創作和傳播，傳播就是推動、推廣，所以我說地方的淡水有藝苑陽春，臺北市有臺北華陽獎，國際間有世界水彩華陽獎，我們都做了，所以我希望神佛聽到我的理想，讓我多活幾年，嗯嗯...。 ☆我現在在寫一本書，叫做水彩畫祕笈，我用武俠小說的方式寫的，這個配合我網路上的，譬如說教學帶子，還有就是水彩畫祕笈。因為過去講的水彩畫都是講紙張、顏料、調色板、光影、透射，都是這些，大家都是講一樣的東西啦...，我覺得沒有什麼意思，我就用比較精神層面的、創作理念的；我用小說的方式，比如說我講一張畫面裡，我常常有留白的地方，其實留白的地方並不是空，是讓你有一個想像的空間，這一塊白不必畫就會顯得比畫上去好，不畫反而好；所以這一招是無招勝有招，我要把一些人生的道理，從畫裡面悟到一個做人做事的道理加上去，我想這個我也會把它寫好以後彙集成冊，這有需要各部份的配合，所以我用這樣的方式傳承下去。 ☆水彩畫到這裡，百江匯入大海，六七十年前，日本畫家石川欽一郎先生他把水彩畫帶進來。我在頒獎典禮的時候說，雖然有波折，但我自不量力，把它帶到國際舞台，所以我現在很

		努力在做。
B-01	水彩畫利用新媒體 有哪些展覽方式？	☆近年來將傳統畫作透過新媒體或科技藝術方式呈現的形式相當的多元，例如：半結合網路、製作網路畫廊、應用電子書與互動技術呈現畫作，這些方式可讓觀眾透過與作品的互動，增加觀眾對作品探索與欣賞的主動性。 ☆這些方式可以結合擴增實境或虛擬實境的技術，引領觀眾藉由遊戲的樂趣與參與，瞭解並欣賞畫作藝術；有些畫作會另外輔以故事內容結合動畫形式，以逐格動畫呈現，讓畫作同時得以說故事。
B-02	水彩畫利用新媒體 在展覽方式上的實 際成效為何？	☆數位化技術的持續進展與民眾接受媒體刺激的機會相當普及，因此，近年透過網路或動畫形式呈現傳統畫作，較難以激發民眾深入探索與欣賞的興趣。 ☆然而，傳統畫作結合擴增實境或虛擬實境技術應用的畫作，多半在推廣傳統畫作上，較能有效地吸引不同年齡層民眾的參與及欣賞。
B-03	水彩畫利用新媒體 在展覽方式上如何 進行？ 可提供哪些建議？	☆近期，藝術展演常與互動技術結合，透過互動藝術與新媒體藝術方式，來吸引民眾的興趣，讓民眾經由參與進而瞭解並喜歡藝術。因此，藝術家在進行展演時，可嘗試著跳脫藝術家自己的觀點，轉而從觀眾的角度與思維進行展示，並透過將技術創作融入數位科技類的情境遊戲，例如：AR（擴增實境）、VR（虛擬實境）的結合，帶領觀眾主動探索並欣賞藝術創作。
B-04	水彩畫在新媒體傳 播上，可提供哪些 方式？	☆可透過網路社群進行傳播與宣傳，這是結合提供互動設計技術的相關產業，進行推廣與行銷；近年來，傳統藝術創作的展示與推廣形式，搭配政府近年推廣互動技術的應用，在藝術館或美術館進行展示。
B-05	水彩畫在新媒體傳 播上，有哪些實際 成效？	☆單就水彩畫這方面，可能較難直接評估；但就一些民眾難以理解或親近的歷史性藝術創作例如：敦煌壁畫、畫作、雕塑、工藝等創作，在自然科學博物館的「敦煌風華再現展」，和

		故宮博物院的「同安·潮—新媒體藝術展」等，都是透過新媒體技術，也都相當成功地引領民眾參與領受傳統藝術與工藝之美。
B-06	水彩畫在新媒體傳播上，可提供哪些前瞻性整合的建議？	☆由於媒體與科技技術的刺激與普及，帶動民眾視覺、聽覺等感受上，追求更高與更多的新鮮感，傳統靜態的藝術創作，因而容易面臨挑戰或乏人問津。因此，結合新媒體技術與應用的藝術家，在創作上不僅需要本身「藝術」家的創作能力與美感，也需要在新媒體技術融入時，「設計者」面對觀眾的使用性考量，以及如何「悅趣化」本身的藝術創作，讓民眾能透過簡單地參與及樂趣，願意且更主動地瞭解並欣賞藝術。
C-01	水彩畫利用新媒體有哪些展覽方式？	☆新媒體藝術是一種混合多文化、跨領域、多媒材的思考方式，藝術作品在面臨時代潮流與觀念檢視下，發展出對話的可能與脈絡的呈現，是值得我們深思熟慮的。就個人觀察中，水彩創作是一種繪畫性的表現技法，猶如透過想像力建構擬象符碼，透過藝術家的創作象徵出時代氛圍與社會實踐，在多元的社會環境中表達對普世觀感的呈現。 ☆新媒體藝術運用各式媒材與表現方式，將藝術直接置入日常生活環境，或讓觀眾直接介入藝術創作的過程，發展出豐富的局面，例如：複合媒材藝術、表演藝術等。
C-02	水彩畫利用新媒體在展覽方式上的實際成效為何？	☆當代創作形式上突破了傳統美感中精神與物體之間的鴻溝，藝術與生活是沒有界限的。藝術的審美方式中包容多元的價值觀，從多重角度的觀看下，都應被寬容地允許在美感經驗之中。就個人觀察中，水彩創作的美感經驗去除傳統美學的限制，體驗出生活中美感的無所不在，縱然美感與個人經驗特質相符，水材創作在當代還是得到極大的自由空間；但欣賞者受個人思考和品味的影響，除了需要培養包容度外，仍有主觀性的審美自由。
C-03	水彩畫利用新媒體在展覽方式上如何	☆當代藝術家利用新媒體進行藝術表現活動，創作型式題材越趨多元，使用影像創作與數位技

	進行？ 可提供哪些建議？	巧，將圖像取代文字書寫，可以快速地利用網路資源上傳分享個人創作，達到快速的宣傳效果，因此由個人空間所拓展出的疆域無限擴大著。 ☆teamLab，是一個由各領域包括建築師、藝術家、工程師、CG 動畫師所組成的團隊，致力跨越藝術、科學、技術和創新等領域創作，在日本、美國、韓國、印尼、加拿大、新加坡等各國舉辦大型的展覽。 ☆創作自述：「關於繪畫以及自繪畫延伸而出的各種可能性的好奇探求。這種好奇使得刀片劃過一張張繪畫，呈現一種紙雕塑與繪畫混合後的視覺效果，並進一步的在空間裝置的情狀下被閱讀，最終導致攝影的介入，使繪畫性成為影像中的刺點。這種好奇也驅使想念繪畫的身體離開工作室，在都會邊陲的地景中以塗畫裝置與環境對（畫），這次攝影再次介入，完成的影像則像是塗畫與自然的對話記錄。這種好奇也讓京都跳蚤市場買回來的不知名作者的水墨畫，藉裱褙托紙的手法再生在宣紙上，藉由鉛筆塗畫自在的...在既有的圖畫空間中任意的漫遊，在水墨與鉛筆之間展開了濃烈的對話。這種好奇讓盆景中的植栽被想像成空間中的畫布，繪畫與對（畫）在人工的圖畫物與植栽自然的姿態中展開。」
C-04	水彩畫在新媒體傳播上，可提供哪些方式？	☆新媒體藝術廣泛地被運用在繪畫、雕塑、建築、錄像、戲劇、音樂等各種藝術類別當中。對於當代的藝術家而言，運用媒介技術手法創新，與觀眾產生互動連結，透過藝術創作探索經驗感官，作為現實與觀念的測定器，透過新媒體藝術延展創作的界限。
C-05	水彩畫在新媒體傳播上，有哪些實際成效？	☆在多元的社會環境中，創作表達著對普世內在觀感的呈現。水彩創作型式表達出的觀念中，透過造型轉譯成視覺語言符碼，無形中延展個人意志的種種潛能，而當代隨著科技發展融入新媒體、跨領域的形式呈現，在相關藝術的各種領域

		中，舉凡美術、設計、影像、科技媒體等等相關學群，廣泛結合戲劇、多媒體、錄像裝置的組合，表現形式豐富且多元。
C-06	水彩畫在新媒體傳播上，可提供哪些前瞻性整合的建議？	☆藝術家所欲表達的創作觀念，轉譯成一種視覺語言符碼，反映著時代性的自我認同與創作動機，無形中傳遞身體與意志力的種種潛能，並且隨著科技發展融入跨媒體、跨領域形式，成為藝術建構生產。新媒體藝術成為當代視覺文化間的互動性，藝術家藉由多元創作，除了豐厚對跨領域的廣泛討論，也提升對當代藝術的見解與其延伸性的發展。
D-01	水彩畫利用新媒體有哪些展覽方式？	☆水彩畫與新媒體的展呈宜先釐清主客體關係，展呈的方式會因此而有孰輕孰重的不同。新媒體有別於以往單一媒體的專注性與多媒體「單純媒體組合」的有限性，更多加入了電腦計算與人機互動的體驗可能性。新媒體本身已具有主體獨立創作的能量，所以展示的呈現還是要「回視」對象與目的。水彩畫或許初初聽聞時，腦中不免有些既定的意象（刻板印象 stereotype），以為總是色彩明亮，其實未必然。水彩畫泛指以水彩為單一媒體創作，並不盡然專指單一結果。所映射的，更多是創作者「靈光」（Aura）所呈現的藝術性。當新媒體的創作作為主體時，亦然。 ☆「靈光」（Aura）雖指傳統藝術作品的「獨一無二」、「此時此地」或「雖遠猶近」的體驗氛圍；新媒體可複製的特性則成就了展覽價值，而互動的隨機性也改變了討論藝術「自身」的概念。然而，當新媒體的展示作為客體時，則會偏向詮釋、說明或輔助參觀者瞭解創作背後隱微不易察現的故事或意涵，不好反客為主。所以展呈方式，不外乎「主—主」（聯合創作，不分軒輊）、「主—客」（以水彩畫為主，新媒體輔助）、「客—主」（從水彩畫援引，新媒體發揮創作）等。所問的是「水彩畫利用新媒體」，難免是「主—客」關係，多屬於詮釋、說明與輔

		助的方式。
D-02	水彩畫利用新媒體在展覽方式上的實際成效為何？	☆若就利用新媒體在展呈上，論詮釋、說明與輔助水彩畫的效果上而言，必然會有較諸以往單以文字說明，或是畫冊來得好。日本外山滋比古教授曾說：「作者成就創作，讀者成就經典。」意思不外乎「好的」創作，也要有「好的」讀者才能成為「好的」經典之作。原本水彩畫藝術的呈現，在深具涵養的觀眾眼中，自然心領神會，意味橫生。但是對於那些「藝術門外漢」來看，縱有美食當前，難免味若嚼蠟，索然無所知。透過新媒體的帶領，登堂入室，一窺創作者的內心世界與技法的高度涵養，對於入門探求者而言，不僅降低接受的門檻，也加速與創作者契合的時間。 ☆不過，利用新媒體也會有風險。一如所有的速食，快速攝取，卻少了咀嚼、發酵與自身品味的過程，則難以誘引來自觀者發自既有知識所累積的反饋與「凝視」(Gaze)的專心。理想的展呈方式，要讓新媒體所提供的內容，轉化為理解與享受水彩畫創作藝術的養分，產生豁然開朗與回味無窮的效果。
D-03	水彩畫利用新媒體在展覽方式上如何進行？ 可提供哪些建議？	☆在水彩畫利用新媒體的展呈方式進行上，建議提供如下幾種考量。 ☆首先，若是新媒體以局部或是單機（螢幕）的呈現，宜提供觀者選擇攝取內容的項目。目前的新媒體呈現，在詮釋的呈現上，如臺北故宮經常的展示，多以線性的說明為主。線性的方式是以往單一媒體或多媒體的敘事型態，長篇大論的文字或是影片，使得觀者必須從頭到尾觀看。如非說明引人入勝，往往造成觀者不耐。新媒體的特性，可以提供觀者自行選取期望攝取的內容，也能從頭至尾地呈現。讓入門者得以補充基本知識，專業者能擇取希望獲知的特別內容。各取所需，皆大歡喜。 ☆其次，若是新媒體在場地的以局部說明性質

		呈現，應該避免影響水彩畫作品的獨立性，切莫反客為主。一般藝術展場的安排，作品與作品之間，提供一定的距離，得單一作品與觀者之間的單獨對話。作品之間尚且如此，作為輔助詮釋的新媒體呈現與安排，不宜過於叨擾，破壞作品與觀者的溝通，影響觀者建立屬於個人獨特體驗的過程。新媒體應該協助觀者在與作品的符號溝通中，順利地把符碼從符徵（符碼）過渡到符指。不只聽到表面之言，更加理解言外之意。 ☆也許，發揮新媒體的特性，重現水彩畫的創作與呈現氛圍，讓水彩畫與新媒體全面混合，相互支援，也是可以考量的方式。新媒體的呈現不僅有局部的，也能是跨展場全面性的呈現。有看得到的光影，有聽得到的聲音，也提供碰觸所產生的互動反饋，這些都是新媒體的強項。不管是 VR（Virtual Reality，虛擬實境）或是 AR（Augmented Reality，增強實境），都可以是帶引觀者進入展示空間如真似幻體驗的應用。增加觀者與作品，或是與作者的溝通，以產生屬於觀者的獨特體驗，自然產生牢不可破的關聯性，是新媒體展示最可以發揮的部份。
D-04	水彩畫在新媒體傳播上，可提供哪些方式？	☆當新媒體獨立在水彩畫外，專作傳播的應用時，即是把新媒體作為某種主體的概念來操作。所可提供的方式，舉凡傳統媒體、網路媒體、網路社群、自媒體，甚至定點裝置，或事宜動裝置……等，都可以考量。當然這些林林總總的呈現方式，雖各自有其要求，目的總是要吸引觀者導向回到原水彩畫作品的欣賞上。 ☆以定點裝置的新媒體呈現為例，可以採取多樣的懸疑橋段，勾引觀者的興致，如電影《達文西密碼》（The Da Vinci Code）一步步帶領觀者從各個面向去剖析水彩畫作品的相關資訊，激發觀者一探究竟的想望，導引觀者必得找到水彩畫原作印證新媒體提示的種種徵兆，以完成整個探索的旅程，成就完整的體驗。

D-05	水彩畫在新媒體傳播上，有哪些實際成效？	☆目前水彩畫在新媒體的傳播上的實際成效，似乎侷限在網路媒體的運用。畢竟網際網路已然成為眾人最常接觸的媒體形式之一，幾乎絕大多數的訊息也是來自網際網路。網際網路媒體的廣告投放，是新媒體運用的必爭之地，也是可以多加發揮的應用。即使如此，若是從展出內容與形式，再透過網路社群媒體的交互運用，才會有更大的成效。 ☆以之前由張乃予擔任策展人的《按提幹 WAR 2.0—張禮權個展：水墨 x 時尚 xAR》（2017/8/23—9/14，臺北華山文創園區）為例。創作內容揉合水墨繪畫、書法、篆刻、空間與新媒體創作於一爐，雖非水彩畫創作，卻很值得參考。該展除了創作者大膽地跨出既有水墨與書法的藩籬，挑戰立體空間的創作形式，更踏足新媒體創作，與新媒體創作者充分合作，以吸引年輕族群的接觸與認同。據策展人說明，在社群媒體的運用上，不斷放送該展與不同創作媒體相結合的訊息與內容。如提示該展與立服團隊合作，從服裝的版型、概念，依照此展藝術作品的概念轉化，並且透過模特兒、妝髮、攝影團隊來呈現跨界合作，以獲致不同媒體創作後，碰撞初意想不到的火花。確實該展也因此招徠不同世代與族群的探視觀看，也讓創作者張禮權所希冀表達反戰的概念，透過原有媒材的延伸與新媒體展出與傳播，得到遠大於單一媒材與傳統媒體難以企及的效果。
D-06	水彩畫在新媒體傳播上，可提供哪些前瞻性整合的建議？	☆建議水彩畫在新媒體的傳播整合上，應該產生系統性環環相扣的效果。系統思考緣於牽一髮而動全身的概念，所以不能單打獨鬥。雖說當作品在完成之際，已然脫離作者而獨立，之後即使是作者自身，也成了觀者。所以很重要的部份，不管是水彩畫的作者與新媒體的作者是否為同一人，哪管事前以設想要採以新媒體的傳播，或是事後，對於創作過程的意念與製作步驟的文本追述或記錄，都是給與觀者窺視探索的重要縫隙。之後的說明與新媒體再創作

		、傳播，皆可能受益於此一過程步驟的完整而獲得滋養。觀者也可能因此透過新媒體傳播的誘引，彷彿再次回到水彩畫創作者作品完成前的每個階段，細細品味，融為一體。 ☆傳播強調訊息應該因發送者（sender）與接收者（receiver），而選擇適當的內容與方式／途徑。所以理解與記錄水彩畫創作的歷程與發想意念外，也要針對不同的觀眾背景與需求，透過適當的新媒體呈現不同的內容。好比說，對於水彩畫的創作同仁團體／社群，因為同屬創作者，接收作品所表達的意念應該較有吸收的能力，但是對於技藝的突破，或許有更高的探索興致，因此擇取某個突破性的技法加以新媒體的呈現傳播，就會激發他們前往現場觀察的動力。而對於一般觀眾，也許作品創作的動機與表達的故事性更加有吸引力。此時從作者啟發創作旅程的動機與觀者的想像相結合下，即可完成價值堆疊的品牌認同三步驟，「識別」（分辨區隔）—「身分」（領域代表性）—「認同」（與觀者合而為一）。一旦所傳送的訊息與觀者自身的體驗相結合後所產生根深蒂固的認同，即使因此而導出的故事並非創作者原本「記憶」中的版本，也會具有對觀者而言別具意義的生命力。 ☆因此，水彩畫利用新媒體傳播，應考量觀者（接收者）與媒體平臺的特性，謹慎選擇水彩畫創作者（發送者）的歷程內容，以獲致與觀者經驗相結合，產生屬於創作者、作品與觀者之間獨一無二的故事。
--	--	--