

# 美學的優雅革命：圖像化世代專屬的百花齊放

刊出日期：2022/11/01 | 文字：張玳璋 | 責任編輯：曾閱

全文共4941字，閱讀大約需要10分鐘

精挑細選十張具有代表性的圖片、輸入三到五句不等的文案，最後配上地點與人物標註，這是與社群軟體一同成長的Z世代再熟悉不過的生活日常。可我們是否留意到「圖像」在這平凡不過的行為中，正演出著廿一世紀專屬的傳播特性：圖像設計從錦上添花的角色變為資訊傳播的必備元素。綜觀Instagram以圖片為主的發文形式，與各平台在傳遞資訊時多配上懶人包或資訊圖卡的現象，現代人、特別是數位原住民的Z世代，日漸習慣「美學與功能兼具」的內容傳遞，也得以在資訊爆炸時代用最高效率接收新知。

## 藝術之外 深藏於實用美學的愉悅之美

[美感細胞](#)共同創辦人陳慕天曾說：「這是個視覺語言的時代，生活視野中充滿著網路資訊、電影、圖像。」傳播科技在圖像化世代提供技術支援，讓視覺語言得以進行；同時也因其具有乘載圖片與文字內容的特性，而成為此現象的發展助力。近一步談論圖像化與美學之間的連結，在[〈探討設計與美學的應用關係 - 以繪圖文字為例〉](#)的研究中，曾提及「圖像化作為資訊呈現與理解的工具，正位於美學領域中『實用美學』的類別裡——考量人類生理機制的設計，將美學的實用性價值發揮得淋漓盡致，使人在閱讀以美學形式呈現的產物時感到愉快、滿足」。資訊設計因符合人體工學——意即考量人類專注度、閱讀特性而改變設計的作品，讓人們更輕鬆獲取資訊且在過程中產生愉悅感，便是一種美。而身為數位原住民的Z世代就在如此的時代環境下，日日頻繁接觸這類「美」的資訊——當中的潛移默化，正逐漸形塑出他們異於其他世代、對美學的概念與包容。

## 比較之外 美感體驗下最美麗的革命

宛如植物圖鑑的自然課本、包裝為政黨刊物的社會課本、以防災包呈現在孩子面前的綜合課本……，這些以圖像為主的吸睛書籍不是最新潮的設計作品，而是義務教育下，人人都接觸過的教科書。「如果，課本不再只有知識傳達，而可以兼具美感的薰陶，未來是否有機會影響一整個世代的美感？」2014年，群眾募資平台出現一場「課本的美麗革命」：美感細胞團隊主責的[教科書再造計畫](#)，將孩子要花12760個小時相處的工具書，改造為兼具知識接收與美感體驗的美感教科書。以教育為本質的書籍，美感細胞首先著重內容易讀性，接著讓設計與美學成為提升學習質量的工具，最終成就一場台灣義務教育最美麗的革命。不過美感細胞的願景，從不停止於此。



▲ 由左至右分別是美感教科書計畫再造的自然、綜合、數學、公民與社會與體育課本，可看出各科目都因其內容特性而有截然不同的美學設計。（圖片來源 / [美感細胞](#) 提供）

「如果以品酒舉例，美感體驗是品嚐完世界各地的美酒後，你有權利選擇一種你最喜歡的酒種。」比起過去單一設計的教科書，陳慕天在孩子們需要長時間接觸的教科書中呈現多元的美學樣態，希望他們在廣泛接觸美學風格後，能感知出自己偏好的「美」。教科書再造計畫裡，每一本課本都依照科目特性客製化設計，除了是不同種類的知識在易讀性上的考量，各課本截然不同的風格更呼應著「美學與美感多元呈現」的計畫核心。對美感細胞而言，美與不美並無單一標準，僅僅是比較後產生的結果；在這個數種風格兼容並蓄的時代，更應打造多元的美學樣態。過往的教科書限縮孩子們對美學與設計的想像，這項體制外的教科書再造計畫，讓孩子們擁有制式化課本以外，對美的多元選擇。至今，邁入第八年的教科書再造計畫，體現了廿一世紀美學的百花齊放與美感體驗的潛移默化，而這場美學革命所傳遞的核心，與傳播科技的推波助瀾擁有極深刻的連結。



▲ 陳慕天（右）手拿美感教科書與看版合影，紀念教科書再造計畫在2017年獲得金點設計獎標章。

（圖片來源 / [美感細胞](#)提供）

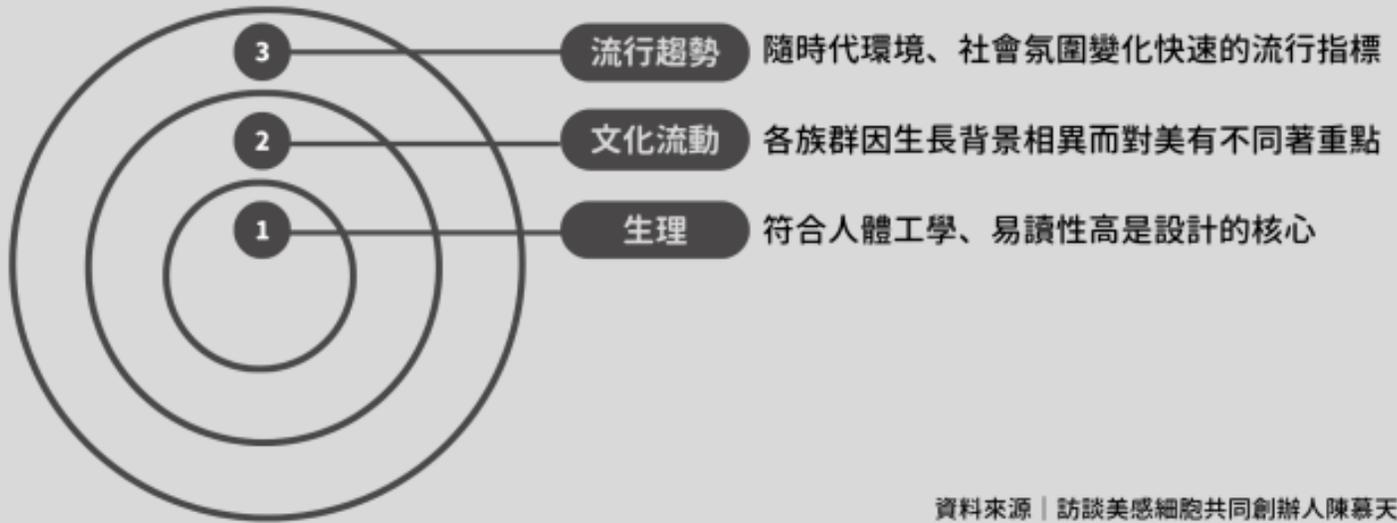
## 易讀之外 資訊視覺化的美學樣態

圖像產製，正透過設計將美學具象化。無論是以圖片形式分享生活的社群軟體，還是從設計思考出發、重組學習內容的美感教科書再造計畫，強調圖像的形式美學正強烈地參與著我們的生活。成長於此的Z世代，因著傳播科技帶來的資訊流通，得以在生活中頻繁接觸含「美」的元素；當中又順著社群軟體「人人皆是產製者」的特性——Z世代的每個人易於透過限時動態與貼文，自在展現個人風格，就此使多元的美學樣態遍地開花。從上述的時空背景來看，與其以某種特定美學定義Z世代，他們對美的包容性與接納程度或許更值得一提。

「事實上我會用三個圓圈闡述美學與設計。」陳慕天認為從設計角度切入，能將影響美學的因素統整於三個圓圈：最核心的「生理」圓圈，象徵設計最核心的是資訊易讀性；夾於中間層的「文化流動」圓圈，反映出在不同時代氛圍成長的群體，會對同一設計產生截然不同的美學觀點；最外圈的「流行趨勢」圓圈則是隨時代環境變化快速的流行指標，是使美學隨時代流動的最大影響因素。談及Z世代的美學觀點，陳慕天認為其與最外層的圓圈有關——現今的流行趨向「各風格兼容並蓄」，使Z世代對美的包容性與接納程度更大且具備彈性。然唯有資訊流通並易於接近，才有機會產生多元的美學樣態，這當中社群媒體作為Z世代分享生活、接觸圖像的重要媒介，扮演了極關鍵的角色。

# 影響美學與設計之核心三因素

由內至外分別為必須滿足至加分型追求



▲ 影響美學與設計之核心三因素。最內圈為設計最基礎應滿足的元素，滿足向外擴大之文化流動與流行趨勢因素，則是加分型追求。（圖片來源 / 張玳瑋自製）

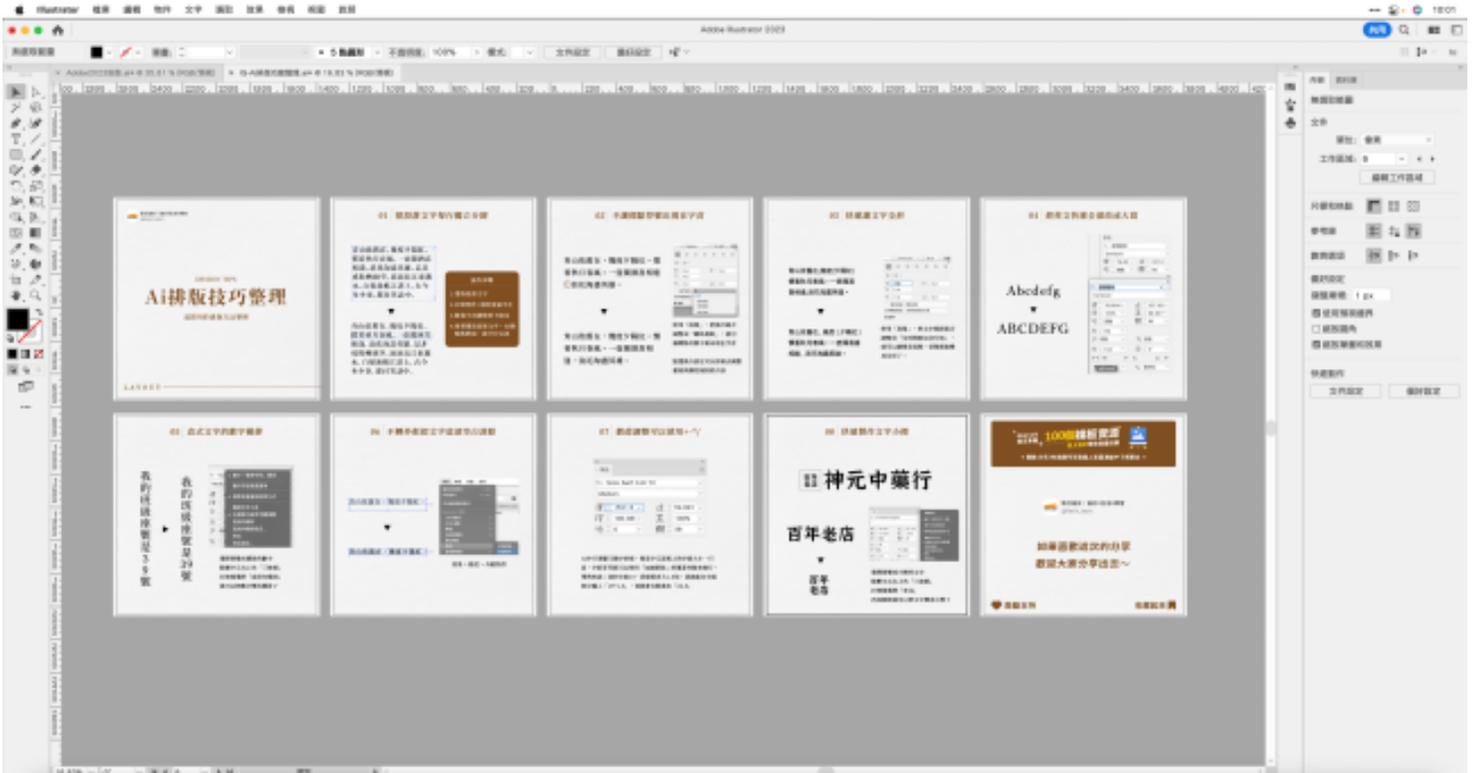
## 圖像之外 社群軟體的推波助瀾

年輕世代對 Instagram 的發文模式再熟悉不過：先挑選照片、接著撰寫文案，最後按下右上角的發布鍵，即能與親朋好友建立連結。擁有10億活躍用戶、每天乘載超過 1 億張照片的社群媒體 Instagram，從發文模式就能看見其對圖像的重視。「Instagram 已經成為現代人接收資訊的重要管道。而他們在使用社群軟體時，通常會有『不經意滑到』的使用行為，因此一篇貼文的圖片如何設計的吸睛，會是吸引人的關鍵。」透過 Instagram 帳號分享設計新知的創作者 [郭政佑 Kevin](#)，一一分享著他對社群與圖像的觀察。



▲ 設計師郭政佑經營的帳號@kevin\_learn凱文設計。

( 圖片來源 / @kevin\_learn凱文設計Instagram主頁 )



▲ 郭政佑製作社群貼文時的工作頁面，內容兼具圖像與文字。

( 圖片來源 / 郭政佑提供 )

「Instagram 以圖為主的界面設計，以及一篇貼文10張照片的限制，讓我在編排內容時會先思考哪些元素最適合用圖像表達。」郭政佑所經營的Instagram帳號——@kevin\_learn凱文設計，每週固定發布三篇貼文，皆以視覺化形式的資訊圖卡讓受眾接收資訊。「當我在思考內容時，我會觀察最近有哪些被廣泛討論的話題。那些具話題性的

元素，會因為導流而提升貼文觸及率。」若從一部分提及的三圓圈理論出發，凱文設計在提供圖像化資訊給受眾之餘，額外體現出流行趨勢對美學與設計的影響——以正被社會熱烈討論的話題與圖像產製內容、設計圖文排版，將獲得最大效益的傳播。而同樣以分享設計知識為題的社群帳號 [@ntu\\_nodesign沒有設計系](#)，也對 Instagram 的圖像化傳播有所研究。「我們會在圖片上加入如對話筐的圖示，希望用圖像加深閱讀者對這篇貼文的印象。」針對產製內容的吸睛度，經營帳號的No Design團隊也同樣提及「話題性」：「現代人喜歡的東西或許不一定有特定美學，反而是引起共鳴、具有衝擊性或是過去沒有見過的元素，在現今更受歡迎。」

No Design團隊為推動 side project 創造影響力的組織，其成員來自不同學校、不同領域，即便多數非設計本科系出身，卻同樣對設計領域富有熱忱。「因為臺大沒有設計系，所以我們這群設計麻瓜開了一個永遠開放的設計系。」因著這份熱情與對跨域學習豐富經驗，他們創立並持續經營Instagram帳號 [@ntu\\_nodesign](#)，透過圖像化的資訊圖卡，以及「跨域設計學」、「設計入門學」、「設計日常學」與「設計碰日常」四大貼文主題，由淺入深地提供追蹤者多元的設計知識。「這四個類別可以說是觸及不同的受眾。根據後台數據，這隻帳號80%的追蹤者為GenZ，且當中有不少人主修設計；除了學生族群之外，我們也發現設計師同為帳號受眾，因此較專業的『設計入門學』與基礎的『設計碰日常』並存，能讓我們顧及不同受眾的需求。」對No Design團隊而言，社群媒體的「去中心化」特性，使他們在拋出一個議題時能獲取更廣泛的討論，進而影響他們經營帳號的貼文種類與策略。



▲截至2022年11月1日，[@ntu\\_nodesign 沒有設計系](#)帳號最新的六篇貼文。可發現貼文包含小圖像與對話筐等視覺元素，加深閱讀者印象。（圖片來源 / [@ntu\\_nodesign 沒有設計系 Instagram主頁](#)）

針對Z世代追求的圖像美學，No Design團隊說：「與其說Z世代喜愛特定風格，不如說Z世代對多元風格的接受度比其他族群更高。」他們提及，現今Z世代在美學風格的追求產生既單一又多元「巨星現象」——他們以巨星設計師為追求標的，喜愛特定設計師塑造的專屬風格；而多元之處正在於此世代能讓各個風格各異的設計師兼容並蓄。

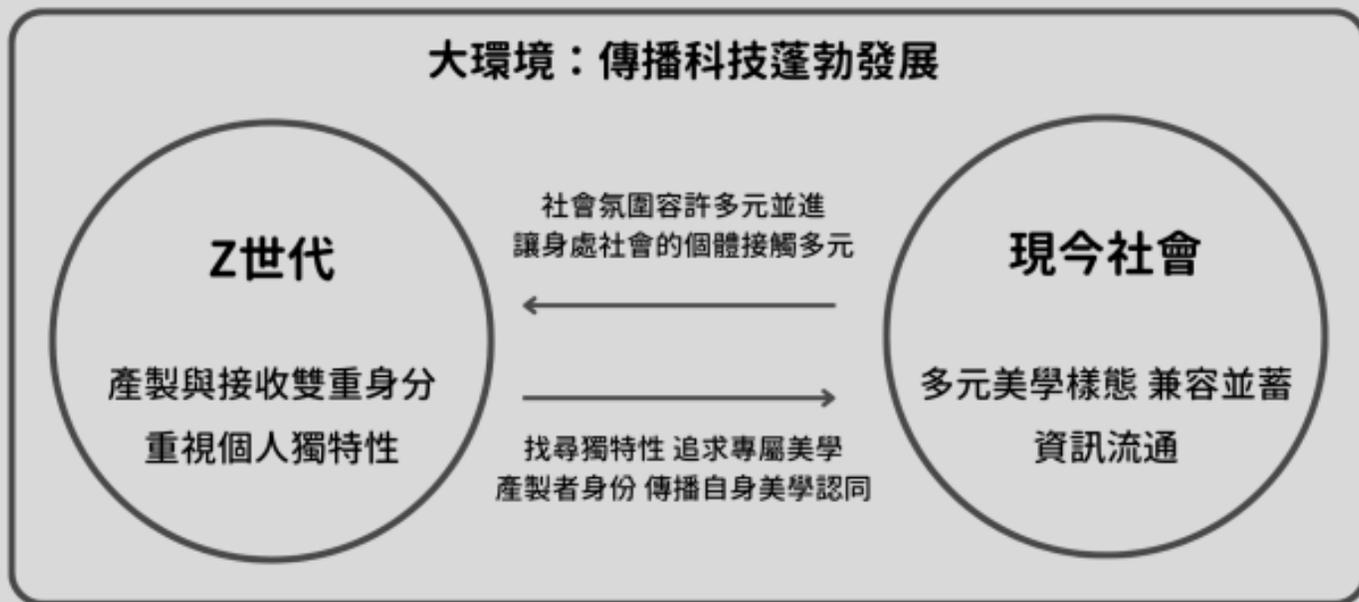
上述兩個在社群平台上傳遞知識型資訊的案例，從其收到的反饋與觸及皆可看出現今圖像化傳播有利受眾接收資訊，並成為發展趨勢。顯而易見的，與社群媒體一同長大的Z世代早已習慣於此傳播形式，進而對圖像與美學設計產生觀點與依賴。社群軟體以圖為主的特性，讓資訊傳遞的方式產生更多可能性；其與美學產生掛鉤的同時，也深深影響著接收者對「美」的感受、偏好與堅持。

## 多元之外 Z世代個人主義下的美學反應

Z世代生於美學百花齊放的年代，究竟因此產生什麼專屬於他們的美學反應？史丹佛大學行為科學先進研究中心（CASBS）資深研究學者Roberta Katz的書籍《[解讀Z世代：數位時代的生活藝術](#)》中曾提及，Z世代很容易從網路上的其他人學到新東西，而且在年紀很小時即接觸全球不同文化，因而較能包容與欣賞多元性。無論是資訊圖像化的現象產生，或是社群軟體在該現象的推波助瀾，設計與美學作為一種工具，皆深深影響著數位原住民Z世代的「美學之眼」。傳播科技發展下，Z世代習慣於擁有內容產製者與接收者的雙重身分，而在天秤兩端自在遊走的過程中，他們逐漸發展出自己喜歡與追隨的美學樣態；也正是因為在雙重視角下大量接收資訊，Z世代易於理解並擁抱多元，因而拉大他們對美學樣態的包容度。郭政佑也表示，現在的美學風格進入種類化的樣態：喜歡日系的就會崇尚簡約、喜歡聽團的就會追尋那個族群獨有的美學。這是一個美學的包容性世代。

然而除了時代氛圍與資訊流通，Z世代個人主義也是造就美學百花齊放不可忽視的原動力與助力。麥肯錫於2019年發表的[Z世代研究報告](#)中，提及「Z世代討厭被既有的標籤綁定，他們相當重視個人的獨特性。其不僅體現在性別和宗教認同上，在時尚和生活風格中也是如此。」陳慕天也表示，Z世代某種程度來說是在講個人主義——我們都希望自己越來越獨特，也希望能自由地去選擇自己想要的東西。探究美學樣態百花齊放的現象，可發現其存在以下循環：社會上存在著多元而百家爭鳴的美學風格，促使Z世代積極追尋專屬於自己的風格，以彰顯個人；如此的個人風格追求，將持續為社會增添更多元的美學樣態。時代流變影響著傳播科技發展，而Z世代又因其發展產生的不同美學反應，值得長期追蹤與觀察。

### Z世代與多元美學樣態關係圖



▲ 時代流變影響著傳播科技發展，而Z世代又因其發展產生不同美學反應。

(圖片來源 /張玳瑋自製)

# 百花齊放 專屬生活美學得以伸展

圖像化作為資訊呈現與理解的工具，正位於美學領域中『[實用美學](#)』的類別裡——考量人類生理機制的設計，將內容而設計為圖像化內容，使人在閱讀時感到愉快、滿足，便是一種美。傳播科技發展促使資訊圖像化的現象產生，同時讓Z世代得以頻繁接觸含「美」的元素，進而潛移默化對美的包容性；而其中美學的多元展現與Z世代個人主義之間的拉扯，將會使「美學樣態百花齊放」的循環持續運行，社會越趨多元。正如同陳慕天所述：「在美學多元化的世代，美終究來自比較」。意識到設計與美學僅是把資訊用圖像手段呈現，並在多元的美學樣態中擇你所愛，將會是成長於此世代的Z世代族群，個人生活美學得以伸展、發光之處。

## 參考資料

1. [當代藝術生產線：後真相年代的圖像化生產](#)
2. [探討設計與美學的應用關係 - 以繪圖文字為例](#)
3. [愛當面溝通與合作 美學者：Z世代不是你想那樣](#)
4. [當代消費文化社會理論的分析架構：文化經濟學、生活風格、與生活美學](#)
5. [美感細胞 教科書再造計畫](#)
6. [日常生活中的社群凝視與美學建構—以Instagrammer為例](#)
7. [【奧美觀點】資訊大爆炸時代 用一張圖就能勝過千言萬語？](#)
8. [【提姆科技觀察】不做作、創意、務實！Z世代的性格特色有哪些影響？](#)

© 2022 All rights Reserved

## 相關文章

[🔗 跨域青年 · 多元創新](#)