

投稿類型：藝術類

篇名：

社群新「插」路：插畫家的文藝復興

作者：

陳品蓁。樹德家商。三年四班

周冠吟。樹德家商。三年四班

蔡宜庭。樹德家商。三年四班

指導老師：

楊菀菁 老師

壹●前言

一、研究動機

現代人使用手機的原因部分是認為，藉由手機遊戲或其他娛樂應用程式可以紓解工作及課業的壓力。在智慧型手機普遍於大眾後，社群網站使用人數逐漸增加，插畫原本屬於消遣娛樂的創作，發表在社群網站上與人分享。近年來，插畫家在插畫中加入自己對於時事觀點，成功吸引使用者的目光，也因此成為了社群網站的焦點。

不同階段的學生，關注的插畫家作品類型也相對不同，甚至有一些人是不感興趣的。因此，我們挑選出五位當紅網路插畫家，針對國中、高中職和大學的學生對於插畫家的看法來進行研究，希望藉此論文能了解這些插畫究竟為什麼有如此驚人的魅力以及對學生的影響。

二、研究目的

- (一) 網路插畫的興盛過程分析
- (二) 了解各個插畫家的創作理念
- (三) 探究網路插畫的功臣－《más más》
- (四) 了解網路插畫對學生產生的影響

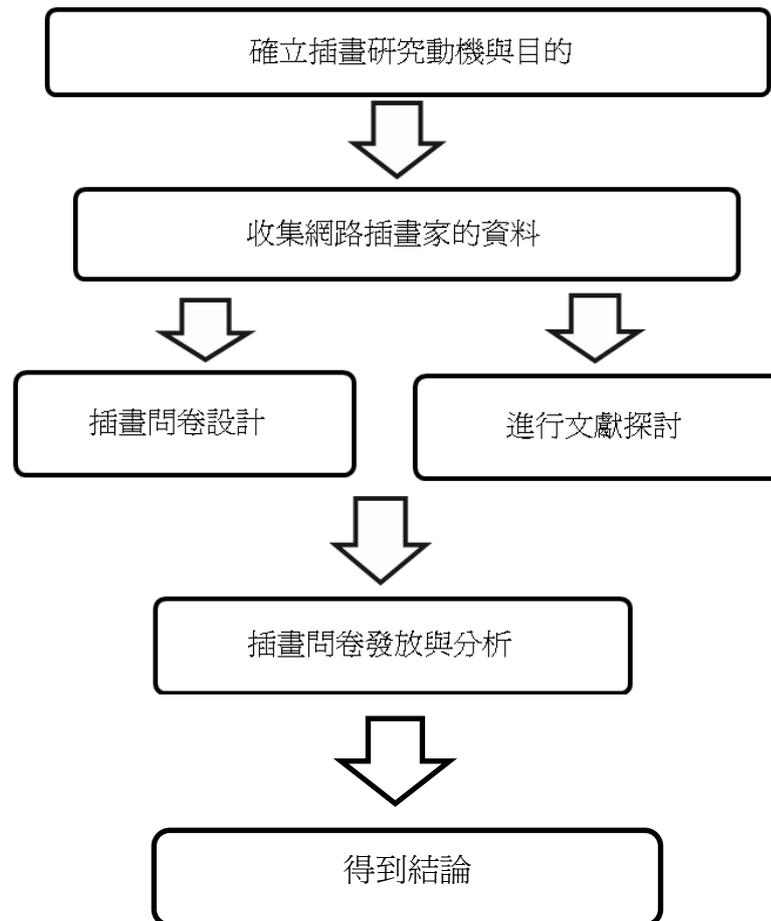
三、研究方法

本研究藉由問卷、參考書籍文獻以及上網查詢相關資料，來了解網路插畫對學生有多大的影響力。我們將問卷內容分成了三大項目，分別是基本資料、對插畫的喜愛與滿意度和對學生產生的影響，以這三大項來分析了解學生對當紅插畫家的看法。

四、研究流程

本研究是先依據現在網路插畫家對學生的影響來設計相關的問卷，再以學生為對象發放 190 份問卷，最後針對問卷結果進行研究及分析，如下(表 1)所示：

(表 1) 研究流程



貳●正文

一、了解網路插畫家興盛的過程分析

(一) 插畫的定義

插畫 (Illustration)，又稱插圖，是將文字內容、故事、或思想以視覺化的方式呈現，除了是一種藝術創作之外，也是種表達事物的方式。舉例來說，在書籍裡加入圖畫，可以讓讀者更明確知道這本書的作者想敘述的觀點，讓人同時擁有視覺及心靈層面的饗宴。

(二) 插畫的起源與興盛過程

關於插畫的起源要追溯至遠古時代。根據考古學家認定，人類最早的繪畫約在紀元 20000 年前法國南部的「拉斯哥洞窟畫」，從傳達訊息的意義來說，這面洞窟壁畫就是世界最古老的插畫之一。義大利文藝復興時期壁畫創作十分繁榮，埃及、印度、中國也保存了不少古代壁畫。壁畫又稱洞窟畫，是最原始的繪畫形式，最初是用來記錄人類生活型態，漸而發展出現今的網路插畫。不同的時代，人們會使用不同的方來互動、聯絡。社群網路興盛之後，由於溝通的便利以及遠遠超過傳統廣告的傳播速度，使用者停留時間長且點閱率也更富價值，漸漸興起一股圖文傳播的熱潮。

網路插畫興盛的過程分為三個世代，第一個是 MSN，在 1999 年 MSN 開始興起，除了聊天的功能之外，還包含了視訊、撥打電話、離線訊息、連線遊戲和共享資料夾中的檔案等。在聊天系統中，除了使用他們所提供的表情符號外，還可以傳送其他插畫圖案，其中最具代表的，就是以一顆小圓頭的聞名的一彎彎。1999 年到 2008 年，是 MSN 的興盛時期；到了 2009 年，由於 Facebook 的普及，加上其附設的聊天功能，使 MSN 的用戶大量減少；2011 年，手機的聊天軟體—WhatsApp 及 Line 大受歡迎，MSN 的使用率再度受到打擊；直到 2012 年被 Skype 併購後在 2013 年正式結束 MSN 時代。第二個是部落格(Blog)，又稱為網誌(Web Log)。1999 年開始被廣泛使用，是一種個人經營的網站，人們在部落格上寫日記和分享文章、圖片和影片，許多部落客也會針對一些特殊的議題來發表個人的觀點，而最具代表的就是“馬克”，以一位有著碗公頭的男孩為主角，抨擊職場的各種百態。然而，到了現今社會，部分的人幾乎不再使用部落格，所以 2013 年年底，部落格宣布正式關閉。最後一個就是社群網站 Facebook，許多的插畫家藉由建立粉絲專業，讓自己有空間可以放置及分享作品。現今資訊傳遞速度快，人們透過“分享”或“按讚”，把自己覺得有趣的事物讓更多人知道，一張圖從默默無聞到眾所皆知可能只需要一天的時間。如果說 16 世紀文藝復興三傑是達文西、米開朗基羅和拉斐爾，那網路文藝復興三傑就非《Duncan Design》、《Cherng's》和《H.H 先生》莫屬。獨樹一幟的風格加上簡單的插圖和文字，表達出自己的心情、生活的趣事或是熱門的時事，“圖文傳播”熱潮因此成為此現代社會的新趨勢，也帶動了不少商機。（註一）（註二）

二、當紅網路插畫家簡介

(一)《H.H 先生》

和 Cherng's 一樣是 mas mas 默默文創捧紅的插畫家。畫一個圖，寫一句話，把當下的心情和作品融合，讓觀賞者產生共鳴，然後不吝嗇分享自己的作品，這就是 H.H 先生對創作的理念。因為一次畫出「臉書怪象」以及有趣的「社會亂象」和朋友分享，於是取本名羅馬拼音 H.H 二字開設粉絲團，沒想到不到半個月粉絲人數竟衝破 19 萬人。透過美美這個角色，H.H 想告訴大家，自信不一定要靠外表，而是發自內心最真實的自己，我們靠努力活出屬於自己的美麗人生。除了作品美美的逆襲暢銷大賣，我們也常常可以在許多文具甚至生活用品中發現美美的蹤跡，現在連美妝品牌代言也找上他。至今臉書粉絲人數高達 92 萬多，是前途無限的藝術創作者。(註四)



(圖 1) 出版書籍 (註三)

(二)《Duncan Design》

Duncan 是目前票選網路最紅的插畫家，粉絲人數已經超過了 200 萬。作品風格忠實呈現現實生活中的自己與朋友，將大家平常微不足道的芝麻小事重現，甚至有時還會將自己的缺點畫出來，自我反諷，此舉反而讓更多心有同感的網友成為他的死忠粉絲。『我沒有時間浪費在不好的感覺上』這句話出自自己已逝的父親，Duncan 說，這話由一個「要走的人」說出來，但仔細想想誰不是要走了？人可能在活 70 年，也可能只活到明天，那又有誰可浪費時間在不好的感覺上？



(圖 2) 惡搞聖誕老公公 (註五)

(三)《Dorothy》

「Draw for feeling/ Draw for thought/ Draw for life」這是插畫家 Dorothy 在她的臉書粉絲專頁的簡介中寫的一句話，同時也是她的創作理念。作品的風格以有著大眼睛和纖瘦身材的人物或是單一小物，再加上具有勵志、心裡話、自我安慰等話語，鼓勵了每一位觀賞者的心靈。因為簡單的圖和勵志鼓勵的話，使人印象深刻，

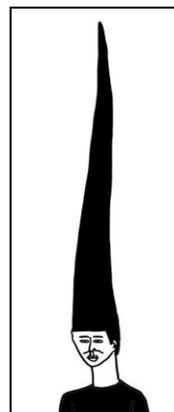


(圖 3) Dorothy 作品 (註六)

在一年半的時間吸引了超過四十萬的粉絲。除了在網路發表外，也會推出一些周邊商品像是明信片 and 書籤，粉絲們可以藉由送明信片來表達自己不敢對對方說的話，既然「話在心裡口難開」，那就讓 Dorothy 來幫你傳達！（註七）

(四)《掰掰啾啾 Byebyechuchu》

「我的創作，不需要向您解釋。」28 歲的掰掰啾啾並非全職的插畫家，他的正職是在一家上市公司擔任工程師，畫畫只是他的個人興趣，走紅也只是意外。他很早便在無名小站的部落格創作插畫，但直到掰掰啾啾的臉書開張後，才正式打開了他的知名度。因為改編蔡依林的歌曲《舞孃》惡搞成短片，在一天內受到大量網友們的轉發分享，現今粉絲專業按讚人數高達 50 萬，搞笑創意的風格受到廣大網友們的迴響和支持，「腦公」和「腦婆」是最常出現在作品中的無厘頭腳色，其中「腦公」那尖尖長長的怪頭，更吸引不少粉絲關注。近期出版作品有《不解釋》。



(圖 4) 腦公 (註八)

(五)《Cherng's》—馬來貘

畫出馬來貘這個腳色的作家名叫 Cherng's，作品風格以黑白色調、簡單線條，再加上幽默的對話，敘述生活的趣事和觀點。不到兩年的時間粉絲人數就直衝 70 萬。作家 Cherng's 一開始是在自己的臉書上分享自己的作品，後來朋友為他設立一個粉絲專業，不久作品一炮而紅，這使他持續的創作。除了出版作品，馬來貘的日常生活用品、服飾甚至家用電器隨處可見，其中印有馬來貘圖樣及代言的家用電器用品和礦泉水還創下不凡的銷售業績。



(圖 5) Cherng's 合作代言商品 (註九)

三、網路插畫的功臣—《más más》

隨著現今插畫的蓬勃發展，帶動了圍繞在一旁的周邊商機。插畫家放在臉書等各個平台上的作品被挖掘、之後出版成冊，漸漸地，如果書本成功大賣，周邊商品就開始一一竄出。經過仔細瀏覽和實際參訪過各大網路購物平台及書店後，我們幾乎都能夠在之中尋找到插畫家的相關商品。

另外，說到有關插畫家們的周邊商品，就會想到《más más》，成立於 2012 年，一個提供設計師們盡情揮灑的網路設計平台，所呈現的是一種對生活

的態度，不單單只是販售一項“物品”，而是設計師及創作家們的共同創作。成功捧紅的當代知名插畫家包括《H.H 先生》及《Cherng's》。分別在台北、台中及嘉義都有實體店面。

(一) 創立目的

不再像以前的藝術創作者只能靠自己單打獨鬥，《más más》提供量身訂做的品牌行銷策略，促進設計師們的合作交流和跨界創作發展的能力。「挖掘新生代設計師及藝術創作者，讓他們成爲一個品牌」這就是《más más》想做的事。

(二) 發展策略

- 1、挖掘設計師及創作者，提供經濟服務並量身訂做行銷策略，幫助打亮作品能見度及知名度。
- 2、促進設計師間的合作交流，培養跨界創作能力及異界結盟，發展市場效應。
- 3、先前累積的品牌打造經驗，回饋相關學術單位，鼓勵培育下一代設計創作種子。

四、問卷調查結果與分析

本問卷調查以國中、高中和大學生爲研究對象，共發放 190 份問卷，分別是國中 60 份、高中 70 份和大學 60 份。實施問卷調查，將問卷結果以統計圖表方式呈現，如下：

(一) 基本資料

(表 2) 學生對網路插畫的關注比例

基本資料	填答者資料
學歷	國中佔 32%，高中佔 37%，大學佔 31%
性別	國中男性佔 11%，女性佔 21% 高中男性佔 13%，女性佔 24% 大學男性佔 16%，女性佔 15%
會關注插畫	國中佔 26%，高中佔 36%，大學佔 27%
不會關注插畫	國中佔 6%，高中佔 0%，大學佔 5%

由(表 2)我們能夠得知三個階段的學生不論男女，對於網路插畫普遍都能接受且總關注率高達 89%，代表著關注網路插畫的趨勢早已在學生中盛行且蔓延。

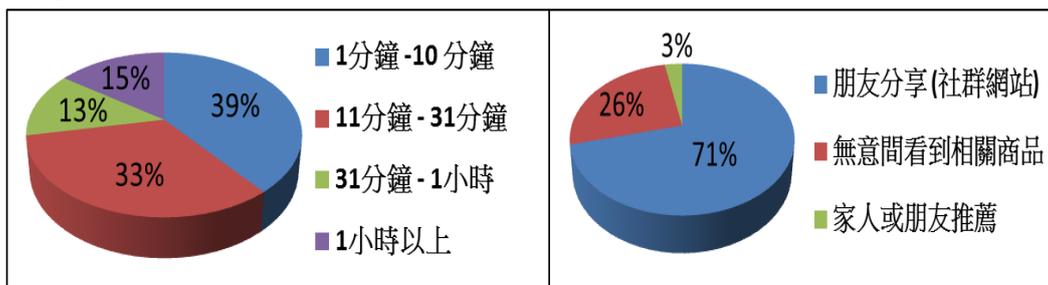
(二)對插畫家的喜愛與滿意度

1、平均一天大約花多少時間使用網路或臉書關注插畫（包含手機）

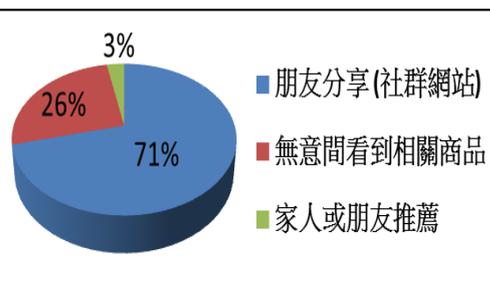
透過（圖 6）我們能夠得知，平均一天花 1-10 分鐘使用網路畫臉書關注插畫的比例佔大多數，其次依序為 11-30 分鐘、1 小時以上和 31-1 小時。

2、如何得知網路插畫家的消息

我們將管道分為三個選項，由（圖 7）所顯示，第一是藉由朋友在社群網站上分享，第二是無意間看到相關商品，第三是家人或朋友推薦，藉這三個管道得知插畫家的消息。因現在社群網路的盛行，插畫家在第一時間就會把作品上傳到自己的粉絲專業，人們主要藉由“分享”使關注網路插畫家的人越來越多。



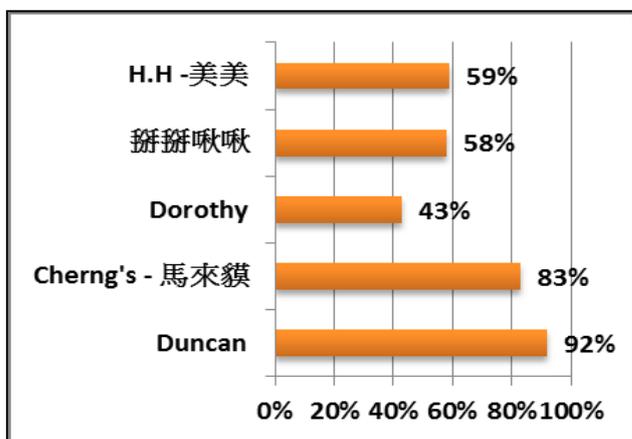
（圖 6）平均一天關注網路插畫的時間



（圖 7）如何得知網路插畫家的消息

3、聽過的插畫家

在社群網路上有許多的網路插畫家，我們從所有的網路插畫家當中選出最知名的五位，由調查結果如（圖 8）和（圖 9）可以發現，Duncan 是這五位中最紅的。由於作品風格搞笑，忠實呈現現實生活中的自己，較其他畫家更能夠使觀賞者產生共鳴，故成為大家最熟能詳的插畫家。



（圖 8）聽過的插畫家（可複選）

插畫家	排名
Duncan	第一名
Cherng's	第二名
H.H	第三名
掰掰啾啾	第四名
Dorothy	第五名

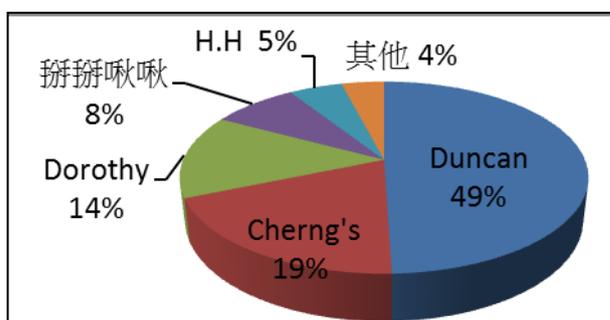
（圖 9）聽過的插畫家排名

4、最喜歡的插畫家

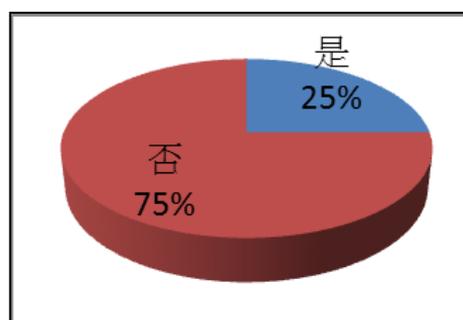
每一位插畫家都有一個屬於自己的風格，從（圖 10）了解，大多數的學生都喜歡 Duncan，部分是因為他的作品搞笑使人放鬆，部分因為他畫出了現實生活中的大家，得到第一名當之無愧。排名第二的是 Cherg's - 馬來貘，好笑又具戲劇張力的圖畫，成為大家最喜歡的插畫家之一。第三是 Dorothy，總是以一個小人物加上一句勵志的話語，鼓勵了許多分絲，成為粉絲心目中的心靈導師。

5、是否聽過默默文創這個網路平台

由（圖 11）可以得知，在這 170 位學生中只有 25%的人聽過這個網路平台，75%的人是沒有聽過的，因為大部分的人只會關注插畫家的作品，而較不會去注意捧紅他們的公司，就像我們會去關注一位歌手，而不會注意他的經紀公司一樣。



（圖 10）最喜歡的插畫家



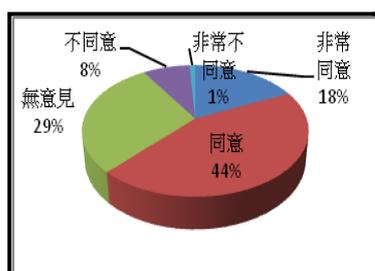
（圖 11）是否聽過默默文創

6、插畫家的影響

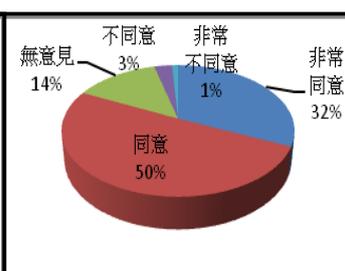
在「藉由插畫家來關注時事」方面，如（圖 12）所示，大部分的學生認為網路插畫家的作品能幫助他們關注當前的時事。

在「增加對學習的效益或是閱讀意願」方面，如（圖 13）所示，插畫可以幫助學生對於學習上的內容更了解或是增加閱讀意願。

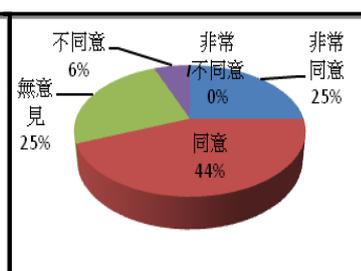
在「品牌找插畫角色代言，而關注此商品」方面，如（圖 14）所示，插畫角色能帶動部分學生們關注某品牌的商品，甚至是購買此品牌的商品，產生了更多的商機。



（圖 12）藉由插畫家來關注時事



（圖 13）增加對學習的效益或是閱讀意願

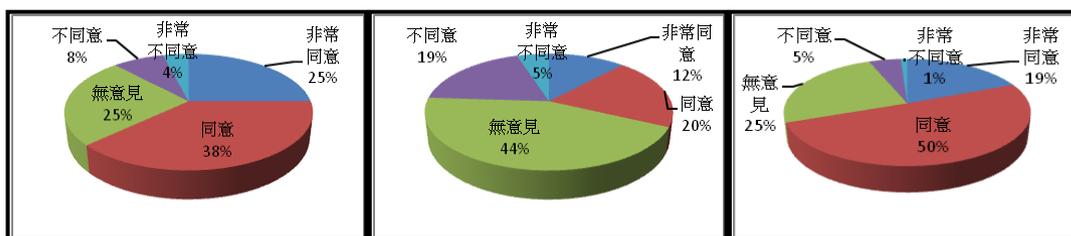


（圖 14）某品牌找插畫角色代言，而關注此商品

在「成為朋友間的話題，有更多的想法」方面，如（圖 15）所示，關注插畫家或是插畫家的作品能成為學生們的話題，並產生更多的想法及對事物之見解。

在「激發想像力或靈感」方面，如（圖 16）所示，部分學生認為能藉由插畫來激發想像力以及靈感。

在「對想成為插畫家的夢想產生更多動力」方面，如（圖 17）所示，學生對想成為插畫家的夢想產生更多動力都表示無意見，有少部分不認同，有少部分認同。



（圖 15）成為朋友間的話題，有更多的想法

（圖 16）激發想像力或靈感

（圖 17）對想成為插畫家的夢想，產生更多動力

參●結論

從遠古時代就有的插畫，一直流傳到現代；從壁畫演變成在紙上作畫，再到現代的網路插畫，它並沒有因為時代的改變而沒落，反之，是越來越盛行。從問卷的數據中，我們發現，網路插畫已經成為學生不可或缺的一部分，他們藉由關注網路插畫來放鬆、關注時事，甚至成為朋友之間的話題，因而促使身邊的家人朋友們去更關注網路插畫。有些人也會為了自己喜歡的畫家，購買周邊商品或是參加畫家的簽名會等，帶動了無限的商機。

本次專題問卷研究最大的發現是得知在隨機發放的 190 位學生中，就有 170 人平時有關注網路插畫的習慣，這證明了網路插畫已成功在廣大的學生群中受到歡迎；而大多數人接觸網路插畫的管道—社群網站（facebook），也成為新生代插畫家普遍越來越愛用的分享作品方式，社群網路的“按讚”及“分享”功能加速了作品傳播速度，遠超過以往的紙上作畫再出書或是刊登在平面廣告，大大增加作品的曝光率及知名度。

由問卷的數據顯示，大多數的學生，都是藉由朋友的分享得知插畫家訊息的來源，而開始關注網路插畫家。呈現時事的議題和幽默搞笑的風格，是最受學生歡迎的類型，而最具代表的人物就是 Duncan，不論是在聽過的畫家中，還是最喜歡的畫家，他所佔的比例都是最高的。

結合以上的敘述，我們可以得知，在現代，因為網路盛行造成網路插畫家被受關注，然而，網路插畫對於學生的影響也是相當大的，它可以激發學生的想像力，讓部分想成為插畫家的學生擁有更多的動力，除此之外，插畫不再單純只是娛樂，而是現代社會的主流之一。

肆●引註資料

註一：維基百科。103年10月10日，取自

http://zh.m.wikipedia.org/zh/Windows_Live_Messenger

註二：維基百科。103年10月10日，取自

<http://zh.m.wikipedia.org/zh-tw/%E7%84%A1%E5%90%8D%E5%B0%8F%E7%AB%99>

註三：三魚 I reader。103年10月17日，取自

http://www.ireader.cc/index.php/book/book_push?commend_sn=86873

註四：H.H 先生（2014）。美美的逆襲。臺北市：三采文化出版社

註五：Etoday 新聞雲網。103年10月17日，取自

<http://www.ettoday.net/news/20140614/367646.htm>

註六：Google。103年10月17日，取自

<https://www.google.com.tw/search?q=dorothy%E6%8F%92%E7%95%AB&biw=1024&bih=673&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=hoRkVKbVJ6OxmAWR4oK4Bw&ved=0CBsQsAQ>

註七：Yahoo。103年10月17日，取自

<http://tw.tech.yahoo.com/news/臉書插畫分享正夯-12位超人氣插畫家大集合-062300228.html>

註八：平面及插畫。103年10月17日，取自 <http://www.dfa.hk/Works/Display/1105>

註九：多喝水官網。103年10月17日，取自

https://www.morewater.com.tw/water_act2014/