



朝陽科技大學
工業設計系

碩士論文

階級意識形態影響設計哲理產生變化的方式與意義
The influences with Class Consciousness in the Conceptions
of Design Philosophy

指導教授：諸葛正 博士

研究生：彭萱茲

中華民國 99 年 7 月 7 日



朝陽科技大學工業設計系

Graduate Institute of Design

Chaoyang University of Technology

碩士論文

Thesis for the Degree of Master

階級意識形態影響設計哲理產生變化的方式與意義
A Discussion on the Influences of Class Consciousness in the
Design Philosophy

指導教授：諸葛正博士 (Chuko, Cheng)

研究生：彭萱茲 (Peng, Syuan-jhin)

中華民國 99 年 7 月 7 日

July 7, 2010



設計人工物是源自於人類（使用者）因應生活中各項使用上的需求所產生，由此可見設計此一領域的歷史脈絡發展，不免會涉及到社會中的經濟、文化價值塑造，並且相互影響。本研究所探討的階級意識，事實上已長久駐在人類社會文明與設計行為的發展史中，並持續影響著後世造物者（設計者）的設計思維。

因此本研究從人類社會階級意識形成思考為出發點，解析人類從事設計行為中所內含與外顯的階級意識形態意涵，無論是明顯外放，還是深入潛藏的表現方法。而許多從事設計的工作者，由於多半受社會價值觀同化影響而不自覺，或者是有意製造出內含階級意識形態的設計人工物。所以，實際還原並檢討其影響範圍與程度，判斷其對設計哲學思考與設計行為的發展有何重大影響關鍵，以反思這些影響對設計者的設計思維之影響力，便成為本研究的發展重點所在。

根基於此，本研究期望透過各類文獻分析，實際檢視設計者所產出的各式設計人工物背後，所隱含的階級意識形態，並從裝飾與功能兩個截然不同的設計思維導向，作為本研究解析的主要脈絡。探討從古至今各式設計人工物中的階級差異化的呈現手法，以進一步反思階級差異化設計手法對人類社會的影響範圍與程度。主要有以下三點目的：

1. 探討設計學（設計人工物）與社會學（階級意識）間類似思想的關連性與交集引用可能性，以為後續發展奠定基礎。
2. 蒐集彙整各式設計人工物案例，分門別類按設計領域常用的分類法則，區分出裝飾與功能等類別，進而分析其在階級意識形態上的差異程度與影響範圍，以思考人類設計行為背後所隱含階級意識形態的影響力與重要性。
3. 從上述案例的彙整中，進一步解析提示設計教育哲學未來發展的可能性。

至於本研究的成果則為：

1. 從古至今人類刻意形塑階級產物的思維動機，在過去是基於統治者方便管理百姓與展現地位區隔所使用的一種手法。並利用民眾對天神的崇敬心態，將虛擬神格的思維元素，設計套用在自己身上，使大眾遵循於此。而類似作法至近代，則逐漸轉向為商人謀取利益，與滿足消費者炫耀性的心理需求所產出的結果。
2. 設計者刻意製造階級差異化的用意，主要仍源自於上層社會階級人士的



思維操控影響。上層階級透過各式設計手法，形塑出各式含有貴族意識表徵的設計產物，來滿足人類的虛榮心。加上畢竟下層社會階級人士的財務運用能力有限，所以還是只有少數上層社會階級人士得以使用較高層次的設計物，而下層社會階級人士終其一生，大概只能停留於仿效與追求類似於貴族物質享受的設計物使用階段。而這些憧憬都成為上層社會階級人士得以持續支配下層社會階級人士的最好手段。而設計師在這整個過程中，則是扮演起協助形塑階級差異的角色扮演，不管是有意還是無意。

3. 人類形塑這些階級產物，不外乎就是刻意（當然也有無意的可能性）要在人類身上貼上無形標籤，讓社會階級化的結果更加明顯。在整個上層社會階級人士使用產物的形塑過程中，可以發現通常造物者會利用過去對上層社會階級既有的刻版印象繼續加以仿製，基本上這也是最容易提高設計品身分地位的基本技巧。
4. 設計者接受雇主要求從事設計產出，並盡力滿足雇主的需求，通常上層社會階級人士的設計物擁有慾較強，也較花得起大錢去要求更為高貴的設計物（同時代表著昂貴）。所以在無形中設計者自然也會去思考，如何去滿足這類要求為其重要設計發展上的目標。只不過這仍無法掩蓋的是設計者事實上，仍是助長社會階級意識形成的一個重要助力來源。
5. 設計的未來發展上，若是能夠創造出大眾都可適用，不再受限於資本、政治家所創造出來的價值觀，或許也是個遠大的終極目標。至於目前，是否可以在執行設計行為的同時，也能稍加思索這類問題，以培養出正向的設計道德觀，而不單只是汲汲營營地以利潤為目的，或許便可以舒緩這類思維情緒的影響力。
6. 反思目前設計教育的課程規劃，似乎重新思考這類意識形態的灌輸方法，就是增加相關課程，以鼓勵學生多去思索這類議題。在目前既有的設計史課程就是讓學生回歸設計本質的基礎課程，若是能再多增加階級意識設計哲理這類課程的授課討論比重，或許是更可以引發學生（未來的設計師）進行自省的極佳方法。

關鍵字：階級、設計思維、設計哲理、設計史、設計文化



Artifact designing is originated from humans' invention in order to confront with ways of living, thus it can be seen in history of specific subjects, however it would effect upon the future of social economy and expression of cultures. According to this research, the class consciousness, is consciousness of one's social class or economic rank in society, which is defined as a category of people having a common relation to the means of production, in fact, has already implemented to human civilizations and social behaviors for centuries, but also continually influence on the designers' design thinking of the following generation.

This research is where to start from analyzing in the form of class consciousness, and then explain how these kinds of behavior or method can affect the result of representations. Most of people working in designing, didn't realize that these actions and concepts are one of the important factors on artifact designing. Accordingly, this topic has become part and parcel to discuss how important the designer's creation can be influenced by their consciousness imaginations and behaviors.

The depiction of this research, collected from the reviews of productions and articles which created by the designers, to extract the resources and details from the designing, moreover, it tells the difference between adornment and functionality, furthermore, this research will also explain how the designer's creation for each self environment can be influenced by some particular form of class consciousness, and the coverage of influences on human society.

There are three purposes as follows:

1. Explore their similar thoughts' quoting possibility on association and the intersection between designing (artifact designing) and sociology (class consciousness), thus it will be a good base for future developing.
2. Collect and classify different cases of artifact designing, distinguish adornment and functionality.
forms and so on using the popular category principle in the designing field, and then analyze their ranges of difference and effects on class consciousness, thus to measure the power of influence and the importance of class consciousness hidden in humans' designing.
3. According to the classified cases above, further analysis and clues are given about the possibilities of future development on design education and philosophy.

These are the results of this research:

1. Humans always intend to mold the class product down the ages. It was a kind



of thinking motivation commonly used to rule the populace or to display their status by rulers in the past. They made use of people's respect on godliness, redesigned the thinking way of the virtual godliness for the use of their own and then talked the mass into obeying this. This has been used for merchants to gain benefits, as well as for consumers to satisfy their showy psychology nowadays.

2. Designers who make class differentiation are affected by the mind control of the upper class. The upper class makes products with identification of nobility through various designing skills to satisfy humans' vanity. As the lower class has limited financial ability, the designed products with higher quality will only be used by the upper class. Thus for a lifetime the lower class can only stay in the using stage of Design 5 to live after the noble's material comfort. This longingness is used as the best way by the upper class to govern continuously the lower class. Purposely or by accident, designers help to build up class differentiation in the whole process.
3. Human beings create class to attach intangible labels to themselves on purpose (it's possible to do it by accident), intensifying the result of social classification. In the creation of goods used by the upper class, the producers are inclined to copy the existing inflexible images of the upper class, because it's a basic skill to raise the status of the design product most easily.
4. The designers create as required by the clients. Usually people from upper class are more possessive for design works, and they have enough money for noble designs (meaning being expensive at the same time). To satisfy their demands becomes imperceptibly the most development goal for designers. But actually, the designers are still the key source of developing class consciousness.
5. It may become a big and extreme goal to create designs applicable for the masses without being limited by capital or value made by politicians. If designers can think about this kind of questions during creation to have a correct moral value of design, not only seeking for profits, they may weaken the effects from the idea of class division.
6. For present curriculum plan in design education, it seems that the way of driving people to rethink about the kind of ideology is to add related courses for encouraging students to ponder the issue. The existing course of design history is a basic introduction of designing essence. To lead students (future designers) to introspect, it would be better to add teaching and discussing about the design philosophy based on class consciousness.

Key words: class; design thinking; design philosophy; design history; design culture



本論文得以順利完成，首先要感謝我的指導教授諸葛正老師。在老師嚴謹的治學態度帶領之下，常在我迷惘的時候給予最細心的指導及建議，並一路陪伴我完成論文撰寫，拓展我的研究視野，在此獻上由衷的感謝。

同時感謝王瀟苒老師、范以欣老師在繁忙之中撥冗擔任我的論文指導委員，並給予諸多指點及寶貴建議，使本論文更趨於完整。在朝陽這段期間也感謝陳建男、林登立、王桂拓、曾永玲老師的提攜與照顧。

所有諸葛研究室的學長姐瑩貴、憲政、昇祐、嘉祥、由宜、麗芳、曉筠、憶玲、屏玉，以及柄憲、艾容等，和其他研究室的同學與學弟妹們，由衷感謝您們的支持、鼓勵與幫助，讓我的碩士生涯多采回憶。同時感謝明謙，謝謝你在研究所這段期間給予我精神心靈上的支持與鼓勵。以及謝謝雪嬌姨、清壽叔您們的關心與照顧。

也要謝謝父母親的養育與教誨，及不管遇到多少挫折與困頓都給予我精神及生活上最大的支持，這段時間辛苦您了，也期盼自己有朝一日能夠完成您們的心願。

碩士階段雖然於此畫下句點，在研究所這段期間伴隨結束而來，僅接著則是人生另一個起點的開始。在此將小小的成果獻給關心、厚愛與包容我的諸多親朋與好友。

彭萱茲 謹誌於2010年7月



目 錄

中文摘要	I
英文摘要	III
謝誌	V
目錄	VI
表目錄	IX
圖目錄	X
一、緒 論	1
1-1 研究背景與動機	2
1-2 研究目的	8
1-3 研究流程	9
1-4 研究架構	10
1-5 文獻分析	11
1-6 研究範圍與限制	19
1-7 名詞釋義	20
二、階級意識的既往概念與重要特質	22
2-1 西方社會階級與階層化概念的生成簡史與哲學觀	23
2-1.1 馬克思學派對於階級意涵的哲學觀	27
2-1.2 韋伯學派對於階級意涵的哲學觀	31
2-2 東方社會階級與階層化概念的生成簡史與哲學觀	36
2-3 社會階級與階級化概念的重點回顧	37
2-4 馬克思、韋伯的藝術美學觀	42
三、從裝飾手法中所展現出的階級意涵	45
3-1 紋樣中所透露出階級意識的可能源頭	47
3-1.1 作為階級識別用途的各種裝飾（含圖紋）設計	53
3-1.2 從徽記中看識別設計的階級意涵	55
3-1.3 吉祥圖紋成為貴族階層的專屬標籤	57
3-1.4 圖紋加諸於服飾上所形成的階級意義	65
3-1.5 品牌形象（標誌）中所形塑出的階層形象	74
3-1.6 彰顯地位之軍徽設計	80
3-2 色彩文化中的階級意識形態	83
3-2.1 原始色彩中所透露出階級意識的可能源頭	83
3-2.2 中國古代服飾色彩中所顯示出的階級意識特徵與意義	85
1. 周代禮儀形制中所形成的階級服色	85
2. 春秋戰國時期紫色的階級流動性	88
3. 秦漢時期運用無彩色（黑、白）進行階級區分設定的思維	89



4.魏晉南北朝時期自由曠達哲學所影響的階級色彩轉變 ..	90
5.隋唐時期多元文化衝擊下所形成的新階級服制意識	92
6.宋朝時期文人治理社會所推崇的樸質階級色彩	93
7.元代時期北方族群所帶來的本族權貴色影響	95
8.明清兩代之延續彰顯傳統階級服色制度	95
9.近代服飾文化逐漸西化後階級意識隱入服飾中的隱性意義	102
3-2.3 近代運動競技中所繼承的傳統階級意識	103
3-2.4 器物材質與階級意識色彩的關係	106
1.特殊材料與尊貴色的聯想	107
2.從消費心理看汽車的階級色彩形塑	109
3-3 小結	112
四、從器物使用與空間配置角度思索階級意識概念	115
4-1 器物機能上所體現的階級意識	116
4-1.1 刻意塑造非勞動行為所延伸出的各項貴族產物	116
1.飾品中的附加功能所展現的權貴象徵	117
2.貴族婦女的階級服飾設計（從束縛與限制的角度審視）	119
3.近代產品透過各式廣告宣傳以表現階級意識的運用手法	123
4-1.2 器物尺寸、排列次序設計所形成的階級意識形態	128
1.傳統器物的高低、數量多寡所形成的階級象徵	129
2.近代設計產出物中的次序概念所形塑的階級印象	131
4-2 室內空間配置上所能體現的階級設計意識	137
4-2.1 建築空間配置上的階級設計意識表現	138
1.原始時代的空間配置與階級差異設計	139
2.私人空間設計配置上的階級關係	141
3.宮殿中的空間配置方式所展現出的階級地位意識	148
4.近代公共辦公空間中所體現的階級意識設計	154
4-2.2 空間動線規劃所體現的階級意識	160
1.古代建築中的空間配置影響動線規劃上的階級表徵	161
2.近代室內動線規劃所展現的階級差異	162
五、結論—當階級意識形態影響設計思維	165
5-1 形塑階級設計物的思維動機	166
5-2 階級差異化的設計表現方法與歷史發展特徵解析	167
5-3 階級意識設計實際運用的方法與原則	176
5-4 設計者的階級意識對設計思維與行為運作上的影響	178



5-5 階級意識形態設計的未來發展？形塑貴族？還是人人共享的庶民 化設計？	180
5-6 從階級設計思維的形成討論設計教育的未來.....	181
參考文獻	183



表目錄

表 1-1	各類近代設計論書籍中的「設計」定義.....	5
表 1-2	社會學相關領域.....	13
表 1-3	設計學相關領域.....	16
表 2-1	柏拉圖的理想階級劃分.....	27
表 2-2	馬克思、韋伯的哲學觀一覽表.....	36
表 2-3	階級與階層定義整理一覽表.....	42
表 3-1	原始時代人體裝飾發展的三階段.....	55
表 3-2	族徽當中「亞」形的解釋簡引表.....	59
表 3-3	族徽當中「冊」形的解釋簡引表.....	60
表 3-4	具尊貴象徵的圖紋一覽表.....	65
表 3-5	舜治時期的十二章之制.....	70
表 3-6	十二章制圖紋意義.....	70
表 3-7	服飾中的龍紋層級發展系譜.....	71
表 3-8	商代平民與貴族的圖紋服飾之裝飾區別.....	72
表 3-9	明代文武官員補服的使用等級一覽表.....	73
表 3-10	明代公服圖紋使用規定.....	73
表 3-11	清代文武官員各等級使用補服一覽表.....	74
表 3-12	清代男冬朝服制.....	75
表 3-13	清代女冬朝服制.....	75
表 3-14	清代蟒袍特徵性一覽表.....	76
表 3-15	高級品牌所塑造出上流階層價值感之形成原因與象徵.....	80
表 3-16	台灣軍徽設計.....	86
表 3-17	周代之男服色.....	91
表 3-18	周代之女服色.....	91
表 3-19	秦代服飾色彩.....	94
表 3-20	東、西漢代服飾、帽的色彩使用規範.....	94
表 3-21	魏晉南北朝的服色制度.....	95
表 3-22	隋朝服色.....	94
表 3-23	唐代的服飾色彩.....	94
表 3-24	宋代服飾色彩制度.....	98
表 3-25	元代的服色階級.....	99
表 3-26	明代的公服制度.....	100
表 3-27	清代朝服使用色彩.....	101
表 3-28	歷代貴族與平民服色的形成因素.....	102
表 3-29	中國古代社會貴族與平民色彩使用的象徵與心理因素.....	106



表 3-30	格鬥類運動競技中綁帶所揭示的色彩階級.....	108
表 3-31	色帶名稱、級數與其意義.....	109
表 3-32	各階層對汽車色彩的偏好度.....	113
表 4-1	表徵階級意識的相關詞彙與器物並陳時的設計表現手法	131
表 4-2	形塑貴族階級形象的各式表現手法.....	134
表 4-3	近代辦公室中主管與員工辦公桌椅的階級差異設計手法之比較	138
表 4-4	傳統至近代產物含有次序性概念所形成的階級象徵	142
表 4-5	形塑豪宅印象的常用設計表現手法.....	151
表 4-6	階級意識於室內配置上的表現方式.....	162
表 4-7	豪宅室內空間之主臥室與傭人房的一般配置規劃.....	166
表 4-8	階級意識於室內動線上的表現方式.....	169
表 5-1	形塑貴族階級感的設計原理.....	176
表 5-2	表現平民階級感的設計法.....	181
表 5-3	形塑階級設計物的慣用設計法則.....	184



圖目錄

圖 1-1	研究流程與內容.....	11
圖 1-2	研究架構.....	12
圖 2-1	亞里士多得理想的政治制度.....	27
圖 2-2	馬克思理論中的下層結構（基礎）與上層結構圖.....	31
圖 2-3	墨子的階層劃分.....	38
圖 2-4	布魯格爾的鄉村婚宴圖.....	44
圖 2-5	社會主流關係的形成圖.....	45
圖 3-1	陶孕婦像.....	50
圖 3-2	魚紋.....	51
圖 3-3	蛙紋.....	51
圖 3-4	維納斯.....	51
圖 3-5	玉龍.....	51
圖 3-6	商代饗饗紋鼎（左）、新石器時代中期彩陶盤（右）.....	57
圖 3-7	獸面紋.....	58
圖 3-8	族徽-亞字.....	58
圖 3-9	族徽-冊字.....	59
圖 3-10	翼獅.....	60
圖 3-11	周代的龍紋（左）、鳳紋（右）.....	61
圖 3-12	仕女與龍鳳.....	62
圖 3-13	穗狀雲紋.....	62
圖 3-14	神龍（身附羽翼）.....	63
圖 3-15	異獸.....	63
圖 3-16	十二章紋.....	68
圖 3-17	蟒服.....	75
圖 3-18	LOUIS VUITTON 皮包.....	80
圖 3-19	仿冒(右)LOUIS VUITTON 皮包.....	81
圖 3-20	第二次世界大戰德國「陸軍」軍徽設計.....	83
圖 3-21	第二次世界大戰德國「海軍」軍徽設計.....	83
圖 3-22	第二次世界大戰德國「空軍」軍徽設計.....	84
圖 3-23	中國彩陶上的紋面.....	88
圖 3-24	現代原始民族的紋身.....	88
圖 3-25	正色與間色圖.....	91
圖 3-26	五方色.....	92
圖 3-27	1930 年代貴族紳士.....	106
圖 3-28	黑帶等級區分.....	108



圖 3-29	英國議會.....	111
圖 3-30	鍍金的高貴產品.....	111
圖 3-31	7-11 的跳舞公仔（紅框內為限定版）.....	111
圖 3-32	福特 T 型汽車.....	112
圖 3-33	福特汽車.....	113
圖 3-34	英國首相及眾多顯臣都搭黑色的汽車參加傳統的賽馬大會.....	113
圖 4-1	簪釵.....	122
圖 4-2	纏足.....	123
圖 4-3	19 世紀的油畫（畫中貴婦蓮足，兩旁服待的女傭則是大腳）.....	123
圖 4-4	旗袍.....	125
圖 4-5	婦女勞動之服飾.....	125
圖 4-6	十五世紀束帶.....	126
圖 4-7	十六世紀時的束衣樣式.....	128
圖 4-8	女傭協助貴族女子穿著塑衣.....	128
圖 4-9	塑身衣代言廣告.....	129
圖 4-10	孫云云代言的日立洗衣機.....	129
圖 4-11	主管椅.....	130
圖 4-12	皇家床墊.....	130
圖 4-13	胡牀.....	135
圖 4-14	鷓冠（左）、單板長冠（右）.....	136
圖 4-15	貴族與平民床.....	140
圖 4-16	日本時裝秀場.....	141
圖 4-17	太陽崇拜.....	145
圖 4-18	前堂後室的空間配置.....	145
圖 4-19	前堂後室的陵墓.....	146
圖 4-20	巴黎生活的五個階級.....	147
圖 4-21	左到右分別為主人辦公室、兒童房、玩具房.....	148
圖 4-22	左到右分別傭人房、燙衣房豪宅客廳.....	148
圖 4-23	豪宅室內配置圖.....	148
圖 4-24	豪宅客廳.....	149
圖 4-25	傳統四合院建築.....	152
圖 4-26	紫禁城階梯.....	152
圖 4-27	河北興隆縣住宅（左）、江蘇松江縣泗區民樂鄉住宅.....	154
圖 4-28	馬爾卡達王宮室內配置-宮婦房間.....	154
圖 4-29	左-王宮的後宮部分平面圖，右-亞瑪拿的貴族住宅平面圖.....	155
圖 4-30	圓廳別墅配置圖.....	155
圖 4-31	辦公室室內配置圖.....	157



圖 4-32	辦公室室內空間配置圖.....	158
圖 4-33	環繞式位置排列方式.....	158
圖 4-34	並排位置排列方式（越往上資歷或層級越高）.....	159
圖 4-35	拉金企業行政大樓-中間辦事員、左右主管.....	160
圖 4-36	四合院.....	160
圖 4-37	亞瑪拿的貴族住宅平面圖（主臥室房必會先經過夫人室）.....	163
圖 4-38	台灣永久公司高雄分公司室內配置圖.....	164
圖 4-39	中型辦公室的室內配置.....	165
圖 4-40	豪宅 1 樓空間室內配置圖.....	167



第一章 緒論

設計人工物是源自於人類（使用者）為因應生活中各項使用上的需求所產生，由此可見設計此一領域的歷史脈絡發展，不免會涉及到社會中的經濟、文化價值塑造，並且相互影響。在過去人類器物的發展史中，人類自有文明開始，從只為滿足生理，然後逐漸走向滿足心理層面需求目的發展。這之中的某些器物演變至今，除可能會具有實用，或是具有裝飾用價值外，其實符號形式的設計意涵，也就是本研究所欲探究的代表個人身分、地位表徵的設計物，其實亦或多或少、直接間接地影響著人類設計哲學與行為的發展過程。

因此，本研究主要是從人類社會階級意識形成的思考為出發點，解析人類設計行為下所內含與外顯的階級意識形態意涵，這其實也是透露出設計物的產生，其實除現今設計教育所經常強調為社會大眾未來福祉而服務的主要教條目的之外，仍會同時含有許多需要被思考與檢視考量，其實質影響力的設計思想，就像本文所談的階級意識，或是其他像是性別意識、綠色思想等思考哲理。設計人工物其實是因應需求而產生階級等級意識，只是大多數從事設計的工作者由於多半受社會價值觀同化影響而不自覺，或者是有意為之。梳理這些設計哲理的影響範圍與程度，並進行反思，應該也是設計教育發展上一個非常需要被關懷與重點檢討的課程項目內容。



1-1 研究背景與動機

在西方科學中，所謂的階級就是依照特定目的、標準所劃分的社會群體，主要是描述社會的不平等現象。「階級」的意涵，於說文解字中，「階」凡縱向層次高下的就可用「階」這個名詞，如階梯用法便有此意。而「級」解釋為示次第也，有等地高下之意。因而「級」也有縱向層次，但「級」指的是階之內的不同層次。至於，「階級」出現在中國典籍中的用法，先是指「物」的生活用語，近似於階梯及台接的用法，例《日講四書解義》卷七中「下堂而出降階級一等舒其顏色¹」所述。這裡的階級用法據范珍輝於《階級與社會》一書中所指出，所謂的階級使用對象為「物」，而非指人的階級。而正式開始使用階級這個名詞，是羅馬監督官為收稅方便，分成各種納稅集團，最高的一級一年繳稅十萬以上羅馬幣，最低的一級則完全免稅。因為他們除子女以外一無所有，經濟狀況僅稍勝於失業遊民一籌。由上述內容中可瞭解階級此一名詞是過往主要是用來分類人民所得，等同於區分性別、職業，似乎表現上只是屬於統計上的一個項目，非含有任何的政治意義，對於社會似乎也是無害。直至十九世紀以後，這個名詞在用法上才開始正式被搬上檯面，並開始產生極大影響變化。它開始被賦予代表身分地位的意涵，是一項人類心理意識形態的主要外顯表徵之一。

提及社會「階級」理論，不可忽視的其實是馬克思與韋柏兩位社會學者過往曾提出的相關見解。他們對於「階級」此一名詞分別有其各自不同的見解定義。其中馬克思認為，階級是發生於生產方式中，「是否擁有生產工具」，具有決定階級的影響力，因此他將階級區分為擁有生產工具的「資產階級」，以及沒有生產工具的「無產階級」兩大勢力。而相對於此，韋柏學派則主要認為階級是發生於市場之中，且不止於勞力市場中，還有貸款、財貨市場等處皆可見其影響力。故韋柏將市場中劃分為「優勢階級」及「劣勢階級」。綜觀兩位學者各自對階級的見解，可以得知似乎擁有較多資本者就會被歸屬為上層優勢階級，反之，較為弱勢的勞工階層則被視為是劣勢階級。馬克斯便認為階級產生無可避免的是人與人互動下，為各自利益（如勞資雙方）所產生衝突下的必然結果。

然而除西方有這樣的社會現象外，事實上在東方自然也自古便有這種類似的階級制度存在。像是中國，我們多半可以從中文裡常見講究倫理、尊卑、貴賤、長幼等詞語。從中來看，這些詞語其實都隱含帶有人與人之間階級次序的涵義（這並不一定完全都帶有好壞價值判斷，但經常會有）。追溯至中國秦代，中國建立封建制度開始時，便已將階級劃分成天子、諸

¹庫勒納等撰，1986，日講四書解義（清），世界出版社，p.22。



侯、士大夫、庶人等五級，而其中所指的庶民便是平民。當時為服役方便，分工四民成為士、農、工、商。階級指的是官級高低、與社會所存在的身份差異。因此無論是西方或是東方，只要是有互動關係的群體，彼此間難免會因各自利益關係不同而有意無意地形成階級劃分。馬克斯便認為上階層剝削下階層勞工，造成諸多不平等的社會現象。因此在現今資本主義當道的社會當中，勞工階層被不斷導引成惡性循環下的犧牲者，他們受限於資本家的僱用，不斷的超時工作，僅為賺取微薄薪資，以求享有更好的生活品質。但拼命工作反而失去更多的生活品質(像是陪伴家人、休閒娛樂)，這也連帶使得勞工階層走上街頭等抗議革命性的行為出現。而階級制度雖說能平均分配勞力，即因材適所的優點，但不免造成勞工階層會輕易受到資本家的壟斷與控制，其所付諸的勞力與所得並不會成正比，在如此社會體制之下，勞工階層永遠無法擺脫被資本家支配的窘境，整體社會的發展似乎也因應這些資本家的權力需求而生，只因他們擁有強而有利的主導權，而這也就是當初馬克思主張共產主義(財產歸大眾所有)的最大始因。

事實上馬克思「階級」相關論述的影響力幾乎涵蓋人類生活的各項領域。最明顯的是在政治意識形態的分別上，使得近代社會經常被解釋分類成共產與資本主義兩大陣營。至於其他方面如藝術、歷史及文學等領域也皆受其全面性的影響，下文列舉幾項敘述：藝術領域方面，如《我們生活在不同的世界：社會學框作筆記》一文中所述：「創作者的美學意圖、欣賞者的美學認知、評論者的意見能力、藝術機構的陳列展示、收藏者的好奇與鑑賞，一套複雜的制度與儀式，為原本平凡無奇的物件賦予了神奇的魅力，反過來支配人們的想像，令人著迷、愛慕、崇拜。這正是馬克思所謂的物神崇拜²」，而強調馬克思的美學藝術思想，特別著重在意識型態，本文認知上層階級擁有生產能力，因而他們的觀點就是當代社會主流，不屬於此階級的人就得必須忍受他們的美學觀。而上層階級所主導意識型態的形成，則主要透過經濟的差異化來支配社會的整體趨勢(國家、科學、宗教、道德觀、藝術、家庭等)，其中藝術的美感便是這些眾多意識型態中的一種。若社會美感的標準受到上層階級教化，那麼僅是因為他們掌握經濟上的生產能力，所促使下層階級同化後所造成的結果，所以主流藝術似乎也因應著如此模式不斷重覆運轉。至於在歷史、文學領域方面，則如1848年馬克思與恩格斯合著的《共產黨宣言》中所提及：「所有社會歷史都是階級鬥爭史，壓迫者與被壓迫者處於對立的狀態³」。正所謂「一將成名，百士骷」，將軍為擁有更多的功名與權力，在揮舞旗幟鼓軍奮勇向前的時候，多少士兵為他戰死沙場，血流成河的來成就他的豐功偉業；又有多少皇帝

²朱元鴻，2000，我們生活在不同的世界：社會學框作筆記，台灣社會研究雜誌社，p.33。

³馬克思、恩格斯，2004，共產黨宣言，左岸文化，p.33。



穿上黃袍的同時，是多少奴隸們用著斑斑血跡，映附著他未來的錦衣玉食。因此探討階級意識問題，並不是特意為之，而是其本已長久駐在人類社會文明與設計行為的發展史中，且無時不刻影響人類的演化歷程，研究此類議題只是要還原其影響力的影響範圍與程度，以判斷其究竟能對設計哲學思考與設計行為的發展有何重大影響關鍵。自古以來階級意識已存在於群體社會當中，而在歷史文獻、小說中可屢見不鮮許多案例，自然地，設計領域也不例外。學「設計」的人似乎是經常被教育著為服務人群社會，解決人類生活問題，去進行創意性活動的基本模式如（表 1-1）所示。而設計物的使用功能性與裝飾符號意義，基本上皆來自於滿足人類需求的思索，這之中無論是用明顯外放，還是深入隱藏的方法去表現，都很容易瞭解到階級意識對設計哲學與行為的實質影響層面。

表 1-1 各類近代設計論書籍中的「設計」定義

出處	內容
基本設計 (蘭德)	由於在生活環境中，存在著許多不方便、不夠完美的事情，所以人類每每期望改善它，甚至想辦法創造出不同的新東西，代替原有的事物來滿足自己的需要，進而也滿足他人的需要。這種解決問題以滿足需要過程，我們可以把它稱之為設計。而解決問題以滿足需要就是設計的目的。所以設計也可以說是一種有目的的創造。
設計教育入門包 浩斯體系之應用 (武井勝雄)	人為一定的目的行動時，使用材料和工具而工作（或製作）時，從計畫到完成為止，所發生的精神作用便是設計。
平面設計原理 (王無邪)	設計為有目的性的創造。設計不同於繪畫或雕塑，後兩者為藝術家零件之呈現，前者為滿足人類的實用需求。一件圖象設計需在適宜的環境中為觀者所見，必須傳達一個意念。一件工業的製成品須符合用家的期望。
視覺傳達設計 (洪鼎)	設計源自拉丁文 Designre，其意為構想、計畫的意思；在文藝復興時期，Design 被解釋為畫家、雕刻家的草稿與構想，或是用記號表現計畫估量的造形。…設計系人類有意識、有目的、有計畫的創造行為，即是運用媒介物與表現方法，將抽象創意之構想使其具體化呈現出來。
設計概論 (邱宗成)	設計不只是一種職業，設計是一種解決生活問題的方式。
美術設計的基礎 (大智浩)	設計之任務就是改善環境，使人民之生活能得到舒適便利以及幸福之生活。

資料來源：本研究整理

而造成社會階級的產生，被經常提起的是「教育」所扮演的重要角色。在過去，受教育多寡經常是較高階層者用以代表判斷其地位的象徵條件之一。因此在如此的社會體制下，個人地位便經常取決於教育成就的高低，有時似乎教育的象徵性已遠遠超過其原本的功能性價值，因此教育可說是一種向上流動的途徑之一。當然這是一般普遍的客觀看法。不過現在其實也知道，教育的受教過程雖然一再強調機會均等，但較高階層的孩子，其接受高等教育的機會，相較於勞工階層孩子比較之下仍是高出許多，因為



高等教育不是義務教育，社會低階層的勞工子女，在各項經濟條件不足的情況下，必然得犧牲許多時間以彌補自身所能投注資本上的不足（譬如賺取生活經費），因此相較於高級階層的子孫，其受教機會不免會受到一些現實所迫，而形成社會階級再製現象，而非真正本來所要的社會階級流動結果（勞工子女長大成人後似乎還是只能繼承類似父母過去的職業，而很難向上層流動）。

類似於設計與社會牽連的影響關聯性議題其實遍佈於各個生活層面。像是過去工業革命主要帶來的後續效應就是勞動分工，最大的改變像是不再利用傳統單靠一位匠師來製作完成商品的生產方式，而是轉變成資本主義特徵式的職能分流形式，生產流程上出現重大改變，促使設計物的生產流程從單純手工生產模式，轉向機械化的大量生產模式。這也讓產品的設計生產過程被切分成老闆、設計師與技術人員間的溝通整合工作，也讓生產過程走向尋求效率卻也隨之複雜化的階段。而之所以會有如此現象產生，無庸置疑的是要讓製作流程更加提升效率與合理化之故。因此機械開始取代原有的人力，工作流程的切分也形成工作項目開始專業分割，而為節省專業分工後的人事成本支出，資本家為開始僱用工資低廉的女性與小孩，有些小孩甚至在惡劣的礦區或工廠工作，失去該有的童年生活。這是在產出後的設計物身上所無法得見的生產背景，但這也是設計行為形成的關鍵背景之一，無法說是因為看不見就能假裝不知道。設計在現今，經常被美感與時尚感等當代認知主流思潮所代表注視，卻也因此而甚少有設計人能認知對應設計學發展中，所存在社會性現象的重要影響層面。本研究探討的階級意識形態主題，其實也是這類社會性議題中的一種，甚至也可說是極其重要的一種，像是傳統中以來有所謂平民與貴族式器物的區別，便是一種代表典範認知。

19世紀後期，許多資本家因工業化而致富。當人類認知擁有龐大財富便是衡量社會地位標準，而這項標準似乎又只是表現在極力仿效貴族形式虛有其表、雜亂無章的裝飾性產品身上。或許對當時的歐洲人來說東方具有神秘又高貴的象徵，因此不斷的增相模仿他們所認知的高級製品形式。而相較於那些中產階級的奢華表現，一般的勞工階級便沒有那麼幸運，他們甚至連決定品味的權力也沒有。Adrian Forty在《Objects of Desire》書中便有所提及：「**even in this room, there was no sign of luxury, no accommodation for selfindulgent comfort or relaxation. The general standard of the furnishing of most servants' rooms was far more comfotless**⁴」。這便透露出階級意識已悄然的介入於設計物之中，透過設計物的造型

⁴Adrian Forty, 1986, Objects of desire, p.84。



或功能性不同來區分自己與他人的階級不同。

就現今的設計教育現況而論，因為強調創意設計，便經常會出現類似於藝術創作領域般，在技術與美感上不斷地要求與磨練。設計領域的莘莘學子，因此也多半不自覺自己所造出來的設計物，究竟會對這個養育他們的社會帶來何種影響。這可歸因於現代學子其實甚少思考器物（設計產品）的社會功能性，只是經常跟隨喜好與潮流，汲汲於製造設計器物的表象（如處理風格、外型等層面），而在不斷的思想轉化複製行為中找出所謂的創意，而極少有主動性的社會關懷實踐思考。雖說設計系不是社工系，設計師也不是社工人員，但設計業其實也是一種服務業，設計人也很難獨立於這個社會之外獨自生活。既然如此，設計教育主流長期以來重視技術與創意發展，卻甚少想到這些設計產物最後仍是得進入社會之中，非常重要的對社會正向發展的責任義務，似乎也已被拋到不重要的後面順位去。這好像已經不是正常社會教育倫理的施行順序，但卻是現今設計教育成果的常態。

植基於此，設計人對社會關懷的實踐，可以選擇許多角度進行切入。本研究便是從人類設計行為下所產生的階級意識角度展開研究過程，並逐步解析其形成此類特性的基本成因。其中會運用許多過去與現代所存的設計物案例進行實證解析，像是工藝器物、服飾等議題。傳統中的工藝器物發展體系，本來很明顯地就具有平民大眾實用為主體的民間（平民）工藝，以及裝飾欣賞極其能事為中心的貴族（宮廷、士大夫）工藝體系，它們各自發展於特定的階級時空環境下，有著截然不同的本質內涵。至於服飾，像是周朝君王建立階級制度，利用服飾來區分階級，因此服飾為個人身分地位象徵，便是極其明顯的象徵案例。事實上人類服裝功能除使用目的外，其實尚兼具許多屬於身分階級地位的符號象徵意義。尤其在古代中國，服裝制度便是君王施政上的重要階級外顯制度之一。

至於現今經濟消費為主的當代，不同的經濟能力表現在消費形態上自然便會有所差異，經濟能力等級較高的消費者，其購買力比經濟能力等級較低的消費者為強，對高級品的購買需求也更容易實現。消費者因經濟能力不同，劃分出階級差異。在現今階層消費的時代中，消費的分類日趨細部化的同時，這類身分的表徵物隱含於設計物中的作法，其實就更為明顯，就如曾銘暉所述：「汽車造型的演繹從機能出發，轉變為表達其內在意涵，甚至隱喻其實用價值以外的階層意識或個人特質之際，造型的目的就由實用價值逐漸轉至心理因素的滿足層面⁵」。此外，在現代服裝設計用途上，

⁵曾銘暉，2007，國產小客車外型設計演變，朝陽科技大學設計研究所，p.3。



也有明顯表現階級的共通原則，提供給人直接顯現於外的識別意象，像是讓人感受到金錢消費用於服飾上的奢華程度自然有別於勞動階層的差異區分。高貴的服飾通常明顯顯現出並非僅是為禦寒或遮風，更為重要的反而是外表體面以及提高自我身分的作法，像是女性穿著高跟鞋、裙子、繫腰束，就好似代表著屬於不需要做家事的族群。因此穿著拖地長裙與高跟鞋、繫腰束的主要目的除讓女性難以方便執行生產勞動工作，然後表面上可提升欣賞美感外，還可以同時提昇女性的身分地位，真可說是一舉數得的設計產出。

長久至今，設計人工物為滿足人類各種需求而持續不斷的演進與變化。但無論如何發展，皆是隨著「環境（社會）—人—物」三者相互發展之關係，而呈現出該時代的特徵。當人類受到社會環境的影響，緊接著使用行為也會有所改變，也會讓器物的樣貌與特徵產生質變。所以當人類為識別你與我的不同時，利用所使用的器物就是一種極佳的表現方式。因此不論是回溯過去傳統工藝品又或是近代設計產物，在諸多文獻及實際生活經驗中，是可以觀察到人類造物的設計行為，受到許多隱含在產出物背後設計者對於身分、地位，階級意識形態上影響下所產生的結果，而出現許多滿足不同消費者隱性（內在心理）需求的設計人工物。是否消除社會中不平等的現象（如階級），才是設計人的終極目標，也就是過去許多學者所秉持的「均等」社會（無所謂階級間的差異），如烏托邦社會一般，便是平民大眾所嚮往的理想世界？這可能是遙不可及而又難以實現的理想，但反過來說這難以實踐理想目標的存在，卻也成為現今我等研究者可以終極一生追尋探究的標的物。有的設計人可能只是為追求自我創作實現目的而進行設計行為，但相對地自然也會有設計人是從創造理想社會的角度，進行設計的社會實踐過程。

綜觀上述，可以得知「階級」意識形態確實自古以來，就在人類食、衣、住、行生活之中隨處可見，大致上可從器物的造型或使用功能中明顯看出端倪，或者進一步解讀後便可發覺。只是此類意識形態並非是實質上的存在物質，而是隱含於設計行為背後的一種精神意識，所以得更為謹慎且仔細處理。因此本研究嘗試解讀這類人類進行人工物設計行為之際，所外顯或隱藏於設計物中的階級意識，並試圖解讀其影響範圍與程度大小，探討過程中會兼論傳統與現代、東方與西方等相關案例，以求能夠較為綜合與全面性的討論，最後並回流至對設計教育哲學未來發展的啟發性意義上為本篇論文的主要意旨。



1-2 研究目的

「設計人工物」，廣義的泛指人類所設計製造的產出物，也是學界近十年來所出現的一種橫向整合研究領域的概念。凡是人類所用之物，必涉及人與人之間的互動關係，因而產生製造者與使用者之間的關聯性，製造者在設計產出物時，也通常會以使用者作為產品設計考量。在社會不斷進步的同時，人類需求也跟隨著時代的改變而有所演進，當觀察現今設計產出物之時，也會開始新生出許多疑問？為何同樣是包包，LV 的價格卻比一般市面上的包包昂貴許多，但還是吸引源源不絕的消費者前來購買？同樣外型的汽車，只要加上「省油」兩字，即使再多加幾位數字，消費者依然覺得划算？又或是只要掛上賓士的品牌，不管它的機能如何，就算要使消費者掏出大把大把的鈔票也在所不惜？上述這些現象，似乎反應消費者在選擇這些產出物時，有時並不全然是將外型與機能作為首要考量，反而是消費者在購買前述那些商品的潛意識裡，已有階級概念的意識存在，認為自己購買此項商品便等同於自己的身分與地位象徵。這種階級意識形態，經常充斥於大眾生活裡，並隱含於設計的哲學與行為之中。

對於階級的定義乃是社會學領域較為熱門的議題之一。然而在設計領域中便顯少有相關學者研究這類設計社會學，或設計哲學式的議題。不過設計與社會學領域其實環環相扣，例如人類造物會因應環境（社會背景）不同產生變化，像是過去造物動機從單純為滿足生理需要，進而出現為個人身分地位表徵的媒介物。如此轉變便是社會中的政治、經濟權力需求大幅增長影響下所產生的結果。

本研究的主要討論核心，是藉由探討設計思想、空間文化、人工物使用、及設計印象的形成是否經常受到階級意識影響而變化，而人類（設計師）又是如何將自我的階級意識，有意、無意的灌注於其所設計的設計物中的呈現方法與思考邏輯，為主要的目的方向設定。

本研究的主要目標與內容有下列三項：

1. 探討設計學（設計人工物）與社會學（階級意識）間類似思想的關連性與交集引用可能性，以為後續發展奠定基礎。
2. 蒐集彙整各式設計人工物案例，分門別類按設計領域常用的分類法則區分為裝飾與功能等類別，區分其階級意識形態上的差異程度與影響範圍，以思考人類設計行為背後所隱含階級意識形態的影響力與重要性。
3. 從上述案例的彙整中，進一步解析提示設計教育哲學未來發展的可能性。



1-3 研究方法與流程

設計人工物意指人類經過設計行為下所產生的使用物，事實上也可以經由產出物來反映出人與人之間的互動行為，及人與物的使用關係。諸如社會形態、時代背景、個人因素等皆會相互交錯產生質變。同樣地也表示藉由觀察設計人工物的設計哲學，便可解析人類造物的意識形態。

本論文研究方法非著重於量化研究（統計分析），而是藉由搜集文獻、觀察設計產物，找出各式案例，來解讀人類的造物行為，以討論其中的階級意識概念。透過觀察當代設計產物、及訪談製造者與使用者的方法以補助資料，以作為論述參考引用的來源。蒐集資料來源主要從各類設計思維哲學中彙整有關階級意涵的概念資料，並歸納整理出各式案例加以分析解讀。主要來源則遍佈於「設計史」、「傳統工藝」、「圖紋」、「近代產品設計」、「空間設計」、「宮殿建築」、「廣告媒體」、「設計原理」等相關設計領域文獻之中。含有階級意識之相關設計人工物，無論是上至貴族、上層階級，或下至平民、下層階級所使用的產品，皆為本研究搜尋案例的來源。

本研究藉由探討設計與社會的交集概念，也是一種跨領域研究的嚐試。主要透過社會學（階級意識、馬克思、韋伯等）與設計學兩領域中，有關階級意識探討的理論基礎，再依此討論結果，利用過去傳統中的生成器物，以及近代設計產物中各式各樣含有階級意識的器物案例，從設計物的裝飾與功能性思維特徵方向進行逐步解析，並利用區分身分等級來比較設計產出物的內含階級意識差異（研究主要流程與內容如圖 1-1 所示）。



圖 1-1 研究主要流程與內容

1-4 研究架構（如圖 1-2）

本論文主要架構內含如下，並分為以下幾章節。

第一章：緒論。說明研究源起、動機、目的、方法、架構、流程，與既有文獻解析、重要名詞釋義。

第二章：「社會學領域中階級意識的探討、重點概念理解」。簡述馬克思與韋柏等學者，對階級意識的重點概念與哲學定義之分類等內容進行初步剖析，以奠定本論文之分析基礎。

第三—四章：將設計思維導向區分成對應於「裝飾（第三章）」與「功能（第四章）」兩區域。因為這兩者是以截然不同的設計思維觀點所出發的設計發展走向，所以本研究希望在分別著手進行資料歸納解讀



後，再重新彙整思索其相互關係。整體重心概念則是探討「人類是如何透過意識形態來形塑階級印象」所運用的各式設計手法為主要論文的檢討核心。

第五章：「結論」。

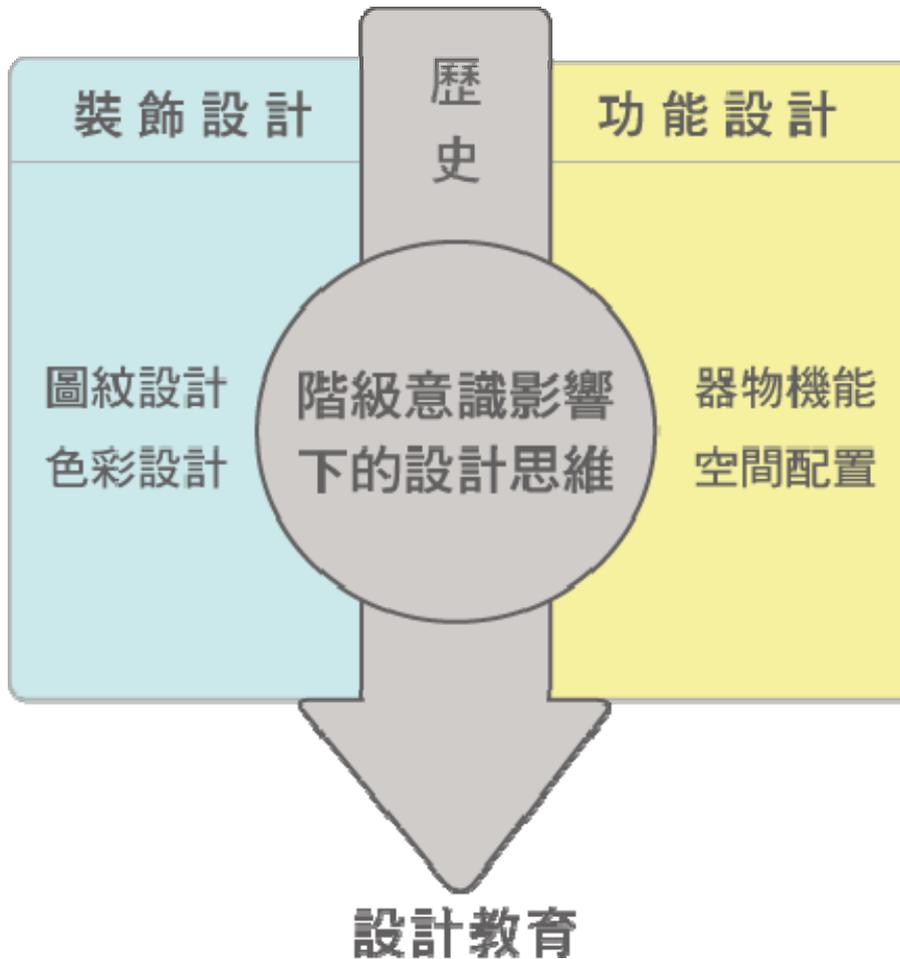


圖 1-2 研究架構

1-5 文獻分析

本論文主要研究範疇著重於設計者與使用者間的互動關係，並藉由器物來探討人類背後的设计行為。而其中又牽涉到社會學、設計學領域的知識甚多。因此本節文獻解析敘述的重點鎖定於社會學領域「經濟、政治」、與設計學「設計相關研究」的論述為主要評析範圍。



表 1-2 社會學相關領域

主領域		書籍					
社會學	次領域	作者	書名/篇名	出處/出版社	年份		
	社會階級與階層化	范珍輝	社會與階級	正中書局	1980		
		張華葆	社會階層	三民書局	1987		
		李本先	階級論	華中師範大學出版社	1992		
		陸洛	社會階級心理學	巨流圖書公司	1997		
		楊繼繩	中國社會各階級分析	三聯書店	2000		
		許嘉猷	階級結構與階級意義比較研究論文集	中央研究院歐美研究所	1993		
		蔡文輝	社會學理論	三民書局	1994		
		黃冬姪	對「階級」理論傳入中國的歷史考察	二十一世紀	2003		
		陳麗秋	新階層消費時代:所得差距擴大的差距	遠流出版社	1990		
		李翔	技巧性使然,抑或階級性使然?	二十一世紀	2006		
		張彤禾	中國新階級	National Geographic	2008		
		碩博士論文					
		劉淑冠	清朝台灣有閒階級的休閒風格	/休閒事業管理學系研究所	2005		
		馮國蘭	台灣中產階級的消費文化品味研究---以《天下》雜誌廣告為例	世新大學/傳播研究所	1999		
		鄭如婷	階級衝突與地方產業之研究-以鶯歌陶瓷業發展為例	國立台北大學/地政學系	2001		
		吳松澤	中國社會的階級與階層研究	中山大學/大陸研究所	2005		
		徐沛雯	家庭社經地位.文化資本及主觀階級認同	台灣科技大學/技術及職業教育研究所	2005		
		邱瓊音	台灣地區社會階級下不平等休閒現象合理化之研究	銘傳大學/觀光研究所	2006		
	期刊						
	周于棟	從創意產業到創意階級-上-	典藏今藝術	2004			
	周于棟	從創意產業到創意階級-下-	典藏今藝術	2004			
	黃春木	當代臺灣社會階層化的發展	建中學報	2006			
	洪謙德	馬克思國家學說的析評	臺灣國際研究季刊	2006			
	書籍						



族群關係	陳婉琪	族群、性別與階級：再探教育成就的省籍差異	臺灣社會學	2008
	陳盈達	探討粉領族之人格特質 同期互動階級意識與工作滿意度間的關係	中國文化大學/國際企業研究所	1991

本研究領域文獻，主要探討內容多為理解階級意識的概念相關方面。從文獻中可發現到，人類自有群體生活以來就有階級存在。故本研究希望從政治、經濟等社會面向，解讀其背後形成階級之根本原因。像是在李本先的《階級論》一書的研究內容中，便提示著社會中所充斥著階級不均等的既有現象，人類幾千年的文明歷史，為什麼有的人長年辛勤勞動而生活卻極端勞困，有的人則不參加勞動而生活卻十分富有；為什麼有些人受另一些人的奴役、削奪與壓迫？這些都是在封建體制下，上層階級控制下階級所導致。可見早期人類從有組織出現開始，這類社會階級不平等的現象便屢見不鮮。而大部分人所關注的似乎也只是那少數的貴族階層的擁有設計物，可見這類階級意識早在人類組織形成之後，便已逐漸烙印在人類的思維裡。在洪廣思《階級鬥爭的形象歷史-評紅樓夢》一文中亦提及只要利用階級鬥爭的觀點認真分析，便不難看出支撐這個豪門貴族的花柳繁華，是勞動人民的斑斑血跡，應付著那些公子小姐的錦衣玉食，是奴隸們無限的心酸。紅樓夢告訴我們，從主子到奴隸長長的畫廊裡，呈現著不同的身分，不同等級形形色色的人物，正像是一座多級的樓梯。這兩本書籍中，都將貴族與平民（奴隸）的生活，以及階級產生的原因描寫的細緻入微。事實上人類自開始有階級社會之後，經歷奴隸、封建、資本社會的變遷過程，在奴隸社會中出現奴隸主與奴隸階級，在封建社會中產生地主與庶民階級，在資本主義社會中則有資產階級與無產階級產生。而兩文中皆再再顯示出「階級」存在於社會中的影響力。下級階層（平民、奴隸）人民，被上級階層（貴族、統治者）人民所控制著，這也就是指上級階層必然會帶動起整個社會趨勢，然後開始影響一般人民的價值觀，並陸續投射反應至使用物上，最後便會形塑出整個階級羅列的現實社會樣貌，而這是本研究後續各項探討內容解析時所運用的基本法則之一。

至於關於階級此一名詞的定義，於張華葆的《社會與階級》此一書籍中亦有說明，馬克思強調，如果將一群人構成一個階級，則這群人必須分享共同的價值觀念與生活習慣，換言之，他們必須分享階級文化。他認為生產關係決定人的思想，不同的財產地位與社會情況，則為整個上層結構的產生基礎。所謂的上層結構則包括政治、經濟、道德、藝術，與個人情感、幻想、思維、人生觀。而文中所提到的心理層面則是特別重要，因為這些心理特徵會構成人與人的關係，使一群人結合成一個團體，而統治者



與被統治者則分別產生出不同的文化觀，被統治者的文化就是反社會的文化，或叫做大眾文化。也就是說，如果階級文化不存在，則階級也將不存在，如果不能分享共同的想法與看法，則不可能結合成階級團體，分享共同情操，產生共同意識。同理可證，「意識」存在於個人或團體所持有的觀念或思維方式中。所以階級意識會形成不同的文化觀，即所謂的貴族與平民的文化觀。而從兩者的使用文化觀來觀察，也可對各自所形成的基本原因會有更深度的瞭解。在許猷的《階級結構與階級意識比較論文集》文中，應用階級概念（新韋柏學者與馬克斯學者的階級概念），以量化研究方式，試圖瞭解台灣民眾的階級認同關係。研究內容架構嚴謹，但由於多以量化研究（問卷統計）方式進行，較無法瞭解民眾較為深沉的內在想法形成原因，只能間接推敲。

此外，《社會階級心理學》一書則主要是從社會心理學角度探討階級意涵理論，並進一步分析階級在日常生活中所表徵的各種差異，像是社會關係、工作、休閒、生活方式等。其文細緻分析出階級意涵充斥於我們日常生活之中，因此也可以從人類的行為中，解析出階級意識的影響力。如《清朝台灣有閒階級的休閒風格》、《台灣地區社會階級下不平等休閒現象合理化之研究》此兩篇論述的「有閒」階級，便是指具有一定所得之貴族人民。在文中皆將人區分為不同的階級層，並藉由人類行為來反思上流社會的人是如何透過各類器物與休閒活動來進行階級形塑的作法。其中便明顯看出階級的不均等性，因為這些休閒活動僅限於擁有足夠能力的上層階級中才存在。

可見大多數的社會學研究多關心社會階級上的不均等現象，在資本社會中上層階級所主導的社會價值觀，自然會輕易影響到下層階級，並產生出同化現象。礙於受到上層階級的許多限制，多半無法像上層階級一樣，擁有各種優先選擇權，所以連帶地生存環境也較不優渥，甚至長期受到壓榨。所以後來的許多哲學家開始推崇共產主義，希望讓大眾都能共同享用社會資源，雖然後來也沒有成功實現理想。而這些社會現象都反應到設計產物的生產過程中，像是階級意識形態等，就是影響設計者在從事設計行為時的主要思維產生來源，這也讓社會階級性的外顯特徵更加明顯。

綜觀上述，大部分的社會學文獻中，有關階級意識的研究，多偏向探討「社會」與「個人」之間的關係，也就是集中於社會如何塑造階級？這類的意識形態又如何共同維繫人類社會組織？以及階級形成所產生的許多階級不平等的負面現象？這些都是社會學關注各種人類行為與社會現象交互作用的探討內容。可見在社會學中這方面的議題主要都不脫離對集體的社會情境與環境條件的關照。而設計者亦受到社會制度的影響，並會將這



些影響表現在他的設計行為與成果上。借鏡於社會學中探討階級概念的形
成認知與影響力，藉其分析設計者運用設計思維的意義與目的，其實是探
究設計思維哲學發展的極佳手段。所以從前述的有關論述裡，事實上可以
得到許多解析設計哲學的思考邏輯與方法，頗具參考價值。

表 1-3 設計學（設計史、裝飾-「色彩、圖紋設計」、功能-「空間、器物使用功能設計」、
設計教育與教學等）相關領域

主領域	書籍					
設計學	次領域	作者	書名/篇名	出處/出版社	年份	
	設計史	敏澤	中國美學思想史	濟魯書社	1989	
		林崇宏	設計理論與價值	田園城市文化事業有限公司	2001	
		張夫也	外國工藝美術史	中央編譯出版社	2003	
		要彬	中國工藝美術史	天津人民出版社	2005	
		田自秉	中國工藝美術史	丹青圖書有限公司	未記 載	
		柳宗悅	工藝文化	廣西師範大學出版社	2006	
		高豐	中國設計史	積木文化	2006	
		郭廉夫	中國設計理論輯要	江蘇美術出版社	2008	
	裝飾設 計- 色彩	書籍				
		林書堯	色彩學概論	三民書局股份有限公司	1970	
		林書堯	色彩認識論	三民書局股份有限公司	1978	
		愉金	色彩研究	天同出版社	1978	
		李蕭錕	色彩大系	漢藝色研文化事業有限公司	1986	
		高俊茂	色彩心理學	海德堡實業有限公司	1984	
		大智浩	設計的色彩計劃	大陸書店	1985	
		呂月玉	色彩論色版	漢藝色研文化事業有限公司	1986	
		李蕭錕	色彩的發達	漢藝色研文化事業有限公司	1986	
		徐公超	從詩經·看先民的色彩喜好	中國語文	2000	
		何恭上	京劇服飾	藝術圖書公司	2001	
		林昆範	色彩原論	全華科技圖書股份有限公司	2005	
		張明敏	色彩的世界地圖	時報文化出版企業股份有限 公司	2005	
		歐秀明	色彩生活美學	基督橄欖文化	2008	
		期刊				
	曾麗丹 洪慕永	詩經服飾色彩意象	中華民國設計學 4RSI- 8560	2001		
	圖紋	書籍				
		葉劉天增	中國紋飾研究	南天書局有限公司	1997	
		徐華鐺	中國的龍	輕工業出版社	1988	



碩博士論文				
	朱逸凱	漢代古玉之雲紋紋飾應用於現代設計之研究	大同大學 2007	
書籍				
功能設計- 空間配置	孫全文	中國建築與空間形式之符點意義	明文書局 1987	
	王貴祥	文化·空間圖式與東西方建築空間	田園城市 1998	
	樓慶西	中國古代建築	臺灣商務 1998	
	楊鴻勛	宮殿建築史話	國家出版社 2004	
	岸本章宏	辦公空間經濟學	漫遊者文化事業股份有限公司 2007	
	劉宗超	現代造型藝術及其精神	北京通州區電子外文印刷 2006	
	碩博士論文			
		施德忠	汽車造型意象研究調查-以國內暢銷車種為例	大葉大學/設計研究所 2008
		黃雅鈴	實體辦公環境對工作之影響	國立中山大學/企業管理學系研究所 2006
		林揚智	以功能分解為基礎之造形設計方法研究	術德科技大學/應用設計研究所 2005
	蕭侑倫	建立居家空間通用設計準則之研究	東海大學/工業設計研究所 2009	

在設計領域中與社會階級意涵有關的論述，經歸納整理主要方向大致上可分為裝飾設計中的「色彩」、「圖紋」設計兩類，以及機能導向的「器物」、「空間」的使用設計兩類方向。文中提及階級意識的有關論述如下：

據林崇宏的《設計理論與價值》一書所述：「...設計行為將電腦與電子科技適當運用與整合，基於「人」的因素考量，可以改變人的使用習慣、生活特性，並主導總體社會的發展型態⁶」以及「設計的歷史演變至今，已不僅是單單討論設計或商品本身的觀點如此而已，設計已牽涉廣泛的社會、文化、道德，與技術問題⁷」。由上述兩段論述中可以得知設計與社會相互交錯影響，彼此間有著密不可分的關係，而未來的設計將朝向深入社會的各個角落，並且要滿足人類內在心理之需求，因此設計師在從事設計過程時，必須與社會文化相連結，如此才能迎合消費者需求，造福人類生活。

此外，在 Adrian Forty 的《Objects of Desire》對設計思維哲學的看法

⁶林崇宏，2001，設計理論與價值，田園城市文化事業有限公司，p.59。

⁷林崇宏，2001，設計理論與價值，田園城市文化事業有限公司，p.106。



則有另外見解：「設計的慾望重點將不是在設計者本身，而是透過設計，將世界觀、以及對社會的關心轉換至人工物，總之，設計是將思想及慾望轉為客觀性的物體之狀態。反觀，透過解析設計人工物，可藉此探究社會整體的思考方式⁸」。因此設計經常會受到戰爭、經濟景氣、以及技術革新等影響而產生變化。Adrian Forty 清楚提出設計的源起過程，他同時以回溯過去歷史的方式來探討設計演變特徵，並提出質疑：為何在人類悠久的歷史中，設計至 20 世紀初期才展露光芒。他將各項因素歸納統整出：「人類的慾望影響設計，使得設計又介入工業以及社會中⁹」更詳細敘述貴族與勞工階級所使用床的功能性差異。像是為節省使用空間，勞工所使用的床得兼具收納衣物與當作床架的雙重功能，不需使用時便可豎起，是為節省空間所致。相對於此貴族階級所使用奢華又附裝飾性極高之床具，顯然跟前者有著極大的差異性。

在翁註重的《荒地中的煉金術—八〇年代以降台灣工業設計之歷史分析》一文中則提及：「台灣產品在全球市場頻遭指控仿冒。50 年代即已導入的工業設計，此時成了挽救資本主義發展瓶頸的關鍵作用者¹⁰」。由此可見，其論文中也跟 Adrian forty 提出設計中介為工業所產生的影響一樣，顯示出彼此間相互呼應的結果。而資本主義拉大貧富差距，使得整體社會市場受限於資本家的控制，設計物亦為因應資本家所賦予之階級意識形態而生，這常見於設計物的色彩、造型、功能與空間配置設計中。

然後大部分過去所遺留下來的設計產出物，多偏向於過去貴族的使用器物較多。貴族具有擁有器物的優先選擇權，只要是華麗且具有保存價值性的器物都是貴族的專屬物，而這也似乎成為其能夠完整保留至今的主要原因來源。像是在《外國工藝美術史》、《中國設計史》、《中國工藝美術史》文中所述及的工藝品幾乎大多屬於過去貴族的使用物為中心，相對地一般庶民的器物則甚少提及，佔絕大多數的庶民文化則幾乎受不到設計人的重點關注，反而是屬於少數人所擁有的貴族文化，反而成為後代人爭相研究的關注焦點。

在裝飾設計中的色彩方面展現出階級意識形態的作法甚多，通常是作為個人身分表徵之用最多。據徐公超在《詩經看先民的色彩喜好》中提到：「詩經中所出現的色彩，大底不出古代所通稱的『五色』或『五采』。老子時即提到：『五色令人目盲』。可見五色之名由來甚早¹¹」。五色即是所謂的

⁸Adrian Forty, 1986, Objects of desire, p.5。

⁹Adrian Forty, 1986, Objects of desire, p.10。

¹⁰荒地中的煉金術—八〇年代以降台灣工業設計之歷史分析, 2004, 台灣大學建築與城鄉研究所, p.33。

¹¹徐公超, 2000.7, 從詩經·看先民的色彩崇好, 中國語文, pp.74 - 77。



黑、白、赤、黃、青，五種正色，其餘則如綠、紫、橙皆屬雜色、間色或姦色（間、姦當屬同音混用）。中國早期的《禮記王制》亦有所記載，封建制度社會中的色彩亦有貴賤之分，凡「間色亂正色」的物品一律不得在市面上出售。除此之外，曾麗丹、洪嘉永於《詩經服飾色彩意象》一文中亦提及：「《周禮》中規定大司徒的職責要安萬民，辦法有六種其中第六種是同衣服，就是說全天下的人民，各按其階級的貴賤穿不同的衣服，...¹²」。

至於在傳統工藝品的造型中，亦明顯透露出階級意涵的內含設計，據《中國設計史》所述：「隨著經濟價值和欣賞價值不斷的提高，完全壟斷了青銅產品的統治階級，在物質需要得到一定滿足的同時，對於精神需要的需求也變得格外的強烈、突出，從而把青銅的精神功能擺到主要的地位¹³」，以及「貴族一次祭祀可以殘殺成百個奴隸作人祭，而且不惜先鬼而後禮¹⁴」等敘述內容，皆是明顯表徵。上述文中透露出早在中國古代社會，便有著濃厚的階級色彩之裝飾器物出現。

不僅在青銅器的裝飾圖紋上顯現出明顯的階級表徵，在人類的服飾「圖紋」上其實也可看出上述現象存在。像是在《中國服飾文化》一文中便有：「從舜時期，就有十二章之制。十二章就是十二種圖案...，諸侯用龍以下八種圖案，卿用藻火兩種圖案，大夫用藻火粉米四種圖案。上可以兼下，下不得兼上，界限十分分明¹⁵」，以及《中國的龍》一文亦述及：「統治階級出於鞏固政權需要，對於龍的崇敬和頌揚不斷升級，龍鳳形象的運用幾乎達到了飽和的程度¹⁶」，由此可知古代中國人如何利用上述那些裝飾圖紋，來作為當時統治者用以區別個人地位高低的常用設計法則。

譬如《文化·空間圖式與東西方建築空間》一書中便有：「男柱或女陰穴，在空間定位上往往與中央相聯屬。這也許與這種崇拜禮儀中，將被崇拜物置於中間，祀拜者環繞其外舉行儀式有關¹⁷」，以及「左、中、右三個部份，而中央的部分則是專供皇帝上下臺基，稱為御道¹⁸」。可見「中」這個處於陰陽五行中的陽位，自古以來便一直代表著尊貴象徵的意義區位，且從未變過，所以從空間的配置也可看出人類地位的高低差異已被有所安排的結果。

¹²曾麗丹、洪嘉永，2001，詩經服飾色彩意象，中華民國設計學報，4RSI- 8560。

¹³高峰，2006，中國設計史，積木文化，p.67。

¹⁴高峰，2006，中國設計史，積木文化，p.87。

¹⁵王維堤，2001，中國服飾文化，上海古籍出版社，p.12。

¹⁶徐華鐸，1988，中國的龍，輕工業出版社，p.22。

¹⁷王貴祥，1998，文化·空間圖式與東西方建築空間，田園城市，p.12。

¹⁸同註17。



現代的辦公室空間，亦是權力展現最明顯的空間案例。在《辦公空間經濟學》一書中便指出：「辦公室扮演了媒體的角色，這個媒體所要傳達的訊息之一便是地位。一般所謂的地位是指組織內的地位或權威在階級上的位置而言，辦公空間內則存在了許多的象徵要素¹⁹」。而地位的象征最常見的大概在椅子有無把手、桌面大小，以及桌子所處的位置等部位上。

目前的設計研究領域，較針對改良研發或是創新導向設計為中心，也就只是對器物造型與功能進一步改革創新，又或是以量化統計來調查出如何能符合人體需求的相關研究出現，卻顯少有探討於類似本研究以設計思維所影響設計行為為出發點的研究目的。但是，這類議題其實應該就是設計的始初根源，也是設計行為產生的基本原因，但有趣的是沒有很多人會對其認真看待與關注。這會產生出諸如暫時性的解決部分設計問題，卻無法對改善社會有更長遠見解與幫助的結果出現。

綜觀上述既有文獻中所顯示，可以得知「階級意識」常會有意或無意地外顯於器物表面，但人在從事設計工作時有時較為關切器物本身之外型美感（風格），而顯少注意器物的實質內涵（意識形態）。但設計物的使用功能與裝飾符號意義，基本上皆來自於為滿足人類需求的根源，不管是用明顯外放，還是深入隱藏的方法去呈現。而設計學領域中關於階級意涵的探討議題目前尚不多見，但此一觀念又非常重要，但相對地現階段的文獻中仍是只有極少數學者探討過階級對於設計人工物的影響力，大部分的研究議題多仍只是以設計人工物的外型演變與風格，亦或是解決操作性問題等作為主要探討重心。前面所列的幾本書，大概已是目前所能尋及直接有關的重要文獻。而風格類型的研究有時極易流於表象，或者只是一時性的解決問題。對各項風格進行評析，是無法深入探究社會體制所帶給設計師的實質影響程度，對設計師的社會責任啟發助益亦是不深，只能說這類研究似乎有些隔靴搔癢，頂多僅提供設計師對從事新設計產品時，能提供創意發展的來源，但是無法真正讓設計師去思索面對是否考慮社會價值觀、或者是社會責任的問題。而這也是本研究極欲進一步深入挖掘，並欲將其完整曝露出來，以讓大眾得以思索討論的原本目的所在。

1-6 研究範圍與限制

欲進行本領域文獻分析前先針對解析階級意涵之案例分類方式及研究範疇做說明。在設計學領域中與設計產出物最為直接關係的不外乎便是色彩、造型、功能，以及在空間中的配置關係等，而在現代設計教育中這些

¹⁹岸本章宏，2007，辦公空間經濟學，漫遊者文化事業股份有限公司，p.128。



也是主修（必備）的專業課程。至於這些課程訂定的起源，可追溯 1919 年德國所創辦的包浩斯學校，其為現代設計教育的發祥地。在 1923 年的《包浩斯：現代設計教育的根源》中提及「藝術不是能由別人給予的。設計不論是想出來的，都是依個人的嗜好產生的。然而，即使我們所謂的藝術，是無法施教、也無從學習的，但其成為原理的知識和手的正確性，是可以學來的²⁰」。上文為包浩斯的創學理念，雖然「設計」多是來自於個人的天份使然，但還是可透過學校教育，教導其設計原理與技術，來培養基本的設計能力，譬如形態中的自然研究、表現中的構造（功能）研究，以及圖案中的色彩與空間配置研究等。而包浩斯將這些視為培養學生基本設計能力課程之主要原因，便是這些設計相關議題是最為直接影響使用者喜好之關鍵，也是設計師最易形塑或傳達設計物欲達成目的的重要表現方式之一。同理，透過產品的裝飾與功能性展現，也可以瞭解設計師所欲表達的基本思考理念，因此無論是外顯或是內含的意識形態幾乎都可經由觀察這些特徵進行解析。根基於此，本領域將按照設計領域常用的分類法則（如裝飾與功能等），作為本研究解讀階級意涵案例之分類方式。研究對象之案例取樣來源，則遍佈於各種古代至今的設計物案例。

1-7 名詞釋義

1. 貴族：貴顯的世族。西方的貴族：「歐洲古代及中世紀有貴族、平民的分別，貴族為政治上的特權階級，如皇族、領主等²¹」。東方古代則是與皇帝有點血緣關係，亦或是文武百官，皆被歸於貴族層級。
2. 上流階級：又稱上層社會、上層階級等。是社會上掌握政治權力與社會資源、自然資源分配權的既得利益者。在社會主義社會，上流社會是指擁有特權的高官，有紅色貴族，新階級之稱，如朝鮮上層社會的金正日。在資本主義社會，上流社會則指稱包括掌有大額資本的財團企業家。在封建社會，上流社會則指向有貴族爵位的知名家族成員。
3. 平民：「普通人民²²」。古代一般指貧民，較為貧窮的人民。在近代的定義則是家境普通，可以滿足基本需求的食、衣、住、行，再加上一些育、樂活動，就可以叫做家境普通的平民。
5. 豪宅：豪宅，正名為「名宅」。名宅成立的要件，一是興建者對居住環境要重視與打造用心，二是居住住戶細心維護並保留，才能成名。因此，

²⁰ 王建柱，2003，包浩斯：現代設計教育的根源，藝風堂，p.33。

²¹ 教育部國語辭典簡編本，<http://dict.concised.moe.edu.tw/main/cover/main.htm>，2010.7.7。

²² 教育部國語辭典簡編本，<http://dict.concised.moe.edu.tw/main/cover/main.htm>，2010.7.7。



每個區域都會有名宅。
其必要條件如下幾點：

- 地段要好價值高：至少要「八千萬以上」的房價。
- 建材要頂級：防震防火建材，保障屋主受天災影響小。
- 裝潢要豪華：要有一流的內部裝潢，優雅有氣質，襯出屋主的素質。
- 設計新穎：建築外觀設計具有現代感，能吸引社會目光。
- 戒備森嚴隱私維護：安全警衛不可少，一般人是不得其門而入，住戶隱私受到嚴密保障。
- 名人群居：紅花配綠葉，相得益彰。
- 公共設施齊全：提供住戶大型停車位、聯誼、休閒的功能。



第二章 階級意識的既往概念與重要特質

本章節主要針對階級意識的概念與意義先進行基礎說明。首先探討東、西方學者對於「階級」概念此一名詞的發展脈絡，進一步探討彼此之間是否有相互融合現象。而後則將各學者對於階級的定義，歸納整理出階級概念所生成的要素。

近代社會學者對階級結構的研究中，大致上以馬克思及韋伯兩大學派為主要論述發展中心。本研究並非刻意著重比較兩學派間的差異，而只是想儘可能透過分析解讀兩大學派對於階級意識的相關哲學觀以為後續探討基礎。因此本研究在進入後續主題前，先行於本章中針對階級概念的發展歷史，以及相關的主要軸心概念進行說明。



本研究所談的是以設計產出物中含有階級意識概念之萃取與歸納解析為主要步驟與重心，但這些分類方法與解讀的原始觀念，其實仍是來自於社會學者對於階級概念的有關思考為其出發點。在近代社會學者對階級結構的研究，大致上可分為兩大主流。一是闡述馬克思主義的階級概念為主的新馬克思主義，另一主流則是以經驗研究為取向的韋伯研究。本文並非著重於比較兩者間差異，而是透過文獻分析統整兩學派對於階級意識的哲學觀，以作為後續解析人工物之理論基礎。

故此，在進入本研究的主題前，先針對所引用有關於「社會概念」與「階級階層化」的生成簡史，與各專家學者對於階級內涵的詮釋意義，先進行基本解析，以便在後續章節中據以利用時，可以較易理解其內涵與使用目的。

2-1 西方社會階級與階層化概念的生成簡史與哲學觀

社會「階級」，在西方傳統社會思想中，已是相當古老的名詞。探討其名詞的存在即是對「人生而平等」一詞的反省，無疑是對其背後不平等概念形成所做的另一種闡釋。距今 2500 多年前的蘇格拉底便已對階級地位的形成有所描述：「民主政治非為少數人獨佔，而是為多數人所共有。在我國，依法律的規定，任何人都有平等的發言權，但是，若其一個人的才能超出眾人之上，那麼，我們則必須超越一般所謂平等的觀念，而要特別任用他，給予他很高的地位。假若有某一個人能為國家做事，雖然他出身貧寒，也不能因此阻塞他的仕途²³」。蘇格拉底強調職位高低，取決於個人本身能力，無關於家世背景優劣，只要能力高的人便能取得較高階層，當然能力低者僅能從事基礎層面職位，因此社會階級的形成有其必然性。

然而階級的形成最初可追溯至古希臘時期（距今 2400 多年前），在柏拉圖的《理想國》中在談論個人靈魂之後，接著論述國家的正義與幸福，其中提及：「公民群體被分為三個階級，這是與他關於靈魂三個組成部分的理論相對應的。與靈魂的理智部分相對應的是受過哲學教育的統治者階級。與勇氣部分相對應的是勇敢保衛國家的衛士階級。與慾望部分相對應的是農夫和商人階級²⁴」，柏拉圖將國家的三部分詳述整理如（表 2-1）所示。以當時的希臘人而言，只要有城邦的存在，就不可設想人會脫離這社會。因此有效將人民安置於適當場所（工農商、士兵、哲學家）是最為理想的國家結構。對柏拉圖而言，作為權力分配的原則並非機械式的均等，

²³劉以煥、王鳳賢，2007，蘇格拉底，臺北市：品冠文化，p.53。

²⁴柏拉圖，2007，理想國卷四，北京市：九州出版社，p.436。



而是一種劃分等級的均等。由此可見，柏拉圖於此時已提出因材施教，讓人民各盡其職的想法。另外在其著作《政治家篇》中更是詳細論述君主政體思想，即君主不受任何法律約束，但需瞭解制定國家的最高利益，知人善任。因而他首要將法制分為三種形式；「君主政體、貴族政體以及民主政體，以此與僭主政體、寡頭政體和暴民統治相對比²⁵」。由上述文中可以得知，柏拉圖為首要提出激進主張（譬如共妻共子、放棄私人財產即共產主義，以及哲學家統治的想法），以及為理想國家提出適當結構的學者，更是影響亞里斯多德（距今 2348 年前）後續《政治學》著作的產生。

表 2-1 柏拉圖的理想階級劃分

階層 \ 現象	呼應	職責	產生方式	特徵
上、哲學家統治者 (統治者)	人靈魂的「理性」部分，美德為智慧。	管理生產、衛士階級，引導眾人朝向正義與幸福的方向前進。	由衛士階級中徵選，優秀者予以哲學思辯教育，其中最傑出者擔任哲王。	代表智慧光芒的哲王體現了研究哲學能為全人類帶來幸福。
中、衛士階級	人靈魂的「意氣」部分，美德為勇敢。	保衛國家、抵禦外侮。	衛士階級互相通婚以保有靈魂的純粹。自小接受體能、音樂、哲學以及軍事訓練，養成衛國之能力。	過著集體的共產生活，不擁有私人財產以防止自私與貪婪。
下、生產階級 (農夫、商人)	人靈魂「欲求」部分，美德為節制。	維持國家基本的生計營運，從事農牧手工藝等各種職業。	生產階級互相通婚以保有靈魂的純粹，由國家決定職業、生產階級需安命守分。	為激勵生產階級勤奮向上，可擁有私人財產。

資料來源：黃哲翰，2007，圖解希臘三哲，易博士文化出版，p.103

在亞里士多德《政治學》一文中，沿用傳統按照統治者數量劃分政體的方法。並將政體類型進一步詳述：「君主政體、貴族政體和政治社會，這些是錯誤的。不過他談到，這種按統治者數目的劃分只是派生的。當一個人的能力超過所有其他人時，就自然產生君主政體，而當少數人的能力超過所有其他人時，就自然產生貴族政體。....²⁶」。同時亞里斯多德對於柏拉圖的哲王統治為理想政治制度，持有不同見解。他認為只要根據「中庸」之道，每個政體都可以是理想。例如，採行一人統治君王政體的國家，如果君王擁有實踐的智慧，既不過於放縱、也不過於苛刻，就可以把國家治

²⁵翁紹君，2007，古希臘哲學史綱，台北新店市：康德，p.135。

²⁶翁紹君，2007，古希臘哲學史綱，台北新店市：康德，p.213。



理的好；若是採行民主政體，則不應把政權持予少數人手中，更不應讓非專業人主導政治。亞里士多德的政治制度想法整理如下所示（圖 2-1）。

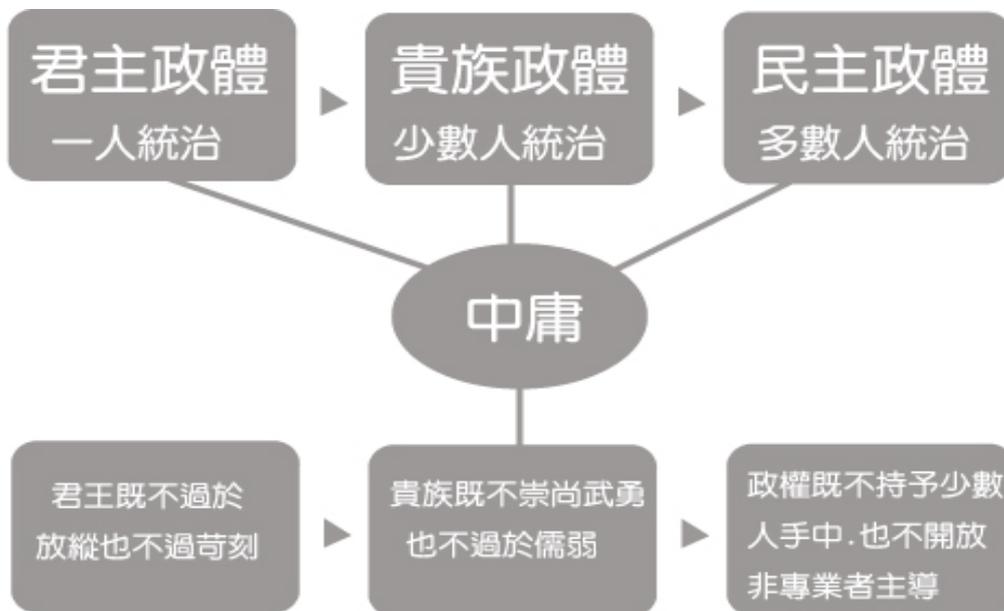


圖 2-1 亞里士多得理想的政治制度
資料來源：本研究整理

時至古羅馬時期「階級」用於稅收等級之分，如《社會與階級》一文中所述：「古代羅馬人用它來指說稅收的等級。最高一級一年繳稅十萬以上的羅馬幣；最低的一級則是免稅，因為他們除子女以外一無所有，經濟狀況僅稍勝失業遊民一籌²⁷」。由上述文中得知，在過去階級是用來分類所得，等同於分類性別、職業等，僅是一種統計上的項目，不具任何涵義。在距今 2000 多年前的亞里斯多德，曾經論及國家應該按「階級」來劃分，並分為三種階級，富有、中等、平窮，其為首位提出應用階級來管理國家政策的學者。而後 1530-1598 年的布典（Jean Bodin）、1694-1778 年的伏爾泰（Voltaire）等，亦對階級思想有所論述。

由上文中可得知，富與貧窮、統治與服從、權威的大小等差別，早在工業革命前就已存在，而真正西方的階級思想形成，則是於 18 世紀工業革命開始後逐漸增強，因為新的階層取代舊的階層，即「資本家代替了貴族與地主，而無產階級代替了雇工及農奴」。論及「無產階級」（等同於 19 世紀的勞工階級）的形成，則可歸因於機械引進改變現有的生產方式，同時也取代原有的勞工，因為他們在社會上完全依賴出賣勞力以維持生計，所以主宰勞工的生存方式，便完全取決於是否有勞動的需求之上。1830 年代工業化進程尚在發展之際，當時歐洲的生活風格尚瀟灑著樸素風氣，但

²⁷ 范珍輝，1980，社會與階級，正中書局，pp.7-8。



商品不再是特別訂作，而是標準化生產下的現成物，是呼應著工業化所帶來的商品標準化、規格化的模式。過去既昂貴又耗時的手工製作已開始被機械所取代。而從前工匠包辦一件產品製作從頭到尾的時代也已悄然落幕。

資本主義的興起，造成貧富差距拉大，社會諸多不平等現象開始屢見不鮮，便開始引起學者對階級概念的研究關注。首先是 1723-1790 年的亞當斯密，在其著作中「大量使用貧窮階級和勞工階級兩個概念，當時的目的則在於改善社會中不平等之現象²⁸」，與其同時期的杜果（Anne Robert Jacques Turgot）亦在其著作中闡述近代的階級現象。其後諸多經濟學者也進行相關研究，如 1722-1781 年的李嘉圖（David Ricardo）、1776 年-1823 年的馬爾薩斯以及 1767-1832 年的賽依等，皆論及階級概念。

1845 年恩格斯在一篇文章中描述：「十八世紀後半，由於蒸氣機和紡織機的發明，產生了工人階級²⁹」。馬克思（1818-1883 年）也認為：「當勞力使資本增加時，不僅發展資產階級，同時也使工人組成階級³⁰」。工業革命產生產業工人，而產業工人代表一個新的剝削階級，這即是馬克思與恩格斯的主要論述內容。

在馬克思之前，英國人原本交替使用著階級與等級的名詞概念，兩個概念並無多大差別。英國人使用等級這概念，觀念上與東方常用「異尊卑之禮，使高下有差之概念類同。尊卑高下並不一定含有衝突磨擦，但馬克思不同意如此看法，他別有企圖，另有用心³¹」。由此可見馬克思首要將階級概念更深入的導到人類的意識形態上，至此以後階級此一名詞在用法上，出現極大轉變，它開始被賦予其它意涵，不單是指劃分民眾所得之單位名稱，也逐漸被賦予政治的價值判斷（政治見解的辯論，或是以階級來掩飾政治動機）等各項正、負面的意涵。因此，他極度批判，且提出前衛主張（共產主義、革命），更是帶動起勞工階級走向街頭抗議（推翻資本家長期以來的剝削）相關行動之催生始祖。

同時期的經濟學家韋柏（1864-1920）對於馬克思論階級形成有其不同見解。他認為馬克思太過輕忽「經濟」在其中扮演的角色，更不認為階級鬥爭有其重要性，並將馬克思理論加入經濟學觀點。

而馬克思與韋伯兩位學者對藝術領域的影響，像是在馬克思的《資本

²⁸賴錦琬，1995，論國父的調和觀、馬克思的階級論與主見，中正書局，p.15。

²⁹民國五十六年六月七日第十二次黨務工作會議指示。

³⁰邱創煥，1977，我國社會政策，陽明山莊，p.54。

³¹范珍輝，1980，社會與階級，正中書局，p.3。



論：政治經濟學批判》一文中，便描述著其對藝術美學的觀點，提出：「物質生產的發展同藝術生產的不平衡關係的問題。他說：關於藝術大家都知道，藝術的繁盛時期決不等同於社會發展的比例。例如，拿希臘人及沙士比亞與現代人相比，可以得知當時社會發展水平比起現代資本主義社會要低，但是古希臘藝術卻出現繁榮的現象³²」。上述文中可得知，社會的繁榮與否並不直接影響到藝術領域的發展，但從藝術表現的題材中卻可輕易瞭解當時的社會風氣（常會表現於他們的繪畫中的情境表現）。而這也是後續章節本研究所欲探求與解析議題的利用方法之一。

歸納以上所述，馬克思與韋柏兩位學者，為研究「階級意識」中最重要之代表性學者。他們對階級分別有不同的觀點，在理論系統上的論述上大致可成為兩大主流，並影響近代學者各自形成兩大派別：一是闡述馬克思主義的階級概念為主的新馬克思主義（陳獨秀、毛澤東等）論述；另一主流則是以經驗研究為取向的韋柏研究論述。以下則根據馬克思與韋柏兩論述學派各自對階級的哲學觀進行詳細剖析，以作為後續解讀設計人工物與階級相互影響衍生關係之根本原因探尋基礎。

2-1.1 馬克思學派對於階級意涵的哲學觀

馬克思早期受 18 世紀德國著名哲學家佛列德瑞克·黑格爾（Frederick Hegel）的影響很大，尤其是黑格爾對於「歷史的哲學觀」更是促使馬克思研究其思想理論的根本原因。黑格爾認為：「人類是因為衝突、戰爭、革命才得以發展和進步；也就是說被壓迫的人對壓迫者的鬥爭才有可能。和平與和諧，並不是為進步而存在³³」。黑格爾在此指的「鬥爭」並非為社會鬥爭，而是宗教鬥爭。此時的黑格爾忽略促使工人與老闆、人民與政府之間的鬥爭，全都是因為「精神上的衝突」，也就是思想上的鬥爭。直至黑格爾逝世後上述之論點分歧成兩大派別：「左派」及「右派」。左派著重在黑格爾較為激進、革命性的思想，右派則保有黑格爾較為傳統保守的思想，「魯維·費爾巴哈、馬克斯、恩格爾等人便為左派思想家³⁴」。

馬克斯一開始進行哲學研究時便投入於「唯物論」的陣營，他整合黑格爾（唯心辯證論者）與費爾巴特（唯物論者，形而上學，非辯證論者）的理論，提出自己的論點「唯物辯證論」，並於《黑格爾權力哲學之批判》一文中追隨費爾巴哈（Ludwig Feuerbach），對黑格爾的哲學進行批判，其中提及：「假若世界是這樣一種形而上的本質，因而無法用經驗主義來檢

³²馬克思，資本論：政治經濟學批判，上海三聯書店（第一版），p.33。

³³黃耀輝譯，1996，馬克思 Marx for Beginners，立緒文化事業有限公司，p.19。

³⁴同註 30。



驗，因此，其理論便不能為任何科學方法所證實...要尋找歷史動路原則，必須用科學的方法來探究³⁵」。由上述文中可以得知，黑格爾把國家視同市民社會的對立前提，是一種精神的具體呈現（唯心論者）；馬克思則認為國家形態不可由人類思想作進一步的解釋，因為如此理論無法有任何的科學方法能證實（唯物論者）。其反對黑格爾以心靈、精神來解釋歷史變遷的方式，因而主張心靈與精神是次要因素，歷史變遷最主要的是人類透過生產與經濟活動所延伸出來之物。據洪謙德的《從韋柏看馬克思》一文中所示：「個人在經濟體系中的角色決定了他在地位、權力體系中的角色，而社會中廣大的階層則是由於經濟情況相似形成群體³⁶」，說明經濟制度轉變成社會組織的關鍵角色扮演。

1844 年的《經濟學哲學手稿》亦稱《巴黎手稿》，此時馬克思開始提出廢除私有財產（資本主義），主張共產主義，以及探討不同種類的「疏離感」，包括政治、經濟、宗教。其中述及：「工人生產的財富越多，他的產品力量和數量就越大，他就越貧窮。工人創造的商品越多，他就變成廉價的商品...。物的世界增值同人的世界貶值成正比³⁷」。反應出生產者（勞工）對產品本身的異化，於是馬克斯提出異化，關切人類自我意識的瓦解與人性本質的消失。

而在近代的《美學的經濟》一書中，該書作者與馬克思秉持相似論點，提出「資本主義是如何影響台灣生活，然而以自由為名的資本主義能帶來全人類的自由等議題提出質疑，顯然該作者認知的答案未必如此。德國社會學者伊里亞詩就曾指出，自由競爭會衍生出兩個副能力—「消除競爭」與「壟斷功能」，他們互為因果的運作，將只會使極少數人擁有自由，而讓大多數人淪入不自由的境地³⁸」。因為資本主義的結構呈現出一個金字塔型的結構，這也意味著往往只有處於頂端的階級，才能夠擁有真正的自由。那麼在資本主義高度發達的社會，大概只有少數人可以享受自由，而大多數人大概只能當個從屬者。如果我們把自由定義為充分彰顯自己意志的權力（體現自我的一種表現方式），像是在嚴寒時節，穿著付諸更多勞力所換取的名牌服飾，在忍受身體上的勞苦之際，同時追求著光鮮華麗的外表。而這也促使許多設計者因應這股消費需求模式，產生出許多相應物品以滿足大眾的虛榮心，並創造出高貴的品牌，來吸引更多盲目追求時尚的消費者。而生在資本主義社會結構體系之下，又該如何在這個情境中找到所謂的真正自由，想必是每位設計者所應該深深省思之事。

³⁵洪謙德，2007，黑格爾哲學之當代詮釋，人本自然出版社，p.33。

³⁶洪謙德，1998，從韋柏看馬克思，台北：楊智文化，p.157。

³⁷Karl Marx，施植明譯，1990，1844 年經濟學哲學手稿，台北.田園，pp.6-18。

³⁸詹偉雄，2005，美學的經濟，藍鯨出版，p.33。



相對於馬克斯，恩格斯對階級則有著不同觀點，他高度評價奴隸制上升時期曾經起過巨大作用，其中述及：「只有奴隸制才使農業和工業之間的更大規模的分工成為可能，從而為古代的繁榮，即為希臘文化創造了條件。沒有奴隸制，就沒有希臘的藝術科學，沒有奴隸制就沒有羅馬帝國...³⁹」。文中闡述國家建設皆仰賴勞工，如果沒有奴隸制度的社會，將無法分配力量建設國家。因此中國古代正是因為有奴隸制，人民才能分配所屬位置，各盡其職，得以促進當時物質與精神文化進步的說法出現。在古代，貴族僱用工資低廉的傭人，傭人用自己的勞力與人生去換取日常生活的微薄需求（譬如可居住的地方與可求溫飽的食物）。也有很多人是從小就家境貧窮，被送至貴族家庭中當傭人終其一生。貴族為彰顯其地位表徵，自然會有許多彰顯的設計象徵物品需求產生，並營造出相應的生產流通管道。而那些傭人無法決定自己的生活品質，所以就僅能使用粗劣的貴族仿製品等，也是一種階級意識與設計行為之間的互動影響結果。

1845年法國政府將馬克斯逐出巴黎，此時馬克思著手設立「德意志工人教育協會」，加入「共產主義同盟」，並於1932年與恩格斯合著《德意志意識形態》，主張暴力革命，只有暴力才能推翻政府社會制度，無產階級在革命中得以除去身上枷鎖，獲得整個世界。文中對勞工間的「疏離感」有進一步的敘述：「階級是由分工後所決定，並且是由一個階級來統治另個階級，力圖取得統治階級的人，必須奪取政權，把自己的利益說成是普遍的利益⁴⁰」。階級的形成可說是人所塑造。因為人類在生產時會無意識的灌輸自己的思想，這間接會影響到上層結構的政治、文化、藝術（如圖2所示），其中「文化是政治的，因為它表達了權力的關係。統治階級的思想，在每一個時代，也是占支配思想，這也就是說，在社會的物質生產力上占據支配地位的階級，也同時支配了該社會的知識力

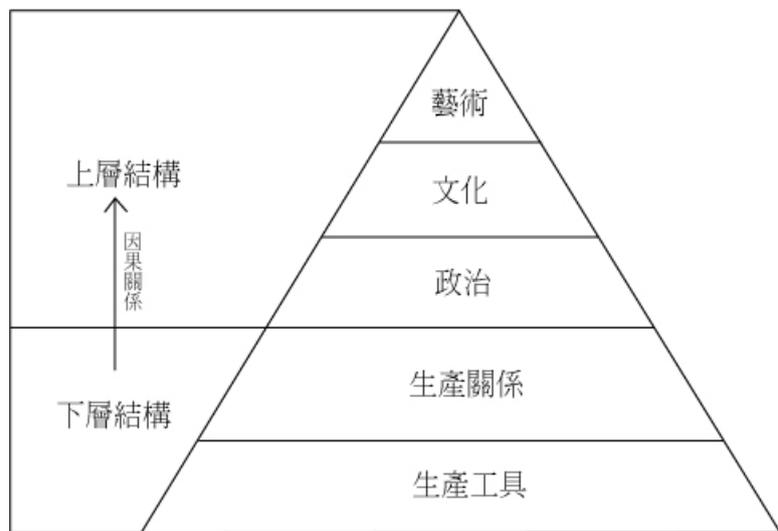


圖 2-2 馬克思理論的下層結構（基礎）與上層結構圖
資料來源：本研究整理

³⁹高豐，2006，中國設計史，積木文化，p.64。

⁴⁰中共中央馬克列斯著作編譯局，1995，馬克思恩格斯選集：第一卷，二版，人民出版社，p.62-135。



量⁴¹」，也就是說強勢階級會主導社會整體發展（宗教、藝術、價值觀等），而設計師也會受到強勢階級意識影響，而有意或無意識的表現於工藝器物上。

為迎合滿足強勢階級所需，便儘可能將強勢階級的文化觀彰顯帶出，像是製造皇宮貴族生活所需之日常用品，通常極其珍貴且較易隨著陪葬品一起保留下來，相對地卻顯少有平民百姓的生活器物能夠流傳至今（形式不特殊所以不會有人喜愛保存，也沒有太多陪葬品的可能性，並且材質簡陋保存不易）。而擁有生產力的資本家，當然同時能支配勞工職屬，擁有將其區分成不同階級的權力，在資本社會中的勞動生產便為分工制，所有的分工都是為使產品更加專業、標準、效率化的結果，這也使得產品與工人間更形疏離且異化自身，而造就出勞工階層異化的現象。所謂的異化為人類創造資本，卻又被自己所創造的社會所支配，使人們悖離希望與理想的本質。

1850 年代開始馬克斯對：「資本、利潤、工資、地租等經濟範疇進行檢討，揭露人類在資本主義下如何被異化，以及資本主義經濟運動的規律及其不克服的內在矛盾，並企圖透過共產主義來奪回那已被物化了的無產階級原有的人性⁴²」。18 世紀工業革命開始，生產不再單靠一個工匠製作完成商品，而這些部分變成設計師與技師，以及老闆的工作。這麼做無疑是為求流程的合理化、規格化，且也是為節省成本。所以在工廠只需要少數的人手幫忙，資本家也可只僱用工資低廉的女性與小孩。而設計在此時已悄然介入，成為突顯階級差異的工具與手段，而當時的中產階級也認為可以透過購買商品來與他人區分出一種表面的階級之分，這些議題在後續章節中將會陸續進行討論。

綜觀而言，馬克思主義在學術傳統中對於階級意識的詮釋，主要是解釋社會變遷的重要基礎變項之一。而不同的地位階級，可能會產生出不同的政治傾向、價值以及審美觀。不過低階層的階級可能永遠會受限於高階層的階級所附加的各種意識形態，而且無從改變，只能追隨。在馬克思的立場來看，韋伯所堅持的是所謂的「資產階級」的政治立場。但無可否認的是，以馬克思一貫的立場角度而言，從資本主義的廢除，到社會主義的社會，最後邁入共產主義的社會，終將使人消除異化現象，重而獲得解放，而不必再透過商品來與他人區分表面階級，因為在共產主義中人人皆平等，所以不分貴賤貧富，都應該可以享受到共同的產品與生活品質，而設

⁴¹Chris Barker, 2004, 文化研究-理論與實踐, 五南圖書股份有限公司, pp.61-62。

⁴²陽碧川, 1992, 歐洲社會主義運動史, 前衛出版社, p.108。



計也真正可以落實到為服務人群社會，解決人類生活問題，不再僅為滿足人類虛榮心而製造出虛有其表產品的結果出現。不過這究竟是一種虛幻的理想，還是可以達成的實質目標，則還有待後續討論。

不過就韋伯的觀點而言，雖然同樣支持馬克思的論點，但仍認為過渡到社會主義，並不會使現存之社會產生轉變。除此之外，韋伯亦認為馬克思對於階級的詮釋太過簡化經濟層面，因而補足其論點，作為其研究論述發展的重心。以下則針對『韋伯』對於階級意涵的哲學觀進一步描述，以便歸納整理出兩位學者各自對階級的哲學觀，以及其如何間接影響設計領域相關哲理思考的發展過程與特徵。

2-1.2 韋伯學派對於階級意涵的哲學觀

韋伯是德國著名的社會學家之一，他首要將社會學設想成為一門探討社會行動的眾合性學科，「韋伯與先前的社會學家不同是在於，他不是用社會結構的概念構成自己的理論，而是把分析的中心放在人類個體行動上面⁴³」。其主要研究案例來源是在特定社會歷史背景下，人類行動者在相互作用的過程中所採取的行動模式。而在韋伯的社會學理論中主要將「社會行動」劃分為四種類型。即人們可能採取目標上的合理行動、價值上的合理行動、情感上的行動。所謂的「目標上的合理行動指的是為達到目的所使用最有效之方式。價值上的合理行動則是指力求實質目標，這一目標本身可能並不合理，但所使用的手段是合理的。情感行動取決於行為者的情感狀態⁴⁴」。因此韋伯以研究社會行動作為奠定其後續研究發展的基礎。

事實上韋伯所涉及的思想層面非常廣泛，其主要思想來源據《古典社會學理論與社會變遷》一文中所述，主要是來自於：「德國的新康德主義學派、歷史主義以及馬克思和尼采⁴⁵」。其中又以新康德主義派的狄爾泰（Wilhelm Dilthey）、文德爾班（Wilhelm Windelband）、李克特（Heinrich Rickert）影響最深。除此之外韋伯在諸多研究中也與馬克思的思想有所相關，這是由於韋伯的經濟行為理論，與馬克思經濟社會學保持著相同理念，既不從文化、精神的角度來思考整體社會，而是將其轉為人類具體的行動進行嚴謹的實證研究。

韋伯對於階級概念，可從《經濟與社會》研究中的「地位群體」、「政黨」兩部分進行說明。「地位群體」一詞，可譯為等級或身份，皆有身份上

⁴³韋伯，1967，社會學主要思潮，自由出版社，p.181。

⁴⁴同註40。

⁴⁵陳家輝，1994.6.19，古典社會學理論與社會變遷，國立中山大學研究所，p.93。



高低區別的意涵存在。韋伯認為：「地位群體與階級不同的是，地位群體都有共同體，與群體間的聲望有相互影響的關係。因此無論是有產或是無產階級都可能是屬於同個地位的群體⁴⁶」。上文中的地位群體是根據產品消費來進行劃分，受到經濟條件的限制而有不同的劃分標準，即擁有相同消費觀念的群體屬於同一階層。在傳統的設計產物中最能印證此一現象，譬如「貴族」與「平民」感覺區別的工藝品便為最明顯的案例之一。它們因應不同消費族群而產生，匠師在考量成本之餘，消費者的經濟與可接受的價格，也是匠師在從事造物工作前所考量的重要部分。這與現代的設計師的做法類似。設計師受限於消費者需求，必須盡量製造出他們所需的產品，因而在設想產品模擬圖之前，必會透過基本的市場調查，以確保產品能適切滿足消費者的價值觀、審美觀等。

此外，韋伯亦認為：「階級是按照個人所處的環境所施行的利益社會化，其中個人希望獲得另外一種外在地位和共同命運，因為她們擁有經濟財富的權力⁴⁷」。因而將階級區分為三種：「有產階級，主要特徵為對財產的壟斷與佔有。生產階級，有共同之處是具有在商業、工業、農業部門經營企業的意志。社會階級，他是按照在社會中所處的等級位置進行劃分，如工人與中產階級等⁴⁸」。雖然承認階級衝突在歷史上所具有的意義，不過他卻否認階級鬥爭並不如馬克思所認為的那樣重要。就韋伯而言，有產與無產的差別只是階級劃分的一個重要來源，而身分地位的壟斷歷史意涵才是他所欲真正加以強調的重點，他認為：「在歷史上再沒有比政治社團與民族國家間的衝突更加重要的身分團體之衝突⁴⁹」。

由上述文中得知，韋伯給階級下的定義與馬克思相差不大，「階級」就是一些人在生存機會上有著共同因素，而且這些原因會體現他們所佔有的商品與收入的經濟利益。他認為階級地位並不一定會導致經濟行動，而只有當階級狀況產生變化，才會產生階級的共同行動。馬克思曾提及：「只有當一個階級意識到它的自身利益，就是說意識到作為一個階級意識的它與其它階級關係，才會如此⁵⁰」。然而韋伯的理論並不完全等同於馬克思，他引進結構範疇，既「地位群體」。種群體分類根據的是人的消費模式，而不是他們在交換或生產過程中所處的地位。韋伯對於階級的詮釋為：「成員共同的生活方式、觀念以及所受到的社會評價聚集在一起⁵¹」。

⁴⁶Max Weber、林榮遠譯，1997，經濟與社會，北京市：商務印書館，pp.246-262。

⁴⁷黃瑞祺，1990，批判理論與現代社會學（增訂版），巨流圖書館，p.13。

⁴⁸陳家輝，1994，古典社會學理論與社會變遷，國立中山大學，p.163。

⁴⁹同註 45。

⁵⁰洪謙德，1998，從韋伯看馬克思，台北：楊智文化，p.181。

⁵¹洪謙德，1998，從韋伯看馬克思，台北：楊智文化，p.180。



他認為馬克思太過於關注生產領域而忽略個人所處經濟地位的重要性。像是在資本主義社會，若是經濟較高的階級，相對的隨著時間推移，也會取得較高地位。而經濟能力上較強的人也會因為他在地位上的優勢，使其也會具有相當大的社會影響力。與此較為關聯的還有當一個地位群體的成員，受到其他社會行動者的尊敬或鄙視，從而在其成員與其他社會行動者之間產生社會間距時，地位群體便會產生。因此在韋伯看來任何社會均可劃分成具有不同生活方式與世界觀的一些層次群體，正如可以劃分成不同的階級一樣。

由上所述簡單歸納馬克思與韋伯對於階級概念的詮釋。馬克思認為人類的歷史就是階級鬥爭史，資本主義的社會更是形成資產階級與無產階級的對立，因此階級鬥爭是促進社會變遷的一大動力，透過革命可以建立平等的共產主義。至於韋伯則將社會階級區分為有產階級、無產階級以及社會階級。雖然他不否認馬克思的階級衝突，但卻也沒有像馬克思如此相信階級鬥爭的重要性。以下則將兩學者的哲學觀整理如下表：

表 2-2 馬克思、韋伯的哲學觀一覽表

學派 哲學觀	馬克思	韋伯
學術系統	批判社會學	解釋社會學
歷史觀	唯物主義	唯心主義
對於社會變遷所影響的見解	異化	工具理性
對未來看法	樂觀	悲觀
對社會主義的看法	主張由激烈的方式過渡到社會主義（階級鬥爭），終將解除異化狀態。	主張過渡到社會主義並不會使現存的社會發生巨烈的改變，強調社會主義將使人類更形受限於理性。
對階級的看法	除了原始社會外，一切人類歷史都存在著階級對立的狀態。	將階級區分為有產、無產、社會階級。
對於階級衝突的看法	階級衝突是社會變遷的原動力。	不否認階級衝突，但也沒有像馬克思那麼強調其重要性。
藝術美學觀	強勢的階級為擁有生產力，而他們的觀點就是這個時代的主流，因此他們具有主導當代美學觀之影響力，而不屬於此類階級（勞工階級）的人便只能默默忍受她們的美學觀。	西方的藝術已經朝向一個特別的理性方向發展：「藝術創作，化約成為一個建立在綜合性的原則基礎之上的例行程序」。因而在整個西方理性化的過程中，那怕藝術是非經驗性的創作事物，終將逐漸會化約為一種類似數學性質的絕對理性體系。

資料來源：本研究整理

透過以上對馬克思與韋伯對「階級」的詮釋，發現其與設計實有密切



的關聯性，以下則列舉案例說明。

首先，必須先瞭解設計到底是什麼，設計又是因應何事何物而生。在《Object of Design》此書的第二章 The First Industrial Designers 中提及，工業化對於設計的衝擊。在工業化之前，歐洲生活風格，尚未受工業革命的發展所迷化，所以所有的工藝品都是個別訂做。工業革命之後，才開始出現規格統一與標準化的生產要求，過去昂貴又耗時的手工品逐漸被機械所取代，量產的概念則於此時誕生。也正因為產製的規格化、標準化，所以每件同屬性商品都是由同一條生產線產出，同一具模具製造，也造就出有別於手工製作的商品獨特性。而工業發展使得資本家致富，卻帶來勞工階級更多的血淚辛酸，勞工們以勞力與青春（在惡劣的環境下工作）以換取金錢，與更高的生活品質，卻又得將辛苦賺來的微薄薪資，付諸於日常生活開銷中，大半的花費則再度回到資本家的口袋裡。別說決定自己的生活品質，就連審美觀可能也都得受限於資本家所創造出的意識形態，其中本文所提及的階級意識便為其中一項。而勞工階級就在如此惡性循環下終其一生。在馬克思論述中充斥著許多類似論點，因此也可以很清楚的意識到馬克思之所以主張共產背後的真正原因，而他認為只有透過階級鬥爭才能完成這個夢想，才能消除長期以來勞工被物化的嚴重現象。

相對地，韋伯學派則將焦點轉至經濟層面，他認為階級的劃分最主要是以消費能力的多寡來決定，因此擁有相同消費能力的人將歸類為同一階層。物品的差異性是為因應不同階層需求所產生，因此在過去的工藝品或是現今的設計產物，似乎都會有類似的現象產生。然而除西方社會所擁有上述對階級現象的熱烈描述與討論外，事實上在東方講究尊卑倫理的社會中，也有這種類似的既有階級制度與相關論述存在。這可從中文詞語中常出現的「尊卑、貴賤、長幼、上下、親疏等詞語來看，都帶有人與人之間次序差別涵義⁵²」得到明示。以下則以東方（主要是中國）所發展出來的階級有關論述進行說明，之後並會將東、西方對階級概念的關係進行比較解析。

2-2 東方社會階級與階層化概念的生成簡史與哲學觀

在延續西方社會的階級與階層理論歷史回顧後，本節則開始追溯中國的階級與階層概念起源。在回溯的過程中必須面對中國浩瀚的早期經典（如儒家、道家、法家思想等），藉以檢視在中國過去傳統中階級概念是如何存在，並如何被操作使用的真相談論內容。

⁵²費孝通，1991，鄉土中國，三聯書店，pp.25-33。



追溯先秦時期，儒家思想家孟子認為人無法孤立生活，並對於自給自足理論有所辯解，於《滕文公上篇》便有所提及：「耕作的人用鐵製的農具耕作，還戴著白絹的頭冠。但是，這些都不是自己做的，是以穀物和別人交換得來的，全部自己動手做的話就無法專心工作，如此一來生產力就會下降⁵³」。因此人生活在分工合作的社會中，人與人之間的分工關係與社會經濟便會密不可分，此外孟子對經濟市場有所描述：「古之為市者，以其所有，易其所無者⁵⁴」。由此可得知人與人之間的關係是透過財產的交換，及分工合作來形成交集，如此這個世界才能成為大家所認同調和的世界。

由上述文中得知孟子主張的是「調和」，非強勢的世界。因此孟子對於社會階級的形成認為是很自然的現象。因為人類只有在相互分工合作的組織狀態下，才能正常運作。孟子的觀念裡，人類生存在「調和」的世界裡，而權利的問題不必要去思考，當然這前提是人的本質必須善良，以人性的角度言之，就是所謂的「性善說」的想法，與其秉持相反概念的墨子則主張「性惡說」。

春秋無義戰。當時貴族之間不斷進行殘酷的掠奪戰爭。墨子則接近勞動者，非常同情小生產者、小私有者，對他們於戰爭中所遭受的痛苦有深刻的感受，因而墨子反對侵略戰爭的思想情感亦特別強烈，並為勞動者的利益，消極的提出「節用」、「節葬」，在《節葬下》一節中有所提及：「不分貴賤，一律用三吋厚的木板做棺材⁵⁵」。墨子對於當時貴族極度奢華浪費、享樂腐化，以及生活過分享受，來顯示他們的社經地位優越性的作法進行揭露與批判，無疑是希望社會可以就此而進步。而在其《非樂上》中提及：「賴其力者生，不賴其力者不生⁵⁶」，文中得知墨子為中國最早提出人是依靠勞動才能維持生活，而那些不勞動者是可恥行為（這段話約略指涉當時奢華浪費的貴族階級）的想法。此外，對於孟子而言，沒有必要存在的組織，墨子卻是獨自發展出關於組織性的思考。其提出：「人與人之間是會互相傷害，因此有必要建立秩序。秩序是一種從外部對人類社會的強制規定⁵⁷」。

其所提出理想中的階級劃分：「是故選天下之賢可者，立以為天子。天子立，以其力為未足，又選擇天下之賢可者，置立之三公⁵⁸」。天子與天子

⁵³滕文公上篇原文，pp.118-120。

⁵⁴註：古時候所謂的市場，是用自己有的東西去換自己所沒有的（公孫丑下篇）。

⁵⁵任繼愈，1994，墨子與墨家，台灣商務印書館股份有限公司，p.58。

⁵⁶任繼愈，1994，墨子與墨家，台灣商務印書館股份有限公司，p.59。

⁵⁷岡本光，2005，墨子思想圖解，臺北市：商周出版，p.183。

⁵⁸註：所以要選擇天下賢能可用的人，立為天子。天子確立了，因為一個人的力量不夠，又選擇天下賢



的輔佐者「三公」為「賢能」而被為擔任職務的人，正是墨子所謂的「尚賢論」。根據墨子所謂維持秩序的組織為以下層級：「天子（三公）、諸侯、鄉長、里長」。此所指的三公並非單獨層級，而為輔佐天子之人。統治者與被統治者形成如圖 2-3 所示關係。



圖 2-3 墨子的階層劃分
資料來源：本研究整理

在墨子的組織論中最高的統治者是「天」，而天子則是位居民間中最高的統治者角色。面對「天」他代表著人類，而面對他人則是代表著天的身分。而最基層的統治者是里長，里長以天的權威作為背景依據，用賞罰統一人民，同時也是以里一體與上層接觸的代表。此外，墨子也提及：「所有人都是求賞避罰。因此，只要賢者就給予獎賞，不賢就給予懲賞，如此一來就能夠讓人自發地去參與成為賢者的競爭⁵⁹」。內文中所指的賢者為統治階層之人，意謂應用賞罰原則，讓人能自動自發的去參與成為賢者的競爭方式。譬如中國後來採用「科舉」的高等官僚任用考試制度（科舉制度於隋朝開始，宋朝漸趨完善，至清朝滅亡為止），這也是人民往上層流動的唯一方式。因而墨子認為人民的貧困、饑寒，是由於工作不努力所導致的結果，這種觀點顯然太過單方面。先秦時期的孟子、荀子以及韓非子，都有類似的說法出現。亦述：「民之饑，以其上食稅之多，是以饑⁶⁰」。上述文中老子則正確指出百姓貧困的根源所在，便是階級差異所形成的結果。

西周時期使以封建制度所形成的社會結構，對於階級的劃分更細分成：「天子、諸侯、卿大夫、士及庶民五級。其中庶民指的是平民，而為了服役方便，由分工而成為四民，即士、農、工、商⁶¹」。這說法直至秦朝統一天下，秦始皇接納宰相李斯的建議之後，始將封建制度完全廢除。從此開始的階級劃分，便是由官位俸祿等級的高低來決定，而非財富多寡，其中任官資格本身又受教育程度而定，因此這也是為何中國長期以來一直以嚴格標準，讓受教程度成為衡量社會地位標準的原因來源。舉例來說，在當時為區分出不同官位的區隔，會使用不同的服飾色彩，服飾明顯的表現出貴族文化與平民文化間的差異性。

能可用的人，冊立為三公（尚同上篇）。

⁵⁹岡本光，2005，墨子思想圖解，臺北市:商周出版，p.186。

⁶⁰老子，75章。

⁶¹瞿同祖，1984，中國封建社會，台北:里仁書局，pp.203-319。



時至 1949 年，「西學東漸，中國向西方取經的不僅是船堅砲利，社會科學同樣漂洋過海到中國⁶²」。此時許多知識份子，如康有為、梁啟超、陳獨秀以及毛澤東等人，開始試圖解決他們所觀察到的政治、經濟等社會問題，進而重新融合與詮釋東、西方的階級概念。像是陳獨秀與毛澤東的相關論述，就以結合西方理論（馬克思學派）中的階級概念為主，並藉以推動中國走向共產主義。相關於上述的東方學者，如康有為、梁啟超、陳獨秀，以及毛澤東等，對階級與階層概念皆有所論述。以下則將東、西方學者對於階級意識的相關概念定義進行重點回顧，並歸納整理階級概念所包含的關鍵要素。

2-3 社會階級與階層化概念的重點回顧

在延續東、西方社會的階級與階層理論歷史回顧後，本節的主要目的為將東、西方學者對階級與階層化的定義，歸納整理出階級形成所需包括的有關因素。不過本節一開始將先對「階級」與「階層化」兩名詞的差異性進行解析，以減少後續名詞誤導混淆的現象產生。

所謂的社會「階層化」是指「依性別、年齡、職業、教育程度、居住地、收入、財富、種族、宗教等屬性，將一團體或一社會安排成一地位順序。地位有尊卑高下之分，而依某一或某些屬性，給予各地位不同的報酬的判斷者，叫做階層化⁶³」。上文中所指的「報酬」包括財富、權力、社會評價，以及精神上的滿足，自古以來便是普遍存在的社會現象，並依各時代的價值觀不同，而產生出不同的劃分方式。而社會之所以會分階層，最主要的原因便是因為社會需要進行分化，來保證人類可各盡其職，每樣工作都有人擔任，並且能為社會提供貢獻。不過一旦社會地位被分化後，就一定會產生出高低等級之分，然後各自因職務的難易程度，而設定不同的報酬標準。簡言之，就是讓每位人民都能找到適當工作，即因才適所。

社會評定地位的高低則是依照社會價值觀來判斷，因此社會給予每樣工作不同的聲望與報酬，但聲望與報酬並不是有相對關係。舉例而言，明星的收入財富高於教師，但他們的聲望卻不盡然會比教師高（這裡是指中國尊師重道的傳統例）。雖然教師擁有崇高的社經地位，但他們對於政治的影響力卻不及政府官員還大。而經上述對階層化分析可以得知，社會構造確實是十分複雜的現象，可以從社會功能、職務或是權力上來進行區分，

⁶²蔡文輝，1994.10，社會學理論，台北：三民書局，pp.372-382。

⁶³Melvin M. Tumin, 1967, social stratification, the Forms and Functions of Inequality Englewood Cliffs New Jersey:Prentice-Hall, pp.12-13。



而這些分類也將形成無數的分層來分配所有職務。

綜觀而言「階層」與「階級」雖然同樣具有區分等級之意義，這兩個名詞事實上分別也有各自不同的意涵存在。所謂的社會「階級」指的是自人類出生便區分好之等級，為天生所賦予（平民與貴族家庭）。當馬克思述及其階級鬥爭概念時，其中通常會包括有「無產」與「資產」階級。兩者間由於意識形態不同，彼此間是不連續、斷裂以及具有衝突性的差別。而社會「階層」則是具有連續性，譬如老闆階層、主管階層、員工階層等，彼此間相互相容，並可以經過後天努力，取得更高資源（職業、學歷、資金），以改變自己原本所在的階層。在社會中總是會有些稀少而有價值的資源，是人類因渴望而追求之物。然而有些人得到的多，有些人則得到的少，因此如果將每個人按所得的多寡而區分層級，便會出現許多高低不等的社會階層構成。再依不同資源分層標準，也可得到更多的階層體系，如教育、收入、職業體系等。而階層間含有主觀與客觀判斷高低的個人認知，整體社會也有固定的價值觀判斷模式。

因此「階級」與「階層」兩名詞常是混淆難明又紛歧的概念，常會引發諸多思想家的討論。階級的存在即是對「人生而平等」一詞的反省，而對於階級現象的探索，無疑是對其背後不平等概念所做的一種闡釋。據《中國社會的階級與階層研究》在其研究中指出，造成混淆現象最主要的原因便是：「中國學者所接受的所謂馬克思主義理論，其實與馬克思自己對階級的論述並不相同，而是經過列寧（Vladimir I.Lenin）、史達林（Joseph Stalin）與毛澤東等人轉化、詮釋的階級理論。這些主要又是為推動共產革命而發生，其劃分標準都有政治目的性」。由此得知，大多數人是將在學術研究上的意識形態與政治信仰糾結在一起，故甚難在概念上達成統一性。因此為進一步釐清階級與階層此一名詞之涵義差異，在此先就東西方諸多學者對「階級」與「階層」所下定義進行瞭解，以探尋其根本脈絡行程的方式，其內容整理已如表 2-3 所示。



表 2-3 階級與階層定義整理一覽表

西方	
書籍 (作者)	內容
理想國 (柏拉圖)	公民群體被分為三個階級，這是與他關於靈魂三個組成部分的理論相對應的。與靈魂的理智部分相對應的是受過哲學教育的統治者階級。與勇氣部分相對應的是勇敢保衛國家的衛士階級。與慾望部分相對應的是農夫和商人階級。
政治學 (蘇格拉底)	民主政治非為少數人獨佔，而是為多數人所共有。在我國，依法律的規定，任何人都有平等的發言權，但是，若其一個人的才能超出眾人之上，那麼，我們則必須超越一般人所謂平等的觀念，而要特別任用他，給予他很高的地位。假若有某一個人能為國家做事，雖然他出身貧寒，也不能因此阻塞他的仕途」。蘇格拉底強調職位高低取決於個人本身之能力，無關於家世背景之優劣勢，只要能力高的人便能取得較高階層，當然能力低者僅能從事基礎層面之職位，因此社會階級的形成有其必然性。
社會學 (Donald Light)	階層為社會中不同等級的人們之區分，他們在稀少和有限的資源上有著不平等之分配；一般而言，吾人在美國社會稱這些不同的層次為階級-亦擁有相同的經濟地位的群聚。
社會學 (Jonathan H. Turner)	社會中的部份成員有著相同的工作環境，對有價資源的享有居於相似的程度以及相同的生活類型。
社會分化與社會階層 (S.N E)	階層為一種社會順序，此順序關聯於： 1.對角色的不同評價。 2.既存類屬或角色的社會分工。 3.階級制度或角色類屬的階級制度。
資本論 (Karl Marx)	勞動力的所有者、土地所有者、資本所有者，形成建立在資本主義生產基礎上的現代社會的三大階級。
經濟與社會 (Max Weber)	階級是一群人的聚合「這些人具有相同獲得財物的機會和表現相同的生活標準」。
社會研究 (A. Vierkandt)	現代的工業社會中，共同的經濟利益，使得團隊成為階級。除了這些共同的經濟利益之外，階級沒有其他的特質了。
社會結構與其變遷 (R. M. MacIver)	階級為「一社區之任何部分，不同於其他部分，非以來自語言、地區、功能或專業的範疇為依據，而主要由於一種社會地位的感覺」。
東方	
滕文公上篇 (孟子)	耕作的人用鐵製的農具耕作，還戴著白絹的頭冠。但是，這些都不是自己做的，是以穀物和別人交換得來的，全部自己動手做的話就無法專心工作，如此一來生產力就會下降」。孟子主張的是「調和」，非強勢的世界。因此孟子對於社會階級的形成認為是很自然的現象，因為人類只有在相互分工合作的組織狀態下才能正常的運作。
墨子	是故選天下之賢可者，立以為天子。天子立，以其力為未足，又選擇天下之賢可者，置立之三公」。天子與天子的輔佐者「三公」為「賢能」而被為擔任職務的人，正是墨子所謂的「尚賢論」。根據墨子所謂維持秩序的組織為以下之層級：



	天子（三公）「諸侯、鄉長、里長」
大同書 （康有為）	階級劃分與一國文明程度有關，愈野蠻則階級越多，而愈文明階級愈少。康有為所指的階級，是指身分上的貴賤與等級高低。
無產階級與無業階級 （梁啟超）	中國社會的階級分野若要勉強說有，也不像歐美社會般區分為有產階級與無產階級，而是以有業階級與無業階級作為對比，依職業的有無來區分。
中國國民革命與社會各階級 （陳獨秀）	將階級劃分為中產、小有產、無產階級，階級是以財產有無來區分。
中國社會各階級的分析 （毛澤東）	階級的劃分標準為經濟地位與革命態度。

資料來源：本研究整理

由上述表中可發現早期東、西方對於「階級概念」皆秉持不同的論述特徵，大致上可分為「功能（調和）學派」與「衝突（批判）學派」兩大派別：功能學派對社會階層的解釋，基本上是建立於涂爾幹及派深思兩人的理論上。涂爾幹認為社會階層是社會對人類道德和行為規範的一種分等，而社會階級的起源是社會分工下的必然結果。派深思則是更進一步指出階層是社會對個人成就肯定的一種方式。因此，功能學派的理論不在於指出社會該如何被正常操作，而是在於把不同成員安排到適當的場所，以及將人分成等級，所以階級的安排有其功能性。

相對於功能學派的衝突學派則認為功能學派未考慮平民的動機來源，而大膽假設出大多數人皆無條件接受階層化的體制，這樣只是在不斷助長更多不平等的社會現象與限制個人爭取社會職位之機會產生。其中著名學者杜明便為衝突學派主要的代言人，杜明提及：「富人之所以富有，是由於他們的獨占了社會上較稀罕且有價值的職位，並且使用他們獨占權去支配窮人的結果，最後得窮人屈從⁶⁴」。由上述文中得知，階層除不具有正面功能性外，亦造成限制人才發展與促使社會競爭與衝突的負面印象存在，而這也是馬克思所秉持的一貫觀點。

歸納整理（如上表 2-3）得知古代東方學者大多數較偏向功能（調和）性學派，譬如先秦時期的孟子、荀子、墨子。孟子、荀子，所認為社會階級的形成是很自然的現象，因為人類只有在相互分工合作的組織狀態下，才能正常運作，因而主張調和而非強勢的世界。同樣的墨子雖然同情勞工階級受戰爭之苦，而對貴族階級有所批判，但由於他消極的觀點，單方面的認為勞工之所以無法向上流動，仍是因為其不夠努力如此而已。確不如老子般的那樣的全面性思考，真正促使勞工階級再製的原因（人民之所以

⁶⁴Melvin M. Tumin, 1967, social stratification, the Forms and Functions of Inequality Englewood Cliffs New Jersey:Prentice-Hall, p.10。



為苦是受到貴族官員強力徵收稅金)。不過，在老子的論述中僅保守的論述勞工被上層剝削之現象，卻無進一步批判當代社會這種不平等現象的產生與解決之道，或許這也是與中國長期以來受到傳統保守的儒家思想觀念所致。也可說是他們認份的從事自己份內的職責，卻未強求有任何改變，而認為一切都是命中註定。

相對於此，西方學者則無前述東方學者那樣認份，他們大多數較偏向衝突（批判）學派。他們試圖改變與解釋社會中所存在階級「不平等」的現象。他們認為若是大多數人都無條件的接受階層化的體制，這樣只是不斷助長階級再製，形成更多不平等的社會現象，以及限制個人爭取社會職位的機會，根本無法造成社會正常的階層流動。而諸如此類的觀點首要提出者為蘇格拉底，其認為職位高低取決於個人本身之能力，無關於家世背景之優劣勢，只要能力高的人便能取得較高階層，當然能力低者僅能從事基礎層面職位。但較為可惜的是亞里斯多德與東方的墨子類似，對於勞工之所以無法向上流動的因素，並未更多元化的進行探究，無法藉此確切瞭解單方面指出所有現象皆理所當然的原因。然而真正開始有學者對資本主義社會有所批判便是從馬克思開始，他極度批判社會之所以無法階層流動，是因為勞工階級被上層剝削所致。在當時保守的社會中，馬克思所提出的論點相當震驚當時的一般大眾，更是影響勞工階級開始懂得爭取自身權益的開始。另外將馬克思階級意識觀點加入經濟學論點的韋伯，亦為階級意識研究中的重要學者之一。兩位學者更深入影響近代中國政治人物，如中國的毛澤東、鄧小平等人，是促使中國資本開始走向共產主義制度的幕後推手。

而階級大致上又是如何劃分出來，大致上於表中可發現兩類：其一是由馬克斯觀點出發的「是否擁有生產工具」以及「身分地位高低」作為衡量標準。而近代東方對於階級的觀點是始自馬克思出現後而融合，像是毛澤東推動共產黨主義中，就以馬克思學派作為其主要的理論根源。而在分配的過程中，擁有相同社經背景的人則會被歸類為同一層級，他們有相同的生活形態。馬克思所提到的「階級鬥爭」，指的則是同一階級長期遭受另一個階級的剝削，進而會因此產生凝聚力量以對抗另一個階級，所造成的一種社會現象。

歸納整理出階級概念所可能包含的幾點關鍵要素：

- 1.階級是一種不平等以及含有社會、個人主觀判斷所劃分的過程。
- 2.在分配的過程中擁有相同屬性分配的一群人，具有同樣的社會經濟背景。
- 3.同一階級擁有相同的聲望、權力、經濟以及地位，所形成共同的生活形態，而凝聚階級的重要因素則是意識形態。



由上述文中可以得知，韋伯與馬克思兩位學者都特別關心近代社會的變遷。而造成歷史變遷最大影響者莫過於資本主義的出現，它為人類社會帶來強大的解體作用。「在資本主義社會下，不但家庭結構、政治權威以及文化現象皆受其影響，連同科學與藝術也會產生變化⁶⁵」。尤其是對藝術領域的影響，像是藝術家接受到社會教化，在無意識間也注入社會所賦予價值觀（如階級、性別等）的作法。下節將針對社會學學者如馬克思、韋伯等，對藝術美學觀的發展影響之詮釋方式。

2-4 馬克思、韋伯的藝術美學觀

資本主義對藝術領域的影響，在於藝術家自我本身的意識形態發展。雖然美學所著重的是形而上的問題，但藝術家在作品的表現上常常會受到社會文化各層面的影響。這也就是黑格爾所開啟的美學觀，並深深的影響馬克思，後繼者深受馬克思影響的學者，有班雅明、盧卡奇、李歐塔以及羅蘭巴特等人的美學觀，皆受到馬克思主義的影響，而將類似藝術的作品當作研究題材，並放進社會脈絡裡進行剖析。如下圖 2-4 是藝術家布魯格爾的鄉村婚宴圖，將勞工階級生活描繪的細緻入微。

從馬克思主義的思想影響上來看，其所提倡的生產與消費概念，於 1974 年之後開始影響藝術領域，並以藝術品來解釋生產與消費概念：「生產不僅為了滿足一項需求而提供一種物質，它也為該物質創造了一項需求。一旦消費從粗略與直接的原始狀態中浮現的時候，...消費本身即受物件牽引而成為一種驅力。消費對於物件的需要，來自於對物件的認知，藝術物件一如同其他產品一創造了一批對藝術敏感並懂得享受美感的閱聽大眾。因此，藉由（1）為消費創造物質；（2）決定消費的形態；（3）創造一開始消費所感覺的需求物件形式之產品創造消費。它因而創造出消費的物件、消費的態度以及消費的動機。同理，消費，則以一種既已決定的目標需求的姿態誘導生產者，

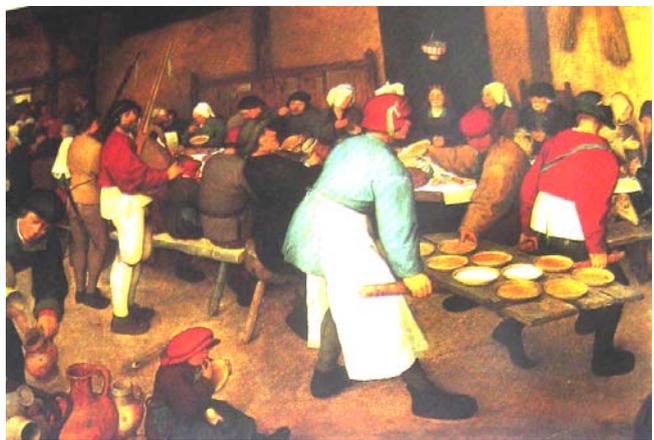


圖 2-4 布魯格爾的鄉村婚宴圖

資料來源：E.H.Gombrich，布魯格爾的鄉村婚宴圖，「藝術的故事」，p.382

⁶⁵洪謙德，1998，從韋伯看馬克思，台北：楊智文化，p.160。



使他產生某種傾向⁶⁶」。由上文中得知生產是為滿足人類需求而生，因此生產者會因應消費者需求（個人喜好與價值觀等）進行造物動作，更在有意與無意識間，將各種意識形態投射於設計人工物之中。

此外，在馬克思的美學思想中特別著重在意識型態上的問題。馬克思認為強勢階級擁有生產利益，而他們的觀點就是這個時代的主流，因此他們具有主導當代美學觀的影響力。而不屬於此類階級（勞工階級）的人便只能默默忍受她們的美學觀。而強勢階級的意識形態產生，最主要是透過經濟異化來強化社會中的宗教、科學、藝術以及家庭等差異區分。因此對馬克思而言，藝術的美感是屬於藝術形態的一種，在社會標準中可以被接受的美感，都是受到強勢階級的教化，僅是因為她們掌握經濟生產權，進而達到文化認同的能力。

像是共產黨與獨裁政黨執政下的藝術創作，特別會強調藝術的社會功能，結果導致藝術成為官方的宣傳工具。好比崇尚社會主義美學的創作者，大多都會希望藝術是對社會有用、有功能性、內容具社會性、可被大眾閱讀之物，因而寫實主義往往變成他們所堅持的風格，同時成為當代的藝術主流題材。

韋伯則認為，西方的藝術已經朝向一個特別的理性方向發展：「藝術創作，化約成為一個建立在綜合性的原則基礎之上的例程序⁶⁷」。因而在整個西方理性化的過程中，那怕藝術是非經驗性的創作事物，終將逐漸會化約為一種類似數學性質的絕對理性體系。就像是音樂創造的過程轉型，轉型成為一個可知的方法、有效的樂器，以及可理解的規則所運作的可計算事物。

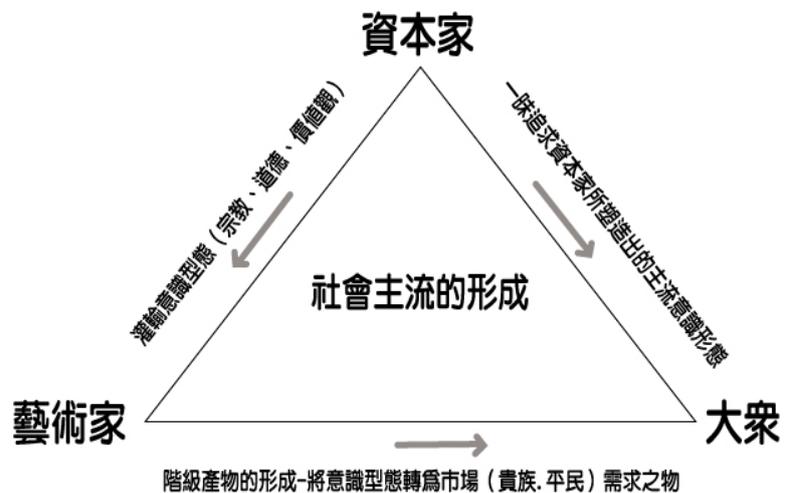


圖 2-5 社會主流關係的形成圖

資料來源：本研究整理

⁶⁶Griselda Pollock 著、陳香君譯，2000，視線與差異，遠流出版社，p.4。

⁶⁷陳家輝，1994，古典社會學理論與社會變遷，國立中山大學，p.124。



綜觀上述可得知馬克思與韋伯對於藝術美學秉持著不同觀點，但綜合言之，藝術的發展與社會變遷則必然有著莫大關係，藝術家在其中則扮演著中介角色。也就是強勢階級主導社會整體發展（宗教、道德、價值觀等），而藝術家受到強勢階級的影響，在潛意識下有意或無意識的表現於他們的藝術創作品內，而藝術家與資本家彼此間所形成的關係則如圖 2-5 所示。因此藝術家似乎為滿足強勢階級所需，儘可能的將強勢階級的文化帶至最高峰，像是古典藝術（巴洛克、洛可可）中多繪製皇宮貴族生活情境，鮮少有藝術家紀錄平民百姓生活的做法出現。

設計領域似乎也不例外，至工業革命開始，設計師的職業開始逐步取代原有的匠師職業，產品為達有效率的生產，開始將物品規格化與統一格式化。而為滿足雇主之需求，則盡量將產品朝向他們理想中的風格與價格調整，因此設計者在從事設計工作時，便會經常受制於社會所賦予的價值觀，而在有意與無意識間製造出不同階層所使用的各種產品，達成階級差異明顯區分化的最後結果。社會中的價值觀事實上經常是透過設計者這類型的媒介介面，將資本家所想要的意識形態，透過廣告媒體等的宣傳，讓一般大眾受到同化，進而達到出現認同感，並服膺遵守與自動延續下去的社會氛圍，這也是設計工作所能產生的重大效益功能之一。

接續章節則將嘗試運用社會學者對於階級哲學之觀點，解讀人類進行人工物設計行為之際，所外顯或隱藏於設計物中的階級意識，並試圖解讀其影響範圍與大小程度，意義與啟示。探討過程中會兼論傳統與現代、東方與西方等相關案例，以求能較綜合與全面性的討論此意識形態的影響能力與關鍵重點。



三、從裝飾手法中所展現出的階級意涵

無論是傳統器物，或是現代的設計產出物，其實之中都經常含有明顯貴族與平民使用器物意涵劃分的現象存在，它們各自發展出不同的本質與內涵。

本章主要透過人類運用各類裝飾設計，形塑階級意識形態的操作手法，以解讀階級意識形態是如何影響設計人工物生成的模式與意義。故此，從紋樣與色彩的裝飾運用方法中，可以歸納出人類社會制度裡貴賤尊卑等級意識的形塑過程，以及解讀貴族與庶民類型器物出現所影響設計思維發展上的意涵。



在延續東、西方學者對階級意識的哲學概念進行回顧後，本章將開始運用前章各學者所提及的階級理論，逐步解析人類運用裝飾設計手法，進行等級區隔劃分的相關案例，以便進行設計思維的深層意義分析。

從文化人類學角度來看，人類早在史前時期，便已懂得運用裝飾物來突顯自身，「原始人類不但裝飾自己所製造出來的器物，也裝飾自己的身體，因此裝飾可說是人類的本能⁶⁸」。因此裝飾或許是人類基於本能所發展出的一種自我表現方式。且據《文化人類學》一文所示：「在原始藝術活動中裝飾為重要的一種藝術表現。從身體到器物都與裝飾有密切的關係⁶⁹」內容，也可知人類早期藝術活動與裝飾的強大關聯性。

如果裝飾是人類的原始本能之一，那麼真正促使人類意圖裝飾自身與器物的究竟是何種原因。據學者 Yrjo Hirn 於《藝術的起源》中曾述：「裝飾大都是實用，而不是審美⁷⁰」。此外，《藝術概論》亦指出：「所有原始民族大半的藝術品，都不是純粹審美動機出發，而是基於實際的目的；實際的目的主要是動機，審美的要求是滿足次要的慾望而已。原始的裝飾都有其實際的意義與符號象徵⁷¹」。Arnold Hauser 學者認為：「人類最初的藝術大多起源於巫術、萬物有靈說或者祭典⁷²」。根據上述學者看法，原始的裝飾藝術顯然都是因為有實際的目的而產生之物，像是祭典儀式需求等。因為在原始的社會裡，人類相信靈魂是永遠不滅，所以產生崇拜大自然（物神崇拜行為），進而促使信仰與宗教概念的形，許多器物、供物（祭拜神明之器物）、服飾等各種設計產物，便也相繼而生。而上述這些設計產物中，或許是為因應彰顯對不同地位階級的表徵用途目的，進而產生出許多對應的表現模式與形態。這是本章內容書寫時，所欲強調表述的第一項主要核心概念。

人類透過裝飾手法達到階級識別目的，而最常見的裝飾設計方式不外乎是運用代表著明白外顯特徵的圖紋（3-1 節）與色彩（3-2 節）。因此以下將呈現出內含階級意識特徵的圖紋與色彩表現之相關事例，期望透過對這些事例的分析研究，進一步瞭解階級意識形態，是如何經由這些裝飾設計思維逐一展現在現實社會，並影響人類設計思維發展的重要關鍵。

⁶⁸陳國鈞，1988，文化人類學，三民書局，p.230。

⁶⁹同註 65。

⁷⁰Yrjo Hirn，1870-1952，藝術的起源，中國人民大學，p.33。

⁷¹Arnold Hauser 著，藝術社會學，台北市：雅典出版社，p.33。

⁷²同註 68。



3-1 紋樣中所透露出階級意識的可能源頭

人類一開始展開游牧生活模式之時，大部分以獵捕動物與採集植物維生，然後逐漸轉成定居的生活形態。原始時代的人類，一開始也只是以滿足像是馬斯洛需求層次論中最底層所述的生理需求（飢餓、口渴、敦倫）為主要的生存目的，而且通常以個人單位進行。不過隨著慾求漸增，個人力量已不再能夠滿足所有目標之後，幾個人甚至許多人集合起來開始發揮出群體合作力量，自然便成為人類社會組織發展的雛型。

當人類的社會組織逐漸形成之後，為讓團體中的成員能夠各盡其職，逐步展開分工制度，一些上下階層，或者說是管理者與被管理者的層級分別自然也就隨之劃分出現。往往在一個群體中，天生具備領導能力的人（通常可能是年紀輩份較高、個性較有主見，或是具有強壯體格特質等人物），自然較易成為群中之王來領導組織運作，並能廣受大眾遵從。

從出土的其他陶質器物中，也不難發現在同個時空背景之下，強勢族群所具有主導器物造型與功能的能力。而多半在後來還能夠遺留下來的也是這些族群所使用的器物，譬如：「在大型祭壇、女神廟、石冢群址，並先後出土了一批極其珍貴的文物。（圖 3-1）有母系氏族社會的象徵物—陶質婦女裸體小塑像，以及孕婦的形象，被推斷為生育神⁷³」。原始社會並沒有清楚的親屬與家庭關係，因此性關係紊亂，是多夫多妻制，或者是群交制、雜交制。在這種情況下人唯一能夠確定的親屬，就是把她生下來的母親，因此最初的家庭組織應是圍繞著母親所建立展開。因而從陶器當中可以發現女性形象佔大多數，更出現許多懷孕的女性陶像以及生殖崇拜之圖紋。

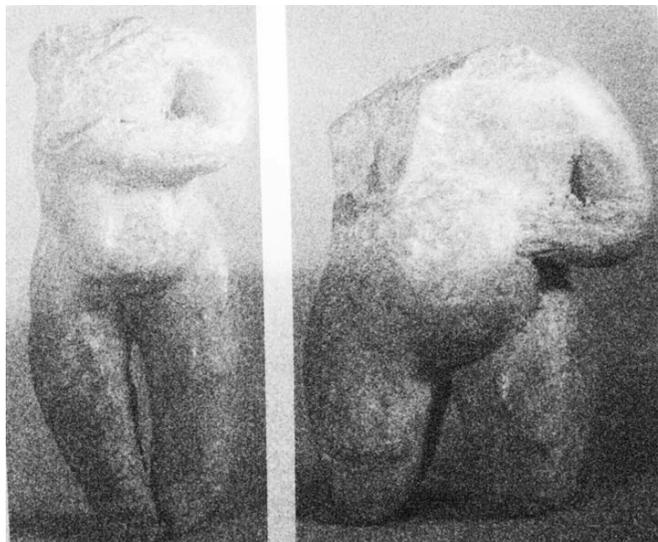


圖 3-1 陶孕婦像

資料來源：高豐，2006，中國設計史，積木文化，p.9

在母系為主的原始社會裡，代表女性的地位象徵物，自然會以其代表象徵紋飾展現於世人之前。所以諸如魚紋、蛙紋等皆是代表物。像使用魚

⁷³ 田自秉，1993，工藝美術史，文津出版社，p.9。



紋（圖 3-2）作為祖先代表象徵的圖騰動物而加以崇拜，有學者提出：「魚的繁殖能力強，魚紋的出現可能是原始母系社會崇拜生殖力的原始象徵⁷⁴」。另外，蛙紋（圖 3-3）也和漁紋有同樣類似的象徵意涵。但亦有學者認為：「漁獵時期，原始民族以狩獵維生，蛙也是人類捕捉的對象，所以蛙紋的裝飾，係一種原始生活型態的反映」。此外，在西方也有類似概念，像《外國工藝美術史》中便有所敘述：「在美術史中著名的維納斯（圖 3-4），肥大的乳房和突出的骨盆與腹部，這可能為當時生殖繁衍有一定的關係⁷⁵」。而從這些代表母系地位象徵的原始圖紋中，便很容易得知當時的社會階級是以上層階級為主體的表徵意涵。

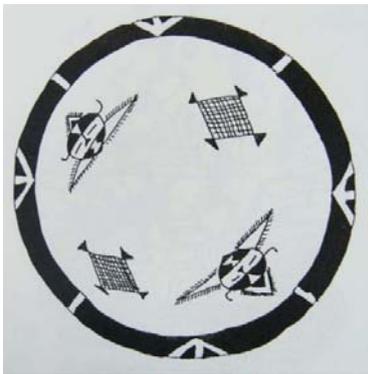


圖 3-2 魚紋

資料來源：敏澤，1989，中國美學思想史，濟魯書社，p.43

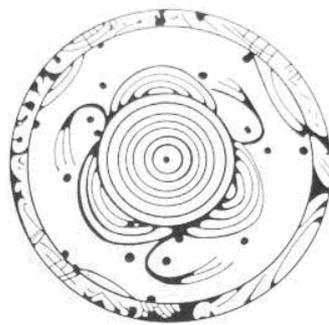


圖 3-3 蛙紋

資料來源：葉劉天增，1995，中國紋飾研究，南天出版社，p.22



圖 3-4 維納斯

資料來源：張夫也，2003，外國工藝美術史，中央編譯出版社，p.3

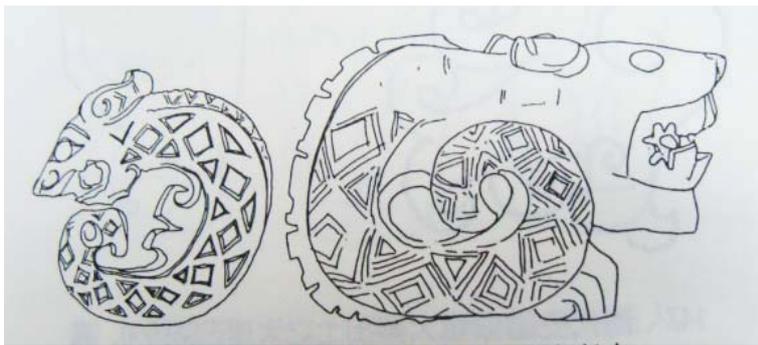


圖 3-5 玉龍

資料來源：葉劉天，1995，中國紋飾研究，南天出版社，p. 102

此外於《家庭、私有制和國家的起源》一文中亦提及母系社會的經濟形態，是採集天然產物以求生存，也就是所謂的「採集經濟」的時代。而後由於生產技術進步，才進一步學會畜牧與農業生活。在此時期的男子因

為掌有畜牧與農地管理能力，因此逐漸取得家庭組織中的管理權，也因此造成朝父系社會中心翻轉的後續歷史出現。而父系社會形成後，男性地位也開始抬頭，崇拜圖騰則開始從對女性相關的神物信仰轉向男性，甚或出

⁷⁴敏澤，1989，中國美學思想史，濟魯書社，p.43。

⁷⁵張夫也，2003，外國工藝美術史，中央編譯出版社，p.3。



現擬人化的半人半獸圖騰造型。舉例而言古代的玉龍頭形狀上多有「且角」張口(圖 3-5)，這種造型不僅是一種特色，也是一種文化觀念表現的符號。學者袁德星便指出龍紋或鳳紋頭上的且角，是父系社會中生殖崇拜的代表性象徵符號之一。甚至於西方也有類似的觀點存在，「男性陶像的出現，似乎表示母權制向父權制的過渡，這種男性氏族或部落長手裡的小杖，大概是后世王杖或權標的起源⁷⁶」。

領導者又是如何能說服大眾跟隨於他，這從一般家庭成員的生活模式中去觀察推論，便可一窺端倪。家中孩童(7歲以下)由於通常無自主能力，因此得依靠父母親來達成自我安全保護的需求，也因此從小開始便會順從其父母指示，而在家庭中形成明顯領導與被領導者的差異角色出現。此外，在《文化人類學》也有：「為了經濟有效地運用資源。親屬關係在招募成員時扮演重要的角色。事實上，親屬關係是維繫社會經濟活動的主要媒介。而且極有可能是透過親屬關係，他們才能獲得在特定區域內覓食的權利⁷⁷」的說法存在，表示出人類一開始的小型組織形成方式是由親屬結構所組成的結果，然後再逐步擴大到通婚結盟的組織規模。而原始部落內的組織「是沒有個人的政治、經濟與宗教的地位，在他們社會中，唯一可以獲致個人地位，就必須依靠個人的能力或才能，或者以長老的身分來取得⁷⁸」。這也再次說明早期的原始社會結構下親屬組織的領導者，大多是由輩份較高的長老所擔任，其原因則是因為他們具備足夠知識與經驗，得以讓晚輩能心悅誠服的敬崇。

隨著族群在覓食過程中遇見其他族群，組織形態則又再次成長演化至不同階段。這時的更高層領導者可能便是由各自族群中的長老進行比較，並選擇之中更具有領導力，或者是掌握權力較大者來擔任。這在人類只想滿足生理覓食需求的時代而言，可能就是比較知道如何掌握打獵收穫能有豐碩成果知識，或者是較擅長教授與組織眾人的人物。而這些組織中較具領導特質的人，自然便較易成為眾所矚目與尊崇的對象，並掌握支配整體組織運作各方面的重大權力。

這種組織與領導統御模式形成的軌跡，也一直延續至人類開始定居，從事農業生活，然後發展出村鎮城市的時代。組織形成的基礎並不會有太大改變，只是因為生活模式較為穩定，所以也會開始出現較正式與固定的權力形成與傳承發展模式。組織建立一開始仍是由親屬關係作為基礎，多半還是以輩分高低與性別來決定個人分工職掌的種類與層級，且組織分工

⁷⁶張夫也，2003，外國工藝美術史，中央編譯出版社，p.36。

⁷⁷Michael C.Howard、李茂興、藍美華，1997.9，文化人類學，弘智文化，p.169。

⁷⁸文化人類學，劉其偉，1991，藝術家出版社，p.35。



尚不精細，所以大多數人只是從事類似性質的工作。

因而只要有組織形態的群體，無論群體大小，都必然會出現領導者與被領導者的角色。也因此可知就算在原始時代的單純親屬組織中，也會有類似階級的制度存在。當人類彼此間無明顯利益關係，可以相互共存之際，這類階級的分別可能單純只是經驗值的差距所自然形成之物，並不會有負面的形象產生。但當上位階層者為個人私慾而剝削或是強制下階層人之始，自然對階級形成的負面思考討論，就會大量出現。在《文化研究與實踐》一文中所提及：「人是社會的動物，彼此之間有合作及協調運作關係，一旦有權力與衝突...。雖然工人被宣稱是擁有自由的能動者，其出賣勞力時乃是基於自由而公平的契約關係。...資本家獲利則係透過剝削工人剩餘價值而來⁷⁹」。而這類階級不平等的狀態或形象，也會在人類製造器物時無意中顯現，或者是就為彰顯階級的差異性而被特意形塑。無論是前述的哪一種，都表示出設計人工物的形成，或是設計行為的產生，或多或少都會帶有，甚至是表示階級意識的可能性存在。而探求這些表徵意義與影響力，自然也是探討設計哲學在人類設計思維發展中，可以如何實際影響的重要關鍵所在。

事實上早在「一萬八千年前的山頂洞人，有著非常豐富的裝飾品，並且掌握鑽孔、磨製以及用赤鐵礦粉末染色的方法，山頂洞人將死者埋葬在地下室⁸⁰」。文中提及裝飾品的出現，代表著當時似乎已開始具有裝飾設計的觀念存在。而在原始時代「每個氏族往往採用一種動物作為本氏族的標誌，並認為他們的祖先是這種圖騰演變而來，因而保護他們，使之生活發展，子孫繁榮。這是人們在生產力低下的情況下，把自然物人格化，並賦予一種想像的超自然的力量，以企求達到保護自己的作用⁸¹」。因此，常為彰顯階級差異，而運用外現裝飾圖案（如紋身黥面等方法），或者是佩帶飾物、穿著鮮艷複雜的服飾等做法來進行差異表徵。這類自我裝飾的炫耀性行為，在薩丕爾的《自我彰顯理論》中所提及：「個體透過外觀的裝飾及自我的吸引力的表現，以達到自我肯定的目的⁸²」。

原始時代的人類經常會運用設計物，去展現階級地位的差異性。因而貴族享有昂貴材料、穿著講究；貧困的人則只能就地取材製衣，而無法去加上許多彰顯地位的裝飾品。早期原始人仍對自然力量（如天地日月、風雨雷電、山林河湖、動植物等）甚為敬重，然後「進入階級社會後，宗教

⁷⁹ 羅世宏，2004，文化研究-理論與實踐，五南圖書出版，p.16。

⁸⁰ 田自秉，1993，工藝美術史，文津出版社，p.1。

⁸¹ 田自秉，1993，工藝美術史，文津出版社，p.7。

⁸² 自我彰顯理論，<http://hk.cl2000.com/?/fashion/culture/wen9.shtml>，2010.03.02。



常被統治階級控制利用；被壓迫者由於不能掌握自己的命運，亦容易接受統治者通過宗教所散佈的癡痺鬥爭意志的思想。另一方面，弱小民族和下層群眾中的先進者，也常通過宗教來體現自己的願望，甚至發動起義⁸³。而在《中國設計史》中亦提及：「祭祀並不是企圖使靈魂走向超脫昇華，進入理想天國，而是帶有功利目的，期望上帝祖先的神靈作用於現實人世，統治者更利用人們這種宗教意識，借助代表上帝的意志，以維護其統治地位⁸⁴」。領導者常會為鞏固自己所處地位，運用神化自身的方式，讓被領導者遵從與依賴領導者，這就是早期一般祭司身分人物表現其階級地位的一種模式。

時至舊石器時代，根據推測利用自然物的裝飾較多。此時人類把石塊、骨片、獸牙以及海貝製成裝飾品，據《設計與藝術學十講》一書中曾提及，原始裝飾分為三個階段，如表 3-1 所示。由原始裝飾的演變過程中，可以得知早期人類只會運用最簡單的裝飾自身方式，且在材料的使用上也是選用較易取得之物，推斷出當時人類製作這些器物並非為實用目的而生。像是舊石器時代晚期的用品，幾乎都是相同形狀組合在一起，並成串組合成石珠與項鍊形式，顯示出這時可能已出現單純為美化、裝飾，以及突顯自我身份的炫耀性行為產生，而這些絢麗的裝飾物，自然便是為突顯這些效果所應運而生的產物。

表 3-1 原始時代人體裝飾發展的三階段

時間	舊石器時代早期	舊石器時代晚期	新石器時期
材料	自然物（木、花草、羽毛）	動物器官角骨簡單加工	玉、石、牙等多種材料的金面加工
加工方法	攫取	鉗孔、成串半加工	雕、琢、刻紋等人工成形
實例	羽毛裝飾	石珠、項鍊	玉璜 石刻人像

資料來源：諸葛鎧，2006.1，設計與藝術學十講，廣西師範大學出版社，p.12

人類裝飾的初期主要是以最容易表現自我的方式，來突顯自己身分，像是穿戴頭飾與手鐲，甚至紋面。在《工藝美術史》中便曾提及：「距今一萬八千多年的舊石器時代晚期北京周口山頂洞人，已懂得使用自己磨製成的骨針來縫紉簡單的獸皮衣服以裝飾自身⁸⁵」，這足以顯示這些人類的裝飾行為早在原始時代時就已出現。至新石器時代，人類裝飾意識便從原本的裝飾自身，轉移至工具製作裝飾上，更明顯藉由器物裝飾設計來展現階級地位。這種現象除東方文化中有之外，在西方也有類似作法。如透過裝飾

⁸³ 宗教演化史，鄭建業，<http://buddhayana.info/>，2009.9.29。

⁸⁴ 高豐，2006，中國設計史，積木文化，p.69。

⁸⁵ 田自秉，1993，工藝美術史，文津出版社，p.58。



圖紋表現說明尊貴性質，像是在中王國時期：「美尼斯王征服三角洲（圖3-5）...右上角的鷹是國王的化身，象徵著權力，鷹下的人面禽身的形態象徵著尼羅河三角洲⁸⁶」，以及「石工藝裝飾紋樣以人物居多，主要表現宮廷生活⁸⁷」等例，可見西方器物裝飾中確實也有許多象徵貴族地位與權利識別圖紋表現手法。

綜觀上述得知，人類早在原始時代便會利用各種方式來彰顯自我地位，透過神化其自身製造神像（以統治者之樣貌塑造出神像）進而達到統治及穩固地位之功能，像是身上穿戴手飾或是使用較為貴氣之器物，也是被人類所刻意塑造設計而來，通常大多是材質較為稀少（像是石器材料中較為稀少的玉材）較具保存性、造型裝飾較為華麗以及功能較具特殊等特徵。由考古文獻中得知，所遺留下的古物大多數為貴族所使用之產物（譬如陶孕婦、裝飾品、宮殿等），這更隱約的道出貴族與平民間無法避免的不平等性。再次推斷原始人喜好裝飾的心態，似乎也是為滿足自我炫耀的心理，藉此推斷原始時代人類便已懂得利用裝飾來區分地位的高低。

因此，除原始人類會利用各種裝飾轉換象徵以作為自我身份的表徵外，在逐漸朝更加文明發展的人類社會歷史中，人類仍是會透過各種不同的設計手段，製造出對應高低階級不同形象代表的表徵或器物。對於人類社會而言，「設計」究竟是扮演著始作俑者，還是階級再製的幕後推手，這之中對於後世學習與應用「設計」行為的現代人而言，又能產生何種啟示意義以供省思，這也是設計哲學研究發展的重要關鍵。

在人類製造第一件使用工具的開始，就會面臨如何製作的問題。類似這種對實用性的考量，也是在設計中最為基礎的原點。因此，生活工具的製作，也可說是人類最早的设计產物源起。如原始石器的製作演進過程，「從打製到磨製石器，不但是加工技術的進步，更是設計的飛躍。它使石工具的功能擴大，又使形體趨於規範化，具有形式感⁸⁸」。在原始人經年累月打擊石器的過程中，對於石材的瞭解便逐步加深，石材代表實用特徵的代表屬性材料。但相對地，一樣經常被歸類至類似領域的玉，其美麗吸睛的程度讓人喜愛，且又因為較稀少的關係，玉器便會顯的高貴許多。原始人也會利用將其琢磨成工具或是其它用途（譬如裝飾物）。而這後來也形成人與人之間權力差別的區別象徵表物之一。在當時，這些玉器已能從其形制上所能代表的裝飾力，而成為有權勢的酋長、巫師與軍事首領們，將其當作一種區別其身分地位的代表標誌物。

⁸⁶ 田自秉，1993，工藝美術史，文津出版社，p.33。

⁸⁷ 張夫也，2003，外國工藝美術史，中央編譯出版社，p.20。

⁸⁸ 高豐，2006，中國設計史，積木文化，p.11。



一個人自己生活不需要階級制度存在，階級制度必然起源於當有兩個以上的複數人數開始一起生活、要一起共營社會成長的過程，而且是在組織中進行管理活動時，必然會產生的社會控管制度。它會自行調整出各種因應組織人數需求不同，所需要的階級層次、大小與範圍，是在社會運轉過程中無法避免的必然產生制度。當人類的社會階級制度因應上述需求產生之後，自然地為維繫這些制度的功能性，製造設計一些可明白顯示出階級差異的設計物（或設計象徵印象），便也成為一個當然任務。人類的設計能力就在此開始展現其為鞏固階級制度意識所能發揮出的各類效果。本節也是為解析此目的，而在前面描述許多早期人類社會制度形成之始的景象，希冀藉此瞭解設計思維對當時階級制度維繫，所進行的服務與成果，以便能對後續相關內容發展，提供承先啟後的角色任務扮演。而從這些原始器物中，也可約略看出一些明顯具實用性或是純粹裝飾性的功能性區別，它們也都是因應人類的不同需求所產生的設計結果。

在討論產生階級意識的可能源頭後，以下各節將分別從，與近代具裝飾意涵的設計物所帶有階級意識設計思維的內容中，探討階級意識是如何持續作用於人類的社會制度上，以及裝飾設計思維在此所扮演的功能性角色、作法，與其影響的範圍與意義。

3-1.1 作為階級識別用途的各種裝飾（含圖紋）設計

青銅器時代的到來，意味著人類生活走入新的發展階段。據考古學家按照生產工具的演進情況判斷，在中國古代史中，從夏、商、西周至春秋為止，正是奴隸制度出現的開始階段。

在距今 4000 多年前的夏代，是古老奴隸制度的產生時期，在《中國設計史》中便有所述：「**貴族階級對天神的崇拜，到達極為狂熱的程度，甚至犧牲奴隸性命作人祭⁸⁹**」。文中提及奴隸制國家基本上是建立在殘酷剝削奴隸去勞動的行為基礎上。當時的奴隸不僅要在家從事勞務工作，甚至還成批地被奴隸主趕到農田裡去種地與放牧，反觀貴族卻可過著享樂安逸的生活，成天沉溺在飲酒、打獵與歌舞中。在奴隸主的眼裡，奴隸大概只是個勞動工具，所以可隨意的把他們關進監獄中施以重刑，甚至使用犧牲奴隸生命的方式，將其當作供奉品好進行對神祭祀的儀式。

奴隸制也讓人類的物質與精神文化層面產生重大改變。譬如各種手工

⁸⁹高豐，2006，中國設計史，積木文化，p.67。



藝產品的出現、城市與宮殿的建造等，同時也促使著農業大規模的專業技術分化。在《禮記·月令》中便清楚的記載當時百工的分工勞動情形：「季春之月，命工師，令百工；審五庫之量，金鐵、皮革、丹漆...毋或不良⁹⁰」。當時這些專業分工，可說是整體社會生產的主要支柱基礎，而大多數貴族所使用的器物便是透過這些百工之手。諷刺的是靠這些奴隸才使得手工業迅速的發展起來，無論是在設計上或是製作上，都比原始時代的器物設計更勝一籌。像是青銅器的功能與裝飾就比原始的陶器更加複雜，如圖（圖3-6）所示，同樣是裝取食物之器皿，新石器時代的陶盤無過多的裝飾性，純粹以實用為主。相較於商代的器皿則是增添許多附加功能意涵，譬如多重實用性（烹煮食物、祭祀饗宴等用途），以及同時作為識別身分地位表徵的意義（鼎紋）。這些都是人類走向文明的足跡歷史，而階級意識的外顯表徵也相對地更加明顯，可惜的是這些奴隸（器物的製造者）通常只能被隱性埋名，然後沒入歷史的洪流中而不被人知。



圖 3-6 代饗饗紋鼎（左）、新石器時代中期彩陶盤（右）

資料來源：青銅器沿革，<http://www.chiculture.net/0501/picture/0501pic17114.html>，2009.12.01

中國文化研究院，<http://www.chiculture.net/0501/picture/0501pic17114.html>，2009.12.01

殷商時期以後青銅器已不再以祭祀為主要目的，也開始出現婚喪喜慶用生活禮器的用途，但一般平民老百姓仍是無法使用。而在《左傳》中有述：「明貴賤、別上下。如列鼎，天子九鼎、諸侯七鼎、大夫五鼎、士三鼎⁹¹」。表示出此時的青銅器已具有記載天子命令的高度價值，也為彰顯當時奴隸制社會現象最具代表性的象徵物之一，也是現代研究奴隸的重要文獻來



圖 3-7 獸面紋

資料來源：高豐，2006，中國設計史，積木文化，p.80

⁹⁰朱正義，2003，禮記，暢談國際文化，p33。

⁹¹劉利，2007，左傳，北京市：中華書局，p.33。



源項目。

因此青銅器也就變成為國家、政權、統治的象徵代表器物之一，是用以記載天子命令的主要媒介物。王者更經常以各種青銅器作為賞賜諸侯之用途。如《尚書·洪範》所述：「武王既勝殷，邦諸侯，班宗彝，作分器⁹²」。另外，舉凡紀念重要功勳，諸侯彼此也會以青銅器作為重要禮器，並將事蹟刻於其上，可說是具有明顯階層化概念的器物項目。

具體而言，商代早期的青銅器普遍裝飾有線條粗獷而構圖繁密的紋飾，並採用左右對稱的動物抽象紋，如龍紋、蟬紋等，以作為主紋的陪飾紋。有的陪飾紋在兩側的鳥紋上更有一小獸形圖以構成全部器物的獸面紋（圖 3-7），而其中的龍紋便具有崇高的地位意義。因此若西方的奴隸社會是在希臘的大理石彫刻中所體現出來，那麼當時東方的奴隸社會則集中表現在青銅器的紋路展現上，以利用其來區分統治者的身分與權利，並將紋樣設定出階級性。以下便列舉案例說明。

3-1.2 從徽記中看識別設計的階級意涵

在造紙術未發明以前，人類只能在器物上刻畫圖形文字，來達到資訊傳達與識別的目的。族徽多出現於商朝末期，以及西周初期，少數也出現於商代中期，尤其特別是在盤庚遷殷以後，青銅器的鑄造技術產生新發展，經由文明生活的進步拓展，政治目的的彰顯，將大量的族徽或圖騰鑄造於銅質器皿（如青銅器）上，可以識別出祖先的形象，以及作器者的等級與身分，是一種權威又神聖的象徵性符號。譬如「商代晚期至西周中期部份青銅器的器蓋、器身出現的徽記（族徽），就被賦予強烈的宗教與政治色彩⁹³」。其中像是族徽中的「亞」（圖 3-8）字就帶有明顯的階級意味，象徵較高的官職意義。如表 3-2 所示。

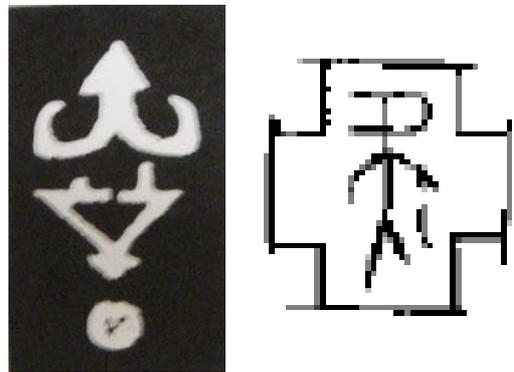


圖 3-8 族徽-亞字

資料來源：高豐，2006，中國設計史，積木文化，p.84

⁹²見周禮·春官。

⁹³高豐，2006，中國設計史，積木文化，p.84。



表 3-2 族徽當中「亞」形的解釋簡引表

書名	作者	引文
兩周金文所見職官考	斯維至	多雅猶言多臣多射，知必是職官也。
武英殿彝器考釋	唐蘭	亞為爵稱。
甲骨文中所見氏族及其制度	丁山	內服的諸侯。
說文新義	白川靜	表示己玄室之形為職能圖象之亞系職能者之本質也。
亞其考	曹定雲	亞是一種武職官名，擔任這一職官的通常是諸侯。
中國設計史	高豐	當作古代宗廟或廟室建築牆垣四周的平面圖形。殷人的爵稱或武官職稱。

資料來源：本研究整理

至於在當時，「冊」(圖 3-9)也是一種職官名稱，當某國(氏族)成員進入殷王朝服事，擔任此項官職時，其家族亦同時可以進入王城，形成另一個小型族氏圈域。這種以官為氏名的情形，在典籍中也有所記載，如《左傳·隱公八年》：「諸侯以字為，因以為族。官有世功，則有官族，邑亦如之⁹⁴」，這也都代表著一種階級識別的形成開始。至於為其服務的代表性象徵圖像(圖 3-5、3-6)，在後世許多的社會制度研究書籍中皆有所記載，如姚志豪的《商金文族氏徽號研究》、張羿正南的《中國歷代傳統紋樣》、葉劉天增的《中國紋飾研究》，以及葉劉天增的《中國裝飾藝術史》等相關文獻，皆有清楚且詳細的記載，整理如下表 3-3 所示，在此便不再累述。



圖 3-9 族徽-冊字

資料來源：姚志豪，1993，商金文族氏徽號研究，逢甲大學，p.119

表 3-3 族徽當中「冊」形的解釋簡引表

書名	作者	引文
商金文族氏徽號研究	姚志豪	冊是一種職官，當某方國(或某族氏)之成員進入殷王朝服事，擔任此項官職時，其家族亦同時進入王城，形成另一個小型族氏。
中國歷代傳統紋樣	張羿正南	「冊」符的使用，實是殷王朝以史官為世襲職司的家族，表現在銅器銘文上的區別標誌。
中國紋飾研究	葉劉天增	凡簡書者，皆謂之冊。不獨諸侯進受於王也，此舉其大者而言，符、冊亦二事也。

資料來源：本研究整理

⁹⁴ 見《通志·氏族略》。



人類常運用圖紋表現方式來識別與彰顯各別不同的身分地位，族徽也代表著個人與家族的象徵意義。以視覺化圖形繪製各類應用圖形，可以作為識別身分與紀錄祭祀對象之用。然後其中又會因為族名不同而在圖形表現上有所差異，其作用就等同於現今的識別系統一般。大多數的族徽都是達官貴族所用，百姓族群幾無紀錄。而當時的青銅器是貴族祭祀時的常用器物，一般的平民也無財力、能力使用，所以青銅器上的族徽便成為貴族階級使用者的專屬識別標準。因此透過青銅器可以瞭解到的是當時貴族的生活樣貌，族徽與青銅器的圖紋設計都是為貴族階級所專用的設計服務項目。在故宮數位學習課程中也有清楚描述：「對於去世之古人，想推測其身分和地位，通常只能靠墓葬的規模及陪葬品來推測。...在商代只有貴族才具有青銅器陪葬的資格，因此隨葬物的多寡，以及精緻度也足以傳達主人的身份地位⁹⁵」的說法。

族徽也就提升青銅器上的附加價值，為國家、政權、統治的象徵代表器物之一，是用以記載天子命令的主要媒介物。王者更經常以各種青銅器標註各式徽記作為賞賜諸侯之用途。如《尚書·洪範》所述：「武王既勝殷，邦諸侯，班宗彝，作分器⁹⁶」。另外，舉凡紀念重要功勳，諸侯彼此也會以青銅器作為重要禮器，並將事蹟刻於其上，可說是具有明顯階級化概念的器物項目。

3-1.3 吉祥圖紋成為貴族階層的專屬標籤

在器物的紋飾方面，除青銅器外陶器中也有許多類似的例子，當時的奴隸們運用各式看得到的動植物素材，依照當時社會所遵循的既定意識形態，設計出許多可以象徵上帝鬼神形象的虛擬設計產物。具有原始神話意義性質，同時也反應出當時物質生產與社會生活上的特質。奴隸們在設計之前都需要服從統治者的意旨，因而在裝飾圖紋題材的選擇上使用動物紋與植物紋。而除東方有如此現象外，在西方，也有利用動物紋象徵鑄於器物上的作法，譬如「翼獅（圖 3-10）形角杯在古代波斯



圖 3-10 翼獅

資料來源：張夫也，2003，外國工藝美術史，中央編譯出版社，p.53

⁹⁵故宮 e 學園數位學習課程系統，課程五：另類白金卡公益極致的商代青銅器，http://elearning.npm.gov.tw/courses/digital_2-4-1/course05/right.htm，2009.12.08。

⁹⁶見《周禮·春官》。



所有工藝中最具代表性...，大都以金、銀等貴金屬製成，他不僅作為飲用酒或其它飲料的實用器，同時也是權勢和富貴的象徵⁹⁷」。

圖紋是直接反映當時社會趨勢以誰為主體的重要表徵工具。在：「商周時期由於鬼神思想盛行，人們對於天地鬼神莫不敬之⁹⁸」。此時盛行透過動物紋樣反映神靈思想，因為此時期的人們認為天地間最高位的是神，相對於地則是卑微的人類。因此若要與神溝通，有時就必須藉助各種神靈動物意象以作為一種得以跟神溝通的代表。而這些意象通常也就是透過被神化的圖紋（龍、鳳、虎等）來代理進行。

周代以前動物紋中以龍紋應用最為長久且具代表性，像是《說文》中所提：「龍，鱗從之長，能幽能明，能細能巨能，能短能長，春分而登天，秋分而潛淵⁹⁹」，龍（圖 3-11）是虛構想像中的動物，龍紋自然也就是一種上述所提及過的神化象徵圖紋，像是後來廣為人知的歷代皇帝龍袍中的龍紋，更是代表至高無上一國之主象徵的代表性紋樣。此外，裝飾紋樣中也常出現的「鳳」紋（圖 3-11），在《說文》文中也曾有所敘述：「鳳神鳥也，出於東方君子之國，翱翔於國海之外，見則天下大安¹⁰⁰寧」。這是來自於商族人認為自己的祖先是玄鳥，而玄鳥指的就是鳳。事實上「鳳是人們將孔雀、錦鴿、鶴等禽類綜合為一體的神化形象，高冠與長尾具有尊貴的象徵...而且還代表著帝王和王后的尊貴身份¹⁰¹」。



圖 3-11 周代的龍紋（左）、鳳紋（右）
資料來源：高豐，2006，中國設計史，積木文化，p.81

因此當時常見鳳紋與貴族人像合併放置於器物表面的作法出現。而於

⁹⁷張夫也，2003，外國工藝美術史，中央編譯出版社，p.53。

⁹⁸葉劉天增，2002，中國裝飾藝術，南天書局有限公司，p.117。

⁹⁹同註 99。

¹⁰⁰同註 99。

¹⁰¹華梅要彬，2005，中國工藝美術史，天津人民，p.27-28。



《中國裝飾藝術》一書中亦曾提及：「畫中左側龍作蛇驅，鳳鳥足下繪一仕女（官家或名門望族之女子）（圖 3-12）...¹⁰²」的作法。替王室貴族製作的設計物，會利用各式象徵手法加諸於器物上，其目的不外乎是為刻意強調自我的高貴性，甚至將自己的代表圖騰與神化圖騰放置在一起，好似強制性的貼上個人專屬標籤般，向大眾宣示自己擁有至高無上地位，與神同格。

除上述的動物紋外，以天象為概念所衍生的尊貴性圖樣也十分常見。譬如「商周時期宮室中的瓦紋，最為常見的捲雲紋，仍是由過去的罔紋演變而來¹⁰³」。這罔紋原本為「日」的象徵意義，是象徵尊天的觀念，然後這種尊貴概念又跟階級地位的表徵手法套在一起，而成為利用「日」的上位觀念，去代表上層階級意識的平行象徵物。

而這類運用概念一直延續使用到兩漢時期。當時漢人對於陰陽兩極之道、以及五行相生相剋之理都非常在意，在莊子的《逍遙遊》中便有所述：「乘雲氣，御飛龍，而遊乎四海之外¹⁰⁴」，以及「人生追求長生、永壽或是修道成仙之觀念相同，這在兩漢時期十分盛行，尤其是在帝王、貴胄，或上流社會，至為普遍¹⁰⁵」。上述說法皆闡述統治者利用這些圖紋，作為政治推行補助器物的設計運用思維。並利用日常生活中的裝飾物，來維繫人與天的特殊關係。而像是在繡紋當中最普遍得見的穗狀雲為主體之圖紋（圖 3-13），便是應運此目的而生。除紡織物是當時富貴人家得以享用之物外，上頭的穗狀紋更有富貴之意，「絲織品為紡織物的最高貴者，惟富貴之人享用之，其紋飾自然具有非常深的寓意，然而



圖 3-12 仕女與龍鳳

資料來源：葉劉天增，2002，中國裝飾藝術，南天書局有限公司，p.111

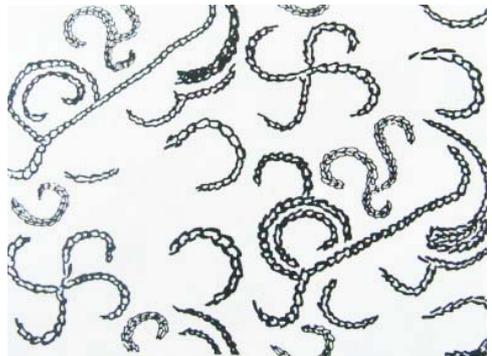


圖 3-13 穗狀雲紋

資料來源：葉劉天增，2002，中國裝飾藝術，南天書局有限公司，

p.178

¹⁰²葉劉天增，2002，中國裝飾藝術，南天書局有限公司，110。

¹⁰³葉劉天增，2002，中國裝飾藝術，南天書局有限公司，p.107。

¹⁰⁴葉劉天增，2002，中國裝飾藝術，南天書局有限公司，p.178。

¹⁰⁵同註 98。



無非都是和漢代神仙觀念或天人思想之影響¹⁰⁶」。

除此之外，漢代人們也相信亡者往生後，靈魂可以借助神龍力量升天安息。所以此時的龍的畫法皆有雙翼（圖 3-14、3-15）存在，有翼也可以象徵是神力廣大之意。



圖 3-14 神龍（身附羽翼）

資料來源：葉劉天增，2002，中國裝飾藝術，南天書局有限公司，p.179

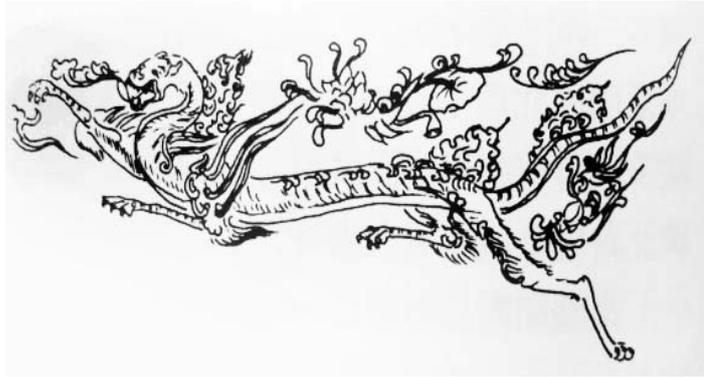


圖 3-15 異獸

資料來源：葉劉天增，2002，中國裝飾藝術，南天書局有限公司，p.257

值得一提的是至宋代時，龍紋已開始有明顯圖像造型使用上的階級限制轉變，「龍概為帝王所尊享，百姓則不得不自行另創兩龍¹⁰⁷」。這是因為過去向龍求雨這種習俗在中國非常普遍，深入民間信仰中，這是唯一帝王一直無法抹滅的使用習俗。時至元代，「曾明文規定臣民不得使用龍紋，三令五申，顯然犯律的依然很多，朝廷禁不勝禁，最後甚至容許減一個爪兒示區別¹⁰⁸」。因百姓仍是大量使用龍紋，龍紋的使用層級被習俗影響大量下放，上層階級防不勝防，逼使其只好減少對龍紋的使用限制，只是部分限制像是只是減一爪，成四或三爪龍等作法。至於後來不同官制階級使用龍爪的方法亦有嚴格的明文限制，尤其表現於服飾當中的圖紋限制更特別明顯，這部份的有關內容將於下節中再行論述。

綜觀上述，經過原始時代對生殖崇拜圖紋之後，周朝開始出現辨別身分之族徽，並將徽記刻意鑄於器物中，來宣示這是屬於自己的產物，以及階級識別意義。在當時封建制度的社會中，主權大多掌握於貴族之手，平民百姓絲毫沒有選擇權，絕大多數的神化圖紋僅限於少數貴族使用。所

¹⁰⁶註：許慎，說文解字譯龍為：「鱗蟲之長，能幽能明，能巨能細，能短能長，春分而登天，秋分而潛淵」。此為漢人心目中龍的概念，龍能變化其形，能引導亡者靈魂升天，符合漢代神仙思想。漢代之龍紋大都身軀附翼。

¹⁰⁷龍在故宮，故宮叢刊甲種，p.118。

¹⁰⁸龍在故宮，故宮叢刊甲種，p.122。

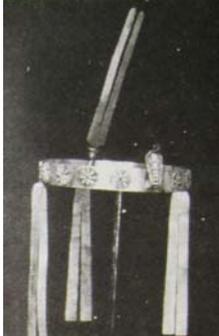


以可以得知大多數的圖紋，都是由貴族刻意去神化自身下的產出結果，所以人類所崇拜的圖紋，其實大多數也都是由這些少數掌權者所塑造出來之物。現代人在看這些古代圖紋時，表面上雖多已不是以此類意涵進行認知，但仍無法完全杜絕這些階級意識繼續潛藏其中，並持續影響至後代人士的意識傳承中。類似階級意識的複製手法，在現代仍是經常可見，而這也會在後面講述近代化的變遷過程之際，再一次持續審視檢討。

表 3-4 具尊貴象徵的圖紋一覽表

東方			
時期	名稱	圖	象徵意義
母系社會	魚紋		當時人類認為魚的繁殖力強，可能為他們的祖先，進而出現崇拜魚生殖力之圖騰，是以母系為主體社會所形成的圖像產出。由此可看出當代的強勢族群具有主導設計產物的現象（敏澤，1989）。
母系社會	蛙紋		是以母系社會為主體下所產的生殖崇拜圖紋，蛙也為生殖力強象徵物（葉劉天增，1995）。
父系社會	玉龍		龍之且角為男性生殖崇拜物，象徵以男性社會為主所產生的圖紋（葉劉天增，2002）。
商	族徽-亞字		雕刻於器物外之徽記「亞」，是具有一定官位之家族象徵，是特別用以標註個人身分的標記物（高豐，2006）。
商	族徽-冊字		同上

商	青銅器獸面紋		龍紋具有崇高的地位意涵（高豐，2006）。
周	龍（左） 鳳（右）		龍（左）為虛構想像中的動物，為神化圖紋象徵，後來廣為人知的歷代皇帝龍袍中的龍紋之來源皆是依此而來，是代表至高無上一國之主象徵的代表性紋樣。鳳（右）則是商族人認為自己的祖先是玄鳥，而玄鳥指的就是鳳所聯繫得出之物。鳳在當時為帝王與皇后的象徵（華梅、要彬，2005）。
漢	仕女與龍鳳		貴族將當時的尊貴圖像（如龍、鳳紋）合併放置於器物表面（葉劉天增，2002）。
漢	穗狀雲紋		漢人重視陰陽兩極之道、以及五行相生相剋之理。統治者利用這些圖紋作為政治推行的補助工具，並將其應用於日常生活中的各種裝飾物上，以維繫著人與天的特殊關係（葉劉天增，2002）。
漢	神龍 （身附羽翼）		此時龍的畫法皆有雙翼存在，亦可證明當時漢人特別重視天神思想（高豐，2006）。
漢	異獸		同上述概念。「茹茹（貴族公主）之墓穴壁畫中的異獸圖樣中，得以發現神獸作雙翼的現象減少，取而代之的是象徵性的卷羽，在背脊上作狀似火焰的形狀（葉劉天增，2002）」。

西方			
母系社會	維納斯		外型肥大的乳房與突出的骨盆、腹部，象徵著生殖繁衍的重要意義（張夫也，2003）。
公元前 4300-3500	陶塑人像		此時尚有不少黏土陶像出土，多以女性為主，謂之母神。而貼有泥丸的女性陶像，更似女族長或女部長，代表部落的圖騰形象。而身上的泥丸亦代表著氏族內家族數與部落族數的多寡（張夫也，2003）。
距今 5000 多年前	異獅		翼獅形角杯在古代波斯最有代表性，由於其材質良好，且獅子同時也是權勢與富貴的象徵（張夫也，2003）。
中王國時期	公主金冠		貴金屬製品，只有在宮廷中才能享用，它們大都是從王公貴族的墓室出土，因而保存良好。裝飾也華美，引人注目（張夫也，2003）。
12 世紀	米奈型碗		碗的中心描繪坐在御座上的帝王像，左右為僕人，是象徵貴族階級意義的圖像繪製方法（張夫也，2003）。

資料來源：本研究整理

從（表 3-4）中可以得知早期的紋樣為宗教規範下的神化產物，這可從早期人類崇拜的各種圖紋中，得知這些崇拜圖紋，不外乎是由於人類敬重鬼神，祈求神保護的基本觀念所形成之物，這些都是人類生活寫照的一種反映方式。而掌管國家大事的強勢族群，具備支配弱勢族群的能力，運用其特權使整體社會以他們為主，因此所有日常生活中的器具，就合理的



成為他們理想中的樣子。所以在表中可以發現，以女性為主的社會體制下，所有的思維會圍繞著女性發展，進而形成各式各樣崇拜生殖力圖紋的產生。相對於後來以男性為主的社會體制，就會以諸如雄性代表的龍紋（這還是個高等地位的虛擬生物）來象徵王者意義。這些象徵性的圖紋都很自然的顯現於器物外，用以識別強勢族群有別於一般弱勢勞動族群的差異性。類似這種刻意分化的方式，從古自今皆常有所聞。

當人類由個體轉向群體生活，逐漸形成社會體制，為讓所有成員能各盡其職，於是產生分工制度而有明顯的階級區分。統治者懂得利用民眾會敬仰某些具象徵意義的設計物（如圖紋），並將此實施應用於統治管理的方法上。因此，在過去帝權階級統治的社會下，強勢階級（指上層階級）通常便擁有主導訂定社會制度的特權，所以為辨別官位高低或主從關係，會依個人設計意識訂定出一些識別標準，以利於階級的區別認定，同時方便管理下層階級。而這類標準無論是合理或不合理的規範，處於弱勢階級的人民其實大多無從選擇，似乎只是經常得遵從這些標準。無形之中人類刻意製造階級區分的意識便同時灌入於物的價值中，然後逐漸走向上層階級使用圖紋進行區別上下之分的時代，而這些設計物（圖紋）也逐漸變成一種識別階級的重要道具。

古代遺留下來的大多屬於貴族圖紋，一般平民老百姓顯少出現類似設計物，似乎反應出原本應該是屬於大眾所共同享有的圖紋，因為統治者的想法，進而在統治者的強勢要求下，一般平民百姓便被限制而不得使用。而平民僅能百般無奈接受這種不合理的制度，還被教育成好像是理所當然之事。

這些圖紋成為統治階級專屬的識別標誌，這在無形之中更提高圖紋的價值性，形成一種價值觀複製的傳承鏈。這些崇拜圖紋開始成為人類刻意製造階級的運用手段，而透過各項設計產出物來限定使用行為也可達到階級識別的目的，而其中大部分的手法都是將圖紋複製於器物當中，又或是將崇拜圖紋與自身圖像結合在一起，大肆宣揚自我身分等同於所崇拜物，以刻意將自身神格化來讓大家對他產生敬仰。

如上述的識別圖紋似乎已完全走向為政治、禮化服務的一種工具、手段，為人類別尊卑區分階級而「貢獻」。其所提及勢的思想主張，一直為歷代統治者所奉行，也為統治階級裝飾奢華傾向的目的，提供其在社會中繼續存在的可能性。現代人觀看這些過去圖紋，或許不會再以此觀點進行檢視，但無法杜絕的是階級意識形態仍持續影響著人類的設計思維，並繼續潛伏於人類心中。以上這些現象在服飾色彩與圖紋運用的制度文化形成上



似乎又特別明顯，故下節便將探討其如何加諸於服飾上所形塑出的各種階級意義。

3-1.4 圖紋加諸於服飾上所形成的階級意義

在過去封建制度的社會下，服飾便代表個人身分地位的表徵，雖然人都同樣有五官四肢，外貌有別，然而穿戴的衣飾與配件差異，在等級嚴格的封建社會中，便可明顯表現出個人所處的階級是屬於哪一層的結果。因此中國詞語中常見：「只認衣衫不認人¹⁰⁹」的說法，也可間接說明社會中重視力現象的影響力。

在《有閒階級論》中便明顯指出服飾的主要功能：「所有階級花在裝飾服裝上很大一部份是為了光鮮的體面，而不單只是為了禦寒保暖¹¹⁰」，顯見服裝如何展現強烈階級意識的功能性。然而服飾裝飾的出現起源於對圖騰崇拜的需求，一開始是顯現於紋身上，後來才進而將紋身圖案轉至服飾，成為融入民族審美心理與「分貴賤等別」的階級意識制度產物。因此，傳統的紋樣圖飾，除現今大部份會注意的藝術美感外，在表現階級意識的意義上也有不同的暗喻意義。

《易經繫辭下》亦有所記載：「黃帝堯舜垂衣裳而天下治」，垂衣裳以辨貴賤，可見當時已用衣服來區隔貴賤之分。據《中國服飾文化》指出：「從舜時期，就有十二章之制。十二章就是十二種圖案...，諸侯用龍以下八種圖案，卿用藻火兩種圖案，大夫用藻火粉米四種圖案。上可以兼下，下不得兼上，界限十分分明¹¹¹」。此外十二種圖案分別為：「日、月、星辰、山、龍、華蟲、藻、火、粉、米、黼、黻¹¹²（圖 3-16）」，每一種皆有其獨自涵義，所繡之紋樣級別亦高低不同，以此十二章為貴族圖紋，隱喻帝王貴族的風操品行，詳細圖紋說明見（表 3-5）。至於不同圖紋的象徵性意義便如（表 3-6）內容所示，至此便不再贅述。

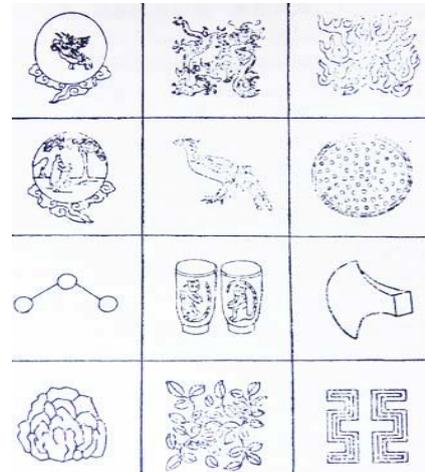


圖 3-16 十二章紋（由左至右分別為日、月、星辰、山；龍、華蟲、宗彝、藻；火、粉、米、黼、黻）
資料來源：周汛，1989，中國古代服飾風俗，文津出版社，p.16

¹⁰⁹周錫保，1986，中國古代服飾史，南天書局有限公司，p.33。

¹¹⁰范伯倫，2007，有閒階級論，左岸文化出版，p.138。

¹¹¹王維堤，2001，中國服飾文化，上海古籍出版社，p.12。

¹¹²同註 105。



表 3-5 舜治時期的十二章之制

名稱	適用者
龍	皇帝
降龍	天子、三公諸侯
藻、火、粉米	士大夫
藻、火	士
黼、黻	卿以上才得以使用
粉、米	士大夫以上
藻、火（焰朝上）	士以上
不得用紋飾，稱為白衣，所以後來稱庶民為白丁	平民

資料來源：本研究整理

表 3-6 十二章制圖紋意義

名稱	意涵
日、月、星辰	取其照臨光明，如三光之耀。
龍	能變化而取其神之意，象徵人君的應機布教而善於變化。
山	取其能雲雨或說取其鎮重的性格，象徵王者鎮重安靜四方。
華蟲	取其有文章（文彩），表示王者有文章之德。
宗彝	虞夏以上取虎彝、雉彝，虎取其猛，以表示有深淺之知、威猛之德。
藻	水草有文者，一說取其潔。象徵冰清玉潔之意。
火	取其名，火炎向上有率土群黎向歸上命之意。
粉米	取其潔白且能養人之意，若聚米形，象徵有濟養之德。
黼	畫金斧形，白刃而鑿黑，取其能斷割之意，斧與黼音近，或通用。
黻	作兩已相背形，顏師古注漢書謂黻畫為亞形，古弗字。謂君臣可相濟，見惡改善，同時有取臣民，有背惡向善的涵義。

資料來源：周錫保，1986，中國古代服飾史，南天書局有限公司，p.17

由（表 3-5）及（3-6）中得知十二章制圖紋，皆含有「勸君不尊大、明是非、求大德而不計較小過等意義在¹¹³」。而在採用紋飾方面仍來自於大自然的仿生動植物形象，與當時的人類生活也是緊密相關，即仰視俯察天地萬物之像，然後再依所崇拜圖紋之高低次序依序擇用，並直接利用其置於服飾上，作為媒材應用於身分階級表彰，應用圖紋與個人身分直接畫上等號，將崇拜物穿著於身上，使其能夠如同崇拜物等級一般受人敬仰。其中的龍紋便是等級最高圖紋。《中國紋飾研究》與《中國崇龍習俗》：「東漢王充曰：世俗畫龍之象，馬首蛇尾¹¹⁴」。皆有指出龍原本從蛇演變而來，主要仍是古代人視蛇為不詳之物，因為害怕它反而將其形塑成上層的崇拜對象物（比較像是邪物的神格化，然後逐漸轉出另一種相對應的正義神格物），

隨後則逐漸轉變為君主身分象徵的重要媒介物。相關服飾中龍的層級發展運用系統如下表所示。

¹¹³周錫保，1986，中國古代服飾史，南天書局有限公司，p.17。

¹¹⁴吉成名，2002，中國崇龍習俗研究，天津古籍出版社，p.99-100。

表 3-7，服飾中的龍紋層級發展系譜

時期	圖	象徵意義
宋代	<p>龍蟒之異</p>	「龍被附會為黃帝的象徵 ¹¹⁵ 」。
清代	<p>正龍</p>	<p>「龍頭平視正前方，龍身如盤繞居坐，故又稱坐龍。象徵天下承平，江山安定，皇權固若金湯。為最尊貴的龍紋形象，皇帝專用¹¹⁶」。</p> <p>「龍紋大致上與皇帝有關，皇帝所穿袍服上的龍紋，除了按照古代天子冕服的定繡以十二章中各種紋飾之外，最常見的是正龍，且多為五爪」。「對於民間的龍紋限制十分嚴格，不得使用五爪¹¹⁷」。</p> <p>「不但禁止民間使用龍紋，在准予用龍紋的範圍內，又在使用龍紋的數量、龍的造型上區分尊卑差別，...清代帝王賞賜臣下龍袍，挑去一爪即可服用¹¹⁸」。</p> <p>「皇帝、皇后及太子可以享用九龍為飾，皇子、親王等雖為龍子龍種，也只准用四爪之蟒九條，將軍及四品武官元准用八蟒、七品以下文武官員用五蟒¹¹⁹」</p>
	<p>升龍</p>	「升龍亦為正龍一種，唯王專用。三公雖位極人臣亦不能踰越，只能用降龍。皇后皇子可用 ¹²⁰ 」。

資料來源：葉劉天增，1995，中國紋飾研究，南天出版社，p.782
王智敏，1999，龍袍，藝術圖書公司，p.62-79

表中明顯顯示龍被賦予帝王化身的象徵性專屬圖紋，所以其於服飾上的使用方法便有嚴格限制存在，這更使得龍紋地位更為至高無上，且廣受大眾敬崇。本來民眾皆少有使用，甚至一般使用者多會被視為想要篡位，

¹¹⁵ 葉劉天增，1995，中國紋飾研究，南天出版社，p.78。

¹¹⁶ 葉劉天增，1995，中國紋飾研究，南天出版社，p.62。

¹¹⁷ 葉劉天增，1995，中國紋飾研究，南天出版社，p.78。

¹¹⁸ 王智敏，1999，龍袍，藝術圖書公司，p.62。

¹¹⁹ 王智敏，1999，龍袍，藝術圖書公司，p.79。

¹²⁰ 葉劉天增，1995，中國紋飾研究，南天出版社，p.78。



有判國之嫌。至清代才為此破例讓平民可以開始使用龍紋，但最大的底限是龍爪必須減少一爪。

在《中國的龍》中亦有所述：「統治階級出於鞏固政權的需要，對於龍的崇敬和頌揚不斷升級，龍鳳形象的運用幾乎達到了飽和的程度¹²¹」。將龍紋可利用的意義發揮至淋漓盡致的莫過於服飾上的應用，是統治階層為鞏固自我勢力範圍所形成的一種對外表現方式。相較於一般平民老百姓，便受到限制無法使用上述龍鳳等裝飾圖紋。

至於平民與貴族在服飾上的分別，從商代出土的陶俑中也可瞭解表 3-8。

表 3-8 商代平民與貴族的圖紋服飾之裝飾區別

使用者	樣式	圖	裝飾	布料
	一般是圓領、 短袖、衣長及 踝骨	平民	無特殊裝飾	以簡單、樸素色調製 衣
	上衣及下裳， 下裳長至踝骨	貴族	許多裝飾、連 續的矩形紋 樣、不規則的 雙勾雲紋圖樣	以較高貴布料為 主、顏色鮮豔

資料來源：周錫保，1986，中國古代服飾史，南天書局有限公司，p.8

而真正冠服制度的初步建立，大約要至夏商以後才有明顯區隔出現，而至西周時期才逐步開始建立起等級制度，至此「貴賤有等，以服有別，上自天子卿士，下及庶民百姓，服制各有等差¹²²」，甚至於《詩經》與《論語》中皆明確提及司服此一職位，表述著掌管服制實施的官職之義。

延續十二章制，至唐代又有更明顯的官階區分，官吏的制服（補子又謂補褂或補服）也儼然成為當時社會地位的外部標誌之一。其中以鳥獸圖案作為區分官吏等級的推手，為熱衷標新立異的武則天。「武則天首創諸王袍衫飾以盤龍或對鹿、宰相飾縫池、尚書飾對雁，文武三品以上官員飾對獅，三品以下的諸級文武官員分別飾麒麟、對虎、豹、鷹等。既以龍為皇

¹²¹徐華鐸，1988，中國的龍，輕工業出版社，p.22。

¹²²周汛，1989，中國古代服飾風俗，文津出版社，p.12。



帝的化身，輔佐黃帝治理國家的文武群臣便順理成章可以走獸、飛禽類為徽幟¹²³」。

明代主要官服據皇朝禮器圖式(乾隆三十一年)所載品官的補子如(表 3-9)與(3-10)所示。其中貝子以上皇親多用圓形補子，其餘一率皆用方補，文官則一律用鳥類，武官用獸類來劃分上下等級(表 3-8)。至於針對不同場合亦有明顯使用上的規定，譬如官員的公服(上朝奏事、謝恩時之穿著規定)用花來表示，以花大小與種類區分官階(如表 3-9 所示)。

表 3-9 明代文武官員補服的使用等級一覽表

文官專用圖紋	
職位	圖紋
文一品	仙鶴
文二品	錦雉
文三品	孔雀
文四品	雲雁
文五品	白鷗
文六品	鷺鷥
文七品	鴻鵠
文八品	黃鸝
文九品	鶴鶉
武官專用圖紋	
武一品	獅
武二品	獅
武三品	虎豹
武四品	虎豹
武五品	熊罷
武六品	彪
武七品	彪
武八品	犀牛
武九品	海馬

資料來源：王智敏，1999，龍袍，藝術圖書公司，p.103

¹²³王智敏，1999，龍袍，藝術圖書公司，p.33。



表 3-10 明代公服圖紋使用規定

官階	特徵
一品	圓徑五寸大獨顆花
二品	三寸的小獨顆花
三品	二寸沒有枝的散花
四品、五品	一寸半的小染花
六品、七品	一寸小染花
八品、九品	沒有花

資料來源：王智敏，1999，龍袍，藝術圖書公司，p.103

至清代「服飾承襲了唐宋以來象徵君臣身分的龍麟、禽獸紋飾及歷代帝王服飾上必須象徵皇權的十二章紋飾，把十二章作為皇帝特有的服飾紋飾，施於皇帝的禮服及吉服之上，發展了具有滿族的特點，又具有傳統文化內涵的清代服飾制度¹²⁴」。其中的補服（帝王文武百官的章服與公服，是區別君臣地位高低的標誌項目）沿襲明代，只是略有修改，變動並不大。補服制度創於明朝，據《大明會典記》載：「洪武二十六年（1393年）定百官常服加『補』」，其中的圖紋等第便如下表所示：

表 3-11 清代文武官員各等級使用補服一覽表

品級	文官		武官	
	帽飾	圖紋	帽飾	圖紋
文一品	紅寶石帽頂	仙鶴	紅寶石帽頂	麒麟
文二品	珊瑚頂	錦雉	珊瑚頂	獅
文三品	藍寶石頂	孔雀	藍寶石頂	豹
文四品	青金石頂	大雁	青金石頂	虎
文五品	水晶頂	白鵝	水晶頂	熊
文六品	陣磔頂	鷺鷥	陣磔頂	彪
文七品	素金頂	鸕鶿	素金頂	犀牛
文八品	陰紋鏤花	鶴鶉	陰紋鏤花	同七品
正文九品	陽紋鏤花	練雀	陽紋鏤花	海馬
樂生		黃鸝		
從政農官	陽紋鏤花	彩雲捧日		

資料來源：王維堤，2001，中國服飾文化，上海古籍出版社，p.26

由上表中可以得知以服飾紋飾來加強階級差異之思維，同時會帶來統治者與被統治者之間等級尊卑區別的結果。可見遠在史前時代，人類已懂得應用穿衣裝飾來建立階級生活的秩序。也因為財力與權利不同，服飾儼然成為反映這種行為的主要外在標記項目，而這之中又以官服系列上的表現的最為明顯。生活在現今社會的人或許很難想像古代人究竟穿何種服飾其實有時候都是身不由己，無論是圖紋或是色彩，針對不同身分的人都有

¹²⁴宗鳳英，2004，清代宮廷服飾，紫禁城出版社，p.26。



清楚差異規定。而現今的資本家財大氣粗穿著華麗高尚，尚不知早在兩百多年前，清高祖下洛陽時看到商人穿著華麗便下令：「賈人毋得衣錦綉...¹²⁵」。士、農、工、商，商賈位居四民之末，社會地位很低，雖買得起錦綉卻不準他們穿，一般平民只准穿布衣。歷代對平民百姓的服禁嚴格要求，相對於有錢商人則是禁而難制，至於平民百姓就算是不禁止他們也穿不起高貴的絲織品。

上述皆屬於階級所影響圖紋於服飾上的使用限制。以下則是管理階層為更清楚的識別所屬階級，而在圖紋的數量與圖樣上的規定。其中清代的朝服（帝后臣僚在朝會、祭祀之時所穿的禮袍，又名具服、朝袍）便有相關的圖紋使用限定，「帝后君臣的朝服，以圖紋來別親疏、辨等威。《大清會典》裡規定，皇帝、皇太后、皇后、皇貴妃的朝服，皆以龍為章（龍有正龍和行龍之分，並以正龍和行龍的數量多寡別尊卑）¹²⁶」。使用特定標誌以證其身，分成男朝服與女朝服。如表 3-12、3-13 所示，男朝服（黃帝、皇子與文武百官在朝會祭祀時所穿的服飾），根據身分地位差異而制度不一，有明顯的階級識別功能。按《大清會典》規定：「皇帝、皇子及王公以下至武二官、輔國將軍、具主額附、和文三品官員的冬朝服，其制皆有兩種¹²⁷」。

表 3-12 清代男冬朝服制

使用者	制度一	制度二
皇帝	五爪金龍 10 條，正龍 4 條，形龍 6 條，衣前後 12 章（五色云蝠）	五爪金龍 38 條，正龍 9 條，行龍 11 條，團龍 18 團，列有 12 章（五色云蝠）
皇子、親王、親王世子、郡王	五爪蟒紋 10 條，正蟒 4 條，行蟒 6 條（五色云蝠）	五爪蟒紋 20 條，正蟒 6 條，行蟒 14 條
貝勒、貝子、鎮國公、皇孫、皇曾孫、和碩額附	四爪蟒紋 10 條，中正蟒 4 條	四爪蟒紋 20 條，正蟒 6 條，行蟒 14 條
民、公、侯、伯、子、男、鎮國將軍、郡王額附、文三官	四爪蟒紋 8 條，正蟒 4 條，行蟒 4 條	

資料來源：宗鳳英，2004，清代宮廷服飾，紫禁城出版社，p.62

服飾圖紋除男性有明顯的的服制外，在女性的朝服中亦有明顯等級區分。在《清代宮廷服飾》一文中便指出：「女朝服，即是后妃、福晉、夫人、淑人、公主以下至七品命婦，...女朝服和男朝服一樣，亦尊卑有序，上下

¹²⁵ 王維堤，2001，中國服飾文化，上海古籍出版社，p.26。

¹²⁶ 宗鳳英，2004，清代宮廷服飾，紫禁城出版社，p.46。

¹²⁷ 同註 126。



有別，制服皆分為冬、夏兩種¹²⁸」，其實質內容則如下表所示。

表 3-13，清代女冬朝服制

使用者	圖紋
皇太后、皇后、皇貴妃	五爪金龍 15 條，正龍 6 條，形龍 11 條
貴妃、妃、嫔	五爪金蟒紋 17 條，正蟒 6 條，行蟒 11 條（服飾外型與男官文武四品以上像似）
皇子福晉、親王福晉、郡王福晉	三爪金蟒紋，正蟒 6 條，行蟒 10 條
貝勒夫人、員子夫人、鎮國公夫人、民公侯博子男夫人、郡君以下至三品	四爪金蟒 16 條，正蟒 6 條，行蟒 10 條
七品以下命婦、奉恩將軍恭人以下至七品命婦朝服（無冬、夏制之別，冬、夏制相同）	四爪金行蟒紋 4 條，襟前后行蟒紋各 2 條

資料來源：宗鳳英，2004，清代宮廷服飾，紫禁城出版社，p.48

由上述文中可以得知古代除利用上述大自然的圖紋加諸於服飾來區分等級外，帝王亦利用服飾作為「賞功贈禮」之用，其中的蟒紋（圖 3-13）便具有此類象徵。蟒服為帝王將相的官服，在造形上比龍少一爪，是需要皇帝賞賜才可穿著，極為尊貴，且會按等級進行區分。《清通志，器服略》便述：「...其一品之七品官之莽，則按品級，繡四爪蟒八至五，並不得用金黃色¹²⁹」。因而可知古代對官職服飾的顏色與紋路使用方式其實都有強烈規定，像是帝王才能用五爪，其它文武百官只能穿著四爪。據《大慶會典》規定，蟒袍又分為四個等級，其分類方法則如（表 3-14）所示。



圖 3-17 蟒服

資料來源：述鼎，2001，京劇服飾，藝術圖書公司，p.16

¹²⁸宗鳳英，2004，清代宮廷服飾，紫禁城出版社，p.58。

¹²⁹述鼎，2001，京劇服飾，藝術圖書公司，p.16。



表 3-14 清代蟒袍特徵性一覽表

使用者	特徵	色彩
親王、郡王、光祿大夫、振威將軍（即文武一、二品）	片金邊緣，四爪蟒九條； 特賜五爪蟒者除外	除特賜金黃色者，其餘一率用藍色或石青色
貝勒、貝子、奉國將軍、文武三品	金緣，四爪蟒九條	石青、藍色
將軍、文武四品至六品官、 兩等待為依等級	四爪蟒八條	無
文武七品至九品官	過肩蟒紋，全身繡五蟒	無

資料來源：王智敏，1999，龍袍，藝術圖書公司，p.62-79

綜觀上述可知，古代服飾無論是男性或是女性在使用上（官階與贈禮）皆有很明顯的階級區分存在。服飾制度在因應上述需求產生之後，自然地為維繫社會制度的功能性（這裡指的是方便統治者管理、區分階級），設計製造出一些可明顯揭示出階級差異的設計物（或設計象徵印象），而圖紋便是最為常見的一種表現方式。至此人類的設計能力開始為維繫階級制度意識形態，開始發揮出各類效果。像是最早的階級圖紋便可追溯至舜代的 12 章制，這些圖紋的形成很明顯的是為識別各個階層所服務的目的，圖紋意涵亦取其意象，作為代表此階層人士之人格特質。譬如「藻」紋為士大夫專屬圖紋，取藻紋主要是由於其冰清玉潔的象徵之意，利用圖紋特徵加諸於服飾，穿戴於身上，就等於是表明自己身分的一種明顯表徵。這情形至唐代時便開始更細部的將階級圖紋區分出文官與武官的分別，文官用鳥，武官用獸，並各自針對不同等級訂定適用圖紋。然後不僅是圖紋使用上有所限制，使用圖紋的大小與數量也有所規定，甚至還設立司服此一職位，作為掌管服制實施的專職人員，可見早期對維繫此階級區隔設計的嚴謹程度。

服飾圖紋已被統治階層所利用，成為區別等級與維護權力的工具，利用圖紋題材（動植物崇拜圖像）與使用數量多寡來制定出一套服制階級管理系統。除此之外，古代人對於鬼神十分敬重，甚至連帝王決定國家大事也會進行占卜，人類對天神的崇拜的程度可想而知。因此有些圖紋的產生，是人類畏懼此類動植物，故而運用其特點繪製出類似紋樣。另一方面則是領導階級為滿足個人私慾，便會透過顯而易見的服飾圖紋，刻意製造出尊卑身分區分的圖紋等級。譬如自舜時期開始的 12 章制，一直至近代上層階級所使用的龍鳳紋樣等，統治階級將其應用於服制（服裝制度）上，使得較有尊貴意義之圖紋得以成為統治者的個人識別符號代表，並嚴格制定規範讓其他平民百姓不得任意使用之。

或許現代人再回頭來看這些服飾圖紋都不是以此觀點進行解讀，只是



純粹欣賞喜好這些圖紋的繁複、華麗視覺效果。不過仔細思索，上述這些利用圖紋加諸於器物當中，來滿足個人內在各式慾望的作法，其實也是現代設計常見的運用手法。譬如近代人崇尚名牌的消費文化，主要便是滿足人類崇拜上層階級的物質生活，這與過去人類崇尚「龍紋」不惜觸法（古代僅有帝王才能使用龍紋）的結果，都是平民大眾嚮往向上層流動的一種情緒外現表徵，圖紋儼然成為一種為統治階級服務的最佳代言人。

綜觀上述古人設計這些紋飾，其主要原因仍是來自於滿足個人精神上對階級區分的明顯需求（虛榮與炫耀自我身份）上，因此裝飾設計的主要功能，可說是以外在裝飾來滿足內在心理層面的需求，然而現代人的設計行為也無一不是以此為出發點。其實複製這些古代已有的階級設計手法，在近代也經常可見，是滿足人類嚮往向上層發展的慾望實現，這與近代人類為滿足內在的虛榮心，追求名牌的消費文化非常類似。作為中介者的近代設計師，似乎也受到階級意識形態的傳承影響來進行其造物行為，而這部份的持續發展也是後續 3-1.5 節所要探討的重點內容。因此下一節將針對現今各種識別設計中所體現出的階級意涵進行剖析，以進一步藉此瞭解階級意識形態是否如影隨形的持續生根於近代設計之中，以及探討其所代表的真實意涵究竟為何之義。

3-1.5 品牌形象（標誌）中所形塑出的階層形象

接續前小節中探討圖紋中所意含人類等級識別的表現手法之後，本小節則要將時序拉至近代，探討近代歷史中如何利用圖紋進行階級意象形塑的各種顯性與隱性作法。

本小節將以品牌與其形象代表物之一的標誌設計物為主要討論案例來源。嘗試解析近代知名品牌標誌之中所含有的階級地位象徵與其意義。以下依案例來源的直接與間接之不同特性差異，將其區分為本小節中所論述之具有商業行為的品牌形象（標誌）設計（階級意識的隱義），與下一小節所述之無商業行為的軍徽設計（3-1.6 小節內容，階級意識的顯義）等兩部分。

近現代世界各國多已走向民主共和政體，像前幾小節所述過去有皇權階級意識存在的時代，階級意識便會以非常直接的設計表現方式呈現在所有人眼前，並以既定的制度形式要人盡力遵守這些階級觀念。而當這些階級逐漸消失或者是已不再有太大影響能力的同時，當然過去那些非常顯著的階級設計物，自然便會失去或逐漸淡化其作用。這時候如果不是完全退出，那麼這些設計物與其相關精神意義，也得要適當調整隱入現代人的社



會觀念中，才有其生存之道。所以本小節就是要檢討這些階級意義後來隱入現代人社會觀念中的各種作法。

當然許多例子可能自古以來便有類似情節存在，不過此處只是因為要方便說明，所以並未在此將過去歷史中類似案例一一拉出，而只是主要利用近現代的案例進行特徵討論。人類經常會透過品牌中的商標來營造人對物、產品或產業形象的一種認知，有時也「是一個人、一群人地位與實力的象徵¹³⁰」的代表，是具有特殊意義之符號識認系統。早期也曾有一段發展過程是無商業利益但卻具有品牌意義的標識出現，譬如在軍事戰爭中為區分敵我差異的旌旗、甲冑、兵器標誌上的符號等。還有為區分皇權及官職等級的標識符號，從圖案到色彩都有嚴格的規定，譬如上章節所提及的十二章制或是服飾上具有等級關係的動物圖紋（文官使用鳥紋、武官使用獸紋）都有明顯的區隔。

一旦出現商業行為，消費階層化也隨之產生。在封建制度的社會體制下，大多數人仍受限於少數的領導階層，僅能隱性的將這股內在需求私下運用於日常生活（譬如上一節所提及之龍紋）。此現象似乎延續至資本主義興起，民主意識逐漸抬頭，資本家推翻領導階層所設下的各類限制，人類獲得更多的自由。然而透過消費行為可以滿足人類向上流動的慾望，各式品牌中的標誌儼然成為消費者形塑個人地位的外在標籤，至此貴族的圖紋已不僅限於貴族使用，甚至一般平民老百姓也可透過消費來擁有。

人類崇尚高級物質生活是自古以來便已自然存在的重要慾望之一，所以於《真亦假時假亦真談台灣名牌精品與仿冒品消費的人類學反思》一文中便有所述：「品牌無所不在，消費者重視品牌已隨處可見，不論在穿著打扮、飲食、3C 商品等等可以看見的東西上面，logo 已經附著在我們身上，並且主宰了我們的消費生活¹³¹」。可見品牌中的商標除具有識別之功能外，亦可提高商品本身的價值，而這些附帶價值絕非只是滿足對商品的審美要求如此而已，其實其中亦隱含著大多數人類最根本的自尊心需求，也就是受人尊重的自尊心（或者說虛榮心）滿足。在《風格美感經濟學》便有所指出：「杜契爾深入探討奢侈品的普及，他形容奢侈品是意義深厚但實用性很低的物件。他認為富人的奢華展現了當今社會結構的開放多元，每個人只要肯花錢都可以加入某種社會階級專屬的俱樂部¹³²」。所以透過購買代表高貴形象的消費品牌來達到晉升上流社會的目的，是階級意識隱於設計

¹³⁰ 威爾斯 (Wells)，1997，消費者行為，臺灣西書，p.33。

¹³¹ 蕭清華，1996，真亦假時假亦真談台灣名牌精品與仿冒品消費的人類學反思，清華大學人類學研究所，p.7。

¹³² 維吉妮亞，2004，風格美感經濟學，商智文化事業股份有限公司，p.123。



物中，然後間接襯托表示擁有者的階級地位高低之常用手法。這在商業心理行為中，亦是一種非常有效且有用的行銷暗示手段，自古以來屢見不鮮。且此類作法還代代相傳，然後在長時間累積後，形塑出現代人的階級差異消費價值觀。

人類常會崇尚名牌，而設計行為在此時，似乎已不像只是為解決問題而存在的思想或技術工具，事實上還有滿足人類各式慾望（如虛榮心、成就感）的使命存在。像是標榜著貴族使用的法國 LOUIS VUITTON 皮包（簡稱 LV，如圖 3-15 所示）風靡全球，「任何國家的名媛紳士都是其愛用者，百年來一直以四瓣花跟 LV 的縮寫組合，成為各時代潮流的領導者，亞洲國家尤其是日本更對 Louis Vuitton 瘋狂的膜拜，近年來日本人則把品牌塑造成神話的境界，運用極具創意的包裝行銷手法¹³³」。LV 之所以能夠在沒有大眾媒體的年代成為貴族的象徵物，主要是由於其品質贏得了第一批消費者即皇宮貴族的心，然後再靠這些上層社會成員之間的口碑傳播形成一種風潮。設計行為在此只是形成第一批器物的原始手段，然後接下來就只要靠不斷複製這些設計思維與形象，然後只要能讓這些設計物繼續留在上層階級的使用需求中，自然此階級意識價值觀便會源遠流長地一代代傳承下去。或許設計者一開始並不盡然是為名，而單只是為利，或求溫飽而已，但最後都會因為這些意象上的改變而逐漸產生意義上的質變。

如上所述，LV 逐漸成為人們心目中的尊貴象徵，為貴族的專屬圖紋標誌，擁有 LV 和渴望擁有 LV 的人在心理上形成共同的價值取向與情感體驗。它獨到的市場地位，必然與一般商品有所區隔，這主要是由於其滿足資產階級新貴使用宮廷物品的願望實現，所以經常會有不惜以金錢來換取個人身份提升的行為出現。諸如此類品牌如賓士汽車，以及香奈兒香水等亦是運用此理，在媒體廣告中亦刻意營造高價位的形象以抬升其自我品牌的形象地位，使得更多人繼續崇尚品牌。這之中讓消費者最在意的已不只是商品本身，而是購買此項商品所附加的階級地位意識價值觀，也就是商品等同於象徵自己的「地位」。所以任何仿冒複製品就算用再好的材料，做出相同，甚至略高於其品質的山寨產品，但只要沒有被賦予相同的品牌價值，可能就不會有一樣的價格定位，然後也不會受到太多注目。而假使只要印上品牌，就算是一個不是什麼好材質，也不是用什麼好技術製造的一般「環保購物袋」，也可以產生讓人徹夜排隊，然後花上不少錢去購買的魔力效果。這裡面突顯出的不再只是設計能力的好壞問題，雖然設計行為一直不停地在為其服務。而這也是設計行為與品牌形象建立的交互過程中，極為衝突盾的情結糾葛，甚難解開。

¹³³ 品牌購物網，http://nft.cc/pshow.php?ptype=ct_07003，2010.01.25。



以下便列舉 LV、CHANEL、GUCCI 三品牌案例的象徵與形成意義，整理如下表所示。

表 3-15 高級品牌所塑造出上流階層價值感之形成原因與象徵

商標	形成原因與象徵
	<p>「專門替貴族捆紮運送長途旅行行李的當捆工學徒。靠著專業的捆紮技術，在上流社會打開知名度，並且專為皇后整理行李¹³⁴」。品牌形成之初便為貴族服務，而後則成為上層階級的代表性符號。</p>
	<p>以「幸運、財富與繁榮的象徵圖騰為主要設計¹³⁵」。首要讓女性擺脫長久以來束腰的包袱，設計出舒適且優雅的上衣款式，興起一波波時裝革命的風暴。更有人說其大膽行徑啟發了「女性主義」的意識。</p>
	<p>1. 「Gucci 以“身分與財富的象徵”品牌形象成為富有的上流社會的消費寵兒，一向被商界人士垂青，時尚之餘不失高雅。¹³⁶」 2. 「40 年代末到 60 年代，Gucci 接連推出了帶竹柄的皮包、鑲金屬的軟鞋、印花絲巾等一系列的經典設計，其產品的獨特設計和優良材料，成為典雅和奢華的象徵 Jacqueline Kennedy、蘇菲亞羅蘭及溫莎公爵夫人等淑女名流所推崇」。 由貴族帶動起品牌形象，更提高起品牌的價值。</p>

資料來源：本研究整理

由上表中可以得知，大多數商標之所以能夠成為貴族專屬符號，主要還是受一開始上層階級的加持效果所致。然後後來的現代人類便透過消費這些符號，來滿足被受尊重的需求，與證明自己是屬於買得起的上層階級人物之象徵性意義。

人類之所以會崇尚名牌，據《奢華，正在流行》一文中所述：「我賺的是辛苦錢，所以每到週末就想給自己來點特別的。假如不用什麼東西來平衡工作的辛苦，就太對不起自己¹³⁷」。此外，亦有「新時代的職業婦女除擔負養育子女以外，甚至還得包辦絕大多數的家事，它們被壓的喘不過氣... 他們願意藉奢侈品來減輕工作負擔¹³⁸」。可見人類在追求品牌的過程中，似

¹³⁴LV 跟 CHANEL 的故事 <http://defort.pixnet.net/blog/post/17074053>，2010/01/25。

¹³⁵CHANEL 圖騰系列，

http://www.chanel.com/wfj/html/jewelry/fiche_prod/products/fiche_prod.php?zone_lang=ASITW&codp=1045，2010/01/25。

¹³⁶Gucci 品牌故事，

http://tw.babelfish.yahoo.com/translate_url?doit=done&tt=url&trurl=http%3A%2F%2Ffashion.mop.com%2Fman%2Fbrand%2F2006-09-21%2F1027.shtml&lp=zh_zt&intl=tw&fr=yfp，2010.02.04。

¹³⁷麥可，2004，奢華正在流行：精品普及化、價值精緻化的消費新主張，商智出版社，p.44。

¹³⁸ Dr.Motton Walker、陳銘宗，1995，色彩的力量，號角出版社，p.10。



乎是為求取短暫虛榮心上的滿足，所以透過購買上流階級所常用品牌之物，來滿足其亦可同列其位之期盼心理。在《仿冒學的符號政治：LV 的真假之爭》一文中亦提及：「使用品牌的人主要是以希望證明自己有能力的階級¹³⁹」（圖 3-18）等論述皆說明此類意識形態的影響力。



圖 3-18 LOUIS VUITTON 皮包

資料來源：都市客，brand.metroer.com/prod798，2010.01.22

這些依賴高價位所塑造出的品牌，由於價格過高，大部分的勞工階級自然較難接受，因此相對於為服務那些買不起的人也要爭相模仿這些似乎是貴族專用的類似圖紋，於是山寨版的設計文化（圖 3-19）就在此需求下因運而生。利用類似圖紋加以畫龍點睛，甚至再區分出仿冒等級，「仿冒品本身就有分等級差異，A 貨 B 貨就是仿冒品的等級，剛開始只有 A 貨、B 貨之分，後來因為仿冒技術越來越好，所以又出了超 A 貨，有些賣家講水貨，指的也是仿的很像的超貨。同時，這邊分等級的仿冒品，就是仿的一模一樣，即樣式、大小、logo 位址等¹⁴⁰」，這就是一種消費價值觀變異下的設計複製行為之因應結果，複製與反複製的設計行為意識在這些情結中持續不斷地拉扯。

¹³⁹林易萱，2004，仿冒學的符號政治：LV 的真假之爭，國立交通大學傳播所，pp.58-59。

¹⁴⁰蕭清華，1996，真亦假時假亦真談台灣名牌精品與仿冒品消費的人類學反思，清華大學人類學研究所，p.54。



圖 3-19 仿冒（右）LOUIS VUITTON 皮包

資料來源：太平洋女性網，www.pclady.com.cn/dzpilot/0511/60608.html，2010.01.22

綜觀上述，在傳統的封建制度社會中，人類透過華麗裝飾圖紋與各種裝飾設計手法來進行各個不同階層的識別工作，以滿足少數統治階層方便管理與識別身分之用，這是設計思維為階級意識服務的早期作法。至近代各國皆轉向民主政體之後，這類習慣不但沒有消失，反而間接轉化融入社會價值觀之中。這使得一般平民大眾可以透過消費這類上層階級的代表性品牌符號，來表示大家都能同列其位的階級價值觀展現。

人類透過消費這類符號，來滿足受尊重的需求，以及證明自己就是屬於上層階級。人類將這類符號用來裝飾自身，以突顯自己的身分。在過去下層階級只能默默看著、偷偷地作，卻無法跨越上層階級的使用設計限制，至近代則只要有錢，便可以大大方方地將自己變身為上流階層，而不再需要受到過去曾有的束縛。經由仿效上層階級的生活品味便達到備受崇敬的結果，這也突顯出自古以來人類崇尚階級流動的慾望是一直都存在著，只是近代不單只是受教育一途可以選擇，而似乎是只要經由消費這些高貴性質符號裝飾自身，就可以達到提昇自我階層的目的。

人類透過外在行頭來展現自己的身分地位，以滿足其需要受到尊崇的內在心理需求。這類圖紋在無形中便成為人與人之間第一眼就可劃分出等級價值差異的最好標的物。所以只要能夠印上知名品牌標誌，就算是使用較為低價材質、運用普通的技術，仍然可以使人願意花上大把鈔票排隊購買也在所不惜。

所以近代的階級區分多來自於人類價值觀中，「是否買的起」所延伸出的心理衡量標準。消費者最在意的已不再只是商品本身能否滿足功能性需求如此而已，而是透過購買此項商品所附加得到的階級意識價值是否也能



同時被滿足或許才是最重要之處，也就是說購買這類商品的同時也就等同於象徵自己的「地位」也被認識肯定之義。

3-1.6 彰顯地位之軍徽設計

傳統中曾經出現、存在表示階級的設計物，在近代世界皆轉向民主共和政體之後，已逐漸消逝，而成為歷史陳蹟。但也有些階級表示設計物，到現在仍依然健在，且持續發揮其功效。那就是從古流傳至今，在意義上沒有多大改變的階級顯示代表設計物之一即「軍徽」。

軍隊中的軍徽有明顯的階級之分已是個必然條件，通常會以簡單圖樣形態與數目多寡分別來明示地位的高低劃分。軍銜的種類依其性質，可分為正式軍銜、榮譽軍銜；若按其現役與否則可分為現役軍銜、預備軍銜。許多現代國家的法律皆規定，軍銜是軍人的終身榮譽，未經法律規定不得剝奪，具有一定功績之軍人則有權佩戴軍銜符號的權利。

在過去的傳統中，許多國家、地區的軍職都有其各自的軍階形成系統，如在中國秦始皇陵墓陪葬的二號坑所出土的綠臉俑便將軍階分為將軍、步兵弩兵、騎兵弩兵、長槍兵、戰車兵、戟兵、弓兵。此外在西方，像是第二次世界大戰時的德國，也有類似的軍徽設計系統存在，如圖 3-20、3-21 及 3-22 所示。

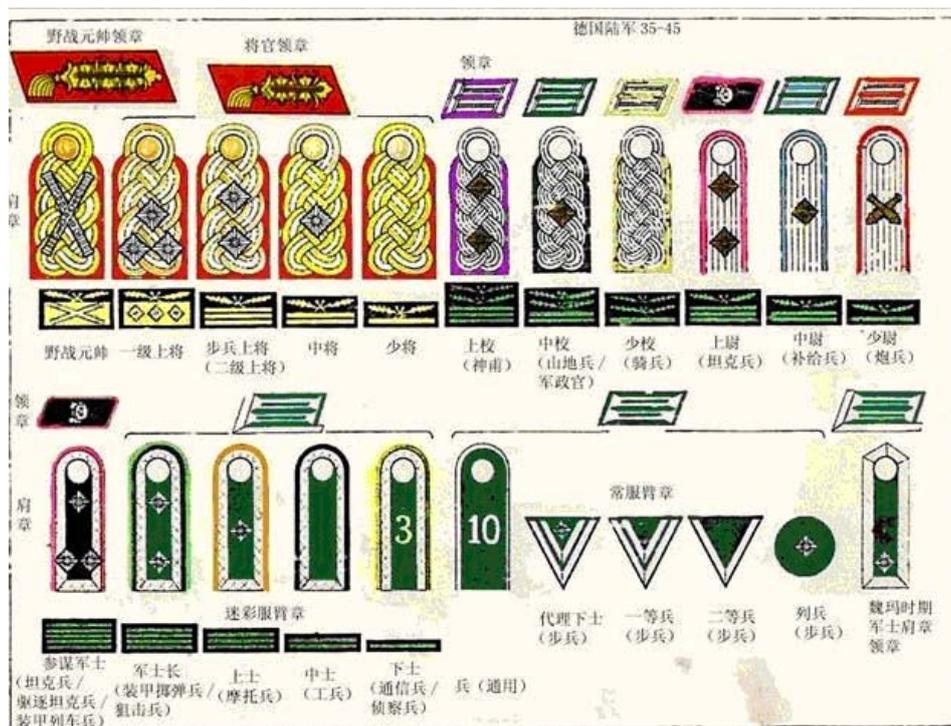


圖 3-20 第二次世界大戰德國「陸軍」軍徽設計



資料來源：德國軍徽設計，<http://bbs.tiexue.net/bbs66-0-1.html>，2010.2.15



資料來源：德國軍徽設計，<http://bbs.tiexue.net/bbs66-0-1.html>，2010.2.15



資料來源：德國軍徽設計，<http://bbs.tiexue.net/bbs66-0-1.html>，2010.2.15



由此可見軍徽設計至近代便更加的系統化，譬如在圖樣的造型上從較為複雜的設計形態（如模仿原物形態），已逐漸轉變為以幾何形式出現的簡易形態。主要還是為因應較能輕易識別的功能上需求，也就是讓新兵能夠很快地瞭解軍隊中的階層體制，以達方便控制管理之故。近代台灣軍階系統設計之參考來源，其實也是源自於德國，以下（表 3-16）所示，便是其完整結構。

表 3-16 台灣軍徽設計（越往下層級越高）

一般兵			
			
訓練兵	二等兵	一等兵	上等兵
士官			
			
班長	下士	中士	上士
尉官			
			/
少尉	中尉	上尉	
校官			
			/
少校	中校	上校	
將軍			
			
准將	少將	中將	上將
	/		
五星上將			

資料來源：本研究整理

亞洲國家的近代軍徽則大多是過去由歐美所引進的概念所衍生形成之物，像是德國軍銜大致上便是台灣軍徽的前身參考模型。以台灣軍階制度與軍徽設計而言，主要是由德軍制度所演變而來。早期台灣聘請德國人來傳授軍事教育，同時更引進德軍之軍徽設計方式，而後則融合些許美軍軍徽元素，演變成至今台灣所能得見的形式。像是 1936 年時日治時期的軍徽



大多以形狀（三角星的數量及橫槓數目）、色彩來區分等級，如此設計方式主要也是讓新兵更能輕易看懂誰大誰小的區別之用。

當然如此形成之因，是指在軍隊組織中，必須因應作戰需求來劃分層級，並經由上管下的方式統籌組織，才能順利帶領部屬進行作戰任務。因此軍階制度的設定理由，原本就是為滿足管理上需求的原始出發點為其基本思考形成模式。而另一個重要目的則是為提高軍人的責任心（管理者與被管理者）與榮譽感，所以藉此設計物以便明確區別階級高低之後，自然也就可以加強個人高低位階的階級優越感（當然也可說是一種可以自我滿足的榮譽感），以及提昇人與人之間的競爭心理，以促使組織得以繼續向上成長。這是軍徽設計所能帶來的主要效果。

綜觀上述，軍徽必須易於辨識才能讓其他人方便判斷，並便於管理。所以需要較為系統化的設計圖像方式，才能透過這些簡單的符號佩帶於軍服上，然後讓部屬明顯瞭解每個人所屬軍階的高低差異程度，而且是一目瞭然。軍徽設計物是個自始自終就是一個表現人類階級意識差異的代表性設計產物，展露出人類設計行為為階級意識服務的極致表現。

3-2 色彩文化中的階級意識形態

自古以來色彩概念便依各種人類目的需求而深植於人類生活之中，不僅具裝飾功效，更有作為識別個人地位之特性。就像《色彩的力量》一文所述：「在封建時期，紋章官們使用九種代表色來紋飾其紋章，黃色或金色表示榮譽和尊貴，...紫色表示尊貴¹⁴¹」一般，色彩作為階級表示的操作工具設計，是人類設計發展史上的一項重要象徵物。

本節將把討論重心置於東方服飾色彩的階級文化上，然後輔以一些器物色彩與西方色彩文化的案例作為輔助說明。以下各小節則將從原始色彩所透露出階級意識的可能源頭、中國服飾色彩文化中的階級意識、材質與色彩交互影響下所形成的尊貴色，與近代運動競技中所繼承的傳統階級意識等四個主題中，去一一解構色彩文化中的階級意識，是如何被人類所設計表現、利用的詳情與意義。

3-2.1 色彩中所透露出階級意識的可能源頭

古代器物中的色彩文化與階級意涵有較大相互影響關係的案例甚多，像是原始時代。但這之中又以傳統服飾色彩使用文化上的影響最為明顯，

¹⁴¹Dr.Motton Walker、陳銘宗，1995，色彩的力量，號角出版社，p.10。



故本節將色彩文化與階級意識的主要討論重心放置於此，希望從服飾色彩文化的傳承歷史中，探求階級意識如何設計與運用於其上的思維方法與意義。同時並加上其他器物，以及一些西方相關案例一併討論以作輔助。

早在遠古時代人類便以色彩表述地位象徵。在《中國紡織史話》中便述：「早期人類將赭石研磨之後所產生出的粉末當成染料，塗抹繪製於臉上，當作區別族群與族群之間的標誌，也就如同今日原住民俗稱的黥面。是自然崇拜下所產生的裝飾行為如（圖 3-23）¹⁴²」，以及《中國染織史》中，「五、六千年以前，便有用赭石等在軀體上塗繪各種花紋圖案的風俗，除對野獸有恐嚇的作用外，也作為氏族間相互區別的標誌¹⁴³」。可知中國原始時期人類的的生活與巫術、信仰有相當大的關連性。在衣不蔽體的年代裡，祖先們通過人體彩繪，獲得的是一種信仰意念，寄託他們對神靈與福祉的崇敬心理。同時並利用色彩裝飾自身，來達成區別個人、族群之間的差異化過程。甚至至今在地球上仍還是有少數原始部落保有這些非常原始的生活概念意義的彩繪圖案、人體裝飾，如圖（3-24）所示。原始時代的人類使用服飾色彩概念，主要便來自於對天地崇拜的意識所產生導致。譬如曾有：「天地玄黃」一詞，意思就是表示天亮之前為黑色，地則為黃色之意。這是傳統中國人將對天地的色彩意象感覺輾轉換至服色上的運用模式，形成當時上半身多穿為黑色，下半身為黃色之服色現象。



圖 3-23 中國彩陶上的紋面
資料來源：杭間，2007，設計與藝術學十講，設計與中國設計史研究年會編輯，p.34



圖 3-24 現代原始民族的紋身
資料來源：杭間，2007，設計與藝術學十講，設計與中國設計史研究年會編輯，p.34

當時的人類不僅利用染料塗繪於臉上，同時也會將各種礦物粉末或植物上的汁液繪塗於建築、石壁、個人使用器物上，以加強顯示個人身份地

¹⁴²吳淑生、田自秉，1987，中國染織史，南天書局出版，p.33。

¹⁴³同註 134。



位表徵。原始文明中的人類會開始拿樹葉、獸皮穿掛於身上。而身處高位者如族長、祭師，更會運用各種裝飾華麗的特殊器物，或者運用色彩（並強制設定誰可用、誰不能用哪些顏色），用以突顯出其與他人是不同的差異化設計思維。

早期中國的帝王以色彩區分等級的方式，在周朝時期便已相當明顯。像是當時所實施的社會制度採取分封、世襲制的等級制度。《齊語》：「士之子恒為農，工之子恒為工，商之子恒為商。上自天子、諸侯下至士農工商等一般百姓皆承襲上一代的封號¹⁴⁴」。所有居於上位者的等級象徵使用不得輕易踰越，在《周禮·春官·典命》便有：「上公九命為伯，其國家、宮室、車旗、衣服、禮儀皆以九為節；侯伯七命，其國家、宮室、車旗、衣服、禮儀皆以七為節...¹⁴⁵」的使用規範設定。此外在《周禮》文中，亦提及安萬民的辦法有六種，像是：「大司徒之職...以本俗六，安萬民。...六日同衣服¹⁴⁶」。「據賈公彥疏：同，猶齊也，民雖有富者，衣服不得獨異者，士以上衣服皆有彩章，庶人皆同深衣而已，故云，民雖有富者，衣服不得獨異者，並皆齊等也¹⁴⁷」。顯見當時階級區分清楚地以各種色彩、標識進行區分的手法已相當具體，且人民的使用服飾色彩也沒有太多選擇，只能穿類似色彩的衣服，就算是富貴人家有錢也不能改變這規矩，可見得周代的服飾設計運用與階級制度之間確實是連結的十分緊密，且須時時遵守，甚難被撼動。

當人類衍生出編織的運用技術，製作出各種類服飾的設計物之際，早期衣物形態也就因此而生。服飾形態逐日演變，除滿足生理上的需求外，服飾在裝飾裝扮與意象特徵的形塑上，更能展現其莫大的影響力。以下章節則依年代特徵逐步解析色彩在服飾上所形成的階級現象。

3-2.2 中國古代服飾色彩中所顯示出的階級意識特徵與意義

1. 周代禮儀形制中所形成的階級服色

當時的服飾依穿著場合，大致上可分為禮服、朝服與常服等用途區隔，且「上得以兼下，下不得僭上¹⁴⁸」。所以當地位愈高，可以穿的種類便越多，可使用的顏色也愈多，通常上一階層的朝服便為下一階層的禮服，而庶民

¹⁴⁴汪啟明，1998，先秦兩漢齊語研究，成都市巴蜀書社，p.33。

¹⁴⁵黃公渚選註，2008，周禮臺中市：文听閣圖書，p.38。

¹⁴⁶同註 137。

¹⁴⁷同註 137。

¹⁴⁸李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，pp.9-15。



在服色上的選擇則是非常有限。至於帝王於不同的場合中，也需穿著適當服飾，譬如在《詩經·小雅·斯干》中便清楚描述宣王於新居落成時所著之服：「秩秩斯干，幽幽南山。如竹苞矣，如松茂矣。兄及弟矣，式相好矣，無相猶矣。似續妣祖，…朱芾斯黃，室家君王¹⁴⁹」。此外，於《詩經·小雅·車攻》中，於朝會諸侯舉行田獵時亦有：「我車既攻，我馬既同。四牡龐龐，駕言徂東。田車既好，四牡孔阜…赤芾金舄¹⁵⁰」。由上述兩則記載中，得知周朝天子的服飾色彩使用多是以紅色為主，而諸侯則是採用顏色較淡的朱黃色系。然後再依每一階層與性別對應其應遵循的法制條例，至於針對不同場合也有不同的使用規定，如（表 3-17）、（3-18）。

表 3-17 周代之男服色

官階	服名	色彩	內容
天子	朝會	赤色	朝會諸侯舉行田獵
天子、士	皮弁服	白色上衣，素色下裳	自天子以至士的朝服。白色上衣，素色下裳。
諸侯	朝會	朱黃色	朝會諸侯舉行田獵
天子	冠弁	黑色布上衣，素色下裳	為天子的田獵服，也是諸侯視朝朝服，也是卿大夫祭家廟的禮服，亦是士的助祭服。黑色布上衣，素色下裳」。
軍服	韋弁服	赤色	赤色皮革製成的戎裝。
平民	深衣禮服	白色，邊飾	「白色，邊飾：祖父母、父母具在用五采色邊，父母具在用青色邊、孤子用素色邊。」附註：周代的大禮服用了五種基本色：青、赤、黃、白、黑五原色。主要用色是玄、纁二色。

資料來源：李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，pp.9-15。

¹⁴⁹ 「朱芾斯黃，室家君王」，《鄭箋》：「皇猶煌煌也。芾者，天子純朱，諸侯黃朱。室家，一家之內。宣王所生之子，或且為諸侯，或且為天子，皆將佩朱芾煌煌然。」（煌煌，光亮的樣子）。見於詩經簡釋，黃忠慎，1995，駱駝出版社，p.393。

¹⁵⁰ 赤芾金舄，赤芾，1995，紅色的蔽膝。金舄，以銅為飾的底部特別厚重的鞋子。赤芾、金舄都是諸侯所穿用。見於詩經簡釋，黃忠慎，駱駝出版社，p.373。



表 3-18 周代之女服色

使用者、場合	服名	色彩
王后祭先王 公夫人助祭宗廟	禕衣	玄
王后祭先公 侯爵夫人助祭宗廟	揄翟	青
王后祭群小祀 子男夫人助祭宗廟	闕翟	赤
王后祭蠶 諸侯妻助祭	鞠衣	黃
王后宴饗 卿大夫妻助祭	展衣	白服黑緣
王后燕常 士妻助祭	祿衣	黑服
貴族女嫁	純衣	玄

資料來源：李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，pp.9-15

大致上貴族所用禮服，「上衣採用正色如青、赤、黃等純色；下裳則採用間色。日常家居則喜歡穿白色上衣，時謂縞衣」。據詩經《豳風，七月》中所述：「七月鳴貝鳥，八月載績。載玄載黃。我朱孔揚，為公子裳¹⁵¹」。相對於一般百姓或勞動者，大多穿著粗麻布衣，然後多以黑色、赭色、青色等深色系的使用為主。至於周代首創的五色服，明顯區分出人類身份地位果然是「貴賤有等，衣服有別，上自天子卿士，下至庶民百姓，服飾各有等差¹⁵²」。強調出具有階級意識的冠服制度來彰顯禮治。所謂五色指的是青、赤、黃、白、黑等五種顏色（如圖 3-25），且由於周朝講究衣著禮儀，在服飾的色彩使用上更有五正色與五間色之區別。正色乃為上述之五色；間色則為綠、紅、碧、紫、亞，間色乃為正色所組合而成。

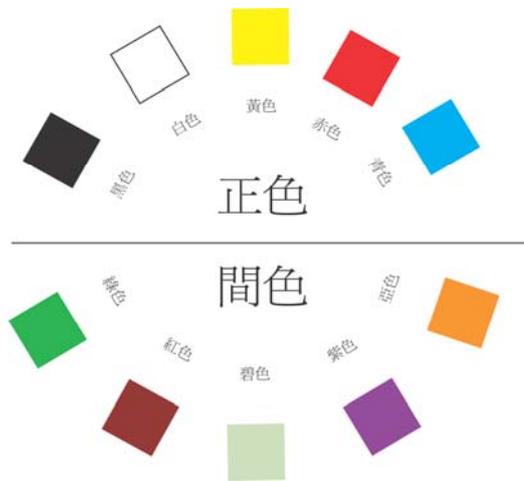


圖 3-25 正色與間色圖

資料來源：陳麗芳，明志研討會，朝陽科技大學，p.33

上述的正色多使用於尊貴者身上，而間色則多使用於卑賤者。各種不同場合有著不同的使用服色，且因為講究階級制度，故服色階級的區分皆不可輕易逾越。周朝首創的五色服是一種明顯的階級象徵符號設計，是用來界定貴族與平民間的區隔差異，同時也是身份的表徵設計之一。

¹⁵¹高春明，1998，中國古代平民服裝，台灣商務，台灣商務，p.131。

¹⁵²同註 143。



2. 春秋戰國時期紫色的階級流動性

東周春秋戰國時期，政治、社會開始較為動盪不安，周朝的禮制制度也於春秋戰國時期逐漸式微。不遵守服飾色彩禮儀的人自然也日益增多。根據《禮記玉藻篇》：「玄冠紫綉，自魯桓公始也¹⁵³」，與劉向《說苑》中：「魯桓公偏愛紫色，所以於朝會時，常按其所好的著其色系¹⁵⁴」皆有所載。顯示此時期已打破周朝使用黃赤之色以代表貴族階級的使用方式。由於魯桓公偏好紫色，也打破過去周代以來所形成對於紫色為卑色的基本觀念，儼然便是將紫色納入高貴象徵色的行列中。而且事實上當時不易染紫色，必須經過多次浸染才成，所以價格也不會太低，也因此紫衣在當時逐漸成為貴族的消費品，而一般百姓則較無經濟力去購買。這情形直至齊桓公採用管仲的建議改穿白色之後，才開始促使大眾轉換對紫色的喜好度。

戰國末年鄒衍的陰陽五行學說盛起。所謂的五行，是指木、火、土、金、水，其所代表的色彩分別為青、赤、黃、白、玄（黑）五正色。五色各有方位，青色代表東方，赤色代表南方，黃色代表中央，白色代表西方，黑色代表北方，稱為五方色如（圖 3-25）。若以時節來說，青色為春，赤色為夏，黃色為立秋前十八日至立秋，白色為秋，黑色為冬，稱為五時色。所以據五行所列示，夏季屬土，其色為黃，因此秦代的官人夏天穿淺黃色的羅衫。

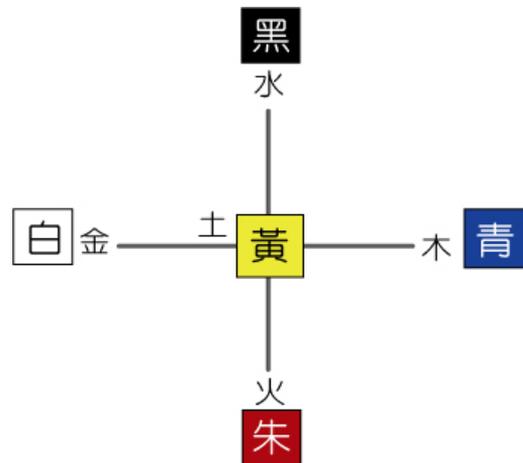


圖 3-26 五方色
資料來源：本研究整理

由上述可以得知，在周代以前常利用純粹原色色彩視認來劃分等級，直至春秋戰國時期，有些帝王開始有意與前朝區隔，而將過去的卑色逐步轉為尊貴色的意象，譬如原本屬於間色（卑賤）的紫色就是此例。這原因絕大多數是來自於帝王的個人喜好，像是魯桓公認為紫色便需要花很長的時間染製，特能顯示其尊貴意義，所以才會特別大量運用紫色，後來紫色也藉此轉為貴族色。

¹⁵³禮記精華，<http://www.dfg.cn/big5/chengjing/jxkch/ljjh/lijhl/16-yz-1.htm>，2010.01.25。

¹⁵⁴說苑，http://ms.chgsh.chc.edu.tw/~chi/chi_ebook/sy.htm，2010.01.25。



3.秦漢時期運用無彩色（黑、白）進行階級區分設定的思維

秦代是色彩階級服飾的重要發展階段，也就是將上述之五行思想，更加系統化的轉滲入服飾的用色設計思想中，像是對五正色的運用便是如此。

從戰國到秦漢魏晉之際盛行五行（水火木金土）終始說，中國第一個皇帝秦始皇按水、火、木、金、土（五行）與黑、白、青、赤、黃（五色）分別相配的“五德”說，穿黑色袍服，在《後漢書輿服制》中便有述：「秦以戰國即天子位，減去禮學，郊祀之服，皆以均玄¹⁵⁵」。規定大禮服是上衣下裳，同為黑色祭服。其原因便是因為周代屬火，秦始皇信五行水可克火（周代），而水的相對位置為黑色（參閱圖 3-26），所以特意藉此將其導為尊貴色的意象，並同時衍生出對服色的嚴格規定（如表 3-19 所示）。其中的黑色與白色便因此成為最明顯的階級區分常用色。

表 3-19 秦代服飾色彩

官階	服名	色彩
皇帝		黑色
最上等官員（男服）	黑袍	黑色
三品以上官員（男服）	綠袍	綠色
妃嬪（女服）	五色花羅裙（女服）	黃衣，配以芙蓉冠、五色羅小扇、泥金鞋
平民		白

資料來源：李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，pp.15-16

直至漢取代秦，應是土德，所以尚黃色。但劉邦不信五行，漢承秦制，重要大典皇袍仍為黑色。因此在西漢初期尚黑的風氣仍然盛行，「漢文帝深衣弋絺，文武百官平日也都穿黑色的禪衣¹⁵⁶」。

時至東漢後期，「區分等級的服飾中，黑色的地位下降了。達官顯貴都穿紅著紫，只有下級官吏穿黑，那時又稱皂色¹⁵⁷」。因此出現當時稱老百姓為「皂衣、皂隸」的稱謂出現，都表示其為統治者所看不起的下等人物。漢代服飾制度，如（表 3-20）所示。

¹⁵⁵ 李國祥，2004，後漢書，暢談國際文化。p.33。

¹⁵⁶ 同註 147。

¹⁵⁷ 同註 147。



表 3-20 東、西漢代服飾、帽的色彩使用規範

階層	朝服色	帽色
皇帝	橙黃色	赤綬
諸侯王	紅色	赤綬
各國相國	綠色	
公侯將軍	紫色	紫綬
百石官員	紺色	
四百石官員	黃色	青紺綬
千石到六百石官員	黑色	黑綬
九卿或中二千石與二千石官員	青色	青綬
平民	黑色	

註：西漢達官貴族於平日仍會穿著黑色，至東漢黑色貴成為平民的主要服色
 資料來源：1999，中國植物性染料發展沿革，第14屆全國技職研討會，pp.12-13
 中國美術編輯委員會，1988，中國美術全集-工藝美術，上海人民美術，p.22

帝王對天神的崇拜思維，很直接的便會影響到當時的貴族色走向。譬如戰國後期十分重視陰陽五行說（金木水火土）而逐漸衍生出五色，即相對五行之色彩名謂。直至秦代，甚至已開始利用五行相剋道理，刻意選擇可剋前幾代的色彩方式，所以會出現刻意選擇用水來剋周代的火的用色方式。其中水的相對色是黑色，至此黑色也開始進入尊貴色的行列中。一直沿用到西漢時期，黑色的地位才逐漸下降。

4. 魏晉南北朝時期自由曠達哲學所影響的階級色彩轉變

至於魏晉南北朝時期，因為多處於戰事紛爭之中，以至於大多數貴族們多採逃避現實態度，只追求老莊哲學，在生活中講究自由曠達。而當時的服色使用，亦出現黃帝身著玉色系衣飾之始。

魏晉南北朝為兵荒馬亂的時代，因而常服多使用便於行動的衫褲，作為軍服、便服之用，且男女通用。在《北史蠕蠕傳》中對當時服色制度便有所述，「有緋納小口褲褶，紫納大口褲、小口褲¹⁵⁸」。一般上身服緋衣而下著白褲，為較貴重之褲摺。而像吏卒之類則是著玄色、黃色、青色的布褲摺。在禮服上，《鄴中記》中亦述：「石虎中尚方御府中，巧工作錦織成署，皆數百人，有青綈、或白綈、或緋綈、或綠綈¹⁵⁹」。衫子以白色服飾居多，白衫不僅可用做便服，亦可當做禮服，這與過去歷代的傳統服飾禮儀確有很大不同差異。可見魏晉南北朝時期已將禮服、便服之服色不經意的混合通用。只剩少數的統治階層，才會對特殊用服的色彩有所限制，但大致上已比前朝服制用色更為自由（表 3-21）。

¹⁵⁸陸翽，1969，鄴中記撰，藝文，p.134。

¹⁵⁹同註 150。



表 3-21 魏晉南北朝的服色制度

官階	服名	色彩
天子、皇太子以及王公、卿之祭服	平冕服（男服禮服）	上衣皂色，下裳綠色。素帶、朱裡。太子用十二章紋、三公諸侯用山龍等九章紋、九卿以下用華蟲等七章紋，太子用刺繡文、公卿用織成文。
太子	北周冕服（男服禮服） 蒼衣蒼冕 青衣青冕 朱衣朱冕 黃衣黃冕 素衣素冕 玄衣玄冕 象衣象冕	玄衣纁裳。釋奠先聖禮服：太子戴通天冠，著皂紗袍，絳緣中衣。皇太子戴遠遊冠，著玄朝服，絳緣中單。
公卿行鄉射禮之禮服	委貌冠服（男服禮服）	衣黑而裳素，中衣以皂緣為領袖。
天子	通天冠服（男服朝服）	絳紗袍，皂緣中衣，黑舄。
皇太子及諸王所服	遠遊冠服（男服朝服）	朱衣，絳紗袍，皂緣白紗中衣，白曲領。
百官	百官朝服（男服朝服）	「以絳朝服為主，百官位高者以朱衣為朝服，位卑者，則以皂衣為朝服，皂緣白紗中單。」
天台近侍及宿衛之官	品色衣（男服朝服）	五色衣，錦綺續繡為緣。
從貴族到庶民皆用	常服（男服）	主要是褲褶服，可當朝服、軍服、便服。一般為上身緋衣下著白褲，或紫衣白褲，較為貴重之摺褲。
女性官服中最隆重的禮服，也是皇后的嫁服	（女服）皇后謁廟服	晉朝：皂上皂下。 南朝宋：紺上皂下。 南朝陳：皂上皂下。
妃、嬪、命婦之祭服	入廟佐祭服（女服）	皂上皂下
皇后行親蠶禮之禮服	親蠶服（女服）	青上縹下
妃、嬪、命婦助皇后行親蠶禮之禮服	助蠶服（女服）	晉及南朝陳為縹上縹下，南朝宋為青上青下
皇后第二等以下之禮服（北周禮服） 皇后從皇帝祀郊禘、享先皇、朝皇太后之禮服	翬衣（女服北周禮服）	素質，上有五色翟紋。以翬雉為領、襟。
皇后祭陰社、朝命婦之禮服。	瑤衣（女服北周禮服）	服色為青質，上有五色翟文，以翬雉為領、襟。
皇后祭群小祀，受獻繭之禮服	鷩衣（女服北周禮服）	服色為赤，以翬雉為領、襟。
皇后行采桑禮之禮服	鳩衣（女服北周禮服）	服色為黃。以翬雉為領、襟。
皇后從皇帝見賓客，聽女教之禮服	鵠衣（女服北周禮服）	服色為白。以翬雉為領、襟。
皇后食命婦歸寧之禮服	矢羽衣（女服北周禮服）	服色為玄。以翬雉為領、襟。
蒼衣：皇后臨婦學及法道門、燕命婦，有時見	蒼衣（女服北周禮服） 青衣（女服北周禮服）	服色為蒼、青、赤、黃、白、玄。」



命婦之服 青衣：皇后春齋及祭還時著之服。 朱衣：皇后夏齋及祭還時之服。 黃衣：皇后采齋及采桑還時之服。 素衣：皇后秋齋及祭還時著之服。 玄衣：皇后冬齋及祭還時之服。	朱衣（女服北周禮服） 黃衣（女服北周禮服） 素衣（女服北周禮服） 玄衣（女服北周禮服）	
商	皂	
平民	白	

資料來源：李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，pp.19-21

綜觀魏晉南北朝對於服制用色，大致上仍以黑色系的皂、玄，以及紅色系的絳、朱等色用得最多（朱又不及絳多）。再加以少量的白色系所構成。當然前朝的五色朝服也仍存在著，只是使用的相當少，基本上是以黑紅白三色為主。可見此時期因為戰亂，人類為追求心靈上的依靠，因而崇尚老莊哲學思想，連帶使得白色成為大眾尊崇色彩之一。

5. 隋唐時期多元文化衝擊下所形成的新階級服制意識

時至隋唐時期，雖然在服飾上仍繼承傳統，但穿最多的常服卻開始出現新的風貌。由於不同的統治族群更替，服飾階級用色的習慣也會有所改變，當住於黃土大地的北方民族南下統治之際，帶來的亦會有當族群的原本習慣，隋唐時期吸收甚多胡人習俗，這也將服色使用制度更加系統化。像是隋唐以前的政令中，黃色往往不在使用禁色之列，「詩經時代的婦女甚至將黃色用製衣服的襯裡，可見並不高貴。從隋代起文帝始穿黃袍臨朝，以後歷朝遵行不改，從此，黃色成為御用服色，庶民重臣一律不得使用黃色¹⁶⁰」。黃色開始成為皇族專用色系的時代至此展開，黃袍也成為皇帝服飾的專用色彩。另外，根據《隋書禮儀志》所述：「大業六年詔，胥吏以青，庶人以白，屠商以皂¹⁶¹」。由此可知，隋代時期開始，帝為黃、官為青、一般平民服色為白色的區分方式，似乎已逐漸定型，如下表所示。

¹⁶⁰ 高春明，中國古代平民服裝，台灣商務，pp.98-99。

¹⁶¹ 舊唐書，<http://www.xysa.net/a200/h350/16jiutangshu/t-049.htm>，2010.10.25。



表 3-22 隋代服色

階層	服色
皇帝	黃色
胥吏	青
五品以上	紫袍
六品以下	兼用緋綠
商人	黑、深褐色、墨紫
平民	白色

資料來源：本研究整理

唐代是繼漢代之後中國的第二個盛世，根據《唐六典》記載，與唐代政府往來的國家少則七十，多則三百多國，這也使得唐朝的服飾出現融合多元化的走向發展。至於在唐代，除天子外其他人一律不能身穿黃袍，此時黃色已儼然成為中國皇帝的專用服飾色彩，故後來才有黃袍加身的成語典故出現，也是如此緣由。至於其他官吏也都以顏色來區分官階，像是三品以上用紫；五品以上用朱；七品以上用綠；九品以上用青（如表 3-24 所示）。

表 3-23 唐代的服飾色彩

階層	色彩
皇帝	黃色
三品以上	紫色
五品以上	服朱
六品以上	黃色
六品、七品	綠色
八九品	青色 註：因怕深青亂紫，而後改定八品九品服碧。
平民	白色

資料來源：曾啟雄，中國植物性染料發展沿革，pp.12-13
中國美術全集-工藝美術編 6 印染，p.22

不同族群執政受到不同文化習俗的影響，在服色上也會有明顯改變。譬如自隋唐時期開始限定黃色為帝王專用色彩，一般平民大眾便不得隨意使用，而這傳統也一直延續到後面幾代去。然而隋唐之所以會使用黃色作為帝王專用色彩，其主要原因便是來自於統治族群長期生長於黃土高原，加上黃色為五行色的中間色意象所累積導致。

6. 宋朝時期文人治理社會所推崇的樸質階級色彩

宋代是一個重文輕武的時代，萬般皆下品，唯有讀書高，也一反前隋唐時期之服色使用制度。由於受到理學思想影響，重視文人，所以宋代的



服色並不像唐代如此鮮艷，反而追求自然潔白的清淨色系。在《燕翼詒謀錄》中有載：「有官者服皂袍，無官者白袍¹⁶²」。由此可知皂服為達官顯貴之人的專有服飾，乃為當時的貴族代表色，一般平民則無此經濟能力購買昂貴皂服，故只好延續前代身穿白袍。宋仁宗時曾詔令，在「京士庶不得服藍、黃、紫地撮暈花樣¹⁶³」，直接限制民眾所能使用的衣物色彩選擇。

表 3-24 宋代服飾色彩制度

官階	服名	色彩
袞冕服：太子。 九旒冕：親王及中書門下。 七旒冕：九卿。 五旒冕：四品、五品官。 無旒平冕：太祝、奉禮官。	袞冕服、九旒冕、七旒冕、五旒冕、無旒平冕（男服冕服）	「袞冕服：青衣、紅裳。 九旒冕：青衣、緋裳。玄衣、纁裳。 七旒冕：服色同九旒冕。 五旒冕：青羅衣裳。紫檀衣，朱裳。 無旒平冕：青衣纁裳。」
通天冠服：天子。 遠遊冠服：皇太子。 朝服：諸臣。	通天冠服、遠遊冠服、朝服（男服朝服）	「通天冠服：絳紗袍。 遠遊冠服：朱明服。 朝服：緋羅袍。」
天子衫袍：天子。 公服：三品以上官員到皇太子。	天子衫袍、公服（男服公服）	「天子衫袍：赭黃及淡黃色。 公服：四品以上服紫，六品以上服緋，九品以上服綠，青色服廢止不用。」
皇后、皇太子妃、內命婦、皇后親蠶、皇太子妃從蠶。	禮服（女服禮服）	與唐代大體相同。 褱衣、褱翟、翟衣、鞠衣、細釵禮衣。分別為深青、青色、黃色、緋色。
皇后、士大夫家婦女	常服（女服常服）	真紅色。
平民	白色	

資料來源：李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，pp.26-28

貴族色大多是正色（紅、黃、青），惟獨皂色與紫色除外。事實上在周代為間色的紫色，僅是一般平民大眾所使用的色彩，但直至春秋戰國由於帝王的偏好，紫色開始也被貴族所使用。可見色彩主流多受帝王與統治族群文化習俗的影響程度。後續改朝換代後，有的會延續過去服制不加以改革，有的則為區隔與前代不同而全面改革。當然相較於無從選擇的平民而言，在排除官員使用的色彩之後，剩下的便是平民所能使用服色，因此本代平民常服大致上仍延續使用上代的白色，而無太大改變。

¹⁶²青藤書屋，<http://artvine.org/forum/index.php?topic=637.0>，2010.10.25。

¹⁶³高春明，中國古代平民服裝，台灣商務，pp.98-99。



7.元代時期北方族群所帶來的本族權貴色影響

元代時期的統治者蒙古人因原屬北方游牧民族，所以所使用的服色跟歷代以漢人為主的族群所使用的服色自會有所差異。其最珍貴的畜牧動物便是牛、馬、羊、駱駝等牲畜，因此也經常會取用類似色，發展出許多色相，像是對褐色之運用。當時的皇帝就運用四種褐色為主要使用的尊貴色，而在陶宗儀的《南村輟耕錄》中亦記載著元代服色共有二十多種，其中酒就包括有茶褐、秋茶褐、葡萄褐等色。官員的服飾則是一品至五品使用紫色，六品至七品使用緋色，八至九品使用綠色。所以元代貴族亦多採褐色為主色，然後再套染各種深淺不同顏色。至於平民亦是以褐色為主色，而不像漢人一般有許多不同用色上的區別差異變化(表 3-26)，且在元代對平民亦有相關服制用色規定，「低層的人不得穿鮮豔的顏色，如柳芳綠、紅白閃色、迎霜合...¹⁶⁴」。

表 3-25 元代的服色階級

階層	色彩
帝王、天子	褐色
一品至五品	紫色
六品至七品	緋色
八品至九品	黑色
下級官吏	檀褐(棕黃)
平民	黑、白、褐

資料來源：本研究整理

從上表可以得知元代時期所採用的服制色系，確實與文化習俗有所牽連關係，像是取沙漠中所能得見的動植物顏色為服飾使用主色來源等例。這也是由於元代對牲畜的崇敬，故經常也將其毛色作為尊貴色。而一般的平民老百姓雖也穿著褐色之服，但大多只是為素面，而唯獨只有統治者可在服上以圖紋來進行裝飾，而加以差異區隔。

8.明清兩代之延續彰顯傳統階級服色制度

明代工匠成就在中國發展史上夙有盛名，紡織技術發達，服裝講究。明代時期的服制有非常嚴謹的系統存在，雖部分延續漢代服制，但亦為與前代有所區隔，又更加嚴厲下令只有皇帝可著黃袍，其餘人等皆不得著用黃色，這之中亦包含柳黃、薑黃、明黃等色。

¹⁶⁴李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，pp.93。



按明代皇帝常服為黃袍，四品以上官員公服為緋袍，歷史有所記載：「戴進因畫一名穿紅衣的漁夫而被歸窮死¹⁶⁵」，能夠使用紅色的僅有太尉、巡撫、御史，均為四品以上高官。一般官員不論尊卑，參加祭祀時皆穿青色衣，白紗中單，赤羅裳。平民百姓亦是如此：「遊民在明清時期，穿青布窄袖袍衫，腰繫藍布闊帶。吹鼓手，身穿藍灰布袍¹⁶⁶」。關於明代整體服色制度整理如下表所示。

表 3-26 明代的公服制度

品級	花型	花徑長度	服色	腰帶
皇帝			黃色	
一品	大獨科花	5 寸	緋	玉帶
二品	小獨科花	3 寸	緋	犀帶
三品	散搭花	2 寸	緋	金帶
四品	小染花	1.5 寸	緋	金帶
五品	小染花	1.5 寸	青	鳥角
六品	小染花	1 寸	青	鳥角
七品	小染花	1 寸	青	鳥角
八品	無花無紋		綠	鳥角
九品	無花無紋		綠	鳥角
平民			青黑	

資料來源：黃士龍，2007，中國服飾史略新版，上海文化出版社，p.95

明代延續漢代服色制度的原因是為與前代（蒙古人）有所區隔，刻意選擇漢人服制。更由於服飾制度施行嚴格，表現在平民老百姓身上，則是僅能著不起眼的青色，加上其他用色被上層階級嚴厲管控的使用限制下，大量使用藍色系服飾自是成為此時期庶民服飾用色的主要特徵。

清代則是中國服裝史上改變最大的時期，清太祖諭令：「我國家以騎射為業，今若輕循漢人之俗...，服制者，立國之經。嗣後凡出師、田獵、許服便服，其餘悉令遵照國初定制，仍服朝衣。並欲使後世子孫勿輕變阻制¹⁶⁷」，此文便是清朝服裝制度設定的最初原點。

清代皇帝的朝服與明代皆用相同的黃色系。以皇帝服色而言，自唐代開始皇帝均以黃袍為常服（元代例外），禁止臣民著黃色，明朝尤為嚴格，一切黃系皆禁止，但至清代時常服就不一定要著黃色系，而是趨向多元發展，只是皇帝以下的貝勒、君、侯、伯、爵等，則一律不准穿金黃色。然

¹⁶⁵ 李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，pp.95。

¹⁶⁶ 高春明，中國古代平民服裝，台灣商務，p124。

¹⁶⁷ 李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，p.35。



後大部份的用色皆沿習明代的服色使用習慣，以青、藍色為主，尤以藍色居多。至於遊民亦與明代類似穿著青色（表 3-27）。在《閒情偶寄》中便提及：「秀才赴考，及謁見當塗貴人，所衣之服，皆青素圓領，未有著藍衫者，三十年來始此服，近則藍衫與青衫並用¹⁶⁸」，可見當時社會流行穿藍衫的習慣。

表 3-27 清代朝服使用色彩

官階（男）	色彩	官階（女）	色彩
皇帝	明黃色	皇太后、皇后、皇貴妃	石青色朝褂。明黃色朝袍。
皇太子	杏黃色	皇太子妃	石青色朝褂，杏黃色朝袍
皇子	金黃色	貴妃、妃	石青色朝褂，金黃色朝袍。
親王、世子、郡王	藍色、石青色	嬪、皇子福晉、郡王福晉等	石青朝褂
貝勒、輔國公、碩額駙	金黃以上不能用	/	
四品以上武官	藍色、石青色		
五六七品武官	石青色		
八品以下	石青		
平民	石青		

資料來源：李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，pp.35-38

由此表可以得知清代服裝無論是男女用色都十分單調，除黃色是皇室專用色彩外，剩下的石青與藍色則不分階段，上自天子下至小民均可使用這兩種顏色，是當時的國民色彩。這或許是因為藍衫具有耐髒、驅蟲功效之故，基本上中國服飾色彩的運用限制至此時期已是相當開放，除少數階級專用色系之外，大部分的色彩皆已全面普及於大眾使用文化中。

綜觀東方歷代服色使用，已成為統治者區別等級與維護權力的主要使用象徵工具之一。上得以兼下，下則不得僭上，顯示出地位愈高者，得以穿的種類越多，可使用的顏色也愈多；反之相對於一般平民，僅能使用上層階級分配後的剩餘色彩，在有限的選擇中使用。可見服色設計運用確實具有明顯的階級區分用意，這主要也是為因應統治者方便管理的需求而生，進而設計製造出能明顯揭示階級差異之設計物，其中以色彩來標示視覺上清晰的等級區分，顯然是最具識別性質的一種表現方式，所以長久以來一直被陸續利用。

¹⁶⁸ 李應強，1992，中國服裝色彩史論，南天書局，p.35。



早期人類使用色彩的使用喜好，主要來自於對天地崇拜的意識所導致，古代曾有：「天地玄黃」一詞，認為天將亮之前為黑色，地則為黃色，使得人類將對天地的色彩意象感覺轉至服色上，也因此當時人類多穿著上半身為黑色，下半身黃色之服色。隨著統治者利用一般人民對於天地崇仰之心理因素，將尊貴色（尊貴色也大多來自於人類對大自然神靈崇拜下的意識形態衍生產物）穿著於身上，就可以等於是表明自己身分高低的一種明顯象徵形象，而這也是色彩使用與人類階級意識表現能夠緊密連結的根本原因。

在前述中國的色彩與階級關係連帶發展的討論過程中，可以發現每一朝代尊貴色與平民色的形成原因其實不盡相同，其大致上的特徵色與原因歸納整理如表 3-28 所示：

表 3-28 歷代貴族與平民服色的形成因素

朝代	貴族色系	因素	平民色系	因素	註解
商代以前	黑、黃	自然崇拜（天黑、地黃）	黑、黃	自然崇拜（天黑、地黃）	商代以前人類崇尚大自然而穿著大地黃與代表著夜晚的黑色，色彩較少出現階級識別的用意。
周	青、赤、黃、白、黑	自然崇拜（正色）	綠、紅、碧、紫	統治階層使用之外（間色）	至周代，統治者較常開始利用色彩來區分等級。當時人類認為只要是未經混合的顏色都是尊貴色，兩種以上顏色混合都屬於卑微色。
春秋	紫、白	皇帝（魯桓公）偏好	白	受限於統治階層下的選擇（但會崇尚貴族色）	由於魯桓公喜愛紫色，再加上紫色浸染較為不易，因此紫色從原本的平民色升格為貴族色。後來亦採用管仲建議使用白色，但白色並未在服制限定下，所以亦成為平民跟進追求的服色。
秦朝	黑	皇帝（秦始皇）偏好五行，五行中屬水剋周代的火	白	受限於統治階層下的選擇（火屬白可被水屬黑剋）	秦代崇尚五行，為能剋周代（屬火為白色）而選屬水（黑色）剋火之意，並將黑色視為尊貴色。刻意限定平民只能使用白色，因為白色屬金，可造福屬金的貴族色（黑色）
漢朝	橙黃	五行中屬土可剋水	黑	受限使用色（區隔於前代）	秦代屬土，所以尚黃色，為刻意與秦代有所區隔，刻意將原本屬於貴族色的黑色下放到民間使用，似有貶低前朝之意。
魏晉	白	崇尚禮法（僅有常服使用白色），朝服皆	白	受限於統治階層下的選擇	魏晉處於亂世之中，當時崇尚老莊豁達的哲學思想，並將其衍生至服色應用上面。所以無論是平民還是貴族



		有所限制			都會穿著白色服飾，較無差異存在。但貴族朝服色彩使用仍有所限制，僅有常服可穿白色。
隋唐	黃	受不同統治族群文化影響下的結果	白	受限使用色（延續前代）	隋唐統治者本屬北方民族，也會帶來當地的用色習慣。由於長期處於黃土高原，形成象徵大地的黃色，極易被視為貴族用色並嚴格限定只有帝王能使用。在平民服色方面則仍是延續前代的白色為主。
宋朝	皂、紫	使用較鮮豔的顏色以強調自我身份	白	受限使用色（延續前代、不得用鮮艷色）	刻意選擇前幾代較為鮮豔的色彩作為貴族色。一般平民則因無經濟能力購買皂、紫色服飾，再加上貴族嚴格限定不得使用較為鮮豔服色，故只好延續前代身穿白袍的習慣。
元朝	褐	游牧民族（使用大自然色）	黑、白	受限使用色（不得用鮮艷色）	受北方蒙古人游牧民族統治，帶來當族的用色習慣。將對動物神靈的信仰崇拜觀念轉換至服色使用上，因而以牲畜的毛色作為尊貴色。在平民服色方面則與前代相同仍不得使用鮮豔顏色。
明清	黃	使用過去漢人的傳統色習慣	石青	受限使用色、實用性高	回歸至漢人掌權而延用過去以黃色為尊貴色的作法。平民則只能使用貴族選擇後的色彩青色。

資料來源：本研究整理

由表中得知，商代以前在服色的使用上未有明確的階級劃分，當時人類只是將對自然崇拜轉換至服色上。時至周代才利用服色來區分等級。受到文化習俗的影響將色彩分為正色與間色，其中周代屬於間色的紫色，至春秋時期則受到魯桓公的喜好而將其轉為貴族色，可見這與統治者個人喜好有很大很大的關係。相對的一般平民則只能使用貴族不常用的色彩，絕大多數是受限於貴族使用上的限定所致。所以階級色的使用差異，其實受到上流階層的使用習慣影響甚大，而這也影響後來服飾用色設計的發展方向，許多習慣一直延續至數百年以後。

貴族色的形成主因多為：1.天地崇拜，將自然色作為貴族色。譬如隋唐北方民族就會帶來當族的用色習慣，因此使用象徵大地的黃色，將其視為貴族色，並嚴格限定只有帝王才能使用。以及元代受到蒙古游牧民族統治，所以延用當族用色傳統，將對動物神靈的崇敬應用至服色上。2.受到當代流行風俗的影響。譬如魏晉時期多處於亂世之中，所以當時崇尚老莊豁達哲學思想，將其衍生至服色使用上面。3.刻意選擇識別度較高的顏色，讓自己成為大眾的焦點。歷代貴族服色都較為豔麗，主要是為展示自己的



高貴性，故選擇無論白天或晚上都可以較為明顯的暖色系（色彩視覺心理上來說暖色系較冷色系顯眼）。譬如周代的貴族色（正色青、赤、黃等）皆屬於鮮豔色。4.文化習俗價值觀的影響。古代人類對天神崇拜，自秦始皇信奉五行開始，便將其應用至服色上。5.區隔不同而延續前幾代之服色。秦代為能剋周代（屬火為白色）而選以屬水（為黑色）剋火，並將黑色視為尊貴色。此外還刻意限定平民只能使用白色，因為白色屬金，才可造福屬水的貴族色（黑）。至漢代，則刻意選擇可剋秦代的土行色，因此以相對的黃色為尊貴色（請參閱五方色，圖 3-23）。明清時期則為與元代有所區隔，就延用隋唐的尊貴色（黃色）。

平民受限貴族使用色之下的結果，則有以下四點對應做法出現：1.遵循文化習俗氛圍，相信五行相剋道理，尊崇統治者的安排。譬如秦代五行盛行，因此將五行納入執政要領，為能掌控平民老百姓，刻意規定平民僅能穿著白色的服飾，這是由於秦代屬水（黑色）剋得住平民的屬火（服色）的緣故。2.刻意與前代有所區隔。秦代平民著白色，時至漢代則轉以黑色，這主要是為與前代有所區隔，再來將原本於秦代屬於貴族色的黑色，下放到民間使用亦有貶低秦代之意。3.崇尚貴族文化與流行風俗的結果。春秋時期對於平民服色較不嚴謹，只要是魯桓公所偏好的顏色都會帶動一股流行。4.貴族優先權，剩下的平民才得以使用。宋、元、明清時期都會嚴格限定平民不得穿著鮮艷色彩，所以就只能著用貴族不常使用的樸素色彩。

綜觀上述，絕大多數的尊貴色都是依循握有主導權的高階人士所訂下的產物，是由這些上層階級人士根據各種傳統習俗流傳、神靈崇拜意識、禮教或宗教、學術（儒道家等思想觀念）思維影響下，尋求可被人民接受的各項理由（不管是從神鬼觀念還是習俗禮法制度上）綜合之後的結果，是上層階級顯示自我層級意識的最佳識別設計產物之一。這些上層階級因為具有優先選擇自己喜愛服色的權力，當然在選擇之前會根據前人所留下的傳統觀念進行參考（譬如正色與間色、五行及五時說等等觀念）。過去認為經過二次染色後的色彩都是次等色，只有純色（未經混合之顏色）才稱得上是尊貴色。至此上層階級嚴格制定平民僅能使用正色以外之色彩原因也是為此。藉此樹立知識典範，並刻意用以提高自我身份，後人則延續如此概念準則持續沿用。

可見當代的尊貴色很大程度取決於帝王的喜好與對天神的崇拜程度，春秋時期曾經受執政者影響（像是魯桓公的個人偏好），使得原本屬於間色的紫色也成為當時的一種尊貴色，這是上層階級直接使用自己所喜好的顏色成為尊貴色象徵的實例，代表著尊貴色的出現有時並不盡然一定會有何種正當理由存在，可能就只是上層階級一時的個人喜好，因為官大權位



大，然後就會找些理由讓這些喜好扶正，順勢就讓其進入尊貴色的行列中，這些影響甚至後來還一直延續下去，成為後來尊貴色的一個代表色（像是宋代以後官服的使用）。又如周屬火，秦始皇信五行水剋火，水尚黑色，所以秦是水德。漢取代秦，應是土德，應尚黃色。甚至帝王為與前代有所區隔，會刻意使用在前一代的服色制度，就像是說「敵人的敵人就是朋友」。像是明代選用漢代的服色制度也是如此原因。

相對於平民色系，大多受到各代統治貴族階級的嚴格限定，只能選用貴族選用外的色系，如周代平民就只能選用正色以外的間色。此外，於表中可知除紫色之外（齊桓公個人喜好，紫色便開始成為貴族色），大致上的貴族色系都偏向正色，平民色系則偏向間色，其中又以無彩色居多（即黑與白色），可見服色的選擇主要取決原因大概會受到內與及外來因素影響，內在即個人心理層面的視覺心理因素，整理如（表 3-27）所示，外在則是受到文化習俗層面制約的影響，譬如元代受到胡族統治，在服色會受到當族文化習俗的影響，而以大自然的棕色為主。

表 3-29 中國古代社會貴族與平民色彩使用的象徵與心理因素

階層	色彩心理感覺	視覺心理	色相	象徵
宮庭貴族		擴張	紅黃色相	高貴
		活躍		華麗
		溫暖		喜慶
平民百姓		收縮	青綠色相	貧寒
		寂靜		樸素
		寒冷		哀傷

資料來源：本研究整理

從上述表中可知大部分的尊貴色都是以暖色明亮的色系居多，似乎是刻意利用外放的視覺心理影響著觀者對色彩產生華麗高貴感，以明顯讓人可識別，好輕易便可突顯地位階級的不同差異；相對於平民而言大多數都只能使用冷色調，其主要原因不外乎一開始是受到上層階級限制庶民無能自由選擇用色，而只能使用被允許的剩餘色彩。然後便是一般平民多從事勞力活動，穿著較為深色服飾從事勞動工作也較為方便之故。本來色彩就是在彰顯文化習俗觀念上常被使用的設計工具之一，加上色彩的視覺心理影響各自不同，差異又極其明顯，自然很容易便會被有心者拿來作為區隔印象識別差異的好用工具。類似案例歷經數千年來到處可見，且似乎也不會消失，是裝飾設計思維為階級意識服務的極佳呈示典範。



9.近代服飾文化逐漸西化後階級意識隱入服飾中的隱性意義

政體的改變使得過去以服色來區分等級的作法，無法再光明正大的出現在眾人面前，而必須走向淡出之路（除少數在運動競技中還被認可，且能存活下來的色彩階級文化之外，此部分的案例詳見 3-2.4 小節）。因此近代服色使用也如同古代傳統一般備受限制，而開始可以很自由的穿著自己所喜好的服色。

色彩可以營造出各種心理感覺，譬如張丹、韓勇（2006）所指出不同色彩可以產生出不同感知，如沉靜、活潑、華麗等。不同色系亦會產生出高貴或是樸實感的色彩感覺，前面已探討過中國古代服飾色彩所隱含的各式階級特徵意義，如此意義至近代後事實上已不太明顯，而有所使用意義上的變化轉變。本小節便將從近代服飾設計案例中逐一對這些變化進行檢視與討論。

近代服飾多受到西化影響，在樣式上有所改變，其中最顯著展現身分地位差異的方式就是「西裝」，某些特定色彩的西裝更能製造出上流階層的視覺形象。在 1980 年代上流階層喜好天藍的領帶、灰色長褲和蛋黃色的西裝背心，但是不久便出現一、兩位穿全黑服裝的人（圖 3-27），這種構想受到歡迎，甚至 19 世紀後半彩色從男性衣服中消失。取而代之的是黑色、灰色、褐色等色彩被認為是適合保持社會性體面之顏色。由上述可知政體的改變，間接影響到階級表示設計物，譬如過去封建制度社會，帝王為彰顯個人身分與方便管理，會以既定的服色制度嚴格要求人民遵守這些階級觀念。這類表現方式與上一節所提及的圖紋階級展示手法有所類似，通常會以較直接的方式揭露於各式人工物上，因此過去體現階級精神多是以非常明顯的方式進行。至近代各國多已走向民主共和政體，為適應近代社會體制就得有所調整，所以階級精神逐漸隱入於現代社會觀念之中，而過去那些階級產物隨著政體的改變亦逐漸消失。這不是哪個國家的哪個上流階層皇族所強制規定下的產物，但卻是在類似的社會氛圍中所形塑，並流傳擴散至一般百姓階層中的影響結果。所以並不像傳統作法明顯的表現在外，而是將精神隱於其中，然後再借許多使用者，去將階級精神傳播出去之後，最後再形成整體氛圍，好讓所有人不自覺得被教化接受，這是現代與過去的階級意識設計作法上的最大不同之處。



圖 3-27 1930 年紳士
資料來源：呂月玉，1986，
色彩論色版，漢藝色顏出版
社，p.24



服色的取決來自於個人的心理感覺，然而色彩的心理感覺又牽涉到文化習俗，這在古代不同族群統治所形成的階級色的表現上特為明顯（元代統治者改變服色使用也隨之有所改變）。至近代尊貴色則是受到過去文化習俗的影響，加上媒體刻意塑造流行色所導致。這讓色彩具有提高服飾價值（營造出階級意識）的功效再次被重新設計利用，並且是隱於使用價值觀內，然後在不知不覺中就形塑出一種社會視野的設計行為流程。

3-2.3 近代運動競技中所繼承的傳統階級意識

近代因為階級制度已不明顯，且人類用色已無明顯限制存在之故，上述情形其實已較不常見。僅存的少數明顯案例，大概只能從一些運動項目還留存的遺風中，才能較為明顯得見。如屬於格鬥技中的柔道、空手道、跆拳道的高手綁帶用色，就顯示出如何運用不同色彩，區隔不同等級的作法，其細節整理如下表所示。



表 3-30 格鬥類運動競技中綁帶所揭示的色彩階級（越上面的等級越高）

運動項目	階級（註）	綁帶色
柔道	九、十段	金紅色
	初段-五段	黑色
	第一級	咖啡色
	第二級	紫色
	第三級	暗綠色
	第四級	橘紅色
	第五級	黃色
	第六級	白色
空手道	初段以上	黑色
	一級	棕色（咖啡色）
	二級	棕色（咖啡色）
	三級	棕色（咖啡色）
	四級	黃色
	五級	紫色
	六級	藍色
	七級	綠色
	八級	紅色（粉紅色、橘色、桔帶色）
	十級、九級	白色
跆拳道	初段以上	黑色
	一級	紅黑色
	二級	紅色
	三級	藍紅色
	四級	藍色
	五級	綠藍色
	六級	綠色
	七級	黃綠色
	八級	黃色
	九級	白黃色
	十級	白色

資料來源：本研究整理

由上表可示在運動競技中會使用綁帶色彩來劃分等級的作法。其中選擇色彩運用作為識別裝飾物的最主要原因，是色彩的辨識度相較於圖紋來得更高之故，而且也有傳承古代運用色彩區分階級的用意存在。

以綁帶色彩來識別等級，不僅單純只是色彩上的區分，甚至還利用圖紋與色彩來細分層級差異，較為明顯的像是跆拳道：「跆拳道色帶分九級，十級最低，一級最高。顏色以白為最低，逐步升高為白黃、黃、黃綠、綠、綠藍、藍、藍紅、紅、紅黑，最後一個是黑帶¹⁶⁹」。然後再將最高級的黑帶加上橫槓來識別高低差異，如圖 3-25 所示，如此簡單劃分等級主要是為清

¹⁶⁹ 國際跆拳道，<http://www.wretch.cc/blog/itftaiwan/12496982>，2010.2.22。



楚識別選手等級高低差異，大致上：「欲擔任裁判職務，必須具備三段以上資格。欲擔任教練職務，必須具備四段以上資格¹⁷⁰」。當形成如此識別階級的模式之後，連帶地也會讓學習者對這類象徵物產生一定的追求與崇拜慾望，無形中色彩的運用設計就間接促成階級意識的形塑。

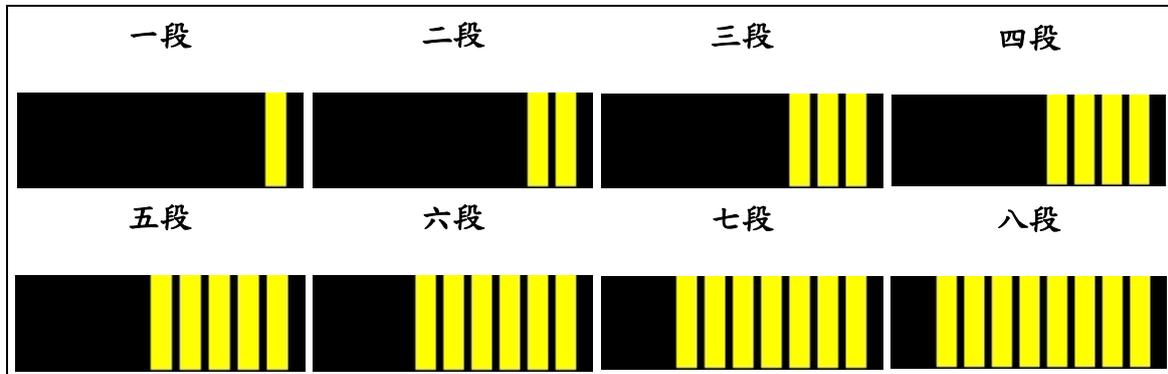


圖 3-28，黑帶等級區分

資料來源：跆拳道功力分級鑑定與腰帶識別，<http://www.coils.com.tw/sihyu/taekwondo/004.htm>，2010.2.22。

綁帶中各層級色彩，其實亦有其形成意義。ITF 國際跆拳道便指出：「象徵從空白到大地、植物覆蓋、生長向天空，以及危險¹⁷¹」。段數以下的級數運用色彩與其涵義分別整理如下表所示。

¹⁷⁰跆拳道功力層級，<http://www.coils.com.tw/sihyu/taekwondo/004.htm>，2010.2.22。

¹⁷¹國際跆拳道，<http://www.wretch.cc/blog/itftaiwan/12496982>，2010.2.22。



表 3-31 色帶名稱、級數與其意義（越上面的等級越高）

色帶名稱	級數	色系	名稱的含義
忠武	1 級	紅黑	粉碎豐臣秀吉侵略軍之李舜臣將軍的雅號
花郎	2 級	紅	新羅王朝的青年貴族軍團花郎徒
退溪	3 級	藍紅	朝鮮著名學者及儒學家李晃的雅號
重根	4 級	藍	朝鮮民族英雄安重根。32 個動作表示年齡
元曉	6 級	綠	把佛教傳入新羅王朝之高僧的名字
島山	7 級	黃綠	抗日的獨立運動家安昌浩的雅號
檀君	8 級	黃	公元前 2333 年朝鮮開國始祖的名字
天地	9 級	白黃	創造世界，人類歷史的開始

資料來源：國際跆拳道，<http://www.wretch.cc/blog/itftaiwan/12496982>，2010.2.22

由表中得知綁帶在色彩的選用有明顯的階級概念。另外在日本的相撲文化中，亦有類似以色彩來規定使用者階層的方式存在，像是在平常練習時，綁帶的顏色使用便有嚴密區別。隨著彩色電視普及，顏色的使用越發混亂且被默認，像是：「1957 年玉乃海太三郎穿金色的綁帶。雖然相撲協會會有規定綁帶使用的顏色，但實際上卻沒有太多約束力，眾力士還是隨意取用自己所喜好的顏色¹⁷²」。根據《力士規定第四條》，「具有十兩以上的關取（較高階的力士，可以在一場所 15 日的電視轉播比賽中連續出賽者）資格者，可以使用黑、青紅色、紫色系統的繻子（綁帶），或同色系的裝飾物¹⁷³」。雖說有此規定，但也沒有清楚罰則存在。就像柔道、空手道、跆拳道等競技也是如此，只是區分手法有所不同。

綜觀上述，在運動競技中為能一眼便分辨出選手所屬層級與能力高低，便刻意設計出一套階級綁帶色以示區別。對於選手而言，綁帶的色彩自然也代表著一種顯示階級高低的意義存在，這是近代色彩設計為階級服務的主要顯示模式之一，且也被一般大眾所接受，所以一般大眾也都很自然地服從這類既有色彩階級的指引，並習以為常。

3-2.4 器物材質與階級意識色彩的關係

人類自古以來便懂得利用各種天然材料加工來裝飾自身，以展現個人的身分地位，而這些材質大多屬於易於取得之天然物質，這在前面已經討論過。不過，各種天然材料的稀有度、實用度也是形成其購買交換價格的主要因素之一，而有價格出現階級區分的思維也就會隨之而來。一般較有實用性質，物以稀為貴的優良材料都需要大量金錢交換才能取得，所以多為貴族上流階級才能購置使用，平民老百姓礙於購買能力不足，多半僅能

¹⁷² 國際跆拳道，<http://www.wretch.cc/blog/itftaiwan/12496982>，2010.2.22。

¹⁷³ 同註 164。



使用較便宜低廉的材料。久而久之也就形成人類對材料（或說原物料）的心理價格形塑，並反饋至人類對階級劃分象徵物的移情作用上。一般老百姓或許只能仿效高貴材料，如利用色彩取代原有材質質感的作法就是取巧的一種手段，譬如在器物表面鍍金，就可暗示全部是金做的思維。

可見高貴材料所形成的色彩意象認知（尤其是特殊色的金銀色）在無形中已能使人極易便聯想到尊貴階級的象徵，因為近代上色技術的快速進步，不管在近代產品還是印刷物上都已處處可見其痕跡，也就是刻意仿效高貴材質顏色來增添器物本身的價值的設計思維。下述則依序探討東、西方各種器物上所用的特殊材料，所能聯想的階級色與其象徵意義。

1. 特殊材料與尊貴色的聯想

正所謂「物以稀為貴」。自古稀少的材質本就顯得的尊貴。這從墓葬出土的玉器陪葬物就可看出，「玉器數量之豐富，雕琢之精湛，都說明了玉器本身的權貴性¹⁷⁴」。大量的貴族隨葬玉器，更證實當時人類的精神生活仰賴玉器，而玉器可貴便在於其材料較為稀少，因此只有少數的貴族才能使用，遂形成玉器與上流階級的同質性。《設計思想發展簡史》一書中便有類似的論述存在：「...既是採用貴重的材料，那麼至少這些器物也就帶有“貴重”的因素¹⁷⁵」也是如同此理。此外，玉器對中國人而言具有「德」的概念，在許慎的《說文解字》中亦有所提及：「玉，石之類有五德者¹⁷⁶」。所以貴族死時所穿的殯服即稱「玉衣」或「玉匣」，穿戴玉者即代表其具有一定的貴族身分，此後白玉的顏色也因此而成為尊貴象徵的代表物之一。

除東方的玉器足以代表權貴的象徵外，在西方，傳統英國議會（代表著統治者與掌權者的集會中）君主的黃金色王冠搭配紅色長袍（圖 3-29）亦具有相同的象徵意義。事實上自古以來紅色與金色就常被視為是高貴的象徵代表色。在《色彩論色版》中有所提及：「上院列有議席的貴族們用白貂皮裝飾的紅色長袍，或金色的軍人勳章。坐在女王正前方的是高等法院的法官，他們的紅色長袍原是大學的禮服，始於中世紀，和坐在兩側的主教們的樸實長袍相對成趣¹⁷⁷」的類似說法。其中的金黃色之所以會成為高貴色的象徵，主要是因為金色會讓人聯想到黃金，在古代黃金就是因為較為稀少，加上延展性高應用性廣而廣受貴族喜愛。稀少自然就會價高，然後人類對金色就會逐漸與有錢購置的上流階層劃上等號。甚至會因此衍生

¹⁷⁴ 王荔，2003，中國設計思想發展簡史，湖南科技，p.20。

¹⁷⁵ 王荔，2003，中國設計思想發展簡史，湖南科技，p.16。

¹⁷⁶ 許慎，2005，說文解字北京市：社會科學文獻出版社，p.23。

¹⁷⁷ 呂月玉，1986，色彩論色版，漢藝色顏出版社，p.32。



出許多延伸現象如鍍金的做法出現(圖 3-30)，這就是模仿好似加上金色一般的象徵意象，不用花上太多成本便可藉此提升器物價值。

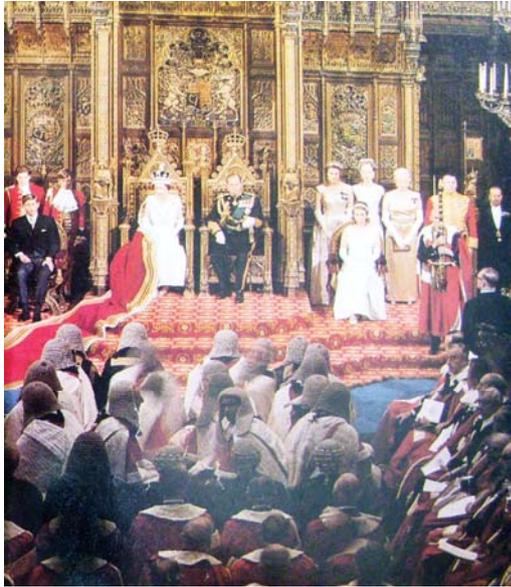


圖 3-29 英國議會

資料來源：呂月玉，1986，色彩論色版，漢藝色顏出版社，p.32



圖 3-30 鍍金的高貴產品

資料來源：鍍金MP3，
<http://img2.pcpop.com/ArticleImages/400x300/0/183/000183223.jpg>，2010.2.15

因此只要是稀有材料若再加上使用價值性高，必然便會成為人類花上更大代價都會購置的珍貴物料。所以過去許多珍貴材質(如玉、寶石、黃金)會被長期定位在貴族專屬的位置上，很自然地人類潛意識會把它歸類為高貴象徵，因此只要是類似顏色，人類都會把它與高貴材質(玉、寶石、黃金)聯想在一起，愛屋及烏的直接等同於其價值感。而一般平民百姓則多只能仿效材質，常用的設計手法便是複製類似色彩，利用該色彩所外顯的既有階級位置，以代表類似的地位象徵。而類同這類思維的設計運用手法至今也仍經常可見於現代產物的用色思維設計上，如一系列同樣的器物中，金銀色必然是稀有，較有價值的高階色(如 7-11 的跳舞公仔一般系列用的是一般色系，金銀色使用就會變成限定版的作法，見圖 3-31)的作法等。



圖 3-31 7-11 的跳舞公仔(紅框內為限定版)

資料來源：跳舞公仔，
<http://tw.image.search.yahoo.com/images/view?back>，2010.2.15



不過，傳統的高貴色在現今被解放的情形下，有些是如前述般繼續潛入現代產品之中，然後延續其概念至今。但也有些原本不屬於上流階級常用的高階色彩，被陸續應用在近代的許多設計產物上，也逐漸形塑出各種產品的專用階級色彩。而這又是一種新的階級形象製造手法，且通常是因為產品本身的高價值位階，連帶所帶起的色彩高階化過程。下面則從較為明顯的汽車與色彩的形成關係為例，討論這類設計手法運用的特性。

2.從消費心理看汽車的階級色彩形塑

產品本體的價值（如汽車）經常會帶起周邊相關設計人工物的價值感提升，加上廣告媒體強烈的刻意形塑下更深耕於人心，並促使這類象徵物開始成為人類爭相競逐的對象。在商品理論基礎上便提及：「...認為一般客觀的色彩喜好決定個人對色彩的印象與聯想，就如同商品上的實體影像或由消費者主觀意識所影響的心理意象¹⁷⁸」。而其中所述的印象聯想絕大多數是受到社會文化層面概念的影響，如黑色賓士轎車會令人聯想到貴族紳士之例。在《文化與色彩偏好對消費者購買行為的影響：以汽車為例》中便有所述：「每月所得在 20001 元含以下，選擇多以灰色居多；在 20001-35000 元中，整體而言以灰色、黃色佔大多數；35001-50000 元中，整體而言以灰、黑色佔多數¹⁷⁹（表 3-32）」。

表 3-32 各階層對汽車色彩的偏好度

階層	月收入	色彩
高階層消費者	35001-50000	黑色
中階層消費者	20001-35000	灰色、黃色
低階層消費者	20001 以下	灰色

資料來源：本研究整理

由上表中可以得知黑色在近代確是受到大部分的高收入階層使用者的愛好，因為其象徵著使用者的高貴身分。福特於 1908 年推出第一輛 T 型車如（圖 3-32）所示，它的問世成為工業史、設計史上擁有重要意義的一年。T 型車以其低廉價格，使汽車作為一種實用工具，走入尋常百姓之家，美國亦自此成為「車輪上的國度」。福特公司生產的大多



圖 3-32 福特 T 型汽車

資料來源：福特汽車，

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>, 2010.2.15

¹⁷⁸陳正芬，2004，奢華正在流行，商智文化事業股份有限公司，p.33。

¹⁷⁹陳怡君，2006，文化與色彩偏好對消費者購買行為的影響：以汽車為例，育達商業技術學院企業管理所，p.70。



數的 T 型車都是黑色，福特創辦人亨利福特曾有一句名言：「任何顧客可以將這輛車漆成任何他所願意的顏色，只要它能保持是黑色的¹⁸⁰」。事實上，在「1908 年至 1914 年間，福特公司也曾生產過其他不同顏色的汽車，但在 1915 年至 1925 年間，為了提高生產速率，福特公司只使用價格低廉乾燥迅速的日本黑塗料（後替換為低氮硝化纖維素亮漆）¹⁸¹」。可見得一開始雖為便於製造，但其所使用材質（黑色塗料）在無形中也成為後來福特汽車的專屬象徵之一。至此黑色開始成為福特的象徵性色彩，廣受高階層人士用車族的喜愛。在《色彩論色版》一文中亦有類似論述提及：「1960 年代，黑色汽車絕大部份是高官顯要身分的象徵（圖 3-33）¹⁸²」，此原因乃是因為當時的英國首相與眾多顯臣都是搭乘黑色的汽車參加傳統的賽馬大會（圖 3-34）所導致，而在 1970 年代以前，黑色汽車即是意味著乘坐者（或說擁有者）是擁有高尚地位，以及具有奢侈隱密身分的特殊人物之義。



圖 3-33 福特汽車

資料來源：呂月玉，1986，色彩論色版，漢藝色顏出版社，p.16



圖 3-34 英國首相及眾多顯臣都搭黑色的汽車

資料來源：呂月玉，1986，色彩論色版，漢藝色顏出版社，p.16

至此以後由於 1970 年代後，陸續發生能源危機，汽車改以小型化就成為必然趨勢，而在全世界逐漸脫離保守氛圍影響，進入搖滾熱情解放的後冷戰時期之際，隨著可以購製汽車的消費者已不單再只是達官顯要、亦或是有錢階級之後，汽車用色也逐日多樣、多彩化。不過黑色（或者說再加上銀色等）仍然並未脫離既有觀念所加諸已久的尊貴氣息，再加上製造商

¹⁸⁰ 福特汽車，<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/>，2010.2.15。

¹⁸¹ 同註 172。

¹⁸² 呂月玉，1986，色彩論色版，漢藝色顏出版社，p.16。



也是奉行如此圭臬不願輕易更動（畢竟汽車是屬於房子後的第二大消費項目，民眾較不輕易衝動購買，而會思索再三，所以車商當然會盡量遵照市場喜好流向設計，不會輕易改變模式，畢竟代價可能很大），所以黑色仍是高級車、有錢人才會開的車的基本代表顯示項目之一。

綜觀上述，人類長期受到文化習俗影響，必然容易在無意識下形成許多主觀概念與印象，而這類印象就是人類慾望的根本，設計者也遵循這些規範從事「滿足人類慾望」的造物行為，這些意識形態也會間接反應至各項設計人工物之中。

早期稀少珍貴可塑性較高的材料通常為貴族專屬器物所用材質（如黃金、鑽石、玉）。而因為一般平民百姓較無能力使用，故通常只能用仿效此類材質的色彩，來滿足民眾嚮往上層生活品質的慾望。可見人類會在有意無意之間便將材質與相對色彩聯想在一起，也就是使用相同或類似的色彩就等同於使用這些珍貴材質（像是鍍金就讓人聯想到黃金）的設計思維。這概念一直持續應用至近代，再加上媒體強烈的塑造之下，新的貴族階級色甚至就這麼被重新定義。

事實上色彩只是人類裝飾應用的媒介物之一，本身原本並沒有任何實質上的階級意義存在，這些意涵都是後來人類刻意製造出來的形象。然而會產生這些行為，就是因為因應一個「區分貧賤富貴」的需求。雖說如此需求是可有可無，因為人類原本只需滿足生理上的需求（食、衣、住、行）就可以過生活，並非得要爭出階級區分才能生存下去。但人類還是很自然的發展出這種生態模式，顯見這些現象如何反應出人類的精神慾望。

只是在講究平等的近代社會，事實上還是會有許多不平等的現象存在，而且其實人類也都默許這些行為。譬如商人刻意塑造出高級形象產品，只是為賺進更大把的鈔票，而一般的平民費勞又費時的只是為滿足自己向上層流動的慾望實現，諷刺的是辛苦賺的錢最後還是回到主導者手上，低位階層人類就這樣日復一日的被上位階層人類所製造出的慾望所控制著，不停地循環再生這類過程。而設計者也不停地踏在這些過程之中，繼續為驅動著這些循環能夠持續轉動而努力不懈。



3-3 小結

在本章中得以發現人如何利用裝飾手法製造器物，以滿足人「區分等級」的目的。在原始社會裡相信「靈魂永不滅」，因此對天神十分敬仰，起初將對神的崇拜實際表現在自己身上，譬如畫上紋身或是穿戴特殊顏色飾物，因為這是最容易表現的一種方式。而後人類將其延伸到生活器物的製作上，因為這類器物除具有實用（祭神）的價值性之外，尚還有權力的象徵意義，可以在器物裝飾中表現出持物者的身分與地位。

人類之所以會有「物神崇拜」的行為產生，主要是來自於需要心靈上的寄託。像是近代的「吉祥物」一般，人類將「神派來賜於給我們的使者」之意涵依附於圖紋或色彩上來代表高貴的象徵。這就會從原本沒有階級之分，到後來因為崇拜與尊敬心理產生，造就出現在擁有階級之分的社會形態。可見人類裝飾的目的絕非只單純為滿足審美的需求如此而已，因為美化器物也是可以滿足區別或炫耀自我的特殊性所展現的一種方式，這其中也是為識別「我比別人高一等」的心態。這在社會組織逐漸形成之時便更顯得特為明顯，通常統治者會利用人對天神的敬仰之心，將這類圖騰與色彩（譬如利用龍鳳紋）應用在各個容易體現自己身份的器物上，甚至為達方便管理的目的，還刻意利用這些裝飾手法來劃分等級。

透過裝飾手法達到階級識別差異化的目的，最常見的方式不外乎就是運用「圖紋」與「色彩」來進行。因此透過器物的圖紋與色彩便得以瞭解。譬如在母性社會體制下出現的女性生殖器形崇拜物，或是父系社會中的男性生殖器形崇拜物，都是最好的象徵案例。而在商代以前便有裝飾圖紋的器物出現，但大多都是貴族用來顯示地位之用；唐代利用龍紋區隔高低階的明顯落差，在平民的眼中代表著天上尊貴的使者意涵，並且可讓平民臣服於高高在上的貴族之下；至於明代官階圖紋則更有明顯的階級之分，文官中的一品仙鶴與九品煉雀、武官中的一品麒麟與九品海馬都有明顯的高貴意象落差。這些獸類圖紋階級的產生則是由人類印象中勇猛或者高貴的印象排名所造就而成，平民能使用的圖紋則少之又少。

在色彩方面，周代開始將「正色」與「間色」作為區分貧賤富貴的工具之一，這是當代執事者為展現自我身份與方便管理所刻意設計出的一套階級色彩表現體制。因此所有正色（未經混合的顏色即純色）為尊貴色，只有貴族才得以使用，同時並嚴格限制平民只能穿間色，此時色彩儼然成為統治者的運用手段，並持續影響著歷代服色演變。值得一提的是歷代服色多受到統治者的限制，來自不同文化背景的統治者，亦自然會將其用色文化一併帶至服色制度上，譬如原本屬於間色的紫色，後來會因為帝王的



喜好而向上流動成貴族色。以及元代受到遊牧民族執政，自然服色也會跟著蒙人使用文化習慣而有所改變，引進運用起外族原有的階級色。

由各式案例中顯示出裝飾行為的產生，有很大的部份是滿足貴族需要所製造。在過去平民沒有選擇餘地，只能沉默接受貴族的限制。這些被刻意設計出階級差異化的器物，背後的促因主要便是來自於貴族的虛榮心理，所以穿著華麗圖紋與鮮豔服色就成為貴族的專屬標籤。反倒是平民則礙於現況不許可，因此就只能在僅剩的色彩中選擇較不顯眼的色系，也沒有裝飾華麗圖紋的使用機會。

因此在圖紋與色彩中所表現出的階級意涵，都足以象徵著貴族擁有權勢的心態，使用越為高貴圖紋越顯得自己的「權利」高位，從貴族的龍、鳳，再轉看平民樸素的布料顏色，就看得出明顯的階級區隔。大致上的區分方式，在紋樣上有：龍紋、鳳紋為分別，而顏色上鮮艷色（大多為正色）為貴族使用，一般平民則是以寒色系為主。可見這些階級產物都是高階人士所刻意製造出來，都是這些上層階級人士根據各種習俗文化、天地崇拜的意識與學術思維影響下的結果，是為上層階級顯示自我層級意識的最佳識別設計產物之一，後人則延續如此準則持續沿用。

綜觀上述，在過去封建制度的社會下，統治者擁有權力，為彰顯身分與方便管理，會以制度要求人民遵守這些階級觀念。這類的表現方式較明顯地以非常直接的方式揭露於各式人工物上，因此過去體現階級感的方式多是明顯直接的方式。

至近代世界各國多已走向民主共和政體之後，這些階級隨著政體的改變也逐漸消失，當然過去那些原本非常顯著的階級設計物自然也隨之淡化。但其實這些觀念多藉融入近代社會體制中調整，而逐漸隱入於現代社會中，因為現代已不能像過去帝制時期只有少數人得以控制。現在人多只能展現經濟上的地位，所以衡量階級感的方式，多轉而將階級意識隱於設計物中，不清楚明示，卻間接襯托出擁有者階級地位的高低程度，也就是說透過消費品牌的階級符號意義來區別個人身分的差異。這部分跟過去傳統作法的意義並無太大不同，只是傳統作法是明示階級差異，近代則逐漸轉入思維中，運用起較不明顯的作法來替富人持續定位階級身分。

既然這個社會無法避免階級意識產生，那麼為因應上述這些需求所產生的設計物也就順理成章形成。當然階級意識也造就出許多不平等的社會現象，像是貴族可享有更多的優先選擇權，他們使用較佳的設計產物、擁有良好的生活品質。平民生活則似乎是操控在少數貴族手裡，僅能使用粗



糙不堪的生活日用品，更無權選擇自己的生活方式。雖然「設計是為滿足大眾需求所產生，那麼為什麼大多數時刻僅限於少數人（也就是指上流階層人士）才得以使用」？

這些充滿階級意識形態的產物充斥於日常的生活，像是標榜著貴族使用的LV包、賓士車以及香奈兒香水等，在媒體廣告刻意營造高價位的狀況下，使得更多人盲目崇尚這些品牌，「是否買得起」便成為衡量個人身分地位的標準之一。其中讓消費者最為在意的已不盡然只是商品本質，而是購買此項商品的附加價值，也就是商品等同於象徵自己「地位」的價值感。相對的買不起的人也只能夠爭相模仿與貴族使用的類似器物。

設計似乎不僅是為解決問題而存在，甚至要以滿足人類各式慾望（虛榮心、成就感）為目的，所以設計行為為階級服務似乎也已讓人習以為常。不管在哪個時代，大部分的人都需要有些依賴與崇拜目標來套用，然後有些器物就被設計成階級象徵物。這些階級意識的設計思維哲學看似一般，久而久之，大家好像也都習慣成自然而不再注意，甚至有時還想多所利用一番。但設計思維如果只是被簡約成因為老闆（或上位者）需要，所以就算逼不得已也只能順勢服務一下，不必多所在意也不必反抗的話，那麼設計就會被化約成一種無反省能力的單純動作行為，而不會有何價值意義存在，設計者也只是淪為單純如同機械工具般的象徵。那就好像性別歧視設計、綠色設計的問題一樣，只有瞭解而沒有任何反省作為，其實根本不會有任何實質意義存在。事實上設計學原本改善人類生活的目的義務，必然得靠不斷對社會責任進行相關設計思維的反省檢討，並遂與實行之後，才會有所改變。



四、從器物使用與空間配置角度思索階級意識概念

從古自今，在各種器物使用與空間配置的設計運用概念中，都經常可以明顯得見「貴族」與「平民」的差異化設計行為之階級意識影響。本章主要從人類使用器物的方式與空間與器物間的配置關係上，觀察檢討階級意識形成的各種可能模式與意義，歸納出在人類社會制度中貴賤尊卑等級意識的各種形塑過程，及其又如何影響後續設計思維的持續發展過程。



4-1 器物機能上所體現的階級意識

器物除卻裝飾用途之外，大部分都是為因應某種使用目的而生之物。其中可能包含操作性、安全性、信賴性、保護性等目的，這些大概也都是設計行為操作上所設定的基本條件。山正久喜曾提及：「機能分為物理機能、生理機能以及心理機能三種型態¹⁸³」。可見器物所形成的機能性不僅具有物理性的實用意義外，使用者在操作時所產生的心理對應感受，如本研究所談論中心的階級意識，也是影響器物外形與使用方式形成的重要關鍵。

事實上日常生活用品製作從人類的原始時期便已開始，使用機能性是設計最初的主要考量重點。因此剛開始製作器物時非常單純，針對不同使用者的需求設定機能目標，然後再藉此造出各式各樣能夠滿足所需之相應器物。顯現出設計以「人」為出發點，然後又因為個體性的形成差異性，這之中當然也包含有階級意識的影響力。

本章所指涉的機能性大部分是指一般人士所描述的實用或技術方面的功能性（並涉及操作性、人體工學、結構、製造方法等）。像是古代刻意塑造非勞動行為所延伸出的各項滿足貴族喜好的產物（如纏足、旗袍等），或是器物的高低順序所產生的階級顯示現象，以及為求隱私性需求所產生的差異性設計手段，都是受到階級意識影響所促使形成之物。故此，本章將把討論重心放在解析階級意識形態是如何透過那些操作手法，來實際影響設計人工物生成的相關操作模式與其意義。

4-1.1 刻意塑造非勞動行為所延伸出的各項貴族產物

平民與貴族使用器物的差異性，不僅在上一章中所提及會表現在器物表面的裝飾圖紋、色彩與行為外，其實當然也會表現在各種使用機能性的展現行為之中。如《有閒階級論》中便敘述：「檢視一般大眾認為優雅的服飾，就會發現它處處都只在傳達一個印象：穿戴者並不習於從事任何實質的苦役。要是衣物顯露出穿戴者這方從事體力勞動的痕跡，即有所污損的話，毫無疑問，這件衣服談不上優雅，或談不上合乎禮節¹⁸⁴」。類似如此展露穿戴者免於生產性勞役印象方面的階級差異感，在婦女的服飾設計上又比男性來得更為明顯。如越是樣式典雅的女性帽，比起男性的高筒帽，就讓穿戴者更難於進行工作，而女性流著長髮似乎也有類似說法存在。這也是本節會先舉女性設計物（如東方的步搖、纏足、旗袍、西方的束衣等）為例說明的原因。這表示女性裝飾品除提升外在美感的功能之外，同時也

¹⁸³ 邱鈴芝，2004，產品機能之期待意象，大同大學，p.4。

¹⁸⁴ 范伯倫，2007，有閒階級論，左岸文化，p.33。



具有塑造女性完美體態的功能性存在（如步搖、纏足、束衣），然後甚至也利用各種像是降低女性勞動可能性的服飾設計方式，同時表現塑造出尊貴的符號形象（如旗袍）。這些案例中或多或少都帶有階級意識存在，以下則逐一進行分析。

1.飾品中的附加功能所展現的權貴象徵

在女性飾品除可表示出可以跟勞動工作較為無緣的意義之外，還會添加一種高貴階級女性專屬的特質表徵，最為明顯案例就是步搖髮飾與纏足。婦女的手飾中有所謂的「副笄六珈」制度，為古代宮廷女子頭飾的使用制度，其中像是步搖。步搖為漢代以來最為常見的髮飾種類之一（如圖 4-1），在《毛詩傳》中有云：「副者，后夫人之手飾，編髮為之。笄，衡笄也。珈，笄飾之最盛者，所以別尊卑¹⁸⁵」。從此文中得知，簪插步搖者多為身份高貴婦女，這當然多是由於步搖製作繁複，加上材質較為昂貴之故。然而事實上步搖是一種附在簪釵上的首飾，所以行走時會隨之擺動，所以會限制貴族婦女的行動步伐，因此只要行走步伐過快，就會使得步搖發出聲響，而被視為不雅之舉。可見步搖設計的出發點已不僅是為裝飾自身而已，其中也有藉由限制女性某些行動之便，以表現出一種貴族婦女印象之意。然後這種原本有限制女性行動力目的的設計器物，久而久之之後反而成為一種可以間接表現婦女高貴身分的象徵物，而讓女性也不再厭惡，然後慢慢可以開始接受這些設計物後來所產生的另類意義，實是諷刺。



圖 4-1 簪釵

資料來源：星島環球網，
http://www.stnn.cc:82/arts/t20060929_346875.html，
2009.11.15

除此之外，可能在過去同時兼具有「裝飾美感」的設計物「纏足（圖 4-2）」，也是同上述一般會降低女性的活動力，同時讓其永遠不良於行，不宜從事各種繁雜工作，好像只要關在家裡，永遠當男性的專屬玩物便可的一種古代怪俗。而這又是富有人家才會出現的專用設計行為，可說充分表達出一種上層階級意識的象徵（因為只有上層階級人物的家中才有培養這類好似專屬玩物的能力存在，所以這當然可說是一種代表階級象徵的設計產物，甚至現代人還樂此不疲的會經常去辦類似展覽、且一般人很好奇地去經常會去看此類展覽）。

¹⁸⁵ 范伯倫，2007，有閒階級論，左岸文化，p.184。



從歷史文獻上來看，纏足風俗的發生與盛行，其實也是與權貴富豪的上層階級社會有關。在《菩薩密咏足》篇中有述：「偷穿宮祥穩¹⁸⁶」，便是說明一般大眾仿效宮中女子纏束方式的階級模仿行為。《娜嬛記》中也有類似記載：「富貴家女子必纏足何也」、以及《紅樓夢服飾》中也有類似描述：「在男人與女人的合謀下，纏足成為一千多年來女性優雅高貴的象徵，除了客家、蛋戶、旗人和少部分需幹粗活的勞動婦女外，所有的中國女孩無一能倖免纏足的浩劫¹⁸⁷」。清人股兒詞中亦云：「小姐下樓格登登，丫頭下樓撲通通，同是一般裙釵女，為何腳步兩樣聲¹⁸⁸」（如圖 4-3 所示），都足以說明纏足跟官僚貴族階級的合流的必然性，是有德望高貴門第的符號象徵，纏足基本上就能夠明顯區分地位高低。在《嶺南染記》亦有所述：「嶺南婦女，多不纏足，其或大家富室閨閣纏之，婦婢俱赤腳行室中，至人家則袖中鞋穿之，出門即脫置袖中，女卑有四十、五十無夫家者，下等之家女子纏足，則皆詬歷之，以為良賤之別¹⁸⁹」，可以瞭解纏足已足以成為識別等級的標誌，纏者等於貴（貴族），不纏等於賤（平民）的印象符號意義就逐步形成建構基礎。



圖 4-2 纏足

資料來源：李軍均，2004，紅樓夢服飾，時報出版社，p.94



圖 4-3 19 世紀的油畫(畫中貴婦蓮足，兩旁服侍女傭則是大腳)

資料來源：高洪興，2006，纏足史，上海文藝出版社，p.120

然後古代纏足行為，也成為古代「上行下效」階級不平等，以及女子決定婚姻的重要關鍵設計物。在《纏足史》中便有類似敘述：「楚王好細腰，宮中多餓死；城中愛高髻，四方高一尺¹⁹⁰」。足見人類社會中，上行下效確是一個極為普遍的現象，而纏足文化之所以可以蔓延發展，原因之一便在

¹⁸⁶ 高洪興，2006，纏足史，上海文藝出版社，p.116。

¹⁸⁷ 李軍均，2004，紅樓夢服飾，時報出版社，p.94。

¹⁸⁸ 同註 178。

¹⁸⁹ 高洪興，2006，纏足史，上海文藝出版社，p.33。

¹⁹⁰ 高洪興，2006，纏足史，上海文藝出版社，p.120。



於上行下效的制度的影響。所以「西施也罷、潘妃也罷、楊貴妃也罷¹⁹¹」。由此可知纏足的起源，總是設法會跟歷史名人牽連在一起，然後就會形成一種階級印象，形成攀龍附鳳的心態，也正是如此原因。

可見在有纏足產物的時代，三吋金蓮是富家男子的擇偶標準，不纏足的女子自然便極易被視為失去婦女美貌之意，甚至後來原本是貴族特有現象的纏足現象，竟然也普及化到民間，形成即使是貧家小戶也以娶大腳為恥的現象出現。這類纏足文化一直延續到清代，轉變為男女談論婚嫁必備的首要條件，也是女子向上層社會流動的一種形式。而諸如此類設計人工物的產生，也無一不再說明著貴族階層的好惡思維，會一直不斷複製到平民階級中，看似普及平民化，但實則只是將貴族思維外放到一般社會中，當形成一股社會風氣習慣之後，這些設計物就會儼然成為大眾衡量地位的標準指標之一。

這類設計概念一直延續至近代，雖說纏足行為終已消失，但其實類似設計器物還是一直存在於這個社會中，只是以不同的面貌呈現（譬如以下將探討的女性束衣等），讓人較難聯想其關係。而這時設計外型的好壞似乎已不再是最重要的關鍵，反而是如何滿足人類對階級意識表現的慾望展現，可能才是探討這類設計物意義的重要關鍵。

2. 貴族婦女的階級服飾設計（從束縛與限制的角度審視）

傳統婦女所穿著的旗袍（圖 4-4）、束衣，如同前述亦有控制貴族婦女行動力的影響力。譬如旗袍的外顯造型與現代的束衣就擁有同樣的功能性，尤其是清代晚期袍身細瘦，下擺窄小，穿著起來極為不適。但旗袍之所以能夠贏得婦女們的青睞，而視為現代中國女性的國服象徵，最主要的原因還是因為其盡顯女性形體的曲線輪廓，加上穿著此類服飾似乎會讓觀者感到端莊感，會有別於一般從事勞動工作婦女的輕便且耐髒服飾（如圖 4-5）印象。而這類設計意圖都是儘可能的降低女子行動力，以形塑出一種貴族階層形象感覺的經常性作法。

¹⁹¹高洪興，2006，纏足史，上海文藝出版社，p.120。



圖 4-4 旗袍

資料來源：中國傳統服飾，
<http://culture.dresschina.com/ancient/2009/0816/402.html>，2009.12.01



圖 4-5 婦女勞動之服飾

資料來源：中國華文教育網，
http://big5.hwjyw.com/zhwh/ctwh/zgfs/ld/200705/t20070521_1108.shtml，2010.03.02

旗袍起始多為交領、直據，衣身寬、衣長至腹，袖較肥闊，在袖口處收縮緊小，臂肘處形成圓弧狀，可以使女性呈現優美身體曲線。袍服式樣歷代皆有機制存在，漢代深衣制袍，唐代圓領襖袍，明代直身，都是典型的寬身長袍，穿著者多為知識分子與統治階層，久而久之便蔚成風尚。袍服也因此開始代表一種不須從事生產工作的上層階級人士印象，且這也在無形之中再度刻畫加深中國人對服飾所能代表階級印象的形塑（不必從事勞動的上層階級，就只要穿著無法進行勞動力的服飾式樣，間接也讓人逐步形成這些服飾就等於上流階級的基本印象）。

或許自古以來自小出身於貴族的女性已養成穿著生產勞動衣服有損於貴婦身份的基本教養認知，而這種上層階級所擁有的基本概念，甚至有一部分是迎合男性的喜好，開始設計運用起束縛限制女性的設計物，然後並藉由這類表現手段形塑貴族女性的專屬形象，然後延續至今。現在雖然這類穿著表現已不多見，但有些器物仍藉助這些想法改頭換面後繼續融入現代社會的生活中。譬如有身份的婦女會穿著名牌高跟鞋、裙子（不管是表現專業者形象的套裝短裙，還是穿著拖地長裙，其部份目的也是在表現出不必做家事的意義）就是一例。很顯然地服飾不再單只是有實用價值性的設計物，而已經大半轉變成是一種可以充分表述階級地位的象徵物。



除上述東方具有這些明顯的案例之外，在西方亦有類似束縛女子以體現權貴意象的象徵性器物存在，譬如束衣（如圖 4-6）。早期束衣出現在：「公元 2500 年古希臘女性在運動時便會穿戴束帶¹⁹²（圖 4-7）」。然後 16 世紀開始，束衣已成為貴族的專屬象徵代表物（圖 4-8），由於綁帶要綁在後方，所以需要勞動另一個人（當時當然多是女傭）從旁協助穿著，很顯然的這便是只有貴族階級基本上才能做得到的作為。在《文胸時尚支撐與誘惑的千年史》便有所提及：「每個時代都至少用一位偶像般的時尚人物。若要論及緊身胸衣，則此人非卡特琳德美第奇莫屬。當卡特琳嫁給即將登基的法國國王亨利二世時，他欣賞氣度不凡的外表，正要頒布他那道著名的法令，禁止宮廷上出現粗大的腰身¹⁹³」。符合比例的腰身，自然成為上等人士的象徵，而那些粗大腰身則成為那些力爭上游女性絕不會想要的標誌。至此束衣就因應這類形塑女性階級感（多少帶有這類意涵）的需求而生，並順勢大量發展開來。



圖 4-6 十五世束帶
資料來源：Stephanie Pedersen, 文胸時尚支撐與誘惑的千年史, 新星出版社, p.24



圖 4-7 十六世紀時的束衣樣式
資料來源：Stephanie Pedersen, 文胸時尚支撐與誘惑的千年史, 新星出版社, p.8



圖 4-8 女傭協助貴族女子穿著束衣
資料來源：Stephanie Pedersen, 文胸時尚支撐與誘惑的千年史, 新星出版社, p.27

¹⁹²Stephanie Pedersen, 文胸時尚支撐與誘惑的千年史, 新星出版社, p.8。

¹⁹³Stephanie Pedersen, 文胸時尚支撐與誘惑的千年史, 新星出版社, p.23。



女性利用束衣，儘可能的塑造管狀身體及高聳乳房。這股風氣持續至「17世紀初期，穿戴緊身束身衣之風潮漸漸向下滲透到勞工階層，但由於能力不足而只能穿戴貴族所丟棄及自己製作的緊身塑衣¹⁹⁴」。可見為追求階級印象提升，就算是下層階級女性也得想辦法用這類產品，就算是撿人家不用的也行。不然就是選較為低劣材質（或是使用較容易取得之材質，使塑衣變得更挺，如木條漿糊等）。並漸次產生出道德上的附加意識，指引穿著者自我約束，舉止文雅與風度雍容。而那些未著束衣者則視為行為放蕩、不檢點的女人。並藉此順勢營造出貴族婦女的高貴形象。

然而束緊少女們的身形來保證她們的淑女貴氣，也使得一大批女子肋骨變形，內部器官錯位。甚至不能擴展肺部呼吸，因而會缺氧時常暈倒。但就算如此，這些讓女人如惡夢般的「束衣」，仍是一直延續使用至今，只是換上不同面貌在市面上出現而已，它們仍是所有愛美女性的必需品。就像下述實際有穿戴經驗女性的說法：

A小姐：「為了對付這該死的假性懷孕現象，去買了據說很厲害的束腹還有束褲，是真的很厲害，因為真的很緊很緊，到一穿上的那一刻就想嘔吐，而每次的穿脫更是一個很大的工程，尤其是在外面如廁時更是欲哭無累，像本人本來就愛尿尿，整個就是累，為了愛漂亮，還是要硬撐¹⁹⁵」。

B小姐：「...不過束衣穿起來好難過喔，就像那個 airwave 的廣告會呼吸不過來...¹⁹⁶」。

由此可見這類塑造女子高貴氣習的束衣，其實是會影響人類身體機能的發展，是一種不健康的行為，但從古至今仍然保留這類設計物，而考量是否可以滿足使用者生理舒適度與設計物的外形美觀度，似乎也已不再是設計者所考量的重點。這與現今講究機能便利性或舒適目的性的企圖似已分道揚鑣。反倒是儘可能設計出能夠達到提高人類身分的設計象徵物，已變成此類設計思維的發展重點，想起來極其諷刺，但卻又異常真實。

綜觀上述，諸如此類的設計發展模式雖讓女性痛苦不堪，但讓穿著者增添奢華感，卻又能夠滿足人類嚮往向上層階級流動的慾望，繼而順從接受這些強勢族群所引導注入的各式價值觀，強迫性的讓自己去適應、習慣這種殘害身體的行為。然而之所以會產生這些不合理（也就是人體需痛苦承受）的設計人工物，也是再次表示提醒著設計者在從物品設計時，不

¹⁹⁴Stephanie Pedersen，文胸時尚支撐與誘惑的千年史，新星出版社，p.8。

¹⁹⁵Princess Vivian 網路日誌，<http://www.wretch.cc/blog/vivianinUS/6407582>，2010.03.03。

¹⁹⁶美容討論區，<http://www.urcosme.com/boards/board2-278896-3-0.htm>，2010.03.03。



單只是以滿足人體慾求作為設計的首要考量，重要的仍是要同時思考對人類「精神」上的影響效果。

這類設計運用手法自古以來層出不窮，也屢試不爽。同時也影響著後世設計者在從事設計活動時，如何將其納入設計目的考量中的深層思維運作模式。除此之外，近代開始也陸續產生出許多隱含階級意識形塑的各類設計產物出現，以下便再以這些案例的相關表現手法，繼續探討設計器物中的階級意識，又是如何透過廣告宣傳媒體，來塑造出高貴階級形象的設計表現模式。

3.近代產品透過各式廣告宣傳以表現階級意識的運用手法

除近代產品本體設計中已隱含有類似貴族形象塑造的作法之外，透過廣告媒體設計運用塑造貴族形象的宣傳手法也很常見。現在最常見的就屬類似於運用名人代言，或是使用階級屬性用語以刻意標示產品所呈現之階級感等兩種主要操作模式。

透過廣告手法來形塑產品地位，在現今的媒體廣告表現中屢見不鮮。譬如以名媛代言的束身衣圖（4-9），與電器產品廣告（電冰箱、吸塵器，如圖 4-10），在無形中不僅提高產品在市場中的定位，且能吸引更多群眾前來購買。在《業者如何運用名人代言塑造品牌性格》中便有相關敘述存在：「...性格（定位）為品牌的重心，而品牌的情感價值可以透過名人代言廣告彰顯。...對消費者來說，品牌形象意義遠超越產品的功能。當消費者知覺品牌本身的功能性無太大的差異時，其符號性意義便成為選擇品牌的判斷依據¹⁹⁷」，便是說明群眾的符號性消費習慣也是來自於一種對上流階級的認同感。此外在人民網海峽中亦有報導指出：「對於消費者來說，大家當然是很羨慕這些美女，希望能夠擁有她們那樣美好的容貌、氣質，這樣的話，她們代言的商品，一般人也會希望去購買。這樣的話，名媛代言的商品當然就會大賣¹⁹⁸」。可見商品本身的功能、外型，雖然是人類在購買產品時所需考量的要素，但其實是否能直接滿足人類內在的虛榮心，則似乎也是極為重要之事。透過這些名媛代言的過程，對產品本身似乎就會產生出地位價值上的提昇作用，使人感受到購買此項商品，就等同於自己的地位與廣告中的名媛一樣層次的心理出現，進而促使人類產生出購買慾望，增進消費力。可見以名媛代言方式，在廣告商特意形塑高階用品形象的同時，就可讓人同時產生認同感，並滿足人類向上層流動的慾望實現。而廣告設計

¹⁹⁷ 呂雅惠，2009，業者如何運用名人代言塑造品牌性格，世新大學，p.3。

¹⁹⁸ 人民網-台灣名媛撐起經濟半邊天，<http://tw.people.com.cn/BIG5/26741/6885425.html>，2010.03.15。



工作在此時，就是在為形成這類階級形象所運用的重要工具。



圖 4-9 塑身衣代言廣告
<http://image.udn.com/gallery/show.jsp?pType=star&pid=30240>

業界創舉 風熨斗
極速風撫平皺褶

- 日本原裝進口，新發明步履行
- 業界唯一，左開右開二種機型可選擇
- 業界NO.1 頂級居中懸吊設計，阻振動、阻噪音
- 5重渦輪平衡振動，雙馬達感應器精準溫度轉速
- 大容量內桶洗滌技術，手洗般的潔白磁體膜
- 2WAY 磁環離子淨化洗滌程序+花瓣式強勁水流沖刷洗淨
- 瀧水洗衣，深入衣物纖維深層洗淨
- 大容量烘衣技術，衣物曲線更貼身
- 溫風烘乾、保護衣物，靜止籠架式烘乾，體貼便利
- 溫風奈米蒸氣脫臭除菌行程，精洗淨、精烘乾新體驗行程

協隆 Conlong 電器

日本原裝進口
 寬度735 X 深度600 X 高度1050mm

洗濯・脱水容量	11kg
洗濯・烘乾容量	8kg

圖 4-10 孫云云代言的日立洗衣機
 資料來源：協隆電器，
<http://goods.ruten.com.tw/item/show?11090814440520>, 2010.03.15

此外，應用類似手法來提高產品本身價值的作法，也可從下例的廣告運用方式更為清晰瞭解。像是在廣告媒體刻意標示使用者的手法下，讓觀眾產生並形成一種刻板印象，進而產生購買含有似乎是符合高階使用者定義生活用品的行為，也是一種間接販賣階級意識的廣告設計心理運用策略。

舉例而言，像是在一般大賣場或是網路拍賣上經常出現的廣告或 DM 中，都有如（圖 4-11）與（4-12）所示，以直接標明產品的使用身分階級，好讓購買者產生一種階級心理上的認同感，然後進而促使其產生出購買行為，便是一種廠商、廣告商慣用的行銷模式。其實際案例就像是「法邑」豪宅設計的林經理便是利用類似的手法來進行網路行銷：「關鍵字廣告怎麼買其實是種藝術，買得好才能精確地找出潛在客戶，像法邑鎖定頂端客戶，所以在關鍵字設計上，就加上頂級、奢華、時尚豪華等的串字組合，搭配其它像是（別墅室內設計）古典巴洛克設計等字樣，讓有同樣需求的客戶更能搜尋到¹⁹⁹」。這再次顯示出在無形之中設計行為如何又一次地為階級意

¹⁹⁹ 壹週刊，965 期，p.33。



識定調服務的實際作法，有時是用字遣詞，有時是模仿過去代表性的奢華風格來成其意。



圖 4-11 主管椅

特力屋主管椅，

<http://www.i-house.com.tw/product/detail/id/251718>，
2010.03.08



圖 4-12 皇家床墊

網路店家-床的世界，

<http://www.beddingworld.com.tw/index.html>，
2010.03.08

以上皆明顯揭示產品所屬的階級定位，這便也是為因應人類內在的階級地位需求所產生之物。當然利用這些豪華、尊貴、宮廷、貴族、主管、皇家等階級專屬名詞來提高產品地位，是非常容易塑造高階意識的一種常用方式，所以常被應用在廣告手法上。其他相關的類似手法運用整理如下表所示。

表 4-1 表徵階級意識的相關詞彙與器物並陳時的設計表現手法

階級意識詞彙	圖片	設計之陳示方式
豪華		210 磅 豪華型 重量訓練機 ²⁰⁰
		iPod Touch 第 2 代 16G 3.12 豪華版 ²⁰¹
		奧地利 Wolford VELVET LEGGINGS 豪華 天鵝絨九分褲 (襪) ²⁰²

²⁰⁰ 大力健康生活館，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/b50720332>，2010.04.04。

²⁰¹ 蘋果網路旗艦店，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/c50089381>，2010.04.04。

²⁰² 英倫情人，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/>，2010.04.04。



		總統坐駕 BMW05 年型黑色黑內裝 735iA 頂級車價 412 萬 尊貴與豪華 的表率 ²⁰³
尊貴		GUCCI 太陽眼鏡 名媛 女伶的神秘感星光之美高雅 尊貴 ²⁰⁴
		Nokia 6500 Slide GSM 尊貴 金屬四頻 ²⁰⁵
		MacBook Pro 2.53 GHz (MC118TA/A) 全新公司貨未拆封適合 尊貴 氣質的玩家 ²⁰⁶
宮廷		宮廷 徽章浮雕壁布，日本進口，古典夢幻 Paul&Joe 風，商空風格首選 ²⁰⁷
		精緻車工・歐洲宮廷風蕾絲內衣 宮廷 褐 ²⁰⁸
貴族		稀有珍品 音響中的 貴族 德國 MBL 8006 發燒後級擴大機 ²⁰⁹
		YAMAHA 山葉 CUXI 皇家貴族 學院風／蔡依林蕭敬騰 ²¹⁰

²⁰³ 自售總統坐駕，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/d44592539>，2010.04.04。

²⁰⁴ 光合作用，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/f15185635>，2010.04.04。

²⁰⁵ 新興手機館，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/e25685277>，2010.04.04。

²⁰⁶ 蘋果電腦，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/d45853529>，2010.04.04。

²⁰⁷ 壁紙，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/d45366779?u=tequiero1119>，2010.04.04。

²⁰⁸ 成套內衣褲，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/f14707591?u=iponiyi>，2010.04.04。

²⁰⁹ 音響，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/1208073264>，2010.04.04。

²¹⁰ 山葉網路販售網，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/e39558571?u=19568>，2010.04.04。



主管		現代風格設計 3CM 楓木 主管 桌組 ²¹¹
		BURBERRY 原裝正品珍藏限量 主管 級商務人士推薦品絕版超質鋼筆 ²¹²
		尼克高背 主管 椅 ²¹³
		安地高背 主管 椅 ²¹⁴
皇家		法國 皇家 R&G ROGER&GALLET 滋潤凝乳洗手皂 300ML ²¹⁵
		WEDGWOOD 全新英國 皇家 御用骨瓷系列 Wild Strawberry VIP 賓士"S600"車主的 尊貴 典藏 ²¹⁶

資料來源：本研究整理

透過廣告媒體塑造貴氣產品以吸引買者的行為，確切反應出人類對「虛榮心」的追求慾望，或許才是購買誘因形成的重要原因，而設計者也是儘可能的利用這些可以表徵階級的手法，來滿足人類對階級意識這類需求的渴望。表 4-2 則是人類刻意形塑貴族形象的各種常用手法之歸納整理結果。

²¹¹桃園辦公家具，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/c39606271?u=happy19820625>，2010.04.04。

²¹²鋼筆，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/b47567420?u=xx630401>，2010.04.04。

²¹³特力屋 DM，2009.10.01-11.17。

²¹⁴特力屋 DM，2010.01.21-01.27。

²¹⁵美國愛買小舖，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/1207304480?u=paggy666888g>，2010.04.04。

²¹⁶餐具組合，http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/c39374212?u=paris_shade，2010.04.04。



表 4-2 形塑貴族階級形象的各式表現手法

年代	案例	表現意圖
古代	步搖、纏足	限制行動以塑造高貴身分感
	旗袍（東方） 塑身衣（西方）	降低女子活動力以表示貴族階層無需從事勞力活動
近代	小 S 代言的塑身衣 孫云云日立洗衣機	廣告媒體以名人代言方式來提高產品地位 刻意塑造使用者產生貴族階級印象認同感
	「主管」椅 「皇家」床墊	廣告媒體刻意標示上層階級文字 讓購買者產生似乎擁有此產品等同於擁有相等身分的意識出現

資料來源：本研究整理

由上表中其實也可以得知，古代器物內含階級意識，大多採非直接揭示使用者階級身分的作法，只是利用一些間接行為來塑造出所屬階層地位的意識感，這與近代廣告媒體刻意利用明顯提示階級感，以提高產品價值的明示作法確有很大不同。這跟古代的階級地位是明顯存在，無須特別提示也無法輕易跨越階級差異，而只要能夠符合且共同顯示便可；與近代的階級地位已不再能夠那麼明白表示（因為大家都得是平等地位），反而得多加利用各種明顯暗喻手段，以提醒個人的階級地位是有所差異的作法，確是有著極大不同的比較意義。不過設計表現行為在這之中的角色扮演並沒有太大不同差異，設計手法運用也多有相似意義之處，可見得設計思維確實是古今以來一以貫之，不會因為時代不同而有太多實質意義上的轉變，頂多只是一些細微部位作法會稍作修飾改變如此而已。

4-1.2 器物尺寸、排列次序設計所形成的階級意識形態

相對於上一章多所談及設計裝飾性器物設計的階級意識形態之後，本章重點則多是擺在機能性所展現出的階級意識形態議題上。早期一些設計口號多會強調「形隨機能（Louis Henri Sullivan 所述）」，或者類似於「裝飾即是罪惡（Adolf Loos 所述）」的價值觀，主要以實用性作為設計考量目的，而不會添入一些無用的裝飾性物品。以考量機能為出發點的設計工作，雖與裝飾設計的思維截然不同，但在階級意識的表現上，其實也不遑多讓，而這也是本節的討論重點。

器物功能性會依使用者需求的不同，而在外型上產生出高低、大小等明顯的差異性。譬如古代帝王為達到宣示自己高高在上地位的目的，就會有人去設計出能突顯帝王高貴身分的「龍椅」產物出來，而文武百官們則便只能坐於低位，抬頭仰望。可見器物的高低尺寸大小與配置的次序性，確實是階級意識表現最明顯的檢測規則之一。

而器物的高低大小會形成次序性概念主要是受到心理層面的影響，如



《藝術與視覺心理學》一文中便有類似敘述：「藝術史上確有不少例子足以說明事物的重要性曾由大小來加以表現。在埃及的浮雕裡，有權勢的人物，諸如神、國王、父母等等，通常是被做得比一般卑遜不重要的人物要大兩倍以上。...在早期兒童圖畫裡，如果我們推論說，那是因為頭部在人身上是最重要的部分...當我們注意某一人時，也是注意看他的臉²¹⁷」。以及《視覺藝術心理》一書亦有類似說法：「所有大小程度，從最大（高）到最小（低）。...這種當不同等級的型態不規則地分佈於整個構圖上的等級秩序，將之連接起來，並依著構圖上適切的等級途徑，逐次預覽²¹⁸」。所以從前述說法便可以理解人類如何運用這些在視覺心理上，一般用來界定階級區隔差異的常用原則。

1.傳統器物的高低、數量多寡所形成的階級象徵

器物中的高低尺寸與數量多寡所形成的次序性，在突顯出明顯的階級意識象徵，《禮記》中便有所敘述：「禮：有以多為貴，有以太（大）為貴，有以高為貴，有以紋為貴²¹⁹」。像是看起來越高、越大者便越顯的尊貴，這已是一種認定標準，這種表現手法一直延續至近代，在諸多產品中仍是經常可見。本篇特舉最明顯的椅子使用文化為主要說明案例來源，然後同時輔以類似案例進行說明人類是如何透過這些高低不等尺寸的器物來形塑階級意識的原則。

人類文明演進，由席地而坐，演化至開始使用椅子，而椅子又因材料、形狀、高低尺寸有差，遂極易形成一種權勢地位的代表象徵。所以搶地位、搶權勢就可以隱喻成搶位子。自古以來高至皇宮貴胄帝皇大位，下至一般民間，多少人類的階級鬥爭史，都是來自於爭奪這些意識形態上的位子假象。

追溯人類跪坐的意義，像是中國文獻中便有所記載：「蘇瑩輝先生曾就殷商石雕人像、獸首鳥嘴人身石膏、諸石像龜，這些石像中都透露般人居住都採跪、蹲、坐...，面對主人，對鬼神不但要跪坐，在日常生活中如執行母的任務，飯食或宴饗貴賓，均在跪坐中進行²²⁰」。可見殷商時期人類已有跪坐習慣，而跪坐實為貴族的起居法則，是沿襲供奉祖先與祭祀天神的文化習俗所形成之物，然後也成為一種階級文化的傳統延續下來。

²¹⁷安海姆，1982，藝術與視覺心理學，雄獅圖書公司，p.193。

²¹⁸王令中，2005，藝術與視覺心理學-美術形式的視覺效應與心理分析，人民美術出版社，p.33。

²¹⁹楊鴻勳，2004，宮殿建築史話，國家出版社，p.10。

²²⁰蘇瑩輝，1988，從文字圖像談古人的跪坐姿態，東吳大學期刊第十三卷，p.16。



然而中國人之所以會有這些跪坐的相關禮儀出現，主要便是來自於古代對禮法推崇的習慣所出。據《周禮》的規定指出：「為了區分不同身分、場合，席的層次也有所規定，通常是天子之席五重，諸侯三重，大夫再重²²¹」。在還未有椅子發明以前，中國人便是用席材料的高貴程度與使用配置的高低位置差異來劃分等級，通常按席的粗細貴賤來區分，粗者在下，美者在上，越往上者就使用越高貴的席材的位置會與使用者的位階有著對應關係，位置越高者相對其身份地位自然也越高，這是從空間上下高低與材料使用過程中所衍生出符合人類區分階級意識心理的設計配置行為。直至漢代胡牀（如圖 4-13）引入後，「垂腳坐的傳入，但畢竟仍屬少數階層使用²²²」。由於漢靈帝特別喜好胡風，使得胡人用具大量傳入，形成追胡風氣，相繼從貴族階層起也開始隨之爭相模仿，然後垂腳坐具逐漸傳佈，終至逐漸放棄席地而坐，開始使用現代所稱的椅子的座式家具文化出現，但椅子傳入的一開始，自然也僅限於有錢人家使用，所以也自然會形成有一段時間是用椅子就代表貴族階級的時期存在，然後到漢代末期才逐漸從貴族下放普及到民間。

當椅子成為人類生活中的必需品之後，過去封建制度的社會中嚴格規定僅有帝王才能使用龍椅，若有人膽敢坐皇帝的「龍椅」則是要被殺頭。然後一般官臣在朝會時都得雙膝跪地，這以顯示出帝王的氣派與權勢，「龍椅」更是一種象徵著高高在上無人能及的象徵性地位。



圖 4-13 胡牀

資料來源：楊森，2005，敦煌壁畫中的胡床家具（一），敦煌研究第五期，p.27

這種利用器物外顯功能來識別地位高低的方式，不僅表現在椅子上，官帽的附屬階級設計物的數量多寡，亦能明顯呈示階級區分的結果。在秦代的兵馬俑中出現貴族所使用的冠式，外型呈現高高上聳，上作平頂，而中部收縮。主要功能是讓人可以清楚識別所歸屬的階層，而刻意將冠簡單進行數量劃分的產物。在《中國古代服飾研究》中便有所提及：「高層人士與低

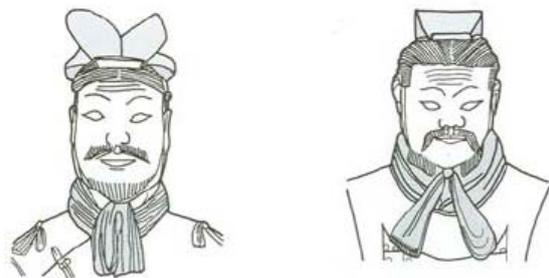


圖4-14 鷓冠（左）、單板長冠（右）

資料來源：兵馬俑，
http://tw.myblog.yahoo.com/jw!H_SidKScE_QcGFLIVtZ8ipUVG_nc-/article?mid=293，

²²¹十三經注疏、禮記·曲禮，卷二，中文出版社，p.3097。

²²²同註 211。



階的官員士兵頭上戴的長冠是具有標示地位高低的作用。將軍鷓冠，軍史備載雙板長冠或單板長冠²²³」（如圖 4-14）。此外在《中國服飾史》中亦曾提及清代也會以官帽羽毛上的多寡來區分地位，「清代官帽與前朝截然不同，凡軍士、差役以上軍政人員都戴似斗笠而小的緯帽，按冬夏季節有暖帽、涼帽之分，還視品級高低安上不同顏色、質料的頂子，帽後拖一束孔雀翎。翎稱花翎，高級的翎上有眼（羽毛上的圓斑），並有單眼、雙眼、三眼之別，眼多者為貴，只有親王或功勳卓著的大臣才被賞戴（如圖 4-14）²²⁴」。可見傳統中區分階級的方式亦有排列次序性的特徵出現，這些由高到低或是由多至寡的順序性階級概念，是從人類的社會制度中所產出的一種表示階級象徵次序的常見設計運用方式。有關階級次序性設計的議題，在下個小節還會再次延伸說明。

綜觀上述，諸如此類的階級設計表現方式，在過去已是屢見不鮮，或許是自古以來人對器物的高低、大小、多寡，這些比較標準都會形成一種次序性的階級刻板印象，因此也直接影響到人類的設計思維。因此此時設計是否達到舒適的目的性似乎已不盡然是主要重點，較為重視的反而是器物的識別度，也就是如何利用這類具次序性的順序安排，讓人第一眼就能辨識地位高低差異的區分法則。以下便舉近代設計產物為例，繼續檢討近代設計產物中，又是如何以此類法則製造階級印象的設計思維。

2. 近代設計產物中的次序概念所形塑的階級印象

這裡仍是以前面曾經提及的「椅子」這項設計產物至近代後，在明顯官方階級色彩褪去之際，又如何繼續產生現代階級印象的設計思維進行檢視。

傳統「椅子」的使用文化，主要是由貴族階層所興起，當時的設計師主要是供應這些貴族需求而服務，是為有權勢的貴族去彰顯他們的地位之作。在過去帝權主義的社會下，次等階層只能依循上層階級所開放的使用文化或是制度進行生活，因此在過去，許多設計產物都會很明顯的揭示出使用者的身分地位。

進入民主民權提倡時期，當皇帝、貴族身份者逐漸退出正式舞台之際本來非常明顯的各式階級設計人工物已無法再次光明正大展示權力地位之際，這些器物便會轉入非公開的私人使用領域中，亦或是轉以不同面貌重

²²³沈從文，1971，中國古代服飾研究-南天書局，pp.60-61。

²²⁴沈從文，1971，中國古代服飾研究-南天書局，p.33。



新以另一種方式展現階級意識形態。近代「老闆的住所可以用採用高級的規格，為一般職員無法達成²²⁵」，像是辦公家具設計之中的辦公椅的造形與功能，就突顯出設計物中如何帶有階級意識內涵的標準作法。連同辦公桌、區間隔板等，以下將合併揭示這些辦公家具所展現的階級設計手法，如下表 4-3 內容所示。

表 4-3 近代辦公室中主管與員工辦公桌椅的階級差異設計手法之比較

主管	員工	說明
 <p>亞太智慧財產權基金會的主管辦公室</p>	 <p>中情西韻的辦公室</p>	<p>主管與員工辦公室，在室內空間及桌椅設計上有明顯的差異性。</p>
 <p>196-07 C32-04牛皮辦公椅 寬75x深61x高120(cm)</p>	 <p>236-07 辦公椅(藍布)318-C 寬48x深50x高86(cm)</p>	<p>一、扶手的有無：</p> <ul style="list-style-type: none"> 主管椅大多數有扶手設計，因為此類坐姿能展現其權威。 員工椅大多數簡便無扶手設計，主要是讓員工在工作時能認真工作，並保持挺立姿態，同時區隔身分差異。 <p>二、椅背的高低：</p> <ul style="list-style-type: none"> 主管椅的椅背較高，並且可調整椅背的傾斜度，較為舒適。 員工椅的椅背較低，不繁複，已示有別。
 <p>217cm</p>	 <p>150cm</p>	<p>三、辦公桌的大小：</p> <ul style="list-style-type: none"> 主管桌的使用範圍較大，相對的桌子大小也比一般員工來得大，並且使用功能性也較多。且多有封閉式使用空間（抽屜）設計，有較多的隱私權。 員工辦公桌較為窄小，開放式設計，不會考慮給員工足夠隱私權的空間。

²²⁵訪談：朝陽科技大學室內設計學程謝銘峰教師，2010.06.14。



		<p>四、隔板的有無：</p> <ul style="list-style-type: none">• 主管屬於個人專屬使用的開放式獨立空間，因此不需要隔板來區隔使用空間。• 員工使用因不是個人空間，所以得利用各種高度不一的隔板，來稍微區隔與其他員工的座位，多少建立一些個人隱私空間感，也讓員工能夠自我約束。隔板的高低取決於隱私權的多寡，這在開放空間中亦會變成另一種上下階級區分的手段。
---	--	--

資料來源：龔金元，2000，辦公室設計，紅藍彩藝印刷股份有限公司，p.33

永輝董事長、員工椅，<http://tw.page.bid.yahoo.com/tw/auction/12033003965?u=migo0963888>，2010.03.11

微風辦公家具 <http://www.weifong.com.tw/>，2010.03.11

由上表更可得知，主管與員工不僅在身分上有明顯差異，所衍生出在器物的使用機能需求與使用空間大小、舒適度、隱私權設計，相對的也會有所不同。這時考慮人體工學，其實只是為高層階級人士、或有錢可使用的人所服務之舉，而非單考慮人的需求。表 4-4 中的亞太智慧財產權基金會主管辦公室、員工辦公室，從中明顯的可以看出就算是現代，上下階級之分在設計物的製造與展現上，仍是明確可知。董事長、主管及員工所使用的器物（桌、椅）差別必然甚大。對於領導階層而言，主要的辦公器具可以有以下特徵：(1) 較注重個人隱私權與座位的歸屬權。如果每位員工都可以坐在老闆或主管的位置上東翻西瞧，不但隱私不保，老闆威嚴也會因此掃地，因此在老闆使用桌椅或是空間設計上，都會優先注意這些機能性的考量。(2) 發號施令的老闆桌椅大多具有多功能性。相對於此，經常得要埋首於工作中的員工桌椅卻無太多功能。設計物的機能考量優先性在此已明顯展現階級權威目的性。(3) 較符合人體工學。這應該是眾人皆要的功能性，但弔詭的是老闆有優先選擇權。越符合此特性的辦公桌椅越像是老闆專用之物，所以因應人體工學設計，具有扶手，以及能夠調整靠背傾斜程度的椅子，如果有而且只有一張的話，那不用說一定是老闆使用，其他人只能祈禱有一天有預算大家都可以用一樣的椅子？(4) 廣告媒體的推波助燃。刻意塑造「主管、老闆椅」的名稱，似乎這些器具基本上是老闆專用，是老闆的專屬識別標誌，其他人無可踰越（意思就是其他人不用想太多）。



故一般員工只能無奈接受安排，為加強辦公空間利用，並且能夠有效監督員工，因而在員工辦公桌、椅的選擇上，大多也是傾向採用較開放式的設計運用方式（如無抽屜的桌子避免藏入個人私物導致分心、較為窄小使用空間讓大家得以相親相愛），椅子也不像老闆可隨意調整高度與靠背的傾斜程度，好讓員工能夠隨時保持「挺立」姿勢專心工作，以有效提高員工的工作效能。當然上下差異也就很自然地在這些設計物中流露出來。

可見老闆擁有自己的獨立空間，可做自我風格體現的擺設。桌子及椅子在機能上十分講究；可坐、可躺，大又舒適，無疑是讓老闆擁有更多的自由，以及保密性，以便能夠與客戶談些隱密的公事，並且區隔出誰才老大。相對的員工僅能使用無法自由調整高度、傾斜程度，無把手的椅子，以及毫無隱私的低矮的隔板，來區隔與每一位員工跟員工之間的座位，這主要是提供員工一種自治性的功能。

而這些具有次序性概念的器物，不僅表現在辦公家具的設計運用中，居家中的床位大小也有明顯的階級差異存在，雖然這已是過去的例子，但像是在《**Objects of Desire**》一書中便曾清楚顯示出 18 世紀貴族與傭人的床位設計便有明顯不同（如圖 4-15）。由圖中可看出貴族與平民的使用差異：一般貴族床都較大且舒適，相較於傭人的床則較為窄小，以儘可能減少空間利用為佳，然後平民的床位多採多功能式的設計方式，用以節省空間。這跟前述的近代設計手法意義有所不同。

然後傭人的居所大多是傳統安排，沒有太多顧慮，主要還是以不影響貴族的使用空間與節省成本開銷為主，因此在傭人使用的家具設計上都呈現多功能與粗糙品質。這些案例一再證實以貴族思維為中心導向的設計出發點，是形成這些設計成果產生的基本發源處。

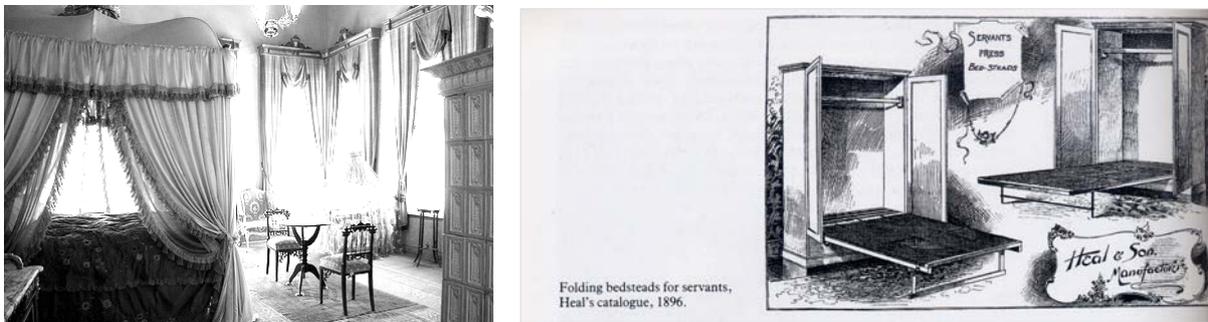


圖4-15 貴族與平民的床

資料來源：Adrian Forty，1750，*Objects of Desire*，Thames Hudson，p.84



關於座位安排次序的階級意識案例，在現代亦是層出不窮。在米蘭、巴黎、紐約或倫敦的時裝秀中，名人的位置安排就成為名媛貴族展示個人身分的一種方式：「名人輪番上陣展示，以公開展示地位的高低。對被流放到社交後排宛如西伯利亞邊疆的人而言，他們低下的地位就呈現在座次表上錯綜複雜的階級裡，令人倍感屈辱²²⁶」。前排的座次都是經由多方苦心交涉安排而來，是屬於較為上層階級的專屬位置。當然主要原因便這是由於前排的視野較後幾排清楚（如圖 4-16 所示），然後通常較低位置的特 1、特 2 排就是舞台正前方的位子，僅有第一排的位子不會被前面的人擋到，大多越後面幾排越看不清楚。

因此票價愈高愈接近舞台，相對的票價愈低則離舞台愈遠，久而久之只要能坐於前方位置，自然就會被定義成是上層階級。似乎服裝秀已儼然成為上層階級炫耀地位的一種慣性作法，和它原本只是讓買主一窺新季流行、訂購的一般買賣行為思想變得毫無關聯性。它成為弘揚品牌，以及提供展示上層貴族身份地位的舞臺，對於那些貴族而言，比展示新作更值得炫耀的是讓全球人看到攝影鏡頭前一群名流正在觀賞時裝秀，才是真正有價值的地方。



圖 4-16 日本時裝秀場

資料來源：讀椅子，

<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!l8LnSsKRGg4ih0W0CEC5ZPW9/article?mid=1167>，2010.03.04

綜觀上述無論是高低、前後、大小的次序性概念從古至今深植於人心。在古代器物的使用是受限於貴族所訂定的制度，對於器物是屬於何種階層使用都有所概念，並不需加以定位，自然會形成刻板印象。譬如古代皇帝的龍椅只有帝王可坐，其餘人等都不得而坐，諸如此類制度一剛開始是帝王所訂下，人類也依此遵循，久而久之便形成人類的刻板印象，並也持續影響近代許多設計產出物的設計製造法則。

因此人類便會利用這些次序性概念繼續設計，然後持續影響近代人的設計思維，表現於近代許多設計產物上。而這些次序性則成為設計師在從事設計時的轉化概念，譬如越高、大、多、前，就象徵「貴」；相對的低、小、少、後就便成為「卑」的象徵意象，雖然這不是絕對，但大多數是如

²²⁶開卷嚴選，<http://blog.chinatimes.com/openbook/archive/2009/09/27/436835.html>，2010.3.4。



此運用，如表 4-4 所述。

表 4-4 傳統至近代產物含有次序性概念所形成的階級象徵

社會階級		年代	案例	形成因素
貴族	平民			
高	低	古代	席地高低位置與材料好壞	崇尚禮法：區分不同身分、場合，席的層次也有所規定，通常是天子之席五重，諸侯三重，大夫再重。
			龍椅	帝王訂定的制度：只有帝王才能位居制高龍位，其餘僅能跪下。
		近代	辦公椅	延續古代刻板觀念：老闆的椅子（含椅背）較高，給人至高無上印象。相對於一般員工僅能坐矮小椅子，有些甚至沒有靠背。
大	小	近代	辦公桌	機能考量：老闆的辦公桌有著多功能的配備，並且非常氣派。員工則多以節省空間為由，辦公桌多半窄小、無個人隱私，方便監督管理。
			床	機能考量：貴族床的機能性較佳且也較大。一般的傭人僅能使用較為窄小床位，可節省空間。
多	少	古代	官帽	便以識別：官位較高則冠的數目越多。
前	後	近代	時裝秀椅子前後順序	觀看者的機能需求：雖說前排的坐位較為視野清楚，但大多數都安排較有購買能力的名媛貴族就座，表示具有一定身分地位。

資料來源：本研究整理

歸納整理上表得知，貴族器物大多具有以下特徵：(1) 具有高貴性質的刻板印象：這類刻板印象絕大部分來自於古代風俗文化所致。譬如大多數貴族認為位居高位就等同於帝王擁有的地位一般，以及多就是富貴、大就是氣派等概念，皆一直延續至近代設計中，所以仍然會有許多設計師在從事設計工作時會將這些文化習俗所造就出的刻板印象，並灌輸於設計物當中繼續教育傳輸。(2) 機能性較強：由於貴族具有優先選擇權，因此在器物的選擇上大多使用較符合人體工學，強調舒適性，以能展現個人英姿者為佳，譬如老闆椅刻意做上扶手，讓使用者能夠如帝王般的雙手放置於上，展現出老闆的霸氣與固定形象。(3) 人類刻意定義下所形成的貴族產物：近代許多來自於廣告媒體大肆宣傳下的結果，使得器物開始被貼上專屬階級的標籤。

相對於平民階層而言，則是受限於能力不足，因此都沒有過多選擇。其特徵則為：(1) 窄小的器物以能降低使用空間為佳：一般的平民生活品質，並不如貴族來的優渥，因此居家空間有限，僅能選擇較為窄小，且具多功能設計的家具，以利減少空間的使用量。(2) 受限於貴族階層：以辦公室而言，通常員工受雇於老闆，因此許多辦公家具的使用狀態都是由老闆決定，老闆則以有效監督員工與讓員工能夠保持努力工作的狀態，來選



擇器具購置種類與數量。因此在辦公用具的選擇上自然會較偏向，無抽屜與無法調椅背傾斜度的價廉之物。

事實上器物的功能本來只是因應各項需求所產生的結果，絕大多數會產生使用上的優先權事實上還是來自於階級差異因素。平民在器物的選擇上確實有限，加上不同階層人士對於器物功能性的要求不同，便會有明顯的差異性出現。而自然地這也很容易會被有心者拿來作為區隔印象差異的主要使用工具。前述類似案例自古以來便層出不窮，只能說這些設計運用準則後來也成為判別階級差異的另一類常用標準。

4-2 室內空間配置上所能體現的階級設計意識

在上節針對「器物機能」方面所展現的階級意識表現手法進行討論後，本節將從「空間機能」方面進行同樣議題的討論。

空間使用配置多也是為滿足人類生活、工作，與物質、精神上的需求，而依據空間使用性質，運用技術手段，並有效結合人類心理要求之下的一種綜合性的設計成果。這其中必然也牽涉到人際間心理活動空間的接受程度、與社會中人類接觸的互動往來關係呈現、以及隱私權的擴張與保護等思想價值上的標準判定議題。本節便將從空間配置與階級意識的設計行為互動中，進一步解讀人類設計思維在空間權力分配行為上所扮演的角色意義與其之影響重要程度。

從古至今空間設計必然脫離不了與人的互動關係，這些關係呈現則會在「空間與物體間的配置關係」與「空間動線」等議題上展現出各種不同階層需求上的明顯差異性。在古代宮殿與平民住宅的根本性差異；亦或是近代辦公室空間中的上下權力配置關係等皆是如此。在東方的空間配置中就非常重視「風水學」的概念，其中的「吉」（陽）與「凶」（陰）的方位認知設定就很容易成為主僕身分地位的區分手段。在《住宅風水學吉凶判斷法》一書中便有所強調：「在男權為主的古代社會中，...房子屬於主人，也是地位的象徵，所以把主人的房間放置最重要的方位就是古代建築學的正道²²⁷」。此外，從古代皇宮所衍生出的「以中為貴」，並將中央設為重要的朝政之用方位，這在居家風水學中也能得到相同印證，如《陽宅科學大廣場》中便有所敘述：「客廳是家人聚集的場所，在家庭中是一個公共空間，它是家庭生活的中心場所，乃人際關係聯繫與擴展之處，影響家運極大，...最好配置於正中央²²⁸」。在《風水理論研究-風水：中國的環境設計》也有

²²⁷清家清，1989，住宅風水學吉凶判斷法，大展出版社有限公司，p.90。

²²⁸周建男，1998，陽宅科學大廣場，國家出版社，p.91。



類似論述：「中國民居中的正身（正房，祭祖的地方）就設在龍穴上。所謂正身就是龍的本體，兩側的棟是保護正身龍的，所以名為護龍（廂房）。中國傳統的四合院住宅，正房稱正身，廂房稱護龍²²⁹」，將以中為重的中國基本方位使用原則表現的淋漓盡致。可見得中國的風水學概念確實影響著居住空間配置與動線規劃設計的基礎，也是方位上「吉即是貴，凶即是卑」的概念，影響階級意識形態形成之重要設計準則來源。

因此空間配置自然就會成為一種展現人類階級權力的慣用方式，故4-2.1小節將先從整體建築物群與室內的空間配置方式、以及住家內（私領域）與商業辦公室空間（公領域）中家具與空間的配置關係等議題進行討論。主要嘗試從空間設計的思考概念中，解析階級意識形態是如何透過空間與家具的配置關係，來設計形塑的運用方法與其象徵意義。

4-2.1 建築空間配置上的階級設計意識表現

居住空間會因應不同階層需求，而在建築物的外觀裝飾，或是本小節所即將提及的空間配置上，出現明顯的貴族與平民差異。在奴隸制盛行的封建時代裡，統治者擁有一切，即國土與臣民，代表著擁有至高無上的權力地位。在「天，至尊也」、「君，至尊也」的社會風氣下，統治者所在以執行權威，並進行生活起居的處所，自然也就會跟一般人所用者不同。漢高祖劉邦的開國重臣蕭何曾說：「天子以四海為家，非壯麗無以重威²³⁰」。可見皇帝所住的宮殿中必須是設計的金碧輝煌且壯麗非凡，才得以像天子所住的地方，這可以讓平民覺得自己非常渺小，才會較易於臣服於統治者的國君之下。

除上述古代建築中含有這些階級印象表徵外，在近代辦公家具的設計思維中，也有類似於古代便已留傳已久的類似刻板印象存在。譬如老闆的使用空間相較於員工而言，就顯得「較大」、「較高」、「較有隱私權」等特點。相較於此，一般員工就僅能使用「較小」與「較窄」的開放式空間。這些說明事實上在本小節的一開始，便已充分展露出空間就是權力的一種體現表徵方式之意義。

空間配置成為權力表徵，會因應各需求而有不同的外顯意涵。舉例而言，在宮殿與貴族的室內空間中就會有明顯的差異性。而不同階層因應能力（權力、身分與財富）上的不同，便會衍生出各個階級的專屬使用文化。

²²⁹王其亨，1996，風水理論研究（二）-風水：中國的環境設計，台北市：地景，p.171。

²³⁰楊鴻勳，2004，宮殿建築史話，國家出版社，p.10。



1.原始時代的空間配置與階級差異設計

原始人類在大自然界中生活，對大自然（日月星辰等）會產生出崇敬心理。最值得注意的便是對太陽的崇拜現象（如圖 4-17 所示），這種現象會反映至人類對空間的安排使用觀念上，而持續產生出對東、西，與上、下方的高低位階之概念形成，而中心的概念則來自於人類對生殖器崇拜的概念所生。在《文化·空間圖式與東西方建築空間》一書中便有所示：「男柱或女陰穴，在空間定位上往往與中央相聯屬。這也許與這種崇拜禮儀中，將被崇拜物置於中間，祀拜者環繞其外舉行儀式有關²³¹」。而這些以中央為貴的概念，也持續影響著後世宮殿設計配置手法的主要操作模式形成。也可藉此瞭解早期人類的方位概念如何來自於自然物，然後再從自然物的運行定理中，衍生出階級性的上下高低位置區隔之設計手法產生模式。



圖 4-17 太陽崇拜

資料來源：王貴祥，1998，文化·空間圖式與東西方建築空間，田園城市，p.16

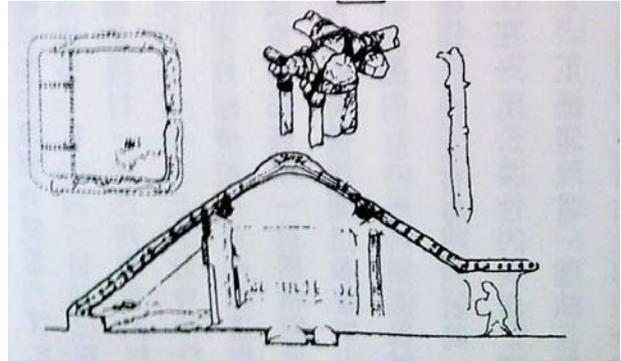


圖 4-18 前堂後室的空間配置

資料來源：楊鴻勳，2004，宮殿建築史話，國家出版社，p.16

當母系社會興盛的階段，據《宮殿建築史話》一文指出：「在聚落中心的廣場附近，都建有比較大的房屋為大房子，...已婚婦女皆都有自己的特殊房間，設在中央走廊，男人和青年人都睡在公共大廳內...原始的大房子正是體現團結互助²³²」。可見早期的居住空間中，上下階級區分雖已有初步雛型，但其實在分別上還是很模糊。至於前堂（廳堂）與後室（臥室）的共同居住方式則如（圖 4-18）所示。

當上述的原始公社制度逐漸崩解，奴隸制開始成形之後，那些大房子便轉為奴隸主的首領所用，也因此出現最古老的統治階級空間形式。原本大房子的前堂則成為「朝」，即政治推動中心，後室則成為寢處，這便是東

²³¹王貴祥，1998，文化·空間圖式與東西方建築空間，田園城市，p.12。

²³²楊鴻勳，2004，宮殿建築史話，國家出版社，p.10。



方國家宮殿之前朝後殿的初步雛型。夏朝時期的統治空間配置都是坐北朝南，依循原始的自然天象方位來進行設定：「夏人按自己的天文曆法觀念，大約是以夜間北極星為準來決定方向」，以及「星象觀察形成『眾星拱之』的北辰為尊的觀念，並衍生出與天界秩序相對應的，大地上的北面為尊的觀念，建築物的坐北朝南，南面為君，子民則面北稱臣²³³」。可見得上古時期的權力空間配置便是依循著人類對「自然神崇拜」的心理位階所生，這些方位的高低差異，便會成為皇室貴族居住空間配置時的主要參考要素。然後貴者得以位居尊位，其餘的空間才讓下面人士使用。

甚至在過去貴族的陵墓中也有類似的空間權力配置現象存在。這是由於古代人類較相信靈魂不死之說，因此會設計出許多專門供給先人靈魂居住的建築物，並仿照生前的室內擺設，甚至有將奴隸陪葬成殉葬品之舉。「二里頭 F2 的

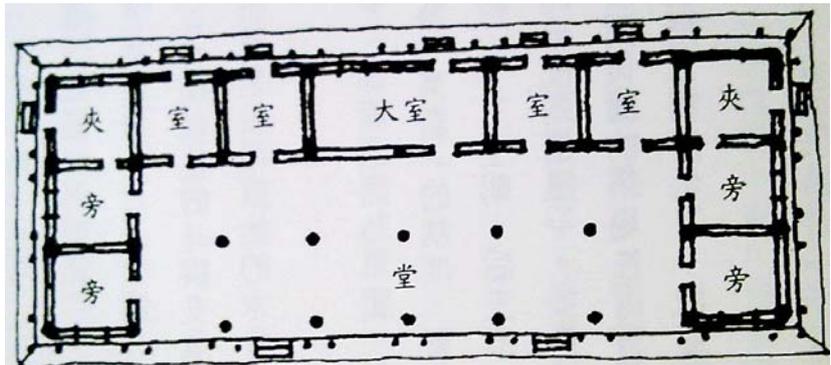


圖 4-19 前堂後室的空間配置

資料來源：楊鴻勳，2004，宮殿建築史話，國家出版社，p.30

遺址，提供了中國建築史上的一座統治者陵墓與宗（祭祀用的遮陰蔽雨的祭壇）廟（供死者居住的建築）合一的建築實例²³⁴」。

裡頭的室內配置便類似於當代的宮殿（圖 4-19）之前堂後室空間設計方式，不但體量、空間向高大方向設計發展，並且裝飾華麗，這都足以顯示出統治階層的權利威勢，至死仍不得休止。

綜觀上述，在社會階級形成的原始時代，因居住者的階級不同，會造成住宅規模與品質上的差異變化。因此，在小住宅區域中混雜著大宅邸，也是很自然的現象。這空間配置便是從對「自然崇拜」的觀念上，所轉化出階級尊卑方位概念（前堂後室、王正門，后側門）的最後結果。

建築物是人類居住的主要生活場所，從人類觀察天象、產生方位的概念開始，就已將日常生活中對生殖崇拜所產生的「以中央為貴」，以及大地上以北面為尊的「坐北朝南（前堂後室）」思想的配置方式，大量應用到後來建築物的配置設計上，並持續影響著後世陸續產生出更複雜的設計觀念

²³³ 王貴祥，1998，文化·空間圖式與東西方建築空間，田園城市，p.62。

²³⁴ 同註 223。



累積，逐漸形成後代階級空間設計思想的體制規範。

2.私人空間設計配置上的階級關係

不僅在公共空間中有明顯的階級設計意識存在，在私領域的居家空間內，也是有階級意識所形成的空間配置實景。在十九世紀《巴黎景象》一文中，便有張題為「巴黎生活的五個階級」之集合住宅畫作（圖4-20），顯示出各種不同階級人物在同一個屋簷下生活的樣子。一樓住著管理人夫婦；二樓則是有錢的上流貴族階級，過著寬敞優雅的生活；三樓住著普通但富裕的中產階級；四樓則可以窺見不太富裕的人與下級官吏，以及管理人在催促租金的情景；而最上層的屋頂閣樓裡，居住著貧窮的畫家與貧困的勞動者。從這幅畫的樓層繪製意識上，就已明顯反映當時的社會階級跟其相對應居住空間的相互關係。較低的樓層由於出門較為便利，在加上通風良好，是高層階級的選房首選。加上因為大多數低樓層的價位較高，一般的平民老百姓自是買不起，因此中產階級以下的人士只能選擇夏天悶熱，冬天

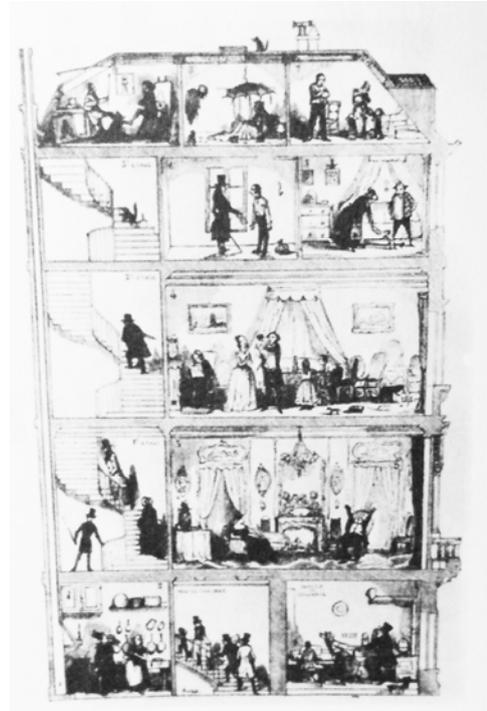


圖 4-20 巴黎生活的五個階級
資料來源：後藤久，2009，西洋住居史：石的文化 and 木的文化，博雅書屋，p.235

又寒冷的高樓層居住。能夠擁有居住選擇權的當然僅限於少數貴族，大部分的中下階級就算想要依自己的方式選擇居住環境，也礙於財力、能力上不足而只能勉強屈就。一層層的樓層空間圖繪內容，其實已將人類的社會階級劃分的相當清晰，這也反映出空間設計與階級意識的互動關係。

上述階級意識不僅表現在外顯的樓層配置上，在室內空間的擺置設計中也可透露出家中的權力分配關係。家庭就像是一個小型社會，一家之主可以擁有支配其他成員的權利，最為明顯的就是展現在室內配置上。像是「十九世紀以前家和工作是互補，也就是男人與女人，主人與僕役之社會存在的整體²³⁵」，故當時在空間配置上，主人與僕役間自然會有很大差異。圖（4-21）為 19 世紀富豪 Casa Mila 的住宅，主人的辦公室與兒童房室內的家具配備完善，擁有大片落地窗。相對的傭人房間為節省空間的使用量，整體面積都還不及兒童玩具房的一半，對外則無任何窗戶，室內顯得採光

²³⁵後藤久，2009，西洋住居史：石的文化 and 木的文化，博雅書屋，p.33。



不佳亦不通風，顯示出空間配置上的明顯階級差異區隔。而在室內配置中的位置安排上，亦有隱喻性的階級意識存在，像是傭人的房間必然位居於諸如燙衣房的附近（本例則是對面）。

透過室內配置的關係與室內裝飾的一致性來判斷，屬於勞動階級的臥室地板會與勞動空間（燙衣房）使用相同的材質與圖紋，如圖（4-22）所示。此外，連家具也會使用類似款式，譬如燙衣房與僕人臥室中的座椅，便採用同一種形式，使用較便宜的竹籐類編製座椅，主人房等則都是木椅。再來，像是室內的色彩規劃也有設計一致性上的安排，從圖（4-22）中可以發現傭人房與燙衣房的色調非常單一，分別為白色與咖啡色，較為簡單樸實。室內器物也較少，幾乎是只有生活必需品，相對地上流階層人士的臥房與辦公室之器物使用材質，皆使用較昂貴的材料。譬如地板會使用高級木材，家具（桌、椅、展示櫃）甚至使用昂貴的實木方式製作。就臥房與辦公室的室內色彩規劃而言，則相較於傭人房顯得更為華麗鮮豔。室內擺設的器物還會放置許多額外的裝飾品，如下圖兒童臥室的展示櫃就是其例。



圖 4-21 左到右分別為主人辦公室、兒童房、玩具房
資料來源：西班牙建築，ungi.pixnet.net/blog/category/594183，2010.03.31



圖 4-22 左到右分別傭人房、燙衣房（傭人房於燙衣房的正對面）之地板一致性
資料來源：西班牙建築，fungi.pixnet.net/blog/category/594183，2010.03.31

在近代台灣豪宅的室內空間配置中也可以看到類似現象的設計思維延續，如（圖 4-23）。甚至也會延續傳統以長輩為主的室內規劃設計，例如「孝親房，還有有些人講就養生位，會先確立長輩之位置後再做接下來的空間



規劃²³⁶」。或著是主僕之分的設計方式，一般主人的寢室自然會比傭人大出許多。至於以配置的區塊來看，傭人房（10）位居潮濕陰暗的浴室（3、4）與廚房旁（11），通常採光不佳又空間窄小。至於會將傭人房安置於主人房（1）與廚房附近，絕大多數的目的自然是讓傭人能夠快速滿足服務主人的各項需求，至於在廚房等位置旁邊則是指這些區域便是傭人的專屬進出空間，所以配置設計於某個不起眼的角落似乎也是理所當然的事。



圖 4-23 豪宅是內配置圖

資料來源：蘋果日報，

tw.nextmedia.com/applenews/article/art，
2010.03.25



圖 4-24 豪宅客廳

資料來源：DECO 居家-96 期，p.10

至於近代，雖然屬於上層階級的專屬空間配置已不再被彰顯，數量也大幅度地減少，但是，階級意識的設計思維與手法並未因此而就消失，反而是轉化成較為隱晦且不公開的手法，持續傳承至今。像是一般常聽到的豪宅室內設計中，就經常使用一些自古以來慣用的階級彰顯手法，來對外人呈示出主人的身分地位象徵。這部份通常都是由室內設計師提出作法，然後由出錢的老闆決定作法與成本，最後再由室內設計師進行規劃設計完成工作。近年來的國內知名室內設計雜誌，便有許多鉅細靡遺提及豪宅設計的常用相關手法。

譬如在《DECO 居家-95 期》中便有：「沙發區壁面兩側以珍珠霧光的菱格紋繡皮處理，方正的中心框體則飾以銀色雕花框與粉嫩淺紋圖騰壁紙；茶几則採用金銀箔兩色混搭...²³⁷」；《DECO 居家-96 期》：「DURESTA 成為豪宅內的首選，...首要在於其專注沙發的單一產品研發與設計，因此用料上只選歐洲頂級硬木級的櫟木、橡木、胡桃木...等材質²³⁸」、「在豪宅的佈局上以實木嵌玻璃門，左側門是包覆柱體的裝飾藝術，右側門客廳空間，全室以黃金米黃大理石地坪，搭配深色系木作，整面牆以黑金峯石，...

²³⁶訪談：朝陽科技大學室內設計學程謝銘峰教師，2010.06.14。

²³⁷DECO 居家-98 期，p.235。

²³⁸DECO 居家-96 期，p.9。



以白色名品沙發是將尊貴華美的空間轉化為低調的真實品味（圖 4-24）²³⁹」、「主要建材，拋光石英磚、銀狐大理石、實木皮、裱布、壁紙、實木地板、水晶燈飾、雕花玻璃²⁴⁰」；《DECO 居家-97 期》：「玄關中黑色大理石，以水刀設計之優美家徽圖騰，次臥房為素雅米與深咖啡色之規劃²⁴¹，玄關進入氣派客廳全部皆用白底水晶帶銀灰的大理石，以無縫研磨手法施工，並以皮革造型設計波浪板，內嵌燈光來裝飾客廳主牆，在浪與浪間特別鑲上水晶以及 120 吋電視大螢幕，餐廳以馬賽克、皮革、水晶吊燈呈現奢華時尚感²⁴²」。此外，室內設計師亦表示出相同的設計概念：「依自身財力不同而有差別，豪宅經常使用挑高的空間與高級的建材，從地板的大理石到也許家具會使用到的檜木、大螢幕電視、高級音響等等。在空間坪數上與普通民宅房間、廚房、衛浴等空間的大小差異性也很大，豪宅也許房間多到無人使用，但一般民宅可能正面臨空間不夠的問題²⁴³」。從以上敘述大致上可以約略刻劃出一些豪宅設計的常用手法，而這些設計方法也就等同於階級地位表彰的常用手法，如選擇大件裝飾品（如大型工藝品、大師級名作等）、呈現出大尺寸的大空間感（仿宮殿式的氣派感）等等。表 4-6 則是相關設計手法的歸納整理內容。

表 4-5 形塑豪宅印象的常用設計表現手法

設計手法	案例
選擇具質感的各式高級材料作為牆壁裝飾（如壁紙、磁磚、皮革等）。	黑金峯石、大理石、皮革等高級壁紙、馬賽克磁磚、人造鱷魚皮。
選擇頗為氣派的室內裝飾器物。	超大型電視螢幕、著名畫作、高質感沙發。
色彩選用較具華麗感的色系。	會使人聯想到皇宮貴族的金、咖啡、米色（類似於黃金色的衍生色）。
器物中多會使用鑲鑽或水晶以增添華麗感。	水晶燈具、雕花玻璃、櫥櫃中鑲鑽或水晶礦物。
選用高級材質地板。	如大理石、拋光石英磚、實木地板等昂貴材料。
重視自然採光與人工光源的裝飾。	會採用大片落地窗、置物櫃，或在玄關利用燈光營造氣氛。
營造寬敞的空間感。	多採用隱藏門。
選擇高級木質家具。	如檉木、橡木、胡桃木（傳統常用木材則有花梨、黑檀、紫檀、檜木等），竹籐編製家具過去多較廉價，現代則已有所提升，但普遍來說仍底部尚木材的高價格。

資料來源：本研究整理

由表中可明顯發現大多數豪宅的室內設計手法，都使用較高級材料作為室內裝飾之用，如大理石、實木、水晶鑲鑽、皮革等都是塑造豪華感的

²³⁹DECO 居家-96 期，p.10。

²⁴⁰DECO 居家-96 期，p.10。

²⁴¹DECO 居家-97 期，p.3。

²⁴²同註 240。

²⁴³訪談：朝陽科技大學室內設計學程謝銘峰教師，2010.06.14。



常用材質。至於室內色彩部份，也多會使用黃金色的聯想色來塑造昂貴感覺，譬如使用金色、與金色的類似色咖啡色等。而室內家具或是裝飾品都有助於增加貴族感的發酵，所以在家具的部份，像是沙發或燈飾，設計師都會選擇質感高的皮製沙發，加上水晶燈飾以助其勢。或是在牆面掛置著名畫作以提升家主人的品味感，並且儘可能的製造出寬敞空間，像是使用大片落地窗或採用隱藏門等方法都是一法。這些設計手法雖然是近代常用的室內空間設計規劃手法，但是其實根源有許多都來自於仿效東方傳統宮殿形態，或者是早期西方巴洛克、洛可可式的風格樣式。似乎只要是能讓人聯想到「上層階級氣息」的設計題材，都是現代設計師常用來形塑上層階級之印象表徵的常用設計手法。

綜觀上述，就算是在居家空間的配置中，亦可明顯區分出階級差異感。因為一般家中地位高者，通常在空間的使用上也有較多的選擇權，所以多會以較為舒適、通風、採光佳、裝飾華麗的空間其專屬空間的主要選擇（當然指家中的主人、長輩）。相對社會地位較低者，通常只能使用地位高者不用，留下來屬於相對環境較差的區域。而在室內空間配置中這又常會跟隱私權的觀念連在一起，所以地位高者的使用空間，除最方便進入公共核心處（如客廳、廳堂等）外，不然就通常會位處於最具私密性的位置，而相對地地位低者（如傭人等）則會逐級向外安置，最低階者可能便會最臨近於各種勞動空間（如廚房、浴室等），且所使用空間大多也是窄小又不通風的處所居多。

3. 宮殿中的空間配置方式所展現出的階級地位意識

中國宮殿起源可溯源至商、周兩代開始。此時生產力還很低下，所以宮殿建築的外型或室內空間的規劃配置也不至於太過豪奢，因此在當時大多主要還是以方位好壞來界定貴賤等級。當要突顯權威感覺之際，便可能會採用房舍加大，並讓整體建築物的感覺壯觀浩大之舉。

生產力逐漸提高的秦、漢時期，宮殿建築越來越具規模分化設計的發展走向。在《中國古代建築》一文中便指出：「秦咸陽和漢長安城的宮室規模大大底超過了前代，都成為自成體系的建築羣體，不但有供皇帝處理政事的宮殿，而且還有專供皇居住和遊樂的建築區²⁴⁴」。這觀念一直延續至唐代，公元 634 年亦有：「長安城內，宮殿建築集中在公城和皇城裏，處城市的北部。..建築沿著中央的軸線布置，其中的主殿稱含元殿，它建造在一個

²⁴⁴樓慶西，1998，中國古代建築，臺灣商務，p.12。



地勢略高的臺地上，主殿的兩翼還有伸向前方的配殿，形成三面環繞²⁴⁵」的說法出現，反映出中國古代宮殿建築群的一般外顯模式。

而其空間配置的設計思維，大多是採長時間以來所使用的四合院構建形式，並延續原始時代以來以中（中間位置）為貴概念之擴大延伸，在《中國建築史》中便有所敘述：「主人的住房在中間，子女用房在兩邊...宮廷是這樣，寺廟也是如此（如圖 4-25）。...在宮殿的規劃上可以明顯地看到把皇帝辦公和居住的宮殿...安排在中心軸上，其它分列左右。東西各有六宮供皇妃居住；東西五所事皇太子駐地²⁴⁶」，以及《商業空間動線研究》亦提及：「建築羣的中間軸，是至尊貴的，禮記曲禮上說為人子者，居不主奧，坐不中席，行不中道，立不中門²⁴⁷」。以上內容皆反應出早期「中」的位置是如何代表權貴象徵的意涵，可見得從空間的使用中可明顯揭示出權力的大小高低差異。另外，諸如「王主朝，后主市」，因而在古代宮殿建築中在東北角各設有後門，主要是供給王后到後面市場往返方便所用，而皇帝通常不走側門，僅走中央正門，更足以展示出皇帝權力的至高無上地位。

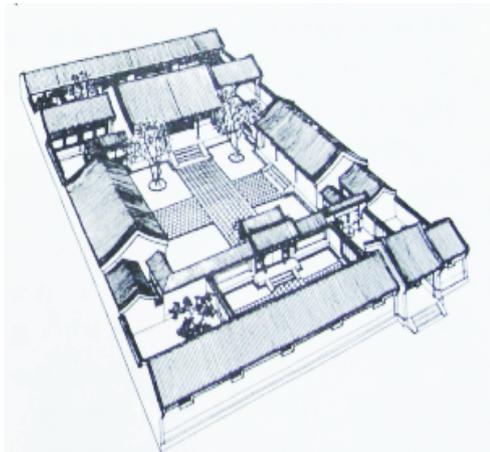


圖 4-25 傳統四合院建築
資料來源：樓慶西，1998，中國古代建築，臺灣商務，p.6

值得一提的是壯觀形態的宮殿如「紫禁城」，是明代帝王明成祖所規劃完成之物，其格局大致上是：「皇城居中，前朝後市，左祖右社的格局²⁴⁸」。若是以建築功能而論，可分為供給皇帝行使統治權的辦公室（前朝），以及提供生活、娛樂的寢居用房空間。在空間的配置上繼承前代的「前朝後寢」概念。至於前朝分別為太和、中和、保和三座大殿，最主要的是太和殿，是國家舉行重大典禮與頒佈命令的地方，當時為突顯這座大殿的地位，便將其建置於廣場北面的高臺基上。這是古人流傳下



圖 4-26 紫禁城階梯
資料來源：紫禁城，
<http://www.lusiya.com/uploads/allimg/090929/1-0Z9291Z5210-L.jpg>，
2010.03.24，臺灣商務，p.6

²⁴⁵同註 233。

²⁴⁶樓慶西，1998，中國古代建築，臺灣商務，p.6。

²⁴⁷何和明，1992，商業空間動線研究，中國文化大學出版部，p.37。

²⁴⁸何和明，1992，商業空間動線研究，中國文化大學出版部，p.31。



來的慣性，就是把重要的建築物，建造到最高的臺基上，以求突顯皇室的地位威勢。

而光是入宮殿大門，就已有嚴格分類去區別出地位高低分別，「中間大門通常是給皇帝用，除皇帝以外只有皇后在成婚時，以及狀元、榜眼、探花頭三名可由此門出公，但只許走一次。正面的東門則是文武百官入；正面東門是為文武百官出入；正面西門是供皇室的王公出人；東西兩側掖門，在皇帝升殿會見諸侯羣臣時，文官出入東掖門；舉行殿試時，赴考的各地進士，按名次排列，單數走東門，雙數走西門²⁴⁹」。可以得知古代宮殿在皇城大門的設計使用上，就已有如此嚴格的等級制度觀念蘊含其中。而皇宮中的上下台階之內含意義亦是如此。宮殿的臺階約分為：「左、中、右三個部份，而中央的部分則是專供皇帝上下臺基，稱為御道²⁵⁰（如圖 4-26）所示」，由此可見「中」這個處於陰陽五行中的陽位，自古以來便一直代表著尊貴象徵的意義，且從未變過。

上述這些空間中的配置關係，在中國歷代中形成，其實有絕大部分是受到「陰陽五行」的哲學觀念所影響，然後也因此形成領導階層刻意形塑階級的一種運用且常用的手段。《易經》中曾有所指：「天下萬物，皆由陰陽」。通常較佳的「陽位」屬於上層人士的專利，所以陽在前，陰在後。帝王辦理朝政的地方屬於重要地方，所以配置在較前位（陽位），所以代表封建皇權的主要建築，大多就會集中於諸如紫禁城的中心軸上（陽位），且其中主要位居高位的太和殿，室內外裝飾華麗，充滿著視覺感官刺激又大又多的裝飾物，在在提醒著人們去體現首要性、第一位等上位尊貴感之皇權中心思想。在東方封建社會當中，建築的室內配置必然會受到嚴格的等級制度、天地、宗教、陰陽五行，以及諸子百家思想的影響，並明顯表現於建築物的配置當中，以作為帝王辨等級、示權威的一種表現手段，而這也自然會成為室內規劃設計中的最高指導原則。

因此，從歷代皇朝的宮殿建築中得以看出以下特徵：（1）以方位的貴賤來區分地位高低的作法。古代宮殿建築多為單棟，可分別滿足統治者在工作、生活、娛樂上的不同需求。這些建築按照使用者的地位高低相連組織在一起。配置設計原則主要建物は設定於南北走向的「中央」位置上，次要者則列居「左右」兩側。前面為重要的行政用房，後面則是次要的娛樂或居住場所，也就是前朝後寢的居住方式。（2）宮殿建築通常都自成一區，並處於城市區域的最中心、最便利的位置上。這種形式後來成為固定

²⁴⁹何和明，1992，商業空間動線研究，中國文化大學出版部，p.34。

²⁵⁰孫全文，1987，中國建築與空間形式之符點意義，明文書局，p.131。



模式，同時受到歷代皇朝重用。(3)陰陽五行觀非常深刻影響著後來中國人的宮殿室內配置習慣，所以像是「陽為吉祥的象徵」，通常便是帝王的居處所在地。

至於一般平民老百姓的室內空間，除非做不到，否則也會出現仿照貴族使用習慣的配置方式，展現出宮殿建築的簡化版精神，如「前堂後室(如圖 4-27)」的習慣。也就是重要的廳堂放中間，左右兩旁為寢室的設計法則。但大致上還是受限於空間上可使用的面積單位影響，仍會較貴族窄小許多。至於大宅院中個人的地位高低，通常也可從寢室的房舍配置區域差異中得到理解，像是中間、較利於進出位置的房舍，通常較易成為一家之主的房位選擇所在地。大多數的常民室內空間配置同樣具有以下類似於貴族所認同的特徵：(1)一樣受文化習俗影響「中央為貴」，故將最重要的廳堂放置於中央，其次則是依前後順序排列分配，以區分家中人士在家中的個別地位高低。(2)主臥室通常會配置在較具隱密性的地方，也通常是動線最後才會經過的處所，通常配置在廳堂的左側。(3)通常風水學中的重要吉位都會留給一家之主使用，並按順序安排下來，甚至形成後來主客臥室、長輩晚輩的分房基本依據(當變成習俗後，後來的民眾也就淡忘一開始為何要這樣做的原因，只是把其視為是一種傳統習俗並綿延許久)。

以上，皆顯示出無論是皇宮貴族的宮殿建築物群，亦或是一般富有人家的小型宅院配置設計(貧窮人家無法舉空間配置的例子，頂多只能談室內狹小空間，在此便省略不談)，在區域配置上，其實都具有大小不一的階級從屬關係。這認知習慣的形成，也延續至後世，成為建物空間配置所必須遵守的基本設計法則之一。

而不僅在東方建築中會出現中下階級人士會仿效上層人士的室內配置習慣，在古埃及的原始社會中其實亦有類似的階級空間差異的現象存在，雖然表現方式不一定跟東方的「中」者為上有著相同作法，但仍是一種空間設計展現出階級意識的極佳範例。像是規模宏大的埃及馬爾卡達王宮(西元前 1397 年建)，便被稱為宮殿城市，城市空間的

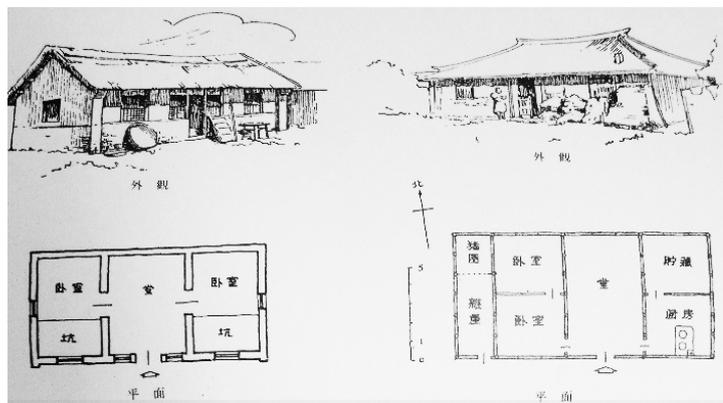


圖 4-27 河北興隆縣住宅(左)、江蘇松江縣四區民樂鄉住宅

資料來源：孫全文，1987，中國建築與空間形式之符點意義，明文書局，p.73



配置方式(如圖 4-27),在大廳的兩側各有八間寢室,最後面則是國王寢室(如圖 4-28)。主要設計原則就是以大廳為核心,然後會先經過宮婦的臥房,並依宮婦的地位由低到高接續至國王的臥室。所以:「**宮殿中宮婦的房間,在規模建造上有著微妙的差異,也意味著地位的高低²⁵¹**」。如此的室內配置方式似乎跟國王的「**隱私**」與「**安全性**」有很大的關係,因為在當時為考量國王的安全性及隱密性,通常都會配置於動線最後才會經過的地方,如此一來外來者必先經過重重的關卡才得以接近國王的寢室,漫長的等待心理,也成為一種形塑印象的慣用法則。

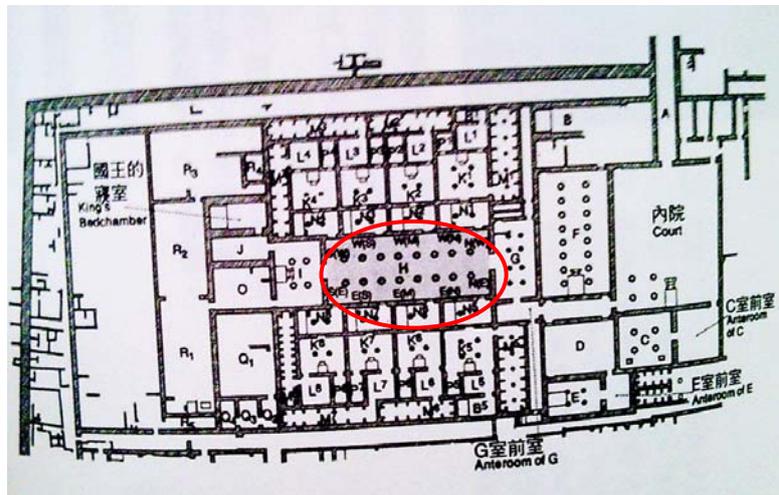


圖 4-28 馬爾卡達王宮室內配置-宮婦房間
資料來源：後藤久，2009，西洋住居史，博雅書屋有限公司，p.76

甚至在貴族住宅(如圖 4-29)中也常會出現類似於仿效上層階級常用的空間配置手法。大廳深處的小廳,為眾夫人門的房間,與一家之主的寢室之所在地。在主人的寢室內設有浴室與廁所,享受套房式的待遇。若是比較西方宮廷與貴族的住宅空間,可發現兩者的室內配置也是十分類似。當然這便是由於地位低者思慕上層階級的居室形式,所以起而倣效所致。但畢竟貴族不比皇室,財

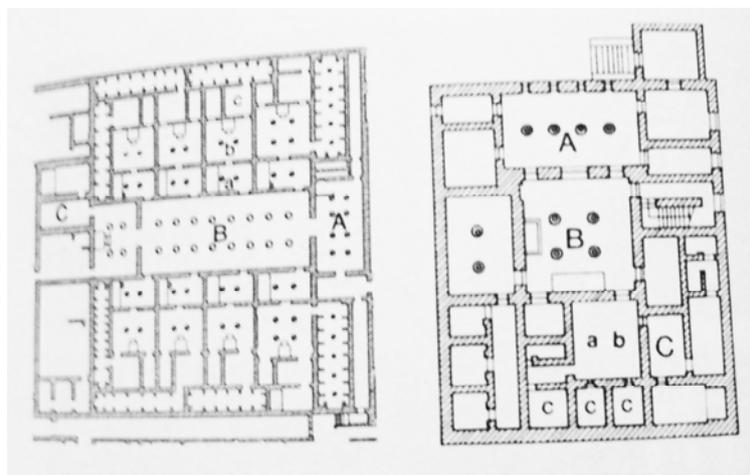


圖 4-29 左-王宮的後宮部分平面圖,右-亞瑪拿的貴族住宅平面圖

A:前室,B:大廳,C:主寢室,a:夫人室(前室),b:夫人室(大廳),c:夫人室(寢室)

資料來源：後藤久，2009，西洋住居史，博雅書屋有限公司，p.81

²⁵¹後藤久，2009，西洋住居史，博雅書屋有限公司，p.75。



力有限，也不能太過招搖，所以只好縮小私人使用空間，但仍維持一定規模的客廳使用面積，來滿足屋主得以炫耀自我財富的心態展現。

至於西方上層階級的室內配置方式，也有一定的呈示法則存在。在文藝復興時期所建的圓廳別墅：「1567年建成以來，對世界各地產生了重要的影響。中央的多層圓形大廳，以及在其周圍左右對稱佈置房間所形成的典型中式平面，以其完整、明確的秩序吸引了眾多的建築家（圖 4-30）²⁵²」。事實上這類建築並非最為居住使用，主要用途反而是社交場域，是為滿足貴族們理想中的古代田園所建設出的成果。各個立面皆使用象徵古代神殿形式的題材，成為徹底將「左右對稱」手法實際運用在建築中的作法。可見人類長期受到傳統宮殿建築的刻板印象影響，還是會經常利用仿效宮殿中的各式建築外型、室內配置或是室內裝飾手法去營造上層的氣息感，這是常見的設計手法。

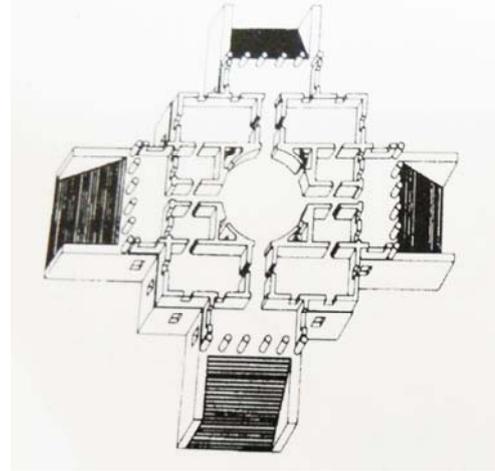


圖 4-30 圓廳別墅配置圖

資料來源：原口秀昭，1997，世界 20 世紀經典住宅設計，百通圖書股份有限公司

西方的王宮與東方的宮殿同樣有著表彰階級概念的建物配置結構，只是因為文化背景不同而在設計上有所差異性。兩者間因為傳統文化習俗的發展方式不同，遂形成出不同的設計思維走向。在東方，天與人類似於一種主從關係，講究「天人合一」的概念，也就是人要順應大自然，以及以儒家思想為基礎，所發展出的親族輩分階級上關係（例如：君臣、父子…等）。然後在空間規劃上亦會參照風水學的概念，衍生出各種吉凶方位上的思考判斷，像是王宮的室內配置方式就經常如此進行。其中的吉位通常是較有權勢者的居所，剩下的空間再分配下去使用（這亦是受到儒家思想的教化所致）。也就是說確定好有權勢者的位置居所後，才開始有「實用」機能上的考量。

相對於此，西方則認為神是人的進階化身，而人能夠以科學方式來改變自然，所以大多數的室內規劃會強調實用性，同時兼顧安全性與隱密性的人的需求，而不一定是吉凶方位的問題。所以往往會將主臥室安排在動線最後才會經過的地方，再來則是依在家中地位的高低，依序排列於權勢者的臥房之前。所以這些規劃都是為保障有權勢者的安全跟隱私性的需求

²⁵²原口秀昭，1997，世界 20 世紀經典住宅設計，百通圖書股份有限公司，p.81。



所刻意做的設計安排。

因此從諸多案例中顯示，建築物多不脫離人類追求平安與彰顯身分地位的功用性。因此在室內空間設計上所要因應的其實並不單只是滿足人類對舒適性的機能性需求而已，為重要的是如何利用這些設計產物來展示、炫耀自己的財力與地位，那或許才是內心深處中，最想滿足卻又不會說出來的最大渴望。那怕犧牲自己的私人空間，打造金碧輝煌的招待所（客廳），那也在所不惜，總之就是要不斷地追求提高自我身分地位的方法。這類設計思維與其運用手法，當然也持續影響著後世的室內設計配置概念，並逐步累積形成習慣，甚至成為法則（典範）。

至於近代以後，為公共使用目的，具有較為平等性質的室內空間之數量大幅度增加。這之中亦產生出許多刻意形塑階級意識的設計配置手法，以下便再以相關的近代公共空間案例，繼續探索在現代空間配置中，如何設計表彰個人階級地位的運用思維與手法。

4. 近代公共辦公空間中所體現的階級意識設計

因應社會階級不同，而會在公共空間或是居家建築設計與使用的過程中被反映出來。階級地位較高的人，通常會在空間設計上將那些階級地位較低的人排除在外。在《空間與權力》一文便有所述：「我們所居住的城市其實是為男性、壯年、中上階層、四肢健全的人而設計，...不僅在興建完成的空間中，我們看見這些複雜的權力關係...²⁵³」。就算是優勢群體與劣勢群體同時分享與使用相同的空間時，也會明顯產生出使用區域上的區隔。

近代空間設計規劃經常會受到傳統習慣影響，並順勢產生出類似觀念的設計思想與作為。就以台灣本地而言，在近代的空間設計配置手法中，便多會受到兩個思想層面上的影響，一是東方自古以來的傳統哲學思想（如風水、五行概念），一是西方傳入的功能主義概念。延續中國傳統的空間配置概念，主要來自於風水學，常會應用在辦公室間的樓層選擇與室內桌椅的排列組合上。以樓層而言，在《個人空間的風水規劃》中便有述：「坐北朝南的大樓，在五行上稱為水宅，根據河圖上的五行道理，一、六合為水，水與水宅比和，因此理當優先選擇一或六樓作為居住或辦公的樓數。四、九合為金，金生水，故其次應選擇四、九樓作為居住或辦公的樓數²⁵⁴」，從此文可以得知近代中國人如何深信傳統文化習俗，並運用這些陰陽五行相關概念，以作為個人提升自我價值可能性的輔助方法。此外像是以象徵「吉

²⁵³張華蓀，2008，認同、空間與權力，國立臺灣大學地理環境資源學研究所空間與權力，p.8。

²⁵⁴李人奎，1986，個人空間的風水規劃，臺北市：金楓，p.4。



「祥富貴」的數字，作為選擇樓層的參考要素等，諸如此類的運用實例，無論是在器物圖騰或是空間配置上皆經常可見。

近代公共辦公室空間中常見的景象，如圖（4-31）所示是最為常見的前面為職員，後面為主管的座位配置設計概念，並且會反映至後來辦公室家具的設計思維上。有一部分是受到傳統習俗（如風水學）的影響，「主管一定是在後方位置，因為如此一來可以控制整個場面，空間風水上也沒有對到任何的門，沖煞，玄關位置規避²⁵⁵」。所以越有權勢的人，當然越具有選擇風水佳又舒適的方位，這又再次說明自古人類便對這些無形力量（或者說是對天神的崇拜）的尊崇程度。所以室內配置設計便會將個人地位展現作為重要表現項目，一併納入設計考量之中。



圖 4-31 辦公室室內配置圖

資料來源：辦公室風水，

<http://blog.iegoffice.com/feng-shui-07/>，2010.03.25

辦公室內部的空間設計不僅受到東方哲學思維的影響，西方功能主義考慮空間的機能性，更加添其上，改變室內辦公家具的設計與使用配置思維。從功能主義的角度來看，在辦公室中通常會將員工視為下層位階的生產單位，並將工作過程在各部門間逐一分割為一系列獨立的任務流程組織。

在近代辦公空間的配置中（圖 4-32），可以輕易發現到一般辦公室為減少空間的使用量，往往第一步驟便是從犧牲員工的使用空間開始做起。所以當員工的使用空間減少時，就得進一步在空間配置進行調整。最簡易的方式便是將桌椅採環繞或是並排方式，來縮小空間的使用範圍（圖 4-33），是提升效率與控管的極佳典型。其中也包含著地位高低的意味表現，譬如一般環繞式的座位，可以能使員工都能夠彼此有效率地相互監督，然後主管位置通常會置於最後方（圖 4-33），就能夠清楚觀察到每位員工是否有認真工作。這種環繞式的空間，員工的一舉一動都被監視，沒有個人隱私存在。

²⁵⁵ 主管必讀的！招財開運辦公室風水-座位篇，<http://2do.twbbs.org/forums/viewthread.php?tid=571>，2010.03.24。

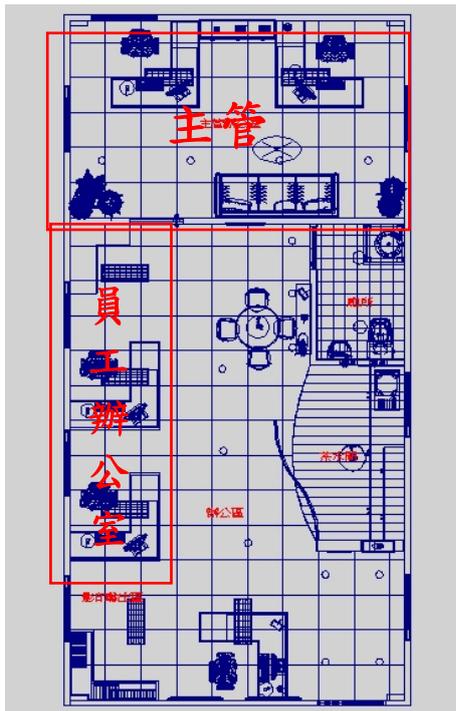


圖 4-32 辦公室室內空間配置圖

資料來源：吉田室內設計，
www.chitian.com.tw/bbs/board.php?bo_table=off，2010.03.25



圖 4-33 環繞式位置排列方式

資料來源：龔金元，2000，辦公室設計，紅藍彩藝印刷股份有限公司，p.33

因此在辦公室配置當中：「老闆的辦公室為第一優先，再考慮員工和更底下的層級的使用空間，員工間的排序則是因薪資的高低，來逐次排列（越高者隱私越高）²⁵⁶」。並排的桌椅排列方式，是辦公室中常見的一種座位配置方式（圖 4-34）。越往後排的座位居位者的階級越高，這也是為方便監督每位員工所延伸出的設計配置手法。且越往後面隱私權更高，隱私權的增加也同時宣示著不同階級會享有不同的空間大小，座位的位置顯然會清楚表現出權力擁有的差異，就像是一把無形的尺，時時規定著每位員工在工作崗位上所能擁有的權力空間，而空間設計師也會因應這類需求而產生形塑階級的配套空間設計原則，利用家具配件的大小高低、豪華裝飾去表現階級差異的產品設計方法在前小節已經分析過，這裡便只是再加上空間規劃設計又是如何同時加深促使這類意識形態更加具體實現的實際作法說明。

²⁵⁶訪談：朝陽科技大學室內設計學位學程謝銘峰教師，2010.06.14。



圖 4-34 並排位置排列方式 (越往上資歷或層級越高)
資料來源：辦公室生活，<http://tw.furniture.net/design.html>，2010.03.25

由上可知空間隱私權的擁有程度確實是評估人類社會地位的極佳指標之一，尤其是在公共空間中的揭示情景則更令人清晰深刻。行政上司的內室擁有接待員的門廳、以及私人秘書作為緩衝，這些空間都象徵著維護老闆的個人隱私權，以及代表權力地位差異的明顯象徵。像是《設計的歧視》一文中便指出：「一位資深副總裁可以分配到 406 平方英尺的空間，而一位辦事員卻只有 55 平方英尺²⁵⁷」，以及「老闆可以優先選擇的辦公室，通常為視野佳、空間大，另外還會注重隱密性和設備的高級程度²⁵⁸」。辦公室的內部空間擁有量反映勞動者與老闆間社會層級的差異，大樓的高度則象徵著擁有這些大樓的企業家之地位高低 (圖 4-35)。甚至在室內採光空間的分配上，也會與職務的階級差異有所關連。像是靠內側需要日光燈照明，就多會分配給辦事員，而外側擁有自然光線與較佳視野空間者，則多分配給行政主管上司。

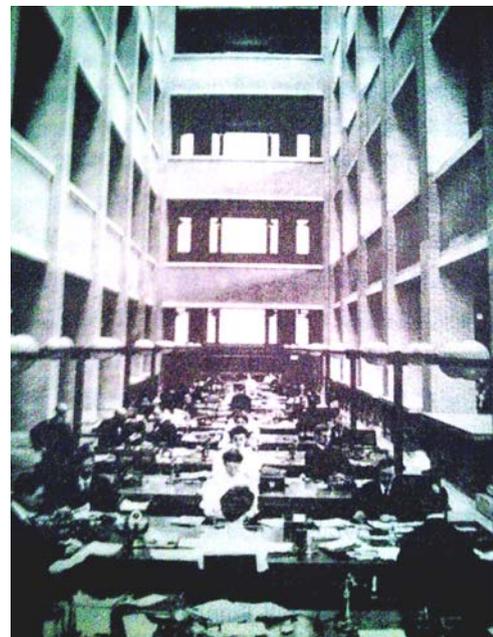


圖 4-35 拉金企業行政大樓-中間辦事員、左右主管

資料來源：Leslie Kanes Weisman 著王志弘譯，1997，設計的歧視，臺北市巨流，p.56

因此空間配置自然就會成為一種展現人類階級權力的慣用方式，故 4-2.1 小節將先從整體建築物群與室內的空間配置方式、以及住家內 (私領

²⁵⁷Leslie Kanes Weisman，2001，設計的歧視-男造環境的女性主義批判，巨流圖書公司，p.56。

²⁵⁸訪談：朝陽科技大學室內設計學位學程謝銘峰教師，2010.06.14。



域)與商業辦公室空間(公領域)中家具與空間的配置關係等議題進行討論。主要嘗試從空間設計的思考概念中,解析階級意識形態是如何透過空間與家具的配置關係,來設計形塑的運用方法與其象徵意義。

綜觀上述,從老闆與員工的辦公室空間配置中可以看出以下三點特徵:一、風水位置好壞會同時決定使用者的身分高低。這有時也變相成為東方傳統習俗所留下給往後世人去形塑階級之一種可資運用的設計方法。所以一般較佳的方位,幾乎都是貴族的使用專利,所以近代人仍會保有類似觀念,相信好的風水能聚財,所以就先把自己的方位給自己,剩餘的窄小空間則是留給其他人(像是員工)。二、隱私權的擁有多寡,象徵著地位的高低。辦公室為群體集合性質的工作地形態,所以無論在建築外型設計或是內部配置方式上,都必然會有明顯的階級意識形態被暴露出來,像是職位越高者,相對的擁有隱私權的權利也就越多,而員工就像是一部受管理的機器一般,在空間使用上幾乎毫無個人隱私權可言。三、使用範圍的大小等同於地位的高低展現。通常老闆的辦公室可能就經常會佔掉整體公司空間的一半,然後才將剩餘的空間留給員工使用,所以為充分利用剩餘空間,自然會衍生出環繞或是並排式的空間配置設計方式。

可見在辦公家具中有明顯的階級不平等的現象,地位越高者擁有的權力越多,當然在空間配置上享有更多的優勢,相對的地位較低者只能受限於地位高者在其所管轄的範圍內生存。這些空間的配置方式無一不是在滿足上層主管階級有效管理員工,又或只是滿足炫耀自我身分的需求所衍生出的配置方式。

空間配置方式大多數受到階級意識形態的影響甚大。而在空間的選擇上以地位高者為優先配置考量,權力越高者越會接近最大、最好、最私密的位置,然後再逐級分配下去。同時還會運用諸如室內裝飾的一致性設計來刻意表示層級之分。這些室內配置顯然具有明顯的階級意識呈現,所以自然會成為有心人士展示階級差異的有效利用工具。而諸如此類階級意識的空間區隔方式從古至今層出不窮,以下彙整說明:



表 4-6 階級意識於室內配置上的表現方式

案例分類	年代	地位高	地位低	可能成因來源	備註
建築	原始時代	居中位置	左右方位	自然崇拜轉化	崇拜物放中央，祭祀物放左右兩旁成為往後以中央為貴的概念形成。
		前朝後寢 (坐北朝南)	1.一般民房坐北朝南(仿效貴族) 2.宮廷中的較後位置	天文曆法觀念	對星象的崇拜轉換為建築方位概念。
	秦漢	居中位置	左右方位	中庸之道	延續原始時代以中為貴的概念，與東方人行中庸之道契合。
	明代	前朝後寢 (陽在前，陰在後)	1.一般民房前朝後寢(仿效貴族) 2.宮廷中的較後方位	陰陽學說	受到陰陽五行哲學概念影響，陽位為貴(前)，陰位為賤(後)。
門、樓梯		中央(正門、中間的樓梯)	側門、左右兩邊樓梯	中庸之道	延續原始時代以中為貴的概念，與東方人行中庸之道契合。凡樓梯或是門都以中央為貴。
辦公室樓層的選擇		1、6樓	選擇次要樓層	風水、五行概念	延續傳統風水的概念在樓層的選擇會以此為考量。
辦公室位置(環繞式、併排式)	近代	1.主管在後 2.光線良好位置 3.使用面積較大 4.較具隱私權	1.員工在前 2.光線較差 3.使用面積較小 4.較未具隱私權	1.風水、五行概念 2.節省空間、方便監督管理員工	辦公室配置方式大概可區分為： 1.延續傳統風水概念所形成的主管前員工後。 2.實用目的為主，節省空間以及方便監督員工所形成的主管前員工後、員工使用面積較小的現象。
居家樓層的選擇		低樓	高樓	通風佳、較為便利	通常較低樓層通風較佳及外出較為便利，往往是高階層人士優先選擇的樓層。
居家室內空間配置		較佳的方位(採光佳、通風良好、面積大、私密性高)	僅能選擇次要方位，或較不重要，較沒有隱私權的地方	權力高者擁有優先選擇權，剩下才給權力低者使用	地位較高者(家中主人)皆居住環境較良好的方位。相對傭人僅能居住在窄小空間，甚至刻意安排於其勞動場合附近。

資料來源：本研究整理

由上表中可以得知，早期會形成方位的類似階級概念，起自於長久以來對大自然的認知習慣中所養成，而形成以中間或是北方為貴的配置方



式，這同時也延伸至後來宮廷區別相關階級概念的一種順序表現。同樣地在民房中也逐漸出現仿效貴族常用室內階級配置的現象產生。當然至近代仍有些許概念會受到傳統習慣的影響，而產生出諸如地位高者在前、低者在後等配置順序上含有階級意識的設計概念出現。

地位分別在室內空間配置上的主要形成起因有：1.自然。對於星象方位的認知概念，而產生出以北、中為貴，以及坐北朝南等的空間階級配置思維，北方與中間往往成為貴族專屬的使用方位。2.文化習俗（像是陰陽五行概念）的影響。中國人相信風水學說，繼而影響在選擇樓層或是方位上會有尊卑之分產生。此外，像是古代的「陽在前，陰在後」，地位高者居前、低者居後也是類似情形。3.求取差異化識別。室內較為舒適、空間較大、採光良好，相對有高級意義，相對情形較差者則顯示該處的地位位階較低，如此便可輕易區分出階級差異。4.兼顧隱私權與管理上的需要。譬如在辦公室中主管的位置通常安排於員工之後，因為可以方便監督員工。而環繞或併排的桌椅排列方式，除具有節省空間的機能外，同時也有增加個人隱私的功能性存在，並可便於後面位階較高者管理前面位階較低者。

室內空間配置必然不脫離人類求取平安與彰顯身分地位的功用，這些辨別尊卑的方式，皆是上層階級顯示自我層級意識的手段，絕大多數是經由上層階級所傳播的習俗流傳、以及受到神靈崇拜意識思維的影響所致，並同時尋求可被民眾接受的理由而綿延而下。並將階級意識形態無形中注入人類的設計思維當中，久而久之好像也就習以為常，被人類慣性利用在任何的設計思維、行為表現上。但若這些設計思維、行為僅是滿足於上層社會階級的需求下而服務，那麼設計工作將只淪落為毫無自我省思能力的機械式行為，似乎便會與原本「設計為改善生活」的目的漸行漸遠。

4-2.2 空間動線規劃所體現的階級意識

至於空間中的動線規劃設計，不只關係到行進與活動時人類運作的走向，也同時會影響到空間的使用程度。當然針對不同層級的人在規劃上會有所差異，譬如中國古代的宮殿由門入中庭，然後由庭上至堂上，此一動線形成建築的中間軸，為代表尊貴意義的象徵，相對於地位較低者只能繞一圈從側門進入。另一方面，近代的辦公室空間動線設計，則因應主管隱私與管理監督上的需求，而在動線規劃上會出現得要至最後才會到達，外來者若要經過就得必須經過重重關卡的限制設計。亦顯現出在空間動線規劃上也是會受到影響，而有階級差異識別上的意義存在。



1. 古代建築中的空間配置影響動線規劃上的階級表徵

在《周禮·冢宰第一》中：「惟王建國，辨方正位體國經野，設官分職，以為民級²⁵⁹」。可見中國古代建築宮殿中多採偏正的方位，這不僅是受到風水學所謂的「正身」就是龍的本體概念上的影響，甚至為讓統治者能夠易於安邦治國，而會刻意安置於中央位置，使得行進動線較為通順，而無須再從旁繞一圈即可進入。再來則也是因為視野較佳，同時也能夠有效監督文武百官。

此外風水學中配置的「尊卑概念」，確實決定室內空間的配置與動線關係。譬如中國古代：「四合院坐北朝南的正廳左側是一家之主的「正房」；東西面是子侄、晚輩住的地方，名叫「廂房」；最北的是後院，一般沿後街建造，一排九間房子，用途廣大，如庫房、廚房、僕人之住房²⁶⁰（圖 4-36）」，整體房間依照左尊右卑、內尊外卑的固定方式進行配置。因此若從大門而入，依序會經過僕人住房、家中年紀輕至年紀高的家族成員住所，然後才會到最後左側的主臥室。從動線規劃上也可以發現，在家中地位越高者不僅是居住於吉祥尊貴方位的風水位置上，甚至也是最有隱私性的空間。

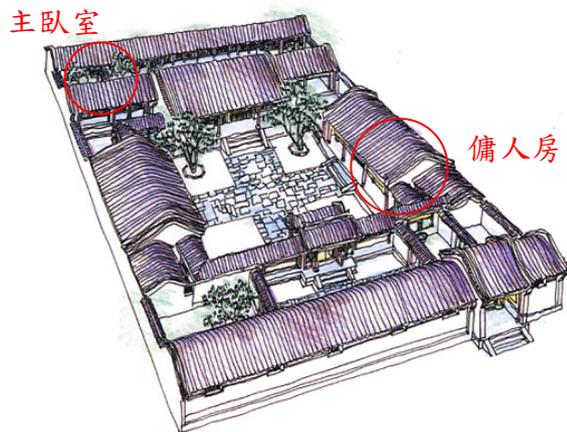


圖 4-36 亞瑪拿的貴族住宅平面圖

（主臥室房必會先經過夫人室）

資料來源：後藤久，2009，西洋住居史石的文化和木的文化，五南圖書出版社，p. 81

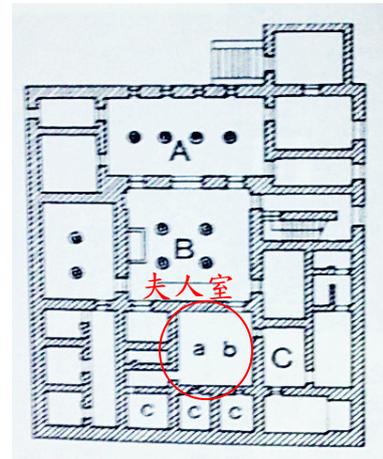


圖 4-37 四合院

資料來源：樓慶西，1997，中國建築形態與文化，藝術家出版社，p.3

²⁵⁹ 十三經注疏·孟子注疏，p.601。

²⁶⁰ 樓慶西，1997，中國建築形態與文化，藝術家出版社，p.33。



在西方的新王國時期亞瑪拿貴族住宅也有類似的現象出現。室內動線主要是由：「正門進入，通過庭園，在進入另一個門，就到達玄關門廊的樓梯下方。由玄關走入下一個大廳，此處具有相當於客廳。最後進入了中央大廳，這裡就是家眷的起居室，由四根柱子支撐²⁶¹」。大廳的深處是小廳，是由夫人們的房間，與具有貴族身分之屋主寢室，所圍繞起來的後宮（如圖 4-37 所示），而主寢室則是在夫人寢室的更裡面。所以由此可知基於人類本能上對隱私權的需求，在空間動線安排上通常會將地位高者配置在最隱密的位置，已成為是一種常態性設計方式。

從上述案例中得以發現家中地位較高者的臥房，會安置於動線最後才會經過之區域，並擁有足夠的隱私與安全性。所以若要到主臥房必會先經過地位較低者的臥房。相對的要是地位低者想要至地位高者的臥房則需要經過地位高者的同意。似乎隱私權的有無成為辨別地位高低的一種手段，更是室內設計師造就室內格局的重要影響關鍵。這類設計運用手法除配置外，在室內空間行進動線規劃上，也有類似概念存在，以下便再以相關案例繼續探討。

2.近代室內動線規劃所展現的階級差異

傳統空間的配置會受到風俗習慣的影響。直至近代機能主義興起，在辦公室空間及居家配置則出現以「機能」性考量來規劃室內動線的新式設計原則出現。所以在動線規劃上便會以權力較高者為主來進行規劃設計，譬如辦公室的空間（圖 4-38、4-39），整體動線規劃由門口進入，先後經過會議室、員工辦公室、討論區、最後才會到主管辦公室。從這裡得以看出擁有權力越高者的所在空間，往往便是位處在動線的末端，所有外來者都得經過層層監督過濾後才得以進入主管的辦公室，因此主管辦公室自然便會成為最具個人隱私權的區域。相對於此一般的員工則是處於較開放式的空間，未讓員工專心辦公，動線設計會朝便於經過、利於他人監督的基本原則進行設計規劃，而這也就是現今在許多公共辦公室空間中常見的規劃模式。主要也是為管理

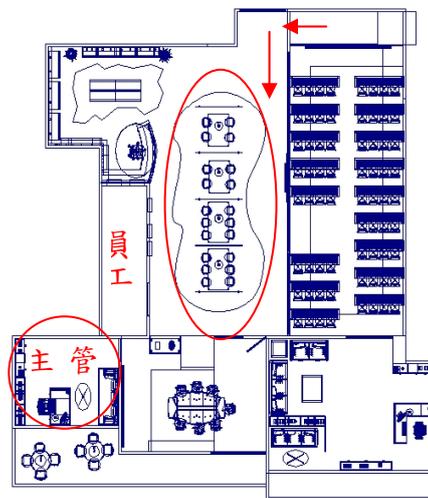


圖 4-38 台灣永久公司高雄分公司

資料來源：台灣永久公司，
<http://tw.image.search.yahoo.com/images/view>，2010.04.11

²⁶¹後藤久，2009，西洋住居史石的文化和木的文化，五南圖書出版社，p.78。



員工，讓員工能夠無法在辦公時間內進行太多個人私事，所以必然將其安置於眾人皆可自由進出辦公室的必經路線周邊位置。



圖 4-39 中型辦公室的室內配置

資料來源：設計魔力工作室，<http://twdesign.net/design/viewtopic.php?f=39&t=13004>，2010.04.11

當然不僅在辦公空間上，有著上述因應不同階級需求而規劃出具有階級意涵的動線規劃方式，在近代居家空間中亦有類似現象產生。一般民眾居室，從買賣房屋的室內空間規劃圖上，便可一目瞭然，整理如下表所示。

表 4-7 豪宅室內空間之主臥室與傭人房的一般配置規劃

圖例	註解
<p>豪宅 2 樓空間之室內配置圖</p>	<p>主臥室： 安置於二樓的獨立空間內，較有個人隱私。</p>
<p>傭人房：</p>	<p>傭人房： 安置於一樓，較缺乏個人隱私，從大門而入必會先經過客廳與傭人房。</p>

<p>豪宅1樓空間之室內配置圖</p>	<p>主臥室： 室內寬敞，配置於動線最後才會經過區域。</p> <p>傭人房： 室內較為窄小，距離客廳最近的地方。也是從大門而入必然會最先經過的地方。</p>
<p>公寓式豪宅之室內配置圖</p>	
<p>110坪家具配置圖</p> <p>柯瑞祥</p>	<p>主臥室：擁有寬敞空間、獨立衛浴設備與休息室。</p> <p>傭人房：位於廚房的最內端，窄小的空間內只有一張床與基本家具（桌、椅）。</p>

資料來源：本研究整理

上表中可見獨棟透天豪宅的空間規劃上，因為類似於古代貴族的莊園式建物空間一般，擁有較大範圍的空間使用可能性，在動線規劃上也會比較複雜，而有著較多的可探討之處。如以兩層樓的室內空間來看，通常一樓會比較像是屬於開放式的公共空間，作為客廳、廚房、娛樂之用。主臥室則會安置於二樓的獨立空間內，較有個人隱私。其主要原因必然是為滿足人類私密性的保護心態，這也是為何從大門而入必會先經過公共區域的客廳，甚至可從客人至家中行走動線的範圍，看出與家主人之間的交往關係程度。



此外，在 1、2 樓層的臥室配置上也有巧妙安排，上述提及 1 樓大部分作為開放式的公共空間使用，但唯獨傭人的臥房被配置到 1 樓，一來是屋主刻意區隔與自己的地位不同，二來則是能有效監督地位低者，而將傭人房配置於外者很容易經過的動線區域。

可見主人與傭人間因為地位的不平等，使得在空間設計上也會有所差異，人類對隱私與安全性的心理需求，成為區分差異的最佳手段，當然不僅是對外的動線有所不同，在寢室間的相關規劃上也大不均等。甚至在個別的室內空間使用動線上，也會有大小與配置上的差異，如要有完備的收納空間，更衣室連結浴室、化妝台等所謂的理想動線安排，當然傭人房大概不會有人認為會有這些需要（圖 4-40）。



圖 4-40，豪宅 1 樓空間室內配置圖

資料來源：豪宅，
2010.04.11o.com/images/view，
2010.04.11

綜觀上述，室內空間動線規劃可明顯區分出階級的差異性，一般地位較高者通常在動線的安排上較會有個人隱私性，讓外來者不得輕易進入其專屬私人空間。相對地位較低者，通常使用較開放式的空間，一般是安排外來者會首先進入的空間。

由此可見大多數的動線規劃，受到階級意識形態的影響，多會以地位高者為優先考量，所以為滿足地位高者對安全與隱密性的需求，都會將主臥室安置在動線最後才會到達的區域內。相對於一般地位較低者，則會較鄰近於公共區域之旁，個人隱私權較少。因此隱私權的有無似乎也會明顯表達出其所屬的階級差異。

由此可見近代大多數的動線規劃，仍會受到階級意識形態影響，而調整室內動線的設計方式，這之中自是隱含著設計者、使用者對各種階級意識呈現上的基本考量。因此，這些室內動線規劃方式因為具有明顯的階級意象，很自然成為有心人士作為階級差異化的識別工具，以下則列出意識形態於室內動線設計上的主要影響方式：



表 4-8 階級意識於室內動線上的表現方式

年代	案例	動線分析 (離大門近至遠)	影響因素
古代 (東方)	宮殿	入正門 → 帝王朝正 (無須從側門入在繞到正廳)	(1) 受到風水學的影響 (2) 彰顯權威，刻意置中
	四合院	入門 → 傭人房 → 晚輩房 → 廳堂 → 主臥房	(1) 隱密性：通常地位越高者會配置於動線最後才經過的區域 (2) 安全性
古代 (西方)	亞瑪拿的貴族住宅	大門 → 庭院 → 小門 (玄關) → 中央大廳 → 小廳 → 夫人室 → 主臥室	
近代	辦公室空間 (台灣永久公司)	入門 → 員工辦公室 → 討論室 → 主管辦公室	(1) 有效監督員工：在動線的安排上主管出入空間必會經過員工辦公室，能有效監督員工。 (2) 隱密性：主管能夠自由進入員工辦公室，但員工則不得輕易進入主管辦公室，可見主管擁有更多的隱私性。
	設計魔力-CE 工作室 中形辦公室	入門 → 員工辦公室 → 主管辦公室	
	豪宅	1 樓：入門 → 會客廳 → 親子室 → 傭人寢室 2 樓：樓梯玄關 → 客人臥室 → 書房 → 主臥室	(1) 隱密性：通常地位越高者會配置於動線最後才經過的區域 2 樓，相對的傭人房則被安置於 1 樓 (2) 安全性
	豪宅主臥室配置	更衣室 → 浴室 → 化妝台	(1) 足夠空間細部規劃

資料來源：本研究整理

由上表中得知，古代建築從室內動線規劃上意味著原始宗教意識形態。這種宗教性的文化中，對人性的超越無法在現實的世間達到，只能通過非自然的力量，來表現人類對自然的崇拜意象。無論是挑戰還是崇拜，這裡表現出人與自然的根本關係 (天人關係)。再來則是為能滿足高位者對隱私的需求，故在動線的安排上都會選擇最後才會經過的區域，讓一般人不得輕易進入。相對於一般低位者則是處於高位者必然會經過的動線上，似乎隱私權的多寡便成為衡量地位高低的一種常見手段。

這個概念一直到近代的辦公室與居家空間中仍是持續沿用。從上述案例中便不難發現，主臥室或是主管辦公室通常都設於較為隱密，且外來者不得隨意進入的位置。但地位高者仍輕易經過地位低者的居所，刻意降低低位者的隱私權，讓地位高者能夠有效監督地位低者之一切行為。

而設計師在執行空間動線設計考量時，也是會因循著以地位高者的需求作為首要思考。為滿足這些上層人士的隱私需求，反映至室內的佈局上，便是現在常見的各種公私室內格局動線。從入口大門到最裡面的遠近程度，可清楚看出每個人的地位高低程度。當然高位者的位置越是要經過長距離的動線規劃，在經過許多低位者的位置之後才會達到，便成為一種不

成文的設計準則。





五、結論—當階級意識形態影響設計思維

「階級意識形態」來自於人類後天的形塑過程，為地位高者用來展示炫耀自我身分，並刻意塑造出階級差異化的結果。且這類設計行為與其產物的出現，儼然已成為各種社會階級的代表性象徵符號，同時亦成為有心人士（大多指涉上流階層）拿來操作運用的常用工具。然而設計者其實是這類階級差異思維形成的幫手，在本篇結論中即將解讀製造階級差異化的設計思維與關鍵特徵，來作為本研究的階段性展示。



人類既存的设计思维是人类从事设计活动的重要起点。设计思维藉由设计物传递给设计者，并随之反应至设计人工物的「造型」或是「功能」上，本研究所探讨的阶级意识形态也是其中的重要影响要素之一。虽然在设计界中，往往较为关注的是外在样式与风格，与如何制作的技術層面，以及如何解决问题的设计行为操作上。但是却也因此人类会不自觉的忽略其实创造出这些产物的初衷，都是因人而起，也就是说人类的各種个人原始动机，才是促使其完成各种设计动作的起点。而这些人类的原始动机并不是只有类似于一般设计教科书中所述，那些象征著一片美好的设计哲学典范思维如此而已。相对地各种人类心中所潜藏的各種个人私人目的、慾望，有时反而会潜伏于设计思维的裡層中，并藉由设计物的表面目的（不管是机能改造还是造型改变）完成之際同时被外放，然后再被他人不知不觉地吸收，并逐步形成另一种观感印象。而这种印象（后来甚至可能会变成刻板印象）也是一项设计行为的附带衍生物，亦值得投入关注。

以下便综合整理各种形塑阶级差异化的设计思维与其关键特徵，作为本研究的阶段性结论检视，同时也期望能够提供一些对未來设计哲学教育发展上的思索与建议。

5-1 形塑阶级设计物的思维动机

追溯人类自原始时代起，就已经懂得利用各种手段装饰自身，以达成展示个人身分与自我炫耀之目的。直至人类开始因应生活上的各式需求，必须开始进行组织化分工，这时人类之间的阶级差异感便开始日趋明显，社会不平等的现象也越来越多。统治者会制定各种规范来控制百姓，其中刻意制造可差异化阶级意识的识别性产物便是主要的手段之一。甚至这些领导阶级利用民众对天神的崇敬心态，而将这些虚拟设计元素，套用在自己身上，并使大众遵循於他。

在许多古代所遗留下的贵族器物当中，便会出现许多人类对鬼神崇拜所转换而成的对应物质产品。这些器物在过去往往是贵族的专有产物，一般平民受限於社会制度与能力，通常只能用次级的複製品。所以人类对这些虚拟设计崇拜物所衍生出来的周边商品，相当喜爱的原因，其中之一还是因为这些器物或图腾背後所象征的意義，经常同时也会被冠上高级产物的象征标志，所以也才会让爱慕虚荣的後人更加嚮往。

所以大多数人可能还是对天神十分崇拜，这在中国建筑中讲究风水学的概念特别明显便可看出。风水学概念有一部分也是人类基於对天神的崇拜所衍生出来的现象，这些象征吉祥符號的崇拜物就是「吉位」，所以在一



般的三合院中常常正廳中間就是屬於龍位，左右兩旁則是護龍位，也通常是在家中地位最高者的房位。故此，所有的空間配置與動線，都是圍繞著這個概念進行規劃設計，所以這些貴（吉）位或是卑（凶）位的形塑，有很大部分是來自於對「物神崇拜」的敬仰或是「乞求富貴」、「展現地位」等因素之上。這是階級產出物能長期被人以不同手法來塑造的根本原因。

至於近代民主政體改變，以往刻意製造階級識別產物的統治者不再重要，反而成為資本家的崛起之時，以往為方便管理人民而刻意製造階級差異識別產物，來顯示出自己至高無上的地位，現在則變成是這些資本家（商人）賺取利益時，所刻意利用的一種手段。原因則是人類心理上對成長的需求度，也就是當人類可以滿足基本的生理需求後，便會開始會追求更上層次的心理需要，像是受尊重與被愛的需求。所以人類會不斷使用各種裝飾物裝飾自身，或者是使用各式高級品都是基於要滿足這些需求所致。

於是近代資本家看準上述人性的內在心理需求所致，開始刻意還原出各類過去存在貴族產物的新氣象。幾乎用盡各種設計手法，像是找名媛貴族代言、使用過去代表著貴族性的專有名詞（如皇家、高級、宮廷等）、使用各種可以令人聯想到過去宮廷氣氛感覺的設計元素等。這些象徵著高位階級意象的形塑手法層出不窮地出現，也確實影響出不少為滿足虛榮心的消費者前往購買，以藉此提高自己的身分地位。

因此近代人類會產生出這種刻意形塑貴族意象的產出物，主要便是基於商人為謀取利益與滿足消費者的炫耀性心理需求。不管經歷多少年代，人類期望藉由這些物質，來達到等同於上流階級印象的基本思維，仍不會因為政體的經常更迭而會有太大改變。

5-2 階級差異化的設計表現方法與歷史發展特徵解析

設計物中內含「階級」意識形態的現象，從古至今隨處可見，大致上皆可從器物的造型或使用功能中看出端倪。它是隱含於設計物、設計行為背後的一種精神思維，並且在透過產生出這些設計物的同時，也形塑劃分出人類的階級差異。無論是傳統與現代、東方與西方，其實都不乏見到類似於如何形塑出這些設計物的設計手法（行為）案例，同時也可藉此進一步看出設計師如何運用其設計哲學，進行上述階級設計案例過程的思考邏輯，這也是從設計思維運行過程中檢證設計哲學的另一個極佳視野。

設計者依據目標對象（如上流階級人士）的需求製造各式供其應用的設計人工物，而想當然爾這些上層階級的需求慾望也能夠非常積極地影響



設計者的設計思維發展（也就是一般的為目標對象而服務之另一種解釋方式）。因此這些意識的形成有很大部分是來自於上層階級有意或無意操控下所產生的結果，而設計者也在因應這些需求而從事設計的發展過程中，久而久之便自然地將這類意識形態深植於其設計思維的邏輯程序之中，使其從事設計時，或多或少有意甚至無意識的便會將階級概念灌輸於設計產物上，順理成章的製造出滿足這些上層階級尋求階級差異化的設計物出現。至於自古以來，如何形塑貴族（或說上層）階級形象的各種直接或間接的設計表現手法便是層出不窮、不勝枚舉，足見其對形塑設計思維（哲學）的能力展現與影響程度也是不可小覷。部份常見的設計運用法則，經本研究逐一歸納後，整理成如（表 5-1）所示的結果。

表 5-1 形塑貴族階級感的设计原理

表現手法	國籍	年代	形成因素	案例	備註	
裝飾性	東方	母系社會	生殖崇拜	1.女性陶像 2.繁殖象徵物（魚、蛙）	以母系社會為主體下所產的生殖崇拜圖紋，蛙、魚也為生殖力強的象徵物。	
		父系社會	生殖崇拜	龍角-生殖器官	龍之且角為男性生殖崇拜物，象徵以男性社會為主的社會。	
		舜治	刻意識別差異化	12 章紋應用至服飾上	圖紋轉而應用至器物上。	
		殷商	延續傳統習俗	龍紋	圖紋轉而應用至器物上。	
		西周	刻意識別差異化	族徽（亞、冊）	圖紋轉而應用至器物，象徵持有者身分。	
		漢	刻意將個人神格化	仕女與龍鳳	自己的肖像與神格化圖紋放置一起象徵其尊貴。	
			天神思想	飛龍	首次將龍加上雙翼，更證實漢人特別重視天神思想。	
		明	刻意識別差異化	文武官員	文官以鳥紋。武官為獸類。以示區隔。	
		清	刻意識別差異化	龍紋（正龍、升龍）	僅有貴族才得以使用正龍及升龍圖紋。	
		西方	母系社會	生殖崇拜	女性陶像	外型肥大的乳房與突出的骨盆、腹部，象徵著生殖繁衍的重要意義。
				物神崇拜	翼獅形角杯	象徵上帝鬼神形象的虛擬設計產物。
			12 世紀	刻意識別差異化	米奈型碗	直接將個人身分高低應用至器物當中。
			近代	社會所賦予的價值（由貴族帶動品牌形象，提高品牌定位）	知名品牌（LV、GUCCI 等）	起初為貴族私人服務的設計物，而後變成上層階級皆共同使用的階級代表象徵性符號。
				刻意識別差異化	軍徽	提高軍人責任心與軍隊識別功能上之需求。
		色彩	東方	原始時代	天地崇拜	天玄地黃



						向。	
			周	識別差異性	服色 (正色)	刻意使用正色象徵貴族，而間色則屬於平民用色。	
			春秋戰國	統治者個人喜好 (刻意使用識別度較高的顏色，刻意突顯差異性)	玄色	魯桓公個人喜好。	
			秦漢	風俗習慣 (五行概念)、識別差異化 (刻意與前代區隔)	五行 (刻意屬水-黑色，推翻周代屬火)	秦代崇尚五行，為能剋周代 (屬火為白色) 而選以屬水 (為黑色) 剋火，並將黑色視為尊貴色。	
			魏晉南北朝	崇拜老莊哲學思想	白色 (常服)，刻意推翻前代黑色	人類崇尚老莊豁達的哲學思想，將其衍生至服色上面。貴族都會穿著白色的服飾，但貴族朝服的色彩仍是有所限制，僅有常服可穿白色。	
			隋唐	多元文化衝突 (異族統治-胡族)	黃色	胡族生長於黃土高原，屬於五色中間的黃色。	
			宋代	學理思想	皂色 (正色)	使用較為鮮豔顏色突顯身分。	
			元代	多元文化衝突 (異族統治-胡族)	褐色	游牧民族多使用大自然色。	
			明清	使用過去漢人傳統色	黃色	漢人掌權而延用過去以黃色作為尊貴色的傳統習慣。	
			近代	流行風俗	黑色、灰色、褐色	貴族主導，形成貴族的象徵。	
		特殊材質		金色、銀色	較為稀少的材質變成為尊貴者使用的代表象徵物。		
			傳統延續近代	識別差異性	格鬥技以顏色區分層級的傳統習慣	從傳統中延用至今，識別運動者的能力階級高低之常用識別法則。	
機能性	器物	東方	古代	識別差異性 (塑造非勞動行為)	步搖、纏足	利用步搖形塑女子體態。	
			古代	識別差異性 (形塑貴族形象)	旗袍	以服飾限制女子勞動，同時象徵尊貴形象的意義。	
		西方	古代至今		束衣		
		東、西方	近代	廣告媒體塑造	名媛代言 (孫芸芸-日立冰箱、小S 塑身衣)	刻意標示使用者 (使用貴氣詞彙命名)	利用名媛貴族代言方式，提高產品本身的價值性。
						利用貴氣詞彙 (宮廷、皇家、豪華、主管等) 提高產品價值。	
		東方	古代	刻意識別差異化 (器物高低次序)	椅位的高低 (席、龍椅)	貴者位居高位。	
			東、西方	近代	刻意識別差異化 (器物高低次序)	桌椅、隔板的高低，扶手的有無 (辦公家具)	1. 高階者皆較有隱私權。 2. 以器物的功能性區隔個人身分 (如扶手的有無)。
		空間	東方	原始時代	自然崇拜	置中概念	崇拜物者放中央，祭祀物放左右兩旁成為往後以「中央為貴」的概念。
					天文曆法觀念	前朝後寢	對星象的崇拜轉換為建築方位



空間動線		秦漢	中庸之道	置中概念	設定的基本概念。 延續原始時代以中為貴的概念，與東方人行中庸之道契合。
		明	陰陽學說	前朝後寢	受到陰陽五行的哲學概念影響，陽位為貴（前）。
		近代	風水學（五行）、實用目的	辦公室空間	1.延續傳統風水學概念。 2.實用目的，辦公室中主管在最後較為方便監督。居家較低樓層者為高階者專用，較為便利。
			實用目的（隱密性）	居家空間	高階者多配置於較隱密的處所。
	東方	古代	風水學 識別差異化	宮殿	無須從側門入在繞到正廳，較為便利。
			實用目的（隱密性）	四合院	因應隱密性需求，地位高者通常會被配置到動線最後才會經過的位置。
		近代	實用目的（隱密性）	豪宅	
	東、西方	近代	實用目的（隱密性）	辦公室空間（主管辦公室被配置在動線的最後）	(1)有效監督員工：在動線的安排上主管出入空間必會經過員工辦公區，能時時有效監督員工。 (2)隱密性：主管能夠自由進入員工辦公室，但員工則不得輕易進入主管辦公室，可見主管擁有更多的隱私性。

資料整理：本研究整理

從上表可以得知，從原始時代起便有區分階級設計產出物的存在，自人類的社會組織逐漸形成，產生管理者與被管理者的層級分別之後，自然也就會因應不同階級需要，產生出階級差異化的設計行為與產物。一開始的階級差異化設計，主要是人類將對未知世界的不安寄託於「物神崇拜」上，當天下人對神產生出崇敬的心態後，有心人便加以利用，將自己某種程度的神格化，加以區別出自己的崇高地位。所以從古代人類的設計行為中可以發現，多半設計產出物都會受到「宗教信仰」的影響，連帶許多識別階級的設計物，也就因應此主導者的需求來產生，讓大眾對他產生移情作用，將對神的崇敬轉化至人的身上。因此無論是在器物的圖紋、色彩，或者是空間上，都明顯的可以看出如何兼顧管理者階級地位的設計導向，也就是統治者利用人類對「物神崇拜」的心態轉移，來操控人類產生崇敬的設計手段。

就如（表 5-1）的許多案例所示，在上古時期時，母系社會中所出現的陶像、圖紋，又或是父系社會中所產生的生殖崇拜圖紋（龍紋）。又或是原



始以自然崇拜所產生的尊貴色彩。以及空間配置中崇拜物放中央，祭祀物放左右兩旁，成為往後以「中央為貴」的概念，以及將星象的崇拜轉換為建築方位的概念。上述這些都是人類從「物神崇拜」的觀念轉移所衍生出的各式新式的階級意識設計產物，更成為後來的統治者利用其來展現階級地位的常用設計範型。原始時代的設計行為形成過程是由自然到人為，由一開始人類對自然的崇拜心態，也就是將各式含有「物神崇拜」的心態，以具體實物或是抽象概念，進行設計範型轉移，加諸於能夠清楚識別統治者地位的各式設計產物當中，以讓其他平民百姓能夠將這種對「物神崇拜」精神的寄託轉向於統治者身上，產生移情作用，繼以方便統籌管理世人。

直至社會漸漸文明，階級逐漸系統分化，人類開始懂得將原始時代所傳承下來的吉祥圖紋，應用於各式各樣能夠清楚彰顯個人身分的設計物上之後，階級意識設計產生出更明顯的徵兆。譬如將十二章紋（區分文官跟武官）與將龍鳳紋應用至服飾上、將族徽（亞、冊字）雕刻至青銅器上、正色（貴）與間色（賤）加諸於服飾上，又或是利用「刻意製造非勞動行為」來象徵其尊貴的形象（如限制女子行動的旗袍、纏足、步搖等例），以及室內配置延續原始時代「以中為貴」的概念，與東方人行中庸之道契合的作法等。上述這些象徵「尊貴性」的設計產物，都是人為刻意塑造出來，便於識別所屬階級的「差異化設計」手法。過去的吉祥圖案設計元素，亦成為往後上層階級加以運用來識別階級差異的極佳設計元素。並且久而久之這些象徵尊貴的設計物，就會陸續下放普及化，而成為平民爭相模仿甚至追求的對象物。當然統治者為區別地位不同，所以對器物裝飾或是使用功能上都會有嚴格的限制存在，每當改朝換代時，統治者可能會延續前幾代的制度，但更多的是帶來新的改革制度，以區別與前代的不同。這些以統治者的思維利益為中心的階級設計產物皆說明著，整體社會仍是以高階統治者為中心的設計範型發展，然後平民便是依此設計手法加以繼續簡化與改用。

但有些設計物當時還是受到貴族限定，不得擅自複製取用。而在近代講究「人人平等」的政體之下，則開始產生出明顯的手法上的差異變化，也就是這些階級意識開始潛移默化的經由設計手法植入設計物中，然後流傳擴散至一般百姓階級中。這已不像傳統作法，是明顯的表現在外，然後只將精神隱於其中，再藉由各種媒介將階級精神傳播出去，好讓所有人不自覺得就會被順勢教化接受的作法一般。因為過去顯現於外的等級區分設計方式，在近代的民主政體為中心的發展時期中，已無法再光明正大的出現在眾人面前（以免招致反彈），而必須轉以意義隱含的作法，潛藏在設計



產物的背後，然後再逐步影響眾人順利接收。而這也可能就是現代與過去的階級意識設計作法上最大的不同之處。

因此近代設計產出物不再像是古代傳統一般備受限制，人類可以開始很自由的使用任何設計產出物。雖然社會政體已明顯的產生改變，但人類階層化的現象卻沒有因此而消失，所以還是會出現一大堆因應不同階級需求的對應設計物。這些象徵產物大致上的形成因素，可分為以下三類來源：「刻意識別差異化（器物高低次序）」、「廣告媒體刻意塑造」以及「實用目的考量（隱私權）」。

近代最為常見形塑階級的設計常用手法，就是「刻意製造差異化設計」。像是諸如利用器物的高、低，大、小來區分地位高低的方式。這有很大部份是受到傳統刻板印象的影響（如古代帝王居於高位一般），也就是只要是高、大之物就象徵著尊貴印象，譬如在辦公家具中主管桌椅都較為高、寬大便是一法。甚至是在位置配置與動線的安排上也都較具隱私性，甚至在椅子的設計上也較多功能，包括雙扶手、可隨意調整高低與傾斜程度等。似乎人們對老闆本身的形象就如同皇帝般，不就是可以隨意臥躺，雙手持於扶手兩旁的坐姿刻板印象等，而這也就成為後世設計者在從事相關的設計工作時，重要的設計運用元素。由上述可見這些人類所刻意製造出的階級意識形態，是如何藉由設計師之手，去塑造出各式各樣高階者專用的設計產物，而這些印象形成的重要輔助，則大多數便是來自於後來廣告媒體的塑造結果。

在廣告媒體發達的現代，許多意識形態都可利用「廣告媒體刻意塑造」以改變商品本身的既有形象，譬如利用社會名人代言，又或是使用隱含貴族意識的相關詞彙，繼以提高產品本身的價值性。像是藉由名媛孫芸芸代言方式，讓使用者產生只要擁有這項商品，就等同於自己有如名媛的身分地位般。又或是刻意在商品中標示所屬的使用者（使用貴氣詞彙命名），也就是在商品命名中加入宮廷、皇家、豪華、主管等可以令人聯想到貴族意識的常用詞彙，如此便可在無形中提升商品本身的價值性。這類設計手法已非單只是改變器物的外型，或是使用較為昂貴材料的間接設計作法，而是很直接式的利用行銷媒介加諸於商品上，以提升其高級感，所以這類設計手法的形塑過程是比較偏向於內在意識的傳達，與刻意改變形體或材質這種顯現於外的階級意識形塑過程，是有著極大的差異性。

綜觀上述絕大部分的階級產物，都是高階者為刻意識別與平民間的差異性所產生。即使沒有華麗裝飾、稀有材質外表，或是方位好壞，人類仍是一樣可以單純使用這些產物。但之所以附加上這些裝飾，主要也是為滿



足人類對階級感的需要，更可藉此提升商品的總體價值性。當然相對於平民而言，過去大多數則因為受限於貴族限制，只能進行有限度地設計展開，這部份的基本作法整理如表 5-2 所示：

表 5-2 表現平民階級感的設計法

表現手法	國籍	年代	形成因素	案例	備註	
裝飾	色彩	東方	周	自然崇拜（正色）	間色（綠、紅、碧、紫）	兩種以上顏色混合都屬於卑微色。
			春秋	受限於統治階級下的選擇（崇尚貴族色）	白	魯桓公採用管仲的建議使用白色，成為平民追求的服色，更是由於白色服飾製作容易而普及大眾。
			秦代	受限於統治階級下的選擇（火屬白可被水屬黑剋）	白	刻意限定平民只能使用白色，因為白色屬金，可造福貴族（屬水）。
			漢朝	受限使用色（區隔於前代）	黑	漢代屬土，所以尚黃色，為刻意與秦代有所區隔，刻意將前代屬於貴族色的黑色下放到民間使用，有貶低秦代之意涵。
			魏晉	受限於統治階級下的選擇（崇尚禮法）	白	魏晉處於亂世之中，當時人類崇尚老莊豁達的哲學思想，將其衍生至服色上面。所以無論是平民還是貴族都會穿著白色服飾。
			隋唐	受限使用色（延續前代）	白	隋唐受到胡族統治，帶來當族的用色習慣，由於長期處於黃土來高原的胡族，形成象徵大地的黃色，將其視為貴族色並嚴格限定只有帝王能使用。在平民服色方面則還是延續前代的白色。
			宋朝	受限使用色（延續前代、不得用鮮艷色）	白	一般平民則因無經濟能力購買貴族服色，再加上貴族嚴格限定不得使用較為鮮艷服色，故只好延續前代習慣，繼續身穿白袍。
			元朝	受限使用色（不得用鮮艷色）	黑、白	受北方蒙古人游牧民族統治，平民服色方面則與前代相同，不得使用鮮艷顏色。
			明清	受限使用色、實用性高	石青	平民只能使用貴族選擇剩下的青色色彩，同時也是因為較為耐髒之故。
功能	器物	東方	古代	受限貴族僅能跪地	跪地而坐	帝王訂定的制度：只有帝王才能位居制高龍位，其餘僅能跪下。
		東、西方	近代	刻意識別差異化（器物高低次序）	桌椅（桌子較小、椅子無扶手與靠背，不可隨意調整椅背傾斜程度） 無隔板	刻意製造能讓員工專心工作的辦公家具： 1.設計較開放式，無隱私的辦公器具，如無抽屜、隔板。 2.讓員工形成良好坐姿的椅子，在椅子設計上不可調整傾斜度及無扶手設計，讓員工能保持挺直的姿態工作。
				實用機能考量	床相較於貴族窄小	機能考量：一般的傭人僅能使用較為窄小床位，可節省空間。
		空間配置	東方	古代	受限於統治階級下的選擇	僅能選擇中間以外的區域
明代	陰陽學說			前朝後寢（陽在前，陰在後）	平民居於陰位為賤（後）。	



空間動線	東方	近代	前朝後寢 (仿效貴族) 2. 宮廷中的較後方位		
			受限於統治階級下的選擇(居家空間)	空間配置於勞動場所附近	勞動階級的臥房通常都會分佈於勞動場所的附近，主要是為方便勞動，以及時時刻刻地提醒其所屬為勞動階級之意。
				高樓	通常較低樓層通風較佳，外出較為便利之故，往往是高階級優先選擇的樓層，低階級只能選擇剩下較不方便使用方位。
		受限於統治階級下的選擇(辦公室空間)	1. 員工在前 2. 光線較差 3. 使用面積較小	辦公室配置方式大概可區分為： 1. 延續傳統風水概念所形成的主管前員工後配置習慣。 2. 實用目的為主，節省空間與方便監督員工，所形成的主管前、員工後、員工使用面積較小的現象產生。	
	東方	古代	受限於統治階級下的選擇	勞動階級臥室配置	勞動階層的臥室，通常配置於動線最先經過的地方。
	西方	近代	實用目的(辦公室空間)	辦公室的員工空間配置	為讓主管能有效監督員工，在員工空間配置上，都會安排在主管出入空間必會經過的區域上，使其能夠有效地監督員工。

資料整理：本研究整理

由上表中可以得知大多數平民使用的設計產物，皆「受限於貴族限制」。在古代封建制度的社會下，貴族階級為刻意識別自己是屬於高階級，便會運用一系列的設計手法，來達到識別展示其地位的功用（就如上表 5-1 所示各項案例）。所以這些統治階層會嚴格限定勞動階層，不得使用貴族專用設計物的規定。譬如古代的吉祥紋樣，又或是服飾色彩等，都有社會階級使用上的限定，一般的平民百姓只能稍作改變，不能直接沿用。因為在過去，服飾色彩與圖紋皆跟社會階級制度接合一起，所以只要踰越都會算是違法。這種現象在服色中又特為明顯，以秦代所遵循的「五行學說」為例，統治者為能有效管理百姓，刻意選擇屬火的白色，而統治階級則著屬水的黑色，如此才能剋得住百姓。可見的傳統中的平民就沒有過多的設計選擇權，通常皆只能默默依照統治階層的規定，選用可用的設計素材。

甚至，平民百姓們連居住的空間都受到統治者的影響。在過去通常風水學中的吉位（正位），必然都是上層階級的專屬方位，其餘左右兩旁才會讓至勞動階級去使用，所以往往勞動者的寢室，都安置於離大門最近的地方，或是分配在勞動區域附近，相較於貴族的臥室顯得格外缺乏個人隱私權。甚至於從配置區塊的位置就可隱約看出其所屬的位階，這都是刻意安排下的結果。過去的平民並沒有過多的選擇權利，所有的設計產物也幾乎都是為貴族形塑階級而產生。



如此現象直至近代仍然存在，只是已不像古代那麼嚴謹，而是大幅度地鬆動。近代平民仍已可很自由的選擇自己所需要的任何東西，只是依職位的高低在使用設計物上還是會有所差異性產生，這在辦公室空間中最為明顯。一般員工桌椅的機能性較差，大多是單一功能並以實用為主，不會有過多的裝飾性。然後讓員工能夠保持良好姿勢辦公，因此椅子往往都是沒有椅背、扶手，座位與座位間沒有隔板，相較於主管辦公室而言，沒有什麼個人隱私權存在。可知隱私權的多寡似乎也已成爲衡量個人地位標準的一項判斷準則。

綜觀上述設計物運用在識別貴族與平民的差異化設計對應手法上，其實不難發現「以貴族爲主的階級意識形態」之設計思維確實存在。像是空間的配置方式，多是高階者擁有優先選擇權，能夠使用較大且較具隱私的空間，而相對的低階者多只能使用剩餘空間。在器物上，一般設計多是以形塑貴族主要使用的觀點爲出發點，平民則礙於階級較低所以僅能使用類似於貴族用產物的類似複製品。至於在廣告媒體表現方面，則會刻意的以形塑貴族形象（如利用名媛代言法等）來促進民眾的購買慾，在廣告設計運用上也竭盡運用階級設計思維之能事。

可見刻意製造階級差異化的主要源頭仍是來自於上層階級的思維影響與操控。上層階級透過各式設計手法，形塑出各式各樣含有貴族意識表徵的設計產物。刻意製造這些差異化產品，絕大部分也是爲滿足人類的「虛榮心」，加上畢竟低層階級的財務運用能力還是有限，所以還是只有少數的上層階級得以使用較高級的產物，而低層階級終其一生只能仿效與追求類似於貴族的物質享受（古代爲暗，近代則爲明）。這些憧憬都成爲上層階級得以持續暗中支配低層階級的最好手段，而設計師在這整個過程中，則是扮演起幫助形塑階級差異的角色，不管是有意還是無意。

這些形塑階級意識的設計思維，長期注入於人類的意識當中，很容易因爲時間一久便習以爲常。而設計者礙於現實考量，也通常只能依委託主（一般指上層階級）的需求從事設計工作。但如果設計者只是順勢的爲上階級服務，那麼設計只會被簡化成無任何反省能力的機械式動作行爲，就根本不會有任何實質的意義存在，事實上與設計學本爲改善人類生活目的的宗旨實已相去甚遠。

設計物中會透露出設計者所含有階級意識的設計思維呈現，進而轉化至設計行爲與成果上。而此類手法依舊無法逃脫輔助形塑貴族形象觀念與意識形態的指責。現今社會教育世人講究人人平等的觀念，教育著現代設計者必須要對社會責任進行相關設計思維的反省檢討，並遂與實行之後，



這社會才會有所正向改變。但實際上在現在的設計過程中仍是繼續殘留著階級不平等的現象，同時亦讓這些設計產物延續傳遞著這些強勢階級的優勢地位持續下去。這些眾多設計物中為何存有階級觀念，這必然有一部分是透過中間的操作者，也就是設計者的影響甚大。所以實際去瞭解設計者的這些意識形態會產生哪些設計行為，然後又帶來多大影響，或者可以更深入抽絲剝繭地剖析人類設計思維所形成的影響力與深度。

5-3 階級意識設計實際運用的方法與原則

人類形塑這些階級產物，不外乎就是刻意（當然可能也有無意的可能性）要在人類身上貼上無形標籤，讓社會階層化的結果更加明顯。在 5-1 章便已說明人類其實已無法避免被階級劃分的結果，因為大多數的國家是資本主義的國家，財產分配不均、民眾地位上的不均衡已是一種常態性現象。而在此階級現象明顯表達的社會中，每個人仍是期望能夠有機會便往上層流動，這同時使用各種能夠代表階級的設計物，來因應社會階層化的現象進行差異識別設計，自然就成為一種常用的設計法則。至於從古至今慣用的幾項較常見的階級形塑設計法則，整理如表 5-3 所示。

表 5-3 形塑階級設計物的慣用設計法則

慣用手法	案例
一、對自然物、方位或鬼神等虛擬設計物的崇拜行為（或說借力）下所產生的各類產物。	虎、獅、象、與龍等的圖騰運用選擇順序，以及風水學中的吉位、服色概念。
二、使用昂貴材料與衍生色系。	黃金、白銀、鑽石等貴金屬、大理石、水晶等礦石等，以及金色、銀色與相關聯想色系。
三、提供較便利與隱密性的手法。	通常比他人享有較多的便利性與隱密性，如空間配置上位居最後，可以便於監管與保有自我隱私。
四、利用各種能夠提高識別度的方法以區別階級差異性。	鮮豔色彩印象。或者是類似於表現高、大、多等形式性特徵。名家作品展示。前位。
五、複製具有高級感的製品。	仿製過去宮廷貴族所習慣使用的器物與擺設（皇帝椅、室內配置方式與裝飾技巧等）。
六、複製屬於貴族使用者的印象。	請名人貴族進行代言的對比宣傳方式。
七、塑造各式較為雍容華貴而非勞動形象之產物。	如塑身衣、長裙等。

資料來源：本研究整理

從表中可以發現階級形象幾乎都是人類刻意操控下的結果，此七項法則便是最常見的手法：1.對自然物、方位或鬼神等虛擬設計物的崇拜行為（或說借力）下所產生的各類產物。人類讓這些神話的虛擬圖像變成吉祥性的視覺象徵，所以往往在貴族的設計物（如過去的宮殿、現在的豪宅）中，可以經常看見諸如此類作法。如虎、獅、象、與龍等的圖騰運用選擇順序，以及風水學中的吉位、服色概念。2.使用昂貴材料與衍生色系。自古以來物以稀為貴，所以往往稀少又顯眼的材料便會讓人感到珍貴，價值



不斷提高，然後成為貴族的最愛。因此只要是能夠讓人輕易便可聯想到這類屬於「高級」的材料，似乎都能有迅速提升產品本身價值感的功能性。

3.提供較便利與隱密性的手法。基於人類期望擁有個人專屬空間的私密性，因此可以發現貴族的住宅或使用的器物、空間設計等都會以此作為考量範圍，便於監管並保有隱私。

4.利用各種能夠提高識別度的方法以區別階級差異性。人類從原始時代起就懂得利用各種裝飾品來提高自己的識別度，所以同樣地在為展現個人地位時，利用各種顯眼方式來突顯自己，也可同時突顯出階級的印象表徵。所以只要能夠強調出物體的高貴氣質，都可以說是形塑階級感的最好工具，像是使用鮮豔色彩、穿著華麗服飾、使用高大壯觀的器物等。

5.複製具有高級感的製品。仿製過去宮廷貴族所習慣使用的器物與擺設（皇帝椅、室內配置方式與裝飾技巧等），同時便可複製出別人對自己的較佳觀感。

6.複製屬於貴族使用者的印象。事實上人類追求豪門貴族的生活品質心態自古不變，所以古代帝王所使用的貴族器物，就成為後代人形塑貴族仿製的參考元素。近代則更衍生出此類人士代言產品，以求消費者能做出同樣的「心理投射」期望，以增加消費力的做法出現。

7.塑造各式較為雍容華貴而非勞動形象之產物。自古以來對上層階級就存在著「有閒」的刻板印象，所以人類造就出許多可控制個人行動力，同時塑造完美體態的高層人士使用器物設計，而這些都不是平民階級所能使用的設計物，明顯劃分出階級的差異感。

在整個上層階級產物的形塑過程中，可以發現通常設計師會利用對過去上層階級既有的刻板印象（如使用昂貴的材料、使用購買壯觀又華麗的裝飾品等）加以仿製，這基本上也是最容易提高設計品（連帶影響著設計者）身分地位的基本技巧。

可見人類大費周章形塑這些上層階級器物，為的只是刻意與平民階級進行差異化區隔，而大部分近代設計過程中也常出現這類型的設計產品，好像設計就是一直反覆在從事這些行為，且無形中也讓階層化更加明顯。現在許多設計品中幾乎都含有這類的意識形態存在，設計者也無時無刻都在參與著這些事，希望消費者的「移情作用」可以充分發揮作用，為的就是吸引更多的使用者進入購買。



5-4 設計者的階級意識對設計思維與行為運作上的影響

「意識形態」在人類思維運作過程中扮演極具重要角色，也是影響人類思維的關鍵因素之一。當人類長期受到這些意識形態的同化，無形中對既定概念產生固化現象，並因而形成一些先入為主的刻板印象。自然設計師再受到這些意識形態的影響，便會直接或間接反映至其所設計的設計產物上。

17、18 世紀歐美資產階級的思想家、政治家首先提出平等概念，主要用於反對封建領主階級的專制統治與壓迫政策。這些政體上的改變也是設計呈現方式改變的一個轉捩點。以往在封建制度國家，政經制度的主導權幾乎落在統治階級身上，貴族的生活用品雖大多出自於平民百姓之手，但主要還是為滿足統治者展現個人地位，所設計出能夠清楚識別與平民之間差異的產物。相較於此一般的平民百姓則沒有過多的選擇權，只能依附於統治者的限制下從事製造與使用產物，所以這兩者間的設計產物就會有很大的不同，可明顯區分出不同體系。

這個時代的設計者（過去指的多是工匠）幾乎都是聽從貴族行事，所以大多數的產物還是以貴族要求為主，相對於一般的民生用品也是受到貴族限制，所以看起來無論是表面上的地位不平等，甚至連使用的器物及所居住的環境都連帶受到牽連。設計者在此只是扮演協助貴族形塑地位的輔助角色，許多設計物的產生並不盡然考慮到使用目的，反而經常會出現利用各種能夠提高身份的裝飾手法進行設計產出的結果。至於常民的生活器物則完全相反，沒有過多的裝飾，並且以實用為目的，既簡單又樸實，材料也是以隨手可得的天然材料為主，但沒有華麗裝飾識別意義的這些設計物，塑造出的就只是一種平民階級印象。會形成如此現象多也是受到貴族的長期剝削，礙於能力上有限，所以對設計產物的要求也明顯的會有所不同，造成設計產物階級印象不平等的現象產生。

時至近代大多數的國家都從封建與獨裁制度開始走向民主體制，此時的設計原則已開始鬆動，並不像過去那麼被受限制，所以可以開始較不受拘束的從事設計工作。但畢竟設計工作並不像藝術創作可以如此隨心所欲，它必須還是得滿足人類需求，所以不得不因應現實，繼續實踐為滿足雇主慾望的重要目標。但仔細觀察便不難發現，這些雇主多屬於主管以上階級，所以相對應的設計物的大多數服務對象也就屬於這些上層階級，可見得上層階級其實是能夠在設計產業中，有所影響主導產生階級地位意識形態的設計需求滿足物，雖然這些上階級僅佔全體人類的少數而已。



從這裡我們可以發現，整個設計行業形態呈現出一種循環，也就是設計者接受雇主訊息，將其傳達給一般百姓，讓百姓接受這些訊息後，直接、間接產生不同的應對行為（譬如產生購買慾望等），從這裡來看設計者本身是有意識或無意識地就接受起雇主的要求從事設計，並盡力的去滿足雇主的需求，而通常上層階級（通常也是有錢階級）的設計物慾較強，也較花的起大錢去要求設計，所以在無形中設計者自然也會去思考，如何去滿足這類要求為其重要設計目標（當然檯面上的說法就是不同層級的人類會有不同的需求，所以要各自去幫他們去設計不同的階級象徵設計物）。只不過這仍無法掩蓋的是，設計者事實上是助長階級意識形成的一個重要「助力」來源，雖然「為目標消費者服務」這句話常會拿來被當作是遮掩這類意識形態不被輕易看見的一個保護傘，但仍無法抹除這些既成事實。

當設計職業得侷限其服務範圍，為有能力的上層階級服務，就有可能會跟標榜著以改善社會全體福利為己任（當然應該也包含前述的平等目標等等）的目標有所衝突。然而設計本身就是一種職業，還是得依現實考量去過生活，所以設計者也常只能在明知不可為而為之的狀況下，繼續接受雇主的要求行事，然後自己去找自己可以接受的理由來說服自己。似乎設計者因為現實考量，還是得選擇遵從這條「明知如此」的路線繼續下去。設計者經常在面對諸如此類對設計哲思的問題思索之際，會採用像是宿命論的論調繼續麻醉這些道德感上所產生出的衝突現象，不然就是明知如此，但沒有關係，我還是選擇繼續埋首於我要的設計製造中，然後視而不見等，諸如此類的解決方策。

坊間談設計哲學的書籍、論文應該很多，但是在一窩蜂地教導設計者、設計系的學生們去認識那些有時似乎是遙不可及的崇高設計理想之際，那除去可以當作考試用的考題使用之外，其實並不真實，也似乎產生不出什麼作用。因為設計哲思的大部分理想，經常都只是被拿來當作是報告用的內容，做個開場白，講個大哲理之後，就忘記自己原來應該要顧的是什麼。然後便只是記得如何發現問題，然後又如何去解決問題的「做設計」方式，而很少發現其實談設計哲理，是為求在「做設計」之前就要去進行思考是否要去「設計」的問題，不然找問題又有何難？而且找出問題解決問題之後，問題難道就不會再產生？那應該也是不可能的事吧。誠如前幾段曾提及，設計是一種循環，是一種不停地在找問題、解決問題過程中打轉的一種循環過程，本身是永無止盡。只有跳到迴圈外面，重新思索設計思維的根本性問題（像是要做或不做的問題），這迴圈才會被打破而有所改變。也因為大部分的設計都在形塑這些貴族產物，是否也有專屬於庶民百姓的專屬設計？下章節將針對此問題多方面檢討。



5-5 階級意識形態設計的未來發展？—形塑貴族？還是人人共享的庶民化設計？

在上面已可以看出大多數的設計手法皆偏向形塑或是仿製貴族產物。但畢竟並不是每個人都有能力選購這些高級品，若是重覆設計仿製這些次級品讓大眾都得以共享，又好像失去這些產品存在的實際必要性，所以在這裡本研究進一步有些思索。

人人均等的理想國是個遠大目標。平民化的設計模式是個可實現「只要有錢，無論任何階級都可享用」的思維出發點。近年來大量出現庶民可以「買得起」的品牌，譬如無印良品、Lativ 國民服飾、UNIQLO 等例。但這些東西是否就是真平價？還是在塑造另一種「中產階級」的出現？設計行為進行的同時塑造階級，是否已成為是一種無法避免的附帶產物？答案幾乎都是「是」，所以設計者是否就是無法擺脫這種「宿命」？

可見人類對商品已經形成既定的文化價值觀，而這些價值觀（本研究所述之人類心靈層面需求）才是決定他們對這項商品的購買動機。所以當商品具有相同的功能時，有時第二步，選擇背後所塑造的階級識別形象才是決定能否滿足消費者去進行購買的關鍵，甚至有時還喧賓奪主的成為首要要件。雖說設計類教科書的內容中，經常表述設計的本質應該是「設計出符合消費需求，解決人類問題，進而可以貼近感動人心」的基礎思維。但這些說法就如同前段開頭所述的理想國概念一樣，實是遙不可及的目標，知易行難。反而是過了第一章之後，隱隱約約的教學生如何從事各種階級設計的思維反而常常埋在各種內容中，灌入至未來設計師的心靈中，久而久之的變成為是一種「刻板印象」，然後再繼續地傳承下去。

若是設計能夠創造出大眾都可適用，不再受限於資本、政治家所創造出來的價值觀，能夠確實改善社會環境、提高人類素質、感化人類向善，那確實是個理想境地。是否可以在執行設計的同時，也稍加思索這類問題，培養正向的道德觀，而不是汲汲營營的以創造利潤為目的，或許可以舒緩這類情緒的渲染力。

假使當設計回到最初原點，一切簡化只為使用目的而存在，除掉這些訂定人類地位標籤的設計物，那麼設計就不會只是在淪落為創造商機，替商人謀利的工具。設計便可以實際針對大眾所需，幫助人類解決問題以改善社會，如此一來設計才能更貼近大眾，非僅僅侷限只滿足於那些少數優勢族群。



所以是不是在培養新一代設計人才的一開始，便可以在教育的過程中奠定好這類設計思維，以致未來學生在進入職場後，能夠在其設計思維的發展過程中詳加思考這類問題。並以宏觀角度進行設計，如此一來設計人員才不會淪落為只是技術代工性質的操作人員，設計力才能再更往前邁進一步。這也是未來設計教育有待努力的地方，而下一節則將提供一些對未來設計哲學教育發展上的思索提示。

5-6 從階級設計思維的形成討論設計教育的未來

當上小節提及設計主要是為「形塑貴族」的思維而服務之際，可以發現或許設計教育也在無形中，成為形塑階級差異化設計觀念的學科教育形式。故此，藉由前兩小節的討論，再回饋至最後所要談論的延伸主題—現在的設計教育上，這現象（或者說問題）又該如何去面對？階級意識形態所產生的差異化設計其實早已根深蒂固存在於人類的日常生活中，而且是從小的教育就開始被潛移默化（這部份已超出現在高等設計教育所能解決問題的程度範圍）。所以當在大學高等教育中教授這些內容時，其實只能先對過去已產生的案例進行反省思索，進行類似於亡羊補牢之作。而如果這時也只是消極的對這些已經習慣只是動手做，而不會認真思索哲理的學生們談論這些概念，那似乎有些像是緣木求魚之舉。因為他們已習慣反正就是只要做設計，這時跟他們談為何要進行「設計」這件事，好像已經很難再激起他們的注意力。這是現階段在大學高等設計教育中，本來應該是最需要討論的事，卻反而已經變成最不重要的事之原因所在。這就像談設計職業倫理這件事，都經常會被寫在每個設計系的設系宗旨，或學生本位能力的目標之中，但是，又有什麼設計系會開此類課程（當然也不用再繼續討論會不會開很多，然後不會開很多的課程那大概對學生也不會有太多影響力）？然後就算真的很勉強開了一門課，如果不是必修，那大概也沒人會選？如此一來，這些道理大家雖然都懂，但如何才能去真正實踐這件事，大概會是個難上加難的事。

至於現今，由大多數設計系學生的課堂報告作業中，可以發現多是改造設計或是創新設計技術研發的作業訴求，並沒有一項課程傳授會直接以探討類似這類設計意識形態的議題為課程發展的中心。但似乎又不得不去重視這類意識形態對設計所造成的影響，故或許讓學生能夠徹底瞭解意識形態灌輸的最好方法，就是多強迫讓學生更回歸原點的去思索這類問題，並將這類概念以多樣化課程的方式逐步導引，或許才能培養設計系學生能在後天學習的過程中補上這些視野。



在台灣目前一窩蜂成立設計系，卻被失衡人力市場所主宰之際，為因應大多設計業所要求的人才，通常並不是腦袋（精神層次或是設計概念，因為這些事也可以讓別的系的畢業生去做，而不必強求設計系的學生），而追求的是手上功夫（這裡所指的是技術層面）。如果大學院校總是持續配合這種短視近利的需求，多偏向安排技術實務性導向的課程，缺乏設計思索性的課程，或許學生畢業後可以立刻找到工作，但後來可能也做不長久，然後升遷無門，只能寄人籬下，這種「前程似錦」的未來，似乎也很難在校便能對學生進行詳細的內容說明。

既然如此，若是要避免這樣的現象產生，或許開幾個「設計哲理」類型的課程，就可以充分討論諸如性別意識、階級意識、差異化設計、虛擬設計、複製設計等等的設計哲理議題，以引發學生自省，可能也是個好方法。但對於目前大學生而言，這類課程的程度是否能夠讓學生如期吸收，仍是得慢慢去琢磨調整。畢竟冷門路線通常都不會有太多人會去關注，且現今的主流設計教育的結構形態似乎也還很難能達成此目標。

故此針對目前教育現況，或許在這類課程的安排上可以使用以下作法，來增進學生對於這方面的瞭解：（一）課堂中實際討論相關議題。針對不同的議題（性別意識、階級意識、差異化設計、虛擬設計、複製設計等等的設計哲理），可讓學生分組持正反立場加以辯論，在辯論的過程中學生便會加以思索設計行為對社會帶來的實際影響層面。（二）可讓學生親身體驗。請學生運用訪談或是觀察法來瞭解這類型議題，藉由觀察、訪談結果加以分析人類內在的慾望需求與檢討。（三）可實施跨領域的教學。譬如提供人類學或是社會學的觀點，來實際拆解判讀人類設計行為的各種目的，如此一來學生可以在不同的領域間增擴自我視野。畢竟設計到最後還是得回歸於「人類」的需求面，所以在設計的實踐過程中，必然會需要真正去關懷社會的實際需求面。

而設計思維是一種無形教化，所以說是一種哲理。若能真正落實這類議題探討，利用啟發、引導、刺激學子們的思想，或者會有新的可能性。讓學生有思考能力，而不只是灌輸他們改良或者是創新，如此才能讓莘莘學子深入瞭解設計的本質與意涵，而避免只是一味地在技術層面汲汲鑽營，這或許才是最重要之事。至於設計教育本質的根本改變，便要從此做起。



參考文獻

(1) 書籍

1. Chris Barker, 2004.9, 文化研究-理論與實踐, 五南圖書股份有限公司。
2. Dr.Motton Walker、陳銘宗, 1995, 色彩的力量, 號角出版社。
3. Griselda Pollock、陳香君譯, 2000, 視線與差異, 遠流出版社。
4. Karl Marx, 施植明譯, 1990, 1844年經濟學哲學手稿, 台北.田園。
5. Max Weber、林榮遠譯, 1997, 經濟與社會, 北京市: 商務印書館。
6. Michael C.Howard、李茂興、藍美華, 1997.9, 文化人類學, 弘智文化。
7. Stephanie Pedersen, 文胸時尚支撐與誘惑的千年史, 新星出版社。
- 8.王維堤, 2001, 中國服飾文化, 上海古籍出版社。
- 9.王貴祥, 1998, 文化·空間圖式與東西方建築空間, 田園城市。
- 10.王荔, 2003, 中國設計思想發展簡史, 湖南科技。
- 11.王智敏, 1999, 龍袍, 藝術圖書公司。
- 12.王令中, 2005, 藝術與視覺心理學-美術形式的視覺效應與心理分析, 人民美術出版社。
- 13.王其亨, 2004, 風水理論研究(二): 中國的環境設計, 台北市: 地景。
- 14.劉其偉, 1991, 文化人類學, 藝術家出版社。
- 15.中共中央馬克列斯著作編譯局, 1995.6, 馬克思恩格斯選集: 第一卷, 二版, 人民出版社。
- 16.田自秉, 1993, 工藝美術史, 文津出版社。
- 17.朱正義, 2003, 禮記, 暢談國際文化。
- 18.任繼愈, 1994, 墨子與墨家, 台灣商務印書館股份有限公司。
- 19.安海姆, 1982, 藝術與視覺心理學, 雄獅圖書公司。
- 20.李應強, 1992, 中國服裝色彩史論, 南天書局。
- 21.李國祥, 2004, 後漢書, 暢談國際文化。
- 22.李軍均, 2004, 紅樓夢服飾, 時報出版社。
- 23.李應強, 1992, 中國服裝色彩史論, 南天書局。
- 24.李人奎, 1986, 個人空間的風水規劃, 臺北市: 金楓。
- 25.邱創煥, 1977, 我國社會政策, 陽明山莊。
- 26.汪啟明, 1998, 先秦兩漢齊語研究, 成都市巴蜀書社。
- 27.呂月玉, 1986, 色彩論色版, 漢藝色顏出版社。
- 28.赤芾金鳥, 赤芾, 1995, 紅色的蔽膝, 駱駝出版社。
- 29.沈從文, 1971, 中國古代服飾研究-南天書局。
- 30.林崇宏, 2001, 設計理論與價值, 田園城市文化事業有限公司。
- 31.宗鳳英, 2004, 清代宮廷服飾, 紫禁城出版社。
- 32.周錫保, 1986, 中國古代服飾史, 南天書局有限公司。



- 33.周汛，1989，中國古代服飾風俗，天津出版社。
- 34.周建男，1998，陽宅科學大廣場，國家出版社。
- 35.岡本光，2005，墨子思想圖解，臺北市:商周出版。
- 36.岸本章宏，2007，辦公空間經濟學，漫遊者文化事業股份有限公司。
- 37.邱鈴芝，2004，產品機能之期待意象，大同大學。
- 38.韋伯，1967，社會學主要思潮，自由出版社。
- 39.柏拉圖，2007，理想國卷四，北京市：九州出版社。
- 40.范珍輝，1980，社會與階級，正中書局。
- 41.范伯倫，2007，有閒階級論，左岸文化出版。
- 42.述鼎，2001，京劇服飾，藝術圖書公司。
- 43.威爾斯 (Wells)，1997，消費者行為，臺灣西書。
- 44.洪鎌德，1998，從韋伯看馬克思，台北：楊智文化。
- 45.後藤久，2009，西洋住居史石的文化 and 木的文化，五南圖書出版社。
- 46.徐公超，2000.7，從詩經·看先民的色彩崇好，中國語文。
- 47.徐華鐸，1988，中國的龍，輕工業出版社。
- 48.高豐，2006，中國設計史，積木文化。
- 49.庫勒納等撰，1986，日講四書解義 (清) 界出版社。
- 50.張夫也，2003，外國工藝美術史，中央編譯出版社。
- 51.高春明，1998，中國古代平民服裝，台灣商務。
- 52.高洪興，2006，纏足史，上海文藝出版社。
- 53.原口秀昭，1997，世界20世紀經典住宅設計，百通圖書股份有限公司。
- 54.孫全文，1987，中國建築與空間形式之符點意義，明文書局。
- 55.麥可，2004，奢華正在流行：精品普及化、價值精緻化的消費新主張，商智出版社。
- 56.許慎，2005，說文解字北京市：社會科學文獻出版社。
- 57.陽碧川，1992，歐洲社會主義運動史，前衛出版社。
- 58.陳國鈞，1988，文化人類學，三民書局。
- 59.陳正芬，2004，奢華正在流行，商智文化事業股份有限公司。
- 60.陸翹，1969，艱中記撰，藝文出版社。
- 61.費孝通，1991，鄉土中國，三聯書店。
- 62.清家清，1989，住宅風水學吉凶判斷法，大展出版社有限公司。
- 63.曾高峰，2006，中國設計史，積木文化。
- 64.黃耀輝譯，1996，馬克思Marx for Beginners，立緒文化事業有限公司。
- 65.黃瑞祺，1990，批判理論與現代社會學 (增訂版)，巨流圖書館。
- 66.黃公渚選註，2008，周禮臺中市：文听閣圖書。
- 67.敏澤，1989，中國美學思想史，濟魯書社。
- 68.葉劉天增，2002，中國裝飾藝術，南天書局有限公司。



- 69.梅要彬，2005，中國工藝美術史，天津人民。
- 70.楊鴻勛，2004，宮殿建築史話，國家出版社。
- 71.劉以煥、王鳳賢，2007，蘇格拉底，臺北市：品冠文化。
- 72.劉利，2007，左傳，北京市：中華書局。
- 73.樓慶西，1997，中國建築形態與文化，藝術家出版社。
- 74.蔡文輝，1994.10，社會學理論，台北:三民書局。
- 75.賴錦琬，1995，論國父的調和觀、馬克思的階級論與主見，中正書局。
- 76.瞿同組，1984，中國封建社會，台北:里仁書局。
- 77.羅世宏，2004，文化研究-理論與實踐，五南圖書出版。
78. Adrian Forty，1986，Objects of desire。
79. Melvin M. Tumin，1967，social stratification，the Forms and Functions of Inequality Englewood Cliffs New Jersey:Prentice-Hall。

(2) 論文集

- 1.何和明，1992，商業空間動線研究：中國文化大學出版部，p.37。
- 2.呂雅惠，2009，業者如何運用名人代言塑造品牌性格，世新大學，p.3。
- 3.林易萱，2004，仿冒學的符號政治：LV的真假之爭，國立交通大學傳播所，pp.58-59。
- 4.張華蓀，2008，認同、空間與權力，國立臺灣大學地理環境資源學研究所空間與權力，p.8。
- 5.陳怡君，2006，文化與色彩偏好對消費者購買行為的影響：以汽車為例，育達商業技術學院企業管理所，p.70
- 6.陳家輝，1994，古典社會學理論與社會變遷，國立中山大學，p.124。
- 7.蕭清華，1996，真亦假時假亦真談台灣名牌精品與仿冒品消費的人類學反思，清華大學人類學研究所，p.54。

(3) 期刊

1. DECO居家-96期。
2. DECO居家-97期。
3. DECO居家-98期。
- 4.壹週刊，965期。
- 5.龍在故宮，故宮叢刊甲種。
- 6.蘇瑩輝，從文字圖像談古人的跪坐姿態，東吳大學期刊第-十三卷。
- 7.麗丹、洪嘉永，2001，詩經服飾色彩意象，中華民國設計學報，4RSI- 8560。

(4) 網路資料

1. Gucci 品牌故事，http://tw.babelfish.yahoo.com/translate_url?doit=done&tt=url&trurl=http%3A%2F%2Ffashion.mop.com%2Fman%2Fbrand%2F2006



- 09 -21%2F1027.shtml&lp=zh_zt&intl=tw&fr=yfp , 2010.02.04 。
2. Princess Vivian , <http://www.wretch.cc/blog/vivianinUS/6407582> , 2010.03.03 。
 3. 大相撲解體 , <http://www.tisen.jp/tisenwiki/?%A4%DE%A4%EF%A4%B7> , 2010.2.22 。
 4. 品牌購物網 , http://nft.cc/pshow.php?ptype=ct_07003 , 2010.01.25 。
 5. 主管必讀的！招財開運辦公室風水-座位篇 , <http://2do.twbbs.org/forums/viewthread.php?tid=571> , 2010.03.24 。
 6. 故宮 e 學園數位學習課程系統 , 課程五：另類白金卡公益極致的商代青銅器 , http://elearning.npm.gov.tw/courses/digital_2-4-1/course05/right.htm , 2009.12.08 。
 7. 青藤書屋 , <http://artvine.org/forum/index.php?topic=637.0> , 2010.10.25 。
 8. 宗教演化史 , 鄭建業 , <http://buddhayaana.info/> , 2009.9.29 。
 9. 美容討論區 , <http://www.urcosme.com/boards/board2-278896-3-0.htm> , 2010.03.03 。
 10. 教育部國語辭典 , <http://140.111.34.46/cgi-bin/newDict/dict.sh?cond=%F5%B4%AD%B1&pieceLen=50&fld=1&cat=&ukey=2065809565&serial=3&recNo=0&op=&imgFont=1> , 2010.01.25 。
 11. 開卷嚴選 , <http://blog.chinatimes.com/openbook/archive/2009/09/27/436835.html> , 2010.3.4 。
 12. 跆拳道功力層級 , <http://www.coils.com.tw/sihyu/taekwondo/004.htm> , 2010.2.22 。
 13. 國際跆拳道 , <http://www.wretch.cc/blog/itftaiwan/12496982> , 2010.2.22 。
 14. 國際跆拳道 , <http://www.wretch.cc/blog/itftaiwan/12496982> , 2010.2.22 。
 15. 福特汽車 , <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/> , 2010.2.15 。
 16. 說苑 , http://ms.chgsh.chc.edu.tw/~chi/chi_ebook/sy.htm , 2010.01.25 。
 17. 禮記精華 , <http://www.dfg.cn/big5/chengjing/jxkch/ljjh/lijhl/16-yz-1.htm> , 2010.01.25 。
 18. 舊唐書 , <http://www.xysa.net/a200/h350/16jiutangshu/t-049.htm> , 2010. 10. 25 。