

## 由抄襲過渡到創意

### —從「雨生歡禧城」與「B'z精選集」封面設計談起—

台中技術學院商業設計研究所研究生 劉玉仙<sup>1</sup>  
台中技術學院商業設計研究所教授 連德仁

#### 摘要

本研究針對創意、抄襲與模仿三者間的關係進行深入探討。有關創意是否為抄襲概念的延伸？文中將搭配法律條文深入研究，且所選擇的案例為被許多人討論有抄襲可能性的「雨生歡禧城」專輯封面與疑似被抄襲之原創封面，B'z精選專輯之一「The Best Treasure」做為分析對象，並利用四種向度：(1)平面上構圖之相似；(2)色彩之相近程度；(3)文字造型之使用相似度；(4)時間上之先後，對於抄襲與否，或是過度抄襲做出評論。期望透過本研究結果對於文化產業之流行音樂專輯在封面包裝設計原創性、獨立創作與創作性等，提供一種參考依據，以避免抄襲之嫌，並增進創作者之創意發展。

**關鍵字：**原創性、獨立創作、創作性、B'z

---

<sup>1</sup> E-Mail : ryoko1204@yahoo.com.tw

## Being Creative or Plagiarizing

Taking the CD Covers of Yu Sheng Chang's Album- Yu Sheng huan shi cheng and the greatest hits of B'z- The Best Treasure for Example

Yu-Hsien Liu

Te-Jen Lien

### **Abstract**

We focused on discussing the relations between creativity, plagiarizing and imitation. Is plagiarizing the following concept of creation? The samples that we would like to discuss in this study were the cover of Yu Sheng huan shi cheng and the cover of one of the greatest hits of B'z- The Best Treasure. Furthermore, We adopted the terms and the meanings using in law like essence, originality, independent creation and creative to make comparison between these two samples that we collected and there were five dimensions that we would like to analyze here as follows: Similarity in composition; the similarity of colors; the similarity of the words used; the similarity of whole packing, and the time of these CDs released. Based on the results we had here, we provided some guidelines to distinguish from the creativity, independent creation and creative of pop music CD covers.

**Key Words: Originality, Independent Creation, Creative, B'z**

## 壹、抄襲與創意的關係

國內陳光大於國際設計教育研討會所發表——基礎造形在設計教育中的研究現狀與展望一文，對於以模仿為中心的思考模式提出一項觀點，認為國內教育學者在構成的基礎教育中並未將正確的觀念傳遞給學生，只是一味地要求學生臨摹作品，扼殺了學生的思考能力，對於創意層面的建構不健全，或許這也就是為什麼抄襲總是與創意互相牽扯不清的緣故。以下將由法律上的層面和兩者間的相互關係來進行探討。

### 一、抄襲與創意的傳統論述與法律界定

透過整理各方文獻後，對於「創意」一詞的定義，通俗上的認定是創作者運用自身的創造力（Originality）<sup>2</sup>去完成其創作（Creation or Production）<sup>3</sup>便是創意的呈現，而此亦是本研究對於創意之認定，因此以現今創作的方式來說，文字或圖像相互搭配所呈現的藝術、商業行為而產生之物，加入自身特殊觀點、意念、描述後，方可稱為創作作品。其次，對於創意的偷竊行為一般通稱為抄襲，而抄襲由字典之名詞釋義有：（1）世謂抄襲他人文而自以為自己作者曰抄襲；（2）行軍時攻敵之側面或背面謂之抄襲（辭海，中冊，p.1898）。

在台灣的法律中，著作權法是專門為了保護創作人的作品而產生的法律，但有時若涉及一些商業行為的競爭時，即可採用公平交易法中的不公平競爭法來相互搭配使用，如之前蕃薯藤控告 YAHOO 奇摩的網路侵權事件，便是以著作權法搭配公平交易法來做為法源依據，而本研究僅針對權著作權中對於創作保護的部分進行案例分析探討。以下就著作權法之抄襲、原創性、獨立創作與創作性的定義，予以闡述。

所謂「抄襲（Plagiarism）」，並非法律上之精確用語，而只為實務用語。其又可有廣義與狹義之分：狹義之「抄襲」為著作權法所使用，專指「表達」之抄襲，不及於思想、概念、原理之抄襲，亦即在狹義的抄襲定義下，係指第三人非獨立創作，而逕自援用他人所表達之方式；廣義之抄襲則為學術界所用，泛指所有剽竊他人的著作當作自己所創作之行為，包括援用他人的思想或觀念，但卻未註明出處，而此思想上之抄襲並未涉及著作權法之規定，純粹是違背學術倫理。

就著作權法而言，根據台灣高等法院台中分院八十年度上字第三五七號民事判決：「又所謂抄襲，乃係剽竊他人的著作當作自己的創作，認定抄襲之要件有二：（1）接觸；（2）實質相似」（台灣學校網）。

所謂「原創性（Originality）」，指的是著作人基於其人格精神而獨立所作，以表達其思想、感情或個性，並具有最低度之創意者。依據最高法院八十一年度台上字第三〇六三

<sup>2</sup> 創造力（Originality）：個人能特出新意，造做一事一物之力量也。

<sup>3</sup> 創作（Creation or Production）：文字及藝術作品，出於己意，不事模仿者，稱為創作。

號民事判決：「凡具有原創性之人類精神上創作，且足以表現作者之個性或獨特性之程度者，即享有著作權。」即指此而言。而原創性分為廣義與狹義兩種：廣義的原創性包含兩個要件，即獨立創作（原始性 **Originality**）及創作性；狹義的原創性則僅指創作性（羅明通，2002，p.143）。

又所謂「獨立創作（**Independent Brainchild**）」，乃指著作人創作時，未接觸參考他人先前之著作而言，即凡經由接觸並進而抄襲他人著作而完成之作品即非獨立創作之著作。由於著作權法重在著作人之獨立創作，故著作人之作品雖與他人完成在前之著作雷同或相似，只要能證明係著作人獨立創作完成，仍受著作權法保護。最高法院判決即稱：「按著作權所保護者，為著作人獨立創作之作品，兩作品祇其均來自獨立之表達而無抄襲之處，縱使相雷同，亦僅巧合而已，仍均受著作權法之保護。不得僅以客觀上之雷同類似，即認定主觀上有抄襲情事…苟非抄襲或複製他人之著作，縱二作者各自獨立完成相同或極相似之著作，因二者均屬創作，皆應受著作權法之保護。（經濟部智慧財產局）」對於法律上所規定的獨立創作是創作者在創作過程中未經過接觸他人作品所產製之物。然而欣賞好的作品是大部分的民眾都會做的事，更別提身為這市場中的設計師，因此若要設計師不接觸而創作，從實際面而言可能性極低，故在法律上的條文通常不會將所有可能性列出，而在可能的情況加上一條「但書」做為保護，這也是大多數人會爭議的焦點。本研究希冀透過其他方式來提供不同的辨識方法，並對於創作的原創性以不同角度切入予以協助。

創作中所謂的「創作性（**Brainchild**）」，係指著作的創作程度要求不高，但必須要有人類精神智慧之投入。因此，小兒塗鴉與大師巨著從著作權法之角度而言是等值的，至於其有無經濟價值，則應由市場決定，因此藉由機械、工具操作所產生之成果，如果沒有人類精神智慧之投入，則不能受著作權保護。但經由電腦繪圖軟體所做之美術圖像，人人不同，因為有人類精神智慧之投入，故受著作權保護。著作權僅保護創作性而不保護辛勤原則（**Sweat of Brow**），亦即沒有最低程度的人類精神智慧之投入，縱使花費龐大的勞力、物力與時間，仍不能受著作權保護。例如電話號碼簿，其僅依固定之姓氏或地區排列，任何擁有該項資料之人所排列之結果均大同小異，縱使花很多力氣去蒐集，但因無創作性，無法受著作權保護（台灣學校網）。

關於著作權法的抄襲要件中，針對實質相似之案件證明在國外已有相關判例，楊宏英於 85 年碩論中，以美國法院所提出的測試方式，針對實質相似之判定做進一步的探討，其所使用測試法為：抽象測試法、模式測試法與整體概念及感覺測試法（楊宏英，1996，p.83-p.86），如表一的比較分析。

表 1 抽象與模式測試法之差異

測試方法	抽象測試法 (Abstractions Test)	模式測試法 (Pattern)	整體概念 及感覺測試法
相異處	事件順序與主要角色間相互影響等模式視為 <b>構想</b> (不受保護)。	事件順序與主要角色間相互影響等模式視為 <b>表達</b> (受保護)。	1.外部測試 (Extrinsic Test): 排除作品中構想之部分,而後再進行 <b>判斷表達</b> 部分之 <b>實質</b> 相似。 2.內部測試 (Intrinsic Test): 修正後,由謹慎、理性之一般人以其觀感進行判斷。
相同處	皆將作品做某種程度之抽離工作,並進行實質相似要件的判斷。		

資料來源 本研究整理

法律對於文字上的創作著作保護較為周延,但是對於目前藝術或設計領域方面相關的法律保障卻較為薄弱,大多參考國外的案例。如 Nichol v. Universal Picture Co. 45 F.2d 119, 2d Cir. 1930 及 Chafee, Reflections on the Law of Copyright, 45 Colum. L. Rev. 503, 1945 (轉引自 Nimmer on Copyright, vol. III, §12.11 [D], 1996, p.13-33) 之法官所審理案件為戲劇上的抄襲判定,其藉由分割的方式,將所有物件一一剔除,最後只剩“表達與構想”兩部分進行判斷,雖然所舉之抄襲案例並非針對平面圖像,但卻是由另一種角度進行判斷。大眾對於創作的產生方式並非十分瞭解,因此也僅能對呈現之作品,在視覺認知上,是否使人直覺性產生與其他作品的相似聯想,進而在主觀上認定為抄襲之作品,但創意是否只為抄襲概念的一種延伸?本研究也提出自身的觀點如下。

## 二、創意是抄襲概念的延伸

許多從未接觸過創意產業相關的人都會有這類疑問,創意究竟是如何產生的呢?或許應該先從模仿開始談起。根據文獻研究指出,人類的模仿能力從出生後十二至二十一日即可展現出來 (Meltzoff A.N. & M.K., 1977, pp.75-78)。此種行為上的模仿會一直不斷地隨著周遭的改變而產生變化,而藝術的行為就是依靠人類的本能發展出來的,並藉由對大自然的模仿與觀察進行創作,如莫內、梵谷等人的大自然寫實畫作。然而這些作品都是出自個人意念而產生,並且可從每件作品中看出創作者所要闡述的精神或是要談論的議題,如此的作品雖然是仿自自然卻注入自身的靈魂、精神與意念,便可謂之創作。

在 2005 年 5 月 8 日由中華民國設計師協會在南港軟體工業園區所舉行的「與設計師座談會」,邀請新加坡設計團隊「:phunk」來演講、相互交流與討論。這四位從新加坡來台灣的设计師在會場上展示出許多的作品,其中一件海報作品令人印象深刻,海報上的圖

像是大眾所熟知的漢堡神偷<sup>4</sup>，而上面的文字則是說：「由小偷那裡偷東西！（Stealing from Thieves!）」，這是爲了「：phunk」在新加坡的一場演講所做的海報，演講的題目是以模仿、抄襲和創作間的相互關係爲主，「：phunk」是希望藉由這場演講強調創作是必須被保護的，順便也加深新加坡學生對於尊重創作的觀念，不要成爲下一個抄襲的創作人，就如同海報上所要闡述的觀念一樣：「不介意你偷就怕你不知道怎麼偷！」，正如那張海報在新加坡校園展示時，許多新加坡學生想偷那張海報但是卻沒有辦法，原因是那張海報是用噴漆的方式噴於牆壁上，它與一般的海報不同，這也就是他們想跟學生說的事情之一，即概念上的轉換也就是自身創作獨特之處。而根據「：phunk」的概念：「誰說海報只能噴在紙上，海報最後也是要貼在牆上，如果是這樣不如讓牆壁成爲海報紙、讓自己成爲列表機，直接將要呈現的圖像與文字噴上！」，如此即是一個具有自身意念的創作，但是仍須注意該圖像是否有相關法令的使用限制，以免涉法而不自知。

除了此新加坡團體將眾所皆知的圖像運用到創作之中外，也有一日本知名設計團體運用「辛普森家庭（The Simpsons）」的圖像與自身創作的人像加以結合後成爲具有代表性的作品。因此，若以抄襲來評判這些作品未免過於片面，因爲有時創作者僅是藉由模仿的手法進行創作，然而模仿的手法若未加入自身創作的概念想法時，也僅是一種技術的重現而非創作外，也可能容易被他人認定爲有抄襲的嫌疑。故此，本研究認爲：「創意與抄襲間的關係如同刀的兩面，在面對不同的事物若是用錯刀面就會產生非預期的切口，而抄襲便是那非預期的切口，因爲創作者所希望的是創作出與他人能相區隔的作品，而非雷同性極高的模仿作品，因此創意與抄襲是創作者在經過自身內化思考過程後的產物，若雷同性過高（過度的模仿）便容易被提出有抄襲之嫌疑；反之，則是創意或是藉由他人的作品使創意再現。

## 貳、兩生歡禧城與 B' z 精選集封面之抄襲案例評析

在 2006 年 3 月 7 日於東海大學所舉辦的一場演講中，一位專門設計流行唱片封面的設計師私下透露：「有時抄襲風格並非設計師的意願（創作），而是唱片公司爲了吸引大眾焦點、產生討論話題的一種行銷手法。」而演講者所指的就是市面上一直讓許多歌迷討論的封面抄襲事件，故本研究以爭議性較高的封面設計做爲案例，進行分析與探討。在探討過創意是否爲抄襲概念的延伸後，本研究選擇以案例比對的方式對於抄襲與過度模仿之間的爭議來做釐清，擬就兩生歡禧城抄襲日本團體 B'z 精選集話題的產生，以四種向度進行對照研究。

<sup>4</sup> 麥當勞的四個企業精神吉祥物之一，如麥當勞叔叔、大鳥姊姊、奶昔大哥、漢堡神偷。

## 一、緣起

古希臘哲學家 Plato (427-347B.C.) 與 Aristotle (384-322B.C.) 對於人類從事創作的動機做出學理上的推測——「主張人類與生俱有模倣的本能」，任何藝術的發生都是由模倣的本能而表現出來的「模倣衝動說 (Theory of Imitation-impulse)」(王秀雄作, 1991)。在資訊量增加的環境中，創作者藉由網路、技術的發達和演進，使得創作空間及視野愈加開闊，但同時也愈受限制，因為透過文化上的交流、歷史背景的轉換、跨國間的法律問題與市場上的商業考量，層層相互作用與牽制下，抄襲風波開始侵入不同的創作領域，如文字創作、音樂創作與圖像影像創作等。

有關文字創作方面的抄襲事件如：中國大陸作家郭敬明和春風文藝出版社被控抄襲莊羽之文學著作，並判賠 20 萬與登報道歉 (惠東互動論壇)；日本藝人安倍夏美創作的寫真書「小夏」、小品文選集、圖片書「陽光」，三本書中各有一段詞句和安室奈美惠、aiko、作家相田蜜的歌詞、詩句相同，經查證屬實後該藝人已於公開媒體中發表道歉聲明(TRADE 線上即時新聞)。而臺灣網路侵權事件，Yahoo!奇摩涉嫌連續二十日抄襲蕃薯藤網站的內容，蕃薯藤提出網站內容皆由工作人員自行編寫，且發佈訊息皆在 Yahoo!奇摩之前，於時間點及內容上蕃薯藤都以著作權法與公平交易法為依歸，並且收集多日之證據擬做為日後呈堂證供 (東方法眼)。

音樂方面的抄襲事件則有：創作歌手永邦於 2005 年 8 月發行的精選集 7「真愛珍愛風行珍藏版」，其中收錄曲目「Melody」、「MAGIC」涉嫌抄襲日本知名動畫遊戲「Air」片頭曲「鳥之詩」以及創作人須釜俊一的「天使的休日」，經查證後確有其事，而發行公司——新力博德曼唱片也立即將這張專輯自通路下架，並擬在獲得授權之後才會販賣，但被抄襲之日方公開聲明將不會授與台灣任何版權。

至於，圖像影像創作方面的抄襲有：台灣插畫家幾米控告藝人江蕙的晚婚 MTV 抄襲其畫作「向左走向右走」，其案件於第一審中判藝人江蕙與導演鄺盛賠款及銷毀 MTV，但在二審中則是幾米敗訴，目前此仍為審理中案件，其對於許多創作者而言算是一種捍衛自身作品的積極表現 (Ishtar's BBS)。其次，香港劇團 (好戲量友好報) 的演出海報 (如圖 1) 涉嫌抄襲知名圖像 Hello Kitty (如圖 2)，該劇團坦承於創作過程確有參考但主張此海報並未抄襲，只是一種創意的再現。2004 年在法國一名童書作家控告海底總動員抄襲其創作，該作家指出創作作品中的小丑魚皮耶洛與海底總動員中的尼諾相似，而其作品在 1995 年於法國申請專利，而其書籍則是於 2002 年出版，但迪士尼則以劇本早於 2000 年完成，且小丑魚每隻長相皆同並未構成抄襲來做出回應 (大紀元報導)。



圖 1：話劇「吉蒂與死人頭」

圖片來源：好戲量友好報



圖 2：Hello Kitty

圖片來源：<http://www.nippon.it/?topic=32&newlang=italian>

上述對於文字、音樂及圖像的抄襲不僅限於某個國家，而是幾乎全球的一種問題，然而創作者應該是藉由訓練而創作出具有自身風格、特徵與美感的作品，此為創作者必經的過程，在過程中勢必會透過模仿前人的作品來尋求新的發現或創作靈感。或許有許多人因此走出自己的創作之路，但少數人則原地踏步停留在模仿的階段無法前進，而此時創作出的作品必然無法傳達自身精神、理念，更嚴重的是構成了俗稱的抄襲行為（上述所舉的例子可為證明）。因此如何從創作者所創作之作品中找出其精神，尋找出模仿與抄襲之行為是創作的另一種延伸，本研究即以受爭議的唱片封面抄襲的事件做為研究分析的案例，盼能從中獲得一些支持與結論。

## 二、本案例相關要素之抄襲判斷與評析

本單元就雨生歡禧城與 B'z<sup>5</sup>精選集——The Best Treasure 封面設計爭議處，藉由台灣高等法院台中分院八十年度上字第三五七號民事判決認定之抄襲要件中實質相似條件，用以下四個向度進行抄襲與否之推判：

### 1. 平面構圖之相似

LAY-OUT 原用於庭院設計之用語，意指一個庭院中，花壇與池塘的面積要佔多大，將其配置於何處才能引發視覺美感與秩序感等，此種安排與空間上的分割手法便稱「LAY-OUT」；但大約於 1930 年代開始，「LAY-OUT」的含意逐漸擴大至廣告設計與編輯設計之中。在商業設計中「LAY-OUT」即指廣告構成而言，其作用是如何將廣告情報做視覺美的傳達，使廣告成爲一種大眾視覺美的享受。並在一定的面積內將廣告中所需的元素做有機、有秩序的配置與安排（柳下秀雄著，1981，p.2-15）。因此以本研究的案例來看，在平面視覺編排上，兩張圖猶如鏡子對照般，在圖 3 的部分是由日本樂團成員

<sup>5</sup>B'z 爲日本知名的搖滾樂團，其團員總共 2 人，由吉他手松本孝弘與主唱稻葉浩志共同組成，由原本的音樂風格爲電子樂轉變爲硬式搖滾、美式搖滾和結合流行與搖滾等曲風，轉變後每張單曲皆爲 Oricon 公信榜的冠軍單曲。



以二人為組合的團體，此張唱片是為紀念該團體所有冠軍單曲而推出的，因此封面上以熱鬧氣氛做為呈現的主體，特意營造出眾人在酒吧中歡愉的畫面，而封面上人物的呈現皆是以合成手法構成，此二人為團體之全部成員，因此基本構成單位是兩個人，故藉由兩人做不同的造形、動作來創造出群眾熱鬧的場景。

圖 4 的雨生歡禧城專輯，是為紀念張雨生而集結眾多歌手所形成的一張專輯，不同於單人或團體歌手唱片封面操作模式，此專輯的企畫目的是希望透過眾家歌手重新詮釋所有張雨生生前所做的每一首歌，希望歌迷能透過此張專輯，再次懷念張雨生一直以歌聲帶給人的愉快感。因此專輯名稱才會定為——雨生歡禧城，而封面呈現則是透過在此專集中演唱的所有藝人，在酒吧裡開心歡樂的氣氛加上做不同動作所形成的畫面。



圖 3 B'z 精選 The Best Treasure 封面



圖 4 雨生歡禧城封面

圖片來源 <http://stars.udn.com/star/StarsContent/Content907/>

由場景方面來看，兩者皆是藉由一間酒吧來呈現熱鬧的氣氛，眾人圍繞於吧台周圍，呈現歡樂愉悅之畫面，猶如在開慶祝會<sup>6</sup>一般的概念極為相似；而技術上的使用也是相同採用合成的方式，此為創作人者普遍使用的編排技巧，因此這方面的相似處並不得以構成實質相似部份的論定。若以抄襲之認定要件中「實質相似」部分而論，僅能以畫面所傳遞之意象做為假設：不排除兩者在圖像畫面上有實質相似之處。至於台灣方面在製作雨生歡禧城的過程中是否有接觸到或直接參考日本方面的 B'z 團體之封面設計便不得而知，但是根據 2006 年 3 月 7 日聶永貞<sup>7</sup>先生於東海大學的座談會中所表示，大部分

<sup>6</sup> B'z 是為了慶祝所有單曲皆為 Oricon 冠軍單曲，因而營造出慶功宴之感；企畫目標是由於張雨生生前所帶給人熱鬧歡愉的氣氛，並不希望傷感淹沒了其生前帶給人的歡笑，因此以開慶祝會的方式來懷念他。

<sup>7</sup> 受訪者聶永貞先生專門從事唱片封面設計，其所做過的歌手有：周杰倫、五月天、黃立行、王力宏、江美琪等。唱片公司與封面設計師彼此間的互動關係與唱片公司可能操作手法，對於唱片封面設計師在創作上的影響不小。

的唱片封面設計師都會在製作封面設計前，尋找一些與此次唱片主題設定相關資料的封面、平面設計做為參考，而部分唱片公司也會提出一些參考依據及要求。故本研究推測雨生歡禧城在製作唱片封面的過程中，實質上的接觸可能性極高。



圖 5 B'z 精選 The Best Treasure 封面-吊牌



圖 6 雨生歡禧城封面-吊牌

圖片來源 <http://stars.udn.com/star/StarsContent/Content907/>

本研究將兩張圖同時劃上白線，將畫面加以分割，發現在圖 5 與圖 6 兩張由左邊數來第一、二排的第一、二格畫面中皆有一個圓形吊物，以編排位置上而言，兩者位置相同，其次，所懸吊之物皆為圓形，因此更容易構成兩者在懸吊物方面有實質相似條件成立之要件。而圖 7 與圖 8 中的吊燈位置，以圖 5 與圖 6 所建立的分隔線來看，兩者皆偏右，但是圖 6 中的吊燈較接近全張圖的一半位置，而圖 5 的吊燈距離中間位置還差半格左右，雖然如此，但兩者皆位於第一列中，還是容易讓人判斷其位置上有相似之處。



圖 7 B'z 精選 The Best Treasure 封面-吊燈



圖 8 雨生歡禧城封面-吊燈

圖片來源 <http://stars.udn.com/star/StarsContent/Content907/>

而整間酒吧後方皆有一舞池，兩張封面皆有人群在舞池中高舉雙手跳舞，至於照亮酒吧的燈，兩者皆採用相似的吊燈款式（如圖 7 與圖 8）。圖 8 中的吊燈在內部多裝了一

個球體，雖然嚴格來說略有不同，但乍看之下卻十分相似，其次吊燈在角度方向上也略有調整。最引起人注意的視覺焦點則是酒吧的長吧台桌，兩者由於所選擇之場地相同，因此會有吧台長桌並不稀奇，但有趣的是兩者吧台桌的角度是相同，皆屬於一點消失的角度而構成，再者圖 9 前方桌面上放有物品，巧合的是圖 10 前方也有放置物品，且皆為方形物體。



圖 9 B'z 精選 The Best Treasure 封面-桌前物

圖 10 雨生歡禧城封面-桌前物

圖片來源 <http://stars.udn.com/star/StarsContent/Content907/>

以上皆為視覺上最容易引起人關注的焦點，而為何人類觀看一幅畫面時會有上述的視線移動過程（左上方的懸吊物、右上方天花板所吊的燈、桌前放置的物品等）？根據眼科學者研究，橫排方式的閱讀優於直排方式，因為人類的眼睛是生長左右兩邊，而左右移動對眼睛的肌肉運動較單純（陳敦化，1974，p.114），這理論大部分皆用於平面構成中版面構成的原則上<sup>8</sup>，其中視覺移動的合理性便提出視覺移動是具有方向性，且移動常受版面構成的線性或面性的影響，例如版面內置一水平線會引導我們視覺向左右移動；垂直線會導引視覺做上下的流動；斜線比起水平、垂直線有更強的視覺訴求力，會使我們的視線往斜方向引導。所以版面構成上分割的線或圖面都將指示出視覺移動的順序，在安排上應該尋求合理性，亦即由上而下、由左而右、抑或由右向左等等，採取一致性才是合理性最基本的要求（邱永福，1994，pp.118-119）。

雖然本研究的對象物並非文字而是圖像，但是在圖像中一樣也會有視覺的焦點移動過程，如日本柳下秀雄依據完形心理學家研究的視覺法則，在視線流動之現象分析中提到，當人們觀看一則廣告時，視覺比較容易注意到上面的東西，左側的物件亦較容易被注意到，因為這兩個位置的視覺吸引力最強。或許正是因為視覺焦點上所模仿物太過接

<sup>8</sup> 版面構成的原則：版面分割的結構性、視覺動線的合理性和版面構成的簡潔性。



近於著作而導致他人對於模仿之創作提出質疑，因此本研究利用工業管理中工廠佈置活動相關配置圖<sup>9</sup>的分割方式，將本研究的樣本分別以 10mm\*10mm 的小方格切割，每邊皆由 100\*100 的小方格所構成，再搭配平面構成中所運用的版面率<sup>10</sup>，依照所針對的三種焦點物（左上方的懸吊物、右上方天花板所吊的燈、桌前放置的物品）其面積依照格中所佔之面積來計算（如圖 11、12 所示），將左方的懸吊式吊牌的面積以小方格的格數算出，將它在整個面積中所佔之面積比例算出，依照此方式接續算出另外兩個物品的面積比例，其計算結果如下：

表 2 兩樣本之面積比例

比較項目 (面積格數)	樣本名稱 B'z 精選 The Best Treasure	雨生歡禧城封面	兩者相差 %
左方吊牌 (%)	289 (2.89%)	271 (2.71%)	0.18%
右方吊燈 (%)	341 (3.41%)	131 (1.31%)	2.1%
桌前物品 (%)	131 (1.31%)	47 (0.47%)	0.83%

資料來源 本研究自製



圖 11 B'z 精選 The Best Treasure 分割 100\*100 圖 12 雨生歡禧城封面-分割 100\*100

圖片來源 <http://stars.udn.com/star/StarsContent/Content907/>

<sup>9</sup> 為使工廠內作業流程順暢，因此依照個部門間彼此的相關性做位置上編排，所運用到的有：活動關係圖、工作底稿、平面方塊圖、流程分析。

<sup>10</sup> 版面率：版面與餘白之比；應用此觀念三種焦點物個別成為版面，而其餘的部份則是餘白處，計算出三個焦點物的個別版面率。

綜合上述視覺焦點的移動與所計算出的面積百分比可知，在左方視覺焦點吊牌部分，B'z精選 The Best Treasure 的面積比為 2.89%，而雨生歡禧城為 2.71%，兩者相差 0.18%，由於其差異程度不大，因此推測此點應為大眾認知兩者相似度過高原因之一。其次，應該是所關注的焦點物放置的位置和物品形狀，如左上方為焦點所在，又因為此兩張圖在相同的位置上放置相同形狀（圓形）之物品，雖然圖 12 之物品形狀並非正圓，但是由於視覺中的形狀恆常性<sup>11</sup>，因此認定其為正圓形與圖 11 形狀相同，且比較物在全面積中所佔比率差異並不大，因此讓人有極為相似的感覺產生。

在平面構圖之相似部分，所得到的結果顯示出兩者在相同處放置物不僅形狀相同，面積比例極為相近，雖然上面所置之圖像不同，但因為放置的位置為視覺焦點處，容易使人產生兩者似乎相同的認知，而順著視覺的動線到下一個視覺焦點處兩者在形狀與位置上也十分相近，更加深了觀者對於兩者似乎為相同作品的認知，以本研究觀點來看，或許是過度的模仿而導致有抄襲的疑慮；但若以法而論之，則不排除在製作過程中有實質接觸原著的可能性。

## 2.色彩樣式之相似

沒有陽光便無色彩可言，因為色彩是經由光線刺激眼睛而產生，當色光進入眼睛後傳達至視網膜，再透過視神經末端的視感覺細胞，沿著神經到大腦的視覺神經中樞，最後才產生色彩的感覺。英國物理學家 Isaac Newton 於 1666 年，運用三稜鏡將原本被認知無法分解的無色色光分解成單色光，有赤、橙、黃、綠、青、紫等單色光；但大部分的色彩是由三種色光或顏色所合成，而色光分別有橙赤（Orange red）、綠（Green）、紫青（Violet blue）；至於色料則是有洋紅（Magenta red）、黃（Yellow）、綠青（Cyanine blue），現今的影像處理軟體便是運用這種觀念將攝影中的色彩影像加以處理過後，再以色列料呈現於平面或立體上（歐秀明、賴來洋，1983，pp.15-66）。本研究的案例明顯有使用影像合成軟體的跡像，因此兩者在封面色調上可明顯看出有著極大的差異：圖 13 的色調由於吊燈的照明，因此呈現極為明亮的黃色燈光；而圖 14 的吊燈由於位置上偏後，因此黃光並不明顯，但也難以判定照明整個酒吧的燈光顏色，故本研究嘗試將圖 14 的 Y 版加重，而呈現的畫面偏青，因此減少 C 版的顏色，最後所呈現出來的色彩如圖 14 所示，在圖 13 與圖 14 中，兩者若要呈現色彩上的相近就必須採用此方式才能做到，故此二者色彩上並無直接相近的要件得以成立。

<sup>11</sup> 視覺恆常性：視覺經驗建立一個可便認識物的外界，而外界物像經過長時間的認知後，形成了概念。此概念不論由任何角度、距離去看它，皆為永恆固定不變的老樣子。分為：大小恆常性、形狀恆常性、色彩恆常性和明度恆常性。



圖 13 B'z 精選 The Best Treasure 封面-色彩



圖 14 雨生歡禧城封面-色彩

圖片來源 <http://stars.udn.com/star/StarsContent/Content907/>

### 3.文字造形之相似

東西方文明，尤其在符號和文字結構上，開始時皆是取於自然的現象和型態，加以摹仿而演變成的。爲了更能促使彼此間的溝通與感情的交流，象形的符號慢慢演變成類似文字的符號。埃及文明古國使用圖畫來表示物像、天地自然的意義，漸漸由圖畫演變成表音文字（Phonetic Writing），到了埃及古王朝（3200~2780BC），發明了一套文字系統。由表音文字演變成象形文字（Hieroglyph），並發展成 24 個字母。另一種楔形文字（Cuneiform），爲美索不達米亞的蘇美人（Sumerians），所定出的圖畫文字（Pictography），做爲貿易和政府記載用的文字。楔形文字傳到希伯來，希伯來人採埃及人的筆和墨，參酌腓尼基人的字母，後爲希臘人採用，變成爲今天的英文字母（Alphabet）。英文字體經由不斷的演變產生了古羅馬體、現代羅馬體、哥德體、斜體字、草書體、埃及字體、方字體和裝飾體；羅馬字體（Roman）是楷書，斜體字（Italic）是行書，哥德體（Gothic）是小篆，草書體（Script）是草書，方字體（Sans Serif）和裝飾體（Ornament Style）是應用字體（陳孝銘編著，1993，pp.13-38）。

但是如今的字體變化隨著不同的設計師加以使用，產生多種無法明確說出的字體版本，以本研究對象物來說，僅能找到與本案例相似之字體，並無法得知原著所使用之字體爲何，有時之所以找不到相同的字體原因之一應該是該字體可能經過設計師自行改變後而使用。然而若是設計師自行設計此字體，兩種字體特徵處未免太過相似，容易引導觀看者產生錯覺，以致認知兩者爲相同之字體。以兩張圖的後方舞台上皆有英文字呈現來看，圖 15 的 1 號部份與圖 16 的 1、2、3 號部份，僅能尋找出與其相近的字體，以比對兩者在字體的使用上是否相同。經本研究發現「Monotype Corsiva/Regular」所找出的字體「T」、「W」與圖 15 和圖 16 所呈現的文字字體相類似，但是並不排除有其他更

相似的的字體，因此目前只可推測兩者所選擇之字體與「Monotype Corsiva/Regular」是極為相似的，而兩者彼此間的相似程度若不仔細比對，將使第三人在視覺感受上直覺性認知兩者有極微相似之處。另一方面，針對團名來看，圖 15 的團體名稱有著長久所建立的風格特色，而圖 16 則是因為一個臨時的企劃而產生的專輯，因此無從針對團體專屬字體做比較。



圖 15 B'z 精選 The Best Treasure 封面-字

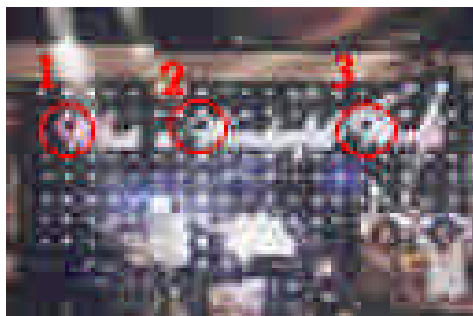


圖 16 雨生歡禧城封面-字

圖片來源 <http://stars.udn.com/star/StarsContent/Content907/>

#### 4.發行時間之先後

在法律上，時間是一個重要的參考依據，無論是刑事案件、民事案件抑或是著作權法，尤其是本研究所選擇之樣本在圖像上的運用過於相似，因此更加容易促使他人產生抄襲的疑慮。故在時間上到底是有先後順序或是兩者幾乎同時，便是一個重要的參考依據，而大眾所認知被抄襲者，B'z 於 1998 年所推出的金盤、銀盤精選輯 The Best Pleasure、The Best Treasure 兩張專輯，及另外一張被大眾認知為抄襲者的雨生歡禧城則是於 2003 年 10 月所推出的專輯，由於在時間點上是有著明顯的先後順序，因此並不能排除雨生歡禧城在製作過程中有接觸過，進而有抄襲或參考 B'z——The Best Treasure 之可能性。

兩樣本經過以上四種向度分析後，本研究僅能對部份做出推論：第一個部份，在平面構圖中，運用工業管理工廠佈置的切割，搭配平面設計版面編排用的版面率與視覺焦點動線所得結論，在左方視覺焦點吊牌部分，B'z 精選 The Best Treasure 的面積比為 2.89%，而雨生歡禧城為 2.71%，兩者相差 0.18%，由於其差異程度不大，因此推測此點應為大眾認知兩者相似度過高原因之一。左上方為焦點所在，又因為兩樣本的圓形吊物圖面在相同的位置上放置相同形狀（圓形）之物品，雖然圖 12 之物品形狀並非正圓，但是由於視覺中的形狀恆常性，且兩樣本的吊物圖面在全面積中所佔比率差異並不大，因此易使人在認知上有極為相似的感覺產生。第二部份，色彩樣式經比較後，發現被指稱有抄襲嫌疑的封面，若要與被抄襲日本團體 B'z 之唱片封面相似，則需要在影像處理中（例：Photoshop）才能達到，從表面上所得到的視覺證明來看，兩者並無實質上相似



之處，但是從另一個角度來看，兩者皆有使用影像處理軟體來製作，倘若製作封面的設計師故意將兩者在色調上做明顯區隔，兩者當然能以不借用專業儀器來判斷出兩者有差別，換句話說，設計雨生歡禧城唱片封面之平面設計師，有極大的可能性在製作時有參考日本團體 B'z 之唱片封面設計。第三部份，針對兩樣本在後舞台上皆有文字且型態上的相似處進行分析，本研究僅能找到與兩樣本在文字型態上的某部分特徵相似的字體，但礙於有些設計師並不會直接使用市面上大多人在使用的字體，如華康、全真等字體，因此不排除兩樣本的設計師自行設計字體，只是恰巧兩者所設計出的字體型態較為相似，易使人有認知抄襲的嫌疑。第四部份，在法律上或是傳統上，認知是否為抄襲作品時做為參考之一的依據——時間，樣本中日本團體 B'z 的唱片發行於 1998 年，而雨生歡禧城則是在 2003 年 10 月所發行，在時間點與上述其他因素相互搭配之下，無法排除雨生歡禧城的封面設計師在製作有實質參考的嫌疑。對於雨生歡禧城是否抄襲日本團體 B'z 之唱片封面，仍須更多的佐證，否則僅能推判兩者剛好使用相同手法來呈現，而將其設定為創意的再次呈現。

## 參、模仿、抄襲與創意之差異性探討

經過案例的分析後，對於模仿的源起可以從人類嬰兒時期開始，但是抄襲並未被歸類為人類自小所具備的能力之一。然而為何會有抄襲的產生，其與模仿和創意三者彼此間的關係是如何建構而成的？針對所收集的文獻經由整理及歸納後，本研究擬提出三者間的關係，依此來探討彼此的相互關係。

### 一、模仿的涵義

由於媒體過度炒作，導致社會大眾對於模仿的概念認定幾乎近似於抄襲，使得模仿似乎等於一種犯罪行為（抄襲），只是抄襲必需藉由法律上的認定，而模仿又該如何去闡釋？在藝術行為中是何時開始？若論及模仿，在《模仿是為了創新》書中，以南韓成功的經驗為例，對模仿與創新間的關係進行探究。書中提及早期南韓因為所有建設基礎皆由日本統治時期架構而成，因此為能推動國家持續不斷的進步，南韓政府採取模仿的政策，但其並非完全複製，南韓的模仿可從非法複製暢銷商品，到僅僅受到先行商標的啟發而開發真正創新的產品來論之（金仁秀著，劉小梅，劉鴻基譯，2000，p.15）。然而，模仿並非只有上述的一種類型，在辭海中將模仿分為四種：（1）反射模倣，出生後一、二年內即發達，如小兒時隨母親笑而笑，見母親哭亦哭即是；（2）無意識模倣，無所目的，惟以娛樂為事者是。（3）有意識模倣，有所目的，如習字、習藝，必至一定之境界，始曰成功；（4）理想之模倣，對英雄豪傑之崇拜，進而模倣其言行是（辭海，中冊，p.2415）。而國外學者 Steven



Schnaars 把明顯的模仿分爲幾類，包括仿冒或產品侵權、翻版或複製、模仿設計、創造性的調適、技術上的超越，和爲適應另一種產業水準而進行的調整，而仿冒和翻版都是複印形式的模仿（金仁秀著，劉小梅，劉鴻基譯，2000，p.15）。

爲探求藝術的緣起，產生了模倣衝動說（Theory of Imitation-impulse），所謂模倣衝動說，是以模倣衝動爲藝術起源的論據。古希臘哲學家 Plato（427-347B.C.）、Aristotle（384-322B.C.）主張人類與生俱有模倣的本能，任何藝術的發生都是由模倣的本能而表現出來的。原始人藉由模倣動物的動作、節奏以及發聲，遂產生音樂與跳舞等藝術（王秀雄作，1991）。模仿能力對人類而言是與生俱有的，而藝術的開端便是透過模仿而開始產生，因此模仿並非目前大眾所認知，與抄襲並無不同，相反的應該要學習如何運用模仿的天賦，適當的加入自身的創意，才不至使人對模仿的功用產生不良的質疑。本研究將於下節中對於模仿、抄襲與創意三者彼此間的相互關係做一探討。

## 二、模仿、抄襲與創意的差異

根據學者的研究，有關版權觀念的興起，大概與歐洲印刷術之盛行同時展開。歷史記載最早的版權授與（Privilege）大約始於 1469 年（洪麗珠，2003，p.65），而這或許也是爲何與創作相關的保護法令以文章方面居多。但由於平面設計相關的影像處理或編排等技術不斷進步，在圖像、影像的使用上也越來越方便，導致這方面的相關判例陸續出現，像是幾米控告歌手的音樂錄影帶有抄襲其畫作之疑，然而在此觀念尚未形成流行之前，抄襲並未被廣泛提起，因此針對有類似藝術創作產生也以「仿冒」而論之。而針對模仿，若其最終目的爲與原作完全相同而致使人產生混淆，藉以牟取金錢，此類模仿便是仿冒的一種過程、行爲，但若是將所模仿之對象物加以轉化後，此模仿可稱爲創作過程的一種技巧，然而因爲抄襲之性質與仿冒極爲相似，故可將抄襲視爲仿冒之一種手法。

本研究對於模仿、抄襲與創意三者間的關係做一整理、歸納，認爲人類的模仿能力是與生俱來的，然而如何突顯自身與他人間的不同也是人類所尋求的，因此，人類利用包裝技術來使自己與他人做區隔或是更加突顯自己，讓自己好比是商品般從形、色、質感等方面著手進行改造，如此的轉化過程也是需要經由許多的參考資料，經由不斷的模仿後再加入自身的概念，創造出一個與他人截然不同的自己。這種原理也就好比創作者一般進行創作的過程，在進行創作的前置作業中，參考資料是必然的，然而如何將所學習的模仿技巧轉化，加入自身的想法、概念及訴求，經由創意的黑盒子所產生的物品，究竟是自身的創作（創意的再現）還是過度的模仿（亦即有抄襲嫌疑）這就必須看其他可能影響因素（過程如圖 17 所示）。如本研究所提出的視覺焦點處，若放置與原參考資料過於相似的物品，便會使他人覺得有抄襲的嫌疑，然而若從另一個角度來想，將自身創意的概念放置在視覺焦點處，就能夠很明顯來區隔與原作間的差別。

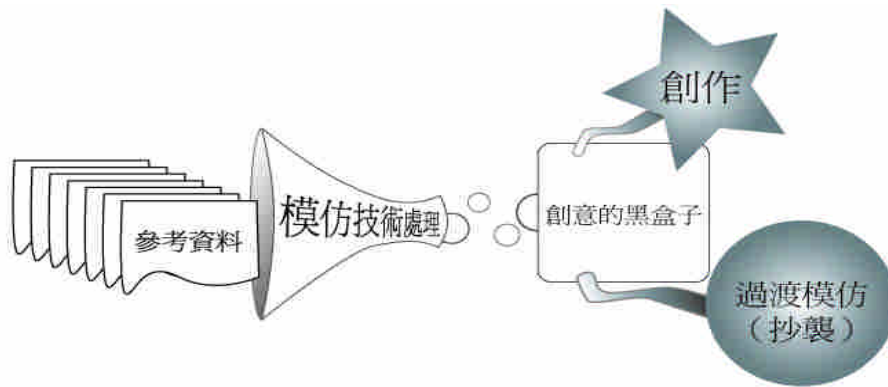


圖 17 模仿、抄襲與創意關係圖

資料來源 本研究發展繪製

### 三、從模仿過渡到創意

或許大多數的人對於本研究所提之新加坡設計團體並不熟知，其實由四個男生藉相同的興趣嗜好所組成，四人同時對於龐克的音樂有著濃厚的興趣，因此為自身的團體取名為「：phunk」，之所以在前面加上「：」是因為在文章中若出現此種標點符號，即代表有人要說話、有意見要發表等，他們也就是利用這種符號的聯想加入團體的名稱概念中；但若是有人說話應該將「：」放置於說話者之後，然而他們卻是放在前面，根據他們本人表示這是一種不同角度的想法與趣味呈現，可以隨著觀看者自身的想像而變化，並沒有一定是他們要說什麼，有可能是其他設計人想對他們說些什麼也不一定。「：phunk」不隱藏曾經也是藉由模仿而開始設計的生涯，其早期的作品模仿多數人所見過的圖像，有著許多不同的風格，可明顯看出他們正在尋找一種屬於自己的風格特色，雖然模仿前人作品，但並非直接拿來使用，而是做了許多的轉換，因為他們也知道倘若直接取來使用就會成為抄襲作品之一，而這也就是模仿使用不當才會有的現象。

「：phunk」藉由模仿的過程與欣賞前人的作品，不斷地嘗試及創新，最後走出一條屬於自己的道路，「：phunk」的創作模式成為「模仿是一種過渡到創意」的最佳典範。當然並非只有「：phunk」，在日本，知名品牌「APE」，也使用知名卡通「辛普森家庭（The Simpsons）」的圖像（圖 18），但卻將「辛普森家庭（The Simpsons）」成員的頭部換成自行創作的特殊造型人頭展現創意（圖 19），此外國際知名動畫家宮崎駿在“霍爾的移動城堡”展覽中，以故事中的各種人物置換到知名畫作中，如圖 20 由 Edvard Munch 原畫「吶喊」之構圖換成動畫中的「橡皮人（圖 21）」和 Sandro Botticelli 所繪製「維納斯的誕生」將維納斯改為動畫裡一名女巫師，如此搶眼卻又具有自身特色的創作，幽默之餘也展現創意，更加證明模仿只是創意的一種過渡期而已。



圖 18 辛普森家庭

資料來源 [www.ivideo.com.tw](http://www.ivideo.com.tw)



圖 19 仿辛普森家庭

資料來源 本研究翻拍自《A Bathing APE》



圖 18 吶喊

資料來源 [ccd.zjonline.com.cn](http://ccd.zjonline.com.cn)



圖 19 仿吶喊

資料來源 本研究攝影



圖 20 維納斯的誕生

資料來源 [hk.geocities.com](http://hk.geocities.com)



圖 21 仿維納斯的誕生

資料來源 本研究攝影

如前述所言，大多數的設計師皆是藉由模仿來培養和增加對美感的經驗，而這些都是日後在做設計時所需要的基本能力。模仿對於設計師而言只能算是技術的一種培養，藉由模仿而習得的概念與技巧，皆可運用在日後的創作之中，但仍須注意影像、圖像權與文章的引用，加以轉化後才能算是自身的創作作品，因此本研究對於創意的前身是模仿抱持著正面肯定的態度。

#### 肆、如何由抄襲過渡到創意再現設計視野的新契機（代結論）

本研究所提出的抄襲與過度模仿間的評斷工具截至目前為止尚未有人提出，因此會有許多研究學者對這種方式表示疑問；然而在法律上，此種研究工具的存在是有其必要性，因為法院在做出抄襲與否的判決時，都會尋找一些參考依據來使得判決公正，通常對於有爭議的案件都會做進一步的判讀，希冀藉由公開調查、實驗、比對的方式來做為參考依據。然而，測試工具的可靠性與精準性仍需要一段長時間的研究來加以驗證，且測試工具不僅由設計相關領域找尋，還必須結合不同領域的學理知識基礎來進行工具的整合，本研究嚐試以工業工程管理的學門，結合視覺焦點與版面率的方式做測試工具的建構，雖然架構上仍有需要改進的方向，但對於日後有意從事抄襲與否測試工具的學者們提供出一個方向，希冀對於著作權法的不完整部分能透過學術界的研究給於補足參考。

測試工具的建構除了本研究所提出的建議外，對於一般大眾在創意相關的概念會如此薄弱，以及是否是因為沒有人教導“何謂尊重他人之著作與創意”或只是約略上的觀念大致都有，但卻不加以執行，而此應該為社會大眾的共同問題，亦是僅止於創作人自身的問

題呢？若要除去抄襲的慣習，除了靠創意人自身的自覺外，應該還有些什麼方式？倘若是社會對於創作塑造了如此不友善的環境，則創作便會開始衰弱而終究消失。若要期待它能茁壯，想必應該先將侵蝕它的害蟲——「抄襲」抓光，如何著手「驅蟲」行動以杜絕抄襲作為，茲提供一些方向與想法作為未來大眾可以努力的目標。在設計教育方針策略上，一般專門教授藝術或設計相關的學校，對於學生的技能訓練皆由模仿開始，將自然中的景物以不同媒材描繪出來，寫實似乎是基本要求，技術上的熟悉是做為日後創作的基石，而知識方面的教育內容則是由一些美感、美的形式原則等，搭配所熟知的前人畫作、建築物、雕塑等來做為進一步的講解，如 Michelangelo (1475-1564) 的「創造亞當」、Raphael (1483-1520) 的「雅典學院」等，然而在傳授的同時是否也應該將創意的概念灌輸，植入學生的腦海之中，教導學生了解雖然畫作是模仿真人的寫實畫作，但藉由創作者於創作的當下將自身的意念想法加入，如此才成為一幅令人崇敬的藝術創作；目前國內已有學校將著作權法列入教學課程內，且規定為必修學分，其目的是為因應已具流通性之國際市場，期望學生能藉由此課程對於著作權有一定程度的認識，成為保護自己亦尊重別人智慧財產權和維護文化發展的基礎。然而，在學術論文方面，打入關鍵字「模仿、抄襲、創意」三種名詞即可搜尋到許多相關的論文文獻，但是大致上明顯的區分出兩種方向：即模仿與抄襲。模仿多為非法律科系人士所撰寫，有以教育、藝術等方向對於模仿進行不同觀點的探討；而抄襲的部分則幾乎由法律科系的專業人士對於法律層面進行深入研究。

不難發現學術界在創作與著作方面的研究文獻之專業領域分野明顯，然是否容易造成分野過於清楚而導致彼此間的連接出現問題？因為在談論著作權法時，由於台灣方面的律法起步較慢，所以大多參照國外判例，故而在進行創作與否之法律判讀上，總會產生許多疑點，容易導致不同法官有著不同的判決結果，因此能否藉以結合不同科系之研究操作方式，將模仿與否做數量化的研究，提供另一種思考模式，在不同領域的專業整合下，嘗試將設計領域的創意、模仿、抄襲部份，進行不同觀點之研究探討。

關於創作部分，我國相關法律條文仍有不足之處，也正因為如此而導致許多創作人必須親自到立法院要求，由告訴乃論罪轉為非告訴乃論罪；此二者的差異在於告訴乃論罪是必須由創作人拿出被抄襲、盜用之圖像、文字或聲音等物品，方能提出請求收押並禁止販售該物品，然而創作人應該專心在其創作領域中尋求新的突破與發展，但卻為了要保護自身的創作而必須分神去搜尋是否有相關之情事者，對於創作者來說無疑是一種浪費時間與金錢的行動，如此一來要如何杜絕抄襲的產生，或許政府單位應該採取主動（轉為非告訴乃論罪），或是多參照國外的相關法律、案例，來修改目前對於創作的保護方式。

儼然，在根絕抄襲的同時，如何重新展現創意？如何藉由新創意再達另一個設計創意的高峰？是否能藉由學界與業界兩者相互搭配來達成，本研究給予以下的方向，盼日後政

府立法單位、教育單位、學者、創作者與業界彼此間相互配合來創造一個優質的創作環境，給創作者與任何想從事創作的民眾。

總而言之，本研究以為在學界方面，對於教育下一代欲學習藝術或設計相關知識技能的學生，一開始都會以模仿入手來訓練學生對於描繪物的形態捕捉能力，然而對於創意思考方面的課程卻產生了影響，因為若無法讓學生在學習的初始階段得到正確觀念，這將使得未來學生們從事設計時產生疑惑，因此該如何運用創意才不致引導旁觀者產生有抄襲的疑慮、該如何給學生創意來源等，皆是設計、藝術教育者該思考的問題。目前台灣設計相關科系的學生著重視覺圖像表現，常常忽略更深層的文化意涵，陳俊良便曾提到：「做為設計師應該多讀書，內化自身思緒，重新吐納後，所做之創作必然俱有更深一層的內涵…。」此段言論強調創意有時可從自己的文化中去尋找，主要是針對現今或欲從事設計的設計師所提出的創意來源建議。其次，對於創意的探討，不應只是教育者有教導之責任，從事研究的學者也應該從各種不同方式的角度切入研究相關議題，或許也能從中發展出新的觀點與理論應用在設計上。

最後業界方面，因為考量到商業競爭，有時必須要為一些新的團體、新人創造一些新話題，其目的是為了能將所屬的藝人及其作品成功的推出以引起注意。然而話題是一種能吸引群眾注意的方式，以期達成群眾對此新人、團體的深刻印象，舉例來說一家台灣經紀公司——喬傑立（Jungier）為製造話題，從公司名稱、唱片專輯封面設計、宣傳品等都不時牽扯到抄襲，不斷的遊走在法律邊緣。當然，以此種負面的操作模式引起話題固然極具效果，但易讓人反感且抹煞設計師創意的作為，若從正面的角度來看，製造話題性確實可結合流行、時尚等元素，或強調設計感來區分自家歌手與他人之分別，不僅兼顧設計師的尊嚴與創意，還能考慮長久發展，而雖然此建議難以達成，但業主若在從事創意產業當下，多加考量到設計師的立場，重視設計師的創意，給予他們一個發展的舞台，本研究相信將可使台灣的人才得以保留，創意得以延續。

## 參考文獻

王秀雄作，1991，美術心裡學：創造・視覺與造形心理=The psychology of art，北市美術館，pp.20-24。

台灣中華書局印行，辭海中冊。

行政院公平交易委員會公研釋字第 080 號，行政院公平交易委員會公報，第 3 卷第 8 期。

李美惠，1997 年 7 月，商品表徵權取得要件之研究，公平交易季刊第五卷第三期，pp.58-59。

阮耀弘、曾文宏、張倫、賈棟忠譯，Meyers 著，1998 年 5 月 30 日，設施規劃（工廠佈置與物料搬運），高立出版，台北市，p.89。



- 邱永福編著，1994，現代設計叢書 7：設計基礎，藝風堂，pp.118-119。
- 金仁秀著，劉小梅、劉鴻基譯，2000，模仿是爲了創新：南韓經驗：技術學習的典範，台北市：遠流，p.15。
- 柳下秀雄著，王秀雄譯，1981，商業設計的編排與構成，天同出版，台北。
- 柳閩生著，1987，版面設計，幼獅文化出版，台北，p.116。
- 洪麗珠，2003，Imitation 模仿與創造十五世紀印刷藝術之興，歷史月刊，p.65。
- 陳光大、林品章，2002，基礎造形在設計教育中的現狀與展望—台灣基礎造形教育研究(1)，ICOGRAIDA 國際設計教育研討會，高雄，p.113。
- 陳孝銘編著，1993年7月，商業美術設計—平面應用篇，新形象出版，台北縣，pp.13-38。
- 陳俊宏、楊東民編著，1998，視覺傳達設計概論，全華出版，台北市，pp.42-43。
- 楊宏英，1996，著作權法上抄襲之研究，pp.83-86
- 歐秀明、賴來洋，1983，實用色彩學，雄師圖書，台北，pp.15-66。
- 羅明通，2002年8月，著作權法論第一冊，p.143。
- Meltzoff A.N. & M.K.，1977，Imitation of facial and manual gestures by human neonates. Science，198，pp.75-78。

#### 網站資料：

- <http://www.nippon.it/?topic=32&newlang=italian>。
- Ishtar's BBS，<http://www.myishtar.com/phpBB2/>。
- TRADE 線上即時新聞，[http://www.t2t.com.tw/newsphotodiaryDetail.asp?pd\\_id=294](http://www.t2t.com.tw/newsphotodiaryDetail.asp?pd_id=294)。
- 大紀元報導，<http://www.epochtimes.com.au/b5/4/2/24/n472712.htm>。
- 台灣學校網，<http://cyberfair.taiwanschoolnet.org/cyberfair2004/index.asp>。
- 立法院法院系統，<http://lis.ly.gov.tw/lgcgi/lglaw>。
- 全國法規資料庫，<http://law.moj.gov.tw/Scripts/Query4B.asp?FullDoc=所有條文&Lcode=J0070017>。
- 好戲量友好報，<http://news.fmtf.net/0508/>。
- 東方法眼，<http://www.dffy.com/faxuejieti/ms/200311/20031118143310.htm>。
- 惠東互動論壇，[http://www.e-huidong.com/bbs/topic.asp?topic\\_id=76174](http://www.e-huidong.com/bbs/topic.asp?topic_id=76174)。
- 著作權法，<http://stlc.iii.org.tw/asocio/txt/o411.htm>。
- 經濟部智慧財產局，  
[http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright\\_book/copyright\\_book\\_8.asp](http://www.tipo.gov.tw/copyright/copyright_book/copyright_book_8.asp)。