緒論

近年來，數位科技導入影視領域改變了製作的流程；影視製作技術已可平行地發展。此即拍攝計畫、搭景和剪輯等作業，可在拍攝期間同時進行與調整，進而衍生出許多變化，使從業人員有更多發揮的空間（Gross & Ward, 2006）。一方面，數位技術衝擊媒體製作技術逐漸走向數位化，特別需要藝術家與工程師們均發揮豐沛的想像與創造力，來引導領域之間跨越溝通落差，協同完成轉型任務；另一方面，數位化潮流亦帶來更強的互動性與個人化需求，亦使影視內容製播及傳銷播放管道需重新設計與調整，才能符應當代消費者的需求（Chan-Olmsted & Kang, 2003）。整體來說，影視媒體數位化不僅改變了內容製作、服務、傳輸、軟體技術與硬體載體，甚至連業者的經營模式都需要因應進行虛實整合（Picard, 2000; Thielmann & Dowling, 1999）。面對系列轉變，除考驗領域能否培育出更具想像力與創造力的人才之外，亦賴從業人員透過聯想、模擬、假設、修正的想像運思，發展轉型或整合的新思維來因應挑戰。

從創製與欣賞作品的角度來說，人們對故事的需求是無止盡的。創製者說故事、觀眾觀賞故事，甚至參與故事的建構，均會反應創製者與觀眾的心智框架。創製者透過影視敘事，體現了自身的價值觀；觀眾透過自身理解，亦在所營造的故事氛圍中進出。兩者藉著故事媒介進行溝通，從而達到娛樂、觀賞，甚至產生共鳴等效果（Zimmerman, 2004）。事實上，無論是創製或欣賞的過程，想像力均扮演著重要的角色。因爲演繹故事與創製作品，需要創製者展現想像力與創作力；相對地，劇情的曲折抽象或深邃的內含情感，亦需要觀眾回應予高度的想像力，來參與理解作品的寓意。因此，若能深探人格特質與想像力的關係，則對不同特質的學習者在從事作品創製或進行作品理解時的方式與風格，將有更深刻的理解。

想像力通常內隱而不易直接觀察與測量，亦不易以直接傳授的方式獲得。Dewey（1929）曾指出：「想像的事物必須在充滿問題的環境中受到淬鍊」；「想像是一種洞悉世理與感受世界的方式，能將熟悉的舊事物轉變爲新的經驗」（Dewey, 1934, p. 267）。換言之，想像力通常需在充滿挑戰的學習情境中淬鍊，因而得以激發學習者體驗嶄新感受，並開展不同的視野。據此，本研究關注影視領域不同人格特質與如何調動內在心理資源進而發揮想像力；另亦關注學習者如何運用「做中悟」爲部分中介開展想像力。本研究目的包括：一、比較不同想像力表現集群，於人格與心理特徵分布樣態之差異；二、探討以「做中悟」作爲中介變項預測再造性與創造性想像力的學習模型。

文獻探討

一、創造性與再造性想像力帶動創作

「想像」這個概念廣泛涉及哲學、美學、文學、心理學等範疇，追溯辭源發現其英文係來自拉丁古文Imaginari，原意是圖繪自我（to picture oneself），意味著想像通常與個體範疇及自我反思有關。*Oxford Dictionary*對想像的定義爲：「創造心智圖像的能力」，而*Oxford Dictionary of Philosophy*另指出：「想像是創造與預演可能情境的能力、以不尋常方式整合已知的能力，以及發明深思進行實驗的能力」（引自Beaney, 2005）。Aristotle甚至認爲，「想像」是銜接人類感官與思考不可或缺的橋樑（引自Sigurdardóttir, 2002）。綜合上述定義與看法，本研究將想像力視爲是一種極具探索價值的「能力」，其不同於純然的幻想，也不同於僅是學習者內心圖像的再現。對應本研究目的，吾人可將「想像」定義爲：學生面對影視創作任務或作業時，其所進行的心智意象演化過程，此類想像內容通常包含概念也具有意