

第二章 文獻探討

2.1 象徵與符號

「象徵」(Symbol)一詞的意思，可能與希臘文字 symballein (動詞形式)、symbolon(名詞形式)有所關聯，symballein 是「把…放在一起」(to put together)的意思，而 symbolon 則被翻譯為記號(Sign)。因此這兩個希臘字的原義與我們現在所認知到「象徵」的意義，皆具有相當程度的吻合之處，故此象徵與記號(符號)有密不可分的關係，後面篇幅將做說明。

2.1.1 象徵

「任何一種抽象的觀念、情感與看不見的事物，不直接指明，而由理性的關連、社會的約定，從而透過某種事物作媒介，間接予以陳列的表達方式，我們稱之為『象徵』。」(黃慶宣，1975)。而《學典》對象徵的解釋為：「用符號或較具體的事物，來代表或比喻較抽象的事物或隱含的意義。如帝王的權杖，就是帝王的象徵。」(三民書局學典編纂委員會，1995)。在《傳播符號學理論》一書中有關對象徵的引述：「巴特的確提到指意的第二層次中的第三種方式，他稱為象徵(symbolic)。當物體由於傳統的習慣性用法而替代其他事物的意義時，即成為象徵。」(John Fiske 著，張錦華等譯，1995)。林群英(1996)在《藝術概論》曾經提到「象徵是藝術品的重要表現方法，它是用以代表心靈、視覺、聽覺等，所感受到的內心經驗和思想的東西。象徵本身是身外之物，但它所象徵的是存在於內心的事實。」

一般皆將象徵分為慣用的象徵和創造的象徵兩類：其中慣用的象徵範例，如鴿子為和平的象徵，十字架為基督教的象徵。而創造的象徵範例，如畢卡索(Picasso Pablo Ruiz 1881~1973) 1937 的作品「格爾尼卡」中的公牛為殘暴與黑暗的象徵，朱耷(明遺民)筆下的魚、鳥為亡國與孤憤的象徵。



圖 2-1 朱耷 (明朝遺民)
叭叭鳥圖雙幅之一作品局部

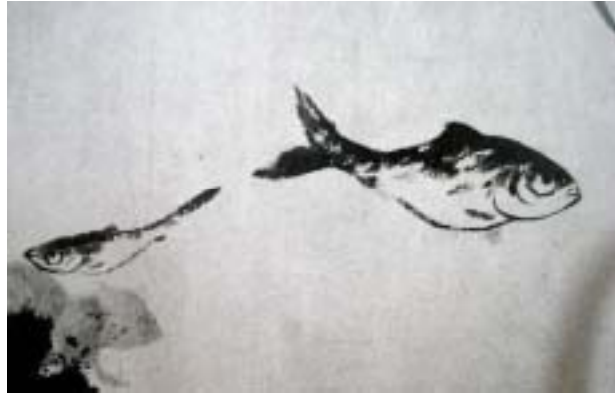


圖 2-2 朱耷 (明朝遺民)
魚樂圖卷作品局部



圖 2-3 畢卡索 1937 《格爾尼卡》

創造的象徵與慣用的象徵有三個不同之處：其一、前者是藝術家的創作，代表物與被代表物間的關係，是由形象、功能或意義的相似性及其存在的脈絡所決定的。後者之代表物與被代表物之間雖也可有相似性，但有明顯約定俗成的成份，它們在一個社會文化中已經可被視為慣用語言的一部份。其二，前者皆有言在此，而意在彼的性質，代表物是間接的暗示被代表物，而不是直接指使的。如〈格爾尼卡〉畫中的公牛，代表了殘暴與黑暗的意思，後者的意義則是直接顯示的。其三，由於創造的象徵，有意義的雙重性，有時會造成象徵的曖昧，而慣用的象徵意義，比較固定明確，不會引起解釋的困難。由此可見，“象徵”在藝術表現上的定義就是：一種表現方式，往往以一具體事物的意象為代表物出現，該

意象與被代表物之間的關係，不完全是任意約定的結果，而是具有某種形象、功能或含意的相似性作基礎，而賦予某種特殊的意義。但此意義可能是複雜的、曖昧的。姚一葦(1985)指出：「象徵不是符號，亦非比喻。它們雖不足以表象徵，卻各自提示了象徵的重要性能之一。那就是它的符號性、比喻性與暗示性，此三者為構成象徵約三個最基本的性能，是構成象徵約三個最基本的條件。」

象徵它不是符號，卻具有符號性能，象徵是符號的表現和指涉能力，是符號所製造出來的一種複雜曖昧情境。象徵的形態不論是藝術家意念形象化或者是心靈狀態的形象化；不論是具象或者是抽象；不論是出於真實事物的模擬或者是憑空想像，率皆揉合了現實和幻想，其形態具有符號的外貌和機能，這便是他的符號性。象徵並非比喻，卻具有比喻性能，兩者同屬“意在言外”，均係有寓意的。惟象徵之寓意遠較比喻複雜，所表現的形式與內容之間的關聯甚為曖昧。象徵的世界是人類憑藉想像力在虛幻的假設條件下所構成的秩序，它是獨立存在的。它模擬真實，卻非用以代表任何真實的世界，這便是它的比喻性。象徵不同於暗示，卻具有暗示性能，象徵是主要的暗示方法。有時我們會把自我的主觀或想像的世界，或明或暗的納入一個已知的模式中，注入了自身的情感和意念，冀望以間接的傳達方式傾訴真正的蘊含，這種象徵的形態旨在透過關聯性來聯繫經驗，達到生動和富有情趣的效果，這便是他的暗示性。英國思想家和史學家陶瑪斯·卡萊爾(Thomas Carlyle)對「象徵」有這樣一段解釋：「在我們所稱為象徵的這種東西裏永遠有對『無限』的具體表現或暗示，這種表現或暗示或多或少是明確的和直接的;要使『無限』同『有限』相溶於一，在這時，『無限』彷彿是可以看得見的、可以達得到的領域」(張漢良譯，1973)。

文中指出了象徵的無限性，其無限正點出象徵可以成立的對象。無限指的是包含可視世界的大宇宙，不僅是我們能看得見、能接觸到的世界，更是把抽象性、非感覺性的思想與感情，寄託於具體性、感覺性的象徵物。

2.1.2 符號

研究記號〈符號〉的學問稱作 semiotics 〈記號論或符號學〉，它是將社會文化現象轉化為符號的現象，而探討隱藏在它背後「意義」的一門學問，同時也是探討顯於符號表面的「形」，與隱藏於其背後「意義」之間的學問 (星也克美等，1991)。符號學自 1960 年代開始受到各種人文科學領域的重視與應用，時至今日逐漸成為顯學，最早理論由索緒爾(Ferdinand de Saussure)建立，美國皮爾斯(Charless Peirce)繼而奠定理論基礎。

根據索緒爾(Ferdinand de Saussure,1857-1913)符號學論點，他認為符號是由兩個側面構成的。其一是符號具(signifier)，其二是符號義 (signified)，此兩者之間的關係是約定成俗的。

表2-1 索緒爾符號學論點

<p>符號具 (signifier)</p>	<p>符號具是符號的外在形象，是可察覺得的、純物質的、聽得到或看得到的信號，我們能知覺到的符號面向即符號具。</p>
<p>符號義 (signified)</p>	<p>符號義則是符號所指涉的概念，由符號具所喚起的心靈意象及符號義，符號義指的不是物、影像或聲音，而是心靈意象與概念。</p>

(星也克美等，1991)

以玫瑰花為例來說明，符號具與符號意的層次關係，玫瑰花的符號意，其原始層級是指「植物的玫瑰花」，透過人們的「協定」將它的內涵意義(connotation)提升到屬於文化符號層次的「愛情」意義。所以當玫瑰出現時，它具有愛情的意義情形下，rose (玫瑰)與其說是物的符號，毋寧說是文化的符號 (星也克美等，1991)。

而美國符號學家皮爾斯(Charless.Peirce)他根據符號與其對象的關係，將符號分為圖像型(icon)、指示型(index)、象徵型(symbol)等三大類。並且符號運作時，三個層面的符號並非完全分離 (黃新生譯，1992)。

1. 圖像型符號：指符號與其所代表的事物或概念，具有全部或部分的類似關係存在，同藉由符號本身的觀察而了解其意義。例如圖畫、雕像、攝影等形象逼真的視覺符號。

2. 指示型符號：指符號與對象之間存在一種邏輯關係，藉由符號所提供的線索，聯想到其意義。例如看到男女圖像標示，就會讓人區別男與女；看到停車格的輪椅符號，即可聯想到殘障人士專用；看到聽筒符號，即可聯想到公共電話。

3. 象徵型符號：指符號與對象之間的關係，是基於某種環境、文化下之約定性的連結，符號意義的了解是必須經過學習的。例如旗幟、數字等人工的象徵符號即是一種象徵型的視覺符號。(黃新生譯，1992)

根據皮爾斯的分類，圖像型符號即是我們日常生活中可目擊的相片、圖畫等具象的視覺符號；指示型符號則是一般的指示標誌，即使沒見過，也可以運用聯想力來推想，它具有邏輯因果關係性；象徵型符號具有某些特定的象徵意義，這些意義乃是約定成俗的，透過文化的學習可得而知。然而此三大類符號運作時，三個層面的符號並非完全分離，如朱自清父親的背影對他來說不只是一個圖像型符號，更是一個象徵父愛的象徵型符號，但對我們來說那只是一個背影的圖像，不具任何特殊意義，然而透過學習(讀背影那篇文章)我們也能理解那是象徵父愛的符號，曾有一個商業平面廣告就是採用朱自清的《背影》為創意發想，由此可見一個符號從被創造，經過創作者的解讀，進而為大眾所接受甚至應用，就成了一個約定成俗的象徵符號了。因此某一類符號並不永遠屬於某一類，他可能為時代、文化不同的解讀，而同時具有多重意義。

另外在符號中最為特殊的一種符號，眾所公認的非藝術符號莫屬，以下將作說明。德國著名哲學家卡西勒(Ernst Cassirer 1874~1945)認為：「包含藝術在內的一切文化現象都是人類符號活動的結果，藝術就是運用符號來表現人類各種不同的經驗。人的特點也就在於他的符號活動，人就是進行符號活動的動物。」(朱狄，1985)。人類最古老的符號活動的形式就是語言和神話。語言和神話都是史前的產物。卡西勒所謂的“符號”，可以泛指一切以任何形式來向感覺顯示其意義

的現象。藝術作為人類一種特殊的符號形式，它能創造出一個虛幻的世界。符號學家蘇珊·朗格（Susanne K. Langer 1895~1982）認為：「再沒有什麼東西會比一個沒有被符號化的概念更加捉摸不定了，它就像一些模糊的星星那樣閃爍又消逝，它只是種感悟而不是一種固定化了的表現。為了能使那樣的一種直覺能固定下來，藝術家往往能在某一對象上發現他所想像的、並且希望去進行形式創造的可能性；而原始藝術的衝動就是去模仿一種自然形式，在這種形式中他發現了某種具有表現力的東西。模仿雖然忠實於所見所聞的東西，但它不是在一種平常意義上的複寫。它是建立在表現的基礎上，記錄了他所發現的意義。」（朱狄，1985）。因此符號並非對象的代理，而是將對象所具有的表象傳達出來。符號導引主觀意識，產生對象概念狀況。

人有抽象認識能力，能由直覺而生知覺而成思想，超離時間與空間的限制。自然現象在人智經過概念的連絡而成知識。知識是諸概念之邏輯的組合，而概念的元素即符號。符號既與實在對應，又超越實在對象之上，故是形而上的。人類在他的認識範圍中，對應著實在世界，建立了一個形上的符號世界。文化便是人類藉著符號所建立的觀念系統。何懷碩(1998)指出：「符號所代表的意義是形而上的，但它本身卻是感官所能感受的，故它本身是物質的、形而下的。以一個形而下的符號形象去代替客觀世界的存在與運動，作形而上的表現，此便是符號之表現意義。」符號是思想的工具，也只有人能創造和使用符號，它有種概念作用，通過它能指示某種意義以便於認識。「圖畫是表象符號，其意義就在它自身，每一種藝術形式的本質就在於它們各自有著自己外觀的特性；音樂是種“虛假的時間”，繪畫是種“虛假的空間”。表象符號作為情感表達的形式，雖然是以個別的或特殊的形態出現，但已成為一種『超越於個人的、普遍的、象徵人類情感的、邏輯性很強的表現。』」（朱狄，1985）。就繪畫而論，它的對象是自然與人生。畫家並非把自然與人生如實複製給觀眾看就算是完成了他的“繪畫”。他必須通過一系列的形態與色彩的表現，把自然與人生的本相，變成畫面上帶有他主觀創造（或歌頌、或暗示、或批判、或理想化、或揭示其內在本質）的種種形式，而構成這些形式的基本單位我們稱為『繪畫符號』。

藝術是情感的符號；作為人類共同的語言，繪畫符號自然必須有其應合人生生活環境、人類身體構造、人性生存需求的共通性、普遍性和類似性的價值存在。它基於廣大的通用價值，又允許創作者自由創造，不受約定俗成的規範，以展現其獨特性。因而繪畫符號在富於個性的表現下，有無限的可能性。同時受到不同時代與不同地域的特性的影響，更增加了它的多樣性。

2.1.3 象徵與符號的比較

一般「符號」是指我們看到的事物，如線條、調子、色彩或物體的呈現，而「象徵」則是影像所代表或暗示其存在本身之外的某種意念和意義（曾雅雲譯，1987）。符號和象徵的差別，主要取決於符號本身所具備的含意多寡，各種符號依照效應的多寡排成一列，效應最少的就只是一般的標誌、符號，效應最多的就成了優勢符號或主流符號（宋光宇譯，1987），意即我們所謂「有意義的象徵符號」。由此可知「象徵」是一種符號系統，而「符號」只有在彼此的關係中才有意義，每個符號在整個象徵模式中具有自己的用法，在該主體中是一種有用的風格，一種普遍的結構，一種不可言說的內在邏輯（尙新建、杜麗燕譯，1992）。

「象徵」是用符號或較具體之事物，來代表或比喻較抽象的事物以及其隱含的意義，這種比喻能把事物表面、感官的特質和抽象以及暗示的層面結合起來，成爲一種意象，喚起我們對客觀、具體事物的聯想，同時又能暗示另一層面的意義。象徵通常採用一件具象物體或行動，來暗喻一件不具形象的事物，把一些晦暗與不可言傳的內在特性，通過象徵得以顯露出來。

它可以是物體、行動、觀念或某種視覺形式，它們模稜兩可地代表多種含義，可以喚起人們的感情衝動和共鳴。各種象徵符號是用來發展自我，和著手處理人類生存問題：像是生與死、善與惡、愁苦與快樂、幸與不幸等的基本憑藉，這些象徵符號可說是「表達性」的，同時也是「工具性」的，它亦常被有意或無意地用來爭取或維持人與人之間、群與群之間的關係。每一個特定族群之間存在著特殊的符號，諸如各民族起源的神話習俗、祭祀慶典等，都屬於象徵的一種，這些象徵符號中蘊含著非常複雜的社會文化現象，它們積澱了歷史、文化，是一

種「有意味的形式」（李澤厚，1996）。一個特定的象徵意涵經由若干不同形式的符號來達成，不同社會常會選用不同的象徵符號來達成某一種象徵功能，於是各種族間產生了所謂的「文化差異」，這些都是不同族群使用不同象徵符號的結果。最原始的象徵符號可由中國遠古時代的圖騰談起，它們是簡化的圖像，如各種型態的魚、奔馳的狗、爬行的蜥蜴等動物圖樣，人們繪出這些圖像化的符號，絕對不是爲了再現動物的外在樣貌，或描繪動物姿態等單純的表面目的，這些紋樣是社會共同意識所產生的原始圖騰和巫術禮儀。譬如仰韶半坡彩陶，它的特色是以動物形象爲多，其中以魚紋最爲普遍，而魚在中國語言中具有生殖繁盛的祝福涵意，於是仰韶半坡彩陶中多種魚紋和含魚人面的圖樣，就暗示了當時巫術禮儀中，對氏族子孫「瓜瓞綿綿」的祝福和期待，而這些蘊含著人們內心的想望和企求的象徵意識，潛藏在魚型紋樣之中，被描繪在巫術禮器——陶罐之上，用以祈求種族繁盛，象徵了社會共同的意識；雖然演變到了新石器時代的陶器紋飾，走向了更爲抽象化、幾何化的紋樣，然而這些由寫實到符號化、由模擬再現到抽象表現，均是一種由內容到型式的積澱過程，在後世看來似乎只是「美觀」、「裝飾」的抽象符號，其實卻積澱著重要的內在意涵，具有複雜的觀念、想像的意義在內，這些由生活內容、感情信仰，轉化爲視覺的形式表現，擺脫了模擬、寫實、再現，取得了獨立的性格，成爲具有特殊意義的象徵性符號。

不僅遠古圖騰積澱著象徵性意義，中國宋朝文人畫題材中的梅、蘭、竹、菊亦象徵著高度的志節、情操，早期的基督教藝術，以不死鳥、斑鳩、羔羊等形象作爲基督的象徵，西方古典繪畫中以狐狸象徵奸詐狡猾，以雄獅象徵強大威武等，這些象徵性的表現，一再被重複使用，形成了一些大眾認可的意象，這些意象約定俗成，便成爲一種共通的形象語言，最後成爲社會所共同認可的象徵典型。「象徵是表現，也是暗示，它間接與心靈發生關係，以一種記號，經由傳統、習慣性的型式與色彩，暗示心中原來無法明確表達的觀念，也就是以看得見的來代表那看不見的。」（李明明，1992）。象徵符號也是心靈創作的產物，我們透過夢境、幻覺、無意識的動作、反射動作及正常的意識行爲，創作出各種象徵符號，這些象徵形式可以是大眾共通的，也可能是屬於創作者個人的、晦暗不明的，這種創作活動並不一定是完全自主自發的，有時是個人與社會互動之下的產

物。「在各個變動的時代中，某些人所創作的象徵符號能有效地代表或解決當時的社會問題，並得到大家的認可，為群體所採用，當創作者運用各種既有的符號，或是創新的符號，重組成新的象徵意義，能夠代表當時代的時代風格，又能幫助形成新的群體關係時，他即成為『具有超凡能力』的創造者。」（余秋雨，1990）。

隨著歷史不斷演進，象徵符號被人們不斷運用，舊的符號出現了新的解釋，新的符號亦不斷被創造、發明出來，隨著新的象徵意涵的出現，形成新的象徵模式，一種新的「文化」亦由此發展成形。象徵符號所含意義的彈性和多元性，是它的重要特性之一，對不同的人來說，同樣的符號會有不同的意義，對同一個人來說，在不同的時空下亦會有不同的解讀方式，一個象徵符號如果缺乏這種彈性和多重涵意的特點，它就無法發揮效用。

2.2 西方藝術史中的象徵表現

西方藝術史可以說是一個象徵表現的發展史，在不同時代均有不同的象徵符號與表現型式，這些象徵符號的意涵，有的會不斷地沿用，而成為典型化的象徵，有的則隨時代演變，產生出不同的象徵意義，從這些不同的型式中，我們可以看到時代的特性，與藝術家的潛在意識（何懷碩，1998）。

然而在早期的西方藝術裡，象徵符號只運用在畫面的一小部分，或僅是藝術家鋪陳畫面時的一段小插曲，真正開始大量地運用象徵的表現來構築畫面，甚至以描寫象徵的物件為主要訴求，是要到 19 世紀末。象徵手法運用到美術創作上而且形成一種藝術思潮，首先出現於十九世紀後半部，並成為現代主義藝術重要特徵之一（余珊珊譯，2000）。象徵性藝術各種派別的共通特性是：厭惡科學、機械萬能時代功利的資本家精神、及讓藝術被卑俗化的文學家與藝術家，凡是從人類存在以及命運產生的苦惱、對精神層面的需求，到內在的思考、精神的狀態、夢的世界等都是他們表現的對象，因此象徵性藝術的主題或表現上，都相當多樣化而成為國際的思潮。在這裡特別要提出的，是象徵主義和超現實主義的表現型式，由於這兩個流派注重夢境和潛意識的表現，而欲表達夢境和潛意識這種不可

見的情境，就需要大量的象徵符號，於是這兩個流派成了使用象徵符號最典型的代表，在象徵主義和超現實主義者的繪畫理念中，「象徵」佔有決定性的重要角色，在他們的作品裡，我們處處可以看見象徵符號的運用，在此針對他們創作中的象徵表現部分做一探討：

2.2.1 象徵主義中的象徵

象徵主義是在 19 世紀末掙脫了再現現實的枷鎖後，所生發出的新自由，並且主張向主觀世界探索新的繪畫意念，這種新的想法刺激了藝術家的觀念，使得可以入畫的主題範圍大大地擴張了，他們開始創造新的型式特徵，甚至新的風格，以求將主觀題材中隱晦的本質表現得更好。除了隱晦的主觀題材外，他們也企圖將詩的意念，包裹在視覺的型式裡，和超現實主義一樣，他們相信最真的現實，是潛藏在想像和夢幻的領域裡，而只有將本身的感覺做激情的抒發，表現出自我隱密的內心世界，才是他們感興趣的題材，他們的基本目標是將主觀的事物客觀化（意念的具體化），而非將客觀事物主觀化（經由某種性格所看到的自然），期望能將意念轉換成一種視覺的語言。

在象徵主義的藝術家的眼裡，物體是一種「符號」，如果在畫面裡使用了這些符號，就藝術家的用意而言，絕不是要表達物體本身的造型、色彩，而是利用這些符號表達出一種生命的力量和狀態，以這些符號來拼寫出他的想法（劉其偉編著，1998）；由此可見象徵主義的主要訴求，即是指出「象徵」是藝術家表達意念的唯一手段，而「象徵」即是意念，唯有意念才是一切，而這些「象徵的圖象」則象徵著客觀世界，象徵著主體心靈，象徵著主客觀交匯的美感經驗與人類生活。

評論家奧里葉（A.Aurier）於 1891 年在「法蘭西信使」（*Mercure de France*）發表論文，闡述象徵主義的觀念：「藝術作品的必要條件，(1)必須是理念的。因為藝術的唯一理想是理念的表現之故。(2)必須是象徵的。因為繪畫是在形象上表現其理念之故。(3)必須是綜合的。因為繪畫依據普遍的理解方法，表現這些形象、記號。(4)必須是主觀的。因為繪畫上的客觀事物絕對不被視為客觀事

物，而是被認為經由主觀所知覺的觀念的記號。(5)(因此其結果)必須是裝飾性的。因為埃及人、或是希臘人、以及原始藝術家們所認為的一切真正意味的裝飾藝術，同時也是主觀的、綜合的、象徵的、理念的藝術表明。」(高階秀爾，1998)

他認為藝術品唯一的理想在於表達觀念，並且以型式表達觀念，又以一種普遍認知的模式，來呈現這些型式和符號，它所描述的事物絕不是客觀對象，而是主觀認知觀念的表徵，因此藝術品必定是觀念的、象徵的、主觀的。象徵主義思潮創造了新的語言，開闢了表現的新途徑。在象徵主義藝術家看來，可視與不可視的世界、物質與精神的世界、有限與無限的世界，是彼此相互呼應與溝通的。因此這種象徵不論用抽象或具象的語言，都是非常朦朧、難以捉摸且具有神秘的傾向，而色情、偏激的心理，如失敗、瘋狂、焦慮、死亡都是他們感到有興趣的題材。

李明明(1993)在《古典與象徵的界線》一書中論及，象徵主義繪畫的表現形式雖然多樣，其形象類型不外兩種：一為利用已知形象作反真實(anti-veriste)、反自然(anti-naturaliste)的再現。換言之，是保存現實中的「真實」形象，但嘗試借助寓意或象徵的技巧，解除，進而超越形象的外在意義，以曖昧的再現法造成一種詩意的離奇(le depaysement poetique)。另一種則以無經驗依據之形象、純幻想及純色、線組合之感性元素，以期達到超形象之意味；或者採用現實形象，抽取其元素作新的組合，形成抽象性圖形。在象徵主義畫家中，夏畹屬於第一類，魯東則偏向第二類，牟侯可以說是二者兼具。

一、反真實的再現

(一)神話形象再現：以牟侯《奧菲斯》為例。



圖2-4 牟侯 1865 《奧菲斯》

牟侯在他的筆記本中，對這個作品有如下的敘述：「一位少女在流動的河水中看到奧菲斯的首級和豎琴，她恭敬的將兩者捧起。她的態度，隱合著愛情。」(王燕翔譯，2001)。奧菲斯是一位音樂家，他所彈奏的豎琴，據說能夠讓山林也為之感動。由於奧菲斯心愛的尤里狄絲死去了，他在過度悲傷之餘疏忽了敬拜酒神巴科斯，而被巴科斯的女信徒砍下頭顱。奧菲斯的首級被投進黑布羅斯河，沿著河水漂向大海。在牟侯的版本中，他想像奧菲斯的首級被杜拉基亞的少女發現了，賦予這個故事羅曼蒂克的結局。

《奧菲斯》是牟侯的作品中，氣氛最沉穩的一幅作品，他特別的重視構圖上的穩定，以及簡潔且含有暗示意味的形象。在近似仙境的海天背景中，一位希臘少女以虔誠的神情捧著奧菲斯之頭與琴。奧菲斯頭上冠有月桂枝，少女身著淺藍長裙，紅黃色披肩，腕、臂、頸、項皆配有寶石，華麗不失清秀。少女溫柔的眼神凝視著奧菲斯合闔上的眼與蒼白的臉孔，形成一幅生死之間「無言的對話」。牟侯可謂 19 世紀描繪心靈潛意識世界的先驅。在這幅畫中他以朦朧、略帶晦澀

的方式處理，彷彿汲取出人類潛意識中的幻想世界。風景部份似以單純的筆觸畫出，與少女的衣著及金色的豎琴上所描繪纖細的裝飾形成對比。兩隻陸龜(傳說中，這種龜殼乃是古代人製做豎琴的材料)在這裡表示希望的徵兆，意思是奧菲斯雖死，但音樂仍將繼續下去；左上方吹奏樂器的牧羊人，更強調了這個訊息。牟侯保留了現實中的「真實」形象，以異於現實的比例加以組合，並在這神話故事題材中添加了象徵性的事物，使這幅作品達到奇幻般的境界。

(二)古代形象的再現：以夏畹《夏日》為例。



圖2-5 夏畹 1873 《夏日》

在象徵主義繪畫中，夏畹的作品不外乎是描繪神話傳說、超凡脫俗的黃金歲月、工業時代來臨之前的社會情況、或者甚至憑空想像的奇妙世界(高階秀爾，1998)。《夏日》是以敘事詩的方式來描寫古代的和諧景象，似乎是將聖經上的故事與遠古時代的社會作了一個巧妙的結合。整個畫面所呈現的是互古的平和、富庶、和日暖花開的氣氛。充分反應當時在經歷了普法戰爭後的現實生活中，人們對和平的憧憬。這幅壁畫歌頌著簡樸的家庭生活以及原始的農業社會，在那兒充

滿了活潑的小生命、溫馴的羊群和取之不竭的小麥，生活寧靜、祥和又富足。夏晧的人物一般偏於修長，姿態典雅，少女們無論是躺臥還是斜倚，是冥思亦是遐想，都顯出一種風姿綽約的美感，她們的內在情愫也被描繪得惟妙惟肖。爲了保持壁畫與牆面的均衡感，夏晧使用林木作用直線佈局，加上散置的人物，造成節奏的穩定性。淡雅的色調始終是全畫的主軸，同時以單純的平面輪廓和溫和柔美的筆觸，再加上平穩堅實的構圖，表現出古代世界的純真無瑕。夏晧以富有象徵意味的構思將這種古老的題材描繪得極其雋美。和諧色調，像一首隨想曲，給予人平靜和悅之美的感受。

二、超越現實形象的組合

(一)幻想形象的組合：以魯東《潘多拉》爲例。



圖2-6 魯東 1910 《潘多拉》

在這幅畫中，魯東將潘多拉幻想成一個美麗的裸女，依照魯東的想像，以纖細不定型的輪廓曲線勾勒出把災厄散播在現實世界，而雙手輕抱著僅存希望小匣的潘多拉，畫中的潘多拉沈浸於周圍飾滿鮮花的玫瑰紅的色調裡，魯東以遠景中

的樹木則突顯出潘多拉的曲線和柔美；色彩奪目的鮮花，畫家將之想像為自然界的靈性和肉體與精神間的美與和諧。在寶石般的和諧色調中，潘多拉沐浴在玫瑰色柔光裡，魯東為女性之美、為大自然打造一個和諧的想像世界。四周爭相怒放的鮮豔花朵，暈染出整幅畫的氛圍，所烘托的女性形體，使得整幅畫充滿了幸福與活力。在畫家的幻想空間裡，我們無法清晰的界定人與花與空間的界線，一切是那樣的朦朧，彷彿一張超越時空的抽象畫。(許鍾榮，1992)

2.2.2 超現實主義中的象徵

超現實主義的創始人是安德列·布荷東(Andre Breton 1896~1966)。布荷東在「超現實主義宣言」(Manifeste du Surrealisme)這一標誌超現實主義的文章中明確地表示了佛洛伊德對其主義的影響。其宣言如下：「超現實主義，名詞，陽性，純粹心靈自動現象，他藉由口語或文字來傳達真正的思想功能，其思想的表述完全不受理性的控制，也超越了所有美學或是道德的關照。依據哲學辭典稱，超現實主義根據的是某種聯想的崇高現實，其聯想來自無所不能的夢境，而對理性思維遊戲不感興趣，他可引導其他精神機制的全盤破壞，而以新的替代物來處理人生的主要問題。」(曾長生，2000)。

宣言中指出，超現實運動的目標在於追求神奇(the marvellous)，特別是由夢之象徵所激發的潛意識內涵。(李長俊，1980)超現實主義尤其反對表象世界，他是純粹心靈的無意識行爲(pure psychic automatism)之自發性的探索。其目的是用一種非邏輯的程序來調劑現實，這種程序是由神迷境界或夢境(dream content)所提升的；最終目標在於創造一個超越的現實(Sarane Alexandrian，李長俊譯，1990)。更布荷東希望超現實主義的繪畫能賦予人性最神秘的憧憬。布荷東十分欽佩佛洛伊德，其宣言的理論依據就是來自於佛氏提出的：人們真正的理想、真正面目是隱藏在潛意識及夢裡的，所以超現實派的藝術家就是應該表現出這種內在的真實。(李長俊，1980)

(一)、超現實主義創作的理念

超現實主義的意識形態主要源自佛洛伊德，他們要展現一個潛意識幻想形象的新世界。還要創造一種會轉變成為某種絕對的真實，即超過現實的內在真實。布赫東曾表示：「這不是素描的問題，而根本是描繪的問題」。(曾長生，2000)

超現實主義詩人在「自動書寫」(Automatic Writing)的方法中發現，意識的束縛解脫後，潛意識的世界就會浮現，然後自動紀錄下思緒與形象。畫家則以同樣的方法產生了「自動素描」(Automatic Writing)。此即布荷東所稱「純粹心靈的自動主義」(Pure Psychic Automatism)之創作理念。

布荷東把超現實主義的意象分成以下幾類，分別是：1.矛盾的意象，2.有意不言的意象，3.出現後失去方向的意象，4.表現幻覺特性的意象。超現實主義者的創作理念是：意象應該代替思想，因為意象是一種直覺，是靈光乍現，其意境是高於思想的。(曾長生，2000)

(二)、超現實主義創作的風格和技法

(1) 風格

超現實主義作品的風格，大致可分為兩大方向：1.以寫實技法描繪「非合理」世界—如夢境、潛意識等驚訝、荒謬又違反常理的景象：代表作家有達利、馬格利特、奇里訶、德爾沃等。2.以記號、符號或圖騰，來表現深邃的心靈體驗—代表畫家有米羅、克利、坦基、馬松等等(劉振源，1998)。請參照以下圖例：

1. 以寫實技法描繪「非合理」世界



圖 2-7 達利 1954 《耶穌受難》
「超立體軀體」



圖 2-8 馬格利特 1937 《算命》



圖 2-9 奇里訶 1925 《心神不寧的謬斯》



圖 2-10 德爾沃 1937 《玫瑰結》

2. 以記號、符號或圖騰，來表現深邃的心靈體驗



圖 2-11 米羅 《加泰隆風景》(獵人) 1923-1924

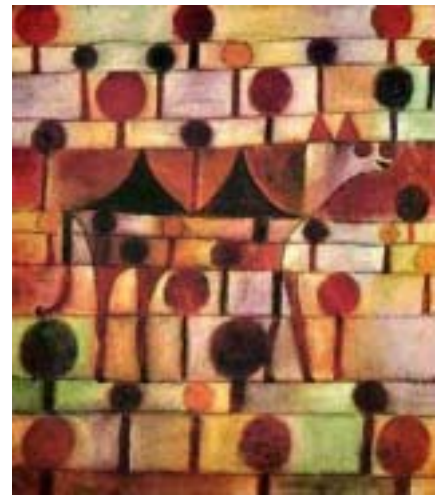


圖 2-12 克利 《野蠻人》1922



圖 2-13 坦基 《不確定的可分性》 1942



圖 2-14 馬松 《哀傷》 1963

以下就超現實主義兩大類風格各列舉一位畫家的作品說明：

(一)、達利— 他拒絕了超現實主義最初的『被動式自動記述法』，發明了強迫性創造法，即自稱的「狂妄偏執的批評活動」(Paranoiac-Crtiuititalacy)。他以極精準細緻的寫實技法，加上超人的聯想力，將對象物變形或置換到非合理的關係中，從而產生魔術般的夢境意象。就是以如此逼真的寫實技法，加上不合理的構成，表現出狂亂、興奮又非邏輯的潛意識洪流。(曾長生，2000)



圖 2-15 達利 《記憶的殘留》1931



圖 2-16 達利 《秋天裏的人類相食》
1936-1937

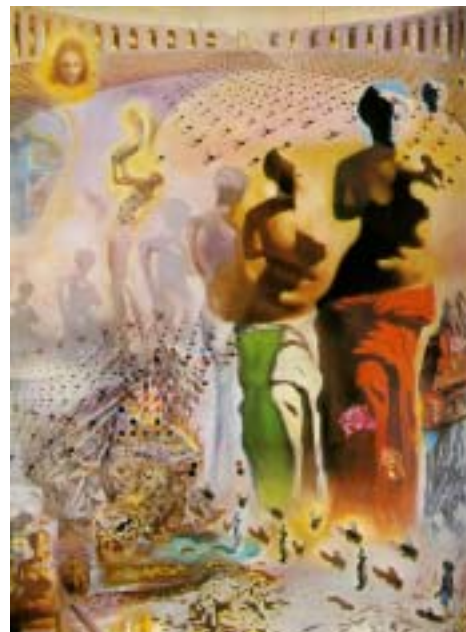


圖 2-17 達利 《服迷幻藥的鬥牛士》
1969-1970



圖 2-18 達利 《達利六歲時以為自己是女孩，揭開海水看睡在海幽暗處的一條狗》
1950

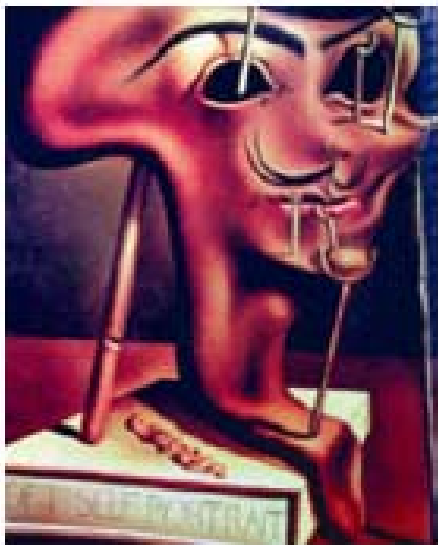


圖 2-19 達利 《有烤鹹肉的輕鬆自畫像》
1941



圖 2-20 達利 《內亂的預感》1936

2、米羅— 在 1924 年接觸超現實主義的「潛意識」理論後，就漸漸發展出「描繪內在體驗」的創作宗旨。米羅使用過許多超現實技法，如拼貼法，自動記述法和既成物的雕刻…等。但他更致力於將繪畫語彙簡約化的根本問題，所以創造出了「符號化的造型」和「純粹色彩」的風格，他的作品呈現著一種特有的童趣、詩意、和中國象形文字的意向，是一種率真、單純、直觀的心靈之作。(劉振源，1998)



圖 2-21 米羅 《耕地》 1923

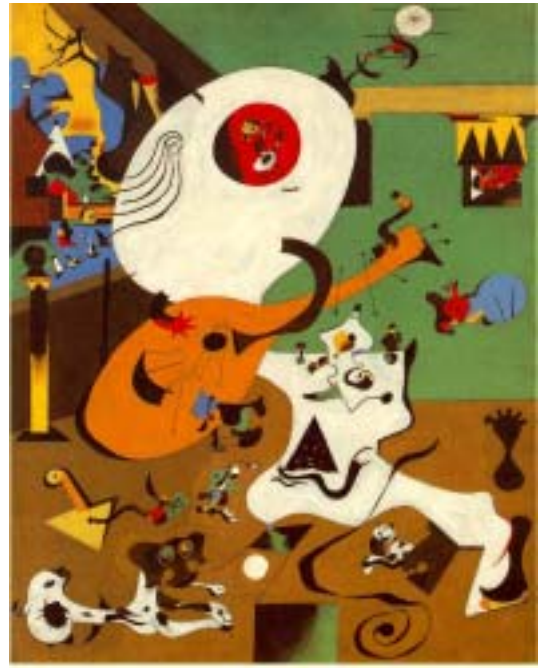


圖 2-22 米羅 《荷蘭式的室景》 1928



圖 2-23 米羅 《小丑的狂歡》 1924-1925

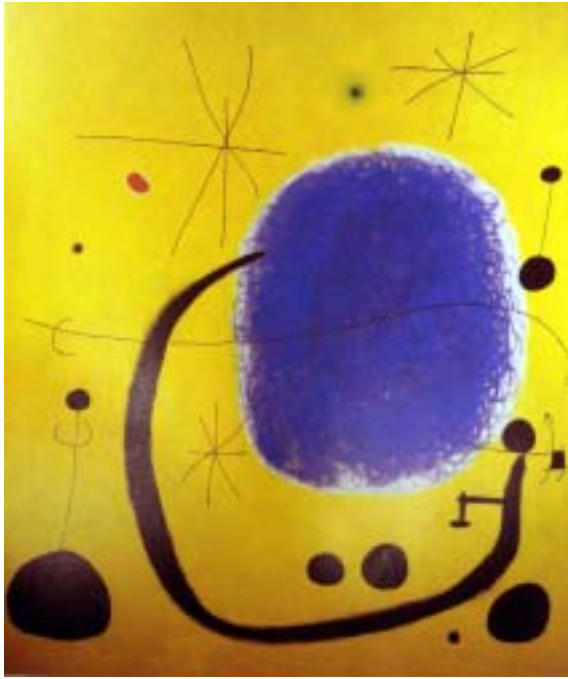


圖 2-24 米羅 《蔚藍的金色》 1967



圖 2-25 米羅 《畫像》 1928

(2) 技法

劉振源(1998)將超現實作品的創作技法，略分為六種：

1. 自動記述法 (Automatism) — 藝術家最好處於被動的半睡眠狀態，讓畫筆自動奔馳，把潛意識的心靈流動記錄下來。以純粹自發的線條，畫出內在的真實。

2. 拼貼法 (Collage) — 亦可稱為集合物法，可以多種不同的複合媒材，重新湊合，使其產生比喻、象徵、聯想反諷的非理性效果。

3. 既成物 (Objet) — 將日常生活中的既成品，當成作品的局部或全部，讓觀賞者自由聯想；產生夢幻、驚異、奇特的感覺。該物體已失去原來的機能意義，完全逸脫為另一種象徵。

4. 摩擦法 (Frottage) — 假如一直凝視雲朵，就會出現不同造型的幻影和意象，以此意象滲染摩擦為原形，再加以描繪補足。摩擦法就是上述觀察體系的運用，但埃倫斯特發明的摩擦法，不只是質感和造型的表現而已；更在乎摩擦出來的幻影，帶給觀眾的心理效應。

5. 轉換法 (Decalcomanie) —杜民給士於 1935 年首創此法，在紙上倒進顏料，任其自由流動出奇特的造型。這在於追求一種偶然性，爲了超越有意識的描繪性。利用轉寫過程中產生的滲透、斑點、巧合、偶然，來達到超現實的藝術目的。

6. 對照法 (Depaysement) —亦可稱爲「置換法」。此法是把物件或影像從原來的時空，安排到一個完全相異的位置，並且用不合理的方式，重新排列組合，令人感到驚奇。

2.3 視覺傳達設計中的象徵表現

視覺傳達設計包括範圍極廣，從平面、立體到空間設計全是視覺傳達設計的範圍，因此象徵表現手法幾乎在每個設計範疇都可能運用到。

2.3.1 象徵為設計中常見的表現方式

使用象徵性作為設計內容的表現方式相當普遍，例如：黃世輝、吳瑞楓(1992)在《展示設計》一書中就將櫥窗展示表現的方式分爲兩大類，及分類陳列型展示 (Assortment Display)與意象象徵型展示 (Token Display)。鄒永勝、莊明振(1997)在《平面設計的視覺修辭技巧》論文中，亦將屬於意象描繪的辭格分爲比喻(明喻與隱喻)、比擬(擬人與擬物)、象徵(普遍象徵與特定象徵)、借代、示現及描摹等六種修辭技巧(如下表)：

表 2-2 意象描繪的辭格

概念修辭(創意發想)			
修辭技巧	文例	操作要領	標誌圖例
1. 比喻	人生如夢	<ul style="list-style-type: none"> • 明喻—直接類比 • 隱喻—幻想類比 	 旅遊保險公司
2. 比擬	真理被蒙上眼睛	<ul style="list-style-type: none"> • 擬人與擬物 	 日本 TOMATO 銀 行企業造形
3. 象徵	鴿子(和平)	<ul style="list-style-type: none"> • 普遍象徵 • 特定象徵 	 東亞醫療公司
4. 借代	白宮削減她在歐洲的兵力	<ul style="list-style-type: none"> • 找尋事物的特徵 • 名詞屬性列舉 • 以部分代替整體 	 國際羊毛局
5. 示現	身歷其境	<ul style="list-style-type: none"> • 陳述過去的事實 • 描繪未來的想像 	 小岩井乳製業
6. 描摹	如聞其身 如見其形	<ul style="list-style-type: none"> • 形容詞屬性列舉 • 描繪意象的形、音、色、嗅、味、觸 	 ICRT 電台

(鄒永勝、莊明振，1997)

曹融(1999)在一篇《兒童圖畫書的製作運用於編輯課程之研究》對兒童插畫的分類中「依表現方式的不同可分為：a.寫實性的兒童插畫。b.象徵性的兒童插畫。c.誇張性的兒童插畫。d.幻想性的兒童插畫。e.抽象性的兒童插畫。」陳孝銘(1994)在一篇《廣告媒體視覺圖像化之研究》論文中敘述：「圖像媒體在表現的方法上，常見的有直述式、象徵式、認知式、引喻式、聯想式、證明式、示範式、說明式、劇情式、推薦式、引起題式，至於在視覺傳達上要如何思考，醞釀和表現，即是如何將廣告概念轉為視覺化，這個過程是很值得研究的。」曾永義

(1998)在《我國的傳統戲曲》一書中，曾提到戲曲的表演特質分為過程性、象徵性、誇張性及疏離性等四種，然而臉譜則屬於「象徵性」中的化妝部分。楊朝陽(1998)在《企業實用創意法》一書中藉消費者商品連接法，能開發下列四個表現概念，及「主張概念、印象概念、提案概念及象徵概念」。另外，祝鳳岡、賴建都(2002)在一篇《台中大坑柑桔品牌塑造暨整合行銷規劃研究》報告中，引述 Park, Jaworski Macinnis(1986)的研究，將品牌概念(Brand concept)分為三大類：即「功能導向、象徵性導向及經驗性導向。」綜合以上所述，象徵性的手法廣為設計界在傳達表現內容時所沿用，由此可見象徵性的表達方式在設計上的重要性。

(一)、 象徵在設計內容的表達

象徵應用於設計方面的領域及範圍非常廣泛，其應用要點在於以聯想尋找與主題性相關的普遍性象徵物，而且要注意象徵必須有重心，數量多寡係根據主題對象需要而定，通常避免使用太多，或是能運用到多而不亂。在櫥窗展示設計應用方面，黃世輝、吳瑞楓(1992)合著《展示設計》一書中，敘述有關主題性意象象徵形展示(Token Display)時就曾引用四個日本東京銀座櫥窗展示為例，第一個是以龍為主題象徵新年的展示；第二個則是以色彩、圖案及短群意象而象徵夏季的展示；第三個是以雪白的樹象徵聖誕時節的展示，這些都是櫥窗展示中，主題應用象徵性意義典型的實例。

發展象徵概念之基本原則，首先要確認以什麼東西作為象徵代表(signified)，然後再找適當的代表符號(signifier)。引述楊朝陽(1988)在《企業實用創意法》一書，在廣告中使用象徵的三個例子，第一個例子是使用神話的象徵概念，「表現概念：以神話中圖案代表產品的特殊符號，象徵為著忙碌的職業婦女的生活提供一種完全不同、令人心悸的神秘境遇。以“獨角獸”代表此香水的神秘力量。」(楊朝陽，1988)



圖 2-26 神話的象徵概念(資料來源：楊朝陽，企業實用創意法，P168)

第二個例子為使用社會文化的象徵概念「表現概念：象徵復甦的愛國主義情操，並將此情操深植於美國自製的產品中(國產紡織品)。山姆叔叔為象徵符號，並以產品深獲歡迎而引以為傲。」(楊朝陽，1988)



圖 2-27 社會文化的象徵概念(資料來源：楊朝陽，企業實用創意法，P169)

第三個例子使用藝術性的象徵概念，「表現概念：以此產品象徵都市年輕人的生活，喚起其精神。迅速剪輯的都市照片、蒙太奇式的連續映出，用生動的視覺效果，表現出現代都市生活的精神。」(楊朝陽，1988)



圖 2-28 藝術性的象徵概念(資料來源：楊朝陽，企業實用創意法，P170)

(二)、象徵意義應用的適切性

以符號學的符號具和符號意而言，任何事物、造形除具其形式外都會產生象徵性的內容意義。然而事物景象的象徵皆會因地域、文化及對象的不同而造成不同程度的象徵意義。例如鱷魚，有人認為它只是種爬行的動物而已，但在台灣可能是名牌的象徵；另舉老鷹為例，一般人可能認為它不過是隻翱翔天際的鳥類，但對美國人而言，老鷹象徵自由與和平。「西方基督教文化中以『百合花』象徵『瑪莉亞的純潔』，在『受胎報喜』圖中是不可或缺的要素。然而在為教或佛教國家中，百合花除了『裝飾』上的美感外，就不具任何意義了。」(郭世謀、林加雯，1997)

象徵的意義應用不盡，但有時候必須考慮是否只是對少數特定人口傳達正確的訊息而已。蘇宗雄曾在一篇《談標誌的象徵意義》中提到，「曾經有位交通標誌設計師在設計『途經鬧區、車輛慢行』的標誌時，將一隻蝸牛畫在三角形的警告標誌內，以傳達該區車輛擁擠，行車速度將如蝸牛慢步，但其象徵意義有待商榷，蝸牛造型的引用是否會產生其他誤解，如該地是蝸牛出沒區或蝸牛美食街抑或是無殼蝸牛區。」(蘇宗雄，1996)。因此當設計內容要採取某種特定意義時，一定要對市場特性、地域文化及行為思考的背景差異，作詳細的分析調查後才加以慎重選擇應用。

爲了避免在內容表現上因解讀時發生會錯意的情況，大部分的設計師大都會選擇眾所皆知的共通代表物來作爲傳達的語彙，藉由本身對不同屬性語彙的認知程度，使用象徵手法作出較理想的事物轉移或多種事物之間的聯結。

2.3.2 視覺傳達元素的象徵

一件海報作品裡的所有元素，如線條、明暗、色彩、形狀和比例、動線問題等，都影響著圖像產生的張力，這些元素也都可以從象徵的角度來探討，以下將要一一探討各元素的象徵意義。

(一)、 平衡

可略分爲對稱平衡與不對稱平衡。對稱平衡也稱爲形式上的平衡，及中心線或中心點兩邊的各部分，在尺寸、形狀及相關位置上互相呼應。視覺上的對稱，通常都有靜態、休止、沉穩的效果，意味著確實、可預測、安定。不對稱也能達到平衡的效果，不相等的各部分構成某種視覺上的平衡，來傳達動態、不確定、變化……等意念。

(二)、 線條

線條的長度、寬度、方向、線條與線會合或關涉的方式，也會影響線條的性質。線條能夠指出對象及其間的關係;能表現方向及時空的移動;也能顯露情緒、快活或哀愁、滑稽或悲慘。線條可透露一個設計師的獨特性。

(一)線條的方向：最明確的有水平、垂直和對角線。

(1) 水平線：

平行於地面與天空的接合線，意味著地球的無比穩定性。就像人倚躺的姿勢，令人感受放鬆、平靜、休止的感覺。

(2) 垂直線：

像一條往下垂的測鉛線，也有抗拒重心引力的意思。它是自足的：均衡、安定、有力、帶一股向上或向下的衝力。垂直線可比照人站立的姿勢，給人靜止卻隨時可進入動態的感覺。因此象徵著靜態張力、準備就緒，抵抗力與支撐。

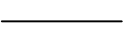

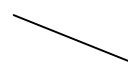


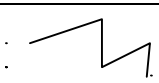


(3) 對角線：











可比照鳥飛上天空或人跑步的姿勢，給人感覺最大的動作、動的活力、不平衡及危險的感覺。

(二)、線條的類型與特性：

線的種類常因使用器具，描繪方法及形成原因而不同，如用鉛筆、鋼筆、或毛筆所畫的線條粗細、剛柔各異其趣；又曲線、直線、有機線與立體的線.....等因描繪方法及形成原因而不同而有許多種類；此外線與線，線與點，線與面的結合在造形設計上都會形成相異的感覺。以下將線的類型與特性作一整理。

表 2-3 線的類型與特性

	水平線	放鬆、平靜、休止、和平、穩定
	垂直線	靜態張力、準備就緒、抵抗力、支撐、尊貴、嚴肅、有力
	對角線〈左上右下線〉	沉重、陷落、幻滅、不平衡
	對角線〈左下右上線〉	快速、急進、上升、動作、活力、不平衡
	曲線	女性、溫和、柔順、細膩、韻味、豐滿、流動
	曲折線	困惑的激動、衝出的力量感、急速改變方向
	連續線	清楚界定、包容、把持住形式的趨勢
	斷續線	開收、自由、不確定、柔順可變

	粗線	有力、前進、缺少線的敏銳度
	細線	銳利、纖細、神經質、速度感、後退
	長線	穩定、無為
	短線	變化、積極
	規律的線	秩序、週期、控制、安定、呆板
	不規律的線	雜亂、失常、放縱、不安、自由、隨意、輕鬆、個人化、表現
	光滑的曲線	滑潤、流暢、明確
	粗糙的折線	粗糙、遲鈍、苦澀
	曲弧線	圓滑、彈性、轉動、伸長、缺口
	封閉線	完整、界定、包容、自我、獨立
	隱藏線	切割、暗示、消極、新奇、有力
	面化線	團體、結合、量感、秩序化、隱含

(資料來源：姜彥竹，2001 及國立台灣大學網路教學課程)

(三)、明與暗

通常我們對暗的感應是深密、堅實或不透明，因此「暗」可象徵未知與恐懼。而一般對明的感覺則是空白的空間，透明的、可見的，因此「明」可象徵已知與舒泰。這些感應有時候正好顛倒過來，比方強光可能表示使人眩目而暫時失去視力或感到害怕，弱光也可能表示輕柔愉悅。設計師能透過畫面的氣氛把意念傳給觀者，而調子的數量、位置及明度是營造氣氛重要的方法。

(四)、色彩

色彩存在於大自然中的每一事物，每個人因著生活、文化、背景的不同，對於色彩有不同的經驗，某一種印象深的色彩，它會時常潛伏在我們的意識中，一有機會即刻會浮出於心像，這種色彩因某種機會，仍然會出現的，我們稱為色彩的聯想。依據色彩的記憶與聯想，久而久之，幾乎固定了他們專有的表情，這種深入心理記號是的色彩表情，後來逐漸地建立起他們各自象徵的地位，於是原來是具體的色彩，慢慢能代表並表示抽象無形的主體觀念，這就叫做色彩象徵。原始色彩→記憶→聯想→色彩的象徵，來自於多數人的共通聯想，表達一般性或特定的意義。其中有各國所共通的，也有一民族獨特的傳統或習慣，而象徵完全不同的意義。色彩象徵意味著一些約定成俗的固定用法，但如果一直固守，會給設計帶來太多限制，因此在海報設計上的配色不會一成不變，而是運用較自由的色彩聯想，配合社會脈動，與人們的生活經驗較為密切。表 2-4 為摘錄自「現代色彩學」一書中的「色彩意象的聯想」。

表 2-4 色彩意象的聯想

色系	色名	具體聯想	抽象的聯想
無彩色	白 灰 黑	雪、白紙、砂糖、 烏雲、老鼠、灰塵 墨汁、木炭、夜晚	潔白、清楚、清潔、衛生 憂鬱、寂寞、沈靜、平凡 黑暗、悲哀、嚴肅、死亡
紅色系	紅 粉紅	火、血、太陽 薔薇、桃子、腮紅	熱情、強烈、革命、危險 溫情、幸福、愛、女性的
橙色系	橙 膚色 褐色	橘子、柳橙、柿子 肌膚、粉餅 土	溫情、陽剛、快活、忌妒 明快、溫和、和平、美食 剛健、堅硬、苦味

黃橙色系	黃橙 橙 褐	橘子 土	快活、光明、明快 陽剛
黃色系	黃 橄欖 淺 黃	檸檬、油菜花、月亮 橄欖、奶油	平和、光明、活潑、安全 沈靜、寂寞、污濁、 未熟、明快
黃綠色系	黃綠 草 色	嫩葉、嫩草 樹葉、草	希望、青春、平和、 深遠、陰沈
綠色系	淺綠 深 綠	嫩葉、嫩草、森林	希望、青春、平和、 深遠、陰沈
藍綠色系	藍綠 水 色	深海、天空、水、玻璃	沈靜、深遠、嚴肅 冷靜、爽快、清涼、淡白
藍色系	天藍 靛藍	天空、水、海	希望、清靜、平和、理想 深遠、沈靜、希望
藍紫色系	藍紫	桔梗花	高貴、品味、優雅
紫色系	紫 淺紫	紫蘿蘭 牽牛花	高貴、優雅、明快、 溫情、女性的
紅紫色系	紅紫 淺紅紫 暗紫	牡丹花 櫻花、紫雛菊 葡萄	熱烈、優美、喜悅、 甘美、女性的、香醇、 神祕

(五)、形狀

我們對形狀或形式的反應，是影響我們如何觀看海報作品的另一個因素。我們把形狀與個人經驗，印象與感受聯想在一起。一間頹圯傾斜的老屋，可能令人勾起古老的回憶或思鄉的情感；沙漠綿延不絕的地面形狀令人感到絕望；斷崖的形狀令人懼怕；舒緩的山丘令人感到平和或舒適。

(一)、幾何形狀

基本的幾何形狀有：圓形、矩形、三角形、正方形。每一種幾何形狀都蘊含自己的動態。如圓形從其中心向外推，有擴張的趨勢，也傾向於轉動，似乎在旋

轉。矩形有方向性的特質，橫向的帶著一股由左到右的張力，縱向的帶有上下的張力。任何類型的三角形，往往暗示著方向，是其頂點所在處來決定指向何方。正方形是非方向性的形狀，但具有活動的力量，即從一角到另一角所延成的對角線。幾何形狀是有組織，可測量、概念性的；牽涉到思維及意識作用。抽象化的過程包括減除意象的細節，使之達到最精要的地步，此時往往變成一幾何形式。

(二)、有機形狀

有機形狀泛指未受過數學規則性束縛的自然造型。大自然中可以看到許多的有機形狀，如常午被波浪沖刷的河床小石子，天空的浮雲等。這些自然界中某些法則所形成的造型，常具有高度的生命力，能夠感動人，是自然界中最精華的部分。有機形狀不規則而具流動性，蘊藏成長的動態張力，與即興和直覺有關。

(六)、比例

比例乃是一個形式各部分彼此間以及對整體的關係，其中包含一個既定的標準，而一切事物便根據這個標準來衡量或做比較。以下從理想化的形式、自然的形式、階層的形式、歪曲的形式，來分析比例的特性與其如何影響人們的情緒反應。

(一)、理想化的形式

古希臘時代西元前第二世紀時，人體乃代表道德的與精神的價值。大家相信完美的外形一定包含完美的心靈。理想的人體比例規範，由當時技術最熟練的雕刻家界定出來。「米羅的維納斯」是文明且被尊重為人體比例之古典標準的一個例子。



圖 2-29 《米羅的維納斯》 世界藝術史



圖 2-30 《米羅的維納斯復原想像圖》 世界藝術史

(二)、自然的形式

自然的形式包括偶發性與瑕疵，自己本身對於細部的型態無法設定，也會出現驚人的偶然結果，比「理想化的」更「真實」，更能代表人類。

(三)、階層的形式

設計師可以利用要素的尺寸大小、空間位置，來表示意念傳達的重要性與先後次序的等級比較，以產生視覺閱讀順序。

(四)、歪曲的形式

歪曲的形式以某種方式誇大比例，製造怪異或超現實的效果，以產生異於現實生活的視覺經驗。歪曲能針對主題傳達特殊的訊息，或者把強化的意義與趣味帶給觀者。

(七)、動態

(一)、節奏

一提到節奏，首先我們會想起音樂聲音或舞蹈，然而就視覺意義上，乃藉共同要素的連續反覆所造成的抑揚調子，以產生視覺的動勢。以下將從一致的、順序的與對比的節奏來探討動勢。

(1) 一致的節奏

來自類似性而非斷然的變化。如線條採取同一方向，相同的長度和寬度；調子類似，全部明色調或暗色調；形狀方面，形成和尺寸彼此類似；肌理一致。

(2) 順序的節奏

指一系列要素由一位置前行至另一位置的形式階梯、層次漸變或進展，如線條慢慢的從水平方向轉為垂直方向，或從厚的變成薄的。

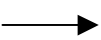

(3) 對比的節奏

指有突然、明確的差異。如線條可能轉為反方向，或從厚的變薄的；調子是尖銳的明暗對比；色彩互補；形狀的樣式變遷或許迅速、激烈又出人意料之外；肌理的差異也突兀且銳利。節奏亦具有感情。有靜態節奏、激動節奏、微妙節奏、雄壯節奏、單純節奏、複雜節奏……等數類。所以，節奏之構成一定要配合所要表現之內容以及其意念。

(二)、抽象圖像所隱含的動態

隱含性動態出現的另一方式是圖像內部各種力的運動與平衡，並透過你的直覺對於形式的生理反應而來。另外，箭頭的運用與變化，也會產生動態，並傳達不同的意義。如表 2-3 所示。

表 2-5 箭頭意象的聯想

	一般的箭號，具有指示方向、暗示動作的意思。
	一個彎曲的箭號，同時也涵蓋了圓形的象徵價值。

	象徵循環的箭頭。
	利用虛線，把箭頭縮小或用其他方式讓其較不明顯，或把它放在線的中央而不是線的前端，這樣就能降低箭號的「衝擊」與「鎖定」效果。
	用較粗的箭號，表示放大、密度。
	用多個箭號來表示頻率或倍數。
	象徵兩種相對的力量。
	能量由小變大、由遠而近，漸漸增強。
	多重發展、繽紛多樣、意見不合。
	宇宙的概念，各式各樣的生活方式與發展。

(資料來源：姜彥竹，2001)

2.3.3 小結

象徵雖不是符號、比喻、暗示卻有其三種性能，因此可廣泛的被應用在不同領域。在我們周圍各樣的人物、聲音、動作，其實都會在我們心靈深處產生影響，有的是明顯的，有的則存在於我們的潛意識，久而久之這些事物、聲音、動作很容易會我們產生聯想，即對我們產生一些象徵意義，而藝術家及設計家所創造的視覺傳達元素，則是幫助我們把隱晦不明的感覺，用圖像將它們解讀出來，是一種情感的釋放，也是一種美感的創造，以豐富我們情感的世界。

象徵手法廣為設計界所採用為創意策略的方法之一，其取材極廣，表現形式也不限，但有時候必須考慮是否只是對少數特定人口傳達正確的訊息而已。因此當設計內容要對某一人、事、或物採取某種特定意義時，一定要對市場特性、地

域文化及行爲思考的背景差異，作詳細的分析調查後才加以慎重選擇應用。才能發揮應用象徵意義的最大果效。

2.4 海報的概說

海報是一種平面形式的宣傳媒體，更可說是一種大幅的印刷廣告物，其主要功能是告知訊息，傳達意念。在這個目標下，海報設計者可以自由運用各種表現手法來呈現海報的意旨，引起人們的注意。一件成功的海報作品能讓觀者在瞬間的接觸中，引起興趣與記憶，誘導觀者獲知海報所欲傳達的訊息，達到成功的傳播目的。

2.4.1 海報的意義

海報，英文為「Poster」，法文為「Affiche」，德文為「Plakat」，昔日中文亦稱為招貼，而今日中國大陸仍有沿用招貼之名稱。就字意來說，英文「Poster」，是由Post轉用而來，其名詞意指「柱子、樁、標竿」、「特定之崗位、任務」或「豎立於公共場所的大木柱」等，動詞則有「貼於柱子」、「公佈、告示」之意。而《大不列顛百科全書》對「Poster」釋為「招貼畫：作為通告或廣告而公開展示的印刷圖畫。」，《牛津英文辭典》則釋為：「展示在公共場合的告示」。

大者曰「海」；「報」，動詞指「使之聞也」，「告也，白也」。各詞者有「音訊、消息」、「酬答之意」，就字面上來說，[海是四海，報是通報]，有「向四面八方告示傳達之意」，三民書局《新辭典》：「海報，為電影宣傳或其他目的而繪製的文字或圖片，可張貼於牆上或佈告牌上。」而昔日「招貼」之稱，《辭海》：「廣告之黏於壁上者，通稱相貼。」《國語辭典》「貼於街巷的廣告」，綜合之，「海報」是一平面設計媒體，又稱招貼或宣傳畫；運用圖像與文字表現與述說，構成於畫面上，張貼在公共場所之牆、柱等，用以引起大眾注目與宣傳告示之媒體。

海報發展的起源可追溯至西元前 1800 年巴比倫王朝的《漢摩拉比法典》(the code of Hammurabi)，其在一塊高達兩米多的石柱上，鑄刻了漢摩拉比從太陽神那裡取回的法典之告示，而現存世界上最早的海報是目前保存在英國倫敦博物館約 3000 年前埃及的一份繪於紙草上的尋人文字招貼，內容為懸賞一枚金幣，捉拿一個逃跑的奴隸，但這些都仍是以手工繪製或刻畫抄寫，直到十五世紀中葉德國邁茵茲的古騰堡(Johannes Gutenberg)發明的印刷術和活字技術，才大大改變了世界平面設計的發展，印刷出版的普及與大量複製的特性，助長了當時文藝復興思潮的播散，但至十八世紀末平面設計的表現仍是以文字為主，直到十九世紀中葉後石版印刷(Lithography)技術的發展，提升了複製的速度與色彩的表現，滿足了工業革命後產業界對產品銷售與劇院表演等各行業行銷推廣文宣的大量需求，而海報「大、美、精、簡」的特性，更是當時產業界對其商品推介的主要媒體，馬戲團、歌劇院、產業界等對海報設計的大量需求，促使許多藝術家、印刷師、字體設計師投身於海報設計的行列中，形成了現代海報設計的開端。

2.4.2 海報的特性

就如同鋼琴被譽為「樂器之王」，獅子為「萬獸之王」，海報亦有「設計之王」之稱，究其原因，海報就像一面鏡子，藉由海報作品的呈現，可觀照出人類歷史、政治、經濟、生活、文化與現代設計發展的歷程，並具有「大、美、精、簡」之特性。

(一)、海報之「大」：

海報因其張貼環境之特殊性（戶外街道等公共場所），須透過大尺寸的創作空間，以掌握人潮與交通工具在流動間所產生的瞬息印象。一般海報尺寸多為對開、菊全開、全開，而在歐美雙全開、四全開以上拼貼海報更是比比皆是，為配合海報張貼環境之需求，歐洲早在十九世紀末便規劃設立了海報柱以提供海報展示的空間，無形中也促進了海報創作內容與品質的提昇，其豐富的圓柱造型也構成了城市景觀的一部分，今日雖漸為大型的平面廣告牌所取代，但在歐洲仍隨處可見矗立於街道間，散發出昔日新藝術右典浪漫的氣息。

(二)、海報之「美」：

美感、美觀，即海報具有藝術性，海報除具有客觀性、機能性、傳達功能的设计行為外，同樣也是海報設計師個人藝術觀點、主觀意識、情感結合設計表現的視覺媒體。自十九世紀中葉後，現代「海報設計之父」Jules Che`ret把傳統繪畫語言轉變為海報設計表現語言，將造型和色彩進行了整體性的簡化和誇張，其明晰、強烈、具有個人風格的表現，開啓了現代海報設計的先端。約翰·巴尼科特(John Bamicoat)在《海報簡史》(A concise History of the poster)中指出：「Jules Che`ret之所以成為世界海報歷史上第一位大師的原因，並不是因為他創作了數以千計的海報設計作品，而是因為這些作品都是偉大的藝術品。」。而那些從事海報製作的藝術家往往將其繪畫風格或創作理念透過強烈的視覺語彙或瑰麗的圖像，巧妙地與海報既通俗又實用的性質結合，使得此一媒體成為反映社會意識及嶄露藝術風格的表現形式，而許多新的藝術型態也藉由海報迅速推展其理念。

這些關創海報風格與藝術類型的設計師如：十九世紀末二十世紀初「新藝術運動」海報風格的慕夏(Mucha)、羅特列克(Toulouse-Lautrec)、莫塞(Moser)、麥金塔(Rennie Mackintosh)，二十世紀初李西斯基(El Lissitzky)、羅欽科(Rodchenko)「構成主義」風格的海報，「現代主義」包浩斯中的赫伯·拜耶(Herbert Bayer)、莫霍里·納吉(Moholy-Nagy)、施米特(Joost Schmidt)，因自我創作理念所形成德國「海報風格」運動的魯西安·伯恩哈特(Lucian Bernhard)、赫文(Ludwing hohiwien)、厄特(H.R.Erdt)、克林傑(Julius Klinger)，「二十世紀~30年代裝飾藝術」運動的卡桑德拉(A.M.Cassandre)、考夫(Kauffer)，「瑞士國際主義平面設計風格」的馬特(Herbert Matter)、穆勒·柏克曼(Josef Muller-Brockmann)、馬克斯·比爾(Max Bill)、馬克斯·赫伯(Max Huber)、西奧·巴爾莫(Theo Ballmer)，強調藝術和設計結合的「觀念形象設計」(Conceptual image)流派如波蘭海報設計師特列科夫斯基(Tadeusz Trepcowski)、托瑪澤維斯基(Henryk Tamaszewski)、斯維爾茲(Waldemar Swierzy)、美國「圖釘工作室」(Push Pin Studio)、法國「格拉普斯工作室」(The Grapus Studio)，受流行音樂與大眾通俗文化影響的「普普風格」、「迷幻海報」(Psychedelic Poster)風格的威爾遜(Robert Wesley “Wes” Wilson)、馬克斯(Peter Max)、莫斯科斯(Victor Moscoso)，及60~90年代在歐洲一直具有強烈藝

術表現個人色彩，如同詩歌般具有藝術創作動機的歐洲「視覺設計詩人」流派的根特·凱澤(Gunter Kieser)、岡特·蘭堡(Gunter Rambow)，將東方文化思想融合西方設計觀念的亞洲現代設計藝術家，如龜倉雄策、永井一正、田中一光、橫尾忠則、衫浦康平、青葉一輝、佐藤晃一、靳埭強、陳幼堅...等，與跨越文化界限展現自我創作特色的福田繁雄、五十嵐威暢，及數位時代運用電腦媒材試驗，探尋新奇視覺經驗與字體表現的葛莉曼(April Greiman)、大衛·卡森(David Carson)、布洛迪(Xeville Brody)...等，我們綜觀這些大師巨匠為海報設計藝術寫下輝煌的歷史和風貌，豐富了我們視覺設計的美感經驗。

(三)、海報之「精」：

即指海報印刷之精美，自 1860 年後，石版印刷複製技術的革新，改善海報色彩的表現與質量，邁入了現代海報設計的新紀元，1960 年代隨著彩色照相製版技術的高度發達，使得高速大量印刷成為可能，海報內容運用攝影表現逐漸普遍，階調也更為細緻，而印製技術隨著科技的發展而更為精進，現今 CEPS(彩色電子印刷系統 color electronic publishing system)、CTP(電腦直接製版 computer to plate)的數位印製流程，其快速、省時、省墨、易於修改及精準度和細膩度等優點，更提高了印製的品質和效率，加上印製材料的品質與種類亦日益多樣細膩，增添海報設計在印刷表現上的多樣性與實驗性，其精緻的印刷表現更增添了海報的收藏價值與審美性。

(四)、海報之「簡」：

即言簡意賅，係指海報呈現內容的精準、簡潔與單純性及富象徵寓意的圖像內涵。海報因其張貼場所的獨特性，乃常運用簡潔、單純、直中要害的內容表現，才易擄獲流動群眾的注目焦點，以加深印象。也更因此一特性，促使海報創作更具挑戰性，如何表現具視覺張力和震撼力的海報呢？認為可從三方面進行：

(1) 單純化：

單純並非單調，乃是透過簡潔、凝練的圖像信息，表現具視覺張力與內涵的作品。Josef Muller-Brockmann 指出，每張海報「必須以最少的平面視覺工具，去

產生最大的效果」。而設計者必須注意到「訊息要簡潔和單純」。單純化可使海報以有效的方式去與觀眾接觸、誘導和溝通。

(2) 象徵化：

所謂象徵(symbol)，係用來指涉或代表某對象的媒介。英國當代哲學家、美學家蘇珊·朗格說：「藝術中使用的符號是一種暗喻，一種包含著公開或隱藏的真實意義的形象；而藝術符號卻是一種終極的意象，一種非理性的和不可言語表達的意象，一種訴諸於直接的知覺的意象，一種充滿情感、生命和富有個性的意象，一種訴諸於感受的活的東西。因此也是理性認識的發源地。」這說明藝術符號的特徵，且具有象徵性、不可言說性和感性。海報圖像運用簡明的象徵符號，能出奇不意的擄獲人群的注視、刺激及其知覺反應，引起與作品的共鳴與對話。

(3) 藝術化：

即運用藝術符號或個人設計語彙可創造個人風格，形成獨特藝術形態的海報風格以產生差異化，而有別於其他張貼之海報，透過設計風格與精神理念的自主性創作，海報被視為設計師淬練自我，創造風格的試金石。我們綜觀海報設計各家，仍大都具有其個人創作風格或藝術流派之風格運用。設計師透過個人藝術符號的表現，展現個人風格與精神理念，表達藝術情感意緒與生命價值觀，結合海報主題傳達出個人獨特的詮釋符號，引發受訊者的思索與交流。

2.4.3 海報的價值

日本著名的國際設計大師福田繁雄曾經說過「海報是人類智慧和文化的象徵」。海報設計通常被視為最能體現平面設計師藝術水平高低的重要方面，而在世界平面設計領域中，影響面最大、學術性最強、歷史最悠久也是最權威的設計活動更是屬海報的設計與競賽了，例如：舉世聞名的波蘭華沙國際海報雙年展(WARSZAWA)、捷克布魯諾國際平面設計雙年展(BRNO)、墨西哥國際海報雙年展(MEXICO)、芬蘭拉赫蒂國際海報雙年展(LAHTI)、美國科羅拉多國際海報雙年

展(COLORADO)、俄國莫斯科國際海報雙年展、日本富山國際海報三年展(TOYAMA)及法國肖蒙(CHAUMONT)國際海報藝術節等等。

海報，透過一張單面印刷的紙張，承載著圖像與文字的表現與述說，及大量的再製與發行，傳遞了人類一切之活動與行爲；誠如瑞士「ABC」出版社的《海報史》所述：「海報是將訊息傳給公眾的印刷媒體，他就如氣壓計般將每一時期的政治、經濟、文化藝術活動做一即時的反應，是人類知識與行爲的一面鏡子。」藉由海報設計師其文化背景與個人詮釋語言，將社會議題、文化現象、政治現實…等內容，反映於海報創作上，不僅具有宣傳推介功能，同時具備了下列價值。

(一)、 社會價值：

海報內容往往反映當時社會意識、環境現象、經濟活動、人際關係…等議題，可作為社會警世與省思的功能。

(二)、 歷史價值：

現代海報已發展一百多年的歷史，藉由海報表現的的圖像與內容，我們可窺探人類近代歷史的發展演變與設計發展史，提供後人之參考借鑑。

(三)、 文化價值：

海報設計師透過自身文化背景與智慧，將人類科學、藝術、宗教、政治、道德等發展行爲與活動，運用視覺語言表現於海報創作上，展現人類文化發展的過程與成果。

(四)、 藝術價值：

海報設計不僅反映社會議題、政治現實、文化活動、經濟發展…等內容，更是海報設計師以其個人創作理念與精神，運用其智慧，展現個人特有造型符號或反映當時之藝術風格，豐富了海報設計之藝術表現。

2.5 公益海報的概說

2.5.1 公益海報的簡史與文化內涵

海報主要分為兩大類型：商業海報及公益海報。公益海報或稱國家宣傳海報，它起源於第一次世界大戰期間，有戰爭宣傳海報、競選活動海報、政黨宣傳海報，後來主題逐漸擴大到禁煙、反毒、捐血、環保等社會關懷、環境現象議題。

隨著國際經濟的日益融合，傳播空間的巨大變化，藝術文化的交流與互動，人們越來越需求精神世界的多元感性滿足，海報藝術作為信息傳播的交流媒介，以圖像語彙注入文化理念的主題設計觸碰著人們的生活和精神領域，成為最具精神浸透力的傳媒之一。

不同的時代就會傳遞出特有的文化觀，現代藝術設計在現代文明進程中，所體現的設計觀念、設計思想、設計手法無不蘊含著現代文化的創造精神，而作為現代藝術設計中的平面公益海報，正反映人類精神深層結構的價值觀、道德觀、審美觀、生活觀所構成的意識形態，並對群體行為模式予以引導，推銷時代新觀念，引發大眾的公共意識和公益行為，這種滿足人們精神功能需求的藝術作品必然賦有深刻的文化特質。傳播明確的觀念和思想的主題是公益海報設計過程的核心和靈魂，其本身就蘊含著深刻的文化內涵和哲理。

2.5.2 公益海報的主題

歸納現時代文化主流的公益海報主題通常分為以下幾類：

(一)、以人類社會的環保題材為主題：

人類在追求物質經濟的高速發展時，忽略了對人類生存空間的保護，人類對有限資源的無限開發，使地球日益面臨危機，環保問題成為世界最關注的問題。於是保護自然、保護環境、保護野生動物、節約土地資源、節約水資源以及防止

水污染、防止空氣污染、防止噪音污染等題材，以傳達人類與大自然和諧共處的美好願望。

(二)、以人類的生命健康題材為主題：

珍愛生命，尊重生命的價值，選擇健康而安全的生活，這是人類最基本的慾求，也是社會的關懷。所以關於拒絕毒品、珍愛生命、禁煙、喝酒不開車、交通安全、優生防早產宣導、防疫等與生命價值相關題材而體現的主題，更具親和力與震撼力。

(三)、以承繼社會優良風範與美德題材為主題：

社會就是一個大家庭，發揚中華民族幾千年傳承的優良傳統和美德，喚起民眾的功德意識，在這個人際關係逐漸冷漠的世代，此類的題材實在是時代的需求。因此凡觸及家庭和睦、尊老愛幼、親情友情愛情、尊紀守法、互助友愛、接納殘障人士、尊重人權、保護婦女兒童的合法權益及遏制家庭暴力、自殺問題等題材皆為公益海報棄惡揚善的宣傳主題。

(四)、以振興教育、科技發展的題材為主題：

教育、科技是國家經濟發展之本，是國家富強之根，教育決定著國民的素質，科技帶動經濟的起飛，教育改革、失學兒童、尊重智慧財產權打擊盜版等題材為國內的科教主題。

(五)、以提高社會的人口素質題材為主題：

隨著人類社會發展，一面高科技的市場經濟需求高科技人才，另一面人類與地球的關係日趨緊張，地球無法承受無限增長的人口密度，早期提倡節育「兩個孩子恰恰好，一個不算少」，但近幾年來台灣生育率急遽下降，則不再宣導育兒數目而是強調優生學，諸如避免少女未婚懷孕，避免早產，另外人口老齡化問題及高素質人才培養等題材成為反映的主題。

(六)、以宏揚民族文化及愛國精神題材為主題：

民族文化與藝術是人類文化的寶藏，宏揚傳統文化與藝術是大眾傳媒肩負的社會責任，一切促進國家繁榮、發展、和平等題材都是公益海報表現的主題。

(七) 以傳播時代觀念、文化的題材為主題：

步入新的時代，孕育著新的文化、新的觀念、新的思維，與時代同步，一切需要溝通。這種釋放文化觀念的海報主題將給人以更深刻的思想及對未來的追求。

2.5.3 富有象徵意象的符號化圖形傳播文化概念

隨著信息技術在傳播媒體領域中的廣泛滲透，公益海報中的圖形設計形式也隨著現代廣告活動步入國際化潮流，逐漸成為超越國度的具有共識基礎的圖形語言，為了適應信息傳播時代對設計的文化需要，為了在激烈的媒體競爭之中獲得更多的注目率，傳達文化概念指向的符號化圖形已成為信息時代公益海報藝術又一顯著的文化特徵。

符號是一種高度概念化的指向形象，具有非常豐富的文化內涵。公益海報藝術作為大眾傳播媒體，創造性的應用新穎、絕妙的符號圖形進行文化概念的形象表述，注重主題內涵的深度擴展，則依靠圖像來表達對象的象徵性，並透過豐富多彩的藝術手法來表現，從而體現一種既簡潔而又蘊含豐富信息內涵的視覺符號形式，並賦予明確的意義指向。

符號化圖形設計主要以聯想思維為基礎，依靠設計師的超然想像，透過對象的形象類似性和圖形的象徵指向來實現創意。在公益海報設計中，以圖像要素和文字要素構成了圖形符號的結構基礎，設計師必須從藝術的角度，對設計中的圖像要素和文字要素展開絕妙的藝術想像，在對設計主題理解分析之後，努力尋求一種最能揭示主題深刻文化內涵的意象形象，再運用藝術的各種表現手法：或採用繪畫、攝影的手法來表現真實形象；或採用對比、誇張、聯想、暗示、空間等多樣化的表現手法來塑造主題意境；或採用文字語言的象徵性來詮釋作品主題等

等，力求一種象徵意味的、新文字化的視覺傳達形式，及符號化圖形，同時這種傳達又必須以簡潔易讀為前提，以共識為基礎。

2.6 象徵表現手法應用於公益海報作品之分析與研究

象徵表現手法應用於在海報設計上是一種創意策略，著重於創意意念的表達，一般人藉由關聯性的聯想，可以容易了解創作者所要傳達的訊息，而在創作上非常自由並不拘泥於任何形式，但筆者從文獻探討中歸納其表現形式仍不脫兩大元素：具象圖像及符號。在作品範例中，筆者將其整理細分為四種類型：一、將具象圖像合成轉換成符號；二、具象圖像搭配符號或文字；三、符號搭配文字；四、具象圖像搭配符號與文字。以下分別說明：

一、將具象圖像合成轉換成符號



圖 2-31 陳放 1998 《勝利》

圖像意義解析：V 字型是勝利的象徵符號，但仔細一看，得來不易的勝利竟損失了三根手指頭，這樣的結果到底是勝利還是犧牲？

象徵物或符號：手及 V 字型。



圖 2-32 姜慶共 《反吸煙》 1998

圖像意義解析：以手指與香煙構成十字架，象徵吸煙離死亡不遠，加上黑煙與醒目的紅色帶出死亡的淒涼與珍惜生命的警告。

象徵物或符號：手指拿煙象徵吸煙；十字架象徵死亡。



圖 2-33 王粵飛 1997 《和平海報》

圖像意義解析：在戰場上，軍人慣用陣亡士兵的鋼盔掛在槍托或墓碑上，以寄託哀思，同時也是對和平的企望。設計師以這個象徵動作，巧妙的結合具象圖像及文字(PEACE)，成為簡潔的文字符號“P”。

象徵物或符號：鋼盔、文字。



圖 2-34 程湘如 1997 《雙重保護心》

圖像意義解析：這是保護兒童的海報，將平凡的鎖頭合成心型符號，象徵要用像鎖頭那樣的牢靠的愛保護兒童。

象徵物或符號：鎖頭、心型符號、文字。



圖 2-35 何清輝 1996 《色彩》

圖像意義解析：這是台灣印象海報，香代表多數台灣人傳統的信仰，但以香疊成十字架，象徵在台灣人的心靈深處，佛、道、天主、基督等宗教的終極信仰一心誠則靈。

象徵物或符號解析：香象徵台灣人傳統信仰的佛、道教，十字架象徵西方傳入的宗教。



圖 2-36 郭顯君 1996 《新十字架》

圖像意義解析：設計師以針筒及保險套排成十字架，象徵禁止吸毒、防治愛滋。

象徵物或符號：針筒、保險套、十字架。

二、具象圖像搭配符號或文字



圖 2-37 龍兆曙 1996 《溝通》

圖像意義解析：對於許多地方仍是戰火四起，硝煙滾滾，作者認為剪斷鐵絲網，人類間的溝通是人類血的呼喚。

象徵物或符號：鮮血、鐵絲網



圖 2-38 黃汝鴻、鄭業鋒 1998
《身教重於言教》

圖像意義解析：孩子的成長，最初的學習來自於模仿，父母走的每一走，小孩都會跟著走。

象徵物或符號解析：大腳印象徵父母的行事為人、小腳印在大腳印裏象徵孩子的行事為人都是學父母的。



圖 2-39 程湘如 1997 《方向不迷失》

圖像意義解析：這是保護兒童的海報，運用巨型別針別住翅膀，象徵在自由的環境下，需要保護兒童不迷失方向。

象徵物或符號解析：薄的紙片作成的翅膀輕飄飄，象徵兒童在民主時代很自由，有重量的別針象徵需要大人的力量保護兒童不迷失方向。

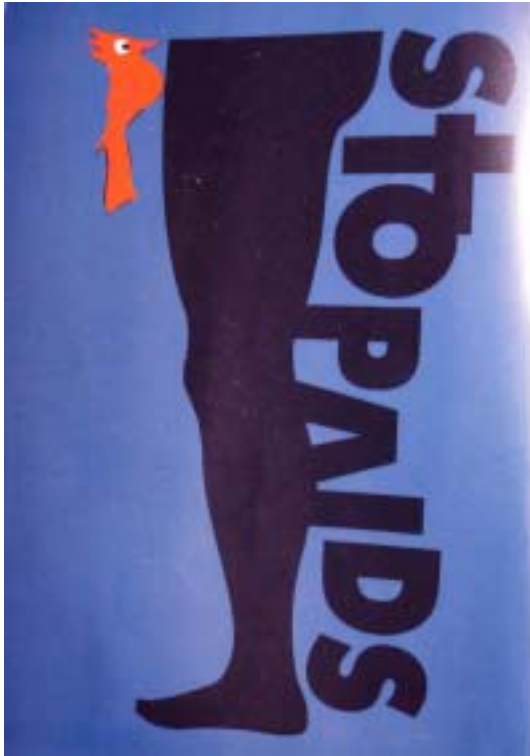


圖 2-40 陳紹華 1998 《防治愛滋》

圖像意義解析：設計師絕妙的想像力，令人會心一笑，一看就知是防愛滋的廣告。

象徵物或符號解析：男性下半身側面剪影，象徵男性；以啄木鳥象徵男性的生殖器官，配上鮮紅色象徵危險；文字清楚說明意旨。

三、符號搭配文字



圖 2-41 韓家英 1997 《戰爭非解決之道》

圖像意義解析：北韓南韓砲彈相向，戰爭非解決之道。

象徵物或符號解析：用文字將朝鮮半島分割成南北兩半象徵南北韓、兩個相向的砲彈象徵戰爭、整體為灰、白與黑色系象徵了無生氣，說明戰爭並不是人民所願，和平才是大家的企望。

四：具象圖像搭配符號與文字



圖 2-42 靳埭強 1996 《綠》

圖像解析：綠色的血預警自然的消失。

象徵物或符號解析：乾枯的葉子象徵自然、綠色的血象徵自然的生命流失、文字 GREEN 也配合使用枯葉的色彩。



圖 2-43 李博峰 1998 《元兇》

圖像解析：刀原是殺生的凶器，但被處理成人的側面，配合標題「我不是元兇」令人反思，刀是透過人類操縱的，象徵人類才是真正破壞生態平衡的元兇。

象徵物或符號：刀、人臉。

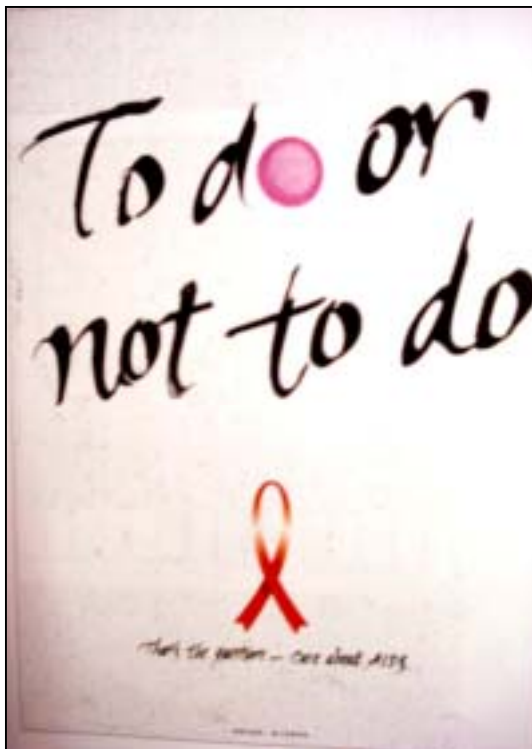


圖 2-44 靳埭強 1998 《關心愛滋》

圖像解析：採用英國莎士比亞的名句，改編為「要做不要做…關心愛滋問題」，英文字與保險套的組合，明確傳遞要做就要用保險套的觀念，紅絲帶是關心愛滋病的國際標誌。

象徵物或符號：保險套、紅絲帶、英文字意。

相關主題案例分析



圖 2-45 中華社會福利聯合勸募協會 2006 《搶救危機家庭》

表現形式：具象圖像搭配文字
 圖像意義解析：危機家庭需要眾人一同搶救。

象徵物或符號：以全家福照片象徵家庭；相框打破並用白色膠帶黏起來，象徵家庭有危機，需要外力的支援才能再復原；SOS 是國際求救信號。



圖 2-46 兒福聯盟 2006
《沒你救不行》

表現形式：具象圖像搭配符號與文字

圖像解析：簡化具象圖像，藉由交通號誌直述主題，題旨清楚，採用明度及彩度對比，主題突顯。

象徵物或符號：用警告號誌象徵危急，「沒你救不行」！



圖 2-47 北市新聞處 2006 《善待兒童》

表現形式：具象圖像搭配符號與文字

圖像解析：以正面直述法宣導要愛護兒童。



圖 2-48 北市新聞處
2006 《害怕夏天》

表現形式：具象圖像搭配文字。

圖像解析：以受虐兒自述引起觀者的同情。



圖 2-49 中華社會福利聯合勸募協會 2006 《一日捐》

表現形式：具象圖像搭配符號與文字

圖像解析：以正面直述法宣導愛心樂捐。

象徵物或符號：愛心

2.6 小結

藉由海報作品的呈現，可觀照出人類歷史、政治、經濟、生活、文化與現代設計發展的歷程，加上海報「大、美、精、簡」之特性，因此海報素來有「設計之王」之稱。就海報的種類可細分為很多種，但主要可分為兩大部分即商業性質海報及公益性質海報。

公益海報相較於商業海報因不受限於銷售產品的壓力，有更多創意發揮的空間，再者公益海報的主題都是因應時代需要而產生的，更能表現出當代政治、經濟、生活及文化內涵，至於作品形式現代設計師則是努力尋求一種最能揭示主題深刻文化內涵的意象形象，再運用藝術的各種表現手法：或採用繪畫、攝影的手法來表現真實形象；或採用對比、誇張、聯想、暗示、空間等多樣化的表現手法來塑造主題意境；或採用文字語言的象徵性來詮釋作品主題等等，力求一種象徵意味的、新文字化的視覺傳達形式，及符號化圖形，同時這種傳達又必須以簡潔易讀為前提，以共識為基礎。