

第三章 創作內容



3-1 創作理念

回憶的情緒不全然是美好的，有時也有感傷，是酸甜苦辣的綜合體，但消費者研究結果，懷舊情緒仍然偏向正面的情感，人們總是想要記得好的，忘記壞的，即回憶經過篩選後會變得更美好。因此，創作者宜朝向正面的情感態度來設計，如喜悅、關懷、體貼、興奮、窩心和熱忱等，來傳達復古的意義與價值。

作品中使用 30 年代上海美女畫報、台灣 40 年代街頭穿著旗袍的美女及台北古北門建築物、台北城古地圖為圖像題材，這些已不復存在的當年景象，對創作者而言，是不曾親身經歷過的年代，只能憑藉保存下來的影像和所遺留的建築物，間接體會或經由想像當時的美麗傳說。這種復古表現的方式，是屬於模擬懷舊的類型。這類型的復古，或許不比真實懷舊來得親切，但使用創造記憶的復古，可創意出更美好、理想的境界及獨特感，且所用的題材是象徵美麗的。因此，在創作的設計上，除了傳達復古的情懷，還有裝飾的意圖。

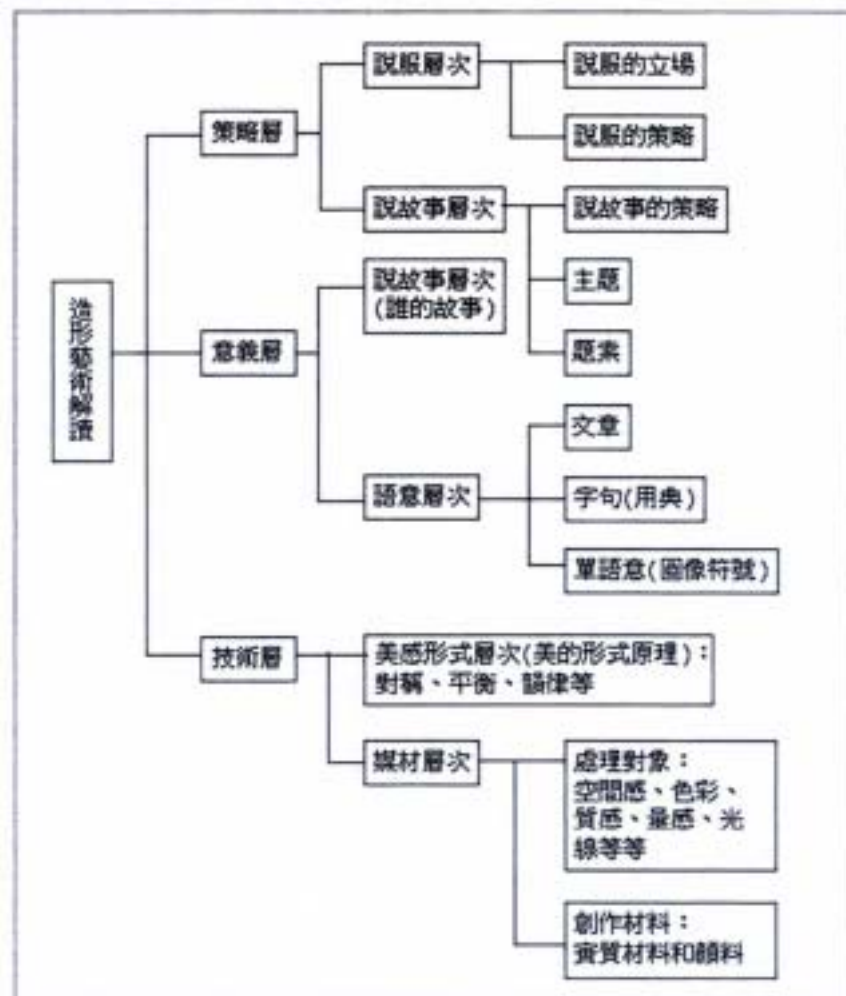
兒時的眷戀是個人懷舊、真實懷舊的類型，而訴說著某一世代的童年故事，也是大家共同記憶的年代，是集體懷舊的一種。

作品使用老照片、雜貨店、童年玩具等作為懷舊的造型文化符碼，
目的是單純的將觀者喚起昔日或兒時的記憶，引發懷舊的情緒，
回憶過去美好的時光。

3-2 設計方法

根據楊裕富（1998）提出設計文化符碼理論，創作者可分從策略層、意義層、和技術層這三個層面來擬定設計方針，並進行設計創作。（見【表 5】）（引自陳淑惠，2004）

表 5 設計文化符碼理論



資料來源：楊裕富，設計的文化基礎，台北市：亞太書局。

3-3 擬定設計方針及策略

根據楊裕富(1998)「設計文化符碼理論」作為創作發展的依據。(引自陳淑惠,2004)

一、策略層(意的操作)

(一) 說服層次

以歷史元素及童年眷戀為復古設計的主題。30年代的上海、40年代的台灣及50、60年代童年的回憶為內容。目標族群即是介於這些世代為主要對象，目的以朝向正面的情感態度傳達復古的情懷為策略，並且重視復古的裝飾性效果。

(二) 說故事層次

海報的內容，以陳述對歷史的懷念及童年的眷戀為兩大類說故事的方向：

1. 歷史的懷念：早期上海美女畫報、台灣街頭的美女及台北北門的圖像重新設計。
2. 童年的眷戀：泛黃的老照片、童年玩具、雜貨店的組合意象。

二、意義層（意象的操作）

語意層

以圖像符號元素為用語；形式上，使用過去的符碼抽取與重新組合設計為語法；模擬復古與真實復古的情境作為語意。

三、技術層（視像的操作）

（一）象徵美

呈現正面的復古情感，如美好、甜蜜、美麗、莊嚴、溫馨、喜悅，表達復古的意義與價值。

（二）形式美

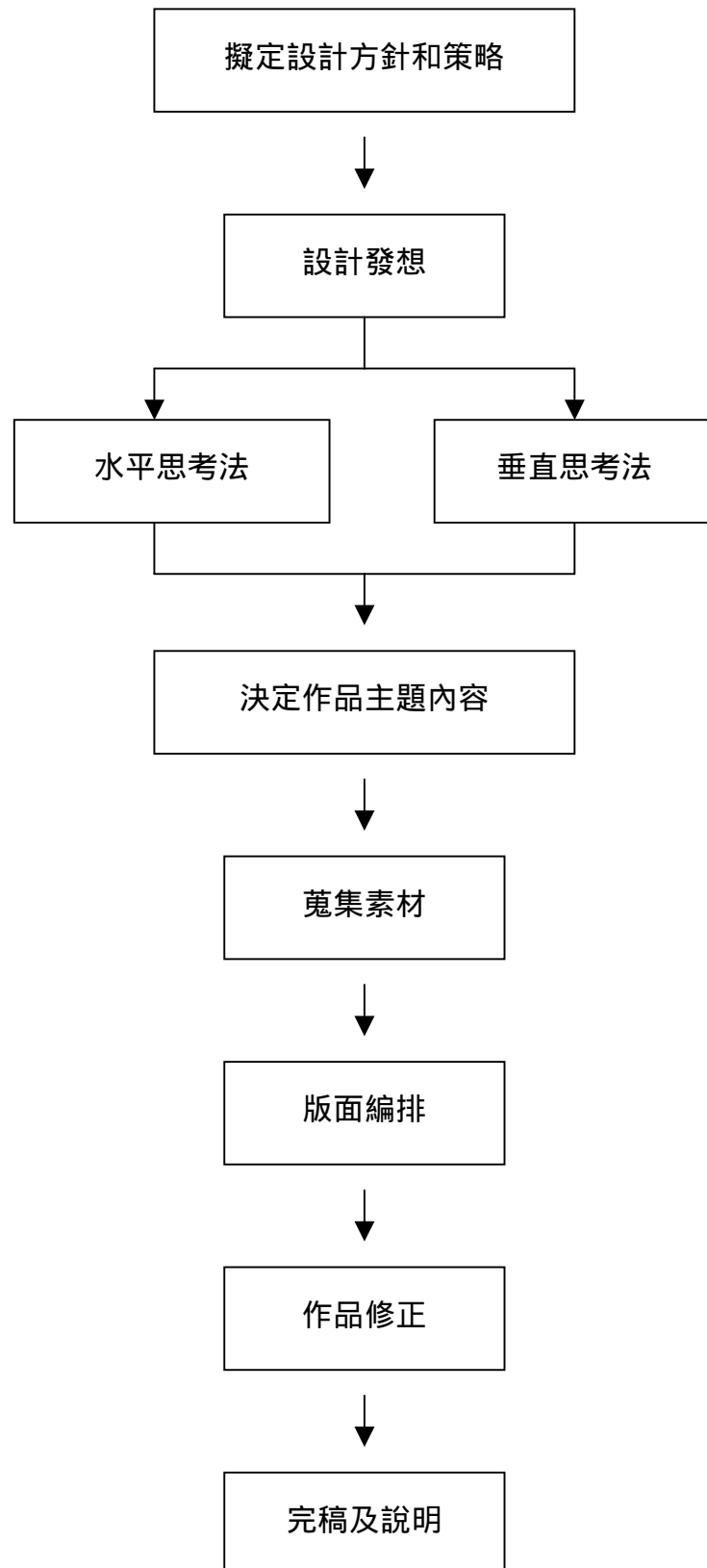
構圖設計依據美的原理原則

（三）感知美

色彩計劃以仿舊的黃褐色系與華麗的裝飾色彩呈現復古的氣氛。

視覺質感以分割、重組、漸層、透明等，表達時空的變異。

3-4 設計執行架構



3-5 設計發想

一、以水平思考法，任意發想

以麥可柯諾卡 McConocha & 菲爾 Faier (1991) 在研究中所提出的六項廣告常用的懷舊元素，作為發想的起點。再縮小範圍，將「復古」的意象分成三個方向，以作為創作設計的初步構想：

(一) 歷史的元素

懷舊物件：古蹟、老街、古董、老照片、老汽車、古地圖、
舊廣告、珠寶首飾、民族英雄像

懷舊事件：舊時代的生活、神話、老品牌、結婚、棒球比賽、
卡通片、電影

(二) 兒時的眷戀

懷舊物件：童玩、禮物、獎品、獎狀、畢業證書、書包、
課本、課桌椅、紀念照片、古早食品

懷舊事件：遊戲、慶生、郊遊、初戀、比賽、得獎、畢業、
運動會、雜貨店

(三) 傳統的裝飾

懷舊物件：傳統圖案

懷舊事件：設計史的裝飾運動、裝飾藝術、後現代

二、以垂直思考法，發展明確的主題故事

(一) 歷史的元素

創作主題：上海美女圖、台北 北門、回到台北 40 年代

懷舊類型：歷史、文化、集體、真實、模擬

(二) 兒時的眷戀

創作主題：童年好滋味、童趣、想當年

懷舊類型：個人、集體、真實、模擬

(三) 傳統的裝飾

創作主題：上海美女圖、台北 北門

3-6 設計實例（以「上海美女圖」為例）

一、蒐集素材

依照草圖設計進行素材的蒐集，上海月份牌美女廣告、
中國傳統裝飾圖案。



二、版面編排

原始構想設計是左右明度對比強(如圖),但將圖像組合後,右邊留白處使整體有不完整之感。



三、作品修正完成

