



國立臺中技術學院

准考證號碼：

九十四學年度碩士班研究生考試入學試題

所組：商業設計研究所

科目：商業設計理論

注意事項：

- 1.本科目考試時間共 90 分鐘。
- 2.答案卷書寫題號依序作答，不必抄題。
- 3.答案卷不可書寫任何可辨別個人姓名或特殊標記，違反者以零分計算。
- 4.請於試題紙上填寫准考證號，繳卷時「試題」、「答案卷」一併繳回。

問答題：總分共 100 分

一、試述商業包裝設計的主要功能，並說明如何運用包裝以發揮商品行銷的效果。25%

二、解釋下列設計相關名詞：20%

- 1.「Image」(影像)
- 2.「Montage」(蒙太奇)
- 3.「Audience」(閱聽人)
- 4.「Culture Industry」(文化產業)

三、試述英國藝術家威廉莫里斯(William Morris)工藝作品的主要精神，以及其在設計史上之意義。25%

四、詳細閱讀附錄之設計相關文章後，請為其擬出適當的「題目」，並寫出三百至五百字左右的「摘要」、三至五個「關鍵詞」。30%

【附錄】

在殖民統治機制及強勢日本殖民文化影響下，日據以來的台灣的美術設計，在表現形式與風格面貌上，大抵是配合日本內地發展，以模仿日本作品為基礎，並加上台灣地域環境特色於其中，而最終是以當時流行於日本的西方設計潮流為依歸。因此，從當時西方或日本國內的設計流行中，亦能窺見台灣美術設計的雛形；除此之外，配合對各階段台灣殖民社會環境發展的探究，更能忠實地釐清日據時期美術設計的發展脈絡，瞭解各階段美術設計之風格樣貌。因此，經由上述對於日據末期台灣戰爭環境下的社會，以及作為戰時宣傳工具的美術設計作初步探討後，可發現此階段台灣的美術設計，的確有其特殊的風格特色。

日本於「明治維新」之後，對於西方的各種現代文明皆有計劃地加以學習吸收，所以西方近代的藝術思潮或設計流行，亦是當時日本仿效的對象。例如 1920、30 年代歐美盛行的「裝飾藝術」(Art Deco)設計風格，也經由與西方國家的商品貿易與文化交流，以及日本赴歐美留學生的學習，而被引進於日本，並且很快地風靡全國，成為當時日本設計的主要表現風格。由於日據時期的殖民地角色，使台灣接受了大量經由日本輸入的外來文化，並成為日本模仿西方文化的試驗地；因此，台灣得以透過日本而接觸到大量西方的現代文化與思潮，並和日本同步趕上了現代設計流行之列。所以，日據末期於日本國內流行的「裝飾藝術」設計，遂成為戰爭期間台灣美術設計的主要表現風格。在當時這些「裝飾藝術」風格濃厚的宣傳海報、廣告等平面印刷媒體中，常見受到「立體主義」影響的畫面構成，以及具有「未來主義」特徵之色彩明亮、色調漸層、畫面嬌柔的設計。這種由日本輾轉輸入的現代設計風格，經由日人的仿效與日本文化的融合，再間接傳入台灣之後，而成為具有台灣地域性特色以及特殊的風格面貌。尤其是昭和 10 年(1935)的「始政四十週年紀念台灣博覽會」舉辦之後，由於當時最具現代設計流行的「裝飾藝術」，在展覽相關的會場建築、展場佈置、宣傳媒體等各種設計上的運用，而使得「裝飾藝術」在台灣迅速地流行，成為日據末期之後台灣美術設計的主要表現風格，這股設計流行，甚至還延續到光復後初期。

在戰時環境影響下，作為戰爭宣傳工具的美術設計，雖然其設計大多是作「裝飾藝術」風格，但為呼應戰時環境需求，通常以簡潔、明瞭，易於訊息傳達的表現為主；在內容形式上，則是以戰爭作為其中中心主題。從當時的各種設計作品中分析可發現，與戰爭相關的語彙或圖像運用普遍，包括有下列各類型：

(一)、英勇戰士

透過畫面中的英勇戰士，或是捍衛疆土的士兵，以強調軍人偉大的精神，歌頌其為國奮戰的情操。並使後方人們有親赴前線之臨場感，而感染到戰爭的危急緊張氣氛，以達到慰戰士，凝聚全民戰鬥意志之目的。在各類設計中常見的軍人圖像，通常是全副武裝的英勇造形(圖 1)，或是衝鋒陷陣的戰鬥模樣；有些設計則僅利用身著武裝、頭戴鋼盔軍人的局部造形特徵，以傳達出軍事戰鬥氣氛。在徵兵保險廣告中，卻常見以軍人裝扮的兒童，作為畫面之主題圖形，以促使赴戰場的士兵能為後方的可愛子女及家人購買保險(圖 2)。為配合設計需求，這些軍人圖像通常是畫面的主題，但有時亦作為塑造氣氛之背景。

(二)、作戰武器

除了戰場上的英勇戰士外，利用作戰武器作為設計之主題，不僅可藉以宣揚國家戰力，建立軍民信心，達到精神統戰之功效外。透過飛機、軍艦、大砲、坦克車、刺刀、槍械等各種與戰爭相關之武器圖像在設計上的運用，更可以清晰地傳達出戰爭相關的訊息，塑造國家動員之戰時氣氛。尤其是空中飛翔的戰鬥機，在當時各類設計中使用最為普遍，從廣告、海報、宣傳明信片到書籍封面、包裝設計，皆常可看到飛機圖像的運用。大部分是以空中飛翔的軍機當作設計之主題圖形，但有些則是出現在畫面背景，用以加強戰時氣氛，強調戰爭色彩，或者在設計上與其它戰爭武器作搭配組合。

(三)、帝國旗幟

國旗、軍旗往往是一個國家、軍隊主權的代表或精神象徵。所以，在日人的殖民統治下，日據時期的台灣隨時皆可看到作為日本帝國主義精神象徵的紅色太陽旗或旭日軍旗，使殖民地台灣隨時籠罩在日本帝國之光芒下。因此，日據末期的戰爭階段，日本的國旗或軍旗，即成為官方宣傳媒體常用的設計語彙，甚至具有帝國精神象徵的紅色太陽圖案，亦時常出現於當時各類設計中，有的是作為設計的主題，但大多是出現於畫面背景或搭配其它圖像，用以加強太陽旗下殖民地人民之皇民化精神。例如戰爭時期各類官方宣傳媒體，即時常有紅色太陽旗之象徵圖像的運用，除了宣傳海報、廣告外，連當時報章雜誌的刊頭或封面，亦有許多作帝國旗幟之太陽圖像設計(圖 3、4)。一般民間的商品廣告或包裝，亦常呼應時勢在設計中加上了太陽旗、旭日旗或紅色太陽等戰時精神圖像，尤其是日本國旗與軍旗交叉並列的圖像，在設計上最易塑造出愛國氣氛，時常使用在商店的櫥窗或店頭廣告 POP 中，甚至連一般民間的常見蜜餞、糕點或香燭等傳統商品，其外觀包裝也出現了國旗與軍旗並列的戰時圖像(圖 5)。

(四)、隱喻圖像

在日據末期的戰爭環境中，除了與戰爭直接相關的英勇戰士、戰場武器、太陽旗幟等戰爭圖像，由於易塑造戰時氣氛，激起民眾的愛國情緒，而在當時的宣傳設計中使用普遍。利用各種與戰時環境相關的隱喻圖像，亦能在設計上形成不同的表現效果，傳達特殊的時代訊息，並發揮激勵民心的功效，促使全國軍民能為國家聖戰作無止境的奉獻與自我超越。例如利用靈敏、勇猛的老鷹—「隼」、「荒鷲」，以象徵英勇的日軍飛行員；鴿子圖像則是象徵了戰爭的勝利、和平，並與白衣天使一樣，傳達了戰場上紅十字「報國恤兵」之博愛精神(圖 6)。在日本傳統文化中，盛開艷麗而瞬間隨即飄落的櫻花，常被拿來比擬武士短暫而絢爛的生命，並作為武士的代表，戰爭期間有時亦以櫻花比喻軍人，強調其具有傳統武士之精神，而運用於當時的設計中(圖 7)。十六片花瓣的菊花是日本皇室的紋章，常用以顯示天皇獲日本帝國，在戰時官方宣傳設計品中，利用菊花圖像可以傳達出天皇精神的常在與對殖民地人民的感召，以達皇民化運動之推行。富士山為日本境內第一高山，它不只是日本的聖山，天皇的象徵，亦是人民共同的精神信仰對象，為日本精神圖騰，而時常出現於設計中，用以喚起人民的愛國情操，尤其是戰爭期間，使用最為頻繁。

除此之外，在戰時的宣傳設計中，利用戰線後方的全民勞動、生產建設，以及歡慶豐收等畫面景象，不僅可以呈現出全民的充分沉著備戰，國家堅實的戰力，以及克敵致勝的決心，並可藉以安定民心、激勵軍民的戰鬥意志與克敵制勝的信心。

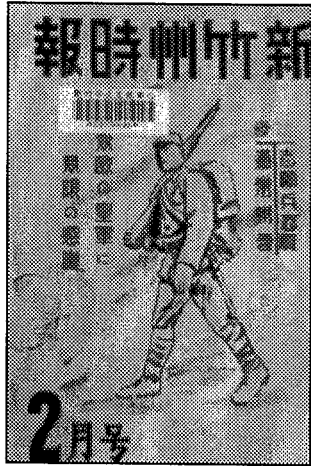


圖 1：「新竹州時報」封面設計



圖 2：徵兵保險廣告



圖 3：「台灣遞信」封面設計



圖 4：「學友」封面設計

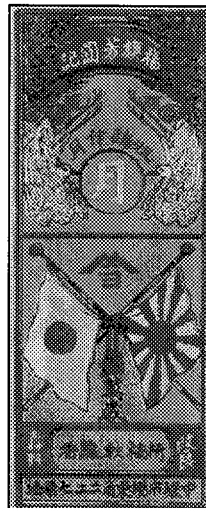


圖 5：楊旗芳線香包裝

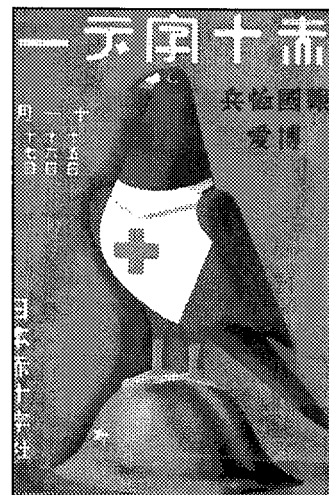


圖 6：紅十字會海報

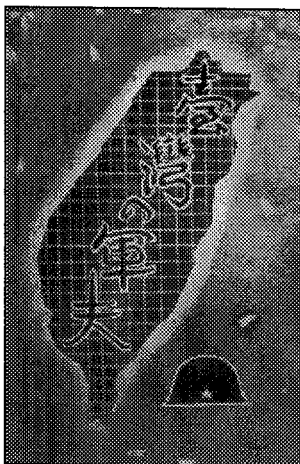


圖 7：徵兵刊物封面設計