

# 視覺傳達設計的後現代狀況之二： 後現代的滯源、類別與本土反應

楊裕富\*

\* 國立雲林科技大學視覺傳達設計研究所

(收件日期:87年6月18日；接受日期:87年11月19日)

## 摘要

本文在圖文眾說紛紛的後現代視覺傳達設計語言裡，對視覺傳達設計後現代的表現類型作一整理。同時從視覺傳達設計受後現代建築、戰後前衛藝術運動、視覺傳達設計自發性的“離現代”運動等等的影响，乃至我國後現代社經條件裡的特殊條件等等，從新梳理後現代視覺傳達設計的表現(思想、技法、語言)類型。經過本文的分析，我們可以理解：在台灣，視覺傳達設計後現代已經不是會不會來臨的提法，而是怎麼因應提法。

關鍵詞：視覺傳達設計、後現代、表現類型

## 一、前言：梳理後現代設計的重要性

視覺傳達設計的後現代經驗，自然是建立在後現代社經背景之上的經驗，否則豈不真是藝術、設計的“形式遊戲”、“皮毛遊戲”了。不過就反應現代主義的霸道與反映後現代性而言，視覺傳達設計領域比起建築設計及造型藝術，多少起步晚了一些。正因此起步晚了一些怎麼梳理後現代的視覺傳達設計就更形重要了。本文在圖文後現代社經背景之上，以視覺傳達設計的後現代的滯源、表現的類別乃至台灣後現代潮流的反應作為探討的重點。

## 二、視覺傳達後現代的滯源

探討視覺傳達設計後現代經驗的形成，免不了要從建築設計領域乃至二次戰後的前衛藝術分析起。本節即分別從建築設計的互動、前衛藝術的影響、視覺傳達設計中的“離現代”、本土的社經與技術影響等項，來探討視覺傳達設計的後現代滯源與經驗。

### 2-1 建築設計與視覺傳達設計的互動

在設計藝術領域的後現代經驗裡，建築設計確實是最早胎動的領域。不但這種建築設計的“後現代胎動”聲勢越來越大，而且也與視覺傳達設計有關，與普普藝術與招牌廣告有關。

分析建築設計的後現代經驗，不得不提范球利（Venturi, R）所作的先導性努力。范球利在 1966 發表了《〈建築中的複雜與矛盾〉》一書，於 1972 年發表了《〈向拉斯維加斯學習〉》一書，這兩本書在如日中天的建築現代主義環境裡，確實是一聲響雷，同時也越久越見其影響。如果說《〈建築中的複雜與矛盾〉》一書，詢問的提出對“現代建築教條”的質疑，那麼《〈向拉斯維加斯學習〉》一書就是高唱後現代建築的新舞曲。

正是《〈向拉斯維加斯學習〉》一書裡，范球利以實例分析了建築造形的“文化符碼”的概念，而這種以“房屋加裝飾”為建築下定義的概念，早在范球利的建築作品與文章中出現了（註 1）。

建築後現代經驗，在 80 年代也不得不提詹克斯（Jencks, C）的論著，詹克斯在 1977 年出版《〈後現代建築語言〉》一書，以揭發後現代建築設計的源由、語法、派別見長，這本書至今已修訂到第六版，可以說從 70 年代末起，隨時同步觀察分析後現代建築的發展，也隨時同步加入後現代設計論述的實踐（註 2）。

後現代建築不但是設計、藝術領域裡（後現代性的）最早胎動，同時兩位重要的“理論家”：范球利、詹克斯，也都兼跨到設計作品創作。分析一下范球利與詹克斯的理論與設計作品，范球利很早就提出普普藝術在建築上的應用、建築物的裡外表情與外表情、具象符號在設計上的應用、語意在設計上的應用、回復歷史（造形）語言等等，固然明顯的造成建築設計對視覺傳達設計有所影響、互動；詹克斯在理論上對後現代建築派別的分類，在建築設計作品上的高舉折衷主義、風土主義，在家具設計作品上的高舉歷史主義、折衷主義、嘲諷手法等，事實上對視覺傳達設計的走向後現代有推波助瀾之功。

## 2-2 前衛藝術與視覺傳達設計的移位互動

繪畫或是造形藝術與視覺傳達設計的親近性是無庸置疑的。甚至有時候，我們以“有無文字商標”這個判準，也很難從表面上將繪畫作品與視覺傳達設計作品區分開來。另一方面二次大戰後前衛藝術對創作觀念、手法上的開發、對創作媒材上的開發，幾乎也都適用於視覺傳達設計，乃至於一些新興的領域諸如：攝影藝術、電視媒材創作、綜合媒材創作、電子媒材創作，在前衛藝術與視覺傳達設計之間幾乎是沒有什麼表面上的區別。所以二次大戰之後的前衛藝術自然不只是影響了視覺傳達設計，甚至可以說兩者之間是互為“移位互動”。

二次大戰前後的前衛藝術運動裡，最具能動性的大概就屬普普藝術與新達達運動（或是也可稱為杜象事件與畢登事件）。

普普藝術一舉將前現代藝術的“高不可攀性”打破，將現代藝術的“不可言語抽象性”打破；另一方面也將“畫面內容”擴充到日常生活意象（諸如：罐頭包裝、明星海報），將“畫面技術”擴充到一般工業技術（諸如：報紙雜誌印刷），將“畫面框框”擴充到一般日常景象（諸如：整個牆面、塗鴉）。

新達達運動則更凸顯了達達運動的建設性，如果我們說二次大戰前的達達運動是“反藝術”，那麼新達達藝術運動則早就從大戰陰影裡走出，而可視為極具建設性的“另類”藝術。本研究認為杜象事件最能說明這種：看似破壞實為建設的弔詭。

杜象（Duchamp, M）是一位現代藝術裡極具爭議性的藝術家，他最典型的作品就是 1917 年的“尿桶泉”（Fountain）及 1919 年的“翻轉了家：娜麗沙”（L.H.O.O.Q.）。這些作品在當時看似玩笑之作，卻在藝術史的洪流裡逐漸發酵，乃至挑戰了藝術創作的概念，延伸了藝術創

作的領域。如果把杜象事件看作二次大戰後新達達的“偶像”，新達達運動所凸顯的藝術風潮是：一舉將藝術的框框打破，將藝術的原創性打破，並進一步將藝術上創作、抄襲、復興、古典、現代的疆界泯混。我們甚至於可以說二次大戰之後的許多“新前衛”的觀點早在杜象事件裡就已經“實驗過了”，這些觀點所支持的“新前衛”流派甚多，諸如：裝置藝術、地景藝術、新古典諷刺畫、拼貼藝術等等，更不必說達達與新達達在藝術表現媒材開發上的貢獻了。

當然，二次大戰後的前衛藝術派別甚多，絕不止於普普藝術與新達達藝術，其中可歸類於後現代藝術的就有：普普藝術、新達達藝術、具象藝術復興、新古典主義、新浪漫主義、新具象繪畫、高科技藝術、性題藝術（註 3）、解構主義、電子媒材藝術、廢物雕塑、表演藝術（偶發藝術）、另類藝術（The Other）、新浪潮（New wave）、敘述性藝術（Narrative art）地域主義（Regionalism）等等（陸密芝 1990；Atkins, R 1996），這些派別的共同特徵就是反對現代藝術的普同性、教條性以及對造型藝術新可能性的高度開發。另一方面則是透過作品與藝術評論，這些“新”前衛藝術與視覺傳達設計共享著創作資源，所以也就不只是影響了視覺傳達設計，而是兩者之間的互為“移位互動”了。

### 2-3 視覺傳達設計中的“離現代”

視覺傳達設計領域自發性的後現代苗頭，我們可以用“離”現代運動來稱呼。那是因為：一方面視覺傳達設計專業領域形成得很晚，比較明確的視覺傳達設計領域的現代主義，幾乎是成形於 1960 年代；另一方面，設計與藝術之不同在於：設計有很明確的“任務”與委託業主，視覺傳達設計的作品如果過於“反”制度、“反”現狀，那就流入“藝術”的自我欣賞而找不到委託業主；第三方面，視覺傳達設計領域新技術與新領域在二次大戰後本身即有很快速的發展，諸如：印刷技術、電子媒材技術、企業識別設計（CI）、電視廣告（CF）、包裝設計等等，快速的發展下，開拓充實都來不及，哪來的時間去反這反那。所以，這種運動在視覺傳達設計專業領域裡，並沒有很強烈的“反”現代性質。

視覺傳達設計領域自發性的後現代通常以 1960 年代美國所興起的新浪潮及 1980 年代所興起的電子媒材浪潮這兩波最為壯觀。

在視覺傳達設計裡的“新浪潮”與前衛藝術裡的新浪潮當然有關連，但是更有視覺傳達設計專業的背景因素。視覺傳達設計裡的新浪潮仔細的分析起來，是結合了 1960 年代的抗議海報、嬉皮海報（註 4）、地下雜誌編輯風格（註 5）、乃至 1970 年代的跨國公司跨國企業識別設計風格等等所逐漸形成（Hollis, R 1994）。這些風格稱為“離”現代，多少顯示了這些派別的邊陲性與另類性（是對主流性的挑戰，而不是主流性），同樣的這樣的運動也帶來了對地域主義、風土性及復古風的重視，進而在 1970 年代掀起躍躍欲試。

電子媒材浪潮則更為廣泛的衝擊著視覺傳達設計專業，電子媒材浪潮泛指以下四種視覺傳達設計上的風格：

- a. 高科技表現媒材的應用與高科技感的追求。
- b. 新媒體的應用：電視、網站、社區報、有線電視、影碟書。
- c. 電腦輔助繪圖、電腦動畫的應用。
- d. 電腦影像處理與疊層拼圖技術乃至高斯模糊的新字型應用。

視覺傳達設計中自身專業所引發的後現代，當然不止於上述技術性的“離現代”，更多的後現代的性質表現則是透過與後現代藝術、後現代建築的互動，以及後現代文學、後現代哲學

的直接影響。但是若更關心於所謂的地域主義、風土情，我們似乎也應將分析的焦點放回本土的社經與技術變化上。

## 2-4 本土的社經與技術影響

台灣對後現代社會的來臨其實是有點尷尬的，尷尬的原因大致如下：

### a. 無知的看待後現代：跟風的表現

國內後現代的表現確實也是從建築與空間設計這個領域在 1980 年代開始出現端倪，不過這些作品基本上不是反應台灣的社會動向，而是反應對“世界潮流”的“同步”。所以這個時期建築與空間設計的“後現代”作品，基本上是跟風的表現，甚至不知所然，也不知所以然的作品，這個過渡時期逐漸的引發了 1990 年代建築與空間雜誌上對“後現代設計、解構主義設計”的論戰，甚至質疑台灣有沒有所謂的後現代。

### b. 惶恐的看待後現代：跨國公司的滲透現象與亞太營運中心

不過台灣幾乎沒有能力質疑後現代的年青世，因為從 80 年代加工出口區的式微與科學工業園區的興起，在 90 年代跨國公司明顯的對台灣深感興趣。另一方面，新科技產品特別是電子產品，更不會因為社會對它的質疑而消失，反而透過市場無遠弗屆的滲入台灣的每一個角落。

### c. 功利的看待後現代：產品外銷與精品外銷

功利的看待後現代，主要是建立基礎於“亞太營運中心”之上，具體的呈現則為經濟部工業局與中華民國外貿協會的相關產業政策之上。台灣經過 80 年代的精密工業的投資，在 90 年代則提出高科技、高資金、高風險（產品開發）高附加價值的四高產業政策，隨著兩岸交流與台商向東南亞的勞力密集產業的移轉，逐漸有了“東南亞產業中心”的雛型。“產業中心”的產品則以國際市場為目標，而且希望逐步擺脫低價位的困境，這時候所謂的精品是以歐美社會的精品為標準，如此一來不得不希望深入理解，當今歐美主流市場上的精品是什麼，進而不得不熱烈擁抱後現代主義，是為功利的看待後現代。

### d. 矛盾的看待後現代：缺乏資訊選擇權的後威權社會

在積極發展高科技產品的同時，原先與本土市場無關的產品，因為地利之便，甚至於國際貿易上反傾銷制裁的壓力下，不得不同價出售，以致在 90 年代高科技的資訊產品在台灣幾乎成了日常用品。不過這種後現代現象卻是極為矛盾的：一方面有線電視與無線電視乃至網際網路站形成資訊氾濫，另一方面在商業營利掛帥下，有線電視與無線電視卻被財團壟斷，乃至大眾的資訊選擇權是受到極大的限制。本文就以這些背景分三項，來分析台灣本土視覺傳達後現代的社經狀況與技術影響。

#### 2-4.1. 戰後台灣的新事物與特殊的分眾社會

如果說設計藝術上的後現代，是回復了創作上的感性，台灣設計藝術上的後現代則除了上述的“回復感性”外，還有更多的“偏離理性”的色彩與衝動。在戰後台灣的社經發展是充滿“現代主義”的色彩，這種現代主義色彩的充斥，搭配上原先勤儉的社會風氣，使台灣在基礎工業與高科技工業上有很大的成就，幾乎在 80 年代就以高經濟成長率與新興工業化國家揚名於世界。所以，戰後的新事物幾乎落著不到十年或五年，就在台灣出現。不過，也幾乎從 1980 年代開始，透過房價的兩次狂飆與官民熱衷於錢遊戲，台灣的社會逐漸呈現貧富差距拉大、城

鄉愁距離人等問題，加上新生事物的技術性（如新近出現的電腦文盲），台灣的消費群（或閱聽眾）逐漸依不同的“問題”而區分為各種不同的分眾。

#### 2-4.2. 戰後台灣的離現代議題

台灣的從現代主義進入後現代主義與歐美日相較起來，基本上是被動，且有不同的現代化“程度”背景，或是說是有不同的“離現代議題”。這些特殊的“離現代議題”如下：

##### a. 迷信封建的議題。

台灣在戰後極力發展經濟的過程裡，或許用力過猛，幾乎對所有傳統事物都加上迷信封建的帽子，這是極為特殊的“離現代議題”。

##### b. 科學主義的議題。

台灣在戰後，主要的政策擬定者與執行者（特別是經濟發展政策），幾乎百分之百的以美國為學習樣板，不但學術、技術、藝術如此，在思想上，胡適式的美國哲學（杜威的實用主義哲學）變種為科學主義，暢行近五十年。科學成為主義，成為一種意識形態本身就不科學了，但是科學與科學方法的“局限性”直到90年代才受到注意。

##### c. 變種殖民議題。

二次大戰後，雖然許多殖民地紛紛獨立，紛紛歸還，但是帝國主義從上帝福音的使者轉到武裝殖民，再轉到經濟殖民，再轉到文化殖民，只要國界有競爭，帝國主義的陰影長青則是個不爭的事實；台灣在戰後雖然歸還給滿清的繼承者：中華民國，回到“祖國”的懷抱，不過同樣也脫離不了經濟殖民、文化殖民的陰影，只是程度深淺不同、殖民目的多樣罷了。

由於這些特殊的“離現代議題”也加深了台灣後現代情境的特殊性，則是分析台灣後現代情境時不得不考慮的因素。

#### 2-4.3. 視覺傳達設計專業的興起與團體

台灣的視覺傳達設計專業興起，大概與美術工藝教育、純美術教育有決定的關係，大專的美術工藝教育、美術教育所培養出來的相關從業人員，大概由60年代、70年代流行畫會運動，70年代、80年代則流傳專業團體運動。這些畫會運動或專業團體運動下，較具“前衛”意識的運動或團體，就形爾後台灣的現代藝術或新藝術的重要派別，而較具“設計”意識的運動或團體，就形成爾後台灣視覺傳達設計專業者的養成團體。

第一個標榜美術設計的團體是中國美術設計協會，成立於1962年（註6），但是第一個更具有“設計意識”、具有活力的美術設計的團體大概就要屬成立於1971年的變形蟲設計協會，變形蟲設計協會主要由台灣國立藝專美術工藝科畢業生所組成。變形蟲設計協會幾乎獨領美術設計風騷十數年，代表美術工藝教育的成果（註7）。

到了80年代、90年代之交，當時的台灣師範大學美術系、文化大學美術系也都分出純美術組與設計組已經數年，另一個具有“主題意識”具有活力的美術設計的團體：台灣印象術報設計聯誼會（Taiwan Image）也成立了。有別於變形蟲設計協會“設計意識”的技術取向，台灣印象術報設計聯誼會的“主題意識”強調對“台灣色彩及社會的反省力”，一個兼有技術取向與抗議取向的運動，所以所謂的主題也就從台灣特殊性、台灣文化造型、台灣環保等，年年推陳出新（註8）。

到了90年代，時報廣告金獎已經進行十餘年（1978開始），視覺傳達設計專業也越來越受

到社會大眾所肯定，廣告設計專業幾乎成了視覺傳達設計專業的代名詞與代言人，也正是在這個時期，國內的廣告公司正逐步的被跨國廣告設計公司所技術合作、技術併股、資金併股終於正式合併成爲跨國廣告公司的子公司，幾乎瓜分了國內廣告業務的大部分（註 9）。

### 三、視覺傳達設計後現代的類別

作爲一種設計專業，視覺傳達設計經歷了多的名稱，諸如：應用美術、美術工藝、美術設計、商業設計、藝術指導等等。不管哪一種名稱，到了 80 年代設計的主要類型逐漸匯攏到廣告設計（包括：CF 設計、平面廣告設計）、包裝設計、企業識別設計（包括：商標設計、標準色規劃設計、標準字規劃設計、企業器物應用設計、指標設計）、編輯設計（包括：封面設計、插畫設計、圖式設計、字體設計、版面設計）以及新興的電腦影像處理設計（包括：網站首頁設計、電腦動畫設計、網站廣告設計、實驗性影像處理設計等）等五項來。這些分項設計，除了編輯設計以外，幾乎全都關係到新興媒體的運用，而編輯設計最主要的對象就是書本、報章、雜誌，則本身同樣還是以“資訊傳達”爲目的媒體。所以也容易想像，何以到了 80 年代，視覺傳達設計這個名稱會逐漸廣爲業界接受。

視覺傳達設計以往大約都與美術創作專業、印刷專業分不開來，而成爲一種獨立專業的她的歷史確實較爲新鮮。

第二方面，視覺傳達設計無可避免的因語言、文字、圖像的運用帶有看得懂看不懂的先決條件，以致設計專業不可避免的對自己所處社會的文化、生活習慣禁忌、人文思維、社會動脈要保持高度的敏感性，所以視覺傳達設計不可避免的帶有地域主義的色彩。

第三方面，當代的視覺傳達設計，在專業的形成過程中，在與印刷專業、廣告專業、行銷專業、電影電視專業等結合；對內不斷的形成更細分的專業，如：廣告設計、企業識別設計、包裝設計、編輯設計、印刷設計、展示設計等，所以當代的視覺傳達設計廣泛的受到這些“因素”的滋潤與影響，這些影響“因素”可以概括爲：人文性（或文學性）、商業性（或行銷性）與傳達性（或資訊性），而這因素又與所謂的“後現代性”節節相關密不可分。

第四方面，視覺傳達設計的現代性在美術工藝運動或包豪斯時期較注重印刷與版面技術的開發，風格形式一直具變動性，到了二次大戰後的瑞士學派的新平面設計（Switzerland and Neue Graphik）興起（註 10），才逐漸有了現代主義的統稱，這與後現代的興起時間上過於接近。所以對現代性與後現代性的區分，並不容易如建築設計一般，來得比較清晰與嚴格。

所以，本研究在分析、描述視覺傳達設計的後現代類別時，儘量把握上述幾個因素，而有以下的原則：

- a. 注重視覺的表現性與表現手法。
- b. 注重傳達的溝通性與作品的層次性或思維性。
- c. 兼顧一般案例（世界各國）與本土案例（我國）。
- d. 盡量以 1970 年代以後的案例作爲“後現代”時間上的區分。
- e. 兼顧作品的結果（表現性）與設計的方法（思維性、創意）。
- f. 注重作品對社會現狀（後現代性）反應的徵兆與線索。
- g. 注重國內視覺傳達設計教育體系（國中小的教育、高職的設計教育、大學的設計教育）與教育內容（課程、教材、教法）對國內視覺傳達業界的影響與可能的問題。

在這些原則下，本研究將視覺傳達設計的後現代區分為：復古風、諷刺仿作風、鄉土風與地域主義、高科技電腦風、意識形態心脈風、敘事風等六個類型，並以實例說明如下：

#### a · 復古風

繪畫與視覺傳達設計主要就古希臘人謂的“意象”，繪畫偏向創作者對這“意象”的主觀詮釋，視覺傳達設計偏向創作者對這“意象”的被接受程度的詮釋（擷取）；再者，以形象與具體形式來表達“意象”的訓練養成過程裡，對前人作品，特別是大師的作品的觀察、分析乃至於臨摹，都是心夢的功課之一。所以復古風在繪畫領域或視覺傳達設計領域裡，一直享有一定的地位。

在現代主義風起雲湧時，對設計史、裝飾的刻意排除與壓抑，對抽象造形、實驗性造形、簡潔造形、原創性的高度揚舉，所以，相對的在 1970 年代以後，再度出現某些沈寂已久的風格就是所謂的後現代裡的“復古風”。諸如：荷蘭在 1980 年代因風格派（de stijl）展而興起的復古風；日本在 1960 年代、1970 年代海報設計上所呈現的江戶（古東京）風；台港兩地在 1990 年代唱片海報設計上所呈現的 30 年代風格（海派、上海現代派或上海 Art deco）；第二十屆時報廣告獎中興百貨 97 香裝盧燕篇（許舜英指導、林建國設計）等。

#### b · 諷刺仿作風

模仿創作在現代主義注重原創性的原則下，某種程度的被禁止；另一方面，現代插圖設計海報設計興起，諷刺畫又是相當重要的一個成份。後現代設計裡的諷刺仿作風就是結合諷刺畫這個傳統並突破原創性禁忌的一個“新”派別（註 11）。

如果舉例後現代設計裡受到前衛藝術的影響，那麼達達派在 1919 年的“翹鬚子蒙娜麗沙（L.H.O.O.Q.）”幾乎就可以說是諷刺仿作風的典型之作。在 1980 年代，視覺傳達設計專業已逐漸熟悉電腦影像處理的技巧後，諷刺仿作風勢必更為風行。諷刺仿作風裡的仿作往往也會選擇出名的案例來仿作，所以，也帶有復古風的氣息。後現代的諷刺仿作風的例子，其實是不勝枚舉的，諸如：1971 年美國的反越戰海報“我要散了（I want out）”，就是 1917 年美國的徵兵海報“美國陸軍需要你（I want you）”為仿作，構圖上、人物造形上也幾乎完全一樣，差別只在後者（美國陸軍需要你）由叔叔趾高氣昂，前者（我要散了）由叔叔彈痕累累，諷刺的意味十足。國內的例子，諷刺仿作風主要出現在解嚴後的“政治漫畫”中，越是近期越是精彩，極為突出（如：漁夫、COCO）；在狹義的視覺傳達設計裡，諷刺仿作風則多出現於學生作品，業界大概則以 90 年代後期萬歲牌開心果這則廣告系列較為典型。

#### c · 鄉土風與地域主義

後現代裡的鄉土風與地域主義幾乎不可分離，鄉土風是用來呈現“自我特色”的利器，地域主義則是用來打擊與反抗現代主義裡的國際式樣。

由於視覺傳達設計裡的“心”圖並用，鄉土風原本是視覺傳達設計裡的不可或缺的成份，只是很諷刺的 1970 以後，竟是由跨國公司的國際性產品，基於全球行銷的原則來帶動出這一波的新鄉土風。最出名的例子就屬可口可樂的各國譯文商標在 1980 年代出現，其它重要的例子則以英美廣告公司在 1980 年代跨足大陸市場的準備工作來解析。

英國在香港殖民八十餘年，從來不管（更不重視）中華文化或廣東文化，偏偏在無奈於殖

民即將結束的前夕，英國的跨國廣告公司或廣告設計專業者，就不斷的強調中西（中歐？）文化的融合與交流，還辦了不少研討會，出了不少書籍，在香港，風土情與地域主義一下子就炒熱。

同樣的在 80 年代，英國的廣告公司突然熱衷於台灣的業務，又是技術合作，又是高唱國際化，又是高唱廣告設計的尊重市場本土特性，對台灣的廣告設計工作者“高薪”挖角，全是基於尊重本土兼禮賢下士，台灣的廣告設計工作者與廣告公司幾乎受寵若驚，難以承受。不過，經過不到 10 年的光陰，台灣的廣告公司百分之八十被這些跨國廣告公司併吞，好的成爲分公司，爛的成爲代理商，同時作爲這些跨國廣告公司進入中國大陸廣告市場的一個棋子罷了，更糟的只成爲翻譯機罷了。國內鄉土風的案例，從 90 年代起，多得不可勝數，諸如：第二十屆時報廣告獎之國際牌章回小說系列（張樂山、蘇玲慧指導；沈翊設計）。

#### d · 高科技電腦風

電腦在視覺傳達設計上的應用，大概要從 1980 年代才剛開始。但是短短的十年內，在 1990 年代，“用電腦”在視覺傳達設計已是不可或缺的“技術”之一了。不管是 MAC 或是 PC，電腦硬體技術與軟體技術在 90 年代的發展幾乎只可以用“神乎其技”來形容，加上 90 年代後期網際網絡的快速發展所，網際網絡所具有的“商機”以及及將來臨的“無版印刷”革命，更不可避免的使“商業設計專業”快速而全面的電腦化。

高科技電腦風就是指視覺傳達設計後現代裡，因爲運用電腦科技來處理來處理現法，處理影像，來輔助設計或甚至直接以電腦爲工具進行設計，並喜歡強調高科技“感”所呈現出來的一種設計風格。

簡單的說，視覺傳達設計後現代的高科技電腦風有以下的特點：

- d-1. 影像合成的多層次同時顯現。
- d-2. 無版印刷的前風格：實現小量多樣的可能性。
- d-3. 動畫技巧與異圖順接技巧的展現。
- d-4. 真境模擬(Virtual reality) 與電腦輔助設計技巧的展現。
- d-5. 融化字型或高斯模糊字型。

視覺傳達設計後現代的電腦風例子很多，但出現的也較晚，諸如：美國加州藝術學院 1986 年的招生海報、來巧 (Licko, Z) 於 1990 年與 1992 年的《Emigre》封面設計及編輯設計。國內的例子，則以國立雲林科技大學視覺傳達設計系所，所編的 1998 年《台北國際視覺傳達設計與視覺影像展專輯》爲一典型的範例。

#### e · 意識形態心脈風

視覺傳達設計裡的意識形態風指設計作品，能夠提供觀眾一種新的觀點，新的思考衝擊，或是去欣賞接受設計作品之餘，驚然發現現實世界的另一種新秩序。我們可以說意識形態風是諷刺仿作風的進一步深化，而後現代設計裡的心脈風指設計者在組織設計構想時，對“人文環境（脈絡）”的高度敏感與編排設計構想時，作品本身的前後心（脈絡）所指（境界）的高度自由與技巧。意識形態風與心脈風有其雷同的創作動力，所以本心將其並稱爲意識形態心脈風。這種視覺傳達設計後現代的作品，有以下的特點：

- e-1. 對新聞事件與政治（權力）事件高度敏感，而且反應與判斷精準。



e-2. 擅長語言的運用，特別是口語的運用，就是平面設計作品（不能說話的作品）都讓人感受到創作者“辯才無礙”。

e-3. 對成語的熟練自是不用說，對造形文化符碼的攝取，也十分精準（註 12）。

e-4. 善用隱喻，特別是造形的隱喻。

意識形態的脈風的展現，通常要有深厚的文學修養，特別是要對創作者自己的社會及“作品上市”的社會，所處的民俗文化，要能瞭若指掌。這其實反應後現代社會的國際性、多元性與風土性的結合。

意識形態的脈風的例子也可以用“牛肉古哪裡？（Where is the beef？）”競選廣告當作範例；另外近期時報廣告金獎裡，也常出現意識形態的脈風的作品，諸如：思迪麥請問部長篇的CF設計、梁詠琪上市篇的CF設計等等。

意識形態的脈風說明了視覺傳達設計裡“構思”的重要性，遠勝於繪圖技巧的重要性，也說明了視覺傳達設計裡，需要有更深厚人文素養與“語言、典故”敏感性。

#### f · 敘事風

敘事風指視覺傳達設計作品強調說故事能力、強調渲染煽情能力的一種設計風格。

本來所有人類的繪畫藝術，除了記述（description）功能外也都有“敘事（narration）”或“建構神話”的功能，在現代藝術運動裡、現代設計運動裡，由於過於高舉“新社會”的來臨、工業社會的來臨與“機能主義”，進而講究抽象的造形，排除了記述功能、敘事功能與裝飾功能，搞得現代繪畫、現代設計“索然無味”。

後現代主義的“反”現代主義，很重要的一个訴求就是：“反”現代主義的“索然無味”，回復繪畫、設計的記述功能、敘述功能、裝飾功能。敘事性又稱故事性或文學性，在CF設計成為視覺傳達設計的一個極重要的分支時，CF設計本身也要寫腳本，CF設計也十分注重作品的說服力，所以，這種反現代主義，在視覺傳達設計的後現代裡，理應特別明顯。甚至於我們可以說，所有的廣告設計作品，基本上，都是敘事風的範例。

## 四、代結論：我國視覺傳達設計的課題

我國對後現代社會的來臨，有些惶恐、有些嘲笑、有些誤解、有些矛盾、有些排斥、有些無奈、有些抗拒，不過後現代社會，並不會因為這些“有些質疑”而停止她的腳步。

國內的設計界對後現代的來臨，同樣也是“有些質疑”，在視覺傳達設計業界，甚至有些專業者總因懶得學習電腦，進而對後現代設計的來臨，採取觀望的態度，不過後現代設計風格乃至後現代設計語言，同樣也不會因為資深設計工作者觀望的態度而停止她的腳步。

在視覺傳達設計學界，經過前述的分析，面對後現代設計的來臨，可以說還有更多的課題要處理，這些可預期的課題如下：

#### a · 電腦繪圖 v.s. 電腦輔助設計

國內目前的設計上所用的電腦，不論硬體（系統）或是軟體，幾乎全都是英文化改寫中文版，這是設計應用電腦上最終的挑戰。

#### b · 手稿練習

視覺傳達設計原先均極重視“手”的功能，電腦加入視覺傳達設計後，原先“手稿練習”

這個重要的技術養成項目，在視覺傳達設計人才的培育上，應該有一個重新的定位會的思考。

#### c · 意識形態與心脈

國內視覺傳達設計教育，一般而言，以往是過於注重繪畫技術與表現法技術，近年來則是過於注重使用電腦技術與行銷企劃技術，說實話，這樣的人才培育的課程科目與判準（考試的科目與考法），十足的遺忘“人文”教育的重要性與作用。視覺傳達設計作品能否叫好又叫座，在全面電腦化即將來臨的工作環境裡，人文素養的開發與心靈的開發，或許才是最必要的設計資源與可能吧！

#### d · 文化符碼的萃取與鋪陳

國內視覺傳達設計教育環境，甚至於藝術教育環境，總體而言，是處於一個遺忘日常生活、遺忘民族遺產的後殖民困局中。乃至於中、小學的教育可為“升學”而犧牲。高職或大學的視覺傳達設計教育，對日常生活、傳統工匠、傳統藝術等課程，學生修課意願往往不高。反過來說，我們其實很難期望，一個對自身生活了十幾年（乃至幾十年）的社會、文化都不熟悉其文化符碼的設計專業人員，對留學兩三年的美國、日本的社會、文化，會忽然開竅，作出出眾的作品。顯然，文化符碼的萃取與鋪陳將是視覺傳達設計界重要的課題。

不過，當前我國視覺傳達設計最現實的挑戰，恐怕還在於視覺傳達設計業界的最大就業市場：廣告設計專業。國內廣告設計界吹起鄉土風，與國內廣告公司被跨國廣告公司併吞有很大的關係，這種鄉土風由“外商廣告公司”來主導，多多少少是一種遺憾。

我們的視覺傳達設計學界、業界，是不是該去慶幸“我國”的電影作品、視覺傳達設計作品，打入國際市場，常常舉辦與參與國際性比賽與年年都有國際交流的“假象”中，省下一些慶功宴的經費，省下一些國際交流的經費，好好的研究一下：跨國廣告公司到底是怎麼將本土的廣告公司打垮的呢！

## 註釋：

註 1：建築就是遮蔽物加裝飾(a shed with a ornament)這樣的看法與現代建築的反裝飾情結，截然不同。詳參：Jencks, Charles 1992 <<The post-modern reader>>p.237.

註 2：詹克斯從 1977 年開始就有設計作品，諸如 1977 年的 Cape shacks(拖車改裝設計)、1980 年的 the element house、1984 年與 Farrell, T 合作的主題之屋(The thematic house)、1984 年與 Farrell, T 合作的建築圖書館、1984 年的風土之臉小木屋(The face of the vernacular)，以及這期間的家具設計，並自詡為精緻的折衷主義、風土主義風格。詳參 Jencks, Charles 1998 <<後現代建築語言>>及 A+U 1986<<1986 年 1 月臨時增刊號：Charles Jencks 專輯>>

註 3：以性誘惑、性焦慮、女性平權、女性纖細感受、情色為主題的藝術創作，在此統稱為性主題藝術，這與色情藝術並不相同。陸蓉芝則將之分為女性主義一：裝飾與圖案藝術、女性主義二：性焦慮藝術。參陸蓉芝 1990<<後現代的藝術現象>>pp.120-137.

註 4：嬉皮術報指一種將人物、字體都流線型化、水流化的特殊風格，一般又稱禪境心理派(Psychedelia)。參 Hollis, Richard 1994 <<Graphic design: a concise history>>p.179.

註 5：地下雜誌興起，為小眾社會來臨的象徵，地下雜誌編輯風格則指廢紙印刷品刊利用、拼

貼手法、完稿印刷整體作業等所呈現的一種風格。Ibid,p182.

註 6：參考雄獅美術 113 期、設計家 17 期;18 期、《名家創意系列：海報設計》、《台灣現代海報精選》、《成長與茁壯：從塾專到學院慶祝建校四十週年專刊》、《時報廣告金像獎 20 年紀念專輯》等資料整理結果。

註 7：同註 6。

註 8：同註 6。

註 9：詳參中華民國廣告年鑑編纂委員會 1990 《中華民國廣告年鑑：2》p.122.

註 10：參 Hollis,R 《Graphic design: a concise history》p.130.

註 11：諷刺仿作風在現代主義裡並不多見，而於 1970、1980 年代後，特別是電腦影像合成技術普及後就較常見，所以列為視覺傳達設計後現代之一。

註 12：文化符碼的攝取包括：符碼本身與符碼運作規則兩大部分，詳：楊裕富《設計的文化基礎：設計、符號、溝通》pp.247-250。

## 參考文獻

1. 中華民國美術設計協會出版委員會(編) 1992,1993 <<設計界>> 17期(三十載設計之家), 18期
2. 中華民國廣告年鑑編纂委員會(編) 1990 <<中華民國廣告年鑑:2>>
3. 林秋洵、張麗琦(編) 1995 <<名家創意系列:海報設計>> 永和:新形象出版公司
4. 林磐聳、王行恭(編) 1992 <<台灣現代海報精選>> 台北:藝風堂出版社
5. 陸蓉之 1990 <<後現代的藝術現象>> 台北:藝術圖書公司
6. 國立台灣藝術學院 1995 <<成長與茁壯:從藝專到學院慶祝建校四十週年專刊>>
7. 楊裕富 1994 <<設計運動的批判:現代主義、後現代與新現代>> <<國立雲林技術學院學報第三期>>
8. 楊裕富 1997 <<設計、藝術史學與理論>> 台北:田園城市文化公司
9. 楊裕富 1998 <<設計的文化基礎:設計、符號、溝通>> 台北:亞太圖書出版社
10. 楊裕富 王世雄 1997 <<符號學在視覺傳達上的運用:以商業廣告為例>> <<第二屆設計學會研討會>>
11. 雄獅美術(編) 1980 <<雄獅美術>> 113期(廣告設計特輯)
12. 鄭家鐘(編) 1998 <<時報廣告金像獎20年紀念專輯>> 台北:美日圖書社
13. A+U 1986 <<1986年1月臨時增刊號:Charles Jencks專輯>>
14. Alexander, Jeffrey.C & Seidman, S 1997 <<文化與社會:當代辯論>>(culture and society: contemporary debates) 許自豔等譯 台北:立緒文化公司
15. Clark, Toby 1997 <<Art and propaganda in the twentieth century>> London: Calmann and king Ltd.
16. Dru, Jean-Marie 1998 <<顛覆廣告>>(Disruption: overturning conventions and shaking up the marketplace) 陳世玲 田浩雲譯 台北:大塊文化公司
17. Heller, Steven and Chwast, Seymour 1988 <<Graphic style: from victorian to post-modern>> New York: Harry N.A
18. Hollis, Richard 1994 <<Graphic design: a concise history>> New York: Thames and Hudson
19. Jencks, Charles 1992 <<The post-modern reader>> New York: ST. Martin's Press  
Jencks, Charles 1998 <<後現代建築語言>>(the language of post-modern architecture) 吳介禎譯 台北:田園城市文化公司
20. Meggs, Philip B. 1998 <<A history of graphic design (3rd edition)>> New York: John Wiley & Sons

# **The post-modern condition on visual communication design (2) : Source 、 sort and some response of post-modern on Taiwan**

Yu-Fu Yang\*

\* Graduate School of Visual Communicational Design, National Yunlin University of Science & Technology

(Date Received : June 18,1998 ; Date Accepted : December 19,1998)

## **Abstract**

This paper aim at the performance condition of post-modern on visual communication design. By classified analysis, we get some lesson of the post-modern condition of visual communication design on Taiwan. This paper inculdes four part as felllow:

Part one: perface and problematic.

Part two: the source of post-modern on visual communication design.

Part three: the classification and language of post-modern visual communication design.

Part four: conclusion.

Keywords: visual communication design 、 post-modern language

