



第四章 結論與建議

研究生因求學與工作關係，常住北投凡三十載，見證北投部分發展歷史，三十年也許不算長，卻目睹若干時代轉折與社會變遷點滴，印象深刻，而今以外地移民對北投的一份認同與歸屬感，體驗尤深。

「社區」是一種介於社會與個人之間的中繼團體，組成的動力是「感情」與「利益」，私人空間不再那麼絕對，曾聽聞住在國外，如果庭院雜亂不堪，鄰居會主動干涉，又遲不改善，將由社區執事雇工代為修剪草皮，並強迫支付費用，這種社區共同利益的觀念，已經逐漸根植於臺灣的一些社區了。社區要有秩序、有品味、有文化，房地產價值才會提昇，否則任由個人違失損及公共利益，引發所謂《破窗理論》連鎖反應，社區將無限制的衰敗下去。公共事務總是會不斷滋生新的問題，發現問題解決問題的是「人」，而個人的影響力終究有限，因此要有組織，組織要有能力，透過服務學習、共同參與、民主機能、協商決策、集體制約...等活動，凝聚社區意識、形塑特有文化，是建構優質社區的重要內涵。

綜合以上研究創作成果，歸納出以下結論與建議：

- 一・研究生以北投溫泉路34巷至68巷小小路段為研究案例，兩側住戶不多，營商店家單純，最大業主是北投國中與臺灣電力公司北投營業處，80公尺小規模的路段改造容易獲致共識，擴及巷弄週邊現有社區住戶，重新組構，作為老舊社區更新的指標案例，誠屬可行。
- 二・北投特有產業非「溫泉」莫屬，因此，虛擬標題：「湯戀」的「北投2005溫泉季」活動，宣傳廣告暨行銷企畫所需的視覺形象設計、北投地區與溫泉有關景點拍攝、後續影像處理與商業應用...等，尚在



能力所及範圍之內，研究生懷抱這份對北投的認同與歸屬，秉持回饋社區的心理，構築溫泉路段改造的願景，遂行本創作。

- 三 視覺形象海報乃應用藝術之一環，電腦影像合成技術，用於畫面唯美處理並非絕對不可，惟須注意畫面構成的合理性、敘述性，再求感動力的表現。現代傳播媒材呈現多元化，傳統制式規格受到挑戰，以捷運或公車車廂橫式廣告，長寬就非《黃金比例》，海報設計自然必須符合多元媒體的需求。
- 四 原始影像的質素，仍然是形象海報能否成功傳達的關鍵，如果取得完美的原始影像，就可以做最少的影像處理。基本上，鏡頭解像力、CCD 光電元件、數位運算速度，透過敏銳的眼睛，以及必要的攝影美學訓練，加上幾分運氣，高質素的影像，自然手到擒來。
- 五 追逐光影變化，是研究生比較喜歡的表現風格，深信《光與影》可以豐富影像語言，襯托主題更為躍動。即使在影像合成的技術運用方面，也經常塑造人工光影，而且在光質、色溫的調整上，耗費甚多時間與精神。
- 六 市面上常見的影像處理或美工繪圖軟體，沒有哪一種是十全十美的，即使是專業的軟體也一樣，端視使用者喜歡如何表現，與指令應用的熟練度。而各種不同的軟體，也都各有其獨特、方便的指令，所謂各擅勝場。處理影像不必拘泥於某一套軟體，在長時間交叉使用過程中，往往有意想不到的啟發與創見，小小的一個工作指令、小小的一個轉折變化，很可能就是個人獨特風格的關鍵。
- 七 軟體的實際應用，是入門的一把鑰匙，親自體會才能開創更寬廣的影像世界，接受傳統美術、美學訓練者，不必排斥科技，電腦藝術



終將成為藝術創作表現的一支，處在目前混沌的時候，我們何其有幸，比軟體設計工程師多了一份感性。