

# 第一章 緒論

## 1-1 研究背景與動機

近來復古風潮興起，帶動了一股流行，業者也因應這股潮流，構思復古行銷策略，如 7-11 一系列古早原味的食品、復古流行服飾、復古建築、復古家具、古蹟、老街、火車懷舊風潮、喚起童年記憶的童玩、卡通兒歌、音樂、經典老歌的重新詮釋、民歌、懷舊旅遊景點、復古餐廳、主題商店、茶館．．．等，不勝枚舉，舉凡食、衣、住、行、娛樂、文化、藝術，都走向溫馨復古的趨勢。

流逝的年代，昔日舊的事物，總是能勾起人們的情感而流連忘返，人都有「愛美」與「好古」之心，「愛美」是人們生活藝術的原動力，「好古」則是人們對歷史文明的憧憬。即使不曾經歷過的年代，也能藉由傳媒而引發共鳴，其所喚起心情的喜、怒、哀、樂、酸、甜、苦、辣的記憶，在這股復古懷舊風潮中所隱藏的背後意涵究竟是什麼？

回憶過往，有包含愉快與不愉快的元素，而以復古形式在視覺傳達的設計，都是帶給大眾正向的，甜蜜而美好的感覺，因而引發主題的深入探討興趣和創作動機。

## 1-2 研究目的

對於已經「過時」的事物，能夠成為「再流行」的風潮，「復古風」所激發醞釀的能量，觸動舊世代的見證人，也吸引了新世代的參與者。不論是經驗與記憶的回溯，或是復古事物予人的好奇與親切感及「復古新意」形成的獨特感，究其原因是值得去深入探討復古的深意內涵與價值功能的。

不少學者研究有關復古的現象類型及引發懷舊情緒的人、事、物等，其結論及文獻的分析，提供很多復古形式設計的主題元素和內容。諸如，懷舊的事件、物件、情緒反應、廣告主題元素等。都與復古形式設計的敘事性、說故事、造形文化符碼的擷取執行操作相應。

復古再流行的趨勢引爆，不難發現是復古加新意、復古新主張為形式指標的。不論是後現代復古形式的設計與本土的復古設計，除了用古早語彙表達主題或結合裝飾，並融入了創新的手法表現。

以下是本次研究創作的目的：

一、探討復古的意義與本質，以揭示復古的功能與價值。

- 二、研究復古的類型和現象，作為擬定創作時之設計方針及圖象元素之依據。
- 三、研究復古形式之視覺傳達設計作品，其風格、元素與表現手法，以提供創作作品之應用與表現。

### 1-3 研究範圍與限制

本文主要從設計史、消費者研究及現代復古風潮中，探討復古形式的設計歷史、文化、風格、類型、價值與行銷及表現手法及其應用在視覺傳達設計上。

其創作原則是以前歷史的內容和童年眷戀為元素及導向的海報設計，因此，創作範圍有理性的直接復古，汲取歷史元素的圖像重組及古典圖案裝飾性的效果；還有感性的復古情懷之表達。

「復古」發生在任何時空，無疆界地域之分，是進行式與未來式。因此，復古形式的設計並無特定風格，是隨時代而有所不同。復古情懷是強調感覺的，因此在創作時，須界定某一時代及地域為範圍，比較能有設計的統一感，但本次創作有理性及感性的表達，所以要達到整體性的視覺效果有點困難。另外，復古形式的設計，多以歷史為元素，對於圖像汲取是不太容易的。

## 1-4 研究流程

