

台灣藝文海報發展與國際設計趨勢

文·圖／林俊良 國立臺灣師範大學設計系教授

海報就像一面鏡子，藉由海報作品的呈現，可觀照出人類歷史、政治、經濟、生活、環境、文化與現代設計發展的歷程。本文從「海報的意義與特性」談起，進而分析從日治時期至解嚴開放以來台灣藝文海報的發展脈絡；並透過「波蘭華沙國際海報雙年展」和「芬蘭拉赫蒂國際海報雙年展」兩項國際競賽文化類得獎作品，分析近十年國際文化海報的設計趨勢。

海報是作為藝文活動宣達的重要媒介，本文希望藉由海報設計的基礎觀點切入，並透過社會發展背景以及反映生活取向來窺探台灣藝文海報的發展，同時歸納國際藝文海報設計特徵與趨勢，讓讀者對藝文海報設計有不同的認識。

一、海報的意義與特性

海報，英文為「Poster」，法文為「Affiche」，德文則為「Plakat」，昔日中文亦稱為「招貼」，我國自古以來也有「露布」一詞，「露布，捷報文書也」，也就是「告示」。《大不列顛百科全書》對「Poster」釋為「招貼畫；作為通告或廣告而公開展示的印刷圖畫。」《牛津英文辭典》則釋為：「展示在公共場合的告示」。

海報發展的起源可追溯至西元前1800年巴比倫王朝的漢摩拉比法典（the code of Hammurabi），而現存世界上最早的海報是目前保存在英國倫敦博物館約3000年前埃及的一份繪於紙草上的尋人文字招貼，內容為懸賞一枚金幣，捉拿一個逃跑的奴隸，但這些都仍是手工繪製或刻畫抄寫，直到15世紀中葉

德國邁茵茲的古騰堡（Johannes Gutenberg）發明的印刷術和活字技術，才大大改變了世界平面設計的發展，但至18世紀末平面設計的表現仍是以文字為主，直到19世紀中葉後石版印刷（Lithography）技術的發展，提升了複製的速度與色彩的表現，滿足了工業革命後，產業界對產品銷售與劇院表演等各行業行銷推廣文宣的大量需求，海報成為產業界宣傳其商品訊息的重要媒介，特別是劇院、酒吧、馬戲團……等相關藝文活動宣傳。這些藝文海報宣傳的廣大需求，促使許多藝術家、印刷師、字體設計師投身於海報設計的行列中，由於藝術家的參與，也提升了海報創作的藝術性，當時代表性的海報藝術家，如薛雷（Jules Cheret）、慕夏（Mucha）、羅特列克（Toulouse-Lautrec）等，他們所創作的海報不僅作為商業的宣傳功能，因其高度的藝術性，也漸成為博物館的重要收藏。

海報就像一面鏡子，藉由海報作品的呈現，可觀照出人類歷史、政治、經濟、生活、環境、文化與現代設計發展的歷程，並具有「大、美、精、簡」之特性。

（一）海報之「大」：

海報因其張貼環境之特殊性（戶外街道等公共場所），須透過大尺寸的創作空間，以掌握人潮與交通工具在流動間所產生的瞬息印象。為配合海報張貼環境之需求，歐洲早在19世紀末便規劃設立了海報柱以提供海報展示的空間（圖1），無形中也促進了海報創作內容與品質的提昇，其豐富的圓柱造型也構成了城市景觀的一部分，今日雖漸為大型的平面廣告牌所取代，但在歐洲仍隨處可見矗立於街道間，散發出昔日新藝術古典浪漫的氣息。



圖1 1900年巴黎街頭的海報柱。（Max Gallo. *The Poster in History* (New York: Norton, 2001)

（二）海報之「美」：

美感、美觀，即海報具有藝術性。海報也是設計師個人藝術觀點、主觀意識、情感結合設計表現的視覺媒體。而從事海報製作的藝術家，往往將其繪畫風格或創作理念透過強烈的視覺語彙或瑰麗的圖像，巧妙地與海報既通俗又實用的性質結合，使得此一媒體成為反映社會意識及展露藝術風格的表現形式。

（三）海報之「精」：

即指海報印刷之精美與技法表現之精緻性。自

1860年後，石版印刷複製技術的革新，改善海報色彩的表現與質量，邁入了現代海報設計的新紀元，現今的數位印製流程，具快速、省時、省墨、易於修改及精準度和細膩度等優點，更提高了印製的品質與效率，加上設計師個人的藝術風格與精湛的技巧，透過精緻的印刷表現更增加了海報的收藏價值與審美性。

（四）海報之「簡」：

即言簡意賅，係指海報呈現內容的精準、簡潔與單純性及富象徵寓意的圖像內涵。海報因其張貼場所的獨特性，乃常運用簡潔、單純、直中要害的內容表現，才易擄獲流動群眾的注目焦點，以加深印象。也更因此一特性，促使海報創作更具挑戰性。

二、台灣藝文海報發展

海報的種類一般大致可分為政治海報、商業海報、社會海報和藝文海報四類。政治海報是指以政令宣導、政黨、選舉等為主題的海報；商業海報是指以商業活動、廣告行銷等為主題的海報；社會海報是以社會議題、公益服務等為主題的海報；藝文海報則是指以美術、展演、戲劇、音樂、文學、電影、體育、設計等藝術、文化為主題的海報，又可稱為文化海報。而台灣藝文海報的發展大致可由幾個階段來窺探：

（一）日治時期：政宣為先（1895—1945）

現代海報的發展，是伴隨著工商業的繁榮發達而俱進。1895年，正值西方新藝術現代海報之濫觴，此時台灣卻因馬關條約被清廷割讓給日本，至此台灣成為日本殖民地，更成為日後日本意欲展現其殖民成果的示範區及其南進野心的根據地，直至二戰戰敗夢碎。19世紀中葉，日本因「明治維新」所推行的民族

統一主義與西化改革運動，加速了日本現代化的發展，短短數十年間快速成為富國強兵的現代化獨立國家，而台灣在日本的殖民統治下，相較於清末政府的固步自封，台灣正因日本殖民政府將西方文明帶入本島而逐漸走向現代化。

日本治台政策，基本上是将台灣視為其擴展南海領土的根據地，並剝削勞力與農林礦產物資給日本母國，在教育上採現實短利做法，只重實學，培養忠心守法的國民，避免開啟殖民地人民思想，禁止台灣子弟學習政治、法律、哲學等人文、社會科學，而多以農、醫科系之學習。因此，人文思想活動是不被鼓勵的，就此日治時期的海報設計多為政令宣達與產業宣傳為目的（圖2），唯有電影海報是主要的藝文宣傳海報。1901年11月，即有人在台北西門町日新新聞社（即新聲電影院附近）的空地上，搭建木屋放映電影。這是電影傳入台灣，最早的放映影片紀錄。隨著電影在台灣的首度放映，日本原裝進口海報隨片來台，這些出現於台灣最早的電影海報，雖然受限於技術條件，形式極為簡單，經常只是大量的文字，僅具告知訊息的功能，但隨著技術的進步，海報的尺寸放大，色彩表現的可能性也隨之增加。

1911年，台灣第一家映畫館（電影院）——「芳乃亭」開幕，掛起電影《女義大夫》的電影廣告及海報；1914年，「新高館」開幕，從此台北即有兩家電影院，電影海報開始多了起來，隨著電影成為都市民眾的主要休閒活動，西門町成為日後台灣電影海報製作、發行的主要地區。1932年，電影業者引進由阮玲玉所主演的《桃花泣血記》（圖3），為了廣為宣傳，特別商請當時的知名「辯士」詹天馬依其電影情節寫下《桃花泣血記》歌詞，並由王雲峰譜曲，開啟了台灣歌謠興起的契機。

此外，為了宣揚日本治台的殖民成果，殖民政府所主辦的展覽活動，其宣傳海報亦是這時期藝文海報的主要代表，如1916年（大正5年）的「臺灣勸業共進會」（圖4）、1926年「中部台灣共進會」，以及1935年（昭和10年）始政40週年紀念的「臺灣博覽會」，特別是「臺灣博覽會」，它是日治時期台灣史上的一件大事，為了展示日本統治台灣40週年的建設成果，總督府以國際性的規模舉辦盛會，透過嚴謹的活動規劃，實施三波宣傳計畫，第一波宣傳海報直接指名由塚本閣治設計，第二波則指名邀請十位設計師競圖，最後仍由塚本閣治出線，第



圖2 「台灣帽子 這個亞細亞之帽子」，宣傳文案顯示殖民政府推動大東亞共榮圈的企圖。（《設計本事：日治時期台灣美術設計案內》，台北縣新店市：遠足文化，2005）



圖3 1932年《桃花泣血記》宣傳海報。（《台灣歌謠臉譜》，台北市：玉山出版社，2002）



圖4 1916年「臺灣勸業共進會」宣傳海報。（《台灣設計》，台北市：行政院文化建設委員會，2007）

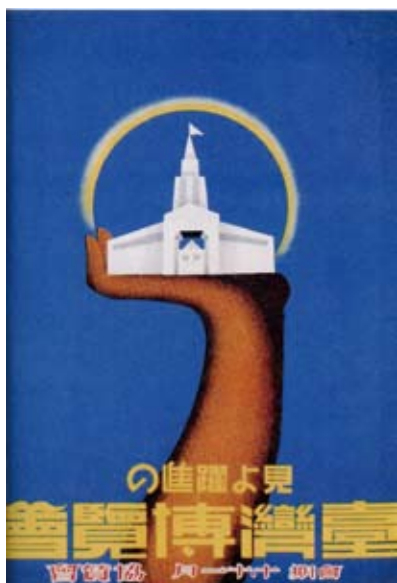


圖5 佐藤木繁，「臺灣博覽會」宣傳海報，1935。（《台灣設計》，台北市：行政院文化建設委員會，2007）



圖6 陳子福，舊情綿綿，1962。（《設計界》，台北市：中華民國美術設計協會，2011）

三波採公開徵件，由京都的佐藤木繁獲首獎，成為最後一波「臺灣博覽會」的宣傳海報（圖5）。

（二）台灣光復：穩定政經（1945–1970）

1945年台灣光復後，百廢待興，又逢二二八事件、大陸淪陷、國民政府撤退台灣，整個國家處於內憂外患之際，政經穩定成為重要課題，「反共抗俄·光復大陸」成為此階段的政治目標。國民政府遷台後，藉由美國經濟援助、實施土地改革以及定期的四年經濟建設計劃，加強農業與工業發展以建設台灣。

在政治戒嚴、經濟起步的階段，政府借以「反共文藝運動」的展開，以掌控人民的文藝思想與創作，1962年國軍更擴大推行新文藝運動，將主義、革命與文藝本質結合，把理想連結起來。這個階段的藝文海報的發展主要仍呈現在電影領域上。1950年韓戰爆發，美國第七艦隊協防台灣。國民黨在政治安定下進行國家重建，也重建了電影事業，蔣介石總統任命蔣經國擔任農業教育電影公司（簡稱「農教」）董事長，以專攝反共抗俄的劇情片來配合政府宣傳，《惡夢初醒》即是該公司第一部反共宣傳電影。1954年「農教」和台灣電影公司合併，成立中央電影股份有限公司（簡稱「中影」），成為日後台灣電影發展的重要推手。這時期台灣影業呈現穩定發展，特別是1956到1965年間台語片的盛行，孕育出不少的電影海報及電影看板的畫師，陳子福便是當時重要的海報設計師，一生繪製高達五千幅海報（圖6），1970年的《俠女》電影海報是他自認最有代表性的作品之一。而60年代國語片則在官方提倡健康寫實主義電影下，主張「題材健康，手法寫實」，亦有不少代表佳作，如《蚵女》、《養鴨人家》等。

1960年代以後，隨著工商業的發達促使文化的發展，也使得設計的活動熱絡，許多民間企業開始興盛，促進了商業海報的製作與流通。受到西方與日本設計思潮的影響及官方中國生產力中心、貿易中心的设计教育推動，政府、學校及企業開始重視设计教育。除學校设计相關科系相繼設立外，1962年「中國美術设计協會」（今「中華民國美術设计協會」）的成立，及師範學院藝術系（今「國立臺灣師範大學美術系」）畢業學生高山嵐、簡錫圭、沈鏗、林一峰、張國雄、黃成、葉英晉等七人，以提升國內设计水準為目的，舉辦了台灣戰後第一次设计展——

「黑白展」，內容以「台灣的觀光」為主題，包含海報、月曆、唱片封套、書籍封面等，皆為這時代的設計發展奠立基礎。

（三）經濟躍飛：文化建設（1970—1987）

1970年代，台灣遭遇外交重大挫敗，退出聯合國、中美斷交等接踵而來的國際逆襲，「莊敬自強處變不驚」成為台灣面對國際局勢不變的態度。這時期政府積極建設台灣，「十大建設」、「十二大建設」相繼實施，進行一系列國家級基礎建設工程，台灣逐漸由農業為基礎的社會過渡到工商社會。隨著經濟生活的富裕改變，也帶動了文化建設的發展。1967年教育部文化局成立後，為推廣一般的社會文藝活動，每年均舉辦盛大的社會教育擴大運動週，之後為慶祝建國60週年，特定1971年2~5月為第一屆「文藝季」，1977年時任行政院長的蔣經國提出進行國家十二大建設，以興建各縣市文化中心為首要，以建立台灣地區文化建設的基礎，並分區完成每一縣市文化中心，各區文化中心的設立也成為了各地文化推動的推手。1999年文化中心在廢省後，相繼改制為各縣市文化局，更做為國家整體文化與在地文化資產發展的重要基礎。

1977年11月，「鄉土文學論戰」回歸鄉土、關懷本土的主張形成一股風潮，除了對文壇創作產生影響，同時也影響了電影、美術等藝術創作。1980年由霍榮齡所設計由民間籌辦的首屆國際藝術節海報，以傳統閩南建築山牆橫踞畫面，山牆開出一面面向白雲藍天的方窗，由在地看世界，象徵開啟文化之窗、面向世界的視野，正呼應了「回歸鄉土、關懷本土」的主張。（圖7）

1981年11月11日行政院文化建設委員會（簡稱「文建會」）成立，原由教育部文化局主辦的全國文



圖7 霍榮齡，國際藝術節，1980。（《亞洲設計名家》，台北市：圖案出版社，1981）

藝季，於1984年改由文建會負責，每年2~7月於全各地社教館、文化中心進行美術、音樂、戲劇、舞蹈、地方傳統戲曲等多元文化活動。1993年文建會整合「全國文藝季」，訂定主題、激發在地能量，成為九〇年代文化在地化的推手。（圖8）

此外，1971年「變形蟲設計協會」的成立，以強調觀念的主題展出，並積極與鄰近的韓國、日本設計組織進行設計交流、展覽，也拓展台灣設計表現的視野，對日後的設計發展深具影響。1981年成立的「台北設計家聯誼會」，是另一個由少數設計精英所組成的設計團體，該會於1982年受文建會委託，企劃製作了「文化海報規劃報告書」，隔年並舉辦了



圖8 王行恭，文藝季，1987。（《台灣現代海報精選》，台北市：藝風堂出版社，1992）

「文化海報大展暨台北設計家聯誼會年展」，這是官方首次以提升海報製作與規劃的自覺活動，對日後政府單位文化海報設計觀念具有關鍵的影響。

此階段因政府積極建設各地文化中心與展演設施，發展地方藝文活動，相對所需要的設計服務也蓬勃興起，水準不斷提升。1979年台北市音樂季隆重展開，由張正成設計的宣傳海報，展現出清新的風格與形象，有別於過去官方刻板的形象，而文建會的「文化海報規劃報告書」暨文化海報大展等，相繼帶動了之後政府單位或民間機構、藝術團體主辦的文化活動，廣泛委託專業設計人的參與。如雲門舞集先後邀請霍榮齡、劉開為其舞團演出設計規劃整體形象，劉開更在電影、音樂、表演劇場領域，以其獨特的視覺語言，運用台灣在地元素、文化素材，如紙牌、布花、跌打傷骨藥布、水墨、符紙……等，融入海設計中，展現細膩、舒朗、優美、文化性的台灣視覺美學特質，創造出原創性極高的視覺風格，如電影海報《悲情城市》、《戀戀風塵》、《青梅竹馬》、《在那河畔青草青》、《多桑》和為「表演工作坊」所設計的一系列海報等，為台灣八〇至九〇年代文化海報注入一股清新活力。（圖9、10）

（四）解嚴開放：百花齊放（1987—2000）

1987年7月，戒嚴解除，開放黨禁、報禁以及大陸探親，接續著1990年的野百合運動、解散國會、廢除動員戡亂臨時條款等，台灣民主化進入新的階段，民主化、自由化、多元化的時代來臨，這時期台灣的經濟成長更是成為「亞洲四小龍」之首。政治、言論思想的解禁與經濟的富裕，民間活力四起，各種社會運動蓬勃，藝文創作活力也跟著大膽邁進，過去的禁忌話題不斷地被碰觸，界線

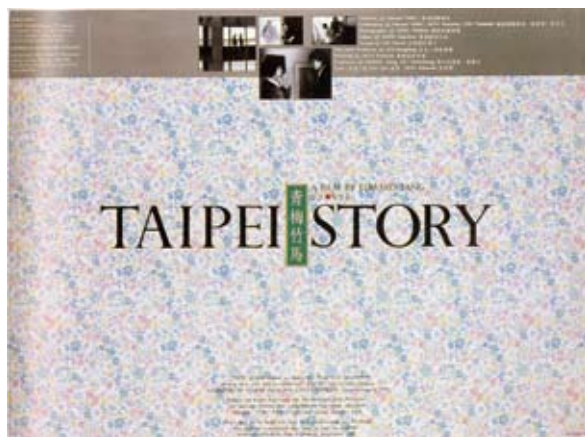


圖9 劉開，青梅竹馬，1985。（《商業設計年鑑》，台北市：設計家文化出版，1991）

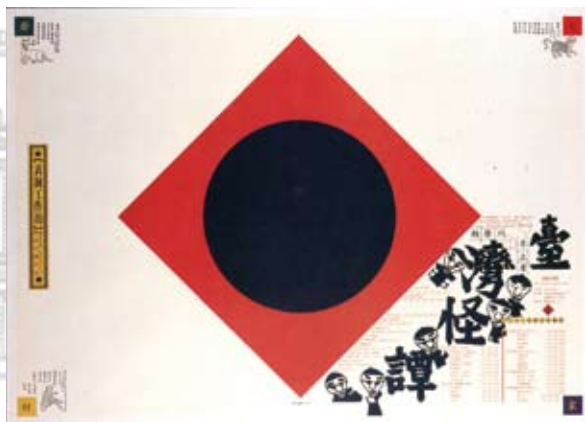


圖10 劉開，表演工作坊—台灣怪譚，1991。（《商業設計年鑑》，台北市：設計家文化出版，1991）



圖11 劉開，悲情城市，1989。（《商業設計年鑑》，台北市：設計家文化出版，1991）

不斷的突破，1989年侯孝賢的電影《悲情城市》以二二八、白色恐怖話題挑動着政府當局的敏感神經，該電影並勇奪威尼斯影展金獅獎，是台灣首次獲國際三大影展之一的大獎，由劉開所設計的海報，以錯落的書法飛白筆觸散置畫面，像是訴說著白色恐怖，生命莫名墜落消逝的無言控訴，語意簡約卻又喻意深遠，是台灣當代最經典的海報之一。（圖11）

在八〇年代政府積極的文化建設基礎下，此階段因經濟的活絡，文化事業成長，藝文演出蓬勃多元，流行音樂文化的快速發展，台灣成為華語流行音樂的中心，以音樂、美術、舞蹈、戲劇、電影、文學、文化藝術展演為主的活動成為這時期設計服務的主要目標，除民間單位外，政府部門，如文建會、觀光局、外貿協會等，均委託專業設計人員規劃設計海報（圖12），此外，地方藝文演出活絡，各地文化相關單位亦尋求專業設計師參與地方文化海報設計，展現出高品質的地方文化宣傳。（圖13、14）

解嚴後，台灣本土意識抬頭，在地意識的覺醒，循著七〇年代鄉土文學意識的腳步，這階段的藝文海報設計，展現了文化省思與探討本質的強烈意識，意圖探求在地特質的存在感，1991年成立的

「台灣印象海報設計聯誼會」（今「台灣海報設計協會」）即以「熱愛台灣、重視傳統、關懷設計」為創會宗旨，鼓勵會員自主性的創作活動策略，積極推動台灣設計的主體性，對台灣文化海報創作做出具體貢獻。（圖15）

（五）文化創意：開創新局（2000—2013）

2000年首次政黨輪替，打破長期一黨專政的政治局勢，過去不可能發生的如今都變成了可能，這看似對未來充滿了不確定性，但也同時令人對未來充滿了無限生機與開創未來的可能，這樣的觀念也將會驅使著我們不斷向前邁進。

2003年首屆「台灣設計博覽會」以「設計即國力」來闡述設計是台灣經濟轉型的利器，而各大知名雜誌媒體也相繼以相關主題作專題報導設計的重要性，「設計在台灣已從過去專業領域的局部交流，開始邁向獲得社會認同的成熟發展階段」。文化創意成為國家重點發展方向，由紮根自我文化，發揮創意，探索無限可能，是新時代設計師的方向，沿著前面的基礎，台灣設計師在藝文海報的創作上，結合了文化與創意想像，不僅在藝文宣傳上達到功效，更在視覺上開創新局，並在國際競賽上屢獲佳績。如，2002年林俊良的「韓國印象」獲美國Communication Arts年度優異獎、2005年游明龍「天燈」和林俊良的「漢字」海報，分別獲台灣國際海報設計獎金、銅獎、2008年林俊良的「十城十美」城市文化論壇海報獲Graphis海報金獎、2011年李根在的「兩岸漢字藝術節」亦獲Graphis海報金獎等。（圖16）

綜觀台灣藝文海報的發展，由日據到光復初期的蠻荒期到七〇年代的發展，八〇年代的文化覺醒，九〇年代的在地紮根與今日的文化創新，歷經不同階段發展，並逐步地邁向國際，設計的價值亦漸被看重，海報設計不僅提供功能性的訊息傳達，更是藝術美學的具體實踐。



圖12 王行恭，文化藝術海報展，1993。（筆者提供）

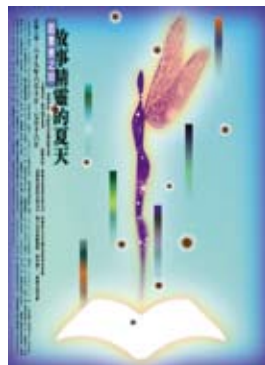


圖13 林俊良，故事精靈的夏天，2000。（筆者提供）



圖14 林宏澤，海洋文學獎，2000。（林宏澤提供）



圖15 游明龍，台灣印象海報設計展，1993。（1993台灣印象海報年度展專輯）



圖16 李根在，兩岸漢字藝術節，2011。（2012台灣視覺設計獎）

三、國際文化海報設計趨勢

在國際平面設計競賽中，海報設計是最主要的競賽項目，它被視為設計師淬煉自我、創造風格的試金石，重要的國際海報競賽幾乎都由美術館、博物館所主辦，因它是功能與藝術的結合體，這些獲選的海報將被這些美術館收藏，進入史冊，因此吸引全球最傑出的設計師參與，知名的國際海報設計競賽如：波蘭華沙國際海報雙年展（WARSAWA）、捷克布魯諾國際平面設計雙年展（BRNO）、墨西哥國際海報雙年展（MEXICO）、芬蘭拉赫蒂國際

海報雙年展（LAHTI）、日本富山國際海報三年展（TOYAMA）及法國肖蒙（CHAUMONT）國際海報藝術節等等，其競賽類別大致分為文化類、商業類、意識形態或社會議題等類別，因其參賽作品重疊性高，筆者僅就以強調藝術創新的「波蘭華沙國際海報雙年展」和追求簡約與文化特質的「芬蘭拉赫蒂國際海報雙年展」兩項國際競賽近十年文化類得獎作品分析（圖17、18），其特徵如下：

- （一）簡潔易懂的畫面張力。
- （二）探索虛實、錯覺的視覺魅力。



圖17 近十年波蘭華沙國際海報雙年展得獎作品。(筆者整理)



圖18 近十年芬蘭拉赫蒂國際海報雙年展得獎作品。(筆者整理)

- (三) 創新的技術表現與實驗。
- (四) 意味深遠的圖像象徵與時代意義。
- (五) 純熟的技法與構圖編排。
- (六) 獨特的文化元素創新表現。

整體來看，近十年並無明顯的發展趨勢，反倒是呈現一種追求個人創意與風格表現的獨特性，也未因數位科技的技術年代而單一以電腦工具為技術表現，卻是以多元的技法形式，如傳統手繪、水墨、攝影、拼貼等各種技法應用，展現一種不拘泥形式，以自由奔放的創意表現為導向。

四、結語

日本著名的國際設計大師福田繁雄曾經說過：「海報是人類智慧和文化的象徵」。海報設計通常被

視為最能體現平面設計師藝術水平高低的重要方面，而在世界平面設計領域中，影響面最大、學術性最強、歷史最悠久也是最權威的設計活動更是要數海報的展覽和競賽了。

海報，透過一張單面印刷的紙張，承載著圖像與文字的表現和述說，及大量的再製與發行傳遞了人類一切之活動與行為；誠如瑞士「ABC」出版社的《海報史》所述：「海報是將訊息傳給公眾的印刷媒體，他就如氣壓計般將每一時期的政治、經濟、文化藝術活動做一即時的反應，是人類知識與行為的一面鏡子……。」藉由海報設計師其文化背景與個人詮釋語言，將社會議題、文化現象、政治現實……等內容，反映於海報創作上，不僅具有宣傳推介功能，同時亦具備了下列價值：

- (一) 社會價值：海報內容往往反映當時社會意識、環境現象、經濟活動、人際關係……等議題，可作為社會警示與省思之功能。
- (二) 歷史價值：現代海報發展已一百多年的歷史，藉由海報表現的圖像與內容，我們可窺探人類近代歷史的發展演變與設計發展歷史，提供後人之參考借鑑。
- (三) 文化價值：海報設計師透過自身文化背景與智慧，將人類科學、藝術、宗教、政治、道德等發展行為與活動，運用視覺語言表現於海報創作上，展現人類文化發展的過程與成果。
- (四) 藝術價值：海報設計不僅反映社會議題、政治現實、文化活動、經濟發展……等內容，更是海報設計師以其個人創作理念與精神，運用其智慧，展現個人特有造型符號或反映當時之藝術風格，豐富了海報設計之藝術表現。

以上藉由台灣藝文海報的發展與國際設計趨向的探索，希望以史為鏡，作為借鑒，儘管在經歷不同環境背景的演變，我們希望在前人經驗累積與傳承下，台灣藝文海報設計能建構屬於自己獨特與厚實的設計文化，為文化歷史做出貢獻。✎

參考文獻

1. 王璋等，《跨世紀台灣電影實錄1898-2000》（台北市：行政院文化建設委員會，2005）。
2. 印刷與設計雜誌企劃編輯，《設計界》（台北市：中華民國美術設計協會，1993）。
3. 印刷與設計雜誌企劃編輯，《商業設計年鑑》（台北市：設計家文化出版，1991）。
4. 杜雲之，《中國電影史》第三冊（台北市：臺灣商務印書館，1986）。
5. 林品章，《台灣近代視覺傳達設計的變遷》（台北市：全華科技圖書股份有限公司，2003）。
6. 林馨聳主編，《台灣設計》（台北市：行政院文化建設委員會，2007）。
7. 姚村雄，《設計本事：日治時期台灣美術設計案內》（台北縣新店市：遠足文化，2005）。
8. 徐宗懋，《台灣人論》（台北市：時報文化出版企業有限公司，1993）。
9. 焦雄屏，《台灣新電影》（台北市：時報文化出版企業有限公司，1990）。
10. 張之傑總纂，《台灣全紀錄15000B.C.~1999A.D.》（台北市：錦繡出版事業股份有限公司，2000）。
11. 殷允芃、尹萍等，《發現台灣》下冊（台北市：天下雜誌，1992）。
12. 陳儒修著、羅頗誠譯，《台灣新電影的歷史文化經驗》（台北市：萬象圖書股份有限公司，1993）。
13. 靳埭強，《衝擊·設計》（香港：是出版坊，2002）。
14. 鄭恆隆、郭麗娟，《台灣歌謠臉譜》（台北市：玉山出版社，2002）。
15. 漢寶德、呂芳上等，《中華民國發展史》（台北市：聯經出版社，2011）。
16. 霍鵬程，《亞洲設計名家》（台北市：圖案出版社，1981）。
17. 藝風堂出版社企劃，《台灣現代海報精選》（台北市：藝風堂出版社，1992）。

網路資源

- <http://taiwanpedia.culture.tw/>（2013年6月11日閱）。
- http://ap6.pccu.edu.tw/encyclopedia_media/main-lan.asp?id=6064（2013年6月12日閱）。
- <http://soku.pixnet.net/blog/post/4956108>（2013年6月12日閱）。
- <http://zh.wikipedia.org/wiki/明治維新>（2013年6月12日閱）。
- <http://zh.wikipedia.org/wiki/日Qj「Q」>（2013年6月12日閱）。
- <http://zh.wikipedia.org/wiki/十二大建設>（2013年6月12日閱）。
- <http://www.posterpage.ch/>（2013年6月14日閱）。
- <http://www.postermuseum.pl/>（2013年6月14日閱）。