

臺灣光復前後的海報

——兼談海報的定義與功能

林品章 國立臺灣工業技術學院 專任副教授

一、前言

國內近些年來，對於傳統或本土的事物，各界均表現的非常關心，尤其是街頭常看到一些賣古物民藝品的商店，甚至在一些跳蚤市場中，也常有臺灣早期民間使用的器物及用品展售，且吸引許多人潮，這現象說明了收購古物者大有人在，而官方或民間企業主導的許多研究計劃或展出，更是錦上添花，使得這種拾荒的行為提昇至學術的層次，而更令人欣慰的是，原來從早期美術出發的許多活動，也漸漸的發展到與設計相關的領域，近日在歷史博物館展出的「月份牌廣告畫展」以及國立臺灣藝術教育館中正藝廊展出的「世紀容顏回顧——百年版畫海報精品展」，均為設計界甚有意義的活動。

二、海報的定義及其功能

國人利用海報的事例，雖然可以追溯得甚早，不過，較近的年代對於「海報」則有更清楚的界定。自民國六〇年代起，臺灣地區隨著社會上使用海報的日益頻繁，陸續有專家學者屢次提及有關「海報」的認知及其詮釋。

民國六十一年，高山嵐在其所著《美術設計1、2、3》中，捨「海報」而取「招貼」的稱呼，書中寫到：「招貼」，Poster，亦名海報。……招貼是屬於「遠看」的廣告，……因此，它的畫面，無論整個構圖、配色、都必需達到簡潔、強烈的要求。——一般來說，「招貼」要比其他的宣傳媒體評價高，有份量，究其因乃是它的幅度大，展示力強，能充分表達設計者的意念。……更重要的是它被觀眾認為是立在街頭的壁畫，帶有一份美感和一份親切感，向你微笑！招手！（註一）

由此推想，民國六十一年以前，使用「招貼」比「海報」來得普遍而貼切。

民國六十四年，何耀宗在其所著《平面廣告設計》中，則對「海報」的解釋更為圓滿，書中寫到：

海報原文「Poster」，英語解釋是從原來「貼於柱上」的「Post」轉用而來；凡張貼於柱上的「告示」都稱為「Poster」。至於「Poster」的中文為何譯為「海報」？有什麼典故？則不得而知。不過從商業設計的觀點看，「海」是四海，「報」是通報，

即含有「向四面八方揭示傳達」的意思，……不過，「Poster」除了較「洋派」的「海報」一詞外，還有更「中式」的「招貼」，解釋為藉「張貼以廣招來」應該是「Poster」的最佳說明，至於其他的「佈告」、「通告」、「告示」、「揭示」等，雖具有和「Poster」類似的含義，但事實上是完全不同的字義。……本文將統一使用「海報」一詞說明。（註二）

此文從字義上充分的解釋了海報的功能，且認為「海報」是洋派的稱呼，「招貼」則為中式的稱呼，而「佈告、通告、告示、揭示」雖然與「Poster」有類似的含義，但事實上是不同的，顯然對於「海報」又有更為清楚的界定。

民國六十九年，胡澤民在當年六月份《藝術家》雜誌上發表了〈現代都市的標幟——海報招貼〉一文，則把「海報」與「招貼」合併使用，該文也對海報有以下的說明：

海報(Poster)也有人稱之為廣告招貼。是一種具有平面形式的宣傳媒體，運用各種不同的表現方式，充分的發揮設計者的自由創性，並配以簡明易讀的詞句，張貼於顯著的場所，強烈的向大眾傳播某種主題意念為目的之傳達媒體。（註三）

何耀宗、胡澤民為筆者的老師，他們兩位對於海報均有豐富的研究，而對於海報之簡明扼要的敘述，已足以說明海報的定義與功能。

到了民國八〇年代，鄭源錦則在《臺灣現代海報精選》一書中，提出了「海報」更符合現代而普遍的看法：

海報(Poster)是藉圖形、符號、色彩、文字，表現在紙材

或其它如布質、木質、塑質等各種材料上之平面或立體構成設計品，其目的在傳達或推廣各種活動的資訊。——因為海報強調形色與文字之視覺傳達效果，同時適於張貼、懸掛，並可郵寄、攜帶，故其功能除了可以傳達各種資訊外，好的海報設計，亦具有美化環境的功能；並且具有展示、陳列的裝飾或藝術欣賞價值。由此可知，在今天臺灣之經貿、文教與國際間逐漸增多交流之際，展覽會、研討會、座談會、各種表演、招生、選舉或集會等等各種活動，無一不用「海報」來表達。換言之，「海報」已成為臺灣現代人必需關心或認識的重要「媒體」。(註四)

以上所述，一方面可藉以說明海報的功能及其社會意義，二方面也可當做海報階段性的定義而成為臺灣地區海報發展歷程的一部分內容。

三、臺灣光復前的海報

此一時期，臺灣是日本的殖民地，因此，許多的活動都與日本有著密切的關係。只是由於史料保存的困難，設計相關的研究仍不易全面的進行，海報亦然。在此，乃以被公開的文獻，列舉三件加以介紹，希望能藉此瞭解此一時期海報表現之梗概。

日本自明治維新以來，處處學習西方，一八七三年(明治六年)，維也納舉行了萬國博覽會，此博覽會揭示「Design」的理念，日本也派代表參加，此時為對應「Design」的意義，日本代表納富介次郎創造了「圖案」的新語，隨後在日本的美術

大學中也有「圖案科」的成立，隨著日本工業化的實施，設計活動也在「圖案」這個名稱之下漸漸的展開。一九二三年，包浩斯遷校於狄索，此時，日本也有數名留學生前往學習，並且携回了一些設計新觀念，影響了日本國內設計教育與活動的發展，因此，日據時期的日本國內，在設計的發展上已有相當的程度，只是，臺灣則在「工業日本，農業臺灣」的殖民政策下，並沒有受到太大的影響。直到殖民末期，由於政策的改變，日本欲以臺灣為跳板，進而囊刮南洋，乃開始積極建設臺灣，並於一九三五年，也就是日本統治臺灣的第四十年，在臺北舉辦了「始政四十年臺灣博覽會」，其目的便是要宣揚日人在臺灣的殖民政績，這些政治的野心及意圖在此暫時擱在一邊，談到這次博覽會的規模，真是相當的龐大，林馨聳、王行恭等皆曾為文介紹過(註五)，在此也不再加以贅述，只是在此博覽會中所推出的幾件海報，可以讓我們瞭解當時海報設計的面貌。(圖一、二)

除了臺灣博覽會留下的海報之外，日據時期兩位臺灣出身的前輩畫家，以兼差的性質完成的海報製作，也為此一時期留下可貴的話題。這兩位前輩藝術家便是眾所週知的顏水龍與林玉山，關於他們兩人的生平事蹟，在諸多論著上已有清楚的介紹，本文僅就與海報製作相關的部分加以敘述。

顏水龍除了專攻繪事之外，也有把美術加以應用於生活上的想法，因此，早在日據時代以來，他便致力於推廣「美術工藝」，他認為要促進純粹美術的發展，首先應該要推行和生活有關的藝術，即美化生活用具及居住的空間或景觀，來



圖一、二 日據時代，始政四十年臺灣博覽會宣傳海報。

培養高雅樸素的趣味，生活才能導入純粹美術的境地(註六)。也許由於有這樣的想法，使得他對於從事商業性色彩的設計工作並不排斥。

在顏水龍留日期間，曾不定期的從事廣告設計工作。

每個月只去一兩次，當時畫家從事廣告設計的不多，對於日本廣告界來說，是開拓了先河，而且他又畫了海報，頗獲好評，所以被重用。顏水龍自己說，他實在也是為了生計，才不得不從事廣告設計。(註七)

圖三是一九三四年顏水龍為司毛克公司所繪製的牙粉海報，不論是在日本或在臺灣，均可稱得上是海報發展的歷史典作。

戰爭時期，由於生活困苦，當時臺灣的畫家們也常有兼差畫插圖或海報。林玉山在此時，為了生計也會有一段畫插圖的歷程，由於其作品的豐富，可以說極具代表性，此外，他曾為當時的甘蔗改良品評會所繪製的海報(圖四)，保留了個人濃厚的繪畫風格，極富藝術價值，藉著這張海報，順便敘述一段歷史背景。



圖三 顏水龍為司毛克公司繪製的牙粉海報（日據時代）。



圖四 林玉山為甘蔗改良品評會繪製的海報（日據時代）。

一九〇〇年，日本三井投資的臺灣製糖公司成立，成為臺灣第一家新式的製糖工廠，一九〇五年開始，日本政府只獎勵新式的糖廠，以淘汰臺灣人的糖廠，同時強制規定，同一區域內不准設立舊式糖廠，因而造成了許多的糾紛。到了一九二〇年，由於日本政府特別提供日本大企業糖廠的各種獎勵，使得臺灣的糖業為日本人所掌握，並成為在臺灣的最大產業。其中三井、三菱和藤山合稱為「糖業三大」。（註八）

四、光復後的海報

臺灣光復後，從戰後重建慢慢的復甦，政府為節省外匯支出而發展「進口替代」產業，此後不僅使人民增加了就業的機會，經濟也逐漸的起色，但由於工商業的競爭少，所以設計相關活動的發展並不成熟，許多的設計相關工作仍然是依賴有繪畫才能者擔當，據前輩設計家彭漫回憶所述：民國三十九年有



圖五

光復初期的電影海報

(民國 53 年)。

一家略具規模的「工商廣告公司」和少數家庭式畫「店面招牌」以及「電影看板」的廣告社，而到了民國四十三年起，才有兩家較具規模的綜合性廣告公司成立，一為東南廣告公司，一為聯合廣告公司，主要業務是為政府和工商業廣告活動、慶典裝飾……海報、商標、模型、工藝品等設計製作。……而從事這些工作的人員，大部分是對美術設計工作狂熱自學而成的年輕朋友和少數學校的美術老師(註九)。此外，在學校教育上，據曾為「黑白展」成員的葉英晉所述，他於民國四十四年在師大藝術系就讀時，學校開的是「圖案」課，並沒有所謂的「設計」課，可知，如日本早期一般，臺灣光復後初期，在「設計」的活動不成熟，理念還不清楚的階段，「圖案」仍被當做是設計的主要活動而加以使用。

臺灣光復後以至民國四十年代以前的臺灣社會，人們的休閒生活，除了年節廟會的野台戲之外，電影院(戲院)可以說是當時的重要娛樂場所，不論是國語片、台語片、日語片、洋片等均有廣大的觀眾，甚至兼演歌仔戲、布袋戲，因此，傳播電影院節目的海報，可以說是當時最具代表性的海報，不論是在城市、鄉村、大街小巷等等均處處可見，也成為當時人們獲得此類訊息的主要管道。

談到電影海報，現為賓協設計推廣中心主任的鄭源錦回憶說：

臺灣在光復前後，尤其是在光復後之十至二十年間，大街小巷，電影廣告海報處處可見。因為在當時，娛樂場所較少，電影院為當時一個重要的娛樂場所；西洋與國台語影片之海報，隨時可見。當時，冰果室、撞球室也是中年人或青少年愛去的地方；這些地方也成為電影海報的張貼之處。具有與海報功能異曲同工之效的「電影看板」，大多數以油漆繪製而成，電影看板也是當時街頭甚具吸引力之裝飾景色之一。(註十)

據蔡進興的研究報告指出，當時畫電影廣告中最具代表性的人物應為簡錫欽，簡錫欽早期即對電影看板有著極高的興趣，十三歲便隻身前往日本學習，學成回國後投入實際的電影看板繪製，如今已有四十幾年的經歷，雖有衣鉢，但偶爾也在好友的力邀之下親自操筆，功力絲毫未減，目前在臺北尚有一家公司，所傳授的弟子更是遍佈全省。(註十一)

由於臺灣光復初期，印刷技術並不發達，被張貼在冰果室、撞球室的電影海報，是以手工繪製在畫布上，再加木框固定原作海報，這些手繪海報，由於不能多產，因此常常隨著電影放映的地點而四處旅行張貼，而論到當時創作這種電影海報極富經驗而具代表性的人物，應為陳子福，目前陳子福還珍藏了許多電影海報，此次中正藝廊展出的臺灣早期海報，部分是他所提供的珍藏品。



圖六 光復初期的電影海報(民國 55 年)。

電影海報的發展到了民國五〇年代也富有特色，早期電影看板的描繪方式，直接被使用在印刷上，看板畫家把電影名稱、情節、以蒙太奇的手法描繪，再配上文字，內容包括有導演、演員、工作人員的名字及各種特定的電影廣告用語如：「五大影業公司又一輝煌蓋世耗資百萬無敵大鉅片！」、「最富有人情味笑料台語笑王片！」、「新趣味！」等等，由於當時尚沒有照相打字，因此所有的字體都用徒手書寫，使得畫面的剪輯與文字的組合成為一個特殊的表現方式，這樣的海報原稿完成之後，再利用分色原理，製版彩色印刷。（圖五、圖六）

雖然今天的電影海報，常有透過專業的設計師或利用攝影、電腦合成及印刷設計的手法，呈現出許多不同的面貌，但早期的電影海報所呈現的畫面效果仍值得細細的品味與欣賞。

五、結語

如前言所述，由於國人對臺灣早期文化的普遍重視，舊的文獻與史料逐漸一點一滴的曝光出來，再加上有心人士的整理與串連，一個有系統或脈絡可循的歷史痕迹也將呈現在國人的眼前。

臺灣光復後，工商業逐漸發達，到了民國五十年前後，吾人所謂的「設計」才開始萌芽，此後，隨著設計活動的熱絡，海報一直在其中扮演了甚為重要的角色，主要原因是海報具有其他傳播媒體所欠缺的文化性與藝術性，也因此，海報也常為設計家表現個人創作風格之重要媒體而加以重視。因此，民國

五十年前後以來的海報設計，具有豐富的資料，值得研究或加以整理展出。

註釋

- 註一 高山嵐，《美術設計1、2、3》，第176~179頁，藝術圖書公司，民國61年。
- 註二 何耀宗，《平面廣告設計》，第118頁，雄獅圖書公司，民國64年。
- 註三 胡澤民，〈現代都市的標幟—海報招貼〉，《藝術家》，第61期，第204~207頁，民國69年6月。
- 註四 鄭源錦，〈臺灣海報發展的歷程與展望〉，《臺灣現代海報精選》，第12頁，藝風堂，民國81年。
- 註五 林馨聳曾在《設計界》第18期，王行恭曾在《藝術家》發表相關報導。
- 註六 莊伯和，〈美術家專輯(-)：顏水龍〉，《雄獅美術》，第97期，第17頁，民國68年3月。
- 註七 涂瑛娥，《蘭嶼·裝飾·顏水龍》，第50頁，雄獅圖書公司，民國82年。
- 註八 周姚萍，《臺灣歷史故事⑤—日本統治時代》，第104~112頁，聯經出版社，民國85年。
- 註九 彭漫，〈台灣廣告設計三十年〉，《雄獅美術雜誌》，第113期，第72~77頁，民國69年7月。
- 註十 同註四。
- 註十一 蔡進興，《臺灣海報四十年之發展》（學期研究報告），第3頁，未出版，民國83年。

