

海洋生態保護之視覺海報創作

Visual Poster Creation for Marine Ecological Protection

李淑珠

Su-Chu Li

明志科技大學視覺傳達設計系副教授

王詠文

Yong-Wen Wang

明志科技大學視覺傳達設計系碩士班

摘要

隨著人類物質生活日益富裕便利，各種環境生態破壞愈發嚴重，首當其衝的即是孕育生命的發源地--海洋。本創作研究的目的是在於宣傳及提高人們的環保意識，因此就海洋生態議題，以「全球魚種面臨過度捕撈」、「塑膠造成海龜墳場」、「海獅的威脅--軟骨藻酸」及「鯊魚的消失--漚流效應」等四個海洋生態危機的媒體報導內容為主題，分別進行「吊魚」、「龜零」、「海屍」及「鯊人」等中文雙關語標題的四款海報設計創作。創作技法採用電腦繪圖，在創作之前，除了相關文獻的閱讀與探討之外，亦精選十幅國際海報設計競賽之入選作品予以詳加分析，作為本創作研究之海報創作上的參考。

關鍵字：海洋生態、環保意識、海報設計、雙關語

ABSTRACT

With the increasing prosperity and convenience of human material life, all kinds of environmental ecological damage is becoming more and more serious, the first is the origin of life - the ocean. The purpose of this creative study is to promote and raise people's awareness of environmental protection, so on the topic of marine ecology, this creative study was based on media coverage of four marine ecological crises, namely, "Global fish species are facing overfishing", "Plastics cause turtle cemeteries", "Sea lions threat - Domoic acid" and "Shark disappearance - cascade effect", respectively, through the design of four posters with the Chinese pun title of "Hanging Fish", "Turtle Zero", "Sea Carcasses" and "Shark Man". The creative method uses computer graphics, in addition to reading and discussing the relevant literature, but also selected ten international poster design competition selected works for detailed analysis, as a reference in the creation of posters for this creative study.

Keywords: marine ecology, environmental awareness, poster design, pun

一、緒論

隨著世界各地災難的頻傳，近年來環保議題與生態保育觀念都日益高漲，而我們所生活的地球上，有 97% 都是海水，然而，人類為了滿足自己的需求，完全不顧及海洋生態，導致對廣袤海洋造成的損傷，日益嚴重，這些損傷其實都跟我們每一個人密切相關，若再不提高與加強大家對於現在海洋生態的認知跟意識，後果實在堪憂。

作為視覺傳達設計工作者，在此想貢獻所學，藉由海報創作的手法喚醒人類的警惕心，表達生態環境危害來自人類的隱憂，讓人們意識到海洋生態正逐漸消失，反思其所做所為對海洋所造成的影響。之所以選擇海報，是因為現今的社會中，大部分的訊息都是透過視覺的形式呈現，而海報是出現較早的媒體之一，也是最常用來傳遞訊息的媒介。海報通常張貼在容易和大眾接觸及易引起大眾注意的公共場所，並且在遠看與動看間，只有數秒的短暫時間能讓觀眾留下深刻印象，強而有力的視覺表現能夠產生文字所做不到的震撼力。

二、視覺傳達設計與海報

視覺傳達設計（Visual Communication Design）是透過可視形式以傳達某種事物為目的的主動行為。根據林俊良（2004）「視覺傳達設計」一詞所涵蓋的領域層面非常廣大，包涵：廣告、包裝、書籍、文字造形等為大宗。視覺傳達主要或部份仰賴於視覺且以二度空間的影像呈現，包括：標示、字型編排、繪畫、平面設計、插畫、顏色、及電子設備等，它同時發現一個訊息一個影像伴隨著文字對於傳達、教導、說服觀眾而言具有更大的影響力。視覺傳達是屬於非言語的傳達的一種，非言語的傳達適合於主觀性的情緒表現與傳達，其表現的方法有以肢體來表現或傳達的，如姿勢動作，有以圖畫語言表現的，如記號、圖畫等，有以物體語言表現的，如服裝、廣告塔等。其

中「圖畫語言」運用得十分廣泛，在我們文化、生活、技術中扮演重大的角色，如標誌、繪畫文字、圖表等都包含其中。

視覺傳達設計的範疇，包含海報、標誌、宣傳單、產品包裝、書刊設計，乃至於各類影像等。從時代的演進中，印刷術的發明是促進視覺傳達設計發展的主要動力，而照相與製版技術的進步則是推動視覺傳達設計的一大助力，等到電影、電視與電腦的興起，又使視覺傳達設計更進一步產生了變化。

視覺傳達設計的方法，可以透過思考性與視覺化的過程來完成，思考性的過程是把的各種條件融入設計思考中，而擬出設計的概念；視覺化過程則是將設定好的概念，經由圖像或文字轉換成視覺性圖像造形的程序，如字體、圖案、版面編排、圖表等都是視覺造形的具體表現，也正是視覺傳達設計具體的表徵。

本創作研究主題之「海報」——poster，語源 post（柱子），意即「貼在柱子上的東西」；而海報一詞，就字義上應具「海是四海，報是通報，即含有向四面八方揭示傳達」之意（何耀宗，1980）——係視覺傳達設計中最常見的設計形式之一。藉由文字、圖像、色彩之平面編排，並透過印刷或圖像輸出的方式來張貼，達到廣告宣傳效果的廣告方式。

袁曼麗（1993）將海報分為商業海報、文化海報、社會性及教育性海報、藝術性海報等四大類，林俊良（2004）則提出三大類如下：

- (1) 商業海報：主要是指以商業性目的為主題，以促銷商品、滿足消費者需要等內容為題材，例如：產品宣傳、品牌形象宣傳、企業形象宣傳或產品信息等。
- (2) 教化或藝能海報：主要是指以音樂、美術、電影、戲劇、體育、設計為主題的海報，其中又以戲劇、音樂、活動表演的海報為最大宗，此類海報又統稱為「藝文海報」。
- (3) 公益海報：非盈利性的，以環境保護、

社會福利、衛生宣傳、保護兒童、反戰等社會議題為宗旨。

林俊良之「公益海報」應即袁曼麗之「社會性及教育性海報」，本創作研究之海報創作即屬此類。蔡進興（2014）曾例舉「海報史」（瑞士「ABC」出版社）的詮釋：

海報是將訊息大量傳給大眾的印刷媒體，他就如氣壓計般將每一時期的政治、經濟、文化藝術活動做一及時的反應，是人類知識與行為的一面鏡子……

以社會議題為主題、具教育性的公益海報，誠然是敦促人類檢視自我行為的「鏡子」，而這正是本創作研究海報之終極創作目的。

三、海報設計構成要素

一幅具有影響力並能產生共鳴的海報，不單只是考量海報所欲傳遞的目的，更重要的是在短時間內能夠吸引觀者並使之產生興趣，進而閱讀海報內容，產生某種意念或採取行動。

袁曼麗（1993）提出海報設計元素通常是以外在造型的設計角度來探討，如字體的運用、圖與文之配合、攝影的表現、插畫的表現、圖案的表現、色彩的運用等。此外，海報設計必然會運用到美的形式原理，例如律動、統一、對稱、平衡等、文字排版原則、插圖的視覺效果，例如手繪插畫、攝影、電腦繪圖等、以及版面編排等等。

以上的敘述，說明視覺圖面表現對於海報傳達的重要性。至於海報設計的構成要素，根據林品章（1986），可將其分成文字、插圖、色彩等三個面向來探討：

(1) 文字：海報主要是透過文字敘述作為傳達之訊息，並巧妙的運用插圖作為輔助，也必須考慮到文字間的賓主之分。「主標」的文字與海報主題具有直接的關聯性，因

考量文字大小與字數，盡量簡明扼要，「內文」文字也應直接且簡單，避免過於冗長且曖昧的文字表達。

(2) 插圖：乃海報達成「視覺語言」任務的總稱，其形式包括繪畫、圖案、插畫、攝影、漫畫、圖表，以及抽象造形、記號等表現，為海報構成要素中極為重要的元素，是引起引起視線注目的重要因素，能在我們腦中留下印象的海報，大多可歸功於表現突出的插圖。

(3) 色彩：目的在於引人注目，冷暖色調、明暗色調等安排，都是透過醒目的配色設計，刺激大眾們的視覺感官。色彩所引起的心理問題也是海報配色上需思考的項目，如何搭配色彩，使畫面呈現符合主題訴求，乃海報設計的重中之重。

四、海報的發表方式、表現技法與編排

如同前述，海報是一種平面形式的宣傳媒體，藉由圖形、符號、文字、色彩之平面構成，通常透過紙本印刷或大圖輸出，以張貼的方式對外發表，缺點是張貼常具有時效性，例如特價活動海報，除了張貼與撤除需人力且有環境觀瞻問題外，張貼於戶外的海報，也有因日曬雨淋，褪色或毀損等影響海報效果之虞。近年來，隨者網路發展迅速，除了以往的印刷張貼方式，海報發表有了新的形式與空間，刊載於網頁中的海報從此化身「永恆」：永不褪色、永遠存在（即便被刪除），觀者更遍及全球。

至於其表現技法，如透過字體（Typography）、插圖（Illustration）、攝影（Photography）、圖案（Graphic）、電腦繪圖（Computer Graphic）等，不勝枚舉。然而，如何才能成功創造一幅有影響力的海報？林珮淳（1993）曾主張海報編排的重要性，指出編排時需掌握「簡潔性」、「訴求重點的顯著度」、「視覺途徑的順暢性」、「視覺的衝擊力」等四點原則，並具體說明表現手法如下：

(1) 留白運用：

一般來說適當的留白使畫面感覺到舒暢，並且達到聚焦的效果，但不當的留白反而會造成畫面鬆散空洞。

(2) 視覺導向：

觀看海報時，視覺動線會與平日閱讀習慣相符，如何順暢的瀏覽，如何編排才不會導致訊息混亂不清，可藉由造型上的輔助，即視覺動線的安排，增加閱讀的舒適感。

(3) 對比手法：

利用字體、造型大小對比、色彩明暗對比及質感排列位置對比等等手法，越是獨特的編排，越能引人注目，對觀者的記憶力與理解力均有助益。

五、環保議題

環境保護簡稱環保，是在個人、組織或政府層面，為大自然和人類福祉而保護自然環境的行為。自人類文明與工業革命以降，大自然遭到破壞，很多環境問題於焉產生，殃及許多物種，直到近年才開始誕生了所謂的環保意識，期望維持人與自然間和諧的共存（劉倩如，2012）。尤其是工業發展導致環境污染以及損害生態環境等等，已經達到無法挽回的地步，觸發了工業化國家開始重視環保議題，繼而利用法律法規，著手制約和處理污染問題，並透過各種宣傳引起社會各界注意污染對環境的深遠影響，藉以提高人民的環保意識。

根據英國新聞頻道 Sky News 報導指出，全球每年大約產生 3 億噸的塑膠垃圾；其中只有 12% 被回收。而全世界每年海洋平均多出約 1,270 萬噸的塑膠垃圾（謝承翰，2019），換算這個驚人的數字，等於每分鐘都有一輛卡車的塑膠垃圾被倒入大海。如此多的垃圾，無怪乎會對海洋生物帶來嚴重的危害。以臺灣為例，環保署目前已經針對海灘上最常見的廢棄物—吸管、塑膠袋、免洗餐具與手搖杯等進行回收調查。其實，生物具有分解塑膠的能力，但

需要在特定的環境與條件中才能妥善分解，以臺灣現有的回收體制和設施，並無法保證百分之百回收，若不能保證回收，吸管等塑膠製品仍會流到海洋，成為海廢或塑膠微粒，傷害海洋生物。

六、海報作品分析

自環保意識崛起，國內外相關主題之海報設計競賽便如雨後春筍般爭相舉辦，且年復一年，不減反增。

本創作研究收集例如向來以自然生態與人類共存議題聞名的國際設計競賽

「Biophilia Poster Competition」等歷年來各國國際設計競賽之入選海報，採立意抽樣法

（purposive sampling）精選主題與聯合國

「全球永續發展目標」（SDGs）相關之彩色與黑白作品各五件，分別分析其表現手法及優缺點並製表如下，以為創作之參考。

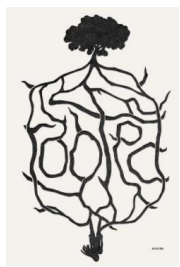

海報 1&2		
海報 名稱	BABY	The importance of rainforest
作者	Bahram Gharavi Manjili	Aguila Cortes Israel Alberto
設計 手法	以圖地反轉手法，把一圈圈的年輪化為臍帶，最終連結著胎兒，點出了主題「BIOPHILIA」，即生命與大自然的聯繫。	將肋骨與樹葉構合成，再置一鸚鵡和蟒蛇，「BiOPhiLiA」的標題重複三次，分別於上、中、下，如煙霧般排列。
入選	2020	2020



年份		
訴求或意涵	胎兒位於樹幹中心，宛如子宮，象徵人類靠大自然滋養，而宛如臍帶的一圈圈年輪，更象徵著人類永遠在大自然的庇蔭之下成長。	像是肋骨的樹葉保護著需要呼吸的小鳥，如同肺需要肋骨的保護一樣，當人類正在破壞大自然環境時，相對的也在對動物們趕盡殺絕。
優缺點	優點：樹幹的剖面圖呈現效果佳。 缺點：背景色彩似乎過於灰暗。	優點：主題一目了然。 缺點：標題重複次數與排列方式或許意有所指，但晦澀不明。

海報 1&2		
海報名稱	The Voice Of Life -- FREE	CHILD LABOR
作者	陳俞如	陳嘉萱
設計手法	以英文「freE」的大小寫字型拼湊出大象形體，四周圍繞手寫文字「FREE」及「!! PLEASE LISTEN TO MY VOICE」。	將裁縫機圖案化，繞線桿化為孩童形狀，身體遭白線纏繞，白線在布上繡出「CHILD LABOR MEANS NO HOME AND FUTURE FOR CHILDREN.」之文案。
入選	2018	2016


年份		
訴求或意涵	從「f」的象鼻蹦出「FREE」，似是表達動物們心中的吶喊：給我自由！	以一種黑色幽默的方式呈現，遭白線纏繞的身體，點出童工的困境！
優缺點	優點：簡單明瞭、色彩鮮明，有童繪之趣。 缺點：滿版的構圖及手繪效果，似乎略嫌粗糙。	優點：配色採用簡單明瞭的紅色與黑色，具警示效果。 缺點：黑色孩童的圖像，恐引發人種爭議。

海報 5	
海報名稱	Don't Waste Food
作者	林美秀
設計手法	以黑色塑膠袋包覆魚身的圖像攝影。
入選年份	2015
訴求或意涵	利用黑色塑膠袋包覆魚身，但露出魚尾，表達食物因遭到浪費而腐敗的現象。
優缺點	優點：黑色=腐敗，主題訴求明快。塑膠（垃圾）袋暗示「丟棄」，符合「浪費」題意。 缺點：若無醒目的魚尾，魚身的形狀過於曖昧，難以立即分辨。

海報 6&7		
海報 名稱	ROOTED	HEARTBEAT
作者	Anna Barthos	Scott Laserow
設計 手法	將文字化為樹根，連結上（大樹）下（女人）的圖案。	以插畫表現酷似葉片的心臟以及其幻化為白熊、海豚、蟒蛇、蝴蝶等動植物的上半部。
入選 年份	2020	2020
訴求 或意 涵	畫面上方的大樹樹根幻化為「rooted」的英文字，再連結到畫面下方的人腳，點出人與自然之間的聯繫。	此海報傳達生物都有一顆共同的心臟，即大自然。向畫面右上方展翅高飛的白鴿，更意味著共存共榮。
優缺 點	優點：巧妙地利用樹根傳達人類與自然的主題以及訴求。 缺點：雖然女性有「大地之母」之喻，但恐引發性別爭議。	優點：寫實筆法與黑白配色之呈現，具有張力。 缺點：畫面表現較不容易聯想到與環境議題有關。

海報 8&9		
海報 名稱	Ring !	Depression
作者	伍昭儀	何思蓉
設計 手法	圖像合成。畫面右下角配置標題及文案「More than 90 countries in the world are under the crisis of political eavesdropping.」	以黑白圖地反轉的效果，表現一個坐在懸崖邊的人（黑）及一個憂鬱地坐著的人（白）。畫面右下方配置有「Help!」的文字。
入選 年份	2014	2016
訴求 或意 涵	電話話筒分上下兩端，上端為「聽」、下端為「說」，「聽」的部分有兩個，暗示「監聽」正在進行。	黑白兩人、一大一小，但應是同一人，意在表現其內心的絕望或掙扎，即海報主題之憂鬱症。
優缺 點	優點：監聽的表現，簡潔易懂。 缺點：上端的兩個話筒距離，似乎可以再拉開一些。	優點：小字的「Help!」除了表現人物內心的求救訊號，也可視之為海平面甚至船隻的意象。 缺點：以懸崖表現憂鬱症的適當性似有討論的空

		間。
--	--	----

海報 10	
海報 名稱	An Elapsed Childhood: The Chocolate Kids
作者	劉子豪
設計 手法	運用攝影手法表現白色兒童（樂高玩偶）造型巧克力的牽絲＝融化效果。並以白巧克力書寫「Labor kids」的標題及「Childhood never comes back.」的文案。
入選 年份	2017
訴求 或意 涵	以巧克力融化手法形容快樂童年的消逝不再，彰顯許多非洲、印度的兒童，因為貧窮或被迫成為血汗童工生產白巧克力的童工議題，需要受到正視與關心。
優缺 點	優點：使用童玩的樂高與黑白配色，既契合以兒童為主角的題意，亦突顯此類議題之重大與嚴肅性。 缺點：兒童造型似不明顯。

單純的無知使然，問題在於貪圖方便的自私自利，例如隨手關燈不難，難就難在一個人沒想那麼多，當全世界的人都沒想那麼多的時候，無知已經不適合套用在知識爆炸的現代社會。就好比吃魚翅，其營養其實可從牛奶和雞蛋中攝取，但華人的習俗讓魚翅超越同樣的營養考量，而成為顯示社會地位或個人價值的高檔食材。又例如海獅和海龜逐漸減少的原因在於海洋生態至今以來所造成的破壞，導致海獅或海龜誤食遭垃圾污染的食物而死亡。

為提高人們對海洋生態的重視，本創作研究將選擇以下環保議題作為海報創作之主題：

A.全球魚種面臨過度捕撈

海洋占據地球 70%之面積，資源也應有盡有，然而，今天我們的海洋正面臨著資源枯竭與嚴重的生態危機。近數十年來，全球遠洋漁業技術迅速發展，缺乏妥善的全球海洋公約保護海洋環境，導致了海洋資源枯竭，甚至各種「非法、未報告、未規範」漁撈以及虐待漁工等人權問題現象的產生，據統計全球有將近 90%的魚種逼近或是已低於可持續生存的數量門檻，其中更有超過 30%魚種種群已經無法持續生存。

B.塑膠造成海龜墳場

海龜吃到人為垃圾，大部分可能會擱淺、生病死掉，大家以為把垃圾丟到垃圾桶就沒事，其實只是另一個起點。許多海洋生物正逐漸被人類所製造的廢棄物威脅生命，一個小塑膠袋，就可能造成一隻瀕臨絕種的海龜死亡，海龜沒有牙齒和舌頭，加上視力不好，沒辦法判斷漂流物是否可吃，任何東西就是吞到肚子讓胃去解決，一旦垃圾排不出去就會塞在胃裡累積，導致海龜飢餓衰弱死亡。

C.海獅的威脅--軟骨藻酸

海獅主要以底棲魚類為食，但近年來氣候

七、本創作研究之海報創作與內容

7-1 創作主題

有鑑於人類帶來的環境傷害已經不再是

變暖和人類過度捕魚破壞了它們的食物生態，海獅們的食物變得匱乏，導致它們填不飽肚子，除了氣候變化和人類的過度捕魚，海獅們還面臨著另外的威脅——軟骨藻酸中毒，當化學品和其他的污染品被排放進海洋裡，會促使矽藻大量釋放軟骨藻酸（Domoic acid, DA）這種有毒物質，魚類就會被污染，吃下被污染的魚後海獅們就會中毒，中毒後的海獅身體會遭到嚴重損害，毒素進入到它們的血液，導致它們出現痙攣、抽搐、心臟病甚至死亡……

D. 鯊魚的消失--渦流效應

在華人文化中，魚翅不但是一種象徵身份地位的高級料理，亦是一種高貴藥材，因此許多人隨著財富的累積，對魚翅的需求也不斷增加，魚翅還一度成為各種宴席上的常見食材。然而，人們在享受著魚翅的時候，焉知這一片片的魚翅背後是多少鯊魚付出了血和生命的代價。鯊魚是海洋食物鏈頂端的掠食者，對於維持海洋生態平衡有著相當大的重要性，因為透過所謂的「渦流效應」（cascade effect），鯊魚的消失將導致食物鏈中其它層級的生物數量也產生改變，最終破壞生態系統平衡。

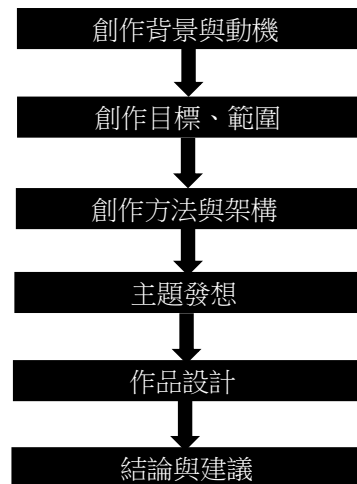
以上四個主題擬採用「雙關語」作為創作訴求，因雙關語具有簡潔凝練或風趣幽默或新穎別致等修辭效果，可達到畫龍點睛的效果，增強訊息傳達的重點，亦可提高設計的趣味性。林婉雯（2006）更指出「雙關語應用於廣告設計時，標題之文的表現與圖的表現一致時，可提高傳達效果」，因此，本創作研究之海報創作將追求「圖文一致」的效果。

7-2 表現手法

本創作研究之海報創作手法，除了參考上述林珮淳（1993）所提出的三種表現手法（留白、視覺、對比）以及國際設計競賽入選作品的表現及優缺點分析之外，在色彩計畫方面，將採用「黑白」色調，以強調上述主題之重大

與嚴肅性。

7-3 創作流程與架構



7-4 創作草圖

(1) 作品一「吊魚」。



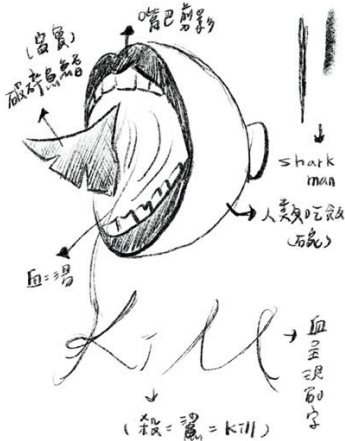
(2) 作品二「龜零」。



(3) 作品三「海屍」。



(4) 作品四「鯊人」。



7-5 創作呈現與理念

作品一

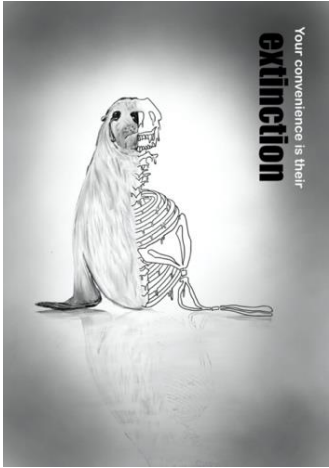
海報名稱	吊魚
海報設計	
創作技法	電腦繪圖
設計理念	人類的汙濫捕魚，已經威脅到魚類的生存。為表現此概念，本海報應用魚鉤的釣魚方式，表現「魚被迫上吊」的驚悚畫面，魚身上的指紋象徵人類惡行，並以流出的血呈現標題的「吊魚」二字。
圖像符碼	魚、指紋、魚鉤

作品二


海報名稱	龜零
海報設計	

創作技法	電腦繪圖、手繪
設計理念	引用新聞報導上常見的吸管插入海龜鼻子的震撼畫面，藉以強調吸管造成海龜的消失。海龜的上半部以地球表現，象徵牠該有的海洋生態，卻遭人類把吸管插入，導致破洞產生=生態遭到破壞。
圖像符碼	海龜、地球、吸管

作品三

海報名稱	海屍
海報設計	
創作技法	電腦繪圖、文字排版
設計理念	海獅主要的食物是海底的魚類，但因人類的亂丟垃圾導致海底藻類散發出的有毒藻酸致使魚類驟減，所以設計一頭海獅的形象：左半部正在流淚，右半部表現因食物匱乏而只剩屍骨。在其倒影中「海屍」二字隱約可辨。
圖像符碼	海獅、骨頭

作品四

海報名稱	鯊人
海報設計	
創作技法	電腦繪圖
設計理念	魚翅取自鯊魚鰭，因價格高昂，漁業者常會殘忍的割下2%的魚鰭，將98%的魚身丟棄，不僅造成食材浪費，也導致「瀉流效應」破壞生態平衡。本海報將人嘴與碗結合，強調吃的殘忍，並從口中的傷痕累累的魚鰭流下來的湯水呈現「kill」字句。
圖像符碼	鯊魚鰭、碗、人類嘴巴

八、結論

在各種環保議題中，本創作研究特別關注較少人問津的海洋生物，以視覺圖像化與寫實繪圖技法創作以魚類、海龜、海獅、鯊魚為對象的四款海報，標題使用「吊魚」、「龜零」、「海屍」、「鯊人」等中文雙關語，並參考前述入選海報「ROOTED」的手法，盡可能將之化為設計元素呈現。除了較為震撼的圖像表現之外，配色上亦採取海報設計中較不常見的黑白色調，顯示主題性質的深刻程

度，以期促使觀者正視海洋生物的困境，進而思考人類、環境與海洋之間如何才能共生共榮，如何才能維護海洋生態，不致於因人類而面臨浩劫。

此外，為了能有公開發表的機會，以實現宣傳與提高環保意識之研究初衷，本創作研究之海報創作皆已報名參加 LAHTI POSTER TRIENNIAL2021

（作品二）以及第 13 屆日本富山國際海報三年展（其餘三張作品）等國際海報設計競賽。

九、參考文獻

- 何耀宗(1980)。平面廣告設計。台北：雄獅圖書。
- 林品章(1986)。商業設計。台北：藝術家。
- 林珮淳(1993)。海報設計概論。台北：台北市立美術館。
- 袁曼麗(1993)。海報設計概述。淺說海報設計。台北：台北市立美術館。
- 紀淵宇(1999)。雙關語是創意？包袱？是國際廣告獎的門檻？。動腦。第 277 輯。
- 蘇宗雄(2003)。海報的藝術與機能性。台北：文化大學出版部。
- 林俊良(2004)。視覺傳達設計概說。台北：義風堂出版社。
- 鄔佳玲(2004)。雙關語應用於平面廣告之研究—以 1989-2003 年之遠見雜誌為例。輔仁大學應用美術研究所碩士論文。
- 林志煒(2005)。平面廣告圖像符號之隱喻性多空間模式探討與應用。崑山科技大學視覺傳達設計研究所碩士論文。
- 林婉雯(2006)。「雙關語」應用於廣告設計之效果研究。國立台灣藝術大學視覺傳達設計學系碩士論文。
- 鄭司維(2008)。表演藝術海報的視覺張力表現。國立台灣師範大學設計研究所碩士論文。
- 趙飛帆(2009)。符號學應用於平面廣告創意與視覺風格之影響--以泰國、日本、台灣為例。國立台灣師範大學設計研究所碩士論文。
- 蔡奇睿(2010)。環保海報的符號分析與隱喻性研究。《藝術研究學報》，第 3 卷 第 1 期，pp.61-89。
- 郭皓安(2011)。福田繁雄公益海報表現手法與象徵性研究。台南應用科技大學應用設計研究所碩士論文。
- 劉倩如(2012)。以杜威的經驗自然主義探討視覺設計創作及其意義--以「地球暖化」環保議題海報為例。東方設計學院文化創意設計研究所碩士學位論文。
- 楊朝明、周郁軒(2013)。不同認知需求層級與雙關修辭品質對於平面廣告記憶的影響。設計學報。第 18 卷第 1 期。
- 蔡進興(2014)。文化海報設計的圖像表現層次探討。
<https://jansontsai.weebly.com/259912127028023225773537335336303402229420687349202969423652274252550635342>。2021 年 2 月 26 日瀏覽。
- 朱信賢(2018)。敘事性圖像應用於海報設計之研究-以國軍人才招聘海報創作為例。景文科技大學視覺傳達設計系數位文創設計碩士班論文。
- 謝承翰(2019)。塑料回收再生現況(上)。
<https://www.materialsnet.com.tw/DocView.aspx?id=40306#>。2021 年 2 月 26 日瀏覽。

20. Biophilia Poster Competition 。
<https://biophilial.com/finalists/> 。 2021
年 2 月 26 日瀏覽。
21. 聯合國「全球永續發展目標」
(sustainable development goals) 。
<https://www.igroup.com.tw/sdgs> 。
2021 年 2 月 26 日瀏覽。