

雲林斗六太平老街店面招牌的訊息、詮釋與規劃之研究

郭漢鎧¹ 蘇玫碩^{2*} 陳奎任³

¹國立虎尾科技大學休閒遊憩系 副教授

²國立雲林科技大學應用外語系 講師

³國立虎尾科技大學休閒遊憩所 碩士生

摘要

分析相關屬性之不同招牌的設計，進一步了解招牌空間配置的使用形式與類型，並萃取可以詮釋斗六太平老街店面招牌語言的元素及符號，提供設計與規劃老街新對稱認知招牌的創作源，以這樣方式建構之基礎下，產生不只是很普通的建築附加物而已，也可以是很富有老街地理生命的藝術物，同時也是時代景觀延續所孕育發展而成具創意的公共藝術。再者，從研究中發現太平老街經過一系列的時間與環境的衝擊及演化，每個時期的招牌都各具其特色與代表的圖像空間。現今太平老街又經過城鄉風貌改造，雖然回復原有老街的風貌，但對於招牌成列與空間展示的策略或多或少缺少原創歷史的脈絡與傳承；簡言之，其呈現的符號不易產生永續的詮釋語言，本研究將重點於店面空間及其附加的招牌，透過電腦軟體 autocad2008 及 3dmax 模擬的手法繪出新的太平老街招牌景觀，以簡潔符號局部詮釋重現太平老街生命的風采。

關鍵詞:招牌、老街店面、公共藝術、招牌景觀、歷史的脈絡與傳承。

* 聯繫作者：國立雲林科技大學應用外語系，雲林縣斗六市大學路 3 段 123 號。

Tel: +886-5-631-5895

Fax: +886-5-631-5887

E-mail: sums@yuntech.edu.tw



壹、前言

台灣發展觀光已至瓶頸及休閒遊憩永續經營的需求，為了解決這樣的窘境，以及如何才能達到新契機而創造永續產業的新生命，必要溯及藝術認知層次原因的根源〔1〕，首要強調環境倫理的藝術〔2〕與經濟概念為基礎〔3〕，紮實的發展才能建構協調的外在景觀與潛在不息的滾動力。由此，對於台灣文化景觀(Cultural Landscapes)街區的發展元素，最重要從老街整體規劃，進行保護、復原與改造的工作，這一方不單是達成保存文化景觀影像的資產，而是確切延續台灣文化的精魂，也是相輔相成，同時也對觀光休憩產業提供成功永續經營的不二法門。

上述亦提供進行雲林太平老街不同層次及實質特徵之文藝復興而演生與永續發展的重要依據，其實就是訴說一個不息的故事，其潛在的動力必是來自了解自身歷史的演進過程、多元的脈絡與根源，如此才能成就延續不絕的發育與成長；發掘雲林斗六太平老街，先從環境及符號之互動而獲悉點滴太平老街的心路與其得以生存的元素：老街在於清朝開始就已經是主要的商圈，那邊在不同年代時有著許多各式各樣店面空間的變化，由過去歷史照片及紀錄慢慢去發覺店面空間的招牌在街道中發展過程也隨著時空演進詮釋社會文化的意識脈動〔4,5〕與人文的藝術角色；再從建築面向的觀察，自清朝開始的南北貨大街到日治時期發展出巴洛克建築風格，接續到國民政府來台，戒嚴時期及解嚴時期，歷經多種時期，所呈現出的街區招牌景觀，各有特色及相異之處，現今，招牌在文字、用色、字體、排版、材質上面更是隨科技的創新而有新式開放的使用手法，這都是商業化驅使附加功能之招牌能達到最佳的效益〔6〕，近年來政府推動的城鄉風貌發展規劃，推動進行老街改造之事項，招牌產生了一系列的意像變化與演變的研究〔7,8,9〕。所以店面空間與招牌互動演變其實透露

老街個體在環境下發展生命力的詮釋，也靠訴著太平老街於不同時空下的生存與不息之道。

另一面向，關於標誌物對不同時期之街道景觀的影響，可以發現其中個體空間配置的影像中是以招牌影響街道景觀最為明顯與可詮釋重要的節點所在；從現今都市景觀中呈現高密度的商業發展及開發下，招牌林立是我們現存都市中最獨特的景觀、傳媒與商業價值，雖是妨礙市容最主要的因素之一〔10〕，然也是多元文化的展現，避免失去招牌傳承的生動力，唯有透過完善規劃、意識的綻放與適當的整合，才能達到招牌廣告及藝術文化傳播的最大永續效益。再者，過去時空建築藝術的剖析，在民國86年前，太平老街歷史建築上充斥著各式混雜不協調的商店招牌，遮蓋了老街原有的建築，完全失去了歷史街屋可能有的文化風貌，於是當時政府推動了「太平路歷史街區新風貌計畫」，至民國89年完工後，原來遮住美麗建築繡面的大招牌被拆除，以制式化的小招牌統一街道，秀出了原來壯麗的古典建築風貌，這又使太平老街被開啓了另一種新人工制化下店面建築空間的風貌。

再由回顧太平路街景風貌演變的過程，發現老街歷史隨時轉變，過去由傳統商家組成的街屋，由於戶戶的「亭仔腳」緊緊相連，而且每戶的面寬窄、進深長，讓人很容易感覺到昔日商業氣氛之濃厚。像這樣的街屋，在台灣除了斗六太平路外，北部的大溪、淡水、迪化街、萬華、三峽、宜蘭頭城、新竹湖口及中部的鹿港、南部的新化、旗山等地都有此種形式的老街。在許多現代人的價值觀中「舊」常是「新」的對立，是現代化的最大包袱，所以我們可以看到過去曾經繁華風光的歷史建築或商業老街，隨著工業化的腳步而一棟棟地被拆，然而，拆除了老街拓寬了馬路，地方是否因此而進步？如否，則讓老街得以新生，藉其原本累積的文化價值與重新開發的經濟效益所帶來的商機是否可能更甚前者？斗六自清朝以來一直是雲林地區的行政



中心及工商重鎮，而太平路在清朝時期被稱為「大街」，除了位居南北鄉村的聯絡要道外，斗六重要的商業機能大多分布於太平路上，而俗諺「街頭媽祖間、街尾觀音亭」分別說明了民間的重要信仰媽祖（受天宮）及觀世音（永福寺），分別座落在太平路的兩端，也象徵了太平路昔日的重要性，一九四〇年富田芳郎調查的斗六商店街鋪分佈則明白地顯示了太平路的繁盛商業機能。許多老一輩的斗六人都知道太平路輝煌的歷史，而且在許多人的心目中能住在太平路上的屋主，都是經濟基礎非常好的有錢人家，以前雲林地區重要的雜貨中盤商、銀樓、診所、布莊、西服店多集聚在太平路上，隨著時代的變遷，太平路的雜貨中盤商僅剩一家，布莊已不復見，但銀樓及診所仍是太平路上重要的行業，其他取而代之的是服飾店、眼鏡行及童裝店等〔11〕。關於建築型制空間的呈現，太平路的街屋與台灣其他地區的街屋最大的差別在於，諸如大溪老街、新化老街及旗山老街等的建造時期及建築特色都是同一時期建造的同式風格建築，僅有太平老街分屬三個時期建造，因此前、中、後段呈現了不同風格的建築特色，分別為仿巴洛克型制及現代主義型制，不僅反映了時代的價值觀更為台灣的建築史留下了見證。談及老街的文化，太平路還未成爲一個新興話題以前，除了老一輩的人知道它的輝煌歷史外，大多數人從太平路走過，並不會對它多看一眼，即使對它多看兩眼，也看不出什麼名堂，甚至還有人說太平路上傳統建築的女兒牆，看起來就像是一塊塊的墓碑，既冰冷又僵硬。然而自從太平老街重新裝扮後，知名度隨著辦活動及在媒體的高曝光率而引起了許多人的關注，加上國小鄉土教材必須自編，許多老師開始注意到太平路的發展，其中雲林國小的同學更以斗六太平老街爲主題參加文建會所舉辦的「畫說歷史建築」兒童看圖說故事比賽，而獲得全國第一名。另外文化局推出的文化一日遊更讓太平路成爲必經的景點，因此「文化導覽員」的角色也就應運而生，而太平老街成爲「文

化資產」的概念亦日益突顯。

綜觀上述不同面向的解說，從雲林縣斗六市太平路爲主要的研究個案，以研究者主觀意念來看，經過改造後的太平老街，雖然重現舊有建築風貌，但關於標誌物對街道景觀的影響，其中又以招牌影響街道景觀最爲重要〔10〕，雖然不再是繁亂的招牌，但由於目前太平老街上之店家招牌，在材質、樣式上過於統一，無法顯現出各店家之特色，理想的文化景觀街區所需具備的附加物、招牌設置，應是能兼顧當地生活需求，並減少視覺上的衝突以及不協調感，在太平老街的個案中，老街經過一系列的規劃及改變後，所屬附加物、招牌，仍然有改善進步的空間，因此本研究將探討何種街道附加物、招牌設置形式較爲貼切，並進一步了解廣告招牌是否會對景觀以及人造成影響，透過附加物及招牌對人的影響，進而去感受街道整體意象，同時藉此了解「招牌」於文化景觀街區中所扮演的角色是加分的效果，還是雜亂的代名詞。

基於前述簡扼說明歷史背景與探究動機，本研究以招牌景觀爲意識成像之發揮的實體，探討雲林縣斗六市太平老街道招牌的空間與文化景觀，以單一結點的創作與呈現，解說其可能帶來的影響，所以茲歸納本研究之目的分別如下：一、案例分析及萃取有延展性的元素。二、以萃取元素的面向模擬或提出適合新、舊街道附加物招牌的設計與其意象內涵的詮釋。三、新、舊視覺衝擊的討論，說明招牌於店面與街區空間景觀的影響。

貳、材料與方法

一、研究範圍

本研究以雲林縣斗六市太平路街區作爲研究之對象，如圖 1 太平老街研究範圍圖所示，整個研究範圍包括如下：

(一) 空間範圍

以空間區來區分，斗六太平老街的街頭



是從斗六圓環算起至街尾斗六郵局旁的永福寺為止，本研究將老街全長約 600 公尺的街道，分出數個節點加以探討其景觀附加物、招牌及景觀對人之影響。

(二) 時間範圍

以時間來區別其建築景觀，其建築年代從二十世紀初期橫跨到中期、晚期，甚至於二十一世紀初的建築風格皆有，而且其中數十棟甚至歷經明治末期與大正初期，其歷史建築至少八、九十年以上，本研究則以此段歷史期間所遺留下來之珍貴歷史景觀，做出一系列之研究探討。

1. 研究內容

資料訪查從清朝時期的「大街」、日本時代以及現今之太平路一直為斗六的主要商店街，同時將以太平路之街道路段作文化景觀構成分析，藉由實地勘察及網路上許多老街之案例並分析，分析的項次如招牌空間配置、文字、型式、、、等與招牌相關附加物的綜合比較，以實際所得之情況加以探討老街店面之文化景觀及其附加物的空間協調性，由招牌設計規劃與模擬說明文化景觀之特色。招牌設計模擬的做法如下：

(1) 多種方法呈現出招牌的樣式：a. 徒手繪製理想中適合之招牌形式。b. 以電腦軟體 AUTOCAD2008 建立出徒手繪製之 3D 實體。c. 部份複雜難以呈現之設計將以美工軟體 Illustrator 繪製出理想平面設計。

(2) 街道模擬：以 AUTOCAD2008 模擬出太平路和中華路的交接處 57-85 號之間的 3d 街道模擬，本研究考量此段街道建築物保存較為完整，較容易呈現出設計作品的特色。

(3) 招牌以及街道整體呈現：將以 AUTOCAD2008 模擬出的街道、招牌套用到 3dMAX 加以彩現並且製成動畫形式呈現出招牌原樣以及設計作品。

參、結果

一、相關屬性案例分析與設計元素萃取

台灣有許多老街看起來的模樣都極為相似，主要就是因為大約在 1910 年時日本人執行街道改正計劃，許多城鎮的主要道路都在這個計劃下拓寬，迫使商家重建屋舍，而當時雖然是日本人統治，政治不是那麼自由但經濟穩定，再加上主要街道上有錢人多，大家也就紛紛蓋起了洋樓。台灣老街雖然使用了巴洛克、哥德、希臘、羅馬式等建築語彙，但也加入了台灣匠師的心思創作，整體的表現應該說是「台灣的街屋」，不屬於「巴洛克式」、不屬於「文藝復興式」，這只有在台灣才看得到，別的地方沒有的。本結果裡面對於相關老街招牌的設計意象，列出五個案例分析與探討：案例一為三峽老街，三峽這個充滿人文藝術古鎮。一般人對此的印象就於祖師廟及三峽老街；但就老街的精華而言，三峽的歷史與藝術地位可謂老街之選。三峽，原來三峽、橫溪大漢溪、三溪匯流之地，故舊稱三角湧。而早期三峽因茶、樟腦、木材和煤的產銷而繁榮；但今天的三峽，以保存悠久的古建築及人文文化，成為熱門的旅遊地點，但也由於此特質走在華麗與古樸的老街上，到處散發著懷舊的情懷，引領人們走向心靈與藝術的聖堂，諸此詮釋的符號為山靈水秀。案例二為大溪老街，大溪老街是兩條老街所組成的分別是和平老街以及中山老街；由於和平路自古以來署於商業區域，所以街屋外貌證件自然朝向華麗走向，漢文化圖騰加上歐洲各朝代國度建築特色裝飾的街屋外貌稱為「大溪式建築」十分得體，因為如此大規模有特色的聚落建築體在亞洲絕無僅有。中山路位置處於大溪老城區南方，自清末、日治時期以來都稱為「新南街」，此地區屬性位於高層，立面牌樓格調特別素雅高貴，甚至街屋牌樓直接按照台北總督府南院迴廊格式建造，可見氣勢不凡，其特色賦予的元素線條簡明顏色鮮明。案例三為湖口老街，湖口老街的堀起是因為南北縱貫



的通車和大湖口車站的設立，民國 18 年火車站遷移到新湖口，從此湖口老街的商業榮景也隨著火車聲一起呼嘯而去，但是這條老街建築卻奇蹟似地被當地淳樸的居民驕傲地保存下來，重新以文化、歷史、觀光、教育、休閒的姿態踏上新世紀的舞台，緊密地牽引著整個大窩口地區未來的脈動和願景。湖口老街也於商業發達後逐漸形成，目前所看到的湖口老街建築約建成於 1910 至 1920 年代，由於日治時期流行西洋建築的樣式，所以，這些蓋房子的所師很多都到艋舺(今台北萬華)一帶觀摩，順便學習各種不同的技術，以建造華麗的街屋，因此，我們可以看到西洋建築所用的拱圈、裝飾元素等，這些用泥塑、剪黏所塑造出來的人物、花樣，正代表著當時的文化。由於老街的街道整齊，建築物的立面又具有特色，而成爲著名的商業街道，這些背景內涵浮出前衛及融合的設計元素。案例四爲旗山老街，旗山老街以旗山火車站爲起點，集中在復興街、中山路、華中街一帶，長長的街道維持古樸的面貌。旗山火車站維多利亞式的優雅外貌及哥德式八角斜頂，勾勒出縱橫交錯的立體空間，訴說著昔日旗山製糖業發達的盛況。製糖業爲旗山帶來繁榮經濟，進而興起模仿歐洲巴洛克建築風格的洋樓，整排街屋望過去，相當壯觀，宛如走進露天建築博物館。座落於三角窗地帶的旗山鎮農會，簡單的山牆、洗石子的柱身和磚造走廊，仿巴洛克建築連成一氣，成爲老街獨特的地標，這些是蓬勃發達的意象，顯示融合經濟現況。案例五爲國外創意招牌，採取了幾樣國內的招牌跟老街作比較，國外對於招牌方面較爲講究設計感並且在於裝飾方面都稍加華麗，而有自我商家的獨特性，也是老街目前加強創意的特色，並且有些立體招牌也達到公共藝術的感官，簡單的語言即是實務及簡明線條表達個性。

二、街道模擬及招牌的設計

本研究考量街道建築物保存較爲完整，較容易呈現出設計作品的特色，因此擷取一段老街代表，即圖 2,3 模擬出太平路和中華路的交接處 57-85 號

之間的 3D 街道立體模擬，同時作爲招牌空間配置基礎的背景。再以手繪圖釋招牌的設計，圖 3-1 招牌設計理念爲如耳熟能詳的一首打油詩，「星期一猴子穿新衣，星期二猴子肚子餓，星期三猴子去爬山，星期四猴子看電視，星期五猴子去跳舞，星期六猴子去斗六，星期日猴子擦油漆，星期八猴子吹喇叭，星期九猴子去喝酒，星期十猴子死翹翹。」而在於很多球隊、活動、節慶都會有吉祥物的存在，而運用了這首打油詩來的靈感創造出屬於老街的吉祥物，增添了幾分趣味的色彩，並且讓招牌也活化了起來，而招牌其中的雲朵又代表著地方性(雲林)；因爲斗六古地名是斗六門，而它的東邊群山林立，終年雲煙渺茫所以獲得雲林這稱呼，因此使用了雲朵的元素。圖 3-2 招牌設計理念爲老街上有著數間診所林立，所以對此下了心思運用了懸壺濟世的成語，並參考過許多招牌有些都用了簡單意象去詮釋；便採用了葫蘆的圖示來襯托老街診所招牌。圖 3-3 招牌設計的靈感來自於斗六與嘉義爭取設縣過程中，規則是秤土的重量，而嘉義人在土中加了鹽，並且浸水讓重量提高許多；而斗六人卻拿了純土秤重過程中雖然斗六人輸掉了但是卻贏得老實、純樸的美名。而扁擔在老一輩是一個挑重、搬運的工具，對於雲林農業大鎮也是個不可或缺的工具，富含著有擔當、樸實的設計概念。圖 3-4 此設計則採用材質則採用金屬線條，用複雜的線條裝飾來突顯招牌的美感，引起來客的注意，面板則可讓店家自行設計的招牌，同時除主體結構採用的材質則是古樸的金屬架構之外，其面板則突兀的也可採用 LED 跑馬燈的形式，讓老街的視覺看起來附有現代感又不失老街原有的風格。再者不同的情境時也可運用木類材質頗營造思古幽情，視覺感受是親切與溫暖的，在面板上亦多配合名家書法題字，以厚黑的底字、金色的字體，讓老街完全呈現出最初的老街形象。圖 4 將手繪圖騰轉以電腦美工精緻化，而具時代工藝的價值感。圖 5 爲店面與招牌互配之配置電腦模擬實體。



肆、討論

過去探討店面及招牌互動的許多研究大都集中商業、招牌功能性及街之視覺景觀等〔6,12,13,14,15,16,17,18〕，並無以兩者互動結構分析，說明兩者角色不同規劃空間的變化，這變化詮釋含意之深層意像與其建構的基礎，本核心簡單以設計理念轉為符號語言解說有背景的建構與發展為永續的成長。再者，由研究中發現老街所呈現及被使用的狀態並沒有顯著的情形，比其他老街知名度來說，也顯得比較低落，經整理出的資料而統整出，太平老街的招牌缺乏其獨特性，就本研究招牌意象的改造，則對了老街招牌的意向做了一系列的改造，藉由所設計出的概念招牌則可對於老街所欠缺獨特性方面的招牌意向做了一系列的補強，例如研究中所使用的猴子意象，以斗六及猴子的打油詩關連性，猴子圖樣的招牌來創造出專屬的太平老街特色或是吉祥物，或許可進一步意外的成為老街的主體特色，令人想一探究竟的心態，或許能由此達到觀光人潮的湧入，復甦老街當年的熱鬧場景，太平老街在歷經了 300 多年的時代變遷，不管是受到了大自然的或是人為因素所引起的種種危難，所僅存的建築可說是難得可貴的，而目前老街所面臨的課題是它造街過後永續經營的推行，而本研究中的招牌設計如有辦法為老街注入動力，必定會在引起新的迴響，進一步在提醒著斗六人保留歷史古蹟的功能呼應了研究目的『新、舊之衝擊招牌對街區影響』。以防止老街因時代衝擊而被淹沒甚至消失；希望本研究之設計成果對於太平老街的招牌改造上有所助益並符合店家和居民的需求。

伍、建議

一、招牌規劃後產生之影響

根據對太平路遊客訪談初步調查，獲悉他們對

太平路如果招牌重新以此設計的看法，部分民眾認為太平路重新改造，可能商家幫助不大，因為他們到太平路的目的大多造訪歷史建物的心態而非消費，要恢復商業的生機談時不易，但對於店面景觀轉型以歷史的基礎再建構，大部分的民眾都認為這樣的轉型感到驕傲與期待，因為斗六終於至少有一個特色出現了，當親朋好友來斗六玩時，就可以帶他們去逛逛太平路，順而汲取與沐浴於老街文化的氛圍與景觀環境。雖然如此，每當一問到遊客會不會因為太平老街的改變常會來太平老街，答案持否定的態度，因為太平路的招牌景觀改變了，但店家經營策略及觀念並沒有跟著以此歷史背景而調整成相輔相成的單一有機體，所以往往舉行活動帶來的人潮只是短暫的，激情過後隨即不再留住人的眼光，此建議公部門應是以積極輔導的角色教育店家負有老街歷史的責任與使命，唯有這樣自然才是永續經營的方法。

二、民間團體協助後續經營

以前當太平路在改頭換面後，面臨最大的考驗就是居民對老街的定位與經營理念有很大的歧異性，太平路全長約六百公尺，行政區域橫跨四個里，而且商業型態頗為複雜，其中以服飾業、金飾業、眼鏡業及醫藥業為主要業態，因此當擁有相似型態建築的大溪老街、鶯歌老街，甚至現代化的精明一街在做街區特色規劃時，太平老街即因路段過長及業態複雜而意見分歧，因此造成屋主與各承租戶間因自身利益的考量而難有共識。加上許多房東不住在此地，對於老房子的感情日淡疏於維修，至於承租戶如何改裝也毫不在意；更甚者，有數間因為產權複雜，而閒置荒廢以致於殘破，所以引進其他非在地民間團體無限的奉獻，以大愛的精神幫助由居民組成的「斗六市太平大街發展協會」面臨苦撐大局的窘境，應可克服老街店家彼此間的間隙，共創老街新春天的到來。





圖 1：雲林縣斗六市太平老街研究範圍(陰影部份)

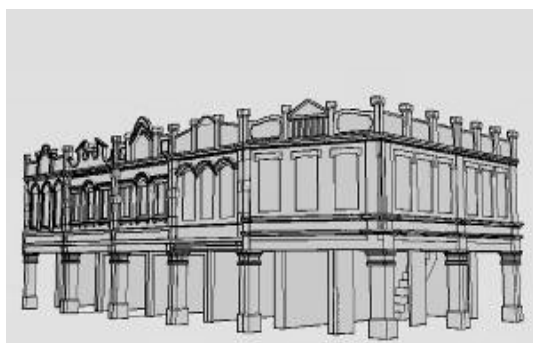


圖 2 太平老街街道遠視 3D 模擬。

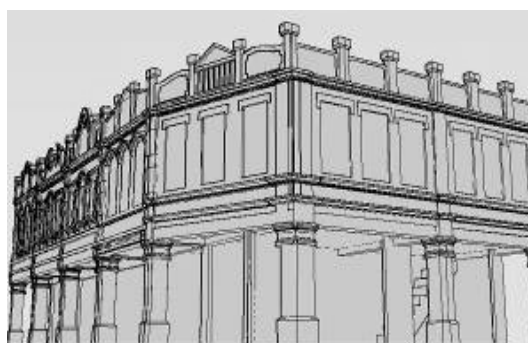
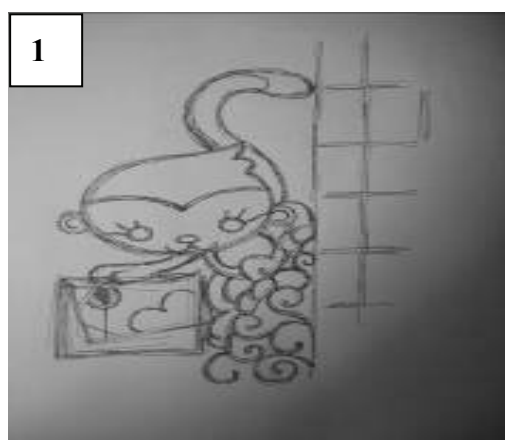
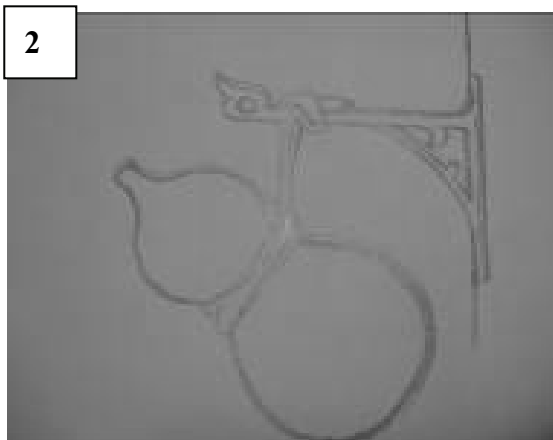


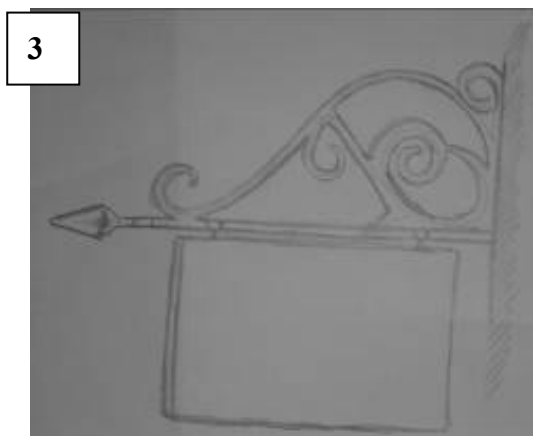
圖 3 太平老街街道近視 3D 模擬。



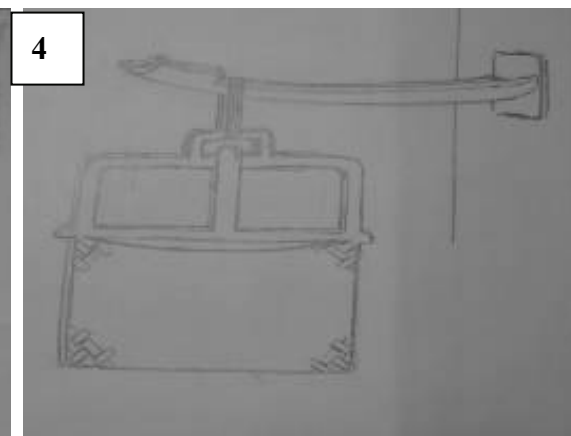
1



2



3



4

圖 3 徒手繪製理想中適合之各式招牌形式。1.雲林彩雲的元素。2.懸壺濟世的意象。3.富含著有擔當、樸實的設計概念。4.多功能設計，不同的情境時運用合宜的材質而營造招牌於空間配置的價值。



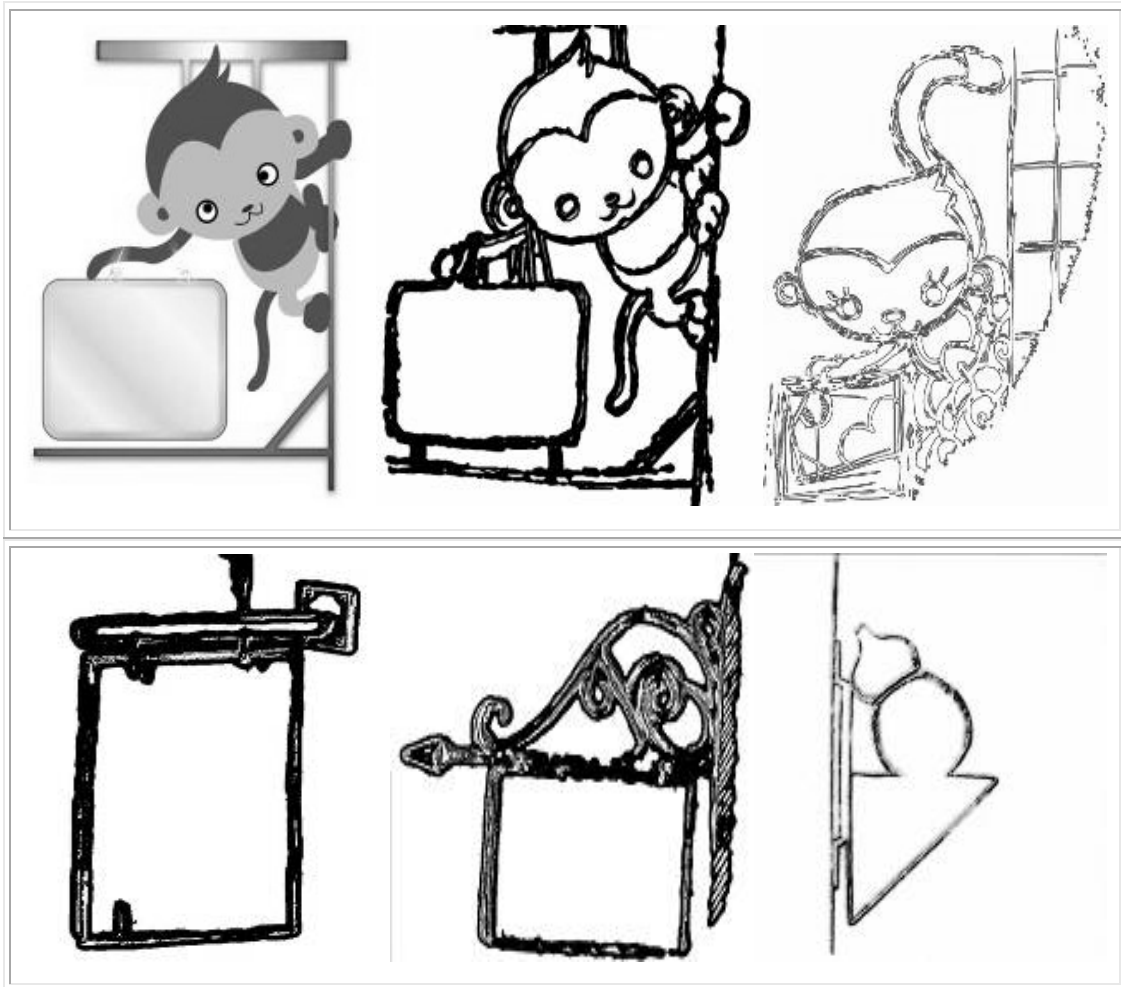


圖 4 以 Illustrator 轉換手繪概念製出美工平面设计繪圖。

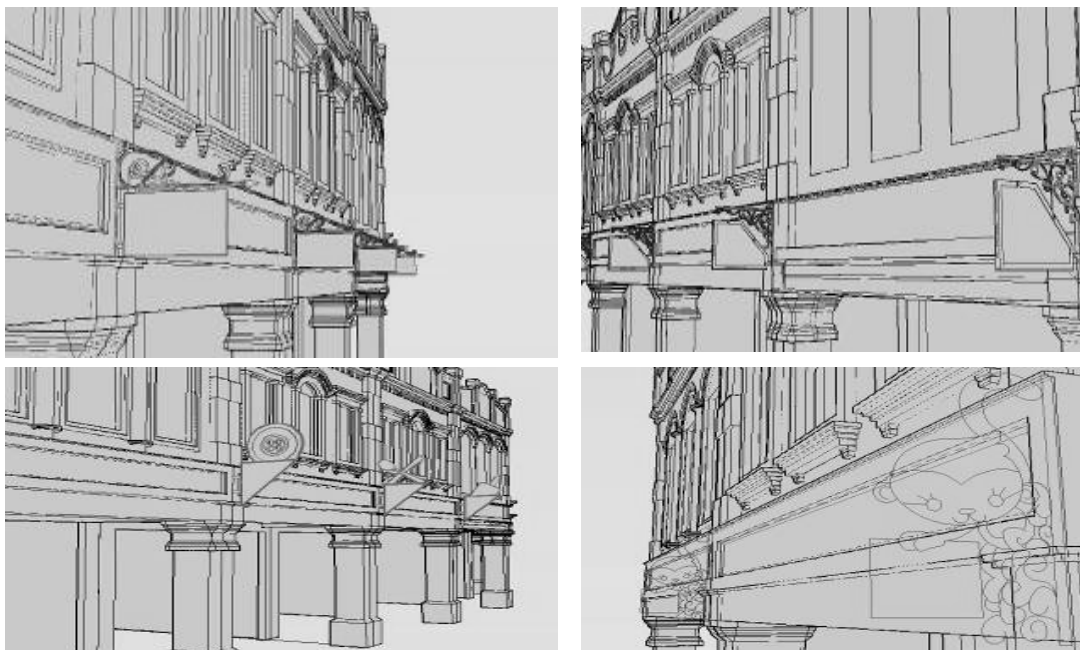


圖 5 電腦軟體(AUTOCAD2008)建立店面配置不同招牌設計之 3D 模擬實體。



參考文獻

1. Dame, V. D. 1970. Art, artist, and environmental awareness. *Art Education* 23(7): 53-54.
2. Burgess, R. L. 1971. An ethic for natural beauty. *Ecology* 52(6): 957-958.
3. Goodland, R. and Daly, H. 1996. Environmental sustainability: universal and non-negotiable. *Ecological Applications* 6(4): 1002-1017.
4. Williams, R. 1981. *Culture*. 248p. London: Fontana Press.
5. Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. and Willis, P, 1992. *Culture, media, language*. 311p. London ; New York : Routledge Press
6. 傅懷慧和吳俊德 2000. 文字呈現方式對招牌廣告效益之評估, *和春學報*, p287-294。
7. 張耀仁 1986. 廣告招牌影響接到景觀之研究—以台北市為例, 碩士論文, 淡江大學建築研究所, 台北。
8. 李新富 2000. 台中市區招牌現況問題分析及其改善建議之研究, *商業設計學報*, 4(7), p189-216。
9. 李英弘、陳俊宏、李雅雯 2001. 市區街道廣告之偏好分析, 2001休閒遊憩觀光研究成果研討會, 53-74, 台中: 中華民國戶外遊憩學會。
10. 陳慶源 1987. 都市招牌問題之研究—以大台北市區為例, 碩士論文, 東海大學建築研究所, 台中。
11. 林崇熙主持 1999《雲林縣斗六市太平路歷史街區再造計劃規劃書》, 內政部營建署。
12. 戴祖亮 1985. 都市中心商業區街道景觀之研究-以台中市中正路為例, 碩士論文, 東海大學建築研究所, 台中。
13. 侯錦雄、王銘山. 1996, 居民對都市街道景觀類型偏好之研究, 中華民國都市計畫學會, 1996年年會及論文發表會論文集, P6.29-6.42。
14. 梁又文 1990. 電腦視覺模擬景觀表現之研究, 碩士論文, 國立中興大學都市計劃研究所, 台北。
15. 李麗雪 1996. 建立都市街道景觀視覺偏好的預測模式, 都市環境綠化與景觀設計研討會論文集, 183-190。
16. 陳念炫 1997. 都市街道自明性之研究-台中市為例, 東海大學景觀所, 碩士論文, 台中。
17. 賴俊呈 1999. 都市景觀道路電腦視覺模擬之研究-以台南市中正路及大學路為例, 碩士論文, 國立成功大學建築研究所, 台南。
18. 高育芸 2003. 街道招牌景觀偏好之研究, 台中: 靜宜大學觀光事業研究所碩士論文。



Research on the spatial information, interpretation and design of the historic sign of the store landscape in the Douliou-Taiping old street

Han-Hwang Gwo¹ Mei-Shuo Su and^{2*} Quei-Zeng Chen³

¹ Associate Professor, Department of Leisure and Recreation National Formosa University

² Lecturer, Department of Applied Foreign Languages National Yunlin University of Science & Technology
Association Professor, Department of Leisure and Recreation National Formosa University

³ Graduate Student, Department of Leisure and Recreation National Formosa University

Abstract

Analyzing the related attributes from the different store advertisement design it provided further uses and how to apply in the store space disposition and its own character, that the extract of the process they could be translated into the cultural element, language and landscape which the developed concept make a recreated and renovated basis plan new symmetrical cognition and advance culture life. Follow the basis it is not only an appendix around the main construction, but also be it highly landscape art in the geography. Simultaneously it is just time extension to breed, develop and to become a creatively public art. Moreover, the old street it had the environmental impact and landscape evolution through a series of time, which each time did it represent its own characteristic and spatial image. Nowadays the Douliou-Taiping old street planned for transformation under the government action it had restored some original style and landscape, but the strategy process and result it had loss the historic vein and the inheritance more or less. In short, the sign from the store space presented it is not easy to be translated into image language which could produce a powerful art sustainably, forever, the key in the research about shop space and additional advertisement draws the new contour and spatial design by computer software AUTOCAD 2008 and the 3DMAX, which simulates the store landscape future, that it makes a renaissance to restore the old street life with the succinct sign annotation.

Key Words: cultural element; landscape; public art; inheritance; renaissance.

*Corresponding author: Department of Applied Foreign Languages National Yunlin University of Science & Technology, 123 University Road, Section 3, Douliou, Yunlin 64002, Taiwan
Tel: +886-5-631-5895
Fax: +886-5-631-5887
E-mail: sums@yuntech.edu.tw

