



# 這不是超現實

群 別：設計群

參賽作品名稱：這不是超現實

關 鍵 詞：超現實、趣味商品、藝術商品

## 目錄

壹、創意動機及目的	
貳、作品特色與創意特質.....1	1
一、專題理念	
二、創意結合	
三、作品優勢	
參、研究方法(過程).....1	1
一、篩選題材	
二、篩選材料	
三、選材及製作	
四、製作過程之困難	
肆、依據理論及原理.....5	5
一、精神分析學說、人格發展理論	
二、問卷調查(大眾對於超現實主義之認知)	
伍、作品功用與操作方式.....6	6
一、權力與誘惑餐具	
二、燃燒長頸鹿燭台	
三、軟鐘毛巾	
四、女人傘	
五、馬格利特筆袋	
六、煙斗童玩	
七、戀人棒棒糖	
八、魚人筷子	
九、錯視杯墊	
十、趣味L夾	
十一、趣味杯蓋	
陸、製作歷程說明(請附圖或照片說明).....9	9
一、商品初步草圖設計	
二、模型產品製作過程	
三、其他商品製作過程	

## 壹、創意動機及目的

以1920年代超現實主義為主題，設計出趣味的創意小物，並向當代名畫致敬。吸引新一代年輕人目光，了解超現實主義的內涵，一起享受其中的幽默。

幽默，是我們的核心精神。我們想讓顧客有個關於視覺的驚喜，超越現實的想像，穿越時間與空間的真實感受。

而我們也希望能設計出更多經典的產品，推廣超現實主義的理念與潮流，也讓使用者了解到超現實主義的名畫與意義。提升人文藝術氣息與美的鑑賞力，並讓人們在忙碌的生活中獲得會心一笑的喜悅。

化虛幻於現實，融經典於現代，讓乏味的生活增添點惡趣味，朝向「藝術就是驚奇」的美學觀念邁進。

## 貳、作品特色與創意特質

### 一、專題理念

依據超現實主義的理念，奧地利學者弗洛伊德（Sigmund Freud 1856-1939）的「精神分析學說」：主張透過作品將夢的世界和潛意識的世界呈現出來，因此在他們的作品中充滿了奇幻、詭異、夢境般的情景，常將不相干的事物加以並列在一起，構成了一個超越現實的幻象。我們發揚了超現實主義的理念，把這些有趣的情景帶入生活中。

### 二、創意結合

大部分作品以超現實主義較具知名度的名畫，與日常生活中垂手可得的物品結合設計出商品，把2D的超現實主義名畫轉換成3D產品，讓使用者在使用時能感受到超現實主義的驚喜。融合超現實主義的精神，塑造出如夢境般的生活。

### 三、作品優勢

針對台灣大眾對於西洋繪畫的了解程度，我們嘗試設計調查問卷。依據問卷結果得知。相較其他畫派，超現實主義對大眾而言其實是較具有趣味及新鮮感的，能夠吸引年輕人的好奇心，進而掀起當代藝術潮流，或與其他藝術公司合作。

## 參、研究方法(過程)

### 一、篩選題材

繪畫成品	作者/作品名	作品簡介
	<p>薩爾瓦多·達利 《燃燒的長頸鹿》</p>	<p>達利認為精神分析是一個文明的進程：不朽的希臘與我們所處的時代唯一的差別，在於現代人的身軀塞滿了無數的秘密抽屜，只有透過精神分析才能開啟，揭示人類的內在淺意識。</p>
	<p>薩爾瓦多·達利 《記憶的堅持》</p>	<p>也稱《記憶的永恆》、《軟錶》。添加軟錶的靈感來自於卡門培爾乳酪，取其柔軟，奢華，獨立與怪癖偏執之意。這些錶，如同記憶，隨著時間慢慢軟化。</p>
	<p>Rafal Olbinski 《無名》</p>	<p>Rafal Olbinski 出生在波蘭，畢業於華沙工藝學校建築部門。1981年他移居美國，很快成為著名的戲劇海報設計大師。他將自己的作品名稱稱為「詩意超現實主義」（poeticsurrealism）</p>
	<p>雷內·馬格利特 《人子》</p>	<p>馬格利特說：我們眼前看到的，通常隱藏著別的事物，人對眼前清楚的事興趣不大，反而想知道被蓋住的是什麼，也許正是被畫作中瀟漫的神秘感所吸引。</p>
	<p>雷內·馬格利特 《戈爾禮達》</p>	<p>這些數不清的男人，腳下站的都是不同的平面，雖然在同一張畫布上交會，卻絕對孤獨地處在自己的宇宙中。</p>



薩爾瓦多·達利  
《聖安東尼的迷惑》

三隻長腳大象走在沙漠裡，第一隻身上背著女人象徵幸運；第二隻背著方尖碑象徵權力；第三隻背著豪宅象徵財富。而聖安東尼並沒有免疫，仍受世俗的迷惑。



雷內·馬格利特  
《集體發明物》

以往常被人幻想地描繪的「美人魚」，正好形象上倒置了上身為美人，下身為女人形。以表明它不是民間神話所常出現的樣子，是一種幻想物。幻想，是人類生活的享受，也是一種權利。



Erik Johansson  
《The Architect》

運用錯視來呈現不可能存在的屋子。瑞典攝影師Erik Johansson著名於高超的後製技術，創作各種超現實的精彩影像，把照片扭曲成奇妙的錯覺矛盾空間。



雷內·馬格利特  
《戀人》

愛情的火苗點燃，雖有親密的肢體接觸，但感性已戰勝理智，情人之間的觀感，就如蒙住布巾，充滿浪漫、刺激、不安、盲目。另方面看似親密的戀人，可能有不為對方所知的一面。



雷內·馬格利特  
《形象的叛逆》

上面的形象和文字，使人們重新思考圖像、文字與現實之間的關係。他提醒人們保持懷疑的態度，不太輕易相信所看的和所告知的，因為在「真實」下面永遠還有一層未知的領域。

## 二、篩選材料

一開始想用免燒陶土來製作模型，但缺點是容易有裂紋，所以找到了適合做模型、好塑型的美國土來當主要的製作材料。

## 三、選材及製作

材料	製作手法
美國土	為頂級塑形專用黏土。主要用於模型製作，因土質較硬，需要慢慢用手溫揉軟或使用軟化劑，塑形後再放入烤箱(預熱至70度)以100度烤15分鐘硬化(需依情況調整)。
熱轉印	使用於布質商品。使用噴墨印表機至熱轉印紙，再以165度、25秒加熱後轉印到布上。有分淺色布用及深色布用兩款熱轉印紙。
銅線	製作骨架，用於較大型的模型。
噴漆	多種顏色的噴漆，幫硬化後的美國土上色。
壓克力顏料	噴漆後的修改，也用於較精緻的細部上色。
補土及砂紙	修補裂縫、光滑表面。
雕刻刀	表面細部模型製作。
雄獅三秒膠	商品黏合用。

主要製作過程為：

製作骨架→美國土塑形→烤美國土→磨砂紙及細部微調→噴漆上色→細部上色

## 四、製作過程之困難

- (一)一開始不了解美國土的性質，製作燃燒的長頸鹿燭台時，並沒有完全烤熟，導致噴漆表面出油、無法乾透。所以將燭台表面的噴漆刮掉，再度放入烤箱，並延長烤的時間，才將燭台完全烤熟。
- (二)硬化後的美國土易碎，導致商品在接縫處較容易斷裂，後來使用補土及雄獅三秒膠接合、再一次的噴漆上色，終於挽救回商品。
- (三)第一次使用噴漆時，噴漆時常噴不均勻，或者距離太近、噴的太厚，導致上色不理想。後來改變噴漆方法，約距離商品30公分處，邊按壓噴漆邊左右擺動，使商品附著薄薄一層噴漆，並且完全乾透後再進行下次噴漆動作，反覆進行至顏色飽和均勻。
- (四)由於在不同的布料上，以及熱轉印紙種類的差別、使用方式，印出來的效果、顏色可能與想像有誤差，所以我們嘗試了非常多次的試驗，最終以165度、25秒為理想數值。

## 肆、依據理論及原理

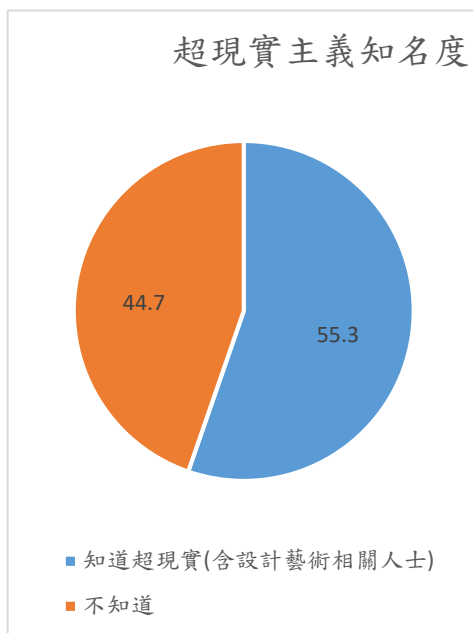
### 一、精神分析學說、人格發展理論

學者弗洛伊德（Sigmund Freud 1856-1939）創立的學說，又稱心理分析學，初期利用催眠和講談療法，心理病患者提供了解心靈困擾的技術，後來弗洛伊德認為催眠雖可以發現病患的過去創傷的片斷，但卻沒辦法為病者帶來治療的方法，弗洛伊德因而開始建立另一套潛意識理論。

弗洛伊德的精神分析理論將人的心理結構的分為三個部分：

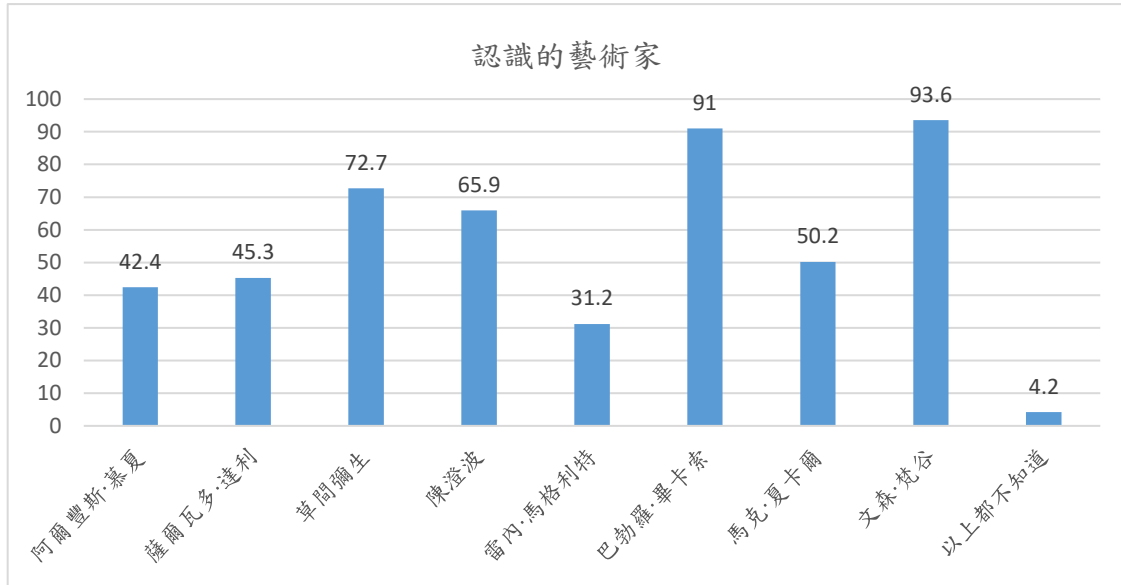
潛意識	是指在正常情況下不能變為意識的東西，像內心深處被壓抑而無從意識到的欲望。弗洛伊德在探究人的精神領域時用了決定論的原則，認為事出必因。微不足道的事情，如做夢、口誤和筆誤，都由大腦中潛在原因決定的，只不過是以一種偽裝的形式表現出來。
意識	是個不完整的、模糊的概念，也可說是人的神經反應。人出生時意識就與生命同在，是一種自我感受、存在感與對外界感受的綜合體現，人在思考時像感受圖像一樣，感受到自己的所思所想，亦是人的意識，無法通過語言準確的描述。一般認為意識是人對環境及自我的認知能力以及認知的清晰程度。科學家並不能給予一個確切的定義。
前意識	指無意識中可召回的部分，人們能夠回憶起來的經驗。它是無意識和意識之間的中介環節。前意識處於意識和無意識之間、擔負著「稽查者」的任務，不准無意識的本能和欲望侵入意識之中。但是，當前意識喪失警惕時，有時被壓抑的本能或欲望也會通過偽裝而迂迴地滲入意識。

### 二、問卷調查(大眾對於超現實主義之認知)



為了得知大眾對於超現實主義的了解及想法，做了問卷市場調查。結果顯示，相較於其他著名的藝術家，超現實較不具知名度，僅有55.3%的人知道超現實主義(包括設計藝術相關人士)。而大眾對於超現實主義的畫作有種詭異、幽默的感覺。

共317人參與問卷調查，受訪年齡大約在12歲至30歲的年輕、青年群，而裡面有大約48%的人是普通學生、34.8%的人是設計及藝術相關工作人士或學生，19%從事其他職業，0.3%的人待業中。



上圖為”您認識哪位藝術家”的結果直條圖，較具知名度的為梵谷、畢卡索、草間彌生(問卷調查時期前後來台灣辦展覽)。對於大眾而言比起其他畫派，超現實主義對大眾而言較具有新鮮感，引起新一代藝術潮流。

## 伍、作品功用與操作方式

### 一、權力與誘惑餐具



以達利《聖安東尼的迷惑》為發想，組成的一系列餐具。結合西方餐具，把象徵性慾的女人製成湯匙；象徵權力的尖碑製成刀子；乘載東西的長腳大象製成了叉子，底下是大象的四隻腳；高腳杯是結合長腳大象背負著承裝液體，如同畫中的形象。

### 二、燃燒長頸鹿燭台



以達利《燃燒的長頸鹿》為發想，將畫裡正在燃燒的長頸鹿設計成燭台，點燃時就如畫中呈現。蠟會在長頸鹿的長脖子上燃燒，而身體內有著凹槽來蒐集流下的蠟液，進行回收重複使用。適合放在餐桌、床頭增添氣氛與藝術氣息。

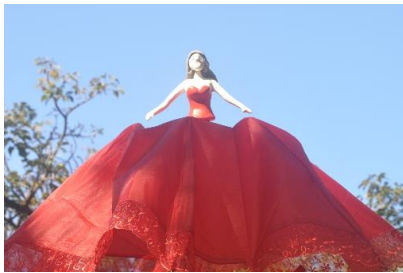


### 三、軟鐘毛巾



以達利《記憶的堅持》裡的軟鐘為發想。將軟鐘結合毛巾，當毛巾掛在架上時，就可看見如畫中軟掉的鐘。鐘錶同時也象徵記憶，隨著每分每秒軟化在我們的生活中。

### 四、女人傘



以波蘭超現實畫家Rafal Olbinski的畫作製成雨傘，讓使用者有活在名畫下的感受。利用雨傘當裙擺，上面製作半身女人，完整呈現一位女人穿著紅色禮服的樣子。撐開傘與收傘時，裙擺蓬鬆有著不同的風味，增添生活情趣。

### 五、馬格利特筆袋



以馬格利特的兩幅畫作為發想，製成的筆袋。收起筆袋時，以透明套子的青蘋果扣上，就如《人子》中戴黑帽的男子。蘋果下的樣貌讓大家自行想像，可畫上屬於自己的臉。而背景是以另一幅馬格利特《戈爾禮達》結合呈現。

### 六、煙斗童玩



以馬格利特《形象的叛逆》中『這不是支煙斗』為發想。「這是煙斗，卻也不是煙斗。」，使人重新思考圖像、文字與現實之間的矛盾。結合古早童玩，吹氣時使球漂浮在空中的遊戲，也代表這是個童玩，不是支煙斗。

### 七、戀人棒棒糖



以馬格利特《戀人》為發想。戀人畫作中接吻的男人與女人製作成棒棒糖，並以白布包裝，如同畫中呈現。棒棒糖有酸甜兩種口味，增添食用時的驚喜，可讓情侶或朋友同樂。

## 八、魚人筷子



以馬格里特《集體發明物》為發想，形象倒置上身為魚人、下身為女人形的美人魚，做成餐具筷子。魚人的腳是雙筷子，而魚身底部有兩個洞口可以插入筷子進行收納，呈現魚頭人身如名畫有趣的樣貌。

## 九、錯視杯墊



以攝影師 Erik Johansson 創作出超現實的錯覺矛盾空間為發想，將錯視結合到杯墊，衝擊人們的視覺，吸引使用者的目光。以童話故事為主題，分別有白雪公主、小紅帽及三隻小豬三種款式，有著屋外及屋內的想像，並以六角形拼成一組。

## 十、趣味L夾



運用超現實的驚喜，設計在L夾中，讓人在忙碌的生活中獲得小趣味。利用印紋中透明的區塊會透過看到紙張顏色的概念，看似純黑的資料夾，放入紙後會出現眼睛和小丑兩款印紋。放入時感到驚訝，完整傳達超現實的精神。

## 十一、趣味杯蓋



將馬桶吸把與杯具兩種完全不同的東西結合，製作出的杯蓋。吸把內附有環保吸管，打開上端小蓋子可使用吸管飲用。當在喝飲料時，將會呈現你在吸吸把的畫面，是個兼具趣味的商品。

## 陸、製作歷程說明(請附圖或照片說明)

我們的產品發想過程為：尋找超現實主義相關名畫→確認其意涵、動機→將名畫或精神與物品結合→設計功能→繪製設計稿→討論及研究→修改→定案→產品製作。

### 一、商品初步草圖設計

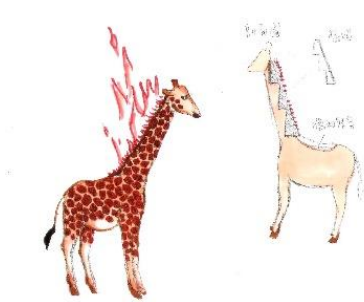


圖 1-1

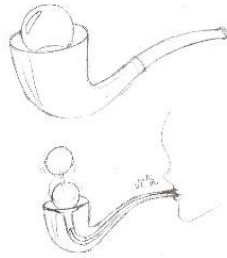


圖 1-2

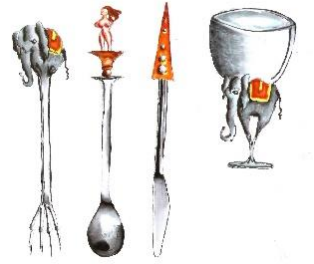


圖 1-3

圖 1-1 燃燒的長頸鹿上色草圖。

圖 1-2 煙斗童玩鉛筆草圖。

圖 1-3 權利與誘惑餐具上色草圖。

### 二、模型產品製作過程



圖 2-1



圖 2-2



圖 2-3



圖 2-4

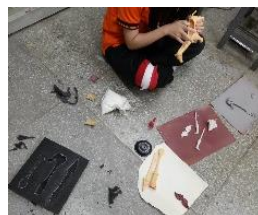


圖 2-5



圖 2-6

圖 2-1 美國土捏製模型

圖 2-2 美國土塑型與雕刻

圖 2-3 烤箱烤至硬化

圖 2-4 噴漆上色

圖 2-5 重複噴漆、補土、砂紙磨平

圖 2-6 產品細修

### 三、其他商品製作過程



圖 3-1



圖 3-2



圖 3-3

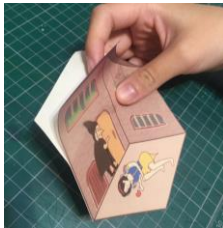


圖 3-4



圖 3-5



圖 3-6

圖 3-1 AI 拉製印紋、印表機印出

圖 3-2 熱轉印機印製

圖 3-3 線鋸機切木頭

圖 3-4 貼紙貼上木頭

圖 3-5 布製商品縫製工具

圖 3-6 布製商品縫製完成圖

參考資料：

莫嘉賓（2015）《繪畫基礎 I》 龍騰文化事業股份有限公司

莫嘉賓（2015）《繪畫基礎 II》 龍騰文化事業股份有限公司

林明錚（2014）《造型原理》 龍騰文化事業股份有限公司

曾長生（2000）《超現實主義藝術》藝術家出版社

GILLES NERET（1998）《薩爾瓦多達利 DALI》塔森文化

[http://vr.theatre.ntu.edu.tw/hlee/course/th6\\_520/sty\\_20c/painting/surrealism.htm](http://vr.theatre.ntu.edu.tw/hlee/course/th6_520/sty_20c/painting/surrealism.htm)

<http://kms.secda.info/xms/content/show.php?id=3986>

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%B2%BE%E7%A5%9E%E5%88%86%E6%9E%90%E5%AD%A6>

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%BF%83%E7%90%86%E7%B5%90%E6%A7%8B>

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%89%8D%E6%84%8F%E8%AF%86>

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%BD%9B%E6%84%8F%E8%AD%98>

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%84%8F%E8%AF%86>