



Cultural Code

文化符碼與創意設計

● 朝陽科技大學工業設計系
蕭明瑜

Cultural Code

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

文化符碼code是一副新眼鏡，改變我們看待周遭的方式。
克勞泰爾原是精神分析師，研究人類的情感與符碼關係，卻意外發現他的研究在產品行銷上有驚人的效益。

藉由銘記(imprint)為全球許多大企業找到行銷策略，並為客戶帶來實質利益。

情感行銷的符碼：消費·生活·文化



Cultural Code

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

好的產品必須具備啟動消費者文化符碼的能力。透過不同的銘記及符碼（code）從消費、生活、文化來解讀，才能讓產品走入消費者心裡。

文化符碼是指消費者透過自身的成長文化，在潛意識中賦予物品的一種意義。

如馬鈴薯在美國及德國是具代表性的主食，而在中國地區家庭一直以來都是把馬鈴薯當作菜來食用的。

因此推廣馬鈴薯餐點時必須考慮不同的文化來設計餐點。

Cultural Code

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

銘記 imprint

消費者對於產品的記憶及印象，消費的不只實體有形的物件，商品已經進化為一種感情、價值、文化的載體。意識流或是文化符碼是消費者真正想購買的價值，就像西方人喜歡購買琉璃工坊的琉璃作品，他們花錢買的不只是一個玻璃製品，真正購買的是一種東方文化的感覺，琉璃工坊與其說是賣琉璃，不如說是賣文化。

(情感行銷的符碼：消費·生活·文化)

Cultural Code

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

可口可樂

中國大陸 廣告“無法抓住好種感覺”(Can't beat that feeling)

日本“我感受可樂”(I feel cola)

義大利“獨一無二的感受”(Unique sensation)

智利“生活的感覺”(The feeling of life)

廣告反映當地的文化，在不同時期有不同的訴求

(情感行銷的符碼：消費·生活·文化)



© Coca-Cola Ltd.



Cultural Code

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

酒

在法國，是為了享受酒香及佐餐的功能，
教導小孩酒是開胃品。

在美國，酗酒及酩酊大醉，改變神智狀態
教導小孩酒是麻醉品。

可樂娜啤酒避開負面符碼，強調海灘、棕
欄、樹、清涼，遠離平凡的口號。

(情感行銷的符碼：消費·生活·文化)



<http://go.funpic.hu>

Cultural Code

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

在美國, 汽車符碼是 個性
在德國, 汽車符碼是 工程

吉普藍哥 (Jeep wrangler)

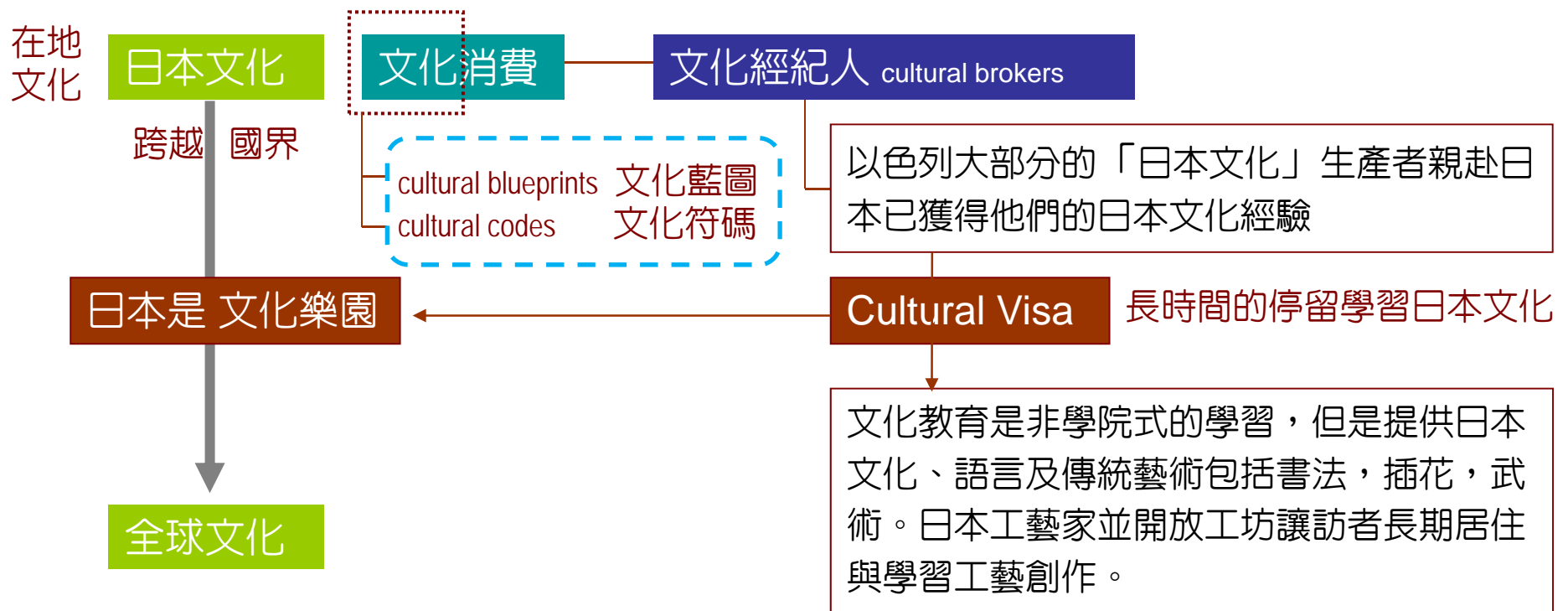
在美國其符碼→「馬」

沒有豪華的配備、奶油色的軟皮, 只有硬的馬鞍及可拆卸的門及車頂, 讓駕駛者在開車時像在騎馬。

(情感行銷的符碼: 消費 · 生活 · 文化)



Cultureland

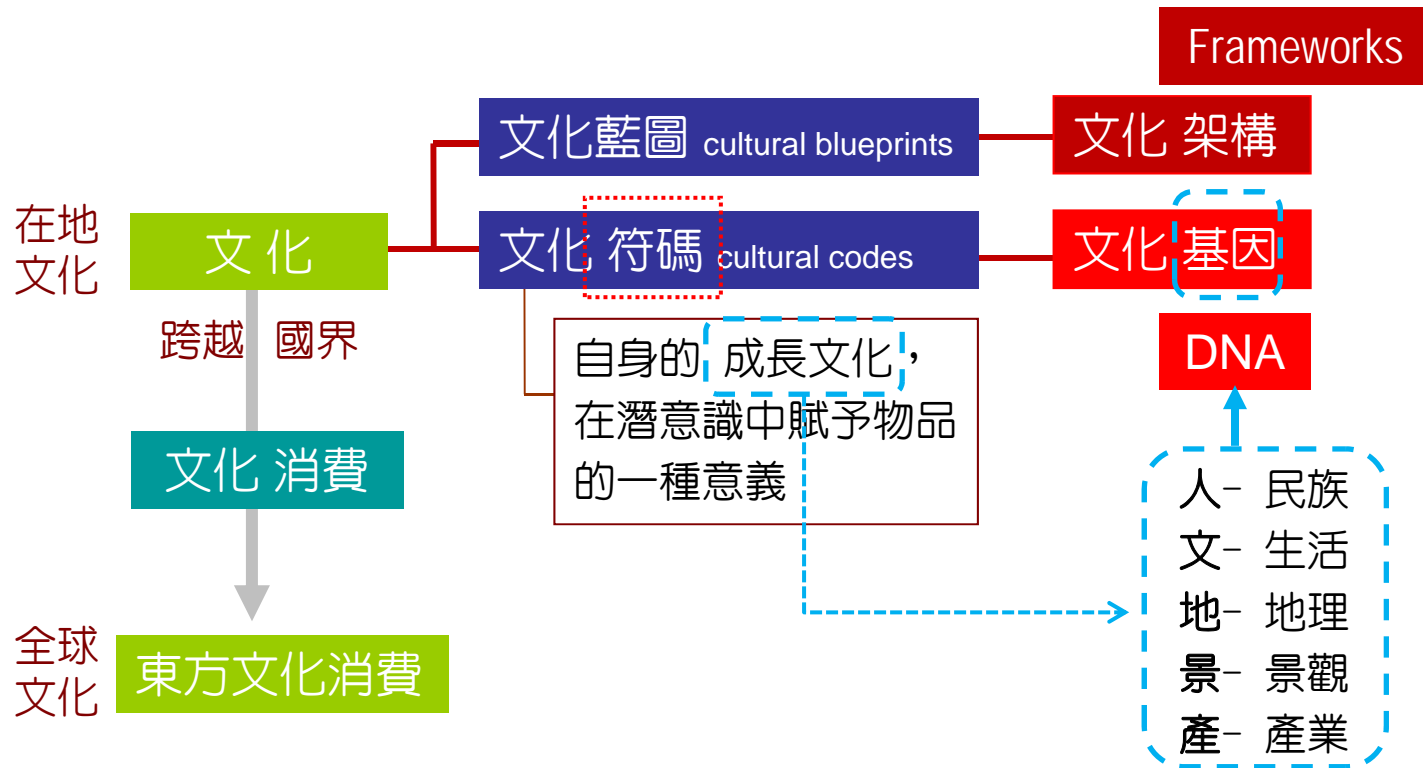


Cultural Code

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用



Cultural Code

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

符碼 由選擇的符號組合創作而成的文本；所選擇的符號具有意義的相似性，使解碼者能產生「在某個範疇」的意義。使用符碼能簡化現象使訊息溝通更簡單，例如在閱讀文本時，我們會參考適合的符碼以解讀符號。

Codes are interpretive frameworks which are used by both producers and interpreters of texts.

語言符碼 - 由詞所組成的符碼；稱為語言

非語言符碼 - 由手勢、表情或其他非語言組成的符碼

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

社會符碼 Social codes [在更廣泛意義上的所有符號的代碼是‘社會規範’]

語言符碼 (語音, 語法, 詞彙, 韻律和副語言子碼)

身體符碼 (身體上的接觸, 接近, 物理方向, 外觀, 面部表情, [眼神](#), 頭點點頭, 手勢和姿勢)

商品符碼 (時裝, 服裝, 汽車)

行為符碼 (協議, 禮儀, 角色扮演, 遊戲)

文本符碼 Textual codes [再現的符碼]

科學編碼 包括數學;

審美符碼 表現藝術 (詩歌, 戲劇, 繪畫, 雕塑, 音樂等) -包括古典主義, 浪漫主義…;

流派, 修辭和風格符碼: 敘事 (情節, 人物, 動作, 對話, 設置等), 闡述, 論證等;

大眾傳播符碼 包括攝影, 電視, 廣播, 報紙和雜誌等, 包括技術和常規(含格式)。

解釋性符碼 Interpretative codes [符號性符碼]

感性符碼: 視覺感知(但不一定具有跨國界的溝通) ([Hall 1980, 132](#); [Nichols 1981, 11ff](#); [Eco 1982](#))

理性符碼: 廣泛而言, 符碼為了’編碼’和’解碼’‘文本-主導的(或’霸權’), 談判或對立的 ([霍爾 1980年](#), [莫利1980](#))。更具體地說, 我們可以歸類為’主義’, 如個人主義, 自由主義, 女性主義, 種族主義, 物質主義, 資本主義, 進步主義, 保守主義, 社會主義, 客觀主義, 消費主義和民粹主義 (符碼可以被看作是思想)。

Text

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

文 本

圖像符號	產品形式的規則規範	具可解讀之規則性特徵
形式	造形的元素及其規則(點線面、對稱)	具相同風格的明顯特徵
符號所建構的物件	具地域性文化特色，社會的集體認知	文化的形成
語言(code)，書寫文本	社會約定俗成，字及音，語法、句法、語彙	具約制性
訊息的結構、規則規範	因其為規則，具統一性(集體意識)	沒有選擇性

本 文

訊息傳遞的符號內容	因其為內容，具個人意識	具取決性
言語(message)	個人說話及其理解的全部內容	受個人之經驗背景影響
造形	流行趨勢、個人習慣、 具有因地制宜的變通	因設計師習慣經驗而不同

Cultural DNA

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

文化基因潛藏於各式實體或現象的表象之下，文化符碼則在意識或無意識中穿越表象，透過外觀造型(圖騰)、使用行為(儀式)顯露再現。

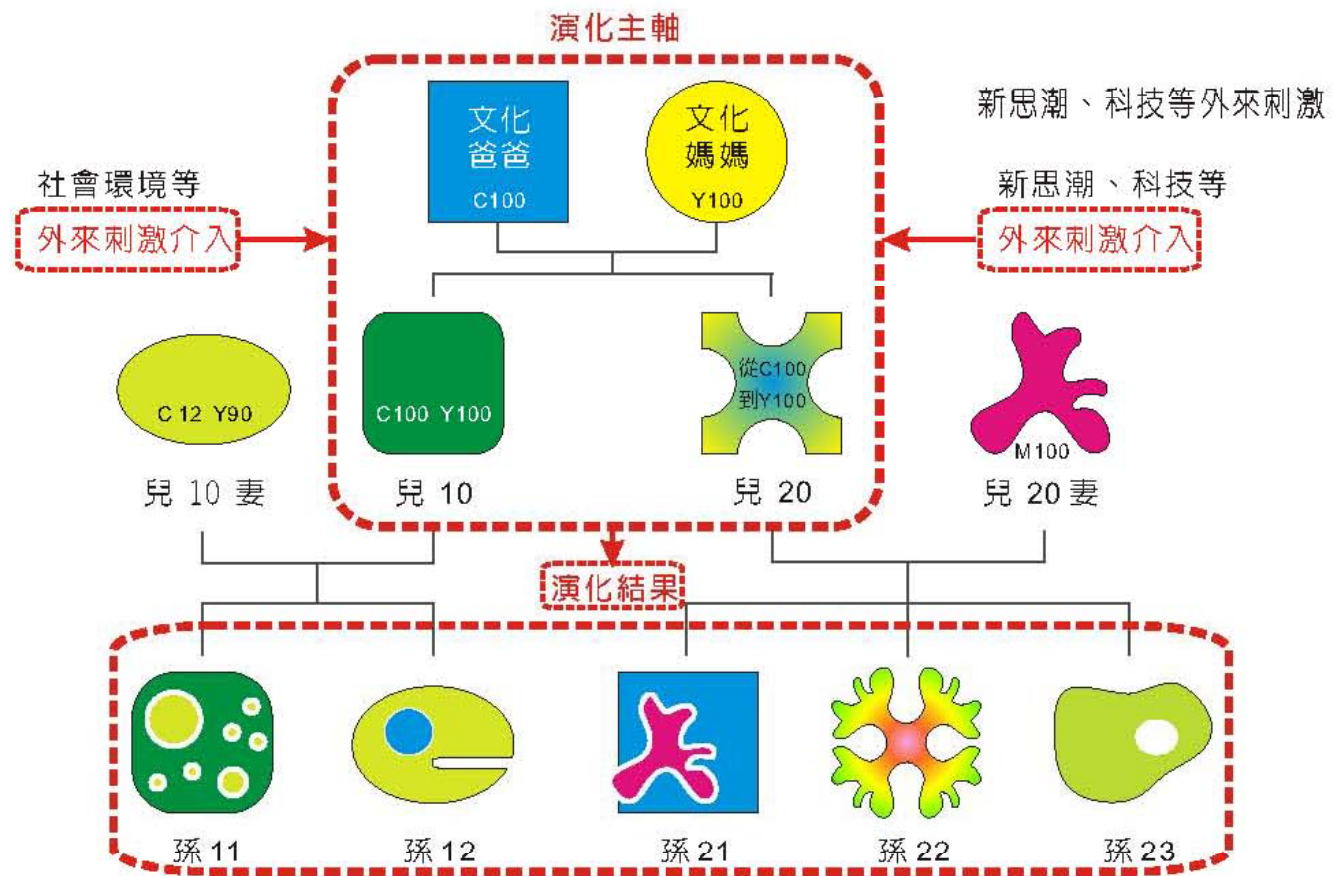
若用生物學的遺傳來解釋隱藏於其中的視覺性文化基因的形成。我們經常會聽到「兒子跟你好像」(形像)、「額頭像阿嬤」(形態特徵)、「怎麼吃飯一個樣」(行為模式)的各種說法，反映出生物遺傳與演化過程中，基因具備特徵遺傳的能力。

以生物學的角度解釋文化演化，是因為基因DNA的表現會透過複製而傳遞到子代，而不同基因DNA表現也反映出不同環境所呈現的「自然選擇」的演化機制而有所差異。但是無論是演化或是突變，其中所擁有的基因DNA均具有遺傳與複製的特質。以此延伸引用為解釋文化傳承的特性。

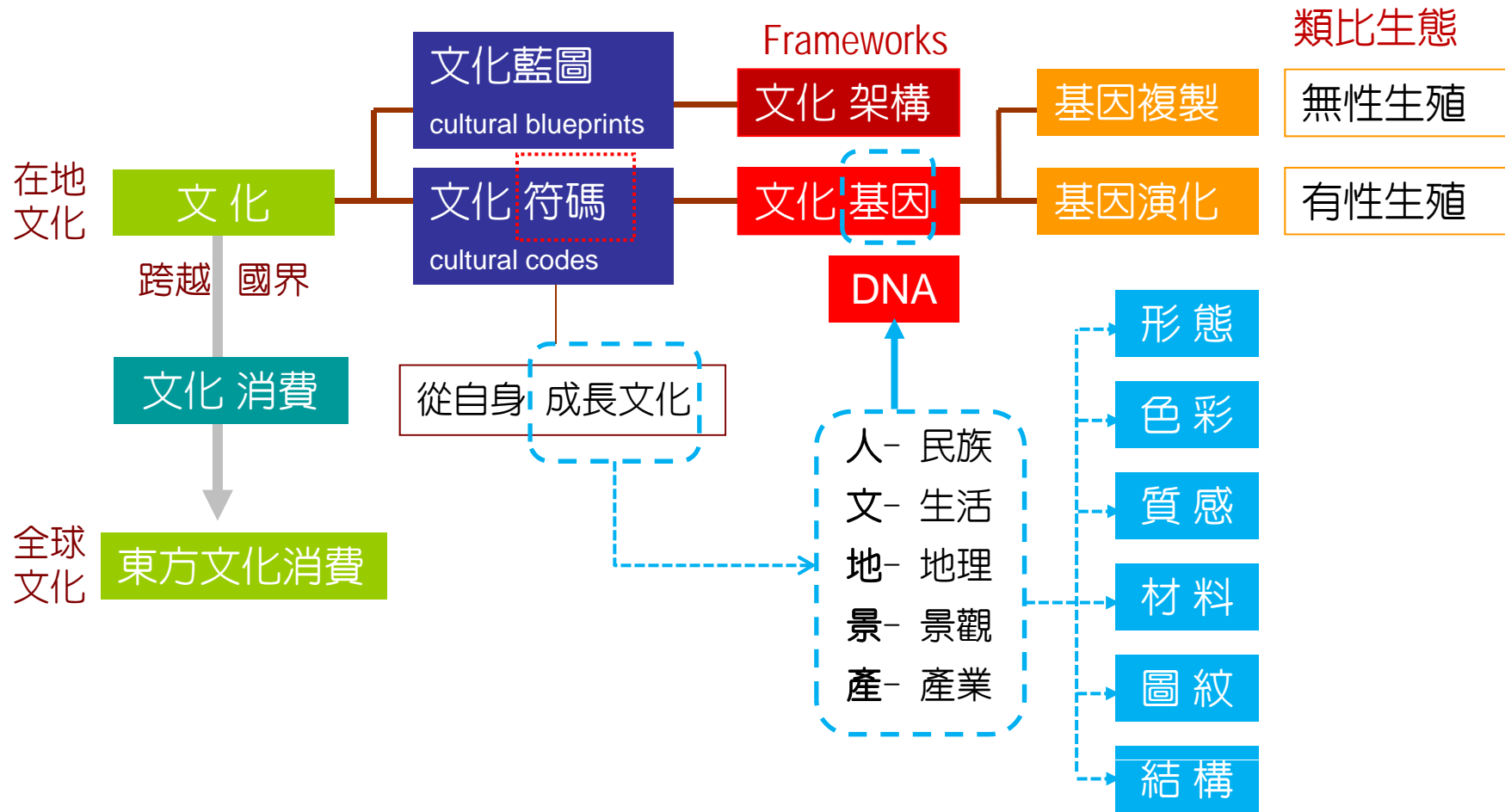
背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用



圖表：以生物遺傳架構理解文化特徵傳承。以外觀形態與色彩為例，色彩標示以藍C 紅M 黃Y 黑K 成分作為標示。（蕭明瑜研究整理）



背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

中國神獸分析-龍

龍

龍 是中國東方
的守護神，
而代表色是青色



代表色



蛇身	蜥腿	鷹爪
		
蛇尾	鹿角	魚鱗
		

背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

中國神獸分析-鳳凰

鳳凰

鳳是中國南方
的守護神，
而代表色是紅色



代表色



雞頭



燕頷



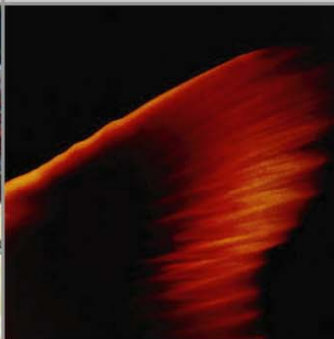
蛇頸



龜背



魚尾



背景理論

文化符碼
文本與本文
文化基因
文化演化

應用

中國神獸分析 - 龍之子

麒麟	龍	鹿身	牛尾
 <p>麒麟為公麟為母 公的有角母的則沒有</p>			
貔貅	龍頭	獅身	麟腳
			