

南 華 大 學

應 用 藝 術 與 設 計 學 系 碩 士 班

碩 士 論 文

A Thesis for the Degree of Master of Design

Department of Applied Art and Design the Master's Program

Nanhua University

台灣排灣族琉璃珠文化意象之研究

A Study of the Cultural Image for Taiwan Paiwanese Glass Beads

研 究 生：洪珮芬

Graduate Student: Pei-Fen Hong

指 導 教 授：陳殿禮

Advisor: Tien-Li Chen

中 華 民 國 九 十 七 年 一 月

南 華 大 學

應用藝術與設計學系碩士班

碩 士 學 位 論 文

台灣排灣族琉璃珠文化意象之研究

研究生：洪佩芬

經考試合格特此證明

口試委員：

姜千華

林振陽

陳啟禮

指導教授：

陳啟禮

系主任(所長)：

林振陽

口試日期：中華民國九十六年七月六日

謝 誌

論文的完成，需要感謝的人繁多，首先最為感謝指導教授陳殿禮老師，雖在遠方卻時時關心，在遇到瓶頸時，指引方針並給予鼓勵與信心，並授與做人處事之道理、生活經驗之分享，令學生受益良多，更感謝師母適時的關心與鼓勵及大後方的後勤補給，若沒有您，寫論文還要過的更艱辛。

承蒙口試委員林振陽教授與吳千華教授的建議與指正，使論文能更加完整，深表感激與誠摯謝意。

田野調查期間，感謝長志、學妹的陪伴、蒐集資料，才能使論文備為完善。整段求學期間，感謝系上所有老師的指導與關照，尤其是林振陽主任於求學的關心及群智老大平日的幫助與愛護。求學的日子，在生活及課業上皆雖遇困難，所幸身邊總有同學、朋友陪伴鼓勵。同窗好友：長志、小舉、小魚、學弟妹們....。

最後，特別感謝敬愛的父母與麒麟，是你們的支持與鼓勵，是我寫完論文與完成學業最大的動力，僅以此論文獻給所有關心與幫助我的親朋好友們。

中文摘要

論文題目：台灣排灣族琉璃珠文化意象之研究

研究生：洪珮芬

指導教授：陳殿禮

本研究旨在探討排灣族琉璃珠之文化意象，分析現今樣式多元之琉璃珠所詮釋的排灣族文化意象，以期能作為文化意象設計之參考。

首先針對排灣族三地門鄉之琉璃珠工藝坊進行深度質性訪談，並透過紮根理論研究法及質性分析軟體 Winmax 98 pro 找出重要譯碼後，再將譯碼編制成正式問卷，藉以了解消費者對琉璃珠之感知程度，最後再推論其原則。其研究結果如下：

1. 形成排灣族琉璃珠之文化意象主要構面可分別為：文化認同與傳承、階級制度、宗教神靈及美感等四項。
2. 以琉璃珠整體外觀而言，消費者認為陶壺珠之外觀形狀及陶壺珠上圖案最具有文化認同與傳承之意象；彎月形之外觀形狀及臉形之圖案最具有宗教神靈及階級地位之意象；圓柱形外觀形狀及土地之珠之圖案最具有美感之意象。
3. 消費者類別變項中，以性別之群組對琉璃珠文化意象感覺差異程度大。而職業及教育程度對琉璃珠文化意象感覺差異程度不明顯。
4. 運用複迴歸導出之設計原則為：在文化認同與傳承意象上，外觀形狀為圓柱形，圖案為波紋狀；在階級地位及宗教神靈之意象上，外觀形狀為圓柱形，圖案使用為重圈紋，在顏色方面則以野性中帶有尊貴感之意象色彩（鮮色調、明色調），在美感意象上則為圓球形、圖案為波紋狀加重圈紋與水滴紋，顏色是古典中帶有科技感之意象色彩。

關鍵詞：排灣族、琉璃珠、文化意象、認知

ABSTRACT

Title of Thesis: A Study of the Cultural Image for Taiwan Paiwanese Glass Beads.

Name of Student: Pei-Fen Hong

Advisor: Tien-Li Chen

This research aims at probing into the Cultural Image for Taiwan Paiwanese Glass Beads, what is it is analyzed that the Glass Beads with plural design annotated now arranges gulf clan's cultural image, reference which Israel expects to be able to design as the cultural image.

At first to arrange Paiwanese Sandimen Township Glass Beads craft workshop of township carry on deep quality interview, through take root theoretical research law and quality analyze software of Winmax 98 pro , find out behind the important code, and then work out the code into a formal questionnaire, use to understand consumer's esthesia intensity to the Glass Beads, inference it principle afterwards. Its result of study is as follows:

1. Cultural image to form Paiwanese Glass Beads construct surface very mainly: Culture is admitted and passed on, class' system, religious gods and aesthetic feeling, when four items.
2. As for Glass Beads whole appearance, consumers think there is culture that admits and passes its image on most in the pattern on the view form and pottery pot pearl outside the pottery pot pearl; The view form and pattern of the shape of face have religious gods and image of class' status most outside the curved monthly shape; Cylindrical appearance form and pattern of the pearl of the land have image of aesthetic feeling most.
3. Consumer classification become item, cultural image feel difference to be intensity loud to coloured glaze pearl with groups of group of sex. The job and education degree feel difference intensity is not obvious about Glass Beads cultural image.

4. The design principle used and is replied and is led out is: Admit and pass the image on to in culture, the appearance form is Cylindrical, the pattern is a ripple form; On class' position and the religious gods' image, the appearance form is cylindrical, the pattern is used in order to enclose the line again, there is image color (fresh tone, bright tone) of the honourable sense with wild nature in color ,Aggravate and enclose the line and water droplet line on the aesthetic feeling image for the ripple form for the spherical, pattern, image color with the scientific and technological sense in it is classical that the color is

Keywords : Paiwanese 、 Glass Beads 、 Cultural Image 、 Cognitive

目 錄

中文摘要	I
英文摘要	II
目 錄	IV
表 目 錄	VI
圖 目 錄	VII
第一章 緒 論	1
1.1 研究動機與背景	1
1.2 研究目的	3
1.3 研究方法與步驟	3
1.4 研究範圍與樣本	4
1.5 名詞解釋	7
第二章 文獻探討	8
2.1 認知心理研究	8
2.2 文化意象的概念	11
2.3 排灣族與文化藝術	18
2.4 小 結	24
第三章 研究方法	25
3.1 研究架構	25
3.2 研究對象	25
3.3 研究工具	26
3.4 研究樣本	28
3.5 調查實施	30
3.6 研究方法	30
第四章 資料分析與討論	39
4.1 訪談與訪談資料整理	39
4.2 排灣族文化意象構成之因素	47
4.3 代表性樣本及意象語彙蒐集整理與分析	48
4.4 琉璃珠造形與文化意義之相關影響因素	61
4.5 複迴歸分析	75
第五章 結論與建議	80
5.1 琉璃珠與文化意義之相關性	80
5.2 消費者之感覺程度研究結論	81
5.3 琉璃珠文化意象之推論	81
5.4 建議	82

參考文獻	83
附錄 一 深度訪談	88
附錄 二 圖案分組	97
附錄 三 第一次形容詞萃取問卷	100
附錄 四 專家意見平均數	102
附錄 五 第二次形容詞萃取問卷	105
附錄 六 項目總和統計量	107
附錄 七 正式問卷	109
附錄 八 性別與獨立樣本T檢定	115
附錄 九 圖案文化意象獨立樣本T檢定	122
附錄一〇 教育程度與圖案之One-way ANOVA	125
附錄十一 職業類別與外觀形狀之One-way ANOVA	129

表 目 錄

表 1. 1 藝術工作者統計表.....	6
表 3. 1 琉璃珠樣本來源.....	28
表 4. 1 深度訪談及開放式問卷一覽表.....	39
表 4. 2 外觀形狀樣本.....	49
表 4. 3 六度空間壓力係數表.....	50
表 4. 4 最具代表性琉璃珠圖案樣本.....	51
表 4. 5 圖騰樣本分類歸納與K平均數集群結果.....	53
表 4. 6 KMO及Bartlett'考驗.....	55
表 4. 7 整體解釋的變異量.....	57
表 4. 8 轉軸後的因素矩陣.....	58
表 4. 9 KMO及Bartlett'考驗.....	59
表 4. 10 整體解釋的變異量.....	59
表 4. 11 轉軸後的因素矩陣.....	60
表 4. 12 Cronbach's Alpha值.....	61
表 4. 13 類別變項.....	62
表 4. 14 外觀形狀之意象平均值.....	63
表 4. 15 圖案之意象平均值.....	63
表 4. 16 各構面之代表.....	64
表 4. 17 外觀形狀文化意象獨立樣本T檢定.....	66
表 4. 18 圖案之文化意象獨立樣本T檢定(部分-顯著者).....	69
表 4. 19 教育程度與外觀形狀One-way ANOVA.....	71
表 4. 20 教育程度與外觀形狀事後比較考驗.....	72
表 4. 21 職業類別與琉璃珠圖案One-way ANOVA (部分)	74

圖目錄

圖 1.1 研究步驟.....	4
圖 1.2 排灣族分佈圖.....	5
圖 2.1 藝術感知與認知的互動模式.....	9
圖 2.2 訊息處理模式的階段.....	10
圖 2.3 琉璃珠之樣本.....	23
圖 3.1 研究架構圖.....	25
圖 3.2 問卷編制流程.....	27
圖 3.3 代表性圖案樣本選取程序.....	29
圖 4.1 內在意義及外觀.....	48
圖 4.2 樹狀圖.....	52
圖 4.3 陡坡圖.....	56
圖 4.4 外觀形狀.....	68
圖 4.5 圖案.....	68

第一章 緒 論

1.1 研究動機與背景

台灣於過去幾十年來，「製造業」在經濟成長上帶來相當的優勢，進而創造了台灣的經濟奇蹟。由於今日經濟邁入「後工業」或「新知識經濟」的時代，未來經濟不單只是有形的，更重要的是文化財產、創意及美感。在知識經濟的時代中，各先進國家都將文化創意產業列入重點方向，以英國為例，2001年選定的13項創意產業中，有高達1.125億英鎊的產值，並創造132萬的就業人口。此外芬蘭、日本、香港、新加坡、紐西蘭等國，也紛紛提出自己國家的文化創意產業政策（周能傳等，2004）。

有鑑於此，行政院於2002年提出「挑戰2008國家發展重點計畫」，在十項計畫中將「文化創意產業發展計畫」納入其中一種產業型態，成為國家長期發展計畫的重點項目，希望經由文化結合新的創意，並創造就業機會（文化創意產業網站，2006）。文化創意產業當中規劃十三種產業類別，其中包括工藝產業，而「工藝」最能反應一個族群的文化特質與內涵，從工藝中即可瞭解生活之水準，因此，工藝在人類文明的演化中扮演極重要的角色。人類的發展與工藝、藝術則息息相關，劉其偉在《藝術人類學》中談起原始藝術，認為「藝術始終統一在『社會聯繫』中，藝術是『人、自然、社會』三者間的互通媒介，能從心理上解決社會存在的許多問題，而藝術能解決的無疑當是情感之問題」。書中更提到「在原始社會中，雖有不少物質和技能有關的純粹裝飾性幾何藝術，其用意作為社會階級標誌」。觀看原始符號圖像，若不用於裝飾，亦用於政治，用以激起強烈的情感反應，而其中往往包含感情價值及內在含意。

因此從原始社會的角度來說，符號圖像是一項社會價值，亦是一個象徵意念。

詩人龐德曾說：「一個意象是在一剎那時間裡，呈現理智感情的複合物」。所以在詩中通常運用優美文字呈現表達之意境，閱讀者可透過想像力感受其境界。圖像何嘗不可？2006年行政院新聞局舉辦票選台灣意象的活動時表示：「提到法國，會聯想到巴黎鐵塔；說到澳洲，會聯想到袋鼠、無尾熊；自由女神無庸置疑是代表美國；還有日本的富士山、泰國的四面佛等... 相對於其他國家，台灣並沒有一個廣為人知、普遍的『意象』可以代表台灣」，最後在激烈的網路票選後由布袋戲勝出。因而意象成為一個重要的代表詞，它代表了一個族群的第一印象。

以台灣原住民為例，若談及達悟族的文化意象，也許大家第一印象即是丁字褲、木板船、飛魚祭；談到賽夏族，會想到矮靈祭；泰雅族，有著黥面藝術；排灣族可能會想到木雕、琉璃珠、陶壺、青銅刀等。施翠峰於「台灣原始藝術研究」中指出，「什麼是原住民風格？我相信它絕對不是『原始藝術』的再現」。因而現今產出的作品、物件中，要如何詮釋所要傳達之精神？以排灣族琉璃珠來說，外觀的顏色炫麗、圖騰簡單，內在又有美麗的傳說或發人省思的意義，但珠子要如何被一眼看出即有排灣族的感覺？是值得深入探究的民族文化演進資產。

排灣族人對琉璃珠所產生記憶與意義的文化含意，依其屬性不同可區分為數個象度來剖視，不同象度的切面，在此稱為「意象因數」。在不同象度的切面中，可由許多有特色的文化元素所構成，而真正讓人們產生記憶與意義的，即為這些具有特色的文化元素，在此稱為「意象元素」。因此，在辨識珠子的過程中，需要透過哪些意象元素的認知刺激才可達到目的？以上問題皆是本研究所要探討的，期能作為未來文化創意產

業，發展本土化商品設計之參考。

1.2 研究目的

基於前述的研究動機與背景，本研究旨在探討排灣族琉璃珠之文化意象。具體的研究目的如下：

1. 瞭解現今排灣族琉璃珠中文化意象構成之因素，即探討文化意義與琉璃珠文化意象之相關性。
2. 探討消費者對排灣族琉璃珠文化意象的認知。
3. 從消費者觀點預測琉璃珠文化意象之準則。

1.3 研究方法與步驟

1.3.1 研究方法

本研究之研究方法採先質後量，首先進行藝術工作者之質性訪談，其次實施量化之問卷調查，運用統計分析，以瞭解琉璃珠之文化意象構成要素。

1.3.2 研究步驟

本研究之步驟說明如下（圖 1.1）：

1. 文獻探討：蒐集相關文獻、期刊、書籍資料進行分析及整理，以作為本研究之理論依據。
2. 建立研究架構：依據相關文獻，探討並建立研究所需之架構，以作為編制訪談問題之基礎。
3. 選取訪談樣本進行訪談：進行深度質性訪談法，以三地門區沙滔琉璃珠工作坊、三地門珠串房之創辦人進行質性訪談。
4. 編制問卷：本研究之問卷，經由質性訪談後補齊文獻探討之不足，修改形成問卷量尺，以作為本研究之測量工具。

5. 問卷調查：進行問卷調查，樣本母群以消費者做抽樣調查。
6. 分析問卷資料：將完整資料重新整理後對消費者做分析探討，瞭解消費者對排灣族琉璃珠文化意象之認知，並導出推論之迴歸方程式。

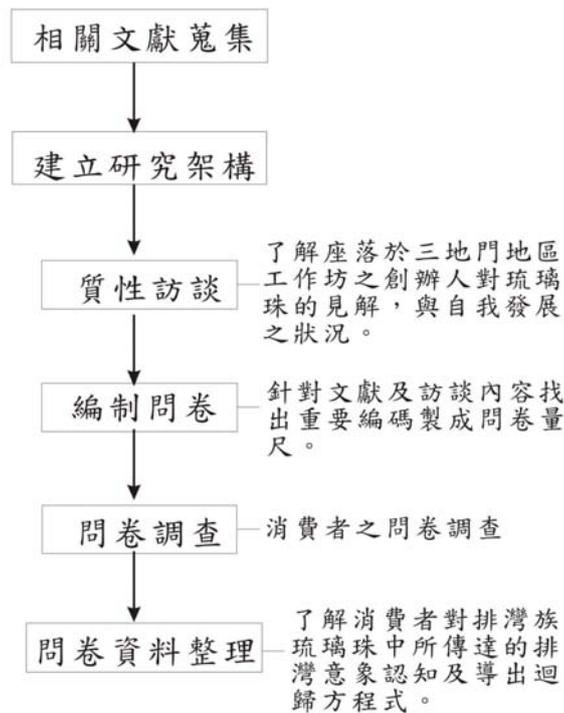


圖 1.1 研究步驟

1.4 研究範圍與樣本

1.4.1 研究範圍

排灣族分佈區域北起大武山、南達恆春、西到枋寮、東至台東太麻裏的中央山脈兩側(圖 1.2)，而人口則主要集中於屏東縣，其中又以來義鄉人口為最多。瑪家鄉、三地門鄉、泰武鄉、春日鄉、獅子鄉、牡丹鄉及台東縣等行政區也都是排灣族分佈地。該族總人口數約八萬三千餘人(原委會網站)。依統計表 1.1 顯示，三地門地區為排灣族文化藝術工作者分佈最多之區域。而在三地門中藝術工作室約十間(屏東縣政府網

站)，分別有山地門珠串工房（琉璃珠）、古流坊（各式原住民藝品）、古勒勒工作室（木雕及金屬材質）、伊禧鶯服飾店（傳統原住民服飾）、吾由工作室（石板與原木雕塑）、沙滔琉璃珠工作房（琉璃珠）、帝哈寧服飾工作坊（改良式原住民服飾）、峨格手藝工作室（陶壺）、高山青原住民藝品館（各式傳統禮服）、蜻蜓雅築珠藝工作室（琉璃珠）等共十間工作室。其中即有三間工作室從事琉璃珠創作，由此可知琉璃珠在三地門中屬於受重視之文化產業的手工藝技術。排灣族最具代表性之文化藝術品為：琉璃珠、青銅刀及陶壺，又稱排灣族的「三寶」。且目前在排灣族重要慶典中，配戴裝飾之鍊珠即是美麗的琉璃珠，在三寶中屬曝光率最高。因此，本研究以三寶中色彩最多變，圖案最多樣且文化性最多元的琉璃珠為對象進行研究，藉以探討排灣族之文化意象元素，可作為未來文化創意產業創意設計之參考。



圖 1.2 排灣族分佈圖

資料來源：屏東縣瑪家鄉公所網站

表 1.1 藝術工作者統計表

鄉 別	三地門鄉	瑪家鄉	泰武鄉	來義鄉	春日鄉	獅子鄉	牡丹鄉
傳統工藝 藝師人數	104 人	72 人	31 人	30 人	7 人	23 人	5 人

資料來源: 黃壬來等, 屏東縣藝文資源調查報告書

1.4.2 研究樣本

質性訪談樣本, 因囿於研究對象接受訪談之意願, 因此在訪談樣本取樣上, 只訪談到「三地門珠串工房」及「沙滔琉璃坊」, 兩家代表性之樣本。

量化樣本則以三地門原住民文化館及沙滔琉璃坊之消費者為主, 觀看琉璃珠後在再填寫問卷。

1.5 名詞解釋

1.排灣族

排灣族(Paiwanese)為台灣原住民之一，目前更為台灣第三大原住民族，以台灣南部為活動區域，北起大武山地，南達恆春，西自隘寮，東到太麻里以南海岸。排灣族人口集中屏東縣，以來義鄉人口最多。瑪家鄉、三地門鄉、泰武鄉、春日鄉、獅子鄉、牡丹鄉及台東縣等行政區都是排灣族分佈地(原委會網站資訊)。

2.琉璃珠

琉璃珠(Glass Beads)又稱「蜻蛉珠」，常和青銅刀、古陶壺合稱為「排灣三寶」，貴族階級視為無上珍貴的家傳寶物，為社會階層的象徵，因此，社會階級性的意義遠超過裝飾性意義。在傳統上，古琉璃珠有男、女珠之分別，串珠時亦有一定的組串次序與位置，藉以彰顯出每粒珠子的不凡價值。古珠由祖先代代傳承，因此古珠屬珍貴寶物。由於每一種美麗的琉璃珠都流傳著不同的神話傳說與名稱，所以，祖先藉由這些神話而賦予琉璃珠鮮活的生命與神聖意義；而排灣族人也相信琉璃珠具有靈異力量，能祈福保護、降禍懲戒。(三地門鄉公所網站資訊)

3.文化意象

文化就是一個整體，其中文化具有其結構性並分為各方面，包含族群之知識、信仰、藝術、法律、道德、習俗等生活模式。意象，為意中之象，因而本研究之文化意象(Cultural Image)是泛指族群整體意義之表象。

第二章 文獻探討

依研究目的，本章將分三節進行文獻探討，首先探討認知，次之討論文化意象之概念，最後討論文化意象與排灣族琉璃珠之相關性。

2.1 認知心理研究

「意象」是一種意識活動，人類能察覺到某一事物的意象，主要是透過感知系統，而認知心理學將感知系統分為感覺、知覺與意識等三方面，感知的過程，就如同訊息的傳遞（譚為漢，1963）。人類透過感覺接受器產生接受刺激，感知瞭解事物，關於世界的所有物首先人類都是感覺性的，在一定的水準以上，而感覺系統由視、聽、觸、嗅和味等五種感覺所組成，各種感官將輸入的刺激轉換為神經能。Robert 在「視覺藝術認知」講述視覺認知的模式與大腦中提到，感知與認知的互動模式敘述到「眼睛和大腦處理藝術和其他視覺刺激的方式，對所有人來說通常是一樣的，依循著一系列描述的步驟，稱之為藝術感知與認知的互動模式」，由圖 2.1 更可進一步瞭解，來自物體世界的視覺訊息被眼睛所察覺（第一階段），轉化為神經能量然後傳到視皮質（第二階段），它的主要形狀和樣式會在此得到初步處理。視覺訊息被分析成簡單的輪廓，例如垂直或水平的線條、彎曲的線條和角度，此基本形式再被結合成更大的單位，例如整個畫面的基本要素。訊息接著被大腦其他的皮質做進一步處理（第三階段），這些處理的組合效應，按照先前儲存的訊息而導引出對視覺訊號的解釋。與語意有關的處理也會發生在第三步驟當中，並對訊號做出解釋。喜歡克林姆(Klimt)或喜歡畢卡索(Pablo Ruiz Picasso)，這種根據人類個別理智背景與品味所產生的意識也在這個步驟出現。因此可知由認知(Cognitive)當中經過大腦的判斷而產生意象。

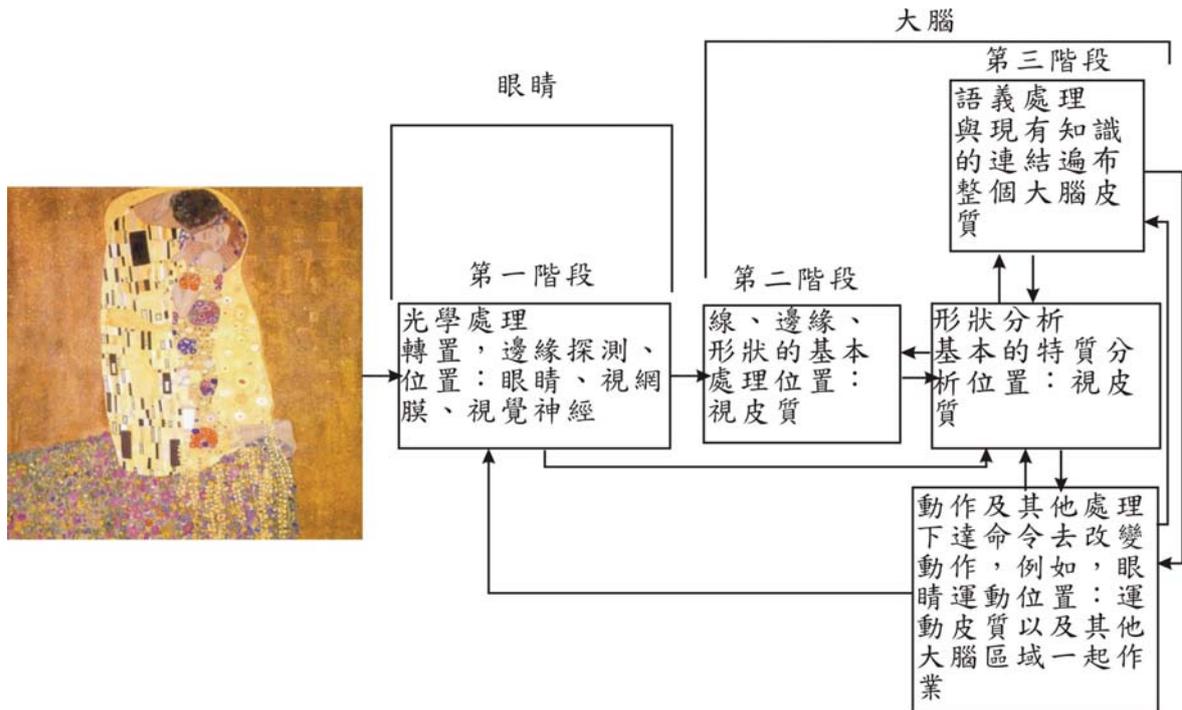


圖 2.1 藝術感知與認知的互動模式

資料來源：改編於 Robert 「視覺藝術認知」。圖為克林姆 Klimt 的吻 The Kiss (Le Baiser)

Baxter(1995)提到人類視覺訊息的處理，可以用兩個不同的階段加以分析，第一個階段：對整體視覺意象的快速掃描，以獲得樣式和形狀。第二個階段：對整體視覺意象的處理方式，則牽涉到細部視覺組件的注意力。第一階段過程相當快速不需花費很多心力，成為人們觀看物品的第一印象，此感覺屬於整體性而非個體的。當視線轉移或注意另一件事情時，腦海中呈現的則是新的意象。因此面對所有物件之意象認知來說，前期的認知過程是主要的決定者。這是直覺的感應，不需花費太多的注意力，對於某件組成單元也不會很刻意去關注。根據認知心理學之訊息處理模式(Information Processing Model) 人類為主動的訊息處理者，探討人類憑感官接受訊息、儲存訊息以及提取、運用訊息等不同階段所發生的事，所以認知心理學也常被稱作訊息處理心理學(鄭麗玉，1993)。訊息處理模式中的幾個階段(圖 2.2)。來自環境中的訊息，經由感官記錄

器接收，作短暫的儲存，稱為感官儲存或感官記憶。此階段保留訊息的原始形式一至兩秒鐘，供個體辨認。若訊息沒有引起個體的注意，則很快消失，被後面的訊息所取代(鄭麗玉，1993)。



圖 2.2 訊息處理模式的階段

資料來源：鄭麗玉，認知心理學

意象特徵的認知上，Selfridge(1959)曾提出特徵辨認的三個階段，第一階段是影像域，紀錄外來刺激，將其轉換為內在表徵。然後由第二階段的特徵域執行分析、找出特徵，如直線、角度、曲線等。這些訊息再傳至第三階段的認知域，每個認知域負責辨認一個型態，當某個認知域找到一個符合它型態的特徵時，就有所反應；最後決定域(Decision Demons)選擇反應最激烈的認知域，作為代表外來的刺激，以此來說明對意象的認知過程。

Wickens(1992)也提出視覺的處理模式，以訊息處理來探討型態辨認則有兩種過程：1.由下而上的處理(Bottom-up Processing)，2.由上而下的處理(Top-down Processing)。由下而上的處理又稱資料導向(Data-Driven)的處理，是由低層次訊息開始處理，其結果作為下一高層次的輸入，進行處理；如此逐步向上，最後辨認出該輸入的刺激。由上而下的處理又稱概念導向(Conceptually-Driven)的處理，指的是依據期望或標籤，幫助我們詮釋不完整的感官輸入。

2.2 文化意象的概念

本節分兩部分探討文化意象，其一先探討意象的意義，其二再探討意象與文化的關係。

2.2.1 意象

意象(Image)「曰：意中之象」。在《國語辭典》解釋中為「在主觀意識中，被選擇而有秩序的組織起來的客觀現象」。《張氏心理學辭典》對意象解釋共三點：1.指物體的光刺激投射到視網膜上所形成的象；2.指記憶中以往感覺經驗的重現；3.指對人、團體或政府機構的一種帶有價值性的判斷(或觀感)意即「個人形象」（張春興，1992）。而《簡明心理學辭典》的解釋是：一種對範圍廣泛事物的觀念、判斷、喜好和態度的混合體。另外根據《The World Book Dictionary》對 Image 的解釋為：1.非常相似或是複製體；2.肖像或雕塑；3.心靈的圖像或構想；4.比擬、描述；5.符號、描繪表徵；6.對個人、團體或政府組織的印象；7.視覺對物體的再現；8.影像；9.知覺經驗的重現等（Barnhart & Barnhart，1989）。《牛津英文辭典》(The Oxford English Dictionary) 中對意象的解釋：「某物之心理象徵，不只由直接的知覺，而且藉由印象或想像；一種心理圖像或印象，一種想法、概念」。本研究認為意象是心理上對於圖像或構想、想法的經驗，並將此運用符號描繪後，做完整呈現。

因而意象一詞泛指人類心靈上、感受上、想法上之範圍，而談論意象的領域包括：感覺、感知、風格，感性工學（Kansei Engineering）及語意區分(Semantic Differential, S D)..等範疇。以下將針對兩大範圍進行文獻探討。

1. 感覺、感知及風格與意象

感覺、感知及風格議題談論方向廣泛，整體而言風格探討的是表現

或創作時，所採取或應當採取的獨特而可辨識之方式（Gombrich，1968）；風格是一種式樣複製，無論是在人類的行為或人類行為所產生的物品上，是在許多限制中所做選擇的結果（Mayer，1979），而在人類學上，風格曾被定義為做某種事中有連貫之方式（Coherent Ways）或式樣（Pattern）的一個系統（Kroeber，1963）。因此風格意象的產生需經由外在之呈現，才能傳達給觀察者，並且經由某特定元素，讓觀察者能辨識或感覺其特有風格。其可從下列研究結果中得到證明，施韋名（1995）針對「眼鏡造形與感覺意象對應關係之研究」在風格意義整理結論上指出，眼鏡的造形、顏色、材質、紋路..等會產生綜合的心理感受，此感受會成為消費者購買時決定要哪些款式，例如：A 種鏡框+B 種顏色會有「年輕的」感覺..等等。廖敏如（2000）在「塑膠材質透明度在產品感知設計應用之探討」談到塑膠材質具有透明屬性，因而讓人們對於塑膠會產生不同的感覺。洪淑惠（2006）「西裝外套布料構成與質感意象的對應關係之研究」，分析歸納出質感構成物理質感要素對質感的知覺及心理感覺之構因，並找出西裝外套意象與布料質感構成要素之對應性。張建成（2006）「網站設計風格之定位研究探討-以音樂網站為例」最後並歸納出網站設計首頁風格可以分成「結構性因數」與「評價性因數」，並找出使用者較偏好評價性較高的網站風格。

上述研究當中即探討知覺、感知及風格與意象之關係，結果論述中歸結意象準則者，運用之研究方法及結果分別為施韋名（1995）針對「眼鏡造形與感覺意象對應關係之研究」期能建立設計原則，因此使用之研究方法包括類神經網路預測及複迴歸分析，建立之準則可以供消費者挑選時有依據可以參考，對設計師來說也是一種初步概念的基準。洪淑惠（2006）「西裝外套布料構成與質感意象的對應關係之研究」，文中運用

感性工學及 SD 法明確找出人們對於西裝外套意象語意之美感認知，對消費者而言，產品給予的心理感受是非常重要的，無論是從材質或造形方向，最後運用複迴歸分析方式建構質感意象操作原則及應用，以此作為袋包設計時，尋求特定質感意象，織物選擇之參考。

探討差異者有廖敏如（2000）在「塑膠材質透明度在產品感知設計應用之探討」期能找出透明塑膠材質對於產品使用者及產品設計師在感知的差異。研究過程將形容詞語彙收集後，運用 SD 問卷調查，擷取出與塑膠材質有關之語彙，並運用 One-way ANOVA 及因素分析進行感性分析，找出感性評價。張建成（2006）「網站設計風格之定位研究探討-以音樂網站為例」，運用 SD 法及集群分析，找出代表性音樂網站及適合表達風格之形容詞，作為網站設計的參考，最後並歸納出網站設計首頁風格可以分成「結構性因數」與「評價性因數」，並找出使用者較偏好評價性較高的網站風格。

林俊男（2000）於「人工聲音信號意象感知評價之研究」中論述感知與意象，從心理結構而言，人是以回憶、意象和思考來建構個人反應刺激的模式及建立一種參考架構（A Frame of Reference）來感知外在世界並給予回應，其運用感性工學之觀點，進行 SD 法之意象評價實驗，藉以釐清不同屬性受測者，對聲音信號意象評價的差異性，以及探討各類聲音信號物理特徵與意象感知的關連性。因此觀看後會有記憶，往後再遇見類似事件便可運用想像的方式，例如：曾經看過一朵玫瑰花，之後聽及外人再提玫瑰花，自然而然就會想起玫瑰的模樣，亦或是看見一物件會說「長的很像玫瑰花」，與《The World Book Dictionary》對 Image 的解釋為非常相似或是複製體理論上不謀而合。

2. 感性工學與意象

從感性工學（Kansei Engineering）角度來說，「感性」（Kansei）是一個由日文直接轉用的用語。在日文的用語中代表著「感知」、「感覺」、「印象」以及某種情緒的呈現。長町三生博士在其著作中，將感性工學定義成：「將人對感性、意象上之期望，翻譯為物理性設計要素，以具體設計之技術」。

感性工學，是一種將感覺和情緒轉換成設計元素的一種方法。基本上感性工學是以「客戶導向」為主的市場趨勢，所應運而生的分析技巧，並分以下四個主要方向討論(Nagamachi,1995)：

- (1).以人因及心理學角度去蒐集顧客的感覺和需求。
- (2).從消費者的感性用語辨識出設計特性。
- (3).建構感性工學的模式和人機系統。
- (4).隨社會和人們喜好的變遷而機動的調整整個系統(邵承珍等,2000)。

而感性工學模式有三類(管倖生,2001)：

- (1).KE I 型：是階層化範疇分類法，一件產品的感性範疇向下拆解展開（Break Down）成樹狀結構來得到設計細節部分。
- (2).KE II 型：感性工學電腦系統，例如：專家系統技術（建構感覺和設計元素的知識庫，並連結感覺和設計元素的對應關係），類神經網路和遺傳基因演算法，本型式為最廣泛為人所知的形式。感性工學電腦系統包含了四個資料庫：感性資料庫(Kansei Database)、意象資料庫(Imange Database)、知識庫(Knowledge)、設計設計與色彩資料庫(Design and Color Database)。
- (3). KE III 型：感性工學數學模式。利用數學模式來表達感性用語和設計元素間的關係，在此數學模式和形式二中所建立的 Rule Base 扮演類

似的角色。

國內相關學者組成之感性工學研究小組討論之議題者眾多，分別為運用感性工學探討造形者如：陳國祥等(2000)「行動電話產品造型與消費者感性關聯之建立」，文中運用感性工學之型式探本此篇，其主要目的是檢定使用者對行動電話的主觀評價與造型之間的關係。其過程中運用SD法檢定使用者對行動電話的主觀評價與造形要素之間的關係。所獲得結果分別以利用線性分析模式—數量化—類與非線性分析模式—傳遞類神經兩種方法作比較，整體而言，非線性統計分析法的預測結果較接近觀察值。陳國祥、管倖生、鄧怡莘、張育銘(2000)「電動刮鬍刀產品造型與感性之關聯性」研究運用感性工學探討電動刮鬍刀產品造型與人類感性的對應關係。探討人類感性因素與造形之間之對應關係。其研究方法運用比較線性模式(聯合分析)與非線性模式(類神經網路模式)，運用感性語彙進行李克特量表之問卷調查、MDS(多元尺度法)、集群分析最後在進行運算，最後結果發現，類神經網路模式與聯合分析法均無法準確性預測造形與感性之關係，但類神經網路模式比聯合分析法準確預測次數較多，因此推斷感性與造形成非線性高於線性。王宗興(2001)在「自行車車架造形特徵對意象認知影響之研究」中，將感性語彙進行數量化—類分析後，並獲得形態要素與感性語彙之對應關係。

感性工學探討色彩者，林彥呈、管倖生(2001)「產品色彩與造型搭配相關性之研究」，其探討手機之色彩、造形與與感性語彙三者間的相關性。莊盈祺(2001)「電動刮鬍刀之色彩語彙感性相關研究」，結果發現使用者對原始單純色彩之感性語彙，會因色彩套用在產品後而產生差異，而受到材質影響的程度又大於造形。Hsiao與Huang(2002)運用感性工學之類神經網路處理產品外形建立；Lai與Lin(2006)等研究者運

用類神經網路與數量化一類之分析於產品設計。呂明泉(2002)，觸覺與視覺對意象差異研究—以塑膠材質咬花為例，透過運算方式準確預估受測者對樣本的感受語彙評點。

3. 語意區分與意象

語意區分(Semantic Differential)源於奧斯古(C.E.Osgood)與其同僚，用來量度概念之意義的技術。在其假設中提到，「事情與觀念的特徵，大部分由形容詞傳遞；其意義也可作其描述」。而奧斯古(Osgood)更發現語意分析法可分為三個重要群組，分別為評量(好—壞、美—醜)，效能(大—小、重—輕)，行動(主動—被動、快—慢)等。(王文科，2005)。

根據 Hsu、Chuang 及 Chang (2004) 談到設計者與使用者感知語意分析，以家用電話為進行調查樣本，得知其適當得意象語彙；Alcántara (2005) 等人運用產品語意在靴子設計；黃士嚴 (2006) 以意象尺度進行礦水瓶身開發設計；賴顯松 (2000) 在「台灣閩南、客家及原住民肚兜視覺意象之區別分析」上運用語意區分對肚兜做視覺意象之樣本選取得到意象語彙；賴顯松 (2002) 台灣原住民傳統服裝視覺意象之研究中，以語意區分對原住民服飾做視覺意象調查最後得到，台灣原住民服飾偏有「繁複」、「活動自如」、「高尚」之意象。

上述分析顯示，感性工學與語意區分運用至談論意象者議題十分廣泛，除造形、材質、色彩外還包括網頁、電腦輔助、使用者介面等類，而其中最常使用建立意象資料庫、語意資料庫等，將感覺數值化，或找出屬於其產品的感知意象，試圖將心理感受用數值或程度多寡呈現。

而關於意象議題最後需找出意象語彙，因而研究方法以語意分析法為最多研究所使用。

2.2.2 文化與意象

何謂文化，人類學家賈克·瑪奎（Jacquese Maquet）在《美感經驗》一書中引用多位人類學者述說，泰勒（E.B.Tylor）在一百多年前對「文化」所下的定義：「文化是包括知識、信仰、藝術、法律、道德、習俗和身為設為成員的人，所獲得的任何其他能力與習慣之複雜整體」。華特·高史密特(Walter Goldschmidt)表示，文化就是一個整體，又說「文化不僅在各部分的相互連結上，更在更深的層次上」。Keesing 在《文化人類學》一書中對「文化」作如下的說明，其一，「文化」一詞用來指涉一個社群的生活模式，也就是該社群規則性且一再發生的活動，以及物質的佈局與社會的佈局，...是可觀察現象的領域；其二，「文化」用來指涉組織性的知識體系和信仰體系，一個民族藉著這種體系來建構他們的經驗和知覺，規約他們的行為，決定他們的選擇....指的是觀念的領域。Kluckhohn 在《文化概念》一文中首先引 Herskovits 對文化理論的主張認為：

- (1).文化是學而知之的。
- (2).文化是由構成人類存在的生物學成分、環境科學成分、心理學成分及歷史學成分所衍生而來的。
- (3).文化具有結構，分為各個方面。
- (4).文化是動態的，是可變動的。
- (5).文化顯示出規律性，它可借助科學的方法加以分析。
- (6).文化是個人適應其整個環境的工具，是表達創造性的手段。

因而，文化範圍涵蓋族群複雜之整體，在此若要定義何謂文化意象，「意象」是透過象瞭解意，從文化上來說，應可說對某族群之「意中之象」，而要瞭解琉璃珠的文化意象，即是透過琉璃珠，瞭解琉璃珠中呈現

的整體文化意義，所謂整體文化即是包含上述之信仰、藝術、習俗等。石育民(2005)於「臺北市古亭地區客家空間文化意象之研究--以南昌路、同安街一帶為例」此篇分兩部分論述，客家文化特色及空間文化意象，客家文化特色包括食衣住行育樂、信仰習俗、客家語言、客家精神；空間上包括地標、節點、通道、地域..等等，運用田野調查之方式瞭解其不同之處，並找出當地所呈現之客家意象及他背後意義為何或哪些是客家元素。蔣曉梅（2001）在「都市意象之研究—以台南市為例」中，建立台南市都市意象因數，透過現況調查找出包括實態性空間與建築群、文化資產暨古蹟、民俗活動與傳統美食...等七個意象元素，之後並透過專家學者意見訪談及調查分析後，再做一般問卷調查，最後再統計分析一般民眾對其重要度與品質指數，瞭解一般民眾之看法。若論及整個中華文化不免談及符號圖騰、建築、藝術、飲食、文學..等等，因而無法一語概之。因此常會看到龍圖騰、欣賞到潑墨山水亦認為是中華文化，原因是具有某種可以表現中華文化之意象元素，因此感覺像中華文化。但表現之成份、準則為何，則是本研究要深入探討之課題。

2.3 排灣族與文化藝術

台灣原住民總人數目前為止 464,961 人，居住在屏東縣三地門鄉的原住民約 6920 人，(原委會，2005 年)。目前台灣的原住民共有 12 個族群，包括：阿美、泰雅、太魯閣、布農、排灣、卑南、魯凱、賽夏、達悟、鄒、邵、噶瑪蘭族，各族都有自己獨有的特色，以藝術來說，排灣族則位居要位之一。

排灣族以台灣南部為活動區域，北起大武山地，南達恆春，西自隘寮，東到太麻裏以南海岸。分為 Raval 亞族和 Vutsul 亞族；Vutsul 群又分為 Paumaumaq 群（北排灣族）、Chaoboobol 群和 Parilario 群（南排灣

族)、Paqaroqaro 群 (東部排灣) 。排灣族人口集中屏東縣，以來義鄉人口最多。瑪家鄉、三地門鄉、泰武鄉、春日鄉、獅子鄉、牡丹鄉及台東縣等行政區也都是排灣族分佈地。

排灣族著名的文化藝術包括服飾、雕刻與著名的三寶「陶壺、青銅刀、琉璃珠」，陶壺排灣族語為「Reretan」，代表祖先在人間所居住的地方；青銅刀排灣族語為 Tikuzan Ni Tagaraus，代表著男性的力量與權威；琉璃珠排灣族語為 Qata，象徵著女性的貞節與美麗 (撒古流，1993) 。

排灣族的陶壺分成「公壺」、「母壺」及「陰陽壺」三種類，「公壺」刻有太陽紋，「母壺」則擁有乳丁紋，而「陰陽壺」顧名思義兩者紋路都有，在階級分明的時代他僅限於貴族擁有，陶壺是傳說的起源、身份的表徵，亦可用在結婚的聘禮及祭祀占卜、儲存食物及收藏琉璃珠等用途。

排灣族的雕刻，不僅是一種藝術，也是生活的一部份，大到從祖靈柱算起，門楣也是用人頭紋雕刻而成，小至湯匙、木梳等等皆是，雕刻品從平面到立體皆有。

琉璃珠在排灣族中也是一種社會地位的代表，早期也只有貴族才可擁有。而琉璃珠從最早期的黃、綠、橙三色為最主要顏色，到現在的琉璃珠色彩是多采多姿的，再加上許多起源傳說例如：高貴漂亮之珠、孔雀之珠等等，因此琉璃珠上的花紋、符號就更具神秘、豐富性。

美麗的服飾上運用著夾織、刺繡、綴珠、貼飾等方式構成，早期貴族不必從事辛勞的生產，有充裕的時間專心織繡，以表其社會地位，並滿足審美慾。

排灣族有著豐富的藝術文化氣息，至今也揚名海外，藝術工作者峽格的作品現為大英博物館所收藏，若說原住民是個天生的藝術工作實在一點也不為過，因此其文化藝術更有研究之價值。

2.3.1 排灣族琉璃珠的文化意義

琉璃珠在排灣族中被極為珍視，真正的古琉璃珠取得已不易，現在的幾乎為仿古珠，而自古以來並無留下製作技術，在民國六十五年由三地門鄉排灣族人巫瑪斯（Omass）在沒有任何奧援之下獨自研發傳統琉璃珠技法，排灣族的琉璃珠製作技術才得以再度重現（于國華，2004）。

根據日本學者鈴木 質（1999）之研究，琉璃珠存在部族中具有悠久家系的幾個頭目家中，只有純正的大頭目家族會擁有琉璃珠，一般家庭與普通的頭目則無法擁有，大頭目家族擁有絕對的權力。而擁有琉璃珠數越多則代表財富越雄厚，從文獻得知，頭目的琉璃珠項飾係成串且多排。用以表示其重要社會地位、階級、地位、財富、美學、生命禮儀及宗教風俗信仰的指標。

排灣族人民相信琉璃珠具有靈異的力量，具有約束族人的力量，就是所謂的珠神。英國人類學家馬雷特（Robert Marett）曾提出一種獨立信仰，把信仰命名為「泛生論」（Animatism）。根據此理論可把物體的類別進行劃分，例如一塊石頭，我們視為無機之物，原始族人則把石頭視為有機個體，在此一情形下，這塊石頭不僅被認為是精靈寄居之地，且這塊石頭本身就是精靈（劉其偉，2002）。此說法與排灣族琉璃珠幾乎相同，據許美智（1992）陳述，琉璃珠力量分為兩種，一種是祈福與保護或隱而不彰的作用；另一種為降禍與懲戒，才是積極或明顯的動作。

1. 琉璃珠的類型

排灣族的琉璃珠類型依大小來分可分為三類：大型的長度多介於 1~2cm；中型的約 5mm~1mm，數量相當少；小型的長度 3~5mm；細小型的約 1~2mm。上述類型中，大型珠子較為重要，使用為較固定，串連於項飾下擺的中央地帶；小型與細小型應用較不固定，範圍也較廣；小

珠子見於各種裝飾裝飾品；細小珠子則見於各衣飾上。

以大型珠子而言，可由其形制、紋飾、色彩分述如下：

- (1)形制：大多數成圓柱狀，此外還有球狀、圓桶狀、鑽石形狀、南瓜形狀與算珠形狀等。
- (2)紋飾：常見的紋飾有點紋、眼睛紋、漩渦紋、條紋、波浪紋、鋸齒紋等等。
- (3)色彩：黃色、紅色、藍色、藍紫色、綠色、白色、黑色．．等，有些珠子可能包括六到七種顏色。

這些琉璃珠有不同的形制、紋飾與色彩，各有特定的名稱與意義例如：Mulimulidan（高貴漂亮之珠）乃白色為底，飾以不同紋按色彩的種類。這種大型琉璃珠主要見於項飾下擺的中央地帶，通常都是屬於較貴重的珠子。（許美智，1992）。

2.琉璃珠的神話意義

排灣族的琉璃珠結合了長久以來的信仰與想像文化，珠子被賦予優美的神話故事。在族群中代代相傳，以下略舉代表性的珠子及故事說明如後：

- (1)Mulimulidan（高貴漂亮之珠-a）是排灣族琉璃珠中最貴重的珠子，種類很多，約有二十餘種左右，都各有特定名稱，在項飾的排列中，常置於下擺的中央位置，當作主珠。珠子的圖騰構成以白色為底，其上的紋彩通長以紅、黃、藍等三色彩繪。當頭目結婚時，聘禮中須有Mulimulidan（高貴漂亮之珠）或 Rosonagatou（太陽的眼淚）才能顯示其身分地位，所以此珠代表擁有者的身分地位高於別人。
- (2)Baloalisabula（孔雀之珠-b），孔雀之珠是 Mulimulidan（高貴漂亮之珠）中的極品，古珠形制約有 5 種。相傳有孔雀想娶頭目的女兒為妻，自天

空拋下此珠而把頭目女兒帶走。Baloalisabula(孔雀之珠)以白色為底，珠上的紋彩渦迴狀，一如孔雀羽毛尾端的圖樣，珠名因此得來，在項飾的排列中可以當作主珠。

(3)Rosonagatou(太陽的眼淚-c)傳說以前太陽的位置很低，離屋頂很近，只要太陽一出來，常常把人們曬得頭昏眼花，有一天，一位排灣族的婦人實在熱的受不了，於是跑進廚房拿出五粒小米蒸煮，結果小米滾熟之際，產生的熱氣將太陽慢慢的頂上高空，當太陽發現自己漸漸遠離人間時，難捨分離之情，於是傷心的掉下了許多的眼淚，眼淚掉落地面時，變成了一顆顆美麗的珠子，這些珠子就叫太陽的眼淚。古珠中的構成以白或透明藍為底，配上黃、藍、紅等紋彩，在項飾的排序中可以當作主珠。

(4)Magazaigaw(手腳之珠-d)很久以前，有一位台東的頭目與遠地的一位女子結婚，婚後竟生下一粒"柚子"，村裡的人都在背地裡嘲笑這位女子，甚至瞧不起她，這位可憐的母親仍然細心的照顧她的"孩子"，將他妥善的放入箱子裡照顧，隨著時間的流逝，在柚子的身邊竟生出了許多美麗的珠子，柚子一天天的長大，珠子也一天天的多了起來，最後奇蹟終於發生，這些漂亮的珠子與柚子身軀串聯在一起變成了四肢，柚子也變成了一位聰明伶俐，人見人愛的孩子，柚子身邊的這些珠子就是 Magazaigaw(手腳之珠)。

(5)Tsadatsaan(土地之珠-e)很久以前，有一位頭目發現到一群螞蟻不停地在搬運珠子到其住處，他覺得很好奇，於是沿著螞蟻的路徑一探究竟，結果來到一巨石下，而這群螞蟻由這個巨石下的一個大洞口出入，便命人由洞口一路挖掘下去，挖到盡頭就看見一群螞蟻圍繞在一堆琉璃珠上，並不停地搬運這些珠子，於是頭目協助螞蟻將這些珠子運回住

處，並在兩邊盡頭處為螞蟻築窩，宣稱兩窩之間的土地為其所有，螞蟻搬運的這些珠子就是 Tsadatsaan（土地之珠）。

(6) Pomatzamatza（眼睛之珠-f）在古珠中 Pomatzamatza（眼睛之珠）以黑、綠、半透明及黃色為底色，樣式很多，最明顯的特徵就在於它那像眼睛的圖騰紋樣，既是有眼睛的珠子，因此有守護、保佑之功能。

(7) Manigai（勇士之珠-g）即勇士、成功、英勇之意。排灣族人自稱是百步蛇的後裔，也視百步蛇為頭目陶壺的守護神。族人常以菱形蛇紋為勇者的象徵，故排灣男士以擁有有菱紋的 Mananigai 為最高榮譽。（許美智，1992）



圖 2.3 琉璃珠之樣本

資料來源：本研究攝於三地門沙滔琉璃坊（2003）

排灣族琉璃珠其外表顏色美麗，圖騰簡單，但那只是顯而易見的表層，內部深層的含意是他的傳說故事或意義，若不懂其符號之意義或是傳說故事，對琉璃珠的瞭解就只能說是浮光掠影。以排灣族琉璃珠的文化意象來說，圖騰即是表現象徵之符號，亦是一種語言表現的型式，因此，圖騰之表現即是被運用完成琉璃珠的重要元素，因而製作何種珠子、運用何種圖騰會產生排灣族意象，對藝術工作者來說是重要的。

3. 原住民相關文獻

目前國內對原住民的相關研究，張一傑(2004)在「哈古：對一個卑南木雕藝術家創作與風格的研究」中談到，卑南族是一個漢化較深的民族，因此在哈古的作品中最常出現的動物是水牛與狗，而哈古也說：「我雕刻，只是要交代後代，我們過去是怎樣生活的」，另有鑑於族人漸漸淡

忘自己的文化傳統，也希望可以保存部落中珍貴的資產與傳統習俗及文化精神，因而相當重視承傳這份工作，因而希望運用自己的作品能達到這樣的目的，最後並希望部落文化能與木雕藝術教育相結合。然而在該篇文章中討論哈古作品之類型與文化意義，但卻認為對作品談論的作品數量太少，解釋量不夠，因而在對作品分析部分顯得薄弱。

王應棠(2003)在「尋找家園－原住民文化工作者回歸部落現象中的認同轉折與家的意義重建：屏東魯凱、排灣族的案例」談到，原住民藝術原本是依附傳統社會結構而存在，如排灣或魯凱的木雕是貴族階級佳屋的裝飾性象徵物，而文中作者提到某位訪談者對原住民藝術希望由創作者間的相互批評創造出空間，並可找出原住民自己的藝術創作方向。

承上述，運用之研究方法大致上是運用資料蒐集、質性訪談法。張一傑(2004)，運用參與觀察和深度訪談及紮根理論，找出被研究之範圍與對象行為背後深藏的意義。王應棠(2003)其運用的研究方法透過深度訪談、參與觀察與相關歷史文獻分析，以瞭解原鄉環境特質呈現在個人的族群文化認同與家的意義重建之作用、回鄉原住民文化工作者回家之後的日常生活之社會調適，既有文化模式的詮釋架構及生活言行指導系統轉變過程的具體處境及生存策略，以及所形成之文化生產場域內部運作特性的探討。

2.4 小結

由上述文獻探討中可知，談論意象之主題者繁多，運用之方法以感性工學為主，談及文化層面者多數牽涉社會科學。然以本研究目的而言，不適用於感性工學，但也無法完全適用質性理論研究方法，因此借用社會科之方法-紮根理論研究法，並藉由用統計之方法，期能嚴謹說明研究之成果。

第三章 研究方法

本研究旨在探討排灣族琉璃珠文化意象之構成因素，藉由訪談之文化意義構面中找尋意象語彙，由意象語彙與琉璃珠瞭解琉璃珠之文化意象。為達研究目的，除以文獻探討外，並以深度訪談、開放式問卷及結構式問卷，再輔以統計方法分析，以作為結論與建議之依據。

3.1 研究架構

根據研究目的，並經文獻探討，以下為研究架構，如圖 3.1 所示。

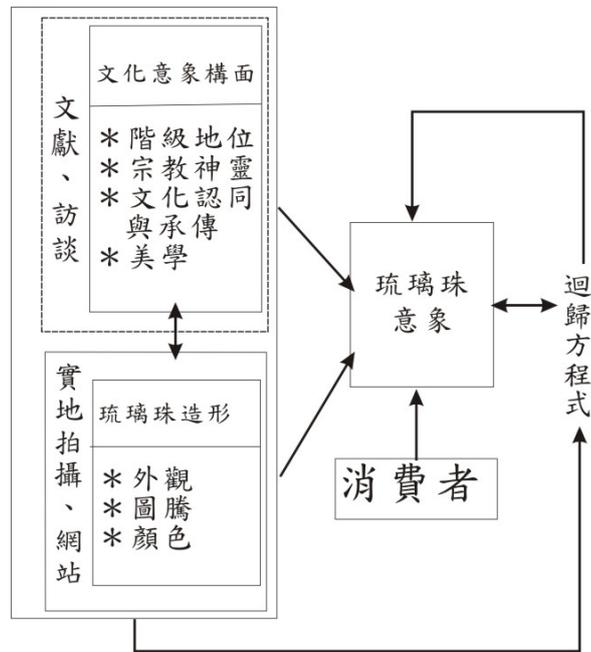


圖 3.1 研究架構圖

3.2 研究對象

據「文化創意產業實務全書」中論道，排灣族中首先將琉璃珠製作技術重現族人的藝術家為巫瑪斯 (Omass)，並於 1982 年創立部落第一家工藝工作室——雷賜琢磨藝坊，並招收馮賢男、廖文敏及陳福祥為第

一批學員。廖文敏與其兄廖英傑合開工作室一段時間後一分为二；廖文敏夫婦設「拉拉吾珠藝坊」，廖英傑夫妻開設「沙滔珠藝工作室」。陳福祥 1984 年與其兄長合作創設「蜻蜓雅築珠藝工作室」。目前較具規模並尚在經營者有「蜻蜓雅築珠藝工作室」、「沙滔珠藝工作室」(于國華等，2004)。在此由於訪談取樣之限制，本研究僅以三地門地區較早成立之「三地門珠串工房」(已更名為排灣三寶工藝館)、「沙滔琉璃珠工作室」(現在更名為：沙滔舞琉璃藝術空間)作為訪談之對象。而分析之樣本來源，以實地拍攝及網際網路蒐集為主，網際網路至今是大多數大眾尋找資訊的最佳幫手，正所謂「網路無國界」，藉由網際網路，全世界都可看到此作品，有鑑於此三地門珠串工房負責人已將工坊內購物網站架設完成，提供更多琉璃珠瀏覽的機會，蜻蜓雅築在網路購物上亦非常成熟，因此本研究以參酌網站所陳列之圖片，經由網站「Umass3gems-琉璃珠.青銅刀.黑彩陶」及「蜻蜓雅築」公開之網站飾品取得其兩家樣本，另加上沙滔琉璃坊之採實地調查拍攝，以利取樣之完備。

3.3 研究工具

為深入了解琉璃珠之文化意象構成因素，本研究之研究工具為「質性訪談」及「量化問卷」。

工具一：「質性訪談」，本研究之質性訪談用以瞭解琉璃珠藝術工作者對於琉璃珠文化意象之看法及如何創作出有排灣族意象之琉璃珠，訪談上因需詳細記錄其過程，工具上備有訪談項目問卷、DV 錄影（音）設備等設備。

工具二：本研究依文獻探討及質性訪談後，分兩部分編制問卷，其一為第一次開放性問卷，依文獻探討並針對當地居民及消費者收集各方意

見，以避免研究者本身過於主觀之看法。其二則是以結構性問卷，經深度訪談及開放性問卷所得到之廣泛意見，彙編而成正式問卷。

3.3.1 問卷的編制

本研究之問卷參考深度訪談及開放式問卷，最後匯集形成結構式問卷（圖 3. 2），結構式問卷內容分別為「基本資料」、「文化意義V.S外觀形狀」、「文化意義V.S圖案」及「顏色」等四部分。問卷量表使用五點量表，由 1 非常沒有感覺至 5 非常有感覺，評定其形容詞語彙意象感。

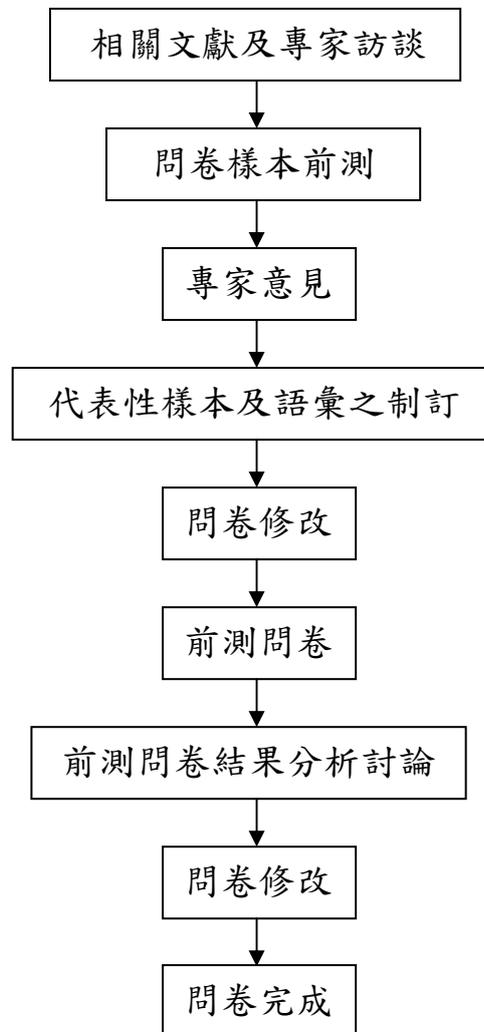


圖 3.2 問卷編制流程

3.4 研究樣本

3.4.1 樣本造形、圖案收集與選取

本研究問卷調查的主要目的為要瞭解工藝師對琉璃珠整體意象之想法及消費者對排灣族琉璃珠文化意象之認知感覺。琉璃珠整體意象經訪談、開放性問卷後得到文化、外觀、意義等構面，最後的消費者部分則透過問卷調查了解其看法。

琉璃珠樣本取得經由網路及現場拍攝。由於現今網路發達，民眾上網買東西頻率日漸增加，有鑑於此，研究中之部分樣本透過網路擷取，並再加上現場拍攝共取得 90 顆樣本(表 3. 1)。將琉璃珠區分為外觀形狀、圖案、色彩之結構，並找出代表性之圖案、外觀形狀及色彩形容詞語彙。

表 3.1 琉璃珠樣本來源 單位(顆)

來源	巫瑪斯網頁	蜻蜓雅築網頁	沙滔琉璃坊現場拍攝	總數
樣本數(顆)	32(顆)	25(顆)	33(顆)	90(顆)

3.4.2 代表性外觀形狀選取

琉璃珠整體造形上分為外觀形狀、圖案及顏色，外觀形狀樣本由研究者透過分類從 90 個樣本中，整理歸納 5 個代表性樣本。

3.4.3 代表性圖案選取

排灣族琉璃珠圖案神秘且多樣，為求客觀分群、分類，因此從網路上及現場調查中共收集 90 個樣本，經相同性篩選整理後挑出 74 張圖片編製成分類問卷，全部圖片處理成無彩色灰階的圖形，最後透過學生分類。

3.4.4 前置實驗

遵照中央極限定理(張紹勳, 2000)，選取南華大學設計藝術相關科

系之大學部及研究生受測者三十名。以造形原理之造形要素而言，74 張圖片可以幾何型態及有機型態分類，幾何型態以基本之點、線、面區分，有機型態以自然界（花形）、動物界（蛇紋、孔雀紋）及人臉形，約可分為七群，最後再加上無法分類者合計分為八群。

在此要求受測者針對 74 張圖片進行前測分群，依第一印象之觀感將圖片分類為八群，其中包括無法分類的其他分類，每一群間的數量不一，以求得樣本之差異程度。

3.4.5 代表性樣本

將前置實驗的結果依樣本兩兩間同群的次數進行樣本相異程度的轉換，再將此資料投入統計分析軟體，以多元尺度分析方法（MDS）依據計算出的 Stress 值與 RSQ 值判斷該筆資料以何種向度（Dimension）來呈現為最適當。

依階層分析法（Hierarchical Cluster）對 74 張圖片樣本做初步分群，從分群樹狀圖中依照分群之狀況選取最適合的群數，選取原則盡量摒除單一成群之分群狀況。分群狀況可分成八群狀況最佳，再以 K 平均數集群分析，設定為八個分群條件，進行分群，在每一群的樣本中，以樣本離各群中心之距離來判斷，距離中心最近之樣本即為該群的代表性樣本（圖 3.3）。

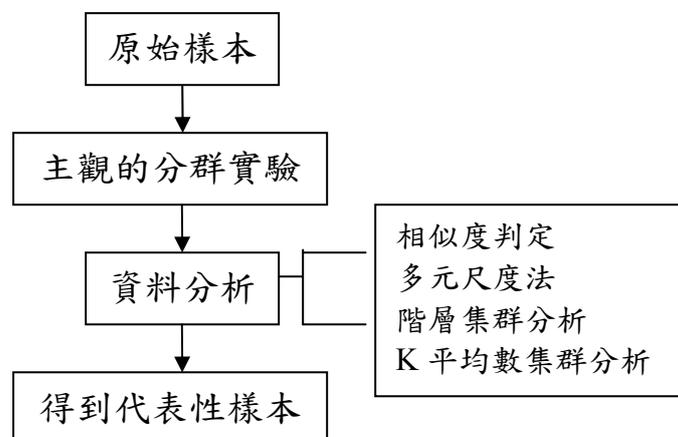


圖 3.3 代表性圖案樣本選取程序

3.4.6 代表性色彩選取

本研究之色彩意象語彙來源取至賴瓊琦（2003）、賴一輝（1997）、歐秀明（1998）、鄭國裕、林磐聳，（1987）書中，描述色彩之色彩意象語彙，盡量蒐集不重複語彙以提昇研究的正確性與顯著性之效果。本測驗在此為色彩意象語彙之前測，經由項目分析、因素分析及信、效度分析後，確認可作為之後調查之基準。

蒐集詞彙共 65 個，第一次經由十位專家篩選後，再由三十二位學生進行第二次篩選，並經統計運算後，找出適當之色彩描述的群類加以命名。

3.5 調查實施

本研究訪談部分是以沙滔琉璃坊及三地門珠藝房內藝術工作者為主，共訪談 3 位藝術工作。另問卷調查則將以當地消費者為對象，進一步瞭解消費者對排灣族琉璃珠文化意象之感受。

3.6 研究方法

3.6.1 紮根理論

「紮根理論」(Grounded Theory) 這個名詞最先由 Barney G. Glaser 和 Anselm L. Strauss 兩位，於 1967 年在《紮根理論的發現》(The Discovery of Grounded Theory) 書中所提出，二位亦是紮根理論研究方法之創始者，然而「紮根理論」並非一種理論，而是一種方法。因此紮根理論研究方法主要建立理論，而非驗證假設邏輯或既有的理論 (Glaser and Strauss, 1967) 也就是著重於「發現的邏輯」(Logic of Generation) 而非「驗證的邏輯」(林本炫，2005)。國內學者徐宗國（1997）依其譯者序中對其理論題一綜合觀點認為，紮根理論的意義在於提出一套有系統、

明確的程式與技術，可分析田野調查中所獲取的龐大原始資料，並將資料概念化形成概念邏輯。

因此要「發現邏輯」建立自己的「紮根理論」，第一步驟需觀察與蒐集資料，第二為資料的分析技術，第三為抽樣的方法與原則。由於紮根理論有別於量化研究，通常研究者所熟悉的量化研究都是先提出研究動機、文獻探討、研究假設、問卷預試(Pre-Test)與正式施測問卷，之後在根據統計分析撰寫研究成果，但是紮根理論研究法是一項經由觀察（或深度訪談）和資料分析及文獻閱讀不斷進行交錯、成螺旋型向上攀升的過程（林本炫，2005）。

在紮根研究法當中，資料分析的基本動作是「編碼（Coding）」。編碼又分為「開放性編碼」（Open Coding）、「主軸編碼」（Axial Coding）以及「選擇性編碼」（Selective Coding）。目的不僅在由資料中擷取議題，或由幾個組織鬆散的概念中發展出一個描述性的理論架構而已。關於「編碼」就是將觀察筆記、訪談稿、或任何文件逐字閱讀，依照片語、逐句、逐行或段落進行分解，並加以標籤。在編碼的第一個階段，對於觀察筆記或深度訪談稿所出現的任何可以編碼的片語或段落給予概念性的標籤，則稱為開放性編碼。換句話說，對句子或段落標籤化的動作即是「編碼」，而將編碼的出現，做進一步的提煉（林本炫，2005）。在編碼的過程中，概念性的命名有兩種方式：（1）由被訪問者或被觀察者口中說出的名詞；（2）由研究者對該現象命名（徐宗國，1996），或是由其他文獻中借用。因此做個比喻來說量化對概念的處理是「由上而下」的，而紮根理論研究法對範疇的取得是「由下而上」的。

本研究僅透過紮根理論研究法之深度訪談、開放式訪談及資料編碼為進入研究及深入調查之工具，最後藉由質性軟體處理找出重要構面命

名以利後續研究。

3.6.2 多元尺度法

多元尺度法 (Multidimensional Scaling, 簡稱 MDS 法) 是發展知覺圖 (Perceptual Map) 的一種主要方法。MDS 可用來決定一組事物 (如公司、商店、產品、國家、候選人等) 在受者心目中的相對印象。其目的在將受測者相似 (Similarity) 和偏好 (Preference) 判斷轉化成在一多構面空間 (及知覺圖) 上的距離。因此 MDS 不需要先找出相關的屬性, 而能「推論」 (Infer) 出知覺的構面, 這是他的一大優點和優勢。

多元尺度法有計量多元尺度 (Metric Multidimensional Scaling) 和非計量多元尺度 (Nonmetric Multidimensional Scaling) 之分。前者以相似 (距離) 的實際數值為投入資料, 後者則以順序尺度的資料投入。不論是計量或非計量的多元尺度, 都能導出計量的產出結果, 計算步驟如下: (黃俊英, 2000)。

- (1) 求得各成對事物間的相似程度 (距離), 作為基本的投入資料。假設有 n 個事物, 可得 $m=n(n-1)/2$ 個成對事物的相似程度 (距離) S_{ij} 。
- (2) 找出一個 q 構面的構形, 使得 d_{ij} (成對事物在此構行中的距離) 與 S_{ij} 相配合。
- (3) 計算壓力係數 (Stress), 衡量 d_{ij} 與 S_{ij} 相配合的程度。壓力係數係 J.Kruskal 提出, 其公式如下:

$$S = \left[\frac{\sum \sum (d_{ij} - \hat{d}_{ij})^2}{\sum \sum (d_{ij})^2} \right]$$

3.6.3 群集分析法

群集分析的功能在於將變數或觀察值分類, 也就是將最相似的變數或觀察值合併成一個集群 (Cluser)。集群分析主要是利用距離的遠近來

界定「相似性」或「相異性」(石計生等, 2003)。其目的在辨認某些特性上相似的事物, 並將這些事物按照這些特性劃分成幾個集群, 假使在同一集群內的事物具有高度的同質性, 而不同集群具有高度異質性。如果用幾何圖案來說明, 同一集群內的事物應聚在一起, 而不同集群事物應彼此遠隔(黃俊英, 2000)。

集群分析法是一種數值分類法(Numerical Taxonomy), 它和傳統分類方法不同在於傳統分類準則是事先決定的, 而集群分析是按照自然類別(Natural Grouping)將分佈於某一計量空間(Metric Space)的點予以分類, 使分類後的集群均具有同質性。

集群方法經由 Ball and Hall 將各種集群方法加以整理歸類, 分成三類:

- 1.相似矩陣空間化: 距離衡量主要有四種; 歐幾里得(Euclidean Distance)、馬式(Mahalanobis Distance, D^2)、街道區(City Block Distance)、混合式距離。事物的屬性全部以名目尺度或虛變數來表示, 則兩事物的相似性, 可配合係數或相似比來衡量。
- 2.非層次集群方法: 先選出種子點(Seed Points)作為集群中心或將各事物點分割成原始集群。
- 3.層次集群方法: 從每一個事物均成一個集群開始而後根據相似性準則把相近事物合併為集群直到所有事物都併入同一集群; 也可以先把所有事物視為一族群, 然後再依據相似性準則把各事物劃分成較不相似的兩個集群, 直到所有事物都自成為一集群; 前者稱為「集結式集群法」, 後者稱為「區分式集群法」(黃美菁, 2000)。

3.6.4 k 平均數集群法

K 平均數集群法是一種非階層集群分析技術, 該法可以處理大量觀

察值，根據所選之特性，找出性質相似的觀察值，相較於階層集群分析更具彈性。首先確定 K 個樣本為「初始凝聚點」，計畫樣本與「初始凝聚點」的距離或其他相似性的統計量。進行初始集群後，再根據初始群集計算各群的重心作為新的凝聚點，進行第二次集群，給一個初始的集群方案，再按照某種最優法則，逐步調整集群方案，直到得到最優的群集方案。(石計生等，2003)。

本研究運用多元尺度法計算其壓力係數及 RSQ 值，其次運用集群分析找出分群，再運用 K 平均數集群找分群中之最小距離者，得知最具代表性樣本。

3.6.5 因素分析

因素分析是多變項方法的應用之一，在社會科學領域中，應用最廣的是把數個很難解釋而彼此有關的變項，轉化成少數有概念化意義，而彼此獨立性大的因素 (Factor)。因素分析時如以主成份分析法抽取因素，則有稱為「主成份因素分析」(Principial Factor Analysis; PFA)，事實上主成份因素分析法也是因素分析中最常使用的方法。而因素間彼此的關係，可能有相關或可能沒有相關。在直交轉軸的狀態下，所有的共同因素間彼此沒有關係；在協交轉軸情況下，所有的共同因素間彼此就有關係。因素分析最常用的理論模式如下(吳明隆，2005)：

$$Z_j = a_{j1}F_1 + a_{j2}F_2 + a_{j3}F_3 + \dots + a_{jm}F_m + U_j$$

其中：

1. Z_j 為第 j 個變項的標準化分數。
2. F_i 為共同因素。
3. m 為所有變項共同因素的項目。
4. U_j 為變項 Z_j 的唯一因素。

5. a_{ji} 為因素負荷量

因素分析的理想情況，在於個別因素負荷量 a_{ji} 不是很大就是很小，這樣每個變項才能與較少的共同因素產生密切關連，如果想要以最少的共同因素數來解釋變項間的關係程度，則 U_j 彼此間或共同因素間就不能有關連存在。

本研究運用之因素分析為要了解效度及構面之因素命名。

3.6.6 獨立樣本 T 檢定

獨立樣本 T 檢定，適用於對兩個樣本平均數的檢定，旨在比較變異數相同的兩個母群之間平均數的差異，或比較來自同一母群之兩種樣本之均數的差異。(楊世瑩，2005)

獨立樣本 T 檢定於本研究中，為要了解性別類別變項對文化意象構面因子之看法。

3.6.7 變異數分析

變異數分析 (Analysis of Variance ANOVA) 是屬於單準則變數的相依方法，從估計一般線性模式 $Y = Xb + e$ 中的母數向量 b 的觀點來看，複迴歸和變異數分析是相同的。此種相似性的基礎在於二者都有機會在設計矩陣 X 時使用虛變數 (Dummy Variables)。

ANOVA 的所有預測變項皆屬類別變項或名目尺度，而準則變數則為區間尺度或比率尺度。ANOVA 可用下列一般式來說明：

$$Y = X_1 + X_2 + \dots + X_m$$

(計量) (名目)

ANOVA 有三個基本的假定：

- 1.獨立性：所有樣本都是隨機抽選而得，而且彼此獨立，亦即觀察值必須是彼此獨立的。

2.常態性：準則變數需呈現常態分配。如果樣本夠大的話，則為反常態性的假定沒有什麼影響。

3.相等性：各群體的變異數 (σ^2) 都相等。(黃俊英，2000)

ANOVA 分析之 F 值如果達到顯著，表示組間至少有一對平均數之間有顯著差異，但至於是哪二組之間的差異，無從得知，因而在變異數分析中，F 值如達顯著，則進一步要進行「成對組多重比較」(Pairwise Multiple Comparisons)，即是多重事後比較，常以「Posteriori」、「Unplanned」、「Post Hoc Tests」稱之，多成事後比較是一種「探索性資料分析」法 (Exploratory Data Analysis)。事後比較分析法很多，常用者有下列二者：

1.杜氏法 (Tukey 法)：Tukey 事後比較分析法稱為「最實在性顯著差異考驗法」(Honestly Significant Difference；簡稱 HSD)。HSD 法是成對組 (Pairwise) 一一比較，錯誤率的觀念單位是「整個」(Overall) 實驗，他可以控制整體的 α (第一類型錯誤) 為 .05。如果比較組數較多，則 HSD 法在偵測個別差異時，可能較為敏感，HSD 法考驗並不輸 Scheffe。

2. Scheffe 法：當各組人數不相等或想進行複雜的比較時使用 Scheffe 法較富強韌性。他也可以控制整理 α 值等於。Scheffe 法在考驗每一個平均數線性組合，並提供水準保護。而非只是考驗對平均數間的差異情形，因而 Scheffe 法顯的較為保守。由於 Scheffe 法比較保守，因有時變異數分析 F 值達到顯著，事後比較時卻沒有發現二組的平均數達到顯著差異 (黃俊英，2000)

本研究運用 ANOVA 為要了解類別變項教育程度、職業變項對文化意象構面因子之看法。

3.6.8 複迴歸

複迴歸 (Multiple Regression, 又稱「多元迴歸」), 目的在瞭解及建立一個尺度之準則變數與一組計量尺度或名目尺度之預測變數的關係。

複迴歸可用下列一般形式來說明:

$$Y = X_1 + X_2 + \cdots + X_m$$

利用複迴歸分析, 我們可以回答以下四個問題:

1. 能否找出一個線性結合, 用以簡潔說明一組預測變數 (X_1) 與一個準則變數 (Y) 之間的關係?
2. 如果能的話, 此種關係的強度有多大, 亦即利用預測變數的線性結合來預測準則變數的能力如何?
3. 整體關係是否具有統計上的顯著性?
4. 在解釋準則變數的變異方面, 哪些預測變數最為重要; 特別是原始模式中的變數數目能否予以減少而能具有足夠的預測能力?

複迴歸模式一般型態為:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \cdots + \beta_m X_m + \varepsilon$$

α, β_j : 迴歸母數 ($j=1, 2, \cdots, m$)

X_j : 預測變數

ε : 誤差值 (residual, 或稱「殘值」)

上面這個模式只是理論上的模式, 在實際運算時, 因為 α 與 β_j 的真正數值無法得知, 故將上式修改為:

$$Y = a_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \cdots + b_3 X_3$$

a 與 b_j 是從樣本資料估計而得, 稱為「估計迴歸係數」。因為此模式具有直線特性, 易於計算係數的數值及評估模式的良窳, 因此即使真

實的關係並不是直線，在應用上也常假設式直線關係，用直線迴歸模式加以分析，然後估計其偏差的大小（黃俊英，2000）。

本研究運用迴歸分析導出推論方程式，其從消費者觀點推論琉璃珠預測觀點。

第四章 資料分析與討論

4.1 訪談與訪談資料整理

本研究最終目的為了解排灣族琉璃珠之文化意象，需由兩大方向深入探討，其一為深度訪談及開放式問卷（附錄一），其二為問卷調查。其深度訪談及開放式問卷希望藉由三大族群：工藝師、當地居民及一般消費者（表 4. 1），了解對排灣族琉璃珠意象元素之看法，經質性軟體 WinMAX 98 pro 分析後整理如下述小節。

表 4.1 深度訪談及開放式問卷一覽表

群	訪談人物	調查方式	訪談內容	備註
1	O 先生	深度訪談	文化背景上的意義、琉璃珠的內在琉璃珠的外在、本坊特色	三地門珠串坊負責人(第一位將琉璃珠技術研發出來之人)
	M 女士	深度訪談	文化背景上的意義、琉璃珠的內在琉璃珠的外在、本坊特色	沙滔舞琉璃藝術空間負責人之妻，第一代製作琉璃珠者
	L 小姐	深度訪談	文化背景上的意義、琉璃珠的內在琉璃珠的外在、本坊特色	沙滔舞琉璃藝術空間，第二代負責人，亦為舞蹈老師
2	當地居民	便利抽樣	文化上、外觀、意義、整體	居住在三地門地區兩年以上之居民。
3	一般消費者	便利抽樣	文化上、外觀、意義、整體	至三地門中山公園原住民文化館之遊客

資料來源：本研究整理

4.1.1 工藝師之訪談整理

本研究由三位訪談稿整理後得知，整體文化上，認為琉璃珠代表地位、階級，據沙滔琉璃坊表示：「琉璃珠不見得只有貴族才有，平民也有，有都是老人家傳給下一代，所以呀，不見得只有貴族、頭目才会有。不過為什麼會說大頭目才会有？因為結婚的時候必須用這個東西娶老婆，譬如說，我們都是平民，那些都是大頭目，不管是男是女，他就會要求你幫他找珠子，有時候他要的是手腳之珠或是眼睛之珠或是高貴漂亮之珠，當然會依照身份而有不一樣」（M 女士訪談稿：7/12）因為婚聘重要聘禮之一，亦可顯示階級之意；另提到「珠子中羽毛之珠的鷹羽毛呀，排灣族是一個階級制度比較嚴謹的族群，有分頭目、貴族、士家、平民，那在排灣族的社會當中，如果你有配戴鷹羽毛的話，代表權勢、地位」

(64/66)。O 先生則表示：「對排灣族族人來說，藝術並不是貴族所專用，只是在圖騰的運用上有所禁忌，例如：百步蛇、陶壺、羽毛..等等。一般平民亦可從事創作」（O 先生訪談稿：16/19）。因此在權勢、地位意義而言琉璃珠有重要的階級地位意義。

琉璃珠整體造形以圖騰而言，沙滔認為：「圖騰的運用是來自祖先的智慧，因為祖先的智慧，使創作者才能構思創新琉璃珠」（L 小姐訪談稿：55/62），「而圖騰及上面的意義是訪問族中的耆老」（M 女士訪談稿：146/151）。而在 O 先生方面也談到，「琉璃珠圖騰及故事意義上亦是透過族中的 7 位耆老所構成，如果有些耆老（大頭目）家中有珍藏者，都一一有看過、確定過，剩下沒看過的，就是經過耆老之描述，再依其所說的畫下圖騰」（O 先生訪談稿：44/50）。因此以圖騰來說，大多承襲祖先的想法，再將想法轉化後呈現。而圖騰的使用，由於階級制度明顯，所以圖案的使用是有限定的。

再者以顏色來說，沙滔提到：「顏色在古珠上是有些限定的，顏色上以紅、黃、綠為主，而現代的顏色上則較為多樣色」（M 女士訪談稿：69/77）。而 O 先生則道，「其實我們的珠子都不是我們自己的，早期都是用以物易物而來，所以許多都不是我們自己能夠決定的，像顏色上來說，換來就是這種顏色了，無法做改變，如果說有換到同樣一顆不同顏色的，都只能說剛剛好，當然琉璃珠的取材不易也是其中一因素」。(O 先生老師訪談：40/43)。綜合兩家說法，顏色上是以統計之數量來說，並無太大限定，古代可能因為取材不易因此顏色大有限制，現今因為技術的進步，因此在顏色上更為多采多姿。

以內在意義認同而言，沙滔表示，「大家還是比較喜歡有意義的珠子，像過年期間就會多做一點，有很多人要，像土地之珠..等等，就是會找原住民的圖騰，其實像我們現代的珠子作的很漂亮，他們有很多人還是會要找這些有含意的珠子，所以我們在做的時候都還是會作這些有含意的珠子呀，像有時候他們來的時候沒有看到那些珠子呀，就會說他們一定要那種珠子，所以我們就會跟她說，好，馬上做給你呀」（M 女士訪談稿：125/129）。而沙滔另指出，「大部分的珠子其實與權力、

財富有關係者居多」(M 女士訪談稿：135/136)。「而與生活有關者佔多數，例如意義上與勤奮有關者(蝴蝶之珠、手腳之珠、織工之珠)及意義上為豐收者(豐收之珠)」(M 女士訪談稿：84/85、98/101、96/97、112/115)。O 先生制訂珠譜中歸納後具有宗教、守護、避邪之意義者有綠色 Matak (除厄、避邪)、黃色 Vuraw (避惡、護身)、髮仙珠/Kigaru (順利、避厄)、綠蛹珠 Malamala (占卜、求問)、眼睛珠 Macamaca (保護、看守)、避邪 Marulacuna (護身、平安)，具戒律者有黑蜂珠 Tangayungayu (紀律、界限)、精靈珠 Riuqu (千口、千眼)，具如意、平安、祈福者，赤色珠 Baleng (招安、如意)，無患珠 Maruzaqu (治病、求雨)、許願珠 Garamugam (如意、盼望)；沙滔中表示珠子當中具宗教、守護者有護身之珠、眼睛之珠、綠珠及黃珠。因此琉璃珠另可從宗教層信仰、神靈面觀看其深度意義。O 先生則認為，琉璃珠的整體意義來說是一種生命的體悟與智慧。O 先生道：「生活即是信仰，琉璃珠是包含了許多的生活智慧在裡面，與其說是信仰，倒不如說是生活，很多東西，似乎都神話了，其實，在神話的背後卻是隱含著老祖宗對生活的一種體悟。核心的價值就只有一種，那就是對生命的體悟，一種智慧的表現以琉璃珠方式呈現 (O 先生老師訪談：64/80)。例：「高貴漂亮之珠 (Mulimulitan) 之所以會稱為高貴漂亮珠是因為這顆珠子本身是用來表現自然現象、第一曙光。而他的故事是在敘述，人們早起在石屋裡煮食，屋內瀰漫水氣煙霧冉冉升起，日光透過天窗照射映出虹彩，這是人間與上天交會互打招喚，也表示生命永續。而由於他的意義十分重大，因此更是婚聘中不可缺少的珠子」(O 先生訪談稿：66/71)。兩者的說法是傾向一致的看法，琉璃珠對排灣族而言就是一個密不可分的產物，不僅牽涉著整個社會結構，更與有著信仰及智慧。

經訪談後得知琉璃珠在文化意義上都具有重要的文化承傳、文化的發揚。沙滔闡述道：「在文化的傳承上人才是最重要的，因此我希望有更多的年輕人能留在部落中，繼續為推動文化而努力，當然將年輕人留在部落的最大原動力就是能希望創造更好的生活品質，讓族人生活不虞困乏，並創造良好的教育、工作

場所，因此希望藉由琉璃珠來推展理想。」(L 小姐訪談稿:23/52)。而 O 先生認為琉璃珠對其自身來說即是一個重要的文化產物，「琉璃珠在整個文化意義上更表現了階級的象徵、地位、宗教信仰及美感。至此，更建立了排灣族琉璃珠之珠譜傳世，供後代參考，並且致力於本族文化之推廣，以其積極曝光、給展覽者正面的肯定，並且認為發揚、認同認同一個族群的文化歸屬感及族群帶動，即是一件好事。」(O 先生訪談稿：20/28)。

最後談及未來創新部分，沙滔由於本身創辦人就有舞蹈背景，現今及未來發展趨勢都會與舞蹈結合，以單純舞蹈來說，例：「今天要表演一支舞，叫高貴漂亮之珠，他也可以編一支舞，他編的舞就是跟他有關，像孔雀之珠，他也可以編一個舞」，(M 女士訪談稿：156/165)。「因此，在表演一個百合之珠，就會去蒐集與百合有關的意義、故事，像百合在排灣族是象徵純潔的意思，我就編了一隻舞叫百合情舞，來象徵這顆百合之珠。」(L 小姐訪談稿：64/75)。「我希望可以藉由舞蹈讓大家更瞭解琉璃珠」(L 小姐訪談稿：96/105)。「未來也更希望可以創造更好的工作場所及教育場所，將年輕的一代留在部落中」(L 小姐訪談稿：42/52)。O 先生是以製作珠譜為主，O 先生先生已將 34 顆珠譜完成，(至今在網路上公開 32 顆)，可作為後世參考，而未來的發展，O 先生先生希望能「將琉璃珠推展上國際並朝向企業化發展，而且更要創造部落的工作機會，讓部落的婦女既可以在家工作，更可以照顧家庭」(O 先生訪談稿：83/84)。

4.1.2 當地居民之訪談整理

然而目前居住在三地門的居民而言，認為現在的珠子整體造形上「太新潮了、並不喜歡」(案二：24/24)。「反正也拿不到以前的琉璃棒了，現在的珠子看起來也跟以前的不一樣，非常新潮」(案三：39/40)。「跟以前差很多，太新樣式了，它也不是古老的東西呀，他們現在的就是玻璃嘛，沒什麼感覺，不是最原始的啦。」(案四：60/61)。「顏色多變吧，跟以前的不一樣，附和現在新的東西吧，像古珠通常顏色比較黯淡，但看起來就舊舊的」(案五：79/80)。「琉璃珠是祖先留下來的東西呀，現在的喔，都看起來很漂亮。現在的圖案都很多變，已經不是那種百步蛇呀或是用簡單的線條去做的，像他們現在還可以做成魚呀、什麼彎珠的、星星呀，

就是你想的到的圖案他們都做的出來，已經不是什麼簡單線條去做的了。」(案六：100/100、87/89)。「古珠就是以原來的原色為主，像現在主要是針對，像平地的朋友他們就不見得會喜歡暗的，所以我們可能就會改變，迎合消費者的口味吧，不是每一個人都喜歡古古的，像有的就會喜歡古的味道，有的就喜歡漂亮的，就不見得說他有沒有這種意思了」(案七：131/134)。整體造形上現在的琉璃珠給當地居民的感覺呈現是太過於新潮，與以前珠子差很多的感覺，現在的顏色較為亮麗，顏色五花八門，原則上古珠顏色較為黯淡，形狀多變，圖案亦多樣化。

整體意義認同上，居民認為較有代表性意義的琉璃珠，「大概都是財富跟守護吧。那主要的珠子還是以這八顆為主（織工、手腳、眼睛、太陽、高貴漂亮、勇士、土地、孔雀），百合花，你看現在部落的慶典，女生戴百合花，那是沒有受過輿論的女孩才可以戴，男生要有獵到五頭以上公山豬的才可以，頭目會在公開場合上賜一朵百合給你（俗稱的獵人），表示你是一個勇士，（跟勇士之珠一樣嗎？）一樣呀，都會戴，只是說南台灣的原住民文化色彩很濃厚，很喜歡裝飾，喜歡用一些比較自然的東西裝飾自己。」(案一：9/15)。「印相深刻的大概是勇士、土地吧，勇士之珠比較具代表性吧，因為以前的人家都要獵到山豬、麋鹿才会有那個東西，所以我覺得他比較具有排灣族的代表性。」(案二：26/31)。「具代表喔，土地珠呀、太陽呀，想不起來了，勇士吧，還有頭目結婚的時候一定需要的那顆，Mulimulidan 啦（高貴漂亮之珠），象徵高貴，其他就色珠呀，橙、黃、綠，基本色呀。意義我都只知道一點點啦，要找老人家問吧。代表性喔，那三顆吧（勇士、土地、太陽），像 Mulimulidan 是節目要有，類似像傳家之寶啦，每一家都有一個，對一個家的一種尊敬，都會有一個。」(案三：42/44、46/47)。「土地、Mulimulidan 啦，那很重要，其實像我們這一輩的（四十幾歲），都已經沒有那麼在乎以前東西了，有就好，要的話要找老人家吧。代表性的珠子呀，Mulimulidan，她有高貴漂亮的意思，還有土地珠、有財富。」(案四：63/64、71/71)。「比較知道勇士、太陽、圓滿珠，不太知道意義。代表性的呀，不太小得耶，所以沒有什麼比較喜歡、代表的耶，好難抓，看自己喜歡。印象比較深刻的是就是有線條波浪，中間有點點的，我不知道他的名稱（應為太陽眼淚），不過像古珠通常顏色比較黯淡，但看起來就舊舊的，所以很多人

不喜歡，因為不知道他的價值，所以不會去買，以原住民來說的話，當然會選擇古珠，一個古珠大概價值幾千塊都有吧，一串的話，像原住民結婚頭目會要求一串都要古珠，有些人就會說我不要嫁妝也不要聘金，就是要一串古珠，因為老一輩的知道價值。」(案五：85/85、89/90、92/92、80/83)。「比較有印象的土地之珠吧，財富囉。勇士吧，代表性呀，Mulimulidan，高貴漂亮囉」。(案六：102/102、104/104)。基本上居民認為琉璃珠中較具代表性的珠子為土地之珠、勇士之珠、高貴漂亮之珠(太陽眼淚)，就意義上認為，土地及象徵財富，勇士之珠即是象徵勇士，高貴漂亮之珠為高貴漂亮之意。整體上是頭目要求的重要聘禮，亦是一個重要的傳家寶。

就文化意象而言，居民對琉璃珠中所感受到的排灣族文化，「不會講耶，大概就是現在你看到的這樣啦」(案二：28/28)。「沒有什麼感受，每一個人都有，有就好，不會要去考究什麼。除非有特別研究。」(案三：49/49)。「不知道要怎樣說，習慣了說」(案四：69/69)。「還好，無法形容。」(案六：106/106)。可知，對琉璃珠整體呈現之意象上居民大致無法明確指出其真正感受。

4.1.3 消費者之訪談整理

整體造形上消費者的角度則認為，「造形精緻，珠子顏色鮮豔、蠻有特色的。」(案一：8/8、13/13)。「看起來跟平常看到的不一樣，因為他們那個是藝術，他每一個圖騰都有他自己的象徵，像土地象徵財富呀，很多種象徵，覺得還不錯呀。」(案二：36/36、38/38)。「起來跟平常不一樣，是有點不同啦，其實在都市裡面看這種東西其實不多啦。有看到他們在那邊做，我覺得教育養成蠻重要的尤其是審美觀念，對產品的好壞，對設計者的審美觀應該都有關。看起來很漂亮。」(案三：50/50、55/56、58/58)。「不一樣，因為這邊好像是，比較老舊了，算起來是他們的文化吧，就是比較舊的，現在買的都是比較流行的，看起來跟別人不一樣。」(案五：87/88)。「(女)：差不多，和外面原住民在賣的都差不多啦，普普啦。」「(男)：不太一樣，他好像每一個都用手工作的，這樣也不簡單啦，色彩好像不太一樣，色彩好像都比較鮮豔，對比會差很多，而且他們這邊的文化、圖樣看起來都奇奇怪怪的。珠子是不知道他用什麼材質用的，有的顏色看起來很黯淡，不是說很亮麗的。」(案六：

111/114)。「材質看起來好像是玻璃耶。」(案八：)。「孔雀紋、百合花紋吧，不過意義很重要沒錯，我覺得花色和顏色搭配更重要。感覺上陶壺珠、太陽之珠是比較具有代表性的，因為像陶壺珠形狀跟顏色，還有太陽之珠圖案的感覺與顏色的搭配蠻強烈的」(案九：184/184)。「剛剛好像有在裡面介紹一下，有些圖案好像有意義的樣子，顏色蠻漂亮的顏色很漂亮。」(案十：197/197、199/199)。從消費者立場認為，基本上琉璃珠仍與他者有之不同。例如用色較為強烈、圖騰有自我族群之象徵等。

整體意義上，消費者則認為「不懂、不了解他們的東西。」(案一：15/15)。「他每個圖騰都有他的象徵，像土地象徵財富呀，很多種象徵，覺得還不錯呀。不過我比較喜歡土地呀、與財富有關係呀，還有守護、守護身邊的人。」(案二：38/38、42/42)。「比較有印象的是土地之珠。」(案三：60/60)。「不知道他的意義，不會問那個。我是知道這個(橙珠、綠珠)是讓他強迫氧化的，不是自然的，只知道這個啦，剩下的沒問，看喜歡的啦。」(案四：74/75)。「意義喔，不曉得耶，進去就這樣看一下而已，不曉得是怎樣的來歷。我覺得很平常呀，差不多都這樣而已，就是比較古老而已，傳統而古老。要叫我買我買不下去啦，我還是逛逛看看而已，就走馬看花。」(案五：90/93)。「沒印象耶，進去就看看這樣子」(案七：138/138)。「沒有耶，有啦，我們進去的時候他有給小 DM，但我沒有時間去看，所以你說有他的意義在呀，我覺得要很了解才知道吧，是不是也就隨便點呀就可以，材質看起來好像是玻璃耶，陶，做起來會比較像復古的味道，那他們那不是很珍貴的東西嗎，可是怎麼現在那麼普及，所以看一看跟一般的文化園區差不多，沒什麼，而且如果要讓大家較了解意義的話，應該要加強一下導覽，類似像放映室那樣的，這樣大家才會更深入了解，大家都是觀光客嘛，沒那樣介紹會覺得像逛夜市攤販的價錢多多少少。這樣對我們來說就沒有特別太多的感觸。」(案八：163/170)。「好像東西跟財富、保護比較有關，剛剛聽到他講到的是這些」(案九 186/186)。由上述整理得知，消費者基本上對族群的認識是有限的，若無專業人員解說消費者對琉璃珠事實上是一知半解或是一無所知。

整體意象上，消費者認為「沒什麼感覺說，因為我是花蓮來的，所以覺得

原住民的東西在我們那邊也平常，所以不會特別感受很強烈這樣，因為花蓮有。」

(案一：20/21)。「他是有談到珠子爲什麼要這樣燒、爲什麼要這樣子做，在燒之前會先有構思，譬如說在燒之前要想先用什麼做底，圖面要怎樣去做設計，所以我想他們做都有經過設計，所以他的東西都有他的意義在吧。」(案三：62/64)。「整體喔，就跟平常的東西不一樣啦，你就進去看呀，看他在那邊燒，做起來感覺就不一樣。看感覺的啦。」(案四：77/77)。「整體看起來沒有什麼排灣族的味道吧。」(案五：95/95)。「我不太知道排灣族的東西整體是怎樣子，但是看起來就不太一樣，像有人頭那種的」(案六：122/123)。「沒印象耶，進去就看看這樣子。」(案七：138/138)。「看一看跟一般的文化園區差不多，沒什麼，而且如果要讓大家較了解意義的話，應該要加強一下導覽，類似像放映室那樣的，這樣大家才會更深入了解」(案八：167/168)。就消費者立場觀之，琉璃珠之整體意象感受屬於撲朔迷離之意象。

4.1.4 小結

由上述整理工藝師、居民及消費者所言，可將訪談稿整理出幾個主要構面。

工藝師、居民觀點，整體認為排灣族琉璃珠與整個部落組織息息相關。就文化社會功能而言，珠子是家族重要的傳家珍物，是重要的婚聘之禮，貴重的琉璃珠代表持有者身份特殊與地位高貴；訪談者也皆指出結婚時對方會要求琉璃珠當聘禮，會依照指定珠子不同而有不同。工藝師們指出在圖騰的使用上則有所禁忌，沙滔方面表示，例如鷹羽毛是權勢、地位的象徵；O先生提出百步蛇、陶壺、羽毛..等等在運用上有某程度的禁忌，因此整體上來說，琉璃珠在整個社會意義上無疑的是呈現階級、地位、珍貴聘禮之含意。然而消費者對其文化社會意義則形成不知就裡之狀態。

另琉璃珠並具有濃厚宗教信仰之意義，在階級制度分明的時代，宗教信仰意義十分彰明較著，例 O 先生制訂珠譜 32 顆中，具有宗教、信

仰避邪者佔 34.37% (11/32 顆)，具有顯著佔有率；沙滔琉璃坊中亦表示守護之珠、眼睛之珠皆有守護、保護之意，因此琉璃珠占有宗教信仰意義極高。但消費者與居民之認知上較了解其代表財富意義之珠子，例如土地之珠，或是守護之意及高貴漂亮之意之琉璃珠。

O 先生表示，排灣族琉璃珠雖是祖先以物易物而來，但祖先卻根據珠子上頭圖案加上自我生活體會領悟命名而來，古珠基本形式以幾何形狀為主，例如 Mulimulidan 是因為水氣煙霧加上日光照射形成彩虹，波紋狀即可能代表日光。居民形容珠子時認為圖案已經不是那種百步蛇或是用簡單的線條去做的，另有消費者表示圖案有人頭者其可看得出與他者不同，而現在的珠子，有些則運用鷹羽毛、百合花等等之自然圖案。

在整個文化層面上珠子對排灣族來說每顆都意義非凡，擁有琉璃珠就是一種榮耀，一代傳一代，當地居民表示琉璃珠就像傳家之寶一樣，每一家都有一個，那是對家的尊敬，意義非凡，至今更希望有更多的族民能留在自己的部落裡面，為自己的文化發光、傳承。因此琉璃珠對族人而言無疑的意義重大。

以上論述之方向構面有二，其一整體意義，其二為為琉璃珠整體造形。整體意義為階級地位、宗教神靈、美感及文化認同與傳承；整體造形之探討方向為外觀形狀、顏色、圖案。

4.2 排灣族文化意象構成之因素

排灣族整體的文化意義牽動著琉璃珠所呈現的意象，從琉璃珠深層之含意可知，它代表著整體族群的宗教信仰、階級地位、文化認同與傳承及美感。但由於現代文化藝術產業的蓬勃發展，製作琉璃珠種類繁多，琉璃珠如何正確描述真正的排灣族意象，正是本研究所要探討之重點。

琉璃珠整體概括分別為為內在意義及整體造形。內在意義根據紮根

理論研究法可歸納出四大構面，並利用WinMAX 98 pro找出構面中之重要編碼。所謂「編碼」即是給予句子或段落標籤化之動作，而編碼之過程中，概念式命名有兩種，其一為被訪視者或口中所說出；其二由研究者對該現象命名。針對其基本概念，本研究即從訪談稿中依照段落進行分解找出各構面之編碼。其認為文化認同與傳承在構面中被提到之編碼為有繼承的、文化的、有意義的；宗教神靈之形容詞編碼為神秘的、醒世的、守護的；階級地位之形容詞編碼是權威的、象徵的、畏懼的；美感之形容詞編碼為幾何的、單調的、自然的。而琉璃珠整體造形則可分為外觀形狀、顏色及圖案。因此本研究之正式問卷（附錄 七）即針對四大構面之形容詞編碼及琉璃珠整體造形編制而成，藉以瞭解琉璃珠之文化意象。

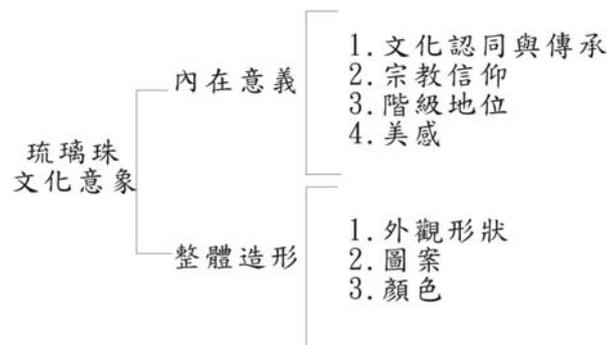


圖 4.1 內在意義及外觀

資料來源：本研究整理

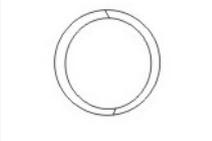
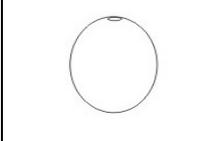
4.3 代表性樣本及意象語彙蒐集整理與分析

本研究旨在探討排灣族琉璃珠之文化意象，根據文獻探討及深度訪談後將琉璃珠歸結成兩大類，分別為內在意義及整體造形，內在意義運用紮根理論研究法找出四大構面，整體造形包含外觀形狀、圖案及顏色，但因珠子整體造形數量繁多則需借用統計方法找出最具代表性樣本，以便後續正式測量。

4.3.1 外觀形狀樣本選取

外觀形狀樣本由研究者從九十個樣本中，依造形樣式分為五種形式。塞尚(Pual C'ezanne)認為，大自然可還原成圓筒體、圓錐體、圓球體，雖然塞尚這種歸法是否足夠說明一切，但大自然可以還原成幾何型態是可以確定的(呂清夫，2000)。就其造形原理而言，排灣族琉璃珠亦是如此，將琉璃珠歸結至最原始造形，可看出分佈大致以圓柱形及圓球形為主及少部分異於他者之造形，而祖先所流傳之古珠，整體上也屬圓柱形及圓球形，異於其他者，在本研究蒐集之樣本中包括陶壺形、彎月形及扁圓形(表 4.2)，皆屬後期創作之形制，在此本研究之外觀形狀樣本整體上以圓柱形、圓球形、陶壺形、彎月形及扁圓形五個代表性樣本，以做為本研究正式施測外觀形狀樣本。

表 4.2 外觀形狀樣本

圖片					
名稱	圓柱形	扁圓形	陶壺形	圓球形	彎月形

資料來源：本研究整理

4.3.2 圖案樣本的選取

本研究以之圖案樣本選取分兩部分，第一部份從網路取得，另一部份為現場拍攝，將其處理成無彩色灰階的圖面，蒐集之原則為廣泛的琉璃珠圖案，盡量收集相異樣本藉以提昇研究正確性與顯著性之效果，因此共計蒐集到九十個樣本，經篩選後，將圖案同樣者予以剔除後，共挑出 74 個樣本(附錄 二)。

選取受試者 30 名，其中為南華大學設計相關科系研究生及大學生，要求受試者對 74 個琉璃珠圖騰樣本依個人主觀的感覺進行分群，每位受試者將原始樣本分為八群，每群間的樣本數量不一，以求取樣本間的差

異程度。

將前置實驗的結果建立樣本相異性矩陣，再將此資料投入統計分析軟體，以多元尺度分析方法（MDS），並依壓力係數（Stress）值與判定係數（RSQ）值，藉以衡量資料最佳之向度（Dimension）。再依四個座標之座標值以階層集群分析（Hierarchical Cluster）對 74 個琉璃珠樣本做初步分群，從圖 4.2 樹狀圖中依分群之狀況選取最適合的群數，選取原則盡量摒除單一成群的分群狀況。依照分群的狀況，以分為八群之狀況最佳，再以 K 平均數集群分析，設定 8 群為分群條件，進行分群，每群樣本中，以樣本離各群中心之距離判斷，距群中心最近的樣本即為該群的代表性樣本。

4.3.3 圖騰樣本多元尺度法（MDS）分析結果

將圖騰樣本分群相同次數多寡加以歸納，將樣本被選中成為同群的次數累積，比較一個樣本在同一群出現的次數，歸納後再將此資料投入統計分析軟體以多元尺度分析方法（MDS），以二維至六維的方式進行分析，分析結果的維度與壓力係數（Stress），從表 4.3 顯示四個向度來表示最為適當，其 Stress 為 0.03706，RSQ 為 0.99815，因根據 Kruskal 壓力係數表（黃俊英，2000）顯示，壓力係數在 0.100 時為尚可（Fair），0.050 是好（Good）。但是 Kruskal 指出在決定構面數時，尚要考慮其解釋性與配合性。

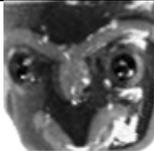
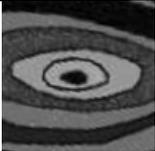
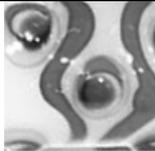
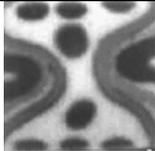
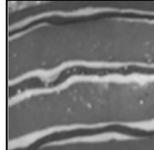
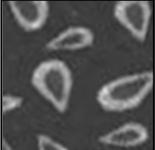
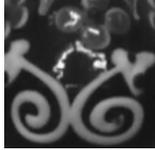
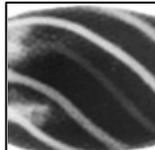
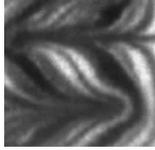
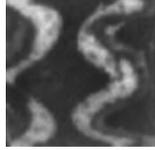
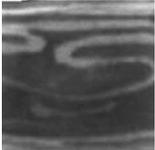
表 4.3 六度空間壓力係數表

次元數	壓力係數（Stress）	RSQ
6	0.04548	0.99637
5	0.04284	0.99637
4	0.03706	0.99815
3	0.04244	0.99771
2	0.05387	0.99659
1		

接著以組內變數連結（Winthin-Groups Linkage）歐基里德直線距離平方（Euclidean Distance）對上述座標值進行集群分析（Cluster Analysis）。分群結果如下：

觀察分群結果並對照樣本原形，採用圖 4.2 運用直線做為分群界線，分成 8 群。再以 K 平均數集群 (K-Means Methods)，設定分群數為 8，計算出每個樣本至該集群重心 (平均數) 的距離，藉由 K 平均數法可以得到每個樣本與該群重心的距離 (表 4.5)，距離重心最小者，可視為該集群的代表性樣本，因此得到八群中代表性樣本 (表 4.4)，第一群代表樣本編號第 43 個，第二群代表樣本編號第 56 個，第三群代表樣本編號第 49 個，第四群代表樣本編號第 4 個，第五群代表樣本編號第 20 個，第六群代表樣本編號第 61 個，第七群代表樣本編號第 9 個，第八群代表樣本編號第 34 個。最後再加入由訪談得知 6 個主要樣本計共 14 顆作為本研究分析之代表性樣本。

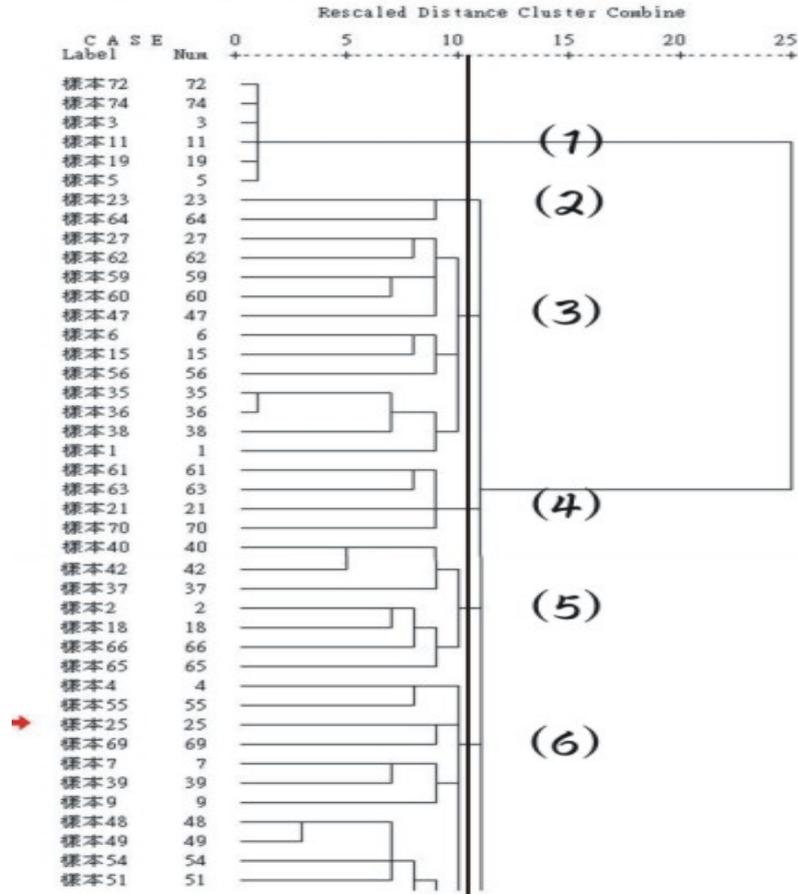
表 4.4 最具代表性琉璃珠圖案樣本

 43	 56	 49	 4
群 1	群 2	群 3	群 4
 20	 61	 9	 34
群 5	群 6	群 7	群 8
 9	 10	 11	 12
群 9	群 10	群 11	群 12
 13	 14		
群 13	群 14		

資料來源：本研究整理

*****HIERARCHICAL CLUSTER ANALYSIS*****

Dendrogram using Average Linkage (Between Groups)



*****HIERARCHICAL CLUSTER ANALYSIS*****

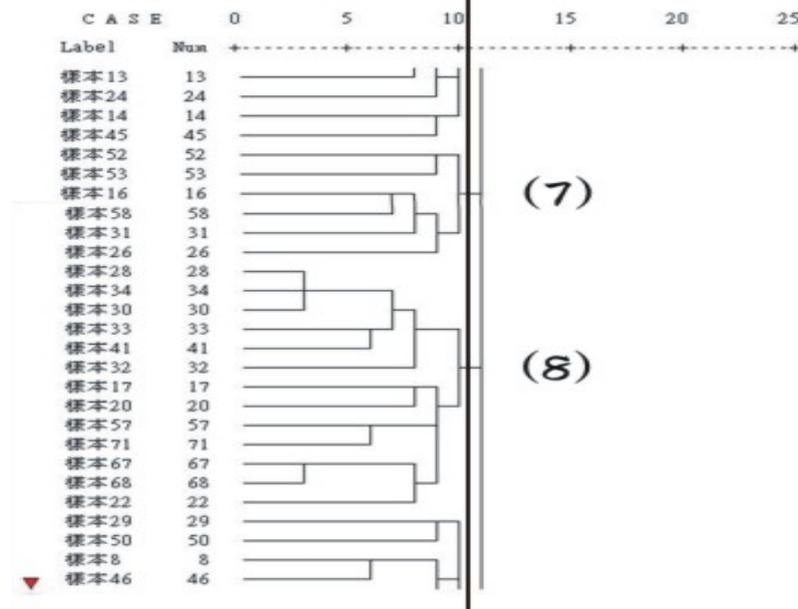


圖 4.2 樹狀圖

表 4.5 圖騰樣本分類歸納與 K 平均數集群結果

樣本	群組	距離
樣本 43	1	4.60977
樣本 44	1	4.60977

樣本	群組	距離
樣本 4	4	8.75595
樣本 17	4	9.93311
樣本 51	4	9.4163

樣本	群組	距離
樣本 7	7	11.19027
樣本 9	7	7.80313
樣本 39	7	10.82692

樣本	群組	距離
樣本 1	2	6.98868
樣本 15	2	6.96287
樣本 18	2	5.56431
樣本 22	2	4.72457
樣本 23	2	6.69937
樣本 24	2	10.06984
樣本 25	2	12.08477
樣本 27	2	9.4637
樣本 35	2	4.37283
樣本 36	2	4.37283
樣本 38	2	7.09377
樣本 40	2	10.60573
樣本 42	2	12.05162
樣本 47	2	12.16559
樣本 53	2	7.4486
樣本 56	2	6.7854
樣本 58	2	9.57923
樣本 62	2	5.28409
樣本 63	2	9.76942
樣本 65	2	9.37238
樣本 66	2	7.38658
樣本 69	2	3.11153
樣本 70	2	6.95137
樣本 72	2	3.09218
樣本 74	2	3.09218

樣本	群組	距離
樣本 8	5	10.99397
樣本 16	5	9.57729
樣本 20	5	9.4723
樣本 26	5	8.90483
樣本 31	5	7.96485
樣本 32	5	13.56504
樣本 46	5	7.96485
樣本 50	5	7.46488
樣本 52	5	9.25103
樣本 57	5	3.89269
樣本 67	5	5.21086
樣本 68	5	5.47816
樣本 71	5	4.40894
樣本 73	5	5.50417

樣本	群組	距離
樣本 28	8	4.89614
樣本 30	8	5.41346
樣本 33	8	6.37486
樣本 34	8	4.35571
樣本 41	8	6.95022
樣本 45	8	11.22373

樣本	群組	距離
樣本 2	6	6.43869
樣本 3	6	1.87499
樣本 5	6	1.87499
樣本 6	6	6.78565
樣本 10	6	2.25916
樣本 11	6	1.87499
樣本 12	6	6.44326
樣本 14	6	1.85923
樣本 19	6	1.87499
樣本 21	6	7.92526
樣本 29	6	2.12499
樣本 37	6	9.70677
樣本 55	6	9.45194
樣本 59	6	10.04626
樣本 60	6	9.32033
樣本 61	6	6.5474
樣本 64	6	9.43636

樣本	群組	距離
樣本 13	3	9.86788
樣本 48	3	5.98957
樣本 49	3	5.4658
樣本 54	3	7.30582

4.3.4 色彩意象語彙的選取

本測驗之色彩意象語彙前測，係經由項目分析、因素分析及信、效度分析後，確認可作為續後調查之基準。其形容詞語彙來源參考賴瓊琦（2003）、賴一輝（1997）、歐秀明（1998）、鄭國裕、林磐聳（1987）書中，所針對每一色系之意象調查及描述意象語彙，篩選出不一樣之形容詞語彙共六十五組。將六十五組語彙編制成第一次之專家問卷，給予專家勾選其形容詞語彙感覺程度之評估。經由專家挑選出最適合之形容詞語彙後，再編制成第二次問卷由學生受試，樣本數量達三十份以上更利於統計分析。

第一次之專家問卷，以設計、藝術相關領域之教師為受試對象，根據每個形容詞語彙，用以形容「色彩」適切度之五點量表勾選（附錄三），從非常同意到非常不同意。將回收之問卷運用SPSS計算，得知每一項形容詞語彙排第一，並再參酌各組平均數，平均4分以上者予以採用（附錄四），共選出50個語彙樣本編製成第二次問卷（附錄五）。

1. 顏色之因素分析-建構效度

專家問卷參酌平均數及排名最後篩選出50組適合形容色彩之語彙，再將50組色彩語彙編制成第二次問卷。

第二次之學生受試，選取南華大學設計相關科系研究生及大學生三十二名，針對50個形容「色彩」語意做適切度勾選，將問卷回收檢驗後，剔除一份無效問卷，有效問卷為三十一份，男生佔41.9%（13/31人），女生佔58.1%（18/31人），將數值資料運用SPSS計算得知下述結果。

回收之問卷統計分析之首要步驟，必須先執行項目分析，項目分析主要目的在求出問卷個別題目的決斷值-CR值，如果題項之CR值達顯著水準（ $\alpha < .05$ ），即表示這個題項能鑑別不同受試者的反應程度，此

題項予以保留，其步驟如下(吳明隆，2005)：

- (1). 求出量表之總分
- (2). 找出高低分組上下 27%處之分數
- (3). 依臨界分數將觀察值在量表之得分分成高低二組。
- (4). 以獨立樣本 t-test 考驗二組在每個題項的差異。
- (5). 將 t 考驗結果未達顯著之題項刪除。

首先計算總分及找出高、低分組 27%之分數與獨立樣本T檢定後，將 $P < 0.05$ 數值留下，共留下二十九個適合作因素分析的語彙，二十九個意象語彙經由因素分析，主成份分析法並配合最大變異法 (Varimax)，得知其KMO值。KMO是Kaiser-Meyer-Olkin的取樣適當性量數，當KMO值愈大時，表示變項間的共同因素愈多，愈適合進行因素分析，根據學者Kaiser(1974)觀點，如果KMO值小於 0.5 時，較不宜進行因素分析 (吳明隆，2005)，而此表 4.6 KMO值為.528 表示適合作因素分析。

表 4.6 KMO 及 Bartlett'考驗

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。	.528	
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	755.382
	自由度	406
	顯著性	.000

此外，從 Bartlett's 球形考驗的 X^2 值為 755.382(自由度為 406)達顯著，代表母群體的相關矩陣間有共同因素存在，適合進行因素分析。

從陡坡圖 (圖 4.3) 中，可以看出第七個因素以後，坡度線甚為平坦，因而可保留至 7 個因素。

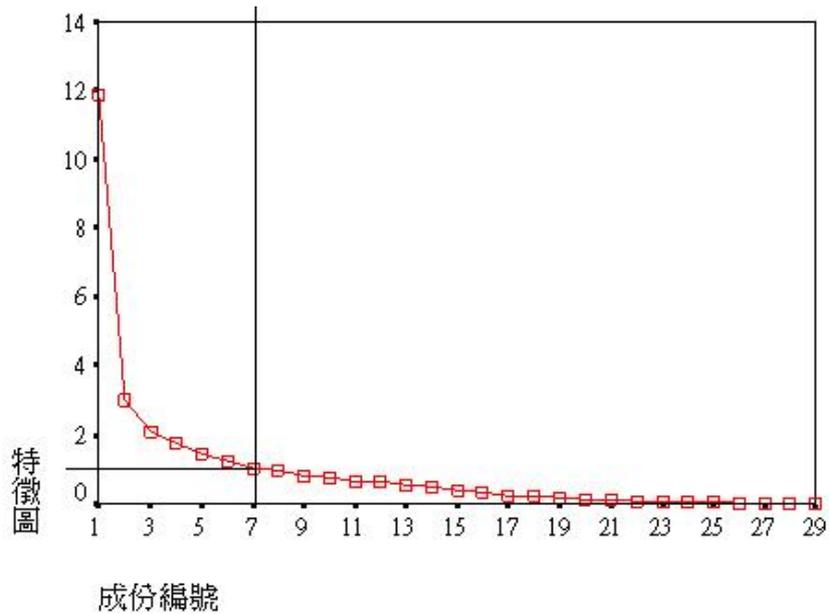


圖 4.3 陡坡圖

從轉軸後的解釋變異量（表 4. 7）來說，第一個成份可以解釋的變異量有 14.61%，第二個成分變異量有 13.99%，而第一成份及第二成份累積總變異量為 28.60%，意即至第二成份可以解釋整體的 28.60%，因此累積至第七成份時，可解釋整體的變異量累積至 77.23%，特徵質大於 1 者共七個。因素個數的決定，主要依據的原則為特徵值（Eigenvalue）的大小。特徵值代表某一因素可解釋的總變異量，特徵值越大，代表該因素的解釋力越強，一般而言，特徵值需大於 1，才可被視為一個因素。低於 1 之特徵值代表該因素之變異數少於單一變項的變異數 1，無法以因素的形式存在(邱皓政，2002)。因此由表 4. 7 判斷，7 個成分是可行的。

表 4.7 整體解釋的變異量

成份	初始特徵值			平方和負荷量萃取			轉軸平方和負荷量		
	總和	變異數的%	累積%	總和	變異數的%	累積%	總和	變異數的%	累積%
1	11.856	40.882	40.882	11.856	40.882	40.882	4.238	14.613	14.613
2	2.980	10.277	51.158	2.980	10.277	51.158	4.056	13.987	28.600
3	2.060	7.103	58.261	2.060	7.103	58.261	3.912	13.491	42.091
4	1.785	6.156	64.417	1.785	6.156	64.417	3.250	11.207	53.297
5	1.452	5.007	69.424	1.452	5.007	69.424	2.742	9.456	62.753
6	1.252	4.318	73.742	1.252	4.318	73.742	2.350	8.104	70.857
7	1.010	3.483	77.225	1.010	3.483	77.225	1.847	6.368	77.225
8	.968	3.339	80.565						
9	.794	2.737	83.302						
10	.727	2.506	85.807						
11	.660	2.275	88.082						
12	.631	2.175	90.257						
13	.526	1.815	92.073						
14	.496	1.711	93.783						
15	.397	1.370	95.154						
16	.339	1.168	96.322						
17	.229	.789	97.111						
18	.192	.661	97.772						
19	.146	.503	98.275						
20	.114	.393	98.668						
21	.096	.331	98.999						
22	.072	.249	99.248						
23	.063	.217	99.465						
24	.058	.200	99.665						
25	.051	.174	99.839						
26	.022	.076	99.915						
27	.014	.049	99.965						
28	.005	.019	99.983						
29	.005	.017	100.000						

萃取法：主成份分析。

表 4.8 中可知，因素負荷量小於.50 者未被印出，而題項數在所屬之因素層面順序，乃按照因素負荷量的高低排列，轉軸後之成份矩陣，重新安排題項在每個因素負荷量，更利於因素成份之觀察。第一個成份，分別為科技的、古典的、危險的、喜氣的、莊重的、吉利的等 6 個；第二個成份，分別為穩重的、活力的、明亮的、老氣的、俗氣的、刺激的、恐怖的等 7 個；第三個成份，有詭異的、祥和的、憂鬱的、莊嚴的、沈悶的等 5 個；第四個成份，分別為輕鬆的、氣質的、華麗的等 3 個；第五個因素成份，分別為夢幻的、時髦的、高尚的等 3 個；第六個成份，分為野性的、尊貴的等 2 個；第七個成份，分別為混濁的、清新的等 2 個。但是由於第六、七因素成份，所涵蓋層面別為全部的 8.1%及 6.37%

所包含層面過少，將之刪除較為適當（吳明隆，2005），以及第 36、23、19 題，因每一題只能歸在一個因素，因此將因素成份重複的題項刪除，而題項刪除後因素結構並隨之改變，所以因素分析須重複再測。

表4.8 轉軸後的因素矩陣

	成份						
	1	2	3	4	5	6	7
49.科技的	.832						
31.古典的	.769						
36.危險的	.636	.547					
35.喜氣的	.592						
18.莊重的	.591						
34.吉利的	.551						
12.穩重的		.906					
38.明亮的		.790					
37.活力的		.602					
25.俗氣的		.559					
23.老氣的		.535		.508			
48.恐怖的		.506					
13.刺激的		.504					
46.不安的							
45.詭異的			.821				
7.祥和的			.770				
41.憂鬱的			.730				
5.莊嚴的			.625				
22.沈悶的			.535				
39.輕鬆的				.684			
54.氣質的				.655			
53.華麗的				.545			
55.夢幻的					.791		
52.時髦的					.762		
17.高尙的					.692		
15.野性的						.801	
44.尊貴的						.628	
20.混濁的							.692
19.清新的	.518						.546

萃取方法：主成分分析。

旋轉方法：旋轉方法：含 Kaiser 常態化的 Varimax 法。

a. 轉軸收斂於 10 個疊代。

經過 5 次的因素重複測驗，刪除題項，分別為莊嚴的、清新的、氣質的、喜氣的、危險的、混濁的、老氣的、輕鬆的、華麗的、刺激的及不安的等十一題。最後一次呈現因素分析結果如表 4.9，KMO 值從第一次 .528 至 .718 提高許多。在整體解釋的變異量（表 4.10）共有五個成份，共可解釋全體的 76.89%，雖比第一次 77.23% 少一些，但仍不影響其解

釋程度，轉軸後之成份矩陣（表 4. 11），特徵值大於 1 者共有五個成份，可知五個因素成份皆可使用，比第一次更能呈現其各因素。

第二次因素分析之第一個成份，分別為明亮的、穩重的、活力的、俗氣的、吉利的、恐怖的等 6 個；第二個成份，分別為詭異的、憂鬱的、祥和的、沈悶的等 4 個；第三個成份，古典的、科技的、莊重的等 3 個；第四個成份，分別為夢幻的、時髦的、高尚的等 3 個；第五個因素成份有野性的、尊貴的等 2 個。

表 4. 9 KMO 及 Bartlett' 考驗

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。		.718
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	343.343
	自由度	153
	顯著性	.000

表 4. 10 整體解釋的變異量

成份	初始特徵值			平方和負荷量萃取			轉軸平方和負荷量		
	總和	變異數的%	累積%	總和	變異數的%	累積%	總和	變異數的%	累積%
1	7.216	40.089	40.089	7.216	40.089	40.089	3.357	18.652	18.652
2	2.511	13.950	54.039	2.511	13.950	54.039	3.221	17.892	36.544
3	1.594	8.853	62.893	1.594	8.853	62.893	2.667	14.819	51.364
4	1.442	8.011	70.904	1.442	8.011	70.904	2.506	13.920	65.284
5	1.077	5.986	76.889	1.077	5.986	76.889	2.089	11.605	76.889
6	.758	4.213	81.102						
7	.608	3.380	84.482						
8	.574	3.189	87.671						
9	.464	2.578	90.249						
10	.409	2.273	92.521						
11	.334	1.858	94.379						
12	.267	1.484	95.862						
13	.237	1.317	97.180						
14	.159	.881	98.061						
15	.121	.673	98.734						
16	.104	.576	99.310						
17	.065	.361	99.671						
18	.059	.329	100.000						

萃取法：主成份分析。

表 4.11 轉軸後的因素矩陣

	成份				
	1	2	3	4	5
38.明亮的	.862				
12.穩重的	.860				
37.活力的	.680				
25.俗氣的	.644				
34.吉利的	.621				
48.恐怖的	.593				
45.詭異的		.835			
41.憂鬱的		.826			
7.祥和的		.730			
22.沈悶的		.623			
31.古典的			.840		
49.科技的			.792		
18.莊重的			.624		
55.夢幻的				.838	
52.時髦的				.795	
17.高尚的				.705	
15.野性的					.800
44.尊貴的					.710

萃取方法：主成分分析。
 旋轉方法：旋轉方法：含 Kaiser 常態化的 Varimax 法。
 a. 轉軸收斂於 6 個疊代。

2. 信度分析

因素分析後，透過信度考驗可進一步檢定問卷的可靠性及有效性。如果一個量表的信度愈高表示量表愈穩定(Stability)。根據學者 Gay(1992)之觀點，任何測驗或量表的信度係數若在.90 上，表示測驗或量表的信度甚佳。不過由於學者間看法不一致，有些學者設定在.80 以上，如 Gay(1992)等人即是，有些學者則認為在.70 以上是可以接受的最小信度值（泛指整份量表），但若信度低於.60 以下者研究工具需重新編制較佳（吳明隆，2005）。

本研究將已做過因素分析之十八題題項進行信度考驗，共抽取五個共同因素，五個因素層面所包括之題向分別做信度考驗得到結果（表 4.12），內部一致性 α 係數為.91，顯示出量表項目具相當的同質性，另再檢測項目統計量（附錄 六），其刪除任何題項 α 係數皆降低，因此所有

題項皆適用於本研究。第一個因素共六個題項，其 α 係數為.86；第二個因素共四個題項，其 α 係數為.84；第三個因素共三個題項， α 係數為.82；第四個因素共三個題項，其 α 係數為.84；第五個因素共兩個題項， α 係數為.68，第五個因素因只有兩個，信度上偏低，但 α 係數仍在.60 以上，且在因素解釋變異量中可解釋全體的 11.61%，因此仍予以採用。其各因素之項目統計量，其各題項刪除後 α 係數皆低於原始構面之係數，因此亦不需刪除。

表 4. 12 Cronbach's Alpha 值

	總量表 α 係數	因素一 α 係數	因素二 α 係數	因素三 α 係數	因素四 α 係數	因素五 α 係數
Cronbach's Alpha 值	.91	.86	.84	.82	.84	.68
項目的個數	18	6	4	3	3	2

3. 因素命名

顏色構面經統計驗證後共得五個成份，其命名過程採用各成份因素負荷量較高（代表性較高）之前二者名稱命名，分別為明亮穩重的（明亮中帶有穩重感覺）、詭異憂鬱的（詭異中帶有憂鬱感覺）、古典科技感（古典中帶有科技感覺）、夢幻時髦感（夢幻中帶有時髦感覺）、野性尊貴感（野性中帶有尊貴感覺）。

4.4 琉璃珠造形與文化意義之相關影響因素

本研究探討排灣族琉璃珠中之文化意象，在前置質性訪談及嚴謹之代表性樣本、語彙、外觀形狀選取後，最後編製成正式問卷（附錄 七），因此問卷形式即結合訪談之重要構面編碼與琉璃珠代表性整體造形，問卷量表則採用五點量表，針對心理感受程度施測。

正式施測地點選擇於三地門原住民文化館、沙滔琉璃坊現場發放共 114 份問卷，剔除 14 份無效問卷共有計 100 份問卷。施測之類別變項（

表 4.13) 為：性別比率，女性較多數佔 52%(52 人)，男性佔 48%。年齡比率，31~40 歲最多佔 37% (37 人)，其次為 21~30 歲為主佔 42% (42 人)，依序 41~50 歲佔 11% (11 人)，20 歲以下佔 5% (5 人)，51~60(含 60 以上) 佔 5% (5 人)。教育程度比率，大學包含大專者為多數佔 67% (67 人)，其次為高中、職佔 16%(16 人)，研究所以上佔 15%(15/100 人)，國中以下佔 2%(2/100 人)。職業比率，勞工者為最多占 37%(37)，依序為學生佔 30% (30/100 人)，其他者佔 9% (9/100 人)，商人佔 8% (8/100 人) 公、教佔 7% (7/100 人)，軍、警佔 3% (3/100 人)，家管佔 3% (3/100 人)，農、林、漁、牧者佔 3% (3/100 人)。最後將各形容詞語彙所得數值輸入統計軟體，得到全體平均值(表 4.14、表 4.15)。

表 4.13 類別變項

單位：人(%)

變項	性別		職業		教育程度		年齡	
	男	48 (48)	軍、警	3(3)	國中以下	2 (2)	20 以下	5 (5)
女	52 (52)	公、教	7(7)	高中、職	16 (16)	21~30 歲	42 (42)	
		商人	8(8)	大學(專)	67 (67)	31~40 歲	37 (37)	
		勞工	37(37)	研究所以上	15 (15)	41~50 歲	11 (11)	
		學生	30(30)			51~60 歲 (含 60 歲以上)	5 (5)	
		家管	3(3)					
		農、林、漁、牧	3(3)					
		其他	9(9)					
合計	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)			

整體文化認同與傳承意象構面而言 (表 4.14)，一般大眾認為最有文化認同與傳承意象之外型者外型三陶壺形 (平均值為 3.78)、其次為外型五彎月形。而最有文化認同與傳承意象之圖案者 (表 4.15)，為圖案二 (平均值為 3.80)，其次為圖案四。

最有階級地位意象者之外型以外型五彎月形 (平均值為 3.27) 最有感覺，第二為外型三陶壺形。具階級地位之圖案，第一為圖案四 (平均

值為 3.77)，其次為圖案二。

而具宗教神靈者外型中，以外型五彎月形最具帶代表性（平均值為 3.18），其次為外型三。圖案中以圖案四（平均值為 3.62）具代表性，其次為圖案二。

美感意象中最有感覺者為外型一圓柱形（平均值為 3.26），其次為外型二。圖案中最具美感意象者為圖案九，其次為圖案一。

表 4.14 外觀形狀之意象平均值

	文化認同與傳承	階級地位	宗教神靈	美感
外型一 圓柱型	2.99	2.47	2.63	3.26
外型二 扁圓形	3.13	2.74	2.95	3.21
外型三 陶壺形	3.78	2.77	2.96	2.54
外型四 圓球形	3.19	2.63	2.93	3.19
外型五 彎月形	3.60	3.27	3.18	2.63

表 4.15 圖案之意象平均值

	文化認同與傳承	階級地位	宗教神靈	美感
圖案一	3.09	2.54	2.76	2.79
圖案二	3.80	3.51	3.48	2.41
圖案三	3.26	2.65	2.81	2.51
圖案四	3.67	3.77	3.62	2.14
圖案五	2.73	2.46	2.57	2.75
圖案六	3.36	3.09	3.21	2.59
圖案七	3.14	2.58	2.78	2.49
圖案八	3.12	2.86	3.10	2.70
圖案九	3.33	2.79	2.97	2.95
圖案十	3.08	2.61	2.84	2.51
圖案十一	3.30	2.81	3.01	2.61
圖案十二	2.94	2.44	2.69	2.61
圖案十三	3.13	3.40	3.06	2.66
圖案十四	3.29	3.08	3.38	2.54

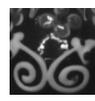
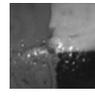
小結

歸結上述外觀形狀與圖案可整理出表 4.16，消費者認為具有「文化認同與傳承」意象感的琉璃珠外形為陶壺形，最具有「文化認同與傳承」意象感為圖案二，為陶壺形上之圖案，圖案上具有百步蛇圖案；具有「階

級地位」意象者外形為彎月形，圖案為圖案四，圖案看似臉形；具「宗教神靈」意象感者為外形彎月形，圖案亦為圖案四；最具「美感」意象者外形為原柱形，圖形為圖案九，此圖形為排灣族古珠之土地之珠，上述者幾乎皆屬於後期創新形狀及圖騰，與最原始之圓柱形是大相逕庭，圖案也非最原始之圖案。從消費者立場而言，許多都是主觀性判斷，雖然現場看過，但若沒有專人講述其歷史源由，現場琳瑯滿目的琉璃珠中，大略都只是一種飾品，就算有DM介紹，大部分的人其實都只是一眼略過，少部分人會仔細看內容介紹。

因此調查結果平均數顯示與文獻、工藝師前面所述有所不同，消費者認知中認為陶壺形、百步蛇具有文化認同與傳承感意象，因為整體排灣族文化中有陶壺、百步蛇之意象，所以觀看琉璃珠時也會認為較具有文化認同與傳承的意義。呈現階級地位及宗教神靈之意象外形是彎月形，圖形是類似臉形者，與訪談中工藝師們所闡述之眼睛之珠（象徵看守保護）之意象亦大有出入，消費者觀點或許感覺臉形較為有其意象，最後的美感部分，外形上是最原始的原柱形，圖案上為土地之塊狀圖案，消費者感覺，整體上大致還是認為圓柱形才真正保有原住民之美感概念。

表 4.16 各構面之代表

文化意象構面	外觀	圖騰
文化認同與傳承	 陶壺形	
階級地位	 彎月形	
宗教神靈	 彎月形	
美感	 圓柱形	

4.4.1 性別對琉璃珠意象構面獨立樣本 T 考驗

上述平均值，只能觀看整體的分佈狀況，卻不能仔細觀看各組別間看法之差異性。在此將深入探討檢定不同性別之消費者對琉璃珠文化意象之認知差異。即是瞭解不同性別者對於琉璃珠各外觀形狀、圖案文化意象感覺程度是否有顯著差異。

1. 外觀形狀

可知t考驗結果(表 4. 17)，以外觀形狀-圓柱形而言，不同性別之消費者在「階級地位」變項有顯著差異($P>.05$)，男性認為圓柱形具有階級地位感覺程度比女性高。其他意象者，意即男、女性此兩群體在「文化認同與傳承」、「宗教神靈」與「美感」的看法上並無顯著差異。

外觀形狀-陶壺形，在「宗教神靈」變項則具顯著差異($P>.05$)，女性認為陶壺形具有宗教神靈感覺程度比男性高。其他意象者，男、女性此兩群體在「文化認同與傳承」與「階級地位」「美感」感覺程度並無顯著差異。

外觀形狀-圓球形，在「階級地位」變項有顯著差異($P>.05$)，階級地位之意象認知中，女性認為圓球形具有階級地位的感覺程度比男性低。其他意象方面，男、女性此兩群體在「文化認同與傳承」、「宗教神靈」及「美感」感覺程度看法上並無顯著差異。

外觀形狀-扁圓形及彎月形，在「文化認同與傳承」、「階級地位」、「宗教神靈」及「美感」變項，男、女性此兩群體看法上並無顯著差異。

表 4.17 外觀形狀文化意象獨立樣本 T 檢定

	性別	平均數	T 值 (參考附錄八)	P 值	備註
a1 文化認同與傳承	1.男	2.98	-0.11	0.91	
	2.女	3			
a1 階級地位	1.男	2.75	3.13	0.00***	1 > 2
	2.女	2.22			
a1 宗教神靈	1.男	2.74	1.21	0.23	
	2.女	2.53			
a1 美感	1.男	3.28	0.15	0.88	
	2.女	3.25			
a2 文化認同與傳承	1.男	3.16	0.31	0.76	
	2.女	3.10			
a2 階級地位	1.男	2.84	1.12	0.27	
	2.女	2.65			
a2 宗教神靈	1.男	3.00	0.60	0.55	
	2.女	2.90			
a2 美感	1.男	3.15	-0.65	0.51	
	2.女	3.26			
a3 文化認同與傳承	1.男	2.99	-0.34	0.73	
	2.女	3.07			
a3 階級地位	1.男	2.73	-0.49	0.62	
	2.女	2.81			
a3 宗教神靈	1.男	2.75	-2.21	0.03*	2 > 1
	2.女	3.15			
a3 美感	1.男	2.63	0.96	0.34	
	2.女	2.46			
a4 文化認同與傳承	1.男	3.19	0.08	0.93	
	2.女	3.18			
a4 階級地位	1.男	2.85	2.80*	0.01**	1 > 2
	2.女	2.43			
a4 宗教神靈	1.男	2.89	-0.41	0.68	
	2.女	2.97			
a4 美感	1.男	3.27	0.84	0.40	
	2.女	3.12			
a5 文化認同與傳承	1.男	3.60	0.04	0.97	
	2.女	3.60			
a5 階級地位	1.男	3.35	0.78	0.44	
	2.女	3.19			
a5 宗教神靈	1.男	3.24	0.60	0.55	
	2.女	3.12			
a5 美感	1.男	2.63	0.03	0.98	
	2.女	2.63			

註：* P<0.05，** P<0.01，*** P<0.001

2. 圖案

獨立樣本T檢定後可知具有顯著之圖案為：圖案一在「階級地位」變項有顯著差(表 4. 18)，在階級地位之意象中，男性認為圖案一具有階級地位的感覺程度比女性高，而對於「文化認同與傳承」、「宗教神靈」及「美感」，男、女性此兩群體看法並無顯著差異。

圖案五在「美感」變項有顯著差異，美感之意象認知感覺中男性認為圖案五具有美感的程度比女性高。而對於「文化認同與傳承」、「宗教神靈」及「階級地位」，男、女性此兩群體看法上並無顯著差異。

圖案六在「文化認同與傳承」變項有顯著差異，即在文化認同與傳承之意象中，男性認為圖案六具有文化認同與傳承的感覺程度比女性低。而對於「美感」、「宗教神靈」及「階級地位」，男、女性此兩群體感覺程度看法並無顯著差異。

圖案七在「宗教神靈」變項有顯著差異，宗教神靈之意象認知，男性認為圖案七具有宗教神靈的感受程度比女性高。而對於「文化認同與傳承」、「宗教神靈」及「階級地位」，男、女性此兩群體感受程度看法並無顯著差異。

圖案十在「宗教神靈」變項有顯著差異，宗教神靈之意象認知，女性認為圖案十具有宗教神靈感覺的程度比男性低。而對於「文化認同與傳承」、「美感」及「階級地位」，男、女性此兩群程度上並無顯著差異。

圖案十一在「宗教神靈」變項有顯著差異，宗教神靈之意象認知中，男性認為圖案十一具有宗教神靈感覺的程度比女性高。而對於「文化認同與傳承」、「美感」及「階級地位」，男、女性此兩群體程度上並無顯著差異。

圖案十二在「階級地位」變項有顯著差異，階級地位之意象中，男

性認為圖案十二具有階級地位的感覺程度比女性高。而對於「文化認同與傳承」、「美感」及「宗教神靈」，男、女性此兩群體看法並無顯著差異。

然而對圖案二、圖案三、圖案四、圖案八、圖案九、圖案十三、圖案十四在「文化認同與傳承」、「階級地位」、「宗教神靈」及「美感」變項，男、女性此兩群體感覺程度並無顯著差異（附錄九）。

因此可知，性別變項中，外觀形狀圓柱形之階級地位、陶壺形之宗教神靈、圓球形之階級地位看法上解有顯著差異（圖 4.4）；圖案中以圖案一之階級地位，圖案五之美感，圖案六之文化認同與傳承，圖案七之宗教神靈，圖案十之宗教神靈，圖案十一之宗教神靈，圖案十二之階級地位看法上解有顯著差異（表 4.5）

圖 4.5，且在顯著差異之文化意象更可看出，差異性中出現最多次之文化意象為宗教神靈及階級地位，換言之，消費者從琉璃珠中感受較強烈之意象仍為宗教神靈及階級地位。

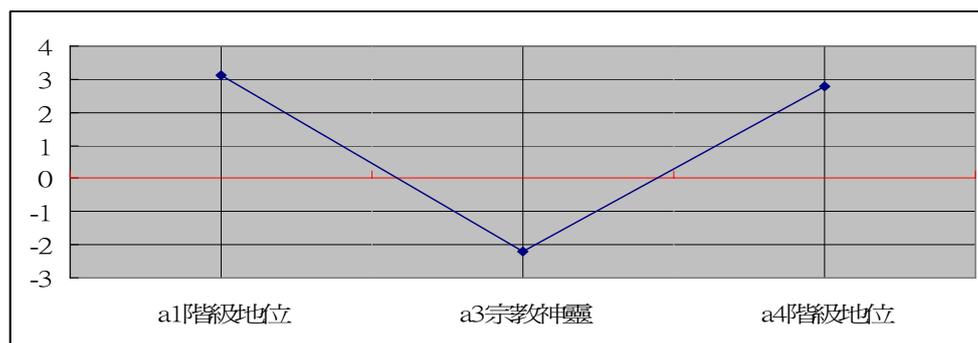


圖 4.4 外觀形狀

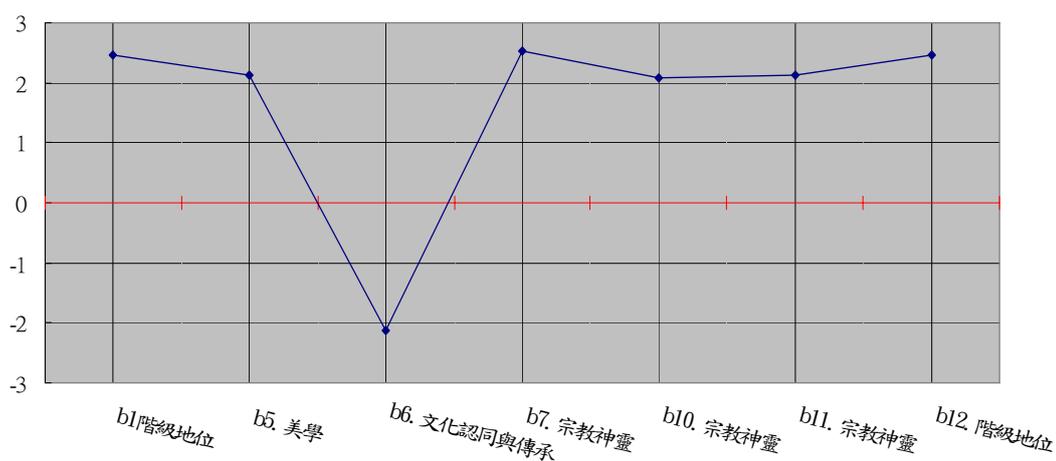


圖 4.5 圖案

表 4.18 圖案之文化意象獨立樣本 T 檢定(部分-顯著者)

組別統計量	性別	平均數	t 值(參考附錄八)	P 值	備註
圖 1.文化認同與傳承	1.男	3.07	-0.22	0.82	
	2.女	3.12			
圖 1.階級地位	1.男	2.76	2.47	0.02*	1 > 2
	2.女	2.34			
圖 1.宗教神靈	1.男	2.94	1.81	0.07	
	2.女	2.60			
圖 1.美感	1.男	2.86	0.73	0.47	
	2.女	2.73			
圖 5.文化認同與傳承	1.男	2.64	-0.87	0.39	
	2.女	2.81			
圖 5.階級地位	1.男	2.58	1.22	0.22	
	2.女	2.35			
圖 5.宗教神靈	1.男	2.66	0.87	0.39	
	2.女	2.49			
圖 5.美感	1.男	2.94	2.14	0.04*	1 > 2
	2.女	2.57			
圖 6.文化認同與傳承	1.男	3.12	-2.13	0.04*	2 > 1
	2.女	3.58			
圖 6.階級地位	1.男	2.90	-1.86	0.07	
	2.女	3.24			
圖 6.宗教神靈	1.男	3.12	-0.92	0.36	
	2.女	3.30			
圖 6.美感	1.男	2.69	1.04	0.30	
	2.女	2.49			
圖 7.文化認同與傳承	1.男	3.09	-0.44	0.66	
	2.女	3.18			
圖 7.階級地位	1.男	2.72	1.06	0.29	
	2.女	2.52			
圖 7.宗教神靈	1.男	3.01	2.53 *	0.01*	1 > 2
	2.女	2.56			
圖 7.美感	1.男	2.62	1.61	0.11	
	2.女	2.37			
圖 10.文化認同與傳承	1.男	3.13	0.43	0.67	
	2.女	3.04			
圖 10.階級地位	1.男	2.67	0.70	0.48	
	2.女	2.55			
圖 10.宗教神靈	1.男	3.04	2.08	0.04*	1 > 2
	2.女	2.65			
圖 10.美感	1.男	2.67	1.76	0.08	
	2.女	2.37			
圖 11.文化認同與傳承	1.男	3.16	-1.28	0.20	
	2.女	3.44			
圖 11.階級地位	1.男	2.96	1.48	0.14	
	2.女	2.67			
圖 11.宗教神靈	1.男	3.24	2.14	0.04*	1 > 2
	2.女	2.81			
圖 11.美感	1.男	2.71	-0.61	0.54	
	2.女	2.96			
圖 12.文化認同與傳承	1.男	2.99	0.50	0.62	
	2.女	2.90			
圖 12.階級地位	1.男	2.92	2.46 *	0.02*	1 > 2
	2.女	2.20			
圖 12.宗教神靈	1.男	2.83	1.59	0.11	
	2.女	2.55			
圖 12.美感	1.男	2.63	0.30	0.77	
	2.女	2.58			

註：* P<.05

4.4.2 教育程度對琉璃珠意象構面之單因子變異數分析

1. 外觀形狀

本節將探討教育程度是否會影響對琉璃珠外觀形狀之文化意象之感覺認知，將教育程度分為國中以下、高中（職）、大學（專）、研究所以上，針對外觀形狀做單因子變異數分析(One-way ANOVA)（表 4.19）。

外觀形狀-圓柱形，就文化認同與傳承變項而言，F 值未達顯著（ $F=0.08$ ， $P>.05$ ）。階級地位變項而言，F 值未達顯著（ $F=0.48$ ， $P>.05$ ）。宗教神靈變項而言，F 值未達顯著（ $F=0.05$ ， $P>.05$ ）。美感變項而言，F 值未達顯著（ $F=2.56$ ， $P>.05$ ）。即圓柱形之外觀形狀而言，不同教育水準並不會影響各構面之感覺程度。扁圓形、陶壺形、彎月形之構面變項而言，F 值皆未達顯著（ $P>.05$ ），即不同教育程度並不會影響各構面之感覺。

但唯獨對圓球形之文化意象有所差異，就文化認同與傳承變項而言，F 值未達顯著（ $F=1.94$ ， $P>.05$ ）。階級地位變項而言，F 值未達顯著（ $F=2.24$ ， $P>.05$ ）。宗教神靈變項而言，F 值未達顯著（ $F=0.99$ ， $P>.05$ ）。美感變項而言，F 值達顯著（ $F=2.90$ ， $P<.05$ ），顯示不同教育程度會影響美感之感覺認知。

表 4.19 教育程度與外觀形狀 One-way ANOVA

		平均數	F 值	P 值
a1 文化認同與傳承	1.國中以下	2.84	0.08	0.97
	2.高中、職	3.06		
	3.大學(專)	2.96		
	4.研究所(含以上)	3.04		
a1 階級地位	1.國中以下	2.50	0.48	0.7
	2.高中、職	2.23		
	3.大學(專)	2.52		
	4.研究所(含以上)	2.51		
a1 宗教神靈	1.國中以下	2.67	0.05	0.99
	2.高中、職	2.67		
	3.大學(專)	2.63		
	4.研究所(含以上)	2.56		
a1 美學	1.國中以下	2.50	2.56	0.06
	2.高中、職	2.77		
	3.大學(專)	3.35		
	4.研究所(含以上)	3.49		
a2 文化認同與傳承	1.國中以下	2.34	0.54	0.65
	2.高中、職	3.29		
	3.大學(專)	3.11		
	4.研究所(含以上)	3.13		
a2 階級地位	1.國中以下	3.00	0.23	0.88
	2.高中、職	2.88		
	3.大學(專)	2.71		
	4.研究所(含以上)	2.71		
a2 宗教神靈	1.國中以下	3.34	1.29	0.28
	2.高中、職	3.29		
	3.大學(專)	2.85		
	4.研究所(含以上)	2.96		
a2 美學	1.國中以下	2.84	0.37	0.78
	2.高中、職	3.10		
	3.大學(專)	3.21		
	4.研究所(含以上)	3.33		
a3 文化認同與傳承	1.國中以下	3.50	1.45	0.23
	2.高中、職	3.41		
	3.大學(專)	2.87		
	4.研究所(含以上)	3.31		
a3 階級地位	1.國中以下	2.00	0.87	0.46
	2.高中、職	2.94		
	3.大學(專)	2.73		
	4.研究所(含以上)	2.89		
a3 宗教神靈	1.國中以下	2.50	0.74	0.53
	2.高中、職	3.17		
	3.大學(專)	2.89		
	4.研究所(含以上)	3.13		
a3 美學	1.國中以下	2.00	0.86	0.46
	2.高中、職	2.31		
	3.大學(專)	2.57		
	4.研究所(含以上)	2.71		
a4 文化認同與傳承	1.國中以下	4.34	1.94	0.13
	2.高中、職	3.13		
	3.大學(專)	3.24		
	4.研究所(含以上)	2.87		
a4 階級地位	1.國中以下	3.17	2.24	0.09
	2.高中、職	2.48		
	3.大學(專)	2.74		
	4.研究所(含以上)	2.24		
a4 宗教神靈	1.國中以下	3.67	0.99	0.4
	2.高中、職	2.75		
	3.大學(專)	3.00		
	4.研究所(含以上)	2.71		
a4 美學	1.國中以下	3.17	2.90*	0.04*
	2.高中、職	2.81		
	3.大學(專)	3.17		
	4.研究所(含以上)	3.71		

註：* P<.05

在探索性分析中，如果變異數分析之整體考驗的 F 值未達檢定，表示各組平均數間沒有顯著差異，就不需要進行事後比較，然而若達顯著，

則需進一步要進行「成對組多重比較」(pairwise multiple comparisons)分析，即所謂「多重事後比較」(吳明隆，2005)。

在此將對外觀形狀之圓球形美感變項做事後比較(表 4.20)考驗，多重比較採用Scheffe法，得知(註a)教育程度中，高中(職)與研究所(含以上)者較具有顯著差異，且高中(職)感覺程度低於研究所(含以上)。(註b) 研究所(含以上)與高中(職)者較具有顯著差異，且研究所(含以上)感覺程度優於高中(職)，與前述(註a)比較結果相同，從 95%信賴區間來看，研究所(含以上)與高中(職)的信賴區間在 0.02 至 1.78 之間，並未包含 0，因而二者差異顯著。

表 4.20 教育程度與外觀形狀事後比較考驗

依變數	(I) 教育程度	(J) 教育程度	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	scheffe
a4 美感	1.國中以下	高中、職	0.35	0.64	0.96	4>2
		大學(專)	0.00	0.62	1.00	
		研究所(含以上)	-0.55	0.65	0.87	
	2.高中、職	國中以下	-0.35	0.64	0.96	
		大學(專)	-0.36	0.24	0.53	
		研究所(含以上)	-.89946(*)a	0.31	0.04 *	
	3.大學(專)	國中以下	0.00	0.62	1.00	
		高中、職	0.36	0.24	0.53	
		研究所(含以上)	-0.54	0.24	0.19	
	4.研究所(含以上)	國中以下	0.55	0.65	0.87	
		高中、職	.89946(*)b	0.31	0.04 *	
		大學(專)	0.54	0.24	0.19	

註：* P<.05

2. 圖案

本節即探討教育程度是否會影響對琉璃珠圖案文化意象之感受，針對圖案做單因子變異數分析(附錄一○)。考驗後發現教育程度對圖案的文化意象感受並沒有任何差異，換言之，對圖案文化意象之心理感受並不會因為教育程度的高低看法會有所不同。

4.4.3 職業類別對琉璃珠意象構面之單因子變異數分析

1. 外觀形狀

探討職業類別變項是否會影響對琉璃珠文化意象之感受，針對外觀形狀做單因子變異數分析（附錄十一）。考驗後發現職業類別變項並不會影響對外觀形狀的文化意象感覺，換言之，外觀形狀意象之感覺程度並不會因為職業類別不同，看法會有所不同。

2. 圖案

瞭解職業類別變項是否會影響對琉璃珠圖案文化意象之看法，針對圖案形狀做單因子變異數分析，檢定後發現只有圖案九及圖案十之感覺程度有所差異（表 4.21）。就圖案九之文化認同與傳承變項而言，F 值未達顯著（ $F=0.52, P>.05$ ），階級地位變項而言，F 值未達顯著（ $F=1.08, P>.05$ ）。宗教神靈變項而言，F 值未達顯著（ $F=1.78, P>.05$ ）。美感變項而言，F 值達顯著（ $F=2.22, P<.05$ ），顯示不同職業類別會影響美感之感覺程度。

圖案十之文化認同與傳承變項而言，F 值未達顯著（ $F=0.46, P>.05$ ），階級地位變項而言，F 值未達顯著（ $F=1.84, P>.05$ ）。宗教神靈變項而言，F 值未達顯著（ $F=1.07, P>.05$ ）。美感變項而言，F 值達顯著（ $F=2.83, P<.05$ ），顯示不同職業類別會影響美感之感覺程度。

檢定結束後因不知哪兩組之間具有差異性，再針對 F 值達顯著者做事後檢定，檢定後發現，雖二者在 F 值上皆達顯著，但事後比較發現，沒有任何兩組的平均數達到顯著差異，職業類別對圖案文化意象之感覺程度並沒有差別，即不會因為職業的不同對文化意象之看法而有不一樣。

表 4.21 職業類別與琉璃珠圖案 One-way ANOVA (部分)

變數	項目	平均數	F 檢定	顯著性	Scheffe
b9.宗教神靈	軍、警	2.78	1.778	0.101	
	公、教	3.48			
	商人	2.67			
	勞工	2.77			
	學生	3.37			
	家管	2.33			
	農、林、	3.22			
	其他	2.59			
b9.美感	軍、警	2.44	2.224	0.039*	
	公、教	2.67			
	商人	3.21			
	勞工	2.68			
	學生	3.49			
	家管	2.00			
	農、林、	2.78			
	其他	2.78			
B10.宗教神靈	軍、警	3.11	1.065	.392	
	公、教	2.76			
	商人	2.92			
	勞工	2.55			
	學生	3.09			
	家管	2.89			
	農、林、	3.56			
	其他	2.81			
b10.美感	軍、警	2.56	2.858	.010*	
	公、教	2.00			
	商人	2.92			
	勞工	2.30			
	學生	2.87			
	家管	1.44			
	農、林、	2.89			
	其他	2.48			

註：* P<.05

4.5 複迴歸分析

本此階段採複迴歸分析，導出迴歸方程式，迴歸方程式不僅在反應預測變項與被預測變項的線性關係，同時也可以獲得一個未知的預測變項之可能數值。

本研究採「反向淘汰法」(backward) 模式。所有預測變項先以同時分析的方法納入迴歸方程式中，然後逐步將未達統計顯著水準的預測變項，以最弱、次弱的順序自方程式中予以排除，直到所有未達顯著水準的預測變項均被淘汰完畢為止 (邱皓政，2002)。

本研究在此節運用複迴歸分析，期能導出迴歸方程式作為設計參考之原則。運用十四個樣本與四個文化意象構面，包括文化認同與繼承、階級地位、宗教神靈與美感之平均得分進行複迴歸分析，期能找出預測迴歸方程式，作為後續文化意象認知及提供文化設計意象準則。

4.5.1 排灣族琉璃珠與文化認同與傳承之迴歸分析

文化認同與傳承迴歸分析值如表 4. 所顯示。文化認同與傳承迴歸方程式為：

$$Y = .65 + .27(\text{外型一}) + .39(\text{圖案十四}) + (-.30)(\text{詭異憂鬱的}) \quad (1)$$



由該迴歸方程式「正值」顯著係數值顯示，由 β 值大小可得知，這些處理手法的相對值應如下所列：

1. 外型應為五種外觀形狀中之圓柱形。
2. 圖案應為應用幾何波紋狀。

同於由「負值」顯著係數值顯示，應使用與詭異憂鬱感（詭異中帶有憂鬱感）之相反色彩，詭異憂鬱感在色彩意象中，多以暗色調、淺灰色調為主，因此適合以明色調為主。

表 4.22 文化認同與傳承迴歸分析

項目	未標準化係數		標準化係	t	顯著性
	B 之估計值	標準誤	β 分配		
常數項	0.65	0.50		1.30	.197
外型一	0.27	0.13	0.18	2.03	0.05 *
圖案二	0.33	0.17	0.21	1.90	0.06
圖案六	0.16	0.13	0.13	1.21	0.23
圖案十一	0.13	0.10	0.12	1.32	0.19
圖案十四	0.39	0.13	0.31	3.07	0.00 *
明亮穩重的	-0.21	0.15	-0.14	-1.45	0.15
詭異憂鬱的	-0.30	0.15	-0.20	-2.03	0.05 *
野性尊貴的	0.22	0.15	0.16	1.47	0.15
R 平方 .443					
估計的標準誤 .729					

* < .05 達顯著水準

4.5.2 排灣族琉璃珠與階級地位之迴歸分析

階級地位迴歸分析如表 4. 所顯示。得知階級地位迴歸方程式為：

$$Y = .57 + .32 (\text{外型一}) + .49 (\text{圖案十三}) + .33 (\text{野性尊貴的}) \quad (2)$$



由該迴歸方程式「正值」顯著係數值顯示，由 β 值大小可得知，這些處理手法的相對應值如下所列：

1. 外型應為五種外觀形狀中之圓柱形。
2. 圖案應為應用重圈紋。
3. 色彩意象可使用野性尊貴的顏色，色彩意象中，野性尊貴使用之色彩分佈在，鮮明色調及明色調，例如紅色、紫色等等。

表 4.23 階級地位迴歸分析

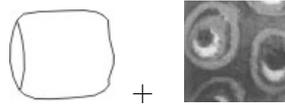
項目	未標準化係數		標準化係	t	顯著性
	B 之估計值	標準誤	β 分配		
常數項	0.57	0.43		1.32	0.19
外型一	0.32	0.13	0.22	2.46	0.02 *
圖案十三	0.49	0.15	0.38	3.28	0.00 *
明亮穩重的	-0.27	0.15	-0.19	-1.83	0.07
野性尊貴的	0.33	0.14	0.25	2.39	0.02 *
R 平方 .358					
估計的標準誤 .731					

* < .05 達顯著水準

4.5.3 排灣族琉璃珠與宗教神靈之迴歸分析

宗教神靈迴歸分析如表 4. 所顯示。宗教神靈迴歸方程式為：

$$Y = 1.10 + .28 (\text{外型一}) + .36 (\text{圖案十三}) + -.35 (\text{明亮穩重的}) + -.34 (\text{夢幻時髦的}) + .32 (\text{野性尊貴的}) \quad (3)$$



+ 明亮穩重的、夢幻時髦的、野性尊貴的

由該迴歸方程式「正值」顯著係數值顯示，由 β 值大小可得知，這

些處理手法的相對值應如下所列：

1. 外型應為五種外觀形狀中之圓柱形。
2. 圖案應為應用重圈紋。
3. 色彩意象可使用野性尊貴之顏色，色彩意象中，野性尊貴使用之色彩分佈在，鮮明色調及明色調，例如紅色、紫色等等。

同於由「負值」顯著係數值顯示，應避免使用：明亮穩重與夢幻時髦，明亮穩重的色彩意象中偏明色調及灰色調、暗色調，例如黃色、橙色、黑色等等。夢幻時髦的，色彩意象中，色調屬淺色調、亮色調為主。

表 4.24 宗教神靈迴歸分析

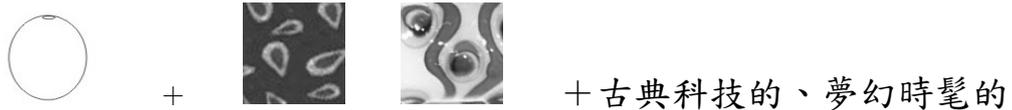
項目	未標準化係數		標準化係數	t	顯著性
	B 之估計值	標準誤	β 分配		
常數項	1.10	0.42		2.62	0.01*
外型一	0.28	0.12	0.21	2.33	0.02*
圖案一	-0.14	0.12	-0.12	-1.15	0.25
圖案八	0.19	0.10	0.20	1.86	0.07
圖案十一	0.10	0.09	0.11	1.13	0.26
圖案十三	0.36	0.16	0.30	2.21	0.03*
圖案十四	0.20	0.11	0.17	1.74	0.08
明亮穩重的	-0.35	0.14	-0.26	-2.58	0.01*
夢幻時髦的	-0.34	0.14	-0.27	-2.38	0.02*
野性尊貴的	0.32	0.16	0.26	2.01	0.05*
R 平方 .444					
估計的標準誤 .649					

* < .05 達顯著水準

4.5.4 排灣族琉璃珠與美感之迴歸分析

美感迴歸分析如表 4. 所顯示。美感迴歸分析迴歸方程式為：

$$Y = 1.942 + -.253 (\text{外型四}) + .250 (\text{圖案三}) + .269 (\text{圖案五}) + .340 (\text{古典科技的}) + -270 (\text{夢幻時髦的}) \quad (4)$$



由該迴歸方程式「正值」顯著係數值顯示，由 β 值大小可得知，這些處理手法的相對值應如下列：

1. 圖案應為應用波紋狀加重圈紋及水滴紋。
2. 色彩意象可使用古典科技的色彩意象，野性尊貴之色彩意象使用之色彩分佈在案色調，例如青藍色系等。

同於由「負值」顯著係數值顯示，應避免使用：

1. 外型應為五種外觀形狀中之圓球形。
2. 色彩意象之夢幻時髦的色彩，顏色分佈在鮮明色調及明色調。

表 4.25 美感之分析

項目	未標準化係數		標準化係	t	顯著性
	B 之估計值	標準誤	β 分配		
常數項	1.94	0.38		5.12	0.00*
外型四	-0.25	0.12	-0.22	-2.18	0.03*
圖案三	0.25	0.11	0.25	2.21	0.03*
圖案五	0.27	0.13	0.26	2.07	0.04*
古典科技的	0.34	0.15	0.32	2.27	0.03*
夢幻時髦的	-0.27	0.15	-0.24	-1.80	0.07
R 平方 .262					
估計的標準誤 .650					

* < .05 達顯著水準

第五章 結論與建議

本研究方法即是採先質後量，針對其研究目的，首先藉由深度訪談探討工藝師對琉璃珠文化意義之探討，其次藉由深度訪談經紮根研究法後找出重要編碼形成重要構面，再者再在構面中找尋重要的形容語彙編製成正式問卷，針對消費者瞭解對琉璃珠之感覺程度，最後推論琉璃珠意象原則。其結論如下：

5.1 琉璃珠與文化意義之相關性

就受訪之工藝師而言，談論時指出琉璃珠係經由祖先、長輩一代接著一代傳承至今，但是傳承過程中，卻有許多珠子已遺失甚至流落到世界各地區，導致古琉璃珠的失傳，而值得慶幸是，現今已有工藝師將古珠形式複製、考究成功，然而在複製、復原過程中需有許多前置作業，例如對於原來琉璃珠圖案、顏色及外觀樣式之蒐集、考究其文化意義等，因此，在琉璃珠製作上，訪視耆老便是一大重點，工藝師們在訪視耆老後其見解為，琉璃珠蘊含了老祖宗的智慧，祖先將對生活的體悟轉化後為珠子命名並賦予意義，因而可藉由琉璃珠一窺祖先的智能。其次受訪者為居住三地門地區之居民，其認為琉璃珠是祖先所遺留的寶物、傳家寶，對族民而言是一件非常重要的物件。最後消費者則認為，工藝創作者在製作與創作琉璃珠時確實做到了保有自己文化的動作。

目前許多原住民相關單位都非常積極於保留自我族群之文化，包括政府所推動原住民族語言能力認證考試等項，無不希望大家對自我文化要有認同。然而，琉璃珠的文化認同與傳承是什麼？如何表現才能獲得大家的認同？年輕者留在部落？從事藝術創作？若是從事藝術創作，在藝術創作有該如何表現，不但能真正保留自我文化同時又找出自我風

格，這些應該都是從事者該有所省思的。

5.2 消費者之感覺程度研究結論

根據問卷調查與資料分析結果，本研究獲得以下之結論。

1. 整體而言，消費者認為最具文化認同與傳承意象之外觀形狀為陶壺形，圖案為陶壺形上之圖案。最具階級地位與宗教神靈意象者外觀形狀為彎月形，圖案為臉形。最具美感意象者外觀形狀為圓柱形，圖案為土地之珠之圖案。
2. 性別類群看法而言，對於外觀形狀，文化意象語彙看法具有顯著差異者為圓柱形之階級地位意象，陶壺形的宗教神靈意象及圓球形的階級地位意象；圖案以圖案一與圖案十二階級地位之意象，圖案五之美感意象，圖案六之文化認同與傳承意象，圖案七、圖案十及圖案十一宗教神靈之意象，看法上解有顯著差異
3. 教育程度變項中，對外觀形狀而言，只有圓球形之美感意象感覺程度具有差異性，經事後檢定得知有差異族群為高中（職）族群與研究所族群，而研究所感覺程度高於高中（職）者。而對圖案的認知差異上卻沒有顯著，即是教育程度的高低並不會影響對圖案的感覺程度。
4. 職業類別變項中，對外觀形狀而言，看法差意象並沒有顯著。而圖案於圖案九之文化認同與傳承及圖案十之美感具有顯著性差異，但經過事後檢定後認知差異上並沒有顯著，即是教育程度的高低並不會影響對圖案的感覺程度。

5.3 琉璃珠文化意象之推論

預測意象以複迴歸推論符合各項感覺之設計原則，其文化認同與傳承意象之設計原則，使用之外觀形狀為圓柱形，圖案使用上為波紋狀之

圖紋；而推測階級地位意象，設計原則外觀形狀為圓柱形，圖案使用上為重圈紋，顏色是野性中帶有尊貴感之意象色彩（鮮色調、明色調）；宗教神靈意象之珠子，設計原則外觀形狀為圓柱形，圖案使用上為重圈紋，顏色是野性中帶有尊貴感之意象色彩；顯示美感意象之琉璃珠設計原則為圓球形、圖案使用上為波紋狀加重圈紋、水滴紋，顏色是古典中帶有科技感之意象色彩。

上述推論結果找出其設計原則，筆者研究者在此推論設計原則之方向，並非真正的既定法則，真正的設計原則仍是在工藝師、設計師本身之經驗累積及對作品投入之情感，才能掌握真正所要表達之意象。

5.4 建議

琉璃珠整體而言可分為外觀形狀、圖案及顏色，本研究由於設備上限制，顏色上只運用顏色的意象語意，建議後續研究可藉由精密儀器算出其色彩值，以助迴歸原則的建立上可更為精確。

另工藝師訪談上，本研究因人力、資源上不足，只訪談到兩家，建議後續研究可再訪談其他藝術工坊，使其資料為更完備，推論會更為密切。

參考文獻

中文部分

1. 于國華等，2004，文化創意產業實務全書，商周出版，臺北。
2. 王文科，2005，教育研究法，五南出版社，初版，臺北市。
3. 王宗興、張育銘，2001年，“自行車車架造形特徵對意象認知影響之研究”，2001年海峽兩岸工業設計學術及實務研討會。
4. 王應棠，2003，尋找家園－原住民文化工作者回歸部落現象中的認同轉折與家的意義重建：屏東魯凱、排灣族的案例，國立臺灣大學建築與城鄉研究所，博士論文。
5. 石育民，2005，臺北市古亭地區客家空間文化意象之研究---以南昌路、同安街一帶為例，中國文化大學 市政暨環境規劃學系，碩士論文。
6. 石計生等，2003，社會科學研究與 SPSS 資料分析：台灣資料庫的運用，台北市，雙葉書廊。
7. 吳明隆，2005，SPSS 統計應用實務，松崗，臺北市。
8. 呂清夫，2000，造形原理，雄師，台北。
9. 呂明泉，2002，觸覺與視覺對意象差異研究－以塑膠材質咬花為例，國立成功大學工業設計研究所，碩士論文。
10. 李文瑞等譯，1995，Robert Heinich；Michael Molenda；James D. Russell 著，教學媒體與教學新科技，心理出版，臺北。
11. 林俊男，2000，人工聲音信號意象感知評價之研究，國立雲林科技大學工業設計系，碩士論文。
12. 林彥呈、管偉生，2000，“產品色彩造形搭配相關性之研究”，工業設計：第 28 卷 第二期，十一月。

13. 林彥呈、管倖生，2001，“應用類神經網路於色彩與造形搭配之研究”，Journal of the Chinese Institute of Industrial Engineers Vol.18 No.6,pp.84-94。
14. 洪淑惠，“西裝外套布料構成與質感意象的對應關係之研究”，紡織綜合研究期刊，2006年，第16卷第四期，頁38-47。
15. 邱皓政，2002，量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析，五南，臺北
16. 施韋名，1995，眼鏡造形與感覺意象對應關係之研究，國立交通大學應用藝術研究所，碩士論文。
17. 施翠峰，2005，台灣原始藝術研究，國立傳統藝術中心，宜蘭縣。
18. 徐宗國，1996，紮根理論研究法。收錄於胡幼慧編著，質性研究：理論、方法與本土女性研究實例（頁47-73）。臺北，巨流圖書公司。
19. 徐國宗譯，質性研究概論，巨流，臺北。
20. 張一傑，2004，哈古：對一個卑南木雕藝術家創作與風格的研究，國立東華大學族群關係與文化研究所，碩士論文。
21. 張建成，2006，“網站設計風格之定位研究探討-以音樂網站為例”，設計學報 第11卷，第三期，第81~95頁。
22. 張春興，1992，張氏心理學辭典，東華書局，臺北。
23. 張紹勳，2000，研究方法，滄海出書局，臺北。
24. 許美智，1992，排灣族的琉璃珠，稻鄉出版社，臺北。
25. 陳國祥、管倖生、鄧怡莘、張育銘，2000，“行動電話產品造型與消費者感性關聯之建立”，工業設計，第28卷 第二期，11月。
26. 陳國祥等，2000，“電動刮鬍刀產品造形與感性之關聯性研究”，工業設計，第28卷，第二期，11月。

27. 黃士嚴，2006，“以意象尺度進行新產品開發設計--以礦泉水瓶身設計為例”，華梵藝術與設計學報，2 民 95.01，頁 258-273。
28. 黃壬來等，屏東縣藝文資源調查報告書，國立屏東師範學院美勞教育學系，1999，6 月。
29. 黃俊英，2000，多變量分析，中國經濟企業研究所，臺北。
30. 黃美菁，2000，行動電話偏好意象建構造型法則之研究，國立成功大學，碩士論文。
31. 楊世瑩，2005，SPSS統計分析實務，旗標，台北。
32. 賈克·瑪奎 (Jacquese maquet)，袁汝儀譯，2003，美感經驗 (The Aesthetic Experience: An Anthropologist Looks at the Visual Arts.)，雄獅叢書，臺北。
33. 鈴木質 原著，陳柔森、王美晶 編譯，1999，台灣原住民風俗，原民文化，臺北。
34. 廖敏如，2000，塑膠材質透明度在產品感知設計應用之探討，大業大學設計研究所，碩士論文。
35. 齊力，林本炫，2005，質性研究方法與資料分析，南華大學社會所出版，嘉義縣大林鎮。
36. 劉其偉，2002，藝術人類學，雄獅叢書，臺北。
37. 歐秀明，1998，應用色彩學，雄獅叢書，臺北市。
38. 蔣曉梅，2002 年，都市意象之研究-以台南市為例，國立成功大學建築研究所，博士論文。
39. 鄭國裕、林磐聳，1987，色彩計劃，藝風堂出版，臺北市。
40. 鄭麗玉，1993，認知心理學，五南圖書出版公司，臺北。
41. 賴一輝，1997，色彩計劃，新形象出版社，臺北縣永和市。

42. 賴顯松，2000 年，“台灣閩南、客家及原住民肚兜視覺意象之區別分析”，生活應用科技學刊，第二卷，第一期，第 19 至 34 頁。
43. 賴顯松，2002 年，“台灣原住民傳統服裝視覺意象之研究”，生活應用科技學刊，第三卷，第四期，第 439 至 452 頁。
44. 譚為漢，1963，心裡學，孟氏教育基金會。

網頁部分

1. Umass3gems-琉璃珠.青銅刀.黑彩陶，(2006)
<http://www.shop2000.com.tw/Umass3gems-琉璃珠.青銅刀.黑彩陶/>
2. 三地門鄉公所，藝術探討-手工藝-琉璃珠 (2006)
<http://www.sandimen.gov.tw/artCraftBead.htm>
3. 文化產業專屬網站 (2006)，2005 文化創意產業年報：第一篇 文化創意產業發展概況，<http://www.cci.org.tw/portal/download/index.asp>。
4. 蜻蜓雅築線上藝品展覽，http://home.kimo.com.tw/shyvivian/3_1.html
5. 屏東縣瑪家鄉公所，
http://www.majia.gov.tw/majia/index.asp?strurl=about_dist.htm

英文部分

1. Alcántara, E.; Artacho, M.A.; González, J.C.; García, A.C , 2005
“Application of product semantics to footwear design. Part I—Identification of footwear semantic space applying diferential semantic,” International Journal of Industrial Ergonomics, Vol: 35, Issue: 8., pp. 713-725.
2. Barnhart,Clarence L., and Barnhart,Robert K., edit , 1989 , The World Book Dictionary,Merchandise Mart Plaza,Chicago , p.1053 。
3. Baxter,M. , 1995 , Product Design, Practical methods for the systematic development of new products , Chapman 。
4. Horiguchi, Akinori; Suetomi, Takamasa , 1995 , “Kansei Engineering- A study on perception of vehicle interior image” , International Journal of Industrial Ergonomics Volume: 15, Issue: 1, January, pp. 25-37,.
5. Hsiao, Shih-Wen; Huang, H.C. , 2002. “A neural network based approach for product form design” Design Studies Volume: 23, Issue: 1, January, pp. 67-84.
6. Hsu, Shang H.;Chuang, Ming C.; Chang, Chien C , 2004 , “A semantic differential study of designers’ and users’ product form perception” International Journal of Industrial Ergonomics Volume: 33, Issue: 6, June, pp. 507-525,.
7. Nagamachi, M. , 1995 , “Kansei Engineering: A new ergonomic consumer-oriented technology for product development”, International Journal of Industrial Ergonomics, 15, pp. 3-11
8. Wickens,C.D , Engineering Psychology and Human Performance , Secon Edition ,Harper Collins Publishers, pp179-180 , 1992 。

附錄 一 深度訪談

O 先生（北排灣族）

※對排灣族的文化意識感覺為何？（您對外人提起何謂排灣族？以您是一位排灣族的藝術工作者，從藝術的角度來說，您會如何介紹它？）

※以現階段的琉璃珠來說上面的圖騰及顏色、傳說來源為何？顏色上是不是有可能是取材不易或有所困難嗎？為什麼早期顏色上（歸納後得知）限定紅、黃、綠、白、藍色？

※琉璃珠有男珠女珠之分，是怎樣區分的？又是怎樣排列的呢？

※圖騰的呈現與故事的呈現是有關係的嗎？為什麼表現上許多都是以幾何線條為主？

※談談您未來工作坊創新發展的部分。

◎M 女士小姐

※談談琉璃珠對您的意義？

※對你們來說，比較重要的珠子有哪些？

※會告訴你說我要怎樣的珠子，反正你要給我就是了？

※所以他的夫家本來沒有這些東西，因為她所以他有？

※現在的珠子與以前有多大的差別？

※您覺得這琉璃珠作出來是像很古早前的珠子很像，還是希望您作出來的東西可以呈現您這間工作坊的風格（與舞蹈作結合），談談您未來的發展趨勢。

※怎樣看起來才會有跳舞的感覺呢？像排灣族的舞蹈腿部、手部動作很多，那要如何從琉璃珠中看出這些東西呢？

※像額格那樣子的陶壺嗎？

※所以依你們來說，你們的特色就是舞蹈，以後若外面的人談到沙滔，你們的主題就是以舞蹈為主吧。

※那您這個女兒他會製作琉璃珠嗎？

※現在用的顏色跟古珠的顏色有一樣嗎？

※那像古珠呢？

※底好像大部分都是白色的，像孔雀之珠呀..等等

※好像還有藍色？

※像綠色用比較多，是不是綠色有怎樣的意思？像綠珠有趨魔避邪？

※像橙珠好像是財富的意思，有越多，代表財富越多？

※像孔雀之珠是用在結婚的時候？

※蝴蝶之珠是代表勤勞、勤奮的意思。

※蜻蜓之珠呢，之前有看到蜻蜓之珠的，他有什麼意義嗎？

※太陽的眼淚是有權力、財富？好像有故事是說有不捨、懷念的？

※太陽之光呢？

※土地之珠是財富嗎？

※織工之珠呢是表手巧嗎？

※手腳之珠就是團結嗎？

※那意義上呢？

※攀升之珠？

※護身之珠？

※所以護身之珠並不重要嗎？

※富貴之珠？就是跟財富有關的？

※豐收之珠？

※雲之珠？

勇士之珠就是英勇之人嘛？

※皺紋之珠？

※幸運之珠？就是擁有那顆會比較幸運？

彩虹之珠？

※那彩虹珠有權力財富的意思嗎？

※您覺得現在這裡的琉璃珠在表意義作多的為何？大概是權力、地位、財富嗎？

※以排灣族的文化來說應該也是以權力、地位、財富最為重要吧？

※眼睛之珠？

※定情之珠還有嗎？

※有點像是看到喜歡的女生可以送給他？

※公神之珠？

※像故事那麼多，如果你們問的家族不一樣的話，那知道的就會不一樣，那作進去
的感覺就會不一樣嗎？

※可以談一下創新的琉璃珠嗎（結合舞蹈的）？

※就是從她的故事內容來的嗎？

※所以這樣子的話就是讓珠子跟舞蹈會有關係了

◎L 小姐小姐

※關於您現在編的舞是跟排灣族有關的吧？

※那是跟排灣族最原始的舞蹈有關係嗎？

※最想瞭解的是，您現在做出許多跟舞蹈有關的創新珠子，上面的圖騰都是你自己設計的嗎？

※那呈現的部分呢？（DM）

※所以像您在編舞的時候你就會盡量去找與百合有關的故事、意義嗎？

※剛剛您提到一點很棒的問題，您覺得在經過您權勢之後，這真的會是排灣族的舞蹈嗎？感覺這會是原住民的嗎？還是說感覺是排灣族的呢？

消費者

案一：

性別：女

年齡：28

學歷：大專

居住地：花蓮

*動機：

*有上網查看資訊嗎？

*您參觀完一圈出來後，麻煩您敘述一下您對琉璃珠整體的感受。

◎您參觀完後是否會覺得他的外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？

◎為什麼不一樣？

◎會在意珠子的意義嗎？

◎也不知道他們的珠子有某些意義嗎（剛剛好像有介紹人員在那邊介紹）

◎從琉璃珠來看，您覺得您看到了什麼樣子的排灣族文化？

◎那你會覺得看起來跟花蓮的長的很像嗎？

案二：

性別：女

年齡：四十幾

居住地：高雄

動機：

*您參觀完一圈出來後，麻煩您敘述一下您對琉璃珠整體的感受。

◎您參觀完後是否會覺得他的外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？

◎哪裡看起來好像不一樣？

◎所以您會比較在乎他會有意義？

◎看完全部後比較喜歡跟什麼意義有關的珠子？

案三：

性別：男

居住地：台南

動機：因為小朋友同學來看過舞蹈表演過，所以也說要來看看。

◎您參觀完後是否會覺得他的外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？

◎對他們琉璃珠的意思有印象比較深刻的嗎？

◎對琉璃珠是否有印象比較深刻的？

◎所以您覺得他的東西從審美觀看起來？

◎比較有印象意義的珠子？

◎看完後會在意意義嗎？

案四

性別：女

年齡：四十幾

居住地：高雄

動機：

- ◎會針對意義去買嗎？
- ◎像他的珠子都是有意思的耶
- ◎看起來會跟平常所見的裝飾一樣嗎？

案五：

性別：男

年齡：五十幾

學歷：高中

居住地：高雄

動機：

- ◎您參觀完後是否會覺得他的外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？
- ◎對他們琉璃珠的意思有印象比較深刻的嗎？
- ◎整體看起來呢？可否看到一些東西
- ◎有看到屬於排灣族的文化嗎？

案六

性別：夫妻（男、女）

年齡：五十幾

學歷：高中

居住地：高雄

◎動機：

- ◎怎知到這邊的？
- ◎整體看起來呢？
- ◎您參觀完後是否會覺得他的外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？
- 女：
- 男：
- ◎圖樣看起來有比較深刻的嗎？
- ◎那珠子呢，上面的圖案是否有印象深刻的？
- ◎整體看起來有排灣族的感覺、味道嗎？

案七：

性別：女

年齡：六十幾

動機：

- ◎您參觀完後是否會覺得他的外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？

- ◎您參觀完一圈出來後，麻煩您敘述一下您對琉璃珠整體的感受。
- ◎麻煩說一下您印象比較深刻的珠子意義有哪些？
- ◎從琉璃珠來看，您覺得您看到了什麼樣子的排灣族文化？
- ◎您覺得您看到的珠子中，哪個珠子最能代表排灣族(具代表性)？

案八：

性別：女

年齡：二十幾

動機：

- ◎您參觀完後是否會覺得他的外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？
- 麻煩說一下您印象比較深刻的珠子意義有哪些？

案八：

性別：女

年齡：四十幾

居住地：臺北

學歷：大專

動機：

- ◎您參觀完後是否會覺得他的外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？
- ◎麻煩說一下您印象比較深刻的珠子意義有哪些？

案九：

性別：女

年齡：二十幾

居住地：臺北

學歷：大學

動機：

- ◎您參觀完後是否會覺得他的外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？
- ◎您參觀完一圈出來後，麻煩您敘述一下您對琉璃珠整體的感受。
- ◎麻煩說一下您印象比較深刻的珠子意義有哪些？
- ◎從琉璃珠來看，您覺得您看到了什麼樣子的排灣族文化？
- ◎您覺得您看到的珠子中，哪個珠子最能代表排灣族(具代表性)？

居民訪談：

案一

性別：男

南排人（墾丁地區）

◎接觸琉璃珠動機：

◎麻煩您敘述一下據您所知現在珠子意義、名稱大略都屬於哪一種的？

案二：

性別：女

學歷：高中

居住年份：25 年

年齡：25 歲

◎麻煩您敘述一下您對現在琉璃珠整體的感受？

◎麻煩您您印象比較深刻珠子意義的有哪些？

◎從琉璃珠來看，您覺得您看到了什麼樣子的排灣族文化？

◎您覺得您現在看到的珠子中，哪個珠子最能代表排灣族(具代表性)？為什麼？

案三：

性別：女

學歷：高中

居住年份：39 年

年齡：41 歲

◎麻煩您敘述一下您對現在琉璃珠整體的感受？

◎麻煩您您印象比較深刻珠子意義的有哪些？

◎您覺得您現在看到的珠子中，哪個珠子最能代表排灣族(具代表性)？為什麼？

◎從琉璃珠來看，您覺得您看到了什麼樣子的排灣族文化？

◎您是否會覺得現在的琉璃珠外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？

案四：

性別：女

學歷：國中

居住年份：25 年

年齡：四十幾

◎麻煩您敘述一下您對現在琉璃珠整體的感受？

◎麻煩您您印象比較深刻珠子意義的有哪些？

◎您是否會覺得現在的琉璃珠外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？（會、不會）為什麼？

◎從琉璃珠來看，您覺得您看到了什麼樣子的排灣族文化？

◎您覺得您現在看到的珠子中，哪個珠子最能代表排灣族(具代表性)？為什麼？

案五：

性別：女

居住三地門：不到兩年（鳳山嫁過來的，媽媽是排灣族的）

學歷：高職

年齡：26

◎麻煩您敘述一下您對現在琉璃珠整體的感受？

◎麻煩您您印象比較深刻珠子意義的有哪些？

◎您覺得您現在看到的珠子中，哪個珠子最能代表排灣族(具代表性)？為什麼？

◎古珠呢？有比較喜歡印象深刻的嗎？

案六：

性別：女

年齡：27

居住三地門：20(已經嫁出去了)

學歷：技術學院

◎麻煩您敘述一下您對現在琉璃珠整體的感受？

◎麻煩您您印象比較深刻珠子意義的有哪些？

◎您覺得您現在看到的珠子中，哪個珠子最能代表排灣族(具代表性)？為什麼？

◎從琉璃珠來看，您覺得您看到了什麼樣子的排灣族文化？

◎您是否會覺得現在的琉璃珠外觀、造型、顏色與您平常在逛街時所看見的飾品類似？（會、不會）為什麼？

案七：

性別：女、男

年齡：27

居住三地門：27

學歷：大學

◎麻煩您敘述一下您對現在琉璃珠整體的感受？

◎那您說這樣不一樣的東西，是從哪裡看的？

◎古珠跟現在的珠子您覺得差別最大的是什麼？

◎關於意義上的介紹？

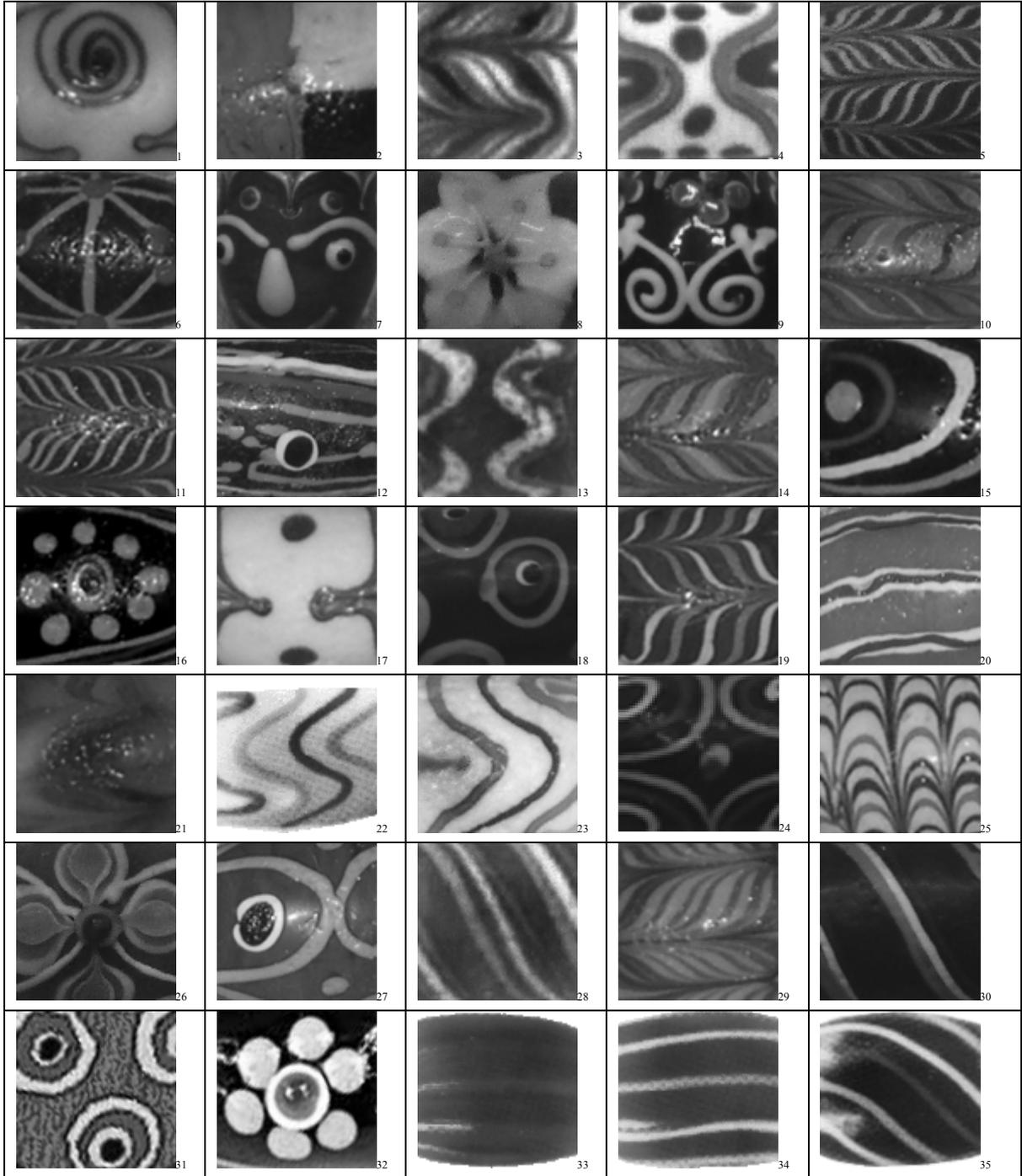
◎客人會比較多要要求怎樣的珠子？

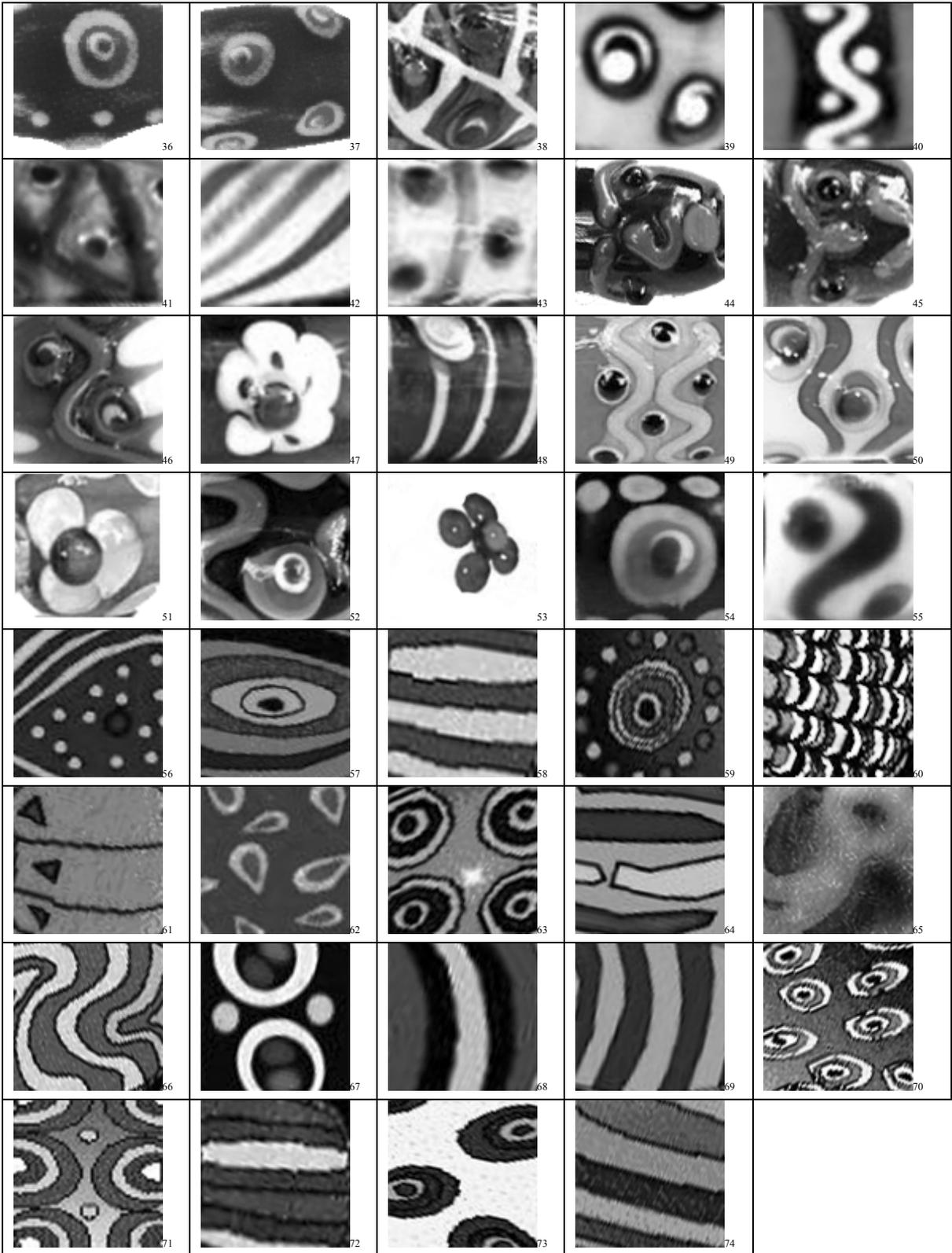
◎像你們那邊的工藝師會在工坊做一做再出去自己做嗎？

◎像你現在身上帶的這一個有怎樣的意思嗎？

附錄二 圖案分組

請您依照自身感覺，將以下圖案感覺相同者分組(不限幾組)，將號碼填至以下組別，並請將無法歸類的號碼填至無法歸類，謝謝。(請勿重複號碼)





第一組：

第二組：

第三組：

第四組：

第五組：

第六組：

第七組：

其他（感覺跟其他都沒有相像者）：

附錄 三 第一次形容詞萃取問卷

老師您好：

這是一份針對「色彩意象語彙」的問卷調查，希望藉由您的看法，來協助本研究進一步您對排灣族琉璃珠的感覺。而您的寶貴意見將成為本研究重要之依據，非常感謝您撥冗參與，謝謝您！

國立臺北科技大學 工業設計系 助理教授：陳殿禮

南華大學 應用藝術與設計系碩士班 研究生：洪珮芬

◎第一部份基本資料

*性別：男 女

*從事設計經驗：5年以內 5~10年 10年以上 否

*從事藝術經驗：5年以內 5~10年 10年以上 否

※說明：

本問卷提供 65 個形容詞語彙，皆有五點量表，您認為以下之意象語彙，用以形容「色彩」適切度為何？根據您的滿意程度在框框中打✓，且在每個語彙的等級之間只能勾選出一個，謝謝。

例如：

				非	
				常	
	非		不	不	
	常	適	尚	適	
	適	合	可	合	
	合	合	合	合	
優美的	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		非常適合	適合	尚可	不適合	非常不適合
純潔的	<input type="checkbox"/>					
高雅的	<input type="checkbox"/>					
舒適的	<input type="checkbox"/>					
清爽的	<input type="checkbox"/>					
莊嚴的	<input type="checkbox"/>					

高貴的	<input type="checkbox"/>					
堅定的	<input type="checkbox"/>					
神秘的	<input type="checkbox"/>					
活潑的	<input type="checkbox"/>					
快樂的	<input type="checkbox"/>					

新潮的	<input type="checkbox"/>					
穩重的	<input type="checkbox"/>					
踏實的	<input type="checkbox"/>					
深沈的	<input type="checkbox"/>					
成熟的	<input type="checkbox"/>					

柔和的	<input type="checkbox"/>					
高尚的	<input type="checkbox"/>					
莊重的	<input type="checkbox"/>					
清新的	<input type="checkbox"/>					
混濁的	<input type="checkbox"/>					

灰暗的	<input type="checkbox"/>					
沈悶的	<input type="checkbox"/>					
老氣的	<input type="checkbox"/>					
豔麗的	<input type="checkbox"/>					
俗氣的	<input type="checkbox"/>					

		非常適合	適合	尚可	不適合	非常不適合
耀眼的	<input type="checkbox"/>					
淡雅的	<input type="checkbox"/>					
搶眼的	<input type="checkbox"/>					
安全的	<input type="checkbox"/>					
女性的	<input type="checkbox"/>					

細緻的	<input type="checkbox"/>					
年輕的	<input type="checkbox"/>					
男性的	<input type="checkbox"/>					
吉利的	<input type="checkbox"/>					
喜氣的	<input type="checkbox"/>					

危險的	<input type="checkbox"/>					
活力的	<input type="checkbox"/>					
明亮的	<input type="checkbox"/>					
純樸的	<input type="checkbox"/>					
保守的	<input type="checkbox"/>					

憂鬱的	<input type="checkbox"/>					
深思的	<input type="checkbox"/>					
精鍊的	<input type="checkbox"/>					
尊貴的	<input type="checkbox"/>					
詭異的	<input type="checkbox"/>					

不安的	<input type="checkbox"/>					
厭惡的	<input type="checkbox"/>					
恐怖的	<input type="checkbox"/>					
科技的	<input type="checkbox"/>					
極致的	<input type="checkbox"/>					

		非常適合	適合	尚可	不適合	非常不適合
黑暗的	<input type="checkbox"/>					
時髦的	<input type="checkbox"/>					
華麗的	<input type="checkbox"/>					
氣質的	<input type="checkbox"/>					
夢幻的	<input type="checkbox"/>					

輕鬆的	<input type="checkbox"/>					
骯髒的	<input type="checkbox"/>					
理智的	<input type="checkbox"/>					
鄉土的	<input type="checkbox"/>					
沈重的	<input type="checkbox"/>					

含蓄的	<input type="checkbox"/>					
古典的	<input type="checkbox"/>					
野性的	<input type="checkbox"/>					
刺激的	<input type="checkbox"/>					
祥和的	<input type="checkbox"/>					

附錄 四 專家意見平均數

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	不適合	非常適合	非常適合	非常適合
2	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	不適合	適合	非常適合	非常適合
3	適合	非常適合	適合	非常適合	尚可	適合	適合	適合	非常適合	適合
4	非常適合	適合	適合	適合	非常適合	非常適合	適合	非常適合	非常適合	非常適合
5	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合
6	非常適合	非常適合	適合	適合	尚可	尚可	不適合	尚可	非常適合	非常適合
7	不適合	非常適合	不適合	尚可	尚可	非常適合	不適合	適合	適合	尚可
8	適合	非常適合	適合	非常適合	適合	非常不適合	不適合	適合	非常適合	非常適合
9	適合	適合	適合	適合	非常不適合	非常適合	適合	適合	非常適合	適合
10	適合	適合	適合	適合	適合	適合	尚可	適合	適合	尚可
總 和	個數	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	第一個	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	不適合	非常適合	非常適合
	平均數	4.20	4.60	4.00	4.30	3.70	4.10	2.90	4.10	4.70

	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	非常適合	非常適合	不適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合
2	適合	非常適合	尚可	適合	尚可	非常適合	非常適合	適合	非常適合	非常適合
3	適合	適合	不適合	適合	適合	非常適合	適合	適合	適合	非常適合
4	非常適合	適合	適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	適合
5	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合
6	適合	尚可	尚可	適合	尚可	非常適合	尚可	不適合	非常適合	非常適合
7	非常適合	非常適合	不適合	適合	適合	非常適合	適合	尚可	適合	適合
8	尚可	非常適合	不適合	適合	尚可	非常適合	不適合	適合	非常適合	尚可
9	適合	適合	適合	非常不適合	非常不適合	非常適合	非常適合	非常不適合	適合	適合
10	尚可	尚可	不適合	不適合	不適合	尚可	尚可	不適合	不適合	不適合
總 和	個數	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	第一個	非常適合	非常適合	不適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合
	平均數	4.10	4.20	2.80	3.70	3.40	4.70	4.00	3.40	4.30

	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合
2	非常適合	非常適合	適合	非常適合	適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	適合
3	非常適合	適合	適合	非常適合	適合	適合	非常適合	適合	適合	非常適合
4	尚可	尚可	尚可	尚可	尚可	非常適合	適合	非常適合	非常適合	非常適合
5	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合
6	非常適合	非常適合	適合	非常適合	不適合	非常適合	非常適合	非常適合	尚可	非常適合
7	非常適合	適合	適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常不適合	不適合
8	非常適合	適合	適合	非常適合	非常不適合	非常適合	非常適合	非常適合	尚可	不適合
9	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	非常不適合	適合	適合
10	適合	適合	尚可	適合	尚可	尚可	不適合	不適合	不適合	尚可
總和	個數	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	第一個	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合
	平均數	4.50	4.20	3.90	4.50	3.50	4.50	4.40	4.10	3.60

	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	不適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合
2	適合	非常適合	非常適合	適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	適合
3	尚可	適合	非常適合	適合	非常適合	非常適合	適合	非常適合	適合	適合
4	非常適合	非常適合	適合	非常適合	非常適合	適合	非常適合	非常適合	適合	適合
5	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合
6	尚可	適合	適合	不適合	非常不適合	尚可	非常適合	非常適合	尚可	尚可
7	尚可	尚可	不適合	適合	適合	不適合	非常適合	非常適合	尚可	非常適合
8	尚可	適合	尚可	非常適合	非常適合	不適合	非常適合	非常適合	不適合	尚可
9	適合	適合	適合	適合	適合	適合	非常不適合	適合	非常不適合	非常不適合
10	不適合	尚可	適合	尚可	不適合	不適合	不適合	尚可	尚可	不適合
總和	個數	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	第一個	不適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合
	平均數	3.30	4.10	4.00	4.00	4.00	3.60	4.10	4.60	3.40

	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
1	非常適合	不適合	不適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	不適合	不適合
2	非常適合	適合	尚可	非常適合	不適合	不適合	不適合	尚可	非常適合	不適合
3	非常適合	適合	尚可	適合	適合	適合	適合	適合	非常適合	適合
4	尚可	尚可	適合	非常適合	尚可	不適合	不適合	不適合	不適合	非常適合
5	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合
6	非常適合	尚可	不適合	尚可	適合	尚可	不適合	適合	適合	不適合
7	尚可	適合	尚可	尚可	適合	尚可	尚可	適合	適合	不適合
8	適合	不適合	不適合	非常適合	適合	尚可	非常不適合	適合	適合	非常不適合
9	適合	非常不適合	非常不適合	適合	非常不適合	適合	適合	適合	非常不適合	非常不適合
10	尚可	尚可	不適合	不適合	不適合	不適合	不適合	不適合	尚可	不適合
總和	個數	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	第一個	非常適合	不適合	不適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	不適合	不適合
	平均數	4.10	3.00	2.60	4.00	3.30	3.20	2.90	3.60	3.40

	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
1	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	適合	非常適合
2	適合	適合	非常適合	適合	非常適合	適合	非常適合	尚可	適合	非常適合
3	非常適合	適合	適合	非常適合						
4	尚可	非常適合	非常適合	非常適合	非常適合	適合	尚可	尚可	不適合	不適合
5	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合	適合
6	非常適合	適合	適合	適合	適合	適合	非常適合	尚可	尚可	非常適合
7	非常不適合	適合	非常適合	尚可	適合	適合	尚可	尚可	尚可	尚可
8	不適合	尚可	非常適合	不適合	不適合	尚可	不適合	不適合	非常不適合	尚可
9	非常不適合	適合	適合	非常不適合	適合	適合	非常不適合	非常不適合	非常不適合	非常不適合
10	不適合	不適合	尚可	不適合	尚可	尚可	不適合	不適合	尚可	不適合
總和	個數 10 第一個 平均數 3.20	10 非常適合 3.90	10 非常適合 4.40	10 非常適合 3.40	10 非常適合 4.00	10 非常適合 3.90	10 非常適合 3.40	10 非常適合 3.00	10 適合 2.90	10 非常適合 3.50

	61	62	63	64	65
1	非常適合	非常適合	適合	非常適合	非常適合
2	尚可	非常適合	非常適合	適合	尚可
3	適合	適合	尚可	適合	適合
4	尚可	非常適合	適合	尚可	尚可
5	適合	適合	適合	適合	適合
6	不適合	適合	非常適合	適合	不適合
7	適合	適合	適合	尚可	適合
8	不適合	不適合	不適合	不適合	不適合
9	非常不適合	適合	適合	適合	非常不適合
10	不適合	尚可	不適合	不適合	不適合
總和	個數 10 第一個 平均數 3.00	10 非常適合 4.00	10 適合 3.70	10 非常適合 3.50	10 非常適合 3.00

附錄 五 第二次形容詞萃取問卷

您好：

這是一份針對「色彩意象語彙」的問卷調查，希望藉由您的看法，來協助本研究進一步您對排灣族琉璃珠的感覺。而您的寶貴意見將成為本研究重要之依據，非常感謝您撥冗參與，謝謝您！

國立臺北科技大學 工業設計系 助理教授：陳殿禮
南華大學 應用藝術與設計系碩士班 研究生：洪珮芬

◎第一部份基本資料

*性別：男 女

說明：

本問卷提供 65 個形容詞語彙，皆有五點量表，您認為以下之意象語彙，用以形容「色彩」適切度為何？根據您的滿意程度在框框中打√，且在每個語彙的等級之間只能勾選出一個，謝謝。

例如：

				非
				常
非			不	不
常		尚	適	適
適	適	可	合	合
合	合			

優美的

	非常適合	適合	尚可	不適合	非常不適合
純潔的	<input type="checkbox"/>				
高雅的	<input type="checkbox"/>				
舒適的	<input type="checkbox"/>				
清爽的	<input type="checkbox"/>				
莊嚴的	<input type="checkbox"/>				
高貴的	<input type="checkbox"/>				
祥和的	<input type="checkbox"/>				
神秘的	<input type="checkbox"/>				
活潑的	<input type="checkbox"/>				
快樂的	<input type="checkbox"/>				
新潮的	<input type="checkbox"/>				
穩重的	<input type="checkbox"/>				
刺激的	<input type="checkbox"/>				
深沈的	<input type="checkbox"/>				
野性的	<input type="checkbox"/>				
柔和的	<input type="checkbox"/>				
高尚的	<input type="checkbox"/>				
莊重的	<input type="checkbox"/>				
清新的	<input type="checkbox"/>				
混濁的	<input type="checkbox"/>				
灰暗的	<input type="checkbox"/>				
沈悶的	<input type="checkbox"/>				
老氣的	<input type="checkbox"/>				
豔麗的	<input type="checkbox"/>				
俗氣的	<input type="checkbox"/>				

	非常適合	適合	尚可	不適合	非常不適合
耀眼的	<input type="checkbox"/>				
淡雅的	<input type="checkbox"/>				
搶眼的	<input type="checkbox"/>				
安全的	<input type="checkbox"/>				
女性的	<input type="checkbox"/>				
古典的	<input type="checkbox"/>				
年輕的	<input type="checkbox"/>				
男性的	<input type="checkbox"/>				
吉利的	<input type="checkbox"/>				
喜氣的	<input type="checkbox"/>				
危險的	<input type="checkbox"/>				
活力的	<input type="checkbox"/>				
明亮的	<input type="checkbox"/>				
輕鬆的	<input type="checkbox"/>				
保守的	<input type="checkbox"/>				
憂鬱的	<input type="checkbox"/>				
尊貴的	<input type="checkbox"/>				
詭異的	<input type="checkbox"/>				
不安的	<input type="checkbox"/>				
恐怖的	<input type="checkbox"/>				
科技的	<input type="checkbox"/>				
時髦的	<input type="checkbox"/>				
華麗的	<input type="checkbox"/>				
氣質的	<input type="checkbox"/>				
夢幻的	<input type="checkbox"/>				

附錄六 項目總和統計量

總量表、項目總和統計量

	項目刪除時的 尺度平均數	項目刪除時的 尺度變異數	修正的項 目總相關	項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值
7.祥和的	60.74	134.731	.468	.904
12.穩重的	60.16	137.540	.419	.905
15.野性的	60.45	134.856	.433	.905
17.高尚的	60.90	127.357	.708	.897
18.莊重的	60.84	127.673	.729	.897
22.沈悶的	60.29	131.413	.610	.900
25.俗氣的	60.81	128.828	.567	.902
31.古典的	60.97	131.766	.534	.902
34.吉利的	60.74	126.465	.668	.898
37.活力的	60.32	129.159	.554	.902
38.明亮的	59.94	137.862	.331	.908
41.憂鬱的	60.35	134.503	.498	.903
44.尊貴的	60.48	133.058	.693	.899
45.詭異的	60.71	132.280	.627	.900
48.恐怖的	60.94	123.396	.774	.895
49.科技的	60.55	128.656	.568	.902
52.時髦的	60.68	131.692	.525	.903
55.夢幻的	60.32	133.026	.462	.905

因素一、項目總和統計量

	項目刪除時的 尺度平均數	項目刪除時的 尺度變異數	修正的項 目總相關	項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值
38.明亮的	17.68	21.426	.616	.848
12.穩重的	17.90	21.890	.689	.841
37.活力的	18.06	19.329	.646	.843
25.俗氣的	18.55	19.389	.640	.844
34.吉利的	18.48	19.058	.691	.834
48.恐怖的	18.68	18.692	.715	.829

因素二、項目總和統計量

	項目刪除時的 尺度平均數	項目刪除時的 尺度變異數	修正的項 目總相關	項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值
7.祥和的	11.03	6.299	.572	.840
41.憂鬱的	10.65	6.037	.674	.795
45.詭異的	11.00	5.600	.840	.724
22.沈悶的	10.58	6.052	.620	.820

因素三、項目總和統計量

	項目刪除時的 尺度平均數	項目刪除時的 尺度變異數	修正的項 目總相關	項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值
18.莊重的	6.74	4.331	.708	.711
31.古典的	6.87	4.249	.701	.715
49.科技的	6.45	3.989	.608	.820

因素四、項目總和統計量

	項目刪除時的 尺度平均數	項目刪除時的 尺度變異數	修正的項 目總相關	項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值
52.時髦的	7.03	4.166	.693	.780
55.夢幻的	6.68	4.292	.637	.834
17.高尚的	7.26	3.931	.771	.702

因素五、項目總和統計量

	項目刪除時的 尺度平均數	項目刪除時的 尺度變異數	修正的項 目總相關	項目刪除時的 Cronbach's Alpha 值
15.野性的	3.65	.637	.538	.(a)
44.尊貴的	3.68	1.092	.538	.(a)

附錄 七 正式問卷

親愛的朋友，您好：

這是一份針對「排灣族琉璃珠文化意象研究」的問卷調查，希望藉由您的看法，來協助本研究進一步瞭解您對排灣族琉璃珠的感覺。而您的寶貴意見將成為本研究重要之依據，非常感謝您撥冗參與，謝謝您！

國立臺北科技大學 工業設計系 助理教授：陳殿禮
南華大學 應用藝術與設計系 碩士班研究生：洪珮芬

請在進行測驗前，麻煩填寫一些基本資料，以利日後分析，謝謝您。

◎基本資料

1.性別：男 女

2.年齡：20 以下 21~30 31~40 41~50 51~60 (含 60 以上)

3.教育程度：國小 國中 高中、職 大學 研究所 (含以上)

◎造形與文化意象

以下是針對您排灣族琉璃珠外型之看法，您在觀看過琉璃珠之後是否可感受到他們真正的文化意義，請您依照您的感受給予評估，本實驗僅要瞭解人類之共通感意象，無所謂對錯，亦無好壞之分，就自我感覺、看法在空格內塗黑■或√。

範例：

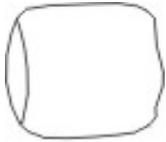
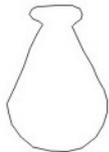
感覺強度

高

您覺得此種外型給您感到『繼承的』的程度為何？感覺非常有（為 5 分） 繼承的 1 2 3 4

■

※單元二、2-1、外型

a1	 <p>圓柱型</p>	<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>
a2	 <p>扁圓形</p>	<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>
a3	 <p>陶壺形</p>	<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>
a4	 <p>圓球形</p>	<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>
a5	 <p>彎月形</p>	<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>

2-2、圖案與色彩語彙

下是針對您排灣族琉璃珠圖案及顏色之感受看法，在您觀看到琉璃珠圖案及顏色後之後是否可感受到他們真正的文化意義，請您依照您的感受給予形容詞語彙感受之評估。本實驗僅要瞭解人類之共通感意象，無所謂對錯，亦無好壞之分，就自我感覺、看法在空格內塗黑■或√。

例： 圖案給您有「文化的」強度為何？非常有感覺（5分） 感覺強度高
文化的

■

整體顏色給「明亮穩重的」強度為何？非常有感覺（5分） 明亮穩重的

■

b1		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>色彩 感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
b2		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>色彩 感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
b3		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>色彩 感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
b4		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>色彩 感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>

b5		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>色彩</p> <p>感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>
6		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>色彩</p> <p>感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>
7		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>色彩</p> <p>感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>
8		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>色彩</p> <p>感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>
9		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>色彩</p> <p>感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>
10		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>	<p>色彩</p> <p>感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5</p>

11		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>	<p>色彩 感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>
12		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>	<p>色彩 感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>
13		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>	<p>色彩 感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>
14		<p>感覺強度高</p> <p>繼承的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>文化的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>有意義的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>權威的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>象徵的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>畏懼的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>	<p>感覺強度高</p> <p>神秘的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>醒世的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>守護的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>幾何的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>單調的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>自然的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>	<p>色彩 感覺強度高</p> <p>明亮穩重的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>詭異憂鬱的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>古典科技的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>夢幻時髦的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p> <p>野性尊貴的 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> →</p>

◎文化意象

1. 以下是針對您對排灣族琉璃珠呈現之整體文化意象感覺，請您依照您觀看珠子過後，對珠子的整體感覺給予形容詞評估，本實驗僅要瞭解人類之共通感意象，無所謂對錯，亦無好壞之分，就自我感覺、看法填入適當空格。

範例：

中間空格表示不含該意象，越旁邊表示所含該意義越強；例如：如果您認為琉璃珠整體所呈現給您的感覺是非常具有繼承感的，請在[5]塗黑■。

延續的 [1] [2] [3] [4] [5] ■

2. 下列形容詞語彙，請一一填入您對排灣族琉璃珠整體感給予感受評估。

※單元一、您認為排灣族琉璃珠整體所呈現給您的感覺是：

感覺强度高	感覺强度高
繼承的 [1] [2] [3] [4] [5] →	神秘的 [1] [2] [3] [4] [5] →
文化的 [1] [2] [3] [4] [5]	醒世的 [1] [2] [3] [4] [5]
有意義的 [1] [2] [3] [4] [5]	守護的 [1] [2] [3] [4] [5]
權威的 [1] [2] [3] [4] [5]	幾何的 [1] [2] [3] [4] [5]
象徵的 [1] [2] [3] [4] [5]	單調的 [1] [2] [3] [4] [5]
畏懼的 [1] [2] [3] [4] [5]	自然的 [1] [2] [3] [4] [5]

附錄 八 性別與獨立樣本 T 檢定

1. 性別與外觀形狀之文化意象獨立樣本 T 檢定

項目		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
									下界	上界
a1 文化認同與傳承	假設變異數相等	0.79	0.38	-0.11	98.00	0.91	-0.02	0.19	-0.40	0.35
	不假設變異數相等			-0.11	92.53	0.91	-0.02	0.19	-0.40	0.36
a1 階級地位	假設變異數相等	3.35	0.07	3.13	98.00	0.00	0.53	0.17	0.19	0.87
	不假設變異數相等			3.09	87.75	0.00	0.53	0.17	0.19	0.87
a1 宗教神靈	假設變異數相等	1.07	0.30	1.21	98.00	0.23	0.21	0.17	-0.14	0.55
	不假設變異數相等			1.21	97.86	0.23	0.21	0.17	-0.13	0.55
a1 美感	假設變異數相等	0.00	0.98	0.15	98.00	0.88	0.03	0.19	-0.34	0.40
	不假設變異數相等			0.15	96.62	0.88	0.03	0.19	-0.34	0.40
a2 文化認同與傳承	假設變異數相等	0.86	0.36	0.31	98.00	0.76	0.06	0.20	-0.34	0.47
	不假設變異數相等			0.31	97.97	0.76	0.06	0.20	-0.34	0.47
a2 階級地位	假設變異數相等	0.00	0.99	1.12	98.00	0.27	0.19	0.17	-0.15	0.53
	不假設變異數相等			1.12	95.99	0.27	0.19	0.17	-0.15	0.53
a2 宗教神靈	假設變異數相等	1.17	0.28	0.60	98.00	0.55	0.10	0.17	-0.24	0.44
	不假設變異數相等			0.59	90.81	0.56	0.10	0.17	-0.24	0.45
a2 美感	假設變異數相等	0.00	0.98	-0.65	98.00	0.51	-0.10	0.16	-0.41	0.21
	不假設變異數相等			-0.65	96.81	0.52	-0.10	0.16	-0.42	0.21
a3 文化認同與傳承	假設變異數相等	3.20	0.08	-0.34	98.00	0.73	-0.08	0.23	-0.54	0.38
	不假設變異數相等			-0.34	90.81	0.74	-0.08	0.23	-0.54	0.38

a3	假設變異數相等	1.70	0.19	-0.49	98.00	0.62	-0.09	0.17	-0.43	0.26
	不假設變異數相等			-0.49	92.12	0.62	-0.09	0.17	-0.43	0.26
a3	假設變異數相等	0.23	0.64	-2.21	98.00	0.03	-0.40	0.18	-0.77	-0.04
	不假設變異數相等			-2.22	97.80	0.03	-0.40	0.18	-0.77	-0.04
a3	假設變異數相等	3.48	0.07	0.96	98.00	0.34	0.16	0.17	-0.18	0.50
	不假設變異數相等			0.95	88.86	0.35	0.16	0.17	-0.18	0.51
a4	假設變異數相等	0.00	0.98	0.08	98.00	0.93	0.01	0.18	-0.34	0.37
	不假設變異數相等			0.08	97.73	0.93	0.01	0.18	-0.34	0.37
a4	假設變異數相等	0.06	0.81	2.80	98.00	0.01	0.42	0.15	0.12	0.73
	不假設變異數相等			2.80	97.44	0.01	0.42	0.15	0.12	0.73
a4	假設變異數相等	0.27	0.60	-0.41	98.00	0.68	-0.08	0.19	-0.46	0.30
	不假設變異數相等			-0.41	97.88	0.68	-0.08	0.19	-0.46	0.30
a4	假設變異數相等	0.18	0.67	0.84	98.00	0.40	0.15	0.18	-0.20	0.50
	不假設變異數相等			0.84	96.85	0.40	0.15	0.18	-0.20	0.50
a5	假設變異數相等	0.06	0.80	0.04	98.00	0.97	0.01	0.21	-0.41	0.42
	不假設變異數相等			0.04	97.35	0.97	0.01	0.21	-0.41	0.42
a5	假設變異數相等	0.05	0.82	0.78	98.00	0.44	0.16	0.20	-0.24	0.55
	不假設變異數相等			0.78	97.19	0.44	0.16	0.20	-0.24	0.55
a5	假設變異數相等	1.64	0.20	0.60	98.00	0.55	0.11	0.19	-0.27	0.50
	不假設變異數相等			0.59	93.84	0.56	0.11	0.19	-0.27	0.50
a5	假設變異數相等	0.00	0.95	0.03	98.00	0.98	0.00	0.16	-0.31	0.32
	不假設變異數相等			0.03	97.93	0.98	0.00	0.16	-0.31	0.32

2. 性別與圖案之文化意象獨立樣本 T 檢定

獨立樣本檢定		變異數相等的 Levene 檢定		平均數相等的 t 檢定						
		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均差異	標準誤差異	差異的 95% 信賴區間	
項目									下界	上界
b1 文化認同與傳承	假設變異數相等	1.44	0.23	-0.22	98.00	0.82	-0.05	0.20	-0.45	0.36
	不假設變異數相等			-0.23	97.33	0.82	-0.05	0.20	-0.45	0.36
b1 階級地位	假設變異數相等	0.01	0.92	2.47	98.00	0.02	0.42	0.17	0.08	0.75
	不假設變異數相等			2.47	97.35	0.02	0.42	0.17	0.08	0.75
b1 宗教神靈	假設變異數相等	7.59	0.01	1.81	98.00	0.07	0.34	0.19	-0.03	0.71
	不假設變異數相等			1.83	94.71	0.07	0.34	0.19	-0.03	0.71
b1 美感	假設變異數相等	0.02	0.89	0.73	98.00	0.47	0.13	0.18	-0.22	0.48
	不假設變異數相等			0.73	97.40	0.47	0.13	0.18	-0.22	0.48
b2 文化認同與傳承	假設變異數相等	0.96	0.33	-1.36	98.00	0.18	-0.28	0.20	-0.68	0.13
	不假設變異數相等			-1.36	94.78	0.18	-0.28	0.20	-0.68	0.13
b2 階級地位	假設變異數相等	0.03	0.86	-1.16	98.00	0.25	-0.21	0.18	-0.56	0.15
	不假設變異數相等			-1.16	97.75	0.25	-0.21	0.18	-0.56	0.15
b2 宗教神靈	假設變異數相等	3.99	0.05	-0.52	98.00	0.61	-0.10	0.18	-0.46	0.27
	不假設變異數相等			-0.52	93.91	0.60	-0.10	0.18	-0.46	0.27
b2 美感	假設變異數相等	0.19	0.67	1.88	98.00	0.06	0.30	0.16	-0.02	0.62
	不假設變異數相等			1.89	97.88	0.06	0.30	0.16	-0.02	0.61
b3. 文化認同與傳承	假設變異數相等	0.04	0.85	0.82	98.00	0.41	0.17	0.21	-0.24	0.59
	不假設變異數相等			0.82	97.96	0.41	0.17	0.21	-0.24	0.59
b3. 階級地位	假設變異數相等	1.05	0.31	0.92	98.00	0.36	0.20	0.21	-0.23	0.62
	不假設變異數相等			0.93	95.47	0.35	0.20	0.21	-0.22	0.62

b3.宗教 神靈	假設變異 數相等	1.26	0.27	1.60	98.00	0.11	0.34	0.21	-0.08	0.76
	不假設變 異數相等			1.61	97.91	0.11	0.34	0.21	-0.08	0.76
b3.美感	假設變異 數相等	0.55	0.46	1.48	98.00	0.14	0.24	0.16	-0.08	0.55
	不假設變 異數相等			1.49	98.00	0.14	0.24	0.16	-0.08	0.55
b4.階級 地位	假設變異 數相等	1.49	0.23	-1.48	98.00	0.14	-0.29	0.20	-0.68	0.10
	不假設變 異數相等			-1.47	92.51	0.14	-0.29	0.20	-0.69	0.10
b4.宗教 神靈	假設變異 數相等	0.17	0.69	-0.87	98.00	0.39	-0.16	0.19	-0.54	0.21
	不假設變 異數相等			-0.86	96.50	0.39	-0.16	0.19	-0.54	0.21
b4.美感	假設變異 數相等	0.01	0.92	1.97	98.00	0.05	0.33	0.17	0.00	0.67
	不假設變 異數相等			1.98	97.87	0.05	0.33	0.17	0.00	0.66
b4. 文化認同 與傳承	假設變異 數相等	1.21	0.27	-0.51	98.00	0.61	-0.10	0.19	-0.48	0.28
	不假設變 異數相等			-0.51	94.76	0.61	-0.10	0.19	-0.48	0.29
b5.文化 認同與傳 承	假設變異 數相等	0.71	0.40	-0.87	98.00	0.39	-0.17	0.20	-0.57	0.22
	不假設變 異數相等			-0.87	97.92	0.39	-0.17	0.20	-0.57	0.22
b5.階級 地位	假設變異 數相等	0.18	0.67	1.22	98.00	0.22	0.22	0.18	-0.14	0.59
	不假設變 異數相等			1.23	97.91	0.22	0.22	0.18	-0.14	0.59
b5.宗教 神靈	假設變異 數相等	1.61	0.21	0.87	98.00	0.39	0.17	0.19	-0.21	0.55
	不假設變 異數相等			0.87	97.99	0.38	0.17	0.19	-0.21	0.54
b5.美感	假設變異 數相等	0.02	0.90	2.14	98.00	0.04	0.37	0.17	0.03	0.72
	不假設變 異數相等			2.14	97.93	0.03	0.37	0.17	0.03	0.72
b6. 文化認同 與傳承	假設變異 數相等	0.36	0.55	-2.13	98.00	0.04	-0.46	0.22	-0.88	-0.03
	不假設變 異數相等			-2.12	95.62	0.04	-0.46	0.22	-0.89	-0.03
b6.階級 地位	假設變異 數相等	0.13	0.71	-1.86	98.00	0.07	-0.35	0.19	-0.72	0.02
	不假設變 異數相等			-1.86	97.56	0.07	-0.35	0.19	-0.72	0.02

b6.宗教 神靈	假設變異 數相等	0.61	0.44	-0.92	98.00	0.36	-0.17	0.19	-0.54	0.20
	不假設變 異數相等			-0.92	95.26	0.36	-0.17	0.19	-0.54	0.20
b6.美感	假設變異 數相等	1.73	0.19	1.04	98.00	0.30	0.19	0.19	-0.17	0.56
	不假設變 異數相等			1.03	89.43	0.30	0.19	0.19	-0.18	0.57
b7.文化 認同與傳 承	假設變異 數相等	2.77	0.10	-0.44	98.00	0.66	-0.09	0.20	-0.49	0.31
	不假設變 異數相等			-0.44	97.56	0.66	-0.09	0.20	-0.49	0.31
b7.階級 地位	假設變異 數相等	3.80	0.05	1.06	98.00	0.29	0.20	0.19	-0.18	0.58
	不假設變 異數相等			1.08	95.02	0.29	0.20	0.19	-0.17	0.58
b7.宗教 神靈	假設變異 數相等	1.20	0.28	2.53	98.00	0.01	0.46	0.18	0.10	0.82
	不假設變 異數相等			2.53	97.93	0.01	0.46	0.18	0.10	0.81
b7.美感	假設變異 數相等	8.03	0.01	1.61	98.00	0.11	0.26	0.16	-0.06	0.58
	不假設變 異數相等			1.59	85.39	0.12	0.26	0.16	-0.07	0.58
b8.文化 認同與傳 承	假設變異 數相等	0.48	0.49	1.11	98.00	0.27	0.24	0.21	-0.19	0.66
	不假設變 異數相等			1.12	97.95	0.27	0.24	0.21	-0.18	0.66
b8.階級 地位	假設變異 數相等	2.78	0.10	1.66	98.00	0.10	0.36	0.22	-0.07	0.80
	不假設變 異數相等			1.67	97.91	0.10	0.36	0.22	-0.07	0.79
b8.宗教 神靈	假設變異 數相等	3.41	0.07	0.88	98.00	0.38	0.16	0.18	-0.20	0.52
	不假設變 異數相等			0.89	96.06	0.37	0.16	0.18	-0.20	0.52
b8.美感	假設變異 數相等	0.11	0.74	0.48	98.00	0.63	0.09	0.19	-0.28	0.46
	不假設變 異數相等			0.48	96.93	0.63	0.09	0.19	-0.28	0.46
b9.文化 認同與傳 承	假設變異 數相等	0.10	0.75	-0.23	98.00	0.82	-0.05	0.21	-0.45	0.36
	不假設變 異數相等			-0.23	97.75	0.82	-0.05	0.20	-0.45	0.36
b9.階級 地位	假設變異 數相等	1.49	0.23	0.67	98.00	0.50	0.14	0.20	-0.27	0.54
	不假設變 異數相等			0.67	98.00	0.50	0.14	0.20	-0.27	0.54

b9.宗教 神靈	假設變異 數相等	2.60	0.11	0.06	98.00	0.96	0.01	0.20	-0.38	0.41
	不假設變 異數相等			0.06	97.74	0.96	0.01	0.20	-0.38	0.40
b9.美感	假設變異 數相等	0.29	0.59	0.73	98.00	0.47	0.16	0.21	-0.27	0.58
	不假設變 異數相等			0.73	97.02	0.47	0.16	0.22	-0.27	0.58
b10. 文化認同 與傳承	假設變異 數相等	0.26	0.61	0.43	98.00	0.67	0.09	0.22	-0.34	0.53
	不假設變 異數相等			0.43	97.85	0.67	0.09	0.22	-0.34	0.53
b10.階級 地位	假設變異 數相等	3.55	0.06	0.70	98.00	0.48	0.12	0.17	-0.22	0.47
	不假設變 異數相等			0.71	94.54	0.48	0.12	0.17	-0.22	0.46
b10.宗教 神靈	假設變異 數相等	0.13	0.72	2.08	98.00	0.04	0.39	0.19	0.02	0.77
	不假設變 異數相等			2.09	97.69	0.04	0.39	0.19	0.02	0.77
b10.美感	假設變異 數相等	0.04	0.84	1.76	98.00	0.08	0.29	0.17	-0.04	0.63
	不假設變 異數相等			1.76	97.21	0.08	0.29	0.17	-0.04	0.63
b11.文化 認同與傳 承	假設變異 數相等	0.75	0.39	-1.28	98.00	0.20	-0.28	0.21	-0.70	0.15
	不假設變 異數相等			-1.29	98.00	0.20	-0.28	0.21	-0.70	0.15
b11.階級 地位	假設變異 數相等	0.29	0.59	1.48	98.00	0.14	0.29	0.20	-0.10	0.69
	不假設變 異數相等			1.48	97.72	0.14	0.29	0.20	-0.10	0.69
b11.宗教 神靈	假設變異 數相等	1.38	0.24	2.14	98.00	0.04	0.43	0.20	0.03	0.83
	不假設變 異數相等			2.13	94.13	0.04	0.43	0.20	0.03	0.83
b11.美感	假設變異 數相等	1.70	0.20	-0.61	98.00	0.54	-0.25	0.40	-1.05	0.55
	不假設變 異數相等			-0.63	62.55	0.53	-0.25	0.39	-1.03	0.53
b12.文化 認同與傳 承	假設變異 數相等	0.01	0.91	0.50	98.00	0.62	0.10	0.19	-0.28	0.47
	不假設變 異數相等			0.50	96.87	0.62	0.10	0.19	-0.28	0.47
b12.階級 地位	假設變異 數相等	0.15	0.70	2.46	98.00	0.02	0.73	0.29	0.14	1.31
	不假設變 異數相等			2.41	71.87	0.02	0.73	0.30	0.12	1.33

b12.宗教 神靈	假設變異 數相等	7.26	0.01	1.59	98.00	0.11	0.28	0.18	-0.07	0.63
	不假設變 異數相等			1.61	92.85	0.11	0.28	0.17	-0.07	0.63
b12.美感	假設變異 數相等	0.00	0.99	0.30	98.00	0.77	0.05	0.16	-0.28	0.37
	不假設變 異數相等			0.30	97.81	0.77	0.05	0.16	-0.27	0.37
b13.文化 認同與傳 承	假設變異 數相等	7.30	0.01	-1.27	98.00	0.21	-0.26	0.20	-0.66	0.14
	不假設變 異數相等			-1.28	93.14	0.20	-0.26	0.20	-0.65	0.14
b13.階級 地位	假設變異 數相等	4.74	0.03	-0.39	98.00	0.70	-0.08	0.19	-0.46	0.31
	不假設變 異數相等			-0.39	93.35	0.69	-0.08	0.19	-0.46	0.31
b13.宗教 神靈	假設變異 數相等	0.05	0.83	1.11	98.00	0.27	0.21	0.19	-0.17	0.59
	不假設變 異數相等			1.11	97.87	0.27	0.21	0.19	-0.17	0.59
b13.美感	假設變異 數相等	0.03	0.86	-0.13	98.00	0.90	-0.02	0.17	-0.35	0.31
	不假設變 異數相等			-0.13	97.33	0.90	-0.02	0.17	-0.35	0.31
b14. 文化認同 與傳承	假設變異 數相等	4.48	0.04	-0.24	98.00	0.81	-0.05	0.20	-0.45	0.35
	不假設變 異數相等			-0.25	96.26	0.81	-0.05	0.20	-0.45	0.35
b14.階級 地位	假設變異 數相等	1.27	0.26	0.32	98.00	0.75	0.07	0.21	-0.34	0.47
	不假設變 異數相等			0.32	97.45	0.75	0.07	0.20	-0.34	0.47
b14.宗教 神靈	假設變異 數相等	0.39	0.54	-0.15	98.00	0.88	-0.03	0.20	-0.42	0.36
	不假設變 異數相等			-0.15	97.98	0.88	-0.03	0.20	-0.42	0.36
b14.美感	假設變異 數相等	0.03	0.87	1.66	98.00	0.10	0.28	0.17	-0.05	0.61
	不假設變 異數相等			1.66	97.94	0.10	0.28	0.17	-0.05	0.61

附錄 九 圖案文化意象獨立樣本 T 檢定

組別統計量	性別	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤	t 值(參考附錄八)
b1 文化認同與傳承	男	48	3.07	0.93	0.13	-0.22
	女	52	3.12	1.10	0.15	-0.23
b1 階級地位	男	48	2.76	0.84	0.12	2.47 *
	女	52	2.34	0.84	0.12	2.47
b1 宗教神靈	男	48	2.94	0.80	0.12	1.81
	女	52	2.60	1.05	0.15	1.83
b1 美感	男	48	2.86	0.89	0.13	0.73
	女	52	2.73	0.89	0.12	0.73
b2 文化認同與傳承	男	48	3.65	1.07	0.15	-1.36
	女	52	3.93	0.97	0.13	-1.36
b2 階級地位	男	48	3.40	0.88	0.13	-1.16
	女	52	3.61	0.90	0.13	-1.16
b2 宗教神靈	男	48	3.43	0.77	0.11	-0.52
	女	52	3.53	1.04	0.14	-0.52
b2 美感	男	48	2.56	0.78	0.11	1.88
	女	52	2.26	0.81	0.11	1.89
b3.文化認同與傳承	男	48	3.34	1.02	0.15	0.82
	女	52	3.17	1.08	0.15	0.82
b3.階級地位	男	48	2.81	0.92	0.13	0.92
	女	52	2.62	1.18	0.16	0.93
b3.宗教神靈	男	48	2.99	0.99	0.14	1.60
	女	52	2.65	1.11	0.15	1.61
b3.美感	男	48	2.63	0.76	0.11	1.48
	女	52	2.40	0.83	0.11	1.49
b4.文化認同與傳承	男	48	3.62	1.02	0.15	-1.48
	女	52	3.72	0.91	0.13	-1.47
b4.階級地位	男	48	3.62	1.07	0.15	-0.87
	女	52	3.91	0.91	0.13	-0.86
b4.宗教神靈	男	48	3.53	0.97	0.14	1.97
	女	52	3.70	0.93	0.13	1.98
b4.美感	男	48	2.31	0.79	0.11	-0.51
	女	52	1.98	0.89	0.12	-0.51
b5.文化認同與傳承	男	48	2.64	0.95	0.14	-0.87
	女	52	2.81	1.06	0.15	-0.87
b5.階級地位	男	48	2.58	0.89	0.13	1.22
	女	52	2.35	0.94	0.13	1.23
b5.宗教神靈	男	48	2.66	0.92	0.13	0.87
	女	52	2.49	0.99	0.14	0.87
b5.美感	男	48	2.94	0.85	0.12	2.14 *
	女	52	2.57	0.90	0.12	2.14
b6.文化認同與傳承	男	48	3.12	1.12	0.16	-2.13 *
	女	52	3.58	1.03	0.14	-2.12
b6.階級地位	男	48	2.90	0.93	0.13	-1.86
	女	52	3.24	0.94	0.13	-1.86
b6.宗教神靈	男	48	3.12	0.97	0.14	-0.92

組別統計量	性別	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤	t 值(參考附錄八)
b6.美感	女	52	3.30	0.88	0.12	-0.92
	男	48	2.69	1.03	0.15	1.04
	女	52	2.49	0.82	0.11	1.03
b7.文化認同與傳承	男	48	3.09	0.93	0.13	-0.44
	女	52	3.18	1.08	0.15	-0.44
b7.階級地位	男	48	2.72	0.82	0.12	1.06
	女	52	2.52	1.06	0.15	1.08
b7.宗教神靈	男	48	3.01	0.88	0.13	2.53 *
	女	52	2.56	0.93	0.13	2.53
b7.美感	男	48	2.62	0.93	0.13	1.61
	女	52	2.37	0.67	0.09	1.59
b8.文化認同與傳承	男	48	3.24	1.03	0.15	1.11
	女	52	3.01	1.09	0.15	1.12
b8.階級地位	男	48	3.05	1.03	0.15	1.66
	女	52	2.69	1.15	0.16	1.67
b8.宗教神靈	男	48	3.19	0.80	0.12	0.88
	女	52	3.03	1.00	0.14	0.89
b8.美感	男	48	2.75	0.94	0.14	0.48
	女	52	2.66	0.92	0.13	0.48
b9.文化認同與傳承	男	48	3.31	1.01	0.15	-0.23
	女	52	3.35	1.04	0.14	-0.23
b9.階級地位	男	48	2.86	0.98	0.14	0.67
	女	52	2.72	1.06	0.15	0.67
b9.宗教神靈	男	48	2.98	0.93	0.13	0.06
	女	52	2.97	1.06	0.15	0.06
b9.美感	男	48	3.03	1.08	0.16	0.73
	女	52	2.87	1.06	0.15	0.73
b10.文化認同與傳承	男	48	3.13	1.07	0.15	0.43
	女	52	3.04	1.11	0.15	0.43
b10.階級地位	男	48	2.67	0.74	0.11	0.70
	女	52	2.55	0.97	0.14	0.71
b10.宗教神靈	男	48	3.04	0.93	0.13	2.08 *
	女	52	2.65	0.96	0.13	2.09
b10.美感	男	48	2.67	0.84	0.12	1.76
	女	52	2.37	0.83	0.12	1.76
b11.文化認同與傳承	男	48	3.16	1.03	0.15	-1.28
	女	52	3.44	1.11	0.15	-1.29
b11.階級地位	男	48	2.96	0.98	0.14	1.48
	女	52	2.67	1.00	0.14	1.48
b11.宗教神靈	男	48	3.24	1.07	0.15	2.14 *
	女	52	2.81	0.94	0.13	2.13
b11.美感	男	48	2.71	0.87	0.13	-0.61
	女	52	2.96	2.67	0.37	-0.63

組別統計量	性別	個數	平均數	標準差	平均數的標準	t 值(參考附錄八)
b12.文化認同與傳承	男	48	2.99	0.97	0.14	0.50
	女	52	2.90	0.94	0.13	0.50
b12.階級地位	男	48	2.92	1.84	0.27	2.46 *
	女	52	2.20	1.02	0.14	2.41
b12.宗教神靈	男	48	2.83	0.73	0.11	1.59
	女	52	2.55	1.01	0.14	1.61
b12.美感	男	48	2.63	0.80	0.12	0.30
	女	52	2.58	0.83	0.12	0.30
b13.文化認同與傳承	男	48	2.99	0.84	0.12	-1.27
	女	52	3.25	1.15	0.16	-1.28
b13.階級地位	男	48	2.77	0.81	0.12	-0.39
	女	52	2.85	1.10	0.15	-0.39
b13.宗教神靈	男	48	3.17	0.93	0.13	1.11
	女	52	2.96	0.97	0.13	1.11
b13.美感	男	48	2.65	0.83	0.12	-0.13
	女	52	2.67	0.83	0.11	-0.13
b14.文化認同與傳承	男	48	3.26	0.90	0.13	-0.24
	女	52	3.31	1.12	0.15	-0.25
b14.階級地位	男	48	3.43	0.94	0.14	0.32
	女	52	3.37	1.10	0.15	0.32
b14.宗教神靈	男	48	3.36	0.95	0.14	-0.15
	女	52	3.39	1.02	0.14	-0.15
b14.美感	男	48	2.68	0.81	0.12	1.66
	女	52	2.40	0.86	0.12	1.66

附錄一○ 教育程度與圖案之 One-way ANOVA

ANOVA		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
b1 文化認同與傳承	組間	2.32	3	0.77	0.74	0.53
	組內	99.72	96	1.04		
	總和	102.04	99			
b1 階級地位	組間	0.69	3	0.23	0.30	0.83
	組內	73.49	96	0.77		
	總和	74.18	99			
b1 宗教神靈	組間	0.27	3	0.09	0.10	0.96
	組內	89.56	96	0.93		
	總和	89.83	99			
b1 美感	組間	0.58	3	0.19	0.24	0.87
	組內	77.83	96	0.81		
	總和	78.41	99			
b2 文化認同與傳承	組間	1.28	3	0.43	0.40	0.75
	組內	102.27	96	1.07		
	總和	103.55	99			
b2 階級地位	組間	2.15	3	0.72	0.90	0.44
	組內	76.43	96	0.80		
	總和	78.58	99			
b2 宗教神靈	組間	0.57	3	0.19	0.22	0.88
	組內	82.35	96	0.86		
	總和	82.92	99			
b2 美感	組間	1.52	3	0.51	0.78	0.51
	組內	62.66	96	0.65		
	總和	64.18	99			
b3.文化認同與傳承	組間	3.67	3	1.22	1.11	0.35
	組內	105.57	96	1.10		
	總和	109.24	99			
b3.階級地位	組間	0.53	3	0.18	0.15	0.93
	組內	111.46	96	1.16		
	總和	112.00	99			
b3.宗教神靈	組間	0.39	3	0.13	0.11	0.95
	組內	111.90	96	1.17		
	總和	112.29	99			
b3.美感	組間	0.64	3	0.21	0.33	0.81
	組內	62.61	96	0.65		
	總和	63.25	99			
b4.文化認同與傳承	組間	1.86	3	0.62	0.66	0.58
	組內	89.42	96	0.93		
	總和	91.28	99			
b4.階級地位	組間	0.51	3	0.17	0.17	0.92
	組內	96.99	96	1.01		
	總和	97.50	99			

ANOVA		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
b4.宗教神靈	組間	2.02	3	0.67	0.74	0.53
	組內	86.69	96	0.90		
	總和	88.71	99			
b4.美感	組間	1.84	3	0.61	0.84	0.48
	組內	70.27	96	0.73		
	總和	72.11	99			
b5.文化認同與傳承	組間	3.25	3	1.08	1.07	0.36
	組內	96.73	96	1.01		
	總和	99.98	99			
b5.階級地位	組間	4.50	3	1.50	1.83	0.15
	組內	78.73	96	0.82		
	總和	83.23	99			
b5.宗教神靈	組間	0.73	3	0.24	0.26	0.85
	組內	89.28	96	0.93		
	總和	90.01	99			
b5.美感	組間	0.76	3	0.25	0.31	0.82
	組內	77.62	96	0.81		
	總和	78.37	99			
b6.文化認同與傳承	組間	0.16	3	0.05	0.04	0.99
	組內	118.16	96	1.23		
	總和	118.32	99			
b6.階級地位	組間	2.14	3	0.71	0.79	0.50
	組內	86.93	96	0.91		
	總和	89.08	99			
b6.宗教神靈	組間	0.58	3	0.19	0.22	0.88
	組內	84.02	96	0.88		
	總和	84.59	99			
b6.美感	組間	0.69	3	0.23	0.26	0.85
	組內	84.71	96	0.88		
	總和	85.40	99			
b7.文化認同與傳承	組間	1.10	3	0.37	0.35	0.79
	組內	99.03	96	1.03		
	總和	100.13	99			
b7.階級地位	組間	2.12	3	0.71	0.77	0.51
	組內	87.82	96	0.91		
	總和	89.94	99			
b7.宗教神靈	組間	3.25	3	1.08	1.27	0.29
	組內	81.86	96	0.85		
	總和	85.11	99			
b7.美感	組間	0.49	3	0.16	0.24	0.87
	組內	64.75	96	0.67		
	總和	65.24	99			
b8.文化認同與傳承	組間	1.80	3	0.60	0.52	0.67
	組內	110.42	96	1.15		
	總和	112.22	99			

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
b8.階級地位	組間	6.42	3	2.14	1.81	0.15
	組內	113.64	96	1.18		
	總和	120.06	99			
b8.宗教神靈	組間	1.88	3	0.63	0.75	0.52
	組內	79.86	96	0.83		
	總和	81.74	99			
b8.美感	組間	2.32	3	0.77	0.91	0.44
	組內	82.08	96	0.85		
	總和	84.40	99			
b9.文化認同 與傳承	組間	0.07	3	0.02	0.02	1.00
	組內	102.78	96	1.07		
	總和	102.86	99			
b9.階級地位	組間	0.58	3	0.19	0.18	0.91
	組內	101.85	96	1.06		
	總和	102.43	99			
b9.宗教神靈	組間	5.84	3	1.95	2.04	0.11
	組內	91.41	96	0.95		
	總和	97.24	99			
b9.美感	組間	3.04	3	1.01	0.88	0.45
	組內	110.51	96	1.15		
	總和	113.55	99			
b10.文化認同 與傳承	組間	4.41	3	1.47	1.25	0.30
	組內	112.88	96	1.18		
	總和	117.29	99			
b10.階級地位	組間	1.80	3	0.60	0.79	0.50
	組內	72.64	96	0.76		
	總和	74.44	99			
b10.宗教神靈	組間	0.11	3	0.04	0.04	0.99
	組內	91.13	96	0.95		
	總和	91.24	99			
b10.美感	組間	0.57	3	0.19	0.26	0.85
	組內	69.93	96	0.73		
	總和	70.50	99			
b11.文化認同 與傳承	組間	0.80	3	0.27	0.22	0.88
	組內	114.14	96	1.19		
	總和	114.94	99			
b11.階級地位	組間	1.01	3	0.34	0.33	0.80
	組內	97.21	96	1.01		
	總和	98.22	99			
b11.宗教神靈	組間	0.65	3	0.22	0.20	0.90
	組內	102.91	96	1.07		
	總和	103.55	99			
b11.美感	組間	12.45	3	4.15	1.03	0.38
	組內	387.92	96	4.04		
	總和	400.37	99			

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
b12.文化認同 與傳承	組間	5.05	3	1.68	1.91	0.13
	組內	84.53	96	0.88		
	總和	89.58	99			
b12.階級地位	組間	1.86	3	0.62	0.27	0.85
	組內	223.89	96	2.33		
	總和	225.76	99			
b12.宗教神靈	組間	3.62	3	1.21	1.55	0.21
	組內	74.80	96	0.78		
	總和	78.42	99			
b12.美感	組間	0.19	3	0.06	0.09	0.96
	組內	65.05	96	0.68		
	總和	65.24	99			
b13.文化認同 與傳承	組間	1.76	3	0.59	0.56	0.64
	組內	100.25	96	1.04		
	總和	102.01	99			
b13.階級地位	組間	0.79	3	0.26	0.28	0.84
	組內	91.96	96	0.96		
	總和	92.75	99			
b13.宗教神靈	組間	0.77	3	0.26	0.28	0.84
	組內	88.35	96	0.92		
	總和	89.12	99			
b13.美感	組間	1.79	3	0.60	0.88	0.46
	組內	65.42	96	0.68		
	總和	67.21	99			
b14.文化認同 與傳承	組間	0.78	3	0.26	0.25	0.86
	組內	100.89	96	1.05		
	總和	101.67	99			
b14.階級地位	組間	4.49	3	1.50	1.45	0.23
	組內	99.21	96	1.03		
	總和	103.70	99			
b14.宗教神靈	組間	2.93	3	0.98	1.01	0.39
	組內	92.94	96	0.97		
	總和	95.87	99			
b14.美感	組間	1.87	3	0.62	0.88	0.46
	組內	68.37	96	0.71		
	總和	70.25	99			

附錄十一 職業類別與外觀形狀之 One-way ANOVA

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
a1 文化認同與傳承	組間	4.94	7	0.71	0.79	0.60
	組內	82.34	92	0.90		
	總和	87.28	99			
a1 階級地位	組間	6.16	7	0.88	1.13	0.35
	組內	71.46	92	0.78		
	總和	77.62	99			
a1 宗教神靈	組間	3.12	7	0.45	0.57	0.78
	組內	71.90	92	0.78		
	總和	75.02	99			
a1 美感	組間	11.20	7	1.60	1.98	0.07
	組內	74.41	92	0.81		
	總和	85.60	99			
a2 文化認同與傳承	組間	1.41	7	0.20	0.18	0.99
	組內	101.26	92	1.10		
	總和	102.67	99			
a2 階級地位	組間	1.04	7	0.15	0.19	0.99
	組內	72.02	92	0.78		
	總和	73.06	99			
a2 宗教神靈	組間	4.74	7	0.68	0.92	0.50
	組內	68.10	92	0.74		
	總和	72.84	99			
a2 美感	組間	1.49	7	0.21	0.33	0.94
	組內	59.29	92	0.64		
	總和	60.78	99			
a3 文化認同與傳承	組間	7.55	7	1.08	0.80	0.59
	組內	123.36	92	1.34		
	總和	130.91	99			
a3 階級地位	組間	2.31	7	0.33	0.42	0.89
	組內	71.44	92	0.78		
	總和	73.75	99			
a3 宗教神靈	組間	3.40	7	0.49	0.54	0.80
	組內	82.25	92	0.89		
	總和	85.65	99			

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
a3 美感	組間	6.58	7	0.94	1.31	0.26
	組內	66.07	92	0.72		
	總和	72.66	99			
a4 文化認同與傳承	組間	5.09	7	0.73	0.93	0.49
	組內	72.14	92	0.78		
	總和	77.23	99			
a4 階級地位	組間	2.63	7	0.38	0.60	0.76
	組內	58.14	92	0.63		
	總和	60.77	99			
a4 宗教神靈	組間	7.22	7	1.03	1.17	0.33
	組內	81.37	92	0.88		
	總和	88.58	99			
a4 美感	組間	3.57	7	0.51	0.64	0.72
	組內	73.43	92	0.80		
	總和	77.00	99			
a5 文化認同與傳承	組間	5.74	7	0.82	0.75	0.64
	組內	101.19	92	1.10		
	總和	106.92	99			
a5 階級地位	組間	4.65	7	0.66	0.66	0.70
	組內	92.33	92	1.00		
	總和	96.98	99			
a5 宗教神靈	組間	5.64	7	0.81	0.87	0.54
	組內	85.62	92	0.93		
	總和	91.26	99			
a5 美感	組間	3.38	7	0.48	0.75	0.63
	組內	59.52	92	0.65		
	總和	62.90	99			

ANOVA		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
b1 文化認同與傳承	組間	6.48	7.00	0.93	0.89	0.52
	組內	95.56	92.00	1.04		
	總和	102.04	99.00			
b1 階級地位	組間	8.36	7.00	1.19	1.67	0.13
	組內	65.82	92.00	0.72		
	總和	74.18	99.00			
b1 宗教神靈	組間	7.29	7.00	1.04	1.16	0.33
	組內	82.54	92.00	0.90		
	總和	89.83	99.00			
b1 美感	組間	4.45	7.00	0.64	0.79	0.60
	組內	73.97	92.00	0.80		
	總和	78.41	99.00			
b2 文化認同與傳承	組間	2.89	7.00	0.41	0.38	0.91
	組內	100.66	92.00	1.09		
	總和	103.55	99.00			
b2 階級地位	組間	4.84	7.00	0.69	0.86	0.54
	組內	73.75	92.00	0.80		
	總和	78.59	99.00			
b2 宗教神靈	組間	10.88	7.00	1.55	1.99	0.07
	組內	72.04	92.00	0.78		
	總和	82.92	99.00			
b2 美感	組間	7.45	7.00	1.06	1.73	0.11
	組內	56.73	92.00	0.62		
	總和	64.18	99.00			
b3.文化認同與傳承	組間	5.34	7.00	0.76	0.68	0.69
	組內	103.91	92.00	1.13		
	總和	109.24	99.00			
b3.階級地位	組間	7.37	7.00	1.05	0.93	0.49
	組內	104.63	92.00	1.14		
	總和	112.00	99.00			
b3.宗教神靈	組間	4.71	7.00	0.67	0.58	0.77
	組內	107.58	92.00	1.17		
	總和	112.29	99.00			

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
b3.美感	組間	5.80	7.00	0.83	1.33	0.25
	組內	57.45	92.00	0.62		
	總和	63.25	99.00			
b4.文化認同與傳承	組間	4.86	7.00	0.69	0.74	0.64
	組內	86.42	92.00	0.94		
	總和	91.28	99.00			
b4.階級地位	組間	6.96	7.00	0.99	1.01	0.43
	組內	90.54	92.00	0.98		
	總和	97.50	99.00			
b4.宗教神靈	組間	6.70	7.00	0.96	1.07	0.39
	組內	82.01	92.00	0.89		
	總和	88.71	99.00			
b4.美感	組間	5.76	7.00	0.82	1.14	0.35
	組內	66.35	92.00	0.72		
	總和	72.11	99.00			
b5.文化認同與傳承	組間	2.76	7.00	0.40	0.37	0.92
	組內	97.21	92.00	1.06		
	總和	99.98	99.00			
b5.階級地位	組間	6.26	7.00	0.89	1.07	0.39
	組內	76.97	92.00	0.84		
	總和	83.23	99.00			
b5.宗教神靈	組間	8.10	7.00	1.16	1.30	0.26
	組內	81.91	92.00	0.89		
	總和	90.01	99.00			
b5.美感	組間	9.98	7.00	1.43	1.92	0.08
	組內	68.40	92.00	0.74		
	總和	78.37	99.00			
b6.文化認同與傳承	組間	10.66	7.00	1.52	1.30	0.26
	組內	107.66	92.00	1.17		
	總和	118.32	99.00			
b6.階級地位	組間	9.23	7.00	1.32	1.52	0.17
	組內	79.85	92.00	0.87		
	總和	89.08	99.00			

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
b6.宗教神靈	組間	11.63	7.00	1.66	2.10	0.05
	組內	72.96	92.00	0.79		
	總和	84.59	99.00			
b6.美感	組間	9.21	7.00	1.32	1.59	0.15
	組內	76.20	92.00	0.83		
	總和	85.40	99.00			
b7.文化認同與傳承	組間	8.49	7.00	1.21	1.22	0.30
	組內	91.64	92.00	1.00		
	總和	100.13	99.00			
b7.階級地位	組間	5.07	7.00	0.72	0.78	0.60
	組內	84.88	92.00	0.92		
	總和	89.94	99.00			
b7.宗教神靈	組間	3.38	7.00	0.48	0.54	0.80
	組內	81.73	92.00	0.89		
	總和	85.11	99.00			
b7.美感	組間	3.66	7.00	0.52	0.78	0.60
	組內	61.58	92.00	0.67		
	總和	65.24	99.00			
b8.文化認同與傳承	組間	6.33	7.00	0.90	0.79	0.60
	組內	105.89	92.00	1.15		
	總和	112.22	99.00			
b8.階級地位	組間	4.22	7.00	0.60	0.48	0.85
	組內	115.84	92.00	1.26		
	總和	120.06	99.00			
b8.宗教神靈	組間	3.56	7.00	0.51	0.60	0.76
	組內	78.18	92.00	0.85		
	總和	81.74	99.00			
b8.美感	組間	3.68	7.00	0.53	0.60	0.76
	組內	80.72	92.00	0.88		
	總和	84.40	99.00			
b9.文化認同與傳承	組間	3.93	7.00	0.56	0.52	0.82
	組內	98.93	92.00	1.08		
	總和	102.86	99.00			

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
b9.階級地位	組間	7.80	7.00	1.11	1.08	0.38
	組內	94.64	92.00	1.03		
	總和	102.43	99.00			
b9.宗教神靈	組間	11.59	7.00	1.66	1.78	0.10
	組內	85.66	92.00	0.93		
	總和	97.24	99.00			
b9.美感	組間	16.43	7.00	2.35	2.22	0.04
	組內	97.12	92.00	1.06		
	總和	113.55	99.00			
b10.文化認同與傳承	組間	3.96	7.00	0.57	0.46	0.86
	組內	113.33	92.00	1.23		
	總和	117.29	99.00			
b10.階級地位	組間	9.13	7.00	1.30	1.84	0.09
	組內	65.32	92.00	0.71		
	總和	74.44	99.00			
b10.宗教神靈	組間	6.84	7.00	0.98	1.07	0.39
	組內	84.40	92.00	0.92		
	總和	91.24	99.00			
b10.美感	組間	12.49	7.00	1.78	2.83	0.01
	組內	58.01	92.00	0.63		
	總和	70.50	99.00			
b11.文化認同與傳承	組間	9.67	7.00	1.38	1.21	0.31
	組內	105.27	92.00	1.14		
	總和	114.94	99.00			
b11.階級地位	組間	3.23	7.00	0.46	0.45	0.87
	組內	94.99	92.00	1.03		
	總和	98.22	99.00			
b11.宗教神靈	組間	6.34	7.00	0.91	0.86	0.54
	組內	97.22	92.00	1.06		
	總和	103.56	99.00			
b11.美感	組間	9.67	7.00	1.38	0.33	0.94
	組內	390.70	92.00	4.25		
	總和	400.37	99.00			

		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
b12.文化認同與傳承	組間	5.54	7.00	0.79	0.87	0.54
	組內	84.04	92.00	0.91		
	總和	89.58	99.00			
b12.階級地位	組間	3.69	7.00	0.53	0.22	0.98
	組內	222.07	92.00	2.41		
	總和	225.76	99.00			
b12.宗教神靈	組間	4.96	7.00	0.71	0.89	0.52
	組內	73.46	92.00	0.80		
	總和	78.42	99.00			
b12.美感	組間	6.57	7.00	0.94	1.47	0.19
	組內	58.66	92.00	0.64		
	總和	65.24	99.00			
b13.文化認同與傳承	組間	7.70	7.00	1.10	1.07	0.39
	組內	94.32	92.00	1.03		
	總和	102.01	99.00			
b13.階級地位	組間	2.89	7.00	0.41	0.42	0.89
	組內	89.86	92.00	0.98		
	總和	92.75	99.00			
b13.宗教神靈	組間	2.43	7.00	0.35	0.37	0.92
	組內	86.69	92.00	0.94		
	總和	89.12	99.00			
b13.美感	組間	6.39	7.00	0.91	1.38	0.22
	組內	60.82	92.00	0.66		
	總和	67.21	99.00			
b14.文化認同與傳承	組間	3.51	7.00	0.50	0.47	0.85
	組內	98.16	92.00	1.07		
	總和	101.67	99.00			
b14.階級地位	組間	2.35	7.00	0.34	0.30	0.95
	組內	101.35	92.00	1.10		
	總和	103.70	99.00			
b14.宗教神靈	組間	3.07	7.00	0.44	0.43	0.88
	組內	92.80	92.00	1.01		
	總和	95.87	99.00			
b14.美感	組間	7.64	7.00	1.09	1.60	0.14
	組內	62.61	92.00	0.68		
	總和	70.25	99.00			