

南 華 大 學
美 學 與 藝 術 管 理 研 究 所 碩 士 論 文

公共空間戶外雕塑造型意象研究
A Study into Images of Form
of Outdoor Sculptures in Public Space

研 究 生：楊玉如

指 導 教 授：林振陽

中 華 民 國 九 十 二 年 十 二 月 二 十 五 日

南 華 大 學

碩 士 學 位 論 文

美學與藝術管理研究所

公共空間戶外雕塑造形意象研究

A Study into Images of Form
of Outdoor Sculptures in Public Space

研究生：楊玉如

經考試合格特此證明

口試委員：吳千華
釋慧開
林振陽

指導教授：林振陽

所 長：釋慧開(陳開宇)

口試日期：中華民國九十二年十二月二十五日

誌 謝

在南華大學兩年半的歲月裡，覺得自己不僅獲得了許多寶貴的知識也認識了許多良師益友，隨著論文的進行，我常常會因為他們而不自覺地感動許久。並深深地感受到一份論文的完成，竟需要那麼多人的幫助與加油，也發現到原來我的生命中，存在著許多關心與愛護自己的家人師友，使我感覺自己在這條學習的路程，一路走來是如此的踏實並且充滿溫暖。

首先要感謝的是，莫過於指導教授林振陽老師，感謝老師的信任、關愛與教導並且常常給我鼓勵、給我許許多多的信心，讓自己更有自信的順利地完成論文。感謝口試老師吳千華教授、釋慧開院長在百忙中給我的細細指導與精闢建議，使此篇論文更趨於完善。也謝謝常被我麻煩的所上助教柯曉珊、黃群智、石燕儒及宋作君這些日子以來的幫助。

對於美藝所同窗好友共同分享、學習知識的時光，我會永遠珍惜。特別謝謝王世慈、王鵬陽、鄭曜昌、張玟蓁、陳淑鈺、陳繹萱、陳嬋娟、陳芳如、賴孟君給我的友情加油。而這篇論文得以完成也包含了昔日許多好友的關懷情誼，謝謝當初鼓勵我繼續念研究所的江佩明、王佩雯及楊美麗。謝謝黃秀齡、魏谷松、廖麗琴、劉宗翰、張靜芝、林宇楨、葉錫育、陳含韻、郭慧霞及其郭家兄弟姊妹於論文進行時所給的協助與關心，真的謝謝你們。尤其謝謝超級好朋友郭慧霞，真的非常慶幸有你一直陪伴著我、幫助我及支持我。

最後，要感謝的是我最愛的家人，謝謝爹地、媽咪、婆婆的支持讓我能全心全意進行論文研究。謝謝明裕大哥、惠雯大嫂、永墩叔叔、昌蓁哥哥、秉倫嫂子、昌杰、玉伶給我最誠摯的祝福。以及親愛的涇裕老公，謝謝你的支持與容忍，我才得以順利的將研究所學業完成。謝謝您們，因為有您們我覺得自己真的非常幸福。

楊玉如 謹致於
南華大學美學與藝術管理研究所
中華民國九十二年十二月二十五日

摘 要

本研究以探討群眾對雕塑藝術之造形形態所產生的意象為主題。主要針對公共空間所設置的戶外雕塑造形，如：抽象造形、具象造形、寫實造形等三種類群雕塑共八個樣本，進行語意差異法（Semantic Differential Method）之群眾意象感覺調查。欲瞭解受測者對這三種造形雕塑類群所產生的意象感覺，以及探討三種不同造形雕塑類群與群眾意象感覺之間的關聯性。

本研究的進行，首先實地調查台中縣市公共空間所設置的戶外雕塑數量，藉由公共空間戶外雕塑造形的調查，探討群眾對公共空間設置戶外雕塑接受程度及其喜好分析。依照文獻理論，進行戶外雕塑造形思維風格的分類，並選出問卷調查所需雕塑樣本。同時並進行蒐集適合雕塑造形意象的形容詞，選出二十組對立之雕塑意象形容詞，作為群眾雕塑意象問卷，並使用 SPSS 之統計軟體分析調查結果。

根據研究結果發現，可從八個雕塑樣本的平均值與折線圖，得知群眾對於不同雕塑造形所呈現的意象感覺亦不太相同。其次，經由因素分析結果萃選出創新性、感性性、造形性、技巧性等四個雕塑造形因素評量向度，建構其雕塑造形意象空間座標。由雕塑樣本在空間的分佈中發現，雖然每個雕塑造形樣本皆各自呈現不同的意象，但依據分佈情況可以得知，八個雕塑造形樣本，似乎有依其雕塑造形類群屬性而群聚在相同屬性的意象空間裡。最後，進行不同年齡層對三種造形類群雕塑樣本的意象感覺差異性分析，結果發現群眾對於各類群雕塑造形感覺，多屬於擁有相同意象但是感覺程度不同而已。

此研究成果，將可瞭解群眾於觀賞雕塑藝術品時，心裡所產生的感覺反應，與群眾對於公共空間設置戶外雕塑造形的喜好，及整理出台中縣市公共空間所設置的戶外雕塑藝術品。本研究並可提供給相關雕塑造形研究，及雕塑藝術創作者創作戶外雕塑造形時參考。

關鍵詞：戶外雕塑、意象、雕塑造形意象、語意差異法

ABSTRACT

This study aims at delving into the crowd's images resulted from their attitude toward mode of images of sculptural art. In response to form of outdoor sculptures, such as abstract form, figurative form and realistic form, established in public space covering eight samples, an investigation into the crowd's feeling of images of Semantic Differential Method is conducted, in hope of understanding testees' feeling of images as a result of their attitude toward these three groups of forming sculptures as well as making exploration into the correlation between these three groups of form of sculptures and the crowd's feeling of images.

At the inception of this study, we would investigate the quantity for the outdoor sculptures established in public space both in Taichung City and Taichung County, followed by conducting the classification of thinking style of outdoor sculptures form, and then select the sculptural samples required by the questionnaire. Furthermore, an analysis about the crowd's acceptability and favorite toward the outdoor sculptures established in public space will be explored through an investigation into the form of the outdoor sculptures in public space. Meanwhile, this study will further go on collecting adjectives which are appropriate for the images of form of sculptures by selecting 20 sets of adjectives of sculptural images and samples of sculptural form in opposed position to be available for the questionnaire of the crowd's sculptural images, while SPSS, a statistical software, will be applied to the analysis of investigative results.

Findings of this study indicate that from eight average and broken line graph, it brings out the difference for feeling of images presented by the crowd's attitude toward different sculptural form. Secondly, the evaluation dimension for factor of four sculptural form including innovation, perceptual, technical and form are selected through the result of factor analysis to construct its coordinate of space for images of form of outdoor sculptures. By a discovery of the distribution of the sculptural samples in the space, the eight samples of the sculptural form seem to gather in the space of images with the same attribute based on the attribute of sculptural form groups according to the situation of distribution, even though each

sample of sculptural form is presented with different images. Finally, an analysis of difference for different age groups toward the imaging feeling of three form groups of sculptural samples is conducted, with the findings to show that the crowd's feeling toward each group of sculptural form is belonged to having the same images but with different degree of feeling.

With this result of study, it will either help us understand the crowd's feeling and response and their favorite over the outdoor sculptures established in the public space when they appreciate the sculptural works of art as well as assist in an sort-out of the works of art for the outdoor sculptures established in public space in Taichung City and Taichung County. This study also works to offer research of related sculptural form as well as sculptural artists' creation of form of outdoor sculptures for reference.

Key Words: Outdoor sculptures, images, images of form of sculptures, semantic differential method

目 錄

摘 要	I
目 錄	IV
表目錄	V
圖目錄	VII
第一章 緒 論	1
第一節 研究動機與背景	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究範圍與限制	3
第二章 文獻探討	4
第一節 公共空間戶外雕塑定義探討	4
第二節 雕塑造型藝術特徵	11
第三節 雕塑造型意象理論	19
第三章 研究方法與步驟	26
第一節 研究方法	26
第二節 研究架構	27
第三節 研究流程與步驟	28
第四章 調查實施	30
第一節 台中縣市公共空間戶外雕塑造型調查	30
第二節 雕塑造型意象形容詞語彙蒐集	34
第三節 問卷調查實施	36
第五章 研究結果分析	38
第一節 台中縣市公共空間戶外雕塑造型設置比例分析	38
第二節 群眾對於公共空間設置戶外雕塑接受程度分析	41
第三節 群眾對於雕塑造型意象的分析	55
第六章 結論與建議	80

參考文獻	83
附錄一、台中縣市公共空間戶外雕塑作品名稱	87
附錄二、台中縣市公共空間戶外雕塑作品圖錄	95
附錄三、雕塑造形抽樣樣本籤統編號資料表	104
附錄四、雕塑意象語彙形容詞蒐集資料表	107
附錄五、問卷調查表	109

表 目 錄

表 2-1-1 各種雕塑相關藝術定義及內涵表	10
表 2-2-1 雕塑造形形態題材分析	13
表 2-2-2 西洋傳統雕塑藝術與中國傳統雕塑藝術比較表	14
表 2-2-3 雕塑造形三大思維表	18
表 2-3-1 各辭典對意象的解釋	19
表 3-3-1 研究步驟表	29
表 4-1-1 台中縣市一覽表	30
表 4-1-2 台中市戶外雕塑分類數量表	31
表 4-1-3 台中縣戶外雕塑分類數量表	31
表 4-2-1 雕塑造形群組的意象語彙	35
表 4-2-2 20 組對立的意象形容詞語彙	35
表 5-2-1 問卷結構分析表	42
表 5-2-2 研究變項問卷詢問內容表	43
表 5-2-3 當我在公共空間是否留意周遭有擺設雕塑藝品問卷統計資料表	44
表 5-2-4 我比較喜歡主題式的雕塑公園更勝於全部都是綠地樹木的公園問卷統計資料表	45
表 5-2-5 不管大小公園裡最好不要擺設任何雕塑造形的藝術品問卷統計資料表	45
表 5-2-6 公共空間是否有設置雕塑藝術品我並不在意問卷統計資料表	46
表 5-2-7 公共空間是否需要設置戶外雕塑調查統計平均值表	47

表 5-2-8	我喜歡公園裡面設置大型的戶外雕塑藝術品統計資料表	47
表 5-2-9	戶外設置的雕塑品造形最好是越大越好並且可以觸摸及翻爬統計資料表	48
表 5-2-10	我認為公共空間雕塑品是只可以欣賞不可以隨便亂摸的統計資料表	49
表 5-2-11	我喜歡公園裡面擺設精緻小型的雕塑藝術品供民眾審美欣賞統計資料表	50
表 5-2-12	公共空間應設置大型或小型戶外雕塑調查統計資料表	50
表 5-2-13	我比較喜歡造形奇怪的雕塑藝術更勝於傳統寫實造形的雕塑統計資料表	51
表 5-2-14	我認為傳統造形的雕塑藝術品比抽象造形的雕塑更好看統計資料表	52
表 5-2-15	對於立體的雕塑藝術作品喜愛程度更勝於平面的浮雕作品統計資料表	52
表 5-2-16	若要於建築物空間設置雕塑藝術，我喜歡設置於建築物牆壁的平面式浮雕圖案更勝於在建物前的公共空間擺設造形雕塑藝術品統計資料表	53
表 5-2-17	當我看到立體的雕塑時我不只會看雕塑正面還會去看其他面統計資料表	54
表 5-2-18	群眾對雕塑造形形態初步印象評估調查統計資料表	55
表 5-3-1	全體受測者對各造形雕塑樣本之形容詞意象感覺平均值	57
表 5-3-2	抽象造形類各樣本意象感覺平均值	58
表 5-3-3	具象造形類各樣本意象感覺平均值	59
表 5-3-4	寫實造形類各樣本意象感覺平均值	60
表 5-3-5	三種不同造形雕塑心理意象感覺形容詞表	61
表 5-3-6	三種不同造形雕塑意象平均值表	62
表 5-3-7	全體受測者意象評估因素分析表	64
表 5-3-8	全體受測者意象評價因素分析	66
表 5-3-9	全體受測者雕塑造形樣本新的意象因素分數	68
表 5-3-10	年齡層在各雕塑造形樣本平均值分析表	74
表 5-3-11	年齡層在各雕塑造形樣本的單因子變異數分析表	75

表 5-3-12 年齡層組在樣本一「個性化—大眾化」的平均值數據表.....	77
表 5-3-13 年齡層群在樣本一「個性化—大眾化」項目中 One-Way ANOVA 檢定結果表	77
表 5-3-14 雕塑造形形態特徵與意象感知的關聯性整理表.....	79

圖 目 錄

圖 1-2-1 雕塑造形意象語彙、雕塑造形與觀賞群眾的溝通模式圖.....	2
圖 2-1-1 紀念碑.....	9
圖 2-1-2 戶外雕塑.....	9
圖 2-1-3 環境藝術.....	9
圖 2-1-4 公共藝術.....	9
圖 2-1-5 景觀雕塑.....	9
圖 2-1-6 地景藝術.....	9
圖 2-1-7 裝置藝術.....	9
圖 2-2-1 造形藝術創作模式的階段.....	11
圖 2-2-2 視覺造形二大風格思維分類圖.....	16
圖 2-2-3 雕塑造形三大風格思維分類圖.....	16
圖 2-2-4 寫實造形雕塑.....	18
圖 2-2-5 具象造形雕塑.....	18
圖 2-2-6 抽象造形雕塑.....	18
圖 2-3-1 雕塑造形意象感覺訊息模式圖.....	21
圖 2-3-2 雕塑藝術審美歷程圖.....	23
圖 3-2-1 研究架構圖.....	27
圖 3-3-1 研究流程圖.....	28

圖 4-1-1	寫實類之樣本圖一.....	33
圖 4-1-2	寫實類之樣本圖二.....	33
圖 4-1-3	寫實類之樣本圖三.....	33
圖 4-1-4	具象類之樣本圖一.....	33
圖 4-1-5	具象類之樣本圖二.....	33
圖 4-1-6	抽象造形類之樣本圖一.....	33
圖 4-1-7	抽象造形類之樣本圖二.....	33
圖 4-1-8	抽象造形類之樣本圖三.....	33
圖 5-1-1	台中縣市公共空間戶外雕塑分布比例圖	39
圖 5-1-2	台中縣市戶外雕塑造形風格分布比例圖	39
圖 5-1-3	台中市戶外雕塑造形形態風格分布比例圖	40
圖 5-1-4	台中縣戶外雕塑造形形態風格分布比例圖	41
圖 5-2-1	當我在公共空間是否留意周遭有擺設雕塑藝品統計分析圖	44
圖 5-2-2	我比較喜歡主題式的雕塑公園更勝於全部都是綠地樹木的公園統計分析圖.....	45
圖 5-2-3	不管大小公園裡最好都不要擺設任何雕塑造形的藝術品統計分析圖	46
圖 5-2-4	公共空間是否有設置雕塑藝術品我並不在意統計分析圖	46
圖 5-2-5	我喜歡公園裡設置大型的戶外雕塑藝術品統計分析圖.....	48
圖 5-2-6	戶外設置的雕塑品造形最好是越大越好並且可以觸摸及翻爬統計分析圖	48
圖 5-2-7	我認為公共空間雕塑品是只可以欣賞不可以隨便亂摸統計資料圖	49
圖 5-2-8	我喜歡公園裡面擺設精緻小型的雕塑藝術品供民眾審美欣賞統計分析圖	50
圖 5-2-9	我比較喜歡造形奇怪的雕塑藝術更勝於傳統寫實造形的雕塑統計分析圖	51
圖 5-2-10	我認為傳統造形的雕塑藝術品比抽象造形的雕塑更好看統計分析圖	52
圖 5-2-11	對於立體的雕塑藝術作品喜愛程度更勝於平面的浮雕作品統計分析圖.....	53

圖 5-2-12 若要於建築物空間設置雕塑藝術，我喜歡設置於建築物牆壁的平面式浮雕圖案更勝於在建物前的公共空間擺設造形雕塑藝術品統計分析圖	54
圖 5-2-13 當我看到立體的雕塑時我不只會看雕塑正面還會去看其他面統計分析圖	54
圖 5-3-1 全體受測者對各造形雕塑樣本意象折線圖	57
圖 5-3-2 抽象造形類意象語意分析圖	58
圖 5-3-3 具象造形類意象語意分析圖	59
圖 5-3-4 寫實造形類意象語意分析圖	60
圖 5-3-5 三種不同造形雕塑類群意象折線圖	62
圖 5-3-6 全體受測者意象評估因素陡坡圖	65
圖 5-3-7 全體受測者意象因素散布圖	66
圖 5-3-8 全體受測者創新性與感性性因素座標空間圖	69
圖 5-3-9 全體受測者造形性與技巧性因素座標空間圖	69
圖 5-3-10 抽象造形類群因素一與因素二意象空間座標分布圖	70
圖 5-3-11 抽象造形類群因素三與因素四意象空間座標分布圖	70
圖 5-3-12 寫實造形類群因素一與因素二意象空間座標分布圖	71
圖 5-3-13 寫實造形類群因素三與因素四意象空間座標分布圖	71
圖 5-3-14 具象造形類群因素一與因素二意象空間座標分布圖	72
圖 5-3-15 具象造形類群因素三與因素四意象空間座標分布圖	72

第一章 緒論

第一節 研究動機與背景

「雕塑」一詞具有兩種含意。把雕塑當作名詞看待，它是屬於造形視覺藝術類別之一。雕塑於造形藝術中最主要特徵是：存在的基本條件必須是具有三度空間，也就是有實際體積的空間形式，具有可視而又可以觸摸的形體，反映現實生活，表現藝術家的審美感受和審美理想。若把雕塑當成「動詞」來理解，可看出雕塑的製作過程與技法的表現。傳統的觀念認為，雕塑是雕與塑兩種製作方法的總稱，使用黏土、油土、陶土或是利用金屬、竹、木、石等材料，塑造或是雕刻出具有實際體積的形象。然而，雕塑藝術發展至今，已經出現了很大的變化。隨著時代的進步、科學技術的發展，促使人類不斷的追求新的審美情趣，雕塑的技法也不再只是雕與塑而已，有些雕塑更是應用了機械、電子、聲學與光學等技術，簡單的雕塑定義似乎已經很難適應當今實際存在的複雜情況。雕塑藝術創作者，也不再只是滿足於僅由單純材料、傳統技術所構成的室內小型裝飾性的雕塑造形。

當雕塑藝術移至戶外公共空間時，就與建築、環境及群眾產生密不可分的關係。例如建築物的牆壁上所看到的裝飾性圖案浮雕及敘述性浮雕，街頭巷尾看到表達紀念或象徵一個地區精神力量的紀念性雕塑，或於公園、社區甚至車站都可見到戶外雕塑的設置。當雕塑藝術一旦放置在開放的公共空間時，戶外雕塑本身便產生公眾性及強迫觀眾欣賞的特性，使得戶外雕塑的造形成為創作者與觀賞者兩者之間溝通的語言。

台灣九〇年代開始興起以大型戶外雕塑創作為主的公共藝術，更是強調藝術的開放性及居民共同參與的特性，群眾逐漸成為決定戶外空間藝術重要關鍵之一。公共藝術代表著藝術家和群眾間的複雜關係，藝術家希望能在公共空間中展示他的作品，群眾則希望展示的作品，能提高當地生活品質、亦為社區群眾都會喜歡的雕塑藝術作品。由此可知，現今的戶外雕塑藝術逐漸成為以群眾喜好為主要導向。因此，本文研究動機就是為了取得藝術創作者與群眾之間較為相同的感覺，藉由戶外雕塑造形調查及意象問卷調查的進行，探討群眾於觀賞戶外雕塑時，所產生的感覺、聯想等概況，經過調查統計分析之後，得以瞭解群眾對於雕塑造形藝術的喜好。

第二節 研究目的

每種藝術都有它自己獨特的語言，每種語言都具有最基本的特徵。雕塑純粹以形態為自己的語言。原始時代石器製作，或是偉大的雕刻家米開朗基羅，甚至二十世紀的雕刻大師亨利摩爾等等，都是利用這種獨特的語言功能，再次呈現現實中真實的人物，及幻想中的事物形象。雕塑藝術藉由形態與群眾溝通時，留給群眾的不僅只是一個真實的形體，而是更多無限的想像空間、自由聯想、感覺的生成，也因而構成雕塑造型意象的產生。如圖 1-2-1 所示：

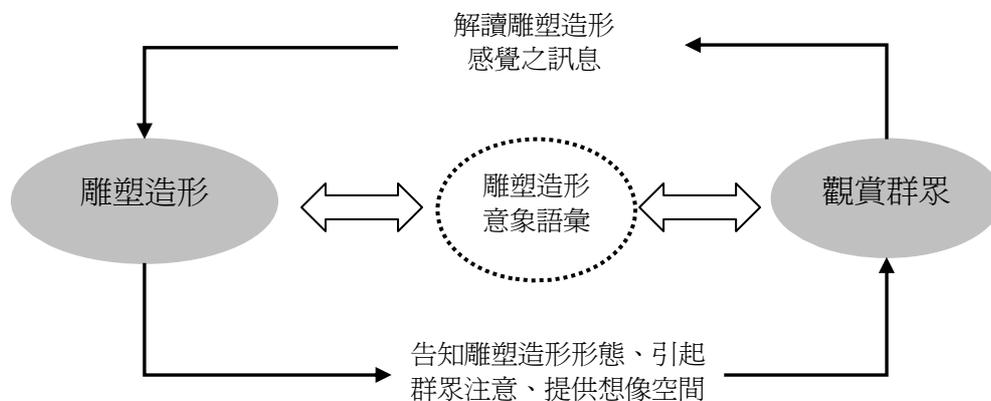


圖 1-2-1 雕塑造型意象語彙、雕塑造型與觀賞群眾的溝通模式圖

本文研究目的，希望能藉此研究成果，瞭解群眾於觀賞雕塑藝術作品時心理所產生的感覺反應，探討群眾欣賞不同造型的雕塑所產生之意象感覺，以及不同造型的雕塑在意象空間中所呈現的主要因素特性為何，提供給藝術家創作雕塑造型時產生靈感的參考。

也因為國內目前並無相關談及雕塑造型意象研究論文，最後本論文將提出結論建議，期望有助於雕塑造型藝術相關理論、雕塑造型形態探討，及其對群眾雕塑藝術欣賞等學術性研究之參考資料。

第三節 研究範圍與限制

本研究旨在探討觀眾對於戶外雕塑造型意象的感覺，以提供雕塑藝術創作者能掌握觀眾對雕塑造型藝術的喜愛，作為未來創意動機的啟發。但由於公共空間的範疇較為廣泛及戶外雕塑造型種類數量繁多，基於時間、人力及物力的限制，無法探討所有研究議題面向，因此，本研究乃基於以下範圍與限制，對公共空間戶外雕塑造型的群眾的意象感覺，作定量的分析研究。

一、公共空間戶外雕塑的選定：

本文的戶外雕塑調查範圍，選擇台中縣市為主要調查範圍。由於公共空間的範疇涵蓋相當廣泛，本文所談及的公共空間，主要是包括了台中縣市大小主題公園、車站、街頭設立的雕塑藝術及建築物前的戶外雕塑。各級學校於校園公共空間所設置的戶外雕塑藝術，並未含納於調查範圍內。另外，具有宗教性質、政治意味的紀念性雕塑，也不在本文的調查範圍。

二、戶外雕塑造型樣本的選定：

雕塑造型要素是構成意象的媒介，要素組成包括了形態、材料、色彩、質感、觸感等。本研究主要針對雕塑造型外在形態的部分為其探討重點。其他相關組成部分及其雕塑台座部分，則不在本文的研究範圍之內。

三、在意象研究方面：

本文的雕塑造型意象探討，主要研究觀賞者於欣賞雕塑作品時，對其外在造型形態所產生的意象感覺，雕塑藝術創作者於創作過程的造型設計意象，並不在本文的範圍之內。因此，本研究將以形容詞語彙，詮釋觀賞者於欣賞雕塑造型時，所產生的感性反應。

第二章 文獻探討

什麼是戶外雕塑？什麼又是雕塑造形意象？本文先依據公共空間戶外雕塑相關理論，將戶外雕塑定義說明。其次並將雕塑造形作初步的探討，建構雕塑造形藝術發展理論。最後再以觀賞者的感覺為出發點，去探討雕塑造形意象傳達與群眾之間的關係。因此本文的文獻探討著重於戶外雕塑的定義、雕塑造形藝術發展、雕塑造形意象理論等三部分。

第一節 公共空間戶外雕塑定義探討

一、戶外雕塑的演變發展：

六〇年代的台灣，其公共空間存放著的幾乎都是政治人物的銅像，由於台灣地區過去在軍政的統治的影響下，銅像數量之多，曾經是世界上銅像密度僅次於北韓的國家（李清志，2001），其中以國父孫中山先生及先總統蔣公的銅像佔有大多數，不過於八〇年代解嚴之後，許多的銅像相繼的遭拆除。但是這些紀念性的銅像、紀念碑坊（如圖 2-1-1）可以說是公共空間戶外雕塑藝術發展的先驅。隨著社會科技的發展，許多城市變成了大都市，人們的公共空間逐漸變小了，國內政府開始學習外國對公共空間環境改善，因而提倡文化藝術獎助條例（行政院文化建設委員會於中華民國八十一年七月一日公布），編列預算協助全省執行公共藝術設置，從九〇年代開始，公共藝術逐步佔據都市的公共空間。也因如此，公共藝術裡所呈現的戶外雕塑品開始有了更新一層的解釋，戶外雕塑不再只是單純的藝術創作而已，更是加入了藝術審美的元素。

二、戶外雕塑定義：

戶外雕塑 (Outdoor Sculpture)，如圖 2-1-2，這類藝術存在於我們的公眾生活、公共空間裡，可以說是最接近社會群眾的藝術，更是藝術家傳達自己藝術創作給群眾最直接的方式。當雕塑一旦被放置在戶外公共空間中，不論是主題式的雕塑公園、日常散步的公園、大樓前的活動空間、學校的教室操場前，或是車水馬龍的馬路十字路口雕塑藝術等等，藝術家個人雕塑創作品就成了共同分享的藝術品。藝術家與群眾共同分享著美醜的感覺，擴展了人的想像力，表現了自身形象，並豐富環境空間的裝飾，促進群眾理性與美學審美的思辨。因此，簡單地將戶外雕塑的定義：戶外雕塑是設置於室外的雕塑藝術品，設置時並無特定目的，而是以審美裝置為主要精神的藝術品，純粹為藝術家個人的自由創作，主題為藝術創作者自訂，並多以大型雕塑物為主要形式。(清華大學藝文中心網站，網址：<http://arts.nthu.edu.tw>)。

三、雕塑相關藝術名詞探討：

隨著都市環境的改變、群眾生活品質的提升，出現許多與雕塑創作或是公共空間相關的藝術名詞，如環境藝術、公共藝術、景觀雕塑、地景藝術、裝置藝術等等。分別敘述如下：

(一) 環境藝術 (Environments Art)：

環境藝術有狹義及廣義之分，狹義的環境藝術是指場所雕塑，旨在改變特定空間和環境的作品。廣義的環境藝術，包括一切有利於形成人類生存環境和審美環境的藝術活動 (王林，1993)。概括地說，環境藝術主要是在探討空間環境的問題，可以利用雕塑、建築、工藝等，進行改善現今大自然環境景觀。尤其是對於都市環境的重建與改善，成為環境藝術中重要的課題。都市中的環境有許多空間都可以融入藝術創作品，使得都市的公共設施變得更加藝術化，使都市地區區域環境顯得更有特色。環境藝術的作品可能會過於龐大、多變及無法收藏，有時需

要許多工程部門的支援才得以完成作品，最後又無法像傳統藝術品一樣可以收藏、買賣，僅倚賴文件或是照片傳播紀錄。如圖 2-1-3，這件作品設置在日本雕刻之森美術館外的臨水之處。作者聲稱曾在這個地方感受到一股強烈的超自然力量，而得到創作的靈感，他運用大量的圓木和陶磚，巧妙的結合地形起伏，表現龍的抽象造形。一條巨大的龍身棲息在蒼鬱的森林中，牠是駕馭超自然力量的主人，這裡是祂的隱居之地（南 E 網站，網址：<http://www.nani.com.tw>）。

（二）公共藝術（Public Art）：

公共藝術首先發生在 1960 年代晚期的美國，其廣泛的意涵是，為社區所製作並且擁有的藝術。公共藝術又稱為「百分比藝術計畫」（the percent-for-art），也就是說政府規定公共建設經費預算的一定比例，通常為百分之一，必須運用在藝術品上。簡單地說，放置在公共空間中的藝術創作都可以稱之為「公共藝術」。但是，依照「文化藝術獎助條例」第九條規定所設置的公共藝術，則需要依照「公共藝術設置辦法」（行政院文化建設委員會於中華民國八十七年一月二十六日發布於中華民國九十一年十二月二十日令修正中的相關規定辦理設置作業）。因此，現今台灣公共藝術的主要目的為：落實「文化藝術獎助條例」第九條之規定。並提供給藝術家展現作品的舞臺，且經由與民眾的互動及空間的配合，導引藝術家及群眾多元創作觀。進而增進民眾親近藝術的機會，促進社區參與，形塑在地文化特色。結合建築物與環境空間，形塑藝術化的公共環境。希望能透過公共藝術設置的合議參與制，結合藝術、建築、興辦單位與民眾的相互討論機會，推動文化民主化（公共藝術官方網站，網址：<http://publicart.cca.gov.tw>）。如圖 2-1-4 這件台北捷運台大醫院站的公共藝術品是以「邀請比件」方式設置的，作者為李光裕，這是「手的組曲」系列中的作品，名稱為「小公園」，公園裡散置著一些休憩的椅子，累了，找把椅子坐坐吧！靜坐者，常將手平放相疊相扣於腿上。此手印，謂之「法界定印」。旅客坐在上面，總有不同的領悟，是一個自然公園的縮影（台北市捷運工程局網站，網址：<http://sdpo.dorts.gov.tw>）。

（三）景觀雕塑（Landscape Sculpture）：

郭少宗在《從景觀雕塑到雕塑公園》一書中，有詳細說明：「景觀雕塑偏重作品與環境空間的結合因素，除了作品的材質要和周遭的材質（例如岩石、金屬、森林、流水等）相調和以外，造形上還要有呼應的關係，比例上要有節奏的關係，主題的拿捏，更不可與人文背景產生衝突和矛盾的負面效果。藝術家於設計之初得先調查、分析基地各因素或實際地考慮整體空間因素。」(郭少宗, 1993)。因此，景觀雕塑就是將雕塑作品與環境因素結合，所創造出來美的視覺空間。景觀雕塑著重在雕塑的景觀化，是強調雕塑作品要和環境空間密切結合、相互輝映的雕塑藝術。景觀雕塑除了要具備創造性與獨特性的藝術特質之外，尚須考慮附近環境空間的配置，搭配適宜的方位、角度、日照、方向、交通動線等產生與環境景觀結合的視覺效果。如圖 2-1-5，56 呎高的人形正闊步穿越德國慕尼黑的一個公園。這是波羅夫斯基以一個不起眼，甚至是毫無個性的小人物來表現現代一般人的恐懼與焦慮，他在八 0 年代創作了一系列的「奔跑者」，表達了人們在冷戰時期對核戰的恐懼，但到了後冷戰時期，他似乎在「步行者」身上尋找到對人性較為積極樂觀的一面（圖片及參考資料來源：南 E 網站，網址：<http://www.nani.com.tw>）。

（四）地景藝術（Earth Art）：

出現在 1960 年代中期至 70 年代末期，通常地景藝術家拒絕藝術的商業化，支持生態運動，與其「回歸大地」的反都市主義與其對待地球的精神態度（黃麗娟，1996）。地景藝術家使用廣泛不同的創作方法，藝術家會在自然環境中掘土挖洞，擺設各種自然物當其藝術題材，使作品成為自然環境的一部分。大部分地景藝術家藉由地景藝術表現出對現代社會與生活的反抗，深受到自然環境污染檢討的學術研究之影響。地景藝術中的藝術家、藝術品和藝術場地的價值，因為只能利用影像記錄的方式保存下來，因而面臨藝術價值遭受到否定的情形。位於美國猶他州梭特湖上的「螺旋狀防坡堤」是美國藝術家史密遜的作品，如圖 2-1-6。由於體會到美術館等室內空間對創造力的限制性，創作者將藝術創作轉向大自然，利用岩石、結晶鹽等自然物築起全長 460 公尺的螺旋狀防坡堤，從岸邊逐漸延伸到湖

上，儘管這件大自然作品的不可朽性，但它並非是恆常不變的，也確實受到漲潮和其他自然現象的影響而改變它原本的面貌（南 E 網站，網址：<http://www.nani.com.tw>）。

（五）裝置藝術（Installation Art）：

大約是在 70 年代的美國藝術界，藝術史上正式出現裝置藝術名詞。「裝置」開始的意涵指的是掛畫或是展覽佈置；至最近才延伸出的意義是指在特定空間中的藝術品。所以，裝置藝術利用空間呈現作品，藉由這些大型作品，藝術家可以營造出作品的主題氛圍。這種近代的藝術形式，有時也可以包容部分的表演藝術。可以說裝置藝術作品深具有強烈的戲劇效果；也正因如此，觀賞者在進入裝置藝術的世界時，除了身歷其境之外，更有撼動人心之感。現今的裝置藝術，可以算是一種現代雕塑，許多裝置藝術使用的材料多為鋼管、廢棄機械零件、廢五金等。與傳統雕塑相比較之下，裝置藝術的主題通常是荒謬、嘲諷、頹廢，呈現出藝術家對現實的省思。因此可知裝置藝術不僅是在特定畫廊空間展出創作，同樣也可以於戶外地點創作展出，裝置藝術不僅是一群可以個別觀賞的藝術品，還是一個完整的集合或環境。裝置藝術給觀眾一種被藝術環抱的感覺，如同在一間裝飾著壁畫的公共空間或充滿藝術氣息的教堂內（黃麗娟，1996）。如圖 2-1-7，這是大陸裝置藝術家的作品，題目為《臨界·大十字架—世紀黃昏》裝置藝術，使用的材料有木材、鍍金數位、有機鏡片、地球儀，藝術家似乎欲藉由此裝置藝術嘲諷現今髒亂的地球。（南 E 網站，網址：<http://www.nani.com.tw>）。



圖 2-1-1 紀念碑



圖 2-1-2 戶外雕塑



圖 2-1-3 環境藝術



圖 2-1-4 公共藝術



圖 2-1-5 景觀雕塑



圖 2-1-6 地景藝術



圖 2-1-7 裝置藝術

從上述可以得知戶外雕塑、公共藝術、景觀雕塑、環境藝術的定義與內涵皆具多樣性。表 2-1-1 中為定義與內涵談及公共藝術表現及多樣性所製作的表格，加以整理歸納（清華大學藝文中心網站，網址：<http://arts.nthu.edu.tw>）。

表 2-1-1 各種雕塑相關藝術定義及內涵表

項目 性質	戶外雕塑	紀念物	環境藝術	公共藝術	景觀雕塑	地景藝術	裝置藝術
基地性質	室 外	特定場所	整個環境就是作品	公共場所	有一定的基地	大自然環境為主	室內或室外空間
設置精神	審 美	象徵、紀念	營造環境	講究公眾福利	美化環境	讓藝術回歸自然	對現實的省思
設置立場	以藝術為前提	標的命題為前提	觀眾、環境為前提	觀眾、環境為前提	觀眾、環境為前提	生態、環境為前提	材料、空間為前提
製作方式	自由創作	委託創作	委託創作	協同工作	協同工作	協同工作	自由創作
主要裝置用途	審美、裝置	象徵、紀念	調和環境、審美、意象	調和環境、審美	調和環境、裝飾	裝飾自然環境	創意、裝飾、象徵
標地物本體機能	無特定目的	有特定目的	無標地物、主為知覺行為	無特定目的	有特定目的	有特定目的	無特定目的
主 題	不需受限	特定命題	環境本體	可有可無	與基地共生	不受限制	不受限制
設置方式	徵件、購置	委託製作、徵件	徵件（圖）、委託	徵件、購置、委託	徵件、委託製作	自行創作	自行創作
形 式	大型雕塑物	雕塑物或建築物	建築構造物、地景	不限於雕塑物	雕塑物或建築物	整個自然環境空間	雕塑物或是搭配空間佈置
變異因素	隨審美價值觀改變而有褒貶好惡	因認同差異而變	環境改變即不成立	因不特定之使用者或社區結構而不同	因基地條件或空間變化所推擠而改變	因基定條件或環境不易保存而改變藝術價值	隨審美價值觀改變而有褒貶好惡
備 註	有時被廣義的當作公共藝術或景觀裝置的標的物	思想與藝術的遇合，寓精神於形體	經由環境施以觀眾有所知覺	主要區別在於設置意識形成的公眾參與程度，講究社會性功能	一旦與基地脫離時，其意義也應視為不完整	一旦與基地脫離時，其意義也應視為不完整，藝術價值也會改變	會隨觀眾的審美價值而改變其藝術品所傳達意義
	就現代藝術的特性而言，過度的釐清與截然的劃分是不妥當的，本表主要為比較之需要而加以排比，且其參考的價值，事實上也存在某些程度的重疊。						

第二節 雕塑造形藝術特徵

雕塑是由「雕」與「塑」所組成的三度空間藝術。因為雕塑創作所使用的材料不同，使得雕塑藝術家創作時就利用其「加」與「減」的原理來創作。塑就是等於加，是以可捏塑的材料如黏土、陶土、水泥等逐漸添加而成為立體的造形；雕就是減，將木頭或是石頭之不需要的地方削減、雕刻去除等使得雕刻藝術家所創作的造形逐漸的形成。這也成為雕塑的特點，雕塑可以利用雕與塑的原理來創造出各種素材的組合架構，表現出三度空間的立體效果（李良仁，1996）。雕塑造形的各種形態因此而產生。

「雕塑的造形形態」是傳達藝術創作者思想情感最有效的手法（傅天仇著，1987）。雕塑創作者利用其形態語言來傳達自己的情感，和觀賞者相互溝通。廣義的形有形態、形式、樣式、輪廓、外貌、現象、情況等意義，此種意象必須經歷人的感知意識，透過視覺概念而達到對物像的表達（林崇宏，1999）。早期的雕塑藝術，大都是為了讚頌君主、發揚宗教意義而製作。到了文藝復興時期，雕塑的目的仍在為執政者、宗教與新的中產階級等贊助者，塑造美好的形象，以及傳遞人文主義的使命。一直到二十世紀之前，雕塑的功能與目的一直都停留在特定的目的裡，造形則仍以具象的寫實人物為多。二十世紀初，純粹藝術的理念開始發展，雕塑藝術家才開始自由的創作，自己選擇創作的目的、媒材和表現技巧。新的雕塑造形形態才一再地被提出探討。因此，本節依據造形藝術家的創作模式（圖 2-2-1），分析探討雕塑造形形態種類、雕塑造形風格演變及針對組成雕塑造形立體三度空間的主要空間構成要素，作為本節敘述雕塑造形藝術相關特徵之重要文獻理論根據。

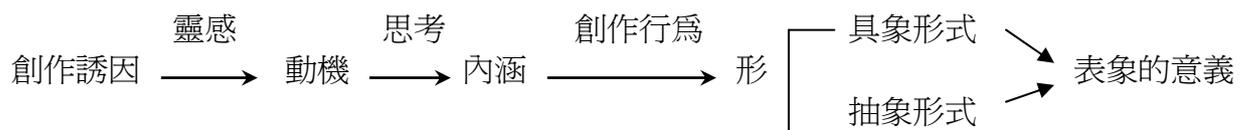


圖 2-2-1 造形藝術創作模式的階段（陳振輝，1995）

一、雕塑造型形態分析

從人類社會發展史的範疇看世界雕塑的發展與淵源，發現其所包含的源頭是眾多繁雜的，可歸納分為兩大類、三大思維邏輯：東方雕塑源流與西方雕塑源流，寫實、具象、抽象三大思維邏輯。三度空間的雕塑造型藝術，藝術家創作的手法技巧、思考的範圍都比平面的繪畫藝術更為豐富、更具創意空間。觀眾在欣賞雕塑藝術作品時，無論是從創作的角度還是從欣賞的角度來說，雕塑都讓人充滿了聯想與激發起無限的想像能力。

（一）雕塑造型藝術創作源流：

雕塑藝術的歷史悠久，可以說是與人類文明史相伴而生的，從舊石器時代晚期的獸骨裝飾品至新石器時代各式的人物、動物的陶器，或是進入有歷史記載年代的佛像雕塑、兵馬俑、唐三彩等，西洋地區也有許多令人印象深刻，以寫實為基礎的雕刻藝術。大部分的雕塑其創作初期是由模仿開始的。在模仿的藝術品中可以發現創作者加入了人類的原始模仿心裡，進而將自然界中的許多事物也模仿進入雕塑藝術中。雕塑藝術家由模仿中，對自然與人之間逐步發現藝術的理性與感性。這些發現使人類對空間的感知從生理走向了心理感受，漸漸瞭解什麼是審美，形成了心理創作的理念。雕塑造型的創作，就是這樣逐漸演變而來的。由這些雕塑藝術的演進發展，發現到藝術家思維雕塑造型題材，從古至今都不外乎為「自然形體」和「人體造型」兩種。自然形體可以說是以較為客觀的存在：可分為具有生命力的有機形體如動物、植物及無生命力的無機形體如玉、礦物、金屬等。有機形體是靠生命力增長而獲得，而無機形體的形成是化合作用和物理作用的結果。人體的造型特點是根據人的意志力創作形成，或是由人重新造出來的形體（表 2-2-1）。對雕塑造型來說，同樣也是依照著相關造型原理理論來創造雕塑造型形態，雕塑藝術不同於造型設計的地方，大概就是雕塑可以依照藝術創作者，更自由的創作，只需考慮其審美意象而不必考慮其造型的機能性與功能性。

表 2-2-1 雕塑造型形態題材分析

雕塑 造型 形態 題材	自然形態	有機形體	動物、花草、植物
		無機形體	無生命的岩石、化石、玉、礦物、金屬
	人體形態	人爲造形	以模仿、複製或是再生進行
			有機造形、幾何造形、具象造形、抽象造形

1、中國傳統雕塑造型形態

中國的傳統雕塑多半具有裝飾性及其實用性，也帶有抽象、形而上的哲理。並可從中國早期雕刻作品發現中國雕塑的藝術重神輕形的特性；我們可以於許多的中國藝術史發現，藝術史裡都沒有明確地描述神的長相，藝術家所製作出來的雕塑藝術品也幾乎都是沒有明確意義的神像。也就是說神的形象塑造是由創作人的心中所建造起來的，就如同君主會命令製作鼎，鼎就可代表著神或用鼎來表示對超自然的敬畏。因此中國傳統雕塑藝術的發展，於民間所信仰的宗教佛像以及帝王陵墓前的石人石獸開始，不管是夏商周時期的青銅雕塑、秦漢時期的陵墓雕刻、魏晉南北朝時期的佛像石窟雕塑、隋唐時期的唐三彩唐俑藝術、兩宋的彩塑羅漢、小型精美的明清工藝雕塑等等。這些石雕、木雕、銅鑄或是泥塑的大小雕塑藝術，因都受限於宗教信仰及君主專制的關係，不僅使得中國傳統雕塑在題材的選擇上較受限制，也影響了中國雕塑藝術的發展走向與脈絡，使中國雕塑開創了寫意傳神的審美思想特徵和風格特徵（楊成寅、黃又鈞，1994）。

中國雕塑是寫意傳神、重神輕形的，以秦陵兵馬俑為例子：兵馬俑毫無疑問的是個寫實的雕塑品。人體和馬匹都是與真實人、馬為大小相同。人、馬的姿勢利用幾種固定的模式，製作翻模而成的。然而，卻可發現到這些寫實成千上萬的秦俑雕塑品，雖然有幾種固定的姿勢，但每一個臉上表情特徵都不一樣的，有的喜悅、有的沈靜、有的成熟……。雖然這些是寫實的作品，但卻可發現雕刻家仍有傳神寫意的觀念作用，藉由微細的面部表情，傳達出藝術家內心的情感。

2、西洋傳統雕塑造形形態

跟中國雕塑相比較起來，西洋雕塑是重形輕神的，以人體雕塑造形來說，更為符合現實生活中的標準形態或者更為完美。從早期古希臘的雕塑造形談起，古希臘雕塑題材多數取材於希臘神話，並都以華麗完美的人體造形為主。或是羅馬時期形象鮮明的雕塑人物、義大利文藝復興的米開朗基羅雕塑創作之悲劇性的人物及十八、九世紀法國的偉大雕塑家羅丹創作的英雄氣概造形的人物，這些西洋雕塑史的共同特點都是以較寫實的手法為基礎。從西洋現代的雕塑創作也能發現到重形輕神的觀念：構成主義的雕塑或是抽象主義的雕塑，皆是利用簡單的形狀線條、空間組合構成雕塑藝術，或者為利用有機的抽象形體創作。這些創作形成了一種幾何抽象或是特殊的造形形式語言，更表達出藝術家對於形體構成的創作更勝於欲表達創作的理念。

西方的雕塑是重形輕神的，偉大的雕塑家羅丹就曾提及：「藝術就是感情！」但他又補充說：「如果沒有體積、比例、色彩的學問，沒有靈敏的手，最強烈的感情也是癱瘓的。」這就是說，雕塑要用體積、比例、形體的高低起伏表現感情，有了形體的雕塑才得以將藝術家的感情表達出來（楊成寅、黃又鈞，1994）。

綜合上述，將西洋雕塑及中國雕塑的藝術創作之造形形態比較如下表：

表 2-2-2 西洋傳統雕塑藝術與中國傳統雕塑藝術比較表

	中國雕塑	西洋雕塑
雕塑形態外觀	重神輕形，只要雕塑品的神態，跟原物一樣，欣賞者便能感受到雕刻家想帶出的意念。藝術作品較為寫意、直覺。	重形輕神，重視外在形體的模仿，藝術作品較為寫實、理性。
雕塑造形題材	題材較為狹窄，大部份都是人、神或動物等，因為思想封閉，對新事物的接受程度較低、較重材質。	題材廣泛，包括神話人物、身邊的事物及日常生活，因為重科學，題材隨社會更新，較重表現。

藝術創作意念	作品的意念較為虛幻，要表達自然的生命力，因為中國人注重人與自然合一，重自然。	作品的意念重視真實感，所做出來的都為求逼真，完全模仿原來的東西，重人工。
藝術家思想	中國藝術家思想較為保守，創作藝術作品時，會先考慮其作品是否具道德性。	思想較為開放，有很多裸體雕塑出現，他們視這些為藝術的一種。
藝術品用途	包括裝飾，作為神像給人供奉，陪葬品等等，用途相當廣泛。	用途大多數是作為裝飾品，美化園林和建築物等，相對用途較小。

二、雕塑造形風格思維：

雕塑造形風格思維的分類，是根據造形原理、藝術概論、視覺藝術等相關理論進行雕塑造形風格的分類，並作為本文公共空間戶外雕塑作品蒐集後，進行造形分類的理論依據及分類的認定原則標準。

（一）造形風格分類：

造形風格思維的分類，有許多學者稱之為藝術表現手法分類、造形形式分類。通常在視覺造形藝術的風格思維中，將藝術品的形體只分為二大思維，為具象造形與抽象造形。所謂「具象造形」是具有客觀意義的形象，以模仿客觀事物為出發點，使人能夠判別出它的實質意義的造形，由於實像是實際存在的事物，亦有人稱之為「現實造形」，概括的說，具象造形可分為「寫實的造形」和「變形的造形」兩種基本造形。寫實造形係以較客觀的真實描寫事物的真實面，而後者則應用誇張和省略的手法，表現事物在主觀感受中的特殊表像（邱永福，1988）。而「抽象造形」則是指不具客觀意義的形象，作品裡沒有可辨認的「現實形象」，它不是由自然界或現實事物所真實模仿描寫出來的相對物（counterparts in nature or reality），抽象造形有被解釋為「扭曲」（distortion）的一種形式，是由自然形象的基本形式意味為簡單化，它將自然形象的一些複雜與細節都刪除，再由一些構成元素（elements）將之組構（點、線、面）而成（林崇宏，1999）。

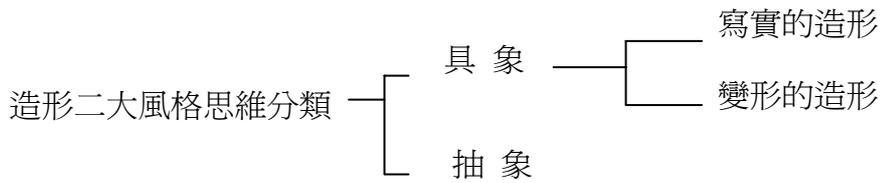


圖 2-2-2 視覺造型三大風格思維分類圖

(二) 雕塑造型思維及分類：

雕塑造型思維的分群是依據造型思維理論，將雕塑造型風格分成寫實造型雕塑、具象造型雕塑及抽象造型雕塑三大思維。寫實造型雕塑是指將描繪更精緻寫實的造形從具象思維中提出，劃分為獨立的思維方式。具象造型思維中則為變形的造形。而抽象造型雕塑不僅雕塑造型更為誇張變形，連材質的運用也更具豐富的變化。

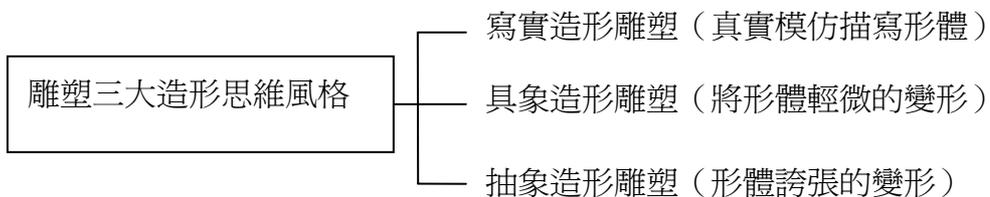
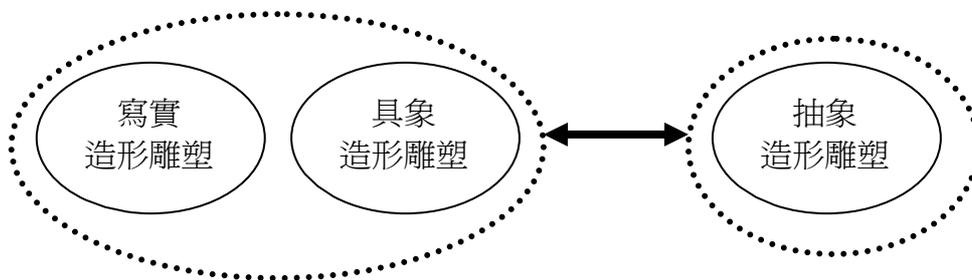


圖 2-2-3 雕塑造型三大風格思維分類圖

1、寫實造形雕塑：

屬於較傳統的雕塑表現技法。即藝術創作者對客觀物體對象如實描寫的寫實手法，真實的模仿外在形體與動態，再現物體原始形態。創作動機主要是以模仿為出發點。除了真實描寫客觀物體外在輪廓形體，也會依其比例大小來創作雕塑藝術品，並與客觀物體的相似度幾乎為百分之百，有些創作者甚至會美化該客觀物體的形態。這類寫實風格思維創作以描寫真實人體造形、動物造形形態居多。如圖 2-2-4，這件作品以寫實的技法，細膩的刻畫老人疲憊的臉，消瘦蒼老的身體靜靜地坐在公車站前的椅子上，就像是在等待著公車的到來（《世紀黎明—1998 年成功大學世紀黎明雕塑展》，1998）。

2、具象造形雕塑：

具象雕塑的技法表現通常是介於傳統與創新之間。創作者依據自己主觀概念而對客觀物體進行形態加減的變形，但整體上不會脫離客觀物體的真實具體形態。也就是說，具象雕塑造形雖然已經變形，但觀賞者卻仍可以一目瞭然的看出創作者所欲傳達的物體形象，或者是其欲傳達的意義。這類具象雕塑創作題材通常也都以人、群眾為主。如圖 2-2-5，這件作品簡化了原本複雜的人體肌肉表現，用簡單的輪廓外在線條表現出身體圓潤的特徵，藉由簡單的韻律舞蹈形態傳達出跳舞時的喜悅（《世紀黎明—1998 年成功大學世紀黎明雕塑展》，1998）。

3、抽象造形雕塑：

近幾年來抽象雕塑逐漸成為現今雕塑造形藝術主流。抽象雕塑所使用的材料、創作技巧的表現都更具創新及變化，題材的選擇也更為豐富，可以從人體的扭曲創作到天馬行空想像的物體創造，甚至夢想中任何沒有形體的事件都可以創作為藝術品。抽象雕塑造形特點為藝術品本身造形的主體是看不出具有任何對象的具體形態。抽象雕塑運用各種點、線、面、塊的多種組合，有很強的個人主觀表現，通常不易被人看懂，但卻能表達感情及渲染氣氛，較容易帶給每個人不同的感受及想像空間。如圖 2-2-6，這件作品就像是由多個不同的幾何形狀組合而成，用極簡的造形手法創作，大多數的人於觀賞時會不易看出創作者所欲表達的

情感，因此有時必須從作品名稱中才能得知作者創作的原意（《世紀黎明—1998 年成功大學世紀黎明雕塑展》，1998）。

表 2-2-3 雕塑造形三大思維表

造形風格思維	寫實造形	具象造形	抽象造形
造形形態	寫實	具象	非具象
形象與線條	實物形象真實描寫、有時會美化線條輪廓	將實物稍微簡化但仍看得懂實物的形象、具有象徵性性質、觀念性意義	通常為幾何形狀、不規則的形狀，做形式內涵的表現
題材的選擇	人體形態、動物形態居多	人體形態、動物形態、紀念碑、紀念坊	人物、動物，或者是非形式的精神表達
題目命名	具體明確的描述	具體明確的描述	以象徵性、隱喻性的描述
派別	文藝復興、超寫實主義	印象主義、新表現主義	抽象主義、立體主義、現代雕塑
代表雕塑家	米開朗基羅(Buonarroti Michelangelo)、約翰·德·安德里(John De Andrea)	羅丹(Auguste Rodin)、伊麗莎白佛林克(Elisabth Frink)、亨利摩爾(Henry Moore)	畢卡索(P.Picasso)、布朗庫西(Constantin Brancusi)

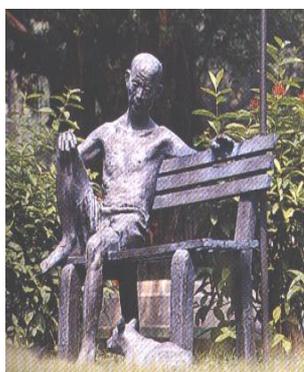


圖 2-2-4
寫實造形雕塑

作者：陳冠豪
作品名稱：等待



圖 2-2-5
具象造形雕塑

作者：唐自常
作品名稱：喜悅



圖 2-2-6
抽象造形雕塑

作者：姜憲明
作品名稱：萌芽

第三節 雕塑造型意象理論

以群眾為導向的戶外雕塑藝術，雕塑造型設計不再只是藝術家自己的創意構想，有時需要與群眾共同計畫設置戶外雕塑。雕塑造型意象的傳遞已成為群眾與藝術創作者之間溝通的重要媒介。雕塑造型藝術是以空間為素材的視覺藝術，幾乎所有的雕塑造型，都是來自藝術家對於形像的創造，且通過形態來傳達自己的情感與技法表現。而觀眾在欣賞這些雕塑藝術時，也會產生自己對藝術的喜好，當觀賞者觀賞並接受這些藝術創作者所欲傳達的情感時，會產生一種聯想與想像，這個過程就是一種意象。當意象產生之後觀賞者就會產生屬於自我的審美觀點。

一、意象的定義與內涵：

(一) 意象的意義：

意象一詞，根據韋氏辭典對「意象」所下的定義為：對某種事物、概念、想法及印象的心理圖像(陳威亞, 2002)。當意象運用於藝術探討上面時，意象(Image)可以簡單解釋為人們看到藝術品時於心境上所產生的感想，及其對藝術品本身所看到的直覺印象與表象等感覺，不僅屬於視覺的範圍，也包括整個心理圖像所產生的過程。意象可以說是純粹訴諸人的感覺、感知，產生與實物沒有實際或局部關聯的視覺形式。因此，可知人們對於藝術所產生的意象感覺，並不一定是和藝術品本身的造型形態有其嚴密的相對應性，而是以較抽象化、一般化的形式浮現在觀賞者心中。

表 2-3-1 各辭典對意象的解釋

韋氏辭典 (Webster's Dictionary)	a reproduction of a person or thing (人或物的再製) a thing actually or seemingly reproducing another (一件實際或看似由另一物品再製的物品) the visual impression of something in a lens mirror (在鏡片內或鏡子中看到的某物之視覺印象)
	an artificial imitation of the external form of any object (任何物體外在形態人為模仿或呈現)

<p>牛津英文辭典 (The Oxford English Dictionary)</p>	<p>a mental representation of something, not by memory or imagination; a mental picture or impression, an idea, conception (某物的心理呈現, 不是直接的知覺, 而是藉由記憶或是想像; 一種心理圖像或印象, 一種想法、概念)</p> <p>a representation of something to the mind by speech or writing; a vivid or graphic description (借語言或文字, 在心靈中對某事物的呈現; 一種生動或圖形的描述)</p>
<p>張氏心理辭典</p>	<p>物體的光刺激投射到視網膜上所形成的像</p> <p>記憶中以往感覺經驗的重現</p> <p>對人、團體或政府機構的一種帶有價值性的判斷或觀感</p>
<p>認知心理學</p>	<p>不在眼前的物體或心理表徵</p>

取自(柯超茗, 1997)

(二) 雕塑造形意象初步概念：

雕塑造形意象的形成，來自於人們對於造形的認知：藉由透過雕塑藝術品本身的造形線條、色彩、質感、結構等因素，以及外在環境文化所賦予雕塑的意義，形成雕塑藝術品，並成為雕塑造形藝術與人們溝通的語言。而雕塑藝術的外觀形態所傳遞的訊息，並非僅於視覺上的美感，有時藉由傳達藝術品外在形態的造形創作美感，及內在的藝術價值、歷史文化……等，使群眾產生不同之雕塑造形意象感覺，並影響群眾對雕塑藝術品的價值與喜愛。

將群眾對於雕塑造形意象感覺作進一步的分析，一般群眾對雕塑造形所產生意象感覺可分成外在形態知覺與內在價值感覺：

- 1、雕塑造形帶來外在的意象：係指群眾對於「雕塑造形外形」這個概念的想法、感觀、聯想。
- 2、雕塑造形帶來內在的意象：係指群眾觀賞雕塑造形之後，人們對於雕塑所產生的內在「藝術價值印象」的感覺。為觀賞者的雕塑審美初步感覺認知。

(三) 群眾與藝術創作者的雕塑造形意象概念

不僅是群眾對雕塑造形作品會產生意象感覺，其藝術創作者同樣會藉由聯想，將心裡所創作出的造形，轉化成真實的藝術創作品，成為藝術家具體呈現的藝術創作靈感。意象成爲一種傳遞藝術感覺的過程，不管是雕塑造形藝術創作者、還是欣賞的群眾，都會藉由自身對雕塑造形的感受，直接對雕塑造形形態產生聯想。圖 2-3-1，爲雕塑造形意象感覺訊息模式圖，從圖中可看出群眾對於意象形成初步概念，與雕塑造形藝術家創作時意象的形成是相似的，同樣藉由聯想、轉化、具化三個過程來產生對雕塑藝術作品的喜好。

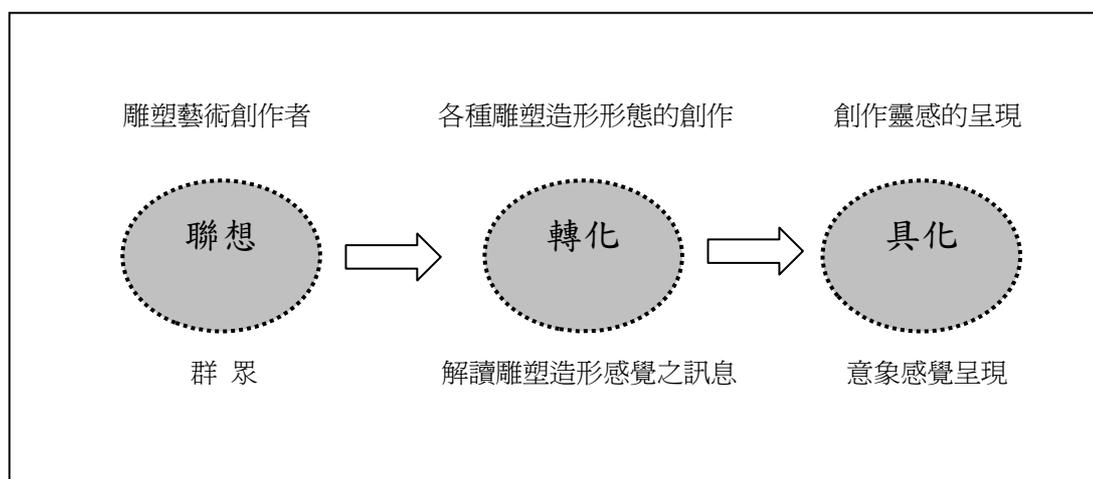


圖 2-3-1 雕塑造形意象感覺訊息模式圖

二、雕塑造形形態與意象的關係

(一) 雕塑造形意象形成過程：

意象是心理學上的名詞，是屬於一種人類的心理特徵，當這個名詞被應用到藝術或是文學上時，便產生了一個粗淺的定義，稱爲「心理上的圖畫」(mental picture) (林俊男，2002)。雕塑造形意象的形成，就是依據心理意象概念，觀眾首先從視覺接收，當群眾觀賞雕塑家所創作之雕塑藝術品時，無論雕塑藝術品創作形式與原物相似與否，觀賞者透過自己的感覺經驗與想像的過程，將獲取的造形形態描繪存留於自己腦中。

（二）雕塑審美意象

一般來說，造形藝術主要是以三維立體空間的形式，表現出藝術家的創作意圖，與二維平面空間中的藝術類別相比較之下，立體的造形雕塑具有規模大、表現空間廣闊等特點。就雕塑藝術而言，這是以一種絕對線條的形式，利用三維立體空間，塑造出人體、動物、靜物等，藉由立體造形雕塑來展示創造者的情感藝術創作。造形藝術的「審美意象」，同樣也是欣賞者觀賞藝術品的一種心理過程，對藝術品的感覺藉由意象形成一種表象，這種表象經過情感邏輯抽象，與審美態度相結合，在這種心理因素的融合下，最後以新的面貌呈現出來，成為審美意象。造形藝術的審美意象就是主體的特殊心理狀態，及其對造形藝術的審美形式，表現在於造形藝術品的線條、形態，及所引起的複雜又和諧的內心體驗。因此，無論是藝術創作或是欣賞藝術品，都是需要藉由意象的形成來進行審美活動。造形藝術的審美意象也是在與審美主客體相互作用中產生的，是兩者相互作用的產物，是主體心靈蘊釀審美表象的結果。

造形藝術的審美意象並非是造形藝術品的本身，而是進入了主體的審美視野，要經過主體的表現與關照，然後才能成為審美的客體。審美直覺就是轉化審美意象為直接審美客體的審美心理動力。以直覺做為主體的一種思維能力，也是需具有對象性審美意象活動。也就是說，在鑑賞雕塑造形藝術品時，直覺可作為面對造形藝術的感性形式，產生審美意義。這就是審美的直觀性。這裡的直觀指的是主體通過視覺或是聽覺對造形藝術品進行感知，獲得藝術品知覺的形象。審美本身就是有直觀性，是主體把握對象的外部感性形式的審美能力。因此，可以發現造形審美意象如同先前對意象所下的定義，同樣也是一種心理上的直接感受認知。群眾或是藝術創作者，可以藉由直觀性審美意念或審美形式，對藝術品進行審美活動。並從中獲得更豐富的審美經驗，以增加對藝術欣賞的能力或是創作能力。在直觀的審美意象概念裡，這就是造形藝術審美活動和藝術創造的目的。

由圖 2-3-2 雕塑藝術審美歷程圖中，驗證得知群眾觀賞雕塑作品時會於心中產生心理意象感覺。從心理結構來說，人與物的溝通是建立在刺激與反應的過程中，許多情況是物品發出信號刺激到使用者的器官，使用者在經歷一連串的解讀過程後，針對刺激物做出反應。以雕塑造型藝術來說，當群眾欣賞雕塑造型時，群眾對雕塑造型形態的感知於是形成，並建立在人與雕塑物的溝通感覺上。也就是說，當群眾看到一件雕塑造型擺設於戶外公園時，眼睛會接受到雕塑造型的刺激，對該藝術品產生感覺，這樣的情況，就是物體發出訊號，刺激人類的感知系統使之對於雕塑造型形態產生反應的結果。這為群眾於心理所產生的感覺，因而將它稱為意象感覺。

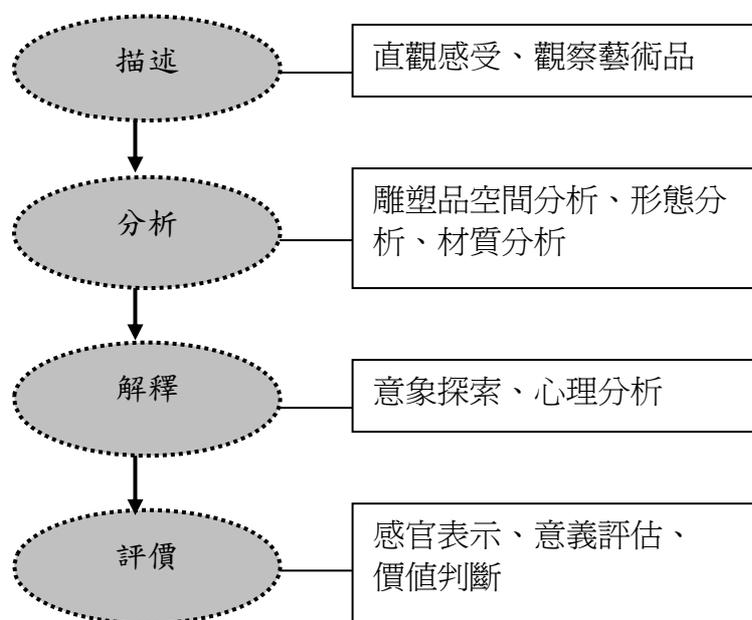


圖 2-3-2 雕塑藝術審美歷程圖

(三) 雕塑造型形態感知與感覺意象形容詞

雕塑造型形態可藉由意象形容詞語彙，將觀賞時心理所感受到的雕塑造型意象感知感覺表達出來。比如說：落伍的、古老的、傳統的、復古的、古典的、先進的、現代的……等，這類形容詞通常帶給群眾的感覺，是具時代性創意轉變等意象認知；而自由的、束縛的、脆弱的、浪漫的、感性的、溫馨的……等等，又

給群眾一種心理情感的意象感受；細膩的、粗糙的、簡潔的、複雜的、多變化的……等形容詞帶給群眾的感覺，就像是在描述雕塑物的外在形體構想。由此可知，群眾與雕塑藝術創作者，可藉由意象形容詞的傳遞，傳達心理所觀察到的、感受到的雕塑造型意象感覺。

三、相關意象論文文獻探討：

關於雕塑造型意象的論文，目前並沒有發現有相關性質論文，因此，本研究論文主要參考造型設計類的論文，作為初步瞭解群眾意象感覺的重要資料。分別敘述如下：

林聖岳於《產品造型與與品牌形象的相互關係研究—以行動電話為例》，主要探討的是消費者記憶中的企業形象與品牌相連的想法，與產品意象上是否有相同因素的存在。PI 產品造型與 CI 企業形象的探討，都是以語意差異法進行受測者對行動電話產品樣本的造型風格意象評量，及企業形象意象評量。建立行動電話使用者意象認知的量化資料（林聖樂，2003）。

林俊男於《人工聲音信號意象感知評價之研究》，主要是以感性工學的觀點，針對家庭生活場域中的門鈴音、電話音、鬧鐘音、警示音等四類 18 個人工聲音信號樣本，進行語意差異分析法之意象評價實驗。藉此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之間的關聯性（林俊男，2002）。

呂明泉《視覺與觸覺的意象差異研究—以塑膠材質咬花為例》，本研究的出發點是以探討人類對產品材質的質感意象為主題，分析物品在材質的視覺與觸感是否有差異性的產生。利用意象尺度表，以感性工程為基礎，經量化統計實驗結果得知，觸覺的主要影響因素主要來自材質，而視覺及混和知覺的主要影響要素主要來自花紋。研究者認為藉由數值統計結果準確的預估出受測者對樣本的感受評量（呂明泉，2002）。

黃淑雅於《造形特徵之心理意象分析》中，利用語彙以語意差異法探討平面造形之視覺感受，並且依照不同性別及受過設計訓練與非受過設計訓練之受測者進行平面造形與意象關係之探討。結果歸納出各種基本形狀對不同受測者於視覺上所產生的意象結果（黃淑雅，1997）。

蔡子瑋於《產品意象語言研究—以本土意象為例》，主要探討的是產品的本土性意象及其地域文化和民族性傳達的意義。此論文主要藉由各國產品意象相同點，探討構成產品意象的要素，及進行各地域形塑品本土意象的設計語言本質意象的瞭解與研究。從意象的認知辨識、傳達，對產品本土性意象的成因及表徵意義，歸納出意象語言的建構模式（蔡子瑋，1994）。

綜合以上相關研究的探討，不僅有助於本研究在瞭解群眾對於意象感受時的初步探討，更能透過文獻分析歸納加以釐清本研究的研究目的。

第三章 研究方法與步驟

第一節 研究方法

爲使本研究順利達到研究目的，主要採用文獻分析和調查研究方法進行研究，以便瞭解現今群眾對於戶外雕塑造型形態的認知情形。茲分別敘述如下：

一、文獻分析法：

本研究在相關文獻的探討上，分成二個部分。第一部分：主要探討戶外雕塑造型定義、雕塑造型形態構成基本定義，及其相關造型理論以進行雕塑風格思維分類。第二部分：探究雕塑造型形態與群眾意象之間的關係，作爲初步瞭解群眾對於雕塑造型意象的概念，以確立本文寫作之基本論述。最後則針對意象相關論文文獻，進行探索與歸納分析，提供本研究於相關文獻及研究方法時的參考。

二、調查研究法：主要欲建立研究議題以進行分析比較。

- (一) 現象評估法：選定欲調查的地區，進行實地戶外雕塑作品現況分析、記錄。
- (二) 意象分析法：運用具有直觀性特徵的意象思維方法，通過聯想、想像等心理過程，並藉由群眾意象的感覺、記憶、表象爲基礎，探討群眾對雕塑藝術於腦海中形成主觀映象。利用此方法整理雕塑造型相關意象語彙，進行意象形容詞語彙的蒐集。
- (三) 語意差異法：語意差異法 (Method of Semantic Differential, 簡稱 SD 法) 是由 1942 年美國心理學家 Osgood 所創，語意差異法研究主要是研究受測者對各種產品樣本意象的一種實驗方法 (Osgood, 1989)。在進行時，要求受試者在一些意義對立的形容詞所構成的量尺上，對一種事物或概念進行評估 (陳俊宏, 1998)。此法是由概念 (Concept)、量尺 (Scale) 及受測者 (subject) 等三個因素所構成。問卷中藉由對立語意形容詞，整理出受測者對雕塑造型的意象感覺認知。
- (四) 李克特量表：李克特量表 (Likert scale) 又稱爲總加量表法 (summated rating scale)，此量表乃基於，以問題來反映對議題所持的態度，量表上的每一項

目，皆具有同等的「態度價值」、「重要性」，或「權重」等之假設（Ranjit Kumar，2000）。本研究藉由此量表的分析，探討戶外雕塑設置於公共空間時群眾對其戶外雕塑藝術的接受程度、及其造形形態喜好調查。

第二節 研究架構

本文的研究架構如下：

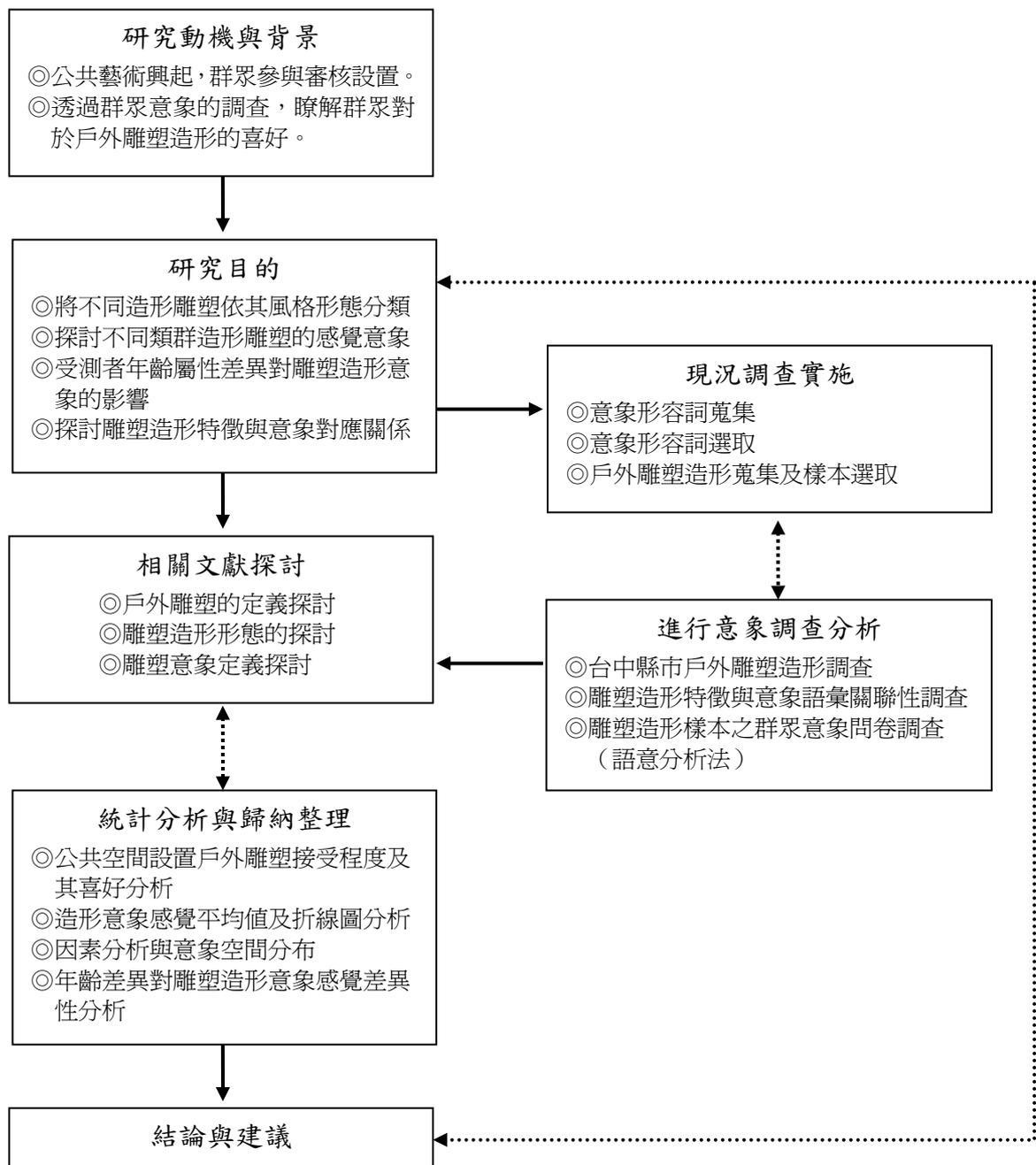


圖 3-2-1 研究架構圖

第三節 研究流程與步驟

本論文的進行可分為前期階段、中間階段與後期階段三大部分，前期階段以文獻探討為主，將雕塑造形形態、群眾的雕塑造形意象等相關理論及文獻解讀分析，作為初步瞭解現今戶外雕塑造形及其群眾意象概念，確立本文寫作之基本論述。中間階段則利用調查研究方法，建立研究議題並進行分析比較。最後階段則利用問卷調查的方式，進行探討群眾對於雕塑造形意象的調查研究。其研究流程如下圖 3-3-1 所示：

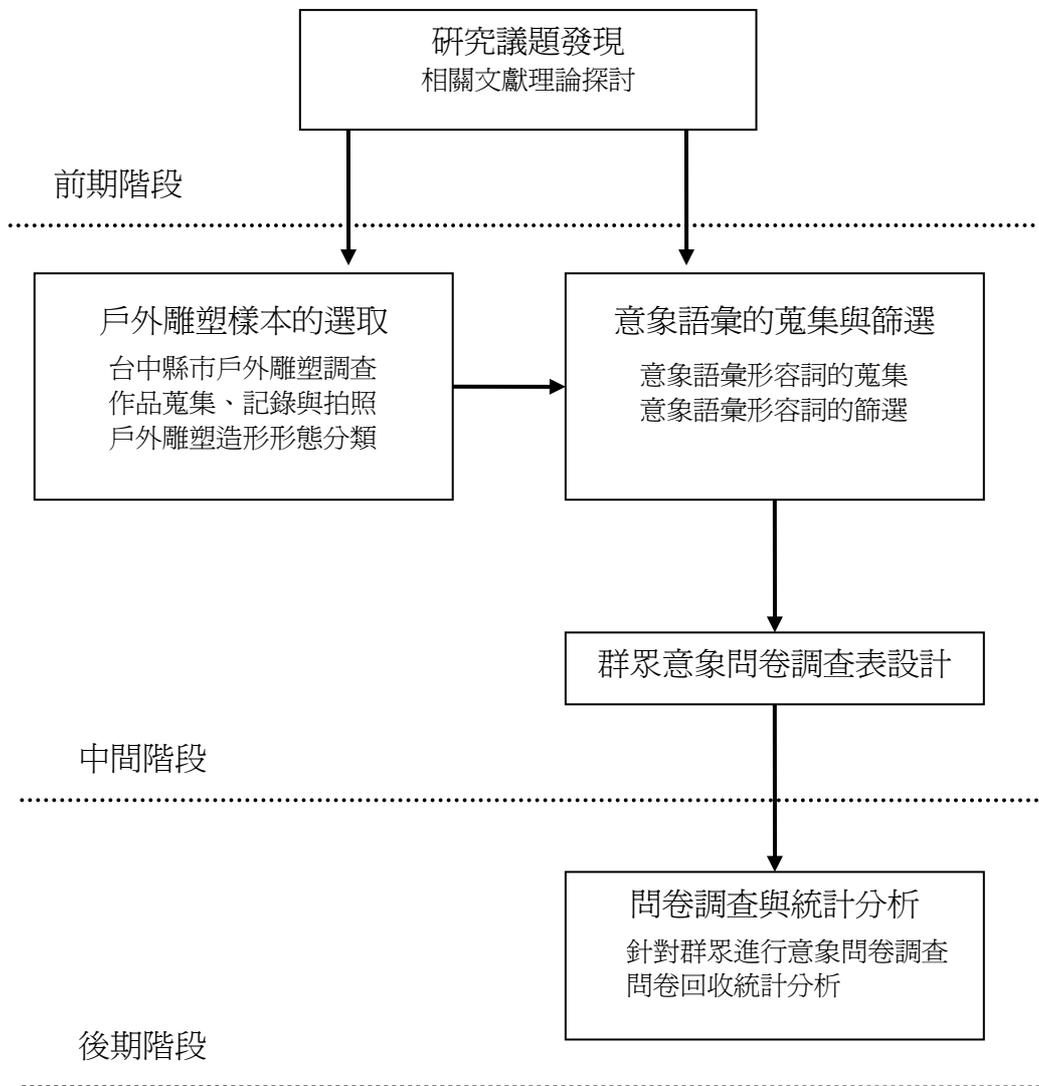


圖 3-3-1 研究流程圖

將本研究階段步驟描述如下：

表 3-3-1 研究步驟表

研究流程	研究步驟	目 標	說 明
前期階段	一	發 現 問 題	公共藝術興起，群眾對於戶外雕塑設置的影響越來越大，欲探討群眾對於戶外雕塑造型的喜好
	二	初步文獻探討	意象相關理論探討
	三	確立問題階段	探討群眾的意象感覺
	四	深入文獻探討	戶外雕塑定義、雕塑造型形態研究及群眾雕塑意象探討
中間階段	五	調查台中縣市公共空間戶外雕塑	全部共有 210 件戶外雕塑造型作品
	六	意象形容詞語彙蒐集	共 170 個相關意象語彙
	七	篩選戶外雕塑圖片及意象形容詞語彙	選出問卷所需 8 件樣本、20 組對立意象形容詞樣本
	八	問卷調查表設計	以語意差異法及李克特量表為主要問卷調查方法
後期階段	九	問 卷 調 查	選定台中縣市 100 名群眾進行問卷調查
	十	結 果 與 分 析	公共空間設置戶外雕塑接受程度及喜好分析 瞭解觀眾的雕塑造型意象喜好及感覺差異分析 雕塑造型空間意象屬性分析
	十一	建 議 與 結 論	提出建議與結論

第四章 調查實施

本研究戶外雕塑造形意象的調查實施，首先由雕塑造形樣本的選定開始進行。本文的戶外雕塑調查範圍，選擇台中縣市為主要調查範圍。並同時進行雕塑意象形容詞語彙的蒐集。最後抽樣選出戶外雕塑造形樣本，配合意象形容詞語彙設計成問卷，針對台中縣市居民群眾進行問卷調查。

第一節 台中縣市公共空間戶外雕塑造形調查

一、台中縣市範圍分布調查：

首先選定台中縣市為主要調查地區，台中市可分為八個區域，台中縣則有二十一個鄉鎮城市。包括的地區如下表 4-1-1 所示：

表 4-1-1 台中縣市一覽表

台中市	台中縣	
A 西區	I 大里市	T 潭子鄉
B 中區	J 大甲鎮	U 神岡鄉
C 南區	K 豐原市	V 大肚鄉
D 北區	L 清水鎮	W 沙鹿鄉
E 東區	M 后里鄉	X 龍井鄉
F 南屯區	N 東勢鎮	Y 梧棲鎮
G 北屯區	O 石岡鎮	Z 烏日鄉
H 西屯區	P 霧峰鄉	a 大雅鄉
	Q 和平鄉	b 大安鄉
	R 太平市	c 新社鄉
	S 外埔鄉	
合計 8 區域	合計 21 鄉鎮	

二、戶外雕塑作品調查整理：

台中縣市的戶外雕塑作品經筆者調查之後，可得知台中市有 147 件戶外雕塑藝術，台中縣則有 63 件，因此台中縣市之戶外雕塑合計共為 210 件。各地所設置的雕塑藝術品名稱、作者、材質及年代都有詳細紀錄（附錄一）。並根據雕塑造型理論將戶外雕塑造型分成寫實雕塑、具象雕塑及抽象雕塑三大類群（附錄二）。台中縣市各區域、鄉鎮分類群之類數量統計如下表 4-1-2 所示：

表 4-1-2 台中市戶外雕塑分類數量表

分區區域	寫實造形	抽象造形	具象造形	作品總數量
西 區	7	37	10	54
中 區	0	0	11	11
南 區	0	6	0	6
北 區	2	10	3	15
東 區	2	1	0	3
南屯區	23	14	17	54
北屯區	2	1	0	3
西屯區	0	1	0	1
台中市合計	36	70	41	147

表 4-1-3 台中縣戶外雕塑分類數量表

地 區	寫實造形	抽象造形	具象造形	作品總數量
大里市	0	1	0	1
大甲鎮	3	4	3	10
豐原市	11	6	2	19
清水鎮	11	8	7	26
后里鄉	0	0	0	0
東勢鎮	0	0	1	1
石岡鎮	1	0	0	1
霧峰鄉	2	1	1	4
和平鄉	0	1	0	1
太平市	0	0	0	0
外埔鄉	0	0	0	0
潭子鄉	0	0	0	0
神岡鄉	0	0	0	0
大肚鄉	0	0	0	0

沙鹿鄉	0	0	0	0
龍井鄉	0	0	0	0
梧棲鎮	0	0	0	0
烏日鄉	0	0	0	0
大雅鄉	0	0	0	0
大安鄉	0	0	0	0
新社鄉	0	0	0	0
台中縣合計	28	21	14	63

三、戶外雕塑樣本的選取：

其問卷調查所需之樣本，爲了避免因研究者對於雕塑造型主觀喜好，而影響本文的研究結果，故採取簡單隨機抽樣方式進行挑選雕塑造型樣本圖片。

(一)步驟一：樣本編號

筆者從全部 210 張的戶外雕塑圖片中，將所收集的雕塑樣本分爲寫實造型雕塑、抽象造型雕塑及具象造型雕塑三大類群，並且編號以方便隨機抽樣。寫實造型類群圖片共有 64 張，圖片編號爲樣本 1 至樣本 64。抽象造型雕塑類作品共有 91 件，圖片編號爲樣本 65 至樣本 155。具象造型雕塑類則有 55 件，圖片編號爲樣本 156 至樣本 210，(見附錄三)。

(二)步驟二：開始抽樣決定雕塑樣本

研究者採用簡單隨機抽樣方法 (SRS) (Ranjit Kumar, 2000)，由研究者設計籤筒進行隨機抽樣將問卷樣本選出。寫實造型雕塑類及抽象造型雕塑類各選出三件樣本，具象造型雕塑類則抽選出二件作品，作爲問卷所需之雕塑造型樣本。抽樣而出的雕塑樣本共有八張，如圖 4-1-1 (樣本 10)、圖 4-1-2 (樣本 26)、圖 4-1-3 (樣本 32)、圖 4-1-4 (樣本 207)、圖 4-1-5 (樣本 182)、圖 4-1-6 (樣本 92)、圖 4-1-7 (樣本 130)、圖 4-1-8 (樣本 148) 共八張圖。

第一群：寫實造形雕塑類樣本圖



圖 4-1-1



圖 4-1-2



圖 4-1-3

第二群：具象造形雕塑類樣本圖



圖 4-1-4



圖 4-1-5

第三群：抽象造形雕塑類樣本圖



圖 4-1-6



圖 4-1-7



圖 4-1-8

第二節 雕塑造型意象形容詞語彙蒐集

一、意象語彙蒐集之目的：

在對一般意象或感覺的描述中，常以語意差異法作為調查研究的方式，透過形容詞的描述，讓受測者表達出對物體的感受。因此，本研究在實施意象調查的階段，首先進行雕塑造型意象形容詞語彙蒐集，選出適合研究主題的意象形容詞，這些形容詞必須包括能夠描述雕塑造型形態的感覺特性，與表達受測者心理感受的語詞。藉由意象語彙心理感受特性，使雕塑造型藝術創作者瞭解其群眾對其雕塑造型意象感覺喜好，並有助於雕塑造型創作時靈感啟發的產生。

二、群眾意象形容詞語彙樣本的蒐集：

為了使意象形容詞能夠更客觀正確的描述雕塑造型的形態及感覺特質，雕塑意象語彙的蒐集，進行步驟如下：

（一）步驟一：

本階段感受語彙方面是參考設計類意象相關研究，及相關雕塑刊物、雕塑造型圖錄、雕塑家創作作品集等，蒐集適合雕塑造型的形容詞意象語彙，共約 170 多餘個語彙（見附錄四）。經初步篩選其意義、性質過於相近者，並加以取捨後，選出適合雕塑造型三大群組所適合的意象形容詞語彙，寫實群組的有 28 個，抽象群組有 30 個，具象群組有 24 個，總共為 80 個相關語彙（表 4-2-1），並以此作為初期的樣本。

（二）步驟二：

然後經由 6 位具有雕塑藝術創作相關背景者，以小組討論表決的方式，主觀角度進行第二次之感受語彙的篩選，選出適合三種不同群組之對應形容詞語彙樣本共計 20 組語彙對組，作為正式問卷調查時的語彙。（表 4-2-2）。

表 4-2-1 雕塑造形群組的意象語彙

寫實造形雕塑群組					
古典的	平常的	莊嚴的	傳統的	穩重的	樸素的
保守的	實用的	呆板的	復古的	堅固的	成熟的
鄉土的	束縛的	細膩的	落寞的	儉樸的	通俗的
單調的	安靜的	浪漫的	溫馨的	悲傷的	精緻的
規矩的	僵硬的	有品味的	實際的	普通的	平凡的
抽象造形雕塑群組					
不耐看的	年輕的	冷酷的	大膽的	顯眼的	自由的
裝飾的	現代的	脆弱的	獨特的	創意的	變化的
迷人的	輕巧的	笨拙的	時髦的	科技的	流行的
個性化	炫目的	趣味的	喜悅的	快樂的	直覺的
幾何的	短暫的	流暢的	頹廢的		
具象造形雕塑群組					
新穎的	粗糙的	簡潔的	複雜的	柔和的	感性的
神秘的	模仿的	夢幻的	粗獷的	優美的	典雅的
可愛的	天真的	親切的	孤單的	感傷的	大眾化的
思考的	模糊的	陽剛的	熱鬧的	俐落的	強烈的

表 4-2-2 20 組對立的意象形容詞語彙

個性化的 — 大眾化的	自由的 — 束縛的	裝飾的 — 呆板的	傳統的 — 現代的
變化的 — 單調的	新穎的 — 普通的	柔和的 — 陽剛的	堅固的 — 脆弱的
輕巧的 — 穩重的	簡潔的 — 複雜的	浪漫的 — 實際的	直覺的 — 思考的
細膩的 — 粗獷的	炫目的 — 平凡的	精緻的 — 粗糙的	冷酷的 — 溫馨的
成熟的 — 笨拙的	莊嚴的 — 親切的	創意的 — 模仿的	獨特的 — 通俗的

第三節 問卷調查實施

本研究的問卷主要是採用封閉式的問卷形式，問卷調查表分為兩個部分。第一個部分為受測者的基本資料（基本年齡、性別及居住地區）及受測者對公共空間設置戶外雕塑接受程度調查。第二部分則將上階段所選取出的戶外雕塑造型樣本，及意象語彙語對組融入意象問卷中。此部分雕塑造型意象問卷目的，在於探討群眾觀賞不同雕塑造型時所產生的意象感覺。本問卷受測者的選取，以台中縣市一般群眾為主，受測人數預計為一百人。問卷調查表於（見附錄五）。

一、問卷內容設計如下：

第一部份：

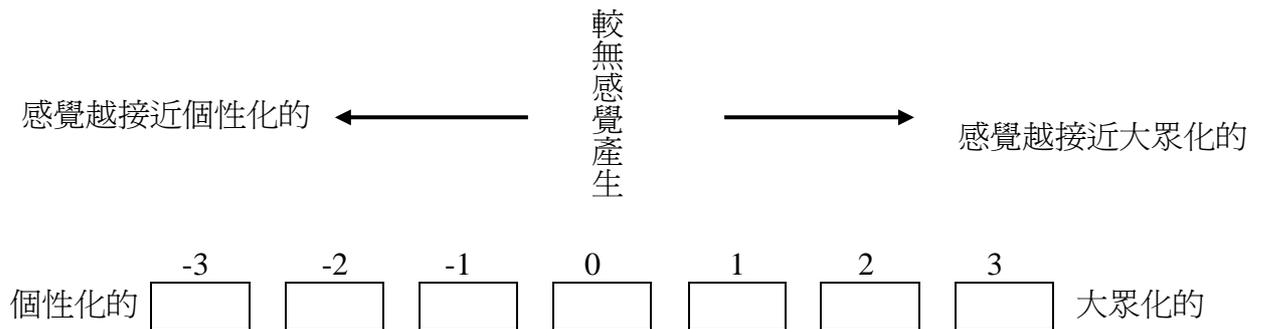
- （一）基本年齡、性別及居住地區：本問卷是以台中縣市居民為主要調查對象，並將調查民眾年齡分成六個層級，而年齡將作為最後分析群眾意象感覺差異性的重要依據。
- （二）群眾對公共空間設置戶外雕塑接受程度調查：主要作為初步評估群眾對於公共空間設置戶外雕塑的接受程度，及群眾其對戶外雕塑造型形態風格的喜好初步調查。欲藉由問卷中得知群眾是否喜歡公共空間設置戶外雕塑藝術品，分析群眾對公共空間所設置的戶外雕塑造型形態接受程度，及群眾對於平面浮雕或是立體雕塑造型的喜好調查。此部分採用李克特量表進行問卷。如問題一：

非 同 無 不 非
常 意 意 同 常
同 見 意 不
意 意 同 意

當我在公共空間時我會留意周遭是否有擺設雕塑藝術品.....□..□..□..□..□

第二部分：

- (一) 戶外雕塑樣本：如本章第一節所述。問卷中的雕塑造型樣本，因考量到造型圖片的清晰度，故將雕塑研究樣本分別拍攝三個角度，讓受訪者更能感受雕塑造型的三度空間特色。
- (二) 群眾意象形容詞語彙對組：以語意差異法分析法為主，藉由雕塑造型樣本及二十組雕塑造型意象形容詞語彙設計成問卷題目，以量尺的方式進行，將每個測試標準共分爲：-3、-2、-1、0、1、2、3 共七個階級。群眾進行意象評估時，依據自己對於戶外雕塑造型樣本的主觀直覺，給予符合該程度標準的分數。如：



二、問卷的回收：

本研究的問卷調查全部發出共 100 份，回收 97 份問卷，其中有兩份意象語意填寫錯誤因而無效，故有效問卷爲 95 份，問卷有效信度爲 95%。

第五章 研究結果分析

在前一章節，本研究藉由意象形容詞與台中縣市公共空間戶外雕塑的蒐集選取樣本，建構了雕塑意象問卷調查，主要研究目的是在探討雕塑造型與群眾雕塑意象感知間的關係。透過群眾對意象形容詞感知進行調查，探討受測者對不同雕塑造型的意象感覺評價結果。在此前提之下，本研究依據問卷調查進行資料的統計分析。因此，這一章節將針對以下所列之問題逐一分析探討：

- 1、台中市與台中縣的公共空間戶外雕塑造型設置比例為何？
- 2、群眾對於公共空間設置戶外雕塑的接受程度為何？
- 3、抽象造型、具象造型及寫實造型的雕塑樣本，在群眾意象的感覺上所呈現的意象特性為何？
- 4、將雕塑造型意象進行因素分析，探討各造型雕塑類群在意象空間上的分布關係為何？
- 5、受測者的年齡屬性是否會影響意象感覺，而產生感覺差異？

透過以上問題的討論，將有助於雕塑藝術家瞭解現今群眾對於雕塑造型印象感覺喜好，提供給雕塑藝術家創作雕塑造型時靈感的啟發，以及其他研究參考。本研究探討主要以問卷調查研究為基礎，因此對於主題意象的探討，利用較科學性的統計方法進行分析，以求較客觀的答案。依據統計方法的需要，將調查的結果轉換成可供統計數值式的數據進行調查結果分析。本研究主要以 Windows 版的 SPSS 統計軟體進行研究。

第一節 台中縣市公共空間戶外雕塑造型設置比例分析

根據第四章調查實施結果進行統計，得知台中縣的公共空間戶外雕塑品共有 210 件，這 210 件戶外雕塑品包括了台中市的 147 件戶外雕塑藝術品，與台中縣 63 件。再將所有調查得到的台中縣市戶外雕塑品，進行雕塑三大造型思維風格類群分類，發現台中市的寫實造型雕塑作品有 36 件、抽象造型雕塑作品有 70 件、

具象造形雕塑作品為 41 件。台中縣的寫實造形戶外雕塑作品則有 28 件、抽象造形雕塑為 21 件、具象造形雕塑為 14 件。

一、台中縣市戶外雕塑分布比例分析：

(一) 公共空間戶外雕塑分布比例：

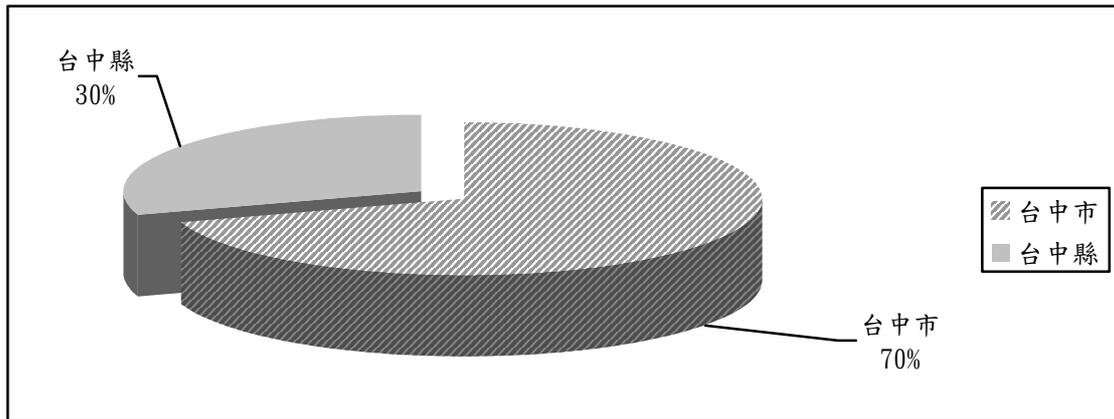


圖 5-1-1 台中縣市公共空間戶外雕塑分布比例圖

從調查到的雕塑樣本中發現，台中市與台中縣的戶外雕塑作品分布比分別為 70%與 30%（如圖 5-1-1）。台中市有 8 個區域，台中縣有 21 鄉鎮，但統計結果卻發現台中市的戶外雕塑作品比台中縣多一倍以上的數量。因此，從這項調查中可看出都市或城鄉的戶外空間所設置的雕塑作品數量真的有其差距。現今公共空間設置戶外雕塑品，都市設置戶外雕塑數量仍高於鄉鎮。

(二) 戶外雕塑造形風格形態分布：

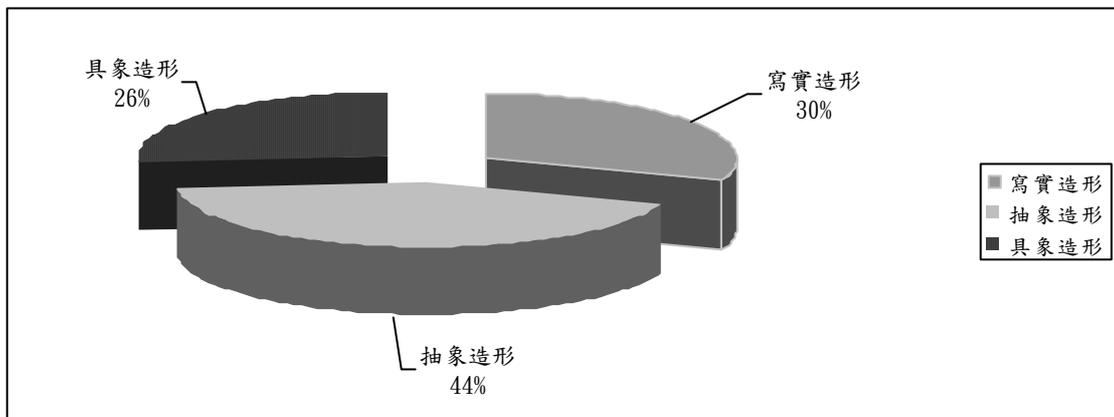


圖 5-1-2 台中縣市戶外雕塑造形風格分布比例圖

將台中市與台中縣公共空間戶外雕塑造型風格形態分成三大類，發現這兩個地區的寫實造型作品加起來共有 64 件，抽象造型雕塑有 91 件，而具象的造型則有 55 件。其佔有的比例分別為寫實造型類為 30%、抽象造型為 44%、具象造型為 26%。從數據可以發現台中縣市所有的雕塑造型形態分布，寫實造型與抽象造型比例相差了 14%，而寫實造型與具象造型的雕塑作品設置數量則只相差 4%。因此可知台中縣市公共空間的戶外雕塑造型分布，寫實造型與具象抽象造型雕塑相差不多，但抽象造型雕塑作品似乎有逐漸增加的趨勢。

二、台中縣市戶外雕塑造型形態風格分析：

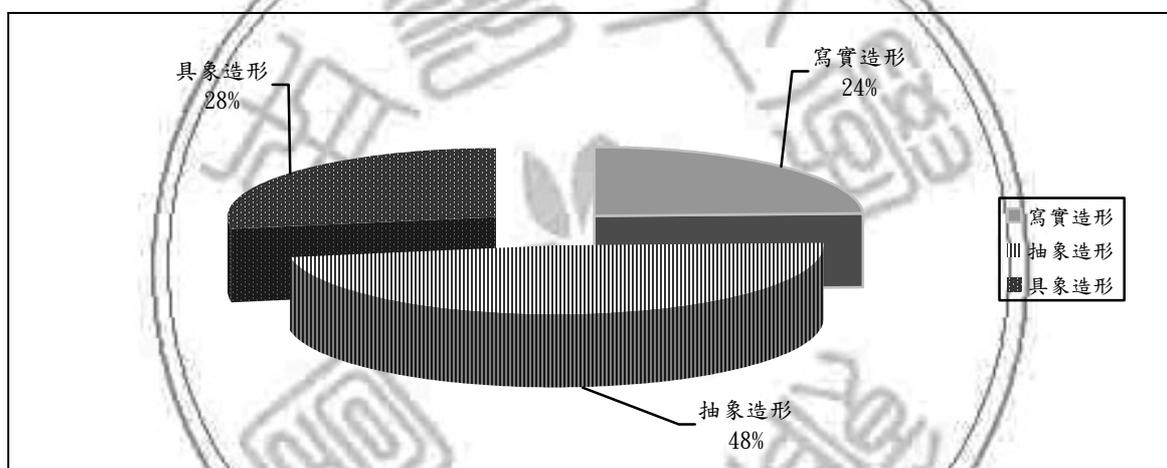


圖 5-1-3 台中市戶外雕塑造型形態風格分布比例圖

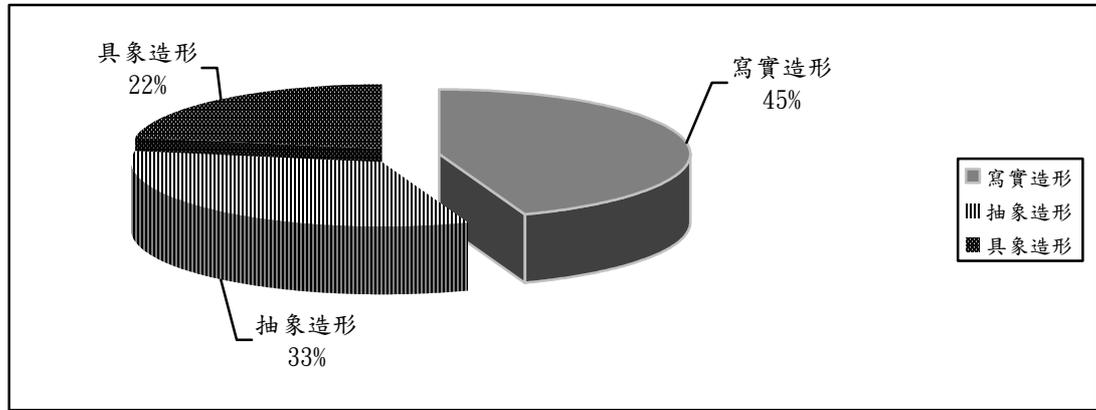
(一) 台中市：

從圖 5-1-3 得知台中市公共空間戶外雕塑造型形態分布數量，寫實造型作品有 36 件、抽象作品有 70 件、具象作品為 41 件。抽象造型類佔有 48%，而具象與寫實造型之戶外雕塑品同樣各為 28% 及 24%。這樣的分布顯示出台中市戶外雕塑造型風格以抽象造型形態分布為最多。介於寫實與抽象造型中間的具象造型則與傳統寫實造型分布則相差不多。

(二) 台中縣：

台中縣公共空間戶外雕塑造型數量分布，從圖 5-1-4 中，發現寫實造型作品有 28 件、抽象造型為 21 件、具象造型為 14 件。得知寫實造型分布比例為 45%，抽象造型比例為 33%，具象造型比例為 22%。在台中縣的戶外雕塑造型風格形態分

析中，傳統寫實造形將近佔有二分之一，為台中縣之主要雕塑造形風格，其次為抽象造形雕塑，具象造形雕塑最少。



5-1-4 台中縣戶外雕塑造形形態風格分布比例圖

三、小結：

由上述幾個圖表調查統計，得知台中縣市三大類群雕塑造形分布比例相差不多，但是都市設置現代抽象造形雕塑藝術數量仍多於鄉鎮。也就是說鄉鎮地區的戶外雕塑造形仍是以傳統寫實描繪人物造形為主，而位於都市戶外空間的雕塑造形形態，則是以抽象造形雕塑為多。另外，介於抽象與寫實造形之間的具象造形雕塑，可發現台中市與台中縣的數量百分比分布則相差不多。

第二節 群眾對於公共空間設置戶外雕塑接受程度分析

本研究的問卷調查共分為兩大部分。此階段為第一部分的問卷調查，主要作為初步評估群眾對於公共空間設置戶外雕塑的接受程度，及群眾其對戶外雕塑造形形態風格的喜好初步調查。欲藉由問卷中得知群眾是否喜歡公共空間設置戶外雕塑藝術品，分析群眾對公共空間所設置的戶外雕塑造形形態大小、接受程度，及群眾對於平面浮雕或是立體雕塑造形的喜好調查。

一、基本問卷結構統計分析：

本次問卷共發出 100 份，回收 97 份，其中有 2 份意象語彙填寫錯誤無效。故

有效問卷為 95 份。由於本研究無法涵蓋所有人口統計變數之樣本母體，因此在採樣上便事先以年齡區隔六個相異群體，樣本內容包含六個相異年齡群體，分別為 10-20 歲、21-30 歲、31-40 歲、41-50 歲、51-60 歲及 60 歲以上。但因為 60 歲以上並未有人填寫問卷，因此最後年齡相異群體，則分為五個年齡群體，為 10-20 歲、21-30 歲、31-40 歲、41-50 歲、51-60 歲。本次問卷調查前就先設定問卷填寫人員之學歷，為高中職或是大專學歷以上。問卷結構統計表中顯示出，填寫問卷人員居住地點多為台中市或台中縣，而且女生多於男生（如表 5-2-1）。

表 5-2-1 問卷結構分析表

性 別		男生	女生	合計	台中市	台中縣	其他
年 齡	10-20 歲	3	17	20	10	10	0
	21-30 歲	3	15	18	13	5	0
	31-40 歲	11	22	33	27	6	0
	41-50 歲	7	11	18	15	3	0
	51-60 歲	2	4	6	6	0	0
	61 歲以上	—	—	—	—	—	—
總計人數		26	69	95	71	24	0

二、公共空間設置戶外雕塑接受程度分析

此部分的問卷採取李克特量表（Likert）來統計分析。藉由此量表問題設計來反映群眾對該議題題目所持的態度。依據問卷調查所蒐集的資料，以圖表（折線圖）為主進行調查結果陳述及調查結果分析。將本問卷研究因素劃分為三個變項研究主題，每研究變項中分別有正向題目以及負向的題目，問卷量表正向題計分方式為非常同意（5 分）、同意（4 分）、無意見（3 分）、不同意（2 分）及非常不同意（1 分），反之負分題記分則為非常同意（1 分）、同意（2 分）、無意見（3 分）、不同意（4 分）及非常不同意（5 分）。三個變項主題所欲探討的分別為：

- （一）公共空間是否需要設置戶外雕塑調查統計。
- （二）公共空間應設置大型或小型戶外雕塑調查統計。
- （三）群眾對雕塑造形形態初步印象評估調查統計。

最後再依據這三變項主題，進行群眾對於公共空間設置戶外雕塑接受程度分析。以平均數及百分比作統計分析。

表 5-2-2 研究變項問卷詢問內容表

名稱	因素	變項名稱	問卷標題	問卷內容	平均數	標準差
群眾對公共空間設置戶外雕塑接受認知	塑調查統計	公共空間是否需要設置戶外雕塑	一	當我在公共空間時我會留意周遭是否有擺設雕塑藝術品（+）	4.24	0.39
			五	我比較喜歡主題式的雕塑公園更勝於全都是綠地樹木的公園（+）	3.47	1.19
			十一	不管大小公園裡最好都不要擺設任何雕塑造形的藝術品（-）	3.93	0.97
			十三	公共空間是否有設置雕塑藝術品我並不在意（-）	3.51	0.93
	戶外雕塑調查統計	公共空間應設置大型或小型	二	我喜歡公園裡面設置大型的戶外雕塑藝術品（+）	4.35	0.75
			三	戶外設置的雕塑品造形最好是越大越好並且可以觸摸及翻爬（+）	2.82	1.25
			四	我認為公共空間雕塑品是只可以欣賞不可以隨便亂摸的（-）	2.43	0.94
			十	我喜歡公園裡面擺設精緻小型的雕塑藝術品供民眾審美欣賞（-）	2.05	0.93
	群眾對雕塑造形態初步印象評估調查統計		六	我比較喜歡造形奇怪的雕塑藝術更勝於傳統寫實造形的雕塑（+）	3.26	1.15
			八	我認為傳統造形的雕塑藝術品比抽象造形的雕塑更好看（-）	3.22	0.91
			九	對於立體的雕塑藝術作品喜愛程度更勝於平面的浮雕作品（+）	3.40	0.77
			十一	若要於建築物空間設置雕塑藝術，我喜歡設置於建築物牆壁的平面式浮雕圖案更勝於在建物前的公共空間擺設造形雕塑藝術品（-）	3.22	1.05
			七	當我看到立體的雕塑時我不只會看雕塑正面還會去看其他面（+）	3.67	0.72

(一) 公共空間是否需要設置戶外雕塑調查統計：

近幾年來，都市中較大型的公園逐漸設置了各式風格造形的戶外雕塑，或是主題式的雕塑園區、雕塑公園也相繼建立。其目的都是欲藉由戶外雕塑的設置來美化環境使公共空間更具有藝術氣息。但是對一般的群眾而言，於公共空間時是否真的會留意空間中所設置雕塑藝術品呢？群眾是否也同樣認為公共空間中真的有必要設置雕塑藝術呢？群眾比較喜歡主題式的雕塑公園？還是喜歡公園裡最好都不要有雕塑藝術品的設置？將這些問題調查統計之後分析如下：

1、當我在公共空間時我會留意周遭是否有擺設雕塑藝術品

表 5-2-3 當我在公共空間我會留意周遭是否有擺設雕塑藝術品問卷統計資料表

第一題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	1	6	8	5	4	24	25%
同意	17	12	21	11	2	63	67%
無意見	2	0	3	2	0	7	7%
不同意	0	0	0	0	0	0	0%
非常不同意	0	0	1	0	0	1	1%

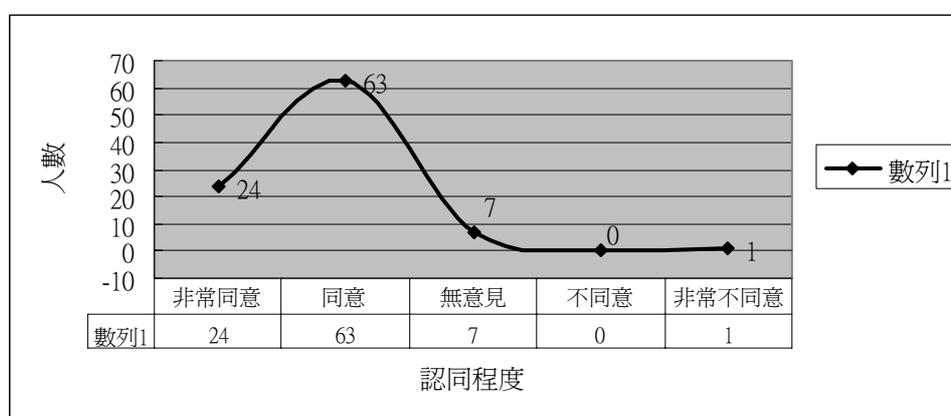


圖 5-2-1 當我在公共空間我會留意周遭是否有擺設雕塑藝術品統計分析圖

問卷統計結果，於表 5-2-3 中發現，有 25% 的人非常同意、67% 的人同意，無意見的有 7%，不同意的有 0%，非常不同意的人只佔 1%。因此，可以得知有 92% 以上的人，當自己在戶外公共空間時，會留意自己周遭是否有雕塑藝術品的擺設。

2、我比較喜歡主題式的雕塑公園更勝於全都是綠地樹木的公園

表 5-2-4 我比較喜歡主題式的雕塑公園更勝於全都是綠地樹木的公園問卷統計資料表

第五題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	10	7	12	8	5	42	44%
同意	7	7	16	9	0	39	41%
無意見	3	4	4	1	1	13	14%
不同意	0	0	1	0	0	1	1%
非常不同意	0	0	0	0	0	0	0%

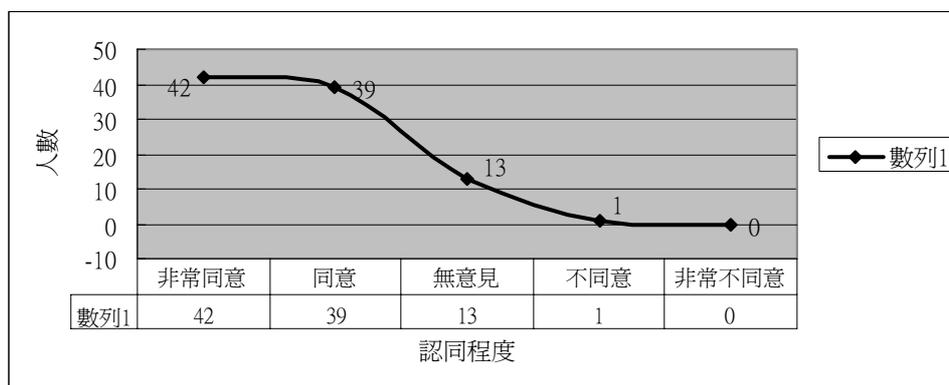


圖 5-2-2 我比較喜歡主題式的雕塑公園更勝於全都是綠地樹木的公園統計分析圖

問卷統計結果，於表 5-2-4 中發現，認為非常同意的有 44%，同意的有 41%，總共為 85%，而有 14% 的無意見、不同意及非常不同意的只有 1%。因此，可以從統計資料中顯示出群眾對於主題式雕塑公園的設立，喜歡程度更甚於只有綠地樹木的公園。

3、不管大小公園裡最好都不要擺設任何雕塑造型的藝術品

表 5-2-5 不管大小公園裡最好都不要擺設任何雕塑造型的藝術品問卷統計資料表

第十一題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	8	4	2	4	0	18	19%
同意	8	2	17	8	1	36	38%
無意見	4	7	9	4	1	25	26%
不同意	0	4	5	2	3	14	15%
非常不同意	0	1	0	0	1	2	2%

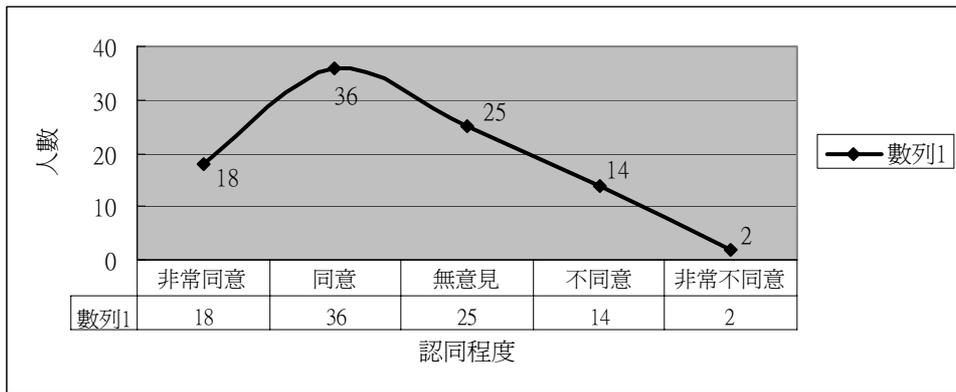


圖 5-2-3 不管大小公園裡最好都不要擺設任何雕塑造型的藝術品問卷統計分析圖

問卷統計結果，於表 5-2-5 中得知非常同意的有 19%與同意的為 38%，認為公園中並不需要擺設任何雕塑藝術品。而無意見的有 26%、不同意的有 15%，非常不同意的有 2%。從資料中得知認同的群眾與不贊成的大約為五成七，因此，可以發現其實大部分的群眾，都同意不管是大公園或是小公園並不需要設置雕塑藝術品。

4、公共空間是否有設置雕塑藝術品我並不在意

表 5-2-6 公共空間是否有設置雕塑藝術品我並不在意問卷統計資料表

第十三題	10-20	21-30	31-40	41-50	50-60	合計	百分比
非常同意	2	4	7	5	1	19	20%
同意	12	11	20	12	1	56	59%
無意見	5	2	3	1	0	11	12%
不同意	1	0	3	0	2	6	6%
非常不同意	0	1	0	0	2	3	3%

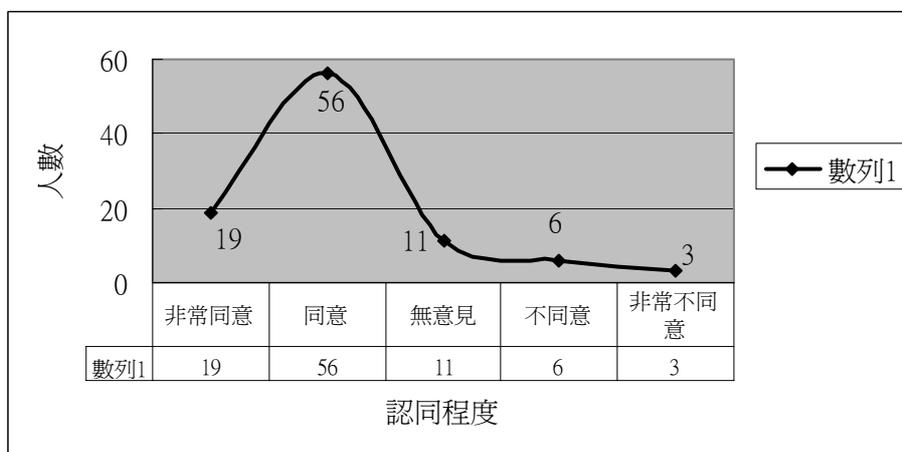


圖 5-2-4 公共空間是否有設置雕塑藝術品我並不在意統計分析圖

問卷統計結果，從表 5-2-6 中發現群眾認為公園中是否有擺設雕塑藝術品，無意見的佔 12%，不同意的有 6%、非常不同意為 3%，而非常同意 20%、同意的共有 59%，兩者合計為 79%。從資料中可發現，大部分的群眾對於公共空間中是否有擺設雕塑藝術品，並不是十分在意的。

5、小結

表 5-2-7 公共空間是否需要設置戶外雕塑調查統計平均值表

編號	內容	平均值	順序
1	當我在公共空間時我會留意周遭是否有擺設雕塑藝術品	4.24	1
2	我比較喜歡主題式的雕塑公園更勝於全都是綠地樹木的公園	3.47	4
3	不管大小公園裡最好都不要擺設任何雕塑造型的藝術品	3.93	2
4	公共空間是否有設置雕塑藝術品我並不在意	3.51	3

從上述幾個表格與統計分析後，發現大部分的群眾都認同自己於公共空間時，會注意是否有設置雕塑藝術。從調查中得知，群眾對於公園中最好不要擺設任何雕塑造型的藝術品的認同程度，大於喜歡主題式的雕塑公園勝於全都是綠地樹木的公園。也就是說，一般群眾認為公園裡其實並不需要擺設雕塑藝術提供觀賞，但若是成立主題式的雕塑公園，提供群眾觀賞卻是非常好的。而且，群眾比較喜歡全部是綠地樹木的公園勝於主題式的雕塑公園。另外，對一般群眾而言，公共空間是否設置雕塑藝術品其實並不是十分在意的。

(二) 公共空間應設置大型或小型戶外雕塑調查統計：

1、我喜歡公園裡面設置大型的戶外雕塑藝術品

表 5-2-8 我喜歡公園裡面設置大型的戶外雕塑藝術品統計資料表

第二題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	6	3	4	4	3	20	21%
同意	2	3	11	4	2	22	23%
無意見	7	6	6	4	1	24	26%
不同意	5	5	11	5	0	26	27%
非常不同意	0	1	1	1	0	3	3%

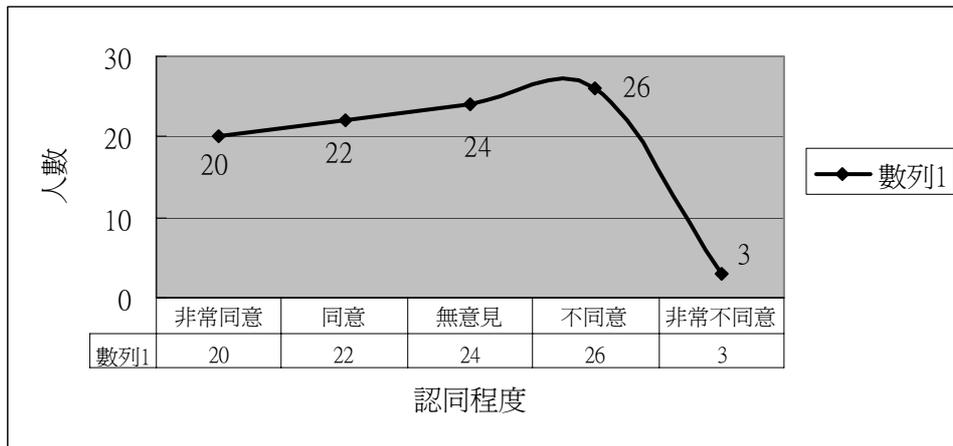


圖 5-2-5 我喜歡公園裡設置大型的戶外雕塑藝術品統計分析圖

從問卷調查中，發現非常同意的人佔 21%、同意的人為 23%，兩者合計為 44%，無意見的有 26%、不同意的有 27%，而非常不同意的則 3%，因此，可得知大部分群眾喜歡公園裡設置大型的戶外雕塑。

2、戶外設置的雕塑品造形最好是越大越好並且可以觸摸及翻爬

表 5-2-9 戶外設置的雕塑品造形最好是越大越好並且可以觸摸及翻爬統計資料表

第三題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	1	0	0	1	0	2	2%
同意	0	0	4	1	1	6	6%
無意見	2	5	2	1	1	11	12%
不同意	10	9	18	10	3	50	53%
非常不同意	7	4	9	5	1	26	27%

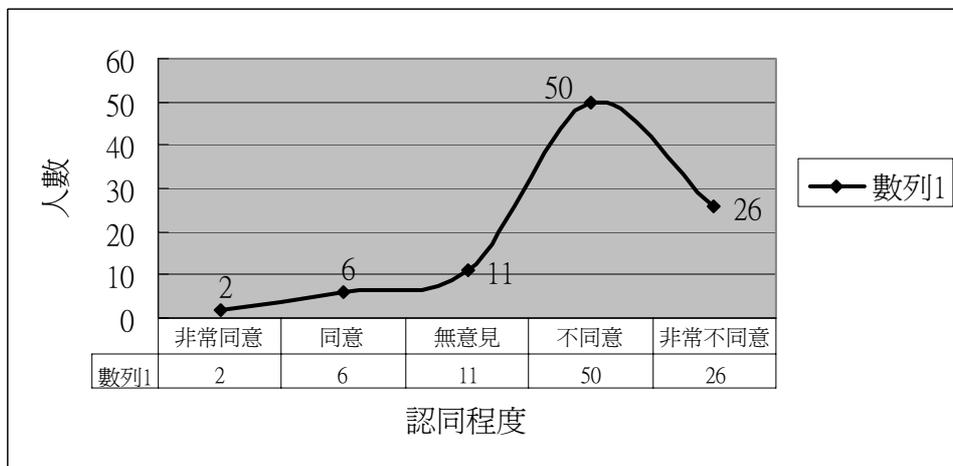


圖 5-2-6 戶外設置的雕塑品造形最好是越大越好並且可以觸摸及翻爬統計分析圖

從上述表格統計資料，得知非常同意的為 2%、同意的為 6%、無意見的為 12%、不同意的為 53%、非常不同意的為 27%，在不同意及非常不同意的數據統計結果，共佔了八成，因此可以發現，大部分的群眾不喜歡戶外設置的雕塑藝術品是越大越好並且是可以觸摸以及攀爬的。

3、我認爲公共空間雕塑品是只可以欣賞不可以隨便亂摸的

表 5-2-10 我認爲公共空間雕塑品是只可以欣賞不可以隨便亂摸的統計資料表

第四題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	1	0	1	1	0	3	3%
同意	2	1	6	1	0	10	11%
無意見	12	3	8	5	2	30	31%
不同意	3	13	16	8	4	44	47%
非常不同意	2	1	2	3	0	8	8%

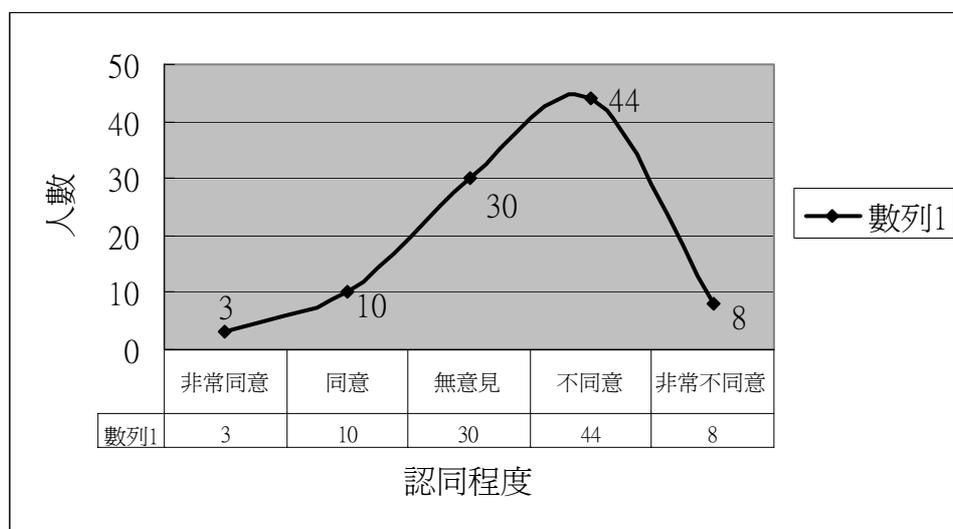


圖 5-2-7 我認爲公共空間雕塑品是只可以欣賞不可以隨便亂摸統計資料圖

由資料統計中得知，群眾對於公共空間雕塑品是只可以欣賞不可以隨便亂摸的認同程度分別爲，非常同意爲 3%、同意爲 11%、無意見爲 31%、不同意爲 47%、非常不同意爲 8%，可以發現不贊成的群眾比例大於無意見及同意，可得知群眾認爲公共空間的雕塑應是欣賞時可以觸摸的。

4、我喜歡公園裡面擺設精緻小型的雕塑藝術品供民眾審美欣賞

表 5-2-11 我喜歡公園裡面擺設精緻小型的雕塑藝術品供民眾審美欣賞統計資料表

第十題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	1	0	1	0	0	2	2%
同意	3	2	10	3	1	19	20%
無意見	6	9	12	8	2	37	39%
不同意	10	7	10	6	3	36	38%
非常不同意	0	0	0	1	0	1	1%

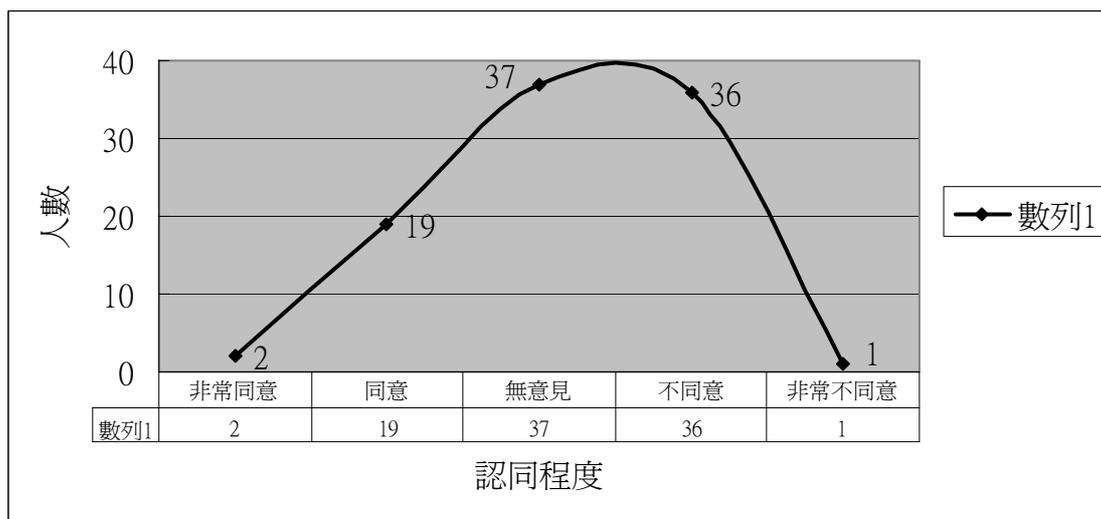


圖 5-2-8 我喜歡公園裡面擺設精緻小型的雕塑藝術品供民眾審美欣賞統計分析圖

由資料中得知，非常同意 2%、同意的有 20%，加起來共為 22%，而無意見的百分比為 39%，不同意的有 38%、非常不同意的則為 1%，因此，只有少數的群眾喜歡公園裡面擺設精緻小型的雕塑藝術品供民眾審美欣賞，無意見的及不同意的群眾各約四成。

5、小結：

表 5-2-12 公共空間應設置大型或小型戶外雕塑調查統計資料表

編號	內 容	平均值	順序
1	我喜歡公園裡面設置大型的戶外雕塑藝術品	4.35	1
2	戶外設置的雕塑品造形最好是越大越好並且可以觸摸及翻爬	2.82	2
3	我認為公共空間雕塑品是只可以欣賞不可以隨便亂摸的	2.43	3
4	我喜歡公園裡面擺設精緻小型的雕塑藝術品供民眾審美欣賞	2.05	4

從上述幾個資料，得知公共空間應設置大型或小型戶外雕塑調查統計結果為：一般群眾比較喜歡公園裡擺設大型的戶外雕塑藝術品，更勝於設置精緻小型的雕塑藝術品。並且得知大多數的群眾認為當雕塑作品擺設於戶外公共空間時，最好是大型的戶外雕塑，而且其功能並不是只提供群眾觀看、欣賞而已，還要是可以讓群眾觸摸感受的大型戶外雕塑藝術品。

(三) 群眾對雕塑造形形態初步印象評估調查統計：

1、我比較喜歡造形奇怪的雕塑藝術更勝於傳統寫實造形的雕塑

表 5-2-13 我比較喜歡造形奇怪的雕塑藝術更勝於傳統寫實造形的雕塑統計資料表

第六題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	4	5	1	0	1	11	12%
同意	1	2	6	2	1	12	13%
無意見	5	5	8	4	1	23	24%
不同意	9	6	15	12	2	44	46%
非常不同意	1	0	3	0	1	5	5%

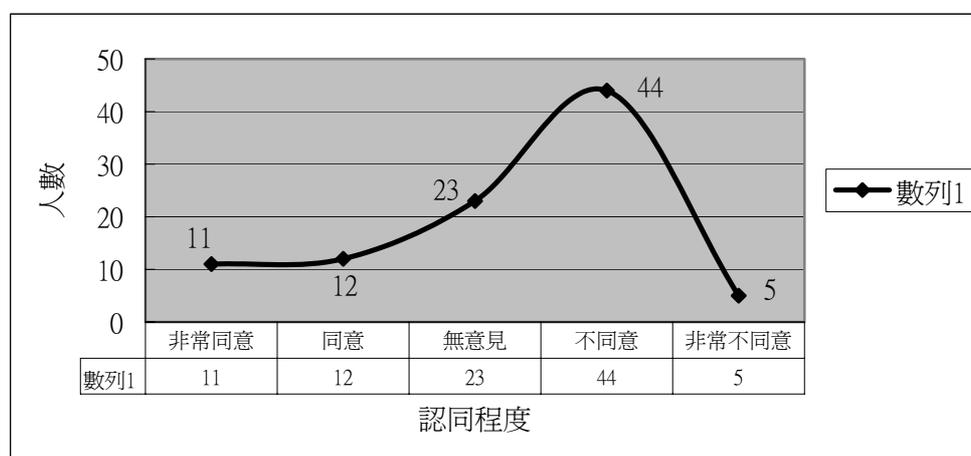


圖 5-2-9 我比較喜歡造形奇怪的雕塑藝術更勝於傳統寫實造形的雕塑統計分析圖

從資料統計發現非常同意的有 12%、同意的有 13%、無意見的為 24%、不同意的佔大多數為 46%、而非常不同意的為 5%，因此，得知約有五成的群眾比較喜歡傳統寫實造形的雕塑勝於造形奇怪的雕塑藝術。

2、我認爲傳統造形的雕塑藝術品比抽象造形的雕塑更好看

表 5-2-14 我認爲傳統造形的雕塑藝術品比抽象造形的雕塑更好看統計資料表

第八題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	4	4	4	4	1	17	18%
同意	11	11	23	11	4	60	63%
無意見	4	2	5	2	1	14	15%
不同意	0	1	1	1	0	3	3%
非常不同意	1	0	0	0	0	1	1%

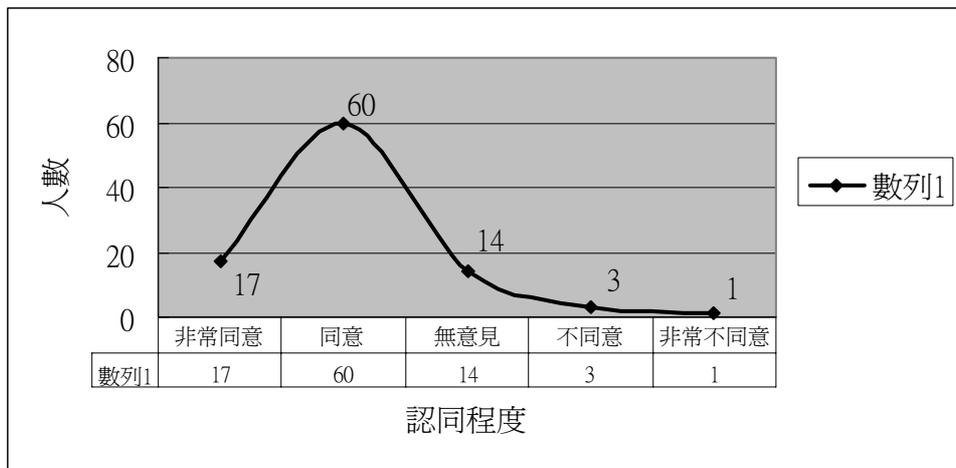


圖 5-2-10 我認爲傳統造形的雕塑藝術品比抽象造形的雕塑更好看統計分析圖

從上述資料中，發現不管是什麼年齡層的群眾，大多數的人認爲傳統造形的雕塑藝術品比抽象造形的雕塑更好看，覺得非常同意的有 18%、同意的爲 63%，兩者合計超過八成，無意見的爲 15%、不同意的有 3%、非常不同意的則只有 1%。

3、對於立體的雕塑藝術作品喜愛程度更勝於平面的浮雕作品

表 5-2-15 對於立體的雕塑藝術作品喜愛程度更勝於平面的浮雕作品統計資料表

第九題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	7	3	1	2	2	15	16%
同意	6	5	6	4	0	21	22%
無意見	3	4	14	5	2	28	29%
不同意	4	6	10	7	2	29	31%
非常不同意	0	0	2	0	0	2	2%

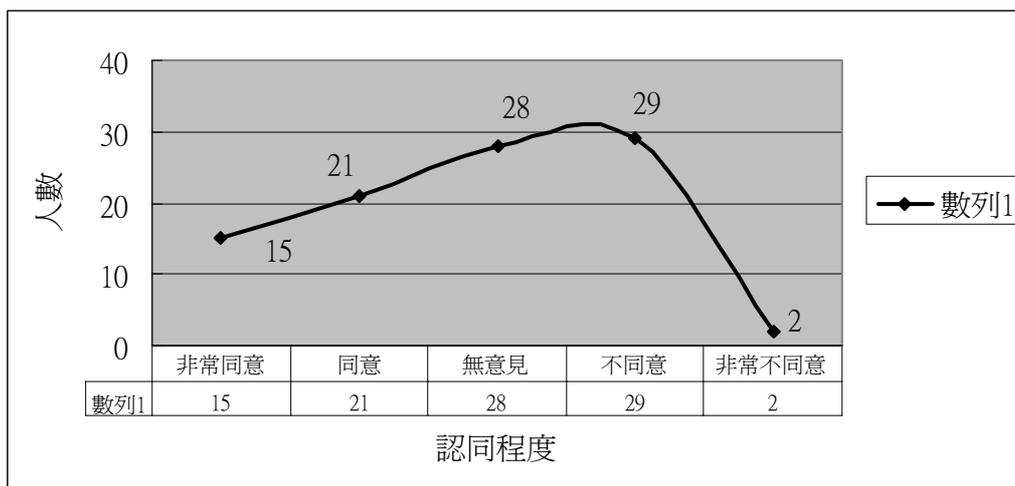


圖 5-2-11 對於立體的雕塑藝術作品喜愛程度更勝於平面的浮雕作品統計分析圖

資料統計，非常同意的佔 16%、同意的為 22%、無意見為 29%、不同意為 31%、非常不同意 2%。可發現非常同意及同意的共佔 38%、無意見的則為 29%、而不同意及非常不同意的也有 33%。因此，得知其實一般群眾對於立體的雕塑藝術作品或是平面的浮雕作品其喜歡程度，其實是相差不多的。

4、若要於建築物空間設置雕塑藝術，我喜歡設置於建築物牆壁的平面式浮雕圖案更勝於在建物前的公共空間擺設造形雕塑藝術品

表 5-2-16 若要於建築物空間設置雕塑藝術，我喜歡設置於建築物牆壁的平面式浮雕圖案更勝於在建物前的公共空間擺設造形雕塑藝術品統計資料表

第十二題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	1	0	0	1	0	2	2%
同意	0	0	4	1	1	6	6%
無意見	2	5	2	1	1	11	12%
不同意	10	9	18	10	3	50	53%
非常不同意	7	4	9	5	1	26	27%

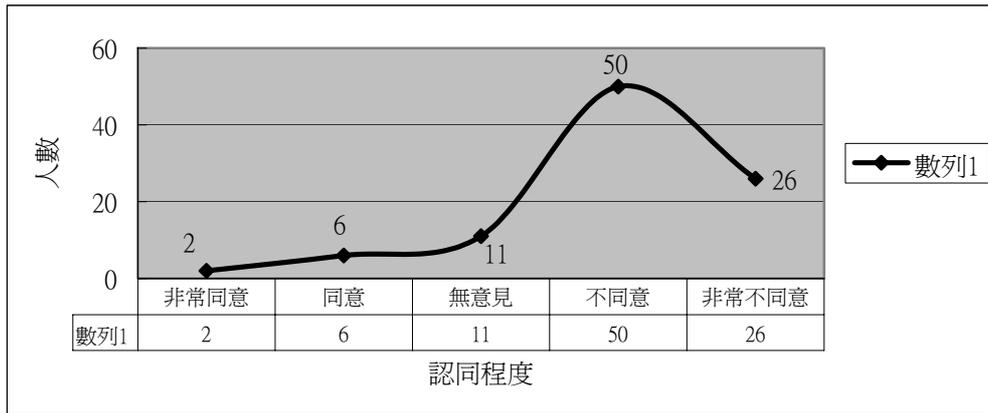


圖 5-2-12 若要於建築物空間設置雕塑藝術，我喜歡設置於建築物牆壁的平面式浮雕圖案更勝於在建物前的公共空間擺設造型雕塑藝術品統計分析圖

統計資料發現，非常同意及同意的共佔 8%、而無意見為 12%、不同意及非常不同意的則有 80%。因此得知有八成的群眾認為，建築物若要設置雕塑藝術來美化空間環境時，比較喜歡於建築物前的公共空間設置立體造型雕塑藝術品，更勝於設置浮雕式圖案雕塑在建築物的牆壁上。

5、當我看到立體的雕塑時我不只會看雕塑正面還會去看其他面

表 5-2-17 當我看到立體的雕塑時我不只會看雕塑正面還會去看其他面統計資料表

第七題	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	合計	百分比
非常同意	3	3	9	2	2	19	20%
同意	6	3	13	9	4	35	37%
無意見	8	1	3	3	0	15	16%
不同意	3	11	8	4	0	26	27%
非常不同意	0	0	0	0	0	0	0%

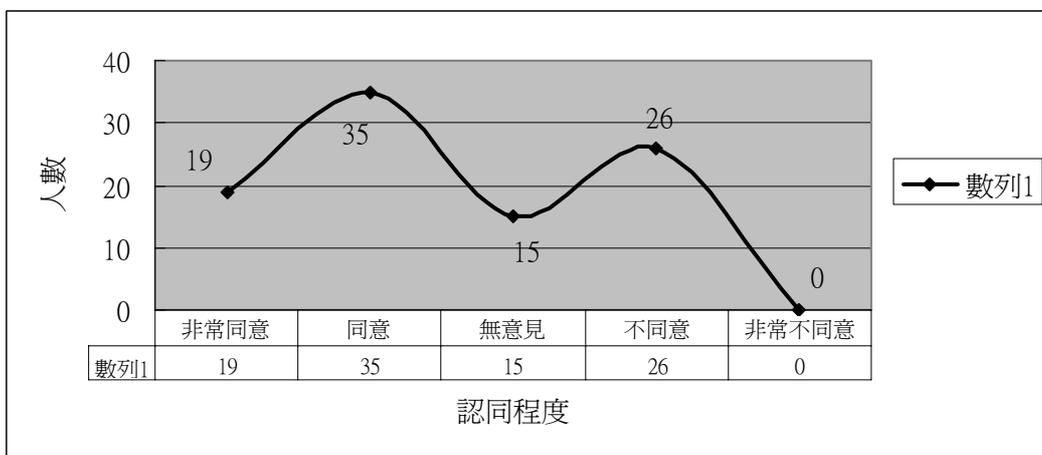


圖 5-2-13 當我看到立體的雕塑時我不只會看雕塑正面還會去看其他面統計資料圖

由資料統計中發現，非常同意的有 20%、同意的有 37%，兩者合計為 57%。而無意見的有 16%、不同意的為 27%、沒有非常不同意者。也就是說，當三度空間的雕塑藝術品於展示時，有一半以上的群眾觀賞時會不只想看單面雕塑而已，還會看看雕塑藝術其他空間面向。但是也有將近四成五的群眾，不會去欣賞其他面向雕塑藝術品。

6、小結：

表 5-2-18 群眾對雕塑造形形態初步印象評估調查統計資料表

編號	內 容	平均值	順序
1	我比較喜歡造形奇怪的雕塑藝術更勝於傳統寫實造形的雕塑	3.26	3
2	我認為傳統造形的雕塑藝術品比抽象造形的雕塑更好看	3.22	4
3	對於立體的雕塑藝術作品喜愛程度更勝於平面的浮雕作品	3.40	2
4	若要於建築物空間設置雕塑藝術，我喜歡設置於建築物牆壁的平面式浮雕圖案更勝於在建物前的公共空間擺設造形雕塑藝術品	3.22	4
5	當我看到立體的雕塑時我不只會看雕塑正面還會去看其他面	3.67	1

由上述幾個資料經過統計之後，進行群眾對於雕塑造形形態初步印象評估分析，發現大多數的群眾都比較喜歡立體造形的雕塑藝術，觀賞時立體雕塑時也會觀看立體雕塑其他不同面像。並且得知現今一般群眾比較喜歡造形奇怪的雕塑造形，更勝於傳統寫實造形的雕塑。

第三節 群眾對於雕塑造形意象的分析

公共空間中所設置的雕塑作品，會因為造形形態的不同，而讓人產生不同的意象感知反應。在這一節中，本研究將探討受測者對於三大雕塑造形類群（寫實造形類、具象造形類及抽象造形類），在二十組意象形容詞中所呈現的意象感知差異情形。而首要的程序即是對於八個雕塑造形樣本，在各組意象形容詞上的分布情形進行了解。因此，以平均值與折線圖為統計分析的方法，先進行三種雕塑造

形類群的意象差異性探討。平均值的計算，由全體 95 位受測者對八件雕塑造型樣本，在二十組意象形容詞感知的數值平均值統計。而為了進一步瞭解二十組意象形容詞所組成的因素，將以單因子變異數分析（One-Way ANOVA），來評估其八個不同形態雕塑造型樣本之間的相近性，及相異性關係。將本節欲進行的群眾意象探討敘述如下：

- 1、三種不同雕塑造型類群的雕塑樣本，在群眾意象的感覺認知上所呈現意象特性分別為何？利用平均值、直線圖進行探討。
- 2、將二十組對立的雕塑意象形容詞，經過因素分析之後，整理出群眾對意象形容詞主要因素的組成，並探討八個不同形態的雕塑造型樣本，在空間分佈的意象差異性。利用因素分析、座標圖進行探討。
- 3、最後將探討，受測者的年齡屬性是否會影響意象感覺，而對不同雕塑造型類群的意象感覺評價產生差異性。

一、三種不同雕塑造型類群的雕塑樣本，在群眾意象的感覺認知上所呈現意象特性分析：

本階段的統計分析，將不考慮性別及年齡之個別因素對八件雕塑樣本的造型意象感覺，而主要針對全體受測者對其雕塑造型樣本所產生的意象形容詞感覺特性進行差異探討。表 5-3-1 即是全體受測者對各個雕塑造型樣本的意象平均值統計結果。依此數據分別進行群眾對三種雕塑造型類群的意象認知差異性分析。

		個性化 大眾化	自由 束縛	裝飾 呆板	傳統 現代	變化 單調	新穎 普通	柔和 陽剛	直覺 思考	獨特 通俗	輕巧 穩重	簡潔 複雜	浪漫 實際	細膩 粗獷	炫目 平凡	精緻 粗糙	堅固 脆弱	成熟 笨拙	莊嚴 親切	創意 模仿	冷酷 溫馨
抽象類	樣本一	0.99	1.04	1.30	-0.65	1.22	1.13	0.65	0.28	1.13	-0.39	0.97	0.74	0.57	0.56	0.75	1.72	1.26	-0.30	1.36	-0.76
	樣本六	2.02	2.03	1.54	-1.79	1.37	1.86	-0.11	-0.58	1.93	1.05	1.51	0.87	0.21	1.29	0.89	0.32	0.88	0.18	1.81	0.40
	樣本八	1.66	1.10	1.35	-0.99	1.16	1.22	0.59	-0.31	1.41	-0.42	0.90	0.15	0.44	0.51	0.39	1.23	1.16	0.15	1.40	-0.70
具象類	樣本二	-0.42	0.31	0.52	1.11	-0.09	-0.23	1.20	1.08	-0.38	-1.13	1.34	-0.45	-0.11	-0.49	0.05	1.50	1.21	-0.50	-0.02	-1.65
	樣本四	0.97	0.89	0.85	-0.24	0.58	0.74	0.88	0.69	0.76	-0.79	1.33	-0.18	0.23	-0.06	0.41	1.36	1.10	-0.12	0.57	-1.15
寫實類	樣本三	0.46	0.87	0.86	-0.10	0.00	-0.06	1.00	0.33	0.09	-0.51	1.03	0.44	0.76	0.06	0.58	1.16	1.43	-0.02	0.44	-0.41
	樣本五	-0.55	1.37	1.11	0.18	0.48	0.19	1.54	1.13	-0.07	0.40	0.76	0.06	1.21	0.07	1.18	1.36	1.29	-1.36	0.32	-1.90
	樣本七	-0.05	1.54	1.32	0.52	0.85	0.38	1.36	1.09	0.33	-0.14	0.51	0.01	0.82	0.17	1.05	1.28	1.38	-0.91	0.61	-1.75
平均數		0.63	1.14	1.11	-0.24	0.70	0.65	0.89	0.46	0.65	-0.24	1.05	0.21	0.52	0.26	0.66	1.24	1.21	-0.36	0.81	-0.99

表 5-3-1 全體受測者對各造形雕塑樣本之形容詞意象感覺平均值

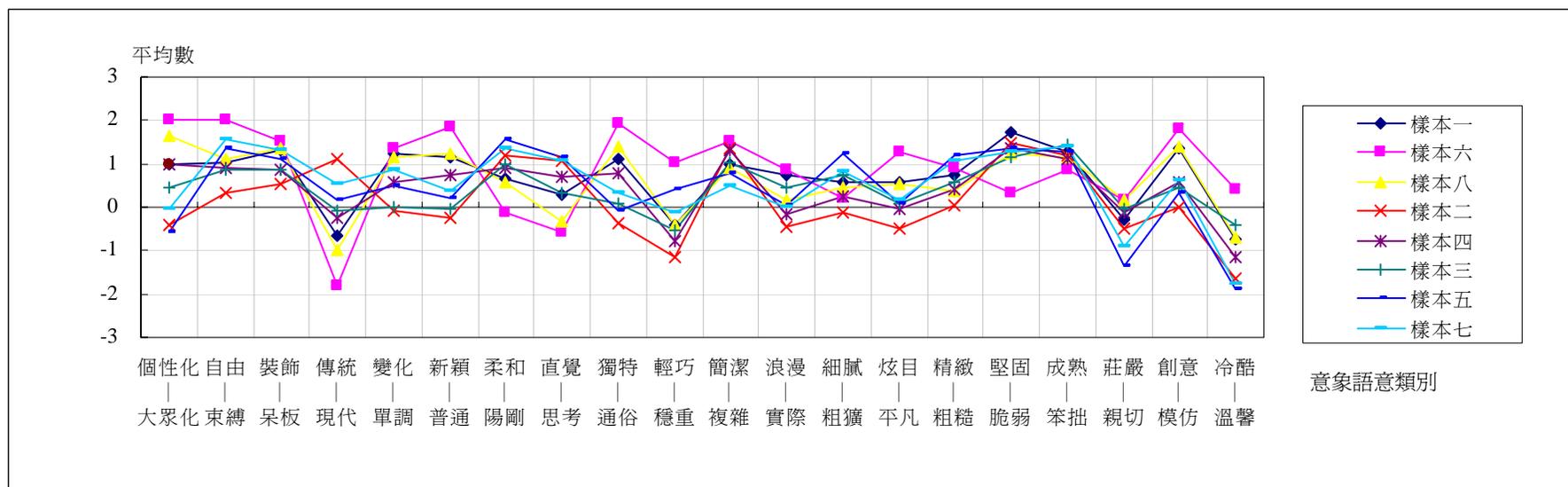


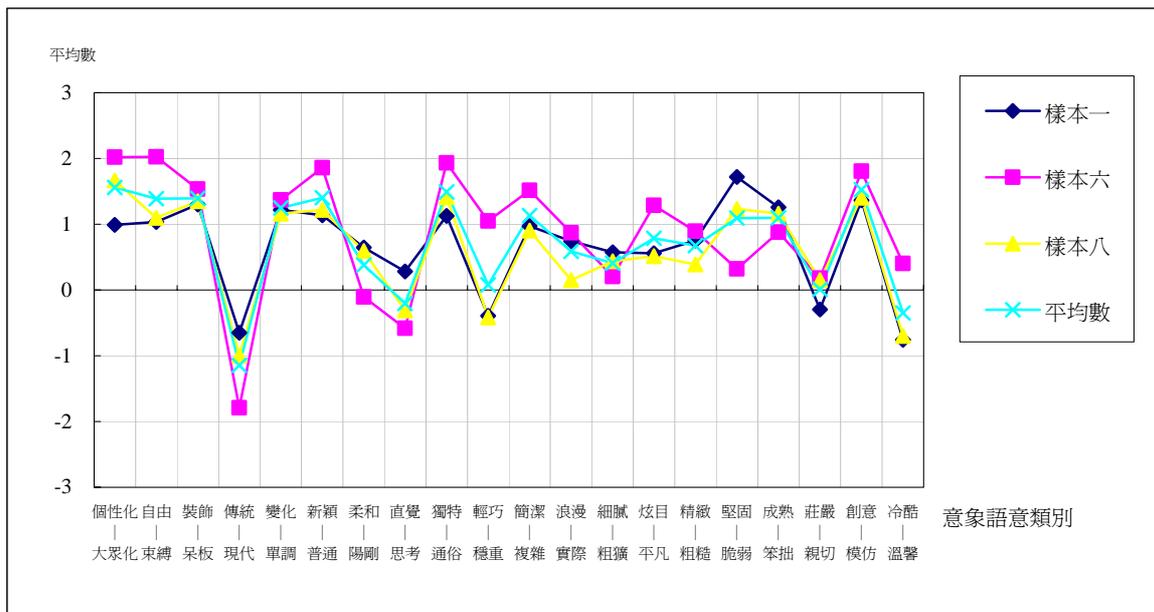
圖 5-3-1 全體受測者對各造形雕塑樣本意象折線圖

(一) 抽象造形雕塑類：

根據表 5-3-2 及圖 5-3-2 所整理出的平均值與折線圖資料顯示，抽象造形類中的三個雕塑樣本，所呈現的共同意象特徵為個性化的、自由的、裝飾的、現代化的、變化的、新穎的、獨特的、簡潔的、堅固的、成熟的，及創意的，這是為一般大眾對於抽象造形類的感覺，所呈現出明確的認知結果。但在樣本六的意象認知裡，卻有柔和的、輕巧的、脆弱的、冷酷的意象感覺，這與其他兩種樣本呈現不同的意象認知。而三件樣本於莊嚴的一親切的對立意象感知其平均值為 0.01，顯示受測者對於這兩者的意象認知感覺並不強烈，因此，沒有什麼特別感受的情形。

表 5-3-2 抽象造形類各樣本意象感覺平均值

抽象類	個性化	自由	裝飾	傳統	變化	新穎	柔和	直覺	獨特	輕巧	簡潔	浪漫	細膩	炫目	精緻	堅固	成熟	莊嚴	創意	冷酷
	大眾化	束縛	呆板	現代	單調	普通	陽剛	思考	通俗	穩重	複雜	實際	粗獷	平凡	粗糙	脆弱	笨拙	親切	模仿	溫馨
樣本一	0.99	1.04	1.30	-0.65	1.22	1.13	0.65	0.28	1.13	-0.39	0.97	0.74	0.57	0.56	0.75	1.72	1.26	-0.30	1.36	-0.76
樣本六	2.02	2.03	1.54	-1.79	1.37	1.86	-0.11	-0.58	1.93	1.05	1.51	0.87	0.21	1.29	0.89	0.32	0.88	0.18	1.81	0.40
樣本八	1.66	1.10	1.35	-0.99	1.16	1.22	0.59	-0.31	1.41	-0.42	0.90	0.15	0.44	0.51	0.39	1.23	1.16	0.15	1.40	-0.70
平均數	1.56	1.39	1.40	-1.15	1.25	1.40	0.38	-0.20	1.49	0.08	1.13	0.59	0.41	0.79	0.68	1.09	1.10	0.01	1.52	-0.35



5-3-2 抽象造形類意象語意分析圖

(二) 具象造形雕塑類：

由表 5-3-3 及圖 5-3-3 中可以發現受測者對於這二件樣本，所感受到的意象感覺相異性共有五項。從平均值可看出共同呈現的意象感覺特性為柔和的、簡潔的、堅固的、成熟的及溫馨的。群眾對樣本二的意象感覺，為傳統的、柔和的、直覺的、穩重的、簡潔的、堅固的、成熟的、溫馨的，較無感覺的意象形容詞為精緻的一粗糙的，以及創意的一模仿的。樣本四的意象感覺則偏向簡潔的、堅固的、成熟的、溫馨的。二件樣本之中，以細膩的一粗獷的平均值為 0.06，趨近為較難判定意象程度的中介值 0，顯示受測者對此組意象沒有較強烈的感覺。

表 5-3-3 具象造形類各樣本意象感覺平均值

具象類	個性化	自由	裝飾	傳統	變化	新穎	柔和	直覺	獨特	輕巧	簡潔	浪漫	細膩	炫目	精緻	堅固	成熟	莊嚴	創意	冷酷
	大眾化	束縛	呆板	現代	單調	普通	陽剛	思考	通俗	穩重	複雜	實際	粗獷	平凡	粗糙	脆弱	笨拙	親切	模仿	溫馨
樣本二	-0.42	0.31	0.52	1.11	-0.09	-0.23	1.20	1.08	-0.38	-1.13	1.34	-0.45	-0.11	-0.49	0.05	1.50	1.21	-0.50	-0.02	-1.65
樣本四	0.97	0.89	0.85	-0.24	0.58	0.74	0.88	0.69	0.76	-0.79	1.33	-0.18	0.23	-0.06	0.41	1.36	1.10	-0.12	0.57	-1.15
平均數	0.27	0.60	0.68	0.44	0.24	0.26	1.04	0.89	0.19	-0.96	1.34	-0.31	0.06	-0.28	0.23	1.43	1.15	-0.31	0.28	-1.40

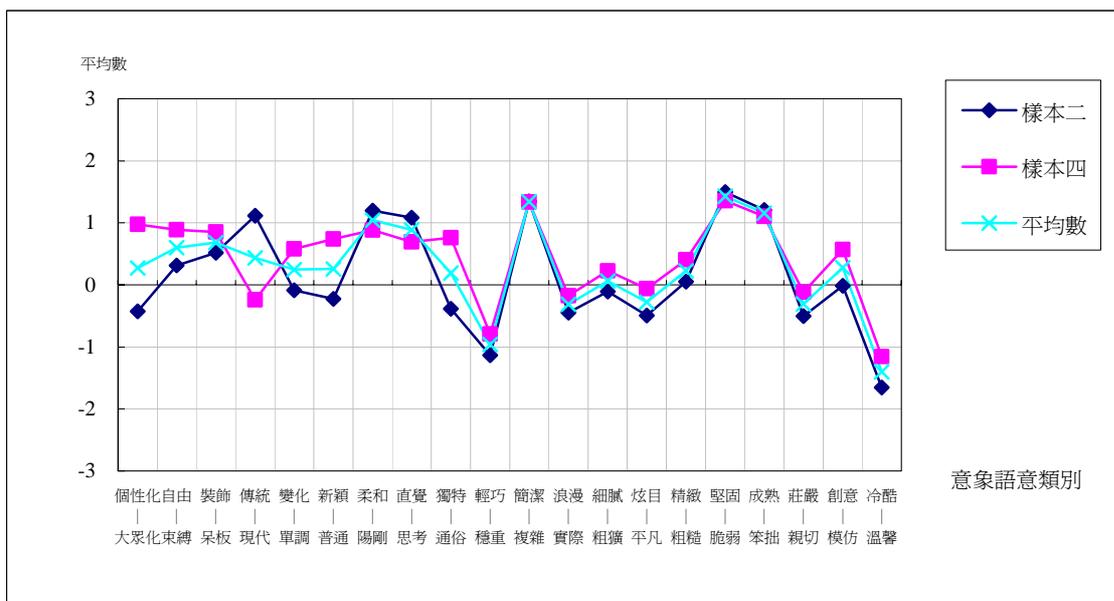


圖 5-3-3 具象造形類意象語意分析圖

(三) 寫實造形雕塑類：

根據表 5-3-4 及圖 5-3-4 所示，寫實造形雕塑類的三個樣本意象感覺認知最為一致。折線圖的走勢相當相似，顯示出這三件雕塑樣本給群眾的意象感知有高度的相似性，並反映出群眾對這些對立意象形容詞的感覺相差不多。從平均圖及折線圖的分布可以發現，寫實造形類在意象感覺上呈現出自由的、裝飾的、柔和的、細膩的、精緻的、堅固的、成熟的、溫馨的、親切的。於平均值中發現炫目的一平凡的平均值為 0.10、浪漫的一實際的及新穎的一普通的平均值均為 0.17 及輕巧的一穩重的平均值為 -0.08，趨近於較難判定的平均值 0，顯示受測者對這三組意象形容詞並沒有較強烈的感覺。

表 5-3-4 寫實造形類各樣本意象感覺平均值

寫實類	個性化 大眾化	自由 束縛	裝飾 呆板	傳統 現代	變化 單調	新穎 普通	柔和 陽剛	直覺 思考	獨特 通俗	輕巧 穩重	簡潔 複雜	浪漫 實際	細膩 粗獷	炫目 平凡	精緻 粗糙	堅固 脆弱	成熟 笨拙	莊嚴 親切	創意 模仿	冷酷 溫馨
樣本三	0.46	0.87	0.86	-0.10	0.00	-0.06	1.00	0.33	0.09	-0.51	1.03	0.44	0.76	0.06	0.58	1.16	1.43	-0.02	0.44	-0.41
樣本五	-0.55	1.37	1.11	0.18	0.48	-0.19	1.54	1.13	-0.07	0.40	0.76	0.06	1.21	0.07	1.18	1.36	1.29	-1.36	0.32	-1.90
樣本七	-0.05	1.54	1.32	0.52	0.85	0.38	1.36	1.09	0.33	-0.14	0.51	0.01	0.82	0.17	1.05	1.28	1.38	-0.91	0.61	-1.75
平均數	-0.05	1.26	1.10	0.20	0.44	0.17	1.30	0.85	0.12	-0.08	0.77	0.17	0.93	0.10	0.94	1.26	1.37	-0.76	0.46	-1.35

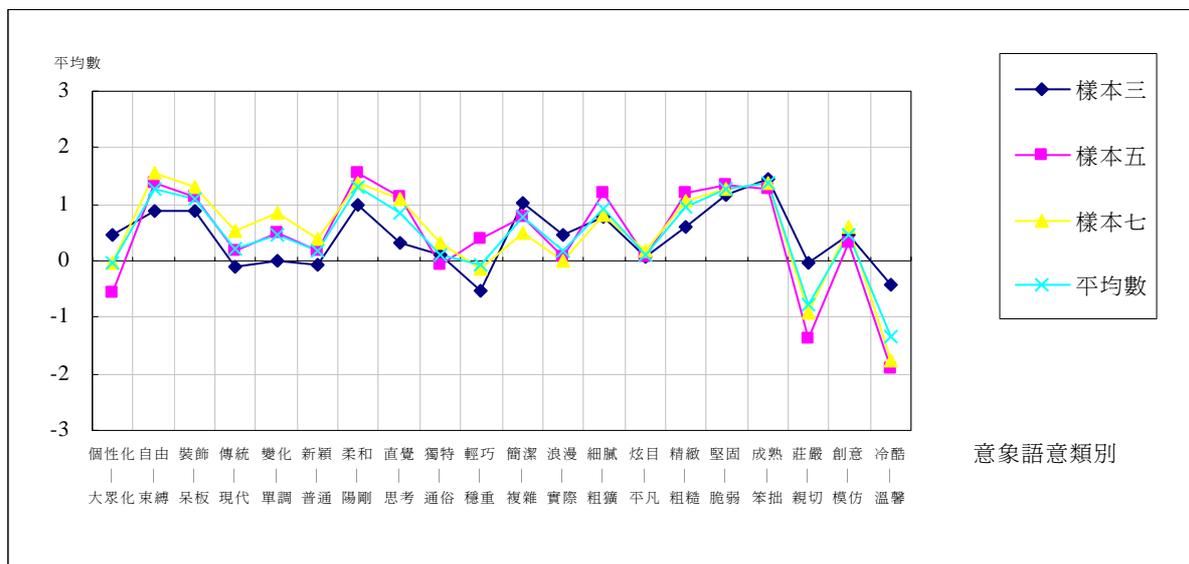


圖 5-3-4 寫實造形類意象語意分析圖

(四) 小結：

本章節主要是透過平均值與折線圖的分析，探討八個雕塑造形樣本在每組意象形容詞上的分布及差異情形，並歸納出每件雕塑造形類群所呈共同現的意象感覺。本研究可藉由此分析過程，分析群眾對於三種不同雕塑造形類型心理感覺，提供給雕塑藝術創作者在創作雕塑造形時參考的依據。群眾心理意象感覺整理如表 5-3-5。將本節結果歸納如下列幾點：

- 1、三種不同雕塑造形所共同呈現的意象：由表 5-3-5 中發現群眾對於三種不同雕塑造形類群，所共同呈現的雕塑意象為成熟的及堅固的。也就是說，一般群眾對於雕塑的感覺，認為雕塑藝術為堅固的造形藝術品，並且是具有成熟技術感覺的藝術品。而群眾對於抽象造形與寫實造形共同意象為自由的。顯示出不管是現代化的雕塑造形或是溫馨的作品，帶給群眾都是自由的感覺。也發現群眾欣賞雕塑品時，對雕塑品是穩重的或是輕巧的並沒有特別的意象感覺。
- 2、群眾對三種造形雕塑的意象感覺：三種類型的雕塑作品給群眾的感覺並不完全相同，抽象造形雕塑呈現出藝術家個人創作的感覺，為比較獨特的、有創意的、具變化又新穎的現代化雕塑品，對親切的或是莊嚴的較無感覺。而群眾對於具象類的造形，似乎較無法判斷是細膩的或是粗獷的，其意象感覺認知較不確定。寫實造形類的雕塑，群眾所產生的雕塑意象為柔和的並具有溫馨的感覺。

表 5-3-5 三種不同造形雕塑心理意象感覺形容詞表

	心理意象感覺				較無感覺的意象			
抽象類	個性化 (1.56)	獨特的 (1.49)	創意的 (1.52)	自由的 (1.39)	親切的 (0.01)	莊嚴的 (0.01)	穩重的 (0.08)	輕巧的 (0.08)
	裝飾的 (1.40)	成熟的 (1.10)	變化的 (1.25)	堅固的 (1.09)				
	簡潔的 (1.13)	現代的 (-1.15)	新穎的 (1.40)					
具象類	簡潔的 (1.34)	成熟的 (1.15)	堅固的 (1.43)	溫馨的 (-1.40)	細膩的 (0.06)	粗獷的 (0.06)		
	柔和的 (1.04)							
寫實類	自由的 (1.26)	裝飾的 (1.10)	柔和的 (1.30)	堅固的 (1.26)	個性化 (-0.05)	大眾化 (-0.05)	獨特的 (0.12)	通俗的 (0.12)
	溫馨的 (-1.35)	成熟的 (1.37)			平凡的 (0.10)	炫目的 (0.10)	穩重的 (-0.08)	輕巧的 (-0.08)

表 5-3-6 三種不同造形雕塑意象平均值表

	個性化 大眾化	自由 束縛	裝飾 呆板	傳統 現代	變化 單調	新穎 普通	柔和 陽剛	直覺 思考	獨特 通俗	輕巧 穩重	簡潔 複雜	浪漫 實際	細膩 粗獷	炫目 平凡	精緻 粗糙	堅固 脆弱	成熟 笨拙	莊嚴 親切	創意 模仿	冷酷 溫馨
抽象類	1.56	1.39	1.40	-1.15	1.25	1.40	0.38	-0.20	1.49	0.08	1.13	0.59	0.41	0.79	0.68	1.09	1.10	0.01	1.52	-0.35
具象類	0.27	0.60	0.68	0.44	0.24	0.26	1.04	0.89	0.19	-0.96	1.34	-0.31	0.06	-0.28	0.23	1.43	1.15	-0.31	0.28	-1.40
寫實類	-0.05	1.26	1.10	0.20	0.44	0.17	1.30	0.85	0.12	-0.08	0.77	0.17	0.93	0.10	0.94	1.26	1.37	-0.76	0.46	-1.35

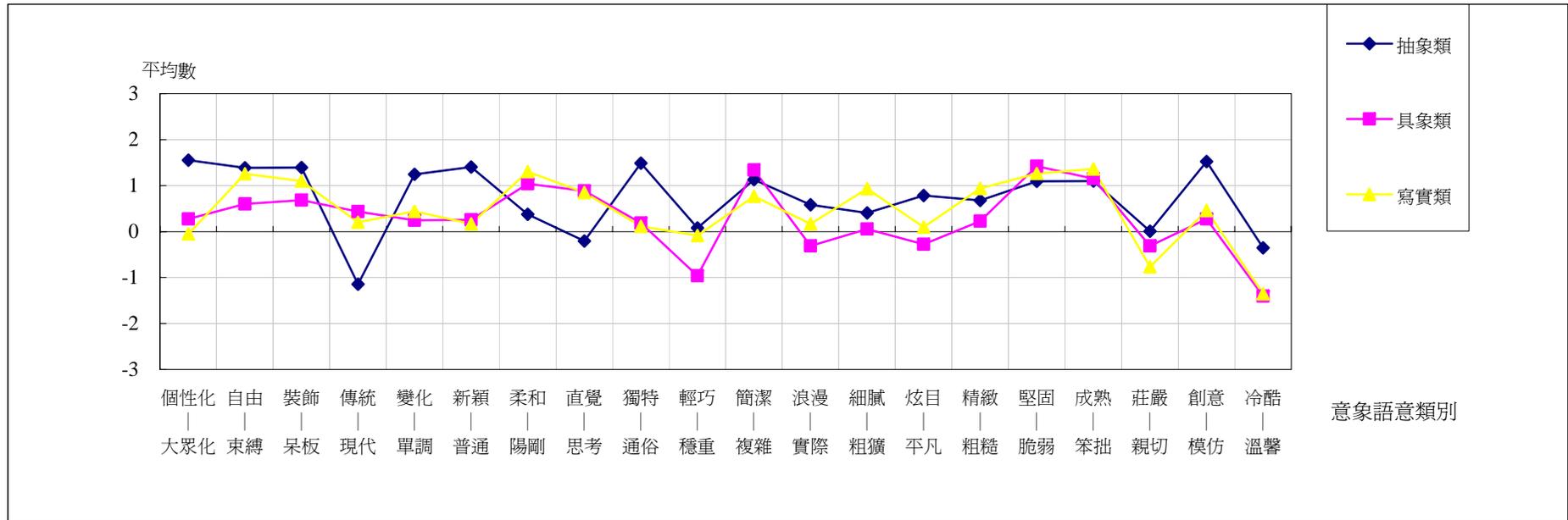


圖 5-3-5 三種不同造形雕塑類群意象折線圖

二、雕塑造型因素分析：

因素分析發展最初的目的是簡化一群龐雜測量，找出可能存在於觀察變項背後的因素結構，使之更明確，增加其可理解度（Kim & Mueller，1978）。許多探討意象感覺的相關文獻與研究論文，發現皆是運用語意差異法作為測試意象語彙，從多項變數中，建立因素分析，使之變數組合成數目較少的因素，而更能了解受測者對測驗項目的意象感覺因素。本研究論文因素分析的進行，主要是欲簡化原本八個雕塑樣本使用測量的二十組意象形容詞，找出這二十組意象形容詞的相同因素將意象形容詞縮減，並且以所得之因素來建構意象空間座標，以此探討不同雕塑造型樣本在意象空間的分布情形。

（一）因素分析的進程序：

因素分析的進行，可以驗證研究初期設定之不同雕塑造型，與所設定的意象形容詞語彙的差異性。並將調查出來的因素做適合本研究主題的闡釋、因素命名，以作為瞭解雕塑造型形態中，對於造型形態感知的向度進行探討，並且從中分析探討各雕塑造型形態的相互關係與群聚結果。因素分析的操作程序參考（人工聲音信號意象感知評價之研究，林俊男，2002）所敘述的解釋，進程序如下：

- 1、萃取共同因素：為了從龐雜的變數中找出共同的屬性，故使用因素分析進行因素萃取，並選擇使用在 SPSS 軟體中選擇主成份分析法（principle components analysis）進行分析。
- 2、決定因素萃取數目：以 Kaiser 的標準，取能解釋的變異數達 1.0 為標準，並以因素陡坡圖檢定選取特徵值（eigenvalue）大於 1.0 以上的特徵向量因素。
- 3、因素轉軸：為方便所萃取因素的解釋，必須旋轉因素軸，使各因素能更明確。在此以直交轉軸法中的最大變異數法（varimax），作為因素軸旋轉的方法。
- 4、因素命名與解釋：因素的命名是根據各因素內所包含的意象形容詞屬性來決定，且依據研究主題的目的給予適當的名稱。

(二) 雕塑造型因素分析結果及命名

雕塑造型因素分析結果與命名，是根據全體 97 位受測者，對八個雕塑造型樣本及 20 組意象語彙的感覺調查結果，所進行群體受測者的雕塑造型意象因素分析。統計資料以 SPSS 8.0 統計軟體進行分析，因素分析先獲得 20 組意象的關係矩陣圖，以 1.0 作為矩陣對角線上共同性的評估值，及變數（20 組意象）與變數本身關係數為 1.0，計算所得的 20 組意象形容詞關係矩陣如表 5-3-7 所示。再依據因素陡坡圖（如圖所示）及特徵值大於 1.0 的標準，判定萃取因素個數為 4 個，並以 4 個因素進行雕塑造型的因素分析，統計所得結果如表所示。

1、全體受測者的相關係數矩陣表

全體受測者的相關矩陣表如表 5-3-7，從表中發現許多相關係數的數值相差甚多，可見某些意象語彙變數會有其誤差，因此有必要進行因素分析，以找出所有資料的基本形態。利用因素分析法，並加以檢定後，發現需要四個因素才能充分的解釋這項資料。

表 5-3-7 全體受測者意象評估因素分析表

	個性-大眾	自由-束縛	裝飾-呆板	傳統-現代	變化-單調	新穎-普通	柔和-陽剛	直覺-思考	獨特-通俗	輕巧-穩重	簡潔-複雜	浪漫-實際	細膩-粗獷	炫目-平凡	精緻-粗糙	堅固-脆弱	成熟-笨拙	莊嚴-親切	創意-模仿	冷酷-溫馨
個性-大眾	1.00																			
自由-束縛	0.42	1.00																		
裝飾-呆板	0.60	0.87	1.00																	
傳統-現代	-0.93	-0.63	-0.74	1.00																
變化-單調	0.73	0.71	0.92	-0.78	1.00															
新穎-普通	0.90	0.65	0.80	-0.92	0.93	1.00														
柔和-陽剛	-0.94	-0.42	-0.53	0.89	-0.66	-0.87	1.00													
直覺-思考	-0.94	-0.43	-0.60	0.93	-0.64	-0.82	0.93	1.00												
獨特-通俗	0.95	0.61	0.78	-0.94	0.90	0.99	-0.90	-0.88	1.00											
輕巧-穩重	0.33	0.94	0.76	-0.62	0.58	0.58	-0.41	-0.42	0.51	1.00										
簡潔-複雜	0.43	-0.14	-0.27	-0.34	-0.05	0.30	-0.62	-0.41	0.30	-0.01	1.00									
浪漫-實際	0.63	0.62	0.71	-0.79	0.63	0.67	-0.69	-0.72	0.69	0.64	0.11	1.00								
細膩-粗獷	-0.37	0.35	0.32	0.09	0.02	-0.21	0.50	0.29	-0.24	0.37	-0.79	0.19	1.00							
炫目-平凡	0.80	0.81	0.89	-0.92	0.86	0.91	-0.82	-0.83	0.90	0.79	0.17	0.86	0.02	1.00						
精緻-粗糙	-0.10	0.79	0.65	-0.21	0.40	0.20	0.12	0.07	0.13	0.78	-0.53	0.45	0.79	0.44	1.00					
堅固-脆弱	-0.55	-0.71	-0.47	0.63	-0.35	-0.54	0.64	0.63	-0.55	-0.73	-0.42	-0.47	0.16	-0.69	-0.25	1.00				
成熟-笨拙	-0.68	-0.38	-0.32	0.66	-0.53	-0.75	0.78	0.61	-0.70	-0.43	-0.74	-0.26	0.60	-0.59	0.13	0.62	1.00			
莊嚴-親切	0.85	-0.02	0.14	-0.65	0.29	0.55	-0.82	-0.83	0.66	-0.08	0.61	0.41	-0.61	0.45	-0.52	-0.41	-0.49	1.00		
創意-模仿	0.90	0.64	0.85	-0.93	0.92	0.96	-0.87	-0.88	0.97	0.57	0.19	0.79	-0.12	0.95	0.22	-0.51	-0.60	0.59	1.00	
冷酷-溫馨	0.86	0.40	0.45	-0.86	0.47	0.70	-0.92	-0.93	0.77	0.42	0.55	0.79	-0.31	0.78	-0.05	-0.69	-0.55	0.84	0.77	1.00

2、全體受測者的因素陡坡檢定 (Scree Plot)

針對前述提及將本研究的特徵質以大於 1.0，作為判定因素的標準。從圖 5-3-6 全體受測者因素陡坡圖中可以看出，該陡坡圖的曲線從因素 5 之後曲線走勢趨於平坦，而根據陡階檢定原則只要取前面四個因素即可。因此，可將本研究判定萃取因素個數為四個。

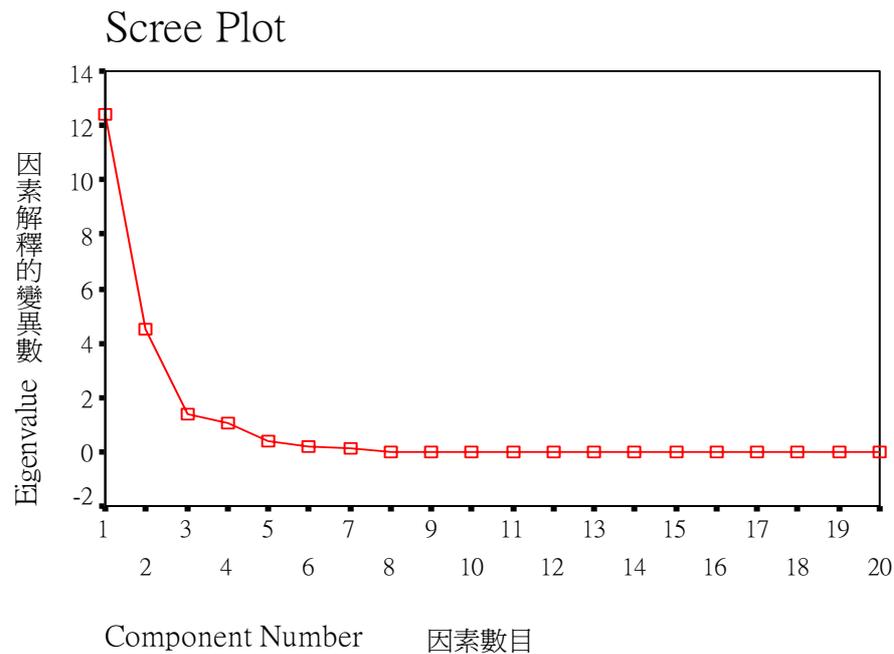


圖 5-3-6 全體受測者意象評估因素陡坡圖

3、全體受測者意象評價因素分析

在經過因素轉軸後從表 5-3-8 全體受測者意象評價因素分析中，得知第一個因素包含了 6 個意象形容詞，解釋變異量為 30.95%；第二個因素有 7 個意象形容詞，解釋變異量為 26.52%；第三個因素則有 4 個意象形容詞，解釋變異量為 20.91%。而第四個因素則有 3 個意象形容詞，解釋變異量為 18.08%。因素分析整體所得的累積變異量為 96.45%。由圖 5-3-7 全體受測者的意象因素散布圖可以清楚看出因素 1、因素 2、因素 3 及因素 4 空間中集群分布的情形，以及其相互之間向度的關係。將依據表 5-3-8 中各因素內所集群的意象形容詞，及圖 5-3-7 意象因素散布圖分布的情形進行因素命名的工作。

表 5-3-8 全體受測者意象評價因素分析

評價語詞	因素 1	因素 2	因素 3	因素 4
變化的 - 單調的	0.942	0.183	0.269	
新穎的 - 普通的	0.839	0.384	0.271	-0.261
獨特的 - 通俗的	0.807	0.496	0.197	-0.238
創意的 - 模仿的	0.800	0.536	0.238	
裝飾的 - 呆板的	0.771	0.243	0.512	0.256
炫目的 - 平凡的	0.657	0.526	0.525	
冷酷的 - 溫馨的	0.266	0.890	0.214	-0.297
莊嚴的 - 親切的	0.253	0.792	-0.280	-0.440
直覺的 - 思考的	-0.510	-0.783	-0.133	0.258
浪漫的 - 實際的	0.381	0.720	0.425	0.192
柔和的 - 陽剛的	-0.532	-0.673	-0.150	0.480
個性化 - 大眾化	0.651	0.662		-0.322
傳統的 - 現代的	-0.628	-0.645	-0.332	0.181
輕巧的 - 穩重的	0.321	0.160	0.925	
自由的 - 束縛的	0.483	0.129	0.842	
精緻的 - 粗糙的	0.205	-0.137	0.789	0.536
堅固的 - 脆弱的	-0.101	-0.428	-0.713	0.442
簡潔的 - 複雜的		0.346		-0.889
細膩的 - 粗糙的		-0.127	0.419	-0.854
成熟的 - 笨拙的		-0.139	-0.271	0.806
特徵值	6.189	5.304	4.181	3.615
解釋變異量%	30.947	26.520	20.905	18.076
累積變異量%	30.947	57.647	78.372	96.448
因素命名	創新性	感性性	造形性	技巧性

Component Plot in Rotated Space

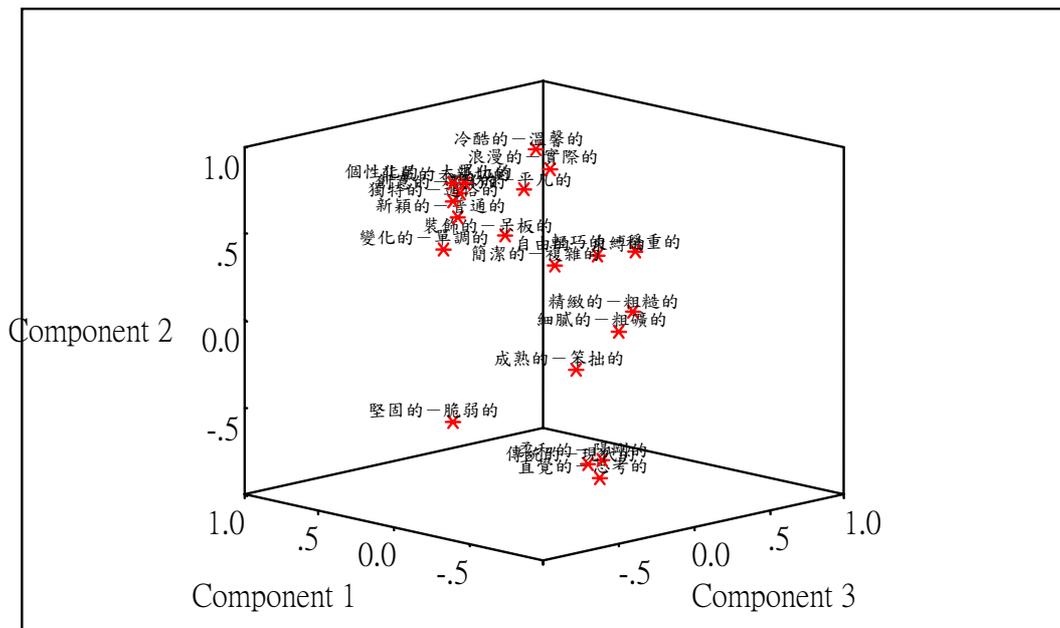


圖 5-3-7 全體受測者意象因素散佈圖

4、因素的命名：

因素的命名，是由因素中所包括的意象形容詞特性，或重要的變數來加以決定，是一種依據學理的猜測工作，故不同學術領域和不同研究者，對相同的因素給予命名的時候，亦會給予不同的詮釋與名稱。根據本研究主題群眾對雕塑造形形態意象探討，所萃取出來的意象形容詞因素與其分析結果，將因素命名解釋說明如下：

(1) 因素一：創新性因素

此因素共有 6 組語彙，其內容集合了變化的、新穎的、獨特的、創意的、裝飾的、炫目的意象語彙因素與單調的、普通的、通俗的、模仿的、呆板的及平凡的有相對應關係。分析整合之後，發現這些因素似乎與創造雕塑藝術時構想造形形態有關，因而將此因素命名為「創新性因素」。並以「創意的一模仿的」為新的因素座標意象評價尺度軸，作為探討雕塑造形的意象空間分布的重要尺軸。

(2) 因素二：感性性因素

此因素共集合了有 7 組語彙，為冷酷的一溫馨的、莊嚴的一親切的、直覺的一思考的、浪漫的一實際的、柔和的一陽剛的、個性化的一大眾化的及傳統的一現代的，意象經由因素分析整合之後，從這些形容詞意義表達特徵上，具有情感感受抒發，感覺上為欲傳達心理情感於群眾。因此，將此因素命名為「感性性因素」。並以「浪漫的一實際的」為新的因素尺軸。

(3) 因素三：造形性因素

此因素由 4 組意象形容詞組成，內容著重對雕塑藝術外觀形態特質描述，如輕巧的一穩重的、自由的一束縛的、精緻的一粗糙的及堅固的一脆弱的。也就是主體外觀造形給觀賞者的感覺，故將此因素命名為「造形性因素」。並以「自由的一束縛的」為座標尺度軸。

(4) 因素四：技巧性因素

此因素由 3 組意象形容詞組成，其形容詞語彙組為簡潔的一複雜的、細膩的一粗獷的及成熟的一笨拙的。從這些形容詞中可以感受其創作技巧的方式呈現。因此將因素命名為「技巧性因素」，並以「細膩的一粗獷的」為新的座標軸。

三、雕塑造型樣本及其全體受測者意象空間分佈分析

本研究共有 95 位受測者，對八個雕塑造型樣本做二十組意象形容詞的評價，經過因素分析的程序之後，將二十組意象形容詞縮減為四組新的意象形容詞。並依據四個因素的意義及特性重新命名，分別為：因素一「創新性因素」、因素二「感性性因素」、因素三「造型性因素」及因素四的「技巧性因素」。接著，我們將藉由這四項新的因素分析分數，意象感知空間座標中所建構各雕塑樣本的關係位置，以空間中的距離探討各雕塑樣本之間的相對關係。期望能更瞭解各雕塑造型樣本所呈現的意象感知意義。

(一) 進行步驟及新的分數：

本階段依據前一階段八個雕塑樣本所得四項因素，同樣以 SPSS 8.0 的統計軟體進行因素分析之變異數設定，將因素儲存成變數功能 (save as variables)，完成因素分析分析程序後，則八個雕塑造型樣本在原始的資料中，便會增加四個新的變數，就是為因素一 (Factor1)、因素二 (Factor2)、因素三 (Factor3) 及因素四 (Factor4)。表 5-3-9 即為四個因素的因素分數，亦是本研究造型雕塑樣本的意象空間座標軸數值。

四個因素座標軸所代表的意象意義，分別為創新性軸線 (創意—模仿的)、感性性軸線 (浪漫—實際的)、造型性軸線 (自由—束縛的) 及因素四的技巧性軸線 (細膩—粗獷的)。我們將依據此四條軸線作為意象感知空間座標，分別標示出各個雕塑造型樣本於空間座標中的相對位置，並且透過意象空間分布圖中瞭解各雕塑造型樣本的距離遠近關係 (如圖 5-3-8、圖 5-3-9)，加以討論分析。

表 5-3-9 全體受測者雕塑造型樣本新的意象因素分數

雕塑造型形態	造型樣本	因素一 創新性 (創意—模仿)	因素二 感性性 (浪漫—實際)	因素三 造型性 (自由—束縛)	因素四 技巧性 (細膩—粗獷)
抽象類	樣本一	1.01	0.42	-0.74	0.85
	樣本六	0.64	0.94	1.67	-1.34
	樣本八	1.16	0.43	-0.86	0.13
具象類	樣本二	-1.09	-0.83	-0.95	-1.22
	樣本四	0.12	-0.43	-0.64	-0.92
寫實類	樣本三	-1.64	1.61	-0.10	0.78
	樣本五	-0.48	-1.14	1.19	0.74
	樣本七	0.28	-1.01	0.43	0.98

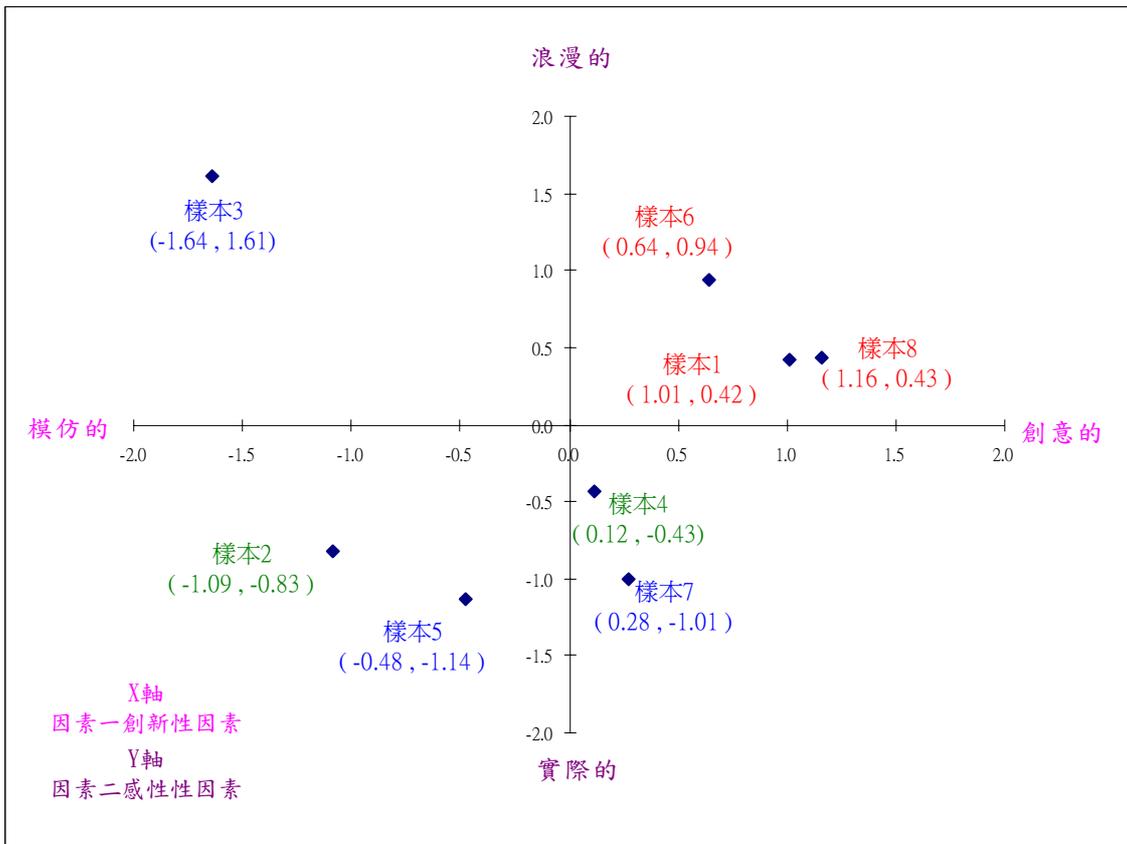


圖 5-3-8 全體受測者創新性與感性性因素座標空間圖

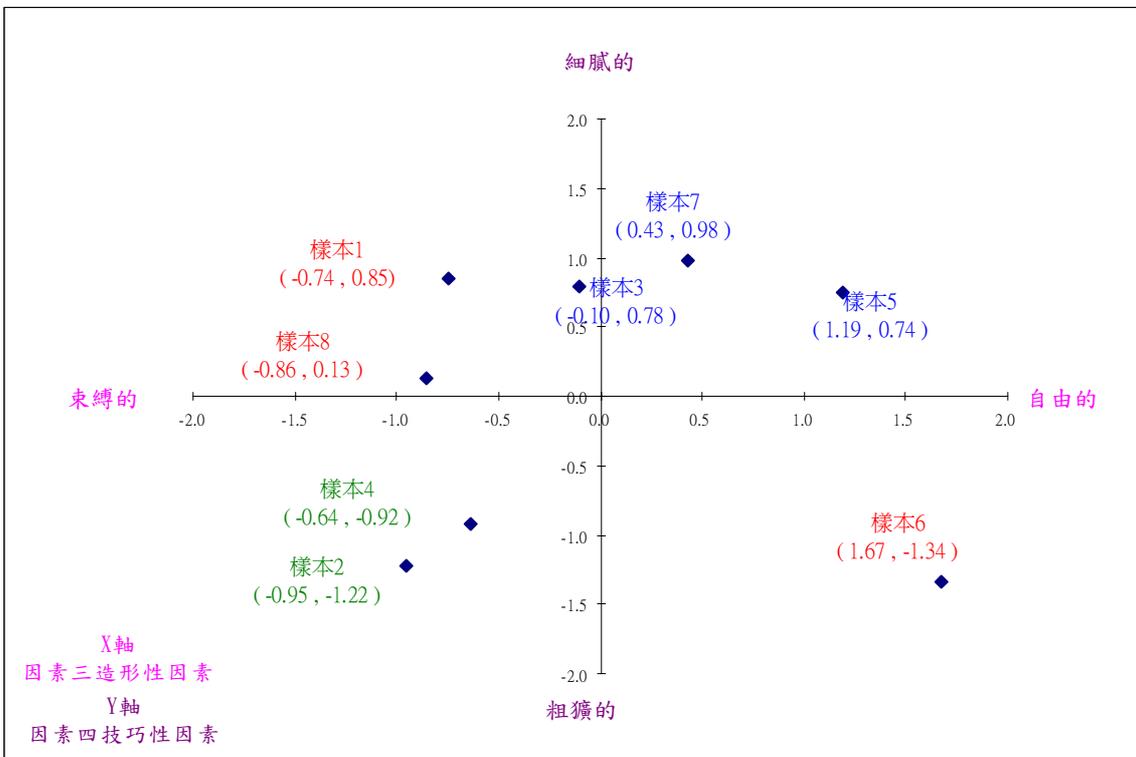


圖 5-3-9 全體受測者造形性與技巧性因素座標空間圖

(二) 雕塑造形樣本與全體受測者的意象空間分布

1、抽象造形雕塑類群的意象空間分佈：

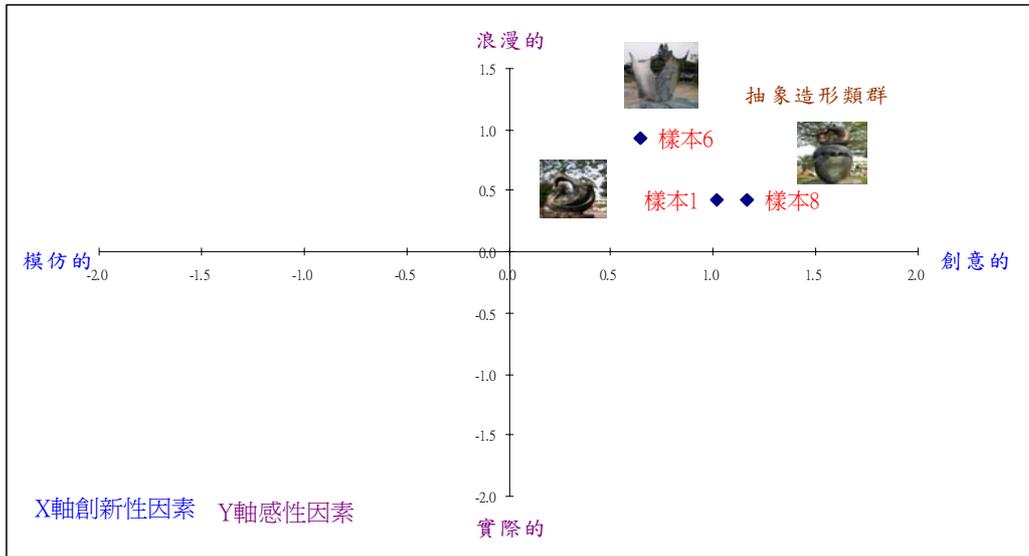


圖 5-3-10 抽象造形類群雕塑因素一與因素二的意象空間座標分布圖

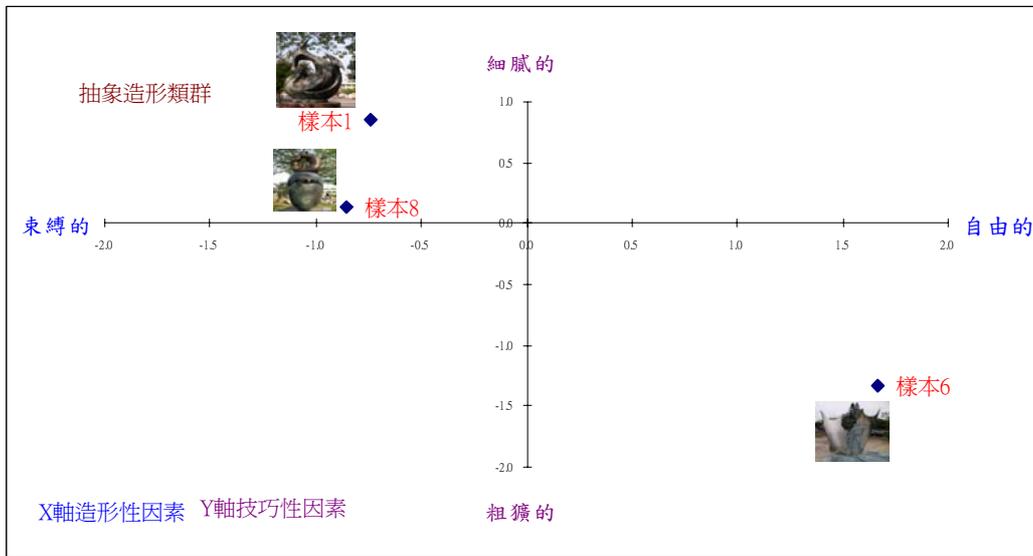


圖 5-3-11 抽象造形類群雕塑因素三與因素四的意象空間座標分布圖

圖 5-3-10 是由創新性與感性性因素所構成的抽象造形樣本意象空間分布圖。從分布情況可看出三個抽象造形樣本，群聚在第一象限「創意的—浪漫的」意象空間裡。因此得知群眾對其抽象造形的構想感覺為創意的，並具浪漫的情感感覺。圖 5-3-11 為抽象造形雕塑樣本，於造形性因素與技巧性因素所構成的空間分布圖。樣本一及樣本八是位於「束縛的—細膩的」的第二象限裡，而樣本六則位於「自由的—粗獷的」第四象限。從

中得知群眾對於一般抽象造形感覺為細膩的創作技巧並為束縛的造形感覺，但當抽象造形的外在造形特徵越是誇張的變形，群眾的造形意象則就會趨近於自由的，技巧性因素則偏向為粗獷的，如樣本六。

2、寫實造形雕塑群的意象空間分佈：

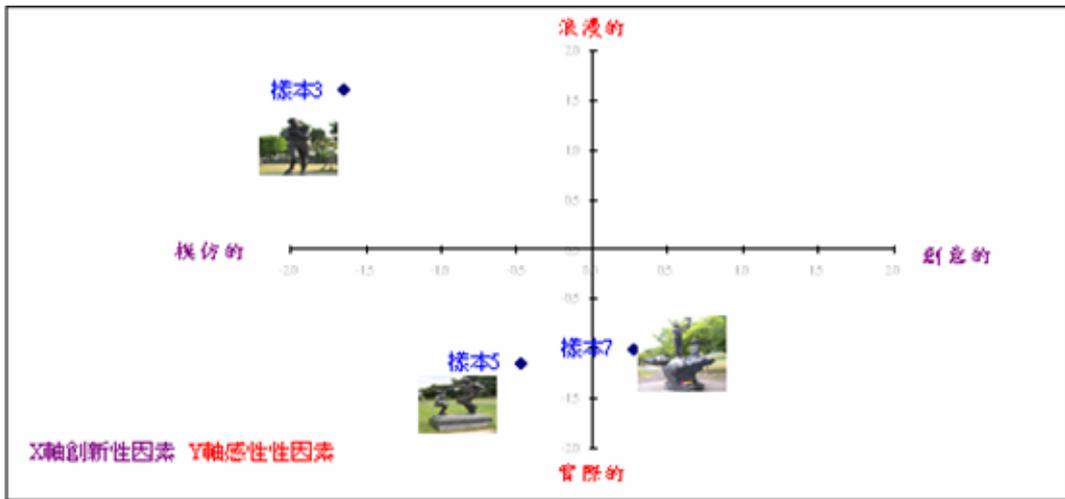


圖 5-3-12 寫實造形類群雕塑因素一與因素二的意象空間座標分布圖

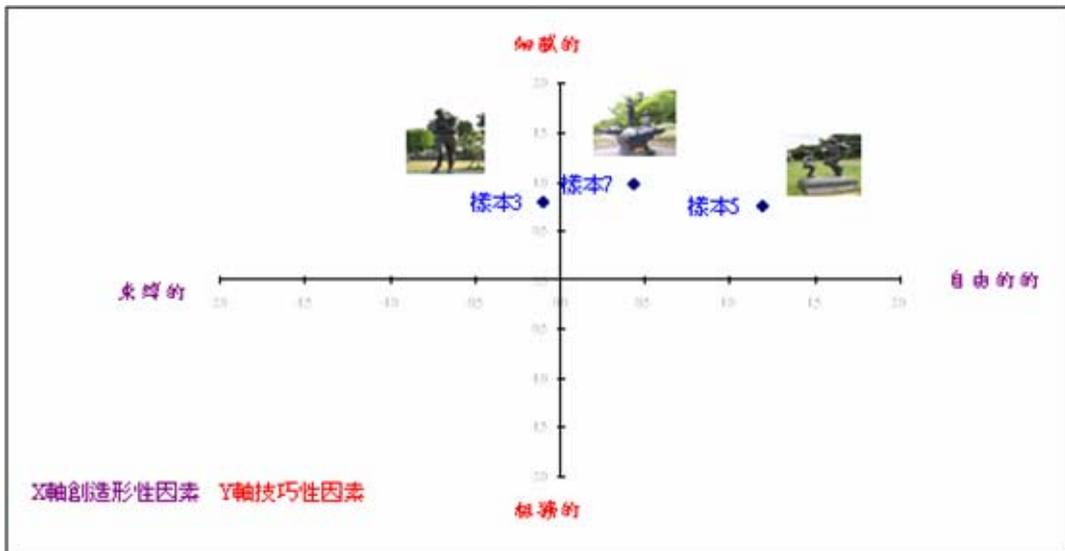


圖 5-3-13 寫實造形類群雕塑因素三與因素四的意象空間座標分布圖

圖 5-3-12 是創新性與造形性因素所構成的寫實意象空間分布圖，此圖中發現三個雕塑造形樣本分別散落在三個不同的象限裡，樣本三位於第二象限「模仿的—浪漫的」空間裡，而樣本五則位於第三象限的「模仿的—實際的」空間裡，樣本七則位於「創意的—實際的」第四象限中。可得知群眾對於寫實造形雕塑構想偏向為模仿的、其感性性情感

則呈現偏向為實際的感覺。圖 5-3-13 為造形性因素與技巧性因素構成寫實造形雕塑樣本空間分布圖。樣本五及樣本七位於第一象限的「自由的一細膩的」意象空間裡，而樣本三則位於第二象限中「束縛的一細膩的」。可發現寫實造形雕塑共同呈現的創作技巧感覺為細膩的藝術，外在形態群眾感覺偏向為自由的造形性感覺。

3、具象造形雕塑群的意象空間分布

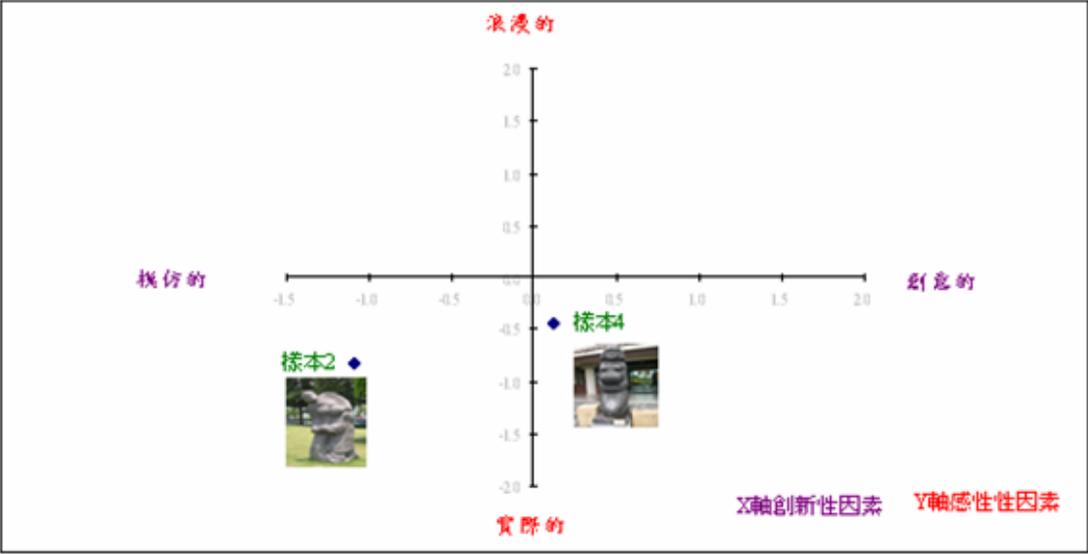


圖 5-3-14 具象造形類群雕塑因素一與因素二的意象空間座標分布圖

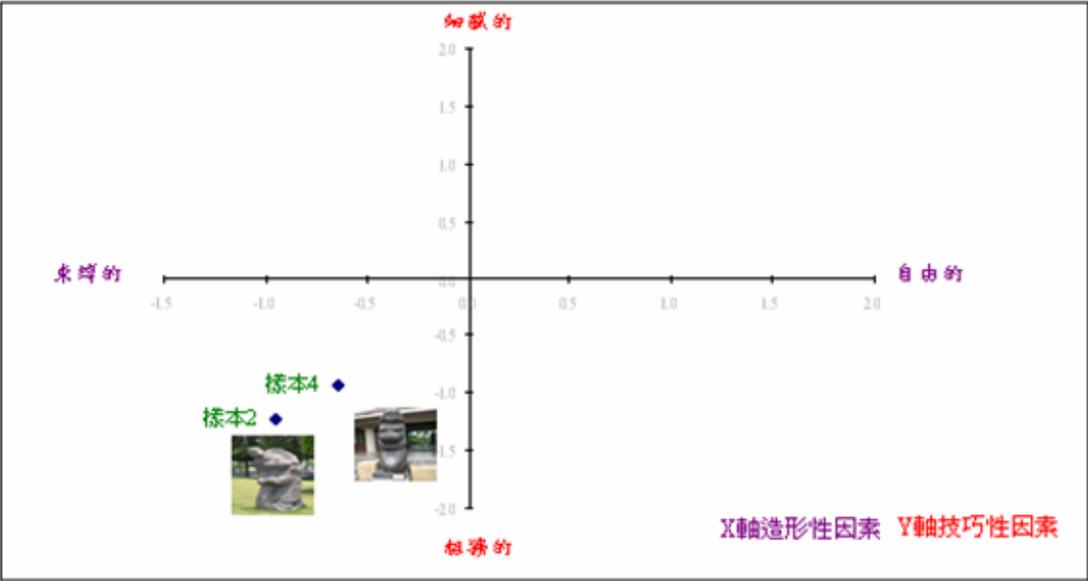


圖 5-3-15 具象造形類群雕塑因素三與因素四的意象空間座標分布圖

圖 5-3-14 為具象造形雕塑樣本，在創新性因素與模仿性因素的意象空間分布圖，具象造形雕塑樣本二於第三象限「模仿的—實際的」座標空間中，樣本四則位於「創意的—實際的」意象空間裡，從意象空間中可得知群眾對於具象造形雕塑樣本，共同呈現之感性因素為實際的情感感覺，其構想創新性因素則呈現分別為創意的及模仿的。圖 5-3-15 為造形性因素與技巧性因素所構成的具象造形樣本座標空間圖，發現具象造形雕塑的兩件樣本皆位於第三象限「束縛的—粗獷的」空間裡。因此可知群眾認為具象造形雕塑樣本，外在形態的共同感覺為束縛的、並感受到其藝術家的技法表現較為粗獷的。

4、小結：

從四個因素所組成的意象空間圖裡，可發現受測群眾對三個不同造形類群雕塑在四個因素中所呈現的空間意象感覺。得知抽象造形雕塑樣本的造形創新性構想，比其他兩類群的造形雕塑更具創意也較具浪漫的感覺，但又給群眾感覺其造形的變化受到藝術家思想的束縛。寫實造形雕塑給群眾的感性感覺最為廣泛，認為寫實造形雕塑有時感覺為實際的卻也有浪漫的感覺存在，但其造形創作技巧感覺卻是三種造形類群中最細膩的並且感覺最自由的。而受測者對具象造形雕塑樣本的創作技巧則感覺為粗獷的並且受束縛的，情感之感性因素則為實際的感覺。

表 5-3-10 年齡層在各雕塑造型樣本平均值分析表

		年齡層別	個性 大眾	自由 束縛	裝飾 呆板	傳統 現代	變化 單調	新穎 普通	柔和 陽剛	直覺 思考	獨特 通俗	輕巧 穩重	簡潔 複雜	浪漫 實際	細膩 粗獷	炫目 平凡	精緻 粗糙	堅固 脆弱	成熟 笨拙	莊嚴 親切	創意 模仿	冷酷 溫馨
抽象類	樣本一	年齡層一	1.00	1.00	1.21	-0.52	1.00	0.894	0.39	0.36	1.13	-0.13	0.97	0.65	0.28	0.31	0.60	1.84	1.23	-0.26	1.31	-0.50
		年齡層二	1.25	0.96	1.12	-0.83	1.41	1.61	0.48	0.06	1.45	-0.64	0.90	0.80	0.90	0.64	0.64	1.48	1.19	-0.32	1.35	-0.61
		年齡層三	0.69	1.11	1.42	-0.69	1.26	1.19	1.03	-1.15	0.88	-0.80	0.88	0.65	0.69	0.73	0.88	1.73	1.30	-0.38	1.26	-1.11
	樣本六	年齡層一	0.97	0.78	2.00	-0.31	1.94	1.18	-0.21	0.60	1.34	0.71	1.42	0.36	1.15	0.81	0.77	0.22	0.44	0.05	1.50	0.77
		年齡層二	2.25	1.90	1.93	-2.06	1.22	1.77	-0.51	-0.67	1.83	0.96	1.41	1.00	0.12	1.03	0.48	0.22	0.61	-0.32	1.87	0.80
		年齡層三	1.69	1.84	1.15	-1.80	1.07	1.92	0.11	-1.03	2.11	0.88	1.46	0.88	0.00	1.38	0.88	0.00	0.76	0.07	1.76	0.00
	樣本八	年齡層一	2.00	0.86	1.39	-0.86	1.00	1.13	0.42	-0.39	1.34	-0.76	0.89	-0.52	-0.78	0.34	0.18	0.86	1.10	0.26	1.28	-0.50
		年齡層二	1.77	1.09	0.90	-1.22	1.06	1.22	0.77	-0.41	1.45	-0.22	0.70	0.16	0.38	0.74	0.70	1.41	1.22	0.29	1.38	-0.38
		年齡層三	1.26	1.00	1.23	-1.00	1.07	1.00	0.42	-0.46	1.07	-0.53	0.69	-0.76	0.61	0.38	0.15	1.34	0.76	0.34	1.19	-0.73
具象類	樣本二	年齡層一	-0.63	-0.05	0.68	1.07	-0.10	-0.26	1.55	1.05	-0.55	-1.15	1.39	-0.26	0.44	-0.65	0.05	1.52	1.39	-0.52	-0.28	-1.65
		年齡層二	0.16	1.25	0.48	1.45	-0.09	-0.19	1.25	1.09	-0.35	-0.83	1.41	-0.09	0.25	-0.58	-0.19	1.35	1.22	1.35	-0.22	-1.54
		年齡層三	-0.73	0.30	0.19	1.15	-0.07	-0.42	1.30	1.15	-0.42	-1.50	1.46	-0.92	-0.50	-0.57	-0.38	1.53	1.11	1.53	0.19	-1.42
	樣本四	年齡層一	1.50	1.05	1.00	-0.44	0.84	1.21	1.15	0.71	1.10	-0.84	0.15	-0.10	0.15	-0.36	0.52	1.28	1.14	-0.18	0.73	-1.13
		年齡層二	0.61	0.58	0.45	0.16	0.29	0.29	0.54	0.90	0.19	-0.87	1.45	-0.48	-0.32	-0.54	0.19	1.38	0.67	-0.38	0.25	-1.06
		年齡層三	0.38	0.69	0.80	-0.38	0.34	0.30	0.76	0.50	0.53	-0.96	1.42	-0.46	0.26	0.07	0.38	1.46	1.03	-0.19	0.53	-1.23
寫實類	樣本三	年齡層一	0.39	0.57	0.57	0.36	0.05	-0.13	0.60	-0.13	0.78	-0.76	0.76	-0.02	0.47	0.00	0.39	1.02	1.47	0.02	0.26	0.31
		年齡層二	0.51	0.74	1.12	-0.58	-0.38	-0.51	1.29	0.38	-0.22	-0.51	1.03	0.16	1.12	-0.58	0.48	1.00	0.96	-0.09	0.22	-0.80
		年齡層三	0.34	1.15	0.69	-0.19	0.00	-0.11	1.15	0.53	0.00	-0.34	1.11	0.73	0.84	0.15	0.80	1.07	1.50	-0.26	0.26	-0.76
	樣本五	年齡層一	-0.68	1.36	0.92	-0.34	0.39	0.10	1.39	0.68	-0.39	0.21	0.52	-0.78	1.34	-0.02	1.26	1.50	1.07	-1.42	0.13	-1.92
		年齡層二	-0.45	1.12	1.00	0.51	0.45	0.12	1.35	1.19	-0.25	0.32	0.22	0.48	1.22	-0.16	1.03	1.35	1.51	-1.51	0.25	-2.09
		年齡層三	-1.00	1.42	1.23	0.50	0.38	0.00	1.73	1.73	0.00	0.50	1.19	-0.15	0.88	0.15	1.11	1.07	1.30	-1.53	0.34	-1.96
	樣本七	年齡層一	0.28	1.63	1.21	0.50	0.81	0.34	1.07	1.07	0.39	0.02	0.42	0.18	0.84	-0.05	0.97	1.10	1.63	-1.02	0.47	-1.60
		年齡層二	-0.54	1.29	1.12	1.32	0.48	0.16	1.41	0.83	0.00	0.06	0.64	0.09	0.96	-0.09	1.03	1.381	1.09	-1.09	0.29	-1.58
		年齡層三	-0.38	1.30	1.23	0.50	0.73	0.07	1.46	1.30	-0.38	-0.50	0.23	0.65	0.42	0.11	0.84	1.34	1.23	-0.96	0.61	-1.88

表 5-3-11 年齡層在各雕塑造型樣本的單因子變異數分析表 (P<0.05 達顯著水準者)

		個性 大眾	自由 束縛	裝飾 呆板	傳統 現代	變化 單調	新穎 普通	柔和 陽剛	直覺 思考	獨特 通俗	輕巧 穩重	簡潔 複雜	浪漫 實際	細膩 粗獷	炫目 平凡	精緻 粗糙	堅固 脆弱	成熟 笨拙	莊嚴 親切	創意 模仿	冷酷 溫馨
抽象 造型 類	樣本 一	0.353	0.925	0.562	0.719	0.421	0.624	0.242	0.574	0.266	0.242	0.965	0.898	0.129	0.399	0.659	0.354	0.930	0.567	0.963	0.243
	樣本 六	0.060	0.090	0.031	0.000	0.052	0.064	0.364	0.004	0.098	0.812	0.992	0.164	0.011	0.350	0.471	0.879	0.608	0.948	0.556	0.129
	樣本 八	0.139	0.872	0.319	0.687	0.975	0.861	0.632	0.911	0.541	0.338	0.841	0.812	0.171	0.503	0.228	0.159	0.440	0.683	0.845	0.690
具象 造型 類	樣本 二	0.217	0.016	0.332	0.458	0.996	0.793	0.411	0.972	0.821	0.211	0.978	0.162	0.073	0.964	0.688	0.787	0.717	0.888	0.266	0.837
	樣本 四	0.023	0.388	0.318	0.304	0.180	0.012	0.217	0.646	0.039	0.937	0.428	0.525	0.733	0.249	0.516	0.826	0.081	0.884	0.300	0.919
寫實 造型 類	樣本 三	0.932	0.335	0.208	0.031	0.300	0.438	0.082	0.250	0.693	0.499	0.551	0.136	0.114	0.131	0.448	0.976	0.167	0.723	0.991	0.000
	樣本 五	0.607	0.691	0.671	0.098	0.983	0.958	0.395	0.039	0.650	0.810	0.066	0.350	0.351	0.740	0.699	0.306	0.186	0.959	0.829	0.842
	樣本 七	0.220	0.541	0.957	0.106	0.619	0.452	0.563	0.499	0.374	0.587	0.134	0.134	0.364	0.861	0.856	0.585	0.792	0.955	0.632	0.661

四、不同年齡層對雕塑造型意象的差異性分析

在此階段中探討的問題為，群眾對於雕塑造型的意象感覺，是否會因為年齡因素，而產生差異性。在年齡層的分布上，本研究考慮年齡層較為相近的受測者，其所生長的年代背景較為相似，亦會影響對其特定的雕塑造型產生較為一致的意象感覺。因此，依據年齡層次的相近性，將原本的六組年齡分層，整合成「10-30 歲」、「31-40 歲」及「41-60」歲共三組年齡層，三組年齡層受測驗的人數分別為年齡層一有 38 人、年齡層二有 33 人，及年齡層三有 24 人，全部共為 95 人。本研究將依據年齡層因素的差異，對各雕塑樣本意象所造成的差異進行探討，以瞭解受測者的年齡屬性差異特性，是否會影響其造型意象感知的評價結果。

在這一小節，本研究以三個年齡層組為自變數因素，二十組意象形容詞為應變數，分別針對八個雕塑造型樣本進行平均值的運算及單因子變異數分析（One-Way ANOVA）。而檢定的方式選擇以較普遍使用的 Student-Newman-Keuls（SNK）檢測方法進行檢定，並以 $p < 0.05$ 為顯著標準值。因為本研究需將八個雕塑樣本，分別與二十組意象形容詞做不同年齡層的分析，統計過程需檢定的項目繁多，因此，只將最後所計算出的數值列於表 5-3-10（平均值）及表 5-3-11（P 值顯著性分數），並不將運算過程中所得知的每個意象形容詞 ANOVA 檢定表格置放於本論文中，以避免造成閱讀時的困擾。此部分統計運算過程的範例，以樣本一「個性化—大眾化」意象形容詞為例，首先進行單個項目的變異數分析值及平均數值的統計結果，運算過程及方法如下：

表 5-3-12、表 5-3-13 為統計運算的一部份。表 5-3-13 中，年齡差異在「個性化—大眾化」意象形容詞檢定中，P 值為 0.353（ $p < 0.05$ 才有達顯著水準），也就是說，該項的平均值差異並沒有達到顯著標準值，如表 5-3-12 中的平均數相差並不多，顯示年齡層組中對此項目的意象並無太大的差異性。

表5-3-12 年齡層組在樣本一『個性化—大眾化』的平均值數據表

樣本一	個數	平均數	標準差	標準誤	平均數的 95%信賴區間		最小質	最大值
					下界	上界		
年齡群一	38	1.0000	1.37546	0.22313	0.5479	1.4521	-2.00	3.00
年齡群二	31	1.2581	1.43685	0.24806	0.7310	1.7851	-3.00	3.00
年齡群三	26	0.6923	1.61912	0.31753	0.0383	1.3463	-3.00	3.00
總和	95	1.0000	1.46593	0.15040	0.7014	1.2985	-3.00	3.00

表 5-3-13 年齡層群在樣本一『個性化—大眾化』項目中 One-Way ANOVA 檢定結果表

變異數分析 ANOVA						
樣本一		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
個性化—大眾化	組間	4.526	2	2.263	1.054	0.353
	組內	197.474	92	2.146		
	總和	202.000	94			

表示 P<0.05，達顯著水準

本階段的研究，就是依此方法進行其他年齡層組對雕塑意象形容詞組的單因子變異數分析，依序探討各項意象形容詞對組分析所得結果。

分析結果如下所述：

(一) 由整體意象形容詞特性分析：

經由單因子變異數分析的檢定之後，表 5-3-10 為全部年齡層組對雕塑樣本意象平均值。依照表 5-3-11 中所列出的 P 值檢定，得知在全部二十組的意象形容詞與八個雕塑造形樣本，就意象差異而言，可判定在年齡層差異因素上，達顯著水準的意象形容詞只有三組。因而決定從平均值進行檢定統計分析（表 5-3-11），同樣發現除了達顯著水準的三組組別之外，其餘的差異程度並不大，甚至相當接近。可見不管任何年齡層組的群眾，對相同雕塑造形所呈現的意象感覺是不會產生太多的差異性。

(二) 達顯著水準的三組意象形容詞組分析：

有達到顯著水準差異的分別為，樣本六的「傳統的一現代的」及樣本三的「冷酷的一溫馨的」。就群眾在抽象造形類群樣本六「傳統的一現代的」產生的意象來說，所呈現的為差異年齡層二（-2.06）及年齡層三（-1.80）的群眾認為較接近現代的意象感覺。然

而，年齡層一 (-0.31) 的群眾，因為平均值較趨近於中介值 0，因此並無太強烈的感覺。但與其他平均值比較起來，有呈現較明顯的差異。

第二組產生差異的同樣為抽象造形樣本六，意象對組為「直覺的一思考的」，從數據中得知年齡層一為 (0.60)，意象感覺偏向為直覺的。而年齡層二 (-0.67) 與年齡層三 (-1.06) 所感受到的意象為思考的。從這兩組的分析中可以間接瞭解群眾對於抽象造形雕塑的意象感覺，較容易產生差異性。

另一組產生差異的為寫實類群樣本三，其意象形容組為「冷酷的一溫馨的」，在這個意象感覺中，同樣是年齡層一 (0.30) 與年齡層二 (-0.80)、年齡層三 (-0.76) 產生較不相同的意象感覺，也就是說年齡 11-30 歲的群眾，對樣本三的意象感覺是冷酷的，而 31-60 歲的群眾則感覺呈現為溫馨的感覺。

(三) 小結：

本研究發現，年齡因素對雕塑造形意象感覺差異情形，經由單因子變異數分析之後，得知不同年齡層對不同雕塑造形，確實是有差異性的存在，但多數為感覺意象相同、其不同程度感覺差異情形。雖然有檢定出有達到顯著差異的意象形容詞，包括了抽象造形類及寫實造形類的形容詞，但是其差異的程度並沒有相當的明顯。因此，年齡在雕塑造形樣本意象感覺認定上，反映出各年齡層在意象感受上呈現出相同意象感覺，但不同程度的結果。

五、綜合討論與分析：

在此章節中，本研究首先針對三種雕塑造形類群的八個雕塑樣本，進行群眾的雕塑造形意象形容詞感覺特性探討。並將二十組對立的雕塑意象形容詞，經過因素分析之後，整理出組成群眾意象感覺形容詞的四個因素，及分析八個不同形態的雕塑造形樣本，在空間分布的意象差異性。最後則是探討年齡因素其對雕塑造形類群在意象感覺評價上的差異性。綜合以上的分析結果，將雕塑造形形態與群眾對其造形的意象感覺之間的關聯性結果，整理成表 5-3-14 所示的雕塑造形形態及群眾心理意象感覺對應表。期望透過此對應表的分析整理，提供給雕塑藝術家在創作雕塑造形形態時的參考。

表 5-3-14 雕塑造形形態特徵與意象感知的關聯性整理表

雕塑造形形態	樣本編號	造形	群眾心裡意象感覺形容詞	意象空間組成因素 (創新性—感性性)	意象空間組成因素 (造形性—技巧性)	群眾年齡的意象差異性
抽象造形雕塑	樣本一		自由的、裝飾的、變化的、新穎的、獨特的、堅固的、成熟的、創意的	創意的—浪漫的	束縛的—細膩的	差異性不大
	樣本六		個性化的、自由的、裝飾的、現代的、變化的、新穎的、獨特的、輕巧的、簡潔的、炫目的、創意的	創意的—浪漫的	自由的—粗獷的	對『傳統—現代』、『直覺—思考』有差異
	樣本八		個性的、自由的、裝飾的、變化的、新穎的、獨特的、堅固的、成熟的、創意的	創意的—浪漫的	束縛的—細膩的	差異性不大
具象造形雕塑	樣本二		傳統的、柔和的、直覺的、穩重的、簡潔的、堅固的、成熟的、溫馨的	模仿的—實際的	束縛的—粗獷的	差異性不大
	樣本四		簡潔的、堅固的、成熟的、溫馨的	創意的—實際的	束縛的—粗獷的	差異性不大
寫實造形雕塑	樣本三		柔和的、堅固的、成熟的	模仿的—浪漫的	束縛的—細膩的	對『冷酷—溫馨』差異性較大
	樣本五		自由的、裝飾的、柔和的、直覺的、細膩的、精緻的、堅固的、成熟的、莊嚴的、冷酷的	模仿的—實際的	自由的—細膩的	差異性不大
	樣本七		自由的、裝飾的、柔和的、直覺的、精緻的、堅固的、成熟的、冷酷的	模仿的—實際的	自由的—細膩的	差異性不大

第六章 結論與建議

雕塑藝術家在構思一件雕塑藝術品時，最先想到的就是要創作哪種風格造形形態的雕塑品。不論雕塑作品的外在形態是屬於哪一種造形風格，若能藉由雕塑藝術品帶給群眾產生美好的心理感受，那麼這件雕塑藝術品就是一件最棒的藝術創作。現今戶外雕塑作品，已經不再只是單獨的藝術創作品。當公共藝術要設置戶外雕塑作品時，戶外雕塑藝術便成為群眾與藝術家共同的創作。而本研究就是藉由台中縣市公共空間戶外雕塑造形形態，探討現今群眾對不同雕塑造形風格的意象感覺。經過相關文獻探討，及群眾對雕塑造形意象的問卷調查分析，將本研究發現以及後續研究建議敘述如下：

一、研究發現：

研究結果的發現是依據群眾問卷調查所得的資料，依序進行各種群眾對雕塑造形意象感覺統計分析。以下將所得結果重點加以歸納敘述：

（一）公共空間設置戶外雕塑造形數量統計分析結果：

本研究的戶外雕塑造形調查，是以台中縣市為主要調查範圍。調查結果發現，台中市設置現代抽象造形雕塑藝術數量多於台中縣，也就是說鄉鎮地區的戶外雕塑造形仍是以傳統寫實描繪人物造形為主，而都市的公共空間裡，抽象造形已逐漸取代了寫實造形雕塑。而介於超寫實造形與抽象造形的具象造形雕塑，其數量也呈現都市地區多於鄉鎮地區的狀況。

（二）公共空間設置戶外雕塑接受程度分析結果：

此研究結果顯示，一般群眾認為公園裡其實並不需要設置雕塑藝術品，但卻贊成成立主題式的雕塑公園，提供群眾觀賞雕塑藝術品。並且認為公園裡若要擺設戶外雕塑品，最好是大型的立體雕塑藝術，而且是可以給群眾觸摸感受的藝術品。

(三) 三種造形雕塑類群，在群眾意象的感覺認知上所呈現意象特性分析結果：

透過平均值與折線圖的分析，發現不管任何造形形態的雕塑給群眾的共同感覺都是成熟的及堅固的雕塑藝術品。群眾對抽象造形的雕塑意象感覺多為現代化造形的雕塑，但是具象類造形雕塑卻較無法辨識是較現代的、還是傳統的雕塑藝術品，而寫實類的雕塑造形，大部分群眾都認為雕塑作品呈現出溫柔的及溫馨的感覺。

(四) 雕塑造形因素分析及群眾意象空間分布結果：

全體受測者因素分析結果，本研究萃取出四個因素作為建構雕塑造形意象空間，解釋受測者評量雕塑造形形態意象的四個向度名稱。此四個因素名稱分別為創新性、感性性、造形性及技巧性因素。從意象空間分布，發現抽象造形類群雕塑呈現的構想較具創意的，但情感表達上為浪漫的感覺，造形性表現則是為偏向束縛的感覺，而創作技巧偏向為細膩的感覺。具象造形雕塑類群，創作構想給群眾的感覺是模仿的也是創意的，感性性情感則較具實際的感覺，造形性及技巧性因素則呈現束縛的、粗獷的感覺。而寫實造形類群雕塑，群眾所呈現的感覺意象都較為不同，群眾的構想感覺偏向為模仿的，感性性情感感覺卻則偏向實際的感受，而造形性及技巧性創作手法表現感覺上為細膩的並為自由的。

(五) 受測者年齡屬性對意象感覺差異性分析結果：

經由檢定分析之後，得知不同年齡層對不同雕塑造形，確實是有差異性的存在，是呈現出感覺意象相同，但產生不同程度感覺差異而已。雖然有檢定出有達到顯著差異的意象形容詞，但是其差異的程度並沒有相當的明顯。

二、後續研究建議：

本研究可以說是一種實驗性研究，將受測者對不同雕塑造形樣本的意象感覺，經過系統性分析所獲得的研究成果。基本上，可反應部分雕塑造形形態對人們引發的感覺意象情形。但是，由於現今藝術家創作的雕塑造形形態及風格種類可以說是非常多變的，本研究在許多層面都有分析不夠深入的遺憾。而對於雕塑造形形態的研究上，確實還有更多元性的方向可供探討。以下就相關研究方向提出概念的建議：

- (一) 公共空間所涵蓋的範圍非常的廣泛，本研究僅就中部地區台中縣市大小公園生活場域中，所見到的戶外雕塑進行群眾的意象感覺探討。在選取的範圍與取樣的數字上，並無法對應涵蓋所有的戶外雕塑。因此，建議往後相關研究，對於雕塑造形樣本取樣範圍可以延伸至各級機關學校，以增加雕塑造形形態特徵與群眾意象感覺之間更具關聯性資料的蒐集。
- (二) 在本研究進行意象形容詞的調查過程中，發現雕塑造形形態雖然是引發群眾對雕塑產生不同意象感覺的主要因素，但是經過群眾意象感覺調查研究發現，群眾對雕塑藝術品的意象感覺，不再只是單純的外在造形形體而已。不同顏色的雕塑、不同材質質感或是雕塑藝術品是大型的還是屬於小型雕塑，皆是影響群眾對雕塑造形的意象感覺。此現象也是值得研究者繼續探討的課題。
- (三) 雕塑造形意象形容詞的獲得，影響著實際的研究成果，唯有能夠適切表達雕塑造形形態特徵意象，與心裡特徵意象的形容詞，才能夠使研究成果有效的應用於雕塑造形研究領域裡。本研究在意象形容詞的蒐集與選取上，均是以實際觀看各種類型雕塑造形後的自由聯想為蒐集依據。也希望後續的相關研究，能夠增加與建構更多適合雕塑意象語意探討的詞彙庫，以利相關雕塑造形意象研究的進行。

參考文獻

一、著作：

- 范海鵬，2002，《留住你，永恆的時空—訴說三維雕塑世界》，哈爾濱：黑龍江人民出版社。
- 郭勇健，2002，《永恆的偶像：關於雕塑》，廈門：廈門大學出版社。
- 林崇宏，2002，《造形與構成—視覺設計應用的基礎與原理》，台北縣：視覺文化。
- 提浪夫原著，劉建國、劉子倩譯，2002，《造形的發想》，台北市：六合出版社。
- 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》，台北市：五南文化出版。
- 李清志，2001，《都市偵探的世紀末台北觀察》，台北市：田園城市文化出版。
- 王受之，2001，《世界現代美術發展》，台北市：藝術家出版社。
- Paul Zelanski · Mary Pat Fisher 原著，陳淑珍譯，2000，《塑造空間》，台北市：六合出版。
- 黃俊英，2000，《多變量分析》，台北市：中國企業經濟研究所。
- Malcolm Miles 原著，2000，簡逸珊譯，《藝術·空間·城市》，台北市：創興出版。
- 陳繩正、劉昌明編著，2000，《建築與雕塑》，台北市：科技圖書出版。
- 李正文，2000，《體積與空間：雕塑藝術再欣賞》，台北縣：視傳文化出版。
- Ranjit Kumar 著，胡龍騰等譯，2000，《研究方法步驟化學習指南》，台北市：學富文化。
- 林崇宏，1999，《造形·設計·藝術》，台北市：田園城市出版。
- 林品章，1999，《造形原理：藝術·設計的基礎》，台北市：全華科技圖書出版。
- 吳玉成譯，1999，Henri Focillon 原著，《造形的生命》，台北市，田園城市出版。
- 行政院文化建設委員會，1998，《台灣地區戶外藝術彙編》，高雄市：高雄市立美術館。
- 林崇宏，1998，《設計原理：基礎造形理念與創造思考的探索》，台北市：全華科技圖書。
- 帝門藝術教育基金會，1998，《世紀黎明—1998 年成功大學世紀黎明雕塑展》，台南市：帝門藝術教育基金會。
- 郭少宗，1997，《認識環境雕塑》，台北市：藝術圖書出版。
- 吳玲玲、謝蓁蓁、李明珠執行編輯，1997，《台中市豐樂雕塑公園雕塑作品專輯》，台中市：中市文化出版。

臺灣省立美術館編輯委員會編輯，1997，《何恆雄雕塑展：擁抱生命之美》，台中市：省立美術館。

羅伯特·艾得金著，黃麗絹譯，1996，《藝術開講》，台北市：藝術家出版社。

李良仁，1996，《雕塑技法》，台北市：藝風堂出版社。

陳振輝，1995，《中國的現代造形觀：創作理念》，台北縣：銀禾文化出版。

楊成寅、黃又鈞，1994，《鬼斧神工—中外雕塑藝術鑑賞》，台北市：書泉出版。

侯宜人，1994，《自然·空間·雕塑—現代雕塑透視》，台北市：亞太圖書出版。

臺灣省立美術館編輯委員會編輯，1994，《余燈銓雕塑展》，台中市：臺灣省立美術館。

王林，1993，《美術形態學》，台北市：田園出版社。

林振陽，1993，《造形，二》，台北市：三民書局。

郭少宗，1993，《從景觀雕塑到雕塑公園》，台北市：藝術圖書出版。

張春興，1992，《張氏心理學辭典》，台北市：台灣東華書局。

陳瓊花，1990《藝術概論》，台北市：三民書局。

邱永福，1988，《造形原理》，台北市：藝風堂出版社。

傅天仇，1987，《移情的藝術：中國雕塑初探》，台北市：丹青出版。

王文柯，1986，《教育研究法—教育研究的理論與實際》，台北市：五南圖書出版。

呂清夫，1984，《造形原理》，台北市：雄師圖書公司。

何恆雄，1980，《雕塑技法》，台北市：東大圖書出版。

李長俊，Rudolf Arnheim 原著，1976，《藝術與視覺心理學》，台北市：雄師圖書公司。

二、學位論文

曾清祺，2003，《銀行企業品牌商標感性語彙意象認知與設計決策建構之研究》，台南市：成功大學工業設計研究所碩士論文。

林聖岳，2003，《產品造形與與品牌形象的相互關係研究—以行動電話為例》，台北縣：華梵大學設計研究所。

張玟蓁，2003，《台中縣九二一震災國中校園重建景觀之研究》，嘉義縣：南華大學美學與藝術管理研究所。

魏瓊慧，2003，《台灣中部現代陶藝造形風格個案之研究》，嘉義縣：南華大學美學與藝術管理研究所。

陳威亞，2002，《大學生旅遊產品意象、知覺價值滿意度調查碩士論文》，嘉義縣：南華大學旅遊事業管理研究所。

林俊男，2002，《人工聲音訊號意象感知評價之研究》，台南市：雲林科技大學工業設計研究所。

呂明泉，2002，《視覺與觸覺的意象差異研究—以塑膠材質咬花為例》，台南市：成功大學工業設計研究所。

余碧珠，2001，《書法專題展規劃及其展示設計之研究》，嘉義縣：南華大學美學與藝術管理研究所。

劉正中，1998，《產品造形與質感對產品意象的研究影響》，台南市：成功大學工業設計研究所。

柯超茗，1997，《材料視覺與觸覺質感意象的研究》，雲林縣：雲林科技大學工業設計研究所。

三、相關期刊、研討會論文

林振陽，2002，〈造形特徵認知概念數值化分析研究〉，行政院國家科學委員會專題研究計劃，台北市。

林振陽、林玉周，2002，〈開放空間坐椅造形的設計之研究〉，中華民國室內建築與生活環境學術研討會，高雄縣：樹德科技大學。

林振陽、陳俊霖，2002，〈開放空間藝術座椅與環境融合之研究〉，中華民國室內建築與生活環境學術研討會，高雄縣：樹德科技大學。

林振陽、洪慧修，2002，〈公共空間座椅形態認知之研究〉，第二屆地方產業特色與產品設計實務研討會，高雄縣：和春技術學院。

林振陽、張簡朝景，2002，〈公共空間藝術座椅設計探討〉，第二屆地方產業特色與產品設計實務研討會，高雄縣：和春技術學院。

黃翠如、林振陽，2001，〈瀏海造型意象之研究〉，中華民國設計學會第六屆設計學術研究成果研討會，高雄縣：樹德科技大學。

林振陽、陳玉臻，2000，〈以 CHI 觀點探討設計族群適用之掃描器操作界面〉，技術及職業教育學報，第四期，頁 75~88，台北市：國立台灣師範大學。

林振陽等，1999，〈空氣清淨機之色彩意象分析〉，樹德技術學院學報，第一期，高雄縣：高雄樹德技術學院。

四、參考網站：

南 E 網站，網址：<http://www.nani.com.tw>

文建會公共藝術官方網站，網址：<http://publicart.cca.gov.tw>

台北市捷運工程局網站，網址：<http://sdpo.dorts.gov.tw>

清華大學藝術中心網站，網址：http://arts.nthu.edu.tw/faint/frame/index_.htm

附錄一

台中縣市公共空間戶外雕塑作品名稱

【台中市】

編號	地點	作品名稱	作者	年代	材質	風格
西 區						
A-01	國立台灣美術館	仙樂飄飄	丘雲	1994	不鏽鋼	寫實
A-02	國立台灣美術館	播種	王秀杞	1993	觀音石	寫實
A-03	國立台灣美術館	守望	王秀杞	不詳	花崗石	寫實
A-04	國立台灣美術館	樂舞春風	周義雄	1995	銅	寫實
A-05	經國綠園道	祥和	不詳	1995	銅	寫實
A-06	經國綠園道	躍	賴守仁	1992	銅	寫實
A-07	經國綠園道	和煦之風	不詳	不詳	銅	寫實
A-08	國立台灣美術館	展	謝棟梁	1988	不鏽鋼	抽象
A-09	國立台灣美術館	龍嘯太虛	楊英風	1994	不鏽鋼	抽象
A-10	國立台灣美術館	元	李再鈴	1994	不鏽鋼	抽象
A-11	國立台灣美術館	融合	何恆雄	1994	觀音石	抽象
A-12	國立台灣美術館	方圓	吳靖文	1993	不鏽鋼	抽象
A-13	國立台灣美術館	牆	真清淵	1995	陶土	抽象
A-14	國立台灣美術館	日中日	高燦興	1994	不鏽鋼	抽象
A-15	國立台灣美術館	平面穿透・立體迴旋	董振平	1995	不鏽鋼	抽象
A-16	國立台灣美術館	耕	許維忠	1996	不鏽鋼	抽象
A-17	國立台灣美術館	念故鄉	徐富騰	1996	青銅	抽象
A-18	國立台灣美術館	生存之道	何佰喬	1994	花崗石	抽象
A-19	國立台灣美術館	源	紀逸鋒	1996	青銅	抽象
A-20	國立台灣美術館	生命之碑	郭清治	1994	花崗石、 不鏽鋼	抽象
A-21	國立台灣美術館	居位	屠國威	1994	紅花崗石	抽象
A-22	國立台灣美術館	開天闢地	王文志	1996	青銅、大 大理石	抽象
A-23	國立台灣美術館	追憶	曹牙	1994	銅	抽象
A-24	國立台灣美術館	圓融	賴純純	1994	青銅、苗 栗汶水溪 石	抽象

A-25	國立台灣美術館	蓄勢待發	王國憲	1997	花崗石	抽象
A-26	國立台灣美術館	水的圖騰	陳振輝	1996	青銅、花崗石	抽象
A-27	國立台灣美術館	多福	謝棟梁	1994	青銅	抽象
A-28	國立台灣美術館	交融	陳庭詩	1996	不鏽鋼	抽象
A-29	國立台灣美術館	躍	張子隆	1994	花崗石	抽象
A-30	國立台灣美術館	人與房子的關係—不安	劉伯村	1994	銅	抽象
A-31	國立台灣美術館	親愛	薩燦如	1993	大理石	抽象
A-32	國立台灣美術館	不詳	不詳	不詳	石材	抽象
A-33	國立台灣美術館	心中有愛	朱邦雄	1994	陶	抽象
A-34	國立台灣美術館	母愛比天高	扶輪社	不詳	銅	抽象
A-35	經國綠園道	愛	謝棟樑	1994	銅	抽象
A-36	經國綠園道	允執厥中	楚戈	1994	銅	抽象
A-37	經國綠園道	合家歡	獅子會	1994	銅	抽象
A-38	藝術家俱街道	燕翔千里	鍾俊雄、余燈銓	2002	石材	抽象
A-39	藝術家俱街道	彩燕飛	鍾俊雄	2002	鋼材、木頭	抽象
A-40	藝術家俱街道	律動	余燈銓	2002	鋼材	抽象
A-41	藝術家俱街道	風的幻想	蔡志賢	2002	鋼材	抽象
A-42	藝術家俱街道	斜躺的情椅	邱泰洋	2002	石材	抽象
A-43	藝術家俱街道	一葉情	賴冠仰	2002	鋼材	抽象
A-44	藝術家俱街道	王位系列	林辰宴	2002	FRP	抽象
A-45	國立台灣美術館	同心	許禮憲	1994	黑花崗岩	具象
A-46	國立台灣美術館	舐犢情深	莊丁坤	1996	花崗石	具象
A-47	國立台灣美術館	山	蒲浩明	1994	青銅	具象
A-48	國立台灣美術館	幸福之源	林文德	1996	青銅	具象
A-49	國立台灣美術館	遊戲	林良村	1997	青銅	具象
A-50	國立台灣美術館	伸展	林慶祥	1996	青銅	具象
A-51	國立台灣美術館	雲擁	王慶台	1994	銅	具象
A-52	國立台灣美術館	生命的風景	余燈銓	1996	青銅	具象
A-53	國立台灣美術館	凝	李光裕	1994	銅	具象
A-54	國立台灣美術館	家族	洪志成	1994	銅	具象
中 區						
B-01	中山公園	2003 花燈主燈	中華電信	2003	不鏽鋼	具象
B-02	中山公園	馬	不詳	2002	花崗石	具象

B-03	中山公園	馬	不詳	2002	花崗石	具象
B-04	中山公園	馬	不詳	2002	花崗石	具象
B-05	中山公園	馬	不詳	2002	花崗石	具象
B-06	中山公園	馬	不詳	2002	花崗石	具象
B-07	中山公園	狗	不詳	2002	花崗石	具象
B-08	中山公園	狗	不詳	2002	花崗石	具象
B-09	中山公園	狗	不詳	2002	花崗石	具象
B-10	中山公園	豬	不詳	2002	花崗石	具象
B-11	中山公園	豬	不詳	2002	花崗石	具象
南 區						
C-01	健康公園	日晷	不詳	不詳	大理石	抽象
C-02	忠明園綠園道	不詳	不詳	不詳	鋼材	抽象
C-03	忠明園綠園道	不詳	不詳	不詳	鋼材	抽象
C-04	高等法院	不詳	不詳	不詳	不鏽鋼	抽象
C-05	高等法院	不詳	不詳	不詳	不鏽鋼	抽象
C-06	樹德公園	入口標	不詳	不詳	不鏽鋼	抽象
北 區						
D-01	文英館	體育雕塑排球	陳松	不詳	鋼筋混凝土	寫實
D-02	精武路雙十路口	共創輪奐	不詳	不詳	銅	寫實
D-03	文英館	日月爭輝	陳松	1983	水泥	抽象
D-04	科博館	生命演化步道	科博館	1983	石材	抽象
D-05	科博館	河圖	科博館	1983	石材	抽象
D-06	科博館	洛書	科博館	1983	石材	抽象
D-07	科博館	講信修睦	李茜子、馬軍	1983	花崗岩	抽象
D-08	科博館	DNA	科博館	1983	不鏽鋼	抽象
D-09	科博館	不規則中的規則	科博館	1986	不鏽鋼	抽象
D-10	科博館	反射筒	科博館	1986	不鏽鋼	抽象
D-11	科博館	日晷	科博館	1986	不鏽鋼	抽象
D-12	文化局	借古開今	謝棟樑	1990	不鏽鋼	抽象
D-13	中興堂	浮雕	楊平猷	1972	水泥	具象
D-14	中山堂	歌舞昇平	謝棟樑	1990	銅	具象
D-15	中山堂	安和樂利	謝孝得	1990	磁磚馬賽克	具象
東 區						
E-01	東峰公園	怡然自得	不詳	1989	水泥	寫實

E-02	旱溪路口	天堂樂園	張俊雄	1999	青銅	寫實
E-03	勞工服務中心	不詳	勞工委員會	2003	鋼材	抽象
南屯區						
F-01	豐樂公園	大腳媽與小雞婆	吳志能	1994	青銅	寫實
F-02	豐樂公園	天籟	陳紹寬	1994	青銅	寫實
F-03	豐樂公園	爸爸親像山	余燈銓	1993	青銅	寫實
F-04	豐樂公園	並釣舞踊	王槐青	1993	青銅	寫實
F-05	豐樂公園	耀武揚威	張俊雄	1993	青銅	寫實
F-06	豐樂公園	戲曲春秋—國粹	張永昇	1995	青銅	寫實
F-07	豐樂公園	招弟	余燈銓	1994	青銅	寫實
F-08	豐樂公園	回眸	陳枝芳	1993	青銅	寫實
F-09	豐樂公園	秀秀之美	陳慶章	1994	青銅	寫實
F-10	豐樂公園	雅美榮耀--造舟	張永昇	1993	青銅	寫實
F-11	豐樂公園	有花的日子真好	許銀漢	1993	青銅	寫實
F-12	豐樂公園	飛吧！我的愛	許銀漢	1994	青銅	寫實
F-13	豐樂公園	日出,東方,精微的喜悅	陳尚平	1994	青銅	寫實
F-14	豐樂公園	晨曦	莊 猛	1993	青銅	寫實
F-15	豐樂公園	緣滿	廖述乾	1993	青銅	寫實
F-16	豐樂公園	大地	李曜光	1994	青銅	寫實
F-17	豐樂公園	午后	張育璋	1994	青銅	寫實
F-18	豐樂公園	在快樂之島	陳尚平	1993	青銅	寫實
F-19	豐樂公園	歡樂童年	陳永發	1993	青銅	寫實
F-20	豐樂公園	母子親情	陳 松	1993	青銅	寫實
F-21	豐樂公園	親子樂	許銀漢	1993	青銅	寫實
F-22	豐樂公園	嚮往	王慶民	1995	青銅	寫實
F-23	豐樂公園	風之吻	吳志能	1995	青銅	寫實
F-24	豐樂公園	黎頭店記事	陳美華	1997	不鏽鋼、 石材	抽象
F-25	豐樂公園	四季長春	張樹德	1993	不鏽鋼	抽象
F-26	豐樂公園	和諧	黃輝雄	1995	青銅	抽象
F-27	豐樂公園	夏日進行曲	黃順男	1997	不鏽鋼、 塗料	抽象
F-28	豐樂公園	昇華	張育璋	1995	不鏽鋼、	抽象
F-29	豐樂公園	囍	莊 猛	1995	青銅	抽象
F-30	豐樂公園	風鳥	楊春森	1994	鐵,石材	抽象

F-31	豐樂公園	朝	黃輝雄	1994	青銅	抽象
F-32	豐樂公園	同根生	樊炯烈	1993	大理石	抽象
F-33	豐樂公園	雲	陳永發	1995	青銅	抽象
F-34	豐樂公園	生命的喜悅	黃順男	1995	觀音石	抽象
F-35	豐樂公園	誕生的喜悅	陳石年	1994	青銅	抽象
F-36	朝港城	不詳	不詳	不詳	青銅	抽象
F-37	惠文路向上路口	不詳	不詳	不詳	石材、鋼材	抽象
F-38	豐樂公園	樂自心中來	張俊雄	1995	青銅	具象
F-39	豐樂公園	空	謝棟樑	1993	青銅	具象
F-40	豐樂公園	牽兒渡命	黃順男	1994	觀音石	具象
F-41	豐樂公園	和平之城	李正富	1993	青銅	具象
F-42	豐樂公園	風格之誕生	王忠龍	1993	青銅	具象
F-43	豐樂公園	華廈清音慶太平	陳于煙	1994	青銅	具象
F-44	豐樂公園	愛之觴	廖述乾	1997	銅、鵝卵石	具象
F-45	豐樂公園	紅塵	黃映蒲	1996	青銅	具象
F-46	豐樂公園	故山新雨	王忠龍	1994	青銅	具象
F-47	豐樂公園	孕	陳金典	1994	青銅	具象
F-48	豐樂公園	當我們在一起	李正富	1994	青銅、不鏽鋼	具象
F-49	豐樂公園	兩代情	史嘉祥	1993	青銅	具象
F-50	豐樂公園	親親人子	王忠龍	1995	青銅	具象
F-51	豐樂公園	戰	陳尙平	1995	青銅	具象
F-52	豐樂公園	偶然	李曜光	1995	青銅	具象
F-53	南苑停車場	細語情濃	李正富	1994	銅	具象
F-54	朝港城	不詳	不詳	不詳	銅	具象
北屯區						
G-01	兒童公園	羊	不詳	不詳	銅	寫實
G-02	民俗公園	扭轉乾坤	黃映浦	不詳	青銅	寫實
G-03	兒童公園	飛鳥不鏽鋼雕塑	不詳	不詳	不鏽鋼	抽象
西屯區						
H-01	大都會公園	種子日晷	楊柏林	2000	青銅	抽象

【台中縣】

編號	地點	作品名稱	作者	年代	材質	風格
大里市						
I-01	運動公園	不詳	不詳	2002	大理石	抽象
大甲鎮						
J-01	鐵砧山雕塑公園	登高樂	王秀杞	1997	銅	寫實
J-02	鐵砧山雕塑公園	搖籃曲	余燈銓	1993	銅	寫實
J-03	火車站	慈孝勤儉	郭清治	1991	青銅	寫實
J-04	鐵砧山雕塑公園	太陽之門	郭清治	1997	不鏽鋼、 花崗石	抽象
J-05	鐵砧山雕塑公園	儷人行	郭清治	1997	大理石	抽象
J-06	鐵砧山雕塑公園	上弦月	郭清治	1982	青銅	抽象
J-07	鐵砧山雕塑公園	不詳	不詳	不詳	銅	抽象
J-08	鐵砧山雕塑公園	入口地標	不詳	1997	不鏽鋼	抽象
J-09	鐵砧山雕塑公園	旭日東昇	許維忠	1997	青銅	具象
J-10	鐵砧山雕塑公園	家	許禮憲	1997	黑花崗岩	具象
J-11	鐵砧山雕塑公園	不詳	不詳	不詳	銅	具象
豐原市						
K-01	中縣政府廣場	橋	余燈銓	1995	青銅	寫實
K-02	縣立文化中心	吶喊	王英信	1987	青銅	寫實
K-03	縣立文化中心	搶球	陳松	1984	砂石	寫實
K-04	縣立文化中心	祖孫同樂	陳松	不詳	砂石	寫實
K-05	台中縣議會	赤子情	余燈銓	1997	青銅	寫實
K-06	衛生署豐原醫院	母與子騎車	不詳	不詳	水泥	寫實
K-07	衛生署豐原醫院	護士與病患	不詳	不詳	水泥	寫實
K-08	衛生署豐原醫院	母羊與小羊	不詳	不詳	水泥	寫實
K-09	衛生署豐原醫院	醫生看病	不詳	不詳	水泥	寫實
K-10	衛生署豐原醫院	小孩	不詳	不詳	水泥	寫實
K-11	豐原衛生所	羊	不詳	不詳	水泥	寫實
K-12	中縣政府廣場	娑婆之門	郭清治	1995	花崗岩不 鏽鋼	抽象
K-13	中縣政府廣場	壁	郭清治	1995	花崗岩不 鏽鋼	抽象

K-14	中縣政府廣場	傾城之約	陳姿文	2001	不鏽鋼馬賽克	抽象
K-15	中縣政府廣場	不詳	不詳	不詳	鋼材	抽象
K-16	台中縣議會	光明輝映	郭清治	1997	不鏽鋼	抽象
K-17	台中縣議會	和諧	謝棟梁	1997	青銅不銹鋼	抽象
K-18	中縣政府廣場	大地子民	林文海	1997	銅	具象
K-19	火車站	鐘	不詳	不詳	銅	具象
清水鎮						
L-01	清水農會	春耕	郭清治	1994	青銅	寫實
L-02	清水農會	秋收	郭清治	1994	青銅	寫實
L-03	清水鎮公所	任重道遠	不詳	1980	青銅	寫實
L-04	港區藝術中心	心映	余燈銓	1994	玻璃纖維	寫實
L-05	港區藝術中心	聆聽	張育瑋	1997	玻璃纖維	寫實
L-06	港區藝術中心	赤子情	余燈銓	1997	玻璃纖維	寫實
L-07	港區藝術中心	橋	余燈銓	1995	玻璃纖維	寫實
L-08	港區藝術中心	天堂樂園	張俊雄	1999	玻璃纖維	寫實
L-09	港區藝術中心	老人與狗	余燈銓	1993	玻璃纖維	寫實
L-10	港區藝術中心	赤子情	余燈銓	1992	玻璃纖維	寫實
L-11	港區藝術中心	搖籃曲	余燈銓	1992	玻璃纖維	寫實
L-12	鰲峰山運動公園	源與圓	劉伯村	1994	青銅	抽象
L-13	鰲峰山運動公園	白雲流水	黎志文	1994	大理石	抽象
L-14	清水公園入口	清水公園	待考證	1996	青銅	抽象
L-15	港區藝術中心	和諧	黃輝雄	1995	青銅	抽象
L-16	港區藝術中心	朝	黃輝雄	1993	青銅	抽象
L-17	港區藝術中心	不詳	不詳	不詳	不詳	抽象
L-18	清水休息站	鄉間騎士	董振平	2002	不鏽鋼	抽象
L-19	清水休息站	青春風情畫	郭大維	2002	鋁、鑄鐵、玻璃	抽象
L-20	港區藝術中心	戀人	廖乾述	1993	青銅	具象
L-21	港區藝術中心	親情	陳松	1999	玻璃纖維	具象
L-22	港區藝術中心	生命的風景	余登銓	1999	玻璃纖維	具象
L-23	港區藝術中心	過重的沈思	潘憲忠	1994	玻璃纖維	具象
L-24	港區藝術中心	結	潘憲忠	1994	玻璃纖維	具象
L-25	港區藝術中心	孕	陳金典	1994	玻璃纖維	具象
L-26	港區藝術中心	遨遊	余燈銓	2000	玻璃纖維	具象

東勢鎮						
M-01	東豐大橋	飛龍塑像	楊英風	1962	水泥	具象
石岡鄉						
O-01	土牛社區	任勞任怨		1989	銅	寫實
霧峰鄉						
P-01	台灣省諮議會	憶當年	蔡尉成	1999	銅	寫實
P-02	台灣省諮議會	午后	張育璋	1994	青銅	寫實
P-03	九二一教育園區	問	薛保暇、 南藝學生	不詳	不鏽鋼	抽象
P-04	台灣省諮議會	不詳	不詳	不詳	青銅	具象
和平鄉						
Q-01	達觀村姚山地區	創藝桃山	羅榮源	2001	陶	抽象

附錄二

台灣中部地區公共空間戶外雕塑作品圖錄

一、寫實造形雕塑



圖 A-01



圖 A-02



圖 A-03



圖 A-04



圖 A-05



圖 A-06



圖 A-07



圖 D-01



圖 D-02



圖 E-01



圖 E-02



圖 F-01



圖 F-02



圖 F-03



圖 F-04



圖 F-05



圖 F-06



圖 F-07



圖 F-08



圖 F-09



圖 F-10



圖 F-11



圖 F-12



圖 F-13



圖 F-14



圖 F-15



圖 F-16



圖 F-17



圖 F-18



圖 F-19



圖 F-20



圖 F-21

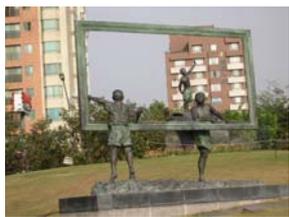


圖 F-22



圖 F-23



圖 G-01



圖 G-02



圖 J-01



圖 J-02



圖 J-03



圖 K-01



圖 K-02



圖 K-03



圖 K-04



圖 K-05



圖 K-06



圖 K-07



圖 K-08



圖 K-09



圖 K-10



圖 K-11



圖 L-01



圖 L-02



圖 L-03



圖 L-04



圖 L-05



圖 L-06



圖 L-07



圖 L-08



圖 L-09



圖 L-10



圖 L-11



圖 O-01



圖 P-01



圖 P-02

二、抽象造形雕塑



圖 A-08



圖 A-09



圖 A-10



圖 A-11



圖 A-12



圖 A-13



圖 A-14



圖 A-15



圖 A-16



圖 A-17



圖 A-18



圖 A-19



圖 A-20



圖 A-21



圖 A-22



圖 A-23



圖 A-24



圖 A-25



圖 A-26



圖 A-27



圖 A-28



圖 A-29



圖 A-30



圖 A-31



圖 A-32



圖 A-33



圖 A-34



圖 A-35



圖 A-36



圖 A-37



圖 A-38



圖 A-39



圖 A-40



圖 A-41



圖 A-42



圖 A-43



圖 A-44



圖 C-01



圖 C-02



圖 C-03



圖 C-04



圖 C-05



圖 C-06



圖 D-03



圖 D-04



圖 D-05



圖 D-06



圖 D-07



圖 D-08



圖 D-09



圖 D-10



圖 D-11

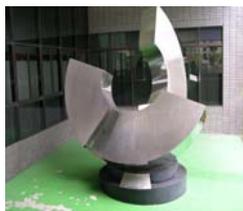


圖 D-12



圖 E-03



圖 F-24



圖 F-25



圖 F-26



圖 F-27



圖 F-28



圖 F-29



圖 F-30



圖 F-31



圖 F-32



圖 F-33



圖 F-34



圖 F-35



圖 F-36



圖 F-37



圖 G-03



圖 I-1



圖 J-04



圖 J-05



圖 J-06



圖 J-07



圖 K-12



圖 K-13



圖 K-14



圖 K-15



圖 K-16



圖 K-17



圖 L-12



圖 L-13



圖 L-14



圖 L-15



圖 L-16



圖 L-17



圖 L-18



圖 L-19



圖 P-03



圖 Q-01

三、具象造形雕塑作品



圖 A-45



圖 A-46



圖 A-47



圖 A-48



圖 A-49



圖 A-50



圖 A-51



圖 A-52



圖 A-53



圖 A-54



圖 B-01



圖 B-02



圖 B-03



圖 B-04



圖 B-05



圖 B-06



圖 B-07



圖 B-08



圖 B-09



圖 B-10



圖 B-11



圖 D-13



圖 D-14



圖 D-15



圖 F-38



圖 F-39



圖 F-40



圖 F-41



圖 F-42



圖 F-43



圖 F-44



圖 F-45



圖 F-46



圖 F-47



圖 F-48



圖 F-49



圖 F-50



圖 F-51



圖 F-52



圖 F-53



圖 F-54



圖 H-01



圖 J-08



圖 J-09



圖 J-10



圖 K-18



圖 K-19



圖 L-20



圖 L-21



圖 L-22



圖 L-23



圖 L-24



圖 L-25



圖 L-26



圖 N-01



圖 P-04

附錄三

雕塑造形抽樣樣本籤統編號

(一)寫實造形樣本群		(二)抽象造形樣本群		(三)具象造形樣本群	
圖錄編號	樣本編號	圖錄編號	樣本編號	圖錄編號	樣本編號
A-01	樣本 1	A-08	樣本 65	A-45	樣本 156
A-02	樣本 2	A-09	樣本 66	A-46	樣本 157
A-03	樣本 3	A-10	樣本 67	A-47	樣本 158
A-04	樣本 4	A-11	樣本 68	A-48	樣本 159
A-05	樣本 5	A-12	樣本 69	A-49	樣本 160
A-06	樣本 6	A-13	樣本 70	A-50	樣本 161
A-07	樣本 7	A-14	樣本 71	A-51	樣本 162
D-01	樣本 8	A-15	樣本 72	A-52	樣本 163
D-02	樣本 9	A-16	樣本 73	A-53	樣本 164
E-01	樣本 10	A-17	樣本 74	A-54	樣本 165
E-02	樣本 11	A-18	樣本 75	B-01	樣本 166
F-01	樣本 12	A-19	樣本 76	B-02	樣本 167
F-02	樣本 13	A-20	樣本 77	B-03	樣本 168
F-03	樣本 14	A-21	樣本 78	B-04	樣本 169
F-04	樣本 15	A-22	樣本 79	B-05	樣本 170
F-05	樣本 16	A-23	樣本 80	B-06	樣本 171
F-06	樣本 17	A-24	樣本 81	B-07	樣本 172
F-07	樣本 18	A-25	樣本 82	B-08	樣本 173
F-08	樣本 19	A-26	樣本 83	B-09	樣本 174
F-09	樣本 20	A-27	樣本 84	B-10	樣本 175
F-10	樣本 21	A-28	樣本 85	B-11	樣本 176
F-11	樣本 22	A-29	樣本 86	D-13	樣本 177
F-12	樣本 23	A-30	樣本 87	D-14	樣本 178
F-13	樣本 24	A-31	樣本 88	D-15	樣本 179
F-14	樣本 25	A-32	樣本 89	F-38	樣本 180
F-15	樣本 26	A-33	樣本 90	F-39	樣本 181
F-16	樣本 27	A-34	樣本 91	F-40	樣本 182
F-17	樣本 28	A-35	樣本 92	F-41	樣本 183
F-18	樣本 29	A-36	樣本 93	F-42	樣本 184
F-19	樣本 30	A-37	樣本 94	F-43	樣本 185

F-20	様本 31	A-38	様本 95	F-44	様本 186
F-21	様本 32	A-39	様本 96	F-45	様本 187
F-22	様本 33	A-40	様本 97	F-46	様本 188
F-23	様本 34	A-41	様本 98	F-47	様本 189
G-01	様本 35	A-42	様本 99	F-48	様本 190
G-02	様本 36	A-43	様本 100	F-49	様本 191
J-01	様本 37	A-44	様本 101	F-50	様本 192
J-02	様本 38	C-01	様本 102	F-51	様本 193
J-03	様本 39	C-02	様本 103	F-52	様本 194
K-01	様本 40	C-03	様本 104	F-53	様本 195
K-02	様本 41	C-04	様本 105	F-54	様本 196
K-03	様本 42	C-05	様本 106	J-08	様本 197
K-04	様本 43	C-06	様本 107	J-09	様本 198
K-05	様本 44	D-03	様本 108	J-10	様本 199
K-06	様本 45	D-04	様本 109	K-18	様本 200
K-07	様本 46	D-05	様本 110	K-19	様本 201
K-08	様本 47	D-06	様本 111	L-20	様本 202
K-09	様本 48	D-07	様本 112	L-21	様本 203
K-10	様本 49	D-08	様本 113	L-22	様本 204
K-11	様本 50	D-09	様本 114	L-23	様本 205
L-01	様本 51	D-10	様本 115	L-24	様本 206
L-02	様本 52	D-11	様本 116	L-25	様本 207
L-03	様本 53	D-12	様本 117	L-26	様本 208
L-04	様本 54	E-03	様本 118	M-01	様本 209
L-05	様本 55	F-24	様本 119	P-04	様本 210
L-06	様本 56	F-25	様本 120		
L-07	様本 57	F-26	様本 121		
L-08	様本 58	F-27	様本 122		
L-09	様本 59	F-28	様本 123		
L-10	様本 60	F-29	様本 124		
L-11	様本 61	F-30	様本 125		
O-01	様本 62	F-31	様本 126		
P-01	様本 63	F-32	様本 127		
P-02	様本 64	F-33	様本 128		
		F-34	様本 129		
		F-35	様本 130		
		F-36	様本 131		

	F-37	様本 132	
	G-03	様本 133	
	H-01	様本 134	
	I-01	様本 135	
	J-04	様本 136	
	J-05	様本 137	
	J-06	様本 138	
	J-07	様本 139	
	K-12	様本 140	
	K-13	様本 141	
	K-14	様本 142	
	K-15	様本 143	
	K-16	様本 144	
	K-17	様本 145	
	L-12	様本 146	
	L-13	様本 147	
	L-14	様本 148	
	L-15	様本 149	
	L-16	様本 150	
	L-17	様本 151	
	L-18	様本 152	
	L-19	様本 153	
	P-03	様本 154	
	Q-01	様本 155	

附錄四

雕塑意象語彙形容詞收集

編號	語彙	票數	編號	語彙	票數	編號	語彙	票數	編號	語彙	票數
1	具象的		51	抽象的		101	原始的		151	加工的	
2	現代的		52	傳統的		102	新型的		152	平常的	
3	新潮的		53	古典的		103	自然的		153	人工的	
4	鄉土的		54	氣派的		104	專業的		154	業餘的	
5	創新的		55	保守的		105	複雜的		155	簡化的	
6	空間的		56	平面的		106	直覺的		156	思考的	
7	獨特的		57	普通的		107	動態的		157	靜態的	
8	高級的		58	便宜的		108	機能性的		158	裝飾性的	
9	堅固的		59	脆弱的		109	大眾化的		159	個性化的	
10	沈穩的		60	不穩的		110	奢侈的		160	儉樸的	
11	疏離的		61	親切的		111	輕挑的		161	莊嚴的	
12	頑固的		62	隨和的		112	寧靜的		162	跳躍的	
13	溫馨的		63	落寞的		113	開放的		163	封閉的	
14	不協調的		64	平衡的		114	天真的		164	成熟的	
15	隨意的		65	對稱的		115	感性的		165	理性的	
16	尖銳的		66	圓潤的		116	安靜的		166	煩躁的	
17	冷漠的		67	熱情的		117	僵硬的		167	柔軟的	
18	豐潤的		68	骨感的		118	細膩的		168	粗獷的	
19	精緻的		69	粗造的		119	科技的		169	實用的	
20	輕盈的		70	穩重的		120	前衛的		170	流暢的	
21	笨拙的		71	落俐的		121	帥氣的		171	土氣的	
22	典雅的		72	庸俗的		122	律動的		172	耐看的	
23	創意的		73	模仿的		123	強硬的				
24	過時的		74	流行的		124	活潑的				
25	模糊的		75	清楚的		125	美觀的				
26	粗魯的		76	優雅的		126	神秘的				
27	人文的		77	野性的		127	坦誠的				
28	溫和的		78	強烈的		128	不雅的				
29	有活力的		79	沈靜的		129	摩登的				
30	陽剛的		80	陰柔的		130	柔和的				
31	有格調的		81	通俗的		131	短暫的				

32	儉樸的		82	奢侈的		132	永恆性的			
33	生動的		83	呆板的		133	迅速的			
34	美感的		84	醜陋的		134	粗魯的			
35	喜歡的		85	討厭的		135	嚴肅的			
36	健康的		86	病態的		136	緩慢的			
37	黑暗的		87	明亮的		137	有品味的			
38	喜悅的		88	幾何的		138	輕鬆的			
39	趣味的		89	平淡的		139	鋒芒畢露			
40	規矩的		90	叛逆的		140	單調的			
41	愉快的		91	感傷的		141	堅固的			
42	傑出的		92	平常的		142	內斂的			
43	搶眼的		93	平庸的		143	花俏的			
44	熱鬧的		94	孤單的		144	有活力的			
45	壓迫的		95	放鬆的		145	現實的			
46	正式的		96	休閒的		146	實在的			
47	男性的		97	女性的		147	靜止的			
48	自由的		98	束縛的		148	夢幻的			
49	悲傷的		99	快樂的		149	虛偽的			
50	豪華的		100	樸素的		150	豪華的			

附錄五

台灣中部地區公共空間戶外雕塑造形意象問卷

親愛的朋友，您好！

謝謝您抽空填答本問卷，本問卷的研究主題為探討戶外雕塑的造形意象認知。我們希望藉由您的觀點，幫助我們瞭解雕塑造形與群眾意象的關係，以作為雕塑藝術家於創作雕塑造形時之參考。您寶貴的意見將是本研究的重要依據。謝謝您對本研究的支持。

祝 身體健康 萬事如意

南華大學美學與藝術管理研究所

指導教授：林 振 陽

研 究 生：楊 玉 如 敬上

第一部份：

一、 個人基本資料：

1、性別： 男生 女生

2、年齡： 10-20 歲 21-30 歲 31-40 歲

41-50 歲 51-60 歲 61 歲以上

3、請問您居住的縣市： 台中市 台中縣_____市 鎮 鄉

其他 _____

二、 公共空間設置戶外雕塑接受程度調查：

下列問題請依照您實際的狀況來回答，作答時不必思考太多，憑直覺即可，請您就所同意的程度，將該數字圈選起來。

非 同 無 不 非
 常 意 同 常
 同 見 意 不
 意 意 同
 意

- 1、當我在公共空間時我會留意周遭是否有擺設雕塑藝術品.............
- 2、我喜歡公園裡面設置大型的戶外雕塑藝術品.............
- 3、戶外設置的雕塑品造形最好是越大越好並且可以觸摸及翻爬.............
- 4、我認為公共空間雕塑品是只可以欣賞不可以隨便亂摸的.............
- 5、我比較喜歡主題式的雕塑公園更勝於全都是綠地樹木的公園.............
- 6、我比較喜歡造形奇怪的雕塑藝術更勝於傳統寫實造形的雕塑.............
- 7、當我看到立體的雕塑時我不只會看雕塑正面還會去看其他面.............
- 8、我認為傳統造形的雕塑藝術品比抽象造形的雕塑更好看.............
- 9、對於立體的雕塑藝術作品喜愛程度更勝於平面的浮雕作品.............
- 10、我喜歡公園裡面擺設精緻小型的雕塑藝術品供民眾審美欣賞.............
- 11、不管大小公園裡最好都不要擺設任何雕塑造形的藝術品.............
- 12、若要於建築物空間設置雕塑藝術，我喜歡設置於建築物牆壁的平面式浮雕圖案更勝於在建物前的公共空間擺設造形雕塑藝術品.............
- 13、公共空間是否有設置雕塑藝術品我並不在意.............

第二部份：雕塑造形樣本與感覺意象調查問卷

這部分問卷的目的主要是在於瞭解您對於雕塑造形的意象感受。本問卷提供了 20 組對立相異的形容詞作為量尺，中間分成七個等級，針對十二張戶外雕塑造形圖片進行評量工作。請您根據雕塑造形圖片與形容詞間契合的程度，於您認為較接近的框格內打勾。

範例：

請針對《範例一》與形容詞間的契合度，於您認為較接近的框格內打勾。



範例一

	越接近個性化的						越接近大眾化的	
	←						→	
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
個性化的			✓					大眾化的

樣本一



作品名稱：愛
 作者：謝棟樑
 材質：銅

	3	2	1	0	-1	-2	-3	
個性化的								大眾化的
自由的								束縛的
裝飾的								呆板的
傳統的								現代的
變化的								單調的
新穎的								普通的
柔和的								陽剛的
直覺的								思考的
獨特的								通俗的
輕巧的								穩重的
簡潔的								複雜的
浪漫的								實際的
細膩的								粗獷的
炫目的								平凡的
精緻的								粗糙的
堅固的								脆弱的
成熟的								笨拙的
莊嚴的								親切的
創意的								模仿的
冷酷的								溫馨的

樣本二



作品名稱：牽兒渡命
 材質：觀音石
 作者：黃順男



	3	2	1	0	-1	-2	-3	
個性化的								大眾化的
自由的								束縛的
裝飾的								呆板的
傳統的								現代的
變化的								單調的
新穎的								普通的
柔和的								陽剛的
直覺的								思考的
獨特的								通俗的
輕巧的								穩重的
簡潔的								複雜的
浪漫的								實際的
細膩的								粗獷的
炫目的								平凡的
精緻的								粗糙的
堅固的								脆弱的
成熟的								笨拙的
莊嚴的								親切的
創意的								模仿的
冷酷的								溫馨的

樣本三



作品名稱：緣滿
 材質：青銅
 作者：廖述乾

	3	2	1	0	-1	-2	-3	
個性化的								大眾化的
自由的								束縛的
裝飾的								呆板的
傳統的								現代的
變化的								單調的
新穎的								普通的
柔和的								陽剛的
直覺的								思考的
獨特的								通俗的
輕巧的								穩重的
簡潔的								複雜的
浪漫的								實際的
細膩的								粗獷的
炫目的								平凡的
精緻的								粗糙的
堅固的								脆弱的
成熟的								笨拙的
莊嚴的								親切的
創意的								模仿的
冷酷的								溫馨的

樣本四



作品名稱：孕
材質：青銅
作者：陳金典

	3	2	1	0	-1	-2	-3	
個性化的								大眾化的
自由的								束縛的
裝飾的								呆板的
傳統的								現代的
變化的								單調的
新穎的								普通的
柔和的								陽剛的
直覺的								思考的
獨特的								通俗的
輕巧的								穩重的
簡潔的								複雜的
浪漫的								實際的
細膩的								粗獷的
炫目的								平凡的
精緻的								粗糙的
堅固的								脆弱的
成熟的								笨拙的
莊嚴的								親切的
創意的								模仿的
冷酷的								溫馨的

樣本五

作品名稱：親子樂

材質：青銅

作者：許銀漢



	3	2	1	0	-1	-2	-3	
個性化的								大眾化的
自由的								束縛的
裝飾的								呆板的
傳統的								現代的
變化的								單調的
新穎的								普通的
柔和的								陽剛的
直覺的								思考的
獨特的								通俗的
輕巧的								穩重的
簡潔的								複雜的
浪漫的								實際的
細膩的								粗獷的
炫目的								平凡的
精緻的								粗糙的
堅固的								脆弱的
成熟的								笨拙的
莊嚴的								親切的
創意的								模仿的
冷酷的								溫馨的

樣本六



作品名稱：傾城之約
 作者：陳姿文
 材質：不鏽鋼、馬賽克

	3	2	1	0	-1	-2	-3	
個性化的								大眾化的
自由的								束縛的
裝飾的								呆板的
傳統的								現代的
變化的								單調的
新穎的								普通的
柔和的								陽剛的
直覺的								思考的
獨特的								通俗的
輕巧的								穩重的
簡潔的								複雜的
浪漫的								實際的
細膩的								粗獷的
炫目的								平凡的
精緻的								粗糙的
堅固的								脆弱的
成熟的								笨拙的
莊嚴的								親切的
創意的								模仿的
冷酷的								溫馨的

樣本七



作品名稱：天堂樂園
 作者：張俊雄
 材質：青銅

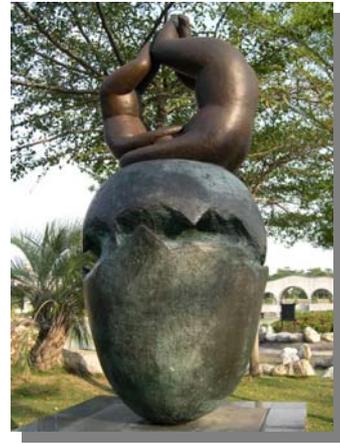


	3	2	1	0	-1	-2	-3	
個性化的								大眾化的
自由的								束縛的
裝飾的								呆板的
傳統的								現代的
變化的								單調的
新穎的								普通的
柔和的								陽剛的
直覺的								思考的
獨特的								通俗的
輕巧的								穩重的
簡潔的								複雜的
浪漫的								實際的
細膩的								粗獷的
炫目的								平凡的
精緻的								粗糙的
堅固的								脆弱的
成熟的								笨拙的
莊嚴的								親切的
創意的								模仿的
冷酷的								溫馨的

樣本八



作品名稱：誕生的喜悅
 材質：青銅
 作者：陳石年



	3	2	1	0	-1	-2	-3	
個性化的								大眾化的
自由的								束縛的
裝飾的								呆板的
傳統的								現代的
變化的								單調的
新穎的								普通的
柔和的								陽剛的
直覺的								思考的
獨特的								通俗的
輕巧的								穩重的
簡潔的								複雜的
浪漫的								實際的
細膩的								粗獷的
炫目的								平凡的
精緻的								粗糙的
堅固的								脆弱的
成熟的								笨拙的
莊嚴的								親切的
創意的								模仿的
冷酷的								溫馨的