

A study on styrofoam clay puppet image / 張竣博 撰 .- 彰化

張竣博、賴瓊琦

E-mail: 350791@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Children almost have course of painting or pinching the clay during the learning process of art. Pinching styrofoam clay is a produce work of art which is becoming widely popular recently. Styrofoam clay is a kind of new clay, and it is very easy to work, especially for children. On the street stalls, dealers in art usually will provide many clay products for kids to choose in order to attract children's attention, and then teach children step by step. This study aims to develop understanding of the cognition and imagery from the common people towards styrofoam clay puppet modelling. At the same time, make a concrete analysis of the mental imagery from the common people towards styrofoam clay puppet modelling. Researcher hopes this research will provide a basis for popularizing moulding styrofoam clay puppet modeling and produce works of art. This research uses survey research method. Researcher selected 12 styrofoam clay puppets as the observational objects and use semantic differential to draw the questionnaire. The samples were collected by non random sampling through questionnaire survey, 298 valid questionnaires were retrieved and processed by SPSS12.0 statistic software for further analysis. The research finds that the loving respondents of styrofoam clay puppet has nothing to do with gender, but age is a key point. Age changes the preferences of styrofoam clay puppet. Pelope who are under 18 years old really show more preferences of styrofoam clay puppet than people who are 30-40 years old. The survey candidates, besides, who like to play clay or like art or like creation will substantially increase the preferences of styrofoam clay puppet. Study also shows the respondents that survey candidates who contacted with styrofoam clay love it more. These results can be used as a reference for future popularizing of styrofoam clay.

Keywords : Clay Work、Styrofoam Clay、Creative Artwork

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 中文摘要 iii 英文摘要 iv 誌謝 v 目錄 vi 圖目錄 viii 表目錄 x 第一章 緒論 1 第一節 研究背景 1 第二節 研究動機 2 第三節 研究目的 4 第四節 研究限制與範圍 5 第五節 名詞釋義 6 第六節 研究方法與步驟 6 第二章 文獻探討 8 第一節 黏土捏塑相關研究 8 第二節 造型研究 11 第三節 意象研究 14 第三章 研究方法 16 第一節 研究流程 16 第二節 泡泡土玩偶製作及篩選 17 第三節 挑選造型意象形容詞 20 第四節 問卷調查的設計與實施 21 第五節 抽樣方式 21 第六節 問卷實施方式 22 第四章 研究結果與討論 23 第一節 受訪者基本資料分析 23 第二節 研究信度及效度分析 25 第三節 受訪者藝術背景 26 第四節 泡泡土作品意象分析 30 第五章 結論 62 第一節 研究結論 62 第二節 後續研究之檢討 63 參考文獻 65 附件一 問卷調查表 67 附錄二 問卷樣品 71

REFERENCES

- 一、中文部分 1.王宗興(2002)，自行車車架造型特徵對意象認知影響之研究，國立成功大學工業設計研究所碩士論文。 2.李綿路(2003)。民族民間美術，合肥:安徽美術出版社。 3.李潔、羅致遠(2009)。產品造型之意象認知差異研究—以女性香水瓶為例。中華民國設計學會第十四屆設計學術研究成果研討會。 4.邱皓政(2008)。量化研究與統計分析(基礎篇)。台北:五南書局。 5.邱振崑(2005)。SPSS統計教學實例應用。台北:文魁資訊有限公司。 6.宋曉梅(2009)。沂蒙地域泥玩具的調查與研究。臨沂師範學院學報，31，2，106-108。 7.沈育璘(2007)。女性消費愉悅性與機車產品造形意象之研究。銘傳大學設計創作研究所碩士論文。 8.卓家語(2008)。刺繡意象之調查研究-以生活中常見刺繡品為例之初步調查。大葉大學造形藝術學系碩士論文。 9.卓和燕(2008)。公共藝術意象的調查研究-以台灣的戶外作品為例。大葉大學造形藝術學系碩士論文。 10.郭修廷(2002)。表達性黏土創作在兒童情緒與社會諮商上的應用，諮商與輔導，196，8-11。 11.游山逸(2001)。音箱造型語音質在視覺上之關係研究，台灣科技大學設計研究所論文。 12.游昆豪(2011)。探訪生活工藝—捏麵人。台灣教育期刊，667，54-57。 13.陳威亞(2002)。大學生旅遊產品意象、知覺價值滿意度調查，嘉義縣。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。 14.黃淑真(1992)。已使用情境為基礎之產品造形發展因素研究。交通大應用藝術研究所碩士論文。 15.楊利慧(1999)。女媧溯源：女媧信仰起源地的再推測，北京:北京師範大學出版社。 16.楊裕富(2000)。創意活力—產品設計方法論。台北:田園城市。 17.劉紅(2007)。小郭泥塑藝術探究。臨沂師範學院學報，29，5，137-140。 18.鄭雄彭(2010)。淺談情感再陶瓷藝術創作中的地位與作用，陶瓷中國，73-76。 19.鄭麗紅(1994)。認知心理學—理論與應用。台北:五南書局。 20.潘魯生、唐家路(2002)。民藝學概論。濟南:山東教育出版社。
- 二、網路部份 1.楚天(2004)。中華塑聖—楊惠之，大紀元網站，民100年7月16日取自 <http://www.epochtimes.com/b5/4/12/27/n760708.htm>