

傳統民宅的形態意象在燈具設計上的運用

王麗珍、林東龍

E-mail: 9314409@mail.dyu.edu.tw

摘要

中文摘要 西元1945年之後，因為工商業的發展迅速，消費需求大量地增加及市場上的大量投資，導致市場越來越為競爭，設計也就在這樣的情況下開始日益受到重視；然而在設計的領域裡，西方設計似乎成了設計的樣本，如何走出屬於我們自己的設計，當然也在於自我特徵的知悉與發揮。在此希望藉由本研究，以人類思想之延伸的傳統民宅為主體，藉由文獻之探討回溯祖先思想之本源，解讀傳統民宅所掛上之符號，並轉化成形態符號運用於設計之中，使設計融入文化之後更具意義性。本研究以閩南式建築的屋頂之曲脊部份作為符號萃取之開始，以資料的蒐集確認符號的存在及萃取，透過因子分析法取得主成份因子，並進行分解形態以取得每一樣本之重要形態部份，進而作主形態的確認；最後驗證階段將結果運用於燈具之設計，並將設計之結果進行調查訪問。在最後的結果所呈現的正面反映，認同了所作的設計，並且的確是將傳統民宅之曲脊部份所轉化的意象之主形態結果，具有代表身分地位特徵之意象形態運用於燈具的設計上。 關鍵詞：傳統民宅、曲脊、形態

關鍵詞：傳統民宅；曲脊；形態

目錄

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要
v 英文摘要	vi 誌謝
錄	vii 目
表目錄	xiii
研究動機 3 1.2.1環境文化對設計的影響 3 1.2.2選擇傳統民宅之動機 4 1.2.3意象形態之運用，使產品更感性 5	xviii 圖目錄
1.2.4 運用於燈具設計上 6 1.3研究目的及其重要性 8 1.4研究範圍與限制 9 1.4.1環境架構限制 9 1.4.2研究實體限制 10 1.5研究架構與步驟 11 1.6關鍵詞定義 13	xvi 第一章 緒論 1.1研究背景 1 1.2
第二章 文獻探討 15 2.1文化方面 16 2.1.1產品設計的步驟中，文化意涵的融入是必要的 16 2.1.2後現代主義在說話 17 2.1.3文化的獨特性 18 2.1.4產品全球化、賦予新生命 18 2.1.5小結 19 2.2產品對於人不只是器物，而是人的延伸 19 2.3當產品被附上了符號與符碼 20 2.3.1符號與符碼 20 2.3.2形態設計的傳達 21 2.3.3傳統民宅之符號 22 2.3.4 感性手法 23 2.3.5 小結 25 2.4傳統民宅的探索 25 2.4.1傳統民宅之格局 27 2.5屋頂 28 2.5.1屋頂之形式 28 2.5.2屋頂之結構 30 2.6屋脊之「曲脊」 32 2.6.1曲脊之形式及其分類 32 2.7 關於燈具 44 2.7.1 燈具史 44 2.7.2 燈具之現況 47 2.8 結論 49	第三章 研究方法 50 3.1研究原理架構 50 3.1.1研究流程 51 3.2研究關係界定 53 3.2.1受測對象之探討 53 3.2.2相關資料之釐清 55 3.2.3實測變項假設 57 3.3實測設計 - 階段性釐清 58 3.3.1階段一：圖片搜集 58 3.3.2階段二：實體轉化測試 58 3.3.3階段三：資料萃取編碼 59 3.3.4階段四：實測修正 59
第四章 研究方法 60 4.1 問卷架構分析說明 60 4.1.1形態語彙的選取 61 4.1.2傳統民宅之曲脊代表性的樣本選取 62 4.1.3傳統民宅之曲脊形態意象感性因子 感受強度說明 64 4.2 感性語彙因子分析結果 65 4.2.1第一次之調查相關限制及資料、結果 65 4.2.2燕尾之形態意象語彙比較分析 66 4.2.3馬背之形態意象語彙比較分析 76 4.2.4瓦鎮之形態意象語彙比較分析 87 4.3樣本主體之各形態意象因子比較分析 97 4.4 結論 99 4.4.1主形態分析 99 4.4.2調查方面說明 101 4.4.3 分析結果 101 4.4.4小結 106	第五章 形態設計驗證 108 5.1 設計主題之界定 109 5.2設計運用 110 5.2.1實驗一 110 5.2.2實驗二 111 5.2.3實驗三 113 5.2.4 實驗四 114 5.3驗證 116 5.4延續設計之可能性驗證 117 5.4.1問卷說明 118 5.4.2驗證結果說明 119 5.5小結 122
第六章 結論與建議 123 6.1研究結論 125 6.1.1從我們具有獨特的傳統文化至發現人類所具有之潛在知覺 125 6.1.2符號與內涵轉化議題 126 6.1.3產品形態設計應用與驗證 129 6.2研究侷限與問題探討 130 6.3提出建議 131 6.3.1研究過程之建議 131 6.3.2.設計運用之建議 132	參考文獻 133 附錄 附錄一 曲脊之圖片 136 附錄二 第一類數量化理論法分析結果相關資料 153 附錄三 第一次問卷 157 附錄四 第二次問卷 165 附錄五 第三次問卷 169
圖目錄 圖1.1 燈具營造空間之氣氛 7 圖1.2 架構關係圖 12 圖2.1 文獻探討流程圖 16 圖2.2感性社會中設計流程的改變 24 圖2.3 建築的社會文化意 26 圖2.4屋頂之形式說明圖 29 圖2.5屋頂的主要部份 30 圖2.6馬背主要之外形分類 35 圖2.7 梅瓣形瓦鎮 38 圖2.8 梅瓣托葉形瓦鎮 38 圖2.9獸頭瓦鎮 39 圖2.10素白瓦鎮 39 圖2.11線條紋飾瓦鎮 40 圖2.12 浮雕紋飾瓦鎮 40 圖2.13貼片紋飾瓦鎮 41 圖2.14 燈具營造了空間情境 45 圖2.15 燈具之極簡造形的意念表達 46 圖2.16 歐式燈飾及日式燈飾 46 圖2.17 燈具設計理念演變是意圖 46 圖3.1 研究方法關係圖 52 圖3.2 內心感受量表 56 圖4.1 燕尾形態意象認同強度分析結果(平均數) 68 圖4.2 單開叉燕尾第一,二主成份散佈圖 70 圖4.3 尖開叉燕尾第一,二主成份散佈圖 72 圖4.4 雙開叉燕尾第一,二主成份散佈圖 72	

佈圖 74 圖4.5 小脊型燕尾第一,二主成份散佈圖 76 圖4.6 馬背形態意象認同強度分析結果(平均數) 78 圖4.7 金型馬背第一,二主成份散佈圖 79 圖4.8 木型馬背第一,二主成份散佈圖 81 圖4.9 水型馬背第一,二主成份散佈圖 83 圖4.10 火型馬背第一,二主成份散佈圖 85 圖4.11 土型馬背第一,二主成份散佈圖 87 圖4.12 瓦鎮形態意象認同強度分析結果(平均數) 89 圖4.13 幾何型瓦鎮第一,二主成份散佈圖 91 圖4.14 重疊型瓦鎮第一,二主成份散佈圖 93 圖4.15 花瓣紋飾型瓦鎮第一,二主成份散佈圖 95 圖4.16 獸頭瓦鎮第一,二主成份散佈圖 97 圖4.17 樣本主體之各形態意象因子比較分析 99 圖4.18 燕尾之X1之標準化分數長條圖關係 103 圖4.19 燕尾之X2之標準化分數長條圖關係 103 圖4.20 燕尾之X3之標準化分數長條圖關係 103 圖4.21 燕尾具高身份代表的萃取形態圖 104 圖4.22 馬背之標準化分數長條圖關係 105 圖4.23 馬背具高身份代表圖 105 圖4.24 瓦鎮之標準化分數長條圖關係 106 圖4.25 瓦鎮具高身份代表圖 106 圖5.1 本研究轉化之運用的被動主體 109 圖5.2 線條參照燕尾的萃取形態2 111 圖5.3 形態意象設計運用一 111 圖5.4 瓦鎮之萃取形態1 112 圖5.5 形態意象設計運用二 113 圖5.6 燕尾之萃取形態4 114 圖5.7 形態意象設計運用三 114 圖5.8 燕尾之萃取形態3 115 圖5.9 形態意象設計運用四 115 圖5.10 各實驗之平均數結果圖 117 圖5.11 形態變化 - 形態生成模式調查百分比 120 圖5.12 最為合適的燈具組合比例 121 圖5.13 形態變化 - 形態編輯模式調查百分比 121 圖6.1 符號與內涵轉化之流程圖 128 表目錄 表2.1 形態之分類及傳達特性說明 21 表2.2 傳統民宅建築各部位意義內涵 23 表2.3 傳統民宅之曲脊相關資料分析 41 表2.4 燈具設計理念發展敘述表 47 表4.1 傳統民宅的形態意象之語彙 62 表4.2 傳統民宅之曲脊代表樣本 63 表4.3 形態意象感性因子感受強度說明 64 表4.4 第一階段問卷之基本資料統計結果 65 表4.5 燕尾形態意象感性因子平均數之比較 67 表4.6 單開叉燕尾形態意象主成份分析結果 69 表4.7 尖開叉燕尾形態意象主成份分析結果 71 表4.8 雙開叉燕尾形態意象主成份分析結果 73 表4.9 小脊型燕尾形態意象主成份分析結果 75 表4.10 馬背形態意象感性因子平均數之比較 76 表4.11 金型馬背形態意象主成份分析結果 79 表4.12 木型馬背形態意象主成份分析結果 80 表4.13 水型馬背形態意象主成份分析結果 82 表4.14 火型馬背形態意象主成份分析結果 84 表4.15 土型馬背形態意象主成份分析結果 86 表4.16 瓦鎮形態意象感性因子平均數之比較 88 表4.17 幾何型瓦鎮形態意象主成份分析結果 90 表4.18 重疊型瓦鎮形態意象主成份分析結果 92 表4.19 花瓣紋飾型瓦鎮形態意象主成份分析結果 94 表4.20 獸頭瓦鎮形態意象主成份分析結果 96 表4.21 形態意象主成份分析結果(第一主成份因子群分佈) 100 表4.22 樣本主體之各形態意象因子比較分析 102 表4.23 燕尾標準化分數結果 102 表4.24 馬背標準化分數結果 104 表4.25 瓦鎮標準化分數結果 105 表5.1 第一階段問卷之基本資料統計結果 108 表5.2 具有象徵身分地位高的意涵之比較性選擇結果 116 表5.3 各實驗之平均數結果 117

參考文獻

參考文獻【1】楊裕富,設計的文化基礎:設計、符號、溝通,亞太,1998。【2】鍾宗仁,文化認知應用於隨身性電子產品之發展模式探討,民91年7月。【3】楊裕富、林萬福,後現代設計藝術,田園城市,民91年3月。【4】沈家銘,由記憶喚起形態-童年情境在設計屬性上的運用探討,民91年7月。【5】林銘煌,產品造形中的符號與符碼,設計學報第5卷第2期,民89年12月,p73-82。【6】林崇宏,形與美-公共藝術造形之探究,工業設計97第26卷第2期,民86年4月,p76-81。【7】林崇宏,造形意義與本質的探索,工業設計100第27卷第1期,1998-1,p37-42。【8】官政能,全球話與區域化之設計省思,設計Vol97,p82-84。【9】藤島亥治郎,台灣的建築,協和台灣從刊37,1993-7,p97-。【10】李乾朗,台灣建築閱覽,玉山社出版,1997-11,第10-44頁。【11】台中縣立文化中心,傳統建築文化資源普查研習成果專輯,民88。【12】高燦榮,台灣古厝鑑賞,南天書局,民84年6月。【13】高燦榮,燕尾、馬背、瓦鎮,南天書局,民81年7月。【14】呂清夫,造形原理,雄獅圖書股份有限公司,民88年7月,第17-62頁。【15】林昌樹,中國造形風格之產品特徵研究,國立台灣工業技術學院工程技術研究所設計技術學程,民85年7月,第1-17頁。【16】楊清田,形態與面積大小的錯視關係研究,藝術學報第62期,民87年6月,p17-56。【17】官政能,產品物徑,藝術家出版社,民84年9月,p86-97。【18】李乾朗,台灣建築史,雄獅圖書,民75年12月,第21-48頁。【19】彼得多摩爾,1945年後的設計運動,龍溪圖書,1999-8。【20】勵忠發,記號藝術情報,正中書局,民85年8月。【21】王梅珍,形態的發展,六合出版社,民78年9月。【22】台灣省政府文化處,傳統建築文化資料普查研習成果專輯,台中縣立文化中心,民88年3月。【23】林銘煌,產品造形中的編號與解碼,設計學報第6卷第2期,2001-12,p39-52。【24】陸定邦,產品造形評價指標及系統之基礎研究,技術學刊第12卷第3期,民86年,第481-490頁。【25】林幸蓉,傳統及本土設計資源之應用,台灣工藝Vol.2,民89年1月,第57-72頁。【26】林銘煌、黃慶賢,比喻式設計的邏輯與產品功能認知之關連,設計學報第7卷第2期,2002-09,p1-22。【27】傅銘傳、林品章,平面造形中對稱圖案構成之研究,設計學報第6卷第2期,2001-12,p53-64。【28】尤春風、彭文陽,從設計簡述的語意建構產品功能模型,國立台灣大學工程學刊第76期,民88年6月,第13-27頁。【29】廖佳玲、Gideon Loewy,使用者至上-新社會的親和性設計,設計Vol.97,P14-21。【30】陳俊智,以座椅為例探討中西設計風格的認知與判斷,設計學報第6卷第2期,2001-12,p79-98。【31】劉俐,後現代主義與本土化交集之後,藝術趨勢,民89年2月,第186-191頁。【32】林會承,台灣傳統建築手冊形式與作法篇,藝術家出版社,民79年11月。【33】黃美菁,行動電話偏好意象建構造形法則之研究,成功大學碩士論文,民89年6月。【34】簡麗如,產品的材料意象在感覺認知之研究-以桌燈為例,東海大學工業設計碩士論文,民92年1月【35】周君瑞,複合感性意象之塑造-以造形特徵為基礎,成功大學碩士論文,民90年7月。