

臺灣原住民圖紋 iPad Sleeve 設計意象分析

Image Analysis in Taiwanese Indigenous Graphic Design for iPad Sleeve

賴顯松、辛羽雲

S.S. Lai, Y.Y. Hsin

國立屏東科技大學時尚設計與管理系

Dept. of Fashion Design and Management, National Pingtung University of Science and Technology, Pingtung, Taiwan, R.O.C.

摘要：本研究以排灣族、泰雅族、雅美族三族原住民圖紋設計的 iPad Sleeve 為圖紋意象的研究樣本，設計背景之學生族群、設計師與非設計背景之一般消費者為研究對象，並透過語意差異法進行圖紋意象評量調查，由結果得知，圖紋樣本的代表性意象及受測者偏好「輕巧」、「簡潔」意象之圖紋，此外在意象表徵上分成三個構面，以時尚性構面成分占最高，其次為印象性構面及設計性構面，結果可提供日後設計師於相關圖紋或地區性文創商品設計之參考。

關鍵詞：臺灣原住民圖紋、意象分析、iPad Sleeve

Abstract : This research was mainly discussing visual image of the unique Taiwanese indigenous graphic design of paiwan, Atayal and Yami(Tao) for iPad sleeve. students with design background, designers; and consumers without design background were as the objects of the study. It primarily used semantic differential as the main technique performing the statistical survey analysis; which showed that representative images of graphic design and participants preferred “lightweight” and “succinct” ones. On the design of images, the visual representation were classified into three perspectives, most by popular, next is impressive, is once more design. This research will be the reference when designing on patterns or cultural and creative products.

Key words : Taiwanese indigenous graphic design, image analysis, iPad sleeve

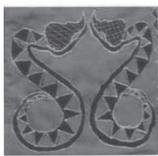
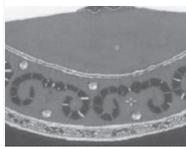
前言

隨著文化創意產業的發展，各國流行設計師們紛紛以自己最熟悉的文化遺產做為設計靈感，創造出深具特色的商品，這些時尚創意商品被賦予文化內涵之後，正所謂「故事可以賣錢」，經過文化包裝及內涵深化賦予商品新生命，創造豐富利潤。以文化為內涵的商品開發逐形成世界潮流，尤其在講究創意的時尚設計領域裡，更具意義。為此，如何透過資源整合與共享機制，將台灣原住民豐富的文化意象應用於流行設計，開發創意商品，亟具重要。2002年起臺灣開始推動文化創意產業文創產業經營漸漸成為一種顯學的課題（劉維公，2010）。隨著各國文創的推動，紛紛提

及透過結合藝術文化提升經濟與生活的價值，並融入藝術美感進入原有生活層面的商品來注入價值，藉此增消費者的選購慾望（邱冠耀，2009），且今人們的消費層面以由「物」本體轉為重視文化的「精神消費」（謝明軒，2005），因此，重視文化藝術且了解消費者想法為產品開發的趨勢之一。而富有相當多元文化的臺灣，張慶良（2003）指出原住民、本土、閩客、中國、荷蘭、日本所留下的歷史足跡等，為我們在地且有助於發展文化創意產業之珍貴資產。其中，臺灣原住民文化所具有的臺灣識別意象無論在工藝品、紡織物及獨特圖紋方面都深具文化特色及民族特性的，更為臺灣有利發展的文化能量（朱宗慶，2010）。商品除文化賦予的差異外，設計亦為區分其差異並產生認知

airiti

表 1. 10 種原住民圖紋
Table 1. 10 kinds of Taiwanese indigenous graphic

原住民圖紋			
			
a. 紋面	b. 菱形紋	c. 雄鷹羽毛	d. 陶甕
			
e. 木盾	f. 百步蛇	g. 變化花紋	
			
h. 琉璃珠	i. 船眼	j. 人形紋	

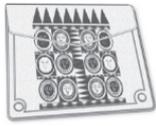
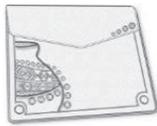
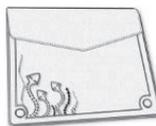
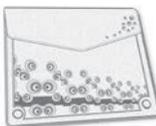
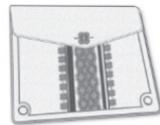
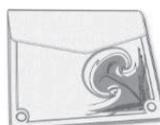
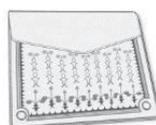
圖紋來源：本研究整理

表 2. 本研究之 11 組形容詞
Table 2. The study used 11 groups vocabulary of adjectives

華麗的—樸實的	國際的—本土的
科技的—手工的	印象的—易忘的
流線的—幾何的	複雜的—簡潔的
個性的—大眾的	時尚的—傳統的
輕巧的—厚重的	活潑的—單調的
喜歡的—討厭的	

資料來源：本研究

表 3. 受測樣本
Table 3. Samples

圖紋包款				
樣本 1	樣本 2	樣本 3	樣本 4	樣本 5
				
樣本 6	樣本 7	樣本 8	樣本 9	樣本 10
				
樣本 11	樣本 12	樣本 13	樣本 14	樣本 15
				

資料來源：本研究

的一種方式，在全球化的背景中，也是一項重要的競爭參數（丹麥文化部、貿易產業部著，2003）。現今生活中人們使用大量生產的 3C 產品，但使用者本身無法改變 3C 產品本體來創造差異化，轉為添購周邊增加產品使用的獨特性，進而讓周邊商品的使用也成不可或缺的一環，因此，本研究希望藉由文化與時下科

技商品 iPad 連結，將原住民圖紋擷取轉化設計與其周邊商品 iPad Sleeve 為研究出發點，設計包款圖紋後進行使用者意象分析，期盼開發圖紋包袋使其成特殊價值的商品以及對原住民商品的視覺意象有更深了解，並提供日後對於原住民圖紋創作之依據。

研究方法

本研究分為四個階段，首先進行文獻收集分析，第二階段進行原住民圖紋 iPad Sleeve 設計以及意象形容詞篩選，第三階段進行意象問卷調查及 SPSS 統計分析，最後進行結果討論及建議。

一、研究樣本

根據書籍、網站及過去研究文獻，收集三族（泰雅、排灣、達悟）原住民圖紋，篩選出適合本研究的 10 種原住民常見圖紋（含器物上的雕刻、織布紋、飾品、人物及神話等）如表 1 所示，並參考徐啟賢（2004）提出的「原住民文化資料彙整與分析格式」，逐步進行分項內容分析並擷取元素，將圖紋紋飾以單元體依照美的形式原理 - 對稱、反覆、比例、均衡、強調等方法構圖表現，強調紋飾原有特色進行 iPad Sleeve 圖紋設計，經專家討論並修正篩選後保留 15 組做為研究受測樣本，如表 3 所示。

二、意象形容詞樣本篩選

收集過去研究報告、相關文獻、雜誌中，有關原住民和包款的雙向形容詞語彙，初步剔除類似、不確定或較難評測的部分，並經三位相關領域專家評估挑選，由原先的 50 組篩檢

至適合本研究圖紋的 10 組意象形容詞，最後加上喜好度評價「喜歡的 討厭的」共 11 組，如表 2 所示。

三、研究對象與方法

本研究由原住民圖紋 iPad Sleeve 樣本與意象語彙以 SD 語意差異法（Semantic differential）進行問卷調查，採 Likert 七點量表，將 15 組圖紋樣本分別搭

配 11 組形容詞編制為問卷，評量尺度由左至右分別為 1 至 7 級的級數，以「華麗的—樸實的」為例，分數 1 級表示非常華麗，分數 7 級表示非常樸實，如圖 1 所示，研究對象以設計背景的學生及業界人士與非設計背景的消費群，且需為 iPad 產品的使用者。問卷採便利抽樣以網路問卷發放，共 300 份。受訪者結構為：非設計背景稍多（56.3%）；族群以學生族群占多數（49.0%），其次為一般消費群（27.3%）、設計師族群（23.7%）；年齡層以 21-30 歲為最多（68.3%）；在背景與性別及年齡與族群比例上，以設計背景的女性（46.3%）與 21-30 歲的學生族群占（35.7%）占多數。

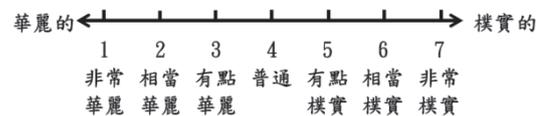


圖 1. Likert 七點量表

Fig. 1. 7-point Likert scale

結果與討論

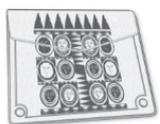
將前述分析、調查之項目，綜合整理歸納後，結果如下：

一、包款圖紋意象統計分析

在圖紋代表性意象方面，本研究將表 3 樣本及搭配 11 語彙進行問卷編列，邀請設計背景的學生及業界人士與非設計背景的消費群，進行問卷調查，用 SD 語意差異法，採 Likert 七點量表表示，期瞭解各受測者對圖紋在不同語意的對應差異值。本研究即用語彙的平均值來了解圖紋的意象偏向，當語意形容詞的平均值高時，表示該樣本具有該意象，如表 4 中樣本一具有「手工的」感。歸納出具有代表意象的圖紋有：主體以泰雅紋面為設計的圖紋包款 1 較具有手工的感覺，泰雅族菱形排列的圖紋包款 2 具有幾何的感覺，版面以排灣熊鷹羽毛紋路為主的圖紋包款 3 則是具有

表 4. 圖紋的代表性意象

Table 4. The image in Taiwanese indigenous graphic design for iPad sleeve

圖紋包款	意象感覺	圖紋包款	意象感覺
樣本 1	手工的	樣本 2	幾何的
			
樣本 3	複雜的、 厚重的	樣本 4	印象的、 個性的
			
樣本 7	簡潔的、 輕巧的	樣本 10	易忘的、 大眾的
			

資料來源：本研究

複雜及厚重的意象感覺，而以強悍排灣盾牌設計的圖紋包款 4 則是最具印象與個性的意象感覺，擷取百步蛇紋標誌設計的圖紋包款 7 則有著簡潔與輕巧的意象感覺，將琉璃珠體以平板 APP 排列介面設計的圖紋包款 10 則是有易忘與大眾的意象感覺，如表 4 所示。

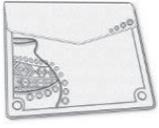
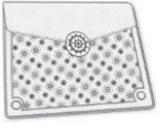
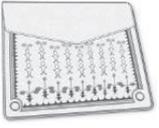
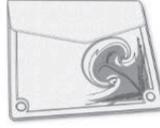
在喜好度的評估上，依平均數值高低，選取不同背景受測者的前三款喜好排序，如表 5、表 6 所示，並對照表 4 圖紋代表的意象可整理出受測者喜愛偏向較簡潔輕巧的設計圖紋，如百步蛇紋標誌設計的圖紋 7 與不對稱陶甕形體設計的圖紋 5；若為較易忘或大眾款式的圖紋，則在喜好程度上偏低，如以 APP 排列介面設計的琉璃珠體圖紋包款 10 與人形海浪反覆排列的圖紋 13。

在圖紋樣本整體意象評價方面，由各語彙總平均數落點分析得出具有本土的、傳統的、手工的、印象的、活潑的、幾何的、簡單的、個性的、輕巧的等意象形容詞評價。

二、因素分析與信度

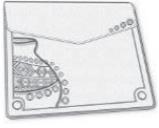
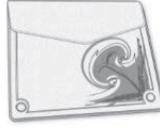
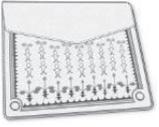
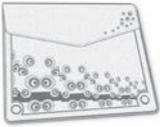
透過因素分析獲知因素與變數間具有的高度關連，了解影響意象形容詞的幾個主要因素，進而將語彙歸類命名。本研究 KMO 值為 0.826，量表具有共同因素存在且適切性良好，Bartlett 的球形檢定值為 1975.398，自由度為 45，P 值為 0.000 達顯著，表示適合進行因素分析，解釋總變異量為 76.052%，從中發現影響受測者對各圖紋包款感覺的意象判斷，主要受到三個因素影響，分別為：

表 5. 設計背景喜好排行
Table 5. List of design background preferences

喜歡的			
排序	1.	2.	3.
圖紋	樣本 7	樣本 5	樣本 15
			
討厭的			
排序	1.	2.	3.
圖紋	樣本 10	樣本 13	樣本 12
			

資料來源：本研究

表 6. 非設計背景喜好排行
Table 6. List of non-design background preferences

喜歡的			
排序	1.	2.	3.
圖紋	樣本 7	樣本 5	樣本 12
			
討厭的			
排序	1.	2.	3.
圖紋	樣本 10	樣本 13	樣本 9
			

資料來源：本研究

1. 因素一

為三個因素中份量最高，由「時尚的—傳統的」、「國際的—本土的」、「科技的—手工的」等意象組成，這些意象反應是依外在訊息進行判斷，與流行程度資訊快速有關，將此因素綜合命名為「時尚性構面」。

2. 因素二

由「印象的—易忘的」、「輕巧的—厚重的」、「個性的大眾的」、「活潑的—單調的」等意象組成，此四組意象屬於印象感覺進行描述，與圖紋的視覺強弱感有關，將此因素綜合命名為「印象性構面」。

3. 因素三

由「複雜的—簡單的」、「華麗的—樸實的」、「流線的—幾何的」等意象組成，屬於依圖紋的外觀進行判斷，且與線條圖紋豐富程度有關，將此因素綜合命名為「設計性構面」。

進一步了解問卷可靠性與有效性，進行信度考驗，量測各形容詞之 Cronbach's alpha 係數，除了設計性構面中「複雜的—簡潔的」、「華麗的—樸實的」、「流線的—幾何的」形容詞組的 α 值較低，係數為 0.667，屬可接受的範圍，其餘因素 α 值達 0.800 以上，總量表 α 係數為 0.947，可判定此問卷內容的信度頗佳，整理如表 7 所示。

表 7. 因素量表及 Cronbach's Alpha 係數表信度考驗表
Table 7. Factor analysis and Cronbach's Alpha coefficient

因素命名	語意量尺	因素負荷量	總變異量之百分比 (%)	Cronbach's Alpha 值
時尚性構面	時尚傳統	0.929	30.347	0.919
	國際本土	0.919		
	科技手工	0.862		
印象性構面	印象易忘	0.846	28.888	0.863
	輕巧厚重	0.841		
	個性大眾	0.787		
	活潑單調	0.734		
設計性構面	複雜簡單	0.927	16.817	0.667
	華麗樸實	0.557		
	流線幾何	0.417		
總量			76.052	0.947

資料來源：本研究

結論與建議

本研究將傳統文化圖紋特色融入現代設計，研究結論歸納如下：

1. 本研究受測者以設計背景之女性與 21 ~ 30 歲的學生占多數，並對 15 個原住民圖紋包款具有的形容詞評價為本土、傳統、手工、印象、活潑、幾何、簡單、個性、輕巧的意象評價。
2. 無論受測背景皆喜歡具「輕巧」、「簡潔」意象之圖紋設計。
3. 在因素分析中，10 組語彙分為三個主要構面，以時尚性構面的份量最高，其次為印象性構面及設計性構面，並得知受測者在圖紋中較重視的部分為圖紋的流行性且具時尚國際感的造型，相較於時尚性觀感、圖紋印象及設計方面則次之，顯示出對消費者而言，具流行性圖紋的意象較優於設計感與設計層次的判別。
4. 建議未來研究者可朝不同族群對新商品圖紋意象差異之研究，來縮短設計者與固有消費者的意象差距。

參考文獻

1. 丹麥文化部、貿易產業部著（李璞良、林怡君譯），丹麥的創意潛力：丹麥的文化與商業政策報告，中華民國，第 112 頁（2003）
2. 朱宗慶，文化創意產業之展望（2010），http://cci.culture.tw/cci/market_detail.php?c=236&sn=4380，上網日期：20121030
3. 何明泉、林其祥、劉怡君，文化商品開發設計之構思，設計學報，第 1 卷，第 1 期，第 1 ~ 15 頁（1996）
4. 李明泉、何明泉，博物館文化商品的再思考：從跨界的觀點出發，設計學報，第 14 卷，第 4 期，第 69 ~ 84 頁（2009）
5. 李亞傑、何明泉，商品意象設計指標權重之研究，設計學報，第 16 卷，第 1 期，第 41 ~ 64 頁（2011）
6. 邱冠耀，當代藝術到文化創意，（<http://artnews.artlib.net.tw/111/cover.html>），上網日期：20121030（2009）
7. 徐啟賢，以台灣原住民文化為例探討文化產品設計的轉換運用，長庚大學工業設計研究所碩士論文（2004）
8. 張慶良，為什麼台灣需要發展「文化創意產業」？以臺灣原住民音樂藝術「布農族八部合音」為例，開南管理學院通識教育中心通識研究集刊，第 4 期，第 123 ~ 40 頁（2003）
9. 游萬來、葉博雄、高曰葛，產品意象及其表徵設計的研究：以收音機為例，設計學報，第 2 卷，第 1 期，第 31 ~ 46 頁（1996）
10. 劉其偉，台灣原住民文化藝術，雄獅美術，中華民國（2004）
11. 劉維公，創意：台灣新經濟發展的關鍵競爭力，文化部文創產業推動服務網，中華民國（2010）
12. 薛惠瑛，排灣族女性服飾之新款式—以其形式與內容作探究，樹德科技大學應用設計研究所碩士論文（2005）
13. 謝明軒，創意文化設計模式之研究—以竹文具為例，國立成功大學工業設計研究所碩士論（2005）
14. 表 1 圖紋來源：
圖 a 童春發等，高砂春秋：臺灣原住民之文化藝術，力虹，中華民國，第 153 頁（1996）

圖 b 李莉莎，臺灣原住民衣飾文化，南天，中華民國，第 108 頁（1998）

圖 c 潘立夫，排灣族文明，屏縣文化，中華民國，（1998）。

圖 d 天理大學，臺灣原住民の生活用具，天理教道友社，日本，第 40 頁（1993）

圖 e 國立臺灣博物館 <http://www.ntm.gov.tw/tw/public/public.aspx?no=157>

圖 f 高業榮，臺灣原住民的藝術，東華，中華民國，第 89 頁（1997）

圖 g 李莉莎，臺灣原住民衣飾文化，南天，中華民國，第 224 頁（1998）

圖 h 盧梅芬編，形、色、紋、質：臺灣原住民生活美學的微觀之旅特展專刊，臺灣史前博物館，中華民國，第 105 頁（2011）

圖 i、j 陳雨嵐，臺灣的原住民，遠足文化，中華民國，第 165 頁（2004）

（2014.11.6 收到 /2014.12.31 修訂 /2015.3.12 接受）