

南華大學藝術與設計學院建築與景觀學系碩士班

碩士論文

Department of Architecture and Landscape Design

College of Arts and Design

Nanhua University

Master Thesis

苗栗產業文化意象之研究－以公館鄉陶窯文化為例

A Study on the Industry Cultural Image in Miaoli

County--A Case Study on the Pottery Industry of

Gongguan Township

黃萱旻

Hsuan-Min Huang

指導教授：呂適仲 助理教授

Advisor: Shih-Chung Lu, Asst. Prof.

中華民國 111 年 6 月

June 2022

南華大學

建築與景觀學系

碩士學位論文

苗栗產業文化意象之研究-以公館鄉陶窯文化為例

A study on the industry cultural image in Miaoli County-

A case study on the pottery industry of Gongguan

Township

研究生：黃萱中

經考試合格特此證明

口試委員：彭思顯

方芷君

呂適仲

指導教授：呂適仲

系主任(所長)：李江

口試日期：中華民國 111年 6月 27日

謝誌

很高興終於到了寫謝誌的時候了，研究所生涯中受到太多人的協助與幫忙，才完成了這篇論文，首先必須感謝指導教授呂適仲老師，老師總是無時無刻的督促及指導我這個不才的學生，讓我論文可以順利完成，非常感謝有呂適仲老師的指導，引導我的方向；在口試期間承蒙方芷君老師與彭思顯老師在論文方面給予寶貴的建議，使本文可以更加完善；在此也感謝在研究期間參與協助訪談的各位專家及學者，使我可以順利的進行研究，在此致上最深的謝意。

研究生生活中有很多的回憶，謝謝一路上伴我走過的你們！

研究室的各位伙伴們，以及研究所的同學們，學弟學妹們，一路以來的革命情感，也特別感謝馭哲、正銘、慧紋在我最艱困的時刻陪我吃吃喝喝、嘻笑打鬧；與你們一起聊天鬥嘴的日子是我最懷念的時光。我的研究時光因為有你們才讓我的生活充滿幸福與歡樂，致謝意給陪我一起打拼、吃飯、聊天鬥嘴的每一個人。

最後，感謝我的家人給予我鼓勵與勇氣，總是在我孤立無助的時候給我溫暖，使我能順利完成碩士學位，將完成此論文的喜悅獻給我
最摯愛的家人們！

摘要

本研究首先蒐集國內外針對產業文化景觀與城市意象之相關文獻，除了解基礎問題意識之外，也讓研究者能夠了解主題之思維發展與意義，並瞭解如何運用隱喻抽取技術（ZMET）來進行訪談與步驟。以隱喻抽取技術（ZMET）採用一系列方法，以圖像為媒介，來獲取人們內心深層結構中對產業景觀之潛在思想（隱喻），了解人們對其感覺的心理路程，並加以編碼整理以獲得組成構念元素與核心概念的連結關係，探討出其間的關連性。本研究研究對象主要以從事苗栗文化產業相關研究之學者、陶藝或公共藝術家及相關文史工作者為主，以隱喻抽取技術（ZMET）進行訪談，建構陶窯產業在苗栗產業文化景觀之關鍵元素。

苗栗縣公館鄉具有陶窯文化產業的深厚歷史與發展意象，若能夠善用既有的資源，從其陶窯印象進行強化，將有助於其建構產業文化之城鄉風貌，更能創造更豐富而獨特的陶窯文化意象。本研究成果如下：(一)建構苗栗縣公館鄉產業文化景觀意象共識地圖(二)萃取苗栗縣公館鄉產業文化主要圖像(三)提供苗栗縣公館鄉產業文化景觀意象之發展方向，協助在地陶窯文化產業轉型與整體意象營造，並讓 ZMET 技術成為未來發展城鄉意象之重要工具。

關鍵字：隱喻抽取技術、陶窯文化產業、產業文化景觀、共識地圖

Abstract

The study tried to collect the literature for the industrial cultural landscape and city image for the basic problem awareness and the development of topic thoughts. In addition, the ZMET technology was understood for the in-depth interview and working steps. The method, ZMET, was used form the suitable steps to collect the potential thoughts of industrial landscape. It also offered the coding of mental images, and it discussed the inter-relationship of construct elements and core concepts by using the ladder methods. The interviewee were scholars, potters, public artists and related literary historian, and the results showed the key elements of pottery industry in Miaoli industrial and cultural landscape.

Gongguan Township has a profound history and development image of the pottery kiln cultural industry. Therefore, the resources were not only improved to support the city image, but also create the richer and unique cultural image of pottery. The main findings were followed: 1. The mental map was established for image of Industrial Cultural Landscape in Gongguan Township, Miaoli County. 2. The main vision and images was collected. 3. The developing possibilities were offered for the industrial cultural landscape for the industrial improvement. Lastly, the ZMET become an important tool for the future local development.

Keywords: ZMET, pottery cultural industry, industrial cultural landscape, mental map

目 錄

謝誌.....	I
摘要.....	II
Abstract.....	III
目錄.....	IV
表目錄.....	VI
圖目錄.....	VII
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第二章 文獻回顧.....	3
第一節 產業文化.....	3
第二節 產業文化活動.....	7
第三節 文化景觀	10
第三章 研究方法.....	15
第一節 方法論-隱喻抽取技術(ZMET).....	15
第二節 研究設計.....	27
第三節 隱喻抽取技術(ZMET)訪談大綱.....	29
第四節 信度與效度.....	34
第四章 研究結果訪談.....	35
第一節 隱喻抽取技術(ZMET)之個別訪談結果.....	35
第二節 受訪者訪談資料彙整.....	56
第五章 結論與建議.....	62
第一節 研究結論.....	62
第二節 建議.....	63

參考文獻..... 65
附錄一 受訪者訪談逐字稿..... 68



表目錄

表 1 受訪者背景一覽表.....	28
表 2 受訪者 A 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	35
表 3 受訪者 B 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	38
表 4 受訪者 C 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	40
表 5 受訪者 D 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	42
表 6 受訪者 E 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	44
表 7 受訪者 F 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	46
表 8 受訪者 G 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	48
表 9 受訪者 H 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	50
表 10 受訪者 I 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	52
表 11 受訪者 J 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果.....	54
表 12 總整受訪者說故事.....	56
表 13 總整受訪者遺失的議題或影像.....	56
表 14 總整受訪者分類及概念抽取.....	57
表 15 總整受訪者最具代表性圖片.....	57
表 16 總整受訪者相反影相.....	58
表 17 總整受訪者感官影像.....	58
表 18 總整受訪者總結影像及小短文.....	59
表 19 陶藝文化構念統計分類表.....	61

圖目錄

圖 1 方法-目的鏈.....	18
圖 2 總整受訪者心智地圖.....	58
圖 3 陶窯文化之共識地圖.....	60



第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

近年來台灣經濟高度發展，國民所得增加，惟在國土永續利用、城鄉生活環境景觀風貌品質未能同步提升，與先進國家有相當差距；然歸納其主因在於文化發展與城鄉景觀未能提供一個更具有文化特色與文化意涵的生活空間，乃至於使生活情趣及歷史文化免於埋沒在現代化鋼筋水泥叢林中(呂適仲，2019)。然而，苗栗縣因其地理特色與環境發展，其城鄉內部蘊藏著豐富文化景觀與多元族群文化，如何將城鄉本身的特色加以發掘、建立及塑造，採取的手法往往影響到改造工作的成功與否(劉謹榕，2015)。

苗栗素來有「窯之故鄉」的美譽，其陶窯產業的起源可以追溯到日治時期的傳統工業發展，苗栗陶瓷在台灣陶瓷的發展史上占有重要的地位，且是目前台灣保有最多傳統古窯的地方，包括：包仔窯、蛇窯、登窯、四方窯、八卦窯；不僅如此，苗栗還擁有最先進的自動隧道窯、滾軸窯及柴燒創作窯等(賴建都、連瓊芬，2005)。隨著產的沒落，大多的窯廠已經解散、停廠、荒廢或遭破壞，又或者是早已易主變更用途。而在2005年《文化資產保存法》的公布施行後，對於該傳統工業文化的保存與活用，苗栗僅唯一一座登錄具文

資身分的「竹南蛇窯(歷史建築)」，另非物質性的傳統工藝技能，亦尚無具體傳承、推廣及活化之作為。所幸在 2007 年苗栗縣政府提出的《幸福苗栗·閃耀國際—苗栗縣文化觀光政策白皮書》，推動「未來文化觀光建設藍圖目標其中之一：薪傳推廣苗栗陶瓷產業，發展文化觀光休憩旅遊，使得窯陶產業逐漸受到重視(程士航，張軒哲，鄭錦宏，2007)。

第二節 研究目的

根據前述研究背景與動機，苗栗縣公館鄉具有陶窯文化產業的深厚歷史與發展意象，若能善用既有的資源，從其陶窯印象進行強化，將有助於建構產業文化之城鄉風貌，更能創造更豐富而獨特的陶窯文化意象，本研究篩選出重要傳統產業-陶窯文化，進行深層整合與探索，期能透過隱喻抽取技術(ZMET)來萃取出該文化之意象，並將其作為發展城市意象與強化地方產業文化發展之重要依據。

本研究主要目的如下：

- (一)建構苗栗縣公館鄉產業文化景觀意象共識地圖
- (二)萃取苗栗縣公館鄉產業文化主要圖像
- (三)提供苗栗縣公館鄉產業文化景觀意象之發展方向
- (四)協助在地陶窯文化產業轉型與整體意象營造，並讓ZMET技術成為未來發展城鄉意象之重要工具。

第二章 文獻回顧

本章分為三節，分別為「產業文化」、「產業文化活動」、「文化景觀」等相關文獻加以論述後，整理並歸納。

第一節 產業文化

產業文化(Industrial culture)顧名思義，是由「產業」及「文化」兩個字所組合而成。在國內，許多學者均認為產業與文化的融合就是產業文化，即各項產業在發展過程中，所表現出的一切與該發展過程中有關的一切活動(張永進, 1999; 陳美如, 1998)。張正英(1998)從歷史衍進過程觀點指出對某種產業，追根溯源，對其古今中外的演進歷程，予以掌握、發揚、創造，可謂之產業文化(張正英, 2001)；所謂產業文化指的是產業所具有的文化，亦即某產業(包括農林漁業)在多年產品(包括農林漁產品)生產的歷史過程中，基於對材料選擇與處理的仔細經驗、產品設計、製作的創意與品管，而發展出屬於該產業之特有的文化(黃世輝, 2000)。此外，產業文化是由社會環境、自然環境、生計產業共同產生之文化(蕭崑杉, 1992)。產業文化是產業追求利益作有效率的永續性的經營，任何產業從其發生孕育至今的一切過程與演進的了解、認知，其活動過程中所創造出各種有形或無形的產物都是屬於產業文化之內涵，包括知識技能、信仰、道德、風俗、法律、習慣、藝術及各種的生

活方式(胡南輝, 1998)。陳其南(2001)認為直接從自然界獲取原物料製造而成產品的產業包括：農業、林業、畜牧、漁業等稱之為一級產業，農業在面臨國際化、自由化、經濟化的壓力下，正趨向轉型，由傳統耕作轉趨向精緻化、生態化、休閒化的走向發展，若以農業產業文化來突顯農業的發展，不僅可以建立地方特色，且由產業相關文化活動當中，帶領民眾更深一層的瞭解農村的人文風俗、環境生態、古蹟建築、歷史典故等，並從中體認到農業與我們生活的密切關聯性，民眾可藉由對農業的生產、製造、銷售等過程的認知，進而珍惜與關切我們的農業，帶動農業生產從原本屬於一級產業轉升格為二級、三級甚至往四級產業邁進(陳其南, 1995)。

文化部前身行政院文化建設委員會提出(簡稱文建會)順應世界潮流，在 90 年代開始重視地方文化的發展，文建會於 1995 年的「文化產業研討會」中，提出文化與產業結合的概念，以「文化產業化，產業文化化」為方針，當時文建會的副主委陳其南則說明「產業文化化」意味著「以文化包裝產業」，或是「把產業整合到地方的文化特色之內」，希望藉此提振產業。所謂「產業文化化」是指將原來工商導向的產業型態、失去競爭性的傳統農漁牧礦業，或手工藝轉發為建設性、創造性的產業，在產業中注入豐富的文化內涵，而提昇產品的附加價值。產業文化化很重要的一個特色在於產品必須

地方化、地域化，如此對當地產業才能有直接的幫助，可以利用成立博物館、成立定期或定點的市集地、開辦傳習所、走向藝術村等方式，讓產業融入文化，在生活中便能享受生活之美(文建會, 2006)。產業文化化是由產品和文化兩者所構成，而文化和基本生活、市場交易、知識傳遞、信仰、道德、習俗、社會階層、政治活動、精神生活等都是息息相關，所以產業和文化是脫離不了關係(文建會, 2006; 余倩瑋, 2014)。「產業文化資產」，意指具有技術、勞動、自然、歷史、藝術、科學等文化價值，而可供鑑賞、研究、教育、發展、宣揚之產業相關人、事、物等。包括了(文建會, 2006)：

1. 產業文獻：指與產業發展相關之檔案、圖書、資料、工作表單、手冊、證件、圖說、影音記錄等。
2. 產業文物：指與產業發展相關之人為加工或具特殊文化意義之物品，包括衣著、產品及包裝、告示牌、紀念品、獎章、書法、繪畫、工藝器物、民俗器物、標本、可觀賞之自然物等。
3. 產業建築與土木設施：指因產業工作需求所營建之建造物，包含因居住、信仰、生產、商業、交通、防禦、休憩、娛樂、政治、教育、社會福利、紀念喪葬等緣由所興建者。
4. 產業聚落：指因產業發展而與相關住民生活文化、共同記憶、城

鄉發展相關之整體環境。

5. 產業遺址：指過去產業活動證據的空間遺存，包括遺棄的產業構造物、產業遺物、遺蹟、生態遺留、及與它們相關之所有可移動文化物件、及其他具有產業考古學研究價值者。

6. 產業器具：指因產業發展而有的機器、儀器、運輸工具等。

7. 產業文化景觀：指產業發展歷程之生產、事蹟、傳說、生活行為或儀式行為所定著之區域，包括花園或鹽田。

8. 產業自然景觀：指產業所在地區之生物、地理，或其他所構成之生態環境。因此產業做為一種社會活動，除了物質面和經濟面的生產外，也會有文化層面的表現。

小結

由上述的探討可知，產業文化是指以產業作為主體的文化，除了產業本身在生產產品的歷程中的相關活動外，還包含過程中與人們日常生活與環境等有關的一切活動的演進，其內涵主要包括產業的歷史、地方景觀、人文特色與居民生活型態等，產業發展過程的點滴都是產業文化的內涵。而產業文化不只跟產業或產品本身有關而已，它身處在一個「地方」當中，深受地方文化的影響，而相對地，產業也在形塑地方，可以說產業文化更是一種地方文化的延伸，它與地方的關係相當密切，「地方」與「產業」可以說是互為影

響互相建構而來。所以產業文化可說是在探討產業發展過程所產生的文化活動之累積。本研究擬探討產業文化景觀的形成與發展，並獲知其共識地圖，進而能夠萃取出設計元素與規範，使地方政府易於進行實質性的操作，並增加地方的自明性。

第二節 產業文化活動

1. 產業文化活動的意義

張永進(1999)認為產業文化活動即產業、文化、觀光三合一活動，其功效在振興地方產業、文化紮根落實、激發地方認同、發展觀光特色，進而建立城市魅力；而張溪南(2000)則認為產業文化活動是集合地方在地性文化、產業與景觀特色的一種文化改造與傳承活動。林銘昌和林士彥(2004)進一步說明產業文化活動是由社區內部組織自行規劃發展，並結合社區藝文、景觀、特色以及教育的產業文化活動。換言之，就是結合社區內外現有產業及其他資源，並以合作代替競爭的方式，找到整體長久的最大利益，因此產業文化活動不只是將產品做推銷，最重要的還是當地文化的特色及精神呈現給大眾(張永進，1999；林銘昌、林士彥，2004)。

游瑛妙(1999)指出產業文化活動係結合當地農產品、民俗文化與觀光服務為一體的組合，與一般通稱為節慶(Festival)或展售會(Fair)有所不同，節慶有其歷史淵源，而展售會則較具商業性質，

隨著社會型態的轉變、資訊發達與人們的多樣化需求，節慶與展售會的內涵也跟著調整或改良。它必須同時具備產品銷售、民俗活動參與、文化學習、休閒遊樂、社區發展…等多重功能。林美萍

(2003)亦認為產業文化活動是結合當地產業文化與觀光為一體的組合，是傳統的節慶與展售會逐漸發展而來。

2. 產業文化活動的由來

王瑞哲(2006)說明我國產業文化活動的開展，可追溯自 1995 年文建會的大力推動，文建會在該年「文化產業研討會」中，以「文化產業化，產業文化化」為方針，其用意為藉著產業文化活動，使農業透過文化的包裝，來提升農產品的競爭力及延續農業的生命力，以藝術文化、地方景觀、歷史、人文特色做為辦理產業文化活動的主要內涵，將傳統的農產品行銷模式，即由產地→批發市場→零批市場→零售市場，做顛覆性的改變，而由消費者直接到產地購買符合節令的農產品，期能縮短行銷通路增加農民收益減少中間商剝削，消費者並可同時體驗當地的人文風情及自然景觀。因此，民眾所購買的不僅是農產品本身而已，尚包括產品的文化，也就是文化藝術活動結合產業(包括農產品及手工藝品)即是產業文化活動。

除了文建會的政策推動，行政院農委會也有感於我國因為經濟快速

發展，農村亦面臨資源流失的困境，致農村原有精神文化及善良風俗民情日漸式微，城鄉發展差距日益擴大，為平衡城鄉發展，在民國八十四年起農委會開始輔導鄉鎮農會辦理農業產業文化計畫，鄉鎮農會辦理計畫工作項目，大致上以產業文化研習班、產業文化館及產業文化季等內容，農業產業的文化經濟價值，〈在鄉鎮地區內能呈現生產者的文化產品價值，讓在地居民能認識、瞭解、珍惜自己擁有、參與發展的產業文化，也讓地區外消費者產生購買與體驗的價值。所以上述農業產業文化三項計畫之工作目的，是期盼能達到所屬鄉鎮農業產業文化內部和外部行銷傳播的效果，進而衍生之農村旅遊以及農產品行銷之經濟效益。觀光局也在民國九十年積極推動「每月一節慶」政策。因此，各縣市政府、地方社區逐漸發展出一系列的文化觀光節慶，成為臺灣民眾體驗地方風土的主要休閒方式。

小結

受到上述中央政府的政策指導之下，近年來，全臺各地不同的主題、特性之地方產業文化活動如雨後春筍般地出現。地方產業文化活動不僅能為地方帶來經濟收益、振興地方經濟發展之外，透過短期或長期的節慶舉辦，將可帶來多方面的功能，因此，產業文化活動已成為推動經濟活動的新思維，在這社區逐漸蕭條，傳統產業慢

慢凋零之際，必須藉由轉型以突破困境(陳麗妃, 2004)。臺灣的鄉鎮以舉辦產業文化活動來活絡經濟、增加居民所得，已蔚為風氣，若以產業文化來突顯地方特色發展，不僅可以建立地方特色，且由產業相關的文化活動中，帶領民眾更深層的瞭解地方之人文、歷史、產業聯結等，體認到產業與我們生活的密切連結(林美萍, 2003)。

第三節 文化景觀

然而，目前城鄉的發展，忽略了景觀的價值或不適當的運用，以及對文化景觀的整體面貌沒有具體的了解，而逐漸失去文化價值。因此，本研究為強化及保存文化的特色，探索景觀背後的文化主體、脈絡、經驗、記憶等，試圖發掘景觀背後的「文本與脈絡」，藉由參與、生活實踐、或記憶情感的累積，來重新詮釋景觀的意義、活化景觀。發掘在地的特色，為提升文化觀光價值，地方之文化景觀背後都有豐富的歷史故事，將這些歷史演進呈現出來，亦可讓景觀活了起來。試圖重現歷史原貌，使文化景觀具有一種朝聖觀光的吸引力(吳桂陽、呂適仲、吳聲佑, 2019)。

景觀敘事即是述說地景的故事，所提及的地景，皆是文化層面的「景觀」，包含了空間與人物彼此間的互動，而存在於空間的共同記憶；「敘事」的部分，則包含了主題、情節、角色與空間場所，構成

了故事內容，以及講故事的方式。

在發展文化觀光過程，可透過歷史將文化加以包裝，而歷史涵蓋無數的故事與傳說，故可藉由故事活化地方文化，讓人易於親近與了解。杜佳融（2003）認為藉著故事、傳說，提供具有意義並吸引人的主題，可以刺激遊客對地方的認識慾望，而敘事（narrative）這個方法也已經常被運用來陳述過去的歷史經驗（Brinkhuijsen、Jong、Schröder, 2007）。

目前文化觀光發展也越來越重視品質，形塑鮮明且優質的文化形象；提供歷史、教育、文化及休閒等機能的完整休閒遊憩系統，實為當前重要的課題。為了使文化得以保存及利於推動地方文化觀光，得抓住地方的核心精神，追尋文化的根源，用故事深度去了解地方文化（洪慈鎂，2008）。然而，故事所要表達的價值即是故事情節中所蘊含的文化意義，因故事的情節中常常會附有教化的功能，透過故事情節的鋪陳，人們即可互相交流彼此的經驗與社會價值。從過去的祖先開始，就已經懂得透過傳說故事來延續並且傳遞社會的文化與價值，傳達給後代並發揚其地方文化。因此，為了解一個空間或地方的傳說故事，可從觀察居住與群聚在此空間的人們的生活經驗以及共同記憶，一一連結。亦可說，景觀敘事最好的資料來源就從歷史來連結（Miloslav, 2003）。當景觀敘事結合地方文化，

可刺激人們對景觀的感覺，更清楚了解景觀相關的故事，進而對景觀產生了獨特的情感，提高旅遊品質及留下美好的記憶。然而，現今文化景觀資源所遭遇的最大困境並不在於文化本身缺乏吸引力，也不是文化景觀的貧乏，而是在於不同的文化景觀資源並未有效的整合，乃至於發展過程中很難達到綜效；因此，本研究內容希望能夠透過文化景觀資源調查與評估，跨域分析桃竹苗地區之文化景觀資源，評估其彼此間是否能夠相互整合，並篩選出適合作為文化景觀跨域治理之場域，進行主題分類，創造更具有吸引力的文化景觀鍊結，藉以創造更多文創發展與桃竹苗地區文化旅遊之新契機。

文化景觀的概念與範圍相當廣泛，藉由文化景觀類別的分類，可有助於文化景觀之辨別，聯合國教科文組織(UNESCO)依據《世界遺產公約執行指導方針》(Operational Guidelines to the World Heritage Convention)將文化景觀分為三種類型(李光中, 2006)：

- (1)人類刻意設計及創造的景觀(landscape designed and created intentionally by man)：包括了人類為了美學之理由所建之花園或公園。這類的文化景觀經常（但並不必然）與宗教或是其它的紀念性建築與整體有關。
- (2)有機地演變的景觀(organically evolved landscape)：乃是導致於一種自發性的社會、經濟、行政與（或）宗教需要，同時已經藉由

與其自然環境之關聯和回應，發展成目前的形式。此類又細分為兩種：殘跡(化石)景觀、持續性景觀。

(3)殘跡(化石)景觀：代表一種過去某段時間已經完結的進化過程，不管是突發的或是漸進的，它們之所以具有突出、普遍價值，還是在於顯著特點依然體現在實物上。

(4)持續性景觀：它在當今與傳統生活方式相聯繫的社會中，保持一種積極的社會作用，而且其自身演變過程仍在進行當中，同時又展現了歷史上其演變發展的物證。

(5)聯想的文化景觀(associative cultural landscape)：較為複雜的文化景觀，其評斷必須取決於與自然環境相關的有力量的宗教、藝術與文化聯想，而非是物質性的文化證物，因為這種文化證物可能意義不夠重大，甚且不存在。

美國國家公園管理處(National Park Service)與文化景觀基金會(Cultura Landscape Foundation)則分為四類(李光中, 2007):

(1)歷史場所(Historic Sites)：在歷史事件、活動或人物相關性上具有重大意義之景觀。

(2)歷史性設計景觀(Historic Designed Landcapes)：一處由景觀建築師、造園匠師、建築師或者是園藝師依據設計原則有意識設計或規劃的景觀；或者是由一位業餘造園者以一種已被認定風格

所造之景觀。這種景觀可能與景觀建築中具有重大意義的人物、趨勢或事件有關；或者闡明了景觀建築理論與實踐的重要發展。美學價值在設計景觀中扮演著十分重要的角色。這類的實例包括有公園、校園與豪宅莊園。

(3) 歷史性風土景觀(Historic Vernacular Landscapes)：一處經由人民活動或是駐居演化而形塑之景觀。經由個人、家庭或社區之社會與文化態度，景觀反映了他們日常生活上物質、生物與文化特色。機能在風土景觀扮演重大的角色。它們可以是像農莊一樣的單棟資產，或者是像沿著河谷邊之歷史農場區。實例包括了農村、工業複合建築與農業景觀。

(4) 民族誌景觀(Ethnographic Landscapes)：指的是一種景觀，包含了與相關的民族所定義為遺產資源的多樣性自然與文化資源。實例有當代的聚落、宗教聖域與巨大的地質結構物。小規模的植栽群、動物、生計與儀式場所是常見的元素。

小結

本研究所討論的產業文化部分，因目前台灣現行法令與議題上，其討論之部分較被忽視，但不可諱言的，產業文化對於未來城鄉發展，確有其可發揮之處；若能透過整體性的規劃與意象性的塑造，或許將成為地方發展的新契機。

第三章 研究方法

本研究擬用隱喻抽取技術 (Zaltman Metaphor Elicitation Technique, ZMET)，這套在國外普遍用於市場心理研究並擁有專利的訪談工具，搭配方法一目的鏈 (Means-End Chain, MEC) 來探索苗栗產業文化景觀的共識地圖。透過 ZMET 自圖像隱喻的構念抽取，用 MEC 與攀梯法 (laddering technique) 窮究最終價值，將民眾影響行為的想法串聯起來、找出共識。並取其理念最大公約數，來建構出其心中對於「陶產業文化景觀」的共同心智地圖 (共識地圖)。

第一節 方法論-隱喻抽取技術 (ZMET)

(1) 隱喻抽取技術 (ZMET)

隱喻抽取技術 (ZMET) 這項技術的起源，是哈佛教授 Gerald Zaltman 在 1990 年到尼泊爾旅行時所觸發的靈感。當時 Zaltman 把相機交給了當地的居民，使其拍攝自己想拍之情境，卻意外發現外人無法想到的觀感。居民以充滿故事情境內容卻含有對比矛盾的方式來描述所拍攝的圖像。除此之外，Zaltman 發覺很多居民所拍攝的相片中，很多都沒有拍到腳 (或將腳切一半)。Zaltman 對這種特殊情況感到疑惑，經過詢問之後得知：當地的居民大多赤腳沒穿鞋子，對當地人來說，赤腳是貧窮的象徵。居民刻意不拍到腳，藉

此掩飾當地貧窮，是居民隱藏在相片背後的想法。「隱藏在圖像背後的真實思維」觸發了 Zaltman，並於回國後開始研究，並使用超現實主義 (Surrealistic) 的一個原則—我們所看到的事物，背後都隱藏了許多我們所未見或未想過的真實，逐漸發展出 ZMET 整套的架構(Gwendolyn, 2000)。

隱喻抽取技術 (ZMET) 是一種結合文字語言 (深度訪談) 和非文字語言 (圖像) 整合性的研究技術(G. Zaltman、Coulter, 1995)。擷取跨學科的精華與根基於深固的理論基礎，ZMET 以圖像作為媒介，加以系統化的訪談內容與層層追問，得以抽取出人類思考的基本單元—構念 (construct)。透過連結構念間的相互影響關係，便可描繪出受訪對象內心想法與影響行動與決策的心智地圖。從圖像—隱喻—訪談—構念抽取—連結—心智地圖—分析情感意識。其核心的價值，在瞭解受訪者行為背後的「Why?」，進而幫助研究者獲取受訪者內心貼近價值層級的需求資訊。Zaltman (1995) 說明 ZMET 的使用，是藉由圖像的隱喻抽取方式來挖掘消費者 (目標群體) 心中 95% 潛藏的不為人知的一面。可揭開人類的心智模式，引導出內心想法，並照亮出受訪者腦海的黑色影像(劉明德等, 2007)。是一套具備穩固的理論基礎，能引導受訪者內心的想法，同時能讓受訪者更完整地、豐富地了解自身想法，並與研究者分享的一套研究調查工

具(Gwendolyn, 2000)。

(2)方法目的鏈

除了以 ZMET 利用圖像從隱喻中抽取構念，如何更抽絲剝繭有效貼近受訪對象深沈的價值，需搭配運用 Gutman (1982) 提出的「方法—目的鏈」(MEC)，所謂「方法」，是人所從事的活動或事物，「目的」則是得到快樂、安全感的價值狀態(Gutman, 1982)。也可說「方法」，是紀錄物品與行為，產生之結果與價值是「目的」(Goldenberg 等, 2000)。這提供了一種最初將人類行為與態度連接的架構(Veludo-de-Oliveira、Ikeda、Campomar, 2006)。Olson、Reynolds (1983) 更將方法—目的鏈更區分為「屬性—結果—價值」三層級要素：屬性要素有具體屬性(Concrete Attributes)與抽象屬性(Abstract Attributes)；結果要素有功能結果(具體結果)(Functional Consequences)與社會心理性結果(Phychosocial Consequences)；價值要素則有工具價值(Instrumental Values)與最終價值(Terminal Values)(Olson、Reynolds, 1983)。如圖 1：

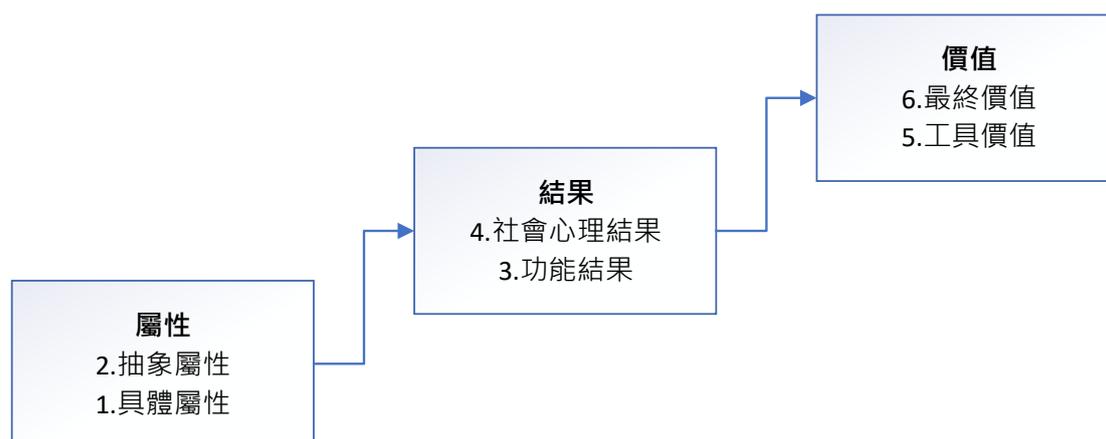


圖 1 方法-目的鏈

(本研究繪製)

Botschen *et al.* (1999) 認為產品或服務的屬性本身並不解釋為何個人購買、使用產品或從事一些活動。換言之，產品屬性並不重要，真正解決問題的辦法是結果或隨後的價值(Botschen、Thelen、Pieters, 1999)。Peter & Olson (1999)表示「方法-目的鏈」的使用，最常配合攀梯法 (laddering technique) 進行，攀梯法又稱作「抽絲剝繭法」(Peter、Olson, 1999)，而使用的方式為「直接誘引」(Direct Elicitation)，透過誘引與層層追問，可以經由反覆的確認得知受訪者影響行為的價值思維。MEC 結合攀梯法的使用，可以用來理解個人的想法，有助於修正量化研究的偏誤 (Nunkoo、Ramkissoon, 2009)。Nunkoo & Ramkissoon (2009) 曾結合 MEC 與攀梯法討論住宿業者對旅行業的態度，認為相較於以往集中在人口統計變數、結構式問卷的量化實證 (其回顧相關研究，量

化研究 46，質性研究 13，大約只佔 2 成)，MEC 結合攀梯法為研究人員提供了不同的觀點。因為 MEC，引出了個人的價值觀，價值觀驅動態度。而態度是一種傾向，具備了贊成與不贊成的實體表示，正是影響行為的原因。該研究報告指出，MEC 和攀梯法有效呈現了住宿業者對旅行業的想法，更幫助住宿業者思考兩者之間的關係。

(3)ZMET 的理論基礎

ZMET 結合了跨科間的理論，當中包括：認知神經科學 (Cognitive Neuroscience)、神經生物學 (Neurobiology)、藝術批評 (Art Critique)、文藝評論 (Literary Criticism)、視覺人類學 (Visual Anthropology)、視覺社會學 (Visual Sociology)、符號論 (Semiotics)、心智科學 (The Philosophy Of Mind)、藝術療法 (Art Therapy) 和心理語言學 (Psycholinguistics) 等各種學科精華(G. Zaltman、Coulter, 1995)。符合各種學科信度與效度的標準，打破理論與實務應用及各學科之間高牆與鴻溝(G. Zaltman、Useem, 2003)。

(4)ZMET 的內涵

人類的溝通過程中，有超過 80%的溝通並非依賴在文字或語言上，這些方式包括觸摸、語調的抑揚頓挫、手勢、身體姿勢以及距離、

時間感、眼神接觸、瞳孔擴張等經由這些非文字語言的管道彼此交換訊息與意義 (Gwendolyn, 2000)。Zaltman (1995) 則說 ZMET 可挖掘消費者 (目標群體) 心中 95%潛藏的不為人知的一面，此方法並不是意味者其他的 5%並不重要，而是此 5%是目前市場上所過於強調的部分，因為這部分是淺顯意見且容易被測量的，而 ZMET 這套工具較具有預測性，同時也是新一代消費者傾聽的工具 (Sheey, 1999; G. Zaltman、Coulter, 1995)。

Zaltman (2003) 曾談及 ZMET 的研究方式，可以避免傳統市場研究容易產生的謬誤如下 (G. Zaltman, 2003)：

- 消費者 (目標群體) 是理性的、直線的思考方式
- 消費者 (目標群體) 能夠解釋自己的思考和行為
- 能獨立研究消費者 (目標群體) 的心智、大腦、身體和周遭的文化與社會
- 消費者 (目標群體) 的記憶精確的代表過去的經驗
- 消費者 (目標群體) 以語言思考
- 企業的訊息能被「灌輸」到消費者 (目標群體) 中，並按照行銷人的期望解讀訊息

ZMET 的使用，將能更深入的獲取目標群體內心的答案，甚至有些答案是潛藏但目標群體卻從未真正意會到的。

(5)ZMET 的假設

ZMET 的實際使用，背後有許多科學理論支持，並於當中提出 ZMET 的七項基本假設(G. Zaltman、Coulter, 1995)，Zaltman 建議研究者依照此七項假設，循序並使用 ZMET 進行貼近顧客內心想法的資訊收集，便能得到更全面的顧客想法。針對 Zaltman (1995) 七項基本假設，內容可分述如下(G. Zaltman, 2003; G. Zaltman、Coulter, 1995; G. Zaltman、Useem, 2003)：

1. 大部分的溝通是使用非語言的 (Most Communication Is Nonverbal)：由外界到達大腦裡面的刺激，大都非屬於文字語言，而人們心中大不部分的心智影像是直覺的(方之光、林富美, 2004)。Hall (1959) 在其著作「The Silent Language」(沉默語言)中指出，十種主要的訊息系統中，只有人際傳播牽涉到語言，其它的九種系統都是利用非言說系統(Hall, 1959)。
2. 思考是以圖像作為基礎 (Thoughts Occur as Images)：思考的產生方式與溝通不同，思考雖是透過文字語言來表示，但其產生方式乃是非文字語言之圖像。因此，透過文字與非文字的結合，才能使研究者更深入瞭解目標群體心中多樣化的內涵與意義。
3. 隱喻 (Metaphors) 是思考、感覺及了解行為的基本單位 (Metaphors as Essential Units of Thought)：隱喻

(Metaphors)，是思考的基本單位，也是溝通的基本單位。隱喻可以隱藏、解釋或創造思考方式，隱喻可以幫助我們表達對事務的感覺或觀點。

4. 感官影像為重要隱喻 (Sensory Images as Metaphors)：感官是所有資訊必須經過的管道，也是通往心智的大門與窗口。以感官為基礎的隱喻，更是了解消費者思考與行為的潛在之重要工具(劉明德, 2007)。

5. 心智模式是故事的表現 (Mental Models as Representations of Stories)：故事的創造、儲存與恢復是記憶的主要歷程，研究者可從消費者所描述的故事中，瞭解其對主題事物的想法與感覺、其所代表的知識與行為以及其背後所隱含的心智模式，並藉由建構敘事來深度瞭解受訪者(劉明德, 2007)。

6. 深層的思考結構是可以觸及的 (Deep Structures of Thought Can Be Accessed)：人們都有隱藏於內心深處的想法與感覺，這些想法與感覺也在持續影響人們的思考與行為，但是人們往往不知其存在，但是內心的深層結構是可以透過有效的工具挖掘出來的(劉明德, 2007)。

7. 理性與感性需同時考慮 (The Comingling of Reason and Emotion)：人進行決策時受到理性與感性雙重的影響，因此挖掘人

們深層思考時同時也必須考量理性與感性面向不應偏重哪一方，而是同時考慮之。這也是研究者需要能夠同時擷取兩者的技術，尤其當理性與感性相互聯繫時(劉明德, 2007)。

(6)ZMET 的應用

ZMET 研究技術在美國擁有專利 (U S Patent No. 5, 436, 830)，並被廣泛的運用。IBM 公司曾針對美國企業進行調查，將 ZMET 列為「有效的研究技術—新的研究方法」，在全美企業的消費者與顧客的研究案中，有 17%採用 ZMET，甚至高過網路調查的 9%(阮欣怡, 2006)。在 Zaltman 自己的研究、OZA (奧爾森薩爾特曼協會) 私人顧問公司的商業研究中，很多跨國企業雖不願公佈研究結果，但均表示對研究的成果相當滿意，當中不乏杜邦公司、通用汽車、克里斯汀迪奧等(李鴻志, 2009)。根據實務上的驗證，ZMET 只需訪談 4-5 位受訪者就能含括大樣本受訪者 90%左右的想法(Coulter、Zaltman、Coulter, 2001)，兼具效率與完整性。近年來，國內學者使用 ZMET 探索人們心中深層價值的研究越來越多，也不僅限於產品的市場調查。包含景觀設計專家與一般民眾對於景觀的比較、線上角色扮演遊戲研究、探索高雄城市意象、海外自助旅行、建構學習感知等(李素馨等, 2010; 蒯光武、鮑忠暉, 2010; 劉明德, 2008; 劉明德等, 2010)，應用十分廣泛。

步驟 1：說故事 (Storytelling about Pictures)

請受訪者分別描述所帶來的影像內容，並說明其與主題間的關係，透過受訪者主體的經驗脈絡，藉由隱喻將內在思維表現出來。訪談當中留意並記錄具體構念的出現，並以攀梯法追問構念與其間關係。

步驟 2：遺失的影像 (Missing Images)

運用此方法，補足受訪者對主題整體思維的呈現，或運用受訪者的想像，描述一個未能用影像表達的故事。

步驟 3：分類整理 (Sorting Task)

請受訪者有意義的對圖片作分類且歸類，並說明分類的原因與想法，建立構念間的相關論點與因果關係。

步驟 4：構念抽取 (Construct Elicitation)

「方法-目的鏈」(MEC) 研究者多用深度訪談法 (In-Depth Interview)，以一對一的方式詢問個人偏好，並結合攀梯法 (Laddering) 作為誘引，建立受訪者的屬性 (A) — 結果 (C) — 價值 (V) 連結模式，用以瞭解個人如何將產品屬性轉化為對本身有價值意義的連結 (Gutman, 1982)。本步驟一方面使用 ZMET 從圖像隱喻當中抽取構念，一方面配合方法-目的鏈 (MEC)，將受訪者的構念建構屬性 (A) — 結果 (C) — 價值 (V) 的連結。當訪談中具體

構念被確認，則以攀梯法（Laddering）層層追問，瞭解構念間的因果關係，並反覆應用來窮盡受訪者要表達的詞句與意義，直到完全沒有新的構念出現為止。這樣的方式，不僅能使構念其間關係具體，更能幫助受訪者更精確的描述想法與感覺。

步驟 5：最具代表性的圖片（Most Representative Picture）

請受訪者挑選一張最具代表性的圖片，確認受訪者對構念的精確性。

步驟 6：相反的影像（Opposite Images）

請受訪者描述代表相反意義的圖片，可幫助釐清複雜訊息，研究者利用正反方向的訊息來定位構念間的具體關係。

步驟 7：感官影像（Sensory Images）

運用受訪者的感官直覺描述，協助確認構念。

步驟 8：建立個人心智地圖（The Mental Map）

以受訪者所抽取的構念，依據方法-目的鏈（MEC）分屬屬性（A）— 結果（C）— 價值（V）層級描繪出心智地圖，來呈現受訪者完整的心智模式。

步驟 9：影像總結（The Summary Image）

讓受訪者藉由挑選出的圖片元素，運用數位影像軟體（本研究為：Adobe Photoshop）合成一個總結影像來創造故事並連結構念間關

係。

步驟 10：小短文 (The Vignette)

請受訪者寫下一段小短文或一段話，來幫助溝通有關總結影像的重要構念。

(7) 建立共識地圖 (Consensus Maps)

共識地圖 (Consensus Maps) 是建立在隱喻抽取的基礎下，作為一種可以進入受訪者潛意識心智下的價值工具(G. Zaltman, 2003)。

針對某主題，共識地圖可以在分眾心智共享的、相互關聯的多種結構裡，捕捉到最為凸顯的結構；從這個角度，共識地圖可當作市場心智的「解剖圖」。我們將受訪者的共識地圖建構而出，當中我們就能很輕易且明顯的發現，在這群體當中，所有一再重複而且分享、被重視的構念群以及其相互間的關係。不同人以類似的方式，不約而同地使用相同的思維模式，或者說一組人共享同一思維模式，一幅共識地圖代表一群人的思考集中於一個常見的心智模式(G. Zaltman & Coulter, 1995)。

Zaltman & Coulter, 1995)。

在建構共識地圖時，Zaltman 提出兩點原則(G. Zaltman & Coulter, 1995)：

原則一：研究者結合所有受訪者心智地圖中的構念，創造一個共識地圖，納入共識地圖之中的共同構念，必須是三分之一以上（包含

三分之一)的受訪者提及到的構念。

原則二：被歸為「相對構念關係」，意即兩個共同構念連接的關係，必須是有四分之一以上(包含四分之一)的受訪者所提及到的關係。

第二節 研究設計

本研究參考目前台灣應用隱喻抽取技術法(ZMET)的研究，已 8~15張之間的圖片為居多(許煌麟、李素馨，2009；曾榮梅，2014；廖偉涵，2012；蒯光武、鮑忠暉，2010；蒯光武 & 羅琦文，2013；劉明德，2008；劉明德等，2007)。本研究首先蒐集國內外針對產業文化景觀與城市意象之相關文獻，除了解基礎問題意識之外，也讓研究者能夠了解主題之思維發展與意義，並瞭解如何運用 ZMET 技術來進行訪談與步驟。

(一)研究對象

本研究研究對象主要以從事苗栗文化產業相關研究之學者、陶藝或公共藝術家及相關文史工作者為主，共計 10 人(相關資料見下表 1)。在取樣方面則是必須是對苗栗產業、苗栗在地文化或陶藝有相當程度的認識及興趣，並且必須可以配合訪談前的前置作業，例如找相關照片及資料等，並實際可參與訪談的流程及雙方時間配合者，而受訪時間為兩小時，但根據受訪者的回答狀況，受訪時間會

略有調整。

表 1 受訪者背景一覽表

編號	性別	年齡	教育程度	專業領域
A	男	56	碩士	景觀
B	女	53	碩士	建築
C	男	45	碩士	藝術
D	男	51	博士	建築
E	男	46	碩士	景觀
F	女	47	博士	建築
G	男	40	碩士	建築
H	男	48	碩士	景觀
I	男	53	博士	藝術
J	男	44	碩士	建築

透過對以上專家訪談，萃取出苗栗產業文化景觀之陶窯文化的看法及概念主要構念，以提供苗栗縣公館鄉產業文化景觀意象之發展方向。

(二)分析方式

研究者將訪談所錄下之音訊檔案進行分析，並找出其主要構念，研究者將受訪者所提到之各主重要對應構念提出後，再依據受訪者之不同進行資料之編碼，並以三多的原則，在多數時間、多數人及多數相同想法之原則下，對受訪者之構念進行分析(Noblit、Hare, 1988)。此外，Zaltman、Coulter (1995) 提出將共同構念

(Dominant Constructs) 及相關構念 (Relative Constructs) 納入共識地圖 (Consensus Map) 的兩個準則，共同構念為提及某構念的受訪者人數達受訪者總數的 1/3；相關構念則為提及相對關係的受訪者人數達受訪者總數的 1/4(G. Zaltman、Coulter, 1995)。依上述原則可找出共同構念，再依相關構念即可繪製成共識地圖，共識地圖中，往往可見有 80%以上的共有構念會於每位個別受訪者的構念中被提及(Christensen、Olson, 2002)。

第三節 隱喻抽取技術(ZMET)訪談大綱

本研究之訪談大綱與步驟主要依據相關理論作為依據，並進行相關設計，並透過實際演練與討論後逐步進行修改，最後定案之；並參考不同學者在不同領域中，利用此技術來發掘所要探知之問題與呈現方式，找出最適合本研究之研究問題，其中針對受訪者所篩選出之圖片進行提問，再以修正後之凱利方格法與攀梯技術，解析其構念與心智模式，並藉由其共有 10 個深度訪談的步驟原則，包含由受訪者自行提供圖片與說故事、重新組合圖片再說明、最具代表性的影像、相反的影像、遺失的影像、五感的描述等等，使受訪者在敘述說明時一再強調與重複的關鍵詞，即是本研究要分析的重要構念。訪談主題是受訪者對於陶窯文化的看法及概念，受訪者提供的內容包含過去與陶窯文化接觸的直接或間接經驗，例如遭受到的刺激、事件、生活環境與

熟悉程度等等，藉此了解不同背景的受訪者對於陶窯文化所秉持的態度與價值觀。

(1)說故事(Storytelling):

受訪者依序說明所收集之 8~15 張照片，並描述帶來的每一張圖片如何代表其對研究主題的想法與感覺。

Q1-1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片？

Q1-2:請問這張圖片表達出您對陶窯文化怎樣的感覺與想法？

Q1-3:這些感覺對你有何意義或價值？

(2)遺失的議題或影像(Missed images)

請受訪者描述是否有想要找到並表達的照片，但這些照片目前是找不到合適的或是缺乏資料的，但卻又能夠帶來重要想法的。

Q2-1:是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶窯文化的感受？

Q2-2:如果有的話請您描述一下這張圖片？

(3)分類整理(Sorting task)

受訪者被要求將照片依據其不同之意義加以分類，並且需替每個分類依據自己的想法分類並命名。

Q3-1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類

後的結果說明為何這樣分類以及敘述？

Q3-2: 他們分別代表了何種想法與感覺？

(4) 概念抽取(Construct elicitation)

在概念抽取上，一般 ZMET 採用凱利方格法(Repertory Grid Technique)與攀梯法(Laddering)，藉以引導受訪者確認相關之構念；攀梯法主要透過不斷的追問，將相關字詞間的關係進行釐清，並進行有意義的連結，直到無法回答為止；而凱利方格法則主要抽取埋藏在思考與行為下構念的有效工具，將兩個相似的構念與第三個構念進行比較，藉以了解其對構念的印象、種類與偏好之區別與浮現。

Q4-1: 若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的？而剩餘的又有甚麼不同？

Q4-2: 根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺？

(5) 最具代表性圖片(The most representative picture)

請受訪者找出最具代表性的圖片，並且解釋其意義。

Q5-1: 您認為哪一張圖片最能代表您對陶窯文化的看法？

Q5-2: 為什麼會挑選這張？有何重要性？

(6)相反影相(Opposite images)

請受訪者找出最不具代表性的圖片，並且解釋其理由。

Q6-1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶窯文化?

Q6-2:請說明為什麼?

(7)感官影像(Sensory image)

透過不同感官，如視覺、聽覺、嗅覺、味覺、觸覺與情緒等，來描述能代表與不能代表的主題構念

Q7-1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶窯文化的話，您會怎麼形容?

Q7-2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒?

(8)心智地圖(Mental map):

即建立個人心智地圖，利用抽取的概念位受訪者描繪出與主題有關之心智地圖，受訪者透過一個經前述訪談步驟而被挖掘出來的概念，創造一個具有因果、關聯性及有意義的心智地圖，此結果也代表受訪者對主題的心智模式。

Q8-1:請您再次確認每件事物都是需認這張有前面步驟抽取的重要構念

所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意？

Q8-2:是否還有您認為應該連結在一起的元素？

(9)總結影像(Summary images)

依據受訪者之感受，將其蒐集的圖片進行組合，透過影像編輯軟體進行總結，來表達其重要構念

Q9-1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。

(10)小短文

最後請受訪者依據總結之影像寫下一段小短文，藉以協助釐清與溝通重要之構念。本研究於研究過程中發現，多數受訪者至該步驟時皆有不耐煩之情況，故於訪談中，將此步驟與步驟九進行結合，藉以增加填答效率。

Q10-1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶窯文化的重要想法及感

第四節 信度與效度

質性研究的信度是指相同的條件，蒐集、分析和解釋資料的一致程度，並在處理獨立的研究者能否在相同或類似的情境中複製研究的問題。故本研究以專家效度為準，專家問卷擬定之初以指導教授，進行 10 年以上相關研究之學者及苗栗縣主管機關之科長為問卷審核人員。且本研究訪談對象皆為相關領域專家，故具有一定之信度，而且隱喻抽取技術(ZMET)為以發展成熟之分析方法，故可判定具有一定之信度。

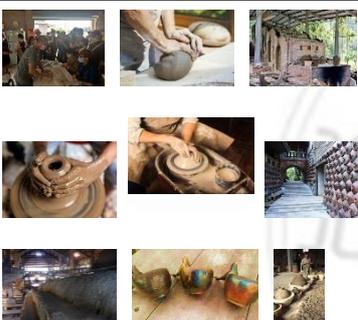


第四章 研究結果訪談

本研究以 ZMET 研究方法深度訪的 10 個步驟，對受訪者進行訪談，以下為十個受訪者，說明個別受訪者之心智模式，將其進行彙整，其各步驟之分析內容如下：

第一節 隱喻抽取技術(ZMET)之個別訪談結果

表 2 受訪者 A 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者:A 性別:男 年齡: 56 教育程度:碩士 職業:教育工作者 專業領域:景觀		
(一)、受訪者說故事		
圖片	說故事	攀梯法
	<p>工藝的東西，我比較在意過程，而不是只有作品，運用了天然的材料製作，陶藝的體驗，有一點手的動作有一點工具性的，用手的溫度來對陶土進行形塑型，用手一點一點的形塑出曲線，及優美的線條。</p>	<p>天然材質→工藝→ 高溫燒製→繁瑣的 →有溫度的</p>
(二)、遺失的議題或影像		
受訪者描述	攀梯法	
<p>對於陶的製程一系列繁瑣的工作，陶師們的神情，製作時的堅持信念以及對陶賦予的溫度。</p>	<p>繁瑣的工作→溫度</p>	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
分類 A	編號 01、08、11、	
製作		
分類與紀	陶土經由陶藝師之手，揉搓塑形等繁瑣的工作，製作時的堅持信念	

錄說明	以及對陶賦予的溫度。	
攀梯法:天然材質→工藝→繁瑣工作→有溫度的		
分類 B	編號 03、04、09	
生產空間		
分類與紀錄說明	生產空間窯體，陶的製作過程須由高溫燒製，這個場域對於陶藝產業有著非常重要的意義。	
攀梯法:高溫燒製→場域		
分類 C	編號 05、06、10	
成品		
分類與紀錄說明	陶藝的成品:讓我們看到藝術到達什麼樣的程度容器、藝術品等，由古人的經驗傳承，經由繁瑣的工作將陶製品完成，這就是要去傳達它的手工過程。陶製品的線條優美有曲線，呈現出陶藝的美感。	
攀梯法:容器→曲線→線條優美 古人的經驗→傳承		
(五)、最具代表性圖片		
圖片	意涵	攀梯法
	圖中有陶的原料，半成品，還有陶師正在製作陶，讓我們知道它是如何被生產	天然材質→容易親近的→匠師的心路歷程
(六)、相反影相		
意涵	攀梯法	
玻璃，從用外觀就有很大的差，我覺得玻璃給人比較冰冷的感覺，相較之下陶就讓我感受到溫暖。	生活化的→溫暖的	

(七)、感官影像	
視覺	看起來很舒服
聽覺	比較重的聲響，比起玻璃聲音會比較沉
嗅覺	很自然的味道
觸覺	素胚還未燒製時是軟的，燒完後會變硬
情緒	很踏實的，因為是用我們腳踏的土地做的東西，所以我覺得是很踏實。
(九)、總結影像 (十)、小短文	
總結影像	小短文
	<p>原為少數人才擁有的工藝技術，慢慢到大眾可以體驗嘗試，陶藝文化還是有它的地位即不可取代性，每有因為機器的出現與大量製造，因而消失，陶好似是會呼吸的物品更貼近人們以及他的溫度感覺是溫暖的在生活上也處處可見，現在也運用陶藝來製作藝術品及樂器，讓陶藝產品不再侷限於容器也賦予它不同的價值，使得陶業文化語文創商品結合創造更多元的可能性。</p>

資料來源:本研究整理

表 3 受訪者 B 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者: B 性別: 女 年齡: 53 教育程度: 碩士 職業: 教育工作者 專業領域: 建築		
(一)、受訪者說故事		
圖片	說故事	攀梯法
	<p>它看起來有點像海螺彎彎的，裡面充滿觸手，曲線優美的線條，看上去有一種獨特的感覺，很有吸引力，且具有美感。陶藝的革新，從盛裝的容器，到如今的藝術創作。</p>	<p>曲線→優美的線條 →有美感的→革新 想法</p>
(二)、遺失的議題或影像		
受訪者描述	攀梯法	
無	無	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
分類 A	編號 03、04、05	
製作		
分類與紀錄說明	<p>在製作陶製品時的繁瑣工作，陶土的塑形、雕刻、燒製。 從素坯製作到進窯燒製，陶的生產過程。</p>	
攀梯法：天然材料→繁瑣工作		
分類 B	編號 01、08、09	
盛裝容器		
分類與紀錄說明	<p>盛裝容器，比較傳統的陶藝主要以功能為主，較生活化的。</p>	
攀梯法：容器→生活化的		
分類 C	編號 07、10	

<p>藝 品</p>		
<p>分類與紀錄說明</p>	<p>藝術類的創作，陶藝文化的發展漸漸地不同，有革新的想法，讓陶業文化繼續傳承。</p> <p>以不同的形式對陶進行塑型，製作燒製，陶整個的製作充滿了溫度，陶師對陶土的型塑，在我看來陶是很有深度的一項工藝。</p>	
<p>攀梯法:有溫度的→傳承→革新想法</p>		
<p>(五)、最具代表性圖片</p>		
<p>圖片</p> 	<p>意涵</p> <p>陶製品在早期通常用在盛裝，水缸、米缸、醃製品的甕都是用陶製成，在生活上是不可或缺的，由此漸漸發揚陶業文化。</p>	<p>攀梯法</p> <p>容器→生活化的→傳承</p>
<p>(六)、相反影相</p>		
<p>意涵</p>	<p>攀梯法</p>	
<p>塑膠製品</p>	<p>有溫度的</p>	
<p>(七)、感官影像</p>		
<p>視覺</p>	<p>比較厚的聲響，比起瓷器聲音會比較沉，製作時有輪盤轉動的聲音</p>	
<p>嗅覺</p>	<p>土味、柴火味</p>	
<p>觸覺</p>	<p>還沒燒時摸起來軟軟的，可以任意塑型，燒出來時摸起來有些粗糙，上了釉摸起來滑滑的</p>	
<p>(九)、總結影像 (十)、小短文</p>		
<p>總結影像</p> 	<p>小短文</p> <p>陶是傳統的文化，由大地為原料，古人流傳下來的手藝，在我們的生活中處處可見，但是慢慢的機器取代了陶師，這項技藝漸漸沒落，陶師們也逐漸凋零，傳統和現代的接合以及傳承，是現在我們要做的，陶是一個很有溫度的一項工藝，希望她可以一直流傳。</p>	

資料來源:本研究整理

表 4 受訪者 C 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者:C 性別:男 年齡:45 教育程度:碩士 職業:藝術工作者 專業領域:藝術		
(一)、受訪者說故事		
圖片	說故事	攀梯法
	<p>以前體驗過，它是最基礎的但也是最困難的，在轉動的轉盤進行塑形，拉出優美的線條及曲線，是一個古老且傳統的一門工藝。</p>	<p>陶藝體驗→轉盤轉動→線條優美→匠師心路歷程</p>
(二)、遺失的議題或影像		
受訪者描述	攀梯法	
無	無	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
分類 A	編號 01、09、10	
製作過程		
分類與紀錄說明	<p>各種不同的製陶步驟，原料、塑型、修坯，這些繁瑣的工作蘊含著古老的經驗，及匠師的心路歷程。</p>	
攀梯法: 古人經驗→繁瑣工作→匠師心路歷程		
分類 B	編號 02	
轉換		
分類與紀錄說明	<p>陶的製作過程須由高溫燒製，陶窯是重要的場域。</p>	
攀梯法: 高溫燒製→場域		
分類 C	編號 03、06、08	

成品		
分類與紀錄說明	<p>各式成品有花瓶、茶杯、藝術品，陶有很多不同的呈現、用途，以及當成藝術品欣賞，展現出陶不同的美感和樣貌。在外觀上用了不同的呈現方式，運用了不同的手法，較立體，成品尺寸應該較小。表面較為光滑，有上釉，有豐富色彩，成品應該較大。</p>	
<p>攀梯法：上釉→有豐富色彩→有美感的</p>		
(五)、最具代表性圖片		
圖片	意涵	攀梯法
	<p>它是一個製作陶器的場域，對於陶藝文化，它是不可或缺的，也最能代表陶業文化。</p>	<p>工藝→場域</p>
(六)、相反影相		
意涵	攀梯法	
無	無	
(七)、感官影像		
觸覺	<p>對陶最直接的感受，親手接觸所以我覺得陶是很暖的，陶是使用天然的材料，也就是我們的大地，讓我覺得非常親近。</p>	
情緒	<p>陶是一個很有歷史的文化，隨著工業的進步，陶業文化的沒落，我們應該要有革新的想法，傳承經驗，讓更多人了解陶業文化，陶是一個很有溫度、溫暖的文化。</p>	
(九)、總結影像 (十)、小短文		
<p>總結影像</p> 	<p>小短文</p> <p>以前的陶製品多用在生活上，碗、缸、杯子，現在慢慢變成藝術品，檔次慢慢提升，陶藝品越來越多，往高單價的方向走。</p>	

資料來源:本研究整

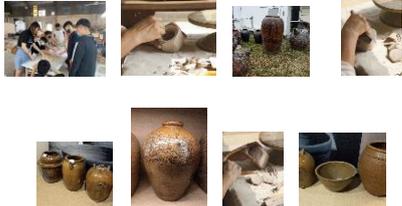
表 5 受訪者 D 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者:D 性別:男 年齡:51 教育程度:博士 職業:教育工作者 專業領域:建築		
(一)、受訪者說故事		
<p>圖片</p> 	<p>說故事</p> <p>有童年的感覺，小時候會捏泥巴，捏一些城堡、人偶，這張圖片讓我感覺到它的童心。</p>	<p>攀梯法</p> <p>天然材質→容易親近的</p>
(二)、遺失的議題或影像		
受訪者描述	攀梯法	
無	無	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
分類 A	編號 01、02、05	
製作		
分類與紀錄說明	捏陶的過程，塑型、雕刻、繁瑣的工作。陶的製作，但它是一個轉變的過程，經由高溫燒製，將它從土變成陶。	
攀梯法： 高溫燒製→繁瑣的工作		
分類 B	編號 04、07	
童趣		
分類與紀錄說明	陶藝文化的革新，以玩偶工作的方式呈現陶物品。	
攀梯法： 工藝 → 革新		
分類 C	編號 08、09	

展示		
分類與紀錄說明	對視覺衝擊較大，曲線、色彩豐富，具有美感，吸引目光，為陶的藝術品，展示品	
攀梯法：曲線→色彩豐富→具有美感→革新想法		
(五)、最具代表性圖片		
圖片	意涵	攀梯法
	陶藝是古老的工藝早期茶杯、茶壺都是用陶製作而成，這張圖片讓我聯想到古人在喝茶，陶是古老的工藝，陶文化中，有著古人對製陶的巧思。	古人經驗→工藝→生活化的
(六)、相反影相		
意涵	攀梯法	
鋼杯，現今工業發達，鋼杯處處可見，它讓我感覺冰冷，反之陶無論顏色、手觸相對溫暖	天然材質→溫暖的	
(七)、感官影像		
聽覺	燒柴火的嘎嘎聲	
嗅覺	沒什麼味道	
觸覺	上釉後是光滑的	
情緒	感覺很雅致，內心很平靜	
(九)、總結影像 (十)、小短文		
總結影像	小短文	
	陶藝文化和品茶文化應該是息息相關的，陶壺、陶杯，陶讓我感受到緩慢、雅致的、有溫度的，是一個很深遠的文化。	

資料來源:本研究整理

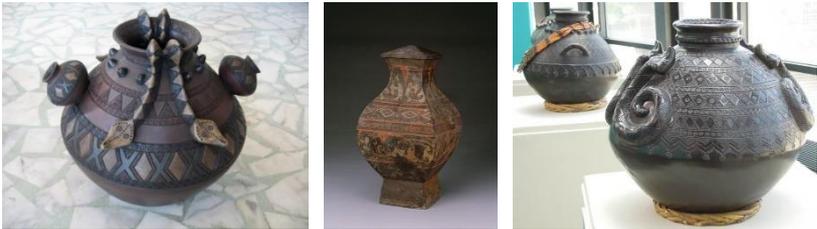
表 6 受訪者 E 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者:E 性別:男 年齡:46 教育程度:碩士 職業:教育工作者 專業領域:景觀		
(一)、受訪者說故事		
<p>圖片</p> 	<p>說故事</p> <p>陶的製作，在陶的製作中通常是用手配合工具使用製作，所以每一個手工的陶器是獨一無二的，手與陶土的接觸是做直接讓我感受到陶的質樸與獨特。</p>	<p>攀梯法</p> <p>容器→生活化的</p>
(二)、遺失的議題或影像		
<p>受訪者描述</p> <p>無</p>	<p>攀梯法</p> <p>無</p>	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
<p>分類 A</p> <p>編號 03、04、05</p>		
<p>製作</p>	<p>經繁瑣的工作，將陶土塑型</p>	
<p>分類與紀錄說明</p>	<p>攀梯法：天然材料→繁瑣</p>	
<p>分類 B</p> <p>編號 07、08、09</p>		
<p>器具</p>	<p>很生活化的容器，很多都是陶製品，經過高溫燒製，上釉完成展現。</p>	
<p>分類與紀錄說明</p>		

攀梯法：上釉→高溫燒製		
(五)、最具代表性圖片		
圖片	意涵	攀梯法
	陶藝給我很質樸的感覺，陶製品的歷史悠久，在中華文化中是很重要的一環，陶的曲線和線條體現了陶的美感。	樸實→傳統工藝
(六)、相反影相		
意涵	攀梯法	
金屬，陶是柔和的，讓人感覺祥和的；金屬則是讓人感到冷酷的。	易親近的	
(七)、感官影像		
聽覺	轉盤轉動發出的聲響	
嗅覺	大地的氣味	
觸覺	有的平滑有的粗糙，有的凸起，有的凹下	
情緒	陶藝是古老的工藝，隨著時代進步陶產業的沒落，陶製品漸漸被淘汰，古人對陶這項工藝的經驗，面臨傳承的問題，陶產業要有革新的想法，將陶文化繼續流傳。	
(九)、總結影像 (十)、小短文		
總結影像	小短文	
	陶的曲線和線條，體現了陶的美感。工匠從拉坯開始就需要心無旁騖，專注在產品上，修坯時像是為了心中的那個她能更完美的呈現在大家面前細心雕琢。上釉，窯燒，溫度濕度控制更是不能稍有差錯。一失神作品全毀。作品呈現可以古樸如茶壺，華麗如唐三彩，也可以加上雕刻技巧如圖片亦顯雅緻，更可清麗如青汝窯。	

資料來源:本研究整理

表 7 受訪者 F 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者:F 性別:女 年齡:47 教育程度:博士 職業:教育工作者 專業領域:建築		
(一)、受訪者說故事		
圖片	說故事	攀梯法
	傳統的原住民文化圖騰跟一些他們傳送的故事，展現了台灣原住民的特色，較有主體性。	傳承→工藝
(二)、遺失的議題或影像		
受訪者描述	攀梯法	
無	無	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
分類 A	編號 02、03、05	
現代		
分類與紀錄說明	顏色鮮明色彩豐富具有線條較現代之作品，較具個人想法	
攀梯法：曲線→線條優美		
分類 B	編號 06、01、08	
傳統		
分類與紀錄說明	傳統的原住民圖騰樣式，比較直接的在陶上面做展現，較具有台灣原住民文化，具象化，運用立體的雕塑來呈現族群的代表圖騰	
攀梯法：古人經驗		
分類 C	編號 09、10、04	

製作		
分類與紀錄說明	製作陶器時的細心與全神貫注	
攀梯法: 匠師心路歷程		
(五)、最具代表性圖片		
圖片	意涵	攀梯法
	陶土要經過燒才能變成陶器，這是不可或缺的，是一個重要的環節。場域是很重要的地方。	高溫燒製
(六)、相反影相		
意涵	攀梯法	
玻璃，雖然也是燒出來的但是材料不同，作法也不同	生活化的	
(七)、感官影像		
視覺	顏色上的轉變	
聽覺	搓動時會有聲音的產生	
觸覺	製陶時最真實的感受	
情緒	台灣的陶業文化漸漸沒落，面臨沒有人傳承製陶工藝的精隨。	
(九)、總結影像 (十)、小短文		
總結影像	小短文	
	製作工法相當反鎖費時費力，陶業文化也漸漸沒落，在陶藝上也有一些變化，由早期裝水的容器，至今有各種形狀的花瓶樣式，陶的創作也變成了一種藝術。	

資料來源: 本研究整理

表 8 受訪者 G 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者:G 性別:男 年齡: 40 教育程度:碩士 職業:文史工作者 專業領域:建築		
(一)、受訪者說故事		
圖片	說故事	攀梯法
	陶文化的悠久歷史，陶是在史前文化就有的器物，陶文化是古人所流傳下來的經驗，是非常生活化的，也是容易親近的。	器物→古人經驗 →生活化的
(二)、遺失的議題或影像		
受訪者描述	攀梯法	
傳承，面對陶業文化的沒落，該如何保留著個美麗且溫暖的工藝。	溫暖的→沒落	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
分類 A	編號 04、01	
陶製作		
分類與紀錄說明	陶的製作從原料到，轉變的空間	
攀梯法：天然材質→高溫燒製		
分類 B	編號 06、07、03	
現代		
分類與紀錄說明	現代的陶有很多不同的做工，色彩豐富、線條優美。	
攀梯法：線條優美→上釉→色彩豐富		
分類 C	編號 08、02、05	

古代		
分類與紀錄說明	早期陶壺是用在盛裝東西，或是祭祀時所需要的，史前文化中就有陶器的存在，陶藝歷史悠久。	
攀梯法: 容器→古人經驗→生活化的		
(五)、最具代表性圖片		
圖片	意涵	攀梯法
	陶土，原料；轉盤，製作時的器具，所有的陶器，一開始都只是一團土，看似簡單，但製陶蘊含許多古人的經驗，及匠師的心路歷程。	天然材質→匠師心路歷程
(六)、相反影相		
意涵	攀梯法	
工廠量化生產，業的發展陶藝也漸漸被機器取代，陶藝文化沒落面臨著手藝失傳的危機	工藝→沒落	
(七)、感官影像		
聽覺	轉盤轉動的聲響，聽覺摳摳摳摳的聲響	
嗅覺	泥巴的味道	
觸覺	暖暖的不向鋼鐵冰冷	
情緒	感覺很辛苦，是一個歷史悠久的工藝，在製陶時需經歷拉坯，高溫燒製上釉，繁瑣的工作，非常辛苦，整個產業正在沒落，需要革新。	
(九)、總結影像 (十)、小短文		
總結影像	小短文	
	陶是一個古老的工藝。是現代人需積極保存與傳承的工藝，它能帶來溫暖笑容，雖然製作過程是繁瑣且辛苦的，但它會在心裏慢慢發光，溫暖我們。	

資料來源: 本研究整理

表 9 受訪者 H 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者:H 性別:男 年齡:48 教育程度: 碩士 職業:教育工作者 專業領域:景觀		
(一)、受訪者說故事		
圖片	說故事	攀梯法
	<p>陶就這一的設置在道路旁，感覺陶意識這麼容易親近的。將陶這項工藝生活化，在路旁就可以欣賞到線條優美且有美感的陶藝作品，同時，體驗陶藝生活，結合傳統工藝，傳承文化。</p>	<p>易親近的→生活化的傳統工藝→匠師心路歷程</p>
(二)、遺失的議題或影像		
受訪者描述	攀梯法	
無	無	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
分類 A	編號 08、05、04	
製作		
分類與紀錄說明	<p>陶師經歷繁瑣的工作，呈現優美的陶器。 從素坯製作到進窯燒製，陶的製作及生產過程。</p>	
攀梯法：繁瑣→匠師心路歷程		
分類 B	編號 01、03	
容器		
分類與紀錄說明	<p>盛裝的容器，陶文化的長久歷史，在沒有上釉的陶保有了天然的顏色，運用曲線來呈現器具的美感，也顯得樸實生活化。</p>	
攀梯法:容器→生活化的→古人經驗		

(五)、最具代表性圖片		
圖片	意涵	攀梯法
	圖中是一位老先生正在製陶的照片 老先生神情專注 敬重這份職業 推測他製作陶器已經很久了，製作陶器需要時間去歷練可能這個工藝是他的父親或爺爺傳承下來的。	工藝→傳承
(六)、相反影相		
意涵	攀梯法	
鐵，冰冷，陶給我的感覺是溫暖的	溫暖的	
(七)、感官影像		
聽覺	輪盤轉動時的聲響	
觸覺	像黏土一樣一樣有黏性可以素形	
情緒	灣陶業沒落，陶師都上了年紀，他們手上有相當珍貴的製陶工藝，若沒有傳承，這些精湛的陶製品及陶師們的手藝，恐怕將要失去，覺得可惜。	
(九)、總結影像 (十)、小短文		
總結影像	小短文	
	陶在生活中處處可見，傳統的陶業文化正在轉型，慢慢從製作水缸、甕等，到現在陶師們也運用陶來創造藝術。	

資料來源:本研究整理

表 10 受訪者 I 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者: I 性別: 男 年齡: 53 教育程度: 博士 職業: 教育工作者 專業領域: 藝術		
(一)、受訪者說故事		
圖片	說故事	攀梯法
	<p>老先生再製陶 推測他製作陶器已經很久了製作陶器需要時間去歷練可能這個製陶的工藝是他的父親或者是認識的人傳承下來的老先生的年紀看起來有些大應該是可以安享天年的年紀了可是他仍然做著陶藝陶藝對他來說可能是意義重大的。</p>	<p>工藝→古人經驗→傳承</p>
(二)、遺失的議題或影像		
受訪者描述	攀梯法	
無	無	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
分類 A	編號 04、05、06	
曲線		
分類與紀錄說明	<p>表面看起來都是很光滑的勾勒出淡淡的線條和色彩充分的感受到了這些作品的曲線和光滑的。</p>	
攀梯法: 曲線→優美線條		
分類 B	編號 01、02、08	
溫度		
分類與紀錄說明	<p>捏陶、塑型、製作陶藝</p>	

攀梯法:天然材料→匠師心路歷程		
(五)、最具代表性圖片		
圖片	意涵	攀梯法
	陶藝的製品是要表現出他的線條和美感及曲線，外型看起來非常的創新。	線條優美→革新想法
(六)、相反影相		
意涵	攀梯法	
無	無	
(七)、感官影像		
聽覺	響耳的聲音記憶中在塑造胚體的過程中輪盤轉動時頻率是一致的音調也不高較祥和	
嗅覺	一開始是土味然後燒製時會有較刺鼻的味道可能有一些物質被釋放出來上釉使表面光滑味道可能極不佳	
觸覺	一開始像黏土勾起兒時回憶柔軟的舒服的乾燥後根據表面紋路不同可能為光滑的粗糙的有孔洞的較為多變化	
情緒	祥和的有溫度的有曲線的	
(九)、總結影像 (十)、小短文		
總結影像	小短文	
	年輕人對於器物的外表如何呈現想表達的是沒有每一件事物從古至今是一成不變的每件事務都是需要經由革新 在每個社會時代的影響個人的因素不一樣可能也會造成 思想的轉變 總體社會的結果而造成的不同 重要的不是物品的外在是他的內涵就像製作他時的故事及心路歷程	

資料來源:本研究整理

表 11 受訪者 J 隱喻抽取技術(ZMET)訪談結果

受訪者:J 性別:男 年齡:44 教育程度:碩士 職業:文史工作者 專業領域:建築		
(一)、受訪者說故事		
圖片	說故事	攀梯法
	運用天然材料，用手型塑，親手捏出，與陶藝本身的對話。	天然材料→有溫度的
(二)、遺失的議題或影像		
受訪者描述	攀梯法	
無	無	
(三)、分類整理 (四)、概念抽取		
分類 A	編號 02、05、06	
陶製作		
分類與紀錄說明	陶的製作，最原始的原料，及窯陶土的轉換過程，是製陶的重要元素	
攀梯法：天然材質→高溫燒製→場域		
分類 B	編號 03、07、08	
陶藝品		
分類與紀錄說明	陶藝工業的轉變，從生活器具到，陶偶陶藝品。	
攀梯法：工藝→革新想法		
(五)、最具代表性圖片		
圖片	意涵	攀梯法

	<p>陶藝文化應該保留部分的傳統元素，但又必須具備有其創新的特色，本張圖片的陶藝物件顯然具有以上兩種性質</p>	<p>革新想法</p>
<p>(六)、相反影相</p>		
<p>意涵</p>	<p>攀梯法</p>	
<p>無</p>	<p>無</p>	
<p>(七)、感官影像</p>		
<p>聽覺</p>	<p>轉動輪盤時的聲響</p>	
<p>觸覺</p>	<p>上釉後表面光滑，曲線使其摸起來凹凸，感受其線條的優美</p>	
<p>情緒</p>	<p>傳統工藝，經古人的經驗傳承，匠師要經由繁瑣的工作，拉坯、雕塑、高溫燒製及上釉，其中若有個環節出錯，將全部從頭，相當辛苦且要有耐心才有辦法完成作品。</p>	
<p>(九)、總結影像 (十)、小短文</p>		
<p>總結影像</p>	<p>小短文</p>	
	<p>原為少數人才擁有的工藝技術，慢慢到大眾可以體驗嘗試，陶藝文化還是有它的地位即不可取代性，沒有因為機器的出現與大量製造，因而消失，陶好似是會呼吸的物品更貼近人們以及他的溫度感覺是溫暖的在生活上也處處可見，現在也運用陶藝來製作藝術品及樂器，讓陶藝產品不再侷限於容器也賦予它不同的價值，使得陶業文化語文創商品結合創造更多元的可能性。</p>	

資料來源:本研究整理

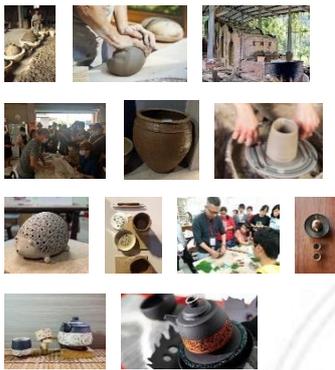
第二節 受訪者訪談資料彙整

一、訪談資料彙整

本研究以 ZMET 研究方法深度訪的 10 個步驟，對受訪者進行訪談，其總共整理出了 24 個構面，其各步驟之分析內容如下：

Step1 說故事(Storytelling)

表 12 總整受訪者說故事

圖片	說故事	攀梯法
	<p>陶業文化是一項很有溫度的工藝，從我們腳踏的大地獲取製陶原料，再經由陶師們的手進行塑形雕塑，藉由高溫將陶土燒製成陶器，完成成品，對於陶的製程一系列繁瑣的工作，陶師們的神情，製作時的堅持信念以及對陶賦予的溫度。</p>	<p>天然材質→工藝→高溫燒製→繁瑣的→有溫度的→匠師的心路歷程</p>

資料來源：本研究整理

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

表 13 總整受訪者遺失的議題或影像

受訪者描述	攀梯法
<p>陶在應用方面可以和別的器物結合在一起，是一個融合及相互切磋的爆炸想法，讓陶不再只是陶結合其他材料，至種畫面。</p>	<p>沒落→革新想法</p>

資料來源：本研究整理

Step3、4 分類及概念抽取

表 14 總整受訪者分類及概念抽取

圖片	分類	攀梯法
NO. 4 	編號 4.5.8: 製作陶的製作及生產過程，陶師經歷繁瑣的工作，呈現優美的陶器。	工藝→繁瑣工作→有溫度的
NO. 5 	編號 04: 雕刻外觀花紋，摸起來會有不同的感覺，看起來更加立體，主要是運用工具來雕塑陶土。 編號 05、07: 陶土在轉動的轉盤上，陶師專注的神情在拉坯，運用雙手塑型曲線弧形，讓我感受到陶是很有溫度的器物。	容器→轉盤轉動→曲線→優美線條
NO. 8 		

資料來源: 本研究整理

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)

表 15 總整受訪者最具代表性圖片

圖片	意涵	攀梯法
	圖中是一位老先生正在製陶的照片 老先生神情專注 敬重這份職業推測他製作陶器已經很久了 製作陶器需要時間去歷練可能這個工藝是他的父親或爺爺傳承下來的，陶藝對他來說可能是意義重大的。	古人經驗→工藝→繁瑣工作→傳承

資料來源: 本研究整理

Step6 相反影相(Opposite images)

表 16 總整受訪者相反影相

意涵	攀梯法
硬梆梆的鐵製品，陶是柔和的，讓人感覺祥和的，時常會給人溫暖的感覺，不像冰冷的鐵。	生活化的→溫暖的

資料來源:本研究整理

Step7 感官影像(Sensory image)

表 17 總整受訪者感官影像

視覺	曲線、色彩豐富，具有美感，吸引目光。
聽覺	響耳的聲音記憶中在塑造胚體的過程中輪盤轉動時頻率是一致的音調也不高較祥和。
嗅覺	一開始是土味然後燒製時會有較刺鼻的味道可能有一些物質被釋放出來上釉使表面光滑味道可能極不佳。
觸覺	還沒燒時摸起來軟軟的，可以任意塑型，燒出來時摸起來有些粗糙，上了釉摸起來滑滑的。
情緒	陶藝是古老的工藝，隨著時代進步，陶產業沒落，陶製品漸漸被機器製作取代，古人對陶業這項工藝的經驗，面臨傳承的問題，陶藝產業又有革新的想法將陶業文化繼續流傳。

資料來源:本研究整理

Step8 心智地圖(Mental map)

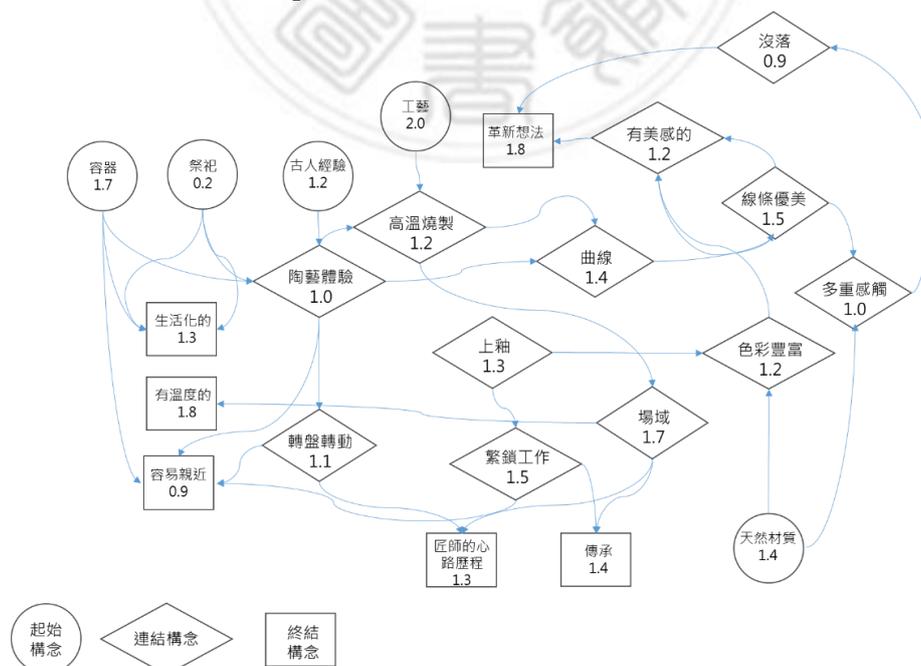


圖 2 總整受訪者心智地圖

(本研究繪製)

Step9、10 總結影像及小短文

表 18 總整受訪者總結影像及小短文

總結影像	小短文
	<p>原為少數人才擁有的工藝技術，慢慢到大眾可以體驗嘗試，陶藝文化還是有它的地位即不可取代性，每有因為機器的出現與大量製造，因而消失，陶好似是會呼吸的物品更貼近人們以及他的溫度感覺是溫暖的在生活上也處處可見，現在也運用陶藝來製作藝術品及樂器，讓陶藝產品不再侷限於容器也賦予它不同的價值，使得陶業文化語文創商品結合創造更多元的可能性。</p>

資料來源:本研究整理

二、受訪者共識地圖建構與關鍵因素

將 4 位以上受訪者所提及的 24 個的共同構念 ($N \geq 2$)，以及 3 位以上所提及的構念與構念間的關聯性 ($N \geq 2$)；聯結彙總便形成本研究之共識地圖 (Consensus Maps)。共識地圖是建立在隱喻抽取技術的基礎下，做為一種可以進入受訪者潛意識心智下的價值工具，是代表參與本次研究十位受訪者，大多人所具有的大多數構念，也就是所有的受訪者對於陶藝文化這個想法的彙總與集合。

經由下圖、表可發現，在十位受訪者之共識心智地圖中，「陶藝文化」之最主要構念有「工藝」、「有溫度的」、「革新想法」、「容器」、「包容」等，其中又以「工藝」、「有溫度的」為最主要之價值，顯見陶藝文化對於受訪者來說，有溫度的工藝將是關鍵的要素。然而，十位受訪者也提及「繁瑣工作」、「上釉」、「轉盤轉動」、「陶藝

「體驗」是陶藝文化中被提及次數較為頻繁的一般製陶工藝，而「天然材質」、「有美感的」、「線條優美的」、「曲線」、「色彩豐富」等則是較多被提及的美學元素，而「匠師的心路歷程」、「傳承」則是較常被提及的文化薪傳元素。故由上述分析可知，陶藝文化中，「有溫度的工藝」對受訪者來說是最具印象的構念，而製陶工藝之步驟與相關的手法，亦佔有不少的比重；在美學元素上，陶的天然特性與陶藝品的自然曲線，都是主要的關鍵因素。此外，展現匠師的心路歷程與技藝傳承，亦代表著陶藝文化展現的重要特性。

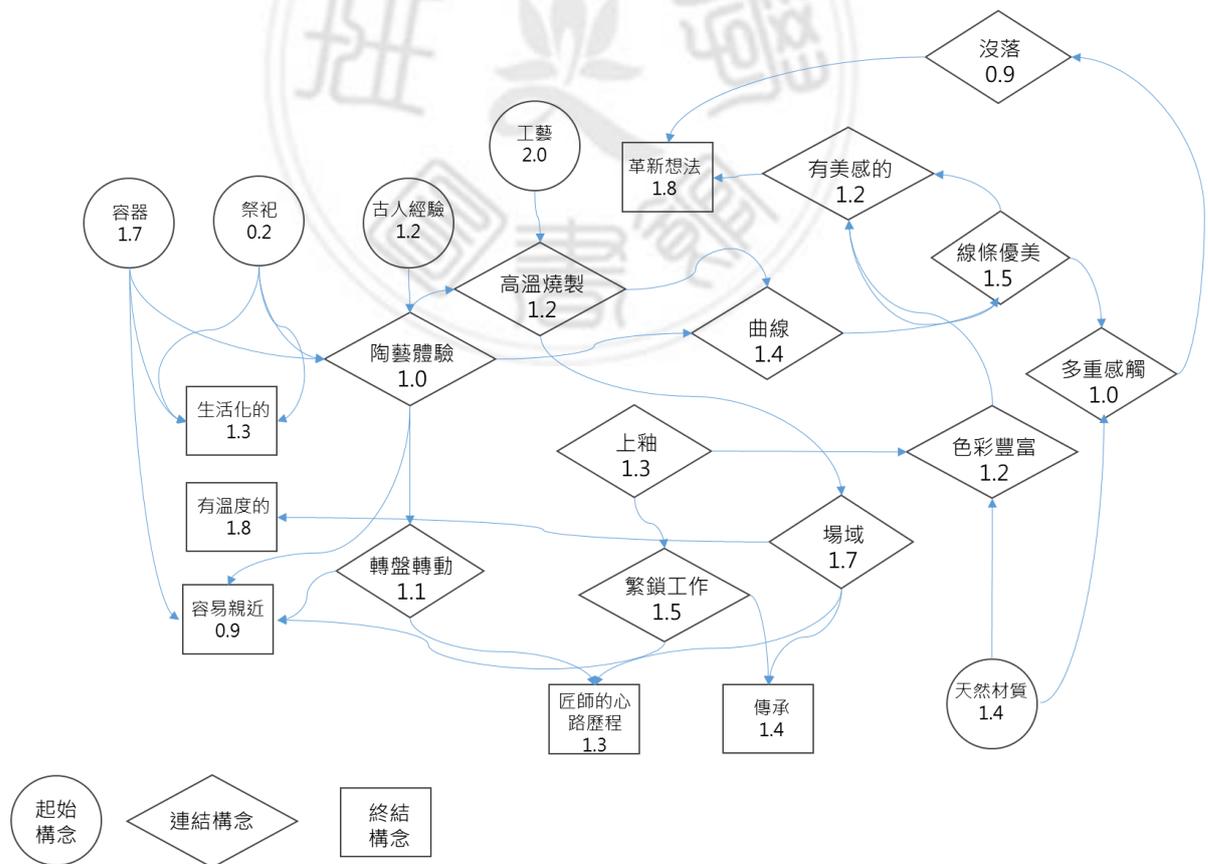


表 19 陶藝文化構念統計分類表

構念	分類	總數
 起始構念	祭祀	02
	容器	17
	古人經驗	12
	工藝	20
	天然材質	14
 連結構念	陶藝體驗	10
	轉盤轉動	11
	高溫燒製	12
	上釉	13
	繁瑣工作	15
	有美感的	12
	線條優美	15
	曲線	14
	色彩豐富	12
	多重觸感	10
	場域	1
	沒落	09
 終結構念	生活化的	13
	有溫度的	18
	容易親近的	09
	匠師的心路歷程	13
	傳承	14
	革新想法	18

資料來源:本研究整理

第五章 結論與建議

第一節 研究結論

本研究之目的在於了解受訪者對陶窯文化的內心想法與價值，透過 ZMET 隱喻抽取技術取得豐富的隱喻資料，主要研究結果發現：

(一) 陶窯文化是有溫度的工藝

陶窯文化是一件具有溫度的工藝，由共識地圖可知，「有溫度的」和「工藝」兩者所佔之比重最高，顯然對於受訪者而言，有溫度的工藝是專家們對於陶窯文化展現的重要想法。

(二) 製陶的過程與步驟是很重要的意象

陶窯文化不僅僅只是成品的展現，其製造過程中的器具、工藝步驟、操作手法、特有技術，更是重要的產業文化意象，未來若要發展相關的城鎮意象，此過程與步驟將是重要的發展方向，更是提供序列性體驗的重要關鍵。

(三) 陶的美學特性亦是未來可能的發展方向

陶的美學特性，從點、線、面，乃至於顏色都有其獨特的韻味，透過其天然的在地材料，能夠讓其具備在地性的美感，此外，陶製品一般而言的優美曲線和豐富多變的顏色，也是讓人著迷的地方，若要展現陶之意象，善用這些設計元素，將有助於未來的城鎮風貌塑造。

(四)文化薪傳是重要關鍵

陶窯文化是重要的產業文化，更需要有文化薪傳的意象與傳承，除了透過活動、產業連結、地方創生等軟體工程的介入，若能將該項文化薪傳意義融入環境中，將更能創造更豐富多樣的文化體驗，也能夠讓當地有更多的可能與發展。

第二節 建議

1. 目前各級政府推動觀光發展的政策與措施，確實有助於在短期內提升觀光能量，但未來應該著眼長期的布局與串連，讓遊客能夠有更長的停留時間，方能真正為地方帶來實質的經濟效益，因此，凸顯在地特色，與其他城鎮進行差異化的行銷手法，將有助於地方觀光與經濟的發展
2. 公館鄉具有陶窯文化產業的深厚歷史與發展意象，若能夠善用既有的資源，從其陶藝印象進行強化，將有助於其建構產業文化之城鄉風貌，更能創造更豐富而獨特的陶窯文化意象。
3. 目前陶窯文化意象之建構並無法真正反映公館鄉形塑陶窯文化意象，因此若能透過陶藝文化意象之特性進行空間與整體環境的改造，將有助於豎立自我品牌，提升城鄉價值，增加在地發展的可能。
4. 目前公館鄉的陶窯文化意象雖已經試圖融入環境當中，但卻僅限於將陶藝產品放置於公路兩旁，而無法讓陶窯文化的完整意象融

入環境中，透過本研究之共識地圖與關鍵因素，若能透過環境模擬方式進行環境再造與空間形式的調整，或將是改變其目前流於表象發展的重要契機。



參考文獻

- Botschen, G., Thelen, E. M., & Pieters, R. (1999). Using the means-end structures for the benefit segmentation: An application to services. *European Journal of Marketing*, 33(1/2), 38-58.
- Brinkhuijsen, M., Jong, H. d., & Schröder, R. (2007). Leisure and landscape: trends and impacts, facts and figures. *Helpdeskvraag*, 1094, 19.
- Christensen, G. L., & Olson, J. C. (2002). Mapping consumers' mental models with ZMET. *Psychology and Marketing*, 19(6), 477-501.
- Coulter, R. A., Zaltman, G., & Coulter, K. S. (2001). Interpreting consumer perceptions of advertising: An application of the Zaltman metaphor elicitation technique. *Journal of Advertising*, 30(4), 1-20.
- Goldenberg, M. A., Klenosky, D. B., O'Leary, J. T., & Templin, T. J. (2000). A means-end investigation of ropes course experiences. *Journal of Leisure Research*, 32(2), 208-224.
- Gutman, J. (1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, 46, 60-72.
- Gwendolyn, C. C. (2000). The ZMET alternative. *Marketing Research*, 12, 6-12.
- Hall, E. T. (1959). *The Silent Language*. New York: Double Day.
- Miloslav, L. C., E (2003). Changing Landscapes, Changing Landscape's Story. *Landscape Research*, 28:25-28.
- Noblit, G. W., & Hare, R. D. (1988). *Meta-ethnography: Synthesizing Qualitative Studies*. London, UK: Sage.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2009). Applying the means-end chain theory and the laddering technique to the study of host attitudes to tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 337-355.
- Olson, J. C., & Reynolds, T. J. (1983). *Understanding consumers' cognitive structures: Implications for advertising strategy*. MA: Lexington Books.
- Peter, & Olson. (1999). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*: 5th Irwin: McGraw-Hill.
- Sheey, B. (1999). Are You Listening ? , *April*, 41-46.
- Veludo-de-Oliveira, T. M., Ikeda, A. A., & Campomar, M. C. (2006). Discussing laddering application by the means end chain theory. *Qualitative Report*, 11(4), 626-642.
- Zaltman, G. (2003). *How Customer Think: Essential Insights into the Mind of the Marker*. MA: Harvard Business School Press.
- Zaltman, G., & Coulter, R. (1995). Seeing the voice of customer: metaphor-based advertising research. *Journal of Advertising Research*, 35(4), 35-51.

- Zaltman, G., & Useem, J. (2003). This man can read your mind. *Fortune Magazine*, 147(1), 48-54.
- 文建會. (2006). 2006 年文化資產執行手冊: 文建會.
- 方之光、林富美. (2004). ZMET 技術運用於媒體評鑑之可行性研究. Paper presented at the 2004 年媒體使用行為與評鑑學術研討會, 台北市.
- 余倩瑋. (2014). 文化創意聚落與民眾生活美學關係之跨群分析. (碩士). 國立臺北教育大學, 台北市.
- 吳桂陽, 呂適仲, & 吳聲佑. (2019). 應用多準則決策分析法於苗栗縣文化景觀資源評估之研究. [Research on Miaoli Cultural Landscape Assessment Applied with Multiple Criteria Decision Making]. *建築學報*(108_S), 59-82.
doi:10.3966/101632122019060108016
- 李光中. (2006). 文化景觀緣起涵義和國際發展現況 (Vol. 96).
- 李光中. (2007). 文化景觀作業準則先期性研究計畫.
- 李素馨、雷祖強、吳仕傑. (2010). 景觀設計專家與一般民眾對於景觀的概念比較—以水體景觀為例. *運籌與管理學刊*, 9(2), 25-35.
- 李鴻志. (2009). ZMET 技術應用在網路電話消費者心智模式及行銷策略之研究. (碩士). 世新大學,
- 阮欣怡. (2006). 應用 ZMET 技術探索電視購物消費者及潛在消費者之心智模式. (碩士). 世新大學,
- 林美萍. (2003). 遊客對產業文化活動效益認知之研究—以白河蓮花節、左鎮白堊節、麻豆文旦節為例. (碩士). 逢甲大學,
- 洪慈鎡. (2008). 苗栗縣三義鄉地方文化觀光行銷之研究. (碩士). 國立聯合大學, 苗栗縣. Retrieved from <https://hdl.handle.net/11296/u973br>
- 胡南輝. (1998). 台東地區農村產業文化之發展途徑. *台東區農業專訊*, 26, 19-20.
- 張正英. (2001). 農業產銷組織策略聯盟發展之探討. *臺中區農業專訊*, 32, 7-11.
- 張永進. (1999). 草地經驗—談台南縣產業文化政策形成與落實. *社教雙月刊*, 94, 18-29.
- 許煌麟、李素馨. (2009). 應用 ZMET 技術建構都市水景心智地圖之研究. *造園景觀學報*, 15(4), 27-53.
- 陳其南. (1995). 社區總體營造與文化產業發展. *台灣手工業*, 55, 4-9.
- 陳美如. (1998). 多元文化世界的差異與認同：後現代的兩難. *人文及社會科學通訊*, 9(2), 148-155.
- 陳麗妃. (2004). 白河蓮花節行銷策略之研究. (碩士). 立德管理學院,
- 曾榮梅. (2014). 台灣心智障礙社群之媒介圖像的社會形象探究. [Social Imagery of the Developmentally Disabled in Taiwanese Media]. 19(3), 23-40.
- 程士航、張軒哲、鄭錦宏. (2007). 重修苗栗縣志—文化志. 苗栗縣：苗栗縣政府.
- 黃世輝. (2000). 文化產業與居民參與: 文建會.

- 廖偉涵. (2012). 應用 ZMET 技術建構「旅行業者」對「生態旅遊」之心智地圖. (碩士). 國立臺南大學, 台南市.
- 蒯光武、鮑忠暉. (2010). 以隱喻抽取技術探索高雄市的城市意象. [Exploring Kaohsiung City Images by Zaltman Method of Eliciting Techniques]. *傳播與管理研究*, 10(1), 37-83.
- 蒯光武、羅琦文. (2013). 難以言喻的工作寫照：以隱喻抽取技術探索報社攝影記者的心理範式與價值共識. [Work Scenarios Beyond Description: Exploring Photojournalists' Schemata and Value Consensus Using Zaltman Metaphor Elicitation Technique]. (115), 187-236.
- 蒯光武、鮑忠暉. (2010). 以隱喻抽取技術探索高雄市的城市意象. *傳播與管理研究*, 10(1), 37-83.
- 劉明德. (2007). 線上遊戲玩家共識模式建構與驗證. [Model Construction and Confirmation for Online Game Players' Consensus]. 24(2), 191-209. doi:10.6504/jom.2007.24.02.05
- 劉明德. (2008). 海外自助旅行者隱喻建構共識地圖之研究. *管理與系統*, 15(2), 237-260.
- 劉明德, 方之光, 張裕幸, & 謝佩如. (2007). 用隱喻抽取概念技術來建立線上角色扮演遊戲玩家的共識地圖. *中山管理評論*, 15(3), 667-696.
- 劉明德、方之光、張裕幸、謝佩如. (2007). 用隱喻抽取概念技術來建立線上角色扮演遊戲玩家的共識地圖. *中山管理評論*, 15(3), 667-696.
- 劉熒潔、林昌正. (2010). 應用視覺隱喻抽取法(ZMET)建構學習感知心智地圖. *朝陽人文社會學刊*, 8(2), 217-242.
- 劉謹榕. (2015). 從文化景觀脈絡探討中興紙廠空間變遷之研究. (碩士). 國立宜蘭大學, 宜蘭縣.
- 蕭崑杉. (1992). 農村文化建設輔導模式之研究. *台大農業推廣學報*, 9, 12-18.
- 賴建都、連瓊芬. (2005). 文化創意產業品牌形象之設計與應用研究—以苗栗窯業為例. [The Study on Cultural Creativity Industry Brand Image Design and Application-Miao-Li Kiln Brand as Example]. *廣告學研究*(24), 57-88. doi:10.30412/tjapr.200507_(24).0003

附錄一 受訪者訪談逐字稿

訪談研究內容說明

本研究參考目前台灣應用 ZMET 法的研究，已 8~15 張之間的圖片為居多(許煌麟、李素馨，2009；劉明德，2008；沈易麟、林東龍，2010；劉明德、蔡政安，2012；郭英峰，2010；蒯光武、鮑忠輝，2010；陳澄世、溫智超，2011；蒯光武、羅琦文，2013；曾榮梅，2014；林美蘭等，2016)。

ZMET 共有 10 個深度訪談的步驟原則，包含由受訪者自行提供圖片與說故事、重新組合圖片再說明、最具代表性的影像、相反的影像、遺失的影像、五感的描述等等，使受訪者在敘述說明時一再強調與重複的關鍵詞，即是本研究要分析的重要購念。訪談主題是受訪者對於陶藝文化的看法及概念，受訪者提供的內容包含過去與陶藝文化接觸的直接或間接經驗，例如遭受到的刺激、事件、生活環境與熟悉程度等等，藉此了解不同背景的受訪者對於陶藝文化的生存權利所秉持的態度與價值觀。

受訪者A

Step1 說故事(Storytelling)



Q1: 請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片？

Q2: 請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法？

Q3: 這些感覺對你有何意義或價值？

工藝的東西，我比較在意過程，而不是只有作品，原料的製作，有一點手的動作有一點工具性的。

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

Q1: 是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受？

Q2: 如果有的話請您描述一下這張圖片？

對於陶的製程一系列繁瑣的工作，陶師們的神情，製作時的堅持信念以及對陶賦予的溫度。

Step3 分類整理(Sorting task)

Q1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述?



製作



生產空間



成品

Q2:他們分別代表了何種想法與感覺?

成品陶的完成品:讓我們看到藝術到達什麼樣的程度，這就是要去傳達它的手工過程。

生產空間窯體，製作過程有動作的有工具讓我們知道陶是如何被生產，就是希望能回到它的生產母體。

Step4 概念抽取(Construct elicitation)

Q1:若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的?而剩餘的又有甚麼不同?

Q2:根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺?



分類:



11

五張圖片有一個相似的共通點，就是陶的生產過程，都有工具或者手的動作在製作陶的過程。

編號 01、02、07:陶師們在製作時手上都有使用工具的輔助。

編號 08、11:陶師直接用手請型塑型。

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)



Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法?

Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

圖中有陶的原料，半成品，還有陶師正在製作陶，讓我們知道它是如何被生產。

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化?

Q2:請說明為什麼?

玻璃，從用外觀就有很大的差，我覺得玻璃給人比較冰冷的感覺，相較之下陶就讓我感受到溫暖。

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容?

聽覺，比較重的聲響，比起玻璃聲音會比較沉
觸覺，素胚還未燒製時是軟的，燒完後會變硬

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒?

很踏實的，因為是用我們腳踏的土地做的東西，所以我覺得是很踏實。

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意?

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素?

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。

Step10 小短文(Vignette)

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

陶業文化是一項很有溫度的工藝，從我們腳踏的大地獲取製陶原料，再經由陶師們的手進行塑形雕塑，藉由高溫將陶土燒製成陶器，完成成品，對於陶的製程一系列繁瑣的工作，陶師們的神情，製作時的堅持信念以及對陶賦予的溫度。

受訪者B

Step1 說故事(Storytelling)



Q1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片?

它看起來有點像海螺彎彎的，裡面充滿觸手，曲線優美的線條，看上去有一種獨特的感覺，很有吸引力，且具有美感。

Q2:請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法?

陶藝的革新，從盛裝的容器，到如今的藝術創作。

Q3:這些感覺對你有何意義或價值?

陶藝在台灣的歷史，以及相關產業發展脈絡。

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

Q1: 是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受?

沒有

Step3 分類整理(Sorting task)

Q1: 請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述?

製作



盛裝容器



藝品



Q2: 他們分別代表了何種想法與感覺?

在製作陶製品時的繁瑣工作，陶土的塑形、雕刻、燒製。
裝水的容器花瓶，比較傳統的陶藝主要以功能為主，較生活化的。
藝術類的創作，陶藝文化的發展漸漸地不同，有革新的想法，讓陶業文化繼續傳承。

Step4 概念抽取(Construct elicitation)



Q1:若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的?而剩餘的又有甚麼不同?

從素坯製作到進窯燒製，陶的生產過程。

Q2:根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺?

以不同的形式對陶進行塑型，製作燒製，陶整個的製作充滿了溫度，陶師對陶土的型塑，在我看來陶是很有深度的一項工藝。

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)



Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法?

Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

陶製品在早期通常用在盛裝，水缸、米缸、醃製品的甕都是用陶製成，在生活上是不可或缺的，由此漸漸發揚陶業文化。

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化?

Q2:請說明為什麼?

它是藝術品，是陶製品，但是它是由傳統陶業慢慢發展下來的，失去了本身讓

人感受到的溫暖，不是每個人觸手可及的。

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容？

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒？

聽覺，比較厚的聲響，比起瓷器聲音會比較沉，製作時有輪盤轉動的聲音。

嗅覺，土味、柴火味

觸覺，還沒燒時摸起來軟軟的，可以任意塑型，燒出來時摸起來有些粗糙，上了釉摸起來滑滑的

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意？

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素？

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。

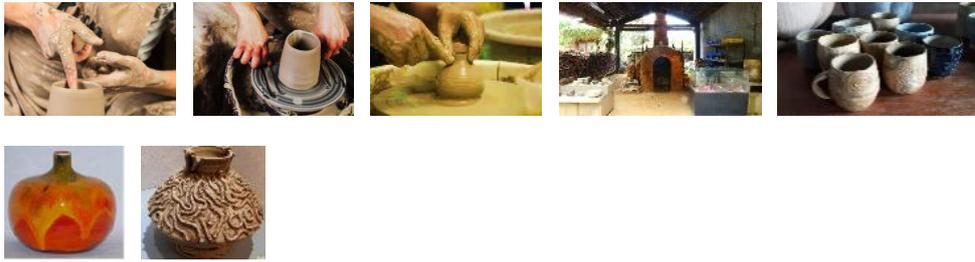
Step10

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

陶是傳統的文化，由大地為原料，古人流傳下來的手藝，在我們的生活中處處可見，但是慢慢的機器取代了陶師，這項技藝漸漸沒落，陶師們也逐漸凋零，傳統和現代的接合以及傳承，是現在我們要做的，陶是一個很有溫度的一項工藝，希望她可以一直流傳。

受訪者C

Step1 說故事(Storytelling)



- Q1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片?
Q2:請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法?
Q3:這些感覺對你有何意義或價值?

以前體驗過，它是最基礎的但也是最困難的，在轉動的轉盤進行塑形，拉出優美的線條及曲線，是一個古老且傳統的一門工藝。

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

- Q1:是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受?
Q2:如果有的話請您描述一下這張圖片?

沒有

Step3 分類整理(Sorting task)

- Q1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述?
Q2:他們分別代表了何種想法與感覺?



製作過程



轉換



成品

各種不同的製陶步驟，原料、塑型、修坯，這些繁瑣的工作蘊含著古老的經驗，及匠師的心路歷程。

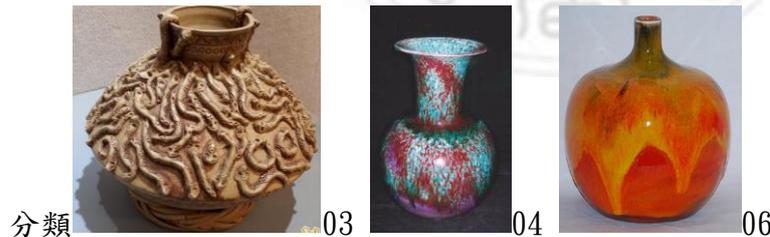
轉換的過程，高溫燒製，由土轉變成陶。

各式成品有花瓶、茶杯、藝術品，陶有很多不同的呈現、用途，以及當成藝術品欣賞，展現出陶不同的美感和樣貌。

Step4 概念抽取(Construct elicitation)

Q1: 若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的? 而剩餘的又有甚麼不同?

Q2: 根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺?



分類

編號 03: 在外觀上用了不同的呈現方式，運用了不同的手法，較立體，成品尺寸應該較小。

編號 04、06: 表面較為光滑，有上釉，有豐富色彩，成品應該較大。

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)



Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法?

Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

它是一個製作陶器的場域，對於陶藝文化，它是不可或缺的，也最能代表陶業文化。

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化?

Q2:請說明為什麼?

無

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容?

觸覺是對陶最直接的感受，親手接觸所以我覺得陶是很暖的，陶是使用天然的材料，也就是我們的大地，讓我覺得非常親近。

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒?

陶是一個很有歷史的文化，隨著工業的進步，陶業文化的沒落，我們應該要有革新的想法，傳承經驗，讓更多人了解陶業文化，陶是一個很有溫度、溫暖的文化。

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意?

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素?

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。



Step10 小短文(Vignette)

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

以前的陶製品多用在生活上，碗、缸、杯子，現在慢慢變成藝術品，檔次慢慢提升，陶藝品越來越多，往高單價的方向走。

受訪者D

Step1 說故事(Storytelling)



Q1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片?

Q2:請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法?

Q3:這些感覺對你有何意義或價值?

有童年的感覺，小時候會捏泥巴，捏一些城堡、人偶，這張圖片讓我感覺到它的童心。

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

Q1:是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受?

Q2:如果有的話請您描述一下這張圖片?

無

Step3 分類整理(Sorting task)



04



07



03 童趣



01



02



05 製作過程



03



06



09 成品茶杯



08



09



10 展示

Q1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述?

Q2:他們分別代表了何種想法與感覺?

陶藝文化的革新，以玩偶工作的方式呈現陶物品。

茶杯，喝茶時的必需品，在品茶同時憶起欣賞陶的美。

對視覺衝擊較大，曲線、色彩豐富，具有美感，吸引目光，為陶的藝術品，展示品。

Step4 概念抽取(Construct elicitation)

Q1:若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的?而剩餘的又有甚麼不同?

Q2:根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺?



編號 01、05:是捏陶的過程，塑型、雕刻、繁瑣的工作。

編號 02:同為陶的製作，但它是一個轉變的過程，經由高溫燒製，將它從土變成陶。

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)



Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法?

Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

我認識到陶藝是在古裝劇中，他們的茶杯、茶壺都是用陶製作而成，這張圖片讓我聯想到古人在喝茶，陶是古老的工藝，陶文化中，有著古人對製陶的巧思。

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化?

Q2:請說明為什麼?

鋼杯，現今工業發達，鋼杯處處可見，它讓我感覺冰冷，反之陶無論顏色、手觸相對溫暖。

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容?

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒?

聽覺，燒柴火的嘎嘎聲

嗅覺，沒什麼味道

觸覺，上釉後是光滑的

感覺很雅致，內心很平靜

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意?

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素?

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。



Step10 小短文(Vignette)

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

陶藝文化和品茶文化應該是息息相關的，陶壺、陶杯，陶讓我感受到緩慢、雅致的、有溫度的，是一個很深遠的文化。

受訪者E

Step1 說故事(Storytelling)



Q1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片?

Q2:請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法?

Q3:這些感覺對你有何意義或價值?

陶的製作，在陶的製作中通常是用手配合工具使用製作，所以每一個手工的陶器是獨一無二的，手與陶土的接觸是做直接讓我感受到陶的質樸與獨特。

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

Q1:是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受?

Q2:如果有的話請您描述一下這張圖片?

無

Step3 分類整理(Sorting task)

Q1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述?

Q2:他們分別代表了何種想法與感覺?



03 04 05 製作過程:經繁瑣的工作，將陶土塑型...等。



07 08 09 成品展現:茶壺、茶杯，一般都是很生活化的容器，很多都是陶製品，經過高溫燒製，上釉完成展現。

Step4 概念抽取(Construct elicitation)

Q1:若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的?而剩餘的又有甚麼不同?

Q2:根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺？



編號 02、03、04:它主要是運用工具來雕塑陶土。

編號 02、06:在轉動的輪盤上進行塑型。

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)



Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法？

Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

陶藝給我很質樸的感覺，陶製品的歷史悠久，在中華文化中是很重要的一環，陶的曲線和線條體現了陶的美感。

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化？

Q2:請說明為什麼？

金屬，陶是柔和的，讓人感覺祥和的；金屬則是讓人感到冷酷的。

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容？

嗅覺，大地的氣味

觸覺，有的平滑有的粗糙，有的凸起，有的凹下

聽覺，轉盤轉動發出的聲響

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒？

陶藝是古老的工藝，隨著時代進步陶產業的沒落，陶製品漸漸被淘汰，古人對陶這項工藝的經驗，面臨傳承的問題，陶產業要有革新的想法，將陶文化繼續流傳。

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意？

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素？

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。



Step10 小短文(Vignette)

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

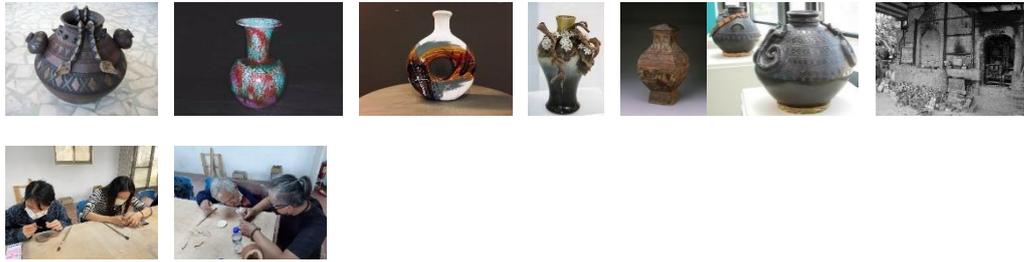
陶的曲線和線條，體現了陶的美感。

工匠從拉坯開始就需要心無旁騖，專注在產品上，修坯時像是為了心中的那個她能更完美的呈現在大家面前細心雕琢。上釉，窯燒，溫度濕度控制更是不能稍有差錯。一失神作品全毀。

作品呈現可以古樸如茶壺，華麗如唐三彩，也可以加上雕刻技巧如圖片亦顯雅緻，更可清麗如青汝窯。

受訪者F

Step1 說故事(Storytelling)



Q1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片?

Q2:請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法?

Q3:這些感覺對你有何意義或價值?

傳統的原住民文化圖騰跟一些他們傳送的故事，展現了台灣原住民的特色，較有主體性。

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

Q1:是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受?

Q2:如果有的話請您描述一下這張圖片?

無

Step3 分類整理(Sorting task)



製作

Q1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述?

Q2:他們分別代表了何種想法與感覺?

顏色鮮明色彩豐富具有線條較現代之作品，較具個人想法
傳統的原住民圖騰樣式，比較直接的在陶上面做展現，較具有台灣原住民文化特色
製作陶器時的細心與全神貫注

Step4 概念抽取(Construct elicitation)

Q1:若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的?而剩餘的又有甚麼不同?

Q2:根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺?



01、



06、



08

分類

編號 01、08:具象化，運用立體的雕塑來呈現族群的代表圖騰

編號 06:較平面，做工看起來也不同，樣式較簡單。

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)



Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法?

Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

陶土要經過燒才能變成陶器，這是不可或缺的，是一個重要的環節。

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化?

Q2:請說明為什麼?

玻璃，雖然也是燒出來的但是材料不同，作法也不同

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容？

視覺，顏色上的轉變

觸覺，製陶時最真實的感受

聽覺，搓動時會有聲音的產生

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒？

台灣的陶業文化漸漸沒落，面臨沒有人傳承製陶工藝的精隨。

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確每件事物都是需認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意？

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素？

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。



Step10 小短文(Vignette)

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

製作工法相當反鎖費時費力，陶業文化也漸漸沒落，在陶藝上也有一些變化，由早期裝水的容器，至今有各種形狀的花瓶樣式，陶的創作也變成了一種藝術。

受訪者G

Step1 說故事(Storytelling)



Q1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片?

Q2:請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法?

Q3:這些感覺對你有何意義或價值?

陶文化的悠久歷史，陶是在史前文化就有的器物，陶文化是古人所流傳下來的經驗，是非常生活化的，也是容易親近的。

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

Q1:是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受?

Q2:如果有的話請您描述一下這張圖片?

傳承，面對陶業文化的沒落，該如何保留著個美麗且溫暖的工藝。

Step3 分類整理(Sorting task)

Q1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述?

Q2:他們分別代表了何種想法與感覺?



04



01 製造陶



06



07



03 現代



原料陶土，窯，陶的精隨，缺一不可。

早期陶壺是用在盛裝東西，或是祭祀時所需要的，史前文化中就有陶器的存在，陶藝歷史悠久。

現代的陶有很多不同的做工，色彩豐富、線條優美。

Step4 概念抽取(Construct elicitation)

Q1:若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的?而剩餘的又有甚麼不同?

Q2:根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺?

分類



編號 06:運用雕刻，成現在陶壺上，有別於其他作品，有多重觸感。

編號 03、07:陶器曲線優美色彩豐富，呈現出不同的美感。

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)



Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法?

Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

陶土，陶的原料，轉盤，製作時的器具，所有的陶器，一開始都只是一團土，看似簡單，但製陶蘊含許多古人的經驗，及匠師的心路歷程。

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化?

Q2:請說明為什麼?

工廠量化生產

工業的發展陶藝也漸漸被機器取代，陶藝文化沒落面臨著手藝失傳的危機

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容?

轉盤轉動的聲響，聽覺摳摳摳摳的聲響

嗅覺泥巴的味道

觸覺暖暖的不向鋼鐵冰冷

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒?

感覺很辛苦，是一個歷史悠久的工藝，在製陶時需經歷拉坯，高溫燒製上釉，繁瑣的工作，非常辛苦，整個產業正在沒落，需要革新。

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意?

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素?

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。



Step10 小短文(Vignette)

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

陶是一個古老的工藝。是現代人需積極保存與傳承的工藝，它能帶來溫暖笑容，雖然製作過程是繁瑣且辛苦的，但它會在心裏慢慢發光，溫暖我們。

受訪者H

Step1 說故事(Storytelling)



Q1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片？

Q2:請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法？

Q3:這些感覺對你有何意義或價值？

陶就這一的設置在道路旁，感覺陶意識這麼容易親近的。

將陶這項工藝生活化，在路旁就可以欣賞到線條優美且有美感的陶藝作品，同時，體驗陶藝生活，結合傳統工藝，傳承文化。

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

Q1:是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受？

Q2:如果有的話請您描述一下這張圖片？

無

Step3 分類整理(Sorting task)

Q1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述？

Q2:他們分別代表了何種想法與感覺？



08



05



04 自造過程



01



03



02 容器

陶師經歷繁瑣的工作，呈現優美的陶器。

從素坯製作到進窯燒製，陶的製作及生產過程。

盛裝的容器，陶文化的長久歷史，在沒有上釉的陶保有了天然的顏色，運用曲線來呈現器具的美感，也顯得樸實生活化。

Step4 概念抽取(Construct elicitation)

Q1:若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的?而剩餘的又有甚麼不同?

Q2:根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺?



分類

08



05



04

編號 04:雕刻外觀花紋，摸起來會有不同的感覺，看起來更加立體，主要是運用工具來雕塑陶土。

編號 05、07:陶土在轉動的轉盤上，陶師專注的神情，在拉坯，運用雙手塑形曲線和弧形，讓我覺得陶是很有溫度的器物。

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)



Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法?

Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

圖中是一位老先生正在製陶的照片 老先生神情專注 敬重這份職業
推測他製作陶器已經很久了，製作陶器需要時間去歷練可能這個工藝是他的父親或爺爺傳承下來的。

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化?

Q2:請說明為什麼?

鐵，冰冷，陶給我的感覺是溫暖的

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容?

聽覺輪盤轉動時的聲響

觸覺像黏土一樣一樣有黏性可以素形

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒?

台灣陶業沒落，陶師都上了年紀，他們手上有相當珍貴的製陶工藝，若沒有傳承，這些精湛的陶製品及陶師們的手藝，恐怕將要失去，覺得可惜。

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意?

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素?

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於

陶業文化的總體想法與感覺。



Step10 小短文(Vignette)

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

陶在生活中處處可見，傳統的陶業文化正在轉型，慢慢從製作水缸、甕等，到現在陶師們也運用陶來創造藝術。

受訪者I

Step1 說故事(Storytelling)



Q1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片？

照片是一位老先生正在製陶的照片 老先生表情凝重 全神貫注 敬重這份職業。

Q2:請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法？

老先生再製陶 推測他製作陶器已經很久了 製作陶器需要時間去歷練 可能這個製陶的工藝 是他的父親 或者是認識的人傳承下來的 老先生的年紀看起來有些大應該是可以安享天年的年紀了 可是他仍然 在做著陶藝 陶藝對他來說可能是意義重大的。

Q3:這些感覺對你有何意義或價值？

剛剛提到 他可以安享天年 但他還努力地為這份 職業賣命 這位老先生的毅力跟他的堅持 雖然這張照片 只是他在 塑型的 樣子 但之後 還有燒製和上釉 等等繁瑣的過程 所以這是需要非常多時間的 可以這麼努力的製作工藝產品 他非常的厲害

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

Q1:是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受？

否

Q2:如果有的話請您描述一下這張圖片?

無

Step3 分類整理(Sorting task)

Q1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述?

第一組命名為曲線 這三張照片 裡面的陶製品 表面看起來都是很光滑的 勾勒出 淡淡的線條 和色彩 充分的感受到了 這些作品的曲線 和光滑的



04



05



06

第二組 三張照片中 皆有人 在照片中 捏陶 塑型 製作陶藝 我將它取名為時光機與溫度



01



02



08

Q2:他們分別代表了何種想法與感覺?

顏色鮮明看起來色彩豐富具有線條較現代之作品，製陶時的細心與全神貫注早期陶製品多圍成裝的容器現代賦予她不一樣的靈魂

Step4 概念抽取(Construct elicitation)

Q1:若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的?而剩餘的又有甚麼不同?



本照面與其他兩張照片較不相似，其不同點在於有顯露出場景，而非只是單純的拉坯

Q2:根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺?

若單純只是將陶藝文化放置於拉坯上，並無法讓一般人有所體悟與感受

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)

Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法?



Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

我覺得陶藝的製品 是要表現出 他的線條和美感 及曲線，外型看起來非常的創新。

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化?

Q2:請說明為什麼?

無

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容?

聽覺，響耳的聲音記憶中在塑造胚體的過程中輪盤轉動時頻率是一致的音調也不高較祥和

嗅覺，一開始是土味然後燒製時會有較刺鼻的味道可能有一些物質被釋放出來上釉使表面光滑味道可能極不佳

觸覺，一開始像黏土勾起兒時回憶柔軟的舒服的乾燥後根據表面紋路不同可能為光滑的粗糙的有孔洞的較為多變化

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒?

祥和的 有溫度的 有曲線的

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確每件事物都是需認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意?

同意

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素?

正直青年的年紀可以加入成長的元素及蛻變 不單單只是花瓶的功能可能會有些蛻變革新，在應用方面可以和別的器物結合在一起，是一個融合及相互切磋的爆炸想法，讓陶不再只是陶結合其他材料，需要革新

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。



在創新的過程中別忘了陶業文化的傳統莫忘古人的經驗及陶藝傳承千年的文化意義 從古至今美感的不同即呈現

Step10 小短文(Vignette)

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

年輕人對於器物的外表 如何呈現 想表達的是沒有每一件事物從古至今是一成不變的每件事務都是需要經由革新 在每個社會時代的影響個人的因素不一樣 可能也會造成 思想的轉變 總體社會的結果而造成的不同 重要的不是物品的外在是他的內涵就像 製作他時的故事及心路歷程。

受訪者J

Step1 說故事(Storytelling)

Q1:請問為什麼要挑選這張照片，能否請您描述一下這張圖片?
表現出陶藝的溫度



Q2:請問這張圖片表達出您對陶藝文化怎樣的感覺與想法?

運用天然材料，用手型塑，親手捏出，與陶藝本身的對話。

Q3:這些感覺對你有何意義或價值?

讓我深刻體會到陶藝的溫度，及匠師在製作陶時的認真及專注。

Step2 遺失的議題或影像(Missed images)

Q1:是否有找不到合適的照片來表達內心對於陶業文化的感受?

Q2:如果有的話請您描述一下這張圖片?

無

Step3 分類整理(Sorting task)

Q1:請您不分張數為這些照片分類，並且給予名稱，請您針對分類後的結果說明為何這樣分類以及敘述?



03



02



08 有趣的

陶藝



04



05



06 製作

Q2:他們分別代表了何種想法與感覺?

開始走向商業化與客製化，陶文化的革新及傳承。

陶的製作，最原始的原料，及窯陶土的轉換過程，是製陶的重要元素。

Step4 概念抽取(Construct elicitation)

Q1:若有三張以上的分類，能否拿出兩張較為相似的?而剩餘的又有甚麼不同?

相似的兩者看起來較有童趣，色彩豐富，而另外一張則藝術性較高，有美感。



分類

03



02



08

編號 02: 看起來較有童趣，且富含豐富色彩。

編號 03、08: 藝術性較高，有美感。

Q2:根據相似或相異點，您有什麼想法或感覺?

陶藝文化跳脫傳統邁向文創方面。

Step5 最具代表性圖片(The most representative picture)

Q1:您認為哪一張圖片最能代表您對陶業文化的看法?



個人認為陶藝文化應該保留部分的傳統元素，但又必須具備有其創新的特色，本張圖片的陶藝物件顯然具有以上兩種性質

Q2:為什麼會挑選這張?有何重要性?

陶的出現主要具有功能性用來盛裝東西對於當時的人們是很重要的，而且能夠讓陶與其他產業相結合，才能彰顯陶在生活上的重要性

Step6 相反影相(Opposite images)

Q1:請描述一下什麼樣的圖片最不能代表陶業文化?

Q2:請說明為什麼?

無

Step7 感官影像(Sensory image)

Q1:運用各種感官方式(聽覺、嗅覺、觸覺…)形容陶業文化的話，您會怎麼形容?

聽覺:轉動輪盤時的聲響。

觸覺:上釉後表面光滑，曲線使其摸起來凹凸，感受其線條的優美。

Q2:當您想到陶業文化，會有什麼樣的感覺或情緒?

是一項傳統工藝，經古人的經驗傳承，匠師要經由繁瑣的工作，拉坯、雕塑、高溫燒製及上釉，其中若有個環節出錯，將全部從頭，相當辛苦且要有耐心才有辦法完成作品。

Step8 心智地圖(Mental map)

Q1:請您再次確認這張有前面步驟抽取的重要構念所組成的地圖，各個元素的用詞，以及元素之間的關係路徑，您是否同意?

同意

Q2:是否還有您認為應該連結在一起的元素?

無

Step9 總結影像(Summary images)

Q1:請您將帶來的圖片，截取其重要部分，用電腦結合在一起，拼成心目中對於陶業文化的總體想法與感覺。



陶藝可以很傳統但是也可以很現代化不僅僅是一個容器也可以加上視覺上的感官及運用中的趣味性

Step10 小短文(Vignette)

Q1:請您根據總結的影像中，用一小段小短文來表達您對陶業文化的重要想法及感覺。

原為少數人才擁有的工藝技術，慢慢到大眾可以體驗嘗試，陶藝文化還是有它的地位即不可取代性，沒有因為機器的出現與大量製造，因而消失，陶好似是會呼吸的物品更貼近人們以及他的溫度感覺是溫暖的在生活上也處處可見，現在也運用陶藝來製作藝術品及樂器，讓陶藝產品不再侷限於容器也賦予它不同的價值，使得陶業文化語文創商品結合創造更多元的可能性。