

台灣國家公園景觀美感之研究

李彥希¹⁾ 歐聖榮²⁾ 張俊彥³⁾

關鍵詞：景觀美感

摘要：目前對於景觀審美之研究多以偏好、愉悅或滿意度等情感因子來代表具有良好景觀品質之環境，但是景觀審美可能產生之美感並非如此單純，其是一種多元複合之情感結構。為了解複雜多變的景觀美感，本研究首先從文獻回顧了解美學哲學、景觀評估與審美研究等相關文獻，建構景觀美感之定義與理論；其次，針對台灣景觀美感的組成因素，以質性與量化研究方法，蒐集台灣地區景觀美感之形容詞彙，透過因素分析將因素縮減為：放鬆愉悅、滄涼孤愁、雄偉崇高、理性統一、平靜安詳、鄉土懷古、朦朧虛渺、瞬間速度、異國奇幻、華麗的、脫俗的及充實的 12 項台灣地區景觀美感因素構面，並透過單因子變異數分析與 t 檢定之分析得知，台灣地區 13 類不同景觀類型在 12 項景觀美感上皆具有顯著差異，以及研究母體之社經背景在 12 項景觀美感上大多數不具有顯著差異之結果；最後，以台灣地區六個國家公園為例，分析台灣國家公園之美感組成，分析結果顯示不同的國家公園在 12 項美感上皆具有顯著的差異。

前 言

過去對於景觀品質或環境審美的相關研究，在情緒與情感評價方面，主要是在測試構成人們關於環境品質情感判斷的基本向度，且有許多研究利用因素分析的方法萃取對環境詞語描述的向度，以作為對環境品質情感判斷之測試變項；在認知與情感關係研究方面，Ataov (1998)提到許多這些關係的研究，皆使用偏好評價與尺度，除了以偏好來代替景觀品質外，當然還有許多的研究是以滿意度、愉悅、效用、安全、舒適等判斷因子來代替，

1) 國立中興大學園藝學系博士班研究生。

2) 國立中興大學園藝學系教授。

3) 國立台灣大學園藝學系教授。

但這些研究切入之角度皆非審美的，因為其皆違反了康德「美是無私」的原則，多數皆涉入太多個人利益的考量，而無法真實地呈現主體所獲得的景觀美感為何？而審美學(aesthetics)的相關研究，在中西方美學的研究中多是以哲學辨證或推論的方式來進行探究，從目前的文獻中尚難發現針對景觀美感所做的研究，因此引發針對景觀美感進行相關研究之動機。由於景觀是一種社會化的產物，而美感的表達更須透過共同語彙才可傳達，因此景觀美感的研究可立基於社會科學的範疇，因此本研究將運用質性研究的方式，先蒐尋台灣地區對於景觀美感所常用的形容詞彙，並以因素分析縮減景觀美感因素，以獲取台灣地區景觀美感因素構面，最後並以台灣國家公園為研究基地，進行台灣國家公園景觀美感之研究。

文 獻 回 顧

一、美感意義之界定

何謂美感？美感是發生在主體身心上，是不同於美，美是依存在客體對象之中。葛启进認為美和美感同在，卻並不同一。「同在，指兩者同時、同步產生與存在；不同一，指不同體，美依存於客體對象之中，美感則發生在主體心身上，在性質上美具有客觀性，美感則具有主體性與主觀性」(葛启进，1995)。施瑞萍(2002)對於美感有更進一步的看法，她認為：「美感是指具有一定審美能力、審美觀點、審美標準的主體(人)，在客觀存在者的美的事物刺激、感染後，引起的主觀內部體驗、欣賞和評價，是一種賞心悅目和怡情的心理狀態」。李長學(1994)認為：「美感是由對象的審美屬性引起的人感情上愉悅的心理狀態，是對美的認識、欣賞和評價」。由此可知，美感似乎是極複雜的心理感受，除了愉悅、歡喜等正向情感之外，尚可能是悲傷、痛苦，甚至是害怕等負向情感，是正負向二類情感複合之交融，絕不是單一的愉快足以代表美感。Eaton(1995)也表達了審美反應特質的傾向不必然是正向反應的看法，他認為正面的審美經驗常涉及一般被定義為負面的情感-如恐懼或憐憫。所以情感的複合性顯示的是人類情感複雜性的表現，因此錢鐘書、敏澤稱之為“雜糅情感”現象(劉正國，2000)；另外，苗茵(2001)認為美感的基本特徵之一即是豐富性，亦即美感是一種複雜轉換的情感，它不單純是肯定，而且有從否定轉化為肯定的，因此形成一種混合的情感，悲中有喜、醜中有美，不快感中的快感，痛感中的愉悅感。

綜合上述美感之意涵，本研究所界定之美感意義為：美感是指具有審美能力、審美觀點、審美標準的主體，在審美對象之刺激、感染後，引起主體內部的感覺、體驗、欣賞或評價，是一種多元複合且無偏私之情感心理狀態。

從本研究對美感的定義中可知，美感是一種情感狀態，且這種情感狀態必須是由審美而來。而何謂審美(aesthetic)，這個字詞的來源其實來自於西方美學，從古希臘羅馬時代開始至今，西方美學的發展已至少有 2500 年的歷史，但是「aesthetics(美學)」這一學術術

語，則是創於 18 世紀中葉的德國，至今不過二百多年的歷史，美學史家通常把 1750 年德國理性主義哲學家鮑姆嘉敦(Alexander Baumgarten)出版的第一卷「aesthetica」，看作是美學成為正式學科的標誌，而中文的「美學」一詞是二十世紀初來自於日本，是「aesthetics」一詞之翻譯，其原意本來指”感覺的”希臘字，轉用於指”感性認識的學科”，故若用更準確的中文翻譯，「美學」一詞應該是「審美學」，指研究人們認識美、感知美的學科，但約定成俗，現在也難以再去正名了(李澤厚，1996)，而 aesthetic 則為形容詞，指的是”美學的”、”審美的”之意義。

美感一般的英文翻譯為：a sense of beauty，即美的感覺，是一種審美之後產生之輸出物，但尚有 aesthetic feelings or perception 及 esthetic sensibilities 等翻譯，意指審美的感覺或知覺及審美的情感等意義，隱含透過審美的歷程所產生的內在情感意義。而後者具有”審美的”(aesthetic)術語解釋較符合本研究之美感定義。但 aesthetic 後面應接的字詞，到底應是 feelings, perception, sensibilities 或是其它字詞，從相關文獻中發現，有些文章使用 feelings 來代表審美體驗的感受(Matras, 1996；Schenkman & Jonsson, 2000)，有些則是以 emotion(Ataov, 1998；Cupchik, 1994；Eaton, 1995；Keltner & Haidt, 2003；Lazarus, 1984；Pouivet, 2000；Mealey & Theis, 1995；Zangwill, 1998)或者是 affect(Alland Jr., 1989；Ataov, 1998；Biaggio & Supplee, 1983；Carroll, 2002；Duffy, 1979；Mao, Chen & Muta, 2003；Nasar, 1983)來代表審美體驗所產生之內在情感感受，由此可知，美感在英文界定上尚無定論。而到底美感的英文應界定為 aesthetic feelings、aesthetic emotions 或是 aesthetic affects，從心理學對此三個術語的解釋及本研究的研究方法中或許可以找出一個較適切的界定脈絡。

在心理學辭典中 feeling 指的是感情、感受，但要精確列出這一術語的各種用法特別困難，因為專業用法與通俗用法混雜在一起；而 emotion 指的是情緒，在心理學中，emotion 是既無可定義同時又被頻繁地使用之術語；而 affect 指的是情感，多少可與另一些術語如情緒、情緒性、感情、心境等互換的一個一般性用語，affective 則是其形容詞，意指情感的(李伯黍等譯，2003)。另外，因為環境審美領域中如 Biaggio *et al.* (1983)及 Rusell *et al.* (1981)等人皆使用情感形容詞彙進行審美研究，而其文獻中所使用”情感的”這個字詞皆為 affective，故將本研究之美感英文界定為”aesthetic affects”，以展現美感是一種審美後所產生的內心情感狀態，並彰顯美感之主體能動性。

二、美感形成之發展根源

美感(aesthetic affects)形成之發展根源，從文獻的蒐集分析後，可以歸納為二種可能之論點(參見圖 1)：

(一)、社會性根源

施瑞萍 (2002)認為：美感的形成只能從客觀的社會實踐，特別是人類的生產勞動實踐過程中去探討；而胡文烽 (2001)亦提到：人的美感作為一種意識，必然同人的其它意識一樣，是由於人的勞動實踐活動而產生的，只有在客觀上通過社會實踐創造出美的對象

時，才可能在主觀上相應地產生反映這一對象的審美感受，這在美學史上叫做“勞動起源說”。

李澤厚教授的積淀說更進一步地宣示美感的社會性根源，他提到：所謂積淀，正是指人類經過漫長的歷史進程，才產生了人性——即人類獨有的文化心理結構，亦即從哲學講的“心理本體”，即人類(歷史總體)的積淀為個性的，理性的積淀為感性的，社會的積淀為自然的，原來是動物性的感官人化了，自然的心理結構與素質化成為人類性的東西。這個人性建構是積淀的產物，也是內在自然的人化，也是文化心理結構，也是心理本體，有諸異名而同實(張天曦，2000)；另外，Eaton (1995)也認為審美反應是社會地建構(aesthetic response is socially constructed)，並提出情緒(emotion)是通過學習而獲得的，且情緒是與文化相連的等主張；而蘇珊·朗格更把審美性情感稱為普遍性情感或人類情感，所以審美性情感的社會性、人類性是指審美主體的情感在價值取向上代表特定時代一定階級、團體或全人類的利益(劉曉英，1995)；馬克思說：意識一開始就是社會的產物，人的意識隨著人們的社會關係之改變而改變，人們的社會存在決定人的意識，所以藝術(審美)的主體意識當然也是這種社會歷史階段的產物(劉偉，2000)。

由此上述學者的觀點可知，不論從勞動起源說、積淀說、社會建構說或是蘇珊·朗格及馬克思等人之觀點來看，人類美感之根源可以說是因為社會的形成發展，人類才開始有了美感的積淀，亦即美感具有社會性根源。

(二)、生物性根源

在景觀美學中，許多重要的理論研究都強調審美經驗的生物基礎。像 Appleton 是第一個在環境美學建議引用進化論之方法，他的主要理論為眺匿理論(Prospect & Refuge, PR)。眺望(Prospect)意指有一個全面廣大的地景視野，而隱匿(Refuge)是指有一個能隱匿的場所，且可以讓個體能看別的個體而不被別的個體看到的場所 (Mealey & Theis, 1995)。尋找棲地區域在 Prospect 之豐富性，可能是早期幫助人類當在移動時能做出最佳的決定的因素，決定何處是適當的棲息環境，可從事什麼追捕的活動，而 Refuge 的存在將暗示庇護的存在與有地方可以躲藏。

Gibson (1979)發展支應性(affordance)理論的生態觀點，他考量人類感覺(如視覺、味覺、聽覺與嗅覺)是一個知覺系統且已發展許久，他亦主張環境的外觀屬性決定從環境導致的觀點型式及確切之觀點型式，以有助視覺的知覺，根據進化的理論，確切的環境型式建議存活的場所和其它型態的食物供給(Ataov, 1998)。Ataov (1998)於文中提到關於 Ulrich (1983)解釋環境偏好之生態模式，Ulrich (1983)主張環境屬性與人們對屬性反應間之關係是不需任何學習歷程即可由內而生，並認為感覺與思考在腦中所連接的是不同之部分，感覺與邊緣系統(limbic system)連接，且在演化的早期呈現；而認知則發生在新皮層。

Grinde (1996)認為審美的元素：色彩、好奇心與注意力、深度與運動、平衡與對稱及機能，皆是因為這些客體形式上的因素引發主體天性上有利生存的機制，進而發展一個適當的與我們視覺系統相連結的大腦回饋，這個回饋將刺激我們找尋這些客體元素，並使這

樣的客體變成讓人看來是嚮往的與愉快的。

另外，江毅 (1999)認為在審美對象—人的生理—美感這一過程中，對象與人的生理之間必有一相互作用的機制產生了美感，且格式塔(完形)理論認為這是由於同構力的存在，他們的理由是向上的線條如高山會讓我們產生莊嚴崇高之感，這說明在我們和對象之間有著相同結構力的存在。所以，其推斷美感產生於審美對象能量波作用於人體能量波結果的有益性，而醜則源於這種作用的有害性。而當審美對象能量波作用於人體產生 α 波時美感便產生了，因此美感與這種作用結果的有益性是密不可分的。

所以，就整體人類的觀點而言，在長時期遺傳演化的作用下，雖然已由動物性走向不同文化社會的人性，但隱藏在潛意識中不可知的範疇內，仍具有動物性的因子，而這些因子是具普遍性的。這種普遍性是對自然環境客體不涉及意義與內容的反應，是直接生理上對客體純粹形式所會產生的普遍性感受。

三、美感之評估與分析

美感是主體內部複雜的心理狀態，如何能評估與分析主體所獲得的美感內涵，語言是一個重要的分析工具。Whorf (1956)曾提出一個假設：語言決定思想或至少大大地影響人們知覺的方式，...且語言是基本傳達的方法，是最常被用做為環境評價之方式 (Horayangkura, 1978)；而 Eaton (1995)認為僅僅透過對一個人脈博、肌電值、眼淚等

身體上的測試是不能區分並證實悲痛與沮喪的情感差異，而語言在情感上則扮演了一個具決定性、重要的角色的，是否有一個表達情感的字詞，常會決定是否一個人有特定細微的感覺，因此一個人在享有或理解特定情感之前，必須學習社會共同的語言。語言哲學家如 Hilary Putnam 主張：意義不僅存在於頭腦中，且能決定世界(meaning is not just 'in the head' but world—dependent)(Eaton, 1995)。所以，語言在分析美感上是一個十分重要的評估工具與媒介。

在美感的語言分析中必須考量下列二個層面：

(一)、共同性之語言

人類由於種族文化之差異，發展出多元化之語言類別，即使同樣的語言，亦會因為地域文化之隔閡差異，產生不同的語法與慣例。為了儘可能說同樣的審美語言，Vaida (1998)建議必須或多或少參照相對同質的文化來學習審美語言，以及擴展對於自身文化藝術理論與歷史知識的了解，其觀點亦反映了美感社會根源性之觀點，共同文化(至少是相對同質的)才可能有共享的審美語言。

因此，要分析一個地區民眾的美感內涵必須利用其日常所使用之語言。因為本研究分析台灣的景觀美感，故在審美語言之採用上，亦應以與台灣地區民眾具有共通性的語言為分析工具。

(二)、審美語言

Frank Sibley 認為審美術語(aesthetic terms)涉及審美屬性，而審美屬性是由非審美屬性組合所造成，且是可被知覺所察覺的屬性(Matravers, 1996)；Eaton (1995)認為審美反應不

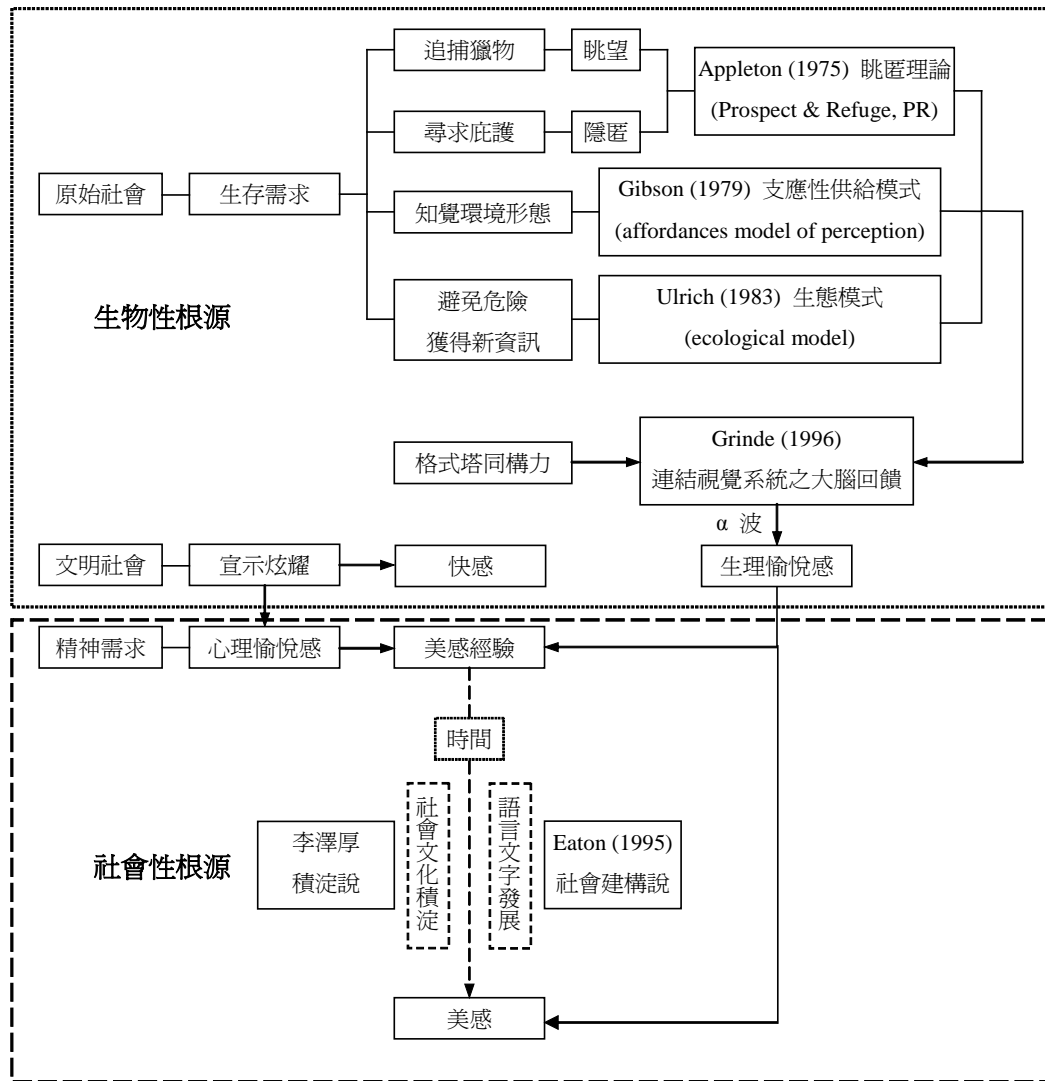


圖 1. 美感根源概念圖

Fig. 1. Conceptual diagram of aesthetic affective source.

是單一的，所以美感當然亦是多向度的；而孫營 (2000)也認為：語詞意義是一個具有適應結構的心理經驗的意向構成，審美—情感語言能指和所指之間便具有這種由意向性心理經驗派生出的涵義或意味，因而具有可感性、系統性、藝術性、趨向完整性等語義特徵，此外，因為審美—情感語言是間接地顯示形象，誘發想像，因而它還有自身更加獨特的特徵，包括：多樣性與表情性；而 Olen (1977)認為在作品上不同的詮釋(interpretations)，各

種不同層面的詮釋將被認為有不同的審美品質，解釋的語言是描述形容的語言。

所以，一個人必需有某些特殊的能力以至於對物體產生審美的體驗，這樣的特殊能力，其實就是之前所說的審美能力。有無審美能力的主體，對同一件客體對象，即使採用同一個措辭，意義上仍是不同的，具有美感的主體所說的措辭才是屬於審美措辭，不具有美感的主體所說的措辭僅是物體非審美屬性的描述。例如：以易碎的(*delicate*)為例來考量，它可能被定義是花瓶吹製技術性術語，假使玻璃是少於 0.5mm 的厚度時，花瓶是易碎的，順著這些線索，這個術語的使用是受條件支配的，將不是審美的，但很清楚的，易碎的(*delicate*)也能當成審美措辭來使用，當我看一個瓶子被它的精美(*delicacy*)所征服，大叫，啊那瓶子是 *delicate* (Matravers, 1996)。因此，我們可以說：具有愈豐富的審美語言可以讓我們在審美範疇中具有較高的審美區辨能力(Vaida, 1998)。

由此可知，語言措辭中亦有審美與非審美措辭之區別，未來在蒐集台灣地區美感之形容詞彙時，必須考量從審美的方向蒐集詞彙，以採用具有美感意義的形容詞彙。

材料與方法

一、研究架構與假設

人類主體對於景觀之審美因為社會文明的發展，美感的積淀與詞彙的發展也愈加深刻而成熟，為了瞭解景觀(尤其是自然景觀)會帶給人為何種美感感受，以景觀美感的社會性根源的概念為基礎，利用社會科學的研究方法才能符合美感的社會根源性。本研究依循美感社會性根源的概念，並使美感形容詞彙的蒐集能具有廣泛的、普遍的代表性，且考量資料取得的時間與成本，因此主要從報紙網路資訊及實地蒐集詞彙二個方向加以蒐集，然後將所蒐集的美感形容詞，利用台灣地區 13 類 40 張景觀照片為工具，以現地問卷調查之方式，進行美感形容詞彙之因素縮減，以了解台灣景觀美感因素之構面，進而將不同類型之景觀與美感因素構面進行單因子變異數分析，以檢定假設，並分別以 5 張具台灣 6 個國家公園代表性的景觀照片為工具，進行台灣國家公園景觀美感的調查分析(詳見圖 2)。根據研究架構，本研究提出之假設如下：

二、研究方法

(一)、台灣地區景觀美感形容詞彙

1. 網路詞彙蒐集

目前台灣已資訊化的報紙網站資料以聯合知識庫與中網新聞網站新聞資料庫最具代表性，故本研究乃針對這二個資料庫進行美感形容詞彙之蒐尋工作。

2. 實地詞彙蒐集

為彌補網路資料蒐集美感形容詞之不足，增加美感形容詞之廣泛性，並加以對照檢驗，故針對美感感受與語言能力較佳的主體進行美感形容詞之蒐集。為了解台灣地區可

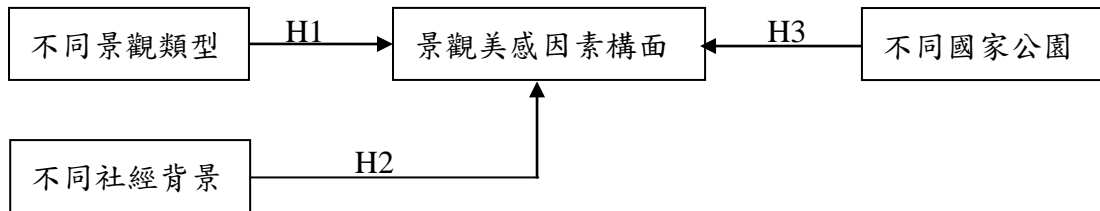


圖 2. 研究架構圖

Fig. 2. research framework diagram.

註：假設 H1：不同景觀類型在景觀美感因素構面上會有顯著差異

假設 H2：不同社經背景在景觀美感因素構面上會有顯著差異

假設 H3：不同國家公園在景觀美感因素構面上會有顯著差異

能之景觀美感，首先進行台灣地區景觀類型之分析。為符合研究需要，以行政院經建會(1983)與曹正及陳昭明之分類系統整合後之 13 類景觀類型為分類準則(侯錦雄，1995)，並由從觀光局台灣采風之網站，依不同的景觀類型選擇每類型 3 張照片(氣象景觀取 4 張)做為研究工具，總共 40 張照片(參見表 1)。

在時效之便利性考量下，選擇中興大學中文系及東海大學美術系之學生為美感主體，利用非結構式問卷之方式，探索主體對美感照片可能運用之美感形容詞彙。故於 92 年 5 月 27 日及 6 月 5 日分別商借中興大學中文系二年級文字學課程與東海大學美術系二年級水墨畫課程之上課時間，以全班同時觀看之方式來進行研究。利用 Microsoft Powerpoint 軟體隨機播放 40 張照片，每張照片播放長度為 30 秒鐘，以供主體感覺、體驗、欣賞和評價照片景觀之美感，並儘可能寫下美感之形容詞彙。

3. 美感形容詞彙因素縮減與分析

因為所蒐集之美感形容詞彙可能非常多，且有許多形容詞彙可能在意義上是相似的或不易區辨的，為了研究之便利性與可行性，因此進行詞彙因素縮減之工作。

將網路與實地調查所得之美感形容詞彙，經交集及刪減重複性之詞彙後所得之 91 個美感詞彙，以無感覺至強烈感覺 10 個尺度研擬問卷，以 40 張台灣地區美景照片為工具，依序讓每人看一張照片進行問卷調查。主要研究對象母體為台灣地區一般民眾，為方便調查且具代表性，故選擇高速公路國道 1 號及 3 號之服務區為調查地點，並在國道 1 號北、中、南部選擇湖口、泰安、新營服務區，在國道 3 號北、中、南部選擇關西、清水及東山服務區進行問卷調查。將問卷資料利用因素分析之方式，縮減相似概念之因素組成，並利用單因子變異數分析及 t-test 檢驗假設 H1、H2。

(二)、台灣國家公園景觀美感

本研究之目標對象為國家公園遊客，故於 94 年 3 月至 4 月間，分別至陽明山、雪霸、

玉山、墾丁、太魯閣及金門國家公園進行問卷調查，共獲得 2377 份有效問卷(分別為陽明山 410 份、雪霸 408 份、玉山 368 份、墾丁 395 份、太魯閣 395 份及金門 401 份)，調查國家公園給予受訪者之景觀美感。並以單因子變異數分析檢定假設 H3，以了解台灣地區六個國家公園間之景觀美感是否具有顯著差異。

表 1. 台灣地區 13 類景觀測試照片

Table. 1 Categories photos of landscape test in Taiwan.

景觀類型	照片		
海岸景觀			
湖泊景觀			
水流景觀			
森林景觀			
草原景觀			
地形地質景觀			
歷史人文景觀			
田園景觀			
山岳景觀			

表 1. 台灣地區 13 類景觀測試照片

Table 1. Categories photos of landscape test in Taiwan.

景觀類型	照片			
主題遊樂 景觀				
都市綠地 景觀				
都市建築景 觀				
氣象 景觀				

結 果

一、台灣地區景觀美感形容詞彙之蒐集與分析

在網路美感形容詞蒐集方面，蒐尋聯合知識庫與中網新聞網站新聞資料庫，扣除重複的詞彙，分別獲得 220 及 59 個美感形容詞彙，將二項資料聯集後，去除重複詞彙共獲得 244 個美感形容詞彙；在實地美感形容詞蒐集方面，二校參與人員共 65 人，去除不完整問卷後，共得有效問卷為 53 份，將二校蒐集之結果加以匯整，去除重複詞彙後，可得到共 751 個美感形容詞彙。將網路蒐集與實地蒐集之美感詞彙加以交集，共可得到 91 個美感詞彙，詳見表 2。

為將 91 個網路與實地蒐集之台灣景觀美感因素予以縮減，至六處國道服務區進行台灣一般民眾之問卷調查，總計共獲得 1344 份有效問卷。將 1344 份有效問卷經信度分析 ($\text{Alpha}=.9671$)、Bartlett 球形檢定達顯著水準 ($p<.000$)、適切性量數 ($\text{KMO}=.972$) 等檢定後，顯示本研究適合使用因素分析進行變項縮減。之後採用主成份分析法來抽取簡化因素，並利用最大轉軸進行因素旋轉，結果共得到 12 項因素，解釋總變異量為 59.605%，分別命名為：放鬆愉悅、滄涼孤愁、雄偉崇高、理性統一、平靜安詳、鄉土懷古、朦朧虛渺、瞬間速度、異國奇幻、華麗、脫俗、充實。

進一步將 40 張照片依其所屬類型予以重新編碼成 13 類台灣景觀資源型態，並針對 12 個因素構面分別進行單因子變異數分析，以了解不同景觀資源類型之美感因素是否具有顯著的差異。從表 3 中可知不同景觀類型在 12 項景觀美感上皆具有顯著的差異，驗證

假設 H1。

從表 4 中可知台灣 13 種景觀資源類型之景觀美感因素組成，不同的景觀類型是會有不同的美感因素。在海岸景觀中，最主要的美感因素為：雄偉崇高，其次為滄涼孤愁、朦朧虛渺及瞬間速度等；在湖泊景觀中則為：脫俗、平靜安詳、朦朧虛渺、放鬆愉悅及滄涼孤愁等；在水流景觀為：雄偉崇高、脫俗、朦朧虛渺、瞬間速度及異國奇幻等；在森林景觀為：平靜安詳、朦朧虛渺、鄉土懷古、充實、脫俗、滄涼孤愁及放鬆愉悅等；而在草原景觀中主要的美感因素僅有放鬆愉悅及異國奇幻；在地形地質景觀中則為：雄偉崇高、鄉土懷古、平靜安詳及脫俗等；在歷史人文景觀中主要為鄉土懷古，其次為滄涼孤愁、華麗及平靜安詳等；在田園景觀中為：鄉土懷古、放鬆愉悅及充實等；在山岳景觀中主要為雄

表 2. 美感詞彙表

Table 2. Aesthetic affective word list.

美感形容詞彙					
充實的	幽靜的	現代的	飄渺的	層次的	懷舊的
蒼勁的	暖和的	異國的	驚喜的	熱情的	
鄉土的	歲月的	統一的	滄桑的	樸拙的	
矛盾的	自在的	細緻的	詩意的	隨性的	
有力量的	柔和的	脫俗的	慵懶的	燦爛的	
自然的	古老的	莊嚴的	親切的	溫馨的	
壯美的	平靜的	速度的	優雅的	寧靜的	
希望的	生命的	整齊的	頹廢的	浪漫的	
快樂的	安詳的	單純的	舒暢的	神祕的	
沈鬱的	瞬間的	悲壯的	肅穆的	純真的	
和諧的	崇高的	流暢的	蒼茫的	荒涼的	
奇特的	張狂的	苦澀的	哀愁的	愉悅的	
奔放的	悠閒的	原始的	理性的	殘缺的	
孤寂的	淡泊的	動人的	蕭瑟的	無盡的	
季節的	陰柔的	虛幻的	韻律的	舒適的	
放鬆的	清新的	雄偉的	空靈的	華麗的	
明朗的	詭異的	傳統的	淒美的	朦朧的	
欣喜的	夢幻的	暈眩的	獨特的	豐富的	

表 3. 不同景觀類型美感變異數分析

Table 3. ANOVA analysis of aesthetic affects among different landscape types.

景觀 美感	放鬆 愉悅	滄涼 孤愁	雄偉 崇高	理性 統一	平靜 安詳	鄉土 懷古	朦朧 虛渺	瞬間 速度	異國 奇幻	華麗	脫俗	充實
F 值	21239**			19623**			12057**			7.845**		2.606**
X ² 值		15108**	33658**		215719**	322796**		82514**	78630**		88630**	

註：*P<.05, **P<.01

偉崇高及放鬆愉悅；在主題遊樂景觀中為：異國奇幻、理性統一、華麗、放鬆愉悅及瞬間速度等；在都市綠地景觀中為：放鬆愉悅、瞬間速度、理性統一及華麗等；在都市建築景觀中為：理性統一、瞬間速度及華麗等；而在氣象景觀中主要之美情因素為平靜安詳，其次為朦朧虛渺、雄偉崇高、滄涼孤愁及異國奇幻等。

表 4. 不同景觀類型之美感因素平均數分析

Table 4. Average analysis of aesthetic affective factors among different landscape types.

因素構面 景觀類型	放鬆 愉悅	滄涼 孤愁	雄偉 崇高	理性 統一	平靜 安詳	鄉土 懷古	朦朧 虛渺	瞬間 速度	異國 奇幻	華麗	脫俗	充實	有效 樣本
海岸景觀	-.039	.285	.391	-.291	-.483	-.407	.253	.186	-.291	-.207	.039	-.107	112
湖泊景觀	.345	.162	-.561	-.220	.534	-.179	.450	-.075	.043	-.077	.582	.080	102
水流景觀	.006	-.129	.556	-.178	-.315	-.113	.280	.270	.217	-.047	.313	-.097	102
森林景觀	.168	.206	.031	-.164	.642	.286	.363	.028	-.422	-.116	.231	.294	90
草原景觀	.471	-.240	-.480	-.029	-.203	-.043	-.209	-.101	.267	-.211	-.147	-.054	101
地形地質景觀	-.261	-.060	.762	-.125	.134	.162	-.119	-.204	.089	-.066	.129	-.282	103
歷史人文景觀	-.882	.803	.062	.018	.396	1.012	-.497	-.467	-.069	.464	-.140	-.083	103
田園景觀	.380	-.392	-.431	-.075	-.413	1.092	-.402	-.182	-.029	-.218	-.353	.288	97
山岳景觀	.144	-.094	.494	.086	-.017	-.018	-.155	-.136	-.075	-.233	-.007	-.133	113
主題遊樂景觀	.236	-.430	-.125	.387	-.643	-.495	-.047	.143	.397	.254	-.192	-.041	90
都市綠地景觀	.220	-.436	-.885	.178	.039	-.099	-.335	.210	-.145	.143	-.114	-.036	97
都市建築景觀	-.828	-.226	-.461	1.190	-.290	-.696	-.132	.612	-.379	.595	-.342	-.021	95
氣象景觀	-.046	.235	.320	-.446	.457	-.362	.394	-.160	.130	-.138	-.034	.063	139

針對性別與 12 項美感進行 t-test 分析檢定，結果發現不同性別僅有在異國奇幻、脫俗及充實的美感具有顯著差異(p<.05)，其餘 9 項美感在性別上皆無顯著差異(參見表 5)，表示性別不同對於景觀美感多數不具有顯著的差異；將年齡重新編碼為青少年(25 歲以下)、青壯年(26-45 歲)及中老年人(46 歲以上)三個群體，再與 12 項美感進行單因子變異數分析，由表 6 中可知，不同年齡群體僅在放鬆愉悅、瞬間速度、華麗與充實的美感程度上具有顯著差異，其餘則無。因此，可以說年齡對於美感程度的影響並不明顯；在教育程度上重新編碼為國中以下、高中職、大專及研究所以上，並與 12 項美感進行單因子變異數分析檢定，檢定結果顯著不同教育程度在理性統一、鄉土懷古、朦朧虛渺及異國奇幻之美感程度上具有顯著的差異，其餘 8 項美感則無顯著差異(參見表 7)，亦即教育程度高低對於美感的評值程度差異並不明顯。

另外，針對是否受過美學藝術專業訓練及 12 項美感進行 t-test 分析檢定，結果發現不論是否受過美學藝術專業訓練，對於 12 項美感皆無顯著的差異，表示美學藝術之專業訓練對於美感並無顯著的影響。

由以上的分析結果可知，本研究母體之社經背景在美感因素構面上大多數不具有顯著差異，也就是假設 H2 僅部分成立。

表 5. 不同性別與美感之 t-test 分析

Table 5. t-test analysis between different sex and aesthetic affects

景觀美感	放鬆愉悅	滄涼愁	孤高	雄偉崇一	理性統一	平靜安詳	鄉土懷古	朦朧虛渺	瞬間速度	異國奇幻	華麗	脫俗	充實
t 值	1.673	-.113	-.200	1.030	1.734	-.475	-.603	1.735	-2.034*	-1.855	-2.594*	-2.503*	

註：*P<.05, **P<.01

表 6. 不同年齡群體與美感之變異數分析

Table 6. ANOVA analysis between different ages and aesthetic affects.

景觀美感	放鬆愉悅	滄涼愁	孤高	雄偉崇一	理性統一	平靜安詳	鄉土懷古	朦朧虛渺	瞬間速度	異國奇幻	華麗	脫俗	充實
F 值	7.357**	.822	1.982	2.754	.117	2.489			7.143**	1.649		.832	3.405*
X ² 值								1.999			10.89**		

註：*P<.05, **P<.01

表 7. 不同教育程度與美感之變異數分析

Table 7. ANOVA analysis between different educational levels and aesthetic affects.

景觀 美感	放鬆 愉悅	滄涼 愁	孤 高	雄偉 崇 一	理性 統 詳	平 靜 安 詳	安 詳	鄉土 懷古	朦朧 虛渺	瞬間 速度	異國 奇幻	奇 幻	華麗	脫俗	充實
F 值	.413	1.508	1.096	4.172**	.057	3.833*		.458	6.292**	1.548	1.800	.557			
X ² 值								9.789*							

註：*P<.05, **P<.01

二、台灣國家公園景觀美感之分析

將六個國家公園之資料合併，針對受訪者對國家公園之美感進行單因子變異數分析，由表 8 可知，不同的國家公園在 12 項的美感上皆具有顯著的差異，驗證假設 H3。

從平均數的結果可以發現(參見表 9)，受訪者對於陽明山國家公園之主要美感依序為(平均值超過 6 者)：放鬆愉悅及充實；雪霸國家公園主要為放鬆愉悅、平靜安詳、充實、雄偉崇高及脫俗的美感；玉山國家公園則以雄偉崇高的美感最為強烈，其次依序為放鬆愉悅、平靜安詳、充實、脫俗及朦朧虛渺之美感；受訪者對太魯閣國家公園主要之美感多數與玉山相同，依序為雄偉崇高、放鬆愉悅、平靜安詳、充實及脫俗的美感；墾丁國家公園之美感主要為放鬆愉悅、充實、平靜安詳及雄偉崇高之美感；金門國家公園則以鄉土懷古為主要之美感，其次依序為平靜安詳、放鬆愉悅及充實之美感。從總平均值中可以了解，受訪者對於台灣國家公園之整體景觀美感主要為放鬆愉悅，其次為充實、平靜安詳、雄偉崇高及脫俗的美感。

表 8. 不同國家公園之美感變異數分析

Table 8. ANOVA analysis between different National Parks and aesthetic affects.

景觀 美感	放鬆 愉悅	雄偉 崇高	滄涼 孤愁	平 靜 安 詳	理 性 統 一	鄉土 懷古	朦朧 虛渺	瞬間 速度	異國 奇幻	華麗	脫俗	充實
F 值				8.100**		36697**		10596**	14253**			
X ² 值	61706**	302616**	196714**	124483**		241479**		126365**			144544**	37219**

註：*P<.05, **P<.01

表 9. 六個國家公園之美感平均數分析

Tab9. average analysis of aesthetic affects of 6 National Parks.

	陽明山	雪霸	玉山	太魯閣	墾丁	金門	總平均值
放鬆愉悅	7.439	7.699	7.475	7.537	7.589	6.661	7.399
雄偉崇高	5.573	7.005	7.575	7.851	6.325	5.955	6.724
滄涼孤愁	3.710	4.968	5.760	5.651	4.569	5.599	5.027
平靜安詳	5.878	7.331	7.462	7.213	6.619	6.850	6.881
理性統一	4.378	5.101	5.388	5.266	5.142	5.354	5.097
鄉土懷古	4.400	4.922	4.956	4.810	5.180	7.215	5.248
朦朧虛渺	4.788	5.385	6.251	5.917	4.721	4.234	5.199
瞬間速度	3.834	4.593	5.383	5.362	4.548	3.963	4.598
異國奇幻	4.288	4.968	5.200	5.091	5.122	4.232	4.808
華麗	5.532	5.189	5.309	5.489	4.982	4.175	5.111
脫俗	5.585	6.402	6.844	6.714	5.749	5.055	6.045
充實	6.629	7.211	7.208	7.122	6.995	6.471	6.934

討 論

在台灣地區，因為環境風土、社會文化的差異，多年來已發展出不同於西方社會，甚至是中國大陸等華語系統國家之文化特色。生活在台灣地區的人們，對於美感的形容詞彙絕對不同於西方語系的國家，亦與大陸等華語語系的國家有所差異，因為共同生活在這個地區的人們會受到在地社會文化潛移默化之影響，而發展出屬於在地之語言詞彙。為了解台灣地區景觀美感運用之語言，本研究已從台灣地區的網路報紙中擷取近十多年來新聞報導中有關景觀美感的形容詞彙，另外並以台灣景觀照片為工具，實地蒐集觀看照片後所引發之美感形容詞彙，並以此方式得到 91 個常見的景觀美感形容詞彙，並經由因素分析得到 12 個景觀美感之因素構面，由於本研究乃以質性研究中之實物蒐集方法來蒐集美感形容詞彙，因此所得到的結果應能代表台灣地區人們對於景觀美感之表達語言。

從研究結果中可以了解美感並非皆是正向的情感，像滄涼孤愁之美感即是負向的情感，但因為主體是在情境之外享受滄涼孤愁的景觀美感，而這樣的美感表面上雖是負向的，但帶給主體心理的影響卻是正向的。另外，不同類型的景觀資源其美感是多元複合的，例如：海岸景觀最主要的美感因素為雄偉崇高，但尚包含滄涼孤愁、朦朧虛渺及瞬間速度等美感。因此，本研究結果驗證了過去許多學者對於美感的看法，包括：Eaton (1995)正面審美經驗常涉及一般被定義為負面的情感、苗茵(2001)美感是一種複雜轉換的情感，有從否定轉化為肯定的，是一種混合的情感，以及 Keltner & Haidt (2003)提到敬畏亦屬於一

種美感、黃江平(2000)說明詩人對四季變遷所引發的不同美感類型等，皆在說明美感絕不是像希臘古典智者派、笛卡爾等許多學者所說的美感只是一種愉悅的心理狀態，而是如同Carroll (2002)所說：審美體驗不必然與愉悅連結。因為，美感絕非只有一種感受可以代表(如愉悅感)，其涵括多元之情感，甚至具有負面的情感因素，是一種雜糅、混合的情感感受。

另外，受訪者對於不同類型的景觀資源，在美感因素上，具有共同性與差異性，例如，在海岸景觀、水流景觀、地形地質景觀與山岳景觀最主要的美感因素皆為雄偉崇高，但是在海岸景觀中，尚可能有滄涼孤愁、朦朧虛渺及瞬間速度等因素，而水流景觀則可能是脫俗、朦朧虛渺、瞬間速度及異國奇幻；地形地質景觀則可能為鄉土懷古、平靜安詳及脫俗；山岳景觀尚可能具有放鬆愉悅的美感。又如，在草原景觀及都市綠地景觀主要的美感因素皆為放鬆愉悅，但是在草原景觀中尚可能具有異國奇幻的美感，而在都市綠地景觀則還有瞬間速度、理性統一及華麗等不同的美感因素。所以，更加證明景觀美感的多元複合性質。

在國家公園美感的分析結果中可知，不同的國家公園在 12 項景觀美感上皆具有顯著的差異，陽明山及墾丁國家公園之主要美感皆為放鬆愉悅；雪霸國家公園主要為放鬆愉悅、平靜安詳、充實及雄偉崇高之美感；玉山及太魯閣國家公園則皆以雄偉崇高的美感最為強烈，其次依序為放鬆愉悅、平靜安詳及充實之美感；金門國家公園則以鄉土懷古為主要之美感。由此可知，台灣地區六個國家公園賦予台灣民眾之美感是不同的，陽明山及墾丁國家公園主要給台灣民眾放鬆愉悅之美感，很符合其渡假休閒氣氛的意象，而雪霸則為放鬆愉悅、平靜安詳、充實及雄偉崇高之美感，其展現了雪霸國家公園多元面貌之特徵；玉山及太魯閣則皆讓人強烈感受到雄偉崇高之美感，也符合其山脈景觀之特色；而金門國家公園主要的美感為鄉土懷古，是六個國家公園中美感最特異的國家公園。

因此，本研究在台灣景觀美感形容詞彙的部分，從質性研究至量化研究皆符合美感為社會化積淀產物的理論，所蒐集的形容詞彙亦可做為日後台灣景觀美感研究的基礎。在後續應用與研究建議方面，由於美感形容詞彙的因素構面縮減是利用台灣地區 13 類景觀資源類型為工具所萃取而得，故 12 項美感形容詞彙可能涵括較多元的感受，未來若是針對不同的景觀類型(如都市景觀)進行研究時，應利用具代表性之景觀類型照片(代表台灣都市景觀之照片)為研究工具，針對本研究所發展出之 91 個美感形容詞彙進行因素縮減，則所縮減的美感因素構面應更能涵括所欲研究景觀類型之美感範疇。

由於景觀美感形容詞彙的蒐集方式主要從過去報紙網路資訊及美術系與中文系學生實地蒐集而來，故在詞彙的組成上，雖能反映台灣目前美感詞彙的使用習慣，但對於現今網路族，新世代的語言(如火星文)卻無法涵蓋，而新世代或網路族未來會是社會的主體，故其可能使用的美感詞彙是否與本研究所發展出來的一致，或者有更新的詞彙，則是後續研究可以致力發展的方向。

另外，本研究分析了目前台灣六個國家公園在人民心中的美感組成，也了解不同國家公園是有不同的美感。未來國家公園應加強其風景景觀美感之宣導，建議可製作具有不同

景觀美感的宣傳媒體(如風景明信片、解說折頁等)，讓民眾除了能在園區內根據照片位置產生景觀美感外，亦可從風景明信片中體會到國家公園透過照片所傳達的景觀美感，以潛移默化地增進國人之審美敏感性與美感素養。

參 考 文 獻

- 江毅。1999。美感的生理基礎。湖南醫學高等專科學校學報(社科部)1(4)：68-69。
- 李伯黍等譯、Arthur S. Reber 著。2003。心理學辭典。五南圖書出版股份有限公司。
- 李長學。1994。論美感的社會根源。昭烏達蒙族師專學報(論文哲學社會科學版)15(2)：52-56。
- 李澤厚。1996。美學四講。三民書局。
- 侯錦雄。1995。遊憩區規劃。地景企業股份有限公司。
- 施瑞萍。2002。試談美感形成的原因。黑龍江教育學院學報 21(3)：63-64。
- 胡文烽。2001。美感：審美直接性與間接性的辨證統一——兼評當前對美感問題的某些看法。江西財經大學學報第 6 期：64-66。
- 苗茵。2001。審美情感與非審美情感。廊坊師範學院學報 17(3)：105-107。
- 孫營。2000。審美——情感語言意義表達的多向追求。上饒師院學報 20(4)：70-72。
- 張天曦。2000。積淀——李澤厚美感論的基石。人文雜誌第 2 期：98-102。
- 黃江平。2000。論審美創造中情與景的互動關係——從四時遞嬗看詩人審美情感的變易，社會科學第 5 期：74-78。
- 劉正國。2000。情感的複合顯示。中南民族學院學報 20(2)：93-96。
- 劉偉。2000。論馬克思的審美主體意識理論。大連理工大學學報(社會科學版)21(2)：8-12。
- 劉曉英。1995。審美心理結構與審美主體的情感建構。理論探討第 2 期：90-94。
- Alland Jr., A. 1989. Affect and Aesthetics in Human Evolution. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. 47(1):1-14.
- Ataov, A. 1998. Environmental aesthetics. *Journal of Planning Literature*. 13(2): 239-257.
- Biaggio, M. K. and K. A. Supplee. 1983. Dimensions of Aesthetic Perception. *The Journal of Psychology*. 114: 29-35.
- Carroll, N. 2002. Aesthetic Experience Revisited. *British Journal of Aesthetics*. 42(2): 145-168.
- Cupchik, G. C. 1994. Emotion in aesthetics: Reactive and reflective models. *Poetics*. 23: 177-188.
- Duffy, R. A. 1979. An Analysis of Aesthetic Sensitivity and Creativity with Other Variables in Grades Four, Six, Eight, and Ten. *Journal of Educational Research*. 73(1): 26-30.
- Eaton, M. M. 1995. The social construction of aesthetic response. *British Journal of Aesthetics*.

- 35(2): 95-107.
- Grinde, B. 1996. The Biology of Visual Aesthetics. *Journal of Social and Evolutionary Systems*. 19(1): 31-40.
- Horayangkura, V. 1978. Semantic Dimensional Structures- A Methodological Approach. *Environment and Behavior*. 10(4): 555-584.
- Keltner, D. and J. Haidt. 2003. Approaching awe, a moral, spiritual, and aesthetic emotion. *Cognition and Emotion*. 17(2): 297-314.
- Lazarus, R. S. 1984. On the Primacy of Cognition. *American Psychologist*. 39(2): 124-129.
- Mao, X., B. Chen, and I. Muta. 2003. Affective property of image and fractal dimension. *Chaos, Solitons and Fractals*. 15: 905-910.
- Matravers, D. 1996. Aesthetic concepts and aesthetic experiences. *British Journal of Aesthetics*. 36(3): 265-277.
- Mealey, L. and P. Theis. 1995. The Relationship Between Mood and Preferences Among Natural Landscapes: An Evolutionary Perspective. *Ethology and Sociobiology*. 16: 247-256.
- Nasar, J. L. 1983. Adult viewers' preferences in residential scenes--A study of the Relationship of Environmental Attributes to preference. *Environment and Behavior*. 15(5): 589-614.
- Olen, J. 1977. Theories, Interpretations, and Aesthetic Qualities. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*. 35(4): 425-431.
- Pouivet, R. 2000. On the Cognitive Functioning of Aesthetic Emotions. *Leonardo*. 33(1):49-53.
- Russell, J. A., L.M.Ward, and G. Pratt. 1981. Affective Quality Attributed to Environments—A Factor Analytic Study. *Environment and Behavior*. 13(3): 259-288.
- Schenkman BO. N. and F. U. Jonsson. 2000. Aesthetics and preferences of web pages. *Behavior & Information Technology*. 19(5): 367-377.
- Vaida, I. C. 1998. The quest for objectivity: Secondary qualities and aesthetic qualities. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. 56(3): 283-297.
- Zangwill, N. 1998. Aesthetic/Sensory Dependence. *British Journal of Aesthetics*. 38(1): 66-81.

A Studies on Landscape Aesthetic Affects of National Park in Taiwan

Yen-Hsi Li¹⁾ Sheng-Jung Ou²⁾ Chun-Yen Chang³⁾

Keywords : landscape aesthetic affects

Summary

With regard to the relationship between landscape aesthetic subject and object, researchers often used the affective factors of preference, pleasure or satisfaction to substitute environment with good landscape quality. Nevertheless aesthetic affects may result in different landscape aesthetic that is not simple and includes diverse and compound affective structure. The study firstly reviewed the literature of philosophic aesthetic, landscape aesthetic evaluation and study and then to construct the definition and theory of aesthetic affects. Secondly, the study used both qualitative and quantitative methods to collect the adjective words of landscape aesthetic affects in Taiwan and extract 12 factors of aesthetic affects: relaxation-pleasure, blue-solitary, grandeur-sublime, rationality-unity, quiet-calm, indigenusness- remembrance, hazy-illusionary, blink-speed, foreign-surreal, gorgeous, fairytale, abundance. After that the study used ANOVA's and t-test's method to get two results that are 13 different landscape types with significant difference and demographics without significant difference in each factor of landscape aesthetic affects. Finally analyzing the composite of aesthetic affects for the National Parks in Taiwan, the results showed that there were significant differences in each factor of landscape aesthetic affects among different National Parks.

1) Graduate Student in Ph D. Program, Department of Horticulture, National Chung Hsing University.

2) Professor, Department of Horticulture, National Chung Hsing University.

3) Professor, Department of Horticulture, National Taiwan University.

