

東海大學工業設計研究所

碩士論文

城市文化意象在公共環境上的呈現方式與影響

- 以台中市步道空間為例

The Expressions and Effects Caused by City Culture Images in Public Environment

— The Case Study of Pedestrian Space in Taichung City.

研 究 生 翁子倫

指 導 教 授 李俐慧

中 華 民 國 一 零 三 年 六 月

碩士學位論文口試委員會審定書

工業設計研究所 翁子倫 君所提供之論文

城市文化意象在公共環境上的呈現方式與影響—以台中市步道空間為例

經本委員會審定通過，特此證明。

論文口試委員會

委員：李朝賢
李朝賢
蔡陽欽

指導教授：李朝賢

中華民國 103 年 6 月 17 日

摘 要

本研究以城市文化意象研究作為主軸，針對當前全球都市意象趨同的現象提出疑問，並基於在地認同的概念，主張城市發展應其自身的文化脈絡與特色。因此，本研究透過探討城市公共環境與設施的呈現方式，釐清區域文化的特色及認同感能否藉由形、色、材質等設計元素，將城市間的差異性與文化特質傳達給生活於城市中的在地住民與外來訪客。

研究流程上，依序以「田野調查」、「評價構造法訪談」及「數量化一類統計分析」三階段進行研究樣本蒐集與內容分析。首先在田野調查階段，採用照相的方式記錄研究場域的空間環境特徵，主要目的為廣泛而全面地掌握各研究場域意圖表現區域文化特色的呈現形式與手法。初步調查所得的照片經由研究者與共同研究團隊協助，篩選出能表現環境空間差異性者，作為行第二階段評價構造法訪談的研究樣本。藉由詢問比較的方式了解受訪(街道空間使用)者對研究樣本的抽象感覺，並探討其與具象呈現手法的關係性，進一步更根據評價構造法訪談結果設計問卷並進行量化的統計分析，以數據分析結果所示內容容提出對公共環境的設計建議。

根據研究結果顯示，受訪者對台中城市空間印象的評價緩容可分為六大類目，分別是：1) 缺乏文化意象、2) 現代設計感、3) 親切人情味、4) 綠意盎然有生氣、5) 多元繽紛與文化藝術、6) 良好空間氛圍。在「缺乏文化意象」類目上上的詳細陳述內容乃作為了解現今城市街道空間缺乏文化意象的主要影響因子及成因，而其他五類目相關陳述內容則為提供未來都市街道空間規劃上的參考準則，都市街道規劃者可參考各類目所示環境因子對街道空間的影響程度與重要性，評估街道空間應呈現的氛圍與感覺，再運用適當的元素進行設計規劃。

Abstract

This study focuses on cultural image of city, and questions the phenomenon of current similar city image in the world. Based on local identification, it suggests that city development should be based on cultural context and characteristics. Hence, through exploring presentation of urban public environment and facility, this study attempts to find if design elements of form, color and material, upon characteristics and identification of regional culture, can convey city difference and cultural features to local residents and visitors.

The research methods included field investigation, Evaluation Grid Method, and Quantitative Theory Type I. Data were collected and analyzed. In field investigation, the researcher collects samples and analyzes content. First, at the stage of field study, the researcher recorded the characteristics of environment of research field by taking pictures. The main purpose was to widely and completely control presentation forms and techniques to demonstrate regional cultural characteristics in research fields. From pictures in primary investigation, the research team screened the ones which showed the difference of environment as samples of Evaluation Grid Method at the second stage. By inquiry and comparison, this study recognized the subjects' (street users') abstract feelings toward samples, and explored the correlation with concrete presentation technique. According to interview result of Evaluation Grid Method, the researcher designed questionnaires, and conducted quantitative statistical analysis. Based on the analytical result, suggestions to design of public environment were proposed.

According to the results, the subjects' evaluation on urban space image of Taichung is classified below: (1) lack of cultural image; (2) modern design; (3) friendliness; (4) green and lively; (5) diversity, culture and art; (6) positive atmosphere of space. Based on "lack of cultural image", the researcher identified the main factors and causes of cultural image shortage on the streets of modern cities. Regarding the rest five categories, they were the reference for future urban street planning. The planners can review the effect and importance of environmental factors on streets in different categories and evaluate atmosphere and feelings on the streets to design the space by proper elements.

Keywords: image of city, image of culture, pedestrian space, Evaluation Grid Method, Quantitative Theory Type I

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
表目錄	vi
圖目錄	vii

第一章 緒論

1-1 研究背景與動機	1
1-2 研究目的	2
1-3 研究定位	2
1-4 研究範圍與限制	3
1-4-1 研究範圍	3
1-4-2 研究限制	4
1-5 研究架構與流程	5
1-6 名詞解釋	7
1-6-1 城市意象	7
1-6-2 文化意象	8
1-6-3 意象因子	9
1-6-4 意象元素	9

第二章 文獻探討

2-1 公共設施設置在步道空間之理由及原因	11
2-1-1 城市的步行空間建構及重要性	11
2-1-2 步道空間中的行為需求	13
2-1-3 設施的象徵性	15
2-2 文化意象的設計呈現方式	15
2-2-1 文化意象做為一種識別性	16
2-2-2 文化意象設計案例研究	19
2-2-3 文化意象與魅力因子的研究與方法	21
2-3 公共環境與行人之關係	23
2-3-1 行人對環境空間的感知	23
2-3-2 行人對公共空間的認知	25
2-3-3 行人在公共空間的行為	26
2-4 文獻總結	27

第三章 研究方法與流程

3-1 步行空間之田野資料蒐集與說明：(田野調查)	29
3-1-1 研究場域概要	30
3-1-2 各研究場域之調查樣本說明	33
3-2 觀看者(行人)之空間感性評價調查：(評價構造法)	40
3-2-1 訪談對象基本資料及結果概述	40
3-2-2 評價構造法實施結果	49

3-3 問卷設計與發放：(數量化一類)-----	51
3-3.1 問卷設計-----	51
3-3.2 問卷發放-----	57

第四章 影響城市文化意象之空間要素分析

4-1 缺乏文化意象的因子分析-----	55
4-2 具正向評價之街道因子分析-----	59
4-2-1 現代設計感的因子分析-----	60
4-2-2 親切人情味的因子分析-----	63
4-2-3 綠意盎然有生機的因子分析-----	66
4-2-4 多元繽紛有文化藝術的因子分析-----	69
4-2-5 良好空間氛圍的因子分析-----	73
4-3 綜合分析-----	76

第五章 結論與建議

5-1 研究結論-----	79
5-2 後續研究與建議-----	82
參考文獻-----	84

表目錄

表 3-1	研究場域概要-----	30
表 3-2	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 1)-----	40
表 3-3	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 2)-----	41
表 3-4	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 3)-----	42
表 3-5	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 4)-----	43
表 3-6	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 5)-----	44
表 3-7	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 6)-----	44
表 3-8	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 7)-----	45
表 3-9	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 8)-----	46
表 3-10	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 9)-----	47
表 3-11	訪談對象基本資料及結果概述(受訪者 10)-----	48
表 4-1	缺乏文化意象因子重要度排序-----	56
表 4-2	缺乏文化意象因子項目(1)-----	56
表 4-3	缺乏文化意象因子項目(2)-----	57
表 4-4	缺乏文化意象因子項目(3)-----	57
表 4-5	缺乏文化意象因子項目(4)-----	58
表 4-6	缺乏文化意象因子項目(5)-----	58
表 4-7	缺乏文化意象因子項目(6)-----	59
表 4-8	現代設計感的因子分析(表 4-8)-----	60
表 4-9	親切人情味的因子分析(表 4-9)-----	63
表 4-10	綠意盎然有生機的因子分析(表 4-10)-----	66
表 4-11	多元繽紛文化藝術的因子分析(表 4-11)-----	69
表 4-12	良好空間氛圍的因子分析(表 4-12)-----	73
表 5-1	街道空間影響因子與元素歸納表-----	81
表 5-2	街道空間影響因子次數統計表-----	82

圖目錄

圖 1-1	研究區域-----	4
圖 1-2	研究架構圖-----	6
圖 2-1	文獻探討架構關係圖-----	10
圖 2-2	陳水財先生設計/鯊魚椅-----	21
圖 2-3	高雄市苓雅區藝術大道/船帆椅-----	21
圖 3-1	EGM 評價構造法操作流程說明-----	29
圖 3-2	研究區域分布圖-----	33
圖 3-3	樣本 A)自由路中正路口-----	34
圖 3-4	樣本 B)精明一街-----	35
圖 3-5	樣本 C)草悟道-----	36
圖 3-6	樣本 D)國美館園道-----	37
圖 3-7	樣本 E)南屯老街-----	38
圖 3-8	樣本 F) 東海國際藝術街-----	39
圖 3-9	上位形容詞語彙收斂-----	49
圖 3-10	中位形容詞語彙收斂-----	50
圖 3-11	下位形容詞予會收斂-----	51
圖 3-12	問卷設計(1)-----	52
圖 3-13	問卷設計(2)-----	53

第一章 緒論

1-1 研究背景與動機

近年來，政府大力提倡文化創意產業發展，尤其對於一些富有文化特色的重點區域更是藉由許多設計競圖方式加強文化商品設計的品質與內涵。許多的品牌設計也相繼開始進行文化創意商品開發，而在城市文創規劃的政策上雖起步稍晚，但內政部營建署也逐漸在近幾年度的施政重點上加入道路景觀綠美化及人行道設施改善提升交通環境等的願景，另外也推動臺灣城鄉風貌整體規劃示範計畫，以及既有市區道路景觀與人本環境改善計畫來改善城鄉景觀、風貌、都市設計以及人行無障礙環境與步行空間改善等多項具文化概念的城市建設計畫。然而城市文化美學的規劃因耗時長，且驗證文化意象稍有難度，因此較無法快速明確證實其效益為何。但章明會 (2006) 提及高雄市於 1998-2005 年間針對城市風格定調為海洋城市，期以藉由文化政策來提升城市的文化訴求，此研究透過高雄市「城市光廊」與「高雄國際貨櫃藝術節」的案例分析對文化政策影響城市風格的發展上持有肯定正面的態度。因此，文化政策與都市發展之間呈現緊密連結，且都市發展的方向也決定了外來遊客對城市風格的印象。

現今各大城市發展策略傾向將自身做為一個品牌的概念向世界各地行銷推廣，而為了提高行銷與推廣的優勢，提升外來遊客對城市的第一印象非常重要。許多城市為了增加自己本身的特色與優點，紛紛強調自己的本土文化意象，而這些文化意象也對外來者確實有明確地影響，例如一些知名景點或是地景、地標則很容易成為一個城市的形象代言，然而景點或地標是否是一種最好的城市意象呈現方式仍有待商榷。

舉例而言，許多地區總是運用當地的地標或景點作為表現地方文化及形象推

廣行銷城市的方式，但筆者認為此種呈現方式有其缺失，因為對一些較缺乏空間與資金的地區很難建設或創造出能夠發展成地標與景點的大型建設。本研究認為，應針對當地文化去了解並配合當地的空間與產物去發展、設計，至此才能成為區域文化的特色。因此，考量在地文化背景進行環境設計規劃，讓出到此區域內的外來者也能感受到當地獨有的文化意象與特色即為本研究的主要動機。

1-2 研究目的

城市文化伴隨著居民的行為舉止與性格，是一種傳承而延續生活的表現，它隨著環境與時空的改變而演化。本研究企圖以工業設計思維探討城市中「文化」、「環境」、「生活行為」三者之間的關係，並檢視城市文化意象如何透過環境中的「物」被詮釋和表現，進而分析其帶給民眾的影響。

故本研究主要的目標如下：

1. 以台中市街道為例，透過田野研究掌握城市現有樣貌及問題點。
2. 解析影響城市文化意象形塑的環境因子。
3. 提出有助於正面建立城市文化意象的公共環境設計建議。

1-3 研究定位

目前對於城市意象的相關研究，大部分著重於大範圍空間影響心靈層面的探討或是基於單一公共設施之研究例如：張家菁（1995）從城市意象與公共環境之認知探討台中市區公車候車處的規劃方向與原則，其主要針對公車候車亭的公共設施以及對車站周邊的環境影響做研究調查論述，研究項目與貢獻較單純明確

設定為公車亭與對未來規劃公車候車亭的設計者提出設計準則。而林熺俊 (2005) 街頭美學·設施公共藝術與楊子葆 (2005) 街道家具與城市美學等，也均探討街道空間中，單一公共設施對街道空間美學意象所產生的影響，並提出各項設施如：座椅、街燈等在規劃上應各自注意的事項與座椅造型、材質對使用者的感覺影響，但對於各項設施同時依存於相同空間時，之間的相互影響與空間整體性的感覺探討則較為缺乏。因此，本研究將以前者研究作為基礎，針對影響步行空間之所有公共設施進行城市意象的呈現方式調查，研究其之間的相互影響與眾設施所營造出的環境氛圍，並以全面性的探討來了解現今街道空間各項公共設施的表現形式以及如何藉由多樣的表現形式提升街道空間的文化意象，期以藉由分析本研究發掘出的影響城市印象環境因子，提出對基礎建設上的實質設計準則。

1-4 研究範圍與限制

1-4-1 研究範圍

本研究探討「城市文化意象在公共環境上的呈現方式與影響」，為了進行大量的樣本蒐集以及長期觀察，因此依地緣之便挑選研究者較熟悉之地域範圍—台中市作為本研究主要範圍，一方面較易進行研究調查，另一方面則對於台中之城市文化有較多的情感認知。而為了能明確分析城市文化意象多樣之表現手法與呈現方式，故選擇大台中現有較知名人行步道空間做為研究基地，以照相方式進行空間樣本蒐集。臺中市之行政區域範圍自 2011 年一月改制後擴大至原台中縣範圍，但在本研究中，為了更明確檢討城市印象和街道空間的關係，仍以舊制台中

市街區為主要範圍，挑選出位於中區、西區、西屯區、南屯區、龍井區等地之人行步道空間作為研究基地。參照圖 1-1

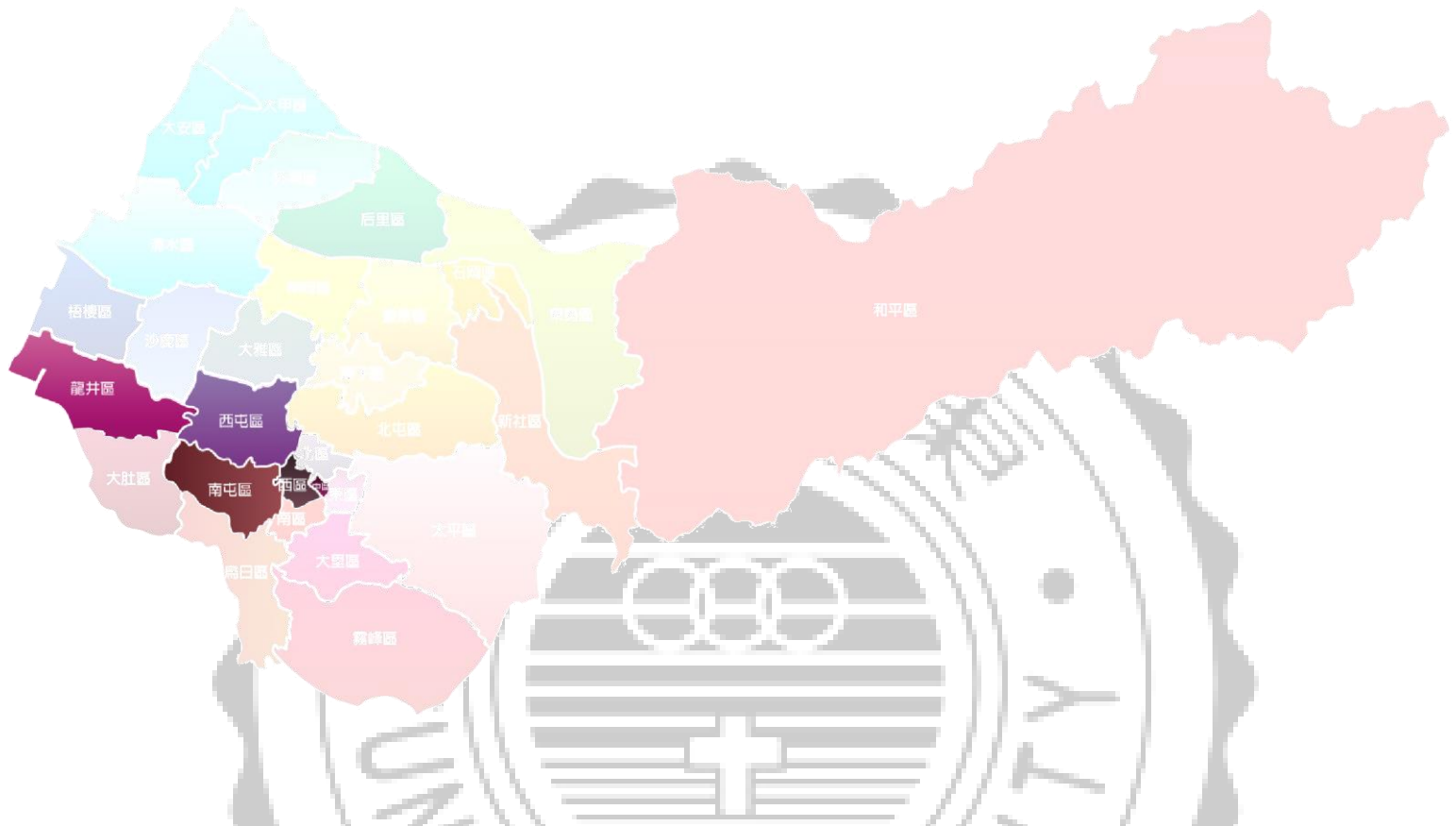


圖 1-1 研究區域

1-4-2 研究限制

本研究雖針對台中市區之步道空間進行環境文化意象的探討，但因步道空間上視覺可見之商家或住宅設施易成為研究上的影響變數，因此，在進行田野研究調查前，先進行研究因子的篩選，藉由拍攝樣本時的統一視角來排除會因部分設施過於特寫而影響步道空間之基礎建設設施，例如：商家招牌、看板、騎樓以及節慶時期之裝飾，使研究重心鎖定在公共設施的設置規劃上。

另外，研究區域的挑選對象鎖定舊有台中市市區域內之步道空間，主要針對市府近十年內建設較知名或有重新規劃過的步行空間作為研究場域，藉此排除實驗受測者因研究區域不熟悉而難以對樣本進行評估判斷。

1-5 研究架構流程

本研究將針對研究的主要內容、流程與研究方法進行規劃（參照圖 1-2）。

研究內容為本研究的主要章節，由緒論提出研究的動機目的與背景貸出問題的核心，併由後續的文獻探討以及相關的文獻內容作為本研究的研究基礎，規劃本研究的研究方法與操作，利用田野觀察、樣本收集、質性訪談、量化問卷等研究手段來完成本研究。



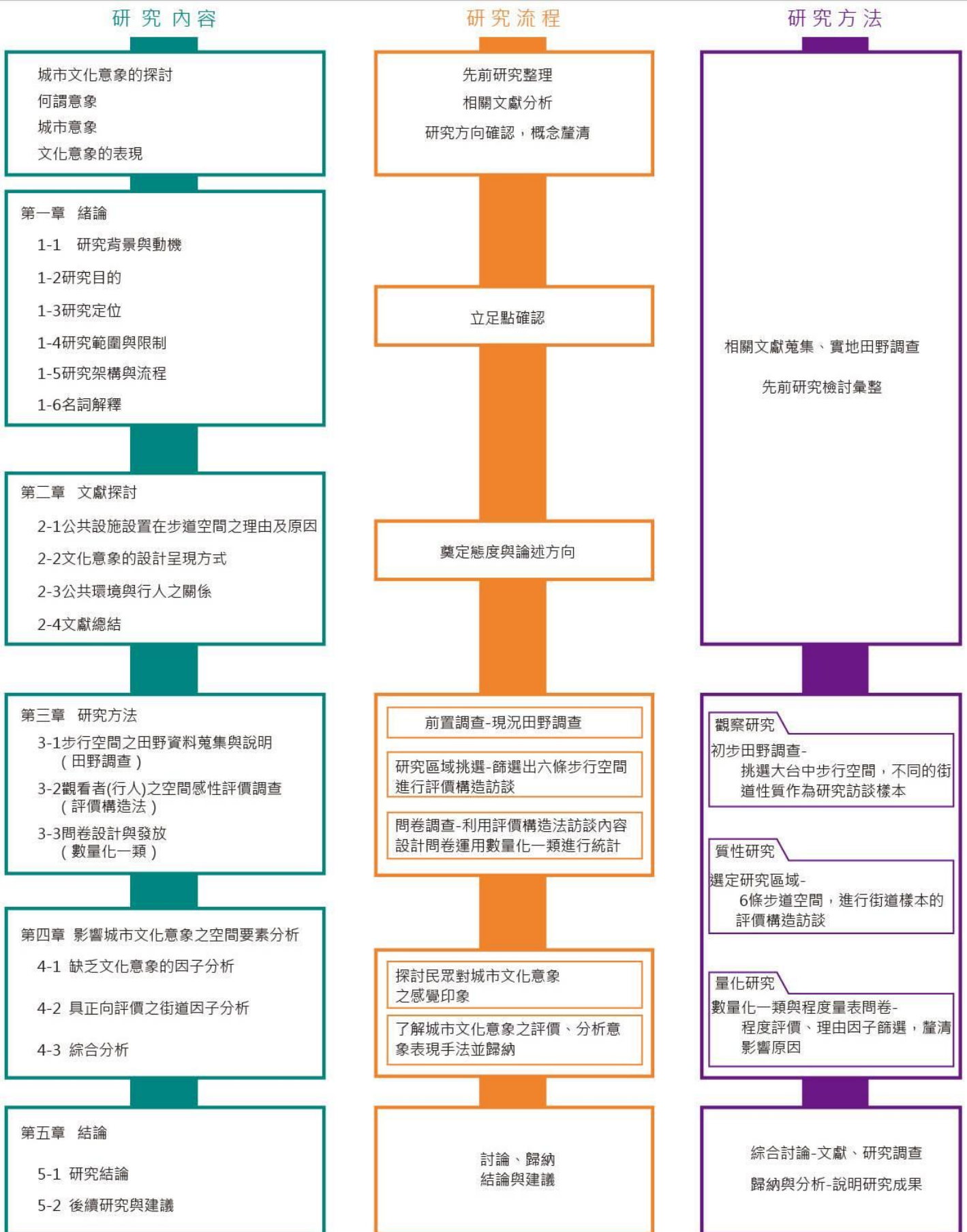


圖 1-2 研究架構流程表

1-6 名詞解釋

「城市意象」與「文化意象」二詞為本研究主要論述常用之關鍵詞彙，故在此予以定義及說明，而對於「意象」一詞，詳細的定義則在第二章「文獻回顧」進行深入探討。

1-6-1 城市意象

「城市意象」是指一座城市藉由其空間規劃、公共設施、建築、城市的發展方向等形式來呈現出一座城市給人的獨有印象。吳光庭（1994）認為，城市是人類文明發展過程中最重要的遺產，藉由城市成長與發展變遷之經驗累積，表達了其對於現實世界中的生活環境的價值觀，其稱之為「城市風格」。而體現城市風格的方式，根據美國柏克萊加州大學建築史教授柯斯托夫（Spiro Kostof，1991）的研究認為，城市的特徵有九項之多，其中包含了「城市應具備一些可供大眾辨識的公共建築及城市乃由人與建築物（Buildings）組成」，而關於其所提及的「可供大眾辨識的公共建築」、「城市由人與建物所組成」此兩點，本研究則認為其所謂建築物與建物應擴大包含至空間公共設施；諸如：路燈、路標、座椅等等。另外，倡導都市符號之學者則對於 Lynch 的城市意象理論提出新的觀點，指出城市空間的元素（公共設施等）都是含意的承載與傳播媒體，具有象徵意義與意識形態，市民和城市的關係不能僅限於知覺上的認知，而是透過城市中的符號象徵與意涵，型塑出具有概念性的意象（陳智芳，2007），亦可說是城市藉由公共設施作為媒介來傳遞城市所希望表達之城市意象。

江政軒（2010）歸納現今城市意象研究的共同點，包括：（1）來自於人與周遭事物的互動關係及生活態度。（2）偏重於靜態的硬體設施所富含的意義。（3）即使不同人對同一個城市可能會形成不同的意象，但城市意象主要是著重於群體

的公共意象（記憶）。(4) 一個城市的城市意象應有其特殊性。(5) 城市的事物間可能互有關聯及系統性。(6) 使在地人產生對當地的認同感。綜合上述文獻所知「城市」的構成包含「物質層面」與「精神層面」兩部分，且此兩種層面互有相關。上述研究雖提出精神層面與物質層面均對於城市有所影響，但卻無法證實兩者實際的影響關係，而本研究論述也認為「物質層面」的公共設施是能夠影響「精神層面」的原因，因而本研究將針對步行空間的公共設施進行城市意象調查，從城市的「物質層面」— 公共設施切入，進行「精神層面」的城市文化意象探討，分析物質層面可能影響精神層面的表現形式，並探討其表現形式對觀看者的影響。

1-6-2 文化意象

「文化意象」是指一特定區域內長期居住於此的居民，傳承之歷史訊息、建物、生活習慣、習俗等含有時間脈絡的行為或物件，逐漸形成當地獨有之象徵(蔣曉梅、翁金山，2001)。另外 Kevin Lynch (1960) 認為意象是能隨時改進的應順應民意與潮流，其應由一個生動而有組織的現實景物，才能產生鮮明的印象。他是團體與團體之間溝通的符號元素，是集體記憶共同景仰的目標，同一地域的人回憶大家公認重要的事會引起精神上的共鳴(章明會，2006)。綜上文獻所述可知，文化意象包含有傳承與演化的特性，經歷不同時代其文化意象的代表性會逐漸演變，因此本研究者認為對於「文化意象」一詞的定義，即在區域內某種象徵性物件、圖案或信仰，被當地居民與外來者所接受、認同，例如：台南孔廟、夜市小吃、鹿港紅磚老街、金門高粱、砲彈鋼刀.....等均足以代表象徵當地特色文化，而其背後之緣由皆與當地之生活習慣抑或生態氣候與歷史背景有所關連，該事物即可作為當地之「文化意象」。

1-6-3 意象因子

在本研究採行的分析方法中採用「意象因子」與「意象元素」來描述城市文化意象相關問題，為避免認知上的混淆，在此提出名詞的定義。各研究對於「因子」一詞的使用主要基於對研究目標或樣本有所影響之項目進行歸類，故本研究將「意象因子」一詞，定義為「城市空間中對環境具影響性的公共設施種類」。因城市意象影響原因相當廣泛，舉凡街道空間之「人」、「事」、「物」皆有影響城市意象的可能，例如：騎樓、招牌、看板、街道家具、街燈、路標、地面鋪設等環境之設施，對此，本研究將其定義為城市的「意象因子」，故街道空間乃由眾多意象因子所組成，這些環境設施就相當於表現文化意象之載體。

1-6-4 意象元素

所謂「元素」，在東方稱之為「五行」：金木水火土，是中國古代的一種物質觀，每一種均有其不同的性能。古人基於這種認識，把宇宙間各種事物分別歸屬於五行，因此在概念上，已經不是木、火、土、金、水本身，而是一大類在特性上可相比擬的各種事物、現象所共有的抽象性能，因此，五行可以說是一種原始樸素五元分形的普通系統論。而西方哲學家亞里士多德對於「元素」的正式定義見於形上學，其指出「元素的意思是指一種內在的事物，而事物最初由之構成，且不能被分解為其他類的東西。人們所說的物體的元素也是這樣，物體最終要分解為這些元素，而這些元素卻步分散為其他類。」。

根據「元素」指稱的概念，本研究將公共設施的形、色、材質等，視為表現設計的「意象元素」，故後續針對街道空間之公共設施進行調查時，將分析街道空間中的「意象元素」主要透過那些「意象因子」以何種方式來呈現城市文化意象。

第二章 文獻探討

筆者整理目前國內城市意象與文化議題之相關研究發現，大多數的研究偏重於產品設計或商品行銷領域之創作性研究，主要把文創視為一種經濟發展、行銷在地文化的手段之一，單就城市環境設計，探索城市文化意象的痕跡等研究則較缺乏。而本研究之內容主要環繞在「城市印象」、「文化意象」、「步行空間」及「使用者」四者之間的相關聯性圖 2-1，故將針對「環境與設施之關係」、「文化意象的設計與研究」、「環境與人之影響探討」等三方面進行文獻探討與資料蒐集。

首先「環境與設施之關係」主要在探討空間中的公共設施，由空間的建構形式與空間中的使用行為切入，探討公共設施存在的理由與原因。其次「文化意象的設計與研究」主要探討目前文化意象在設計上的呈現方式，透過先前研究了解文化意象作為識別性設計時須著重之方向，以及文化意象對使用者或觀看者所產生的魅力影響，並藉由魅力工學的研究方法導入本研究之中。最後則主探討「公共環境與行人之關係」，從人的心理層面來探討在公共空間中的行為與認知，以了解未來步行空間的設計規劃方向。

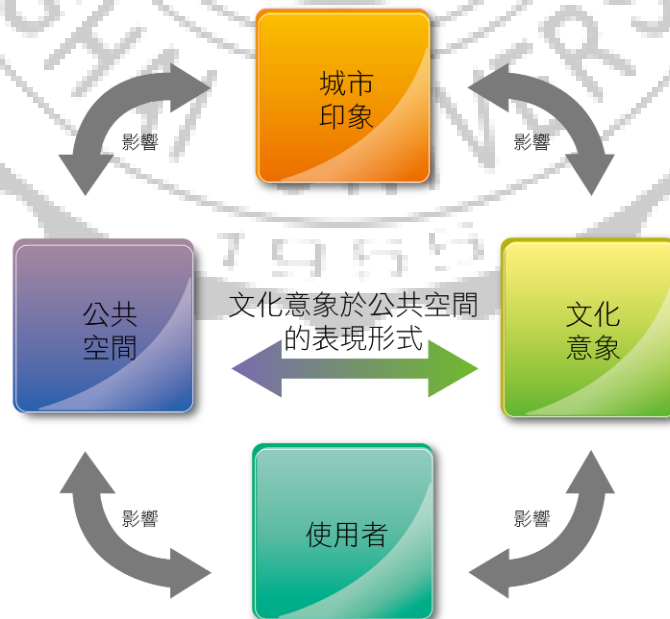


圖 2-1

由圖 2-1 所示可知，「城市印象」、「文化意象」、「使用者」及「人行步道空間」四者為本研究主要論述關鍵，此四者彼此相互影響並環環相扣。城市印象因文化意象而產生，文化意象又因使用者（在地住民）的生活習慣有了文化意象，而使用者為了進一步生活於環境之中有了各種公共設施（人行步道空間），最後，眾多的公共設施的建設則造就了一座城市的面貌。因此，本研究主要探討之問題即在於公共設施（人行步道空間）如何呈現出地區空間之文化意象，進而造就出擁有在地特色之「城市文化意象」。

2-1 公共設施設置在步道空間之理由及原因

城市空間主要是由 Kevin Lynch (1981) 所述的五種空間形式所組合而成「通道」、「節點」、「邊界」、「地域」、「標誌」，每種形式由眾多環境設施所構築，環境設施的設置也根據其空間種類而有所不同。以下文獻探討即針對空間種類及行為需求等面向來探討公共設施設置的理由與原因。

2-1-1 城市的步行空間建構及重要性

張世豪 (1994) 提到環境空間的基本三要素-3F 原則，即「Fit for the space」、「Fit for the time」、「Fit for the people.」所謂「Fit for the space」是讓建物、人造物設施，能夠搭配並適合存在於空間之中。而「Fit for the time」，在中國人傳統裡便是「六合」及「東西南北上下」的空間觀，在空間配合時間的情況下，才能形成一個完整的空間度，而且這種空間度必須能適合於「時代」。「Fit for the people」即是特別為使用者塑造適當的居住環境，使用者對其所使用的空間，都有其基本的要求，由此可知，無論是建築師、都市規劃者都必須清楚了

解使用者的基本需求，配合時代所需而規劃建設。

隨著時代趨勢與環境需求，當前的城市規劃逐漸以永續發展為前提進行都市再造或都市更新。其中之一的永續發展策略，即是減少使用個人交通工具，同時提升行人街道空間品質。美國於 90 年代起開始推行「新都市主義」，其主要內容在於解決現今都市發展所產生的諸多問題，如：環境衰敗、交通擁擠等問題，其解決方式即是將城市規劃方向逐漸從便利交通轉為以人的基本移動（步行）中心來發展，並且也為了環境保護、綠化永續的目標，提高步行空間的使用品質與建設，觸史人們改變交通習慣，達到永續都市的目的。

步行空間是 Kevin Lynch (1981) 所言五種城市構成元素中最基礎的，“通道”，在四通八達的城市中，更是連結各“節點”與“地標”的重要元素。在通道中會發生許多移動行為模式，步行空間上的使用行為以緩慢的移動（例如：徒步、慢跑）為主，和用於行車之街道空間相比，人行步道之環境元素較容易吸引往來移動者的注意力、建立空間意象。

而人行步道又稱步行街，或叫行人專區、徒步區，是指全路段限制車輛通行，只允許行人步行的道路。步行空間通常被歸納於城市商廈集中的路段，也是一座城市最繁華的路段。相對於地下街及行人天橋系統，步行街的理念是「相信行人比車輛更有優先權使用地面的道路」。此外，步行路面的建築成本最輕，如果當地不再繁華，人流減少沒落，步行街要立刻還原為行車路比較有彈性，不必浪費多餘的資本投資及建築。

步行空間能創造出不同於一般車行街道的環境氛圍，其主要設置區域幾乎位於都市精華地段，有助於調節都市中緊張繁忙的氣氛，因此，步行空間之設計規劃對於城市空間的形象塑造具相當的重要性與影響力，然而如何塑造步行空間的

形象則應先考量空間中的行為需求。

2-1-2 步道空間中的行為需求

城市空間設施設置的目的為符合人們的活動需求，即所謂的環境行為設計。在眾多探討城市空間的環境行為時將主要的行為歸類為「移動」與「休憩」兩類，而「移動」的種類又可分為「快速移動」與「緩慢移動」，在步行空間中的移動行為以「緩慢移動」為主。吳俊毅 (2012) 表示「在眾多的移動型態當中，「步行」是與周邊環境互動最密切的行為型態之一，最主要的原因在於其緩慢的步調能清楚掌握環境的特性，另外 Rebecca Solnit (2010) 也提到，「城市總提供匿名、多樣性和連接，而這些特質最能經由步行捕捉」。吳良鏞 (1993) 則提及，隨著科技的進步和文化觀念的崇尚，人類對城市環境的認識在不斷地深入，對於城市環境在多元化發展的同時，人與環境的「最適化」是城市環境設計最重要的課題。無論是對環境的作用、還是環境對人的作用，都反映了人與環境的關係，環境影響人的行為，人也能改變環境以促進自我的發展，而城市環境最終目的是要能滿足人在城市中的存在與發展需求。而對於城市發展步行街道的規範中規定，行人必須使用人行道以及車輛不得駛入人行道。除了主要功能一帶領行人平安地從甲地到乙地，也可以充作散步場所、會面點、慢跑路線、飲食空間、店面、遊戲場、休憩處、工作場所等。

呈上所述，人在城市步道空間中，除了「移動」行為外，也存在「休憩」行為，而休憩的行為則有明顯的個人特色與習慣存在。例如，在戶外公共空間中，當一個人在找地方坐下來休憩的時候，很少會選擇一個開放空間的中央，通常會找棵樹，能倚靠或在地面找個凹處，一個可部分包住他、遮住他的身體。此目的

即為求舒坦，人會希望他的身體和工作，能得到一定程度的包覆 (Christopher Alexander, 2002, 模式語言)。以科學的角度說明此行為的成因乃是，人體的結構在經進化後，正面擁有優勢，背面則處於弱勢。在我們的感官不斷偵測前方事態變化的同時，我們的背仍需要保護。正因如此，「遮住背部」則成為我們在選擇就坐地點時，一項重要的原則。首先，它能帶來安全感，其次，這種保護性的包覆往往也提供另一個討人喜歡的機會，能夠放鬆地倚靠。因此，由上述人類的空間行為與習慣可推論，在設計街道空間時，若希望人們多駐留一會兒，其空間就必須被認知為是愉快或輕鬆的逗留點。另外，因為人們對都市裡的座椅各有各的要求，一條街必須提供多樣性的座位選擇，並賦予良好的視野、方向感、陰涼處和擋風遮雨的庇護。由此反推，街道步行空間的規劃若是完全不具上述附加功能的人行道，連行人都不會有。

回溯步行空間的發展史可知，在汽車交通尚未發達的 19 世紀前，人們的移動方式皆以步行為主，雖然當時並未有所謂的行人步道，但行人用的街道空間相當受到重視，而汽車交通普及後才逐漸出現「行人步道」與「車道」的區隔，而「汽車優先的概念」也使得街道中的行人空間因此受到壓縮。但由於步行移動緩慢的特性，可以多與人接觸，得知各種訊息或參與街道上的人群活動，追尋人類基本需求等特殊體驗是其他移動交通方式所無法取代的感覺 (張晉緯, 2003)。因此，步行空間的發展對都市的經濟、社會及文化層面都有很大的影響 (劉嘉瑩 2002)。黃義宏 (2005) 也提及行人步道空間的作用，除了保障行人步行的安全與方便之外，亦可促進步行街道旁商業的繁榮，形塑人與人之間鄰里單元的凝聚力量。因此，研究者探討上述文獻後認為，行人步道空間對於行人的影響不只是移動時舒適、安全上的問題，也包含經濟、心理層面情緒、感知，進一步推論

則可能影響行人對地方的認同感，影響城市文化意象的建立。

2-1-3 設施的象徵性

Kevin Lynch (1981) 在論述都市意象中公共設施的影像力時指出，**當地上標誌與聯想集中點吻合時，意象力量就會增大。一個特殊的建築物含有歷史重大事件的背景，或是你擁有一扇鮮豔奪目的大門，就可變成地上標誌。而地上標誌能在遠處即能望見，或是能被長時間看到，那麼印象更深；如他的方位能被確認，那更是有效。如遠近地區均能認明此目標，不管是緩行或是快速行駛中，白天或是夜間，那麼該標誌成為複雜而變幻莫測的大都市裡的一隻穩定的錨。**

從上述言論我們可以說，存在於城市中這些多樣性的物件，其功能對於生活於城市的人們而言是一種指引，也是讓使用者生活於城市上的寄託。指引的設施物件若能有效地引導使用者辨別區域空間才是良好的設施，而在設施物件中加入區域的文化元素，則是本研究認為能夠表空間氛圍亦能成為有效指標的一種方式。城市空間之公共設施除了因應人們進行公共生活所需外，亦應考量當地文化因素，而人行步道的設計規劃包含各類街道家具，皆可作為一種地方文化的表徵。

2-2 文化意象的設計呈現方式

上一節文獻論述街道空間之公共設施乃因應人們行為設計發展，且可能影響城市文化意象的形塑，本節進一步探討文化意象呈現的形式及案例，論述都市空間中公共設施與文化意象之關係。

2-2-1 文化意象做為一種識別性

文化在漢語中實際是「人文教化」的簡稱。前提是有「人」才有文化，意即文化是討論人類社會的專屬語。文化偏重於內在精神方面，包含了宗教、哲學、藝術等思想與習俗。

英學者 E.B.Tylor (1871) 首先指出「文化」：為人類身為社會成員所獲得的複合整體 (complex whole)，包括知識、信仰、藝術、道德、法律、風俗以及其他的能力與習慣等等；參照辭海內對「文化」的解釋為：人類對社會由野蠻至文明，其努力所得的成績，表現於各方面者為科學、藝術、宗教、道德、風俗、習慣等的綜合體。文化與人類的存在與發展有密切的關係，它展演著人類社會歷史的發展、生活物質與精神需求的價值創造以及命運選擇的脈絡等。但在現今資訊與交通的快速發展與外來文化的頻繁交流下，造成民族傳統文化的迅速改變。因此，想保存在地的民族傳統文化根本不可能。

Michael Tomasello (2011) 指出，從人類和非人靈長類之間的比較可知，有一個技能是人類獨有的，就是把同類理解為像自我一樣有意向的生命體，這個結論從兩個方面解釋了人類認知中的許多獨特之處，一方面是直接依靠自身，另一方面是間接地通過文化過程。

德國 Harald Welzer (2007) 說明「文化記憶」的特點有二，一是「認同具體性」，涉及儲存的知識及其對一個大我群體的集體認同的根本意義；二是「重構性」，即大我群體的知識涉及當今。

由上述對文化解釋之文獻可得知，「文化」的發展是人類所獨有且多元的，是群體所認同的才足以成為「文化」，另外文化所涉及到的時間性，不止於過去還必須與當今現況結合，另外本研究者也認為其與 2-2-1 節所述的 3F 概念中之

「Fit for the time」有其同工之處，3F 之論述基礎為環境應符合“時代”去建造，而文化則造就了“時代”的變遷。不過，相對於劉少君 (2007) 認為現代資訊與交通的發達，與外來文化的交流對於保存在地的民族傳統文化的不可能性，Mazumdar、Docuyanan 與 McLaughlin (2000) 則認為利用無形的文化與有形的實體環境，不僅可以強化居住在該地區居民的地方依附，另外對於搬離該地區之居民或曾經擁有相同文化及相似環境下所長大的族群，亦可藉由無形文化及實體環境的塑造，進而影響這些族群對於該地區的情感連結。

對此，本研究認為在資訊、交通發達的現今，即使民族的傳統文化無法完全的保留，但其可藉由 Mazumdar、Docuyanan 與 McLaughlin 所說的實體環境塑造來繼續保存本身的文化，甚至進而向外傳遞。對一都市空間建構而言，街道家具等公共設施即是可做為文化傳遞媒介的良好載體。

林熺俊 (2005) 則指出，「街道家具對於一個城市空間帶給人的印象占有極大的重要性。而街道家具的統一形塑一個城市定位普遍常見的形式，就像是一種地方方言或是獨有文化」。由此可知，形塑城市文化意象的方式，「街道家具」是一種重要的媒介，而公共設施亦是都市計畫的重要建設，目的在於提供居民一個無論在居住、工作或休閒各方面都有一個完整、舒適的生活環境。這些公共設施大小型態不同，是構成一個空間大量的元素，也是與人類互動最頻繁的生活要件，亦是街道空間與人最直接接觸的原因所在。

每一個行人都會對一個地區有屬於自己的意象，但不同人的意象之間仍存在著基本的相似點，即所謂群體的環境認知。因此都市計畫人員不必在乎這些意象的個別差異，僅需專注於整體概念、大部分行人共有的心理意象即可。如此便能找出各種物質現實之間的交互作用，也將辨認出一個地區憑直覺即可察知的標

識，以及所欠缺的東西。每當行人走進一個陌生的地區，他們會針對這個新環境，憑直覺在心底描繪一幅畫面，這幅畫面足以讓他們確定方位、歸納事實，進而屏除不重要的資訊。例如：進入蘇活區的人們，如何可以快速建立清楚的環境圖像？因為棋盤式街道決定了移動模式，也建構其心理意象的基礎。另外，周嵐（2001）在一項「關於城市空間美學的社會調查」中，訪談多位生活於城市中不同職業的居民對城市的觀感，提出影響城市給予人的印象因素，包含：（1）功能與實用美觀的關係；（2）發展與可持續發展的關係；（3）個性、地方性與共性、全球化的關係；（4）時代性與歷史繼承的關係。由以上四點，本研究認為其說明了城市文化意象所代表的是一個連續性的文化、傳遞區域特色以及可持續發展的城市美學。

另外，周嵐（2001）指出具有個性、魅力的城市空間，由「自然環境」、「人文條件」及「人工建造景觀」三因素所促成，而「人文條件」重視傳統與現代的關係，其涉及城市文化意象的表現形式。誠如上述文獻所提，「城市中的歷史文化遺存，不但是城市文化延續的標誌，也是城市空間環境特色的靈魂」，一個城市若無法表現其城市的文化意象，就如同失去靈魂與特色。楊子葆（2005）另外闡述了 Kevin Lynch（1981）所提「都市意象」認為，環境意象可以分析為「自明性」、「結構」與「意義」這三種成分，這三種成分可讓使用者清楚的區分出環境中的不同。其中「意義」可詮釋為使用者精神層面的記憶與情感的認知，亦即是本研究所將探討之使用者對城市的文化印象。另外，其文獻也提到「沒有個性的城市無法建立市民共享的公共意象，也無法凝聚市民的歸屬感與擁有感。」此論述也點出現今 21 世紀許多城市居民所缺乏的，也是造成都市居民較一般鄉鎮居民更顯冷漠感的原因之一。

2-2-2 文化意象設計案例研究

本節將透過文化商品的設計觀點與空間意象表現案例綜合探討文化意象設計，進而論述城市文化意象的表現形式。

在文化商品設計之前，設計師必須進一步認識文化的表徵及意涵加以調查並從新洞察了解歷史文化的價值，再運用各種概念發想方法與設計手法，適切地把文化訊息表達在產品上。運用文化認知的詮釋，設計師將自己的經驗情感投射在產品上，引起消費者的共鳴，從中體會出文化的內在精神與意涵，也以現代創新思考來重新詮釋既有的文化與傳統，而達到滿足消費者情感的需求，並引導消費者以現代的觀點重新審視文化的價值與意義。因此，文化不只是傳統或符號的轉貼，文化是一種創造的態度，設計師以重新質疑、實驗、批判、反省，最終其成果回注到文化本身，形成一股影響力（官政能，1994）。與此論點呼應的是Throsby（2003）提出三項特徵，作為檢核文化商品的條件，分別是（1）在生產活動中融入「創意」（creativity）、（2）產品具文化內涵並傳達特定的象徵（symbolic meaning）、（3）產品具有某種形式上之智慧財產。

另外，鄭自隆、許安琪、洪雅慧（2005）亦提出，文化商品其構成與表現的層面，應具有以下三階段的層次：（1）創造藝術、（2）藝術性較低，具有高度文化意涵、（3）某些時候僅具有文化內容的象徵或意義。因此產品是否為文化商品時可以依其產品的「創意要素」、「文化內涵」、「傳達特定象徵與意義」、「內含智慧財產權」來進行評估。

何明泉（1996）提出文化商品與一般商品不同在於文化商品多了一項「文化識別」（culture identity）的功能。文化商品藉由文化精神的融入獲得消費者的認同與滿足，藉此傳遞文化內涵與故事。文化商品即是將地方文化以具有創意

的設計手法，將其轉化並應用於產品設計中。因此設計者必須藉由深入了解該地區所擁有的產物、自然、政治、人文等各類型的在地特色，才能將地方文化有效的與創新的想法結合，創造出具有價值感的地方文化商品。換言之，文化商品藉由意象的傳達讓它成為能夠儲存記憶的產品，它將人的體驗、經歷、回憶等進行轉化儲存於產品當中，讓人藉由產品來喚起曾經經歷過的事物、成為有紀念性及紀念價值的產品。

以文化商品設計程序來說，首先需要將已形成的地方文化進行「解碼」，以分析出其文化當中的特定符碼，接著再將此文化符碼在產品的功能、造型、材質、色彩等方面進行「編碼」，運用具有創意的設計手法達到原創性，更要顯現出不同於其他地區文化的在地感受，以及在人文歷史累積下所擁有的故事性等特質，才能創造出具有地方文化特色的產品。

因此，商品與文化有著依存的互動關係，商品是文化的實體，而文化附著在商品之上，形成象徵意義，擁有了解象徵意義的人可以進行解碼的動作，文化使商品不再只是消費的物品，兩者的結合，具體化文化的範疇，也具體化文化的秩序（陳國政，2005）。

而以一個都市空間櫃模來看待其中的公共設施，一可將其歸為陣列於環境中的「產品/商品」。然而，相較於文化創意商品擁有明確的設計準則與規範，公共環境表現城市文化意象的設施/設備卻相對較少，且在設計規劃上缺乏成熟的作法。近年來台灣部分城市於公共環境中設置許多富有意象性的公共設施，例如：高雄市於 1998-2005 年定調高雄市為海洋城市後，許多步行空間或公共環境即開始設置許多有關海洋意象的公共設施，如下圖（2-2）為陳水財先生設計的鯊魚椅，展現海洋意象，與圖（2-3）設置於苓雅區藝術大道上的公共座椅為利用

船帆意象所設計，均藉由與海洋相關的造型、顏色作為呈現城市意象的表現手法。



圖 2-2 陳水財先生設計的鯊魚椅



圖 2-3 苓雅區藝術大道船帆座椅

除了公共座椅外，其他公共設施，如遮涼棚公車站等，也都或多或少引用海洋、船桅、船帆等意象元素。而這些含有特定意象之公共設施基本上以圍繞著海洋城市為前題被規劃建造，因此，本研究認為在進行城市文化意象的規劃上若能先建立一個主題方向，後續相關設施的設置才能有明確的設計依循，姑且不論上述文化意象案例的設計方向與呈現手法是否正確，不過對於展現城市文化意象上已呈現明顯的城市特色與風格。

2-2-3 文化意象與魅力因子的研究方法

從前述文化商品的表現手法與創作形式可知，文化意象或文化識別的產品/商品設計流程雖已有許多方法論被提出，但世紀細節中仍存在著許多個人的主觀意識，但這些表現手法其目的只有一個，即是如何讓物品利用文化特性產生「魅力」，來吸引觀看者與使用者的目光與使用。

因此，要探討文化意象的表達是否成功、適切，可透過對該設計對象進行魅力研究而獲得具信賴性的評估結果。所謂「魅力研究」及近年來逐漸普及的「魅力工學」，其源自於日本學者讚井純一郎（Junichior Sanui）與乾正雄（Masao

Inui) 對於個人認知概念與製表整理的方法，後續則由宇治川正人 (Masato Ujigawa) 與多位學者以「創造具有魅力的產品、空間的技術與學問」為目的於 1991 年發起魅力工學研究 (王盈之，2010)。魅力工學的出發點在於產業面對消費者多元化的喜好下，「如何避免商品開發失敗的技術」，以及如「何開發出具有魅力的商品」(馬敏元 2010)。此研究方法近年來已由最初的工業產品延伸至文化創意產業的應用，而對於現今在城市規劃上逐漸著重整體氛圍與公共環境的設計上，研究者認為能藉此研究方法探討出如何提出讓步行空間與設施具有魅力且吸引人的設計參考，並檢視現今步行空間的狀況與發展方向的適切性。關於魅力工學目前主要被採用的研究方法主要為「評價構造法」，由日本學者 Junichior Sanui 根據臨床心理學中的個體構造法 (Repertory Grid Method,RGM) 所改良而成。此方法有助於深入了解受測者的心理認知層面，主要經由個人訪談記錄個人認知概念並列表整理，經由對同種類或形式的物件進行比較，討論出物件的相似或差異關係後，再整理出目標物件的個別特質。

在進行評價訪談時，受訪者需先回答個人對於研究樣本的喜好或厭惡，接著透過附加問題來釐清受訪者的答案意思與條件，最終統整受訪者的回答內容文本，解析出研究樣本受到喜好之魅力因素，並整理出相關脈絡關係，此一研究方法即為「評價構造法」(Evaluation Grid Method,EGM)。

因評價構造法能以具脈絡的程序分析人們內在感覺意識，故事和本研究用以探討公共意象呈現方式對行人的影響，故採用此方法以探討現今步行空間設計規劃上的缺失，並釐清影響行人觀感的要素為何。且進一步針對受訪者喜好的語彙內容，整理歸納並提出城市空間與公共設施之設計方向。

由於，「評價構造法」於歸納整理上容易因研究者的判斷影響後續所提的設

計方向，導致研究結果會帶有研究者相當的主觀意見。而本研究為使提出的設計方向足夠做為未來城市規劃上的設計準則，因此將針對「評價構造法」實施後所得評價內容，以量化的研究方式進行更細微的檢討與驗證，本研究所使用之量化研究方法為「數量化I類」，此一方法常被用於感性工學的研究中，目的在於建立感性語彙與造型要素間的關係。藉由「數量化I類」的分析，可以透過數據了解語彙對各類目（造型或色彩要素）的影響程度與比重關係（楊銘琦 2013）。在「數量化I類」中，當「偏相關係數」的值越大，表示感性語彙對其類目的影響越大，而「決定係數」越趨近於 1，則表示其解釋力越強，能較完整判定各類目與感性語彙間的關係（李學然、方昶翔，2010）。因此，本研究利用「數量化I類」來分析「評價構造法」所彙整出的感性語彙與街道空間中的各項影響要素之對應關係，以問卷調查的結果搭配利用評價構造法所提出的設計方向，可提出步行空間表現形式對受訪者心理感知影響的相關程度及比重關係，可更客觀地作為未來步行空間的規劃參考。

2-3 公共環境與行人之關係

環境心理學理論將環境中的空間物件及人的行為動態視為不可分割的整體。在知覺歷程中有時很難將個人與環境分離，因為兩者間永遠在互動，而且知覺是由個人在環境中所做的事所決定（危芷芬，1995）。本節就行人對環境空間的感知、公共空間的認知、在公共空間的行為三方面進行文獻探討。

2-3-1 行人對環境空間的感知

環境行為是研究人與環境互動關係的學域，從人類的環境知覺（生理的刺激

與反應)及環境認知(心理與心智的意象)探討不同使用者之本能需求與活動模式,在不同情況下心裡的狀態與喜好,社會群居以及人與自然環境等關係,並透過使用者參與及使用後評估等修正回饋的程序。另外,人類對地方環境,有情感連結的依戀性,當某種特定物透過地點或空間呈現特殊氛圍時,就會產生地方感(sense of place)。地方感指的是「地方本質的特色」或「人們本身對地方的依戀」,劉懿瑾(2003)強調「地方感」的現象學方法論者,往往經由地方主體的生活世界經驗,去發現住屋環境的真實意義與地方存在的認定價值。對於地方感的研究,須以空間的歷史性為時間軸,同時考量空間場域在各時期的變遷。在場域中,人們的地方感形成後,經過同化的過程,透過調整與修正各自的知識認知,對認同的概念產生不同程度的轉變(陳聖華,2002)。對於上述地方感的認同屬於在地住民對於環境空間的情感、認知影響,其可藉由場域中的物件或歷史性逐漸使地方居民產生地方感的共鳴。相對於在地居民的族群即為「外來者」,外來者初次到一個陌生的環境空間時,通常會藉由「找路」的行為來建立起他對當地的印象與認知,即在找路的過程中,人們會運用的策略性連結式「環境意象」(environmental image),即所謂「個人對於外在物質世界既有的概括性心理圖像」。這種意象是當下的感應和過去經驗記憶的共同產物,用以詮釋資訊、引領行動。

在 Kevin Lynch 做的一項調查中,受訪者在被問到覺得哪個城市的方向性最明顯時,他們提到好幾個,但不約而同指出了紐約(指曼哈頓地區)。這個城市會被提及,主因並非棋盤式街道—洛杉磯也有;而是因為它有數個特性明確的地區,坐落在河流與街道構成、整齊有序的框架裡。

而從另一個角度來說,漢寶德提及 Robert Park 對於城市與居民的看法,認

為在經過一段時間之後，都市中的每一部分都將為染有其居民的特質，也無可避免地受到其居民生活情趣的感染。

2-3-2 行人對公共空間的認知

環境知覺理論

在環境心理學中，環境知覺理論是其基礎架構，主要指環境心理表徵的形成（認知繪圖能力）和在環境空間找路（探路）的空間認知能力，因此，環境知覺對於有機體的重要性不言可喻，因為它是有機體得以在各地通行的基礎。一般而言，我們對環境愈熟悉，即是對環境知覺的認知地圖愈詳盡和正確，但並不代表每個人的認知地圖相同，以公共空間而言，每個人對公共空間所建立的認知地圖會因個人環境空間的重要性而有所差異，而此種差異決定在於行人對於公共空間的活動種類界定，(Gehl, J. 1986)提出，戶外公共空間中的活動主要分為三種類型：「必要性活動性」、「選擇性活動」及「社交性活動」，必要性活動具有強制性意味，如：上班上學、購物、候車等。選擇性活動則為：散步透氣、駐足觀賞有趣事物或於戶外做日光浴等，僅發生在人們有參加意願時。而社交性活動是指所有在公共場所依賴他人出現方能產生的活動諸如：嬉戲、交談等互動交往的活動(周伯融，2009)。

每個人可由上述三種性質的公共空間活動來界定空間的重要性並建立個人的認知地圖。一般而言，人們容易將必要性活動的公共空間(候車亭、學校、百貨公司、特定建築等)做為空間認知的重要特徵，而另一項影響每個人認知地圖有所差異的因素「知覺歷程」，也是影響環境認知的核心。它是所有環境訊息的來源，環境中的事物可刺激感官，提供個人多於其所能有效處理的訊息。在布朗

斯維的理論假設中認為，感覺訊息不可能正確地反映真實世界(危芷芬，1995)。因此，人們在繪製其公共空間認知圖的時候常會誇大最熟悉的地方之大小和細節，並且將它們至於圖的中央(危芷芬，1995)。綜上所述，行人對於公共空間的認知的過程，首先依據環境中活動的重要性來篩選認知地圖的空間特徵，其次則藉由誇大熟悉的空間或放大空間中的部分細節來完成建立個人的環境認知。

2-3-3 行人在公共空間的行為

對於環境行為的觀點論述，首先須從個人的空間行為開始說起，因為，個人的空間行為也是反映群體環境行為的基礎，例如：一個人在團體中的空間位置並不是隨意站立，一個人在環境空間中所在的位置反映出其在團體內部的地位和友誼關係，同時也還有物理環境加諸個人的限制。康內尼(Konecni)與其研究者發現，當行人在等候紅綠燈時，如果個人空間受到侵犯，則他們過街的速度會加快。由上述兩個例子可說明是個人感覺影響環境空間行的案例，然而，物理空間的實際結構也對個人空間有所影響，就生物的本能來說，「**人類對空間的利用通常反映出關心安全的底線。**」(Fisher、Bell、Baum,1984)。由此可知，環境會影響人在空間中的行為改變，因此環境行為設計通常會使用適合的提示或線索來提醒人們，這些設計提醒物在人們有機會行動之前便已出現，並且按照預期可以影響個人的行為，大多數提示以書面的圖畫或文字訊息引發人們注意已經知道的事情。另外，賈森等人(Jason,Eolike & Matese 1979)發現，有時其他人的行為也可能是一種提示(危芷芬，1995)。

蕭秀玲、莊慧秋和黃漢耀(1991)在環境心理學一書中提及廣場作為社交空間時，隨著方便設施的增加，廣場的用處也增加。例如，許多廣場乏人間津，

究其原因，只因為裡面沒有可供人坐的地方。另外，受歡迎的廣場通常都向陽、避風雨、並且為於喧嚷的街上，甚少在隱密的地點。綜上所述，公共空間中的行為受到周遭環境的影響，因此如何對行人在公共空間中做出適當地行為提示即為環境設計的重要項目，由文獻可知目前的環境設計主要以書面圖示或設置公共設施等方式作為空間中的行為提示，而此兩項在呈現的形式上即為本研究地探討內容。

2-4 文獻總結

總括上述所有文獻可統整，歸納出以下四點。

(一) 城市空間對人的影響與觀感：城市空間是由居住者所建構而成，其所呈現的樣貌應該因居住者而異，因其包含有在地之文化歷史、生活習慣、習俗、思想以及記憶，兩者關係密不可分，良好的城市空間設計可增加居民對於在地文化的認同感。

(二) 使用者與公共設施之關係：環境中公共設施因使用者之活動而產生，因此公共設施必須符合使用者需求，尤其設施建造除了基本功能外，應配合、保留在地居民之活動行為以及風俗習慣，方可達到居民對當地公共設施之認同與擁有感。

(三) 城市空間與環境設施：城市空間由眾多環境設施所構成，環境設施的設置，除了滿足使用者的行為活動需求外，還包含對城市意象的影響，最顯而易見的即為尋路地標，讓人更容易探索城市。所謂良好的地標應是能透過圖案、色彩或代表性符號等意象，並透過公共設施做為媒介，使空間環境的使用者能快速在腦中建立空間區域與印象的連結，因此，對於外來者而言空間意象（符號、圖

案) 與環境設施(路標、指示牌)是影響其對城市印象感覺的重要因素。

(四) 人對文化的情感與影響：文化由人類所孕育，且因區域的不同所孕育出的文化也不同，而文化包含有人類的歷史時間、行為模式以及精神信仰，是人類內在層面的一種歸宿。而文化是一種動態的、可傳遞的、不受拘束的一種無形的力量，其可以增長，也可消亡。對於此種無形的力量，人們容易藉由物品的方式來呈現其文化想傳遞或保留的意象。然而，搭載於物件上的文化並非個人所獨有，而是屬於群體所共有，因此容易產生族群性的認同感，在城市空間的建造上，一可透過具體形式表現文化意象，凝聚或誘發人們對城市的認同感。



第三章 研究方法與流程

本章節將針對城市文化意象的呈現形式進行調查，其研究方法以評價構造法為主軸，經由個人訪談記錄個人認知概念並列表整理，經由對同種類或形式的物件進行比較，討論出物件的相似或差異關係，再整理出目標物件的個別特質。

本研究將分成三階段進行，第一階段為步行空間之田野資料蒐集與說明，第二階段則為觀看者（行人）之空間感性評價調查(圖 3-1)，第三階段為魅力問卷的設計與調查以數量化一類來進行評價構造法的深入調查與後續驗證。以下將針對上述三階段進行詳細說明。

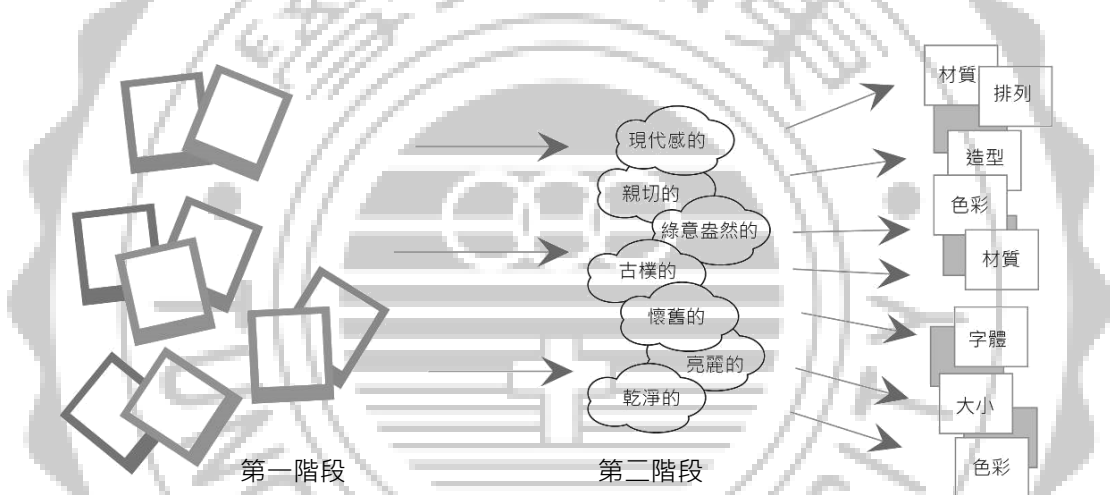


圖 3-1 評價構造法操作流程圖

第一階段：田野調查，蒐集樣本。於大台中地區廣泛進行步行空間資料收集與田野調查，從中挑選出空間性質較具套書性或代表性之步行空間進行初步田野調查，再由「草悟道」、「秋紅谷」、「國美館綠園道」、「精明一街」、「藝術街」、「逢甲商圈」、「中正路、自由路口」、「繼光街」、「南屯老街」、「上安路、至善路口」十個對象地點中，依「是否具有台中代表性」、「設計規劃的規模」、「歷史文化性」、「步行空間性質」等條件進行樣本評估，最後篩選「草悟道」、「國美館綠園道」、「精明一街」、「藝術街」、「中正路、自由路口」以及「南屯老街」。六個區域作為本研究之田野調查對象。(圖 3-2)



3-1 步行空間之田野資料蒐集與說明：(田野調查)

本研究在進行田野調查與樣本拍攝前，先訂定樣本拍攝時的標準與限制。在拍攝角度上盡可能以正視角度進行街道空間的拍攝，另外，因街道空間長度不同拍攝的位置距離則以相對距離比例進行調整，將拍攝的每組街道樣本限制在 10 至 15 張左右，由此限制與標準求取樣的公正性與後續研究分析的可信度。

各研究場域環境基本資料簡介如表 3-1 所示：

3-1-1 研究場域概要

表 3-1

研究區域	簡介
<p>A.自由路中正路口 (太陽餅商圈)</p> 	<p>空間範圍：自由路、中正路口至自由路與民權路口。</p> <p>歷史脈絡：昔日是台中市最繁榮的自由路與中正路口，全盛時期有糕餅業、服務業、銀行、皮鞋店、皮飾店等，相當多元化，而隨著周遭百貨公司歇業搬遷與周遭商店發展的轉移而沉寂，現今台中市政府於近幾年開始將此區域打造成「糕餅一條街」。</p> <p>文化特色：以台中特色名產太陽餅為其主要發展特色。</p> <p>空間性質：商業性質</p>
<p>B.精明一街</p> 	<p>空間範圍：精明一街 (大隆路至大敦十九街)</p> <p>歷史脈絡：精明一街位於台灣台中市西區屬於老商街，重新規劃整修後以人文商圈特色於 2000 年崛起，也成為重點徒步區觀光商圈，有台中版小信義區之稱。</p> <p>文化特色：以歐洲法國香榭大道為設計藍圖，商店以精品服飾、茶</p>

	<p>藝咖啡、異國風味餐館、畫廊等。藉以營造有如歐洲常見的行人漫步文化街。</p> <p>空間性質：商業性質</p>
<p>C.南屯老街</p> 	<p>空間範圍：以天后宮為中心向外擴張（約至南屯路二段與惠德街）</p> <p>歷史脈絡：南屯老街指「犁頭店街」即今台中之南屯里，「犁頭店」之名乃是因為此地為因應農耕所需，街上開設許多製造牛犁與鋤頭等農具的打鐵店而來。此區是豐原至南投之間最早開發的地區；因此「犁頭店」堪稱是台中地區開發的源頭，也是台中市的文化發源地，素有「台中第一街」之譽。</p> <p>文化特色：此區以天后宮為民間信仰的中心向外發散，因而造就南屯老街存有豐富的有形與無形文化資源，如歷史性建築物、南屯溪（犁頭店溪）、字姓戲、踩街文化（穿山甲穴）、麻茅等。</p> <p>空間性質：商業性質/文化歷史宗教</p>
<p>D.東海藝術街</p> 	<p>空間範圍：東海藝術街，三百公尺</p> <p>歷史脈絡：此區於民國七十七年成立，位於原台中縣市交界處，龍井鄉新東村理想國社區和東海大學附近的國際街，是一個集人文、藝術景觀和社區意識的理想社區。</p> <p>文化特色：此區域稱之為「藝術街」乃受到藝術界、業界、民眾及媒體的熱烈關切，吸引許多年輕藝術創作著來此經營藝術事業，如雕刻、繪畫、陶瓷、手工藝、作家，藝術家並把創作品陳列在店中自售，藝術街不論其整體規劃的外觀造型，或聯合管理的企業經營模式，都為當地的商店、住家，乃至外來的參觀者，帶來不少的震</p>

	<p>撼與影響</p> <p>空間性質：藝術/商業</p>
<p>E.國美館綠園道</p> 	<p>空間範圍：位於國立美術館前綠園道五權西三街、五權西四街</p> <p>歷史脈絡：以美術館為起點而形成的城市綠帶步道空間，周邊以異國建築與特色餐廳為主，現今則與經國園道合稱為草悟道。</p> <p>文化特色：由國立美術館延伸的周邊綠園道，形成一個人文、藝術薈萃的商圈，美術園道商圈目前約有四十家商店，除以異國風味餐廳居多，另涵蓋服飾、精品、藝廊、傢飾等，形成獨樹一格的文化商圈。</p> <p>空間性質：藝術人文</p>
<p>F.草悟道</p> 	<p>空間範圍：從國立自然科學博物館、全國大飯店、勤美誠品綠園道、市民廣場、世華國際大樓（亞緻大飯店）、藝文空間</p> <p>歷史脈絡：草悟道計畫為省轄時期的臺中市政府都市發展處、建設處、交通處承辦的綠園道帶狀的都市空間架構之景觀設計案，因設計上有「行草悟道」的概念，故另有「草悟道」別稱。</p> <p>文化特色：台中市政府定義為藝文行草綠園道。根據書法的行草藝術，將綠園道打造出融入律動與韻律都會綠色空間，因其時活動特色、綠意氛圍與街廓上的城市獨特感，如同草書字體般的自然流暢，故以「草悟道」作為此段綠園道的通稱。</p> <p>空間性質：藝術人文</p>

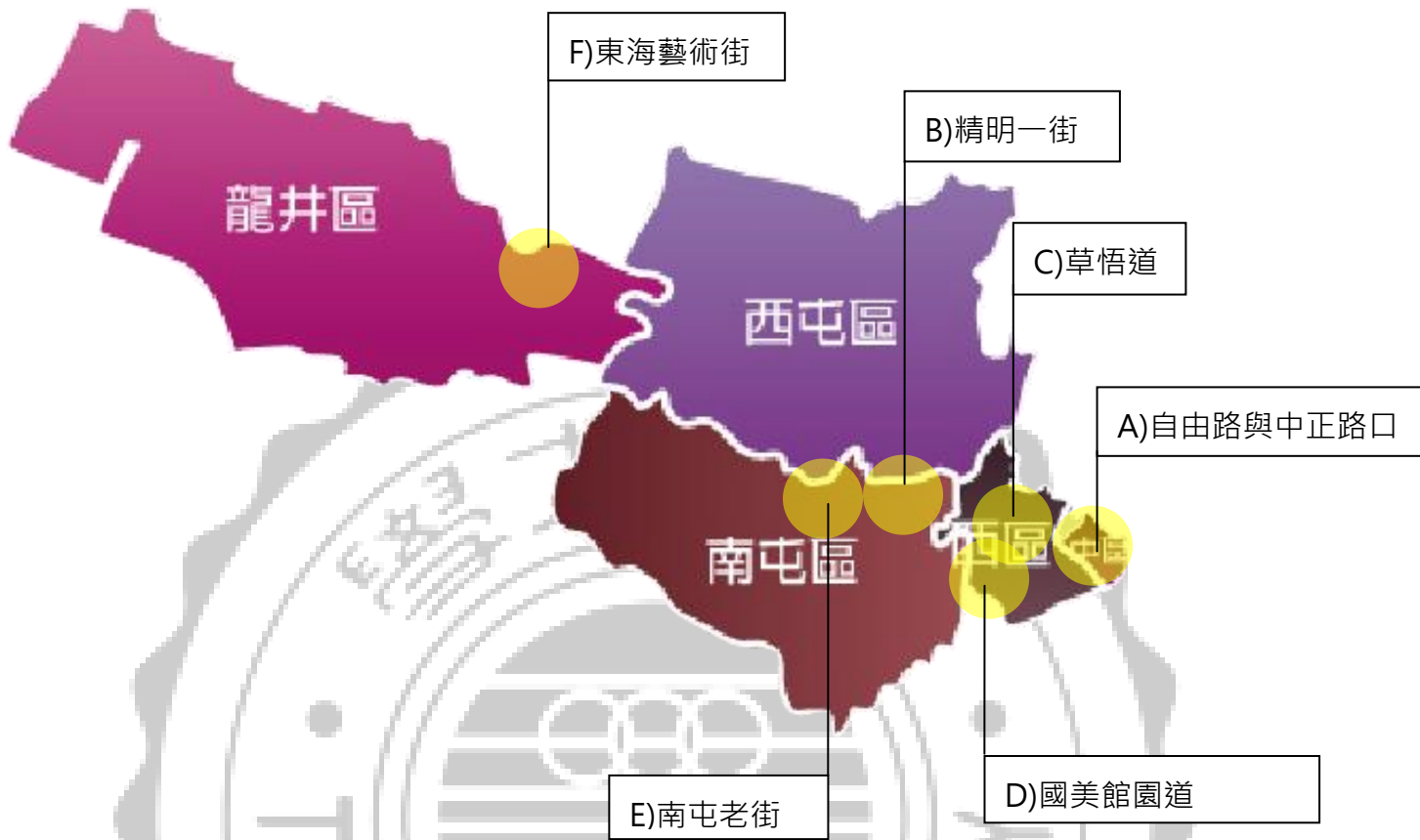


圖 3-2 研究區域分布圖

3-1-2 各研究場域之調查樣本說明

以前述六場域為對象，採同樣的拍攝角度與明亮度進行田野調查以取得後續評價構造研究用之調查樣本。樣本數量分別為：

A) 自由路中正路口：15 張；B) 精明一街：14 張；C)：草悟道：11 張；
D)：國美館園道：11 張；E)：南屯老街：12 張；F) 東海國際藝術街：18 張。

這些樣本包含個步行空間之公共設施以及整體環境，盡量排除研究者自身對步行空間之喜好設施與特殊設計規劃，以求研究的客觀性與可信度。

樣本內容及相關場域說明如下：

A) 自由路中正路口：

此場域步行空間之公共設施可見明顯的造型設計與圖案規劃，因此樣本蒐集時著重空間中的地磚、街燈以及街道兩側之店鋪立面與植栽之細部表現。例如：太陽花造型的街燈、彩繪圖案地磚、植栽容器等。

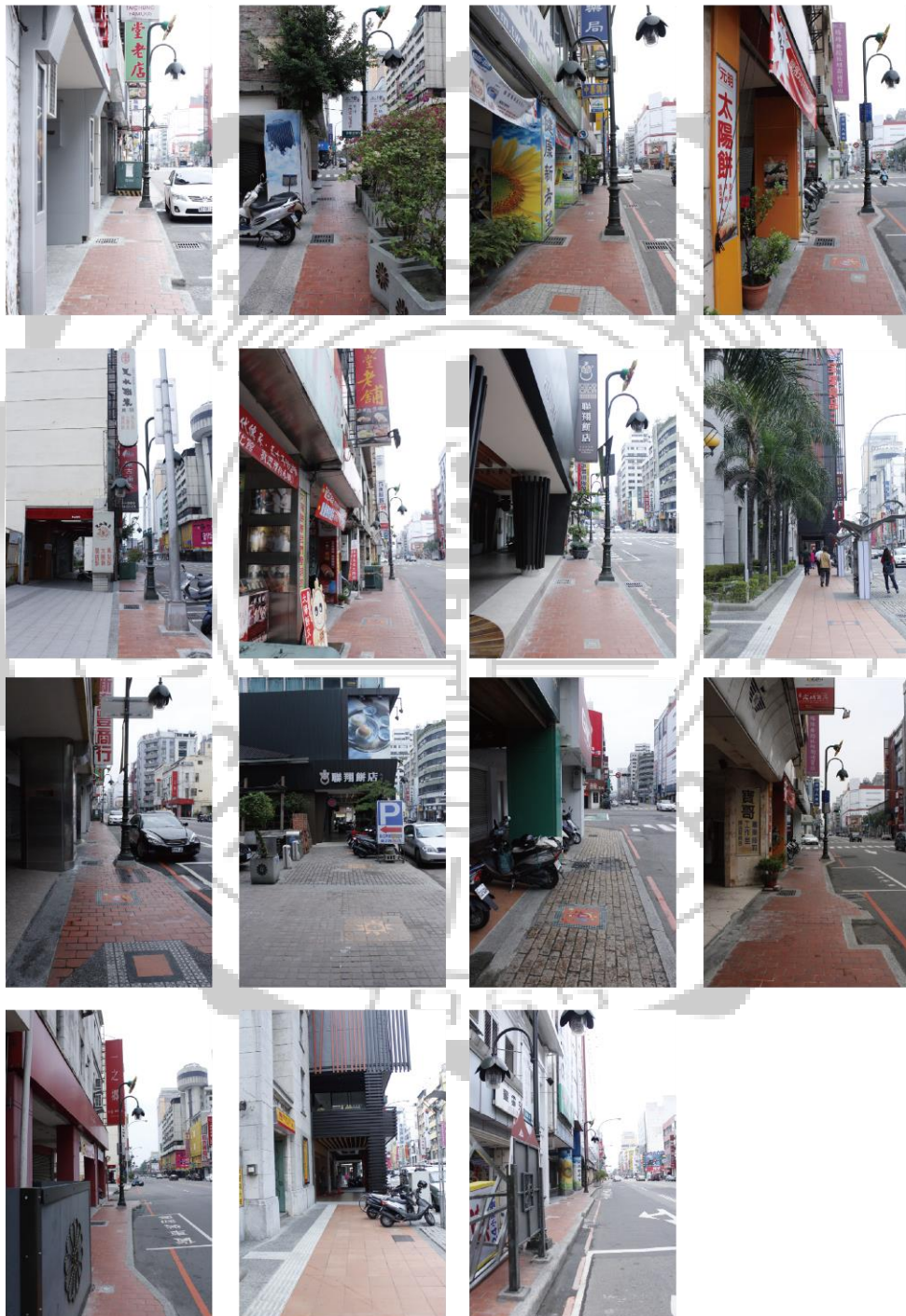


圖 3-3 樣本 A

B) 精明一街：

此場域為台中最早進行步行空間規劃的街區，其公共設施如公共座椅、街燈、地磚等經過特別規劃設計，因此，樣本蒐集上著重街道家具的表現形式，包含主招牌、植栽設施、公共座椅。

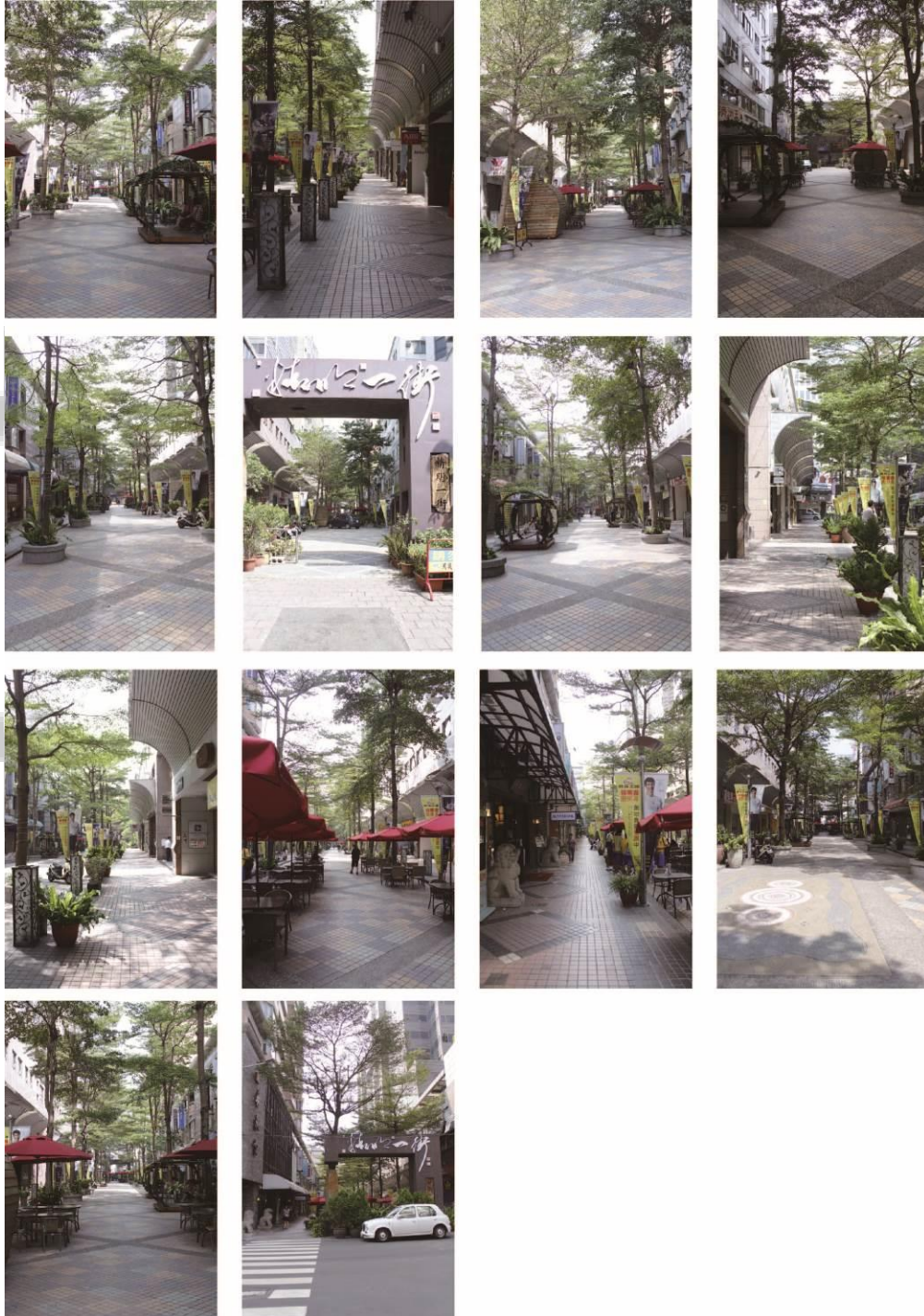


圖 3-4 樣本 B

C) 草悟道：

此場域的空間性質偏向休閒散步到，故樣本蒐集上著重於地磚、指標、路燈、植栽以及公共座椅等內容記錄。



圖 3-5 樣本 C

D) 國美館園道：

此場域之空間性質屬休閒散步到，打量植栽與公共藝術是此處較具特色的環境規劃，故樣本蒐集亦著重於這些物件觀察記錄。



圖 3-6 樣本 D

E) 南屯老街：

此場域以特色地磚、指標與周遭店舖立面與建築作為觀察記錄重點。傳統商店與信仰建築等古蹟建物為此場域有別於其他研究基地的空間特色。



圖 3-7 樣本 E

F) 東海國際藝術街：

此場域之地磚、指標、路燈、植栽、店舖立面及公共座椅等，都可見意圖性的規劃樣貌，尤其是藝文創作與特色手創商店為此區特色，故樣本蒐集著重於這些細部形式的觀察紀錄。



圖 3-8 樣本 F

3-2 觀看者 (行人) 之空間感性評價調查 : (評價構造法)

本結階段二依照評價構造法將訪談內容整理如下：

以下為本研究將各訪談者內容分類整理後已中位：原始理由、上位：抽象理由與下位：具體事項三者做各分類對照表。訪談者男、女各五位，共計十位。

3-2-1 訪談對象基本資料及結果概述

訪談者 1 (女) : 設計系學生，居住於台中第一步行空間「精明一街」商圈附近，經常性在步行空間中移動。熟悉步行區域的公共設施與演變。

表 3-2

原始理由	具體事項	抽象理由
地磚 5	環境整體	氛圍普通的
	機車多	雜亂的
	招牌多	簡單的
	小攤販多	不特別的
	造型	乾淨的
	排列 2	古色古香的
	顏色 2	整齊的
	平整的 2	乾淨的
	整齊的	雜亂的
	規劃一致	凹凸不平的
空間氛圍 3	排列 2	悠閒的
	顏色 2	有條理的
	空間大	舒服的 空曠的 清新的 特別的
建築	有廟宇	傳統的
	建築性質 有一致性 材質	有文化的 宗教的
植物	大自然	茂盛的
	空氣清新	自在的
公園	空間大	簡單的

訪談者 2 (女): 台中區域服務業人士, 生活於台中區域 5 - 6 年, 喜好於假日在步行空間行走、逛街、購物。熱愛步行空間的優閒氛圍。

表 3-3

原始理由	具體事項	抽象理由
地理位置	因為每次都吃東西 車很少 人行道上有樹 有椅子	好吃的 悠閒的 綠意盎然的
地點	商店性質 商品 去那邊的消費群 街道有設計過 有植栽 配色色調 裝飾一致性 不會雜亂	高級的 悠閒的 多元化的 寬敞的 舒適的 乾淨的 簡潔的
商品性質	有各式各樣的商品 建築風格 商品有質感 車很少 小路很多	多元化的選擇性多 藝術的 休閒的 複雜的
街道設施	圖案 題材 設施美觀 顏色搭配	涼亭很有特色 漂亮的 色彩繽紛的
同樣的商店	吃過 口耳相傳 店家 地區名產 太陽餅招牌 建材 有人排隊	好吃的 很香的 有名的 具代表性的
公共設施 空間	有樹像公園 居住環境便利 車少	車水馬龍的 健康的 適合居住的
地磚	建材 建築樣式 居民 車很少 街道裝飾	復古的 悠哉的 有人情味的
無文化意象的	看不出是哪裡 跟其他街道太相似	無代表性的 不熟悉 沒特色

訪談者 3 (女): 生活於台中，現職為畫室美術老師，對台中步行空間之藝術創作與設計有相關知識，對步行空間的使用極為頻繁。

表 3-4

原始理由	具體事項	抽象理由
樹很多	有植物 沒有車 明亮	舒適的 寬敞的 城市綠洲
地磚	地磚圖案 有綠洞的感覺 裝飾性設施	有藝術性 叫活潑 生命力的
名產小吃	招牌的顏色 造型 字體	當地文化特色 古早味的
擁擠感	停滿車 地磚斑泊 暗色	擁擠 危險 難走 老舊
招牌	招牌多 顏色過多 馬路小 電線	雜亂 繁華 五顏六色
建築	暖色系 有燈籠 地磚造型 建築	溫馨的 文化性的 古樸的 莊嚴的

訪談者 4 (女): 設計系學生, 長期居住於台中市, 對台中各區域步行空間均熟悉, 居住區域鄰近步行空間。對步行空間有做過相關性設計活動與探討。

(表 3-5)

原始理由	具體事項	抽象理由
地點區域	商店外觀布置	藝術的
	地磚	
	公共藝術設施	繽紛的
	公車亭	
	公共座椅	多彩的
	藝術商品	
	街道狹窄	充滿活力的
	宗教建築	
	建築物高度	崎嶇的
	沒有過多裝飾	
	商店	傳統的
	招牌	
	字型	單純的
	顏色	
	商品	老舊的
	太陽餅招牌	
	建材	可觀光的
有人排隊		
招牌多	商業化	
廣告多		
地磚有設計		
植栽種類		
區域植栽	植栽擺放位置	輕鬆的
	公共設施	
無文化意象的	景色重複	普通的
	人行道設計	大眾化
	鋼筋水泥多	冷漠的
	建築外觀	沒有生機
	電線桿太多	

訪談者 5 (女): 餐飲服務業人員, 於台中步行空間附近做餐飲服務業, 經常性於步行空間中走動, 對步行區域之商業行為特別熟悉。

(表 3-6)

原始理由	具體事項	抽象理由
地磚 4	樹比較多 設施的造型 旁邊的建築 有規劃的 地板圖形 4 很多招牌 顏色 3 地磚交錯 很規則 2 材質 2 比較平坦	比較現代感 感覺活潑 感覺不太一致 比較舊的感覺 特別分隔出來 寬敞的 空曠的 安定感 易碎的 清爽的 乾淨的 復古與現代感中間
商店招牌	版面設計 地磚的設置 不易車子行走 房子建築	複雜的 給人行走的 方便行人的 小小舊舊的

訪談者 6 (男): 熱愛於台中步行空間運動、跑步, 對步行空間之運動行為與公共環境有特別想法意見。

(表 3-7)

原始理由	具體事項	抽象理由
風格	造型 藝術裝置的造型 地磚 公車亭 顏色 圖案	童趣的 很藝術的
設計很自然不突兀	綠化 公共設施	文明感 單調的 簡約的
店家	地磚紋路圖案 記憶中的景色 鄉下的寺廟 有樹	純樸的 鄉土的
沒有文化的	店家 沒一致性	很普通 沒特色

訪談者 7 (男): 居住於台中市, 從事設計行業, 對台中區域步行空間與環境設計有部分研究與設計, 參與多次環境設計與鄉村再造活動。對環境設計議題有獨特看法。

(表 3-8)

原始理由	具體事項	抽象理由
地磚 2	一致性的 材質 風格 顏色 2 排列方式	俗氣的
步行空間	有樹 空間大 無遮蔽物 個人空間領域大	較自在的 需要遮陽的 舒適的 涼爽的
狹窄行街道	空間小 店家物品多	壓迫的 快速通行的
老舊街道	地磚顏色 沒有車 人車較少 不會停留 有多巷弄	俗氣的 較無壓迫感的 比較悠閒的 無聊的

訪談者 8 (男): 設計系學生, 對步行空間有進行多次設計研究與規劃, 參與過不同區域的步行空間研究經驗、色彩、公共設施規劃與設計。

(表 3-9)

原始理由	具體事項	抽象理由
地磚 4	顏色 5 排列 2 很常見到 不整齊	骯髒的 2 舊的 2 乾淨的 整齊的 現代的 俗氣的 不特別的 醜的 亂七八糟的
路燈	顏色 造型	醜的 不美觀的
路標	跟景色不搭 很突兀	突兀的
植栽 3	有樹蔭 2 植物不同種類	悠哉的 舒服的 涼爽的 2 亂的
建築	有燈籠 住家的距離近 舊建築 招牌 屋簷建築 建築排列 街道狹小 物件很多 造型不同	看起來舊的 復古的 有人情味的 遮陽 涼爽的 擁擠的 沒規劃的
公共藝術設施 2	排水孔有設計 顏色很亮	好看的 有流動感的 明顯的
有店面街道	商品 招牌	老店的
空間開闊	陰影	涼爽的 舒暢的 沒壓迫感
交叉路口	有凸出物	醒目的 明顯的 突兀的

訪談者 9 (男): 居住於台中市鬧區，經常性於步行空間行走或騎駛單車，對於步行空間的設計氛圍有獨特意見與想法。

(表 3-10)

原始理由	具體事項	抽象理由
地磚 6	形狀 3 顏色 5 大小 地磚形狀 (正方形) 表面不平 材質 2 整齊 排列方式 4	文化感 有歷史的 有整修過的 平整的 2 舒適的 好看的 特別的 花俏的 複雜的 老舊的 西方異國的 有規劃的 舒服的 高級的 古老的
植物 2	高度 2 占地面積 顏色 品種	大的 久的 涼爽的 高挑的 細長的
招牌 2	圖案多 形狀不一致 高度不一 顏色 字型	花俏的 不整齊的 很多的 老舊的
路燈 3 (路燈)	造型 3 燈光顏色	現代的 新的 2 有趣的 2
座椅	形狀 燈泡數量	古老的 花俏的
裝飾	造型	有趣的 特別的
建築 3	顏色 高度 2 外觀 4 材質	無聊的 很醜 矮建築 傳統的 有規劃的 高級的
公共設施 3	有在地文化意涵 產品類型 排列方式 材質 造型 2	文化感 熱鬧的 親切地 溫暖的 舒服的 漂亮的 整齊的 有趣的 新的

訪談者 10 (男): 居住台中市多年, 對台中區域步道空間有多次使用經驗, 並熟悉個步行空間情況與規劃。

(表 3-11)

原始理由	具體事項	抽象理由
地磚 4	地磚排列 線條波浪狀 有規律的曲線 材質 植物圖案	柔和的 有趣的 舒適的 獨特的 舒服的 浪漫的 放鬆的
街燈	街燈造型	設計感的 親和力的
招牌	有機造型	可愛的 連續性的
路標	形狀	特別的
公共座椅	造型	獨特的
公共藝術	造型獨特 平常看不到 形狀	新奇的 有設計感的 繽紛的 特別的 2
街道設施	形狀	舒適的 特別的 放鬆的
植栽	數木枝葉旺盛 陰涼	舒服的 悠閒的 放鬆的
建築	建築物造型	很棒的 有國外的感覺 異國情調 浪漫的
很平淡	地磚髒亂 凹凸不平	普普通通

3-2-2 評價構造法實施結果

EGM 上位詞彙收斂

將評價構造法訪談後結果進行詞彙收斂，首先刪除語彙數量 2 以下之形容詞語彙，剩餘形容詞語彙數量為 38 組（圖 3-8），研究者藉由此 38 組語彙進行合併彙整，最後剩餘語彙 13 組。以此 13 組語彙內容分為五大項目：（1）有現代設計感明顯特別且美觀好看的、（2）有親切人情味與復古懷舊的、（3）綠意盎然有生命力與活潑有趣的、（4）多元繽紛有文化藝術性的以及（5）良好的空間氛圍感覺。

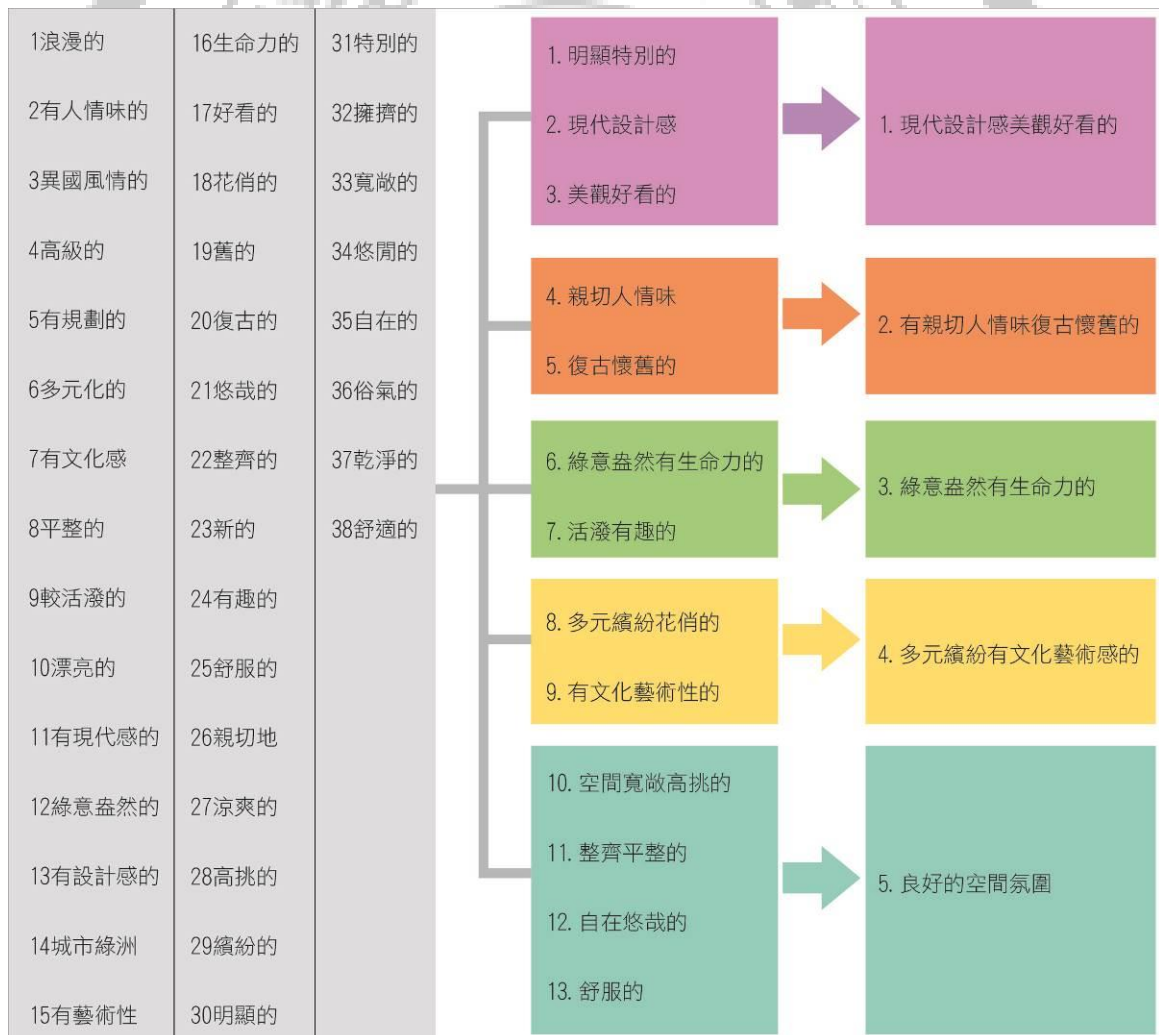


圖 3-9 上位詞彙收斂

EGM 中位詞彙收斂

初步統計在中位詞彙上共計 20 組，以類別項目劃分成十類 (圖 3-9)：公共設施、區域空間、建築招牌與店家及商品風格。

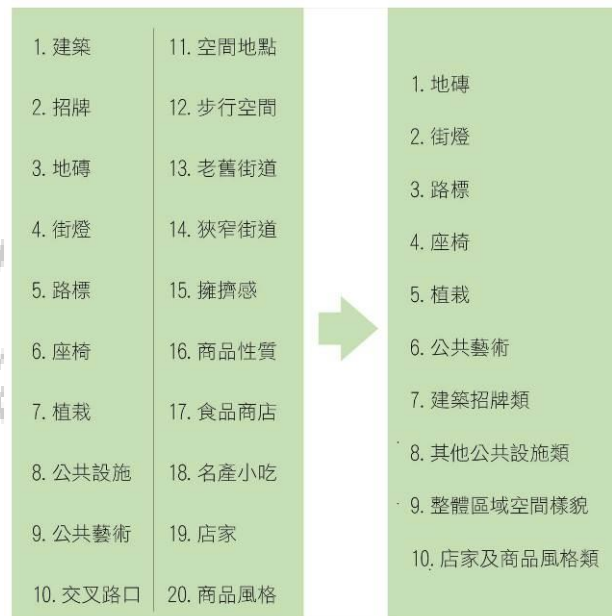


圖 3-10 中位詞彙收斂表

EGM 下位詞彙收斂

為了探究出受訪者提出街道空間正向印象之上位形容詞語彙的主要影響因素或理由為何，故先行刪除負面印象之下位 (具象) 語彙，並合併相同語彙整理收斂後得出最後 48 組下位 (具象) 語彙。收斂後內容如下圖。

訪談時各訪談者的下位語彙收斂如下：

1.整齊平整的	11.平常不易看到	21.設施美觀	31.地磚	41.建築距離接近
2.公共街道裝飾	12.有綠樹	22.居住環境便利	32.商店性質	42.招牌高度
3.風格	13.高聳植栽	23.排水孔有設計	33.店面裝潢	44.3.版面設計
4.排列方式	14.植栽擺放位置	24.有文化意涵	34.裝飾一致性	44.多巷弄
5.圖案	15.佔地面積	25.設施功能類型	35.公共藝術設施	45.有人排隊
6.造型	16.空間明亮	26.車輛較少	36.公共座椅	46.商品特色
7.顏色	17.樹木枝葉旺盛	27.有豐富植栽	37.建築物高度	47.招牌內容
8.材質	18.空氣清新	28.招牌字型	38.建築一致性	48.建築風格
9.字型	19.品種	29.商品	39.有燈籠	
10.可供休憩	20.有樹蔭	30.公車亭	40.可遮陽	

圖 3-11 下位詞彙收斂表

3-3 問卷設計與發放：(數量化一類)

本階段以先前之評價構造法調查出的正面抽象與正面具象語彙製作成問卷，問卷內容以魅力因素的程度評價與影響魅力因素的理由請受測者進行單選題方式的勾選。

希冀藉由量化問卷形式，從較廣泛的族群受訪者意見中統計出影響台中步行空間區域的魅力因素及理由，以此客觀調查結果研擬出具文化特色之步行空間設計規範的準則與參考。

3-3-1 問卷設計

本研究問卷內容共分兩大類，第一類為受訪者屬性調查，第二部分則為魅力因子調查，包含程度評價問題與魅力影響因子兩大題型。

受訪者屬性調查部分，是為了掌握受訪者能盡可能涵蓋各年齡不同性別族群，不會導致受測族群樣本偏頗。而魅力因子調查部分之問題範例說明如下圖凸

圖 3-12 問卷範例 (1):

2.魅力因素

● 對於台中街道步行空間，您覺得下列何者對於城市街道印象，最能夠表現出現代設計感、明顯特別且美觀好看的程度高低？（請依注重的程度勾選選項）

	高	5	4	3	2	1	低
地磚-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
街燈-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
路標-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
座椅-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
植栽-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
公共藝術-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
其他公共設施 (ex:戶外咖啡座椅、地板照明)-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
整體區域空間樣貌-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

圖 3-13 問卷範例 (2)

此問題主要為了解受訪者對於具「現代設計感、明顯特別且美觀好看」的台中步行空間影響因子程度比較。而根據程度統計加總後的權重計算後，將會影響後續理由的重要程度排名。另一個問向則是究先行空間中的地磚、街燈、路標、座椅等各項公共設施請受測者勾選出影響其外觀風格表現的因素或性質：

對於台中街道步行空間，認為最能夠表現現代設計感、明顯特別且美觀好看的，應該具有下列哪一些特性？（各選項請擇一勾選）

- | | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| 一、地磚 | 六、植栽 | 八、整體區域空間樣貌 |
| <input type="checkbox"/> (1) 整齊平整的 | <input type="checkbox"/> (1)有綠樹 | <input type="checkbox"/> (1)有豐富的植栽 |
| <input type="checkbox"/> (2) 公共街道裝飾 | <input type="checkbox"/> (2)高聳植栽 | <input type="checkbox"/> (2)顏色 |
| <input type="checkbox"/> (3) 風格 | <input type="checkbox"/> (3)造型 | <input type="checkbox"/> (3)材質 |
| <input type="checkbox"/> (4) 排列方式 | <input type="checkbox"/> (4)顏色 | <input type="checkbox"/> (4)招牌字型 |
| <input type="checkbox"/> (5) 圖案 | <input type="checkbox"/> (5)可供休憩 | <input type="checkbox"/> (5)商品 |
| <input type="checkbox"/> (6) 造型 | <input type="checkbox"/> (6)植栽擺放位置 | <input type="checkbox"/> (6)有樹蔭 |
| <input type="checkbox"/> (7) 顏色 | <input type="checkbox"/> (7)占地面積 | <input type="checkbox"/> (7)公車亭 |
| <input type="checkbox"/> (8) 材質 | <input type="checkbox"/> (8)空間明亮 | <input type="checkbox"/> (8)地磚 |
| 二、街燈 | <input type="checkbox"/> (9)樹木枝葉旺盛 | <input type="checkbox"/> (9)商店性質 |
| <input type="checkbox"/> (1)造型 | <input type="checkbox"/> (10)空氣清新 | <input type="checkbox"/> (10)店面裝潢 |
| <input type="checkbox"/> (2)顏色 | <input type="checkbox"/> (11)品種 | <input type="checkbox"/> (11)裝飾一致性 |
| 三、路標 | <input type="checkbox"/> (12)有樹蔭 | <input type="checkbox"/> (12)公共藝術設施 |
| <input type="checkbox"/> (1)字型 | 七、其他公共設施 | <input type="checkbox"/> (13)公共座椅 |
| <input type="checkbox"/> (2)顏色 | <input type="checkbox"/> (1)風格 | <input type="checkbox"/> (14) 建築物高度 |
| <input type="checkbox"/> (3)造型 | <input type="checkbox"/> (2)排列方式 | |
| 四、座椅 | <input type="checkbox"/> (3)設施美觀 | |
| <input type="checkbox"/> (1)造型 | <input type="checkbox"/> (4)居住環境便利 | |
| <input type="checkbox"/> (2)可供休憩 | <input type="checkbox"/> (5)排水孔有設計 | |
| 五、公共藝術 | <input type="checkbox"/> (6)有文化意涵 | |
| <input type="checkbox"/> (1)造型 | <input type="checkbox"/> (7)設施功能類型 | |
| <input type="checkbox"/> (2)平常不容易看到 | <input type="checkbox"/> (8)減少車輛 | |
| | <input type="checkbox"/> (9)圖案 | |
| | <input type="checkbox"/> (10)造型 | |
| | <input type="checkbox"/> (11)顏色 | |
| | <input type="checkbox"/> (12)材質 | |

研究者以上述問卷形式進行問卷發放，共發放 100 份，實際回收 98 份，有效問卷為 96 份，問卷發放以一般大眾為對象，不設限年齡、性別，但須滿足為居住於台中區域一年以上之居民，發放地點以台中步行空間為主要場域，另外也提供網路問卷同時進行，對象同樣為居住台中一年以上之居民。



第四章 影響城市文化意象之空間要素分析

本研究採用質化與量化兩種方式來確立研究效度，藉由質性的評價構造法所篩選出的條件與形容詞語彙為依據，以量化問卷來驗證，根據數量化一類統計分析後可探討出，目前街道空間中缺乏文化意象的原因，以及針對理想化街道空間的形式與未來規劃的注意事項。

4-1 缺乏文化意象的因子分析

本研究之空間平價問卷共發放 110 份，實際回收 98 份，有效問卷為 96 份。針對問卷統計結果，本節將先根據「缺乏文化意象」的部分進行分析，以作為其他文化意象相關因素之比較依據，比較街道空間之文化意象呈現方式，意探討受測者感受的相關性及影響，分析結果將作為後續論述街道空間形式與規劃設計準則之基礎。

根據問卷問題「缺乏文化意象」的獨立變數共有六項，分別是：「沒特色」、「無代表性」、「對街道陌生」、「普通大眾化的」、「沒有生機的」以及「冷漠的」。而藉由問卷中的程度評價部分（表 x）以加權平均來做權重計算後得知，台中步行空間街道對於缺乏文化意象的主要理由為「無代表性」其後續依重要性排序為「沒特色」、「對街道陌生」、「普通大眾化」、「沒有生機」及「冷漠的」。

表 4-1

排序	獨立變數	項目	類目數
2	沒特色	X1	8
1	無代表性	X2	8
3	對街道陌生	X3	8
4	普通大眾化的	X4	8
6	冷漠的	X4	8
5	沒有生機的	X5	8

以下進一步分析各項目與類目得點後之數據關係：

根據統計數據可看出受訪者認為在街道空間缺乏文化意象中的「沒特色」部分以「店家裝潢」為主要原因，其次則為「沒有一致性」、「建築外觀」及「人行道缺乏設計」等項目。而對於沒特色的負向類目得點，此部分則為「看不出是哪裡」為負數的最大值。

由項目一可知在「沒特色」的獨立變數上「店家裝潢」為重要因素，而至於受訪者對於是否知道街道空間所屬的區域位置則並不是很重要的影響因素。

沒特色 (X1)

表 4-2

項目	類目	類目得點	偏相關係數
店家裝潢	1	0.717903708	0.482584309
沒有一致性	2	0.464324469	
看不出是哪裡	3	-0.775393993	
街道太相似	4	-0.110038894	
景色重複	5	-0.491012456	
人行道缺乏設計	6	0.138555641	
建築外觀	7	0.236738304	
公共設施雜亂	8	-0.06849815	

在項目二，「無代表性」上則為「看不出是哪裡」為主要影響因子，其次依序則為「店家裝潢」、「沒有一致性」與「人行道缺乏設計」等。其中此項目的負數類目得點的最大值為：「公共設施雜亂」，其餘依序則為「景色重複」與「建築外觀」...等。

由項目二則得知對於街道空間的「無代表性」上，空間使用者認為，能否得知此區域空間是哪裡較為重要，對於「公共設施的雜亂」並不是影響街道空間「無代表性」的原因。

無代表性 (X2) 表 4-3

項目	類目	類目得點	偏相關係數
店家裝潢	1	0.451387681	0.523723447
沒有一致性	2	0.260188152	
看不出是哪裡	3	0.464042374	
街道太相似	4	-0.021669458	
景色重複	5	-0.528557006	
人行道缺乏設計	6	0.026087545	
建築外觀	7	-0.447534541	
公共設施雜亂	8	-0.884772136	

項目三：「對街道很陌生」的主要原因為「店家裝潢」，後續影響程度排序則為：「沒有一致性」與「建築外觀」。此項負數類目得點最大值則為：「街道空間太相似」、「人行道缺乏設計」與「景色重複」.....等。

由項目三可知街道空間中的「店家裝潢」為對街道感到陌生的主要影響，且應避免產生街道空間太相似的設計規劃。

對街道很陌生 (X3) 表 4-4

項目	類目	類目得點	偏相關係數
店家裝潢	1	1.161277571	0.436172427
沒有一致性	2	0.845340963	
看不出是哪裡	3	0.14753488	
街道太相似	4	-0.409623172	
景色重複	5	-0.113574794	
人行道缺乏設計	6	-0.260518601	
建築外觀	7	0.314033076	
公共設施雜亂	8	-0.049170934	

在項目四，認為街道空間過於「普通大眾化」的主要因為「景色重複」，後續影響程度排序為：「沒有一致性」、「街道太相似」、「建築外觀」及「公共設施雜亂」。此項目負數類目得點最大值與程度排序則為：「人行道缺乏設計」、「店家裝潢」與「看不出是哪裡」。

從上述分析結果可推論，避免街道空間過於普通大眾化的方法則應該以人行道之設計與店家裝潢等項目進行規劃，並以表現出此區域的特色為重點考量，以免與其他地區重複而失去獨特性。

普通大眾化 (X4) 表 4-5

項目	類目	類目得點	偏相關係數
店家裝潢	1	-0.204118563	0.402725706
沒有一致性	2	0.267734746	
看不出是哪裡	3	-0.052557017	
街道太相似	4	0.178598661	
景色重複	5	0.31933198	
人行道缺乏設計	6	-0.57105464	
建築外觀	7	0.092317861	
公共設施雜亂	8	0.087209922	

在項目五，認為街道空間過於「冷漠的」主要因為「街道太相似」，後續影響程度排序為：「沒有一致性」、「景色重複」、「看不出是哪裡」及「建築外觀」。此項目負數類目得點最大值與程度排序則為：「店家裝潢」與「人行道缺乏設計」。

由上述結果，若要改善台中步行街道空間過於冷漠的空間印象可能可運用步行街道中的「店家裝潢」與「人行道設計」規劃凸顯街道的特色，以避免一致化的風貌帶來冷漠疏離的觀感。

冷漠的 (X5) 表 4-6

項目	類目	類目得點	偏相關係數
店家裝潢	1	-0.468395218	0.332741774
沒有一致性	2	0.343631861	
看不出是哪裡	3	0.073112964	
街道太相似	4	0.615298168	
景色重複	5	0.129948338	
人行道缺乏設計	6	-0.15519436	

建築外觀	7	0.036811062
公共設施雜亂	8	0.02455896

在項目六，認為街道空間過於「沒有生機」的主要因為「沒有一致性」，後續影響程度排序為：「人行道缺乏設計」、「建築外觀」。此項目負數類目得點最大值與程度排序則為：「街道太相似」、「景色重複」、「公共設施雜亂」與「店家裝潢」。

第六項「缺乏生機」的主要因為對街道空間中的整體設計規劃上並沒有一致性，而改善此影響之方法則應以避免街道空間與其他場域空間「過於相似」與「景色重複」。

沒有生機 (X6)

表 4-7

項目	類目	類目得點	偏相關係數
店家裝潢	1	-0.185367684	0.36364694
沒有一致性	2	0.533741491	
看不出是哪裡	3	-0.06153244	
街道太相似	4	-0.443409982	
景色重複	5	-0.377465349	
人行道缺乏設計	6	0.379371711	
建築外觀	7	0.092449492	
公共設施雜亂	8	-0.200720769	

常數項 3.526041667

複相關係數 = 0.684312292984859

決定係數 (重相關係數的平方) = 0.468283314330195

由上述整理後可歸納出小結：

上述六項所探討得出現今台中步行空間對各項負面項目的影響與呈現方式，藉由清楚了解目前現狀並在日後街道空間的改建或修繕上能夠以此為修改契機並減少影響街道空間的負面感覺。

4-2 具正向評價之街道因子分析

本節將以評價構造法所整理出的最後五項街道空間感覺語彙進行數量化一類演算，針對擁有「現代設計感的」、「有親切感的」、「綠意盎然有生機的」、「多

元繽紛有文化藝術感的」及「良好空間氛圍的」街道空間感覺方向敘述其影響與表現形式之統計結果，在獨立變數的項目上依重要程度排序前四項部分進一部詳細說明如下。

4-2-1 「現代設計感的」因子分析

根據偏相關係數數值高低所排列出的前四項重要程度分別為：「**整體區域空間樣貌**」、「**其他公共設施**」、「**座椅**」及「**植栽**」。而各項目中之類目得點，即呈現方式的重要因素則分別為，「**整體區域空間樣貌**」中的「**招牌字型**」、「**其他公共設施**」中的「**顏色**」、「**座椅**」的「**造型**」與「**植栽**」需要「**有樹蔭**」為能夠表現出或影響街道空間使用者產生「**現代設計感**」的重要呈現方式。調查發現，整體區域空間中招牌的字型影響街道空間是否有「**現代設計感**」為主要關鍵，而對於街道空間中的其他公共設施則認為其顏色是影響的要素，而座椅的造型也影響此種感覺的重點，在植栽上，人們普遍認為有樹蔭為重要的，因此可推論，街道空間中的植栽若需呈現「**現代設計感**」時，考慮增加自然形成的光影效果，可能是表現現代設計感的可運用手法之一。

數量化 I 類 現代設計感的

有效樣本數：96

從屬變數：Y

重要度排序	獨立變數：	項目	類目數	偏相關係數
5	地磚	X1	8	0.387171112
7	街燈	X2	2	0.204336082
6	路標	X3	3	0.375371443
3	座椅	X4	2	0.487821591
8	公共藝術	X5	2	0.163751158
4	植栽	X6	12	0.471562071
2	其他公共設施	X7	11	0.523150475
1	整體區域空間樣貌	X8	12	0.570423758

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
Y	1	0.256336	0.237018	0.532246	0.409772	0.118923	0.173294	0.199290	0.279592
X1	0.25634	1	0.199559	0.107094	0.039578	0.016274	-0.08271	-0.06790	-0.03518
X2	0.23702	0.199559	1	0.244663	0.119390	-0.05315	-0.04871	0.119743	-0.18492
X3	0.53225	0.107094	0.244663	1	0.433013	0.047701	-0.06081	0.016866	0.098343
X4	0.40977	0.039578	0.119390	0.433013	1	0.004936	-0.06176	-0.07096	-0.14286
X5	0.11892	0.016274	-0.05315	0.047701	0.004936	1	0.093543	-0.08255	0.024225
X6	0.17329	-0.08271	-0.04871	-0.06081	-0.06176	0.093543	1	-0.16567	-0.06047
X7	0.19929	-0.06790	0.119743	0.016866	-0.07096	-0.08255	-0.16567	1	-0.22040
X8	0.27959	-0.03518	-0.18492	0.098343	-0.14286	0.024225	-0.06047	-0.22040	1

*****標準化分數*****

地磚 (X1)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
整齊平整的	1	0.099075982	0.387171112
公共街道裝飾	2	-0.467315425	
風格	3	0.161718333	
排列方式	4	0.111600833	
圖案	5	-0.535939893	
造型	6	-0.159798489	
顏色	7	-0.156954718	
材質	8	-0.184989366	

街燈 (X2)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	0.040916471	0.204336082
顏色	2	-0.286415299	

路標 (X3)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
字型	1	-0.077606198	0.375371443
顏色	2	-0.472132108	
造型	3	0.148010352	

座椅 (X4)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	0.266542478	0.487821591
可供休憩	2	-0.357556983	

公共藝術 (X5)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	-0.049103765	0.163751158
平常不易見到	2	0.132202443	

植栽 (X6)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
有綠樹	1	-0.016662025	0.471562071
高聳植栽	2	-0.581269299	
造型	3	0.254281018	
顏色	4	-0.043603033	
可供休憩	5	0.21990631	
植栽擺放位置	6	-0.247130869	
占地面積	7	-0.086682505	
空間明亮	8	-0.199296441	
樹木枝葉旺盛	9	0.298393947	
空氣清新	10	-0.34518562	
品種	11	-0.074358039	
有樹蔭	12	0.495724971	

其他公共設施 (X7)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
風格	1	-0.155615915	0.523150475
排列方式	2	0.518608291	
設施美觀	3	0.204938341	
居住環境便利	4	-0.000820746	
有文化意涵	5	-0.118408912	
設施功能類型	6	0.303801975	
減少車輛	7	0.11848527	
圖案	8	-0.940320996	
造型	9	0.054091042	
顏色	10	0.861421604	
材質	11	-2.13331349	

整體區域空間樣貌 (X8)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
有豐富植栽	1	0.033276427	0.570423758
顏色	2	-1.175706221	
材質	3	-0.10461806	
招牌字型	4	1.344158416	
有樹蔭	5	0.486690283	
公車亭設計	6	0.129236454	
地磚	7	-0.950624787	
商店性質	8	0.626054216	
店面裝潢	9	-0.044315415	

裝飾一致性	10	0.193051659
公共藝術設施	11	-0.21597699
建築物高度	12	0.399855558
常數項	3.559895833	
複相關係數	= 0.813658849814411	
決定係數 (重相關係數的平方)	= 0.662040723881311	

4-2-2 「親切人情味的」因子分析

以下根據有「親切人情味的」偏相關係數依照數值高低所排列出的前四項重要程度分別為：「其他公共設施」、「建築及招牌」、「地磚」及「植栽」。而各項目中之類目得點，即能夠表現出或影響街道空間使用者產生「親切人情味」的重要因素則分別為：「其他公共設施」中的「圖案」、「建築及招牌」中的「版面設計」、「地磚」的「造型」與「植栽」的「佔地面積」。由上述可知，在街道空間設計規劃上，若要讓街道呈現親切人情味的感覺時，主要的考量項目為其他公共設施(ex：露天咖啡座椅、地燈、情境照明.....等)之「圖案」，較容易影響人建立認同產生親切人情味的感覺。另外，建築招牌的版面設計與地磚的造型也是影響此種感覺的重要因素，最後對於植栽的佔地面積也是規劃親切人情味的街道時必要的考量條件。

數量化 I 類 親切人情味的

有效樣本數：96 從屬變數：Y

重要程度排序	獨立變數：	項目	類目數	偏相關係數
3	地磚	X1	8	0.598592081
8	街燈	X2	2	0.028688231
7	路標	X3	3	0.21854757
6	座椅	X4	2	0.229306971
9	公共藝術	X5	2	0.010001582
4	植栽	X6	12	0.568049459
1	其他公共設施	X7	12	0.690134446
5	整體區域空間樣貌	X8	14	0.552260834
2	建築及招牌	X9	12	0.672808967

相關係數行列										
	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
Y	1	0.06294	0.31375	0.10058	0.38368	-0.1233	0.1748	0.3647	0.44895	0.46088
X1	0.06294	1	-0.1096	-0.303	-0.0404	0.14969	-0.2072	-0.2725	-0.1403	-0.1085
X2	0.31375	-0.1096	1	-0.1048	0.47509	-0.1624	0.16472	0.13924	0.28248	0.10431
X3	0.10058	-0.303	-0.1048	1	-0.0839	-0.1108	0.00132	0.0754	0.10017	0.0993
X4	0.38368	-0.0404	0.47509	-0.0839	1	-0.2082	0.08811	0.09073	0.30778	0.14365
X5	-0.1233	0.14969	-0.1624	-0.1108	-0.2082	1	-0.1897	-0.045	-0.1064	-0.0243
X6	0.1748	-0.2072	0.16472	0.00132	0.08811	-0.1897	1	-0.2017	0.07916	-0.1251
X7	0.3647	-0.2725	0.13924	0.0754	0.09073	-0.045	-0.2017	1	0.0049	0.00701
X8	0.44895	-0.1403	0.28248	0.10017	0.30778	-0.1064	0.07916	0.0049	1	0.11151
X9	0.46088	-0.1085	0.10431	0.0993	0.14365	-0.0243	-0.1251	0.00701	0.11151	1

標準化分數***

地磚 (X1)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
整齊平整的	1	-0.242141055	0.598592081
公共街道裝飾	2	-0.12921689	
風格	3	-0.113788927	
排列方式	4	-0.164398715	
圖案	5	0.125514948	
造型	6	0.714774876	
顏色	7	0.593448694	
材質	8	-0.404422737	

街燈 (X2)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	0.010681423	0.028688231
顏色	2	-0.018616194	

路標 (X3)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
字型	1	0.20956607	0.21854757
顏色	2	-0.007315067	
造型	3	-0.062587898	

座椅 (X4)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	0.095661944	0.229306971
可供休憩	2	-0.13981361	

公共藝術 (X5)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
----	----	------	-------

造型	1	-0.002514579	0.010001582
平常不易看到	2	0.007543736	

植栽 (X6)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
有綠樹	1	-0.475503045	0.568049459
高聳植栽	2	-2.109003419	
造型	3	0.204284722	
顏色	4	-0.152992234	
可供休憩	5	-0.057544208	
植栽擺放位置	6	0.300222923	
占地面積	7	0.624590606	
空間明亮	8	-0.104157145	
樹木枝葉旺盛	9	0.112159618	
空氣清新	10	-0.594017063	
品種	11	0.087843193	
有樹蔭	12	0.074755914	

其他公共設施 (X7)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
風格	1	0.257163697	0.690134446
排列方式	2	0.058885734	
設施美觀	3	0.066926743	
居住環境便利	4	0.294421122	
排水孔有設計	5	-0.991238854	
文化意涵	6	0.156003651	
設施類型	7	-1.013608331	
減少車輛	8	0.056541212	
圖案	9	0.972604001	
造型	10	-0.760609471	
顏色	11	0.140475514	
材質	12	0.59943366	

整體區域空間樣貌 (X8)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
有豐富植栽	1	-0.114771804	0.552260834
顏色	2	-0.819531723	
材質	3	-0.390375847	
招牌字型	4	0.098845123	
商品	5	0.062088506	
有樹蔭	6	0.102430513	
公車亭設計	7	-0.792459487	
地磚	8	0.008581648	
商店性質	9	0.058961891	
店面裝潢	10	0.352947155	
裝飾一致性	11	0.022002673	

公共藝術設施	12	0.169430292
公共座椅	13	-0.451380523
建築物高度	14	-0.629063021

建築及招牌 (X9)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
一致性	1	0.09033014	0.672808967
有燈籠	2	-0.337260407	
遮陽	3	-0.47175338	
招牌字型	4	0.078235689	
房子距離很近	5	-0.078701996	
豐富的植栽	6	0.165776485	
建築性質	7	-0.026057954	
圖案	8	-0.049115099	
造型	9	-0.466051545	
顏色	10	-0.913365341	
材質	11	0.443536314	
版面設計	12	0.669323199	

常數項 3.484953704

複相關係數 = 0.862814868128508

決定係數 (重相關係數的平方) = 0.744449496663615

4-2-3 「綠意盎然有生機的」因子分析

根據偏相關係數數值高低所排列出的前四項重要程度分別為：「植栽」、「其他公共設施」、「地磚」及「建築及招牌」。而各項目中之類目得點，即呈現方式的重要因素則分別為，「植栽」中「有綠樹」、「其他公共設施中」讓「環境便利」、「地磚」的「顏色」以及「建築招牌」上的「圖案」為最能夠表現出或影響街道空間使用者產生「綠意盎然有生機感」的因素。

數量化 I 類 綠意盎然有生機的

有效樣本數：96 從屬變數：Y

重要程度排序	獨立變數	項目	類目數	偏相關係數
3	地磚	X1	8	0.437853642
6	街燈	X2	2	0.311835232
7	路標	X3	3	0.108185424
8	座椅	X4	2	0.108185424
5	公共藝術	X5	2	0.346274178

1	植栽	X6	12	0.592620369
2	其他公共設施	X7	12	0.487332577
4	建築及招牌	X8	11	0.381435048

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
Y	1	0.11273	0.14354	0.01125	0.19149	0.29339	0.42163	0.11365	0.24698
X1	0.11273	1	-0.0931	0.05796	0.05296	-0.0193	-0.0274	-0.2645	-0.375
X2	0.14354	-0.0931	1	-0.4247	0.13574	-0.0592	0.0365	-0.11	-0.021
X3	0.01125	0.05796	-0.4247	1	0.10278	0.02067	0.08484	-0.1396	0.07346
X4	0.19149	0.05296	0.13574	0.10278	1	0.41861	-0.0179	-0.0766	0.11174
X5	0.29339	-0.0193	-0.0592	0.02067	0.41861	1	0.0039	-0.0584	0.14596
X6	0.42163	-0.0274	0.0365	0.08484	-0.0179	0.0039	1	-0.3166	0.04021
X7	0.11365	-0.2645	-0.11	-0.1396	-0.0766	-0.0584	-0.3166	1	0.02693
X8	0.24698	-0.375	-0.021	0.07346	0.11174	0.14596	0.04021	0.02693	1

*****標準化分數*****

地磚 (X1)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
整齊平整的	1	-0.316072064	0.437853642
公共街道裝飾	2	-0.627833141	
風格	3	-0.194817668	
排列方式	4	0.000857588	
圖案	5	0.078572652	
造型	6	0.068344674	
顏色	7	0.403833787	
材質	8	0.021690831	

街燈 (X2)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	-0.202813707	0.311835232
顏色	2	0.211444077	

路標 (X3)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
字型	1	-0.058599511	0.108185424
顏色	2	-0.055164724	
造型	3	0.081594152	

座椅 (X4)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	0.008322542	0.017787621
可供休憩	2	-0.014505001	

公共藝術 (X5)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	0.142938782	0.346274178
平常不易看到	2	-0.347137043	

植栽 (X6)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
有綠樹	1	0.089833166	0.592620369
高聳植栽	2	-0.05559015	
造型	3	0.558324019	
顏色	4	0.428482035	
可供休憩	5	-1.399615358	
植栽擺放位置	6	0.083746177	
占地面積	7	0.025044363	
空間明亮	8	-0.547207638	
樹木枝葉旺盛	9	0.164452061	
空氣清新	10	-0.070855941	
品種	11	0.587188449	
有樹蔭	12	-0.047793648	

其他公共設施 (X7)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
風格	1	0.031377029	0.487332577
排列方式	2	0.319356673	
設施美觀	3	0.14285015	
居住環境便利	4	0.50934889	
排水孔有設計	5	0.458865856	
文化意涵	6	0.488015923	
設施類型	7	-0.37073643	
街道位置	8	-0.632187254	
減少車輛	9	-0.209971668	
圖案	10	-0.178622568	
造型	11	-0.354828853	
顏色	12	-0.649762252	

建築及招牌 (X8)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
一致性	1	0.123884286	0.381435048
有燈籠	2	-0.020913354	
遮陽	3	-0.450758532	
招牌字型	4	-0.527853245	
豐富的植栽	5	0.014195721	
建築性質	6	0.054763573	
圖案	7	0.268552533	
造型	8	0.249158742	

顏色	9	-0.633343764
材質	10	-0.975345037
版面設計	11	0.073384507
常數項	3.41796875	
複相關係數	= 0.724161954405729	
決定係數 (重相關係數的平方)	= 0.524410536208725	

4-2-4 「多元繽紛文化藝術的」因子分析

根據偏相關係數數值高低所排列出的前四項重要程度分別為：「地磚」、「其他公共設施」、「整體區域空間樣貌」及「建築及招牌」。而各項目中之類目得點，即呈現方式的重要因素則分別為，「地磚」的「材質」、「其他公共設施」則對於「排水孔有設計」有影響性、「整體區域空間樣貌」上則以「顏色」為重點，而「建築及招牌」則為其「招牌字型」為能夠表現出或影響街道空間使用者產生「多元繽紛文化藝術」的因子。

數量化 I 類 多元繽紛文化藝術

有效樣本數：96

從屬變數：Y

重要程度排序	獨立變	項目	類目數	偏相關係數
1	地磚	X1	8	0.837227579
9	街燈	X2	2	0.184315848
5	路標	X3	3	0.661463939
8	座椅	X4	2	0.267128285
10	公共藝	X5	2	0.045563912
7	植栽	X6	12	0.632203816
2	其他公	X7	13	0.834460186
4	建築及	X8	13	0.772822553
3	整體區	X9	12	0.818976927
6	店家及	X10	14	0.635345808

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
Y	1	0.53735	0.37336	0.09648	-0.445	-0.2611	0.02919	0.27831	0.07156	0.2065	0.10134
X1	0.53735	1	0.20065	0.0414	-0.2315	-0.0357	-0.3514	0.14552	-0.1985	-0.0316	0.01994
X2	0.37336	0.20065	1	0.22628	-0.2968	-0.3212	0.06532	0.24186	-0.0332	-0.1086	-0.0886
X3	0.09648	0.0414	0.22628	1	0.11035	0.11714	-0.1423	0.08705	-0.2324	-0.2431	-0.1413

X4	-0.445	-0.2315	-0.2968	0.11035	1	0.29038	-0.1004	-0.2619	0.04111	-0.2319	0.00572
X5	-0.2611	-0.0357	-0.3212	0.11714	0.29038	1	-0.0841	-0.1999	-0.0847	-0.0806	0.07418
X6	0.02919	-0.3514	0.06532	-0.1423	-0.1004	-0.0841	1	-0.1858	0.09847	0.14499	-0.0412
X7	0.27831	0.14552	0.24186	0.08705	-0.2619	-0.1999	-0.1858	1	-0.4846	-0.5446	-0.0982
X8	0.07156	-0.1985	-0.0332	-0.2324	0.04111	-0.0847	0.09847	-0.4846	1	0.15775	0.08649
X9	0.2065	-0.0316	-0.1086	-0.2431	-0.2319	-0.0806	0.14499	-0.5446	0.15775	1	-0.1442
X10	0.10134	0.01994	-0.0886	-0.1413	0.00572	0.07418	-0.0412	-0.0982	0.08649	-0.1442	1

*****標準化分數*****

地磚 (X1)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
整齊平整的	1	-1.56548087	0.837227579
公共街道裝飾	2	-0.027356008	
風格	3	0.27288092	
排列方式	4	-0.743023225	
圖案	5	-0.028514654	
造型	6	-0.470240645	
顏色	7	0.399268055	
材質	8	0.833530523	

街燈 (X2)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	0.031124546	0.184315848
顏色	2	-0.118273275	

路標 (X3)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
字型	1	0.437190054	0.661463939
顏色	2	-0.513525614	
造型	3	0.012447284	

座椅 (X4)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	-0.040910944	0.267128285
可供休憩	2	0.239621246	

公共藝術 (X5)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	-0.006340594	0.045563912

平常不易看到	2	0.031702971
--------	---	-------------

植栽 (X6)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
有綠樹	1	-0.046530176	0.632203816
高聳植栽	2	-0.518506818	
造型	3	-0.01314928	
顏色	4	-0.162275539	
可供休憩	5	0.122576125	
植栽擺放位置	6	-0.187509989	
占地面積	7	-1.021833758	
空間明亮	8	0.077878857	
樹木枝葉旺盛	9	0.906467506	
空氣清新	10	-0.405899813	
品種	11	0.125168429	
有樹蔭	12	0.354745884	

其他公共設施 (X7)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
風格	1	0.660721198	0.834460186
排列方式	2	0.762312032	
設施美觀	3	-0.732258056	
居住環境便利	4	0.383307255	
排水孔有設計	5	0.81962867	
文化意涵	6	0.05259262	
設施類型	7	-0.337300944	
街道位置	8	-1.716155348	
減少車輛	9	-0.276769336	
圖案	10	-0.273353975	
造型	11	0.589737177	
顏色	12	-3.640151018	
材質	13	-1.789258879	

建築及招牌 (X8)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
一致性	1	0.448582018	0.772822553
有燈籠	2	-1.401091308	
招牌字型	3	1.287949814	
建築距離近	4	0.685663053	
豐富植栽	5	-0.30676943	

建築性質	6	-0.02970256
高度	7	0.647513287
圖案	8	-0.03191549
造型	9	-0.275053272
顏色	10	-0.4750778
材質	11	-0.644420291
版面設計	12	0.253484806
商品	13	-0.408936905

整體區域空間樣貌 (X9)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
豐富植栽	1	-0.718602138	0.818976927
顏色	2	2.11643424	
材質	3	1.11129102	
招牌字型	4	0.328732776	
商品	5	-0.993951013	
有樹蔭	6	0.337350715	
公車亭	7	-1.479012492	
地磚	8	-0.695614455	
商店性質	9	0.416846367	
店面裝潢	10	0.010285958	
裝飾一致性	11	-0.163490009	
公共藝術設施	12	-0.036282155	

店家及商品風格 (X10)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
豐富植栽	1	0.127006348	0.635345808
圖案	2	1.150635859	
造型	3	-0.288685373	
顏色	4	0.232094803	
材質	5	0.186649275	
公車亭設計	6	0.366985651	
地磚	7	0.23634526	
字型	8	0.609576778	
多巷弄	9	-0.034017024	
店面裝潢	10	0.184284117	
商店性質	11	0.011653496	
商品特色	12	0.127353056	
招牌	13	0.129268858	

建築風格 14 -0.24457239

常數項 3.834375

複相關係數 = 0.932194400932577

決定係數 (重相關係數的平方) = 0.868986401130045

4-2-5 「良好空間氛圍的」因子分析

根據偏相關係數數值高低所排列出的前四項重要程度分別為：「**整體區域空間樣貌**」、「**店家及商品風格**」、「**其他公共設施**」及「**植栽**」。而各項目中之類目得點，即呈現方式的重要因素則分別為：「**整體區域空間樣貌**」的「**材質**」搭配或應用為主、「**店家及商品風格**」則以其「**顏色**」為影響性、「**其他公共設施**」上則以「**設施類型**」為重點，而「**植栽**」則需要「**有綠樹**」為能夠表現出或影響街道空間使用者產生「**良好空間氛圍**」的因子。

數量化 I 類

良好空間氛圍

有效樣本數：96

從屬變數：Y

重要程度排序	獨立變數：	項目	類目數	偏相關係數
6	地磚	X1	8	0.427001683
5	街燈	X2	2	0.510063345
9	路標	X3	3	0.158697986
7	座椅	X4	2	0.415214706
8	公共藝術	X5	2	0.320679089
4	植栽	X6	11	0.586093706
3	其他公共設施	X7	11	0.661075962
1	整體區域空間樣貌	X8	12	0.770637958
2	店家及商品風格	X9	13	0.696987599

相關係數行列

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
Y	1	0.15179	0.3244	0.41696	0.32268	-0.1631	0.26081	0.02223	0.47114	0.3437
X1	0.15179	1	-0.0059	-0.0117	-0.0274	-0.1077	-0.1457	-0.1105	0.21824	-0.1776
X2	0.3244	-0.0059	1	0.3472	0.03505	-0.1679	0.09249	-0.1951	0.15698	-0.055
X3	0.41696	-0.0117	0.3472	1	-0.0283	-0.2627	0.33286	0.03913	0.11923	0.11971
X4	0.32268	-0.0274	0.03505	-0.0283	1	0.15467	0.01189	-0.0498	0.02304	0.17556
X5	-0.1631	-0.1077	-0.1679	-0.2627	0.15467	1	-0.2359	-0.1049	-0.2179	0.02501

X6	0.26081	-0.1457	0.09249	0.33286	0.01189	-0.2359	1	-0.0204	-0.0459	-0.1191
X7	0.02223	-0.1105	-0.1951	0.03913	-0.0498	-0.1049	-0.0204	1	-0.456	-0.0878
X8	0.47114	0.21824	0.15698	0.11923	0.02304	-0.2179	-0.0459	-0.456	1	-0.0693
X9	0.3437	-0.1776	-0.055	0.11971	0.17556	0.02501	-0.1191	-0.0878	-0.0693	1

*****標準化分數*****

地磚 (X1)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
整齊平整的	1	0.053351293	0.427001683
公共街道裝飾	2	-0.099668621	
風格	3	0.214837283	
排列方式	4	0.060268976	
圖案	5	-0.276724375	
造型	6	-0.412541186	
顏色	7	-0.465705364	
材質	8	-0.180167286	

街燈 (X2)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	0.17496451	0.510063345
顏色	2	-0.278997463	

路標 (X3)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
字型	1	0.024696035	0.158697986
顏色	2	-0.096245518	
造型	3	0.047425749	

座椅 (X4)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	-0.178826493	0.415214706
可供休憩	2	0.139087272	

公共藝術 (X5)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
造型	1	-0.06188081	0.320679089
平常不易見	2	0.268150176	

植栽 (X6)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
有綠樹	1	0.381840279	0.586093706
高聳植栽	2	-0.80511593	

造型	3	0.062245431
可供休憩	4	0.182268581
植栽擺放位置	5	0.146724707
占地面積	6	0.16550221
空間明亮	7	-0.083757546
樹木枝葉旺盛	8	-0.401388637
空氣清新	9	-0.379913622
品種	10	-0.533254554
有樹蔭	11	-0.095240796

其他公共設施 (X7)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
風格	1	-0.048458106	0.661075962
排列方式	2	-0.052353593	
設施美觀	3	-0.148352157	
居住環境便利	4	-0.297394665	
排水孔有設計	5	-0.135348507	
文化意涵	6	0.195279484	
設施類型	7	2.298222757	
街道位置	8	0.305904955	
減少車輛	9	-0.016992152	
造型	10	-0.114761758	
材質	11	0.087487196	

整體區域空間樣貌 (X8)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
豐富植栽	1	0.161173369	0.770637958
材質	2	0.613181884	
招牌字型	3	-0.236920713	
有樹蔭	4	-0.044369005	
公車亭設計	5	-0.993315712	
地磚	6	-1.631467764	
商店性質	7	-1.81397595	
店面裝潢	8	-0.746823827	
裝飾一致性	9	0.211605669	
公共藝術設施	10	0.230004087	
公共座椅	11	-0.632969643	
建築物高度	12	0.336086975	

店家及商品風格 (X9)

項目	類目	類目得點	偏相關係數
豐富植栽	1	-0.114344002	0.696987599
圖案	2	0.122272605	
造型	3	0.449433714	
顏色	4	1.051659796	
材質	5	0.251408857	

公車亭設計	6	-0.779154231
地磚	7	-0.045844262
多巷弄	8	-1.286588522
店面裝潢	9	-0.045270466
商店性質	10	0.185547227
有人排隊	11	0.900052571
商品特色	12	-0.223375728
建築風格	13	0.060788181
常數項		3.94212963
複相關係數	= 0.893100713217463	
決定係數 (重相關係數的平方)	= 0.797628883949541	

4-3 綜合分析

從前是問卷調查及因子分析結果顯示，現今街道空間中缺乏文化意象的主因為「無代表性」，反映出目前步行街道規劃缺乏足以代表台中文化意象的物件或環境要素，期改善之道未必是增加物件或設計之素，因此，本研究藉由後續研究分析得出能夠提升台中街道空間意象的五種感覺為「現代設計感的」、「有親切感的」、「綠意盎然有生機的」、「多元繽紛有文化藝術感的」及「良好空間氛圍的」。若運用此五種感覺進行街道空間規劃，可望能提高台中步行街道空間的文化意象並建立代表性，打造出擁有台中文化風格的步行空間街道。以下分別就各感覺印象提出宗和分析結果。

(1) 若希望將街道設計規劃成富有「現代設計感的」步行街道時，須著重於整體區域空間的樣貌，而最顯著有效的方式為針對區域空間中的招牌字型進行統整規劃，其次在「其他公共設施」方面，可就空間內的各項公、私有公共設施之顏色加以規則，但顏色的配色與設定則需要更深入之研究與探討，來確認何種顏色配置在公共區域空間中才能呈現出現代設計感。其三為街道空間中之公共座椅，可透過造型設計使公共座椅做為表現現代感的媒介。

以此三項環境因子與具體方向進行街道空間規劃設計改良，應可提升街道空間的

現代設計感印象。

(2) 要使街道空間產生有親切人情味之感覺時首要考量為「**其他公共設施**」(例：街道中咖啡座椅、特殊照明設施等)之圖案設計而非設施類型。由此可推論，街道空間的使用者對於街道中的公共設施出現設計圖案可感覺到擁有親切人情味之理由可能是認知辨識度高，較容易接受與認同，而感到親切人情味。而其次考量則為街道空間中的建築及招牌的版面設計，應避免影響的項目為顏色配置。其三的重點考量為地磚的造型，並應避免材質的影響，以考量上述三項環境因子與具體方向進行設計規劃，可使使用者對步行街道空間感受較強烈的親切人情味。

(3) 若要使街道空間產生「**綠意盎然且有生機的**」感覺特色，首要考量項目為「植栽」，但並非所有植栽皆可，需要針對環境考量其植栽的品種進行適當規劃，並應避免植栽區域被作為可供休憩區域。其次考量則為「**其他公共設施**」應具有能夠使居住環境便利的設計規劃，而此部分需注意避免的項目為顏色對街道空間造成的影響。第三考量則為地磚之顏色，與應避免街道空間中公共街道裝飾的影響。

(4) 要讓步行街道空間產生「**多元繽紛有文化藝術的**」感覺特色時，首要考量影響的項目為地磚的材質，其中必須注意地磚排列方式避免過於整齊平整，方能呈現出多元繽紛之感覺。其次考量要點為「**其他公共設施**」中各單一設施是否設計，且應避免顏色對空間產生的影響。其三考量項目則為「**整體區域空間**」之顏色，且應注意大型公共設施所帶來的視覺衝擊。綜上述所論，研究者對於步行街道空間要呈現多元繽紛有文化藝術的特色街道時，材質為優先考量，而顏色在各環境因子中的影響則相當重要，因此在感覺特色規劃時，應可先進行色彩計

畫的顏色調查，再予以相呼應的方式進行規劃。

(5) 若要使街道空間產生「良好空間氛圍的」感覺特色時，首要考量的環境因子為「整體的區域空間樣貌」，其具體的影響項目為「材質」，而應注意改善的影響項目則為「商店的性質」與「地磚」。其二考量的環境因子為「店家及商品風格」中的「顏色」項目，且要營造良好空間氛圍則須避免「多巷弄」產生。其三考量的環境因子則為「其他公共設施」中的「設施類型」，非以居住環境便利性為考量。根據上述歸納，本研究建議，良好的空間氛圍須以整體區域空間樣貌的材質做為主要設計規劃，並對各商家及商品的風格、顏色進行可限制的調整，例如：商品風格一致、店家色調以同色調為主.....等規劃性的限制，且應避免規劃上產生「多巷弄」造成的混亂，最後則應對於戶外咖啡座椅或間接照明的燈具等此設施類型予以適切規劃設計，此設計非針對讓居住環境更便利的功能性設施，而是針對環境的氛圍進行照明安排。

5-1 研究結論

街道步行空間既為人與城市最直接的接觸管道，亦是城市文化意象的呈現場域，人因為行走在環境中才能夠更加細微的感受到環境的氛圍與城市所呈現出的特色。本研究以街道步行空間的呈現方式與影響為研究主題，藉由調查街道空間中的各項環境因子，來探討步行空間的表現形式與優劣程度對城市印象型塑造成的影響。

回顧文獻探討中整理出目前街道空間中的相關研究與論述：從步行空間的建構與要素、空間中的行為需求與公共設施的象徵性來探討步行空間與公共設施的關係，步行空間不同於一般街道空間，此空間產生的行為大多為：步行、慢跑、健走等緩慢的移動行為，這種緩慢移動行為容易掌握環境的特色，也易於人與環境的互動，諸如行走累了需要休憩的座椅或陰涼樹蔭，尋路時需要明確的路標，夜晚行走時需要足夠的照明，因此，基於這些使用行為來設置公共設施是必要的。另一方面，目前對於城市運用文化意象與城市符號使城市產生識別性的設計呈現上並未有一套完善的準則，而這對於未來在都市空間的規劃上有其必要性，應慎重考量如何增進外地人士對於城市意象的感受，以及辨識空間的容易度。此外，也從環境心理學探討可知，環境行為與環境認知反應出行人對環境空間的體驗內容，行人在移動時所看見或發生的事物容易影響其對於空間的感受，空間擁有良好氛圍時，能夠吸引步行者聚集使用該空間提供的支援與服務。

透過文獻回顧後歸納出的研究態度與論點是，城市空間與人的生活習慣、記憶相互影響，而人的生活習慣與活動則造就了公共設施的產生，最後藉由眾多公共設施的建設與規劃而形塑了城市的風貌，相較於林區於都市意象所提出的五種城市構成元素有所不同，林區(Kevin Lynch)所提的五種構成元素是相互對等、

相互平行的，不存在上下的因果關係，而本研究所提的城市構成論述則因加入了人的生活行為與文化而產生上下的因果關係。以此因果關係做為論述基礎，進而藉由環境行為、環境認知來探討環境中公共設施對人的心理影響與感覺。而為了能夠以較科學且有信度的方式來探求城市步行空間應以何種形式呈現，本研究運用評價構造法與數量化一類作為研究工具，藉由評價構造法的質性訪談，取得人們對於步行空間的抽象與具象因子，再由數量化一類的問卷統計將具象因子進行數據的解析，進而提出擁有特色的步行空間呈現形式與方法。

研究後發現，現今步行空間缺乏文化意象的問題點在於「缺乏代表性」，此結果呼應了本研究動機中提出的問題意識。「缺乏代表性」對步行空間的使用者來說，他們無法判別此步行空間為何地，也因此無法對步行空間產生較鮮明、具情感的印象。研究結果也明確的證明本研究的基礎論點與核心概念，在都市化的現今，應在城市規劃上提出具有特色性的文化意象建設手法與表現形式。

因此藉由研究調查，本研究分析出五種能夠令街道步行空間產生特色性的感覺，並根據其相關因子提出具體規畫內容。以下針對五種街道空間信行條列式敘述與比較（參照表 5-1）：

表 5-1 街道空間影響因子與元素歸納表

街道空間氛圍	街道空間影響因子	影響因子的元素
現代設計感	整體區域空間樣貌	招牌字型
	其他公共設施	色彩
	座椅	造型
	植栽	能產生樹蔭
有親切人情味	其他公共設施	圖案
	建築及招牌	版面設計
	地磚	造型
	植栽	占地面積
綠意盎然有生機的	植栽	需有綠樹
	其他公共設施	能使環境便利
	地磚	顏色
	建築招牌	圖案
多元繽紛有文化藝術感	地磚	材質
	其他公共設施	公共設施有設計感
	整體區域空間樣貌	顏色
	建築及招牌	招牌字型
良好空間氛圍	整體區域空間樣貌	材質
	店家及商品風格	顏色
	其他公共設施	設施類型
	植栽	需有綠樹

本研究製表

另外，表 5-2 為統計街道空間影響因子於此五種氛圍所出現的頻率次數。由表可知，在任何的步行街道中，「其他公共設施」這項因子都出現高度影響，其顯示了步行街道設計規劃上，除了「植栽」「整體區域空間」「建築招牌」「地磚」「座椅」「店家及商品風格」等項目常受到重視亦具相當影響力之外，「其他公共設施」（如：露天咖啡座椅、地面照明、路障設施、殘障通用設施等）項目更是可以大力著墨應用，建立接到特色及風格的媒介。至於「植栽」的規劃則可依照未來街道空間所希冀發展的方向來進行，例如：若是希望以「現代設計感」的方向規劃，在植栽的配置上應考量能夠產生樹蔭的品種，而不適合以矮灌木或高聳的大王椰子樹種為植栽配置，若是以能夠產生「良好空間氛圍」的規劃方向，則應採取能夠讓使用者能輕易看見「綠樹」的植物品種，例如：灌木叢或草地等配置。而「整體區域空間樣貌」、「建築招牌」與「地磚」對城市空間印象的影響程

度亦高，因此應針對街道風格與文化特色進行影響因子元素的細部規劃，如招牌字型、地磚造型顏色、材質等面向的設計考量。最後亦可適度應用「座椅造型」與「店家商品風格」搭配考量，提升城市的整體空間印象。

表 5-2 街道空間影響因子次數統計表

街道空間影響因子次數統計

其他公共設施	5
植栽	4
整體區域空間	3
建築招牌	3
地磚	3
座椅	1
店家及商品風格	1

本研究製表

5-2 後續研究與建議

本研究主要著重街道空間的特色風格與表現形式的規劃，因此針對上述結論中所提出之建議尚有更多細微的發展空間，在各項影響因子的元素中可再進行更具體的研究如在現代設計感上其色彩規劃應以何種色系為主、招牌的字型設計選擇、座椅的造型設計等，均可藉由本研究做更深入的步行空間調查，因街道空間的設計規劃尚有許多的不確定因素存在，以及各城市所持有的文化意象與特色均不同，因此本研究的成果於街道空間的研究中定調為設計規劃時的一個方向與參考準則。

本研究中對於研究方法的運用以及在樣本的挑選上，有加入部分研究者的主觀意識與選擇，而對於本研究而言，這是研究上難以避免的限制，但建議後續研究者用其他研究方法進行其他面向的討論驗證，以求可以達到更客觀及全面性的論述與成果。



參考文獻

1. 譚維漢 (1990)。發展心理學。台北市/商務印書館印行。
2. 淡海新市政色彩計畫期中報告書 (1997)。財團法人中央營建技術顧問研究社。
3. 李素馨 (1997)。都市視覺景觀偏好之研究—行政院國科會資料中心 7 月。
4. 洪世民 譯(2012)。Urban Code 100Lessons for Understanding the city 程式密碼 觀察城市的 100 個場景。Anne Mikoleit、Moritz Purckhauer。臺北市。行人文化實驗室。
5. 周嵐、陳閩齊、王奇志、朱曉光 著(2001)。城市空間美學 (The Aesthetics of Urban Space)。東南大學出版社。
6. Kevin Lynch.著 宋伯欽 譯 (1981)。都市意象。臺隆書店。
7. 林熺俊 著 (2005)。街頭美學·設施公共藝術。行政院文化建設委員會。
8. 楊子葆 撰文/攝影 (2005)。街道家具與城市美學 藝術家出版社。
9. 陳立旭 (2002)。都市文化與都市精神-中外城市文化比較。東南大學出版社。
10. Lweis Mumford 著 宋俊岭、李翔寧、周鳴浩 譯 (1938)。城市文化 The Culture of Cities。北京：中國建築工業出版社。
11. 張世豪 (1994)。環境設計與課題。藝術家出版社。台北市。
12. 吳良鏞 等 (1993)。城市環境美學。地景企業公司。
13. 克里斯多福·亞歷山大 (1977)。模式語言。牛津大學出版社。美國。
14. 邵台新 (1997)。中國文化史 大中國圖書公司。
15. 漢寶德編譯(1973)。環境心理學—建築之行為因素。詹氏技術圖書專門店。

16. Michael Tomasello (2001)。人類認知的文化起源。中國社會科學出版社。
17. Harald Welzer (2007)。社會記憶：歷史、回憶、傳承。北京大學出版社。
18. Frank T. McAndrew，危芷芬 譯 (1995)。環境心理學。五南出版社。台北。
19. 蕭秀玲、莊慧秋、黃漢耀譯 (1991)。環境心理學。心理出版社。台北。
20. 陳思玫、林幸蓉 (2001)。色彩與城市意象-以台中車站周邊道路為例。碩士論文，私立東海大學工業設計研究所。
21. 陳念炫 (1997)。都市街道自明性之研究-以台中市為例。碩士論文，私立東海大學景觀學系。
22. 賴宗裕、黃義宏 (2004)。捷運車站周邊人行空間設計之研究。碩士論文，國立政治大學地政研究所。
23. 馮維波、黃光宇 (2006)。基於重慶主城區居民感知的城市意象元素分析評論。地理研究 GEOGRAPHICAL RESEARCH。第五期、第 25 卷
24. 鄭美緣、蔡憲唐 (2005)。高雄市城市意象行銷之研究-以愛河為例。碩士論文，國立中山大學高階經營碩士學程。
25. 李俐慧、翁子倫 (2012)。城市文化意象於街道空間之表現形式初探-以台中市街區為例。私立東海大學工業設計研究所 台灣感性學會學術研討會。
26. 張家菁 (2006)。從城市意象與公共環境之認知探討台中市區公車候車處的規劃方向與原則，私立東海大學工業設計系研究所。
27. 陳婷婷 (2001)。街道物件促進商業空間溝通活化之研究-以台北西門町行人徒步區空間為例。碩士論文，私立東海大學工業設計系研究所。
28. 石心寧 (2002)。市中心商業步行空間領域標示物機能之研究-以台中市繼

- 光街行人徒步區為例。碩士論文，私立東海大學工業設計研究所。
29. 王曉鈴 (1999)，街道行為場域中物件之溝通性—以中壢市新生路中美至中央西路段為例。碩士論文，私立中原大學建築研究所。
30. 蔡淑真 (2006)。中堆客家聚落文化景觀的圖式與重構。碩士論文，私立東海大學景觀學系研究所。
31. 劉少君 (2007)。從文化商品化探討民族文化的再現與創新，國立政治大學民族學系。文化創新與設計發展國際學術研討會論文集。
32. 彭淑貞 (2010)。故宮文化商品創意設計之研究。碩士論文，國立雲林科技大學視覺傳達設計學系研究所。
33. 林沁穎 (2012)。地方文化商品設計策略。碩士論文，國立雲林科技大學工業設計學系研究所。
34. 杜偉煜 (2013)。堆疊·消跡—Tetris 在城市符號的時空呈現探索。碩士論文，國立台南大學美術學系研究所。
35. 賴莉文 (1998)。以環境行為觀點探討商業建築開放空間構成之研究。碩士論文，國立成功大學建築研究所。
36. 劉懿瑾 (2003)。客家聚落之空間性及其生活世界的建構—以苗栗公館石圍牆庄為例。碩士論文，私立中原大學室內設計系研究所。
37. 陳聖華 (2002)。宜蘭利澤簡街仔的生活空間與社區建構。碩士論文，私立南華大學環境與藝術研究所。
38. 李國肇 (2009)。居民在地智慧對地方依附與環境意象之關係研究。碩士論文，私立世新大學觀光學系研究所。
39. 王盈之 (2010)。潭南部落生態旅遊魅力因子研究。碩士論文，國立雲林科

技大學創意生活設計系。

40. 楊銘琦 (2013) · 花卉意象與設計要素之關聯性研究。碩士論文，國立東華大學藝術與設計學系
41. 周伯融 (2009) · 輔大校園核心公共空間座憩行為研究與改善設計。碩士論文，私立輔仁大學景觀學系研究所。
42. 台中自由路 變身糕餅一條 2013-09-05 01:30 工商時報。記者曾麗芳 / 台中報導。

