

伊彬 [著]  
Bin I

# 插畫與電視廣告 之實徵美學

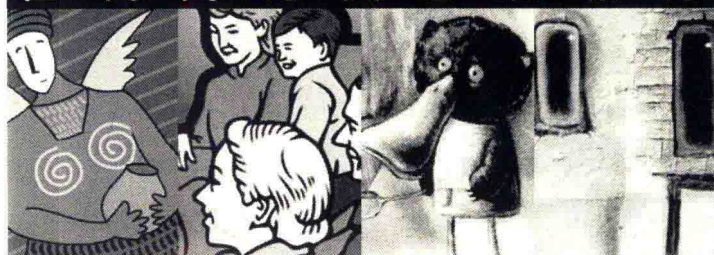
世代間的美感和偏好



Empirical Aesthetics of Illustration and TV Commercials  
Aesthetic Judgment and Preference between Generations

# 插畫與電視廣告 之實徵美學

世代間的美感和偏好



伊彬 [著]  
Bin I

Empirical Aesthetics of Illustration and TV Commercials  
Aesthetic Judgment and Preference between Generations

airiti  
press.

謹獻給

伊文柱先生・林翠釵女士

## 謝 誌

本書得以完成付梓必須感謝許多人和單位。沒有他們的幫忙，本書無法完成。首先感謝陳瓊花副校長、師大設計研究所張柏舟教授及所有同事，他們的鼓勵與驅動，使這些研究結果得以整理出版。陳奕良教授則以專業親和的態度指導相關的統計分析，確保研究結果更加精確。

此外，必須感謝國科會提供研究補助，本書所提及本人為共同或唯一作者的文章，幾乎都來自國科會贊助的研究計畫。國科會的經費挹注，使研究的理想和創意有開花結果的機會。有了經費與創意當然還需要有優良的執行團隊，協助執行包括實驗刺激物的製作、實驗的執行、數據的分析、基礎文獻的收集、以及資料的校對等看來龐雜卻極為重要的工作。如此集眾人之力，分工合作才能使理想完滿落實。

作者非常幸運在這十多年來，能有台科大商設研究所，以及近期師大設計研究所的優秀研究生不斷加入研究團隊。感謝所有參與本書各研究計畫的研究生，尤其是最重要的研究助理：林演慶先生與張琬琪小姐；本系列其他研究的研究助理還包括：謝坤哲、王哲茗先生，以及吳慧芳、劉雨涵小姐。經由大家不斷的討論與嘗試，才能使各研究結果更趨完善。相對的，這些計畫案也為他們找到碩、博士論文的主題與經費支援；更重要的是從中學習學術研究的精神、價值、態度、與方法。

由於本系列研究偏向基礎研究，研究方法在表面上雖然屬於量化研究，需使用大量的統計數據來檢測假設。然而，影像是質性的，人的感受也是質性的，兩者皆沒有現成客觀的度量工具來測量，得以快速獲得明確的答案。因此，實驗執行前，研究助理們往往花費難以想像的時間，學習質性資料的分類與量化，以及資料收集後如何處理龐大複雜的量化數據。在此過程中，對視覺元素的細微敏銳度被不斷要求精進。從感性的設計師轉換為理性的研究者，兩者雖有共通之處，但絕非一條容易的道路，如果沒有格外的努力與自我期許，實難以達成。感謝這些研究助理們共同的堅持才能使各研究目標確實達成，也使研究過程充滿了樂趣與驚奇。

相關研究的討論與發現，也對本書中諸多概念與創意的啟發有所助益。本書內文所提及的其他研究案助理如：鄧逸平、王孟惠、林慧雅、鄭子瑩、徐春江小姐，與黃淮麟、黃永宏先生；以及這些年來讓作者得以教學相長的其他研究助理或研究生如：張婉琪、徐慧芳、劉瑋婷、林季誼、周怡君、顏淑美小姐，與蕭嘉銘、張家維先生。因為他們孜孜不倦的學習與投入，使研究創意與理想得以點點滴滴有系統的付諸實現，並逐漸編織成網；亦使教學與研究工作更具意義與魅力。

另外，要謝謝所有研究參與者，以及配合研究的學校行政或教學人員，他們包括成人與青少年，對研究而言，這是一群只有代號沒有名字的沈默貢獻者；如果沒有他們特別花費寶貴的時間與精力，所有的理想都只是空談。當然也要特別感謝郭維寧小姐心思縝密的完成極其煩瑣的校對工作，將書中的錯誤降到最低的程度；還有黃慧甄小姐百忙中特別為本書設計精美的封面。

最後，要感謝作者的家人，他們在這一年多來和作者一同感受各種撰寫過程帶來的壓力。尤其是翔、雁二子，以童稚淳美的方式，理解母親在學術與親子之間兼顧的難為之處，共同渡過這些焚膏繼晷的日子。外子則父代母職，並經常與作者分享討論諸多觀念與現象，使我們在各自的專業領域得以不斷成長，熱情得以繼續燃燒。

謝謝所有直接或間接幫助這本學術著作完成的人，那些被提及與沒有被提及的幫助者，作者深深祝福您們。

本書付梓之前，台灣書市尚未有類似的書籍，大部分的審美研究出版品主要仍從文化、哲學、或教育的角度切入。這本書的出現希望能帶給台灣的審美研究一點不同的觀點，能對有興趣的研究者或教育者有點滴貢獻。本書如有不足與謬誤之處，也期望前輩後進能不吝指正，使再版時能更臻完善。

伊彬

謹誌於 2008. 7. 29

# 目 錄

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| 謝誌 .....                    | iii       |
| 目錄 .....                    | v         |
| 表錄 .....                    | xiv       |
| 圖錄 .....                    | xxi       |
| <b>第一章 問題的啟始 .....</b>      | <b>1</b>  |
| (一) 定義                      |           |
| (1) 美感創作與美感欣賞               |           |
| (2) 藝術                      |           |
| (3) 美術                      |           |
| (4) 圖像                      |           |
| (5) 影片                      |           |
| (6) 影像                      |           |
| (二) 視覺環境的變遷                 |           |
| (三) 審美的標準也跟著變遷？             |           |
| (四) 實驗審美的研究價值               |           |
| <b>第二章 青少年世代與流行文化 .....</b> | <b>25</b> |
| <b>第一節 世代與媒體 .....</b>      | <b>25</b> |
| (一) 世代                      |           |
| (二) 數位媒體的發展                 |           |
| <b>第二節 流行文化的特徵 .....</b>    | <b>32</b> |
| (一) 台灣流行文化中的影像              |           |
| (1) 圖像                      |           |
| (2) 影片                      |           |
| (二) 青少年與流行文化的關係             |           |
| (三) 影像與青少年文化的關係             |           |

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| (四) 青少年次文化的價值觀                        |     |
| 第三節 有關青少年的神經科學研究 .....                | 61  |
| 第三章 審美的哲學與實徵研究 .....                  | 69  |
| 第一節 美與審美 .....                        | 69  |
| 第二節 審美 .....                          | 72  |
| 第三節 「美感 = 偏好」？「美感 = 愉悅」？ .....        | 77  |
| 第四節 從哲學到實徵 .....                      | 82  |
| (一) 審美研究的移轉                           |     |
| (二) 實徵審美研究概述                          |     |
| 第五節 審美對象物的內容與形式 .....                 | 86  |
| 第四章 審美的變因與理論 .....                    | 91  |
| 第一節 影響審美的因素：審美對象物本身的特質 .....          | 91  |
| (一) 好的造型 (Form goodness)              |     |
| (1) 對稱 (Symmetry)                     |     |
| (2) 比例 (Ratio/Proportion)             |     |
| (二) 對比 (Contrast) 與清晰 (Clarity)       |     |
| (三) 原型 (Prototypes)                   |     |
| (四) 色彩 (Color)                        |     |
| (五) 均衡 (Balance)                      |     |
| (六) 複雜度 (Complexity)                  |     |
| (七) 風格 (Style)                        |     |
| 第二節 影響審美的因素：審美對象物的呈現 .....            | 105 |
| (一) 單純暴露效果 (The mere exposure effect) |     |
| (二) 新奇 (Novelty)                      |     |
| 第三節 影響審美的因素：感知者本身的特質 .....            | 112 |
| (一) 性別                                |     |
| (1) 性別與審美活動的參與                        |     |
| (2) 性別與圖像互動關係的偏好                      |     |



|                                            |            |
|--------------------------------------------|------------|
| (3) 性別與顏色或形狀優先                             |            |
| (4) 性別與圖像內容的偏好                             |            |
| (5) 性別與圖像深度的偏好                             |            |
| (二) 年齡                                     |            |
| (三) 人格                                     |            |
| (四) 專家與生手                                  |            |
| (五) 大腦偏側性                                  |            |
| <b>第四節 審美發展 .....</b>                      | <b>127</b> |
| (一) 審美發展理論                                 |            |
| (二) 審美偏好發展研究                               |            |
| (1) Hardiman、Zernich (1977、1984、1985)      |            |
| (2) Machotka (1966)                        |            |
| (3) Taunton (1980)                         |            |
| (4) 陳瓊花 (1998)                             |            |
| (5) 黃淮麟 (2001)                             |            |
| (6) 王孟惠等 (王孟惠, 2005; 王孟惠、伊彬, 2005)         |            |
| (7) 張琬琪、伊彬 (2007)                          |            |
| <b>第五節 審美心理學的理论 .....</b>                  | <b>149</b> |
| (一) 完形理論 (Gestalt theory)                  |            |
| (二) 知覺流暢性理論 (Theory of perceptual fluency) |            |
| (1) 視覺資訊的熟悉度-單純暴露效果                        |            |
| (2) 視覺資訊安排上的非冗贅性                           |            |
| <b>第六節 審美認知系統模型 .....</b>                  | <b>154</b> |
| (一) Ognjenovic 之「H-R-D 三階段模式」              |            |
| (二) Leder 等之「審美欣賞與判斷訊息處理模式」                |            |
| <b>第七節 本章小結：審美的三個層次與新的模型 .....</b>         | <b>158</b> |
| (一) 審美心智系統的三個層次                            |            |
| (1) 審美的知覺生理層次                              |            |
| (2) 審美的情緒感受層次                              |            |
| (3) 審美的認知評估層次                              |            |
| (二) 伊彬、林演慶之「動態心智系統」                        |            |



|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| <b>第五章 電視廣告的美感評價、偏好、與理解程度</b> | <b>171</b> |
| <b>第一節 研究背景與研究目的</b>          | <b>171</b> |
| (一) 研究背景                      |            |
| (1) 電視                        |            |
| (2) 電視廣告                      |            |
| (3) 電視廣告的元素                   |            |
| (二) 研究目的                      |            |
| <b>第二節 研究方法</b>               | <b>178</b> |
| (一) 研究設計                      |            |
| (二) 參與者                       |            |
| (三) 刺激物                       |            |
| (四) 研究工具與器材                   |            |
| (五) 實驗過程                      |            |
| <b>第三節 電視廣告美感評價研究結果</b>       | <b>186</b> |
| (一) 敘述方式與剪接率                  |            |
| (二) 年齡與剪接率                    |            |
| (三) 年齡與敘述方式                   |            |
| (四) 小結                        |            |
| <b>第四節 電視廣告偏好程度研究結果</b>       | <b>196</b> |
| (一) 不同年齡條件下之敘述方式與剪接率          |            |
| (二) 不同剪接率條件下之年齡與性別            |            |
| (三) 小結                        |            |
| <b>第五節 電視廣告理解程度研究結果</b>       | <b>206</b> |
| (一) 年齡與剪接率                    |            |
| (二) 年齡與敘述方式                   |            |
| (三) 小結                        |            |
| <b>第六節 本章小結</b>               | <b>213</b> |
| (一) 美感                        |            |
| (二) 偏好                        |            |
| (三) 理解                        |            |

(四) 討論

- (1) 發展中的彈性：青少年的「不理解，不美，但喜歡」
- (2) 價值觀與幽默感
- (3) 視覺環境與發展關鍵期的交互作用

## 第六章 電視廣告的美感評價、偏好、 與理解程度間之關係 ..... 223

### 第一節 以平均值分析三者間的差距 ..... 224

(一) 所有參與者

- (1) 在「合常理-低剪接率」的條件下
- (2) 在「合常理-高剪接率」的條件下
- (3) 在「無厘頭-低剪接率」的條件下
- (4) 在「無厘頭-高剪接率」的條件下

(二) 成人

- (1) 在「合常理-低剪接率」的條件下
- (2) 在「合常理-高剪接率」的條件下
- (3) 在「無厘頭-低剪接率」的條件下
- (4) 在「無厘頭-高剪接率」的條件下

(三) 青少年

- (1) 在「合常理-低剪接率」的條件下
- (2) 在「合常理-高剪接率」的條件下
- (3) 在「無厘頭-低剪接率」的條件下
- (4) 在「無厘頭-高剪接率」的條件下

(四) 各程度之間的差距

- (1) 偏好－美感
- (2) 理解－偏好
- (3) 理解－美感

### 第二節 Pearson 積差相關係數所顯示的關係 ..... 236

- (1) 「美感-偏好」
- (2) 「美感-理解」
- (3) 「偏好-理解」

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| 第三節 本章小結 .....          | 242     |
| (一) 平均值                 |         |
| (二) 相關                  |         |
| <br>第七章 流行插畫的美感評價 ..... | <br>247 |
| 第一節 研究動機與目的 .....       | 247     |
| 第二節 先遣研究 .....          | 249     |
| (一) 參與者                 |         |
| (二) 刺激物                 |         |
| (三) 研究工具與器材             |         |
| (四) 實驗過程                |         |
| (五) 美感評價研究結果            |         |
| 第三節 正式研究的研究方法 .....     | 257     |
| (一) 研究設計                |         |
| (二) 參與者                 |         |
| (三) 刺激物                 |         |
| (四) 研究工具與器材             |         |
| (五) 實驗過程                |         |
| 第四節 插畫美感評價研究結果 .....    | 263     |
| (一) 流行插畫美感評價判斷：大綱       |         |
| (二) 美感評價：從主題的角度         |         |
| (三) 美感評價：從形式的角度         |         |
| (四) 美感評價判斷：主題-形式        |         |
| (1) 從主題的角度              |         |
| (2) 從形式的角度              |         |
| (五) 不同年齡與性別的美感評價特徵      |         |
| (1) 整體參與者認為最美的插畫特徵      |         |
| (2) 整體參與者認為最不美的插畫特徵     |         |
| (3) 美感評價成人高於青少年的插畫特徵    |         |
| (4) 美感評價青少年高於成人的插畫特徵    |         |
| (5) 美感評價男性高於女性的插畫特徵     |         |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| (6) 美感評價女性高於男性的插畫特徵               |            |
| 第五節 討論 .....                      | 308        |
| 第六節 本章小結 .....                    | 311        |
| (一) 從主題的角度                        |            |
| (二) 從形式的角度                        |            |
| (三) 美感評價：從主題-形式的角度                |            |
| (四) 年齡與性別的美感評價差異特徵                |            |
| <b>第八章 流行插畫的偏好、愉悅、與熟悉程度 .....</b> | <b>315</b> |
| <b>第一節 插畫偏好程度研究結果 .....</b>       | <b>315</b> |
| (一) 流行插畫偏好程度：大綱                   |            |
| (二) 偏好程度：從主題的角度                   |            |
| (三) 偏好程度：從形式的角度                   |            |
| (四) 偏好程度：從主題-形式的角度                |            |
| (五) 偏好程度與美感評價的比較                  |            |
| (1) 美感評價上有顯著差異，但偏好程度上卻消失者         |            |
| (2) 美感評價上沒有顯著差異，但偏好程度出現顯著差異       |            |
| <b>第二節 插畫愉悅程度研究結果 .....</b>       | <b>334</b> |
| (一) 流行插畫愉悅程度：大綱                   |            |
| (二) 愉悅程度：從主題的角度                   |            |
| (三) 愉悅程度：從形式的角度                   |            |
| (四) 愉悅程度：從主題-形式的角度                |            |
| (五) 熟悉程度與美感評價的比較                  |            |
| (1) 美感評價上有顯著差異，但愉悅程度上卻消失者         |            |
| (2) 美感評價上沒有顯著差異，但愉悅程度出現顯著差異       |            |
| <b>第三節 插畫熟悉程度研究結果 .....</b>       | <b>352</b> |
| (一) 流行插畫熟悉程度：大綱                   |            |
| (二) 熟悉程度：從主題的角度                   |            |
| (三) 熟悉程度：從形式的角度                   |            |
| (四) 熟悉程度：從主題-形式的角度                |            |
| (五) 熟悉程度與美感評價的比較                  |            |

- (1) 美感評價上有顯著差異，但熟悉程度上卻消失者
- (2) 美感評價上沒有顯著差異，但熟悉程度出現顯著差異者

第四節 本章小結 ..... 367

- (一) 偏好
  - (1) 從主題的角度
  - (2) 從形式的角度
  - (3) 從主題-形式的角度
- (二) 愉悅
  - (1) 從主題的角度
  - (2) 從形式的角度
  - (3) 從主題-形式的角度
- (三) 熟悉
  - (1) 從主題的角度
  - (2) 從形式的角度
  - (3) 從主題-形式的角度

第九章 流行插畫的美感評價、偏好、愉悅、

與熟悉程度間之關係..... 375

第一節 以平均值分析三者間的差距 ..... 376

- (一) 從主題的角度
- (二) 從形式的角度

第二節 Pearson 積差相關係數所顯示的關係 ..... 394

第三節 以變異數分析比較四者之間的差距 ..... 401

第四節 本章小結 ..... 405

- (一) 平均值
  - (1) 從主題的角度
  - (2) 從形式的角度
- (二) 相關
  - (1) 從主題的角度
  - (2) 從形式的角度

|                                                    |            |
|----------------------------------------------------|------------|
| (3) 從主題-形式的角度                                      |            |
| (三) 多因子變異數分析                                       |            |
| (四) 討論                                             |            |
| <b>第十章 結語</b>                                      | <b>413</b> |
| <b>第一節 影響審美的因素</b>                                 | <b>415</b> |
| (一) 性別的影響力                                         |            |
| (二) 年齡與世代的影響力                                      |            |
| (三) 暴露與教育的影響力                                      |            |
| (四) 主題與形式的影響力                                      |            |
| <b>第二節 現象討論</b>                                    | <b>425</b> |
| (一) 青少年的美感與其他感受間之關係較成人分歧                           |            |
| (二) 最美的標準是客觀的，故能貫穿於世代之間，<br>偏好是更為個人的感受，容易受到視覺環境的影響 |            |
| (三) 插畫審美研究中青少年普遍較低落的美感評價與愉悅、熟悉程度                   |            |
| (四) 寫實與卡通的地位                                       |            |
| <b>第三節 三個可能的理由</b>                                 | <b>436</b> |
| (一) 美感價值一旦被建立起來就難以被推翻？                             |            |
| (二) 視覺環境與審美發展關鍵期的交互作用                              |            |
| (三) 審美必須具備的先決能力                                    |            |
| <b>第四節 後記</b>                                      | <b>445</b> |
| <b>引註文獻</b>                                        | <b>451</b> |
| <b>附錄</b>                                          | <b>489</b> |
| 附錄一 插畫刺激物來源                                        | 489        |
| 附錄二 美感評價與偏好、愉悅、熟悉程度的平均值                            | 493        |
| 附錄三 性別與年齡在所有刺激物的二因子變異數分析結果                         | 499        |
| 附錄四 各主題間與各形式間的成對比較                                 | 505        |

# 表 錄

## 第一章 問題的啟始

## 第二章 青少年世代與流行文化

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 表2-1 各研究中世代名稱、出生年、與年齡比較 ..... | 26-27 |
| 表2-2 世代與數位科技的發展時間對照表 .....    | 29    |

## 第三章 審美的哲學與實徵研究

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 表3-2-1 Osborne 所歸納審美判斷的6種理論 ..... | 75 |
|-----------------------------------|----|

## 第四章 審美的變因與理論

|                                     |         |
|-------------------------------------|---------|
| 表4-4-1 伊彬與研究團隊對台灣兒童圖畫書中的風格特徵描述 .... | 138-139 |
| 表4-4-2 黃淮麟（2001）研究中的視覺刺激物 .....     | 140     |
| 表4-4-3 參與者最偏好的風格人數百分比分布 .....       | 143     |

## 第五章 電視廣告的美感評價、偏好、與理解程度

|                                                     |         |
|-----------------------------------------------------|---------|
| 表5-2-1 參與者人數統計摘要表 .....                             | 179     |
| 表5-2-2 各控制組的視覺刺激物商品、篇名、長度、<br>剪接率、以及影像截取 .....      | 181-183 |
| 表5-3-1 不同年齡對不同剪接率與敘述方式的電視廣告之<br>美感評價分數平均值與標準差 ..... | 186     |



|        |                                               |     |
|--------|-----------------------------------------------|-----|
| 表5-3-2 | 年齡、剪接率、敘述方式對美感評價之<br>三因子變異數分析摘要表 .....        | 187 |
| 表5-3-3 | 敘述方式、剪接率對美感評價之二因子變異數分析摘要表 ...                 | 188 |
| 表5-3-4 | 各條件在美感評價上之主要效果 <i>t</i> test分析摘要表 .....       | 190 |
| 表5-3-5 | 年齡、剪接率對美感評價之二因子變異數分析摘要表 .....                 | 190 |
| 表5-3-6 | 年齡、敘述方式對美感評價之二因子變異數分析摘要表 .....                | 192 |
| 表5-4-1 | 不同年齡對不同剪接率與敘述方式的電視廣告所反應之<br>偏好程度平均值與標準差 ..... | 196 |
| 表5-4-2 | 年齡、剪接率、敘述方式對偏好程度之<br>三因子變異數分析摘要表 .....        | 197 |
| 表5-4-3 | 在「青少年」條件下，剪接率、敘述方式對偏好程度之<br>二因子變異數分析摘要表 ..... | 198 |
| 表5-4-4 | 在「成人」條件下，剪接率、敘述方式對偏好程度之<br>二因子變異數分析摘要表 .....  | 199 |
| 表5-4-5 | 在偏好程度上之主要效果 <i>t</i> test分析摘要表 .....          | 200 |
| 表5-4-6 | 在「低剪接率」條件下，年齡、敘述方式對偏好程度之<br>二因子變異數分析摘要表 ..... | 202 |
| 表5-4-7 | 在「高剪接率」條件下，年齡、敘述方式對偏好程度之<br>二因子變異數分析摘要表 ..... | 203 |
| 表5-5-1 | 不同年齡對不同剪接率與敘述方式電視廣告之<br>理解程度平均值與標準差 .....     | 206 |
| 表5-5-2 | 年齡、剪接率、敘述方式對理解程度之<br>三因子變異數分析摘要表 .....        | 207 |
| 表5-5-3 | 年齡、剪接率對理解程度之二因子變異數分析摘要表 .....                 | 208 |
| 表5-5-4 | 年齡、敘述方式對理解程度之二因子變異數分析摘要表 .....                | 210 |
| 表5-5-5 | 在理解程度上之主要效果 <i>t</i> test分析摘要表 .....          | 210 |

## 第六章 電視廣告的美感評價、偏好、與理解程度間之關係

|        |                                                                          |     |
|--------|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| 表6-2-1 | 整體受測者在各「敘述方式-剪接率」下對美感評價、<br>偏好、與理解程度之 Pearson 積差相關係數檢測結果 .....           | 237 |
| 表6-2-2 | 成人與青少年分別在各「敘述方式-剪接率」的條件下<br>對美感評價、偏好、與理解程度之 Pearson 積差相關<br>係數檢測結果 ..... | 238 |

## 第七章 流行插畫的美感評價

|         |                                             |         |
|---------|---------------------------------------------|---------|
| 表7-2-1  | 先遣研究中各主題與形式組合下之30張刺激物 .....                 | 251     |
| 表7-2-2  | 美感評價與偏好的 Pearson 積差相關係數檢測結果 .....           | 253     |
| 表7-2-3  | 30張刺激物中成人比青少年審美評價顯著較高的4張刺激物 .....           | 255     |
| 表7-3-1  | 參與者人數統計摘要表 .....                            | 258     |
| 表7-3-2  | 各組參與者年齡平均值與標準差 .....                        | 258     |
| 表7-3-3  | 成年參與者年齡分布人次與百分比 .....                       | 259     |
| 表7-3-4  | 各主題與形式組合下之30張刺激物 .....                      | 260-261 |
| 表7-4-1  | 性別、年齡、主題、形式在美感評價之<br>四因子變異數分析摘要表 .....      | 264     |
| 表7-4-2  | 年齡與性別在各主題對美感評價之二因子變異數分析摘要表 .....            | 268     |
| 表7-4-3  | 年齡與性別對各形式的美感評價之二因子變異數分析摘要表 .....            | 273     |
| 表7-4-4  | 各主題與形式的組合下年齡與性別<br>在美感評價的二因子變異數分析結果摘要 ..... | 276     |
| 表7-4-5  | 所有參與者美感評價平均值最高的5張刺激物 .....                  | 295     |
| 表7-4-6  | 所有參與者美感評價平均值最低的5張刺激物 .....                  | 297     |
| 表7-4-7  | 成人在30張刺激物中美感評價判斷顯著高於青少年的刺激物 .....           | 299     |
| 表7-4-8  | 青少年在30張刺激物中美感評價判斷顯著高於成人的刺激物 .....           | 302     |
| 表7-4-9  | 男性在30張刺激物中美感評價判斷顯著高於女性的刺激物 ...              | 304     |
| 表7-4-10 | 女性在30張刺激物中美感評價判斷顯著高於男性的刺激物 .....            | 306     |