



2016



# 論文集

2016台灣感性學會感性與創意實踐研討會

2016 Conference on Kansei Engineering Sensibility and the Practice of Creativity

2016年 11月 18號 - 19號



中高齡者療癒性玩具之魅力因子探討 .....	315
中國大陸新農村建設之仁墩村社區營建計劃方案研究 .....	322
中華職棒球隊主場經營與球迷忠誠度之研究 .....	328
反應能力與神經失調康復訓練－8052 程式打地鼠機裝置之研製 .....	334
手作療癒小物之魅力因子研究 .....	338
手機遊戲《巧月的輪迴》之介面設計回饋與特效創作 .....	346
牛仔時尚風格的魅力屬性探討－以牛仔褲為例 .....	358
以李安電影美學融入多媒體創意英語教學成效之研究 .....	362
以城市行銷觀點進行城市標誌及城市品牌設計－以嘉義市為例 .....	368
以消費者角度對機車造型風格之探討 .....	374
以顧客旅程地圖探討地方文化館之服務流程以「蕭如松藝術園區」為例 ..	380
台南地區當地特殊飲料瓶身造形意象 .....	386
台灣便利商店創新創意企劃－膠囊背包小棧 .....	391
台灣瀕臨絕種之物種紙雕創作研究－媚動魔力 .....	397
行動即時通訊軟體 LINE 貼圖設計創作研究－	
以七〇～八〇年代流行歌手為例 .....	403
巧克力包裝設計魅力因子探討 .....	410
生活型態展示與藝術融合之村落美學案例分析 .....	414
由通用設計觀點探討廚房水龍頭之使用行為 .....	422
白色的家用電器產品之色彩魅力因素探討 .....	429
在磨課師中遇見感性：磨課師平台之情意學習領域探究 .....	434
地方特色商品包裝設計創作－以澎湖風茹茶為例 .....	440
地區性文創商品設計屬性要素之探討－以文創 Plus 臺南創意中心 2011-2015 臺南十大文創商品為例 .....	447
自由行的魅力因子 .....	453
自然景觀轉化創作設計－以冰島景觀為例 .....	457
刺繡運用於衣物布料之感受探討－以絲毛布料為例 .....	464
社區自造導向之文化產品開發探討－以山腳社區為例 .....	469
社群交友 APP 介面之視覺意象研究 .....	474
城鄉意象應用於包裝設計－以宜蘭車站鐵路便當為例 .....	480

## 社區自造導向之文化產品開發探討—以山腳社區為例

張嘉玲<sup>a\*</sup> 蔡政旻<sup>b</sup>

<sup>a</sup>國立台東大學數位媒體與文教產業系 助理教授 <sup>b</sup>遠東科技大學創意商品設計與管理系 講師

\*Email: idit007@gmail.com

### 摘要

每個社區都有其特殊的社區特色，如人物、歷史事蹟、地景、產物等，在地文化是社區最重要的資產，社區自造理念即透過政府、公私立團體、在地居民三方合作，探索社區資源，開發社區可自主維運的商品或服務，用以活絡地方文化產業。本研究以台南市新化區山腳社區之打草鞋文化為實例，探討社區自造導向之產業問題與文化商品開發過程，並與山腳社區開發三件在地文化產品：人字拖好運卡、稻編鑰匙圈、稻編集線器，帶領社區居民藉此習得自給自足之技能，為農業型社區注入新文化商機，提升資源弱勢地區之藝文發展，落實生活美學，進一步帶動社區文化經濟產業化。

**關鍵詞：**社區自造、文化商品、打草鞋

### 一、前言

文建會從 83 年推動社區總體營造至今，已帶動許多社區重視在地文化，促進社區發揮自己的特色、發展在地文化產業。行政院挑戰 2008 六年國建計畫所推動「文化創意產業」，更加速促使政策由上而下，地方居民自覺地由下而上推動社區營造，意識到在地文化對於自身社區的重要性與意涵，使地方產業與文化的結合，愈多社區期待開創屬於自己社區文化特色之文創產業新契機。然而，多數傳統社區居民並非專業人員，難以自行開發具競爭力、永續性之文化特色商品或服務。基於此，文化部意識到在地文化對於自身社區的重要性與意涵，自 100 年度起，推動社區亮點計畫，導入公私部門資源輔導鄉鎮地區。103 年度則頒布社造活力網絡計畫，計有 108 個社區參與接受輔導，促進社區產業文化活絡與加值，更重要希望社區能藉此習得自給自足之技能，進一步帶動社區經濟產業化。因此，本研究探討社區自造為導向之文化商品開發模式，並以台南市新化區山腳社區作實例說明。

### 二、文獻探討

每個社區都有其特殊的社區特色，如人物、歷史事蹟、地景、產物等，社區自造理念期能透過政府、公私立團體、在地居民三方合作，探索社區資源，開發社區可自主維運的商品或服務，活化地方文化產業。

#### 1、社區自造之定義與理念

關於社區一詞，可分為一群居住在一定區域內的人，或其共同生活的空間。且同時，該區域內的人亦須對此共同空間具認同感，自認為是其中一員（楊慧琪、郭金水，1996）。社區居民彼此之間產生互動、認同，共享利益與盡義務（林瑞欽，2000）。不同的社區類型，會形塑不同的社區居民意識，進而影響社區發展及凝聚合作力（李秀玲，2006）。

社區自造一詞係由文化部 91-96 年度與 97-104 年度之前身計畫一新故鄉社區營造第一、二期計畫衍生而來，主要施政主軸在於行政社造化、社區文化深耕及社區創新實驗。

依據台南市文化局（2015）計畫公告：「社區自造：設計師 in 社區—社區產業創意設計計

畫」宗旨：此係一個整合在地素材、傳統工藝、居民參與，以社區產業及文化發展為目標的行動計畫，在設計師群的進駐及引導下，社區居民共同進行創意思考，將社區文化、地景地產、工藝技術等，透過設計轉譯，以創意產品的形式呈現。文化局媒合設計團隊進入社區，輔導社區發想、研發具當地特色之產品，並由社區自行製作、生產，期藉由社造參與整合社區資源，呈現在地特色，並透過社區產業回饋機制，建構在地認同，促進社區文化發展及永續經營。其特點為：設計團隊與社區共同合作進行社區產業產品研發設計、製作生產及展示推廣等社區產業發展工作，增加在地認同與永續共識。

承上所述，本研究認為社區自造即是「在地居民可自力生產、製作、行銷商品，依此獲取合理的營運金額供社區自產自足之效益，依此建構社區文化產業回饋自給機制，永續經營社區文化產業。」

## 2、社區文化產品開發

文化產品與一般產品所異之處，在於其多了一項文化識別的功能（何明泉，林其祥，劉怡君，1996）。社區在開發文化商品的前期，透過資源調查來省思與發現，商品所應蘊含的文化因素，結合設計團隊的啟發引導，透過設計表現文化應具有之識別性。

無論從人、文、產、地、景分類，或從生活、生產、生態、生命分類，或從文史、技術、自然來分，社區文化特色除既有的條件外還需要社區居民的願力。居民在共同意願下親手完成的屬於在地的文化商品，自然也就成為文化產業中解說的內容』（黃世輝，2001）。

文化商品應具有代表性意象為傳達社區特色景像、接近社區整體形象、說明社區象徵及意義。就地方文化商品而言，地方文化藉由地方文化符號的轉化加註於商品之中，其不外乎是使用語構學、語意學、語用學來詮釋，以語意學此來探討文化符號指示義、暗示意；以語構學來探討文化符號的結合法則、構成材料；以語用學來探討文化符號的組成、用法、功用與起源。（蔡孟珊，2007）。

## 3、山腳社區介紹

山腳社區位於台南市新化區最南端，是平

埔族族人的分布區域。新化的文化歷史背景，從荷治、明鄭、清朝、日據時期至今經歷了不同年代的歷史文化演進，豐富的文化特色蘊育出人文薈萃的新化小鎮。新化於荷蘭時期即有五大社區之一的「大目降」之古稱（為西拉雅語），亦即「山林之地」之意。山腳社區包括頂山腳、台南加州及五甲勢三個部落，前二者為閩南族群，五甲勢則為西拉雅族裔。

山腳社區因宗教習俗與文化的傳承，境內的朝天宮留傳的打面宋江陣文化，傳承近三百年，完全遵照古禮，臉譜彩繪、身穿古衣、腳踩草鞋，地方自許是正港「梁山人馬」，因此社區保有歷史悠久的「打草鞋」文化技藝。

本設計團隊考查過往文獻及實地走訪當地耆老，將山腳社區產業資源依分為地、景、產、人、文等五大類進行概況說明：

- (1) 地（自然資源）：山腳里位居新化區最南端，為東西向長條狀。在新化 20 里中，山腳里占地面積為全區第二大里。山腳社區有占地甚廣的軍事基地，鄰近國道 3 號及 86 號快速道路，對外交通相當便捷。
- (2) 景（景觀空間）：山腳社區有木架山自行車道，全長約 8.8 公里，有片廣闊的大草原，是新化風景最美的自行車道，每逢假日常有自行車愛好者前來享受自然美景。
- (3) 產（產業資源）：典型的農村社會型態，大部分居民從事農業工作，擁有豐富的稻米、鳳梨、蕃薯、芒果等農作物。
- (4) 人（人力資源）：目前社區成員人口數為 1775 人，是個人口數不多的小社區，多為長居地此的家鄉居民，平日少有外來客進駐於此。
- (5) 文（文化資源）：社區內以「朝天宮」為主要的信仰中心及居民主要的活動場地。迄今，仍保有傳承三百年的打面宋江陣，山腳社區是極少數社區完全遵循古禮傳統，彩繪臉譜、穿古衣、踩草鞋，嚴謹確實不馬虎。社區信仰中心朝天宮保有「打面宋江陣」即是新化最具特色的一支，「打草鞋」手工技藝便源自於此，所留存的打面宋江陣及打草鞋文化，更是與新化區其他十九里唯一不同的傳統文化特色。

## 三、產業問題

在訪查過程了解，目前山腳社區製作草鞋



(圖 1)大多是提供給朝天宮廟會活動時，讓陣頭成員上場跳宋江陣時所穿，除此之外，打草鞋很難有其它曝光機會及銷售契機。本研究依製作上、功用外型上、銷售上、通路上、文化意涵上分析打草鞋產業問題如下：



圖 1. 傳統山腳社區宋江陣之打草鞋

#### 1、製作過程相當繁複，費時費力

社區耆老草鞋達人陳坤發老師說，草鞋底部多是以稻草為主，而其他的鞋面處編織，則是以黃麻與稻草互相編織結合，需先將黃麻泡水變軟、才能撕成細絲，之後再用手掌將黃麻細絲反覆搓捲成型，此才成為打草鞋之材料。

#### 2、草鞋功能不合時宜

打草鞋以往在農業型態社會中扮演重要角色，但隨著時代變遷，布鞋、膠鞋與皮鞋盛行，取代傳統草鞋，功能上，傳統草鞋因稻草莖梗不夠柔軟，對比現今合成皮布材質，穿著時相當磨腳，觸感粗糙並不舒服。

#### 3、文化上易有負面聯想

古時辦理喪禮時，家屬或抬棺工人須穿著草鞋作防煞之用，故對老一輩民眾來說，易對草鞋產生負面聯想，隨時間演進，此已漸而淡忘，然而，傳統草鞋造型較為粗陋，不夠時尚、美觀，較難吸引年青族群之目光，難以獲下一世代之目光興趣。

#### 4、技藝人才斷層

觀察當前打草鞋產業人員，多屬高年齡層族群，多數中生代及年青人並不瞭解打草鞋的歷史淵源，更遑論編織技法之傳承。稻草編織的技術逐漸沒落，耆老年紀漸大，難以傳授教學，漸而凋零而失傳。

#### 5、在地行銷困難

山腳社區是典型的偏鄉務農鄉村落，境內並無任何規模化的展售點或合作中心，若要在地行銷實屬困難。

### 四、商品開發程序

為達社區自造之理念，設計團隊開發文化

商品時，應特別考量「在地居民可自力生產、製作、行銷商品」之能力，亦即設計團隊所開發之文化商品，不論是相關材料取得、技術門檻、行銷管道等，均須能移交予社區，使社區居民獲取自產自足之效益，建構社區回饋自給機制，即使設計團隊離開社區後，社區仍可自給自立永續經營。

社區自造導向之山腳社區文化商品，開發程序如下：

#### 1、確認社區意願與願景

由於社區自造強調社區須完全接續商品生產製作、經營行銷等工作，責任重大，故首先要先確認社區居民永續經營之意願。山腳社區早年便參與登錄「新故鄉社區營造計畫」，企圖建構在地產業，顯示社區居民對社區文化產業發展具高度意願與期待。訪查在地耆老與居民，發現宋江陣之「打草鞋」是普遍認同且極欲保留之社區特色文化，並依此為元素開發商品，故本次擬以打草鞋為文化主軸，提出山腳社區居民願景：

- (1) 萃取打草鞋元素應用於生活用品設計或伴手禮贈品設計，不僅形塑產品新意象，也可以傳遞祝福的概念，縮短草鞋時代距離感。
- (2) 培訓草編生力軍，期為傳統草鞋產業帶來新思維，延續值得驕傲的傳統。
- (3) 產品開發後，期可辦理展示推廣會，另日後在通路販售上，可能需借助他鄉鎮及市府單位協助，以聯合展售方式，拓展知名度。

#### 2、文化元素萃取與轉譯

以打草鞋為目標對象，進行元素萃取。打草鞋最主要材料是稻草、黃麻、紅綢布等，其中稻草為最主要材質，也是所有草纖維裡較便宜、較常見的材料。稻草具備柔軟、質輕、保溫、通氣、可燃與緩衝等材性。經紮束、搓揉、編組、糾結等編織加工後，能表現出美好的外型與紋樣。分析草鞋元素如表 1。

表 1. 打草鞋元素分析

外觀造型	材質	編織技法	功能
鞋型	稻草、黃麻	五股編、挑壓織法	保護腳掌

#### 3、產品設計定位

結合當地宗教信仰，運用山腳社區在地耆

老稻草編織技術，經紮束、搓揉、編組、糾結等加工，應用於現今生活物件，形塑產品新意象，與居民討論後，配合當地朝天宮活動，擬定為兩件一組的好運祈福卡，另則開發鑰匙圈、集線器等生活產品，在日常生活中，就能直接感受稻草的自然質樸感。

#### 4、舉辦工作坊教學課程

為使所開發商品之稻草編織技術能順利移交給社區居民，達成山腳社區自造精神，設計團隊邀請草編講師，辦理二場草編研習工作坊（圖 2），以在地居民與社區媽媽為參與對象，透過研習工作坊，讓居民有系統地認識稻草特性與學習編織技法，更從中培養草鞋文創商品之社區種子學員。



圖 2. 社區居民參加草編工作坊

#### 5、產品量產製作

以稻草為材料、挑壓織法為主，開發三種符合現在生活產品：人字拖好運卡、稻編鑰匙圈、稻編集線器，成品說明如表 2。

表 2 產品成果說明

【人字拖好運卡】	
材料：稻草芯、稻草褲、麻線、蠟線	
技術：挑壓織法	
尺寸：100*68 mm	
概念：將傳統草鞋型態轉化為現代年青人常穿的人字拖造型，並配合社區宗教信仰中心朝天宮廟會，賦予祈福、好運之意，純手工編織，精巧可愛，掛於壁上，更有「避邪」祝福之用意。一雙兩隻成雙成對，遊客可自行留藏一隻，另一隻則可寫上祝福話語寄送給遠方親友，以平易近人的方式傳遞山腳社區打草鞋的故事，好運加倍。	
【稻編·鑰匙圈】	
材料：稻草芯、皮革、鑰匙環	
技術：挑壓織法	
尺寸：80*28 mm	
概念：運用稻草特性，開發現代人常用的鑰匙圈，方便收納取用鑰匙，純手工編織輔以皮革質感，自然雅緻，傳承地方稻藝文化。讓稻草的自然質樸感，融合於現代生活，延續稻草價值。	
【稻編·集線器】	
材料：稻草芯、皮革、四合扣	
技術：挑壓織法	
尺寸：78*42 mm	
概念：方便收納耳機線，純手工編織輔以皮革質感，自然雅緻，延續稻草質樸精神，物盡其用，充份展示山腳社區草根特質。	

產品開發後，亦舉辦成果發表會，藉以增加能見度，行銷山腳社區文化商品（圖 3）。



圖 3. 成果發表會

## 五、討論

山腳社區以打草鞋為起點，發展成社區文化商品，對社區自造而言，具有三種意義：

### 1、改善社區產業體質、創新設計及文化特色

山腳社區是相當典型的農村社會型態，多數居民從事單純的農業工作，居民樸實安樂，也極少接觸外來創意刺激。透過本研究執行，在傳統的草編技術導入創新設計概念與方法，並符合當地需求，開發三項具在地文化元素的特色商品，為農業型社區注入新文化商機，提升資源弱勢地區之藝文發展，落實生活美學。

### 2、提升居民對社區產業之參與、共識

經由二場草編研習工坊，不僅社區媽媽熱情參與，更多是帶著子女前來一起學習草編技藝，讓我們看到文化傳承的未來希望。而透過本次新開發的草編設計品，也同時讓在地居民深感興趣與認同，進而提升居民對在地文化產業之認識及參與，喚醒居民對在地共識。

### 3、社區組織合作及資源整合

山腳社區草藝文化產業的價值不僅只是奠定草編工藝產業的基礎，更是具備地方活力與創意的高度展現。所辦理二場草編研習營，特邀請南投草鞋墩專業講師前來指導，串聯兩地草藝交流，一起為台灣稻草編織技法與美學努力，開創稻草藝術之結盟可能。

## 六、結論

文化部近年來積極促進社區發揮自己的特色、發展在地文化產業。社區期待開創屬於自己社區文化特色之文創產業。社區自造導向之文化商品開發解決以往設計團隊掌握商品之關鍵生產技術，社區須仰賴設計團隊才能生產商品或行銷產品，雙方一旦結束合作關係，社區便難以一己之力生產、行銷商品，難以永續經營產業之困境。本研究以自給自足之「社區自造」為目標，以台南山腳社區為例，開發文化商品，活絡與加值社區產業文化，更重要希望社區能藉此習得自給自足之技能，提高商品價值促進地方經濟與文化消費，進一步帶動社區文

化經濟產業化。

## 參考文獻

1. 台南市文化局(2015)。社區自造：設計師 in 社區—社區產業創意設計計畫。文化部。
2. 楊慧琪、郭金水(1996)。社區參與的溝通行動論初探—以澎湖二嵌為例。《台北師院學報》，9，369-404。
3. 林瑞欽(2000)。社區意識的概念、策量與提振策略。《社會發展研究學刊》，1，1-21。
4. 李秀玲(2006)。社區意識與社區休閒活動參與關係之研究，碩士論文，靜宜大學觀光事業學系，台中市。
5. 黃世輝(2001)。文化產業與居民參與，文建會90年度社區總體營造年會論文集，台北市(頁20)，台北市。
6. 何明泉，林其祥，劉怡君(1996)。文化商品開發設計之構思，《設計學報》，1(1)，1-15。
7. 蔡孟珊(2007)。地方文化符號於文化商品設計過程中的轉化與運用—以雲科大工業設計系學生文化商品設計為例。碩士論文，國立雲林科技大學工業設計系。

## 誌謝

本研究感謝台南市文化局及科技部專題計畫 MOST 105-2221-E-143-004 補助，並感謝參與的新化山腳社區居民及稻草編織老師—孫業琪、康靜莊指導，及簡韻芬、林姿瑩、莊建維、廖翎凱、許雅淳協助執行本案。

## 2016 台灣感性學會感性與創意實踐研討會論文集

出版者：國立臺東大學數位媒體與文教產業學系

地 址：95092 臺東市大學路二段 369 號

電 話：(089) 318855#3502

傳 真：(886) 89-517799

網 址：<http://dde.nttu.edu.tw/bin/home.php>

電子郵件：[nttu.eidm@gmail.com](mailto:nttu.eidm@gmail.com)

成立日期：100 年 3 月 2 日

發行日期：105 年 12 月

---

編輯委員

召集人：張如慧

總編輯：賀俊智

執行編輯：游紀紋 / 張虔祥

編輯委員：賀俊智 / 蔡東鐘 / 鄭承昌 / 許志維 / 張嘉玲

---

美術指導：翁漢騰 / 賀俊智

美術設計：孫苡荃

美術編輯：孫苡荃 / 張虔祥



I S B N 978-986-05-1329-5





## 主辦單位



社團法人  
台灣感性學會

## 官方網站

<http://eidm.nttu.edu.tw/kansei2016/>

## 承辦單位



國立臺東大學  
數位媒體與文教產業學系

## 協辦單位



國立臺東大學  
師範學院



國立臺東大學  
圖書資訊館



科技部工程司  
工程科技推展中心

