

東海大學

工業設計學系碩士班

碩士論文

臺灣閩南諺語的轉化設計

Design from Taiwan Agriculture Proverb

研究生：杜欣芳

指導教授：謝志成

中華民國一零八年六月

摘要

諺語是臺灣先民在農業時期積累下之智慧與經驗的結晶，母語為閩南語的閩南裔臺灣人是臺灣第一大族群，研究者透過文獻回顧，梳理出臺灣閩南諺語(以下簡稱諺語)隱含的敬穀文化，運用思辨設計(speculative design)的理論基礎進行產品創作。

建構設計過程：研究產出 3 組作品，分別為「樹頭公-造型線香盤」、「貓睨-兒童用餐輔助器」、「鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂」，試圖將諺語中隱含的敬穀文化結合幼兒的生活，淺移默化的培養孩童惜物、尊重天地的態度，以設計去驗證思辨性設計的邏輯。

關鍵詞：臺灣閩南諺語、稻米文化、敬穀思想、思辨性設計

Abstract

Respect for the millets a perseverance of the Chinese and Han nationalities and the mentality of revering rice is deeply rooted in the hearts of traditional agricultural society. In the agricultural period, Taiwanese proverbs are the wisdom and experience accumulated by the ancestors. The native Taiwanese are the largest ethnic groups in Taiwan. Research adopts the literature review to explore the Taiwanese proverbs containing the culture of respect for the millet, and uses the concept of speculative design and Roland Barthes' Symbolism. The study produces three designs, "Shutou Gong - joss-stick", "Cat - Children's Meal Aid", "Dou Ma Lai Bo - Taiwanese Folk Puzzle", trying to imply the culture of respect for the millet in the proverbs. After collecting 50 responses of the public, these design can be seen as a innovative and inspirational daily tools to express the importance of respecting millet and the effort of farmer.

Keywords: Taiwanese Proverb, Rice Culture, Respect to Rice, speculative Design

致謝

「咬定青山不放鬆，立根原在破巖中，千磨萬擊還堅勁，任爾東西南北風。」是清代鄭燮（板橋）在《題竹石》所言，如同在過去研究所的求學生涯中，對於產品設計的熱情與投入，竹枝勁拔且有「千磨萬擊還堅勁」的堅強不屈，更把這份信念深深扎在破裂的岩縫之中，堅定不移。「千磨萬擊還堅勁，任爾東西南北風。」則表達儘管在撰寫論文路上面對許多挫敗與迷茫，仍是堅韌挺拔，在師長鼓勵下回頭繼續撰寫論文；甚至是在擁有全職工作下，仍舊不能動搖我想要完成本研究創作的信念。

在研究生涯裡，與謝教授及研究夥伴們一同在許多專案中度過美好而富有意義的過往，這些經歷不僅為我注入更多對於設計與創作的美學靈感，也使我對於研究這些理論更有感受。自從讀過思辨設計的書籍及文章後，一直心心念念著如何將童年時與阿公、阿嬤互動時所講的諺語，以及農家生活對於穀物的敬重之心結合成產品設計。感謝謝教授一路以來的指導與引領，當我面對全職工作的挑戰時，總是勉勵著繼續拚下去，雖然論文已經延宕多年，但是對於敬穀文化與閩南諺語的濃厚興趣，總是激勵著我繼續完成，今年過年時，與家人再次說起諺語，內心對於這份論文必須完成的念頭越加深刻，遂在一邊繼續工作、出差的狀態下，終於走到口試的階段。感謝公司體諒撰寫論文的狀態，協助調撥工作時間，使我無後顧之憂專注在研究上。感謝擔任口試委員們給予論文修改建議與勉勵，使我完成論文，由衷感謝！

2019年6月28日

欣芳

目錄

摘要	i
Abstract.....	ii
致謝	iii
目錄	iv
表目錄	v
圖目錄	vi
第一章 緒論	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究動機	2
1.3 研究目的.....	3
1.4 研究問題.....	3
1.5 研究範圍	3
第二章 文獻回顧	6
2.1 稻米文化之相關研究	6
2.2 臺灣閩南諺語的內涵與相關研究	10
2.3 思辨設計的內涵與相關研究.....	12
第三章 研究方法	16
3.1 研究對象.....	16
3.2 問卷設計.....	16
3.3 調查計畫.....	20
3.4 創作理念與設計規劃	20
3.5 預期成果	21
第四章 研究結果與討論	22
4.1 前導問卷結果分析.....	22
4.2 設計一：樹頭公-造型線香盤	24
4.3 設計二：貓睨-兒童用餐輔助器	29
4.4 設計三：鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂	33
4.5 後測問卷結果分析.....	37
第五章 結論與建議	40
5.1 結論.....	40
5.2 研究限制與建議.....	41
5.3 創作心得.....	41
參考文獻	43
壹、中文文獻	44
貳、英文文獻	45
參、參考網頁	45
附錄一 前導問卷	46
附錄二 後測問卷	48

表目錄

表 3.2.1 前導問卷之背景屬性量表.....	17
表 3.2.2 諺語之通俗性量表.....	18
表 3.2.3 後測之受測者背景屬性量表.....	19
表 3.2.4 後測之顧客體驗偏好量表.....	20
表 4.1.1 諺語通俗性調查結果.....	23
表 4.5.1 後測問卷結果.....	38

圖目錄

圖 1.5.1 研究架構圖.....	5
圖 2.3.1 思辨設計概念圖.....	14
圖 3.4.1 創作規劃圖	21
圖 4.2.1 造型線香盤之使用場景效果圖.....	25
圖 4.2.2 造型線香盤之使用場景效果圖.....	26
圖 4.2.3 造型線香盤之草稿圖.....	26
圖 4.2.4 造型線香盤之草模圖.....	27
圖 4.2.5 造型線香盤之實體模型.....	27
圖 4.2.6 造型線香盤之設計架構圖.....	28
圖 4.3.1 貓睨-兒童用餐輔助器之使用場景效果圖.....	29
圖 4.3.2 貓睨-兒童用餐輔助器之使用場景效果圖.....	30
圖 4.3.3 貓睨-兒童用餐輔助器之草擬圖.....	30
圖 4.3.4 貓睨-兒童用餐輔助器之實體模型.....	31
圖 4.3.5 貓睨-兒童用餐輔助器之操作圖.....	31
圖 4.3.6 貓睨-兒童用餐輔助器之操作圖.....	32
圖 4.2.7 貓睨-兒童用餐輔助器之設計架構圖.....	32
圖 4.4.1 鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂之使用場景效果圖.....	34
圖 4.4.2 鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂之草擬圖.....	34
圖 4.4.3 鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂之實體圖.....	35
圖 4.4.4 鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂之實體圖.....	35
圖 4.4.5 鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂之設計架構圖.....	36

第一章 緒論

從研究背景與動機、研究目的、研究範圍、研究架構與流程分述如下：

1.1 研究背景

臺灣進行稻作栽培已歷經三千年以上的歷史，自明朝開始已開始有原住民種植陸稻之文獻記載，而直到明末漢人及荷蘭人開始引入多樣的稻種（大多數為秈稻）及較為先進的栽培技術。至日據時代，日本人引進粳稻，並進行稻作育種之工作，試圖選育出適合臺灣亞熱帶氣候、對日照鈍感、產量增加之粳稻品種。由於官方大力推廣，粳稻種植面積很快超過秈稻，日本殖民地政府於 1926 年將臺灣所生產之粳米命名為「蓬萊米」。目前臺灣栽培之水稻品種多屬於粳型，在作物學家近百年來的努力下，無論品種及栽培技術皆已達優質水準，是世界上生產優質粳型稻米緯度最低的國家之一。

稻米為我國主要糧食，傳統農業社會亦對米食文化特別珍惜，米食與國人生活關係密不可分，傳統臺灣飲食遵循「飯」、「菜」區分的原則，以米飯作為主食。連橫（1962）於《臺灣通史》中記述：「臺灣產稻，故人皆食稻。自城市以及村莊，莫不一日三餐，而多一粥二飯。」，米儼然形成一種生活文化，如同耳熟能詳的諺語「一粒米，百粒汗」正是早期臺灣農業社會的最佳寫照，將那一份「鋤禾日當午，汗滴禾下土。誰知盤中餐，粒粒皆辛苦。（唐、李紳《憫農》）」的辛酸寫進社會文化裡。

語言文字是文化和思想的載體，亦是一種與社會產生緊密連結的現象；倘若人與人之間沒有語言的潤和，彼此間的聯繫就會中斷，而社會也無法保持平衡（葉蜚聲、徐通鏘，2001）。故，欲認識一個地方的歷史與文化，從其語言現象研究著手。一個歷史悠久、生活安定、文化水準達一定程度的社會，才會產生充滿成熟智慧的「諺語」來作為歷史、社會、生活等方面反省

的人，以流傳給後代（陳主顯，1997）。在現今的臺灣社會中，諺語是風土民情的常言、社會倫理的紀錄，涵蓋族群生活與社會經驗，更擴及人類學、社會學、歷史學、民族學、心理學.....等學術領域，傳達全民共有的世界觀、人生觀及社會觀，具有傳授經驗智識及教訓勸戒之作用。臺灣閩南諺語是所有臺灣先民智慧與經驗的結晶，靠著世代的口耳相傳，才能夠將這些臺灣閩南諺語保留至今。

1.2 研究動機

任何人在出國遊學時，各國同學分享他們國家的主食，幾乎所有的亞熱帶國家的主食都是大米，而寒冷的國家則是小麥和馬鈴薯。稻米作為主食，對於東方社會演進有著深遠的影響，稻米承載著東方社會文化與經濟發展，隨著緯度與稻作收成的次數不同，稻米的棲性也深深影響著亞熱帶國家的民族性。研究者來自務農世家，從小吃米飯長大，長輩也時常以諺語，如「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭（陳主顯，1997）」、「勤快，勤快，有飯閣有菜（陳主顯，1997）」的諺語，規勸研究者要多惜福、節約糧食、感恩農夫種田的辛苦。而後，在一次機緣下研究者邀請研究所同窗的國際交換學生來到家鄉-台南遊玩，她在用餐時間提出特別的要求，她想要好好的品嚐一碗「飯」，以了解亞洲不同國家的稻米的味道與口感差異。外國人通常不善於使用中式餐具，吃飯時常會像幼兒初學用餐器具那樣夾不好或是留下許多飯粒，但這位外國學生將碗中的飯吃得乾乾淨淨、沒有留下半點殘渣，十分厲害。研究者便以逗趣的方式與她分享諺語中「食飯扒無清氣，會娶貓某（陳主顯，1997）」的意涵，恭喜她「飯吃得很乾淨，未來一定會嫁個帥氣的老公」，並開始分享其他跟米有關的諺語，以及台灣的敬穀文化和節約糧食、敬天惜物的概念。

這些臺灣閩南諺語承載了多少先民的文化，臺灣人應知臺灣事，臺灣人更應知臺灣諺語，本研究從透過文獻探討，透過梳理臺灣諺語與稻米文化間

的關聯，並覺察臺灣閩南諺語中的稻米文化對其生活的省思，運用思辨設計 (speculatuive design) 的概念及羅蘭·巴特符號學的理论基礎進行創作。

1.3 研究目的

透過文獻探討，梳理出臺灣諺語與稻米文化間之現況，並根據前述資料進行實體創作、設計新產品，參考思辨設計(speculatuivedesign)的概念及羅蘭·巴特符號學的理论基礎進行創作，並引導使用者在使用產品過程中，覺察臺灣閩南諺語中的稻米文化對其生活的省思，再從使用者偏好角度，對產品是否受到使用者歡迎做出評判。預期達到下列三個目的：

- 一、以臺灣諺語中的農業社會背景為基準，思考敬穀文化，產生設計，創造出情感與設計的關聯。
- 二、驗證思辨設計及符號學理論於產品設計中。
- 三、轉化諺語，創作產品，讓使用者從小潛移默化，培養敬天惜物觀念。

1.4 研究問題

本研究主要探討如下：

- 一、臺灣農業社會背景下的敬穀文化與臺灣閩南諺語的關聯性為何？
- 二、如何將思辨設計及符號學運用於創作產品設計中？
- 三、如何激發產品使用者思考臺灣閩南諺語中在稻米文化？

1.5 研究範圍

1.5.1 稻米文化 (Rice Culture)

以食米而形成的種種生活文化現象。

1.5.2 臺灣諺語 (Taiwanese Minnan Proverbs)

臺灣諺語專書數量非常多，絕大多數的專書以選錄諺語且釋義為主，然缺少較嚴謹的分類與闡述，遂本研究以陳主顯（1997）所編著的《臺灣俗諺語

典》（卷一至卷十）為主要的諺語為主要語料，以及其對於諺語之定義，認為諺語是流行在一般大眾間，具相當固定形式，形成的口頭語，並且含有完整的概念，用來表達特定族群典型的社會經驗。

1.5.3 思辨設計（Speculative Design）

本研究以思辨設計（Speculative Design）一詞的提出者 Dunne 和 Raby (2003)於《思辨一切：設計、虛構與社會夢想》（Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming）之定義，為思辨設計是一種經由思考去進行想像的概念中工作觸發人們對於原本世界或生活的思考，進而理解人們對於現在、未來的生活樣貌。

「臺灣閩南諺語中敬穀文化」為主題進行設計創作，結合思辨設計中的美學差異概念的理論基礎，進行設計與創作，最後再透過問卷，驗證使用者的經驗與感受，得到設計成效的結果。

本研究共計五章，涵蓋諸論、文獻探討、研究方法及研究結果與討論等。本研究流程架構如圖：

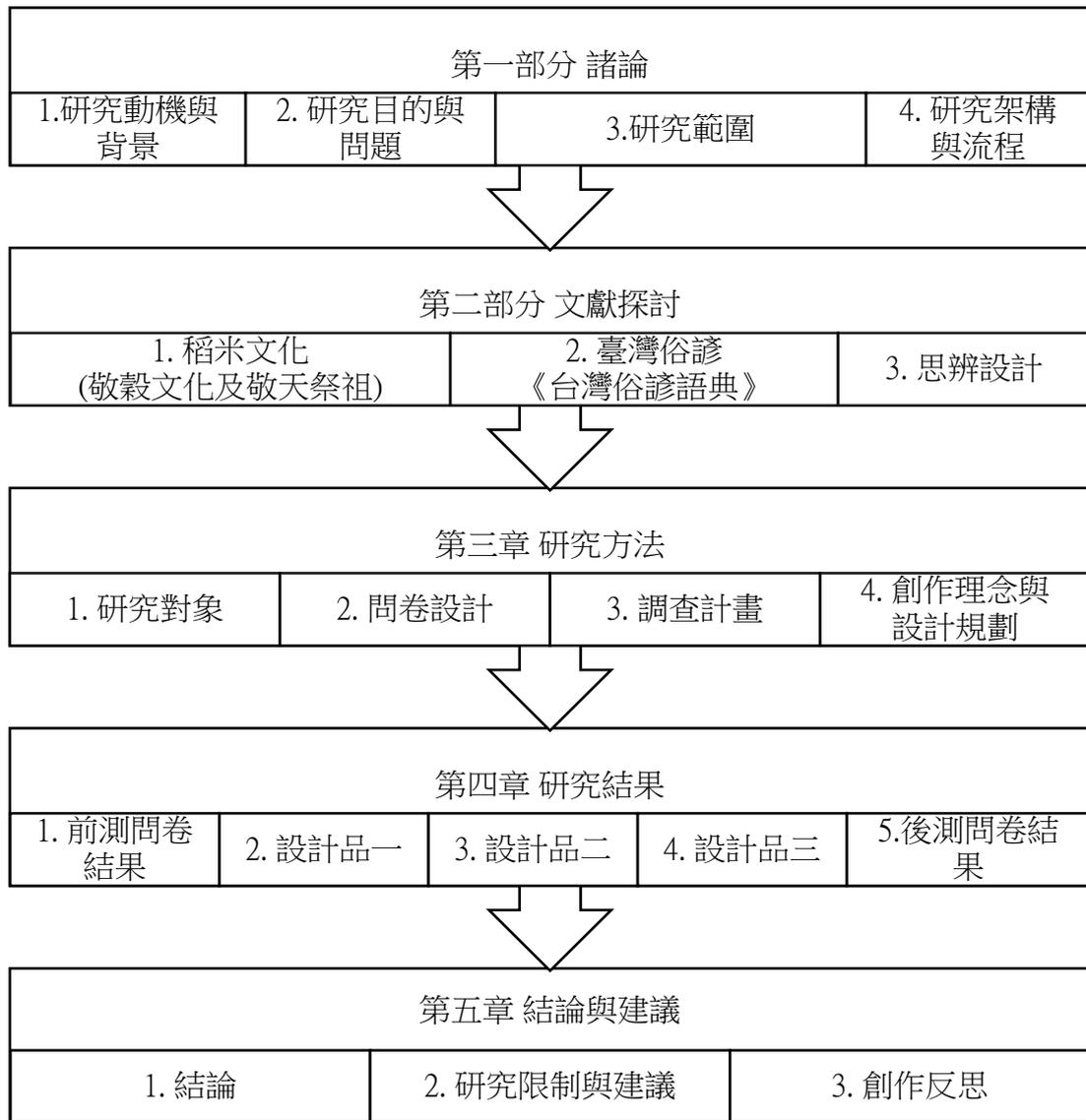


圖 1.5.1 研究架構圖

第二章 文獻回顧

回顧目前針對稻米在閩南社會文化的角色及影響；第二節闡述臺灣閩南諺語的內涵與相關研究，再回顧過去相關研究以及其與稻米文化之相關運用；主要在探討稻米文化，分述如下：

2.1 稻米文化之相關研究

本節說明稻米文化的相關文獻探討，基於本研究對於閩南社會中的稻米文化為重點探討議題。首先探討臺灣社會下的稻米發展，再談及傳統觀念中的稻米文化，如敬穀思想、敬天祭祖及與節慶生活結合的延伸發展等。

2.1.1 臺灣稻米歷史

稻米是臺灣地區的主要糧食作物，也與臺灣居民的生活有著密不可分的關係，除了在政治、經濟上的影響外，在傳統社會中激盪出豐富多元的文化意象。

依據潘江東、掌慶琳和曾裕琇（2014）對於臺南稻米文化論述中指出，自明朝始，臺灣即有原住民種植陸稻，而後明末時閩南人顏思齊、鄭芝龍等率領武裝百姓移民臺灣，於南臺灣的笨港（北港）、臺江（安平）等處設置寮寨，進行墾殖，並且引進中國沿海地區的秈型稻（俗稱在來稻）與栽培技術。直到 1626 年，荷蘭人為了有效提升稻米產量，大力推動建設水利設施。臺灣通史（連橫，1962）記載：「臺灣為宇內奧區，土沃宜稻。初闢之時，一歲三熟，故族兵食。又能以其於有餘，供漳、泉，以取其利，故國用無虞。」鄭成功於 1661 年（明萬曆 15 年）來臺，以臺灣視為反清復明基地，因而致力於稻米生產（臺灣省政府農林廳，1999）。

日治時期，日本政府在臺灣進行品種改良推出「蓬萊米」，並且為了持續供應國內對於食用稻米的需要，也積極興建水利設施如嘉南大圳、桃園大圳等，此重大轉變使臺灣的稻米油糧食作物晉升為經濟作物（王怡茹，

2005)。因受到日本殖民之影響，臺灣社會從傳統移墾社會轉變為現代社會，並且在經濟方面則以米、糖的地位最為重要。柯志明（2003）在《米糖相剋—日本殖民主義下臺灣的發展與從屬》一書提到，1930年代爆發了「米糖相剋」的問題，稻米並未因此被糖業擠下，反而促使米多元運用在日常生活、節慶與各式習俗上作為食材的賀品、祭品以及應景食品之飯、粥、糕和粿等。1980年代以後，全臺各區域農業改良場以提升優良米質作為重要育種目標，現依稻米特性可分為粳米、秈米及糯米三類，分別形成不同的飲食文化與習俗，在臺灣的農業生產、日常生活、節慶習俗都具有相當重要的地位。

2.1.2 傳統觀念中的稻米文化

中華文化是由米食文化孕育而成，臺灣人亦以米食為主，臺灣位於亞洲主要產稻區，稻米被視為最重要的食物來源之一，臺灣擁有許多不同的族群，而族群間彼此在生活習慣上及文化上各有差異，因此，所呈現出來的米食文化更是多樣且豐富的。臺灣以米食為主軸，大致分成三個民族，閩南、客家、原住民，族群間歷經多年來的互相影響，仍保有各自特色的米食傳統。

諺語云：「農事為粒食之本，古先王貴粟重農，親耕以勸，實為政要著也。（鄭鵬雲、曾逢晨，1959）」敬穀重粟的傳統思想，自古以來為漢民族所堅持的精神，在傳統文化脈絡發展中，米隨著季節、慶典及各式禮俗，被做成各類應景食品，喻含敬神、敬祖、子孫繁榮等意義。

基於漢人傳統敬穀的觀念，臺灣人對於食物相當愛惜，若可以利用絕不輕易丟棄，如同諺語「一粒米，流幾若百粒汗」，深深表達米是歷經汗水的辛苦播種而換來的。在片岡巖（1996）的紀錄中，談及早期傳統農業社會，臺灣人將每天剩餘的飯菜、洗米水與洗鍋水收集起來，作為飼養家畜之飼料，並且告訴家裡的小孩，如果任意糟蹋食物，會遭雷公懲罰。這些對於稻米的行為，都是人們敬重五穀的一種表現。

在臺灣漢人家庭教育中，珍惜五穀也是一項重要課題。倘若小孩吃飯時，不小心將米粒灑在桌子上或掉落在地上，必定遭到長輩的斥責，可能會被譏為「缺嘴」（兔唇）；倘若有浪費、糟蹋食物的行為時，則會被長輩批評為缺德。這些敬穀的思想，自孩提時期起，家族長輩們會不斷地灌輸著。在稻田尹收錄的《臺灣歌謠集》中，一首勸人應尊重穀物的歌謠——〈米を尊ぶうた〉即云：「米飯一粒都拾起，打損五穀類損死，（勿會）再做人去出世，會出世做牛馬去。」由此可見，敬穀觀念在臺灣漢人的社會中是極為重要的（陳玉欣，2013）。

2.1.3 敬天祭祖的象徵

中國人觀察四季變化及配合二十四節氣，衍生出順時應景的傳統節慶。節慶及祭祀活動向來是傳統農業社會的重心，藉著祭天敬神祈求全家平安和稻禾豐收。臺灣各地寺廟林立，而在寺廟的節慶活動中，會隨著不同的祭拜對象，用不同的牲禮和祭品來敬拜神明，而米製品是最不可或缺的祭祀物，過往稻米種植不易，故在重要的日子裡，人們希望用珍貴的米食向神明表達崇敬之意。

諺語「吃果子，拜樹頭」，臺灣會成就今日的繁榮，故「稻米」具有傳承生命的文化表徵，米不但提供溫飽更是農業時代經濟體系的重要作物，更是人民賴以維生的經濟來源。不管是歲時節慶、生命禮俗、寺廟祭祀，都可利用稻米所做成的米食製品來做為尊天、祭祖、敬鬼神的精神象徵供品，或者是分享生命喜悅或餽贈的目的。因此，如同洪淑昭（2013）所述，從農村文化本身所延伸出的米食製品透露著臺灣傳統社會之民生生活習慣，也因為農民需祈求收成豐碩，更強調出米食與祭祀文化兩者間的關連性。

各式米食不僅在食用上滿足人的口腹之慾，通常亦包含了崇神、敬祖、子孫繁榮等意涵。稻米的品種有「秈米」、「粳米」兩種（簡榮聰，1999）。而「糯米」（黍）則是稻米黏性的變種，不論是「秈米」和「粳米」那一個都有「糯米」之變種。在福佬人的米食文化裡，「粿類」是為大宗，每逢婚喪喜慶，即會磨米作粿；在客家的米食文化中，則以「粄類」最為重要，凡遇

節日慶典，則會磨米打粿。然而，無論「粿」、「粿」或「糕」，皆是指以米為材料所製成之食品。這些米食副產品，除了一般的米（在來米、蓬萊米）等，大多亦會使用糯米製作，在道教文化中，糯米也被視為避邪之物，展現米食與宗教之深刻連結。烹飪米食的器具也相當重要。在傳統社會，廚房的構造主要以「灶」為主，因此廚房在台語中俗稱「灶腳」。灶的一旁通常貼有「灶神」圖像，以祈求灶神保佑該戶米糧充裕，生活富足。為了表示對穀物的敬重，臺灣民間還有謝天地、慶豐年的習俗祭典。如客家人於農曆十月十五下元節時舉行收冬祭，祭拜五穀大帝；福佬人則祭拜三界公以謝豐年。在農曆四月廿六日五穀大帝的壽誕與二月二日土地公的壽誕，也會有祭拜的儀式，客家人則特別重視四月八日的伯公祭典等。綜觀上述，從稻米在臺灣的發展過程中，發現到稻米對群體的生活產生影響。米食不僅是炎皇世胄維生的基礎物質，其影響更深入生活層面，傳統習俗裏，人無論出生、成年、結婚、過壽，甚至死亡，米食都在各項禮儀中佔有重要地位。

2.1.4 小結

Rozin(1996)認為食物在許多文化中，都有其象徵的意義，在臺灣文化中可以明顯看到這一點，臺灣從政治經濟、傳統文化一直到族群認同，無一不與飲食緊密相連。傳統米食製品發達，直至今日米食仍是臺灣人民生活中很重要的一部份。因應不同的米種，運用於米食小吃裡，諸如籼米因煮熟後米飯較為乾、鬆，故多加工製成蘿蔔糕、米粉、炒飯等料理；粳糯（圓糯），適合釀酒、製湯圓及紅粿等用途；而細長形的秈糯（長糯）則多用在包粽子、做米糕及油飯等用途。此外，搭配不同的節慶呈現不同的米料理，如春節的各類粿品、元宵節的湯圓、清明節的鼠麴粿、端午節的粽子等。如同林淑蓉（2004）所述，飲食是文化的儀式展演，也是區辨族群差異化的物質性基礎。透過臺灣稻米的起源，瞭解在臺灣社會中稻米的重要性，進而梳理出臺灣稻作文化，其中「米」與「米食」間的牽連，影響傳統農業社會中人民基於穀物在生活中所扮演的重要角色，逐漸衍伸出對稻作崇敬的心態。

2.2 臺灣閩南諺語的內涵與相關研究

臺灣閩南諺語不僅是臺灣族群經驗的智慧結晶，是風土民情與思維文化的縮影，也具有道德教化、傳授經驗及啟發人生等社會功用。本節首先說明臺灣諺語的起源與定義，再回顧過去相關研究的運用。

2.2.1 臺灣閩南諺語的緣起

陳華民（1998）在《臺灣俗語話講古》一書序言中說道：「俗諺俚語，乃人類智慧，及生活經驗所得之簡練精闢之短語，它反映了一個時代，及民族之生活觀照、感受、智慧、經驗和特性。」諺語反映著當地習俗風俗，它具有易說、易記、易用的特點，並且內容簡潔，具有情感和節奏的節奏。人們經常使用諺語來教導他們的後代待人處事的原則，廣為流傳。

諺語原以口傳的方式代代保存為民間文學的一個重要原型，兼具文化的多元意涵。有些諺語以押韻的形式現，具有修辭美之文學特性，利於吟誦與傳播。而諺語蘊藏常民的價值觀與哲理，並可觀察到歷史發展的脈絡軌跡，也展現了臺灣人的強韌生命力，如「蕃薯不怕落土爛，只求枝葉代代澱」；記錄有關臺灣開墾過程的諺語如流傳於河群的「唐山過臺灣，心肝結歸」即描寫移民渡過黑水溝來台的心境；「腹肚斷油燥，則要剖豬哥；豬皮軍用品，罰咄罰隨意」則描寫日治時期臺灣鄉下人一方面要應付日本警察的監視，一方面要想辦法弄食物來塞腸肚的窘境，最後為了吃飯，連搖錢的老豬哥都沒命了。而在國民政府領台時，「米甕弄龍，粟倉弄獅」、「兔肉卡甜雞肉」描繪民國五十年代民不聊生、缺乏食物的社會現況（陳主顯，1997）。從這些有關歷史事件的諺語中，常可觀察到民間文學與臺灣歷史文化發展的對話諺語的種類包羅萬象，除了與歷史故事、民間傳說相關的諺語之外，有些諺語是因社會事件而形成，有些則為自然現象的諺語，或是以人生勸化、禮俗事物為口傳文學的主題。這些流傳於民間的諺語，是先民智慧的積累也是重要的文化資產。

2.2.2 臺灣閩南諺語的涵義

「諺語是智慧的寶庫、經驗的精華。任何一句，都有驚人的道理在其中。」（陳宗顯，2000）。諺語是一個民族或族群經驗智慧的結晶，也是族群風土民情與思想信仰的縮影，諺語不但能傳授知識經驗、啟迪人生、規範行為，並具有道德教化、宣傳鼓動等社會功用，因此諺語深具語言價值。而臺灣閩南諺語之所以能夠流傳一代又一代，深受廣大人群的喜愛，因其蘊含十分豐富的智慧的結晶。本研究採用陳宗顯（1997）所編著的《臺灣俗諺語典》（卷一至卷十）為主要的諺語為主要語料，以及其對於諺語之定義，認為諺語是流行在一般大眾間，具相當固定形式，形成的口頭語，並且含有完整的概念，用來表達特定族群典型的社會經驗。

吳碧霞（2003）認為臺灣閩南諺語的產生是以社會生活為基礎，人們從生活的體驗當中歸結經驗，反映社會的普遍現象，並因此作為教訓，以指導人的行為、人事、做人處事的道理，意即諺語為人類生活經驗之結晶，當中蘊涵的道理常具有社會教化方面的效果。陳昌閔（2000）於《臺灣閩南諺語之社會教化功能研究》則將臺灣研究諺語的成果整理後，對諺語歸納出以下的構成要件：

- 一、來源：大眾社會與生活經驗累積的智慧結晶。
- 二、傳播方式：民眾間口耳相傳。
- 三、形式：精闢簡練而通俗的韻語或短句。
- 四、內涵：雅俗共賞的民族生活觀照、感受、價值觀與風土民情的呈現。
- 五、功能：具有社會公道的議論、勸善、補過、警世與勸俗的功能，以及傳授經驗智識和教訓勸戒的作用，而可作為人群行為與社會公斷的準則。

綜述而言，諺語是人類民俗文化內涵、文藝實用美學，所融合締造的「語言文本」智慧寶典，蘊含語言多義性與含蓄性的意境，藉由口耳傳授與大眾媒體的傳達，歷經歷史時空、文化傳遞、語言特質的演化，具有社會教化的意涵、規範與功能，深蘊雅俗兼容並蓄的文化人生型態。

由於各民族文化特點的不同導致了諺語具有極強的民族性。諺語主要涉及宗教信仰、民族文化傳統、價值取向、地理環境、文化心理、理想、歷史和民族習俗等（李楊源、陳建生，2009），意即諺語具有不同的民族文化差異，透過對臺灣俗諺語的認識，進而認識自身民族與文化傳統，臺灣諺語反映出臺灣人的人生處世經驗、智慧，以及對各種事物的知識。

2.3 思辨設計的內涵與相關研究

批判設計注重過去與現在所發生的事，而思辨設計則是架空目前世界觀來想像未來。從遵循現代世界的邏輯框架跳脫出來，展開所有的可能性而不被現實因素所侷限。本節探討進行思辨設計之相關文獻的回顧與分析。

2.3.1 思辨設計之緣起與定義

思辨設計(Speculative Design) 是 Dunne 和 Raby (2003)於《思辨一切：設計、虛構與社會夢想》(Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming) 一書中闡述的全新概念，也是兩人在英國皇家藝術學院交互設計專業的教學與實踐中的主導設計方法論。「Speculate」一詞在《牛津字典》中的釋義是，在無充分知識的前提下進行思考並形成理論或推測；也有另義為「臆想」，即主觀揣測和想像。

根據張黎（2017）對於思辨設計的脈絡分析中指出在哲學和心理學等學科領域內，已有「思辨心理學 (speculative psychology)」和「思辨哲學 (speculative philosophy)」等分支，前者強調心理現象本能的、複雜的不穩定性，於是採用部分概念推演、部分實證研究的研究方法；後者則指的是以為某物命名或概念推演的方式，來預見或想像現實世界其它可能性的哲學方法。思辨是哲學的本意之一，即「慎思明辨」，謹慎運用邏輯和理性進行批判性思考，不受偏見與情感的影響，大膽地對現實世界的不合理之處進行辨析與顛覆。再者，依據 Dunne 和 Raby (2003)於《思辨一切：設計、虛構與社會夢想》

提出「設計虛構(design fiction)」之概念，意即如果放棄思辨的思維力，選用更突出主觀揣度的臆想，則無法凸顯思辨設計相較於設計虛構的優勢。因此，思辨設計除了提出想像和虛構的非現實美學之外，更多強調的是基於真實世界的技術現實，對另一種平行世界的謹慎推論。換言之，想像的形式是虛幻活躍的、臆想的，但對未來的推論卻應該是經得起推敲的、思辨的。綜上所述，思辨設計作為對於設計的新詮釋，以推測事物除現狀以外的其他可能性為主體，透過設計者的想像重現全新的觀點，進而使人們聚焦在平時忽略的議題，創造更多的討論與交流空間，意即思辨設計能使人們重新定義生活與現實間的關係 (Dunne & Raby, 2013)。

從「思辨設計」一詞的字源進一步解讀，發現到其與推測、投機的意涵相關 (Auger, 2013)，或者是一種經由思考去進行想像的概念。一般的設計是在提供答案，但思辨設計是在問問題，促成人們更多的討論與辯論，激發想法，引發各種可能性 (Dunne & Raby, 2013)。因此，思辨設計是一種試著去探討「這個世界可能可以變成怎麼樣」而非「這個世界應該是怎麼樣」的設計思考方式，它並非要產生一個購買行為，而是希望人產生一個「想 (Make A Think)」。

然而，如何能夠遵循現代世界的邏輯，又能從框架跳脫出來，展開所有的可能性而不被現實因素所侷限呢？因此，一般設計的理念通常與先端科技結合，試著從分析、預測趨勢，進而捕捉出能夠帶來前瞻變革的現象，意即了解未來會如何發展，但是思辨設計是具體化對可能的未來想像，並以此為工具觸發人們對於原本世界或生活的思考，進而理解人們對於現在、未來的生活樣貌。

思辨設計，可被理解為思辨和設計兩個部分：思辨是抽象的，集中在思維層面；設計是具體的，落實在實踐環節。思辨之後的視覺化呈現，是設計脫離純粹思辨的必要途徑之一。換言之，基於理性的推論與思考，及其視覺化呈現的能力可被視作設計師的核心技能。思辨設計將想像力與現實連結到

一起，其目的是去顛覆貌似鐵板一塊的「現在」，而不是為了預測未來——這是目前所有以實現商業利益為目標的設計正在做的事情。Tonkinwise (2014) 認為思辨設計實際上是種「前瞻性批評 (prefigurative criticism)」的策略，將尚未市場化的技術及其可能的負面後果用虛構與想像的方式呈現在觀眾面前，如果觀眾表示對這些可能的後果無法接受，就該考慮從現在開始著手改變。思辨設計靈活地採納裝置藝術、觀念藝術、行為藝術等媒介的呈現手法，其批評力顯得頗為生動，不再受限於技術的現實維度，借助青澀、矛盾、粗糙的道具，粗略地描摹出不同於現實的平行世界美學，也迫使觀眾放下陳見與所謂常識，主動且大膽地調用想像力去勾勒出一幅未敢涉足的理想之境。圖 2.3.1 呈現思辨設計的概念圖，與傳統設計不同之處。

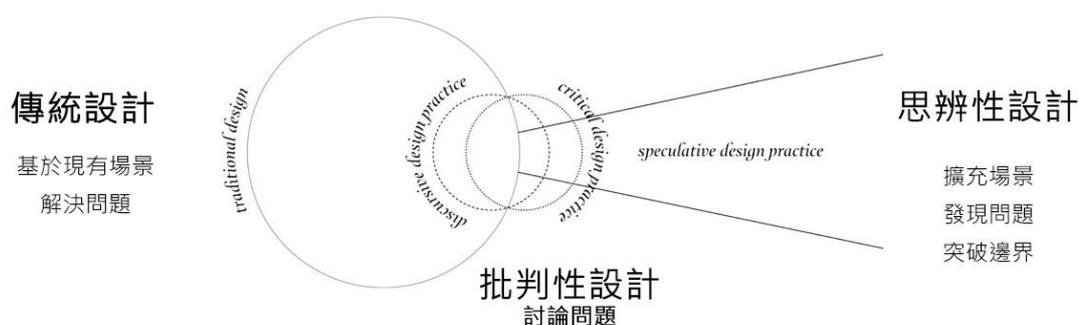


圖 2.3.1 思辨設計概念圖

2.3.2 思辨設計之相關研究

思辨設計是種非現實美學，體現出與現實世界的矛盾與對立，卻正好凸顯其作為設計理念的核心價值。

創作團隊 PSK 工作室在 2011 年設計出「平行世界量子雷達 (The Quantum Parallelograph)」，邀請使用者參與，主動想像出平行生活空間及其存在方式的思辨設計。這件作品能使使用者一窺如果自己身在平行世界裡會是什麼樣的生活方式，並獲得一種對於現實生活另一種生活方式的感召與靈感。雖然不是完全符合科學的設計、重大發明，卻是透過有趣的方式，引起使用者的好奇與對於自我生活的思考。典型的思辨設計作品，並非解決現實生活中的

問題，而是呈現出一種新穎有趣的使用者參與方式，如何以微觀的個人體驗介入宏大的宇宙思考。這件作品項使用者提出一個更有意義的質疑：「當你在網路上留下這麼多的資訊時，你能接受這樣模樣的自己嗎？」因為有這樣的疑問，啟發使用者進一步思考是否要從自身的現實生活改變現狀，採取行動。

以設計啟發心智、改變人類行為，引導人們共同創造出一個更加美好的世界，這是設計師的社會價值在道德層面的最高體現。設計理論家設計教育家 Victor Papanek (2003) 在《為真實世界設計：人類生態與社會變遷》一書中指出，設計的最終職責在於改善人類生存的環境和工具，並藉以改變人類本身。而思辨設計的價值更是如何透過批判性的想像去勾勒出人與現實世界的連結，震盪日益僵化的、被商業邏輯和消費主義架空的現實生活。

2.3.3 小結

綜上所述，思辨設計作為對於設計的新詮釋，以推測事物除現狀以外的其他可能性為主體，透過設計者的想像重現全新的觀點，進而使人們聚焦在平時忽略的議題，創造更多的討論與交流空間，並使人重新定義生活與現實間的關係 (Dunne & Raby, 2013)。在文獻探索的過程中得知諺語的轉化設計多以神鬼為題材，以稻米文化之敬穀元素善罰可趁，研究因此思考藉由思辨設計將既有的稻米相關諺語以設計轉化的方式，想像未來的人在閱讀諺語時，就字面上意涵之可能的想像空間進行設計。

臺灣閩南諺語深具宗教特色，具有以語言為媒介的口傳或口述傳統，是無形文化資產的一部份。本研究擷取諺語之名示意做設計發散，並以諺語之隱含意收斂，企圖讓諺語中所蘊含的符碼與使用者情感或文化所產生互動與連結，將諺語再度口傳下去。

第三章 研究方法

研究以思辨設計概念，使用諺語之語料進行設計思考並發想創作一系列作品，以喚起人們對於諺語的情感連結以及敬天惜物愛物的精神。本研究採取量化研究取向作為研究規劃及設計。本章第一節首先談及本研究所選擇的研究對象來源及範圍；第二節則說明研究工具，透過前導研究瞭解使用者對於臺灣閩南諺語中的敬穀文化的認知程度；第三節則說明研究工具執行的規劃；第四節說明創作理念與設計規畫。

3.1 研究對象

透過設計引導使用者從小在使用產品過程中，淺移默化的學習諺語中傳統美德，並養成惜物、尊重天地的態度。

3.2 問卷設計

研究之問卷設計依前述文獻回顧部分發展出各題項。問卷共分為受測者背景屬性量表、顧客體驗偏好量表兩部分，內容如下：

3.2.1 前導問卷

前導問卷以陳主顯（1997）所編著的《臺灣俗諺語典》（卷一至卷十）與教育部閩南語常用詞辭典中之稻米文化相關諺語製作前導問卷，介已取得稻米諺語通俗性之等比尺度。研究將諺語依照通俗性進行排序，並取前 3-5 名進行設計，最後預計產出 3 組設計作品。

研究之前導問卷設計依前述文獻回顧部分進行諺語的通俗性調查，並發展出各題向。問卷語言採用中文。問卷共分為受測者背景屬性量表、諺語之通俗性量表兩部分。前測之受測者背景屬性構面涵蓋是否聽過臺灣閩南諺語、性別、年齡，詳見表 3.2.1。

表 3.2.1 前導問卷之背景屬性量表

變項名稱	變項構面	問項內容	變項等級
背景屬性	請問您有聽過臺灣閩南諺語嗎？	有；沒有	類別尺度
	請問您的閩南語程度為？	會聽會說；會聽不會說；不會	類別尺度
	請問您的家人和長輩會說閩南語嗎？	會；不會	類別尺度
	請問您和家人在家中會以閩南語溝通嗎？	會；不會；偶爾會	類別尺度
	性別	男性女性其他/不確定	類別尺度
	年齡	18 歲以下；18-25 歲；26-35 歲；36-50 歲；51-65 歲；66 歲及以上	等比尺度

資料來源：研究者整理

前導問卷之第二部分為台灣閩南諺語通俗性量表，旨在了解諺語的通俗性，詳見表表 3.2.2。

表 3.2.2 諺語之通俗性量表

分類	臺灣閩南諺語之通俗性調查	問項內容	變項等級
一、 人生哲理	米甕敲銅鐘。	聽過/沒聽過	類別尺度
	米甕弄鑊，鼎吊上壁。	聽過/沒聽過	類別尺度
	歪喙雞食好米。	聽過/沒聽過	類別尺度
二、 七情六慾	勤快勤快，有飯摺有菜。	聽過/沒聽過	類別尺度
	無米有春臼，無团抱新婦。	聽過/沒聽過	類別尺度
	食果子拜樹頭；食米飯拜田頭。	聽過/沒聽過	類別尺度
	飲水念水源頭剝樹拜樹頭。	聽過/沒聽過	類別尺度
	食飯流汗，做工課畏寒。	聽過/沒聽過	類別尺度
三、 言語行動	食飯食碗公，做牆閃西風。	聽過/沒聽過	類別尺度
	生米，煮熟飯。	聽過/沒聽過	類別尺度
	食家已米，造別人的牆。	聽過/沒聽過	類別尺度
四、 生活工作	時到時擔當，無米才煮番薯湯。	聽過/沒聽過	類別尺度
	未食看飯斗，食飽看海口。	聽過/沒聽過	類別尺度
	做牆相推挨，食飯爭進前。	聽過/沒聽過	類別尺度
五、 婚姻生活	食米毋知米價。	聽過/沒聽過	類別尺度
	隨人討米，隨人落鼎。	聽過/沒聽過	類別尺度
	食飯扒無清氣，會娶貓某。	聽過/沒聽過	類別尺度
六、 社會百態	煩惱十三代子孫無米可煮。	聽過/沒聽過	類別尺度
	一粒米，百粒汗。	聽過/沒聽過	類別尺度
七、 鄉土慣俗	一樣米飼百樣人。	聽過/沒聽過	類別尺度
	腹肚斷油燥，則要劊豬哥；豬皮軍用品，罰姆罰隨意。	聽過/沒聽過	類別尺度
八、 天氣田園	米甕弄龍，粟倉弄獅。兔肉卡甜雞肉。	聽過/沒聽過	類別尺度
	末行臺灣路，先食臺灣米。	聽過/沒聽過	類別尺度
	葫蘆墩白米—無錯。	聽過/沒聽過	類別尺度
	雷打菊花心，柴米貴如金。	聽過/沒聽過	類別尺度
	米甕無米，三貂角嘛不通去。	聽過/沒聽過	類別尺度
	早春好佚陶，早夏粒米無。	聽過/沒聽過	類別尺度
	驚蟄聞雷米似泥。	聽過/沒聽過	類別尺度
二月初二打雷，稻屋較重過秤鎚。	聽過/沒聽過	類別尺度	
九、 應世智慧	大暑小暑，有米也懶煮。	聽過/沒聽過	類別尺度
	米飯一粒著扱起，拍損五穀雷損死。	聽過/沒聽過	類別尺度
	揉糲也著一塊糲。	聽過/沒聽過	類別尺度
	米龜若顯靈，金龜有行情。	聽過/沒聽過	類別尺度
	過橋較濟你行路，食鹽較濟你食米。	聽過/沒聽過	類別尺度

資料來源：陳主顯（1997）

3.2.2 後測問卷

後測問卷共分為受測者背景屬性量表、顧客體驗偏好量表兩部分，受測者背景屬性構面涵蓋是否聽過臺灣閩南諺語、性別、年齡、每月在購買文創產品的支出、近 6 個月購買文創產品次數。詳見表 3.2.3。

表 3.2.3 後測之受測者背景屬性量表

變項名稱	變項構面	問項內容	變項等級
背景屬性	請問您有聽過臺灣閩南諺語嗎？	有；沒有	類別尺度
	請問您的閩南語程度為？	會聽會說；會聽不會說；不會	類別尺度
	請問您的家人和長輩會說閩南語嗎？	會；不會	類別尺度
	請問您和家人在家中會以閩南語溝通嗎？	會；不會；偶爾會	類別尺度
	性別	男性女性其他/不確定	類別尺度
	年齡	18 歲以下；18-25 歲；26-35 歲；36-50 歲；51-65 歲；66 歲及以上	等比尺度
	每月購買文創產品的支出	500 元以下；501-600 元；601-700 元；701-800 元；801-900 元；901-1,000 元；1,001 元及以上	等比尺度
近 6 個月購買文創產品次數	1-3 次；4-6 次；7-9 次；10 次及以上	等比尺度	

資料來源：研究者整理

問卷第二部分為顧客偏好量表，旨在了解顧客在對於本研究所設計出的產品使用體驗偏好度，採用 Likert 五尺度量表法為問卷做測量格式，Likert 量表數值分別為：1（非常不符合）、2（不符合）、3（普通）、4（符合）、5（非常符合），數值越高代表同意程度越高。題項設計如表 3.2.4 後測之顧客體驗偏好量表所示。

表 3.2.4 後測之顧客體驗偏好量表

變項名稱	變項構面	問項內容	變項等級
顧客體驗偏好量表	感官體驗	這件/組產品有稻米的感覺。	等級尺度
	情感體驗	這件/組產品讓我覺得臺灣閩南諺語和稻米文化是有趣的。	等級尺度
	思考體驗	這件/組產品引發我對臺灣閩南諺語的好奇心。	等級尺度
	行動體驗	這件/組產品使我想更瞭解臺灣閩南諺語。	等級尺度
	關聯體驗	使用這件/組產品讓我覺得與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。	等級尺度

資料來源：研究者整理

3.3 調查計畫

Google 表單製作網路問卷，於社交網路平台分享問卷，邀請符合研究對象資格者作答，同時鼓勵受測者將問卷分享給更多的人參與填寫。問卷發放時間為 2019 年 4 月 30 日至 5 月 15 日，並於 5 月 15 日為止陸續回收。抽樣方法為非隨機抽樣的任意抽樣法。

3.4 創作理念與設計規劃

從廣義的角度來看，思辨式設計是一種設計思維方式和表達方式，目的是使用設計來指出一些問題，討論一些現象，並改變人們對某些主題的看法。本研究的目的不是設計產品來解決問題，也不是為了設計新的產品，而是透過討論臺灣諺語中敬穀文化批判現代浪費糧食的社會現象，嘗試將敬穀文化的思維用設計轉化的方法融入到設計過程，評估設計介入的可能性，將其轉化為概念並將其執行，創作規劃如圖 3.4.1。

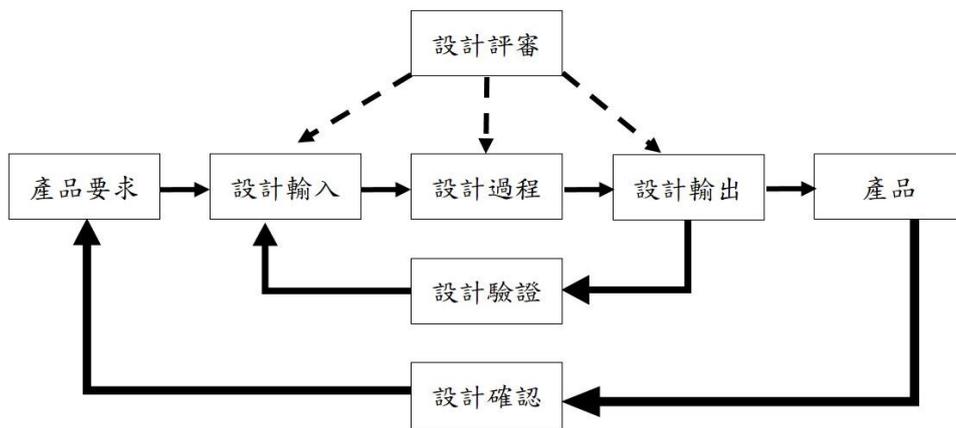


圖 3.4.1 創作規劃圖

產品評審由本研究指導教授擔任，在設計輸入、設計過程及設計輸出階段中予以產品設計之建議。本產品要求，係指針對與稻米文化相關之閩南語諺語作為設計要求，設定欲傳達給產品使用者的訊息。本設計輸入，係指帶入共同經驗，使訊息能達到共鳴。本設計過程，係指將閩南諺語之概念融入產品的創作過程。本設計輸出，係指藉由生活用品或遊戲創作傳遞訊息。在設計完成設計輸出後，也進行產品設計驗證，確認欲傳達給產品使用者的訊息，是否完整呈現。本產品，係指創作成品，對敬穀文化進行反思。在產品設計完成後，再次進行產品的產品要求。

3.5 預期成果

臺灣閩南諺語的核心價值來自於對農業時代與科技化時代的思考反差，為了避免主題過於分散和空洞，選定與稻米和敬穀文化有相關的諺語，初期廣泛蒐集的案例與資料，但沒有具體限制主題。在前期調查期間，訂立調查計畫並就前導問卷的結果進行設計。在後期期間，避免使用電子科技導入設計，讓作品可以更為單純的讓使用者知覺產品並從中探討。研究擬取前測結果中通俗度最高的 6 句諺語進行設計，預計產出 3 組設計作品，並詳述其設計概念、設計目標、設計用意，並將設計作品圖說檢附問卷於網路發放，以分析問卷結果。最後將會進行結論、創作反思與建議供後續研究參考。

第四章 研究結果與討論

通過前導問卷分析之結果得到設計目標，產出設計之後，輔以後測問卷驗證設計是否達到目標細節，細節分別說明於下：

4.1 前導問卷結果分析

在問卷發放中，邀請符合研究對象資格者作答，同時鼓勵受測者將問卷分享給更多的人參與填寫，自 2019 年 4 月 25 日至 5 月 15 日期間，共計回收網路問卷 68 份，有效問卷比例 85%。前導問卷的結果發現，97.1% 的研究對象皆有聽過諺語，80% 具有會聽會說的閩南語程度，而 17.1% 的人則是會聽不會說，其中 82.9% 的受試者其家人會和長輩會說閩南語，然而僅有 42% 的人在家中會以閩南語溝通，39.1% 的人偶爾會，18.8% 的人則不會。在 68 位受測者中，其中 56.6% 皆為 26-35 歲、33.3% 為 18-25 歲，再者 10.1% 為 36-50 歲，本研究未有 18 歲以下、51-65 歲及 66 歲以上的受測者，顯示本研究的參與者主要為 18-50 歲間，正為可能為幼兒及兒童添購用品的族群。

依據前導問卷，提出表 4-1-1 諺語之通俗性調查結果，其中發現與尊重生靈、常懷感恩心的意涵較為接近的敬穀文化的諺語包含「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」、「飲水念水源頭，剝樹拜樹頭」、「食飯扒無清氣，會娶貓某」、「食米毋知米價」、「一粒米，百粒汗」及「生米，煮熟飯」，其中聽過的比例皆高於 81.4%。此外，「生米，煮熟飯」這句諺語也高達 92.9% 的接受度。研究者將上述諺語列入本次研究設計的諺語元素中，加以設計。

表 4-1-1
諺語之通俗性調查結果

分類	臺灣閩南諺語之通俗性調查	聽過比例	沒聽過比例
一、人生哲理	米甕敲銅鐘。	87.1%	12.9%
	米甕弄饒，鼎吊上壁。	90%	10%
	歪喙雞食好米。	87.1%	12.9%
二、七情六慾	勤快勤快，有飯摺有菜。	57.1%	42.9%
	無米有春白，無团抱新婦。	68.6%	31.4%
	食果子拜樹頭；食米飯拜田頭。	92.8%	7.2%
	飲水念水源頭，剝樹拜樹頭。	81.4%	18.6%
	食飯流汗，做工課畏寒。	58%	42%
	食飯食碗公，做牆閃西風。	72.9%	27.1%
三、言語行動	生米，煮熟飯。	92.9%	71.1%
	食家己米，造別人的牆。	66.7%	33.3%
	時到時擔當，無米才煮番薯湯。	62.9	37.1%
四、生活工作	未食看飯斗，食飽看海口。	58.8%	41.2%
	做牆相推挨，食飯爭進前。	85.7%	14.3%
	食米毋知米價。	91.3%	8.7%
五、婚姻生活	隨人討米，隨人落鼎。	73.9%	26.1%
	食飯扒無清氣，會娶貓某。	90%	10%
	煩惱十三代子孫無米可煮。	76.8%	23.2%
六、社會百態	一粒米，百粒汗。	82.9%	17.1%
	一樣米飼百樣人。	92.8%	7.2%
七、鄉土慣俗	腹肚斷油燥，則要剝豬哥；豬皮軍用品，罰咿罰隨意。	92.8%	7.2%
	米甕弄籠，栗倉弄獅。兔肉卡甜雞肉。	90%	10%
八、天氣田園	末行臺灣路，先食臺灣米。	61.4%	38.6%
	葫蘆墩白米—無錯。	84.3%	15.7%
	雷打菊花心，柴米貴如金。	88.6%	11.4%
	米甕無米，三貂角嘛不通去。	87.1%	12.9%
	早春好佚陶，早夏粒米無。	89.7%	10.3%
	驚蟄聞雷米似泥。	80%	20%
	二月初二打雷，稻屋較重過秤鎚。	85.7%	14.3%
	大暑小暑，有米也懶煮。	72.9%	27.1%
九、應世智慧	米飯一粒著扱起，拍損五穀雷損死。	79.7%	20.3%
	揉糲也著一塊糲。	88.6%	11.4%
	米龜若顯靈，金龜有行情。	74.3%	25.7%
	過橋較濟你行路，食鹽較濟你食米。	64.3%	35.7%

資料來源：研究者整理

產品的品項選擇是考慮到閩南諺語與稻米文化中比較有代表性，以及研究對象較有耳聞的諺語作為設計元素。設計產出以下三組產品，分別為：「樹頭公-造型線香盤」、「貓睨-兒童用餐輔助器」、「鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂」，將諺語中隱含的敬穀文化融入幼兒的生活，淺移默化的培養孩童惜物、尊重天地的態度。

4.2 設計一：樹頭公-造型線香盤

傳統農家會在稻田中央或田埂路間，建一座小小的廟宇，用來祭拜土地公，果農也會在果園裡祭拜，形成「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」的諺語，意指善良純樸的台灣人敬天拜神的禮數，回饋天地賜予果實或稻米的收成。研究者從過去與長輩互動的經驗了解到「以前的人說『食果子拜樹頭；食米飯拜田頭』，意即吃水果時，要感謝果樹生出這麼好吃的水果，讓人享用；吃飯時，就想到大地的肥沃，滋養了田裡的稻穗，讓它的果實成為能量來源，這都是以前祖先對於大自然孕育動植物生命的感恩之情」。

這一份飲水思源，不可忘本的情懷其實源自南北朝著名的文學家庾信〈徵調曲〉歌詠人君法天地之道以長養萬物而作，其中「落其實者思其樹，飲其流者懷其源」兩句，提醒人們吃果實的時候要想到結果子的樹，而喝水的時候就要想到水的源頭，勸人不要忘記別人的恩惠。研究者從思辨設計的角度嘗試讓人們在使用造型線香盤時，能有更多的討論與辯論，激發想法，這樣的精神符合 Dunne 和 Raby (2013)對於思辨設計的蘊涵。

聞香觀煙，是中國品香歷史悠久，主要流行於文人之間，至宋朝，好友相聚、日常居家、禮佛修道都會薰香品香，共同分享，由此而出現了香席的文化傳統。北宋時，人們將品香與點茶、插花、鑑古並稱為「四般閒事」，明代時期在家中辦香席招待親友、客人已經非常流行於文人之間，但在清朝以後，隨著外來文化的入侵，傳統的香席活動日漸沒落。香，在馨悅之中條動心智的靈性，於有形無形之間調息、通鼻、開窮、調和身心，本研究設計

「樹頭公-造型線香盤」，採用「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」的諺語，結合樹頭公的形象設計出線香盤，勉勵人要懂得感恩，飲水思源，不可忘本。



圖 4.2.1 造型線香盤之使用場景效果圖

從圖 4.2.1 與圖 4.2.2 中可以看見本產品設計完成後使用的場景效果圖，將搭配「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」的諺語將樹頭公及線香盤完美結合。



圖 4.2.2 造型線香盤之使用場景效果圖

CONCEPT.

樹頭公 + 香火 + 生命延續



圖 4.2.3 造型線香盤之草稿圖

從圖 4.2.3 中可以看見本產品設計過程中的草稿，將神威顯靈的樹頭公、香火及生命延續的概念結合在一起，使用陶瓷土製作圖 4.2.4 中的模型範本，並且漆上樹頭公的顏色，分別塗上咖啡色及綠色，以確實表達樹木茂盛之樣。

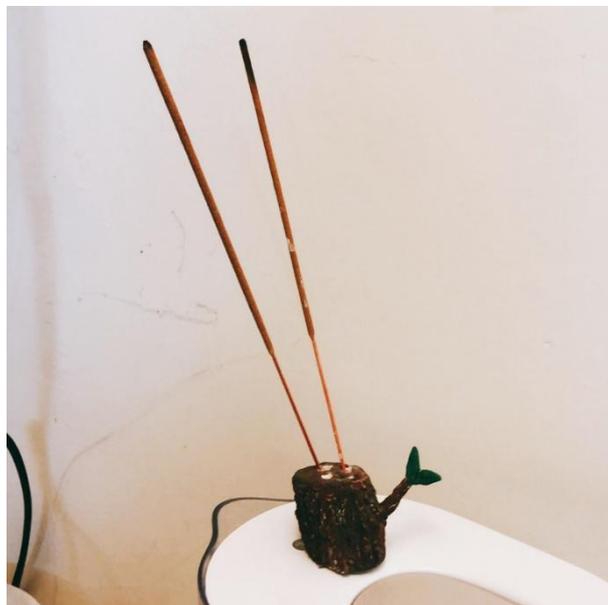


圖 4.2.4 造型線香盤之草模圖



圖 4.2.5 造型線香盤之實體模型

樹頭公-造型線香盤

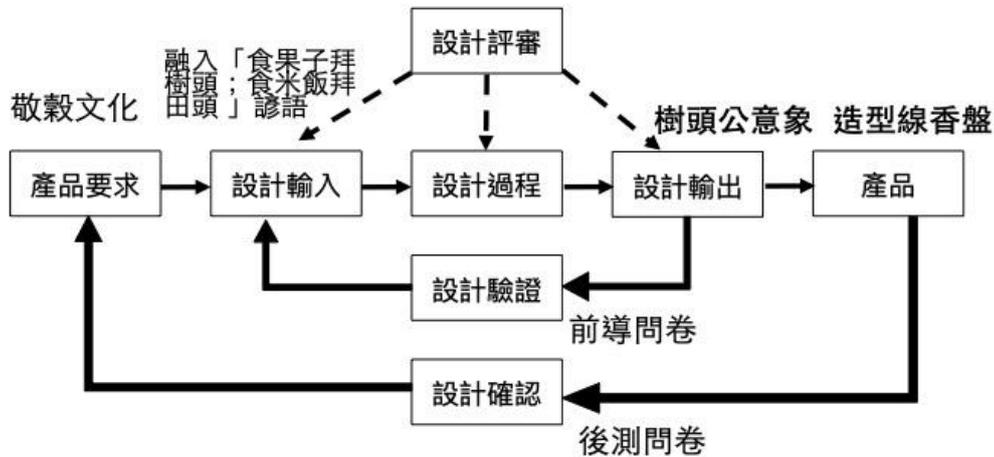


圖 4.2.6 造型線香盤之設計架構圖

在設計過程中，亦進行體驗五構面評估。「樹頭公-造型線香盤」，旨在透過「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」的諺語，結合樹頭公的形象設計出線香盤，勉勵人要懂得感恩，飲水思源，不可忘本。下面從體驗的五個構面進行評估：

1. 感官體驗：從視覺角度呈現樹頭公一種莊嚴的形象。
2. 情感體驗：在裊裊升起的香煙中，營造一股與自然神祇、敬天愛地的情感。
3. 思考體驗：結合樹頭公形象的線香盤，使用者在放置香時，引發其對臺灣閩南諺語的好奇心。
4. 行動體驗：在操作過程中，引發使用者想更瞭解臺灣閩南諺語。
5. 關聯體驗：藉由使用這組線香盤，可以讓人感受到閩南諺語中的惜福與尊重之心，並與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。

4.3 設計二：貓睨-兒童用餐輔助器

「睨」意即斜着眼睛看，代表貓咪斜著眼睛在默默觀察使用者的意涵。本產品結合「食飯扒無清氣，會娶貓某」的諺語，督促兒童吃飯要吃完，不要浪費食物，才不會被貓咪看到，否則將來會娶到麻臉新娘。這句諺語是早期農家社會，種穀收成都不容易，希望後輩子孫能夠知曉盤中飧都是「粒粒皆辛苦」。

從圖 4.3.1 與圖 4.3.2 中可以看見本產品設計完成後使用的場景效果圖，將搭配「食飯扒無清氣，會娶貓某」的諺語將兒童用餐輔助器完美結合。



圖 4.3.1 貓睨-兒童用餐輔助器之使用場景效果圖

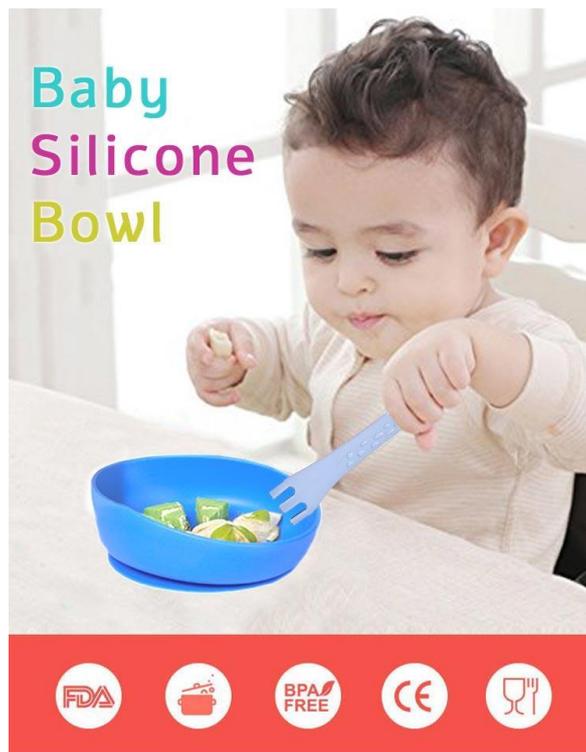


圖 4.3.2 貓睨-兒童用餐輔助器之使用場景效果圖

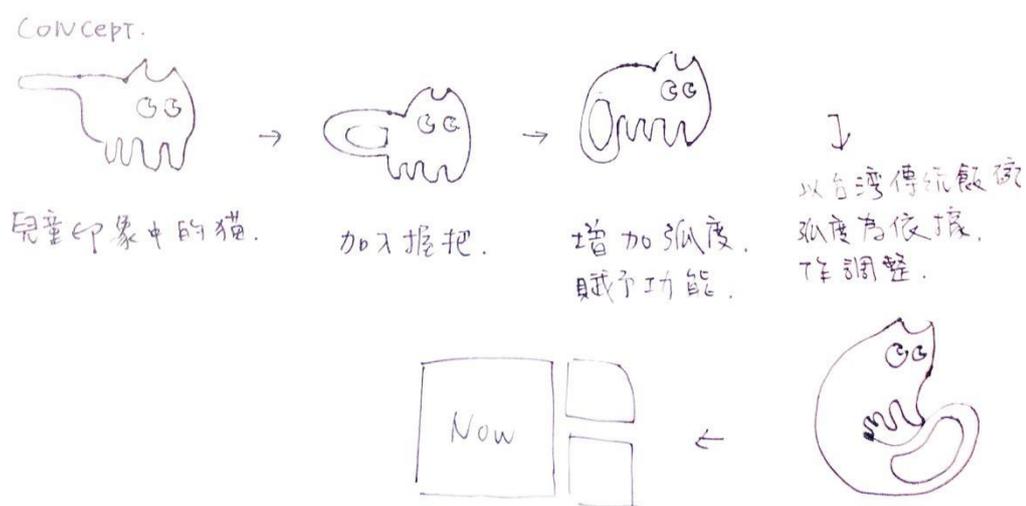


圖 4.3.3 貓睨-兒童用餐輔助器之草擬圖

從圖 4.3.3 中可以看出本產品設計過程的草圖，首先將在兒童繪本中常見的貓的形象繪製成本次的圖樣元素之一，緊接著加入兒童用具常用弧度的握把，並且以臺灣傳統飯碗弧度為依據來加以調整，使兒童在使用時容易握緊，且圖案親近易人。



圖 4.3.4 貓睨-兒童用餐輔助器之實體模型



圖 4.3.5 貓睨-兒童用餐輔助器之操作圖



圖 4.3.6 貓睨-兒童用餐輔助器之操作圖

貓睨-兒童用餐輔助器

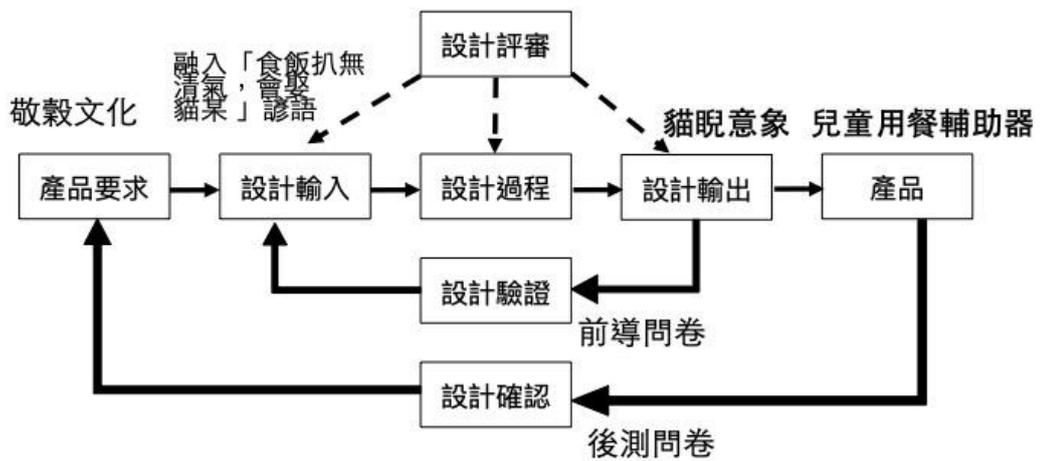


圖 4.2.7 貓睨-兒童用餐輔助器之設計架構圖

在設計過程中，亦進行體驗五構面評估。「貓睨-兒童用餐輔助器」，旨在透過「食飯扒無清氣，會娶貓某」的諺語，結合貓咪的形象設計出兒童用湯匙，督促後生要將碗中的食物吃完，否則未來可能會取到花臉的老婆。下面從體驗的五個構面進行評估：

1. 感官體驗：從視覺角度呈現貓咪一種可愛的形象。
2. 情感體驗：在活潑可愛的碗中，營造一股貓咪想要吃飯的情境。
3. 思考體驗：結合貓咪的湯匙，使家長在陪伴兒童用餐、使用湯匙時，可以與兒童分享這句諺語，進而引發好奇心。
4. 行動體驗：在操作過程中，引發家長與孩子想更瞭解臺灣閩南諺語。
5. 關聯體驗：藉由使用這組貓咪湯匙，可以讓人感受到閩南諺語中的惜福之心，並與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。

4.4 設計三：鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂

「鬥陣」是臺語大家一起來的意思，「博」則是代表博學多聞，豐富知識的意涵，遂本設計希望透過玩紙板拼拼樂的桌上型遊戲中，認識臺灣閩南諺語，並且將「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」、「飲水念水源頭，剷樹拜樹頭」、「食飯扒無清氣，會娶貓某」、「食米毋知米價」、「一粒米，百粒汗」及「生米，煮熟飯」等諺語融入其中。

在圖 4.4.1 中可以看出本產品設計完成後使用的場景效果圖，將搭配 5 句與稻米文化有關之諺語融合到兒童桌上型遊戲中。



圖 4.4.1 鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂之使用場景效果圖

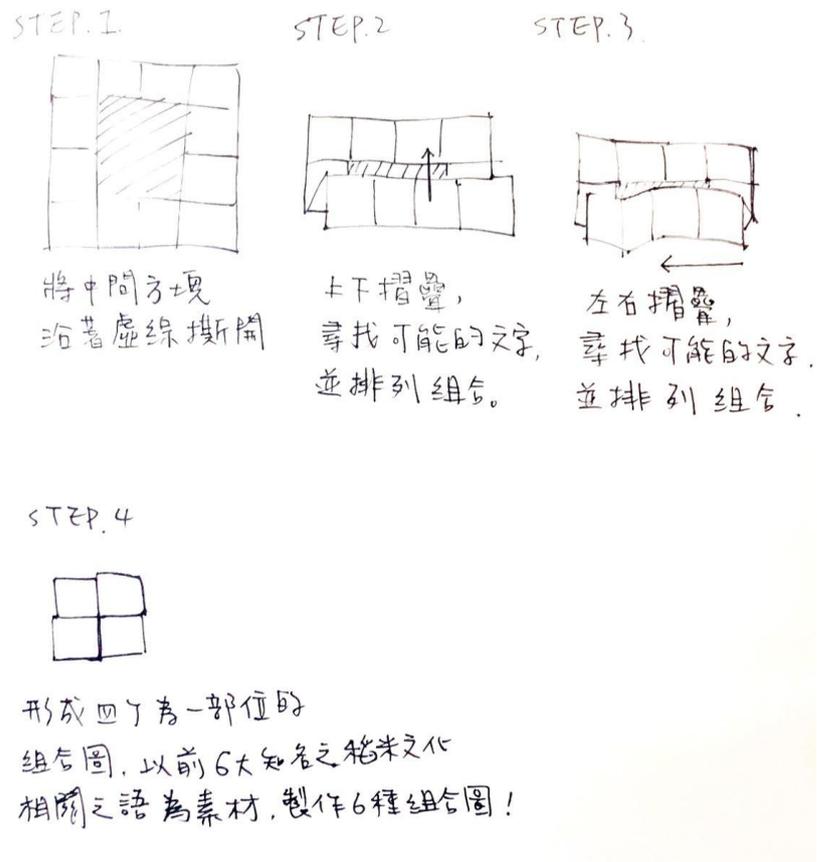


圖 4.4.2 鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂之草擬圖

在圖 4.4.2 中可以看出本產品設計的流程，由於這是運用拼圖概念結合而成的桌上遊戲，遂研究者花費許多心力在如何設計拚的過程。首先，將圖卡分為 16 格小方格，將中間 4*4 方塊沿著虛線撕開，並上下摺疊尋找可能的文字，加以排列組合；再者，左右折疊尋找可能的文字組合。因此，過程中不斷調整折線及摺疊組合，遂將 6 句與稻米有關的諺語放置圖卡上。



圖 4.4.3 門陣來博-台灣俗諺拼拼樂之實體圖



圖 4.4.4 門陣來博-台灣俗諺拼拼樂之實體圖

鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂

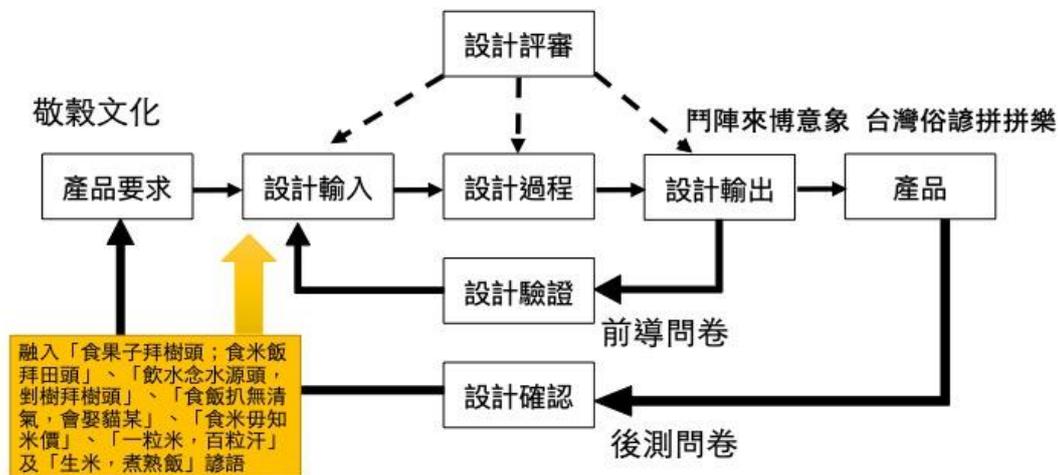


圖 4.4.5 鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂之設計架構圖

在設計過程中，亦進行體驗五構面評估。「鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂」，旨在透過「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」、「飲水念水源頭，剝樹拜樹頭」、「食飯扒無清氣，會娶貓某」、「食米毋知米價」、「一粒米，百粒汗」及「生米，煮熟飯」等諺語，透過玩紙板拼拼樂的桌上型遊戲中，認識臺灣閩南諺語。下面從體驗的五個構面進行評估：

1. 感官體驗：從視覺角度呈現復古風格的形象。
2. 情感體驗：在活潑字體中傳達博學多聞的閩南諺語，營造一股學習情境。
3. 思考體驗：結合拼圖的概念，促進使用者在完成拼圖過程中，引發對臺灣閩南諺語的好奇心。
4. 行動體驗：在完成拼圖的過程中，引發家長與孩子想更瞭解臺灣閩南諺語。
5. 關聯體驗：藉由使用這組拼圖，可以讓人感受到閩南諺語中的惜福之心，並與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。

4.5 後測問卷結果分析

在問卷發放中，邀請符合研究對象資格者作答，同時鼓勵受測者將問卷分享給更多的人參與填寫，自 2019 年 5 月 25 日至 5 月 30 日期間，共計回收網路問卷 50 份，有效問卷比例 90%。後測問卷的結果發現，95.4% 的研究對象皆有聽過諺語，75% 具有會聽會說的閩南語程度，而 10.1% 的人則是會聽不會說，其中 85.8% 的受試者其家人會和長輩會說閩南語，然而僅有 50% 的人在家中會以閩南語溝通，40% 的人偶爾會，25% 的人則不會。在 50 位受測者中，其中 80% 皆為 26-35 歲、15.3% 為 18-25 歲，再者 4.7% 為 36-50 歲，本研究未有 18 歲以下、51-65 歲及 66 歲以上的受測者，顯示本研究的參與者主要為 18-50 歲間，正為可能為幼兒及兒童添購用品的族群。在購買力上，每月購買文創產品的支出中，有 50% 是每個月 500 元以下，21.6% 為 901-1,000 元。而近 6 個月購買文創產品次數，有 48.6% 受測者為 1-3 次，0.5% 則為 10 次及以上。

依據前導問卷結果，將「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」、「飲水念水源頭，剝樹拜樹頭」、「食米毋知米價」、「食飯扒無清氣，會娶貓某」、「一粒米，百粒汗」及「生米，煮熟飯」進行產品設計，並以顧客偏好量表，了解顧客在對於本研究所設計出的產品使用體驗偏好度，整理出各題的平均得分，結果如表 4.5.1 所示。

表 4.5.1 後測問卷結果

題項	平均值
一、樹頭公-造型線香盤	
1. 感官體驗:這件/組產品有稻米的感覺。	3.541
2. 情感體驗：這件/組產品讓我覺得臺灣閩南諺語和稻米文化是有趣的。	4.055
3. 思考體驗：這件/組產品引發我對臺灣閩南諺語的好奇心。	3.107
4. 行動體驗：這件/組產品使我想更瞭解臺灣閩南諺語。	4.586
5. 關聯體驗：使用這件/組產品讓我覺得與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。	3.558
二、貓睨-兒童用餐輔助器	
1. 感官體驗:這件/組產品有稻米的感覺。	4.156
2. 情感體驗：這件/組產品讓我覺得臺灣閩南諺語和稻米文化是有趣的。	4.627
3. 思考體驗：這件/組產品引發我對臺灣閩南諺語的好奇心。	4.521
4. 行動體驗：這件/組產品使我想更瞭解臺灣閩南諺語。	4.625
5. 關聯體驗：使用這件/組產品讓我覺得與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。	4.861
三、鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂	
1. 感官體驗:這件/組產品有稻米的感覺。	3.516
2. 情感體驗：這件/組產品讓我覺得臺灣閩南諺語和稻米文化是有趣的。	4.578
3. 思考體驗：這件/組產品引發我對臺灣閩南諺語的好奇心。	5.328
4. 行動體驗：這件/組產品使我想更瞭解臺灣閩南諺語。	5.195
5. 關聯體驗：使用這件/組產品讓我覺得與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。	5.532

通過比較結果所得平均值與偏好平均值可得，3 組產品各體驗構面分數普遍高於 3 分，故 3 組產品設計均達到一定的設計效果。情感體驗作為設計中著重加強的構面，在 3 項產品分數中均分別得到 4.055（樹頭公-造型線香盤）、4.627（貓睨-兒童用餐輔助器）及 4.578（鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂）的高分，達成本次研究最主要的目的。相較於兒童用餐輔助器獲得最高分，造型線香盤的情感體驗得分較低。此外，在關聯體驗上，造型線香盤獲得 3.558 之最低分，

兒童用餐輔助器獲得 4.861 分，而台灣俗諺拼拼樂則獲得 5.532 之最高分，推論可能是受測者認為在使用這組產品中可以感受到與臺灣閩南諺語文化產生關聯，甚至是共鳴。整體而言，鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂獲得整體的最高分，尤其是在思考體驗、行動體驗及關聯體驗三個構面上均獲得平均 5 分以上的高分，推論其產品在設計上採用較多的臺灣閩南諺語，使用者可以在玩拼拼樂的過程中，真實感受到這些諺語的存在與運用。

因此，對於設計初衷，3 組產品均能得以透過這次的研究中實現，因此本設計部分驗證前導問卷的結果與所提出之研究目的。

第五章 結論與建議

結論與建議分述如下：

5.1 結論

由文獻回顧梳理出臺灣諺語與稻米文化間之現況，並根據前述資料設計前導問卷，而後得知通俗性較高的臺灣閩南諺語且融入思辨設計(speculative design)的概念及羅蘭·巴特符號學的理論基礎進行創作，提出 3 項「樹頭公-造型線香盤」、「貓睨-兒童用餐輔助器」、「鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂」產品，隨後在透過顧客體驗偏好為基礎的後測問卷，瞭解使用者在使用產品過程中，覺察臺灣閩南諺語中的稻米文化對其生活的省思，再從使用者偏好角度，對產品是否受到使用者歡迎做出評判。分析問卷結果，並整合最終產品設計，得到如下結論：

消費者認為「鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂」結合較多的閩南諺語，較能引領使用者在體驗過程中互遣情感體驗的效用。「貓睨-兒童用餐輔助器」則在關聯體驗及行動體驗上充分讓使用者感受到其隱喻的閩南諺語，使此產品得以達到設計目的，提醒兒童吃飯要吃完，才不會被貓咪看到，以後娶到醜老婆。而「樹頭公-造型線香盤」在平均得分上均較其他 2 項產品低分，但是其行動體驗得分居最高分，代表其所呈現出來的意象，使使用者想更瞭解臺灣閩南諺語。

以臺灣諺語中的農業社會背景為基準，思考敬穀文化，在「貓睨-兒童用餐輔助器」及「鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂」兩項產品上充分表達對於稻米文化的意象，並且透過前後測的問卷結果，得知其產品成功創造出情感與設計的關聯。

透過 3 項產品的設計，試圖向社會大眾提出對於臺灣閩南諺語中敬穀文化的疑問，如何才是敬天愛地的惜福表現，人們又該如何教育下一代繼續傳承這樣的傳統美德呢？透過前後測問卷結果顯示，設計的產品成功驗證思辨設

計及符號學理論，並且轉化諺語，可以讓使用者從小潛移默化，培養敬天惜物的觀念。

5.2 研究限制與建議

回顧整個研究過程，尚有改進空間與建議如下：

- 1.研究以社會大眾作為研究對象，研究範圍過於廣闊，難以確實瞭解實質市場對於本產品的建議，建議可以在後續研究中邀集更多研究對象加入本研究，擴展至全台範圍，以利不同地區情況、分齡、分眾進行結果分析。
2. 閩南諺語的範疇也非常寬泛，涵蓋社會風俗、人生百態、天氣等面向，然而本研究僅侷限於與稻米有關之諺語，稻米文化未盡是閩南文化的代表，後續研究亦可針對不同閩南諺語的產品設計進行比較，以利將更多閩南文化轉化至產品中。

5.3 創作心得

這三件作品源自對於臺灣閩南諺語與童年農家生活的感悟，創作過程中，總是混亂，彷彿看得見方向，卻又在下一刻失去的路標，半年多的時間不斷地摸索與思辯，到底如何才能向社會大眾表達內心對於稻米文化中重要核心理念—敬穀的意涵？

梳理稻米文化的文獻回顧，不僅看見臺灣從農業社會走向工業社會的縮影，也看見那股源自庶民生活的真實感，事實上這些諺語隨著時代演進，以不同的形式一直與臺灣人生活在一起。在發放研究問卷時，遂有受測者詢問到：「怎麼有這麼多有趣的諺語？」原來這些諺語仍一直淌在我們的文化血液裡。

臺灣閩南諺語的核心價值來自於對農業時代與科技化時代的思考反差，而思辨設計是一種試著去探討「這個世界可能可以變成怎麼樣」的設計思考方式，因此在進行研究的過程中，研究者也逐漸發現到原來透過提問、挖掘文獻、設計問卷、發放問卷過程中可以去驗證這些理論，甚至是透過提問，讓社會大眾開始去思考些不同的社會議題，包含對於稻穀的惜福、農作的辛勞等。本研究之創作是研究者自身經驗出發，藉助羅蘭·巴特符號學理論及思辨設計，進行臺灣閩南諺語與藝術系統之間的脈絡轉換，研究者透過研究結果發現到，這樣的研究與產品設計確實能夠喚醒社會大眾對於生活的關注、臺灣的敬穀文化和節約糧食、敬天惜物的概念。

無論是線香盤、幼兒餐具的設計，抑或是兒童桌遊玩具設計，研究者都從中體驗到了深深的樂趣，將文化底蘊與產品功能相結合，考慮到使用者需求，使產品呈現新的設計。

參考文獻

壹、中文文獻

- 片岡巖（1996）。**臺灣風俗誌**。臺北市：眾文出版社。
- 王怡茹（2005）。臺灣日治時期漢人米食生活之研究。*國立臺北大學民俗藝術研究所碩士論文*。
- 王娟（2002）。**民俗學概論**。北京市：北京大學出版社。
- 吳碧霞（2003）。從鄉土語言教育談臺灣俗諺之運用寓意與價值。*南投文教*，19，91-94。
- 張黎（2017）。從激進到思辨：設計如何催化社會夢想。*南京藝術學院學報*，14-19。
- 李楊源、陳建生（2009）。英漢諺語中隱喻的認知解讀。*文史博覽(理論)*，35-36。
- 林銘煌、艾序繁（2004）。產品的審美判斷與符號意涵-以 Swatch 及其近似產品為例。*設計學報*，9（1），47-62。
- 柯志明（2003）。米糖相剋—日本殖民主義下臺灣的發展與從屬。臺北：群學。
- 洪孟啟（2006）。文化資產保存的世界潮流-從有形到無形。*美育*，154，12-19。
- 洪惟仁（1992）。從諺語看臺灣人的宗教觀。**臺灣哲諺典**。臺北市：台語文摘。
- 洪淑昭（2013）。傳統節慶米食的象徵-以高雄市閩南族群的「粿」為例。*國立高雄師範大臺灣歷史文化及語言研究所碩士論文*。
- 莊永明（2002）。**臺灣諺語淺釋**。臺北市：時報出版社。
- 連橫（1962）。**臺灣通史**。臺北：臺灣銀行經濟研究室。
- 陳主顯（1997）。**臺灣俗諺語典**。臺北市：前衛出版社。
- 陳玉箴（2008）。食物消費中的國家、階級與文化展演:日治與戰後初期的「臺灣菜」。*臺灣史研究*，15（3），139-186。
- 陳宗顯（2000）。**臺灣人生諺語**。臺北市：常民文化出版社。

- 陳華民（1998）。**臺灣俗語話講古**。臺北市：常民文化出版社。
- 曾榮梅（2009）。六書中「假借」思維之探討與應用。*設計學研究*，**12**（2），103-128。
- 黃應貴（2004）。**物與物質文化**。物/食物與交換：中國侗族的人群關係與社會價值，臺北市：中研院民族所。
- 葉蜚聲、徐通鏘（2001）。**語言學綱要**。臺北市：書林出版社。
- 廖漢臣（1955）。臺灣諺語的形式與內容。*臺灣文獻*，**6**（3）。
- 臺灣省政府農林廳（1999）。**臺灣稻作發展史**。南投：臺灣省政府農林廳。
- 潘江東、掌慶琳、曾裕琇（2014）。臺南稻米文化論述。*餐旅暨觀光*，**11**（1），35-62。
- 衛萬里（2011）。無形文化符碼於商品設計程序之應用-以臺灣閩南鬼神諺語為例。*設計學報*，**16**（3），63-93。
- 鄭鵬雲、曾逢晨（1959）。**新竹縣志初稿卷五考一風俗**。臺北：臺灣銀行。
- 簡榮聰（1999）。**臺灣民間粿糕餅糖塔印模文化藝術之研究**。臺北：漢光。

貳、英文文獻

- Auger, J. (2013). Speculative design: crafting the speculation. *Digital Creativity*,24(1), 11-35.
- Dunne, A. & Raby, F. (2013). *Speculative everything: design, fiction, and social dreaming*. MIT press.
- Hjelmslev, L. (1961). *Prolegomena to a theory of language* (trans. Francis J Whitfield). Madison: University of Wisconsin Press.
- Jencks, C. (1980). *The architectural sign-signs, symbols and architecture*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Rozin, P. (1996). *The socio-cultural context of eating and food choice*. In Food choice, acceptance and consumption (pp. 83-104). Springer, Boston, MA.
- Silverman, K. (1983). *The subject of semiotics*. New York: Oxford University Press.
- Solomon, M. R.(1995) *Consumer Behavior: buying, having, and being*.(4th ed).Boston: Allyn & Bacon.
- Tonkinwise, C. (2014). How we intend to future: review of Anthony Dunne and

Fiona Raby, speculative everything: design, fiction, and social dreaming. *Design Philosophy Papers*, 12(2), 169-187.

參、參考網頁

華人百科。米食文化。2019年4月4日，網址

<https://www.itsfun.com.tw/%E7%B1%B3%E9%A3%9F%E6%96%87%E5%8C%96/wiki-1242526-2149306#%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%B1%B3%E9%A3%9F%E6%96%87%E5%8C%96>

附錄一 前導問卷

敬愛的先生/女士您好：

我是東海大學工業設計學系碩士研究生，目前正在進行碩士論文研究，由於您的意見將作為本設計結果之驗證，因而請您不要遺漏任何一個問題，以保持此研究問卷之完整性。本研究採取匿名方式，您所提供的意見，本研究將以整體化方式表達，不會有個人資料外流，敬請您放心填答。若對此問卷或此研究有任何疑問，請與研究者聯繫，感謝您的參與！

研究者：杜欣芳

指導老師：謝志成博士

單位：東海大學工業設計學系碩士研究生

中華民國 108 年 04 月

第一部份：基本資料

1. 請問您有聽過臺灣閩南諺語嗎？有 沒有
2. 請問您的閩南語程度為？會聽會說 會聽不會說 不會
3. 請問您的家人和長輩會說閩南語嗎？會 不會
4. 請問您和家人在家中會以閩南語溝通嗎？會 不會 偶爾會
5. 性別：男性 女性 其他/不確定
6. 年齡：18 歲以下 18-25 歲 26-35 歲 36-50 歲 51-65 歲
66 歲及以上

第二部份：諺語之通俗性

項目	聽過	不聽過
1. 米甕敲銅鐘。	1	2
2. 米甕弄鑊，鼎吊上壁。	1	2
3. 歪喙雞食好米。	1	2
4. 勤快勤快，有飯摺有菜。	1	2
5. 無米有舂臼，無囡抱新婦。	1	2
6. 食果子拜樹頭；食米飯拜田頭。	1	2
7. 飲水念水源頭剝樹拜樹頭。	1	2
8. 食飯流汗，做工課畏寒。	1	2

9. 食飯食碗公，做牆閃西風。	1	2
10. 生米，煮熟飯。	1	2
11. 食家己米，造別人的牆。	1	2
12. 時到時擔當，無米才煮番薯湯。	1	2
13. 未食看飯斗，食飽看海口。	1	2
14. 做牆相推挨，食飯爭進前。	1	2
15. 食米毋知米價。	1	2
16. 隨人討米，隨人落鼎。	1	2
17. 食飯扒無清氣，會娶貓某。	1	2
18. 煩惱十三代子孫無米可煮。	1	2
19. 一粒米，百粒汗。	1	2
20. 一樣米飼百樣人。	1	2
21. 腹肚斷油燥，則要劊豬哥；豬皮軍用品，罰咁罰隨意。	1	2
22. 米甕弄龍，栗倉弄獅。兔肉卡甜雞肉。	1	2
23. 末行臺灣路，先食臺灣米。	1	2
24. 葫蘆墩白米—無錯。	1	2
25. 雷打菊花心，柴米貴如金。	1	2
26. 米甕無米，三貂角嘛不通去。	1	2
27. 早春好佚陶，早夏粒米無。	1	2
28. 驚蟄聞雷米似泥。	1	2
29. 二月初二打雷，稻屋較重過秤鎚。	1	2
30. 大暑小暑，有米也懶煮。	1	2
31. 米飯一粒著扱起，拍損五穀雷損死。	1	2
32. 揉粿也著一塊糲。	1	2
33. 米龜若顯靈，金龜有行情。	1	2
34. 過橋較濟你行路，食鹽較濟你食米。	1	2

附錄二 後測問卷

敬愛的先生/女士您好：

我是東海大學工業設計學系碩士研究生，目前正在進行碩士論文研究，由於您的意見將作為本設計結果之驗證，因而請您不要遺漏任何一個問題，以保持此研究問卷之完整性。本研究採取匿名方式，您所提供的意見，本研究將以整體化方式表達，不會有個人資料外流，敬請您放心填答。若對此問卷或此研究有任何疑問，請與研究者聯繫，感謝您的參與！

研究者：杜欣芳

指導老師：謝志成博士

單位：東海大學工業設計學系碩士研究生

中華民國 108 年 05 月

第一部份：基本資料

1. 請問您有聽過臺灣閩南諺語嗎？有 沒有
2. 請問您的閩南語程度為？會聽會說 會聽不會說 不會
3. 請問您的家人和長輩會說閩南語嗎？會 不會
4. 請問您和家人在家中會以閩南語溝通嗎？會 不會 偶爾會
5. 性別：男性 女性 其他/不確定
6. 年齡：18 歲以下 18-25 歲 26-35 歲 36-50 歲 51-65 歲
66 歲及以上
7. 每月購買文創產品的支出：500 元以下 501-600 元 601-700 元
701-800 元 801-900 元 901-1,000 元 1,001 元及以上
8. 近 6 個月購買文創產品次數：1-3 次 4-6 次 7-9 次 10 次及以上

第二部份：臺灣閩南諺語的產品設計調查

一、樹頭公-造型線香盤



設計說明：
本產品採用「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」的諺語，結合樹頭公的形象設計出線香盤，勉勵人要懂得感恩，飲水思源，不可忘本。

請評估這件產品的外觀及使用方式帶來的體驗程度，勾選合適選項：	非常不符合	不符合	普通	符合	非常符合
1. 感官體驗:這件/組產品有稻米的感覺。	1	2	3	4	5
6. 情感體驗：這件/組產品讓我覺得臺灣閩南諺語和稻米文化是有趣的。	1	2	3	4	5
7. 思考體驗：這件/組產品引發我對臺灣閩南諺語的好奇心。	1	2	3	4	5
8. 行動體驗：這件/組產品使我想更瞭解臺灣閩南諺語。	1	2	3	4	5
9. 關聯體驗：使用這件/組產品讓我覺得與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。	1	2	3	4	5

6.對於這件產品，您還有何想法：

二、貓睨-兒童用餐輔助器

	<p>設計說明： 「睨」意即斜着眼睛看，代表貓咪斜著眼睛在默默觀察使用者的意涵。本產品結合「食飯扒無清氣，會娶貓某」的諺語，勉勵兒童吃飯要吃完，才不會被貓咪看到，以後娶到醜老婆。</p>				
<p>請評估這件產品的外觀及使用方式帶來的體驗程度，勾選合適選項：</p>	非常不符合	不符合	普通	符合	非常符合
<p>1. 感官體驗:這件/組產品有稻米的感覺。</p>	1	2	3	4	5
<p>6. 情感體驗：這件/組產品讓我覺得臺灣閩南諺語和稻米文化是有趣的。</p>	1	2	3	4	5
<p>7. 思考體驗：這件/組產品引發我對臺灣閩南諺語的好奇心。</p>	1	2	3	4	5
<p>8. 行動體驗：這件/組產品使我想更瞭解臺灣閩南諺語。</p>	1	2	3	4	5
<p>9. 關聯體驗：使用這件/組產品讓我覺得與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。</p>	1	2	3	4	5

6.對於這件產品，您還有何想法：

三、鬥陣來博-台灣俗諺拼拼樂



設計說明：
〔鬥陣〕是臺語大家一起來的意思，〔博〕則是代表博學多聞，豐富知識的意涵，遂本設計希望透過玩紙板拼拼樂的桌上型遊戲中，認識台灣閩南諺語，並且將「食果子拜樹頭；食米飯拜田頭」、「飲水念水源頭，剉樹拜樹頭」、「食米毋知米價」、「一粒米，百粒汗」及「生米，煮熟飯」等諺語融入其中。

請評估這件產品的外觀及使用方式帶來的體驗程度，勾選合適選項：	非常不符合	不符合	普通	符合	非常符合
1. 感官體驗:這件/組產品有稻米的感覺。	1	2	3	4	5
6. 情感體驗：這件/組產品讓我覺得臺灣閩南諺語和稻米文化是有趣的。	1	2	3	4	5
7. 思考體驗：這件/組產品引發我對臺灣閩南諺語的好奇心。	1	2	3	4	5
8. 行動體驗：這件/組產品使我想更瞭解臺灣閩南諺語。	1	2	3	4	5
9. 關聯體驗：使用這件/組產品讓我覺得與臺灣閩南諺語和稻米文化產生關聯。	1	2	3	4	5

6.對於這件產品，您還有何想法：