

第一章 緒論

前言

自明末清初開始大量漢人移民台灣進行開墾，因此將生活的習俗、文化、謀生技能、日常用器物帶到台灣；移民帶來的漢人風格，再加上台灣固有原住民風格融合成特有的台灣地域特色（莊伯和，1995）。這些特有文化的特色在生活器具上充分的被展現出來，早期由老祖先經由智慧技術融合地域資源如竹、稻草、土壤等創作出來的器物，至今亦成了珍貴的傳統工藝。然而隨著時代的變遷、生活型態的改變、「過疏化現象」¹出現，年輕一代漸遠離鄉村不再願意從事傳統工藝產業的生產工作，並紛紛投向資訊、電子、服務等有錢途的產業。而地方傳統文化與個性的喪失²，使得價值觀亦隨之轉變，傳統工藝的價值逐漸被淡忘。

1994年「社區總體營造」與「地域振興」的理念引進台灣，再加上本土化及週休二日的風潮影響，地方文化與地方特色開始被過度發展工業化與科技化的台灣人所重視；但因為過去政治政策方向以「由上而下」精英式統治法為主，上級無法充分體會地方居民真正需求，且地方居民亦缺乏自主性與創造自己家園的充足經驗，即使擁有許多理想與理論基礎，依舊無法創造出屬於地方居民的台灣地域振興。

第一節 研究動機

基於上述前提下認為，地方工藝即是蘊含地方時、地、人、事所產生的「物」（宮崎清，1997），以地方傳統工藝來追溯地方歷史根源、祖先源流、生活方式應為地方振興中較佳的展現方式。「產品文化化，文化產品化」（黃淑芬，1998）在近年來不斷地被提及，但仍然可見「制式化」與「表面化」的「地方觀光」、「傳統工藝商品化」不斷地在地方振興的舞台上缺乏實質文化內涵地被展售著。如何才能成功地將地方文化藉由地方傳統工藝，再透過地方

¹ 「過疏化現象」導致農地的廢棄、山林的荒廢、地方社會系統的破壞、地方文化喪失等問題。（黃世輝、宮崎清，從產品設計到社區設計 - 從日本看台灣社區總體營造的發展與方法，1995）

² 在工業化、都市化的影響下，各個社區、地區已逐漸放棄其特有的文化與個性，競相模倣台北。（黃世輝、宮崎清，從產品設計到社區設計 - 從日本看台灣社區總體營造的發展與方法，1995）

居民自發性的努力將其充分表現出來，讓台灣人喜愛並了解台灣地方文化，進而達到愛鄉、愛土、教化人心的作用，為研究之動機。

鶯歌是台灣以地方傳統工藝振興「地域之光」中值得探討的案例之一。因鶯歌在人力資源方面，擁有以地方居民團結組成的陶瓷組織團體、政府相關單位以及學術界的重視；此外在地方建設方面，擁有全台最具規模的「陶瓷博物館」、以陶瓷教育為主軸的「鶯歌高職」及重金打造的「陶瓷老街」等。在眾多資源中最重要的是當地具有居民陶瓷組織團體的存在。這樣的組織是否對地方陶瓷工藝與地方文化振興帶來助益；在鶯歌地方組織與政府、居民之間的互動為何；以及如何才能使這三種角色配合得宜，進而提昇地方居民的「自發性」，並創造與迎接以「地方居民」為主的時代來臨？這些皆為促始研究進行之因素。

第二節 研究背景

台灣光復前因歷史因素，地方不被重視，且充滿著殖民色彩；直到光復以後，地方在政府推廣下地方建設、地方自治才逐漸地被受重視。然而政治因素，過去管理地方的方式依然維持著舊有「以上制下」的精英領導模式，這樣的形式造成長期處在殖民主義與跟隨精英決策運行下的台灣居民對於地方事務漠不關心，對於所生長的故鄉更因過去本土化教育的忽略，而遺忘了何謂故鄉的地方文化。

這樣的現象維持已久，因此當 1994 年「社區總體營造」觀念以及以「居民為主的時代」觀念引進台灣時，上至政府，下至地方與居民間相繼形成一股熱潮。在熱切期望地方展現其文化與特質的同時，政府舉辦活動、民間組織團體，均磨拳擦掌的期盼地方文化能在地方活動與文獻中展現。然而幾年下來，活動出現制式化的現象，地方傳統工藝成為商品。但活動進行與傳統工藝銷售中地方文化真正的內涵仍然不為人所知，更甚者，地方居民對於地方歷史文化依舊不了解，非但行政無法文化化，地方產業亦無法文化化，地方與傳統工藝文化振興更是遙遙無期。

第三節 研究目的

本研究基於研究背景的前提下認為，地方上的居民若能了解地方文化，增進對地方的認同感，則傳統工藝的傳承較容易延續，「地域之光」亦易於展現。在地方發展與地方傳統工藝的推廣方式中，「地方觀光」與「傳統工藝商品化」若無法展現地方特有文化的內涵，則將使地方與傳統工藝流於「世俗化」以及「商品化」，無法讓人深刻的喜愛及了解台灣地方文化。如何將地方的文化內涵透過地方傳統工藝展現出來，達到傳統工藝的延續與地方文化的發

展，成為研究之主要目的。而本研究以鶯歌為案例，期望以鶯歌與陶瓷歸納出地方居民自發性與傳統工藝振興之方法，並藉此案例探討下列四項重點：

- (1)探討地方上在地方振興方面推動的成效。
- (2)探討過去地方上人民自發性的行為。
- (3)探討地方在政府學者居民的努力下所產生的現象及優缺點。
- (4)探討如何促使地方居民自發性振興地方工藝文化

第四節 研究的重要性

在 1994 年國立台灣工藝研究所（過去為台灣省手工業研究所）大力推廣「社區總體營造」的概念以來³，有關社區的文化議題紛紛被提出，直到九二一地震以來，社區總體營造更是成為學術界及社會上熱門的話題。凡從事相關研究及文化工作人士對於「產業文化化，文化產業化」（黃淑芬、宮崎清，1998）、「地域振興」等概念皆耳熟能詳，但是究竟在實際實施上地方及地方居民究竟面臨哪些問題？該如何確切的在台灣不同地方與以協助與實施所謂的「地方文化建設」，而非「集體起乩」（張緯琪，1998）式的以相似模式推行於不同文化背景的地區，進行「官方式」的文化建設。本研究將不再探討社區營造建設之意義及重要性，而是選擇一個擁有大量資源且地方傳統工藝生存至今相當具規模的「鶯歌」為研究範例，探討地方中的主人翁「地方居民」如何振興地方文化為主軸，並由鶯歌陶瓷振興地方的「甘」與「苦」中抽絲剝繭的找尋出可供台灣地方文化及傳統工藝振興時的參考方向，以下為研究在下列三方面的重要性：

1) 學術上

過去在「地方」及「傳統工藝」相關的研究上，著力點多半侷限於地方振興理論的探究（黃淑芬，1998）亦是地方個案的探討（王文雄，1998）、傳統工藝製作相關人士訪談（蕭富隆，1993）、傳統工藝的意義與價值（葉俊顯，1996）、（何榮亮，2000）等。對於地方與工藝的連結除了國立台灣工藝研究所的大力推行之外，歸納台灣地方與工藝的未來方向與日本或其他國家推行方法有何不同的「本土化地方與地方工藝振興」之研究可說是微乎其微。而這樣的現象與台灣重視本土化及地方振興的腳步較慢有所關聯。因此針對此點，地方振興以傳統工藝文化推廣較具規模的「鶯歌」為實例，運用「實証」應證「理論」，再創「台灣本土化地方振興之方法」為研究指標，期望對地方與傳統工藝振興有所貢獻。

³ 1999 年 3 月。社區總體營造的理念與實例 2。台灣手工藝研究所編印

2) 政府文化建設相關推動

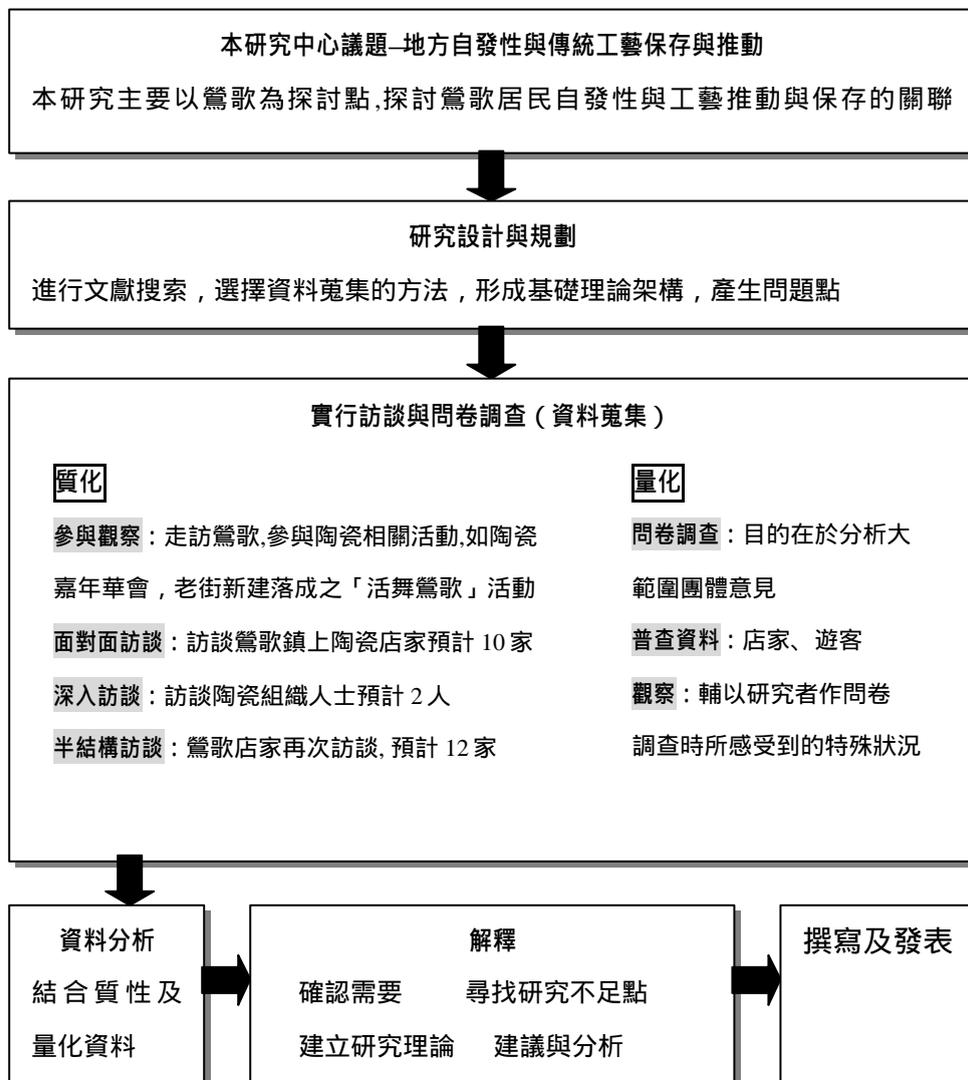
近年來政府相關單位極力推行「本土化」及「地方振興」，但由於過去地方自治未能落實，百姓習慣於「由上而下」的精英領導，以及參雜著劣質的選舉文化之下地方首長的施政率多只考慮短期的政治利益，而未能對地方建設做長期性與整體性的思考及規劃，也未能充分取得地方居民的共識（翁徐得，1995），因此地方文化振興的過程中必有許多弊病產生。本研究由地方之主的居民作深入訪談，期望能藉此對有心於地方文化推廣的政府相關人士有所助益。

3) 地方居民進行地方建設

由於台灣過去的政治政策導向，居民多半已習慣由上而下的「精英領導」（翁徐得，1995），但地方的主人是地方居民，因此地方振興文化推廣也應回歸以地方居民做為主軸（宮崎清，1994）。從前過分依賴上級指導的地方居民，在本土化意識逐漸崛起時如何團結為地方做些有意義的事情？在此方面以鶯歌地方居民組織為探討對象，深入訪談當地居民如何產生自發性、如何構成組織及向上級爭取所需資源、如何造就今日「鶯歌陶瓷文化村」之盛名，並將其缺點與優點綜合與貫通，期望提供其他台灣地區有意振興地方產業的居民及居民團體一條參考之路，使其更有效率的創造與發掘出屬於地方居民的文化家鄉。

第五節 研究方法與流程

地方問題的探討因涉及地方不同人士觀點與各種不同立場，因此若單以量化式問卷調查對於問題的多元及深入唯恐不及；因此研究方法中主要以質性研究方法為主，量化方法為輔，而採用質性方法中的「多元方法」⁴。地方問題具備著「人」、「事」、「時」、「地」、「物」的多層面向，受經濟、社會、文化、政治、科技發展影響甚鉅，非由單一層面即可了解，而「多元方法」是一種基於科學基礎的質性研究方法，便於將不同方法間蒐集的資料予以互相檢視互補與整合（胡幼慧，1996：282），使用這種研究方法可方便更深入完整的了解事實的真相。為了更清楚的說明多元方法的運用，將以下研究流程圖作為輔助，說明本研究的方法使用及進行流程：



(圖 1-1)研究流程圖

⁴胡幼慧，1996。質性研究。巨流圖書公司，p 282

在資料蒐集方面，除了書面相關文獻蒐集之外，更著重於「案例訪談」。訪談目的在於蒐集案例 - 「鶯歌」的地方文化與傳統文化的推動資料。資料蒐集目的乃在於獲得書面相關文獻所缺乏的資訊與驗證相關文獻理論。研究主要方法以「深入訪談」與「問卷調查」為主，為了獲得更確實的資料前半段以「質性研究法」中一對一深入訪談為主，深入訪談內容作為後半段「量化研究法」問卷問題設定的主要依據。以下依「質化」與「量化」作為分野，說明鶯歌實地探訪、資料蒐集的分類要項：

質化方面

質性研究的資料蒐集方式，主要為經由研究者之「觀察」、「錄製」、「訪談」三種方式取得（Miller & Crabtree, 1992；胡幼慧, 1996）。其中訪談法可分為「非結構式」、「半結構式」與「結構式」之訪談。若依 Patton（1955：227-233；簡春安、鄒平儀, 1998：150-151）的論點，則可將質性訪談分為「非正式會話式訪談」、「導引式訪談」及「標準開放式訪談」。其中「導引式訪談」是指研究者把訪談所要涵蓋的主題，事先以綱要的方式預備妥當。在實際訪談時，依當時情境再決定問題的程序以及詳細的字句。這種方式有助於研究者系統歸納與整理，整個訪談的結果當然也顯得較有邏輯性，況且這種方式的訪談仍然能維持訪談時的會話性，也能適合當時的情境。因此資料蒐集的前半段即採用質性訪談法中的「導引式訪談」。以下為分析方法：

1) 面對面訪談（第一階段的深入訪談）

此一階段屬於第一階段的深入訪談，訪談對象為鶯歌鎮上陶瓷店家，共計 10 家，訪談目的主要在於蒐集書面所未得知的資料與驗證、對照案例 - 「鶯歌」的居民自發性發展狀況、鶯歌地方組織發展情況與目前鶯歌建設概況。

2) 參與觀察

研究初始，對於鶯歌地區的了解僅止於朦朧未清的階段，因此探訪鶯歌與參與陶瓷相關活動成為實際了解鶯歌重要的方式。參與觀察部分進行項目為老街新建落成慶祝活動 - 「活舞鶯歌」、「2000 年鶯歌陶瓷嘉年華會」。參與陶瓷活動的目的為了解鶯歌陶瓷活動規劃外在呈現的方式，由此進而了解內在規劃的運行。

3) 第二階段深入訪談

經過資料蒐集與第一階段深入訪談後得知，鶯歌地區有居民自組的地方組織，地方組織平時扮演著聯繫陶瓷商家、廠商；舉辦陶瓷活動；向上級（政府

單位)爭取活動及建設經費的角色,對地方文化推廣有著相當的地位。經過第一次深入訪談,由受訪者對談中得知鶯歌陶瓷老街有一地方組織『鶯歌陶瓷藝術發展協會』,再經由介紹,訪談陶瓷組織中重要人士共2人。

4) 半結構式訪談

透過先前觀察與訪談,釐清疑問後,新問題產生,進行鶯歌店家再次訪談,採半結構式問卷調查,共計12家。

量化方面

量化方面,在質性深入探討之後,將以問卷形式針對深入訪談所未能解決之問題輔以廣大蒐集資料。問卷形式以結構式問卷為主;資料分析方式以統計學上描述性統計分析為主。

1) 問卷調查

量化問卷調查的目的在於分析相同性質團體中的不同意見,本研究計畫因已進行一年,依照深度訪談內容分析整理,量化問卷的對象可分為二大方向。一個方向是針對鶯歌店家和居民作調查,另一方向是為遊客調查。

2) 觀察

量化問卷的進行可以透過電話進行、郵寄方式、團體進行與一對一進行等。基於實際需要,認為量化問卷的調查如果是一(研究者)對一(受訪者)方式進行時,輔以受訪者進行問卷時所表現的特殊狀況(受訪者的反映、說話語氣、態度等,非問卷上所能表達的情況)是為了更確實使之了解實際狀況,因此問卷進行時觀察記錄亦為重要項目之一。

第二章 文獻探討

第一節 台灣傳統工藝探討

1.工藝的定義--

1-1 工藝與大眾、生活、傳統的關聯

1-2 工藝與美術的關聯

1-3 工藝、工業、生活科技的關聯

1-4 小結

2.台灣傳統工藝的「興」、「盛」、「衰」、「起」之探討

2-1 台灣工藝的「興」

2-2 台灣工藝的「盛」

2-3 台灣工藝的「衰」

2-4 台灣工藝的「起」

2-5 小結

第二節 地方與地方文化建設探討

1.地方意義探討

1-1 地方—有共通人事物的地域

1-2 社區 - (1)社區的涵義(2)心理與社區意識

1-3 小結

2.地方與社區意識探討

2-1 地方組織—有地緣或血緣團結的社群

2-2 自發性的意義

2-3 「內發型」與「外發型」

2-4 小結

3.台灣地方與地方文化建設

1-1 台灣地方發展之啟

1-2 光復後台灣的地方建設

1-3 社區總體營造的興起

1-4 小結

第三節 地方、社區與台灣傳統工藝振興關聯之探討

1.社區總體營造與地域振興

1-1 社區總體營造產生的背景

1-2 社區總體營造的定義與執行策略

1-3 社區總體營造與地域振興的關聯

1-4 小結

2.傳統工藝與地域振興

1-1 傳統工藝與地域振興

1-2 國外案例探討 日本的古川町與木工手工藝、建築振興

1-3 小結

第二章 文獻蒐集與探討

在台灣傳統工藝振興的文獻探討中，首要目的即在於了解台灣工藝的定義、內涵、歷史發展等。而這些文獻的蒐集、探討與歸納對於工藝範圍的界定認知有所助益；若將傳統工藝視為產物，則產物的「地」與「人」將是決定產物發展的重要關鍵。因此地方與地方居民意識之相關探討對於振興工藝產業亦有相關性。基於上述考量，本章節以「台灣工藝」、「地方與地方文化建設」、及兩者之交集「台灣傳統工藝與社區關聯」為主軸，並蒐集國內外相關研究作歸納與探討。

第一節 台灣傳統工藝探討

1.工藝的定義--

工藝的定義相當廣泛且混淆不清，對於不同學科背景、教學階層、應用領域，各有其特定意義。以下依據國內外相關學者研究與文獻回顧(莊智鋒，1998；林衡道，1988，葉俊顯，1996；王嵩山，1996；林天印，1997；徐琛，1993；王文雄、黃世輝，1998；何明泉、何榮亮，2000；莊伯和，1995；柳宗悅，1999)⁵，將工藝的定義分為四個方向作為探討：

⁵王嵩山，1996。豐富多彩的工藝藝術。歷史月刊第五十一期，p 20-24

王文雄、黃世輝，1998。竹工藝與地方產業發展之研究。雲林科技大學

何明泉、何榮亮，2000。傳統工藝價值初探。中華民國設計學會第五屆設計學術研究成果研討會論文集下冊，p 783-788

林衡道，1988。談民間工藝。社教雙月刊，p 27-32

林天印，1997。現今學制下如何發揮工藝教育應有之功能。中等教育期刊 48:2，p18-25

徐琛，1993。位置何在？—對中國工藝美術生存環境的省思。雄獅美術 272，p 24-28

莊智鋒，1998。從工藝到生活科技。生活科技教育 31:7，p 2 - 8

莊伯和，1995。台灣傳統工藝。

柳宗悅，1999。工藝美學。地景企業有限公司

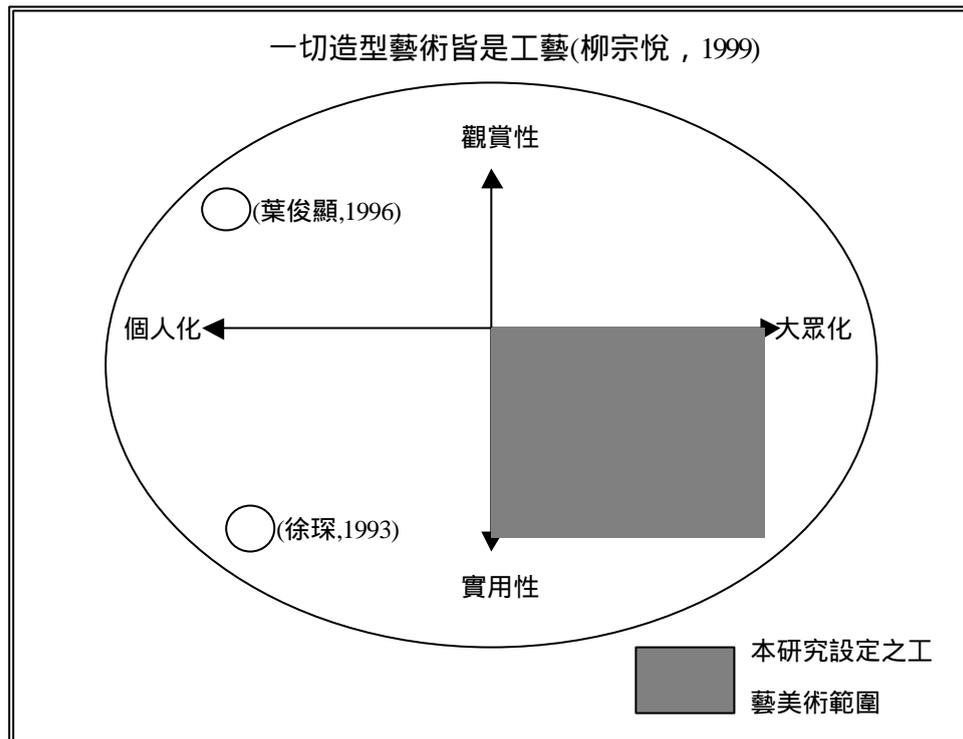
葉俊顯，1996。現代工藝的意義與創作特質。美教專輯 173，p 18-24

1-1 工藝與大眾、生活、傳統的關聯

工藝 (Craft) , 字典上所記載的為常民生活所產生的鄉土工藝品, 因其有實用性和樸實美而為人愛好的東西。一般人也稱之為「民間工藝」又稱之為「民族工藝」、「民俗工藝」、「民眾工藝」、「鄉土藝術」等等 (莊伯和, 1995) 。但是若以工藝的語源則採取「民眾工藝」的意義, 意義則為 - 將樸實簡單的手工藝稱之為「工藝」; 這些器物是為一般民眾生活所準備的普通工藝品, 且「用途」乃工藝之本質, 如違背了“用”所要求的性質, 就不能稱做好的器物; 不適合生活實用的工藝, 便削弱了工藝本來的意義 (柳宗悅, 1999) 。若是工藝的語源則採取「民間工藝」的意義, 由民俗的觀點來說工藝則必須是無名作家的作品; 沒有作者的個性; 是類形化的、傳統的、非機械、以手工就可完成的; 是強烈的反應著群眾的共同心理的 (林衡道, 1988) 。因此, 綜合此方面而論, 工藝是國民生活的最好反映, 是屬於大眾與生活的, 是由老者傳給年幼者, 為具有傳承歷史與文化的產物。

1-2 工藝與美術的關聯

另一方面, 對於工藝, 也有許多學者及研究將工藝的意義由「工藝如藝術」 (Craft of Art) 的方向作詮釋, 這樣的詮釋方向認為工藝可以是利用傳統工藝材料來創作, 退化實用性、機能性的製作考量, 發展成以抒發個人意念與情感的造型表現的藝術型式, 如現代陶藝、玻璃藝術、藝術家具 等的現代工藝形式 (葉俊顯, 1996) 。若工藝技術中之與美術相結合者, 即稱「工藝美術」 (莊伯和, 1995) 。而「工藝美術」成為一獨立名詞出現時, 其最初型式中的意義受限於宮廷工藝的理解上 (徐琛, 1993) ; 宮廷生活範圍內的日用品不只是質高物美的器物, 在相當意義上甚且具有等級劃分之意。有著貴族意味的宮廷工藝美術, 乃專指皇家貴族所使用的器物, 其實用意義與審美意義並存, 有時甚至審美意義高於實用意義。但亦有一說認為工藝與美術本來就是一體的, 美術是從工藝中分化出來的; 工藝的歷史是古老的, 而美術的歷史則不太長久。美術是在個人之主義產生後才獨立的, 因而一切的造型藝術都是工藝 (柳宗悅, 1999) 。但若只單從名詞上來解釋的話, 「美術」的顯著特徵是欣賞性、個人性、自由性。綜合歸納過去相關文獻, 本研究認為若工藝與美術相結合, 所具的特性必然為較傾向於個人化而非大眾化的, 較屬於觀賞性質取向而非較實用性取向。



1-3 工藝、工業、生活科技的關聯

工藝，自古以來就是人類生活器具使用及製作結晶的代表，它蘊含了許多自古至今祖先運用生活當地材料製作器具的技能及智慧。我們現在的手工藝家，在古代就叫「百工」⁶，為了支持生活上的美與實用，配合天時天合、地氣、美材、巧工的結果，是崇高之工作（王文雄、黃世輝，1998）。廣義的工藝指生活、生產技術，與今之所謂工業科技似無兩異……（莊伯和，1995）。而工藝的意義在近代生產中又泛指加工之技藝，包括近代的工業、科學技術。對現代而言，工藝就其意義而言是工業的一種手段，從原料、半成品、到製作成品的加工過程，以及所展現的人文智慧藝術，這樣的藝術可以理解為「工業技藝」或「工業藝術」（簡榮聰，1996）⁷。而在名詞方面，國內相關研究中曾認為「工藝」與「生活科技」息息相關，1985年美國眾議員 Boucher 提案將「工藝」改名為「生活科技」，而1986年7月美國眾議院通過 H.R.3120 號「科

⁶ 周禮考工記：『國有六職，百工與居一焉。……審曲面執以飾五材，以辨民器，為之百工。……知者創物，巧者述之守之，世謂之工，百工之事，皆聖人之作也，煉金以為刃，凝土以為器……，天有時、地有器、材有美、工有巧，合此四者，然後可以為良。』

⁷ 簡榮聰，1996。南台灣的工藝。南台灣文化專輯

技教育法案」(Technology Education Act)該法案論述中強調：將來一般大眾必須對現代科技有相當高層次的了解，否則不但將危及國家的經濟實力，更可能對工商業、國防、社會造成嚴重的打擊（莊智鋒，1998）。對於工業、科技、工藝三個名詞的意義與關聯，從工藝教育相關研究中（林天印，1997）亦可論及「科技」或「工業」一詞是否可以完全取代「工藝」的內涵。由工藝教育歷史分期來探討，將技藝發展分為手工時期、美工時期、工業時期、科技時期，各個時期的時代背景、教學媒介、教育理念、課程結構、教學目標皆有所不同。就時代背景而言，科技社會似乎較農業社會進步但卻不意味著在教學目標或理念上就能夠完全涵蓋早期的手工或美工時期。工藝由人最基本的的人心教育做起，這是無論社會與科技再怎麼進步都無法摒除的。

(表 2-1)手工、美工、工業、科技關係表

	手工	美工	工業	科技
時代背景	農業社會	工業革命	工業社會	科技社會
教學媒介	簡易手工 手工技藝	工業技藝 美術設計	工業技術 生活技藝	科技系統
教育理念	手腦並用 身心發展	結合技術 與美術	培養工業素養	培養科技素養
課程結構	手工技藝 勞動觀念	工業技藝 美術設計	工業技術 社會變遷	科技文化 人文素養
教學目標	1.促進心智成長 2.培養表達及創作能力 3.具備日常生活所需技術 4.培養工作觀念 5.促進文化創新及發展	1.培養審美及鑑識能力 2.培養自行計劃作業能力 3.養成正確消費觀念 4.培養副業興趣 5.安排良好休閒活動	1.了解整體工業概念 2.認識工業發展對社會的影響及衝擊 3.體認工業文明及培養解決工作問題能力 4.發展職業生涯意識,創新成功職業生活 5.適應工業社會生活開創新的工業文明	1.了解整體科技概念 2.認識科技發展對社會的影響和衝擊 3.了解科技系統基本結構及發展趨勢 4.體認科技文明及培養解決科技問題能力 5.結合科技與人文開創新科技文明

綜合與歸納結果認為，傳統工藝是過去工業的代名詞。若工業是從原料、半成品、到製作成品的加工過程，所展現的人文智慧藝術，那麼傳統工藝便是古老祖先所流傳下來的人文智慧藝術的結晶。技術隨著人類的需求改變而提昇，但傳統歷史文化及生活的結晶卻永恆不變。若善用傳統工藝所散發出的內

涵為地方或國家作建設，則非但不會對經濟實力、國防、社會造成嚴重打擊，反而對於經濟改善、人心教化帶來助益。因此科技與工藝是無法互相牴觸或替代的。

1-4 小結

根據文獻探討中發現，傳統工藝雖然經由時代變遷使得形態上與意義上有所不同。其中，有依然存在而成為藝術品的、有改變型態配合工業生產繼續生存的、有逐漸消失殆盡的，但無論傳統工藝目前被人們定義為何，依然有其價值可言。富含造型與精緻手工的傳統工藝成為藝術品；而功能導向的工藝設計成為現代工業設計之母；逐漸消失的產品又蘊含從前祖先生活文化與地方色彩成為現代人不忍逝去的文物；再加上傳統工藝製作學習中帶來的樸實與珍惜自然資源的教育內涵，皆為現代人所不可或缺的。因此傳統工藝的振興實有其必要。

基於上述因素，了解工藝振興研究是為本論文重要課題。而欲振興台灣傳統工藝對於相關的歷史文化背景研究探討便成了文獻回顧的重要一環，因此以下為台灣傳統工藝興、盛、衰的探討。

2.台灣傳統工藝的「興」、「盛」、「衰」、「起」之探討

文化、文明的關鍵在於「地域」、「歷史」、「與自然共生」三要項，由地域傳承下來的傳統性生活工藝品都蘊含此三項概念⁸。因此，台灣傳統工藝可謂台灣本土生活文化之最佳的見證。一地的生活文化與地方人文歷史皆有關，要了解台灣地區的生活文化，則台灣的傳統工藝乃最佳的紀錄品。

台灣的傳統工藝多數是由大陸閩南地區以及原住民傳統文化流傳而來，漢民族加上原住民文化，與台灣的風土民情的融合後使得台灣工藝益加豐富（莊伯和，1995）。但由於工業化與社會化之後生活上的轉變，使得人們對於傳統器具已不再那麼的需要，因此部分傳統工藝遭受淘汰的命運，許多傳統民藝當時存在的技巧精髓及意義也逐漸遭受遺忘。探討台灣傳統工藝振興，必先了解與分析台灣傳統工藝的過去、現在與未來。因此本章節將台灣傳統工藝以時間軸為基準，探討台灣傳統工藝的興起、榮盛、衰退、與光芒再現。相關文獻探討以台灣傳統工藝的「興」、「盛」、「衰」、「起」作為分類。則以下是台灣傳統工藝的「興」、「盛」、「衰」、「起」之探討：

2-1 台灣工藝的「興」

工藝就像是一面鏡子一樣，映照出地方的生活樣式、歷史文化（黃淑芬，1999）。因此藉由台灣工藝這面鏡子，可以映造出台灣地區的歷史文化。台灣傳統工藝多數是由大陸閩南地區及原住民的傳統文化流傳而來的，漢民族加上原住民文化，在台灣風土民情的改造下使得台灣工藝益加豐富（莊伯和，1995）。關於台灣歷史在國內相關研究上資料豐富，但若論及台灣工藝史有系統作研究的資料則比例較少。在漢族遷居台灣之前，台灣工藝主要著重於原住民工藝文化；而漢民族遷居台灣以後，因地緣關係大陸沿岸閩南風格的工藝才

⁸ 宮崎清，傳統性工藝品產業與地域振興，翁徐得、洪文珍譯

大量影響台灣工藝。因此本研究將台灣工藝史相關文獻分為「漢族遷居台灣之前」與「漢族遷居台灣之後」作為探討，這樣的探討將有助於研究對於台灣工藝的「起」 - 「振興」研究有所幫助。

(1)漢族遷居台灣之前：

早期台灣的發展以南台灣為主，因此就歷史背景而言，南台灣工藝存在久遠而相關研究亦較富足。南台灣工藝早期的研究中，國內相關文獻探討以簡榮聰於 1994 年所著「南台灣的工藝」⁹較為豐富。在漢民族尚未遷居台灣之前台灣文化以原住民文化為主軸，在相關文獻探討中，原住民工藝相關的研究又以王嵩山於 1992 年著「豐富多彩的先住民工藝藝術」¹⁰為主。簡榮聰的「南台灣的工藝」主要著重於工藝的分類與歷史文化源流，由史前文化開始分析遠古工藝文物的來龍去脈，其中認為史前工藝文物以陶片出土最多，當時南台灣以「紅色繩文陶」為重要特徵，因此認為陶器的製作不僅是新石器時代一項重要的工藝創作發明並且也是反映過去人類意念、文化群體、文化變遷等最具敏感之物。而王嵩山的「豐富多彩的先住民工藝藝術」主要探討原住民的工藝藝術，主要研究範圍為台灣原住民工藝的意涵與文化風格，其中提到早期原住民工藝乃基於生活需要而創作，且由日常環境中取得材料。在源流上，此研究提及日本學者認為台灣工藝甚至與東南亞「東山文化」有關。

(2)漢族遷居台灣之後：

台灣本土文化長期被忽略，許多早期工藝缺乏文獻探討，早期漢人遷移與原住民工藝、台灣原始生活相融合現象的研究幾乎微乎其微，較多資料僅能由

⁹簡榮聰，1994。南台灣的工藝。台灣文獻，45:4，P101-117

¹⁰王嵩山，1992。豐富多彩的先住民工藝藝術。歷史月刊，51:P20-24

歷史相關研究中尋找，關於工藝整合研究的案例，目前為止相關研究尚未尋獲。唯獨在「台灣歷史」與「陶藝史」相關文獻記載中提及，「台灣」開始這樣的名稱較可信賴的時間記載在於明朝末年（1573- 1620）¹¹，荷蘭人也曾以「Taioan」書寫¹²。「Taioan」原非漢語，曾經盤居在台南附近的原住民西拉雅族，對外來者與客人的稱呼「Taian」或「Tayan」被音誤為「Taioan」，漢族移民把它寫成「台員」、「大灣」，而日本人即把它拼作「大宛」、「大冤」等漢字，後來演變成為島本身的名詞。由台灣名稱的由來，也可以看出，外來者對原住民來說，只不過是「過客」而已。不知何時原住民竟被「客人」喧賓奪主，當作「理蕃政策」的對象，並以「生蕃」對待¹³。而明萬曆年間（1620年左右）台灣以成海賊鄭芝龍與顏思齊的巢穴，在這時候漢人來開墾者已經頗多。

根據以上探討得知，對於台灣工藝的「興」，大部分的文獻與相關研究多半以台灣人文歷史發展為重，少數提到台灣工藝源由的則以史前時代許多文化遺址為主，而這些文化遺址的出土又以陶瓷為重要出土文物，由此可見台灣陶瓷自史前時代就有。而其他如編織、木雕則以原住民工藝為主要敘述，漢民族來到台灣以後如何和原住民文化相容結合為目前的台灣工藝的歷程研究，幾乎成為一個斷層，無處可考。

然而台灣在歷史上曾經經過多國殖民，在連橫的「台灣通史」中提到：「台灣無故史也，荷人啟之、鄭氏作之、清人營之。」明白指出當時台灣已經歷不同文化的影響（陳人鳳，2000）。這些國家的文化清楚的反映在所統治地方的古蹟建築上，那麼對於台灣工藝的影響是否也有所影響，這方面的研究也較缺乏。因此台灣工藝在此階段，多數只能由考古與歷史相關記載推測。

2-2 台灣工藝的「盛」

¹¹ 鶯歌鎮公所、鶯歌文史工作室，1995。鶯歌巡禮。P19

¹² <http://www.leksu.com> Taiwan History on line

¹³ <http://www.leksu.com> Taiwan History on line

工藝反映一地之生活文化，如經濟生產、製作技術及意識型態方面的習俗信仰、美學觀念等；從閩粵漢人大舉移民台灣形成近世的漢人社會後，工藝文化當然也隨之移入，工藝產品成為研究漢人社會最好的標本，而台灣漢人社會在經過數百年的發展，與台灣鄉土之諸多條件結合，當然產生了自己獨特的工藝文化。只可惜台灣的工藝史料不足，過去少有系列的整理，如今只能從文獻資料或遺物來作比對的工作。例如〈安平縣雜記〉書中有一篇名「工業」，敘述的就是包括日據以前以台南地區為中心的台灣工藝，計一百條，其中包括鑿花匠、石匠、糊紙店司阜、做燈籠司阜、補碗司阜等等¹⁴。但這些從前隨處可見的工藝，因時代的演變有所起伏，許多已消失無蹤。

根據統計，日據時代台灣每年輸出手工藝品可達三百餘萬美元，就業人數有二十萬人以上，這樣的成績成為戰後台灣工藝產業的基礎。台灣光復後，政府推動工藝產業不遺餘力，但著眼點卻在經濟利益，即置於「手工業經濟發展」項目之下。

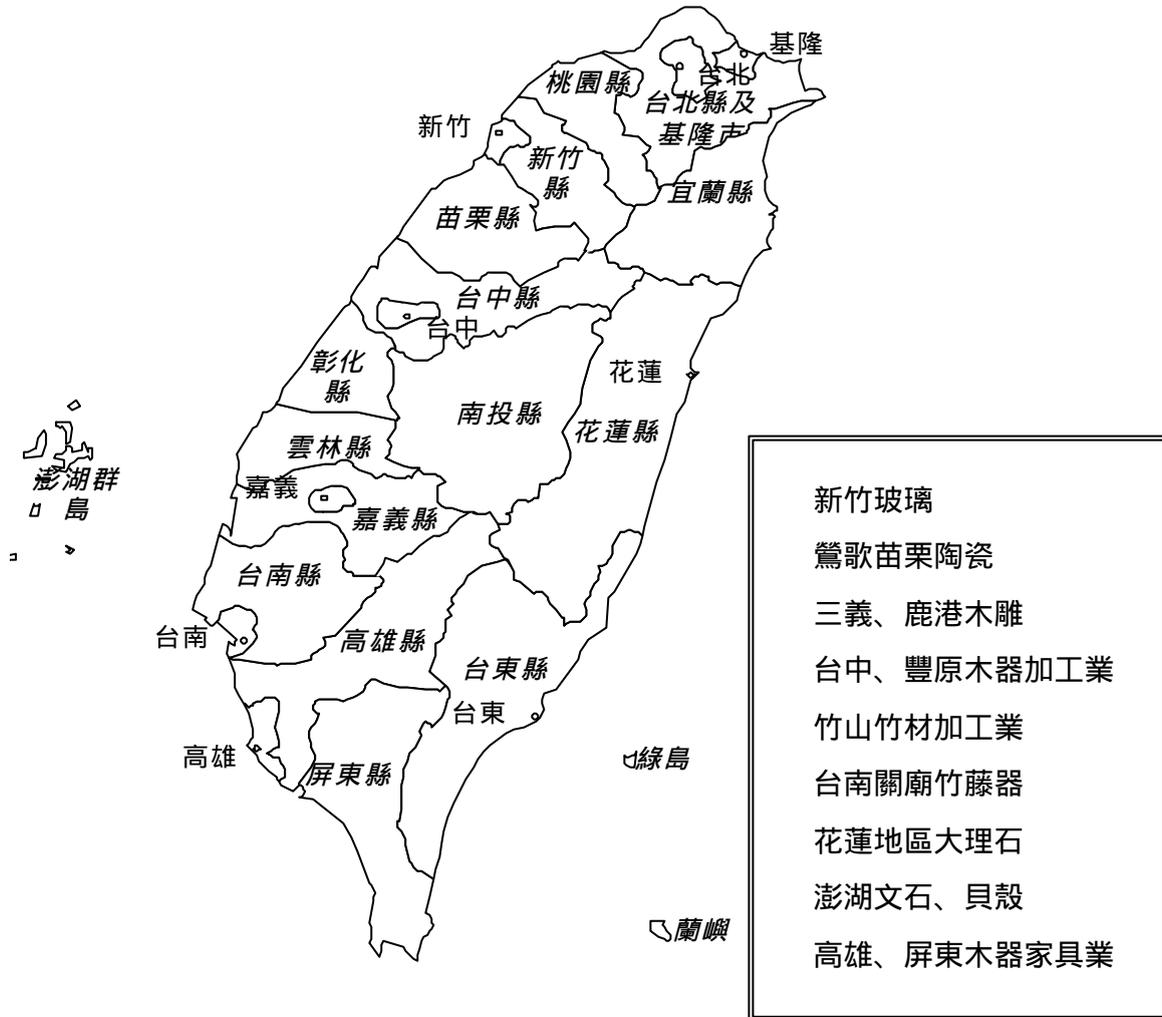
推廣工藝產業之做法，主要有民國四十二年（西元 1953）九月由台灣建設廳成立「手工業推廣委員會」，使戰爭期間失散的原有技術人員重新納入生產；接著設立工藝研究班、研究所，由外籍專家及本地專門技術人員擔任訓練工作，訓練科目有藤、竹、木、刺繡、抽紗、漂染、編織等科，學員畢業後又回各縣市投入廣大農村擔任手工業推廣工作；至五十一年有熟練手工業技術者已達三十萬人左右；六十二年（西元 1973），改制成立「台灣省手工業研究所」，八十八年（西元 1999）改為「國立台灣工藝研究所」。

本省手工業由於地理條件、原料取得、傳統環境等因素之不同，而形成了不同的專業區。特別明顯的計有：

- (1) 鶯歌、苗栗的陶瓷
- (2) 新竹地區的玻璃
- (3) 三義、鹿港地區的木雕刻
- (4) 台中、豐原的木器加工業
- (5) 竹山地區的竹材加工業

¹⁴（莊伯和，1995，台灣傳統工藝）

- (6) 台南關廟的竹藤器
- (7) 花蓮地區的大理石
- (8) 澎湖地區的文石、貝殼加工業
- (9) 高雄、屏東的木器家具業¹⁵



(圖 2-2) 台灣工藝分布圖

¹⁵ (翁徐得, 1994 <台灣手工業現況簡報>)

其中苗栗地區的裝飾陶瓷業，竹山地區的竹材加工業及台南關廟的竹藤業等外銷為主的產業，均有嚴重衰退的現象。而台灣工藝產業發展的主力自五十年代（1960年）以後漸漸以生產國外生活用品為主，而漸與台灣本土的生活環境脫離，以往本土化工藝的特色漸漸改變。

2-3 台灣工藝的「衰」

過去工藝與人們的生活相依存，但時代背景變遷，生活環境與日常使用工具隨著環境而有所改變，傳統工藝漸漸遭淘汰。在傳統工藝遭淘汰的同時台灣社會結構因都市化而改變，人們在都市謀生，求取經濟進步的同時地方歷史文化越來越不被重視。台灣工藝的衰退除了整個台灣大環境的改變之外，還有許多的因素，這些因素或許是台灣本身時代與經濟政治變遷使然，也或許是整個世界生存型態與環境的改變使然，而主要的原因為何則眾說紛紜。基於此，以下根據國內外相關研究作歸結與探討，下列以四大方向歸納台灣傳統工藝產業衰退之因素：

(1) 生活型態的改變

台灣在光復之後，期望擺脫過去殖民統治與戰亂時期的貧困生活工業，因此人們紛紛由鄉村出走到大都市謀生。都市化與工商業興起後，台灣不再與過去日本殖民時期以農村發展為主的殖民區一般。台灣生活模式產生改變，從農業生活邁向現代化西方主義化的生活，這樣的現象造成地區人口數重組，鄉村出現「過疏化現象」¹⁶。過疏化現象讓地方需要人力與手工製作的傳統工藝在生產工作上面臨危機，加上生活型態的改變，生產耗時耗工且需求減少的傳統工藝產量減少，因此傳統工藝面臨了危機。

(2) 經濟生產架構與意識的改變

戰後人們期望改善物質生活，因此一切以經濟為前提，這種現象是當時世界各地許多國家皆存在的現象。在台灣人們希望滿足民生需求，因此生產上以大量生產與機械化導向為主，而人工方面則傾向於為代工賺取外幣為主的現象；這樣的現象和光復前生活在地方上「取之地方，用之地方」的型態有所差別。在經濟導向為主的時期，對於地方工藝文化的保存與精進關心的人士為數不多，而政府機關對於台灣地方工藝保護亦只有民國四十二年（西元 1953）九月由台灣省建設廳成立的「手工業推廣委員會」（目前的「國立台灣工藝研究

¹⁶社區總體營造的理論與實例 2。行政院文化建設委員會

所」)¹⁷。因為整體環境對於地方工藝與本土化的忽視使得年輕一代對於地方工藝的認知很少，因此大多致力於從事科技產業與其他易於生存的產業，價值觀與過去有所差異。這樣價值觀的改變形成地方工藝的傳承的困難，老師傅逐漸凋零而願意從事工藝生產的年輕人卻越來越少，台灣傳統工藝面臨了前所未有的危機，這樣的危機到目前為止依然為台灣地方傳統工藝尚未解決的困境。

(3) 政治導向因素

戰後台灣的發展，多半依賴國家行政領導與技術官僚進行經濟發展的規劃與執行，民眾只是被動是跟著這樣的模式從事生產與能量投入，這樣的模式快速的累積了可觀的經濟成就，然而地方文化內涵的推廣上卻相對的顯得薄弱，台灣傳統工藝文化也因此不被重視。在這樣的背景之下，本土化教育沒有落實以至於八〇年代的台灣，雖然政治上戒嚴令在七十六年解除，社會上各種力量已從不同部門以不同形式展現出來，且文化發展模式的型態逐漸因不同考量而改變¹⁸，地方文化意識也因此萌芽，但現今的絕大多數的台灣人民仍不了解台灣與台灣地方文化，對於傳統工藝的內涵與價值認知亦處於朦朧不清的狀態。

(4) 材料使用的改變

工業時代來臨，許多新材料的也不斷的被發掘與發明，如塑膠材質加工與大量生產容易，可塑性也強，加上新奇與便宜，自然而然的取代了某些傳統工藝，如過去農業時代雨天農人遮蔽雨水用的蓑衣被現代式的塑膠雨衣取代而逐漸消失。這樣的新材質使用對於取之於地方自然材質的傳統工藝來說在數量、可塑性、地域限制、價格、普及性與加工時間上來講皆佔了優勢，因此會繼續使用過去地方傳統工藝者數量越來越少。

2-4 台灣工藝的「起」

近年來本土意識被提及，許多台灣地方文化漸漸備受重視，1994 年文建會引爆「社區總體營造」概念後，社區總體營造的觀念如同社區社會活動宗旨般被廣泛討論著，地方傳統工藝文化對地方振興的概念亦被提出（翁徐得、洪文珍，1999）。「民藝風潮」也在這樣的背景之下，更被受重視，許多傳統的民間工藝品，成為復古流行的代表，由往日的不被重視變為稀有，加上手工在工

¹⁷翁徐得，1995。地方產業與地域振興。台灣手工業期刊 55，p10-15

¹⁸文化環境基金會，1999。社區總體營造的軌跡。行政院文化建設委員會

業化社會的難求，使得傳統工藝價值提昇；在材質方面，近年來因環保意識抬頭綠色設計運用天然資源與再回收的理念大行其道，因此以天然素材為主的傳統工藝產品成為優勢。

其中值得注意的是在地域振興觀念、本土化與週休二日倡行的今天，富有地方傳統工藝的地區成為遊客注目的焦點，這些地區如鹿港與民俗工藝、三義與木雕工藝、竹山與竹工藝、鶯歌與陶瓷工藝、美濃與紙傘等都成為遊客盛行知性之旅的好去處。傳統工藝在此時不但可以振興地方經濟，若妥善規劃還可發揚地方之「光」¹⁹及由休閒遊憩中讓民眾了解台灣本土文化。

2-5 小結

傳統工藝有其存在及推廣的必要價值如技能價值、實用價值、審美價值、經濟價值、環保價值、文化價值、教育價值、象徵價值、社區價值、修身價值（何榮亮、何明泉，2000）。而這些價值多半是現在人所逐漸消失及需要的，振興傳統工藝不但對地方的文化與經濟有所幫助，對個人身心教育的影響也十分有益。由過去文獻探討中了解，在過去台灣傳統工藝相關研究中，早期多半著重於傳統工藝創作與源流探討，如廖晉迪、楊靜、翁徐得所著「鹿港地區木工藝與祭祀家具源流探討」。對於傳統文化振興與地方發展相關探討較少，而近年來因社區總體營造觀念引進台灣，將傳統文化與地方振興關聯作研究者越來越多，出發點有以工藝產業過去與現在的發展來論述產業振興之道者，如王文雄、黃世輝於 1998 年所著「竹工藝與地方產業發展之研究」，亦有從傳統工藝產業公、私營推動模式來探討地方發展如蔡佳璋於 1998 年所著「地方發展推動模式之研究 - 以台北縣鶯歌傳統產業為例」。經過文獻探討後認為，地方傳統工藝的振興需要有人支持，最重要者乃為地方居民，如果地方居民對於地方傳統工藝能產生自主性的了解、認同與發揚，傳統工藝才能發其光芒，進而達到本土文化展現，地方振興的作用。

¹⁹宮崎清，傳統性工藝品產業與地域振興，翁徐得、洪文珍譯

第二節 地方與地方文化建設探討

經由傳統工藝相關文獻探討後認為，以傳統工藝振興地方是良好的方法，因為透過適當的規劃，傳統工藝不但能讓地方經濟發展提昇，更能促進地方文化發展。過去台灣地方發展一直處於被動式的官方規劃進行，而居民毫無決定地方發展方向自主權，然而文建會提倡「社區總體營造」後地方民主化時代來臨，居民成為地方規劃真正的主人，如何讓傳統工藝文化、其他地方特色、地方歷史與「地方發展」結合，是地方與地方居民現今與未來重要的課題。基於上述因素，在傳統工藝振興地方探討研究前對於「地方」定義、地方居民意識探討、台灣地方過去發展、社區總體營造對地方與傳統工藝之影響的探討是必要的。以下為根據國內相關研究所作歸納與分析。

1.地方的意義：

由過去文獻探討發現對於地區文化建設、振興或是居民意識研究中，所研究的地點及區域專有名詞，較常出現的字彙為「地方」與「社區」。依據研究目的，地方與社區的界定與分隔並非必然且特定的，重點在於地方與社區的文化振興精神與居民意識的探討，這些將對於地方傳統工藝與地方居民、地域振興連結有所助益。以下是關於地方與社區及居民意識相關文獻探討。

1-1 地方—有共通人事物的地域

地方，所代表的並非行政單位上的鄉鎮區域之範圍，此處所言的「地方」，與「地域」觀念較相雷同。Motloch(1991, 279)對地方(Place)所做的定義是，個人經由環境知覺及認知而賦予基地意義時，所產生的時間及空間體驗的一種心理層面上的概念²⁰。而所謂「地域」，研究者將它定義為有「共通性質的地區」；所謂「共通性」即謂有相同人、事、物的地方，所謂「人」乃有共通思想意識、共同歷史文化環境的人們；所謂「事」乃為地方事務共同努力的事，這樣的「事」能團結地方上的居民，共同努力，為地方而努力；所謂「物」乃為有地方特色之產物如地方傳統工藝產業、地方特有景觀等。以下是關於「地域」相關的文獻整理：

(1)「地域格」與「地域個性」：

國外相關研究認為，『地域即歷史』（宮崎清，1994）任何一個地域都有各自固有的歷史，並擁有祖先所建立繼承至今的固有生活文化，就像我們每個

²⁰ 李英弘、李昌勳，1999。觀光規劃基本原理概念與案例。田園城市文化事業

人的人格受到公共的認同保護，不得侵犯一樣。每個地域也都具有任何人任何手段皆不得傷害的『地域格』，他與『人格』一樣，絕不容許受到侵犯，因為它是各個地域透過歷史所形成的『地域個性』²¹。工業發達後，全球化與都市化，使得地方與地方越來越相像，『地域個性』越來越不明確，人們開始想念與嚮往過去屬於地方純樸和實在的文化與生活，想要將『地域格』尋找回來的動機於是產生。

(2)「地域振興」- 故鄉創造、地域建設：

產生「地域振興」這樣概念與名詞的因素是地方上的固有文化與生活隨著新環境的改變而逐漸消失，因此人們希望振興地方文化，找回地方的『地域格』與『地域個性』。國外相關研究認為「地域振興」的產生是 - 「以前曾經具有綜合機構與機能的小宇宙（地域）起了激烈的變化，而產生了『地域崩潰』的各種現象。」（宮崎清，1996）。所謂「激烈的變化」如工業革命產生大量生產大量消費的經濟結構、天然素材資源的日漸短缺、農村低廉勞動力為主的傳統工藝品產業發生人手不足現象、西化與都市化使得傳統文化生活方式崩潰……。那麼如何進行地域振興，宮崎清教授亦指出「地域建設是內向式的家居服構想」，所謂「內向式的構想」與「家居服的構想」就是意味著不是為迎合外人而建設規劃地方，而是為了使地域的歷史、自然、生活文化豐富，更真實的享受地域生活及流傳給子孫更完整的生存環境。

相關文獻探討綜合歸納後發現，居民對地域振興的想發及態度是做好地域振興中相當重要的一環。那麼在社區與社區建設文獻探討方面，對於地方與地域振興的解釋為何，以下為「社區」此一名詞為主的相關探討。

1-2 社區 -

對於社區的解釋，根據上述地方與地域觀念相似者分析如下：

(1)社區的涵義：

在關於「社區」文獻探討中，對社區較簡單的定義為：一地理區域內的人及社會性活動與現象之總稱（蔡宏進，1991）。另外較詳盡且更具體的解釋有徐震於 1980 年指出：社區是居住在某一地理區域，彼此具有共同關係，社會互動與服務體系的一個人群，他們彼此：

- a).住於相當鄰近的區域，彼此有互動。
- b).彼此具有若干共同利益，相互支援。

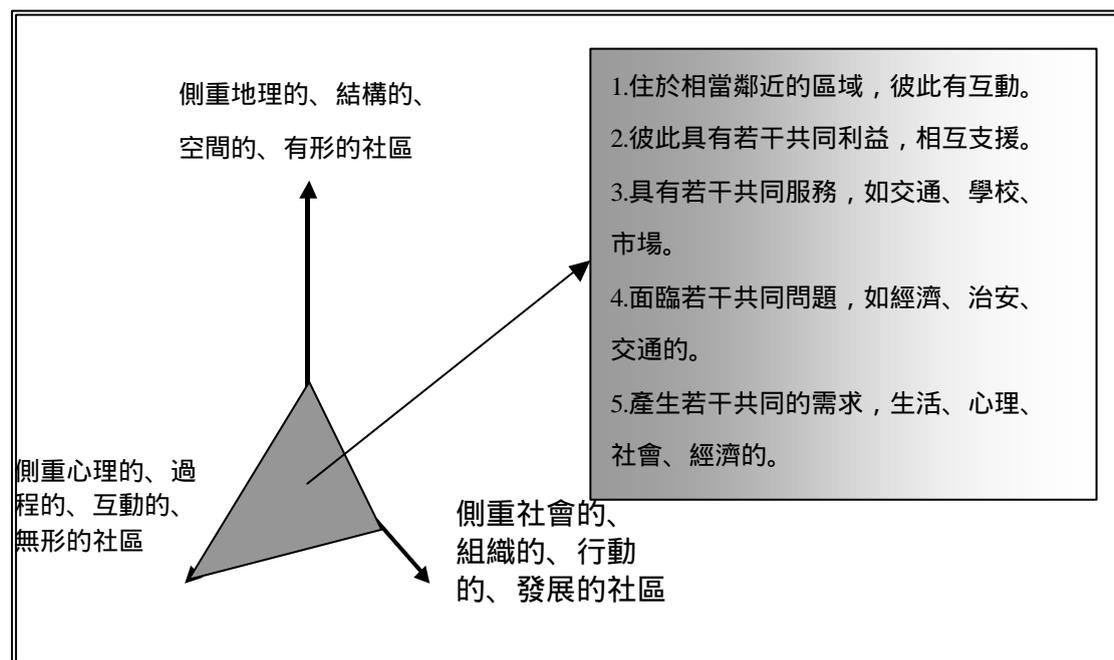
²¹（傳統性工藝品產業與地域振興，翁徐得/洪文珍譯）

- c).具有若干共同服務，如交通、學校、市場。
- d).面臨若干共同問題，如經濟、治安、交通的。
- e).產生若干共同的需求，生活、心理、社會、經濟的。

由於彼此間共同的利益、共同問題、共同需求，因此社區居民間產生了共通的社區意識。為達成共同的目標，居民相互合作，組織起來集體行動，以求社區發展。而李增祿與林振春於 1995 年，提出類似的看法，認為社區包含以下幾種涵義：

- a).側重地理的、結構的、空間的、有形的社區。
- b).側重心理的、過程的、互動的、無形的社區。
- c).側重社會的、組織的、行動的、發展的社區。

經由相關文獻探討後，歸納後的「社區」定義傾向於上述李增祿與林振春於 1995 年所提出看法中的「側重心理的、過程的、互動的、無形的社區」。這樣的社區，具有「居住在某一地理區域，彼此具有共同關係，社會互動與服務體系的一個人群」的涵義（徐震，1980）。若以李增祿與林振春於 1995 年所提出的看法為軸線，以下為本研究所側重的社區定義範圍圖：



(圖 2-3) 研究側重的社區定義範圍圖

歸納後定位的社區指的乃以無形的社區為基準，此無形的社區著重於居民對社區自發性的意識的形成、居民自發性意識產生的過程。由心理互動產生社會性、組織性，成為行動與發展的社區。因此由上圖可瞭解對於 x、y、z 三軸所側重的順序為：

- a).側重心理的、過程的、互動的、無形的社區。
- b).側重社會的、組織的、行動的、發展的社區。
- c).側重地理的、結構的、空間的、有形的社區。

以此定義為中心點探討，心理的、無形的社區就成為出發點，心理社區建設完整後，再發展組織與行動的社區，而後才能呈現有形的空間社區。若以外與內的建設來說，心理的、組織的社區是內部建設，而空間的、有形的社區是外部建設，有了完整的內部建設，那麼外部建設才不會趨於空殼，社區才能更完善；基於上述因素，心理社區的建設是一個完整社區中首要的部分。

(2)心理與社區意識：

心理的、過程的、互動的、無形的社區中所需的是社區居民心與心的緊密連結。這樣意識的相關研究中相似的觀點有 - 「社區意識」與心理學中「社區與設化的區別理論」；以及徐震在 1980 年解釋的「心理或互動概念的社區」。以下是相關研究中此三者的探討：

a)「社區意識」：

相關研究(吳振發，1998)認為，社區意識是指居住於同一社區的人對於社區有心理上的認同。有社區意識者，對社區將產生歸屬感，認為社區之利益即是自己的利益，社區之問題，即是自己的問題，對於社區產生榮辱與共之情誼與責任。

b)心理學中「社區與社會的區別理論」：

Poplin(1977)以心理特徵來區分「社區」與「社會」的特質，其中「社區」往往具有強烈的意識而「社會」則缺乏此種意識。「社區」中人與人之間在心裡的感受上彼此比較接近，也較為關切，所以個人較容易從其他人身上獲得關懷與溫情；而在「社會」中，人們彼此較為冷漠，因此在心理上反而容易感到空虛及疏離，也較缺乏充實感與安全感。

c)「心理或互動概念的社區」：

徐震在 1980 年解釋的「心理或互動概念的社區」是從社區的心理互動與利益關係著手，指的是一種共同利益共同目標或共同背景，生活在一個較大社會單位中而自認屬於較小單位的心理意識。

根據上述相關研究歸納認為，無形的社區奠定基礎為社區中人與人之間的情感，這樣的情感與「社區意識」(吳振發，1998)中對歸屬感的產生與對於社區產生榮辱與共之情誼與責任感相似；因為有這樣的情感因此人與人之間在心裡的感受上彼此比較接近，也較為關切在 Poplin(1977)的「社區與社會的區別理

論」中，屬於「社區」一詞中所含的關懷與溫情，而非「社會」一詞所含的冷漠與空虛疏離。

1-3 小結

本研究而言所指的「地方」意義偏重的是意識上的區域認同，換言之就是指心理層面的社區認同，在區域上的居住者對於自己所生存地區的認同感與意識聯結是地區範圍界定的最主要因子。由此可見，居民的意識在社區振興中是相當重要的一環，如果一個地方或是社區居民對於地區上的事務沒有共同的意識，那麼充其量只能稱之為「行政區域上地方或社區」，而若一個地方居民能夠團結起來那麼地方才能算完整的地方而非行政區域。由此了解居民意識是地方振興的靈魂首要，基於此以下將探討地方與地方意識，作為實例研究分析之用。

2 地方與社區意識的探討

在社區意識的探討中發現，居民為了團結與表達意見時常會以組成地方組織為方法，因此在做社區意識探討時，以地方組織為開端，探討居民自發性的意義與自發性的形式，以下為根據國內外社區相關研究所作的分析。

2-1 地方組織—有地緣或血緣團結的社群

每個地方都有其居住生活於上的居民，這些居民因為地方上的事與物而團結起來努力合作，使地方進步，對於這樣的團體研究者將它稱於「地方組織」，這樣的地方組織中的人們可能是來自於「地緣」或「血緣」²²的關係。「地方組織」也類似於「社群」，而地方組織與人的關係為何相關研究提到一個例子『如果社群是一棟建築物，人是形成建築物的砂石，那麼生活機能與意識型態便是連結這些砂石的混凝土與水份：沒有意識型態作為水來凝結，砂石與混凝土無法結合為社群。²³』對於地方組織與地方傳統工藝產業來說，傳統工藝產業如果能喚起地方居民為地方美好的文化及產業共同努力的意識型態，那麼這樣的社群必能讓社區的光彩展現。

地方組織團結力越強維護地方傳統工藝的能力就越強，而自發性的團結力，對地方組織的運作相當重要，自發性影響了居民的參與程度與組織的活動力，以下將探討何謂自發性，及自發性對傳統工藝保存與推動的重要性。

2-2 自發性的意義

「自發性」在本研究中指的是一地的居民由於某些因素產生自願為地方文化、傳統工藝產業、地方規劃付出心力給予地方關懷的行動或意識，在相關研究中，也有學者（日本千頁大學工部宮崎清教授與田中助教著『住民活動』）²⁴稱之為「內發性的」或是「內發型」，而內發性的發展指的是以地方既有的文化傳統為基礎，參考外來的知識、技術、制度等，自主地創造出適合固有自然生態系統的發展方式²⁵。在鄉鎮建設上若將地區（即鄉鎮或鄉村）視為硬

²² 民間宗教與社區組織—「再地域化」的思考，陳瑞樺，1996，P18，取自費孝通（1948），「血緣早地緣的和一是社區的原始狀態」，「在穩定的社會中，地緣不過是血緣的投影」「地緣是從商業裡發展出來的社會關係」「血緣是身份社會的基礎，而地緣卻是契約社會的基礎」

²³ 民間宗教與社區組織—「再地域化」的思考，陳瑞樺，1996，P18

²⁴ （內發性的鄉鎮建設，翁徐得/洪文珍譯）

²⁵ 內發性的發展（Endogenous Development）一詞中的 Endogenous 可追溯到 1975 年 Dag Hammarskjold 基金會在聯合國經濟特別總會所提的報告，內發性的發展則是 1976 年鶴見和子

體，而居住在此地的居民稱之為軟體，而以居民為主的「軟體時代」²⁶已經來臨，對人們而言代表著身在鄉鎮中的人所需要的已經和從前不同了，因為今天鄉鎮建設的對象並非市街或設施等硬體，而「硬體」如道路、建築物設施、學校企業或工廠等，只是目的物，那些是人們對於「鄉鎮建設」的意識所創造出的結果。一地的建設，居民的意識是最重要的，如果沒有自己的意識，那麼地方上的建設將如同沒有靈魂的生命體一般。在地方傳統產業與文化的注重及振興上也是如此的，一個地方要如何規劃使地方的傳統工藝產業的內涵由內而外的展現解決產業問題，除了生活者、行政與產業企業三者緊密聯繫，以彼此互相信賴為基礎，盡心力地努力之外，生活者（當地居民）的自發性才是使地方展現文化產業展現內涵的主動力。

由地區居民自己發現，並提出地區的問題，這是「內發性意義所在」與「自立自存」有類似的意義，自立自存是『靠自己的力量披荊斬棘，開道前進』、『靠自己的雙腿立足，靠自己的雙眼決定走哪條路，靠自己的力量往前走』、『具有以自己為主的能力』，而具有優秀自立自存能力的地區，也常具有該地區獨自的『風貌』、『本體（Identity）』²⁷。因此，如果地方傳統工藝產業要振興及發揚其獨特的地方內涵，有自主能力的這股「自發性」是決不可或缺。

2-3 「內發型」與「外發型」

一個地區用自己的資源推動建設計畫者稱為「內發型」。相反的，完全靠外界的幫助而進行的建設計畫稱為「外發型」。但我們很難籠統的用「內發型」或「外發型」去區分一個活動或是建設的起源因素。因為一個地方的鄉鎮建設、文化建設、傳統工藝產業價值的提升的成功往往不只靠一地的居民就可以有良好的規劃及成果，它是要藉著許多的專家學者規劃設計，政府單位的經費支持，還有其他相關單位人士的努力。要如何分辨何謂「內發型」與「外發型」，相關研究曾提到及這方面的分別，認為如果此計畫從地區的歷史與風土

首先使用的說法。（內發的發展論，鶴見和子等編，1989，東京大學出版會；地域經濟學，宮本憲一，1990，有斐閣）

²⁶ 簡言之即是從前人們僅重視硬體的建設，造成高樓大廈林立或水泥森林的城鄉建設，而今天，配合自己的生活來建設自己的住宅和城鄉的意識，已在人們心目中紮根，就某個意義來說，感覺上已然是進入了以人為中心的軟體時代。（內發性的鄉鎮建設/翁徐得、洪文珍譯）

²⁷ 內發性的鄉鎮建設/翁徐得、洪文珍譯

中挽救了問題，且居民認同計畫有執行的必要性，就算是內發性的²⁸。（日本千葉大學工學部宮崎清教授與田中助教著『住民活動』）既然我們很難以單純內發型與外發型來做區分，在此，則以計畫源起對象作為分類：

a) 外發型而後引起內發型：

由外界的幫助引起發的計畫，計畫被居民廣泛接受，進而引起居民自發性配合，甚至由被動配合轉變為主動規劃實行。以上述東京的例子說明，東京的某都市計畫事務所為中心，統籌辦理某地山村鄉鎮建設計畫，此計畫從地區的歷史與風土中挽救了問題，居民自己也認同了執行此計畫的必要性，這就可以視為此類型。

b) 內發型而後引起外發型：

由一地居民自發性發現地方歷史與風土相關需要，為了挽救問題，而組成組織，或是向外要求援助，如向政府尋求資金幫助或相關人力協助。本研究所探討的地點鶯歌於民國 75 年因經濟不景氣而自發性舉辦陶瓷嘉年華活動促進陶瓷工藝產業的振興，因為許多因素，引起政府支持，相關學者及人員規劃，使得鶯歌日後每年陶瓷嘉年華會、陶瓷相關活動與規劃受外界重視，即屬於此類型。

將這兩類型分門別類的原因是，地方上的建設需要各方面的支持，雖然居民的感受與自發性相當重要，但生活者、行政與產業企業三者應環環相扣、緊密聯繫的為地方所努力，外發與內發相結合才能產生更強大的力量。當第一類型「外發型而後引起內發型」產生時，居民的共同意識建立在起初就顯得更為重要，將自發性建立起來，才會有更多有益地方的建設與規劃出現。然而，當第二類型「內發型而後引起外發型」產生時，地方居民如何團結起來向外尋求對地方更多的幫助就變的相當重要，否則徒有自發性，最後卻不了了之，就成了地方建設的遺憾了。

2-4 小結

²⁸ 『例如東京的某都市計畫事務所為中心，統籌辦理某地山村鄉鎮建設計畫，我們不能光憑此一事實就斷定此項計畫室外發性的。如果此計畫從地區的歷史與風土中挽救了問題，居民自己也認同了執行此計畫的必要性，我想這就可以視為內發性的』。（日本千葉大學工學部宮崎清教授與田中助教著『住民活動』）

在地方文化的提升傳統工藝產業的振興中，最重要的並不是起源因素是外發的或是內發的、自省的，而是應該在任何地方的建設及價值的提升中（歷史價值、文化價值、產業價值、環境價值）都注意到人心的價值提升，如何讓人們尊重及注意地方真正美好的所在為何，才是「自發性」、「內發性」的重點。而在自發性探討中發現，台灣地方居民長久處於由上(政府)治下(地方居民)的地方規劃下，因此要做到「內發型而後引起外發型」的機率不大，那麼究竟過去台灣的地方發展歷程如何，為何會形成這樣的自發性問題，以下將作探討。

3.台灣地方與地方文化建設

在社區總體營造與本土化的興起風潮之下，推行地方文化與工藝振興者對於台灣地方的發展過程瞭解是重要的，而台灣過去因政治導向對於地方本土生活與工藝文化並不重視，因此探究與分析台灣地方建設的歷程與過去所著重的重點成為本章節主要的探討內容。地方與地方文化建設，在此指的是台灣地方在相關研究探討中所論述的「官方」政策對地方建設的歷程與內容著重點的探討，目的在於分析台灣地方在過去以上治下的政策中規劃者引導的台灣地方建設的方向與轉變，作為地方工藝振興時地方居民與政府之間許多年所累積的既定模式探討之理論基礎。

1-1 台灣地方發展之啟

我國早期即有社倉、鄉約以及義田設置，協助地方民眾獲致更好的生活條件。民初晏陽初的定獻經驗，以及陶知行、梁漱溟等人的努力均為社區發展提供了實際的示範。而這些先行的工作甚至為聯合國於 1951 年推動之社區組織工作(Community Organization Work)建構理論基礎。在聯合國大力提倡之下，社區發展成為世界各國努力於促進戰後建設，提倡地方福利的重要工作。

1-2 光復後至民國八十年台灣的地方建設

民國四十五年(西元 1956 年)，政府推動「基層民生建設運動」，於各縣市選定若干社區進行，以生產建設、衛生保健、文化教育、社會福利為四大工作項目。

民國五十三年(西元 1964 年)，擬定「民生主義現階段社會政策綱領」，結合「國民義務勞動」與「基層民生建設運動」相結合，並採用聯合國所用之「社區發展」名詞，規定社區發展為七大社會福利措施之一，其他六項福利措施社會保險、就業輔導、社會求助、國民住宅、社會教育、社會福利乃配合或藉由社區發展來實施，並於五十四年(西元 1965 年)四月經行政院發布推行。這是社區發展在國內進入制度化的重要關鍵。

民國五十七年(西元 1968 年)五月，「社區發展工作綱要」頒行主張於內政部省市縣鄉鎮區各級政府設置「社區發展委員會」，並由首長任主任委員，協調社區發展工作，社政單位則為綜合之推動機構。各社區之理事會則為實際之工作執行。同年九月，台灣省以「台灣省社區發展八年計劃」，回應中央政策，將台灣省化為似千八百九十三各社區，並擬定三大項社區發展工作項目：

(1)基礎工程建設：社區發展最基礎之工作乃是進行物質重建，目的在於消滅髒

亂、美化環境。

(2)生產福利建設：針對社區居民生活之實際需求，興辦民生福利設施，以消滅貧窮、改善人民、生活水準。

(3)精神倫理建設：社區發展之主要目的在於端正風氣，重整道德、凝聚社區意識、發揚倫理道德與互助合作之精神。

並設置各級政府社區發展為委員會推動之。

至民國七十二年(西元 1983 年)行政院修頒「社區發展工作綱要」以增進居民福利，建設現代化社會為新的工作目標。並明定省市縣市政府及鄉鎮市公所為輔導社區發展業務應設社區發展委員會，工作重點是強調、督導、協調與聯繫的功能，顯示政府角色轉彎的企圖，希望由綱要時期的出人出力，轉化為公民合作，並於七十三年(西元 1984 年)頒「社區理事會組織章程範本」，強化民間理事會之力量。民國七十五(西元 1986 年)年，台灣省社區發展後續第二期五年計劃推出，以建立社區福利體系，加強照顧社區內兒童、青少年、老殘病患以及低收入、急難家庭為主。

民國八十年(西元 1991 年)內政部修定社區發展工作綱要將原有之社區理事會改為社區發展協會，並依人民團體法取得法人資格。社區發展協會改由社區內年滿二十歲居民三十人以上發起，報由主管機關同意便可組成，組成後由會員大會選舉理監事會，推動社區發展工作，此一改變係為社區發展組織取得立法依據。

1-3 社區總體營造概念興起至今

社區總體營造名詞首次出現於民國八十三年(西元 1994 年)十月三日，當時文建會主委申學庸於立法院施政報告時，提出這個構想及概念，整合社區文化、社區意識、及生命共同體的概念，轉化為可在行政及策略上可執行的方案。這個理念與政策發展至今，從一項政府部門的業務計畫轉化為民間自主的社會、社區重建運動。經由各地之文史工作室、社區工作組織、文化工作團體、專業學術組織的相繼成立，以及直接、間接的透過社區內的文化活動、座談會、全國文藝季及社區實質環境改造計劃等，結合社區居民與政府單位的資源重新塑造社區風貌。其主要的意義在於——「社區重建的動力主要應該是來自民間力量的凝聚和社區意識的建立，社區居民經由自我學習、自我改造，營造出一個新的社會、新的社區」。

民國八十四年(西元 1995 年)三月十四日行政院通過「社區發展工作綱要」，將社區組織定位為人民團體型態，允許社區內三十位公民發起，即可申請「社區發展協會」，期望透過人民組織的運作激發社區自主、創新，達成社區轉型；在內容上也強化文化建設之推行。

民國八十五年(西元 1996 年)五月十日內政部推出「加強推展社區發展工作實施方案」，也是以建立祥和、安樂、文化、同心的社區為目標。

1-4 小結

由上述文獻探討可以了解，自光復以來早期台灣社區建設主要以民生基礎為主，建設規劃的主導權在政府(上級)，因戰亂過後的經濟問題以及台灣受日本佔領時殖民統治的角色扮演的慣性，當時地方百姓對於基礎民生需求強烈且因長期習慣於由上治下的統治方式，地方居民對於地方建設沒有餘力與動力去參與。因此長期累積下來，對於地方事務參與，地方居民的意見一直沒有被重視，地方文化的保存與發揚亦是如此。

在台灣基礎民生建設較完善後，開始重視地方文化與社區風貌，但早期居民無意見與無自主性的情形已產生，因此自發性的刺激與觀念的建立成為希望「地方生活文藝復興」²⁹的重要部分。在民國八十年(西元 1991 年)內政部將社區發展協會改革後，社區發展組織取得立法依據，社區民眾組織與意見參與備受鼓勵，而接著社區總體營造強調民間力量的凝聚和社區意識的建立都對振興地方有所幫助。社區組體營造提及後對於台灣傳統工藝文化的振興也造成影響，國內外相關學者對於這樣將居民力量凝聚而振興工藝文化工作的方式多與以贊同，社區總體營造觀念是否對於傳統工藝的振興有所幫助，地方、社區與台灣傳統工藝振興關聯為何，以下將進行相關探討。

²⁹ 即地方生活文化與生活藝術的在興起與振興

第三節 台灣傳統工藝與社區關聯之探討

1. 社區總體營造與地域振興

社區總體營造對於地域振興的幫助一直為日本所重視，日本千葉大學宮崎清教授多年來一直對這樣地域振興觀念付諸研究與實踐，而國內文建會與社區建設的相關城鄉、建築、工業設計、文化資產、觀光等相關學術單位與學者對於這樣的觀念近年來也有諸多的討論。在運用這樣觀念做傳統工藝振興之前對於社區總體營造的產生背景與執行策略應當有所了解，以下為國內外研究對社區總體營造所產生背景與觀念之探討。

1-1 社區總體營造產生的背景

(1) 政經發展的問題：

a) 經濟方面：

四、五十年來，台灣經濟從原本初級產業為主的農村社會，變遷到以製造、貿易為動力的工商社會。農村大量的勞動力移入了都市工商部門，家庭型態、人際關係也由於工作上的地理遷移而產生了變化。離開了依賴土地耕作的人們，在彼此陌生的都市中生活，人際之間冷漠，對於地方事務意缺乏參與熱誠；原本凝聚鄉里庄頭的地方常民文化，也因為社會經濟的快速轉型，無法對抗資本主義勢力的政經、科技優勢而逐漸萎縮使得地方獨特性慢慢消失，地方文化個性(locality)剩下呆板的表情。

b) 政治方面：

台灣戰後的發展，多半依賴國家行政領導與技術官僚進行經濟發展的規劃與執行，民眾只是被動是跟著這樣的模式從事生產與能量投入，這樣的模式快速的累積了可觀的經濟成就，然而在精神生活與群體生活層面上卻呈現了無力與失焦的現象。

八〇年代的台灣，政治上因戒嚴令在七十六年解除，人民開始可以自由組織政黨，社會上各種力量從不同部門以不同形式展現出來，文化發展模式的型態也逐漸因不同考量而改變。

(2) 居住品質與空間議題：

工業發展後自然生態環境遭到破壞，人口往城市集中的速度高過於都市建設的腳步，使得城市生活品質降低，交通秩序混亂，公共安全不被重視……等各種問題產生，都市計劃未尊重居民意見，使得住宅裡的居民面臨越來越多的

威脅。在環境越發惡劣的都市生活空間中，居民開始出現為地方或社區抗爭的運動，如福林社區河岸規劃、三重後竹圍的公園改建。這些年台灣的社區現象出現了許多類似上述類型的例子，也顯示了鄰里可以因為社區環境議題而動員，使得居民們彼此認識，並界定出社區共同體的成員和空間範疇，引發了居民危機意識並促使社區運動萌芽。

民國七十八年，民眾為了抗議房地產的惡性炒作，成立了「無住屋者團結組織」，後來演變為「無殼蝸牛」街頭運動，此運動觸發了一群具有社會關懷傾向的建築、規劃及其他相關空間專業者，於八十一年三月集體發起成立了「專業者都市改革組織」(OURS)，期望以專業及集體的力量來推動台灣都市實質環境改善事業，這些空間建築界的改革者，涉取了歐美社區重建經驗中「民眾參與」、「社區重生」、「為使用者服務等規劃觀念」，為台灣帶來都市設計、城鄉發展、社區建設方面不同的實踐與操作方式。

(3)傳統產業新衝擊：

台灣農村人口大量流往都市，初級產業基盤不斷地受到挑戰，產業的優勢不再，現今台灣農村面臨了轉變消失的命運，而在台灣加入世界貿易組織後對農產品的衝擊，也已非傳統上以經濟為首要考量模式的政策所能解決。早期社區政策脈絡中，雖有社區與民眾生活改善的計劃，但主要以基礎生產建設方面為主，而新時代面臨不同環境的衝擊下，地方產業問題也有不同的狀況，因此以過去基礎民生建設為措施的成效相當有限。

許多逐漸沒落荒廢的鄉村地區，產業的振興緊扣著在地生活共同的未來，因此如沒有好好面對地方產業生存的基本問題，對於無法生存的居民談社區共同意識的凝聚是空洞無助的。

(4)社會運動與民間意識的覺醒：

台灣在經濟發展後浮現了一些後工業社會的問題，如人群關係重組、城鄉發展失衡、生態環境劇烈惡化等等。這些發展所併發出的生活問題，反而阻礙了台灣成為真正高水準的現代「富裕」社會。戒嚴之後，舊體制與觀念開始面臨挑戰，民間社會開始對地方採取有意識的關注與行動，初期這些行動反應在鄉土文學運動、環境生態保育運動、社會政治抗爭運動方面。以七十年代環境保護運動為例，許多實際發生在台灣各個角落的環境污染問題，不但反應了台灣在發展中忽略生態環境平衡，只看重經濟發展的結果，更重要的是凸顯對於許多在地的、環境生態的、人民的真實處境中所付代價的漠視。

這些社會運動，可以說是四、五十年來台灣人民第一次大規模的以民間集

體力量來對公共事務表達積極的關心與介入，而其中的結果也改變了過去民眾單純的依賴國家(上級)指揮決策的認知，體認到自己在過程中的參與付出可能為社會帶來的轉變力量。

(5)過去社區政策的不足：

早期社區政策曾揭示，要透過民生主義基礎建設達到「改善民眾思想與習慣成為有組織的好市民」(邢玉玫，1996)，把社區與民眾作為從事民生基礎建設動員的對象，配合國家經濟發展與現代化目標。當年社會單純，民眾對於公共事務參與的認知仍是處於「被動員」的階段。內政部民政系統的社區政策的認知仍集中在硬體設施的建設。這個政策雖是興建了不少社區居民活動中心、文康中心、社區運動場等設施，但是在軟體方面可激發出民眾公共問題意識讓居民對社區事務關心的部分仍然有限。因此，社區建設往往被認為太偏重硬體，民眾生活的內涵品質及「民眾參與意義」反而被推擠到政策考量之末。

(6)社區共同體意識：

社區共同體對台灣社會的發展的意義與影響，根據陳其南在「公民國家意識與台灣政治發展」中指出，西方的民主政治概念所強調的個人與社會之間權利與義務關係，乃是透過一層「社會契約」的形式來搭建起個人與社會整體間的關聯。也就是經由社會契約對於個體的制約，而建立起一個強固的社會團體或是國家共同體的關係。「共同體」意涵了強韌團體的內聚力，甚至以「法人」的形式來代表其共同體的人格，這也就是近代政治國家形成的基礎。

而中國傳統文化中，一直缺乏公民意識和共同體社會契約，社會與國家概念往往停留在文化性的、血緣性的關係，缺乏類似西方社會特有公共性關係，因此自治活動與自治組織難以運作。孫中山先生曾說中國人就像一盤散沙，缺乏合作的群體性格。一群中國人在一起，每個人就像一粒沙子，看起來都一樣都具備中國人的文化、族群和傳統特質，但每粒沙子之間卻都缺乏社會性的連帶關係。如果不從社會共同體的層面建立起新的社會結構和國家認同，那麼我們就很難擺脫這種宿命的「散沙性格」(陳其南，1992)。

由上述六項社區總體營造背景中可以發現台灣人民並不是與生俱來便沒有地方自主意識，而是因為過去政經引導與中國人傳統觀念中似「天、地、君、親、師」這樣尊重上位者的觀念使過去人們將地方自主權交付於上級。但在教育普及，西方思想與都市化現象傳入台灣社會後，地方居民漸漸意識到地方要更好光靠上位者規劃並不能完善的達到人民真正的需求，因此產生抗爭或是地方組織團體的成立，這些對於地方自主性都是良好的開始。在這樣的開端下社

區總體營造要如何進行才能帶領地方居民更有方向與方法的振興地方，以下是文建會在社區總體營造推行時的執行策略探討。

1-2 社區總體營造的執行策略

文建會對社區組體營造下的定義為以社區共同體的存在與意識作為前提與目標，藉由社區居民積極參與地方事務，凝聚社區共識，經由社區的自主能力，配合社區總體營造之理念推動，使各地方社區建立屬於自己的文化特色，並讓社區居民共同經營產業文化化，文化產業化、文化事務發展地方文化團體及社區組織運作、整體文化空間及重要公共建設的整合及其他相關活動。如此，因社區民眾的自主與參與，使生活空間獲得美化、生活品質得以提昇、文化產業經濟轉型復甦……等，全面性及整體性的規劃及參與社區營造創作的過程稱之。

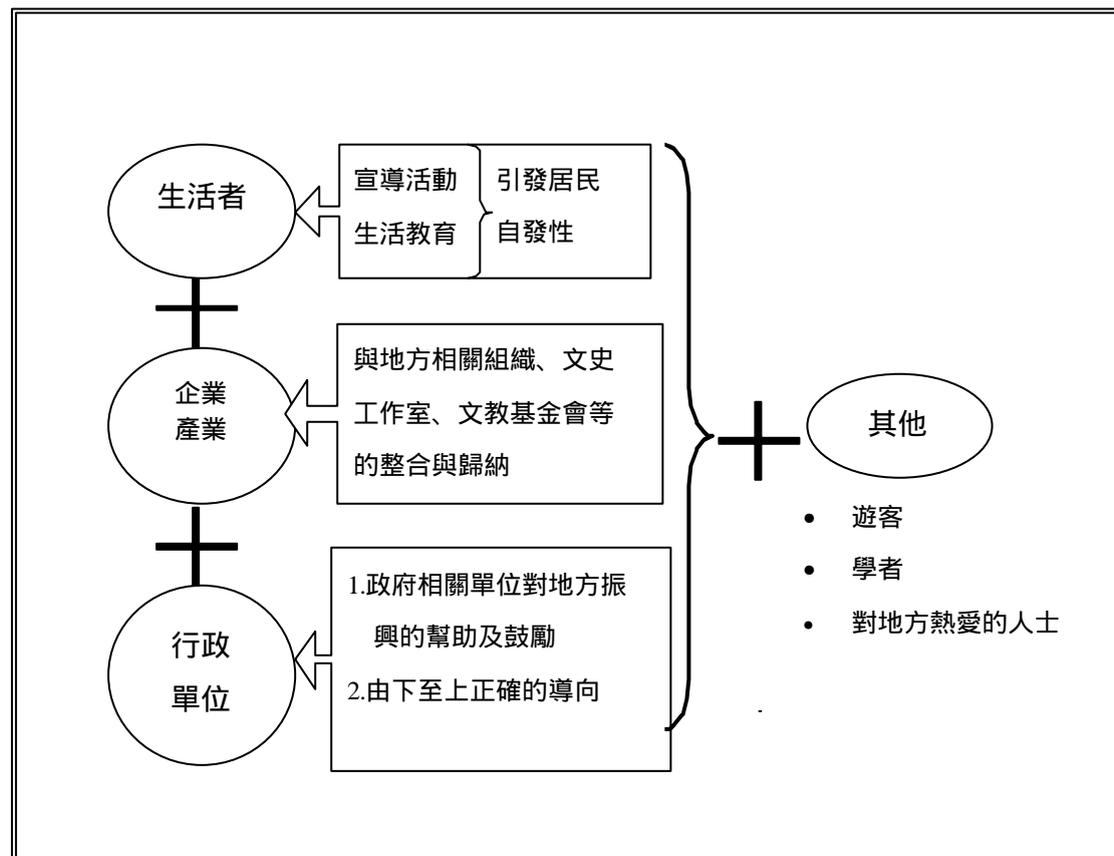
社區總體營造的執行策略包含六項原則：

- a) 培養社區自主：避免由上而下的規範，盡量由下而上，使社區居民充分參與，民眾有能力去表現自己。
- b) 建立組織體系：這個組織系統是文化的、利他的、為公眾利益的；其做法是系統的、持續的、前瞻性的。
- c) 結合學者專家：將有共同志願與信念的學術界專業人士結合起來，成為社區營造的種子部隊，協助地方從事社區營造的規劃與推動。
- d) 強化行政協調：社區總體營造是件總體性的大工程，牽涉之行政層級之廣，需依每一個案之特性，作各種不同層級、與各相關部門間的協調。
- e) 示範點的擴散：示範點係社區總體營造構想的試點，此後再將此經驗擴散、傳達讓各點全面動起來。
- f) 整合非營利單位：現有社區組織、文史工作室、文教基金會相當蓬勃，活動力也強，若能有效的加以整合及運用，使其在該社區進行文化經營，對社區總體營造的推動，將有很大得助益。

由文建會的這六點執行策略中發現，地方的振興雖是由居民為出發點與主軸，但地域振興的工作單靠居民是不夠的，若能妥善運用學者專家意見、政府行政相關單位協調、及整合其他民間非營利的力量，將可讓地方建設與文化振興的瑣碎構想更完整的連結與擴善。因此地方振興的工作雖然以居民為出發點，但並非意味著地方振興運動單靠居民就能完整進行。

1-3 小結 -

由上述探討歸結，社區總體營造理念因與台灣過去地方建設、規劃上對下的觀念不同且符合目前需要，因此這樣的觀念在近年來地域重整、地方建設等領域中備受矚目。而這樣的地域振興觀念以下將以圖示綜合歸納，以作為本研究鶯歌案例實地探討後歸納之用：



(圖 2-4) 地域振興參與角色分析圖

由上圖圖示，地域振興中參與者角色分為四大群體：第一群體為最重要的「地方生活者」，這些生活者對地方的自發性意識是決定未來地方或是社區發展的主要決策者，因此自發性的產生是團結居民民心與地域振興的首要，而如何使自發性萌芽與茁壯各種地方文化宣導活動與本土生活教育的推行是重要的工作項目；而第二群體則是「企業產業」，這裡的企業產業指的是非營利機構的地方組織、地方協會、文史工作室、文教基金會等等。這些組織多半為居民團結起來而創立的，或是透過其他民間單位與居民合作為地方進步，文化振興而努力的機關團體，這樣的組織多半扮演著地方活動的引導與居民與政府之間溝通的橋樑；第三群體為「行政單位」，此處所指的行政單位意指中央與地方政府機關，也就是所謂的「上級」，這些上級在過去地域振興中一直扮演者領導者與分配者的角色，在「由上而下」至「由下而上」觀念的轉移之際如何將權力釋放而輔助居民建設與振興地方文化是一個重要課題；第四群體「其他」包含的範圍較廣學者、遊客、甚至非地方人士但對地方熱愛者皆包含在內，其中學者的角色扮演相當重要，與地方研究相關學術範圍廣泛，研究範圍也不一，但皆有著期望地方更好的認知。且學者較易接觸中外新的學術思想，因此可扮演將新思想帶入與評論督導政府與地方建設的得與失。

2. 傳統工藝與地域振興

由上述社區總體營造的產生背景與執行策略探討中了解社區總體營造主要以地方居民為主角，激發地方居民對社區的自發性，將力量凝聚起來後與學者專家及上級政府行政單位合作，創造出屬於地方居民所需要且喜愛的地方。在社區總體營造的研究中發現在凝聚居民力量的過程中，「經濟」是地方振興時一項不容忽視的工作，如何讓居民最基礎的民生問題得以解決而後還能充分發揚地方生活文化，過去一直為地方生活扮演重要地位的「傳統工藝」此時更顯重要。基於此，傳統工藝與地域振興的探討亦為重要，以下為相關探討。

1-1 傳統工藝與地域振興

傳統工藝是「地域之華」與「人心之華」(宮崎清, 1994)的代表, 因為傳統工藝具體的展現了地方生活者與地方資源的結合, 地方生活者運用巧思透過製作將地方資源由材料轉變為生活品, 讓生活更方便, 也藉著傳統工藝作為生活經濟的依靠, 因此在傳統工藝蘊含了地方生活者的生活智慧、地方生活文化、與過去地方歷史意義, 因此地域振興以傳統工藝為振興出發點, 不但有具體型態可視, 更有文化內涵可展, 而達到「產業文化化, 文化產業化」(黃淑芬, 1999)的成效。

由過去傳統工藝與地方振興研究中顯示國內外已經有以傳統工藝振興地方的案例, 如日本的古川町與木工工具、建築業振興; 台灣的鹿港與傳統民俗藝術振興; 台灣的苗栗三義與木雕工藝振興。這些案例是傳統工藝與地域振興研究中值得作為探討的, 而國內案例因相關研究探討已多, 因此選取日本的古川町與木工工具、建築業振興作為探討對象, 以下為整理與歸納。

1-2 國外案例探討 日本的古川町與木工手工藝、建築振興

a) 古川町的造鄉運動說明:

古川町是一九五六年由原古川町、細村、小鷹利村合併而成, 位於日本本島中部岐阜縣北端, 人口約一萬六千人, 居住區域為海拔 470 至 900 公尺間, 居民主要從事農林業及建築業。合併前三年先由各町村組成合併促進研究委員會, 並作成合併基本計劃, 以町民參政為其主要理念, 開始對居住環境、社會福利、產業規劃、町民教育等項目, 透過各種意見調查、諮詢和開會討論, 引發町民對自己故鄉的關心, 更進而以行動參與, 貢獻己能。

此外該町公所尤其注重町民之再教育, 在公民館、圖書館、町民會館、游泳池、綜合運動場等建設陸續完成後, 便開辦各種課程講座、運動講習會, 也藉此機會努力栽培活動之指導人員。三十多年來古川町已成為一個有歷史、有傳統、和諧、洋溢著文化氣息的可愛地方。居民珍惜大自然, 充滿人情味、開朗、守法互助, 每個人都與親身參與付出, 共同創造的故鄉為榮。

b)古川町的資源與活動類別

木工手工業及建築業 -

古川町的木工工具被列為國家重要有形文化財，因之而成立飛驒工匠文化館，每年吸引 30000-35000 遊客。

民俗文化儀式 -

古川町的晨之太鼓與鼓川祭活動被列為國家重要無形民俗文化財，其他之大轎捉燈點燈活動三寺巡禮活動均為富含地方特色之民俗禮儀，每年可吸引旅居外地的子弟及遊客回(來)到古川町。另外為了吸引年輕人對地方文化活動的認同感，則經由青年們(青年會)進行每年古禮結婚儀式及七月煙火節，以創造地方特色，吸引遊客。

體育及音樂活動 -

為了加強地方青年對家鄉之情感，而舉辦了國際音樂會、音樂大賽，並爭取名古屋職業足球隊在此成立飛驒學校，增加地方活動及文化內容。

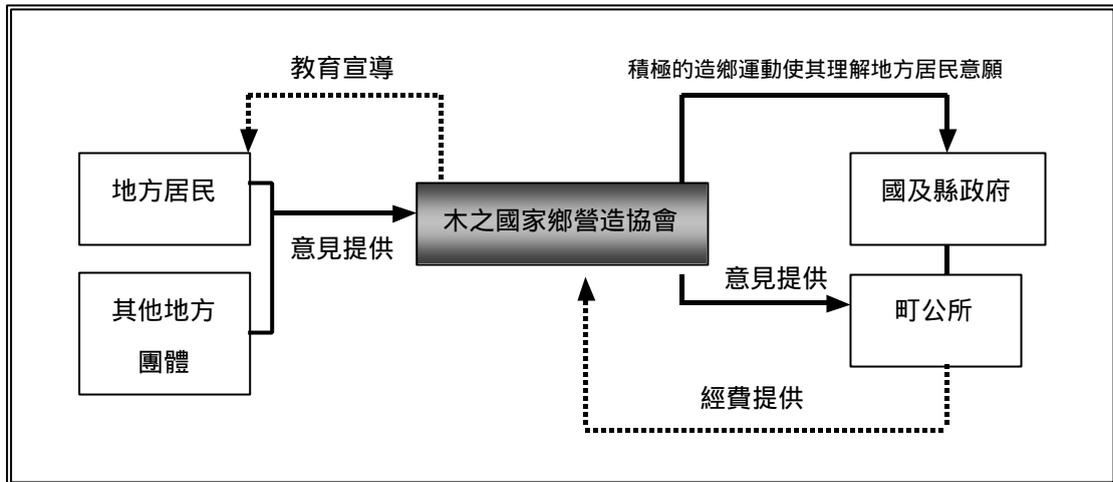
c)地方居民運作組織與機制

支持古川町愛鄉造鄉運動之組織

支持古川町的組織有木之國家鄉營造協會、觀光協會、電機協會、商業工會、宮川漁業協會、日本保護環境資源協會、飛驒古川青年會、町公所。其中木之國家鄉營造協會為造鄉運動之主力。

運作機制

古川町造鄉運動主要組織為木之國家鄉營造協會，古川町之造鄉活動首由地方熱心人士與團體進行之，如 1953 年成立之城鄉文史研究會或其他工商業工會，為了將各關心人事組織起來推行古川地區造鄉百年長久計劃，故由原電機工會與商業工會 14 名人員發起成立木之國家鄉營造協會，此協會以愛鄉造鄉為目標，有 120 位會員。以下為古川町造鄉運動組織關係圖：



(圖 2-5) 木之國家鄉營造協會組織運作圖 - 1

另外木之國家鄉營造協會更制定了古川町民憲法作為協會的工作目標，古川町民憲法這樣制定著：

我們是擁有美好的大自然、充沛的情感、及歷史與傳統的古川居民。為了將古川建設成綠與太陽之町，願遵守此憲章。

- 1.建設成為和諧、充滿文化氣息的城市。
- 2.建設成為珍惜大自然、人情濃郁的城市。
- 3.建設成為遵守規則、互助合作、開朗的城市。
- 4.建設成為感恩、健康、工作、富庶的城市。
- 5.建設成為兒童成長、老年得以安養的城市。

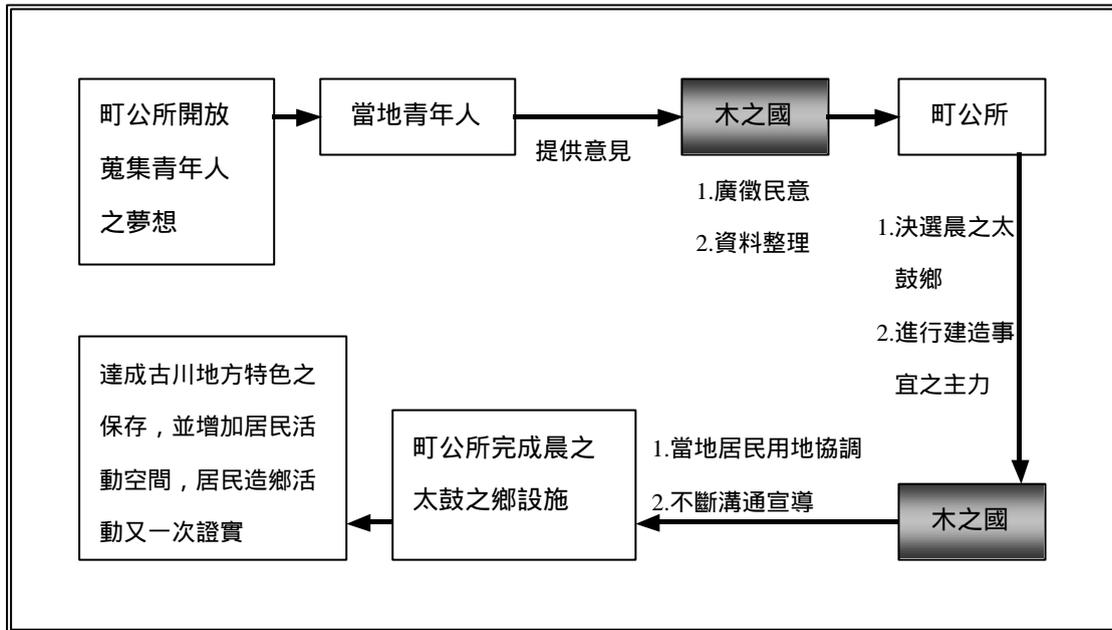
由這樣的古川町民自定憲法中可以發掘古川町人們對地方的期許與熱愛，亦可以了解木之國家鄉營造協會對地方居民自發性的激發與團結自發性的作用，而木之國家鄉營造協會對於地方的規劃所扮演的角色為何，以下以兩個例子說明。

活動規劃與進行時組織的角色

木之國家鄉營造協會在地方活動中通常扮演者兩種角色，一個是協助政府單位進行與居民溝通協調的橋樑，一個是位於活動主導與規劃的地位，以下是木之國在兩次活動中角色扮演的案例。

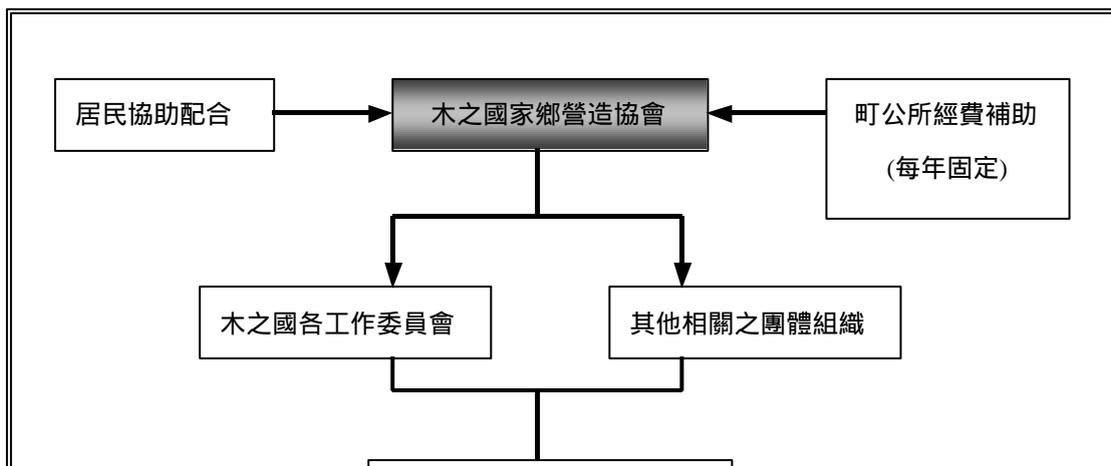
a)居民與町公所之間的橋樑 晨之太鼓之鄉建設

在木之國家鄉營造協會推行活動時所扮演的是居民與町公所之間的橋樑，如在晨之太鼓之鄉建設時，木之國家鄉營造協會便將當地青年人的夢想蒐集與整理提供給町公所，町公所再進行夢想的決選進行建造事宜，讓居民參與造鄉運動，且達成古川地方特色之保存。以下為晨之太鼓之鄉建設的規劃流程圖：



b)活動的主導角色(圖2-6) 木之國家鄉營造協會組織運作圖 - 2

而當木之國家鄉營造協會為活動的主導角色時，就扮演著聯繫與主導各項活動的主角，其中居民必須協助活動的進行，而町公所在此時的角色就由決策者轉變為經費補助者，而木之國的各工作委員會與其他相關組織團體也必須協助各項工作的配合。類似這樣以木之國家鄉營造協會為活動主角的規劃如古川街道漫步景觀導遊計劃。以下是這類活動進行時各個角色扮演的相關圖：



(圖 2-7) 木之國家鄉營造協會組織運作圖 - 3

由此兩個案例歸納發現木之國家鄉營造協會不但是居民的整合力量更是町公所與居民溝通的橋樑，因此木之國在古川町地方上成為有力量且親近人民生活的團體「上層」，而政府機關的「上層」將規劃地方的權利釋放給地方組織，但卻又不失決策的地位。

1-3 小結

在傳統工藝與地方振興相關研究探討中發現地方工藝之光的展現是無法無中生有的，何者才是將地方之光展現進而昇華為振興地方工藝之華的力量，地方居民亦是政府單位？不論中外，政府機關一直是地方人民的褓母，而地方居民是構成地方生活與文化的主角；雖說地方的自發性無疑的是地方力量凝聚的重點與重心，但在地方振興中若缺乏地方或中央政府的支持，地方工藝振興發展便缺乏更有利的支持。

由上述文獻探討中可發現在日本古川町的地方工藝振興中，振興的不只是地方工藝，更振興了地方居民的團結與地方政府及其他非營利機構的向心力，因為這些種種力量的凝聚，才能塑造更美好的古川町。在案例中，「木之國家鄉營造協會」扮演者相當重要的角色，如同一齣戲，它像是導演般的將有利於戲碼及演出的「資源」凝聚（這些資源或為政府資金與力量、地方傳統文化、地方文化、居民構想、地方地理歷史景觀）；在角色扮演上這樣的地方組織更有承上(政府相關單位)啟下(地方居民)的作用。因此在探討地方自發性及傳統工藝振興時，地方組織的探討與研究是一項不容忽視的重點。

第三章 台灣陶瓷與鶯歌

第一節 台灣陶瓷的發源與發展

- 1.台灣史前時代的陶瓷發展
- 2.台灣原住民的陶瓷發展
- 3.漢民族移民以來的陶瓷發展
- 4.小結

第二節 鶯歌與鶯歌陶瓷

1.第一部份 鶯歌的發展背景

1-1 自然與人文環境背景

- (1)鶯歌地理位置
- (2)鶯歌行政區域的歷史沿革與人口
- (3)人文、風土民情及宗教信仰
- (4)鶯歌陶瓷歷史

1-2 自然與人文資源

- (1)鶯歌石
- (2)尖山
- (3)龜公廟
- (4)窯場遺址
- (5)古鐘樓
- (6)山林公園
- (7)宏德宮
- (8)謙記商行
- (9)渡船頭遺址
- (10)鶯歌老厝

1-3 鶯歌有趣的小故事

- (1)國慶街的由來
- (2)十一間仔
- (3)渡船頭的沒落
- (4)二甲九之役與鶯歌國小紀念碑
- (5)「小瓷手」、「中瓷手」與「大瓷手」
- (6)碗窯
- (7)火車的改道
- (8)沿街叫賣的陶商
- (9)青光眼的陶瓷老師傅
- (10)「拉條」的福州人與「拉坯」的泉州人跟陶瓷壟斷的關聯
- (11)牛車溝
- (12)土牛溝
- (13)互益煤礦與金敏煤礦
- (14)傳子不傳女的陶瓷事業

2.第二部分 歸納與整理

- (1)以自然資源與人文資源為分類
- (2)以「地、景、人、文、產」作資源分類
- (3)小結

3.總結

第三章 台灣陶瓷與鶯歌

陶瓷是台灣最早發展的傳統工藝之一，且在現今台灣依然具有相當地位的工藝產業。根據考古發現台灣的陶瓷工藝，確切發展時間至少由新石器時代即開始出現；直到今天鶯歌、苗栗等地區依然生產陶瓷，而陶瓷也從過去以食器為主的食器陶瓷工藝轉化為藝術陶瓷（如苗栗裝飾陶、鶯歌仿古藝術陶）與日用陶瓷、建築陶瓷、衛浴陶瓷以及工業陶瓷。這些轉變和台灣整體生活的改變有很大的關係，因此由台灣陶瓷工藝文化上能鑒察過去台灣地方生活的內涵。

目前台灣地區最富陶瓷工藝產業盛名者即是「鶯歌地區」；鶯歌因為生產陶瓷工藝，素來有「台灣景德鎮」、「陶瓷黑鄉」之稱，又因當地生產陶瓷種類甚多，還有「陶瓷百貨公司」之美譽。近年來，政府積極於建設本土文化，因此富有陶瓷傳統工藝文化的鶯歌便成為大台北地區極富注目的地方。在一波波「地方文化建設」、「社區總體營造」、「地方居民意識」、「地域振興」的聲浪中，鶯歌也在各方（政府、學術、地方人士……等）的重視下積極發展，因此鶯歌擁有專為陶瓷教育而建興辦的學校 - 鶯歌高職、有全台灣省最大規模的「陶瓷博物館」、有再興規劃的「鶯歌老街」、還有每年在鶯歌舉辦的大大小的陶瓷活動與展覽。在鶯歌這樣富有傳統工藝文化的地區究竟激發出了什麼型態的地域振興？而鶯歌的地方居民對於自己的家鄉的建設參與程度與自發性如何？根據上一章節文獻探討得知，地方居民是地域振興中最基層也是最重要的分子，而地方中的「人心之華」是將「地域之華」展現的主軸，若要以陶瓷工藝振興鶯歌，根據文獻探討後認為首要的重點為「人心之華」與「地域之華」的展現。

地方發展中「規劃者」是相當重要的一部份，如何將「地域之華」充分展現是規劃者在地方振興規劃的重點。鶯歌近年來頗受台北縣地方政府的重視，因此並不缺乏官方規劃者，另外近年來社區意識與本土意識的抬頭在學術研究上著重於鶯歌相關研究者也不少³⁰。近年來鶯歌產業與社區營造方面的研究有

³⁰王昇文，1997。鶯歌歷史散步。台北縣立文化中心季刊 - 鶯歌專輯 51:P16-24

今澤正秋，1997。鶯歌鄉土誌。台北縣立文化中心季刊 - 鶯歌專輯 51:P25-30

楚國仁，1993。純淨陶瓷土 - 炙熱藝術心。典藏藝術 13:P194-199

徐文琴，1993。鶯歌陶瓷簡介。台北縣立文化中心季刊 - 鶯歌專輯 37:P51-56

陳新上，1997。鶯歌陶瓷發展的特質與展望。台北縣立文化中心季刊 - 鶯歌專輯 51:P4-15

吳威德，1984。鶯歌陶瓷工業空間結構之研究。中國文化大學地學研究所

越來越多的趨勢，有由產業經營模式論述者，亦有由產業觀光論述者，真正著重於鶯歌居民意識與陶瓷產業及鶯歌地方振興相關探討之論文至今尚未發現。因此本研究以地方居民與地方意識方向著手，過去至未來為軸線，進行鶯歌陶瓷產業與地方振興之研究，期望能作為地方居民以地方傳統工藝振興地方時的參考。

在地域振興前，了解地方資源是有其必要性的，對地方資源沒有充分的了解就無法將地方的光彩淋漓盡至的展現。而在鶯歌，地方振興的規劃與進行工作已非數日可計，因此在鶯歌地方中必然有許多物、人與物、人與人之間的問題，因此蒐集鶯歌地區的「光」（資源）與從前、現在、未來可能產生的「影」（問題）及鶯歌過去人力（生活者、企業產業、行政單位、其他）資源分配所產生的結果作分析與歸結。這樣的方向是研究進行的主軸，以下為研究方向說明圖：

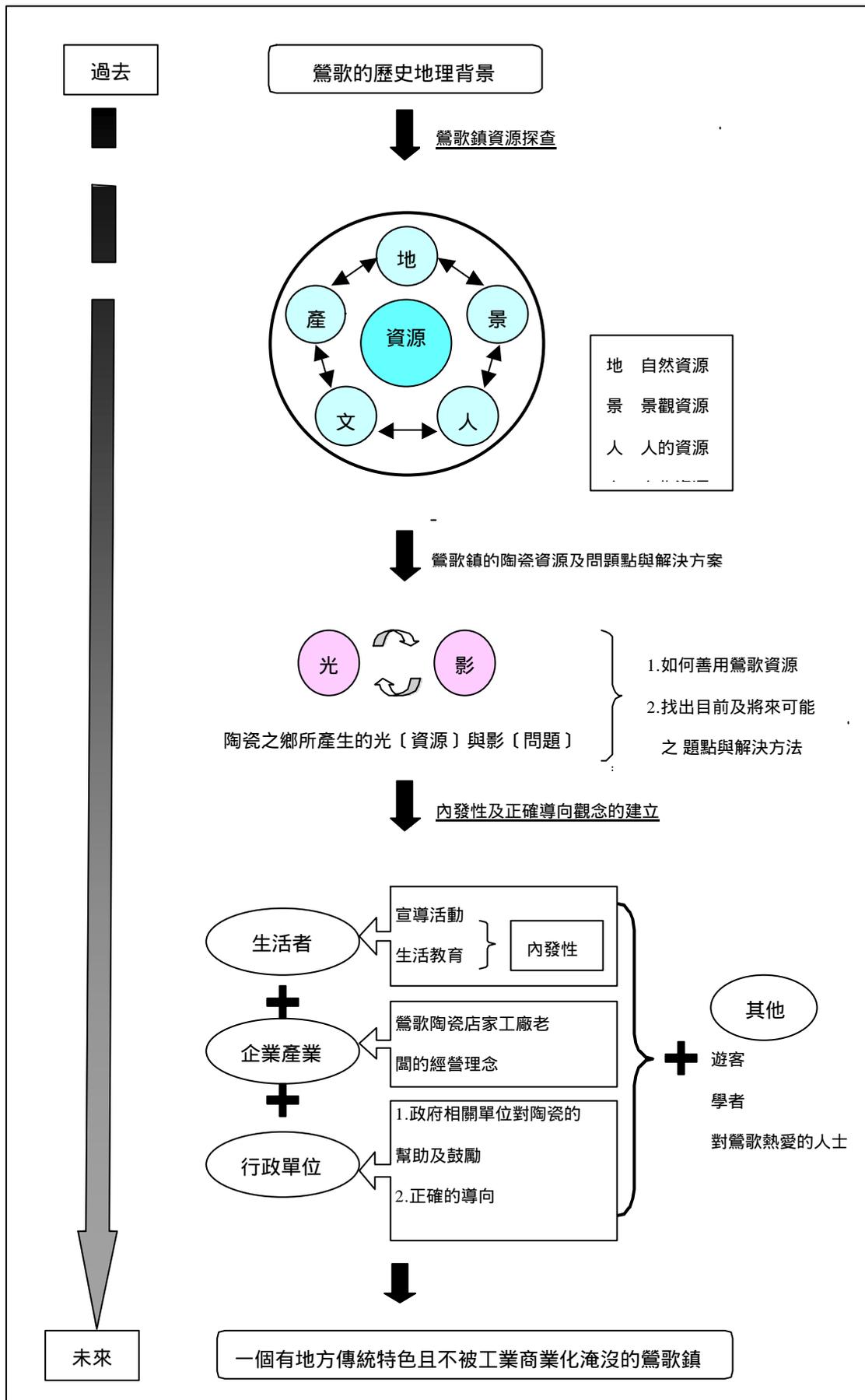
陳自勉，1989。鶯歌、苗栗陶瓷業之空間結構。國立臺灣師範大學地理研究所

馬有成，1997。戰後鶯歌鎮的陶瓷業與社會變遷。國立中央大學歷史研究所

蔡佳璋，1997。地方發展推動模式之研究-以台北縣鶯歌傳統產業為例。國立台灣大學建築與城鄉研究所

蕭富隆，1996。台灣陶瓷產業發展,1665--1995。國立中興大學(台中)歷史學系

吳易蓮，1999。地方產業之觀光化與社區營造---以鶯歌陶瓷產業為例。中國文化大學地學研究所



(圖 3-1) 研究方向說明圖

基於上述因素，對於台灣陶瓷工藝與鶯歌與陶瓷的了解是必要的。根據文獻探討與蒐集，將這些有利於鶯歌地方振興的資料作以下歸納與整理；其有助於歸納未來鶯歌發展所需注意事項之用。本章節下列以「台灣陶瓷的發源與發展」及「鶯歌與陶瓷發源及發展」作為資源分析之大方向。

第一節 台灣陶瓷的發源與發展

1. 台灣史前時代的陶瓷發展

台灣自何時開始有陶瓷發展眾說紛紜，但根據考古發現在新石器時代鳳鼻頭遺址中就有相當成熟的土陶器出現，可見台灣在鳳鼻頭遺址存在前就有陶工藝生產；確切情形在簡榮聰的「南台灣工藝」³¹中曾提及鳳鼻頭遺址，在遺址中出土遺物有繩紋陶、彩陶、泥質紅陶、夾砂灰陶、泥質灰陶、和磨光黑陶。器型上包括鉢型器、盆型器、盤型器、瓶型器和三足器等，紋飾包括繩紋、條紋、曲折紋、方格紋和紅彩等。鳳鼻頭遺址學者區分為四個文化層位，分別是大坵坑、牛稠子、大湖和鳶松等文化。其中出現的「大坵坑式繩紋陶」（質細含砂，型以罐、鉢為主，外表施以繩紋外，口緣部分並有劃紋）及「陶紡輪」都是台灣陶瓷史前時代的代表。從歷史背景來看，遺址在聚落型態上顯現出與生產型態的關係，如大坵坑文化時期，居落的範圍不大，而且表現在文化層的厚度並不長，是一個短期居住的聚落，遺址的分布主要是在山頂階面與山麓斜坡上，可能是一個重漁獵但有初期農業的時期。又如在整個鳳鼻頭文化期，生產型態上表現出對農業的依賴，由陶瓷大量增加的結果，則可能反應了人口密度增加。

鳳鼻頭遺址的年代大約在 5200-2000B、P 之間，而其他史前時代與陶瓷相關遺址研究中，由李光周主持的「墾丁國家公園考古調查」³²中發現至今約四千年至四前五百年的「墾丁史前遺址」出土遺物中陶片出土最多，而且以「紅色繩紋陶」為重要特徵，其餘與陶瓷相關的史前文化還包括「鵝鸞鼻第三史前文化相」、「龜山史前文化相」等，都有豐富的陶器出土。

因此由上述文獻探討中發現，陶器的製作不僅是新石器時代的一項重要工藝創作發明，也是一種反應過去人類意念、文化群體、文化變遷等最具感性之物，因而受到考古學者極大的重視，更是台灣傳統工藝鑑古知今的代表。

³¹簡榮聰，1994。南台灣的工藝。台灣文獻，45:4，P101-117

³²簡榮聰，1994。南台灣的工藝。台灣文獻，45:4，P112

2. 台灣原住民的陶瓷發展

原住民的製陶工藝起始承接著上述史前文化遺址的脈絡，而較早、較有跡可循的以原住民族群分布為代表有「阿美文化相」³³，以阿美族文化為代表，其存在的年代約距今一千五百年前後。

除了阿美族，原住民中布農、曹、雅美族均能製作陶器，北部之泰雅及賽夏族則無製陶工藝，曹族在民國初年尚有少數婦女具有製陶工藝之技術，現已失傳。阿美族陶工屬婦女職業，唯布農與雅美族則為男子的工作，其製陶方法應是拍打、捏製與圈泥條法三種，率皆為採集當地的陶土，以石杵及木臼充當練土工具，器物成型風乾後在露天燒成。

阿美族的陶器有大型的運水罐、蒸鍋、酒瓶和碗盤等日常使用器皿。蘭嶼雅美族之素燒陶偶造型簡樸，極具文化特色，為自己欣賞和做孩子們玩具，取材於日常生活中，在製作各式陶罐、壺、碗之餘，就順手捏塑起來，造型充滿了原始、天真與雅趣，例如婦人哺乳、摔角遊戲、船、豬等造型，充份反應他們的生活內涵，至今燒製陶器仍是日常的工作，且由男性為之。

排灣和魯凱族的陶壺大都是祖先留下來的，有蛇圖騰紋樣的陶壺，傳說中它具有超自然力，被視為一種神聖之物，擁有此等陶壺者限於貴族階級，且數量的多寡象徵著頭目家族的財富與地位，婚嫁時亦作為聘禮或信物之用。排灣族陶壺可分為陰陽壺、公壺及母壺，有太陽紋飾者為母壺，有蛇紋的為公壺，結合二者紋飾且浮貼乳狀雕者為陰陽壺。

隨著原住民文化意識的覺醒，生活工藝文化的復興亦為新一代原住民青年努力的目標，加上台灣地區陶藝活動的普遍與蓬勃發展，排灣族與魯凱族青年中亦有多人投入於此項傳統工藝的傳承與創新工作。藉由陶瓷工藝對原住民文化的展現有其幫助，因此許多原住民文化活動展現時陶瓷工藝都是不可或缺的。

3. 漢民族移民以來的陶瓷發展

在台灣，除了部分原住民有燒陶的能力外，製陶技術要到漢人大量移墾以後，因生活的需要，才由大陸人士攜入。最早為清乾隆年間 一七三六 一七九五年 在台南歸仁所謂十三窯的創建，其後相繼有嘉慶元年 一七九六年 南投窯場、嘉慶九年 一七 四年 鶯歌等窯場之設立，凡此皆僅生產一般人用粗糙器皿。進入日據時代以後，在日本的殖民統治政策下，台灣的陶瓷工業

³³簡榮聰，1994。南台灣的工藝。台灣文獻，45:4，P113

仍只能燒製供應本省及自日本裝運不經濟之粗笨陶瓷器皿。較高級精細的陶瓷日用品仍需由日本生產供應。日本據台五十年，除了前述鶯歌、南投地區的陶瓷業繼續發展外，苗栗地區由於生產陶土，而由日人引進技術開始陶業。另外在嘉義民雄一帶，則由葉麟趾從廣東引進了燒製交趾陶的技術，其作品多為廟宇壁飾或屋脊裝飾物，造形有人物、花鳥、走獸等，其作品曾參加萬國博覽會，備受稱讚矚目而盛極一時。

台灣陶瓷工藝產業所需的原料，除金門、苗栗與中和、北投的陶土尚稱豐富品質佳外，所需的長石、高嶺土、矽土等都需向日本、韓國、香港等地進口，原料成本要占總生產成本之百分之二十至二十五。

光復初期，台灣的陶瓷業在原料、技術、資金缺乏的情況下，少有發展，甚且因大陸輸進價廉之產品而抑制了本地產業的發展，直到國民政府撤退來台後，海峽兩岸隔絕，由於陶瓷工業是民生的重要產業，市場的需求促進了產業發展的生機。而中國傳統瓷器馳名世界的光輝，促成國人努力研究瓷藝技術的使命感，使精美的仿古瓷研發，帶動了技術的進步，至今各種燒釉技術已到百家爭輝的程度。而在經濟生活的富裕與文化反思的醞釀後，陶藝已成為台灣藝術界的風尚。

四十多年來的發展，本省的陶瓷產業都集中在鶯歌、苗栗兩地，且鶯歌成為專為製造陶瓷之市鎮，其發展乃是因為初期有適當的煤炭供應，又有相當豐富的陶土原料，以大台北地區為廣大的市場腹地，產品以建築瓷、日用瓷及藝品瓷為主。本地區產品以內銷為主，拜經濟繁榮之賜，得以持續發展。苗栗地區則因該地有足夠而良好的天然煤氣，且有品質優良、豐富的陶土，再加上由日本引進技術，使苗栗地區以外銷為主的裝飾藝術陶瓷業一枝獨秀，此外，建築瓷、衛生瓷亦占相當之比重。目前由於國際經濟環境的改變，裝飾陶瓷業市場已陷困境。

光復後至今陶瓷業另有兩項重要的發展：一為陶瓷品的製造由工廠量產實用產品推廣到與藝術家合作，兼顧實用與美觀，但仍在工廠生產「藝術陶瓷」；而自民國五十年代開始醞釀，由藝術家自設工作室，創造出具有個性的現代陶藝創作，經過美術雜誌與傳播媒體的大力鼓吹、經濟生活的繁榮與多元化展覽和競賽的舉辦，帶動參與人口的熱潮，使現代陶藝呈現欣欣向榮的景象，更由於國際交流的頻繁、海外留學生回國的參與，使得國際化的腳步必然加速。

台灣陶瓷工藝產業，除鶯歌地區經過歷史演變，環境因素的影響，現仍為主要集中地外，北投、苗栗地區與大甲東地區的陶瓷產業已趨於沒落，但緊鄰鶯歌的桃園縣，亦已發展出相當多的工廠，為僅次於鶯歌地區重要的產業區。至於中南部各縣市則僅有零星的工廠，生產各式民生或民俗日用品。

4.小結

陶瓷在台灣工藝中歷史悠久，藉由陶瓷工藝可鑑古知今，因此在工藝振興地方的課題中，富有陶瓷工藝文化的鶯歌成為案例探討的最佳選擇。鶯歌是台灣目前台灣生產陶瓷最盛的地方，除了陶瓷之外鶯歌尚有其他人文、歷史資源可探，在振興鶯歌之前充分了解地方歷史、地理脈絡以及可用資源是重要的，這些資源是地方的「光」，了解了地方的光之後根據可行方式發揚地方之光，是以地方工藝與地方文化振興地方的首要工作。因此以下將以台灣陶瓷之都 - 鶯歌的資料蒐集與如何以鶯歌陶瓷振興鶯歌探討為主分析與歸納。

第二節 鶯歌與鶯歌陶瓷

鶯歌，台灣的景德鎮，如何將她的光（資源）展現出來？了解鶯歌的發展背景與何為「鶯歌之光」是重要的前提。以下將依據相關文獻探討與資料蒐集³⁴歸納出鶯歌的發展背景與資源，尋找出「鶯歌地方之光」，進行歸納與整理。歸納完整後依據台北市都市環境研究學會所作「鶯歌國際陶瓷承規劃報告書」與日本千葉大學宮崎清教授的「地方資源五大類」分法探討與模擬鶯歌與相似的台灣地方以文化振興地方時可進行的「資源活用方向」。

以下第一部份為鶯歌發展背景至鶯歌資源、歷史與文化探討所作的整理，第二部份為根據台北市都市環境研究學會所作「鶯歌國際陶瓷城規劃報告書」與日本千葉大學宮崎清教授的「地方資源分類 - 地、景、人、文、產」所作的資源運用作探討與歸納適合鶯歌文化展現的方式。

1.第一部份 鶯歌的發展背景與資源

「鶯歌」的地名會令人產生諸多遐想與嚮往。實際上，『鶯歌』既無鶯舞翩翩，亦無鶯鳴婉轉。舊時期的鶯歌稱為「鶯歌石莊」，鎮名源自於鎮北山脈屹立一塊鶯狀石而得名。臺北縣鶯歌鎮志有如下的記載：「本鎮在清朝光緒年間名為鶯歌石莊，因北面山脈斜坡翠嵐屹立一大岩石，其形似鶯，古稱鶯哥石，清代改稱鶯歌石」。民國九年日據時代又改為「鶯歌庄」，民國二十九年昇格為「鶯歌街」，民國三十四年台灣光復後改稱鶯歌鎮(設治樹林)，於民國三十五年八月一日將原屬於鶯歌鎮之樹林地區分治為「樹林」「鶯歌」兩鎮。清朝以前鶯歌鎮之鎮民所從事之行業是以農業為主，陶瓷業為輔，在日據時代仍以農業為主，但陶瓷業漸為民眾所重視，到了臺灣光復以後陶瓷業漸能與農業分庭抗爭；直至近一、二十年間鶯歌鎮之陶瓷業已取代農業成為鶯歌鎮標誌。以下由自然與人文環境背景、自然與人文資源、鶯歌有趣的小故事，三項分類探討。

³⁴ <http://www.ceramist.com.tw/yingko/index.htm>發現鶯歌 <http://www.yingge.tpc.gov.tw/home.html>
鶯歌鎮公所全球資訊網 <http://ceramics.ykvs.tpc.edu.tw/>台北縣鶯歌陶瓷資訊網
<http://yingko.tacocity.com.tw/>陶醉鶯歌社區資訊網 <http://www.leksu.com/leksu-c.htm>
台灣歷史徐文琴、周義雄，1993。鶯歌陶瓷史。台北縣立文化中心，p8-11
陳新上，1999。鶯歌陶瓷發展的特質與展望，p4
徐文琴，1998。鶯歌陶瓷史簡介。P51
鶯歌巡禮。鶯歌鎮公所

台北市都市環境研究學會，1996。鶯歌國際陶瓷城規劃。台北縣鶯歌鎮公所

1-1 自然與人文環境背景

在自然與人文環境背景方面，從大方向的鶯歌級鶯歌陶瓷與人文地理與歷史作探討出發點，以下將以鶯歌地理位置、鶯歌行政區域的歷史沿革與人口、人文、風土民情及宗教信仰、鶯歌陶瓷歷史四項作為文獻探討分項。

(1) 鶯歌地理位置

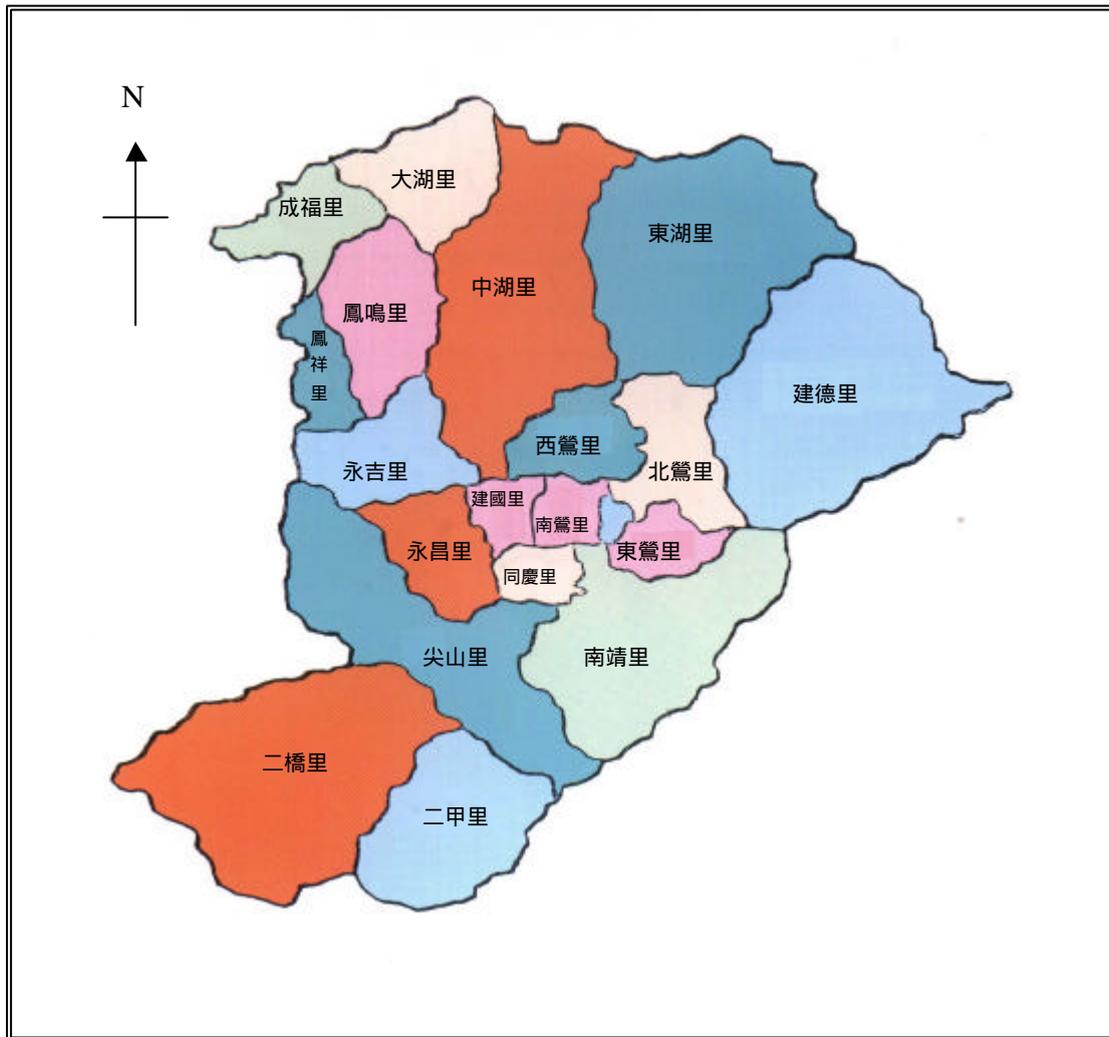
鶯歌鎮位於臺北縣最南端，東與樹林鎮相接，西與八德市、桃園市毗鄰，南與三峽鎮、大溪鎮互鄰，北與龜山鄉、樹林鎮相連。大漢溪流經東南方，南為桃園台地，地形自西南向東北呈坡形而下，全鎮平地不到三分之一。清朝時，大漢溪的水量非常豐沛，是淡水通往三峽的主要水道，交通頻繁、江帆片片，曾蔚為有名的「大料崁溪帆影」美景。

鶯歌鎮對外交通在鐵路方面有臺鐵西部縱貫線經過，對鶯歌對外聯絡疏運客、貨運非常有幫助；在公路方面有北部第二高速公路經過並設有三鶯交流道為對外交通要道之一；尚有一條對外聯絡公路即是經鄰近縣市桃園經南崁交流道上北部第一高速公路；在客運方面有：桃園客運、臺北客運、臺灣汽車客運等公司經過，對鶯歌疏運陶瓷與旅客有非常大之幫助。故鶯歌鎮之交通尚可稱之為四通八達十分順暢。

(2) 鶯歌行政區域的歷史沿革與人口

鶯歌原為山胞龜崙社所居，明鄭時隸天興縣、天興州；康熙實隸諸羅縣，厚利海山堡，日據時期隸台北縣。大正九年(1920年)改隸台北州、海山郡、鶯歌庄，後改革庄為街，改稱「鶯歌街」。民國三十五年(1946年)將原屬鶯歌街的樹林地區改制，分為「樹林」、「鶯歌」兩鎮，行政區域劃分為二十里；共計 366 鄰。現轄右東鶯、西鶯、北鶯、南鶯、中鶯、建國、建德、南靖、尖山、二橋、二甲、同慶、永昌、永吉、鳳鳴、鳳福、鳳祥、大湖、中湖、東湖等里(請參照下圖)。民國八十九年(2000年)八月止，總人口數 79630 人，其中男性約 40894 人，女性約 38736 人，總戶數約 21609 戶³⁵。

³⁵ <http://www.yingge.tpc.gov.tw/home.html> 鶯歌鎮公所全球資訊網



(圖 3-2) 鶯歌行政區域概況圖(鶯歌鎮簡介，鶯歌鎮公所)

(3)人文、風土民情及宗教信仰

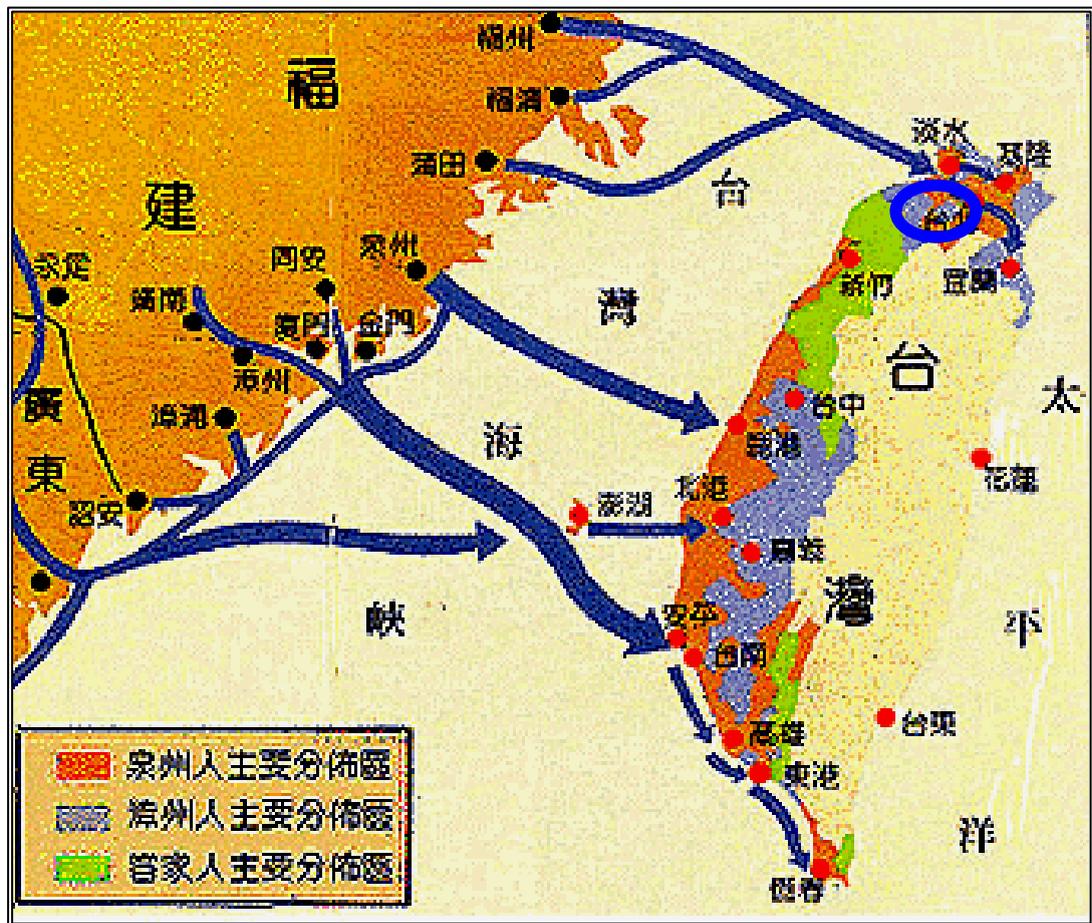
鶯歌鎮民約有百分之八、九十是在清朝時由大陸福建省之漳州及泉州兩府遷台之後裔，小部分則由其他省縣遷來，由於時代之變遷鶯歌曾有一段時間發生人口外流現象；近年來因工商及交通發達鶯歌人口才有慢慢回流的現象。在風土民情方面，由於鶯歌鎮的鎮民大部分由泉州與漳州移民而來(請參照下圖)，因此同質性高，以農業為主；後來因發現可供製作的黏土及煤礦；陶瓷業因此萌芽。

而據五 0 年代統計³⁶，鶯歌居民泉州籍佔八成，漳州籍約佔約在一成五至兩成左右，彼此婚喪喜慶及宗教信仰方面皆有差異，尤其在信仰上。泉州府安溪的清水師為泉州人主要的祭祀重心，三峽的清水祖師廟整修四十八年仍未完工，被稱為東方神聖的藝術殿堂。漳州人則信仰保生大地或開漳聖王，但因入

³⁶鶯歌巡禮。鶯歌鎮公所。P43

數較少，這類的廟宇在鶯歌幾乎沒有。由於鶯歌主要的寺廟不多，信仰逐漸龐雜，不過無論泉州人或漳州人，來台拓墾時，福德祠(土地公廟)隨處可見，目前的福德祠大多成立於嘉慶與道光年間。此外，媽祖的信仰亦頗普遍。當然全台唯一的龜公廟(又稱碧龍宮，祀奉八卦祖師)，較少見的孫臏廟宇、大王廟等，也豐富了地方的傳統民間信仰。

漢人先民拓墾台灣時的生活窘境，古人說「『世亂敬鬼，人窮呼天』」的描述並非虛言，鶯歌可說是台灣信仰的一個縮影。



(圖 3-3) 台灣移民分佈圖 - <http://www.leksu.com/leksu-c.htm> 台灣歷史

(4) 鶯歌陶瓷歷史

據文獻記載³⁷，鶯歌的陶瓷主要創始於清嘉慶九年（1805年）。至於創始人為何，則有幾種不同的說法。根據較早日據時代日本人的調查記錄，福建省泉州府惠安縣磁灶人吳鞍於嘉慶九年到了鶯歌大湖兔子坑（桃園縣龜山鄉兔子坑村），見到桃園台地山麓的黏土適合做陶，因此開創窯業。後來因為漳州及泉州人爭鬥，因此移到崁腳（大湖）地方。咸豐三年（1853年），又因同樣的紛爭轉到現在的尖山埔。此時族人吳岸、吳粟也來到鶯歌，加入他的窯業，使得吳姓陶業旺盛起來。然而光復以後中文方面的記載有關窯業的創始人則與此一說法有所出入。據1960年台北縣志記載，「嘉慶年間有福建泉州人吳岸、吳糖、吳增者來台，見鶯歌尖山附近所產黏土適於陶瓷，乃開窯製造」。民國四十八（1959年）年出版的『吳氏大族譜』記載福建磁灶地區來台的先祖為吳安。此吳安疑是吳鞍的諧音字。無論詳情如何，由這些記載我們能得到的結論是嘉慶年間有吳姓者從福建磁灶地區移民到鶯歌，開創了當地的窯業。一直到大正十年（1921年），產業組合法通過之後，組織「尖山陶器組合」，將陶業的經營管理合理化，福建籍職工及助手也得以學習製陶技術，才打破了吳姓家族壟斷的局面，因此鶯歌的窯業才得以擴展。早期鶯歌的窯業中心在尖山埔街，為家族式的生產結構，任勞力方面，除家族成員之外，大多為當地的臨時工，以農村副業的形態生存。生產規模小，產量有限，但靠著便捷的水陸交通網，也能使產品銷售台灣全島。

大正十年（1921年）「尖山陶器組合」成立，打破吳姓家族獨佔局面，個人經營的陶器工廠漸多，年產量高達六萬圓，然而產品流於「粗製濫造」。此時已有小部份合股營業的現象，因而有產業組合的出現。如成立於大正十年的「尖山陶器生產販賣組合」，這種組合得經辦信用、販賣、利用等四種業務，使得1929年以後鶯歌成為台北州主要陶瓷主產地。

1931年以後，日本在台灣推動「工業化運動」，鶯歌也參與發展，因此在傳統的廚房用具粗陶生產之外，也增加了工業用產品的開發。鶯歌在日據後期逐漸引進資本化、專業化與機械化的生產方式，使得窯業生產自傳統走向現代化。光復後，1945年鶯歌陶瓷的重要發展是在臺灣光復後。它之所以成為臺灣陶瓷的工業中心，鶯歌本地出產陶土，便捷的交通系統，傳統技術的應用，以及鄰近大都會的臺北作為腹地等，都是相當重要的因素。

³⁷徐文琴、周義雄，1993。《鶯歌陶瓷史》。台北縣立文化中心，P8-11。

根據統計，光復初年鶯歌的陶瓷工廠大人小小共有三十家左右，舊式的純用手工的工廠與新式的電力機器的工廠並存，民國五十年代(1961年)以後工廠數目逐漸增加，民國五十一(1962)年，臺灣陶瓷在美國參加(國際博覽會)，因此打開陶瓷外銷局面的形式有關。其中，從民國五十年代開始在鶯歌大量生產的衛浴瓷與面磚，正是促使臺灣窯迅速地打開外銷局面的原因，也因此鶯歌成為臺灣陶瓷生產的中心而被譽為『臺灣的景德鎮』。

民國五十七(1968)年，政府禁止燒生煤，北投地區因這個理由遷到鶯歌，鶯歌工廠迅速向鎮中心以外地區發展。民國八十(1991)年，開始有天然瓦斯的供應，便利爐窯的操作，大型建材瓷廠建立，使得窯業更加茁壯。民國六十八(1979)年，第二次石油危機衝突之後，業者逐漸重視能源的節約及降低生產成本。紛紛自西歐各國引進新式自動化窯爐設備，使得產業技術及產房設備又邁進一個新的階段。1983年，受到國內起飛的經濟刺激，工廠數目激增，但大多是屬於繪彩、電花加工一類的工廠。繪彩及電花加工分別是裝飾藝術陶瓷、日用陶瓷生產過程中的一個環節，使他們脫離工廠生產程序而獨立設廠是鶯歌陶瓷生產程序上的一個特點。這種外包制可以減少工廠的生產成本，增加工作速度，增強工廠之間的交互作用，然而也使得陶瓷產品的裝飾過程停留在副業階段，而無從改進。

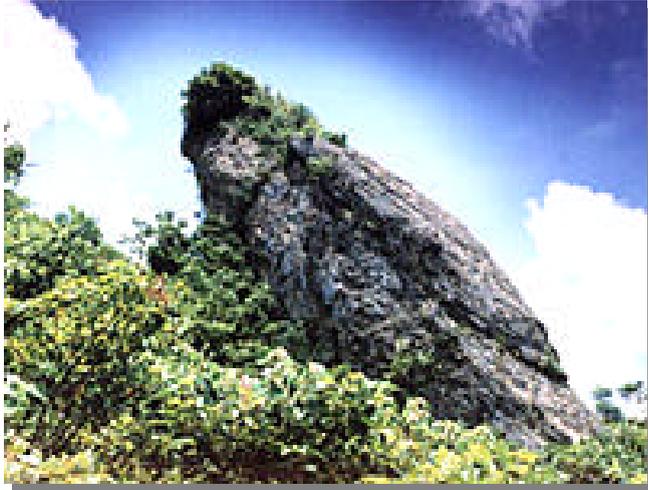
光復後的陶瓷工廠數目很難有一個確切的數據，而且各種統計方法也都有所出入。但整體說來鶯歌陶瓷工廠增加的時期，一是在1950代外銷拓展之後；一是在1980年後因臺灣經濟起飛，而使工廠數直線上昇。其中日用陶、建築、裝飾藝術陶瓷的成長速度頗一致，皆逐年緩慢成長，而建築陶瓷的工廠數及增加數僅次於日用陶瓷，使得鶯歌成為臺灣日用陶瓷及建築陶瓷的主要供應地。

到了1992年，登記有案的大小工廠約有八百多家。1984年左右，受到興盛於臺北的工作室現代陶藝的影響，新式創意性陶瓷產品的增加。鶯歌的所謂陶藝產品，起先是由對現代陶藝有興趣的個人生產，後來在商業化之後被工廠大量生產以賺取利潤，而使其由高級的藝術欣賞轉變為平民化的需求。實際上，目前在鶯歌從事陶藝工作者的類別很多，有與商業密切結合的生產者，更有不少認真地在陶藝創作上追求精進的陶藝工作者，對鶯歌的陶瓷產業發展都有極大的貢獻。

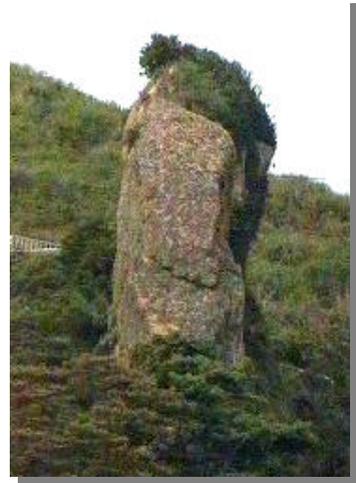
現在，鶯歌的陶瓷工業，大約可分為五大類，除了怡情養性的藝術瓷外，尚有諸如壁磚、瓷磚的建築瓷，專做臉盆、馬桶的衛生瓷，茶壺、茶具、碗盤的日用瓷，以及做瓷牙、耐火材料、剪刀、甚至可以做為飛彈雷達罩的工業用陶瓷。全鎮的工廠約有八百多家，無論其資本規模、生產技術、產品品質及各項指標，皆超過中國大陸的景德鎮。

1-2 自然與人文資源

(1) 鶯歌石



(圖 3-4) 鶯歌石 1



(圖 3-5) 鶯歌石 2

鶯歌石是鶯歌鎮最具傳奇色彩的名勝，穿鑿附會的傳說更增添神秘性，較廣為人知的傳說為鶯歌石會吐霧食人，瘴氣蔽天，迷人去路。延平郡王鄭成功率軍擊敗荷蘭人後，行經該處被瘴氣所阻，士卒被鶯歌石吐霧所吞食，士兵於是開巨砲斷其頸，瘴氣才逐漸地散去。更聳動的傳說則為相傳西元 1861 年，鄭成功率兵擊敗荷蘭人後，安撫各地歸順的原住民，經過此地聽聞有一隻巨鳥為害百姓，乃原住民凱達格蘭族的酋長所飼養，為了替百姓除害，鄭成功使用弓箭射穿巨鳥的咽喉，巨鳥中箭後，長鳴一聲衝到山頭上，眾人四處找尋，只見山頭有一個像鸚鵡的巨石，喉嚨間百一個空洞，顯然是被箭射穿的傷痕，眾人才知道這塊巨石就是那隻為非作歹的巨鳥，因此便管叫它『鶯歌石』。

另一說亦與鄭氏軍隊有關；話說當年，鄭氏軍隊在此紮營，當時此地為雜草叢生之蠻荒地，帶隊將軍唯恐士兵迷路，因此吩咐士兵在初群時先取白銀一錠，回營時歸回。後來將軍發現白銀數目日漸減少，於是派兵四處偵測找尋，發現鶯歌山的山頂雲霧纏繞，不時吐出毒瘴，且空中傳來鶯鳴聲，斷定山頂必有精怪所害，於是號令部下以巨砲向山頂砲轟，恰好打中鶯歌精的頭，頭斷彈至對面的三峽，又打掉了山上一隻鶯精的下顎，因此人家說：『鶯歌時沒有頭，而鶯山沒有下顎。』³⁸。鶯歌石內有一幽洞（已加封）深不兒底，也有一些穿鑿附會的傳說，一說為日軍遷台時，儲藏黃金寶石的地方。亦有傳說該幽洞能直通八里觀音山，是一處風水穴道，但因深邃不可及，從沒有人能夠證

³⁸王昇文，1997。鶯歌歷史散步。台北縣立文化中心季刊 - 鶯歌專輯 51:P18

明，而且據說有人以繩索綁磚塊下放測深度，但始終不見底。日據時期的鶯歌庄長陳阿玉曾經作詩一首：

怪石崢嶸狀最奇，
含煙吐霧記當時，
如今不向雲霄去，
斂翼山頭欲待誰。³⁹

這些近乎神話的傳說，為樸實無華的鶯歌鎮披上一層神秘的面紗，使『鶯歌石』成為鶯歌地理的指標。

(2)尖山



(圖 3-6) 尖山 1



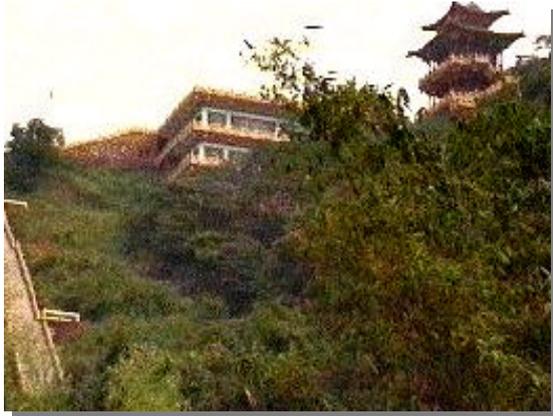
(圖 3-7) 尖山 2 - 鶯歌第二公墓

尖山位於鶯歌鎮之西南方，是一獨立之小山，高度海拔 386.4 公尺(1.28 台尺)，其形狀宛如倒懸之扇子。鶯歌陶瓷老街尖山埔路，是一個頗有典故的地方。在該路盡處，有個小坡突起，就是「尖山」⁴⁰。相傳，原本該座山是一片平野，鄭成功渡海來台後，曾住紮在此，因長途跋涉，所以每位士兵傾擲草鞋上的泥土，未料壘積成山，逐成「尖山」；這個在耆老口中相傳的故事，史書上並沒有記載，但也憑添許多佳話。尖山在鶯歌陶瓷的發展上，有著承先啟後的角色。因為尖山是土色呈黑竭，含有水銀且富黏性，被稱為「尖山黑土」，是陶瓷的原料。山腹另有白砂，可以燒瓷器，相傳福建人吳鞍，就是取尖山的土，開始燒陶瓷。另外，尖山也因地勢的關係，成為清嘉慶年間漳泉門的戰場。在甲午戰爭後，台灣割讓給日本，鶯歌人抵抗日人「二甲九之役」；之後，尖山即成為日軍在三鶯地區，舉行軍事演習的場所，現在則成為公墓。

(3)龜公廟

³⁹王昇文，1997。鶯歌歷史散步。台北縣立文化中心季刊 - 鶯歌專輯 51:P18

⁴⁰<http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair/C0126220069/遨遊三鶯地.htm>



(圖 3-8) 碧龍宮 1



(圖 3-9) 碧龍宮 2

『碧龍宮』原先不叫這個名字，主要是起源於神奇的龜公石，所以被叫做『龜公廟』，因為名稱不雅，後來才改稱碧龍宮，位於一一四縣道旁的半山腰上，有登山步道與鶯歌石、孫臏廟相通，還有涼亭可以鳥瞰鶯歌鎮。鶯歌過去為農業社會，在信仰上除了土地公外，沒有古早的大型廟宇，大寺到近年來才興盛了起來。鶯歌移民中的安溪人占多數，三峽的祖師廟是三鶯地區安溪人的信仰中心，至今，祖師廟的七大姓氏，輪流做爐主，還有屬於鶯歌的『小雜姓』。而碧龍宮則是近幾十年來，台灣獨一無二的信仰神祉。

龜公石的來源有許多說法有一說⁴¹是被北鶯里曾欽舜發現的，當時他在孩提時代，給父親送飯包，見田間樹下有一石頭，父親曾明紅來看，結果發現該品石頭穩如磐石，想要移動它卻無法作到。仔細一看，這個石頭有如巨龜，背上有八卦圖紋，好似一只神龜，得此寶地，無意異動。於是曾明紅進行膜拜祈求諸多顯應，連身體都硬朗了起來。就這樣一傳十，十傳百，不少人前往膜拜，傳說週圍的草木都能療傷治病，神蹟頻傳，當時，不少衣著光鮮的人，還坐著慢車到鶯歌（快車不停靠鶯歌站）目的就是到該地參拜，使得這個唯一的龜公廟，遠近馳名。另一傳說則認為龜公石相傳能拖夢指點附近過往居民且非常靈驗，逐漸受到民眾之敬仰而慢慢成為民眾信仰之所在；受到民眾之供奉並為龜公石建廟祀之。

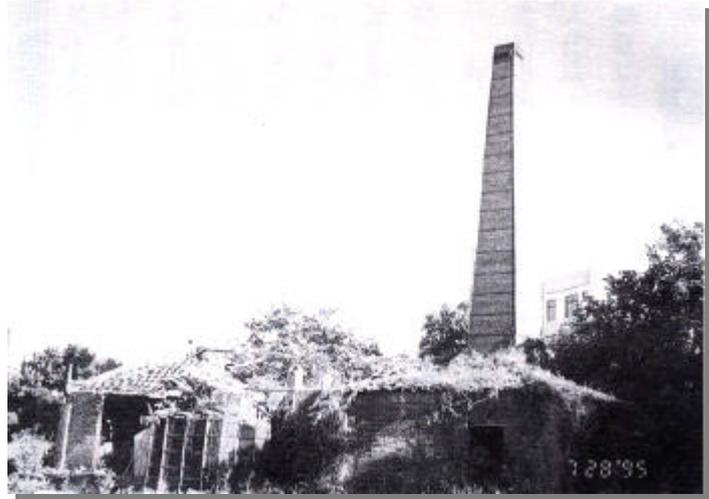
民國八十年（西元 1991 年）起，重建委員會開始運作，推老主委邱和成的長子邱弘文擔任主委，推動籌募監造等事宜，且把龜公廟正式稱為『碧龍宮』，而龜公石也取其上的八卦圖紋，就尊重為『八卦祖師』或是『伏羲大帝』。目前的新殿改建，分前殿與後殿，後殿奉八卦祖神像與龜公神石，而前殿分為三大神龕，為觀音佛祖、天上聖母與關聖帝君，因此，已不全然為當年的龜公廟。

⁴¹鶯歌巡禮。鶯歌鎮公所。P47

(4) 窯場遺址



(圖 3-10) 窯場遺址煙囪 1



(圖 3-11) 窯場遺址煙囪 2

初步入鶯歌時，會有一種時光交錯的感覺，鶯歌數處還存有舊窯場廢棄的遺址，過去燒窯以煤為燃料，因此窯場的煙囪通常建造得很高，呈四方型的窯場煙囪如今已不若從前易見，而存在者則與與現代大樓相互交錯林立。陶瓷業面對現代化的衝擊後，使不少傳統燒窯及煙囪已逐漸消失，待現在人們開始省思及懷念臺灣鄉土文化時，才發現這些老式的陶窯與煙囪已被拆除殆盡，僅剩數座窯廠遺址供後人憑弔。

(5) 古鐘樓



(圖 3-12) 古鐘樓

古鐘樓據說以前叫做『打鐘樓』，日據時代就存在了，警察事務所用來通知地方上發生火警，呼叫民眾救援用的『廣播』。原本，用的鐘是類似廟宇的銅鐘，後來，改用電子警報器，地方上叫做『陳水雷』（閩語唸法），大家就知道是失火了，壯丁要快去打火，在當時人情味十足，放下工作趕去救火，發揮了很大的眾告周知的效果。近數十年來，因為電話普遍了、專業消防栓發達

了、無線電也派上了用場，不需『義勇隊』服務救火，使得『古鐘樓』功成身退。鶯歌文化路古蹟不少，但新建築也愈來愈多，『古鐘樓』在高樓大廈的蔽障下，都快看不見了，也很難攀爬親近，十分可惜。大約在文化路基督教貴格會的後方，一個小山丘的頂上，還有用紅磚砌成的鐘樓，可惜已沒有『鐘』，只留下架設在旁的磚與泥而已。中外皆有這類鐘樓，然而種類造型有所不同，其作用不外以警示作用為多，故通常建於高地或空曠之地，隨著時代的演進，古鐘樓鐘聲不再響起僅留下之古建築供作後人憑弔。

(6) 山林公園



(圖 3-13) 山林公園 1



(圖 3-14) 山林公園 2

自通往鶯歌石步道往回走左轉直行，便可到山林公園。整座公園依山而建，恰好連接宏德宮、鶯歌石與碧龍宮三處景點，沿途鳥語花香，樹木扶疏，行走在此，清風徐來，心凝形釋。行走不久後可看見一涼亭，繼續往前走，可發現山路成 Z 字型走向。在此一步道，可從不同的方向觀賞鶯歌石，各有其風韻。行走在其間，可發現小橋與錯落的樹叢、交錯的山徑，形成一幅美麓的景象。行走不久，可望見一座二層樓高的廟宇『承天農林禪寺』。繼續往前走，可遇見一個山洞，幽邃其石。接著會走向一個扶梯，可見一個綠潭和一個菜園，再走幾步，就可看見矗立在眼前的碧龍宮。

(7) 宏德宮



(圖 3-15) 宏德宮 1



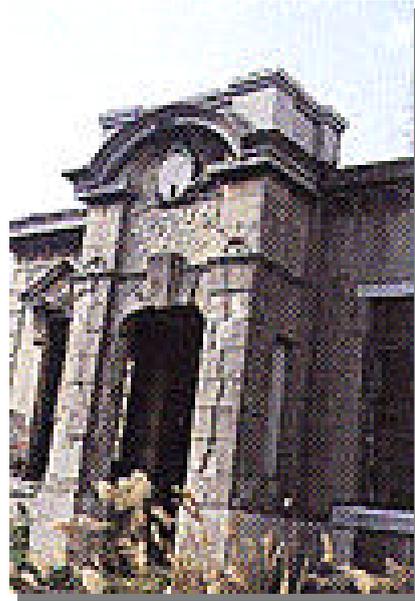
(圖 3-16) 宏德宮 2

占地兩千坪，位於鶯歌中正一路巷內的宏德宮，可以說是全省第一座孫臍廟，也就是所謂的『開基廟宇』，興建於民國六十年代，是一座道教廟宇，與一般常見的土地公廟，有不同的色彩與信仰方式。從史書的小故事看來，孫臍是位忠孝之人。孫臍廟卷有上百尊神像，主神為『孫臍真人』外，左右陪同，包括王禪老祖(也就是鬼谷子，是孫臍的師傅)以及南極仙翁，另外還有三清道祖、五方朔神像、九天聖帝、華陀真人與白鶴童子等。該廟設有管理委員會，由創建人黃文瑞擔任主委，每年的農曆正月初一到初九為重要的法會，初三則為孫臍的誕日，因此特別熱鬧，有不少信仰道教的民眾，包著遊覽車到盤朝拜，非常隆重盛大。

(8) 謙記商行



(圖 3-17) 謙記商行 1



(圖 3-18) 謙記商行 2

鶯歌後火車站往右轉，有一間具巴洛克風格的洋樓式荒屋，提為「謙記商行」，大約興建於民國十年，當時是「大豹炭礦事務所」⁴²，立面山牆上裝飾有日式花紋圖案，並有一枚日式家紋，鑲上個「林」字，原業者叫林添富，其細膩的雕工與紋路，可見當時之繁華與興旺。三峽、鶯歌的土炭，即是煤礦，都需藉著鶯歌火車站往外運，各煤礦公司為了業者方便，在鶯歌都設有事務所，並在炭埕堆放煤礦，當年的三角湧八大礦，包括了海山、三峽、大溪、成福、大豹、湊合、五寮與白雞等，其中的謙記商行，就是屬於大豹炭礦事務所所有。謙記商行現已荒廢，尤其在經過祝融肆虐後，更增添一份滄桑感，位於建國路旁的現址，顯得有些淒涼，附近草叢內，還有蟻窩與蜂巢，不過，仍可以由外部美麗的花飾與內部的磁磚，窺見它以前的美麗，它的屋內，有個小院子，可視而知從前花木扶疏的樣子，算是為炭礦興盛的年代，保留了一個歷史的活見證。

(9) 渡船頭遺址

⁴² <http://library.taiwanschoolnet.org/cyberfair/C0126220069/遨遊三鶯地.htm>



(圖 3-19) 渡船頭遺址 1



(圖 3-20) 渡船頭遺址 2

鶯歌過去的交通以水運著稱，因此在鶯歌內有兩處渡船頭，但因水運沒落，且河水以全被鳶山堰的水壩堵住，壩上游的水深而廣闊，將很多百年前岸邊的農田和沙洲淹沒，而鶯歌的兩處渡船頭也都沉入河底。

過去鶯歌因鄰近大漢溪，因此貨運及客運的運輸上都仰賴水運。而今河水以全被鳶山堰的水壩堵住，壩上游的水深而廣闊，將很多百年前岸邊的農田和沙洲淹沒，而鶯歌的兩處渡船頭也都沉入河底。但渡船頭的沒落並非鳶山堰的因素，鳶山堰是民國七十年代建築的，而水運早就消失了，水運消失的原因根據歸納和交通運輸的轉型及桃園大圳的開闢有關。在交通方面日據時代鐵路經過鶯歌，因為火車的載貨量比風帆大好幾倍且安全性提高，因此風帆不敵鐵路的競爭，且鶯歌對外的主要道路在日據時代都已開闢完成，因此原來仰賴水運的鄉鎮對外聯絡力加強因此利用水運的機會就減少了；另一項重要因素是因為桃園大圳的開闢，日據時代為了灌溉桃園附近的農田，而開闢了很多的灌溉溝渠，總稱為「桃園大圳」。桃園大圳將大漢溪的溪水引向桃園台地附近鄉鎮的農田，使大漢溪的水明顯變少，負載帆船的能力減弱。

(10) 鶯歌老厝



(圖 3-21) 成發居 1



(圖 3-22) 成發居 2

位於文化路旁的成發居，是一棟五間聯房式的紅磚瓦建築，具閩南風味的紅磚拱門與亭仔腳。成發居在鶯歌鎮上算的上是富貴家族的大代表，紅磚拱門形狀的亭仔腳與三峽民權老街的相似，有著江南風味，屋子四周裝飾，包括日本及大陸運來的花樣瓷磚交趾製品，黑磚與方塊紅地磚等，可以說是鶯歌鎮眾家仿做的對象⁴³；此外，日治時代興建的汪洋居為兩層樓中西合併的紅磚建築，至今女兒牆與其牌樓仍保留的很好，特殊之處位在牌樓上的四個甕都加上了避雷針，比起其他幾間舊宅保存的都還要完整，值得細細欣賞⁴⁴。

1-3 鶯歌有趣的小故事

(1) 國慶街的由來

此街據傳是由前南鷹里里長陳慶義獻地始能開通，而當時鎮長為陳國治，於是取兩人名字而命名，稱為國慶街。

(2) 十一間仔

在鶯歌國中對面一小處，從前稱為十一間仔，據說是尖山埔路開闢之初興建十一間房舍而得名。

(3) 渡船頭的沒落

過去鶯歌因鄰近大漢溪，因此貨運及客運的運輸上都仰賴水運。而今河水已全被鳶山堰的水壩堵住，壩上游的水深而廣闊，將很多百年前岸邊的農田和沙洲淹沒，而鶯歌的兩處渡船頭也都沉入河底。但渡船頭的沒落並非鳶山堰的因素，鳶山堰是民國七十年代建築的，而水運早就消失了，水運消失的原因根據歸納和交通運輸的轉型及桃園大圳的開闢有關。在交通方面日據時代鐵路經過鶯歌，因為火車的載貨量比風帆大好幾倍且安全性提高，因此風帆不敵鐵路的競爭，且鶯歌對外的主要道路在日據時代都已開闢完成，因此原來仰賴水運的鄉鎮對外聯絡力加強因此利用水運的機會就減少了；另一項重要因素是因為桃園大圳的開闢，日據時代為了灌溉桃園附近的農田，而開闢了很多的灌溉溝渠，總稱為「桃園大圳」。桃園大圳將大漢溪的溪水引向桃園台地附近鄉鎮的農田，使大漢溪的水明顯變少，負載帆船的能力減弱。

(4) 二甲九之役與鶯歌國小紀念碑

一八九五年，甲午戰爭後台灣割讓，日本人接收時曾遭到台灣人的強烈抵抗，而在鶯歌亦發生著名的「二甲九之役」，雖然主戰場在二甲，但義軍與日軍皆視尖山為部隊集結的重要據點因為尖山是極佳的制高點，後來日本為了防

⁴³ <http://village.gov.tw/add/m03/m03-13-01.html>

⁴⁴ http://www.sinyi.com.tw/news/news_detail_902.asp

止類似的事件重演，負責進行檢閱的陸軍大將久邇宮邦彥親王也選擇尖山作為校閱場，並在該處為對抗的南北兩軍講評，結束後則赴尖山公學校(現為鶯歌國民小學)休息，更立碑紀念。

(5)「小瓷手」、「中瓷手」與「大瓷手」

以前對於拉坯陶瓷有所謂的「小瓷手」、「中瓷手」與「大瓷手」，係根據其所能製作手拉坯器物的大小而定，由於坯體越大製作的困難度越高因此稱大瓷手者，可視為拉坯界的博士了。

(6)碗窯

在過去中日戰爭如火如荼的展開時，日本軍部向鶯歌訂製大量細瓷碗，為了追求生產的速度，許多工廠逐漸引進機械化設備與製造石膏模型的模具，例如手拉坯的轆轤改用電動，以牛隻踏煉的陶土改採煉土機等。而製造細緻瓷碗亦需另闢窯場，鶯歌尖山埔路酒寮，也就是在三號公園的一側，有一毀棄的窯場，及當時留下的陳跡，地方人士稱為碗窯。此時鶯歌陶瓷逐漸有了資本密集與機械化的味道。

(7)火車的改道

根據今澤正秋的「鶯歌鄉土誌」⁴⁵中記載，日人佔據台灣後，明治三十二年(西元 1899 年)，拆除清代之舊軌，從台北車站經艋舺(萬華，平埔族語為獨木舟之意)、枋橋、山子腳(屬樹林)、鶯歌到桃園的新路線，長達二十九公里，全部工程於西元 1901 年完工，其中開設鶯歌茶山隧道十分艱鉅。完工後設樹林、山子腳(現為山佳)、鶯歌三車站，鶯歌連結桃園與海山地區，地位極為重要。不過當時的鶯歌鐵道係沿著現鶯歌石附近波爬上桃園。西元 1927 年，一輛客車行至此處，由於機件故障，客車下滑，釀成十三人死亡，數十人輕重傷的慘劇。此後，軌道乃繞行永昌、尖山、經鳳鳴至桃園，這就是現在的路徑。

(8)沿街叫賣的陶商

日據時代鶯歌交通便捷使得鶯歌商業貿易興盛，但此時期的鶯歌陶瓷業者的販售方式，竟是利用肩挑擔子沿街叫賣，離點土成金的美景依然遙不可及，尤其製作的作品也較粗糙，次級品比例高，根本賣不了好價錢。那時的鶯歌還是以農礦立鎮，且農業人口與炭礦生產量則是海山地區之最。

(9)青光眼的陶瓷老師傅

過去鶯歌柴燒的蛇窯曾經一度流行過，蛇窯的窯身採十七度左右的斜度，其中有三個加薪柴的開口，為了避免影響溫度，晴天才開窯。而陶工在坯體完成後，必須一貫作業的進行燒製，因為沒有溫度計，陶工只好以目光注視火色

⁴⁵今澤正秋，1997。鶯歌鄉土誌。台北縣立文化中心季刊 - 鶯歌專輯 51:P25-30

的變化來判斷溫度，另外則用試片製入窯內再拿出，目的在決定是否應加溫或減溫，因此現在有許多七十歲以上的陶瓷老師傅患有青光眼，可能就是由此引起。

(10)「拉條」的福州人與「拉坯」的泉州人跟陶瓷壟斷的關聯

截至目前相關文獻及論述都認為吳家因最先來到鶯歌製陶，因此壟斷了整個局面。據吳姓族人指出當台灣陶瓷仍未萌芽之際，來台墾拓的大陸移民所需日用陶器，大都來自漳州或泉州輸入，惟漳泉製作的器物比較小件，不久移民就能自行燒造。而台灣海峽中有一條令人聞之色變的「黑水溝」，波濤洶湧，移民沉屍者不知凡幾，為了安全除了石材與木材外，常用陶瓷大水缸壓艙底。不過大水缸尺寸寬胎坯厚，當時以福州人較為擅長。而移民日多，大水缸的需求量高，因有利可圖，善製水缸的福州人亦不斷來台，尤其以李氏族人為主。泉州磁灶人善於拉坯，而福州人精於拉條(即所謂的「泥條盤築法」加上「接坯技術」)，拉坯與拉條成為鶯歌製陶業的兩大系統，加上製模灌漿，鶯歌處於百花齊放的場面中，壟斷的假設應該不存在。

(11)牛車溝

過去鶯歌二甲九的蔗埔是十分繁榮的港口，為客運碼頭，而載貨碼頭則在鳶山堰附近，由於貨物的陸路運輸是靠牛車運送，日積月累之下，沿大崙溪河岸，被走出了一條牛車溝。

(12)土牛溝

根據黃叔璥的「台海使槎錄」⁴⁶記載，清乾隆時為了避免漢人移民騷擾生番，於康熙六十年時朝廷曾確立淡北番界，並立石禁墾，以保護原住民，土牛溝的設置即為此時期的措施。在鶯歌尖山里與八德交界有一地名為土牛溝，因此證明鶯歌開拓至少始於清初。

(13)互益煤礦與金敏煤礦

鶯歌過去的礦業以煤礦業為主，日據時稱的石炭炭礦，指的就是煤礦。西元 1936 年海山郡的石炭產量，鶯歌幾乎佔了一半。而鶯歌石下的互益煤礦與火車站附近的今敏煤礦就是當時叫著名的兩個煤礦，而鐵道旁經常有成堆的粗煤待運，鶯歌又是重要煤礦轉運站，此種情況一直維持到大約十幾年前才逐漸消失。

(14)傳子不傳女的陶瓷事業

早期鶯歌地區土質優良，資源豐富，吳姓家族認為鶯歌的陶瓷事業大有可為，所以計劃加以獨佔。他們採取極端保護的做法，只僱用從中國大陸來台的同鄉同姓陶瓷師傅，對於異性者製陶技術絕對保密不加傳授。即使在家庭中也

⁴⁶鶯歌巡禮。鶯歌鎮公所

是一樣，製陶技術子孫相傳，可以傳給養女和媳婦，但決不傳給女兒，以防外洩⁴⁷。

2.第二部分 歸納與整理

鶯歌地方資源相當的豐富，這些資源或為景觀上的資源，或為文化上的資源，無論資源的分類如何，它們都是鶯歌地方上的光，如何規劃這些地方之光，將它們透過規劃展現出來？

根據文獻探討得知，目前相關研究在鶯歌資源規劃方面有所提及的有蔡佳璋於 1997 年所著碩士論文 - 「地方發展推動模式之研究-以台北縣鶯歌傳統產業為例」⁴⁸與台北縣鶯歌鎮公所委託台北市都市環境研究學會於 1996 年所著的 - 「鶯歌國際陶瓷城規劃 - 期中簡報報告書」⁴⁹，此兩者將資源分為『自然資源』與『人文資源』。

而在社區總體營造觀念中，宮崎清教授將資源分為五大類：『地、景、人、文、產』⁵⁰；究竟以地方工藝產業與地方文化振興地方的同時，地方居民該如何活用地方資源達到「產業文化化，文化產業化」的目的？以下將以上述鶯歌各類資源為範例，國內外相關研究(鶯歌及地域振興資源分配方法，註 19-21)為依據，探討鶯歌居民活用地方資源的方式。

(1)以自然資源與人文資源為分類

根據蔡佳璋於 1997 年所著碩士論文 - 「地方發展推動模式之研究-以台北縣鶯歌傳統產業為例」與台北縣鶯歌鎮公所委託台北市都市環境研究學會於 1996 年所著的 - 「鶯歌國際陶瓷城規劃 - 期中簡報報告書」中將鶯歌資源視為觀光資源，而研究中提及：觀光資源一般泛指土地與水域等自然環境，以及人文歷史景觀於現在或未來可提供人類從事遊憩活動，滿足遊憩需求者，即為『遊憩資源』。而研究中將鶯歌的遊憩資源分為『自然資源』與『人文資源』兩大類；在鶯歌『自然資源』有山嶺、天然石、奇石、山林公園；『人文資源』有廟宇、窯場遺址、古鐘樓、老厝、產業特色、特殊景點。類別與細目內容整理有表：

⁴⁷陳新上，1997。鶯歌陶瓷發展的特質與展望。台北縣立文化中心季刊 - 鶯歌專輯 51:P5

⁴⁸台北市都市環境研究學會，1996。鶯歌國際陶瓷城規劃。台北縣鶯歌鎮公所，P4-13 至 4-17

⁴⁹蔡佳璋，1997。地方發展推動模式之研究-以台北縣鶯歌傳統產業為例。國立台灣大學建築與城鄉研究所 P4-7 至 4-9

⁵⁰，P15

(表 3-1) 鶯歌資源分類表 1(台北市都市環境研究學會，1996)

類別	細目內容
自然資源	山嶺、天然石、奇石、山林公園
人文資源	廟宇、窯場遺址、古鐘樓、老厝、產業特色、特殊景點。

(表 3-2)鶯歌資源分類表(台北市都市環境研究學會，1996)

	山岳區	平原區
遊 憩 據 點	鶯歌山	宏德宮
	鶯歌石	渡船頭遺址
	碧龍宮	陶瓷博物館
	農林禪寺	永福宮
	高明寺	窯場遺址
	三儀宮	鶯歌鎮徽精神堡壘
	三湖宮	鶯歌老厝
	土牛溝	謙記商行
	尖山堆	尖山埔陶瓷老街
	山林公園	文化路
	石鎮樓	中山路和中正路

而為了各項資源有效利用，又將全鶯歌鎮劃為兩處觀光遊憩資源分區，即分為『山岳區』及『平原區』，『山岳區』有鶯歌山、鶯歌石、碧龍宮、農林禪寺、高明寺、三儀宮、三湖宮、土牛溝、尖山堆、山林公園、石鎮樓。『平原區』包含宏德宮、渡船頭遺址、陶瓷博物館、永福宮、窯場遺址、鶯歌鎮徽精神堡壘、鶯歌老厝、謙記商行、尖山埔陶瓷老街、文化路、中山路和中正路。以下為『山岳區』及『平原區』的遊憩資源分類表與鶯歌鎮觀光遊憩特色與類型標表：

(表 3-3) 鶯歌資源分類表 3 (本研究自行整理)

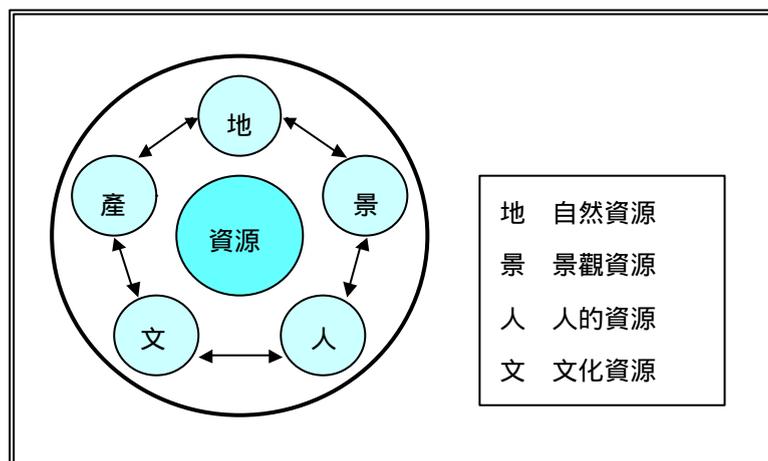
資源類別		自然資源			人文資源			
遊憩區	遊憩類型	山岳	森林	特殊地形	寺廟	人文遊憩	產業特色	古蹟遺址
		山岳區	鶯歌山	√				
	鶯歌石			√		√		
	碧龍宮				√			
	農林禪寺				√			
	高明寺				√			
	三儀宮				√			
	三湖宮				√			
	土牛溝			√				√
	尖山堆	√						√
	山林公園		√			√		
	石鎮樓							√
平原區	宏德宮				√	√		
	渡船頭遺址			√				√
	陶瓷博物館				√			
	永福宮						√	√
	窯場遺址					√	√	
	鶯歌鎮徽精神堡壘							√
	鶯歌老厝						√	√
	謙記商行					√	√	
	尖山埔陶瓷老街					√	√	
	文化路						√	
	中山路和中正路					√	√	

√ 為原文獻探討所歸納
 為本研究所添加

由上述文字與表格的說明，可視的是以觀光景點分類為方法的資源分類尚有不盡完整之處，如碧龍宮雖歸為寺廟，但仍蘊含人文遊憩的內涵；諸如此缺，則依據前面所作鶯歌自然與人文資源分析及鶯歌小故事部分，另以紅色方塊標示。且在資源分類後，沒有確切的提到如何將地方資源的內涵展現，作到「產業文化化」亦是「觀光文化化」，只有作到資源分類，告知參考者鶯歌資源可區分的類型。然而地方資源如同網絡一般，互為影響，如陶瓷產業型成了「碗窯」與「十一間」的景觀，而其中又蘊含著日據時代鶯歌陶瓷的人文故事。這樣的分類如非專業引導分類後的規劃，容易造成居民分類容易而地方之光展現無從著手。

(2)以「地、景、人、文、產」作資源分類

如何將資源做分類與規劃才能將地方光芒完全展現？根據行政院文化建設委員會於 1999 年策劃編輯國立手工藝研究所及日本千葉大學宮崎研究室承辦製作的「社區總體營造的理論與實例」一書中指出：「地方有許多的資源，而社區總體營造即是從地方資源的從新認識開始。其中當地的傳統工藝尤其是無可代替的重要資源，地方的傳統工藝是地方的生活產業，現在正受到廣泛的注意。」⁵¹而傳統工藝正是連結地方「地、景、人、文、產」五大資源的產業，而「地」指的是自然資源；「景」指的是景觀資源；「人」指的是人的資源；「文」指的是文化資源，「產」指的是生產資源。而地景人文產視互相有關聯的而非獨立資源，以下是地、景、人、文、產關聯圖：



(圖 3-23) 地景人文產資源關係圖(宮崎清,1994)

由上述資源分類整理歸納了解地方的資源型態很多，且許多資源相互關係與影響著，這樣的分類方法對於地方資源的歸類較為嚴謹，根據鶯歌與陶瓷相關文獻探討發現，地方上許多人事物都是相互影響的，如人製造了地方工藝，而地方工藝也使地方產生獨特的文化特質或景觀。因此地方資源的運用需要更嚴謹的分析歸結後才能將其內涵展現出來。下列以鶯歌與鶯歌陶瓷所探討的景點與歷史、地理故事為例，選取部分說明地方資源交錯與相互影響的現象：

⁵¹ 社區總體營造的理論與實例 2。行政院文化建設委員會。P15

1) 以「地」 - 自然資源為出發點：

「尖山」是一個大自然所創造的山丘，在本質上屬於「地 - 自然資源」；由於過去它盛產著陶瓷工藝製作時所需的土礦；因此它亦是「產 - 生產資源」；且尖山蘊含著鄭成功與其軍隊的傳說、清嘉慶年間漳泉械鬥、日據時代二甲九之役的戰場，這些都是鶯歌地方文化資源的代表，因此它還是「文 - 文化資源」；而因為漳泉械鬥、日據時代二甲九之役因此產生的公墓又形成了鶯歌地區富人文教育意義的「景 - 景觀資源」。

2) 「景」 - 景觀資源

「謙記商行」是鶯歌日據時代所遺留下來的古蹟，由於建築具有巴洛克風格為當時難得一見的洋樓，因此具有成為「景 - 景觀資源」的條件；而謙記商行的存在主因為「煤礦」，而礦業興盛使得鶯歌陶瓷自日據時代以來逐漸興盛，因此具有「產 - 生產資源」的條件；又因過去礦藏豐富，使得鶯歌鎮繁榮極致，燒煤礦以製陶的鶯歌被稱為「黑鄉」，因此具有「文 - 文化資源」的意義。

3) 「人」 - 人的資源

鶯歌移民多為漳州與泉州人，這些人善於製陶，是為鶯歌「人 - 人的資源」；而泉州磁灶人善於拉坯，而福州人精於拉條，使得拉坯與拉條成為鶯歌製陶業的兩大系統，是為「產 - 生產資源」；而這些來源不同的人形成了鶯歌宗教信仰、製陶技術的不同，甚至移民之初還引起漳泉械鬥……，這些種種，都是鶯歌的「文 - 文化資源」；除了漳泉移民之外，過去鶯歌近郊還有原住民，清嘉慶時所挖的土牛溝除了又文化涵意外更形成了「景 - 景觀資源」。

4) 「文」 - 文化資源

關於「文」方面鶯歌相關資源非常豐富，過去因大科崁溪流經鶯歌，水量豐富因而靠水運運輸物品，這樣的水運文化來源於「地 - 自然資源」（大科崁溪流經與地勢關係），同時形成了很多其他資源，「土牛溝」與「渡船頭遺址」就是鶯歌具文化意涵的「景 - 景觀資源」；而這樣的水運資源讓早期鶯歌的陶瓷足以大量運輸至大台北地區，因此在「產 - 生產資源」方面對於陶瓷工藝亦有相當大的助益。

5) 「產」 - 生產資源

鶯歌的「產」根據文獻探討後歸納，包含了礦產、農產、陶瓷產業，而其中最引人注目的則是陶瓷產業，因此在與鶯歌陶瓷產業相關的資源有很多，如

「文 - 文化資源」方面有陶瓷師傅有大瓷手、中瓷手、小瓷手之分；目視柴窯中的陶瓷器而患青光眼的陶瓷老師傅；過去傳子不傳女的陶瓷文化；而相關的「景 - 景觀資源」則有「碗窯」、「十一間仔」、「窯場遺址」.....等；與陶瓷相關的「地 - 自然資源」則包含「尖山」（早期鶯歌陶土產地）、「謙記商場」、「互益煤礦」、「今敏煤礦」（過去鶯歌燒窯時使用煤礦）、「渡船頭遺址」（過去陶瓷的運輸出口）.....等；在「人 - 人的資源」方面除了過去漳州人與泉州人對陶瓷的貢獻外，還有從事陶瓷工作的陶瓷老師傅，及現在的陶瓷從業者及相關的組織團體。

由上述「地、景、人、文、產」資源選取與相關連結敘述中發現各項「資源選取」皆產生不同「資源類別」，如下表所歸納之「尖山」就包含了地、產、文、景資源；而在「資源細目」中亦發現某些造成不同資源的因子在其中重複出現，如煤礦與謙記商行、陶瓷都有關聯性。

(表 3-4) 鶯歌資源分類表 4

	資源類別	資源選取	資源類別	資源細目
鶯	地	尖山	地 - 自然資源	大自然所創造的山丘
			產 - 生產資源	盛產著陶瓷工藝製作時所需的土礦
			文 - 文化資源	鄭成功與其軍隊的傳說、清嘉慶年間漳泉械鬥、日據時代二甲九之役的戰場
			景 - 景觀資源	漳泉械鬥、日據時代二甲九之役形成鶯歌地區富人文教育意義的公墓
歌	景	謙記商行	景 - 景觀資源	日據時代所遺留下來的古蹟，建築具巴洛克風格且為當時難得一見的洋樓
			產 - 生產資源	煤礦
			文 - 文化資源	燒煤礦以製陶的鶯歌被稱為「黑鄉」
歌	人	漳泉移民	人 - 人的資源	鶯歌移民多為漳州與泉州人
			產 - 生產資源	泉州磁灶人善於拉坯，而福州人精於拉條
			文 - 文化資源	形成了鶯歌宗教信仰、製陶技術的不同，移民之初還引起漳泉械鬥
			景 - 景觀資源	清嘉慶時所挖的土牛溝
歌	文	水運文化	文 - 文化資源	大科崁溪流經鶯歌，水量豐富因此靠水運運輸
			地 - 自然資源	大科崁溪流經與地勢關係
			景 - 景觀資源	「土牛溝」與「渡船頭遺址」
			產 - 生產資源	水運資源讓早期鶯歌的陶瓷足以大量運輸至大台北地區
			產	陶瓷產業
			文 - 文化資源	大瓷手、中瓷手、小瓷手；患青光眼的陶瓷老師傅；傳子不傳女的陶瓷文化
			景 - 景觀資源	「碗窯」、「十一間仔」、「窯場遺址」等
			地 - 自然資源	尖山、謙記商場、互益煤礦、今敏煤礦、渡船頭遺址等
			「人 - 人的資源」	漳泉州人，從事陶瓷工作的老師傅，現在陶瓷從業者及相關組織團體。

由上述資源歸納中發現，將地方上的地域之光列出，再歸納是否包含其他資源便可得到充實的地、景、人、文、產地方資源資料。如以「尖山」、「謙記商行」、「漳泉移民」、「水運文化」、「陶瓷產業」五項鶯歌地方資源為例，可歸納出下表中相關地、景、人、文、產資源。這樣的方式不再侷限在觀光景點的分析上，而是以較具全方位的觀點來分析地方資源。在過去的地域振興或觀光規劃中，地域之光往往容易被「看見」的是可供遊憩的「地」與「景」的資源與可以被購買的「產」的資源，然而其他「看不見」的資源 - 「人」與「文」的文化精華卻被忽略。而這樣五大資源的分類法可讓地方規劃時訓練生活者參與構想，不論孩童或老者皆容易參與，並由「有形」或「無形」的生活中發現地方之光。

(表 3-5) 鶯歌資源分類表 5

	資源類別	資源細目
鶯	地 - 自然資源	大自然所創造的山丘
		大科崁溪流經與地勢關係
		尖山、謙記商場、互益煤礦、今敏煤礦、渡船頭遺址 等
	景 - 景觀資源	漳泉械鬥、日據時代二甲九之役形成鶯歌地區富人文教育意義的公墓
		日據時代所遺留下來的古蹟，建築具巴洛克風格且為當時難得一見的洋樓
		清嘉慶時所挖的土牛溝
		「土牛溝」與「渡船頭遺址」
	人 - 人的資源	「碗窯」、「十一間仔」、「窯場遺址」 等
		鶯歌移民多為漳州與泉州人
		漳泉州人，從事陶瓷工作的老師傅，現在陶瓷從業者及相關組織團體。
文 - 文化資源	鄭成功與其軍隊的傳說、清嘉慶年間漳泉械鬥、日據時代二甲九之役的戰場	
	燒煤礦以製陶的鶯歌被稱為「黑鄉」	
	形成了鶯歌宗教信仰、製陶技術的不同，移民之初還引起漳泉械鬥	
	大科崁溪流經鶯歌，水量豐富因此靠水運運輸	
	大瓷手、中瓷手、小瓷手；患青光眼的陶瓷老師傅；傳子不傳女的陶瓷文化	
歌	產 - 生產資源	盛產著陶瓷工藝製作時所需的土礦
		煤礦
	泉州磁灶人善於拉坯，而福州人精於拉條	
	水運資源讓早期鶯歌的陶瓷足以大量運輸至大台北地區	
	鶯歌的「產」最引人注目的是陶瓷產業	

(3) 小結

由上述「地、景、人、文、產」五大資源的案例中，可以發現各項資源有著程度不同的關聯性，盤根錯節之處並非將景觀列出再進行規劃即可將地域之華展現出來，許多地方資源在可視的範圍內無發呈現更深入的文化層面，如：對鶯歌文化不熟悉者在看到鶯歌石時，若無人告知其相關傳說，只能得知鶯歌石的位置及其狀似鸚鵡，而無法更深入的了解背後的傳說及文化內涵。如何呈

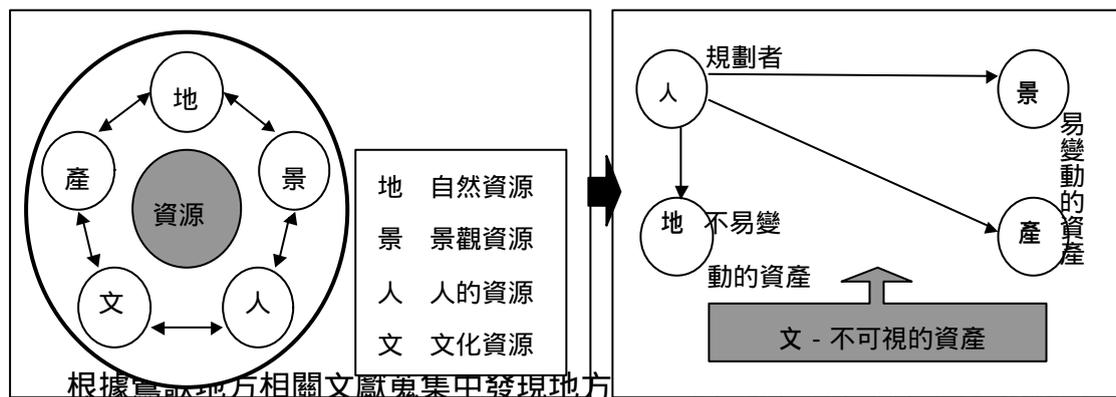
現更深入的文化內涵？此時就得靠居民及相關組織發揮巧思將它們串聯起來，展現出來。

地域之光的展現的方法並非一成不變，若以一成不變的方式展現，則易形成「譜」的產生，該用什麼樣的方法讓地方文化展現？此時規劃者的立場顯得重要。而目前，台灣地方振興工作的規劃參與者多為政府相關單位、民間組織團體、學者，地方居民的參與則相當少見。無論規劃者立場如何，對於現今鶯歌而言皆屬於「人 - 人的資源」，此處「人 - 人的資源」與上述「地、景、人、文、產」不同，指的是目前地方振興規劃時所能運用的人事資源，包含政府相關單位、民間組織團體、學者與地方居民。

3.總結

將「人的資源」團結起來的進而展現五大資源光芒，是「地方振興」的重點。而「人的資源」又以地方居民為首要，因為地方居民是地方真正的主人；另外「以傳統工藝振興地方」，所意涵的並非只有傳統工藝相關的地、景、人、文、產資源才可以被視為「地域之華」，而是運用傳統工藝為主軸，將地方與傳統工藝相關及與地方相關的「好地方」找出來，「找出來」的首要目的是為了讓家鄉更好，傳統工藝更能延續，其次才是讓喜歡家鄉「好地方」的人士共襄盛舉，因此地方生活者的角色益顯重要。以下將以生活者（居民）與規劃者為立場及出發點，將鶯歌地、景、人、文、產資源作連結。

(圖 3-24) 地景人文產資源運用說明圖



些為「可視的資產」，而有些是「不可視的資產」。可視的資源包含「地」、「景」、「產」三項資源，而「不可視的資產」則為地方的「文」 - 文化資源，以下為歸納與說明：

1) 「可視的資產」

a 「地」 - 「不易變動的資產」：

「地」依宮崎清教授的原始定義為「自然資源」，所謂自然資源根據鶯歌資源探討後再定義為自然山岳、河川等地理現象，這些地理現象最初為吸引居民定居的要素，也影響的後來的發展，因此在地方資產中為「不易變動的資產」，如鶯歌的尖山、大科崁溪、甚至於埋藏在地底下的資源，如未挖掘的土礦、煤礦等。

b 「景」、「產」 - 「易變動的資產」：

人因「地」的資源而選擇定居於地方上，加上生活文化累積形成了「景」與「產」。根據鶯歌資料蒐集，「景」與「產」有具體型態呈現，是地方上容易被注意之處，因此將這些「景」與「產」在地方資源的再定義為「可視的資產」；此兩種資源的產生乃隨地方生活文化而產生，如鶯歌的景 - 渡船頭遺址、鶯歌石、碧龍宮、謙記商行、鶯歌老厝、窯場遺址等；而鶯歌的產則為漳泉移民帶來的陶瓷工藝、與當時燒窯及生活需要的礦產等。「景」與「產」隨著「人」與「地」的變遷而有所更改，如日據時的鶯歌房舍為平房氏老厝與巴洛克式洋房，現在則為鋼筋鐵架式的高樓大廈，過去的煤礦生產也因生活需求的不同而逐漸減少。

2) 「不可視的資產」

a 「文」 - 各項資源的靈魂：

地方「文」的產生乃地方上的人運用「地」的資源創造「景」與「產」的過程，這些過程是地方上的發展歷史文化、地方生活文化以及地方風俗與宗教信仰。因此「文」的產生是地方上的「人」與「地」、「景」、「產」運用、交錯、產生的過程。在鶯歌，居民運用陶土與煤礦燒製出著名的鶯歌陶瓷，產生了鶯歌陶瓷文化；尖山因為地處高處，形成的各項戰役中的制高點，當地因此富有許多戰役事蹟；因煤礦的開採，使得「謙記商行」、「互益煤礦」、「今敏煤礦」因而產生，代表當時的歷史背景及生活文化。然而這些文化面都是鶯歌「地」、「景」、「產」資源背後的意涵，這些意涵如同這些資源的靈魂，如果只有將「可視」的部分展現，則無法讓鶯歌地域之光完整呈現。

b 「人」 - 規劃者：

人的資源或許包含過去漳泉移民、陶瓷相關師傅.....等，在資源的發掘中都容易被文化層面或是產業部分提及，因此在此處不另說明。然而根據上一章節文獻探討中認為地方振興或規劃的人力資源包含政府機構、企業產業、生活

者與其他，是整合地方資源及運用的主要資源，而其中居民乃是地方人力資源之首要。根據上述「人」資源的定義，將「人」資源再定義為「規劃者」的定義，這樣的規劃者是所有地方資源運用的決策者，將有權與能決定地方振興的方向與資源運用的取捨。

	資產再定義	定義分項	資產類別
地方 資 源	可視的資產	不易變動的資產	地
		易變動的資產	景
			產
	不可視的資產	各項資源的靈魂	文
		規劃者	人

(表 3-6) 鶯歌資源分類表 6

地方資源的「尋找」與「運用」是地方振興重要的項目，而「地、景、人、文、產」的分項，根據上述分析認為是鶯歌地方資源找尋與歸納適合的方法，以此方法可以將目前鶯歌的資源與以分類，分類後再依其性質地盡其利，進而物盡其用。規劃者如何將不可視的資源運用與展現，將可視的資源選取極富與文化靈魂，這方面的工作為擁有自發性以後的鶯歌生活者所應注意的。究竟鶯歌實際的發展情形如何？居民自發性程度為何？人力相關資源如何規劃鶯歌地、景、人、文、產資源，讓鶯歌成為鶯歌人的驕傲？在資源分類後陶瓷之鄉所產生的光與影及規劃者如何進行規劃鶯歌，實際相關資料的蒐集成為下章節中重要的研究部分。

第四章 實地訪查—「鶯歌，台灣的景德鎮」

第一節 鶯歌目前發展狀況

1-1 鶯歌目前硬體建設

- (1) 教育方面
- (2) 交通方面
- (3) 文化方面

1-2 鶯歌目前軟體建設

- (1) 軟體建設的實質涵義
- (2) 鶯歌的軟體建設 - 關於人的建設

1-3 地方組織與鶯歌

- (1) 陶瓷活動 - 鶯歌陶瓷嘉年華會
- (2) 地方組織與鶯歌

1-4 小節 - 鶯歌的軟體建設與軟體時代來臨的迷思

第二節 問題尋求與印証 - 實地訪談

第一次深入訪談

- (1) 訪談問題設定
- (2) 訪談時間、地點、對象
- (3) 第一次訪談內容分析

主題一 政府相關單位與地方組織的定位點

主題二 為了展現政績而忘了保護文化的上級

主題三 阻塞的溝通 上級與底層的意見交流的運行及實踐

主題四 自發性何在

主題五 逆流而上的陶瓷工藝產業 鶯歌陶瓷行業的困境

- (4) 小結

第三節 問題尋求與印証 - 第二次深入訪談

(1) 訪談時間、地點、對象

(2) 第二次訪談問題設定

(3) 第二次訪談內容分析

主題一 鶯歌陶瓷組織與其成立時間

主題二 老街的起源與組織成立

主題三 內發性而後引起外發性 陶瓷老街的整修

主題四 組織與居民之間的問題

主題五 居民與政府之間的問題

主題六 觀光後遺症

主題七 軟體建設問題層出

(4) 小結

第三節 總結

1-1 訪談結論

(1) 鶯歌與陶瓷方面

(2) 居民與地方組織方面

(3) 鶯歌與地方組織方面

第四章 實地訪查—「鶯歌，台灣的景德鎮」

鶯歌目前為台灣陶瓷生產最大出產地，因陶瓷產量之大而得其「台灣景德鎮」之美譽；種類之多而被稱為「陶瓷百貨公司」。對於鶯歌的歷史資源與陶瓷產量、種類的豐碩等等相關文獻探討皆有所提及，然而若欲尋找更深入的居民意識資料卻相當缺乏。但鶯歌與陶瓷的發展，地方居民意識為鶯歌地域振興之首要，因此實地訪談與觀察成為下一步驟資料蒐集的主要來源。

在上章的文獻探討中，鶯歌及鶯歌陶瓷相關探討主要著重於過去「鶯歌文化」影響下所產生的地、景、人、文、產資源，對於目前鶯歌建設狀況較無提及。然而隨著近年來本土文化風潮與週休二日觀光風氣盛行，中央與地方政府於鶯歌投注了大量的建設規劃心血，地方居民也組成地方組織參與活動。這些現象的了解均為實地訪談與參與的必要前奏，因此本章節將由鶯歌目前發展狀況導入，再行歸納鶯歌之光（資源）與影（問題），進而以實証方式尋找問題緣由與解答。

第一節 鶯歌目前發展狀況

在地方建設上若將地區（即鄉鎮或鄉村）視為「硬體」，而居住在此地的居民則稱之為「軟體」⁵²。以居民為主的「居民時代」已經來臨，對人們而言，代表身在鄉鎮中的人所需要的已經和從前不同了，因為今天鄉鎮、地方建設的對象並非市街或設施等硬體，而「硬體」如道路、建築物設施、學校企業或工廠等，只是目的物，那些是人們對於「鄉鎮建設」、「地方建設」的意識所創造出的結果。

在鶯歌陶瓷傳統產業與文化的振興也是如此的，如何規劃使鶯歌陶瓷的傳統工藝產業的內涵由內而外的展現，解決產業與地方問題迎接「居民時代」的到來，除了生活者、行政與產業企業三者緊密聯繫，以彼此互相信賴為基礎，盡心地努力之外，生活者（鶯歌居民）的自發性才是使地方展現陶瓷文化產業展現內涵的主動力。因此本節所述「鶯歌發展狀況」內容以軟體建設為主，硬體建設為輔，探討鶯歌發展狀況，作為訪談問題歸納之依據。由於實地訪談與參與時間於民國 88 年(西元 1999 年)12 月開始進行，因此此處所探討的鶯歌建

⁵² 簡言之即是從前人們僅重視硬體的建設，造成高樓大廈林立或水泥森林的城鄉建設，而今天，配合自己的生活來建設自己的住宅和城鄉的意識，已在人們心目中紮根，就某個意義來說，感覺上已然是進入了以人為中心的軟體時代。（內發性的鄉鎮建設/翁徐得、洪文珍譯）

設皆以此時間前的發展為主，以下將由外（外在可視的硬體建設）而內（內在之軟體建設）為序，歸納鶯歌地方建設的成果。

1-1 外在之光 - 鶯歌目前硬體建設

過去台灣的地方建設多半集中於硬體建設方面，硬體建設重點由基礎民生需要到許多公共生活建設措施，此現象存在於台灣各地，鶯歌亦然。但除去一般地方建設需求，在本土文化潮流、觀光遊憩風氣盛行的之下，鶯歌集地利之便（近台北都會區）、工藝產業之益（富有陶瓷產業）、交通運輸系統之四通八達……等，迅速成為政府機關與首長、報章雜誌媒體、觀光遊憩人群、學術研究、商業營利的注目焦點，因此在政績、觀光、經濟、文化的種種考量之下，鶯歌許多觀光遊憩、文化傳承類型之硬體建設應聲而出，根據鶯歌縣議員蘇有仁之問政成績單⁵³中「台北縣政府於民國 77 至 90 年度已執行執行中補助鶯歌鎮經費合計一覽表」發現鶯歌過去 13 年內所著重的建設項目有 - 觀光、停車、教育、交通、排水、堤防、公共、環保、美綠化、農業、文化、其他等 12 項，其中教育、交通、文化為所資金費最高之前 3 名，以下為此表詳文：

(表 4-1)台北縣政府於民國 77 至 90 年度已執行執行中補助鶯歌鎮經費合計一覽表

項目	年度	經費(新台幣元)
觀光	79-89	4760,0000
停車	86-88	1,1970,0000
教育	79-90	25,4659,9000
交通	78-88	16,9631,6655
排水	79-88	2,8934,4800
堤防	85-88	1,1890,0000
公共	81-87	2,5956,9260
環保	83-88	2632,3526
美綠化	79-87	4783,5562
農業	79-87	1276,8862
文化	77-89	4,3656,0143
其他	80-88	8842,6000
總計		56,8994,3808

下數為所資經費最高前三名之細目：

⁵³ 鶯歌地區民國八十八年農民曆(訪談取得)

(1) 教育方面：

包含永吉國小、建國國小、鶯歌文小、鶯歌高職、尖山國中、鳳鳴國中之校舍新建工程及教學設備，其中值得注意的是其中資費最高項目為鶯歌高職，所資經費為新台幣 12,7121,2000 元。主要原因除了鶯歌高職為新設學校，為鶯歌最高學府之外，更可由其中了解政府對鶯歌高職的重視程度。

(2) 交通方面：

交通方面的建設包含鶯歌鎮環河道路與新關工程與運動公園對外聯絡道路工程、鶯歌、樹林樂社焚化廠道路（114 線中正一路）後續拓寬工程、鶯歌陶瓷老街改善工程、鶯歌陶瓷老街行人徒步區工程、鶯歌鎮北陶 83 線（中正三路）用地工程費、都市計劃區外村里聯絡道路改善工程。其中鶯歌老街相關工程所資經費共為新台幣 3,3405,0000 元，皆比其他項目高出相當多的數目，因此由此處顯示政府對於鶯歌陶瓷老街整修相當注重。

(表 4-2)鶯歌教育工程類別與預算表

項目	工程類別	經費(新台幣)
教育	永吉國小第一期新建校舍工程	2,0200,0000
	建國國小新建校舍工程	2,4000,0000
	鶯歌文小二新建校舍工程	4,5000,0000
	鶯歌高職新建校舍工程及教學設備	12,7121,2000
	尖山國中新建校舍工程及教學設備	1,3008,7000
	鳳鳴國中之新建校舍工程及教學設備	2,5330,0000

3) 文化

方面：

在文化方面，資料顯示工程類別僅為鶯歌陶瓷博物館工程預算，而無包含其他項目，此項目所資經費為新台幣 220,0000 元，且當時依然為「執行中」之項目，因此經費有提昇的可能。

(表 4-3)鶯歌交通工程類別與預算表

項目	工程類別	經費(新台幣)
交通	鶯歌鎮環河道路與新關工程與運動公園對外聯絡道路工程	2,1298,3538
	鶯歌、樹林樂社焚化廠道路（114 線中正一路）後續拓寬工程	1,0500,0000
	鶯歌陶瓷老街改善工程	1,0000,0000
	鶯歌陶瓷老街行人徒步區工程	2,3405,0000
	鶯歌鎮北陶 83 線（中正三路）用地工程費	1,8263,0000
	都市計劃區外村里聯絡道路改善工程	1424,0000

由上述資料中了解，在前三項建設項目各首要類別分別為「鶯歌高職」、「陶瓷老街」、「鶯歌陶瓷博物館」，而此三項皆與陶瓷產業具有直接關聯性。而此三者亦是近年來鶯歌三大硬體建設，這三大硬體建設皆具有全國獨一無二的性質，諸如「鶯歌高職」的創建主因是為了教育傳承陶瓷工藝，為國內第一所地方傳統工藝傳承為旨的地方學校；鶯歌「陶瓷老街」是鶯歌陶瓷從事陶瓷生產百年來的集散地之一，經歷經濟部商業司三年商圈更新再造輔導⁵⁴；鶯歌陶瓷博物館則是創造台灣第一個「活體陶瓷產業博物園」⁵⁵，這三項硬體建設顯示了鶯歌的硬體建設已經從傳統的基礎生活建設進階到文化建設，說明了在鶯歌陶瓷文化的重要性，與台灣的硬體建設已經往地方文化與本土化的方向「升級」當中。

這些硬體建設的「升級」牽涉到地方文化層面，而地方文化除了地方上的「物」的建設外，「人」與「事」的建設更是不可或缺，因為地方文化是由地方上的「人」、「事」、「物」經歷時間的淬煉所組合而成，「物」可運用外在硬體建設使其趨近完善，但「人」與「事」方面的建設則牽涉到居民心理層面的建設，這樣的建設稱為「軟體建設」，而軟體建設唯有由從「人心之華」提昇的根本做起，才能使地方人與事的建設更完整。

硬體建設方面整體而言，鶯歌已相當完整，這與台灣政府長久以來不斷著重地方硬體建設的功勞有關，但隨著硬體建設的趨於完善，軟體時代也緊接著而來。依據文獻探討後認為以居民為主的「居民建設」若有相當程度的完整，「人心之華」的建設亦有正面的提昇，而「人心之華」的建設與營造對於地方居民的自發性與地方工藝產業（地方之光）的振興都有幫助。由此推論鶯歌的軟體建設程度將影響居民自發性程度，以下將以書面資料蒐集進行歸納，尋找出鶯歌「居民建設」。

1-2 內在之光 - 鶯歌目前軟體建設

居住在此地的居民稱之為「軟體」，而「硬體」則如道路、建築物設施、學校企業或工廠等。相關研究中並無特定的規則與說明社區建設中何種項目為「硬體」，何為軟體「軟體」。所謂「硬體」如同地方學校、道路等外在表徵之象徵物，它是展露於外具有形體的建設，因此容易規範其範圍。

⁵⁴ 財團法人中為發展中心，2000。商街新代誌。經濟部商業司 2000 年 5 月號，P1；P12

⁵⁵ <http://210.241.84.193/P1-05.htm> 陶博館簡介

然而軟體則不同，相關研究中指 - 『居住在此地的居民則稱之為「軟體」』⁵⁶，但何謂「居民」？相關研究並無確切指出。

(1) 軟體建設的實質涵義：

然而經過文獻探討後認為，若要闡述地方硬體與軟體的意義，由兩者之間相互關係進行討論將易得到客觀之答案。經過分析與歸納後將「硬體」與「軟體」轉化為地方中的「外在之光」與「內在之光」。若以文獻探討中的「地、景、人、文、產」（宮崎清，1994）⁵⁷作分野，「外在之光」如同地、景、人、文、產資源敘述中的可視資源，而「內在之光」則如同貫穿所有資源的文化資源。若以實質建設之行動與意識來講，「外在之光」則為「行動所呈現的實質展現」，「內在之光」則為「展現行動所支撐的托體（意識）」而這樣的意識是必須透過居民所思考認同的。因此綜合論之，硬體建設為 - 「將地方資源透過行動具體呈現建設」，而軟體建設為 - 「建設有創造與運用地方資源能力的居民」。

(表 4-4)硬體建設與軟體建設意義分析表

建設類別	轉化意義	資源分類	行動與意識的轉化	綜合結論
硬體建設	外在之光	可視資源	行動所呈現的實質展現	將地方資源透過行動具體呈現建設
軟體建設	內在之光	文化資源	展現行動所支撐的意識	建設有創造與運用地方資源能力的居民

透過文獻探討認為早期台灣的地方建設為「硬體建設」為主；其次是「硬體建設」為主，「軟體建設」為輔；而期望未來能以「軟體建設」為主，「硬體建設」為輔，讓居民的意識引導整個地方建設的走向。在鶯歌目前仍是以硬體建設為主，在上述「台北縣政府於民國 77 至 90 年度已執行與執行中補助鶯歌鎮經費合計一覽表」中與軟體建設相關事項幾乎無存，然而實際上鶯歌並非完全沒有以「居民」建設為主的軟體建設，只是在相關書面資料蒐集中確切說明者較少，但依然可以從資料蒐集中得到「類似」軟體建設的資料，這些資料諸如鶯歌每年都會舉辦大型的鶯歌陶瓷嘉年華會，且鶯歌有「似」居民所組成的地方組織。依常理判斷這樣的活動與組織與居民自發性建設或多或少有所關

⁵⁶ 簡言之即是從前人們僅重視硬體的建設，造成高樓大廈林立或水泥森林的城鄉建設，而今天，配合自己的生活來建設自己的住宅和城鄉的意識，已在人們心目中紮根，就某個意義來說，感覺上已然是進入了以人為中心的軟體時代。（內發性的鄉鎮建設/翁徐得、洪文珍譯）

⁵⁷ 社區總體營造的理論與實例 2。行政院文化建設委員會。P15

聯，但實際情況為何？在研究進行訪談前國內外相關研究尚無完整與確切的研究說明。

然而，軟體建設是目前鶯歌地方建設在整體比重上所缺乏的，這樣的建設關係著鶯歌未來是否能夠邁向「鶯歌人的鶯歌」之路前進，如何讓「軟體為主，硬體為輔」？如何建設地方「軟體」- 居民？使其對鶯歌地方由冷漠到關心，由關心到熱心，由熱心到有能力決定自己家鄉的方向，是未來鶯歌與台灣地方與地方產業振興課題中所需重視的，更是本研究所欲探討的重心。

(2) 鶯歌的軟體建設 - 屬於鶯歌的「居民建設」

在鶯歌關於人心的建設較令人矚目的是地方組織的存在與各類型陶瓷活動的舉辦。在組織方面根據資料蒐集發現在鶯歌與陶瓷專刊、相關宣傳刊物、網際網路上能見到幾個較常出現的組織名稱，這些組織如「鶯歌陶瓷藝術發展協會」、「鶯歌陶瓷文化觀光發展協會」、「陶瓷工會」、「中華民國陶瓷工會」.....等；甚至在研究初始資料搜尋時亦曾與「鶯歌文史工作室」相關人員有所接洽，由上述組織可發現鶯歌存在著許多與陶瓷產業相關之組織，這些組織的運作形式與組成元素為何？與鶯歌軟體建設 - 人心的建設有何關聯？與地方居民自發性有何關聯？「居民與組織」、「組織與組織」、「組織與政府」、「居民與政府」之間的關係究竟如何？對地方與傳統工藝振興究竟有何幫助？這些在在都是急迫於尋求解答的問題。

另外，陶瓷活動方面，鶯歌近十多年來每年皆有大型的陶瓷活動展覽，這樣的展覽對於鶯歌地方的「居民建設」是否有所幫助還是僅止於陶瓷商業行為的買賣這亦是下列探討項目之一。

1-3 鶯歌的軟體建設 - 陶瓷活動與地方組織

(1) 陶瓷活動 - 鶯歌陶瓷嘉年華會

近來鶯歌陶瓷相關活動舉辦頻繁，其中規模最大者為一年一度「鶯歌陶瓷嘉年華會」。陶瓷嘉年華會舉辦起始根據鶯歌相關文獻⁵⁸記載乃始於民國 75 年（西元 1986 年），因經濟不景氣在鶯歌鎮長詹清火先生的支持下，為了使景氣復甦，而提辦了鶯歌陶瓷展（即現在的鶯歌陶瓷嘉年華會），開始成效不彰，報名廠商不多，缺乏經費支持，知道的人也不多。次年，由鶯歌獅子會出面承辦，規模依然很小，陶瓷展的性質停留在「趕集」的型態，陶瓷活動猶如陶瓷大拜拜似的，商業意味濃厚，遊客參觀後，根本查覺不出來有何特色，因此引起鶯歌地方關心與重視。第三屆後由青商會主辦，地方組織成立後也都會加入協辦角色，形成鶯歌一年一度的陶瓷嘉年華會。

(2) 地方組織與鶯歌

嘉年華會的舉辦，亦促使了鶯歌地方居民的團結意識。根據鶯歌相關資料記載⁵⁹民國八十四年（西元 1995 年）當時的鶯歌鎮長許元和先生所籌辦的嘉年華會為七十五年至當時最為成功之代表。屆年陶瓷嘉年華會李登輝總統曾親來參訪，陶瓷老街的名聲，才漸漸傳播開來。民國八十四年時（西元 1995 年）陶瓷同業們意識到，需要團結起來，共同宣導促銷，老街才會有更好的遠景。經過籌畫，於八十四年（西元 1995 年）12 月 16 日成立了「鶯歌陶瓷藝術發展協會」，首創會長為在鶯歌土生土長的陳文溪先生，理事長為許玗杰先生，至今會務運作正常，發展順利，每年都會舉辦與陶瓷藝術相關的活動，如每年春假期間，均舉辦鶯歌陶瓷文化週活動，宣揚地方特色；每年寒假舉辦『金鶯杯』中小學生陶藝創作比賽，培養青少年藝術傳承工作，落實文化紮根工作。

民國八十五年（西元 1996 年）「鶯歌陶瓷藝術發展協會」獲得經濟部商業司的輔導，由中衛發展中心負責執行，擬定將老街規劃為商店街的模式，美化商品陳設。陶瓷老街全長約 250 公尺，實施交通管制，適合遊客徒步觀賞、購物的需求。根據文獻蒐集認為「鶯歌陶瓷藝術發展協會」對於鶯歌及老街的貢獻頗大，且協會組織完善、健全。因此本研究將它擬為鶯歌地方組織探訪對象，期望藉此蒐集更多鶯歌以鶯歌居民為主的軟體建設相關資料。而其他的鶯歌地方組織團體規模完整者亦多，如『鶯歌文化觀光發展協會』、『陶瓷工會』、『鶯歌文史工作室』……等，根據資料蒐集顯示，這些組織對於鶯歌陶

⁵⁸鶯歌巡禮。鶯歌鎮公所，p 176-178

⁵⁹鶯歌巡禮。鶯歌鎮公所，p 176-178

瓷活動的參與及推動都有相當程度的幫助。然而本研究因時間與經費問題，無法就各組織團體一一詳盡研究，因此選取當時（研究調查初始 - 西元 1999 年 12 月）正作老街重整工作之『鶯歌陶瓷藝術發展協會』作為鶯歌軟體建設資料之蒐集及其他相關問題之探尋起點。

1-4 小結 - 鶯歌的軟體建設與「居民時代」來臨的迷思

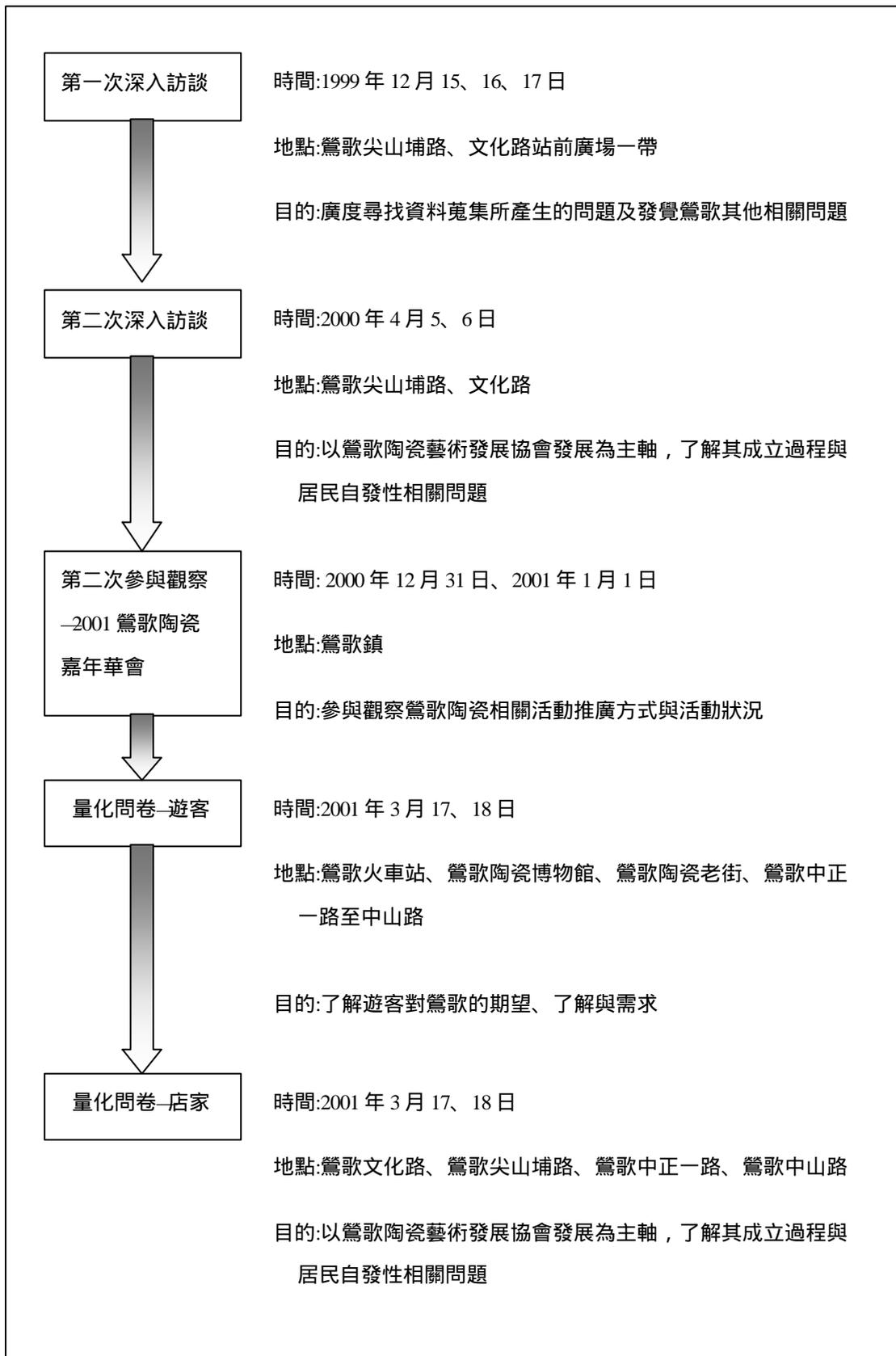
因研究需求，關於鶯歌硬體建設方面已無深入探討之必要性，所著重的部分在於軟體建設部分。由於鶯歌軟體建設資料短缺，但軟體建設部分與地方居民自發性、地方傳統工藝振興關聯緊密，因此有實地資料蒐集的必要。在理論的闡述上，未來地方應是「軟體時代」 - 「居民時代」，但以目前台灣地方建設的進度而言，似乎尚有距離。近年來隨著本土意識高漲，台灣各地方居民意識已逐漸抬頭，但若要完全以地方居民自發性力量主導地方建設，實有困難。過去「精英式」的領導方式與「以上制下」的地方建設導向，使得台灣軟體時代來臨的遲緩。在書面文獻蒐集方面發現鶯歌亦是如此，而實際的情形如何則有待接下來研究發現。

在一波波國外新思潮如「社區總體營造」、「地方建設」、「產業振興」、「產業文化化，文化產業化」的呼聲下，鶯歌與台灣其他富有地方文化資產的地區該如何創造與迎接「軟體時代」 - 居民時代的來臨，將是實地探討資料蒐集後所著重的地方。

第二節 問題尋求與印証 - 第一次深入訪談

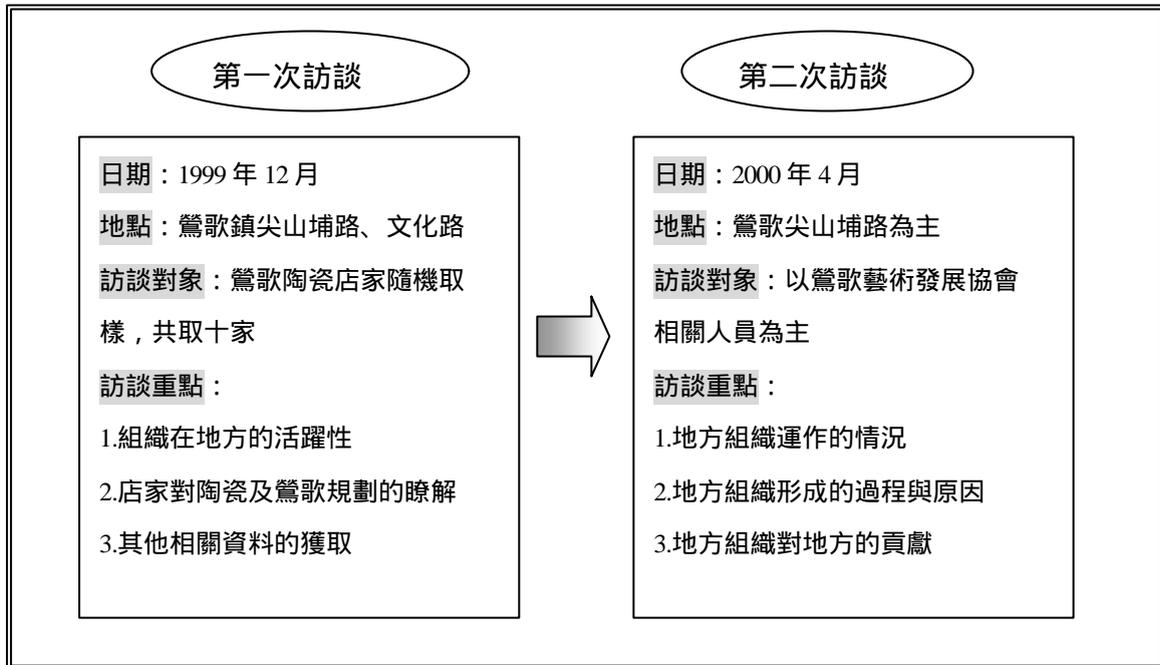
鶯歌的實際狀況由於書面資料中也不甚清楚，因此實地探討成為最迫切需要的進行重點，於是進行實地訪談與實地參與。由於初次訪談屬於方向探討階段，因此所設立問題與訪談目標以廣度探討為主，主要針對鶯歌政府規劃與民間組織活動及陶瓷店家對鶯歌及陶瓷心得與未來期望；第二次訪談主要以陶瓷組織的深入瞭解為主，期望更清楚的瞭解鶯歌地方組織的形成與運作狀況。

根據現有文獻與國內外相關文獻探討，依需求、地理位置、人文歷史、政治策略等因素，選擇以鶯歌為研究之案例。據研究需求，調查所進行的實地訪查共計五次，其中「深入訪談」共計兩次，「參與觀察」共計一次，「量化問卷調查」共計兩次。時間由 1999 年 12 月至 2001 年 4 月，歷時一年又五個月。以下將以時間順序為主軸，將訪談、觀察、與問卷調查之時間、目的、結果與結論依圖表及詳文敘述。訪談時間、地點、目的程序圖：

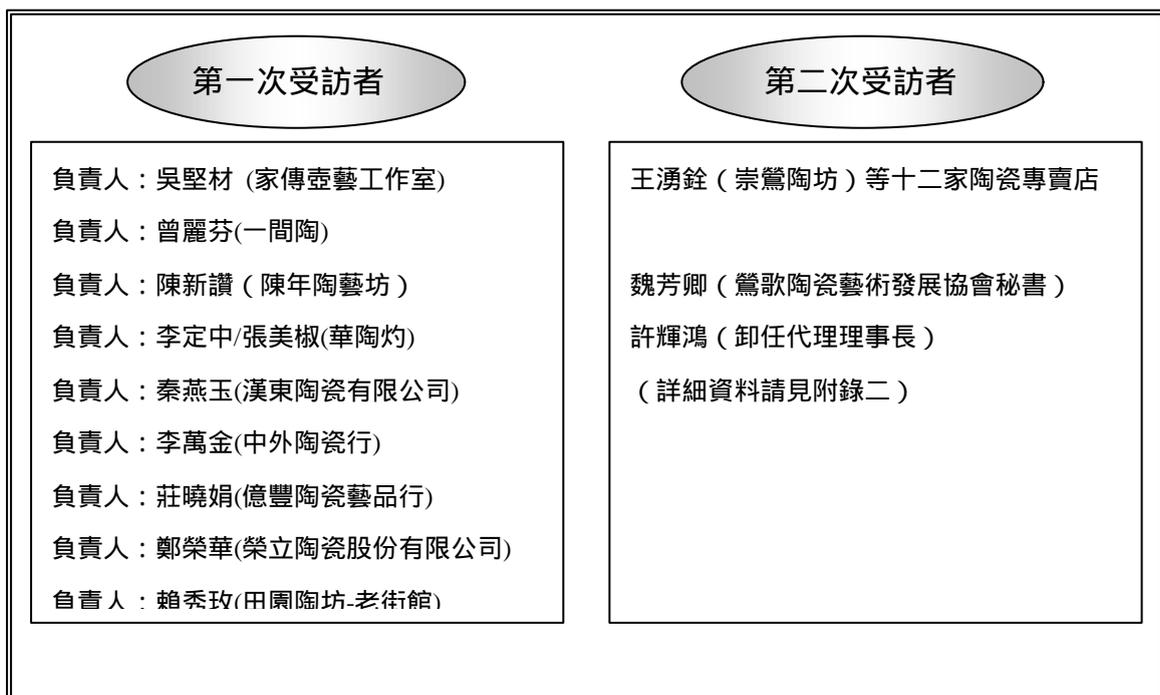


(圖 4-1)訪談時間、地點、目的順序圖

初次訪談時對鶯歌及研究著手處尚未十分確定，屬於方向探討階段，因此所設立問題與訪談目標主要針對鶯歌政府規劃與民間組織活動及陶瓷店家對鶯歌及陶瓷從前心得與未來期望等大範圍為重心；而第二次主要則以陶瓷組織的深入瞭解為主，期望更清楚的瞭解鶯歌地方組織的形成與運作狀況。以下是兩次深入訪談的示意圖：



(圖 4-2)第一、二次訪談說明表



(圖 4-3)第一、二次訪談人事資料圖

第一次深入訪談

由「傳統工藝產業」與「社區總體營造」相關研究發現，社區總體營造對地域振興中「地方傳統工藝振興」方面有所詮釋。相關研究認為，居民的自發性為「人心之華」⁶⁰而富有人心之華的地方及其居民才有將地方精華 - 「地域之華」充分展現的可能性。而研究根據鶯歌相關文獻調查發現，在鶯歌有許多地方組織，這些組織如鶯歌文史工作室、觀光文化發展協會、陶瓷藝術發展協會等，都具有相當規模；且在鶯歌，每年都有固定與不固定的大小陶瓷展，而這些陶瓷展與地方組織似乎有所關聯。究竟在鶯歌從事陶瓷的居民是否具有自發性的「人心之華」，而陶瓷組織在地方上扮演何種角色，鶯歌的規劃是來自政府機關還是地方組織甚至由地方自己規劃……等。這些鶯歌規劃的初步了解，組織的角色窺探，還有社區總體營造的手法在地方工藝振興上可能的運用。因此將以下列三個方向「陶瓷店家」、「地方組織」、「政府」為問題分項，作為訪談與討論重點。

(1) 訪談問題設定

在相關文獻探討與資料蒐集分析後，對於鶯歌產生了下列問題，這些問題將作為第一次深入訪談的主要問題點：

1) 陶瓷店家：

- a 鶯歌陶瓷的保存於推廣，地方上最基層的分子-地方居民自發性程度
- b 鶯歌陶瓷商家對陶瓷生存、保留、文化內涵推廣的意願與態度

2) 地方組織：

- a 鶯歌有哪些地方組織
- b 鶯歌地方組織運行成效
- c 地方組織與居民間的互動

3) 政府單位：

- a 中央與地方政府對鶯歌的重視程度（就居民意見而言）
- b 地方組織與政府之間的互動

問題點釐清後，展開第一次的調查工作。問卷主要以上述問題為主軸，採較開放式的訪談方式。「開放式」⁶¹的訪談方式受訪者可以較不受限制的發表自己的意見，而不完全侷限於所列的問題。這樣的方式目的在於蒐集更多與鶯

⁶⁰社區總體營造的理論與實例 2。行政院文化建設委員會，P38

⁶¹周文欽、高勳芳、王俊明，1996。研究方法概論。國立空中大學

歌陶瓷發展及地方組織更多的相關資料。此次訪談的結果將有助於研究資料的蒐集與問題的釐清，屬於前置階段的廣度調查。

(2) 訪談時間、地點、對象

在資料蒐集、探討與問題釐清後，開始進行深入訪談。以下為第一次訪談時間地點與對象說明：

- 1) 訪談時間：西元 1999 年 12 月 15、16、17 為期三天
- 2) 訪談地點：鶯歌文化路、鶯歌尖山埔路（陶瓷老街）
- 3) 訪談對象：陶瓷店家，共計十家

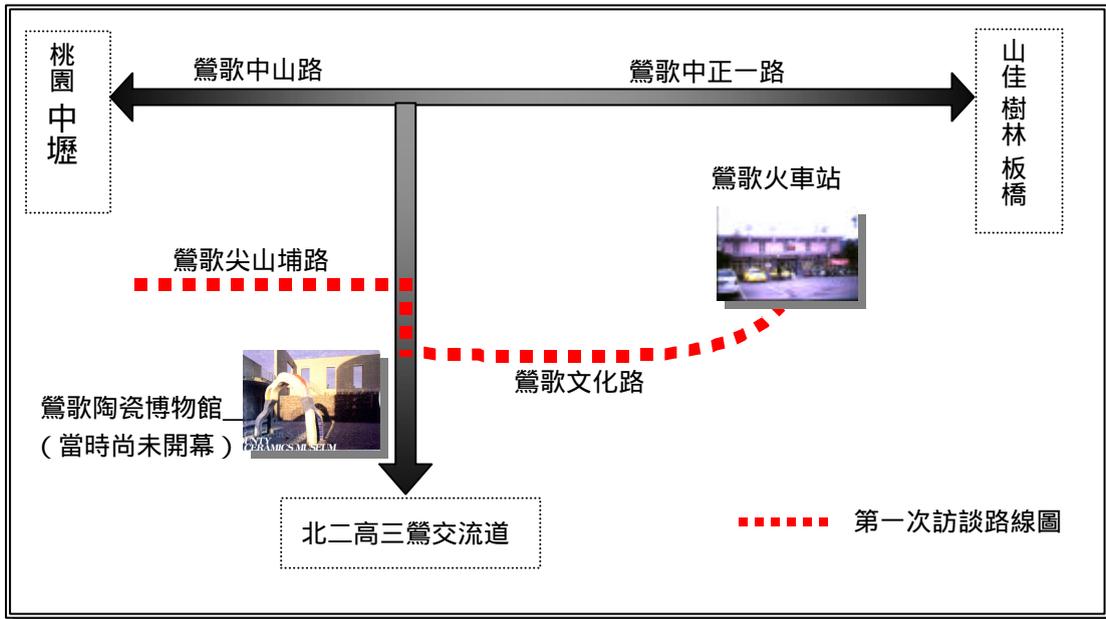
訪談時間的選擇為資料蒐集與探討後問題釐清因素外，另一因素為鶯歌每年十二月底至次年一月初都有一年一度陶瓷嘉年華會的舉辦，此嘉年華會為鶯歌地方組織與陶瓷店家、地方政府合作參與之大型陶瓷活動，而訪談的重點在於尋求鶯歌地方居民對於鶯歌與地方組織及政府建設方面的探討，因此認為此時期（嘉年華會籌辦時期）為了解鶯歌居民與地方組織及政府之間互動最佳時期。另外訪談對象以居民為主，而鶯歌居民及組織與陶瓷產業息息相關者以鶯歌陶瓷店家為最，因此訪談對象選擇以陶瓷店家為主。而地點選擇則因地緣關係，以火車站（位於鶯歌文化路上）附近陶瓷店家與「鶯歌陶瓷藝術發展協會」成員主要分布地點 - 鶯歌尖山埔路為兩大據點，進行為時三天的訪談。

(3) 第一次訪談內容分析

鶯歌是個看來樸實的小鎮，從火車站前的文化路便可感受到，文化路是條僅容車子雙向通行的小街道，街道上的房屋大多數不超過兩層樓，而鎮公所就位於其上，一出車站可以看到的是一家家的陶瓷商店，據資料顯示 1993 年時台北縣工商業登記簿所記，鶯歌鎮陶瓷業在鶯歌就已經佔了約 70 % 之重⁶²。訪談由在火車站旁「站前廣場」開始進行，站前廣場是為文化路路旁一排陶瓷店家家，約有七至八家左右。接而以尖山埔路（俗稱的老街，在第一次訪談期間，

⁶² 民國 60 年底中油將天然氣接到鶯歌，取代了原先的燃煤，提高了陶瓷器的燒成率，而且也吸引了許多大型建材磁工廠的設立。再加上連續建築業及對外貿易的快速成長，廠商紛紛自西歐引進最新式全自動的窯爐生產設備，使原先勞力密集性的產業，逐漸轉變成資本密集型的產業。民國 68 年第二次石油危機之後，燃料費佔陶瓷工業製造成本從民國 63 年的 5 %，提高到 15 % 左右，到了 70 年更提高到 25 %。迫使業者紛紛在如何提高燒成率及降低燃料成本上下工夫，尤其是在這以後設廠的工廠，對這更是重視。根據民國 82 年的台北縣工商登記簿所記，鶯歌鎮全鎮的非金屬工業有 701 家，佔全縣的 69.61 %，可見陶瓷業對鶯歌鎮而言是一重大之工業。（台北市都市環境研究學會/鶯歌國際陶瓷城規劃/1996）

鶯歌老街正在進行大規模的整修)為另一據點。訪談取樣方式依據店家數量與店家類別選取(因期望訪談對象多元化,盡量以不同經營方式及陶瓷種類者為考量),文化路共計三家,尖山埔路共計七家,共取十家。以下為第一次訪談進行路線說明圖:



(圖 4-4)第一次訪談路線圖



(圖 4-5)鶯歌站前廣場



(圖 4-6)鶯歌火車站



(圖 4-7)火車站前文化路



(圖 4-8)鶯歌陶瓷老街入口

為了使一些議題清晰化，以下的訪談說明不擬將所有的意見分陳，而將不同立場的受訪者論述粗略地呈現，自其異同中發掘一些值得進一步思考的問題點。針對這些問題的癥結點，篩選出較具代表性或對立性的說法，並在這些相互對立且澄清的過程中，顯現進一步探討的主題。以下粗體字為受訪者所言，當文中使用()的符號時，表示筆者對這句詞語的解釋，使用 **符號**時，是對情境的補充說明。以下為第一次深入訪談所獲資料與問題點以五大主題歸納：

主題一 政府相關單位與地方組織的定位點

當進行訪查時問到 - 每年陶瓷活動的舉辦由哪些單位主辦時，發現大部分的商家都會回答：「政府和私人都有」，所謂私人所指的是由地方人士因某些因素而組織的團體。大部分鶯歌的陶瓷店家都知道地方組織的存在，且多數為組織的成員，這些組織較為人知的有老街協會(鶯歌陶瓷藝術發展協會)、觀光文化發展協會、陶瓷工會、鶯歌文史工作室等等。由訪談過程中發現地方組織在鶯歌十分的活躍。在鶯歌，每年都會有大大小小的陶瓷活動舉辦，其中最盛大的就是「鶯歌陶瓷嘉年華會」，而陶瓷嘉年華會大部分都是政府相關單位和地方組織合辦，其中一位受訪者說道：

陶瓷活動舉辦每年都會有啊，時間大概都是每年元月左右，民間和政府都有舉辦，但是乙民間較多啦，「那麼有哪些活動？」像這次的活動(1999/12/24--2000/1/2 即所謂陶瓷嘉年華會⁶³)就是啊，像老街和觀光發展協會都會辦，如果是政府主辦的就會採取邀請的辦法啊，這樣喔不但去參加時不用租金而且廣告也會打的比較好，來的人就會多啊，如果是老街或是觀光發展協會辦的就是他們會發公文下來給我們，再看我們自己的意願去報名參加，但是通常很快就額滿了而且租金很貴，一個星期就要大約三萬到四萬元，很不划算，像我們這樣平常就是自己開自己顧店的就要另外再請人來顧啊，再請人來顧很麻煩啦，不但要再花錢，而且請來的小姐也不一定知道這些東西(指陶瓷而言)的特色在哪裡，不知道要怎麼介紹我們的東西.....我們當然比較希望政府主辦，但是政府主辦的很少幫助不大，多半是民間自己主辦的.....

⁶³ 鶯歌鎮每年約於元旦左右會舉辦一個盛大的鶯歌陶瓷展，此活動是由民國七十五年起開始，為鶯歌目前每年度最盛大的陶瓷活動。

在這段訪談過程中發現，鶯歌的陶瓷活動由民間主辦居多，在鶯歌已經有相當能力的地方組織能帶領舉辦這樣的活動，那麼在鶯歌，政府和地方組織⁶⁴之間的互動如何？政府扮演的是何種角色？地方組織形成原因為何？由上一段訪談得知商家對政府頗多微詞，他們希望能藉由政府相關單位中獲取足夠的資源，以利活動舉辦，但是政府所做的對他們而言畢竟太少，取而代之的便是地方居民自己組成地方組織。

地方組織在鶯歌似乎相當活躍，是什麼樣的情況下造成這樣的情形，這是訪談過程中所產生的疑問。在訪談前由許多書面資料中得知，政府相關單位有意願將鶯歌打造為「國際陶瓷文化村」⁶⁵，因此在鶯歌設置了專為陶瓷教育而成立的鶯歌高職，且花費甚多地打造陶瓷博物館，這些種種行為，無不看出政府對鶯歌的重視，既然如此，為何依然會有「靠政府是不可行」的想法出現？究竟政府在鶯歌所作的建設為何？於是就政府對鶯歌的規劃情況作一訪談，另一位受訪者提到：

政府對鶯歌是有規劃啦，像現在陶瓷老街在整修就是啊，聽說花了很多錢，但是哦，並不是所有的地方都是這樣的，像你看我們這裡的招牌 站前廣場 為什麼會一樣，都是我們自己做的，大家一起出錢的，我們出錢做了以後，有人來採訪，鎮長還說什麼這是鎮公所做的，說得好像他們的政績一樣，祇會利用一些事情彰顯政績而已，其實都ㄇㄩˊ要靠自己，他們都只會說說而已.....，靠政府太慢了啦，很多事都要自己來，政府幫不上什麼忙的啦.....。

受訪者提到的許多政府相關單位負面的批評，其中最令人驚訝的就是「彰顯政績」和「只會說說而已」的字句出現。政府在上述受訪者的心裡存在著許多的弊端，是否因此會使居民因為覺得靠政府是沒有用的而產生自發性？訪談進行前的相關文獻⁶⁶中曾提及關於鶯歌陶瓷嘉年華會的檢討 - 「陶瓷嘉年華會

⁶⁴ 在此指的『政府』，是指公家機關包含鎮公所、台北縣政府及以上有關單位；而『地方』主要指的是民間如地方居民、地方居民自發性組成的團體而言，並不是地方上的公家機關，如『鎮公所』在本文中，歸為『政府單位』。

⁶⁵ 台北市都市環境研究學會，1996。鶯歌國際陶瓷城規劃。台北縣鶯歌鎮公所

⁶⁶ 如果經費沒有問題，相信陶瓷展示場變成展售場的情況應可避免。而事權也需統一，想藉陶瓷展揚名立萬，各單位形成多頭馬車疊床架屋，絕非政府德政。辦活動時，上級與下及沒有既

雖是許多的人士努力得來的結晶，但由於努力成功之後，這塊成功的大餅反而成為許多單位爭相競奪的戰場，暴露出許多缺點」，相關文獻對於鶯歌陶瓷嘉年華會的檢討中曾提及關於上級指導而產生的相關問題，究竟上級在指導這些規劃時是否出現許多問題，而這些問題是否對傳統陶瓷工藝的振興產生負面點，產生不當指導的上級？地方組織的產生是否因為上級的力量薄弱，而使得人民的自發性被迫產生組成組織團體自救來保存維護陶瓷工藝的生存，還是組織的形成是因為其他因素所產生的，對於組織真正形成的主要原因以及協會對於陶瓷工藝及陶瓷之鄉的影響細節，成為第二次深度訪談時的主要重點之一。

主題二 為了展現政績而忘了保護文化的上級

「社區總體營造」自 1993 年納入文建會的政策後，經由政府引爆，民間投入，已成為近五年來台灣最熱民的一項社會運動。政府機關投入了大量的人力和經費去規劃、營造社區，社區總體營造最基本的中心概念是讓社區的人了解社區的美好，發自內心團結的發覺及保護自己社區中值得發揚與保存的事物，包含地方傳統文化的內涵，近年來社區總體營造在行政院의 推廣下造成公式化與模式化「譜」（張瑋琪，1999）的出現，政府相關單位為了使投入的經費及人力在短期間有所展現，於是出現表面化和形式化的情形出現⁶⁷。然而，文化的展現不是能在短期間就能一蹴可及的⁶⁸，如果按照既定的形式規劃，加上不了解地方真正需求為何的進行地方上建設，要達到地方文化發揚，傳統工藝保存及展現有其困難度所在。目前台灣擁有強大資金的政府扮演著推動地方建設

定的從屬關係，既然公所了解地方生態，就要讓公所主控一切，包括經費的統籌運用等，若讓不清楚基層的上上級經常下鄉指導，指導將會形成『指倒』，夢想仍將繼續煎熬。

⁶⁷ ...政府常常要求地方在各種活動中動員許多村民,以展現其「團結的精神」,但團結是為了什麼?在殖民的處境裡,由上而下動員的團結往往不是為了解決人民的問題,而是為了配合國家政策、宣示對國家效忠,然而吊詭的是,這種與地方認同相違背的效忠宣示儀式,在近代越來被戴上「文化」的假面。也就是說,豐年祭的歌舞表演一方面使得「原住民文化」得以展現,一方面更是用來印證政府推動「多元文化」的誠意與成績....。(張瑋琪,一個想要變成社區的部落)

⁶⁸ ...無論如何「社區總體營造」社區總體營造並非短時間內一蹴可及的。「社區總體營造」是無限持續的工作。(宮崎清,1995)

文化與傳統工藝保存的資助者與指導者的角色，如果上級概念不夠正確，使指導變成了「指倒」，那麼擁有強大資源的上級單位終將成為似「規劃者」但事實上卻是「破壞者」，無助而有害。

政府單位對鶯歌的用心是許多地方所羨慕的，政府在近五年左右補助鶯歌相當多的資金及資源，也有豐富的地方建設規劃，那麼在居民心中為何產生抱怨情節？關於政府規劃方面，一位受訪者提及：

鶯歌的規劃？有聽說呀，例如鶯歌高職，陶瓷博物館之類的，還有老街的整修。但是效果有點讓人覺得失望……，像鶯歌高職原本是為了要推廣陶瓷教育而建立的，但是因為陶瓷相關科系招生不足，所以其他科系像資訊、機械之類的就產生了，反而學陶瓷的人就不多了……，還有像陶瓷博物館開幕之後又關起來了，到現在還沒有正式開幕，聽說館長也換了好幾個人了……。

另一位受訪者則提及：

……有啊，像陶瓷博物館啦，還有其他的，但是也沒有用啦，因為如果政府不重視的話，這些都是沒有用的啦，像陶瓷博物館建了好幾年了，到現在還沒完工，上次開幕是因為尤清縣長要下任了，開幕一下，把尤清的名字掛上去，表示是自己在任時的成果就關起來了，現在說明年會開幕也不知道是真的還是假的。

由上述受訪者的訪談節錄中可發現的是，政府十分用心於鶯歌的規劃及建設，例如鶯歌高職陶瓷博物館及老街規劃等等。然而最後，卻流於弊病百出，這些的弊端源自何處，若僅由對話中尋求問題端倪，發現受重視後的鶯歌，逐漸成長茁壯，成為一塊可能引起權力及利益劃分的大餅。因而政府官員忙著爭功而沒有確實實踐規劃的事，或許就有可能存在。

政府相關單位為了爭取政績的展現將模式化套用在地方文化建設上，這樣的方式，花費了大量資金和人力卻無預期效果。地方建設與營造規劃，最重要及最需注意的應該是當地的居民的需要。了解居民的需要，進而了解其地的風俗文化，傳統工藝，運用傳統工藝的文化及內涵去作規劃，也許就不至於有這樣的結果呈現。例如鶯歌高職的設置用意是好的，它的涵義是要將陶瓷運用現代的教育傳承下去，這樣的教育方式對陶瓷工藝的傳承具有正面性的幫助。然而實際上，目前鶯歌及陶瓷產業面臨的問題如果無法解決，年輕的子弟們不願意從事不被看好的陶瓷產業，鶯歌高職建設的原意便會消失。

台灣過去不注重本土化的重要性，居民忘卻自己地方的文化，而在振興之初若加上模式化展現方式，那麼傳統工藝及地方文化的展現便缺乏紮根基礎而活動成為一次又一次的其他目的展現場所，地方振興的腳步也就慢了下來。

主題三 阻塞的溝通 上級與底層的意見交流的運行及實踐

傳統工藝產業是凝聚地方生活文化及內涵的核心，因此，運用傳統工藝產業做地方建設規劃運行的指導方向，是一個能表現出地方特色的方式。但是在做地方規劃之前，必須先釐清的是「規劃的主人」是誰，是「政府」還是「企業界或組織團體」亦是「當地的居民」。

不論由何者開始呼籲重視地方文化與地方傳統工藝，都是可行的。一般而言，地方振興起步時政府(行政單位)扮演著主體推動的角色，因為政府相關單位的資金充足，能夠幫助地方做資源的補充角色；然而真正的主人，其實是地方居民，他們生產創作地方工藝產業，生活在地方上，與地方的文化、地方的興衰息息相關，他們才是地方上真正的主人；而有影響力的企業界與地方組織則是位居於其中溝通協調的角色，負責組織地方上人士的意見，反應地方意見。綜合說來，地方居民的意見想法和需求對地方的規劃和工藝產業的發展是相當重要的，所以在上級(行政單位)、地方組織與基層(居民；地方生活者)間，「溝通」成為重要的工作。上級如果能真正了解地方需求給予資源，而地方組織與底層能充分反應需求得到真正所需，做好良好的溝通，讓資源運用在最需要且最得當的地方居民文化工作展現上的話，地方建設與文化保存工作才得以完美。

在鶯歌，地方居民和地方組織與政府行政相關單位是否擁有良好的溝通，這將會是傳統工藝保存和推動的成效影響因素之一，也是本研究關切的問題點之一。以下是筆者於此次訪談中兩位受訪者的受訪對話截錄：

.....以前鎮公所也會叫我們去開會說要規劃什麼的，剛開始有人去，但是後來我們就沒有去，因為他們都只是講一講而已，很少實際去做.....

另一位受訪者是陶瓷老街上的店家，他談及了與地方組織之間的互動：

陶瓷老街的整修，的確非常用心，但是整修後好像失去了老街原來的人文氣息了，現在還沒整修好，不知道結果會如何，基本上我們其實也有很多人反對，但是決定做了以後反對也沒用，希望能夠更好就好了.....如果可以將老街的設計連接擴大出去到文化路、博物館、車站的話，形成一個面，可能會更

好.....<筆者問及關於溝通的問題>.....他們(指鶯歌陶瓷藝術發展協會)剛開始會叫我們去開會，但是我們會覺得，開會的老是那些人(協會的主要元老以及在老街居住很久的人)，而那些似乎主導了一切，我們說了可能也沒用.....久了我們這些人(指較不參與的人)就越來越少去了.....

由訪談中發現的是「溝通」的形式已經存在。在鶯歌普遍而言，「開會」是群眾溝通中常見的模式，但是開會的目的與效果為何，這才是開會中最重要的一點。如何招集所有的人來進行開會的工作，如何使每個人都能暢所欲言的表達自己的意見，由訪談資料中筆者發現，這將是鶯歌鎮行政單位與地方組織在進行與居民溝通中最需注意的事項。在訪談的過程中發現，行政單位與地方組織在這方面也許過去尚未加強與注意，因此使得開會成為形式。另外，在底層核心的居民似乎也欠缺足夠的自發性，到最後往往疏於實際嘗試就認為我的意見應該會不被重視；去了也沒用.....，因此到最後，形成上下缺乏溝通，意見不一致而產生抱怨但在公共場合卻不願意說出來的狀況。

主題四 自發性何在

初次訪談鶯歌時曾發現這樣的現象 那就是看似強烈卻又薄弱的民眾自發性。根據初步觀察，鶯歌的地方組織有許多，多半是由一群對鶯歌及陶瓷工藝發展有共同認知的人組織而成的，這樣的團體有許多，包括有陶瓷工會，鶯歌陶瓷藝術發展協會，鶯歌觀光文化發展協會，鶯歌文史工作室等，這些地方組織不但相當有規模，參與組織的人士多半對地方建設有其建設性的思想與意見，對鶯歌和陶瓷也相當的熱愛。由組織熱絡這個現象來看，鶯歌應該算是一個民眾自發性相當高的的地區。

訪談的陶瓷店家大多為地方組織的成員，且許多成員接觸陶藝多年，甚至發現因熱愛陶瓷和鶯歌由台灣中南部北上習陶而定居鶯歌者。對於陶瓷，他們比社會大眾了解甚多，所付諸的情感相對的也多。對於鶯歌及陶瓷未來的發展或多或少有所認知並侃侃而談。在訪談中一位年輕的陶瓷從業者對於這樣訪談議題表示相當的感興趣，並告知若在其他受訪者身上亦能找到與他相同熱愛鶯歌與陶瓷者期望為他們做連結工作。

但是相對的，也有對於鶯歌抱持較消極態度的民眾，他們不參與組織或是參與但是從不過問與陶瓷和地方上相關的事物，其中一位受訪者這樣說道：

.....有啊.....我們都是會員，我們都會有收到協會發下來的公文，像這個(受訪者示公文給筆者看).....參加喔?沒有耶，因為通常都是我和我姊輪流顧店

(受訪者的店是兄姊合開的), 我們都只有一個人顧店, 剛開始是因為沒空去, 後來就都沒去了我想, 反正去了也不一定能做什麼幫助, 反正我們就是能配合就配合.....(受訪者為年約二十出頭, 斯文的女子)

這樣的想法也許和漢人思想中「公」與「私」的想法有關⁶⁹, 一般人認為鶯歌的整體建設文化的彰顯, 陶瓷藝術的發揚光大是公家的事, 是政府地方組織等團體機構的事, 私人的力量微薄, 幫不上有力量的忙。因此人們雖然希望自己所居住的地方更有地方特色, 傳統工藝更加彰顯內涵, 卻裹足不前。

另外還有一種情形是因為陶瓷產業面臨的困境無法使基本的經濟生活改善, 因此心理上已放棄陶瓷, 甚至不願意自己的小孩將來繼續走陶瓷的路, 因此造成不支持陶瓷活動, 也不鼓勵孩子上鶯歌高職陶瓷的相關科系。一位受訪者這樣說道:

生意近幾年來經濟不景氣生意就已經不好了, 自從老街整修以來更差了, 客人從路口(尖山埔路路口; 老街路口)那邊看到這裡(老街)在整修, 就不會想要進來, 所以我不贊成什麼整修不整修的, 越修生意越爛從五月開始就說要整修好了, 但是都還沒好, 工程一直拖, 還說要封街, 在這樣下去都要餓死了 (在這裡充分表現出對政府整修陶瓷老街工程進度的不滿), 這半年來根本沒有賺錢, 現在生意很差很差, 連假日都不好, 如果在這樣下去, 將來一定要轉行, 也不要再讓小孩子繼續繼承這個行業, 因為不是一個好行業陶瓷的生意越來越難做了, 以後會考慮搬出去, 做別的行業(受訪者為外地嫁至鶯歌的媳婦, 店家為上一代傳下來的店)

訪談過程中亦發現有一些店齡較老的商家, 因為無人繼承陶瓷事業, 老闆年紀也到了退休年齡, 經營方式屬於被動式較老舊的方式且無意願更改, 他們比較不在乎將來陶瓷與鶯歌的發展會如何, 這樣的心態也會阻礙了促進鶯歌與陶瓷進步的自發性。在訪談過程當中有一段相當有趣的對話

.....(受訪者操閩南語口音)我ㄩ一ㄚ是粗陶的, 以前叫ㄉㄨㄚ仔, 現在ㄉ生意很不好啦, 妳看, 從妳進來到現在都沒人來啦啊妳到底要問蝦米啦像我們這款老ㄉㄨㄚ一ㄚ什麼, 鶯歌喔, 鶯歌以前都是做粗陶的, 一直到民國六七十年才做細陶。(筆者問到是否參加陶瓷嘉年華會)無啦, 我這是粗陶, 免根人家去參加蝦米貨生意雖然不好, 也只有做了, 老本行

⁶⁹陳瑞樺, 1996。民間宗教與社區組織—「再地域化」的思考, P18

了，青菜啦!!! (隨便啦)，丫無哇加老了是要做什麼 (筆者問到是否有參加陶瓷相關組織或是參與開會等)無啦，加老了，參加那個是要做蝦米 (受訪者年約 60 歲).....

由以上的訪談中發現，自發性的缺乏因素除了公與私概念的根深蒂固，以致裹足不前的現象外，還有一點不容忽視的是陶瓷工藝目前所遭受現實生存的問題。要改善公與私的想法，是一種改變人心的方式，如何打破既有的觀念而使一地的人們自動自發的注重地方文化及傳統產業的發展?這將是一大課題。

在此階段的觀察與訪談後認為鶯歌鎮的居民大多數已經了解鶯歌式一個擁有在地之華的地方，強調及教育何者為鶯歌的在地之華也許不是當務之急，凝聚更多底層居民及商家的力量才是較重要的。如何使人們關心地方的公聽會及各種會議且實地進行，地方協會在招集開會時應該更有誠意的廣泛邀請，而不是順其自然，總以極少數人決定多數人的事情。當抱怨產生時，又責怪參與開會的人太少。

群眾力量的運用在地方振興中是重要的，當開會與關心地方的群眾風氣出現時，家家戶戶的凝聚力量增加如同緊密的網絡般將鶯歌文化展現出來時，鶯歌一定能夠透過這樣居民的自發性，展現出國際性陶瓷之都的水準來。

主題五 逆游而上的陶瓷工藝產業 鶯歌陶瓷行業的困境

雖然鶯歌具有許多優良的條件足以規劃為國際陶瓷村，然而，在鶯歌陶瓷工藝產業的生存，卻存在著令人難以渺視的許多問題，除了上述問題之外，這裡所要探討的是「陶瓷業」這樣的傳統工藝產業在現今社會中所面臨的問題，這些問題有些甚至是其他傳統工藝產業所共通的問題，這樣的問題使得部分從事陶瓷工藝產業的人士面臨困境，以下為鶯歌相關文獻探討與實地訪談所發現問題之分項說明:

1) 陶瓷活動的商業化

鶯歌雖然在近幾年以來因為地方人士積極爭取，每年都有盛大的陶瓷展覽會，但是在實地參與後卻發現商業氣遠遠大過於文化藝術氣息，以民國七十五年（西元 1986 年）開始舉辦的陶瓷展來說，若作「始終是原地踏步」⁷⁰的批評或許過為苛求，但進步的幅度有限卻是事實。當展示變成展售，商業味道壓過

⁷⁰鶯歌巡禮。鶯歌鎮公所，p 179

地方文化與藝術氣息，一場盛會就猶如大拜拜一般。當賣場成為嘉年華會最大的「特色」時，文化地位的提昇如同黃牛緩步一般。

商業化帶來了許多的商機，這些商機使得陶瓷賣家的生意好轉，在金錢的迷惑下，居民往往會遺忘鶯歌吸引人潮前來的文化藝術本質；在多次大型陶瓷展之後，遊客眼中的鶯歌盡是陶瓷批發便宜的集散地，日積月壘的，大拜拜模式逐漸在定型當中，文化無法展現，遊客前來的動機減弱，這些情況目前已被鶯歌有心人士注意，一位受訪者便說道

鶯歌漸漸商業化起來了，很擔心鶯歌將來會像九份一樣商業化，但是台灣的本土文化漸漸被受重視被發掘，我想如果老街店家都能努力營造自己店的特色，就比較不會沒落。

少數陶瓷業者逐漸發現，若要吸引遊客，就非得要有自己經營的特色，而不是如同大賣場般的大家隨著短暫利益任由遊客比價或殺價，成為無止盡的惡性循環。

2) 陶瓷產業的生存與轉型

鶯歌的陶瓷在早期是以生活陶為主，到了民國六七十年技術進步，天然氣引進時大量生產以外銷批發為主。然而近年來經濟不景氣加上大陸及日本陶的競爭，使得鶯歌外銷生意大不如從前，一位受訪者提到關於這方面的歷史與意見

鶯歌陶瓷是從民國初年或更早就有了，以前都是靠鐵路運送，最早的祖先是姓吳的，日據時代日本人並沒有給我們什麼幫助，我們的技術並不輸給日本。以前老街都是陶瓷工廠，一直到前幾年都市計劃政府要工廠遷至郊區才有老街也才漸漸地有這些店面。鶯歌的全盛時期從民國 60 幾年到 70 幾年，當時彷彿點土成金般的貨櫃一車一車的來，幾乎都是外銷的，生意很好，跟現在差多了……依我個人認為目前老街的店要有自己的特色，要精緻化不能像以前一樣大量生產就好，才能生存。

另一位則說道

我們主要是要做出自己的特色來的，像我們的東西，有一小部分是自己自產的，大部分是我和我老婆利用休假時間到全省各地尋找陶瓷名家作品帶回來賣的，台中、花蓮都去過，所以許多作品都只有一件賣了就沒有了，我們希望藉由此建立自己店家的風格外，讓陶瓷藝術能夠讓更多人擁有，所以我們不做

批發，但是接受訂購，如民視和國家圖書館都有來訂過，訂購的顧客都是主動來的。

根據上述資料認為鶯歌目前的狀況如果能夠透過地方組織和店家整合規劃加上政府鼓勵往文化化與精緻化方面展現，定期選出優良的店家，達到「產業文化化，文化產業化」的境界，對於鶯歌將來的發展將會更有幫助。

3) 工廠的外移

近年來台灣許多產業都面臨著一個重要的問題，那就是工廠向海外擴張。許多廠商將經營的重心外移，美其名是延伸觸角，擴大勢力範圍，但勞力不足、工資太貴、市場飽和、台幣升值以及科技無法突破等，可能才是真正的催化劑。固然向外投資未必是一件壞事，若因此使企業解體，實在令人擔憂。政府及民間團體在維護傳統地方工藝產業時應注意此問題點，鼓勵及資助陶瓷工廠在台灣的廠家，以及限制其他國家陶瓷進口，保障陶瓷經營者之生存利益。

4) 本位主義與流派之爭

鶯歌雖然具備全方位陶瓷專業區的優越條件，卻也有著人謀不臧與現實環境的許多無奈。大家還是留在單打獨鬥的心態中，深怕別人搶走自己的風采，這個問題，是發展過程裡最大的阻礙，深深的阻礙著地方組織及陶瓷賣家的團結，既然團隊戰力不能整合，整體文化的特殊性就很難發揮，更不必言所謂的「立足本土，放眼國際」。若期待鶯歌有所進步，民間的團結將是最大的重點。

(4) 小結

由第一次訪談中我們應證了許多鶯歌書面資料示的問題，也發掘其他書面資料未能提及的問題點，以下將以三方向說明此階段訪談的問題點，根據下述問題重要性作取捨，決定第二階段鶯歌組織深入訪談的方向。

1) 鶯歌與陶瓷 -

a 難以割捨的金錢誘惑情結

「地方傳統工藝」既是地方產業，必定關係著地方經濟。許多傳統工藝產業自古以來扮演著維繫地方經濟的角色，而這股維繫經濟的重責大任若無法持續，那麼傳統工藝產業將即面臨生存的危機。但在經濟與文化藝術有所衝擊時，政府相關單位與地方組織甚至居民，都無法抵禦金錢的誘惑而顧及傳統工

藝的文化與藝術內涵，訪談發現此乃鶯歌目前面臨一大困境。然而傳統工藝文化的內涵的展現是在地之華的極至表現，如果無法將文化作一完整的展現，傳統工藝的未來生存也許將被經濟利益所吞食。

b 無法抗拒的大環境改變

人類生存的環境不斷的改變，許多對傳統工藝衝擊的現象也不斷浮出。然而在這樣的大環境之下，儘管地方人士已經嗅覺這樣的改變，在惶恐之際卻無法改變某些問題的產生。文化的展現與問題的改進並非用大量金錢建設看來完善的地方建設就可改變大環境中的危機，以鶯歌高職建設為例，若陶瓷傳統工藝在鶯歌年輕人心目中已經不是能引以為傲的地方產業，習陶的意願便會降低，陶瓷工程科的招生就產生危機，這是地方本土化教育與價值觀「因」與「果」的問題，本土化文化教育的不落實，促使現代人價值觀的改變。這種現象涵蓋了整個台灣地方，而非鶯歌專屬。大環境已改變，中年人至年輕一代的許多價值觀與過去不同，願意以工藝生產與創作為生存依據者實在少之又少，若此時的地方文化層面的硬體建設無法以軟體建設為基礎，那麼文化只能呈現在表層（例如學校 - 鶯歌高職、街道 - 陶瓷老街）的建設，而無法深入鶯歌居民的心。

2) 地方居民 - 看似強烈卻又空虛的自發性

a 依然存在的精英式主導

地方自發性的引導與建設方向該由地方群眾決定亦由精英式領導較佳？這樣的問題至今依然頗受爭議，但無論如何，以地方居民意識與期望為地方規劃進行方向仍是地方建設的中心思想。換言之，無論誰領導地方規劃，地方居民的綜合意見依然是最重要的。

在此次的鶯歌的訪談中發現儘管鶯歌有自發性象徵的「地方組織」，地方建設與規劃的方向似乎依然掌握在少數人手人，而某些「有見解的人」似乎無法加入規劃之列。究竟「權利」的大餅如何分配，更深入的探討成為必要。

b 擺脫不了的負面「小螺絲思想」

第一次訪談後認為鶯歌雖有自發性行為萌生「精英式」主導現象卻依然存在。現象存在因素應有許多，除上述權利分配問題外，根據訪談認為另一項因素為過去居民已習慣被動式的參與地方事物，以至於當自發性思潮萌芽時參與者依然為「精英式」主導的少數居民。鶯歌地方組織看來龐大，但實際參與規劃的人卻相當少，多數居民卻仍存在著 - 「能配合就是最佳的參與」的觀念，對地方發展有所想法的人因沒有參與組織的習慣而卻步，其他的居民卻又

存有「小角色不必太在乎大環境」的負面小螺絲思想，這樣的現象使得鶯歌居民自發性窒礙難行，以居民為主的軟體時代無法真正來臨。

3) 居民、組織、政府之間 - 軟體建設的主角不明

居民是地方上真正的主人，但在訪談過程中卻發現居民參與鶯歌活動規劃的案例幾乎為零，由陶瓷活動規劃相關問題中發現活動規劃者多半為組織與政府，彷彿組織與政府為上位的主導者，而居民只是參與的配合者。這樣的形式與居民規劃組織與政府從旁輔導協助的地方建設軟體時代不符。居民、組織、政府之間 - 軟體建設的主角不明，人心為主的建設亦不落實，地方居民對於地方文化了解似乎不深，而組織與政府雖以文化建設為口號卻忽略地方建設中以民為主的本質，地方文化振興活動中利益、權利、政治掛勾與連結，掌權的上位者無法真正釋放地方規劃權利給居民，軟體建設的主角不明確，而實際上亦難以明確。

在上述問題釐清後，認為鶯歌的自發性行為展現顯而易見的有相當多的問題，組織與居民間的權利差距太大，這樣的現象源自何處？地方組織的深入訪談成為必要性。

第三節 問題尋求與印証 - 第二次深入訪談

第一次訪談後認為鶯歌已有自發性行為萌生。但因過去居民已習慣被動式的參與地方事物，以至於當自發性思潮萌芽時參與者依然為「精英式」主導的少數居民。鶯歌地方組織看來龐大，但實際參與規劃的人卻相當少，多數居民仍存在著 - 「能配合就是最佳的參與」的觀念。鶯歌地方組織的成立似乎很早就開始，然而地方依然存在許多問題。因此第一次訪談後決定針對鶯歌老街地方組織——「鶯歌陶瓷藝術發展協會」深入訪談。

(1) 訪談時間、地點、對象

- 1) 訪談時間：西元 2000 年 4 月 5、6 為期兩天
- 2) 訪談地點：鶯歌文化路、鶯歌尖山埔路（陶瓷老街）
- 3) 訪談對象：鶯歌陶瓷藝術發展協會組織成員許輝鴻（卸任代理理事長）、魏芳卿（鶯歌陶瓷藝術發展協會秘書）及陶瓷店家共計十二家



(圖 4-9) 老街整修工程進行-1



(圖 4-10) 老街整修工程進行-2



(圖 4-11) 老街整修完成



(圖 4-12) 老街整修工程進行-3

(2)第二次訪談問題設定

由於第一次訪談發現鶯歌地方陶瓷商家多數皆為地方組織成員，且部分地方組織為具有「地緣性質」⁷¹地方組織，如老街與文化路為同一組織「鶯歌陶瓷藝術發展協會」範圍，而中山路與中正一路為另一個地方組織「鶯歌觀光文化發展協會」範圍。儘管組織發展蓬勃，地方自發性程度與組織、居民關係的了解卻不清晰。

地方組織的形成為研究初始認為的鶯歌自發性行為展現之成果，因為地方組織的形成往往代表地方的居民已經團結起來了。然而第一次訪談中卻發現居民與組織之間的共識並不明確，這樣的狀態下組織將把鶯歌代領向什麼樣的方向前進？基於上述考量，對於組織的探討將由組織形成、運作與跟地方居民、上級政府之間關聯的探討為出發點，這樣的探討有助於鶯歌組織與居民未來規劃方向與角色關係的連結，因此進行第二次地方組織深入訪談成為必要。

(3)第二次訪談內容分析

主題一 鶯歌陶瓷組織與其成立時間

在鶯歌與陶瓷相關的組織有許多，根據訪談得知，屬於鶯歌「地方組織」較具規模，且經常參與活動舉辦，參加人數眾多的有「鶯歌陶瓷藝術發展協會」、「鶯歌文化觀光發展協會」，這兩個組織都相當的有地緣性，以「鶯歌陶瓷藝術發展協會」為例，「鶯歌陶瓷藝術發展協會」俗稱「老街發展協會」，所加入的成員約有一百多家陶瓷專賣店，大多為陶瓷老街（鶯歌鎮尖山埔路）的店家，而「鶯歌文化觀光發展協會」的成員則是以鶯歌鎮文化路及中正路陶瓷店家為主，因為中正路以前叫觀光路所以取文化路與觀光路為名，稱做「與鶯歌文化觀光發展協會」。其他與陶瓷相關組織，根據受訪者許輝鴻先生表示「台灣省陶瓷工會」於民國 40 幾年就有了，在北投成立：「台灣區陶瓷工會」（不同於上）是於民國 57 年於台北成立的，而「中華民國陶瓷協會」主要服務於於苗栗、南投地區，這些陶瓷相關組織，不同於「鶯歌陶瓷藝術發展協會」、「與鶯歌文化觀光發展協會」，並非屬於鶯歌地方組織。

⁷¹ 民間宗教與社區組織—「再地域化」的思考，陳瑞樺，1996，P18，取自費孝通（1948），「血緣早地緣的和一是社區的原始狀態」，「在穩定的社會中，地緣不過是血緣的投影」「地緣是從商業裡發展出來的社會關係」「血緣是身份社會的基礎，而地緣卻是契約社會的基礎」

主題二 老街的起源與組織成立

根據訪談得知，陶瓷老街發源於西元 1805 年因福建省磁灶鄉吳姓製陶業者來到此地而開始製陶業，早期老街都是工廠，因陶磚不好賣因此聚集在一區才有老街型態出現，民國六十五年（1976 年）因政府地域規劃工廠遷移至市區外圍，老街拓寬，店家增加，陶瓷商業圈漸漸形成。受訪商家指出陶瓷老街（當時俗稱陶瓷舊街也就是尖山埔路）名稱起於民國 81 年（西元 1992 年）左右，緣起於老街口的重要出入口 - 火車平交道口因意外事故頻傳而遭行政單位封鎖，封鎖後的平交道口因無法通行，以至於嚴重影響老街陶瓷生意，為了招攬人們注意，老街幾戶人家（具訪談指出約略七至八家）便商量將過去陶瓷舊街之名稱改為陶瓷老街（因舊街不好聽，且給人破舊不良的感覺）。於是將陶瓷老街這個新名詞運用在火車平交道的天橋上，七至八戶的街上老店家自己出錢將陶瓷老街四個字標記在天橋上，期望吸引更多火車上乘客的注意。

在這整個過程中，居民意識到老街的生存不能只是被動式的等待外界援助，一定要靠自己努力，因此團結起來組織協會，最初為老街協會之俗稱，經過幾番修改之後於民國 84 年（西元 1995 年）12 月 16 日正式成立協會，改稱為「鶯歌陶瓷藝術發展協會」也就是現在協會的總稱。

主題三 內發性而後引起外發性 陶瓷老街的整修

鶯歌協會成立後主動尋求外界的幫助，許多單位也直接或間接地與協會負責人進行鶯歌相關規劃。訪談中協會現任秘書卸與任代理理事長表示，行政會文建會、國立手工藝研究所、成大城鄉研究所都曾幫助鶯歌進行規劃工作，其中民國八十五年（西元 1996 年）時手工藝研究所姚主任來接洽歷年一年的基礎打造工作，建設街道牌坊與精神堡壘。而最後大家依照鶯歌地方實際需要選取「經濟部商業司」作為負責規劃單位。因為經濟部商業司為中央機關，較能直接反映需求，且提出三年造人、造街、造鄉計劃在經濟部商業司的輔導之下，協會決定作造街運動，將原本的道路進行整修與改建，改為以遊客步行街道為主的示範街。這條示範街號稱全省唯一透過居民團結合作尋找政府補助，結合地方工藝與經濟的街道，耗資一億兩千多萬。

主題四 組織與居民之間的問題

第一次訪談時鶯歌老街正在進行整修，根據第一次訪談了解，鶯歌的整修並未得到全盤性的認同。許多的陶瓷店家在整修時就怨聲連連，有些人認為老

街的整修使原本老街了古樸氣息消失；亦有一些聲音認為老街的整修並未得到所有店家的認同就著手進行，有失考量。但此次訪談中許輝鴻（卸任代理理事長）曾表示鶯歌老街的興建與整修是做過居民意識訪談才決定進行的，並示當時開會通知證明，其相關內容經當時筆錄如下：

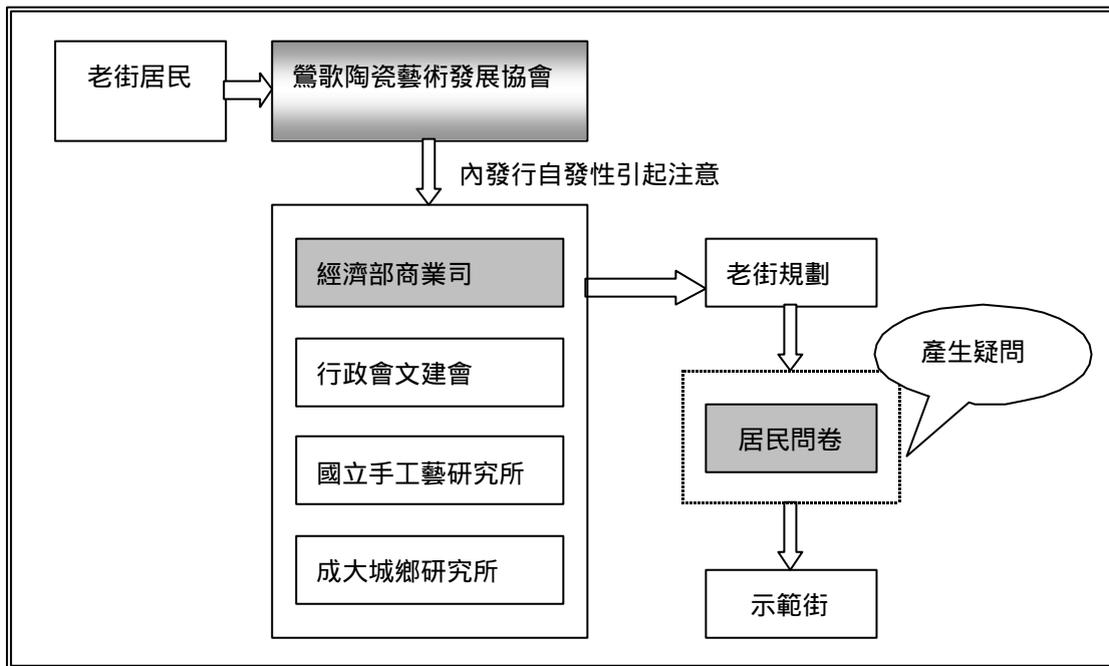
尖山埔路商店街更新計劃、地方特產輔導計劃第十一次執行

時間：民國 87 年 4 月 15 日

主席：陳局長嘉興

內容：請中衛發展中心針對尖山埔路假日行人徒步區計劃就尖山埔路

1~100 號之商家、住戶作問卷調查（中衛發展中心）...



(圖 4-13)鶯歌陶瓷藝術發展協會規劃方向說明圖

老街整修一事究竟協會與地方居民之間的溝通如何，雙方說法並不一致，由此可以證實雙方溝通問題的存在，協會既是居民組成應該為居民謀取所需，但是透過訪談卻隱約發現組織幹部似乎像是地方規劃中的「高等居民」，這些高等居民可以決定鶯歌未來建設方向，離全民化的決定方向似乎有些距離。

主題五 居民與政府之間的問題

在居民、組織、政府之間角色扮演與需求不同，對於同樣一件事會產生不同的反映。老街在重整規劃後個角色之間的問題也相對浮出，在此次訪談中秘書魏小姐亦曾提及類似的現象

.....我們這條街被規劃為完全性的行人徒步區，蘇貞昌下令每天都有交通限制，星期一到星期五是中午十二點到下午五點，假日是早上九點到下午五點，限制的時間來這裡的人（指的是遊客）不能開車或騎車進來，但是也限制了這裡的居民進出，這樣造成很多人卸貨裝貨不方便，而且陶瓷的東西有的又很大件，容易破掉，總不能叫大家從那裡（指老街出口處）般到店裡去.....現在只好用沒有管制的時間裝卸貨，可是大家都反映很麻煩，就來跟我們講啊，丫我們也覺得很無奈，所以現在幹部們都在和居民協調連署簽名，希望管制能鬆一點，不要因為官方政績就影響原本住在這裡的人的生活.....，但是上面好像也很堅持，不太肯讓步，畢竟這裡是政府花一億兩千萬打造出來的.....

由此案例為出發點思索社區總體營造中 以居民為主建設屬於居民家園的「居民建設」時代的美好思想，就可發現儘管鶯歌以地方組織自發性為建設出發點，最後依然難以避免成為外在「美好形式」展現的工具。這樣的地方建設縱使動機正確，規劃完善，最後依然無法成為老街居民所需的陶瓷老街。配合展現究竟該與不該，成為老街居民心中的疑點。

當造街的工作完成後，鶯歌依然是台北縣政府的鶯歌，當對地方生活型態與文化價值的上級成為活動的主導時，不合時宜的配合工作還是得展開，在慶祝老街整修完成活動 - 「活舞鶯歌」（西元 2000 年 4 月 2 日至 4 月 4 日）中以兌換卷促銷買氣的形式（買一百元累積一點，所兌及點數越多所能換的陶瓷產品越好之類的方式）成為上級規劃的活動之一。這樣的方式沒有任何老街文化意義囊括在內，對生意的幫助也不見立竿見影得到功效，卻使陶瓷價值更加低廉。老街原是以自發性為出發點作建設的地方，卻因政府補助修建而讓老街某些活動的規劃權從居民的手上再回到政府手上，且似乎沒有抗拒的理由，以下為訪談相關節錄

.....大家覺得兌換卷沒有用，所以很少商家願意配合購買（原來兌換卷是商家用買而來的），還有政府要求活動展開時間和商家平常開店的時間差很多，像開幕那天早上十點開幕式已經開始，很多政要跟遊客都來了，但是我們的店家卻開不到一半因為平常要到中午大部分的人才會開店，因為以前來鶯歌買陶的

人幾乎都是下午才來，沒有人一大早就來批貨的，所以大家已經養成習慣了.....那時候我就很緊張，只好在廣播裡用柔性的口吻說「親愛的兄弟姐妹們，讓我們展開我們的大門歡迎來到這裡的朋友.....講一些歡迎的話，順便催店家快開門，讓場面比較不那麼尷尬.....」。

經過我溫柔的呼喚，開店的還是很少，這樣的情形不知道該怪誰？或許說是店家自主性不夠，也或許可以說是政府在展現政績之於沒有顧慮到是否打擾到原來居民的生活作息。就像五月二十一日總統就職完後僑委會要我們舉辦一個活動來歡迎僑胞歸台，參觀鶯歌陶瓷，也要求店家早點開門，這樣的活動我們也拒絕不了，因為鶯歌陶瓷老街真的花的政府很多錢，我們也不能不舉辦這樣的活動.....

居民該依循政府希望的腳步與限制過生活還是堅持過著老街為整修前非政府籌碼時真正屬於自己的鶯歌生活，這對目前老街居民來將仍是個疑慮。

主題六 觀光後遺症

老街整修完成了，人潮變多了，陶瓷生意的利潤是否就因此而提昇？在訪談過程中發現居民與秘書都曾提及「觀光化」所帶來的隱憂，美麗的老街在硬體建設方面努力朝向所謂的「鶯歌風格」與「現代化」前進，但除了一些使用陶瓷所作的裝飾（如陶瓷座椅、陶瓷線條造型的招牌、入口處的陶瓷造型及許多的相關工程建設）⁷²與浪漫歐洲小鎮街道的構想⁷³外沒有更深入的老街文化展現，相關訪談提及

⁷²老街工程特色 - <http://www.tpc.gov.tw/Post/action/engle/engle-news1.html> 活舞鶯歌

- 1.為營造整體景觀及符合當地之特色，所用材質都經過特別的選材與設計
- 2.人行徒步區以「火層岩」拼貼
- 3.在景觀節點上設置陶藝廣場（活動中心前）
- 4.一樓商家招牌統一設計成「陶瓶」型式，點出陶瓷之鄉的特色，並以清水磚美化牆柱，再配
- 5.以雕花鑄鐵嵌紅檜原木，抓住視覺焦點。
- 6.「手拉胚」特殊造型垃圾桶
- 7.青花陶瓷面版座椅
- 8.風姿綽約的行道樹--「蒲葵」
- 9.重慶路入口處有四座仿「煙囪」的裝置藝術品，特別以銹色處理，符合當地陶藝文化特色
- 10.重慶路端入口處「月門」，有五種常見的陶瓶造型，並以彩釉拼貼

老街現在幾乎可以說是以觀光經濟導向為主的，經濟和生活對商家來說畢竟還是相當重要的，整修後的老街幾乎天天都有遊覽車會來，這樣子剛開始的確實帶來商機，但是人家來了一次兩次以後每次看到的老街就是一條商店街，以後還會來嗎？時間久了觀光客真的就是觀光而不買東西了.....

然而這樣的鶯歌究竟是不是居民想要的？在經濟與文化權衡之下，鶯歌著重於以經濟為實際導向，文化建設為口號的觀光發展導向。當經濟利益考量重於文化展現，久而久之商業化氣息增加，人潮不再，經濟效益下滑，連最珍貴的地方文化特色也將被人遺忘，商家與遊客習慣性的在陶瓷產品的價格上爭議，鶯歌將成為有規劃的陶瓷大賣場。

主題七 軟體建設問題層出

上述現象令人覺得詭弔與無奈，詭弔的是為何擁有地方組織且經過各類型規劃（行政會文建會、國立手工藝研究所、成大城鄉研究所、經濟部商業司）比較後的鶯歌呈現的建設依然以地方硬體為主，而軟體建設卻無法展現，這樣的問題是規劃者的錯，還是地方人士的錯？那麼當訪談問題提及軟體建設方面人心營造問題時，組織受訪者表示

有啊，他們（指政府單位、經濟部中衛司）有舉辦參觀活動（有資格的參與者為協會重要幹部），參觀日本啦還有那個台中有一條街有很多店跟咖啡廳露天咖啡座的那條街〈研究者：是精明一街嗎？〉，對！好像就是精明一街〈那您覺得成果如何，有沒有什麼心得可以給我們的？〉我覺得，那樣的活動不錯丫，但是老實說成果有限啦！那些地方跟我們這裡又不一樣，哪能這樣比？那我們這裡是不是也要賣咖啡，兩個地方根本就不同，還有去日本的那次，我們有些人根本沒空去，可是不去又很浪費（因為是免費的），所以就乾脆讓小孩去還可以順便出國去玩.....

11.鶯歌國中、小外牆設計特色，牆上並加照明設施，另拓寬之人行道也以鶯歌所生產之「窯燒透水磚」鋪設

⁷³ 陶瓷老街呈現意境

- 1.發現一條浪漫藝術的街道
- 2.漫步其間，彷彿置身於歐洲小鎮的街道中
- 3.鶯歌特有陶瓷文化 <http://www.tpc.gov.tw/Post/action/engle/engle-news1.html> 活舞鶯歌

地方人心的建設該由何處開始，根據訪談發現，鶯歌地區所獲資源相當完備，而政府亦有心在鶯歌建造屬於居民的鶯歌，由精明一街與日本的參觀規劃即可了解政府的用心，然而居民對地方振興認知不深，參與配合度也不高。組織與居民所關心的問題似乎建立在 如何在短時間之內讓地方經濟發展，而地方與陶瓷文化的角色似乎成為幫助經濟進步的媒介沒有其他意義可言。如此一來，人心營造與地域之華展現無法配合，且問題重重。

(4) 小結

由此次訪談發現鶯歌老街組織 - 「鶯歌陶瓷藝術發展協會」已經成立五年多的時間，協會的角色扮演至今已對老街與鶯歌地方發展有所影響，且政府單位亦相當重視這個地方團體，但儘管協會擁有眾多的優勢卻有許多問題伴隨而來，這些問題包括政府相關單位的重視而產生的限制；協會與地方居民的溝通不良；協會與地方居民的自發性程度的不足等。這些問題直接反映在地方活動規劃與進行的種種問題之上，也訴說著鶯歌地方甚至於台灣地方在本土文化推動時的種種問題。

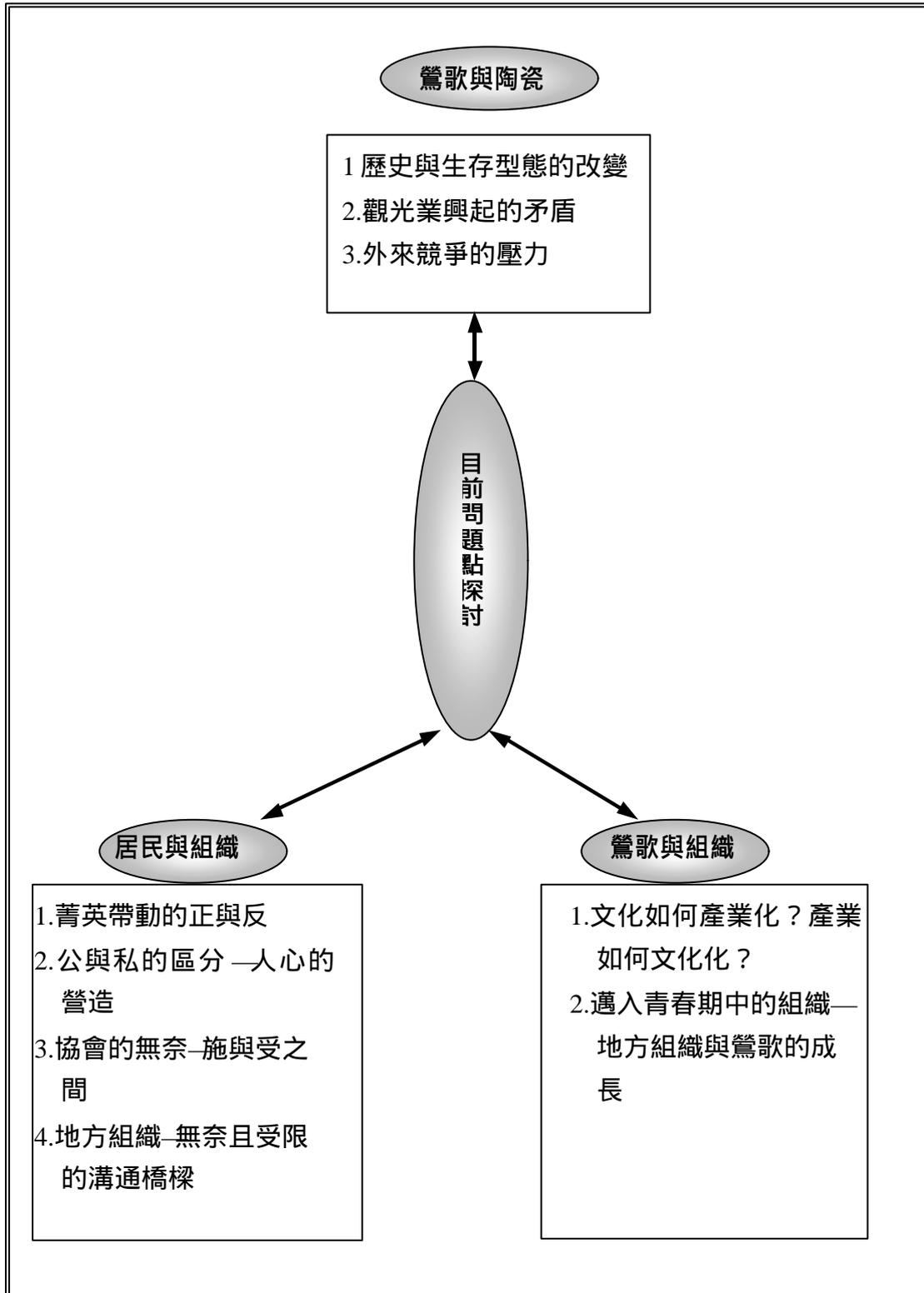
訪談問題歸納後發現，由「鶯歌陶瓷藝術發展協會」的成立與運作可以印證地方發展方向與「居民意識」關係密切，「人心營造」工作若沒有紮根，地方發展就容易隨著規劃者的意見而進行規劃，當居民或組織發現規劃出現問題時往往已經呈現「所資不斐」而無法改善的地步。以老街重建工作為例，重建工程耗資上億，若組織在工程建設與規劃前沒有與地方居民做好溝通，那麼所作的重建工程便沒有太大的意義，重建後也難以改變。

在訪談內容中發現由「老街重整事件」可以看出地方組織與居民及上級溝通協調上仍有進步的空間。此時的協會扮演著重要的角色，一方面必須帶領著自發性尚未成熟的居民朝自發性啟發的方向前進；另一方面必須與擁有資金與掌控權的上級協調，角色扮演相當吃重。然而協會成員並非專業的地方工作者，無法全職性的將心力置放於地方公共事務上，對地方文化建設的認知度也有限，若一昧的強調與強求如同「青春期」般思想尚未獨立與成熟的的地方組織負起地方文化振興的工作重擔，似乎不是最佳的方式。

所謂居民自發性應是全體居民在生活上對地方認知與對方之光的發掘與學習，而非將經費與地方發展決定權利提供予組織作「再精英式」的訓練，過去台灣地方的建設已經過分著重於精英式的領導，在期望地方居民自發性能夠賴等地方文化振興的同時，這樣「再精英式」的訓練是否適宜？對地方居民自發性的幫助為何？究竟何種方式才能讓鶯歌居民自發性提昇，對鶯歌文化振興有所助益，值得作進一步的探討。

第三節 結論

根據前兩次深入訪談分析與歸納，將問題點分為下列三大主題為問題點探討方向，以下為鶯歌目前問題點探討說明圖：



(圖 4-14)鶯歌目前問題點探討圖

1-1 訪談結論

根據資料蒐集以及二次的深入訪談(第一次店家廣度訪談，第二次店家深度訪談與地方組織相關人員訪談)及問題點分析，得到以下歸納—

(1) 鶯歌與陶瓷方面

1) 歷史與生存型態

根據鶯歌文史工作室所發行的「台北縣鶯歌鎮簡介」及其他陶瓷活動與訪談時得知，鶯歌至少於清朝時就已經製陶，而陶瓷主要技術是由吳姓人士由大陸福建省漳州與泉州一帶傳來，經過日據時代至今已有兩三百年之久，不過真正繁榮時期約在民國 65 年到 70 年左右，以大量出口外銷國外為主，台灣陶瓷名聲一時遠播，直到近幾年來經濟不景氣，大量生產已不符合時宜，且競爭激烈、價格壓低、工資昂貴因此造成生存不易。

2) 觀光業興起的矛盾

政府重視鶯歌以來，投入了大量的心血與金錢在鶯歌鎮上，雖然陶瓷的內涵和文化發揚是將陶瓷產品價值提昇與保留的重要元素，但是迫切於得到回收效果取得政績的政府卻常常主動要求地方組織在陶瓷老街舉辦觀光性質濃厚的活動，這樣的活動對陶瓷業者的生意幫助越來越小，因為活動造成陶瓷商品比價，甚至削價的結果，『陶瓷大拜拜』情況產生，遊客在逛陶瓷老街時，很容易就跟著無形中比價起來，除非有心，否則很難注意到鶯歌陶瓷工藝所蘊含的文化及內涵。

3) 外來競爭的壓力

目前市面上充斥著大陸及日本來的陶瓷器，雖然其品質對鶯歌陶瓷不構成威脅，大陸陶因人工低廉所以雖然品質比不上鶯歌所生產的陶瓷，但是相對的價錢方面也較廉價；而日本陶瓷雖然品質較好，在市面上價格壓低的產品卻是日本陶瓷的三級品，許多民眾並不知情，以為日本陶或是大陸陶的品質勝過鶯歌所出產的，且一般消費者容易被低廉的物價所吸引，使得鶯歌陶瓷在比價中

受到極大的創傷，陶瓷製作者得不到應得的經濟回饋，為了生存只有不斷降價以跟隨消費者的腳步，惡性循環之下，許多生存不下去的陶商只好放棄陶業，或是移廠海外。

(2) 居民與地方組織方面

1) 公與私的區分--人心的營造

在漢人的社會裡，人們對於公共事務的意見常常不會浮上台面，就算要浮出檯面時，面子或人情或以和為貴的思考方式，也常使人不去真正面對問題。人們以一個一個小小的意見團體為其發表心得感想，尋求知識的所在。他們並不或無法加入行為決策之中，因而使用他們的發言權在一些或可能形成中界的場合中高談闊論或竊竊私語⁷⁴。訪談發現，許多的組織會員與居民亦是如此，雖然加入組織，卻從未或是極少發表意見，他們將鶯歌規劃與陶瓷工藝推廣視為公家的事，無法突破「公」與「私」的意見，對於參與及意見的給予裹足不前。協會如何運用對策，轉化基層民眾這樣的觀念，讓人心先做改變，將是一大考驗。

2) 協會的無奈 施與受之間

在這訪談的過程中，根據陶瓷藝術發展協會成員告知，雖然協會對這樣的情形頗感無奈，但是依然得接受，因為當初協會主動向政府爭取補助及建設，政府對於老街的建設也努力協助，更不惜花費上億經費投注鶯歌，這些是有目共睹的，如果因為政績須要，政府相關單位要求有所回饋，協會只能欣然接受。這樣的過程讓人頗感無奈。在台灣中央與地方，地方與組織團體依然存在著許多難以擺脫的階層界線，許多的權利與義務由此產生，在類似這樣要求回饋與承受指令的行為互動中，可以看到台灣地方文化振興時的問題與遺憾，上級權利的下放成為地方建設中的期待，也成為台灣地方建設目前的難題之一。

⁷⁴ 李芳玲，漢人社會的公共參與—以嘉義新港中山路的美化造皆為例，1998，P19

3) 地方組織—無奈且受限的溝通橋樑

為了維護新整修的老街，政府相關單位在老街的出入口設置了鐵欄杆和警察站崗，以防止車輛的出入，這樣的用意原本是好的，讓老街保持只有行人的通過，形成一個可以散步在陶瓷街的天堂，但是疏於考量的政府機關，卻忘了老街的進出口只有一條，嚴格禁止車輛出入的結果是商家的陶瓷運送出了問題，碩大易破碎的陶瓷要從出口搬運至店家相當困難，面對大量採買的遊客，陶瓷運送也成了問題。協會的會長本身也是商家，除了要面對自己的問題外，還要負責與政府相關單位溝通，請他們管制放鬆。另外還有每每舉辦活動時，開幕的時間和商家作息時間有所差距，造成活動進行時的困擾，商家也大肆抱怨。像這樣因不了解而引起的困難時常可見，這時地方組織就扮演著重要的角色。

4) 菁英帶動的正與反

因為目前鶯歌陶瓷藝術發展協會已經運行五年，規劃老街方向大致抵定，朝著商業觀光路線走，這樣的決定很難斷言對與錯，但畢竟對於鶯歌老街及其他鶯歌居民來講，這些決定都是屬於少數份子的意見，然而路造了，觀光發展已成局勢，如何將其他份子的意見再加入規劃，延續菁英決策的「正」，導正其「反」，將是未來規劃一大重點。

(3) 鶯歌與地方組織方面

1) 文化如何產業化？產業如何文化化？

在金錢的與商業喊價的誘惑中，即使文化產業化與產業文化化的觀念存在人心，對於遊客與店家來講，依然很容易迷失於喊價與比價之中，即使協會有心規劃陶瓷文化內涵展現的活動，陶瓷文化卻逐漸在商業叫喊中蕩然無存。雖然一次一次的陶瓷活動與盛會接二連三的展開，但屬於文化層面的鶯歌傳統工藝內涵展現與推動卻相當緩慢。

2) 邁入青春期中的組織—地方組織與鶯歌的成長

從前的鶯歌陶瓷藝術發展協會如同幼兒般需要許多外力扶持，如政府相關單位及其他人力、物力及經費的幫助，其組織規模及經驗都不夠成熟，因此很多規劃不一定為地方需要，對於陶瓷產業的經濟提升雖然很容易立竿見影，卻並非長久之計，有了五年與下（居民）溝通，與上（政府）聯繫的經驗，此時如同進入青春期的少年，正處於人格發展與成熟的時期，組織如何運用經驗，將鶯歌帶入文化與經濟齊頭並進，使鶯歌成為富有自己地方風格與特色的地方，將是組織的一大考驗。

第五章 參與觀察—2000 年陶瓷嘉年華會之戲土廣場

第一節 過去的陶瓷活動

案例：活舞鶯歌 - 鶯歌老街再造工程完工啟用活動

- (1) 在角色扮演方面
- (2) 在陶瓷與地方文化的展現方面
- (3) 小結

第二節 自發性的陶瓷活動

案例：2001 年鶯歌陶瓷嘉年華會

- 1-1 自發性的起始 刺激型自發性的展現
- 1-2 內容—讓大人小孩以輕鬆的方式了解鶯歌
 - (1) 耍土文化區
 - (2) 遊戲區
 - (3) 製陶表演區

第三節 結論

- (1) 「戲土廣場」活動內容可供參考之處
- (2) 戲土廣場成功因素
- (3) 戲土廣場一例對鶯歌地方自發性影響之建議

第五章 參與觀察—2000 年陶瓷嘉年華會之戲土廣場

在社會科學中研究訪中，資料蒐集的方式可因需要而使用自然觀察法（natural observation）來取得事物活動（events）、行為（behaviors）或現象（phenomenon）的資料，以進一步分析和解釋⁷⁵。本研究因涉及陶瓷活動進行時所帶來參與者的反映及現場氣氛，因此主要研究方法以自然觀察法為主。而研究者並無參與活動，為完全觀察者（complete observer）。

第一節 過去的陶瓷活動

地方工藝產業過去以來即扮演支撐地方生活文化與地方經濟的重擔，因此在地方振興與建設中，經濟與文化的發展是無法權衡孰重孰輕的。經濟攸關地方居民的基礎民生問題，若經濟無法維持，傳統工藝從業者無法溫飽而轉入他行，年輕一代後繼無人，工藝文化傳承也會因此成為困難。然而若過分注重眼前經濟效益，遺忘地方文化特質所在，地方文化獨特性消失，經濟優勢亦會因此消失。

根據文獻探討⁷⁶與實地訪談中發現，過去的陶瓷活動多半以陶瓷買賣與展示為目的，陶瓷老街整修完成後更有因政治因素舉辦陶瓷活動的案例。為了促銷陶瓷，鶯歌在陶瓷活動中除了商業競爭中的比價削價之弊端外，更加以許多促銷手法。在商業行為中這樣的情形惡性循環的反覆上演，所謂的陶瓷文化展現僅剩拉坯師傅與鶯歌高職陶工科學生辛苦支撐，而其他鶯歌居民的自發性展現在金錢利益與漠不關心兩極化心態中被淹沒覆蓋而無法看見。這樣的例子在過去陶瓷活動中可以察覺。

然而只要用心，隨著地方與政府的努力，地方文化活動展現將會越來越進步，不再只是表徵的呈現。在參與觀察中發現了鶯歌陶瓷活動進步的實例與規劃者的用心，由「2000 年鶯歌陶瓷嘉年華會」中觀察發現了地方居民參與活動的實例。居民要如何將地方文化特質透過活動展現出來？地方組織與政府所應扮演的角色為何？以下以「活舞鶯歌」與「2000 年鶯歌陶瓷嘉年華」兩個案例做為探討。

⁷⁵周文欽、高勳芳、王俊明，1996。研究方法概論。國立空中大學

⁷⁶鶯歌巡禮。鶯歌鎮公所。P178

案例：活舞鶯歌 - 鶯歌老街再造工程完工啟用活動

第一次深入訪談期間，老街正值整修，因整修工程的進行使得陶瓷生意清淡，居民怨聲連連，第二次訪談期間老街已整修完成，為了慶祝整修工程落幕，「台北縣政府」協同「鶯歌鎮公所」與「鶯歌陶瓷藝術發展協會」於民國 89 年（西元 2000 年）4 月 2 日至 4 月 4 日於鶯歌老街舉辦「活舞鶯歌 - 鶯歌老街再造工程完工啟用活動」。根據訪談得之，這樣的活動目的是在幫助老街生意恢復正常，藉著活動彌補商家在老街整修期間的損失。活動始末，將「鶯歌陶瓷活動型態」在短短三天具體呈現出來。活動的型態為何？而居民位居什麼樣的角色，以下將以參與觀察活動的型態為主軸，探討居民在此次活動中的角色扮演。

在活舞鶯歌活動中，除了一般陶瓷活動的進行之外，引人注目的是使用「兌換卷」的促銷方式。活動進行時在老街服務處與老街入口皆張貼著兌換卷的換取方式與換取地點海報，兌換卷的換取方式為 在商家中購買陶瓷者可依購買價格換取同等點數的兌換卷（如購買新台幣 100 元可換一點，集 10 點可換取杯子一個；集 20 點可換取咖啡杯一組）。根據陶瓷組織人員訪談發現，這樣的方式有其弊端存在。此活動規劃者為台北縣政府，而內容大致為陶瓷店家在活動之前必須購買兌換卷，並且規定店家必須購買兌換卷活動才得以進行，然而許多店家認為兌換卷換贈品的方式無法使生意更興隆且不合實際需要，因此拒絕購買，所以活動進行時，並非在所有店家購買商品皆可以獲得兌換卷。在這樣的規劃中可以歸納出下列問題點：

(1)在角色扮演方面

a 活動規劃者與居民沒有做好事先協調的工作

地方居民是地方的主人，因此最為了解地方生活文化，無論規劃者的角色為何，在活動規劃始初都應予地方居民做好詳盡的溝通。在陶瓷銷售上，兌換卷的存在是否有一定的意義，能提昇銷售亦是造成陶瓷價值低落，從事陶瓷工作的地方居民遠比規劃者更具深入的認知。然而兌換卷的規劃反應了沒有深入了解的規劃者進行強制地方居民配合的現象，此乃「兌換卷」規劃的問題之一。

b 組織沒有溝通與協調的空間

「活舞鶯歌」的承辦單位是屬上級指導的活動，規劃單位由地方政府（上級）為主辦單位，地方組織與鶯歌鎮公所為協辦單位。訪談時組織成員表示此次活動的規劃主導權為政府單位，而兌換卷亦是「上級」所指示，他們只是配

合活動工作的準備，如兌換卷的銷售，贈品的兌換工作，然而這樣的規劃雖不符合實際需要，且造成商家與組織的麻煩（商家在忙碌之際還要記得給兌換卷，組織秘書還得進行贈品的兌換工作），活動已規劃了，兌換卷也印了，為了以不傷和氣為原則，活動還是照常進行。

(2)在陶瓷與地方文化的展現方面

a 商業式的促銷法無法提昇陶瓷與文化價值

兌換卷的形式能否促進買氣在規劃前雖難以衡量，然而促銷的方式有許多，這樣的方式是否能夠將「產業文化化，文化產業化」做到讓地方經濟與文化並進的地步則有待商榷。鶯歌在往年舉辦陶瓷活動時曾被譏為「陶瓷大拜拜」，因為缺乏文化面呈現的陶瓷活動在銷售時容易只剩下「商業交易」的行為模式，陶瓷活動既成為商業行為，商家與商家，商家與遊客間的比價削價就成為商業交易中的正常現象。這樣的現象基於許多因素（商家之間彼此的競爭、傳統工藝面臨 WTO 與大陸日本市場競爭壓力，一般遊客對地方傳統工藝價值認知不夠深入……等）至今依然存在，陶瓷產品的價值已較過去農業時期低落，此時若以兌換卷方式促銷非但對陶瓷價值提昇缺乏幫助，還可能使陶瓷價值更為低落。

b 缺乏生活文化面的呈現

在此次的陶瓷活動中規劃者以上級為主，沒有居民參與展現的內容存在。老街由過去至整修完成期間必然有許多居民心力歷程與歷史可做呈現然而在此次的活動中，所能見到的陶瓷活動依然與過去一樣，師傅拉坯與鶯歌高職學生陶瓷樂燒表演仍是主軸。拉坯與樂燒之類的活動並非錯誤示範，而是這類型活動文化面展示與活動主題似乎沒有太大的連貫，鶯歌重新整建的目的與特色也沒有表達出來。下列為參與觀察時耳聞的遊客對話做為說明：

a：「喔！公告作加擬ㄉ×Y，其實蝦米嚟唔（廣告做那麼大，其實什麼都沒有之意，操台語口音）」

b：「奇怪，他們怎麼都在捏土，捏完了都不上色（師傅拉坯現場）」

c：「走啦！！走啦！！那有什麼好看的跟剛剛裡面（指陶瓷店家）的一樣，都是在表演那個啦（師傅拉坯現場）」

d：「媽媽，那個為什麼黑黑的，跟店裡的不一樣」「嗯……那是哥哥故意的，小孩子不要問那麼多！！（鶯歌高職樂燒現場）」

e：「欸，好無聊，人擠人的什麼都沒有，下次不要來了好不好……」「對不起啦，我怎麼會知道，我以為會很不錯的……」

上述遊客對話無法代表全體遊客參與「活舞鶯歌」的感受，亦無法由此評斷活動規劃的成敗，但由上述對話中可以應證活動文化面不足之處。在活動展示上缺乏完善規劃，師傅拉坯意義原本在於闡述手工製陶方法與製陶的辛苦與有趣的一面；而「樂燒」則為在最短的時間內將陶瓷上釉至成品完成展現的方法，然而缺乏文化面說明的結果便是遊客無法了解其中內涵，更甚者連規劃者與表演者都不清楚這樣活動展示的目的為何，只是進行活動來了，就該這樣表演。

(3)小結

活舞鶯歌活動為期三天，匆匆落幕，由老街整修工程評估、進行至完成歷時三年多，重整前與重整後的老街除了外貌的改變，其他地方人們的自發性歷程，早期尖山堆鄭成功軍隊的歷史與傳說、十一間仔、碗窯、陶瓷工廠林立、古老煙囪的生活文化，現代陶瓷從業者的故事這些地、景、人、文、產資源在這樣老街重整開幕的重要時刻沒有任何規劃者想起，地方居民的力量亦沒有被展現，商業與文化無法達到平衡點，產業無法文化化，文化無法產業化，是為「活舞鶯歌」活動的缺憾。

1-2 2001 年鶯歌陶瓷嘉年華會

在鶯歌，為了促進商機與振興陶業，由 1986 年開始鶯歌便開始有大型陶瓷展，直到現在成為一年一度的鶯歌陶瓷嘉年華會。長久以來這樣的活動卻充滿制式化，展現的方式一度停留在「趕集」與陶瓷大拜拜的程度，而其他小型的陶瓷活動也依據這樣的模式進行活動規劃與進行如上述「活舞鶯歌」活動即是這樣的一個例子。然而近年來鶯歌本土化及社區總體營造思潮倡行，陶瓷活動規劃單位與部分鶯歌居民開始思索這樣的陶瓷活動與陶瓷文化的展現是否得宜，於是配合 2000 年陶瓷嘉年華會，出現屬於居民設計非過去型式化的陶瓷展現。這樣的轉變與展現方式，為鶯歌陶瓷文化帶來生機，也促使居民參與活動規劃。

居民是一個社區及地方組成的最基本分子，也是決定地方展現地方光彩最重要的決策者，而決策需要參與、關心及了解「地方現在在做什麼?」「可以再做些什麼?」「未來還可以發展些什麼?」。在地方振興中這股來自於地方的力量更是凝聚「社區情誼」(Community feeling)與(1979, 徐震)「社區意識」(林瑞欽 1994)不可缺乏的。然而在台灣的傳統工藝與地方振興中，地方居民及規劃地方的政府相關單位往往習慣扮演上級單位規劃而配合的角色，因此「譜」(張瑋琪, 1999)的產生讓地方工藝與文化振興活動成為模式化的行為，來訪者看不到最真切的文化，而當地居民也漸漸遺忘家鄉最真實的文化內涵，而隨著觀光客與上級規劃進行制式的活動呈現。



(圖 5-1)鶯歌陶瓷嘉年華會會場



(圖 5-2)鶯歌陶瓷嘉年華會時老街盛況



(圖 5-3)鶯歌陶瓷嘉年華會-戲土廣場



(圖 5-4)戲土廣場中的鶯歌陶仔耍

第二節 自發性的起始 刺激型自發性的展現

在「2000 年陶瓷嘉年華會」的「戲土廣場」裡，參與觀察發現「外界力量刺激」產生鶯歌居民進行活動規劃的案例。這樣的例子因活動規劃始於地方居民的構想，因此不同於過去制式化的展現方式。「戲土廣場」為台北縣政府委託「中華民國鶯歌紳士協會」企劃執行，執行者為一群過去未曾參加過鶯歌陶瓷嘉年華會規劃的地方居民，這群規劃者在鶯歌土生土長。當他們接到委託後開始與家人及朋友一同思考規劃如何將從小生長的鶯歌與陶瓷文化展現出來。這群戲土廣場規劃者年紀約略三四十歲，他們將童年時鶯歌小孩的生長環境以遊戲的方式展現出來，期望能夠藉著遊戲中將故鄉的生活文化展現出來。

特別的是，鶯歌戲土廣場之所以能夠展現出來，除了這些「中華民國鶯歌紳士協會」居民的用心之外，其中一個重要的因素就是承辦政府單位權利的下放。鶯歌雖然年年舉辦陶瓷嘉年華會，但鶯歌居民自動要求參加活動規劃的實例相當的少，若期望居民參與規劃，邀請規劃將是較佳的方式。而此次「中華民國鶯歌紳士協會」的居民就因為受邀而發揮巧思，將小時候鶯歌陶瓷生產與因為生存在陶瓷之都所不同於其他地區的生活文化展現出來。

1-2 內容—讓大人小孩以輕鬆的方式了解鶯歌

地方生活文化的展現是不需以嚴謹、難以親近的方式呈現的，而本土化的教育也不需要以制式的方式教導。在地方文化的傳承工作上，兒童是國家未來的主人翁，也是文化傳承的重要對象。如何讓兒童接觸地方文化而了解地方文化，「遊戲」是最能淺移默化的一種方式。在「戲土廣場」裡，地方規劃者就用遊戲方式讓兒童喜歡陶瓷，且體會陶瓷工作的辛苦與有趣，在遊戲中企圖讓

本土文化教育落實。另外戲土廣場的設計亦將陶瓷文化配合陶瓷生產製作流程及老師父與年輕陶藝工作者表演展現。戲土廣場內包含三大部分第一部份為「耍土文化區」，第二部份為「戲土區」，而另外一部份為「製陶表演區」⁷⁷ 以下為戲土廣場規劃內容的概要說明：

(1) 耍土文化區—

a 爆爆土

陶土是過去鶯歌团仔遊戲最佳材料。過去鶯歌許多家庭皆從事製陶業，一戶人家即為一個單位。而爆爆土流行於家中製陶碗的鶯歌团仔間。有瑕疵的碗狀土坯，倒攢於比賽用之平滑木板上，將陶土捏成球狀擲之，因空氣壓縮原理會爆出洞孔，再以爆裂洞孔大小決定輸贏，鶯歌团仔稱此遊戲為決土比賽，決土遊戲為鶯歌团仔過去最常玩的遊戲之一，瑕疵的陶瓷土坯在遊戲後還可以回收再製成坯。

b 疊疊樂

磁磚是 60 年代鶯歌团仔隨手可得之遊戲材料，不良品的磁磚在當時是免費的童玩，類似樂高積木的磁磚，陪伴了需多鶯歌团仔度過童年。疊疊樂遊戲的設計是以疊磁磚房子的遊戲設計成比賽，參賽者每人領取比賽用小磁磚，於規定時間內將磁磚單一重疊往上疊高，以截止時計算所疊小磁磚數目，最多者優勝。

c 搖搖樂

60 年代鶯歌地區開始大量生產拼花磁磚，拼花磁磚必須在燒製完成後拼排成一尺四方(一才)的大小，以利建築工人施工，而拼排拼花磁磚的過程，鶯歌人稱之為篩只仔(又稱排只仔)。拼花磁磚盛行時，鶯歌便是孩童放學後課業外的另一項工作，這樣的工作多半由婦女與小孩進行，在「篩只仔」的過程中，孩童會比賽誰排得快，輸的人就必須在放學時幫忙贏家背書包。搖搖樂遊戲讓大家體驗篩只仔的辛勞與樂趣。

d 舉坯障礙賽

舉坯是每個鶯歌陶瓷工作人的共同回憶與懷念的工作環節。在過去看天吃飯的傳統製陶日子，曬坯是一件大事。鶯歌陶師傅熟練舉坯於坯架與曬坯場的日子令鶯歌人懷念，因此設計為遊戲。遊戲方法為將放滿陶土坯之坯板從坯架上取出，手舉坯板依指定路線經過各項障礙（包括樓梯、木板橋、下坡道、門

⁷⁷ <http://210.241.84.193/ceramics/04/04.html> 戲土廣場

檻、矮門等)，跑回原坏架處，將坏板放回原坏架處，坏板上之陶土坏應儘量留於坏板上不可掉落。

(2) 遊戲區—

a 鼓聲若響

參加者每人有 5 顆泥丸，在指定區域對著目標---銅鑼丟擲，鑼聲響了即可得分。依投中銅鑼標示之分數累計積分(若泥丸壓標線時，以較高分數記分)。積分累計可兌換主辦單位提供之獎品，亦可向主辦單位領取積分卷，若繼續參加遊戲可累計積分，換取較高積分之大獎。

b 磁磚爆厝仔

參加者每人有 5 片磁磚，在指定區域對著目標---報厝仔區域投擲，依投中厝仔格子內標示之分數-表示得到分數。投擲時磁磚壓線時-以較大面積那邊記分。依投中厝仔格子內標示之分數累計積分。依積分兌換主辦單位提供之獎品亦可向主辦單位領取積分卷。若繼續參加遊戲可累計積分，換取較高積分之大獎，亦可和鑼聲哪響遊戲合併累計積分兌換獎品。

c 泥娃娃

參加者可在此區域由陶瓷灌漿師傅指導，每個人從注漿、回漿、割咀口、到脫模，讓參與者體會感受 DIY 陶偶的過程與喜悅。參加者除了感受體驗陶瓷製作過程之樂趣外，亦可將成型陶偶帶回作為紀念。

d 磁磚搖搖樂

參加者每人可在本區域由工作人員指導，以特製篩框拼排磁磚，讓每個來賓體會，感受以前鶯歌地區拼花磁磚拼排成一才一才的方法（俗稱-篩只仔）的過程與樂趣。感受與體驗過去拼花磁磚盛行時，鶯歌婦女與小孩參與創造鶯歌經濟奇蹟的歷程。參加者除了感受體驗拼排過程之樂趣外，可把一才拼花磁磚帶回家作玩耍及紀念。

(3) 製陶表演區—

a 老師傅製坏秀

鶯歌製陶傳統拉坏老師傅參與表演。參演人員：翁成來、王漢騰、阿萬師、黃敏雄、吳正宏、陳坤泉、吳國龍、李念吾、吳要城等多人。

b 少年家陶藝秀

邀請鶯歌傑出之陶藝工作者，依其技藝專長表演。參演人員：翁國禎、詹國祥、翁國華、吳智仁、蕭昌永、蕭巨杰、蕭巨昌、陳木全、女陶藝工作者劉芳伶、簡秋杏、賴秀桃... 等多人。

c 現代陶瓷生產流程秀

60 年代開始，鶯歌陶瓷業者引進現代化陶瓷生產設備。在多元發展下，70 年代的鶯歌陶瓷行銷全球，質與量齊頭並進。在戲土廣場中為了讓現代陶瓷的生產流程公開展現，從灌膏、修坯、洗坯、舉坯、彩繪、施釉、疊窯、窯燒... 都有相關人員表演與解說，讓製陶工作實際的一面完整的呈現。

第三節 結論

(1) 「戲土廣場」活動內容可供參考之處

以下為研究認為在「戲土廣場」活動內容，值得其他傳統工藝及地方文化推廣地區與其地方居民參考之處：

1) 從地方生活出發的本土文化，富教育意義

在戲土廣場裡有許多運用鶯歌居民從小生活在陶瓷之都的甘苦成長歷程所設計的遊戲，如遊戲中的「搖搖樂」設計的緣由即是來是民國 60 年代鶯歌地區開始大量生產拼花磁磚，而拼花磁磚必須在燒製完成後拼排成一尺四方(一才)的大小，以利建築工人施工，「搖搖樂」遊戲讓大家體驗篩只仔的辛勞與樂趣。而「疊疊樂」則是取材於「磁磚」，磁磚是 60 年代鶯歌囡仔隨手可得之遊戲材料，磁磚不良品是免費的童玩。這些遊戲背後隱藏著台灣陶瓷產業成長的歷程，由遊戲中可讓參加的現在孩童瞭解過去台灣地方生活的艱辛及有別於現在生活的文化。在遊戲的過程中孩童會發現陶瓷的有趣及辛苦，可培養對鶯歌及陶土的情感。



(圖 5-5)過去鶯歌囡仔耍陶



(圖 5-6)過去鶯歌篩只仔

2) 父母帶著孩子參與鄉土遊戲，有增加親情互動及生活感與成就感

隨著科技文明的進步，台灣已經成為都市化程度高的地區，生活在都市的小孩對於「土」也越來越陌生，忙碌的父母無暇陪孩子遊戲，更不用說一起玩土。在戲土廣場中，成功的將親子之間的距離拉近，在製作的過程中親子一同完成簡單的陶瓷作品，雖然雙手沾滿了泥土，卻將親情拉的更進。



(圖 5-7)親子參與戲陶-1



(圖 5-8) 親子參與戲陶-2

在製作陶瓷作品的過程中，親子一同向指導的老師學習、及與其他孩童共用公共製陶器具，這些都是教導孩童與人相處的機會教育，成功的讓工藝製作的精神與樸實無爭的工藝文化展現。

3)將傳統工藝價值做轉變，讓孩童將傳統工藝視為值得珍惜的寶貝

2000 年鶯歌嘉年華會舉辦的場地與面積較以往擴大，假日時從陶瓷博物館到老街火車站及中正一路、中山路無不人山人海。引人注意的是某些參加過戲土廣場遊戲的孩童或其父母手上會有「米老鼠」造型的陶瓷翻模作品，這樣的作品充分引起其他孩童的注意，因此也會希望擁有。如此一來，父母便會帶著孩童到戲土廣場參加遊戲，而參加遊戲的同時也容易注意到在戲土廣場中的製作流程秀及師傅的製作展示，如此一來不但能讓孩童希望擁有自己親手做的陶瓷作品，並將它視為特別的寶貝，也同時體驗及學習了陶瓷文化與製作。



(圖 5-9)端著陶瓷作品的父親與快樂的孩子



(圖 5-10)陶彩繪陶瓷區

了解陶瓷製作流程，而非只是一味買陶及拉坯：

在過去的鶯歌陶瓷活動中，所展現的活動及促銷方式常停留於師傅拉坯與買產品集點兌換陶瓷的方式。老師傅拉坯的表演，雖然是一個不錯的方式，但多年下來許多陶瓷展及表演都缺少不了，但陶瓷老師傅平常所做的陶瓷工作往往不只停留在拉坯，且陶瓷製作也不只拉坯，還有其他壓模、灌漿等的方法，這樣的展現方式像是「陶瓷活動譜」一般，只要有陶瓷展就少不了活動，缺乏更深層的意義。但陶瓷製作流程秀卻讓來訪者看到詳盡且異於拉坯的陶瓷製作流程，有別於一般的拉坯示範。這樣不僅增加遊客對陶瓷製作更實際的瞭解也讓遊客更清楚陶瓷製作的多種方式及困難程度差別，在選購陶瓷時便能更清楚陶瓷製作困難度與價格的關聯及自己所需要的產品為何，可避免遊客因陶瓷知識不足而到處比價削價。



(圖 5-11)戲土廣場中的生產流程秀



(圖 5-12)師傅表演陶瓷製作



(圖 5-13)陶瓷施釉區



(圖 5-14)陶瓷製坯架

5)以鄉土遊戲來代替兌換陶瓷產品的促銷方式，避免陶瓷價值降低：

在鶯歌過去鶯歌辦陶瓷活動的時候曾以兌換卷的方式來促進買氣（如活舞鶯歌）。這樣的方式除了鼓勵遊客多買陶瓷產品以促銷買氣之外，別無其他意

義，且這樣「半買半相送」的方式不但沒有其他文化附加價值，更會使陶瓷價值降低而產生鶯歌陶瓷商業化的現象。而在戲土廣場中將這樣兌換陶瓷產品的方式改變為參與遊戲，藉由遊戲中讓遊客更了解鶯歌的陶瓷文化，而參加遊戲所獲得的陶瓷或是在遊戲中 DIY 的陶瓷作品，在價值與意義上皆與「買的多，送的多」的意義不同。

(2)戲土廣場成功因素

回顧「戲土廣場」，本研究將它視為成功的案例，其原因歸結於下：

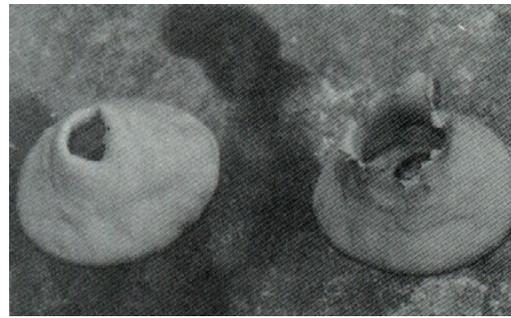
1)居民的參與使得活動多元化與真實化。

在過去台灣地方振興推廣過程裡，往往因為台灣過去政治殖民背景與國人在團體參與中「公私分明」(這是公家的事，不干我的事)的觀念與態度，少數決策的「菁英主義」的統治與推廣方式一直是地方規劃與振興主要的型態，然而真正了解地方、在地方成長、創造地方文化的人是地方的居民，因此由地方居民自己提供、自己發覺的地方文化才是最真實的。而無法應對地方應有的特色 - 「歷史、自然、文化」所營造出來者必然是外爍而短暫的⁷⁸。

在戲土廣場中可以看到的是以前未能看到且不同於其他地方的陶瓷人文背景，如「爆爆土」遊戲中，可以看到過去鶯歌小孩就地取材發展為遊戲的機智，而從「搖搖樂」中更可以回顧過去台灣經濟發展時兒童與婦女努力以家庭手工創造台灣經濟奇蹟的縮影。



(圖 5-15)爆爆土遊戲-1



(圖 5-16)爆爆土遊戲-2

這些鄉土味濃厚的鶯歌陶瓷文化是菁英規劃所難比擬的地方。因此菁英規

⁷⁸黃淑芬，1999。從「傳統地方工藝品產業」試論「產業文化化，文化產業化」

劃往往呈現出的是一般人所以為的鶯歌，而居民規劃所呈現的卻是鶯歌人的鶯歌。因此讓居民著手設計出能表達鶯歌陶瓷文化的活動是這次活動能吸引人的主要因素。

2)遊戲化的設計，讓來訪的大人與小孩都能輕鬆的接受與體驗地方文化的特色

「文化」是個抽象的名詞，若能讓這樣抽象名詞轉化為具體的活動且讓來訪者清楚瞭解、參與體會，進而達到文化推廣與振興的意義，那麼對於地方及地方工藝振興將有正面的影響。在戲土廣場裡研究觀察發現參與者多半為親子協同參加，且遊戲的方法讓孩童很容易的就接受並且喜歡參加，在旁輔導的父母除了可培養親子之間的感情外，亦可體驗作陶之樂，達到老少咸宜的目的。在玩樂中輕鬆的將鶯歌陶瓷文化傳達與推廣，達到陶瓷工藝振興的目的。

3)藉由地方獨特的工藝產品生活文化將工藝價值由商業形態轉換為文化形態。

地方振興與工藝振興中「產業文化化，文化產業化」是一個理想的目標，而現在台灣所談的「產業文化化，文化產業化」基本上不是文化面的談法，而是經濟面的談法，換句話來說就是為了要活化地方經濟獲取更高的經濟價值，或是為了拯救某些沒落的產業。但更重要的是由內而外具體的呈現，換言之，經濟背後乃以文化作為基礎⁷⁹。在鶯歌，陶瓷長久以來一直扮演者「居民謀生工具」的角色，因此許多振興活動主旨中皆強調著「經濟振興」，對於鶯歌及許多富有地方傳統工藝的地區而言，這是必然存在的現象，但過分著重經濟發展而忽略文化振興的地區，最會將淪為僅具響亮名號而無實質內涵的地區。而「戲土廣場」由某些層面而言，雖然還是以振興經濟為要件，但做法已經為「內發性」由內(文化)而外(經濟)做起，讓陶瓷產業與陶瓷地方人文相結合，而提昇陶瓷價值，有別於過去以商易商的促銷手法。

(3)戲土廣場一例對鶯歌地方自發性影響之建議

要做好一個地方振興，除了將地方資源妥善運用與發揚外，最重要的是居民自發性的愛護地方，發現地方值得展現之處。然而除此之外，台灣在地方規劃或地方振興、工藝振興方面，目前尚屬於菁英主義領導或半菁英主義領導方式，而菁英領導雖有缺點亦有其優點，地方居民如何在菁英領導下，發展自發性，是目前台灣地方居民在提昇家鄉文化時所應注意的，本研究以「鶯歌 2000

⁷⁹黃淑芬，1999。從「傳統地方工藝品產業」試論「產業文化化，文化產業化」

年陶瓷嘉年華會之戲土廣場」一例，整合歸納為以下四點，盼能為地方居民在地方振興與工藝振興上盡些心力。

1) 人心的振興

一個地方的組成基本元素為地方居民，居民若覺得自己的故鄉與故鄉所產的傳統工藝是不值得珍惜及發揚振興，那麼談論地方振興就毫無意義可言。然而就目前大多數鶯歌與台灣其他地方工藝產業所在地(如竹山、三義)的居民而言，雖然喜愛故鄉者為數不少，但真正對於地方工藝產業抱持希望與榮耀，期望以文化為出發點建設與振興地方傳統工藝產業者在所佔比例仍為少數，有具體行動者更是微乎其微。居民應該具有對自己家鄉喜愛與發覺優點的自發性，且這樣的自發性應該是主動、眾多居民共同研討規劃的，以及具有行動力的。以此次戲土廣場活動規劃而論，參與規劃者仍為少數人，雖然這已是一個很好的開端，但鶯歌與陶瓷仍須更多喜愛鶯歌的居民參與加入活動規劃。

2) 地方其他資源的運用

地域建設的起點在於地域之華的再確認⁸⁰此次戲土廣場成功的結合了鶯歌陶瓷文化與鶯歌地方人文，但除此之外鶯歌尚有其他值得遊客參觀與瞭解的部分，在社區總體營造相關文獻中曾提及資源的分類⁸¹，分類中將資源分為地、景、人、文、產五大類，在此次居民規劃的戲土廣場裡，研究將其中所運用的文化歸類為人、文、產，而人、文兩項也幾乎與「產」-「陶瓷」密不可分，而另外的地、景資源文化卻幾乎沒有被提及。這樣的現象普遍存在於鶯歌其他的活動中，因此鶯歌給予外人的印象似乎只停留於陶瓷，而鶯歌其他值得參觀的古蹟、早期閩南移民時的歷史足跡，這些值得現代土廣場與嘉年華會其他角落幾乎不見。如果地方居民能將這些資源的文化做連結與展現，相信對於地方與工藝振興都會有正面的影響。

3) 菁英主義的善用及媒體效應

菁英式的領導與規劃方式對於居民不一定會呈現負面的影響，若妥善運用菁英主義，擁有充分的自發性，做好與上級階層的溝通，不但對於活動推行有所幫助，且會得到更多的資源。在台灣所謂規劃的上級通常就是指政府相關單位，這些單位能給予相當的資金補助及派遣相關學者給予幫助。在鶯歌，居民擁有自發性的居民組織，這些居民組織主動向上層爭取建設與其他福利，因此得到許多幫助，如鶯歌戲土廣場中就張貼了一張台北縣縣長所拍攝的廣告海

⁸⁰宮崎清，傳統性工藝品產業與地域振興，翁徐得、洪文珍譯

⁸¹翁徐得，洪文珍。傳統性工藝品產業與地域振興

報，標榜著「縣長說鶯歌囡仔耍好玩」，這樣的海報顯示了縣長的支持；而參與觀察進行時發現交通部長葉菊蘭女士亦蒞臨探訪，這些政要的參與代表了政府相關單位對鶯歌的重視，若能妥善運用，在地方建設資源的爭取上將會有所幫助，對於陶瓷活動有也會有鼓勵與加分的作用。但若居民無充分的自發性與自主性，菁英主義容易讓活動呈現上級所希望的地方展示，而無法深入地方生活文化。因此藉由居民組織的力量主動爭取及參與政府單位的規劃，才是展現真實的地方及地方工藝的特色與文化較佳的辦法。



(圖 5-17) 縣長說鶯歌囡仔耍好玩



(圖 5-18) 交通部長來訪

4) 刺激性自發性的啟示

地方居民若能自發性的參與地方建設，發覺地方之光加以展現出來，台灣地方文化必能彰顯。然而歷史、種族特性、習慣性種種問題之下，台灣地方居民即使在本土化風潮帶動下已經有自發性思想與團體萌生，但是由地方居民自發性參與地方建設的案例並不多見。

由文獻探討、深入訪談與參與觀察歸納，整體而言鶯歌居民並非缺乏自發性，而是缺乏自發性的深入思考與展現。自深入訪談中發現鶯歌已有自發性行為的組織團體，然而真正著手用心思考鶯歌地方生活文化並將它透過行動展現出來的居民幾乎微乎其為。由「戲土廣場」一例中發現，鶯歌居民自發性的展現方式若能以政府及組織委託的鼓勵與刺激行動的方式，將比一昧的期待地方居民自動自發的發現地方文化而展現有所成效。

由於居民聽從指示而配合的心態已成積習，若此時能藉以外在力量喚起居民對地方文化的重視與給予「舞台」實際展現，展現所帶來的成果將會令居民更樂於發掘地方文化特點，並期望在下次機會將成果展現。運用這樣外在力量啟發地方居民自發性的形式對於政府和協會也將有所幫助，上級將地方規劃的權利下放居民，負擔變小，而久而久之，居民亦樂於參與規劃，自發性將不只侷限於「想想而已」，而會有實際行動展現。

第六章 量化問卷與分析—居民

1-1 居民問卷進行動機

1-2 居民問卷進行

- (1) 調查進行時間
- (2) 有效問卷份數
- (3) 調查進行地點

1-3 居民問卷內容與設計

- (1) 居民問卷設計格式
- (2) 居民問卷設計內容

1-4 居民問卷分析與統計

第一階段描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)

- (1) 請問您在此地開業的時間有多久了?
- (2) 請問您的陶瓷店面是您自己的房子還是承租而來的?
- (3) 請問您有聽過下列與鶯歌陶瓷工作相關的組織或單位嗎?
- (4) 請問您是否有參與上述與陶瓷相關的組織?
- (5) 請問您參加您所參與的陶瓷組織活動的頻率為何?
- (6) 請問您所知道或所參與的陶瓷組織與單位通常在地方上扮演何種角色?
- (7) 綜合而論，請問您對鶯歌這些地方組織到目前為止評價如何?
- (8) 如果參與一個地方組織或是協會可以幫助您的家鄉和陶瓷的光彩和文化保留及發揚，但會花去您的一些時間，您會願意參加嗎?
- (9) 請問，如果您願意參加這樣的組織或協會，多久聚會一次是您可以接受的?
- (10) 請問您覺得您對鶯歌的情感較符合下列哪一項描述?

第二階段描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)

- (1) 請問根據您的了解，鶯歌從何時開始生產陶瓷？
- (2) 請問下列項目都是鶯歌可供觀光的景點，何處是您曾聽過或去過的地方？
- (3) 請問下列項目，有哪些景點是您非常了解，且能說出它的歷史文化淵源的？
- (4) 在您經營陶瓷買賣的這些日子以來，您是否發現下列哪些現象存在於鶯歌與陶瓷之間？
- (5) 請問經營陶瓷事業對您而言有什麼樣的意義可言？
- (6) 鶯歌高職為台灣第一所專為陶瓷工藝設計的職業學校，如果有機會，請問您會讓您的子女去就讀鶯歌高職陶瓷工程科，甚至繼續承傳陶瓷工作嗎？

1-5 居民訪談結論

- (1) 受訪者與陶瓷組織
- (2) 受訪者與鶯歌及陶瓷
- (3) 受訪者與自發性

第六章 量化問卷與分析—居民

居民是一個社區及地方組成的最基本分子，也是決定地方展現地方光彩最重要的決策者，而決策需要參與、關心及了解「地方現在在做什麼?」「可以再做些什麼?」「未來還可以發展些什麼?」。居民對於地方或是社區活動的參與所持的共識簡言稱之為「社區意識」；而這樣的意識換句話說，又可定義為居住於某一地區的人，對此地區及其他相鄰居民有一種心理上的認同與融合，即所謂歸屬感(Sense of Belongingness)，意即個人認為其所屬環境是屬於自身的，而自身亦屬於此環境，此種知覺又稱為「社區情誼」(Community feeling)(1979, 徐震)。亦有一說認為「社區意識」乃個人所屬的社區，經由感覺和知覺而建構的一套含涉情意因子的認知系統(林瑞欽, 1994)，這樣的認知系統具有正負價，正價者對社區態度是正面的，將會認同社區，喜歡社區參與社區活動，關心社區事務；負價者對社區的態度則是消極與否定，他會逃離疏遠所屬之社區，對社區事物採冷漠不參與的態度，因此認知結構所具的正負價，辨識對該社區產生親近或逃離的態度或行為。

1-1 居民問卷進行動機

社區意識的高低，是社區凝聚與發展的指標。本研究基於以上因素以及第一、二次深度訪談、實地參與鶯歌陶瓷相關活動之後認為在鶯歌地方組織與居民間的互動過程中，雖然組織與政府單位扮演重要的未來導向與溝通橋樑工作，但鶯歌與陶瓷推動最重要的還是鶯歌居民這樣最基本的組成分子對鶯歌的看法和自發性。簡言之，鶯歌居民的社區意識才是促進鶯歌與陶瓷光芒展現的最基礎且重要因素。基於此，本研究為了更普遍了解鶯歌居民對陶瓷與鶯歌及其組織的了解及參與陶瓷推廣組織自發性程度，設計了鶯歌居民量化式的問卷，問卷內容以先前訪談與參與觀察結果作為出發點，受訪者亦根據此原則選取鶯歌鎮上陶瓷商家為受訪對象。選擇以陶瓷商家為受訪對象的原因有下列幾項因素：

- (1) 根據深入訪談調查顯示，陶瓷店家受訪者除了少部分受僱者外，其餘皆居住在鶯歌，符合本問卷「居民」身份的要求。
- (2) 鶯歌目前陶瓷組織成員大多數皆為陶瓷店家，以鶯歌陶瓷藝術發展協會來說，就是老街為主的陶瓷同業所共同組成的，而本問卷多處問及陶瓷店家參與陶瓷組織相關問題，因此以陶瓷店家為主要訪談對象較為符合。
- (3) 本問卷因涉及許多陶瓷與訪客問題，而陶瓷店家因接觸陶瓷及為陶瓷而來的外來訪客機會較一般居民多，因此對於陶瓷所面臨的問題了解程度也較

一般人深刻。

本研究因基上述三個因素，因此居民問卷以陶瓷店家為受訪對象。

1-2 居民問卷進行

本研究之問卷設計乃根據前述理論基礎、研究目的及第一、二次深入訪談結果，綜合發展成為問卷中各項命題。而問卷調查技術則以現地訪問法(Interviews)讓受測居民進行自填式(Self-Administered)問卷填寫，並由訪員在填寫前先行告知有關注意事項。

以下是此份問卷的訪問進行時間與地點及有效份數：

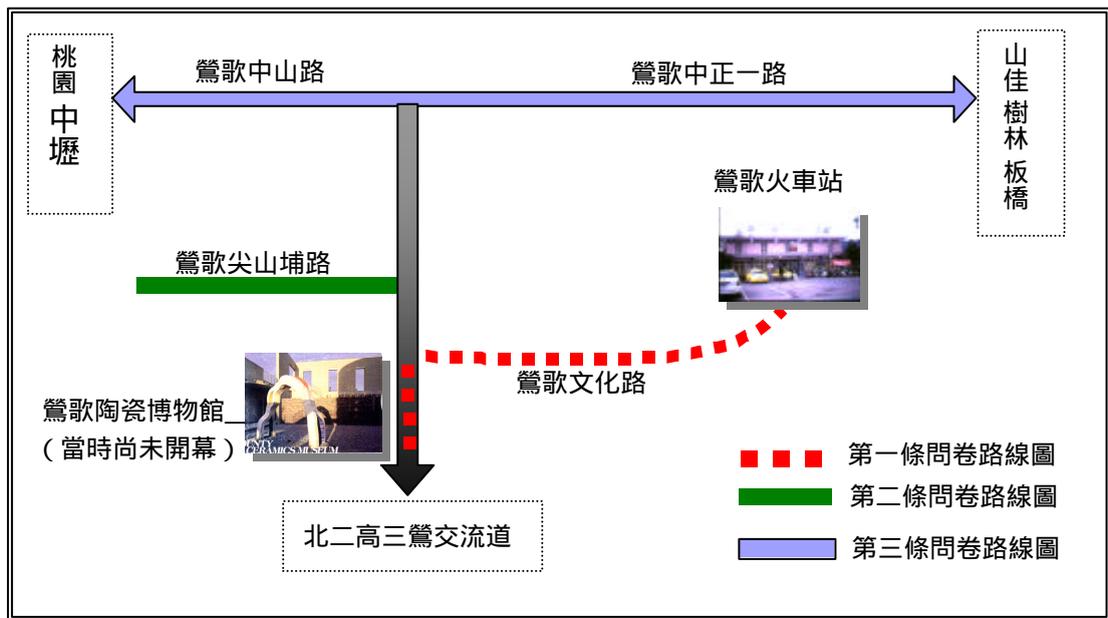
(1) 調查進行時間：2001.03.17

(2) 有效問卷份數:30 份

(3) 調查進行地點：

- a. 鶯歌鎮中正一路
- b. 鶯歌鎮中山路
- c. 鶯歌鎮文化路
- d. 鶯歌鎮尖山埔路的陶瓷店家

此次調查以鶯歌陶瓷店家分佈最多的四條街為主，取樣方法採「隨機抽樣法」(random sampling)，以下是店家問卷進行的簡圖，以三條路線為主，第一條為鶯歌陶瓷博物館至鶯歌火車站；第二條為鶯歌陶瓷老街，也就是鶯歌尖山埔路；第三條為鶯歌中山路到鶯歌中正一路一帶。



(圖 6-1) 鶯歌居民問卷調查路線分配圖

1-3 居民問卷內容與設計

(1) 居民問卷設計格式—

a) 問卷格式 (Format)

一般而言，問卷格式依其回答方式可分為開放式 (open-ended) 與封閉式 (Closed-ended) 兩種，而本研究在此部份主要目的為將深入訪談時所產生的問題利用量化可統計的方式呈現，因此採封閉式問題設定為主

b) 量表尺度 (Scale) 選擇—

本問卷主要內容為受訪者基本背景資料、對鶯歌、陶瓷、地方組織基本認知與了解，大部分為類別尺度的選項，少部分涉及感覺或認知程度的順序問題則選擇以「Likert-Type」為本研究之量表尺度，本研究採用「Likert-Type 五點量表」(非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意)作為順序尺度的問卷格式。

(2) 居民問卷設計內容—

由於文獻分析探討與深入訪談得知，鶯歌有居民自發性組成的組織，且鶯歌當地陶瓷店家多數都有加入組織，但參與組織活動情況卻出現許多分歧的現象。在文獻探討中，研究認為有共同目標為社區努力而組成團體維護的地方居民是具有自發性的，有自發性的居民對於地方之光會更加注重及珍惜，對於地方傳統工藝亦會有振興的責任感。但經過第一二次深入訪談發現，鶯歌店家雖然有自發性居民組織，但是對於地方之光(鶯歌的歷史文化；鶯歌陶瓷的特色)的了解程度似乎並不一致，對於組織的參與度與滿意度也有所不同，甚至承租房屋的問題似乎也影響了店家對鶯歌及陶瓷的向心力。對於鶯歌與陶瓷，研究也發現店家的情感和預期的想法有些許的落差。再者鶯歌也如同其他台灣傳統工藝一樣面臨了許多的危機，這些種種的問題是此份問卷調查需求所在。

究竟在鶯歌這個地方，「居民」、「組織」與「自發性」、「陶瓷工藝振興」……，各種真相與相關程度究竟如何，是本問卷想要尋求的。因此本問卷分為以下兩個部分，第一部份為 為店家對鶯歌的規劃及地方組織了解及參與而設計的；第二部份為 為店家對鶯歌及陶瓷狀況的意見與了解而設計的。第一部份，包含三大方向變項：店家與陶瓷相關基本資料、店家參與陶瓷相關組織意見、店家與鶯歌，以下是第一部份說明表

(表 6-1)店家問卷內容說明表一

因素	變項名稱		變項等級	問卷內容
店家對鶯歌建設規劃及地方組織了解及參與	店家與陶瓷相關基本資料	店家開業時間與店面承租問題	類別尺度	1.請問您在此地開業的時間有多久了? 2.請問您的陶瓷店面是您自己的房子還是承租而來的?
		店家對組織的熟悉與參與情形	類別尺度	3.請問您有聽過下列與鶯歌陶瓷工作相關的組織或單位嗎? 4.請問您是否有參與上述與陶瓷相關的組織?
	店家參與陶瓷相關組織意見	店家參與組織頻率與評價	類別尺度	5.請問您參加您所參與的陶瓷組織活動的頻率為何? 6.請問您所知道或所參與的陶瓷組織與單位通常在地方上扮演的何種角色? 7.綜合而論,請問您對鶯歌這些地方組織到目前為止評價如何?
		店家參與組織意願	類別尺度	8.如果參與一個地方組織或是協會可以幫助您的家鄉和陶瓷的光彩和文化保留及發揚,但會花去您的一些時間,您會願意參加嗎? 9.請問,如果您願意參加這樣的組織或協會,多久聚會一次是您可以接受的?
	店家與鶯歌	店家對鶯歌情感	類別尺度	10.請問您覺得您對鶯歌的情感較符合下列哪一項描述?

第二部份為 為店家對鶯歌及陶瓷狀況的意見與了解而設計的。在這一部份裡包含三大方向變項：店家對鶯歌及陶瓷狀況的意見與了解、店家對陶瓷傳承的看法、店家對鶯歌與陶瓷文化的看法與意見。以下為第二部分說明表 - -

(表 6-2)店家問卷內容說明表二

因素	變項名稱	變項等級	問卷內容
店家對鶯歌及陶瓷狀況的意見與了解	店家對鶯歌與陶瓷歷史文化淵源的了解	類別尺度	1. 請問根據您的了解，鶯歌從何時開始生產陶瓷? 2. 請問下列項目都是鶯歌可供觀光的景點，何處是您曾聽過或去過的地方? 3. 請問下列項目，有哪些景點是您非常了解，且能說出它的歷史文化淵源的?
	鶯歌陶瓷的現狀及與店家的關聯	類別尺度	4. 在您經營陶瓷買賣的這些日子以來，您是否發現下列哪些現象存在於鶯歌與陶瓷之間? 5. 請問經營陶瓷事業對您而言有什麼樣的意義可言?
	店家對陶瓷傳承的看法	類別尺度	6. 鶯歌高職為台灣第一所專為陶瓷工藝設計的職業學校，如果有機會，請問您會讓您的子女去就讀鶯歌高職陶瓷工程科，甚至繼續承傳陶瓷工作嗎?
	店家對鶯歌與陶瓷文化的看法及意見	類別尺度	7. 最後想請問您，近幾年來，本土化風潮推廣與週休二日實施加上鶯歌硬體設施如：學校、博物館、老街整修等，鶯歌的遊客越來越多了，觀光化已經成為必然現象，您有沒有想過要怎麼讓鶯歌跟陶瓷的「光」(好的地方)完全的展現在遊客面前，而不是只有買買陶瓷而已?

1-4 居民問卷分析與統計

統計方法及使用工具有很多種，在方法上大致分為「描述性統計」(Descriptive Statistics)「推論性統計」(Inferential Statistics)兩種(李金泉, 1995)，描述性統計包括次數(Frequency Distribution)、比例(Proportions)、率(Rates)、平均數(Mean)、標準差(Standard Deviation)等，較適合作為資料的基本描述。推論性統計包括項目分析(Item Analysis)、信度分析(Reliability Analysis)、卡方考驗分析(Chi-square Test)、因素分析(Factor Analysis)、單因子變異數分析(One-Way Analysis of Variance)、相關分析(correlation Analysis)，是由樣本一變項之間關係，去推論母體各種情況與關聯的可能性。

第一階段描述性統計分析(Descriptive Statistics Analysis)

本問卷的描述性統計依問卷設計問題選項類型可做百分比、平均數、標準差分析，在問卷選項類型中為類別尺度的問題將以百分比作基本的描述性統計分析，若問卷選項類型中為順序尺度的問題，將以平均數、標準差作分析。

以下為本問卷的描述性統計分析：

(1) 請問您在此地開業的時間有多久了？

本問題內容又細分為兩項，一項為陶瓷店家在鶯歌開業時間為何，一項為十年以上的陶瓷店家為祖傳事業的比例為何；問題的主要目的為探究鶯歌店家開業時間及店家目前傳承的情況，及做為第二階段推論性統計中「店家營業年限」與「是否為祖傳事業」對其他問題的影響與關聯，由表 5-4 中我們可以了解，以下的現象：

(表 6-3) 鶯歌居民開業年限統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
1-1)	1年以內	2	30	6.7%
1-2)	1~2年	1	30	3.3%
1-3)	2~3年	0	30	0.0%
1-4)	3~5年	4	30	13.3%
1-5)	5~10年	10	30	33.3%
1-6)	10~20年，非祖傳事業	5	30	16.7%
1-7)	10~20年，為祖傳事業	4	30	13.3%
1-8)	20年以上，非祖傳事業	2	30	6.7%
1-9)	20年以上，為祖傳事業	2	30	6.7%
1-10)	其他	0	30	0.0%

- a. 眾數 (mode) 為「5-10年」選項：依據問卷調查統計 5-10 年的店家所佔比例最高，為 33.3%。
- b. 在鶯歌營業的店家多數集中於「3-5」、「5-10」、「10-20」年間，共佔 75%。
- c. 調查發現除去眾數 10 年以上的店家佔了 43.4%，1-5 年的店家佔了 23.3%。
- d. 10 年以上的店家共佔此題全部的 43.4%，其中祖傳事業者 10-20 年的共 13.3%，20 年以上的共 6.7%，因此 10 年以上祖傳事業共佔了全部的 20%，佔了 10 年以上的店家的 46%。

(2) 請問您的陶瓷店面是您自己的房子還是承租而來的？

此題設計目的是為了瞭解店家承租比例，以作為店面承租與否與其他問題的關聯的比較基礎。由此題，調查發現鶯歌陶瓷店家的房子承租比例超過一半，比是「自己的房子」的選項多出了 13.4%，然而根據先前深入訪談發現，房子承租問題有影響自發性及其他問題的可能，因此本題將作為推論性統計依據。

(表 6-4) 鶯歌陶瓷店家房屋承租情形統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
2-1)	是自己的房子	13	30	43.3%
2-2)	是承租來的	17	30	56.7%
2-3)	其他	0	30	0.0%

(3) 請問您有聽過下列與鶯歌陶瓷工作相關的組織或單位嗎？

此題設計目的乃在於了解鶯歌陶瓷店家對於地方上陶瓷組織的了解程度為何，由下表我們可以發現「陶瓷工會」、「鶯歌陶瓷藝術發展協會」、「鶯歌觀光文化發展協會」所佔的百分比皆相似，為 76.7%、76.7%、80% 根據受訪者表示，「陶瓷工會」在早期就有了，他們對這個組織是熟悉的，至於「鶯歌陶瓷藝術發展協會」、「鶯歌觀光文化發展協會」對於受訪者的意義是有地域性的地方組織，位於陶瓷老街（尖山埔路）與文化路的陶瓷店家多半熟悉「鶯歌陶瓷藝術發展協會」而位於中正一路與中山路者，則對於「鶯歌觀光文化發展協會」較為熟知，而受訪者經過研究篩選分布的比例平均，因此對於此兩選項調查所得的百分比相似，可由此解釋。

其中值得注意的是，根據本研究數位調查者表示，位於陶瓷老街（尖山埔路）與文化路的陶瓷店家多半只知道「鶯歌陶瓷藝術發展協會」，而同樣的位

於中正一路與中山路者大多數也只知道「鶯歌觀光文化發展協會」；另外，對於「鶯歌文史工作室」及「中華民國陶瓷工會」熟悉度都只有 43.3%；在「其他」選項上佔了 6.7%，受訪者提到「鶯歌青商會」與「中華民國釉藥發展協會」，甚至認為在沒有其他地方組織時，鶯歌青商會就扮演了很好的角色，幫助店家陶瓷推廣及銷售，鶯歌青商會遠比現在的任何陶瓷組織都還要好。

(表 6-5) 鶯歌居民對地方陶瓷組織熟悉程度統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
3-1)	陶瓷工會	23	30	76.7%
3-2)	中華民國陶瓷工會	13	30	43.3%
3-3)	鶯歌陶瓷藝術發展協會	23	30	76.7%
3-4)	鶯歌觀光文化發展協會	24	30	80.0%
3-5)	鶯歌文史工作室	13	30	43.3%
3-6)	上述的完全沒有特別的印象	0	30	0.0%
3-7)	其他	2	30	6.7%
	總數	98		

(4) 請問您是否有參與上述與陶瓷相關的組織？

此題設計目的除了瞭解鶯歌居民加入地方組織的情形，另外此題結果也將作為其他關係比較的基礎。本題受訪者選擇「有」選項的佔了 66.7%，選擇「沒有」的佔了 30%，而「其他」的佔了 3.3%，由此可以了解鶯歌地方陶瓷店家加入陶瓷組織的比例，至於為何知道有這樣的陶瓷組織卻沒有加入的原因眾說紛紜，有受訪者提及組織的會員收費太高；另一位受訪者則說加入組織做起事來綁手綁腳。由此題研究發現調查中顯示陶瓷店家加入地方組織的比例超過總數一半，但因為個人因素及對組織的不滿及其他因素影響了參加組織的意願，在這方面研究認為鶯歌地方組織仍有進步空間。

(表 6-6) 鶯歌居民參與陶瓷組織狀況統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
4-1)	有	20	30	66.7%
4-2)	沒有	9	30	30.0%
4-3)	其他	1	30	3.3%

(5) 請問您參加您所參與的陶瓷組織活動的頻率為何?

此題設計目的主要瞭解居民參與組織活動的情形。研究認為，由居民參與組織的頻率可以瞭解組織與居民的互動及居民參與活動的積極程度。由下表可了解眾數 (mode) 為「大約 1 個月一次」的選項，為 20%，接下來則為「大約半年一次」為 16.7%，而再其次「大約 3-5 個月一次」與「大約 1 年一次」則各佔了 10%，然後才是「大約 2-3 個月一次」與「其他」。由此表可發現店家參加組織活動的積極度有所差異，雖然一個月參加一次活動者百分比有 20%，看起來似乎佔了五分之一，但「2-3」、「3-5」個月的人數卻下滑至 6.7%、10%，且半年以上參加一次活動者卻佔了 30% 之多。因此研究認為經過調查顯示，居民參加組織活動的積極度有很大的差異，其影響因子值得探究。

(表 6-7) 鶯歌居民參與陶瓷組織活動頻率調查統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
5-1)	大約 1 個月一次	6	30	20.0%
5-2)	大約 2-3 個月一次	2	30	6.7%
5-3)	大約 3-5 個月一次	3	30	10.0%
5-4)	大約半年一次	5	30	16.7%
5-5)	大約 1 年一次	3	30	10.0%
5-6)	大約 1-2 年一次	0	30	0.0%
5-7)	沒有參加過,為什麼	0	30	0.0%
5-8)	其他	1	30	3.3%
	總數	20		

(6) 請問您所知道或所參與的陶瓷組織與單位通常在地方上扮演的何種角色?(此題可複選)

此題的設計目的為調查鶯歌地方組織在店家心中的角色，由此可以瞭解鶯歌地方組織運作在受訪者心中所展現的成效。由下表調查顯示可發現「是會為地方居民與商家爭取福利的角色」者所佔比例最高，為 40% 為此題的眾數 (mode)；其次是「是會為地方人們與中央及地方政府溝通協調的角色」所佔比例為 30%；接下來為「是類似職業工會的角色，幫助陶瓷店家爭取商業福利」佔 26.7%；而「是會為地方爭取地方建設如造街、建校等的福利」佔了 23.3%；「所知道的地方組織並沒有為地方作些什麼，所以沒有任何角色扮演」佔了 3.3%。

值得注意的是在選項 6-1 與 6-3 中，有所差異的是 6-3 是單指類似職業工會的角色，而非 6-1 為地方居民與商家爭取福利的角色，由調查可明顯的瞭解，受訪者認為陶瓷組織與單位扮演的角色不但有職業工會的角色更有為地方與商家爭取福利的角色。而由其他的選項看來組織還扮演著為地方人們與中央及地方政府溝通協調的角色、為地方爭取地方建設如造街、建校等的福利，雖然這些角色扮演在受訪者心裡中有著不同程度的排列，但根據 6-1 至 6-4 選項的樣本數與百分比顯示鶯歌的陶瓷地方組織依然扮演著為地方居民與商家爭取福利、建設，以及為地方人們與中央及地方政府溝通協調的角色。這些亦可由選項 6-5 與 6-6 的低比率中看出。

(表 6-8) 鶯歌組織角色扮演情形統計表

選項 題號	選項	樣本數	Total	百分比
6-1)	是會為地方居民與商家爭取福利的角色	12	30	40.0%
6-2)	是會為地方人們與中央及地方政府溝通協調的角色	9	30	30.0%
6-3)	是類似職業工會的角色，幫助陶瓷店家爭取商業福利	8	30	26.7%
6-4)	是會為地方爭取地方建設如造街、建校等的福利	7	30	23.3%
6-5)	所知道的地方組織並沒有為地方作些什麼，所以沒有任何角色扮演	1	30	3.3%
6-6)	大約 1-2 年一次	2	30	6.7%
6-7)	其他	0	30	0.0%
	總數	39		

(7) 綜合而論，請問您對鶯歌這些地方組織到目前為止評價如何？

此題的設計目的為調查受訪者對鶯歌組織目前為止運行成果的滿意度，由下表可得知受訪者的滿意程度為何。調查發現選擇「普通，雖有些地方還可以更進步但大體而言還可以」為眾數（mode），百分比為 26.7%；其他為 0%。扣除眾數與百分比為 0%的選項，調查發現 7-1「非常滿意，這些地方組織為鶯歌及陶瓷盡了許多的心力，可圈可點」與 7-2「滿意，已經很好了，如果有些地方再注意就會很完美」各佔 6.7%與 23.3%，為正面評價，7-1 與 7-2 共佔全部 38%，而負面評價的 7-4「不滿意，因為有很多方面還有待加強」與 7-5「非常不滿意，因為根本沒做事，或是做了沒什麼意義的事」則各佔 20%與 3.3%共為 23.3%。由此可以看出受訪者對於鶯歌陶瓷組織的評價正面大於負面。

(表 6-9) 鶯歌居民對陶瓷組織角色扮演評價統計表

選項 題號	選項	樣本 數	Total	百分 比
7-1)	非常滿意，這些地方組織為鶯歌及陶瓷盡了許多的心力，可圈可點	2	30	6.7%
7-2)	滿意，已經很好了，如果有些地方再注意就會很完美	7	30	23.3%
7-3)	普通，雖有些地方還可以更進步但大體而言還可以	8	30	26.7%
7-4)	不滿意，因為有很多方面還有待加強	6	30	20.0%
7-5)	非常不滿意，因為根本沒做事，或是做了沒什麼意義的事	1	30	3.3%
7-6)	其他	0	30	0.0%
	總數	24		

(8) 如果參與一個地方組織或是協會可以幫助您的家鄉和陶瓷的光彩和文化保留及發揚，但會花去您的一些時間，您會願意參加嗎？

此題乃承接問題 4「請問您是否有參與上述與陶瓷相關的組織？」，若選擇「沒有」選項者，因 5-7 題問題設計涉及受訪者參與組織後的意見與感覺，則可直接跳至此題。此題的設計目的乃詢問所有受訪者，若一個地方組織或是協會可以幫助鶯歌和鶯歌陶瓷的光彩和文化保留及發揚，但會花去受訪者的一些時間，願意參加的程度與意願為何。由下表得知選擇「會」的選項的受訪者佔了全數的 93.3%，而選擇「不會，為什麼」只佔了 6.7%。

由此可見，大部分的受訪者皆願意參與這樣的活動，根據研究調查者指出甚至有受訪者表示若有這樣出發點的協會或組織出現，他們一定盡全力支持，或是認為若參加可與同業之間互相勉勵。而選擇「不會」的受訪者則表

示，參加組織或協會讓她做起事來覺得綁手綁腳的，有被限制的感覺，所以她是不會參加的，或是因為太忙要帶小孩，還要做雜事。由此可發現，選擇否定答案的受訪者不但少數，且否定的原因都屬於個人因素，因此對鶯歌陶瓷店家受訪者而言，若有這樣幫助地方陶瓷文化光彩發揚的組織，他們參加的意願是相當高的。

(表 6-10)鶯歌居民參與有建設性之地方組織意願調查統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
8-1)	會	28	30	93.3%
8-2)	不會，為什麼	2	30	6.7%

(9) 請問，如果您願意參加這樣的組織或協會，多久聚會一次是您可以接受的？

此題的設計目的可作為現在及未來地方組織與協會聚會時間的參考，顯示究竟居民自發性的參與組織活動行為與所能配合時間調整下，怎麼樣的聚會時間頻率是鶯歌陶瓷店家所能接受的。此題與與上述第五題（請問您參加您所參與的陶瓷組織活動的頻率為何？）可相呼應，作為店家與組織開會、聚會的時間參考。

由下表可發現，調查結果顯示眾數（mode）為選項 9-3「1-2 個月」，所佔百分比為 46.7%，其次為選項 9-5 的「3-4 個月」與選項 9-9 的「其他」，其百分比皆為 10%，而相較其他選項，可以發現，選項 9-3「1-2 個月」與其他選項有明顯的差距。因此，本研究經過調查發現受訪者認為 1-2 個月為鶯歌陶瓷店家參與地方陶瓷組織聚會最適宜的頻率。

(表 6-11)鶯歌居民認為最佳組織集會時間統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
9-1)	1-2 個星期	2	30	6.7%
9-2)	2-4 個星期	2	30	6.7%
9-3)	1-2 個月	14	30	46.7%
9-4)	2-3 個月	2	30	6.7%
9-5)	3-4 個月	3	30	10.0%
9-6)	4-5 個月	0	30	0.0%
9-7)	5-6 個月	2	30	6.7%
9-8)	6 個月以上	2	30	6.7%
9-9)	其他	3	30	10.0%

(10) 請問您覺得您對鶯歌的情感較符合下列哪一項描述?(此題請盡量以單選為主,若實在難以取捨,亦可複選)

此題的設計目的為瞭解受訪者對鶯歌的情感,因為一地居民對當地的情感是產生自發性與改善地方最重要的因素。依據下表可發現調查顯示眾數(mode)為 10-1「我對鶯歌有一種很深厚的感情,這是我的故鄉,我一直很希望它能夠越來越好,讓喜歡這裡的人也能看到她的光彩」,此項所佔的百分比為 73.3%,已超過半數。其他正面的評價有選項 10-2 與選項 10-4,所佔的百分比各為 13.3%與 10%。因此研究發現經過調查,正面的評價所佔的百分比為 86.6%,而負面評價選項 10-3、10-5、10-6、10-7、10-8 所佔的總百分比為 30%,選項 10-9「其他」佔了 6.7%。而負面選項中值得注意的是選項 10-7「我覺得鶯歌以前比較好,現在遊客變多了,交通及生活品質卻下降了」,此項所佔總數的百分比為 20%,由此顯示,多數對鶯歌感覺有負面評價的受訪者,對於鶯歌繁榮後的交通與生活品質下降感到認同,且覺得從前的鶯歌較好。大體而言,受訪者對於鶯歌的情感都屬於正面評價,都希望鶯歌能越來越好,且能讓外人看到鶯歌的光彩,以鶯歌為榮。

(表 6-12) 鶯歌居民對鶯歌情感調查統計表

選項 題號	選項	樣本 數	Tot al	百分 比
10-1)	我對鶯歌有一種很深厚的感情,這是我的故鄉,我一直很希望它能夠越來越好,讓喜歡這裡的人也能看到她的光彩。	22	30	73.3 %
10-2)	我並不能說有多熱愛鶯歌,但是如果說「我以這個地方為榮」我想我是非常同意的。	4	30	13.3 %
10-3)	對於鶯歌,或許我就像一般人對於居住生存地方一樣的感覺,我沒有太大的感覺。	2	30	6.7%
10-4)	其實以前我並沒有想過這樣的問題,所以不清楚,但是我知道,對於鶯歌,我覺得好的感覺勝過於壞的感覺。	3	30	10.0 %
10-5)	其實以前我並沒有想過這樣的問題,所以不清楚,但是我知道,對於鶯歌,我覺得壞的感覺勝過於好的感覺。	0	30	0.0%
10-6)	我並沒有覺得鶯歌有多好,就是多了些陶瓷而已。	1	30	3.3%
10-7)	我覺得鶯歌以前比較好,現在遊客變多了,交通及生活品質卻下降了。	6	30	20.0 %
10-8)	我覺得鶯歌現在感覺很差,我已經考慮搬走了,因為	1	30	3.3%
10-9)	其他	2	30	6.7%
	總數	41		

第二部分描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)

以下的問題為居民（店家）問卷第二部分，是為了詢求受訪者對鶯歌及陶瓷狀況的意見及了解而設計的，以下為此部份的描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)：

(1) 請問根據您的了解，鶯歌從何時開始生產陶瓷？

此部分題目設計的目的在於得知受訪者對鶯歌歷史文化背景的瞭解，此題特別針對與陶瓷息息相關的鶯歌陶瓷店家為主，尋求他們對於朝夕相處的陶瓷歷史起源的認知程度。下表調查結果清楚的顯示選項 1-8「不是很清楚」為此題的眾數 (mode) 百分比為 26.7%，其次為選項 1-4「清末民初」與 1-5「日據時代」，其百分比分別為 20%與 16.7%。鶯歌何時開始生產陶瓷，眾說紛紜，根據文獻探討得知，較有依據的說法認為，鶯歌的陶瓷主產創始於清嘉慶九年（一八〇五）（徐文琴、周義雄，1993），若以此為根據則應選擇選項為 1-3「清朝」，但選擇清朝的受訪者百分比僅佔 13.3%。因此由以上敘述及下表得知，整體而言受訪者對於鶯歌陶瓷歷史起源並不清楚。

(表 6-13) 鶯歌居民對鶯歌陶瓷歷史了解程度調查統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
1-1)	明朝以前	0	30	0.0%
1-2)	明末清初	1	30	3.3%
1-3)	清朝	4	30	13.3%
1-4)	清末民初	6	30	20.0%
1-5)	日據時代	5	30	16.7%
1-6)	光復以後 - 民國 60 年	3	30	10.0%
1-7)	民國 60 年 - 民國 80 年	2	30	6.7%
1-8)	不是很清楚	8	30	26.7%
1-9)	其他	0	30	0.0%
	總數	29		

(2) 請問下列項目都是鶯歌可供觀光的景點，何處是您曾聽過或去過的地方？

近年來有越來越多人到鶯歌觀光、買陶，而如何讓地方的「光」（宮崎清，1994）展現出來讓來訪者能看到、摸到、感覺到，首先不可缺的是當地居民也清楚的意識到自己家鄉有哪些值得讓人參觀與瞭解。因此本題由鶯歌相關資料⁸²蒐集鶯歌富有歷史文化的景點，目的在於瞭解與遊客息息相關的陶瓷店家受訪者對這些景點的熟知程度。

⁸²鶯歌相關網路、鶯歌鎮公所旅遊文宣、鶯歌巡禮（鶯歌鎮公所、文史工作室印行）

研究發現由於店家受訪者總數為 30 人，而扣除選項 2-20「都沒聽過且去過」，此題所列景點共為 19 個，若所有受訪者對於所有景點皆聽過或去過，樣本數的 Total 值應該為 30 (人) * 19 (個) = 570 (個)，但調查顯示，實際調查結果樣本數的 Total 值為 322，因此整體而言，對於研究所列出的景點受訪者聽過或去過的佔了 56% (322/570 = 0.56)，而未去過或未聽過的佔了 44%。

此外，由下表得知眾數 (mode) 為選項 2-1「鶯歌陶瓷老街」，百分比為 96.7%；接下來則為選項 2-8「碧龍宮」與選項 2-14「鶯歌石」，百分比為 90%；再者為選項 2-2「中山路和中正一路陶瓷店家」選項 2-4「鶯歌陶瓷博物館」，百分比為 86.7%。其中值得注意的還有百分比較低的選項，選項 2-7「山林公園」、選項 2-13「土牛溝」、選項 2-12「渡船頭遺址」，其百分比各為 16.7%、20%、30%。

(表 6-14) 鶯歌居民對鶯歌景點熟悉程度調查統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
2-1)	鶯歌陶瓷老街	29	30	96.7%
2-2)	中山路和中正一路陶瓷店家	26	30	86.7%
2-3)	文化路陶瓷店家	25	30	83.3%
2-4)	鶯歌陶瓷博物館	26	30	86.7%
2-5)	謙記商行	19	30	63.3%
2-6)	鶯歌老厝	12	30	40.0%
2-7)	山林公園	5	30	16.7%
2-8)	碧龍宮	27	30	90.0%
2-9)	宏德宮	15	30	50.0%
2-10)	窯場遺址	11	30	36.7%
2-11)	古鐘樓	17	30	56.7%
2-12)	渡船頭遺址	9	30	30.0%
2-13)	土牛溝	6	30	20.0%
2-14)	鶯歌石	27	30	90.0%
2-15)	成發居	14	30	46.7%
2-16)	鶯歌美食街	12	30	40.0%
2-17)	尖山堆	14	30	46.7%
2-18)	鶯歌鎮徽精神保壘	12	30	40.0%
2-19)	鶯歌山	16	30	53.3%
2-20)	都沒聽過且去過	0	30	0.0%
	總數	322		

(3) 請問下列項目，有哪些景點是您非常了解，且能說出它的歷史文化淵源的？
(此題可複選)

鶯歌地區蘊含著許多值得人們瞭解與參觀的景點，這些景點都富含著有深度的歷史文化意義，但這些意義卻不知道是否為人所知。此題設計目的為瞭解居住於此地且以陶維生的主人，是否對於這些觀光景點背後的歷史文化淵源有所瞭解。此題與上題有所關聯，在選項中研究設計此兩題選項中的景點皆為相同（也就是選項 2-1 與 3-1 相同，2-2 與 3-2 相同）由調查顯示在上題中樣本數的總和（Total）為 322，而本題中樣本數的總和（Total）為 183，若將兩數相除為：

183（受訪者能說出歷史文化的景點總和）/322（受訪者去過或聽過的景點總和） 0.57

相除之後所得出來數值的意義是：在受訪者所知道或是去過的景點中，能說出景點的歷史文化者約為 57%。換句話說，對於受訪者而言在研究問卷中所列出的鶯歌景點，受訪者對於去過與聽過的景點，能說出其歷史原由的只有大約一半的景點。

由調查得知，此題眾數（mode）為選項 3-14「鶯歌石」，百分比為 66.7%；其次為選項 3-1「鶯歌陶瓷老街」，百分比為 63.3%；再其次則為選項 3-2「中山路和中正一路陶瓷店家」與選項 3-3「文化路陶瓷店家」，百分比分別為 46.7%與 43.3%。而百分比低的為選項 3-17「山林公園」、選項 3-12「渡船頭遺址」、選項 3-18「鶯歌鎮徽精神保壘」，其百分比皆為 13.3%。

(表 6-15) 鶯歌居民對鶯歌景點歷史文化熟悉程度統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
3-1)	鶯歌陶瓷老街	19	30	63.3%
3-2)	中山路和中正一路陶瓷店家	14	30	46.7%
3-3)	文化路陶瓷店家	13	30	43.3%
3-4)	鶯歌陶瓷博物館	11	30	36.7%
3-5)	謙記商行	10	30	33.3%
3-6)	鶯歌老厝	7	30	23.3%
3-7)	山林公園	4	30	13.3%
3-8)	碧龍宮	16	30	53.3%
3-9)	宏德宮	8	30	26.7%
3-10)	窯場遺址	6	30	20.0%
3-11)	古鐘樓	11	30	36.7%
3-12)	渡船頭遺址	4	30	13.3%
3-13)	土牛溝	5	30	16.7%
3-14)	鶯歌石	20	30	66.7%
3-15)	成發居	8	30	26.7%
3-16)	鶯歌美食街	5	30	16.7%
3-17)	尖山堆	9	30	30.0%
3-18)	鶯歌鎮徽精神保壘	4	30	13.3%
3-19)	鶯歌山	8	30	26.7%
3-20)	都沒聽過且去過	1	30	3.3%
	總數	183		

(4) 在您的經營陶瓷買賣的這些日子以來，您是否發現下列哪些現象存在於鶯歌與陶瓷之間？(此題可複選)

本問題設計目的乃在於印証文獻探討與深入訪談所蒐集有關鶯歌與陶瓷產業所面臨的問題點。根據下表發現眾數 (mode) 為選項 4-1 「消費者到處比價，陶瓷價格越壓越低，利潤也越來越低」，其百分比為 90%；接下來為選項 4-8 「鶯歌地方和鶯歌陶瓷有許多更有深度和內涵的東西之值得我們去發覺」百分比為 60%；再者為選項 4-3 「來的遊客很多，買氣卻不盛，成為名副其實的遊覽地區」與選項 4-4 「大陸和日本來的陶瓷太多，影響鶯歌陶瓷的出售價

錢」，其百分比為 56.7%。整體而言可以發現店家對遊客滿意程度不高，且認為鶯歌已成為遊覽地區，應該更加發覺鶯歌深度的內涵。

其中值得注意的是百分比低的選項，選項 4-9「整體而言，在鶯歌的人們對地方建設都很願意參與，且具有相當程度的自發性」與選項 4-10「整體而言，在鶯歌的人們對於地方文化的提昇和發揚都具有相當程度的認知」，其百分比分別是 33.3%與 30%，充份的說明了受訪者普遍並不認為在鶯歌的人們對地方具有自發性，及對地方文化的提昇和發揚具有相當程度的認知。

(表 6-16) 鶯歌居民對鶯歌目前存在問題認知統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
4-1)	消費者到處比價，陶瓷價格越壓越低，利潤也越來越低。	27	30	90.0%
4-2)	假日來的人太多，造成交通阻塞，對生活非常不便。	14	30	46.7%
4-3)	來的遊客很多，買氣卻不盛，成為名副其實的遊覽地區。	17	30	56.7%
4-4)	大陸和日本來的陶瓷太多，影響鶯歌陶瓷的出售價錢。	17	30	56.7%
4-5)	許多遊客陶瓷知識不足，難以辨別陶瓷的優劣，真正好的陶瓷卻賣不出去	19	30	63.3%
4-6)	鶯歌有過度商業化的趨勢，這並不是我們所期望的。	12	30	40.0%
4-7)	鶯歌現在商業上的發展狀況，是我們所需要的，且希望的。	14	30	46.7%
4-8)	鶯歌地方和鶯歌陶瓷有許多更有深度和內涵的東西之值得我們去發覺	18	30	60.0%
4-9)	整體而言，在鶯歌的人們對地方建設都很願意參與，且具有相當程度的自發性。	10	30	33.3%
4-10)	整體而言，在鶯歌的人們對於地方文化的提昇和發揚都具有相當程度的認知。	9	30	30.0%
4-11)	其他	0	30	0.0%
	總數	157		

(5) 請問經營陶瓷事業對您而言有什麼樣的意義可言? (此題可複選)

陶瓷店家是鶯歌這個小鎮上對外展現陶瓷特色的主要單位，也是鶯歌地方組織的最基本組成元素，本題設計的目的在於瞭解受訪者目前經營陶瓷專賣店的動機與開設陶瓷店對受訪者的意義。由下表得知此題的眾數 (mode) 為選項 5-2「當初就是因為很喜歡陶瓷，所以才從事，因此無論什麼困難，只要還能糊口，絕不輕言放棄」，其百分比為 73.3%；其次為選項 5-1「因為是老店經營了，不做這個也不知道該做什麼才好」，其百分比為 30%，而其他選項所佔的樣本數與百分比都偏低。由調查顯示對於陶瓷事業，受訪者多半抱持因為喜歡

陶瓷，所以只要還能糊口，絕不輕言放棄的決心，然而也看到受訪者對於經營的無奈，因為不從事這樣的工作也不知該做些什麼。

(表 6-17)從事陶瓷工作對鶯歌店家意義統計表

選項 題號	選項	樣本數	Total	百分比
5-1)	因為是老店經營了，不做這個也不知道該做什麼才好。	9	30	30.0%
5-2)	當初就是因為很喜歡陶瓷，所以才從事，因此無論什麼困難，只要還能糊口，絕不輕言放棄。	22	30	73.3%
5-3)	當初從事陶瓷是抱持著滿腔熱血的，但是現在卻覺得失望，因為不如預期想像的容易賺錢。	5	30	16.7%
5-4)	當初從事陶瓷是抱持著滿腔熱血的，但是現在卻覺得失望，因為遇到了很多問題，這些問題跟賺不賺錢無關，卻令人很失望。	4	30	13.3%
5-5)	前一二年因為景氣不好，曾數度想要放棄，但現在因為老街整修好了博物館也開幕了，生意較好，所以才繼續經營的。	0	30	0.0%
5-6)	因為不是老闆，而是員工，所以上述的並沒有太大的感觸，但是會來從事這樣與陶瓷相關陶瓷工作，主要的原因是因為喜歡陶瓷。	2	30	6.7%
5-7)	因為不是老闆，而是員工，當初並沒有對陶瓷有特別的感受，而是因緣際會來到這裡工作。	0	30	0.0%
5-8)	因為家裡開這樣的店，所以幫忙看店，對我而言並沒有什麼特殊的意義。	2	30	6.7%
5-9)	其他	3	30	10.0%
	總數	47		

(6) 鶯歌高職為台灣第一所專為陶瓷工藝設計的職業學校，如果有機會，請問您會讓您的子女去就讀鶯歌高職陶瓷工程科，甚至繼續承傳陶瓷工作嗎？(此題可複選)

此題的設計動機主要針對的是鶯歌陶瓷傳承問題。以鶯歌高職為問題引發點來調查受訪者對陶瓷工藝傳承方式、陶瓷工藝傳承感想及對鶯歌高職的認同程度。下表可得知此題眾數 (mode) 為選項 6-1「會，只要孩子喜歡就好了」其百分比為 70%；其次是選項 6-2「會，因為那樣的教育方式是很好的陶瓷傳承方法」與選項 6-4「會，因為台灣的傳統工藝已經漸漸在消失了，我們應該鼓勵下一代去發展」，其百分比為 26.7%；接下來為選項 6-6「不會，因為自己深深發覺這條路已經不適合生存了，不希望孩子受苦」，其百分比為 20%。

在百分比低的方面，值得注意的有選項 6-3「會，因為覺得從事陶瓷事業是一條不錯的路，因此鼓勵孩子去發展」與選項 6-10「不會，因為對那間學校的印象並不好」。另外，在正面評價方面有選項 6-1、6-2、6-3、6-4，其百分比總和，明顯高於其他負面評價。

經過此題調查得知，對於傳承問題，雖然仍有 6 位受訪者表示陶瓷工藝已經不適合生存了，不希望孩子受苦，但多數受訪者依然尊重孩子的意願，認為若孩子喜歡就可以接受，且對於鶯歌高職的傳承方式呈現正面多於負面的評價，並且意識到台灣傳統工藝應該要繼續傳承。

(表 6-18) 鶯歌居民對鶯歌高職陶瓷教育與下一代從事陶瓷工作意願調查統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
6-1)	會，只要孩子喜歡就好了。	21	30	70.0%
6-2)	會，因為那樣的教育方式是很好的陶瓷傳承方法。	8	30	26.7%
6-3)	會，因為覺得從事陶瓷事業是一條不錯的路，因此鼓勵孩子去發展。	1	30	3.3%
6-4)	會，因為台灣的傳統工藝已經漸漸在消失了，我們應該鼓勵下一代去發展。	8	30	26.7%
6-5)	不會，因為發現自己的小孩對這方面並沒有興趣。	1	30	3.3%
6-6)	不會，因為自己深深發覺這條路已經不適合生存了，不希望孩子受苦。	6	30	20.0%
6-7)	不會，因為其他的路如資訊、電子....才是現在的潮流。	2	30	6.7%
6-8)	不會，因為作陶本身就很辛苦了，現在的孩子承受不住。	2	30	6.7%
6-9)	不會，因為如果要學陶還是用傳統師徒相傳的方式較好。	0	30	0.0%
6-10)	不會，因為對那間學校的印象並不好。	1	30	3.3%
6-11)	其他	2	30	6.7%
	總數	52		

(7) 最後想請問您，近幾年來，本土化風潮推廣與週休二日實施加上鶯歌硬體設施如：學校、博物館、老街整修等，鶯歌的遊客越來越多了，觀光化已經成為必然現象，您有沒有想過要怎麼讓鶯歌跟陶瓷的「光」(好的地方)完全的展現在遊客面前，而不是只有買買陶瓷而已？

此題設計目的在於瞭解受訪者對於鶯歌與鶯歌陶瓷文化振興的重視及注意。由下表可發現此題眾數 (mode) 為選項 7-1 「有，我曾想到過這樣的問題，我想到的方法是」，其百分比為 70%，其他受訪者選擇選項 7-2 的有 1 人，佔 3.3%，選擇選項 7-3 的有 7 人，佔 23.3%。

調查顯示，絕大部分的人想過這樣的問題，在調查時多半受訪員臨時想不出他們曾想過的問題，而想到的受訪者意見如下：

「相關單位在規劃鶯歌時應該整個鶯歌鎮一起發展，而不是指規劃發展陶瓷老街。」 C-5

「1.開發工廠供遊客參觀操作，即產業觀光化

2.增加對陶瓷文化的導覽介紹，提昇陶瓷附加價值，即陶瓷文化化」 C-7

「做鶯歌大街小巷的陶瓷造景，而不是用替代建材，只為了取方便和便利而為之」 C-10

「近幾年鶯歌漸入陶瓷國際化，在交通方面仍希望捷運及台鐵方面能配合整個鶯歌城市發展及需要，以便鶯歌儘快邁向國際化」 C-13

「政府要好好規劃」 C-17

「1.美化環境

2.好的規劃

3.路給人走的（即意味鶯歌交通混亂，人車雜處，規劃人行步道）

4.教育陶瓷觀念」 C-18

「從一進鶯歌開始，就該有陶瓷的味道，整體參觀動線，停車位、玩賞陶瞭解製陶而非買而已」 C-20

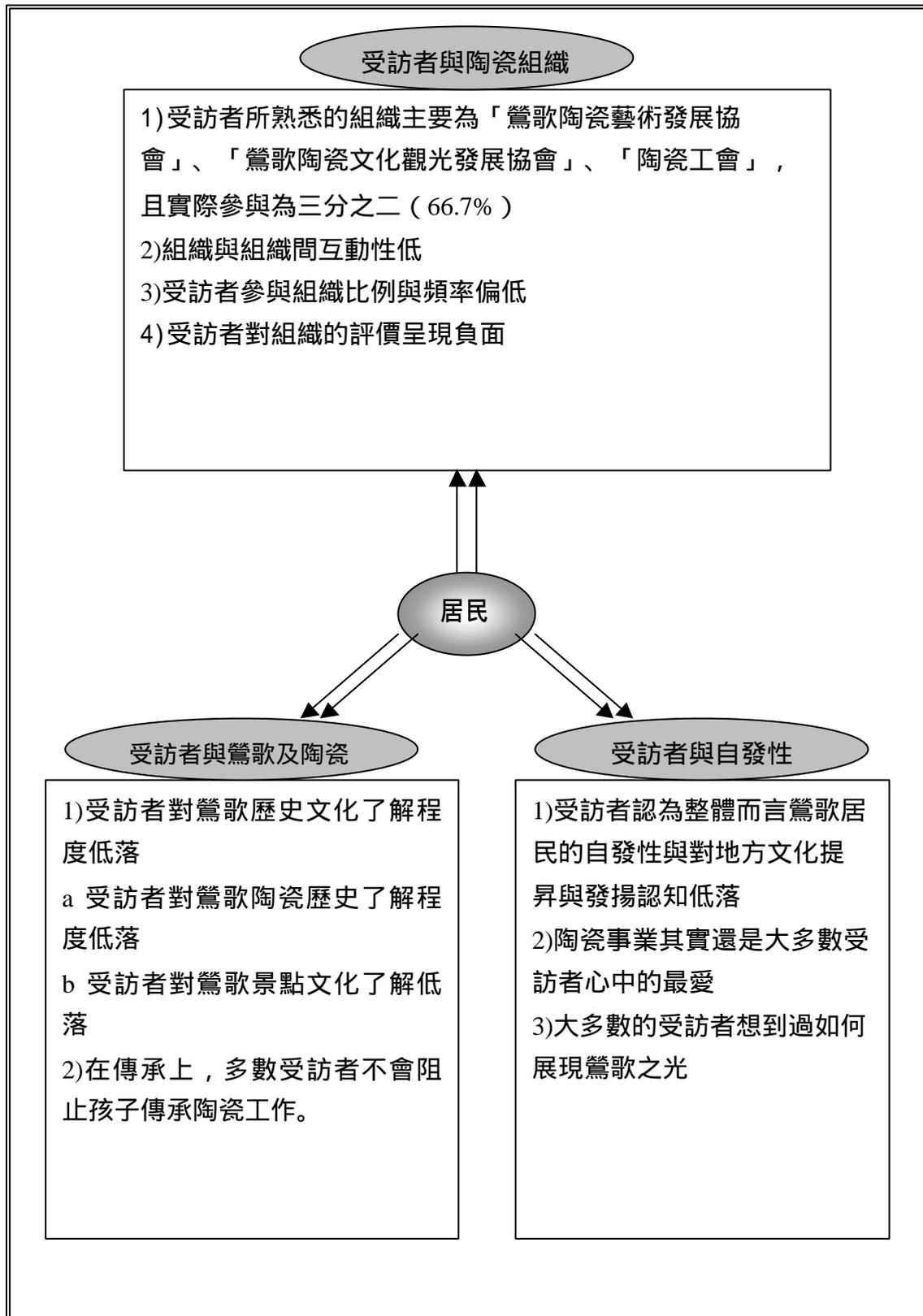
「教育消費者，培養賞識的能力，至少把台灣人民提升到一定的程度，對於美的追求」 C-23

(表 6-19) 鶯歌居民對鶯歌地方之光展現意見調查統計表

選項題號	選項	樣本數	Total	百分比
7-1)	有，我曾想到過這樣的問題，我想到的方法是	21	30	70.0%
7-2)	沒有，我從沒想過這樣的問題，不過我願意現在想想，我想到的是	1	30	3.3%
7-3)	沒有，我從沒想過這樣的問題，且現在也想不到。	7	30	23.3%
	總數	29		

1-5 居民訪談結論

根據問卷內容與問卷調查結果，將居民訪談綜合歸納為下並以圖文說明：



(圖 6-2) 鶯歌居民問卷結論分析圖

(1)受訪者與陶瓷組織

鶯歌為一個以陶維生的小鎮，許多居民從事陶業，根據訪談得知，鶯歌店家有 90%皆在鶯歌開業三年以上，且當地有許多地方組織，究竟這些地方組織於受訪者心中角色扮演評價究竟如何？以下根據問卷調查分析歸納：

1)受訪者所熟悉的組織主要為「鶯歌陶瓷藝術發展協會」、「鶯歌陶瓷文化觀光發展協會」、「陶瓷工會」，且實際參與為三分之二（66.7%）

由問卷調查發現，在陶瓷組織方面，大多數的店家對於地緣性的組織與最早成立的組織較為熟悉。所謂地緣性的組織有兩個，一個為「鶯歌陶瓷藝術發展協會」（樣本數為 23，百分比為 23.5%），根據問卷前制之訪談得知，此協會屬於鶯歌陶瓷老街（尖山埔路）所屬；而另一個為「鶯歌陶瓷文化觀光發展協會」（樣本數為 23，百分比為 23.5%）為中正一路與中山路所屬，而文化路則兩者會員皆有；在鶯歌居民熟知最成立的陶瓷組織為「陶瓷工會」（樣本數為 24，百分比為 24.5%）（樣本數為 23，百分比為 23.5%）因此受訪者對於此三協會最為熟悉，而在組織參與方面亦以此三者為依據。而令人驚訝的是，屬於文化層面的「鶯歌文史工作室」所知的人就較少僅有樣本數為 13，百分比為 13.3%知道。

2)組織與組織間互動性低

其中值得注意的是，根據調查時發現，位於陶瓷老街（尖山埔路）與文化路的陶瓷店家多半只知道「鶯歌陶瓷藝術發展協會」，而同樣的位於中正一路與中山路者大多數也只知道「鶯歌觀光文化發展協會」，在小小的鶯歌，地方協會似乎缺乏溝通與互動。

3)受訪者參與組織比例與頻率偏低

在參與上，參與組織者僅佔 66.7%，平均一個月參與組織活動一次者佔其中 30%。換句話說，在所有受訪者中每月參加一次組織活動者進佔所有受訪者的 20%：

（參與組織者參與組織者 66.7% * 平均一個月參與組織活動一次者 30% = 受訪者中每月參加一次組織活動者受訪者中每月參加一次組織活動者 20%）

其他則為不參加者組織活動（包括開會）與兩個月參與一次活動者。依據上述運算推演得知在全體受訪者中參與組織頻率綜合歸納為：

- a 每月參加一次組織活動者 20%
- b 三至五個月參加一次組織活動者 16.7%

C 半年以上與其他者 40%

D 不參加組織活動者 23.3%

因此根據調查推論，在鶯歌，與陶瓷息息相關的店家不參加組織與半年才參加一次組織活動者居然高達 66.3%。因此得証，看似自發性強與具有豐富陶瓷組織的鶯歌，實際參與組織活動者比例相當低。

4) 受訪者對組織的評價呈現負面

在組織角色扮演問題中，由問卷結果得知，組織扮演的角色其實相當豐富，富有為店家爭取福利與中央及地方政府溝通、職業工會、造街建校等角色，若單以這樣的答案看來，組織似乎非常令受訪居民滿意，然而根據對組織評價的問題統計歸納後卻得知，看似功能與角色齊全的組織其實在受訪者心中評價並不高。

在組織評價的問題中選項設計為順序尺度設計（非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意）為了避免此類題目中「中庸」思想過分影響⁸³，問題設計時刻意在「滿意」與「普通」之選項後添加負面的敘述（有些地方再注意就很完美、有些地方還可以更進步），此設計乃期望在順序尺度分析中可以區分出「完全正面評價」與「含有負面評價」之區隔。而根據調查發現受訪者對組織有負面評價的比例為 91.7%，完全正面者僅有 8.3%，若以此評斷受訪者對組織評價為負面或許過於武斷，因此，研究設計另一題為 - 「如果參與一個地方組織或是協會可以幫助您的家鄉和陶瓷的光彩和文化保留及發揚，但會花去您的一些時間，您會願意參加嗎?」，而調查顯示，有 93.3% 的受訪者表示願意參加，且給予正面性的評價，而不願意參加者所持的理由則多半為私人理由（如沒有空；參加組織會綁手綁腳的），因此根據上述與組織相關題目發現，受訪者對於組支持負面評價，理由並非沒有自發性，若有好的組織成立即使會花去他們一些時間它們亦會參加。

(2) 受訪者與鶯歌及陶瓷

根據訪談發現受訪者對地方大多富含情感，超過一半的受訪者認為（53.7%），自己對鶯歌懷有深厚的情感，並且希望鶯歌能越來越好，讓它的光彩能讓他人看見。調查亦發現大多數的人都對鶯歌持正面的評價，但卻也遺憾鶯歌觀光化以後遊客變多，交通與生活品質下降。在這樣「愛鶯歌」的情感背

⁸³ 根據問卷設計與調查經驗認為，一般而言，順序尺度容易造成國人「不好意思批評」的心態存在，因此選項「普通」常常佔最高比例，造成問題真相難以呈現，研究稱之為順序尺度之「中庸」思想。

後，鶯歌人究竟對鶯歌了解多少？希望它的光芒能夠展現的想法下自發性程度又為何？以下為根據問卷調查之後的歸納。

1) 受訪者對鶯歌歷史文化了解程度低落

a 受訪者對鶯歌陶瓷歷史了解程度低落

究竟鶯歌居民對於鶯歌的了解程度如何？這樣的問題在訪談後成為疑問，根據文獻探討至實地訪談後認為，對於地方越有自發性的居民，對於地方了解越深，因此研究擬定關於陶瓷歷史與地方相關景點熟悉度的題目期望藉此了解受訪者對鶯歌的了解。依據文獻探討與訪談確認鶯歌發展陶瓷的時間應於清朝就開始，即使陶瓷發展正確起始時間眾說紛云，但可確定的是在清朝時期鶯歌已發展陶瓷。鶯歌在問卷調查中發現，正確選擇「清朝」的受訪者僅佔 13.8%，其餘的皆為有問題之答案，甚至選擇不是很清楚者就佔了 27.6%，由於陶瓷起始問題，非常基本，若對鶯歌陶瓷文化有心了解者，皆能輕易獲取資料（網路、鎮公所所作鶯歌導覽……等，皆有說明）因此根據調查認為受訪者對鶯歌陶瓷歷史了解程度低落。

b 受訪者對鶯歌景點文化了解低落

另外，在鶯歌景點認知方面，問卷擬定前參考相關鶯歌資料，這些資料都為公開式網路資料或為鶯歌鎮公所鶯歌旅遊資料，尤其中挑選出時九個與鶯歌人文歷史及陶瓷相關景點作為選項，這樣的旅遊資料對於鶯歌人而言理當不陌生，然而結果卻為相反。根據為卷調查發現，整體歸納受訪者對於到過與聽過的鶯歌景點僅佔其中 56%，而未聽過甚至未到過的就佔了剩下的 44%，接著在聽過與到過的景點中，非常了解且能說出它的歷史淵源者僅佔 57%。換句話說，在所有景點中受訪者能說出歷史文化淵源者僅佔全部的 32.9%（56%受訪者對於到過與聽過的鶯歌景點 * 57% 非常了解且能說出它的歷史淵源）。因此可以說，對於鶯歌地方景點了解之受訪者大約只佔了三分之一，這三分之一究竟是否真的了解確實的景點歷史文化又值得懷疑。在問卷調查過程中，曾試著詢問受訪者對於所圈選的熟知的景點歷史，請受訪者以口頭答覆，然而受訪者卻無法回答，因此根據這樣現象推論，對於鶯歌景點文化歷史了解的受訪者其實不到三分之一。

2) 在傳承上，多數受訪者不會阻止孩子傳承陶瓷工作。

陶瓷產業對於許多鶯歌從事陶瓷工作者而言，甘苦交集。對於陶瓷事業受訪者究竟如何看待？根據第一次訪談認為，對孩子的期望是許多人投射自己感覺與希望的鏡子，對鶯歌與陶瓷失望者，甚至期望快快離開鶯歌，對於對鶯歌

地方文化展現的自發性低落，相對的更不願意下一代從事陶瓷工作。因此研究認為，對於鶯歌與陶瓷的期待會展現在是否願意讓下一代繼續傳承陶瓷工作，在鶯歌這個地方繼續生根，而不是期望孩子快快離開，去追求更有前途的工作。因此問卷調查以鶯歌專為陶瓷工藝設置的學校與科系「鶯歌高職陶瓷工程科」為引據，試圖詢問關於傳承的問題。根據問卷調查得知，大多數的受訪者皆不反對孩子繼續傳承陶瓷工作，持正面反映的共佔了 82.7%，由此得知，受訪者對於鶯歌與陶瓷依然抱持著期待與希望。

(3)受訪者與自發性

居民問卷設計一直期望能夠作到將居民對鶯歌自發性程度呈現，但若直接詢問 - 您認為您對鶯歌地方文化振興與保存自發性如何？唯恐受訪者一時無法選擇，如此不但得不到正確答案，且何謂「自發性」與其程度高低亦難界定，因此，問卷擬定時在許多問題中地方穿插認為可得到鶯歌居民自發性程度的選項，期望以此作為問題尋求之依據以下為歸納與整理。

1)受訪者認為整體而言鶯歌居民的自發性與對地方文化提昇與發揚認知低落

在問題 - 「在您的經營陶瓷買賣的這些日子以來，您是否發現下列哪些現象存在於鶯歌與陶瓷之間？」一題中，問題穿插受訪者對地方居民自發性與文化提昇發揚的選項，而調查結果發現，在選項「整體而言，在鶯歌的人們對地方建設都很願意參與，且具有相當程度的自發性。」與「整體而言，在鶯歌的人們對於地方文化的提昇和發揚都具有相當程度的認知。」中，受訪者圈選的次數皆不高，在樣本數上僅佔 10 與 9（總樣本數為 30），而在此題圈選數量百分比上僅佔 6.4% 與 5.7%。因此由此題得知 - 受訪者認為整體而言鶯歌居民的自發性與對地方文化提昇與發揚認知低落。

2)陶瓷事業其實還是大多數受訪者心中的最愛

由第一次訪談得知，對於陶瓷事業許多人有著各種酸甜苦辣的感受，有人持中立的立場，有人決不輕言放棄，有人則失望極至。根據訪談觀察，對於陶瓷事業抱持希望的居民對於地方參與較有意願，而對於陶瓷事業失望者對於自生存問題都有疑慮，參與地方振興的意願也較低落。根據問卷調查得知對於「陶瓷事業的意義」有 46.8%的人認為「當初就是因為很喜歡陶瓷，所以才從事，因此無論什麼困難，只要還能糊口，絕不輕言放棄。」扣除中立（如老店經營不作此項事業不知作什麼，與因為只是幫忙看店因此沒有特殊意義）與其他共 29.8%，這樣持正面意義者較負面意義者（23.4%）多，因此證實陶瓷事業其實還是大多數受訪者心中的最愛職業。

3)大多數的受訪者想到過如何展現鶯歌之光

對於鶯歌在意或重視的居民，在鶯歌越來越受各界重視得同時亦會想到如何才能讓這個地方更好，而調查發現，其實有 72.4%的受訪者想過這樣的問題，姑且不論問題的建設性如何，擁有希望地方越來越好的想法就是居民地方自發性最好的開端。若有大多數人都如此認為鶯歌越來越好及光芒展現的可能性就會越來越高。

第七章 量化問卷與分析—遊客

1-1 遊客量化問卷動機

1-2 遊客問卷進行

- (1) 調查進行時間
- (2) 有效問卷份數
- (3) 調查進行地點

1-3 遊客問卷內容與設計

- (1) 遊客問卷設計格式
- (2) 遊客問卷設計內容

1-4 遊客問卷內容分析

描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)

(1)以下希望部分為了解遊客到鶯歌來玩的動機與對鶯歌的感覺

- 1)請問您從哪裡來?(非籍貫,而是您今天由何處來鶯歌)
- 2)請問您搭乘何種交通工具前來?
- 3)請問您來過幾次鶯歌?
- 4)請問您到鶯歌前對鶯歌的印象如何?
- 5)請問您來鶯歌的動機為何?

(2)以下部分是為了瞭解遊客到鶯歌後對鶯歌的感觸與印象符合度:

- 1)請問您今天到目前為止,參觀過鶯歌哪些地方或景點?
- 2)請問您這次來鶯歌已停留多少時間?
- 3)請問您認為一趟能讓您有收穫的鶯歌之旅大約要用多少時間完成?
- 4)請問您到鶯歌前的印象與您實際參觀鶯歌後的印象是否相符?
- 5)如果將來您還有機會,會不會再到鶯歌來玩?
- 6)鶯歌素有「陶瓷百貨公司」之稱.....
- 7)遊客問卷調查的基本資料

1-5 遊客問卷結論

- (1)歡迎光臨鶯歌
- (2)您對鶯歌的認識程度 - 遊客對於鶯歌不甚了解
- (3)歡迎您再度光臨

第七章 量化問卷與分析—遊客

當一個地方的富有獨特的地方光彩時，便容易使他地人們有參觀來訪的動機，對於外來的訪客而言，那是一種地方光彩的欣賞與學習；而對於地方主人而言亦是一種生活文化的分享與交流。在社區營造的理念裡，社區營造不是為外人（觀光客）所做的，而是為了住在當地的居民而做的。是為了小孩以至於老人，還有所有居民而做的。社區中的每個人都充滿自信自尊的光輝時，才能真正能與外人進行心靈的交流⁸⁴。在此前提下，一個地方若要振興地方之光，必須先從振興地方人心做起，此後才能與外人（觀光客）分享地方的風采。

1-1 遊客量化問卷動機

在居民同心協力尋找出地方光彩，且共同為尋找出來的地方之光做了完善的規劃以後，外來的訪客便會慕名到來。為了迎接訪客與訪客所帶來的經濟及其他發展，許多原本富有獨特風采的地方，漸漸地失去原有風貌，甚至為了傳統文化的強調，在當地形成了一套固定的行動模式，也就是「譜」的出現，「譜」的出現容易產生文化的異化與本質化，且脫離居民日常生活實踐的文化。（張瑋琪，1999）。然而在觀光已成為必然性的鶯歌，如何避免讓鶯歌成為外人（觀光客）的鶯歌，除了鶯歌居民由心靈做起的文化振興外，遊客與居民間的需求平衡也是應該要考慮的，而非隨著訪客的腳步不知不覺的改變，甚至產生有意或無意形成的「鶯歌陶瓷觀光譜」。

若將鶯歌視為一個個體，「觀光客」在鶯歌已成為假日這個個體中必然出現的元素。如何將這樣的元素與鶯歌原有的大環境（包含鶯歌的地、景、人文、產）取得完美的平衡，讓鶯歌當地的居民擁有他們所期望的鶯歌，且外來的訪客也能到鶯歌觀光時觀其所光，鶯歌居民及其規劃者除了對當地居民所期望的鶯歌有所認知與教育外，對於遊客對鶯歌的印象、感觸與評價也要有基本的瞭解。基於上述因素，研究認為有必要瞭解遊客對鶯歌的認知及參與評量。

在參與觀察與深入訪談中發現，鶯歌遊客在假日來訪鶯歌的比例較一般非假日時間多，且根據國內相關研究顯示遊客到鶯歌來的時間以週末及假日為主，「週末、假日」與「平日」的比例約為四比一⁸⁵，再加上政府實施週休二日以來，週末本土文化觀光風潮興起，本研究決定選取的受訪者為週休二日到鶯歌參觀的遊客。

1-2 遊客問卷進行

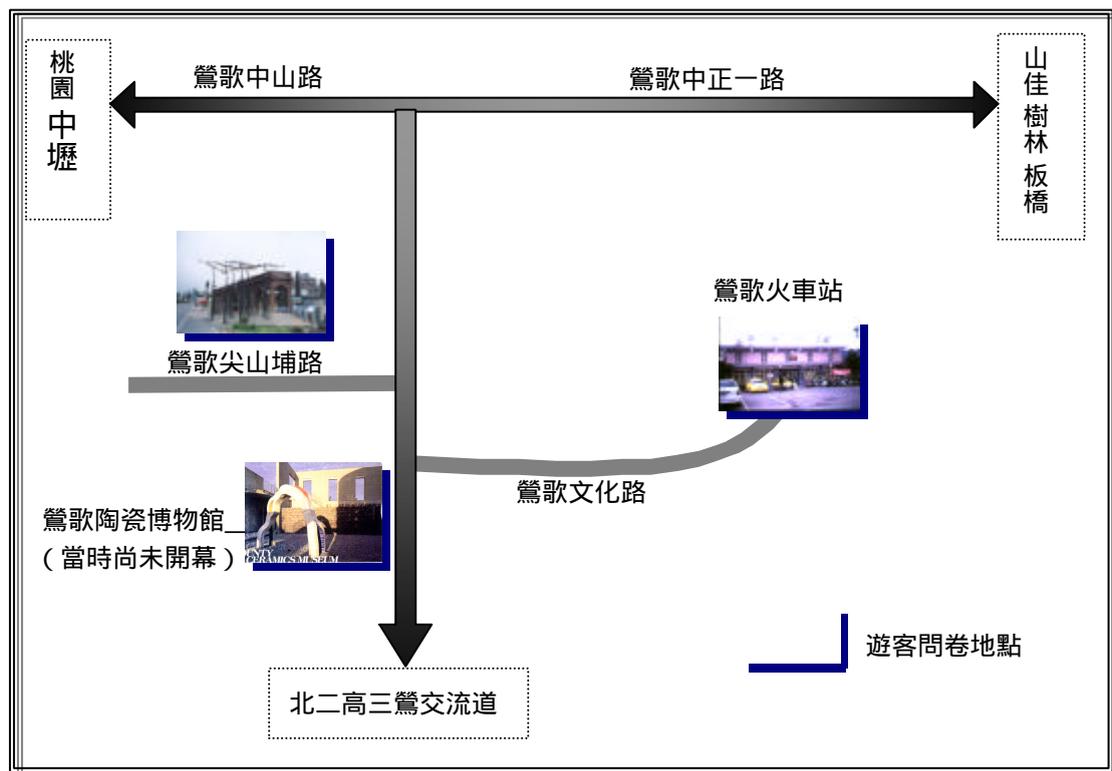
⁸⁴ 行政院文化建設委員會、台灣省手工業研究所，社區總體營造的理念與實例 2。P30

⁸⁵ 台北縣鶯歌鎮公所委託、台北市都市環境研究學會規劃，1996。鶯歌國際陶瓷城規劃。P6-11

本研究乃根據相關文獻探討，深入訪談結果歸結出本問卷所需問題與選項。問卷調查技術以現地訪問法（Interviews）讓受測遊客進行自填式（Self-Administered）問卷填寫，如有需要由訪員協助填寫，並告知相關注意事項。以下是此份問卷調查進行時間地點及有效份數：

- (1) 調查進行時間：2001.03.17
- (2) 有效問卷份數：96 份
- (3) 調查進行地點：
 - a. 鶯歌陶瓷博物館
 - b. 鶯歌火車站
 - c. 鶯歌尖山埔路（陶瓷老街）

遊客問卷的進行地點分別於上述 a、b、c 三個地點，選擇此三項地點的原因為根據實地探訪發現在週末例假日此三處的遊客出入數量比例較鶯歌其他地區為多。然而值得一提的是中正一路與中山路一帶雖然也聚集了許多陶瓷店家，然而這一帶的遊客卻明顯的較老街與文化路少很多，因此本研究在經過抉擇後，未將中正一路與中山路一帶列入問卷調查地點。



(圖 7-1)遊客問卷地點分配圖

1-3 遊客問卷內容與設計

(1) 遊客問卷設計格式—

a) 問卷格式 (Format)

一般而言，問卷格式依其回答方式可分為開放式 (open-ended) 與封閉式 (Closed-ended) 兩種，而本研究在此部份主要目的為將遊客對鶯歌的認知及其他感覺利用量化可統計的方式呈現，因此採封閉式問題設定為主，以方便統計。

b) 量表尺度 (Scale) 選擇—

本問卷主要內容為受訪者基本背景資料、對鶯歌、陶瓷基本認知與感覺，大部分為類別尺度的選項，少部分涉及感覺或認知程度的順序問題則選擇以「Likert-Type」為本研究之量表尺度，本研究採用「Likert-Type 五點量表」(非常同意、同意、普通、不同意、不非常同意；非常符合、符合、尚可、不符合、非常不符合)作為順序尺度的問卷格式。

(表 7-1)遊客問卷內容分析表 1

因素	變項名稱		變項等級	問卷內容
遊客到鶯歌的動機與基本資料與感觸	遊客到鶯歌的動機與基本資料	遊客的基本資料	類別尺度	1.請問您從哪裡來?(非籍貫,而是您今天由何處來鶯歌) 2.請問您搭乘何種交通工具前來? 3.請問您來過幾次鶯歌? 4.請問您這次來鶯歌已停留多少時間?
		遊客到鶯歌的動機	類別尺度	5.請問您來鶯歌的動機為何?

(2) 遊客問卷設計內容—

(表 7-2)遊客問卷內容分析表 2

因素	變項名稱	變項等級	問卷內容
遊客到鶯歌的動機與基本資料與感觸	遊客對鶯歌的瞭解	類別尺度	6.請問您今天到目前為止,參觀過鶯歌哪些地方或景點?
	遊客對鶯歌的感覺	類別尺度	7.請問您到鶯歌前的印象與您實際參觀鶯歌後的印象是否相符? 8.請問您到鶯歌前對鶯歌的印象如何? 9.請問在這些您參觀過的地方中,令您印象最深刻的前三者為何者? 10.請問您到目前為止對鶯歌的感覺如何?
	遊客對鶯歌的期望	類別尺度	11.請問您認為一趟能讓您有收穫的鶯歌之旅大約要用多少時間完成? 12.如果將來您還有機會,會不會再到鶯歌來玩? 13.鶯歌素有「陶瓷百貨公司」之稱,但她除了您看到的陶瓷產品之外還有許多您看不到的地方歷史文化及傳統工藝內涵,另外鶯歌與其他鄰近地區如大溪、三峽都有其歷史文化相似的背景。如果有兩種深度規劃的「文化之旅」,適合親子、朋友搭乘火車與公車即可的自助旅行,內容如下: A.鶯歌陶瓷文化之旅: 所需時間:1天 大致內容:鶯歌人文歷史古蹟、陶瓷博物館、陶瓷體驗、陶瓷參觀....等 B.鶯歌與大溪文化之旅: 所需時間:2天 大致內容:鶯歌人文歷史古蹟、陶瓷博物館、陶瓷體驗、陶瓷參觀、大溪老街、閩

1-4 遊客問卷內容分析

統計方法及使用工具有很多種，在方法上大致分為「描述性統計」(Descriptive Statistics)「推論性統計」(Inferential Statistics)兩種(李金泉, 1995)，描述性統計包括次數(Frequency Distribution)、比例(Proportions)、率(Rates)、平均數(Mean)、標準差(Standard Deviation)等，較適合作為資料的基本描述。推論性統計包括項目分析(Item Analysis)、信度分析(Reliability Analysis)、卡方考驗分析(Chi-square Test)、因素分析(Factor Analysis)、單因子變異數分析(One-Way Analysis of Variance)、相關分析(correlation Analysis)，是由樣本一變項之間關係，去推論母體各種情況與關聯的可能性。

描述性統計分析(Descriptive Statistics Analysis)

本問卷的描述性統計依問卷設計問題選項類型可做百分比、平均數、標準差分析，在問卷選項類型中為類別尺度的問題將以百分比作基本的描述性統計分析，若問卷選項類型中為順序尺度的問題，將以平均數、標準差作分析。

以下為本問卷的描述性統計分析：

(1)以下希望部分為了解遊客到鶯歌來玩的動機與對鶯歌的感覺

1)請問您從哪裡來?(非籍貫,而是您今天由何處來鶯歌)

此題的設計目的為了解鶯歌訪客來自各縣市的比例，這樣的調查可供鶯歌居民、陶瓷店家、鎮公所作為參考。這方面的瞭解，可以大略估計遊客由出發地到鶯歌的時間，以及瞭解鶯歌遊客區域性的特質。由此調查可以得知，眾數(mode)為選項 1-1 的「台北縣市」，其百分比為 56%，而其次為選項 1-2 的「桃園縣市」，其百分比為 15%。而在選項 1-4 的「新竹縣市」百分比高出其他新竹以南的地方，其中除了距離鶯歌較近的因素外，另一項因素是研究進行調查時，發現選擇新竹縣市者多半為同一批乘坐遊覽車來的訪客，因此新竹地區的比例較其他非台北、桃園縣市者高。而由下表可知的是，除此之外來自其他縣市的比例皆較低，甚至有百分比為 0%的選項，雖然這樣的比例並不代表某些縣市的遊客就不會來到鶯歌，但是可以證實的是鄰近鶯歌鎮的台北縣市與桃園縣市由遊客到鶯歌來的比例比起其他地區的遊客多。

(表 7-3)遊客來源地點分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
1-1)	台北縣市	樣本數	32	9	13	54
		百分比	65%	35%	62%	56%
1-2)	桃園縣市	樣本數	3	7	4	14
		百分比	6%	27%	19%	15%
1-3)	基隆縣市	樣本數	2	0	0	2
		百分比	4%	0%	0%	2%
1-4)	新竹縣市	樣本數	5	2	2	9
		百分比	10%	8%	10%	9%
1-5)	苗栗縣市	樣本數	1	0	1	2
		百分比	2%	0%	5%	2%
1-6)	台中地區	樣本數	2	5	0	7
		百分比	4%	19%	0%	7%
1-7)	雲嘉地區	樣本數	0	0	0	0
		百分比	0%	0%	0%	0%
1-8)	台南縣市	樣本數	1	1	1	3
		百分比	2%	4%	5%	3%
1-9)	高雄縣市以南	樣本數	3	2	0	5
		百分比	6%	8%	0%	5%
1-10)	宜蘭縣市	樣本數	0	0	0	0
		百分比	0%	0%	0%	0%
1-11)	花東地區	樣本數	0	0	0	0
		百分比	0%	0%	0%	0%
1-12)	離島	樣本數	0	0	0	0
		百分比	0%	0%	0%	0%
1-13)	其他	樣本數	0	0	0	0
		百分比	0%	0%	0%	0%
樣本數合計			49	26	21	96

2) 請問您搭乘何種交通工具前來?

要有來訪鶯歌的遊客就必須要有充足運輸遊客的交通的工具及相關建設與設施，因此此題設計的目的即是在於瞭解遊客到鶯歌所搭乘的交通工具比例為何。由調查發現，此題的眾數（mode）為選項 2-3 的「自用汽車」，其百分比為 46%；其次為選項 2-2 的「火車」，其百分比為 31%；接下來為選項 2-5 的「遊覽車」，其比例為 15%。

由下表，我們可以發現的是，大眾交通工具為選項 2-1 的「公車」與選項 2-2「火車」，所佔的總比例為 34%，比起選項 2-3 的「自用汽車」與選項 2-4 的「機車」的百分比和 50% 低了 16%，由此我們可以發現，來到鶯歌了遊客選擇自己車或騎機車的要比選擇搭乘大眾交通工具的多。

由調查我們也可以發現，除了搭乘大眾交通工具、自行開車、騎機車和選項 2-6「其他」之外，還有 15%的訪客是搭乘遊覽車前來的，搭乘遊覽車與開自用汽車前來鶯歌者，佔了百分比總和為 61%。因此鶯歌除非有充足的停車位及寬敞的道路，否則到了假日，將難以擁有規律的交通與保有平時鶯歌寧靜安逸的感覺。

(表 7-4)遊客搭乘工具分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
2-1)	公車	樣本數	2	1	0	3
		百分比	4%	4%	0%	3%
2-2)	火車	樣本數	9	6	14	29
		百分比	18%	24%	70%	31%
2-3)	自用汽車	樣本數	27	13	3	43
		百分比	55%	52%	15%	46%
2-4)	機車	樣本數	2	0	2	4
		百分比	4%	0%	10%	4%
2-5)	遊覽車	樣本數	9	5	0	14
		百分比	18%	20%	0%	15%
2-6)	其他	樣本數	0	0	1	1
		百分比	0%	0%	5%	1%
樣本數合計			49	25	20	94

3)請問您來過幾次鶯歌?

來到鶯歌的訪客有許多，有第一次來者，有兩三次者，更甚者因為喜歡鶯歌與陶瓷已經來過不下數十次。究竟到鶯歌的訪客多半是新友還是舊顧，本題設計的目的在於瞭解鶯歌訪客來到鶯歌的次數比例，可作為鶯歌當地者再展現鶯歌光彩時的參考，也可作為其他遊客調查题目的比對與關聯分析。

由下表顯示，此題眾數 (mode) 為選項 3-1 的「第一次來」，其百分比為 56%；其次為選項 3-5 的「五次以上」，其百分比為 18%；接下來為選項 3-2 的「1-2 次」，其百分比為 15%。由調查得知，到鶯歌的訪客最多為第一次到來，所佔的比例超過一半，而接下來就直接跳到選項 3-5 的「五次以上」，這樣的數據顯示，本研究認為對鶯歌而言是具有正面意義的，許多未曾到過鶯歌的人會想到鶯歌來參觀，而到過的訪客也還會想再來。

(表 7-5)遊客來訪次數分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
3-1)	第一次來(請接第 4 題)	樣本數	31	14	11	56
		百分比	57%	56%	52%	56%
3-2)	1-2 次(請跳至第 5 題)	樣本數	5	7	3	15
		百分比	9%	28%	14%	15%
3-3)	2-3 次(請跳至第 5 題)	樣本數	3	2	1	6
		百分比	6%	8%	5%	6%
3-4)	4-5 次(請跳至第 5 題)	樣本數	3	1	1	5
		百分比	6%	4%	5%	5%
3-5)	五次以上(請跳至第 5 題)	樣本數	12	1	5	18
		百分比	22%	4%	24%	18%
樣本數合計			54	25	21	100

4) 請問您到鶯歌前對鶯歌的印象如何？

本題承接上題，設計的的目的，是為了瞭解第一次到鶯歌的遊客在尚未參觀鶯歌前，對鶯歌的印象。這樣的印象，可提供鶯歌形象規劃者作為參考，瞭解鶯歌在人們尚未參觀前的印象是否與鶯歌想要展現的形象相符合。

由下表顯示，本題的眾數 (mode) 為選項 4-2 「台灣的陶瓷之都,有燒陶瓷的窯和煙囪及古老街道」，其百分比為 25%；其次為選項 4-4 「就像九份與淡水一樣,有一種台灣聚落古老的文化」，其百分比為 23%；接下來為選項 4-1 「賣陶瓷的地方，除了陶瓷應該沒什麼特別的」，其百分比為 15%。對於上述，研究發現遊客到鶯歌前將鶯歌與「陶瓷」、「古老聚落與文化」緊密連結，且許窩人認為鶯歌除了陶瓷應該沒什麼特別的。

另外值得注意的是，選項 4-8 「除了陶瓷,應該還有別的東西可看」百分比是 12%，表示大部分的遊客並不認為鶯歌除了陶瓷還有其他的東西可看。還有選項 4-3 「有親切的陶瓷師傅和樸實的製陶人」，百分比只有 5%，而鶯歌存在著許多的製陶者是個事實，因此研究認為調查顯示大部分的遊客認為陶瓷師傅和製陶者與「親切」、「樸實」沒有有太大的關聯。

(表 7-6)遊客對鶯歌印象分析表

選 項 題號	選 項		博物館	老街	火車站	總樣本數
4-1)	賣陶瓷的地方,除了陶瓷應該沒什麼特別的	樣本數	10	9	5	24
		百分比	13%	21%	13%	15%
4-2)	台灣的陶瓷之都,有燒陶瓷的窯和煙囪及古老街道	樣本數	21	12	7	40
		百分比	26%	28%	18%	25%
4-3)	有親切的陶瓷師傅和樸實的製陶人	樣本數	7	0	1	8
		百分比	9%	0%	3%	5%
4-4)	就像九份與淡水一樣,有一種台灣聚落古老的文化	樣本數	19	7	12	38
		百分比	24%	16%	30%	23%
4-5)	就像九份與淡水一樣,一定充滿商業氣息	樣本數	6	4	3	13
		百分比	8%	9%	8%	8%
4-6)	媒體報導過,一定到處都是人,沒什麼好看的	樣本數	1	1	2	4
		百分比	1%	2%	5%	2%
4-7)	縣長都出來拍廣告了,可看性一定很高	樣本數	3	1	3	7
		百分比	4%	2%	8%	4%
4-8)	除了陶瓷,應該還有別的東西可看	樣本數	11	3	5	19
		百分比	14%	7%	13%	12%
4-9)	沒什麼太大的印象	樣本數	2	6	2	10
		百分比	3%	14%	5%	6%
4-10)	其他	樣本數	0	0	0	0
		百分比	0%	0%	0%	0%
樣 本 數 合 計			80	43	40	163

5)請問您來鶯歌的動機為何?

週休二日以後越來越多的地方的特色被重視，成為假日休憩的景點，鶯歌亦是如此，因此此題設計的目的為瞭解遊客到鶯歌的動機為何，以作為鶯歌地方規劃參考。由下表得知，此題的眾數（mode）為選項 5-3「喜歡陶瓷所以前來看陶瓷」，其百分比為 26%；其次為選項 5-4「久聞鶯歌盛名,而來了解鶯歌陶瓷文化」，其百分比為 24%。由眾數（mode）、選項 5-4、選項 5-4 得知，遊客來訪的原因多半與陶瓷有關，此三項與陶瓷有關的選項百分比總和為 56%，以超過半數。

由下表發現，其他值得注意的為選項 5-5「逢週末,沒地方可去前來踏青郊遊」，百分比為 12%；選項 5-8「沒有特別的動機」，百分比為 14%。此兩項沒有地方去、沒有特別的動機佔百分比 26%。因此研究認為，經過調查得知，

到鶯歌參觀的訪客多半是為了陶瓷而前來，而將近四分之一的參觀動機是覺得無聊，不知道要到哪去因此到鶯歌郊遊踏青。

(表 7-7)遊客來訪動機分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
5-1)	交通方便	樣本數	1	3	2	6
		百分比	2%	10%	8%	6%
5-2)	為了特定目的而來買陶瓷	樣本數	1	2	3	6
		百分比	2%	7%	12%	6%
5-3)	喜歡陶瓷所以前來看陶瓷	樣本數	14	7	5	26
		百分比	29%	24%	20%	26%
5-4)	久聞鶯歌盛名,而來了解鶯歌陶瓷文化	樣本數	11	5	8	24
		百分比	23%	17%	32%	24%
5-5)	逢週末,沒地方可去前來踏青郊遊	樣本數	6	5	1	12
		百分比	13%	17%	4%	12%
5-6)	媒體報導因而感興趣,所以前來	樣本數	3	1	0	4
		百分比	6%	3%	0%	4%
5-7)	親朋好友介紹	樣本數	3	3	2	8
		百分比	6%	10%	8%	8%
5-8)	沒有特別的動機	樣本數	7	3	4	14
		百分比	15%	10%	16%	14%
5-9)	其他	樣本數	2	0	0	0
		百分比	4%	0%	0%	0%
樣本數合計			48	29	25	100

(2)以下部分是為了瞭解遊客到鶯歌後對鶯歌的感觸與印象符合度:

1)請問您今天到目前為止,參觀過鶯歌哪些地方或景點?

此題由資料蒐集，將鶯歌有人文歷史值得參觀的景點列出，目的在於瞭解遊客對鶯歌景點的熟悉程度。由下表可瞭解，此題眾數（mode）為選項 1-1「鶯歌陶瓷老街」，其百分比為 30%；其次為選項 1-4「鶯歌陶瓷博物館」，其百分比為 23%，其餘選項的百分比皆低於 10% 以下。更有調查者反映當調查進行時，有遊客驚訝鶯歌原來有這麼多值得參觀的地方，而向問卷調查者索取問卷以做鶯歌之遊參考使用。由此可見遊客對於鶯歌可參觀的地方與他們參觀

過的地方並不如鶯歌相關網路與資料上提供的多，鶯歌地方在一般假日也沒有特別的告知來到鶯歌遊玩的訪客何處有值得參觀的地方。

(表 7-8)遊客對鶯歌景點熟知度分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
1-1)	鶯歌陶瓷老街	樣本數	32	25	14	71
		百分比	25%	56%	22%	30%
1-2)	中山路和中正一路陶瓷店家	樣本數	13	1	5	19
		百分比	10%	2%	8%	8%
1-3)	文化路陶瓷店家	樣本數	13	3	3	19
		百分比	10%	7%	5%	8%
1-4)	鶯歌陶瓷博物館	樣本數	32	11	10	53
		百分比	25%	24%	16%	23%
1-5)	謙記商行	樣本數	3	0	3	6
		百分比	2%	0%	5%	3%
1-6)	鶯歌老厝	樣本數	4	0	1	5
		百分比	3%	0%	2%	2%
1-7)	山林公園	樣本數	3	0	1	4
		百分比	2%	0%	2%	2%
1-8)	碧龍宮	樣本數	2	0	4	6
		百分比	2%	0%	6%	3%
1-9)	宏德宮	樣本數	0	0	3	3
		百分比	0%	0%	5%	1%
1-10)	窯場遺址	樣本數	2	1	2	5
		百分比	2%	2%	3%	2%
1-11)	古鐘樓	樣本數	2	0	1	3
		百分比	2%	0%	2%	1%
1-12)	渡船頭遺址	樣本數	0	0	1	1
		百分比	0%	0%	2%	0%
1-13)	土牛溝	樣本數	0	0	2	2
		百分比	0%	0%	3%	1%
1-14)	鶯歌石	樣本數	10	1	6	17
		百分比	8%	2%	10%	7%
1-15)	鶯歌美食街:丫婆壽司.垃圾麵....等	樣本數	9	3	6	18
		百分比	7%	7%	10%	8%
1-16)	其他	樣本數	2	0	1	3
		百分比	2%	0%	2%	2%
樣本數合計			127	45	63	235

2) 請問您這次來鶯歌已停留多少時間?

此題設計目的在於瞭解遊客到鶯歌的時間與停留時間，可供鶯歌居民規劃鶯歌時參考使用而問卷調查時採四組進行，時間皆控制由下午三點開始至下午五點。由下表得知，此題眾數 (mode) 為選項 4-4 「3~6 小時」，其百分比為 30%；其次為選項 4-2 「1~2 小時」，其百分比為 28%；再其次為選項 4-3 「2~3 小時」，其百分比為 27%。經由調查，本研究發現在週末下午三點至下午五點遊客停留時間 3 小時以內的，佔了總百分比的 61%，因此以調查顯示，經各時間推測受訪者至少有 61% (選項 4-1、4-2、4-3 之百分比總和) 以上為中午十二點過後到鶯歌，而 9% (選項 4-5、4-6 之百分比總和) 的受訪者 (選項 4-5、4-6 之總和) 為中午以前到鶯歌。因由此可見週休二日中午過後為鶯歌人潮最多的時候。

(表 7-9) 遊客在鶯歌停留時間分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
2-1)	1 小時內	樣本數	1	3	2	6
		百分比	2%	12%	10%	6%
2-2)	1~2 小時	樣本數	13	7	6	26
		百分比	27%	28%	30%	28%
2-3)	2~3 小時	樣本數	13	6	6	25
		百分比	27%	24%	30%	27%
2-4)	3~6 小時	樣本數	20	6	2	28
		百分比	41%	24%	10%	30%
2-5)	6~12 小時	樣本數	0	3	0	3
		百分比	0%	12%	0%	3%
2-6)	12 小時以上	樣本數	2	0	4	6
		百分比	4%	0%	20%	6%
樣本數合計			49	25	20	94

3) 請問您認為一趟能讓您有收穫的鶯歌之旅大約要用多少時間完成?

根據參與觀察，研究認為，若無時間壓力的前提下，遊客停留鶯歌的時間會隨著所認知的鶯歌景點與鶯歌文化豐富程度而減少或增加。在上述研究認知前提下，本題目設計目的即在於由遊客願意停留的時間長短推論受訪者對鶯歌的瞭解程度 (包含鶯歌與陶瓷文化及歷史層面)，若瞭解越多，就會認為一趟能有收穫的鶯歌之旅所應花費的時間越多，因此研究者將文獻蒐集與觀察訪談配合週休二日時間限制歸納為可能的下列選項，由鶯歌文獻探討與實地參與瞭解，研究者亦將下列選項做轉譯，以下為選項與轉譯對照：

(表 7-10)遊客停留時間轉譯表

選項題號	選項	轉譯--對於鶯歌與陶瓷的瞭解程度
3-1)	3 小時內	非常不瞭解
3-2)	3~6 小時,約半天	不是很瞭解
3-3)	6~12 小時,約 1 天	尚可
3-4)	1 天半	很瞭解
3-5)	2 天	非常瞭解

由下表中可得知，此題眾數 (mode) 為選項 5-2「3~6 小時，約半天」，其百分比為 41%；其次為選項 5-3「3~6 小時，約半天」，其百分比為 38%。再者為選項 5-1「3 小時內」，其百分比為 15%。由調查顯示，受訪者認為半天內即可以擁有一趟有收穫的鶯歌之旅的百分比為 56%（選項 5-1 與選項 5-2 之百分比相加）；而一天半到兩天的僅佔了 6%（選項 5-4 與選項 5-5 之百分比相加）。透過上列轉譯表，研究認為超過半數受訪者對於鶯歌與陶瓷文化歷史並不瞭解，且很瞭解的比例相當低（僅佔了 6%），因此研究認為普遍而言受訪者對於鶯歌與陶瓷的文化歷史瞭解程度低。

(表 7-11)遊客認為鶯歌之旅所需分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
3-1)	3 小時內	樣本數	6	4	4	14
		百分比	13%	16%	20%	15%
3-2)	3~6 小時,約半天	樣本數	21	11	6	38
		百分比	44%	44%	30%	41%
3-3)	6~12 小時,約 1 天	樣本數	20	9	6	35
		百分比	42%	36%	30%	38%
3-4)	1 天半	樣本數	1	0	3	4
		百分比	2%	0%	15%	4%
3-5)	2 天	樣本數	0	1	1	2
		百分比	0%	4%	5%	2%
3-6)	其他	樣本數	0	0	0	0
		百分比	0%	0%	0%	0%
樣本數合計			48	25	20	93

4)請問您到鶯歌前的印象與您實際參觀鶯歌後的印象是否相符?

此題設計目的在於瞭解遊客到鶯歌後對鶯歌的感覺與印象如何，由下表得知，此題眾數（mode）為選項 6-3「尚可」，其百分比為 51%；其次為選項 6-2「符合」，其百分比為 41%。由調查顯示整體而言，受訪者對於鶯歌前後的印象認為非常不符合者為 0%，而其他雖未達到非常符合，但仍介於符合與尚可之間。

(表 7-12)遊客對鶯歌印象符合分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
4-1)	非常符合	樣本數	0	2	3	5
		百分比	0%	8%	15%	5%
4-2)	符合	樣本數	26	7	5	38
		百分比	54%	28%	25%	41%
4-3)	尚可	樣本數	22	14	11	47
		百分比	46%	56%	55%	51%
4-4)	不符合	樣本數	0	2	1	3
		百分比	0%	8%	5%	3%
4-5)	非常不符合	樣本數	0	0	0	0
		百分比	0%	0%	0%	0%
樣本數合計			48	25	20	93

5)如果將來您還有機會,會不會再到鶯歌來玩?

若一個地方給訪客的感覺是負面的，那麼訪客再來訪的可能性就會降低，因此此題設計的目的乃在於了解再受訪者心中，整體而言鶯歌值得再訪的比例高低。由下表可得知，此題的眾數（mode）為選項 7-1「會」，其百分比為 96%。由調查結果瞭解，受訪者願意再訪鶯歌的比例相當高，因此研究認為，久整體而言，鶯歌對遊客仍然具有相當多值得再訪的優點。

(表 7-13)遊客再訪鶯歌意願分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
5-1)	會	樣本數	46	25	15	86
		百分比	98%	100%	83%	96%
5-2)	不會	樣本數	1	0	3	4
		百分比	2%	0%	17%	4%
樣本數合計			47	25	18	90

6) 鶯歌素有「陶瓷百貨公司」之稱，但她除了您看到的陶瓷產品之外還有許多您看不到的地方歷史文化及傳統工藝內涵，另外鶯歌與其他鄰近地區如大溪、三峽都有其歷史文化相似的背景。如果有兩種深度規劃的「文化之旅」，適合親子、朋友搭乘火車與公車即可的自助旅行，內容如下：

A. 鶯歌陶瓷文化之旅：

所需時間：1 天

大致內容：鶯歌人文歷史古蹟、陶瓷博物館、陶瓷體驗、陶瓷參觀.....等

B. 鶯歌與大溪文化之旅：

所需時間：2 天

大致內容：鶯歌人文歷史古蹟、陶瓷博物館、陶瓷體驗、陶瓷參觀、大溪老街、閩南家具、大溪豆干、台灣古玩-陀螺之旅

請問以上的內容與時間會使您更有興趣加入這樣的「本土文化體驗之旅」嗎？

此題設計的前提認為，鶯歌有許多陶瓷及其他鶯歌地方的文化與歷史，這些鶯歌的光芒隱藏在許多值得訪客深入參與瞭解之處，且目前一般民眾自行到鶯歌時並無特別導覽解說或是文化公車之類的參觀引導。基於上述原因，本題期望瞭解遊客參觀深入瞭解鶯歌與其相關周邊地區文化的意願與原因，期望作為有意規劃與提昇鶯歌地方文化人士的參考。

根據下表顯示，此題眾數為選項 8-1「會，為什麼」，其百分比為 83%；而選擇選項 8-2「不會，為什麼」者的百分比則佔少數，其百分比為 17%。由調查瞭解，大多數的人會願意加入這樣的規劃，願意的因素包含「可以體驗台灣陶瓷古蹟文化」、「因為是很有文化素養的活動」、「可以多玩」、「因為很有趣」、「會比較深入」、「可以作為週休二日的休閒活動」、「那樣的設計讓人有興趣」、「會覺得比較不虛此行」、「不是很清楚為什麼，但覺得應該會不錯」；而選擇不會參加的原因有「太麻煩了」、「很費時」、「那樣舊缺乏獨立自主的空間，我較喜歡單獨行動」、「不需要，因為我對鶯歌很瞭解」。

本研究依據調查認為，大多數的受訪者對於這樣的規劃皆會覺得較深入，且比較能引起興趣，是一項週休二日有文化素養且度虛此行的休閒活動；而會選擇不參加的，多半都是受訪者個人的因素，與鶯歌地方與陶瓷文化的關聯並不大。因此研究認為根據調查數據，若有這樣深入的文化之旅遊客來到鶯歌時將會收穫更大，更能觀鶯歌之光，且能引起更多人對鶯歌正面的迴響。

(表 7-14)遊客參與鶯歌文化之旅意願分析表

選項題號	選項		博物館	老街	火車站	總樣本數
6-1)	會,為什麼?	樣本數	36	21	13	70
		百分比	86%	84%	76%	83%
6-2)	不會,為什麼?	樣本數	6	4	4	14
		百分比	14%	16%	24%	17%
樣本數合計			42	25	17	84

7)遊客問卷調查的基本資料:

本調查進行時調查者原則上採取「隨機抽樣法」(random sampling)而問卷調查技術則以現地訪問法(Interviews)讓受測居民進行自填式(Self-Administered)問卷填寫。

在性別方面,依調查顯示,男女比例平均,為 48%與 52%。年齡方面,因問卷涉及個人感覺評量,因此年齡上較不適於 10 歲以下受訪者填寫,因此將受訪者年齡限制於 10 歲以上,而 60 歲以上之年長者,若願意接受調查則依身體狀況採現地訪問法(Interviews),由調查者代為填寫問卷。在年齡方面 30 歲以內受訪者偏多,所佔比例為 67%,除了說明了鶯歌訪客中年輕族群所佔的比例高以外,其中所含因素包括年輕訪客接受調查的意願較高,因此「隨機抽樣法」

(random sampling)後自動汰換了許多不願意接受調查的年長者。在職業方面,以「商」與「服務業」的受訪者較多,其百分比分別是 22%與 13%。教育程度專科以上的佔了 75%。婚姻狀況以未婚的居多,佔了 67%。家中未成年的孩子數,兩個之內的佔了 74%。

(表 7-15)遊客基本資料分析表

基本資料	選項	博物館	老街	火車站	總樣本數	總百分比
性別	男	20	12	11	43	48%
	女	26	13	8	47	52%
年齡	10-20 歲	6	1	11	18	20%
	20-30 歲	23	14	6	43	47%
	30-40 歲	11	4	1	16	18%
	40-50 歲	5	4	1	10	11%
	50-60 歲	2	0	0	2	2%
	60 歲以上	0	2	0	2	2%
職業	學生	15	5	13	33	3%
	軍公教	3	2	1	6	7%
	商	11	5	4	20	22%
	農漁牧	0	0	0	0	0%
	工	5	1	0	6	7%
	服務業	5	6	1	12	13%
	自由業	5	2	0	7	8%
	家管	0	1	1	2	2%
	無(含退休者)	0	1	0	1	1%
	其他	3	2	0	5	5%
教育程度	國小及自修	0	1	1	2	2%
	國中(初中)	1	0	0	1	1%
	高中(高職)	9	5	5	19	21%
	專科	15	6	2	23	26%
	大學	15	10	11	36	40%
	研究所以上	5	3	0	8	9%
婚姻狀況	未婚	31	15	16	62	67%
	已婚	17	10	3	30	33%
家中 18 歲以下之孩子數	1 位	4	2	2	8	30%
	2 位	5	5	2	12	44%
	3 位	2	0	0	2	7%
	4 位	3	2	0	5	19%
	5 位以上	0	0	0	0	0%

1-5 遊客問卷結論

對遊客作問卷調查並非意指鶯歌居民及規劃單位必須配合遊客的需求而進行地方規劃與極盡的展現他人希望看見之光芒。遊客的問卷調查目的是站在居民的立場歡迎來訪者（遊客）光臨故鄉，對於來訪者（遊客）的基本資料與對故鄉的感覺了解是地方在進行地域之光展現時所應注意的。以鶯歌為例，由於遊客已成為現在鶯歌假日中必定存在的元素，因此居民在作地方規劃與陶瓷活動進行時遊客問卷歸納可供參考。以下為居民立場分析遊客問卷之歸納：

(1) 歡迎光臨鶯歌

由問卷調查歸納發現，多數的遊客來自於臨近縣市，自行開車前來的比例較其他方式高，且到鶯歌的遊客一半以上為第一次前來。依據調查發現 56% 的遊客來自台北縣市，而 15% 的遊客來自桃園縣市，因此高達 71% 的遊客來自與鶯歌鄰近的地區。即使如此，在公共交通工具便利的鶯歌，依然有許多人選擇自行開車前來鶯歌，這樣的比例佔了 46%，搭乘火車與公車（鶯歌對外大眾交通工具）前來的共佔 34%，其餘的交通工具還包含大大小小的機車與遊覽車。

鶯歌為台北縣近郊的一個小鎮，道路並不寬敞，在假日時若同時容納遊客前來的車輛，必定無法負荷，因此難怪乎假日的鶯歌總是壅塞不堪。然而根據調查到過鶯歌次數統計發現，大多數遊客皆為第一次與第二次前來者（共佔 71%），在未了解鶯歌的狀況下，人車擁擠，對於鶯歌必定造成不便。在鶯歌人歡迎遊客光臨的期待下交通問題明顯地成為鶯歌人生活的的負荷，這是鶯歌在作活動規劃時，所應注意的。

(2) 您對鶯歌的認識程度 - 遊客對於鶯歌不甚了解

鶯歌究竟可以呈現什麼樣的光芒讓來訪者可以分享，而遊客能否清楚明白的感受到「鶯歌之光」？在遊客問卷中設計了與居民問卷題目內 - 「鶯歌景點」相同的選項，詢問遊客所到過的鶯歌景點，依據問卷歸納發現在十九項鶯歌觀光相關網站與書面資料中遊客所參觀過的景點以「鶯歌陶瓷老街」與「陶瓷博物館」為所佔總百分比比較高者，分別為 30% 與 23%，而其他景點選項的百分比皆低於 10%，這樣的現象呈現了什麼樣的意義？在問卷調查過程中發現有許多遊客對於問卷所列的景點都表示不熟悉，或根本不清楚鶯歌有那麼多的地方值得去參觀，更甚者有受訪的遊客表示希望能索取一份問卷以作為鶯歌之遊的導覽參考。因此依據問卷調查歸納顯示遊客對於鶯歌有什麼樣可供參觀的景點不甚了解。

(3)歡迎您再度光臨

遊客雖然不了解鶯歌，但根據調查歸納對於再度來訪鶯歌的可能性依然存在著正面的回應，將來有機會會願意再到鶯歌遊玩的受訪者高達 96%，而對於深入了解鶯歌的「文化之旅」亦有 83%的受訪者表示願意參加這樣的活動。這樣的調查顯示鶯歌在遊客心目中仍有再度光臨的價值存在。

在調查中發現，鶯歌雖為台灣陶瓷之都，但在看似富含文化內涵與多采多姿活動的展現下，遊客來到鶯歌依然如同走馬看花般的不甚清楚鶯歌之光何在，到了鶯歌無論當初來訪目的為何，都免不了在車潮與人潮中不知方向的穿梭。究竟鶯歌與鶯歌居民想現出怎樣的鶯歌之光，在對地方文化了解不深，自發性程度不夠高的鶯歌居民與茫茫然在陶瓷與人車中川流的遊客心中似乎都成了一個難以回答的問號。

第八章 結論與建議

第一節 結論

1-1 居民自發性與地方工藝振興討論

- (1)偶發的自發性引起外界的注意
- (2)精英領導地方化
- (3)快火與慢窯 - 你知道我的故鄉特色在哪嗎？
- (4)權利下放 - 居民沒有心嗎？
- (5)唱作俱佳 - 我不希望只是想想而已
- (6)軟體時代的一道曙光 - 外發型自發性

1-2 鶯歌資源的運用

- (1)鶯歌的人力資源運用—居民的角色何在
- (2)鶯歌的地、景、人、文、產資源的運用

第二節 建議

- (1)我可以讓故鄉更好的 - 居民如何自發
- (2)人心之華的建立人心之華的建立
 - 1)教育
 - 2)訓練
 - 3)展現

第八章 結論與建議

第一節 結論

1-1 居民自發性與地方工藝振興討論

由資料蒐集到鶯歌案例的探討中，彷彿走過台灣地方建設與地方生活的時光隧道，在期望台灣地方與地方文化展現的今天，以「地方工藝振興地方」、「產業文化化，文化產業化」、「居民是地方的主人」.....的觀念及已經相當的為人所熟悉，然而鶯歌案例探討與歸納後認為台灣地方建設實在仍有進步空間，這樣的空間存在於政府、地方組織與居民之間。

鶯歌一例的探討後認為，目前台灣地方文化建設與本土化的種種問題並非單一存在於某種角色（政府、地方組織與居民）之上，最大問題乃因台灣長期地缺乏地方文化教育及本土化重視而起，因此一但發現了本土文化的重要性且期望能迎接軟體時代來臨時，個個角色面臨的前所未有的挑戰，在人人皆非專家與過去不良積習（政府單位政治化影響文化化、組織組導地方方向的能力不夠、居民沒有參與地方公共事務的習慣.....）的情況下，依然得到「制式化」與「精英式領導」的結果，因此地方文化遲遲無法展露光芒。

然而，無論目前的地方在文化振興所面臨的狀況如何，若要將地方最真實的生活文化展現，地方居民依然是主題探討的中心，因此以下以居民為出發點歸納研究由資料蒐集到鶯歌案例的得結論：

(1) 偶發的自發性引起外界的注意

由於長久以來的精英統治，使得鶯歌居民與台灣其他地方居民一樣習慣於過著自己的生活，在陶瓷製作與銷售中求取生存之道，陶瓷創造了鶯歌經濟奇蹟，亦創造了鶯歌獨特的陶瓷文化。然而，文化是無形的，身處其中的人若不刻意注意及與外地相較，難以深刻的發覺自己的故鄉與自己及祖先創造出來的

文化是多麼的難能可貴，然而也只有用生活點滴累積出地方文化的居民才能知道地方生活究竟是怎麼一回事。

根據觀察與訪談在過去鶯歌的居民一向如此過著自己的生活，「鶯歌陶瓷藝術發展協會」的形成，若無深刻的探討易讓人認為那就是鶯歌自發性的代表之一。然而根據分析後認為，若以嚴格的角度看來，協會組成動機其實只能稱為類似職業工會，為了陶瓷生意而組成的單位。因協會組成時間恰與政府與學術重視地方文化振興時間相似（1994年社區總體營造引進台灣，而鶯歌陶瓷藝術發展協會於1995年正式成立），頗受外在學術團體與政府的重視而與協會接洽，真正進行所謂地方文化建設工作才開始，因此研究認為「鶯歌陶瓷藝術發展協會」的茁壯因外力幫助而成長的因素相當大。

(2)精英領導地方化

這樣快速茁壯的協會，迅速獲得外界的支持與協助，所有與老街建設相關事宜與規劃，協會成為一個重要的承辦者，權利之大以至於足以代表所有鶯歌老街與組織居民決定老街發展的方向。然而，協會領導地方居民的專業知識不足，亦非專業地方文化規劃人員，當這樣地緣性強大且擁有相當權利的非專業少數「居民群」成為地方規劃方向決定者時，「精英領導地方化」的情況於是產生。

(3)快火與慢窯 - 你知道我的故鄉特色在哪嗎？

地方的主人是地方全體居民，而當「精英領導地方化」的情況產生，且又無法做到與居民良好溝通時，問題就產生了。地方成為上級與組織精英分子的地方，而其他地方居民扮演著配合的角色，當規劃方向出現問題時，也只能抱怨。此時地方組織中的精英分子與上級成為地方的主導者，這樣的方式只是由過去精英存在於上級（政府單位）到精英存在於上級與組織。「精英領導地方化」的方式究竟成效如何？老街重整工程事件看來，問題層出不窮。老街工程在整修中，居民怨聲連連，整修後風格的大轉變評價更是出現兩極化，這樣的

情況組織幹部亦有人懷疑過分觀光化導向的老街未來將會如何。「精英領導地方化」快速的將地方建設為重金打造的工藝產業的觀光示範街，卻無法將文化展現出來，甚至影響真實的居民生活，這樣的責任誰該擔當？

(4) 權利下放 - 居民沒有心嗎？

小陶土的心情 - 我只是不知道從何著手

過去，台灣地方居民的本土意識低落，完全由居民規劃地方文化展現的方式似乎遙遙無期，然而隨著近幾年來地方建設與文化工程如火如荼的展現中，地方居民對於地方光芒展現問題的關懷益加明顯，尤其當文化建設與活動展現不但無法將地方之光呈現甚至帶領地方走向居民未知的方向時，居民意識在逆境中開始萌芽，由批評轉向 - 「如果這樣做，地方或許會更好」的心境產生。根據訪談與問卷調查發現這樣的批評與問題點的發掘與嘗試解決的想法，持續的在居民心中產生。這樣的狀態下而萌生「希望地方更好」的想發或許不見得成熟，但卻是研究認為地方「自發性」真正的起源，因為至少這樣的「自發性」才是屬於居民有別於過去上級與地方組織精英式的決策與領導。

(5) 唱作俱佳 - 我不希望只是想想而已

然而一直以來，鶯歌居民即使對於上級或是組織有所意見，亦沒有表達的空間，因此產生了 - 「純批評，無行動」的情況產生。讓居民參與真的能夠讓地方之光展現不同於精英領導的形式嗎？這樣的疑問在許多學者與上級領導的思想裡，常常矛盾與質疑著。精英領導的優，長久以來存在著許多支持者，居民能做什麼？如何讓長久以來處於被動的居民為地方文化作些什麼？重重的問題總讓人卻步，因此即使在九二一地震後社區總體營造思想盛行的當時，居民主導地方規劃依然令人覺得難以執行。這樣的狀態讓深具發現地方之光潛力的居民沒有展現的舞台。

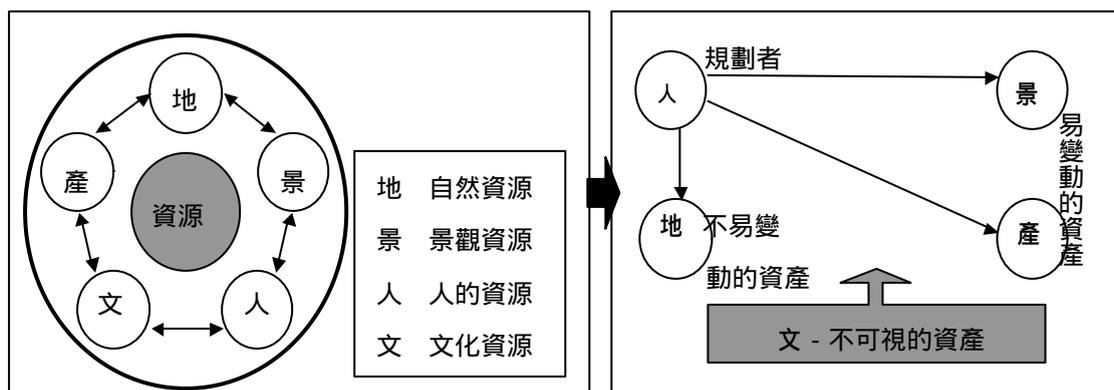
(6)軟體時代的一道曙光 - 外發型自發性

完全放手讓居民去展現地方光芒真的可行嗎？在鶯歌陶瓷活動中，看到了一道曙光。在戲土廣場中，出乎人意料的是出現了有別過去制式化的陶瓷文化展現手法，若將戲土廣場的遊戲設計與過去活動展現方法相比較，相形之下，戲土廣場明顯的富有更「鶯歌」且更「生活化」的文化展現。由此證明，文化不需要長篇大論，亦不需要用高深的方法，只要能夠將地方特色用最簡單的方式讓人明白並樂在其中就可得到效果，這樣的呈現並非精英領導所能做到的。戲土廣場案例中特別的是過去的精英依然參與活動規劃，不同的是活動展現的內容部分交與居民設計，屬於外發型引導自發性的案例，這樣的居民並非陶瓷組織成員，卻能依照其從小生長在鶯歌所看到的陶瓷工藝生活文化而作規劃，事實證明若有心使地方光芒展現，居民亦可做到地域振興的工作。

1-2 鶯歌資源的運用

地方居民是地方建設及發展之主，因此鶯歌的陶瓷工藝產業與地方發展的主力乃在於「人心之華」的建立。根據研究發現鶯歌地方存在著許多目前台灣地方建設與地方工藝振興的問題點，在問題點中囊括著許多存在已久與新興的問題點。由研究相關探討、鶯歌實地資料蒐集與問卷調查歸納，以下由過去到現在鶯歌「人」的資源運用為主軸，探討鶯歌如何透過地方上的「人」的資源，將可視資源「地」、「景」、「產」透過不可視資源——「文」展現出鶯歌的「地域之光」。

(圖 8-1) 地景人文產資源運用說明圖



(1) 鶯歌的人力資源運用—居民的角色何在

1) 第一階段「菁英化」的鶯歌

鶯歌如同台灣其他地方一樣，過去因為政治策略導向因素，使得地方規劃的權利落在所謂「上級」的手中，這些上級包括中央政府、地方政府，此階段的地方居民因長期處於被動式狀態，因此對於地方發展之公共建設意識薄弱，此時期的鶯歌發展決定權在於少數政府單位菁英份子，而真正鶯歌的居民與陶瓷文化卻因本土化教育的不被重視，缺乏文化實質面的展現。

2) 第二階段「再菁英化」的鶯歌：

當 1994 年社區總體營造觀念興起，而鶯歌地方亦產生因商業性質而成立地方組織，在政府的推廣與重視之下，鶯歌的地方陶瓷組織（如深入訪談所及鶯歌陶瓷藝術發展協會）備受重視，因此在缺乏經驗的狀況下，地方建設與文化展現工作（如鶯歌一年一度陶瓷嘉年華會）重要決定權不但落於第一階段政府單位，亦增加新的決策成員——「地方組織」人事。這樣的現象曾一度令人認為鶯歌以地方居民為主的決策時代來臨，然而根據資料蒐集得知，地方組織與居民的互動與溝通並不完善，這樣的現象往往到最後鶯歌地方建設的決定者依然存留於「少數決定」的菁英化制度，大多數鶯歌居民沒有實質參予。

3) 第三階段「刺激性自發性」的鶯歌：

由 2000 年陶瓷嘉年華會之戲土廣場一例發現目前鶯歌鶯歌居民多半存在著負面的「小螺絲思想」，對於鶯歌地方的公共事務與陶瓷工藝文化內涵展現雖以其想法卻缺乏實質的行動力，若此時前兩階段的組織單位（中央政府、地方政府、地方相關組織團體）能夠扮演輔助居民且刺激居民自發性行動力的角色，對於過去被動式的居民與精英式的地方振興推動將有所幫助。而此時居民的「完全主導力」因過去參與經驗的缺乏將不夠成熟，而「組織單位」在此階段重要的工作即是做到輔助與刺激居民，使其成為地方規劃的主導，使居民的自發性茁壯起來。

4) 第四階段「完全自發性鶯歌」

在未來，鶯歌與台灣地區期望迎向的是以居民為主，主導地方軟體與硬體建設的工作，此時期的居民對於地方文化的展現與規劃有完全的自主性，亦不需要「組織單位」的刺激與激勵等外在輔助力量，成為以地方居民自發性振興地方與地方工藝的良好範例。

(2) 鶯歌的地、景、人、文、產資源的運用

無論在上述的何種階段，地方上的主導者都應清楚的知道地方資源何在，並有尋找地方資源的活力與動力。而何謂尋找地方資源的活力與動力，簡言譯之，即是有源源不斷期望「地方之光」展現的良好動機。

地方上的人在展現地方之光前必須清楚的知道 - 何謂「地方之光」。若將「地方之光」分為兩類，一類則為「現有的地方之光」；而另一類則為「隱藏的地方之光」。這些地方之光，包含了地、景、人、文、產資源，而瞭解「現有的地方之光」則是最基本地方資源運用的原則，進而地方居民由日常生活中的巧思與構想發掘「隱藏的地方之光」。由鶯歌居民問卷中發現，目前鶯歌居民對於地方資源的瞭解程度普遍偏低，因此研究認為「教育」、「訓練」、「展現」的工作是必要的。此時「組織」教育居民何謂地方資源，並於日常生活中訓練居民發掘地方的光彩，再給予鼓勵與展示的舞台，這樣的方式為目前鶯歌與台灣地區居民活用地方之光可行的方式。

第二節 建議

(1)我可以讓故鄉更好的 - 居民如何自發

根據調查發現鶯歌居民私下會嘗試著想像用什麼樣的方法讓地方更好，然而缺乏適當機會展現想法的居民久而久之「自發性行動力」相當薄弱。在這樣狀態下若毫無支持或訓練即完全式的讓地方居民著手進行地方相關活動規劃，或許對於居民與上級來說都是一項頗具困難的項目。若以成長階段作為區分，目前的鶯歌居民可以視為「青春期」般的青年階段，上級與組織若予以適當表現機會及訓練，將可展現出驚人的潛力與協助其邁向更成熟階段。

(2)人心之華的建立

在地域振興觀念中，人心的振興「人心之華」的確立一直是重要的課題與觀念，唯有「人心之華」建立後「地域之華」才能藉而展現出來。研究發現鶯歌居民對於地方自發性行為低落且不甚了解地方的歷史與文化，如何改善這樣的方法，以下根據資料蒐集，訪談、參與觀察、問卷分析歸納下列方法：

1) 教育

依據觀察認為鶯歌過去活動過於著重 - 外在展現，為地方居民所舉辦的活動甚少，而問卷調查發現鶯歌居民對於地方歷史文化不甚了解，在這樣的狀況下，若要地方居民發現地域之華唯恐困難。因此地方組織與上級在平時可以將鶯歌既有之地方光芒（如書面文獻探討中之歷史人文所展現出的地、景、人文、產資源）作運用，舉辦以居民為主之「知性園遊會」、地方青年與孩童是地方未來的希望，應在學校教育內更加強地方文化學習與心得分享，並且運用比賽或其他活動參與的方式，鼓勵年輕一代多參與及思考未來地方的發展。而地方上亦可由非陶瓷組織如行政區域所規劃的鄰里單位進行文化活動的互相學習與推動。因為鄰里單位的優點為居住相近之地，因此容易凝聚居民之間的力量，達到良好的效果。

2) 訓練

在平時，可以鼓勵居民以腦力激盪方式將生活中認為的地方光芒尋找出來，以鄰里或自行組成幾戶人家的團體、學校班集、社區媽媽教室……等為單位，將所認為之地方光芒或是使地方更好的方法呈現出來。此時組織可扮演審查與過濾及鼓勵的角色給予支持，讓地方居民在平時就養成對地方關注與愛惜地方的態度。

3) 展現

教育與訓練過的地方居民，可評選出適合的方案在適當時期（如一年一度的陶瓷嘉年華會與各項陶瓷活動中）讓居民展現其對地方光芒展現的構想，這樣的方式可以讓居民在參與中得到認同與滿足，對於地方事務的參與將更有興趣，如此一來居民與地方融為一體，屬於地方居民的軟體時代指日可待。