

文創起藝・美力洄瀾

花蓮社區圓夢實驗計畫

Discovering the Beauty and Power of Hualien Culture:
On the 2008-2010 Hualien Community Empowerment Plan

文・圖／高松根 Kao Sung-ken (花蓮縣社區營造中心主持人)



做為花蓮社區營造中心的主持人，本文作者闡述在對文化創意產業的在地化概念理解下，花蓮「社區圓夢實驗計畫」如何以花蓮在地的風土、人文與歷史景觀為基礎，建構其以深度與廣度為主軸的「再造夢田雙軸心計畫」，鞏固社造經驗豐富之社區的文化創意，凝聚具潛力社區的發展共識，進而開發花蓮的文化創意品牌，並提示工藝做為在地文化創意之一環，於奠定生活美學上的地位。

Written by the organizer of the Hualien Community Empowerment Center, the essay explicates how, drawing on the concept of localization in the studies of cultural creative industries, the center takes the geographical, historical, and cultural landscapes of Hualien as the anchor for "Dreamland Dual Axis Plan," and further for the branding of Hualien cultural creative industries, besides pointing out the role of craft in the consolidation of the aesthetics of everyday life.

前言

花蓮縣推動社區總體營造，以「再造夢田雙軸心」做為2008至2009年工作主軸，以「美麗家園同心圓」概念做為2010年執行策略；一個「同心圓」構成一個「美麗家園」，一個「美麗家園」才能讓文化更「多元」。

如果人是構成家庭的重要元素，社區就是發展地方文化產業的推手；為了讓這個「同心圓」更圓滿，花蓮縣文化局2008至2010年啟動社區圓夢實驗計畫，希望可以讓更多人認識花蓮社區文化的繽紛多元，帶領社區對於文化創意有進一步的了解，進而開啟花蓮社區工藝的能量。

社區圓夢實驗計畫以「文創起藝・

美力洄瀾」為主題，二十二個文化創意的故事，代表22個社區產業的蛻變；不僅展現花蓮社區文化的「力道」與「美感」，更代表花蓮推動文化創意產業的用心。

一群人、一些社區、一段段產業故事，編織成一部美麗的花蓮社區文化創意史。有您的回憶、我的生活、他的故事，這裡有大家最深的緣分，也有大家最美的同心圓；於是，花蓮的泥土裡散發出社區美學的緣與圓。

文化創意產業，由地方出發

臺灣早期的社區發展政策所關心的是如何消滅貧窮、改善民生，脫離不了對於基礎生產建設方面的建議。四十多年下來，整個社會結構在重

- 1 秀林鄉太魯閣族創意文蘭小刀
- 2 秀林鄉都魯灣太魯閣族口簧琴
- 3 秀林鄉那都蘭工作室太魯閣族苧麻編織
- 4 秀林鄉太魯閣族傳統文蘭小刀





工輕農的急速發展下，鄉村地區中所面臨的人口流失、初級產業沒落等問題，再也不是昔日的社區發展政策所能解決的。臺灣的傳統地方產業，特別是文化生活資源（包括自然及人工環境的動物、植物、史跡、廟宇、舊街道等資源；生活文化的鄉土料理、祭禮活動、節慶、鄉土藝能、民謠、傳說等資源；以及製作物品的傑出人士等資源），多年來因為以勞力密集加工為主的外銷導向，加上社會對傳統地方產業在文化上、生活上及地方發展上的意義並未深切的體認，缺乏對本土產業文化的研究，以致難以建立臺灣特有的世界形象，於是在工資高漲之後，自然就失去國際競爭力。而傳統地方產業難學，出路狹窄，更瀕於後繼無人的窘境，這也直接影響到地方的發展與生機。

當前人類共同面對的全球性危機愈來愈嚴峻：氣候變遷帶來的災難日漸頻繁巨大、能源價格高漲開始影響人類的交通決策、糧食不足在許多國家引發暴動、人口跨國流動造成故鄉衰頹，種種的發展趨勢讓

人類共同付出極高的代價，卻得不到更多幸福。在諸多對此問題思索解答的努力中，共通的看法之一是「在地化」（曾旭正，2008）。

「在地生活」主張減少食物里程、行動里程，並支持在地生產；「在地就業」主張分散就業各地自足；「在地安老」主張社區型養老而非仰賴集中型機構。總之，在地社區被視為一個生態系，其成員應該多元豐富、其生產消費應能自給自足、其生活充滿人情溫暖，讓在地的年輕人留下來、讓旅外的遊子能夠返鄉，如此才能促進在地化發展，也才符合永續發展的課題。

近年來，行政院文化建設委員會主導推動「生活美學運動」，致力培養基層大眾的美感，進而改造臺灣的生活空間。在地化的土壤其實一直沒有消失，只是需要不斷地播種、耕耘。這既是人類創意發想的本性根源，也是由創造中獲取最直接成就感的心理需求。在地化所需要的發展條件，豈不就是來自這樣的環境和氛圍？

人類文明的保存是一個社群整體

發展的重要基礎，一個地方的城鄉風貌，是人營造出來的，是居民對地方的歷史、文化及生活的態度，以及這個態度反映在實質環境的文化表徵。從許多先進國家的經驗發現，城鄉發展其實有相當大的成分是決定在文化的課題上。真正的生活品質是一種文化價值觀、一種生活方式，也是一種教養、品味和靈性的提升，是所有文明成就的表現形式，這種意義的文化其實就是國民潛能的釋放。

「文化」在以前可能只是一種生活或品味，如今已逐漸轉變為一種知識經濟力量，並且可以表現人民豐沛的生命力及對地方的認同感，這就是我們現在所謂的「文化創意產業」。美的本質就是創造力，任何時代的藝術都離不開創意，目前全世界如火如荼推動文化創意產業，具有文化內涵的商品才有生命力，而深厚的民族文化是激發創意的沃土，理所當然是培植文化創意產業的養分。文化創意產業是「在地文化」和「生活風格」的共構，強調美學資本、生活內涵與深度體驗。



工藝做為文化創意產業之一環

文化是國家族群的精神核心，更是個體歸屬感的來源，而工藝則是文化在生活中具象的體現。文建會在2005年啟動「臺灣生活工藝運動」元年，就是在提供國人一個思考自我價值、關懷本土文化與實踐生活理想的機會。同時，文化創意產業也是國家重點發展的目標之一，由工藝傳承、學習和推廣，所孕育出來的能量，正是文化創意的重要根源，而工藝本身更是文化創意產業的一環。

民間工藝是常民生活中的一種通俗藝術，是「在地文化」和「生活風格」的表徵。人是無法永遠過平淡日子的，生命中需要點燃一點火花，才具有光彩，才顯出意義，才得到慰藉。民間工藝就是火花的火種，在那些終年辛勞的人們的心靈裡，藉由節日慶典的禮讚與炫耀，使人們在平凡的日子裡，心中仍蕩漾著喜悅的餘波。工藝與風土密不可分，民間工藝匠師大多是世代相傳，終身為某一種形式而製作，形成了民族風格，充分呈現出地方性。而民間工藝的精神亦是一種追求盡善盡美的工作精神，以及一種職人精神與文化倫理的堅守。

臺灣的海島特質與殖民歷史，在發展文化有著一定的特殊性，因其接受了太多外來文化的影響，本土性逐漸模糊。但換個角度，這樣多元的文化模式，其實也形成了某種臺灣的文化特質。臺灣的在地文化元素，主要有漢民族與原住民族兩大民間工藝。早期漢民族工藝的發展，與當時的農業社會、經濟及民俗習慣緊密相連。先民面對惡劣的





9

- 5 花蓮縣生活創意美學協會木工家具
- 6 富里鄉平埔協會月桃編織素材
- 7 富里鄉平埔協會月桃編織成品
- 8 富里鄉竹田義民亭神轎
- 9 秀林鄉那都蘭工作室太魯閣族苧麻編織成品
- 10 壽豐鄉池南社區樹皮公仔
- 11 秀林鄉都魯灣太魯閣族巫醫祭
- 12 花蓮社區圖夢實驗計畫文創商品



10



11

生活條件，民間信仰及禮俗成為常民的生活重心，使得工藝品在滿足實用的價值之餘，也帶動木雕、石雕、彩繪、金工、刺繡等相關工藝類型的發展。而原住民族的工藝，與日常生活、社會組織、以及宗教信仰息息相關，早期多在自給自足的環境下就地取材，憑著工作中的經驗，以及族群文化技術的代代傳承。原住民的工藝表現隨著各族群的文化特徵，呈現豐富多樣的型態，雖然同屬於南島語系，基本原型有共通的類似性，不過因為

居住環境與社會組織的不同，並非每項工藝都能達到均質的發展（林承緯，2009）。原住民的工藝最具代表性的首推

紡織與雕刻，而編器、皮藝、陶藝也是非常具有特殊的藝術風格。

臺灣的工藝受到自然環境及人文發展與時代推演的結果，產生獨特地域性的風格，具有質樸而豐厚的特質，以及歷史傳承的文化特色。現代工業興起之後，人工製造被大量機械化生產所取代，使得傳統手工藝曾經步入黯淡幽微的歲月。但是，隨著能源日漸枯竭，環保意識抬頭，取材於自然、有「手感」的手工藝也再現金光。工藝係因需求而產生，從最初的實用，民生富足後才提升到美學的品味。換言之，工藝是地方居民生活內涵的呈現，充滿無限的生命力與創造力，是地方珍貴的資產，更是地方文化的表徵。



12

- 13 光復鄉馬太鞍邦查工作室生態捕魚
- 14 光復鄉大和蔗工擣茶
- 15 鳳林鎮長橋社區樹枝公仔
- 16 豐濱鄉吉蒲巒協會苧麻編織
- 17 豐濱鄉噶瑪蘭族香蕉絲編織成品

凝聚發展共識，花蓮社區圓夢

花蓮，是臺灣最美的地方，她有山、有海、有最迷人的優雅與舒緩，有著山水奇美的國際級景觀，因為地形及交通因素，花蓮也成了臺灣本島碩果僅存的淨土。走進大山大洋、翠碧連天的後山，光是呼吸空氣就讓人身心清爽。除了自然景觀之外，花蓮還有豐富的人文氣息、頂級的農牧產品、溫泉，以及特殊的原住民文化，是國內外人士觀光度假、生態旅遊和原鄉探索的最佳選擇。

然而現階段的花蓮，在產業東移、觀光客倍增、機場國際化、高速公路建設、文化創意產業、城市行銷、生態與永續發展的政策浪潮中逐波而流，「洄瀾」既是眾所認知的寶貴處女地，同時也是資源分配下的弱勢角落，其所面臨的問題並非完全在於缺乏行政資源，而是所分配的資源未必符合地區發展的真正需要。生活在花蓮這塊土地上的人將來究竟要過什麼樣的生活？花蓮若不能擺脫舊有的框架，改變

思維，依舊會在世界的偏遠角落。

一個地方的經濟發展不一定都要選擇工商業，一個地方的富裕不一定都是要排除傳統地方產業或文化活動，其實文化活動本身就具有經濟產值的效益，以文化活動發展地方的文化事業、傳統產業，是大有可為的。花蓮若要成功地推動文化創意產業，就必須要發展出能代表花蓮的文化風格，尤其將地方特色產業轉型為可以永續經營的文化創意產業，在全球化中找到安身立命的所在，讓後代子孫可以安居樂業，提供一個好的場所，一份好的職業，來養活自己，照顧自己的家鄉，讓子子孫孫可以在這裡安心地綿延，長展歡顏。

花蓮縣推動社區總體營造工作迄今已逾十六年，由於幅員遼闊，包含海之濱、山之巔的社區及部落，都是文化局積極推動社區營造的對象，並始終以豐富的文化、敦厚的人情從事家鄉改造運動。經文化局輔導的社區已超過九十個，累積豐厚的文化資本，部分社區更具有產品研發的能力。花蓮因地理環境的特殊性所形成的山、海產業群落，和豐富多元的休閒產業，如此具有地方特色的文化產業正順應了後現代消費的思潮，將成為新的市場主體，對地方經濟發展具決定性的影響。不過花蓮縣文化局局長吳進書也坦言，現階段社區工藝，大多仍缺乏精緻度，技藝的訓練容易淪入一種複製文化象徵的窘境，看到社區把阿公老阿嬤請出來製作出一些可以在外賓（特別是長官）來時展示一番的醃漬食品、手工藝，完全



13



14



15

無視於這些「產業」是否具有存活延續的可能性，其結果是沒有建立生產的機制，更不用說行銷或創意、研發了。他認為，除了技藝的訓練，亦應針對文化內涵的教育著手，並開始思索自創品牌的可能性，若能經過有效導引，將能帶動花蓮社區工藝轉型成為文化創意產業，對花蓮競爭優勢的創造有正面效果。

花蓮縣文化局劉美珍副局長在還是藝文推廣科科長任內時即已全心投入社區總體營造，根據她的規劃，除了延續2008至2009年「再造夢田雙軸心計畫」做為社區營造工作主軸之外，並以「同心圓」概念做為2010年推動策略，以期實踐縣內社區共創「美麗家園」的理想願景。所謂雙軸心係指「廣度」及「深度」兩軸心齊步開發向前。「廣度」指的是潛力型社區（即已立案但仍未實際從事社造社區）給予「啟迪自明性社群」，其起心動念來自老子：「知人者智，自知者明」，唯有社區才最知道自己所有或所不足的資源所在，希望藉由公



16



17

部門的導引，凝聚社區發展的共識及力量。「深度」指的是成熟型社區（即已推動社造工作多年的社區），給予「啟動社區得意化」，緣於唐孟郊詩作：「昔日齷齪不足嗟，今朝曠蕩思無涯；青春得意馬蹄疾，一日看盡長安花。」取其人間得意之意，即社造成果豐碩的社區在推動社造工作時所流露出喜悅之情溢於言表，居民常讚歎：「住在這裡真好！」於是對於成熟型社區予以激發，文化創意達到全面品質向上提升。

累積文化資產，鋪設花蓮文創之路

地方文化產業具地理的依存性，係由特殊的地域特質所孕育出的產

業，它通常具稀少性、個性化與特色化的性質。花蓮縣幅員廣闊、文化多元，在各族群間相互交融激盪出豐富的文化環境下，已拼貼出繽紛的文化圖像，形成各具地域特色的文化魅力。這幾年在文化局的努力耕耘之下，已開始展現成效，也累積了許多非常寶貴的文化創意資產。花蓮除了山岳、海岸、縱谷、溪流、湖泊、溫泉、動、植物等自然與生態資源豐富之外，縣內族群各有其不同的文化背景及特色，反映在活動慶典及藝術思維表現，包括音樂、舞蹈、美術、石雕、石藝、祭典、服飾、手工藝等均極具特色，如太魯閣口簧琴、噶瑪蘭香蕉絲織品、臺灣玉、阿美族木雕、大和蔗工文化、富源鼓王爭霸及花



瑞穗鄉富源社區鼓王爭霸

蓮各地方特殊的歷史古蹟文物等，都呈現了在地化的特質。為了落實「啟動社區得意化」的發展願景，保存在地化文化產業的特質並拓展其經濟效益，文化局自2008年啟動文建會「新故鄉社區營造第二期計畫——社區圓夢實驗計畫」，此計畫的核心理念就是「以社區的概念出發，用工藝的角度切入」，給予社區營造明確的工藝主題，同時給予工藝發展具體的社區場域，透過文化創意學習及參與機制，讓社區產品特色化、產業化，以提高使用者接受度及市場行銷能力。

因為富有文化性、故事性、體驗性及獨特性，「花蓮社區圓夢實驗計畫」已逐漸形成一股時尚潮流，並形塑出花蓮獨特文化創意品牌，受文化局輔導的社區依其特色可分為農特產品、特色風味餐飲、工藝產業、音樂與藝術表演、文化景觀旅遊等五大類。農特產品以農、漁、牧等產品為主，如壽豐鄉養殖漁業生產區黃金蜆、瑞穗鄉富興社區鳳梨酥、富里鄉東里社區御皇米；特色風味餐飲以地方風味料理為主，如壽豐鄉池南社區樹屋風味餐、光復鄉大和蔗工的厝甘蔗料理；工藝產業以手工藝產品為主，如秀林鄉那都蘭工作室芋麻

編織、吉安鄉生活創意美學協會木工家具、秀林鄉文蘭工作室文蘭小刀、鳳林鎮長橋社區樹枝公仔、光復鄉太巴塢部落木雕、光復鄉撒巴勒拿文化產業協會祈福種子、萬榮鄉紅葉社區金工、卓溪鄉山里社區芋麻編織、富里鄉平埔協會月桃編織、豐濱鄉噶瑪蘭族發展協會香蕉絲編織、豐濱鄉吉浦灣文化發展協會芋麻編織；音樂與藝術表演以祭典、音樂、戲劇等為主，如秀林鄉都魯彎觀光發展協會口簧琴、瑞穗鄉富源社區鼓王爭霸、玉里鎮赤科山十三彎劇團、富里鄉竹田社區義民亭神轎；文化景觀旅遊以特有人文景觀深度之旅為主，如壽豐鄉共和社區日本移民村、光復鄉馬太鞍邦查工作室生態旅遊。2010年也選出五項社區產品，進行文化創意研發設計、包裝，及媒合定點託售行銷，以提升社區文化創意產品的曝光度。

「品」花蓮：基於風土與文化的花蓮品牌

品牌是一種社會建構的表徵，具有文化性與互動性，是由生產方及消費方共同建構而成。生產方透過設計及行銷過程，將故事性和文化性傳遞至消費者心中，滿足消費者的感性訴求，形成消費者心中的象徵符碼（icons）（Holt, 2004），品牌比具體的產品更能讓消費者對產品產生不可替代性。如日本將觀光、美食、工藝及品牌流行時尚等結合，韓國亦積極運用偶像明星推動「韓流品牌」等柔性文化魅力，以提升其國際形象。

花蓮縣每年除了常態性辦理社區總體營造工作之外，每兩年也會定期舉辦國際石雕藝術季、每三年定期舉辦花蓮學國際學術研討會及花蓮文學研討會，吸引花蓮子弟返鄉，或是國內外藝術家及學者進駐或移住，累積了豐富的人文資產。這些藝術家及學者平時散居各社區，是社區生活品質及人文素質向上提升的原動力及靈魂人物，也都懷抱著發揚「花蓮品牌」的使命感。

文化局吳進書局長希望社區圓夢實驗計畫除了繼續開發社區文創產品外，並嘗試建構一個讓社區間對話管道能更加順暢的產業交流平台，也透過輔導社區進行社區產品的包裝與設計來加值產品的價值與形象，這些示範社區除了藉以提升社區產品能見度並做為後續社區參考外，未來社區發展能朝向創意品牌開發。

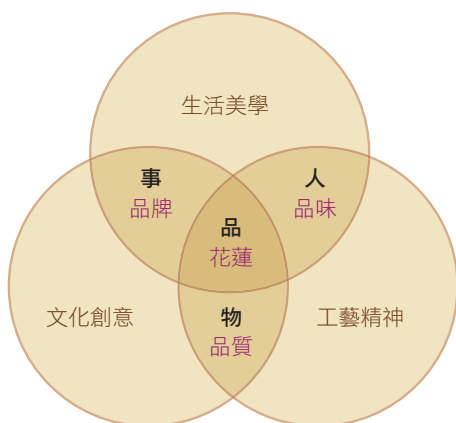
《臺灣工藝》季刊曾專訪《漢聲》雜誌發行人黃永松，說有一個受IBM公司文化基金資助的美國年輕人，找上門要求黃永松引介，讓他拜油紙傘師傅為師，學習中國的傳統製傘技術。黃永松當時問這位美國青年：「你們美國人為什麼那麼重視手工藝？」這位美國人回答：「一個國家的精密工業要好，它的重工業一定要好；重工業要好，輕工業一定要好；輕工業好，手工業一定要好；手工業要好，手工藝一定要好。這是一條堅實完整的系統，不能從中間斷掉。」（《臺灣工藝》34期，2009）這意味文化創意一直存在著，只要用心「回頭看」，朝著祖先留下的傳

統文化遺跡，就可以從中取擷並發揚光大，而唯有獨特的風格，以及文化意蘊，文化產業才能顯示差異化，進而創造經濟價值。臺灣雖然走過傲人的經濟奇蹟，但是忽略了美感經驗的培養，國民的心靈必須同步向上成長。

1888年2月20日，梵谷（Vincent Van Gogh，1853-1890）滿懷希望步出法國阿爾古城（Arles）火車站，開始他一生中最狂熱創作的階段。來到阿爾以前，他大多選擇暗沉的顏色。但是，普羅旺斯風光明媚的大自然色彩，讓他沉醉於色彩的感動。阿爾的向日葵田園景色，讓梵谷感受到逃脫都會生活的解放與喜悅。在阿爾的後期，拼命的繪畫，是他畢生創作的高峰。梵谷選擇阿爾的環境，阿爾也的確改變了這位藝術家的命運，在他的藝術創作中，深受當地田園景觀影響，創造許多不朽畫作，環境與其藝術創作息息相關，互為影響。當然，梵谷現在早已成為阿爾「地方品牌」的代名詞，成為當地文化創意產業的標竿。

如何在世界的大架構下找到花蓮

可以生存的空間，包括花蓮人對自己生態景觀的信心，文化品質的提升，以及地方特色產業的創新、研發與行銷。花蓮的大地、自然與人文就是實踐生活美學的道場。「花蓮品牌」的塑造牽動到的不再只是社區產業自身面對創作與媒材的問題，還有社區整體發展與永續經營等面向。花蓮社區圓夢實驗計畫是這幾年來公、私部門共同努力的成果，充分展現出花蓮社區文化的「美感」與創意產業的「力道」。花蓮品牌的開發需持續進行文化環境的改造，重新整合「生活品味」、「工藝品質」及「地方品牌」等三個面向。在「生活品味」的提升方面，藉提倡生活美學找回工藝職人精神；在「工藝品質」的改善方面，藉培養工藝精神營造文化創意魅力；在「地方品牌」的建立方面，藉創新文化創意形塑生活空間美學。以生活美學帶領社區居民提升生活品味與生活品質，找回傳統工藝的職人精神與文化倫理，以豐富的多元文化內涵，建立專屬於花蓮的地方品牌，振興在地競爭力。🌱



花蓮縣文化環境營造創新發展構想圖（高松根繪製）

參考書目

- Holt, D.B., Quelch, J.A., Taylor, E.L., "How Global Brands Compete," *Harvard Business Review*, Vol. 82 No.9, 2004, pp.68-75.
- 林玉，〈民間文化傳統的守護人：《漢聲》雜誌發行人黃永松專訪〉，《臺灣工藝》第34期，2009年8月，頁42-43。
- 林承緯，〈近代「工藝」概念在臺灣〉，《臺灣工藝》第34期，2009年8月，頁49-50。
- 曾旭正，〈如何因應區域特色促進地方產業發展〉，《97年分區青年政策論壇》，2008年9月，台北：行政院青年輔導委員會，中區選擇議題。