

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM OF TOURISM

MANAGEMENT, DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT,

NAN HUA UNIVERSITY

社區藝術與人文美學旅遊之研究

—以雲林縣草根藝術祭為例

A STUDY OF A TOURISM BASED ON THE COMMUNITY ARTS AND THE
AESTHETICS OF HUMANITY — A CASE OF THE FESTIVAL OF GRASSROOTS ARTS IN
YUNLIN COUNTY

研究生：林慶約

GRADUATE STUDENT: Chin-yue Lin

指導教授：李謀監博士

ADVISOR: Moue-Chien Lee Ph.D.

中 華 民 國 一 〇 四 年 六 月

南 華 大 學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩 士 學 位 論 文

社區藝術與人文美學旅遊之研究—

以雲林縣草根藝術祭為例

研究生：林慶鈞

經考試合格特此證明

口試委員：_____

林明芳

李謀監

黃守成

指導教授：李謀監

系主任(所長)：張

口試日期：中華民國 104 年 6 月 30 日

謝誌

逐漸的凝固，最後產生結晶體；辛苦的創作，終於誕生拙作。

在母校，答謝陳貞吟教授的重點提示、感謝指導教授李公謀監教授不吝指教。

去年七月，接觸雲林縣北溪社區的剪紙彩繪，驚豔、驚嘆、驚奇溢於言表。同月底，夢寐以求劉厝社區釘畫的真相，被蔡碧聰理事長領導社區製作的熱誠與奉獻所感動。林北社區黃秀雲理事長侃侃而談社區如何保護生態，持續兩小時，沙啞也滴水不沾。新吉社區才營造兩年，社區幹部犧牲與親人相處的時間，引起家庭革命；以紙漿藝術在雲林縣八十六處社區脫穎而出，在水土保持局的競賽所戰皆捷。來惠社區賴十全先生擔任八年的理事長，聯成社區傳統彩繪街網；又擔任總幹事，繼續扶持。蔦松社區李明岳先生曾經擔任文化處處長，提出盤點社區資源的特色，指引研究者社區彩繪的脈絡。楊厝社區吳麗玲理事長以舞蹈帶領社區增進活力，小學生騎腳踏車為老人送餐，挽救楊厝分班被廢校的危機；井字形的社區道路結構蓊蓊鬱鬱，尋找彩繪羊心曠神怡。穿越八掌溪與急水溪，獲得優雅農夫藝術工廠陳昱良執行長傳授社會企業的理念、組織藝術智庫與精緻服務的哲學。

感謝這十七處社區引導進入社區藝術與人文美學的桃花源，更要感謝國立台南大學提供研究者發表環保藝術社會學旅遊的機會。

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班 一〇三學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：社區藝術與人文美學旅遊—

從雲林縣草根藝術祭談起

研究生：林慶約

指導教授：李謀監博士

論文摘要內容：

雲林縣政府在 2013 年 12 月 25 到 2014 年 3 月 6 日舉辦農業博覽會，擬定「草根藝術祭」行動計劃，並且發行地圖的摺頁。本研究依據地圖找出參與的社區與未參與且具備社區藝術特色的十七處，深度訪談，發現彌足珍貴的社區藝術作品；居民團結合作完成，散發的人文關懷的美學是企業的顯學。這兩項就能夠吸引外地民眾欣賞，促進當地的經濟發展。

雲林縣的社區藝術包括中國剪紙彩繪、鋁罐馬賽克的釘畫、立體馬賽克瓷磚拼貼、3D 立體壁畫、互動式壁畫、紙漿藝術、稻草藝術、媲美清明上河圖的農村畫卷、尋寶遊戲的羊彩繪與開口獅彩繪、各國遊學生完成彩繪的國際藝術村、時尚的貓與貓熊彩繪等，琳瑯滿目；大部分的社區儘量維護與敘述展望。人文美學則包含犧牲小我完成大我與努力後享受榮耀等。

本研究採用敘事探究和文本分析，了解雲林縣社區藝術和人文美學的特質；再以 SWOT 分析雲林縣內部資質的優勢劣勢、外部環境的機會與威脅，並且列出 TOWS 矩陣表，擬出解決與提升的策略：發展社區的文化藝術產業、鼓勵社區策略聯盟、從「以社區取向的藝術教育」發展校外教學、建立縣級的社區藝術博物館與生活環境博物館、並且推展「景點接駁公車」、以運用故事行銷以及申請社區藝術的國際品牌等七項策略。

草根藝術已經全球化，雲林縣政府舉辦草根藝術祭就向世界伸出頭角；擁有豐富的草根藝術與社區藝術的資源，卻未與國際接軌非常可惜。本研究的建議希望雲林縣政府、學術界與社區能夠採納，在世界的舞台發揚光大。

關鍵詞：社區藝術、人文美學、故事行銷、社區旅遊。

Title of Thesis: A Study of A Tourism Based on The Community Arts and The Aesthetics of Humanity—A Case of The Festival of Grassroots Arts in Yunlin County

Name of Institute: Master program of Tourism management, Department Of Tourism Management, Nan Hua

Graduate Date: June 2015 Degree Conferred: M. B. A.

Name of Student: Chin-yue Lin Advisor: Moue-Chien Le Ph. D.

Abstract

Yunlin County Government held in 2013 December 25 到 March 6, 2014 Agricultural Fair, drew up a "grassroots Art Festival" action plan and issuance of folding maps. The study involved in the community based on the map to find out and not involved with the community and artistic features seventeen, in-depth interviews, found precious works of art community; residents complete unity and cooperation, dissemination of humane care of aesthetics is the school of learning. Both will be able to attract foreign people appreciate and promote local economic development

Community Arts Yunlin County, including Chinese paper cutting painting, nail painting aluminum mosaic, three-dimensional mosaic tiles collage, 3D three-dimensional murals, interactive mural, pulp art, straw art, comparable to painting the countryside picture, scavenger hunt sheep painted with the opening lion painting, national tour students to complete international art village painting, fashion cat and panda painting and other wares; most of the community as much as possible to maintain the narrative Prospect. Humanities contains sacrificing aesthetics complete to enjoy great honor me with diligence and the like.

In this study, on narrative inquiring and, text analysing, it can show the characteristics of Yunlin County Community aesthetics of the arts and humanities; Then, SWOT analysis the internal qualified strengths and weaknesses, opportunities and threats in the external environment of Yunlin County, and list TOWS Matrixes, in the end prepare a strategy to resolve the upgrade: the development about the industry of community arts and culture, strategic alliances, the development about the outdoor lesson of the school from "the community-oriented Arts Education", the establishment of the community art museum and eco-museum, launching the "attractions shuttle bus", to use the story marketing and to apply the international brands of community arts, including seven strategies, and so on.

Grassroots Art has been globalized, Yunlin County Arts Festival organized by grassroots angle head out on to the world; has a wealth of grassroots arts and community arts resources, but did not with international standards is very unfortunate. Recommendations of this study hope Yunlin county government, academia and communities can adopt, to flourish in the world stage.

Keywords: community arts, humanities aesthetics, story marketing, community tourism.

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iii
表目錄	viii
圖目錄	X
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	9
1.3 研究場域	10
1.4 研究貢獻	14
1.5 研究流程	14
第二章 文獻探討	16
2.1 恢復集體記憶	16
2.2 開啟藝術大門	19
2.2.1 藝術進入社區	19
2.2.2 社區藝術	19
2.2.3 草根藝術全球化	20
2.2.4 藝術社區國際化	24

2.3 醞釀雲林美學.....	26
2.3.1 人文美學.....	26
2.3.2 社區美學.....	29
2.3.3 生活環境博物館.....	30
2.3.4 雲林學.....	33
2.4 發展社區旅遊.....	37
2.4.1 藝術村.....	37
2.4.2 旅遊地品牌.....	38
2.4.3 故事行銷.....	40
2.4.4 社區取向的藝術教育.....	43
2.4.5 文化藝術產業.....	45
2.4.6 社區旅遊.....	47
2.4.7 景點接駁公車.....	54
2.5 文獻探討之小結.....	60
第三章 研究設計.....	65
3.1 研究範圍.....	65
3.2 研究方法.....	69
3.2.1 文獻分析法.....	69
3.2.2 深度訪談法.....	70

3.3.3 敘事探究法	70
3.3 資料整理與分析	72
3.3.1 文本分析	72
3.3.2 SWOT 分析法與 TOWS 矩陣分析法	74
3.4 信度與效度	77
第四章 研究結果與討論	79
4.1 研究結果	79
4.1.1 社區藝術的作品	80
4.1.2 社區藝術的系列	111
4.1.3 社區藝術的人文美學	118
4.1.4 社區藝術旅遊	168
4.1.5 社區藝術與人文美學研究成果的小結	205
4.2 研究討論	208
4.2.1 藝術社區居民的期待與構想	208
4.2.2 SWOT 分析	209
4.2.3 繪製 TOWS 矩陣，擬訂策略	212
4.2.4 詮釋策略	217
一、建請雲林縣發展社區的文化藝術產業	217
二、建請雲林縣社區盤點資源與策略聯盟	222

三、建請雲林縣各社區「以社區取向的藝術教育」發展校外教學	226
四、建請雲林縣政府設置縣級的社區藝術博物館與生活環境博 物館.....	228
五、建請雲林縣政府復興與推展「景點接駁公車」.....	239
六、建請雲林縣運用故事行銷社區藝術與人文美學.....	242
七、建請雲林縣政府整合在地藝術資源，申請社區藝術國際品 牌.....	228
第五章 結論與建議.....	258
5.1 研究結論.....	258
5.1.1 以藝術營造社區的問題與展望.....	258
5.1.2 以藝術營造社區的現況.....	259
5.1.3 人文美學的共同性格.....	259
5.1.4 文化創意的現況與草根藝術的高見.....	262
5.1.5 藝術社區進行旅遊的現況與策略.....	262
5.1.6 建立雲林縣社區藝術與人文美學之國際品牌，並且以人文 美學從故事行銷.....	263
5.2 本研究之建議.....	264
5.2.1 環保藝術莫忘初衷.....	264

5.2.2 建請雲林縣境內的大學生設立「社區藝術與人文美學」研 究所.....	267
5.3 給後續研究者之建議.....	273
參考文獻.....	275
附錄一.....	309
附錄二.....	312
附錄三.....	334



表目錄

表 1.1 雲林縣社區藝術一覽表.....	10
表 2.1 三項觀光接駁公車或政策之比較.....	59
表 3.1 十七個藝術社區訪談對象與時間表.....	66
表 3.2 TOWS 矩陣分析表.....	75
表 4.1 雲林縣五大生活圈與社區的隸屬關係.....	81
表 4.2 社區可申請(經費)之單位與科目.....	113
表 4.3 社區藝術經費的來源.....	114
表 4.4 雲林縣社區藝術帶領的團隊或方式.....	115
表 4.5 雲林縣社區藝術的型式.....	116
表 4.6 雲林縣社區藝術的材料、維護與展望.....	176
表 4.7 雲林縣藝術社區的旅遊情況表.....	186
表 4.8 雲林縣藝術社區的文化創意情況表.....	196
表 4.9 藝術社區關於草根藝術祭的高見.....	203
表 4.10 雲林縣社區藝術的人文美學一覽表.....	206
表 4.11 雲林縣社區藝術與人文美學 TOWS 矩陣分析之 SO 策略分析表	213

表 4.12 雲林縣社區藝術與人文美學 TOWS 矩陣分析之 ST 策略分析表
.....214

表 4.13 雲林縣社區藝術與人文美學 TOWS 矩陣分析之 WO 策略分析表
.....215

表 4.14 雲林縣社區藝術與人文美學 TOWS 矩陣分析之 WT 策略分析表
.....216

表 4.15 雲林縣五大文化生活圈的核心博物館設置分配表.....234



圖目錄

圖 1.1	研究流程圖	15
圖 3.1	社區藝術與人文美學訪問的場域圖	65
圖 4.1	「社區藝術與人文」研究結果的「階層圖」	80
圖 4.2	林北社區吳仲宗的心手相連	312
圖 4.3	林北社區 Sinic 的在巷弄騎乘腳踏車	312
圖 4.4	新吉社區紙漿藝術的三隻小豬	313
圖 4.5	新吉社區左岸公園紙漿藝術的矮籬	313
圖 4.6	楊厝社區巷弄兩小無猜的彩繪羊	314
圖 4.7	楊厝社區大理石馬賽克拼貼之龍	314
圖 4.8	楊厝社區記錄小妹跟隨兄長的心情的歌曲彩繪	315
圖 4.9	楊厝社區大大小小綿延的圓彩繪	315
圖 4.10	成龍社區大壁畫的全景	316
圖 4.11	成龍社區集會所的功能是當做圖書室。	316
圖 4.12	成龍社區用文蛤馬賽克拼貼的生物鏈。	317
圖 4.13	台西鄉藝術協會的印度風情	317
圖 4.14	台西鄉藝術協會的「彩虹雨」的特寫	318
圖 4.15	來惠社區彩繪的第一期第一系列：秋收	318
圖 4.16	來惠社區客家音調俗語彩繪牆	319

圖 4.17	來惠社區瓷磚馬賽克的白鷺鷥母子.....	319
圖 4.18	港尾社區的第二個開口獅信箱.....	320
圖 4.19	港尾社區長達一百公尺的畫卷後半段.....	320
圖 4.20	北溪社區迎媽祖的剪紙彩繪.....	321
圖 4.21	頂溪社區的貓在傍晚抓老鼠.....	321
圖 4.22	頂溪社區的貓親情雕塑.....	322
圖 4.23	埤內社區之木棉花與耍花槍女子的剪影全景.....	322
圖 4.24	埤內社區的傳統農村彩繪-門埕前面的古亭畚、牛車和公 雞.....	323
圖 4.25	堀頭社區的大壁畫「狂想」.....	323
圖 4.26	堀頭社區的古亭畚彩繪.....	324
圖 4.27	劉厝社區釘畫的單張鋁箔片，就釘上十四根釘子.....	324
圖 4.28	劉厝社區釘畫的英文字必須寬窄圓滑.....	324
圖 4.29	劉厝社區的主題是快樂農村。.....	325
圖 4.30	為蔦松國小準備營養午餐廿年的劉美雪女士.....	325
圖 4.31	蔦松國小前門公車站裡面顯示蕃薯與其葉子的特寫樣貌	326
圖 4.32	蔦松社區民眾臉譜畫卷的全景.....	326
圖 4.33	蔦松社區三位村長的臉譜.....	327
圖 4.34	蔦松社區村婦橫越溪流擺渡載運喜事物品.....	327

圖 4.35	蔦松社區中央公園的砌磚與馬賽克拼貼的牧童與牛	327
圖 4.36	三結社區用稻草編織祥龍	328
圖 4.37	三結社區用稻草編織雙龍迎賓牌坊	328
圖 4.38	三結社區 2014 年加入廿四節氣的稻草迷宮門坊	329
圖 4.39	埤麻社區「擂鼓喧天，氣勢磅礴」	329
圖 4.40	埤麻社區的稻田圍籬	330
圖 4.41	小東社區入口意象的大壁畫右半部	330
圖 4.42	小東社區的入口意象之特寫畫面：在曲面呈現困難	331
圖 4.43	小東社區的入口意象之特寫畫面：黑面琵鷺陪伴	331
圖 4.44	小東社區的壁畫「群山環繞，綠水長流。」	331
圖 4.45	石龜社區的彩繪：熊貓彼此扶持	332
圖 4.46	石龜社區的互動式壁畫：餵貓熊喝奶，顯現 3D 的效果	332
圖 4.47	在劉厝社區好事館召開記者會現場的字也是釘畫	333
圖 4.48	北港鎮鎮長在劉厝社區好事館接受記者採訪	333
圖 4.49	核心博物館與衛星博物館的關係圖	233
圖 4.50	文化處、社造中心與核心博物館的關係	235
圖 4.51	劉厝社區之綠生活地圖的「圖示」標章	334

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

農業縣份的雲林縣，於民國一百零二年十二月廿五日首創全國舉辦農業博覽會，為了吸引各鄉鎮市民眾關注此事以共襄盛舉，特別從基層的「社區」組織著手，規劃辦理「草根藝術祭」(張立明, 2012)。

「雲林草根藝術祭」，第一期工作於 2012 年十一月至 2013 年六月委託力選堂團隊執行，在這期間透過藝術家們進駐社區，帶動社區居民參與，興起雲林草根風華怒放的農村新美學運動。第一波參與的社區包括北港鎮劉厝社區、虎尾鎮埤內社區、蔴桐鄉孩沙里社區、林內鄉林北社區等四個社區。2012 年，這四個社區都有了令人驚豔的展現，在這塊滋養農業的沃土上，草根的創意熱情還在持續加溫、繼續擴大。第二期行動計畫(2013 年六月至十一月底)，藝術家和社區已緊鑼密鼓展開中，2013 年草根藝術祭再擴增八個營造場域，包括「西螺鎮-延平老街(周邊)」、「崙背鄉-港尾社區」、「古坑鄉-華南國小」、「台西鄉-活力海岸」、「虎尾鎮-頂溪社區」、「林內鄉-林內舊庄役場」、「虎尾街廓-糖廠舊宿舍群及鐵橋周邊」、「麥寮鄉-楊厝社區」。草根再出發，Go(雲林縣政府, 2013a)! 於當年十一月二十六日，雲林縣政府文化處在虎尾布袋戲館，展現「無牆美術

館」的成果，藝術家與各社區的代表，皆帶著驕傲出席。引起不少共鳴，尤其是頂溪的貓雕塑，每逢假日就吸引大量的人潮（雲林縣政府，2013b）。

近幾年，台灣的社區開始興起彩繪藝術的活動，藉由彩繪藝術不僅創造社區獨特性，也吸引眾多遊客造訪社區，掀起一股社區觀光的熱潮。各家報紙陸陸續續地報導：「八萬網友力挺，彩虹眷村不拆了。因為老榮民黃永阜的彩虹畫作而聞名的老眷村原將在今年拆除，網友不捨號召串聯為永久保存請命，短短一週破八萬位網友聲援，台中市長胡志強昨造訪黃永阜當場宣布彩虹眷村將透過自辦重劃方式保留。」（鄭敏玲，2000年9月13日）。在牆壁塗鴉的力量，竟然撼動市區重劃！隨後，平面媒體的報導如雨後春筍：「台南市的藍晒圖是旅遊景點，台東市鐵道藝術村（莊哲權，2014）與彰化縣福興鄉也出現藍晒圖（郭宣鈺，2014）」、「台南市關廟區新化社區牆面換新妝噴哩獲新生。」（綦守鈺，2014）、「我家也有海賊王上班族彩繪外牆爆紅。」（陳詩壁、廖梓翔，2014）、「3D視覺藝術風潮奮起湖老街 3D火車頭穿牆來。」（林伯驊，2014）、「彩繪聚落南崙龍貓北崙布袋戲。」（謝恩得，2014）、「幸福卡打車遊竹山九十二米彩繪牆。」（賴香珊，2014）、「淡水有大峽谷 3D圖試膽。」（李易昌，2014）、、、、等等，社區彩繪變成時

尚的新國民運動。

草根藝術在雲林縣風起雲湧，社區彩繪在各地躍躍欲試，激起研究者的興趣：是什麼因素，勉勵居民從事藝術行動？居民如何從事？產生哪些效益？

「草根」(grassroots)一說，始於十九世紀美國，後來學人多引入社會學領域，「草根」就被賦予了「基層民眾」的內涵。這種「草根精神」生於民間，長於民間，沒有經過主流意識的疏導和規範，沒有經過精英文化的加工改造(翁志承，2008)。「草根藝術」指的是來源於社會基層的藝術表現形式，它是由人民大眾而非專業人士創建的一種藝術形式。它包括草根文學、繪畫、相聲、攝影、音樂等等方面內容；是相對於芭蕾舞、歌劇、交響樂等等這些高雅的藝術形式而言的(李玉龍，2012)。所以，草根藝術是居民未受過藝術專業訓練，自然興起的藝術活動與作品。

但是，雲林縣政府編輯發行的「雲林縣草根藝術『祭』」的摺頁說明：「雲林縣農業博覽會一系列的活動計畫，讓農業不只是農業，更結合了歷史人文、生活美學、社區營造、觀光發展等多元面向，內化、再現農村特有的美學與態度。其中，『草根藝術祭』的總體計畫包含音樂家、舞蹈家及視覺藝術家的參與：於社區或學校開辦工作坊，教授各自的專長、駐村創作、培訓、展演，誘使居民去感受藝術的存在、

激盪出火花，為日常生活帶來改變、提升在地的生活美學。」，顯然地雲林縣政府透過「藝術家進駐」的方式協助和帶領社區創作。

日本認為「藝術家進駐計劃」(Artist-in-Residence)是指國內和國外藝術家被邀請至某地停留一段時間，從事他們的活動，而且那段時間他們是受到支持的。藝術家在進駐結束前將創作的成果展示出來，這才合乎藝術家進駐的精神；同時藝術家進駐某地也只是暫時性的，就如候鳥一般，只停留一段特定的時間。不論停留的時間是長或短，終究要離開，另覓他處的(張珮君，2005)。藝術進入社區的推動，則是藉由藝術的力量塑造地方的特色及居民的互動參與。因此無論是採用公共藝術、環境藝術行動或社區藝術課程，藝術已不再侷限於菁英美學，而是試圖成為一種對話的工具，甚至引發社區互動與創造性關係的實現。藉由藝術的活力帶動區域發展，激發社區居民的潛在創造力和共識，讓社區發展有永續的發展契機(張益源，2011)。由此可知，藝術家進駐是地方政府憑藉藝術家的專業，設法把藝術與民眾拉近距離；民眾彼此也保持零距離，同心協力完成。

學者對於「草根藝術」的條件是「沒有經過精英文化的加工改造」和「非專業人士創建的藝術形式」；雲林縣的「草根藝術祭」聘請藝術家進駐，即使與學者不同，畢竟是在社區群策群力製作的結果，所以設定研究的對象統稱為「社區藝術」。

社區藝術為社區或社群提供一個能激發社區意識、對社會問題反思的活動或進行一項集體裝置的活動，讓參與者於過程中進行各類型互動交流的行為，透過參與藝術創作的過程，參與者既可享受其中創作的樂趣，亦能豐富其文化生活，提高社區最大利益並活化社區發展(詹雨妮，2007)。隨著新型態藝術論述的引進，使得近年來的相關研究開始重新探討了藝術與社區之間的關係；這股浪潮是基於新型態藝術所內蘊的社會關懷取向，以及積極介入社會的特質之上(方瑜揚，2012)。以人文關懷為基礎的社區藝術，正是本研究探討的方向。

「公共藝術」及「社區總體營造」在推動過程中，可藉由意識認同，來增進社區居民的情感，縮短彼此間的距離，讓社區共同體意識得以建立，社區文化資源受到重視與肯定，進而關心自己的家園，協力經營，使社區得以永續發展。它的另一項功能是可以帶領社區民眾往民主的路上走，放下私慾、重視公利，讓民主意識提升、更讓草根民主紮根(張靜玉，2004)。社區藝術的功能不容小覷與切勿忽視，值得提倡。

關於「人文」，英文翻譯為 Humanism 也就是人文主義。人文主義以仁慈與博愛為基本價值觀，強調的面向是重視個人人格成長、社會進步、與自然的和諧。當代廿世紀心理學和人文主義的翹楚是馬斯洛(A. H. Maslow, 1908-1970)的「個體自我實現」(Self-actualized)，包

含以下的特徵：「悅納自己、別人和周圍的世界」、「有比較廣闊的視野，就事論事，較少考慮個人利益」、「愛人類並認同自己為全人類的一員」、「具備民主風範，尊重別人的意見」、「有創見不墨守成規」、「對生活環境有時時改進的意願與能力」（曾建仁，2012）。

民國八十二年十二月，文建會主委申學庸在立法院施政報告時提出「社區總體營造」之名詞，以「建立社區文化、凝聚社區共識、建構社區生命共同體的概念」為主要目標，整合「人、文、地、產、景」五大發展面向（文建會，1994）。一般社區營造起步最困難的是如何引起居民參與的意願（林書筠，2004）。如果沒有真正搞清楚農村社區建設的邏輯起點，沒有發掘出農村社區建設蘊含的人文關懷價值，農村社區建設就會流於形式（管義偉，2011）。鄭芷人於東海大學哲學系發表哲學思維與人文關懷認為「人文」泛指人類社會的科學、藝術、宗教、政經與道德等等所有發展的多元面向；「人文關懷」就是關注人的生存與發展，就是關心人、愛護人、尊重人，是社會文明進步的標誌（林秀英，2010）。「可持續發展」作為一種新的發展觀，內蘊著豐富的人文內涵，它要求人們自覺地、恰當地理解和處理人與人、人與自然、人與自身本質之間的關係（王正福，民 90）。「可持續發展」乃指「永續發展」，原文為 Sustainable Development（楊雅玲，民 92）。換句話說，以人文關懷為社區經營的基礎才能夠永續發展。

人文關懷是人性的內在美，使社區永續發展就是一門值得探索的學問。中國美學之人文美學面向，表現在《禮記》文本中，當可開展出如下之格局：一、生命美學：論個體人格之心靈境界。二、文化美學：論群體社會之禮樂文化生活(林素玫，1998)。這點包含社區個人與群體之間的關係。探究作家席慕蓉旅遊書寫內容，可分為四大主題：(1) 祖土的呼喚 (2) 歷史與民俗 (3) 人文美學 (4) 環境生態(廖婉秦，2013)；2011年國際設計聯盟(IDA)設計教育論壇的議題，圍繞在科技與人文，以及藝術與美學的跨界「交鋒」，未來的設計走向必須回歸到人文美學的觀點(林榮泰，2011)。「都市空間藝術化」的基本策略，是以人文層面切入都市空間的策略性觀點，藉由「藝術介入——都市發展」這個主題來挖掘產生的負面現象，並以「視覺藝術」為論點創造各種新的可能性，讓人們透過感知的方式去體驗美學文化，帶動都市整體創新、再發展力量(吳宜樺，2010)。人文美學已經變成顯學。

雲林科技大學文理通識學科副教授也是雲林縣社區希望聯盟促進會前理事長林崇熙先生敘述：「民視受公視委託製作四十五集的台灣歷史文化影集，製作單位與我接洽、、、，他們說雲林縣好像沒有什麼可以報導的、、、，只需拍攝半集即可。第三天，虎尾的朋友帶他們看了一整天的虎尾地區。我告訴他們，雲林縣還有十七

個鄉鎮沒有看。他們終於知道，雲林縣不是一個一無所有的文化沙漠，而是一個具有豐富文化資產與社區資源的地方。一個沒有離開過淡水河的人不認識雲林，並不足為奇；然而，住在雲林的人，可能會知道雲林極少的五座古蹟以外，還會知道有九百多棟的歷史建築嗎？除了斗六市太平路是一條老街外，還會知道雲林尚有三條老街嗎？除了幾位薪傳獎得主外，還會知道九百多位藝文人才嗎？、、、，從這本論文集的多元關懷面來看，一個社區自發性力量的培養過程及一個社區需要面對的諸多問題面向，就可以看出『總體』一詞的必要性：如問題發掘、資源調查、資源活化、文化產業、環境保護、環境美化、觀光行銷、社區設計、產業振興、社區博物館、居民參與等等，無不環環相扣而需落實在社區居民的日常生活中。」(黃世輝，2001)。雲林縣是藝術寶地，在同一天就舉辦「三地特色節」，藝術層面包含了「大埤鄉三結村稻草文化節」和「西螺小鎮藝術節」；筆者也參與廿四節氣稻草迷宮尋寶，體驗社區的文化藝術能量(陳雅玲，2014)。

研究者綜合「草根藝術祭」摺頁、網路臉書分享與媒體報導，發現雲林縣擁有珍貴的社區藝術資源：中國剪紙彩繪、鋁罐馬賽克的釘畫、立體馬賽克瓷磚拼貼、3D立體壁畫、互動式壁畫、紙漿藝術、稻草藝術、稻田的圍牆籬笆藝術、媲美清明上河圖的連環壁畫(包含三個社區的農村生活、臉譜肖像、武術傳奇)、尋寶遊戲的羊彩繪與開口

獅彩繪、各國遊學生完成的國際藝術村、時尚的貓與貓熊彩繪等，總共十七個社區，琳瑯滿目。

1.2 研究目的

每個社區費心勞力積極地凸顯藝術特色，這其中披荊斬棘的營造歷程與典雅的藝術景觀，卻鮮少民眾知道、體會與欣賞，令人惋惜。這麼豐富的藝術資源、社區團結的人文成果與環境教育，藉著照片和理論分析，呈現策略，規劃路線，帶動社區觀光與提升產業的經濟活動；增加社區的成就感，使其更加努力地從事藝術與文化創意的作品，變成良性循環。社區互相切磋交流與感染，就能夠形成區域觀光；線性再演繹成面，從構面繁衍雲林縣整體的社區藝術旅遊。因此，研究目的可彙整如下幾點：

- 一、 發掘以藝術進行社區營造的問題、現況和展望。
- 二、 從雲林縣各社區的敘述，歸納整理出其人文美學的共同性格。
- 三、 了解藝術社區文化創意的現況與草根藝術的高見，提供給雲林縣政府當成施政的參考方向。
- 四、 從藝術社區進行旅遊的現況，提出社區發展旅遊之策略。
- 五、 以雲林縣社區藝術與人文美學的特質建立該縣之品牌，甚至是國際品牌，並且以人文美學從故事行銷。

1.3 研究場域

本論文以雲林縣政府的草根藝術摺頁、網路臉書分享與媒體報導的訊息為藍本，歸納為十七個社區營造的草根藝術作品為研究的範圍。(如下表 1.1)。其中的藝術作品欣賞分析，因為作者並非專業工作者，只能夠從訪談中的資訊詮釋，不能達到鉅細靡遺的境地。

表 1.1

雲林縣社區藝術一覽表

編號	鄉鎮名稱	社區名稱	資訊的來源	藝術特色
1	北港鎮	劉厝社區	草根摺頁	鋁罐馬賽克的釘畫
2	大埤鄉	三結社區	媒體報導、 網路臉書	稻草藝術、稻草迷宮與 稻穗藝術牆
3	麥寮鄉	新吉社區	媒體報導	紙漿藝術
4	虎尾鎮	北溪社區	媒體報導、 網路臉書	社區牆壁剪紙彩繪
5	虎尾鎮	頂溪社區	草根摺頁、 媒體報導、 網路臉書	貓立體彩繪與貓雕塑

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 1.1

雲林縣社區藝術一覽表(續)

編號	鄉鎮名稱	社區名稱	資訊的來源	藝術特色
6	虎尾鎮	堀頭社區	媒體報導、 網路臉書	農村主題彩繪與古亭 畚彩繪
7	虎尾鎮	埤內社區	草根摺頁、 網路臉書	傳統農村彩繪與耍花 槍彩繪
8	台西鄉	海口社區	草根摺頁、 網路臉書、 媒體報導	國際遊學生彩繪、草根 藝術祭「彩紅雨」。
9	林內鄉	林北社區	草根摺頁、 網路臉書、 媒體報導	歷史畫卷、心手相連 的社區牆壁彩繪、互動 式社區牆壁彩繪
10	水林鄉	蔦松社區	網路臉書	公車站彩繪、廚工阿嬤 和蕃薯特攻隊壁畫、臉 譜畫卷、檳榔攤噴漆彩 繪、馬賽克拼貼、磚砌 藝術與蔗埕公園藝術。

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 1.1

雲林縣社區藝術一覽表(續)

編號	鄉鎮名稱	社區名稱	資訊的來源	藝術特色
11	崙背鄉	港尾社區	草根摺頁	開口獅信箱、歷史彩繪 畫卷與瓷磚武譜
12	麥寮鄉	楊厝社區	草根摺頁、 網路臉書、 媒體報導	彩繪羊、大理石馬賽克 拼貼、歌謠彩繪與圓彩 繪
13	二崙鄉	來惠社區	網路臉書、 媒體報導	牆壁彩繪三期四個系 列、農家畫卷、農業瓷 磚、開口獅門牌、豬巢 藝術與瓷磚馬賽克拼 貼
14	斗南鎮	石龜社區	媒體報導、 網路臉書	社區牆壁貓熊彩繪
15	斗南鎮	埤麻社區	媒體報導	社區牆壁彩繪(歷史、 貓熊、節慶)與圍籬藝 術

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 1.1

雲林縣社區藝術一覽表(續)

編號	鄉鎮名稱	社區名稱	資訊的來源	藝術特色
16	斗南鎮	小東社區	網路臉書	各式畫卷(傳統農村景象、Q版、現代風景、宣導)和特色彩繪(十二生肖、節慶、禁菸)
17	口湖鄉	成龍社區	媒體報導、 網路臉書	成龍大壁畫、成龍集會所、生物鏈文蛤馬賽克

資料來源：本研究整理

研究場域共十七處是以資訊來源進行「立意抽樣」。依據 2004 年五月底行政院主計處出版之「中華民國政府統計名詞定義」，為「立意抽樣」定義為「由母體完全按照人為意志進行選樣的方式，稱為『立意選樣』(或立意抽樣)」。其結果只能表示某部分具有典型代表的範本，亦即立意抽樣是根據研究員的主觀判斷以及研究目的而決定，選取研究者認為最典型的個案(陳衍馥，2013)。所以本研究的對象是以網路臉書與媒體報導頻率高者，以及藝術創作熱絡的社區才列入。

1.4 研究貢獻

奇美公司創辦人許文龍先生曾經說：「如果把一件事情放大會怎樣？問問自己，要打大算盤還是小算盤？就是說一樣都是打算盤，困在小局面裡，算盤再怎麼撥還是那樣；但是若從大局面來算，多就是 power。(許文龍，2010)。」。既然是研究，就得尋找實務性的議題，而且締造一番成就。

茲將本研究之區區貢獻敘述如下：

- 一、 顯示雲林縣各社區藝術作品，呈現單一社區藝術的特色。
- 二、 追尋各社區藝術團隊進駐的來源，歸納雲林縣草根藝術祭各社區藝術團隊的脈絡。
- 三、 統整各社區藝術的型式成為系列，並且列表，便於民眾針對興趣旅遊，帶動社區經濟的發展。
- 四、 人文美學非常抽象，需要與受訪者長時間磨合。揭櫫社區從事藝術營造的人文美學，宏揚地方認同感與關懷的美德。
- 五、 提出雲林縣申請社區藝術國際品牌的策略，期待塑造國際高級的藝術形象。

1.5 研究流程

茲將研究之流程繪製成圖形，顯示在下一頁：



圖 1.1 本研究的流程圖

資料來源：本研究整理

第二章 文獻探討

雲林縣的草根藝術祭請藝術家進駐，當「藝術進入社區」，恢復居民的「集體記憶」，協助輔導居民創作，完成的「社區藝術」，需要分工合作、犧牲奉獻，散發基於彼此勉勵與關懷的「人文美學」，綜合作品稱為「社區美學」；而且在雲林縣特別明顯，學者紛紛研究形成「雲林學」。社區藝術一旦技巧成熟，可以向文化處申請為「藝術村」。雲林縣的社區美學資源豐富，能夠發展「文化藝術產業」，規劃「生活環境博物館」，並且在國內與往國外自創文化藝術的「旅遊地品牌」。社區產業興旺的經歷與人物奮鬥的點點滴滴編成繪本，如果以「故事行銷」的方式，引導居民與外地民眾感受「社區取向的藝術教育」。透過「景點接駁公車」，引進觀光客，發展「社區旅遊」，促進地方經濟，居民更樂意創作，繁衍成良性循環，才能永續發展。基層民眾非經過藝術訓練而創造的是「草根藝術」已經「全球化」；「藝術社區」也極力地趨向「國際化」。就縣政府而言，更要高瞻遠矚，建立國際旅遊地品牌，促進國際交流。

茲將上述本研究的關鍵語詞與理論基礎共十六項，茲將其定義與文獻的內容探討如下：

2.1 恢復集體記憶

長久以來，對「記憶」的研究一直是心理學家所從事的，他們把記憶看成是個人的認知過程，不過最近對記憶的分析，已經變成涉及各學科的研究，並且常常將記憶視為一種社會活動(Zelizer, 1994)。蕭阿勤(1997)認為人們所記憶的過去有相當的穩定性，並且重視過去在現在脈絡裡的活力。這也是對地方文化存在的肯定，過去因為現在的關懷而被重視，我們要保存的也是過去的歷史。

二十世紀初，許多社會學家、心理學家和社會心理學家都對於人類的記憶相當的有興趣他們共同之處是：將人類記憶放在社會環境中探討，這就是「集體記憶(Collective Memory)」(王明珂, 1993)。翁秀琪(2000)認為集體記憶是凝聚的策略，藉由凝聚而產生集體認同。要使社區的居民能為地方上關心，就是要凝聚地方的意識，這是大家都知道的道理，但是如何做到凝聚地方居民的意識，就不是一件簡單的事。尤其在現在功利主義掛帥的時代，如何透過當地居民行保存地方文化之實。保存地方文化不能只靠專業的一群人，這群專業的人是引領當地居民去重視。當然這時必須透過媒介效應，則更能讓地方的人民瞭解自己文化的重要性(王雅芳, 2004)。

邱淑雯(2014)以集體記憶為理論基礎，企圖找出台西國際藝術村中社區總體營造者、當地居民、新移民、國際志工四種人的集體記憶與社區總體營造的關聯，分別對六位社區總體營造者、十六位社區居

民、四位新移民及四位國際志工進行半結構式訪談，並採用主題分析法 (thematic analysis) 進行研究結果的分析歸納。

研究結果如下：(一) 社區總體營造者以藝術村改造台西鄉，讓台西鄉擺脫流氓之鄉的惡名。(二) 社區居民認可彩繪活動帶動社區環境美化及活化的功能，但對彩繪活動的認同度不高。(三) 新移民讚許彩繪活動提昇台西的能見度。(四) 國際志工感受台西人的熱情與人情味。

在此研究的藝術村改造，根據本研究了解是由台西藝術協會領導國際志工與居民接觸感受唇齒相依、溫馨的人情味，憑藉社區的集體記憶，凝聚共識、創作藝術作品；居民並未參與才漠視彩繪的價值，只稱讚它在形式上「美化環境、善用環境、吸引目光」的效用而已。

吳文彥(2004)將有關社會集體記憶(local identity)的投射方式，整理出的五點如下：

- 一、 語言、文字、圖畫、詩集、詩歌。
- 二、 共同文化、宗教、生活的儀式。
- 三、 流行音樂、歌曲、服裝、飾品。
- 四、 宗教、政府機關、歷史建築、流行時尚的建築語彙、庭園。
- 五、 每日生活時尚的變遷。

本研究呈現出來的是投影方式的第一、二、三和五類。

2.2 開啟藝術大門

2.2.1 藝術進入社區

台灣的藝術領域在社區總體營造的趨勢中，也開始嘗試與社區互動。希望能讓藝術不再只是博物館和美術館裡的菁英傾向，而能夠更貼近人的生活。不斷地有藝術工作者、策展人、學者相繼以藝術作為社區營造的介面，在過程中激盪、合作、對話。因為藝術是「人們現實生活和精神世界的形象反映」，它能透過創作者表達對事物的思想與情感，並與接觸者產生「共感」，因此它帶有「溝通」的意義。藝術便是合適的觸媒，達到人與人之間的溝通，進而互相理解學習(徐承誼，2008)。

社區的每一個向度都可以與藝術有關，社區藝文活動的推展是最直接的，空間營造納入藝術創意也是理所當然。但是其他面向如社區產業、社區生態保育以及社會福祉的經營等也都可以藉助藝術家的眼光與技巧而有創新的做法(曾旭正，2012)。

原來，藝術是溝通的橋梁，創新的媒介；藝術家就是草創者。

2.2.2 社區藝術

社區藝術是社區或是社群提供一個能激發社區意識，或是對社會問題反思的活動或進行一項集體裝置之創作，讓參與者於過程中進行各類型互動交流的行為。透過參與藝術創作的過程，參與者既可享受創

作的樂趣，亦能豐富其文化生活，提高他們對藝術文化欣賞的能力。過程中重要的是凝聚了社區意識、提高居民對藝術活動的認識，並且增進互動的關係。而社區藝術所指的藝術不只是文化生活，它同時考慮到歷史、風俗、生活型態與宗教的相互配合，才真正具有社區的在地精神。因此，它不只是包含視覺藝術、表演藝術等，更是將社區的環境、古蹟、歷史包含其中(吳沛璇，2008)。

上述的定義皆把社區藝術的功能詳細羅列，社區以在地的人文為基礎一齊創作藝術，才能產生共鳴，保留和傳承久遠。

2.2.3 草根藝術全球化

草根藝術是一個術語，描述的藝術創作人沒有正式的藝術培訓。(Grassroots art is a term describing art made by people with no formal artistic training .)以平凡的方式，使用普通的材料並且經常創建整體的藝術氛圍，有效地使材料成為藝術作品的一部分(LAHC,2004)。芭芭拉·克曼，在一本小冊子，為堪薩斯草根藝術協會，指出草根藝術家的美術作品很少經過正式培訓，他們經常使用傳統材料，如混凝土，以不尋常的方式創作(Hiram Lucke，2012)。

Alice Wexler(2005) 在英國東北部的佛蒙特州從 2001 年夏天在基層藝術社區 (GRACE) 研究收集的數據，並且對藝術家進行個案研究與了

解他們的發展障礙；他們是孤立的群體，伴隨其餘同類型者被認為是「局外人藝術家(Outsider Artists)」。Karen Janovy(2000)指出由「局外人」組成的堪薩斯基層藝術協會(KGAA)於1972年在北普拉特·內布拉斯加州的畫廊展出「局外人」的藝術。所有具備良好資格者被稱為自學成才，包含天真、民俗、充沛或富有遠見的特質。

由此可知，美國人認為草根藝術家未接受正規訓練，是自學成功者。以平凡的方式、普通傳統的材料譬如：混凝土，進行創作。草根藝術又別稱局外人藝術，是在藝術界之外的創作，作品曾經於1972年在美國中西部的畫廊展覽。他們的藝術風格象徵「天真，民俗，精神，或富有遠見的」。

在中華人民共和國，草根藝術因其源於生活，而能夠真切地表現小人物日常生活的辛酸，為人們反思提供契機。同時，草根藝術的質樸能夠重新喚起他們對於真正生活的回憶、對美好未來的嚮往、對幸福的界定，對社會文化的健康發展和人民日常生活的提升起了促進作用。無論是哪種藝術，都應該從民間草根藝術這母體中汲取養分和靈感，才能夠保持其生生不息的生命力(賀超，2002)。從草根藝術變成雅俗共賞，並逐漸地溶進了時代，維持城鄉之間文化差異的和諧。這樣的轉變在交通發達和旅遊地區表現得更明顯：審美觀念隨著時代的轉變和人們新的心理需求的增長，不斷創新。創新的含義是多種多樣

的，有的是局部的改造，有的是偶有東西的創新組合，或者是全新的發現。近年來，民間繪畫的創新反映在新農民畫較為突出(張曉東，2012)。

從事草根藝術不需要投入太多的資本，可以利用業餘的時間從事。在中國大陸，草根藝術為國家 GDP 做了貢獻——非營利的市場，儘管是低價的市場，但是草根藝術面廣量大，其總體價值也不可低估。草根藝術市場才剛剛起步，潛力雄厚而且發展空間很大，能夠促進將來的經濟發展 (李玉龍，2002)。

阿帕督瑞(Arjun Appadurai) 在〈草根性全球化和研究想像〉(“Grassroots Globalization and the Research Imagination”) 裡說到，「想像力」(imagination)在現代生活裡扮演不可忽視的角色。資訊媒體的發達促使「想像力」平民化；「想像力」不再只活躍於藝術和逃避現實的領域，它深入一般庶民日常生活當中，激發一般人民對現狀的反省，引發對新的社會生活形式的願景(Appadurai 2000:5-6)。

阿帕督瑞稱這種源於社會結構下層，以庶民角度來介入全球化趨勢發展的模式為「草根性全球化」(grassroots globalization)。他同時提醒我們，學術研究必須重視這些「草根性全球化」，嘗試認知庶民文化的語彙，防止學術研究被既有知識交換的結構所限制，成為社會主流勢力的共犯，把庶民的聲音和觀點排除在知識複製的機制之外

(Appadurai 2000:2) , (邱貴芬, 2003)。

傳統文化領域湧現出的草根藝術家數量更多。常秀峰，一位七十七歲的農村老太太，從未出過遠門，2003年才客居城市，但卻以「梵高奶奶」的稱號紅遍整個網路(田欣卉, 2011)。另外一方面，草根藝術也已經進入世界博覽會了(董煜, 2010)。

又例如：擔任台灣鄉土藝術國際文化交流協會理事長、現任國立台北教育大學音樂系楊熾明教授在學生時期，被著名作曲家許常惠教授的一句話：「身為客家人就應該出來做一些客家事。」當頭棒喝。三十歲開始接觸客家音樂，四十歲才發自內心喜歡它，而且無法自拔。楊教授集結了其他聲樂家，以及從國外留學歸國的音樂家，籌組了鄉韻音樂劇團。希望將客家的民間音樂藝術化，用鋼琴、小提琴伴奏，為客家音樂增添層次。該樂團曾經到中國大陸的深圳與江蘇省表演，興起熱烈的迴響；被僑委會邀請到世界各地巡迴演出，僑胞離鄉背井幾十年，聽了家鄉的歌曲感動地哭泣。楊教授打趣地表示，聽客家音樂的除了老年人，就只剩下神明了。他認為不僅人要國際化，鄉土音樂也需要國際化；全面地了解各國的鄉土音樂成為未來的趨勢。他在論文記載「客家山歌也應急起直追，更應朝向多元文化發展，嘗試各種表現方式，多吸取世界各國的精華。」(賴蕙嘉, 2014年3月29日)。

原來，草根藝術在中國大陸締造飆高的庶民經濟，進入世界博覽會，也變得全球化了，非正統的力量果然不容小覷。而在台灣的楊熾明教授當初與客家音樂磨合十年，才用鋼琴、小提琴伴奏，昇華了客家音樂，並且以個人的力量組織鄉韻音樂劇團，促進台灣鄉土藝術與國際文化交流可謂不遺餘力。草根藝術是新興名詞，比中國大陸更慢，觀光發展的潛力更雄厚。

2.2.4 藝術社區國際化

2005年起，文建會發展願景包括：完成「成立文化為首的首席部會」、「定位文化新價值、制訂文化新政策」、「提高文化經費達總預算2%」、「建立文化主體性」、「充實文化設施」、「整備文化資產」、「發展文化創意產業」、「培育文化藝術人才」、「營造社區新故鄉」、「推動國際文化交流」等十大願景，旨在建構一個以多元文化為基礎、鑄造傳統與現代、東方與西方、兼具大陸與海洋文化精華的「主體、多元、創意的文化台灣」(吳國淳，2008)。要讓台灣文化在國際舞台上發聲，除了有偉大的理想抱負外，更要有實際的作為，必須真正建構出通往國際舞台的橋樑，才能成功「出口」台灣文化。與台灣位處相同的亞洲戰略位置的澳洲，近年來亟欲發展文化出口，並藉由政策訂定與撥款，整合各部門資源，以促進藝術文化之國際發

展(黃琦惠, 2006)。Rentschler, Ruth (2003) 以澳洲地區藝術及娛樂節慶活動的許多實例說明文化資源規劃的概念及實踐方法, 成功的賦予許多地方文化藝術的新活力並促進當地文化觀光的經濟收益。中華民國的歷史文化悠久, 台灣的文化政策屢次聲稱國際化, 豈能讓澳洲專美於前?

高雄市河堤社區於民國九十一年打造「社區廟口」計劃、推動「石印公園」、「森林小學」、「北高雄圖書館」或「假日花市」「藝術社區國際化」等遠程目標。以「社區廟口」的打造為起步, 更致力於「音樂、文化、藝術社區」的推展願望。完成了藝術三D 鐵釘愛河圖像、愛河木業尋根藝術社區展板和「運河堤岸藝術化——鋼雕」等作品(張旭福、唐士祥, 2008)。再如: 民國八十八年十一月台北縣汐止市夢想社區首先成立「夢想社區發展委員會」, 陸續舉辦了一些社區活動。起初社區居民的反應十分冷淡, 為了順利推展社區發展工作, 委員會於是在民國八十九年三月改組為「夢想社區文教發展基金會」。在同年十月, 舉辦「夢想社區全國文化交流節」。再度突破, 開始學習美國西雅圖飛夢社區「夏至大遊行」的經驗, 引進藝術踩街文化。民國九十一年七月, 舉辦第一屆「夢想嘉年華藝術踩街」, 居民群策群力, 更積極地邀請國外的社區團體和藝術家共同參與, 把社區登上國際舞台。至民國九十五年已經舉辦五屆。夢想社區的社區營造經驗證明了一件

事，文化藝術不只在國家音樂廳或戲劇院才接觸得到，它也可以很貼近生活，需要大家來耕耘與推廣(談繼威，2007)。

澳洲政府的文化政策，促進地方文化創造財富。反觀本國政府屢次聲稱文化的願景和「近中遠」程目標，在民間能否落實值得商榷。基層的河堤社區和夢想社區直接向國際伸出觸手，握手交流，而且持續實施和發展，堪為楷模。

2.3 醞釀雲林美學

2.3.1 人文美學

鄭美智(2003)在拉拉與我童書系列中，以耐人尋味的文字，呈現出豐富的人文關懷，包括教育、文化、環保、社會、法治、經濟，涵蓋範圍相當廣；概括了人與大自然的關係、人與社會的關係、人對價值世界的評價等三個層面。這三個層面正是這個時代的人文主義學者一再呼籲與關心的命題——人文精神，而人文精神則來自於人文素養的涵育。

雲林縣也為劉厝社區出版「用不完的嫁妝」的繪本，其他社區也被當成創作繪本的題材，這些文本寄託的人文關懷的美學，和拉拉與我的童書異曲同工。

國人已逐漸體會到企業之美的前提在於具備企業人文氣質，進而展開一連串的實際行動以促使企業人文化（humanisation），以塑造「企業人文主義」（enterprise humanism）形象。美學此一面向是值得加以深入闡析的，因為它不但於企業生命內開展，亦會呈現於整體企業形象上，進而吸引他人注視企業人文主義之善。故美學可說是企業人文主義客體的「第一個」面向。換言之，想使人願意接近、了解企業人文主義之真義，美學向度是不容忽視的（陳美杏，2006）。

王薇婷(2010)探索美學在於企業中的存在方式與意涵，希望藉由所建構之企業美學架構，提供國內企業對於美學推動之決策與方向的參考。本研究以文獻探討的方式，歸納出企業美學架構之三大構面，分別為經營理念、組織行為及具體行為三個層次，說明如下：

1. 經營理念：符合真、善、美的無私精神且具有人文主義之關懷。
2. 組織行為：正增強的制度設計，重視員工意見並溝通順暢的組織，且組織內所有成員都具有公民道德行為。
3. 具體行為：透過具體事物或行為，將自身的情感傳達給別人，及透過藝文活動所進行的美育行為。

趨勢專家品克（Daniel Pink）也說：「藝術碩士是新的企管碩士（The MFA is the New MBA.）」從美力到獲利，讓創意變生意，用

設計改變企業和社會設計 3.0 的時代，未來美學經濟著重的設計新思維：不只美工技法，還有人本考量；不只品味玩物，還有社會責任。這些看似嘗試走在世界設計與管理潮流最前端的理想，其實是源自於在台灣的經驗與感受。人本設計或客戶導向，是目前財星百大企業裡正流行的管理觀念與設計思維。然而，對人性價值最深刻的感動與體會，其實來自台灣過去社區總體營造運動與台灣大學建築與城鄉所的參與式設計精神。文化的技術與態度，被管理大師認為是設計企業的核心知識與能力，也影響到美學產業的國家競爭優勢。但是對這個觀念的啟蒙，反倒是在台灣協助推動文化創意產業過程中的體會。原來，不用捨近求遠，台灣其實就有與時俱進的思維(吳翰中、吳珮璇，2010)。

由上述三段可知，人文關懷的人文美學已經是企業的焦點，產生「美力」，就是藝術軟實力的爆發力量，猶如太極拳軟綿卻有勁。

在民國九十七年六月，國科會同時草擬「第八次全國科學技術會議籌備計劃」（草案），報經行政院核定。六大議題及各子題如下：

議題一：結合人文科技，提升生活品質：

（主辦機關：內政部）

子題1.1 因應社會變遷，發展人性關懷相關科技。

子題1.2 在地生活系統之規劃與設計

子題1.3 建構符合在地生活需求的智慧型運輸系統

子題1.4 發展促進生活安全之科技

子題1.5 提升國民素養與公共知識基礎建設

子題1.6 結合人文藝術與科技創新，推展具國際競爭力之文化藝術。

(國科會，2008)

這些議題顯示社區的人文美學已經具備國際競爭力。

美國的文化政策集以「協助而不控制」的前提下，給予文化藝術界自由發展的空間。因此美國聯邦政府並未設立文化部，或相關行政主管機關。但是為了促進人文藝術的發展，則設立了以獎助為主要業務的國家藝術基金會(National Endowment for the Arts)和國家人文基金會(National Endowment for the Humanities)。國家藝術與人文兩個基金會為了協助各州發展藝術文化活動，而鼓勵協助各州透過州立法，成立各州藝術委員會與人文委員會(郭禎祥，1992)。

原來，藝術與人文在美國備受重視，而且上下一致。

2.3.2 社區美學

社區美學一詞，最早公開被論述，是在1999年南華大學美學與藝術管理研究所，所舉辦的《社區美學研討會》，學者從人類學、現象學、

社會學、空間美學、哲學及生命美學等角度切入，去探討一種和生活相關的學問。因此，社區美學基本上它不延續西方傳統的「靜觀美學」，而是一種具有「動態性」、「公共性」、「多樣貌」的展現，它源自於社區總體營造理念推動過程的各種美學現象(明立國、蔡瑞霖，1999)。

明立國認為社區美學是社區所呈現的美學現象，以及其中所存在的美學脈絡、規律與意義。(明立國，2003)。提出社區美學研究，是想藉由社區總體營造實際操作過程，從中收集資料，經由分析、詮釋，建立一套新的美學知識方法論。藉由社區美學方法論的建立，能使社區總體營造的理念回到「人」的本體上，進而關懷生命的精神內涵(林書筠，2004)。社區的地方性空間美學，有必要建構於地方的認同感受上(李謁政，2002)。

社區美學包含有形的藝術品與抽象的人文美學，最後回歸到關懷生命的意涵。

2.3.3 生活環境博物館

鹿港鎮古市街區的居民普遍地不了解「社區總體營造」的概念，所以即使想改善營造社區生活環境，卻不知如何運用社會資源。關於這樣的問題正好放在生活環境博物館解決，因為它是一個能被接受、

開放性的活用體系，具備實驗室、保存中心和學校等角色的功能(廖如玉，2002)。

生活環境博物館的英文 ecomuseum 是 ecology 和 museum 的複合字，ecology 一般被翻譯為生態學，所以 eco museum 在台灣許多期刊論文中，習慣被翻譯為「生態博物館」。由於 eco museum 的產生主要起因於如何保存古蹟、遺址、聚落、建築或自然、人文、生態等大型的文化資產，並將其整合於現在的生活中。日本學者從保存聚落的經驗出發，也將之翻譯為「生活環境博物館」。生活環境博物館是以「科際」整合與社區參與的方式呈現某一個區域的集體記憶。它的範圍並不侷限於一個建築物裡面，而是涵蓋一片區域：一條街道、一個社區、一片自然保留區甚至一個國家；只要具有其特殊的歷史脈絡與人文意涵，都可以當作是生活環境博物館。它最大的特色是激起居民對自己環境、文化的興趣及對社區的認同，結合地方文化發展，積極保全地方文化的特色，考量生態環保，由地方主導觀光活動發展的規模。營運的基礎是居民、觀眾和互動的需要，就是以人(居民、觀眾)為主的營運方式。不只做些學術性的蒐藏、展示或教育活動，必須與當地居民密切配合，使他們參與博物館或社區未來的發展，希望改變現在，進而創造新的未來。活動在地化，乘數較高，可以增加經濟利益和就業機會，回饋地方社會(陳怡君，2009)。

將活動的場域恢復其舊貌，讓參觀者藉由現地展示而產生不同於館舍中的學習經驗，產生了人與環境的互動(陳音音譯，1996)。

規劃生活環境博物館的要素：地域內的自然地景資源、遊憩與人文活動資源、人文特色的空間、地域中所有住民高度的參與運作等等多方面的配合，才能完成生活環境博物館的理想(張立伶，1999)。在雲林縣的各社區都是鄉村，而且都具備上述的要素。

生活環境博物館是對文化資產重新思考，拓展到人民的「日常生活、口述言辭、集體記憶」。舉凡自然環境、有形或無形的文化特徵，都是保存的對象，「由下而上」幫助居民建構地方認同，並且激發他們求變的潛能。展示時期，與社區居民持續地互動。以空間離散化的模式經營，衛星館猶如總館的接聽站(listening points)，分別就該區自然或人文特色從事展藏與教育活動，扮演將地方資訊回饋總部的角色。其主要目的在於反映各地點的特色，並且讓當地居民有實際參與操作的機會，尋求地區「地方產業復興、文化、人才培養、成人教育」的發展為主要目的。在上博思博物館以「居民委員會」的組織體制，使經營結構從傳統的金字塔形轉變為扁平的型式，讓居民與專業者形成工作夥伴關係，並且大量引進社區與其他外界的資源(張譽騰，2003)。

後來在西元1971至1974年之間，勒克梭·孟梭勒米(Le Creusot

Montceaux-Mines)從參與籌備博物館的經驗衍生出一套概念被稱為「社區生活環境博物館(community eco-museums)」，鼓吹社區生活環境自治的觀念，產生的年代和理論的基礎與生活環境博物館雷同(張立伶，1997)。

與居民合一的操作，可望持續將居民的生命與生活所含的文化，挹注、回饋、創造整體生態博物館空間與活動系統，成為另一種地方發展的新途徑，也蘊含著聚落文化的整合並且以持續創新的方式，活化地方文化地景與社區營造的過程，進而促進地方文化與產業的再發展(李怡燁，2001；邱世昌，2011)(劉采婷，2014)。這項說明顯示生活環境博物館為社區總體營造加持與升級。

簡單而言，生活環境博物館是以「民眾參與為主、專家協助為輔」與居民、環境互動的社區自治博物館。

2.3.4 雲林學

涂雅玲(2008)研究歸納出幾點影響雲林縣地方文化館的因素，包含政府缺乏專業職能，對於文化事業以短打擊移植的操作手法；館社經營單位、地方居民、文史團隊對於文化館的認知與定位不同，而事實上這是缺乏博物館專業與人才不足所導致。最後並針對前述問題提出對雲林縣地方文化館、雲林縣政府文化局及文建會之建議：

一、 雲林縣地方館：(一)加強博物館的專業認知與技能。(二)專職館員與志工培訓。(三)建立網絡溝通回饋機制。

二、 雲林縣政府文化局：(一)文化館合法性。(二)協助專職管理與培訓。(三)建立橫向溝通機制。(四)改善輔導計劃時程與培訓課程。

三、 文建會：(一)建立認定程序。(二)培訓地方專業人才。

林芳廷(2014)對於雲林縣的藝文情況，從先前的訪談、文化局研究數據、雲林縣藝文活動舉辦的成效等觀察，雲林縣的文化能量已經趨向成長攀升的階段，但是仍然需要整合和匯集零星的能量，才能帶領整個雲林縣的藝文涵養邁進一大步。相關分析結果如下列的 SWOT 分析所示：

一、 優勢(Strengths)

(一) 具有許多在地的特色。

(二) 學生眾多，中等學校的學生人數是 49110 人。年輕學子對於藝文的接受程度較高。

(三) 景點眾多，具有觀光效益。

(四) 藝文團體常與其他縣市交流，素質水準不輸其他縣市。

(五) 寺廟數量居全國之冠，近九百多座。

二、劣勢(Weakness)：

- (一)政府過去補助經費不足。
- (二)許多偏鄉地區無法接收藝文活動訊息。
- (三)表演場所不足。
- (四)藝文活動行銷通路狹隘，多只在雲林地區和網站推廣。
- (五)縣內交通不便，流入的觀光人口比較少。

三、機會(Opportunities)

- (一)近年來政府對雲林縣釋出許多補助經費的計劃，提供民眾申請。
- (二)社區改造逐漸有所成果，民眾相信藝文帶來改變。
- (三)包含著名的觀光景點古坑鄉劍湖山世界，能否帶來人潮，需要審慎規劃推廣。
- (四)斗六市和虎尾鎮星巴克設立分店，虎尾鎮高速鐵路設站。
- (五)農業博覽會的曝光效應。

四、威脅(Threats)

- (一)嘉義縣台南市的藝文發展比雲林縣優良。
- (二)雲林縣特色一直無法展現，導致觀光人術無顯著成長。

游宗新(2013) 在100學年度第一學期，以教育部「現代公民核心能力課程改進計畫」C類績優團隊，帶領環球科技大學的三門課程，進入在地的東和社區進行深度行動探索，分別從「地方文化產業」角度

探訪社區故事，再由「在地藝術文化」課程進行布袋戲展演，同時由「電腦媒體涵養」課程進行照片及電子繪本的製作。其目的在引導學生進入社區，由「己身」觀察出發，從實際探索中發現社區特色，進而思索社區發展方向，有效建議、協助及進行社區營造。本團隊將以「倫理素養」為關注核心，並分別在「民主素養」(服務學習組的蕭勇成組長)、「美學素養」(通識教育中心多元藝術組的曾裕仁老師)、「媒體素養」(圖書館的謝東倫老師)等方面發散關注重點，並且將主軸拉回本校過去在通識教育整體發展上的重要主軸——「雲林學、學雲林」在地文化探索與關懷，讓學生在「做中學、學中做」的實際行動體驗中，學習「人與自己」、「人與他人」、「人與社會」、「人與環境」的各項生命課題。在廣度發展上，試圖將社區探索觸角，延伸到距離學校更遠的社區，拓展學生的視野。初步規劃以本校創辦人的故鄉——臺西鄉、明鄭時期開臺第一庄——水燦林(水林鄉)，以及深具談臺灣多元文化開發史的西螺鎮等，先以教師團隊的探索為起點，陸續帶領學生進入場域實際探索。

由上述可知，即使雲林縣在地方文化館數量眾多缺乏妥善管理、具有交通不便與行銷通路狹隘等劣勢，在地學者仍然挺身而出帶領莘莘學子重新認識當地產業、藝術文化和人文美學，以現代3C科技研究與紀錄。

2.4 發展社區旅遊

2.4.1 藝術村

在廿世紀九零年代的台灣藝術家發現西方藝術家透過各種管道，獲得閒置空間的使用權，在當時台灣社會興起爭取藝術空間的言論(許文蕙，2011)。蕭麗虹(2002)在全球藝術村的研究中，將藝術村在各國的設置形態區分為六大類：

- 一、 由藝術家或是親人贊助設置，提供吃住生活所需。
- 二、 供應藝術創作的設備與技術，吃住安排或是交流不是主要目的。
- 三、 中介型的藝術村：位於大都市交通便利處，提供工作室及展覽空間。藝術家彼此交流，透過口碑有機會進入藝術市場。
- 四、 以相同的生活理念號召設置的藝術村。
- 五、 重視在地交流的藝術村：藝術家除了創作，被要求在教育的名目下，與居民互動。
- 六、 以國際交流為主的藝術村。

雲林縣的頂溪社區立體貓彩繪藝術村是第一類，「北溪社區剪紙藝術村、三結社區稻草藝術村、新吉社區紙漿藝術村」是第四類，劉厝社區釘畫藝術村是第五類也就是藝術家進駐，台西鄉藝術協會國際彩繪藝術村是第六類。

張珣君(2005)研究台灣的藝術社群(藝術村)，參照美國藝術社群

經營管理的模式，走訪台灣各地藝術村以了解現況，與藝術家、經營管理者、學者訪談，以了解公眾對藝術村的期待情況，就目前台灣藝術村的經營狀況和藝術家進駐辦法做檢討與分析，為台灣藝術社群找出管理的盲點，提出建言做為永續經營的參考。

李俊賢(2003)在「南瀛總爺藝文中心的內、外部分析」方面，主要進行SWOT分析掌握其優勢、機會、弱點與威脅，研析其外部環境、條件，在地藝文資源及總爺藝文中心的總體規劃、經營策略與經營執行現況及營運遭遇問題等，並藉由深度訪談瞭解公部門、地方意見領袖、藝術家專家學者、台糖公司、經營團隊、遊客民眾及消費者等關係人之觀點，加以整理、歸納、分析。然後探討其經營定位、策略規劃及總爺藝文中心永續經營之規劃與努力內容。

兩位學者都參考外國的措施，成為我國的圭臬與借鏡。

2.4.2 旅遊地品牌

「品牌」最常見的定義是由美國行銷協會(American Marketing Association)在1960年提出：「品牌是一個名字(Name)、術語(Term)、符號(Sign)、標記(Symbol)、或設計(Design)、或上述的組合，用來指認賣方的財貨或服務，而有別其他競爭者。」(Kotler, 1991)。在這個定義中更顯示：「一方面品牌可以作為與競爭者區隔及差異化的重

要因素，一方面品牌是一個可被具體辨認的事務；可以用來辨認產品的製造者與銷售者，讓銷售者能夠提供一組具一致性且特定的產品特性、利益、與服務給消費者的承諾。」。

品牌就像是一個人的名字一樣，賦予商品一個好記、響亮又好聽的標籤名稱，透過品牌來建立產品的基礎，深植顧客腦海的記憶中，塑造出品牌獨特的差異性，使其商品產生價值與口碑信賴感，讓產品印象深植於顧客的心中(蘇鴻昌、黃文宗，2013)。透過感官研究資料得知，今日消費者逐漸表現出對於多重感官的需求，以滿足他們完整的感官享受。建立品牌時感官接觸點愈多，感官喚起的記憶就愈多；感官喚起的記憶愈多，消費者與品牌的關係就愈強烈。所以五種感官對於任何溝通形式與生活經驗都是很重要的(馬丁·林斯壯，2005)(蘇鴻昌、黃文宗，同上)。

藝術作品可貴之處在於感動人心，一幅絢麗的畫作或技巧高超的藝術作品倘若感動不到觀者的心，與觀者沒有心靈上的交會，作品就失去了耐人尋味的意義。用心過生活，以五感去體會生活中人、事、物的美好，藝術無需外求，藝術來自孕育我們的這片土地與我們的生活範疇(江怡瑩，2000)。

藝術需要五種器官感覺，才能夠深刻的體會。如果本縣社區設計的藝術，靠近者的五官接受的刺激很強烈，就是能夠建立品牌。

目前品牌的應用上，除了一般的公司行號外，許多國家和旅遊地區也開始建立一個品牌化的形象。過去曾經將國家或是旅遊地區品牌經營的案例是「英國 2003 年『文化創意』、澳門 2005 年『商務之都』、南非 2010 年『友善與現代化』」（楊德霖，2013），因此將旅遊地品牌化之後，會讓遊客在選擇上對旅遊地區有更鮮明的旅遊地意象與認知（Crompton，1979）。聯合國世界觀光組織（UNWTO）於 2009 年發行之「旅遊目的地品牌」供大家參考。旅遊地品牌（destination brand）是代表旅遊地特質的圖騰，它要能使人們對旅遊地產生特別的認知或想像（陳韻珍，2011）。縮小範圍，高雄市之旅遊品牌權益包含「品牌知名度」、「情感意象」、「認知意象」與「品牌忠誠度」四構面；「品牌知名度」會透過「情感意象」與「認知意象」影響「品牌忠誠度」（林宛霖，2009）。

2.4.3 故事行銷

故事，人類歷史上最古老的影響力工具，也是最有說服力的溝通技巧（黃曉珊，2012）。說故事（Storytelling）已成為現代新潮流的影響工具。故事之所以有強烈的訴求能力，是因為故事能刺激人類所有的感官，聽到一個故事時，腦中就能浮現那個故事的景象（許齡尹，2009）。由此可知故事能使主題與情節形成深刻的連結，發揮強勁的引導思索的效果。

Godin(2005)也指出，高明的故事是要讓買賣雙贏，能真正成功的故事，必需要掌握到：(1)故事是真實的 (2)故事是種承諾 (3)故事是可以被信賴的 (4)故事要含蓄 (5)故事能感動人心 (6)故事是訴諸感覺，而不是訴諸理性(7) 故事不能自相矛盾 (8) 為故事尋找目標顧客。故事可以行銷個人，故事可以行銷理念，故事可以行銷產品。所謂故事行銷就是透過說故事的方式，來傳遞一個事件，並且在過程中連結聽眾的人生體驗，喚起過去情感回憶，進而在心中產生共鳴感動，最後接受了故事所傳達的意見。

近年來故事行銷躍升成為推廣品牌時的重要行銷方式，因為故事在行銷過程中，可以讓消費者感同身受、產生共鳴，同時讓人印象深刻(黃俊霖，2014)。

黃嫻芬(2013)探討透過故事行銷的方式，推廣林園的文化觀光，讓外來的遊客深入了解林園之美。研究者將調查盤點高雄市林園聚落具深度的文化資產與當地人文特色的風俗民情，進一步透過探討故事行銷的方式，具體整理出有效活絡在地產業與文化觀光的策略，最終期待能達成以下目的：具體統整林園聚落人文故事，盤點林園聚落文化資產與潛力社區產業並探討如何整合在地故事行銷，規劃林園聚落故事地圖與遊程。本研究採用質性研究方法作為分析的基礎，進行相關主題的探索調查。

本研究主要結論如下：

(一) 結合自然、人文故事，行銷在地文化：配合市府推動之假日觀光列車，辦理林園社區小旅行，海、山線一日遊，並且積極建立文化資產、自然生態資料庫，提供社區永續經營之基礎，讓民眾認知林園之美，營造友善健康城市的氛圍。

(二) 文化資產再利用結合辦理文化觀光活動：可以結合歷史建築—頂林仔邊派出所(林園歷史教室)作為地方文史導覽館及互動故事館，積極彙整在地故事地圖並帶動地方文化行銷活動。

(三) 社區文化產業再造：積極整合區內社區發展協會、農漁會等，搭配文創行銷地方特色產業，並且配合節慶活動讓觀光客進行文化消費並帶動社區永續經營、創造價值與文化觀光行銷。

陳虹君(2013)以「台灣玻璃館玻璃媽祖廟」為研究對象，研究者透過相關文獻蒐集與深度訪談來進行個案研究，研究結果顯示：

(一) 企業可以用故事來感動人心，加深消費者對品牌的認知，讓企業文化永續發展。

(二) 企業進行故事行銷應該善用產業資源與力量，藉由「策略聯盟、產業群聚、資源整合、專業分工」以產生更大的品牌塑造力量。

(三) 企業融入文化創意的產品，能提升品牌價值，「產業創意」與「產業創新」，有助於品牌的推廣與行銷，建立消費者的忠誠度。

(四) 企業整合公私部門之觀光投資計畫，可以增加品牌的國際能見度。

研究結果顯示故事行銷可以幫助企業建立消費印象與對外競爭的利器，以及作為文化創意產業之永續經營在管理規劃上的參考依據。

由上述可知，故事行銷是宣傳品牌的精靈，也可以推展文化觀光，提升企業形象，創造更高的價值。

2.4.4 社區取向的藝術教育

近年來，社區意識抬頭，「學校社區化、社區學校化」的主張不斷地被提出。「學校社區化」之概念在於促使學校從封閉型轉為社區學校；「社區學校化」則是引導社區逐步轉化為學校的另一個教學場域，學校與社區之間因為相互合作、共同成長，彼此成為密不可分的生命共同體(陳浙雲、余安邦，2003：31)。使學校與社區人士共同經營社區中的學習環境，使文化植基於生活當中，促進社區文化的保存與發展。「社區有教室」的理念，就是將社區資源融於課程之中。這種課程有八個特色：以學生為中心、學校本位、情境教學、意義學習、體驗學習、人文關懷、多元文化、社區營造(陳浙雲、余安邦，2003：42-46)。學校教育需要社區支援，社區顯現高價值，居民產生高度的

成就感，會更積極保留與維護傳統文化。潘志煌(2010)更指出學校課程的知識與地方藝文活動要能互相聯繫成為一個整體。如此一來，學校的課程知識有助於地方歷史文化與記憶的保存、紮根與創新；另一方面，融入多元在地文化的學校課程知識，不但可以使學校的學習內容更豐富，提升學生的學習興趣，也能夠提升學生對在地文化的認同。

台北縣教育局自八十九學年度開始，於國中小九年一貫課程之精神架構下，推動社區有教室方案。以學生所生活社區之各種可能潛在資源，做為學習的空間與材料，以社區內人文、藝術、社會、自然生態等空間，及在地民間工作者之工作場域，做為學生學習的教室。教室的真正意義不在於建築，而在於學習情境。基本做法是推動社區走進學校，學校融入社區，營造社區與學校一體的共識，因而學校與社區人士共同經營社區中的學習環境(陳柏璋、張盈莖，2007)。

呂燕卿(2002)提及的落實人文素養教育是須透過長期的累積學習與內化，進而轉化為個人想法與觀念、態度、習性、行為與氣質。藝術學習涵育人文素養，具有不可抹滅之重要性。

「社區取向藝術教育」乃採自多元文化藝術教育的精神與觀點，但是更強調藝術學習範疇和內容應以社區的藝術與文化生活之整體性為起點。根據Blandy&Hoffman(1993)認為社區取向藝術教育具有四個特質：(1)課程以參與性方式為基礎、(2)促進了解跨文化、(3)涵蓋地

區性或鄉土性的知識和傳統、(4)鼓勵一種歸屬地方社區的情感和關懷世界的胸襟。

社區是學校的藝術與人文教室，學校會在陳舊裡面求創新。兩者已經無圍牆隔離，默默融入。無論是就近的社區或是外縣市營造卓越的藝術社區，都是了解傳統文化、學習藝術與感受人文美學的勝地。

2.4.5 文化藝術產業

在1995年文建會所主辦的「文化產業研討會」，會中更提出「文化產業化，產業文化化」的主張，隨後文化產業成為我國「社區總體營造」的核心（文建會，2004）。社區總體營造下的文化產業，具有強烈的人文精神與地方色彩，「文化產業的特質是小規模的手工藝生產。標準化大量的生產結果往往導致產品的『去文化』或『反文化』現象。這種個別化、少量生產的東西，主要是一種工作坊的生產，而他的價值就在於少量生產，在於它是經手工製作，在於它具有地方傳統，在於它地方人文的精神所在，注入了地方人特有的心思與創意（文化環境工作室，1998:46）。」文化產業融入社區的人文美學，純手工製作，絲線片段流露鄉土情感的芬芳成分。

在現代的地球村，不應該只是閉門造車，必須放眼國際。於一九八〇年代的中期，在英國和美國，「文化產業」的概念交織於不同的城市振興的社會—民主方案。在北美和西歐，城市的重建方案由文化

旗鑑計畫所帶領，包括藝術、休閒和音樂、慶典和引人入勝的活動 (Bassett, 1993)。此時，文化產業策略顯示的是地方經濟發展，誠如 1994年澳洲政府所提出的創意之國的文化政策指出：「文化創造財富…文化增加價值，並對於創新、行銷與設計具有不可或缺的貢獻…可以說，文化對於我們經濟的成功具有舉足輕重的角色。」(DCA, 1994: 7)。文化產業乃成為各國振興經濟及都市再生發展的策略，台灣必須與時俱增。

「藝術產業」應該是源自於阿多諾(Theodor W. Adorno, 1986)所提出的「文化工業」理論，他認為藝術不應只是創作或欣賞的過程，藝術也可以是為了商業的目的，而賺取所謂的「文化財富」。在多重共構面向的藝術生態裡，均涉及到藝術創作、生產、傳播、消費等活動而衍生出融合文化、商業行為，因此又稱為藝術產業。藝術產業所衍生出的社會性活動，是整個生態網路的模式在進行；其中包括藝術品的生產、作品完成的過程、藝術評論、媒體、公司部門的教育及展示機制儲存、轉化、資訊傳播、公共空間建造等等的經營(陳筱君, 2007)。

根據經濟部文化創意推動委員會定義，文化創意產業包含「藝術產業」、「媒體產業」、「設計產業」、「數位內容產業」，其中「藝術產業」包含「1視覺藝術產業」、「2音樂與表演藝術產業」、「3工藝產業」、「4文化展演設施產業」；「媒體產業」包含「5電影產業」、「6廣播

電視產業」、「7出版產業」；「設計產業包含「8建築設計產業」、「9廣告產業」、「10設計產業」、「11設計品牌時尚產業」、「12創意生活產業」、「13數位休閒娛樂產業」等13種次產業(行政院文建會，2009)。原來，藝術產業是文化創意產業的四分之一個環節。

所謂「文化藝術產業」，並不等於「文化創意產業」。定義「文化藝術產業」為以文化藝術為核心所發展而成的產業，完整的產業鏈包括創作、製作、銷售等過程，以及服務於中間過程的相關行業。雖然「文化藝術產業」只能視為「文化創意產業」的一部分，但由於「文化藝術產業」直接影響「創意與文化的累積」，故須被理解為「文化創意產業」的源頭，或最為重要的核心價值所在(文建會，2009)。

由此可知，文化不應該只是墨守成規，守護傳統，更應該創新發揚，效法澳洲的文化政策變成財富；藝術不應該只是提供欣賞的角色，而是成為經濟發展的一環，更可以成為旅遊的目的。綜合起來，文化藝術產業一部分是先賢智慧的傳承，一部分是創意的蓄積；是時尚文創的鋒芒，更是現代人的核心價值。

2.4.6 社區旅遊

隨著社區營造之成果浮現，增加社區居民之休憩空間，也增加人與人之間的互動，提供有別於一般遊憩環境，增加的是人的參與；另一

方面，現代生活步調加快，對於休閒時間也愈加熱切，社區旅遊更是新一波休閒的優質選擇，增加對於休憩環境的選擇(蒲伯諺，2005)。

在研究社區參觀的文獻裡面，大都以「社區觀光」命名。旅遊就是旅行遊覽活動，與觀光的概念不同。旅遊是一種複雜的社會現象，它涉及到政治、經濟、文化、歷史、地理、法律等各個領域。到其居住地及工作外的地方進行遊覽活動，至少逗留 24 小時，才可謂旅遊。一般而言，旅遊具有觀光和遊歷兩個不同的層次，前者歷時短，體驗較淺；後者反之(維基百科，2015)。由此可知，以數學的角度理解，旅遊是觀光與遊歷的集合，觀光是旅遊的一部分；旅遊包含觀光，觀光隸屬於旅遊。引用社區觀光的文獻，亦適合談論一部分的社區旅遊。

社區觀光非一般商業化、大型企業的觀光投資，它利用了社區當地無可取代的歷史人文、自然景觀等資源，動員了社區中的組織、人力，也讓社區居民原本的生活受到影響。因此社區觀光需要循著社區總體營造的步驟，對社區資源深入地了解與再整理，居民的意見需要被重視。透過不斷地討論、參與式的規劃，思索適合該社區的獨特產業，再走向觀光。而即使發展觀光，也必須面臨社區組織間不斷地整合，利益如何共享，社區人力、自然和資源該如何永續發展的挑戰(謝婷慧，同上)。所以，社區要發展觀光，要考慮資源分配、利益共享和

永續發展的問題。

在研究社區旅遊的文獻裡面，偏重於社區生態旅遊；而本研究倡導的標的是社區藝術旅遊。藝術在社區的變遷與發展值得關注，但是國內相關研究至今仍相當缺乏(余翎瑄，2009)。藝術是文化資源，也是經濟資源，而藝術更是觀光業的資產。它不但能吸引觀光客，亦能賺取外匯(詹雅瑜、蔡進發、董育任、黃宗成，2002)。

徐家瑋(2011)試圖將整個新港鄉視為一個大型的藝術村聚落。在一般藝術村中所謂「藝術進駐」的形式，將新港鄉由不同類型的藝術工作者、文史工作者、藝文社團、文化產業……等發展，累積在新港鄉鎮的藝文能量，且多年推動社區營造下，社區居民已累積豐厚的人文藝術養分。從新港的歷史層面、空間層面、人文層面、藝文設施、社區產業等五大面向，分析探討新港鄉多年在推動社區營造的發展現況、執行推動文化休閒產業發展過程及未來發展成藝術網絡能量等。

經過分析發現，(一)新港在推動社區營造上具有相當的影響力；(二)長期推動藝文展演，已提昇社區居民欣賞藝文展演之欣賞水平；(三)新港推動文化休閒產業提昇在地傳統產業轉型；(四)透過文化休閒產業的串連，提昇社區藝術網絡之發展；(五)以宗教文化效益，帶動新港魅力商圈發展。最後結論以新港鄉已具有豐富文化素養、社區凝聚力及文化產業多樣性之能量，且已提昇居民生活品味及環境品質。

透過(一)社區組織網絡資源的整合連結；(二)文化藝術融入居民生活型態；(三)文化藝術多元形式發展趨勢；(四)國際藝術交流連結，實踐「立足社區，放眼世界」願景。以期望促進新港鄉社區藝術網絡發展制度日趨完善。

而屏東縣為了要提升地方藝術與人文氣息，提供社區民眾與藝術接觸之管道，並協助社區人文藝術發展，期藉由本縣豐富的人文資源、地方文化及社區營造成果為基礎，輔導社區（學校）團體推動藝術家駐鄉（校）工作，鼓勵優秀藝術家進駐社區（學校），讓藝術種子在成分各異的文化土壤上成長茁壯(江佩洵，2009)。

新港鄉的藝術網絡和屏東縣藝術祭都是藝術家進駐，與本研究的雲林縣「草根藝術祭」鼓勵社區藝術旅遊異曲同工；而新港鄉的藝術聚落研究，期望與國際藝術交流，實踐「立足社區，放眼世界」願景，正巧與本研究的目標相同。

儘管「社區藝術旅遊」資訊貧乏，轉往「社區文化產業旅遊」尋覓。文化產業始於霍克海莫(Max Horkheimer)與阿多諾(Theodor W. Adorno)(1979)所提出的觀念，主要在於說明傳統之文化藝術轉為消費生產性商品的型式及其影響。目的是將藝術文化透過商品化的包裝與行銷，以創造文化的經濟效益(詹素娥，2013)。近二十年來，全球的文化產業急速增加，「文化」取代其他產業，成為高經濟價值的產

業，是個「好生意」(徐振興，2008)。茲蒐集相關資料陳述如下：

陳盈紊(2012)研究台中市新社區(原來的台中縣新社鄉)馬力浦社區發現：農村旅遊是整合在地農村資源與觀光遊憩活動的相互結合，其發展目標強調是一種享受在地資源並與當地居民產生互動。即是要了解當地資源與特色、環境改善和推動居民參與農村發展工作。將原有一級產業界由三級遊憩服務型態的導入，透過體驗農村生活型態、解說農產品生產的過程，品嚐農產品，使農村環境因具備遊憩功能，吸引遊客前往體驗與消費。

起初透過農村再生計劃的經費補助，利用花卉美化社區廊道；透過住家前方的小院子改造成每一家庭各具特色的小花園和信箱，以及在電線桿上掛上花布燈等建立自我社區的特色，吸引不少其他社區參觀訪問。而居民也逐漸對這些改變，增加對社區的認同感。社區內的組織知道歷史文化與特色資源的珍貴，而開始招募義工維護保存。

詹素娥(2013)採取質性研究之深度訪談、文獻分析法與次級資料分析法。以南投縣仁愛鄉清境社區為研究對象，分別對在地文化特色觀光產業推廣者、社區地方文化發展工作者、與政府公部門官員進行深度訪談，並將受訪資料進行分析。綜合上述，本研究所得之結論為：

(一)在地文化特色活動發掘可促進民眾意識認同，帶動地方經濟發展。

(二)在地文化特色活動透過商品設計行銷，可刺激地方產業交易。

(三)社區發展協會的互動關係與積極運作，對地方發展影響甚鉅。

(四)透過民間組織、政府公部門與學術團隊的合作，將在地文化特色活動從點、線擴充到面的延伸，可全面活化地方觀光產業。

簡素琴(2013)以質性研究南投縣仁愛鄉親愛村的社區文化觀光，發現：

- 一、香糯米是親愛村驕傲的農作物，以香糯米為主軸帶動其他產業的發展，可以相得益彰。可以建設香糯米園區、香糯米文化館，繼而導入其他當地的農產品，和原住民文化創意手工藝，依據歲時提供遊客在地、低碳、環保和深度的旅遊規劃，身心靈皆喜悅。
- 二、原住民特有的美好嗓音，擅長掌控音樂節奏，早已聞名全世界。偏鄉有高級的音樂人才，可惜的是原住民音樂缺少記錄，以致於日漸流失。音符在世界相通，如果透過弦樂團加強音感記錄，文化累積的速度就會加快。
- 三、社區的耆老經歷日據時代與國民政府時代，心中有許多故事要傳達與傳承。如何蒐集老人的智慧劃為特色，需要社區仔細思考。
- 四、部落的特色繁多對社區觀光發展是好事，但是也可能成為推展的困擾。除了大家開誠佈公以外，也需要找出一位或是一個團體，具有規劃長才，能夠整合各方意見、社區的優缺點；甚至能夠將缺點化為亮點，將差異變成資源，則對社區發展將更有前瞻性。

許華珊(2002) 以行動研究的方法，反思、修正、再參與的方式來循環進行竹山鎮富州里文化產業推動工作。

一、社區的鄉土教育雖不為社區文化產業帶來直接效益，但透過地區文教機構（學校），卻為社區文化紮根下功夫，建立文化產業的厚實基礎；鄉土教學，不應只是社造工作的「背書」，而應持續與社區的其他成員互動交流。

二、公司型的地方特色產業或傳統工藝產業，可以做社區型的文化產業的開端；原為私人所屬的青竹園區，透過建立合作社的形式，逐漸建立產業的公眾性格，但是仍然須要注意組織內的分工結構完整與否。

三、政府公共部門是否能輔導私人產業發展成地區性的文化產業，建立其中的協助辦法，尚有許多成長空間。

四、富州地區產業共同發展地方性文化產業的嘗試作法，便是在同質或異質業產業間，籌組一公共組織。目的為作為對公部門溝通的窗口，增加組織的公眾性格與尋求外援的管道。

親愛村與富州里都需要另外一位經紀人、發言人或是秘書處，為社區發聲尋求援助、統籌資源規劃與整合意見。

2.4.7 景點接駁公車

在本研究第卅四頁林芳廷(2014)對於雲林縣的藝文情況，運用SWOT分析出「二、劣勢(五)縣內交通不便，流入的觀光人口比較少。」本研究考慮以「景點接駁公車」代替。茲列舉三縣市的情況：

一、台中縣的烏大龍景點接駁公車

「烏大龍」景點接駁公車的「烏大龍」是指烏日、大肚、龍井等三個鄉鎮，在這三處巡迴遊覽。

(台中縣)縣府時代規劃烏大龍觀光列車，假日發車，民眾可暢遊烏日、大肚、龍井的人文、自然風情，搭乘費用從縣府自辦免費，到委託民間社團承辦後，考量經營時間延長，一趟收費二十元，倒也吸引民眾搭乘。去年底觀光列車方案結束後，有民眾疑惑是否續辦，因為外地遊客上網查資訊，都問不到答案，也讓規劃旅遊行程敗興，質疑縣市合併後，旅遊文化資源雖然更豐富多元(俞泊霖，2011年2月12日)。研究者在當時連續兩年帶領弱勢家庭分成數梯次陪伴搭乘，因為在起點就客滿，有時必須再等候半小時改搭下一班。經過的景點都是潛力深厚的勝地，沿途在車上的志工也導覽。一般提供搜尋的報導非常稀少，學術領域對於該公車的滿意度或是旅遊意象的研究遍尋未果。調閱觀賞從前自己的影片檔案，該公車從烏日鄉的啤酒

廠出發，經過烏日鄉的古厝聚奎居、在台中市接近大肚鄉的望高寮、龍井鄉的東海理想國藝術商圈、龍井鄉的火力發電廠、龍井鄉的麗水漁港、龍井鄉的立全社區(環保的模範)、龍井鄉的瑞井社區(懷舊的四口古井)、大肚鄉的礮溪書院和追分車站、大肚鄉的意得客奈米博物館和環保公園、大肚鄉的華山窯等至少十三處，中午在理想國藝術商圈自行出資吃午餐或是在龍井鄉的萬興宮饗用免費的平安餐。以兩枚銅板的價格，還提供免費的礦泉水，就可以遊賞一天，許多民眾躍躍欲試不足為奇，頻頻人群大爆滿。

台中縣市合併以後，對烏大龍公車鍾情的民眾憂慮會不會繼續行駛。升格為直轄市的台中市政府不負眾望，「觀光旅遊局旅遊行銷科科長曹忠猷說，觀光專車共規劃四個區七條路線，斥資約四百萬元，今年首度把烏大龍路線納入，即日起每週六、日行駛，活動時間至九月底，共聘請一百位來自勤益科大、靜宜大學、各地導覽協會人員隨車解說。只要集滿四條路線戳章，就可兌換紀念品，上車就送摸彩券，可抽新 iPad、iPhone4、相機等大獎。台中市高鐵文化觀光發展協會創會長張正興說，他四年前開始推動烏大龍觀光巴士，可惜去年合併後中斷，能夠再復駛，可活絡烏日、大肚、龍井十五處古蹟、景點觀光發展，

烏日啤酒觀光大街也會配合在假日規劃系列活動。」。(俞泊霖，2012年6月25日)。到了2014年，觀光旅遊局為推廣本市觀光旅遊景點及鼓勵民眾多使用大眾公車旅遊休憩習慣，特別辦理2014臺中觀光接駁車活動。以山海屯都四大地區規劃八條接駁車路線，安排於暑假期間七月五日至八月廿四日每週六、日，上午8:30至下午6:00，以六線大型巴士和兩線中型巴士，帶領遊客暢遊魅力時尚臺中(台中市政府，2014)。慶幸這項德政能夠延續，而且從七條增加到八條路線。

二、台中市「玩藝新台中」巴士

台中市不僅辦理「觀光接駁車」活動，更擴大辦理成「玩藝新台中」的文化專車：

台中市政府文化「文化專車」今年(2013年)已邁入第三年，今年度在台中聲五洲掌中劇團和颶風極限舞蹈團的旅行故事中生動展開序幕。專車路線從台中市四個文化中心出發，以台中市地方文化館、藝術亮點、古蹟歷史建築、藝術家工作室、工藝之家等為參訪點，帶領民眾體驗台中山、海、屯、城四區豐富有趣的藝文資源。除銀髮族以電話方式報名外，一般民眾上網報名後，為公平起見，主辦單位會在報名結束後，以電腦「亂數」方式抽出參加名額，葉局長呼籲民眾不必再苦守電腦前，

只要在報名開始後上網報名即可。

此外，葉局長指出，今年文化專車每一車次除以往的藝術DIY體驗外，還增加一場表演藝術體驗活動，DIY可能是木工或製作奶油酥餅，推行「使用者付費」原則，今年酌收一百元材料費。

文化專車活動從三月進行到十月，每週六發車，七、八月暑假期間加週日班次，今年共計卅四車次、1,360個名額，共分為兩梯次，第一梯次活動時間為三月卅日至七月十四日，第二梯次則從七月廿日進行至十月十二日，每週六、日（七、八月間）上午九點至下午五點，三月十八至廿日開放第一梯次網路與電話報名；七月八至十日開放第二梯次網路與電話報名（張喬安，2013年3月15日）。

結果，今年度的文化專車第一梯次4條路線，總計有2836人報名，抽籤錄取480個名額，三月卅日首部第一班車的38個幸運兒從臺中市大墩文化中心出發（台中市政府文化處，2013）。

從上述可知，舉辦的時期從「觀光接駁車」的暑假，延長到「文化專車」（以藝術為主）的三月至十月。兩者皆免費搭乘，後者在三年後加入一百元的DIY費用。

三、現階段雲林縣文化旅遊的情況

九十九年度舉辦「2010 悠遊雲林·旅遊導覽專車」親子之旅，自八月七日起至十二月五日止，逢週六、日出團，共有六條路線，計 36 梯次，每梯次 40 人，採通訊報名，每人限報名 1 次且擇 1 路線，並繳交保證金 100 元。旅遊導覽專車的路線是針對雲林地方特色所設計，同時為即將到來的 2013 年全國農業博覽會做準備，陪同全國民眾悠遊雲林縣各鄉鎮，深入各社區(雲林縣政府文化處公共關係科，2010)。

一百零一年度舉辦「社區深度文化之旅」，由九個社區共同策劃三條路線；一百零一年度十月份舉辦「藝彩雲遊：遊走雲林，帶你看見大放異彩的社區」，由文化處共同策劃 ABCD 四條路線。兩者參加費用都是三百元。到 2013 年十二月二十五日至 2014 年三月六日農業博覽會期間，卻只規劃三大主題、六條旅遊路線行程，除了農博園區主展場外，另外還有口湖、斗南副展場、農博百大亮點，希望每位朋友可以走進雲林每個鄉鎮、每個角落，來感受這片土地及人們的活力與熱情。誠摯歡迎各位旅行業者，參考這六條路線行程，安排一趟收穫滿滿的雲林農業之旅(雲林縣政府農業博覽會，2013)。所以在農業博覽會期間未舉辦社區旅遊活動，只是在網站公告推薦的行程。

暑假期間吸引遊客造訪雲林及促進消費意願，推出雲林縣消費優

惠「雲遊卡」專案，遊客持雲遊卡即可享有消費優惠。歡迎本縣店家踴躍加入，提供高度吸引力優惠方案。優惠店家可享有受邀發表記者會、本縣文化旅遊網、粉絲專頁、電子看板及雲遊卡文宣等行銷宣傳通路。店家如有意願加入，請填妥同意書後於104年六月十二日前傳真或e-mail至承辦人(雲林縣文化處，2015)。這是福利，名稱雲遊卡和優惠措施的確是創意，店家折價給消費者的費用由文化處協助廣告。美中不足的是限定暑假。

擷取別處的優點，才能夠達到事半功倍的效果。茲將上述比較如下：

表 2.1

三項觀光接駁公車或政策之比較

項目	烏大龍公車	玩藝新台中	雲林縣
時期	三月至十月的週休二日，半小時一班車	三月至十月的週休二日	曾經在四個月內的週休二日。在網站推薦行程配合節慶與定期舉辦。
費用	二十元	免費，後期加入DIY費用一百元。	九十九年度免費，後期是三百元。
優惠措施	無	無	雲遊卡限定暑假優惠。

資料來源：本研究整理

2.5 文獻探討之小結

本研究最初只知未受過專業藝術訓練的草根藝術家創作藝術品，以及雲林縣政府舉辦大型的草根藝術祭活動。接著設立研究場域與尋找文獻資料，赫然發現雲林縣的草根藝術以及社區藝術的資源浩大。無論是哪種藝術，都應該從民間草根藝術這母體中汲取養分和靈感，才能夠保持其生生不息的生命力(賀超，2002)。從草根藝術變成雅俗共賞，並且逐漸地溶進了時代，不斷創新，反映在新農民畫較為突出(張曉東，2012)。草根藝術市場的潛力很大，對於將來的經濟發展具有促進作用(李玉龍，2002)。草根性已經全球化(Appadurai，2000)，激起本研究呼籲政府與民間必須以宏觀甚至是國際觀的視野，發展草根藝術或是社區藝術。

根據本研究蒐集的訊息，雲林縣的社區藝術比較傳統。本研究剛開始為了如何欣賞藝術而苦惱，後來才了解藝術便是合適的觸媒，達到人與人之間的溝通，進而互相理解學習(徐承誼，2008)，進而發掘人文美學的奧秘。藝術家進駐社區，了解社區的人、文、地、產、景。藉由集體記憶是凝聚的策略(翁秀琪，2000)，產生地方認同感。要使社區的居民能為地方上關心，就是要凝聚地方的意識(王雅芳，2004)；要從事社區藝術，就必須勾起集體記憶，投射在吳文彥(2004)所列的圖畫、共同文化、歌曲和每日生活時尚的變遷等四方面。社區產業、

社區生態保育以及社會福祉的經營等也都可以藉助藝術家的眼光與技巧而有創新的做法(曾旭正, 2012), 肯定了雲林縣草根藝術祭的動機正確, 本研究的方向跟隨得不偏不倚; 而游宗新(2013) 探訪社區故事和「在地藝術文化」的課程, 與本研究不謀而合。然而, 雲林縣地方文化館雖然數量多, 缺乏專業管理(涂雅玲, 2008), 以 SWOT 分析本縣具備「經費不足、行銷狹隘、交通不便、偏鄉藝文刺激薄弱」等劣勢(林芳廷, 2014), 成為本研究的範疇。在民國九十九年雲林縣曾經實施免費的「景點接駁公車」, 在草根藝術祭時期卻只規劃路線而已。本研究希望這項德政能夠復興, 或者是由遊客部分負擔廿元, 也維持四年的光景(俞泊霖, 2012 年 6 月 25 日)。

社區藝術的功能「激發社區意識、反思社會問題、互動交流、豐富其文化生活、提高藝術文化欣賞的能力」被設定得非常周全(吳沛璇, 2008), 呈現出豐富的人文關懷, 概括了人與大自然的關係、人與社會的關係、人對價值世界的評價等三個層面(鄭美智, 2003), 擴張本研究對於人文美學的範圍。人文美學已經成為企業的存在方式與美學結構(王薇婷, 2010), 產生「美力」(吳翰中、吳琍璇, 2010), 爆發人文美學力量的經濟, 甚至變成國際競爭力(國科會, 2008), 拱起本研究社區的人文美學的層級。難怪建立社區美學方法論, 仍然回到「人」的本體上, 進而關懷生命的精神內涵(林書筠, 2004)。這種人文美學

可以故事的形式傳遞，因為它是真實的、是種承諾、可以被信賴的、含蓄的、能感動人心、訴諸感覺(Godin,2005)，晉級應用故事行銷仿效黃熾芬(2013) 具體整理出有效活絡在地產業與文化觀光的策略。社區總體營造下的文化產業，具有強烈的人文精神與地方色彩（文化環境工作室，1998），詹素娥(2013)研究南投縣仁愛鄉清境社區、許華珊(2002)研究南投縣竹山鎮富州里和簡素琴(2013) 研究南投縣仁愛鄉親愛村等，都是以文化產業為主體。澳洲政府於一九九四年的文化政策指出：「文化創造財富，對於經濟的成功具有舉足輕重的角色。」(DCA, 1994)以及「文化藝術產業」須被理解為「文化創意產業」的源頭，或最為重要的核心價值所在(文建會，2009)等，增強本研究提倡文化藝術產業的信心。

雲林縣擁有六大藝術村，從蕭麗虹(2002)的分類得知其在國際上的居於何種型態，張珮君(2005)中西比較、李俊賢(2003) 在南瀛總爺中心等顯示藝術村是藝術家落腳的趨勢，明明白白地了解雲林縣具備旺盛而且豐富的藝術資源，吸引藝術家進駐。六大藝術村就是品牌，以五種感官設計的觀光活動，消費者與品牌的關係就愈強烈（馬丁·林斯壯，2005）（蘇鴻昌、黃文宗，2013），產生特別的認知或想像，成為旅遊地品牌(陳韻珍，2011)。

廖如玉(2002)從問卷調查結果居民不瞭解社區營造，生活環境博

博物館正巧滿足居民的需要，也切合本研究擬定的策略。它激起居民對自己環境、文化的興趣及對社區的認同，使居民密切配合參與博物館或社區未來的發展（陳怡君，2009）。張立伶(1999)提出人文特色空間等四種要素，支持本研究將藝術社區成立生活環境博物館的條件；考究出「社區生活環境博物館」的由來(張立伶，1997)，條件更顯得充分。以空間離散化的模式經營：衛星館猶如總館的接聽站(listening points)，以「居民委員會」的組織體制，使經營結構從傳統的金字塔形轉變為扁平的型式，讓居民與專業者形成工作夥伴關係(張譽騰，2003)。與居民合一操作生態博物館，成為另一種地方發展的新途徑，活化社區營造的過程，促進地方文化與產業的再發展(李怡燁，2001；邱世昌，2011)(劉采婷，2014)。這項說明顯示生活環境博物館為社區總體營造加持與升級。藝術村或是虎尾鎮四處的彩繪社區可以轉型為生活博物館。

社區不能故步自封、孤芳自賞，它包含林林總總的藝術與人文資源，可以成為「社區取向的教育」單位、校外教學的優良場所與旅遊勝地。使學校與社區人士共同經營社區中的學習環境，使文化植基於生活當中，促進社區文化的保存與發展(陳浙雲、余安邦，2003)；鼓勵歸屬地方的情感和關懷世界的胸襟(Blandy&Hoffman, 1993)，與草根藝術全球化的視野與度量相同。學校教育需要社區支援，社區顯現高

價值，居民產生高度的成就感，會更積極保留與維護傳統文化，形成良性的循環。

社區要發展觀光(或是旅遊)，也必須面臨社區組織間不斷地整合，利益如何共享，社區人力、自然和資源該如何永續發展的挑戰(謝婷慧，同上)，這種圓融的管理正是社區人文美學的精髓。藝術在社區的變遷與發展值得關注，但是國內相關研究至今仍相當缺乏(余翎瑄，2009)。藝術是文化資源，也是經濟資源，而藝術更是觀光業的資產，亦能賺取外匯(詹雅瑜、蔡進發、董育任、黃宗成，2002)。上述兩項彰顯本研究社區藝術與人文崇高的價值。

徐家瑋(2011)試圖將整個新港鄉的藝術村聚落，與國際藝術交流連結，實踐「立足社區，放眼世界」願景；高雄市河堤社區設定「藝術社區國際化」的遠程目標(張旭福、唐士祥，2008)；夢想社區文教發展基金會邀請國外的社區團體和藝術家共同參與，把社區登上國際舞台(談繼威，2007)；楊熾明教授籌組了鄉韻音樂劇團，將客家的民間音樂藝術化、鄉土音樂國際化(賴蕙嘉，2014)，對於本研究第四章開頭詔安客生活圈的港尾與來惠社區是一種啟示等四項，和本研究的社區藝術國際觀和草根藝術國際化的理念相同。

第三章 研究設計

3.1 研究範圍

本研究根據「草根藝術祭」地圖的摺頁查閱參與創作的社區、「莎到雲林藝起玩」的旅遊摺頁與參考網路分享的網頁，擬出十七個社區(圖 3.1)。這些地方鄰近研究者的居住地，規劃時程(表 3.1)決定展開研究行動。



圖 3.1 社區藝術與人文美學訪問的場域圖：圓圈是環保三處社區。

資料來源：法務部行政執行署嘉義分署。

原來的圖片只有顯示鄉鎮市，社區位置乃筆者標示。

表 3.1

十七個藝術社區訪談對象與時間表

項次	訪問日期	訪問時間	對象	年齡	代號	地點或方式
1	1030727	80 分鐘	劉厝社區發展協會 蔡碧聰理事長	60	A1	活動中心
2	1040212	5 分鐘	(同上)蔡碧聰理事長	60	A2	記者會
3	1040213	12 分鐘	(同上)蔡碧聰理事長	60	A3	電話錄音
4	1030727	70 分鐘	劉厝社區發展協會 吳政直總幹事	62	B1	活動中心
5	1040212	10 分鐘	(同上)吳政直總幹事	62	B2	好事館
6	1040211	30 分鐘	參觀過釘畫、飼養業工會 職員、住虎尾鎮的徐小姐	58	C	釘畫巷弄
7	1040212	5 分鐘	北港鎮鎮長張勝智先生	40	D	記者會
8	1040212	5 分鐘	北港春生活館吳經理	23	E	記者會
9	1040212	15 分鐘	劉厝社區發展協會 蔡清巢理事	73	F	好事館
10	1040212	15 分鐘	參觀過釘畫、房仲業務員 住崙背鄉的廖小姐	50	G	好事館
11	1040209	15 分鐘	劉厝社區發展協會 吳文鎮理事	53	H	活動中心
12	1040212	15 分鐘	釘畫達人住在九份的 胡達華先生	77	I	電話錄音
13	1040213	30 分鐘	北港鎮公所農業科 張再基科長	60	J	北港鎮公所
14	1040213	90 分鐘	文化處藝文表演科 白麗玲科員	52	K	文化處
15	1040209	15 分鐘	參觀過釘畫、自耕農 住虎尾鎮的姜先生	52	L	釘畫巷弄
16	1040213	15 分鐘	參觀過釘畫、文化工作者 南投市的翟小姐	53	M	釘畫巷弄
17	1030913	45 分鐘	三結社區發展協會 徐萬成理事長	60	N	稻香園的 樹下

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 3.1

十七個藝術社區訪談對象與時間表(續)

項次	訪問日期	訪問時間	對象	年齡	代號	地點或方式
18	1030831	90 分鐘	新吉社區發展協會 林春賓總幹事	46	P	鴨母寮
19	1030726	40 分鐘	北溪發展協會江炳辛會長	42	Q1	活動中心
20	1040209	10 分鐘	北溪發展協會江炳辛會長	42	Q2	理事長自宅
21	1030804	50 分鐘	頂溪社區發展協會 蘇坤福理事長	63	R	貓公園的 屋簷下
22	1030730	30 分鐘	堀頭社區發展協會 李萬壽理事長	62	S	理事長自 宅
23	1030802	110 分鐘	埤內社區發展協會 許秀琴理事長	56	T	活動中心
24	1030803	105 分鐘	台西鄉台西藝術協會 丁仁桐理事長	45	U	文物館前 埤的樹下
25	1030804	120 分 鐘	林北社區雲林縣社區產 業文化協會黃秀雲理事 長	50	V	林北卡好 生活館
26	1030819	70 分鐘	水林鄉鄉公所主任秘書 李明岳先生	42	W	鄉公所之 秘書室
27	1030824	50 分鐘	港尾社區發展協會 廖仙員理事長	65	X	地岐公祠 的樹下
28	1030824	80 分鐘	楊厝社區發展協會 吳麗玲理事長	52	Y	理事長自 宅
29	1030914	60 分鐘	來惠社區發展協會 賴十全總幹事	62	Z	總幹事自 宅
30	1030914	15 分鐘	石龜社區發展協會 謝福地理事長	46	甲	理事長自 宅
31	1030928	40 分鐘	埤麻社區發展協會 沈朝華理事長	72	乙	理事長自 宅
32	1030928	50 分鐘	小東社區發展協會 前理事長張長國先生	60	丙	前理事長 自宅

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 3.1

十七個藝術社區訪談對象與時間表(續)

項次	訪問日期	訪問時間	對象	年齡	代號	地點或方式
33	1031010	50 分鐘	台南市後壁區優雅農夫藝術工廠負責人陳昱良先生	34	丁	優雅農夫藝術工廠
34	1040209	16 分鐘	參觀過頂溪社區的虎尾鎮姜先生	42	戊	頂溪社區貓公園
35	1040209	10 分鐘	參觀過虎尾鎮四處社區的徐小姐	60	己	頂溪社區貓公園
36	1040213	15 分鐘	參觀過頂溪社區的南投市翟小姐	50	庚	頂溪社區貓公園
37	1040211	20 分鐘	虎尾社區營造中心廖坤猛專員	50	壬	社造中心
38	1040321	40 分鐘	頂菜園社區發展協會陳明惠理事長	60	癸	頂菜園鄉土館

資料來源：本研究整理

訪談對象分成四類：專家(胡達華先生和頂菜園陳明芳理事長等二人)、社區發展協會的幹部(廿人)、公部門(四人)、參觀民眾(七人，於該社區隨機抽樣)、策略聯盟業者(一人)，共卅四人(卅八項次)。

研究劉厝社區的釘畫是從 103 年七月廿七日開始。因為它是一種環保藝術，筆者又前往雲林縣三結社區訪察稻草藝術，以及雲林縣新吉社區探索紙漿藝術，三者都是環保藝術，所以中途停頓。直到逼近春節，劉厝社區將盛大舉辦活動，才回歸關注。

訪談時經過對方同意而錄影，留下受訪者的聲音與表情，真實呈現而紀錄成文字。因為距離遙遠或是已經晤面過突發奇想迫切需要了解的問題，採用電話訪談，並且運用數位錄音設備錄下雙方講的內容，但是它只有十四分鐘的容量。只好再以攝影機錄下，變成數位化存檔。

3.2 研究方法

3.2.1 文獻分析法

文獻分析法，是尋求研究問題的歷史資料、檢視歷史紀錄並且客觀地分析、評鑑這些資料的研究方法，由於常常需要大量的歷史資料與文獻，因此也可以稱為歷史文獻法。當研究者對歷史資料進行蒐集、檢驗與分析後，便可以從了解、重建過去所獲致的結論中，解釋社會現象的現況，甚至預測將來之發展（葉至誠，2000）。文獻研究乃是對某一問題自過去的有關研究中調查其文獻，並加以分析而形成一研究之內容。文獻研究乃是研究工作的最普通方法，也是一切研究工作所必須經過的步驟（王錦堂，1993）。筆者蒐集十七個藝術社區的歷史、產業、從事藝術過程的書籍與網頁，以及環保藝術、藝術社會學、旅遊社會學與社區取向的藝術教育等的學術論文、期刊，融會貫通和分析以後妥善地運用。

3.2.2 深度訪談法

深度訪談是透過面對面的交談對話，以蒐集受訪者對於特定問題與現象的看法或意見，並經由開放式問題詢問受訪者，傾聽並紀錄他們的回答與見解，並就其所回答的內容，繼續追問其他相關的問題(李廣榮，2010)。深度訪談屬於質化研究的一種，其特質是因應每一個受訪者的特性，發展適合他或她的面談方式，所以每一次訪談都是特殊的。質化研究的分析相當強調研究者的獨創性、敏銳性、和在訪問過程中的高度參與度(范麗娟，1994)。筆者針對受訪者的角色與研究的構面，擬定大綱與五到廿個問題(附錄一)，進行半結構式訪談，訪問十五到九十分鐘，加深加廣地了解環保藝術的原由、製作的艱辛過程以及社區文創旅遊的方向。

3.3.3 敘事探究法

質性研究的敘事探究法(narrative inquiry)在許多論文翻譯稱為「敘事『研』究法」，是藉由故事描述人類的經驗和行動的研究方式(Polkinghorne, 1995)。敘事探究是了解經驗的方式，是研究者與參與者在與環境的互動中所建立；亦是個人的，也是社會的(蔡敏玲、余曉雯譯，2003)。Coles(1989)認為故事有助於解釋和詮釋現象，透過敘事可得知人們如何理解其面對的事件和經驗。此面向適用於了解人們

的生活方式、與他人產生的關聯或是背後的結構和意義等

(Mishler, 1986 ; Richardson, 1995)。

余德章、林文綺、王介丘(2000)指出，人工智慧家尚克(Roger. C. Shank)在 Tell Me A Story 一書中曾說明人的記憶儲藏著數千腳本 (Script)，這些腳本是我們應付生活事件的經驗所累積智慧。在現實生活中，依據環境狀況，取出適切的腳本應對；若我們將其組合敘述，則成為故事。採訪的過程中，受訪者不厭其煩、一瀉千里地將營造社區藝術的來龍去脈與經歷，訴說得一清二楚，點滴在心頭。這些情感與過程，就是腳本。尚克亦認為使用腳本是一種人類解決日常生活問題的智慧，使用腳本減低了思考負荷；使用正確腳本則降低風險，提高對情境的適應力。

要瞭解人們內在世界最為清晰的管道，則是透過敘說者對生活和所經驗過的現實進行口語描述和故事敘說，敘事使我們了解人們的身分認定與人格。人類天生就是說故事的高手，人們在說故事當中賦與生命的經驗意義。透過研究訪談所蒐集到的自我敘事，可用來瞭解個人身分認定是如何被建構出來的，亦得窺見敘說者所處文化和社會世界之堂奧 (Lieblich , Tuval-Mashiach & Zilber, 2008) 。敘事本身是一種社會建構，資料的蒐集是以一種故事的方式被蒐集，像是訪談中的生命故事，文本包含著聽者和說者及其所處的社會文化脈絡關係。

研究者以客觀的經驗收集到一些經驗、蒐集實際發生過的故事，在故事中將過詮釋之後得到一種頓悟經驗，並且尋找解釋故事的意義。尤其是從1920年代開始，以生命故事做為一個研究技巧（由芝加哥學派所發展而成的）就廣受歡迎，後來因為統計學與個案研究之間的爭論變得越來越激烈而飽受批評，但是從1980年代晚期以來，研究者使用傳記方法與生命故事的頻率似乎已經逐漸的增加(Lichtman, 2010)(張淑芬，2014)。

所以，在本研究第四章社區營造的過程、藝術作品、人文美學等，將保留原來的對話內容；這些敘述就是腳本，包含相同真諦的故事。有些學者認為應該放置於附錄，但是若與本研究針對故事腳本的說明分開，不能夠銜接。兩者並列，才能夠真實的傳達社區藝術的精華與人文美學的智慧，並且對它分析。

3.3 資料整理與分析

3.3.1 文本分析

Zikmund(1994)認為開放性問題的資料整理與分析之重點，在於將多數個人的意見及反應，予以歸納整理到一般性統稱的類別中。因此所得訪談資料，根據研究目的，先彙整歸納後，再訂定相關研究的主題，然後針對內容和類別解釋，最後呈現研究結果(蘇怡如，2008)。

潘淑滿(2003)認為研究者利用收集到的資料，經由分析發展出具體的概念，再進行對照、比較、歸納，提取出一個主軸概念，此概念化的過程即為資料分析的過程。研究者依據教授指導及研究資料，將訪談與觀察所得資料，根據研究目的，先彙整分類後，再擬定主題繼而研究內容和對各類別分析解釋，最後呈現研究結果（吳家琪，2011）。

以半結構式訪談以後，從錄影機將所得的資料記錄成逐字稿，再把說話的訊息分類和分解，並且標示經歷時間的位置，以便日後搜尋，成為暫存文本。例如：表一裡面的代號 A 是蔡理事長，她的第一次訪談的第二類主題、第三項、第一個影片檔案講解完畢，就表示成 A1-2-3-1-3min45sec。

在暫存文本中，為了保留真實與感性，保留許多敘事探究的自述內容。敘事探究文本如何閱讀、詮釋和分析，Lieblich 等人（2008）提出了一個用分類及組織的敘事分析的模式，他們提出兩個獨立的向度，分別是一、整體(holistic)對類別(categorical)，以及二、內容(contene)對行式(form)。這兩個向度是交錯，包括四格方格的矩陣，反應閱讀敘事的四個模式。

整體－內容	整體－形式
類別－內容	類別－形式

（張淑芬，同上）

本研究若採取上述的分析方式，將太冗長而且模糊焦點。現任台北市立教育大學幼兒教育學系黃意舒教授（2004）在當時認為：「紀錄的文件若不經思考、『摘要、歸類、核計』等，恐怕不能看出被觀察者的行為意義。將行為的意義『摘要』出來，便是『分析』。」（林一鳳，2003：83）」；現任高雄師範大學教育系劉世閔副教授（2001）也在當時的期刊載明：「畫邏輯圖表（Logic Diagrams）是資料分析時即重要的手續，是以一種視覺方式呈現研究者以典範特質分析思考範疇及範疇之間邏輯關係演進的圖表。所以，本研究針對敘事探究的自述內容，將以摘要、歸類、核計、列表等方式分析。」

3.3.2 SWOT 分析法與 TOWS 矩陣分析法

SWOT 策略分析理論源自於策略管理，主要在於協助有效的策略選擇、發展能力、解釋環境，以集中主體之資源，藉由評估的結果，達成既定之目標。SWOT 分別為Strengths（優勢）、Weaknesses（劣勢）、Opportunities（機會）與Threats（威脅），這些都是為發展策略需要加以分析的策略元素。這些策略元素是來自對內外部環境所能夠獲得的資料，並且加以整理和分析（榮泰生，1997）。

再透過SWOT分析，列出產業發展的策略配對，可得到四種TOWS策略型態分析（Wehrich, 1982）：

- 一、 結合優勢與機會之策略 (SO策略)，即「Maxi-Maxi」原則。
- 二、 改善弱勢掌握機會之策略 (WO策略)，即「Mini-Maxi」原則。
- 三、 發揮優勢避免威脅之策略 (ST 策略)，即「Maxi-Mini」原則。
- 四、 改善弱勢避免威脅之策略 (WT策略)，即「Mini-Mini」原則。

茲將TOWS矩陣列表，如表3.2所示，使讀者快速理解，並且提供執行者執行之決策參考。

表 3.2

TOWS 矩陣分析表

外部因素/內部因素	列出內部強勢(S)	列出內部弱勢(W)
列出外部機會 (O)	SO:Maxi-Maxi 策略	WO:Mini-Maxi 策略
列出外部威脅 (T)	ST:Maxi-Mini 策略	WT:Mini-Mini 策略

資料來源：本研究根據(Wehrich, 1982)整理

利用 SWOT 分析架構，將企業之 S、W、O、T 四項因素進行配對，

可得到 2x2 項策略型態，茲說明如下：

1. 投入資源加強優勢能力、爭取機會 (SO:Maxi-Maxi)策略：此種策略是最佳策略，企業內外環境能密切配合，企業能充分利用優勢資源，取得利潤並擴充發展。
2. 投入資源加強優勢能力、減低威脅 (ST:Maxi-Mini)策略：此種策略是在企業面對威脅時，利用本身的強勢來克服威脅。
3. 投入資源改善弱勢能力、爭取機會 (WO:Mini-Maxi)策略：此種策略是在企業利用外部機會，來克服本身的弱勢。
4. 投入資源改善弱勢能力、減低威脅 (WT:Mini-Mini)策略：此種策略是企業必須改善弱勢以降低威脅，此種策略常是企業面臨困境時所使用，例如必須進行合併或縮減規模等(陳映君，2009)。

Weihrich(1999)亦指出使用策略管理概念的 TOWS 矩陣可發展適用於全球競爭市場的國家生存策略，TOWS 矩陣常結合腦力激盪或跨衝擊分析以導出競爭優勢(Proctor and Ruocco, 1992;Proctor, 2000)。Proctor(1997)指出在企業既存之優勢與劣勢及市場現有之機會與威脅下，策略形成本身需要較詳盡的方法，SWOT 分析是確認最適合組織

經營策略的一種設計技術，TOWS 矩陣則展現連結優勢、劣勢、機會、威脅以確立策略形成架構的機制，兩者可並用且相輔相成。發展 TOWS 矩陣的最困難部分在於需有良好的判斷力，而且很難有所謂最佳的組合(黃營杉，1999)。

在第四章的討論事項中，將依照雲林縣社區營造、社區藝術與人文美學本身的優勢和劣勢，以及面臨的機會與威脅，提出 SWOT 分析和 TOWS 矩陣分析，顯示突破的、改善的與精進的策略，擬定最佳的組合。

3.4 信度與效度

高敬文(1999)的信度乃指研究者在研究過程中，針對研究者的角色、研究對象的選擇、情境分析、確認概念與研究前提、資料之蒐集與分析等細節，審慎地規劃並且執行，以提高研究的信度。吳芝儒、李鳳儒(1995)認為質化研究的信度與效度大部分取決於研究者的方法論技巧、敏感度與誠實；有系統且嚴謹地觀察、有技巧地訪談、深度的內容分析。基於三角檢定的原理，採用問卷、觀察、錄影、訪談、相關文件資料等多種不同方法蒐集多方面的資料，藉由多元管道得來的資料，降低研究者的偏見，提高研究的信度、效度(王文科，1997)。

本研究在八十六個社區營造成功的社區(蔡維斌，2014年11月16日)中，立意取樣十七個藝術與人文資源豐富的社區，以提高其信度。

訪問的對象共卅四人中，專家二人、社區發展協會的幹部廿人、公部門四人等計廿六人，進行關鍵人物訪談(田智娟，2011)，具備專家效度。與受訪者建立良好的關係，受訪者皆能夠侃侃而談，在卅八項次的訪談場合裡面，有十三次長達五十分鐘。受訪者闡述內心想法，便於蒐集真實的研究資料，以提高研究的效度。



第四章 研究結果與討論

4.1 研究結果

本研究結果從社區藝術的作品、社區藝術的系列、人文美學與社區旅遊等四方面陳述。

介紹社區藝術作品僅從訪談社區的訊息擷取製作的緣由與方法，以及凡人從美學理論欣賞的方式加以詮釋。呈現的方式是以「文化生活圈」為範圍，對於每一處社區的作品僅挑選特色再加以敘述。

以下的三方面則依據 3.3.1 Zikmund(1994)和潘淑滿(2003) 文本分析的方法，其中敘事探究的述說內容以黃意舒教授(2004)的摘要、劉世閔副教授(2001) 畫邏輯圖表等的方法，綜合、比較、歸納和分析，最後提出概念。

社區藝術的系列是在介紹與詮釋各社區的藝術作品完畢以後，從類似的作品種類與緣由，歸納統整出幾款系列。人文美學則從訪談各社區的訊息中，選擇社區營造的歷程，與製作草根藝術的甘苦經驗，並且分類與綜合分析。社區旅遊從訪談各社區的訊息中，就現階段的情況分類與綜合分析。

最後再做整體十七處社區 SWOT 分析、繪製 TOWS 矩陣，擬出推展社區藝術與人文旅遊的策略。

茲將本章的結構繪圖於下一頁，引導章節的脈絡。

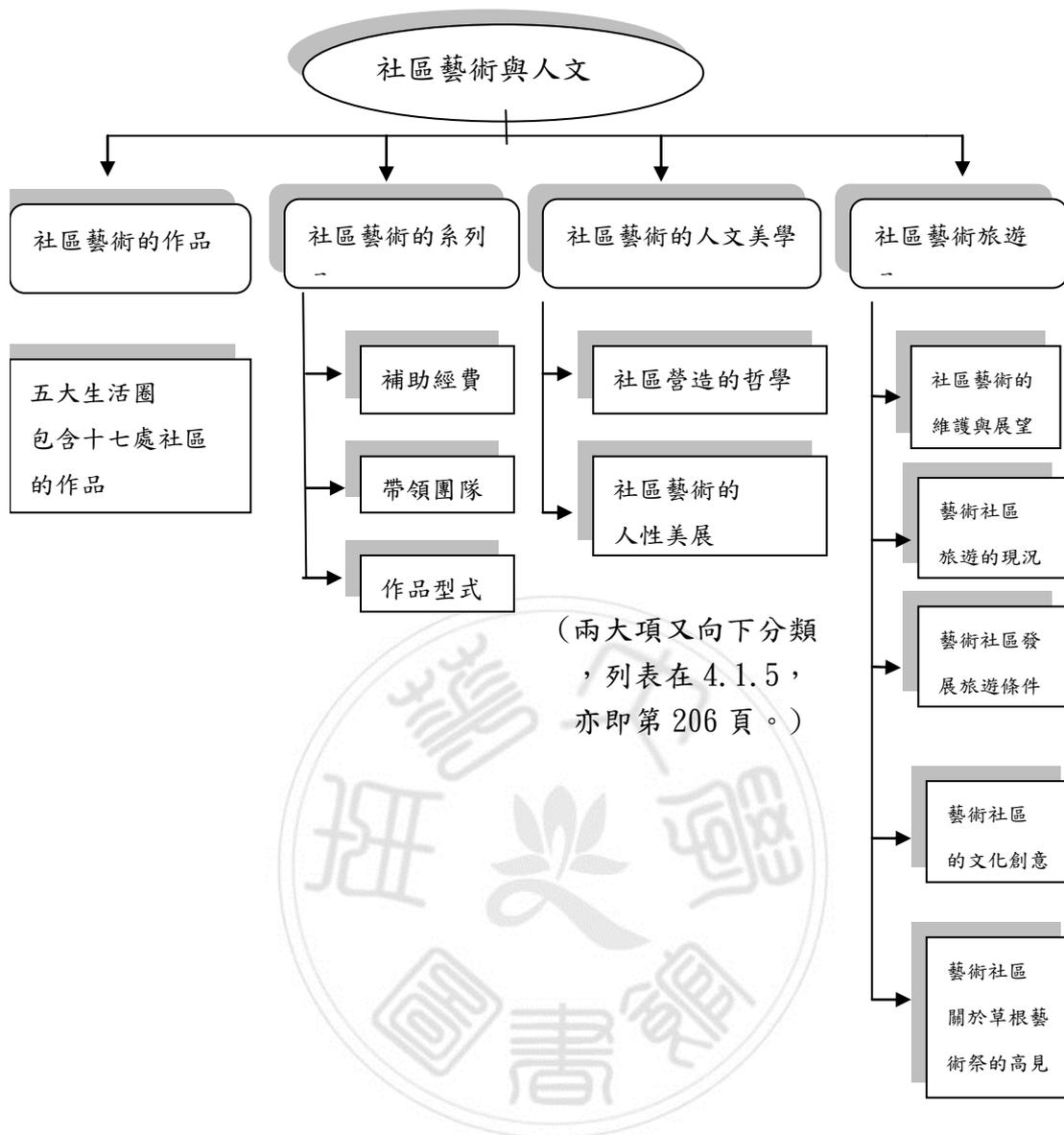


圖 4.1 「社區藝術與人文」研究結果的「階層圖」

資料來源：本研究整理

4.1.1 社區藝術的作品

雲林縣政府文化處於民國九十八年規劃出以地理環境資源類型的「丘陵文化生活圈」、「濁水溪文化生活圈」、「海岸文化生活圈」、「北

港溪文化生活圈」、「平原文化生活圈」，及以族群為主的「詔安客文化生活圈」。「文化生活圈」主要是公私協力的合作力量，進行在地文化生活的整體營造，提升與強化人們生活中的文化面向，進而主動充實文化機能，打造出在地特色之文化生活圈（註 4.1）。

茲將五大文化生活圈(屏除非相關的濁水溪生活圈)與本研究相對應的社區列表如下：

表 4.1

雲林縣五大生活圈與社區的隸屬關係

文化生活圈	社區
丘陵文化生活圈	林北社區
海岸文化生活圈	新吉社區、楊厝社區、成龍社區、台西鄉藝術協會
詔安客文化生活圈	來惠、港尾等社區
平原文化生活圈	北溪、頂溪 埕內、堀頭等社區
北港溪文化生活圈	劉厝、蔦松、三結、、埤麻、小東、石龜等社區

資料來源：本研究整理

註 4.1：雲林縣政府文化處於 2010 年 2 月發行之「海岸尋寶」摺頁。

一、 丘陵文化生活圈：僅林北社區

(一)林北社區彩繪的緣由

林北社區大部分的年輕人都到外地工作，留下老幼婦孺，對他們疏於照顧。如果環境也變得黯淡，生命將呈現灰色。雖然牆是灰色的，但是也可以塗上顏色。居民會想：「習慣了六、七十年的環境，怎麼會變成這樣(多采多姿)?」人生也可以塗上顏色，老人開心，全社區放心，因為色彩能夠使人樂觀一點兒。改變六十年來的光景，增添亮麗的色彩使老年人耳目一新，對於人生與社區充滿希望。社區彩繪能夠使居民理解：生命不只這樣而已。只要肯變化、願意學習，就能夠擁有亮麗的人生。人有無限的可能(潛能)，再想一下可以更好。

社區彩繪者都要與黃小姐組織的雲林縣社區產業文化協會洽談與尋求協助。彩繪工程是縣政府發包，請一個公關公司籌劃，公關公司再找畫家進駐，林北社區不能決定繪畫原料。若顏料龜裂，林北社區沒條件修復，順其自然。

(二)林北社區彩繪的作品

昔日居民鄭氏父子欲將先民的故事繪製於涵洞牆面上，但是兩人相繼辭世，留下一片令人遺憾的輪廓線。為了延續原創者的

美意，藝術家吳仲宗帶領居民將社區欣欣向榮、心手相連的意境，烙印在涵洞內，完成一幅安居樂業的社區形象壁畫。另外，香港的年輕創作者 Sinic、Colasa 也發揮了他們的壁畫專長和構圖上的創意，將農家的日常生活留在社區的各個角落，生動的互動壁畫令人會心一笑(註 4.2)。

1. 涵洞的歷史畫卷與心手相連

文化涵洞為社區的藝文發表的空間，涵洞內能看見早期的防洪工具「籠仔蒿」，社區將這項失傳的技藝呈現於此，是為了期盼能夠永續傳承(劉銓芝，2014，頁 59)。

本社區彩繪藝術家分三次進駐，其中一次是三芝的吳仲宗老師。吳先生自闢工作室，黃理事長提供腳踏車，建議吳先生找社區的阿嬤決定惠畫的主題。吳先生住了五天自由地想像，在橋的下方畫一幅「心手相連，護林北。」就請大家的手沾上色彩拓印，排列成為「心」形(附錄二：圖 4.2)。

2. 互動式壁畫

透過社區彩繪，主題很單純是兒童的傳統遊戲，例如：爬樹，阿嬤看了回憶起童年往事產生共鳴就很喜悅，兒童也見識

註 4.2：雲林縣政府文化處、計劃處發行 2013 雲林農業博覽會草根藝術祭摺頁內頁的「林內鄉林北社區」。

阿公阿嬤當時的趣味。彩繪的其中一幅是「半立體」，畫中的阿伯騎一輛腳踏車，黃理事長在阿伯的身體旁邊放一輛真的腳踏車（附錄二：圖 4.3）。

五十多歲的男士被邀請當模特兒很開心，畫完以後，別人以為他被黏在牆壁上，腳踏車又是真的；老人家因此被嚇著了。社區彩繪太真實了，有人去把它的臉塗掉、塗成花臉。
(V-2-14-3-11min10sec)。

畫家 Sinic 技巧太精湛極逼真，引起驚嚇的副作用。

二、海岸文化生活圈

(一) 麥寮鄉新吉社區的紙漿藝術

1. 新吉社區紙漿藝術的緣由

新吉社區達人-林錦山老師秉持著豐富的美學素養，近兩年來為響應環保與節能，林老師投入時間與精神，研究紙漿的藝術創作。社區發展協會擬借重林老師之長才，於農村再生計畫時程內，將新吉社區發展成一個以紙漿藝術為主的藝術村，提升社區居民的生活品質，並且藉此吸引外來之遊客，帶動社區

之發展，也為下一代建立起一個環保節能的新生活模式(新吉社區發展協會，2014，頁29-30)。

2.新吉社區紙漿藝術的作品

新吉過去盛行養豬，資源回收再利用的本事相當拿手，居民結合紙漿技藝，轉變為生活美學。竹仔腳「弄孫園(附錄二：圖 4.4)」趣味十足，竹管厝、古亭畚、豬仔意象的座椅，既古意又古錐。在紙漿藝術達人的帶領下，動手回復富涵人文意象的藝術空間，妝點社區主軸的感謝牌、三隻小豬桌椅、白色圍籬笆甚至大型古亭畚，都是早期農村建築會用到回收廢紙，處處充滿藝術與驚奇的新吉隨時歡迎你的造訪(劉銓芝，2013a)。

左岸公園(附錄二：圖 4.5)也是突發奇想的結果。當時施工以前也思考很久：在圳邊、溝邊，人家左岸咖啡以前著名，像在萊茵河畔，不管泡不泡咖啡、喝咖啡，在岸邊閒逛、聊天，(筆者表示：也許未來設立咖啡店)才發覺這個名稱的趣味。在那裡呈現紙漿的造景，再搭配新吉碼頭的意象。

(P-2-9-14min35sec)。

3.新吉社區紙漿藝術的小結

新「吉」社區以廢棄物結「合」的「集合」藝術(assemblage arts)，創造居民休憩的空間，塑造社區清「新」高「級」的形象；以傳統養豬產業搭配童話故事、以水圳邊牽引外國左岸公園的浪漫聯想，發展紙漿藝術得宜。

(二) 麥寮鄉楊厝社區的彩繪羊、大理石馬賽克拼貼與歌謠和圓彩繪

1. 楊厝社區的彩繪羊

(1) 楊厝社區彩繪羊的緣由

曾獲台北美術獎首獎的藝術家任大賢，計劃執行前期參訪楊厝社區，了解地名由來是因先民在此放牧羊群而得名，遂以「羊」做為社區吉祥物的觀念，再現羊隻群聚的意象。作品「麥寮羊」數量總計四十隻，藝術家帶領居民結合環保和創意改造麥寮羊，為期一個月的工作坊，從校園起跑，而後推廣到社區。男女老幼聚集在楊厝分班的草地上，繪製出一件件獨一無二的作品，創作過程同心同樂，一起打造幸福家園(註 4.3)。

本社區與承辦農博亮點的李先生互動頻繁，所以成為百大量點之一。企劃是由台北的力譔堂行銷公司得標，結合藝術家製作

註 4.3：雲林縣政府文化處、計劃處發行 2013 雲林農業博覽會草根藝術祭摺頁內頁的「麥寮鄉楊厝社區」。

，也挑選幾個點，例如：頂溪社區「屋頂上的貓」。每個點聘請不同的藝術家

(2)楊厝社區彩繪羊的歷程

以前出來彩繪牆壁者，都分配一隻。彩繪麥寮羊(附錄二：圖 4.6)的外形有三種，大部分由楊厝分班的老師和學生隨性上色。圍牆的厚度要足夠，才能夠釘上四支「壁虎(鉚釘)」。四十隻的著落點與負責人，繪製成為分布圖。大家在麥寮國小楊厝分班齊聚一堂彩繪一個月才完成。當全部完成時，放置在一起拍照，顯得十分壯觀。

2. 楊厝社區的大理石馬賽克拼貼

「十二生肖」是用廢棄的大理石拼貼出來的(附錄二：圖 4.7)。(筆者表示：大理石比較重。)對，做很久耶！大理石的色澤也不多，能夠拼成這樣盡力了啦！(Y-2-2-1-08min20sec)

由上述可知 大理石比較重，顏色的種類很少。把它回收再拼貼成十二生肖的圖案，煞費苦心。這是全國獨一無二的創意，也是環保藝術。

3.楊厝社區的歌謠彩繪與圓彩繪

(1) 楊厝社區的歌謠彩繪

永安宮出來的那一片牆，有「十二生肖」和「阿嬤的童謠」彩繪(附錄二：圖 4.8)。長輩唱的童謠，把聲音紀錄成為文字，畫在牆壁上。這也是文建會的案子。加上歌謠，就具備故事性。(總幹事表示：看得懂五線譜，就會唱那一首歌。)(筆者表示：在牆上還畫五線譜喔!)真的可以欣賞歌曲的意境哪!(Y-2-2-1-08min20sec)

彩繪只是其中一首，描述兄妹相親相愛的感情。楊理事長也遞送一片 CD，專輯名稱是「阿嬤的歌謠」。居民在家或是車上聆聽，行于在巷弄，注視壁畫上的文字與樂譜，集體意識自然傾瀉而出。

(2) 楊厝社區彩繪的圓系列

本研究訪談吳理事長完畢，她帶領一行人參觀社區。社區彩繪幾乎填滿了生活空間。瞥見傳統的昆蟲、風箏、花卉、水果等樣式稀鬆平常，接近楊厝分班時，她特別講解這些圓系列的彩繪(附錄二：圖 4.9)是用來教導小朋友數學關於圓的觀念與藝術關於圓的造型。在資源匱乏的地區，社區彩繪竟然也可以應用於教學，的確物盡其用。

(三)口湖鄉成龍社區的優雅農夫藝術與國際溼地藝術

成龍村是地層下陷區域，沿海農耕地在 1986 年八月遭受韋恩颱風侵襲，1996 年又遭賀伯颱風肆虐，廿年來長期積水無法耕種。國際藝術家及本地居民，將成龍溼地打造為環境藝術的生態樂園(劉銓芝，2013)。

訪問的對象本來是成龍社區發展協會理事長，因為郭明源先生才剛上任對於業務很陌生，不方便採訪。研究者轉向在成龍社區協助環境教育與舉辦國際溼地藝術季多年的觀樹基金會執行長，可是籌辦的活動密集，必須到十月才行。研究者再往台南市，請求實際從事彩繪的優雅農夫藝術工廠提供訊息。

1. 成龍社區彩繪營造的緣由

成龍社區空間藝術改造計劃是在 2011 和 2012 年。當時觀樹基金會已經進駐，以環境生態的角度關心成龍溼地。對象以小朋友為主，組織成龍三代班。近幾年透過藝術家的思維重新來看成龍溼地，正在舉辦第三屆的國際溼地藝術季。王昭湄執行長請求優雅農夫藝術工廠協助，在生活聚落展開改造。

與觀樹基金會討論如何營造成龍社區，哪些地方適合做示範地點。商談的時間很久，也要和當地的居民接洽。；最後才設定那四個地點。

光選地點就花了兩、三個月的時間。成龍社區沒有社區營造的基礎，花很多時間和成年人的居民溝通。)當一幅畫出現以後，其他人就說他也要被畫了(丁-2-2-1-15min55sec)。

在此社區彩繪起步原來這麼困難，選擇地點就耗用三個月；又得與居民、觀樹基金會、藝術家等三方面溝通，達成共識才能夠施工。

2.成龍社區七大主題藝術的成果

優雅農夫藝術工廠在成龍社區彩繪有四處：大壁畫、集會所、夕陽貴賓席、蛤寶屋早餐店；本研究只介紹前兩者。然而，觀樹基金會與國際藝術家領導居民幫忙完成的「餐桌」、「塑膠物入侵」與文蛤馬賽克的「生物鏈」等共七處。

3.成龍社區的大壁畫

第一次去成龍社區做過田野調查，發現他們小漁村生活很辛苦，處於偏僻缺少活力，哀傷的氣氛很濃厚。人口稀少，工作也不容易。需要一個創作發揚正向的力量，帶給活潑的氣氛。規劃「大壁畫」，類似迎賓牆的角色，使大家知道這裡原來有色彩繽紛的大壁畫，漁村也可以變得熱鬧與平凡。告訴居民「雖然生活在漁村，只要你奉獻力量，

就可以增進社區更多的活力。」(丁-2-4-2-03min37sec)。

藝術的力量足以振奮人心，不容小覷！

這幅「成龍大壁畫(附錄二：圖 4.10)」，顯示「大豐收」的情境和樂園的感覺民國五十年左右，家家戶戶種植朱槿當做綠色圍籬。圖畫也顯示歷史，魚和蝦就是祝福「大豐收」的情境。最上面的大太陽，代表成龍溼地的夕陽。大壁畫融合了在地的元素。

大壁畫要畫以前，必須討論與籌備。先畫許多草圖與雜貨店屋主討論很多次，直到她的同意才畫。最辛苦的部分是討論圖案的期間，我們想的未必是居民想要的內容。太寫實，他們不喜歡；太卡通，他們認為是「囡仔物」(「孩子的東西」的台語)。(丁-2-6-2-06min25sec)。

在顏色方面，必須顯眼。譬如：大紅、大綠。因為藝術家用噴的，吸引居民圍觀，他們沒看過有人用鐵樂士噴漆畫整片圖。懷著崇拜的眼神，看藝術家畫。這樣的過程就已經慢慢凝聚計劃的感情，受到居民認同。因為未做硬體以前，他們都半信半疑。做的過程中，他們會觀察。第一件作品是關鍵。所以，他們畫得很小心(丁-2-7-2-08min29sec)。

使用噴漆直接繪畫不需打稿的功力，吸引居民的興趣、博得贊同。

激發居民崇拜的情懷，也能夠凝聚註注意力與共識。好的開始，就是成功的一半。

4.成龍社區的集會所

一進入成龍集會所(附錄二：圖 4.11)的裡面，就像萬花筒，給人空間擴大的感覺。以磁磚拼貼營造「回憶的寶盒」，還發現過去的照片、現在的照片，變成混雜的影像磁磚。整個空間就是居民的回憶，齊聚在裡面。也有許多小朋友畫的夕陽，告訴遊子：有空要回家鄉，欣賞夕陽。無論優雅農夫團體或是小朋友的藝術作品，已經激發集體記憶。

5.成龍社區的國際藝術文蛤馬賽克「生物鏈」

由瑞士畫家 Markus Werinli 以文蛤黏貼出的大型壁畫「生物鏈」(廖素貞，2012年05月04日)(附錄二：圖 4.12)。由它可以發現成龍社區的特產文蛤、虱目魚、「鹽」選白蝦。鹽選白蝦是用海水養殖，而非超抽地下水培育的結果。生物鏈類似食物鏈，就是掠食者與獵物的關係。

(四)台西鄉藝術協會

1. 台西藝術協會國際彩繪村的緣由

一般的協會是縣級，在此是以台西鄉的名義成立。舉辦國際性的活動的單位，一般是基金會的規模。在台灣，以協會舉辦國際性活動確實很困難。當初彩繪社區從二零零七年開始，成員都從事藝術工作，比較容易操作，耗用的經費會變得比較少，譬如兩萬元就可以畫一大片。本社區彩繪一直都是丁仁桐先生領導，並且由國際志工完成；譬如：日本、韓國、馬來西亞、菲律賓、印尼、荷蘭、澳洲，以及最近的一次是斯洛伐克(俄羅斯的隔壁)、美國等。

與國際志工彼此不相識，我是透過亞洲的一些學校配合。學校裡面設置國際事務處，成立社團，它每年鋪(公告)我們的訊息；只要是國際工作營，都是宣揚的對象。參加社團者會選擇創作的地點，各國的人數眾多，所以本社區延攬的志工算是很容易啦
(U-2-1-19min35sec)!

原來舉辦國際彩繪可以透過亞洲各國大學的國際事務處。國際志工之間彼此素昧平生，巧妙的是能夠共同生活集體創作。途徑雖然透露容易也已經獲悉，辦理成功而且持續的細節在於秉持恆心與毅力。

2.台西藝術協會國際彩繪村的作品

彩繪的顏料是水泥漆，間隔四、五年，再換新的作品。以前二、三十位異國人士參加，最近就回歸控制在十餘人而已。外國人和台灣人各佔一半，台灣人和外國人為一組。給予主題，要畫在牆壁以前，先畫在圖畫紙上面，經過協會幹部許可再在牆壁發揮；否則，很難更改。譬如：今年六個國家參與，各自畫好之後(附錄二：圖 4.13)，再決定背景的樣式，才具備連貫性。操作了七年，問題越少了。

3. 台西藝術協會的草根藝術祭作品

有感於六輕煙囪築起後，故鄉生態環境的轉變，藝術家丁仁桐融合了環保、生態、遊子等概念，創造出「替土地發聲」的一件公共藝術作品。作品繽紛活潑的用色，為地方帶來一片生機，正如藝術家所言：「台西需要一場彩虹雨(附錄二：圖 4.14)帶來生機；帶來文化的色彩、建築的色彩、生活的色彩！讓『如候鳥般遠遷至他鄉』的台西孩子們，願意回來繼續愛這個我所愛的台西。」(註 4.4)。

關於兩年前雲林縣政府舉辦的草根藝術祭，深刻的印象很少。就是做一個作品而已——彩虹雨(U-2-4-00min30sec)。

由上述知道彩虹雨呼喚遊子返鄉一起回憶舊文化、創造新文化。

註 4.4：雲林縣政府文化處、計劃處發行 2013 雲林農業博覽會草根藝術祭摺頁內頁的「台西鄉國際彩繪藝術村」

二、詔安客文化生活圈

(一)二崙鄉來惠社區傳統農村彩繪與馬賽克拼貼

1. 來惠社區彩繪的緣由

來惠社區彩繪的淵源經歷三個階段：丁仁桐、廖和勝和林錦山先生。丁先生帶領學生畫五幅畫：一幅畫「快樂豬」，以前本地盛行養豬；一幅畫「蔬菜」；一幅畫「客家三寶」（開口獅、武術、布袋戲）；一幅畫「秋收(附錄：圖 4.15)」，曬稻穀與用風鼓鼓粟仔；；一幅在庭院前面畫客家花「油桐花」。廖先生從事廣告看板油漆，彩繪社區剛開始畫想像，經歷適應期才駕輕就熟。最近一期是邀請林大師製作農村畫卷。

2. 來惠社區彩繪的作品

關於彩繪的主題：第一期的第一系列是四幅畫「春耕、夏耘、秋收、冬藏」，第二系列是「回頭屋的由來」，第三系列是「客家三寶」，第四系列是「鄉村的農忙影像」。(Z-2-8-1-20min18sec)。。

第二期是填入詔安客客家語的詩詞，進行語文教學與傳承；為桃園新竹苗栗的宗親來這裡參觀的時候提供客語交流，讀一下牆壁的文字與他們的發音是不是一樣？因為客家就是「四海大平安」：四縣腔、海陸腔、大埔腔、饒平腔、詔安腔。結合起來就是「四海大平安」。

來惠社區的傳統農村彩繪的資源豐富，包含三階段四個系列，甚至加入詔安客語言教學(附錄二：圖 4.16)，其中的「四海大平安」是客家語的綜合口訣。社區彩繪穿越時空隧道，回到過去。現在農業已經機械化，提供兒童了解農夫的辛苦的意象，對於所吃的蔬菜、水果、稻米能夠珍惜，才能感恩。

3. 來惠社區的瓷磚馬賽克拼貼

(社區彩繪很難)保留品質優良和完整的牆壁，改天經費充裕再以「馬賽克」拼貼，比較持久。(Z-2-10-1-20min25sec)

研究者實地參觀，卻發現四幅精緻的作品(附錄二：圖 4.17)，重覆交互穿插附著在活動中心的周圍牆壁。賴總幹事是貴人多忘事。

(二)港尾社區的開口獅信箱與歷史彩繪畫卷

1. 港尾社區開口獅信箱的緣由

藝術家楊季涓參訪了雲林縣各個鄉鎮社區後，對崙背情有獨鍾，深深地被港尾純樸的生活環境及歷史悠遠的詔安客建築、文化所吸引；尤其開口獅的傳說更成為藝術家創作靈感來源。配合社區工作坊開辦，浮雕木製的開口獅造型信箱(附錄二：圖 4.18)，邀請居民自行彩繪、

裝飾出屬於自己的開口獅信箱。希望藉由集體創作，將傳統文化轉化到生活的美學中，將詔安客家文化的傳說故事落實在現代(註 4.5)。

爲了配合農博，一個鄉鎮提出一個亮點。開口獅的發源地在港尾，農博的籌備人員蒞臨本社區建議做開口獅的信箱。做了六十個，對於社區承辦人困擾的是本社區有四百多戶，不方便分配；就鼓勵家裡的兒童一起製作和畫。本社區雖然具備特色，但是造型上對於老一輩觀感不佳，就沒有把開口獅信箱擺設出來。因為它是木頭製作，經過日曬風吹雨淋容易損壞，有些家庭就放在裡面當成筆筒。
(X-2-13-1-47min15sec)。

本研究尋找也只瞧見六個而已。

2. 港尾社區歷史彩繪畫卷

港尾社區的歷史彩繪畫卷(附錄二：圖 4.19)，乃基於時尚與傳承，由陳素蓮女士負責帶領小朋友畫，顯示先民渡海開墾的風險與艱辛，以及廖金星先生成立武館等的過程。

四、平原文化生活圈

(一) 北溪社區的剪紙彩繪

註 4.5：雲林縣政府文化處、計劃處發行 2013 雲林農業博覽會草根藝術祭摺頁內頁的「崙背鄉港尾社區」。

1.緣由

北溪社區的彩繪是鎮公所、虎尾科技大學鄭元東教授帶領學生與居民合作創作的成果。它的紅白兩色剪紙彩繪，並非一開始的決定，而是江理事長參考鄭教授「必須獨特，連國外也未做。」的意見，深思熟慮，擺脫保守派的束縛，向社區發展協會的理監事說明，再決議的結果。剪紙比雕刻容易，畫喜氣的事物迅速地被接納。

2. 北溪社區剪紙彩繪的作品

北溪社區在 101 年因虎尾彩虹村之名而開始聲名大噪。雖然稱為彩虹村，但是北溪社區的彩繪牆僅使用紅、白兩種，簡單用色卻有強烈的吸引力，這就是讓人過目不忘的原因。把藝術融入生活，活用傳統剪紙圖案，配上喜洋洋的色彩，畫出北溪社區的獨特風格，故稱為「剪紙彩繪藝術村」（劉銓芝，2014a，頁 13）。

3.北溪社區剪紙彩繪的四期工程

北溪社區剪紙彩繪共有四期：龍安宮前面筆直的道路，由虎尾科技大學鄭老師帶領協助；第二期是鎮公所人員、學生與居民一起畫電線桿；第三期是居民畫兩面大牆壁(附錄二：圖 4.20)；第四期是社區青年在電線桿畫龍的圖案。

畫的技巧是在晚上以把剪紙圖案的影像投射在白色背景，用麥克

筆輕描；白天再用紅油漆加上寬邊。可惜，社區彩繪盛行，北溪社區不跟流行。

4.北溪社區剪紙彩繪的欣賞意見

依據訪談的訊息，列舉如下：

它的彩繪五花八門，有些是流行的元素，是互動的形式。而北溪社區的電線桿也彩繪，老舊不起眼的房子，經過彩繪以後，覺得充滿價值感，很多人會去拍照。他們彩繪大牆壁很辛苦，要投影也需要鷹架(支撐)，需要投影機投影到(牆壁)那邊畫，整個過程實在太辛苦。(庚-3-16-49min13sec)。

北溪的剪紙藝術，加入十二生肖的元素，彩繪得很漂亮。北溪社區理事長也非常努力(己-3-7-11min00sec)。

過年第一天，就來三千多個人；一個過年假期就來三萬人。因為「量有夠(「數量足夠」的台語)，整個社區道路和牆壁(彩繪的)數量足夠，就很容易吸引(壬-1-5-8min05sec)。

北溪社區的剪紙彩繪具備紅白鮮明對比的特性，運用投影的技巧，辛苦地製作。提高老屋的價值，吸引散客駐足，過年喜氣洋洋的氣氛流露在牆壁與臉龐。數量多，人潮也簇擁，印證了文學家徐志摩先生撰寫西湖日記的名言：「……『數大便是美』。數大了似乎按照著一種自然律，自然的會有一種特別的排列，一種特別的節奏，一種特殊的式樣，激動我們審美的本能，激發我們審美的情緒。」。

(二) 虎尾鎮頂溪社區的貓立體彩繪與貓雕塑

草根藝術祭結合頂溪社區為軸出版的繪本「在屋頂上的貓」為創作靈感，將這個想法延伸，把平面的想像做成為實體的雕塑及三D立體畫。「屋頂上的貓」輕踩著頑皮、慵懶、自在、獨立的多變性格，自二維空間躍出，像一朵朵捉摸不定的雲，躲在公園的各個角落，開出一朵朵驚豔(劉銓芝，2013，頁3)！

頂溪社區的貓立體畫(附錄二：圖 4.21)以頂溪社區發展協會理事長的大公子繪本卓作屋頂上的貓為基礎。起初是由虎尾科技大學協助一個月，因為理事長與社會勞動役的田先生都擅長畫看板，之後兩人發揮專業帶領居民畫筆用水泥漆、油漆和壓克力漆畫；裡面也包含貓的立體雕塑，在第二貓公園也配合草根藝術祭用玻璃纖維製作。

2 頂溪社區「貓立體彩繪」和「貓雕塑」的作品

頂溪社區從繪本「屋頂上的貓」開始，而後一連串的社區營造計劃，使「貓」躍上社區的圍牆彩繪。愛貓的藝術家廖麗華、蔡潔莘母女更將貓變成頂溪第二公園中的立體作品(附錄二：圖 4.22)，以貓作為社區的吉祥物，吸引遊客慕名而來。可愛的動物不只討喜，更呼籲大家愛惜生命、愛護家園，令社區充滿溫馨祥和的氣氛(註 4.6)。

3.頂溪社區「貓立體彩繪」和「貓雕塑」的欣賞意見

頂溪社區在假日遊客川流不息，拍得滿意的照片很難。在此將高見敘述如下：

貓村的每一幅 3D 都很吸引人，不管怎麼畫，都令人印象深刻。(戊-1-3-02min09sec)。

(頂溪社區)它的成功是恰逢際遇。譬如大專生的回流計劃，虎科大(虎尾科技大學)的學生有一隊以頂溪社區為標的，協助網路宣傳與系統的建立。也因為年輕人使用網路的功能，變成「你沒有看這隻貓，就會落伍。」的觀念。這網軍的行銷方式出乎意料之外(壬-1-3-4min50sec)。

註 4.6：雲林縣政府文化處、計劃處發行 2013 雲林農業博覽會草根藝術祭摺頁內頁的「頂溪社區」。

頂溪社區彩繪採用立體技巧，非常專業、精湛與獨特，也加入互動元素，遊客主動融入畫作裡面。又匯進網路的力量，果然帶來人潮。

(三) 虎尾鎮埤內社區「傳統農村彩繪」與「耍花槍彩繪」

1. 埤內社區「傳統農村彩繪」與「耍花槍彩繪」的緣由

王淑媚老教導埤內社區耍槍舞，把文化、宗教、產業融入，這是第一次的藝術家進駐；第二次是去年的草根藝術祭，彭小燕老師將宗教和產業結合，變成耍槍與毛巾舞。第三次是農村再生的課程，社區再請王淑媚老師來教，打腰鼓氣氛熱絡。本來拿筷子打，後來製作兩支漂亮的棍子。

社區彩繪本來是社區內從事廣告看板者，在大堀畫幾幅天鵝與趙子龍的故事。後來配合虎尾科技大學的計劃案，由居民當模特兒繪製完成。

2. 埤內社區「傳統農村彩繪」與「耍花槍彩繪」的歷程

埤內社區彩繪包含童趣、木棉樹與耍花槍與傳統的農村景象。童趣作品接近兒童簡易的風格，耍花槍(附錄二：圖 23)是由居民當標的用投影的方式、在酷熱的環境下汗流浹背完成，傳統的農村景象(附錄二：圖 24)是狹長的畫卷集合而成。

(四) 虎尾鎮堀頭社區的農村主題彩繪與古亭畚彩繪

1. 堀頭社區「農村主題彩繪」與「古亭畚彩繪」的緣由

堀頭社區的彩繪是由虎尾科技大學多媒體設計系廖敦如副教授帶領學生以六組競賽的方式進行，思考從古老的到超現實的主題(附錄二：圖 25)，並且彩繪廿三個古亭畚(附錄二：圖 26)。雲林縣政府舉辦的「草根藝術祭」時，本社區正逢忙碌時期未參加。

2. 堀頭社區「農村主題彩繪」與「古亭畚彩繪」的欣賞意見

「堀頭無親像北溪遮爾 tshing3(台語)」，是因為網軍未發揮。這些學生創作完了以後，上網的頻率還不夠。感覺上堀頭(的人氣)正在追趕中(壬-1-7-12min20sec)。

堀頭社區有一位拾荒阿嬤的故事繪本，發揮社區的特色。李理事長非常盡責，是非常熱心的理事長兼里長，服務居民很周到，選舉一到，他非常輕鬆，沒有人和他競爭。(己-1-3-7-11min00sec)

堀頭社區的古亭畚彩繪做得很認真(T-2-21-17min45sec)。

由上述可知堀頭社區的理事長深得民心，做事務實；依據本研究田野調查口袋公園每隔一公里就營造一處，非常密集，所以未注重網路人氣這項領域。本社區彩繪也未以故事繪本為基礎，基於兩種因素，

所以參觀的人少。

五、北港溪文化生活圈

(一) 北港鎮劉厝社區的釘畫

1. 劉厝社區釘畫的緣由

劉厝社區依賴傳統的花生、烏魚子和黑麻油，並無藝術產業。在因緣際會下，創作釘畫。

釘畫的由來是配合草根藝術祭而製作。在二零一二年，縣政府的草根藝術祭規劃在四個社區執行：林北社區的油畫、埤內社區的毛巾操、蔴桐鄉孩沙里的薩克斯風以及本社區的釘畫。在民國 101 年的十二月六日胡達華老師進駐，我們是全國唯一的釘畫社區，(筆者表示：國寶級的啦!)而且是他(胡先生)教導製作釘畫唯一的社區)(A1-1-9-09min25sec)。

2 釘畫的意義

釘畫非常稀罕，在美術館很難邂逅。物以稀為貴，製作的過程可能艱辛，從事者鮮少，展示場才缺席。

釘畫是一種馬賽克拼貼藝術。先擬定構想圖，可以薄紙簡略地畫

出輪廓；運用鋁罐的色彩當顏料，形成主角與主題、背景襯托主題；再用釘子固定，一片最少釘五針，甚至釘十四次(附錄二：圖 4.27)，再一片一片地釘上去。一幅作品釘了萬次，大壁畫達百萬針。過程痛楚，很難形容，必須使勁而且充滿耐心與恆心。

3 劉厝社區釘畫的材料來源

劉厝社區也不在工業區裡面，釘畫是經過鑲嵌組合，需要成千上萬的鋁罐片。釘畫達人胡先生的鋁罐來源是別人捐贈。劉厝社區則是用草根藝術的經費，去資源回收場購買，顏色不足就買飲料喝，留取鋁罐外皮。平常就要培養累積鋁罐顏色的習慣，方便調配顏色；因為只有四種基礎顏色「紅、黃、綠、藍」，以及複雜的顏色。

4 劉厝社區的釘畫作品

完成一幅釘畫需要許多人分工合作，耗用許多週與精力，目前已經完成五十件，才製作一年多而已。

在此只節錄兩件作品依據訪談的訊息欣賞。

(1) 劉厝社區的釘畫作品：水土保持局的標誌

像這個水土保持局這個圖案，英文字比中國字艱難。英文字有弧度、有大小；中國字只有橫和直。我看這一幅(附錄二：圖 4.28)一定要珍藏(A1-2-13-25min35sec)。

(2)劉厝社區的釘畫作品：快樂農村(附錄二：圖 4.29)

就釘畫「快樂農村」的這一幅來說，有一些部分可以留白，不必全部釘得滿滿的。像它的某部分，帶給整體雜亂的感覺。例如：樹的下方有人喝茶，樹下的空間不要釘，上下的景色才比較顯著。不留白而釘上去，如果沒有仔細看，不知道是什麼；這是可以改進的。將來創作的成品，又不一樣了。這個也是另外一種風格、創意啦！

(G-2-1-01min35sec)

(二) 水林鄉蔦松藝術村

1. 蔦松藝術村的緣由

水林鄉西南側的蔦松村，自從台南後壁土溝村的優雅農夫藝術團隊進駐，在藝術家巧手下，候車亭、招牌、檳榔攤、路燈、公園等尋常農村街景，如今洋溢著繽紛藝術風格，近來更以甜度與口感臻於極品的黃金地瓜而聞名(劉銓芝，2014，頁 1)。

蔦松是一個聚落，由三個村組成，成立了四個社區發展協會。

過去沒有社區營造基礎，在初期不能夠承載農委會的模式(提案、操作、核銷)。透過這種共同美化環境的方式，營造社區。這是少數由公所透過案子扮演營造的模式，和大多數有些是農村再生、文化部的模式、大學協助附近的村里等的方式不一樣。

透過環境營造的標案，設置競賽的蔦松藝術村的建構案，尋找有社區營造概念的藝術家盤點社區的資源，組成工班，開始透過操作式的工作坊，充分地討論。。工班就是會刷油漆、砌磚、木造，台灣有七、八成的磚都是蔦松人設計的。蔦松的幾個景點都以磚作為社區營造的元素 (W-1-1-1-5min43sec)。

2. 蔦松藝術村的作品

水林番薯代言新星，由蔦松國小營養午餐主廚的阿雪阿嬤擔任。近三十年的廚工歲月，阿雪阿嬤是孩子求學的共同回憶 (註 4.7)。社區聘用塗鴉客藝術家以噴漆繪製形象(附錄二：圖 4.30)。

閒置的牆面，與公車亭(附錄二：圖 4.31)恰巧都在附近。有些社區的營造是線狀的，但是蔦松是打造亮點的方式，三個元素同時打造，

註 4.7：「2012 年『戀戀蔦松』水林蔦松文化景觀：阿雪阿嬤的超級番薯」的告示牌裡面的敘述。

比較容易聚焦，並且請學校管理。

3.松山大橋的臉譜畫卷

松山大橋橋面的彩繪(附錄二：圖 4.32)，主角就是社區的居民。居民就自動去橋面找藝術家報到，藝術家把他們畫進去(附錄二：圖 4.33)。呈現橫越北港溪擺渡歷史的故事(附錄二：圖 4.34)，以黃黑色彼此襯托比較光亮、提升美學、不會添加其他色彩、又可以提升安全的效果。

4 中央公園的馬賽克拼貼

蔦松社區早期與牛共生，生生不息的情境用活潑可愛的牧童與幹勁十足的牛呈現(附錄二：圖 4.35)，最後由新港板陶窯的謝東正剪黏師父帶領工班來黏貼磁磚，黏貼技巧亦請專業人士協助。很難想像這裡從前是垃圾場，如今是人氣旺盛、提供免費烤肉的場所，簡直不可同日而語。

(三) 三結社區稻草藝術

1.三結社區稻草藝術的緣由

三結更是全國稻草收購量最多的社區(劉銓芝，2013b，頁42)。稻草在民國八十年以前都是外銷日本，後來由於口蹄疫的關係，日本不採購了。後來社區成立以後，經過政府輔導，創造稻草的第二春，

聘請南投縣草鞋墩經驗豐富的師父蒞臨教導簡單的編織，社區再自行摸索揣摩。

2.三結社區稻草藝術的常態性作品

做不好，就重來的情況下，社區慢慢地揣摩和構思。

稻草藝術工坊放一些大型的作品(附錄二：圖 4.36)，也擺設在社區的巷道(附錄二：圖 4.37)，提供遊客觀賞。

3.三結社區稻草藝術節與稻草迷宮

民國一百零二年，雲林縣政府舉辦農業博覽會。為了配合農博，設計和製作一座稻草迷宮(附錄二：圖 4.38)。花了十幾甲的稻草，動用社區的人力和物力持續半個月，才搭建完成。請李純雄老師協助設計的(N-2-1-17min38sec)。。

稻草藝術節要配合(稻子)收割期，才有稻草。大約是十一月十二月底這段期間(N-2-1-25min03sec)。

(四) 斗南鎮埤麻社區彩繪

1.埤麻社區彩繪的緣由

本社區彩繪為了美觀而粉刷，包含奉天宮傳統的歷史彩繪，以及

在其他地方由社會勞動人洪先生「放下屠刀、立地成『畫』」，五十位志工也協助。

2. 埤麻社區彩繪與社區藝術的作品

包含稻田圍籬藝術、歷史壁畫、貓熊彩繪、節慶彩繪(附錄二：圖 4.39)、紅磚彩繪。

埤麻社區的稻田圍籬(附錄二：圖 4.40)採用印尼進口的鐵木、用「風槍」的機械將 1.5 吋的鋼釘鑽入架設；是一種藝術，不是界標。另外製作活動門，以便在中途開啟。

本研究拜訪過的社區，只有本里理事長駕駛汽車載送參觀；他已經七十高齡，研究者備感尊榮。而本社區的紅磚彩繪與稻田圍籬藝術，在本縣堪稱具備獨一無二的創意。

(五) 斗南鎮小東社區的各式畫卷和特色彩繪

1 小東社區彩繪的緣由

小東社區在入口處的牆壁本來斑駁骯髒，經過六十多歲志工張先生的巧手畫成代表的門面。用水泥漆畫比較持久，當初呈現農村樸實的生活(附錄二：圖 4.41 至 4.43)，僅提供居民回味和欣賞，後來吸引外地民眾光臨。早期民眾協助畫，但是因為與帶領的張先生理念不同，

又塗抹刷掉重來。

2 小東社區各種彩繪的作品

畫卷系列包含傳統農村景象、Q版、現代風景(附錄二：圖 44)以及宣導等畫卷。特色彩繪包含十二生肖、節慶、禁菸等系列。

(六) 斗南鎮石龜社區的貓熊彩繪

受訪者拒絕錄音，而且當天中午參加喜宴，採訪時剛甦醒，所以記錄簡單，期間也短暫，獲得的資訊有限。

石龜在台灣的五零年代非常繁華，因為省道一號通車以後，旅客未過境而沒落。它盛產竹子，社區聯想與正夯的貓熊結合，聘請 3D 彩繪大師黃裕芳先生畫了四十天完成二十五幅，盼望石龜能夠風華再現。

本社區以名產竹子融入貓熊彩繪(附錄二：圖 45)，也以互動式的壁畫(附錄二：圖 46)引起訪客的興趣。既然要恢復石龜社區昔日的風華，治標不治本，未將社區竹子的淵源、現今沒落的困境以及未來的希望呈現，居民和觀光客也懵懵懂懂。只能夠短暫聚集人氣，十分可惜。

4.1.2 社區藝術的系列

根據訪談紀錄研究的結果，社區藝術的系列可以從三方面分

類：

一、補助經費的來源

大部分的建設需要資金，社區藝術也不例外。它的形成如果以補助經費的來源區別可以從下列敘述了解：

(筆者表示：上次在電話中，向您請教社區彩繪分成哪些系統？請您再敘述一下。)

學校協助操作的系統。文化處的系統：長期推展社區繪本。有些是交雜的，我們分不清楚它是運用哪些經費的？是農村再生，也有可能用社區營造的錢。(筆者表示：有的是林務局)對。像成龍社區(口湖鄉)，它就是申請林務局的錢。也有林務局系統、農委會系統、縣政府系統、大學系統、公所系統；也有社區自發性的，像來惠社區，屬於客委會系統，具有大量的社區彩繪，由在地的畫師繪製(W-2-18-1-40min55sec)。

說明者 W 先生曾經擔任文化處處長，對於社區藝術的運作方式瞭若指掌，但是關於該社區經費也不能夠清楚地分類；研究者在訪談的

過程中，有的受訪者也未提供明確的答案--因為可以申請經費的管道的確多元化。從研究者參加由虎尾鎮鎮長主持的虎尾鎮社區發展協會聯誼座談會索取的資料(表 4.2)可見一斑：

表 4.2

社區可申請(經費)之單位與科目

社區可申請(經費)之單位	社區可申請(經費)之科目舉例
林務局	植樹、人才培育
水保局	行動工作坊、農村再生、青年返鄉
文化部	社造獎補助、文創補助、村落美學
衛福部	福利社區、刊物、人才培育與觀摩
客委會	客家產業、客家文化、客家環境
教育部	壯遊台灣、暑期工讀
勞委會	多元就業
內政部	社區治安
環保署	環境清潔

資料來源:王志華(2015年2月10日),社區營造可以為咱社區做什麼,

虎尾鎮擴大社區聯誼座談會講義 PPT, 22, p11。

社區藝術補助經費的途徑廣闊，只要兢兢業業地提出縝密和詳細的計劃書，經過相關單位審核通過，呈報成果即可。在第一章的表 1.1 中，載明「草根摺頁」就是文化處補助。其餘者根據訪問的結果，將該社區其中象徵性的經費來源，整理列表(表 4.3)如下：

表 4.3

社區藝術經費的來源

社區藝術申請經費的來源	符合的社區
文化處	頂溪社區、埤內社區、林北社區雲林縣社區產業文化協會、台西鄉台西藝術協會、劉厝社區、楊厝社區等。
水土保持局	成龍社區、堀頭社區、三結社區的稻草藝術牆等。
社區發展協會自行負擔	北溪社區、港尾社區、來惠社區、小東社區、埤麻社區等。
其他	新吉社區(參加社區 PK 賽得到的獎金)、蔦松社區(費用三分之一來自民眾捐助，其餘是公部門的經費。)、石龜社區(縣政府：可能是計劃處或是文化處)等。

資料來源：本研究整理

二、帶領的團隊或方式

參加文化處策劃的草根藝術祭的社區，大部分是藝術家進駐。藝術家擁有崇高的專業素養與技巧，必須放下身段，與居民溝通，才能夠達成理想。依據訪談的結果，將帶領社區創作的團隊，列表(4.4)如下：

表 4.4

雲林縣社區藝術帶領的團隊或方式

帶領社區藝術的團隊或方式	符合的社區
國內藝術家進駐	頂溪社區(貓雕塑)、林北社區雲林縣社區產業文化協會、劉厝社區、楊厝社區、港尾社區等。
國外藝術家進駐	台西鄉台西藝術協會(包含遊學生)、成龍社區等
虎尾科技大學	頂溪社區(立體貓彩繪)、埤內社區、北溪社區、堀頭社區
優雅農夫藝術工廠	成龍社區、蔦松社區等

資料來源：本研究整理

三、作品的型式

於第一章表 1.1 乃縱向地把各社區的特色列舉；今若採取橫向思索，將藝術項目的雷同處與相似處並列，以藝術的種類為主軸，寫出具備該藝術項目的社區，列表(4.5)如下；可以只選擇興趣項目一一參觀。

表 4.5

雲林縣社區藝術的型式

社區藝術的型式	具備的社區
畫卷	林北社區(歷史)、港尾社區(歷史)、來惠社區(農家)、蔦松社區(臉譜)、埤內社區(農村景觀)等
馬賽克	劉厝社區(鋁罐的釘畫)、蔦松社區(瓷磚)、來惠社區(瓷磚)、楊厝社區(大理石)、台西鄉海口社區(蚵殼)、成龍社區(文蛤)(瓷磚萬花筒)等
磚藝術	港尾社區(武譜)、來惠社區(農業)、蔦松社區(烤肉架)、三結社區(稻穗藝術牆)
尋寶遊戲	港尾社區(開口獅信箱)、來惠社區(開口獅陶瓷門牌)、楊厝社區(三十九隻彩繪羊)
客家彩繪	港尾社區(詔安客)、來惠社區(詔安客)

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 4.5

雲林縣社區藝術的型式(續)

環保藝術	劉厝社區(鋁罐)、三結社區(稻草)、新吉社區和頂溪社區(紙漿)、成龍社區(國際環境藝術節)。
節慶彩繪	北溪社區(剪紙)、埤麻社區(神明與迎神)、小東社區(節慶)
時尚彩繪	頂溪社區(貓的立體彩繪)、石龜社區(貓熊)、埤麻社區
互動式彩繪	頂溪社區(和貓喝咖啡)、林北社區(盪鞦韆)、石龜社區(貓熊)
噴漆彩繪	成龍社區(大壁畫)、蔦松社區(檳榔攤與廚工阿嬤)
集體記憶	成龍集會所、楊厝社區歌謠彩繪、林北社區的兒時回憶壁畫。 來惠社區：彩繪四系列和詔安客客家語詩詞。 蔦松社區：阿雪阿嬤壁畫、公車亭瓷磚馬賽克。

資料來源：本研究整理

社區藝術的畫卷(連環壁畫)的長度都是 30 公尺以上，超過著名的

中國傳統繪畫手卷(王聖華，2008)、長 1152.8 公分的「清明上河圖(1736)」(沈維昭，民 2013)與日本傳統繪畫手卷、長 11 公尺的「鳥獸人物戲畫」丙卷(大野・倣嵩，1979)以及中國歷史壁畫、長 8 公尺的「張義潮統軍出行圖」(李慶忠，2012)。這五處社區幾幅的畫卷堪為珍寶。

彩繪是平面的視覺藝術，若預留空間提供欣賞者融入其中，平面的彩繪演變成與觀看者互動，樂趣更多。噴漆彩繪不打底稿，直接上色，而且面積寬廣，繪者的功力必須高深才能夠達成，非常稀奇。

港尾社區的開口獅信箱在草根藝術祭時有六十個懸掛在家家戶戶的門口，因為以木板製作容易受損，研究者前往只發現六個；來惠社區的開口獅陶瓷門牌外貌精緻可愛，拜訪當時也發現六個，也許還有更多；楊厝社區的彩繪羊本來有四十隻，因為其中一隻被颱風颳下來未補釘上去，現存三十九隻。以上三處，若繪製分布的平面圖提供遊客或是訪客尋找，無論數量多寡，將增添尋寶的樂趣，也是文化創意的活動。

4.1.3 社區藝術的人文美學

雲林縣社區的居民大部分是農民，閒暇時刻才創作。他們沒有接受過藝術的訓練與陶冶，卻產生獨特的大作。藝術家與居民初次相逢，

聚會的時間也不長，要傳達理念與民眾共事，完成願景的鴻圖，實在艱難。這中間需要社區發展協會的會長英明的開導，引領居民儘量協力完成。它們的從懷疑到相信的故事，奧秘、奇妙、人性油然而生的人文美學，從下列訪談紀錄的文本分析，獲得許多理念，將它們整理分類置入各相關主題，歸納出領導民眾與效忠社區的原則。

一、社區營造的哲學

任何一種事務，張羅事物和設計雛型是基本的工夫，帶領「人心」相當棘手。坊間展售領導統御的書，對象多半是經濟的生產者，也就是年輕人到中年和壯年；而農村社區在平日大部分留下的是老年人與兒童，牽動的方式必須別出心裁。

(一)「農村再生」的四個階段

101 年我們配合政府執行農村再生計劃，政府不理我們。我們沒沒無名、默默地做，政府未發掘到我們。直到我們在 101 年進行社區彩繪以後，我們又呈報文案，政府才強力要求我們上課

(Q1-1-11-1-9m50sec)。101 年 5 月上關懷班，同年九月上進階班，103 年 5 月上核心班，最後一班是再生班。已經上完第三階段了，像隔壁村五年上完。政府請專業人士來我們社區上課，報名至少六十位；預

防中場離席，最後聆聽者保持最少卅位(Q1-1-12-1-11m00sec)。這卅位四個階段都要上課上到尾，社區需要自主性。想要建設，政府不會丟錢給你(Q1-1-13-1-11m53sec)。

水土保持局舉辦「農村再生」說明會，各社區自行參加。若願意繼續進展的社區，水保局就要求它上四個階段的課程：關懷班、進階班、培根班、再生班。這四個階段完成大約需要一到兩年，獲得證書以後才可以擬定計畫；像我們今年就有四個計畫(T-1-5-1-11min24sec)。

我們的農村再生計劃的課程上完了，前理事長剛好卸任。我上任正巧必須執行與寫計劃，哇！這個職務不是人當的。(T-1-8-2-13min08sec)

雲林縣各社區很注重「農村再生」計劃，會互相感染。推動「農村再生」計劃的社區，雲林縣可能是最多的喔！農業處極力倡導。其實，提倡「農村再生」計劃的單位首推社區，因為志工工作是免費的。省事、省本、多利啦！如果用政府的經費建設，硬梆梆啦！不是我們需要的，而且經費經過一層層的關口，愈來愈少。社區直接向中央申請款項，確實可以做比較多的事情呀(T-1-10-2-22min00sec)！

我們是一步一腳印，沒有自動送上們的啦！因為現在社區營造由來已久與農村再生有一仟五百億的經費，很多社區都在運作，可是未

必動得起來；因為必須上四個階段的課程(關懷、進階、培根、再生)，我們就上了四年。我們經歷文建會社區營造的洗禮、農村再生以及生態的過程，居民都有點兒概念啦(V-2-9-3-01min40sec)！

社區要建設申請經費，直接向中央申請比較便捷，但是必須充實知識上課；也就是「關懷、進階、培根(核心)、再生」四個階段。雲林縣推展農村再生計畫非常積極，居民為了提升社區的生活層次，對於這項政策也很熱絡，即使上課四年、五年，學習的熱誠絲毫未減。

(二)設置關懷老人的據點

我的願景很大，但是也要按部就班；不可能一下子就達成目標，我也希望社區營造能夠良好。本社區的人口數目前是1986人：三百多位是六十五歲以上，佔了很大的比例。(丙-1-5-2-16min10sec)。

高齡人口在農村社區的比例很高，要穩住生產者的向心力，必須先為他們共同分擔孝行。

民國九十六年設置社區照顧關懷據點，其內容是電話問安、關懷訪視、健康促進活動；沒有提供中餐。起初比較不實際做，我擔任執

行秘書以後向理事長建議：「老年人的確需要關懷。」，從此以後，執行得比較確實。以嫁出去的女兒回家探視父母的心態，來關心與照顧。社區是沒什麼經費，不過每次探視，必帶禮物。老人接受了，會感覺 tinn tinn(「甜蜜」的台語)和溫馨(T-1-3-1-8min19sec)。社區照顧關懷據點的經費以前來自內政部，現在向衛生福利部申請(T-1-6-1-19min26sec)。

民國一百年度參加全國的福利社區化，我們得過優等(T-1-8-2-13min08sec)。

社區關懷據點與學校結合，我們舉辦老人用餐，師生也過來用餐。如果哪一位阿公阿嬤沒出來吃，老師詢問以後，會帶學生去他的家裡探視。營造老人和小孩一起吃飯，效果很好。但是，有一個缺點是老人有「三高」問題(血糖高不能夠餓太久)，老師忘記了太晚來吃飯，老人就等到十二點多，場地也小，三十五個人聚集太擠了。後來，變成老人十一點吃，老師下課十二點來吃。(筆者表示：是在教室還是在社區關懷據點吃?)老師會帶領學生騎腳踏車，一前一後，前往社區照顧據點吃飯(Y-1-6-1-43min35sec)。

照顧老人這個區塊，我們每年都得到優等喔！你有空煮給我吃，我哪有空啊！我先找年輕的媽媽(孩子還很小)擔當半年，當榜樣引起老人效法。廣播「試吃一個禮拜，『毋免錢』(台語)！」，很多人就來

吃。在去年認為撐不下去了調整為七百元。每頓三十五元。照顧他們啦！因為到麥寮買菜(食材)很麻煩。以前，自行取用；現在，年紀大了，我們就送達。他們的兒女就會很高興、很感動。所以，我請老人做相片書，兒女就願意協助。拉攏外出的小孩也會關心這個區塊。把老人運動和跳舞的情形鋪上網路分享，年輕人有網路的臉書就知道，而且會打電話提醒(照片裡，沒有親人。)(Y-1-18-2-15min30sec)

他的書法字也未必要像傳統臨摹書法家像柳公權或是顏真卿的字體，他就自成一格。老人要做這件事，孫子就幫忙他附上插畫。你看我覺得這句話寫得很棒：「不經太陽曬，哪覺樹蔭涼？」我拍攝照片以後，就洗出他們的肖像，發給他們，所以有些製片重複了。由社區的經費支付照片的費用，有的是自己拿出來貼的。(筆者表示：你們這裡洗照片要去哪裡洗啊?)麥寮街上。你看這一組社區營造前和營造後的照片，老人家不一樣的生活顯的非常精彩。這位是九十六歲的阿嬤，她只要聽到社區廣播活動就出現。她說她不必做事，就趕緊來，不會無聊，生活才充滿趣味。阿嬤的作品裡面也運用立體卡片的製作技巧，很厲害喔！你會嚇著囉！每一本都是驚奇(Y-2-18-2-15min30sec)！

社區關懷據點的經費向衛生福利部申請，老人因為年輕人外出，行動不便、烹煮困難，為他們遞送正餐和詢問身體的情況或是進一步

建議接受治療。楊厝社區塑造「祖孫情」和學校關懷社區的良性互動，洋溢溫馨的氛圍。以年輕女性樹立榜樣，邀請半百的女性也服務。起先免費，後來為了長期經營，大家不忘初衷，使用者付費，習以為常了。老人做平面的相片書，記錄生活的點點滴滴，偶爾回憶，才不會失憶。社區發展協會也將老人同樂的情形鋪上網路，使遊子感覺父母就在身旁，放心地工作「拼經濟」。老人學習寫書法字，孫子為他繪上插圖，祖孫完成相片簿，裡面的祖父母後來變得神采奕奕，也會做立體卡片，「每一本充滿驚奇！」這句話令人感動。

(三)千眾一心

任何群體皆意見分歧，社區也不例外。與其說龍蛇雜處，不如說包含草莽英雄，龍虎呈祥。如何統整各路英雄好漢、各家門派的觀念，考驗著領導者的手腕。如何激發創意，凝聚民眾的向心力，是一大難題。家喻戶曉「萬眾一心」這個成語，因為社區是千口的規模，改成「千眾一心」。

社區營造要從「人員」開始做，老一輩的觀念是「社區營造只要建設就行。人沒差別」。他們只在乎成果，不問過程；年輕人的做法恰巧相反(Q1-1-3-1-2 min42sec)。社區要做事要從人開始做，不是建

設。如果從建設開始做，人群一定先分裂；大家都是為了選舉而分裂。人心要抓回來，這是很重要的(Q1-1-13-1-12 min04sec)。最近營造的重點是「小孩子和老人」這一塊。活動中心的樓上，正在上才藝課，才藝班是在週六的九點到十二點。小孩子在下午五點下課，五點半開始上課輔班。大專生或是工讀生為他們輔導，七點半放學。因為本社區單親和隔代教養的家庭很多，單親的原因是男性娶外籍配偶。為他們分擔，他們可以做其他的事情(Q1-1-08-1-06 min14sec)。

以舞蹈和健康開始社區營造。外丹功是屬於行政院農業委員會的團體，每位參與完畢就送保久乳一瓶，還是要提供誘因(Y-1-3-1-3min53sec)。高雄市政府舉辦志工訓練，承辦人來過這裡。他認為這麼落後的地方可以做社造，為什麼他們不可以？他覺得人比較重要，通常社區的民眾會「自我感覺沒什麼」，他聽過我們講解之後，(筆者表示：會見賢思齊啊!)會比較好帶(領)。鄉公所每一年有五萬元提供申請舉辦活動，我們通常辦兩場，有的時候辦三場。(筆者表示：你們辦活動滿經濟的。)有的時候一萬元辦一場。元宵節、端午節、中秋節、重陽節各半一場，也藉這些場次讓學跳舞的人有展現的舞台，比較有動力啊(Y-1-4-1-35min20sec)！重點在於人的營造，不在於申請很多經費。你看，我們沒有很多硬體設備。不過，人可以營造得像一家人。某一戶發生狀況，其他家庭就會彼此關心

(Y-1-6-1-43min35sec)。

這裡的特色就是舞蹈有自己的老師，煮飯有自己的老師，書法也有自己的老師。我們沒有提案忙碌的時候，他們就會在生活館練習寫書法字。我們注重人文涵養啦！當成孩子將來兼差的技能。像這個時候(暑假)，他們也會約在一起寫書法字。農事的講師就是社區的居民；綁肉粽也通知他們出來學習，講師就是社區的阿嬤。社區的眾人皆師！這是長期營造下來的特色。累積經驗之後，就到其他社區去教了。

(Y-1-7-1-49min35sec)。

不是每個計劃都爭取，我們爭取到的都是務實的、按部就班的、物超所值的；讓主辦單位「愛死我們了」。政府就一直要求我們提案，不過要看人力啊！做一個計劃就好，拉攏大家的感情。不是不喜歡硬體的部分，是因為必須維護管理；維護經費對我們來講是一個大負擔。(筆者表示：要付電費啊！) (Y-1-8-2-03min33sec)。

社區營造也是同樣的道理：自己喜歡的(環境)，別人也喜歡。調查以後，給居民了解我們這裡的優勢，例如：水的文化(雲林縣和嘉南大圳的水源頭在這邊)、水質清澈未受污染、夏候鳥與冬候鳥(只是未完整紀錄。因為濁水溪與清水溪在此交會，丹頂鶴曾經在河床歇息。)

(V-1-14-2-3min48sec)。我們的社區發展協會是雲林縣第一個通過的

(V-1-19-2-18min05sec)。

社區營造能夠永續也就欣慰了。因為現在擅長社區營造的人，爭取許多資源，例如：環保、縣政府、水保局等等都做，做到最後「就死了(台語)」(淒慘)。你想想：做一下子做那麼多，下一任以後叫誰維護？舉例來說：你們彰化縣埔鹽鄉的某一個社區，哪一家電視台沒去採訪報導過？(筆者猜測透露)現在沒什麼進展。那是因為社區的居民每位做得太累了！社區必須找到自己的定位。如果每年可以看到不同的人參與，是同樣的東西沒錯，但是注入新血，一直進來在玩這個東西，每年可以認識許多朋友，他們將離開了，我也不知他的姓名，因為太多人了(狂笑)。比較奇怪的事情才會記得。外國人參與了，也會反思故鄉的社區(U-1-4-5-08min01sec)。

只要我廣播譬如清晨六點要整理環境，居民在六點以前就在活動中心集合就位了。時間一到，他們自動分成兩班打掃。一大早。我們為社區環境共同打拼。不要想成是在工作，想成是在運動，做起來比較輕鬆；也藉這個機會彼此交流。在士農工商忙碌的生活中，不知不覺在激發出平常沒說的事項與知識、技巧(乙-1-3-1-11min10sec)。每個月舉辦健康講座，每週二、四、六量血壓；也藉另外兩種機會互相交流，提高生活品質。在健康講座的場合，居民很像小朋友聆聽，不會任意製造雜音。一般的社區辦活動，民眾各自聊天；我們社區起初也是我在講台致詞，民眾在台下聊天。現在不會了。(乙

-1-4-1-13min10sec)

我們的社區居民不用做成果報告，就可以享受社區成果，核銷是由公所的行政機制協助，居民當然願意啊！居民為什麼不敢做社區營造，為了一張單據核銷就要跑一趟啊！核銷很麻煩，而且政府機關會針對單據檢查。如果透過專業的公務人員，居民拿了單據就不會發生問題，也輕鬆，只要熱心參與或是出力就可以。這個案子，社區居民還出錢一百萬，認為做得規模太小，另外雇工做健康步道等等。這樣的方式，又引起居民出錢，有錢出錢、有力出工啦(台語)！有力的出力，還可以賺一點小工資。大家都很開心。對於一些不成熟的社區總不能拋棄它。台灣的社區營造是會做的(社區)很厲害啊！不會做的(社區)永遠跟不上來(W-2-3-1-17min00sec)。。

所以，追溯社區的根源，使居民了解群體的定位；分析在地環境的優勢，彼此愛護這裡的環境，建立信心。黎明即起，為了環境美觀與衛生，帶領打掃。一面清理，戴上口罩，一面交換意見，增進經驗與知識。舉辦健康講座，保障民眾身體健康，留得青山在，不怕沒柴燒。教導舞蹈、外丹功和書法，用最經濟的方式舉辦活動，呈現訓練的成果、提供大展身手的機會。善用社區的人力資源與人才支援，彼此互相成長，不必支付講師費。居民獲得成就感，更樂意配合其他事務。想抓住社區年輕父母與老長輩，要先貼近兒童的心。孩子一撒嬌

或是請求，上下兩輩的腳就不知不覺啟動了。社區可以申請的補助款來源很多，切莫在短暫時間好高騖遠，過度勞累就不能休養生息，甚至一蹶不振。鄉公所介入輔導，協助經費核銷的文書作業，居民安心的製作。在出力之餘，可以增加收入；有的還捐款累積到百萬。細水長流、永續經營才是王道。

(四)理事長心力交瘁且「荷包失血」

社區發展協會的理事長不僅要思考如何配合政府形式上面的要求，達成實質的效果，又要身先士卒，滿足民眾的需求。

社區營造的經費來自水保局、縣政府、文化部。計劃通過核定以後，再開始做。做好之後，請上級來看，把成果呈報核銷，才能夠獲得款項。理事長要先籌錢，政府不可能撥錢給你先做。社區先墊付，政府再全額撥付。政府如果先給你錢，社區未做把錢花光光，政府就不知道怎麼辦了。理事長一定要先出錢，為了社區沒關係啦！可以說是「快樂的憨人(台語)」，「歡喜做、甘願受(台語)」

(R-1-7-1-9min53sec)。

從事綠美化，林務局給我們的預算是八萬元。擬定計劃書與概算表，呈核可後公文通知才開始做。林務局先給四萬，做好了再給四萬

元；也就是先墊付四萬元。在我任內五年都會做綠美化

(S-1-6-1-9min12sec)。

台灣一般的社區營造只學表面：社區發展協會的計畫需要理監事自籌款(自己籌措款項)，我們熱心服務，他們會怎麼想？是不是為了選舉？還是要貪污？或是基於其他目的(V-1-7-1-16min52sec)？

廖校長說你花幾千元，雇一輛怪手，路邊挖一挖。我去農業課申請一些花木，請義工種一種。從屋前這一條巷弄先栽植花木，沒有一位肯定，有的人說：「痾仔(台語)，這一條巷子這麼窄，種樹了、路就消失了。『沒效啦』(台語)！」時間過了，樹也長高了，巷弄變得美觀，有人就說：「『沒效啦』(台語)！見做嘛攏做社區理事長的厝邊(台語)。別位敢欲做(會種在別的地方嗎：台語)？」對啦！平常對我們沒有信心的人會說負面的話，我不想理會，因為我是生意人，做過外務遭遇過許多挫折，對我來講是小case。不管他，我做對的事。以後，樹就茂盛了。(Z-1-5-1-06min55sec)

現任里長很少在社區巡視，照領薪水沒什麼意義。有人認為里長有薪水可領，社區協會理事長也是這樣吧！卻不知道它從事義務性的工作，大部分都是自掏腰包建設。我擔任六年的理事長，自己負擔至少卅萬。小額花自己的錢沒關係，有的款項就是申請不著。譬如建造口袋公園，呈報概算表，只核定八萬元。這筆錢怎麼夠？後續還要維

護。譬如：需要割草。沒辦法申請，林務局也不會撥給經費。(丙-1-1-1-2min02sec)

雇工購料也是一種風險，譬如理事長先墊付十萬元，做好了若呈報沒通過，這筆錢就報銷了(乙-1-7-1-32min10sec)。社區如果經營活絡，必須先籌措五十萬元。某理事長(研究者把身分隱藏)上次在社區交流的場合對我透露，他已經先出資五十萬元，還不能核銷。他營造得非常出色(乙-1-7-1-33min45sec)。

雖然向某機關申請繪畫材料的經費，但是陸陸續續的經費也是我自己支付，社區不能夠核銷，社區經費不能夠亂花(R-2-9-1-21min30sec)。

其實，鋁罐的費用我都沒有報銷申請，我自己去資源回收場買，因為鋁罐剪掉上下底部周圍的圓環還能夠賣，花幾千元就解決了，一點點錢還花得起(A1-2-14-2-10min31sec)。

在地對社區幹部有意見的人，即使你做得多麼完美，他也是有話要講。那一類的人的聲音就消失了(他的首長從展開變成閉合)。當初他總是說：「這個一定有錢可以賺，不然他怎麼會這麼認真？」都會往這方面排斥。實際上，每一個社區都相同啦(都會產生反對的雜音)(Z-2-17-1-51min01sec)!

擔任社區發展協會的理事長，出力又出錢。呈報計劃核可，社區理事長先墊付並且帶領執行，呈報成果才能夠撥付款項；如果成果不如預期，呈報未過關，理事長付出的錢不能夠獲得補助，自行吸收。從上述得知，累積金額動輒三十萬、五十萬元。理事長的荷包失血，失血過多，卻愈挫愈勇。民眾以為社區理事長和里長一樣是領薪水的公務員，卻不知他是志工，默默「奉獻」力量與金錢。如果被誤認為貪汙或是「撈油水」，啞巴吃黃連，如人飲水、冷暖自知而已。

(五)社區營造的榮譽榜

依照上述艱辛的歷程，皇天不負苦心人，終於出類拔萃。

我也幸運領過好人好事代表、芳草人物、園冶獎。「窳陋空間」比賽也獲得全國第三名，為屋頂上的貓設立貓公園，也拿過四個獎。是機會啦！(R-2-9-1-21min30sec)

本社區是雲林縣穀倉最多的地方，我計劃把穀倉綠美化、修飾、彩繪。以前農業時代，大家的房屋很低，沒有倉庫，設置古亭畚老鼠比較不能夠吃五穀。(S-2-4-1-5min43sec)。古亭畚裡面收藏稻穀與花生，這裡還保留廿個。穀倉提供了解先民的生活，這是村莊的文化。以前的古亭畚都賣掉了，我奉勸他們，賣掉也沒有得到多少錢。目前

已經彩繪兩個穀倉，年輕人了解穀倉比較容易接受。

(S-2-4-1-7min)。

民國一百年度參加全國的福利社區化，我們得過優等

(T-1-8-2-13min08sec)。雲林縣計劃處要求我們設計包裝，去擺攤、

去PK；那時候我們就把社區的產物結合在一起，放進包裝設計的元素，

榮獲雲林縣的冠軍。志工的凝聚力很強，不求名次只有盡力做，拔得

頭籌志工都很驚訝(T-1-9-2-15min05sec)。我們在九十八年度以親水

公園參加城鄉發展處的PK賽得獎了，把獎金先建設步道的一半，隔年

再做一半，再繼續改善它周圍的環境。第二年，我們又參加PK賽，又

獲得獎金，因為我們的訴求正確，就可以很順利地得到獎金

(T-2-12-2-6min26sec)。

本社區營造所根據的計畫案，從文建會、城鄉發展處、農委會(水

保局)、環保署、客委會，當時有什麼資源就做什麼。在去年，我們是

雲林縣第一個通過農村再生計畫的社區。很幸運地受到貴人相助，像

企業家講「天時、地利、人和」，缺一不可啦！因為我們努力，把事情

做好，貴人才會幫忙嘛！有的時候是機緣，有伴啦

(V-1-11-1-26min22sec)！黃朝慶先生是全國唯一的洞簫達人。本來

有一棟菸樓計劃設立洞簫音樂館：使農村也能夠傳播悅耳的音樂，介

紹中國與外國的音樂。都已經想好怎麼營造那個空間。自己先提升，

別人才會進來。有些是由外而內；有些是由內而外。有些是沒信心，需要別人讚賞，我們這個社區獲得肯定：就像女孩子打扮得漂漂亮亮，如果先前往欣賞並且稱讚，她會非常高興(V-1-13-2-3min48sec)。

照顧老人這個區塊，我們每年都得到優等喔
(Y-1-18-2-15min30sec)！

縣長知道本社區的烏魚子五屆都是第一名，也把觀光工廠的建設考慮在內。民眾常常講烏魚子是口湖鄉的名產，以前說是(高雄縣)茄定鄉。自從全國一起比賽以後，雲林縣的烏魚子變得很搶手：十大優質、十大金鑽，雲林縣就獲得「六大」；而且第一名就在劉厝庄)

(A1-2-19-2-19min18sec)。本社區的珍珠柏這種植物，栽種三萬三千多棵，在台灣是最多最密集的地方，遍佈一甲多地
(A1-2-20-2-25min35sec)。

參加縣政府的(社區)PK賽，從這裡的鴨母寮起步；雲林縣 67 個社區角逐，我們榮獲第一名。算是一批黑馬，別人從來沒聽過這個社區，一炮而紅(P-2-3-2-03min57sec)。參加水保局的分局比賽，再進入總局的決賽。有機會上榜了，獲得特優獎的成績。水保局的人員說：

「你們是第一名。」不過在我們那一屆的第一到三名，統稱為特優(P-2-7-1-10min35sec)。包括上課的內容也會提到我們從沒沒無聞、貧困、資源很差的地方，能夠完成社區營造；(筆者表示：捉襟見肘一

點。)都會以新吉社區當例子，作為榜樣，我們的感覺真的蠻不錯的(P-2-28-1-47min15sec)。在民國 103 年榮獲「單一窳陋點改善類-培根社區組特優」、「社區景觀營造類建築園冶獎」，)那是高雄建築經營協會舉辦的比賽，它是任何景觀設計評鑑比較公正的單位。像建築物、亮點、景觀點，被它認證代表具備相當高度的美感。它就是一個認證單位，當天鑑識人員來視察，我們就入圍了。(筆者表示：一步就登天了。)林老師的社區導覽也得獎，就是得到社區導覽獎，這個獎很少嘛！我們的獎項真的很多啦(P-2-33-2-05min38sec)！

嘉義雲林彰化南投四縣市的窳陋空間比賽的成績已經揭曉，(筆者表示：第二名。)得到第二高分(Z-2-14-1-41min38sec)。

窳陋空間、關懷老人、園冶獎和社區 PK 賽是積極爭取的獎項，頻頻提振士氣、建立信心，在「天時、地利、人和」的情勢自然就得獎。新吉社區才營造兩年，競逐皆捷；埤內社區營造很久了，依然茁壯。雲林縣擁有充沛的社區資源：珍珠柏、烏魚子、洞簫和古亭畚，堪稱國寶級，必須發揚光大。

二、社區藝術的人性美展

視覺藝術的領域舉辦展覽，社區藝術品在本研究展覽的空間都在

戶外，沒有打烊的時間。創作社區藝術的人性譬如善良、慷慨等的品德，散發出來的氛圍，是無形的、無息的，只有訪問當事人才會透露、這時候才能夠體會。本章節便是展示的空間。

(一)義無反顧，引起家庭革命。

本來去年 103 年度，蔡理事長想放棄，事業也很忙碌，她忙得快鬧家庭革命，忙得也「生皮蛇」(C-5-8min10sec)。

回想到這兩年的過程卻很恐怖、很辛苦！那是會影響家庭生活產生「半小革命」。「敢真正為社區、為庄頭，愛拚甲按呢？(「為社區、為村莊，難道必須這麼拼命做嗎？」的台語)」，很多社區志工的長輩會說：「你在搞什麼花樣？，需要這樣子嗎？」，再說：「難道社區都沒有人了嗎，需要你這麼拼命？」。我們只願意無怨無悔地付出，很多志工是放下家務而來營造社區。長輩又說：「你敢無慳慳？(「你自己不覺得很笨嗎？」的台語)」，所以我有時想社區營造是「憨人」做的，太聰明的人不願意做，我們只願意無怨無悔地付出，很多志工是放下家務而來營造社區(P-1-26min53sec)。

社區、事業、家庭，蠟燭三頭燒，時間管理是一門學問。本來可以照顧家人的時間，撥到外面的社區了。家人缺少陪伴，一定埋怨。

頻頻解釋與內心煎熬持續兩年，社區堅忍的氛圍令人佩服(林慶約，2015)。

(二)犧牲小我，完成大我。

(鋁罐)買回來再剪，但是只有兩位剪而已：蕭理事(女性)和我的內人。蔡理事長負責釘。我如果空閒，就幫忙做，因為我必須上班(F-3-3-8min20sec)。

(筆者請問：完成這麼多幅釘畫，動用多少人?)老實告訴你，不到十位。關於社區營造，順便告訴你。因為營造社區必須「有心」(台語)，「有心」必須花時間，有時候別人會說：「食飽傷閒」(「吃飽飯沒事做」的台語)，亂搞花樣；早期的老一輩都會這樣說。但是以我而言，不一樣哪！怎麼說呢？我是從他鄉搬來劉厝庄住，不過俗話說：「問風隨俗」(「入境隨俗」的台語)，我既然已經入住，這裡的大小事務我必須配合啦！

我家的烏魚子事業有壓力，社區營造也有壓力。在今年二月的時候巴也略微歪歪(A-3-6-05min22sec)。十天之內，不能走路。身體不能夠平衡，走路暈眩。開車的時候不會，走路卻會。安靜的坐，就不會；身體活動的時候，就會。走直線會歪斜(A-3-8-07min21sec)。

但是專業能力都在林老師的身上。(筆者表示：對對，在地的藝

術家。你要看他身體容許嗎？(筆者表示：也許他奉獻心力太多了。)
對對對，他的生計可以嗎？(筆者請問：請問他貴庚？)五十五、五十六歲吧！但是他最近身體出現警訊，所以這件事(筆者表示：不能夠太勉強。)不能說馬上或是哪時候執行(P-2-38-2-14min14sec)。

甚至，邀請他來吃飯(便當)，他說：「我回家吃。大家都是為了社區，理事長有時慰勞付出太多。『我這頓省起來，我轉去厝裡食。』(「我這餐請節省起來，我回家吃。」的台語)。」也有許多這類的人。

(P-1-37min17sec)

我們不要欺騙政府，實實在在地做事。請居民尊重願意付出的人，像御香園的老闆提供土地開闢公園。而某位環保志工是茶農曾經因為要去打掃公共區域，不能採茶。放棄賺錢的時間而協助社區。這種精神會令人感動，就是人性最美好的一面(V-1-13-1-28min45sec)。

我擔任來惠社區發展協會理事長八年，在今年三月才卸任理長，變換擔任社區的總幹事。本來想說見好就收、八年做一做就好了，結果一做下去，理事長沒有人願意承接。後來，勉強找一位好朋友接任，他把我拖下水，說我如果不當總幹事，他就不願意接。我只好跟他說好，彼此再做四年，再找年輕人奮鬥(Z-1-2-1-02min20sec)。社區營造就是沒完沒了的工作，吃力不討好，也沒有酬勞

(Z-2-15-1-46min36sec)。

志工學耍槍術很認真，剛開始二二六六(台語)，指導老師住在台北呀！她先把動作錄影起來，請本社區的志工負責帶領。我想有人教就好，我也跟著跳照樣學，沒有很認真記動作，跟著講師做就可以了。那一位志工臨時對我說家裡面忙碌不能夠來，當時我擔任總幹事，只好回家加緊練習，也紀錄步驟，趕鴨子上架。後來都是我訓練，別人不要的話我必須承接，我如果沒帶領，隊伍就垮掉了。大家動作整齊就雅觀了(T-2-22-2-19min36sec)。

科技業的人士曾經路過，他說：「我不認識村長，不過，我只認識你，因為只有你在做事。(筆者稱讚：你比較踏實。)我閒閒啦(微笑地說台語)!(3-13min54sec)。我的肝有問題，才下來做這個(社區營造)。我很感謝老天爺，因為社區營造是一個很大的工程，必須階段性的引導。不要氣餒，看到居民的快樂就滿足了(V-1-20-3-15min00sec)。

(筆者請問：請問在彩繪的過程中，遇到什麼困難呢?)

天氣熱，黃大師說：「快脫皮了。」(甲-14-7)

分工合作，投影高的話，也要攀上梯子畫。那一天真的很熱很熱！
(T-2-4-1-27min58sec)

她就與我們進行藝術交流。她真的很厲害，香港的海岸沒有這樣

炙熱的太陽。頂著烈日與雨勢，畫了五、六天；在此停留十一天。(筆者表示：受到您的感召。)也許不是吧！她們每次畫，直到沒有空間可以畫才休息(U-2-11-2-3min11sec)。

剛開始做釘畫，慫慫地先釘木板，撐著傘釘：下雨、烈日照耀；皮膚變得黑黝黝像漁夫。後來才改變方式，購買木板，在室內先完成作品，再到外牆釘掛。(A1-2-12-2-04min06sec)。

這裡是「風頭水尾」：冬天是東北季風侵襲、夏天是熱得受不了。做遊戲區的時候(在冬天)也凍得忍不住，從外地來這裡就業的人說：

「你們這裡的東北季風，像每天颳颱風。」(筆者表示：風力強勁。)真的很恐怖！環境的條件這麼差，難怪水保局的主任秘書說：「你們新吉社區的營造如果做得起來，其他社區如果做不起來，實在不可能。」(P-2-24-1-40min08sec)。

材料的費用由社區發展協會支出，工資也是協會負擔；半義工性質，繪者未領全額。例如：入口意象那一幅，協會只付六千元而已。

不知你注意了嗎？作品常常署名「志工 頌留」。旁邊的人嘲笑他費心畫那麼久，只獲得很少的報酬；他微笑地回答：「領這樣就夠了。」我告訴他就這樣署名，別人就不會閒言閒語了。別的社區和衛生所想延攬他去畫，他總是拒絕。他一心一意美化故鄉。畫家比我年長兩歲(筆者驚訝，以為是年輕人。)，已經退休了。他在早上和黃昏這兩個時段

繪畫，偶爾中午在遮蔭畫；時間不固定，心血來潮就做。

因為垃圾很骯髒。我用我的雙手撿了三十幾趟車，然後我開始撿人家不要的東西。你們看到的東西，都是我搬出來的。所以我常常問，你們來這邊很懷舊，什麼叫懷舊？我個人的見解，懷舊是被我們拋棄的東西，回來找它叫做懷舊。你有錢去跳蚤市場買，花幾十元就可以，為什麼要像我這麼傻，用生命去換這個東西。我是用生命去換的，所有的東西包括公車都是我想辦法調回來的。我要打造一個故鄉，包括火車站(癸-1-5-4min59sec)。。

擔任劉厝社區發展協會的女性理事長，一心一意完成社區釘畫藝術，卻忽略自己的身體，失去平衡感，罹患帶狀皰疹，以身作則。兩年以來完成的五十多幅大作，只有十人從事，其中兩人剪鋁罐外皮而已。迅速地剪，長期以來受的傷害和疼痛，自己嚥下。蔡理事雖然是從外地的移民，入境隨俗，在忙碌事業之餘為社區服務。新吉社區的藝術家林老師為社區奉獻不遺餘力，龍體微恙，需要休息。

小東社區的畫卷全部由張先生畫，他只象徵性的索取一半的酬勞，甚至拒絕其他社區的邀請；可見理事長的優良示範，感召了居民。石龜社區的畫家與埕內社區的民眾充當模特兒，不管酷熱的天氣，固定姿態堅持到底；小東社區的張畫師分早晨、中午、下午三班制彩繪，

中午炙熱也不眠不休。來自香港在台西彩繪的遊學生，停留十一天。頂著烈日與雨勢，在海堤爬上爬下地畫了五、六天；香港的海岸沒有這樣炙熱的太陽，受盡折磨也要完成她理想的藝術作品。製作釘畫初期在戶外，皮膚曬得黑黝黝破皮受傷；後來才改變在室內完成、到戶外釘牢面板的方式。新吉社區在冬天製作也得忍受像颱風的東北季風的侵襲，「『兩』年寒窗無人問，一舉成名天下知。」

嘉義縣頂菜園社區陳理事長從撿拾垃圾三十趟車次開始，打下營造的基礎，消耗生命企圖重現以前的故鄉，建造糖廠小火車站。埕內社區理事長在草根藝術祭期間，本來依賴教練與志工，後來不得已勉強自己必須熟悉而且長期帶領。惠來社區發展協會前屆剛卸任的理事長可能因為奉獻太多，變成指標，後進裹足不前，擔心過勞或是難以超越他的成就。不過，新吉社區的志工明瞭理事長的苦心，為了節省他這一份便當的錢，回家食用。彼此互相體恤，流露濃情蜜意。林北社區的私人宅地開闢成公眾的生態園，茶農為了打掃街道放棄販售茶葉的機會；而理事長也為社區奔波得肝臟「亮起紅燈」，在所不惜，與居民同樂就是她最大的喜悅。

上述三段都是渾然忘我、慷慨犧牲、使命必達的情操。

(三)從事社區藝術的動機

媒體屢次報導社區彩繪帶來人潮，人潮真的是初衷嗎？人潮就帶來錢潮嗎？即使帶來錢潮，還附帶哪些影響？

1. 複製集體記憶的縮影

中國傳統的農業社會敦親睦鄰，雞犬相聞，彼此互相依賴，生活的瑣事與技巧有目共睹、留下印象，成為經驗的傳承。集體記憶在社會認同上，可以讓同一社會區域的居民，更能產生社會意識與團結的力量(王雅芳，2004)。詳細的情形顯示如下：

土地是另一個孕育我們成長的母親。在滿腔熱血想要把故鄉找回來(現場的字體放大)，然社區居民及公部門，只把我當成一個「拾荒老人」。歧視我，讓我在沒有支援之下，轉換成一個人的骨氣，我告訴我自已，只要我有一口氣在，我一定要讓故鄉重返榮耀(癸-1-4-3min35sec)。」

我就跟他們講：「這一條鐵道是黃金鐵道，你們把這一條鐵道當作是黃金鐵道，你們曾經擁有過那麼多，但是現在不要拋棄它。你們跟社區一點關係也沒有，你們知道垃圾丟掉了多少，然後我又沒有講什麼，我把車站蓋了，不是我個人要用，那是『集體記憶』--我們這個地區人的集體記憶。我『把集體記憶找回來』，沒有用公部門的錢和民間的錢，只用自己的雙手(癸-1-7-7min40sec)。」。

石龜是五零年代的風華區，是通往斗六、斗南最重要的地方。當時有布莊、戲院，戲院表演舞台劇。自從台一線拓展以後，車輛就未進入石龜。在社區彩繪貓熊以後，打響名號，盼望風華再現(甲-14-2)。

蔦松社區在社區營造是一張白紙，不過在歷史來講非常豐富。當時有戲院、醫院、酒店，表示它在過去是非常繁華的。他們對於從繁華到沒落，反差很大，印象很深刻(丁-3-8-2-26min24sec)。

對，(此地的社區營造)完全是零。但是，關於過去的歷史，水林鄉最早始於蔦松。最熱鬧的地方也是蔦松，所以蔦松人不說自己是水林人，會說是「蔦松」(台語)人，和水林沒關係。居民的心裡還存在過去的繁華程度。(丁-3-2-2-16min13sec)。

我們畫的主題很單純是兒童的傳統遊戲，例如：爬樹，阿嬤看了回憶起同年往事產生共鳴就很開心啊(V-2-2-2-19min23sec)! 透過社區彩繪，老年人往事，兒童也可以見識阿公阿嬤當時的趣味(V-2-4-2-21min45sec)。大部分是佃農比較窮，未做社區文史的調查。了解社區的根源，才能永續經營(V-1-6-1-12min58sec)。

釘畫的主題是景點和產業，以火車頭拖引劉厝社區的過去與未來。附近種的甘蔗都用牛車拖過來這邊，疊在車台，再拖去北港糖廠。所以，我們就火車頭拖引劉厝社區的過去與未來。如果不以這幅釘畫呈現，後代就不知在地的鐵道淵源。在周圍的區域也命名為「鐵道情」

(A1-2-6-1-15min08sec)。(總幹事：劉厝最有名的就是「三黑」產業：黑金剛花生、黑麻油、烏魚子。釘畫就是展現三黑產業)

(A1-2-7-1-16min29sec)。

(筆者表示：還有一朵大朱槿。)民國五十年左右，他們家家戶戶種植朱槿當做綠色圍籬。(筆者表示：圖畫也顯示歷史。)

(丁-2-2-2-03min37sec)。

詔安客的優良傳統漸漸消失。子孫看不到以前的物品，不知道本源(X-1-1-1-07min30sec)。

我為什麼要畫一系列的三頭牛？你如果耕作過就了解，耕水田的第一步驟要用犁，再用耙，再施展人力踩踏，把這些順序畫出來給後輩了解，插秧的前置作業就是這樣。(筆者表示：理事長在早期耕作過吧?)有有有。少年時期多多少少要幫忙做一些啦！不像現在的大學生，連自己家的田地在哪裡也不知道。(Z-2-13-1-32min26sec)。

社區彩繪的主題起初是畫社區發展的故事，在奉天宮前面的幾幅「社區的由來」(乙-2-3-1-5min12sec)。

在十七個社區裡面，有八個(將近一半)希望尋找集體記憶，透過社區彩繪和釘畫的社區藝術，複製集體記憶的縮影：石龜社區和蔦松社區的風華再現、林北社區畫兒時記趣激起老一輩的共鳴以及了解社

區根源才能夠永續經營、劉厝社區的糖廠小火車運輸三黑產業功不可沒、成龍社區朱槿的綠生活景觀、港尾社區詔安客優良傳統的本源、來惠社區顯示農業作業程序希望後代知道農民生產的稻穀「粒粒皆辛苦」以及勾起前輩為求飽食奮鬥的往事、埤麻社區在七十年以前與日本人搏命的過程等；提供居民在現代社會中燃起過去互相凝聚的熱情，創造未來光明的前景。

2. 美化環境

近年來，諸多社區營造補助政策投入社區，其目的是希望社區能藉由居民的力量，共同塑造自己的家園外，更能凝聚居民共識，讓社區朝向多元發展的契機。而多數的社區景觀營造中，又以顏色的運用接受度較高。色彩是人類視覺元素中最受刺激且反應速度極快的訊息符號。在構成視覺造型與色彩中，人類對色彩的注意力佔視覺80%，對於形狀的注意力僅佔20%（孟濤，2007）。據此可知色彩是影響感官的重要因素。色彩對於人們的重要性不僅是感知能力，還有賦予人們的意義，色彩及喜好都會影響人們對於空間方位之聯想及生活行為之意象（陳其澎，2000）。因此，色彩除了能傳遞社區的自明性外，也能營造在地的生活氛圍，使社區居民的生活品質相對提升（王本壯、蘇彥碩，2013）。

如果環境也變得黯淡，生命將呈現灰色。雖然牆是灰色的，但是也可以塗上顏色。他們會想：「習慣了六、七十年的環境，怎麼會變成這樣(多采多姿)?」人生也可以塗上顏色呀！老人開心，大家就高興了，因為色彩能夠使人樂觀一點兒(V-2-1-2-6min30sec)。

社區彩繪是因為圍牆老舊經過粉刷，又巧遇「社會勞動人」有興趣，並且請求發揮的機會；我非常贊同。(乙-2-1-1-1min20sec)

在入口意象旁邊的一面工廠的牆壁，平常就是污穢不堪，期待畫圖以後看會不會比較乾淨(丙-2-1-1-6min00sec)。原先貼滿廣告單的牆壁，變得美輪美奐(丙-2-11-2-12min15sec)。

牆壁本來很髒亂，彩繪以後可以美化。原本要彩繪本地的特產竹子、竹筍，但是它比較單調。後來把貓熊當成它們的代言主角，一方面可以改變社區，二方面也能互動拍照(甲-14-2)。

民眾願意提供土地當做社區的景點，我們就加以綠美化，與社區彩繪相輔相成。(Z-2-4-1-12min52sec)

社區彩繪是為了美化環境者是五處，這些是顯性，其餘隱性者只是未表示。改善髒亂的環境，是社區彩繪的基本原因，這是無庸置疑的。行進路線的圍牆如果斑駁，生活的步調稀鬆平常，甚至感覺暗淡與老人的生涯趨向凋零的情況一致。倘若漆上明亮的色彩，社區的氛

圍欣欣向榮，連老人也頓覺像一條活龍般地振奮。

3. 吸引人潮，增加收入

社區藝術若能夠迎合一般美學的標準，旅客就會聚集欣賞。欣賞之餘，為了滿足「吃、喝」的食慾、作為回憶或是分享，會就近購買食品禮物和紀念品。

本地的蒜頭、花生算是大宗啦！品質佳。高麗菜也不錯，也推廣小的番茄。剛開始不好意思銷售，後來賣得很歡喜。社區發展就是要賺錢，不用靠人(別的支援)就可以賺錢。本來在此賺不了錢，年輕人在外地工作，只留下老一輩。(彩繪以後)期待能夠年輕人能夠回到故鄉發展，有錢可賺，就可以就近照顧長輩(父母)。社區就是咧推動這個。年輕人也可以盡情創作(R-2-14-1-29min20sec)。

推廣的方式：提供小朋友校外教學、遊客DIY，或是釘一些遊客喜歡的款式販售，朝這個方向，帶來社區收入。因為一位陳◎輝(本研究隱藏姓名)建議：「社區終究也要賺錢，才維持得長久。」。網路分享若盛行，遊客訂購我們才做。客製化，避免做出來滯銷

(A1-2-21-2-26min45sec)。一般的旅遊習慣，會帶一些吃的、喝的回去。喜歡看、愛買、愛吃，攞是按呢啦(台語)！在未來，我盼望一些

遊客認識劉厝。像昨天的遊客來參觀過，又「報予別的社區來」(台語)參觀我們的釘畫。(A1-2-30-3-12min55sec)。

那個地方(蔦松國小對面)有一家阿甘薯叔文創賣店，販售以地瓜產業為主的文創商品；其中的地瓜燕麥片還得到雲林縣的十大伴手禮。環境打造完成，商機就進去，社區就賺得到錢。人家來參觀，不是純參觀，還會「交關」(「消費」的台語)，我才有經濟模式。我有經濟模式之後，居民就願意回饋。它就回饋給在地的小朋友：第一名或是考一百分，就可以進去換禮品。以回饋金也可以支付社區活動中心的電費(W-2-16-1-39min03sec)。

現在社區希望大家能夠利用稻草帶動社區，做得更精緻，增加農民的收益。(筆者表示：增加經濟收益，帶動活力，雙重效益。)對。(N-2-5-1-06min20sec)

整個配套成型，當然遊客進來「奉獻」提供給我們「收入」，給社區村莊賺到錢，這就是我們想要的。別人愛我們的村莊，我們的村莊也能夠賺到錢，社區增加收益。這樣子永續經營，不是最好嗎？希望如此啦！但是，每個社區都有自己的願景，我們儘量朝這個方面。能夠做的，儘量去做；短期間不能夠完成的，暫緩一下(P-2-38-2-14min14sec)。

五處社區表示社區彩繪示為了吸引人潮、增加收入，其餘者未表示可能與當地的產業有關係，兩者必須搭配才能夠兩全其美，使居民的荷包變得滿盈，這項考慮產業的因素在下列章節再討論。

社區藝術帶來的人潮湧入，導入社區產業，使生產者獲利不必被盤商剝削，消費者也能夠以低價享有。老一輩的農民增加收入，遊子開始觀望；時機成熟，遊子就會返鄉協助，甚至創業或是引申新興行業。遊客愛社區，居民增加收益，彼此互相提攜。

4. 歡迎遊子

社區藝術因為畫在當地，最常接觸者是居民，遊客只是過境欣賞而已，最大的受惠者還是社區民眾。

農村社區人口老化，年邁的父母倚門倚閭盼望遊子歸來。社區藝術就隱隱約約象徵這般的心境。

本社區彩繪不像屋頂上的貓積極推廣，我們自己畫、自己觀賞而已(丙-2-2-1-6min55sec)。

這項社區彩繪，在大家春節返鄉顯得不一樣
(W-2-13-1-34min43sec)

最大的受益者是我們的村莊、社區的居民。(筆者表示：我也感染到了。)老老少少用得到，離鄉的遊子回來感覺故鄉改善很多。我們的

村莊很漂亮，囡仔在學效、在外頭會聽到我們的庄仔建設得不錯：「你們的村莊很棒。」(筆者表示：會願意回來(發展事業)喔！感到光榮)。與有榮焉嘛！附近的村莊民眾會羨慕、另眼相看。以前新吉庄仔因為先天的條件存在自卑感，但是現在我們走出門會坦然地說：「我們住在新吉庄。」(筆者表示：值得驕傲了啦！) 我們不必看重有錢人還是貧戶，在意的是本庄改變多少(P-1-11-1-18min29sec)。

社區彩繪感受最深的是出外回鄉的囡仔。(筆者表示：遊子回來。) 他們發覺村莊不同了！眼睛為之一亮(筆者表示：我(是外人)也有同樣的感覺。)，過去想像與現在呈現的情形，顯示出差別(Z-2-17-1-51min01sec)。

松山大橋的長形肖像畫，是依照現場的居民當模特兒畫的，也是我們進入蔦松的第一個藝術行動。當時接近農曆過年，刻意挑選這個期間畫，提供遊子在除夕返鄉時看到這些畫；提醒大家蔦松真的要改變了。(丁-3-5-2-19min58sec)

五處社區的彩繪與環境佈置的錦繡輝煌，歡迎遊子歸來。社區藝術逐步完成，遊子返鄉發現社區不僅改善，而且漸漸進步。新吉社區積極爭取榮譽，連遊子也在外地耳聞家鄉的名聲，自己也感到驕傲。老一輩如此地努力開花吐露芬芳的氣息、結實纍纍，年輕人豈不奮鬥

嗎？社區內的老人維護家鄉，勤勞地營造歡迎遊子、激勵他鄉的年輕人，溫馨的氛圍和積極的人生觀洋溢整個社區、每人的心靈深處。

(四)社區藝術協調的困境

從事社區藝術需要牆壁、土地和藝術家的專業，社區發展協會的理事長必須在中央協調。他除了具備服務的熱誠，還需要溝通的藝術、接納居民憤怒的情緒智商。

做工程，最重要的項目是同意書。會勘以後許可，就開始營造。同意書的意思是例如這一塊地提供社區做，地主簽名。社區彩繪也需要同意書(R-2-3-1-12min54sec)。來參觀的社區多得數不清，有些社區遭遇問題也會帶領居民光臨、分享與交流；我會為他們解釋。該社區的理事長傾訴了與我當年相同的困難：要求居民簽同意書，居民會擔心土地被政府徵收。我會分享給他了解同意書的意義與用途，他回去以後居民就主動拿同意書給理事長了。該社區的理事長回到社區以後，打電話致謝。別的社區來了以後，也知道同意書的意義了(R-2-16-1-32min)。

(總幹事：第一次是立法委員爭取 240 萬元建築假山假水，他們不同意，經費再退回。)這次農業博覽會，我們又計畫成生態池。鄭氏

家族不同意、吳氏家族同意。因為社區營造，地主若不同意，我們就不勉強。如果破壞風水，產生問題，就會追究責任

(A1-2-8-1-22min11sec)。

社區執行的困難點是只透過廣播，民眾也不知要做什麼。人想：「不關我的事，我不必積極做。」但是也不能夠先設想大家不會參與而不廣播，一定要公開、廣播、講要做什麼事；這是最基本的。但是，我常常說：「你沒有來參與沒關係，但是你已經傾聽我們的目的正在彩繪羊。」到時候完成目標了，袖手旁觀的民眾比較不會講負面的話。當計畫執行到這哩，廣播之後，沒三個人參與怎麼辦？就要打電話邀請：「你很會繪畫，你負責一隻好不好？」必須一一突破！才能夠執行完畢這個案子。(拿出冊子)。就像我們做「相片書」一樣，我們已經製作四十幾本囉！起初不好意思做，後來有樣學樣就越做越好。(筆者表示；很像畢業紀念冊)。類似啦！例如：這位社區關懷據點的老人，他呈現「載你去社區逛」與書法作品(Y-2-18-2-15min30sec)。

與觀樹基金會討論如何營造成龍社區，哪些地方適合做示範地點。商談的時間很久，也要和當地的居民接洽。；最後才設定那四個地點。光選地點就花了兩、三個月的時間(D-2-2-1-15min55sec)。先畫許多草圖與雜貨店屋主討論很多次，直到她同意才畫。最辛苦的部分是討論圖案的期間，我們想的未必是居民想要的內容。太寫實，他們不喜

歡；太卡通，他們認為是「囡仔物」（「孩子的東西」的台語）。構圖「風格」的取捨必須花一些心力。（丁-2-6-2-06min25sec）。

（理監事會議）通過以後執行，執行以後多悲慘，畫了以後不能再畫，因為居民反對。畫不完整（不能夠連貫），後面有的畫了，有的不能畫。全部的底圖在四個晚上打起來，白天再上色。當時沒辦法完成，遇到很大的瓶頸。很好運，當天收到校運丹路（台語）的東西。再運用網路部落格與臉書，大家分享串聯起（Q1-2-2-1-16min35sec）。

和想法接近的人講，比較容易接受。跟老一輩講剪紙，他們不懂，比較不會接受。神像要畫怎樣，他們想不透；十二生肖需要畫成Q版，他們也不會。畫出來以後，他們沒有觀念認為很醜。預期性在電腦上可以看到樣子。鎮公所要求根據鄭老師的意見，請他協助指導社區彩繪。鎮公所的專員也幫忙（Q1-2-12-1-27min）。

蔦松社區經歷兩年兩階段的改造，也是蔦松鄉公所發包的工程。營造中央公園剛開始的時候，因為雛型未成形，居民看不懂，認為浪費錢。當我們完成以後，第一位嘮叨者卻是第一個享用的人。我們關心他：「按呢好用無？」（台語）。蔦松比較特別的是籌措工班，包含鐵工、塗水工、油漆工，都邀請在地的民眾組織一個工作團隊。（筆者表示：這裡是紅磚師父的發源地。）對對。其實，我們每到一個地方都會找在地的匠師，也會付給他們工資（儘量給在地的人賺）；給他參與的

機會，才能夠了解在地的元素。在地的朋友會來看，他會幫我們解釋。
(筆者表示：匠師也充滿成就感。)對，他也會有成就感。蔦松的工班
在當時的規模算是比較大型的，就會吸引許多人來看。(丁
-3-6-2-22min49sec)。

彩繪的過程中遭遇的困難就是溝通。藝術家堅持自己的專業技能，
有的時候他想的，和我們的觀念與看法不同。有的時候，他憑想像畫。
譬如這個牛頭，居民或是我會嫌棄畫得太小；這輛牛車，居民或是我
會嫌棄畫得太長。雙方會引起爭執，我們也必須用委婉的態度，各退
一步找到共同點。作品必須符合民眾能夠接受的程度
(Z-2-12-1-27min12sec)。

社區彩繪引起居民的聲浪，繪畫者也畫得惱羞成怒。譬如：魚頭
向東，居民抗議錢都留向東方了(可能是「付諸東流」)；後來魚頭乾
脆朝向上方。他隨性地慢慢畫，需要思考，若有人在旁邊竊竊私語，
他的興致大減；民眾的雜音就甚囂塵上。有一陣子，他憤怒地抱怨：「不
畫了啦！」，我安慰勉勵他：「為了庄內的美觀，就繼續委屈了。」他
又勉強答應(丙-2-7-2-04min00sec)。

從上述計算八處社區(接近一半)自社區藝術協調的困境煎熬度過。
製作社區藝術需要的場地需要地主填同意書，地主擔心土地被徵收，

必須使地主充分了解同意書的意義與用途。圖案的形式與風格，也先徵求地主允許。若他不同意，有時牽涉風水問題，也不必勉強，只好另尋他處。請居民做，剛開始他們不配合，只需要透露「我們正積極地做。」的訊息，第二次傳遞「我們需要您，做一次(隻)。」就好，等到漸漸完成，頑固者就會跟進。起初不好意思做，後來有樣學樣就越做越好。和老一輩談藝術(例如：剪紙)，如果他們不能接納，只好請鎮公所出面協調與藝術家詳細地指導；或是運用網軍(婉君)的輿論，遊客蒞臨會傳達被藝術氛圍誘惑的感動，影響老人家的觀念，老人會頓悟：「原來這就是美。」，調整老人的審美標準。運用當地的工班，製造龐大的氣勢，吸引民眾好奇圍觀和重視。一旦居民抱持負面意見，工班因為經濟受到滿足，會挺身而出運用人脈協助解釋。藝術家具備專業，也有本位主義；與他們溝通必須用委婉的態度。有時他的風格與居民相左，社區理事長就得煞費苦心取得共識。

(五)居民與畫家的豔遇

當淳樸的老前輩遇上高雅的社區藝術；當各國畫家齊聚一堂為了餐點瑣事不知所措，卻流露溫馨同樂的情境；當交通受到社區藝術的阻礙——三者驚豔的眼神令人也想用筆畫下來。

1. 居民的好奇與忌諱

運用網路部落格與臉書，大家分享串聯起來。剛好福委的婚紗公司來取景，遊客透過網路來參觀。阿桑問：「少年仔，這有啥物好翕？嫫(醜)糊糊你翕遮的做啥？(整句是台語)」遊客在網路留言：「姻(他們)是庄跤俗，毋知影啥物是藝術。」我們製造一些假新聞，拍得美美的，引起網路熱烈討論。阿桑改口說：「遮的圖愈看愈深緣，阮後壁啥物時陣欲來畫？」，我們對她說：「原底欲畫恁兜的鐵門，恁無欲予阮畫啊！阮就踉過去呀！」阿桑說：「彼工拄好我無佇的，是阮頭的烏白講的，有時間來共我鬥畫啦！」(Q1-2-3-1-17min42sec)

剛開始畫，居民說我畫得「花哩巴貓(台語)」。剛開始請求隔壁人家填寫同意書，堅持不肯。有一戶給我做畫，不同意的那一戶才感覺畫得不錯，改口說：「我的牆壁也給你畫啦！」就這樣，越來越多戶加入，才能夠持續做。(R-2-11-1-24min28sec)

社區彩繪的時候也需要維護交通。畫家團隊去現場，我們也會去，了解進度。。阿嬤撐著洋傘都會去看，觀察牆面從無到彩色的變化，並且和畫家聊天。(筆者表示：改天阿嬤就親自動手了。)(她笑咪咪)也許阿嬤也會畫輪廓與塗鴉喔！開發她們的潛能。她會很快樂，不會悲觀地想：「我沒錄用啊！(台語)我活著就是等死。」，就怕老人家引發這種思維。(筆者表示：給她勾起「回憶」，才不會「失憶」。只剩「兩

億(億)」啦！)(她笑咪咪)你實在很厲害。(V-2-8-2-29min50sec)。

老人家撐著洋傘觀看；她太早去關心，好奇地問：「要來畫了嗎？」跑來跑去，她很開心。(筆者表示：社區洋溢青春)。對，比較有朝氣、活力(V-2-16-3-15min14sec)。

有一位清邦(相近音)嫂仔說：「叔仔，你欲共我畫無要緊，毋過莫畫牛(台語)。」我說為什麼？她回答：「我佇少年時代做甲誠忝，若牛咧拖咧。(「我在年輕的時候做得很累，就像牛在犁田。」的台語)」，(筆者表示：做牛做馬啦！)。她講這句話正巧在我的朋友前面，他本身做生意，生性疑神疑鬼，協會在他家前面畫三頭牛。他當場要求把他家的牆壁的圖畫擦掉，當初他沒有反對與反應，現在完成了才說：「畫一隻牛就咧怞怞喘，這馬畫三隻來咧拖閣較喘。(「畫一隻牛辛勞的感覺已經顯現，畫三隻的勞碌命更清楚了。」的台語)」。(筆者表示：最後真的擦掉了嗎？)因為他的那一面牆壁是屬於專案裡面，要等候驗收以後才能夠成全。驗收結束，他已經去台東了。沒看到他回來過了，就不必更改(Z-2-13-1-32min26sec)。

四個社區的老人與畫家或是民眾相遇，似乎上演行動劇。老婦人本來拒絕被彩繪，社區發展協會策動網路機制，加上遊客頻頻拍攝婚紗照片，引起老一輩的興趣，越看越有趣。有些人當初拒絕住家被彩

繪，觀察鄰居的成果璀璨亮麗，就會主動請求。所以一開始被居民拒絕，不必氣餒，時機一到，對方不請自來也想加入。老人家四處閒逛，巧遇繪畫施工，端詳勾勒、構圖、顏色調配或是漸層，也和畫家聊天，耳濡目染甚至產生主動繪畫的慾望，活化智慧。隔天，興沖沖地期待藝術家光臨。牛和農民的感情濃密，畫家以為畫牠會使老農民感覺親切，拉近老一輩距離；卻勾起艱辛的回憶，不堪回首，增添苦命，被拒絕了。如果換個角度為老前輩解釋，這是提供晚輩觀賞了解筆路藍縷的歲月，飲水思源，處處感恩，時時刻刻盡孝道。

2. 四海一家

以前的午餐，都是各組輪流負責煮；後來發現拖延了繪畫的時間，因為有的人不會煮，煮了，大家也要吃。後來主張買便當或自行烹煮自己喜好的口味，每天煮很累啊！為了煮午餐，一大早要出去買菜；下午三、四點準備晚餐，也忙碌到七、八點；就浪費一天了。不會煮飯菜，有的還打電話請教母親，有的上網找資料。不是我們辦得好，而是塑造一個機會給予和外國朋友聯誼、共同完成作品，充滿趣味。環境也要自己清理、自己洗衣服。即使是家人，也未必這麼親密住這麼多天。外人都很好奇，鄉下的協會規模而已竟然能夠舉辦國際性的活動！我覺得這不是困難的事，趣味趣味(台語)

(U-2-17-3-06min55sec)。

駐紮在社區的各國遊學生語言不通、素昧平生也能夠共同生活，理念和信念相同，聚集在三合院烹煮大鍋飯與菜。即使外行也得設法，打電話向遠洋的媽媽請教與搜尋網路的訊息，花招百出、趣味橫生。鄉下的協會規模竟然能夠舉辦國際性的活動，值得效法與宣揚。

3. 遭遇阻礙的幽默告示

正在彩繪時，為了確保安全，在前頭立三角牌的告示：前有正妹彩繪中，請注意安全。用委婉的方式，路人的怒氣就被轉化了。(筆者表示：充滿幽默啊!)對，反而引起大家的好奇。(筆者表示：大家會以為前面真的有模特兒。)結果，藝術家才是正妹。(筆者表示：這一點值得學習，如果婚喪喜慶擋住路的時候，也可以這麼做。)變成前有正妹嫁人中。其實，有些東西可以搞得有趣一點，不要把社區營造當成業務辦理；要樂在工作(W-2-6-1-26min30sec)。

彩繪松山大橋居民的臉譜，鋪陳社區的歷史，其中一幕就是撐篙橫渡朴子溪，在竹筏裡面放置嫁妝。新娘模特兒是正妹，即使是中年

婦女也算，提醒過客「正妹彩繪中」的指示牌，充滿創意，誘惑觀賞，達到寓教於樂的效果。

(六)社區藝術的理財術

政府雖然提供社區營造申請經費的多方面途徑，但是懂得擲節才是王道，上級行政部門可以永續支援，不致於捉襟見肘、挖東牆補西牆。

經費短缺，運用不必要的材料下去再利用。(筆者表示：發揮剩餘價值。)使它再生、再利用。用最少的錢，產生最大的效果。政府有時撥五萬、十萬，提供你去做；完成以後，看起來的感覺比五十萬的工程更美。(筆者表示：真的不容易啊！)政府舉辦PK賽的原因就是這樣。因為一般的工程是經過設計的，就是那一種格調。百姓興起各種想法，注入不同的元素，做起來就是和他們(一般的工程)不同。用很少的錢，就呈現很多面貌(Z-2-17-1-51min01sec)。。

一位景觀設計的老闆問我們：「這兩個區域花多少錢？」我回答：「我們要參加比賽，這裡(鴨母寮)五萬，那裡(戲水區)二十萬，總共是二十五萬。」。(筆者表示：他會很驚訝吧！)，老闆說：「如果我做，

需要兩百三(兩百三十萬)。」。(筆者表示：對啊！新聞播報戲水區就需要兩百萬。)老闆分析說：「你們的材料不貴啊！你們都用許多「工」在做喔！」工資才恐怖！他評估說：「你們新吉社區能夠做這樣，的確不簡單。」二十五萬只是他的十分之一，將近十倍的超值啊！(筆者表示：老闆跌破眼鏡)。(P-2-22-1-36min10sec)

新吉社區採用廢棄的磚塊、竹子、紙漿等環保材料，建造鴨母寮與戲水區；來惠社區與新吉社區都能夠用少量的錢，以志工的共識、愛心與耐力代替工資，創造十倍的效果。大部分的社區若皆以此當標竿，政府將減輕負擔、挹注將持續不間斷。

(七)藝術美學與人文美學的精義

在受訪者裡面除了代號U和丁是藝術家以外，其餘都是藝術的素人或是外行人，領導居民創造藝術品，卻能夠對藝術美學與人文美學的意義一針見血。

(1)藝術美學的精義

藝術只是媒介、手法而已，它不是主體。透過藝術吸引人家，去

到這個地方。這是對外來的遊客來講。那麼對於在地的居民呢？透過藝術，讓他們看到「原來空間可以這樣改」(J-2-10-2-13min10sec)。

我們也不刻意彩繪社區啦！隨性想畫就畫。沒有時間壓力，比較漂亮。如果配合政府的專案，已經是下半年，要在十一月核銷完畢非常匆促。大家都有工作要做，只能夠利用假日或是晚上。

(Y-2-13-1-30min39sec)。

我們的彩繪重視過程，不是要求很美。有的人是第一次拿畫筆畫；有一些人雖然會畫，但是未畫過這麼寬廣的面積(U-2-2-1-9min25sec)。我以前去學校授課，告訴學生創作藝術重點不是美醜，而在於用不用心。我們不要求完美，只在乎過程。想一想：你畫得美，有人畫得比你更美；你畫得醜，有人畫得比你醜。對得起自己的良心就好，至於成果沒辦法完全控(U-2-20-3-10min00sec)。

畫的區域只能夠限制在下橋處。大家越畫，興致越高昂，盼望塗滿整座橋。有的時候我覺得「在精，不在多。」(W-2-10-1-31min28sec)

我常常和別的社區分享：「關於社區營造，不管政府機關給予多少錢，不管成果多與少，是要給遊客欣賞，不是給社區理事長看而已。」(36min43sec)。(社區營造或是社區彩繪)如果隨便做一做，結局是只剩理事長自己欣賞。(R-2-19-1-37min14sec)。

我邀請總幹事、做裝潢的、做鐵工的、做塗水等等的專家，以及

藝術家和我偕同載運彩繪羊的貨車挨家挨戶安裝。我決定在哪一家安裝。藝術家再依照背景決定架設的角度。如果當場雜亂無章，也不能放置。藝術家說：「好的藝術作品放在適當的位置。」背景如果不好，就不好看。(Y-2-10-1-25min37sec)。

六處的社區理事長對於藝術，從陌生到明白真諦，這中間的昇華「如人飲水，冷暖自知。」。但是，藝術只是一種形式，擔任配角而已；真正的主角是同心協力的居民，領悟「原來社區可以循這種模式改造」。遊客蒞臨欣賞，象徵自己的成就受到肯定。隨性信手拈來創作，才能夠產生高尚的藝術品，「天然的上好(台語)！」，線條才流暢、色彩才一致。有些人第一次繪畫，有些人第一次嘗試盡情橫向寬闊揮灑，大家都是第一次，勇敢的複製腦海的桃花源。這裡沒有批評，只有讚美；沒有數落，只有提攜。沒有美醜，而在於用不用心；不要求完美，只在乎過程。對得起自己的良心最重要。先專精於一幅就行，別好高騖遠；勉勵自己提升品質，而不是迅速地畫許多張。如果漫不經心，別人不會佇足久望，只留下自己望「畫」興嘆。藝術家說：「優良的藝術作品放在適當的位置。」背景如果突兀，藝術品原來的和諧均衡的格調就模糊了。這番話如同「把適當的人放在適當的位置，才能發揮戰力。小至店員，大至企業 CEO，都需適才適所(吳恩文，2015)。」；

引申出「如何找到適當的銷售領域、合適的公司、稱職的老闆，來配合你的天賦(曾滄菁譯，2011)。」，其中的「領域、公司、老闆」都是背景，「天賦」就是藝術品本身。

(2)人文美學的精義

社區裡面某位是吸毒者，我很擔心他偷展示的腳踏車，因為它是我花三千元買來的。我猜測：「吸毒者可能『良心發現』，觀察出社區在改變、越來越美。我不能偷。」，人都會存在一些良心。我很擔心他偷，而且它是古董喔！。我看得到善良的一面就好，我想看的就是這個。引動吸毒者，它對社區仍然有一份責任(V-2-15-3-12min9sec)。

彰化有一位作家吳晟，他是鄉土詩人，住在彰化縣溪洲鄉，寫一本書濁水溪遊記，只有這種對土地產生感情的人才會這類的書，不然營利者只想賺版權稿費；敷衍與認真的作品的確不同。它就會令我感動與感謝！(筆者表示：是付出感情的，相愛的啦！)(她笑咪咪)((V-2-7-2-28min13sec)。

社區彩繪的願景是彩繪融入家庭，把社區當成大家庭(Q1-2-24-1-33min41sec)。

這農村的幸福不是為了外面的觀光客，希望居民喜歡這個社區，而不是營造給外面的人看的啦！永續性的營造！

(W-2-24-1-47min24sec)

透過這一項藝術改造行動，給他們看到與領悟「自己的社區還有救！」；因為蔦松是三不管地帶，閒置二十年了無聲無息。他們感覺這一次的藝術改造行動，真的不一樣！透過這一次行動，給外界看到和知道有蔦松這一個地方。大家知道水林鄉出產蕃薯，有些人還不知道水林在哪裡，他們藉由蔦松認識水林鄉。很多背包客來蔦松，感覺居民的信心與榮譽感又回來了。我覺得這是營造的效益，不過這個需要時間哪！（筆者表示：我去番薯會社買「冰心番薯」，它還開發票呢！）是喔！（筆者表示：代表營業額還蠻可觀的。）對啊！（筆者表示：這也是你們帶來的成果與效益。）是是是。（丁-3-8-2-26min24sec）。

我們去花蓮、台東做社區交流，廟裡有許多人進香。他們好奇地問：「你們從哪裡來？」，我們回答：「麥寮。」；他們接著說：「麥寮？麥寮的新吉社區做得不錯。」（筆者表示：名聲翻山越嶺。）他們也知道啦！（他大笑。）參與社區營造的人會知道這方面的訊息啦！像水保局再生組，就是社區營造上級、比較資深的社區，在本社區舉辦成果發表會。我們還是培根組而已，他們刻意要選來這邊。（筆者表示：不同組別也來觀摩一下。）。老鳥看菜鳥，（筆者表示：麻雀變鳳凰了啦！）（P-2-28-1-47min15sec）。

五處的社區理事長表示人文美學的境遇。居民在社區享受福利，也要盡義務。連吸毒者的慣竊，對社區仍然有一份責任，秉持良心遠離彩繪道具的腳踏車。對土地付出感情，才能夠完成高雅的作品。敷衍與認真的態度創作的結果，後者才能使人由衷致謝與感動。彩繪已經融入家庭，社區就是大家庭。這些精緻的創作帶來珍貴的幸福是營造給居民，而不是過客。透過這些藝術改造的行動，象徵社區還能夠補救，感覺居民的信心與榮譽感又回來了。在後山花蓮也耳聞讚賞自己社區的聲音，不禁暗中竊喜驕傲；連一向出類拔萃的社區也靠攏，平分秋色、平起平坐。依照上述六句，居民隸屬於社區，感受幸福；名聞遐邇，在外地也獲得肯定，備感尊榮，切合馬斯洛(Maslow)的需求層次理論：認為人的需求有生理的需求(Physical Needs)、安全需求(Safety Needs)、愛與歸屬的需求(Belongingness And Love Needs)、尊重需求(Esteem Needs)、自我實現需求(Self-actualization Needs)等其中的愛與歸屬的需求、尊重需求以及自我實現需求；從前面的「4.1.3.1.5 社區營造的榮譽榜」可見端倪。動機為決定行為最主要因素之一，通常人類行為產生，主要來自於個人的內在動機，由動機而引發行為。人為了需要滿足某種慾望時，以致產生動機，進而引發行為。當人能自我尊重、自我接納後，將會意識到另一個更高層次的需求，這是一個希望能充分發揮自己潛能的一種需求，稱之為「自我實

現需求」。它是指個體對於完成個人目標、充分了解與接納自己本質、發揮自己潛能、追尋自我成長與突破之慾望(葉榮正, 2007)。尤其是P社區(新吉社區)參加縣政府的(社區)PK賽, 當時雲林縣67個社區角逐, 榮獲第一名。參加水保局的決賽, 獲得特優獎第一名。在民國103年也榮獲「單一窳陋點改善類-培根社區組特優」、「社區景觀營造類建築園冶獎」, 它把藝術的人文精神發揮得盡善盡美。

4.1.4 社區藝術旅遊

依據本研究「4.1.3.2.3.4 吸引人潮, 增加收入」的敘述, 五處社區明白地表示歡迎旅客蒞臨。社區的領導者在受訪時, 也透露平時就規劃的本社區旅遊的路線與方式。在第一章報章雜誌密集敘述「社區彩繪潮」與「民眾觀賞潮」, 潮來潮往, 漲起一股熱浪。雲林縣社區藝術資源豐富, 本章第二節社區藝術的系列已經列表, 由興趣各取所需; 在加上本章第三章節的人文美學, 在第二章揭示的「雲林學」的確值得一窺堂奧。

一、社區藝術的維護與展望

社區藝術完成初期, 炫彩奪目, 熙熙攘攘。時間一久, 若未維護, 漸漸地褪色, 居民假使故步自封、沾沾自喜, 參觀的群眾對於社區失

去新鮮的感覺，社區藝術便會花容失色。

社區彩繪部分使用油漆，部分使用水泥漆，孰優孰劣呢？後續的維護才是永續的關鍵因素。

釘畫的材料是有顏色的鋁罐。鋁罐的顏色有紅、黃、綠、藍。例如：舒跑的罐子只有兩種顏色：藍和綠，同一罐未必是相同顏色。(理事長去拿罐子示範)。平常就要蒐集顏色，到時候才派得上用場。像這個只有一點點顏色，也要撿起來。剪刀很像調色筆，例如：舒跑有兩種顏色就分開剪。天空色通常都用舒跑的顏色。顏色要分類，很費工夫(A1-2-10-1-29min52sec)。本來要把許多作品釘在外面，變成藝術街。後來發現最先完成的作品褪色了，很可惜。因為鋁罐都是普通染色，紫外線太強而褪色了。以後就不敢放在外面，只好懸掛在活動中心，胡達華老師說這是「釘畫食堂」；活動中心是吃風味餐的地方，(總幹事表示：開會兼餐廳。)(筆者表示：一邊開會、一邊欣賞，吃的食物容易消化，充滿情趣。)(A1-2-13-2-05min00sec)。(總幹事表示：現在的理想是用釘畫完成「珍珠柏藝術街」(A1-2-20-2—25min35sec)。

稻草藝術的材料必須向民眾收購。稻草要成為藝術品，必須在稻

草收割以後的兩天內，一定要接受太陽的曝曬，才不會產生斑點與腐化的現象。需要太陽，品質才優良，纖維度才足夠，才不會呈現黑斑。品質好的話，稻草聞起來是香的。如果居民蒐集稻草，它的品質參差不齊。(筆者表示：很難控管。)對。(N-2-7-1-08min20sec)。稻草藝術侷限在小小的框框裡面，因為它遇到濕氣，放久了(產生黑斑)，不宜久放啊！非常難突破這個情況。嘗試許多製作程序，都不理想。還是要突破「放久了遭遇潮濕會腐爛。」，和「放久了即使在太陽的曝曬下，纖維質會消失。」稻草是依靠纖維質維持品質(N-2-10-1-13min16sec)。我希望三結社區未來成長為「稻草藝術村」，呈現在全國的面前，讓他們知道三結這個地方。也把三結的草編發揚光大，推廣到每個角落，繼續傳承稻草的古文化(N-2-30-1-35min35sec)。。

(筆者請問：紙漿能夠防水嗎?)紙會吸水，所以刷水泥漆防護；塗得比較厚，注重環保，不要用油漆。彩繪也是用水泥漆。水泥漆污染性比較低，裡面包含樹脂可以防護。任何東西還是要維護啦！每隔一段期間也要做。做越多，維護的時間越多(P-2-20-1-33min57sec)。紙漿藝術進展到這樣的境地，期待成立紙漿藝術村(P-2-38-2-14min14sec)。

用一般油漆上色，也會龜裂。今年又要重新上色。經過兩年以後，

要重新上色(Q1-2-14-1-28min06sec)。不要把彩繪做得沒完沒了，一定要有 ending，要做永續的東西，因為彩繪需要一輩子維護，不會褪色而被遺忘。如果增加範圍，要減少人力的負擔。例如可以做馬賽克，不要增加需要費心維護的東西(Q1-2-25-1-34min03sec)。

稿要先打好，再拿畫筆用水泥漆、油漆和壓克力漆畫。用水泥漆畫比較快完成，鐵製品(鐵捲門)需要加膜(R-2-17-1-18min16sec)。如果掉漆了，我們也會補。不動不摸，可以維持兩三年。遊客來了有時候摸、有時候踏，我們比較有機會繼續畫(R-2-18-1-19min06sec)。偶爾上漆維護，我們也會改變—把原來的圖塗掉，再畫別的。不會覺得可惜，必須要變來變去；像在製作電影。如果不改變，「看久嘛會臭曝。」(台語：居民看久了也會厭倦。)。貓公園是一個核心點，另外拓展成密集點。遊客也會從密集點聚集到核心點(R-2-15-1-30min30sec)。接下來的作品，我們採用環保材料「紙漿」製作立體貓。(R-2-10-1-23min)。

使用水泥漆與其他油漆繪畫，畫了一年了未龜裂與脫落。維持更久也沒問題啊(S-2-3-1-16min16sec)！想擴展面積和注入新的元素。目前還不需要維護，因為他們選擇的材料品質佳(S-2-4-1-19min10sec)。

全部用油漆畫，那種油漆維持得很長久(T-2-7-1-29min50sec)。

接下來，我計劃用紙漿藝術進行浮雕，以雇工購料的方案實施；可能在明年度水保局同意以後再實行(T-2-10-2-3min43sec)。

彩繪的顏料是水泥漆，沒什麼特別。我們構想間隔四、五年，再換新的作品。我們也在擴展當中。有些牆壁的材質不佳，容易掉漆。我們不修復，直接改掉更新；也就是重新再畫。因為掉漆到某一種程度，很難看。修復顯得很奇怪呀(U-2-12-2-4min30sec)！

因為是縣政府發包，統一給一個公關公司，公關公司在找畫家進駐，我們不能決定繪畫原料。我們只是提案，配合他們。原料都是他們買的。如果顏料龜裂算是正常，我們社區沒條件修復，順其自然(V-2-10-3-02min40sec)。我想到鉛片厝，我有一個理想啦！曾經找黃世惠(相近音)講：「請得利塗料公司把整個聚落彩繪。」就像德國有一個港口，該單位把所有的倉庫塗上顏色。一棟塗一種顏色，可是色調要經過設計。因為那個聚落(鉛片厝)一眼望去呈現落差，如果彩繪以後，會形成層次感。但是黃老師說：「得利公司歡迎我們提計劃，但是要配合優秀的設計師，配色要相當專業；色彩的對比與協調性必須足夠。」我沒有閒暇忙這件事，不過已經向黃老師提起。如果成功，台灣省還沒有地方採用這種型態。(V-2-11-3-05min00sec)。

塗料也會褪色，有些已經修復過了。在風頭處需要大修；在學校的不需要，有些可以持續五年。噴漆的壽命會更長。因為是工程案，

所以我們會請優雅農夫藝術工廠回來保固，他們負有保固責任

(W-2-8-1-29min22sec)。未來可能在那邊(松山大橋)累積，等待上級的經費，因為第一期的工程大家都很喜欢，阻礙的機會將降低。居民很期待會不會有第二期、第三期，當然會有更多的文化元素被盤點出來。畫的点(角度或是地點)不同，居民給我們的回饋也不一樣。

(W-2-11-1-32min22sec)

彩繪用油漆畫，也會褪色(X-2-6-1-27min09sec)。關於社區彩繪的願景是希望一年繪製一面牆，未來「南北路」不只彩繪，也要做浮雕與雕刻，鑲進去武術的元素。(筆者表示：浮雕不容易啊！比社區彩繪更高級。)有經費才能做啦！有的地方的電線桿地下化，我期待彩繪電線桿。有的社區把電線桿彩繪成長頸鹿的圖案。未來也把社區彩繪聯成一氣，規劃動線，引導出入口。全程看到尾，避免這裡看一些，間隔了到另外一區才看得到(X-2-21-2-010min32sec)。

可能是廣告顏料。保護漆也是任老師帶來，我們只負責畫。(筆者表示：禁得起日曬雨淋嗎？)(總幹事表示：保固兩年，兩種也許都行吧！)總不能很快就糊掉吧！公司保固兩年，我們也要負責維護管理啊！遺失一個，就要設法再裝回去。材料不會龜裂，保護漆上完一層再上啊！(Y-2-11-1-27min12sec)。彩繪麥寮羊不會再拓展數量與區域；社區彩繪也隨意就好，我們不會向政府申請相同的案子一直做

(Y-2-13-1-30min39sec)。現在彩繪麥寮羊已經完成分散在各地了，就讓它「自然發酵」(Y-2-20-2-16min30sec)。

本社區會繪畫的人士廖先生說：「早期作廣告繪畫的環境很乾淨，這種必須刷油漆，我不要啦(Z-2-2-1-10min50sec)！他對油漆外行，我刷白漆當做底色，他再畫和上色。我泡松香水如果太稀薄，擔心褪色；太厚的話，畫不動。我找不平的區域給他畫。起先失敗，後來泡得太稀薄也褪色。我繼續聘請他畫，經驗越來越豐富

(Z-2-14-1-12min52sec)。剛開始的材料是使用油漆，後來思考調配油漆必須很內行，否則容易褪色；所以改用水泥漆，比較容易畫，再塗一層保護膜(Z-2-11-1-25min26sec)。改天經費充裕再以「馬賽克」拼貼，比較持久。(Z-2-7-1-20min25sec)

」畫完雖然漂亮，壞處就是五年以後會「落漆」(台語)。因為牆壁是水泥建造，所以用水泥漆畫。如果用油漆更快脫落，兩、三年就剝落了。大部分的社區都用油漆彩繪，看起來雖然亮麗，但是兩年以後就脫落。用水泥漆比較容易滲入(丙-2-1-1-6min00sec)。本社區彩繪沒有刻意推廣，掉漆的部分也請張先生補。譬如：猴子的顏料也補上了。看不出補過的痕跡，補畫的功夫了得(丙-2-9-2-09min25sec)。想擴展面積，但是要改變像口湖鄉成龍社區用蚵殼馬賽克拼貼的方式(丙-2-8-2-08min50sec)。。

壁畫都有時間性，當初就設定讓它隨著時間淡化；也是觀樹基金會環保的精神。(筆者表示：隨著時間融入環境，消失了沒關係。)對。也不必刻意修復。(筆者表示：未去第二次維護?)對，一定會慢慢褪色。只要是彩繪的東西，太陽曬久了，就會褪色。(筆者表示：它是坐落南北向。)半日照。(筆者表示：選擇的地點非常適當。)(丁-2-8-2-09min29sec)。接下來藝術改造的社區將前往斗六市，目前還是以雲林縣為主。(筆者表示：我研究的區域還是跟你們蠻投緣的。)我們自己也不急，一年做一至兩個案子。我們也不會做多啦！這就是回歸「社會企業的理念」。秉持責任心來做，以謹慎的態度執行(丁-4-1-2-27min50sec)。

十五處社區將修復龜裂或是褪色的藝術地點，展現歡迎光臨的誠意。綜合上述，列表(4.6)顯示比較清楚。因為此頁下方的空間狹小，所以放置在下一頁。

表 4.6

雲林縣社區藝術的材料、維護與展望

社區代號	藝術種類	材料	維護方式	展望
A	釘畫	鋁罐外皮	改放在室內	用釘畫完成「珍珠柏藝術街」
N	稻草藝術	稻草	很難	成長為稻草藝術村
P	紙漿藝術	紙漿	塗上水泥漆	成立紙漿藝術村
Q	剪紙彩繪	油漆	連續三年 重新上色	因為彩繪需要長久維護，所以計劃製作馬賽克藝術。
R	貓立體 彩繪	水泥漆、 油漆和壓 克力漆	偶爾上漆維 護	把原來的圖塗掉，再畫別的。「紙漿」製作立體貓。
S	古亭畚 彩繪	水泥漆與 其他油漆	目前還不 需要維護	擴展面積和注入新的元素。
T	耍花槍彩 繪	油漆	維持得很長 久	用紙漿藝術進行浮 雕

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 4.6

雲林縣社區藝術的材料、維護與展望(續)

U	國際彩繪	水泥漆	間隔四、五年，再換新。	不修復，重新畫。 擴展面積當中。
W	臉譜彩繪 廚工蕃薯	噴漆	優雅農夫藝術工廠保固	在松山大橋製作第二、三期。
X	客家布雞 拳彩繪	油漆	未說明	南北路不只彩繪，也做武術的浮雕。
Y	彩繪羊	廣告顏料	兩年內塗保護漆，以後自然發酵。	保持彩繪羊的數量，社區彩繪也隨性。
Z	農村畫卷	初期是油漆，改用水泥漆加保護膜。	未說明	經費充裕再以「馬賽克」拼貼，比較持久。
丙	農村畫卷	水泥漆	請作者補漆	馬賽克拼貼
丁	大壁畫	噴漆	隨時間淡化	藝術改造斗六市的社區

資料來源：本研究整理

其中甲社區和乙社區未答覆，X社區和Z社區也未說明維護的方式。丁是委外的公司，以藝術改造成龍社區和蔦松社區以後，將前往雲林縣的鄉鎮，與研究者涉獵的區域投合。彼此不是英雄，所見類同，雲林縣是藝術素人齊聚的樂園。

丙社區曾經傳授經驗：「如果用油漆更快脫落，兩、三年就剝落了。大部分的社區都用油漆彩繪，看起來雖然亮麗，但是兩年以後就脫落。用水泥漆比較容易滲入(丙-2-1-1-6min00sec)。」，Z社區也感受很深：「改用水泥漆，比較容易畫，再塗一層保護(Z-2-11-1-25min26sec)。」，W社區也坦承：「有些可以持續五年。噴漆的壽命會更長。(W-2-8-1-29min22sec)。」所以，材料的持久的時間長短排序是「噴漆>水泥漆>油漆」。噴漆雖然比較持久，必須直接畫，熟能生巧才能夠勝任；油漆壽命比較短，但是光亮美觀。

社區藝術必須求新求變，也就是創新變化。列表的十五個社區只有一處保守，其餘者皆希望煥然一新，願意創新者占 93.33%。不僅居民和遊子感受像商朝國君湯寫在臉盆的勵志銘：「苟日新、又日新、日日新。」，每天充滿新鮮和活力，旅客也肯定該社區的理念與成就，遊子若耳聞精彩的迴響，豁然開朗、心花怒放。

二、藝術社區旅遊的現況

本研究的社區具備豐富的藝術作品與人文美學的資源，遊客若絡繹不絕就是迎合大眾審美觀的指標。茲將藝術社區旅遊的現況敘述如下：

蒞臨本社區的單位好幾個，像上週日的台中市福順社區、新竹的四健會嘛來。像今年二月，就有十七個單位參觀。(筆者表示：大約一點五天就有人來，你們很忙碌啊!)。假日也出現陸陸續續的散客，昨天也是有六、七位的散客來，我們發現了就導覽了。單單台中市的公民營的大單位就有十個參觀過。只要預約，我們就導覽。(筆者表示：你們都很熱誠，大家就會口耳相傳。)(A1-2-23-3-02min08sec)。遊客都是透過網路分享光臨。本社區最遺憾的是缺乏資訊人才，如果要查閱就得從縣政府的網頁介紹劉厝社區。虎科大願意協助設計網頁(A1-2-24-3-01min40sec)。

(筆者表示：你們社區有自己的網站和臉書，是我拜訪的社區裡面的佼佼者，有的社區一項也沒有。)我們社區有自己的網站和臉書，我們的新活動(成果)和新的作品，都可以從這裡發送消息給全國的愛好者。(N-2-11-1-14min10sec)。今年有幾十輛遊覽車來過本社區，大部分是外縣市。(筆者表示：我看網站，電視台的記者也來了。)對對。(筆者表示：八大、三立。)三立、大愛都有。(筆者表示：還開過記者

會。)對對。一般民眾是慕名而來參觀。(參觀的目的)大部分都是社區觀摩，由社區主導(N-2-16-1-18min26sec)。。

在 Google 網站來講，已經有鴨母寮這個區塊了(P-2-30-1-49min45sec)。來這裡舉辦的活動很多啦！在水保局系統，我們的知名度在感覺上算是蠻高的；在雲林縣社區營造的團隊裡面，也是蠻有名氣的。。我們不需要推廣，我們不是營利的社區。目的是居民有休憩的地方，如果公家單位不嫌棄要借場地，我們不收費。(筆者表示：無償。)如果需要風味餐，向理事長通知，我們如果有空就幫忙；我們常常是以幫忙的角度做事。有時間的話，我們儘量導覽。(P-2-26-1-47min15sec)。

蒞臨本社區的單位很多，至少有廿個以上；有遠從台北、屏東來的，大部分是社區營造中心。假日散客的數量不一定，我也沒有認真算過，因為這不是重點。散客都是自由行，我們不會注意他們多少人進來。遊客大部分是從網路得知而來，一些是經由親朋好友的介紹。

(Q1-2-19-1-30min45sec)。訓練社區的居民每一位都是導覽員。每一戶都有故事，做土水的講他的故事。如果去陳家古厝，也會邀請陳家後代出來協助導覽。(Q1-2-20-1-31min34sec)

北溪社區有名不是因為居民行銷，因為虎科大的老師住那邊，很多學生去北溪做有點兒像戶外教學，看到那些圖案認為把那些圖案鋪

上網路會吸引很多人，他們就幫忙做網路行銷。很多人就利用「彩繪村」關鍵詞搜尋得到，慢慢地就變成「你不來這裡看，就會落伍。」的觀念。「畫了的時陣挂好欲過年(「彩繪完成正巧接近農曆春節」的台語)，第一年過年他根本沒想袂到有遮爾濟人來(「第一年過年他根本沒想到這麼多人來」的台語)。(T-1-5-8min05sec)。

來參觀的社區多得數不清，也有外國人蒞臨，例如：馬來西亞人停留三、四天、中國大陸的領導人也來了解我們如何營造。很多國家都來，假日的散客也很多(R-2-16-1-33min)。旅客透過網路與來訪的社區分享以後蒞臨，目的是要聽故事、與圖畫如何互動、如何帶領居民營造社區。如果預約，我們會請在本社區經過訓練的人員導覽，請貴單位付導覽費；把這筆錢回饋給社區與在地的廟宇(R-2-17-1-34min30sec)。

大約有十個以上的社區或是學校蒞臨參觀，我們也未刻意推廣啊！散客在平日也來，大部分是透過網路得知。假使需要導覽，我親自服務。社區彩繪與口袋公園都在我任內完成；尤其是口袋公園，我來講解最貼切。(S-2-4-1-19min10sec)。

以埕內社區的臉書專頁透過粉絲團推廣，我們當然歡迎民眾觀光。不管旅客多少，隨緣啦！有的社區很熱鬧，很雜啊(T-2-12-1-2-6min26sec)！蒞臨本社區的單位很多，來自基隆、台北、

屏東、高雄，我們都會交流。只要預約，我們都會帶領前往二二八公園走一走，並且導覽。把結果放在臉書專頁，做個紀錄吧

(T-2-15-2-9min19sec)！遊覽車的旅客蒞臨，我們會導覽；因為人力不足，還有很多是要做，散客則請自行看臉書

(T-2-18-1-2-13min30sec)。

蘋果日報、自由時報，聯合報等等它們一刊登本社區的訊息，不是半個版面、就是整個版面。最近巧連智也從北部下來找我們合作，把我們的彩繪村刊載在它們的月刊。香港的東方日報在五月份也設置專題報導。(筆者表示：各國紛紛嚮往啊！)(U-2-17-3-06min55sec)。離鄉就讀大學的子弟回來大部分是打電腦、睡到自然醒，因為他回鄉才一、兩天而已嘛！在這裡提供給他有事情做的機會，由我們帶領他做，體驗共同繪畫的過程。要了解某一個地區，一定要詢問當地的人。在地人也驚訝「在台西也能玩一天！」，其實能夠順利的完成是透過人的介紹，否則即使美的東西也只是擺飾、被冷落而已

(U-2-19-3-08min31sec)。蒞臨參觀的社區或是遊客大約有仟位，也很難統計。散客無法計算。遊客大部分透過網路，通知我們來的時間，我們會為他們說明。假日或是閒暇時期才接洽，我們不依賴這項討生活(U-2-15-3-00min57sec)。

遊客透過網路或是朋友口耳相傳而蒞臨。例如：昨天有一位來自

苗栗的女生自己搭乘火車到林內火車站，徒步進去坪頂到此；我要載她，她卻拒絕。天氣熱，堅持自己的想法。她說：「我很開心，已經吃飽了，體力足夠。」她就開始走啊！（V-2-19-3-21min51sec）。旅客蒞臨，會為他們導覽菸樓。請看「林北社區導覽逍遙遊」這一張地圖，我會告訴遊客草根藝術的地方在哪裡，請自行前往：鉛片厝（的小巷弄）、國道三號橋下的涵洞、彭厝（有兩幅）。我們是聚落型的社區，（從地圖指引）這裡是御香園；這裡是百年「九芎仔」（「大花紫薇」的台語）只剩樹皮鏤空依然茂盛，它是居民買回來的保育類植物，供大家觀賞（V-2-21-4-2min50sec）。

完成以後，我們透過媒體、報紙、臉書推廣，再口耳相傳。甚至有一些遊覽車、社區、公部門來參觀。九月，台北市政府將要下來；前幾天的許多貴賓，來自朴子市公所；文化部也來——表示「沒落氣（台語）」啦（W-2-12-1-33min34sec）！斗六市公所就來了兩次、中區水資源局長也來過、文化部的司長和綜合規劃司的司長也來過、台南縣（台南市）、嘉義縣、台灣社造聯盟也派遣車子來過，很多啦！（W-2-14-1-35min20sec）旅客大部分透過臉書知道本社區的訊息，再從google搜尋。當申請光臨時，公所的主管也會擔任陪伴的角色導覽。（筆者表示：您也擔當過重任喔！）有有有，不好意思。（W-2-15-1-35min50sec）。

彩繪完成以後透過普及化的網路，以及縣政府辦活動時公務員會在口頭上宣傳或是印製各色區特色的手冊、百大亮點協助推廣。與我們聯繫，我順安宮主委和村長夫婦協助導覽。(X-2-8-1-31min30sec)。在舉辦社區成果展覽的時候，順便展現社區彩繪(X-2-9-1-33min00sec)。蒞臨參觀的單位是縣政府的文化處、鄉公所、行政院客委會。假日的散客很少，因為是「庄跤所在」(台語)。你們能夠來，就增加我們的能見度。(X-2-11-1-40min27sec)。

彩繪麥寮羊受到政府主動推廣，搭上農博列車。(總幹事表示：我們是百大亮點之一。)我還發現來自高雄的遊客，透過網路來(Y-2-14-1-32min35sec)。我們接待過觀光客。有的時候一輛，有的時候兩輛。內政部帶過來的多達七輛，我們就分批接待。我們有好幾個景點啦！有的先看這個，有的再看那個。這項需要設計啦！最近因為我們比較疲累，所以謝絕參觀。從事營造者都還有工作(上班族)或是退休人員，只能在週六和週日做，或是晚上。這樣就很累，所以推辭來旅遊的單位。目前已經發展到兩百元的社區文化深度旅遊，包含中午的風味餐和場地費用。大家工作很忙，如果要籌備還得請假。沒有很多假期可以請，除了週六、週日以外，但是這兩天我們也有許多活動。除非像八八風災那一種的，我們才協助大家「走出來」。他們比較需要社區營造的訊息與打氣(勉勵)，我們再怎麼忙也要請假，會被扣

薪水喔！（筆者表示：辛苦。）(Y-2-16-1-40min15sec)

召開記者會。上網路的臉書，上傳五張不同表情的貓熊圖畫照片，就贈送貓熊公仔。共一百隻，送完為止(甲-14-9)。

(筆者請問：請問完成以後的效益如何？)

在下午三點到四點，民眾陸陸續續進來拍照(甲-14-10)。

他默默地畫，完成以後，社區也未對外宣傳，順其自然啦！只憑藉口碑相傳。也未舉辦儀式慶祝。居民也反應良好，民眾運動經過或是經過這裡的遊客，也會多欣賞一下；他們來的動機是因為這裡的環境乾淨。以前的糖廠小火車經過，本社區是沿線環境最清幽的地方；其他地方的路線雜草叢生。參觀者來自北部和南部，訊息來源是我們其中一位志工在文建會的網頁建立超連結；或是透過縣政府的推薦。我們雖然靜靜地做，但是縣政府覺察得出來。蘇縣長是北港人，她要回家鄉，車子專程從大東社區穿越我們的社區；因為我們的綠美化形象令她滿意。我聽她的司機說，有時她會蒞臨寒舍看我在不在家而問候一下。她知道本社區經營活絡(乙-2-6-1-23min39sec)。

梧棲鎮三五個社區的老人會參觀過，拍個照片就離開。每年都會來，有的會員來好幾十次了。「台灣社區通」登載本社區進展的消息。我已

經六十七歲了，是卸任的理事長。(丙-2-11-2-12min15sec)。

共有十五處社區表示社區藝術旅遊的現況。茲將社區遊客的來源與社區配合的情況列表下：

表 4.7

雲林縣藝術社區的旅遊情況表

社區	蒞臨媒介	提供導覽	旅客來源和媒體採訪
A	網路的臉書	免費導覽，也服務散客	台中市公民營的大單位就有十個參觀過，新竹的四健會也蒞臨過。今年二月，就有十七個單位參觀。
N	網站和臉書	未說明	今年有幾十輛遊覽車來，大部分是外縣市的社區觀摩。三立和大愛電視台採訪。
P	水保局系統社區間 Google	參與營造者皆可以導覽。	公家單位需要借場地，不收費。水保局系統和社區來參觀。
Q	虎科網路的臉書、親朋好友	居民都是導覽員	至少有廿個以上的單位；有遠從台北、屏東來的，大部分是社區營造中心。假日散客的數量不一定。

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 4.7

雲林縣藝術社區的旅遊情況表(續)

社區	蒞臨媒介	提供導覽	旅客來源和媒體採訪
R	網路	請經過培訓的人員 導覽並且 收費。	來參觀的社區多得數不清，也有外國人蒞臨，例如： <u>馬來西亞</u> 人停留三、四天、中國大陸的領導人也來了解我們如何營造。很多國家都來，假日散客也很多。
S	網路	理事長親自 導覽	大約有十個以上的社區或是學校蒞臨參觀，散客在平日也來。
T	網路的臉書	為遊覽車 旅客導覽	來自基隆、台北、屏東、高雄，我們都會交流。
U	網路	假日和閒 暇時間才 導覽	蒞臨參觀的社區或是遊客大約有仟位，也很難統計。散客無法計算。在地人也驚訝「在台西也能玩一天！」。
			蘋果日報、自由時報，聯合報等一刊登本社區的訊息，不是半個版面、就是整個版面。巧連智也從北部找我們，把彩

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 4.7

雲林縣藝術社區的旅遊情況表(續)

			繪村刊載在它們的月刊。香港的東方日報在五月份也設置專題報導。
V	網路或是口耳相傳	導覽菸樓	來自苗栗的女生自己搭乘火車到林內火車站，徒步進去坪頂到此，拒絕載送。
W	媒體、報紙、臉書口耳相傳	鄉公所的主管也導覽	台北市政府、朴子市公所、文化部、斗六市公所來兩次、中區水資源局長、文化部的司長和綜合規劃司的司長、社造聯盟
X	網路、口頭宣傳、百大亮點手冊	順安宮主委和村長夫婦協助導覽	縣政府的文化處、鄉公所、行政院客委會。假日的散客很少，因為是「庄跤所在」(台語)。
Y	農博推廣網路	除了受災戶，謝絕團體參觀	分批接待內政部的七輛車。

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 4.7

雲林縣藝術社區的旅遊情況表（續）

甲	網路的臉書	未說明	在下午三點到四點，民眾陸陸續續進來拍照
乙	口碑相傳、文建會的網頁、政府推薦。	未說明	參觀者來自北部和南部，蘇縣長常常參觀綠美化的景觀。
丙	台灣社區通網站	未說明	梧棲鎮的老人會裡面的三五個社區來參觀，有的會員來好幾十次了。

資料來源：本研究整理

本研究的十七個社區裡面，已經敘述旅遊情形的是十五個，占 88.23%。這些十五個社區裡面，遊客獲悉的媒介裡面，全部都包含網路，占 100%；其中有六個社區是網路的臉書，占 42.85%。協助導覽者是十處，占 71.42%，其中主管級親自導覽者是三處，占導覽社區的 33.33%。參觀的目的屬於社區觀摩者有六處，占 42.85%。遊客遍布西部地區以及包含外國人，而未見東部遊客的行蹤。

三. 藝術社區發展旅遊的條件

社區發展藝術的原因已經在「4.1.3.2.3 從事社區藝術的動機」敘述，其中「4.1.3.2.3.4 吸引人潮，增加收入」如同經濟一般「有感」。社區發展藝術吸引人潮，就能夠增加收入嗎？以下社區領導的闡釋的經驗，鉅細靡遺。

我們擁有釘畫的特色，有的人透過網路參觀，我就設想如何提供遊客持續光臨的方法。社區裡面有黑麻油、烏魚子、黑金剛花生等等三大產業的優勢。有的社區營造以後，卻缺乏產業可以推動。譬如：孩沙里的花海景觀美，但是沒有傳統的產業。他們就仔細地思考，有什麼產業值得推廣。(筆者表示：可能是文創的東西。)對，不然他們沒有傳統的產業帶動。真的好可惜！如果沒有留一些錢在當地，也不能夠永續經營。只留下一些垃圾。(筆者表示：垃圾也需要經費處理呀！)就是沒有呀！再說頂溪社區「屋頂上的貓」，遊客眾多，社區也賺不到錢。這些是我們開會的時候彼此透露的辛酸。如果遊客來參觀，我就會帶他們去麻油工廠參觀，他們就會購買呀！就賺到錢了。我如果烘烏魚子提供試吃，他們也會買呀！其實，我沒有特別推廣。一烘下去，他們就問：「敢有咧賣？(台語)」，(興奮)我就拿出來賣了
(A1-2-30-3-12min55sec)。

遊客來了，我們要推廣我們的農產品(24min56sec)。發展社區的產業、文化和周邊商品，推廣蒜頭、玉米和花生。這裡的蒜頭最辣：紅膜、黑葉、硬骨仔(「硬葉子」的台語)。花生的面積最廣，北港的花生只是名氣響。這裡的花生醬(台語)出的油比較多，大盤商拿「罐仔」(台語)來這裡批貨，買回去以後名利雙收。這裡沒有工廠，他們買回去在北港加工，在媽祖廟前面販售(R-2-13-1-27min35sec)。

我們沒有產業可以賺錢，要維持社區的經費真的很困難。(筆者表示：這就是我們佩服的地方。)，(他微笑地擺頭。)沒有啦！我去◎◎鄉(研究者隱藏名稱)買茶葉，那裡的老闆說：「哇！你不知道我們這裡的理事長改選都要買票喔！」我問他：「是按怎概會遮好康？(「為什麼會這麼吃香？」的台語)」，他說：「你毋知，阮遮的理事長相爭欲做。(「你不知道喔！我們這裡的理事長職位，大家擠破頭要當。」的台語)」。他一旦當選，成立發展協會以後，可以賣茶葉；透過(社區的)合作社的通路銷售。遊客去當地就會購買茶葉，我們這裡只有蔬菜、毛豬。但是毛豬需要加工廠，像製造香腸的加工廠。社區擁有產業，可以賣產品，盈餘提供給社區當做是營造的經費；這樣才能夠永續經營。(筆者表示：貴社區的毛豬業如何經營?)都去拍賣場拍賣，這裡沒有加工廠。我們這裡的甲蠶也是大宗。數量不夠賣，被業者拒絕。業者也不想出名，擔憂政府檢查水質和飼料，困擾很多。(新的理事長

表示：豬也一樣啦！)社區幹部要協助賣，業者會說：「數量不夠賣啦！數量有限啦！」(Z-2-15-1-46min36sec)。

A社區和R社區擁有三項產業，完成釘畫或是貓立體畫可以順勢向遊客推廣，協會增加營造的基金，才能夠永續經營。Z社區恰巧相反，製作豐富的農村彩繪與畫卷，卻由於缺乏傳統產業，無法帶動經濟的發展；耳聞某鄉鎮的社區發展協會理事長可以透過協會的途徑銷售茶葉，自己純粹當義工充滿德澤，對於社區繁榮愛莫能助。如果社區藝術創作的目的是經濟收益，具備傳統產業才是特色，否則會帶來負面的垃圾和噪音汙染。

我們社區的作品不只和別的社區不同，做法也不一樣：引進太多的遊客，也會趕走；要讓社區活在快樂健康的狀態下。否則，居民處在髒亂的環境，錢被人家賺走了；垃圾留下，自己回不了家；互相歹面相看(台語)。歡迎遊客進來，但是不歡迎太多人進來，因為會擾亂生活。(Q1-2-8-1-22min14sec)

如果收入沒增加，引進環境汙染，以及互相瞪目結舌，得不償失、悔不當初。

四. 藝術社區的文化創意

近年來，文化創意風行。經濟部文化創意產業推動小組(2004)將文化創意產業定義為：「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業。」，而行政院文建會在 2002 年發表的「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中指出「文化創意產業發展計畫，期待藉由結合藝術創作和商業機制，以創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產業的附加價值」。目前文化創意產業的發展相當受到政府及社區所重視，社區以本身所具備的條件並結合當地文化特色以推展社區產業，不僅有助於社區文化之保留，亦有助於紓解地方財政壓力(沈德修，2006：2)。社區如果從事文創產業，將可以塑造社區的特色，帶動經濟發展。

未推展文化創意的商品。在去年農業博覽會前夕，虎尾科技大學的學生為本社區設計好幾件文創商品預備推出，可是後來縣政府未協助推廣。這些樣品仍然放在社區的雜貨店呢！例如：名片、明信片、社區的衣服圖案、電話的 DIY、附上釘畫圖案的背包等等。文創只是當成口號無疾而終，我們也未催詢。(總幹事表示：政府的錢撥下來才能夠正式執行哪！)學生設計完成，政府沒有經費支持也不能夠推展。半途而廢呀！(A1-2-25-3-04min04sec)。

(筆者請教：貴社區文創產物豐富多元，譬如：平安馬上稻、一路發草編馬、髮飾、葫蘆等等，是由誰設計與領導製作的呢?)「草編馬」是由縣政府輔導團隊張義勝老師設計的，他的構思告訴社區媽媽。我們做完以後，呈現給他看，他說可以。(筆者驚嘆，他大笑。)，(筆者表示：想法告訴她們，社區媽媽揣摩。哇！所以，剛才稱讚貴社區的媽媽的智慧真的很高啊！這方面的技藝大家默契十足都知道怎麼做，好厲害喔！)這個需要時間啦！不是一見可成(一蹴可幾)嘛！(N-2-18-1-22min04sec)。

我們有社區產業的東西和社區剪紙彩繪DIY活動及賀卡，目前沒有剪紙彩繪文創的物品。推廣給遊客，可是他們通常看看而已。稻穀花生的小袋子裡面裝玉米。(Q1-2-32min25sec)

設下願景：把社區打造不一樣的造型，吸引遊客參觀。設計文創商品與伴手禮，因為本社區有十幾家毛巾工廠，而且一定要與產業結合，譬如：本地的大蒜。(S-2-10-1-25min50sec)。

設計過文創商品，但是效果不佳。曾經耗費很多，也和台南藝術大學合作。設計一些產物，花的錢太多差點兒昏倒。當時剛從事衝勁十足，僅開發商品就花二十萬元，卻只賣兩萬多元。我們的程度也許不夠，一心一意想設計可愛一點兒而量產。我認為飯一定要吃，可是裝飾品祇是擺放好看而已、未必需要。後來就不發展了，很多地方也

推廣。因為我們沒有固定的販售點，純粹依靠遊客的銷售量有限哪！

又得叫一位看守，浪費人力啦！曾經設計過五十元和八十元 DIY 的東西，也思考過販售商品，但是事實上不是那麼簡單

(U-2-16-3-03min06sec)。

設計過文創商品，請看！「外嬪的丹路」是用紅麴豆腐乳製作、「林北巡三工」是不忍心女兒出嫁，真情的陪嫁品。為了祝福女兒過得幸福而尋找三棵同樣的芋仔，經歷三天。邀請馬拉桑(海角七號的人物)設計，純手工在客家花布繪畫以及包裝，以八色烏當 logo 。

(V-2-22-4-11min15sec)。

那個地方(蔦松國小對面)有一家阿甘薯叔文創賣店，販售以地瓜產業為主的文創商品；其中的地瓜燕麥片還得到雲林縣的十大伴手禮。環境打造完成，商機就進去，社區就賺得到錢。人家來參觀，不是純參觀，還會「交關」(「消費」的台語)，我才有經濟模式。我有經濟模式之後，居民就願意回饋。它就回饋給在地的小朋友：第一名或是考一百分，就可以進去換禮品。以回饋金也可以支付社區活動中心的電費。(筆者表示：橋頭的壁畫還沒有設計文創的商品喔?)對，還沒有，不為了賣而賣。因為公所不能夠賺錢哪！所以我們現在結合產業，再去賺錢。(W-2-16-1-39min03sec)

想設計文創的產品，可是未落實。(筆者表示：其實設計文創產品，

也要衡量，也具備風險。有的社區做了，卻虧本。)就像我兒子說：「從事有機農業，在第一年賠錢，第二年賠錢，第三年也賺不到錢。等到第四年，你如果不堅持就倒了。」堅持就是資本需要很多。所以，像崙背鄉榮星紙廠製作文創商品，做起來以後到底賺多少錢？以店面多角化經營，文創的商品種類很多。以前入場免費，現在支付五十元抵消費。在往北港方向的省道旁邊。(X-2-12-1-44min15sec)。

關於文創商品，以後再計劃，不過一步一步來做。

(乙-2-8-1-26min38sec)。

社區要帶領民眾做事，很難。所以文化創意的東西慢慢來。

(丙-2-12-2-14min15sec)。

茲將上述列表(4.8)顯示，印象才會深刻：

表 4.8

雲林縣藝術社區的文化創意情況表

社區	文創名稱	文創規劃中	文創說明
A	釘畫背包		虎尾科技大學的學生為本社區設計文創商品預備推出，可是後來縣政府未協助推廣。

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 4.8

雲林縣藝術社區的文化創意情況表(續)

社區	文創名稱	文創規劃中	文創說明
N	草編馬		由張義勝老師設計，他的構思告訴社區媽媽。她們揣摩做完，呈現給他看，
P		未敘述	
Q		沒有	
R		未敘述	
S		是	與毛巾、大蒜等產業結合。
T		未敘述	
U	設計過， 名稱未說明。		和台南藝術大學合作設計一些產物，僅開發商品就花二十萬元，卻只賣兩萬多元。無固定的販售點，只靠遊客的銷售量有限。
V	外嬭的丹路、 <u>林北巡三工</u>		「外嬭的丹路」是用紅麴豆腐乳製作、「 <u>林北巡三工</u> 」是不忍心女兒出嫁，真情的陪嫁品。為了祝福女兒過得幸福而尋找三棵同樣的芋仔，經歷三天。在客家花布純手工繪畫以及包裝，以八色鳥當標章。

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 4.8

雲林縣藝術社區的文化創意情況表(續)

社區	文創名稱	文創規劃中	文創說明
W	地瓜產業		阿甘薯叔文創賣店的地瓜燕麥片還 得到雲林縣的十大伴手禮。盈餘回饋 當兒童成績進步的獎品與社區活動 中心的電費
X		未落實	堅持就是資本需要很多。
Y		未敘述	
Z		未敘述	
甲		未敘述	
乙		以後計劃	
丙		以後計劃	
丁		未敘述	

資料來源：本研究整理

從表 4.8 可知，真正從文創產業繼續經營者只有 N、V 和 W 等三個社區，僅占 10.76%；其餘 89.24% 就是未敘述、沒有規劃和規劃中。U 社區推展了，卻虧本十八萬元；X 社區認為需要足夠雄厚的資本額；A 社區文創產品已經成形，指望縣政府的積極作為落空，存放在展示櫃。由此可知，從事社區藝術進展為文創產業，大部分的社區需要政府輔導經營與挹注。

五、藝術社區關於草根藝祭的高見

草根藝術祭由台北的力譚堂行銷公司得標，聘請藝術家和購買材料耗資眾多。周遊草根藝術的社區可以感受基層藝術淳樸的氛圍，深入了解創作的技巧和辛酸的過程，享受他們甘甜的成果。但是營造的藝術社區的感想如何，請瀏覽下列敘述：

(一)肯定的見解

關於 2012 年雲林縣政府舉辦的草根藝術祭：我覺得本社區的志工學耍槍術很認真(T-2-22-2-19min36sec)。

2012 年草根藝術祭的成果展是到台北市的松山區哪！整個雲林縣拉到那邊去做成果啊！林龍的女兒也來主持啊！本縣孩沙里具備花海的農田與最老的「西索米」樂團表演，其中的理事長、理事長的老

婆、總幹事都參與。他們美化環境、老年人充滿活力，重點是一般的彩繪與藝術家的彩繪不一樣啦！不一樣就是不一樣。草根藝術是貼近土地的風格，這些藝術家都很優秀喔！寶隆紙廠的藝術家也很優秀。（筆者表示：寶隆紙廠的藝術作品不是畫，而是上揚金屬板框架。）他們充滿獨特的想法啦！（V-2-25-4-15min25sec）。

草根藝術祭活動令我印象最深刻的事就是四十隻羊聚集在一起。壯觀的畫面終生難忘啊！我們不經意的設計變成農博尋寶的點。另外後續的效應就是「盆栽木桶」出現了。當初真的要猛 call 人畫，完成以後有人就說：「拜託你再畫兩隻好嗎？」（Y-2-18-2-15min30sec）

三處社區對於草根藝術祭讚揚，肯定要槍術表演得很精彩、藝術家的專業和聚集彩繪羊壯闊的場面。

（二）期待的觀點

當初被縣政府列為百大亮點，睡醒就想著有許許多多的遊客參觀。其實，農業博覽會是以農博基地為主。與其它的草根藝術社區，也會互相參觀（A1-2-30-3-12min55sec）。

關於草根藝術需要縣政府協助的事項，很多很多啦！很難舉例，全縣二十個鄉鎮市都需要補助款，分的款項畢竟有限哪！關於草根藝

術祭，我覺得效果有限。當初吸引一些人照相，過了以後我發現作用有限。問題在於只有一個點而已，在別的地方也是只有一處。附帶參觀社區彩繪。(筆者表示：縣政府的DM也只印「彩虹雨」而已。)

(U-2-22-5-01min28sec)。

我們需要雲林縣政府再鼎力支持草根藝術，最好是聘用在地的藝術家。在地的藝術家很可憐！當他努力有一點兒成就，距離大師的造詣很遠，卡在中間就會「餓死」；曝光的機會很少。草根藝術祭由文化處負責，希望他們能夠留意這一點。本地在濁水溪旁邊，孕育了木雕和木藝師父、書法家很多位、素人畫家、鄉土畫家。如果縣政府再舉辦草根藝術祭，盼望給一點點經費使他們能夠展現。是需要功能性的，還是藝術性的？還是色彩美學？提供年輕人發揮，家人和親戚看得見。本地有六處社區，每位畫家負受到別一個社區。找他比較容易，他從故鄉發揚起來。作品不是所在家裡的櫥子裡面，還是去外頭給人家看而已；不要等到他死了以後才發揚，很麻煩哪！。使他蒙受在地人的肯定，再接受外地人的讚揚。他可以呈現的作品，就放在聚落，這是常民文化。如果別的社區需要，也可以引薦到別的社區。這樣才是幫助他呀！這個概念是來自西班牙的巴塞隆納奧運。在知道承辦奧運的四年以前，引進二流、三流和四流藝術家，到巴塞隆納製作裝置藝術。如今，仍然聚集好幾百萬人欣賞。所以，本地無論是二流、三流和四

流藝術家，沒關係，我們請他呈現；一呈現，就吸引遊客，替他打知名度，提升社區的生活品質。我們的國家要這麼做，官員卻想著「多做多錯、少做少錯、不做不錯」。像這位設計芋仔包裝的年輕人，用故事行銷去做(包裝)(V-2-26-4-20min54sec)。

雲林縣政府舉辦的草根藝術祭，本社區沒有在資料裡面，因為我們早就完成了。縣政府是盤點有社區營造基礎的地方，跟我們是沒有社區營造基礎的過程，兩者是不一樣的。它想「軟著陸」，好做嘛(台語)！柿子挑軟的吃嘛！挑選有社區營造基礎的進去啊！我們具有挑戰性，沒有被列入也不會惋惜。反而我們的體系比較單純，不會有太多媒介進來。雙軌有的時候不是好事！(W-2-20-1-43min02sec)

農博的籌備人員蒞臨本社區建議做開口獅的信箱。做了六十個，對於社區承辦人困擾的是本社區有四百多戶，不方便分配；就鼓勵家裡的兒童一起製作和畫。本社區雖然具備特色，但是造型上對於老一輩觀感不佳，(筆者表示：不習慣。)對，不習慣，就沒有把開口獅信箱擺設出來。因為它是木頭製作，經過日曬風吹雨淋容易損壞，有些家庭就放在裡面當成筆筒。(筆者表示：還有第二種用途。)(X-2-13-1-47min15sec)。

在前往虎尾鎮的雲五十六線道路(筆者後來查證是雲九十七線。)的右手邊，這個亮點和開口獅信箱，由◎◎◎(本研究隱藏)發包，總

共花費@@萬(本研究隱藏)。(X-2-14-1-49min05sec)。

綜合上述，總共八處提供意見。三處藝術社區(占 37.5%)抱持樂觀的態度；五處社區(占 62.5%)充滿期待文化處積極的支持。其中林內社區渴望文化處重視和聘用在地藝術家，X 社區希望文化處能夠善用經費，當心流失，以及製作譬如像開口獅信箱以前，先做市場調查，了解居民的偏好，善意變成負擔，引起反效果。台西藝術協會認為草根藝術祭的效果有限，劉厝社區則盼望譬如農博等大型活動的旅遊動線要引進鄰近的社區裡面。茲將情形列表如下表 4.9：

表 4.9

藝術社區關於草根藝術祭的高見

社區	抱持的態度		敘述的主旨
	肯定	期待	
T	是		改善居民認真學習的習慣。
V	是		去台北參加成果展見識老人草根藝術的活力。

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 4.9

藝術社區關於草根藝術祭的高見(續)

社區	抱持的態度		敘述的主旨
	肯定	期待	
Y	是		目睹四十隻羊聚集在一起壯觀的畫面。
A		是	農業博覽會只是以農博基地為主。
U		是	期待很多。分得的補助款有限。草根藝術祭的各處只有一個點，效果有限。
V		是	需要雲林縣政府再鼎力支持草根藝術，最好是聘用在地的藝術家。使他蒙受在地人的肯定，再接受外地人的讚揚。如果別的社區需要，也可以引薦到別的社區。這個概念是來自 <u>西班牙的巴塞隆納奧運</u> 。
W		是	請勿只挑選營造基礎悠久的社區。
X		是	開口獅信箱太少，分配困難。造型觀感不佳，木頭材質被風吹日曬雨淋容易損壞，被移往室內當成筆筒。請審慎評估經費預算與運用。

資料來源：本研究整理

草根藝術祭觀察到居民製作時慎重的態度、充沛的活力、作品聚集形成「數大便是美」壯觀的場面。活動與農業博覽會同時進行，忽略草根藝術祭社區的成果；未妥善規劃引導參觀藝術社區的動線，以致於缺乏人潮。各社區的素人藝術家臥虎藏龍，從政者更應該挪出空間，使他們盡情的揮灑，肯定他們的成就。雲林縣文化處在 102 年度編纂雲林怎麼玩藝(劉銓芝, 2013b)，這本書的封面就開宗明義寫著「社區工藝達人的玩藝光年」。誠懇地盼望籌畫者秉持編輯此書探索人才的精神，在下一次舉辦藝術祭時記得類似的精英。雀屏中選的社區別侷限於營造悠久的社區，再網羅其他奇葩，兼容並蓄，會更璀璨精彩。請審慎評估各區的經費，可以提供更多社區從事草根藝術，創造更多的藝術場域，給予遊客寬裕的選擇。

4.1.5 社區藝術與人文美學研究成果的小結

本章節的社區藝術的人文美學分支細密，茲在此列表(4.10)。因為此頁剩餘的空間狹隘，列在下一頁：

表 4.10

雲林縣社區藝術的人文美學一覽表

大前提	次要項目	小前提	
一、社區 營造的哲 學	(一)「農村再生」的四個階段		
	(二)設置關懷老人的據點		
	(三)千眾一心		
	(四)理事長心力交瘁又「失血」		
	(五)社區營造的榮譽榜		
二、社區 藝術的人 性美展	(一)義無反顧，引起家庭革命。		
	(二)犧牲小我，完成大我。		
	(三)從事社區藝術的動機		1. 複製集體記憶的縮影
			2. 美化環境
	3. 吸引人潮，增加收入		
	4. 歡迎遊子		

資料來源：本研究整理

(續下頁)

表 4.10

雲林縣社區藝術的人文美學一覽表(續)

	(四)社區藝術協調的困境	
	(五)居民與畫家的豔遇	1. 居民的好奇與忌諱
		2. 四海一家
		3. 遭遇阻礙的幽默告示
	(六)社區藝術的理財術	
	(七)藝術美學與人文美學的精義	1. 藝術美學的精義
		2. 人文美學的精義

資料來源：本研究整理

雲林縣大部分的社區藝術都以在地的產業、奮鬥的故事和自然人文環境為主題。透過藝術，凝聚居民的共識與信念，齊力完成目標。無形之中增進彼此的感情，所以社區藝術是居民願景的賦形劑、友誼的潤滑劑。創作社區藝術的初衷多半是提供給居民認識社區的由來、胼手胝足的歷程、資產，遊子返鄉眼睛為之一亮，感受家鄉進步、長輩舒適。一旦受到大眾的喜愛，加上數量眾多，就順手推舟發展旅遊。

4.2 研究討論

4.2.1 藝術社區居民的期待與構想

雲林縣政府發現該縣具備豐富的社區藝術與純樸善良的人文精神，規劃草根藝術祭。目的是希望本縣居民與外縣市旅客光臨並且感受基層藝術的魅力和氛圍，了解本縣是藝術潛力雄厚和人文素養崇高的殿堂。

有些居民對於草根藝術或是社區藝術的前途和願景，都充滿期待：

別的社區也會要求我們協助規劃，大家是互相幫忙啦！咱雲林縣的社區就是要合作起來，賺別的縣市的錢。雲林縣的社區若做得好，咱就有錢可以賺。雲林縣是農業大縣，看會不會變得更富裕。也不是講咧相拼(台語)啦！大家互相團結起來，給別的縣市欣賞，就能夠賺錢。(R-2-22-1-40min05sec)。

我們目前構想麥寮鄉有幾個社區聯合規劃，縣政府也規劃從內陸到海線。重點是收錄的景點必須具備參觀的項目和提供欣賞的地方(P-2-37-2-11min45sec)。目前的初步願景是歡迎許多人參觀我們的社區，看所想看的东西，例如：紙漿藝術。我們還要發展其他東西，或者是風味餐，或者是生態的大環境的導覽(P-2-38-2-14min14sec)。

有些居民初期單純的歡迎光臨，遊客頻頻造訪時，在執行的過程中發現社區藝術還可以帶來附加價值，變成商機或是「藝術產業」。既然要創造價值，社區藝術必須更臻完善，雲林縣整體的社區藝術和人文美學的旅遊規劃也需要縝密的配套措施；於是運用 SWOT 分析：

4.2.2 SWOT 分析

所謂SWOT 分析，就是將與研究對象密切相關的內部優勢（Strength）、劣勢（Weakness）和外部的機會（Opportunity）、威脅（Threat）等，列式或是繪表管理(林一琳，2011)。茲將雲林縣的社區藝術與人文美學的四個SWOT的要素，列舉如下：

一、優勢

1. 全縣的社區藝術擁有十大系列，每個社區也包含數種型式。
2. 旅客可以選擇單一系列，巡迴參觀。
3. 社區藝術以在地的人、文、地、產、景為基礎，避免引發爭議。
4. 社區營造徹底實施，製作藝術作品水到渠成。
5. 單一社區的藝術景點距離相近，參觀便利。
6. 每處都在平原，容易到達。
7. 具備堅韌和大公無私的人文情懷。

8. 發掘精湛的社區手路菜(劉銓芝，2014b)。

9. 縣內擁有協助的研究所和育成中心。

二、劣勢

1. 只有少數社區擁有多項的產業，無法達成居民增加收益的理想。

2. 普遍街道或是巷弄狹小，難以容納眾多參觀的人群。

3. 社區只會創作，不擅長宣揚；輔導的單位行銷不足。

4. 居民普遍保守而且非藝術專業，遭遇陌生或是困難的事務，裹足不前，變成只有少數人負責做。

5. 行銷忽略人文內涵，過度強調表面的藝術內容與行銷方式。

6. 大眾交通運輸系統不夠充裕，相關配套措施仍然欠缺完善。

7. 行銷方式缺乏創意，都是其他縣市慣用的方法。

二、機會

1. 縣政府近幾年都舉辦製作故事繪本研習。

2. 與鄰近的社區共同舉辦活動，彼此提攜，增加遊客選擇的機會和參觀的意願。

3. 文化處籌備草根藝術祭，公關公司聘請藝術家指導，可以增進藝術創作的技能。

4. 衍生品變成產業或是文創商品，增加收入。

5. 提供旅客參觀的餐飲與禮品服務，提升經濟。
6. 口碑相傳，哄抬社區高尚的形象，遊子感受尊榮。
7. 學術單位可提供社區藝術旅遊專業訓練、諮詢、研究，以及協助推動發展。
8. 社區之間距離相近集聚，容易規劃參觀。
9. 縣內有三處環保藝術社區符合時尚的主題。

四、威脅

1. 聘用的畫家出走，在別的社區複製，甚至更新穎。
2. 各縣市的社區藝術製作流行時尚的外貌，漠視在地元素的作品。
3. 遭遇風吹日曬雨淋而損壞，補漆失去自然的光彩。
4. 旅客蒞臨帶來噪音和環境汙染、交通擁塞的問題。
5. 旅客選擇的系列和社區處所很多，某些社區相形見絀而被忽略。
6. 節慶活動內容與其他縣市大同小異，皆是遊戲、表演、DIY 等同質性高，易被取代。
7. 住宿選擇不夠多元化，遊客停留的時間短暫，無法創造更高的旅遊效益。

4.2.3 繪製 TOWS 矩陣，擬訂策略。

茲將雲林縣社區藝術與人文美學的 TOWS 矩陣四項策略，列表如下，在下一頁以後連續呈現四頁：

一、 SO 策略：如表 4.11，呈現在第 213 頁。

二、 ST 策略：如表 4.12，呈現在第 214 頁。

三、 WO 策略：如表 4.13，呈現在第 215 頁。

四、 WT 策略：如表 4.14，呈現在第 216 頁。



表 4.11

雲林縣社區藝術與人文美學 TOWS 矩陣分析之 SO 策略分析表

<p style="text-align: center;">優勢(S)</p> <p style="text-align: center;">機會(O)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全縣的社區藝術擁有十大系列，每個社區也包含數種型式。 2. 旅客可以選擇單一系列，巡迴參觀。 3. 社區藝術以在地的人、文、地、產、景為基礎，避免引發爭議。 4. 社區營造徹底實施，製作藝術作品水到渠成。 5. 單一社區的藝術景點距離相近，參觀便利。 6. 每處都在平原，容易到達。 7. 具備堅韌和大公無私的人文情懷。 8. 發掘精湛的社區手路菜(劉銓芝，2014b)。 9. 縣內擁有協助的研究所和育成中心。
<ol style="list-style-type: none"> 1. 縣政府近幾年都舉辦製作故事繪本研習。 2. 與鄰近的社區共同舉辦活動，彼此提攜，增加遊客選擇的機會和參觀的意願。 3. 文化處籌備草根藝術祭，公關公司聘請藝術家指導，可以增進藝術創作的技能。 4. 衍生品變成產業或是文創商品，增加收入。 5. 提供旅客參觀的餐飲與禮品服務，提升經濟。 6. 口碑相傳社區高尚的形象，遊子感受尊榮。 7. 學術單位可提供社區藝術旅遊專業訓練、諮詢、研究，以及協助推動發展。 8. 社區之間距離相近集聚，容易規劃參觀。 9. 縣內有三處環保藝術社區符合時尚的主題。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建請雲林縣發展社區的文化藝術產業(S1 和 O4)。 2. 建請雲林縣社區盤點資源與策略聯盟(S4 和 O2)。 3. 結合學術單位的資源提供專業的訓練與研究(S1和O10)。 4. 招募優秀人才，發展國際的教育訓練課程，走向全球化市場(S9和O11)。 5. 開發藝術養生風味餐(S8 和 O5)。

資料來源：本研究整理

表 4.12

雲林縣社區藝術與人文美學 TOWS 矩陣分析之 ST 策略分析表

<p style="text-align: center;">優勢(S)</p> <p style="text-align: center;">威脅(T)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全縣的社區藝術擁有十大系列，每個社區也包含數種型式。 2. 旅客可以選擇單一系列，巡迴參觀。 3. 社區藝術以在地的人、文、地、產、景為基礎，避免引發爭議。 4. 社區營造徹底實施，製作藝術作品水到渠成。 5. 單一社區的藝術景點距離相近，參觀便利。 6. 每處都在平原，容易到達。 7. 具備堅韌和大公無私的人文情懷。 8. 發掘精湛的社區手路菜(劉銓芝, 2014b)。 9. 縣內擁有協助的研究所和育成中心。
<ol style="list-style-type: none"> 1. 聘用的畫家出走，在別的社區複製，甚至更新穎。 2. 各縣市的社區藝術製作流行時尚的外貌，漠視在地元素的作品。 3. 遭遇風吹日曬雨淋而損壞，補漆失去自然的光彩。 4. 旅客蒞臨帶來噪音和環境汙染、交通擁塞的問題。 5. 旅客選擇的系列和社區處所很多，某些社區相形見絀而被忽略。 6. 節慶活動內容與其他縣市大同小異，皆是遊戲、表演、DIY 等。同質性高，易被取代。 7. 住宿選擇不夠多元化，遊客停留的時間短暫，無法創造更高的旅遊效益。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 設置縣級的社區藝術博物館與生活環境博物館(S3 和 T2)。 2. 充分宣揚社區藝術營造的人文美學，使畫家感動產生向心力(S7 和 T1)。 3. 鼓勵各社區堅持藝術的本質並且在形式上創新，與眾差異化(S2 和 T5)。 4. 以在地的特色為基礎，定期更換主題，提升新鮮感和重遊意願(S3 和 T3)。 5. 將執著創作藝術的犧牲奉獻的精神和向心力轉化成紙漿雕塑或是馬賽克作品(S7 和 T3)。

資料來源：本研究整理

表 4.13

雲林縣社區藝術與人文美學 TOWS 矩陣分析之 WO 策略分析表

<p style="text-align: center;">劣勢(W)</p> <p style="text-align: center;">機會(O)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 只有少數社區擁有多項的產業，無法達成居民增加收益的理想。 2. 普遍街道或是巷弄狹小，難以容納眾多參觀的人群。 3. 社區只會創作，不擅長宣揚；輔導的單位行銷不足。 4. 居民普遍保守而且非藝術專業，遭遇陌生或是困難的事務，裹足不前，變成只有少數人負責做。 5. 行銷忽略人文內涵，過度強調表面的藝術內容與行銷方式。 6. 大眾交通運輸系統不夠充裕，相關配套措施仍然欠缺完善。 7. 行銷方式缺乏創意，都是其他縣市慣用的方法。
<ol style="list-style-type: none"> 1. 縣政府近幾年都舉辦製作故事繪本研習。 2. 與鄰近的社區共同舉辦活動，彼此提攜，增加遊客選擇的機會和參觀的意願。 3. 文化處籌備草根藝術祭，公關公司聘請藝術家指導，可以增進藝術創作的技能。 4. 衍生品變成產業或是文創商品，增加收入。 5. 提供旅客餐飲與禮品服務，提升經濟。 6. 口碑相傳社區高尚的形象，遊子感受尊榮。 7. 學術單位可提供社區藝術旅遊專業訓練、諮詢、研究，以及協助推動發展。 8. 社區之間距離相近集聚，容易規劃參觀。 9. 縣內有三處環保藝術社區符合時尚的主題。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 運用故事行銷社區藝術與人文美學(W3 和 O9)。 2. 建請雲林縣政府復興與推展「景點接駁公車」(W6 和 O8)。 3. 從「以社區取向的藝術教育」發展校外教學(W1 和 O5)。 4. 利用網路社群分享，增強口碑行銷的效用(W7 和 O6)。 5. 發掘在地藝術家協助指導與輔導創作社區藝術(W4 和 O3)。

資料來源：本研究整理

表 4.14

雲林縣社區藝術與人文美學 TOWS 矩陣分析之 WT 策略分析表

<p style="text-align: center;">劣勢(W)</p> <p style="text-align: center;">威脅(T)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 只有少數社區擁有多項的產業，無法達成居民增加收益的理想。 2. 普遍街道或是巷弄狹小，難以容納眾多參觀的人群。 3. 社區只會創作，不擅長宣揚；輔導的單位行銷不足。 4. 居民普遍保守而且非藝術專業，遭遇陌生或是困難的事務，裹足不前，變成只有少數人負責做。 5. 行銷忽略人文內涵，過度強調表面的藝術內容與行銷方式。 6. 大眾交通運輸系統不夠充裕，相關配套措施仍然欠缺完善。 7. 行銷方式缺乏創意，都是其他縣市慣用的方法。
<ol style="list-style-type: none"> 1. 聘用的畫家出走，在別的社區複製，甚至更新穎。 2. 各縣市的社區藝術製作流行時尚的外貌，漠視在地元素的作品。 3. 遭遇風吹日曬雨淋而損壞，補漆失去自然的光彩。 4. 旅客帶來噪音環境汙染、交通擁塞的問題。 5. 旅客選擇的系列和社區處所很多，某些社區相形見絀而被忽略。 6. 節慶活動內容與其他縣市大同小異，皆是遊戲、表演、DIY 等。同質性高，易被取代。 7. 住宿選擇不夠多元化，遊客停留的時間短暫，無法創造更高的旅遊效益。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 整合在地的藝術資源，申請社區藝術國際品牌(W5 和 T6)。 2. 申請經費拓寬主要道路，協助輔導成立民宿(W2 和 T7)。 3. 設計具有地方特色地圖、現場導覽圖和指標(W1 和 T5)。 4. 在網路與現場塑造畫家、藝術家與居民堅毅的形象(W5 和 T1)。 5. 將藝術創作的職務分工，區隔出簡易的保養任務(W4 和 T3)。

資料來源：本研究整理

4.2.4 詮釋策略

依照上述 TOWS 矩陣的四個象限的策略，將比較隆重的項目提出拙見說明：

一、建請雲林縣發展社區的文化藝術產業

文化藝術產業的下游：通路不暢、消費不足、市場不旺（文建會，2009）。從各項獲得國藝會補助的藝文類別看來，在所補助的具體活動項目之中，各類別中各單項通過補助最多的分別是西樂、西洋繪畫、現代舞、現代戲劇等；可以想見這些都是屬於展演創作成果的藝文項目，其成為補助對象的大宗，有其特殊屬性的理由；相對而言，而屬傳統文化或地方文化的活動，則或許因為市場接受度低、和人才難尋等因素，而較少有活動呈現（蕭新煌，2000）。所以，台灣傳統的文化藝術產業具備寬廣發揮的和展示的空間，

劉厝社區製作釘畫者只有十位，他們為了社區的特色繼續執著。然而，這並非長遠之計。如果能夠先讓居民知道釘畫的價值，從觀望到偶爾參與、認真學習、長期從事，多數人參與對於原來的十人才能夠產生被認同的感覺，發展才會迅速。

去九份參觀胡達華老師的工作室，發現他的作品特別小！他正在

製作一幅「採茶姑娘」，茶園的層次分明，景象令人嘆為觀止。他展示釘製的一幅「九份老街」，我們好奇地詢問價值，他說：「一百五十萬。」
(雙手在胸前畫框) 體積不大喔！能夠充分地呈現九份老街的景象
(A-2-13-3-16min51sec)。

我們借釘畫給虎尾科技大學與霧峰高爾夫球場展示，並未像你猜測的販售。霧峰高爾夫球場把釘畫作為宣導環保的輔助工具。我們的釘畫從來沒有販售，只是曾經送過台中的某單位一幅「台中公園」的作品。(A-2-3-4-05min39sec)

釘畫的價值高達新台幣一百五十萬，令人咋舌，前途無量。目前當成環保的親善大使，如果同樣保持公益的形象，巡迴各地展覽，會企業家以及藝術鑑賞家的矚目。

譬如說演劇場許多年，我們希望它到別的社區巡迴演出，開拓更進步的空間。盼望社區朝這個方向發展，也能和其他社區交流。如果劉厝社區提出別的方式，基本上會接受。用競爭型的方式，也就是提出計劃，文化處會審核。(K-2-3-3-10min50sec)

我從你的資料了解累積五十幾幅了，你也提到說循著巡迴展也是一個平台啦！台灣的其他地方沒有，我想是獨一無二。如果釘畫很普

遍，我們都知道才對啊！你這邊寫「藝術銀行」，如果能夠朝這方面展出，也是推廣的途徑。我覺得很好！你和劉厝社區談到這樣的問題嗎？（筆者回應：還沒，我先向您請問可不可行。）當然啦！這樣的方式是最好啦！能夠把平常的廢物變成藝術品，好好做，推廣出來，在藝術銀行「占一席之地」發光發熱，我覺得可以朝這方面進行。

(K-2-2-4-07min48sec)

本研究的初步建議獲得文化處承辦人員贊同，如果達到品質的標準從文化處展覽開始。在藝術社會生態中，一般人的觀念，畫家的作品如果在公立美術館或是本縣的四大藝術中心展覽過，即代表受到館方高度的肯定，類似晉級一樣，日後在私人畫廊展覽時，價值就提升。所以，未成名的藝術家，最渴望的是其作品能在公立美術館展示，以提高其知名度(李宜修，2010)。執行任務或是創作，孜孜不倦，如果承蒙周遭或是大眾的肯定、厚愛甚至獎勵，奮鬥的意志會更高昂；劉厝社區十位壯丁與賢女也是如此。接著在雲林縣的各鄉鎮圖書館巡迴展覽，成名以後自然顯露崇高的價值。居民發覺釘畫的價值，就會跟進；長期製作，就變成產業，也就是釘畫的藝術產業。

劉厝社區除了原來的烏魚子、花生、麻油等三黑產業以外，文化處等公務部門如果能夠介入輔導與協助，可以再發展第四種產業。

在嘉義大學與屏東科技大學設置育成中心的功能是「形成產業群聚機制，可透過育成中心機制協助發揮地方特色產業資源運作的效益。」以及「育成中心的行政資源、研發技術協助、企業管理輔導及育成策略聯盟機制可以解決產業群聚升級所遇到的問題」(郭建志，2005)。而於民國 102 年正式成立「樹德科技大學藝文產業育成中心」，以期結合內外能量，為國家「藝文產業」的推動與發展貢獻心力。「育成中心」投入資訊學院數位科技領域之技術與成果，再輔以管理學院在行銷、管理、財務方面之專長，以及通識教育學院之文學、美學等人文素養，輔導企業融合在地特色與文化創意進行轉型(高國陞，2013)。雲林縣的育成中心設置在雲林科技大學裡面，但願也能夠效法樹德科技大學成立藝文產業組，提供各社區藝文產業的協助。

釘畫單憑網路臉書分享，無實體觀賞，不能體會創作者的毅力。除了在文化處先試水溫，也可以在雲林縣的四所學校(雲林科技大學、環球科技大學、虎尾科技大學、虎尾高中)的藝術中心展覽，從教育單位見賞、鑑賞、從事到推廣，春風化雨的力量成等比級數。在該縣打開知名度，再拓展到其他縣市。名聞遐邇，自然身價提高。

藝術品的消費總侷限在某些特定的族群，人們都視消費藝術為一種貴族享受。在公部門發展藝術租賃可以以「藝術銀行」的模式來進行，將目前文建會尚未有完善規劃的「青年藝術作品購藏計畫」轉化

為結合國家當代藝術購藏與藝術租賃的機構，使其得以成為一個自給自足、永續經營的組織。而在民營組織（畫廊或藝術租賃公司）的部分，藝術租賃將使藝術品取得管道更為平民化，可拓展現有的市場，培養新的購買者，並為藝術家帶來一筆額外的收入(黃嘉菱，2004)。本社區的釘畫在全國是鳳毛麟角，社區須要堅強的毅力才會起色；目前無人出其右。所以，劉厝社區的釘畫在藝術銀行必能占據一席之地。

許多銀行為了吸引客戶、醫院為了中和嚴肅的氣氛，也會在其他樓層或是另闢場所，展覽藝術作品。企業成立基金會專責進行系統化與持續性的藝術活動，也是大家所樂見。開拓企業參與藝術的模式：以舉辦展覽、提供美學教育、開發商品等業務，整合與應用企業內部多方資源，使企業得以藉由提供場地、時間、人力、技術、通路、供機會等方式參與，主動引導並開拓企業參與藝術的模式。富邦藝術基金會的操作模式讓企業藝術基金會在藝術生態中，能夠以支持者的身分與藝術家建立多方面的夥伴關係(陳怡婷，2008)。林北社區也推薦：

趨勢科技董事長張明正先生成立上善基金會，推動社區永續經營。它們幫助社區一點點，希望你越來越好，創造出更多的價值。

(V-2-12-3-06min46sec)

釘畫的命運不應該當宅男宅女，變成孤芳自賞；而是透過文化處徵求企業贊助或是騰出展覽的空間，雅俗共賞。

關於草根藝術祭，林北社區的黃理事長就建議聘請在地藝術家領導居民創作。例如：林北社區的油畫藝術家陳芬芬小姐，新吉社區的紙漿藝術達人林錦山先生也會繪製視覺藝術的作品，小東社區的張頌先生畫傳統的農村畫卷，埤麻社區的洪揚先生擅長畫節慶與神明，以及台西鄉台西藝術協會丁理事長等，他們的大作與埤內社區的花槍舞，都可以循著上述文化藝術產業發展的模式，大放異彩。

二、建請雲林縣社區盤點資源與策略聯盟

政府、企業、學術界、社區與非營利組織間的協力運作，才能創造生存條件。竹山鎮社寮文教基金會分別與濁水溪南岸六社區，以及千禧龍青年基金會策略聯盟，從事「濁水溪南岸山水社造尋情—社造學習之旅」與「築夢工場—藝術家園交流地中心」的資源整合(許文欽，同上)。

釘畫被懸掛室內牆壁，上述北溪社區理事長 Q2 為劉厝社區擔憂如何引導客人入內欣賞。但是蒞臨欣賞者仍然預約滿檔。劉厝社區採取另外一種宣傳方式，在 2015 年春節與異業結盟，也就是和在相同社區開業二十年的木業觀光工廠北港春生活館聯袂出擊，並且召開記者會

(附錄二：圖 47 和 48)。

本館就在劉厝庄，出異國料理的小點心、咖啡、在地香草植物的飲品，也可玩積木，到社區有可以玩。伴手裡就是我的手上提的「三羊(陽)開泰」禮盒，裡面有紅茶，代表「『鴻』運當頭」；花生和花生糖，代表「好事發生」；椰棗，代表「找到幸福」。(E-2-5-2-1min13sec)

北港鎮的宗教文化非常著名，但是除了媽祖婆以外，許多人不知道鄉下還保留傳統的劉厝社區。今天特地舉行「花生幸福、相約劉厝」的記者會，使民眾知道，除了媽祖婆以外，可以來到花生的故鄉—劉厝里，逛一逛看一看。今年先從劉厝庄推廣，未來北港鎮所有的社區會陸陸續續推廣各里的特色。使返鄉的北港鎮民與外來的遊客，除了來北港鎮拜拜以外，也來淳樸的鄉下，走一走體驗農村的生活。

(D-2-2-4-2-00min58sec)

像昨天召開的春節套裝遊程的記者會裡面，把釘畫納入體驗活動的一部分，藉由這種方式行銷。原則上，鎮長指示給予必要的協助。

(J-2-2-1-00min51sec) 發展產業在達到經濟規模以後，外來遊客導入以後，才具有觀光發展的空間。(J-2-4-1-02min23sec)

關於劉厝社區春節套裝遊程，以原先的幾個據點，譬如釘畫故事館(活動中心的釘畫餐廳才對)、昨天開記者會的好事館、「黑肉阿嬤」

活動的場域、(烏魚子)故事館，(以及附近的)北港春生活博物館。目前，北港春生活博物館比較具備發展潛力的雛型，畢竟已經經營十幾年了。其他的地方必須從基礎教育開始，社區的居民還沒有服務的概念；像在昨天的記者會裡面，只有一位社區總幹事知道要做什麼，其他的人只是站在那裡，不是不願意幫忙，而是缺少組織的教育訓練。在服務的方面，須要再努力。我們希望它先從傳統產業做起，是花生的主要產地、物流的集中區，那裡有許多初級加工廠，生產鄉土料理，變成發展的項目。鎮公所希望社區能夠(把產業與景點)整合，必須規劃，先從生產面，當地的居民設計體驗活動：種花生、體驗花生、花生加工(花生糖、花生系列的伴手禮)。當地也有一些文創，例如釘畫，以及在地烏魚子的業者，加上北港春木業的周邊商品等等，必須整合。但是介面需要相關單位共同努力，才能夠順利地發展。

(J-2-5-1-05min19sec)

在北港春設置照相的據點，裡面有椅子、平台，「幸福北港，好事花生。」情侶在這裡照相。我們期待具備故事性。(J-2-6-2-01min51sec)

發展劉厝社區觀光，從生產面花生開始，加上生活、關心環境的「生態」等等三個方向著手，也就是從種花生導入採花生、做花生粿、推石磨等(J-2-7-3-01min30sec)。

目前台灣農村草根型非營利組織要永續經營，應以社區總體營造為主軸，來推動鄉土文化藝術，並結合地方政府，創造合作關係。在地方上，應轉化傳統思維，加強策略聯盟，積極開拓資源，構建資訊網絡平台，進而協助推展地方文化觀光產業(許文欽，2005)。「你自己去看看全國社區總體營造的提案，一百本裡面有 90 本都是要發展觀光的。」(訪問代號 A-15)(謝婷慧，2004)。

社區若要繁榮、發展觀光，首先要實踐蔦松社區李主任秘書主張的「盤點社區資源」；也就是省思社區各項產業，能夠運用在社區旅遊的項目，組織工班營造環境和同心協力、分工合作地推動。記者會要讓世人知道北港鎮除了宗教盛名以外，還有花生和釘畫的故鄉在劉厝社區。在同一個純樸的社區裡面的北港春生活館，吃得到異國點心、買得到伴手禮、配合背景拍照。從花生導入生態生活生產的體驗，但是居民仍然停留在生產線，還未適應接待遊客與推銷本社區的服務業角色。劉厝社區十位默默耕耘，自有良辰吉時、貴寶地和貴人相助，亦即在天時(春節檔期)、地利(三大產業和北港春)和人和(記者會和虎科大學生撰寫臉書)的襄助，漸漸顯露頭角。這是人文美學擴張的投影。

茲舉劉厝社區當榜樣，希望其他社區也能夠先盤點社區資源，再與社區內部或是鄰近的私人企業或是景點策略聯盟。社區畢竟不是這方面的專家，文化處必須從旁邊輔導運作。

三、建請雲林縣各社區「以社區取向的藝術教育」發展校外教學

郭宴如(2011)的研究中發現，應用環保素材和融入在地文化的課程，可以提升對環境的認知，並且對自己的在地文化產生情感的連結，慢慢的就會產生對地方的認同感。上述透露劉厝社區的釘畫從事者僅兩位剪鋁罐外皮，外加社區幹部總共十人，鳳毛麟角完成五十幅巨作，可謂拋頭顱、撒熱血。如果能夠與學校配合，教導小朋友創作釘化的方法，一齊創作。不但能夠體驗另外一種素材置入的感覺，也可以培養地方的認同感。

劉厝社區的小朋友就讀僑美國小，有一些高年級的學生騎腳踏車上學。(A3-1-4-1-38min40sec)

劉厝社區屬於僑美國小的學區，如果與該校配合，鋁罐皮不必購買，學校會協助回收與依照顏色分類；作品將如同雨後春筍、欣欣向榮。在本研究中，與學校互動密切的是楊厝社區。由於吳理事長積極帶領學生在美化環境和硬體建設與增強文化軟實力，教育處承蒙感動未減楊厝分班。學校的圍牆是「虛設」，社區包含了學校、就是學校的擴展範圍。

雲林縣的社區文化資源豐富，以第四章社區藝術系列安排小朋友

的知性旅遊；尤其是以楊厝社區的彩繪羊、港尾社區的開口獅信箱和來惠社區的開口獅門牌當做尋寶遊戲的題材，並且競賽，先找到標準的數量為優勝，兒童會充滿興趣。再將其他社區的特色引薦，或是深度遊覽這三處社區以及其他社區，學生體驗了電動遊樂設施以外的新樂趣。

又如：串聯三處環保社區，規劃環保藝術與人文的知性旅遊。

1. 早上可以到新吉或是三結社區，見識環保藝術與聆聽創作的經歷。劉厝社區設置釘畫餐廳，午餐在此享用，欣賞釘畫的造詣，體會製作的艱辛。下午的行程就在劉厝社區做釘畫DIY和參觀十個亮點。

2. 劉厝社區也包含了下列兩項：

他們的落羽松步道和釘畫藝術街令我印象深刻，農村生活館也佈置得盡善盡美。(C-6-9min06sec)

松柏珍珠園占地一甲七分，三萬三千多棵。這塊本來是荒地，地主整理以後，變成提供參觀的松柏園(F-1-3-4min55sec)。

從活動中心俯瞰，體驗「數大便是美」(徐志摩日記·西湖記)的壯闊感覺。

3. 新吉社區

親子戲水區，是以鴨池改裝的。流水、瀑布、噴水，還有戲水區，烤窯披薩窯，烤肉區等等都是自己做的。(筆者表示：有的是遊樂園才有的設備，這裡是免費使用。)別人花三百萬，我們花三十萬雷同就可以。(P-1-12-19min20sec)。(林慶約，2015)。

依照北溪社區江理事長營造社區的經營哲學，善待兒童就能引導祖父母出動。祖父母通常疼惜孫子，父母教育孩子，小手牽大手，一同去雲林縣的社區旅遊。這是與遊樂區門票「兒童免費」的行銷方式相同，但是屬於掌握消費群的逆向操作手法。

四、建請雲林縣政府設置縣級的社區藝術博物館與生活環境博物館

在本研究中，雲林縣的社區藝術種類多元，充滿人文美學，如果具備一處博物館能夠通盤系統性的了解，吸引旅客到各處參觀的興趣以及留下深刻的印象。

文建會於2001 年底提出「一鄉一館」的計劃，造成各地方文物館、文化中心或具地方特色的博物館紛紛成立。其目的乃為利用現有的閒置空間，蒐集整合地方當地現有歷史、文化、藝術、觀光、生態資源，發揚地方文化特色，提供地方民眾參與藝文活動的機會，及提昇地方

形象與居民生活品質(林恩萱, 2011)。社區博物館一般都是地方性、小型的博物館, 不過其特徵是以性質來界定, 並非以規模來界定, 社區博物館最注重是與社區居民的互動, 兼負社會責任, 並以居民中心為營運原則和目標(許功明, 2001)。「蓋一座地方博物館」在社區總體營造政策中, 成為保存與管理地方文化的趨勢(蕭立好, 2013)。

但是, 本研究於這十七個社區田野調查的結果了解, 都僅是社區自行草創設立文物館, 擺設古時候的農具, 例如: 來惠社區、楊厝社區(懷古館)、林北社區(生活館)、劉厝社區(生活館)和三結社區(稻草工坊、稻香園)。只有劉厝社區獲得補助興建小坪數、鐵皮屋的烏魚子博物館, 裡面的牆壁貼上烏魚子產業的由來, 以及裝上投影機而已。在學術研究上, 也偏向傳統產業與生活文化, 例如: 大埤酸菜館、四湖鄉農漁村生活文化館、古坑鄉庵古坑文化館、林內鄉農田水利文物陳列館、口湖鄉李萬居在地精神啟蒙館計劃、林內鄉坪頂茶業文化館、西螺鎮延平老街文化館和土庫鎮多功能文化館等八處(涂雅玲, 2008)。以上顯示, 缺乏社區藝術博物館。

成立博物館未必大興土木, 可以仿效斗南鎮火車站北方的環境教育館設置的方式: 斗南鐵道倉庫因交通重心移轉, 早已閒置多年, 但經過縣府五年規劃已完全改頭換面, 將廢棄的倉庫打造成「他里霧生活美學館」、「他里霧繪本館」、「68 電影館」、「他里霧漫畫館」, 讓許

多來往斗南火車站的旅客與民眾驚嘆連連，也成為雲林重要的兒童教育基地。將歷史脈絡空間活化再利用，反應出人與環境之間的互動關係。其中第四號、五號鐵道倉庫再利用改建後成為「雲林環境教育館」，雲林縣環保局將此館規劃為環境教育的核心基地，將串連各處環境友善景點的多樣教學課程，以推動多元化的環境教育活動。再結合在地及周邊社區、協會發展夥伴關係，引入社區資源，強化在地人與環境關係，創造館區與社區雙贏(雲林環境教育館，2014)。導入全館八大主題區包括環境教育觀、多元生態的雲林、農業首都的環境、節能減碳護地球、水源保育再利用、守護我們的土地、我們的溪流與環保知識驗收等，每一展區也都有其獨特之互動設計。全館更是多達十五個多媒體互動裝置，小朋友們只要透過平板電腦或是攝影機動動手腳就能體驗簡單好玩的互動遊戲。以平板電腦結合尋寶找尋藏在樹林裡的物種，搭配圖文影音進行有聲教學、以體感互動多媒體教學取代以往紙筆測驗、雙人體感發電互動遊戲等，更以AR設計的特定互動卡，能記錄體驗互動之歷程，只要於互動遊戲中收集至指定數量闖關成功徽章，便可獲得獨一無二的環保勇士電子卡片，打造全球首創唯一全館使用AR(Augmented Reality)擴增實境科技的環境教育學習展館(宇萌數位科技，2014)！雲林縣斗南火車站台鐵舊倉庫群，經縣府重新打造「他里霧文化園區」，注入藝文休閒活水，免費提供電影、漫畫、繪本

及藝文作品等欣賞，每逢假日吸引大批親子同遊，成為閒置空間活化再利用典範。他里霧文化園區於 102 年底全面活化，共設置繪本館、漫畫館、68 電影館、環境教育館、生活美學館等 5 大主題館。但舊倉庫對面的台鐵員工日式木造宿舍，卻荒蕪雜草叢生，兩者成強烈對比。林姓遊客表示，嘉義市把阿里山森林鐵路北門火車站附近舊日式建築，重新整修打造成檜意生活村，吸引大批民眾遊賞，帶來商機；縣府應以此借鏡，持續與台鐵協商修護舊宿舍區，結合他里霧文化園區行銷，必能重現斗南火車站昔日風華，帶動整體觀光發展(陳信利, 2015 年 5 月 25 日)。

從上述環境教育館的沿革，建造的成功經驗也可以複製在社區藝術博物館上。台鐵舊宿舍數間聯合以來增加展示的範圍，或是另外尋找閒置空間例如鐵路倉庫、虎尾糖廠、虎尾同心公園的日式宿舍等。設立在虎尾鎮最適合，在該鎮就有北溪、頂溪、埤內、堀頭等四處藝術社區，斗南鎮的小東社區、埤麻社區，以及大埤鄉的三結社區，也形成社區藝術的鐵三角，也在附近。硬體結構裝潢完成以後，加入有形的藝術作品或是文物，再搭配 AR 互動科技，更臻完美地詮釋社區藝術的美學。

當代藝術作品不再只出現於美術館內，更多的藝術展演在生活環境裡，規模愈加的龐大(王孝萱, 2011)，將藝術社區當成戶外的美術

館或是博物館，也就是 2.3.3 的「生活環境博物館」。規劃的基本架構包含生活圈(Territory)、核心博物館(Core Museum)、衛星博物館(Satellite Museum)、發現小徑(Discovery Trails)、通道(Access Road)與交通標誌(Traffic Signs)(堀込憲二，2002)。這些以地區特色為博物館者，有時設立一個或數個核心館做為中心點，利用交通工具來聯繫周圍的衛星站，而成為一個博物館的網絡。核心館提供如同旅遊服務中心、資訊管理中心等功能；而衛星站的類型則較無限制，可以是古蹟、遺址、歷史建物等，也可以是民居或聚落等(邱世昌，同上)。

每一社區或是藝術村當成一個生活環境博物館的最小單位是衛星博物館，在數個社區或是藝術村設置一個核心博物館。衛星博物館回饋訊息給核心博物館，核心博物館專業協助衛星博物館，如下一頁圖 4.49 所表示：

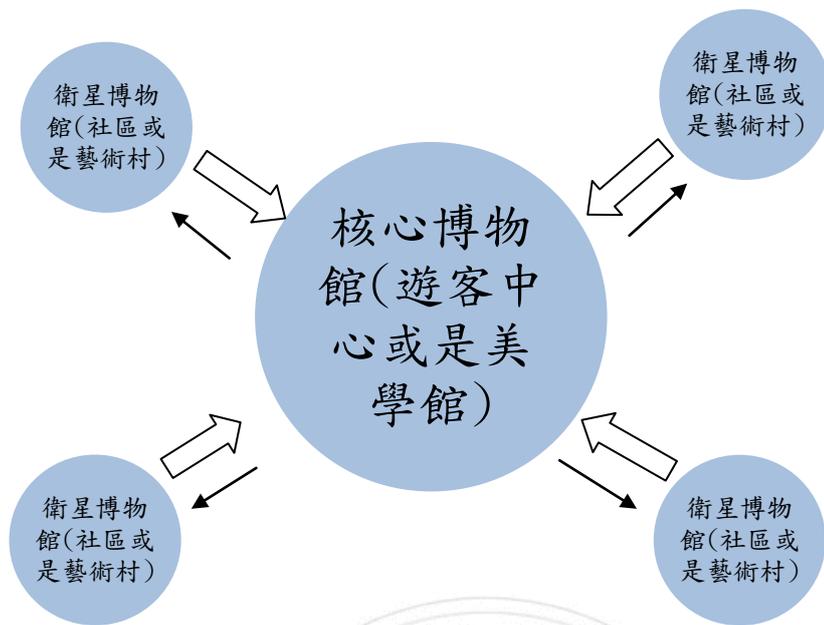


圖 4.49 核心博物館與衛星博物館的關係圖：

核心博物館 → (專業協助) 衛星博物館、
 衛星博物館 → (回饋資訊) 核心博物館。

資料來源：本研究整理繪製

根據第四章開頭的六大文化生活圈，依照現成的相關單位，規劃六處核心博物館：雲林縣旅遊服務中心(斗六市)、台灣寺廟藝術館(台西鄉進安府)、詔安客家文化館(崙背鄉)、虎尾遊客中心(虎尾鎮)、北港遊客中心(北港鎮)和他里霧生活美學館(斗六鎮)等，列成表格如下

一頁表 4.15：

表 4.15

雲林縣五大文化生活圈的核心博物館設置分配表

文化生活圈	核心博物館	社區或是協會
丘陵文化生活圈	雲林縣旅遊服務中心	林北社區
海岸文化生活圈	台灣寺廟藝術館	新吉社區、楊厝社區、 成龍社區 、台西鄉藝術協會
詔安客文化生活圈	詔安客家文化館	來惠、港尾等
平原文化生活圈	虎尾遊客中心	北溪、頂溪、 埤內、堀頭等
北港溪文化生活圈	北港遊客中心	劉厝、蔦松等
	他里霧生活美學館	三結、埤麻、 小東、石龜等

資料來源：本研究整理

因為生活環境博物館倡導社區自治，所以它們與社區營造中心、文化處並不隸屬，以專業協助的關係嵌合；但是社區營造中心隸屬於文化處。將上述繪成圖，如下方的圖 4.50 所示：



圖 4.50 文化處、社造中心與核心博物館的關係：

以專業協助  的方式，環環相扣。

資料來源：本研究整理繪製。

本縣的社區營造中心採取標案的方式(取得領導權)。以前(的社區營造中心)都是雲科(雲林科技大學)，就是學校也可以參與投標。今年是貓兒干協會得到標案，社造中心就設置在崙背鄉貓兒干協會。各社區寫完計劃案之後要提案，輔導團就是社造中心，必須介入協助。

(K-2-10-3-18min35sec)。

社區營造中心原來是學術單位擔任，2015 年以後改成經過投標的

程序，地點每屆更換，策劃處與接洽處並不固定。2015年的雲林縣社區營造中心就設置在雲林縣北部的崙背鄉貓兒干協會，廖理事長在本研究接受訪問，而且身兼虎尾社區營造中心的主任。

提昇藝術社區成為生活環境博物館，起初居民必定納悶與疑惑，此時必須宣導「與居民合一操作生態博物館，成為另一種地方發展的新途徑，活化社區營造的過程，促進地方文化與產業的再發展。」的理念。遭遇瓶頸時，例如：鹿港古市街生活環境博物館，透過在地的第三者諸如鹿港的文教基金會或是文史工作團體等，扮演溝通「博物館化」的角色(廖如玉，同上)。初期也可以效法運用當地的文教基金會、文史工作室和藝術工作坊等，並且順應藝術美感空間的優勢、在歲時祭典、儀式、節慶做為建構地方認同與社區意識的凝聚力的適當時機，居中協調。強調「地域範圍內(社區)的每一座建築、每一個人、每一頭牛、每一棵樹等，都是博物館的收藏，都有其潛在的意義和價值。(張譽騰，2001)」，提高居民的身價與地位，居民也是主角，與藝術村或是社區總體營造的藝術品或是營造成果是主體的效果迥然不同，並且以舊物的情愫使居民感動、心動、行動，居民比較願意從事藝術創作、導覽、維護與管理。

在每個生活博物館的空間規劃方面，設定場域範圍，居民才了解、旅客也清楚(廖如玉，同上)。訪談後整理居民提到深刻記憶與場所設

定為保留區，居民的個別心聲可以從這裡回想或是產生集體的迴響。在發現小徑(Discovery Trails)、通道(Access Road)的大小路徑上，架設與當地藝術產業的看板，包含地圖(例如：劉厝社區用釘畫製作地圖)、節目預告、人物或是社區事蹟、尋寶遊戲的中繼站等訊息，給與參與者驚奇的新鮮感。這些也需要交通標誌(Traffic Signs)指引方向，才能夠緊湊地享受藝術與人文生活，不致於迷途掃興。同時，引進本地人藝術家或是對當地有深厚情感的藝術家，將對社區真摯的情感沉澱在作品上；不但能與居民做更深一層的交流與互動，也提供社區更豐富的文化饗宴，協助地方推展藝術教育與生活美學。所以必要騰出閒置空間或是空屋，短期租賃給駐地的藝術家、專案工作室、各大專院校的研究團隊或是小說家、作家等文字工作者；甚至老屋新開興起民宿提供深度旅遊者歇息的便利，藉由現地社區藝術的展示品而產生不同於館舍中的學習經驗，產生了人與環境的互動；融入藝術情境，體驗藝術生活，與藝術家或是參與創作的居民互動，薰沐藝術哲學和藝術社會學等人文美學。倘若對於空間規劃外行，集合幾處社區委託景觀顧問公司籌措，耗費比較低廉。

在經營的方式上，可以將國小的民俗技藝活動如布袋戲、跳鼓陣陣頭、扯鈴等的資源納入社區活動的體系。民俗運動必須轉型，朝舞台化、劇情化、精緻化、藝術化、國際化、美學觀點、研創多元民俗

文化戲碼等方向來改變與努力(陳振誠, 2007)。將此變化以照片、圖畫、馬賽克等藝術型式紀錄, 再度成為藝術的題材。並且結合在地的學術單位、在地組織、藝術文化機構等, 創造出屬於社區共同願景的生活環境博物館。

生活環境博物館於藝術方面在國內的典範是優雅農夫藝術工廠, 從西元 2002 年經營至今。當初要使辛苦的莊稼人變成優雅的農夫。農村藝術改造的空間包含石雕水牛、平安竹仔腳、豬舍空間改造、鄉情客廳計劃、阿嬤的鄉情畫室、藝術工寮等(黃俊豪, 2009)。經過社區幹道 country road(以閩南語讀成「牽手路」), 熙熙攘攘, 處處驚奇。本研究發現此公司也發行護照, 並且邀請樂師到田間演奏。雲林縣的藝術與人文資源豐富, 只要妥善統整空間與人才, 也能夠達成目標。到時候, 可以比照(鐵橋谷生活環境)博物館採取聯合營運的方式, 讓觀眾可購買通行護照「各分館(衛星博物館)」參觀。通行護照分為成人、家庭、學生與年長居民。護照共分九格, 每參觀一處, 館員將該格打洞。護照本身無期限, 允許分次參觀。購買通行護照之價格較為優惠, 故一般遊客多多購買通行護照進入參觀(邱世昌, 同上)。這是本研究的願景, 優雅農夫工廠能夠從當初學生組織的型態崛起, 雲林縣若攜手同心、逐步踏實, 本研究相信榮景指日可待。

五、建請雲林縣政府復興與推展「景點接駁公車」

九十九年度舉辦「2010 悠遊雲林·旅遊導覽專車」免費，是為了將來的農業博覽會暖身，可是農業博覽會是 2013 年舉辦，所以兩者的經費不相關，當初是縣政府極力爭取或是另外籌措財源。根據上述 5.2.3.3.3 的說明，台中市延續烏大龍公車規劃民眾免費暢遊七條路線四個月，預算是四百萬元；平均一條路線是五十八萬元。為了宏揚豐富的社區藝術，文化也會創造財富，敬請復興方案。

若是不能夠再享受免費參加，可以參考「烏大龍景點接駁公車」。當初「烏大龍」公車時期，由台中市政府主辦民眾免費，再由民間續辦民眾負擔二十元。盼望雲林縣能夠參考以前的台中縣政府模式；當然該政府已經被大台中市政府概括承受，可以詢問當時推動者也就是台中市高鐵文化觀光發展協會創會長張正興先生。當年班班客滿，雲林縣的社區藝術資源不亞於台中縣三個鄉鎮的景點，相信預期創造相同的效果，甚至超越。

斗六市市長謝淑亞說，斗六市區不大，以前卻沒公車。斗六市區公車自九日終於發車，市長說：「民眾終於有腳了。」。北環與西環 2 路線通車，首月免費試乘，號稱「讓開車的人後悔」（周麗蘭，2015 年 7 月 10 日）。為了改善偏遠地區通行的便利，協助居民外出就醫、購物、照護協助等需求，縣長更朝向一鄉鎮市一輛幸福專車之政策目

標。目前有十個鄉鎮市參與，佔全縣的一半。縣政府運用公益彩券盈餘挹注，補助鄉鎮 50%幸福專車經費，推行鄉鎮仍須自付一年約一百多萬經費。接續縣府將朝向跨域整合及結合觀光旅遊邁進，進而建構健全交通網，並提升生活品質(雲林縣政府幸福雲林電子報，104 年 4 月 14 日)。由上述兩則新聞報導可知斗六市事長與雲林縣政府正在努力，景點接駁公車指日可待。

台中縣是以三個鄉鎮為主，雲林縣可以虎尾鎮四個藝術社區、斗南鎮三個社區和大埤鄉的三結社區等八處鄰近的場域開始，利用「(藝術)產業群聚(clusuter)」(姚丹鳳，2012)的理念，比較容易實施和帶動當地附加產業的發展，再逐步擴展其他路線。

發行雲遊卡與店家異業結盟的消費優惠，只限定暑假，非常可惜。社區創造藝術不分暑假，文化處對於協助社區營造也不僅這段期間。如果延長至寒假、半年，甚至全年更佳。

因為本縣的社區藝術非常多采多姿，可以發行觀光護照。觀光護照乃是整合行銷傳播方法之一種應用，其所核心理論強調之整合行動與作用，與永續觀光之整合性政策涵義，具有內在一致性(江承霖，2010)。在農業博覽會期間發行過「作品觀賞護照」，分成農博公園作品與百大亮點作品兩大系列，也設計「參觀亮點作

品集章活動好康」的措施。觀光護照的發行必須經歷包括「觀念整合」、「組織整合」、「資源整合」及「推廣宣傳方式整合」等等整合行動。在整合行動過程中，則經常會遭遇觀念分歧、利害衡量、信任關係以及領導者特質等整合阻力，這也是影響一本護照之生與存之內在主要因素。非營利組織在(城市)觀光永續發展的過程中，往往可以扮演與發揮一般業者與行銷公關公司所無法發揮之公正、獨立與永續等之角色作用(江承霖，同上)。所以，發行觀光護照對於整合行動必須謹慎，社區的公正、獨立與永續等之角色作用不容小覷，與社區相輔相成，才能相得益彰。另外，觀光護照不僅羅列亮點社區，也得將配合優惠的商家與其開立的條件列表，並且附上全圖與分區地圖。如果能夠迎合時代的潮流，設計 APP 導覽，以及點上景點名稱就連上 Google 衛星導航，更加便利。

路線的規劃，可以參考本研究在 4.1.2.1.3 作品的型式之「表 4.5 雲林縣社區藝術的型式」(本研究第 116 頁)，每個行程揀選一或兩種系列，對於畫卷、馬賽克等單一系列欣賞不同社區的創作風格。尤其是「尋寶遊戲」適用於學校的校外教學、一戶家庭或是家族的尋寶競賽。

六、建請雲林縣運用故事行銷社區藝術與人文美學

「故事行銷」傳播「力量」(黃曉珊, 同上)! 政治大學科管所教授李仁芳指出, 故事行銷已變成當今的新顯學(彭杏珠, 2009); 2003年天下雜誌指出, 未來是屬於「說故事產業」的世紀(黃淑芬, 2013)。所以, 說故事在古時候就是一種職業, 許多人一起做演變成產業。現代的說故事產業是進一步透過各種媒介呈現。故事行銷不只是產業, 也是一種趨勢。

本研究於訪問期間, 社區理事長侃侃而談, 一瀉千里, 欲罷不能。他們為社區披星戴月、櫛風沐雨的過程, 單一社區的故事就足以集結成書, 本研究之十七處社區也可以集結成類似厚重的百科全書。社區裡面也發行繪本, 例如: 頂溪社區「屋頂上的貓」。研究者珍藏文化處為劉厝社區出版「用不完的嫁妝」與「黑肉阿嬤花生幸福了」、三結社區的「松鼠多多的枕邊故事: 天然觀世音的由來」與台西藝術協會的「2010 台西國際彩繪村故事繪本」等四本繪本。文化處結合六個在地社區, 共同推出四十五道「社區創意風味美食」彙集成書, 裡面每一單元都敘述了「產業小故事、手路菜小故事」。希望能夠推廣雲林社區的特色, 並且傳達社區文化性、故事性、獨特性的農村社區美食。其中的埤內社區在執行的過程中, 增添了一段美好的故事。社區媽媽黃荔芬女士因為參加 101 年度的手路菜計劃, 與同鄉的指導老師許耀楠

先生認識，透過此活動找到了自己的興趣與目標(劉銓芝，2014b:58)。

諸如此類，社區的故事資源充沛，而且持續進行，源源不絕。

掘頭社區有一位拾荒阿嬤的故事繪本，發揮社區的特色

(C-2-7-3-11min00sec)。

文化處對於繪本也會進行「走讀」，出版書籍也要推廣，不是只是放在書架上，沒有意義啊！我們會陪同作者去學校和社區舉辦各一場走讀活動以外，我們今年的文化發展也是根據歷年以來的故事繪本，在偏僻鄉鎮舉辦三十場推廣說明會。這些故事很感人，真的要推廣出去。把雲林的故事繪本推廣給全國的人知道，虎尾的雲林故事館收藏很多。藝術家知道故事以後會結合，我們今年計劃繪製「故事地圖」加以統整，資料在雲林故事館那邊，今年會串聯，還沒做成宣傳單。把故事繪本設計成另外的摺頁。(K-2-8-3-05min23sec)

文化處宣傳故事繪本的決心非常堅毅而且深謀遠慮。社區故事繪本創作「我的 Book」培訓至 2014 年已經邁入第七年，每年在有限的經費下，仍然產生了素人繪本畫家(雲林故事館，2014)。又從走讀、伸及偏僻的村落舉辦說明會、藝術家知道以後會結合、繪製故事地圖、設計成摺頁。其實，文化處製作的繪本是以社區「內部」的甘草人物

或是舉足輕重者當主角，在第四章社區人文美學的敘事分析，就可以把社區創作環保藝術或是其他種類藝術戮力同心、勤勞不懈的過程，以筆墨形容、用炭筆素描、揮彩筆著色。凡是走過的必留下痕跡，凡是經過的必發生影響。「小成就」變成故事，「大錦標」締造歷史，「超凌駕」昇華為奇蹟、繁衍為傳奇。

兒童最喜歡聽故事，記憶也最深刻。要推展社區藝術與在地人文美學仿效北溪社區江理事長的營造社區的策略，從主人翁紮根，從年齡基層實施以「社區取向的藝術教育」(Community-Based Art Education)為發展理念，讓學生實際走訪於社區，瞭解社區的資源、社區面臨的困境，繼而透過學生的創意思考，重新省思社區傳統產業文化化、藝術化的各種可能性(廖敦如，2009)。雲林縣政府建立了虎尾鎮的雲林故事館、二崙鄉的「故事屋」與斗南鎮他里霧文化園區的繪本館，斗六市公所興建繪本圖書館，都分別舉辦講述繪本故事的活動。

「故事屋」以劇場的形式裝飾故事繪本的空間，把故事繪本大型化，並製作故事中不同的體驗道具，使得小朋友在聽故事時，可以動手體驗，從而融入故事情節的空間中。「故事屋」並開創出「聽故事的產業」—培訓說故事的技能、故事情節的體驗設計和相關支撐的服務，這種營運模式是前所未見的(張維華，2010：23-24)。整體運作是以故

整個居民活絡起來。

上一段是運用現有的雲林縣資源以故事屋進行故事行銷，適用於兒童，如果是提供給青少年以上的年齡層欣賞，就可以拍成動畫、微電影或是紀錄片，分檔期在斗南鎮他里霧文化園區的 68 電影館放映。本研究曾經在此觀賞現代奮鬥者傳記的紀錄片，設備和品質堪稱先進與舒適。將社區藝術與人文美學創作的歷程在此播映非常適合，而且觀眾增加另外一層的領悟。

早期在電視偶爾播放故事行銷的廣告，令人刻骨銘心，回味無窮。眾所皆知或略知一二，為了避免廣告嫌疑在此不能明示。學術界曾經探討過廣告的敘事方式(advertising narrative)，也就是廣告說故事的方式，並且將廣告的一種類型稱為「敘事廣告(narrative advertisement)」(Stern, 1991)。如果將社區故事的繪本和書籍與社區藝術搭配，故事與藝術都具備知性與感性，轉換成現代人習慣的動態影像(動畫、微電影或是紀錄片)，當成社區藝術宣傳的前哨，效果將顯得奇佳。

隨著網際網路的發展逐漸普及，人們獲取資訊的管道越來越多元。從e-mail、網路論壇、部落格到現今的社群網站。其中又以Facebook較為流行，使用率高達八億，其使用者黏性、即時性、互動性皆很高，許多人在上面分享事情與蒐集資訊。因此許多企業開始將Facebook視

為一個與消費者溝通的平台，期望藉由社群的分享力量，擴大說故事行銷的效益。在Facebook 上，對分享意願造成最大影響的構面為心理性；喜歡分享的故事類型，以勵志、笑話、心靈成長類為主(趙光正，2012)。社區藝術創作過程的心理性與勵志特質，符合傳遞分享的趨勢。另外，隨著網路速度不斷提升，行動裝置與行動上網跟著普及。網路使用方式的變遷，網路行銷方式也隨之變遷，而微電影與廣告的結合，是亞洲目前最新興行銷的手法。微電影行銷結合了過去網路行銷所盛行的置入性行銷、病毒行銷、故事行銷等行銷模式。微電影之所以可以得到最大之綜效產生，也是因各式行銷活動都到達了成效，才使得微電影能獲得網路大眾的青睞，藉已達成行銷之效益(范睿濱，2012)。將社區藝術創作過程的影片搭配主題曲，觀賞者琅琅上口時，腦海立即浮現影像，印象更深刻。例如：「澀水社區自創社區之歌「澀水澀水尚介水，懷念澀水溪邊」，由社團成立的「媽媽合唱團」演出，團員由高達八十多歲的阿媽和二、三十歲的社區婦女所組成，歌聲優美，深具特色(張惠真、高德錚，2005)」與「活動網站海報登載了一首歌〈灣寶的心跳聲〉，歌詞開頭便寫著「那西瓜藤蔓延，溫暖的旱沙地。像農民離不開，有土香的地方(第九屆灣寶西瓜文化節，2010)(張春炎，2013)。」把影響與主題曲編輯成微電影放置在影像分享的平台(例如：You-tu-be)提供點閱，或是藉由社群網站Facebook傳遞，讓雲

林透過「雲端」(科技)走出去，世界走進來，外國人就慕名而來。

七、建請雲林縣政府整合在地的藝術資源，申請社區藝術國際品牌。

大學生組織藝術團隊，包含許多專長，變成公司與品牌。茲舉出本研究訪問對象的優雅農夫藝術工廠說明：

優雅農夫最早是從土溝發源的。在 2002 年，我們還是南藝大(台南藝術大學)的研究生，因為課程的關係來到土溝社區。確定駐村了，幾個年輕的夥伴組織優雅農夫工作室。到 2014 年，優雅農夫底下有三個團隊：優雅農夫藝術工廠、音樂工廠與田園野趣，期望作為品牌和理念延續的鄉村地區。服務的觸角在雲林、嘉義、台南地區。成立公司的目的是希望有經濟來源，在土溝延續志業。第一個公司需要賺錢，這個很重要。除了公司營運，也要推動土溝的事情；基於「社會企業」的理念經營。以前的人認為年輕人留在農村一定要種田，這是很奇怪的啦！本公司的股東就是夥伴。不太可能吸收外資，因為沒有人要投資啊！（他開懷大笑。）（筆者表示：第三年就有一千三百萬的營業額了。）這是起步啦！也打出一點點的知名度。（丁-1-1-3、4、6-11min02sec）。

又如：「籌辦台北奔牛節的「放國際文創」股份有限公司執行長陳

秉鴻，剛開始尋找合作單位時，很快就決定邀請富邦藝術基金會加入。他表示，一下子要找到 200 位藝術家來創作，不是一件容易的事。富邦藝術基金會擁有國內最大的藝術家資料庫，長年和藝術家有良好的互動，也有豐富的藝術品管理經驗，是最佳的創意顧問。

今年邁入第 11 年的富邦藝術基金會，多年來舉辦藝術小餐車、粉樂町等城市藝術推廣活動，讓許多台北市民在繁忙的城市裡可以和藝術「不期而遇」，美化公共空間的貢獻，獲得過市容獎。基金會合作過的國內外藝術家更已超過 500 位，也為許多年輕的藝術家開拓新舞台。」(林美姿，2009)

無論是優雅農夫藝術工廠或是富邦藝術基金會，集合各類型的藝術家合為一體服務，就像便利商店，需要時不需勞心、垂手可得；又像量販店，需要時「一把抓」、不必舟車勞頓拜訪。藝術儼然變成企業、服務業與產業。

雲林縣社區藝術與人文美學的資源豐富，有些社區向文化處報備成為藝術村，就是建立旅遊地品牌的表現：

筆者問：下午到達貴社區的烏魚子故事館，發現附近的木棧廣場上方懸掛「釘畫藝術村」的字樣。請問稱為藝術村必須經過認證嗎？

蔡理事長答覆：向縣政府的文化處呈報計劃書提案，自己命名即可。(A3-2-3-1)

在國內聲稱藝術村的程序簡易，只要社區擬定成果與計劃書即可。所以請文化處整合「台西藝術協會的國際彩繪藝術村、北溪藝術村、貓立體畫藝術村、釘畫藝術村、紙漿藝術村、稻草藝術村」等六處變成一種品牌。社區文化透過「創意」設計，經由「品牌」行銷實現一種設計品味或生活型態。當「文化」碰到「科技」，展現「設計」的「創意」，必然可以透過社區產業的品牌創意加值，再創台灣經濟奇蹟，就是社區的品牌創意。未來社區產業的品牌創意必需是「放眼全球·在地行動」(Think Globally, Act Locally) (林榮泰，2002)。也就是說統一整合六處社區的品牌創意，樹立國際品牌的基礎。第二要整合的是在地的藝術家，成為智庫或是智囊團。優雅農夫底下有三個團隊，雲林縣的藝術家更可以組織金字塔形的藝術團隊，甚至企業的結構；這項牽涉藝術品牌的管理。民間需要找藝術合作的對象，二話不說第一順位聯想到的是雲林縣。

基金會難道只有大財團才能組織嗎？當前台灣熱門的社區總體營造風潮，其落實之道在於社造專業知識與經驗豐富的非營利組織，如新故鄉基金會、新港文教基金會與社寮文教基金會的陪伴與參與（許

文欽，2005)。英國的鐵橋谷於西元一九八七年由地方人士以義工身分組織鐵橋谷博物館基金會，以具體的行動挽救地方產業，並且保留地方工業地景。鐵橋谷博物館成為運用民間的力量與資源，逐步整合與管理鐵橋谷周邊一系列自然、人文與工業景觀的博物館群綜合體(邱世昌，同上)。又如：台北縣汐止市「夢想社區文教發展基金會」在民國九十一年七月，舉辦第一屆「夢想嘉年華藝術踩街」，舉辦的藝術型式媲美英國愛丁堡國際藝術節(Edinburgh International Festival)，歸功於社區改組為文教基金會。在此項第三階段是建請雲林縣文化處輔導本縣的社區成立文教基金會，並且請求其他相關單位協助。這方面可以參考新港文教基金會的措施，因為它在一九九四年參與全國文藝季角逐獲得亮眼的成績，成為政府推動社區總體營造時各項計畫案的模範。自「造街」切入社區營造，給予社區居民參與公共事務的機會。雖然中山路造街失敗，卻是開啟基金會規劃「造人」工程——「新港社區終生學習體系」的一扇窗。義工組織逐漸走向制度化，而發展出使基金會資金來源穩定的會友募款與餐會募款制度。此時期活動不再局限於高水準的演出，走向「本土化」、「培育下一代」、「多元化」與「社區化」，吸引更多居民參與基金會活動，並發展出「OTB」的扶植新生社團模式，且開始結合鄉內各民間社團。透過與官方合作推展環保活動，使基金會逐漸成為地方與政府的溝通橋樑，亦是政府

將資源挹注於社區時的中介(黃韻婷, 2010)。

西元 1996 年, 世界觀光組織(World Tourism Organization)與聯合國教科文組織正式確認文化與旅遊業之可持續發展性的關係(馮久玲, 2002)。國內有許許多多以「國際」為名的自辦活動, 但真正能實踐「國際化」的其實寥寥無幾, 更甬論能因此躋身聯合國教科文組織(UNESCO)所承認的國際藝術節。但是, 宜蘭童玩節辦到了(凌美雪, 2008 年 3 月 31 日)。宜蘭國際童玩藝術節於 2010 年承蒙「國際民俗藝術節協會」(CIOFF®)品牌認證成功(劉文輝, 2012), 獲得 CIOFF 會員大會全數通過, 以 CIOFF® Chinese Taipei 之名, 成為正式會員。因 CIOFF 位於聯合國教科文組織底下, 聯合國會員才能入會, 台灣以「中華台北」名義破格加入。不但是亞洲第四個獲該組織認證之國際藝術節, 更是亞洲第一個以「兒童」為主題獲認證的民俗藝術節。CIOFF 是聯合國教科文組織的團體, 為聯合國承認的團體。致力於保存世界傳統文化, 傳遞和平訊息(謝月琴, 2015 年 03 月 31 日)。雲林縣以什麼民俗藝術和宜蘭縣在國際戲台匹敵? 眾所皆知雲林縣是布袋戲的草根藝術的氛圍濃厚; 尤其是虎尾鎮, 弘揚中華傳統文化也不遜色。民間戲班除了平日「民戲」的演出形式外, 亦多了「文化場」的演出場域, 使得布袋戲藝人為了爭取演出機會, 提昇個人或各派的知名度, 就得考量藝術內容、形式的發展與創新, 而

費盡心思端出自家的拿手技藝來凸顯其藝術，以期受人青睞與重視(劉信成，2014)。「雲林國際偶戲藝術節」成立於1999年，由雲林縣政府、雲林縣文化處所舉辦，各路英雄好漢為了金掌獎於2014年已經較勁第八屆。雲林縣是台灣布袋戲的故鄉，擁有許多派別，「雲林國際偶戲節」的成立，旨在落實文化立縣，發揚傳統精緻藝術，「促進國際文化交流」(雲林縣文化處，2015)。所以建請雲林縣宜緊起直追，構成「南掌戲、北童玩」平分秋色的局面。二〇〇六年舉辦過雲林國際偶戲節，但是如果「策劃各優惠及折扣方案以提高大眾對藝術的接觸」、「積極委約出色的創作人才，培養本地藝術家的創作。」、「節目的遴選與活動的策劃要能展現藝術節的特色」以及「設立藝術總監把關節目品質」等策略(劉子瑋，2008)，勝算更大。

雲林縣九年來推動社造有成，更為家鄉打響名號，虎尾貓社區、大埤鄉三結稻草村等，成為人文藝術景點，昨天來自全縣八十六個社造成功的社區齊聚農博公園，藝文大會串。四湖的千歲森巴舞團登場，動感十足的鼓樂舞步，宛如巴西嘉年華會，炒熱全場，隨後，花鼓、電音三太子逐一登場，畫家、彩繪師、泥塑、木工等，琳瑯滿目的文創隊及地方藝師，會聚一堂，分享這些年翻轉雲林的努力成果。施克和強調，過去社造停留在景觀再造、環境整理、鋪橋造路，近年來社造與在地歷史文化、人文風情密切結合，村村發展出自己的特色，這

是雲林社造最成功的一環，許多縣市都來取經(蔡維斌，2014年11月府文化處公告「2015年「雲創點睛雲林文創精品」認證徵選簡章」，申請認證商品的資格條件是以雲林縣在地文化為元素或主題，其外觀內容、內涵足以彰顯雲林縣或縣內鄉鎮、社區之文化特色商品(雲林縣政府文化處，2015)。雲林縣社區營造是他縣的模範，社區藝術與人文美學的資質與資源也豐富。縣內的社區知道跟上世界嘉年華森巴舞團的舞步，文化處也舉辦縣內社區文創商品認證，以及「2014雲林國際現代美術交流展」，作品來自九個國家四十件作品，在地藝術家無怨無悔地付出，長期推動藝文教育與國際交流展覽(蘇治芬，2014)，顯示雲林縣政府文化藝術建立品牌的決心。雲林縣舉辦過「草根藝術祭」，在2.4本研究也提到「草根藝術全球化」，也顯示雲林縣政府將把社區藝術與人文美學國際化的前兆。心動不如馬上行動，何不放寬視野參加世界文化藝術的品牌認證，和旅遊地品牌與時俱進？

文化品牌只存在強國世界，只有強國對弱國的文化傾銷，也只有小國對強國的文化學習。台灣欲建立品牌形象不能以卵擊石，不自量力，必須選擇強項來發展，靠與別人的「不同」上來取得發展的空間。台灣藝術家人人都是台灣品牌的代言人，他們必須走向國際，以創意、思想、技術、品質等與世界各地藝術家同台競技，在國際舞台上爭取認同與贊許，他們必須賦予藝術品一則故事，一段

感動，一種認同，來滿足今日消費者的需求(Ling, 2006)。所謂「藝想世界·在地創意」(Think globally·Act Locally)是政府推動文化創意產業的目的(孫銘賢, 2005)。雲林縣的社區藝術與人文美學具備「故事、感動、地方認同感」的特質，可以邁向國際的舞台。

雲林縣政府在虎尾農博公園內，興建一座可容納三千多人(座位席可容納 1,200 人、座位席後方草地席可容納 2,000 人)的露天「草笠劇場」。2013 年十二月廿四日農業博覽會開幕晚會，將在這裡舉行，國內外高水準的演出團隊，將開啟虎尾藝術展演新視野(雲林縣政府, 102 年 12 月 13 日)。雲林縣的社區藝術與人文美學可以藉此國際性的設施，充分地展現；因為劇場體驗元素無論是戲劇、腳本、演員、場景、表演、觀眾對於品牌認同皆呈現顯著影響(蕭如敏, 2011)。並且承續農業博覽會邀請具備文化產業品牌代表性、成立五年以上、且被文化產業認可的表演藝術團體，分別為優劇場、朱宗慶打擊樂團、紙風車兒童劇團、綠光劇團、果陀劇場、屏風表演班、及雲門舞集(鄭智偉, 2002)，以及國外文化藝術品牌的團體表演，塑造雲林縣準國際文化藝術品牌的形象。

預備迎接外縣市與外國的民眾，必要時繪製「綠色生活地圖」與國際潮流接軌。

社區地圖是啟動社區營造的工具，它能夠將社區民眾召喚出來，並透過操作過程中的學習、資料收集、討論、繪製等階段，提昇社區民眾的環境意識，進而更加關注生活周遭，亦可以促進民眾彼此間的交流與互動。更重要的是，原本個別的民眾能夠凝聚共識並形成社區共同體，並將操作的經驗與方法延續下去，形成社區內參與的機制；在繪圖過程中亦能夠發現問題，進而引發後續行動與改善動力。而負責推動的社區組織，也可藉此增加民眾對它的信任，並學習社區營造的技巧以提升經營能力，對社區能有更大的助益(游勁濤，2006)。

在一張地圖上，運用一套「國際通用綠活圖圖示」來代表、清楚地標示出環境中有關自然生態、文化以及環保的景點，就是一張綠色生活地圖(Green Map)。地圖的製作或是使用者，能夠透過綠色生活地圖，對生活環境有深刻地探索與了解。其中「國際通用綠活圖圖示」是一套詳細分類的圖示系統與重要的溝通元素，分成三大類：(一)永續生活(二)自然(三)文化與社會，並且細分成十二個項目：1. 綠色經濟 2. 技術與設計 3. 交通 4. 威脅與挑戰 5. 土地與水 6. 植物 7. 動物 8. 戶外活動 9. 文化特質 10. 生態訊息 11. 正義與行動 12. 公共工程和地標。每一個圖示都有清楚的意義，代表一個景點類別，可以幫助我們迅速的將記錄下來的珍貴資源判別與歸類。劉厝社區已經繪製過

(附錄三：圖 4.51)，但是 LOGO 租用到期，不能公開張貼，可以搜尋

荒野保護協會，參考它的的圖示；或是與具有免費、開放式、高解析度影像、人人皆能容易取得使用的 Google Earth 作結合時，這些綠色資訊的傳播效能將更具潛力(吳怡瑩，2008)。期待文化處能夠以劉厝社區當做典範，為每一個藝術社區繪製，加入 APP 服務項目，展現國際化的品牌形象。



第五章 結論與建議

5.1 研究結論

假日前往雲林縣尋找社區領導者和民眾、拜訪嘉義縣社區營造的達人和台南縣藝術品牌管理的專家，這七個月以來拍攝上千幅的照片，來回行駛千里路。在雲林縣的社區營造、社區藝術作品和人文美學等三方面，成果豐碩。以研究結果分析和擬出策略以後，茲獲得結論如下：

5.1.1 以藝術營造社區的問題與展望

製作社區藝術需要的場地需要地主填同意書，必須使地主充分了解同意書的意義與用途。圖案的形式與風格，也先徵求地主允許。請居民做，剛開始他們不配合，只需要透露「我們正積極地做。」的訊息，第二次傳遞「我們需要您，做一次(隻)。」就好，等到漸漸完成，頑固者就會跟進。運用網軍(婉君)的輿論，遊客蒞臨會傳達被藝術氛圍誘惑的感動，影響老人家的觀念，老人會頓悟：「原來這就是美。」一旦居民抱持負面意見，工班因為經濟受到滿足，會挺身而出運用人脈協助解釋。社區理事長與藝術家溝通，就得委婉才能夠產生共識。

訪問各社區才知道漆料耐久的時間長短排序是「噴漆>水泥漆>油漆」。社區藝術作品最令人擔心的問題是褪色，三處社區重新畫，三

處社區申請為藝術村，三處社區轉型為馬賽克拼貼藝術；形成「三三三原則」：三強鼎立。

5.1.2 以藝術營造社區的現況

本研究參加虎尾鎮社造會議，才知道創作社區藝術(譬如：社區彩繪)的九項經費來源，本研究符合者是文化處、水土保持局、獎金、民眾捐助和社區發展協會自行負擔。本研究先前榮獲雲林縣前文化處長李明岳先生指引本縣社區藝術的概略脈絡，在訪查以後歸納國內藝術家進駐、國外藝術家進駐、虎尾科技大學和優雅農夫藝術工廠等帶領的團隊。表現的型式是本研究的重點，分為畫卷、馬賽克、磚藝術、尋寶遊戲、客家彩繪、環保藝術、節慶彩繪、時尚彩繪、互動是採繪、噴漆彩繪和集體記憶等共十一項。其中畫卷的長度都是卅公尺以上，比「清明上河圖」還長，馬賽克有六處、環保藝術和集體記憶各有五處。不僅種類多，單一項一起從事的社區也多。環保是值得關切的議題，劉厝社區的釘畫極難製作、舉國無雙，與三結、新吉社區可謂「環保金三角」。

5.1.3 人文美學的共同性格

一、社區營造

社區要建設申請經費，直接向中央申請比較便捷，但是必須充實知識上課；也就是「關懷、進階、培根(核心)、再生」四個階段。雲林縣推展農村再生計畫非常積極，即使上課四年、五年，學習的熱誠絲毫未減。社區關懷據點的對象是老人，年輕人才能夠放心地奮鬥。楊厝社區塑造「祖孫情」和學校關懷社區的良性互動，引導老人做平面的相片書，記錄生活的點點滴滴，偶爾回憶，才不會失憶。「每一本充滿驚奇！」。社區發展協會也將老人同樂的情形鋪上網路，使遊子感覺父母就在身旁。追溯社區的根源，使居民了解群體的定位；分析在地環境的優勢，彼此愛護這裡的環境，建立信心。用最經濟的方式舉辦活動，呈現訓練的成果、提供大展身手的機會。善用社區的人力資源與人才支援，居民獲得成就感，更樂意配合其他事務。想抓住社區年輕父母與老長輩，要先貼近兒童的心。孩子一撒嬌或是請求，上下兩輩的腳就不知不覺啟動了。社區發展協會呈報計劃核可，理事長先墊付並且帶領執行，呈報成果才能夠撥付款項；如果成果不如預期，呈報未過關，理事長付出的錢不能夠獲得補助，自行吸收。累積金額動輒三十萬、五十萬元。理事長的荷包失血，卻愈挫愈勇。皇天不負苦心人，終於獲得窳陋空間、關懷老人、園冶獎和社區 PK 賽等的獎項。

二、社區藝術的人性美展

創作社區藝術的志工和理事長義無反顧，引起家庭革命；犧牲小

我，完成大我。執著的動機包括複製集體記憶的縮影、美化環境、吸引人潮增加收入、歡迎遊子等，尤其是最後者充滿溫馨的希望。當居民遇上畫家，滿懷好奇地旁觀，畫家創作「牛」的主題時，必須戰戰兢兢避免勾起未來也勞苦的消極人生觀。同心協力不分國籍，在台西國際彩繪村的陣容簡直是八國聯軍，氣勢磅礴，仍然持續集結運作。蔦松社區在松山大橋實施社區臉譜彩繪，阻礙交通，架設三角牌告示「前有正妹人體彩繪中」十分幽默。新吉和來惠社區以最少的耗費締造最高十倍的價值，可說是「四兩撥千斤」。

藝術只是一種形式，擔任配角而已；真正的主角是同心協力的居民，領悟「原來社區可以循這種模式改造」。遊客蒞臨欣賞，象徵自己的成就受到肯定。這裡沒有批評，只有讚美；沒有數落，只有提攜。沒有美醜，而在於用不用心；不要求完美，只在乎過程。對得起自己的良心最重要。藝術家說：「優良的藝術作品放在適當的位置。」背景如果突兀，藝術品原來的和諧均衡的格調就模糊了。這番話如同「把適當的人放在適當的位置，才能發揮戰力。透過這些藝術改造的行動，象徵社區還能夠補救，感覺居民的信心與榮譽感又回來了。在後山花蓮也耳聞讚賞自己社區的聲音，連一向出類拔萃的社區也靠，切合馬斯洛(Maslow)需求層次理論的愛與歸屬的需求、尊重需求以及自我實現需求。

5.1.4 文化創意的現況與草根藝術的高見

真正從文創產業繼續經營者只有三結、林北和蔦松等三個社區，僅占 10.76%。其中台西鄉藝術協會推展了，卻虧本十八萬元；劉厝社區文創產品已經成形，指望縣政府的積極作為落空，存放在展示櫃。由此可知，從事社區藝術進展為文創產業，大部分的社區需要政府輔導經營與挹注。

對於草根藝術祭，總共八處提供意見。三處藝術社區(占 37.5%)抱持樂觀的態度；五處社區(占 62.5%)充滿期待文化處積極的支持。其中林內社區渴望文化處重視和聘用在地藝術家，港尾社區希望文化處能夠善用經費，譬如開口獅信箱，善意變成負擔，引起反效果。台西藝術協會認為草根藝術祭的效果有限，劉厝社區則盼望譬如農博等大型活動的旅遊動線要引進鄰近的社區裡面。

5.1.5 藝術社區進行旅遊的現況與策略

本研究的十七個社區裡面，已經敘述旅遊情形的是十五個，占 88.23%。遊客獲悉的媒介裡面，全部都包含網路，占 100%；其中有六個社區是網路的臉書，占 42.85%。協助導覽者是十處，占 71.42%。參觀的目的屬於社區觀摩者有六處，占 42.85%。

社區發展旅遊甚至是藝術旅遊需要當地產業當基礎，才能夠永續經營，否則會引起噪音與環境汙染。實施的策略包含盤點資源與策略聯盟、開發藝術養生風味餐、利用網路社群分享增強口碑行銷的效用、發掘在地藝術家協助指導與輔導創作社區藝術、充分宣揚社區藝術營造的人文美學使畫家感動產生向心力；以在地的特色為基礎，定期更換主題，提升新鮮感和重遊意願；將執著創作藝術的犧牲奉獻的精神和向心力轉化成紙漿雕塑或是馬賽克作品；在網路與現場塑造畫家、藝術家與居民堅毅的形象；將藝術創作的職務分工，區隔出簡易的保養任務；設計具有地方特色地圖、現場導覽圖和指標等等。

5.1.6 建立雲林縣社區藝術與人文美學之國際品牌，並且以人文美學從事故事行銷。

雲林縣台西鄉藝術協會的海口社區與觀樹基金會領導的成龍社區等兩處社區已經國際化，文化處也舉辦國際交流的畫展和社區仿效外國裝扮的小規模嘉年華會，只有在本地窺視他國；卻忽略本縣雄厚的藝術與人文天賦，足以發揚光大成為品牌，在國際間綻放花絮與光芒。

鼓勵各社區堅持藝術的本質並且在形式上創新，與眾差異化；再整合在地的藝術資源，發掘在地藝術家協助指導與輔導創作社區藝術；協助尋求藝術展覽的途徑，發展社區的文化藝術產業，邁向藝術

銀行；申請經費拓寬主要道路，協助輔導成立民宿；設置縣級的社區藝術博物館與生活環境博物館；復興與推展「景點接駁公車」；從「以社區取向的藝術教育」發展校外教學。

整合社區藝術家累積「智庫」就可以成為藝術品牌，企業需要支援的第一順位，甚至是第一把交椅。集合六大藝術村，以及自西元一九九九年舉辦至今已經十五年的「國際偶戲藝術節」，就具備國際品牌的條件，向「國際民俗藝術節協會」(CIOFF®)申請品牌認證。再為各社區繪製採納國際通用圖示的「綠色生活地圖」；整理文化處為各社區出版的故事繪本、編輯舉辦多年的社區故事繪本研習與比賽的作品、製作在「故事館、故事屋、繪本館」說故事的成果、田野調查各社區營造藝術的故事昇華的人文美學等，利用網路社群分享，增強口碑行銷和故事行銷的效用；招募優秀人才，發展國際的教育訓練課程，走向全球化市場。

5.2 本研究之建議

5.2.1 環保藝術莫忘初衷

一、劉厝社區的釘畫

釘畫鋁罐外皮的原料來源，值得商榷：

(筆者請問釘畫達人：您創作釘畫，也是去資源回收站購買嗎？)

別人送過來的。(I-1-00min37sec)

(總幹事表示：有的時候做到一半需要某種顏色，我去資源回收場買不到，必須自己設法。只好去買大量的飲料來喝。)把訊息放置在網路，有時網友會幫忙收集 (A1-2-14-2-10min31sec)。

其實，鋁罐的費用我都沒有報銷申請，我自己去資源回收場買，因為鋁罐剪掉上下底部周圍的圓環還能夠賣，花幾千元就解決了，一點點錢還花得起；清潔隊員提供一些鋁罐(Y-2-14-2-10min31sec)。

釘畫達人胡先生的釘畫原料是別人捐贈。劉厝社區當初為了達成草根藝術祭的要求，某些顏色的需求量比較多，而出資購買，甚至買大量的飲料來喝，增加身體的負擔；現在為了創作，也如法泡製，就違背環保的原則。

二、國際溼地藝術

觀樹基金會在成龍社區從 2010 年起舉辦六年的國際溼地藝術節，關心溼地生態、為當地兒童實施環境教育多年，幾乎全年駐紮，規劃縝密貢獻深厚。

當人類再度省思與自然的關係時，這種心理歷程不但開始反映在

日常生活，也反映在藝術型式。1960 年代興起的大地藝術(Earth Art)或環境藝術(Environmental Art)和地景藝術(Land Art)，近代的垃圾藝術(Garbage Arts)或是環保藝術等，便是以支持生態運動，回歸大地的反都市主義和善待地球的精神來創作。這類藝術家對自然的關注，不論最後創作的方法為何，都試圖以藝術創作來引導、暗示自然環境的種種問題(柯巧惠，2012)。

當地藝術作品材料，多半是竹子，是從雲林縣的東部山區砍下運回。藝術節若結束，基金會與居民不收拾，回歸大地。

壁畫都有時間性，當初就設定讓它隨著時間淡化；也是觀樹基金會的精神。(筆者表示：隨著時間融入環境，消失了沒關係。)對。也不必刻意修復。(筆者表示：未去第二次維護?)對(丁-2-8-2-09min29sec)。

可是作品裡面「餐桌」和「塑膠物入侵」的竹子和棉麻繩不屬於現場環境，一旦成為環境的一部份，落入溼地水中和掉落房屋周圍隨風飄盪，也會汙染環境；創作環保藝術作品卻變成環境的負擔。

5.2.2 建請雲林縣境內的大學設立「社區藝術與人文美學」研究所

社區彩繪在台灣各地盛行，變成留影的名勝，在第一章已經羅列眾多。這股旋風的奧妙之處值得研究，幾乎可謂顯學；事實上，與想像落差很大。國內的關於這方面學術單位成立的速度趕不上它們飛快的攀升，研究機構通常是附屬於美學、視覺設計、建築與景觀、藝術、休閒等研究所之中，未獨立出專屬的研究單位。

早期的牆壁彩繪是濕壁畫，這種把研磨好的乾粉顏料摻入清水而製得的色彩，與灰泥一起乾燥凝固後，就成為牆壁的永久部分。由於濕壁畫耐久且表面不會反光，成為製作壁畫的理想方法(大紀元新聞網，2015)。台灣濕壁畫的鼻祖與大師是陳景容先生，於民國廿三年生於彰化，1967年畢業於東京藝術大學「壁畫研究所」(註5.1)。由此可知日本在四十八年前已經設立壁畫研究所，在這領域台灣顯然落後日本接近半世紀。

國立臺灣藝術大學的藝術與人文教學研究所的網頁記載：「隨著二十一世紀的來臨，社會變遷、生態環境的改變、地球村的形成、藝術與科技的整合、多元文化，以及對各族群、社區文化的尊重，使藝術創作與文化涵育的結合更深，此乃本校設置人文學院的宗旨所在(國立

註 5.1：彰化縣文化局 2015 年五月發行的藝文快訊第三頁。

藝術大學人文學院，2015年07月10日)。」，國立高雄師範大學跨領域藝術研究所的網頁也說明：「繼續整合校內外藝術、建築、教育、生態保育、社區營造等方面的人才資源，進入多元社群互動、對話，以凝聚邊緣社區自覺與美學意識，吳瑪俐教授以形塑社區環境意識與建立社群對話美學為主軸，發展一系列相關的環境藝術計畫與行動，以藝術實踐為前導的論述與課程(國立高雄師範大學跨領域藝術研究所，2015年07月10日)。」，元智大學藝術創意與發展學系的網頁也敘述：「鼓勵學生走出戶外，以生態環境、社區貢獻為目標；結合社區藝術節與縣政府合作，每年認養桃園一個鄉鎮，透過大學生的影響力改變鄉鎮，並將美學、藝術與環保帶入社區，活化桃園之美(元智大學藝術創意與發展學系，2015年07月10日)。」，南華大學藝術學院建築與景觀學系暨環境與藝術研究所環境與藝術學刊第十六期徵求的論文主題包含建築、景觀、社區、生態、文化等，與環境和藝術相關領域等方面(南華大學藝術學院環境與藝術研究所，2015年1月15日)」；四個系所顯示關懷社區營造、文化、環保和美學等已經是一種趨勢。

雲林縣的社區藝術包羅多樣，就連在同一社區也不只擁有單獨的型式。而其他縣市的社區也可能只是社區彩繪而已，雲林縣的藝術多元獨占鰲頭；尤其是畫卷，繪畫技巧、長度與故事的深度，其他處只

能夠望其項背。難怪從北方傳來抱怨的迴響：

像今年向文化部提的計劃，它提到一點：雲林縣的彩繪譬如台西國際彩繪村、北溪剪紙藝術村、頂溪貓村等等，承辦人員認為有點兒氾濫了。它認為太多了，希望我們節制一點，往別的方向發展。它以為是本處帶頭做的 (K-2-9-3-33min55sec)。

因為雲林縣的社區彩繪太出色，導致外界留下「只是一直彩繪社區」的刻板印象，官員、公務員以及遊客漠視它多采多姿的風貌，未充分瀏覽雲林縣草根藝術祭的尋寶地圖，以及瞭解社區藝術與人文美學的涵義。

雲林縣社區藝術與人文美學昌盛，境內也在三所大學設置藝術中心。虎尾科技大學藝術中心對地方的貢獻是將結合地方藝文活動團體、社區藝術工作者，及邀請各級中小學社團、教師共同參與，營造出美好的藝文饗宴，此舉將可提昇整個社區的整體文藝素養，並促進本校與社區良好的互動關係(虎尾科技大學藝術中心，2015年7月11日)。國立雲林科技大學藝術中心簡介說明(三)校園藝術活動社區化：本中心展覽空間開放給予社區民眾參觀，並配合來賓參訪流程給予解說及導覽，並推動藝術家駐村專案，以提昇社區人文、藝術涵養，增進校園與社區之互動(國立雲林科技大學藝術中心，2015年7月11

日)。環球藝術中心的「藝術創作展覽」敘述：請知名藝術家到校展出書法、水墨、水彩畫、雕塑、油畫、等藝術作品。同時鼓勵社區民眾參與，以期達雅俗共賞、資源共享之校園藝術活動社區化的目的。並且闡揚人文藝術無價，更為國家最強之軟競爭力(環球科技大學藝術中心，2015年7月11日)。三處顯示提供社區藝術教育與欣賞的資源，但是於場域方面，兩處在斗六市、一處在虎尾鎮，地點過於集中；如同文化局更遠設斗六，對於海線之民眾，藝文活動的參與，可謂毫無天時地利之條件(虎科大藝術中心，同上)

研究的學術單位卻很少，值得欣慰的是虎尾科技大學休閒遊憩系研究本縣社區營造比較深入，設立的主要目標是配合休閒產業發展趨勢，以社區營造為主軸，將培養休閒事業優秀之規劃、營造、維護、經營之人才，作為基本教育職志。擬結合社區營造之發展方向，期結合理論基礎與實務操作，培育兼具國際化與本土化之休閒事業經營管理與社造人才(虎尾科技大學休閒遊憩系，2015年07月10日)。目標雖然以社區營造為主，名稱是休閒遊憩，研究範圍比較寬廣並非專屬社區藝術與人文美學領域的研究系所。該系的黃志成助理教授於2015年帶領學生協助劉厝社區製作釘畫與研究，以及安排四名學生協助策劃位於台西鄉雲林縣遠景發展協會主辦的「海口國際工作營」。來自五國的十三位志工頂著艷陽彩繪，這兩天蓮花颱風來襲，變成冒雨作畫

(張朝欣，2015年7月9日)。多媒體設計系的廖敦如副教授，曾經向教育部申請「藝術蒲公英，N次方！」專案(教育部大學小革命，2013年2月8日)。以藝術營造虎尾鎮的堀頭社區，此次行動結合250名學生的力量與三名老師的創新課程，完成六件農村大型壁畫(張朝欣，2014年1月9日)。原來大學教授以縝密的企劃案，就能夠獲得經費動用上百人，或是以藝術家進駐的方式，協助營造社區。可是，其他社區尚有藝術與人文的寶藏未被發掘。然而，雲林科技大學休閒與運動研究所「未來」發展與願景是藉由相關休閒運動導入社區、促進社區的活力與發展(雲林科技大學休閒與運動研究所，2015年7月10日)。環球科技大學的視覺傳達設計系(2015年7月10日)和創意公共傳播設計系(2015年7月10日)，執行的策略都與文化創意有關係，與社區藝術與人文美學非正相關。只有虎尾科技大學兩個系所投入協助社區藝術營造與研究，如果再加上另外兩所大學齊心協力，構成金三角，研究得更周全和徹底。

現今社區彩繪正如火如荼地展開，開設此研究所可以憑藉研究成果遏止某些社區繪畫卡通人物「侵權」的另類風氣。「北部牆面彩繪美日風，漫畫家憂侵權。漫畫家教幼祥批評這種彩繪牆根本是侵權，而且沒有本土特色，憂心台灣文化靈魂正在消失。」(王錦義，2015年4月21日)。雖然這種事件，本縣未發生，但是也可能

浮現。

總括來說(本社區彩繪)是社區元素、小時候的記憶、在地產業。我們不是為了彩繪而彩繪。如果它不是承載社區的特色，很危險！(筆者表示：很容易泡沫化。)對對(W-2-4-1-23min05sec)！

現在連卡通人物都畫出來了，牽涉商標權，增加麻煩，財產局有說啊(曾經聲名)。創作者有意見的話，(畫壁畫的社區)自己就要注意了。雖然從網路抓(下載)下來，可是有商標權的問題(戊-2-9-1-12min42sec)。

學術單位是政府與社區的中介點，政府有經費挹注社區發展，但是以目前的行政程序，卻難以對社區有經費以外的協助，學術單位正好可以補足這個區塊。學術文化工作者的加入，對社區文化資產的保留與創新，必然有相當大的助益。再者居民對於學習經驗的背景，往往只已去過的地方做為規劃的藍本。學術單位能以更寬廣的眼光，協助社區將目光放遠與自我成長；在政府經費不足之時，也能自立自強(簡素琴，2013)。學術界具有權威的影響力，希望在專業範圍內成立「社區藝術與人文美學」研究所，協助人文藝術產業的經營(謝昆霖、李俊鴻，2008)、社區生活環境博物館的組織管理(廖如玉，同上)、藝術品牌管理(鄭智偉，同上)與社區藝術旅遊事業管理等。如此以後，

社區藝術產業、公務部門和學術單位等「產、官、學」戮力同心，社區藝術更快速國際化，草根藝術也國際化。

5.3 給後續研究者之建議

一、雲林縣的社區藝術非常密集，在其他縣市的台南市的後壁區土溝社區由優雅農夫藝術工場長期創作與經營、善化區的胡家里(胡厝寮)、關廟區的新化社區、佳里區溪州里、原來台南市區的新美街等，以及嘉義縣的新港鄉的頂菜園、北崙、南崙、埤仔村，民雄鄉興中國小活動中心的圍牆藍曬圖等的社區彩繪，都是研究的場域。可以單一社區、兩三個社區或是鄰近社區當做研究的對象，再比較。

二、對於社區藝術與人文美學，大部分的社區理事長很熱心，訪問的時間以一小時最適合，才能真正掏心解肺，獲得他們內心深處誠懇的、漫長的、寶貴的經驗。

三、挑選鄰近相同種類的社區藝術，從營造、完成、發展文創商品、演變成產業化的過程，作比較分析。

四、本研究偏向社區彩繪是因為它變成時尚，未來研究者可以往其他藝術層面研究，例如：流行的稻田彩繪、民俗音樂與舞蹈、相聲等。

五、未來的研究者也可以參與社區藝術創作，實施行動研究或是

在旁邊觀摩的參與式觀察法，更能夠深刻體會社區營造的辛酸與社區藝術創造的技巧。

六、若是採用比較研究，就單一社區彩繪前與彩繪後，居民對於家鄉的意象、滿意度等，實施問卷調查；也可以成對比較上述的變項的影響結果。

七、本研究採用質性研究，未來可以針對旅客觀賞社區藝術與體驗人文美學完畢的旅遊意象、服務品質、滿意度與重遊意願，進行量化研究。

八、量化研究需要統計分析，普遍使用 spss 軟體輔助運算。本研究在蒐集質性研究的期刊時發現「NVivo：新世紀的質性研究電腦輔助軟體。(劉世閔、吳璟，同上)」，至 2013 年已經發展到第十代 NVivo。(劉世閔、曾世豐，2013)；現任高雄師範大學教育系劉世閔副教授是專家。因為本研究無暇了解使用方法，純手工整理、分類和分析文本，後續研究者可以採用，也許省時省力；多餘的時間增加樣本研究，提高信度。

參考文獻

一、中文部分

(一)期刊雜誌

王正福(2001)，可持續發展呼喚教育的人文關懷，襄樊學院學報，4期，84頁。

王明珂(1993)，集體歷史記憶與族群認同，當代雜誌，91期，6-19頁，台北：當代雜誌社。

王本壯、蘇彥碩(2013)，建構社區環境色彩之研究—以魅色臺灣色彩改造聯大路計畫為例，文化創意產業研究學報，3卷，2期，65-72頁。

田欣卉(2011)，平民藝術家：我草根，我快樂。華人時刊，3期，64到66頁。

任選(2005)，草根的全球化與本土化：我國和西方城市社區發展的比較研究，社會科學研究，6期，103頁。

江怡瑩(2000)，藝術就在你身邊—結合生活與美學的宋老頭兒，美育，182頁。

吳國淳(2008)，運用地區文化資源培育社會藝術教育人才之策略初探，香港美術教育期刊，12-19頁。

李慶忠(2012)，一幅容易被誤讀的歷史插圖，歷史教學：中學版，

23 期，59 頁。

李素馨(1996)，觀光新紀元—永續發展的選擇，戶外遊憩研究季刊，
9 卷，4 期，1-17 頁。

李謁政(2002)，建構社區美學：邁向台灣集體記憶之空間詩學，南華
大學環境與藝術學刊，3。

李玉龍(2012)，淺析草根藝術與社會經濟文化的關係，大眾文藝：
學術版，19 頁。

李宜修(2010)，1980—2000 年代台灣藝術（美術）環境與藝術經
濟發展之關係探析，屏東教育大學學報，人文社會
類，35 期，81—122 頁。

呂燕卿（2002）：「生活課程」及「藝術與人文學習領域」之內涵。
載於黃壬來主編：藝術與人文教育，367-400 頁，
台北。

余安邦(2006)，社區教師，作為特色學校的一種典範形式，北縣教
育，55 期，23-29 頁。

林榮泰(2011)，序—文化創意產業的本質與研究，設計學報，台
北市。1 頁。

邱貴芬(2003)，尋找「台灣性」：全球化時代鄉土想像的基進政治意

義。中外文學，32卷，4期，45~65頁。

孟濤(2007)，城市空間環境色彩的人文特徵分析。藝術百家，23卷，3期，28頁。

范麗娟(1994)，深度訪談簡介，戶外遊憩研究，7卷，2期，25-35頁，台北市。

翁志承(2008)，李耕繪畫藝術的草根精神品質，藝苑，6期，17-20頁。

張曉東(2012)，對民間繪畫藝術未來走向的分析，大陸橋視野，24期，59頁。

張蓉峻(2005)，田野調查融入鄉土教學之實驗研究，花蓮師院學報，20期，73-104頁。

張維華(2010)，創意生活產業設計觀，科學發展，453期，23-24頁。

張惠真、高德錚(2005)，經營社區型休閒農業成功因素之探討，業推廣經營專輯，217-226頁。

張春炎(2013)，地方文化傳播與社區營造：苗栗「灣寶社區」動員之初探研究，新聞學研究，116期，173-206頁。

張立伶(1999)，北投也可以是一個生活博物館，生活環境博物園雜誌，1期，7-8頁。

陳振誠(2007)，民俗運動的轉型與國際化之探析：以跳鼓陣、扯鈴為

例，大專體育學術專刊，30 - 35 頁。

陳柏璋、張盈堃(2007)，來自日常生活的教育學院：社區、課程與美
學的探究，教育與社會研究，12 期，41-72 頁。

陳其澎（2000），色彩美學與城鄉景觀關係之研究-以城鄉聚落中的
色彩經驗為例。色彩應用與色彩科學研討會論集，
186-201 頁，台北：國立台灣藝術館。

陳美杏(2006)，構成企業人文主義美學空間之多重西洋古典美學座標
，人文社會學報，18-41 頁。

陳浙雲、余安邦(2003)，社區有教室：九年一貫課程與社區學校化的
實踐，教育資料與研究，54 期，34-46 頁。

郭禎祥(1992)，世界主要國家社會美術欣賞教育之比較研究，美術
教育，41-44 頁。

許功明(2001)，一個社區博物館展演活動的聯想：從博物館與學校
的互動談起。原住民季刊，23 期，105-117 頁。

曾旭正(2012)，當藝術走向社區：藝術與社區互動的啟發，台灣社會
學會年會。

游宗新(2013)，通識教育課群進行社會參與學習—以「雲林學、學雲
林」之在地資源行動探索為例，通識學刊：理念與實
務，2 卷，2 期，207-224 頁。

賀超(2002) ，關於民間草根藝術的實用性與創新發展研究。文生活：
下旬刊，6期，152頁。

彭杏珠(2009) ，說故事就能說出 CASH，遠見雜誌，275頁。

董煜(2000) ，草根藝術進世博。人力資源管理，6期，66頁。

詹雅瑜、蔡進發、董育任、黃宗成(2002)，國立中正文化中心國家音樂廳觀賞者對表演藝術節目與設施評估之研究，旅遊管理研究，1頁。

管義偉 (2011) ，農村社區建設：邏輯起點與人文關懷。社會主義研究，1期，116頁。

廖敦如(2009)。建構社區文化圖像之藝術行動課程：「行動學習」導向在大學通識藝術教育上的應用，教育科學研究期刊，54卷，2期，165頁。

劉世閔、吳璟(2001)，NVivo：新世紀的質性研究電腦輔助軟體。
慈濟大學人文社會科學學刊，1期，135-152頁。

劉世閔、曾世豐(2013)，NVivo10 在臺灣質性研究中的位置與批判，
台灣教育評論月刊，2卷，4期，65-71頁。

蕭阿勤(1997)，集體記憶理論的檢討：解剖者、拯救者、與一種民主觀點，思與言，35卷，.247-296頁。

蘇鴻昌、黃文宗(2013)，品牌色彩融入旅店設計之感官競爭力，文

化創意產業學報，3卷，2期，57-64頁。

二、學位論文

王嫻喻(2004)，地區產業發展之社會鑲嵌：嘉義縣梅山為例，立德管理學院地區發展管理研究所碩士論文。

王聖華(2008)，應用虛擬實境於清院本清明上河圖設計之研究，國立花蓮教育大學科學技術研究所碩士論文。

王薇婷(2010)，企業美學構成之探討，世新大學企業管理研究所在職進修專班碩士論文。

王雅芳(2004)，地方文化與集體記憶之探討——以犁頭店「麻芋文化」為例，逢甲大學都市計畫學系碩士班碩士論文。

王孝萱(2011)，以藝術之名——從「粉樂町」看當代藝術展演現象，國立臺北藝術大學博物館研究所碩士班學位論文。

方瑜揚(2012)，社區藝術的孵化器：嘉義縣梅山鄉太和社區環境藝術行動之經驗研究，南華大學建築與景觀學系環境與藝術研究所碩士論文。

田智娟(2011)，視覺藝術創作者於台北都會空間群聚之探討，國立台北大學不動產與城鄉環境學系碩士論文。

江承霖(2010)，府城之觀光護照之生與存——整合行銷傳播之成是永續

觀光涵意探討，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士班
學位論文。

沈維昭(2013)，卷軸起瓦現象研究—邊緣捲曲，國立清華大學理學
院物理學系博士論文。

吳家琪(2011)，國際志工旅遊者之文化體驗，南華大學旅遊事業管
理研究所。

吳沛璇(2008)，藝術節慶活化社區行動研究—台北市大學里「2007
基督心·慈母情·創意大學城」為例，國立台北教育
大學藝術與造型設計學系教學碩士班碩士論文。

吳宜樺(2010)，視覺藝術介入都市空間模式之研究—以台北市環河北
路為例，國立臺灣師範大學設計研究所在職進修碩士
班碩士論文。

吳怡瑩(2008)，於GoogleEarth上的綠色生活地圖符號設計之研究，
高雄師範大學地理學系碩士論文。

吳孟桓(2011)，兒童故事屋活動對幼兒創造力影響之個案分析—以台
北奧圖美學生活會館為例，國立台灣藝術大學戲劇學
系碩士論文。

李怡燁(2001)，地方再發展新途徑：生態博物館—以南投縣埔里鎮為
例，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。

李俊賢(2003)，藝術村之定位與永續經營探討—以南瀛總爺藝文中心為例，國立中正大學企業管理研究所碩士論文。

李廣榮(2010)，地方文化資產如何助益社區永續發展—以金城鎮前水頭社區為例，國立高雄大學高階經營管理碩士在職專班(EMBA)碩士論文。

余翎瑄(2009)，社區與藝術—藝術進入社區之發展型態，臺北藝術大學博物館研究所碩士班碩士論文。

林書筠(2004)，社區美學研究—嘉義市興村里社區總體營造的美學歷程與詮釋，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。

林秀英(2010)，論吳晟、蕭蕭作品中的彰化人文關懷，逢甲大學中國文學系碩士在職專班碩士論文。

林素玟(1998)，《禮記》人文美學研究。國立台灣師範大學國文學系碩士班未出版碩士論文。台北市。

林芳廷(2014)，雲旭1968文化創意聚落計劃，國立雲林科技大學創意管理碩士學位學程碩士論文。

林士棻(2010)，南投縣推動稻草再利用現況之初探，南華大學環境管理研究所碩士論文。

林一琳(2011)，曇花一現的在地社區營造？—斗六市龍潭社區社造

之行動研究一，國立雲林科技大學文化資產維護系碩士班碩士論文。

林一鳳(2003)，幼稚園實習教師教學困擾及其因應之個案研究，國立台北師範學院課程與教學研究所碩士論文。

林恩萱(2011)，地方文化館經營之研究——以新竹玻璃工藝博物館為例，中華大學企業管理學系碩士班碩士論文。

林宛霖(2009)，旅遊地品牌權益模型之研究，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士班碩士論文。

邱垂呈(2012)，台灣永續鄉村旅遊之研究——以花蓮縣吉安鄉為例，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士論文。

邱淑雯(2014)，創造誰的集體記憶?社區總體營造下的台西國際藝術村，南華大學國際暨大陸事務學系亞太研究碩士班碩士論文。

邱淑媚(2011)，校園鑲嵌藝術活動對國小師生美感經驗影響之研究，國立新竹教育大學在職進修美勞教學碩士論文。

邱世昌(2011)，以生態博物館發展地方觀光遊憩策略之研究——以新竹縣新埔鎮為例，中華大學建築與都市計劃學系碩士班碩士論文。

周如琪(2012)，國中藝術與人文課程結合綠色生活地圖之課程研究——

以苗栗縣立建國國中為例，國立台灣藝術大學美術學院中等暨小學學校教師在職進修美術教學碩士班碩士論文。

周永怡(2001)，想像一個台北城市博物館，國立台南藝術學院博物館學研究所碩士論文。

姚丹鳳(2012)，台北市艋舺商圈產業群聚之研究，國立台灣師範大學美術學系藝術行政暨管理組碩士論文。

范睿濱(2012)，微電影行銷模式之探討，中原大學國際經營與貿易研究所碩士論文。

柯巧惠(2012)，生命體察備忘錄，國立臺灣藝術大學美術學系版畫藝術碩士班碩士論文。

徐承誼(2008)，藝術村再生紀事：橋仔頭糖廠藝術村經驗，國立台南藝術大學音像紀錄研究所碩士報告。

徐家瑋(2011)，社區藝術網絡發展之經營策略—以嘉義縣新港鄉為基地，國立臺北教育大學文化創意產業經營學系學位碩士論文。

徐振興(2008)，客家文化行銷之探討—以台北義民二0為例，中國文化大學新聞研究所碩士學位論文。

涂雅玲(2008)，地方文化館運作與評估研究，以雲林地方文化館為例

- ，國立台南藝術大學博物館學研究所碩士論文。
- 張立伶(1997)，生態博物館與地方發展之研究—以蘭陽地方為例，國立藝術學院傳播藝術研究所碩士論文。
- 張珮君(2005)，台灣地區藝術村經營管理之研究，國立中山大學藝術管理研究所碩士論文。
- 張益源(2011)，藝術進入社區之探討—以桃園縣新屋鄉、觀音鄉及龍潭鄉為例，國立中山大學藝術管理研究所碩士論文。
- 張靜玉(2004)，從台灣公共藝術與社區總體營造探討意識認同，國立台灣師範學院美術研究所理論組碩士論文。
- 張淑芬(2014)，三位過動兒母親的英雄之旅—敘事分析探究，國立新竹大學教育心裡與諮商在職專班碩士論文。
- 康祺琳(2012)，「文化」、「創意」、「產業」的美學向度，南華大學文學系碩士學位論文。
- 許文蕙(2011)，台北國際藝術村：藝術世界的生產網絡研究，國立清華大學社會學研究所碩士論文。
- 許華珊(2002)，一個想發展文化產業的社區---竹山鎮富州里的實踐研究，雲林科技大學工業設計系碩士班碩士論文。
- 許齡尹(2009)，從消費者導向探討故事行銷的關鍵成功因素—以台灣民宿產業為例，實踐大學企業創新與創業管理研究所

碩士論文。

許文欽(2005)，草根型非營利組織策略聯盟之研究—以社寮文教基金會為例，南華大學非營利事業研究所碩士論文

陳致豪(2005)，藝術與人文學習領域課程綱要的問題探討，國立屏東師範學院視覺藝術教育學系碩士論文。

陳衍馥(2013)，溫泉地區旅遊意象、服務品質與顧客滿意度關係研究—以苗栗縣泰安溫泉為例，逢甲大學公共政策研究所碩士論文。

陳怡婷(2008)，台灣企業藝術基金會參與藝術活動之研究-以富邦藝術基金會為例，東吳大學美術學系碩士論文。

陳怡君(2009)，中興新村再發展之研究，南華大學建築與景觀學系環境藝術碩士班碩士學位論文。

陳韻珍(2011)，建立旅遊地品牌評估準則之研究，中華大學營建管理學系碩士在職專班碩士論文。

陳盈紊(2012)，從農村再生探討台中市馬力浦社區農村旅遊之發展，逢甲大學都市計劃與空間資訊學系碩士班碩士論文

陳筱君(2007)，台灣藝術品市場的發展與實務——以羲之堂營運為例，臺灣師範大學美術學系在職進修碩士班學位論文。

郭建志(2005)，形成地方特色產業群聚機制之研究，雲林科技大學企業管理系碩士班碩士論文。

郭宴如(2011)，嘉義市環境藝術教育實做之研究—以應用環保素材和融入在地文化為例，南華大學建築與景觀學系環境藝術碩士論文。

曾建仁(2012)，人文教育融入於國中視覺藝術課程與施後探討，國立師範大學美術研究所碩士論文。

黃俊霖(2014)，故事行銷在觀光產業的加值與應用，朝陽科技大學企業管理系碩士論文。

黃俊豪(2009)，在農村看見藝術—台灣土溝農村「社區藝術」之經驗，國立台南藝術大學建築藝術研究所碩士論文。

黃嫻芬(2013)，探討故事行銷與林園聚落文化觀光之關係，大仁科技大學文化創意產業研究所碩士論文。

黃嘉菱(2004)，台灣藝術租賃運作機制之芻議，元智大學藝術管理研究所學位論文。

黃曉珊(2012)，行銷，就是說個好故事—以C公司為例，國立中山大學高階經營碩士班碩士論文。

黃淑芬(2013)，國際品牌故事行銷對品牌認同、知覺價值關係之研究

- ，大葉大學國際企業管理學系碩士班碩士論文。
- 黃琦惠(2006)，澳洲表演藝術國際發展支援體系研究，國立臺北藝術大學藝術行政與管理研究所碩士班學位論文。
- 黃韻婷(2010)，臺灣社區運動發展之研究——以新港文教基金會為例，臺灣師範大學歷史學系碩士學位論文。
- 游勁濤(2006)，社區地圖繪製之探討：以「發現台北·願景台北」計畫中的三個案例為對象，台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。
- 詹雨妮(2007)，社區藝術對社區營造之活化，中原大學室內設計研究所碩士論文。
- 楊雅玲(2003)，人文關懷融入自然與生活科技領域，國立花蓮師範學院國民教育研究所碩士論文。
- 楊德霖(2013)，旅遊地意象、旅遊地依附與忠誠度之研究，朝陽科技大學休閒管理系碩士論文。
- 葉榮正(2007)，以馬斯洛需求理論探討員工激勵-以A公司為例，中華大學經營管理研究所碩士論文。
- 蒲伯諺(2005)，鄉村居民對社區旅遊意識之研究——以屏東縣瑪家鄉舊筏灣原住民社區為例，屏東科技大學農村規劃系碩士論文。

廖如玉(2002)，鹿港「古市街」生活環境博物館建構之研究--歷史空間的文化詮釋與呈現，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。

趙光正(2012)，說故事行銷在Facebook中傳遞效果之研究，國立台灣科技大學企業管理碩士班碩士學位論文。

鄭美智(2003)，《拉拉與我》系列作品中人文精神之探究，台東師範學院兒童文學研究所碩士論文。

鄭智偉(2002)，文化產業品牌管理模式應用研究初探-以台灣表演藝術產業為例，國立政治大學廣告研究所碩士論文。

劉采婷(2014)，生態博物館對社區總體營造的影響：以烏來泰雅民族博物館為例，國立台灣師範大學社會教育學系碩士學位論文。

劉文輝(2012)，宜蘭國際童玩藝術節之品牌行銷策略探討，淡江大學公共行政學系公共政策碩士在職專班碩士論文。

劉子瑋(2008)，國際藝術節實施成效之研究—以二〇〇六年雲林國際偶戲節為例，臺灣大學戲劇學研究所碩士學位論文。

劉信成(2014)，當代臺灣布袋戲「主演」之研究，國立中央大學中國文學系碩士學位論文。

潘志煌(2010)，社會學習領域課程綱要本土化變革之批判論述分析，

國立台北教育大學教育學院課程與教學研究所博士論文。

謝婷慧(2004)，花蓮社區組織對社區觀光想像初探—從社區規劃師培力過程談起，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。

蕭立妤(2013)，博物館作為賦權？彰化縣二水鄉的製硯產業研究，國立暨南國際大學人類學研究所碩士論文。

蕭如敏(2011)，應用劇場理論分析 Simple Life 簡單生活節品牌，國立臺北教育大學文化創意產業經營學系碩士論文。

簡素琴(2013)，地方文化與產業對社區觀光發展之研究—以南投縣仁愛鄉親愛村為例，南華大學文化創意管理學系碩士論文。

蘇怡如(2008)，以認真休閒理論探討歌仔戲迷的心路歷程—以明華園戲迷為例，南華大學旅遊管理學系旅遊事業管理研究所碩士論文。

三、學術研討會論文

沈德修(2006)，社區文化產業行銷方式之研究—以珍珠社區「稻草工藝」為例，行政院文化建設委員會 2006 年文化創

意產業與地方發展策略研究生學術論文研討會論文集

，中央大學客家政治經濟研究所，2 頁。

明立國、蔡瑞霖 編(1999)，社區美學研討會論文集，嘉義：南華大學美學與藝術管理研究所。

林榮泰(2002)，社區文化創意·品牌台灣設計，2002北投社區、文化、生態論文專輯，北投文化基金會，1-6頁。

林慶約(2015)，環保藝術社會學旅遊——以雲林縣三個社區為例，2015 藝術與人文學習領域國際教育資訊研討會論文集，國立臺南大學，11 頁。

張譽騰(2001)，社區博物館的理念與形成，2001 社區博物館與文化產業研討會專輯，文建會，64 頁。

張旭福、唐士祥(2008)，景觀環境規劃應用在參與式社區營造之地貌塑造分析-妝點愛河為例，2008 綠環境技術學術研討會，高雄縣輔英科技大學共同教育中心，1-14 頁。

蕭新煌(2000)，營造文化藝術事業發展的契機：台灣與世界，國家文化藝術基金會跨世紀國際藝文資訊交流研討會論文集，208-228 頁。

四、學報

謝昆霖、李俊鴻(2008)，資源整合及資訊技術應用於台灣東部人文藝術產業之研究，中華管理評論國際學報，11卷，4期，2頁。

五、書籍

王錦堂(1993)，大學學術研究與寫作，東華書局。

吳翰中、吳琍璇(2010)，美學 CEO，繆思出版社，1頁。

吳芝儒、李鳳儒(1995)，質的評鑑與研究，台北：桂冠。

余德章、林文綺、王介丘(2000)，劇本導引：資訊時代產品與服務設計新法，台北市：田園城市出版社。

明立國(2003)，社區美學研究，嘉義(未出版)。

林孟輝、鄭明桂(2005)，中小學生如何撰寫田野調查報告，台北市：稻田出版社。

林碧夏(2010)，憶三結·思想起，林碧夏總編輯，63頁，雲林縣：三結社區發展協會。

林美姿(2009)，做藝術，1元要做到4元效益。遠見雜誌，275頁。

高敬文(1999)，質性研究研究方法論，台北：師大書苑。

徐寶琳(1973)，嵌畫，台北：大陸書店。

許文龍(2010)，零與無限大。台北市：早安財經文化有限公司，56、85

頁。

張譽騰(2003)，生活環境博物館——一個文化運動的興起，台北：五觀藝術管理。

堀込憲二(2002)，生活環境博物館(ECO-MUSEUM)與聚落保存，金門國家公園管理處，17-19 頁。

馮久玲(2002)，文化是好生意，台北：臉譜出版：城邦文化。

黃世輝(2001)，社區自主營造的理念與機制——黃世輝研究論文集，台北：建築情報季刊雜誌社。

黃營杉(1996)，策略管理，台北：華泰。

黃營杉、郭崑謨、吳智、陳明璋、盧峰海、蔡明宏(1991)，企業政策，台北：國立空中大學。

黃意舒(2004)，兒童行為觀察法與應用，台北：心理出版社。

葉志誠(2000)，社區工作與社區發展，台北市：秀威。

榮泰生(1997)，策略管理學，台北：華泰。

潘淑滿(2003)，質性研究：理論與應用，臺北：心理出版社。

劉銓芝(2013a)，覓百景，劉銓芝總編輯，雲林縣：雲林縣縣政府。

劉銓芝(2013b)，雲林怎麼玩藝，劉銓芝總編輯，雲林縣：雲林縣縣政府。

劉銓芝(2014a)，雲起風輕文化旅，劉銓芝總編輯，雲林縣：雲林縣縣

政府。

劉銓芝(2014b)，雲林總舖師·社區手路菜，劉銓芝總編輯，雲林縣：

雲林縣縣政府。

談繼威(2007)，台北縣汐止市夢想社區藝術聯合國，翰林出版事業

股份有限公司，3-9 頁。

六、政府文獻

文化環境工作室 (1998)，台灣縣市文化藝術發展—理念與實務，行

政院文化建設委員會委託規劃研究報告，台北市：

文建會。

文建會(1994)，政策白皮書，行政院文建會。

行政院文化建設委員會(2004)，文建會文化創意產業地方巡禮論壇

2003，台北：行政院文化建設委會。

行政院文建會(2009)，文化創意產發展方案行動計畫核定版 (98-102

年)。

蕭麗虹(2002)，文化空間創意再造：閒置空間再利用國外案例彙編，

台北：文建會。

七、研究計劃

- 江佩洵(2009)，觀光節慶活動之旅遊動機與滿意度之研究-以 2008 屏東藝術季為例，大仁科技大學教師研究計畫成果報告，1 頁，計畫編號：仁研 98134。
- 陳映君(2009)，觀光旅館設施整體規劃之研究，朝陽科技大學實務研發成果報告(技術報告)，7 頁，教育部：公-12-餐-013。
- 國科會(2008)，專題 I 第八次全國科學技術會議，中華民國科學技術年鑑，3 頁
- 曹勝雄(2003)，永續觀光發展指標建立與實證應用之研究，行政院國家科學委員會補助專題研究計畫成果報告，(計劃編 NSC91-24165-H-034-005-SSS 號)，未出版。

八、翻譯作品

- 大野・俣嵩(1979)，「鳥獸戯画」の画家--鳥羽僧正は左利き，芸術新潮，Vol. 30, No. 6, pp138-150。
- 江吟梓、蘇文賢譯(2010)，Lichtman, M. . 教育質性研究實用指南，臺北：學富文化。(原著出版年：2009)
- 李振昌譯(2005)，馬丁・林斯壯，收買感官信仰品牌，台北：商智文化事業股份有限公司，64-66/129-135/92-93/136。
- 吳芝儀譯(2008)，Lieblich, A . & Tuval-Mashiach, R. & Zilber,

T. , 敘事研究：閱讀分析與詮釋，嘉義：濤石文化。（原著出版年：1998）

居延安編譯(1986)，The Sociology of Art/ 阿多諾·豪澤爾著，藝術社會學，台北市，雅典：58頁。

徐宗國譯(1997)，A. Strauss&J. Corbin著，質性研究概論，台北：巨流。

張美惠譯(2005)，Gordin. S. 著，行銷人大騙子，台北：商智文化。（原著出版於2005年）。

陳音音譯(1996)，Ecomuseum in France-contraditions and distortions/Francois Hubert 著，生態博物館在法國—矛盾與曲解，博物館學季刊，10卷1期，19-23頁。

曾滄菁譯(2011)，Discover Your Sales Strengths/ Benson Smith& Tony Rutigliano 著，發現我的銷售天才，初版，台北市：商業週刊。

蔡敏玲、余曉雯譯(2003)，Clandinin, D. J. & Connelly, F. M. (2000) 著，敘說探究—質性研究中的經驗與故事，台北：心理。

九、新聞文獻

王錦義(2015年4月21日)，北部牆面彩繪美日風，漫畫家憂侵權，自由時報，B1版。

李易昌(2014年12月7日)，淡水有大峽谷3D圖試膽，聯合報，B2版。

吳為恭(2014年11月20日)，訴求愛彰化選將感性喊話，聯合報，B1版。

林伯驊(2014年1月21日)，三D視覺藝術風潮奮起湖老街 三D火車頭穿牆來，聯合報，B1版。

周麗蘭(2015年7月10日)，民眾終於有腳了，斗六市區公車上路，中國時報。B2版。

俞泊霖(2012年6月25日)，中部烏大龍觀光列車有預算才復駛，聯合報，B1版。

俞泊霖(2012年6月25日)，中部烏大龍觀光列車啟動，聯合報，B1版。

莊哲權(2014年2月26日)，藍晒圖隱身台東，僅存私景點，中國時報。B1版。

郭宣廷(2014年4月20日)，藍晒圖彰化復活廁所藏玄機，聯合報，B2版。

陳詩璧、廖梓翔(2014年7月13日)，我家也有海賊王，上班族彩繪外牆爆紅，蘋果日報，A18版。

陳雅玲(2014年12月7日)，歡樂雲林三地特色節，聯合報，B1版。

張立明(2012年12月18日)，雲林縣草根藝術祭邀請藝術家駐進基層社區組織，大成報，A16版。

陳信利(2015年5月25日)，「他里霧」活化老建物是休閒好去處，聯合報，B1版。

張喬安(2013年3月15日)，玩藝新台中文化專車34車次週週啟航，聯合報，B1版。

張朝欣(2015年07月09日)，五國志工彩繪·台西濃濃異國風，中國時報。B1版。

綦守鈺(2014年3月19日)，台南市關廟區新化社區牆面換新妝噴哩獲新生，聯合報，B1版。

鄭敏玲(2000年9月13日)。八萬網友力挺，彩虹眷村不拆了。蘋果日報。A18版。

蔡維斌(2014年11月16日)，社造翻轉雲林86社區會串，聯合報，B1版。

賴香珊(2014年11月24日)，幸福卡打車遊竹山92米彩繪牆，聯合報。B1版。

謝恩得(2014年11月16日)，彩繪聚落南崙龍貓北崙布袋戲，聯合報。B2版。

十、網路資源

中央社(2013年5月11日)。2014年4月24日，取自中央社網頁：

http://www.macrovie.com.tw/mag/macrovie/article_story.jsp?ART_ID=154534

大紀元(2010年4月23日)。2014年4月24日，取自大紀元時報

網頁：

<http://www.epochtimes.com/b5/10/4/23/n2886255.htm>

大紀元新聞網(2015)，2015年2月8日取自大紀元新聞網

<http://www.epochtimes.com/b5/13/4/6/n3839973.htm>

文建會(2009)，結合人文藝術與科技創新，推展具國際競爭力之文化藝術。第八次全國科學技術會議北部預備會議，2015年5月18日取自整備文化藝術產業發展環境科技部首頁：

<http://www.most.gov.tw/pla/tc/8th/doc/N1.6.2.doc>

台中市政府(2014)，2014臺中市觀光接駁車，2015年5月18日取

自台中市政府網頁：

<http://travel.taichung.gov.tw/zh-tw/Event/NewsDetail/167/2014%E8%87%BA%E4%B8%AD%E5%B8%82%E8%A7%80%E5%85%89%E6%8E%A5%E9%A7%81%E8%BB%8A>

台中市政府文化處(2013)，102年度臺中市文化專車全新啟動，104

年5月29日取自台中市政府文化處網頁：

<http://www.culture.taichung.gov.tw/NewsContent.aspx?id=6109>

元智大學藝術創意與發展學系(2015年07月10日)，2015年07月10

日取自元智大學藝術創意與發展學系的網頁：

http://web2.yzu.edu.tw/e_news/550/4_famous.html

宇萌數位科技(2014)，全球首創唯一AR互動環境教育館在雲林，2014

2月26日取自宇萌數位科技的網頁：

<http://www.brainsearch.com.tw/PartnerNewsDetail?news=793>

吳恩文(2015年5月13日)。2015年5月13日，取自吳恩文國際媒

體顧問公司的網頁：http://www.wimc.com.tw/column_1.htm

李容萍(2015年4月29日)。2015年4月29日，取自

<http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/1301333>

東森電視台旅遊中心(2013年10月7日)。2014年4月24日，取自

東森電視台旅遊中心網頁：

<http://travel.ettoday.net/article/279276.htm>

虎尾科技大學休閒遊憩系(2015年07月10日)，2015年07月10日

取自虎尾科技大學休閒遊憩系的網頁：

http://leisure.nfu.edu.tw/main.php?mod=custom_page&site_id=0&page_id=2

虎尾科技大學藝術中心(2015年7月11日)，虎尾藝術中心發展規劃

與目標之參、對地方的貢獻，2015年07月11日取自虎尾科

技大學藝術中心的網頁：<http://140.130.13.18/artcenter/Development>

南華大學藝術學院環境與藝術研究所(2015年1月15日)，2015年1

月15日取自南華大學藝術學院環境與藝術研究所的網頁：

<http://nhuir.nhu.edu.tw:8085/ir/handle/987654321/3647>

高國陞(2013)，樹德科技大學藝文產業創新育成中心，2015

年2月5日取自樹德科技大學藝文產業創新育成中心，

<http://creativetainan.culture.tainan.gov.tw/cht/member/minfo-91.html>

凌美雪(2008年3月31日)，聯合國認證的童玩節，宜蘭縣

府自墮棄守。2015年5月18日取自自由時報公告的網頁：

<http://news.ltn.com.tw/news/supplement/paper/200207>

孫銘賢(2005)，藝想世界·在地創意，2015年3月21日取自

http://museum02.digitalarchives.tw/ndap/2005/Garment/140.131.24.185/net/New-E-NET-01/Project-01/D_Popularize/950320/03.Popularize3-Mix.htm

教育部大學小革命(2013年2月8日)，教育部補助大專校院未來想像

與創意人才培育計畫【第2年計畫】2013年大學小革命入選

團隊，2015年7月11日取自教育部大學小革命的網頁：

http://faculty.ndhu.edu.tw/~wildcampus/intro/super_pages.php?ID=intro1

雲林科技大學休閒與運動研究所(2015年7月10日)，2015年7月10

日取自雲林科技大學休閒與運動研究所的網頁：

<http://www.ghl.yuntech.edu.tw/conception/>

雲林科技大學藝術中心(2015年7月11日)，國立雲林科技大學藝術

中心簡介(三) 校園藝術活動社區化，2015 年 7 月 5 日取自

雲林科技大學藝術中心的網頁：<http://www.ac.yuntech.edu.tw/>

雲林縣文化處(2015)，雲林國際偶戲藝術節，2015 年 7 月 5 日取自

雲林縣文化處的網頁：

<http://tour.yunlin.gov.tw/album/index-1.asp?m=16&m1=8&m2=60&sid=1>

雲林縣政府文化處公共關係科(2010)，2010 悠遊雲林・旅遊導覽專車，103 年 10 月 5 日取自雲林縣政府文化處公共關係科 99 年 7 月 23 日公告的網頁：

<http://www.yunlin.gov.tw/newskm/index-1.asp?m1=6&m2=45&id=201007230003>

雲林縣政府農業博覽會(2013)，預約未來之旅，103 年 10 月 5 日取自雲林縣政府農業博覽會公告的網頁：

<http://expo.yunlin.gov.tw/?p=11619>

雲林故事館(2014)，雲林縣社區故事繪本創作「我的 Book」培訓，2015 年 6 月 5 日取自雲林故事館公告的網頁：

<http://ylstoryhouse.org.tw/index.php?inter=product&pId=4>

雲林環境教育館(2014)，雲林環境教育館，2014 年 5 月 28 日取自

http://ns2.laypu.com.tw/yeep/main/page_view.aspx?siteid=&ver=&usid=&mnuid=5218&modid=1361&mode=

雲林縣政府(2013a)。2014 年 4 月 24 日取自雲林縣政府網頁：

深植雲林，草根起藝。

http://expo.yunlin.gov.tw/?page_id=2263

雲林縣政府(2013b)。2014年4月24日，取自雲林縣政

府網頁：全台最大的無牆美術館亮麗登場。

<http://www.yunlin.gov.tw/News/detail.asp?id=201311260003>

雲林縣大埤鄉三結社區農村再生計畫(2012年04月02日)。2012年3月4

日，取自

[http://ep.swcb.gov.tw/EP/File/REGENERATION/1010402%E9%9B%B2%E6%9E%97%E7%B8%A3%E5%A4%A7%E5%9F%A4%E9%84%89%E4%B8%89%E7%B5%90%E7%A4%BE%E5%8D%80%E8%BE%B2%E6%9D%91%E5%86%8D%E7%94%9F%E8%A8%88%E7%95%AB%E6%9B%B80013\(%E5%8A%A0%E5%85%A5%E8%99%95%E9%95%B7%E5%BB%BA%E8%AD%B0-%E6%8F%90%E9%80%81%E7%89%88%E5%BE%8C%E4%BF%AE%E6%AD%A3\)_201302261602541143.pdf](http://ep.swcb.gov.tw/EP/File/REGENERATION/1010402%E9%9B%B2%E6%9E%97%E7%B8%A3%E5%A4%A7%E5%9F%A4%E9%84%89%E4%B8%89%E7%B5%90%E7%A4%BE%E5%8D%80%E8%BE%B2%E6%9D%91%E5%86%8D%E7%94%9F%E8%A8%88%E7%95%AB%E6%9B%B80013(%E5%8A%A0%E5%85%A5%E8%99%95%E9%95%B7%E5%BB%BA%E8%AD%B0-%E6%8F%90%E9%80%81%E7%89%88%E5%BE%8C%E4%BF%AE%E6%AD%A3)_201302261602541143.pdf)

雲林縣麥寮鄉新吉社區農村再生計畫(2014年03月17日)。2014年3月4

日，取自

[http://ep.swcb.gov.tw/EP/File/REGENERATION/%E9%9B%B2%E6%9E%97%E7%B8%A3%E9%BA%A5%E5%AF%AE%E9%84%89%E6%96%B0%E5%90%89%E7%A4%BE%E5%8D%80%E8%BE%B2%E6%9D%91%E5%86%8D%E7%94%9F%E8%A8%88%E7%95%AB%E6%A0%B8%E5%AE%9A%E6%9C%AC\(%E5%B7%B2%E9%81%AE%E7%BD%A9\)_201407240911451727.pdf](http://ep.swcb.gov.tw/EP/File/REGENERATION/%E9%9B%B2%E6%9E%97%E7%B8%A3%E9%BA%A5%E5%AF%AE%E9%84%89%E6%96%B0%E5%90%89%E7%A4%BE%E5%8D%80%E8%BE%B2%E6%9D%91%E5%86%8D%E7%94%9F%E8%A8%88%E7%95%AB%E6%A0%B8%E5%AE%9A%E6%9C%AC(%E5%B7%B2%E9%81%AE%E7%BD%A9)_201407240911451727.pdf)

雲林縣政府(102年12月13日)，農博公園草笠劇場 開啟

虎尾藝術展演新視野，取自雲林縣政府102年12月13日的

新聞資料：

<http://www.yunlin.gov.tw/News/detail.asp?id=201312130002>

雲林縣政府幸福雲林電子報(104年4月14日)，十鄉鎮市免費搭乘幸

福專車開跑，2015年7月10日取自雲林縣政府的網頁：

<http://www.yunlin.gov.tw/News/detail.asp?id=201504140004>

廖素貞(2012年05月04日)。2014年4月24日，取自大紀元時報的

網頁：

<http://tw.epochtimes.com/b5/12/5/4/n3581591.htm%E6%88%90%E9%BE%8D%E6%BA%BC%E5%9C%B0%E5%9C%8B%E9%9A%9B%E7%92%B0%E5%A2%83%E8%97%9D%E8%A1%93%E7%AF%80--%E9%97%9C%E6%B3%A8%E7%92%B0%E5%A2%83%E8%AD%B0%E9%A1%8C.html>

維基百科(2015)，旅遊的定義，2015年6月14日取自維基百科網頁：

<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%97%85%E6%B8%B8>

僑務委員會(2014年4月19日)。2014年4月24日，取自中華民國僑務委員會官方網站的網頁：

<http://www.ocac.gov.tw/OCAC/Pages/Detail.aspx?nodeid=345&pid=10200>

賴蕙嘉(2014年03月29日)，堅守崗位的媒體人：客家音樂可以很藝術，

2015年07月5日取自喀報網頁：

<http://hkp.nctu.edu.tw/files/article/104/doc/江岱燕.賴蕙嘉.pdf>

謝月琴(2015年03月31日)，國際民俗藝術節協會(CIOFF)來訪春季理事會宜蘭舉行，2015年5月18日取自大紀元時報公告的網頁：

<http://www.epochtimes.com/b5/15/3n4401002.htm>

環球科技大學的視覺傳達設計系(2015年7月10日)，2015年7月10

日取自環球科技大學的視覺傳達設計系的網頁：

<http://mail.twu.edu.tw/~dvcd/97vcd/wed.html>

環球科技大學的創意公共傳播設計系(2015年7月10日)，2015年7

月10日取自環球科技大學的創意公共傳播設計系網頁：

<http://mail.twu.edu.tw/~cpcd/>

環球科技大學藝術中心(2015年7月11日)，環球藝術中心藝術創作。

展覽：，2015年7月11日取自環球科技大學藝術中心網

頁：<http://mail.twu.edu.tw/~artc/>

Edinburgh International Festival (2009).History. Retrieved

July 7, 2009 from the World Wide Web:

<http://www.eif.co.uk/about-festival/about-festival> 26

Ling(2006)，跳脫「台灣製造」的島國宿命--打造台灣藝術品牌，

2015年5月26日取自 <http://blog.yam.com/linq/article/6259726>

LAHC(2004)，2015年4月21日取自 LAHC 盧卡斯草根藝術中心網頁：

<http://translate.google.com.tw/translate?hl=zh-TW&sl=en&u=http://www.grassrootsart.net/&prev=search>

二、外文部分

Appadurai, Arjun. (1996), Modernity at Large: Cultural

Dimensions of Globalization. Minneapolis and London:

University of Minnesota Press. ---. 2000. "Grassroots Globalization and the Research Imagination." *Public Culture* 12 (1): 1-19.

Alice Wexler(2005), GRACE Notrs:A Grass Roots Arts and Community Effort, *A Journal of Issues and Research* 2005, 46(3), 255-269, by the National Art Education Association.

Blandy, D. & Hoffman, E. (1993), " Toward An Art Education of Plave." *Studies in Art Education*. 35(1), , pp22-33 .

Coles, R. (1989), The call of stories:Teaching and the moral imagination. Boston:Houghton Mifflin.

Crompton, J, L. (1979), An assessment of the image of Mexico as a vacation detination of the influence of geographical locatin upon that image. Journal of Travel Research , 14(4) , 14-23.

DCA(Department of Communication and the Arts) (1994), Creative Nation. DCA: Canberra.

Hiram Lucke(2012), S. P. DINSMOOR, LUCAS, AND THE GRASSROOTS ART CAPITAL OF KANSAS, esirc.emporia.edu.

Karen Janovy(2000), Review of Backyard Visionaries:

Grassroots Art in the Midwest, Great Plains

Quarterly, 2145.

Kotler, Philip H. (1991), Marketing Management : Analysis

Planning, and Control , 8th ed. Englewood Cliffs, NJ:Prentice-Hall, Inc.

Mishler, E. E. (1986), Research interviewing , Context and narrative, Cambridge:Harvard.

Proctor, T. & Ruocco, P. (1992). Generating Marketing

Strategies: A Structured Creative Decision Support method.

Management Decision, 30(5), 50-53.

Proctor, T. (1997). Establishing a strategic direction: a

review. Management Decision, 35(2), 143-155.

Proctor, T. (2000). Management tools strategic marketing

management for health management: cross impact matrix and

TOWS. Journal of Management in Medicine, 14(1), 47-56.

Rentschler, Ruth (2003) , Shaping culture : arts & entertainment

management, 90-105.

Richardson, L. (1995), Narrative and sociology, Representation

in ethnography, 198-221.

Stern, B. B. (1991), Who talks advertising? Literary theory and narrative “point of view” Journal Advertising , 20, 9-22.

Weihrich, Heinz (1982), “The TOWS Matrix-A tool for Situational Analysis” , Long Range Planning, Vol. 15, No. 2, pp. 60.

Weihrich, H. (1999). Analyzing the competitive advantage and disadvantage of Germany with the TOWS Matrix-an alternative to Porter’ s Model. European Business Review, 99(1), 9-24.

Zikmund and William, G., (1994), Business Research Methods, 4th Ed, For Worth: Dryden Press.

Zelizer, Barbic, (1994), “Reading the Past against the Grain: The Shape of Memory Studies “, Unpublished manuscript.

附錄一

各社區的訪談大綱與問題

一、社區營造

(一)貴社區發展的演進，就您所知道的情形，請大略敘述一下。

(二)請問這三個社區最近營造的重點是哪些？

(三)請問貴社區營造是推動文建會社區營造的計劃，還是經由農村再生計劃的培根計劃自行報名執行？

(四)您認為雲林縣社區營造在經費方面以及各社區實施的重點需要調整嗎？

二、主題彩繪

(一)請問貴社區為什麼選擇彩繪社區作為營造的項目之一？

(二)請問在彩繪之前，經過社區發展協會的理監事決議通過才執行嗎？

(三)請問貴社區彩繪的主題包含哪些？為什麼選擇這些類呢？

(四)請問您知道貴社區的彩繪偏向哪一種繪畫技巧或是風格嗎？

(五)請問當初由誰領導彩繪社區？

(六)請問帶領許多社區民眾願意社區彩繪的方法有哪些？

(七)請問選用哪一種材料彩繪？具備預防水滲透褪色與日曬龜裂的

功能嗎？材料的費用由個人或群體捐助、還是協會支出、或是政府補助？

(八) 請問在彩繪的過程中，遇到什麼困難呢？

(九) 請問您會不會承續擴展彩繪的面積，或是注入新的元素？

(十) 請問完成以後，如何推廣呢？

如何維護呢？

(十一) 請問完成以後，舉辦過慶祝儀式或是哪些活動呢？

(十二) 請問完成以後的效益如何？

(十三) 請問哪些社區或是單位曾經蒞臨貴社區？到目前為止大約共有幾個團體拜訪？假日散客多還是少呢？

(十四) 請問您詢問過旅客如何知道貴社區的特色而蒞臨嗎？貴社區能夠協助導覽嗎？

(十五) 請問貴社區設計過文創產物，提供旅客採購嗎？

(十六) 請問縣政府對於社區彩繪，會補助經費嗎？或是協助宣傳嗎？

(十七) 請問貴社區彩繪是推動文建會社區營造的計劃，還是經由農村再生計劃的培根計劃自行報名執行，或是透過水保局的專案實施？

三、社區旅遊交流與願景

(一) 貴縣還有一些主題彩繪的社區，請問您參觀過嗎？或是曾經透

過通訊媒體交流意見嗎？

(二)雲林縣政府在 2013 年以及最近幾年曾經規劃社區文化深度旅遊專車，路線引領到貴社區嗎？如果沒有，請問貴社區願意加入嗎？請縣政府的協助的事務是那些？

(三)請問您會為社區規劃半日遊的行程嗎？或是與其他社區合辦嗎？

(四) 敬請敘述或是描繪您對於貴社區營造與彩繪的願景。



附錄二：各社區的藝術作品



圖 4.2 吳仲宗的心手相連：在比鄰的心形拓印一些手形

資料來源：本研究攝自林北社區的文化涵洞



圖 4.3 Sinic 的在巷弄騎乘腳踏車：腳踏車是實物，欣賞者接近車座，面向拍攝者，猶如側坐的乘客。

資料來源：本研究攝自林北社區的鉛片厝。



圖 4.4 紙漿藝術的三隻小豬

資料來源：本研究攝自新吉社區的弄孫園



圖 4.5 紙漿藝術的矮籬

資料來源：本研究攝自新吉社區的左岸公園



圖 4.6 兩小無猜的羊

資料來源：本研究攝自楊厝社區的巷弄



圖 4.7 大理石馬賽克拼貼之龍

資料來源：本研究攝自楊厝社區



圖 4.8 記錄小妹跟隨兄長的心情的歌曲彩繪

資料來源：本研究攝於楊厝社區的巷道



圖 4.9 大大小小綿延的圓彩繪

資料來源：本研究攝自楊厝社區的楊厝分班巷道



圖 4.10 成龍社區大壁畫的全景

資料來源：本研究攝自安龍宮前方



圖 4.11 地板與牆面，以瓷磚馬賽克拼貼的方式，呈現萬花筒的效果。

資料來源：本研究攝自成龍社區集會所。



圖 4.12 用文蛤馬賽克拼貼的生物鏈

資料來源：本研究攝自成龍社區的台六十一線快速道路下方



圖 4.13 印度風情

資料來源：本研究攝自台西鄉海口村民宅-藝術協會



圖 4.14 「彩虹雨」的候鳥停在雲朵或是岩石上

資料來源：本研究攝自海口村公園內-藝術協會



圖 4.15 來惠社區彩繪的第一期第一系列：秋收

資料來源：本研究攝自來惠社區的巷弄



圖 4.16 客家音調俗語彩繪牆

「番薯落泥毋驚酒，只求枝葉代代薑。」

類似閩南語：

「番薯毋驚落土爛，只求枝葉代代澱。」

資料來源：本研究攝自來惠社區巷道



圖 4.17 白鷺鷥母子(瓷磚馬賽克拼貼)

資料來源：本研究攝自來惠社區活動中心周圍的牆壁



圖 4.18 第二個開口獅信箱

資料來源：本研究攝自港尾社區順安宮前面的巷弄



圖 4.19 長達一百公尺的畫卷後半段

資料來源：本研究攝自港尾社區地岐公公園的圍牆



圖 4.20 迎媽祖的剪紙彩繪，高達兩層樓。

資料來源：本研究攝於北溪社區龍安宮前方廣場。



圖 4.21 貓在傍晚抓老鼠。牆壁破損顯示立體效果。

資料來源：本研究攝自頂溪社區第一貓公園。



圖 4.22 貓親情雕塑。

資料來源：本研究攝自頂溪社區第二貓公園。



圖 4.23 木棉花與耍花槍女子的剪影全景

資料來源：本研究攝自埤內社區大堀西側



圖 4.24 門埕前面的古亭畚、牛車和公雞

資料來源：本研究攝自埕內社區大堀西北側



圖 4.25 大壁畫「狂想」的稻草人、農田與古亭畚。

資料來源：本研究攝自堀頭社區的陳家園巷弄。



圖 4.26 橘色的古亭畚包含牛與白鷺鷥

資料來源：本研究攝自紫雲宮前方的寬廣道路旁



圖 4.27 釘畫的單張鋁箔片，
就釘上十四根釘子。
資料來源：本研究攝自劉厝社區的
的活動中心。



圖 4.28 釘畫的英文字必須寬窄圓滑，
輪廓包含弧度，技巧非常難呈現。
資料來源：本研究攝自劉厝社區
的活動中心。



圖 4.29 主題是快樂農村

資料來源：本研究攝自劉厝社區好事館內。



圖 4.30 為蔦松國小準備營養午餐廿年的劉美雪女士，在退休以後，藝術團隊表彰她的貢獻，繪製肖像請她擔任蔦松黃金蕃薯的代言人。

資料來源：本研究攝自蔦松國小廚房側邊牆面



圖 4.31 公車站裡面顯示雲林縣百大景點的第四十處，以及蕃薯與其葉子的特寫樣貌。

資料來源：本研究攝自蔦松國小前門



圖 4.32 社區民眾臉譜畫卷的全景

資料來源：本研究攝自蔦松社區的松山大橋



圖 4.33 三位臉譜：松北、松中、松西
資料來源：本研究攝自蔦松的松山大橋

圖 4.34 村婦橫越溪流擺渡載運喜事物品
資料來源：本研究攝自蔦松的松山大橋



圖 4.35 砌磚與馬賽克拼貼而成的牧童與牛全景

資料來源：研究者攝自蔦松社區的中央公園



圖 4.36 用稻草編織祥龍、絲瓜藤與向日葵花

資料來源：本研究攝自三結社區的稻草藝術工作坊



圖 4.37 用稻草編織雙龍迎賓牌坊

資料來源：本研究攝自三結社區雲九十六縣道上



圖 4.38 加入廿四節氣的稻草迷宮門坊

資料來源：本研究攝於 2014 年三結的稻草迷宮門口



圖 4.39 播鼓喧天，氣勢磅礴。

資料來源：本研究攝自埤麻社區的天福宮



圖 4.40 埤麻社區的稻田圍籬採用印尼鐵木、
釘上 1.5 吋的鋼釘架設。

資料來源：本研究攝自埤麻里里長的宅第前面



圖 4.41 大壁畫右半部：在泥濘裡耕田，白鷺鷥尋找食物。

資料來源：本研究攝自小東社區的入口意象旁邊



圖 4.42 在曲面呈現非常艱難。
資料來源：本研究攝自小東社區的入口意象之特寫畫面



圖 4.43 黑面琵鷺也來陪伴。
資料來源：本研究攝自小東社區的入口意象之特寫畫面



圖 4.44 群山環繞，綠水長流：右方的第一幅

資料來源：本研究攝自小東社區活動中心附近空地的牆壁



圖 4.45 熊貓彼此扶持，人類也應該效法。

資料來源：本研究攝自石龜社區天后宮前面四維路



圖 4.46 互動式壁畫：餵貓熊喝奶。

牆壁破裂顯現三 D 的效果

資料來源：研究者攝自石龜社區天后宮前面四維路



圖 4.47 記者會現場的字也是釘畫

資料來源：研究者攝自劉厝社區好事館



圖 4.48 鎮長接受記者採訪：發表社區策略聯盟的措施

資料來源：研究者攝自劉厝社區好事館

