

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

苗栗地區文化觀光與客家語文資產之連結與建構

執行單位：國立聯合大學客家研究學院

計畫主持人：晁瑞明

聯絡人：涂芹嬌

聯絡電話：037-382131

傳 真：037-382139

E-MAIL：hsc@nuu.edu.tw

日 期：104 年 11 月 30 日

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要目錄

| 計畫項目 | 主持人 | 計畫名稱 | 頁碼 |
|-------|-----|---|----|
| 總計畫 | 晁瑞明 | 苗栗地區文化觀光與客家語文資產之連結與建構 | -- |
| 子計畫一 | 晁瑞明 | 「苗栗地區文化觀光與客家語文資產之連結與建構」成果發表研討會 | 1 |
| 子計畫三 | 范瑞玲 | 客語十二生肖動物諺語的隱喻及其文化意涵 | 2 |
| 子計畫四 | 張陳基 | 以《客法大辭典》建構客家諺語知識本體論 | 10 |
| 子計畫五 | 劉煥雲 | 苗栗地區客家民間故事之蒐集、整理與研究 | 12 |
| 子計畫七 | 俞龍通 | 文化治理與觀光產業發展之研究——以 2013 年客家特色認證餐廳為例 | 15 |
| 子計畫八 | 晁瑞明 | 大苗栗小故事——以苗栗為主體「文」論「影」述客家美學文化資產經典數位典藏之研究 | 18 |
| 子計畫九 | 林本炫 | 苗栗地區乙未抗日及相關文化地景之調查研究與建構 | 27 |
| 子計畫十 | 黃世明 | 苗栗縣公館鄉客家生活環境營造及其使用效益分析 | 29 |
| 子計畫十一 | 胡愈寧 | 苗栗縣文化觀光工廠生命週期與潛力點評估之研究 | 31 |
| 子計畫十三 | 馮祥勇 | 「飲食溯源與環境保護」通識課程計畫 | 37 |
| 子計畫十四 | 劉煥雲 | 「客家語言與文化」通識課程計畫 | 38 |
| 子計畫十五 | 劉煥雲 | 「苗栗客家信仰與民俗」通識課程計畫 | 39 |

客家委員會補助大專校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫一 「苗栗地區文化觀光與客家語文資產之連結與建構」成果發表研討會

主持人：晁瑞明教授兼院長

摘要

客家文化包羅萬象，舉凡語言、傳播、政治、經濟、產業、社會、宗教等，每個領域都呈現出客家文化的獨特性，其中客家語文的資產更是豐富，客家語文當中所透顯的文化元素，除了標誌客家認同之外，也可以是發展文化觀光的重要潛力。反過來說，透過文化觀光，闡揚苗栗客家在地文化，吸引更多人認識客家文化，將文化觀光和客家語文資產兩者加以連結和建構，也是當代重要的課題。因此今年聯合大學客家研究學院提出的整合型計畫主題訂為「苗栗地區文化觀光與客家語文資產之連結與建構」。在這樣的背景下，透過學術研討會的交流平台，除可提供各子計畫研究成果的發表外，更可使校內外不同領域的專家學者齊聚一堂，彼此在研究上的交流與激發，建構文化觀光和客家語文資產的連結。子計畫 1「苗栗地區文化觀光與客家語文資產之連結與建構」學術研討會，讓校內外學者專家有機會交流、分享與觀摩客家文化研究成果。

關鍵字：苗栗、客家、觀光、客家語文

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫三 客語十二生肖動物諺語的隱喻及其文化意涵

主持人：范瑞玲副教授

1、 研究目的

人類的溝通方式主要是依靠語言，而語言與文化的關係是密不可分的，因為經由語言的表述可以呈現文化的內涵，而文化則是語言的內蘊。常敬宇（1993：1）曾提及：「從語言作為符號系統的角度看，語言是文化的載體，文化是語言的內蘊。任何民族語言都負荷著該民族深厚的文化內涵。不同民族的文化不僅生成語言的特殊語義成分，而且對語言的構詞構句模式也產生重要影響。每一個民族的語言都是自己民族文化的一面鏡子，或者說，語言是歷史文化的『活化石』。」。人類文化藉著文字及語言的表達而得以留存，其中諺語對世態人情的描述之深切為眾所週知，這主要是因為諺語蘊含先民豐富的知識、經驗、思想，呈現文化中的精髓。鍾榮富（2004a：357）曾描述：「諺語是一個文化具體而微的展現，無論是生活型態、思考方式、年節禮俗、宗教信仰及語言精髓等等構成文化整個的各個層面，無不一一鮮活地融入了諺語之中。因此，要了解一個種族或民族的整個文化風貌，研究與了解諺語是最基本的入門。」。

隨著文化觀光的普及化，遊客普遍尋求目的地日常生活之體驗，因此語言在文化觀光中扮演著舉足輕重的角色，而藉由諺語，文化觀光的遊客更能了解客家族群的文化與歷史。客家諺語中時常出現許多動物的形象，例如：「東門失火，池魚及殃」，「明知山有虎，偏向虎山行」，「虎落平陽被狗欺」，「人心肝，牛肚屎」，「好馬唔食回頭草」，「貓走開，老鼠就作怪」等，這些諺語生動活潑地描述客家族群的哲理與生活情況，同時說明早期農業社會中客家人與動物之間的關係緊密。根據李月枝（2004）《臺灣地區客閩十二生肖動物諺語比較研究》，結果發現不管客語或閩南語皆是與「狗」有關的諺語較多，其次是雞、牛、豬等等，這些事

實上都是閩南人和客家人生活中所畜養的動物。而耆老們也認為「狗」是人類忠實的朋友，雞、牛、豬則是因耕種或食物來源頻繁出現於日常生活中，所以狗、雞、牛、豬的諺語出現頻率較高。再者，客閩十二生肖動物諺語顯示人們習慣於藉著動物指桑罵槐，以此暗喻人性的弱點、缺失等，所以十二生肖動物諺語中負面印象比正面的評價多。然而從兩性教育、孝悌親情倫理、勤勞節儉等三方面檢視客閩語十二生肖動物諺語時，卻發現客閩兩族群文化之間的差異性。謝亞瑜（2006）也於《意涵與演變—從《客英》《客法》大辭典到當代諺語著作》中，分析客家動物諺語的意義同時探究其演變，也發現客家動物諺語中是狗、虎、牛、馬、豬、貓等動物出現的頻率較高，例如「上市打老鼠，下市打老虎」與「富人讀書，窮人餵豬」等，可見客家動物諺語多取材於日常生活之中。由此可見，客家文化的精神經由諺語而歷歷入目，即使時代轉移，亦不損其價值。諺語呈現一個民族思想的精華，客家諺語隱涵客家族群文化的深層底蘊，也是客家族群文化認同的方式之一。由上可知，十二生肖動物諺語可以辨識閩客族群的文化差異，而文化上的差異是由更深層的思維所形成的，客家族群的深層認知概念是否可由「十二生肖」動物諺語中解讀呢？

客家諺語是文化傳承的媒介之一，涵蓋客家族群的生活經驗與智慧，而客家諺語更展現了族群文化的精髓，呈現客家最精緻的生活文化，但是年輕的客家族群對隱喻眾多的客家諺語瞭解多少？莘莘學子們是否可以意會客家諺語所顯示的意象與涵意呢？因此研究者同時採用問卷調查，以了解客家族群對客家諺語的理解程度，希望客家諺語的隱喻現象可應用於客語教學，以幫助客語學習者更容易認識客語並了解其文化。因此本研究探討客語十二生肖動物諺語的隱喻現象，以及客語十二生肖動物諺語的隱喻如何呈現客家人的認知與文化。

2、 研究方法

本研究採用質性及量化兼顧的研究方法，較能有系統看出客語十二生肖諺語所隱含的客家族群思維與文化特色。本文的十二生肖包含鼠、牛、虎、兔、龍、蛇、馬、羊、猴、雞、狗、豬。首先本研究搜尋與十二生肖有關的所有客語諺語，以目前出版的客家諺語專書為主，教育部客家語常用詞辭典、以及網路上可以搜尋到的相關資料為輔，找出與十二生肖相關的客家諺語作為語料。本文以黃永達於 2012 年出版的《臺灣客家俚諺語語典》(增訂本)為語料

主要來源，其他客家俗諺語專書如涂春景的《聽算無窮漢—有韻的客話俚語 1500 則》(2002)、何石松的《客諺一百首》(2003)為輔。

研究者採用概念隱喻理論(Lakoff and Johnson, 1994)與概念合成理論(Fauconnier & Turner 2002)，作為分析客家諺語的理論基礎，探討客諺的隱喻現象，以及客家諺語中的隱喻如何呈現客家人的認知與文化。研究者同時採用問卷調查，以了解年輕一輩的客家人對客家諺語的理解程度。希望客語諺語的隱喻現象可應用於客語教學，以幫助客語學習者更容易認識客語並了解其文化。問卷調查的研究對象為苗栗地區三十位，而年紀在三十歲以下以客語為母語的成人，男女各半。在尋找受試者部分，首先透過人際網路尋找志願者，及研究者所任教學院之學生們所認識以客語為母語之客家人，如受試者為一般社會人士，則請助理親訪受試者，如受試者為本院學生，則在本院受訪。問卷內容是將收集到的客家諺語，以五個等級的立克特量表請受試者勾選對這些諺語的熟悉度，同時將測試受試者對這些諺語的瞭解程度，在問卷中將客家諺語放入語境中，詢問其為正面或負面意義，同時提供這些諺語相關目標域選項(人際關係、個性、婚姻、外貌等)，供其勾選，最後將請受試者選擇是由上下文中得知其義，或是經客家習俗所得知。在完成問卷之後，從受試者中找出三位，輔以深度訪談，以深入探討客家族群的隱喻認知歷程，所有相關統計及訪談記錄也一併處理。

3、 研究之理論分析架構

本研究採用概念隱喻理論與概念和成理論，以分析探討客語十二生肖動物諺語的隱喻及其文化意涵。雷可夫和姜申(Lakoff and Johnson, 1980)在〈我們賴以維生的隱喻〉中提出「概念隱喻理論」，為隱喻開啟新的方向。他們從認知語言學的新視野探討「隱喻」(metaphor)的概念及思維的運作，他們認為隱喻並非只是修辭的方法，它是以我們的經驗為基礎，是我們的心智認知活動的產物，反映出我們對這個世界的認知，所以隱喻是我們語言、思維、行為、文化的系統性表現，因此隱喻普遍存在於日常生活的語言、思維與行為中 (Lakoff & Johnson, 1993: 205-209)。以「爭辯是戰爭」(Argument is war.)為例，戰爭的概念用以形容人們的爭辯時，日常語言中就出現「你不斷攻擊我言論的弱點」、「我的主張不堪一擊」、「你精彩的論證可說是無懈可擊」等。當「爭辯是戰爭」這類隱喻存在人們的概念系統中，它所表達出來的語言

便是概念隱喻（轉引自周世箴譯注，2006；蘇以文，2005）。

我們的思想歷程因此是隱喻的(metaphorical)，所以隱喻具認知的基礎，不僅在語言上顯現，同時是跨領域的概念映照(cross-domain conceptual mapping)(Lakoff, 1993)。所謂跨領域的概念映照就是兩個概念領域(來源域和目標域)關係上的連結，而這兩個領域則包涵語義相關的本質、特性和功能。隱喻其實是我們嘗試以一類事務了解另一事務的方法，而我們通常所要了解的事物是具有抽象特質的，其存在於目標域(target domain)中，例如前述的”有所作為”，為了理解此抽象概念，我們嘗試以較具體概念呈現此抽象概念，例如”嶄露頭角”，此較具體概念存在於來源域(source domain)中，最後我們將來源域(source domain)中及目標域(target domain)中的概念建立起具系統性的相關聯性，此即跨領域的概念映照，也是隱喻形成的過程。雷可夫(Lakoff, 1993)認為世上存在一個普遍原則，這普遍原則就是隱喻的場景，由此可規範語言的表達及推論模式。例如雷可夫最負盛名的「愛是一個旅程」(LOVE IS A JOURNEY)中，情人是共同旅行的旅者，旅程的終點是他們生活的共同目標，而交通工具則代表他們的關係。因此大家都可以理解為何”愛情是一條漫長的道路”和”他們的愛情已到盡頭”，因為藉由愛情是一個旅程的隱喻，以上句子間的相關聯性是顯而易見的。愛情是目標域，而旅程則是來源域；愛情的發展是目標域，而旅程的經過則是來源域；愛情的結果是目標域，而旅程的盡頭則是來源域。由此可知，我們的概念系統中存在著以旅程來理解愛情的跨領域映照原則，經由有系統性的映照程序，所有的語句都可以經由來源域和目標域間的映照程序，得到最佳的詮釋。除此之外，隱喻時常包括轉喻(metonymy)，因為兩者都能促成意義的延伸，以建構語言、思想、態度、行為(周世箴，2006)。但是轉喻只出現在同一概念領域中，當兩種實體(entity)之間可能建立聯繫關係時，映照就可能發生，例如部分代全體就是最常見的類型。因此轉喻的本質與隱喻是一樣的，都是一種認知機制（李福印，2008）。

概念映照模型雖有如上所述之眾多優點，但是美中不足之處是較無法解釋新的概念產生的方式，而概念合成理論恰可補足其缺點，同時以更詳盡的理論解釋不同領域間的融合過程。Fauconnier 和 Turner 提出概念合成理論 (Conceptual Blending) (或稱合成理論 [Blending Theory])，強調每個人都生而俱有動態的概念合成心智能力，而且有一些關鍵概念、原則、機

制是會跨領域存在於語言或非語言情境裡。這些經由時間的歷練，逐漸紮根於概念結構與文法中，對人類語言、認同、文化、發明的演進過程產生不可磨滅的影響力 (Fauconnier & Turner, 2002, 1998 ; Turner & Fauconnier, 1995 ; Fauconnier, 1994,1997)。概念合成理論延續二領域 (two-domain)模式的觀點，視隱喻為認知層面的跨領域、跨空間的系統性映照，同時此理論將跨領域模式的運作擴充成四個心智空間(mental space)的認知過程。概念合成理論著重即時的心智建構過程，聚焦於新的隱喻推論，以及認知者如何形成新的概念合成。(Fauconnier & Turner, 1995 ; Grady, Oakley and Coulson, 1998 ; 蔣建智，2001)。

概念合成理論中有一重要觀念，即心智空間(Fauconnier & Turner 1994,1998)，此乃人類認知系統中不可缺少的機制，反映出人們如何思考與談話。心智空間是一局部表徵結構，它是人們在思考或談論一些情境時所建構的，是隨機建立的新運作模式，因此它可能涉及現實或想像，或是與信仰或信念有關。由此可知，心智空間是一種概念結構，會在現實世界中建立一個真實空間 (reality space)，同時由空間建構詞 (space builders) 組成與其相對的心智空間 (Fauconnier 1994, 1997)。這些空間建構詞可以開創新的心智空間，例如:時間心理空間 (time spaces)、空間心理空間 (space spaces)、活動範圍心理空間 (domain spaces)，與假設心理空間 (hypothetical space) 等 (Fauconnier 1994: 29-34)。以”畫中那個棕眼女孩的眼睛是褐色的”為例，棕眼女孩身處於真實空間中，而褐眼女孩則在影像空間中，兩者互相映照。例句中的”in the painting”是心理空間建構詞，建立了圖像心理空間。

以心智空間理論為基礎，Fauconnier & Turner (1998, 2002)發展了概念合成理論。概念合成理論的主軸在於其組成的空間：兩個輸入空間 (類似於來源域和目標域)、類空間 (generic space)、合成空間 (blending space)。兩個輸入空間所共有的抽象概念組合成類空間；合成空間則包含類屬空間中的普遍結構、兩個輸入空間選擇性映射的特定結構、合成空間本身經過組合 (composition)、完成 (completion)、擴展 (elaboration) 所建立的新結構 (emergent structure 又稱「湧現結構」)。

一跨空間的映照過程存在於第一輸入空間和第二輸入空間裡，藉此聯結相互對應的成分，兩輸入空間所共享的結構就是類空間，輸入空間映照到合成空間的概念結構並非具無限

可能性，它是具選擇性的、部分的映照，如此的認知建構過程使得合成空間浮現於輸入空間的結構之外，因而產生新的隱喻推論或新的概念。舉例來說，「這個外科醫生是屠夫」(This surgeon is a butcher.)，如以概念合成理論加以解釋，屠夫的角色、相關活動等概念結構（來源空間）以及外科醫師的角色、相關活動等概念結構（目標空間）存在於兩個輸入空間中，而跨領域的映照關係存在於兩個輸入空間中，兩個輸入空間共享了一「切割」框架（類空間），亦即某人運用尖銳的器具在生物體上進行切割的程序。來源空間與目標空間能有的互動與對應關係受限於切割框架，而第一與第二輸入空間的成份、互動關係也映照進了合成空間，但是卻具有選擇性而非任意性的映照。輸入合成空間將的成份會重組其空間的經驗秩序，所以來自第一輸入空間的外科醫生與第二空間中的屠夫，在合成空間內融合（fusion），因而動刀的行為者既是外科醫生（身份）也是屠夫（角色）。當屠夫與外科醫生的輸入空間皆照映了個別的方法-目的關係（means-end relationship）至合成空間時，屠夫的方法（砍殺並支解某物）與外科醫師的目的（救活病人）就在合成空間中結合，而選擇性的照映便導致以下的涵義：外科醫師的技術不純熟且粗魯，就像屠夫在支解動物一般。如以跨領域模式解讀，因其目的結構無法從來源域映照至目標域，因此這個隱喻意涵無法被呈現。概念合成理論強調心智空間裡的概念合成，而跨領域模式所限定的系統性的照映關係，是複雜的概念合成過程的原料，同時也賦予以合成限制。

概念映照模型與概念合成理論相輔相成，故而本研究將同時採用概念隱喻理論(Lakoff and Johnson, 1994)與概念合成理論(Fauconnie & Tuner 2002)，以作為分析客語十二生肖諺語語料的理論基礎，探討客語十二生肖諺語的隱喻現象，以及客語十二生肖諺語中客語諺語中的隱喻如何呈現客家人的認知與文化。

4、重要發現

客家先民面對艱難的環境，培養出吃苦耐勞的精神，以及實幹苦幹的信念。與客家族群息息相關的農耕生活，則藉由十二生肖呈現二十四節氣的更迭。例如「兩春夾一冬，十只牛欄九只空」、「正月寒死牛，二月寒死馬，三月寒死耕田家」、「六月吹北風，水打龍王宮」、「冬至魚生，夏至狗肉」、「秋老虎，熱過夏大暑」、「冬至在月頭，掌牛

阿哥毋知愁；冬至月中央，霜雪兩頭光；冬至在月尾，掌牛阿哥毋知歸」。客家先民深入觀察動物的外形與特點以及牠們與環境的互動關係，爾後與自己的生活經驗加以聯繫，將動物的特點賦予人事相關的特定義涵，以傳達特殊的涵意。

客語十二生肖諺語的隱喻現象呈現族群的認知思維方式，顯現先民的生活經驗與文化底蘊。本文採用概念隱喻理論(Conceptual Metaphor Theory)與概念融合(Conceptual Blending Theory)理論探究客語十二生肖諺語，發現客家先民主要透過十二生肖的外在特徵、行為、經濟價值等反映真實世界的種種現象。除此之外，多源一義和同源多義是客家動物諺語中的常態，因為許多動物行為都可以隱喻人類的生活現象或人生道理。客家先民藉由動物的行為、特性比喻人類行為、特質，其中多與人的性情、能力、人事變化相關，大多隱含「適者生存」的意義，這可歸因於早期客家先民須不斷遷徙與開墾，因此必須努力為生活奮鬥，才得以生存。

在客家諺語問卷調查表部分，我們發現三十歲以下的年輕人，講客語的時間並不多。父親是客家人時，三十歲以下的年輕人，每周講兩小時客語的人數較多，而父親為客家人時中，受試者每個月講兩小時客語的人數較多，父母均是客家人時，受試者則每天講兩小時客語的人數次多。至於對於諺語的熟悉度而言，大部分的受試者對諺語不太熟悉，只有少部分的受試者較熟悉客家諺語，對於熟悉的客家諺語有 66%正確率，就算是不熟悉客家諺語的受試者也有 34%的正確率。至於如何理解客家諺語，幾乎超過 60%的受試者都是從上下文知道其義的，目前客家人似乎較少在客家習俗中提及客家諺語，但在日常生活中有時會聽/看到這個諺語。從以上結果得知，三十歲以下的年輕人對客家諺語不甚了解，但卻因居住環境的關係常聽/看到客家諺語，而從客家習俗得知客家諺語意義的更是少數，因此可知客家文化流失情形甚為嚴重，我們建議於國中小教授客語的教師們，可以將客家諺語融入教學中，以傳承客家文化。從問卷調查結果得知，只要將客家諺語放入適當的上下文中，一般的學生應該都很容易理解其意義，所以適當的教學法的應用是必須的。深度訪談的受訪者皆是目前現居苗栗的學生，且父母親均為客家人，在訪問過程中可以發現三位在家中基本上都是使用客語居多，但是在外面都是使用國語居多。而對於問卷中的諺語大多也是只認識半數左右，而認識的來

源多半是透過客語認證相關書籍以及家中長輩。因為三位對於客語都有一定程度的理解與興趣所以在判斷諺語上多半都以上下文做為主要的判斷方式，相較於聽過的諺語，沒聽過的諺語多半是因為平常沒有接觸類似的諺語，導致無法判斷其文字上的含義，可見平常的使用對於學習客語而言是十分重要的一個環節。

5、 結論

客家諺語隱含客家文化，是客家族群的重要文化資產，然而能理解客家諺語的年輕人越來越少。目前客語流失的問題最主要還是歸類在語言方面，對於如何傳承客語，我們首先應從家中這個團體去發展較能得到好的成效。除此之外，現在這個階段，對於小朋友來說學習母語顯然還是很重要的一環，特別是要從小學起，如此才可以讓客語永遠留傳下去。從諺語的理解上要先懂得客語才能更深入去了解其隱含意義，在教學上更是要透過結合不同的手法，例如動畫、戲劇方面讓年輕的學子或是長輩們能夠學到更生活化的客語，這才是能永垂不朽的管道之一。客家諺語流失的情形相當嚴重，因此將客家諺語納入國中小教授的課文中，以傳承客家文化，實乃刻不容緩之事。從問卷調查結果得知，只要將客家諺語放入適當的上下文中，一般的學生應該都很容易理解其意義，所以只要能將客家諺語置入課文中，再輔以適當的教學法，學生應該很快就會記住這些客家諺語，同時客家文化也可以在潛移默化中，深植於這些學子心中。

關鍵字：客語、十二生肖、客家諺語、隱喻、客語教學

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫四 以《客法大辭典》建構客家諺語知識本體論

主持人：張陳基副教授

1、 研究目的

「客法大辭典」是法國籍牧師 Charles Rey (1866-1943) 牧師於 1901 年在廣東出版，目前可查的版本為 1926 年出版「客法大辭典」。根據中央研究院語言學研究所進行之「語言典藏」計畫研究成果，「客法大辭典」共收錄客家語詞彙計六萬餘筆，其中收錄八個字以上的詞彙約有 6887 個詞彙，遠遠超過「客英大辭典」所收錄八個字以上的詞彙約有 496 個詞彙，因此「客法大辭典」收錄單詞、成語及諺語數量龐大，頗能作為研究客家語知識體系之基礎詞彙。

2、 研究方法

本計畫蒐集整理辭典中八個字以上的詞彙，挑選屬於客家語中的諺語，進行知識分類及內容分析，並且與臺灣地區常用的客家諺語進行比較分析，提出客家諺語知識本體論。本計畫透過使用內容分析法，針對《客法大辭典》的諺語詞條及相關客家文獻進行分析其客語特性與語法。

3、 研究之理論分析架構

為建立客家諺語知識分類架構與理論基礎，本研究首要的工作目標是進行客家知識體系回顧，蒐集知識分類架構類型之相關文獻、國內外現有之客家知識分類架構、國內外主題分析詞彙工具與其採用之選詞原則、圖書資訊學界有關領域分析之方法研究，以及國內外知識分類架構之建構相關理論與方法，進行整理分析，以初步擬定建構客家諺語知識分類架構之原則、方法與確認客家諺語知識組織系統的範圍。

4、 重要發現

本計畫使用 IBM SPSS Text Analytics for Surveys 從詞彙資料中萃取的關鍵概念(key concepts)、情緒和關係，並且比對原有的分類架構，將其轉換為精確的分類架構，接著再經由專家意見修正，初步建構《客法大辭典》知識本體。再逐一自收錄八個字以上的詞彙約有 6887 個詞彙中，歸納整理出天文、生活、交際、地理、身體、時間、動物、商業、習俗、植物、飲食、農業、器具、親屬等十四類諺語分類，共計 158 條客家諺語。

5、 結論

本計劃歸納整理出天文、生活、交際、地理、身體、時間、動物、商業、習俗、植物、

飲食、農業、器具、親屬等十四類諺語分類，進一步分析之後，發現《客法大辭典》、《客英大辭典》中的客家諺語與臺灣客家諺語有許多異同之處，後續可以進一步做比較分析。

關鍵字：客家諺語、知識本體、客法大辭典、語言典藏、知識分類

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫五 苗栗地區客家民間故事之蒐集、整理與研究

主持人：劉煥雲副教授

1、 研究目的

苗栗縣是客家大縣，早在民國 86 年，苗栗縣國際文化觀光局曾補助或肇錦老師出版「苗栗客語故事」一本。但至今一直沒對客家民間文學加以普查。而且，以往之民間文學因生活現代化、科技化而漸漸式微，真正了解與傳承的人已日益減少，加之地方耆老漸漸老邁離世，且耆老記憶與民間文學知識亦消逝殆盡，如何儘早加以進行普查、蒐集、整理及記錄，已顯日益重要。要尋找出已經離散的客家傳統民間文學，再加以普查、研究，確實不容易。本計畫旨在針對客家民間文學中的客語故事，進行耆老訪談及建立苗栗縣境內傳統客家民間故事的完整知識庫。藉以深化與活化苗栗客家語言文化之研究，促進地方文化傳承與學術紮根，在資料蒐集整備與各類研究調訪過程中，累積研究能量與結論，並建構苗栗客家傳統民間文學之資料庫。未來亦可以供作客家語言傳承研究，如在客家文化園區、客家博物館，藉由文字與影像紀錄，以及具體文物的呈現，啟發關懷客家傳統民間文學的情懷。

2、 研究方法

本研究結合苗栗縣鄉土文化學會之人力資源與現有研究成果，進行深入之苗栗客家民間文學之採集與研究。本研究所採用的研究法包括歷史研究法、田野調查（field work）法、比較分析法、文獻分析法以及歸納法。其中在田野調查法方面，主要是以參與觀察與訪談作為蒐集資料的方法。比較分析法針對客家民間故事做比較分析，以便完成橫的比較和縱的比較。

以上多種研究方法乃是綜合混用，事實上，客家民間故事需要講述，講述是民間故事文本生成的起點與基礎，民間故事如果沒有聽眾便不能發揮效果，同時也就失去了它應有的魅力。重要的是：沒有客家話就沒有客家人，沒有客家人就沒有客家文化，客家文化將成為博物館學，供後代人憑弔。因此，客家文學的發展，除了提升客家社會意象之外，最終重要的目標與價值，仍是提供客家話與客家文化活化的源泉活水。事實上，提倡建構客家文學與客語民間故事書寫，不僅可以搶救客語，尋回客家老祖宗留下的豐富、美妙與奇特的客語名詞、副詞、形容詞、動詞、諺語……等等，亦可以從文字背後所蘊含的文化特色，找回舊日以失落的客家記憶，朝建立臺灣客家文學特色而邁進。

3、 研究之理論分析架構

本子計畫屬於整合型計畫之子計畫五，與總計畫是息息相關的。苗栗地區如何發展文化產業，並結合文化觀光，發揮地區發展觀光休閒的潛力，以文化加值觀光，以觀光加持文化，

產生互輔共生的推動策略，乃是重要發展議題。苗栗保有豐富的客家語文資產，特別是客家民間文學底蘊豐富。客家語言文化是客家文化的命脈，客家文學更是客家文化的特色。客家文學的內容非常豐富，包括：傳統漢文文學，如詩歌、散文、傳仔、民間故事、童謠、諺語、鸞書、古漢文書、傳說、武術、義民信仰……等，還有現代客家文學，如口語客家詩、歌、散文、小說、戲劇、說唱藝術等。客家民間文學過去都是留存於民間的口語相傳，較少用客家語文紀錄，也需要有心人士加以蒐集、紀錄、整理與研究。

本研究在於蒐集、整理與研究苗栗地區客家民間文學，以蒐集苗栗地區客家民間故事為主要對象。詮釋客家民間故事及其他作品之蒐集、整理與研究乃是當務之急，不僅是今日建構客家文學重要的一環，富有傳播與搶救古老客語的意義，更可以從客家民間故事文字中所蘊含的客家文化特色，找回舊日失落的客家記憶，朝建立苗栗客家文學特色而邁進，豐富既有的客家民間文學。本字計畫與其他所有子計畫，都統合在總計畫「苗栗地區文化觀光與客家語文資產之連結與建構」大目標之下。苗栗縣的客家語文資產與文化觀光，應該要以現今文化觀光的「視域」，並以全方位的行銷策略，來推動文化觀光。

總之，苗栗地區客家的傳統文化，相當豐富，相對於福佬文化與原住民文化而言也相當具有差異性與珍奇性，這些都是非常值得加以傳承和發展的文化內涵。

4、重要發現

苗栗縣原本就有羅肇錦·胡萬川採編的〈苗栗縣客語故事集〉，此書中蒐集有客語民間傳說 8 篇、民間故事 10 篇。民間故事篇名。還有龔萬灶的〈客或實用手冊〉有幾則客語故事，龔萬灶〈有影阿啾箭个故鄉〉，也有客語故事書寫。

本計畫經過田野調查許多民間文學專家與耆老，總共蒐集到 50 多首客家民間故事，內容有長有短。經過此次研究，證明苗栗境內客家民間，仍然保有豐富的客家語文資產，特別是客家民間文學底蘊豐富。客家語言文化是客家文化的命脈，客家文學更是客家文化的特色。

5、結論

本計畫之執行所遭遇的困難，其最大者是有些客家字電腦文書處理困難，需要克服。有些口語可能客家文字時，尚缺乏統一用字，只能依據現有的客家字典用字來書寫。另外，有些蒐集到的客語故事，仍然需要加以改寫，使故事內容更具文學性與趣味性。不過，要達成這個目標的確有困難，考驗研究者的客語文學素養與能力。

本研究經由苗栗客家民間文學現況之蒐集與整理，了解了目前苗栗客家民間文學之面貌，可彌補長期以來對於客家民間文學知識庫之不足，特別是客家民間故事。本研究也有助於理解與評估苗栗客家民間文學在傳統客家文學的氛圍。總之，本計畫執行結果，印證了苗栗縣民間客家文學的確非常豐富，許多客家傳統漢文文學，如詩歌、散文、傳仔、民間故事、童謠、諺語、鸞書、古漢文書、傳說、武術、義民信仰……等，苗栗各鄉鎮都還有耆老懂其一二，實在亟需加強蒐集與整理。研究者覺得：我國文化資產保存法針對有形文化資產部份，訂定許多相關法規，但是對於無形文化資產中的民間文學卻沒有類似的規定，雖然文化部晚近有地方故事與傳說的蒐集與數位典藏計畫，但是對於客家民間文學之蒐集、採錄與整理仍然付之闕如。苗栗縣是客家大縣，保存有豐富的客家民間文學，可以藉由普查、蒐集與採錄，達成苗栗縣客家民間文學與民間知識文化資產保存目的。本研究覺得，苗栗地區應該發展文

化產業，並結合文化觀光，發揮地區發展觀光休閒的潛力，以文化加值觀光，以觀光加持文化，產生互輔共生的推動策略，朝建立苗栗客家文學特色而邁進，豐富既有的客家民間文學

關鍵字：客家、民間文學、民間故事、客語、苗栗

客家委員會補助大專院校發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫七 文化治理與觀光產業發展之研究——以 2013 年客家特色認證餐廳 為例

主持人：俞龍通副教授

1、 研究目的

有鑑於台灣客家餐廳具備客家族群文化的代表性、差異化和象徵性的特點，可以有效地成為客家產業經濟文化搭台的軸心，客委會以之作為持續性的政策重點，希望藉由客家美食文化來搭台，帶動全國客家重點發展區的產業經濟，有效經濟唱戲。此一計畫從企業層次出發，針對受輔導業者以下重點加以深化與活化：1.客家飲食文化之關聯度及特色挖掘、2.客家美食產品創意與研發、3.客家美食市場現況與行銷策略與 4.客庄周邊觀光資源連結等整體面加以輔導診斷。第 1 項所言之與客家美食文化產業之關聯度及特色挖掘，即是客家文化深化的面向，透過挖掘與論述客家茶飲食化與歷史元素核心脈絡等形塑客家餐廳的客家文化特質與獨特性，必將之加值應用和創意轉化成為第 2 項之產品創意與研發，產品並不限於特色商品，尚包括營運的空間場域、無形服務流程和第 3 項的文化遊程。找出客家飲食文化獨特性並加以加值應用融入開發成商品和空間與遊程後，接下來就是行銷推廣與市場開拓。這是一個跨產業上下游與跨專業領域的整合性方案，包括文化研究、商品開發設計、空間營造與市場行銷等專業。

惟這樣的整合性專案若要達到政策預期目標，挑戰性和難度是相當高的，需要整個文化治理各個環節的緊密配合與協調。公部門受限於人力、物力與專業等，許多政策推動都採取委外方式進行。「客家特色餐廳認證輔導計畫」也不例外，同樣地採取委外方式辦理。如何能夠將政策的目標與願景在層層的委外過程中加以落實，則是文化治理的問題。從以上的分析可以清楚發現，政策目標與效益是否能夠落實，牽涉諸多面向的整合聯繫。本文研究聚焦於文化治理中文化真實性管理，探究客家文化與餐廳業者所在之環境資源在治理過程中的創意轉化和加值應用。

2、 研究方法。

本文採取多元方法來蒐集，包括文獻分析、個案研究與深度訪談等多重方法，藉由融合一種以上方法蒐集資料的三角交叉檢驗法，來提高研究解釋上的可信賴度，以中和任一資料、研究方法、研究者的主觀偏差(胡幼慧， 1996：271)。

3、 研究之理論分析架構。

一、文化治理

文化治理就是對文化的治理和以文化治理，文化既是手段也是目的。文化治理被視為是一種文化政治場域的概念。文化治理是一種權力規範與制度、統治機構和知識形式的連結，其機制涉及資源分配與社會控制，以及這些過程的象徵化和美學化與正當化。文化治理常建構制度性機制，運用再現、象徵化與符號化方式、使用爭議性權力、資源的分配等，來自我認識和認識世界(王志弘，2007)。由於文化治理內涵的不同和偏好，產生了某種型態的文化或知識形式或意識形態。文化治理是一種權力分配的過程，而權力分配的過程常透過再現、象徵化與符號化方式來呈現，最佳的展示場域就是各種文化與節慶與活動、文化館舍和各類型展演。

歸納之，文化治理是治理的一種型態，其內涵是文化的，包括歷史、傳統、價值觀、經驗、知識、意識形態等等的象徵、符號化和美學化的展示，而展示的場域常常以文化和節慶活動為型態。然其既然還是治理的一個過程，則治理的架構和行動者，治理的過程與互動關係和治理的分析架構等也將影響著文化治理的過程與結果。

二、文化真實性管理

文化真實性是文化治理非常重要的面向，更具焦於治理過程的文化象徵化、美學化與正當化的過程與結果及探究讓這些文化真實性再現與符號化的形式、不同行動者所擁有的權力、資源的分配方式與機制等。文化真實性管理理論(cultural authenticity management)關注創作是否能忠於原味或呈現出文化真實性。作品忠於原味或文化真實性是一種可以被使用來吸引觀眾、表演者與發展主要仲介者關係網絡的一種再生資源(renewable resources)。透究文化創意產業創作或文化觀光產品是否忠於原味或表現出真實性的重點主要在於探究：

(一)創造與界定創作產品是否忠於原味或呈現真實性的策略有哪些？

(二)這些策略如何塑造人們對於創作產品原味或真實性呈現的理解？

(三)誰是決定創作產品具有原味或真實性的關鍵人物？

4、重要發現。

綜合以上兩家業者在客家茶文化的真實性管理的分析，所採用的元素皆與主廚個人出身

地的美濃紙傘和一般的客家花布和桐花識別為主，這方面的空間識別較不突出，反而是在廚師的服裝和餐飲相關的用品上有較大的創新。而其中最大的創新就是兼顧傳統的創新，研發出許多創意的客家料理。所採取的文化真實性的管理策略是演化為主，刻意為輔的策略。

表五、2 家受輔導業者客家文化內涵與真實性策略一覽表

| 訪談單位 | 所呈現的客家文化元素 | 文化真實性策略 | 關鍵人物 |
|---------|---|-----------------------------|------------------------------|
| 阿爸的客家菜 | <ul style="list-style-type: none"> ●空間氛圍的客家文化元素：傳統客家文化元素： 1.美濃紙傘、桐花、藍染、竹子 ●菜色：傳統客家四炆四炒外，利用客家庄多種食材與醬料研發創新多款創意料理 | 空間氛圍以傳統演化策略為主。 菜色兼顧傳統與創新 | 空間氛圍：廚師與設計師共同協作 菜色：廚師業者主導 |
| 人田美濃客家菜 | <ul style="list-style-type: none"> ●傳統客家文化元素： 1.美濃紙傘、桐花、客家花碧、藍染 ●菜色：傳統客家四炆四炒外，利用客家庄多種食材與醬料研發創新多款創意料理 | 空間氛圍以傳統演化策略為主。 菜色兼顧傳統與創新 | 空間氛圍：廚師與設計師共同協作 菜色：廚師業者主導 |

5、 結論

整體而言，空間氛圍的客家文化運用，多數屬於傳統舊文化元素的文化再現，新觀點的引介和創新方面仍略顯薄弱。據研究者的參與觀察，原因為設計師輔導團隊對於客家文化的了解有限，對於客家文化內涵欠缺更深度的理解與轉化。反倒是在菜色料理方面，有極大的創新。這樣的差異說明了，空間氛圍的室內設計是須委請外部的設計師來協助規劃，個案業者並沒有這方面的專業，且因為設計師對客家文化內涵理解不深，所以所使用的元素也就常侷限在紙傘、花布或桐花等泛客家符號。反觀餐飲方面是個案業者的專長，能夠展現高度的專業和創新。

關鍵字：文化治理、文化加值產業、文化真實性管理、客家餐廳認證

客家委員會補助大專校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫八 大苗栗小故事——以苗栗為主體「文」論「影」述客家美學文化資產經典數位典藏之研究

主持人：晁瑞明教授兼院長

1、研究目的

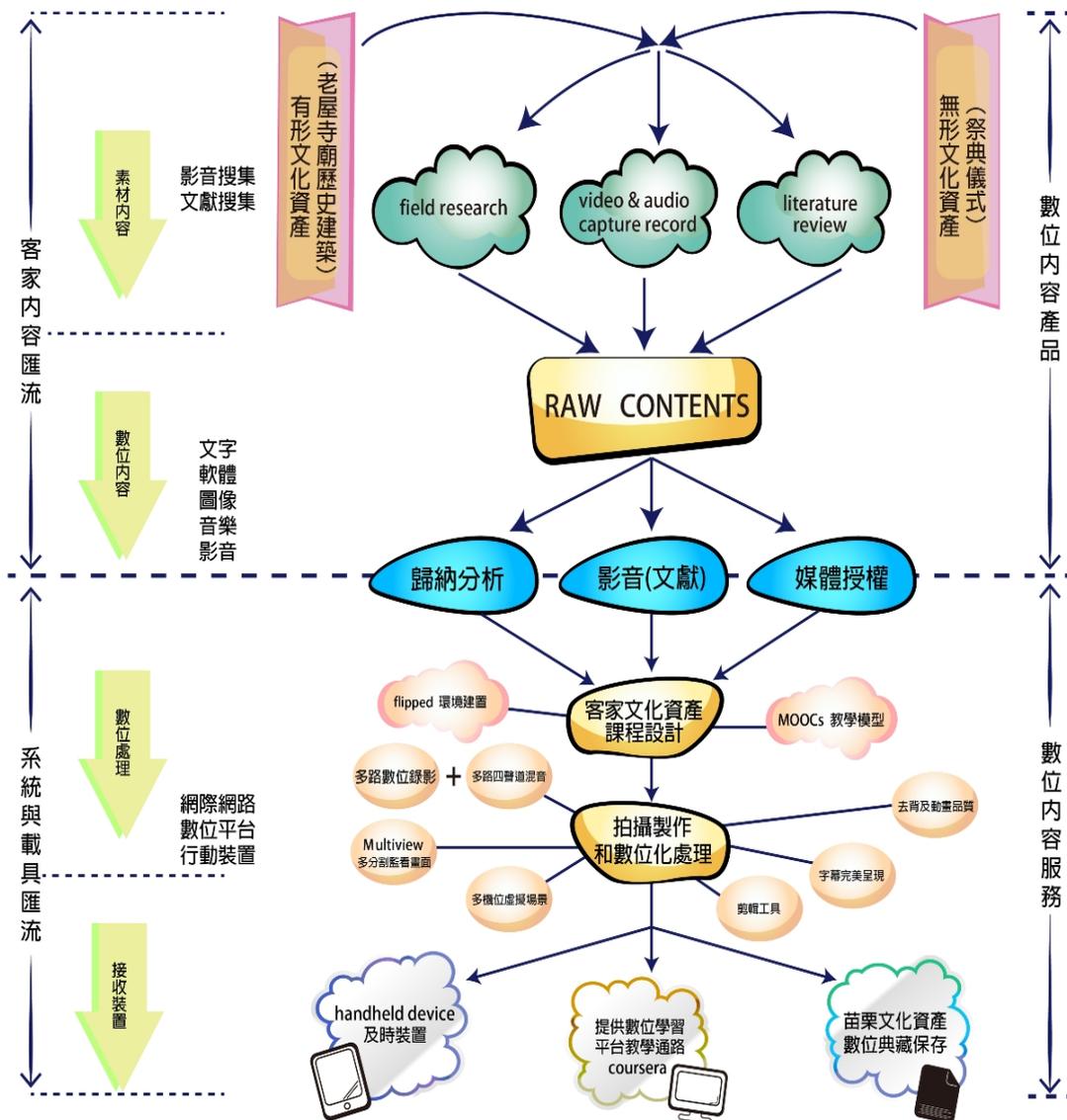
本研究欲以客家文化資產數位內容典藏專案管理將苗栗有形文化資產及無形文化資產和苗栗鄉鎮誌參考事典，製作成具有文獻典故支持的影音媒體方式達到苗栗客家文化資產創新典藏。在國家積極推廣文化資產保存與文化創意產業的同時，政府、各地方機關(官)與民間團體(產)成立了許多組織與協會，但對於保存現有文化資產和民俗比較缺乏，本研究以苗栗在地客家文化歷史為基礎點，保存傳統的特色成為客家文化學習環境與基地，落實的紮根於苗栗。期將透過本研究從初期的蒐集資料鄉鎮誌事典到做資料歸納與分析而編章、編節出架構及內容最後由設計腳本、實地的訪談及開拍在地的風土民情，研究方法運用田野調查和書籍文獻以及聲音影像的紀錄與擷取方法學模式，經由數位化處理配合著 MOOCs(Massive Open Online Courses)和 flipped(翻轉教室)教學、拍攝手法以及客家文化教學腳本設計，經由一系列的系統化鋪陳，將融合客家元素的數位化課程經由網際網路放置在數位媒介，列如:手持裝置和媒體顯示器…等提供學習者運用吸收知識。利用參考事典帶入到文化典籍讓整個研究精簡卻豐富收納各種具有典藏價值的數位內容最後經由蒐集苗栗市鄉誌以及文獻劇本述說完整應用文論影述配合影音資訊的應用成為完整而豐富的影音內容。文化創意與文化典藏之間的互動行為，所產生的目的與研究問題值得本研究加以探討。同時本研究從苗栗市誌參考事典開始以田野調查法去實地進入苗栗市開拍，利用高倍率拍攝機器以及專業剪輯程式工具使典藏內容更完整典藏文化背景內容以方便日後呈現典藏影音有更好的品質。

近幾年來，國內、外對於文化資產與觀光休閒產業成為帶領國家經濟前進的動能，相對

的文化資產與觀光休閒產業專業典藏影音，使計畫來苗栗市遊玩的旅客先藉由苗栗市公所的苗栗市典藏歷史影音來先了解在的風俗及導覽，讓旅遊不只是玩樂還能增進視野以及知識和歷史。本計畫預計將文化創意與觀光休閒產業的產，搭配與整合在地文化歷史文獻作為專業的文化保存。歸納以上之論述，產生以下研究目的(1)探討苗栗當地典籍以及文獻或當地流傳的典故。(2)對於苗栗市的客家著名文化與各種客家重大節慶進行深入了解，並且整合資訊，以深入簡出的數位內容提供給大眾認識客家文化。(3)建置出小地方小故事配合著歷史背景的議題，促成全新的客家文化資產的主題。(4)建立文化資產觀光休閒知識典藏研究模型。

2、 研究方法

本研究之方法主要初步重點區分三大部分，首先採用苗栗客家文化文獻蒐集及田野調查方法和影音記錄與擷取之搜尋方式，藉由本體論與知其源、導其行、務其實、究其理的分析方式將苗栗客家文化資產內容亮點突顯出來。第二步，將蒐集文獻書籍資料編排成為課程以做為往後在數位平台上各場域之運用與客家文化典藏。第三步為科技技術層面，將編排好的苗栗客家文化資產課程套用在授課講師完成數位多媒體錄製，搭配著 MOOCs 數位化處理製作和翻轉教室的全新概念，結合著全國大專院校磨課師發展計畫，達到客家文化資料典藏以及應用在教學平台最為數位內容服務。研究流程是由各階段系統化分工而成，苗栗客家文化資產素材內容，轉化成為數位典藏型態內容在到後台配合客家文化資產課程設計和製作剪輯、文字、分割畫面等方式，最後藉由網際網路的傳輸送至接收者的媒體載具，讓客家文化資產課程能在數位平台課程產生亮點。方法流程圖及製作過程如圖 1-研究流程圖。



本研究運用田野調查法來進行第一部分的資料搜尋。本計畫運用苗栗各鄉鎮之文化資產相關文獻來進行數位課程設計基礎資料，以程序「確認範圍」、「蒐集資料」、「基本區域圖」、「觀測工作」、「訪問調查」以及書籍文獻蒐集，從各苗栗鄉鎮志書籍開始著手進行查詢，仔細參酌與查證，以民國 101 年 3 月黃鼎松等人編撰之《苗栗縣文化資產彙編-上、下冊》作為田野調查基礎的藍本，再配合著各鄉鎮書籍著手文獻蒐集《大湖鄉誌》、《獅潭鄉誌》、《後龍鄉誌》、《頭份鄉誌》、《頭份鄉誌-上、中、下冊》、《造橋鄉誌》、《南庄鄉誌-上、下冊》、《泰安鄉誌-上、下冊》、《飛耀中的竹南》、《苑裡鄉誌-上、下冊》、《頭屋鄉誌》、《公館鄉誌-上、中、下冊》、《西湖鄉誌-上、下冊》、《三義鄉誌-上、中、下冊》、《卓蘭鄉誌》、《銅鑼鄉誌》、《三灣鄉誌》、《通霄鄉誌》、《苗栗市誌-1,2,3,4 冊》，以及提案者《凝視與探索美學山城·觀光之都的多元文化觀光元素》專書著作，進行工作內容與影像文史字幕之撰寫。以苗栗具代表徵性的元素—「多元文化資產」呈現為主例，撇開了單一文化(mono-culture)的價值尺度，而是以多元文化社會中最美的基石—「無形客家文化資產」與「有形客家文化」，作為本計畫論述的基點，例如：古蹟、歷史、建築、聚落、老街、寶館、民俗及有關文物、祭典節慶...等。以苗

栗各鄉鎮市中，最具有多元價值的客家文化資產內涵(景點)為教育「元素」，作為本計畫的研究範疇與研究對象，本章文獻搜尋策略針對所提的關鍵詞進行初步與細部分類，並依其學理並加入許多客家關鍵詞，本研究整理關鍵字清單共分為三大類：(1)地區關鍵字，包含苗栗縣市、銅鑼、南勢等區域名稱關鍵字。(2)客家主題關鍵字，包括客庄、客家等主題關鍵字。(3)苗栗地區觀光景點關鍵字，等主題關鍵字，資料搜尋時採用三類關鍵字交互搭配查詢，獲得相關文獻。

從苗栗文化資產的課程設計到專業拍攝製作數位化處理過程都是需要相當嚴密的安排與設置，才能達到一個完善優質的課程的標準，製作出來的課程成品目的就是達到苗栗文化資產的保存和數位典藏效益，另外設計的課程可成為前所未見介紹出苗栗文化資產各個面向之地文化，將此悠久的歷史文化推上網路平台或現代最熱門的手持裝置上，使苗栗客家文化在國際成為亮點，突顯出客家山城之獨特的生活型態。

研究中利用的數位化處理後製影像階段，利用廣播級去背品質，去背參數調整，無論搭配的是綠幕、藍幕都能提供相當完整的去背品質。另一技術多機位虛擬場景，利用系統內建的虛擬攝影棚，擁有傳統電視製作所無法做到的即時互動性與三度空間效果，讓講授課老師如深入其境在戶外講授課程，應用多景虛擬場景，及是田野調查時用的手機或單眼相機攝影工具所攝影到的真實風景建築全景照片，直接創建一個虛擬場景 Holographic。整合所處理好的影像搭配多樣的動畫轉場效果讓課程上有更多吸引學者目光的亮點，文字或其他影像同時出現效果也可以在講授課程時隨時轉換影像情境，讓所要傳承的客家文化資產知識生化、活化起來訊息經由多分割畫面，能一次呈現給接受者讓學習上更能完整的融會貫通，如下一系列如所示。



3、研究之理論分析架構

3.1 MOOCs與翻轉教室

MOOC 系統近年來在國際快速開展，吸引全球學生及成人學習。MOOCs 也改變了以前線上數位學習系統大多以「OCW (Open Course Ware, 開放式課程)」為主，採單向授課、一鏡到底側錄教師上課內容，不必註冊也沒學分的學習方式。MOOCs (Massive Open Online Courses) 在 2012 年的國際舞台上漸漸形成了教學用語，主要分為大規模開放線上課程與小規模翻轉教室線上課程(林昇逸 2014)。MOOCs 是數位學習未來趨勢，其主要優勢為擁有大規模線上課程、眾多的使用者以及完善的互動學習，網路學習者可以自主性的學習。MOOCs 還包含線上即時討論與回饋、線上同儕合作學習與討論等，在 Office hour 及 TA hour 的時段，會有教授及教學助理線上即時互動，上完課還有認證。目前包括美國史丹佛大學、麻省理工學院、哈佛大學都推出自己的 MOOCs 品牌，以英文為主，國內教育部有在計畫打造出華文獨自的品牌，屬於亞洲區的線上課程。

翻轉教室是指學生課前預習、課堂上互動討論的上課形式(Bergmann and Sams 2012)。各科目預習及互動討論的方式，本研究會採用融合客家文化資產前言做為學者翻轉教室的方法。MOOCs 目前有幾個大系統，規模最大的是 Coursera (www.coursera.org)，2012 年 4 月由史丹佛大學的計算機科學教授吳恩達(Andrew Ng)和戴夫·柯勒(Daphne Koller)聯合創辦，是一個盈利性的教育科技公司，目前使用者超過三百萬以上，全世界 62 所大學提供 23 類的課程，使用的語言有英文、中文、法文、西班牙文和義大利文，臺灣大學也是其中之一。edX(www.edx.org)由麻省理工學院和哈佛大學共同於 2012 年 4 月創立，參加的大學較少，稱之為 X 聯盟，目前約有數十萬的使用者。其不同點是除了課程之外，整個系統的軟體也是採用開放式的軟體觀念，亦即其他人也可以利用此軟體來開發自己的 MOOCs 系統。Udacity(www.udacity.com)則由三位史丹福大學教授於 2012 年 2 月所創辦，目前約有四十幾萬使用者，但加入的大學和提供的課程比起上面兩個網站少很多。另外還有籌辦中的英國的 FutureLearn(futurelearn.com)，臺灣目前也有幾家大學合作建立了一個雛形(www.sharecourse.net/sc/)的 MOOCs (張瑞雄 2013)。MOOCs 最大的問題，就是其獲利模式或永續經營的資金來源。基本上，Coursera 和 Udacity 是以賺錢為終極目的，EdX 則比較偏向公益方面，但不管其成立的目的如何，目前各網路平台基本上都是免費的，除非有要特別申請課堂認證證書才需要註冊付費。

3.2 文化資產

現代對於文化資產的定義和早期已經大不相同，文化資產不僅僅是經濟上的發展，而且更是知識、學習、教育、文化體驗，甚至追求內心所願之平靜(邱怡寧 2008)。文化資產觀念大於古蹟，古蹟觀念又更勝於建築，而台灣文化資產是依據《文化資產保存法》之規定指的是具有歷史、文化、藝術、科學等價值，但大眾的觀感則是認為歷史建築和古蹟才稱得上文化資產概念，但對於其價值論述為「保存及活用文化資產，充實國民精神，發揚多元文化」(苗栗縣政府文化局 2010)；文化資產的保存在國家或族群遺產的觀念在對於族群文化的保護有正面的效益。自 1750 年工業革命展開至今，人類歷經前所未有的快速經濟發展，帶來了人文與自然風貌急促變化，刺激了各族群對於文化資產的保存意識。近年民族國家發展過程中，要形成這種集體國族想像共同體，成為領導者重要政策任務。文化遺產的保存被用來激發民眾認同意識的重要途徑，進而促成了世界各國陸續將文化資產保存觀念制度化。如義大利在 1819 年通過保護國家史蹟法律、法國的國家史蹟委員會在 1835 年開始著手保護古蹟，1913

年公佈《文化資產保存法》、日本於 1871 年通過的《古器物保存法》，更於 1919 年公佈《史蹟名勝天然紀念物保存法》、英國也在 1882 年通過《史蹟保護法》(Ancient Monuments Protection)、美國在 1906 年訂定《聯邦古物法》(The Antiquities Act)、中華民國在 1930 年公佈《古物保護法》，都是具體顯現文化資產保存趨勢的代表國家(李汾陽 2010) 文化是一個團體為了在環境中生存及適應而進行的活動，成員透過彼此建立的溝通系統所分享知識、概念及價值，亦包含與其他團體的信念 (beliefs)、符號 (symbols) 及解釋 (interpretation) 的分享(Banks 2001)。

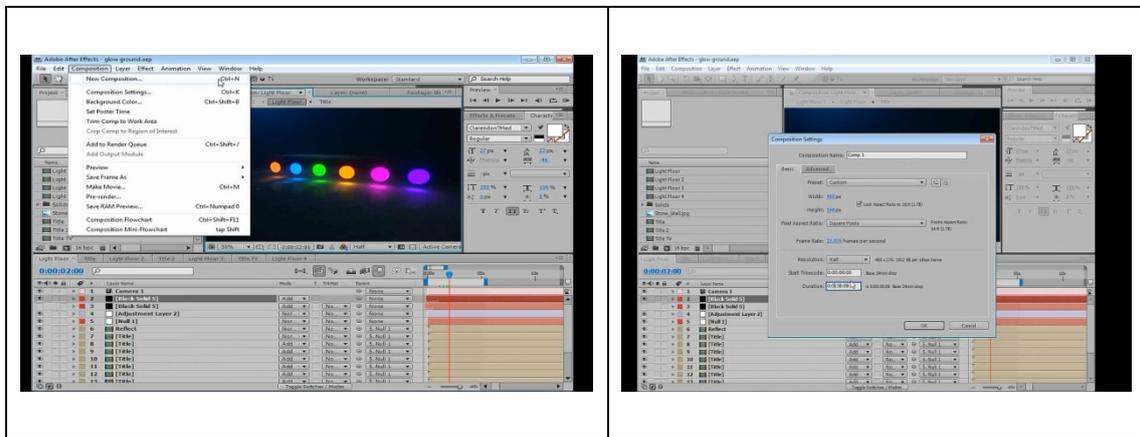
3.3 數位化教學融入客家文化資產

資訊尋求行為由不同階段的過程組成，在資訊尋求過程中，從不同的來源、管道尋求資訊、獲取資訊以滿足個人需求。將資訊來源管道區分為個體的內在資源與外在資源，內在資源包括：記憶、個人檔案與直接觀察；外在資源包括：人際互動、文獻資源。個體在資訊搜尋過程中也使用會非正式的管道，與他人交換資訊，資訊使用過程中也會將資訊轉移給其他需求者(Wilson 1999)。在不同時間、空間下，個人會因情境產生變化，情境 (context) 概念可用來瞭解人類的資訊行為(Dervin 1999)，在每個情境之中都有狀況 (situation) 產生，狀況是在特定的情境中，隨時間產生一連串相關的活動與行為。Sonnenwald在 1999 年提出資訊視域 (information horizons) 概念，為一般性的理論架構及方法學，用來解釋人類資訊尋求和使用行為，透過數據收集及分析，探討人類於情境中的資訊尋求行為。現代社會是資訊科技蓬勃發展的時代，e-learning為學習方式的新寵兒。而行政院客委會也致力推動客家數位學習，建置數位學習網站—哈客網路學院與客語能力認證網站，將客家語言、客家文化與意象，藉由全球資訊網 (www) 無遠弗屆的力量，傳達到全世界。本研究主要以內容分析法與深度訪談法，瞭解客家數位學習推動的動機、理念、成效、困境及未來展望，達到客家薪火相傳成效。教學創意通常只是一種概念，未必是一種固定的模式，模式固定究難有創意教學的產生。熟悉課程與理論的老師大致了解一些著名的教學模式，例如Horton (2000) 四階段模式、Larry & David (2003) 混成教學模式(Blended-Learning Model) 或Dick & Carey (2005) 系統化教學設計模式等，此等模式在組織教材及教學實務上當然都有可取之處，但面對線上e 化教學環境，就難免顯得模式本身系統化有餘但教學創意嫌不足。國際上近年來最熱門的教學平台MOOCs和翻轉教學課程，就是將數位化教學變形，更明白的說就是翻轉了傳統教學內容模式。傳統的混成教學模式線上 e 化教學與教室/課堂實體教學並存，兩者存在的比例端視情況而定。將以前總是只能藉由文獻書籍或是制式化的客家文化資產這門知識跳脫了出來變得更加活化。

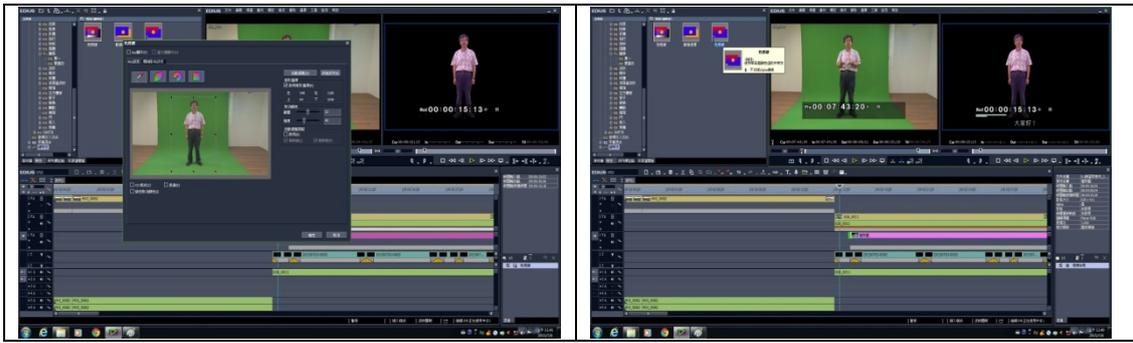
4、重要發現

本研究的影片後製工程為最重要也最需要美感跟耐心的一個環節，因為要符合磨課師的教學理念在前 3 分鐘就必須抓到學習者的胃口讓學習者有興趣在往後的課程上繼續觀看視頻學習，所以在一開始必須要有些吸引人的噱頭或者

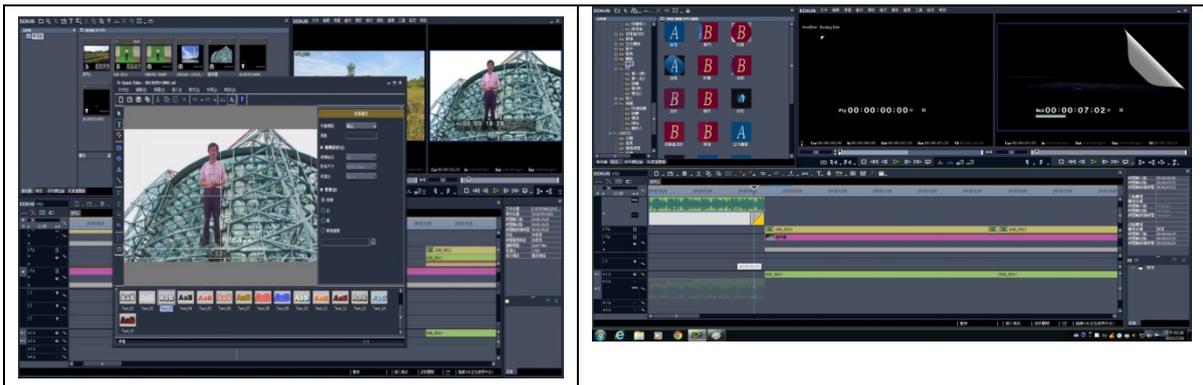
新奇的影音動畫才能吸引到人來學習，在影片的製作上就必須花出相對的時間來製作影片產生課程的獨特性和特色。在後製用的主機配置上需要有專業的繪圖顯示卡才可讓後製系統能夠更順暢的運行，製作影片要分段的解析與思考它的內容物元素需要什麼像是圖片元素、影片元素、音樂元素等諸如此類的元素都需要事先安排製作。本次磨課師課程開頭選擇運用Adobe After Effects軟體進行視覺特效合成達到渲染的效果吸引學習者的目光，此外After Effects還可以做出特效許多電影製作剪輯特效也都是運用此軟體來發揮渲染力。



另外一套軟體Edius就是磨課師影片最主要的剪輯工具軟體，會選擇此套軟體是因為他的剪接細膩度、效果、軟體穩定度都相當足夠所以本團隊在磨課師課程中都會運用此套軟體來進行課程剪輯。把錄製好的影片放到Edius剪輯軟體上，版面的調整可依照操作者的習慣版面來作設定，過這些畫面不是固定板型都可經由剪輯人員調整。在影片開始建議先行使用去背功能效果，對於往後在製作上不會因為還要回過頭來去背但是影片卻是分割過後，導致要一段一段的去背造成操作上的不便所以建議一開始就先行將背景處理方面完成。



將原先在Adobe After Effects軟體中，所製作好的動畫加入剪接時間軸中並且開始規劃的背景、音效(樂)的加入在影片中，讓影片有輕鬆學習的模式跳脫傳統的課堂教學面對的黑板講桌，而是有團隊所實地拍攝的影音圖片或是動畫講義的出現讓課堂有前所未有的感覺呈現。在轉換的畫面上也須設定轉換效果，讓教學影片更加活潑生動。



5、 結論

知識經濟時代強調終身學習MOOCs無疑是提供學習機會的最佳管道。目前磨課師的課程大部分以大學的課程為主，就「官」而言，如能跨部會合作，開發適合公務人員進修的磨課師課程，將可免除大部分實體教室上課的課程。在磨課師的產官學合作關係中「學」界也應是磨課師線上課程的規劃、設計及主要的提供者。在「產」方面，磨課師課程與技術並重，產業界應扮演線上平台的提供者及維護者，甚至是主要的營運者。產業界人士同樣須要在職進修或訓練，磨課師應提供多元適合的課程，以落實終身學習。以上產、官、學發必密切分工合作，在線上提供高品質的課程及互動且穩定的服務，才足以建立商業模式，讓磨課師可長期永續的營運。

教師於磨課師教學參與歷程中，除了各項科技知識面向之科技需求外，教師於磨課師教學過程其他面向，如行政、人力、時間、經費等，亦會遭遇相關問題與挑戰。依據訪談資料顯示，教師於磨課師教學參與歷程中面臨之問題，主要可分為磨課師特性所帶來之教學限制、教學內容設計及製作、課程上線後課程討論區之經營管理、經費運用僵化等四面向。

磨課師要永續經營最好能形成商業模式，此為發展並永續經營MOOCs非常重要的條件。如Coursera 及Udacity為營利之線上教學平台，其可營利主要有優質的課程、穩定的平台及大量的使用者。而edX 與Khan Academic 雖為非營利之教學平台，前者為MIT 及哈佛提供經費支助，後者為業界或基金會贊助，因此可以順利營運。而我國教育部之補助磨課師課程推動計畫每門課最高補助額度以新臺幣 100 萬元為原則，也提及擬「提供免費或低學費學習」但優質的MOOC 的維運恐非低學費所能負擔，因此，課程完成後之營運費用籌措均應事先予以規劃。現今高等教育最火紅的話題非「MOOCs」莫屬！自從 2012 年Coursera網站的成功以來，MOOCs儼然成為數位學習的國際潮流，更是新一代教學創新的趨勢。本計畫欲使用免費、開放的MOOCs為客家文化觀光教學資訊系統之展示平台，將各個客家文化觀光與休閒定點之影像與內容整合至MOOCs格式，並且以分層的方式製作、更新客家文化旅遊相關資訊，配合Flipped建置的翻轉學習功能，亦可作為客家文化觀光旅遊的文化學習。計畫之設計課程以苗栗客家文化資產為主，配合著現代教育磨課師(MOOCs)為輔，未來研究地區規模提升至鄰近桃竹的客家文化地區，甚至全國客家地域性的客家文化課程設計搭配著客家地區觀光休閒，提升客家文化觀光休閒水平。

關鍵字：客家文化資產數位內容典藏、文論影述、MOOCs、flipped、田野調查法、知識典藏

研究模型

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫九 苗栗地區乙未抗日及相關文化地景之調查研究與建構

主持人：林本炫教授

1、 研究目的

過去有關「乙未戰爭」的研究極少，就連教科書也只有聊聊幾個字。因為研究極少，教科書也就無從寫起，加上年代久遠，知道的人當然就少，所幸近年重視、研究這段歷史的學者已經增加。成王敗寇，歷史書寫權掌握在勝利者的一方，對於台灣人來說，因為乙未戰爭是戰敗的戰爭，戰勝的日本殖民統治者自然不會談論、教導乙未戰爭這件歷史。如同延平郡王鄭成功雖然符合華人的「忠」的德行，對於後續的統治者清帝國來說，自然不會頌揚鄭成功的這種「忠」於明帝國的德行。

清帝國在甲午戰爭（1894-1895）戰敗，將台灣割讓給日本，台灣民眾奮起抵抗，在日本完成接收台灣並遂行殖民統治之後，自然不會談論台民抗日的歷史，這是可以想像的。但是經過半個世紀，中華民國政府遷到台灣之後，對於這一段抗日歷史來說，照說應該重視才對。但是這一段歷史直到今日，才逐漸受到重視，但相關研究仍然相當缺乏。今年乙未年，也就是日本接收台灣，台灣民眾奮起抗日的一百二十週年（兩甲子），探討乙未戰爭和相關歷史格外有其意義。另一方面，領導抗日的領袖之一吳湯興是苗栗銅鑼人，和苗栗，尤其是聯合大學來說，又有地緣上的接近性，進一步探討發生在苗栗地區的乙未抗日相關事蹟，有其時間和空間上的雙層意義。

2、 研究方法

本子計畫採用以下研究方法：

- (1)歷史文獻法：除了最主要的《攻台戰記》，也就是《日清戰史·台灣篇》、《攻台見聞》等一手資料外，也蒐集相關的研究成果和文獻。
- (2)口述歷史、耆老訪談：除了搜尋與閱讀文獻之外，由於年代久遠，相關人物早已不在人世，本研究透過對參與乙未抗日家族後代（目前為耆老型人物）的「間接」口述歷史訪談，就其所曾聽聞之傳說進行整理。這是一種新的嘗試，一般所謂的「口述歷史」，通常是指對曾經參與或者經歷歷史事件者的訪談，試圖由訪談中呈現或補充現有歷史資料之不足，但是由於曾經參與乙未抗日者早已不在人士，這裡所說的「間接口述歷史」，乃是試圖透過對耆老的訪談，捕捉其是否曾經聽聞過何種相關傳說，由此分析其傳說之內容。
- (3)歷史地圖的繪製：將上述各種方法所蒐集到之各種歷史文獻資料、訪談傳說資料當中

牽涉到之地點，查考為當今之地理位置，繪製成為歷史地圖，並進一步建構為歷史事件的文化地景。

3、 研究之理論分析架構

本研究採用「文化地景」的分析架構，將歷史文獻中的相關場景，轉換為空間上的位置，並且將相關位置串連成一個文化地景。本文所稱的文化地景，接近於文化資產保存法所稱之「文化景觀」，蓋因「地景」更為常用，而「景觀」則較有硬體、建築的意味，因此採用「文化地景」此一概念。文化地景和文化景觀類似，包括歷史事件和社群記憶。古蹟、建築通常是單點式的文化資產，而聚落則為較大範圍的建築群所構成。而文化地景則構成了更大範圍，其中既包括古蹟、建築群、事件發生地點，也可以包括聚落本身。但是除了硬體之外，也包括人群的記憶和傳說。歷史事件本身是重要的文化資產，由歷史事件構成的文化地景是更全面性的文化資產。透過對歷史事件的人、事、時、地、物的調查研究，由此建立苗栗地區的乙未抗日文化地景。

因此，在一定的較小範圍內，透過研究調查，建立更細緻的歷史事件資料，調查口述傳說的內容，尋找歷史事件發生的場景，建立以乙未抗日戰爭為主題的文化地景，將可讓民眾更容易瞭解這段重要歷史。而苗栗地區乙未抗日文化地景的建立，有助於推動銅鑼公館苗栗一帶之文化觀光，客家文化園區位於銅鑼，也可望和此一文化地景相關連結。

4、 重要發現

(1) 日軍在苗栗的攻擊行動，主要從新竹進入竹南的尖筆山，再從尖筆山到後龍，從後龍新港里，即目前高鐵苗栗站、台鐵豐富站一帶，向西山方向進攻，途經現今貓狸山，再攻下苗栗市街，而後往銅鑼一帶進攻到台中。另有一部份兵力即從竹南以海路南下到嘉義布袋、台南一帶進行攻擊。

(2) 尖筆山古戰場、高鐵站附近、西山、貓狸山一帶，到吳湯興吳家家祠所在的銅鑼鄉樟樹村，以及銅鑼天后宮，可以構成苗栗地區的乙未戰爭文化地景。

5、 結論

和乙未戰爭有關的文獻主要是《攻台戰記》和《攻台見聞》，目前已有中文譯本，都是由許佩賢翻譯，遠流出版社於1995年出版，距今已經將近二十個年頭。此期間除了台灣客家研究學會舉辦「乙未戰爭與客家」研討會所發表之論文外，基本上並沒有太多的研究。

整體說來，日軍在攻下新竹城之後，開始圍攻頭份和尖筆山（現今竹南崎頂），攻下頭份和竹南崎頂之後，從後龍開始進攻，經過現今高鐵站的新港，和駐守西山附近的抗日軍作戰，抗日軍不敵，日軍乃由西山進入貓狸山（將軍山），再到苗栗市街，從苗栗市街往銅鑼（銅鑼灣）搜捕吳湯興，然後開往台中，抗日義軍也開始往南集結進行台中保衛戰。

關鍵字：甲午戰爭、乙未戰爭、銅鑼、吳湯興、文化地景

客家委員會補助大專校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫十 苗栗縣公館鄉客家生活環境營造及其使用效益分析

主持人：黃世明教授

1、 研究目的

本研究目的主要分析：(1) 生活環境營造的在地資源盤點分析，其中的客家元素類型如何詮釋呈現；(2) 在地的客家元素如何融入空間環境營造，如何藉由生活環境營造來呈現在地社會客家聚落的意象風格；(3) 客家環境營造的使用效益考察分析，包括經濟產業、社會生活、文化保存等構面效益的分析。

2、 研究方法

研究方法除了以文獻分析加以分析考察，也結合田野觀察以及訪談法來分析空間的使用效益。文獻探討包括地方文史資料以及理論分析取向，乃先整理公館鄉的人、文、地、產、景之資源特色，作為後續檢視盤點與在地客家元素的關連性，並以「生態博物館」以及相關的理論觀點，作為學理分析的啟發工具。

3、 研究之理論分析架構

文化是生活經驗的總體，日常生活的集體實踐所形成的生活風格，及其生活要素鑲嵌在時空環境，組合呈現的特色內容型態，形塑同異交雜而有特色意象的地方社會文化內涵，更展現族群文化與生活環境的交織錯綜關係，因此客家生活環境營造對於探討客家聚落如何形成的歷程？如何提取在地客庄的客家元素？如何釐清相對應可用的營造空間？如何提出重要的客家生活環境議題？如何進行資源盤點以進行客家文化凝現在空間的意象？如何於在地客家文化元素組合的考察分析之後，進示範點的空間規畫設計與營造？如何進行保存活化與管理維護？都有必要進行分析統整的必要。

4、 重要發現

(1) 善用地文化地景，萃取客家元素，結合客家文化生活環境的打造，建立客庄深度之旅的體驗經濟網絡。

(2) 以文化資產的保存活化以及生態博物館的經營理念，展現客家文化地景的多元價值，強化客家認同力量與認同消費效益。

(3) 分析公館鄉客家生活環境營造的限制，就各營造點的不同效益面向，進行綜合評估，作為文化加值產業空間的經營平臺。

- (4) 培養在地人才，推動客家文化保存、客家生活實踐與客庄產業建構
- (5) 規劃客家文化生活環境營造的遊程亮點與展售通路。

5、 結論

公館鄉在推動客家文化生活環境營造的施作，大部分集中於與客家宗教廟宇有關的單一設施改善為主，缺乏帶狀與整體性的生活—生產—生態之多元營造。在社會生活效益與文化保存活化效益等評估像度比較具有實質效益，提高居民使用空間及認識在地客家傳統農耕及信仰文化，然在產業經濟效益向度，因缺乏整體規劃與資源調查，整合連結產業性薄弱，設施維護上亦缺乏後端輔導協助，如能整合營造後成果時可發揮最大效益。

關鍵字：客家文化、客家聚落、客家元素、生活環境、地方社會

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫十一 苗栗縣文化觀光工廠生命週期與潛力點評估之研究

主持人：胡愈寧副教授

1、研究目的

傳統產業為抗衡強勢文化無國界流動以及地方文化被邊陲化之夢魘，須以全球在地化（Globalization）的思維和方法來回應，換言之在思考上俱全球視野（think globally），但在行動方案政策上在地化（act locally）；多元的、去中心化的和具備地方感的地方文化，將是偏鄉經濟發展在耕耘轉型之重要方向之一。每一個地方的文化特色及其產業化將是辨認自我形貌、建立自我認同(self-identify)的憑藉，因此，如何將傳產創新建構為地方特色產業?如何評估?如何激勵與行動?讓地方特色產業作為一種產業思維，包含認同價值、地方結構經濟、美學與生活價值，這一連串將面臨的轉型與創新問題，正考驗著一連串政府所提出的促進傳統產業發展與創新的計畫。讓有意願轉型的企業，導入產業文化觀光（Industrial Culture Tourism）的概念，透過觀光的形式，運用產業本身的營運、製程、產業歷史文化沿革等提供遊客體驗的機會，提升產業單純製造生產外的附加價值，文化創造新意，拓展內需市場。

從消費端來分析趨勢近年來國人旅遊型態的轉變，發展出多元化的類型，過去大眾旅遊走馬看花的方式，已不敷需求。相對的，在體驗經濟時代的來臨，運用了在地食材與故事文化，發展深度的知性之旅，乃漸漸受到青睞(任文瑗 2015)。轉型的傳統產業，朝向產業歷史文化與休閒觀光結合發展，深度豐富化的旅遊型態，提供寓教於樂與增廣見聞的學習體驗，創造旅遊需求並傳承延續文化。在此兩大發展趨勢下，本研究將以文化觀光工廠的角度切入，以生命週期之評估理論(Product life cycle)，解析現有五大觀光工廠(百茶文化園區、磚瓦故鄉-金良興、綠色冠軍磁磚、精緻臺鹽、國泰玻璃)之經營現況，並運用五大觀光工廠其續航力，針對十家潛力點建構評估指標:推動環境觀光化能力、文化資產(Cultural Heritage)體驗吸引力、

組織經營創新能力、觀光服務人員專業能力和健康城市多項影響指標，並評估之。藉由規劃文件分析、深入訪談、活動行為註記，經問卷調查等作業廣泛收集資料，並透過開放式及主軸式編碼過程進行綜合分析。具體而言本研究目的歸納以下三項：

- 1.解析苗栗縣文化觀光工廠之發展現況與策略分析?
- 2.解析苗栗縣文化觀光工廠之結合文化體驗思考模式為何?創新傳統產業策略思維?
- 3.建構苗栗縣文化觀光工廠評估與篩選指標為何?

2、 研究方法。

本研究在研究方法上，採文獻分析法、質性訪談法、焦點座談等方法，質性研究之運用考量在於研究者之本研究之實務、及理論性的目的考量，優勢在於能了解意義、能了解特定情境、發現預期之外的現象並修正理論，本研究將研究對象分為3個群組。

(1)苗栗縣現有觀光工廠:經焦點座談解析其產業與產品生命週期(立康養生觀光工廠、冠軍綠概念館、國泰玻璃觀米工廠、百茶文化園區觀光工廠，以及優良觀光工廠臺鹽通霄鹽來館)

(2)苗栗縣觀光工廠潛力點:分別從 49 家苗栗縣的企業，解析其成為縣級文化觀光工廠的可能性?經由輔導團隊之輔導機制來通過認證，評鑑之指標依經濟部觀光工廠指標來評估，此五家為丫箱寶、碧多妮蠶絲、金樁茶油工坊、郭家莊、四方起司工坊與故事館為巧克力雲莊、國仰企業社、粟米食、佐佐木登窯。

(3)苗栗縣故事館:俱觀光工廠之經營能量與特質，但受限於工廠登記或非工業地等因素，經由輔導機制，提昇其經營能力與產值，依訪談與理論對話彙整研究結果將做為政府後續輔導與評估觀光發展政策之參考。

3、 研究之理論分析架構。

(1)、 產品生命週期理論(Product Life Cycle Theory)

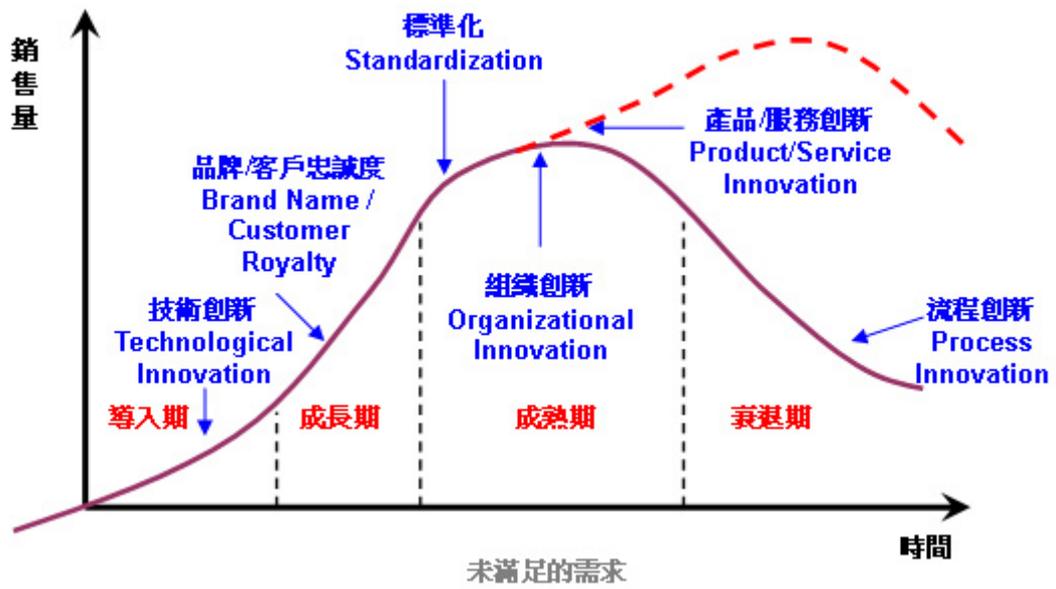


圖 1 產業生命週期與各階段策略圖

資料來源：整理自 Hill, C.W and G.R. Jones (1998), Strategic Management Theory,

表 2-2 產品各階段之分析

| 階段 | 分析 |
|-----------------------------|--|
| 胚胎期 (introduction stage) | 產品定價較高 尚未發展良好的經銷通路 進入障礙主要來源為關鍵性因素之取得 競爭手段為教育消費者 |
| 成長期 (growth stage) | 獲得規模經濟效益使價格下降 經銷通路快速發展 潛在者的威脅度最高 競爭程度低 需求快速成長使企業增加營收 |
| 消退期 | 競爭程度激烈 產生過多產能 使用低價策略 |
| 成熟期 (maturity stage) | 需求僅限替換需求 進入障礙高，潛在競爭威脅降低 市場佔有率競爭形成價格戰 產業集中度較高 低市場成長率 |
| 衰退期 (decline stage) | 呈現負成長 競爭程度繼續增加 產能過剩進而產生削價競爭 |

資料來源:Hill/Jones Hill/Jones 、黃營杉譯(1996)

4、重要發現

觀光工廠最大的特色就是在於「親身體驗」，滿足消費者「導覽、體驗及購物」的需求；其實觀光工廠與遊憩區的遊客需求一定有所不同，藉由遊客需求的不同及差異性，從中找出產業觀光的定位，並運用在地之人、物、地、產、景之相互勾聯，以此發展出適在地的文化觀光工廠推廣規劃，另一方面觀光工廠不但一條龍運作，還有一個經營特色就是結合地方旅遊行程，並餐飲與在地食物(由其客庄之天然食材)讓旅行社直接把觀光工廠納入行程，”漫活旅程”與”低碳生活”之連結，苗栗縣五家觀光工廠、潛力點與故事館於觀光群聚區，縣境內擁有世界遺產潛力點「龍騰斷橋」，旅行社可把觀光工廠排入行程，將是一大特色。

目前台灣各縣市正積極尋找各自發展的定位，積極營造各地方的競爭力，根據 Richard Florida 2003 年提出「3T 理論」主要指由人才 (Talent)、高科技 (Technology) 與容忍度 (Tolerance) 等 3 項來規劃，3T 之論點所架構的城市創意指標，顯然已逐步勾勒出「創意城市」(Creative City)、「數位城市」(Digital City)、「設計城市」(Design City)、「學習型城市」此類城市競爭力的新興發展趨勢，並展現快速興起的文化創意產業對提升城市競爭力

的重要，苗栗縣府工商發展局補助觀光工廠之發展帶動文創產與活絡區域經濟發展，在方向上因應觀光文化化之路徑發展，也走出結合文化、藝術、觀光、產業之苗栗縣獨特的產業發展道路。從整體環境觀之，苗栗縣工商發展局已具備發展觀光工廠文化化與觀光文化化之條件，經由輔導機制而建立評估指標與一個具代表性的共同品牌認證勢在必行，於此讓消費者產生信任感，社區居民產生認同感，而主動參與為苗栗縣觀光產業代言。在生命週期理論之分析發現觀光工廠產品生命週期理論有其優點，他提供一套適用的營運與銷售之論點。並且將產品分成不同階段的策略時期，營運與銷售規劃可針對各個階段不同的特點而採取不同的營運與銷售組合策略。但產品生命週期只考慮銷售和時間兩個變數，雖然較容易分析。但有業者表示有其有限性：

- (1)在產品策略上:對於文化觀光工廠之每項產品產品生命週期，各階段的起終點，不容易區分與確認的。
- (2)對於很多特殊的產品生命週期曲線，他並不一定是標準的 S 型，還有如 V 型、扇形等很多特殊的產品生命週期曲線，因此只能做為策略之參考。
- (3)產品與產業生命週期曲線無法確定產品到底適合單一產品項目層次還是一個企業多項產品集合層次，這部分是難確定。
- (4)生命週期曲線該只考慮銷售和時間的關係(分為胚胎期、成長期、成熟期與衰退期)，並未涉及大環境經濟波動、產品之成本及市場價格波動與風險等因素，將影響整個文化觀光工廠銷售變數。
- (5)在銷售過程中，依此判斷很容易造成“銷售之近視症”認為產品已到衰退期，太早退出產品可能喪失很多

5、 結論與建議

(一) 流程改造；體驗傳統產業製造過程，鼓勵製造業服務化，將具有觀光、文化、教育值的生產工廠塑造成為「觀光工廠」，藉由讓消費者或觀光客親身至產業，生產工廠去體驗生產流程的方式，並於展演導覽在地之客家文化增加文化內涵之多元性與深度，運用客庄之觀光節慶中增加親子 DIY 活動，使民眾瞭解到觀光工廠產品的生產過程，及對當地的特色文化與環境有更深一層的認識。

(二) 建立認證制度與品牌：

「品牌是品質的保障，品質是品牌的後盾」，縣府與觀光工廠之推動的方式是以建立全國知名品牌為出發點，為建立消費者的信賴，應該要做到「生產安定、出貨安定、品質安定」是品牌的關鍵。需每位業者熟知要打造一個成功的品牌,就必須有堅不可摧的品質做後盾,品質的好壞決定著品牌的生存和發展，這部分需更多的宣導、教育訓練與參訪輔導，來強化業者之決心，另外一個要注意的是輔導顧問要扮演陪跑者的角色，協助市場秩序的建立，縣府必須以規範的方式達到市場情形的控制在提供認證及授權的機制上。

(三) 社會設計關觀念:與社區結合，如何讓苗栗縣觀光工廠之產品的觀光化與環境場所的營造是重要的，所在的環境”客庄生活環境”須緊密結合，因為對於觀光工廠而言是單點，如果其製造過程與生產原料之取得能夠與社區、城市甚至是國家的文化、特色結合，就會對觀光工廠產生很大的亮點，關懷在地文化與居民問題，在偏鄉觀光工廠可能是該區域經濟發展的灰姑娘，”資源是那雙永遠不變的玻璃鞋，只有自然與人文資源才能永續存在”

在區域發展中，觀光工廠所在的是一個縣市或社區、可能是一個國家的人文資源，工廠的存在見證了該產業的發展過程，甚至曾經帶動地方發展，因此觀光工廠呈現的應該是一項產業的生命史、與民眾做妥善之溝通是必要的，並以文化面和世界接軌。輔導在地社區結合成立文化產業合作社，讓各社區提供工作機會予當地居民，也可將部份營利落實照顧老人及兒童的福利等，達到社會設計之願景。

(四)就數位產業行銷方面，從訪談發現無論觀光工廠或潛力點與故事館，都希冀政府協助他們經由數位平台國際化，透過國際化數位與雲端、產業與學術交流，乃至於運用電子商務，一方面發展苗栗縣之文化觀光產業，一方面增加文化觀光工廠產品之產值，活絡客庄經濟，創造客庄生活、生態、經濟、文化傳承的局面。

(五)資金與貸款之協助:觀光工廠潛力點與故事館之建立，除了業者的努力與政府輔導團隊之協助外，業者要將一個原先是製造業的工廠轉化為具有觀光性質的服務業，所要投入的設備、人力、資源與時間都相當可觀，自攤資金改善空間、導覽與環境改善外，在資金與貸款待政府之輔導與協助，讓產業活絡增加就業雇用。

關鍵字；觀光工廠、產品生命週期、客庄經濟、苗栗縣、產業文化化

客家委員會補助大專校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫十三 「飲食溯源與環境保護」通識課程計畫

主持人：馮祥勇副教授

摘要

本課程為跨校課程，選讀學生除聯合大學外，尚包括桃竹苗地區之大專校院，課程開授宗旨在使學生透過全球暖化相關議題與永續發展的理論、方法等完整性、系統化的認知學習下，建立正向態度與強化行動技能，並能落實在日常生活中的「飲食」行為。並藉此使學生了解客家飲食文化、客庄聚落開墾的歷史意義與內涵，發掘出客家文化與環境永續共存的精神，繼而傳承客家文化中「吃野、吃粗、吃雜」勤儉美德，甚或採取合乎「環境永續」的飲食行為。

本課程之教學設計，除課堂講授外，亦將進行桃竹苗地區客庄聚落的實際參訪，藉此激發學生學習苗栗在地客家節慶民俗與飲食文化興趣，廣泛的透過課程認識環境永續與客家文化，特邀請客家學術研究專家及客庄相關產業工作者，以演講方式協同教學，讓授課方式多元化，增進學習興趣。

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫十四 「客家語言與文化」通識課程計畫

主持人：劉煥雲副教授

摘要

本課程「客家語言與文化」可以讓學生了解到臺灣客家語言與文化的特色，亦可認識到客家之由來、客家禮俗、客家精神、乃至客家諺語、俚語與客家山歌、八音等內容，對當前臺灣族群關係與客家族群認同，可以獲得基本的體認。本課程之教學設計，除了由授課老師課程講授介紹客家語言與文化之外，還要教授日常客家生活會話，英語與客語會話並重，激起學生學習客語之興趣。此外，修課期間並要求修課之學生進行苗栗客家庄之參訪行程，從田野中認識客家文化，並將客家話學以致用。本計畫主要在大學通識教育中開設「客家語言與文化」相關之通識課程，除了由授課教師講解之外，為激發學生學習客家文化興趣，廣泛的透過課程認識台灣客家文化，特邀請客家學術研究專家及苗栗客家文史工作者、文化產業專家，以演講方式蒞校協同教學，讓授課方式多元化，增進學習興趣。落實我國憲法注重多元文化之旨趣，從大學通識客家教育中，能夠深化客家文化之學習。也讓台灣通識教育多元文化課程能夠普及化，從課程開設、師資延聘、教學評量、學生選課等工作上，都能將台灣客家語言與文化傳揚出去。在通識教育多元化的趨勢下，強調對本土客家文化素養傳承應有的重視。從普及化到深化，將是現階段通識教育客家文化課程的重點；使選課之學生，對台灣客家語言與文化能夠有整全之認識與了解。

客家委員會補助大學校院發展客家學術機構計畫

104 年度整合型研究計畫成果摘要

子計畫十五 「苗栗客家信仰與民俗」通識課程計畫

主持人：劉煥雲副教授

摘要

一、本課程「苗栗客家信仰與民俗」開設於在職進修部夜間班，開設期程為 104 年下半年，即 104 學年度之上學期。讓進修部之學生通過選修本課程，了解到苗栗在地客家節慶民俗文化與宗教信仰的內涵及義意，同時透過課程學習討論，剖析地方節慶民俗文化與宗教信仰的多元互動暨文化交融、培養田野調查基本方法與實作經驗、培養書寫地方文史信仰資料的基本能力、培養在地關懷意識與人文思維，繼而實際參與地方客家節慶民俗信仰文化活動，掌握客家文化發展脈動，保存與傳承客家民俗信仰文化。

二、本課程之教學設計，除了計劃主持人的課程講授外，亦進行苗栗客家節慶民俗信仰舉行地點、客家庄歷史古蹟、寺廟古蹟、文化景點等之實際參與及參訪行程。本計畫主要在大學通識教育中開設「苗栗客家信仰與民俗」相關之通識課程，為激發學生學習苗栗在地客家節慶民俗與信仰文化興趣，廣泛的透過課程認識苗栗之客家節慶民俗信仰文化，特邀請客家學術研究專家及苗栗客家文史工作者、文化專家、節慶與民俗文化保存者，以演講方式協同教學，讓授課方式多元化，增進學習興趣。

三、本課程旨在讓全球化時代大學通識課程，能夠深化在地化之客家民俗信仰文化學習，也讓台灣通識教育在地民俗文化課程能夠普及化，從課程開設、師資延聘、教學評量、實際參訪、學生實作等方面，都能將客家節慶民俗信仰文化傳揚出去。在通識教育多元化與在地化的趨勢下，強調對本土客家文化素養傳承應有的重視。在地文化普及化到深化，將是現階段通識教育客家在地文化課程的重點；使選課之學生，對苗栗在地之客家民俗與信仰文化能夠有整全之認識與了解。