

客家委員會獎助客家研究優良博碩士論文精要

一、論文名稱：

傳統工藝轉型設計模式之建構—以客家竹簾工藝為例
Constructing a Model of Transformation Design for Traditional Crafts
- Taking Hakka Bamboo Curtain Crafts as an Example

二、作者：張孟珠(Meng-Chu Chang)

三、獎助年度：108 年

四、獎助金額：新臺幣 15 萬元整

五、研究過程(含研究方法、研究對象、研究工具等)

摘要

本研究旨在建構一個傳統工藝轉型設計可資參考的模式，研究以六堆客家傳統竹門簾工藝為例，探尋傳統工藝轉型設計的各種可能性。傳統工藝的轉型設計有別於新創產品的設計，其設計的基礎不能偏離原有的文化脈絡，因此如何奠基於傳統又能跳脫框架進行產品的轉型設計即是本研究的目標。

本研究結合形態分析法、屬性列舉法及 SCAMPER 奔馳法建構一份創意思考檢核架構，並輔以德菲法進行專家諮詢，透過檢核表彙集每位專家的獨立觀點並進行觀點的反覆收斂與回饋，最後彙整出可資參考的建議，研究最後並以此為基礎進行竹簾的模擬設計及價值層次的評估與分析，以探尋竹簾工藝轉型設計的各種可能性。

本研究綜合學者論述及專家的諮詢，建構文創產品設計的三個價值層次。不同設計取向的產品各有不同的核心訴求，工藝設計或工業設計產品偏重於「實務層次」的滿足、創意設計產品偏重於「感官層次」的滿足，文化產品設計則偏重於「精神層次」的滿足，惟文創產品的設計並不僅聚焦於單一價值層次，而應能兼顧多元價值的平衡，滿足消費者的多元需求。因此一個設計精良的文創產品不僅具有「實務層次」的價值，亦兼具「感官層次」及「精神層次」的價值，三個價值層次偏重的比例可視產品屬性各有偏重但不偏廢，能三者平衡兼具者為最佳之文創產品。本研究期能透過竹簾工藝轉型設計模式之建構，建立一套工藝產品轉型設計可資參考的模式，以期傳統工藝能奠基於傳統又能給消費者帶來耳目一新的感受，再現其舊有風華。

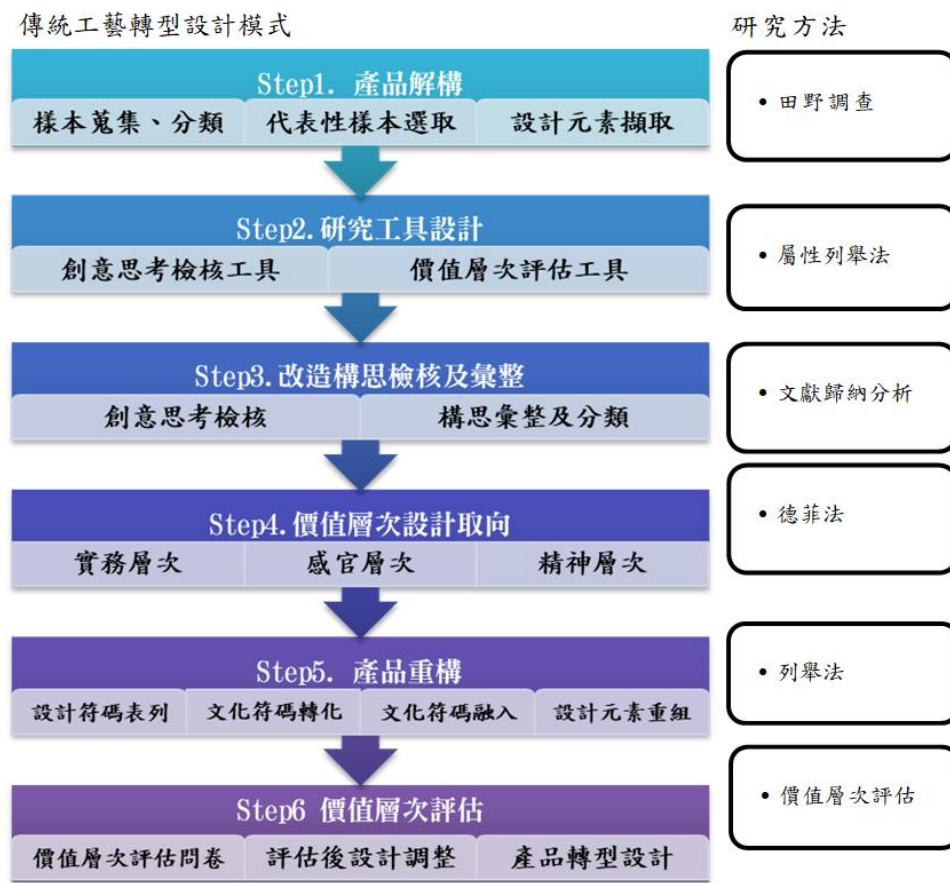
關鍵字：傳統工藝、竹簾工藝、轉型設計、創意構想、價值評估、文創產品

論文精要

本研究透過傳統竹門簾的轉型設計嘗試建構傳統工藝轉型設計可資參考的模式。傳統竹門簾之轉型設計主要在結合創意思考檢核表及專家諮詢，探究竹簾轉型設計的構思，其後透過專家共識度調查擷選其中精華以進行樣本的重構。研究結合形態分析法、屬性列舉法及 SCAMPER 奔馳法建構一份創意思考檢核架構，並輔以德菲法進行專家諮詢，透過檢核表彙集每位專家的獨立觀點並進行觀點的反覆收斂與回饋，最後彙整出可資參考的建議，研究最後並以此為基礎進行竹簾的模擬設計及價值評估與分析，探尋竹簾工藝轉型設計的各種可能性。

此一模式的應用主在透過產品的解構、設計元素的重塑及產品的重組進行多樣化的組合設計，不同的價值層次有不同的設計訴求，惟如欲轉型為文創產品則不應聚焦於單一價值層次，而應著重於多元價值的平衡，在實務層次、感官層次及精神層次雖各有偏重但不偏廢。

本研究應用此一模式進行三系列竹簾的模擬設計，之後並進行價值層次的評估。透過變異數分析(ANOVA)的結果顯示，轉型設計的竹簾不論是在實務層次、感官層次或精神層次，消費者評估的平均數均明顯高於傳統竹門簾。顯見此一設計模式的應用能有效提升竹簾產品的價值層次。透過傳統竹簾工藝的轉型設計，本研究建構之傳統工藝轉型設計的模式如下表：



Step1. 產品解構

1. 樣本蒐集、分類：	以田野調查進行樣本的蒐集及分類
2. 代表性樣本選取：	從分類中選出代表性樣本，以作為研究設計的範本。
3. 設計元素擷取：	將產品解構將並擷取其設計元素。以竹簾工藝為例，其設計元素解構為四項，分別是：竹條、包邊、串線及彩繪。

Step2. 研究工具設計

為達本研究目的，本研究建構二項研究工具：

1. 創意思考檢核工具：	結合形態分析法、屬性列舉法及 SCAMPER 奔馳法，建構創意思考檢核表，以進行系統化的構思。
2. 價值層次評估工具：	歸納學者論述並進一步建立文創產品價值層次評估表，將產品的價值層次分為實務層次、感官層次及精神層次。

Step3. 改造構思檢核及彙整：

1. 創意思考檢核：	應用創意思考檢核表及德菲法廣泛徵詢專家意見，把專家的獨立觀點不斷收斂並保留共識度較高之構思。
2. 構思彙整及分類：	將改造構思進行彙整並依不同的價值層次進行分類。

Step4. 價值層次設計取向：

不同設計取向的產品各有不同的核心訴求，依其產品屬性各有偏重。

1. 實務層次設計取向：	以實務層次為核心訴求之產品偏重於產品實務應用的功能，如生活用品或工業設計產品等。
2. 感官層次設計取向：	以感官層次為核心訴求之產品偏重於產品的視覺美感及創意性，如創意設計產品。
3. 精神層次設計取向：	以精神層次為核心訴求之產品則偏重於產品文化特色、故事性及情感等內在精神層次的表現，如文化產品。

Step5. 產品重構-模擬設計

1. 設計符碼表列：	將設計符碼進行表列並擬定設計符碼的代碼表。
2. 文化符碼轉化：	擷取文化元素進而轉譯為文化符碼的步驟： (1)調查：基礎的文化調查。 (2)挑選：透過調查擷取文化元素。 (3)解讀：對文化元素的內涵進行文化研究及解讀。 (4)轉譯：將文化元素轉化成文化符碼。
3. 文化符碼融入：	將文化符碼以最適切的方式融入產品的設計 (1)搭載：尋找適合表現的產品形態。 (2)融入：將文化符碼融入文化商品設計。 (3)傳遞：透過商品傳遞文化象徵。
4. 設計元素重組：	將不同的設計符碼結合文化符碼進行產品的組合設計。相同的元素只要經過不同組合即可產生不同的組合變化，如同「萬花筒理論」，此一創造性組合，即是把原有的設計元素重新配置進行再創造的過程。

Step6 價值層次評估

1. 價值層次評估問卷：	將轉型設計前後之產品進行消費者價值層次評估及比較，以了解重構後的組合設計是否符合消費者的期待。
2. 評估後設計調整：	依問卷結果篩選出最符合核心訴求的產品設計。 倘問卷結果與預期有落差，則需調整產品的設計
3. 產品轉型設計：	不同設計取向的產品偏重之核心價值不同。 (1)生活用品或工業設計產品：偏重於「實務層次」的滿足。 (2)創意設計產品：偏重於「感官層次」的滿足。 (3)文化產品：偏重於「精神層次」的滿足。 (4)文創產品：不僅聚焦於單一價值層次，而應能兼顧多元的價值，滿足消費者的多元需求。

文創產品的設計不應聚焦於單一價值層次，而應著重於多元價值的提升，在實務層次、感官層次及精神層次雖各有偏重但不偏廢。因此研究最後針對傳統與創新竹簾進行問卷調查，探究消費者對傳統及創新系列在實務層次、感官

層次及精神層次評價，進而了解重構後的組合設計是否符合消費者對此類型產品的期待。

綜合本研究之成果，可歸納如下：

1、建立創意思考檢核模式：本研究擬整合形態分析法、屬性列舉法及 SCAMPER 奔馳法建立一套創意思考檢核模式探究客家竹簾創新的可能性。此模式的建立，可使創新思考過程系統化，有助於激發當事者跳脫框架推敲出新構想的可能。

2、建立文創產品價值層次評估模式：傳統工藝如欲轉型為文創商品，應提升產品表現的層次，使產品不再只以實用功能為取向，同時也能兼具美感、創意並融入文化及情感。本研究擬建立一套適用於文創產品之價值層次評估模式，不同層次的設計取向得以透過價值層次的評估進行設計分流以滿足不同客群的需求。

3、建立傳統工藝轉型設計模式：本研究擬整合創意思考檢核模式及產品價值層次評估模式，並建構一套傳統工藝轉型設計可資參考的模式，藉此逐一探究竹簾工藝轉型設計的可行性方向。此一模式的應用首先透過創意思考檢核模式檢核出具有參考價值的改造面向，之後則進一步進行相關建議的價值評估，其中以能同時結合多元層次並突出精神層次表現者為產品重構的主要參考依據，透過此一模式逐一篩選出最適合的設計系列，並進行產品的模擬設計，最後並透過價值層次評估表及 ANOVA 分析篩選出符合消費者期待的產品。此一模式的建立，未來可應用於其他傳統工藝產品進行轉型設計或升級代換的參考模式，使傳統工藝的設計能激發出不同的可能性。