


國立政治大學經營管理碩士學程
科技與創新管理組
碩士論文

指導教授：溫肇東博士



從花蓮縣壽豐鄉豐田三村牛犁社區
探討文化創意與社區營造

研究生：陳伶吟

中華民國 100 年 12 月

致謝詞

在金融業工作二十三年之後，有機會回到校園，重拾學生生活，真是再幸運不過了。雖然眼睛多了老花，髮際也添灰白，體力更不比當年，但精神卻比年輕求學時期還要專注，怪哉？！

三年來受到師長們的教導與啟發，提昇了敝人的知識領域與思考深度，也認識了許多新同學，領略了學長姐的才幹與魅力。學習的收穫是豐碩的，更改變了我對未來的規畫，能有如此際遇，我心中滿懷感激，而下班後直奔木柵，下課後窗前燈下的景況，如今想來別有一番滋味。

撰寫論文期間，感謝指導教授溫肇東老師，給予明燈般的指引和費心的修正。論文口試期間，感謝林建元老師與邱于芸老師撥冗參與，並細心審閱和提供寶貴意見，使本論文更臻完善。

感謝同窗學長姐的鼓勵（尤其是小雯學姐的精神喊話），您們的積極熱情和信守承諾給予我最大的前進動力，更感謝長禮學長的醍醐灌頂，給我極大的信心。最後要感謝外子的支持與協助田野調查，以及小犬的溫情加油。

陳伶吟 謹識

于政大 EMBA 科技與創新管理組

民國 100 年 11 月

摘要

從 1994 年文建會推動「社區總體營造」以來，以文化為出發的社區營造持續至今已十七年，而為促進農村活化再生，重建傳統特色之農村發展，農委會於 2010 年 8 月公告實施「農村再生條例」，設置農村再生基金達 1,500 億元，顯示活化、保存社區及農村之文化特色乃政府重要施政政策。在另一方面，有關文化創意的概念，從 2002 年行政院提出「創意台灣」(Creative Taiwan)，至今在國內已受到很大的重視，惟產業仍處於新興發展階段，借鏡國外發展經驗，創意設計人才是發展文化創意產業的核心，然台灣過去擅長 OEM、ODM 角色，創意人才的養成相對不足。創意人才來自創意的環境，因此，如果「文化創意」能深植社區，形成一個充滿文化創意的生活空間，將可培育更多創意人才，當有助於文化創意產業發展。

社區營造除強調社區共識、社區自主之精神外，挖掘社區文化特色、發揮創意形塑地方魅力，一直是社區營造為活化鄉村社區所採取的策略，亦啟動了社區特色產業及文化創意產業之發展。文化創意是根植於文化的創意、創新，然文化就是生活，文化創意應回歸生活本身，而生活又與社區息息相關。是以文化創意是社區營造的重要元素，而社區營造是文化創意發揮與具象呈現的重要平台，二者關係極為密切。本研究透過相關文獻蒐集，並以花蓮縣壽豐鄉豐田三村牛犁社區為研究對象，進行研究訪談、調查及分析，探討牛犁社區文化創意與社區營造之關係及結合運用成效，並據以提出結論與建議，以供相關單位及關心壽豐鄉豐田地區的人士參考。

關鍵詞：文化創意、社區營造、牛犁社區

Abstract

Since 1994, CCA has been promoting "community building" based on culture to create a sustainable community for seventeen years. To promote the regeneration of rural revitalization and rebuild the traditional characteristics of rural development, Council of Agriculture in August 2010 Noticed the implementation of "rural regeneration regulations" and set up a fund of NT\$ 150 billion, indicating that activation and preservation of social and cultural characteristics of rural areas is an important government policy. On the other hand, on the concept of culture and creativity, the Executive Yuan in 2002 promoted "Creative Taiwan", which attained much attention in the country, but industry is still in the emerging stage of development, learning from foreign experience, creative design talent are the core of the development of cultural and creative industries. However, in the past Taiwan OEM, ODM play an important role; relatively, Taiwan nowadays is lack of creative talent. Creative talent comes from creative environment, so if the "cultural creation" deeply roots in the community and develops a full cultural and creative living space, we will be able to nurture more creative talent to contribute to the development of cultural and creative industry.

In addition to the emphasis on community consensus in community building, community spirit of independence, searching for community culture and creating the local characteristics have been a strategy adopted by community building for the activation of rural communities and that has launched a community of specialized industries and the development of cultural and creative industries. Cultural creativity is rooted in culture, creativity, innovation, and then culture is life; culture and creativity should return to life itself, and life is closely related to the community. So cultural creativity is an important element of community building, and community building is an important platform for the cultural creation; These two has very close relationship. In this study, through document collection, and taking Hualien County, Shou Fong Township, Fong-Tan-3-village, Niu Li community for the study, by means of research interviews, surveys and analysis of Niu Li community, discussion on the relationship between community building and Niu Li community -- cultural and creative community and combination of results to make conclusions and recommendations for the relevant units and people who care Shou Fong Township, Fong-Tan-3-village as reference.

Keywords: cultural creativity, community building, Niu Li community

目 錄

第一章 緒論	7
第一節 研究背景與動機.....	7
第二節 研究問題與目的.....	10
第三節 論文流程.....	11
第二章 文獻回顧	13
第一節 文化之義涵.....	13
第二節 文化創意之興起.....	14
第三節 社區營造之義涵.....	16
第四節 文化創意與社區營造之關係.....	22
第五節 國內相關研究.....	28
第三章 台灣社區營造概況	31
第一節 台灣社區營造現況.....	31
第二節 台灣社區營造成效.....	36
第三節 國外社區營造成效借鏡.....	39
第四節 台灣社區營造展望.....	44
第四章 研究方法	50
第一節 研究架構.....	50
第二節 研究方式.....	52
第三節 研究限制	53

第五章 個案敘述	54
第一節 牛犁社區簡介.....	54
第二節 牛犁社區交流協會.....	61
第三節 牛犁社區之社區營造成果.....	67
第六章 研究分析與發現	75
第一節 牛犁社區之 SWOT 分析.....	75
第二節 研究討論.....	79
第三節 研究發現.....	88
第七章 結論與建議	97
第一節 研究結論與建議.....	97
第二節 後續研究建議.....	103
參考文獻	104

表目錄

表 2-1 相關文獻研究結論摘要.....	29
表 3-1 文建會歷任主委的社區營造計畫名稱及重點.....	32
表 3-2 社區營造型式 vs.推動單位.....	34
表 3-3 社區總體營造的主要內涵類型.....	34
表 3-4 「新故鄉社區營造第二期計畫」執行成果.....	35
表 3-5 台灣社區營造案例.....	37
表 4-1 受訪者明細表.....	52
表 6-1 牛犁社區 SWOT 分析.....	78
表 6-2 豐田三村 2007~2010 年人口移入情形.....	96

圖目錄

圖 1-1 論文流程圖.....	12
圖 2-1 文創產業架構圖.....	27
圖 2-2 文化創意與社區營造之關係.....	28
圖 3-1 花蓮縣萬榮鄉紅葉社區發展金工藝品操作模式.....	47
圖 4-1 研究架構圖.....	51
圖 5-1 牛犁協會收入結構比重.....	66
圖 6-1 資本存量與人民福祉.....	75
圖 6-2 生態有機旅遊的意涵.....	86
圖 6-3 壽豐鄉近五年來戶數變動情形.....	95
圖 6-4 壽豐鄉近五年來人口數變動情形.....	96
圖 7-1 研究問題與研究發現、研究結論的關係.....	97

第一章 緒論

文化是人類社會的生活演化與總合，而社區是人們公共生活的領域，文化與社區關係極其密切。本章說明本論文探討文化創意與社區營造的背景與動機，以及研究問題與目的。

第一節 研究背景與動機

1994 年文建會推動「社區總體營造」，由「人、文、地、產、景」五大面向，切入文化發展及再生策略，並藉由外部政策帶動由下而上、民眾參與、社區自主及永續發展的運作，自此台灣的社區營造邁入一個新的紀元。1997 年經建會推出「創造城鄉新風貌行動方案」，強調由居民共同參與形塑地區文化及景觀特色風貌，並以實質工程建設形式來彰顯此運動之精神與意義。2002 年文建會配合行政院推動「挑戰 2008：國家發展重點計畫」推出「新故鄉社區營造第一期計畫」，結合特有的文化傳統、空間環境與地方產業，發展地方魅力，社區營造提升為國家級計畫。2005 年行政院提出「台灣健康社區六星計畫」，包含人文教育、產業發展、社福醫療、社區治安、環境景觀及環保生態六大面向。2008 年文建會持續推展「新故鄉社區營造第二期計畫」，以「地方文化生活圈」區域發展方式，擴大與深化社區營造。

有關社區營造之政策、計畫眾多，並隨著時空環境演變調整，名稱更迭雖顯紊亂，惟對於文化的重視、保存與活化，以及建設營造地

方特色，則是各相關計畫皆有之重點。1996 年中華民國社區營造學會成立，李遠哲任理事長，是第一個由政府成立的社區營造相關組織，截至目前全台共有 6,400 多家社區發展協會，與台灣 6,800 多個村里數近乎相當，每年投入之資源極為可觀。此外，甫於 2010 年 8 月 4 日正式公告的「農村再生條例」，設置農村再生基金高達 1,500 億元，該條例主要精神即以現有農村社區為中心，強化由下而上之共同參與制度，由農村社區在地組織或團體依據居民需求，自發性擬訂農村再生計畫，並強調農村產業、自然生態與生活環境之共同規劃及建設，注重農村文化之保存與維護，以及農村景觀之綠美化。

在另一方面，隨著全球化時代的演進，地方文化益顯獨特，文化創意的潮流興起，「文化創意」、「創意經濟」已成為 21 世紀全球性城市尋求再生，重新創造經濟競爭力的嶄新概念。政府為促進台灣文化創意產業之發展，建構具有豐富文化及創意內涵之社會環境，於 2002 年將「文化創意產業」納入國家六年重點發展目標之一，2009 年再提出「創意台灣-文化創意產業發展發方案」，並於 2010 年 2 月 3 日制定公布「文化創意產業發展法」，相關配套措施及補助、作業要點等亦接續擬訂完成。該法規重點乃政府為推動文化創意產業，應加強藝術創作及文化保存、文化與科技結合、注重城鄉及區域均衡發展，並重視地方特色、提升國民文化素養與促進文化藝術普及，以符合國際潮流。目前文建會已規畫促成華山、台中、嘉義、台南及花蓮等五個創意文化園區。

綜觀我國政府對社區營造（不論是社區總體營造，或新故鄉社區營造、六星計畫，抑或農村再生條例中的農村社區發展）及文化創意

產業之推展，前者除強調社區共識、社區自主之精神外，社區文化的保存與活用、創新，一直是形塑社區地方特色的重要核心元素，以文化來協助社區改造是「社區總體營造」重要手段之一（文建會社區營造紀實，2010）；至於後者，除鼓勵將文化創意發揮在音樂、表演藝術、電影、品牌時尚、產品設計…等產業發展上，亦注重城鄉發展及地方特色，而文化創意如何增值設計以創造經濟，亦即個人創意的天賦與養成應如何加強，正是文化意創產業推展的重要課題。陳郁秀指出在 2008 年的國家發展重點計畫裡面，跟文化相關的計畫有四個，其中文化創意產業與新故鄉社區營造完全都是以文化為主體（廖志德，2006）。因此，兩者看似不同的國家發展計畫，實有共同強調的核心元素與密切關聯性。

然而，社區營造之推動若從 1994 年算起，至今已十七載，期間相關政府單位首長異動頻繁，政策計畫亦隨之變動，難免耗損、浪費資源，各個社區的成效各有不同。2010 年設置 1,500 億元農村再生基金，進行農村社區的建設，顯示政府對於提升農村整體發展的重視，但這麼多年來農村地區人口依舊外流。而文化創意之概念，從 2002 年行政院提出「創意台灣」(Creative Taiwan)，至今在國內已受到很大的重視，惟產業仍尚處於新興發展階段，借鏡英國、法國、瑞典、韓國...等國家的發展經驗，文化創意的增值設計能力是發展文化創意產業極為重要的一環，生活形態與環境氛圍則是孕育創意人才很重要的因素。一個社會過著怎樣的生活，就會產生如何的設計（馬克斯，2009）。因此，如果「文化創意」能深植社區，事事皆文化、處處有創意，形成一個充滿文化創意的生活空間環境，將可培育更多創意人才。但如果我們對於「文化創意產業」只言文化積累，忽略了個人創

意與技術專業的重要性，而不針對人才不足的問題及人才長期養成的需求，加以解決，就會事倍而功半。故文化創意與社區營造之關係，應具研究價值。

第二節 研究問題與目的

本論文以花蓮縣壽豐鄉豐田三村牛犁社區為研究主體，探討該社區之文化創意與社區營造之關係及結合運用成效，研究問題包括：

- 1、牛犁社區如何挖掘社區的文化特色？如何發揮創意形塑社區風貌？文化創意是否讓牛犁社區更具有獨特的地方特色？
- 2、社區營造提供地方文化創意發揮的平台，牛犁社區以社區營造做為文化創意發揮與具象呈現的平台時，有何困難？
- 3、在政府積極推動文化創意產業發展之際，牛犁社區的在地文化可否轉化為文創產品或服務內涵，以提升社區經濟？

研究目的乃研究結果或許可以提供相關單位與關心壽豐鄉的人士參考，誠如曾旭正（2009）所言，作為一個人，投入自己的社區營造生活；作為一個專業者，與熱心人共同營造社會。

第三節 論文流程

第一章 緒論

說明本論文的研究背景與動機、研究問題與目的、及論文流程。

第二章 文獻回顧

彙整及回顧文化創意與社區營造有關之研究、論述及論文。

第三章 台灣社區營造概況

就目前台灣的社區營造發展現況、成效與未來展望進行說明。

第四章 研究方法

說明本研究所採取之研究架構、方式，與研究限制。

第五章 個案敘述

以花蓮縣壽豐鄉豐田三村牛犁社區為例，進行瞭解與敘述。

第六章 研究分析與發現

經彙整相關資料，分析後進行討論，提出研究發現。

第七章 結論與建議

根據研究發現提出結論與建議，並對後續研究者提供建議。

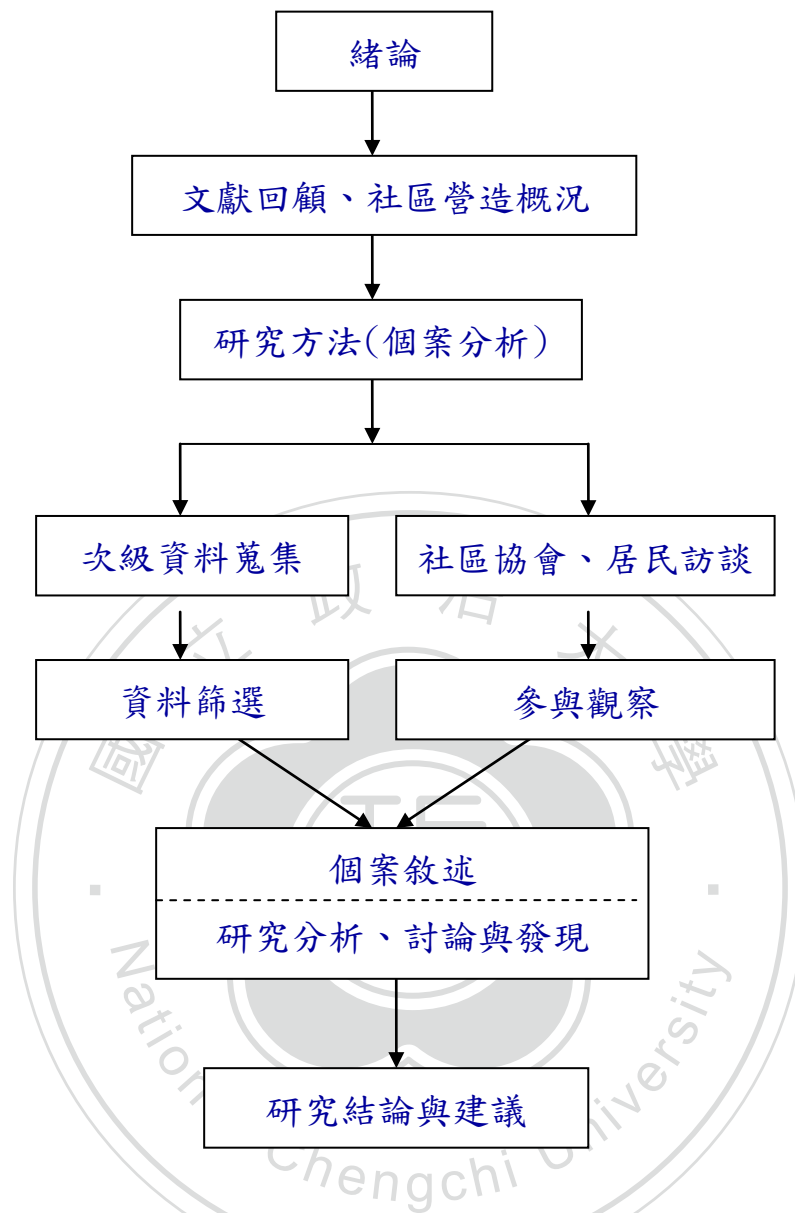


圖 1-1 論文流程圖

第二章 文獻回顧

本章蒐集有關國內外對「文化創意」、「社區營造」相關定義之文獻，以及 21 世紀「文化創意」、「創意經濟」掘起與發展趨勢，並探討文化創意與社區營造之關係。

第一節 文化之義涵

所謂文化，在《易經》裏就有「關乎天文，以察時變；關乎人文，以化成天下」的說法。人文之「文」，通花紋之「紋」，意思就是觀察世間百態，「人文化成」，就是透過人為努力，發揮其精神力量來轉化這個世界，使之更適合人性的要求。也就是說，文化的本質，就是一個由個人到整體的內化過程，文化即是將有形的「文」通過不同的方式內化，滋養豐富人的心靈與生命。因此，文化就是「文而化之」，深具崇真、崇善、崇美的生命情操，更是一種充滿人文關懷的人生感悟。

學者殷海光（1990）認為，文化是指人類一切知識的總集，包括好的、不好的，文化是人自覺地創造出來的活動。文化其實是一種特定族群，特定地方，他們生活方式的共識（陳立恆，2010）。英國著名人類學家 Edward Burnett Tylor（1871）將文化定義為一個複雜的整體，包括知識、信仰、藝術、法律、道德、風俗，以及其他作為社會一份子所獲得的任何能力與習慣（林貞君，2011）。Throsby 認為文化是人類文明整體心智能力與精神的發展，甚至包括了人類社會全

部的生活方式。Kunzmann 指出，狹隘的「文化」概念包括五大藝術形式：美術與應用藝術及表演藝術、電影、攝影、建築設計，以及文學，加上娛樂、休閒和運動的形式，則是較廣泛的概念(張怡平,2005)。

Moulinier (2010) 指出，文化可以左右民眾對於國家的認同、文化能美化生活、文化是「好生意」，最終能帶來一定的經濟與社會效益。因為文化會出產商品，文化是一個重要的消費圈，文化有益於地方發展，是一項經濟發展的利器；文化活動的社會效益，重要性不下於經濟，它讓弱勢團體與少數民族有受尊重的感覺、它讓個人找到自我定位、它讓街坊改頭換面重新納入都會脈絡中、它可培養人民文化氣質增加其就業優勢。劉維公(2004)認為文化對當代社會的影響是全面的、具體的，文化擁有巨大的社會與經濟發展動能。

第二節 文化創意之興起

所謂「創意」，Howkins 指出創意是個人的、主觀的點子，經常是無形的，要發展創意經濟不能忽視個人創意的重要(蔡宗勳, 2007)；創意是指產生新事物的能力，亦指一人或多人概念和發明的產生，而且這些概念和發明是獨特的、原創的，以及有意義的(吳思華, 2010)。按 Csikszentmihalyi 認為創意等於文化的基因變化過程(蕭明瑜, 2011)。而 Landry (2008) 認為文化資源是城市的原料，而創意則是利用這些資源，並助使它們增長的方式。因此文化創意是根植於文化上面的創新，從歷史的脈絡追尋新意。

Kunzmann指出一種新經濟正興起，它並非取材自原料，而是奠基於知識與創意，這種新經濟高度仰賴地方性的人文特色，就是創意產業（李上儀，2007）。21世紀消費者由滿足象徵富裕的物質需求，變成追求心靈充實的自我實現，個性化、差異化、獨特性的產品設計成為新寵，世界各國亦發展出強調自己文化特色的設計風格，正是全球化下產品設計「同中求異」的趨勢（林榮泰，2005）。Caves指出消費者購買文化產品的原因並非是基於生理或是物質上的需求，而是心理上的需求，或者是一種理性沈溺（rational addiction）（楊燕枝、吳思華，2005）。社會學家Daniel Bell（1976）指出生活型態取代工作，成為心靈滿足的泉源和行為的準則，過去五十年來，宗教倫理的腐蝕與收入的增加，使得文化成為帶動改變的力量，經濟則是卯起勁來迎合這新的需求。這樣赤裸的描述頗能充分說明我們現今所處的背景與價值的轉變的情形。

從客觀環境的變化來看，陳其南（2007）認為近年來地方文化的提昇，與生活文化趨向全球化有很大的關聯性。李謁政（2009）亦認為地方的價值在全球化的世界中，更顯得意義非凡，地方有不可取代的獨特性，是美學經濟的重要要素。陳郁秀（2010）則提出“原鄉時尚”的概念。金融業的匯豐銀行（HSBC）也以「環球金融、地方智慧」為標語（slogan）（邱于芸，2010），可見在全球化趨勢下，更需要在地特色—尤其文化特色。嚴長壽（2010）對台灣未來的旅遊觀光發展，就是以「以在地特色創造全球商機」的思維在設想。

創意、創新已成為現代經濟的主流，文化創意加值設計的能力亦已成為國家重要的競爭力。我國行政院在 2002 年提出「創意台灣」

(Creative Taiwan) 為國家發展目標，並訂定文化創意產業發展計畫。文化創意概念的興起具有很重要的意涵，即是相對於全球化，更能用新的眼光，尊重、激賞多元文化，而在資訊科技快速發達之後，文化創意讓現代人的生活，在理性、效率、便捷之際，回歸感性、敦厚的人文情操，讓生活更具有人性、美感、品質與深度，同時還可以帶來經濟與社會效益。

第三節 社區營造之義涵

「社區」一詞由英文 Community 翻譯而來，在日文則譯為「生命共同體」，德國 Ferdinand Tönnies 將社區定義為富有人情味、有著共同價值觀念、關係親密的社會生活共同體。社區是人們在長期共同的生活互動中自然形成的，其邊界較模糊，也因而產生認同，這是社會生活共同體，是地域、共同關係和社會互動（洪德仁，2005）。因此，「社區營造」是社區的「經營」與「創造」，是藉由具體的行動增進社區中人與人、人與環境之間的社區感（曾旭正，2009）。

日本社區營造專家宮崎清主張社區營造分為人、文、地、產、景五大面向，「人」指的是社區居民共通需求之滿足、人際關係之經營和生活福祉之創造；「文」指的是社區共同歷史文化之延續，藝文活動之經營及終身學習等；「地」指的是地理特色的保育與發揚、在地性的延續；「產」指的是在地產品的創發與行銷、在地經濟活動的集體推展等；「景」指的是社區公共空間、獨特景觀之營造，以及生活環境之永續經營、居民自力營造等（曾旭正，2009）。

陳其南（1995）認為「社區總體營造」的目標不只是營造實質環境，最重要的是建立社區成員對社區事務的參與意識，和提升社區居民在生活情境的美學層次。1994年我國文建會從日本引進社區營造的觀念與作法，正式推動「社區總體營造」，此政策主要是學習日本的「造町運動」¹，推動初期以文化建設作為社區營造主軸。從社區找出一項特色（社區的文化精華）切入，再帶動其他相關項目，逐漸整合為總體的營造計畫（黃武忠，1995），亦即以「文化」來協助社區改造。

具體、落實的文化建設內容包括研訂社區文化活動發展、充實鄉鎮展演設施、輔導縣市主題展示館之設立暨文物館藏充實、輔導美化地方傳統文化建築空間等四項，期讓原已沒落的鄉村注入新的活力，創造新的契機。Ferguson & Dickinson 認為「社區發展是資產創造，改善中低下收入地區居民生活品質。」（蔣玉嬋，2004）。1999年文建會再增加一項振興地方文化產業的計畫，推動「文化產業化，產業文化化」的政策理念（江大樹，2005）。

壹、台灣社區營造發展歷程

回顧台灣的社區營造從1900年代就已經有雛型，較近的年代例如1968年行政院頒施的「社區發展工作綱要」，推動社區公共設施、生產福利和精神倫理等三大建設；1983年修訂為「社區發展工作綱

註1：日本的造町（造街）運動，主要起因於1960年代日本國土改造計畫裡的農村、山村、偏僻村人口回流計畫，所以造町運動很重要的目的就是促使衰頹的地區活化。距離東京約五個小時車程的三島町為造町運動的濫觴，三島町的社區營造有多面向發展，包括社區文化再造、社區環境改造、社區健康營造等。

領」；1991年再修訂為「社區發展工作綱要」；到了1994年時，文建會提出「社區總體營造」政策，由文化發展及再生策略切入，採取由下而上、民眾參與、社區自主及永續發展的運作，自此台灣的社區營造工作蓬勃展開，而「社區營造」也成為爾後常見、慣稱的用詞。

文建會在1981年成立後接辦「全國文藝季」，因注意到本土文化的重要性，於是將原頃向精緻文化的活動逐漸轉型，讓傳統地方文化活動躍上舞台。1993年全國文藝季主題為「人親、土親、文化親」，藉由全國文藝季形塑地方藝文特色，並提升其文化藝術的價值與民眾對自己文化的自信，同時亦透過邀請國外藝文團體來台表演交流，以增進國際化。

1997年經建會為擴大內需，推出兩年一百億之「創造城鄉新風貌行動方案」，補助各地方政府實施重要景觀據點之示範建設。配合該計畫，內政部營建署即研擬「城鄉景觀風貌改造運動實施計畫」，以「創造具有『文化、綠意、美質』的新家園」作為改造目標，城鄉景觀風貌改造行動，自此如火如荼展開，並自2003年區分為「城鎮地貌改造」及「社區風貌營造」二項計畫，分別設定不同補助機制。

2000年行政院成立「社區總體營造推動協調委員會」，由具宜蘭社區營造經驗的副院長游錫堃擔任召集人，委員會下設置「社區總體營造工作小組」，由具新港社區營造經驗的政務委員陳錦煌擔任執行長，希橫向整合原先各部會各自為政的社區營造政策與片段化的社區營造資源，期真正發揮社區「總體」營造的效能。同年11月農委會為協助民間自主性組織團體共同參與，建立由下而上之「社區總體營

造」制度，公告「農村新風貌」計畫補助作業要點，結合生態、景觀、生活、產業發展與社區文化，以農村生活圈規劃模式，提供地方示範性技術支援與經費補助，建設兼具產業、人文、自然生態及地區特色之農村生活圈。

2002年文建會推出「新故鄉社區營造計畫」，為行政院「挑戰2008：國家發展重點計畫」中的第十項，社區營造提升為國家級計畫，內容包括台灣社區新世紀推動機制、內發型地方產業活化、社區風貌營造、文化資源創新活用、原住民新部落運動、新客家運動、健康社區福祉營造共七大項，涵蓋「社區總體營造」的「人、文、地、產、景」五大主題，再加上「福祉」。

2005年行政院提出「台灣健康社區六星計畫」，以產業發展、社福醫療、社區治安、人文教育、環境景觀、環保生態等六大面向作為社區發展的目標，稱為「六星」，並以「新故鄉社區營造計畫」為基礎，擴大其面向與範圍。同時為促進社區健全多元發展，鼓勵社區透過自我評鑑的方式，提出社區整體發展的藍圖與配套需求，整合政府相關部會既有計畫資源，分期分階段予以輔導，協助發展。

2007年10月文建會再提出以「地方文化生活圈」區域發展的概念為出發，規劃「地方文化館第二期計畫」及「新故鄉社區營造第二期計畫」之雙核心計畫，冀由社區營造的擴大與深化，透過空間整理與地方共同經營之方式，以提升社區文化生活及自治品質。「新故鄉社區營造第二期計畫」強調社區軟實力的展現，以文化的方式來經營社區，如社區影像紀錄、社區地圖等，並推出藝文參與的社區營造方

式，透過帶動更多社區民眾的參與，凝聚社區的情感，進而參與公共事務，落實營造人的目標。社區在地文化也在此歷程中，逐漸被重視，進而保存與創新，建構起台灣在地文化特色（文建會，2010）。

貳、「社區總體營造」對台灣社區營造之重要影響

文建會於1994年正式提出的「社區總體營造」政策主張，配合李登輝總統所提倡的「心靈改造」運動，成為當時頗受朝野各界高度關注的國家重大施政之一。「社區總體營造」政策可說是李登輝總統在建構台灣成為一個新的國家或新「生命共同體」過程中，相當重要的政策主張（黃麗玲，1995）。「社區總體營造」從文化建設的角度切入，以營造美好社區家園為願景，建立台灣基層社區的共同體意識，與之前的「社區發展」係兩種不同的理念，後來社區營造逐漸凌駕、甚至取代社區發展（江大樹，2005）。

由於「社區總體營造」的推動做法，主要是鼓勵地方自主，以地方文化中心為行政中心，透過地方主動規畫，結合社區協會等民間社團的力量，促進社區民眾參與，將「社區總體營造」的概念落實到地方文化活動裡，因為與居民的生活休閒、活動交流習習相關，所以「社區總體營造」成為地方文化發展最重要也最有效的途徑（陳其南，2007）。王本壯（2008）亦認為「社區總體營造」之「輔導縣市主題展示館設立及文物館藏充實計畫」，啟動了社區特色產業及文化創意產業之發展。

廖俊松（2004）認為「社區總體營造」的理想與願景打動了台灣人的心，社區總體營造運動因而風起雲湧，從單純文化藝術領域的提倡，進而擴展為整體國家生活品質、環境意識、景觀美學以及人我倫理的社會營造。此外，近幾年由於「社區總體營造」的概念讓中央政府把文化資源平均下放到地方，因而促使居民在獲得政治公民權之後，同樣也獲得文化公民權（陳其南，2007）。

在社區營造推動過程中，雖然九二一震災重建社區的營造困難度較高（因為地震造成整體性的破壞，包括生命、財產、道路橋樑…）等，同時由於失業、心理及文化受到地震破壞而產生巨大衝擊，加上重建區原本就屬經濟弱勢，此類社區重建，介入點是多重且整體性的，與一般社區營造有很大不同（陳錦煌，2009），但也因為台灣推動「社區總體營造」政策多年，災後社區總體營造反而促使政府部門與社區組織、專業的非營利組織及其他民間團體，形塑出災後重建的政策夥伴關係（廖嘉展，2009）。

回顧社區營造的歷程，從本質為營造一個新社會、新文化、新的人的「社區總體營造」（陳其南，1995），到現今強調社區軟實力展現、以文化的方式經營社區的「新故鄉社區營造第二期計畫」，社區營造的推動隨著不同階段的政策目標而有不同的重點與推動形式，雖然「社區總體營造」的政策計畫名稱已成為過去，但是「社區總體營造」具有培養「公民意識」、落實「基層民主」的時代意義，同時也是台灣近年來最具突破性的文化政策（文建會社區營造紀實，2010）。推動「社區總體營造」的陳其南，人稱社造總工程師，亦獲得「台灣社造之父」的美譽。

第四節 文化創意與社區營造之關係

壹、文化與社區之關係

文化是生活型態，社區是生活基地；而設計是生活品味，需要創意，創意是感動認同，需要文化加值（林榮泰，2005）。蔣勳（2008）認為文化創意應該回歸生活本身，因為文化的核心就是生活。文化發展需扎根社區才能開花結果，從文化與空間再造的角度切入，建立具地方特色的在地文化（陳郁秀，2003）。是以文化與社區是緊密不可分的，文化是社區營造重要的底蘊，也是創意、創新的來源。

我國長期推動社區營造的宗旨在於社區主自，結合特有的文化傳統、空間環境與地方產業，發展地方魅力（文建會，2010）。當社區營造的空間建造係由社區居民共同參與，Wates & Knevitt 認為參與的過程會改變參與人之間的關係及習以為常的觀點，會塑造集體意識，強化對社區群體的認同感，同時對形式與美學有進一層的反省和學習，以及自力營造會深化環境感情，讓參與者與環境建立更親密的關係（曾旭正，2009）。「社區總體營造」除了營造實質環境，最重要的是建立社區成員的參與意識，和提升社區居民在生活情境的美學層次（陳其南，1995）。

社區營造是以由民眾參與、社區自主的方式來運作，營造範圍極為廣汎，以文建會「社區總體營造獎助須知」的補助領域為例，具體項目包括了「社區影像」、「社區學習」、「地方文史」、「社區刊物」、「傳統藝術」、「文學藝術」、「表演藝術」、「藝術創作」、

「社區工藝」、「生態保育」、「文化資產」、「社區產業」、「其他領域」等十三大項，其中多項都與文化(資產)有關；而目前的「新故鄉社區營造第二期計畫」中的三大重點工作，除行政社造化外，另兩大項為社區文化深耕與社區創新實驗。顯示在具體實務執行上，在地文化的特色是社區營造所要挖掘的，而舊有的文化經由創意發想所形成的文化創意，則是社區營造具象呈現很重要的元素。

貳、文化空間是營造文化品質的基地

Florida, R. (2010) 指出，地方的文化品質包含三個條件：一是環境，建築環境與自然環境的綜合，營造出文化的氛圍；二是人物，社區居民在此環境中有著良性互動；三是事件，街坊活動、餐廳文化、藝術、音樂及文化活動等，創造出活潑有品味的生活。因此，文化設施與文化活動形成的文化空間是創造地方文化品質不可或缺的。「文化空間」小自社區文化中心、美術館，大到城鄉風貌、國土的規畫，與我們整個生活是息息相關的(陳郁秀，2010)。適當的空間是維持不斷創新的神奇工具，精心打造的工作環境是企業創新文化的基礎(Kelley, Littman, 2005)。陳其南(1995)指出，在歐洲傳統中，建築景觀是文化藝術的龍頭，所有的軟體文化活動也都必須以這些建築和空間作為情境展現出來。

以巴黎為例，「在巴黎到處是工地，但不是建新的，而是維修老的」。巴黎的老屋絕非只是建築，老街也絕非只是道路，它們構成了「歷史文化空間」，巴黎人的全部精神文化及其長長的根，都深深紮在這空間裡(馮驥才，2003)。是以空間對人文發展的影響力甚大。

城市不是在歷史之中，它本身就是歷史 (Castells, M. 1983)。歐洲人把遺產看得很重要，遺產一詞源於拉丁語的意思是「父親留下來的」，它有物質的含義，也有精神的內容，因為把遺產視為一種珍貴的精神，就不會隨心所欲地處置它，而會永遠守衛著它 (馮驥才，2003)。城市的歷史建物是創新的元素 (Landry, 2008)。城市是充滿人類創意的空間，建築本身就是文化創作。

文建會初期所推動的「社區總體營造」計畫之一，即為『輔導美化地方傳統文化建築空間計畫』，透過社區營造進行空間建造，除了形塑社區的當地文化特色外，由於源自社區居民的共識，不論是古蹟的保存、整修，或是公園綠地的闢建，文化、休閒、運動中心…等公共空間之設置，因為有社區居民的參與、使用，以及共同體的成就、驕傲，逐漸成為生活的一部份，形成將文化帶進生活，將生活昇華為文化的良性循環效果。

文建會於2002年起陸續將菸酒公賣局閒置的酒廠進行舊空間活化再利用，設置「創意文化園區」，創意文化園區是文化創意與再生空間的結合，是營造創意空間的作為。一個空間要能夠成功再生、永續經營，除了硬體設施，還必須結合環境、社區，加強人與空間、人與環境的互動，讓空間有「人」味，才是空間再生的目的與永續經營的契機所在 (李宜君，2004)。否則很容易就成了所謂的“蚊子館”。因此創意文化園區雖是作為推動文創產業的特別用地，其實亦與社區營造息息相關。舊空間再生運用，既能保存歷史意義，亦可兼具現代思維。除將廠房、建築物整修設置創意設計工坊及創意作品展示中心等，提供藝文團體或個人藝術家創作、展演、排練空間，以及交流學

習、推廣行銷創意作品的場域外，還有公園綠地，供居民休憩、親近。更重要的是，園區的空間及藝文活動帶動居民參與、交流，期培養國民生活美學，孕育國人文化創意的細胞。

參、日本古川町案例

古川町位於日本本州中部的山城小鎮，有一條流經市區中央的瀨戶川，在 1960 年代因受到工業污染，髒亂惡臭，於是全村居民動員清理，並發起養錦鯉魚計畫，增設小橋、步道、植樹美化環境等，在大家協力之下，慢慢整治成為一條養著數千尾錦鯉魚的美麗小河川。有了瀨戶川經營經驗，居民們進而以經營空間為榮，積極維護社區景觀，並將小鎮木匠工藝傳承發揚，木匠師傅們爭相修築更好的房子，1989 年建造「飛驒木匠博物館」展現氣魄與技術，吸引各地木匠和建築師前來取經，形成罕見的地方獨特魅力。1992 年又興建「山樵館」、「晨之太鼓會館」、「鄉土民藝會館」等文化設施，是當地學童最佳的鄉土學習場所，也是外來遊客認識古川的最佳管道。此外，「三寺參拜」點「雪蠟燭」、「飛驒古川祭」全民舉行「起太鼓」等民俗文化活動，在舊有的民俗意義中增添新的創意，豐富了活動的內容與內涵，進而把地方節慶、祭典儀式發展成文化觀光。

古川町的各項建設是逐漸累積而成的，不成文的老規矩（群體的意思、共識）比任何法律都管用，傳統是社區的靈魂。1996 年古川町有感於傳統約定俗成的老規矩已不足以維持市街景觀，遂訂定了文字淺顯、感情豐富的「飛驒古川故鄉景觀條例」，來控制可能的未來開發。在組織、人力方面，很多年輕人的參與、社區協會的運作、町

公所的協助與共謀對策，共同成就了古川町的社區營造（西村幸夫，2006）。例如：為免木匠博物館後方的閒置工廠被改為開設停車場，破壞街景氣氛，又因遊客曾反應古川欠缺大型餐廳，遊覽團用餐不便，於是社區協會提議由町役所租下該土地，建築一間具有地方風味的餐廳，並聘用當地人來經營，如此一來，社區居民與地主、公部門和遊客都能夠蒙受其利。

古川町從居民自主性發起投入改善環境，到進一步運用文化創意進行社區營造，成功地形塑具有文化特色的美麗社區，繼而帶動了社區文化創意產業，可說是文化創意透過社區營造成功轉化為社區經濟、產業的案例，是台灣社區營造的極佳借鏡，同時也是經常被提及的社造典範。

肆、文化創意與社區營造之關係

從日本古川町推展社區營造充分運用既有文化資源與發揮創意，成功營造地方文化特色魅力，以及巴黎對於名人故居的照顧維護，顯示一個城市人文的高度與精神的深度，可以看出文化創意是社區營造重要的元素，而古老的歷史文物建築更是耐人尋味的創意人文空間不可或缺的。陳其南（1995）認為一個國家的精緻藝術活動都必然建立在普遍的地方和社區的基礎，不論就專門人才養成或欣賞人口拓展，目標放在社區層次，正是為了建立精緻和頂尖的國際藝文水準而奠定基礎。根據文創產業架構圖（圖 2-1），文化是創意的基磐，創意城鄉與創意園區是支撐、促進文化創意產業上中下游的環境及空間（吳思華，2010）。

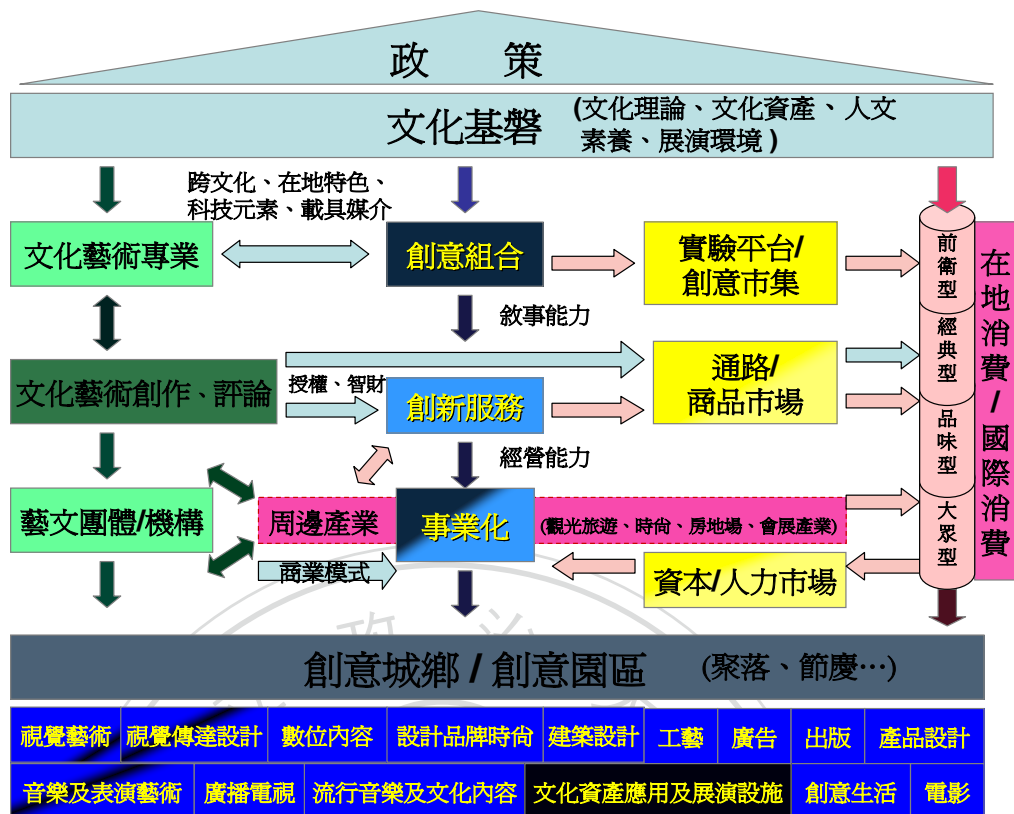


圖 2-1 文創產業架構圖

資料來源：文化創意產業的生態系統（吳思華，2010）

綜合前述，從文創產業架構圖可以得出文化創意與社區營造之關係：文化與創意是社區營造形塑地方特色重要的元素，文化經由創意在社區營造過程中發揮並體現出來，文化創意讓不同的城鄉更具有地方獨特性及人文深度，成為我們新的生活環境與空間，產生新社會，久而久之，這些地方特色與人文風情又變成了文化，形成一個循環（如圖 2-2 左右兩邊虛線部分）。也就是說文化創意除發揮在音樂、表演藝術、電影、品牌時尚、產品設計…等產業發展上，透過與我們生活極為相關密切的社區營造來呈現，更能將文化創意深植於我們的周遭及日常生活中，進而提升國民文化素養及促進文化藝術普及，因此，文化創意是社區營造極為重要的元素，而社區營造則是文化創意發揮

的一個重要平台（載具）。

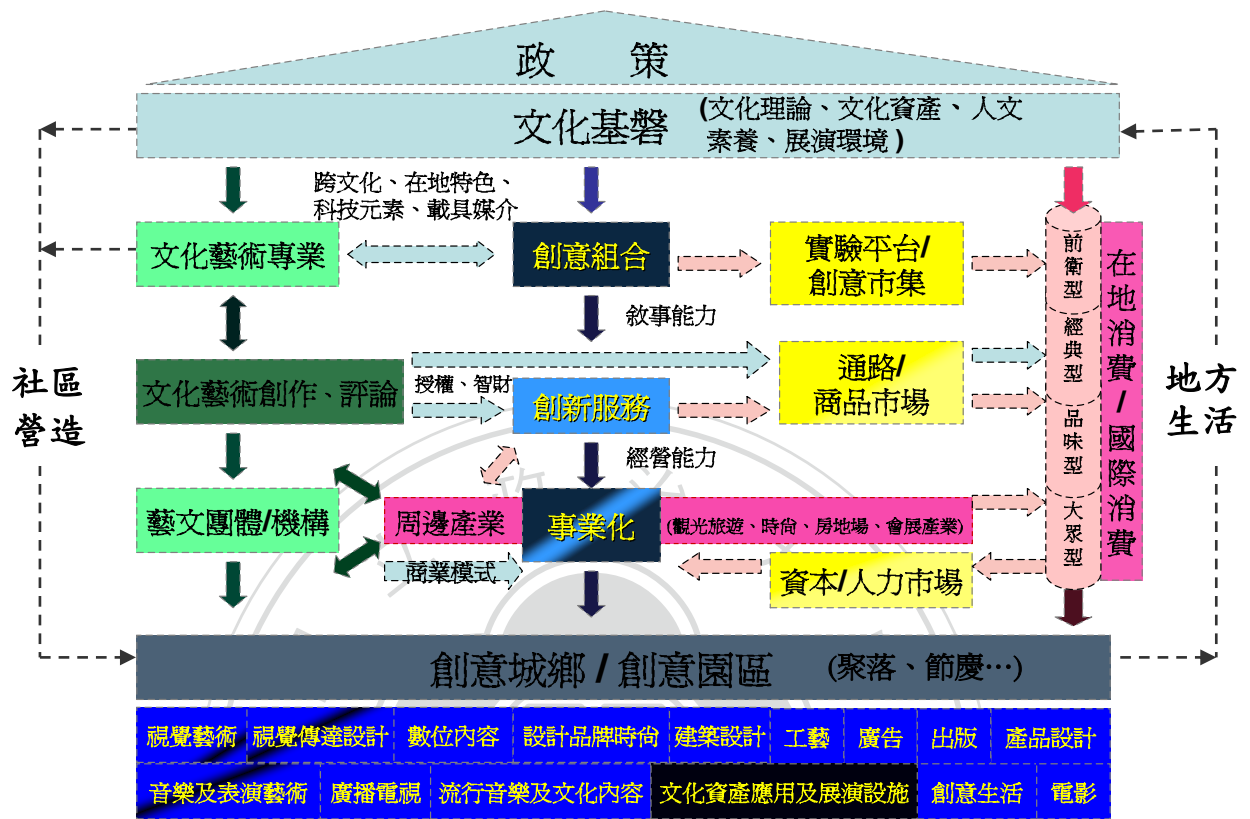


圖 2-2 文化創意與社區營造之關係

第五節 國內相關研究

經檢索全國博碩士論文資訊網，國內與社區營造相關之博碩士論文約有 267 篇，「文建會社區營造紀實」則臚列有 289 篇，以個案研究居多，探討領域例如研究社區營造模式、社區意識、社區組織、社區永續發展等；或 921 災後社區重建、社區與生態、林業發展等議題；或社會資本、地方文化、觀光旅遊、美學、藝術等與社區營造之關係等。對於文化創意與社區營造之關係探討，則尚未見到。至有關文化或文化產業與社區營造或地方經濟等之研究文獻結論摘列如表 2-1。

表 2-1 相關文獻研究結論摘要

著者/年份	篇名/出處	結論摘要
張怡平 (2005)	文化創意產業促進地方經濟發展策略之研究—以苗栗縣地方特色產業為例/逢甲大學土地管理學系碩士論文。	地方特色產業與地方經濟發展間關係密切，地方經濟會表現於當地產業發展現況，相對的，產業發展蓬勃可導引地方經濟發展。除穩固已有的企業規模、人才培育外，亦必須重視專業創意與行銷人才，讓生產出來的產品，能夠具有相當吸引力，適時拓展市場占有率形成不可替代性，主動鏈結其他產業，將傳統的行銷點晉升為銷售網，達到促進地方經濟發展的目標。
陳思琦 (2009)	地方文化產業與社區營造之研究—以關西玉山地區為個案/新竹教育大學教師在職進修區域人文社會學系社會學習領域教學碩士論文	影響地方文化產業發展要素為社區組織與政府部門之關鍵角色、社區居民之認同意識、地方文化產業之經營模式、深層文化價值的營造等，也應朝向多元化地方文化產業的規劃，串連社區周圍之文化資源，以創造社區產業多面性的發展。
林柏霖 (2006)	九二一重建區產業振興核心策略之探討—以華山咖啡及澀水紅茶為例/中興大學農業推廣研究所碩士論文	農村產業發展策略為知識移轉、專業培訓、盈餘回饋、發展產業附加價值。

著者/年份	篇名/出處	結論摘要
呂桂英 (2005)	社區總體營造之文化重建與祭祀圈的探討—以虎尾西安社區白鶴文化節與褒忠鄉大部社區花鼓節為例/人文及社會學科教學通訊	社區內部密切的人際互動、地方信仰的結合、傳統文化的創新、富有文化意涵的行銷包裝、大眾傳媒的傳播力量等，不僅使地方民俗文化獲得新生命，更因此型塑出社區榮譽感。
廖俊松 (2006)	非營利組織與福利社區營造—龍眼林社區之經驗分析/環境與藝術期刊	透過社區組織之間高度整合及外界資源的網絡拓展等，使社區弱勢人口生活獲得改善，而面臨的問題為在地專業人才難尋、外來專業者的協著未獲社區重視、居民決策參與不足等。
蔣玉嬋 (2004)	地方文化產業營造與社區發展/社區發展季刊	地方文化產業的問題為行銷包裝能力不足、未建立廣泛的銷售通路、產業經營內容未考慮在地文化意涵或共同價值觀、複製他人成功做法而無獨特性、短視近利的態度、居民應得經濟利益受到不當剝削。
陳錦煌 陳意玲 (2006)	從文化創意與社區營造看休閒產業的未來/美育期刊	在社造基礎上發展創意之旅：以營造社區生活共同體為思考前提，學習建立差異性，表現獨特風格，對休閒產業未來發展可能的外部性或環境負荷提出約束。社造是成功推動文化創意休閒產業最根本的關鍵。

第三章 台灣社區營造概況

我國推動社區營造已多年，本章主要說明目前國內的社區營造現況、成效與展望，以及國外的社區產業發展情況。

第一節 台灣社區營造現況

社區營造之推動若從 1994 年文建會推動「社區總體營造」算起，至現今之「新故鄉社區營造」（第二期計畫）已經十七年，期間相關主管機關首長異動頻繁，政策方向雖不至於完全改弦易轍，但計畫內容、專案名稱則多所改變，由於「社區總體營造」對台灣的社區營造具有畫時代的意義，以及文建會已經成為統合社區營造的單位，針對文建會歷任十位主委的社區營造相關計畫名稱及重點內容彙整如表 3-1，則更能透徹瞭解台灣社區營造概況。

表 3-1 文建會歷任主委的社區營造計畫名稱及重點

主委/期間	政策計畫名稱	重點內容
申學庸 1993.2 ~ 1994.12 (副主委陳其南【註1】)	「社區總體營造」： 藉著社區居民積極參與地方公共事務，凝聚社區共識，經由社區自主能力，配合社區總體營造理念的推動，使各地方社區建立屬於自己的文化特色，也讓社區居民共同經營『產業文化化、文化產業化』，使生活空間獲得美化，生活品質獲得提升，文化產業經濟再行復興。	1、社區文化發展
鄭淑敏 1994.12 ~ 1996.6		2、充實鄉鎮展演設施
林澄枝 1996.6 ~ 2000.5		3、輔導縣市主題館之文物館長藏充實 4、輔導美化地方傳統文化空間
陳郁秀【註2】 2000.5 ~ 2004.5	「挑戰 2008：國家發展重點計畫/新故鄉社區營造第一期計畫（2002~2007）」： 結合特有的文化傳統、空間環境與地方產業，發展地方魅力。涵蓋社區總體營造人文地產景五大主題，再加上福祉。	1、台灣社區新世紀推動機制
陳其南 2004.5 ~ 2006.1		2、內發型地方產業活化
邱坤良 2006.1 ~ 2007.5		3、社區風貌營造
翁金珠 2007.5.21 ~ 2008.1.31		4、文化資源創新活用 5、原住民新部落運動 6、新客家運動 7、健康社區福祉營造
王 拓 2008.2.1 ~ 2008. 5.19	「新故鄉社區營造第二期計畫、地方文化館第二期計畫（2008~2013）」： 以「地方文化生活圈」區域發展的概念出發，擴大深化社區營造，透過空間整理與地方共同經營，提升社區文化生活及自治品質。以藝文參與帶動更多社區民眾凝聚社區情感進而參與公共事務，落實營造人的目標。社區在地文化也在此歷程，漸被重視，進而保存與創新，建構起台灣在地文化特色。	◎四大目標
黃碧端 2008.5.20 ~ 2009.11.15		1、強化地方自助互助
盛治仁 2009.11.16 ~ 迄今		2、促進社區生活與文化融合 3、激發在地認同情感 4、開創在地特色的文化觀光內涵 ◎三大重點工作 1、社區文化深耕 2、行政社造化 3、社區創新實驗

資料來源：整理自文建會相關資料

註1：1992年陳其南接任文建會副主委，開始推動「社區總體營造」，此項運動和以往政府所推動的文化政策完全不同，係將文化落實在社區營造中。陳其南（1995）認為社區才是行政和政治的基礎單位，社區總體營造的工作，簡言之就是「全面改造文化面貌、環境景觀和生活品質的長期工程」。2004年接任文建會主委後，更致力文建會整合跨部會的功能，謂各縣市文化局、文化中心都應該能夠參與其中，讓台灣有二、三十個文建會，共同推動文化業務。人稱社區營造總工程師。

註2：2000年陳郁秀任文建會主委，認為社區營造運動除了提昇基層社區的活力外，如何打造魅力及優質的生活環境，讓國人感受到屬於台灣當代的真善美，就是社區營造的真諦（陳郁秀，2003）。提倡「原鄉時尚」的觀念，原鄉是指源於這塊土地或者生長在這塊土地，它所創造出來的創造力、競爭力；時尚則是一個國際的語言、品質、趨勢、網路、行銷；如果只有原鄉，那只是傳統的、本土的，只有時尚又缺乏內容（陳郁秀，2010）。

由於行政院相關部會均參與推動社區營造政策，例如內政部社會司的「社區政策」、營建署的「創造城鄉新風貌計畫」、經濟部商業司的「商圈改造計畫」、經濟部中小企業處的「社區特色產業輔導計畫」與「特色產品輔導計畫」、環保署的「生活環境改造計畫」、衛生署的「社區健康營造計畫」、農委會的「一鄉一休閒農漁園區」以及交通部觀光局推動的「生態旅遊」等，因此根據社區營造的型式與推動單位約可分為四大類如表 3-2。又台灣的「社區總體營造」依其主要內

涵及具體做法約可分為五個類別如表 3-3。新故鄉社區營造第二期計畫執行如表 3-4。從此等表中可更瞭解台灣社區營造進行的內容情況。

表 3-2 社區營造型式 vs. 推動單位

社區營造型式	單位	備註
文化資產型、鄉村型、民俗祭典式	文建會	例如：台北市政府捷運局的公共藝術設置、新竹市政府的城門區都市設計、公共工程委員會與地方政府、公共工程委員會與捐建單位。
舊建築再利用型、商圈改造式	經濟部商業司	
城鄉新風貌、小鎮商業街道新風貌	內政部營建署	
公共藝術的建設、都市設計個案、都市災後重建個案、災後國中小重建個案	介於地方政府與中央政府合辦【備註】	

資料來源：整理自楊裕富（2005）

表 3-3 社區總體營造的主要內涵類型

內涵類型	行動（具體的做法）
社區公共空間的形塑	入口意象的建立、公園綠地與閒置空間空地的規劃整理、展演設施之充實維護、老舊建築、歷史紀念物與活動中心的活化與再利用等
自然環境生態保育	封山、護溪、植樹、生態工法邊坡溪流整治、生物林相護育、有機農業耕作等
地方產業的發展	地方特有文史採集編纂與傳播、古蹟維護、民俗廟會祭典活動推廣、傳統手工技藝保存與創新、生態旅遊宣導、特色休閒農業營造、商店街與形象商圈形塑、社區福利安養與照顧產業的推動等
公共安全與秩序的維護	較常見於都會區之社區，例如社區安全聯防、社區崗哨巡守、社區媽媽與校園義工編組、社區健康營造等
終身學習體系的建立	長青學苑、松年大學、社區大學、原住民民族學院等進修教育機構相繼成立與機會提供等

資料來源：廖俊松（2004）

表 3-4 「新故鄉社區營造第二期計畫」執行成果

項 目	2008-2009 年執行結果		備 註
1.縣市行政機制社造化及人才培育	課程 3,843 場次	44,211 人次	另辦理社區劇場培育計畫，北中南東四區，共 297 人次。
2.社區文化深耕工作	輔導 360 處社區推動社區記錄	推動 146 處社區劇場	
3.輔導社區深度文化之旅	規劃 170 條線、348 梯次活動	培育 1,597 人次導覽人員	參與深度之旅民眾計有 15,990 人次
4.輔導社區產業	輔導 53 項社區計畫	50 處社區產業調查	計 10 縣市提案
5.社區營造獎補助業務	審議 1,169 案補助 857 案	辦理活動 3,059 場次 66 萬人次	鼓勵立(備)案之民間團體，就社區特色與發展願景，透過社區影像紀錄、地方文史、刊物、工藝等，提供社區居民更多參與公共事務管道，展現在地智慧，傳達在地文化。
6.建置暨維運臺灣社區通網站	4,568 個社區註冊	電子報訂閱數 22,509 人	平均每日達 1 萬 5,000 人次以上到訪瀏覽網頁
7.社區營造成果展現	460 處社區	6 萬人次	
-「社區文化地圖繪製及全國北中南東巡迴展」	進行 100 餘處社區文化地圖繪製計畫	4 場巡迴展	5,000 餘人次社區民眾、學校、藝術創作者、相關團體共同規劃討論社區未來願景，進而成為地方發展原動力。
-辦理「2008 文化四季遊」活動		632 萬人次	
-舉辦「好家·在社區」活動	參展社區達 150 處以上		
-辦理社區(含文化館)深度旅遊國際廣播行銷計畫			透過廣播方式以五種語言節目向國內外人士介紹
8.辦理「921 社區重建國際研討會」	150 人次參與	39 位國內外專家學者	另辦理 921 震災 10 週年系列座談會 2 場次

資料來源：整理自文建會網站資料

第二節 台灣社區營造成效

曾任文建會副主委、主委的陳其南（2003）認為社區營造十年的歷程下來，最值得驕傲的就是「社區總體營造在社區、地方政府上已逐漸內化」。在地方上，社區總體營造凝聚了許多原本在地方默默耕耘的人，在地方行政上，自行從事社區總體營造，自動分配資源、訓練人才。現在大部分的縣市都有社區規劃師的制度，幫社區做總體營造，但事實上中央政府並沒有這種制度，這就是社區總體營造在地生根的最好證明（林依蓉，2003）。

陳其南亦指出由於社區總體營造的目標在於培養人對土地產生「共同體」的感受，面對政府「管考系統」所強調的施政績效必須具體量化，則面臨評估不易的困境。政府相關政策慣以「補助」的形式作為施政的方法，也容易引發各界詬病。社造應該回歸最原始的初衷，講究社區居民自發的意願，過於依賴補助，反而會折損社造由下往上的自主精神（林依蓉，2003）。

陳郁秀（2004）認為文建會的「社造點」成為九二一地震後，許多社區再造的最重要觸媒。陳錦煌（2009）認為九二一大地震後的社區重建，其介入點是多重且整體，非一般社區的單一議題，因而累積相當多的社造經驗，包括新伙伴關係的建立、創意行政作為、人才培力與組織建構、防災社區、及社區產業振興等。

自從「社區總體營造」推動以來，人、文、地、產、景五個面向都有一定程度的發展，只是比重略有不同，文化與景觀兩個向度發展

最多（曾旭正，2007）。各個社區最初發起的議題及活化社區的方式與過程不盡相同，但都有著由居民參與、社區自主的精神，而各個社區都有獨特的條件，經過努力之後，產生傑出的成果（曾旭正，2007）。彙整列舉部份具有特色、成效顯著的社區營造案例如表 3-5。

表 3-5 台灣社區營造案例

社區	社區營造主要做法與特色	內涵類型	面向
嘉義新港社區	以社區藝文活動吸引居民參與，除提供居民欣賞與成長，亦建立了社區居民互動網絡；大興路老街改造成為美麗的生活街道、小火車停駛後的火車站美化成為鐵路公園，社區空間的營造行動，讓新港老鎮新生。	社區公共空間的形塑	文、景
台西海口社區	以蚵貝壁畫「希望之海」做為環境運動探討媒介，透過壁畫藝術行動，創造一個公共空間、表達訴求；參與者不只是產生藝術作品，而是共同創造一個公共價值發現的過程（許秀雲，2009）。		
花蓮池南社區	在面臨人口外移與傳統原住民文化消逝之際，採取形塑空間建築的概念還原文化。		
台南後壁鄉土溝村	從公共空間的改造切入，自力營造，強化了認同與自信；融合藝術創作與空間改造，就近取材、激發創意，形成樸素的美學形式。		
南投桃米社區	經歷 921 大地震後，推行生態綠化、生態工法，保護河川及溼地，營造動植物棲息地，實踐打造「桃米生態村」理想，並以生態旅遊的定位重新出發，推廣社區產業。	自然環境生態保育	地

社區	社區營造主要做法與特色	內涵類型	面向
蘇澳港邊社區	居民經過反火電運動後，落實環保意識，設置了「無尾港水鳥保護區解說教育中心」。	自然環境 生態保育	地
南投魚池鄉澀水社區	除運用既有美麗風光及豐富生態，還找回老祖宗特色農業「阿薩姆紅茶」、重燃燒陶老文化，現在「喝紅茶、玩陶土、體驗生態」已成為澀水的意象。澀水紅茶又稱「台灣紅玉」，質感極佳，行銷得宜，堪稱紅遍半邊天，是極為成功的文化加值農業案例。	地方產業 的發展	產
宜蘭冬山珍珠社區	利用稻草工藝與風箏文化創造出經濟產業的第二春。		
宜蘭白米社區 (白米木屐村)	從地方歷史尋找地方特色，重拾日治時期的木屐製造技術、設立木屐文化館，加上創意發想，讓木屐重生。成立白米社區合作社，地產地銷，成功建構木屐產業及社區旅遊。		
中寮龍眼林社區	為 921 重建社區，從龍眼乾文化包裝與行銷、龍眼文化季，到休閒農園，逐漸發展成另類的休閒農村。		
苗栗象鼻部落	受 921 震災重創，「野桐工坊」將來自部落的婦女變成織女，改善經濟、更傳承了織布文化，找回泰雅族人的春天。		
台北市北投社區	從「厝邊好醫師聯誼會」轉換成「社區醫療群」，推動預防保健、關懷獨居老人、進行衛生教育、協助申請救援急難系統，營造健康社區。	公共安全 與秩序的 維護	人
	成立北投社區大學，每年有兩千餘人次參加，亦為傳播社區營造理念的重要基地。	終身學習 體系的建 立	文

資料來源：整理自相關資料

過去數十年來，台灣工商產業繁榮發達，締造了經濟奇蹟，伴隨而來的是農村人口日漸減少與高齡化，農地休耕景象處處可見。然而近十多年來，社區營造的推動因為經濟及就業問題，鄉村地區的社區人口依舊外流，以社區營造活化農村、增進就業機會的社造目標仍無法達成。

以花蓮縣（含花蓮市）為例，近五年總人口數逐年下降，由 95 年底的 345,303 人降至 100 年 5 月的 337,758 人，其中除了吉安鄉逐年成長外，其餘十二個鄉鎮都是逐年下降。

農村缺乏誘因讓年輕人回鄉工作，青年人口外流與經濟發展互為表裡，沒有年輕人回來貢獻一己之力，社區的發展就更形困難（溫文谷，2008）。如果不好好地面對社區產業的基本問題，對於這些生存不下去的村民奢談什麼社區共同體意識的凝聚是空洞無助的（池南社區發展協會，2010）。振興活化鄉村基礎產業，乃是落實社區總體營造的原動力（江大樹，2005）。

第三節 國外社區營造發展成效借鏡

壹、由社區營造帶動社區觀光產業

鄰近台灣推動造町運動已經四十年的日本，以保護文化資產、營造地方魅力，發展特色產業或觀光資源，進而活化偏遠鄉村、吸引人口回流的策略，造就了許多成功的案例。在經過了多年的淬煉後，慢慢發展出一套邏輯思考，認為地方的活化，必須從盤點自己的資源做

起，只要針對一、兩項資源特色好好運用、發展，就可以讓地方免於持續蕭條（林梓聯，2001）。

一、日本長野縣南木曾町的妻籠宿，古時曾經是官道上的驛站之一，極為繁華榮盛，自從鐵路交通發達之後，妻籠就一蹶不振，人口大量外移。1967年妻籠國小父母會開始進行民俗資料蒐集活動（此活動團體在後來還擴大發展為「驛站資料保存會」），從而促使居民們致力於維護舊有驛站景觀，成功地把妻籠變成充滿歷史風情的觀光據點，至2000年，觀光客人數每年已超過60萬，為地區居民帶來可觀的觀光收入。「妻籠模式」的造町方法，成為日本全國各地仿效的對象。而觀光客的大量湧入，不但沒有破壞妻籠站景觀，反而更刺激居民對保存文化遺產的行動（林梓聯，2001）。

二、位於日本九州的湯布院，人口約1萬2千人，自1960年代起，町長以「讓產業/溫泉/自然山野的功能動起來」作為社區營造的主題，以溫泉養生保健社區為目標，開始推展各項措施，並由居民成立自發性組織，而居民也逐漸瞭解湯布院的資源，及認同湯布院是生活型溫泉養生保健社區，因此協力推動具特色的觀光事業，以溫泉為主要訴求，並刻意保護當地的群山景觀、清澈流水、開發美食、民俗藝品等，營造出高品質的遊憩休閒區，社區環境與商業觀光形成良性的循環。在1970年遊客人數即達到100萬人，之後持續成長，至1997年則達到390萬人，期間也出現過田園景觀面臨被破壞的危機，但湯布院超越了「保護」與「開發」這看似相反無法兩全的問題，重新制訂以「成

長管理」為理念的社區營造條例，兼顧開發及保育的永續發展方式（石原照敏，2000）。

三、日本白川鄉更是一個因觀光而活化、帶動年輕人回流的山村。1970年代，白川鄉居民為了維護特殊的合掌造²建築，發起保護運動，於1971年成立「白川鄉荻町村落自然環境保護會」，制定保護資產的住民規章，採取「不賣、不租、不拆」的政策，即使新建的房舍也必須配合其屋頂，漆成咖啡色系，以維護這特殊的古代遺跡景觀。合掌造的保存，吸引了許多參觀人潮，尤其列入世界文化遺產之後，大量觀光客湧入，在外地的白川鄉年輕人也紛紛回來經營民宿及藝品、美食等商店，展示館的門票收入以及周邊紀念性產品的推出，使當地居民在經濟上有了可以發展的方向。雖然參觀人潮讓屋主的私生活領域受到打擾，但居民認為能夠讓合掌造重獲新生契機，振興原本衰微的小山村，是很值得的事情（黃淑芬，2006）。

貳、社區與觀光之競衡

聯合國世界旅遊組織（World Tourism Organization）訂定 2003 年的「世界旅遊日」主題為「旅遊：消除貧困、創造就業和社會和諧的推動力（Tourism：a driving force for poverty alleviation, job creation and social harmony）」。是以觀光產業被世界寄予脫離貧窮、活化地

註2：合掌造係根據地形、就地取材所發展出來的特殊建築形式，完全不用釘子，稻草屋頂約三、四十年就須整修一次，每年固定在夏天修砌一棟，由於工程浩大，因此全村居民也都會共同參與、幫忙，這種合作方式稱為「結」（維基百科）。一棟合掌造其實就是整個村莊的心血之作，也是地方的魅力所在。

方的期待（黃淑芬，2006）。然而，觀光雖是無煙囱產業，但並非無污染，一旦不慎尤勝高污染工業（宋秉明，2005）。

過去在歐洲為因應改善大量觀光客帶來的環境問題，許多國家發展出「替代型觀光」（alternative tourism），像 1980 年代初期阿爾卑斯山地區的柔性觀光（sanfter tourismus）、法國的綠色觀光（tourisme vert）、英國的鄉村觀光（rural tourism）、愛爾蘭的農村旅遊（farm tourism），以及 1980 年代後期提倡的生態旅遊（eco-tourism）都屬之。Pearce, D.G.（1992）認為這些觀光的共同點為透過與在地社區生活緊密結合的小規模開發，來振興地方社會，因為受到地方支持，發展情況佳（石原照敏等，2005）。Butler, R.（1992）認為「替代型觀光」並不是要取代所有的觀光型態，大致上「替代型觀光」被認為提供遊客一個愉快體驗自然與文化的機會，對當地居民帶來的負面影響也較小，同時偏遠地區農村居民的生活所得也可藉此獲得改善（石原照敏等，2005）。

以德國、奧地利為例，綠色觀光是指運用農莊原有風貌，活化農莊擁有的各種資源和生活文化，提供都市居民體驗與住宿的旅遊方式，其對於發展綠色旅遊，都設有指導、推動農家度假或農家民宿的機構或組織。日本亦從歐洲學習綠色觀光的經驗，於 1995 年立法推動，並巧妙的帶動鄉村社區的永續發展。

一、風景秀麗的群馬縣片品村，在村公所、村觀光協會、村農協指導及居民努力下，開發了許多深度的自然、農業、文化、健康、運動...等各個方面的體驗活動，豐富了片品村成為停留型觀光地的

條件，觀光客停留片品村的時間增長了，居民得到的經濟效益也相對增加。片品村的人口大約是6,400人，但可以容納三倍數量的觀光客住宿一晚，村裡七百座網球場成為運動健身的最佳空間，是日本農業體驗和優質民宿的示範村，更是停留型農村觀光地的典範（顏建賢、方乃玉，2003）。

二、位於關東地區的茂木町，原本是一個貧困的鄉村社區，以種植煙草和燒木炭為主，因當地居民關口先生到美國留學，又到歐洲各國旅遊、流浪十多年，讓他體驗到綠色旅遊和農業體驗才是未來生活的主流，於是回國開始推動農業體驗活動。茂木町是日本最早種梅樹讓都市人認養、蓋民宿讓都市人體驗的鄉村。近年來推展有機栽種，橙、梅、蕎麥麵是特色農產品，強調讓消費者體驗簡單的、立即的幸福感覺，而經營者需要的是把農業體驗的專業表現出來，讓農民獲得信心和尊嚴。茂木町所推動的農業體驗活動，從淺至深約有二百種課程，並和日本最大的旅行社JCB結合，做一日遊的農業體驗課程，成功轉型為頗負盛名的農業體驗村（顏建賢、方乃玉，2003）。

此外，在1980年代後期發展起來的生態旅遊，依美國旅行業協會的定義為「重視環境與調和的旅行，也就是在不破壞野生的自然或環境的目的之下，體驗自然或文化的活動」（石原照敏等，2005）。Page和Dowling（2006）指出，生態旅遊的五個核心原則：1.以自然為取向（Nature-based） 2.生態的永續性（Ecologically sustainable） 3.具有意義的環境教育（Environmentally educative） 4.當地獲益（Locally beneficial） 5.形成遊客滿意度（Tourist satisfaction）。生

態旅遊協會 (TES) 為生態旅遊下的定義為「一種具有環境責任感的旅遊方式，以保育自然環境與延續當地住民福祇為最終目標」，與社區營造的理想其實相似 (黃世輝，2005)。

檢視南木曾町妻籠宿、湯布院、白川鄉、片品村、茂木町等案例所發展的觀光型態，其實大致上都具有 Page 和 Dowling (2006) 的生態旅遊的五個核心原則。雖各有不同的地方資源特色，社區發展的過程也不同，但各個鄉村都極力在自然、文化環境的保存、維護下，運用其地方特色發揮創意，讓觀光旅遊支持當地的經濟，居民更重新認識地方價值與增進生活自信，形成兩良性的循環。

第四節 台灣社區營造展望

壹、社區自主精神已建立，亟需人才與創意。

台灣的社區營造推動至今，長遠發展亦有堪憂的問題，陳郁秀 (2004) 認為在推動文建會任務的四年經驗裡，覺得台灣文化最缺乏的，也是最大的隱憂，就是人才；而社區總體營造的另一隱憂，就是看見每個社區都做出差不多的東西。

社區發展最大的問題在於人才欠缺、人力不足，這跟青年人口的外流有非常大的關係 (溫文谷，2008)。長達十餘年的社區營造人才培育有重新檢討需要，尤其是社區營造列為行政院層級重要施政理念之後，各部會均編列人才培育及輔導費用，落到縣市鄉鎮或社區時，

常常是資源重疊浪費，集中在少數人身上（王本壯，2008）。

陳錦煌（2009）認為反省九二一後十年的社區營造，除了社造點遍及全國，可供申請社造的計畫遍布各部會，至於社區營造工作是否有突破？是否硬體建設多於軟體經營？是否社造來不及建立共識就得草草結案核銷而一筆帶過？就其個人觀察認為問題仍舊存在。

不過，亦有專家學者認為社區營造的推動，建立了社區自主的精神，提供了打破派系生態的機會，社區有好的計畫或提案，就可以跳過派系的利益分配，直接向中央政府申請經費；但中央政府應該致力於政策，執行面不宜介入太多，否則會產生侷限，同時要讓縣市和社區承擔更多職責，很多縣市組織也應該「社造化」，才能進一步落實社造理念（曾旭正，2003）。

「社造行政化」尚未真正落實。在未來的社區營造，政府部門的整合協調與基層單位的投入，連結社區協會、團體等組織的運作，必須更加強，才能有效推動整體性的文化環境（王本壯，2008）。

貳、打造觀光城鄉的新契機

社區營造啟動了社區特色產業及文化創意產業之發展（王本壯，2008）。陳其南（1996）與黃世輝（2001）的研究指出，地方上，不論原來是何種類型的產業，如傳統的農漁業、土產特產業、觀光遊憩業，都可以加上文化性的包裝，使得這些產業類型，因為轉型而成為文化的一部份，而增加其吸引力和價值。

陳錦煌、陳意玲（0000）認為從傳統中發揮創意、以社區營造為根本，也就是在社區營造的基礎上發展創意之旅，才能有內斂的推陳出新，有別於以營利為主的思考框架，社區營造是推動文化創意休閒產業的成功關鍵，也是最好的文化行銷。

另就需求面來看，人口都市化成為世界性的趨勢後，都市人喜歡到鄉村旅遊放鬆身心也繼而成為一種新的重要趨勢，更促使社區的休閒旅遊發展成為未來台灣鄉村社區發展的一項重要目標與方向（蔡宏進，2003）。

此外，王慶鐘（2008）認為社區營造亦可供為藝術工作者實現所學最好的展演舞台之一；社區之於生活，生活中又離不開藝術應用的範疇，社造與人的接觸密切，可以與自身創作產生刺激，滋養對於生命情感的細膩捕捉，且社造領域中有許多行政資源及民間相關補助，讓理想能夠付諸計畫實踐，是以社區營造有可供作藝術工作者志業之可能性。

花蓮部份社區，尤其有原住民工作室設立者，原創產品頗為出色，也較具有市場性，其類別大致可分為雕刻、染織、編織、陶藝、飾品、製革等，而這些工作室大多是憂心傳統工藝失傳並希冀開創商業價值的住民積極投入、經營，從學習傳統工藝，到進修相關知識，再加以創新產出融合原住民文化特色的產品。例如秀林鄉那都蘭工作室，傳承、推廣太魯閣族織品工藝，並研發創新一系列手提包與編織服飾配件，深獲好評，建立了市場知名度，也讓社區文化藝術內涵加值。創意之美，在於文化與生活應用的結合所呈現（胡秀蘭，2010）。

Sobel 和 Rothenberg 認為影響創意品價值的因素主要為產品本身創造力的具體表現，其取決於產品的原創性、價值感、整體性三大要素(楊燕枝、吳思華，2005)。參考花蓮紅葉社區發展金工藝品的操作模式如圖 3-1。

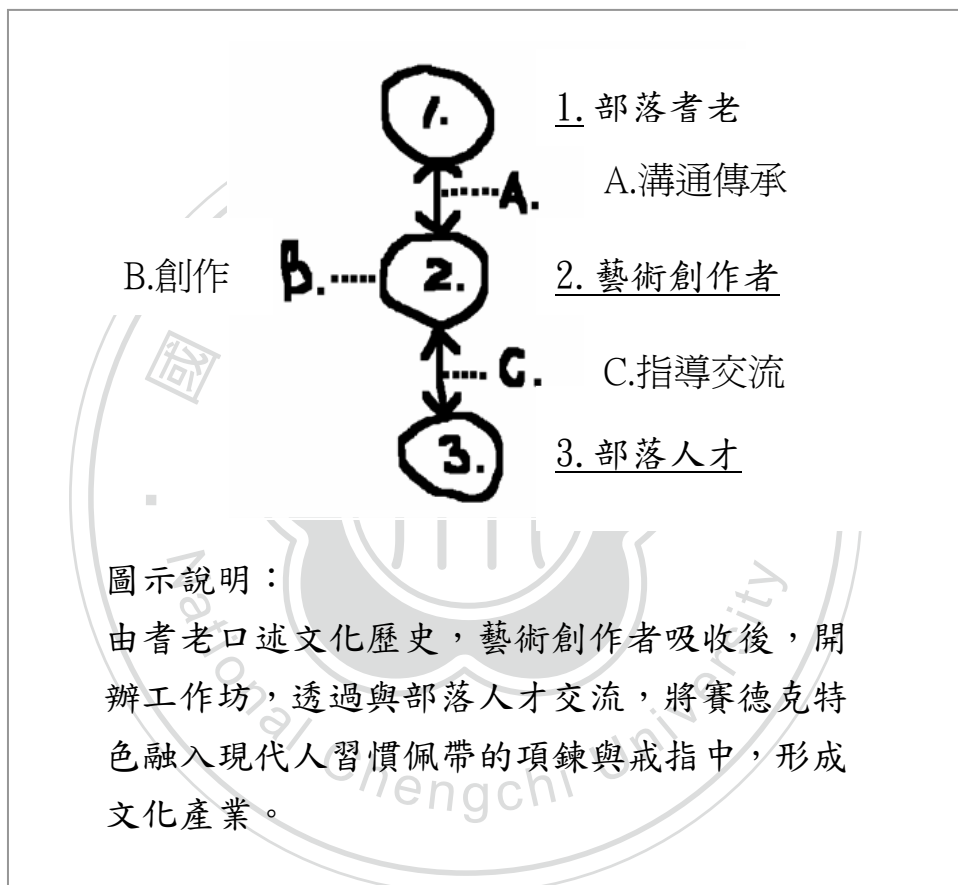


圖 3-1 花蓮縣萬榮鄉紅葉社區發展金工藝品操作模式

「開創在地特色的文化觀光內涵」乃現今社區營造（即「新故鄉社區營造第二期計畫」）的四大目標之一。2010 年文建會提出「社區營造亮點計畫」，期能促進鄉鎮公所與社區組織合作，發展具永續性的文化產業或創新發展的機制。

綜上所述，台灣鄉村地區的社區產業推展至今雖然尚無法改善人口外流的情形，但也已經有越來越多的社區在經濟模式方面尋求創新，希鼓勵、吸引青年人口留在農村或回流家鄉。穀東賴青松（2011）反思上一代的老人種稻給這一代的青壯年人和下一代的小孩吃，如果這一代的青壯年人不種稻，那將來老人都走了誰來種稻給下一代吃呢？因此回到農村投入農業行列，更重要的是，其契作模式以及以有機稻米為社區特色產業的做法已逐漸發展開來。此外，台灣的社區營造雖然有發展的瓶頸，但推動十多年的社區營造已為鄉村地區的社區產業發展建立良好的基礎，運用社區自然文化特色，發揮創意並結合各項資源的社區深度旅遊、農村旅遊或生態旅遊等觀光旅遊，隨著國人對生態環境保護的概念逐漸增強，以及社區居民對社區發展的共識，既可發揮鄉村社區自然人文特色，亦可避免因過度消費而產生破壞社區原貌的情形，除有利於社區經濟提昇、創造就業機會、活化鄉村外，也讓社區營造的工作持續發展下去，達到社區永續的目標。

參、城市移民鄉村的新趨勢

隨著城市人口高度密集，鄉村人口則產生嚴重外流；而都市人口、交通飽和、空氣污染等問題因應而生，鄉村則呈現農田休耕、社區逐漸凋零問題。盱衡過去幾次世界經濟景氣衰退與金融危機等問題，上班族動輒失業的情況愈來愈多見。日本現代農業雜誌（2003）認為農村後繼無人所產生的廢耕田，以及都市裡兼職、打工、退休、失業者，兩種負面現象若經過整合，有可能創造出良好的新農村生活。

日本結城登英雄提倡「不苦求沒有的東西、尋找既有的東西」的

「在地學」精神；塩見直紀（2006）則認為積極追求「永續可能性」與「價值創造性」的「半農半 X」³ 生活方式，是二十一世紀新的生活主張，也是新的世界觀、價值觀。在「回歸自然」、「地產地銷」、「地球永續」等二十一世紀新社會型態的觀念已日漸受到關注與支持，「退休歸農」、「市民農園」等生活方式也愈來愈多人力行。根據農委會調查有五成的都市人夢想回歸田園，更有許多人想在 60 歲前擁有一塊田地，「歸農運動」已逐漸成為一種新興的潮流。

1990 年代台灣流行島內移民（或稱輕移民），花蓮的好山好水，成為都市人心嚮往的首選（文建會社區營造紀實，2010）。台灣自從 1994 年推動人文地產景五個面向的社區總體營造，掀起了一股社區營造風潮，地方文化與在地特色也在此一過程中，受到極大重視，並建立起一種學習以新的眼光體驗周遭生活環境的豐富與美麗的人生態度。社區營造凸顯了地方之美，城鄉交流，增加為鄉村人口挹注新涵養的機會，亦漸形塑社區新特色。

陳其南認為社造本來就沒有所謂「成功」的一天，因為任何一個個案都需要長時間累積，隨著時間環境的改變，它甚至會以不停的改變做為它存在的樣貌（林依蓉，2003）。社區營造的腳步持續向前邁進，社區齊心建構的文化軟實力也漸發光，成為台灣文化精神的重要展現（盛治仁，2010）。是以社區營造也要不斷創新，才能向前推進。

註 3：日本塩見直紀所提倡的生活方式，著有「半農半 X 的生活」（2003）一書，「半農半 X」意為順從自然、實踐天賦，亦即脫離大量的生產、輸送、消費與廢棄，覺知循環式社會型態的重要性，並活用天賦為社會貢獻。從小規模的農業中獲取自給自足的糧食，用簡單的生活滿足最基本的需要，同時也從事自己熱愛的工作、理想，更積極地與社會保持聯繫。

第四章 研究方法

本論文係採取個案研究，本章主要說明研究範圍、對象，以及擬訂研究架構與研究方式。

第一節 研究架構

壹、設定研究範圍及對象

本研究探討文化創意與社區營造之關係，二者定義以前述文獻探討為基礎，社區營造並以「台灣康健社區六星計畫」的六大面向為範圍，同時將社區營造成之效區分為文化創意與非文化創意兩類型進行檢視，以利研究分析。

以花蓮縣壽豐鄉豐田三村牛犁社區為研究對象，豐田三村包括豐山村、豐裡村及豐坪村三個村，簡稱豐田，亦慣稱牛犁社區，人口約5,000人。豐田與吉野（今吉安鄉）、林田（今鳳林鎮）同屬日據時代由日本官方在台灣東部設立的移民村，具有特殊的歷史文化背景，其中又以豐田移民村規模最大。

貳、研究架構

經濟發展的資本要素包括自然資本、人造資本、人力資本及社會資本，資本存量攸關人民福祉（蕭代基，2006），就社區營造而言，

社區營造係為了改善社區生活環境、提高居民生活品質，因此該等資本是社區的核心資源，亦是社區發展的要素。因此從牛犁社區資源盤點，進一步分析牛犁社區之優、缺點及競爭利基等，並從社區營造的成果比對文化創意的運用發揮成效，再經由與當地人士的訪談，做較深入的剖析、討論。最後針對研究發現提出結論與建議。

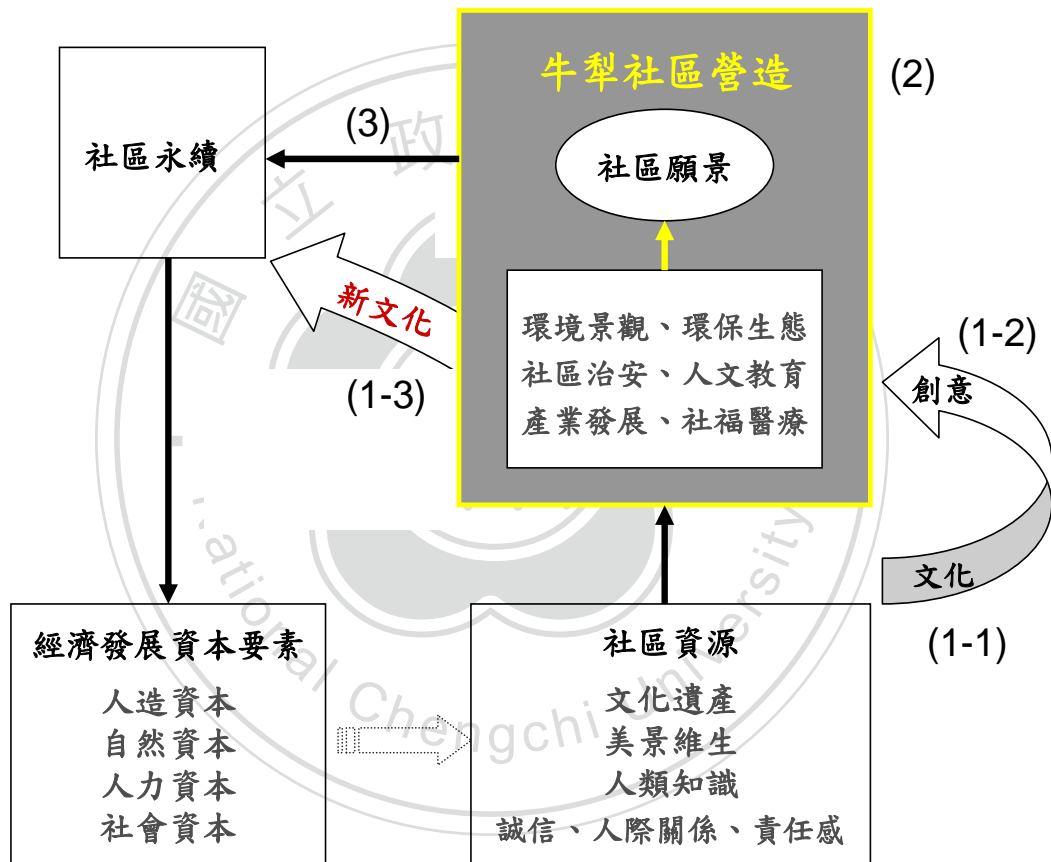


圖 4-1 研究架構圖

- (1) 牛犁社區如何去挖掘社區的文化特色？如何發揮文化創意形塑社區風貌？文化創意是否讓牛犁社區更具有獨特的地方特色？
- (2) 社區營造提供地方文化創意發揮的平台，牛犁社區以社區營造做為文化創意發揮與具象呈現的平台時，有何困難？
- (3) 在政府積極推動文化創意產業發展之際，牛犁社區的在地文化可否轉化為文創產品或服務內涵，以提升社區經濟？

第二節 研究方式

壹、資料蒐集

- 一、次級資料整理：當地文史資料、相關社區報導資料、社區營造政策相關計畫及方案資料、文建會出版書籍刊物、鄉公所統計資料、網路資料。
- 二、實地深度訪談、調查，及參與觀察。撰寫論文期間共走訪牛犁社區五次，並訪問協會兩次；參加社區深度旅遊及旁聽文化資產區域環境整合計畫會議各一次；參加政大 NPO-EMBA 公益論壇「牛犁禾下田，小鎮自耕生」(主講者之一為牛犁社區交流協會總幹事楊鈞弼)。
- 三、受訪者如表 4-1。

表 4-1 受訪者明細表

牛犁協會		社區居民	
A1：楊○○	A4：徐○○	B1：李○○	鄉民代表
A2：游○○	A5：周○○	B2：Angie	民宿老闆
A3：呂○○		B3：張○○	機車行老闆
		B4：黃○○	房屋設計師

貳、分析論證

將所蒐集的資料作整理與分析，並與相關理論及研究互相論證，彙總結論並提出建議。

第三節 研究限制

主要聚焦於牛犁社區，而當地居民老人小孩居多，普遍對文化創意、社區營造的意涵並不清楚，較無法廣範深入探究，為能獲得不同角度的看法與想法，選定受訪者各有不同的工作背景。訪談時採取較為開放的態度，進行資料收集，儘量讓受訪者在一個沒有限制的環境裡，就主題自由的談論自己的意見，並不予以引導，期使資料更具客觀性。此外，採取實地訪談方式，相關經濟產值數據較為不足。



第五章 個案敘述

本章主要就花蓮縣壽豐鄉豐田三村牛犁社區進行瞭解，敘說有關歷史文化背景、地區人口遷移、社區營造等情況，並據以探討該社區之文化創意與社區營造之關係以及二者結合、運用情形。

第一節 牛犁社區簡介

壹、牛犁社區之發展歷史

花蓮縣壽豐鄉位於花蓮縣境中部略偏北部的地區，東臨太平洋，南與豐濱、鳳林兩鄉鎮為鄰，西迄秀林鄉，北鄰木瓜溪與吉安鄉相對，中央山脈與海岸山脈東西夾峙，花蓮溪南北流貫。半壁原野，河谷交錯，為一凹形狹谷平原，南北縱長約二十三公里，東西橫寬約十四公里，總面積二百八十八點四四八平方公里。轄十五個村，其中相鄰的豐山村、豐裡村及豐坪村，位居壽豐鄉的中西部略偏南，三村面積總計約三十二平方公里，習稱豐田三村或簡稱豐田，推動跨三村的社區營造組織為「花蓮縣牛犁社區交流協會」，成立於2001年，故豐田三村亦習稱為牛犁社區。

豐田三村位於花東縱谷的起點，在日據時期曾是日本的移民村，早期的豐田是一片未開墾的荒蕪之地，當年日本人為紓解日本本島的人口壓力，於1911年設立豐田移民指導所，1913年正式建立豐田移民村，分為山下（今豐山村）、森本（今豐裡村）、及大平（今豐坪村）

三個部落，與一個行政區中里（併入豐裡村）。1918 年時，計有 180 戶、912 人，有神社、移民指導所、醫療所、小學、派出所、佈教所等設施，組織頗為完善。作物以甘蔗為主，次為水稻，二者合計占全部農產品百分之九十以上，另為提昇經濟效益，亦引進菸葉種植。

1917 年因受到兩次颱風襲擊，移民村損失慘重，緊接著發生了傳染病，幾乎人人得病，死傷頗為慘重，粉碎了日本人在台灣的殖民美夢，於是 1918 年廢止官營移民政策，停止再讓日本人移居至此。由於耕種亟需人力，當時台灣西部居民生活困苦，耕地取得不易，知悉東部有工作機會，於是許多人遷移到東部討生活，而輾轉來到豐田地區，有來自新竹、苗栗的客家人及部分閩籍移民，初期只能受雇於日本人成為佃農，住在花蓮溪河床地，直到台灣光復之後，日本人把土地、房屋賣給台灣人。由於日本人離開，客家人才能住進豐田的核心，取得耕地，逐漸發展成為豐田地區最大的族群（約占 60%）。

1945 年台灣光復後，豐田地區吸引大批宜蘭籍人士遷移定居，1950~1976 年因地震、水災造成台灣西部耕地、養殖池流失，居民生活困苦，遂吸引了雲嘉地區居民遷來豐田發展。同樣的，豐田地區的原住民也不是同時遷移進來的，而是各有移民史，豐山村的阿美族為 Sakilayar 系、太巴塢社、沙老社等；豐坪村的為 Ven 社、Pakaka-Atsi 族、及台東縣成功鎮 Pivon、Takoban 兩地遷來的原著民；豐裡村的阿美族主要來自恆春系、馬太鞍系，恆春系於日據時期曾受雇於日本人種植甘蔗、水稻，馬太鞍系來自鳳林鎮和光復鄉，在 1937 年遷入。1951~1961 年，退輔會榮民開發處組成開發區開發隊，於共和村開墾專業養殖生產區，以及 1971 年起，中國礦業開發公司，開採豐田玉，

因此也將外省族群引進豐田地區定居，而 1990 年代起，來自中國大陸、東南亞國家的外籍配偶，則是豐田地區最新的移民。至此豐田地區已成為多元族群融合的移民村。截至 2011 年 2 月底止，豐田三村的人口有 5,037 人、1,725 戶。

近些年來，居民有感於過去對豐田的介紹與解說都停留在台灣光復前的歷史時空，遂認為在講述過去的同時也應該要讓客家文化內容豐富及傳承下去，更應該經營、展望未來，讓社區變得更好。於是成立「創意產業研發工作室」、推展社區深度旅遊⁴，以發展在地服務業，同時也積極投入青少年教養教育，因為「人」才是社區最重要的資產，是社區永續的關鍵。該社區不以外來「消費」為目的，而是回歸實際生活努力提升生活品質，也就是不苦求沒有的東西，而是開始去發現既有的東西，加以利用、創新，讓生活更有智慧、更有內涵，此種理念與日本綾部推展的「順從自然、實踐天賦」的生活，實有相通之處。此外，該社區致力於環境生態保護、景觀美化與人文教育，亦與 21 世紀的環境保護議題及在地生活趨勢相符。2001 年農委會推行「農村新風貌」專案，地方農業局即選定豐田擔任示範推行地區。

對於台灣非都會地區而言，尤其是較偏遠的花蓮、台東地區，在政府推動社區營造十幾年來，有關之社區景觀美化、生態環境保護、在地文化（資產）保存、活化等，所呈現的成果，恰與 2001 年全面實施週休二日後，國內休閒旅遊風潮興起，產生了相輔相成的效果。

註 4：嚴長壽（2008）認為觀光客的演進成長大致可分為三個階段，第一階段是「走馬看花」；第二階段是「深度旅遊」，觀光整合了各種在地資源、文化、生活面貌的複合產業；第三階段是「無期而為」，以定點旅行、Villa SPA 或泡湯，暫時擺脫原有環境壓力為訴求。牛犁社區深度旅遊即屬第二階段的型態。

社區營造讓鄉村地區更有特色、更有魅力，即使地處偏遠，也吸引很多人前來旅遊度假。而在社區組織的帶動、居民的參與，以及文化創意的激發催化下，營造出具人文深度的樂活環境，除了提升社區居民的生活品質，「來自外界的眼光」使原本平淡無奇的日常生活，頓時又再度大放異彩（西村幸夫，2010），讓社區居民更珍惜過去祖先留下來的文化資產，並引以為傲。此外，有好山、好水，還有獨特的地方文化、風土民情，也逐漸進一步吸引更多島內移民（即「輕移民」），例如提早退休的都市上班族、追求慢活的電子新貴、與美國文化創意人⁵相似的崇尚自然的人…等，為社區的發展注入了新的涵養。

貳、牛犁社區之文化資產

豐田地區歷經日本人、客家、閩籍、原住民、外省及外籍配偶等遷移，多元的族群締造了豐田豐富的生活環境與文化特色，雖然百年的開發歷史並不算非常久遠，但所留下的歷史遺跡、文物、景觀，都成為豐田珍貴的文化資產，也頗具獨特性，是台灣東部饒富特色的客家村（文建會社區營造紀實，2010）。

一、舊豐田移民村警察廳舍

1913年設立，位於現今豐裡國小對面，警察廳舍的職責為負責村落安全，避免原住民侵害。警察的辦公廳和宿舍內部相通，但外部

註5：「文化創意人」出自《文化創意人：5000萬人如何改變世界（The Cultural Creatives）》，2009》一書，作者 Paul H. Ray, Sherry Ruth Anderson。自1960年代以來，美國已有26%的成年人的世界觀、價值觀、生活方式，歷經了全盤的轉變，正塑造出一種21世紀的新型美國文化。這群文化創意人清楚分明的信仰與價值觀展現在對生態與地球的永續關注、強調關係與女性觀點，致力於心靈與心理發展，不滿現代生活中的大型機關團體，包含政治的左右兩派，也拒絕唯物主義與炫耀社會地位。作者將這批新的族群命名為「文化創意人」，因為他們名副其實地正在美國創造一種新的文化。

的庭院卻由不同的兩個門進出，歷經多年屋瓦嚴重毀損。2002 年經文建會挹注經費，修復完成並做為「壽豐文史館」，2009 年登錄為花蓮縣歷史建築。目前館內展示豐田地區的生活文物、珍貴老照片，極富歷史意涵。草木扶疏、寬敞寧靜的庭院，亦可供遊客休憩，是豐田地區旅遊的重要資訊窗口。

二、舊花蓮港廳豐田小學校劍道館

豐田尋常小學校設立於 1913 年，當時只有日本人才能夠就讀，分為尋常科（六年）與高等科（二年），國民政府領台後改稱豐裡國小。劍道館構造為加強磚造及木構架屋頂，建築原貌大抵保持完整，是豐裡國小唯一留存下來的日式建築，目前做為禮堂之用，2009 年登錄為花蓮縣歷史建築。

三、移民指導所

移民指導所為豐田移民村的行政中心，設立於 1911 年，除辦理一般性的行政業務外，還包括土地分配、農耕、婦女女紅、兵役、衛生訓練等。1960~1970 年代該建築曾供做豐裡國小的課輔教室。因年久失修，逐漸形同廢虛。經獲花蓮縣政府經費補助，於 2011 年由社區自力修繕中。

四、豐田神社遺址及鳥居、參拜道等

豐田神社建於 1914 年，為日人信仰中心，每當太陽升起，第一道光芒就直接照射神社脊頂，按民間習俗稱為吉地。1947 年改稱碧蓮寺，共同奉祀釋迦牟尼佛與不動明王，1958 年遭溫妮颱風吹垮，1962 年重新興建，雖原神社主體建築已不復存在，但仍留有保存完

整之鳥居、參拜道、石燈籠、石狗等，寺內並放置日本殖民村開村三十週年的紀念碑。碧蓮寺目前已成為豐田三村的信仰中心及活動、慶典、社交場所，2009年登錄為花蓮縣歷史建築。

五、日本移民墓園

位於豐裡國小斜對面巷內，為日據時代的布教所與墓地，原有多座石碑，1970年代經地主整地清理，當時經吳福壽老師保留一座「俱會一處」(翻譯其意就像一座小型的家族靈骨塔)，得以成為地區歷史見證遺物，2009年登錄為花蓮縣歷史建築，目前營造為紀念公園。此外，密教鎮地石碑則遷至豐坪村，2010年登錄為一般古物。

六、地神碑

移民村時代設置地神碑，係戶外守護神，戰後豐坪村的村民集資為地神建立祠堂，視為「土地公」膜拜。簡單的碑體與祭祀行為彰顯尊敬大地的信仰心意，2010年登錄為一般古物。

七、煙樓

煙樓的用途為烘燻煙草，建築空間的大小，亦表徵各人的財富，豐田目前尚留有廣島式及大阪式各一座，廣島式煙樓排煙口較小，烘燻時間長，煙草品質較佳；大阪式煙樓排煙口較大，位於屋頂正中央，因烘燻時間較短，煙草品質較差。豐田地區的廣島式煙樓，號稱全台僅有。但這些煙樓在幾經轉折下，都已年久失修，位於豐坪村的大阪式煙樓將由社區的牛犁協會進行整修，好讓歷史建築重生，還在疇畫中；但位於豐裡村的廣島式煙樓，因所有權人眾多，接洽未果，無法進行整修，眼看著越來越破敗。

八、風鼓斗草屋

豐田日本移民大都來自北海道、四國沿海地區，早期遷居時仍採用原居地「四邊斜」的建築方式，屋頂斜度約 15 度，可防積雪，因造型與風鼓車的漏斗口相似而取名風鼓斗屋，又屋矮可避免強風吹襲。後來木造瓦屋逐漸取代此種住屋型式，豐田火車站前的風鼓斗草屋，為唯一留下來的代表性建物，在台鐵站長葉連春奔走之下，以及牛犁協會與東華大學顧瑜君教授的努力協助，將之重整營造為青少年二手物資交流教育中心，取名「五味屋」，2008 年 8 月開幕營運，並持續進行修繕及空間改造。目前已成為其他社區與外來團體（包括國外的學校團體）見習、觀摩，以及體驗、交流的重要場域，也是旅客認識豐田地區的重要據點。

九、豐田玉拍賣場

1971~1981 年代豐田玉為豐田地區帶來大筆財富，豐山村中興街成為地區重要市集，此棟建物即是玉石原礦買賣交易的處所。後來因表面礦脈越來越少，以及加拿大玉石引進，豐田玉開採及加工廠逐漸沒落，過去的熱鬧盛況成為豐田人共同的回憶。

十、大同戲院

大同戲院是 1960 年代豐田地區唯一的戲院，隨著豐田玉不再開挖、沒落，戲院也隨之打烊，原放映間尚存在。老戲院雖無法重建，但舊時代的風華所遺留的老故事卻給了居民共同的記憶，刻劃著歲月。屋主目前將前面空間分隔成三個攤位，出租給菜販賣菜。

十一、台糖原物料廠

在 1970 年代之前，甘蔗曾經是豐田地區重要的經濟作物，豐田地區設有多條輕便鐵軌，以利運送甘蔗，早期係運往壽豐村糖廠，後來因壽豐村糖廠被美軍炸毀，故改運至光復鄉糖廠。由於蔗糖業的沒落，輕便鐵道也隨著消失，當時做為農民甘蔗交易中心的台糖豐田原料園區，亦閒置無用，區內仍留有兩棟日式建築，一為木造、一為水泥造，其中木造的建築經招標、整修後，於 2011 年初開設咖啡屋，在台九號公路旁，綠樹襯托下，顯得吸睛。

第二節、牛犁社區交流協會

壹、設立背景與宗旨

「牛犁社區交流協會」成立 2001 年，設址於豐山村中興街，其前身為「牛犁工作群」，成立於 1999 年。取名牛犁，乃取閩南俗語「牛若是肯做，不怕無田可犁」的意涵，象徵著鄉土、勤勉、努力耕耘，也有開拓先驅的意思；定位「交流」而非「發展」協會，主要係為整合豐山、豐裡、豐坪三村的資源，並秉持邀請大家來交流的社區發展精神。

牛犁協會最早的開始是 1996 年社區中的三位媽媽在「花蓮縣新象社區交流協會」所推動的故事媽媽團體與讀經班中相識，因對社區有著類似的理想與熱情，也想在豐田地區成立一個兒童讀經班，於是都將自己的先生拉進來組成一個「牛犁工作群」，不立案。牛犁工作

群的最大的特色是家庭式的參與，不是單獨的個人去從事社區工作，而是整個家庭的投入，所以在舉辦各種活動時會考量到老人、青少年、兒童、婦女等，家中的老老小小都可以是活動的一份子，家中的成員也藉此學習到關懷社區的精神。直到 2001 年農委會推行「農村新風貌」專案，選定豐田做示範推行地區，由於範圍涵蓋豐田三村，需要一個跨三村的協會組織，於是在花蓮師院姚誠教授及花蓮縣文化局共同推動之下，於 2001 年正式立案，改稱為「牛犁社區交流協會」。

牛犁協會的組織架構與運作模式主要參考「花蓮縣新象社區交流協會」，目前總會員 31 人（含理、監事 12 人：理事 9 人，設常務理事 3 人，其中 1 人為理事長；監事 3 人，設常務監事 1 人），因係屬縣級立案社團，所以會員除以豐田三村居民為主，亦包含花蓮縣各鄉、鎮、市人員。基本上，對於理監事的資格條件並無特別限制，大都以徵詢有意願的人員擔任，其中有幾位是協會發起創立人，所以特別優先徵詢他們的意願，並強力懇請他們來擔任，以維繫協會創設之核心架構與精神。目前的理監事中，住在豐田地區的有 8 位，住在花蓮其他地區的則有 4 位。

協會理事長由最早草創四家庭輪流接任，社區理監事會議，以行政體系為主，總幹事有決策權，工作團隊則以豐田營造為主，目前協會成員含總幹事楊鈞弼共有二十餘人，主要來自社區居民。協會的宗旨淺而易懂，就是讓村子裡的人生活得更好，所以關懷的觸角伸及村中的老人、婦女以及青少年。此外，除日本移民村的過往歷史背景，更關切自身的客家認同，期透過對客家歷史、禮俗及生活紀事的追尋，逐漸為豐田勾勒出一個二次移民村的架構，而豐田的客家老人能夠將自身走過的歷史、專長、語言及生活記憶驕傲地傳給青少年們，

青少年透過探索深刻地記起自己血脈的源流，讓客家文化能夠傳承下去（楊鈞弼，2009）。

貳、牛犁協會之社區營造歷程

牛犁協會成立十餘年來，工作目標、計畫依性質大約分為社區景觀營造、社區林業展痕、社區深度之旅、社區文化產業、日本移民遺址、社區導覽影片、青少年服務隊、社區老人照護等八大類別，表面上看起來牛犁的社區營造工作雖然多樣，然範圍實則和六星計畫相同，而且脫離不了牛犁的社區營造核心價值，也就是牛犁在社區營造所堅持的「以人為本」。因此，看似教條口號的《禮運大同篇》的幼有所養、壯有所用、老有所終，正是協會的理想。

曾有社區營造專家建議牛犁協會對於社區營造事務不要做得太雜，不要老人小孩、環保休耕、文史重建…都管，發展單一主軸，成效較易彰顯，但牛犁協會認為社區營造是為了讓村裡居民生活更好，怎能只管一樣，其他都不管？因為是從「人」的觀點出發，所以協會什麼都管（楊鈞弼，2009）。協會就設在人潮較多的中興老街上，屋子雖小，但社區居民有什麼事情隨時都容易獲悉。因此，牛犁在做社區營造是很生活化，同時也很務實。

對於豐田地區能夠擁有如此豐富的歷史背景及自然、人文資源，並且能夠向外地來的人介紹日本移民村的遺跡，原本感到十分引以自豪，但是，在反覆為來豐田地區的遊客免費導覽之後，發現所有的介

紹與解說卻都停留在台灣光復前的歷史時空，與現今實際居住的客家村落之間的斷層促使牛犁協會去思考，希望能為豐田地區的居民做些什麼，如何將關懷觸角伸及村中的老人、婦女以及青少年，還有客家認同等（客家人是豐田地區最大的族群，約占 60%）。因此，除了針對社區內的日本移民遺址進行解說之外，還進一步在社區內營造了許多新的據點，將舊的歷史文物建築空間活化再生，希望藉此串連起居民對於本地的情感，同時做為外來旅客認識豐田地區的媒介與生活人文。

此外，在營造過程中，陸續建立了壽豐鄉青少年社區服務隊、社區老人照護系統及社區文化產業系統（主推社區深度旅遊取代另覓產業），貼近豐田社區居民的生活實質面，社區營造的成果已逐漸生根在豐田三村當中。

社區營造一再強調「居民共識與溝通」，然而到底要跟多少的居民溝通，而又要與多少的居民達成共識？經常發言的，說的不見得都對，不說話的，也不見得就沒有意見，這是社區營造工作最困難之處，因此做家戶普查才能得出真正的需求（楊鈞弼，2011）。而周玉梅（2010）認為對於舊文物建築的保存與維護需要經費，最好的方法就是讓它「有用」，至於要做什麼用，常常也是煞費苦心的去想。此外，主管機關派員輔導考察時，因不瞭解社區特性，常以一般行銷管理或商業模式來要求我們，讓我們也很無奈（楊鈞弼，2011）。

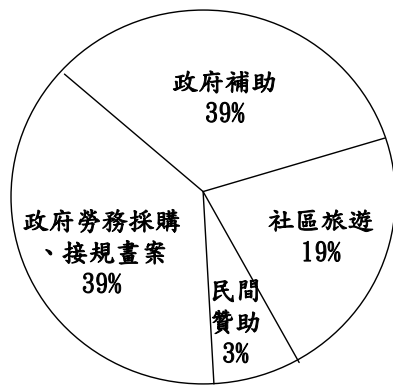
又對於面臨推動社區營造的相關主管單位愈來愈多，例如除了文建會、縣政府，還有農委會、客委會等，是否愈凸顯族群問題，協會

曾有何困難？總幹事楊鈞弼（2011）倒不認為是困難，而認為比較可以說是問題，那就設法解決之，並認為化解對立是有方法的。此亦與牛犁的社區營造概念——「建構社會新秩序」吻合。

2002年牛犁社區正式成為花蓮區的社區營造點，並被邀擔任文建會第四營造中心的陪伴社區，更被文建會遴選為全國七大優質社區，然伴隨而來的工作不斷增加，牛犁協會的成員們面臨內外多重事務包夾，不禁懷疑社區營造真的要走到這樣的地步嗎？因此開始檢討問題癥結所在，冷靜討論之下，既然理想與目標都沒有問題，而是欠缺志工及專職人員，於是洽請幾位社區需要工作的婦女來協助，協會又繼續往前邁進（楊鈞弼，2008）。

專職人員薪資部份來自勞委會「多元就業開發方案」補助，部份由社區深度旅遊等產業發展收入支應，有了專職人員，不支薪的主要幹部退居第二線。牛犁協會的專職人員並非只是單純需要一份工作的人，而必須是誠心為社區服務，有讓自己能受到社區居民肯定與敬愛的自我期許。

非營利組織有非營利行為結餘款不能做為協會資金運用，需回饋社區，故成立豐之田工作室，專門開立發票收據，核銷工作。協會在辦理活動及任何收入時，必須要向國稅局報帳結算，用人力部份也必須要個人報稅。社團法人組織接政府補助款、標案，與豐之田工作室帳務不同。



資料來源：

圖 5-1: 牛犁協會收入結構比重 — 公益論壇「牛犁禾下田，小鎮自耕生」

牛犁協會於 2005 年即自己派人學習社工學程，如此就不需要外來的社工，除了可增加社區的工作機會，來自社區的成員也比較能夠瞭解社區的需求與發展的願景，也讓協會更自主，但也因此比較缺乏外部的想法衝擊與啟發。同年 7 月成立「社區家族聯誼」，以擴大社群網絡，牛犁認為串連社區也是履行社會公民的責任，達到社會企業的理想（文建會社區營造紀實，2010）。2007 年向花蓮地方法院辦理法人登記，成為「社團法人花蓮縣牛犁社區交流協會」。

在牛犁所獲得的無數獎勵、補助中，以通過 2006 年文建會「台灣健康社區六星計畫」進階型社區遴選，最足以說明牛犁的多元面貌，六個基礎面向：產業發展、社福醫療、社區治安、人文教育、環境景觀、環保生態等，牛犁一一俱足。

2006 年牛犁社區經文建會評選為「六星」進階型社區，深具典範性。2007 年牛犁更因有效整合並善用社區自然及人文等資源，營造牛犁社區成為全國性模範：健康、優質、綠美化、多元就業績優、

具地方文化特色之社區，榮獲第四屆總統文化獎玉山獎，此乃社造界的最高獎項。目前牛犁協會除持續致力社區本身的營造工作外，已進一步轉型接辦政府的輔導專案，屬顧問性質，從過程中亦不斷地提昇協會的社造能力。

第三節、牛犁社區之社區營造成果

1996 年豐田搭上政府推動社區總體營造的列車，在社區居民的參與，以及牛犁社區交流協會的努力，與相關學者的協助之下，完成了許多社區營造的工作。依內涵、性質可區分為文化創意類與非文化創意類。

壹、文化創意類

一、豐田意象：風車

豐田位於花東縱谷起點，東北季風來臨時，條條風聲吹動豐田田野之美，能結合這樣的景緻的意象，「風車」莫屬，且「豐」與「風」同音。經由社區辦理問卷調查，結果有 65%的居民認為最能代表豐田的意象為風車，於是風車成為豐田的意象。現在除社區週遭設有三座大型風車，命名「豐之田」，見到風車，就表示已抵達豐田牛犁社區外，在社區內也可以看到許多住家門口都設有風車造型的木製信箱，讓社區整體外觀更有型，每個風車的造型還依住戶喜好而略有不同，頗具生活創意。

二、壽豐文史館

日據時代的日本警察廳舍，1990年由文建會補助整治為壽豐文史館，提供居民休憩、學童教育使用，同時也是許多自行到此地遊玩的旅客取得當地旅遊資訊的一個重要據點。館內的老照片，使人發思古幽情，張張訴說著豐田地區的先人故事，社區創意團隊研發設計的檳榔頑偶、軟陶飾品、竹雕、社區意象的大拼布圖等，則展現了當地居民結合自然的生活智慧。

三、老校長的家

由豐山國小首任校長—郝秀樑所提供的閒置舊宿舍，經過整理、修補之後，供作社區創意產品研發展示場所，同時也成為青少年服務隊聯誼聚會處，及豐山國小安親課輔的戶外學習教室，將空間活化再生。而原本約三百坪的園區，透過植樹美化，營造了生態濕地、戲水噴池、四季苗圃、綠廊步道等，並獲得花蓮林區管理處頒給社區綠美化績優獎，以及獲選全國綠美化績優社區。

四、天送文物館

牛犁協會爭取信義房屋補助，幫七十四歲的天送伯把自家的鹿寮改建文物館，天送伯積極收集各種古農具、中年的社區居民協助紀錄、青少年一起進行打掃整理工作。由豐田老、中、少三代共同打造的文物館，為的是希望讓更多的人認識老一輩開墾的辛勞歷史，一起體驗在地的知識。社區居民又多了一個環境教育的好去處。

五、五味屋

五味屋是牛犁社區的二手公益商店，五味屋所在的建築物原係豐田移民村遺留下來的日式「風鼓斗草屋」，為免遭到拆除命運，2008年由牛犁社區交流協會向台鐵承租土地，並向原承租人購買地上房屋所有權，將之重整為青少年二手物資交流教育中心，乃閒置空間活化再生的極佳案例。工作團隊主要來自東華大學的師生們和社區志工，店員有國中生、也有小學生，是讓社區青少年參與社區營造及學習價值思考的場域，整體的運作設計，顯得專業又在地。

所謂五味是 5-way 的意思，亦有「天真、勤儉、感心、親切、好用」的含意，從所謂的 5-way 中可看出經營理念與宗旨：

1. 從物品中學習，學習該怎麼整理、分類、標價、賣不出去怎麼辦？從孩子們的角度與眼光，去思考如何物盡其用？如何幫助社區內需要幫助的人？
2. 沒有新台幣的人，可以用工作換物品，買主也可以自己訂定換得物品的條件；
3. 可以先賒帳，日後有適合的工作再來償還；
4. 捐物者透過「五味屋」與社區建立起關係；
5. 目標是努力經營，邊做、邊改、邊學，沒有太多章法；如無法經營下去，亦必須找出學習點。

5-way 是從傳統鄉村換工的概念轉換過來的經營方式，孩子們在五味屋工作換得工作點數，可換取店內物品、也可以用累積的點數與穩定的表現，贏得到外面參加活動、拓展視野的機會，

「靠自己努力獲得」是五味屋孩子簡單又驕傲的工作原則，並從中思考「想要」與「需要」的意義，對於青少年教育及人格培養極富深意。此外，教導孩子動手整理回收物資，更可落實環保概念。假日裡，小小空間、人頭鑽動，物品捐贈者與購買者透過五味屋和社區交流，進而認識社區、瞭解社區，體驗深刻。

五味屋以二手物流和鄉村農業活路為媒介，串聯起花蓮縣內中區的社區青少年組織，操作模式不是直接去幫助弱勢孩子，而是讓弱勢孩子參與事務去幫助自己的家鄉或社區。現在的五味屋，功用越來越齊全，也越來越多媒體報導，這是以孩子為中心的社區生態協力網，是體系外的教育系統，是一間假日學校（陳憶潔，2010）。

六、豐田車站及建築物彩繪

透過彩繪傳遞視覺美感、改善牆面景觀，並描繪出社區的人文精神，計有豐田車站、豐裡國小的矮牆、文史館旁的老房子、參拜道的牆壁…等多處，塗上創意彩繪故事，言語自然流露，讓社區景觀更充滿活力外，似乎也關懷著生活周遭的人與自然。

七、懷舊大同戲院

大同戲院是 1960 年代豐田地區唯一的戲院，隨著豐田玉停採，如今已沒落。老戲院雖然無法重建，但舊時代的風華所遺留的老故事，給了社區最多的共同生活記憶。屋主目前將前面空間分隔出租給菜販賣菜，牛犁協會於是以仿製舊戲院的電影看板，電影主題為戀戀豐田，演員為豐田所有的人，試圖為這間老戲院

找尋新生命傳承的可能。伴隨電影看板的效應及運用民俗節慶辦活動，現在戲院前的中興街已成為端午節社區居民熱鬧、溫馨交流的空間。而社區生活文化的傳承在牛犁協會的創意下，逐漸彰顯出來。

八、紀念公園

位於豐裡國小斜對面巷內，為日據時代的布教所與墓地，目前尚保留一座「俱會一處」，做為地區歷史見證遺物，牛犁協會將該區營造為紀念公園，設小水塘及植花草矮樹綠化。

九、創意產業研發工作室

以老校長的家基地，先後曾嘗試推廣拼布、軟陶，邀請社區婦女參與，學習能力與效果都不錯，但純手工費時費力，生產成本太高，無法普及量產行銷，又非屬生活必需品，因此未發展成社區特色產業或創意產業。後來藉由和老師不斷學習、討論，以能融入生活為想法，略作改良後，將拼布轉化為DIY體驗教作項目，而軟陶則與鄰近社區養殖的黃金蜆殼結合研製成吊飾品，獲得全國農漁產創意產品優等獎，現在黃金蜆吊飾已成為壽豐鄉的特色吉祥物。

貳、非文化創意類

一、綠色遂道

當初因為砂石場環伺，除有礙環境景觀，更擔心居民交通安全，歷經數次街頭抗爭、陳情、勸導砂石場種植樹籬以防止開挖

面積擴大，均未獲回應，但社區並不放棄，後來牛犁社區交流協會想到了在砂石車經過的主要路線以綠美化補助計畫名義，搭建低矮的並爬滿綠色植物的鋼架來限制車輛通行，結實纍纍的百香果及紫色美麗的大葉鄧伯花，成功取代了呼嘯而過的砂石車，綠色隧道也成了學童課餘嬉戲的遊戲空間。是社區運用社區營造極具創意的方案。也應了牛犁協會楊總幹事常說的：「化解對立是有方法的。」

二、台灣夜鷹生態區

牛犁社區交流協會發現豐田地區還住著「另類社區居民」——數量稀少的台灣夜鷹，透過宣導「請勿使用殺草劑」，並在休耕地上植虎爪豆，藉著虎爪豆葉包覆使田地蔭濕，營造蛞蝓喜愛的生存環境，招來最愛捕食蛞蝓的螢火蟲，再吸引夜鷹獵食，形成一套完整的食物鏈，是生態教育完美的活教材。雖然不使用除草劑對長期採取慣行農法的農民來說，根本就是一件很困難的事情，但牛犁協會還是儘可能透過學校、學童去宣導、去影響。

三、人工生態濕地

經由富麗漁村所提供的五分地，配合社區工作，營造成為防洪、生態棲息及觀賞休憩多功能人工濕地。濕地內有多種生態植物，目前還有紅冠水雞、花嘴鴨、小文鳥...等多種動物在這裡落地生根，形成了多樣繁複的自然生態環境。

四、口袋公園

是牛犁社區交流協會營造社區據點豐碩成果之一，除了保留

地主已故父親所植檳榔樹，後頭還有地主母親的菜圃，私領域與公領域的互置、並存，在這裡有很好的展現。從綠籬、草地、色磚到花園的設計，均出自社區環境改造團隊的巧思，社區居民有了安全、綠美化的學習空間。2007 年代表壽豐鄉公所，接受環保署清淨家園績效評鑑。未來預計規劃成為傳統童玩研發中心，讓社區內原有的創意再次深耕展現。

五、青少年社區服務隊

1999 年成立壽豐鄉第一支青少年社區服務隊，經由參與社區活動，關懷別人、增加見聞，青少年們除對自己生活的環境與家鄉有更深的認識與情感外，也為後續社區營造培育接續的人力。

六、獨居老人送餐及關懷服務

針對獨居及不常出門的老人家，給予送餐及關懷服務，老人居家送餐每週六天（午、晚餐），關懷服務每週一天（量血壓及生活問候）。

七、社區家族聯誼

牛犁協會在 2005 年 7 月成立社區家族聯誼，目的為經驗傳承與陪伴個別社區成長。牛犁協會早期一路跌跌撞撞的摸索過程，讓牛犁協會深刻體悟社造經驗傳承很重要，因此藉由社區家族聯誼與各種課程、講座來串連各個社造夥伴，履行社會公民的責任，達到社會企業的理想，牛犁協會認為這是協助其他社區，也是回饋牛犁本身。

牛犁社區於 2006 年獲文建會評選為「六星」進階型社區，健康、優質、綠美化、多元就業績優、具地方文化特色之社區，為全國性模範。牛犁社區各項營造工作均富創意，2007 年更榮獲第四屆總統文化獎玉山獎，此乃社造界的最高獎項。

開機車行的張老先生開心的說現在豐田很漂亮，很多人都來看地、買地。而牛犁總幹事楊鈞弼從事社造多年，結論卻很簡單：「社區工作者並不偉大，只是選擇；因為這裡是我們的家。」在看過許多的社區協會苦撐了 2~3 年之後就跨掉的情形，對於協會的傳承（生命週期），楊總幹事抱持儘量培養社區年輕人接棒，但如果因為無人接棒，或者社區沒有需求，甚至在自己任內就已經走不下去，協會也可以收掉，並不預設協會的存續時間。

第六章 研究分析與發現

本章就牛犁社區之相關資料進行彙整及分析，並進行訪談討論後，就研究問題提出相關研究發現。

第一節 牛犁社區 SWOT 分析

壹、牛犁社區資本盤點

按經濟發展的資本要素包括自然資本、人造資本、人力資本及社會資本等四大資本要素，而社區營造係為了改善社區生活環境、提高居民生活品質，如同資本存量攸關人民福祉，社區資源攸關社區營造的成效與社區發展。社區就像一個小社會體，以此四大資本檢視牛犁社區之資源概況，以利分析其優、缺點及競爭利基。

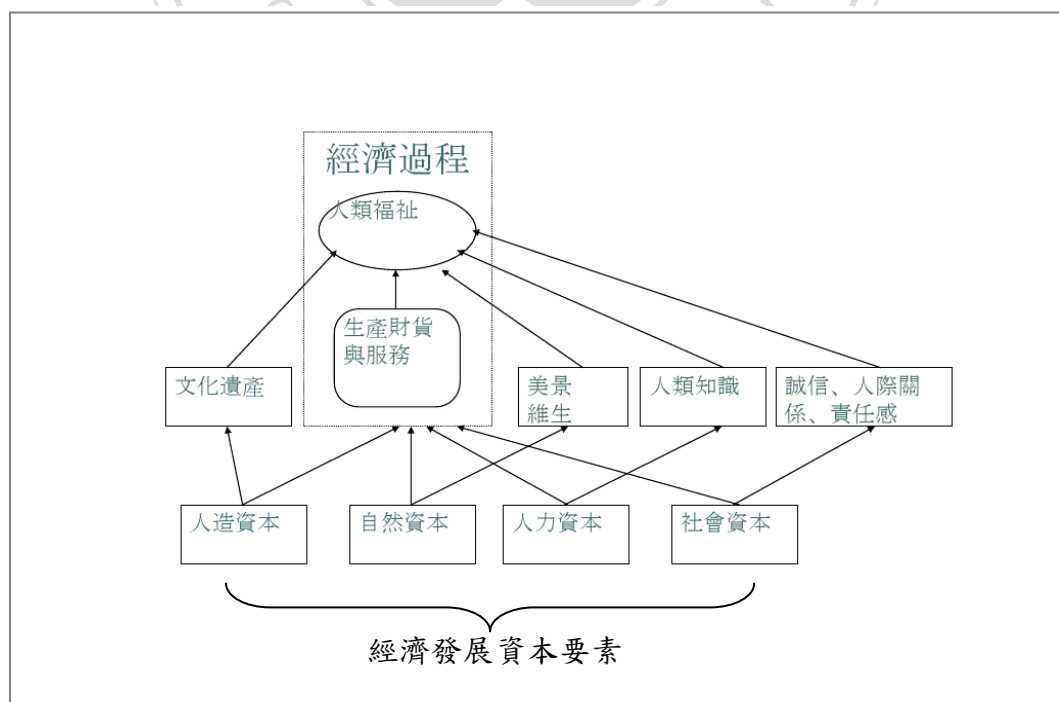


圖 6-1 資本存量與人民福祉（蕭代基，2006）

一、自然資本：豐田地區位於中央山脈與海岸山脈之間，花蓮溪由南向北流入太平洋，距花蓮市區約二十分鐘車程。冬天氣候較台北地區晴朗宜人。風景秀麗，無工廠污染。社區有著「棋盤式」的街道，主街道兩旁各有幾列房屋（日本移民村時代房屋整齊排列的樣貌依稀可見），非主要街道兩旁則盡是稻田與休耕種植綠肥或造林的農田，偶有純樸農舍和造型設計感十足的民宿點綴其間。春天一片翠綠中波斯菊、油菜花盛開，色彩豔麗，秋天金黃稻穗結實壘壘，騎乘單車徐徐前進，遠眺木瓜山、奇萊峰，充分享受大自然的環抱。

二、人造資本：日本移民村的歷史背景及客家祖先胼手胝足的奮鬥歷程，為豐田三村增添了故事性，並留下特殊的文化遺產。交通方面，主要的幹道有南北向的台 9 線及台 11 丙線公路，西部有北迴鐵路經過豐山村，設有豐田車站。社區內除中小學，還有觀光學院，鄰近地區更有東華大學。大型醫院方面，除了有鄰近的門諾醫院外，花蓮慈濟醫院距牛犁社區亦約僅二十分鐘車程。

三、人力資本：多元住民結構，目前客家人約占 60%，閩南人約占 30%，居民生活勤勞樸實，務農為主。65 歲以上老人占 16.7%，單親隔代教養兒童占兒童人數 45%。除社區中的觀光學院，還有臨近的東華大學師生團隊與牛犁社區互動密切，對社區營造工作給予諸多專業的協助，並提供極大的人力資源與支援。

四、社會資本：按世界銀行的定義：「社會資本是讓集體行動順利運作的規範與網絡」。牛犁協會十多年來的社區耕耘，善用自然與人文資源來形塑社區文化，並藉由社區旅遊加以深化，半數以上的豐田人對於前來觀摩交流的各地友人，都能如數家珍地介紹與導覽（文建會社區營造紀實，2010），也提高了社區認同感。居民勤勞的天性，以及「社區一家親」的氛圍逐漸凝聚，讓社區朝向互信、共同努力營造更美好的居住環境的方向發展，就像古川町的「老規矩」一樣，「讓社區變得更好」成為居民的共識與信念。過去日本移民村的歷史背景與現今建立客家二次移民村的導向，使牛犁社區更具地方獨特性。

貳、牛犁社區 SWOT 分析

相較花蓮縣各鄉鎮，壽豐鄉離花蓮市區不遠，有兩大公路（台 9 線及台 11 丙線）可達，交通便利，同時又具有不同於市區的鄉村田園氣息，山水風光明媚。豐田三村--亦即牛犁社區位於壽豐鄉的中西部略偏南，自然景觀十分秀麗，加上特殊的移民村背景與豐富的文化資產，是極富地方特色的社區。近年來隨著慢活與慢食的概念逐漸流行，花蓮地區民宿的成長速度，為全國第一。截至 2011 年 2 月底，花蓮縣壽豐鄉有登記之民宿家數已達 76 家，成長快速。牛犁社區交流協會兼具「社區組織」、「非營利組織」、「社造中心」多重角色，推動社區營造績效優異，相關工作經驗豐富、駕輕就熟，是凝聚豐田三村共同營造美好生活環境的重要推動力量。

表 6-1 牛犁社區 SWOT 分析

優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> 1.風景秀麗 (鯉魚潭及東海岸兩大觀光遊憩系統)。 2.無工廠、養殖污染。壽豐鄉農會於區內推廣無毒示範農田，自產自銷。 3.文化資產豐富。 4.東華大學團隊的資源與支援。 5.大型醫療院所 (門諾醫院、慈濟醫院)。 6.社區營造具知名度，牛犁協會社造經驗與能力極佳。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.花蓮地區地震多、颱風多。 2.65 歲以上老人占 16.7%，單親隔代教養兒童占兒童人數 45%。 3.較欠缺主題活動 (相對於各觀光景點，例如太魯閣、七星潭、鯉魚潭、六十石山等地，以及體驗秀姑巒溪泛舟和原住民豐年祭等具有明顯主題的人文活動)。
機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> 1.蘇花改興建中。 2.門諾醫院安養計畫，將帶來更多的醫療資源。 3.藉由文化創意之旅(社區深度旅遊)，行銷社區魅力。 4.島內移民隨著環保、愛地球，無毒、有機農業推廣等議題逐漸發酵，豐田地區極適合理念相近者定居；日本移民村的歷史背景對於日本退休銀髮族具 long stay 吸引力。 5.壽豐鄉的民宿家數達 76 家，雖次於花蓮市及吉安鄉，但成長快速，特色民宿聚集，可提昇旅遊人氣。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.過度的商業及消費活動，恐破壞原有的質樸。 2.花蓮六大遊憩系統中的四大遊憩系統--太魯閣、花蓮市、東海岸及鯉魚潭，皆以花蓮市區及近郊為中心，故花蓮市與吉安鄉以其對外連結便利交通，成為遊客住宿地點的最佳選擇 (李綺軒、黃偲婷、郭雅婷，2007)。 3.近五年 (2006~2010) 來吉安鄉是花蓮唯一人口成長的鄉鎮，壽豐鄉各村 (包括豐田三村) 的人口則逐年減少。

第二節 研究討論

牛犁協會從未登記立案的工作群開始，至今已耕耘了十二年，社區營造的成效，也讓豐田三村因此被外界慣稱為牛犁社區。就牛犁社區的整體營造而言，從運用當地既有自然、文化資源，加以創意發揮，到融入社區生活，文化創意與社區營造形成良好的結合，文化創意凸顯了社區營造的具象風貌，而社區營造則提供了文化創意展現的極佳平台，讓文化與創意，以及文化創意深植於生活中。然社區營造是永無止境的工作，隨著「文化創意」、「創意經濟」等概念的興起與盛行，社區營造亦需要不斷創新，並能將文化創意轉化為經濟效益，以增加在地就業、減少人口流失，俾利達成社區永續的目標。

壹、文化創意產品的開創機會

根據經濟部中小企業處分類，地方特色產業大致可區分為自然景觀、農產品及其加工產品、工藝產品、文化藝品及節慶活動等四類。牛犁做軟陶、黃金蜆吊飾等，屬第三、四類，具地方創意，質樸有趣，但無法產生較高的附加價值。那如果是發展較精緻的商品呢？

常有委員、學者看到我們的作品，就建議包裝應該要精美，或者應該要在各地上架銷售等，但是這些社區創意產品並非生活必需品，而且我們是非營利團體，經費、人力都必須考量（A1）。

對於比較精緻的商品，要做開發設計，還要做生產行銷，投入成本很高，但遊客很少，沒有量，當然沒有人要去做。如果是可以賺錢的生意

機會，自然都會有人去做（B1）。

黃金蜆吊飾是我們開發出來的，後來由立川漁場再加以改良之後成為特色紀念品；附近的業者像理想大地、立川漁場有活動時，我們協會也會支援，提供軟陶、吊飾的DIY教學等（A2）。

吃、住、玩、買是旅遊的基本內容，前來豐田地區旅遊的遊客，在瞭解社區環境生態，以及體驗社區人文風貌之後，如果有具地方特色、品質或藝術層次較高的產品，將更可以讓遊客獲得旅遊滿足，相對於遊客規模更為重要，也就是說以質取勝。因此重要的是「文化創意」如何「增值設計」，繼而發展出社區文化產品，並非讓量化商品充斥社區，而是精緻的、具有當地文化特色的藝術創作或創意產品。但是豐田地區和許多鄉村地區一樣，雖有地方文化特色資源，但社區老人居多、青年人口流失，更遑論缺乏藝術或工藝設計人才。如果以文建會推動的藝術家駐村的方式來解決人才問題呢？

外來的藝術家並不瞭解社區，沒有真的紮根，而且藝術往往過於專業，無法和居民融合在一起，不見得適合我們。創意無限，但行銷有限；社區用得到的，遊客就用得到，但遊客用得到的，社區未必用得到。我們覺得要以社區居民的需求為需求（A1）。

就例如上面派來的學者專家也是，因為不瞭解我們社區的情形，常常按理論或直覺要求我們改變做法，有時候為了能審核通過，就只好配合修改，但如此一來，其實就已經失去原有的地方特色或民俗習慣了（A3）。

為增進社區文化傳承與藝文發展，目前已收錄彙整社區歷史文化、生活故事集，將編印製作故事繪本集及鄉土文學集，亦有助於社區文創產業發展（A1）。

2009 年配合鄉公所活化閒置多年的舊市場建築（公共造產豐田市場），經由協會投標取得承租經營權後，將該建築規畫成為「豐田文化市場」，設置有藝術文化創作區、環境教育學習中心，還有文化創意產品展示販售區，以及作為單車之旅的休憩站之一，俾活絡地方經濟。並運用社區已發展多年的軟陶創意，結合地區國中、小學共同創作立體式文化地圖，營造成一個居民共同參與的文化藝術活動空間，期培養、激發更多文化藝術創作。當初也有人認為是協會與鄉公所官員勾結，才得以取得經營管理權，對協會而言，接手經營「豐田文化市場」，初期首要是活化閒置空間，再來是創造經濟產值效益，是我們要努力的目標；為鼓勵社區居民多加利用，前三年免費提供居民、商家設攤販賣相關社區文化創意商品（A4）。

客家人很勤勞，尤其老一輩的，只顧生活問題，過日子最重要，不太講究閒情逸致的，所以已經沒有人會弄擂茶了。不過，因為現在的生活比起早年要好很多了，以後慢慢的應該會有改變吧，我們也希望能將過去的一些有趣的老東西找回來（A5）。

貳、社區經濟的發展空間

牛犁以社區本身為產業，強調做「社區產業」，而不是做「產業社區」。亦即社區依照自己的特色發展產業，創造在地就業機會，讓

社區的人，生活得更好；而不是為了觀光等目的而引進或創造產業，以求獲得更多利潤。牛犁認為「產業社區」容易導致過度消費，恐扼殺社區的永續性。

目前的社區深度旅遊，以現有的人力（約四~五人）來做，每年有二百多萬收入。太注重觀光，地方特色會變調，而社區的文化也會消失掉。我們把社區的生活環境經營好，適合某些人來住，產業價值就會出來，也是我們的目的（A1）。

牛犁協會推行多年的社區深度旅遊，除欣賞大自然風光外，透過社區導覽讓遊客及訪客認識豐田特殊的發展歷史與文物景點，同時體驗社區尊重、愛護環境生態的生活風格。目前牛犁協會的社區導覽以團體居多，其中不乏社區營造相關單位或學術單位前來觀摩、交流。因協會為非營利性質，故僅酌收費用，每年約可創造二、三百萬元收入，惟考量對環境的影響、社區的飽合承載度，以及囿於牛犁協會人力有限，故僅維持現有經營模式。除了自由行遊客，按牛犁社區深度旅遊平均每週約有三~四團，每團人數約 20~30 人，以牛犁社區約 5,000 人口，及壽豐鄉有 76 家民宿而言，雖然地區的承載量難以計算（Page, Dowling, 2001），且推展社區深度旅遊並不希望有過度的人流車潮，致影響旅遊品質與社區居民生活，但按此比例看，應該還有增加遊客的胃納空間。

（民宿）開業將近三年了，一年的遊客總量其實不多，週一至週四非常清淡，只有週末遊客比較多，尤其是連續假期，但是房間也有限，不會有太多遊客，對社區並沒什麼明顯的不好影響，我喜歡與遊客相互交

流，讓大家發現豐田的美（B2）。

牛犁在秉持做「社區產業」的理念下，雖有利於對原來的社區環境、生態及風貌等的保護與維護，但在地就業機會並不足以支撐年輕人的工作需求與發展，因此人口持續流失、老化，確實不利社區長遠的發展。

牛犁協會從各處拿到資源，透過協會本身去創造就業機會與經濟效益，但似乎都僅限於協會以及週邊與協會有關的，並非整個社區，年輕人很難留下來（B1）。

我也有想過做一些比較系統化的開發計畫，來帶動社區的經濟活力，讓年輕人有工作甚至創業的機會，但是這需要大家的支持，可是每個人的想法都不一樣，更重要的還是要有遊客才行啦（B1）。

我的小孩已經很大了，現在都在台北上班，他們也不要我太勞累，所以再過一陣子，我也要把機車行關起來了，但是我還會住這裡，台北都市我住不習慣（B3）。

參、以文化創意及社區營造為根本，發展生態有機旅遊

在人文地產景五大面向的社區營造中，牛犁社區在「文化」與「景觀」兩個向度的發展頗有成效，社區生活意象與歷史文物建築的空間活化，形塑了地方獨特性；加上社區東西兩邊依山，棋盤式農田分布其中，或種水稻或植綠肥，春天一片綠意盎然，四季風景怡人，兼具

自然與人文特色。此外，社區所在的壽豐鄉是無毒農業的故鄉，豐田三個村莊也都有無毒的蔬果、花卉栽種園區，頗能符合現代都會人講求養生保健的趨勢；又近幾年壽豐鄉的民宿快速成長，以及台九號公路已拓寬完成。

綜觀所具備之資源與條件，牛犁社區如欲藉由產業發展獲得經濟支持，增加在地就業機會，讓社區營造更全面，俾社區永續發展，則在現有的基礎上，牛犁社區相對適合發展的產業為觀光產業，至於觀光的型態有很多種，牛犁社區的氛圍適合發展讓都會人士身心放鬆、隨意隨興的渡假旅遊方式，近年逐漸成形的生態有機旅遊⁶概念，應該是極為合適的，此與目前社區推動的社區深度旅遊，著重自然、文化環境保護，精神實為相近。

日本於 1960 年代發起造町運動，以活化偏遠鄉村、促使人口回流，強調運用地方資源特色，發揮創意、形塑地方魅力，許多鄉村因此成為觀光勝地；韓國自 1997 年亞洲金融危機爆發後，積極發展文化產業，成功締造了韓流文化創意產業，韓流的風潮也促進了韓國觀光市場。顯示人民的生活就是最有價值的文化。牛犁社區兼具自然美景與文化特，社區居民多數務農為主，應可從既有的社區深度旅遊運作模式，加入有機農業的內涵、增加遊客與農家互動，朝生態有機旅遊發展，擴大旅遊的遊客廣度與內容深度，以增進在地就業機會，讓

註 6：生態有機旅遊 (Eco-organic tourism) 即生態旅遊與有機農業之結合，係以有機農業為本，不僅推動全村以有機農法耕種，並將有機農法實行過程視為遊憩資源與內涵，讓參與者親自體驗。生態有機旅遊不僅是發展某種旅遊產品，將可成為當地生態環境保護、社區主體意識及社區競爭力再生的重要催化力量 (郭乃文，2006)。

人才留在家鄉(或回流家鄉)，使社區發展更能永續。根據日本統計，定居人口少一人，年消費額需要 7 位外國旅客，或 22 位本國住宿旅客，或 77 位當天來回的旅客，才能彌補過來(西村幸夫，2010)。

對於社區深度旅遊，牛犁協會有一些構思，基本上運用在地資源來豐富在地特色，並增進農產品的商品行銷。例如將山邊的天然山泉水開發為乾淨的礦泉水供遊客飲用，既環保又有地方特色，但水源地屬林管處管轄、水權屬經濟部，需要很多溝通協調，如果能給社區，居民就會在意與維護，創意產業也就能做。還有從傳統文化中，像搭穿鑿屋(早期客家人搭簡易房子的一種方式)比賽，激發社區活力、增加景點，有傳承意涵，亦有重新創造文化元素(A1)。

此外，讓農業與觀光結合，如有機無毒的小農園、研發加工產品…等，現在三個村雖都有無毒的蔬果、花卉農園，但還需要再推廣。協會辛苦地在巡山林、護溪，跟居民宣導不要使用殺蟲劑，結果鄉公所進行環境衛生工作時，就打殺蟲劑，真會昏了。希在秉持對社區環境保護的一貫原則下，讓社區深度旅遊的內涵和價值更進階(A1)。

由於社區營造係以營造社區生活共同體為前提，以發掘地方文化、發揮創意為精神，生態有機旅遊透過居民向遊客解說、產生交流，看似平凡樸實的農村生活影像，讓遊客真實體驗，加深旅遊知性與感性，這樣的社區深度旅遊成為一種所謂的「重新認識地方價值的機制(石原照敏，2005)」，更有助於無毒、有機農業的推展，不啻塑造社區獨特的風格，亦創造了現代農村新的價值，如圖 6-2。

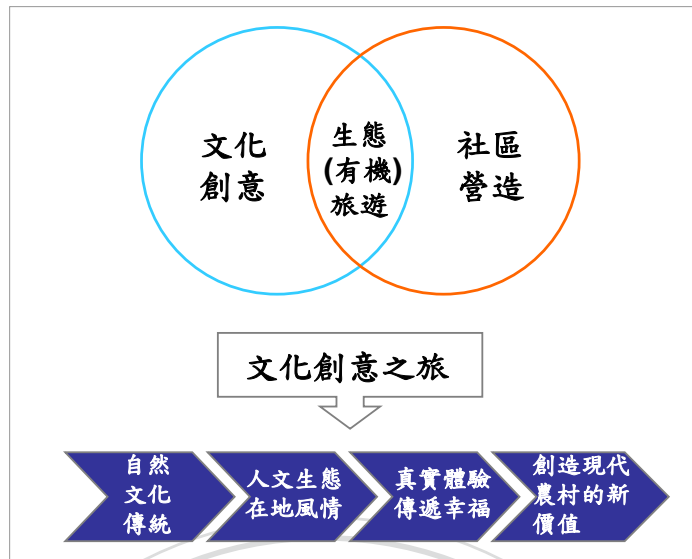


圖 6-2 生態有機旅遊的意涵

肆、多元的移民社區，改善人口年齡結構

文化創意生活化與重視環境保護，讓牛犁社區成為充滿自然人文氣息的生活空間，以及良好的生態環境。從壽豐鄉的民宿快速成長，以及很多民宿業者都是從都會區移居而來，不難得知，風景優美、人文資產豐富、風情獨特的鄉村，是希放鬆身心，以找回更大動能的都會人士理想的渡假去處之一，因此吸引了民宿產業，也逐漸形成群聚（cluster）。這些錯落點綴著鄉間的美麗建築，不但增加了豐田地區周邊風景特色，多數來自外地的民宿主人，個個懷有性格夢想，不論是與旅人親切話家常或侃侃而談人生哲理，也增添了新的人文風情。

因著這些利基，為免人口結構更趨老化，牛犁除了利用現有的資源、條件發展生態（有機）旅遊，以促進就業機會、減少人口外流外，亦可以朝向吸引崇尚自然、追求有機生活的都會提早退休人士與亟需

培養感性的藝術家或日本銀髮族前來居住或 Long Stay，甚至中年失業或尋求轉業的人，來此善用知識及利用田地，以半農、小農為生活基礎，同時兼做有興趣或專長的事情（例如：音樂、寫作、繪畫、工藝、園藝、木工、商業管理…等），發揮天賦，開創另一種營生模式。透過吸引、鼓勵、協助外地人士輕移民豐田社區，揖注社區新的涵養、並改善人口結構，創造社區居民新特色。

牛犁的社造理想就是禮運大同篇的「老有所終、幼有所養、壯有所用」，每次社造專家學者一聽到這個，就說（也有指教的意思）為什麼要用這個像喊口號一樣？其實我們就是希望營造一個優質的居住生活環境，社區的老人就像我們自己的父母、婦女就像我們的姊妹、小朋友就像我們自己的小孩。豐田牛犁意象代表精神為推展和平教育，建構豐田成為環境教育學習中心，是一個希望觸動人與環境的互動與思考的社區(A1)。

豐田很適合半退休或全退休的人居住，我找了很久才落定，從都市搬來這個社區的人，對於社區事務，大多很有心，就有位退休老師搬來這社區，幫忙協會寫計畫，雖然是有給職，但每個月不到二萬元，經常開車奔走各相關單位，光是汽車折舊和油錢就不止這些了，所以主要還是那一份付出、參與的熱心(B2)。

我是花蓮人，老家在鳳林，在台北工作一段時間後開始想規畫回花蓮定居，恰巧有一次因為工作關係，在華山園區的展覽場合，知道了有牛犁這樣一個社區—讓我感覺很不錯的一個社區，於是在此買了地、蓋了房子，全家就搬來住了。我希望我能對社區有所助益，因此我也很期望新加入這個社區的人，都能貢獻所長，像半農半 X 闡述的那樣(B4)。

公務單位做公家機構該做的事，協會做協會想做的事，各做各的啦，不必凡事都要自己出頭（或另設織組）拿來做（B1）。

第三節 研究發現

綜觀牛犁社區的社區營造，特殊的移民村歷史背景及文化資產，加上文化創意的應用發揮，讓社區營造更具人味、也更有特色：強調融入生活的歷史文化建築空間活化再生，以及搭配節慶的文化創意活動，增進了社區居民的交流；重視生態環境保護加深居民與社區的關係，使社區呈現自然親切的人文空間。

近六、七年來，由於島內輕移民人口及民宿需求增加，再加上投資客買賣投資，豐田地區農地價格上漲達一倍多，部份地點甚至達二倍以上。但是反觀人口方面，近五年來豐田三村的人口並沒有增加，仍舊逐年下降，目前 65 歲以上的老年人占 16.7%，許多農田休耕。牛犁社區跟台灣許多鄉村社區有著相同的問題，亦即農村缺乏誘因讓年輕人留在家鄉或回流家鄉，以致造成人口外流、人口老化現象。顯然地，營造社區在推動社區朝向社區願景的過程中，經濟的議題是不可忽略的、而且是重要的關鍵。

壹、牛犁社區運用當地自然與人文資源形塑社區風貌，呈現充滿文化創意與親和力的社區意象。

牛犁運用社區地理特性，以維護自然的態度，完成了溼地生

態園區、台灣夜鷹保護園區、社區林業計畫(並藉該計畫完成「豐田地區保育共生植物手記」)、口袋公園、充滿對生活與生命關懷的創意綠色隧道等，除美化社區外，亦讓社區與生態結合共存，親和大自然；還有以問卷方式，由居民們以對家鄉的熟悉及生活體會所共同形塑出來的「豐之田」風車意象，凝具了居民社區意識，同時帶給居民自信與驕傲。

對於文化資產，除了整修維護，並以景觀營造、空間活化做為延續，例如整修日據時代的移民村警察廳舍成為壽豐文史館——紀錄著豐田地區的生活文物與歷史回顧，也是遊客或到訪者認識社區的資訊站，目前已經幾乎成為豐田地標；搶救保存下來的日式「風鼓斗草屋」，變身為五味屋——充滿人與人的交流，是極佳的閒置空間活化再生創意案例；即使是無法取得屋主共識重新加以營造應用，而被用做“賣菜”的大同戲院舊址，也因為“戀戀豐田”的鄉情及端午活動，而變得溫馨、有意涵，緊密了人與人、人與地方的關係；以及認識傳統農家生活寫照的天送文物館等，將來自在地的資源累積成為東部饒富特色的客家村。

貳、牛犁的文化創意是建立在生活基礎上，以社區的需求為需求。

豐田的開發歷史並不算長，至今約僅一百年，而當地居民大都經過多次遷移，才來到豐田定居，社區文化傳承較無法彰顯，因此利用民俗節慶日辦活動，一方面體驗節慶原始意義，一方面增進回鄉子弟與家人、社區的關係。例如過農曆年時在碧蓮寺辦活動、迎春納福；端午節時在中興街包粽子、吃西瓜(社區特產)，

活動設計都有貼近生活的巧思，因為活動融入習俗，與生活相關，形成居民主動參與的意願，才能持續傳承，是以文化即是包括了人類社會全部的生活方式。

牛犁協會對於歷史老建築進行維修整治，不只是製造景點，更在意如何使用，也就是將文化創意建立生活基礎上，因為融入生活，有居民親近，才會更雋永，久而久之形成新的文化。五味屋就是空間活化再生的極佳應用，並且深富教育功能的創意、創新。例如牛犁不會贊成在某處山邊設置步道，因為沒有居民會走那裡，牛犁認為這種看似美化環境、增進美感的建設，其實卻是浪費經費。又例如壽豐文史館對豐田地區是很重要的據點，為何不設在車站附近呢？對遊客而言，文史館好像比較遠，但對當地居民而言，文史館就在附近。所以，在文史館除了會看到遊客在此小憩、喝咖啡，還會看到小學生放學後在庭院寫功課和玩耍，一邊等家長騎車來接...的景象。

在文化創意產品發展方面，牛犁做軟陶、黃金蜆吊飾、檳榔玩偶、拼布、竹雕、竹鷺鷥、木頭巧拼、手工書，甚至玫瑰花露水、檜木香精，其實種類很多，但因為這些大都不是生活必需品，除了黃金蜆吊飾開發後由立川漁場自製販售外，產品市場設定在教學及DIY教作上，並未朝精緻的方向去開發設計與包裝行銷，如此一來，社區童玩和生活的體驗很豐富，也免除了為推廣銷售需大量投資生產的資金問題和風險考量問題。但是欲藉由在地文化特色或創意產品帶動社區產業發展，以創造在地就業機會，讓青年人回流農村的社造目標，也因此愈發困難。

另一方面，牛犁社區和多數的社區一樣，缺乏藝術、設計人才，強調居民共識及由居民參與的社區營造，對於文化創意的美學必須不斷地學習，否則層次無法再提昇，而專業的加值設計能力更是開發文化創意產品重要的關鍵，亦是牛犁社區在發展社區文化特色產品（業）所面臨的困難點。

參、牛犁協會靈活發揮創意，將社區需求轉化成符合政府補助或民間企業贊助之計畫項目；加強溝通協調及透過社區自我學習方式，帶動更多居民意願。

牛犁協會關注生活環境周遭發生的事，例如：當牛犁協會發現豐田有一種很像貓頭鷹的鳥時，即向附近的老人家們打聽和請教專家。後來經野鳥協會理事姚誠老師的辨識，原來那是「台灣夜鷹」，是台灣特有的留鳥⁷，於是決定列為社區保護物種，正好信義房屋推出「社區一家」贊助計畫，牛犁協會就以「社區另類的好鄰居」計畫，獲得信義房屋贊助，從此開啟了漫長的夜鷹保護之路，還深入國小、國中，透過兒童劇、徵文、繪本等，宣導不補捉夜鷹、不在夜鷹覓食區使用除草劑，並做生態觀察紀錄。

前述的綠色隧道營造，亦是社區交通安全需求的轉化所產生的創意行動。但在棚架剛搭建完成時，天際線被劃成一條一條的，有居民不禁反應嫌醜，然而等到綠色藤蔓植物爬滿棚架甚至

註 7：台灣鳥類有五百多種，其中約一百六十種是留鳥，其餘為候鳥及迷鳥。留鳥即某地一年四季皆可見的鳥類，牠們通常終年在出生地內生活。台灣的留鳥主要在冰河時期，因海平面下降，台灣海峽陸橋形成，由亞洲大陸播遷擴散而來的（農委會林務局網站）。

開花時，則漂亮又消暑，產生極佳效果，顯見社區營造的工作需要耐心，而社區營造的成效更需要時間累積。

不過，對於有歷史性的建築或文化資產的活化再生計畫，也有無法順利進行的情況，或因所有權人擔心後續維護經費的問題，或因計畫不符合所有權人的使用意向，由於社區協會無法完全保證未來的政策變化，亦不具有法令約束力，牛犁協會僅能加強溝通協調及透過社區自我學習方式，當一個個社造景點帶給居民美觀、舒適的環境感受力時，提高了生活品質與美學鑑賞，繼而帶動更多居民的意願，讓社區營造逐漸遍及社區每個角落。隨著近幾年來的成果示範，有的所有權人原先擔心私有財產會變成公有財產的疑慮也漸獲解除，景觀美化及空間再生的新計畫個案仍持續不斷進行。

肆、透過擴大社群網絡及與公務單位合作，發揮資源、創造資源。

除與民間贊助企業合作外，牛犁協會透過社區家族聯誼及各種相關課程、講座，陪伴個別社區成長，串連社造夥伴，進而擴大社群網絡，是協助其他社區，也是回饋牛犁社區本身。五味屋並以二手物流和社區孩子為中心，串聯起花蓮縣內中區的社區青少年組織。

牛犁協會配合壽豐鄉公所活化久未使用的豐田市場舊建築，將之競標承租下來，並加以規畫運用，供做單車休憩站、文創商品展售等，為社區增添社區文化創意空間。此外，牛犁協會

從初期執行花蓮林區管理處所推廣的社區林業計畫，到進一步協助該處四個工作站（新城、南華、萬榮、玉里）的社區林業計畫之推動，亦即『社區林業同心園輔導陪伴計畫』，以及受農委會林務局委託辦理「花蓮地區-社區林業成果展」，牛犁協會在社區林業的推行成效頗獲肯定。

牛犁協會透過擴大社群網絡，以及與鄉公所、林管處相互合作、協助，不但發揮資源、創造資源，更與公務單位之間形成和諧的關係，對協會組織之長遠發展有很大助益。

伍、牛犁社區本身就是「環境教育中心」。

牛犁藉由社區深度旅遊行銷社區，活動宗旨強調的特色就是尊重自然與珍惜過去的歷史文物資產，希望前往社區參訪的人都能透過解說與活動，深刻觸動、體會人與環境和協的重要性，進而愛護自然、保護環境。就旅遊的型態來看，牛犁的社區深度旅遊其實已經具有生態旅遊的精髓。按 Lawrence 等人（1997）認為生態旅遊讓旅遊者學習與欣賞自然環境，主要是為了提升保護的動機（Page, Dowling, 2001）。因此，牛犁透過社區深度旅遊闡述社區歷史文化與體驗自然的生活氛圍，牛犁社區本身就是一個「環境教育中心」。而為避免社區觀光遊客過多影響居民生活品質，牛犁協會對於社區的觀光飽和承載度極為小心。

豐田雖然沒有顯著的景觀目標或熱鬧的主題活動，但也正因

為如此，豐田可提供有別於太魯閣、七星潭、六十石山等地的旅遊內涵，更可增添位於臨近地區的鯉魚潭觀光景點的旅遊內容及人文氣氛，連貫壽豐鄉的旅遊層面，甚至做為鳳林鎮林田山、光復鄉糖廠等景點的中繼站。

此外，居民不但因為遊客的詢問更重視地方的文史及特色，也由於遊客的回應進而發現自己的家鄉原來是這麼特別，這種改變並非透過解說課程的訓練或灌輸形成的，而是在與旅人的互動中，重新看見自己的美好與獨特，並轉變為自信和與人分享的快樂，成就了牛犁社區自然樸真、歡喜生活的人文特色。是以牛犁的社區深度旅遊也成為一種所謂的重新認識地方價值的機制。是以牛犁的社區深度旅遊就是社區最重要的文化產業，與社區營造充分結合在一起。

陸、牛犁社區的發展以人為本，以營造優質生活圈為願景，但人口仍逐年下降。

牛犁協會透過觀察、記錄與整理社區資源，藉由說明會、座談會、工作坊等活動方式，讓居民找到關心和參與社區事務的切入點，並彙整居民需求。從資源調查的過程，不但促進社區團體與居民互動，重新看待當地既有的文化資產與景觀，找回昔日的回憶和居民的自信，更可發現需要解決的議題，勾勒未來的營造工作藍圖。社區優質的「生活圈」是牛犁社區營造的優先考量。各種營造最終都是為了提昇社區生活品質，希望社區的人打從心底覺得住在豐田真好，只要讓社區適合更多人、吸引更多人來

住，產業價值就會出來。因此，雖然牛犁協會沒有採用外來的社工，而是派協會自己的成員去進修取得資格，但對於新遷移加入社區的居民則是抱持歡迎的態度。所以牛犁在行銷創意上，其實是在行銷一整個社區。近年來主推社區深度旅遊即是行銷社區，同時也是替代另覓社區產業的作為。

近五年（2007.1~2011.1）來，豐田三村的家庭戶數雖然略有增加，如圖 6-3；但是人口數仍舊呈現逐年減少的情況，三個村總計的人口數由 2007 年 1 月的 5,223 人，減少為 2011 年 1 月的 5,038 人，如圖 6-4，截至 2011 年 9 月，已降至 4,984 人。其中比較特別的是，從 2007 年到 2010 年，三個村莊每年移入的人口數雖然不多，但卻呈現成長的情形，尤其 2010 年成長幅度為 37%，如表 6-2。牛犁社區也和多數的鄉村社區一樣，在產業向度的社區營造成果較少。雖然主推社區深度旅遊做為社區產業，增加了社區媽媽們提供餐飲、捏軟陶的服務收入，但仍不足以提供青年人口的就業機會。

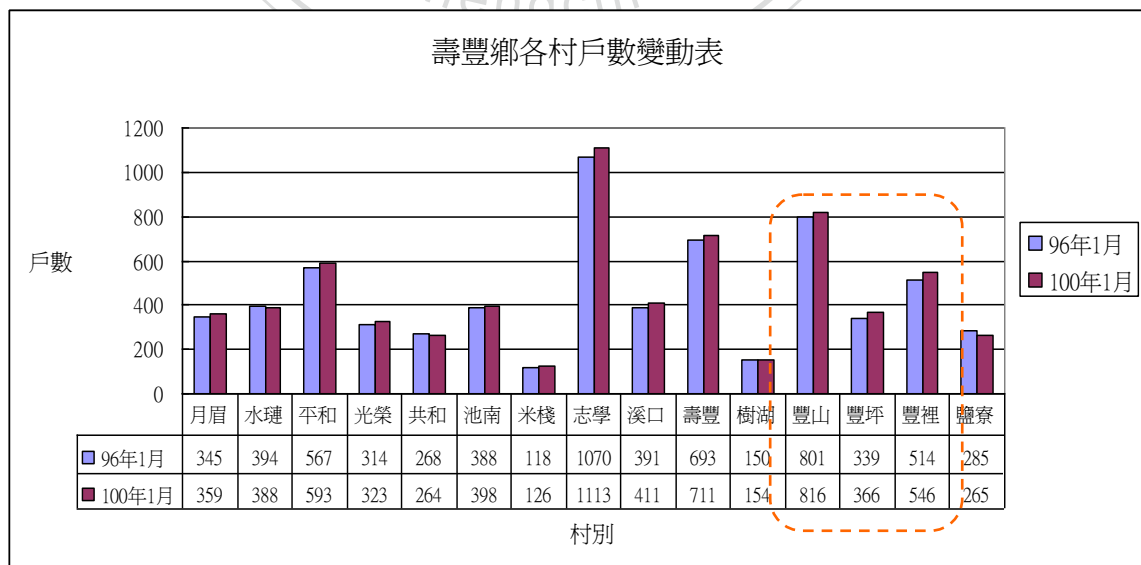


圖 6-3 壽豐鄉近五年來戶數變動情形

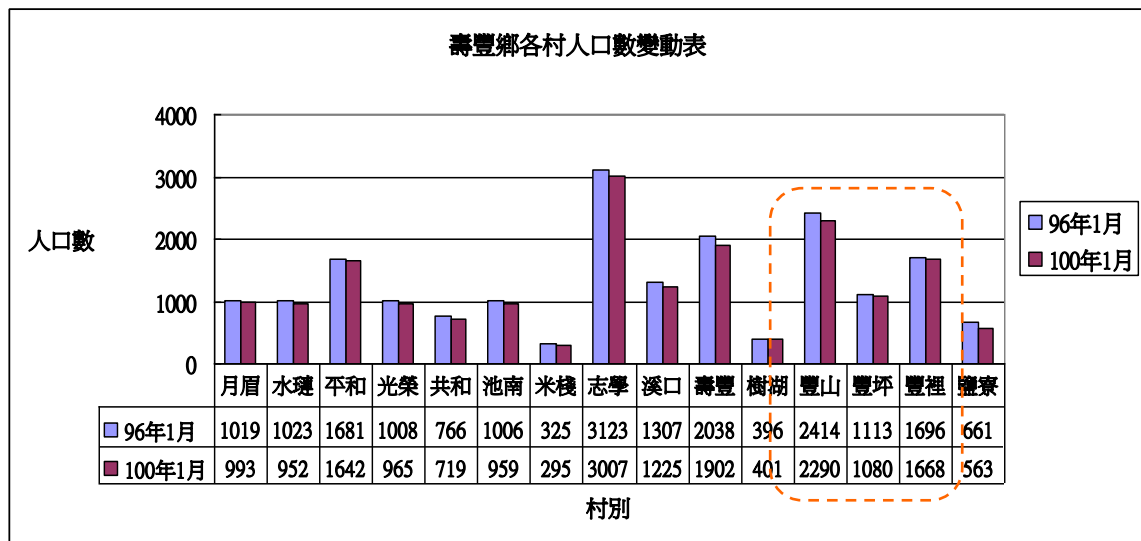


圖 6-4 壽豐鄉近五年來人口數變動情形

表 6-2 豐田三村 2007~2010 年人口移入情形

人 數	2007 年度	2008 年度	2009 年度	2010 年度
豐山村	43	42	61	77
豐坪村	29	30	32	44
豐裡村	31	29	34	53
合 計	103	101	127	174

第七章 結論與建議

本章主要係根據研究分析與研究發現，總結結論與提出建議，同時對後續研究者予以提供建議。有關第一章第二節的研究問題與研究所得結果的關係如圖 7-1。

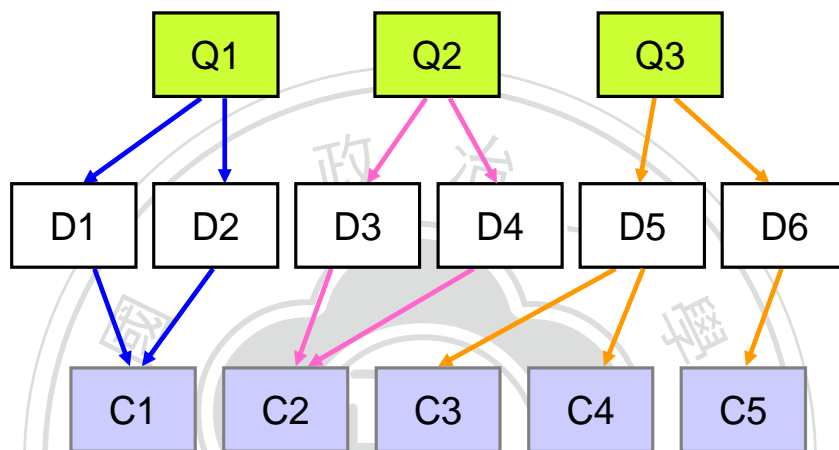


圖 7-1 研究問題與研究發現、研究結論的關係

第一節 研究結論與建議

台灣自從 1994 年推動人文地產景五個面向的社區總體營造開始，強調文化創意、在地特色的社區營造發展至今已十七年，牛犁社區也在這一波推動風潮中，運用社區獨特的文化，形塑自己的社區魅力與親和的生活環境空間，並榮獲了社造界的最高榮譽玉山獎。牛犁的社區營造顯示文化創意是社區營造的重要核心元素，從景觀、環境、人文活動到生活，而社區營造是文化創意發揮與具體呈現的最佳平台，因為文化與生活息息相關，而社區是生活的地方。

由於「文化創意」、「創意經濟」已成為 21 世紀全球性城市尋求再生，重新創造經濟競爭力的嶄新概念，「創意經濟」更取代了「知識經濟」，近年來各國文化創意產業帶來的經濟效益有目共睹。目前政府推動中的「新故鄉社區營造第二期計畫」，其四大目標之一為開創在地特色的文化觀光內涵，社區營造已從社區文化發展、空間美化，到著重文化資源創新、地方產業活化，進而到文化觀光產業之發展，經濟已成為未來台灣鄉村社區發展的一項重要目標與方向。又在過去的觀念中，好的生活品質是推動經濟發展之後的結果，而今，想要促進經濟發展，一個地區必須先提高其生活品質。

壹、結論

一、牛犁以「文化創意生活化」的方式營造社區，形塑出社區獨特的人文空間。

社區是生活的地方，生活的總合就是文化，牛犁運用既有的自然資源與文化資源，以人為本，將文化創意建立在生活基礎上，讓歷史文物資產有效地活化、再生，營造了質樸的美麗景觀，亦形塑了自然與人文兼具的親和空間，成功地促進社區生活與文化融合，創造出社區獨特的風貌。

二、文化創意需要載具的呈現，社區營造是豐田地區（牛犁社區）地方文化創意發揮的最佳舞台。

文化創意是根植於文化的創意、創新，需要載具的呈現，豐田三村在以文化建設為出發的社區營造經營下，從日本移民村的歷史記憶中走了出來，社區營造提供豐田三村一個發揮地方文化

創意的平台，豐田三村成為社造界的「牛犁社區」。對於有歷史性的建築或文化資產的活化再生計畫，雖未必都能獲得所有權人的支持與配合，但透過社區學習的方式，可逐漸凝具居民的社區意識，繼而共同致力於改善社區環境，就像古川町不成文的老規矩（群體的意思、共識）一樣。

三、珍視歷史文化、強調環境保護的牛犁社區深度旅遊，不以外來消費為目的，塑造出新的觀光文化。

牛犁社區深度旅遊的活動宗旨為讓遊客或造訪者認識豐田三村的自然與文化特色、體驗在地生活氛圍及環境保護理念，牛犁的社區深度旅遊成為一種居民與遊客良性互動與彼此約束的新的觀光文化，牛犁社區不但因此成為一個環境教育中心，亦建立生態旅遊的發展基礎，有利於社區永續發展。

四、以文化創意營造社區，是創造價值的過程，將價值轉變為經濟效益時，才能達到促進地方產業、活化鄉村。

牛犁社區以營造優質的居住生活空間為社區營造的目的，希望居民覺得住在這裡真好，也希望吸引更多人前來居住，但近五年來人口仍舊逐年下降，是以在營造社區朝向社區願景的過程中，經濟的議題是不可忽略，而且是重要的關鍵。以文化創意營造社區，是創造價值的過程，將價值轉變為經濟效益時，才能達到促進地方產業活化、吸引年輕人回鄉，以及開創在地特色的自然、文化觀光內涵等社區營造目標。近兩年（2009年、2010年）移入人口成長率分別為27%、37%，不啻對牛犁社區秉持「經營好社區居住環境品質，就會吸引更多人前來居住」的理念，有了

正面的回應，加上牛犁社區在社造界的行銷能力，牛犁社區永續發展的前景是樂觀的。

五、牛犁社區缺乏專業人才，現階段欲發展社區文化特色產品（或產業）較為困難，具文化特色的休閒旅遊是較適合發展的產業。

牛犁社區缺乏藝術、設計、行銷等專業人才，強調居民共識及由居民參與的社區營造，對於文化創意的美學必須不斷地學習，否則層次無法再提昇。現階段如欲發展社區文化特色產品（業），較為困難，為增加在地就業機會，綜觀其資源、條件，尤其特殊的歷史文化背景，加上發揮創意營造之社區環境，蘊含人文特色的休閒旅遊、生態旅遊是較適合發展的產業。

貳、建議

人是社區發展的根本，牛犁社區經過十年的社區營造，發揮文化創意，建立社區自然與人文兼具的環境特色，並提昇社區生活品質。對於近年來人口仍舊逐年下降的現象，在「文化創意」、「創意經濟」等概念興起與政府積極推動文化創意產業之際，未來牛犁如何將文化創意轉化為經濟效益，以增進就業機會，減緩人口流失，使社區得以永續，已益形重要。同時就長遠來看，社區如果有較多的人才，社區才能成為培育發展文化創意產業最重要的創意人才的所在。故建議牛犁社區在既有的社區深度旅遊基礎上，持續以社區營造為根本，從傳統文化中發揮創意，加值產品設計或旅遊服務內涵，以擴大旅遊內容深度與遊客廣度，並朝向生態（有機）旅遊發展，俾增加多元的就業機會與收入來源，提昇社區經濟，並兼顧降低觀光對生態環境的影響。

一、建議鄉公所與牛犁協會協力推動發展農家生態（有機）旅遊，結合民宿、設計停留型的旅遊度假內容，延伸鯉魚潭賞螢生態旅遊活動線，例如農莊有機生活體驗（包括農事作業、農產品加工體驗活動、有機美食，甚至有機農法實行過程等），以及單車慢活、參與地方傳統慶典活動等，讓遊客親身接觸、感受，心生對食物資源的珍惜與對地球環境的愛護，學習在消費中做環保。例如目前里仁公司在坪林推廣有機茶園，發起「喝茶護水庫」，並透過體驗活動讓參訪者深刻瞭解、學習，共同力行環境保護。臨近的東華大學與觀光學院相關科系學生，應該是很適當的導覽人力支援來源，亦可提供青年培力計畫實作場域。此外，考量不增加社區負荷，運用非假日的閒置住宿設施，可藉由花蓮鐵道之旅，增添吸引背包客到豐田做一趟深度探訪的元素，例如整修豐田車站、設置單車租借點、簡明美觀的標示牌…等。

二、建議牛犁協會加強延攬藝術、設計人才進駐創意產業研發工作室，或藉由「藝術駐村」方案以社區共同議題做為創作主題或開辦創作工作坊，並鼓勵社區年輕人參與，運用當地材料及元素，在既有文化基礎上進行創作，透過社區營造建立創意的環境空間，逐步將藝術家、設計師與工匠三者串聯起來，開發精緻（非標準化量產）、雋永的化創意產品；並加強延伸創意產品之通路，例如將創意產業研發工作室的產品於民宿擺飾、展示、銷售或寄賣，甚至提供解說、參觀，亦即將之與社區深度旅遊結合在一起，於旅遊中注入更多文化、藝術與創意的生活故事體驗，豐富旅遊

內涵。此外，社區是培育孩童成長的地方，創意、美學源自生活環境，藝術家等人才進駐長期當有助於社區創意人才的培養。

三、建議牛犁協會可進一步挖掘、串連鄰村有特色的人、事、物，例如共和村的豆腐、志學村的農園，以及溪口村的石雕家等，源自對生活的咀嚼，及與友人分享的心情，將文創融入社區深度旅遊，讓旅遊參訪更充滿人文、更觸及人心，應有助於協會在社區旅遊方面的經營與推廣。

四、豐田三村有六成為客家人，台灣近年來在客委會推動下，西部有不少地區成功塑造了客家意象，建議位於東部的豐田三村亦可透過社區營造針對客家特色（例如：客家美食、擂茶等）進行推廣與文化傳承，而文史館除了提供咖啡讓旅人小憩，提供擂茶更可讓遊客體驗到鮮明的客家文化氣息，對於文史館裡訴說的客家移民故事當更有體驗感。

五、建議鄉公所與牛犁協會，可更積極扮演外來輕移民的資訊服務站，歡迎來自不同背景的人加入新農業的行列，創造新的農村風貌。可以提供的協助例如：提供土地買賣、使用規畫、農舍興建、租屋、農作種植…等法規面及實務面的相關資訊，最重要的是社區理念的傳遞，以及與社區達人（很會種菜、很會種花、很會種樹、很會做木工…的人士）的交流，俾助人口流入農村，改善休耕現象，並維護環境生態健康，避免不當開發，進而共同打造一個新農村社會。

第二節 後續研究建議

本研究僅就鄉村型的牛犁社區進行文化創意與社區營造之探討，建議後續研究者可進一步探討：

- 一、 針對都會型的社區，其文化創意與社區營造之關係。
- 二、 牛犁社區有多元的居民結構，牛犁社區的協會組織與公務單位及社區居民之間如何發展出社會和諧性？
- 三、 本論文研究期間，「豐田文化市場」甫營運年餘，該案乃閒置空間活化再生之案例，有關規畫經營之成效如何？後續可予以探討，應有助於壽豐鄉社區文創產業之推動發展。



參考文獻

中文書籍：

1. 中華綜合發展研究院應用史學研究所編（2002），壽豐鄉誌，花蓮縣：花蓮縣壽豐鄉公所。
2. 文建會（2009），創意台灣：文化創意產業發展方案行動計畫，台北市，文建會。
3. 文建會（2010），最小的無限大：文建會社區營造紀實，台北市：文建會。
4. 王本壯（2008），「社區總體營造的回顧與展望」，府際關係研究通訊，第三期，pp.18-21。
5. 王慶鐘（2008），「書畫為體.生活為用—以社造為例」，書畫藝術學刊，第五期，2008年12月，pp.351-371。
6. 江大樹（2005），「生命共同體的永續發展：台灣健康社區六星計畫政策評析」，行政院國科會補助專題研究計畫「新故鄉社區營造計畫之政策分析：地方永續發展觀點」。
7. 吳思華（2010），文化創意產業的生態系統，台北市，政治大學。
8. 呂桂英（2005），「社區總體營造之文化重建與祭祀圈的探討—以虎尾西安社區白鶴文化節與褒忠鄉大部社區花鼓節為例」，人文及社會學科教學通訊，第16卷，第4期，94年12月，pp.30-48。
9. 李上儀（2007），「以人為本，從心出發」，台風眼，第11期。
10. 李上儀（2007），「陳其南：政策推動13年的回顧與展望」，台風眼，第12期，pp.31-33。
11. 李宜君（2004），台灣的再生空間，新北市：遠足文化事業股份有限公司。

12. 杜明城譯 (1999)，創造力-少了創造力你與黑猩猩沒什麼不同，台北市：時報文化出版社，譯自 Mihaly Csikszentmihalyi。
13. 李常生 (2008)，「以文化的角度來推動社區總體營造的理論與方法」，部落格 <http://tw.myblog.yahoo.com>。
14. 李綺軒、黃偲婷、郭雅婷 (2007)，「民宿的發展與分布—以花蓮地區為例」，花蓮市：花蓮女中。
15. 李璞良譯 (2007)，創意經濟：好點子變成好生意，台北市：典藏藝術家庭公司，譯自 Howkins, J., *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*。
16. 林依蓉 (2003)，「陳其南：社區總體營造已深耕」，新台灣新聞週刊，第 383 期，2003.7.25。
17. 林柏霖 (2006)，九二一重建區產業振興核心策略之探討—以華山咖啡及澀水紅茶為例，中興大學農業推廣研究所碩士論文。
18. 林茂昌譯 (2008)，決定未來的十種人，台北市：大塊文化出版股份有限公司，譯自 Kelley & Littman (2005)。
19. 林貞君 (2010)，公民與社會：文化與位階，師大附中。
20. 林梓聯 (2001)，「日本農村建設成功的經驗」，農政與農情，第 106 期，90 年 4 月。
21. 林榮泰 (2005)，「文化創意，設計加值」，藝術欣賞，第 1 卷，第 7 期，2005 年 7 月。
22. 林榮泰 (2005)，「科技與人性的結合--文化創意」，科學發展月刊，396 期，2005 年 12 月，pp.68-75。
23. 花蓮縣政府文化局 (2009)：花蓮縣社區文化創意產品手冊，花蓮縣：花蓮縣政府文化局。
24. 邱于芸 (2010)，文化底蘊與創意轉化，台北市，政治大學。

25. 洪德仁 (2005) , 社區營造的資源 , 客委會網站。
26. 殷海光 (1990) , 中國文化的展望 , 台北市 : 桂冠圖書 (股) 公司。
27. 馬克斯 (2009) , 極地之光 : 瑞典 · 設計經濟學 , 台北市 : 大塊文化出版股份有限公司。
28. 張怡平 (2005) , 文化創意產業促進地方經濟發展策略之研究——以苗栗縣地方特色產業為例 , 逢甲大學土地管理學系碩士論文。
29. 張瑋琦譯 (2005) , 觀光發展與社區營造 , 台北市 : 品度股份有限公司 , 譯自石原照敏、吉兼秀夫、安福惠美子 (2000) 。
30. 張維倫、潘筱瑜、蔡宜真、鄒歷安譯 (2003) , 文化經濟學 , 台北市 : 典藏藝術家庭公司 , 譯自 David Thorsby (2001) 。
31. 郭乃文等譯 (2006) , 生態旅遊 , 台北市 : 五南圖書出版股份有限公司 , 譯自 Stephen J. Page & Ross K. Dowling (2001) 。
32. 陳思琦 (2009) , 地方文化產業與社區營造之研究——以關西玉山地區為個案 , 新竹教育大學教師在職進修區域人文社會學系碩士論文。
33. 陳羚芝譯 (2010) , 44 個文化部 : 法國文化政策機制 , 台北市 : 五觀藝術事業有限公司 , 譯自 Pierre Moulinier 。
34. 陳敬旻/趙亭姝譯 (2009) , 文化創意人 : 5000 萬人如何改變世界 , 台北市 : 相映文化事業股份有限公司 , 譯自 Paul H. Ray & Sherry Ruth Anderson : The Cultural Creatives 。
35. 陳錦煌 (2009) , 「921 震災十年~十年社造 我們學到什麼」 , 中國時報 , 2009.9.21 。
36. 陳錦煌、陳意玲 (2006) , 「從文化創意與社區營造看休閒產業的未來」 , 美育 , 第 154 期 , 2006 年 11 月 , pp.20-27 。

37. 傅振焜譯（2006），創意新貴 II：城市與創意階級，台北市：寶鼎出版，譯自 Florida, R.（2004）。
38. 曾旭正（2009），台灣的社區營造，新北市：遠足文化事業股份有限公司。
39. 曾旭正主編（2009），在社區營造藝術，台南縣：國立台南藝術大學視覺藝術學院。
40. 湯錦台（2010）千年客家，台北市：如果出版社。
41. 黃淑芬（2006），「日本白川鄉合掌造文化觀光與文化資產之研究」，2006 提昇觀光餐旅休憩人力及行銷競爭力國際學術研討會，2006 年。
42. 黃麗玲（1995），新國家建構中社區角色的轉變—社區共同體的論述分析，台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。
43. 馮驥才（2003），藝術在巴黎，台北市：未來書城股份有限公司。
44. 楊幼蘭譯（2008），創意城市，台北市，馬可孛羅股份有限公司，譯自 Landry, *The Creative City：A Toolkit for Urban Innovators*（2000）。
45. 楊鈞弼（2010），豐田地區--文化資產守護教育教材，花蓮縣：花蓮縣政府文化局。
46. 楊鈞弼主撰（2009），牛犁傳記，花蓮縣政府文化局。
47. 楊裕富（2005），「文化資產保存與社區總體營造」，設計藝術建築書評。
48. 楊燕枝、吳思華（2005），「文化創意產業的價值創造形塑之初探」，科技管理學刊，行銷評論，第 2 卷，第 3 期，2005 年秋季，pp.313-338。
49. 溫肇東（2010），文化底蘊與創意轉化，台北市，政治大學。

50. 溫肇東、江莉萍（2008），「創意聚落 衍生創新產業模式」，經濟日報，2008.04.06。
51. 溫肇東等（2010），全球視野的文化創意產業政策論壇，台北市，政治大學。
52. 詹偉雄（2010），「個性人—發展文化創意產業的關鍵」，文建會·文化創意產業推動服務網。
53. 鄒應媛譯（2003），創意新貴：啟動新新經濟的菁英勢力，台北市：寶鼎出版，譯自 Florida, R.（2003）。
54. 廖志德（2006），「文化創意產業野火再燃（下）」，資訊科技，2006.2.23。
55. 廖俊松（2003），「社區總體營造全國年會」，新台灣新聞週刊，第 405 期，2004.5.19。
56. 廖俊松（2006），「非營利組織與福利社區營造—龍眼林社區之經驗分析」，環境與藝術期刊，第 4 期，95 年 5 月，pp.81-94。
57. 劉維公（2004），「創意台灣的前瞻規劃與對策研究」，中華民國行政院經濟建設委員會專案研究報告。
58. 劉維公（2010），「創意：台灣新經濟發展的關鍵競爭力」，文建會，2010.10.7
59. 蔣玉嬋（2004），「地方文化產業營造與社區發展」，社區發展季刊，107 期，93 年月，pp.241-253。
60. 蕭代基（2006），個體經濟學，台北大學。
61. 蕭明瑜（2011），工業設計：The Creative City 創意城市，朝陽科技大學。
62. 蕭照芳等譯（2010），大家一起來！打造觀光城鄉，台北市：天下雜誌股份有限公司，譯自西村幸夫。

63. 顏建賢、方乃玉 (2003) 「台灣與日本綠色旅遊與鄉村社區永續發展之比較研究」，農業推廣文彙，第 50 輯，2003 年。
64. 嚴長壽 (2010)，我所看見的未來，台北市：天下遠見出版股份有限公司。
65. 嚴蓓雯譯 (2010)，資本主義文化矛盾，人民出版社，譯自 Daniel Bell (1976)。
66. 蘇楓雅譯 (2006)，半農半 X 的生活：順從自然，實踐天賦，台北市：天下遠見出版股份有限公司，譯自塩見直紀 (2003)。

網站部份：

1. 文化建設委員會網站 <http://www.cca.gov.tw/business.do?method=list&id=5>
2. 公共電視台城市的遠見 <http://www.pts.org.tw/~web02/city/index.php>
3. 內政部社會司社區發展網站 <http://www.moi.gov.tw/dsa/>
4. 牛犁社區交流協會網站 <http://www.nlica.org.tw/>
5. 中華民國社區營造學會網站 <http://www.peopo.org/cesroc/category/7093>
6. 行政院客家委員會網站 <http://www.hakka.gov.tw/content.asp/>
7. 新店地區農會 <http://sindian.tpcgo.org.tw/ch/CH1/1150/News/526123.html> (新北市政府農業局訊)
8. 營建署城鄉新風貌網站 <http://www.cpami.gov.tw/>
9. 壽豐鄉戶政事務所網站 <http://sfhr.hl.gov.tw/>
10. 壽豐鄉農會 <http://www.shoufong.org/front/bin/home.phtml>