

謝 誌

從 96 年接觸文化資產再生點的操作至今，南瀛總爺藝文中心是我非常喜愛的文化資產再生點；記得 97 年時夏季，老婆與其姐妹從苗栗帶著一群小朋友來此踏青，進入園區就被和風招待所旁的草坪吸引，並選在結滿累累果實的龍眼樹下品嚐著現沖咖啡，小朋友在草坪上推著廠區內建置的木構推車來回跑跳，並在綠帶聆聽熱情的帶動歌唱，體驗其歡樂的夏季氛圍。

因為心中的喜歡，來回走踏總爺藝文中心好幾回，帶著好友共遊，推薦場域辦理公司文藝饗宴，與研究所老師及同學踏勘研討，雖有多次的參訪，但在每次的體驗都有不同的感受，也是心中永遠的記憶，因其陪伴人選的不同，解讀的不同、心情的不同都呈現著不同的感知。在心裡的印象裡要感謝當時吳樹南主任風趣幽默的講解，蘇美蓉小姐充沛活力的企劃導讀，多位場務人員和桂珍姊的細心導覽以及孫世欽先生鉅細靡遺述說場域的一景一物，讓我享受每次歷史場域的文化饗宴。

感謝我的指導教授林東龍老師，聆聽我想要做的目的，親自與我到總爺藝文中心踏勘，並在每一步驟的過程中耐心與我研討及指導操作，適時給予方向與建議，讓我的碩士論文得以順利完成。

最後感謝曾經為「總爺糖廠」的歷史文化保存作努力的人士及支持「總爺藝文中心」規劃利用的人士共生成就，將最美好的歷史文化場域呈現分享。

楊碩儒 謹識于 2012.02

南瀛總爺藝文中心意象與經營模式之研究

研究生：楊碩儒

指導教授：林東龍

東方設計學院文化創意設計研究所

摘要

近年來，由於國營事業逐漸進行民營化之轉型，讓台灣產業之文化資產議題不斷呈現在國人眼前且亦被深入討論其場域活化議題，行政院文化建設委員會文化資產總管處籌備處自 95 年起至 98 年，以階段性模式分為四期積極推動「產業文化資產再生計畫」政策，其目標為強化文化性資產保存維護再利用，策動地方公部門與產業單位合作，以活化豐富的歷史資產建立管理營運機制，並以產業有形或無形文化資產為開發元素，進行轉化與增值創造，以提昇文化資產產值，形塑文化資產保存與親民環境之觀光場域。

總爺藝文中心自 95 年起經文建會審查機制評估後即被該處納入重點發展示範點，其歷經 4 年時光的操作及輔導修正，已成為家喻戶曉體驗「偷得浮生半日閒」之場域空間，走入歷史場域空間內，由老建築的構材形成點、線、面的視覺饗宴及場域內生態景觀、地方工藝師建置的有趣公共藝術群等元素，形成特色氛圍。本研究先以企劃者、導覽者及參訪者為訪談對象，並期藉由相關文獻、史料及雜誌，蒐集相關感性語彙進行分析，再以訪談得知之場域意象圖片作場域研究調查，以尋求場域意象之魅力因子群，作為總爺藝文中心目前經營模式之驗證要素。

所得結果歸納如下：總爺藝文中心場域擁有有傳統、古典、懷舊、復古、自然、親切、創意、寬廣等魅力因子，最後期以此魅力特色導入藝術培育、教育宣導及休閒體驗之文化活動空間，讓總爺藝文中心與社區共同營造永續經營之文化場域。

關鍵字：總爺藝文中心、意象、經營模式、魅力

The Study on the Images of Tsung-Yeh Arts and Cultural Center and Its Management Model

Graduate Student : Yang, Shuo-Ju

Advisor : Lin, Tung-Long

Graduate Institute of Cultural and Creative Design
Tung Fang Design University

Abstract

In recent years, due to that the state-owned businesses have been gradually transformed to be privatized, the issue of cultural assets of Taiwan's industries has been brought up and the regeneration of the industry fields has also been discussed in depth. Council for Cultural Affairs, Executive Yuan, from 2006 through 2009, had aggressively promoted the policy of industrial heritage regeneration project in four stages, with goals to strengthen the preservation, conservation and reuse of cultural assets and property, to advance the local governments to cooperate with industrial departments, and to establish a mechanism of management with rich historical assets. Also, by using the tangible and the intangible cultural assets of industries as developing elements, it has proceeded transformation and value-added creation, in order to raise the production value of cultural assets and to shape a friendly tourist attraction fields with preserved cultural assets.

Tsung-Yeh Arts and Cultural Center, after passed the assessment by Council for Cultural Affairs, has been selected as an exemplary site since 2006. With four years of operation and consulting modification, it has become a well-known experience field. As you walk in there, the architecture, the ecological scenery and the interesting public street decorations built by local artisans, mixed with new and old elements, have formed a particular atmosphere and will offer you a tremendous visionary party. This study is conducted by using planners, guides and visitors as interviewees. By analyzing the literature, historical material, and magazines and therefore related adjectives of sensibility are collected. By

clustering analysis, the representative words of sensibility are gained. Then, with the information and data gained from the interviews, the image pictures are used as field research questionnaire, with an aim to look for the charm elements of the field images as the prove elements of the the current operation and management model of Tsung-Yeh Arts and Cultural Center.

The results we find are as the following. The field of Tsung-Yeh Arts and Cultural Center has the charm elements of tradition, classic, nostalgia, reminiscence, creativeness, nature, friendliness, and spaciousness. We expect Tsung-Yeh Arts and Cultural Center, with the above features of charm, can be channeled toward the aspects of arts training, education and promotion, as well as leisure and experience, and work with the community to create a cultural field of sustainable management.

Keywords: Tsung-Yeh Arts and Cultural Center, image, management mode, charm



目 錄

謝誌	-----	i
中文摘要	-----	ii
英文摘要	-----	iii
目錄	-----	v
表目錄	-----	vii
圖目錄	-----	viii
一、	緒論	1
1.1	研究背景	1
1.2	研究動機	3
1.3	研究目的	4
1.4	研究範圍	5
1.5	研究方法與流程	10
二、	文獻探討	12
2.1	工業遺產	12
2.2	文化創意產業	16
2.3	閒置空間再利用	21
2.4	體驗與意象	27
2.5	南瀛總爺藝文中心經營模式	30
三、	研究方法	38
3.1	研究方法	38
3.2	調查方法	39
3.3	研究對象	40
3.4	研究工具	40
四、	分析結果	41
4-1	企劃者、導覽者、參訪者之訪談	41
4.1.1	總爺藝文中心企劃者策劃分析	42
4.1.2	總爺藝文中心導覽者訪談分析	45

	4.1.3 總爺藝文中心參訪者對其場域再利用之分析-----	47
4-2	問卷調查-----	54
4.3	問卷分析-----	57
	4.3.1 紅樓辦公室-----	57
	4.3.2 和風招待所-----	60
	4.3.3 紅磚餐廳-----	64
	4.3.4 廠長宿舍-----	67
	4.3.5 生態綠帶-----	71
	4.3.6 老建築群-----	74
	4.3.7 公共藝術群-----	77
	4.3.8 總爺藝文中心場域-----	80
五、	結論與建議-----	86
5.1	結論-----	86
	5.1.1 經營規模及規劃方向-----	86
	5.1.2 總爺藝文中心魅力要素及魅力因子之關係比對-----	86
	5.1.3 總爺藝文中心導入魅力因子未來經營模式之可行性-----	87
5.2	建議-----	89
參考文獻	-----	90
附錄	感性語彙問卷-----	93
	總爺藝文中心之紅樓辦公室感性語彙意象問卷-----	94
	總爺藝文中心和風招待所感性語彙意象問卷-----	95
	總爺藝文中心之紅磚餐廳感性語彙意象問卷-----	96
	總爺藝文中心之廠長宿舍感性語彙意象問卷-----	97
	總爺藝文中心之生態綠帶感性語彙意象問卷-----	98
	總爺藝文中心之老建築群感性語彙意象問卷-----	99
	總爺藝文中心之公共藝術群感性語彙意象問卷-----	100

表 目 錄

表 2-1	近年來文化創意產業的相關文獻-----	21
表 2-2	近年來有關意象的相關文獻-----	30
表 2-3	近年來對於總爺藝文中心的相關的文獻-----	35
表 4-1	訪談內容-----	41
表 4-2	訪談內容彙總表-----	49
表 4-3	總爺藝文中心場域感性語彙問卷-----	55
表 4-4	總爺藝文中心 22 個感性語彙-----	56
表 4-5	紅樓辦公室解解說總變異量-----	57
表 4-6	紅樓辦公室轉軸後的成份矩陣-----	58
表 4-7	和風招待所解解說總變異量-----	60
表 4-8	和風招待所轉軸後的成份矩陣-----	61
表 4-9	紅磚餐廳解解說總變異量-----	64
表 4-10	紅磚餐廳轉軸後的成份矩陣-----	64
表 4-11	廠長宿舍解解說總變異量-----	67
表 4-12	廠長宿舍轉軸後的成份矩陣-----	68
表 4-13	生態綠帶解解說總變異量-----	71
表 4-14	生態綠帶轉軸後的成份矩陣-----	71
表 4-15	老建築群解解說總變異量-----	74
表 4-16	老建築群轉軸後的成份矩陣-----	74
表 4-17	公共藝術群解解說總變異量-----	77
表 4-18	公共藝術群轉軸後的因子矩陣-----	77
表 4-19	總爺藝文中心場域解解說總變異量-----	80
表 4-20	總爺藝文中心場域轉軸後的成份矩陣-----	81
表 4-21	魅力要素與魅力因子成份對應表-----	83

圖目錄

圖1-1	總爺藝文中心-紅樓辦公室-----	2
圖1-2	總爺藝文中心-紅磚餐廳-----	2
圖1-3	紅樓辦公室內原木構架天花板-----	3
圖1-4	總爺藝文中心利用綠帶舉辦露天音樂會-----	4
圖1-5	南瀛總爺藝文中心園區配置圖-----	5
圖1-6	和風招待所-----	6
圖1-7	紅磚餐廳-----	6
圖1-8	廠長宿舍-----	7
圖1-9	幹部宿舍-----	7
圖1-10	玻璃工房-----	8
圖1-11	寬廣的綠帶場域-----	8
圖1-12	總爺藝文中心入口意象-----	9
圖1-13	綠帶生態-----	9
圖1-14	研究流程圖-----	11
圖2-1	總爺糖廠-----	12
圖2-2	高雄橋仔頭糖廠工業遺址轉換為糖業博物館-----	15
圖2-3	古蹟作為糖業主題展覽空間-----	16
圖2-4	社群工藝技能-----	20
圖2-5	文創商品-----	20
圖2-6	雲林虎尾驛(前身為閒置空間,其內部結構損毀嚴重)-----	23
圖2-7	雲林虎尾驛(經整修再利用)-----	24
圖2-8	總爺藝文中心多功能體驗場域-----	32
圖2-9	行政院文化政策關係圖-----	33
圖2-10	總爺藝文中心經營模式關係圖-----	34
圖2-11	總爺藝文中心日間場域-----	36
圖2-12	總爺藝文中心夜間場域-----	36
圖2-13	總爺藝文中心綠帶景觀之利用-----	36
圖2-14	總爺藝文中心夜間廊道景觀-----	37
圖2-15	總爺藝文中心紅樓與綠帶間場域意象-----	37
圖3-1	李克特認同度量表-----	39

圖4-1	古蹟建築內之傳統魅力-----	51
圖4-2	環境、空間、工藝的懷舊魅力-----	51
圖4-3	綠帶置入工藝街具之創意魅力-----	52
圖4-4	綠帶與人的開放魅力-----	52
圖4-5	歷史建物與樹蛙藝術的自然魅力-----	53
圖4-6	歷史建築與公共藝術的古典魅力-----	53
圖4-7	紅樓辦公室轉軸後空間中的成分圖-----	59
圖4-8	和風招待所轉軸後空間中的成分圖-----	63
圖4-9	紅磚餐廳轉軸後空間中的成分圖-----	66
圖4-10	廠長宿舍轉軸後空間中的成分圖-----	70
圖4-11	綠帶生態轉軸後空間中的成分圖-----	73
圖4-12	老建築群轉軸後空間中的成分圖-----	76
圖4-13	公共藝術群轉軸後空間中的成分圖-----	79
圖4-14	總爺藝文中心場域轉軸後空間中的成分圖-----	82
圖5-1	總爺藝文中心導入魅力因子之經營模式關係圖-----	88

