

論地方文化館與社區意識和社區參與的 關聯——以泰山娃娃產業文化館為例

吳靜宜¹

摘要

由公部門管理的地方文化館在營運上常出現與在地溝通不足的現象，泰山娃娃產業文化館的建館則是在振興娃娃的地方文化產業願景下，經由社區參與公私協力而誕生，後因地方首長更換而發生轉折。本研究以質性研究取向個案分析法為研究方法，資料蒐集透過深度訪談和文件分析，有3個研究目的，探究：1. 居民參與泰山娃娃產業文化館建館歷程及營運的經驗與看法；2. 該館建館營運和社區意識及社區參與的關聯；3. 地方首長對地方文化館社區參與及社區意識的影響。研究發現：1. 地方文化館有助於凝聚居民的社區意識，在於它訴諸居民共同記憶和情感連結、滿足居民的需求並整合入社區未來規劃，以及積極的社區參與和正向的社會互動。民眾因參與而互動更加強了社區意識。2. 地方文化館的館藏見證居民的共同歷史和願景，只有當館藏變成意義共享的符號時，才有助於凝聚社區意識，反之可能成為分化的藉口。3. 社區參與使居民不只是地方文化館的訪客，而且是館藏提供者和共同經營者。反觀2006年以後因主政者不支持，志工隊涉入地方文化館的面相、程度和決策權較為限縮，社區參與失去自主性，娃娃館和社會的互動降低。4. 政治人物對地方文化館的干預透過轉換願景，抽離資源和限縮志工的自主性，弱化社區參與，以致社區意識也受到削弱。

關鍵詞：地方文化館、蒐藏、社區意識、社區參與、地方文創產業、泰山娃娃

¹ E-mail: Muse2015@gmail.com

研究背景與目的

臺灣在 2002 年啟動的「地方文化館」政策是在「社區總體營造」的架構下，鼓勵透過居民參與、社區自主的方式來探究在地知識，利用閒置空間為地方文化的展示場所，政策宣示「地方文化館」的功能在於凝聚居民認同，提昇文化公民權。實際執行上，卻是以地方文化觀光資源的功能為主（涂雅玲，2007），最終目標是地方產業振興（文建會，2002、2010）。雖然地方文化館政策預期由下而上的社區參與，事實上很多為政府「由上而下」實施，執行者以菁英式的博物館模式主導地方文化館的建構，混淆了地方文化館的任務目標及角色，以致居民退居被動的角色，甚至在過程中缺席，居民認同則偏向被動的文化參與後的政策認同。地方文化館作為凝聚地方居民認同的角色，變成只是爭取居民政治認同的工具（施岑宜，2012；林崇熙，2013）。草根民眾參與不足，究其原因乃居民的自主意識和地方溝通機制並未建立，居民對公共事務的參與冷淡，也欠缺參與設計的素養和知能。社區對發展願景欠缺討論與共識，容易隨政府的政策補助而起舞，以爭取經費為目的。而地方文化館的營運也因欠缺人力長期投入社區行動、與地方居民的互動薄弱、缺乏與在地居民和社團的連結而難以永續經營（涂雅玲，2007）。

泰山娃娃產業文化館（以下簡稱娃娃館）的成立過程有別於缺乏社區互動的弊病，而是由鄉公所和居民共同決定以「泰山娃娃」為地方文化產業的發展標的，經由社區參與的公私協力模式而成立。館藏的建構來自社區志工發動蒐集文史資料，鼓勵居民捐贈文物，館藏由居民縫製創作而陸續擴增（古翠娥，2003、2008；古翠娥編，2002、2006、2010），也有別於一般博物館由館員決定蒐藏標準的典藏

過程。娃娃館藏象徵了社區的過去和未來——舊的芭比娃娃是見證過往產業記憶的文化資產，新的「泰山娃娃」則被視作代表地方的符號，展望未來振興地方經濟的文創契機。自 2004 年開館迄今，娃娃館的日常營運仰賴當地志工看顧和解說。在臺灣的地方文化館中，娃娃館是少數由民眾參與建構和開館後協助營運的案例。

然而，在 2006 年之後，新任鄉長因政治立場不支持前任鄉長所推動的娃娃產業，中斷前任鄉長委託社區團體營運娃娃館的承諾，改以鄉公所人員兼辦行政，現場則派臨時約僱人員看管，僅提供基本的水電營運預算，也沒申請文化部門補助來經營推廣。娃娃館原有一群從開館成立至今的志工隊擔任導覽解說人員，其中不乏才藝精湛的娃衣工藝師。此暴露出臺灣的地方文化館在實際執行上，受制於地方首長決策資源分配的狀況，無視於地方文化館政策由下而上社區參與的意圖。娃娃館的硬體雖為政府出資興建，但其文史資料、老照片、娃娃等內涵的蒐集卻是由工藝師、志工和居民所貢獻，但是最後卻全數變成地方政府掌控的資產，社區團體要求委託經營被拒，顯見政治權力的展現。

本研究意圖透過娃娃館的個案，探究地方文化館與社區意識和社區參與的關聯。研究目的有三：

- 一、探究居民參與娃娃館建館歷程及營運的經驗與看法。
- 二、探究娃娃館與社區意識和社區參與的關聯。
- 三、探究地方政治人物與地方文化館和社區意識及社區參與的關聯。

文獻探討

一、地方文化館及其蒐藏

（一）地方博物館的角色

文建會於 1994 年啟動「社區總體營

造」，該政策源自日本「社區營造」經驗，強調「由下而上」透過民眾參與、社區自主、永續發展等運作原則來推動社區發展。文建會並提出「產業文化化，文化產業化」的政策推動地方產業轉型，鼓勵居民去發現和活用社區原有的人文和自然資源，共同討論出社區的未來走向以振興地方經濟（陳其南，1996；黃世輝，2003、2004）。在此精神下，2002年啟動的「地方文化館」政策鼓勵居民主動參與建構地方認同，保存和發揚地方特色文化，和地方的觀光結合，推動地方的發展，除了作為整合地方文史資產轉化為觀光資源的舞臺，也是社區產業轉型活化的媒介（施岑宜，2012；涂雅玲，2007）。

日本的地方博物館政策源自於1970年代提出的「社區營造」政策，以改造城鄉落差等問題，它鼓勵地方民眾發現地方的課題，找尋有價值的事物，然後藉由居民的創造力和實踐去發展成小型地方產業（山浦晴男，2010，引自莊易儒，2012）。在這注重地方意識、認同和自立的社會運動下，地方博物館被賦予活化地方的使命，與地方發展政策關係密切（黃貞燕，2011）。居民透過參與地方博物館活動過程，與社區其他人交流、合作而有情感聯繫乃至建立共識，有助於社區意識的提昇，也使博物館成為文化對話和在地知識創造的據點。因此，地方博物館不僅肩負地方上的文化資料蒐藏和保存之責，更是以活用和創造為重心。博物館對社區意識的提昇乃藉由尋找和建構風土、歷史、人的經營之「地方價值」，不斷與市民對話和合作（金山喜昭，2004；塚原政彥，2008，引自莊易儒，2012）。總之，

日本的地方博物館在社區營造中的核心任務在於公私協力釐清和建構地方價值²，地方博物館成為在地知識的生產和活用創造的基地。挖掘和確認地方價值的過程使居民的社區意識茁壯增長，而且參與過程也增進社會關係和連結，又有助於提昇社區意識。

Elisabeth Crooke (2006) 指出地方博物館政策和社區發展運動息息相關。博物館在社區運動中被視為解決社區政經弱勢被排除和社區崩解等問題的手段。他認為從社區需求出發的「由下而上」的參與，是博物館能成功地與社區發生互動的關鍵。由社區居民自主地策劃展覽，從居民的觀點再現歷史，提供了居民嶄新且正面的認同感和自尊，博物館在社區營造及賦能上找到著力之處。除了社會認同建構，地方博物館具有帶動社區學習和改善生活品質的潛力（吳靜宜，2014）。

(二) 地方博物館的蒐藏特質

蒐藏乃指經過某個分類系統或價值體系區分而挑選的一系列物件，它生產有關物件的知識，也形塑人們理解和認識世界的方式，其呈現的人與物之關係受到各時代社會、文化的影響。蒐藏也彰顯認同，被視作認同的物質化表述。近年來，博物館界反思其蒐藏為文化霸權所壟斷的課題，因而操作上嘗試讓公眾參與知識生產或決策過程；地方文化館或博物館揭槩的草根參與，在蒐藏上則從居民作為主體出發，呈現當地居民觀點的詮釋 (Macdonald, 2006)。因此，地方的博物館有別於傳統博物館針對稀有、經典、菁英或來自異域的蒐藏，轉為蒐藏社區常民生活的物

² 地方價值包含三層面：1. 地方的自然、氣候、環境、地質構成的「風土價值」；2. 以地區歷史事件、遺產、故事、記憶構成的「歷史價值」；3. 以地區人們賴以維生的職業和生活為主的「人的經營的價值」。藉由地方價值的認定除了能提昇居民對當地的認識與喜愛，也有助於將相關的資源串連起來（金山喜昭，2004；塚原政彥，2008，引自莊易儒，2012）。

質文化。這樣的蒐藏提高了常民生活文化的價值，並且透過展覽使社區／社群的認同以具體的物質表現出來，強化與正當化其認同。這呼應了當今社會要求博物館回應包容多元社群的價值觀，透過其物質文化在公共場域的再現，實現博物館的民主化 (Macdonald, 2006)。而且，地方博物館在功能上首重民眾學習和參與，其蒐藏的意義在於在地知識的產製，以及激發創意 (田潔菁，2008)。Christina F. Kreps (2008) 認為博物館為了更能呼應社區與社群的需求，應發展出一套以社區／社群為基礎，運用在地知識與資源的運作模式。其蒐藏過程應與社區產生互動和關聯，使居民從在地的角度去詮釋文物資料。

(三) 臺灣的地方文化館面臨的困境

臺灣的地方文化館扮演展演地方特色價值的平臺角色，甚至被賦予推動文化觀光和培育地方文化產業的功能。地方文化館遍及全臺灣約有 297 處，從 2002 至 2015 年兩期計畫預算經費有 51.94 億 (陳冠甫，2014)。2016 至 2021 年的第三期六年計畫將投入經費 30.38 億元 (文化部，2015: 70)，堪稱影響力巨大的文化政策。

然而，地方文化館在實際執行上面臨館舍營運困難，乃至淪為蚊子館的窘境，問題可歸納為：1. 地方政府與鄉鎮公所專業人力資源不足；2. 人員的培訓不足與僵化，且缺乏知能引導居民進行地方價值的資料調查蒐集，以致當輔導團離開後，地方文化館無法自主發展；3. 輔導與評量未臻完善；4. 經費短缺；5. 與地方居民互動薄弱，缺乏與在地社團的連結，孤掌難鳴也難以形成與居民持續的合作 (涂雅玲，2007；林曉薇，2010)；6. 蒐藏政策不明、缺乏蒐藏品；7. 推廣教育活動不足等 (廖仁義、王嵩山，2012)。

林崇熙 (2013) 指出雖然地方文化館計畫循著社區總體營造的理念，也是以「民

眾參與地方文化」自許，卻在行政體制上貫徹了由上而下的國家主義治理模式。從地方文化館第一期 (2002-2007 年) 計畫到第二期 (2008-2015 年) 計畫，各館舍無不仰賴向中央或地方政府申請資源才得以運作，即便部分地方文化館的成立過程有民眾參與，但是館舍經營的人事和資源決策權掌握在政府，因而只要地方首長更換或支持意願不高，即嚴重影響地方文化館的存續。例如臺中縣豐原漆藝館、桃園縣龜山鄉、臺東縣大武鄉皆因新鄉長不支持前任鄉長的政策，而影響地方文化館計畫。

二、社區意識

社區意識 (sense of community) 描述一種個體與群體社區或社群之間的關係。McMillan and Chavis (1986) 認為社區意識意指個人對社區／社群的歸屬感、對他人及群體休戚與共的感覺，以及相信藉由共同實踐承諾可滿足他們的需要之共同信念。構成「社區意識」的 4 個面向包含：1. 成員身份，指身為團體一份子的感覺，一種歸屬感，由界限、安全感、歸屬感與認同、個人投資、共同符號系統 5 個屬性來界定他群和我群之別。2. 影響力：一方面個人對團體有影響力，一般人對自己能影響的團體較有興趣。另一方面，團體對個人有影響力，凝聚力要視一個團體影響其成員的能力而定。3. 整合與需求的滿足：當成員有類同的價值觀、需求和目標而結合一起時，就比較有能力去滿足其需求，將所需整合於社區整體的發展實踐中。因此，一個想要維持團結的團體，必須讓其成員覺得受到回饋。團體的成功會讓成員更凝聚，人們較會因為其他成員的技巧能力對自己有益而被吸引。4. 共享情感連結：社區成員因擁有共同的歷史、地方與經驗，而產生情感聯繫。營造社區的「共同情感連結」仰賴人們的接觸和優質的互

動。社區居民正向的互動和共同經驗愈多，社會聯繫愈緊密，就會導致愈高的社區意識。

侯錦雄和宋念謙 (1998) 之研究將社區意識的組成要素分為社會、認知、情感三方面，「社會聯繫」、「環境認知」、「情感連結」三大因素。郭彰仁 (2014) 在 McMillan and Chavis 提出的社區意識屬性之外，探究適合運用於臺灣農村的社區意識量表之 3 個構面為「社會連結」，其次是「場所依附」，再其次是「需求滿足與影響力」。因此建議提昇居民社區意識的方式之一是促進居民對社區的場所認同，二是滿足居民的需求，三是增加互動聯繫。而郭瑞坤和王春勝 (2004) 的研究顯示，居民對於社區未來願景越有規劃意識者，關心鄰里的強度也越強。而且對社區的認識深入程度對「社區意識」和「觀光發展衝擊認知」具有正面影響。高度的社區意識為社區發展帶來正向的結果，如賦權增能、提高效能感、滿足感、幸福感 (Farrell and Coulombe, 2004)。在地方觀光發展上，社區意識在居民對地方觀光發展的態度、覺知和行為上具有正向的連結 (Chi et al., 2017)。郭瑞坤、徐依鈴、張秦瑞和沈逸晴 (2013) 的研究指出，「社區意識」的提昇可導致「社區自主性」的提昇。鑑於「社區心理感」（社區依附感）是提昇「社區意識」最大的影響因素，此研究建議透過許多從共同經驗與共鳴分享產生交流，增加居民對社區的情感連結。

三、社區參與

「社區參與」強調在社區公共事務決策和執行的過程中，社區居民直接參與涉入，表達其意見，並能影響決策或計畫的執行 (Mathbor, 2008)。Chowdhury (1996，引自 Mathbor, 2008) 指出欲達到有意義的社區參與所具備的特徵，必須從以下三方面來考量：哪些人參與社區公共事務？參

與哪一類的事務？其涉入程度，在參與的過程中，民眾有多少決策權力？社區參與如何產生？

然而，社區參與的發生並不必然是有效的參與，Arnstein (1969) 認為重要的是原本沒機會發聲的弱勢及邊緣的族群，能參與決策。因此，社區參與導致權力的再分配。1990 年代以後，英美學者視社區發展為處理經濟和政治排除 (exclusion) 問題的手段，而其核心取徑就是社區參與。在此精神下，社區參與在博物館界也被視為解決弱勢排除和社區崩解問題的手段 (Crooke, 2006)。

1990 年代臺灣的社區營造課題焦點，更在於認同意識和自治體制的落實 (楊弘任, 2007)。社區總體營造政策試圖打破臺灣地方派系長期把持社區的狀況，經由社區參與增強人際的社會互動，因而改變居民對社區的意識和認同，重新定義社區，導向居民依照自己的需求去營造社區。黃世輝 (2003) 主張社區參與的集體經驗與學習能力累積地方性的批判智慧，在此實作過程中，居民受到增能賦權而對社區事務具有主動性。

在「社區意識」和「社區參與」的關係上，林振春 (1995) 指出人們對社區有認同感和貢獻，願意參與社區的公共事務，代表他們具有較高的社區意識，是一個凝聚力強的社區。國內累積許多有關「社區意識」和「社區參與」的實證研究指出，社區意識影響社區參與的行為 (侯錦雄、宋念謙, 1998；林暉月, 2001；郭瑞坤、王春勝, 2004；郭彰仁, 2015)，而且社區參與和社區意識互為影響 (黃源協等, 2007；郭彰仁等, 2010)。郭瑞坤、王春勝和賴正能 (2007) 也指出在社區培力的過程中，社區共同價值內化的重要性，藉由活動參與可以增加互動和社會聯繫，進而強化社區共同意識。Omoto 和 Packard (2016) 指出社會關係和聯繫所產生的社區

意識，會影響人們參與志工及社會行動。曾碩文、李盈霖和江彥政 (2015) 研究顯示，當居民參與（社區和控制）社區事務的程度越高，其生活滿意度就越高，因為社區參與程度顯示參與的深化程度，強調的是社區自主能力，當居民不只是被告知、被教育而是具有決策權並可監督社區發展走向，「參與過程越深入越能體會社區的需求、自己生活環境的需求，進而影響他們的生活滿意。」(p.74) 此外，鐘政偉、賀力行、謝宜伶和陳恒敦 (2007) 的研究發現，居民的地方認同感、社區參與、居民態度與文化創意產業的推動，呈現正向關係。

四、小結

地方博物館因應各種社會需求而呈現不同的發展重點，但是都強調藉由民眾參與博物館的調查研究、蒐藏、展示或教育的過程，培養自主性和凝聚認同，獲得增權賦能。地方博物館的蒐藏與地方和常民生活議題密切相關，其判斷基準在於「地方價值」。因此，地方博物館的蒐藏過程應該與社區產生互動，從在地的角度去詮釋文物資料。亦即從在地的觀點產生在地知識，同時也激發創意。居民也因參與博物館增進互動，進而強化認同、歸屬感，感覺到自己的貢獻對社區有影響力，增強了社區意識。

社區意識指涉人們對社區的歸屬感、認同感，以及相信藉由共同實踐承諾可滿足他們的需要之共同信念。當一個社區具有較高的社區意識，則表現出較強的凝聚力和參與。許多研究指出「社區意識」和「社區參與」相互影響，提高居民的社區意識對促進居民參與社區營造扮演重要的角色，而社區參與提高人們的互動和社會聯繫，進而強化社區意識，同時也培力社區，提高社區民眾的民主精神和幸福感。

如果臺灣的地方文化館被賦予培力社

區的期待，那麼地方文化館的建構和經營與「社區意識」及「社區參與」的關聯為何？娃娃館擁有獨特的在地故事性蒐藏，在館藏建構和營運上能與社區產生什麼互動？其「社區意識」、「社區參與」的相互關聯為何？本研究將探討以下的研究問題：

- (一) 泰山人如何推動娃娃產業文化館的建構和營運？
- (二) 居民如何看待娃娃館以及其館藏？
- (三) 娃娃館與社區意識和社區參與的相互關聯為何？
- (四) 地方政治人物的支持和資源，如何影響地方文化館的營運？與社區意識和社區參與的關聯為何？

研究方法

一、研究架構

國內外許多研究皆顯示社區意識和社區參與的密切關聯，本研究則以娃娃館為分析案例，檢視一個地方文化館與社區意識和社區參與的相互關聯。由於該館的建館歷程和營運是透過社區居民的參與，居民參與乃基於娃娃這個連結地方歷史記憶與情感的符號，加上地方首長支持的地方文化產業願景。然而在 2006 年鄉長更迭後的政治勢力丕變下，「泰山娃娃」的產業政策受到阻礙，地方文化館的營運方向也幡然轉折，以致社區參與也產生了變化。因此本研究也將檢視地方文化館在地方政治情境中，與社區參與和社區意識的關聯（圖 1）。

二、研究方法

本研究採質性研究典範，透過在場境中的觀察，以及對行動者經驗及看法的蒐集分析來理解現象。在資料蒐集上有兩個方面：(一) 質性研究深度訪談：意圖探究行動者的想法，他們賦予行動的意義，而

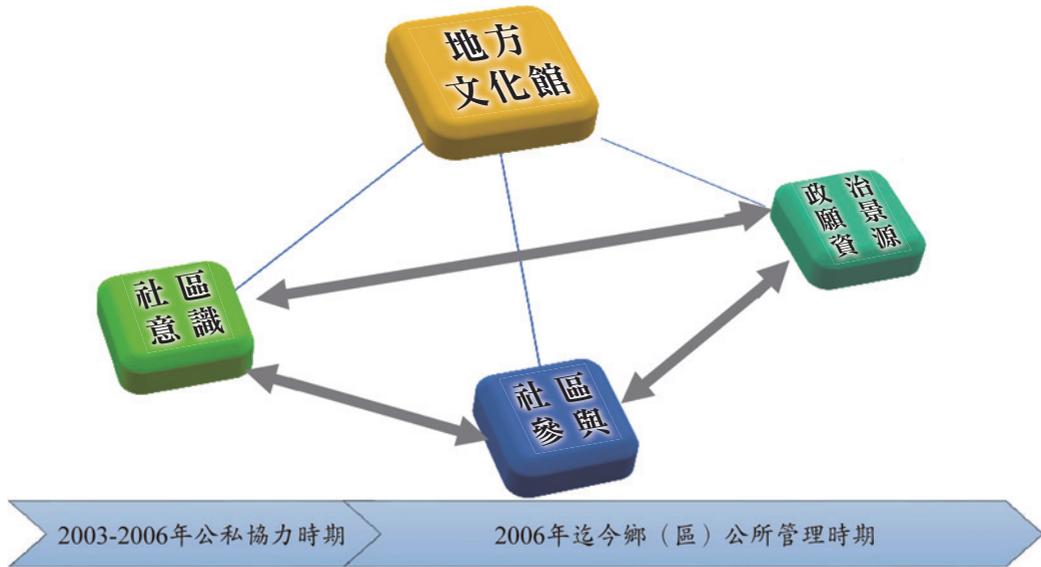


圖 1. 研究概念架構圖 (圖片來源/本研究繪製)

此意義是在事件發生的生活世界中產生的。惟有研究者充分掌握這個意義的脈絡，才能達至與研究對象互為主體性的理解。故透過訪談推動「泰山娃娃」的主要人士及參與地方文化館建構的居民及志工，探詢他們參與的動機、意圖、過程和感受，對照開館後因政治情勢的變局，以及他們對這個館營運的看法和期待，採取半結構式訪談，訪談大綱依據研究目的和研究問題而擬定。(二)次級資料分析：蒐集分析「泰山娃娃」推動過程的報導、研究論文，以及泰山鄉公所及臺北縣學習型社區營造協會 2000 至 2010 年出版的《臺北縣泰山鄉學習型社區報導》4 冊，瞭解當年促成娃娃館的背景、推動目標、所舉辦的活動以及其後居民組成「社區合作社」與地方文化館的關係。

三、訪談對象

深度訪談當年推動「泰山娃娃」的主要人士，「臺北縣泰山鄉社區合作社」主要推動者、諮詢顧問、捐贈藏品的居民、美寧工坊工藝師、娃娃館的志工、娃娃的

蒐藏家和經銷商，以及區公所人員。訪問時間涵蓋 2013 年 11-12 月、2014 年 1-2 月、6 月和 2017 年 8 月。

四、研究流程

研究者基於對社區營造、社區學習及地方文創產業發展的關懷，開始關注「泰山娃娃」的案例，透過資料蒐集和到田野現場的初步探訪，形成研究的問題意識，且進行文獻探究，確定題目和研究目的。在確定以社區意識和社區參與概念探討地方文化館後，再次投入文獻理論的爬梳，形成半結構式的訪談大綱。進入研究田野以滾雪球的方式，透過美寧工坊的負責人、工藝師的介紹，逐漸接觸訪問曾經參與娃娃館建館過程的志工。為求觀點的多元化以作為三角檢驗，也訪談地方國中的校長、區公所人員。田野資料蒐集之後，再進行現象的分析詮釋，持續文獻理論觀點與田野訪談資料的對照，進行從現象到理論，以及從局部到整體的反覆迴旋反思。最後，進行詮釋分析之撰寫和修正，詳圖 2。



圖 2. 研究流程圖 (圖片來源/本研究繪製)

研究發現

一、肩負地方產業振興願景的娃娃館

娃娃館的建館背景是政府推動社區總體營造政策，繼而以「文化產業化，產業文化化」的政策資源，鼓勵社區挖掘地方的文化特色發展文化觀光，以便振興地方經濟。早在 1993 年，泰山即在教育部的輔導下成立社教站，開啟社區中的學習。1998 年起鄉長李國書透過教育部「學習型社區」計畫，培養社區領導人（國中小校長、社區發展協會、社團領導人、鄉公所主管）社區營造理念，且提高社區意識，並促成社區的志工團隊。李鄉長延攬了一位能力很強的居民古翠娥女士進入鄉公所擔任總幹事，負責推動鄉民大學和志工組織，志工組成 6 個志工隊，其中的產業文化組提出「泰山娃娃」的概念作為泰山特色，展開一系列的技藝培訓和展覽。

在 1960 至 1987 年間，全球 80% 的芭比娃娃在泰山生產。製造芭比娃娃的美寧 (Mattel) 公司於 1960 年代的泰山鄉設立工廠，20 年間造就泰山三分之一人口的就業與商機。1987 年，美寧工廠在降低成本、提高利潤的邏輯下移出泰山，頓時社區籠罩巨大的失業壓力，相關的上下游工廠紛紛倒閉，地方經濟由盛轉衰，街景也跟著蕭條。

時至 2002 年，美寧工廠已關廠近 20 年，在社區營造的政策加持下，泰山的志工群建議鄉長將娃娃代工的集體記憶轉化為「泰山——娃娃的故鄉」的產業再生新方向。泰山鄉公所委託志工群透過前美寧

員工聯誼會以「美寧娃娃回娘家」活動，鼓勵前員工捐贈芭比娃娃和老照片，重拾塵封已久的地方記憶。娃娃創作以美寧的制服、原住民族、漢族客家服飾，或地方文史古蹟為主題，例如「敢碉堡」軍裝系列。製作娃娃的工藝技術培育，則由鄉公所辦理培訓課程，鼓勵 14 個社區發展協會各推派 2 至 3 名居民參與娃衣的設計學習 (圖 3)。儘管娃娃工藝師多具縫紉或美髮的實務經驗，但是娃娃的縮小尺寸仍須經過調適和重新學習的歷程。例如娃娃燙髮所需的縮小版髮捲、燙髮乃是工藝師自己研發，從適用於人的雙包法改為單層法。此外，染、捲、綁娃娃頭髮的加工程序也都是工藝師從經驗中調適和自我學習 (林哲安, 2010; 2013.11.25 美寧工坊資深工藝師 B 女士、C 女士訪談)。

由於地方政府視為施政重點，許多二度就業民眾受到鼓勵，紛紛加入以習得一技之長。他們接二連三推出特展造勢，不僅結合在地故事，也與當代服裝設計師合作增添了一批別具特色的娃衣作品，甚至



圖 3. 娃衣工藝師正在打版 (攝影/吳靜宜)

受邀到總統府和臺北當代藝術館展覽。2003年在公私協力下爭取文建會補助成立地方文化館，居民提供文物、口述歷史及私藏的娃娃，同時培育一批導覽解說的志工。

娃娃館的館藏展示訴說地方歷史，館藏品大多是居民的作品，使民眾能與之情感連結。展示包涵兩個脈絡：(一)地方的產業文化資產：以老照片和古董芭比娃娃呈現1967至1987年的在地產業和社會生活記憶；(二)地方特色和當代創意的「泰山娃娃」：館內以約四分之三面積的展廳展示自2003年以來志工設計縫製的娃娃。居民有意識地選擇具有臺灣文化主題而設計，因為他們希望和市售的玩具商品區隔，帶有地方特色的故事性成為其附加價值，包括以下系列：1. 過往產業記憶，像美寧工廠制服系列的娃衣創作展；2. 地方風貌和文史記憶；3. 多元文化表現：臺灣原住民(圖4)、閩南(圖5)、客家的傳統服飾(圖6)；4. 環保材料創意設計；5. 臺灣服裝設計師系列等。館藏全數來自於居民捐贈私人蒐藏，取代芭比娃娃帶有臺灣

特色和當代創意的「泰山娃娃」，則是居民的創作。總之，館藏建構來自於居民的參與協作，館藏則彰顯在地的生活記憶和產業技藝。

我是參加娃衣課程接觸到泰山過往的歷史……我家附近一個年紀大的賣素食的阿姨，她以前就是在車娃娃……古姊有幫我們介紹泰山為什麼做娃娃，她會把社區總體營造的過程告訴我們。(B女士，2013.11.25訪談稿，p.2)



圖4. 臺灣原住民系列(攝影/吳靜宜)



圖5. 臺灣傳統服飾的娃衣(攝影/吳靜宜)



圖6. 表現臺灣客家文化的娃衣(攝影/吳靜宜)

參加該館建構的居民志工，多因認同「泰山娃娃」所營造的地方特色及文化產業振興地方的可能性，籌備過程中，他們預設的藍圖是以社區已經培育的志工團隊來經營館舍，為了朝自負盈虧經營，因此規劃娃娃販賣店及咖啡廳，且以 OT 模式委託居民組織經營而準備，在 2005 年 12 月泰山有一半（7 個）的社區發展協會聯合成立「泰山鄉社區合作社」。

娃娃館從建館之前透過培訓人才和特展活動，提供在地民眾學習和參與公共事務的機會。在建館過程中，運用在地知識與資源，民眾的娃娃創作構成館藏的主體，蒐藏與社區產生互動，使居民從在地的角度去詮釋文物資料，充分呼應 Krepes (2008)、Macdonald (2006) 等學者對地方博物館蒐藏的觀點。

二、娃娃館的經營轉折與美寧工坊

然而，正因為李鄉長把推動「泰山娃娃」的文化產業視為政績，2006 年的鄉長選舉中，「泰山娃娃」被政敵當成批評的標的，受到刻薄扭曲的攻擊。新任鄉長當選後改弦易轍，將娃娃館的營運從原本預定委由社區組織改為由鄉公所管理。鄉公所有限的人力欠缺專業也不爭取文建會的補助，在經營資源和人才匱乏下，遑論往地方文化產業溝通平臺的方向發展。從該年起，新任鄉長（後來新北市升格直轄市後選任市議員）引進獅王節——一個並非源自於泰山歷史脈絡的醒獅活動，至今仍每年盤據市政府對泰山區的藝文補助額度。娃娃館從 2006 年以降，雖有志工排班導覽，但是缺乏與社會連結的推廣活動。志工隊在行政體制中並未被賦予職權，乃至有時約僱人員的權力凌駕志工之上，對解說導覽內容予以監聽回報區公所（2014.12.25 B 女士訪談）。直到 2012 年以後，志工才爭取到經費舉辦娃娃培訓班，結業後則將成果留在館內展出，然

而，長期以來欠缺推廣教育活動及行銷宣傳，館藏也幾乎不曾更換過而為人所詬病。

在 2006 年政策轉向之後，認同「泰山娃娃」願景的居民以合作社方式成立美寧工坊，作為展覽門市和工作坊，持續讓在地知識和創意發酵。在人才培訓和技藝傳承上，美寧工坊持續和專業單位合作如輔大織品系、三角湧藍染工作坊等舉辦娃娃種籽教師、文創商品設計，並在當地的國、高中設立「娃娃社」以便向下紮根（古翠娥編，2010）。在推廣行銷上，培訓產業故事的導覽解說志工，並持續創作推出展覽，2010 年由 5 位臺灣新銳知名設計師設計娃衣並登上臺北 101 百貨展出，也與臺加文化協會合作，遠至加拿大展出。此外，小規模訂單絡繹不絕。在產業化上，為了建立自己的品牌而開發東方面孔的娃娃素體（圖 7），舉辦素體開發研習營及設計徵選，由一個在地的模具企業資助開發的技術和費用，終於在 2013 年成功推出。在邁向「泰山娃娃」的品牌化過程中，也運用行銷手法，使商品增添附加價值和行銷題材，例如與社區的糕餅店、餐廳、眼鏡行等異業結盟。泰山娃娃產業化的摸索過程，帶動了社區參與對地方故事的深掘、特色的形塑及創造。「泰山娃娃」定位在手作精緻蒐藏方向，有別於



圖 7. 建立自己的品牌而開發東方面孔的娃娃素體（攝影／吳靜宜）

大量生產的玩具，並朝向自立品牌而努力（林哲安，2010；吳靜宜，2014）。居民手作的娃娃不論是衣飾還是髮型都精美絕倫，教人愛不釋手，這些蒐藏等級純手工打造的娃娃，往往需要一位工藝師投入兩週的工時創作，售價臺幣五千起跳³。

事實上美寧工坊的銷售訂單絡繹不絕，但是精細手工和工作室的生產效能難以提昇，當有大量訂單時也無法及時出貨，以致於營運經年虧損，直至合作社社員投資的資金用罄。雖然此時美寧工坊已投資了百餘萬開發出東方女性臉龐的娃娃素體，也有在地企業願意挹注資金，但是最後仍決定營運到 2014 年 1 月為止，合作社至此解散。

研究結果與分析

基於對娃娃館從成立背景、歷程，經營轉折的探究，本部分試圖從「社區意識」和「社區參與」兩個面向來探討，分析一個地方文化館如何與社區產生關聯。其次，在本章第二節探討娃娃館在地方首長支持與不支持的兩個時期之社區參與，以理解地方文化館的治理態度和與社區參與的關聯。最後，將透過泰山的案例，探討在臺灣的地方政治文化下，地方政治人物與地方文化館及社區意識和社區參與的關聯。

一、娃娃館與社區意識和社區參與的關聯

(一) 展示產業生活記憶，強化情感連結

泰山是一個城鄉移民所形成的城鎮，大部分居民與在地沒有深厚的歷史連結，娃娃產業成為他們共同的經驗與記憶。不管是前美寧員工，或娃娃產業上下游的塑

膠成型、包裝技術廠商，還是「客廳即工廠」的家庭，這種共同記憶與情感是在地特有而連結著居民，他們對娃娃懷有一份情感和認同，帶著對往日風華的懷舊，因此感到娃娃產業文化館和自己的生命史發生關聯，許多人在創館過程提供老照片、娃娃等，並選擇到娃娃館擔任志工。這批志工不啻是因為娃娃館建構的過程而聚集在一起。訴諸居民共同情感連結，並由民眾觀點詮釋的地方文化館，有助於凝聚居民的認同與歸屬感，居民因參與而互動，更加強了社區意識。

然而，對於晚近移入社區的居民或新生代，沒有歷經當年美寧工廠娃娃生產時期的生活經驗，從 1987 年美寧工坊關閉到 2002 年已經事隔多時，這期間泰山作為大都會區衛星城鎮的風貌也產生很大的變化，已幾乎看不到娃娃產業的痕跡。很多人對娃娃的感覺很淡漠，乃至無感。文化館的典藏和敘事對傳遞歷史記憶扮演不可或缺的角色，也因為文化館的物質文化和敘事具體再現了共同的生活經驗，幫助保存和傳承地方記憶，有助於增進世代相互理解和情感連結。

(二) 「泰山娃娃」作為社區共同象徵符號的成與敗

在社區總體營造及地方文化產業政策以及「一鄉一特產」政策的鼓勵下，2002 年泰山志工群自問泰山除了收費站，還有什麼令人印象深刻的特色？泰山長達 30 年的娃娃代工生涯是這群（以中年為主）志工共同的記憶。全球曾經有八成的娃娃產自泰山人的手，這是其他鄉鎮所沒有的故事，界定了社區成員的身份，成為尋找認同的泰山人共享的文化象徵。

³ 旅美華僑也是娃娃蒐藏家和經銷商 L 女士告知，有別於兒童版的娃娃之低廉售價，蒐藏等級的娃娃一般售價約美金 200 元，像美寧工坊創作的獨一無二的娃娃，售價可達 800 美元以上（2017.8.25 訪談）。

我的家人和鄰居都覺得泰山很小，也沒代表的，不像大溪有豆干、三峽藍染、鶯歌陶瓷，透過我，他們才知道過去泰山的歷史。娃娃，這是一個鄉一個鄉的特色。如果現在有人在推，就可以說泰山有娃娃。……我的朋友看到都說很漂亮，一塊布變成這麼精巧的東西。(K 女士，2017.8.25 訪談稿，p. 5)

一如 McMillan and Chavis (1986) 指出，共同符號有助於識別社區成員身份，尤其在標示團體界線上，共享的符號成為溝通媒介。因此娃娃是區隔泰山與其他地方的有力象徵，所激發的歸屬感有助於形塑社區意識。所以當鄉長建議以「泰山娃娃」作為地方文化產業的標的時，很快獲得迴響，透過「泰山娃娃回娘家」老照片、古董娃娃的蒐集，不斷勾起和擴大共同記憶的漣漪。

然而，有些居民因職業和移入時間，和娃娃產業的連結並不深刻。再則，社區中有部分耆老不贊成娃娃作為泰山的象徵，認為娃娃是小孩玩具，無法想像娃娃可以走精緻蒐藏路線 (A 女士，2013.1.30 訪談稿，p. 11)。有些人則從投資的角度，認為要發展娃娃產業和跨國公司競爭，是以卵擊石、不自量力，不看好娃娃產業的發展潛力。因此，在 2002 年時任鄉長李國書先生提出「泰山娃娃文化產業」願景時，認同者多為擁有娃娃產業記憶、分布於當年美寧工廠鄰近的里民，泰山 14 個里當中，尚有近一半的里抱持著觀望態度，在各里社區發展協會的領導幹部層面上，對娃娃產業並沒有達到很高的共識。

根據 McMillan and Chavis (1986) 的理論，共同的象徵符號提供社區居民認同的載體，是形成社區意識的元素。但是，當一個社區內部對這個象徵符號的認同不一致時，象徵符號反而變成區別我群與他群的工具，乃至整合的障礙。在 2006 年的

鄉長競選過程中，「泰山娃娃」被李鄉長的政敵抹黑成圖利特定居民的傾向，分化原本不十分認同的居民，地方文化產業變成政客區別敵我的藉口。同時，該政敵另培植樁腳社區學校的醒獅社團，創設「獅王節」，意圖以另一種文化符號進行區別與分化。

(三) 從主政者力挺願景到轉換願景

前鄉長李國書先生提出的「泰山——娃娃的故鄉」之願景，正好符合居民對創造在地就業機會、振興地方經濟的需求。在此一願景目標下，鄉公所舉辦培訓課程，提供二度就業人士增長實務知能、獲得工藝師認證的機會。培訓成果成為娃娃館的館藏，使居民得到有形（志工時數累積、工藝師證照）及無形（成就感、歸屬感、情感連結）的回饋。

更早的時候有社區領導人培育，那時候所有社區都有人來上過課。……其中一個社區辦人才培訓，14 個社區都可以來上課。娃娃的培訓最初以同榮社區來開班，有一百多人參加。(A 女士，2013.2.23 訪談稿，p. 2)

政治人物提出地方發展願景和投入資源興建娃娃館等，具體彰顯投資地方產業的決心，回應了居民對地方經濟振興和生活安全感的需求。對需求和安全感的滿足是構成社區意識的屬性 (McMillan and Chavis, 1986)，當居民感到需求受到重視，對泰山娃娃產業願景產生認同，便回應以行動參與娃娃館的建構。郭瑞坤和王春勝 (2004) 指出居民對社區未來願景越有規劃意識者，關心鄰里的強度也越強。泰山的案例顯示，當地方發展願景回應居民的需求與期待，他們的社區意識及參與的意願也會提昇。

當初開課很密集，每一期都各有主題，比如唐代服飾，請來的老師很專業，一期上完可接著繼續上下一期的課。可是怎麼曇花一現就不見了，真的很奇怪！……我們當初想說鄉長李國書是我們的後盾，可是他落選了，所以我們的課程就落幕了……我覺得泰山沒有把「泰山娃娃」捧起來很可惜，不然很多可以做。……志工裡面有個七八十歲的老伯，他擅長做縮小版的道具，像琵琶。其實，只要有人支持和推動，我們鄉民都很願意參與。(K女士，2017.8.25 訪談稿，p. 3)

反觀 2006 年之後，新任的鄉長不支持前任鄉長所推動的娃娃產業，不履行前任委託社區團體營運娃娃館的承諾，改以鄉公所人員兼管娃娃館，也切斷了娃娃產業的政府資源。居民對產業發展的疑慮馬上就表現在有半數的社區發展協會理事長退出合作社，失去產業願景的娃娃館變成一個紀念社區歷史、典藏一段社區營造歷程的靜態展示場所，失去了對產業發展的動力和知能培育，對年輕世代的吸引力降低，連志工也減少。娃娃館的志工群大多為退休族和家庭主婦組成，儘管擁有娃娃創作技藝，仍抱持娃娃文化產業發展的夢想，但是欠缺文化館的經營推廣能力。鄉公所不申請中央的補助，連推廣的業務費也闕如，以致於社區參與文化館的機會也變少。

(四) 自主的社區參與和正向的社會互動

娃娃館的建構得力於社區志工和居民的動員參與。泰山鄉從 1998 年啟動「學習型社區」計畫，5 年下來建立了志工組織。從 2003 年 8 月起鄉公所和「產業文化組」志工舉辦「社區營造小組」會議，討論和決議娃娃文化產業的定位和推動策略，直至開館共舉辦 20 次的討論（統計自古翠娥編，2006、2010）。娃娃館建館

過程，由志工協助鄉公所舉辦「泰山娃娃回娘家」等活動，召喚居民提供故事內涵、娃娃展品和照片。

參與所得到的回饋、榮譽感和互動的和諧，則增強了居民的情感聯繫與社會連結。當居民為展覽而日以繼夜地趕製娃娃，看到娃娃展出時受到讚美且構成一個博物館的典藏，使他們感到自己的付出為社區帶來不一樣的風貌。原本的工廠員工變成籌備文化展覽的志工，他們經歷了前所未有的文化體驗，許多人有了觀點轉化而產生新的社區角色認同。呼應了 McMillan and Chavis (1986) 的論點：社區居民經歷愈多正向的互動和共同經驗，產生愈多社會聯繫，將導致愈高的社區意識。

當時有很多給志工的課程，把鄉民從家裡召喚出來。部分有熱忱的志工一路相隨，因為人的關係，有些因為參與娃娃縫衣有專業技能，合作社的社員和志工是重疊的。……當累積了三四千人參加課程，建立人際網絡，其中只要有個二百人有感情，透過捐娃娃、參加工藝培訓有互動，有共同目標……泰山鄉這裡的人們連結性蠻高的。(F先生，2013.11.24 訪談稿，p. 3)

娃娃館建館過程也致力於整合社區企業、學校等各方資源之共同參與。2003 年 11 月全鄉票選娃衣義賣活動，將人才培育的成果藉此活動邀請社區的企業參與，並給予初學娃衣工藝的居民肯定與鼓舞。在 2006 年的政治轉折以後，這份在建館之初培養的社區參與動力，轉由美寧工坊延續。美寧工坊持續辦理「泰山娃娃節」，成功整合了地方社團、學校、地方企業和商家以及志工，如請五星級主廚設計具有泰山特色的娃娃餐，烘焙坊推出穿著禮服的娃娃蛋糕，共同投入營造泰山特色產業。

這個娃娃館因為這些志工的初發心、熱心就成立，成立以後一定要有合作社去產銷，帶動商機。那時候大家懷抱這樣偉大的夢想，應該到現在都是。……我們有結合商街，異業結盟娃娃蛋糕、娃娃餐、娃娃便當。(B女士，2013.11.24 訪談稿，p. 2)

反觀由鄉公所管理的娃娃館，所謂社區參與縮小到只有該館的志工群，而沒有對外推廣活動和展覽更新。在沒有經費和專業的領導下，志工能發揮的功能僅止於排班看館導覽。直到 2012 年志工組長才有所突破，建議鄉公所提供一筆經費開設娃娃課程，由志工中的工藝師擔任老師，一期招募 30 人，其培訓成果保留在館內展覽，這才打破展示數年一陳不變的沉寂。由於娃娃館長年未與泰山社區和臺灣社會展開互動，其名氣不如美寧工坊。以至於當美寧工坊在 2014 年熄燈後，娃娃館的參觀人數幡然劇減。由此不難推知致力於行銷推廣的美寧工坊，對維持「泰山娃娃」能見度和知名度的貢獻。

娃娃館的建館過程運用在地知識與資源的運作，產生有自主性的社區參與和正向的社會互動。透過參與，居民之間產生更多的互動和學習，彼此建立信任和感情，肯認自己在社區的角色，也感受到鄰人對自己的認可，有榮譽感、歸屬感，因而強化了社區意識。

二、娃娃館在兩個時期的社區參與

本節試圖以 2006 年鄉長的更換為分水嶺，分為兩個階段來比較娃娃館與居民參與的關聯。一個階段為 2003 至 2006 年公私協力期，另一個階段為 2006 年迄今的鄉(區)公所營運期。本研究參考 Chowdhury (1996, 引自 Mathbor, 2008) 達到有意義的社區參與所具備的特徵：參與內容、參與者及決策權、居民涉入程度、參

與動機和目的、參與結果六方面，以便理解與比較兩個時期的社區參與內涵，與地方文化館呈現何種關係與面貌。參與結果又分為「對參與民眾」的影響，和「對地方文化館」的影響兩層次來分析(表 1)。

從表 1 居民參與娃娃館的事務和涉入程度來看，2003 至 2006 年時期公私部門協作，社區參與的居民自主性和決策權都比 2006 年以後為高，而居民參與地方文化館的面向也較廣，除了典藏徵集，還包括籌備到外地的展覽、推出其他主題展覽及相關的推廣活動、企業募款，以及在地企業提供技術資源，教育推廣活動也較為頻繁。這段期間因為居民認同「泰山娃娃」的願景而參與展覽籌備和館藏蒐集，過程由志工團體與鄉公所協力，志工隊的自主性高。此呼應了郭瑞坤等人(2013)的研究發現「社區意識」與「社區參與程度」對「社區自主性」(包含社區的增能賦權)有正向的影響，「社區意識」的提昇可導致「社區自主性」的提昇。對比於 2006 年以後，由於鄉公所掌控娃娃館的管理權，志工隊在「娃娃館」扮演的角色限縮於導覽而已，對於館的年度計畫和決策，則一概無權置喙。新任的鄉長不再支持泰山娃娃產業發展的願景，後擔任市議員時也杯葛相關經費，使基層的區公所無法提供經費更新展覽或辦理活動。文化館與社區和社會的互動歸零，這和當初立館作為「泰山娃娃」推廣平臺的精神相去甚遠。

三、地方首長對地方文化館社區參與及社區意識的影響

2006 年政治人物的更易對娃娃館經營方向的轉折，顯示「泰山娃娃」作為共同文化符號如同一刀兩刃，標示出認同者和不認同者的界線，被不認同的一方斥為不具有代表性、圖利部分人士。新任鄉長當選後切斷發展泰山娃娃產業的行政資源，同時空降另一個文化符號——醒

表 1. 娃娃館兩個時期社區參與面向對照表

社區參與面向	2003-2006 年公私協力期	2006 年迄今鄉公所管理營運期
參與內容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 娃娃培訓課程，專業且密集地培訓泰山各社區有意願學習的人，每次課程各有主題，結訓之成果成為一個系列展覽物件。 2. 捐贈老物件、老照片；口述敘事；新製泰山娃娃。 3. 協助籌備展覽活動和現場協助。 4. 擔任導覽志工。 5. 個人或在地企業投入技術和資金資源（企業捐贈或無息貸款；志工個人投入合作社入社費 15,000 元）。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在娃娃館內排班導覽解說，但是館方沒有提供導覽解說培訓。 2. 部分工藝師的創作新添館藏展示，館方回饋以志工時數。 3. 自 2012 年後開辦娃娃培訓課程，成果留在館內展出。
誰參與？	透過全鄉 14 個社區發展協會理事長動員一般居民、受過娃娃培訓的工藝師、社區志工，以產業文化組志工為主。	當年產業文化組志工，新增志工。
決策權	志工團體總幹事、幹部及地方校長與學者組成之顧問群（鄉公所賦予權柄全力支持）	鄉公所（區公所）
居民涉入程度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 參與館藏徵集過程的人脈聯繫和勸說。 2. 娃娃設計製作和展覽策劃激發創意，運用在地知識和從「做中學」新知能。 3. 從活動構想、公共關係、宣傳推廣、策展籌備到活動舉辦，皆由民眾主動執行。 4. 志工團體具有主體性和決策權。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 志工限於執行館內導覽解說。 2. 志工無權參與管理和發展規劃。
參與動機和目的	<ol style="list-style-type: none"> 1. 基於對娃娃的產業記憶與感情，認同泰山是「娃娃的故鄉」，支持「泰山娃娃」發展願景，覺得值得投資和投入。 2. 將上一代故事傳給下一代的人的責任感。 3. 學習的慾望，增加第二專長，如娃娃設計製作。 4. 維繫人際關係、累積社會資本。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 認同娃娃館保存過去美寧工廠的社區歷史，支持泰山娃娃產業，但對於娃娃產業發展保持悲觀態度。 2. 喜愛娃娃，或曾經參與娃娃培訓課程。 3. 累積志工時數有政府獎勵。 4. 維繫人際關係、社會資本。
社區參與結果 - 對參與民眾	<ol style="list-style-type: none"> 1. 支持娃娃作為代表泰山的文化象徵。 2. 更熟悉「泰山娃娃」的產業願景，與其他參加者具有共同信念。 3. 對眾人為社區發展而努力而感動，對未來懷抱希望。 4. 成就感和需求的滿足。 5. 參與者從製造業或商業踏入文化產業，參與藝文展覽的籌備，提昇對文化價值的敏感度，有了文化志工的新認同。 6. 與他人建立情感連結，強化社會資本。 7. 個人和團體的增權賦能。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 前階段建立的社會情感連結和社區未來願景的維繫。 2. 部分志工隊娃娃的詮釋受主政者意象影響，導覽內涵之社區意識故事性減弱，由娃娃工藝欣賞取代。 3. 因主政者對娃娃館的消極經營而感到失落、無力感。
社區參與結果 - 對地方文化館	<ol style="list-style-type: none"> 1. 娃娃館獲得來自居民捐贈老照片、娃娃藏品，在地的故事和詮釋，地方知識持續挖掘和累積。 2. 「泰山娃娃」成為凝聚地方認同的具體符號。 3. 累積一批具有社區意識和導覽知能的志工協助營運、舉辦展覽。 4. 持續培訓專業人才。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 仰賴志工組織維持消極運作，泰山娃娃產業文化館維持不關門。 2. 公私部門的斷裂對剛起步的社區文創產業造成負面衝擊。

資料來源：本研究整理

獅活動——占據地方僅有的文化經費。居民想透過娃娃產業重建地方文化特色和振興經濟的需求被忽略，使他們對社區感到無力，也無法把個人發展和社區的未來連結在一起。地方政府的消極態度衝擊居民投資於娃娃產業發展的安全感，因而，社區合作社成立時原本有 7 個社區發展協會參加，在新任鄉長不支持後，大部分的社區發展協會就退出投資。而 2006 年以後娃娃館與社會互動近乎停擺，欠缺社區參與，產生不了社會連結，以至於泰山居民對娃娃館愈來愈疏離，打擊因「泰山娃娃」而凝聚的社區意識。

娃娃館的許多志工受到新鄉長政策的影響，對娃娃產業的認同和發展的看法轉為悲觀，因此在導覽時自動避談「泰山娃娃產業」或「美寧工坊」。志工的導覽培訓在 2006 年以前十分注重產業歷史和社區總體營造的歷程，在 2006 年以後，新進的志工則沒有受到培訓，僅獲得一本小冊子自行閱讀，導致新志工不清楚建館過程和意義。儘管有具體的物質見證——娃娃，但是對娃娃作品的詮釋卻是大相逕庭。當志工不重視娃娃館的成立意義和產業願景，導覽時不再訴說曾經參與打響「泰山娃娃」名號的經驗，也不再分享擺脫代工自創品牌的地方產業夢想，他們只是把娃娃當作工藝作品欣賞。導覽所流露的社區意識減弱，失去了當年令外地人欽羨感動的社區總體營造熱情。娃娃館志工參與目的變成個人累積志工時數或打發時間，與當年舉辦展覽的生產力不可同日而語。

然而，仍有一群在社區參與過程中凝聚共識、認同願景的居民和志工，他們出錢出力以實際行動創造美寧工坊。但是，新任鄉長（新北市改制後成為市議員）以政治力排除地方文化館委由社區團體營運的可能性，也停止提供娃娃產業發展資源（觀光、交通、產業異業結盟等），不啻

使才剛啟動的社區文創產業，腳步更加沉重。事實上，在美寧工坊時期，居民成立合作社自力推動娃娃產業，鮮少得自特定政治人物的資源，但是政治人物卻仍將娃娃產業歸屬於特定陣營而堅壁清野，一方面防範政敵的勢力復甦，一方面則為了捍衛支持者社區既有的文化補助。

由於娃娃館屬於政府的資產，受到行政機關的管轄，故地方政治首長的態度決定地方文化館的營運方向，也影響了對社區參與的開放程度和面相。相對地，居民的參與也因為政策是否符合民意、是否賦予自主性而有不同的參與程度。從娃娃館來看，政治力對地方文化館的干預是透過兩個方面：其一，轉換願景，抽離資源，棄居民的娃娃文化產業發展需求於不顧，政策上拒絕讓社區組織 OT 經營地方文化館。結合原本就不贊同此一願景的居民，另立醒獅節慶，獨占市政府分配給泰山區僅有的文化經費（2016 年新北市政府補助獅王節 200 萬元，占全市各區最高）。其二，以消極的態度經營並限縮志工自主性，弱化社區參與，使之無法形成影響力，以致社區意識也受到削弱。

為什麼地方政治領袖的支持與否，對娃娃館產生如此巨大的影響？究其原因，第一，創館時的志工參與，乃透過志工群的領袖人物古女士進入鄉公所擔任總幹事，遊說各社區和社團領袖，是透過動員而產生公私協力，顯示「泰山娃娃」的社區參與模式很難擺脫地方頭人的主導，居民自發的由下而上的動員基礎並不穩固。如同林崇熙 (2013) 分析：由於社區總體營造在行政體制執行上的由上而下資源分配模式，脫胎於社區總體營造的地方文化館計畫因此經常出現行政首長的政治干預。第二，臺灣地方派系政治文化根深柢固，當年泰山的社區發展協會領導人呼應李鄉長的號召而支持「泰山娃娃」，地方首長爭取國家資源而設置地方文化館，地方頭

人則承襲臺灣傳統地方政治有資源才辦事的習性（楊弘任，2007）。故當政治資源消失，首先，社區領袖便不再靠攏，次而民眾的信心也動搖了。

結論與建議

因為芭比娃娃的代工，泰山從一個傳統農村聚集了中南部的移民變成工商業市鎮；也因為娃娃製造的產業生活記憶，泰山人在 2003 年挪用跨國生產鏈商品轉化為在地文化的資產，賦予「泰山娃娃」地方色彩。泰山人與娃娃長達近半世紀的牽繫，使娃娃成為泰山的社區意識中難以抹滅的成分。而 2004 年建立的娃娃館則物質化這份社區意識，成為社區志工參與的場域。本研究檢視娃娃館的建館和營運，探討地方文化館與社區意識和社區參與的相互關聯，研究所得除了驗證前人研究社區意識和社區參與的相互影響外，有以下的發現：

一、娃娃產業的共同記憶與情感是在地特有而連結著中、高齡的居民，他們對娃娃懷有一份情感和認同，帶著對往日風華的懷舊，因此感到娃娃產業文化館和自己的生命史發生關聯，許多人在創館過程提供老照片、娃娃等，並到娃娃館擔任導覽志工，這批志工不啻是因為娃娃館建構的過程而凝聚在一起。訴諸居民共同情感連結的地方文化館有助於凝聚居民的認同與歸屬感，印證 Macdonald (2006) 的觀點——地方文化館的蒐藏強化與正當化民眾的認同，居民因參與而互動更加強了社區意識。

二、牽繫著許多泰山人情感記憶及發展願景的「泰山娃娃」成為地方文化館的館藏，見證了泰山居民的共同歷史和願景，不啻是凝聚社區意識的文化符號。但

是作為標示他群和我群的符號，當社區內的認同不一致時，很可能被不認同者運用為分化的藉口。因此，在形塑一個社區的文化符號時，必須致力於社區成員達成意義的共享與共識，才能使該符號有助於凝聚社區意識。

三、透過地方文化館典藏的共享符號和歷史記憶連結，尚不足以凝聚社區意識，還需要以下兩個條件：其一，主政者對未來願景的承諾，應滿足居民的需求並整合入社區未來規劃，提供居民技藝培訓，以及由政府出資興建地方文化館，具體彰顯投資地方產業的決心，回應居民對地方經濟振興和生活安全感的需求，一旦居民對「泰山娃娃」的歷史與產業願景產生認同，即回應以行動參與娃娃館的建構。換言之，主政者提供的願景和資源，如果回應了民眾的需求並整合入市政規劃，即會強化社區意識和社區參與。其二，有自主性的社區參與和正向的社會互動，使娃娃館的建館過程運用在地知識與資源的運作，與社區產生互動和關聯，居民之間也產生更多的互動和學習，彼此建立信任和感情，肯認自己在社區的角色，也感受到鄰人對自己的認可，強化了社區意識。

四、社區參與使居民不只是地方文化館的訪客，而且是館藏提供者和共同經營者。換言之，當地方文化館是透過社區參與而建構，居民對之產生感情聯繫和責任感，也較有意願持續護持文化館。反觀 2006 年以後因主政者的不支持，志工隊涉入地方文化館的面相、程度和決策權較為限縮，社區參與失去自主性，娃娃館和社會的互動降到最低點，失去一個促進社區積極參與的平臺。

五、政治人物對地方文化館的干預係

透過兩個方面：其一，轉換願景，抽離資源，另立名目。其二，消極的經營態度和限縮志工的自主性，弱化社區參與，使之無法形成影響力，以致削弱社區意識。

六、地方政治人物的干預對地方文化館造成巨大影響，乃因：（一）泰山由居民自發的由下而上的社區參與基礎不穩固，地方文化館計畫在行政體制執行由上而下的資源分配模式，因此經常出現行政首長的政治干預。（二）長期的地方派系政治勢力根深柢固，地方頭人承襲有資源才辦事的習性，故當政治資源消失，地方頭人便不再靠攏，進而影響居民信心。

由於臺灣長期地方派系政治的文化習性，派系領袖透過在社區中的樁腳影響民眾，儘管社區總體營造想透過鼓勵民眾參與公共事務，來改變這層傳統的政治文化，但是泰山的案例顯示儘管擁有資源的地方首長欲透過一個新的社區產業願景如「泰山娃娃」來凝聚認同，促進社區參與，但是派系政治根深柢固的政治運作，實難以因一個地方文化產業願景而撼動。加上4年一次競選所製造的對立與撕裂，未整合的政治利害關係，很可能阻礙了地方文化館和地方文化產業的發展。

最後，研究者對娃娃館有如下的反思和建議。由於娃娃館的志工組織欠缺經營發展的能力與企圖，且志工年齡層老化，因此產生後繼人力不足、社區連結和參與減弱的問題。然而，研究者從訪問的過程卻發現，雖然泰山娃娃產業的願景發展遇到瓶頸，但是許多娃衣工藝師和志工的熱情不減當年，他們相信一旦政治及產業化的瓶頸能突破，而政府能支持觀光配套資源，「泰山娃娃」重登舞臺不是不可能。近年娃娃館舉辦的娃衣培訓課程吸引了不僅是泰山居民，也有來自各地的同好，其中不乏年輕和男性愛好者、娃娃蒐藏家、婚紗設計師，也有培訓課後加入娃娃館志

工行列的，他們不啻是支持娃娃館最寶貴的資源。當初熱衷於重啟泰山娃娃產業的社區人士和志工，大多為曾經歷代工時期的中高齡居民，而新生代對過往娃娃產業的記憶和情感並不濃厚，以致於承續發揚「泰山娃娃」的意願也不高，對娃娃館的社區參與帶來不確定性。但是，如果娃娃館是由業餘愛好者的社群來經營，如果「社區」參與變成「社群」參與，就沒有動員社區民眾參與的困難。英文 community 一詞具有社區和社群雙面的意涵，故「社區意識」(sense of community) 亦指涉「社群意識」，意即超越地理範圍框架的一群人，同樣有著成員身份、共同情感連結等屬性，有著對群體的歸屬感、休戚與共的感覺，以及藉由共同實踐承諾而滿足需求的信念。由於地方文化館計畫執行的由上而下的國家資源分配模式，如果以行政區域來設定「社區」，則社區參與很容易受到政治人物或地方頭人的介入主導。但是，如果以熱愛娃娃的「社群」經營地方文化館，則是目前公部門經營之外的另類選擇，其優點如林崇熙(2013)歸納如下：

其一，社群基本上由一群共同理念與愛好者所組成，因而對於該館之主題內容具有高度的價值理念與興趣。其二，社群具有高度的社會網絡……。其三，社群成員由於大都是此館內容相關領域的愛好者，因此許多成員均具有深刻而廣泛的相關知識或技能。其四，社群成員可能從事於與此領域相關的產業……相當程度能使自己的生命定位此領域而能得到生理、安全、歸屬、自尊、自我實現等需求滿足。這些以社群來經營地方文化館的特質，幾乎都是公部門經營博物館所無。(林崇熙，2013：26)

以社群參與地方文化館的經營，是讓

有特定興趣的愛好者們基於共同的興趣與知識，一起參與他們所關注事物的保存與推廣，打破了地域界線與地方頭人領導的社區參與模式，地方文化館能量的累積就會在「社群」的層次和組織中，而不是在社區少數的人身上。而且社群成員為業餘的愛好者，對該領域有著長期熱情的投入，對領域知識乃至蒐藏也有相當程度的累積，只要社群秉持分享、交流、合作、透明的原則，地方文化館的經營在蒐藏經費、研究人力、典藏空間上的困境可以減輕。而來自社群則有源源不絕的故事和創作，樂於與社會分享（林崇熙，2013），如現在娃娃館志工輪流提供新作娃衣，增添娃娃館的展示。以業餘愛好者社群的網絡來超越地域，不設限於社區參與，但是這並不表示社群參與的地方文化館就會變得與地方沒有關係。「社群並不是一個給定的群體，而是需要經營出來的社會網絡」（林崇熙，2013：29）。從泰山既有的娃衣工藝師、娃娃產業的支持者出發，泰山擁有形成娃娃愛好者社群的優勢，包括：泰山擁有娃娃產業歷史淵源的故事性，館舍座落於泰山，泰山已培養的娃衣工藝師人才資源豐沛，至今社區中的國中、高中仍有學生的娃娃社團，只要持續傳承教育推廣，即可壯大娃娃愛好者的社群網絡。娃娃愛好者社群的經營策略得以泰山為基地，超越地域的侷限，廣結各地甚至全球的同好。社群建構是臺灣要邁向

公民社會的重要環節，也受到文化部重視，今日地方文化館政策因應青年關注公共事務及網路數位化普及之趨勢，擴大社區參與的範圍，納入議題社群參與的機制，現有的案例如高雄哈瑪星臺灣鐵道博物館由鐵道文化協會經營管理得有口皆碑。「泰山娃娃」在推廣過程中累積了工藝師、全臺及海外娃娃蒐藏家、愛好者之網絡，因此，與其讓娃娃館淪為鄉公所行政人員的包袱，不如開放給娃娃愛好者社群來經營推廣，而這些委外機制在臺灣早已有例可循。以具有共同意識的社群參與地方文化館的經營，是實現真正由民眾公共參與地方文化館的契機。

本研究主要採質性研究取徑，資料主要來自於參與娃娃館的志工、主要推動者、地方政府人員的回憶與看法，對大量樣本之橫斷性研究非本研究範圍，亦為本研究的主要限制。然而，娃娃館啟動迄今十餘年，在社會經濟環境的變遷下，今日居民對「泰山娃娃」的認同和社區意識之現況分析，志工在娃娃館社區參與的滿意度，社群參與之意願，值得後續研究進一步探討。

誌謝

感謝 2 位匿名審查委員以及臺師大社教所林振春教授給予之寶貴且精闢之意見。

參考文獻

- 文化部，2015。文化部推動博物館與地方文化館發展計畫。取自 <http://mocfile.moc.gov.tw/files/201603/42b73549-1bba-4ca2-81fa-bf4110a12219.pdf>。
- 古翠娥，2003。泰山鄉學習型社區推動現況與成果，北縣文化，77：37-48。
- ，2008。打造泰山娃娃鄉的夢，北縣文化，98：22-23。
- 古翠娥編，2002。臺北縣泰山鄉終身學習報導（二）。新北市：泰山鄉公所。
- ，2006。夢想起飛處：臺北縣泰山鄉終身學習報導，三。新北市：泰山鄉公所。

- ，2010。臺北縣泰山鄉終身學習報導（四）。新北市：臺北縣學習型社區總體營造。
- 田潔菁，2008。臺灣與英國地方文化館政策探究，博物館學季刊，22(4)：77-90。
- 行政院文化建設委員會，2002。「地方文化館計畫」計畫總說明。臺北：行政院文化建設委員會。
- ，2010。地方文化館計畫 91-96 成果彙編。臺北：行政院文化建設委員會。
- 吳靜宜，2014。論推動地方文創產業社區參與的策略：以泰山娃娃為例，社區發展季刊，147：263-284。
- 林哲安，2010。運用文化資產於社區營造中的產業振興：以泰山鄉美寧工坊為例。長庚大學工業設計研究所碩士論文（未出版）。
- 林振春，1995。凝聚社區意識·建構社區文化，社區發展季刊，96：25-39。
- 林崇熙，2013。文化政策對地方文化館的反挫：並論社群營造之為另類方案，博物館與文化，6：3-34。
- 林暉月，2001。居民的社區意識與社區公共事務參與態度及方式關係之研究：以臺南市為例。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文（未出版）。
- 林曉薇，2010。地方文化館第二期計畫之評估研析，研考雙月刊，34(3)：62-73。
- 侯錦雄、宋念謙，1998。臺中市黎明住宅社區居民社區意識之研究，建築學報，24：51-56。
- 施岑宜，2012。博物館如何讓社區動起來？臺灣地方文化館政策中的社區實踐：以金水地區為例，博物館學季刊，26(4)：29-39。
- 涂雅玲，2007。地方文化館運作與評估研究：以雲林地方文化館為例。國立臺南藝術大學博物館學研究所碩士論文（未出版）。
- 莊易儒，2012。論市民於地方博物館學習與產出之經營中所扮演的角色：以日本平塚市博物館為例。輔仁大學博物館學研究所碩士論文（未出版）。
- 郭瑞坤、王春勝，2004。地區發展相關因素整合居民結構區隔研究，戶外遊憩研究，17(1)：23-49。
- 郭瑞坤、王春勝、賴正能，2007。社區培力與社會資本：高雄居民認知觀點的探討，城市發展，3：110-134。
- 郭瑞坤、徐依鈴、張秦瑞、沈逸晴，2013。社區議題與社區自主性關聯之探討，社會政策與社會工作學刊，17(1)：1-39。
- 郭彰仁，2015。社區意識對社區營造行為影響之研究：以臺灣農村社區為例，造園景觀研究，20(3)：23-45。
- 郭彰仁、郭瑞坤、侯錦雄、林建堯，2010。都市與非都市計畫區社區居民參與環境改造行為模式之比較研究：以臺灣南部為例，都市與計畫，37(4)：393-431。
- 陳其南，1996。地方文化與區域發展，載於國立中興大學都市計畫研究所編，地方文化與區域發展研討會論文集。臺中：國立中興大學。
- 陳冠甫，2014。文化治理：臺灣的「博物館法」與地方文化館。2014年11月27日國立臺灣師範大學社教系專題演講 PPT 簡報資料。
- 曾碩文、李盈霖、江彥政，2015。農村居民社區參與對幸福感之影響，造園景觀學報，20(4)：61-80。
- 黃世輝，2003。文化產業與居民參與，文建會網路學院 case 智庫編，社區總體營造，頁：

16-20。

- ，2004。社區自主營造的理念與機制：黃世輝研究論文集。臺北：建築情報季刊。
- 黃貞燕，2011。博物館、知識生產與市民參加，博物館與文化，1：5-33。
- 黃源協、蕭文高、劉素珍，2007。社區意識及其影響因素的探索性研究，社會政策與社區工作學刊，11(2)：1-33。
- 楊弘任，2007。社區如何動起來？黑珍珠之鄉的派系、在地師傅與社區總體營造。臺北：左岸文化事業有限公司。
- 廖仁義、王嵩山，2012。導論，載於廖仁義、王嵩山主編，當地方遇到博物館：臺灣經驗與跨文化視野。宜蘭：宜蘭縣立蘭陽博物館。
- 鐘政偉、賀力行、謝宜伶、陳恒敦，2007。地方居民態度對推動文化創意產業影響之研究：以苑裡鎮山腳社區為例，鄉村旅遊研究，1(1)：59-88。
- Arnstein, S., 1969. A ladder of citizen participation. *JAIP*, 35(4): 216-224.
- Chi, C. G.-Q., Cai, R. -Y. and Li, Y.-F., 2017. Factors influencing-being resident at World Heritage Sites. *Tourism Management*, 63: 209-222.
- Crooke, E., 2006. Museums and Community. *In: Macdonald, S. (Ed.), 2006, A Companion to Museum Studies*, pp. 170-185. Malden, MA: Blackwell.
- Farrell, S. J. and Coulombe, T. A. D., 2004. Neighborhoods and neighbors: Do they contribute to personal well-being? *Journal of Community Psychology*, 32: 9-25.
- Kreps, C. F., 2008. Appropriate museology in theory and practice. *Museum Management and Curatorship*, 23(1): 23-41.
- Macdonald, S., 2006. *A companion to museum studies*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Mathbor, G. M., 2008. *Effective Community Participation in Coastal Development*. Chicago: Lyceum.
- McMillan, D. W. and Chavis, D. M., 1986. Sense of community: A definition of theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1): 6-23.
- Omoto, A. M. and Packard, C. D., 2016. The power of connections: Psychological sense of community as a predictor of volunteerism. *Journal of Social Psychology*, 156(3): 272-290.

作者簡介

吳靜宜現任國立臺灣師範大學社會教育研究所博士候選人。

Relationships Among Sense of Community, Community Participation and Local Museum: Example of the Taishan Doll Museum

Chingyi Wu*

Abstract

Many government-managed local museums in Taiwan lack communication with community residents. The Taishan Doll Museum was established to promote the local cultural industry of doll making through the collaboration of local government and volunteers. However, in 2006, due to the election of a new township mayor, major changes in its operations and management were introduced. This study followed qualitative research and case study principles to conduct in-depth interviews and document analysis. The aims of this study were to explore (1) the experiences and opinions of residents regarding the construction and operation of the Taishan Doll Museum, (2) the relationships among sense of community and community participation in the construction and operation of this local museum, and (3) the influence of local political leader on these two dimensions. From the results, it was demonstrated that (1) the way the Taishan Doll Museum forged sense of community, connected to shared memory and emotions, required fulfillment of resident needs and integration of community planning, as well as positive community participation and social interaction. (2) A local museum is a testament to local history and vision, but only when it becomes a symbol of shared meaning can it arouse sense of community. (3) Community participation makes residents not only museum visitors, but also collectors and managers. After 2006, due to the policy turnover, the aspects, level of involvement and decision-making authority of volunteers were limited, and community participation was no longer autonomous. Moreover, interaction between this local museum and society was reduced. (4) The intervention of political leader decreased the sense of community, leading to weakened community participation as shared vision was renounced, resources were interrupted and autonomy of volunteers was limited.

Keywords: local museum, collection, sense of community, community participation, Taishan Doll, local cultural creative industries

* PhD Candidate, Department of Adult and Continuing Education, National Taiwan Normal University; E-mail: Muse2015@gmail.com