

台灣民間信仰文化元素應用於科技產品設計

A Study of Applying Taiwan Folk Beliefs Culture Features into Hi-Tech Product Design

陳勇叡 林伯賢 林榮泰
台灣藝術大學工藝設計研究所
errrff123@yahoo.com.tw

摘要

資訊科技的發展改變了現代生活的方式，但科技產品也帶來許多問題，如使用時的挫折感、恐懼感等。隨著全球皆向文化創意趨勢邁進，如何適當運用台灣文化元素於產品設計上即成為關鍵議題。而台灣民間信仰是根植發展於台灣社會的文化現象，與日常生活密不可分，本研究嘗試將民間信仰特色融入科技產品設計，聚焦於探討使用者與產品的互動經驗內容，進而提供心靈層次的情感滿足，提升信仰文化之層次。給予設計者在設計文化創意科技產品時的參考依據，讓親人性的科技產品推陳出新，提升豐富生活體驗之品質。

關鍵詞：台灣民間信仰、台灣文化元素、文化設計模式、科技產品

Abstract

The development of information science and technology has changed the way of the modern life, but the Hi-Tech products also cause many problems in our daily life, especially, the unfriendly user interface. While culture creativity becomes a trend in the design field, how to apply Taiwan culture features into design become the key issues in cultural product design. In addition, Taiwan folk beliefs are to implant developing in culture phenomenon of the Taiwan's society, and it closely related to our daily life. Therefore, this study is intended to apply Taiwan folk beliefs culture features into hi-tech product design which focuses on the interaction experience content of probing into the user and products. Then, the product will offer the reflect level which satisfied the user's emotional need, and promotes the reflect level of folk beliefs culture. The results provide a reference case for designers while designing the culture creativity products to enhance the quality of daily life.

Keywords: Taiwan Folk Beliefs, Taiwanese cultural features, cultural design model, hi-tech product

1. 前言

近年來，政府大力推動文化創意產業，不僅順應國際趨勢，亦為提升文化認同、促進經濟發展之良策。在全球化的衝擊下，各國產品外貌風格呈現一致性，如同過去設計史上的「現代主義風格」、「國際風格」，尋求符合滿足國際通用的造

型。這樣的脈絡下，也醞釀本土化特色產品的突破與發展，促使設計者尋找在地文化特色。主要原因在於人們對文化特色產品的體驗期待，以及自身文化的認同感。

而台灣的科技產業憑著勤奮精神與扎實的基礎，已在國際間闖出名聲，佔有一席之地。其中

華碩、明基陸續推出富含中華文化的科技產品，銷售成績亮眼，也已證實文化設計的趨勢銳不可擋。但如劉建欣（2008）所提，在市面上，以文化題材為宣傳的產品大部份僅止於外型表面的文化圖案裝飾變化，或許能使文化產品不僅在視覺更聚焦於操作形式與內涵層次融入文化元素。如此除了在產品設計有所創新，更讓使用者認同產品賦予的文化意義及精神，令文化設計更動人，引起共鳴。

台灣文化中的民間信仰，深深影響人們的生活方式、價值觀。而其包含的祭拜祈福儀式、歲時節俗、生命禮儀就是我們生存處事的態度模式，最熟悉的傳統文化經驗。我們應該朝努力保存在地文化的方向邁進，更要使其能登上世界舞台（李朝金譯，2002）。因此，將台灣民間信仰文化應用在科技產品的設計上，即是藉由熟悉的信仰文化經驗轉化，讓人在使用科技產品時如同參與熟悉的信仰活動般，勾起文化經驗回憶，不僅滿足使用需求，更化解人們對科技產品的使用恐懼感，提升心靈上的滿足與安心，也得以讓使用者重新思考並認同台灣文化，同時將台灣文化科技產品推向國際市場，提升國內設計品質。

2. 文獻探討

科技產品設計領域，已漸漸轉而重視「人性」與「情感」的議題，這種趨勢除了需要設計者高度體悟產品與人的關係外，也必須由熟悉的文化經驗角度做切入，設計者應從過去以科技為主軸的技術領域中，轉換為以人文與文化為中心的感性心境，考慮人的情感變化，將使用者與產品之間的互動融入設計思考的重心（林榮泰，2005）。

2.1 科技產品現況

在科技突飛猛進的時代，短小輕薄已被奉為科技產品造形的圭臬。體積不斷縮小的情況下，產品失去其造型特色。產品機能的運作被隱藏在外殼之下，無從得知產品種類、如何操作、運作情況等資訊（林銘煌，2003）。而現今科技產品不僅外貌大同小異，連使用方式也相同。只是，整齊排列的眾多按鈕，到底該按下哪一個？

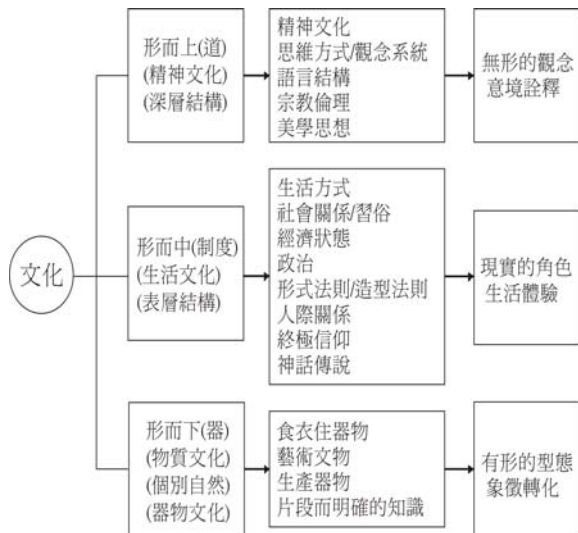
諷刺的是，科技產品的產生原本是為了讓人們生活更便利舒適，但往往因功能與介面複雜，造成使用者與其互動上的困難，不僅沒有提升生活品質反而增加恐懼感、無助感。目前針對科技產品的討論，通常都是著墨於使用性，如人機互動介面（HCI）、使用者中心（User-Centered Design），嘗試解決使用性方面的問題，常常只能在現有模式的規範下套入使用性的準則，然後設計出一些視覺化的介面，如按鈕、圖示…等。但令人沮喪的是，在這樣的模式下呈現的產品常常是令人感到挫折難用的（歐世勛，2003）。

其實過去科技產品偏重技術突破，而忽略人們精神層面之滿足。如今環境早已充分滿足前者需求，至此，重視人類感情想法的產品才開始受重視。設計重心將轉移至關照產品與人之間的關係，新技術開發的目標將聚焦於人類心理因素的探討（李朝金譯，2002）。舉例說明，保時捷跑車所研發的智慧型排擋系統，可以依照使用者希望的駕駛速度調整適當的汽油噴射量，能察覺駕駛行為的改變（想要開快或開慢），而將駕駛人的心意傳達給引擎作反應。

由此可知，我們應該多關懷科技產品中的「使用互動」層面，也就是重新思考使用方式之過程。既然情感與經驗是人類生活的重心，也許回歸到本土文化面向出發，能夠賦予更有趣、更熟悉的使用經驗於科技產品。

2.2 文化與台灣民間信仰

簡單說，文化即是生活方式的總和。而生活方式即是食、衣、住、行的活動如何進行，人際關係、思考方式等（林美容，1989）。此外，楊裕富（1998）在《設計的文化基礎》一書中將文化分為三個層次：形而上層次（思考活動與語言）、形而中層次（人群相處與互動的制度）與形而下層次（人所使用的器物與具體可見的形式）。而鄭玉美（2004）在整理多位專家提出的文化定義後，將之整理成文化層次歸類，如下圖 1 所示。



台灣文化根植並發展於民間，而提供人們精神依靠的民間信仰，是台灣人民所依循的生活準則，它所包含的的風俗習慣、節慶、價值觀等是放諸台灣皆準的。以社會中所有文化面相來看，信仰和節俗是與日常生活聯繫最深的層面（李豐楙，1998）。以下整理出國內專家學者對於台灣民間信仰的見解做一說明（董芳苑，1999；劉還月，1997；黃文博，2000；阮昌銳，1989）。

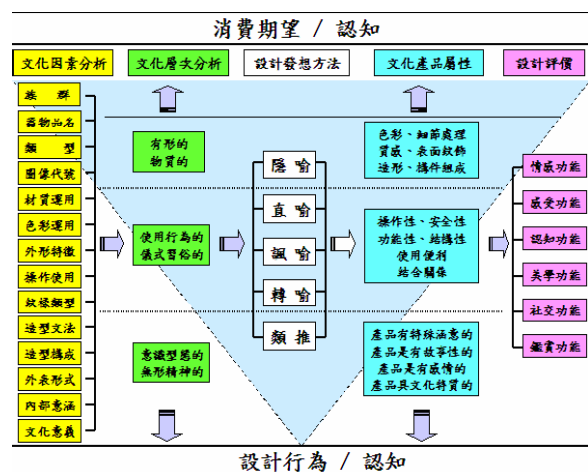
台灣社會之宗教種類相當多元，但能夠真正左右台灣人風俗習慣、心態、價值觀的則是「台灣民間信仰」。它不僅是文化宗教，更是一種文化現象，深深影響我們日常生活。歷經四百年來在台灣環境中的演變，已經擁有十足的「台灣味」。民間信仰乃是指某一地區或某一特定族群，為了滿足生活的需要，或協助克服險困的環境，而發展出綜合多種宗教神祇、祭祀禮俗，且不屬於單一教一派的信仰行為。台灣因早期惡劣的環境以及複雜的移民所來入的種種問題，讓求生存求健康的需求突顯出來，為了滿足人民各式需要，民間信仰中有不同神祇可供人們祈求祭拜，如：求子嗣、求健康、求財富、求佳偶、求前途等。這正顯現台灣人與民間信仰的緊密連結和依賴重視，而這正是其最重要的特色之一。

台灣民間信仰構成基礎有：泛靈信仰、偉人崇拜、自然崇拜、祖先崇拜、器物崇拜、巫術禁

忌等等。中央研究院的學者李豐楙、謝宗榮（1998）在《藝文資源調查作業參考手冊 1-信仰節俗類》一書中，將台灣民間信仰分為三大類：（一）歲時節俗；（二）生命禮儀；（三）信仰與祭儀。由這份整理的手冊中，會回想起許多項目是我們曾經共同體驗過的，像是做十六歲（成年禮）、安太歲、歡度各式節慶等等。透過這些信仰文化所提供的儀式行為為實踐，祈求招福避厄、平安順利。這些文化經驗不是權貴精英的專屬，而是你我生活的樣貌。透過對各項民間信仰文化的重新認識可以發現許多熟悉有趣的生活經驗記憶，是台灣人民共同擁有的文化資產，因此適合截取其精華部份運用至文化產品的設計。

2.3 文化產品設計

何明泉（1996）指出，文化產品就是重新審視思考器物本身所蘊含的文化元素，然後運用設計將此文化元素，尋求一個符合現代的新形式，並探求器物使用後，消費者精神層面之滿足。而今日的產品設計需要加入更多文化元素，透過產品傳達文化是符合時代性的作法（鄭洪，2005）。



但是在市面上，以文化題材為訴求的產品，大多僅止於外型表面的文化圖案裝飾變化，或許不僅在視覺方面，更聚焦於操作形式與內涵層次融入文化元素（劉建欣 2008）。如此除了在產品設計有所創新，更讓使用者認同產品賦予的文化意義

及精神。在文化元素轉換應用設計上，林榮泰、徐啓賢(2004)發展架構出文化產品設計的模式，內容包含考量設計時所需營造的情境，以及協助構想發展的隱喻式設計法之應用等，其概念模式如圖 2 所示。

而因為資訊科技的注入，科技產品具有傳統產品所沒有的高度互動性(歐世勛, 2003)，所以使用者與產品的文化經驗互動，也是文化科技產品設計的探討重點。為了達到情感互動的目標，Djajadiningrat 也提出達成美好互動經驗必須關注的新想法(歐世勛, 2003)：

(1) 不思索產品，思索經驗。

使用者對產品不感興趣，尋求的是有挑戰性的經驗，故設計師必須創造經驗的脈絡。

(2) 不思索美好的外表，思索美好的互動。

設計者應該思考如何將重點由美麗的外觀轉換為有美感的互動。

(3) 不要思索容易使用，思索經驗的樂趣。

現有使用性研究的大多著墨於讓產品更容易使用。但使用者會選擇一個不是很好用的產品，因其具有挑戰性、有吸引力、驚奇等經驗的樂趣。

至此，我們得到了不同觀點的啟發，其所強調的「美好的使用經驗」、「豐富的互動行為」其實就是將文化經驗內涵作思考的切入點，因此，在設計的過程中，深入了解民眾對於民間信仰的思維心態、需求目的、互動經驗等，是重要的步驟。如此才能適當轉換信仰文化經驗元素，豐富滿足使用過程中的情感。

3. 研究方法

3.1 研究方法與架構

本研究架構將先以文獻探討及資料蒐集，作為擷取台灣民間信仰相關項目的文化元素參考，並與使用者期望之科技產品對照。而後了解文化時空脈絡與現今變異性，作為本研究的基礎。在加以分析後，整理釐清出使用者的期望，將此期望作為設計過程之中遵循的規範，並整理架構出民間信仰文化應用設計之模式，將文化創意轉換

於設計。最後進行問卷評估最終設計成果，得到結論與建議。圖 3 為本研究計畫的架構圖。

由於民間信仰並無經典的特質，會廣泛採用田野調查、觀察和訪談法等，請教熟知民間信仰文化相關學者專家，為主要蒐集資料的方法。據以探討台灣民間信仰文化背景，了解其時間的脈絡與空間的變異性，作為本研究的基礎。並進一步深入了解台灣現代生活型態，收集科技產品相關資料，將兩者相同及相異之處做整理，對比今昔時空脈絡差異，結合傳統與現代之優點特質，設計出滿足使用者情感的科技產品。

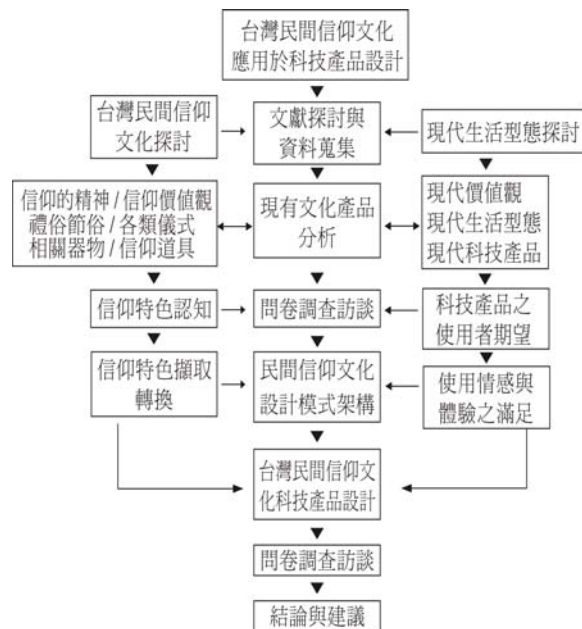


圖 3 本研究方法與架構

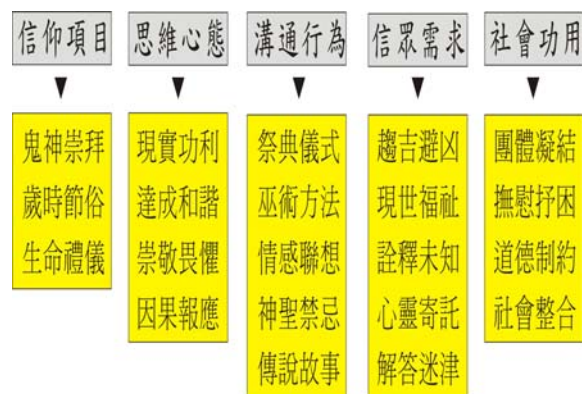


圖 4 台灣民間信仰特色整理

3.2 台灣民間信仰文化特色應用架構

一般討論到民間信仰時，大多只注意到外在的鬼神崇拜與祭典儀式，而忽略其內在人際互動背後的各種關係與意識結構。也就是說，民間信仰的真正內涵，不在於外顯的形式經驗，而在於信仰的觀念與價值意識（鄭志明，1996）。以下即將相關學者對於民間信仰文化的特色做整理歸納如下圖 4 所示（周雪惠，1989；阮昌銳，1990；呂理政，1992；賴銀謹，1997）。

而將以上整理之各項特色融入到現今科技生活情境，對應到進行設計時所需考量的層面，進一步整理出如圖 5 的台灣民間信仰文化特色應用架構。

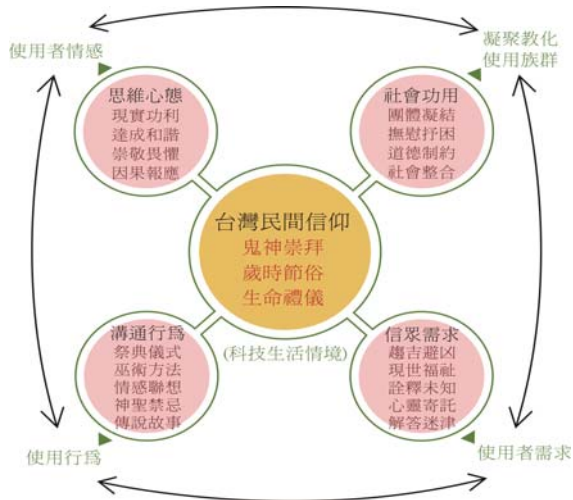


圖 5 台灣民間信仰文化特色應用架構

4. 設計案例分析

下列分別介紹與本研究「民間信仰文化」設計相關之科技產品，提供近幾年相關設計的趨勢。

4.1 〈留願〉

圖 6 為汪智偉所設計，在 2003 年榮獲光寶創新獎 學生組銅獎。〈留願〉是以「中國傳統的宗教器具—香爐」為概念的電話答錄機。中國文化中，信眾透過燒香儀式將願念傳遞至神明，留言的訊息代表了留言者心中的願望與期盼，透過香柱上的燃燒紅光點投影在天花板，象徵與天上神明的溝通。設計者將科技的可能性應用至傳統信仰文化經驗的再現，將之轉變為符合現代生活

型態的訊息傳遞方式，除了造型將傳統香爐型式賦予文化設計之外，更巧妙連結了傳統與神明的溝通儀式和現代的訊息溝通行為，讓使用者與產品互動的過程中，增添熟悉的經驗，顧慮到心理層面的感受。



圖 6 〈留願〉



圖 7 〈聖杯？醒唄！〉

4.2 〈聖杯？醒唄！〉

此為筆者所設計的文化科技作品。將民間信仰文化「擲筊」融入現代生活型態，將鬧鐘與筊杯做結合。擲筊是一種道教信仰問卜的儀式，而所使用的「筊杯」是人們所用以與神明請求指示

的工具。當鬧鈴響起，必須擲出"聖筊"，才能停止響鈴。這件作品也是應用現代科技，結合傳統信仰經驗，轉化至現代生活型態的有趣範例。賴床是每個人都有的經驗，那總是需要一番天人交戰，而鬧鐘常常失去應有的機能，這時候，就讓神明替你決定能不能賴床吧！「擲筊」本是傳統信仰中請神明指點迷津的儀式，而如今卻轉變為請神明指點能否賴床的指標，相信使用者定會莞爾一笑，對它又愛又恨吧。請參考圖 7。

5. 結果與討論

近幾年來，文化創意熱潮襲捲全球設計界，設計者思考如何萃取在地文化特色，應用到產品的設計表現上，擺脫產品單一單調風格的窘境，更提升彰顯獨特的文化特色。本研究嘗試由台灣民間信仰作為台灣文化特色之切入點，探討與現代科技生活情境的連結關係。台灣民間信仰是台灣人民對環境適應的方式，與日常生活早已密不可分，也因此是我們最熟悉的文化風貌，而其諸多特性值得應用至設計思考範疇，將其文化精神內涵融入科技產品設計的議題。因此，本研究架構一個設計應用的模式，表現如何將民間信仰特色有系統地轉換於設計，並且奠基於人性本位的基礎，並藉著資訊科技的運用，滿足使用者情感經驗與產品使用的文化互動。如此，不僅期待化解使用者對於科技產品的恐懼感，透過傳統文化與現代科技的結合，台灣人特有的價值觀、生活方式也重新得到審視省思，民間信仰文化得以在時代變遷之下傳承延續。

致 謝

本文係國科會相關研究計畫成果，感謝國科會研究經費。計畫編號：NSC-97-2410-H-144-004與 NSC-97-2410-H-144-005。

參考文獻

1. 林美容，(1989)，*人類學與台灣*，稻鄉，臺北縣。
2. 阮昌銳，(1989)，*民間信仰習俗的檢討*，禮

儀民俗論述專輯，頁 87-116，內政部，臺北市。

3. 何明泉、林其祥、劉怡君，(1996)，*文化產品開發設計之構思*，*設計學報*，第 2 卷，第 5 期，頁 53-71。
4. 劉還月，(1997)，*台灣民間信仰小百科【節慶卷】*，臺原，臺北市。
5. 楊裕富，(1998)，*設計的文化基礎*，亞太圖書，臺北市。
6. 李豐楙、謝宗榮、李秀娥（編撰），(1998)，*藝文資源調查作業參考手冊 1-信仰節俗類*，文建會，臺北市。
7. 董芳苑，(1999)，*探討台灣民間信仰*，常民文化，臺北市。
8. 李朝金（譯），(2002)，*商品學研究會編著，設計的未來考古學 (The future archeology of design)*，田園城市，臺北市。
9. 林銘煌，(2003)，*工業設計思潮*，全華科技，臺北市。
10. 歐世勛，(2003)，*互動美感運用於人際溝通產品之設計研究*，國立交通大學應用藝術所碩士論文，未出版，新竹市。
11. 汪智偉，(2003)，*中國祭祀觀點應用於產品設計之創作研究*，國立交通大學應用藝術所碩士論文，未出版，新竹市。
12. 鄭玉美，(2004)，*文化設計模式建構：中國傳統文化應用於產品造形模式探討*，國立台北科技大學創新設計研究所碩士論文，未出版，台北市。
13. 鄭洪，(2005)，*台灣原住民文化應用於產品設計之研究*，長庚大學工業設計研究所碩士論文，未出版，桃園縣。
14. 劉建欣，(2008)，*應用文化元素之產品設計手法探討*，國立臺灣科技大學設計研究所碩士論文，未出版，台北市。