

國立臺灣大學工學院建築與城鄉研究所

博士論文

Graduate Institute of Building and Planning

College of Engineering

National Taiwan University

Doctoral dissertation



「社區食聯網」的食物社會設計 - 桃園龍潭個案理論
化的嘗試

Social design of food based on “Edible Community
Networks”:The case study of Longtan in Taoyuan

吳振廷

Chen- Ting Wu

指導教授：張聖琳 博士

Advisor: Sheng-Lin Chang, Ph.D.

中華民國 106 年 8 月

August 2017

中文摘要



鄉村在現代性進程下造成地景與物質、生命、社會的關係逐漸分離、崩解，尤其是地方經濟體在商品化、觀光導向的支配下往往看不見自身與地方的關係。我們如何以創新的培力方式，找回經濟社群的主體性與自主性，重新連結食物與人地關係？

本研究是一個以「鄉村」為主體的參與式規劃行動研究，以桃園城鄉交界的龍潭區域為田野。將龍潭的食物社會設計之實踐，進行理論化的嘗試。本研究嘗試以「社區食聯網」(Edible Community Networks)的概念探討龍潭特定地域中的社區及經濟社群，行動者藉由「食物交換」與鄉村內外部的資源產生運作，而過程中因為地域振興計畫的介入，觸發了社會設計的行動，重組和調整了食物體系與社會生態關係，而這種轉變可以理論化為一種跨文化的社會設計工程。研究發現：一、「社區食聯網」作為一種民主、生態的食物經濟體之實踐過程。二、同時，實踐了一個跨文化的交流場域，通過農業技術交流、整合農食交易、文化協作及飲食文化交流等，引發了跨文化的對話。三、龍潭的食物社會設計在處理社會創新之轉型過程。尤其對新世代的族群來說，共同社計、共同經營的創新社會行動，即是改造自我，進而再結構自身與社會的關係。

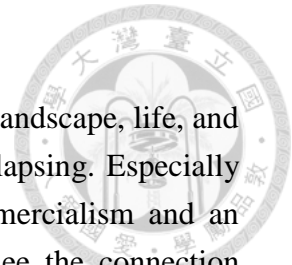
關鍵字:食物研究、食物交換、社會設計、社區營造、社區食聯網

ABSTRACT

With the progress of modernization, the connections between landscape, life, and society in rural communities are gradually breaking apart and collapsing. Especially in local economies, as they have moved to domination by commercialism and an orientation toward tourism, it has often become impossible to see the connection between self and locale. How do we reclaim the community's subjectivity and autonomy through innovation and empowerment, and reestablish connections between the land, food, and people?

This research project is a participatory, action-oriented one, centered around "rural community", with the Longtan region, located between the urban and rural parts of Taoyuan, as the case study. The project employed the practical application of social design of food in Longtan as an attempt at theorization. This project attempted to implement the concept of "Edible Community Networks", using food as a core medium, to connect three major domains: the democratic & environmental economies; cross-cultural landscape identity; and social design. The aim was to explore how the introduction of regional revitalization plans sparked actions toward social design, as people in specific areas of Longtan operated, with resources both inside and outside rural communities, through "food exchange"; and how, through this process, the connections between food systems and the social environment were reconfigured and modified. This form of change can be theorized as a project in cross-cultural social design. This research project found that: 1. The process of implementing "Edible Community Networks" as democratic, environmental economies fixed imbalances in urban and rural development, and brought economic life back to the community. 2. At the same time, it realized a domain for cross-cultural exchange, prompting cross-cultural dialog through agricultural technology exchange, integration of agricultural food transactions, cultural cooperation, and cultural exchange regarding food. 3. The social design of food is in a process of metamorphosis and of managing social innovations. Through the design and development of the space and products, key figures are given the chance to participate, and to create networks through collaborative creation. For the new generation in particular, taking part in innovative social actions is a way to transform oneself, and further, to establish connections between oneself and society.

Keywords: food research, food exchange, local economies, social design, community development ,Edible Community Networks

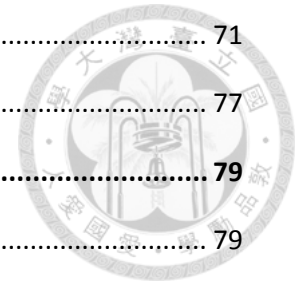


目錄

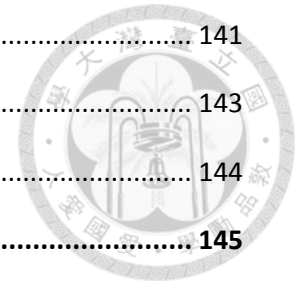


中文摘要.....	ii
ABSTRACT.....	iii
目錄.....	iv
圖目錄.....	vii
表目錄.....	vii
第一章 緒論.....	1
1.1 前言.....	1
1.2 研究意識.....	3
1.3 文獻與觀點.....	8
1.3.1 食物的研究範疇.....	8
1.3.2 鄉村發展路徑與食物的在地鑲嵌.....	9
1.3.3 食物交換與跨文化.....	21
1.4.3 民主、生態經濟體系與另類食物網絡.....	27
1.4.4 社會設計的理論與實踐.....	36
1.4 研究方法.....	46
1.5 研究設計.....	49
第二章 龍潭的鄉村地景變遷與治理.....	53
2.1 自然、農業、水利建構的地方性.....	53
2.1.1 因地制宜的生業.....	53
2.1.2 水利建設與地方社會.....	53
2.2 鄉村發展與農業地景變遷.....	58
2.2.1 鄉村工業化.....	58
2.2.2 農業地景與茶鄉概述.....	61
2.3 現代性的管制與治理.....	66
2.3.1.都市計畫的管制.....	66
2.3.2 現代鄉村的規劃術.....	68

2.3.3. 客家聚落的建設與文化治理- 「客家生活營造計畫」	71
2.4 小結	77
第三章 權力、文化與生態民主的食物鑲嵌化過程.....	79
3.1 市街的空間構成與權力轉化	79
3.2 公民農業與鄉村資本化	88
3.2.1 茶鄉的地方社會與產業結構.....	88
3.2.2 仕紳階級建構的茶鄉治理模式-大北坑	90
3.2.3 重建生態與文化棲地的治理模式-高原社區的個案分析.....	94
3.3 水利、觀光與食品建構的食物商品化路徑	102
3.4.遷徙與跨文化的飲食交融	108
第四章 食物社會設計的社會工程:	111
4.1 社會設計的命題	111
4.2 龍脈地景連結地方認同	112
4.2.1 歷史記憶龍脈 memorizing dragon landscape - dragon action 1.....	115
4.2.2 遊龍脈 touring dragon landscape - dragon action 2.....	116
4.2.3 品嚐龍脈 tasting dragon landscape - dragon action 3 經濟鑲嵌.....	117
4.3 民主經濟體的社會設計	119
4.3.1 為誰培力?為何培力?.....	119
4.3.2 食物的「共同設計」(co-design)	120
4.3.3 茶鄉經營心訣:大北坑與鹿谷的跨境對話.....	123
4.3.5 食文化與文化地景的協作平台.....	126
4.4 跨文化的社會設計	127
4.4.1 道德化的食物品質與食物話語權的浮現.....	128
4.4.2 轉變中的公共空間與青年的社會實踐力量.....	133
4.5 共生生態的社會設計	140
4.5.1 埤塘連結農耕社會.....	140
4.5.2 私有轉為公共空間.....	141

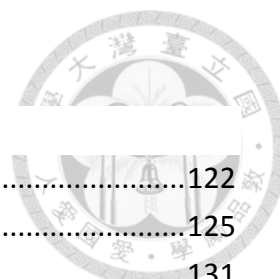


4.5.3 共耕與生態的營造.....	141
4.5.4 共食、勞動與物質循環支持的社區照護.....	143
4.5.5 以農為本的有機村作為抵抗國家機器的農村運動.....	144
第五章 結論	145
5.1 「社區食聯網」-民主、生態的食物經濟體的實踐過程	145
5.1.1 由經濟社群參與的民主式產銷體系.....	145
5.1.2 共耕、共食與生命、物質、社會的再鑲嵌.....	146
5.1.3 食物的政治與權力地景的轉化.....	146
5.1.4 「小政府」的形成-從經濟合作到公益結盟	147
5.2 編織跨文化的食物網	148
5.2.1 跨文化的地景認同.....	148
5.2.2.跨世代的交換形式.....	149
5.3 專業者的反思-進步式的社會設計	150
5.3.1 社會設計介入的價值與意義.....	150
5.3.2 專業者的行動反思.....	151
參考文獻.....	155



圖目錄

圖 1 以生產者為中心的跨文化的料理交流.....	122
圖 2 遊程規劃工作坊.....	125
圖 3 協助小林村重建產業-跨界的公益行動	131
圖 4 日本明治大學到廟埕以舞會友.....	136
圖 5 龍潭「菱潭街」市集夥伴招募海報(圖片來源:C1).....	139
圖 6 結合中原大學景觀系服務學習的埤塘共耕、生態的營造.....	143



表目錄

表 1 受訪者代號表.....	51
-----------------	----



第一章 緒論

1.1 前言

我國以農立國，農業是人類生存與文明的基礎，而支撐人類生活的大自然結構，便是食與農之基礎。近年來，國際發起了一連串「食物革命」倡議食物正義與倫理消費，台灣社會在食安風貌襲捲下，也開始從食物議題串聯社群，從民間到政府深刻反省餐桌上的食物及世界在吃什麼？同時，社會燃起了青年歸農的風氣，”回農”成為跨文化跨國界關心地球世界公民的共同趨勢，國際都會的市民重新開始參與在農耕中讓生活與農相連結。”(張聖琳，2013)我們發現社會開始改變看待土地的觀點，重新理解食、農與社會的關係。從空間專業者的視角，必須在全球糧食的現場思考明日的餐桌與規劃的關係。我的專長領域在社區營造、文化地景研究，過去五年因公部門的地域振興計畫深耕桃園龍潭、龍岡，從田野中嘗試以「社會設計」的行動反思食物的研究，也開啟了研究的關懷起點:在全球化及本土化的互動下，都會區城鄉交界的場域，關注「社區」在日常生活實踐所引發的在地社會實踐的力量，並以地域振興的知識及食物串聯的理論脈絡，探討如何在舊的都市、鄉村形式之中找尋創新的方法，鏈結地方的歷史、文化和生活方式，展現新的意義。期望對於台灣類似桃園龍潭這樣的無名小鎮尋找自明性，有進一步的貢獻。

回到食物革命的背景，全世界的食物生產體系，正面臨前所未有的挑戰。現代性創造農業生產與食物消費的改變，使當代食物不只有滿足人類生活所需，也不再和自然資源緊密接合。全球化下的土地商品化、資本化讓演化了數個世代的傳統農業生產與生態體系崩解，讓「土地」與「農人」產生了斷裂。另一方面，全球貿易體系的發達，使食物開始長距離的移動，意味著流傳到不同人之手，可能來自無名的產地、生產者、從業者，一旦食物鏈（Food Chain）斷裂，將改變了食



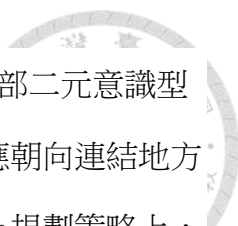
物與地方之間的連結。所以，全球化體系造成人們對於食物的地域性的認知逐漸消失，考驗著生產者、消費者乃至於「社區」，在食物體系與現代性的支配下，抉擇什麼該留下？又該發展什麼？

留與不留，發展與再發展，都是表述一個「關係」的建立。傳統的地方社會，社會關係與物質關係的相互依存，互惠合作一直是傳統經濟的生活重心，所謂的「交工」、「留田角」，照顧著個體的生命、群體的生活與環境的生態，儼然是鄉鄰日常生活的一部分，只是伴隨者都市化與全球市場的拓展，這種彼此嵌合的勞動生活已成失去。¹全球化下的調整與再結構，使生產單一化與集中化，讓許多原本供應在地日常生活必需品的生產者，因為無法與資本市場競爭而衰退。舉例來說，美國零售大商「好事多」(Costco Wholesale Corporation)進駐市鎮，貫徹經營理念：「我不是超商，我是你無法拒絕的仲介」，²衝擊著地方的日常店家。小店鋪開始從生活環境的四周撤退，小規模的產業被現代化的連鎖企業取代，一併被取代的還有人們在日常生產、消費過程中形成的社會空間和網絡關係，使地方的經濟體系成了沒有特性的資本主義生產單元，再次驗證了「消失的地方性」。現今的經濟邏輯談的是競爭力，淘汰失去競爭力的產品，然而在市場機制中看似理所當然，但淘汰的不只是商品，可能還是一個多重關係。除了商品交易的關係？還存在那些社會性的交換關係？

台灣鄉村歷經鄉村工業化、第二次農地改革與農村再生建設，已改變鄉村的社會與空間結構。過去農業受到工業與城市的需求來發展，因而在特定的時空背景下，農業淪為經濟與社會結構中被支配的地位，鄉村成為依附在都市發展或工業發展二元對立思維下的產物。理論上在鄉村發展策略，近年來興起鄉村發展的

1 浩然基金會作者群 2014 年編輯的《小農復耕》。

2 賣場「精心」替客戶尋找並安排適合的服務和商品，主動將銷售商品的純利潤壓縮至幾乎為零，並不是因為商業競爭讓毛利率下降，而是將毛利率降到不賺錢的水平，吸引會員上門，也就是說，“完全不打算靠賣東西賺錢”。



「第三條路」。「第三條路」強調鄉村的發展不應受地方內部或外部二元意識型態所限制，而應是跨地方的 (Lowe et al., 1995)，也就是農村發展應朝向連結地方場所與外在的全球區域來進行 (van der Ploeg and Saccomandi, 1995)。規劃策略上，目前規劃的體制和分類方式中，仍是以都市/鄉村的二分法作為規劃策略，在氣候變遷、糧食安全、能源危機的處理仍侷限在生態城市與鄉村有機農業、休閒農業的作為，反而較少觸及由生產者、消費者經由日常的經濟事務互動而構成的社群，即李丁讚(2006)指涉的「經濟社群」，在本研究進一步解釋，「經濟社群」強調多元事業體與社區在文化、社會與生態上的依存關係，因此，面對城鄉平衡及新城鄉關係的演化，回到日常生活脈絡的實踐，「經濟社群」與「社區」在地方發展與食物體系的接合上是否有另類的操作路徑？

1.2 研究意識

我的研究關注在城鄉交界的小鎮如何透過公部門地方振興計畫，經由「社會設計」逐步形成「社區食聯網」(Edible Community Networks)。本研究定義「社區食聯網」為現代化進程下，社區與經濟社群在鄉村內外部的資源的接合、轉折與支配作用下，形成權力、文化與生態民主的食物鑲嵌化過程，因而引發多元的社區力量。而這股力量，將是專業者協力建構跨文化與民主、生態的食物經濟體之重要基石。

研究問題意識來自鄉村在現代性進程下，農、食與土地承載的物質、生命、社會連結的關係逐漸分離、崩解，尤其是地方經濟體在商品化、觀光導向的支配下往往看不見自身與地方的關係。為了對抗食物系統的全球化，在地社群透過食物交換找回自身的主體性與自主性，重新連結食物與人地關係。我們要問的是社區如何在現代性的支配與抵抗的動態過程中，經過食物鑲嵌化的過程，展開民主與

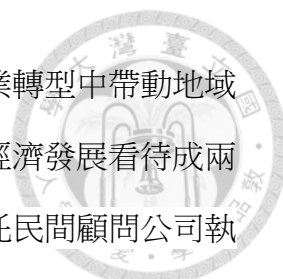
生態的重建之路，專業者又如何將地域振興計畫通過一個民主經濟體的培力過程，轉變成一種社會設計的工程？從這個關懷出發，我的研究問題是：



1. 鄉村在現代化進程中，國家政策如何影響地方的食物生產體系？地景與地方社會有何轉變？
2. 權力、文化與生態民主的食物鑲嵌化過程中，在特定的食物或區域中形成什麼樣的社區力量，在不同轉折點如何與國家制度對話？
3. 專業者在食物社會設計的實踐中，如何展開民主式的「經濟社群」與「社區」的培力？在跨文化的概念下型塑了麼樣的文化地景？交換了什麼樣的物質與文化？重組什麼樣的產業體系？轉化了什麼樣的社會關係？

我選擇桃園作為主要場域有下面三個原因，首先，桃園縣升格為六都，在老老街溪開蓋之際，宣告桃園縣重污染工業的退場，作為一個北台灣傳統工業轉型、農業轉型的城市，產業類型與土地利用方式的快速變動，尤其在城鄉交界的小鎮，可以發現典型的小型商業、農業、物資、交通的交換中心轉換成多塊面都市空間利用(謝佩娟，2014)，在大環境快速變動及轉型的趨勢下，處於二線城市或者城鄉交界的城鎮，地方經濟產生什麼樣的結構性變化？再者，桃園在多元文化樣貌與豐富的地景所衍生的生業與日常經濟，社區如何在工業城市轉型的脈絡中，展開地方產業的重構？地方社會面對上述的轉變又什麼樣的依賴與抉擇？

我們都知道，桃園是最接近世界的城市，不只是台灣國際來往的門戶，還擁有多樣的在地文化與天然觀光資源，有客家、眷村、原住民、閩南、新移民等多元文化特色，有埤塘、濱海及山岳的自然生態及景觀，產業變遷則從勞力密集的傳統產業，轉型為以高科技為主的知識經濟發展產業型態，而這些特質在經濟建設、現代規劃術、民間社團力的交融與抵抗之下，引發了蓬勃的社造。若從跨文化地景與社區營造的理論來看，這些異質性的文化、事業體與社區在地景與地方社會的再結構中，透過公民行動形成一個流動的跨文化的協作平台，不同的行動者在公共參



與過程，尋找生命與地景的認同，這股力量十分有潛力在後工業轉型中帶動地域振興。然而，遺憾的是長期以來，地方政府將社區營造與地方經濟發展看待成兩件事情，以一鄉一特色及魅力商圈輔導計畫為濫觴，長期來委託民間顧問公司執行短期、帶動經濟發展產業的「輔導」，以觀光化、商品化導向的主題活動短暫吸引人潮但沒有落地的營造，反而讓地方過度依賴政府的活動資源。另一方面從社區營造的立場來看，桃園的社區營造十年推動有成，但地方產業往往侷限在具地緣關係的社區本體，反而周邊的多元事業體沒有被納入社區經濟體系，換句話說，地方的經濟體系沒有進入到真實的社區生活，我們關注民主社造的「政治社群」，卻沒營造「經濟社群」，難道，社區營造與經濟體的發展路徑是平行無交錯的嗎？如何在既有政策下，跨越社區營造與地域經濟的界線，形成新的轉變動力呢？空間專業者已經熟悉社區營造的參與模式，又如何連結「經濟社群」建立新的地方經濟體系呢？面對上述的處境，台大城鄉團隊選擇實際執行地方到中央的產業振興計畫，涉入龍潭，啟動了學術社群與社區營造結合的社會實踐模式，並以「社會設計」導向為目標，醞釀有地方認同的地域振興方式。³

龍潭因有一口大池而得名，為桃園市客家鄉鎮，被客委會定義為北部客家文化生活及產業的重點區域，有主流的客家文化結合鍾肇政文學地景的特殊區域，順著規畫完成的自行車道，可以看見龍潭大池、大廟商圈、休閒茶園、老街、富麗農村以及倚著石門水庫的石門活魚大街，更特別的是龍潭號稱「桃園的科技櫥窗」擁有高密度的科技工廠，許多科技新貴移居於此，因而在田野間興起了多樣化且精緻的飲食業者，儼然為創新與傳統兼備的觀光小鎮。然而，我在意的是小鎮內在的連結，尤其在全球地方化的局勢中，源自於地方的推動力如何與外在力量交

³我在 100 年開始擔任龍潭商圈輔導計畫的專案經理，隔一年接續爭取經濟部地產基金計畫，過程中參與鍾肇政文學園區的籌備及高原社區農村再生計畫等，為期五年的參與式行動研究。當初是從「一般人以旅遊、觀光為觀點」的切入地域振興計畫，因而真實的接觸到龍潭的「內在」，這個「內在」涵蓋了鄉土論述、飲食文化、地方政治、農村再生議題等，涉及地方社會在人、地、事、物互動而來的社群性(sociality)、社會想像、多重的地景認同。



互作用，如何展開地方參與，在依賴、妥協亦或是抵抗、革新過程中建構出「第三條路徑」？

而這些內在的特質能以何種「載體」連結呢？於是，回到到人地關係的根本-食物，我們都知道生命與土地的滋養來自食物，群體在日常中習慣性透過食物和社會進行連結。從歷史上來看，食物跟隨著文明的演進，不斷地透過食物交換重構社群和自我的關係。研究上，食物與社區、社群相關的研究一般聚焦在重建生產者與消費者之間的信任關係，或是透過公民農業或另類食物系統重新定義產銷體系，例如：支持型農業、小農市集、穀東俱樂部等，另一部分則從文化經濟的角度談食物品質建構與地方特色，揭示行動者在內外發展路徑上以延展地域的策略，增加產業網絡上的社會資本，上述知識提供了食物在產銷體系上的研究觀點，因此，引發我進一步思考，以食物為一個載體，從食物串連的理論探討在地食物與社區的互動關係，這層互動關係，或許架構出一種異質網絡，它的特性包括：處理產銷之間的信任關係，治理上需要民主，在網絡內交換的不單是貨幣，還有勞動、學習，更重要的是可以橫互在現代的食物體系及地方社會，建構出一種理論思維與實踐方式。

從以上的探討，我建立了一個分析性提綱「社區食聯網」(Edible Community Networks)，有以下三點：

1. 民主、生態的食物經濟體的實踐過程。

基本概念上有兩層關係，一個層次是社區網絡，一層次是食物網絡。社區與經濟社群在現代性的支配與抵抗中，透過「公民運動」與「另類的食物系統」在產業鏈與地方社會之間經營一個民主、生態的食物經濟體，重新讓經濟生活進入到社區。

2. 跨文化的地景與食物交換的認同關係

特定地域中的社區及社群，藉由食物交換、交易與地方內外的資源產生運作，

產生一個跨地理、跨產業、跨文化的動態過程，也是社會群體互惠分享的實踐，包括：民主式的產銷關係、食物品質的道德化、共生生態支持的社區照護等，這些環節糾結著不同文化的交融，鬆動了新舊之間的緊張關係，進而，再鑲嵌過程中找到生命與地景的認同。

3. 食物的社會設計工程與社會的創新轉型

社會設計的介入再定義專業者在地域振興計畫的行動視野，以「民主經濟體的培力」引導經濟社群從自身的改造到公共利益的導向，揭示從人-物的關聯，轉變成為人-人，人與公共的關聯。而這些內在的再結構了權力關係與產業空間結構，形成一種創新的社會轉型。



1.3 文獻與觀點

1.3.1 食物的研究範疇

1. 食物在人類學研究

從人類學的觀點，飲食不僅具有個人營養、成長及健康的生理意義，且具有廣泛深刻的社會文化意義。人類學研究飲食行為的基本理論觀點可歸納為功能、結構及象徵等三大類(許木柱、簡美玲, 1996)。Margaret Mead 將飲食習慣視為一種文化要素，以核心(core)/邊緣(peripheral) 的角度討論飲食的供給問題。基本觀點認為，一個族群飲食習慣的改變，除了有經濟效益影響外，族群心理的接受度是另一主因，在食物的種類與處理方式的改變上，包含了族群既有的文化特性(黃應貴, 2008)。另外，將食物作為象徵的研究，則強調食物在象徵族群意識或族群認同上的意義。林淑蓉(2006)認為食物是日常生活中的一部份，從飲食的類、烹調特色、飲食習性、餐具使用到食物分享等，都可以反映出一個民族的文化特色，也可作為理解該族群的社會生活，或甚至成為建構族群認同的基本文化要素。食物的味覺及其他感官特質，更是生活於該文化中的人們，經由代代相傳的日常飲食實踐，內化成為個人建構自我認同時不可或缺的社群生活記憶。

2. 食物系統的研究

食物系統，主張地方的人群跟環境能夠建立一套以食物來調節、循環並永續的關係 (張瑋琦, 2015)。1990 年代食物安全事件使食物系統再受重視，主要分為在地食物系統及另類食物網絡的建構。Feenstra (1997) 定義另類食物網絡:在特定的地方，目標是要經濟上可以上農夫跟消費者，使用對生態友善的生產跟分配的實作，並且強調對所有社群中的成員必須是平等的跟民主的。幾個特點：1)固定在特定區域，鑲嵌在地方的自然與文化的聚落中。2)對於行動者而言具有經濟可近性，無論是對農夫或是消費者。3)生態永續性。4)社會正義。這些都跟全球資本主義規則下的主流農業很不一樣。我們熟知的農夫市集、社區支持型農業、市民農業，這些另類的食物網絡反抗工業化的食物生產，關切食安的問題，成了挑戰主流食



物系統的手段，而其本身的概念包含在地、環境意識、生產者和消費者的直接接觸。另類食物網絡代表了另一種另類的供應模式，可以縮短複雜、過長、且組織化的工業食物供應鏈。而農民市集這類農業直接行銷的興起，意味著有越多的人關注以建立在地食物系統來進行社區發展（Feenstra, 1997）。

若農業在地化的理論及實踐來看，生產者首先從食物供應系統著手，經由另類食物網絡(AAFNs)或縮短食物供應鏈(SFSCs)等方式，其目的並非取代既有的食物供應鏈，而是回復為早先農業的形式，重新建立和土地及文化的認同關係，而消費者也在過程中得到食品安全，建立了食物的信任。從日本農業在地化的經驗來看，以「地產地消」的概念，強調在地生產、在地消費的觀念，透過這種作法可以達到減少運輸及食物里程，並促進當地居民瞭解地方食材及飲食文化，活絡地方經濟。另外，另類食物網絡還要處理如何在食物和生產系統內，找回信任機制。

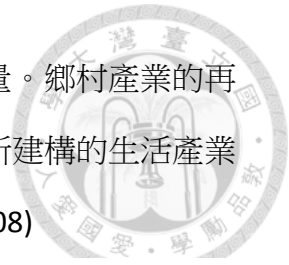
另外，在食物與地方發展的研究方面，一部分關注在原住民領域變遷引發食物主權與生計發展之間的研究，另一方面討論公民農業與地方重建力量。例如：鄉村層級有農藝復興運動的崛起及社區支持型農業，概念上透過一個民主、生態的過程將原本已脫離的食物生產體系再次放回社會脈絡，關注社群驅動的力量與土地倫理的對話。都市層級則有市民農耕的研究，包括：可食地景建立互助的食物網絡、小農市集建立消費者與生產者的信任機制，浮現農行動。聚焦在社區照護的有南機場社區幸福食物銀行的案例，以食物銀行的獨特性，達成弱勢照顧、社區互助的概念。可知，食物品質建構與地方發展的研究，比較多探討特定產業維繫食物品質的過程或是作用力，然而，以社造為核心如何帶動地域經濟發展的研究較少。

1.3.2 鄉村發展路徑與食物的在地鑲嵌

1. 鄉村發展的路徑

鄉村被邊緣化已是世界各國的普遍現象，因此，鄉村的再建構成為鄉村研究的重要議題，其策略是在建構鄉村新產業的過程中，重新建立社會和自然的共同進化關係，當代最新階段的進展，鄉村社區營造的工作取向，即在努力找尋鄉村自

然和資源的新價值，並賦予鄉村產業和生活的建構主體性和能量。鄉村產業的再建構需能同時關照生活形式的永續發展，而以社區營造為基盤所建構的生活產業將是未來偏遠鄉村永續發展的重要策略，(蕭崑杉，蔡必焜，2008)



理論觀點上，鄉村發展的路徑是什麼？

- **外生發展模式(exogenous development):**

二戰後，由於都市化、工業化的原因，使得鄉村人口及資本逐漸外移，鄉村發展遂停滯。在現代主義發展的進程觀點中，鄉村被賦予的任務是農糧食的生產，因此被稱為農業生產主義，其發展特色是持續的工業化與現代化。為了克服鄉村的邊緣落後，進而追求現代經濟成長，將其發展良好的都市發展模式移轉套用的鄉村，促使鄉村以新的方式產生生產力，改變了原有的生產關係和社會關係。這種發展的動力主要來自於國家或是外地的資源、行動者，也造成過度的依賴關係。

- **內生發展 (endogenous):**

鄉村的外生發展策略奠基在鄉村-都市的二元對立，這種認為鄉村代表落後、保守的觀點在 80 年代受到批判，提出了鄉村性的後現代觀點，鄉村被想像成了有秩序、健康的、理想社會，在此論述的轉變下，鄉村發展逐漸從外生發展轉向為內生發展 (endogenous)。內生發展是一種以「自我導向」的地方資源的利用與發展過程，強調一種生產主義的地理表現，顯現在特定地域中生活的社群，藉由當物質生產的交換或交易，累積可用的餘裕資源，以便重新投入地方所需的社會建設中(Canzanelli, 2001:6)

- **鄉村發展的「第三條路」:**

90 年代中期浮現地方內生與外生發展連結的概念。「第三條路」拒絕傳統的二元觀點，著重於地方與外在力量間的交互作用對鄉村發展的影響。李承嘉(2005)認為地方資源運用、地方參與、地方認同為內生發展取向特色。而混合外生/內生發展取向是以內生發展取向為基礎，但重視鄉村與外界的連結，因此混合發展取向的特色分別為地方資源運用、地方參與、地方認同、外界連結。「第三條路」意味著內部與外部的平衡，強調地方與「內、外」可互為連結，也就是農村發展應

朝向連結地方場所與外在的全球區域來進行 (van der Ploeg and Saccomandi, 1995)。

如何進行內部與外部連結？從李承嘉「行動者網絡理論應用於鄉村發展之研究—以九份聚落 1895-1945 年發展為例」摘要如下：

1、地方生產，外地消費 (Ray, 1998)。就是「把一個地域銷售到地方外去 (sell the area to the extra-local)」(Ray, 1999)，外部連結也應該包含「結合運用地方外的人力與資源」，將地方外的元素重整修正，使其符合地方狀況及價值觀。

2、革新，從外部引進新知識與技術，使地方接受革新 (innovation)。這種方式與外生的發展方式不同，外生方式係由外來力量強迫地方接受知識或技術，這種方式則是由地方本身透過地方共識，主動參與革新的過程 (Murdoch, 2000)。地方與地方外互為連結的發展觀點意味著地方主義 (localism) 與全球化 (globalization) 的共存 (Ray, 1998)，此使得農村發展的模式，在傳統的內生/外生發展思維之外，多了可以選擇的「第三條路」。

從後生產主義 (post-productivism)⁴ 和地景多功能主義⁵ (multi-functionalities) 的觀點來看「第三條路」。主張以「關係」和「網絡」的視野，依個別鄉村的資源條件特質和土地多功能應用潛力，組合出內生與外生發展的策略整合方案，來分析與規劃鄉村發展的路徑 (Murdoch, 2000)。意思跳脫地域的框架，認識環境資源與社會資本的面向，將可利用的資源進行連繫及轉譯。

台灣鄉村的發展路徑是怎麼一回事？國家或外地的資源運用什麼樣的 (外生模式)，將進步發達的模式移轉套用到鄉村地區？或者，源自於地方的推動力 (內生發

⁴1990 年代後對於鄉村發展的論述從生產主義 (productivism) 走向後生產主義 (post-productivism)。鄉村後生產主義主張超越以「產量」為核心的經濟邏輯，強調以結合「物質生產」和「服務供應」的方式，重塑鄉村的產業內涵 (李承嘉, 2012:26)。

⁵地景多功能主義並不主張以產業的方式來看待鄉村的發展策略，而是強調認識資源的多功能面向，以及各功能之間的彼此關聯，以便取得發展的平衡。重視土地對環境與生態面向的功能與價值，並將其轉譯為經濟價值的貢獻。



展)，如何策動地方參與及建構地方認同，主動將地方資源的價值重新分配在地區內?台灣的一鄉一特色的政策是鄉村組合外內生發展模式的濫觴，因而，首先，從「一鄉一特色」背景，討論其政策緣起、操作方式、實踐過程，以及政策推展過程中與龍潭的關聯性。

• 國家政策下地方產業發展脈絡-一鄉一特色的分析視野

台灣的都市發展在面對外部經濟全球化、內部空間與經濟的衝擊與挑戰，已使經濟和資源在地理空間分佈上不均衡問題更形嚴重，同時也使得地方經濟發展瀕臨惡質的危機（廖淑容、周志龍，2000）。因此，如何因應這個時代的挑戰，在生產與分配活動、地方特色、市場行銷策略與技術上調整觀念，將是未來地方經濟自主發展的重要關鍵。政府深知地方產業面臨經營環境的問題，在轉型上極為困難，於是積極推動地方特色產業特色再造，針對地方特色產業進行輔導。而理念移植自日本「一村一品」的理念，也就是台灣推廣「一鄉一特產」的政策，主要用意即強調地方特色產業之發展，選定具有地區特性之行業予以輔導。經濟部中小企業處認為地方特色產業的要件有三項：（一）具有歷史性或獨特性、（二）對社區發展與地方經濟有貢獻、（三）屬消費性且可發展為鄉、鎮、區特色產業，要具有這三項要件才給予輔導。從1989年開始輔導地方特色產業，就不斷擴大整合藝術文化、地方歷史、風俗習慣、物產與景物等元素、物產與景物等元素再利用這些元素結合觀光所謂的「一鄉鎮一特產」，簡稱OTOP（One Town One Product）。

回顧地方產業的發展歷史，文建會的社區總體營造的理念借鏡了日本的造町運動，先有全國文藝季活動的舉辦，慢慢的轉型為以「文化產業」為主題的系列活動。2002~2004年，延續社區文化產業發展，政府提出了「新故鄉社區營造計畫」，配合「挑戰二00八：國家發展重點計畫」，推動開發利用地方文化資產與文化環境計畫、地方文化產業振興計畫、社區深度文化之旅計畫，以及社區營造培力計畫。依據社區不同的屬性，如都市或鄉村、原住民部落或是客家社區等，透過社區教育的實施以及人才的培養，營造不同風貌的社區文化或地方文化產業。而後




以新故鄉社區營造計畫為基礎，推出台灣健康社區六星計畫的六面向中，以「產業發展計畫」是延續地方文化產業發展，即透過社區小企業輔導及商店街區再造，推動地方產業文化化，在鄉村方面力求農村產業轉型升級，協助鄉鎮進行總體規劃等等。

換言之，「一鄉一特色」的實踐是一個新的台灣地景想像的制度性基礎，也是地方多樣性浮現的開始。社區總體營造雖把重點放在鄉村地區，仿效了日本造町的經驗，但卻缺乏核心的「改善地方經濟」議題。此外社區總體營造往往著重於地方文化特色的挖掘，未能真正策動地方經濟的永續發展。舉例來說，振興鄉村發展的政策，雖然引發休閒農業、觀光民宿、精緻農業成為鄉村發展共同的想像，但卻不一定適合所有的鄉村，再者，規劃的手法無法同時處理地方產業的文化性及非經濟性，更遑論計畫的檢核在觀光效益，完全本末倒置了社區營造的精神，更無法展現地方生活的實質內涵，反而造成社區營造的創造性破壞。1980 年代，政府在農業政策上推出「一鄉一特產」的口號，由各鄉鎮農會執行輔導農民發展各地的農特產品，企圖以地方特色產業的發展來提高農民收入，在政策的引導下，農產品於各鄉鎮打出了知名度，如：東勢高接梨、甲仙芋頭、玉井芒果……等，皆為地方帶來不少的收益。往後全國各地方政府普遍性皆以一鄉一特色的方式來主打各鄉鎮的農產品而形塑出許多以「XX 之鄉」或「XX 王國」為象徵符碼的全國特殊景象。接下來，我們需要從理論層次的思考，地方特色產品在食物品質建構過程中，特定的行動者在什麼策略下如何以創新動能連結鄉村資本，進而帶動地方發展？

2. 食物品質與地方發展

賴守誠在〈地方食品特產(Typical Food Products)與鄉村發展：來自文化經濟的觀點〉從鄉村發展的主要模式進一步探討食物與地方發展的議題，思考地區性食品如何能夠為特定地區帶來社會經濟福祉的貢獻。首先特產在地方被概念化成來自一種小規模的農食系統，並且帶有因其地方性原料與傳統、承襲生產技巧的結合而



取得的特殊性質。透過特產，邊緣區域的農民可以透過與當地經濟網絡協力合作提高其經濟的收益、提升技術性就業，進而改善環境的永續性。「特產食品」通過一系列取得品質資格的過程(qualification)，將產品內部的特性與來自社會評斷的外部屬性融合在一起，以賦予產品特有的認同。這樣的形塑過程意味產品品質的流動，且可以透過社會介入而產生改變。因此，品質並非食物固有的內在特質，還關乎市場的關注與需求，或是生產者在地化策略的結果。更進一步分析，不同社會群體試圖改變消費者對食品品質的界定，即品質是帶有爭執與偶然特性之協商過程的產物，在食品品質建構過程決定了食物鏈中不同行動者間的權力關係。換言之，食品品質的定義會反映和重新分配經濟與社會權力。

理論上，依循內生發展理論(endogenous development)的各項原則(Ray, 1998; Terluin, 2003)，地區性食品代表了潛在性豐富的發展資源，因為地區性食品能夠包納而且增值許多與當地特質有所連結的地方資產。然而，這些地方資產如何被增值，可能會隨著涉入行動者的類型及其所選擇追循策略的不同而有所差異。

賴氏從田野的經驗中辨識中行動者可能採用的兩種主要取徑。第一，可稱之為供應鏈策略(supply chain strategy)，指的是地方特色產品生產及加工過程中的行動者所建構出的網絡。在此取徑中，地方特產透過此生產者網絡，增加了網絡中的社會資本；第二個取徑則涉及將區域食物視為鄉村發展資產的一種不同型態的概念化。在此，行動者將這樣產品理解成可提供一組廣泛的相互連結的資源，這些資源包含了實體環境層面的資源（例如特殊地景、特色建築、特別品種等）、文化層面的資源（例如技術、訣竅、傳說、故事等）以及經濟層面的資源（例如富有技巧的從業者等）。因此，地區性產品被視為潛在性地能夠帶動廣泛的創發作為一進而激勵多樣不同的活動及各式行動者之間的創新互動（例如休閒、旅遊、市集、節慶、教育、社區、探索、體驗等）。地方行動者對於區域產品這種使用的取徑被稱作地域品質(territory quality)或延展地域的策略 (extended territory strategy)。在上述的策略之下，產品地域性的認同及關連性——而非單一的生產網絡及供應鏈之實體產出——是價值產生的基礎。這樣的認同及關連被視為由一群寬廣的行動者所使



用，他們可能將之應用於一批相關的貨物及服務，隨之導致更廣的經濟利益的分配。(Tregear et al., 2007，引自賴守誠)。

地方食品特產快速在台灣崛起，在發展脈絡上，在 1980 年代，隨著政治經濟氛圍的轉變、地方鄉土意識的強化、消費資本主義深化與文化經濟的強勁發展，帶有強烈地域特色與特殊品質的食品特產快速在台灣崛起風行，並很快成為食品業者與消費者食物選擇與體驗的重要選項。進入 1990 年代後，地方特產在鄉村地區地方意象的塑造上扮演日益明顯的關鍵角色，並逐步與鄉村地方營造及休閒文化產業結合，甚至進一步成為推動新時代鄉村發展的文化資產與策略工具。

賴守誠以〈客家地方食物特產、文化經濟與地方發展：以美濃板條與新埔柿餅為例〉運作過程的分析發現，新埔柿餅及美濃板條恰好連結上台灣本土化運動與對客家文化的重視，提倡地方特色產品與其所連結的地方文化。以新埔柿餅來說，一開始新竹縣的一鄉一特色的推動非柿餅，再加上面臨大陸低價市場衝擊下，新埔當地的業者自己團結起來，希望讓政府注意他們所遭到的困難局面，這是屬於內生型的發展模式。透過文化中介者形塑農食食品消費文化引導消費者對於特產文化景觀有的理解。從這裡我們看見一種經濟社群的運作脈絡，透過過業者的自身努力，在食物品質的運作上，通過食品特產的網絡發展出跟消費者、生產者甚至加工者之間一種更直接的聯繫，並且在國家資源的帶動下新埔地發展為重要的文化節慶活動。美濃板條則從客家聚落的地方小吃，搖身一變成為國宴佳餚，在臺灣客家文化逐步受到重視的過程中，仰賴外來的文化中介者，尤其是文化工作者，基於關心鄉土、關心族群的文化，希望具地方與族群特色的產品不要沒落而描繪、推薦美濃與板條的連結。其品質建構模式的策略架構突顯出以延展地域策略為主，供應鏈策略為輔的型態。

最後，賴氏的研究發現，特產品質建構的過程可以被視作為是在混和了外生性/內生性發展模式的邏輯之內的一種聯繫在地行動者與非在地行動者的機制。當然，也提醒我們，文化中介者提供的食物與地方論述在其建構形塑中所扮演的關鍵角色，在特定的政治經濟的形勢下，配備著現代文化資本並且取得新興的象徵



權力，因此得以能夠對品質建構與地方形塑施展關鍵的社會文化運作。

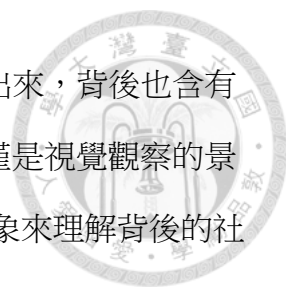
換言之，食物與地方在一鄉一特色的支配下，特定的區域及食物透過行動者的延展地域策略連結地方資本及重構了供應鏈體系，過程中形塑一種權力及文化的象徵性，而這種象徵在不同的內外作用下又有何表現？

3. 食物地景的象徵性

地景的象徵性，提供了人們的想像空間，將地方文化景觀與族群文化連結，賦予產業地景一種族群性象徵概念。換句話說地景展現了如何隨著時間，於特定地點發揮塑造人群認同的角色。地景的塑造能夠反映與鞏固何者構成人群，誰被納入、誰被排除的觀念（Crang，2003；王志弘等譯）。

• 權力地景作為地方政府、族群意識的展演

自一鄉一特色的政策引導下，各個地區開始為了提升地方特色而努力尋找資源、技術，協助傳統產業的升級與轉型，再加上政治經濟氛圍的轉變，台灣本土文化意識抬頭，帶有強烈族群地域特色的產業在台灣崛起風行，例如：六堆客家文化節、東勢新丁粿節，客家桐花祭，地方型的公館福菜節、大湖草莓節、銅鑼圈杭菊、新竹關西仙草節..等。地方將生活文化或產業活動以創新手法包裝成節慶活動的形式，吸引大眾達到產業行銷之目的。「一鄉一特色，一鄉一特產」的「地方產業創新節」模式。前者主要是呼應經建會在 2002 年提出的「挑戰 2008：六年發展重點計畫」中觀光客倍增計畫項下的「一鄉一特色」目標，後者則是配合行政院在 2006 年提出的「2015 年經濟發展願景三年衝刺計畫－產業發展套案」中，為了均衡產業發展，促進在地就業所研擬的「一鄉一特產」政策。「造節」幾乎成了一門文化經濟的「好生意」，節慶地景也逐漸成為再現地方的新手法。而諸多節慶中，將食物變成一種有意義的符號，並以食物形塑出地方意像的連結。然而，參與節慶節的是「遊客」，目的是觀光、休閒以及體驗現代是節慶帶來的不同歡愉。節慶式地景的空間生產若從 Lefebve《空間之生產》的批判視角，資本主




義的擴張需要空間的挪用、占有，揭示現代節慶多是刻意舉辦出來，背後也含有主辦單位不同的目的性，而從晚期文化地學的脈絡中，地景不僅是視覺觀察的景象，更是一個看的方式(ways of seeing)，我們要試圖從地景的表象來理解背後的社會文化與政治文化作用。(Johnston,2000:430)。

黃詩瑜(2011)《客家特色產業與地方發展：以銅鑼杭菊為例》以銅鑼地區杭菊種植為主體，探討客家特色產業與地方發展的關係，進而思考一鄉鎮一特產與地方發展的關聯何。指出杭菊成為銅鑼地區一鄉鎮一特產肇始於客委會成功推動「五月雪」桐花季，於是銅鑼鄉農會努力創造一個「十一月雪」杭菊的形象，在經濟部的輔導下及政府推動休閒農業的潮流下，提升杭菊產業進而擴大舉辦杭菊文化節，藉由十一月雪的意像，創造出更多的觀光資源商機。因此，杭菊與客家、銅鑼的連結是被建構出來，又因杭菊根植於銅鑼土地，受到客家農村認同，成為民間及官方都認可的地景。然而，連續幾年的推動下，杭菊產業實質受益並不大，反而因為杭菊的地方魅力，帶動在其生產地周圍的地方建設，包括銅鑼科學園區、客屬文化園區等。地方政府欲建立「科技的杭菊文化節」地景，食物形成的地景展演著三位一體(客家文化、科技、杭菊)的地方風貌。

杭菊地景揭示了特色農產品成為地方藉由創造品牌來為農業加值的策略。而其成就，不只是仰賴市場的消費端顧客的價值改變(包括文化消費、休閒旅遊、有機農產、地方風味等等)，同時也需要地方社會的轉型與支持。空間地景的變遷作為一種線索，不僅反映了社會的需求，其生產模式的改變也成為調節社會關係(包括地方社會與政府投資之間的關係、地方生產者之間的組織與分工合作關係)的一個環節。此外，這種特色產業雖然不見得是地方的主流產業，但卻可能是帶動鄉村再發展，以及促成地方行動者面對全球議題(例如食物體系)的關鍵起點。

根據上述的討論，龍潭的一鄉一特色食品--花生糖，在看似在相同的政策背景脈絡中，行動者、食品建構與地方發展的關係為何？

龍潭早期除了種茶樹，居民也兼做加工貼補家用，花生糖就是最重要的加工產



業，經不斷改良創造出知名的花生糖（桃園縣龍潭公所，2014：335-399），並與茶、石門活魚，合稱「龍潭三大名產」（潘朝陽，2010：207）。然而，長期以來，臺灣落花生量產地多分布於雲林、彰化、嘉義及台南一帶中南部區域，桃園龍潭在缺乏自然環境支持下，並不量產此一農作物，如何以花生糖作為地方特色產業？黃莉婷在〈地方特色產業競爭力之探討—以龍潭花生糖為例〉在產業發展脈絡上有深入探討，以下背景部分引用其發現，延伸討論如下：

- **在地鑲嵌的花生糖**

先從農食花生說起，1950、1960 年代臺灣農業社會中，龍潭地區農家在第一期稻作收成後，於第二期時，部分農家會調整農地或菜園的耕作型態，採兼作花生、糯米或雜糧等經濟作物，維持生活所需及食物供給。早期，龍潭農家在花生收成後，會到龍潭陂旁市街上「德記油坊」委其代工榨油，做為家庭食用油，在物資匱乏的年代，客家人常說的「炒一盤花生」桌心菜的來龍去脈便是如此。「德記」將加工處理的花生批發至北臺灣一帶，因此在龍潭境內，常可見以傳統木盤製作花生糖兜售的小販，多會到街區上的「德記」購買花生原料。在當時的社會關係密切的年代，務農、榨油、買油，偶而到龍元宮看戲吃花生糖是老一輩人的日常。從農田到街區榨油，再回到家戶做菜或是公共販售花生糖，可知早期的農人、花生糖業者與德記油坊有著「小型生產網絡」的關係。

而龍潭花生糖如何興起？與世居於龍潭竹窩子客籍溫氏兩兄弟及其家族二代有緊密關連性。農業社會中，溫朝宏先生在偶然向吳氏鄰居請教花生軟糖的初步做法，花生糖產業始從凌雲崗開始發跡。從該研究的訪談紀錄得知，早期農業社會，謝平安、看野台戲，是村民秋收農忙之餘，難得的娛樂及休閒活動。每到廟會或節慶時，野台戲旁總會聚集著賣蜜餞、零食、糖葫蘆等小販，花生糖也是當時常民生活的消遣零嘴之一。當時，溫朝宏先生也騎著單車，載著花生糖在坊間、廟會或鄉下兜售。同時，花生糖一開始為軍人行軍野戰的零食，成為軍中的野外福利社，因此花生糖的發跡與成長與當時駐軍有關，為重要的時空背景。而花生糖如何成為龍潭的地方產業的象徵？



- **去鑲嵌化的龍潭花生糖**

1986 年間登記創立龍潭第一家花生店鋪，已由傳統人力轉成機械半自動化生產，開始上市批發至龍潭及桃園一帶軍公教及工廠福利社，逐漸打響地方名聲。當時採「地名+產品名」的方式命名與臺灣各地方特產如：宜蘭金桔、新埔柿餅、萬巒豬腳、美濃板條、大湖草莓、新竹損丸等齊名。緊接者在龍潭公所的支持之下，1990 年代至2000 年間，群聚行銷「龍潭名產-花生軟糖」伴手禮，並受到大溪名產及鄰近觀光景點的拉拔效應，銷售至龍潭及大溪各觀光景點與桃園一帶，並透過異業結盟，產品上市至國道高路公路服務區系統、遊覽車休息站及各便利超商網絡。在國內經濟蓬勃發展的年代中興起，直營店面數已超過25間。2001年之後面臨衰退與轉型的陣痛期，由經濟部扶植地方中小企業轉型，徵選成為桃園十大伴手禮，並獲客委會認證為「Hakka TAIWAN 臺灣客家」特色商品，納入客家元素及營造客庄氛圍，獲得地方政府輔導及餐廳認證的相關計畫。

後來，1986 年間，龍潭登記成立第一家花生軟糖店鋪，因原料成本及用量日增的考量下，便不經「德記」，改由直接向中南部購買花生。至 1980 年末至 1990 年代後，花生糖業者逕向台灣中南部尋找上游原料供應商至今。事實上，在交通網絡健全的時代，跨境的產業鏈是普遍不過的事情。只是，花生糖業者以家族企業的方式掌控產業鏈並沒有和地方產業網絡發生連結，過去農耕時期，花生、榨油、市街叫賣的交換關係被商品化取代。在重視人社會網絡的客家地方社會中，長期去脈絡的發展下，有意識的被地方孤立。但在面對快速崛起的客家文化及鄉村觀光業時勢，鄉公所扮演著「文化中介者」，掌握話語權，支配著地方特色的發展權，選擇了花生糖產業成為一鄉一特色的地方特產，僅著眼在觀光的需求而缺乏地方文化意象的共識討論，推動了十年，我們只能在北二高及龍潭大池周邊看到由商品化建構的消費地景，鮮少聞地方人道特產一事。因獨厚某一個產品而窄化了延展地域的策略，自然無法擴散連結到各項資本。換言之，產業鏈的某一環節或節點過於單一、分散將無法有效凝聚地方性，累積社會資本。還必須追問，



是誰控制此機制?限制了何種鄉村發展利益?

同樣是由地方政府操作下的苗栗公館福菜特產，也提供了另一種常民食物文化的面向。

- **常民食物與生活文化的鑲嵌**

馮植翎《文化生態、地景與技術－苗栗公館客家福菜產業之變遷》研究中透過文化生態學之觀點來看公館的地景變遷，探討客家醃漬福菜透過人與環境間的適應後而形成特殊的地方文化產業。福菜產業地景的形塑的關鍵因素乃在於地方居民透過客家醃漬福菜的文化，將人們的行動附加在自然景觀之上，進而形塑出富有地方特色之地景對於地方而言，福菜扮演著將過去和現在扣連起來的角色。由族群菁英的論述、產業觀光化及節慶化建構出「福菜地景」，成了一個象徵客家聚落的地景想像，地方在每年舉辦「福菜節」的文化活動催化下達到地方產業的自我認同。同時間，石門的「石門觀光活魚季」也催生，但脈絡不同，待之後章節再敘。

- **食物經濟與族群文化的鑲嵌:**

洪馨蘭（1998）《在菸草美濃：美濃地區客家文化與菸作經濟》一書中也曾以象徵化的角度論述「美濃菸城」符號的形塑過程，乃透過地方菁英的論述，將客家文化與作物鑲嵌而形成特有的族群文化產業。而地方上的客家族群也在這個符號中尋求自我認同，並建構出屬於美濃的集體記憶。換句話說，地方群體在精神層面上強調人類的個體，可經由彼此間的交流，而創造出群體文化的觀點（池永歆，2005）。張翰璧（1999）在〈茶產業：桃、竹、苗客家人之象徵性產業〉一文提到桃竹苗的客家族群文化嵌入茶產業，因地制宜所發展出來的產業地景，呈現出移民經驗，移墾、適應生態的環境過程，因此茶產業就成為桃竹苗的客家族群的象徵性產業。因此當我們想到桃、竹、苗的茶，便想到客家族群。



1.3.3 食物交換與跨文化

1. 食物的信任關係的轉變

現代社會中，食物商品化，其與人之間的距離拉開了，關係疏遠了，這種飲食生活的巨大轉變，引發了現代學者對食物信任的探討。

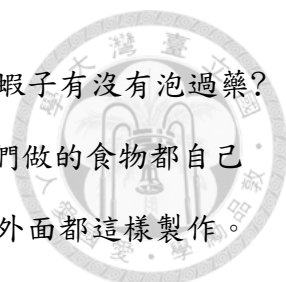
人與食物之間關係的發展變化在歷史上，有多次重要的食物或者飲食上的變革，其中給人類和食物之間的關係帶來最大改變的是隨著食物生產和製作的工業化標準化和全球化而來的速食和快餐的流行。人們從原本對食物的一如既往的熟悉轉變為現今一反既往的陌生。越來越多的人也成為食品的購買者而非食物的生產者。現代社會人與食物之間關係的疏離，引發了一系列涉及食物的革新。

趙旭東、王莎莎在<餐桌上的人情與倫理：中國人的信任觀>食物的信任，更多地是建立在對人的信任的基礎之上。傳統村落社會當中，自給自足的飲食生活使得人與食物的關係非常緊密，自然產生了對食物的信任感。傳統農村的人、農食、土地與社會關係是鑲嵌在一起，尤其是土地是農人能夠生活下去的根本，因此強化了以土地為核心的鄉村社會的閉合性。在閉合的村落中，人與人之間的信任來自社會本身的不流動來得到。日常飲食的食物的生成即在社區的土地當中，因為人依賴於土地，所以依賴於靠土地轉化出來的食物。正是在這樣既熟悉又穩定的社會背景下，人們對待社區的食物，存在一種信任感。

再者，人們對食物信任的基礎一方面來自於他們對食物本身的熟悉，知道這些吃的東西是從哪裡來的，有什麼樣的功能以及如何食用，另一方面則是他們對製作食物的人的熟悉，農村社會因為有著血緣或者地緣的天然關係，通常食物來自家人或親戚，所以食物會因為對人際關係的肯定而獲得信任。換言之，食物是用來給自己家人吃的，或是用來維繫親朋鄉鄰的情感。在當地社會的道德習俗的制約中，食物品質得到有效的控制。

- 陌生且流動的食物

現代性的衝擊，帶來的食物的風險，挑戰人們對的信任底線。在現代社會中，流動社會使得人們不在自己製作食物，日常飲食生活來自陌生人、陌生的地方。



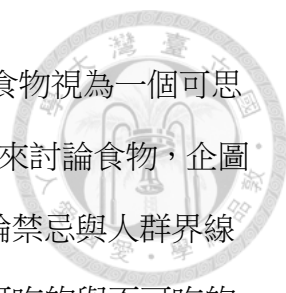
在外出餐館，常會聽到這樣的對話:母親對著服務生說:你們店的蝦子有沒有泡過藥?服務生襟聲請出餐廳老闆，老闆通常會有兩種回答:第一種，我們做的食物都自己吃，當然不泡藥。第二種，蝦子都從外地運來，泡一點藥難免，外面都這樣製作。家人心裡想著:我不認識廚師，如何信任?我們無法從「外食」找到如同家人般的責任心和情感。事實上，公共餐飲很難通過對他人和制度的信任而得到保證，所謂的食物道地、責任又如何引發約束作用?難道廚師就無法在「公領域」通過食物引發大眾的信任和情感嗎?

中國人的信任在於對人的信任或者是對人與人之間關係的信任，而非對制度上的信任。趙旭東、王莎莎從費孝通的差序格局的概念上探討食物的信任。費孝通曾經描述中國人的社會交往和互動結構是一種差序格局的形態，即是以己為中心，像石子一般投入水中，和別人所聯繫成的社會關係，不像團體中的分子一般大家立一個平面上的，而是像水的波紋一般，一圈圈推出去，愈推愈遠，也愈推愈薄。因此，在這樣的社會關係結構之中，人們對食物的信任也是遵循著此種差序的狀態，人們更願意去相信與自己關係親密或自己熟悉的人手中的食物，而質疑陌生人給予的食品。無論對於食物的提供者還是消費者，都形成了以“己”為中心的、“內外有別”的食物信任心態。也就是說，對於食物的信任程度更多地不是取決於科學，也不是由制度而定，而是依託於與此相關的人以及自身與其的關係遠近。

差序格局與食物信任關係揭示中國農村一種建立在私的觀念基礎之上的信任關係而非是公共意義上，然而，台灣鄉村經歷了農村再生、社區營造的洗禮及淬鍊，顯然會有一種民主式的進展過程，對於食物的公共性的思考為何?人們如何運用食物傳達「關係»?這即是本研究想探究的問題之一。

2. 食物的交換關係

如何將食物如何作為人群區辨彼此的標記?食物的交換與分享如何作為社會群體互動關係的展現?



Levi-Strauss (1958 ; 1966)的結構主義與象徵分析之傳統則將食物視為一個可思考的範疇 (the categories of thought)，以符號、象徵、分類系統來討論食物，企圖將食物與社會結構作一個緊密的扣連。 Mary Douglas (1966)討論禁忌與人群界線（包括性別、階層與族群等）的關係，食物之潔淨與污染、或可吃的與不可吃的等社會分類範疇，乃是一個社群建構及維繫其認同相當重要的脈絡，因而食物可作為人群區辨彼此的一個重要的標記(Marker)。所以，食物並非是一種單純的物質或意識型態；或是文化實踐中食物的象徵，亦非僅只是人與人之間某種社會關係的鏡子(Counihan 1998)而已。劉璧榛在<稻米、野鹿與公雞：噶瑪蘭人的食物、權力與性別象徵>劉氏認為日常性的食物作為是一種描述現象與承載意義的象徵符碼，其實有一個社會互動的層面及社會實踐面，而跟個人的認同及人際網絡關係的建立息息相關，這些符碼同時也是一種每個人共同分享的再現 (representation)，我們可將之視為是一種具有社會性生產／再生產意義的實踐、一個行動的場域 (field of action)。

Mauss 的 *The Gift* (1934) 一書則將食物放在禮物交換的脈絡來討論，賦予了食物更為動態的思考面向。食物的交換與分享實是一個社會群體互動關係的展現，作為互惠與再分配機制的食物乃是透過個人的行動來傳達「關係」(relatedness) (Carsten 1997 ; 2000)的意涵，而共食行動則是人群建構其認同的重要儀式性行為。Mauss (1967) 從社會政治結盟的面向來分析食物的交換，理解人群如何實踐食物交換過程中的給予、收受與拒絕等行動，因此探討食物的交換即在理解社群如何交易 (transaction) 與結盟。何翠萍 (2000 ; 2005) 討論食物與親緣關係的建構，以及在中國西南少數民族研究中，食物（尤其是米飯）如何提供了人觀的形成、結群以及社會性等問題重要的思考脈絡。其中，稻米／米飯不僅是社群成員可共享的食物，也是社群互動過程中重要的交換物，更是落實在重要的生命儀禮中，成為社群成員建構人觀概念以及區辨我群與他群之間差異的基礎。(引自林淑蓉，2007)綜合上述的交換理論給予本研究一個重要觀點，我們可將食物的交換看成是社群建立社會關係與認同的一個重要的機制，因為食物生產、進食行動、乃至於

政治結盟所產生的「社群感」，成為理解自我群體的重要脈絡。



羅雯〈食物、日常經驗與族群互動：東河的客家與賽夏〉將客家粿粿、賽夏 tinawbon 兩種糯米製的食物，視為一種族群標幟，進行跨文化比較研究。研究發現這兩種食物的樣態及使用情形的不同，而有了明顯的界線，包括：食物在公私領域的作用關係。這層關係必須從食物所處的時間點、場域來看，提到，粿粿屬於「公領域的物品」之角色，它鑲嵌在東河的人際網絡中，織出廣面的互動關係；而 tinawbon 則是屬於私領域的食物，它存在於賽夏人的祭典、家族性活動中，分享範圍主要為自家人及與自家人較親近的。界線可以透過食物所延伸出的交換、儀式、婚姻關係中獲得協商、整合，即以儀式作為中介者，雙方得以跨越界線，進入他者文化，並形成族群互動間的平衡。

換言之，每個族群和文化，都會以傳統食物來代表族群文化的認同並且透過食物所延展的交換網絡，使族群關係得以建立。客家人與賽夏人用「口味」、「行動」回答了「我是誰」這個問題，顯示出食物的經驗不僅能喚起回憶，族群認同亦可藉由食物獲得實踐與維持，同時食物也成為認證族群身份的一種方式。

如上所言，「食物」食物與萬物生命構成一個共同體，還有更多生命與文化意義，不適合以「商品交換」模式進行，在現代生活的等價商品邏輯下，通常交易結束時，社會關係也跟著結束。還有沒有另一種交換的可能性？

回到農業社會的小農系統來看：

- **小農生產的生態與社會交換**

小農在自然的或農業的生態系統中的物質交換，可稱為生態交換，在政治體系中或市場體系中的交換稱為社會交換。在生產過程中，小農生產首先是從生態系統中獲取物質或能量，然後將這種物質或能量向社會組織系統進行一定程度的轉移。(王建革，2006)蔡培慧提到台灣的小農經驗，在高度商品化的農業市場中，「小

農的生產形態」已不是自給自足後有剩餘才投入市場交換的「維生經濟」，基本上是為了交換（銷售）而生產，但交換（銷售）仍是以滿足家庭勞動力再生產為主要目的，而非追求利潤極大化，並且小農社會中鄰里互惠餽贈的社群支持，使小農大幅降低日常生活對貨幣的依賴，這即是一種社會性的交換。除此之外，農民市集、社區支持型農業倡導生產者與消費者在不同的交換模式，小農與消費者交換的不僅是農產品，而是一種互惠合作的社會基礎，例如：較高的農產品價格支持友善土地的生產，或是產地拜訪、農事體驗中等建立一種社群協力的社會連帶。

除了抵抗資本主義的壟斷，在無法迴避商品化的市場還能如何調節？日本知名學者柄谷行人（*Karatani Kojin*）提到在現行資本主義之下，我們互許可以構思混合著商品交換與「互酬式贈予」的農食交換型態，正好與「友善農業」的精神是契合的。「友善農業」的理念強調人類與環境之間的互惠友善關係，可補足商品交換經常出現剝削環境的弊病。⁶因此，農食文化也隨著世代的變遷、更迭有著複雜、多元的圖像，農食交換也隨之調整，在現行資本主義下，有一種另類的農食交換網絡引領著消費者與生產者、生產者與生產者之間形成新的互惠關係，亦是一種跨文化的社會實踐。

3. 跨文化的交換

跨文化的概念所開啟了理論可能性在於，我們相信在訊息全球化的過程中，文化必非一組固定不變的符號表徵或行動模式，而是一個流動的場域。在市民社會的日常互動中，人們透過有意識的或無意識的生活實踐，從早到晚在這個場域中自我嘗試不同文化的符號或行動組合。這樣的嘗試組合構成一個流動的“跨文化”場域。（劉可強，張聖琳，2002）跨文化與食物的研究，一部分聚焦在飲食文化的跨界與地方化的動態過程，尤其是族裔飲食文化在地化的可能性，或是一部分從跨國／跨文化脈絡探討食物道地性的重要性，國家與區域間繁複的關係使得道地需於跨國的脈絡中方才呈現其多元的意義與多變的面向，而也就在此快速之商品、

⁶ 劉定綱在〈我們的「食物」老是出包怎麼辦？〉

風味、人員的流動中，道地更成為現代社會關懷的焦點⁷。我們除了要重新定義道地，更重要探討「跨文化的參與」過程如何形成?如何面對國家體制?



- 生產性地景與跨文化的參與

食物、空間、生活文化的延續是緊密相連的。黃舒楣在<食物和規劃的美味關係>分析了食物、耕作、移民生活之間的重要關連。例如在西雅圖或洛杉磯的農夫市集可看見由亞裔販賣各式北美超市中難得的多樣葉菜類。在加州墨西哥移民居住的住宅附近，則見到庭院中種植了多種辣椒、玉米、豆類和玉米交替種植，隨時可採收為自家食材。移民社群的參與，營造了跨文化的生產性地景，漸漸拓展了主流社會對於景觀和居住的想像。另外，在文化互動頻繁的今日，政策及制度上回應多元文化。舉例來說，北美城市中的墨西哥或波多黎各移民喜歡在庭院中營造「小木屋」(Casitas)一可供至少五人至七人聚集的小屋，小屋加上庭園扮演著重要的社會角色，是移民社群喜歡聚會、慶生、分享食物的地方。在建築管理及土地使用區分嚴格的美國，如果沒有足夠的跨文化認識，可能視之為「違建」或「違法養殖」而取締，或固守著「住宅區不宜養殖」的嚴格規定，忽略生產活動的混合性。這些規定都逐漸改變以回應多元文化生活。

「食物」對於共同體來說這麼重要。我們也需要有一個更能符合共同體價值的農食經營型態。那個具體型態是什麼呢?為了符合公平正義，為了建立民主與合作關係需要建構一個另類的、跨文化的機制，而這些改變都需要民主、生態的體系加以支持。

⁷ 食物的「道地」與跨國／跨文化脈絡，余舜德 專題策劃 中央研究院民族學研究所




1.4.3 民主、生態經濟體系與另類食物網絡

1.民主、生態「重新著床/再鑲嵌化」(re-embedding)

災難發生不是從傳統演化而來，而是與傳統斷裂所成；重建就是以生態民主來重新連結，形成一個小社會。(李丁讚，2010)

社會學者李丁讚近年以「災難社會」與「公民農業」為題的系列書寫(2010, 2011)，對於生態農耕之餘當代生活世界的整體性(holistic)異議進行更為完整的論述。李氏指出，全球南北、城鄉、貧富之間急遽擴大的差距，代表新自由主義下的全球競爭體系已經造成產業鏈底層社會全面性的崩壞，唯有透過公民農業(civil agriculture)，也就是建立在民主與合作的社會關係之上的生態型農業，才能重新連結土地與社區、再造社群連帶、恢復地方經濟、重建地方文化，進而解決農與工、城與鄉之間的不均發展。這是以博蘭尼(Karl Polanyi, 1886-1964)的資本主義市場「去鑲嵌化」理論為經，以台灣近年來一系列災難(食安災難)為緯的社會學分析，並由此導出土地與農業的關鍵性意涵:土地是棲地，是被市場解離的社會關係「重新著床/再鑲嵌化」(re-embedding)的依憑。(蔡晏霖，2017)

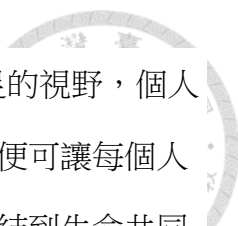
蔡晏霖「去鑲嵌與再鑲嵌化」的詮釋助於本研究在理解食物體系在現代資本市場的進程下，如何理論化棲地上的作用力與轉變。李丁讚認為資本主義的毀滅就是一直未能回到土地，才會毀滅，而農業及土地作為一種資源，在於農業是所有產業的基石。農業與土地承載著地方性的生產小單位，當第一級產業崩解將導致有下而上地方內生體系崩解。如何重建?重建不是回到過去，而是重建未來。李氏提出核心概念是「民主」，而為何以公民農業來切入?關鍵是「小農組織」，以「民主」的理念組織小農，讓小農變成一個學習型團體，並用此來串連消費者，進行生產與消費之間的連結，建立內部的供應體系，並在供需體系的基礎上，建立穩健的社會關係。因此，公民農業，也就建立在民主與合作的社會關係之上的生態農業，透過日常生活中「民主」的培力過程再新鑲嵌土地與社區、再造社群連帶、恢復地方經濟。



「生態」如何與地方食物發生關係呢?首先，從蚵產業鏈來例，蚵產業鏈構成一個綿密的社會依存關係(陳寧，2011：22-24；黃裕穎，2011：25-26)。從「種蚵」的篩選、清洗、打洞、綁成串、大盤商整批採購、撥殼、挑出蚵肉、中盤商整批購買蚵肉、市場攤販、小吃店、飯店、市場等、蚵殼加工(粉)、飼料、工藝品。在這個產業鏈裡，有農夫、工人、小攤販、市場商人、司機、批發商、藝術家、工廠老闆，各種不同產業都在此連結，而每一個鏈結都養活一批人的生計。除了生計之外，蚵農們也經常用自己吃不完的蚵肉相互贈送，助益於村人之間的情感連帶。城裡離家的兒女，更經常把蚵肉帶回城市，甚至分享鄰居。我們可以發現，生物(食物)，從生產、加工、零售、餽贈的環節不只組織了產業鏈，也創造了社會鏈，表示食物的物質與生命、社會關係是緊密相連。

2.物質循環、生命循環與社會連結

食物乃生命的源頭，也是生活最基礎的部分。早期食與農業社會(農業、農村、農家、農民)具有無法分割的密切關係，並以地方為基礎，充分利用當地食材、資源和能源，形成自給自足的生活架構，建立物質與生命、生活的循環系統。然後，進入到工業化、全球化後，社會結構與生活型態產生劇烈變動，工業化的生產邏輯將農業從「生活事業」變成「產業」，全球食物系統下的國際分工主宰了糧食市場，使得日常生活中消費者吃的食物無法當地生產，看似消失了某一個環節，事實上人與土地在物質、生命、社會的連結已逐漸斷裂。食農社會學的角度提到循環有兩種涵義，第一種涵意是「物質循環」。廚餘垃圾做成堆肥用來栽培農產品，可以形成肥料等物質的循環，第二個涵意是「生命循環」，指的是土壤中從微生物→蔬菜與米等植物→家畜與人等動物→植物與動物的糞尿、屍體分解成微生物→土壤中的微生物..，如此的有機物循環會關聯到許多生物，等於不同生命的循環。現代農業基本上忽視於生命循環的重要性。而有機農業提供土地的養分讓生態系



的生命循環更豐富，建立良性的循環。⁸當有機農業及地方自給自足的視野，個人透過生產及生活，透過身體和大自然與地方社會產生更廣的連結，便可讓每個人感受到責任感以及與他人的關聯，以及在乎他人的生活及生命並連結到生命共同體的關係、以家庭及地方生活為基礎更意識到我們的生活方式以及生命面貌，進而，探討共同性與公共性的可能方式。(傑瀉，2008)

因此，無論是無質的、生命的循環系統都必須回到土地，與其他生命共同體連結。事實上，這也是李氏提到「棲地」的基本意義。在一個生物棲地裡，所有各種生物都相互依存，構成一個食物鏈。在文化棲地裡，所有產業也相互依存，構成一個產業鏈，一個完整的「內需」系統，供給與需要獲得平衡，這也是所有土地相關的產業的共同屬性。換言之，土地、經濟、社會三者之間，有一種內在的連結，只要土地正常使用，沒有受到炒作剝削，它就能承載萬物、孕育生命，這些生命會自然地擴散、繁衍、連結、循環，孕育出更豐富多元的生命景觀，進而創造一個永續的生態體系，一個經濟體系、一個產業鏈、一種社會連帶、乃至一種特殊文化等。

如何以民主生態的價值建立公民農業?以歷坵的模式為例。歷坵「共耕團」是一種「民主、平等、分享」的組織型態，非發放工資給農民，而是農民透過復耕，生產出可以賣出的農產品。雖然人數不是關鍵且土地也不一定要連在一塊，但是大家願意建立伙伴關係，一起討耕作過程中的各種知識、技術、經驗等包括，如何生產上使用自然農法且避免蟲害，收成後，透過各種銷售網絡，幫助農民們解決銷售的問題。此外，它也創造了新的社會連結，甚至讓農民學習民主式的對話等，進而慢慢讓這些人變成現代公民。從這個角度來看，歷坵復耕除了是一個經濟重建的計畫之外，也是一個社會重建的計畫，這種形式的組織與互動讓「信任」誕生，是台灣邁向公民社會的重要機制與契機。

⁸ 榘瀉俊子、谷口吉光、立川雅司 等/編著《食農社會學：從生命與地方的角度出發》。



3.在地化的民主式經濟體系

李丁讚認為社區營造太長談政治，少了經濟，應該重視民主的經濟體系裡的「經濟社群」，乃是由生產者、消費者經由日常的經濟事務互動而構成的社群。經濟社群是遠比「政治社群」更為持久，其所產生的社會關係，也比政治社群更為堅固、更具結構性。經濟社群如何以經濟民主的方式落實民主的生產體及消費體系？

首先，生產者組織要嘗試建立地方性的銷售網路及成為消費者的學習領域，意即產銷關係不能只是停留在經濟層面，而要更細緻地進入 產／消之間的對話，建立彼此的信任，讓生產與消費之間有生活文化上的連結。再者，試著再組織「經濟社群」，經營一個民主式的平台，同樣透過在地化的銷售與消費，建立生產者與消費者之間的連結，讓消費者帶到生產場域裡，讓他們瞭解生產過程，甚至參與到生產過程之中，消費者就變成生產的一環。在資本主義社會裡，如何教育消費者，進而把消費者組織起來，跟改變生產關係一樣重要。消費端改變了，生產端才能存活，生產與消費才能有效循環，產業鏈與棲地才能完整穩健發展。現今提倡的食農教育或產地到餐桌小旅行的推動，均為民主的經濟產銷關係。

侯錦雄、李素馨、歐雙磐、王乃(2010)<野菜共和國—另類文化景觀的參與式營造>該研究在理論層次上提到四個面向，作為「另類文化景觀之參與式營造」。在原住民飲食文化與文化景觀部份，著重於「場所」中自然、文化與人之間的「參與」關係；地方文化產業鏈與飲食文化復興部份，注重對抗全球化、以創造力與想像力表現地域特色的地方策略；文化景觀理念在社區營造與學習型社區的建立部份，強調學習型社區的概念，期待透過社區民眾運用其技能及知識來改善其生活環境，並且賦予生活環境經驗一種意義的學習過程。「野菜共和國」所論述的景觀創造，不僅是一種有機的產業轉型，將野菜的價值轉換到物種保育與土地涵養的過程，並呈現地方生態地景之新風貌，另外一方面是讓野菜成為一種可以被販賣及結合地方智慧的商品。



- 「小政府」

最後，經濟社群如何與政府的功能體系對話？長期以來政府各行政單位「本位主義」的分工關係，官僚式的工作編組，忽視社區生活的整體性，而資本主義下的經濟社群又脫離社區生活，因而造成多方關係的分離。喻肇青(2014)提到利用「社區行動計畫」形成的過程，社區可以從政府各單位、局處邀關心生活議題而有社區傾向公務同仁，非正式地形成一個脫離原屬工作形式的「小政府」，在此大家可以針對各負責的項目相互支援，照顧社區生活的整體性。政府也可以借力使力，透過這樣的參與形式，只要有共同默契，自然與專業團隊、社區組織、社區生活者建立有建設的關係。「小政府」的精神是民主，過程是參與，它能在經濟體系中形成培力，有機會讓經濟社群與社區的權力關係再轉化，重新讓經濟進入社區生活。

- 實踐民眾自決的里山主義

除此之外，我們也可以從日本里山倡議的行動架構，進一步理解社會-生態-生產地景的適性經營。係指人類與自然長期的交互作用下，形成的生物棲地和人類土地利用的動態鑲嵌斑塊（馬賽克）景觀，並且在上述的交互作用下，維持了生物多樣性，並且提供人類的生活所需。這類地景中，自然資源在生態系統的承載力和回復力的限度下，得以循環使用，當地傳統文化的價值和重要性也獲得認可，有助於在維持糧食生產、改善民生經濟和保護生態系統等三者之間取得最佳平衡。(李光中，2011)

里山倡議就主張鄰里、社區、鄉鎮等社群能夠取得地方資源，合理地使用有限的資源，讓地方居民都可以在滿足基本條件的生活，同時減少資源交換的碳里程、確保必要物資的在地來源，建立一個永續的體系。而整體在地系統的運作是建立在居民、社會團體、地方政府和其他行動者的彼此合作、共同治理，而不是競爭、衝突。整個社區、城市的運作以居民權責相符的參與式民主進行，只有透過這樣的基層民主，才能夠建立公民連結，理解積極參與公共事務的重要性，

避免公共財危機，因此里山倡議不僅僅是生態環境永續進展，也不只是對於全球資本主義的反省，也是展現草根民主生活的重要性。陳東升 (2014)

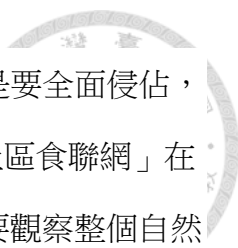
里山倡議提共一種人與自然整體思考的生活方式，具體個案在新北市坪林區是臺灣知名的包種茶產地，為了找到一個兼顧茶產地、山村發展與生態棲地的共生模式，「新鄉村協會」與坪林在地茶農合作，借鏡日本里山倡議精神，訴求一個串連起城鄉的新型社會關係，反省食安、農村、土地開發議題。站在鼓勵「環境友善生產」、照顧「茶農生活」和維護「茶園生態」的三生概念下，創立「坪林山不枯、藍鵲茶革命」品牌，經營坪林的環境友善茶園，透過茶的文化景觀護育，找到「物種多元、一點平衡」的新路。

- **食物革命現場的「食物生態系」(food eco-system)**

《明日的餐桌：世界正在吃什麼？》從食物革命的現場討論如何建立健康、公平且綠色永續的「食物生態系」。面對當代食安問題，係指在食物的生產、處理、運輸、烹調到消費鏈，參與在每一個環節的利益相關者 (stakeholder)，運用日常生活的食物交換與創新的商業力量，以新的食物創造動能發展另類的食物經濟模式與食物生態系。

- **小結:**

綜合上述，民主的概念倡議一種「民主、平等、分享」的產銷組織關係，強調過程中的公民參與。Heidi Mouillesseuax-Kunzman 以「食物公民」(Food Citizen)的概念，將食物生產者、勞動者，以及城鄉消費者等，共同納入一組食物社群成員，而在這種以食物為主軸的生產消費體系中，每個人都「有責任保證土地可以為農所用，生產勞動者都有合理薪資，而所生產的食物是營養的、一般消費者可負擔，並且符合在地文化的需求」(Handerson and En,2007/2011:66)除了上述之外，本研究更納入「經濟社群」的觀點，強調民主經濟體系的培力，有機會讓經濟社群與社區的權力關係再轉化，重新讓經濟進入社區生活。而生態的概念指鑲嵌在棲地/地



景的物質、生命與社會的連結，也借鏡里山倡議，面對自然，既不是要全面侵佔，抑或完全的退縮，而是參與成為自然共生的一部分⁹。換言之，「社區食聯網」在實踐一個社會-生態-生產地景的經營關係，主體除了人民之外，還要觀察整個自然萬物如何與行動者在每一個環節產生新的創新動能，建立調節經濟與生態的能力。

5.另類的食物網絡(Alternative Food networks, AAFNs)

何謂另類食物? 「另類」(alternative)一詞帶有的非主流、替代、選擇之意。從農食研究的範疇來了解:(一)、全球化的食物體系(global food system)，以大規模種植、冗長的農食供應鏈、雄厚資本的農企業為特色。(二)、另類食物，代表區域/地方的食物體系(local food system,LFS)。

另類食物網絡的定義整理如下:係指提供一個與生產地點較緊密關聯的網絡，藉以改善食物品質，找回消費者對食物生產的信心，遠離生產主義、標準化和工業化食物系統的供應，朝向關心品質、地方和自然的觀念。網絡範圍涵蓋生產者、消費者和其他行動者。

- 「另類」的三個意涵:

- A.空間另類：透過農民市集、農場小舖等空間，得以縮短生產與消費的空間距離。

- B.社會另類：透過在產地直接向生產者購買，獲得更好的資訊交流，建立重要的人際互動與信任關係。

- C.經濟另類：建立與主流經濟的差異，不同於全球食物供應系統的產品同質性，強調在地食物的差異性。

「另類」的供應網絡—關心的供應網絡部分，包括垂直與水平二個面向。

- A.「垂直網絡」:較大規模的生產面向，至消費網絡的整編與創新的網絡，

⁹ 蕭定雄以共生為本的地域振興—豐岡東方白鶴復育之路，arttime 藝術網電子報 - 聯合電子報



主要是強化地方與外地的買者、營運者與機構的關係。

B. 「水平網絡」:指生產者的地方學習與網絡的創新，強化地方生產者、消費者和機構彼此間的信任關係、知識的流通，進而建構以地方為基礎的促銷計畫，以便支撐內生經濟的發展。


在地食物系統的「鑲嵌」概念，主要是透過在地-社會的鑲嵌，匯聚在地群體，重新主導食物系統；將責任、信任和關心放至於食物處理過程的核心，以便整合在地社區與在地食物系統之間的關係。社會鑲嵌、地方指向的鑲嵌著重地方的自然與人文獨特性，對於食物生產與消費的始能與限制，並且注意在地與外地的連結。

• 社區支持型農業（Community Supported Agriculture, CSA）

為了對抗，世界各地推動了在地食物運動，重視「在地化」與「社群」的價值，其中農產品生產的在地化與重建社群，主要是為了對抗食物系統的全球化，其次是建立農業永續經營系統，朝向有機農業。第三是拉近生產者與消費者的距離。(傑瀉，2006:96)

社區支持型農業的兼具上述的功能。本質為一群人與一塊土地或一片土地間的相互承諾。主要是農地餵養人們，而人們支持農地作為回報，並共同承擔內在的風險與享有潛在的產品報酬。對本研究來說，有三個重點:

- i. 相對於去鑲嵌化的慣行農業，社群支持型農業就好比將原來已經脫離地方脈絡的食物生產體系，再次放回到社會脈絡當中，也就是一個再鑲嵌(re-embedding)的過程。
- ii. 社群支持型農業強調參與式，可以知道食物出產自哪裡、怎麼被生產、何時生產的，甚至拜訪生產的地方、認識產地的農夫、親身參與生產過程等。行動者透過上述過程確認自己所處的環境，重新定義自我行動的價值，進而產生新的連結與安全感。
- iii. 社區支持性農業強調農業體系中的生產者與消費者，在相互承諾並共同分享風險的夥伴關係中，重新建立過去市場經濟所切斷的連結。



社區支持型農業在社會關係的層次上，透過建立耕作和食物供給的夥伴關係，修補因專業分工而產生的社會斷裂，這種關係的實踐，不是以自身的利益為驅動經濟活動的力量，而是以夥伴的需求做為各種經濟的動機。(張聖琳，2013)面對現代性造成的農食斷裂，社區支持型農業的友善耕作、社區參與、土地倫理價值，均將人地關係指涉的人與自然資源的生計、生活、生存，導向更永續的路徑。

幾個關鍵的名詞定義如下：

- **糧食主權**

核心概念在自主，也就是生產者及消費者的主體性。主張全世界的食物生產、流通和分配，必須以生態、文化多樣性為前提，生產者和消費者是糧食體系的主人，有權力決定生產的品項與生產的方式，意即自己決定要種什麼、怎麼種、吃什麼。

- **公民農業**

以小農為主體的在地經濟，透過初級產業的生產、加工、消費與交換，發展區域多元的經濟行為，以協助地區社群的發展，同時重建人與土地的關係。

- **建立社區的合作經濟**

帶動社區合作，促進在地經濟。透過在地農耕及衍生的農產品加工、製造、運輸、販售等環節，逐步穩定當地社區的社會與經濟發展。

- **非匿名的食物與道德化的食物品質**

農戶所種植的糧食作物、蔬菜等首先用於自給，滿足基本需求後才用於出售，即消費者所購買的和農戶自己所食用的並無差別，消費者能夠確切知道食品是無農藥、無化肥且來源可溯的。食物具名化的最主要特徵在於，“人 — 食物”的關聯轉變為“人 — 人”的關聯，將人與人之間的信任遷移到對該具體個體所提供食物的信任。另一個觀點，無論是公平貿易或是有機消費，都凸顯出「道德」的食物品質建構逐漸受到重視，「道德」逐漸轉化成了一種可論述的食物品質標準：對消費者更健康，對生產者更友善，抑或對土地更永續。道德論述除了成為行動者的宣傳、行銷的工具，也讓消費者在產銷結構中的主體性得以被彰顯。蕭定雄（2014）



針對坪林的新興農行動提出了「道德經濟」的概念，具有道德反思性的茶葉論述在坪林逐漸發展，與自然、環境共生的商品論述成為了一條取代既有產銷練的替代路徑。(楊蹟駿，2015)


- 小結:

另類食物策略則在經濟關係之外拓展更為豐富的多重社會關聯。舉例來說，農夫市集提供了生產者和消費者之間直接互動、拜訪的機會，以此建立信任，維護公平;產地到餐桌旅行的規劃念融入食物消費過程，在經濟聯繫之外建構社會連結，將食物消費的商業行為結合社區文化理念。整體來說，食物品質「道德化」開展了多重社會關聯，食物消費行為從經濟行為轉變為附有責任的社會行為，使生產者和消費者之間從陌生到熟悉，增強了對食物的責任感與信任感，也就是從“人 — 食物”的關聯轉變為“人 — 人”的關聯。

以國內第一個由政府投注人力資源提倡且定期辦理的高雄微風市集為例。其以社造的精神將農民加以組織並透過【共同參與集體治理】激發基層農民自發自主，讓微風市集發展出有別於農政單位操作的樣貌。(蕭淑媛，)在運作的機制上，微風市集有「三大照顧」—照顧農民、照顧社區和照顧弱勢族群。(張瑋琦,2009)從一個市集做為起點，建立了一個從家戶到社區，再擴及社會的照顧體系。在微風市集，我們看到了這些「被照顧者」展現了「照顧」的力量，這是一種共生的關係，一種獨特的照顧體系，被照顧的也照顧人，彼此相依相存。市集的發展並非當初設定促發社區產業或社福產品的行銷與發展，但確在這過程中摸索出一條農業和社福可以融合互助的協力關係，從“人 — 食物”的關聯轉變為“人 — 人”，進而到“人-公共”的關聯。

1.4.4 社會設計的理論與實踐

我們都知道「設計」，但什麼是「社會設計」？設計設計、設計思考在台灣近年是個新興議題。然而早在八零年代中後期，就有歐洲學者開始進行設計的反思，




從已開發國家主導的經濟體形成的設計產業及消費市場提出批判。三十年後，世界變動越來越快、越來越激烈，主要是人類社會希望追求更美好的生活、產品、服務的企圖沒有改變，然而，過度的消費造成的環境破壞，全球化市場經濟造成的不平等，社會上各種需求紛紛浮現：高齡，食物安全，居住問題，環境永續等，傳統的設計專業無法解決社會問題。設計者必須改變，朝向為社會而設計。

1.社會設計的概念

回顧「社會設計」的概念，這個概念最早提出者被認為是 Victor Papanek 在 1971 年的經典作《為真實世界設計：人類生態與社會變遷》(Design for the real world; human ecology and social change)，指出「近來的設計僅僅停留在滿足淺表而短暫的慾望層面，人類生活真正的需求卻往往被設計者們忽略掉了」書中指的真實世界是非洲國家，倡議要用設計解決第三世界國家的所面臨的水電與環境議題，也是首次談論到設計與社會之間的連結。Victor Papanek 認為，設計師應當承擔更多社會責任，而不是一味按照市場需要設計產品，也不應該激發消費者不必要的慾望。在這位設計界和思想界先驅的倡導之下，再加上歐美 70 年代因石油危機而帶動的「可持續發展」的社會共識，「社會設計」逐漸被更廣泛的設計者所接受和倡導。(袁園，2016)

九零年代英國蘭開斯特大學 (Lancaster University) 視覺藝術教授奈 Nigel Whiteley 寫了「為社會而設計：Design For Society」重新對 Victor Papanek 的觀點做一梳理，緊接者經歷了世界經濟大蕭條，設計先驅 Tim Brown 為 Victor Papanek、Nigel Whiteley 的批判與論點找出設計與社會的新定義：「設計的社會責任從服務做為出發點」、「善用設計思維去創造或改造這個世界」。他認為的：社會設計就是為「人」的設計，這當中包括有三項不同的思考：(一) 是洞見，從他人的生活學習反思，看見問題；(二) 是觀察，看人們不做的，聽人們不說的，找到行動方案；以及(三) 是同理心，設身處地、感同身受，才能找到符合人性的解決方案。

Ezio Manzini，DESIS Network 的發起者，主要研究社會創新以及設計如何支持



社會創新。他在《設計，在人人設計的時代：社會創新設計導論》序言提到現今社會正進入一在與過去的斷然決裂如此之快的革命世代，在互聯網、移動經濟及社交媒體普及與創新社會浪潮的交融之下，挑戰我們對於幸福的理解及公民與國家的觀念。我們身處在兩種互相衝突的世界裡，一個世界是主流的經濟和體制架構；第二個世界看起來如同一個島嶼，那裏的人們思考和行動方式都不同，這個微小世界組成的島嶼未來將如何？可能會淹沒，也極有可能成為潛藏大陸的一角：新的可持續文化的大陸將在轉型的過程中逐漸成形。而在轉型過程中，整個社會就像一個巨型的實驗室，透過實驗、複製、連結的行動路徑，將小型的系統建構成集合體方能發揮巨大的影響力。

Ezio 暫時總結了上述的理論的路徑方向：社會設計在處理一個進步式的社會創新的轉型過程，社會創新和協作組織發起的行動產生了關於“地方”的新概念：一方面扎根於特定場所和社區，另一方面向全球的想法、訊息以及對社群保持開放。現代性的創造性破壞影響著兩者的平行，但無論如何，都必須堅信以社區的力量助於實踐平衡，推動新的地域生態和彈性的生態系統，以及提倡可持續的福祉觀念奠定基礎。

(1)設計為誰服務？

社會設計為誰設計？誰來設計？陳東升在擔任「社會設計概念起源——歐洲經驗（一）」論壇主持人時，定義社會設計是為人民而設計（**design for the people**），屬於人民的設計（**design of the people**），以及由人民來設計（**design by the people**）。（引自吳靜宜，2016）

社會設計批判現行體制的價值觀為求提高效率和利潤，忽略了為何、為誰而設計的問題，而且專業被極度分工和孤立。社會設計的概念是設計價值觀的典範轉移，然而這並不意謂設計應排除具經濟效益的商業模式。社會設計認為應從服務對象、設計動機和設計方法，介入對社會的責任、對弱勢者的關照及對生態環境帶來影響的反思與行動。（吳靜宜，2016）但如果一開始是要滿足百分之九十的



人的需求，設計的出發點就會不同。因此，社會設計所要談的第一件事，即是「設計不只是一要滿足一個人，而是要普及化」，在考慮多數人的消費能力後，為百分之九十的人設計。

在社會設計概念下，人人都可能是設計師，透過設計思考或某些跨領域的討論，共同去為社會變遷提出正面解決的方案，就此而言，社會設計的發展不只是一要追求產值、經濟，而是要回歸到更以人或社會影響力的角度，來做為產業的重要轉向，滿足個人需求、公共利益、社會福祉的設計，回到原點去思考，社會設計如何為社會創新帶來創造共享價值的機會。

另外，社會設計是當代社會創新相當重要的關鍵趨勢，意指的是每一個地方都有屬於它歷史文化或社會脈絡裡的設計智慧，其核心價值便是要找到那個地方的設計智慧，來解決當地所可能面臨到的挑戰、問題，然後，藉由推動社會設計帶來改變社會，以使社會邁入成熟的设计社會。冀此，社會設計不只被視為政府單位或非營利組織的推動事務，其實每一個人或是民間企業都極有可能運用設計來創造出很不一樣的社會價值。

(2)設計與社會責任

社會設計在反消費主義嗎？

批判全球資本化氾濫下的消費者導向及市場導向的設計。但社會設計不適反消費主義，而是對設計在消費系統中做一個嚴格的檢視。社會設計是設計研究和社會實踐之間的橋樑。但如何令設計師更具社會性呢？「社會設計工作室」總監李欣琪博士及著名本地社會學家何國良博士合撰的研究論文中就曾提出這個問題並作出建議，他們認為要培養新進設計師成為社會變革的推動者，當中有三個重要的組成部分：

- 通過設計界定「公眾」
- 設計應用普及化
- 改變設計師的角色



(3)社會設計與社會創新

自遠古人類的祖先在和環境互動下對生活的改善和對環境的因應，就表現出人類的設計（Simon, 1984）。演變至今，設計不是只有產品或服務的設計，多種不同的專業也都涉及設計。Papanek（1985 /楊路譯，2013）對設計下了一個寬廣的定義：設計整合了所有的生活和人類活動，任何想要分離設計成為獨立事件的企圖，都違反了設計孕育生活的內在價值。陳東升（2013）提出透過社會設計來落實社會創新。他認為當代的「社會創新」聚焦在解決社會問題，其方法是應用適當的知識與科技去解決社會問題，滿足公眾的需求，達到公共的利益，並獲得社會資源和支持。社會設計和社會創新的目的都是要滿足大多數公眾的需求，追求更美好的生活。

Ezio 認為社會創新即對於現有資源及能力進行創造性的重組，增進社會變革的行動力，滿足新的社會需求，創造新的社會關係或合作模式。在這指的“新”是與其所處的背景直接相關的，意思是，在不同環境下對於同一個觀點和同一組織是否屬於新事物的判斷是不同的。創新的特徵主要取決於兩個因素的共同作用：一、包括日常生活的內在需要處理各種不同層級的問題。二、訊息技術的迅速發展及它們在改變組織關係方面的潛在作用。

另外，社會創新帶來一種以民間和政府之間的新的合作關係，政府的角色沒有被弱化，而是成為民間和社會企業的合作夥伴。（Ezio Manzini，2016）因此，我們要問：政府政策工具和市場工具為何？這些工具無法處理什麼樣的社會問題？

(4)社會設計與參與式設計

社會設計的過程為什麼要強調「民眾參與」？和參與式設計的關聯性？前述不斷提到，社會設計強調為大多數的公眾而設計，而不是支付得起消費的人而設計，因此，以人的需要為中心，設計師從生活所在的社區／群開始服務，並推動設計。Ezio 認為，每個人都應該參與設計，讓設計更開放，從設計精英到草根運動家，從



設計教育者到政府官員，都應該重新思考在當代社會的變革背景下設計和「設計師」的角色會發生怎樣的轉變。當今的設計，唯有通過人人皆能參與的社會創新途徑，才能建造可持續且有修復能力的文化。

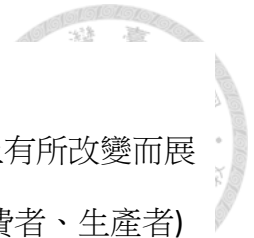
換言之，社會設計不僅僅是一種設計方法，更可以是一種參與的視野及社會的運動，如同參與式設計在台灣社區營造的角色一樣，透過參與，才能滿足心靈的、社會的需求，而不是建造一個空洞的物件而已。社會設計的過程和方法與參與式設計相仿，唯一的差異即社會設計探究使用者脈絡中人與人、人與物的關係。因此，常有學者引用行動者網絡理論(Actor-Network Theory)為參與式設計帶來一項特色原則：「Design after design.」敘明每項設計物或設計案在面對不同的行動者、進而擴大接觸的社會層面時，設計產品本身的意義與功能將一直處於不斷變動的狀態，「design after design」即意味著這樣「設計、測試、修正、再設計、測試、修正」的循環。

社會設計運用參與式設計的技術對民眾賦權，提升社會大眾的設計能力，而非對專業者的依賴。(吳靜宜，2016) Ezio 主張以開放式的人人設計的合作流程才能不斷產生新的解決方案和新的意義，並且以「協作」方式結合他人的力量。因此，網絡上的每個人都是一個節點，也是不同形式的角色，尋找周圍的可用資料應進行調整和重新詮釋，以此來建構自己或是群體的生活計畫。

2. 食物的社會設計

食物的社會設計究竟能做些什麼？食是更有渲染力而且參與度極高的新興社區及社群動員模式。食物串聯 (food nets, food connections etc.) 是當代社區運動非常核心的新趨勢 (張聖琳，2014)。食物革命的願景勾勒出一個新食物的經濟體，從食農系統、社區經濟、自然與生態系統的面向，實踐消費與生產的互惠共生、城鄉共好的「生產循環」之道。¹⁰

¹⁰ 榊瀨俊子、谷口吉光、立川雅司等 2015 年《食農社會學：從生命與地方的角度出發》蕭志強、鍾怡婷、林朝成、王偉綱。開學文化。



(1) 西方廚師的社會行動

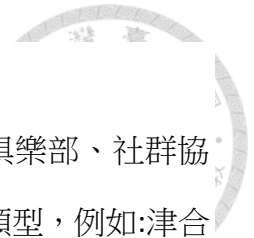
民間社會與公民力量察覺必須在飲食生產、消費與農業生產上有所改變而展開了各種行動與抗爭。但和過往社會運動不同，這一次行動者(消費者、生產者)從被動變成主動，積極找尋另類的解決方式。聯合報系飲食革命願景工程一主張，廚師也能是社會改變的加速器，如果新世代的廚師都能具社會意識，讓烹飪成為強大的轉化工具，飲食就能成為當代許多問題的解答，例如照顧小農、保育瀕危的深海魚類或作物，尤其是兒童肥胖及健康問題。身為食材的處理者、產地與餐桌的橋梁，世界各地越來越多廚師，有鑒於當代因為食物而引起的各種社會問題，紛紛擔起責任、在世界各地掀起各種不同的飲食革命。

飲食革命的概念讓國際的名廚自覺必須擔負起社會責任。2011 年祕魯名廚 Gastón Acurio¹¹與國際主廚共同發表了「給未來廚師」的宣言，鼓勵廚師盡「廚房外」社會責任。歐洲端，英國主廚 Jamie Oliver 推動「吃得更好」(Feed Me Better)改善英國貧困兒童飲食計畫，他以小鎮為扎根的基地，開始和社區、學校、國際間推廣合作並且將商業行為結合公益行動¹²。義大利名廚 Masimmo Botturajo 一方面打造窮人食堂，一方面捍衛正統義式美食，號召 40 位大廚與政府部門共同推動「食物法案」(Food Act) 13。以上名廚的影響力不只是改變了廚師的地位，還浮現了看不見的社會問題，他們運用了全球化的資訊媒體及流動空間，將食物改革的知識、技術連結全球與地方，在家庭、學校、鄉間、城市、國際間展開跨文化、跨疆界、跨產業的串聯。廚師的透過食物改變社會的認知，鏈結了人們的福祉。

¹¹ Gastón Acurio:“食材與烹飪，就是秘魯改變社會的引擎”他將過去因種族、階級等歷史因素被貶低的秘魯食材／菜色，以美食為仲介，恢復到原有地位，讓全球看見，也化解秘魯各種族／階級心結，在餐桌上和解。創辦秘魯美食協會 APEGA，凸顯小農重要性，試圖改變政策，例如促使國會對外來基改種子設下 10 年禁令。資料來源:聯合報願景工程「飲食革命·翻轉餐桌」。

¹² Jamie Oliver 成立「15 基金會」與高檔的「15 餐廳」，每年招收 15 名失學、失業或貧窮的社會邊緣青年，傳授廚藝後，讓他們到餐廳工作，未來可以自力更生；而餐廳利潤則繼續回饋這項計劃，確保社會餐廳能永續進行。

¹³ 食物法案的草案指出，大廚應該成為義大利美食大使，帶動農產食品出口；必須完善廚師的養成和實習模式，傳承經驗；推動美食認證的機制，控制廚師品質，強調食物涉及文化和認同，必須在校園裡廣推食物教育。



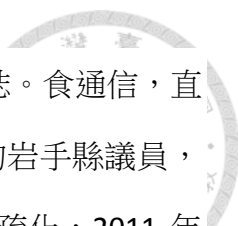
(2)台灣的農食整合平台與參與式農行動

在台灣，有一類，即我們熟悉的有機農業、農民市集、穀東俱樂部、社群協力農業等另類食物系統。第二類，以地域振興串聯生產者/店家的類型，例如：津合堂團隊在台東縱谷線的產地餐桌計畫平台，同樣從地方的「內在」為基礎發展微型經濟，透過食農料理的再現、分享，連結族群、家族、個體生命的記憶。並倡議「半農半 X」，鼓勵返鄉年輕人發揮自己 X 方面的特長協助解決農村的社會問題。第三類，農食整合的平台，譬如：好食機團隊的「社區菜市長」，任務在於提供生產者與消費者一個農食學習交流平台，公開分享生產到運送的環節與成本，建立透明、互信的夥伴關係。相對於國外名廚跨文化的全球經驗，台灣訴求在於拉近農業(生產者)與消費者的距離，群聚多元的行動者，成為一個互助、互惠的共同體，而這些主體的互動轉換而成的協力，大部分都是小而美、強調在地互助，流轉的除了物質外，還有身分價值、情感、生活方式、文化意涵。”生產自己所需的，以及可以相互交換所需的。”¹⁴

而參與式的農行動，張聖琳(2011)以新北城鄉交界之地—土城與坪林，兩個地區的農耕型態為例，提出了「農行動」的概念，透過農行動可以鏈結城鄉關係以及修補糧食供需體系。研究中將農行動的定義為「有農耕經驗的農民和非農民，因自身的農耕經驗而進一步主動地參與和地方社區有關的發展與保育行動中」（張聖琳，2015：1）。透過發展「參與式農行動」的策略，除了體現農耕者本身的主體性外，也可以修補產業鏈中的城鄉關係。楊哲駿(2016)認為食物品質可以是一種展現農民主體性的具體象徵，透過山不枯在坪林茶葉品質的建構與合作模式，浮現一個與環境、工藝共生的坪林新茶鄉，換言之，透過品質的改變可以實踐新的地域空間地景。

(3)以生產者為中心、緊密連結的社群力量-「情報」加「食材」

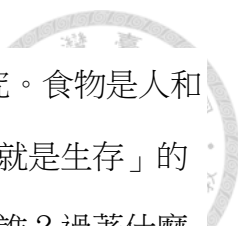
¹⁴ 2014《小農復耕》。台北:果力出版社。



日本的經驗，《東北食通信》是一本「既可讀又可吃」的情報誌。食通信，直接連結生產者與消費者、城市與鄉村。主編高橋博之曾擔任兩期的岩手縣議員，在任期間深刻感受到農林漁業的衰退、生產者的高齡化、地方的過疏化，2011年311東日本大地震後，災後許多都市居民前往鄉村救災，高橋看見了農、漁民的生命交會，促使產生日後《東北食通信》的行動。他認為唯有讓消費者看到食物背後生產的舞臺，才有可能重建平等的城鄉關係。

2013年7月「東北食通信」創刊，讀者可以加入會員限定的臉書團體與生產者直接交流、參加活動，還能用CSA（社區支持型農業）的方式，每月付款支持喜歡的農友。「食通信」推展到全國、讓產銷社群順利扎根，隔年「日本食通信聯盟」成立，使遍布全日本的聯盟能發揮各地方的特色。¹⁵舉例來說，上下游記者簡嘉穎在食通信的報導中，敘述了山形農村如何透過食通信的「情報」加「食材」，傳達山形魅力。山形以第一級產業為主，有豐富的物產及特有的在來種作物，堪稱食材的寶庫。從以前就有食用山菜、野草的傳統，加上自成一格的飲食文化，但多數農村的困境一樣，山形面臨到高齡化的問題，許多品種的生產者苦無承接者，因此很多在來作物就消失了。這樣的處境在導演渡辺智史的紀錄片〈復甦的食譜（よみがえりのレシピ）〉的揭露後，引起了回響，然而，如何將感動化成實際行動？於是「東北食通信」平台「情報」與「食材」。昔日食材送到消費者還不夠，食通信還紀錄傳統作法，請山形的餐廳設計食譜將山形過去怎麼吃、現在可以怎麼吃的方式重現。「看著山形食通信，大家就知道可以去哪些餐廳。」此外，積極的在東京辦餐會和料理教室、推出山形之旅，頻繁地往返山形、東京兩地，為的就是要串起都市與地方的交流。山形食通信第一期，介紹了日本白鮭復育的故事、野菜農家的作業情景、餐廳主廚的訪談、器皿的介紹等，藉著山形食通信的媒介，「增加山形的粉絲，讓大家想來山形！」也透過整合山形情報，成為進入山形的入口，讓更多人回鄉、下鄉。

¹⁵ <https://www.newsmarket.com.tw/blog/73614/>



人與人的關係日漸疏離，對於「進食」這件事也不再珍惜與講究。食物是人和大自然唯一的連接點，《東北食通信》為了傳達「吃就是活，進食就是生存」的信念，將食物生產的故事搬上舞台，好吃的食物很多，但生產者是誰？過著什麼樣的人生？產地是什麼模樣？《食通信》是一種連結生產端與消費端的社群服務平台，提倡「品嚐食物的同時，也品嚐了生產者的人生故事與態度」的信念，嘗試形塑嶄新的媒體型態，除了一般媒體的「情報」、食物宅配業的「商品」之外，更鼓勵了各種角色的創業經營。



1.4 研究方法

本研究是一個以「鄉村」為主體的參與式規劃行動研究（Participatory Action Research –PAR），以桃園城鄉交界的龍潭區域為田野。將龍潭的食物社會設計之實踐，進行理論化的嘗試。從經驗中建構「社區食聯網」(Edible community network) 的理論框架。基於前述的邏輯，本研究重點在於透過參與觀察及社會設計的行動研究，研究者主動介入田野中發生的事件，以社區營造的方式進行食物的社會設計，持續以理念引導事件的規劃與動員的模式，以微觀的、參與行動的角度，去理解行動者的生命經歷，以及探討行動者在面對事件過程中的轉變與社會關係的再連結。

• 行動研究

行動研究（Action Research）定義就是：「想辦法解決實際工作中所遭遇到問題的研究」，也就是「一面進行實務工作，一面進行研究」。在實務工作者進行工作的過程中，遭遇到問題的阻擾，此時實務工作者必須根據科學的方法，審慎而客觀地面對問題，針對工作場所的特定問題進行研究，有時需要結合學者專家的力量來解決實際所遭遇的問題，期望可以透過對問題的即時研究來發現原因，採取有計畫的行動，並且評價、引導、決策、修正當下正在進行的行動，而這個發現問題、改變行動的過程就是行動研究。（黃光雄、簡茂發¹⁶，1996；Chris Argyris，2000，夏林清譯¹⁷）

行動研究最早開始於 1930 年代，德裔美國社會心理學的先驅 Kurt Lewin 提出，Lewin 觀察到社會工作者在實務現場常會遭遇陌生的問題與狀況，他試圖應用團體動力學的理论來鼓勵社會工作者運用研究的方法來解決社會工作實際問題，以促成社會的改變。這項方法在 1940 年代和 1950 年代的美國曾被廣泛應用在社會工

¹⁶ 黃光雄, and 簡茂發. 1996. 教育研究法. 台北: 師大書苑.

¹⁷ Chris Argyris, Robert Putnam Diana McLain Smith 著,. 2000. Action science 行動科學. Translated by 夏林清. 臺北市: 遠流.



作領域。1970 年代開始普遍用於教育領域。1980 年代初期 Donald Schon 開始提倡「反省」的觀念，行動研究再度抬頭，Schon 也針對規劃設計的實務工作提出行動研究的看法。

行動研究動機的特點是以解決實務問題為導向。研究者必須從實際的行動上發現問題，然後自發性地去探索、追求問題的解決辦法，行動研究乃是基於實務的需要，具有實用性。另外，行動研究有一項重要的目的，產出增能增進對社會福祉的了解，且具有實質助益的有效知識。

行動研究的意義為何？

行動研究是小規模的介入實際情境，對當前事務中獨特問題的探究；行動研究就是由實務工作者，針對工作場所的特定問題進行研究，並結合學者專家的力量，採取有計畫的行動，來解決實際所遭遇的問題。行動研究的循環階段為：計畫、行動、觀察、反省。實務工作者先尋找一個研究起點、問題，釐清問題或困難所在的情境，發展行動策略並付諸實踐，並有不斷反省、檢視行動的循環過程，最後公開行動策略知識，亦即行動實踐知識。

- **專業規劃上的行動研究**

相對於人類學民族誌的理論研究專注於解釋現象與紀錄對象。行動研究以解決現象的問題入手，從發現現象到分析現象，開始擬定計劃、假設工作方法、找資料的方法、修正、批判、實踐、方案報告、規劃、行動與觀察、反省。透過行動研究的視角，將專業規劃看成實踐行動的一種，進而分析其內在邏輯。重新檢視實務性規劃方案，在行動與理論分析上所呈現出的意涵。

行動研究學者 Donald Schon 指出過往都市規劃專業者在行動之中所受到的限制：在面臨集中式規劃無法真實解決都市問題的危機中，專業者在規劃行動中陷入選擇行動方式與理論的情境。通常規劃專業者會有兩種可能的選擇：第一種選擇是創造一種理性的行動理論，以合理化自我的行為與解釋。然而隱含的危機在於很少有機會重新檢視合理性的預設與基礎。第二種選擇則是在基於確實資訊下

做出自由選擇，進而堅持其行動與堅持的能力。Schon 認為第二種行動理論的選擇雖無法真正解決規劃者身處開發商與行政決定權之間的矛盾位置，卻可以公開此一矛盾，進而使得規劃者在公開自我理念而進行行動時的阻力減少(Schon 1983)¹⁸。規劃行動研究重點在於參與規劃實務過程中的規劃者，對規劃本身行動問題的覺察、反應與反省。


- 以「社會設計」為導向的「陪伴式的機制」取代由上而下「經濟政策輔導」

為社會而設計的理念，關心特定區域的群體在歷史與社會脈絡下，如何在地方治理下進行經濟活動與經營社會關係，進而累積與建構「另類」鄉村發展路徑的可能性。以「社會設計」切入地域創新計劃與傳統輔導計畫的差異在於，「社會設計」發展不只是追求產值、經濟，而是回歸到人本或社會影響力的角度，來做產業的重要轉向，除了滿足個人需求，還要創造社會福祉，所以同時要理解地方的政治經濟脈絡與個人的生命歷程，這與政策性的地方產業輔導追求全面的產值提升，無法掌握到經濟群體的差異，極為不同。因此，本研究的「培力」機制採取「陪伴式」的合作與參與，然而，政府部門的地域計畫有既定的計畫操作項目，因此台大團隊作為一個非營利組織的團隊，同時需要兼顧公部門計畫的「量化指標的執行力」與深耕地方必要的「社區陪伴」，有時兩者立場相互抵觸，有時又處在一個合力共謀的狀態，又隨著橫向的小計畫、小行動的介入，本研究的核心問題也隨之調整、修正而轉移。另外，在計畫介入與社區陪伴之間，研究上亦採「參與式觀察法」，捕捉場域上發生的資訊，包括：紀錄地方的活動、日常對話、經濟活動過程，甚至是行動者不可能在政府計畫彰顯的事物細節，而這些田野上的觀察將透過訪談進一步釐清和確認，方能理解行動者在經濟網絡的角色、位置。

- 社會設計的行動研究強調經濟活動過程中「人-人；人-物；人-公共」的關係

社會設計的行動研究重視社會文化情境脈絡的深層影響，其行動必須具備解

¹⁸ Schon, Donald. 1983. *The reflective practitioner: how professionals think in action*. New York: Basic Books.



決實務工作現場與社會相關的課題，本研究關注經濟社群如何透過食物交換鏈結自身與地方的關係，因此，行動上不只是設計食物，也在設計社會關係。而這個「關係」顯然不是傳統的商品化的設計流程能達到。社會設計強調為大多數的公眾而設計，即是以人為中心，透過「協作」成就人與人的合作，通過解決社會問題的路徑界定「公眾」，最後形成人與公共之間的關聯性。「社區食聯網」即在「透過公共性的經濟活動創造物質與非物質的交流」，達到產業鏈與社會關係的互利互信。所以，研究上透過深度訪談及參與式觀察，以及透過我實地「經理」、「組織」食聯網-協作平台的經驗，分析行動者在食物設計與交換過程的意義與功能，從個體到群體；從私到公；從食物到公共福祉，如何「設計、測驗、修正、再設計、測試、修正」的循環，藉此帶領出「社區食聯網」在行動研究結合社會設計在方法上的貢獻。

總之，行動研究作為一種研究方法，在田野上關注食物的現場，具專業的規劃行動如何透過社會設計串起食物及行動者並去理解食物的轉變與社會設計介入的過程。行動研究的社會設計，它是一個研究者與行動者共創的過程，研究者須從實務工作中去回答，研究者本身的位置，以及觸發的行動轉變了「社區食聯網」上的什麼部分。從行動研究上，進一步理解社會設計的介入帶來何種轉變？這種轉變才能帶給食物規劃領域上更多啟發。在文獻回顧上要從社區、食物串聯、社會設計在理論上的對話，以及透過人地關係的視角探討地景與食物的變遷關係。

1.5 研究設計

如前言所述，研究者是從公部門計畫涉入龍潭，經手過的計畫：經發局商圈輔導案、經濟部的地方產業計畫、文化局鍾肇政文學園區的景觀綱要規劃、都發局農村社區環境營造、區公所的青年微型聚落規劃、通學巷營造計畫等等，除了計

劃案也參與非官方的活動，包括：地方導覽協會的培訓、農村地方產業的推動、在地青年的伴學，也積極帶領學子與國外學者進入龍潭進行體驗與交流。實踐經驗上不同於過往的學術及規劃，除了學習如何發展地方微型經濟之外，成果上必須符合經濟發展訂定的檢核量化指標，透過一連串的行動及修正，逐步建立跨領域的專業，後來成了大乙方，協助公部門擬定相關策略。角色上的多變，豐富了田野的內容，尤其熟悉行動者助於掌握真實的情形，為本研究的優勢。



在行動者的選擇上，主要含跨社區與經濟社群，基本分類如下：

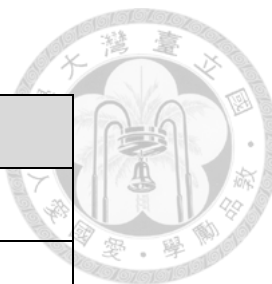
第一類、不同世代返鄉創業，以中年為主。事業包含：茶產業、有機農場、餐廳。藉由計畫涉入，由計畫動員從實際參與行動中進行觀察，進行田野筆記。研究方法為計畫行動後中進行半結構式訪談，從行動過程中深層分析及詮釋行動者的轉變。

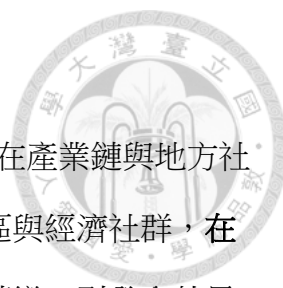
第二類、因計畫連結的民間組織。包括：廟方、文化協會、商圈協會、導覽協會。方法上與第一類雷同，但考量的地方派系的複雜，有關對政府及派系的指噴並不會特別指涉與描述。

第三類、高原社區與大北坑社區為對象，兩個社區有截然不同的治理模式，因此以兩個階段進行研究，第一時期：地方振興計畫的協力關係，過程中觀察、紀錄；第二時期：以輔導師資的實際參與社區動員，進行參與、紀錄，行動後進行半結構式訪談。

表 1 受訪者代號表

受訪者代號	性別	年紀	職業類別
A1	男	30	茶飲
A2	男	43	務農/餐飲
A3	男	45	茶農
A4	男	43	烘焙業
A5	男	45	烘焙業
A6	男	34	餐飲
A7	女	42	務農
A8	女	46	餐飲
A9	女	43	餐飲
B1	男	21	學生
B2	男	42	文化協會
B3	女	50	社造中心
B4	男	50	區公所
C1	男	50	社區協會
C2	女	45	里長
C3	女	42	志工
C4	女	62	志工
C5	男	65	務農





· 論文章節安排

本研究「社區食聯網」(Edible Community Networks)概念上在產業鏈與地方社會之間經營一個民主、生態的食物經濟體，研究對象分別有社區與經濟社群，在特定的歷史脈絡與生態環境中，面對「現代化性進程」帶來的轉變，引發內外昇發展的接合、抵抗、重組及轉化，形成「食物鑲嵌化」的過程。而由專業者策動的「民主經濟體的培力」與社群共作社會設計工程，進而，再結構了權力關係與產業空間結構，形成一種創新的社會轉型。所以幾個關鍵的轉折：「現代進程帶來的轉變」、「食物鑲嵌化」、「民主經濟體的培力」，構成本研究的分析路徑。

為了理解這些轉變，首先蒐集龍潭相關的農業研究與地方誌，從自然、農業、水利的角度探討龍潭的鄉村地方性，梳理出源食物、經濟活動與人地關係的共生關係，緊接著闡述現代進程資本主義造成地景變遷與地方社會的影響，但我的論文並沒有以批判資本主義體制為前提，反而觀察每一次轉變後，帶來的「社區力量」。而這些社區力量通常通過現代規劃術、文化治理或是社區運動的引導下形成多元的樣貌，於是，我透過「食物鑲嵌化」來揭示社區與食物互動過程中引發的權力、文化與生態民主的關係，一部分聚焦在市街區，一部分在農村。這兩個場域看似不同的治理模式，分別凸顯出地方社會的歷史問題及社區力，埋下日後社會設計介入的行動基礎。

接者，我以自身投入地域計畫進入社區營造與經濟體培力的場域，作為一種與經濟社群協力重構地方經濟，橋接「食物地理」、「經濟社群的營造」及「跨文化」的領域的食物社會設計工程之方法。而我會從龍潭的核心龍元宮商圈討論現代商圈轉型過程中，地方組織與專業者如何透過「龍脈」的論述與地方結盟，開啟地域振興的行動策略。而後，在不同階段的「民主經濟體的培力」將「展示」專業者與社區、經濟社群在協力過程中如何透過食物交換與社會資本連結。而論文最後，對社會設計工程形成一個民主式產銷體系、編織跨文化的食物網，以及進步式的社會創新轉型之過程的可能性，提出反思作為總結。



第二章 龍潭的鄉村地景變遷與治理

2.1 自然、農業、水利建構的地方性

2.1.1 因地制宜的生業

龍潭位居台灣北部山坡地區，面積共有 75.2372 平方公里；即桃園台地的最南端，東以大漢溪、石門水庫為界，由於桃園台地略成扇形，以石門為起點，向西北放射，呈數階段漸次傾斜至臺灣海峽。龍潭地勢較高，地形也較複雜，大體可分為丘陵區(銅鑼圈台地及店子湖台地)，及平地地區(龍潭台地)兩部分。

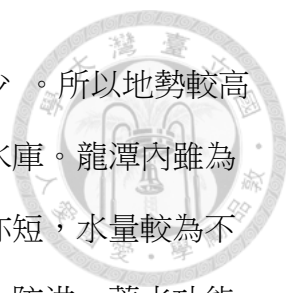
大致而言，龍潭西邊的店子湖台地、銅鑼圈台地，因地勢高且複雜，加上河川切割地面，可耕地較少，且水源不足，屬於不適合開發地區，大部份為茶園；龍潭台地，大溪階地及平地地區，因有水利之便，池塘密佈，大部分為稻田、茶園，為龍潭最佳的農業區，亦為人口主要聚集區。

龍潭的地質土壤多紅壤¹⁹，其分佈面積約有 1,287 公頃，僅次於龜山鄉(4,174 公頃)，為桃園縣第二大紅壤分佈面積所在地。龍潭的紅土地質，雖不利於多數作物生長，但其土壤極富鐵質，再加此地氣候溫和多霧、雨量充沛等因素，形成了茶樹種植最優良的環境，除此之外，還有少數崩積土及零星分佈之河階地之沖積土(僅分布於霄裡溪三洽、清水坑、大平村二坪、三坑村河川底帶)，土壤較肥沃，農業生產力高，為稻作主要產地。

2.2.2 水利建設與地方社會

龍潭為霄裡溪、社子溪、老街溪、新街溪、茄苳溪、牛欄河、大崙崁溪支流打鐵坑溪等河的發源地，亦是七條河放射狀的中心，由於上游地帶灌溉困難，土壤貧瘠，加以山坡地占全鄉 45%，足見先民開發龍潭之艱辛。在地下水方面，由於台地面上的紅土透水性不佳，台地的礫石層多含有沙土其透水性約等於細砂，厚

¹⁹紅壤的形成，主要因成土年代久遠，加上臺灣為暖熱溼潤氣候，又經過強烈的沖淋，土壤肥沃度不高的，紅壤富含鐵鋁之氧化物或氫氧化物，使土壤帶或深或淺的紅色，為酸性，質地黏且細緻，肥力差，透水性不佳。



度達數十公尺，可以成形含水層，卻因地勢高，導致地下水源少。所以地勢較高的地區，為了獲得穩定的水源，便必須開發蓄水設施，如石門水庫。龍潭內雖為多條河流、溪流的源頭，然因流域小、台地坡度高、河流長度亦短，水量較為不足，因此當地建設甚多灌溉渠道，使得境內散佈之灌溉、排水、防洪、蓄水功能之陂塘成為極為明顯之當地特色，有關陂塘的介紹，將在後續說明。(龍潭志)

1. 築陂開圳帶動聚落發展

從桃園台地上空向下俯瞰，傾斜的台地上有許多小湖泊。這些湖泊，絕大多數是人工挖掘的，地理學上稱為「溜池」，方志上稱為「陂」，客家人則把它叫做「陂塘」，或寫為「埤塘」。

龍潭跟四周鄉鎮比起來，因地勢較為高亢，加上土壤貧脊及水利不便等天然因素，使得先民在開發時就遭受取得水源的困難，影響農業的墾殖和發展，因而客家先民築陂開圳是為拓荒階段的當務之急。在地形上，各溪皆成斷頭河，在地質上，地表為頗具黏性的紅土，適宜鑿陂蓄水。先民意識到整個環境的特點，因地制宜，依據地形於斜坡下方築堤，或於平地上挖掘凹坑，或截堵溪流的水，形成「埤塘」來蓄水以利灌溉。

龍潭因為氣候與地勢的因素，早期直接導引溪水灌溉是非常艱鉅的工作。農業墾殖，農田必須擁有水源，解決生活用水和灌溉，有水耕才能形成定耕社會，是故，「陂」與「圳」的興築，可以當做龍潭的開發指標。

2. 圍繞水的社群關係與生業

18 世紀初期龍潭還是一片林木蔽天，遍地荊棘的荒蕪景象，其開發得利於移民間的共同合作。在族群合力分工下，修築陂塘、水圳及道路橋樑，土地開拓，移民人居龍潭日趨熱絡，村落相繼形成。其聚落分布以龍潭陂為中心，沿線設置龍潭水圳串聯周遭村落，各水汴又聯繫各自家族的陂塘。隨著陂塘分布，水圳沿線多各自設立伯公，形成一個鑲嵌於水利系統的信仰與生活網絡，形塑出龍潭地



區顯著而具特色的地方社會。

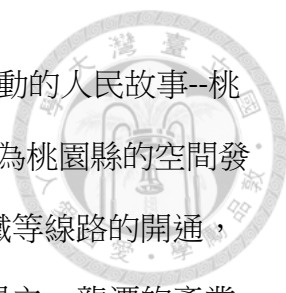
早期水利經營，小水圳多憑自家人力修建，大規模的水圳則往往透過村落間的合作才能達成。這些人不僅是共同建造者，也分享共同的權利與義務；特別在以水稻耕作為主的傳統社會中，圳水的灌溉，使同一水圳的人形成地緣關係，這種地緣關係可強化祖籍意識，也可打破祖籍意識，把不同祖籍的居民連結起來，因而影響地緣組織的產生與人群關係的結合。(傅寶玉，2017)

日治時期水利開發形成農業資本化，改變農民耕種及聚落發展型態。桃園大圳興建以前，陂塘數量雖多，但灌溉的成效卻甚低，在農業上能發揮的成效有限。桃園大圳通水後對台地最明顯的變化，即水田面積激增，旱田面積銳減。旱田水田化後，作物種植的選擇性變大，農民可依市場價格來決定種植作物，但仍受市場價格及日本政策的影響。本區農民選擇種植水稻的農民逐漸增加，水稻栽培面積不斷擴增，茶樹種植面積逐漸減少。農民作物耕種的選擇逐漸被納入日本的經濟分工體系，使糧食作物也有一部分轉化成商品，農產商品化。作物愈商品化，農民受市場的支配愈深，農民愈來愈無法自給自足，不只在市場購買農具、肥料，連生計所需的一大部分也必須從市場購買，傳統市場的機能擴大，間接也影響聚落型態的改變。

1920年代後，桃園台地聚落的行政層級有郡、街、庄三個層級，鄉街的功能在街、庄行政層級中均能涵蓋。桃園大圳通水後，使聚落的性質也逐漸在改變。本區所有的街庄都具有市場機能，龍潭街就在這樣的改革中，從幾千人居住的農村小鎮，逐漸變成龍潭全鄉加上部分關西、楊梅地區定的農產品交易與運輸的重要市集，人口不斷增加，市集交易繁榮。

3.石門水庫的興建-空間的轉化

石門水庫的興建影響三坑的整體發展。石門水庫將原本遍佈茶園的西南面台地徵收，並建設了石門水庫管理局，而水庫大壩的興建，攔截大漢溪上游水源，再次降低了大漢溪的水位，再加上石門都市計劃的限建，更加速了三坑的沒落。



石門水庫的興建造成空間變遷與地方發展的影響，從陳其澎〈流動的人民故事--桃園縣水庫移民遷徙過程的研究〉提出「流動的人民」的概念，認為桃園縣的空間發展史彷彿就是一部「流動」的歷史，水圳、輕便車、鐵路、高鐵等線路的開通，石門水庫的興建，改變了不同地區的區域景觀。從歷史脈絡中得之，龍潭的產業發展與其水利交通發達程度有密切關係，而石門水庫於民國五十三年完工，其建設讓整個桃園台地有充足的水源耕作，農業生產結構的異動，以及石門水庫興建造成的人口大流動，移民的遷出與遷入，使龍潭的地理空間因而再結構。

值得延伸探討移動的相關研究包括：身體移動、交通與通訊基盤設施、資本化的空間再造、遷徙與移民、公民與跨國際主義、觀光與旅行的課題等。而這些課題也將緊扣著移民經濟與活魚版圖的討論。

石門水庫興建之前，社區是以務農為主的客家聚落，區域多半為水田稻作、茶園景觀。至1960年代後，陸路交通體系兼備完善，加上水庫興建的關係，恰巧帶動石門活魚產業之崛起。而遠近馳名的活魚，其發跡的故事起初為水庫工程的臺灣勞工，在參與建造水庫期間，食材配料不易取得的情形之下，一方面向當地漁民採購魚貨之外，另一方面也親手灑網，捕撈水庫裡的活魚為主菜食用（中原大學室內設計系，2006）。石門水庫竣工後，政府開放「石門水庫風景區」促進當地觀光，帶領當地一波繁華榮景，佳安地區成為活魚聚落商圈，開啟當地活魚產業文化，許多社區的青少年的記憶就是到活魚店打零工。地區的產業結構，從原本的茶園農業，轉變為當地活魚餐廳為主的觀光產業結構。

4. 陂塘與魚倉

桃園區這個地理空間，因為陂塘、水圳的出現，已成為一個生產空間，不再只是一個單調的背景空間；而隨著擴墾不斷擴展，使得愈來愈多的自然空間轉化為人們的現實活動的空間。(郭大玄，2017) 因大規模土地開發與高度都市化，埤塘正逐漸地消失與荒廢，尤其在工業發展時期，原本作為農業及民生用途的埤塘開始轉為公共或住宅使用，埤塘面臨荒廢或填埋的命運。此時由於生活逐漸富裕，

純粹仰賴埤塘為生的生活型態已經大幅減少，埤塘逐漸消失或成為閒置的場所。從此時期開始，埤塘與人們生活的實質關係逐漸薄弱。(黃承令，2003)

同樣的，龍潭在石門水庫完工之後，陂塘的灌溉功能逐漸被取代。而龍潭陂塘有一個營利使用的機能稱為「魚倉」，由於龍潭觀光人數日增，石門活魚供不應求，於是商人便挖池引泉水而後由中南部養殖魚場運送活魚至此池中暫養，隨時提供當地餐館新鮮活魚。使原本作為農業及民生用途的埤塘轉為引水養殖的營利之用，成為維繫石門活魚產業鏈的重要一環節。



2.2 鄉村發展與農業地景變遷

2.2.1 鄉村工業化

1. 自然脈絡影響著農業發展

龍潭是以農業發展為基礎，從自然條件特別是水域與地形決定耕作的種類，主要丘陵區多種植茶葉，平地區則以稻米見長，有著「有水的地方種稻，沒水的地方種茶」的特色。從龍潭誌及相關文獻的分析得知，土地的產業發展關係有下述三點：

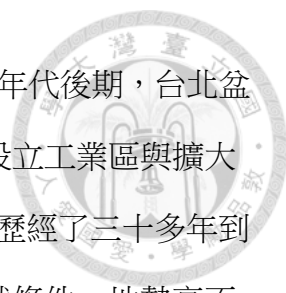
一、龍潭獨有的土壤特質與河川特性及複雜地形緊密交疊。地質因歷史因素影響，使得土壤大部份為紅壤、黃壤與礫石層，酸性高，不利水稻栽植，只有部分土質為沖積土的地區適合種稻，其他以茶為大宗；除此之外，龍潭內河川流域範圍小、長度短，本身即存在農業灌溉的限制，丘陵區因地勢高亢，水源不足，平地區則因陂塘開墾之便，造就當地客家人對於經濟作物的選擇有著。

二、有鑒於水源缺乏，從過去以來官方與民間皆致力於水源的開鑿與蓄水系統的興建。從早期的「龍潭陂」灌溉龍潭地區農田數百公頃，到引進大潭之水建造「龍潭圳」，地方居民利用鄉內豐富的紅壤與黃壤不透水性質挖掘埤塘蓄水，使水圳與埤塘共同構成龍潭主要的灌溉系統，奠定龍潭農業基礎。

三、「石門水庫」及「石門大圳」完工，地勢較高的丘陵地因為水源被切斷，造成稻田缺水，多轉作茶園，平地區成為稻米主要供給區，到目前為止，龍潭的農產是以茶為大宗，其次為稻米。

2. 戰後工業發展歷程

台灣戰後，台灣主力的經濟政策為土地改革、充實農村基本建設，民國 60 年代後經濟產業結構轉變，工商業興起，邁向開發國家。為推動國家工業發展，政府自民國 42 年起，陸續推動多個四年經建計畫，工業化逐步在臺灣北部展開，桃園鎮因鄰近臺北盆地，成為工業向南擴展的第一站，許多工廠在縱貫公路、鐵路桃園段沿線地區如雨後春筍般出現 (郭大玄，2017)。桃園在 1960 年代之前，不



管是在北部都市生活圈或經濟圈裡均屬於邊陲地區。直到 1960 年代後期，台北盆地工業過度聚集，部分蔓延到桃園台地，使政府有計畫在桃園設立工業區與擴大工業用地，頓時農村聚落地區變成工業地帶 (嚴勝雄，1973)。歷經了三十多年到了九〇年代桃園已經成為全台灣第一工業大城。桃園台地的自然條件，地勢高不容易淹水、土壤質地硬實且易整地的條件適合工業用地。工業用水無虞也是促進桃園工業發達的要素。民國五十四年龍潭的石門水庫供應桃園家庭及工業用水。

桃園的工業開展後對於境內的城鄉發展產生了巨大的變動。林麗櫻在《桃園工業發展與桃園社會變遷:一九六六年~一九九六年》中從指出，桃園在工商蓬勃對於增加地方就業與灌注地方財源有良好的互動，但各項稅捐實徵收逐年提高，但農家收入卻沒有成長。從產業人口數的變化指出，地區社會的移墾型態逐漸減弱，另外政府的公共建設不足，造成環境品質惡化。我們可以推測這段期間，因為快速工業化帶來地區在農村與環境上的衝擊。所以，在桃園工業發展的發展脈絡下，龍潭的農業發生了什麼變動？

首先，龍潭戰前的工業主要以製茶業，戰後的工業整體發展較慢，也非桃園境內以工業發展見長的鄉鎮，主要原因是早期的工業區設立考慮交通動線及便利，尤其是當時新興的紡織工業的原料需要由鐵路運輸，因此工廠多設立在桃園、中壢、平鎮、楊梅等縱貫鐵路經過之地區(林麗櫻，2007)，而龍潭未有設立火車站多少影響到工業的發展性，工業地帶多為點狀分布。1960 年代，台灣從前一階段的進口替代政策，開始致力於發展發展外銷導向的出口工業，並頒布《獎勵投資條例》與開放都市周圍工業區的設置，掀起一波波的鄉村工業化浪潮。龍潭接合了中央的經濟建設政策，工業設廠從民國 60 年開始逐步增加，吸引各類型廠商到龍潭設廠，促使工業區開發持續增加，雖數量非桃園境內鄉鎮中最多，但工廠密度增長率卻是最高的。

隨著台灣整體經濟整體發展轉變，從勞力密集、高污染性產業到技術密集性產業，然而過程中龍潭從農業社會轉為工商業社會，也帶來地景及地方社會之轉變，以下的戰後工業發展歷程參考《龍潭志》，分為三個階段：



(1)農業培養工業時期(民國 34-35 年)

傳統農業時代，龍潭工業以農業相關的食品製造業(茶工廠、碾米廠)、農具(打鐵工廠)製造業和窯業為主，這些工業都是以家庭經營為主，規模小且零星分布。

(2)工業發展農業時期(民國 56-80 年)

民國 50 年，台灣產業結構產生變化，工業快速發展，龍潭工業比重迅速增加，新興工廠常選擇在交通便利的道路兩側農地設廠，通常農地都是大片茶園栽種區。長期設廠下來造成於耕地面積日漸減少、農業比重下降，形成農村產生勞動人口外流或離農轉業，以至於工資上漲，兼農戶增加。與普遍台灣鄉村的處境一樣，工廠佔領原本的農業生產與農村生活空間，為第一波大型的自然與生態體系循環的斷裂。再者，民國 60 年代開始，呼應全台紡織業、電力電子機械業、金屬業的發展，工廠數量持續增加，並且進入技術密集工業的階段，一些加工廠需要大量的人力做簡易代工，因此小型工廠散布在各村，家庭代工盛行。點狀分布。

經濟快速成長，都市土地利用飽和，開發者利用非都市土地成本低廉且易取得，大量掠奪農地，此現象造成一些鄉村地區的非都市土地朝向蛙躍式零星變更發展的趨勢。(林育諄，2012)在開發政策的引導下，工業園區開始進駐龍潭，其中烏樹林工業區²⁰原先為茶園栽種區，因工業區面積不大，為報編未開發工業區，故無統一規劃、管理，早期在未妥善規畫排水系統，每逢豪雨就造成水患。但也因為工業區的設立帶來勞動人口，帶動當地人口聚集，如：「百年大鎮」。

(3)高科技產業發展時期(民國 81 年迄今)

同樣是非都市土地的開發，龍潭的豪宅地景不比宜蘭，但因為都市計畫法或獎勵投資條例(促進產業升級條例)或科學園區設置管理條例的配套下，龍潭西南側的銅鑼圈、三洽水的四個村，有宏碁渴望園區、華映光電園區的相繼開發，雖帶

²⁰龍潭工業工廠規模及其分佈在化學、電機及電子與機械設備，都以烏樹林數量最多。化學業廠 (132 間)；電機及電子機械器材 (110 間)，高原次之；機械設備製造 (108 間)



動高科技智慧型工業的發展，但同時集團式的土地開發，也造成農村景觀逐漸消失、地下水污染嚴重，造成第二波大型的自然與生態體系循環的斷裂。

傳統的工業區提供勞工就業機會，帶動人口群聚。如:烏樹林工業區-百年大鎮高科技研發園區引入外來人員。高科技精密工業，帶來了中產階級的知識分子，也帶來了環境災害。如:華映龍潭光電園區，造成廢水排放，污染飲用水上游的環境問題，因而，引發銅鑼圈高原社區長期的抗議，環保與工業發展的議題，爭議多年。

2.2.2 農業地景與茶鄉概述

根據明治 38 年~大正 6 年間(1905~1917)土地調查，龍潭地區的農業發展以水田、茶園為主個耕作形式。茶葉屬於經濟作物，具有市場價值，因此不利於發展水田的土地皆以種植茶葉為主。龍潭早期擁有超過七成的農業人口，日本殖民時期推動「農業台灣，工業日本」，使得台灣農業發展有跨躍性的進展。

1.生產主義到後生產主義的發展路徑

戰後糧食生產恢復期，人口增加，糧食需求遽增，急需恢復到戰前的生產水準，因此政府推動的土地改革政策、修復水利設施，同時配合美援資金，實施「農業培養工業，工業發展農業」，使農村的糧食、勞力、資金及市場發展快速，也為民國 60 年代台灣經濟起飛奠定了基礎。例如:龍潭在民國 50 年代有大量農產及加工品外銷，賺取外匯增加農業收入，農工並重的策略確實達到農業培養工業的策略，然而，工業的比重迅速增加影響著農業的發展，出現第一波劇烈產業變動。新興工場在境內便利的道路兩側的農地設廠，雖帶動當地住宅興建及商家進駐，但也使耕地面積日漸減少，農業比重下降，此時期農村產生勞動人口外流或離農轉業，工資上漲，兼業農戶增加，農業人口第一次低於過半的就業人口。

龍潭在面對民國 60 年代工業經濟起飛後，年輕人選擇到工業區或大城市就業，



至民國 70 年代後，多只有老弱婦孺留在境內，農耕地呈現荒蕪或閒置的狀態，或藉農改之利出售土地獲得暴利。因應此景觀及地方社會的巨變，1970 年代，農業政策轉向以自給自足為核心目標，並且因應農產收入與工業收入的落差，以及城鄉移民帶來的鄉村人力流失問題，開始推動農村建設政策，諸如 1972 年的「加速農村建設重要方案」、1973 年制定的《農業發展條例》、1975 年的「農村綜合發展示範村計畫」等。這些政策所承接的主要命題有二：其一，面對工業化發展的不可逆趨勢，農業必須轉型，並輔以產銷制度和賦稅制度的改革，以單一化的現金作物或開發新產品，維持農業成長。其二，面對城鄉發展落差加大，必須放寬農地的轉用制度，同時增加公共建設、改善鄉村環境，以降低勞動力快速流動產生的城鄉問題。(黃仁志，2016)。

農業的「三生」農業生產、農民生活及農村生態的施政目標，將農村引導為精緻化的發展，在境內在銅鑼圈及三林里開始設置發展觀光茶園區。龍潭公所也配合「富麗農村」政策，開發三水地區山坡地形成梯田或等高線旱作景觀，成為水土保持戶外教室。差不多同時期，開始改良農業經營模式，採取組成核心農戶、成立農業產銷班，採取共同生產、建立共同品牌及共同運銷的經營方式。例如黃唐村、烏樹林、三坑水稻產銷班及三林村、三水村、高原村的特用作物產銷班、凌雲村的花卉產銷班等。事實上，這些政策也帶動了由而上的社區參與。修補了勞動力及形成農村社造的能量。無論是農地制度改革或是農業政策變遷，其所引發的鄉村發展路徑轉型，顯示出台灣鄉村從生產主義邁向後生產主義的過程，有非常深刻的國家介入色彩(李承嘉, 2012:79)。

然而，現代化的進程的威脅仍舊使地方陷入離農現象，到了民國 80 年代中期，龍潭的農業人口已經下降到不及一成的就業人口比重，鄉境內的水旱田數量也從 5,500 多公頃下降到不及 3,500 公頃，原本舉目可見的茶園，面積也從 3000 公頃下降到不及 700 公頃。從上述極大的作物耕地面積變動，可證實戰後龍潭因鄉村工業化使經濟活動產生劇烈的轉變。



2.現代化的進程使耕作地被迫消失

從耕地面積變化趨勢與水旱田歷年分別占有面積的比例的流動，龍潭的耕地在民國 40 年的面積共有 5,426 公頃，分別為水田面積 1,839 公頃，旱田面積 3,587 公頃，水田占耕地面積 33.89%，換言之水田占耕地 1/3，旱地占耕地 2/3，這種旱地多於水田面積情況下，深影響著農業生產方式。隨著經濟發展、人口成長及國家政策影響下，耕地總面積逐年減少，到了民國 100 年耕地總面積減少 1,990 公頃，剩下 3,436 公頃，減少 36.68%，其中水田減少 23%；旱田減少 43.5%，很顯然的耕地面積逐年減少且旱田減少面積大於水田減少面積，目前水田面積占耕地 41.1%，旱田面積占 58.9%，原有的和田景觀特色逐漸消失。從上述的數據可得知，水田主要為三坑一帶，因為石門都市計畫的管制之下，還能稍微降緩農耕面積流失。而旱田主要遍布境內的台地及無明顯起伏的平原上，因受到龍潭現代化進程，包括都市計畫的造成市街擴張或工業區進駐的影響，使大量的耕作地被迫消失，龍潭的農業人口逐年遞減²¹，從事農業已非經濟主力。

3.龍潭茶業發展變遷

龍潭自清代起即是著名的茶葉生產地，龍潭茶業史可追溯至清代中葉，晚期因為列強勢力進入，清廷不得不開放臺灣開港通商，於是大批茶葉由人力背負至三坑老街，集結之後以船隻順著大漢溪運送到大稻埕出口，臺灣茶在國際市場上開始打響了名號。進入日治時期，龍潭仍然是臺灣主要產茶區，日本人一方面積極培養新茶種、增加茶葉種植的面積，另一方面大力推廣以及促銷臺灣的茶葉，使得龍潭茶的產量曾經達到臺灣茶葉出口總值的十分之一，是臺灣紅茶、綠茶出口的主要供應產地。

²¹<龍潭鄉誌>龍潭的農業人口的增減、佔總人口的比重觀察，從民國 43 年總人口 2 萬 3,618 人，農業人口 1 萬 7,7089 人，農業人口佔 72.4%，高於桃園縣農業人口平均值達 11.3%，但民國 43 年後逐漸遞減，雖整體人口數成長快速，至民國 97 年時人口增加至 11 萬 4,266 人，而農業人口數卻不斷減少，農業人口計 1 萬 1,178 人，比例數值為 9.84%。



(1)龍潭茶業發展路徑

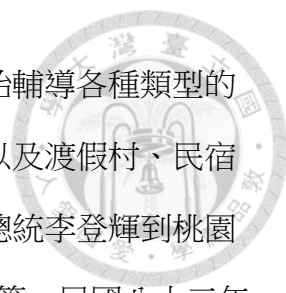
1960~1970(民國 50~60 年)台灣工業化發展，財團向茶農收購土地建立科學園區及工業區，同時政府設立多項軍方設施也導致大片面積的茶園消失。茶菁收穫量與產量銳減、製茶人力成本提高。1980 年代提倡還茶與農政策，促使台灣各茶區開始自產、自製與自銷，不再依賴大型茶廠，導致大型茶廠收不到茶菁而倒閉，日治時期的茶葉產銷模式一一解構。此時，政府提出的農業轉型、精緻農業政策，讓外銷失利的龍潭浮現一線生機。1984 年起在龍潭區內規劃四處觀光茶園，包括：店子湖台地、銅鑼圈台地、龍潭台地及三林村一帶。同時間，政府舉辦優良茶比賽及展售會，引導內銷市場蓬勃。在茶品轉作上，公所與農會的大量茶樹更新，在水土保持局的推廣下，茶改良場開設茶班教學，茶農學習做包種茶，並在輔導轉型下為家庭式小型製茶廠。

1990 年代後期，深受中南部高山茶影響，龍泉包種茶受到打擊。當時因為人手不足，鄰鄉的茶農會來協助採茶，因此形成相互學習的網絡，習得槿風茶的技術。於是在公所及農會的輔導下，將龍泉茶轉型成為新的地方特色槿風茶。槿風茶以手工採一心二葉，並且需要小綠葉蟬的吸食，成為無毒的茶品代表，讓龍潭茶走向精緻茶業的發展趨勢。2009 年的桃映紅茶上市，同為手工採摘的精緻茶品，需要大量人工但人力嚴重不足，因此收益降低。但因桃映紅茶與槿風茶的產業可以相互交錯，便可與他鄉的採茶人工作協調，稍微打平銷售高價的槿風茶的利潤，也能銷售高價的紅茶來維持獲利。目前由桃園的桃映紅茶由市政府統一命名，然而，多數仍由龍潭茶農提供。(王美晴，2016)

(2)茶園轉型

- 觀光休閒導向的休閒茶園

八十年代，台灣隨著經濟成長、所得提升而有了多樣性的休閒需求，主題遊樂區進入戰國時代，競爭激烈，加上開放大陸探親與鼓勵海外觀光，國民旅遊市場大量流失。消費方式也轉向追求個性化、差異化，在這樣的脈絡下，石門水庫既有



的旅遊模式也逐漸失去競爭力。為了提升旅遊品質，政府也開始輔導各種類型的休閒園區設置，包括：森林遊樂區、公民營遊樂區和休閒農場以及渡假村、民宿等。三林觀光茶園即在這一波過程中形成。民國七十二年，前總統李登輝到桃園龍潭將這裡生產的包種茶命名為「龍泉茶」，並配合觀光茶園政策，民國八十三年將龍潭台地、店仔湖台地、銅鑼圈台地、三水村、三和村、三林村一帶茶區，規劃出四處觀光茶園，開放民眾參觀、品茗及採購。這是首次在政策的引導下，龍潭的茶區嘗試讓消費者進入到生產者領域，只是初期在產/消與環境之間仍著重在經濟行為，而地方主動參與革新的過程，也帶動了往後不同的治理模式。

- 社區經濟導向的有機茶園及農園

以高原社區為代表。高原位於龍潭銅鑼圈最南郊的邊陲地區，在地形上，為桃園台地最南端、也是地勢最高之處，因而並無河川流經，土地乾燥貧瘠。早期，村民主要以種植耐旱的茶葉維生。與其他農村一樣，面臨人口外移、老化問題以及農業產業轉型的必要性，當時台灣農業正推廣有機農業，高原社區也受到影響。初期有三間業者投入，後來在社區、農會的相互支持下，逐漸興起達七間之規模。有兩大動機，一個基於客家惜土，不願意先人留下的土地荒廢，因此將茶園轉型作為有機農園。二、有機業者之間的技術相互支持，形成一個學習網絡。三、里長及地方人士的鼓吹及和農村再生培根計畫的資源挹注下，從環保、無毒，逐步走向有機村的發展。社區組織與村內既存的有機農場合作推廣耕種有機蔬菜，使村內有機栽種的面積逐漸擴大，也有越來越多居民認同這個理念，進而投入有機生產或是提供閒置土地給社區耕種，並且提供無毒農食給社區廚房與關懷據點，進而發展社區農食產業。上述的背景形成了一個共生生態的雛型，並透過社區營造的方式，在物質、生命與社會關係之間，形成一種內在的連結。



2.3 現代性的管制與治理

2.3.1. 都市計畫的管制

與龍潭的都市計畫之計畫有二，一為「上位計畫」，二為「北部第二條高速公路計畫」。「上位計畫」係指龍潭屬於桃園中壢地方生活圈，都市階層為農村集居中心，附屬之中心都市為中壢市。而「北部第二條高速公路計畫」，係指此高速公路東西橫貫龍潭都市計畫區之中南段，並於計畫區東側設置交流道，交流道引道出口與龍潭都市計畫之道路連接，大幅縮短龍潭與台北都會中心及鄰近鄉鎮的交通距離時間。

1. 都市計畫的管制、中科院的禁建及軍方管制

龍潭有部分非都市土地因為石門水庫、軍事的開發限制而保留，雖整體發展步調比其他鄉鎮慢，相關開發與建設受到一定程度限制，在工商業無法進駐的結果，導致人口外移與停滯，但也因此保留了歷史、文化、產業的肌理。然而，在都市計畫解禁及通盤檢討後，包括三坑和十一份地區面臨土地再利用及觀光發展等課題。其中，三坑聚落由於民國五十年公佈的石門都市計畫，三坑子被規劃為行政管理及住宅區，民國五十八年此地設立中山科學研究院，基於國防安全及軍事機密，以中山科學研究院為中心劃定了兩千公尺禁限建範圍，同時涵蓋了三坑子及附近地區發展，也由於三坑子變更為保護區，居民不得對自有屋舍做任何修改建，導致房屋居住品質低落，人口凋零。另外，由桃園市政府提出的"石門水庫及大漢溪流域跨域亮點計畫"，其中的跨域亮點計畫，就是由觀旅局負責提案，與北區水資源局合作的計畫，運用北水局閒置設施，要創造出觀光新亮點。不過在地居民認為，"美國村"要改建的眷舍區，過去其實是台籍工程師宿舍，與美國工程師的關聯性很薄弱，而且建村的想法，與當地宿舍區的生活方式差距甚大，也因此出現了反對"美國村"的聲音出現。²²

²²文／轉載自客家電視台／羅安達 桃園龍潭



2.龍潭的「慢」與「快」

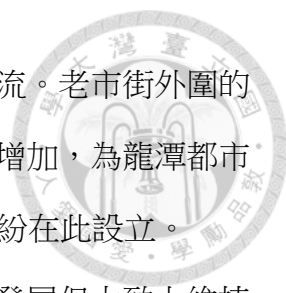
龍潭市街區的發展。理論上，位於南桃園的龍潭應會受南都會區中壢在都市蔓延的影響，然而在北二高建設之前，因為縱貫鐵路沒有行經龍潭，交通往來受限，再加上城鄉發展的二元對立下，造成龍潭都市計畫發展的停滯，龍潭核心街區的村，因位在老市街發展受到限制，加上產業停留在內需狀態，因此人口逐漸向外流，傳統的店鋪也歇業。留下來的傳統店鋪，都常是具有傳統手藝的雜糧、油品、中藥行。談到這裡，還是「慢」的發展步調，老市街有神農大廟、桃園最大的傳統市場、鍾肇政文學園區、武德殿、百年國小。前述提到的地域經濟計畫的起始就在這裡。

相對於「慢」，龍潭的「快」顯現在老市街外圍的新興街市，新住宅區、商業區沿著主要幹道發展，人口持續增加，為龍潭都市計畫區內人口密集度的所在。近年來全球化下的連鎖商店紛紛在此設立，前年星巴克連鎖咖啡的在桃園的最後一塊拼圖在龍潭完成，對有些市民來說，似乎是一個「進步」的指標。

從市鎮開發的歷程來看，龍潭在過去 100 年間建築區有顯著的擴張，其中主要的擴張區大多位於工業區與新市鎮開發區的周邊。高平村為面積變化最大的村里，恰為龍潭工業區與渴望園區所在的區位。而變化最小的村里為龍潭村，主要面積小，早期已開發，乃舊街區的核心地區。而龍潭村周圍一帶的都市擴張率提高，主因中科院設置、北二高開通，逐年興建大量的住宅。因為工業區的發展以及隨伴的周遭住宅的開發而產生較大的建築區擴張，顯見政府政策的引導對於都市發展的影響。

3.現代性形成的市街、鄉村的生活空間

龍潭的精華區主要是在龍潭街區，龍潭街到清末年仍為小街市，日治時期逐漸發展起來，設有五條手押輕便鐵路。分別從龍潭街區通中壢、平鎮、楊梅埔心、大溪和三坑仔，運送南北往的物資，後來因鐵公路的設立完成而漸趨沒落。根據龍潭志在人口密度與其所處地理位置分析，可歸納出以下幾點：

- 
- (1) 核心街區的村，因位居老市街發展受到限制，人口逐漸向外流。老市街外圍的新興街市，新住宅區、商業區沿著主要幹道發展，人口持續增加，為龍潭都市計畫區內人口密集度的所在。近年來全球化下的連鎖商店紛紛在此設立。
 - (2) 早期發展的北側外圍村落，因為鄰近平鎮、楊梅市區，逐漸發展但大致上維持農村景觀。烏樹林工業區的影響讓許多人口移入，以密集型住宅百年大鎮自成一村的人口密度居龍潭第一。
 - (3) 往大溪的台三線及高速公路旁的村落，土地面積大，中壯年人口外流，大部分田園景觀已是荒地、休耕地。
 - (4) 東南側屬於三坑子的幾個村，因位於台三乙旁，鄰近石門水庫觀光區，興建許多集合住宅，田園餐廳座落其中。佳安村有中科院和核能研究所進駐，文化路上活魚餐廳號召。三坑村除了老街在假日人潮較多，其他地廣人稀，主要多是老年人務農。
 - (5) 西南側的銅鑼圈、三洽水的四個村，因宏碁渴望園區的開發，此地區已是新興工業區，加上周邊的華映光電園區，兩大集團帶動此區土地開發，也造成農村景觀逐漸消失、地下水汙染嚴重。除了三水村人口逐漸遞減，其他村落均穩定成長，高原村甚至人口增加二倍。因應農村結構轉型，政府的農村再生培根計畫，植入水土保持觀念並培力推動無毒、有機的茶、農產業。

2.3.2 現代鄉村的規劃術

1.城鄉新風貌改造歷程

城鄉風貌改造是一個從景觀改造到社會改造的過程，其所要展現的是國民生活文化之整體表現。城鄉風貌改造運動出現的時間，大約為 1990 年代中期，這時的台灣推動執行的內容不只有硬體空間之環境改造，還有軟體規劃系統；非僅限於人工或創新，還有生態與歷史傳承。因此改造執行的工作必須積極與民間建立夥伴關係，給予地區居民對於環境生活改造有學習與省思的機會，並期待透過



有關城鄉風貌改造運動相關制度的營造與整合，提供改造社會發展體質之可能（李永展，2003）。「城鄉風貌改造運動」在社區營造的軌跡下發展，與過去實質的建設不同，鼓勵民間自發性的參與社區環境改造，同樣的包括：經濟部商業司的「改善商業環境五年計畫」；行政院農委會的「農村新風貌計畫」；行政院文建會的「社區總體營造計畫」行政院環保署的「生活環境改造計畫」。

龍潭城鄉風貌改造運動的歷程，本研究在資料取得上首先引用黃二田，《城鄉風貌改造運動之景觀與設施使用分析研究-以桃園縣龍潭鄉為例》、專業規劃報告書及《龍潭志》範圍從民國 89 年到 106 期間。我針對與境內影響地方空間結構變革較相關的地景改造計畫納入研析。²³。

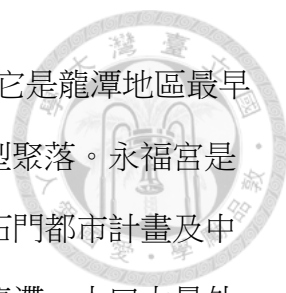
(1)鄉村觀光休閒化的濫觴-自行車道工程²⁴

自行車道的建置為小鎮朝向觀光休閒化的重要建設之一，龍潭境內的五條自行車道乃從觀光遊憩發展的目標規劃動線系統，用既有的農路或地方道路來串連核心綠地、景觀綠地、池塘水岸及農村地帶等形成路網，並與強調生活、通學、觀光遊憩的文化路-休閒綠廊連結。總體規劃以環狀的路徑來處理面的景觀層次，在規劃階段也盤點了鄉間的重要的人文與自然地景，包括埤塘景觀、茶園景觀、客家文化、石門活魚街、聚落、北水資源局等。自行車道作為現代化鄉村觀光凝視下的產物，提供一個讓鄉村境外人認識龍潭的路徑，事實上，三坑路段的自行車道營造的「慢活」型態也成為社區抵抗鄰近砂石場在水岸的生態的掠奪與行車危機。

(2)社區營造結合文化資產-三坑子客家傳統聚落空間改造

²³為龍潭配合中央有關「城鄉風貌改造運動」以及「擴大內需」等相關政策，包括都市計畫的通盤檢討、擬訂都市設計綱要(1999)、綠地系統規劃(1999)、城鄉景觀計畫示範操作規劃示範計畫或準則擬定；另外則包含龍潭鄉公所提出之實質空間改造計畫，包括龍潭大池整體景觀規劃、龍潭鄉運動公園整體規劃、龍潭鄉腳踏車道設置計畫、龍潭鄉廣告招牌統一美化工程、三坑子客家傳統聚落空間營造暨公共環境改善與美化等實質景觀建設。

²⁴ 針對中正路佳安段中科院前圓環至經濟部水利署北區水資源局大草坪段的文化路進行入口意象、通學巷、活魚餐廳沿街綠帶及公車候車亭改造。



三坑老街有超過百年的歷史了，過去有龍潭第一街的美名，它是龍潭地區最早開發的地方。過去因應防禦和商業需要，三坑子形成一個T字型聚落。永福宮是三坑老街的信仰中心，廟前的廣場是老街最大的活動空間。因石門都市計畫及中科院的設立，將近四十一年時間受到限建，導致三坑子發展停滯，人口大量外移。近年來三坑子居民終於為自己家鄉，爭取到開放為一般農業區的機會。同時，在專業團隊及地方人士奔走下，啟動了文化資產及城鄉風貌改造計畫。首先引入適當的公共設施及改善公共環境，並針對現有的法規制度變更都市計畫，放寬禁建的可能性及做法，在公共設施及街屋修繕後形成別具特色的聚落樣貌，再加上當時因限制而保留下的文化資產和田園風光，反而成為地方觀光發展的契機。

(3) 觀光小鎮的現代化想像-龍潭大池整體景觀規劃²⁵與廣告招牌統一美化工程²⁶

龍潭大池是龍潭故鄉的象徵性地景，從早期之灌溉地景轉型為現在觀光遊憩重點地區，除了代表龍潭產業發展之轉變，三次工程的規劃語彙也造就了政治人物的權力地景。鄰近龍潭大池的以龍元宮為核心的舊市街，在市街改正後，雖然傳統拱圈樣式不復見，但在地區居民的在龍元宮祭祀圈認知上，仍然與外圍北龍路一帶有裡外之差異。在舊市街的傳統產業逐漸式微，取而代之的是現代化的商店和小吃，龍潭大池觀光休閒化後湧入的觀光人潮，在車陣中行走街區，眼觸及是雜亂、缺乏特色的業種業態，感官上無法帶動消費力。後來，在中小企業的商圈輔導資源挹注下，以形象商圈為構想進行廣告招牌的統一化工程，建立整齊、新穎的景觀，然而，大池與街區的連結路徑以及產業銜接的問題都未被解決。

²⁵ 龍潭大池的景觀美化計畫共分為三期，第一期是景觀工程平台，第二期為聯絡橋及護岸、兒童遊戲及溼地園區、休憩綠廊，第三期為後續景觀工程。

²⁶ 龍潭區公所為了改善都市景觀，於民國八十八年配合內政部營建署城鄉新風貌改造計畫，實施北龍路廣告示範區規劃執行，於當年十月完成十三面示範招牌，並於當年年底完成北龍路段的招牌規劃設計與施工。資料來源：「龍潭鄉廣告招牌統一美化第三期工程委託設計監造服務建議書」（2001），風向廣告事業有限公司設計，龍潭鄉公所委託。



2.小結:

從上述的整理發現，一連串的新空間被生產出來，在後工業轉型的過程中，滿足了現代化的幻想，然而社區的參與動能還尚未浮現。從黃二田的研究分析(民國94年)指出，龍潭的城鄉風貌計畫之推行，無論係在公共空間營造的整體性、環境景觀與設施使用滿意，問卷調查的結果多顯現於「還好」的程度。發現，從上位計畫的執行方向，龍潭的空間政策朝向觀光與科技之走向，然而，計畫的項目與當時台灣鄉鎮的規劃設計幾近雷同，可見地方(鄉公所仍未有效掌握在地觀光的策略，判斷藉由引入新的公共建設，讓地方感受「鄉村的轉型」推力；新建設的使用者絕大部分為當地民眾，但在過程中缺乏民眾參與，所以社區的真實需求是否被照顧到仍是未知。但另一方面，由地方文史工作者結合空間規劃者的三坑聚落空間營造，開啟了社區參與式設計的先例，亦帶動了社區意識成為日後社區營造推動的基石。

2.3.3. 客家聚落的建設與文化治理- 「客家生活營造計畫」²⁷

1.客家文化運動的歷程

1987年以降，民間社會擔憂客語式微、客家文化消失、客家認同流失，以體制外的社會運動方式，「由下而上」地推動客家文化運動，聚焦客家語言及文化之傳承，並獲得政府回應，成立客家事務專責機構，客家議題進入政府體制內，成為政府常態政策推動項目。嗣後，當客家政策成為政府整體公共政策的一部分，以政策資源「由上而下」地推動客家事務，關注的議題不但擴及客家產業經濟，而且積極建構客家意識較弱的客庄聚落之客家認同，以及發掘、建構新的客家意

²⁷計畫要點以地方政府為補助對象，讓這些對於地方客家庄街區、聚落、建築物及地景有深入瞭解的鄉鎮市公所，作為提出計畫案之受補助機關，與承辦單位及當地學校、村里、社區組織、客家文史工作團隊、客家藝文團隊，及社區規劃師等，建立社區參與機制，協力推動。

象，致使 21 世紀的客家認同與客家意象，與 1980 年代相較，有著顯著的差異，而展現了當代臺灣客家族群的新風貌。(王保鍵，2016)

客家在客委會成立之後，一般人仍然認為是一個單一族群文化群體，倒是社區總體營造推動之後，許多客家從社區再造的角度重新找到了新時代的存在價值，客家研究也在這樣的趨勢下逐漸被學界與實務界所重視，初期皆以關懷在地文化與自己家鄉為主，論及客家文化，脫離不了客家美食與山歌採茶戲，或清一色的農村生活與古老農具等。1994 年始文建會希望各地方建立屬於自己的文化特色，積極推動「社區總體營造」和「產業文化化，文化產業化」作為文化政策的行動主軸。

2.客家飲食文化

最早產業化的客家文化，應屬客家美食。從客家小炒、粿條、米粉與米食（米齊粿、各式客家粿等）到獨具風味的調味方式，已經成為跨族群共同經營（許多客家菜的經營者並非客家人）的族群性文化產業。客家（人）的飲食生活習慣，已經可以成為經濟產業的因素。喜愛客家菜的消費者，早已不限於客家人，經營客家餐廳的老闆，也不限於客家人（或許是客家廚師、或許是從客家廚師學習廚藝的福佬人）。客家菜或客家餐廳，裏頭的「客家」已經不只是一種族群的專有名稱，吃了客家菜也不會讓非客家人變成客家人。客家也從專有名詞發展成普通名詞，發展成普通名詞的「客家菜」正是一種族群文化產業化的具體表現。(陳板，2002)

(1)客家飲食文化的興起

隨著台灣族群政治氛圍的轉變、地方鄉土意識的強化、消費資本主義深化與餐飲產品類型愈趨多樣，帶有族群與地方特色的客家飲食在台灣快速崛起風行，並很快成為餐飲業者與消費者食物選擇與體驗的重要選項。進入 1990 年代後，客家飲食與烹調在客族形象與客庄地方意象的塑造上扮演日益明顯的關鍵角色，並逐

步與鄉村地方營造及休閒文化產業結合。在此發展中，客家飲食除維持身體、形塑認同、而且為品味社群畫出邊界外，也形成文化經濟與社會運動的基礎。(賴守誠，2008) 客家飲食文化在台灣的興起，並非以對抗高度同質化、標準化、資本化且全球化的餐飲文化為基調，反而主要是通過不同型態積極涉入客家飲食文化建構或推動的社會行動者，運用「商品化」、「差異化」、「產業化」、「文化化」這些社會機制，促成客家飲食在最近二十年的台灣社會逐步崛起。(賴守誠，2008)

(2)客家菜商品化

王雯君(2005)運用其調查研究資料，描述說明台灣社會大眾此種消費文化—客家飲食—客家族群的意象聯繫：大家能夠提及客家就想到「客家菜」或「客家小吃」，而消費者多為非客家族群者，而他們至這些客家庄進行文化休閒產業的消費，大多以享受美食名產與遊山玩水賞風景為主，因此，當地打響的客家美食招牌必是吸引消費者之處。因此，地方政府努力將客家飲食塑造建構成客家地區重要的文化元素，吸引更多的觀光客與消費者，力求帶動地方觀光產業。

然而，客家飲食一方面被政府支持，變成一種商品化，轉變成一個客家節慶、客家餐廳認證等，但在另一方面客家飲食在日常生活的傳承卻在流失。黃鈞玲〈客家飲食傳承與族群認同〉以族群邊界理論來看，客家菜有它重要的象徵意義，很重要的一塊是客家菜區隔了與閩南的差別，形成了一種族群邊界。但是，客家飲食運動表面上好像是很聲勢浩大的，可是實際上它做為一個族群傳承的過程是有危機的。從黃氏的研究結果發現，客家飲食在日常生活中的傳承，它隨著權力的崩解、性別的角色轉變，而出現危機，但是透過客委會跟飲食消費的結果，客家菜卻變成一個新的符號意義，活躍在臺灣社會，所以客家菜它已經脫離一個日常生活的脈絡，變成一個新的消費的商品。客家飲食的傳承，已經從家庭進入到市場。家庭中客家菜烹調的技藝傳承可能在消退，但是客家的認同可能因為政府的宣傳、餐廳的大量增加，所以客家認同是上升的。



由上述的背景及理論脈絡，提供一個理解台灣鄉鎮發展客家菜興起的架構：

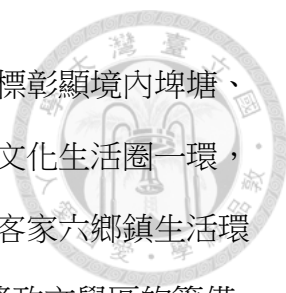
- 因客家庄進行文化休閒產業的消費而崛起。
- 因鄉村休閒化、消費化而興起的農村客家菜。
- 因客家文化產業化而形成的客家飲食認證機制。

3.客家文化生活環境營造計畫作為客家族群文化保存的重點政策

客家委員會（以下簡稱客委會）自 2001 年成立初期，投入經費協助地方文化設施－「客家文化園區」館舍之興建，以期展現真實的客庄生活風貌，但單借助政府興建館舍顯然效果有限，因此，2003 起訂定「客家委員會補助地方政府推動客家文化生活環境營造計畫作業要點」，落實客庄社區公共生活場域及文化資產的保存，推動了10年之後，2016年納入了「產業環境營造」的思維，關注在客家特色產業人才培育及創新加值，強化客庄經濟發展。

對於桃園地方政府而言，以桃園客庄作為發展類型，透過節慶活動及生活營造（地景文化）等政策作為打造桃園客家的集體記憶(王保鍵，2016)運用政策工具持續建構客家集體記憶，利在深化客家族群的自我認同，而當客家族群認同提升，將增加客家人口推估數，有利於客家事務機關進一步爭取政策資源。龍潭是桃園地區保有客家文化較多且較具特色的地方，也在上述的政策執行了多項建設與研究。本研究整理了從 100 年到 105 年的調查研究及規劃計畫發現²⁸，基本上都根據

²⁸文化資產部分:「100 年度龍潭鄉研究調查計畫」、「桃園縣龍潭鄉水田老屋客家莊研究調查計畫」、「100 年八德村客家文化、埤塘生態路徑串聯計畫規劃設計案」、「101 年度桃園縣龍潭鄉三坑村三坑子老街整體客家風貌營造計畫」、101 年度桃園縣龍潭鄉大平村大平客家庄調查研究計畫、105 年度鍾肇政文學生活園區整體修復工程；規劃設計部分:101 桃園縣客家文化館遊客旅遊服務中心建置評估與規劃設計、101 桃園縣客家文化館展館展示改善工程規劃設計、102 年度中壢聖蹟亭周邊環境整體規劃設計案、102 年度龍潭大池整體環境調查與營造計畫、102 年度桃園縣客家文化館遊客服務中心新建工程案、102 鍾肇政文學地景生態園區規劃設計、103 年度鍾肇政文學園區典藏計畫暨室設等參與式規劃設計案 103 年度三坑、大平聚落再造暨規劃設計案、103 年度「稻香沃野黃泥塘」龍潭客家文化生活環境規劃設計案




「100年龍潭客家文化生活整體營造案」的分類架構下執行，目標彰顯境內埤塘、水圳、農田、老屋等的文化景觀與文化資產，使之成為龍潭客家文化生活圈一環，在重新理解歷史發展與土地紋理之後，隔年推動「101年南桃園客家六鄉鎮生活環境營造計畫」則進一步確定生活營造據點及相關機制，其中鍾肇政文學區的籌備規劃為舊市街注入全新的視野，「104年度茶人風華再現-桃園浪漫茶香大道跨域整合計畫」為龍潭首次推動茶產業的跨域整合型計畫，執行一年後，政黨輪替，隨之而來為106年蔡政府國家重點計畫-浪漫台三線計畫，由上而下的高度指引地方產業需回應中央政策的觀光、文化、產業的跨域鏈結。

4.桃園龍潭社區營造

(1)客家庄的社造

桃園為客家城市，客家族群是桃園重要族群，客家文化的議題必然為地方政府的施政要領。90年代客家運動蓬勃，地方政府在九十六年開始以客家文化結為主軸，以社區營造的方式推動客家事務，尤其編列經費投入文化建設。龍潭的客家文化館就在此時催生。在96年由桃園縣文化局出版的<重塑客家桃花源-客家文化在社造活力挹注下的新生機>可看見地方政府透過「台灣健康社區六星計畫」深耕客家文化，其中選出了中壢市龍德里、平鎮市東勢庄、楊梅秀才里、龍潭三水村、新屋新屋村、觀音鄉塔腳村六個村里作為示範點，有三分之二落腳在農村，包括本研究田野之一的三水村也在列。政策推動過程中，桃園社造中心扮演著極為重要的角色。從出版品中，初步分成三大面向，第一部分呈現大量的田野資料，並說明社區力量如何動員、發掘、活化客家庄的文化資產，值得一提在農村的人文景觀的敘事出現大量風華再現、古道重現、景觀重塑等，顯示當時農村迫切擺脫鄉村工業化，邁向富麗農村或休閒農村的發展路徑。

第二部分，主要彰顯客家文化建設在政策上的佈局及活動上的遍地開花。文中提到客家人在四處遷徙、離鄉背井過程中，昔日硬頸的精神逐漸逝去，必須補



充元氣，因此政府陸續開辦了許多凝聚人氣的客家文化活動，希望民間社團與志工動起來。龍潭在此局勢下定位在“融合創新與傳統文化的龍潭”，執行了第一屆台灣客家民俗文化大展。從有限的篇幅中，只閱讀到樣板式的活動簡介，看不地方的力量及願景。顯然，在升格之前鄉公所與縣政府在政策接合上有落差。事實上，龍潭的地方派系介入地方發展，以及長期以來鄉公所與鄉代會不和睦，造成了地方發展停滯的主因之一。

(2)推動區域型平台

100年開始，桃園社造推動區域型平台的運作模式，為桃園社區打開全新的視野。龍潭區域平台操作模型，主要將結合文學及文資的鐘肇政文學地景生態園區作為核心，串連四大資源：區域平台的影像資源，學校進鄉團的元智大學及中原大學學校資源，龍元宮商圈及通學巷彩繪計劃的文創資源，和龍潭內社造點及鄰舍節社區的資源，盤點整合，相織成面，以同心圓的概念將能量輻射發散。(謝佩娟，2014)

我們不禁要問，龍潭近十多年在客家文化政策、社區營造及城鄉風貌建設之下，展開了那些佈局？這些建設與地方社會的關係為何？

(3)權力地景-客家文化館的建置

桃園縣政府對於客文館的治理模式，原主張採委外經營模式，後來考量設立的條件短期內無法吸引民間投資，因此先由客家事務局進駐進行管理。(陳憲炎，2011) 屬公部門的桃園縣客家文化館，仍不免沿襲這種由上而下傳統統治管理概念，因此，造成與社區組織或社團及地方產業的互動過程中，仍存有傳統統治的階層關係。另外以補助經費為誘因的動員方式形成群眾被迫參與，以致與活動的參與或政策的執行結果，無法達到預期成效。這段磨合期在桃園升格後，由客家文學大老鍾肇政媳婦蔣繫安接任客家事務局局長之後，針對龍潭有幾個關鍵政策，一個

是將跨域整合的茶鄉大道計畫與中央浪漫台三線的計畫接軌，由於是跨部會、跨產業、跨文化的資源，因此客家事務局深知政策落地才能鏈結民間，因此，開放多元的平台廣納學界、產業界、青年參與客家事務。

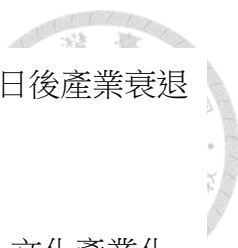


2.4 小結

龍潭的農村發展有幾個因政策的作用力下而形成的轉折點。第一個作用力是戰後工業化造成鄉村工業化，農村勞動人口外流或離農，此時和台灣鄉村的處境相似，工廠佔領了原本的農業生產與農村生活空間，這個時期為農業生產主義走進鄉村農工並重時期，政策上是要改善農民的生活，但抵抗不住都市的經濟起飛，年輕人選擇到都市打拼，少數人繼承茶的家業，婦女則在小型加工廠打零工，農村地方社會是靜默的。緊接著在都市土地利用飽和下，政府將非都市土地變成工業區，大量的茶園地景消失，連帶地改變了自然、水利與農業建立的地方性，換句話說，茶園消失不只是產業衰退的問題，而是全面的影響社會、文化與生態。

政府的富麗農村的農業「三生」策略帶來轉折，鄉村進入後生產與多功能發展階段，目標將農村引導為精緻化的發展，其中銅鑼圈及三林地區開始設置觀光茶園區，這些新穎的建設讓地景「改頭換面」，對於長期耕耘農村的中生代來說，除了欣然接受更重要是藉著資源引領著社區往嶄新的家園邁進，而這股由下而上的力量也成就了下一步的農村多元社造與農村再生。

第二個作用力在於現代化的水利建設。因為工業用水需求而興建的石門水庫，在石門劃定了石門都市計畫限建區，加上大壩影響了水位，使原本仰賴水路運輸的了三坑老街沒落，崛起的是水壩工程帶來的移民聚落與石門活魚小吃，後來石門水庫觀光化為重要的轉折，三坑的社區營造脈絡就在外在觀光政策與內在文化資產保存的引動下，開啟了老街城鄉風貌再造及農耕轉型，而石門活魚小吃成了



石門活魚版圖，也成了地方的象徵性，然而，過於服膺觀光也形成日後產業衰退與地方反對聲浪。

第三個作用力是客家文化運動興起，銜接了當時以「產業文化化、文化產業化」政策。地方政府透過節慶或文化產業的塑造，使文化活動成為帶動經濟生計的機會，但也使農業與鄉村在日趨消費化、休閒化與符號化的傾向，此時期，城鄉風貌建設、社區營造政策與客家生活營造計畫在現代性的小鎮藍圖與開創傳統與創新的客家庄之間產生拉扯。新興的趨勢不再以產業為核心，而是從族群意識連結鄉村社區整體作為政策方案的對象，再加上資本流動及外來意識的力量作用下，農村與市街浮現了另一波改革的力量。

第三章 權力、文化與生態民主的食物鑲嵌化過程



3.1 市街的空間構成與權力轉化

1. 市街與生活空間


從族群互動以貫時性的歷史社會變遷的角度而言，客家社會處於漢族邊陲地帶，在族群發展史上，他們一方面長期與少數民族維持密切的互動，另一方面在族群意識上，又堅稱自我為精純之漢族血統，兩種不同張力的互相拉鋸形成了客家文化。因此要展現客家文化的特殊性，不能停留在漢文或客家文化為中心的種族中心論視野，必須從族群互動的角度，尤其要採貫時性的歷史社會變遷角度，探討客家社會在不同區域發展的族群關係與歷史文化過程。(莊英章，2005)

陳板在龍潭從事的長期田野交往、觀察與記錄經驗，發現客家人、福佬人與凱達格蘭族群經過兩百多年的發展之後，共同建構成龍潭客家。龍潭客家不只是某一個中國客家原鄉的延伸，而是以龍潭這塊土地為中心建構起來的多元族群生命共同體。客家只是豐富了龍潭的族群因素之一，從客家族群發展的角度來看，龍潭經驗絕對是全球客家唯一的經驗。

全台灣客家人口最多的縣市為桃園。早期桃園縣境內的開墾，雖晚於台灣南部，但後期大量閩粵移民渡海來台，地處桃園的南崁港成為北台灣拓墾的根據地，桃園因而成為漢人在台灣北部出入的主要據點。其後客家先民不斷移墾，足跡更遍布桃園縣各處，進而成為台灣客家人口最多的縣市。「遷徙」是客家歷史中相當重要的一環。自古以來，為了追求更好的生活環境，或是躲避饑荒戰亂，客家族群不惜跋山涉水、行走萬里，以建立屬於自己的家園。桃園客鄉的墾拓正是這種融合了客家精神。²⁹

龍潭地區的開發始於清治時期乾隆初葉，開發主體主要是漢人移民中的客家人，其次為閩南人。客家移民以中國嘉應州四縣籍為主力，其次為惠州府的海陸豐人，其他還有部分的潮州府、汀州府籍的客家人；閩南人主要是漳州府人。(龍

²⁹ 莊育城，〈台灣歷史－桃園的客家移民史〉，P 50



潭誌)。拓墾時間上，龍潭地區最早的主人是平埔族之凱達格蘭族霄裡社人，先後曾有閩南移民來此拓墾，但因土地貧瘠墾荒未成而遷往他處；爾後，客家移民在霄裡社人的協助之下，筆路藍縷，披荊斬棘，終於獲得安身立命之所。當客籍移民定居後，不少移民聞風踵至，迅即繁衍旺盛起來，客籍移民遂成龍潭墾荒主力，自然而然，龍潭就成了「客家庄」。就族群遷徙歷程而言，有不少的霄裡社人與閩南人被客家人同化，其中閩南人我們稱他為「河洛客」。日據時期，大批的日本人徙至龍潭作官或任教職，直至台灣光復時，才被國民政府遣送回日本，接踵前來的是外省籍的國民軍與眷屬。

客家庄的生活空間與市街如何構成？龍潭商業發展主要在日治時期，在新市鎮發展過程中，逐漸演變為市街核心區及鄉村邊陲兩類經濟生活模式相異的區域，鄉村居民提供生活資源給市街居民消費，市街居民提供生活機能為鄉村居民服務，商業與服務業日漸興盛。

(1) 早期農村聚落與交通節點聚落:


位居於龍潭陂旁的龍潭市街，藉由其在各聚落中間地理位置的優勢，人口流動頻繁，自然形成雜貨店，供應當地居民基本飲食用品，地點良好形成市集。再由小市集逐漸發展成今日的台灣市街型態。

(2) 政策性聚落:

位於北水資源局(原石門水庫管理局)早期安頓員工的宿舍區及政府安置眷屬興建的干城新村，商圈機能以滿足當地居民基本條件所需。

戰後新族群關係:龍潭居民除了原住民、閩南、客家人之外，還有戰後陸續遷移到龍潭居住的人，包括外省人、都市原住民及龍潭民與外籍配偶所婚生的子女，此第三批最新移民，一般稱為戰後新移民族群。

1949年(民國38年)國民政府撤退來臺之後，桃園縣的桃園市、中壢龍崗、八德鄉等地移入相當多的外省人，這些以軍眷、政府公務人員、教師為主體，頓



時生活中的南腔北調蔚為地方奇觀。龍潭地方的外省新移民主要分為三批在不同的時間遷入。例如隸屬於陸軍體系的干城五村、慈光十四、十七、二十八村，和隸屬於中科院的石園一、二、三村，另外還有部分跟隨部隊來到龍潭，並在營區周邊購地建屋的散居戶等，以及石門水庫的建設也帶入大批經濟移民，民國五十年前後，國民政府特聘一批美國籍的高級工程師協助興建石門水庫，規劃一個社區作為其宿舍。外省新移民集聚龍潭的最高峰戶數曾達 5,000 多戶左右。這些外省新移民及其家眷不僅牽動龍潭的經濟發展，不同的生活習性也呈現不同的生活文化內涵。

(3) 新興產業聚落與市郊化聚落:

因新興產業形成的社區如高原村的宏碁渴望園區聚落及百年大鎮，而位在軍營附近的聚落、台三線周圍的聚落、中科院員工聚集的地區、烏樹林工業區新興社區等，則形成市郊化聚落。1950 年代以後的龍潭，因為軍營、眷村、工廠、研究院等等大型社區的設置，吸引外來人口的大量遷入，使得人口結構更趨複雜化，閩籍及大陸各省籍人士所佔之比例逐年增加，總人口亦不斷成長。民國七十年代，台灣經濟起飛，龍潭各項建設急需各類技術人員，這些「後至移民」常群聚而居，獨樹一幟形成地方特色。聚落內的商品由現代化連鎖商店販售，若需購買傳統商品需到傳統市場。

根據《龍潭鄉志》記載龍潭地區的族群分佈以客家人為多，不過佔有率由原先的 9 成，下降至 6 成左右，但仍居全鄉之冠，其次是閩南、外省、原住民，此外，龍潭有一群身分特殊的新住民，他們不是跟隨國民政府來臺的外省客，而是直接由印尼移民臺灣的華人，在語言溝通方面能與龍潭客家人相通。1950 年代，政府輔導一群由印尼來臺的粵籍華人，移往龍潭落地生根，主要聚居在九龍村和上華村。



2. 從傳統市街到現代商圈的轉變

(1) 市街的歷史

從歷史來看，龍潭的市街的空間如何形成?龍潭的開發前後約兩百多年，最早開發的地區，是臨近大漢溪邊約三坑一帶，漢民移居一直到乾隆九年(1744)，此時也建立永福宮。乾隆十三年時，霄裡通事知母六招佃開墾菱潭陂附近土地，這是龍潭開發史上第一次有計畫的開墾。乾隆 37 年及 47 年黃慶興兩度大規模展開墾，吸引了各地農民，嘉慶年間墾民合力利用大潭之水，興建完成龍潭圳，潭水流經烏樹林、黃泥塘、八張犁一帶，奠定了龍潭農業開墾的基礎。龍潭一帶早期閩粵雜處，後因地貧民窮，閩人大多他遷，只有少數同化為客家人，使得龍潭成為粵籍客家人聚居之地。桃園大圳完工後，大漢溪逐漸淤淺，加上公路交通的發達，三坑仔由盛轉衰，行市交易移至今龍潭街上之龍元路。役場、派出所、學校的紛紛設置，街道的改正拓寬，造就了龍潭為行政中心的雛型。

龍潭市區內的舊街則當屬龍元老街(今龍元路) 位於龍元路底的龍元宮是本地居民的信仰中心，俗稱大廟，所主祀的五穀爺也就是神農大帝。因早期客家人多以務農為主，清道光五年(1825)，有先民四人，感於宗教信仰，對離鄉背井到龍潭地墾荒的民眾有撫慰與寄託的作用，於是發起募捐，選址興建「龍元宮」。每年五穀神農大帝聖誕，由龍元宮轄內9大庄，傳統上由各庄頭輪值酬神，祈求四境平安、豐收。現今，務農變少了，輪值大拜拜形式仍在，然而昔日的信仰意義已轉化。廟前的龍元老街，原有許多百年老店仍佇立於此，只是民國70年(1981)龍潭實施都市計畫，道路拓寬為11米，造成街屋傳統的山牆、通廊建築陸續拆除，無一幸免，原本唯一可見部份原貌遺跡的僅存「魏陵源」商行也在近年整建，傳統的立面已不復見。現今舊市區仍保留的文化資產，包括：龍元宮、龍元路、日治時期歷史建築物武德殿及宿舍群、上下街圳頭伯公廟等。



(2)傳統產業與新型業種構成的混合型商圈

龍潭老街區最早熱鬧的區帶為東龍路及龍元路構成的 T 型範圍。後來逐漸由北龍路、南龍路所圍塑成街區，目前延伸到大昌路、中正路一帶。商圈內有 400 間店家，除了傳統的客家特色小吃、商店外，日用雜貨如五金行或布莊也非常可觀。沿龍興路、龍華街到龍潭區公所間，有最大的傳統市場（第二市場）。

龍元路百年老街:龍元路是日據時期，進行市街改正最早形成的市街，歷史約有八十年，至今仍保有客家傳統商業型態的老街，商家多是自行開店，有特色的老店家眾多，包括：五金行（永隆五金、三隆五金）、布莊（羅振利布行）、泉源旅行社、橋頭麵店、牛肉雄、龍情花生糖、西服訂做等。

龍元路可分為上街及下街，中間即以第一美食街加以分隔，上街靠近龍元橋，下街靠近龍元宮。第一美食街早年為龍潭的第一市場，後因火燒改建為商場，但因為街道太短，加上商業活動轉向第二市場，故商街目前處於閒置狀態。

龍元橋位於龍元路、神龍路與聖蹟路的交會處，跨龍潭大池之上，是進入龍潭老街區最主要的入口與門面，也是日本時代輕便鐵道匯集點。根據訪談，早期的輕便利路線，往北經北龍路可到中壢、往南經中豐路上林段可到關西、往東南經神龍路可到石門地區，因此，龍元橋可說是進入龍潭街區的第一個門戶。

(3)內需型商圈面臨新舊文化銜接，商業空間與生活空間的分離:

龍元宮商圈是一個內需型的商圈。在地傳統產業有五金行、藥行、香鋪等，數十年如一日，新一代傳承的店鋪在客家傳統倫理氛圍下難以施展，只能在穩定中逐步追求創新。服飾業一半為青少年流行服飾連鎖店，另一半為區分老中少進口精品服飾，特色為大眾流行商品，滿足各年齡層之需求，但往往店租過高，店家汰換率高。業種最多的餐飲店多為小吃飲食店，受限於空間格局小，多數店家清洗與製餐區並置，衛生性不足，為餐飲產業發展之限制。

從龍元宮商圈資源分析表來看(附件)，雖然新興商業行為日益蓬勃，現代資本的快



速流動，受市場機制影響下形成新的事業維持不久，舊的產業逐漸被淘汰。傳統產業式微，店面租給外來商業體，昔日的共生關係變成租賃關係，造成生活與生產空間的斷裂。產業結構上的變動使年輕人不願意繼承家業，多在北部就業，日出離開、日落返家。家變成旅館。目前的住商型態，一樓承租，二樓起居，當地居民笑稱變成日租旅館。因此，商圈世代間存在著價值差異是龍元宮商圈始終無法脫胎換骨，重獲新生的主因。總得來說，百年店家的停滯與凋零為隱憂；新一代創業青年返鄉的熱誠始終無法落地；二代店家代表的是商圈承先啟後的經驗傳承，然而在傳統倫理的束縛下難以施展。讓龍元宮商圈發展無法真正動起來。

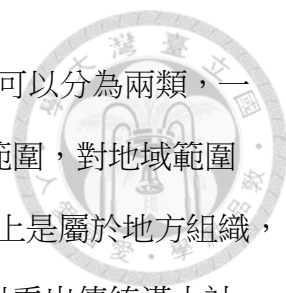
地方政府如何回應街區的狀況？龍潭近年來發展雖迅速，但舊街區長期以來發展定位搖擺不定，地方政府、民意代表及民間常因地方派系的訴求不同而造成衝突。事實上，來龍潭觀光的人數日益增加，但卻無法帶動街區生意，原因為鄰近街區的龍潭大池在轉換成休閒觀光功能之後，雖然吸引了遊客前往佇留，但來訪的旅客只停留在大池而走不進舊市區，無法真正接觸地方的生活空間，再加上新設的道路又切斷了街區的傳統紋理。整體來說，外部能量無法與舊街區的好的資源進行交換，無形中造成生活、文化、經濟上的斷裂。

比起鄰近富盛名的大溪老街，龍潭的老街就顯沒有特色，被人忽略。在全球資本及國家政策引導下，路過型的鄉鎮的困境讓客家文化地景特色遲遲無法被彰顯。長期以來龍潭在地人也不知道自己的在地特色可以如何透過空間規劃與文化再現的方式讓外地人了解欣賞。

民間社會看見了市街發展問題，展開積極的作為，其中一股力量來自龍元宮，企圖用祭祀的治理方式重建市街。

(4)大廟祭祀儀式的轉化


在台灣，關於祭祀圈的研究比信仰圈較多。祭祀圈的概念，一般認為是源自於日本學者岡田謙，他將祭祀圈視為研究社會組織的方法，用以分析宗教與地方社



會組織間的關係。(陳逸君, 2008)在祭祀圈的相關研究中,大抵可以分為兩類,一是關於祭祀圈形成的討論,另一個則是祭祀圈作為一個地域的範圍,對地域範圍空間內部相關的組織研究和討論。林美容(1986)認為祭祀圈本質上是屬於地方組織,漢人透過神明信仰來集結和組織人群。不同層次的祭祀圈,可以看出傳統漢人社會以聚落為最小的運作單位來作為融合和互動。邱秀英(2006)討論民俗信仰的祭祀範圍變動及其意義,嘗試定義『祭祀範圍』一詞,主要針對模糊不定的祭祀空間型態,隨時都可以因為環境的因素而產生變動,更無實質的約束力存在,屬於一種動態性的範圍。我們都知道,市街與附近村庄,一直存在著相互依存的密切關係,因此市街上的龍元宮神農大帝的信仰範圍,很容易透過宗教擴散到鄰近村落而自然形成一個地域組織。龍潭大池所衍生的龍潭圳,促成龍潭農業的發展,也間接形成龍元宮五穀爺的祭祀圈:龍潭圳以龍潭大池為分界,分成東圳及西圳,東圳就是上圳,即今天的泉水坑溪,灌溉老街溪的東岸農田,西圳則是下圳,出口在大池的旅遊服務中心,灌溉老街溪西岸農田,上下兩圳都有圳頭伯公,就是東龍路的伯公廟(上廟)及龍元橋頭福德祠(下廟),這些灌溉過的地方,也就成了今天龍元宮五穀爺祭祀圈的範圍。從農耕到現代工商化的地方社會,祭祀的行為及意義必然有所轉變,龍元宮的祭祀圈在動態過程中如何維繫?

- **繞境帶動組織再發展,祭祀轉變成社區展演,形成權力轉換**

舊街區從南北雜貨交易中心已轉型為一般內需型商圈,再加上晚期新建的龍潭大池「南天宮」因大池觀光化,香火鼎盛,龍元宮管委會擔憂大廟在龍潭會逐漸失去領導位置,因此99年成立「五穀爺文化協會」,任務是透過節慶文化活動的動員,重拾信仰中心的地位。99年起爭取客委會的資源擴大舉辦五穀爺誕辰(踩街、年輕歌手熱歌勁舞、文創市集、園遊會),果然吸引大批遊客,同年成立商圈協會,一文一武的帶動龍元宮商圈商機,也成為政治人物宣示、展演的舞台。五穀爺協會目的很清楚,藉由文化活動重建廟與地方網絡關係,尤其彰顯踩街的意義及效



果。103年結合桃園燈會在龍潭，喊出：「北天燈、南蜂炮、龍潭迎財神」。神農=「五穀」的信仰形象被文化策略重新詮釋，昔日繞境的儀式沒有被取代，反而透過節慶式的踩街活動增加更多「信徒」，不同社團(青商會、社區發展協會、雲南宗親會、店家代表…)在廟埕中展演，建構一個包容異質性的文化景觀。五穀協會透過文化治理累積社會資本。

- **權力地景再結構-街區龍元宮廟埕空間轉型**

龍元宮廟埕廣場除作寺廟祭祀空間外，也是老街唯一大型的公共空間，每年由龍元宮主辦的宗教與客家文化眾多，但因廟埕空間過小、鐵皮遮雨棚阻礙門面，且多年未進行更新，因此廟埕景觀老舊。另外，廟埕環周攤販缺乏管理、停車問題嚴重，廟埕空間十分雜亂，反而影響東龍路商圈的發展，也無法滿足多樣的文化活動需求，因此，在管委會及地方人士的動員下，決定向客委會爭取廟埕改造經費，調整廟埕空間機能、擴大廟埕廣場，更新廟埕景觀。

規劃成果有二個重點，一、為擴大廟埕廣場的使用面積，提升整體利用品質。透過交通管制平日也盡可能淨空廣場，讓廟埕廣場維持其完整的宗教空間氛圍。二、為拆除廟埕鐵皮雨遮，天公爐上方局部以木頭玻璃及鋼骨構造，提供遮雨需求，讓寺廟的正立面可以完整的呈現出來，更強化廟宇在街區重要軸線的視覺。

3.小結:大廟的地方治理

在街區菁英人士的藍圖中，透過改善龍元宮廟埕廣場景觀與機能，使龍元宮成為舊市街重要的地標與節點，不但提高街區公共空間的品質，也是廟宇文化轉型的重要機會，使廟埕廣場也可成為客家宗教與文化傳承的啟動器，將文化與宗教融入生活中。從客委會的角度，當時挹注在客庄的資源目的在於建立客家人文特色的生活小鎮，重構客家庄的城鎮意象。

該計畫首次以駐地工作方式進行龍元宮歷史街區參與式規劃設計。以「駐地」拉近「在地」關係，藉駐地窗口促進與地方居民交流的機會。計畫之推動，主要

利用龍元宮寺廟空間，成立駐地工作站，並結合「龍元宮管理委員會」與在地「桃園縣五穀爺文化發展協會」，共同推動廟埕空間及街區景觀改造工作。



五穀廟內（管理委員會）、（客家文化推展協會）、商圈協會的互助，地方菁英藉繞境意圖穩固舊城區在龍潭的地位及象徵意義。事實上，繞境的動員，揭示地方（農村）與菁英（龍元宮）在培力過程的權力關係。站在廟方的立場意圖以地方動員重建庄頭與祭祀圈的信仰關係，強化龍元宮的核心位置，嘉年華式的活動帶動觀光人潮，也讓商圈得利。從社區的角度，近十年的桃園社區營造帶動了社區意識及社區文化產業，社區需要透過展演得到地方認同，以信仰出發的繞境是一個機會，甚至不在傳統祭祀圈的社區及社團（新住民、雲南）也因此被擾動進來。經過多年的舉辦，可見廟宇組織再造、客家文化復興、社區培力的積累過程，事實上，繞境並未強化龍元宮的中心性，反而形成一個跨文化的平台。五穀爺文化的社會行動揭示了儀式再結構中的儀式創新與商圈再造。



3.2 公民農業與鄉村資本化

3.2.1 茶鄉的地方社會與產業結構

1. 茶產業的轉型


新型態的茶產業結構主要有三項發展，一為 1984 年起，傳統茶產業邁向精緻農業的觀光休閒茶業之發展。二為龍潭農會推行極風茶的製作，使龍潭開始走向精緻茶業。2009 年政府提出精緻農業卓越方案以及縣政府桃紅茶的催生。三為 1995 年龍潭開始試作有機茶，在農林廳及茶改良場的輔導下，出現有機茶業。上述過程中，社會行動者仍面臨地方社會的轉型、空間再結構、新自由主義的經濟市場等議題，與境內外的群體持續在交互運作之中。(王美晴，2016)

換言之，龍潭的茶鄉社會中，透過多方的社會行動者在內外部的作用之下，使得傳統產業轉型再造，進而改變原來的茶產業結構。而這些社會作用者雖然被既有的茶產業結構中的制度或規則所制約，但仍可在既有結構中(產製銷分立時期)，透過政府政策的調整(還茶與農-產製銷合一)，再創造另一個或多個新型態的茶產業結構，彼此相互修正產業結構。

2. 保守的茶鄉地方社會

<戰後臺灣北部客家茶產業經營性格>透過北部茶產業案例中，檢視客家族群經濟中「保守」特質，並不是一個予生俱來的特質，反而是一個歷史性結果，這群客籍製茶業者是在一個有限資源與環境所展現出來的經濟行為特質，其經營保守性格也反應其社會位置的邊陲性。引述內文:即使能自行出口，仍會維持邊製邊賣的方式；轉到內銷市場時，這些客籍業者仍是在資源不足與邊陲的社會位置的脈絡下，而難以有其他突破性的作為與發展，例如多數不會選擇自創品牌（現今仍以代工形式居多，過去外銷時為其他國家代工；內銷時為國內飲料商代工）、消費型態為主的賣茶方式（例如不會選擇改作飲料商，或是以茶店方式自行賣茶）。

龍潭相對北埔來說，在茶的產業發展較為保守。而保守的個性也影響到知識



及技術流動。引用北埔和龍潭的茶行動者網絡分析，指出網絡...互動關係。經由本研究訪談得知，北埔技術早已超越龍潭，一年四季都產極風茶，然而龍潭的技術卻仍停留在過去。難道是交流過程中北埔業者藏私？我問北埔做茶的，你們是不是留一手，它們回我說，老早就交流了，是你們說現在這樣也沒什麼不好，怕麻煩不願意改。(受訪者 A1，2016/10)

事實上，技術是公開的、可以流動的，只是龍潭業者承載著在國家政策下的依賴關係，再加上地方派系的把持，多數茶農對現狀雖有抱怨但也沒有想抵抗，不願意全盤接受創新的技術，依循熟悉的模式，以販賣茶菁為主。上述，形成精緻小茶廠的優勢與困境。而這樣的保守的產業鏈使得地方品牌的主體性式微，外界對龍潭茶鄉的想像一直停留在十年前，也影響了茶產業的加工及後端的服務產業。

3.離農不離鄉

徐欣芳(2006)茶產業方面銜接的問題上，因製茶過程的耗時費工，使得年輕人不願從事製茶的工作，老茶農們認為收成的效益不如高科技產業的薪資，所以沒有積極培育接班人。龍潭地區不像其他鄉鎮的茶園，龍潭鄉多數茶園轉成工業開發，且因所處區位較靠近都市，所以年輕人沒有形成離鄉狀況，但是卻有離農現象，青年人並沒有移往他處工作，所以已沒有產生人口極化的現象。

依據該研究分析，目前龍潭轉型的型態可分為多種樣式：一、茶農堅持做包種茶，與願意轉型製作精緻茶的極風茶與紅茶的茶農。二、既有的以慣行農法與自然農法的茶農，與決定轉型為有機農法的茶農。三、傳統茶葉與決定開放給民眾觀光的休閒茶業。四、大北坑休閒農業區，受到政府補助，轉型以茶業為基點的休閒農村，該區可能有茶農棄耕為他業。五、茶農的多重身分，無論在公職、農會幹部、社區、地方商家等，都以不同方式鏈結茶業。

接下來要敘事的兩個田野，基本上都在同樣的結構過程中轉變，但卻形成了不



同的茶鄉治理模式，在什麼脈絡下生成？社區的轉變為何？又形成了什麼樣的發展論述呢？

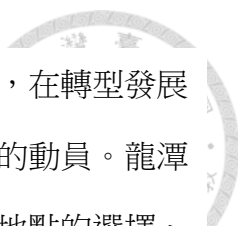
3.2.2 仕紳階級建構的茶鄉治理模式-大北坑

不同領導者對茶園的再利用、產銷的經營、政策實施分歧而形成兩種截然不同的茶鄉治理模式。龍潭的仕紳階級，較靠近政府機關單位或身為農會或地方菁英，因為與政府關較為熟識，當有資源時也較容易取得，而形成小網絡的形成，影響茶資源的分配，例如茶節辦理地點的選擇，或是茶改廠專案輔導的對象。形成兩種農民的态度時，會有中間仕紳階級的出現，造成資源不容易達到合理的分配，形成兩種農民的态度：1.部份農民消極的不參與政府的活動；2.積極的尋找轉作的機會，例如轉作綠竹筍或是其他的主題餐廳。(徐欣芳，2006)

1.從茶園到富麗農村

首先以龍潭三水地區為例，三水村因區內有南坑溪、大北坑溪、霄裡溪三條溪流匯流而得名。位於龍潭最西邊原名三洽水。台灣光復後在地方仕紳建議下改地名劃分三和、三水村。三水村。背景來到一九七〇年代，桃竹苗地區是台灣主要的外銷茶產區，三水村當時盛產阿薩姆紅茶。八〇年代開始，由於大量農民轉種茶葉，產量過剩導致價格暴跌，茶農為增加收入，轉種「龍泉包種茶」。好景不常，隨著中南部高山茶的興起，九〇年代後期的北部茶葉市場受到嚴重波及，許多茶農只能消極的選擇休耕。二〇〇〇年起，東方美人茶的出現讓茶園重現生機。而三水村大北坑生活圈扮演極為重要的角色。

大北坑早期屬「崩塌受災區」，每逢大雨、颱風必釀成極大災害；一九七六年起，水保局開始協助社區以生態工法整治山坡地，一九九七年，「三水水土保持戶外教室」正式落成，二十多年在政府的資源挹注及當社區動員下，該地區還完成了農塘整治、野溪治理、環境綠美化以及休閒農業必備的硬體建設，成為國家規




劃藍圖中的富麗農村示範村。政府投入的地方資源由地方仕紳接合，在轉型發展中也形成不同組織在茶鄉治理上的競逐，而形成結社。首先是茶節的動員。龍潭早期茶節舉辦主要由農會主導，農會利用鄉內網絡資源，進行茶節地點的選擇、活動人員的動員、資源經費的獲得。通常茶改廠專案輔導的對象容易受到農會青睞。第二屆槿風茶活動內容，開幕式選定在大北坑，有兩層作用，一、(大北坑)為農再示範地，在茶鄉轉型上對外推廣上為營造優質的好茶結合休閒生活的論述。二、大北坑是水保局的補助，理論上各項措施可以結合地方產業，對於未來資源爭取為利多。因為資源而形成大北坑獨立的發展模式，並不需要完全進入傳統茶產業網絡中，相對來說，有些茶農因資源獲取不易和政府對於農地的條例限制，而轉向發展其他作物，也在某種活動形式中逐漸被排除。檯面上不同派系對於茶鄉轉型認知不一，進而自成山頭。目前三水地區有兩個自治體，一個是大北坑農業區協會，主要以觀光休閒導向的發展策略；另一個是以里辦公室為主體結合社區發展協會，以照顧社區生活主，策略上為農村客家庄的生活營造。

2. 宗族經營及區域經濟發展導向:

大北坑以江姓家族為發展。興建於民國前九年的江家古厝，已有百餘年的歷史，由中國渡台江家第二十四代祖先江遠傳所興建。日治時代就是間製茶工廠，茶友都直接到江家來買茶，當時方三水地區並沒有餐廳，因為好客，江媽就料理家常菜請茶友吃飯，受好評後先規畫茶廠一角作為餐廳。³⁰如今，餐廳規模已從一小角變成兩層樓，當年的茶廠成了用餐空間，並由江家第二十八代第三房兄弟經營，提供傳統與創意的客家菜。其中一位江姓弟子 C1 在九〇年代末期，眼看家園荒蕪，年輕人紛紛出外找生路，便自告奮勇，帶領大北坑居民轉型求生，後來成為大北坑休閒農業區的理事長。首先，以大北坑農村發展協會的主體和農會合作，鼓勵茶農轉種有「東方美人茶」之譽的白毫烏龍茶。「那麼高的價格要賣給誰？」(受訪者 A1, 2016/10)

³⁰ 今周刊 836 期，茶區微旅行 慢慢悠哉行



許多農民面對美人茶近乎十倍價格感到懷疑。經過 C1 和居民多次開會討論，帶頭種植，社區居民逐漸接受新觀念、復耕茶農也越來越多。後來江理事長又透過地方公部門單位向農委會水土保持局爭取山坡地造林，整合休廢耕地、栽種樹種，與茶園構成生態的景色，開始有一批批參訪民眾與遊客前來一探究竟，甚至吸引外人前來置產蓋別墅。值得一提，大北坑的農民也投入生態復育，由羅姓農民主動提供一個閒置埤塘及周邊土地做為獨角仙復育區，復育有成，螢火蟲也回來。從原本的茶園廢耕導致「棲地」即將崩解之際，富麗農村的「造人」運動，帶動了地方菁英手的「棲地重建工程，重組社區組織與產業鏈，帶來觀光人潮及外部資源，擁有大北坑的地方發展話語權。這種由地方菁英在政治體系中同時主導的「社會交換」與「生態交換」，使小農與「社區組織(大北坑農業休閒社區發展協會)」構成一種特殊的維生關係。也就是，小農仰賴社區組織在地景空間與產業結構上的調節，使小農的商品有更高的產地附加價值，雖然銷售理念不盡然相同，但是在保守的地方社會，能夠有條件的服膺不見得要大鳴大放的反對。

3.伯公黃金蟬—文化中介者

東方美人茶需要小葉綠蟬幼蟲啃食嫩葉，在社區協會與居民的構思下將小葉綠蟬推為和土地公齊名的村莊守護者。每年四月八日，大北坑的居民會一同祈求伯公，希望有大量的小綠葉蟬來吸吮美人茶，做出好品質。

大北坑能出產的高品質美人茶，並多次在比賽中獲得頭等、特等獎，小綠葉蟬的啃食功不可沒。於是，由居民聯手打造、半個人高的石雕小綠葉蟬誕生了！取名「伯公黃金蟬」，特別感謝伯公的保佑和小綠葉蟬大力相挺，才能讓美人茶像黃金一樣珍貴。(生命力新聞，2015)透過社區協會的文化中介，讓「伯公黃金蟬」作為食物的品質建構與客家護鄉土的代言人。

值得一提，近年來，台灣和大陸在製茶技術上交流頻繁，福建三明、漳州漳浦、泉州安溪都從臺灣引種了高山美人茶，而台農的年輕世代在父執輩的引薦下

到漳州學習茶葉加工技術，江姓第四代在其中，同期還有鹿谷製茶世家。江姓第四代在漳州學知識也藉機會宣傳龍潭的伯公黃金蟬奇蹟，使小葉綠蟬也一躍成為這些茶產區的“吉祥物”，藉由跨世代的傳承，加上文化中介的力量推動技術與文化的上跨境互動，被詢問對於未來的發展方向？江姓第四代說：畢業後“毫無疑問”先留在大陸工作，“為臺灣家族茶業尋找商機”。³¹

4.小結：一個茶鄉兩種產銷體模式

希望茶農也可以變成茶商，提升茶農的經濟生活。

我常給他們(茶農)一個觀念，平常在茶園認真種茶，但要賣茶的時候，也要有能力穿起西裝來行銷。(受訪者 C1，2014/2) C1 在鄉村資本化過程中，以農村再生的載體推動社區營造並以觀光休閒發展向外鏈結，引導茶農的生產與銷售組織再發展，建構一個結合地域性的產銷經濟體。雖然地方因理念不同分成兩個自治體，以大北坑社區為首的山頭經營休閒事業，另一頭則由社區發展協會推動客家農村生活體驗，兩者相互配合，在文化、地緣與產業網絡上仍屬共生關係，呈現了鄉村後生產主義的多元型態，也浮現了一種特殊的民主經濟體。

從大北坑的經驗，我們看見國家政策建設的「生態」透過地方治理轉變為然而，萬事俱備時，觀光人潮卻退了，同樣面臨到茶賣不完的處境，茶農依舊處於被動與保守的觀望心態，我們不禁要問，結構上發生什麼問題？政府的資源來了，這次是規劃發展「休閒農業區」³²並結合客家事務局推動的「茶人風華再現—桃園浪漫茶香大道跨域整合計畫」，將打造大北坑休閒農業區成為「茶葉、茶藝」的故鄉。面對國家機器十年一波的轉型資源，大北坑的地方社會的信任關係與地方性該何去何從？

³¹ 海峽兩岸農業合作網，台茶農二但大陸求學的“奇幻漂流”

³² 市府發展休閒農業區，繼觀音區近六百公頃的「蓮花園休閒農業區」後，2017年繼續輔導大園區溪海、蘆竹區大古山、龍潭區大北坑及大溪區月眉共四處，總面積高達一千三百多公頃，四區各具觀光特色，溪海以花卉聞名，大古山是自然生態，大北坑具有客家茶園風味，月眉有綠色農業，藉由休閒農業區帶動地方觀光。(自由時報，2017-03-12)



3.2.3 重建生態與文化棲地的治理模式-高原社區的個案分析

1.高原社區發展歷程

高原村位於龍潭最南郊邊陲地區，屬於龍潭台地上所謂的銅鑼圈面，地處桃園縣龍潭南緣，分別與新竹縣關西、新埔交界。高原里舊稱「銅鑼圈」是屬於一個地廣人稀鄉村型的客家庄。因遍布貧瘠的紅土，有機質含量低，酸性較強，土壤貧瘠，不適用於水稻的栽種，再加上全年氣候溫和濕潤，所以清同治年間已經開始種茶了，故早期以茶為生產大宗，而銅鑼圈成為龍潭茶園最集中的區域。本身有很好種茶樹的條件，龍泉包種茶和東方美人茶是比勝常勝軍。除了茶葉之外，茶樹的茶籽榨油也是一個產業。

銅鑼圈位於桃園台地最南端也最高的台地，海拔高度約300公尺，沒有河川流經，亦無天然湖泊可蓄水，在尚未鋪設自來水設施前，本區每戶人家皆需以人力挑水儲存，如遇降雨充足時，大半皆在自家附近埤塘或公井挑水，因此當時流傳「有女不嫁銅鑼圈，喝水一擔要半天」，至今，老一輩的居民仍緬懷過去與埤塘共生的生活場景。然而，近十多年來因交通建設需求及土地變建而導致埤塘急速減少，至今在高原社區仍然保存幾處。

從50年代開始的工業區擴張，導致茶園遭變賣或變建，造成農村勞動人口外流、社區人口老化及茶經濟的萎靡。同樣面臨消失的產業有製磚的窯業。紅土是製磚最好的原料，因為擁有製磚（紅土）原料，在70年代經濟起飛，建築業蓬勃興起之際，銅鑼圈窯場如雨後春筍般成立，一下子湧進十幾家製磚廠大量挖掘收購當地紅土製磚，來客的湧入為社區帶來了商業活動。但也隨著建築業蕭條，磚窯場逐漸式微，遺留下很多紅土挖走形成的人工埤塘景觀。

隨著小人國、六福村等觀光遊樂區的進駐，以及科技園區設廠，年輕人口逐漸回籠，然而，產業凋零及環境污染的發展劣勢，讓社區除了抗爭之外，也開始思考如何結合政府資源，發揮自身的資源及優勢。農村再生培根計畫及青年返鄉推動有機農業是一個轉變，建構以日常務農為核心形成的社區照護體系。同時，社區順應時勢與在地企業體、外來規劃團隊合作，展開土地復耕(南瓜、有機蔬食)

及社區經濟(艾草)，同步帶動埤塘再生。以復耕的行動建構有機村的藍圖，讓勞動重新回到自然生態的價值體系。



2.銅鑼圈上的作茶人家

人類在土地上耕種作物加以食用，是維繫生命最根本的活動。人有進食才能存活，食物提供生命和動力。在傳統的農業社會中，農家的生活幾乎仰賴以土地為核心的生態環境，即透過和諧的人地關係，促使農民與土地緊密的結合在一起，成為互賴且共生共存的關係（Jenkins, 1998: 155-157；施添福 2001：159-165），因而發展出傳統的農村文化。支撐這種相互關係的食農文化，正是探討人、地關係的重要出發點。

(1) 「無耕茶頭，是無銅鑼圈」

以銅鑼圈的拓墾史來看，此地最初為泰雅族人居住之處，也是他們狩獵活動的場所，其後在清領時期開始有平埔族凱達格蘭霄裡社人於此地拓墾，進而接著有大批來自唐山的漢人進入高原地區墾荒，其中以客家人佔大多數，並開始在此定居。(補述) 銅鑼圈在現今的行政區域大致上是在1950年政府遷台之後所劃分，大部分劃為高原、高平兩村，小部分劃為三和、三水兩村。高原地區因自然環境的限制，土壤貧瘠又缺水源，所幸如此特殊的土壤與氣候因素反而有利於茶樹生長的环境，加上日治時期台灣開拓茶葉外銷有成，有大量的資金投入開闢茶園、經營茶葉外銷事業，茶業在鼎盛時期甚至取代樟腦成為台灣三大外銷農產品之一（其他兩項是米與糖）。在大環境的經濟情勢影響之下，亦可由「無耕茶頭，是無銅鑼圈」這句客語俗諺了解，茶產業對於高原村的發展來說是一個相當關鍵的因素。（徐郁雯，2014）

全盛時期，銅鑼圈共有 16 座製茶工廠、14 座茶葉組合工廠與 6 座一般製茶廠，可見其重要性與發展潛力。同時期，銅鑼圈地區亦設置茶樹栽培試驗場(現今的茶業改良場之前身)，實質推動相關茶產業之試驗與推廣。但後期因受到戰爭與政策



影響，當時的茶農、茶產業者紛紛轉為自產、自製和自銷，研發出許多在地特色茶與比賽茶，逐漸形成銅鑼圈地區的特色茶飲王國，並培育出許多知名茶廠，包括：協益製茶廠、高原製茶廠和新福隆製茶廠。

(2)品質轉向

1980年（民國70年）因台茶外銷重挫，北部丘陵茶園面積縮減，外銷為主的茶區衰落使得台茶重心轉移到中南部，以生產高山茶為主。此時龍潭土地正值工業化，大量茶園廢耕，但仍有少部分茶農保留土地。面對當時政策上只能現作在地農作，而不能轉作他用的限制，茶農有三個選擇。一、荒廢，二、繼續耕作，三、轉作其他作物。後來在政府休閒農業轉向的輔導下，經營觀光茶園或是休閒餐廳。願意繼續耕作的茶農則引進新茶種耕作，即包種茶和槿風茶。槿風茶印入使茶產業走向有機，使茶園有新的方向管理。

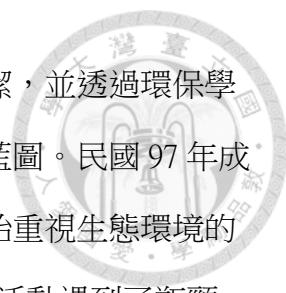
東方美人茶（槿風茶），大家會立刻想到新竹北埔、峨眉，卻不知，其實相鄰的桃園縣才是台灣種植面積最廣的地區，約有六百多公頃；其中又以龍潭為主。事實上，連北埔一帶的茶菁，也大都來自龍潭。

槿風茶在栽種期間不能噴灑農藥，要讓小綠葉蟬咬茶葉，咬過後之茶葉會散發出特殊香味。為了要讓小綠葉蟬活下來繼續幫我們，很多茶農和我一樣開始種植有機茶。（受訪者：A3，2015/6）槿風茶的栽種可以看見茶農對於土地的關懷，為了維持小綠葉蟬的生長環境而改變了過去化學肥料、除草劑及農藥的耕作方式，讓茶園恢復有機生息。

3.有機村的演進與社會連結

(1)清淨家園

工業區進駐導致廢耕，農地變成荒煙漫草的閒置空間，社區街道環境也出現垃圾堆放，改善農村的生活環境品質是迫切的問題。在配合政府的環保社區政策下，社區成立環保志工隊，主要為清潔道路，維護社區整潔，境內的大型企業包




合小人國、渴望園區、友達光電等亦參與認養共同維護社區整潔，並透過環保學堂逐步喚起社區的環保意識。乾淨家園是當時唯一的環境營造藍圖。民國 97 年成立生態青少年志工隊，針對高原大小埤塘進行維護與管理，開始重視生態環境的議題，從居家的清潔美化拓展到社區的公共空間。恰好社區美化活動遇到了瓶頸，於是社區轉變了策略，將里內的閒置土地的一部份給社區種植有機蔬菜，鼓吹無毒的耕作。

(2)紅土與有機

紅土是最好的土也是最差的土，龍潭的紅土在農作上很有挑戰性(訪談:A7，2015/6)，龍潭的紅土沒有氮素肥份，但也因為沒有氮素肥份，所以土質非常乾淨，因此在農業生產需要下很多的功夫，例如:初期耕作的時候需要置入有機質，逐步改變土壤，使之變成適合耕作的土地。為了增加無毒的耕作面積，社區積極改善土壤，營造友善的耕作環境。在農村再生培根計畫的引導下，高原村開始興起了有機生態村的概念，在村長的大力奔走以及社區發展協會的支持下，號召村內部分園藝業、茶業加入無毒耕種的行列。根據徐郁雯(2014)引用有機農業全球資訊網，在 2004 年，桃園縣有機耕作面積約 65.35 公頃、耕作戶數約 61 戶，至民國 100 年時，桃園縣有機耕作面積約 190.09 公頃、耕作戶數約 127 戶，耕作面積在七年內成長三倍、加入有機耕作的戶數增加了一倍之多。另外，由民國 99 年高原社區申請農村再生計畫之計畫書可知，當時高原社區已有 4 家具有認證及履歷的有機農場、從事生產有機蔬菜的用地約 15 公頃，佔高原村面積的 2%，佔當時全桃園縣從事生產有機蔬菜用地的 10%。而能有如此大幅度的變化是仰賴由社區和農會支持的有機技術的網絡。

(3)學習網絡

高原村之傳統農村經濟型態，在早期以農為主的時期與農會有密切的合作與交流，農會能提供豐富的技術資訊，協助社區解決農事問題，一直以來也都是農



業方面技術指導與資訊互換的核心，且當各單位不論是社區發展協會、有機業者或村民面臨農業技術問題時，農會儼然是各單位首要商討的對象。(徐郁雯，2014)。後來，較具規模且高技術的有機農業進駐龍潭，感召到社區力求推動有機村的決心，於是在「共好」的氣氛中形成一個學習網絡，同業之中提供基本的有機耕種教學、技術交流並分享豐富的耕作經驗，這亦是高原社區能夠突破與轉變的關鍵因素。


4.互助的地方社會

(1)客庄「共好」

農村再生計畫因為培力的需要，常常會辦很多活動藉此動員社區。高原社區在規劃活動時的目標之一乃讓社區的人能參與其中，並從每一階段的行動中連結志同道合的夥伴，但實際上並非每一次活動都能觸動人心。初期的美化活動未喚起社區的環保意識，因此，里長決定從客家庄的傳統觀念「人-互助」的議題切入，希望能從農村的照顧體系著手，吸引社區共鳴。由於農村人際關係緊密，大家都希望左鄰右舍生活的好，在這種「共好」的基礎下推動社區關懷據點，包括：老人送餐、課後兒少陪伴。志工隊長 C4 說：我們這一個據點，做得很落實喔，不是專為某些人在做，為整個社區來設想。你知道我們從老年人、中年人、還有再小朋友，老中青各個年齡層次的人員哦..都有，活動都會照顧到每一個層面的人，那大家就會凝聚在一起，就會有認同啊。有了認同才有機會吸引到志同道合的夥伴，甚至是培養出專門的人才。社區協會幹部吳貴盛認為這就是一個生態：我認為社造是一個生態的概念，過程中不管有償無償想留下來的人就會繼續的留下來，相對我們就會發展出自己的一股力量。有了默契後，我們要找人做事情，就知道該找誰是比較好叫的（受訪者 A2，2016/10）

(2)志工「體系」

活動也感召了其他類似有興趣的同好或是團體，形成人的擾動與社會的連結，建構中高原社區的「體系」。長期關注高原社區營造的徐專員說：黃里長成立了各種



不同的班隊，然後讓它獨立起來去運作，那這樣獨立運作就是分工的概念，每個人就是以社區為中心，然後在這邊運作，然後每一個體系裡面都有一條線在拉著，都有互相關聯。(受訪者 B4，2016/10)事實上，里長的角色需要處理資源的分配及權力的運作，里長認為社區經營要如同一個大家庭一樣，如兄弟姊妹一般去處理「家的事情」，所以沒有由上而下的關係。再者就是權力下放，即是「賦權」，讓個體有機會去磨練、成長，在照顧人或環境的行動過程中得到成就感，累積對體系的認同。

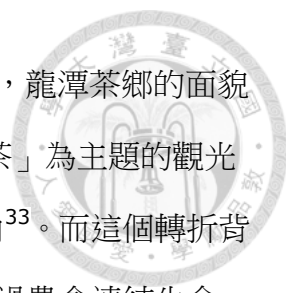
除此之外，高原社區與公部門、私部門與非營利組織。公部門龍潭區公所提供行政協助，客事局主責文化傳承與推廣，農改場推動農耕技術的分享與改良等；私部門如高原社區當地的有機業者，組成相當綿密的農耕技術諮詢網絡，對於高原社區有機產業的推廣相當有助益。擴展社區的社會網絡互動平台，

(2)企業協力照顧「棲地」

社區有意識的選擇理念相仿的企業體，在共同照顧「棲地」的認知上，建立互惠關係。主要有三個合作面向，一參與社區活動，例如：合辦理鄰舍節、北區走動式觀摩等大型活動並主動認養周遭臨近道路等。二、協助社區照顧弱勢，例如：每天中午提供便當給社區弱勢老人，並定期捐贈物資給低社區收入戶，贊助社區志工聯誼活動。三、支持社區有機村行動，例如：釋放空間讓社區推動埤塘生態教育及從事無毒農耕，上述作為也是「生態民主」的價值展現。企業體原本不在地方的生態體系上，在大面積的購買農地，造廠及開發高級住宅區，確實造成地力損壞。但因為企業的員工居住在此，為了維繫良好的生活品質與鄰里關係，企業體願意投入社區的有機造村行動，提供資源，控制企業對地力的剝削，成了高原社區「內需」系統的一環節，從這個角度來看，這也是一個讓農村更開放，使不同組織「信任」誕生的社會重建過程。

6.銅鑼圈上的食農文化

「龍潭的茶葉只是擁有最大的原料供應市場，品牌卻永遠屈居老二。」龍潭



公所 B4 說，因為高科技工廠進駐，茶園廢耕，年輕人不斷流失，龍潭茶鄉的面貌日益模糊，近年來，龍潭的茶業身影清晰起來，以「東方美人茶」為主題的觀光休憩產業，帶動了人氣與消費力，讓龍潭的品牌也開始嶄露頭角³³。而這個轉折背後有幾位繼承茶園的第二代青年，因為不捨祖傳的茶園荒廢，透過農食連結生命、物質與社會，讓龍潭茶鄉找回原有的核心價值。

(1)社區支持的農食餐廳

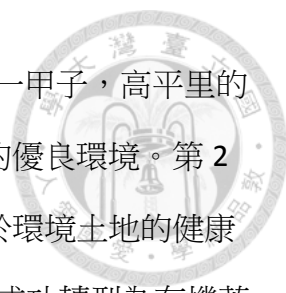
“ 客家子弟的田園農夫樂，茶園變成有機菜園，在地食材新鮮上桌”

「蔬活有機農場」是農家子弟 A2 童年回憶轉化成心田一粒種子，靜默多年後發芽茁壯，驅使他走回爺爺務農的老本行，在產銷順暢在無壓力下，愉快得享受田園農夫樂。從茶園變成有機菜園並與下店子的埤塘結合成生態園區，從一顆種子，到一盤盤甘甜的美味，有機菜園的新鮮蔬菜直送的「蔬活鮮食館」，實踐地產地銷。然而，有機農事與餐飲事業都非老本行，尤其是有機農業一開始推展並不順利，但有幸在社區支持的有機學習網絡中得到資源和技術，使廢耕茶園逐漸轉型成為有機菜園。這兩年來與高原社區共同推動深度的生態村體驗遊程，由蔬活有機農場負責生態教育的導覽，也在地產計畫的媒合下，推動「國際學者品嚐龍潭之旅」及市售「母親節田園之旅」。

現今，蔬活有機農場、蔬活鮮食館與社區協會形成一個協力的生產網絡，以農場為中心，負責管理有機蔬食的生產、加工成農食料理、農場體驗及社區廚房供應，而社區協會作為資源的窗口，共同行銷農產品也行銷社區，另外，由社區支持的網絡也連結了志工、農會、鄉公所及其他小農，增加了就業機會，對地方的經濟有所貢獻。

(2)轉型有機，只為愛鄉愛土

³³今周刊 817 期，老字號新接班，廢耕茶園因東方美人茶而貴



國展茗茶³⁴位於桃園龍潭高平里牛欄河畔，尹家在此種茶超過一甲子，高平里的土壤含有豐富的鐵質，加上當地氣候溫和多霧，形成茶樹生長的優良環境。第 2 代接班人尹國士從小就跟隨父母親參與茶園管理與製茶，感念於環境土地的健康是茶園永續經營的要素，15 年前逐漸轉型有機耕作，2010 年起成功轉型為有機茶園。

A3 並非一開始便承接家業，在返鄉種茶前，A3 是位年薪百萬的科技人，促使他放棄高薪的每次返鄉看著龍潭地區許多農民寧願領取政府的休耕、補助，也不繼續種茶，讓他體認到龍潭茶產業的落寞，因此，決定返鄉投入茶產業，如今『國展茗茶』茶園共 1.1 公頃，通過國產有機農產品驗證，桃園升格之際，在地產計畫輔導下，以全新的品牌形象獲得 2014 桃園升格創意商品獎。

- 深耕茶學文化

『國展茗茶』致力於推動茶學，結合在地社區與政府資源積極推廣茶產業及相關文化。走入校園與社區，推動青少年泡茶技藝競賽，鼓勵學生學茶奉茶孝親，從識茶，學茶，泡茶，奉茶，以茶學禮，讓龍潭除了生產茶葉，更能成為涵養茶文化的禮教茶鄉。此外，也開放有機茶園與製茶體驗，讓消費者了解有機茶園的生產路徑，幫助參與者認識茶與環境息息相關的道理，進而支持有機茶園的發展。

7.小結

A2 和 A3 自幼到中年，見證了茶鄉的衰退，都因愛鄉愛土的情懷而投身有機的事業，行動中體現農耕者本身的主體性外，也可以修補產業鏈中的棲地關係，我們看見一種生命與物質的交換關係。而這樣的行動力乃銅鑼圈上重要的社會資本，成為客家庄推動農村轉型的互助基礎，我們可以看見從生態棲地、農食文化與公共事務的營造，實踐一種民主、生態的產銷體系。

³⁴國展茗茶』已是在地家傳的茶農世家。「國展」名號的由來取自家族宗親的排字輩傳統，「國」一字即代表著「國家級的品質」，自我要求用心製作出高品質的好茶，「展」字意味對茶品的自信與期許，要放眼國際推展茶飲。



3.3 水利、觀光與食品建構的食物商品化路徑

1. 石門活魚版圖見證龍潭觀光事業發展

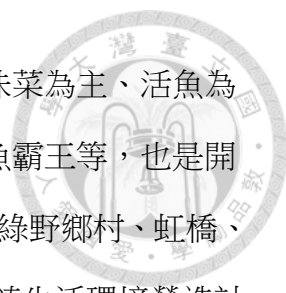
(1) 移民聚落與活魚現身

在石門水庫興建之前，桃園台地從未有因現代水利建設而聚集或遷移的聚落。石門水庫興建期間，共有七千多位工人在水庫周邊工作連續八年，大多數工人都是離鄉背井前來桃園工作。石門水庫的興建，創造了移民聚落石園，因為日常生活食材取得不意，到大溪、龍潭街上採購又有一段路程，於是漁民到水庫捕魚、垂釣，將漁獲就近沿著「林埤古道」到石園聚落佳安西路一帶販賣，無論是住家或店家取得活魚容易，因此這些新鮮的食材就成了烹飪料理的最佳原料。後來因應外食人口增加，不少人想要開小店面賺外快貼補生活家用，開始出現家庭式店面的小餐廳，並且以傳統方式料理鮮魚。換言之，最早石門活魚的功能為滿足家庭飲食，或是用來維繫親朋鄉鄰的情感，後來，水庫完工後石門活魚餐廳在發跡，在十一份佳安西路的上金蘭活魚餐廳是第一間，而石門活魚一間到百餘間的版圖都與水利觀光有密不可分的關係。

到了七十年代，因為石門水庫風景區設立，主題遊樂園帶動台灣第一波休閒風氣，大量的人潮湧進石門水庫，使石門活魚餐廳一位難求，全盛時期高達一百多家餐廳，可說是盛況空前。「活魚街」從過去的石管局佳安西路市場一帶，隨著中山科學研究院等軍事單位陸續設置後，逐漸外移到文化路上，再延伸到台三乙線中正路三坑段一帶，而文化路因聚集密度較高，也成為較為人所知的「活魚大街」，從「活魚三吃」到「活魚多吃」的創新發展，石門活魚餐廳業者不僅見證了台灣飲食文化的創新與多變，更重要的是鍊結了石門水庫的開發史與在地移民聚落的生活文化。

(2) 客家菜商品化與食品品質的轉化

石門活魚產業發展歷史已有四十多年，全盛時期約有一百多家，並且發展出兩



經營模式，一種是以活魚為主體料理的餐廳，一種是以特色風味菜為主、活魚為輔的餐廳。前者如：石園、南園、一蘭、石蘭、金園、心蘭、魚霸王等，也是開發活魚三吃、活魚多吃的主要餐廳。後者，則有王朝、老地方、綠野鄉村、虹橋、花園、第一家等，是以湘菜或川菜為主要的訴求。(南桃園六鄉鎮生活環境營造計畫)近年來，客家菜崛起，各地則出現許多以客家菜為訴求的店家，如三坑老街客家餐廳、佬鼓板客家餐館等。餐廳開始求新求變，以石園活魚餐廳為例，在地方產業的輔導下，嘗試以創新的養生活魚料理讓料理精緻化，並且結合地方的聚落小旅行。

桃園市政府自2003年起，為了復甦活魚街景氣，每年10、11月期間皆有舉辦「桃園石門活魚觀光節」是佳安社區極力推動的文化產業。遊客造訪。另外，社區也將石門活魚觀光節的活動，配合客庄深度旅遊導覽，推廣當地客家文化，以及當地觀光旅遊活動，邀請遊客品嚐不同手法烹調的活魚私房料理。另舉辦放養魚苗、人魚變裝大賽、魚樂嘉年華等活動。然而，政府舉辦的活魚季歷經幾年下來，已流於形式、缺乏創新，強打活魚為主的餐廳風格也受到外來觀光客多元口味的需求面臨很大的挑戰。

(3)休閒事業與地域延展策略-休閒農場帶動西式餐廳及農園庭園的興起

客家社區所具有的鄉鎮魅力。北台灣的桃、竹、苗，中台灣的中、彰、南投與雲林，南台灣的高屏，以及東台灣的三個縣都有美得讓人感動的客家村落，客家族群的地理分布，曾經是歷史的邊緣，如今卻在週休二日的新休閒情境中，成為熱門旅遊地區。(陳板，2005)

中科院、科技園區的設立也吸引了中產階級的客群，因應台灣鄉村休閒化及庭園化的趨勢，後來以田園風景為主打的西式餐飲進入，如藍月莊園、印象清水餐廳、老爸的後花園餐廳、農場庭園餐廳等，多為外來的經營者。在地則以江家為主的大江屋餐飲群聚在大北坑休閒農業區，以及鄰近的乳姑山夜景景觀業者。日愈趨多元化發展形成了龍潭餐飲業戰國時期也帶動了多元的經濟社群到龍潭定

居。



2. 食材來源受爭議，活魚業者的發展危機?

隨著旅遊市場的轉向及國人飲食口味的調整，缺乏競爭力的店家、未合法化經營的業者而逐漸被淘汰，留下來的老店也面臨著轉型的問題。首先是食材的供給如何因應?事實上，活魚早就抓得差不多，市面上的活魚多來自養殖，形成「養殖活魚地產地銷」。石門水庫附近有 4、5 家養殖業者，養殖多為烏鰡，養成至少兩年，因此活魚業者都有固定配合餐廳，平日生意清淡時，餐廳不會叫太多魚，寧可不夠了再隨時打電話叫養殖業者補貨。養殖戶離餐廳只有十分鐘，雙方很有默契，假日時，遊客比較多，養殖業者就知道可能要補貨了，平常一天大概到餐廳巡個兩、三次。假日以免養了没人要。³⁵業者標榜「石門活魚」，而不是「石門水庫活魚」，似乎也巧妙避開敏感的字眼。然而，活魚就真的不復存在了嗎?倒也不然，負責管理石門水庫的石管局策動了在水庫放樣魚苗的方法，預計可為桃園市漁業帶來一億元的產值，也可帶動石門水庫周遭的觀光產業。

“石門水庫放養 15 萬魚苗，估 3 年後可帶來 1 億商機”

桃園市長鄭文燦表示，水庫有「魚」，才證明水庫是「安全、乾淨」的！北水局強調，「這不是放生，而是放養魚苗」。桃園市政府為培養水庫生態，並推動石門水庫觀光事業，自___年起與經濟部水利署北區水資源局、門水庫東區碼頭及西區碼頭水域舉辦魚苗放養活動。放養魚苗為常見且適合水庫生長環境的魚種，認為這些魚種對水庫水質淨化有很大的幫助，在不使魚源枯竭且適度回饋水庫淹沒區居民的前提下，石門水庫目前限制捕撈方式及捕撈人數，允許水庫淹沒區居民經申請核可捕撈魚類。放養魚苗於一年後可長至 3 台斤大，兩年後可達到 6 至 10 台斤。³⁶

³⁵ <https://www.newsmarket.com.tw/blog/75442/>

³⁶ <http://www.taiwanhot.net/?p=393947>



3.活魚業者的轉型-以金蘭活魚為例

石園活魚餐廳創辦人陳惠慶先生，24 歲那年跟著大陸部隊從舟山群島撤退來台，民國 63 年 48 歲退役，原本經營早點、小吃生意的，因朋友的一句話，「既然靠近石門水庫，為什麼不做以魚為主的餐廳」，於龍潭佳安村創立石園活魚餐廳。石園從佳安老店的發跡，到三坑磊園總店、文化分店連鎖經營；「石園活魚」所創新研發的菜餚以及宴席模式，常常是同業競相仿造的對象；也因此「石園活魚」在當地的活魚產業扮演著領頭羊角色長達四十年，同時也是早期建設石門水庫以及後來中山科學研究院工作者生命中的主要飲食記憶。

(1)活魚的品質建構如同台灣飲食文化的縮影

陳惠慶曾在受訪中說，剛開始經營時有客人挑剔說，提供的活魚料理充其量只能算是家常菜色而已，但無法端上檯面。因為料理花樣太少，吃法僅僅紅燒、清蒸而已。決定讓活魚能登上大雅之堂用以吸引眾多的遊客，因此力求烹煮做法改變，從活魚三吃到 170 種料理吃法，開創活魚傳奇。石園活魚餐廳服務超過三十年的行政主廚廖振伍師傅，專精川菜料理，他認為活魚菜餚的類型有如台灣飲食文化變遷的縮影，從初期的眷村菜跨越中華八大菜系料理，到適合台灣人口味的異國料理，直至為滿足顧客需求，運用魚膘、魚鱗、魚骨等特殊部位烹調的菜餚。近年國人養生風潮興起，業者從善如流，食物品質轉向，使用在地食材製作養生料理。從上述石門活魚的品質轉向過程中，亦反映出台灣人從過去到現在對餐飲文化品味的需求與改變

(2)第二代的經營-與地方靠攏，調整老店發展方向

擁有老人醫學與醫院管理學學位的陳甄珍為分擔父親的餐廳經營重擔，多年前放棄美國高薪工作，投入餐飲管理經營，推動「創新」餐廳轉型：推行點餐 E 化、食品安全自主管理等機制。103 年經濟部商業司及桃園縣政府的輔導，「石園活魚」適時的借力使力來適度轉型；除了將大盤宴席菜轉化為精緻的套餐外，更透過故

事性行銷手法創造「菜」的有趣話題、建造科技的觸控領域讓消費者體驗線上點菜與聽菜的樂趣。為了讓活魚文化和鄉土更契合，建構一條產銷體系的學習路徑，包括：提供空間引進鄰近小農體驗，整合三坑老街及太平紅橋的現地資源，舉辦石園活魚小講堂，串連地方婦女。³⁷

另外，業者因應旅遊型態的改變也必須調整經營模式，例如：團體大桌菜的客戶已經由小家庭、三五好友餐聚的消費者取代，因此改變用餐環境及調整烹調方式並，且加入少油少鹽的輕食餐點。³⁸在全球地方化的現場，石園在現代飲食及旅遊觀念的支配下，調整食物品質與服務場域，重新論述「石園活魚」的在地意義。

4. 蠡游學海


石門國小位處臺灣首座多功能水庫的石門水庫旁，為百年老校，面臨少子女化減班的問題。為提升學校競爭力，校方從 104 年起開始以在地活魚產業與環境生態為利基，打造「蠡游學海」的美感新校園。主題教案有幾大重點：一、結合北區水資源局魚苗放養活動，讓孩子了解水庫放養魚苗的功能與意義。理解水庫生態之獨特性環境。二、實地觀察、操作方式體驗在地活魚產業。三、培育魚苗，培訓護魚高手，記錄鯉魚的成長過程，撰寫鯉魚的故事腳本，成為小小漁夫、導覽員。另外，整合學校及社區特色景點規劃特色遊學路徑，以親子共同參與模式從校內的石門國小生態池進而擴大學習場域至石門水庫南苑環境教育館、生態園區。

5. 反觀光化的公民行動-美國文創村事件

2015 年 10 月，桃園市政府提出的「石門水庫及大漢流域跨域亮點提案計畫」，經交通部觀旅局審查通過，擬以「打造運動觀光品牌」、「推動主題創意環境」、「優化自然生態旅遊」三項主軸，打造石門水庫生態特色、主題及深度旅遊。此

³⁷ 活動資訊來自桃園新聞網-老兵新創意活魚新生命-石園活魚二代接班人賦予活魚新奇蹟，2014.11.28

³⁸ 經濟部商業司以「臺灣餐飲老店故事行銷計畫」



計畫有五大策略，而當中一項「再造龍潭佳安十一份美國村」，計畫將經濟部北區水資源局（以下段落皆稱北水局）41 間舊員工宿舍改造成文創園區、小型 觀光 民宿使用，並計畫將佳安市場規劃為購物商場（桃園市政府新聞處，2015）。

此項區域亮點開發規劃案遂引發當地民眾嚴重的不滿聲浪，以及在地文史工作者、藝文團體的抗議反對，認為美國文創村的意象完全失去地方發展意義，再者觀光化會嚴重影響生活品質。民眾針對本議題自主性發起網路聯署，在雲端上串連抵制政策的推動，後來，在多數民眾的集體反對聲音下，才讓政府變相採取實施「文創一條街」計畫。然而在這次公民行動中看不到活魚業者的角色，浮現活魚業者在地方關係上已經逐漸弱化。

我們要問，為何石門活魚街的組織動不起來？初步探討，活魚產業無法動起來，有以下原因：

- 業者服務觀光客，基本上與社區沒有互動關係。
- 不是客家？也非”活魚”？食物品質無法鑲嵌在地。飲食經歷多次變遷後已失去原有地方性。
- 少數業者的土地產權未合法，政府部門在推動合法化的過程中難以整合地方勢力。



3.4.遷徙與跨文化的飲食交融

1.外省新移民的遷徙

眷村是台灣族群融合的縮影，而座落在龍潭的「干城五村」，住戶大多數多是來自雲南滇緬的少數民族，也是抗戰時期政府調派援助緬甸抵抗日軍南進的遠徵軍部隊，就是作家柏楊翻拍成電影「異域」的撤台部隊的眷屬，過去最高曾經有338戶。干城五村是民國51年由婦聯會籌建的眷村，其特色為一個小方格，就像豬舍外觀，當地還盛傳是要蓋「豬嬾寮」，也有人認為是當作販賣市集的「販仔屋」，這兩個稱呼也成為干城五村的代名詞。由於村子幾乎都是雲南後裔，因此集合了雲南滇緬各族的語言以及文化，走出村子外的生活是客家庄，40多年與當地文化的交織具有時代意義。在地和姓居民說，當時眷村的孩子都念附近的潛龍國小，長大後就念凌雲國中，但凌雲國中生多為客籍，與干城五村皆為雲南人相差大，「語言和省籍的隔閡，雙方常常起衝突。」³⁹

2.雲南、客家的食物交融

在飲食方面的交融形成獨具特色的客家庄眷村雲南美食。「2012桃園眷村文化節」於龍潭鄉凌雲村集會所展開，由龍潭凌雲社區發展協會規劃的「客眷干城」活動，以「當雲南遇上客家」為主軸，透過客家族群及雲南滇緬民族豐富的「米食」文化，對照出兩者之間的異同。引用當天報導：

打歌隊裡來自緬甸的李羅蓮阿姨說，雲南的文化十分有特色，是我們在地的驕傲，這一次是我們龍潭干城五村第一次辦眷村文化展覽，為了慶祝，特別請姐妹們一同製作母親家傳，耗時費工的「糯米粿粿」供來賓享用，跟客家的麻糬一樣，是我們雲南民族過年時一定要做的節慶米食，但跟客家麻糬不同的地方是，客家麻糬質地較細，是用外裹沾料的方式，而粿粿的米粒顆粒比較粗，舂好之後曬乾便於保存，要吃的時候放在火爐上烘烤，把雲南的芝麻-「蘇子」包在粿粿裡

³⁹滇緬孤軍的家…僅存米干店，聯合報，8/16 聯合報 桃園地方版 B2，賴佑維報導



面享用。兩個不同的族群透過的食物展演，共食、共作，促進眷村與客家之間彼此互動、在地食材與族群文化的相互交融，同時也讓年輕人理解客家庄的眷村文化。

3. 聚落拆除、食物記憶還在

因為眷村人口逐漸外流，住民越來越少，後來眷村改建，干城五村居民在於 93 年拆除，居民搬遷到中壢市的自立新村，其中沈良駿住戶帶著原鄉的味道開了滇緬特產的米干店。在「外省人協會」的網路平台⁴⁰上的一段受訪提到，開這間米干店的源頭來自第一代長輩在滇緬的金三角的雲南口味，轉來轉，去轉到龍潭干城五村，最後落腳到中壢的自立新村。店裡的客人幾乎都是外地人，在口味上不免配合多數人對米干的想像，但米干的製程維持手工自製，不添加任何物，因此時常有中南部的客戶不定期的訂購十幾斤。我們都知道，眷村的遷移及重建，在空間的轉換過程中造成人際關係的重建，而食物扮演著調和的作用，在生計與離散經驗之間取得一種巧妙的平衡。現今，干城五村的舊址周圍巷弄還有一些祖傳 40 多年由眷村媽媽開的米干小店，搬遷的住戶則在假日因為思念故鄉的人、事、物而群聚在小店，對他們來說，米干是一種維繫情感的媒介。在當地長大的七年級生，田禹廷有感村落抵不過時代的洪流，欲透過拼湊兒時在干城的記憶，因此架設「永不消失的龍潭干城五村」臉書粉絲團，號召網友提供老照片，希望大家能在裡面「話家常、找溫暖。」

食物同時具有鞏固群體成員身分及跟其他群體區別開來的功能，因此，食物可以區分族群的認同，也形塑出族群邊界。然而，族群又可透過食物交換，編織出超越族群界線，更寬廣的互動關係。「干城五村」在客家庄透過「米食」進行跨文化的交流，從桃園社造中心架構的「鄰舍節」儀式作為中介，雙方用「口味」回答我是誰，進而交換技術再結構食物品質，雙方得以進入他者的飲食文化，也深

⁴⁰ <http://ntmvc.moc.gov.tw/food2.htm>

刻的留下印記。縱然「干城五村」拆除，但食物品質早已鑲嵌到客家庄，藉由雲端社群的結盟，讓離散的口味再傳播，社群用揪團共食的行動鼓舞了舊址周圍的雲南小吃，讓昔日的族群標識轉化成跨地景的文化認同。





第四章 食物社會設計的社會工程:

4.1 社會設計的命題

我認為龍潭的食物社會設計工程可以橋接「食物地理」、「經濟社群的營造」及「跨文化」的領域，探討一個由「社區食聯網」連結的社會實踐。前面兩個章節的討論告訴我們，現代化的進程如何支配桃園一個後工業轉型的小鄉鎮，從「食物鑲嵌化過程」浮現了三個轉變的脈絡，第一個是權力地景的轉化，第二個是文化生態棲地的重建，第三個是民主式產銷體的實踐過程，這些「鑲嵌化過程」描述的方式，也是龍潭產業鏈、地方社會與社區行動存在的結構性困境與機會。

歷史經驗已經告訴我們，國家策略下的產業「輔導」並不成功，暴露了台灣在現代化過程中，缺乏地方經濟治理的能力，但我們又必須承認，處於第二、三線的城鎮，長期在國家資源挹注下早已馴化，尤其在龍潭較為封閉的地方社會，掌握資源的地方派系總是以懷柔政策處理地方欲改革的情緒，表層的建設讓龍潭處於一種「不落後也不現代，還可以接受的生活品質」，興起的草根力量(社區)，為了延續資源挹注，也不得向地方派系妥協，在農村再生與客家文化復興之間，尋求再發展的契機。而經濟社群在都市計畫與土地開發的失衡的縫隙間，落地經營，卻也在小鎮觀光大門大開與商品化過程中，定位搖擺不定。不管是社區還是經濟社群，依舊冀望國家力量帶來的轉變。我看見活力的社區力量背後深層的結構性困境。

這樣的理解提醒我們，龍潭產業的改變需要的不是搖著改革大旗，批判地方派系的社會運動，也不是倡議觀光建設的規劃術，龍潭需要的是一種既能夠安撫地方派系，又能夠在社區力量的支持下興起的一種另類的地域振興行動。因此，帶有進步而理想的台大城鄉所團隊從實務性的委託案，涉入龍潭。從較為草根、較為貼近社區的角度來檢視地方產業計畫，以食物社會設計工程為實作方法的策略，展開以下的命題。



第一階段、龍派地景連結地方認同

命題: 從生活市街到現代商圈的轉型的過程中, 商品化、觀光化與地方主體面臨經濟發展與認同上的挑戰。地方組織如何透過文化治理再結構權力地景, 專業者在內外生混合路徑發展下, 如何透過龍脈的論述與地方結盟, 進而展開行動。

第二階段、民主經濟體連結食物地景

命題: 政府力量介入鄉村的造成地景變遷與社會關係的轉變, 食物與人際關係逐漸分離、崩解, 尤其是經濟事業體在商品化、觀光導向的宰制下往往看不見自身與地方的關係。如何以創新的培力方式, 找回經濟社群的主體性與自主性, 重新連結食物地景與社會關係。

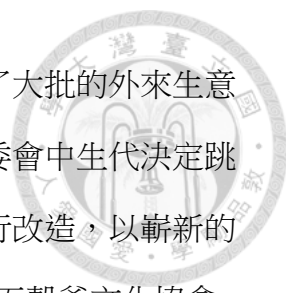
- 「小規模社區型實驗場域」
- 食物的公共領域營造過程」
- 「互為主體, 理解差異, 組織信任的機制建構」

第三階段、編織跨文化的社區行動網絡

命題: 生產者與消費者除了貨幣上的交易行為, 還能透過食物交換連結什麼關係? 生產者與社區構成的經濟社群如何跨越地理、產業、文化。

4.2 龍脈地景連結地方認同

民國92~100年龍潭市街與農村有了幾個重要的轉變。農村再生計畫及社區營造的路徑下發展蓬勃, 田野間的文化資產保護、生活環境改造, 乃至於開發社區產業工作, 雖然鄉村社會面臨高齡化、廢耕, 外在產業環境蕭條, 帶動一波中年人回鄉潮, 也加入了社造的行列, 我們還是可以感受到一股源自於農村的地方力量。龍潭市街雖然發展緩慢但在現代城鎮的規劃藍圖下, 全球地方的作用下轉化了商圈結構, 現代性的設施逐步改寫了地景。以龍元宮為首的地方派系長期以來



在市街的運作上一直扮演重要的中介角色，但現代化商圈湧入了大批的外來生意人，傳統的、由信仰制約的控制力逐步弱化，因此，龍元宮管委會中生代決定跳出來接管商圈轉型。首先，在象徵權力象徵的龍元宮的外在進行改造，以嶄新的現代雨遮及廟前廣場，揭示了新一代的權力地景。第二步，成立五穀爺文化協會，一方面以推動廟宇的文化事業，一方面凝聚青年及中生代店家的共識。更重要的是，商圈改造在現代商圈轉型的趨勢下，促使地方人士積極向中央客委會、地方政府與鄉公所爭取改善建設及輔導資源，而五穀爺文化協會的秘書長B2深按此理，深知必須要以商業為名成立一個組織，才能爭取關於商圈改造的相關資源。於是，拉攏了同世代的好友，也是地方仕紳的後代共同成立商圈組織協會。從策略上，有關商圈政治性、事務性基本上由文化協會擬定方針，取得地方派系同意後，由商圈協會負責地方動員。一文一武的方式希望讓市街再次動起來。當時商圈的改造計畫來自經濟部商業司，概念上受到日本造町的啟發，然而地方政府的想像是打造現代化的形象商圈。

長期以來公部門投入的龍潭資源建設不多，台大團隊在100年進入商圈之前，回顧了基礎資料發現有龍元宮廟埕調查與規劃、商圈評估計畫及客家環境營造計畫等三個面向。由傳統顧問公司完成的商圈評估分析著重在環境景觀、街區經營型態的處境但沒有呈現真實的生活文化與產業結構的議題。客家環境營造計畫則以生活博物館的理論基礎提出整合性的市街發展構想，基本上滿足了空間關係先於社會關係，自然較少提到經濟體的脈絡。相對於研究規劃的長遠藍圖，廟埕建設就顯得意圖明確，揭示以龍元宮為首的地方派系欲營造的權力地景塑造現代商圈榮景。地方政府每年有三個商圈輔導計畫的預算，也終於回應了地方的需求，以活絡商圈暨行銷為名，挹注9個月的輔導資源。同期還有大溪、中壢中平街，都是指標性的商圈。當時桃園的商圈輔導案有一個風氣，計畫過程要透過活動營造市民與店家同樂的榮景，公部門說：“設計提袋、地圖還有辦活動，讓商圈動起來”。讓商圈動起來需要凝聚商圈共識，團隊很訝異計畫內容非循前幾年桃園新民老街



營造的成功模式。其實不難理解，新民老街為前朝的執行計畫。因此，台大團隊如何在工商局的既定幻想下推動商圈營造，滿足地方部分群體的期待，又能在動員過程中拉開距離進行專業反思，為當時執行上最大的挑戰。

要理解一個地方社會的經濟脈絡9個月的時間是不足的，更何況要操作出有品質的商品設計及文化活動。因此，台大團隊除了廣邀地方頭人參與共識會議之外，並密集的踏訪店家。後來，發現市街區的經濟、文化與生活起源於地方信仰五穀爺。神農既是農業之神，亦是醫藥之神，同時照顧著鄉民的身心靈，其救世的精神就如同現代人追求養生的精神。龍元宮的周邊店家有中藥店、青草店、香店及傳統市集，其食物與食品的品質建構承襲著農食文化的脈絡。從這個觀察也助於反思日益被商品化充斥的現代商圈，如何從經濟社群的立場經營歷史文化。然而，養生敘事如何在地化及脈絡化？經濟社群又如何參與？

「龍」的符碼與龍潭的生活密不可分，龍潭大池的地方傳說也是鄉民不斷傳唱的軼事，若從歷史來看地方發展與市街經濟脈絡，有一條清楚的軸線從龍潭大池、經龍元路到龍元宮。而這條軸線被現代道路切斷了，如同風水提到的龍脈斷了。上述的討論經過台大團隊與五穀爺文化協會的反覆推敲、分析，雙方的共識先從文化底蘊開始規劃願景。

龍脈⁴¹風水之說就孕育而生。五穀爺文化協會做為轉譯者，再定義廟宇文化與商圈經濟。後來，在此論述基礎上舉辦一系列的養生祭活動，與當地的特色店家合作研發食品，重新建構食品品質，在商圈輔導績效上在於提高龍元商圈的知名度。也成功的讓公部門理解一種以食物品質、文化經濟帶動地方微型經濟發展的動員方式。接下來，從一個「尋龍脈」的行動來論述如何以「龍脈」連結舊市區的客家歷史與生活文化。「尋龍脈」行動有三個層級，分別是：第一層龍脈

⁴¹ 「龍脈」是中國風水中一個重要的概念，用於表示山脈或者河流的走向、起伏、轉折、變化，並從而推斷出某地點地理位置的好壞，象徵。從字面上看，龍脈就是龍的綿長連貫的血管了，因而，綿長連貫的東西，都可以謂之龍脈，反過來說，龍脈可以象徵那些綿長連貫的東西。因此，本文所定義的龍脈是橫互於地方的時間、空間、人間之中，涉及信仰、生活、產業之間生氣運行的軌跡，而尋找「龍脈」目的就是透過地方的力量指認、連結累積在地景中的層層軌跡，它是一個確認地方文化的動態過程。



(memorizing dragon landscape)；第二層龍脈 (touring dragon landscape)；第三，第三層龍脈(tasting dragon landscape)。

4.2.1 歷史記憶龍脈 memorizing dragon landscape - dragon action 1

本段落是敘述社區從歷史、傳統文化的脈絡中建構「龍脈」，期待以「龍脈」作為精神軸線連繫舊街區的文化景觀，並以一個整體客家庄的格局思考文化景觀的保存與再發展。龍潭地區早期因為客家人移民聚集於此處進行農業拓墾，形成特殊的客家庄。客家族群開闢埤塘(龍潭大池)，灌溉周圍的村落，寫下了龍潭開發史的第一頁，而隨著水圳、埤塘、道路的修築，以龍元宮為信仰核心的龍潭市街聚落、市街於是形成。現今舊市區仍保留的文化資產，包括：龍元宮、龍元路、日治時期歷史建築物武德殿及宿舍群、上下街圳頭伯公廟、文學地景⁴²等。鄰近舊市區的「龍潭大池」在轉換成休閒觀光功能之後，吸引了遊客前往佇留，原本設想可以帶動整體舊街區發展，但卻因為新設的道路，切斷了龍潭大池與舊街區的關係，也切斷了一條由(龍潭大池)水圳、老街、(龍元宮)廟宇構成的傳統軸線。

因此，台大團隊與五穀爺文化協會嘗試將空間與歷史傳說結合，從不同的主題彼此串聯，建構一個「龍脈」的論述：從「龍潭大池」有著黃龍升天的傳說，其次是「龍元路」老街流傳的百年精神，最後深入到舊市區的核心「龍元宮」。「龍脈」拉出了一條理解地方意象的歷史軸向，連結了過去、現在、未來，人們對舊街區的地方記憶與地方認同，也彰顯了以「龍元宮」廟宇為核心的舊街區在都市化中存在的必要性。「龍脈」構築出真實且想像的地理，這既真實又虛幻的文化景觀強化了舊街區的地方意象，激發地方對舊街區發展的另一種生活情境的想像。誰來轉譯這個地方傳說呢?外來團隊不適合，而五穀爺文化協會作為龍元宮的代言人也有瓜田李下之憂，顯然需要一個長期關注鄉土文化並且熟捻外來訪客的狀

⁴²龍潭還擁有豐富的文學地景，許多文學家、音樂家在龍潭的場景進行文學、音樂的創作，代表人物是客家文學大老「鐘肇政」，其作品背景囊括不少龍潭街庄的景色，因此龍潭又被譽為「台灣戰後文學發祥地」(中原大學建築系，2012)。



態的組織擔任中介者的角色。

於是，邀請長期深耕龍潭的龍潭導覽協會作為龍脈論述的轉譯者。導覽協會17年前由地方人士及現、退役老師因熱愛龍潭土、傳承鄉土而成立協會，每周固定在龍潭國小開課，主要研習重點在學習古蹟、自然生態及客家文化等。並在龍潭各處擔任導覽志工，行銷家鄉。後來，大溪老街、石門水庫帶起地方觀光事業，因此導覽協會也轉換角色，積極參與其中。然而，有協會扮演「龍潭通」的轉譯還不夠，關鍵是這條龍脈有百餘店家，什麼型態的店家適合扮演節點?店家的角色為何?

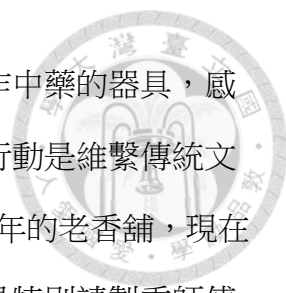
4.2.2 遊龍脈 touring dragon landscape – dragon action 2

本段落在敘述一群店家在面對從產業環境的轉變中尋找再發展的機會，從規劃一個「尋龍脈」-以舊街區的特色店家的體驗為起點，再透過食物地景的串連到外圍社區，目的是讓外來參訪者與地方文化、飲食文化做連結。

舊街區商圈至今仍保有客家傳統商業型態的老街，然而，現今因隨著產業發展的變動與商業環境的轉變，消費已由純粹購物行為轉而休閒走向的消費潮流，部分店家雖保有特色但無法將消費者長時間留在商圈。因此，店家為了吸引外來的參訪者增加在商圈的流動意願，於是台大團隊與店家共同規劃一個帶逛遊的活動。命名為「揪團跑龍套」⁴³，意指大家相約組團，走訪由「龍脈」串聯而成的每一個精彩景點，在真實且想像的空間中感受舊街區的文化景觀、特色店家、廟宇文化，從中與地方文化做連結。目的不是消費，而是誘發地方在過程中透過發掘、產業文化的特色，讓外來參訪者與地方文化做直接的互動與體驗。

「揪團跑龍套」的行程:「元春中藥行」體驗藥籤文化。該店在龍潭經營超過六十年，是龍潭目前僅存保有傳統藥籤本的中藥行，而店內的大家長是位八十歲的老師傅，至今仍堅持以古法進行藥材的選購、製作。活動中，參訪者可在店內

43



聆聽老師傅述說失傳許久的藥籤文化奧秘，同時操作傳統的製作中藥的器具，感受到的是信仰文化與傳統產業之間的連結。對於店家來說，此行動是維繫傳統文化的使命感。「冠德香舖」體驗傳統的製香文化。該店是三十多年的老香舖，現在由父子兩代一同經營。店家力求打造具有手感的傳統線香，於是特別請製香師傅於店鋪門口進行製作，呈現一種動態的文化表演，讓參訪者從祭拜行為(拿香)當中更進一步了解製香的過程。「Do Tea」飲料店品嚐由在地食材新鮮採製而成的茶飲。該店是在地年輕人回鄉創業的好榜樣，店家堅持選擇來自龍潭種植的茶葉，從種茶、製茶、做茶都親自參與企劃，也積極研發新產品。年輕的店家表示，希望藉由製作好茶、品嚐好茶的過程傳承養生文化，也以身作則帶給舊街區新的氣象。

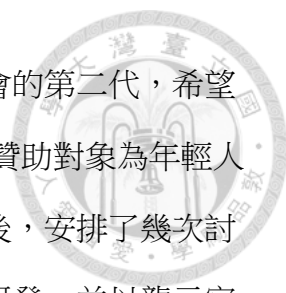
以上的行動讓外來訪客透過身體連結客家文化，也是分享、再現文化資源的一個動態的文化景觀保存過程。「龍脈」修補了現代都市生活與傳統生活之間存在的斷裂。從整體空間格局上修補了空間隔閡，再次鏈結地景的有機關係，而以文化景觀串聯目的不只是規劃一條可觀賞的路徑，更重要是保存了重要的文化紀念物、歷史場所及文化景觀。

4.2.3 品嚐龍脈 tasting dragon landscape - dragon action 3 經濟鑲嵌

本段落述說由專業者策動的一個「品嚐」龍脈的過程，將傳統的養生信仰結合食膳，從「養生食膳商圈」到「養生好食聚落」，從食物鏈結「龍脈」。輔導不同的店家透過尋找食材、研發食材重新定義養生在龍潭的意義。第一年在舊街區的核心廟埕舉辦「養生饗宴」，匯集了商圈的人氣佳餚，使外來訪客透過「吃」認識地方的養生文化，店家也在生產食物過程中連結了地方認同。除此之外，也透過食物鏈結店家與舊街區外圍的社區，研發屬於龍潭的養生料理－南瓜派。

- **農食鏈結農村、舊街區-南瓜派的社會實踐**

高原社區和香堤烘焙屋面對的議題很不一樣。以社區為主體的高原社區，迫切處理以無毒栽種的南瓜的銷售管道，關乎到社區有機村理念的實踐。而香堤烘



焙屋的生意一直很好，但主事者身為地方主流派系龍元宮管委會的第二代，希望透過公益活動連結龍潭的地方社會，包括：設計一款菠菜麵包，贊助對象為年輕人輕艇隊，此事件也成功獲得媒體版面。台大團隊了解兩者需求後，安排了幾次討論後，促成由高原社區提供新鮮的有機南瓜而香堤烘培屋負責研發，並以龍元宮廟宇的祈福命名「金玉滿堂南瓜派」，即食物品質的文化建構，也獲得消費者的信任及探詢。參與尋龍脈的參訪者：這個派有經過神農大帝「認證」；你們說的南瓜園在哪裡？對社區來說，南瓜派的食物品質建構維繫者守護農村家園的行動，而對烘培業者來說，高原社區的南瓜產地直送並未縮短產業鏈，況且社區沒有加工南瓜的技術，故業者還需花時間處理南瓜餡料，規劃一套處理南瓜餡料的工序，但也因為如此，業者學習到控制加工的品質並且重新設計食物品質。從食物地理「鑲箝」的概念，透過社區整合在地食物、地方知識、族群認同，建構屬於在地的食物系統，進而累積社會資本與信任關係。南瓜派行動最大的意義是不只是一個交易的行為，而是在產業端和消費端上同時建立生產者、加工業者、消費者的信任關係，並且重新論述龍潭的農食文化。

「尋龍脈」行動不是在建構一鄉一特色，也不是在透過主題活動建立商圈品牌形象。「尋龍脈」行動是一個「跨文化地景整合」的行動策略，嘗試以食物鏈結地方的三個環節：經濟社群營造、文化地景指認、在地食物系統整合，在傳統或既有的紋理下建構一個「龍脈地景」去理解地方。這也是台大團隊地第一次思考龍潭作為桃園後工業轉型的二、三線城鎮，在面對經濟活動、文化意識及社區營造能量同時崛起之際，從舊市街的內在連結地方的歷史、文化和生活方式，展現「活」的「客家街路史」非複製現代商圈的活動樣態。對專業者來說，「尋龍脈」行動不同於一般的都市計劃手法，而是以文化地景的角度提出一個“五感規劃”，也就是運用身體、視覺、嗅覺、聽覺、味覺組織成三個層次的行動：(memorizing dragon landscape)、(touring dragon landscape)、(tasting dragon landscape)，由下而上的過程中，行動者都在定義「龍脈」、運用「龍脈」、重構「龍脈」。台大團隊在龍潭也開

啟了以 “五感規劃” 推動經濟活動，尋找龍潭的自明性的發展路徑。



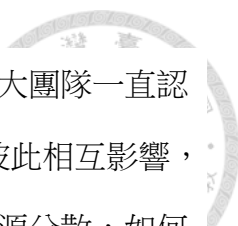
4.3 民主經濟體的社會設計

4.3.1 為誰培力?為何培力?

90 年代中期，龍潭浮現地方內生與外生發展連結的現象，如第三章所述，以民主、生態為概念的地方經濟體鑲嵌在現代主義發展的依賴與抵抗的進程中，我們看見一股社區力量一方面抵抗鄉村工業化，一方面在農村再生及客家文化運動政策引導下產生另類的食物系統，例如:高原社區的有機農食與農村再造、石門活魚版圖的空間轉化與菜系演變，或是龍元宮商圈以文化治理市街的意圖等，呈現龍潭多樣化的食物地景，食物地景不是分類的概念，而是指涉社區或社群在營造生計、生活的動態過程中，鑲嵌在地景的民生、生態與文化的作用關係。

2013 年延續龍元宮商圈輔導的基礎，在地方派系的支持下，工商局在改制為經發局也就是桃園升格的前夕，爭取到由經濟部指導的地方產業基金，有機會全面性的推動地方產業。台大團隊因前案的深耕，打開地方對於食物連結及公共議題的想像，因此在拿到地產計畫後，透過遴選機制，成立由社區及經濟社群組成的「龍潭養生好食聚落」平台，藉以延展地域的策略，將食物視為鄉村發展資產概念，透過產業工作坊及養生好食小學堂的培力，從產業鏈引導帶經濟社群的創新互動。

過去以來龍潭地方產業的培力主要有三大區塊，一個是以茶改廠輔導茶農的技術，農會在居中協調及引薦。二是農再計畫資源下的社區培力，第三是中小企業的地方特色輔導資源，如石門活魚業者。基本上這三塊之間各自發展形成，資源著重在產業鏈，而橫向的鏈結較少，業者之間缺乏對話的機制。加上鄉村休閒化後遷移到龍潭開業的業者暴增，在保守的產業網絡中，業者寧可單打獨鬥，各擁山頭，也不願意跨界合作。若以食物地景的概念來看，可以初略分出，以龍元宮商圈為核心的傳統產業、茶鄉、石門活魚版圖，以及圍繞在鄉野間的田園餐廳、



青創店家及社區產業等，然而，計劃需求並未涵蓋社區輔導，但台大團隊一直認為，產業、社區與地景是連續性的，而經濟社群必然鑲嵌在其中，彼此相互影響，只是現代資本讓社區和經濟社群的關係斷裂。看似主題多元但卻資源分散，如何讓這幾項事業體都能縱向橫向地串聯與動員?因此，當時在遴選特色業者時，就有清楚的想法，一是儘量涵蓋多元事業體，二是以正在發展中的特色為主，三是店家與社區關係關係密切。公開的遴選共有兩次，第一年有 15 間業者，第二年有 6 間業者。其中，有發展較成熟可以藉助其資源及經驗帶動其他業者。另外，有一些業者可能因為條件不符合或是已發展成熟雖然沒有在計畫的輔導機制內，但台大團隊在輔導過程中，也整合進產業網絡之中。

產業培力工作坊，當時在規劃時有命題:

1. 「**互為主體，理解差異，組織信任的機制建構**」建立店家的互動平台，媒合店家產品及相互認識，從分享到信任，營造彼此協力、共同提升的夥伴關係，作為發展在地化生產、銷售體系第一步。
2. 「**食物的公共領域營造過程**」從概念性演講課程引導經濟社群思考在食物生態系的角色、功能與位置，從工作坊中打開界線，再透過不同行動中的再組織，讓社區與經濟社群結盟，自己與他人聯繫起來。因此，經濟社群的經濟行為之外，食物的公共性在哪?
3. 「**小規模社區型實驗場域**」針對目前營運及商品條件具有急迫性問題之商家，進行實作的課程，協助店家檢視自身特色並從私領域的改造延伸到公共議題，讓商家的專業能介入社區。

4.3.2 食物的「共同設計」(co-design)

養生好食小學堂：規劃上邀請業者與各方專家共同參與討論，發掘應加強輔導之處，進而針對技術、行銷、菜單設計、產品包裝等不同面向，舉辦不同形式的工作坊或餐點創新課程，提升整體產業能量。功能上是料理的研習與交流，事

實上帶動龍潭創新的食物交換的運動，打開地方對食物地景的想像，透過不同型式的「共餐」與「共煮」（產地的食材媒合工作坊、法國主廚慢食教學、開放式廚房教學），形成一個跨文化的學習網絡。



1. 「共餐」、「共煮」，另一種同桌共食的互惠交換

「共餐」是吃飯這件事情的原始狀態，原始部落中的人們往往是相互取得食物，再一同或分群用餐。此種共用餐點的脈絡，經常使的共食的食物具有「我群」的象徵，標示者共餐者的共同屬性。共餐的具體經驗成為各種社群建立的基礎，共餐可以是彼此共同性(commensality)的重要象徵(Tierney&Ohnuki-Tierney，2012)共餐講究儀式性，包括:採集、準備食物、布置場域、重要慶典共享食物的過程，每一個階段充滿社會意涵，「共同烹煮」藉由奔煮時的共同勞動、分工合作與集體創作，強化了彼此的社會連結。(陳玉箴，2015)這是我們欲灌輸的一種重要觀念。落實在培力工作上，我們雖無法共同打獵但轉換成辦桌的形式，而且是移動的辦桌，由台大團隊規劃有目的性的特殊食物的消費或用餐空間，或是在特定節慶下的的辦桌，分享技術也強化組織動員，使共餐與共煮所重視的共同性，甚至延伸至共同的食物與地景。

2.以在地生產者為中心的供應模式

命題:從產地至餐桌理念大家不陌生，但如何行動呢? 如何動員社群透過小規模的食物網絡反抗工業化的食物生產呢? 「慢食」及「地產地消」是一個很好的出題，以生產者為中心媒合在地之生產者與餐廳，提高餐廳與烘焙業者在地採購之比例，縮短食物里程的特色料理。因此，第一堂課程籌備階段，即邀請龍潭亮點業者如藍月莊園、滷學學、3個娃1個爸、大楊梅鵝莊、香堤烘焙坊等業者，親自走訪龍潭在地生產有機蔬菜之大藝有機農場與蔬活農場，參觀食材生長環境，促進餐廳與烘焙業者對於龍潭在地食材之認識。

藉由藍月莊園A6邀請法國主廚來台客座之契機，從媒合大藝有機蔬菜農場之蔬

菜成為藍月莊園之食材構想，策劃在地食材如何融入不同風格料理的創作手法為題，並邀請找來研究慢食與台灣飲食的研究者徐仲，帶出現代飲食裡講求慢食與在地的精神。工作坊則商請法果主廚製作三道以在地蔬菜為食材的料理，講述挑選原因與料理構想，實際操作上菜，現場主廚的料理演出，例如:利用火龍果製作成牛排的配菜，讓店家對食材通過不同料理手法與組合產生的口味、口感驚奇不已。店家在觀摩料理的過程，打開對既有食材的想像，刺激自身的產品發想。後續引發烘焙業者採用當地生產之芋頭研發出「芋見乳酪」蛋糕，業者茶客也採用當地地瓜作為「地瓜仙草奶凍」之配料，香堤烘焙屋則使用當地生產之菠菜、甜菜根與南瓜研發出「大力水手卜派麵包」與「甜菜根麵包」等美味餐點，各業者持續應用在地好食材研發特色料理，成功塑造龍潭養生好食形象外，也促成業者間合作互動。



圖 1 以生產者為中心的跨文化的料理交流

3.食物象徵意義的生產過程-文化連結

龍潭近年來不同菜系的特色餐廳林立，逐漸呈現多元的飲食文化，其中雲南菜是近年仔北部崛起。桃園雲南菜為柏楊小說異域提到國共內戰後的金三角後裔，顛沛流離，遷移到桃園龍岡並在市場經營雲南菜小館，後來成了企業規模後也在龍潭落腳。七彩雲南主打的雲南菜路線，是從經營者幼時記憶中的家常口味而開始的。現代飲食都用大量的人工香料，取代了食物的真實性，雲南菜則用許多天然香料取勝，發展出相當精緻、紮實的功夫菜，不管是食物的文化象徵意義的產

生過程或是族裔食物的道地，均是經營者希望推薦給消費者認識的。另外，食安管理甚為重要，七彩雲南採取親自作為之法，包括醬料等，均從市場買原料回店裡再製（例如，花生粉就從買花生開始，再磨製），細節中建立市場信任感。




在上述的理解下，規劃一堂課程進行傳統菜式與創新料理的思考。由七彩雲南菜式現場實作分享，參與人員進廚房由大廚親自示範三道菜式，七彩雲南還特別以傣族香料入龍潭在地蔬食，研發出雲南式沙拉。第二階段參與人員移置宴會廳進行對談，並且品嚐菜式。從經營與消費者的兩種角度，思考菜式的傳統性、適地性、創新性，幫助店家對於保存口味的文化同時兼顧市場的議題，找出應該拿捏的原則。此外，族裔料理的飲食文化的構成要素在食物面、形式上、象徵面讓業者從文化層次去思考，借鏡族裔飲食化的經驗，幫助不同料理風格的店家，刺激發想與龍潭地方文化連結的可能性。

4.3.3 茶鄉經營心訣:大北坑與鹿谷的跨境對話

問題描繪:大北坑是龍潭茶業發展的重點區域，數十年的農業生產模式已轉變，在鄉村多功能主義導向的思維下，(1) 茶生產的網絡型態已轉變；(2) 對於茶園的角色從單純茶園到水土保持園區及觀光茶園；(3) 從傳統看天吃飯的茶園管理漸漸強調環境管制與生態永續性。(4) 鄉村已由農業生產轉為消費生產，經營者以自身特色來進行地方行銷。從大北坑的茶園山城聚落鏈結到旁邊乳姑山夜景餐廳區，營造一種大北坑式的休閒體驗風格，一直是地方主事者的企圖，然而，我們擔心在轉型過程中如何維持地方性，避免過度商品化。另外，作為佔據龍潭山頭大北坑，這些年的轉型一直不被外人所知，缺乏與同業或異業的聯繫，甚至遷移來龍潭創業的業者都不知所在，只知道在「大江屋」一帶。

有鑑於此，台大團隊特別規劃一場跨境學習的工作坊，由大北坑作東，邀請「鹿谷茶鄉」到場對談。茶鄉文化的認同是營造茶鄉品牌的關鍵，大北坑及其他



業者可以借鏡深耕茶鄉文化的幾種模式。另外，從計畫推動的步驟，當時店家之間彼此關係已越來越熟捻，因此在課程安排上，將進入下一階段以打造區域聯盟為目標的推動，同時，考慮到茶園業者較為特殊的經營條件與議題，因此將本次課程定調為茶鄉經營主題，由此帶出區域旅遊路線整合規劃的概念。

- **指認食物地景，界定「公眾」**

社會設計的重要概念為由人民來設計屬於人民的設計。我們希望透過「遊程體驗規劃」讓參與者在指認地景過程中找到主體與地景的關係，並且「設計不只要滿足一個人，而是要普及化」意思是也要看見他者的存在，進一步討論如何滿足公共的利益。

操作上依照區域將店家分成三大組，儘量跨地理的分組，每組有多元的圖案素材，分別代表不同旅程的意象。小組自行規劃主題遊程，在大桌上現場實作，將體驗的氛圍透過圖象呈現，遊程必須包含價錢、遊程時間、配合店家等。操作時間 30 分鐘，製作完成後小組進行發表。一開始，業者先從自己的場域出發，嘗試透過意象圖表現產業的環境與特點，接下來延伸到周邊的節點，可以是眾所皆知的公共場域，也可以是產業鏈的連帶關係。透過由私到公的想像交鋒，也打開了眾人對龍潭的刻板印象。在分享的時候，合計產出以高原社區為主的蔬食有機的「藝遊味境」之旅、大北坑茶園親子之旅、以龍元宮商圈為主的美食「戀戀大池」之旅。值得觀察是大北坑的旅程勾勒出的邊界即是權力地景再結構的表現，原本經營理念不合的自治體及茶園在規劃中被串聯起來，我們不得而知是誰主導，但至少大家的資源都能在大桌上被看見。而高原社區因有機村的藍圖清晰，所以組員都能設法鑲嵌在其中。A2:從我們這組的特點是有機料理結合生態環境、手做陶藝的旅程，可行性高，連價錢都想好了。而且之後就想這麼一起辦小旅行。高原社區的公共議題清楚，促成周圍社群的連結，從產業到社會網絡，累積社會資本。之後鄉公所即採用店家旅遊路線構想同步推廣主題遊程。

後續，大北坑休閒農業區以三水地區的文化生態做論述，開始與社區合作推動三水生態體驗遊程，重找回信任機制。2016 年大北坑理事長在兼顧社區和觀光營利之間取得平衡，將茶廠轉型為茶產業研發及展示中心，作為大北坑的社區產業櫥窗，2017 年其子女也返鄉加入事業，協助推動休閒事業。



圖 2 遊程規劃工作坊

4.3.4 實踐一個民主式的產銷經營關係

問題描繪:以觀光導向的地方主題遊程通常以「消費性的景點」當作規劃的考量，社區和業者多扮演著被動的角色，有時因為政治力的介入，參與者之間存在不對等的關係，導致資訊不透明，無法形成「民主、平等、分享」的產銷組織關係。

首先，經營一個在地化的銷售與消費的學習場域，使食物消費行為從單一的經濟行為變為附帶情感和責任的社會行為，從而使得有關食物品質的資訊變得確定和透明，促成公民參與，有機會讓經濟社群與社區的權力關係再轉化，重新讓經濟進入社區生活。

操作上先以店家故事為出發點，讓店家在產銷結構中的主體性得以被彰顯，在工作坊的引導下，有地緣、產業關係的店家在指認資源的過程中，自然會結為網絡。第一階段發展線狀的遊程，基本上還是以店家特色結合地景作為主題發想，例如:「第九屆環太平洋區參與式社區設計研討會」北台灣龍潭行程，由高原社區、三坑社區與龍元宮商圈帶領日韓國際學者體驗小鎮的產業文化及風土，藉此交流讓社區培養接待國際訪客的能力。第二年以店家異業結盟的方式學習如何從旅遊



圈的概念，深化為旅遊深度，如：規劃二天一夜的遊程，串接的不只是景點，而是社區與經濟社群的產銷網絡關係。若我們將遊程規劃視為「產業網絡化」的行動路徑，將小型的產銷系統建構成網絡，方能對龍潭轉型產生影響力。

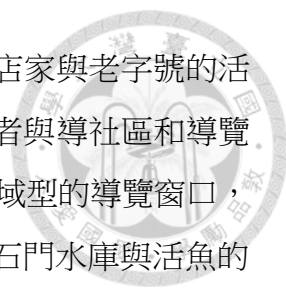
• 跨文化的互惠交換-知識交換與技術學習

每當來自不同文化的人們相聚，彼此傾聽各自的看法時，跨文化對話也就發生了。在食物系統中，通過農業技術改革、整合農食交易、公平交易談判、飲食文化交流等，引發了跨文化的對話。這是一種跨境的動態過程，除了生產、消費的網絡關係，還有一種互惠分享的力量。「社區食聯網」的平台即實踐一個跨文化的交流場域。

店家因地緣、事緣或因同世代而自組的社群組織，共享某些服務或互助行為來減少支出和環境影響，互動過程形成了新的領域關係。例如：以年輕人為主的藍月、橄欖樹、老爸後花園、花嘿熊、do tea，不定期的相互觀摩，向外結盟，分享經營、在地的食材及食安的知識，形成青年群聚的組織。從食物網絡的知識交換作為基礎，重新組織新的社會網絡關係形成跨世代異業的合作。

4.3.5 食文化與文化地景的協作平台

問題描繪：過去龍潭的業者多單打獨鬥，不同事業體因為各自發展的考量，鮮有交流的機會，尤其石門活魚通常是旅客目標性的飲食導向，尤其在「活魚」事件中，活魚店似乎與石門斷了根，如何說服消費者？另一個腳色是具備文化中介角色的導覽協會，常被認定為旅遊現場的導遊，沒有被納入地方推動觀光發展機制，因此，在地產計畫的地方導覽培力課程，擬策動由社區、文化團體、導覽協會與業者共創的協作平台。並與兩項公部門的計畫結合，一是三坑區域型文化資產導覽培訓，該計畫同時與「鍾肇政藝術季」連結，以文學來動龍潭協作平台的動能；二是經濟部商業司的老店魅力計畫-以桃園金牌好店「磊園活魚餐廳」為對象。因此，在跨域結合的協作平台上透過文資空間、文史導覽知識建立、食文化地景



的凝聚，讓不同的文化議題碰撞等。操作上，由社區型的活魚店家與老字號的活魚店家分別料理與解說，除了增加店家實戰經驗，也讓活魚業者與導社區和導覽協會交流，理解飲食路徑的轉變。對三坑社區來說，作為一個區域型的導覽窗口，論述上可以讓食文化與聚落地景連結，從水圳與聚落的生成到石門水庫與活魚的產業鏈，實踐上，結合地產計畫二天一夜主題遊程，讓三坑成為重要的食文化的節點，並與周圍業者培養良好的互動關係。除此之外，協作的平台也依據不同計劃與行動的需求移動到商圈和農村，過程中社區代言人(台大團隊、鍾肇政文學園區籌備團隊、五穀爺協會)與社區、業者取得策略聯盟的默契，在平台上互相食材媒合、策展交流、規劃體驗遊程。

協作平台帶給社區一個重新觀看地景的方式，嘗試從不同領域中，它不一定是去開創資源，而是現有資源及能力進行創造性的重組，增進有同理心的社會。

4.4 跨文化的社會設計

龍潭與多數的客家庄有相似的處境，鄉村的經濟萎靡使年輕人無法留下來工作，為了就業而遷移到都市。數十年過去了，千禧年後，大環境經濟不穩定讓一批在異鄉工作的客家人重返家鄉，有的是胸懷壯志，很清楚運用專長來協助鄉里；有的失意的人，在熟悉的家鄉尋找生計，這是在田野看到客家中年人返鄉創業的心境。另一種，不見得是客家人，但同樣面臨轉業的困境，選擇在第二線的小鎮找再發展的可能性。以下敘述在田野耕耘 5~8 年的年中年轉業者，面臨食安危機衝擊民生食品產業的問題，投入小規模自營的經濟模式，產開自我鍛造的歷程。從這些個案希望梳理，當食物被人們運用在日常生活中及對於食物「本真性」、記憶的強調，將等同於一個人要回答「自己是哪裡人」時，其反映的是自我與他人的定位，及居住地中身處的關係網絡(羅雯，2012) 設計是一種觀看社會的方式，生產者如何以食物設計帶領人們想像、改造、落實一個更好的社會？研究者如何從食物的交換及行動者的生命史來理解實踐社會設計的過程？



4.4.1 道德化的食物品質與食物話語權的浮現

1. 手工鍛造的生命連結

近年食品安全問題嚴重，新興的食物消費關注「環境」、「健康」以及「公益」等面向，透過消費希望改善全球發展不均、環境問題以及權力關係不公的問題。道德消費的論述建構也讓商品產生了獨特性與不可取代性，這樣的品質：對消費者更健康，對生產者更友善，抑或對土地更永續。道德論述除了成為行動者的宣傳、行銷的工具，也讓消費者在產銷結構中的主體性得以被彰顯。(楊哲駿，2015)

烘焙業者A5多年前因為罹患癌症，深刻體悟健康從口而來的道理。然而，嗜吃甜食的女兒讓(代號)傷透腦筋，思索要怎麼樣才能讓女兒吃到不含化學添加、健康安全的甜食呢？這難題意外地開啟了A5的烘焙人生。懷著為女兒製作健康甜點的心意，以對女兒的愛層層把關，烘焙成每一道健康甜點，分享給每位顧客。(代號)選擇從龍潭開始，在龍元宮商圈的外圍租下一間一層樓的店面，沒有華麗的裝潢，沒有地方人士的引薦。僅聘請一位龍潭助手。A5選擇在龍潭作食品加工業，沒有原物料經濟上的考量，也沒有規劃市場，單純秉持「做中學，學中做」的精神，立足龍潭。部落客在推薦文寫著:ㄉㄨㄨˇ的意思是龜毛..，A5對烘焙的堅持傳達出該諧的人生觀。蛋糕不加果膠，不違背良心，堅持作對的事情，很有道德良心。這些話語成為一種品質論述，成為消費市場可供識別的「道德化」品質標準，消費者不只購買食物也理解了食物品質建構的故事，浮現的是家人對食物品質的真誠對待，如同家人的信任感和責任感。從而這種信任感的建立也讓(代號滷爸)在龍潭的烘焙市場闖出了知名度。

我的客戶都是熟客，生意都是口耳相傳，當然有一部分是網路訂單，要逛街走來這裡買蛋糕是不可能的事情，在龍潭商圈店租太高，從沒有想過要換地點。(受訪者:A5，2014/11)

烘焙坊的轉角就一排連鎖速食店，烘焙坊被夾在其中顯得孤立無援。從鄉村空間發展結構來理解，因都市計畫的劃定及產業結構的轉變，核心的舊市街發展



緩慢，傳統住商混合的型態依舊，但傳統店鋪逐步淘汰，因而，提高租金給只有連鎖商店才有資本得以進駐，資本不足或商業空間面需求量大的事業體自然往外環道路發展。因此，從北龍路到二高一帶的消費地景大概分成三個類型，一、是全球化下的現代連鎖速食店，作為發展性的指標，平假日人滿為患。二、靠近交流道為服務觀光休閒的地方名產店，隨著商品的流通，專賣店的特性不再，因此生意每下愈況。三、隱藏版的手作小店，如烘焙坊及接下來談到的披薩店。與其說他們被排除在核心，不如說他們有意識的選擇在此深根。然而，地處邊陲，如何與社群發生關係？

A5 在一次偶然與顧客合購外送茶飲而認識了 A1，俗稱龍潭最強外送茶飲。在龍潭賣手搖飲料一定要能外送，手搖店品牌那麼多都擠在龍元宮商圈，不靠外送沒辦法生存。外圍的中科院、工廠、軍區，我都送。(受訪者:A1，2014/8)

相對 A5 的堅定沉穩，A1)顯露出初生之犢不畏虎的龍潭青年精神，憑藉著一台機車走遍龍潭野小巷，認識了 A1 及 A3。在相對保守的小鎮，情感的流動還來自與面對面的關係，不同於物流工業的僵化，富有在地性的外送充滿機動、靈活性，成為中介聯繫串起了社群網絡，而這一連串人際關係的互動也發展出食物與公益社群的連帶。

烘焙坊的生意才剛起步，在因緣際會參與一次為弱勢兒童舉辦的義賣活動，開始他關心龍潭、社會回饋的思考與行動。首先，A5 利用烘焙坊一周為一天的休息時間到龍岡新移民中心進行烘焙教學。外配的資源不多，和我一開始一樣。我教她們用最簡單的器具和技術做出最美味、健康的蛋糕。(受訪者:A5，2014/11)透過傳遞手工鍛造的教學對抗主流市場食品精緻化與商品化，重新建構家庭蛋糕的品質，並且得以進入到弱勢族群的家庭生活。再來，關心龍潭教啟智教養院的院童，為了幫助這些院童，曾發起了一個“您來吃蛋糕，滷學學順手幫你做公益活動”，消費者購買的不只是食品還連結到公益。這種由生產者自發性由食物贈予弱勢團體形成的社會運動在龍潭是首創，也建立了日後 A5 在公益組織上的話語權與位置。



2.從邊陲到中心的食物展演，連結客家、家鄉

A3 為單親父親帶著三個孩童，在中年失業後選擇回到龍潭老家，在非商業區的產業道路旁，用簡易的貨櫃屋製作平民披薩。我們知道，披薩的起源來自義大利貧民地區，因為在加工及烹調上的簡便、彈性，因此深受中下家庭的便宜伙食。後來二戰後駐紮在義大利的士兵為披薩打開了國際知名度，再加上觀光業的興起，以及自 1950 年代對異國食物移植及食品便利的飲食趨勢，披薩全球化，從窮人食物搖身變成全球最高的速食，投射在娃爸的資本上即一個人控制所有流程，不需要額外支出人力成本，A3 以「是家不是店」的論述來翻轉市場的消費習慣，「我是把客人當家人的心態在做披薩！」也常會在店裡聽到：「歡迎回家」，取代歡迎光臨。場域中的一景一物都由娃爸帶著三個娃而親自布置，具草根性的美學不同於市街上的美式風格，再加上粉絲團上以家溫情導向的行銷宣傳，迅速的在網路上受到眾多粉絲關注，成為龍潭人氣最高的披薩小店，各大美食節目爭相受訪，也將透過了文化中介者的論述，讓非主流的披薩小店能在百家爭鳴的田園餐廳殺出一條血路。

事實上，和A5一樣，從手作與生命歷程的交織中建構了食物信任，進一步從陌生的顧客成為如同家人般的關係。生意上軌道後，開始思考如何與生長土地發生連結，尤其身為回鄉的客家人，更渴望地方的關注。首先構思將食物品質與地方特色結合，挑戰披薩標準化口味，運用披薩易結合多元食材的特質，選擇了具龍潭代表的「客家粢粑」入披薩，粢粑來自龍潭生產的龍泉米，加工則在二十多年的老碾米廠。從生產、加工、銷售的過程中建構，而過程中，地產計畫作為文化中介者，對食品特質建構與地方型塑展開象徵意義的運作，其中在龍元宮廟埕舉辦記者會，由鄉長及局長揭示「客家粢粑披薩」為龍潭新生代的特色產品，〈桃園客家〉2016年9月出版的第五期，A3 受邀「創新客家」專欄的專訪，從邊陲的披薩屋到核心廟埕的展演過程，強化了A3、披薩與客家、家鄉的連結。



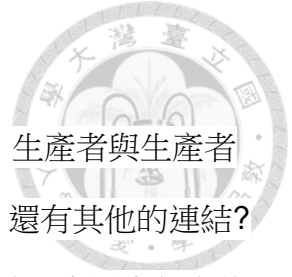
3. 跨界公益行動-滿足個人需求、公共利益、社會福祉的設計

A3 是受到社福及民間企業的公益挹注下而轉業成功，從披薩一個也賣不出去如今卻還清債、擁有三間特色品牌加盟店，A3 在社企的培力過程中，有著向外鏈結的能動性。從開店起，就免費提供 Pizza 給龍潭的清寒家庭，至今已 500 份。地產計畫的媒合下，A3 以自身拿手的披薩技術協助高雄小林村重建產業，這是一種創新的輔導規劃。讓娃爸運用技術去實踐社會行動，過程中公開窯烤製作的專業知識，包括製窯商、餡皮製作與一個人如何創業的成本概念等。我是一人作業，所以方法很簡單，連我都做得到，你們一定可以的。A3 鏗鏘有力的話語鼓舞了在場的人士。此行提供技術的店家還有藍月莊園 A6。我設計了幾款口味，在醬汁的調配上 cp 質比較高，比較符合初期的作業。根據使用者的需求，調整了技術，A3 與 A6 在過程中角色也從被輔導者轉變成輔導老師，觀念及操作上都有很大的回饋。該次的跨境行動是一個具有公益性質的技術的移轉的社會設計，與一般企業由上而下資本贊助弱勢地區不同，更強調社會力量的驅動力以及專業與社會的連結。也因為這次的行動，使龍潭養生好食聚落也藉此多了社會關懷的面向。

透過食物交換了同理心與情感。這並非容易的事情，同時期，我們也曾邀約龍潭一個年輕創業的披薩店家，但該店家考量智慧財產權就婉拒。基於本體論-人都需要一種網狀的意義，A3 由自身到向外鏈結的共作的過程，和社會進行連結。從邊緣到逐步產生新客家食物的話語權。



圖 3 協助小林村重建產業-跨界的公益行動



4.小政府的形成-從經濟合作到公益結盟

商人以營利為目的，這是一般人對做生意人的印象，然而，生產者與生產者的結盟，必然是營利導向嗎？與消費者的關係除了買賣關係之外，還有其他的連結？

A5、A3、A1 三個人曾在夏天突發奇想成立芒果三劍客。A3 之前是水果中盤商的通路下合資共同訂製芒果，在依舊三人的加工技術分別製作芒果相關產品。：芒果披薩、芒果蛋糕、芒果冰沙等。同屬食品加工業的小型規模的產業網絡，除了共享經濟之外，更重要是形成一股產品的創新氛圍，例如：A5 與 A1 運用東風美人茶研發出「東方美人茶鄉蛋糕」。邊做、邊調整、邊交流，有新產品上市也會互相在臉書分享，讓更多消費者看見。(受訪者：A5，2013/10)有了結盟研發產品成功的經驗之後，三個人也在思考如何將自身投入的公益的力量擴大，讓更多社群可以參與。於是，2013 年更主動發起，邀請志同道合的夥伴共同成立『龍潭 Who Shares』，組織內還加入了社會局、扶輪社及龍潭人社團，促成一個結合政府、非營利組織、店家與在地社群等集體力量的公益平台，協助弱勢家庭與兒童。成立初期，推舉 A5 為召集人，會員們依照專長擔任要職，固定每週開一次例會，目標很清楚，就是募資協助弱勢團隊。第一次公開義賣與募資活動選在在 12 月於龍潭龍元宮廟，就有超過 20 間店家共襄盛舉，所得全數捐贈給龍潭的弱勢家庭團體。

從『龍潭 Who Shares』個案可以再論述食物交換與社會群體的關係。行動者將食物的贈與、互惠、分享透過公益結盟的機制，使物質價值的從私轉換成公共性，從上述的交換過程，我們也尤其看見中年業者的動員力。從個人的實踐(父親之愛與年輕人的社會抱負)，延伸為對地方中低弱勢家庭孩子的關照，實踐社會企業公益回饋的精神。生意也是一門好公益，意思是將生意轉化為社會實踐力服務弱勢族群，形成非物質的互惠關係。後來，『龍潭 Who Shares』陸續加入不少業者，不同世代與行列都參與，有藝術家、學者、年輕創業家，活動形式上更趨多元，包括：規劃公益平台的消費卷、公益儲值卡、公益義賣市集，而公益活動也驅使店家再生產，以公益產生新的服務。由不同群體建構的行動網絡，對外提供物

品或以公益卷的方式進行社會服務；對內的交換關係多是基於建立了新關係，而私下相互饋贈、捧場、行銷，延展了社會關係。



4.4.2 轉變中的公共空間與青年的社會實踐力量

1 龍潭的茶如何「走進市區」？

民國70年龍潭茶園有一千多甲，後來平價茶市場被中南部取代，面積縮到現在僅剩約四百甲，為免龍潭茶消失，於是茶農轉型做高單價的東方美人茶，與和台茶十八，一斤要價三、四千元，還能在市場維持多久，是否會有一波起落？做茶的人家沒有人敢擔保。場景回到龍元宮商圈，環繞一圈發現有二十幾間連鎖的手搖飲料店，在內需型的商圈並不意外，著實反應了台灣手搖飲料市場幾百億的產值，然而在茶鄉小鎮，卻只有一間自創品牌的茶飲店主推使用龍潭的茶，價格雖維持在銅板價而(一杯東方美人茶五十元)，但價格遠高過於其他連鎖店的紅茶二成以上。在競爭激烈的茶飲市場，立足了六年，現在開起了二代店，生意興榮，但經營手法卻還沒有人敢複製。我們不禁要問，什麼樣的理念讓經營者想要顛覆手搖飲料市場？如何在產業鏈的支持下運作？


這間茶飲店名為「Do Tea」飲料店，經營者 A1 三十出頭，為龍元宮商圈中藥店的第三代。原本承襲家中藥草店的傳統秘方，以藥草養生概念做藥膳料理，後來抵擋不了大陸的低價而退出中藥市場。眼見家鄉茶的品牌進不了年輕人的生活，生活中衝充斥著超商販賣保特瓶茶或劣質茶作成的飲料，A1 不禁思考：年輕人為何不能接受好茶？好茶為什麼進不了龍元宮商圈？一股熱血便興起在龍潭用「手搖飲料」的方式，做出年輕人喜愛的飲料，由於堅持好茶成本高，一開始營運慘淡，後來直接與茶廠合作，原料品質有保證且價格穩定。中原製茶廠的第二代的支持下，三位六、七年級生於在龍潭最熱鬧的街上，開了一間產地直送的市區的茶飲

店，以自家生產的紅茶、烏龍、包種，甚至高價的東方美人茶。因為外面的連鎖泡沫店很多，我們想說，我們有做茶的人怎麼可以，怎麼可以認輸呢，對不對，也替我們龍潭茶，再找出一條生路，不要，不要專門都只有品茗方向。A1 重新定義年輕人能喝好茶的茶品質論述，也轉化了大茶廠的的思維。「我們發現泡茶的人少了，但喝茶的人還是這麼多，」，台灣精緻茶業文化在經歷風光、慘敗後，現在漸漸復甦，「我們要用年輕人可以接受的方式，介紹台灣茶。」⁴⁴由中年者經營茶廠的願意與當地青年共創經濟網絡，協力合作形成產地直送街區作茶的小規模系統，帶來的社會意涵遠高過於經濟收益。

2. 食物的社會空間連結世代認同

以龍元宮商圈青年為首的店家在五穀爺文化協會的動員下，開始探索公共議題，但往往受限於父執輩傳統保守習俗的制約，在公、私領域的界線始終多猶豫，施展不開來。沒有「對手」和「對友」是商圈改造運動停滯不前的最大原因。而 100 年開始，鍾肇政文學園區及地產計畫的培力，提供了在地青年相對清楚的公共議題及行動視野，從行動與交流之間，形成社群營造的社會基礎，也培養了不少青年領袖。林永鈞(2016) <青年返鄉與在地實踐：以桃園藝文陣線為例>關心在桃園一股以文化傳承延續為載體的青年社造，該研究發現，返鄉青年自發性的操演實踐，對於議題的掌握與在地串聯與策略運用具有正向連結：(一) 受太陽花學運影響，促使桃園藝文陣線成立與誘發返鄉青年在地思考與關懷 (二) 看見返鄉青年藉由藝文能量串聯，以藝術進入社區投入在地實踐 (三) 返鄉青年個人認同呈現多重交織型態樣貌 (四) 活動號召與宣傳，結合傳播媒介應用，展現青年世代創意與效率 (五) 社會網絡正向連結，開啟青年返鄉擾動地方的契機。我們都認同青年世代是重要文化傳承者，然而，接續要問的是以營利導向的店家如何透過實踐與在地創造互動關係？假設街區真的動起來，青年社群如何看待這種改變？

⁴⁴ 今周刊 817 期，老字號新接班，廢耕茶園因東方美人茶而貴



以下分別從兩條路徑敘述青年社群在街區的行動。首先主角回到 **Do TeaA1**。**A1** 在創業之前沒有參與公民行動，但從自身的專長連結青年的地方社會，透過空間再結構，生產出另類的茶-社會性空間，帶動了市街前所未有的青年運動。乍看有著百公斤的子和，很難想像他是街舞高手，因為深知地方年輕人苦無練舞之地，因此在茶飲店後造了一間練舞教室，讓聚集愛跳舞的年輕人切磋舞藝，無形中也讓保守的地方長輩能看見年輕人的身影，增加互動的機會。Do Tea 茶飲很流行，茶店氛圍也很跳 tone，吸引青年駐留。飲茶店轉化為社會空間，年輕人透過學舞、練舞與市街產生了新的認同關係，長屋的騎樓、後店變成了展演的場所。

3. 跨文化的交流與權力地景的轉化

近年來，日本東京商店街興起一股培育地方的表演團體帶動商圈文化活動的風潮。明治大學的服部圭郎老師即培養明治學院大學的女子偶像團「ユルドル skm」，在東京商店街以一種歡樂的街頭表演方式，或是在各大小 pub 帶進帶動唱的元素，有別於傳統的社區營造做法，成功的成為當地商店街再造最亮眼的新星。在台大團隊的引薦下，邀請服部帶著女子偶像團「ユルドル skm」與 DO TEA 所成立的年輕舞團在龍元宮廟埕「以舞會友」。表演結束後由在地店家帶領日本訪客「尋龍脈」，從街道到廟埕，從街舞文化到飲食文化，青年挑戰了既有速成的街道經濟行為，在市街展示跳舞的權力，也「鬆」動了權力地景，營造一個更開放的廟街空間。

後來，因為店租的關係，茶飲店被迫換地點。**A1** 在受到台大團隊的協助與建議下，決定在舊市街的另一頭將老宅改裝成二樓茶館，成為龍潭第一家的文青茶館。因為好客、不拘小節且極為有態度的人格特質，吸引不同青年社群在茶館駐留，包括接下來談到推動鍾肇政文學園區的青年工作者。從作茶的反叛空間到青年文化工作者群聚之地，我們看見其在抵抗連鎖茶店的收編及父執輩保守的控制下，展開另類的茶飲復興計畫。這個反叛正在擴散，現在群聚在此青年學子、中年業者及文化工作者，正以茶館為基地，共商重建老街的行動計劃。

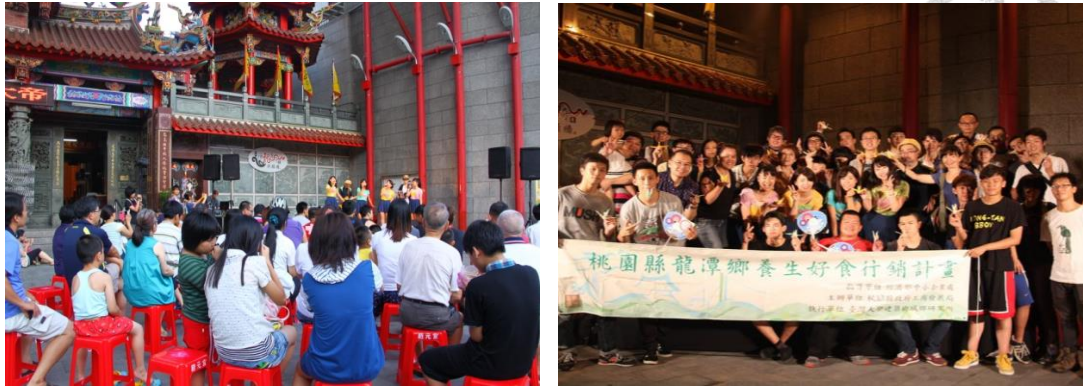


圖 4 日本明治大學到廟埕以舞會友


4. 青年的公民行動帶動老城區消費市場的轉型

全球化與現代性變遷為當代社會帶來快速改變，現代性充滿不確定的因素也讓社會處於持續變動當中。青年處在社會快速全球化之際，多數望向現代的、資本的、核心的區域或領域前往，然而，在桃園卻有些青年受到了不同的召喚，走了一條不一樣的路徑來思考自己與家鄉的關係，進而創引在地相關行動。(林永鈞，2016)

龍潭社團作為第一個青年在雲端上的交流平台。「只是想服務大家，並讓資訊共享。」第二個青年社群力量的源頭在雲端，龍潭青年公共議題之交流首開先河在雲端的網絡社群。一群年輕人在各個領域都有傑出表現，返鄉回家卻發現「龍潭變陌生了」，苦無分享資訊及表達意見的管道，因此創辦「龍潭人」臉書社團，共同當管理員，在雲端上關注地方。平台上有粉絲頁和社團兩種模式，前者有豐富的在地訊息，後者提供公眾討論平台，兩者都超過 3 萬成員，成為地方上一股不可忽視的力量。⁴⁵ 這個公開平台除了成為對外認識龍潭多元事業體的方式，對內也受到地方社會的關注，通常同一個主題可見到政治菁英、中生代及地方非正式營利組織有不同表述，在保守的地方社會中，雲端的討論雖不竟然主導地方發展，但卻開啟了多方的合作。

故事一就在舊市區，主角為在地的青年學子 B1。2016 年由信義房屋推動「全民社造行動計畫」，B1 與其同學組成的「中原大學龍潭熱血青年」團隊，提出「故

⁴⁵聯合報願景工程，桃園／返鄉年輕人 揪龍潭人行善，2015-10-17



事·龍潭庄」老城區改造計畫，獲成得大專青年組楷模獎與網路人氣票選第一名的。他們以活化老城、文化資產保存為主軸，提出「故事·龍潭庄」的構想，希望讓老城區的建築記憶、產業技藝、文化故事得以傳承。B1：「身為土身土長的中壢龍潭子弟，我熱愛龍潭，希望有更多的熱血青年願意返鄉，一起經營在地文化傳承的重要任務，帶給老社區不一樣的風貌！」

B1 曾在鍾肇政文學園區擔任實習生，也多次以駐地人員協助商圈和地產計畫的推動，累積的社會資本恰好鑲嵌在「故事·龍潭庄」的網絡。相對商圈輔導計畫的交鋒，以在地青年發起的文化性行動反而未受到大多的阻礙，在訪查、辦工作坊及展覽過程間，受到地方的支持。然而，如何從文資的調查轉化為具體改造計畫，進而擾動老城區那條不動的界線？它們大膽的直搗黃龍，處理誰都不想碰，處於閒置狀態的龍潭美食街。

橫亙在舊城區中的第一市場-龍潭美食街，日本時代曾經是舊城區的核心場域，早期龍潭街上以第一市場旁的巷子為界，分為上街與下街，後因火燒改建為商場，但因為街道太短，加上商業活動轉向第二市場，因此市場長年處於閒置狀態。市府及公所多次想處理位於老街上的這塊燙手山芋，但礙於土地產權的複雜下，始終沒有具體作為。第一市場在空間上與老城區的結構斷裂，弱化了了的整體意象，也凸顯了公部門、房東、居民在商圈再造制度上的無力。張智宇團隊以最簡單的租賃方式租一個空間，進駐美食街，避開了產權的利害關係。至於販售什麼並沒有絕對，而是以文化之名再結構舊空間。目前公共市場被認定為文化資產的準則，多半還是在其建築價值，而未能延伸至「市場作為社會空間的歷史意義」，因而再利用的方向上，往往不一定重視「菜市場」性格的延續。不過也有好些舊市場，即便沒有文化資產資格，新活動已經逐漸萌芽。例如新竹市與清華大學合作，啟動活化東門市場為青年基地，或是臺中市忠信市場已成文創新聚落。這些案例持續探問著，如何在引入藝術文化的同時，保持其低門檻的社會包容性，是想像舊市場的新挑戰。(黃舒楣，2017)龍潭第一市場的想像存在地方記憶裡，如何打開？



- **青年點亮，失落的城鎮空間**

第一間店鋪進駐美食街了，如何點亮其他店鋪？故事龍潭庄計畫執行團隊認為桃園燈會是一個機會。每年燈會上龍潭大池的主燈耗資不斐，絕對是觀光客及地方的焦點，然而去脈絡的慶典誠如前文提到的老城區與大池存在著「斷裂」，外地人是走不進來老城區，地方則視老城區為候補的定位。故事龍潭庄計畫團隊看到了問題，不迎合官方的形式，而以社造手法，決定以集體記憶做為出發點，從擷取環境的色彩到彩繪燈籠，重現小市街的光彩，參與對象鎖定青年及親子，活動場域首先在 DO TEA 茶館展開，進行第一波的製作及網路宣傳，第二波則由青年以燈籠妝點美食街，美食街頓時從暗巷轉變成市民裝置藝術的場域。參與的龍潭居民感想是什麼呢？

有光，似乎也看到了希望，

這條街，平常晚上來這就沒有什麼燈，燈籠掛在這裡比較亮、比較明亮，這樣人來到，比較不會這樣很可怕，會嚇到的感覺。

有很多居民願意轉個彎，從這個地方去龍元路，或是來南龍路這邊去看看。

從龍潭的地景印象出發，擷取環境的色彩，再將之彩繪到燈籠上，每個燈籠都在說龍潭的故事。(摘錄自 客家新聞報導)

- **日常消費市場轉變為青年共創空間**

地景色彩燈籠計畫告一段落後，故事龍潭庄計畫團隊信心大增，志同道合的夥伴也從四面八方而來。B1:這也是我們當初期望說，欸，我們在這邊開了第一槍之後，可以讓後續的人，陸陸續續的開很多槍，然後讓這邊再活化起來。(客家新聞報導)。團隊中組成多元，2017年五月中已有無國界書店、鐵門壁畫藝術家、友善蔬食、鞋店及文創小舖進駐。每個業者進駐的理由都不盡然相同，有的是為發展事業第二春，有的是實踐文創夢，也有的只是想賣賣東西試試水溫，而第一市場的空間讓他們得以在老街現身。關於命名，美食街在道路上面是沒有名字的，青年們對賦予一個名稱叫「菱潭街」，構想來自鍾肇政文本，在新舊之間，塑造一

個新的菱潭意象。以青年為首的共創空間顛覆了老城區社會對美食街的想像，透過市場再結構過程連結新事業及世代的生命歷程，原本的供給與交易的功能轉化成另一種互惠形式，形成特殊的共存場域。菱潭團目前在客家青年事務局的協助下嘗試以參與式預算的機制，提案規劃並審議執行方案，公開舉辦市場提案活化工作坊，倡議由市民決策市場的未來發展，無疑是對過去代議制度的一種抵抗，一種民主式的進步過程。



圖 5 龍潭「菱潭街」市集夥伴招募海報(圖片來源:C1)



4.5 共生生態的社會設計

桃園客家有其因應生存而發展出的獨特性，首先在地景方面，密集的水圳與埤塘，不僅創造出全台獨一的「千陂之鄉」，也發展出不同的生活模式。水與生命的關係，我們可以說嚮往接觸水也是人的天性。對於農村來說，與水共生是基本的生存價值。水圳的興修與管理乃是一群人共同力量的體現，而形構成一種特殊的水利合作關係。藉由水圳空間與文化的表現可以理解一地方人群的互動網絡外，也往往寄託著人們共同分享的價值情感與人文意義。(傅寶玉，2016)客家聚落的埤塘代表著從過去到現在，於農業生產上某種艱苦、勤奮的的集體記憶。而接下來提到高原社區的埤塘再生與前述第三章提到的有機村發展歷程息息相關，近十年的社區營造累積的公私協力網絡也促成食物連結社區照護與埤塘生態環境的重要力量。

4.5.1 埤塘連結農耕社會

社區為什麼要改造埤塘?首先為客家的人生活、生計與埤塘密不可分，埤塘作為鄉村生產的重要棲地，尤其台地缺水，老一輩的人認為埤塘是先民留下來的取水、用水的資產，不能輕易閒置。因為是祖先留下來的土地嘛，我們不能放啊把它荒廢掉。所以一定要恢復。(受訪者:C5，2016/5)。高原的埤塘早期為水源區，扮演生活、灌溉用水功能，也是在戶外唯一接觸到水的地方。如今雖然農業灌溉需求不如從前，部分埤塘已填平，但居民仍緬懷至埤塘辛勤取水的生活場景。再者，埤塘的存廢影響著氣候變遷，失去了埤塘使土地缺乏保水、排水的循環功能，直接對環境造成影響。C2提到: 以前有十幾個埤塘，現在不知道只剩下四個五個而已，然後才發現說慢慢的都已經是埤塘廢掉，蓋起來之後，那本來水下雨的時候，這邊如果是泥土的話，水會滲下去，對不對?現在不會滲下去了，又造成排水的問題。就感覺到這事態嚴重啦，才開始說我想辦法，如果有機會我一定把這些埤塘保留，所以我在做農村再生的時候，我就是把埤塘就是第一個改善的(受訪者:C2，2016/5)。後來，居民選擇了在生活圈內、從社區任何一處徒步10分鐘內就可抵達的下店仔埤塘作為首要的營造示範



點。

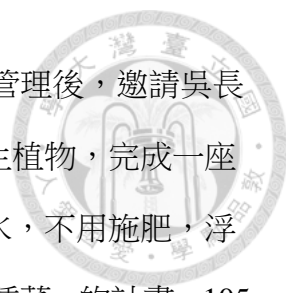
下店仔埤塘位於社區自然綠及共生綠交織的地帶，整體景觀與生態資源豐富，首先有上埤塘、下埤塘構成主要的空間，有樹林、坡地作為天然的背景。其次，一條小徑通往鄰近的有機農場。功能上，原是灌溉池塘，現灌溉功能已失，近年已轉型為生態池。生態上水生植物『龍潭苔菜』是台灣原生種植物，目前已瀕臨絕種，卻能在這口池塘生存；埤塘週邊植物超過一百種以上，蜻蜓、豆娘也近六十種，加上池邊野林密生，吸引各種項類棲息覓食。因此吸引了不少專家學者前往考察。

4.5.2 私有轉為公共空間

埤塘是企業主買下的私人產權，為何願意給社區使用？初期只是企業在回饋機制中的敦親睦鄰行為，後來，社區推動有機村的藍圖符合企業體的形象，又在非正式的集會中相互動員促成地方事務，因此立下信任的基礎。一開始埤塘營造由志工整治周圍環境，同時間，里辦公室積極爭取農再的建設資源，以雇工購料的方式完成步道、觀景平台、圍籬等工程，對於社區居民來說，此時的埤塘就像是穿了一件新的樣板式的新衣，比之前好，但也沒有特別的期待。居民心態的轉折在「龍潭苔菜」行動。「下店子埤塘」有台灣原生種龍潭苔菜，近年因環境被汙染以及發現睡蓮、布袋蓮等水生植物生長快速，壓縮個頭較小的龍潭苔菜生長環境，社區憂心龍潭苔菜絕種，於是社區向農業局求助，由農業局召集高中職以上志工搶救，頓時間，埤塘湧入青年學子，這般場景在近十年不曾見過，許多圍觀的居民也捲起袖子加入志工行列，而這種由外在資源與內在連結的地方參與模式也形成高原社區日後的營造模式。

4.5.3 共耕與生態的營造

為了積極改善埤塘的生態環境，社區主動赴宜蘭學習，100年11月6日宜蘭社區大學蘭陽濕地生態社引導高原社區編織完成下店埤第一座人工浮島，復育田



蔥，水社柳，黃梔子花。社區信心大增，105年8月31日進階管理後，邀請吳長科老師提供大葉田香、白花紫蘇、紅花紫蘇、水蕨、可食用水生植物，完成一座浮島與下店埤水域連結的系統，並新建構第二座種菜不需要澆水，不用施肥，浮島竹筏人工浮島(灑植青岡菜)。在埤塘的藍圖，已經浮現「水中種菜」的計畫。105年1月，桃園市政府城鄉局主辦「104年度桃園市社區規劃師駐地輔導計畫-社區環境空間營造計畫」，恰好我為輔導老師，延續過去對高原社區的信任及理解，因此透過該計畫的輔導機制啟動了「浮島-福島行動」，實作浮島五組，在民主與民生態的培力上有重大的突破。

共耕與生態一直是高原社區推動環境營造的策略。浮島的建置過程，抑制睡蓮繁殖、周遭土地整地、去除附近雜草，保留了既有的生態並創造一個新的生態關係，浮島形成了生物多樣性的棲地環境，使蜻蜓、烏龜、魚類等生物逐漸回流。尤其是浮島上開始有烏龜爬上去曬太陽，居民認為這是一種生態往外擴散的效益。浮島建置後，埤塘的人氣變旺，參與共耕的居民更多，形成個人及群體的共同的工作空間：上埤塘的景觀平台養護，由委外的技術工負責；埤塘的環境清理，由居民自發性或志工隊負責；下埤塘的艾草耕作區由艾草班負責，浮島耕作區則由工班負責，另外有機農場則由專業的農民照料。在共作、共學的行動經驗中交換技術與知識，如上述提到，各區域由不同班隊負責施作、維護，又因為工作點鄰近，所以彼此能夠看到、交談、邊做邊學，像我對農務比較了解嘛，自己這吃飯的傢伙，所以我這方面能夠用得上的知識就一起去協助做處理。但是實作的時候，像工班在做竹筏、浮島的時候，那又是我比較外行的，所以他們在做的時候，我們就也能夠看、也能夠去學習。（受訪者：A2，2016/6）。勞動中也凝聚了社區向心力。居民視埤塘為一個有生命的載體，他們樂於在此催生、收割，並將生活交織在其中，對於參與在其中的志工或參訪者來說，不只是一日農夫而是一個照顧地方的概念。



圖 6 結合中原大學景觀系服務學習的埤塘共耕、生態的營造

4.5.4 共食、勞動與物質循環支持的社區照護

食物、生命與物質循環作為社區照護系統的重要基礎。社區為了活化廢耕的土地，將閒置土地的一部份給社區種植有機蔬菜，後來發展成三間有機農場，並由社區里辦公室提供資源、農場帶領居民進行土壤改良，自行做肥料、害蟲生物防治等，形成了業者與社區的互惠機制。同時間，有機農場無償的將每日新鮮蔬食供給社區關懷據點的老人食用，由社區廚房的志工協助料理，開啟了農食結合社區照護的機制。現今，埤塘上的浮島耕作是有目的性的生產，讓參與農事的人知道農食供應的對象，所以願意投入無毒耕種；食用農食的人了解菜的來源，吃的更為安心，由共耕、共食與社區照護的循環過程中建立信任機制。以埤塘為核心發展出的循環系統有利於社會資本的累積。從系統中我們看見社區善用組織的制度化分工，包括:社區廚房志工、志工隊、工班隊、社區協會、公私部門等在埤塘再生中相互著力，具體落實在社區的生態環境、農食生產、休閒生活、社區照料等面向，從家戶到公共中，產生一個有機的連帶關係。高原社區的埤塘整合了食物系統與社區體系，並且形成開放性的網絡，對內:居民在共作空間裡交流情感、培養社區意識；對外連結荒野保護協會、蜓友會、宜蘭社大、中原大學景觀系，

形成學習網絡。



4.5.5 以農為本的有機村作為抵抗國家機器的農村運動

農業復耕行動挑戰「經濟至上的線性發展主義」。社區和社群不單是住在同一地域的人，因為追求或關心共同課題和生命價值，正在使用不同方法，協力發展。因此，從高原社區有機村的歷程可以看見不同機緣、不同年齡層、不同社群和機構推動下的農業復耕行動。而這種回鄉、深根、移居的的主體結合客家復興運動而壯大，社區透過食物產生新的「環境話語權」，因集體復耕形成的食品轉化成為一種族群、政治符碼，成為桃園客家社區代表性的食品，並鑲嵌著文化主權抵抗資本工業化的積極作為。長期以來，設置在高原的兩間工業大廠將廢水排入霄裡溪，造成水汙染嚴重影響環境生態，社區一邊與同為重視環保議題的企業合作在政策下推動環保家園，另一邊挾帶者有機村的論述，與環保人士向工業區抗議，終於在 104 年底，在政府監督下工廠達成「廢水全回收、零排放」並成為桃園區的示範區。106 年 2 月，社區不滿台電要在在茶園及有機農場之間興建天然氣發電廠，於是在里長和市議員到電廠拉白布條抗議。C2 在協調會場表示，桃園的觀光重鎮在龍潭，龍潭的觀光景點在高原!我們已經做到最大的社會責任，納骨塔也在龍潭，垃圾場也在龍潭，竟然發電廠也要在龍潭!有機村的衍生的環境意識及公民參與力量，讓社區斷然拒絕政府的開發政策，縱使有在優渥的回饋基金也無法分化地方。在社區環境正義的覺醒下，政府將鄉村視為鄰避設施的廢棄地及環境汙染的分攤地的措施將被社區力量持續抵抗。



第五章 結論

5.1 「社區食聯網」-民主、生態的食物經濟體的實踐過程


從內外生發展路徑的理論觀點來看，龍潭在國家政策主導下促使龍潭朝向現代主義的發展進程。在現代性，高度資本化邏輯下，甚至是結合全球化與地方化的都市發展策略日漸浮現當下，都在轉變與取代我們的生活場所、生活空間與社會關係。(謝佩娟，2014)

首先在鄉村工業化與都市化衝擊下造成離農、土地生產力下降以及生態系的破壞，而市街也在現代化建設的移植，傳統的紋理與生活空間逐漸產生分離，這些外在的支配力量改變地方的生產和社會關係，因而形成一股社區力量，在不同轉折點和國家制度進行對話。

因此，本研究嘗試以「社區食聯網」的概念探討龍潭特定地域中的社區及社群，藉由食物交換、交易與地方內外的資源產生運作。而過程中因為地域振興計畫的介入，觸發了社會設計的行動，重組和調整了食物體系與社會關係，而這種轉變可以理論化為一種跨文化的社會設計工程。「社區食聯網」以民生、生態的經濟體系搭接兩個類型的行動，一個是社區支持型的公民農業運動，另一個是經濟社群的食物交換行動。這兩個行動鏈結鄉村與市街，串聯社區與社群，形成跨域的合作生產關係與技術學習網絡。

5.1.1 由經濟社群參與的民主式產銷體系

傳統的地方社會與土地構成一個內生的循環體系，但在資本主義市場的介入後逐漸崩解，近年興起的公民農業的概念為組織一個民主、平等、分享的民主自治體，以民主、生態的方式重建產業鏈與棲地。雖然也有說法認為這種公民農業運動尚未發揮明顯的效益，但是關鍵在於透過在地化的過程，不但也可提升農食的安全，保護生態棲地，更進一步對農村社區組織與產銷體系有進一步的整合。龍潭在自由主義全球化及鄉村後生產主義的多元型態下，鄉村產生多樣化的經濟行



為，例如：石門活魚、田園餐廳以及休閒農場，確實短暫的刺激了產業鏈，然而過度仰賴觀光化終究切斷了地方性，外來者對於龍潭的認知，停留在消費式的景點與富麗農村的客家庄印象。「社區食聯網」試著在扭轉生產者與消費者的地方消費文化品味，從觀念上的改變才會影響產業鏈。因此，策動民主經濟體的培力機制，從食物的共同設計帶動創新的食物交換行動，強化經濟社群的連結，並且透藉由指認、界定、共作，理解主體與其他生命共同體的關係，進而在平台運作下，以市售、環境教育、社區培力的產地交流機會，將原本散落四處的小型生產網絡串接起來，讓不同類型的外來消費者進入在地化的銷售與消費的學習場域。我認為龍潭的社區食連網既反抗也受惠於新自由主義全球化，它不必然是一個穩定的、創新的產銷體系，但是藉由食聯網的串接，讓地方的經濟社群、社區與棲地能有夠調節內外權力的、商品化的支配關係，這是鄉村邁向民主經濟體的重要過程。

5.1.2 共耕、共食與生命、物質、社會的再鑲嵌

食物的交換轉換成社會資本，助於社會關係的再生產。進而形成有別於傳統社區總體營造的模式。高原社區的有機村事業與埤塘的浮島耕作的案例，我們看見高原的公民農業行動將原本已經脫離地方脈絡的食物體系，透過生態棲地、農食文化與公共事務的營造，使生命、物質與土地的交換關係再次回到棲地的脈絡，也就是一個「再鑲嵌」的過程。源自客家庄地方社會體系的照顧體系轉化為社區「共好」的力量，成為推動農村轉型的社會基礎。從家戶到公共空間中，發展出一條公民農業結合社福機制的茶鄉治理模式。

5.1.3 食物的政治與權力地景的轉化

現代化進程過程中，商品化、觀光化使地方主體面臨新舊文化銜接與經濟發展的挑戰，以龍元宮市街為例，大廟的組織再結構形成一個兼具文化與商業的五穀爺文化推廣平台，事實上就是地方菁英第二代在廟街治理的權力再現，五穀爺協會作為地方文化的轉譯者策動了踩街繞境的儀式，讓街庄外的社區，甚至是跨境



的社群(城鄉移民)以一種展演社區新生活的姿態重新回到廟埕，森巴舞、客家傳統戲曲再現乃至於流行樂團的表演，人們在觀看與表演之間得到意識的解放，公共空間也成了革新之地，後來策動的「尋龍脈」跨文化地景的連結，日本東京表演團隊與在地舞團以舞會友的跨文化交流，帶動了一股創新的街區氛圍，也鏈結了青年的公民行動帶動老城區消費市場的轉型。

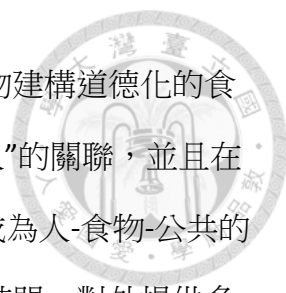
以食物為載體，擾動了社區那條不動的界線，一開始並非直接挑戰地方社會的權力結構，而是先以青年熟悉的食品(茶飲)作為界面，形塑一個青年可認同的社會空間，進而結盟、培力、再組織，第二階段才透過有意識的租借空間，在舊的空間中，催生一個有公眾參與的空間。

5.1.4 「小政府」⁴⁶的形成-從經濟合作到公益結盟

「小政府」的構成有兩個面向，一個是產業策略導向，將「產銷體系的協作平台」架構到桃園社造中心推動的區域平台之中，主要串聯龍潭三大資源：以鐘肇政文學地景生態園為核心引動的食文化與文學地景資源；龍元宮商圈及通學巷彩繪計劃的青年文創資源；茶鄉社造點的生態資源，以大北坑和高原社區為主。使原本文化導向的行動策略連結經濟合作，共同創造面狀的資源共享模式。例如：三坑區域型文化資產導覽培訓與鍾肇政藝術季、石門活魚餐廳，透過地產計畫的二天一夜產地到餐桌的小旅行，串接成一條結合生產、消費與地方文化的學習路徑。過程中疊合到不同的平台，串聯了文史工作者與地方企業，更重要的是讓公部門及地方組織也參與其中，例如：市政府經發局、文化局以及里辦公室、社區協會，形成一個彼此相互支援的「小政府」，重新讓經濟生活進入到社區。

另一個面向來自民間的公益行動，也揭示了食物公共化的轉變過程，傳統農耕社會以“己”為中心的、“內外有別”食物信任心態乃建立在以土地為核心的地方社會，進入到現代化資本邏輯下的消費市場，開始對匿名的食物產生不信任，也阻絕了

⁴⁶ 在本研究第二章理論觀點即引用了喻肇青(2014)提出的小政府的觀點。



消費者與生產者的社會關係。龍潭的生產者即以手工鍛造的食物建構道德化的食物品質修補社會關係，從“人－食物”的關聯轉變為“人－人”的關聯，並且在食物具名化過程中由己向外，轉化公益行動，帶動公共利益，成為人-食物-公共的關係。這股源自於生產者內在的生命力量，號召了不同事業體結盟，對外提供多元的資源給弱勢團體，翻轉了過去對做生意的唯利是圖的刻板印象，在非正式的結盟中，捲動了青商會、社福機構與經發局，因為非計畫案，自然沒有絕對的權屬關係，公部門參與其中政府角色沒有弱化反而更能夠全面的理解真實的社區處境，進而展開協助、增能，形成了新的合作夥伴關係。

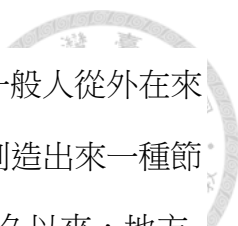
5.2 編織跨文化的食物網

我們可將食物的交換看成是社群建立社會關係與認同的一個重要的機制，成為理解自我群體的重要脈絡。「社區食聯網」的平台實踐一個跨文化的交流場域，通過農業技術交流、整合農食交易、文化協作及飲食文化交流等，引發了跨文化的對話，這是一種跨境的動態過程，除了生產、消費的網絡關係，還有一種互惠分享的力量。

5.2.1 跨文化的地景認同

龍潭不是一個只有客家族群的客家庄，在經歷了社區營造的推動後，龍潭的多元文化逐漸浮現，而地方社會也深具包容性，從繞境踩街的大廟活動中便可看見。另一方面，龍潭特殊的發展路徑吸引了多元的事業體在此扎根，擁有跨文化的場域，這些異質性的群體必然在鑲嵌化的過程中，形成跨文化的地景認同。

首先，高原社區透過復耕的公民行動實踐了有機村的藍圖，讓勞動重新回到自然生態的價值體系，從公共參與過程中找到生命與地景的認同。另一方面，專業者在市街策動的「尋龍脈」修補了空間隔閡以及運用產銷體系連結有機連帶的社會關係，形成一種跨地理、跨產業、跨文化的混搭的地景認同。



同樣的，我們在石門活魚的例子也看見內外混合的認同關係。一般人從外在來看，「石門活魚觀光季」是地方政府推動石門觀光發展的潮流下，創造出來一種節慶式的地景，成為地方意象再現的手法，然而，從內在的理解，長久以來，地方對於「活魚」形塑出的意象有截然不同的意義及挪用的手法。首先石門水管局與活魚業者、捕撈業者之間視「活魚」為經濟發展的生產地景，各自在產業鏈上維繫彼此的需求，包括：魚幼苗放養、埤塘養殖魚的物流措施、活魚業者因應市場環境調整食物品質與服務場域等，我們看到「活魚」的生產價值在時代變遷過程中被觀光發展的路徑所建構。另一個角度，石門國小則挪用「活魚」符號作為校本特色，必且規劃教案讓學子到產業鏈的現場學習，「活魚」變成地方生態教育的活教材，將「活魚」視為重要的「地方感」，從生活學習中產生地景認同。相對的，反美國村的公民行動，我們看到一種抵抗商品化的符號移植，而反對過程中「活魚」沒有成為一個認同的符號，反而因扣連上觀光發展計畫而在社區引發論戰。2017年7月，市政府即將以十一份「文創一條街」的發展主軸取代「活魚一條街」，以文創商品之名「取代」活魚產業的發展導向，我相信勢必展開意義上的競逐，並相信「活魚」將隨著政策轉變為另一種型態。

5.2.2. 跨世代的交換形式

食物的交換與分享實是一個社會群體互動關係的展現，作為互惠與再分配機制的食物乃是透過個人的行動來傳達「關係」。我們在龍潭看到不同世代對於地方經濟發展的多元想像。「社區食聯網」提供了一個以社區營造推動在地系統交換的機制。由不同領域的行動者透過食物的交換與社會資本連結，可以是產業鏈上的媒合，技術上的支援，飲食文化上的交流，亦可以是不同世代文化生活的分享，每一個交換的環節都混雜著不同文化的元素，每一個實踐步驟都糾結著不同文化的交融，實現經濟互助，進而編織出跨文化的網絡關係。我們看見，廚師從道德化的食物品質重建生產者與消費者的信任關係，交換的是信任感和道德感；青年茶

飲的社會空間及學子的共創空間則「鬆動」舊市街在保守地的地方社會與現代化商圏建設過程中的緊張關係，交換的乃世代的文化價值。

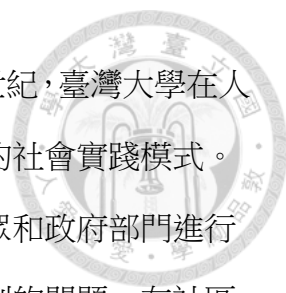


5.3 專業者的反思-進步式的社會設計

5.3.1 社會設計介入的價值與意義

如何「為」社會而設計?設計對社會的影響是什麼?「社會設計」最常見說法為「以解決社會問題為目的」的設計，它對內呼應了「設計在解決問題」的主流看法，對外也反映了社會轉向設計尋求公共問題解決的需求。然而，如何在複雜的社會中重新界定「社會問題」為關鍵。

1971 年 Victor Papanek 的《Design for real world》一強調設計師的社會責任；1990 年代，社區發展設計興起；2000 年，設計觀點著重於它所創造的經濟價值；到了現在 21 世紀，「為社會而設計」的意識再度被各界喚起。2016 設計城市的前哨展覽—「2015 臺北設計城市展」主題「WE ARE THE POWER，社會設計=人民的力量」，揭櫫「賦權、協助利他及社會整合」的核心價值。展覽試圖翻轉長久以來的市場消費主義傾向，倡議設計應負起社會責任，回應民眾的需要，尤其是幫助弱勢者解決困境，使人人都可享有更好的生活品質。(吳靜宜，2016) 台北設計之都的想像成為一個「社」計之都，結合社會，串聯更多的社會企業家和民間組織一起合作；營造社區，讓更多地方社區和創意街區可以活絡發展；建立社群，讓各方專業的人才可以引導與給予協助。最終，希望每個公民，開始透過設計參與來帶來社會改變。吳漢中認為，社會設計在台灣並不是天龍國的活動，它是在回應台灣某一些小地方累積的小行動。諸如:台南土溝農村美術館用藝術介入農村、台中的好伴共同工作空間推動舊街區的地域營造，以及建築師謝英俊用當地雇工購料、當的工法解決災後地區的居住問題。值得觀察，上述社會設計個案與本研究有個共同性質，絕大部分是從大學校園跨到真實的社會，因此，接著問，是什麼樣的脈絡下發展出的模式?

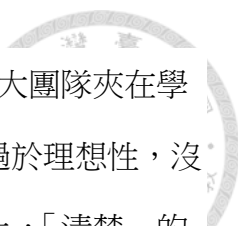


陳東升在〈人文實踐與社會創新的臺灣經驗〉提到在二十一世紀，臺灣大學在人文創新與社會實踐當中，啟動了學術社群與地方社區營造結合的社會實踐模式。因重建、創建的工作促使來自不同領域的學術工作者、地方民眾和政府部門進行跨領域合作，共同解決地方生態、文化、社會及經濟等所遭遇到的問題，在社區營造的能量下孕育出多樣化的網絡，如：有機農民網絡、地方產業網絡、藝文工作者網絡、在地照顧與社區營造組織網絡，以及大學教師社會參與的網絡。這些網絡的交會聯結，創造從社區推展到鄉鎮層級的地方公民社會基礎，對於臺灣民主落實在地方將會有重要的貢獻。另一種是學術社群引進知識與實踐方式且移轉的社會實踐模式，諸如規劃學術社群所引進的參與式規劃，或是社會科學從歐美引進的審議式民主，提供公民討論具有爭議性的公共政策議題的管道。

以農行動為主軸則以台灣大學「食養農創」跨域共創課程為例。認為大學教育有責任將新世代的年輕人，帶回土地與農耕結合，因此規劃了坪林、溪州、南萬華、紹興四個場域進行實作，孵育一個「食養農創 DNA」跨領域的社會設計教育，非傳統的以實質空間為規依的設計教育。（張聖琳，2016）。龍潭的地域振興計畫就在上述脈絡中展開行動。事實上，在過去的社會和文化脈絡中，龍潭其已醞釀出許多社會設計的能量，都在過去台灣所推廣的文化政策與市民運動中演進，那麼，台大城鄉所團隊身為空間專業者介入的價值與意義為何？

5.3.2 專業者的行動反思

我在田野訪視業者的過程中，首先遭遇的難題是專業的定位上受到質疑：請問你們開過餐廳嗎？是你們輔導我們還是我們輔導你們？有多少資源給我們？對業者來說，政府的輔導資源是一個由上而下的模糊概念，資源來自哪個單位並非最重要，重要是投注在此，能得到多少實質的幫助？甚至有業者不諱言說：原本以為計畫的經費會按比例分給店家，讓店家各自運用。從執行計畫的現場得到最真實的聲音，第一時間總是讓人沮喪，畢竟台大團隊不是以「業務」形式和地方建立關係，而



是希望打開地方對地域振興計畫的想像。但對部分的業者來說，台大團隊夾在學術研究單位和社區輔導團隊之間的「類產業輔導機構」，願景似乎過於理想性，沒有立即性的「輔導成果效益」也有沒有清楚的「專業補助」。事實上，「清楚」的發展意圖與「實質」的補助是長期以來公關公司在執行公部門委託計畫為了安撫地方派系的慣用手段，然而，從龍潭的歷史經驗看見，資本化的節慶營造與商品化過程，並無法提升地方產業的品質，反而加速了經濟活動與地方社會的分離。公關公司「重活動、輕輔導」的操作手法，也引發了年輕社群在雲端的批評：

A: 反正這些公部門浪費的資源說多也還好啦，少辦幾場熱鬧活動就回來了，喜歡一直一直做重複的事，也不是一天兩天的事了…

B: 是看不慣一直重複的事情，光是龍潭這一區，同一件事情輪迴好幾次，都是新廠商>重新田調>辦成果>結束，然後年復一年的持續發生，每個廠商產生的文宣攤開來，風格不一樣，但內容都大同小異差不多啊!!!

然而，外來的非營利組的團隊過於短視近利的急於接軌地方資源，也受到評斷：

C: 一個國家大型計畫，一間○○大校，不會好好跟在地團體談合作，反而想直接透過我這個個體連到背後現成資源，結果被我碰壁談不成，現在似乎要找外來不熟在地的公關公司進入龍潭，然後又重新做調查，做完就拍拍屁股走人？如果真的是要這樣玩，未來在龍潭你們就自己多多加油了。

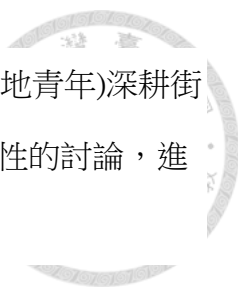
D: 資源分享是建立在禮貌上，以及互助互惠的信賴關係為原則，但客氣回覆已讀不回，在龍潭都沒見過人來就直接訊息要士農工商聯繫資料，加上莫名其妙劃地自限的排他，與其說是生氣，不如說是傻眼，就好好來拜訪，坐下來聊一聊搏一下感情是有多難。

C: 需要現成資料我能理解，但是要幫忙一起累積能量，而不是重蹈覆轍一直做那些做過的事情才是。

換言之，地方對於資源挹注的觀念與意圖在中年為主的經濟社群與年輕社群之間有世代的差異，這些差異在傳統的產業輔導機制下是不會被處理的。因此，「社區食聯網」的社會設計就是在「打破」輔導過程中權力不對等的關係，專業者扮演跨領域的「中介者」，中介於不同文化與族群之間，透過有意識的理念引導不同的參與模式，藉由每一次的「共同設計」(co-design)都希望帶動結盟。然而，這遇到第二的難題，沒有社區支持的經濟體(業者)難以結盟。龍元宮商圈因為地方自治體的惰性(商圈協會及五穀爺協會因各自考量而合作停滯)，在地產計畫結束後，地方一度又回到業者各自發展的形勢，雖然有「養生好食聚落」平台維繫著合作店家的網絡關係⁴⁷，但在一次事件中，因兩間業者之間銷售不信任而產生導火線，進而在世代觀念上的差異中爭鋒相對，合作網絡已產生裂縫，並且連帶影響其他合作點店家對此網絡平台的認同感。從次事件中不禁懷疑所謂的民主、生態的經濟體難道不是建立在共作的培力過程中嗎？經濟社群組成的共同體究竟要如何維繫？後來，我從高原社區的場域找到可能的解答。長年來，社區透過有機村藍圖的引導下，區域內的有機農場、餐飲店、志工團隊與企業體，從物質循環、產業學習網絡到社區福祉的環節構成一個共生生態的棲地，鑲嵌在地的互助行為讓經濟生活進入社區，換言之，小鎮的產業鏈之間的互惠互信有三個關鍵要素，一、源自於社會網絡的互助，二、控制在小型生產網絡，三、立基在「棲地」共好之上，而這層層關係更需要由地方社會的公共治理才能永續。而龍元宮在流動的商業行為中，同行競爭，加上店家和房東存在者不信任關係以及地方派系的介入，這些結構性的問題是台大團隊在計劃案中沒有積極去處理的。難道團隊在市街的社會設計失敗了嗎？市街的經濟活動動不起來嗎？

事實不然，在計畫退場後，我們可以看見市街上年輕世代躍動的身影，這些能量都來自於前導計畫(鍾肇政文學園區、地方產業計畫、導覽培訓計畫)的培力，而

⁴⁷ 在地產計畫的執行過程，曾規畫要組織跨商圈、正式的產業發展組織，但商圈的業者普遍認為歸屬在既有的協會即可，商圈之外的業者也認為不需要節外生枝。在我的觀察，這是長期以來被地方派系的支配的結果，業者多只想安穩做生意，不想得罪地方勢力。而遺憾的是，後期台大團隊的重心轉移到商圈之外，協會因多方考量在培力過程中缺席，導致後期合作上較為疏離。



年輕世代跳脫計畫案的包袱，以不同角色(學生、返鄉青年、外來駐地青年)深耕街區，引入社群創新的能量，以「消費市場改造」為載體，展開公共性的討論，進一步與社區協力提出實質的規畫行動方案。

我們相信，這是一個跨文化的時代，在訊息快速流動的社會下，「自我」(個人/集體/國家) 與「他者/他文化」的相遇，使主客二元對立的模糊界面逐漸擴大，而設計者身處在跨文化場域，要有能力處理日常生活中不斷衍生的內部異質與外來力量，設法接納、共融，並且創造社會共享多元價值的理念。不同的行動者在我們進入田野的這些年中，共同設計跨文化的行動，逐步改變社區對於龍潭的認知，也引導了後續行動者對待地方的關係，尤其是年輕世代在空間與行動上的策略，不盡然揭示著青年「返鄉」的認同，也不全然承繼著傳統文化的使命，對新世代的族群來說，共同社計、共同經營的創新社會行動，即是改造自我，進而再結構自身與社會的關係。我認為這就是「社區食聯網」在建構一個進步式的社會創新的轉型過程。

參考文獻



Brunori, G.

2007 "Local food and alternative food networks: a communication perspective," *Anthropology of food*, S2.

Law, J

2002 Objects and spaces. *Theory, culture and Society*, 19, 91-105.

Ilbery, B., & Bowler, I.

1998. From agricultural productivism to postproductivism. In B. Ilbery (Ed.), *The Geography of Rural Change* (pp. 57-83). Harlow: Addison Wesley Longman.

Murdoch, J.

2000 Networks- a New Paradigm of Rural Development. *Journal of Rural Studies*, 16, 407-419.

Mauss, Marcel

1967 [1925] *The Gift. Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies*. New York: W. W. Norton & Company.

Meigs, Anna S.

1984 *Food, Sex, and Pollution: A New Guinea Religion*. New Brunswick, N. J.: Rutgers University Press

Munn, Nancy

1986 *The Fame of Gawa: A Symbolic Study of Value Transformation in a Massim (Papua New Guinea) Society*. Cambridge : Cambridge University Press.

Feenstra, Gail.(1997). Local food systems and sustainable communities. *Amer. J. Alternative Agric.* no. 12 : 28-36.

Marsden, T.

1998 Economic perspectives. In: Ilbery, B. (ed.) *The Geography of Rural Change*, Longman: London, pp. 13-30.

Ploeg, J. D. van der

2008 *The new peasantries: struggles for autonomy and sustainability in an era of empire and globalization*. London, UK: Earthscan.



王保鍵

2016 〈論桃園客庄型態與客家政策〉，《臺灣民主季刊》第十三卷，第四期：93-125

王雯君

2005 〈客家邊界－客家意象的詮釋與重建〉。東吳社會學報，18，124-150。

王建革

2006 《小農與環境——以生態系統的觀點透視傳統農業生產的歷史過程》，農業經濟論文中國農業經濟論文農業論文

李承嘉.

2012 《農地與農村發展政策－新農業體制下的轉向》。台北：五南圖書。

2005 〈行動者網絡理論應用於鄉村發展之研究－以九份聚落 1895~1945 年發展為例〉。地理學報，39：1~30。

李佳璇

2013 《台灣城鄉交界的農耕文化：台北都會邊緣的安坑耕種者之菜園生活個案研究》。台大建築與城鄉所碩士論文。

吳莉君（譯）

2010 《設計思考改造世界》(原作者：T. Brown)。臺北：聯經。(原作出版年：2009)

Wu, L. J. (trans.). (2010). Changed by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation (Original author: T. Brown). Taipei: Linking Publishing. (Original published 2009) [in Chinese, semantic translation]

吳珮菱

2013 《公私協力參與客家文化生活環境營造之研究－以桃園縣龍潭水田老屋客庄研究調查計畫為例》，中央大學客家政治經濟研究所

吳靜宜

2016 〈對「2015 臺北設計城市展」的觀察與省思〉，設計學報第 21 卷第 3 期

邱秀英

2006 《花蓮地區客家信仰的轉變 --以吉安鄉五穀宮為例》，國立花蓮教育大學鄉土文化學系碩士班

范淑敏、李永展

2003 《國家新霸權計畫-台灣城鄉風貌改造運動》，都市計畫年會發表論文。

林麗櫻

2007 《桃園工業發展與桃園社會變遷:一九六六年~一九九六年》，中央大學機械工程研究所碩士在職專班

林育諄

2009 台灣鄉村區域發展危機與活化：以稻米區域為例，2009「農地資源空間規劃成果論壇」，台北，行政院農業委員會，十一月二十五日。

林季嫻

2006 《台灣人地關係之初探》。靜宜大學生態系碩士論文。



林文祺

2008 《水・權力的建構・人的遷移 以石門水庫興建對十一份地區空間影響為例》。桃園：中原大學室內設計研究所碩士論文。

林淑蓉

2007 〈個人的食物與性別意象：從日常生活 到婚姻交換〉，《考古人類學刊》第 67 期 頁 11-42

林永鈞

2016 《青年返鄉與在地實踐：以桃園藝文陣線為例》，中央大學客家社會文化研究所

施聖文、陳東升

2014 〈以社區/地方參與為導向的「人文創新與社會實踐計畫」〉，新作坊

陳其澎

2012 〈流動的人民故事 桃園縣水庫移民遷徙過程的研究〉，《地理學報》； 64 期， P67 - 96

陳板

2002 〈化邊緣為資源-台灣客家文化產業化的策略〉。客家公共政策研討會。國立清華大學。

陳板

2002 〈化邊緣為資源：台灣客家文化產業化的策略〉客家公共政策研討會，論文集，17-1~23。台北：行政院客家委員會。

陳東升

2012 〈人文實踐與社會創新的臺灣經驗〉，《人文與社會科學簡訊》，14:1 頁 4-8。

陳東升

2012 〈社群治理與社會創新〉，《臺灣社會學刊》，頁 1-40。

陳東升

2013 〈從設計到社計的社會學想像〉。中興大學電子報。
來源: <http://cdtl.nchu.edu.tw/epaper/data/15-3-2-1.pdf>

黃二田

2005 《城鄉風貌改造運動之景觀與設施使用分析研究-以桃園縣龍潭鄉為例》

黃應貴,陳文德/主編,李威宜,呂玫鏗,莊雅仲,張正衡/著

2016 《世紀的地方社會：多重地方認同下的社群性與社會想像》。台北:群學出版。

黃應貴

2008 《反景入深林：人類學的觀照,理論與實踐》。台北市：三民書局。

黃舒楣

2011 〈食物和規劃的美味關係：以食物為線索的城市規劃行動〉綠雜誌 Vol. 014。台北：台灣建築報導雜誌社。

黃舒楣

2017 〈菜市场未生筆記：摩肩擦踵之必要〉，鳴人堂



來源: <https://opinion.udn.com/opinion/story/10114/2237700>。

黃莉婷

2016 《地方特色產業競爭力之探討—以龍潭花生糖為例》，中央大學客家語文暨社會科學學系客家研究碩士在職專班

黃筱雯

2011 〈德記油坊老店開拓網路新商機〉。今周刊，734，108-109。

郭大玄

2017 〈地方的書寫：桃園區空間關係與城市地景的轉化〉，《桃園文獻》，第3期，頁43-78

梶瀉俊子、谷口吉光、立川雅司 等/編著

2016 《食農社會學：從生命與地方的角度出發》。開學文化

許純鎰

2016 《從異域到茶鄉：泰北邊境的茶產業與地方浮現》台大地理環境資源學研究所

莊育城

台灣歷史—桃園的客家移民史，頁50。

高橋博之，簡嘉穎, 万花譯

2016 《食鮮限時批：日本食通信挑戰全記錄》，遠足文化

許木柱、簡美玲

1996 〈飲食與文化-人類學觀點的回顧與展望〉，第四屆中國飲食文化學術研討會論文集，台北：財團法人中國飲食文化基金會。

張純剛、齊顧波

2007 〈突破差序心態重建食物信任—食品安全背景下的食物策略與食物心態〉費孝通（1948/2007）。《鄉土中國》。上海：上海人民。

張世龍

2005 〈從糧食到食品：政策與發展的歧路台灣經濟研究月刊〉，第28卷第2期。

張聖琳

2015 《城鄉交界的參與式農學研究：從新北市案例研究“農行動”如何成為城鄉發展與生態保育的觸媒？》。行政院國家科學委員會補助專題研究計畫。

張聖琳、國立臺灣大學食養農創團隊

2015 〈食養農創 DNA 的社會設計--離農的文明如何回農？〉，《建築師》，501，頁102-107。

2015 《城鄉交界的參與式農學研究：從新北市案例研究“農行動”如何成為城鄉發展與生態保育的觸媒？》。科技部專題研究成果報告書。

蔡濟民

2017 〈漫遊龍潭 菱潭陂上的文學輕旅行，春季號文化〉，桃園桃園市政府文化局

蔡晏霖

2016 《農藝復興：臺灣農業新浪潮》，文化研究，頁23-74



蔡淑貞

〈龍元宮元宵節財神遶境〉，數位化執行單位：臺灣客庄文化數位典藏計畫

<http://catalog.digitalarchives.tw/item/00/65/9b/b1.html>

浩然基金會作者群

2014《小農復耕》。台北：果力出版社。

桃園縣政府，桃園石門商圈（2006）

<http://jumpingfish.tycg.gov.tw/restaurant2006/index.html>

楊弘任

2004《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》，國立臺灣大學社會學研究所博士論文

楊弘任

2011〈何謂在地性？：從地方知識與在地範疇出發〉，思與言 第49卷第4期，頁5-29

馮天蔚等著

2004《桃園龍潭的客家庄佳安村》，第一版，臺北市：客委會

游萬來、楊敏英、李盈盈（譯）

2014。《為社會而設計》（原作者：N. Whiteley）。臺北：聯經。（原作出版年：1993） You, W. L., Yang M. Y., & Li, Y.Y. (trans.)(2014). Design for society (Original author: N. Whiteley). Taipei : Linking Publishing. (Original published 1993) [in Chinese, semantic translation]

劉孝賢

2016《論多元族群之社區認同建構—以桃園市龍潭區佳安社區為例》。桃園：中央大學客家社會文化研究所碩士論文。

劉璧榛

2007〈稻米、野鹿與公雞：噶瑪蘭人的食物、權力與性別象徵〉，《考古人類學刊》第67期，頁43-70

楊路（譯）

2013《為真實世界設計—人類生態與社會變遷》（原作者：V. Papanek）。臺北：五南。（原作出版年：1985）

Yang, L. (trans.). (2013). Design for the real world: Human ecology and social change (Original author: V. Papanek). Taipei: Wunan Books. (Original published 1985) [in Chinese, semantic translation]

楊蹟駿

2016《食物品質與地景變遷，台灣坪林文山包種茶產業個案研究》，台大城鄉所碩論

梁炳琨

2008〈農業食物在地化—臺東縣池上鄉米食產業的探討〉。《地理學報》，53，85-117。

廖哲強



2011 〈另類食物在地知識型塑歷程－古坑咖啡之個案〉。《中國地理學會會刊》，6，19-36。

傅寶玉

2017 〈與水共生：龍潭水利與地方社會〉，《桃園文獻》，第3期，頁109-120

趙旭東、王莎莎

2013 〈食物的信任－中國社會的飲食觀念及其轉變〉。江蘇行政學院學報，第二期

潘朝陽編纂

2010 新修桃園縣志【地理志】。桃園市：桃園縣政府。

賴守誠

2006 〈現代消費文化動力 下族群飲食文化的重構，國家與社會〉創刊號，167-212。

賴守誠

2008 〈食物的文化經濟與農鄉發展：義大利慢食運動及臺灣客家飲食運動的個案比較〉，農業推廣學報，24期，頁45-72

賴守誠

2008 〈客家地方食物特產、文化經濟與地方發展：以美濃板條與新埔柿餅為例〉。臺北市：行政院客家委員會獎助。

譚鴻仁

2007 〈關係空間裕鄉村發展以龍潭槿風茶為例〉。《地理學報》50，47-72。

嚴勝雄

1973 〈臺灣北部之工業發展及其結構變遷之研究〉，《台灣銀行季刊》，第24卷，第3期，頁278、287-291。

謝佩娟

2014 〈在「現代性」與「集體性」的提醒與思索路徑〉，台灣社區通

蕭崑杉、蔡必焜

2008 〈偏遠鄉村生活產業的發展〉，生活產業與地方發展國際研討會，頁35-56。台北：台灣大學。

蕭淑媛

〈以社造為核心的地方產業培力案例研析－以高雄市微風市集為例〉高雄市
政府社會局人民團體科

來源: <https://www.hwwtc.mohw.gov.tw/att.php?uid=3977>

羅雯

2012 〈經驗與族群互動：東河的客家與賽夏〉，國立交通大學客家文化學院
客家社會與文化學程。