# 鄧雨賢數位典藏加值應用研究一以文化產品設計為例

An Exploratory Study of Value-added Applications for Yu-Shian Deng's Digital Archive: A Case Study of Cultural Product Design

### 莊育振\* 楊東翰\*\*

Yu-Cheng Chuang\*, Don-Han Yung\*\*

#### 摘要

台灣音樂之父鄧雨賢先生的作品家喻戶曉,他的作品如「四、月、望、雨」四大名曲為大眾熟知,堪稱為台灣音樂史的重要里程碑。本研究根據桃園縣文化局之「鄧雨賢數位博物館」建置案之典藏經驗,運用數位典藏之素材,結合文化創意,進行文化產品的開發與加值。藉由數位典藏素材轉換至文化產品設計之過程,提出數位典藏應用於文化產品之加值脈絡與流程。本研究透過數位典藏品的分類與分析,建構出一套數位典藏加值應用之模式,並以實際設計案例驗證數位典藏加值應用之可行性。以期待為未來歷史音樂人物之數位典藏加值應用提供參考之模式。

關鍵字:數位典藏、文化創意產業、文化產品設計、鄧雨賢

#### **Abstract**

Mr. Yu-Shian Deng, esteemed as the Father of Taiwan Music, composed numerous well-known folk songs that are considered as the milestones of the Taiwan music history. The Cultural Affairs Bureau of Taoyuan County in Taiwan has established a digital archive of Mr. Deng to commemorate his achievement. This study describes the authors' experiences in cultural product design for the archive. Based on the analyses of the archival content and historical background, this study proposed a design approach that emphasizes the content and context characteristics of the archive. This approach may be applied in the future value added applications and cultural product design projects for people-centered archives.

Keywords: Digital Archives; Creativity Industry; Cultural Product Design; Yu-Shian Deng

<sup>\*</sup> 國立雲林科技大學數位媒體設計系暨設計運算研究所 助理教授(通訊作者)
Assistant Professor, Department of Digital Media Design & Graduate School of Computational
Design, National Yunlin University of Science & Technology. (To whom all correspondence should
be addressed.)

E-mail: chuangyc@yuntech.edu.tw

<sup>\*\*</sup> 國立雲林科技大學數位媒體設計系暨設計運算研究所研究生 Graduate School of Computational Design, National Yunlin University of Science & Technology

## 壹、前言

行政院國家科學委員會自2002年推動「數位典藏國家型計畫」,期望我國能成為亞太地區數位內容發展重鎮。隨著典藏計畫內容發展的進行,於2008年將典藏計畫與「數位學習國家型科技計畫」加以整合,成為一整合型計畫「數位典藏與數位學習國家型科技計畫」。在典藏計畫的推行下,許多文物與器物藉由數位科技的運用而加以保存。然而,數位典藏其目的不僅僅是在於保存文物與器物上,其加值運用上亦為重要目的之一。經數位典藏後的文物,透過加值運用,讓典藏內容擺脫生硬而陌生的觀感,以嶄新多元、平易近人的姿態與大眾接觸,進一步提升文物的附加價值。

近年來我國文化創意產業的提倡,各界 積極尋求文化與創意結合之可能性與發想依 據。因此,文化創意這塊新興產業領域,也 逐漸受到政府關注,如:內政部於2009年提 出的「六大新興產業推動」計畫中,即包含 了文創產業在其中。又如尚處規劃研討階段 的「文化創意產業發展草案」提出,在在的 顯示了政府機關對這文創範疇的重視。文化 創意產業透過文化與創意的結合下發揮其效 益,以文化加值與創意加值之方式成為一具 相當潛力的新興產業。

文創產業為以文化為根源之創意產業, 而數位典藏近年來典藏之豐厚成果,不僅為 創意人才提供豐富的文化內涵,典藏的內容 更常常成為文創產業應用的最佳素材資源。 因此,文創產業得以透過數位典藏庫所提供 多元而豐富的素材進行運用,產生高附加價 值與高水準的加值產品,例如:故宮與法蘭 瓷所合作的「櫻桃戲春」、「桃花雙燕」瓷 器組,即產生了數位典藏運用的新模式,廣 受各界好評。

在數位典藏內容中,有著各式各樣的 典藏內容,如:自然、人文、風俗、藝術 等。在這些典藏內容中,人物類之數位典藏 更是占有相當的比重。人物類之數位典藏 在數位典藏分類中,依據其人物之特性與身 分,而有著不同的分類,如影音主題中的音 樂人物、檔案主題中的政治人物。人物類數 位典藏內容中,亦涵括了人物的相關文物、 手稿、創作等等,典藏內容也相較其他類別 豐富。在多類型的數位典藏內容交織下,人 物類數位典藏內容比較容易有可讀性與故事 性,在當今故事行銷當道的潮流下,可以突 顯出典藏的重要性。

過去在人物類數位典藏加值運用呈現 上,最常見透過多媒體網站與出版影音等方 式展現人物類數位典藏的豐富性。然而,跳 脫出數位領域範疇以實體呈現之文化加值設 計則較少見。因此,本研究將藉由文獻探討 與個案分析,進行人物類數位典藏於加值設 計應用之現況了解外,並進一步由分析結 果,了解利用既有數位典藏資源進行加值設 計之要素。

本研究透過桃園縣鄧雨賢數位典藏計畫,更深入的了解這一位被後代世人尊稱為「台灣歌謠之父」的偉大音樂家。鄧雨賢先生的創作深深的影響了台灣歌謠的發展,

如我們所耳熟能詳的「望春風」、「雨夜 花」等歌曲,隨著歷史而成為我們日常生活 記憶中的一部分。將鄧雨賢先生相關照片、 創作、事蹟等相關文物透過資料收集與人物 訪談等方式,運用數位科技加以典藏保存。 本研究中將以鄧雨賢作為實際個案之案例, 探討如何運用鄧雨賢數位典藏於加值設計應 用,進行典藏資源轉化。藉此了解數位典藏 資源在與文化產品設計結合運用時,所應注 意之要點。

# 貳、從數位典藏到文化產品加 值設計

#### 一、數位典藏與加值

數位化時代的到來,改變了我們以往的 生活方式,透過數位化的技術進行資訊交流 以及保存,成為未來的趨勢。我國行政院國 家科學委員會於2002年至2007年間推動「數 位典藏國家型科技計畫」與「數位學習國家 型科技計畫」將其列為國家重要發展計畫。 於2008年整合為「數位典藏與數位學習國家 型科技計畫」。

根據我國國科會出版之《數位典藏技術 彙編2007版》對「數位典藏」一詞定義,數 位典藏係指:「將所有保存價值之實體或非 實體資料,透過數位化科技技術予以保存及 應用。」(行政院國科會,2007)經由數位 典藏後的文物,以數位化的形式加以保存, 再經由資料不斷的累積與校訂,確保其資料 的完整性與正確性。透過數位典藏計畫的實 施,不僅提供了後續相關研究的資料參考, 亦成為了加值應用的素材來源。如何將數位 典藏的內容透過適當的加值模式而產生具有 教育性或市場性的文化產品是本研究的關注 議題。

數位典藏所典藏的內容包含了:生物 與自然、生活與文化、語言影音與新聞、藝 術與圖像、地圖與建築、文獻與檔案等。在 以上分類中,數位典藏所保存的人物相關內 容,除了將對台灣歷史發展有著深遠影響的 人物史事加以典藏保存外,更透過數位典藏 方式,得以讓後代世人能更加了解這些對 台灣有著不可磨滅影響的要人。而數位典藏 分類中,人物類之數位典藏因應其特性與背 景之不同,因此各自被分類在不同類別中。 如文獻與檔案分類中政治人物或日據時代人 物,藝術與圖像中的音樂人物或藝術人物 等。而人物類數位典藏內容中,亦典藏了人 物相關的文物、創作、手稿、歷史背景等內 容,因此在典藏內容的呈現上也相當多元豐 富。

而數位典藏後的檔案、素材,透過加值運用,更可以達到學習、研究、經濟等效用,進而發揮數位典藏之真正目的。數位典藏加值應用的範圍相當廣泛,根據項潔、陳雪華、陳昭珍、郭筑盈(2005)等專家學者對數位典藏產業商業模式之探討研究中表示,數位典藏加值可應用至「休閒與娛樂」、「學習與研究」、「文化與生活」領域上。其中「文化與生活」領域是將數位典藏資源與大眾生活息息相關的應用,透過數位媒體進行的文藝創作,文化素材整合而成

的資料庫(如美術、照片、影像等),不 僅從中提取元素進行加值,製作成民生用 品(如複製畫、陶瓷、紡織、文具、飾品 等),並可結合深度旅遊時的情境,進行文 化導覽行程等。

#### 二、人物類數位典藏與加值

台灣這塊土地會萃了極為豐富的人文 風情與地理特色,近年來所高唱的台灣本土 文化,其實就在你我生活周遭。而這些在我 們身邊所環繞的地理人文,正是台灣本土文 化的精髓所在。透過數位典藏的力量,這些 典藏下的素材與檔案,能夠更為廣泛的被發 現、閱覽,本土文化也能藉此獲得妥善的 保存與大眾的了解。數位典藏所保存的內容 與資訊,提供了多元且豐富的素材可以進行 數位加值運用之外,亦提供了在文化加值設 計上之素材來源。透過文化與創意的結合下 發揮其效益,達到文化加值與創意加值之目 的。因此,透過數位典藏庫所提供多元而豐 富的素材進行運用,產生高附加價值與高水 準的加值應用。

人物類之數位典藏在數位典藏分類中, 依據其人物之特性與身分,而有著不同的分 類,例如:在影音類別中,以音樂家李泰祥 為例,因其作品與人物性質為音樂相關之 故,因此典藏內容著重在影音類部分。而又 如器物類中的楊英風,其創作作品主要為立 體雕塑類內容,因此典藏分類上即著重在器 物上。數位典藏所保存的人物相關內容,除 了將對台灣歷史發展有著深遠影響的人物史 事加以典藏保存外,更透過數位典藏方式, 得以讓後代世人能更加了解這些對台灣有著 不可磨滅影響的要人。

而人物類數位典藏內容因包含了人物故事背景、著作、創作、相關文物等內容,因此人物類數位典藏內容中,亦典藏了人物相關的文物、創作、手稿、歷史背景等內容,在典藏內容的呈現上也相當多元豐富。 例如,李泰祥數位音樂博物館,則透過網站整合人物之音樂創作、故事背景、文物手稿等內容。又如高棪舞蹈館,則將其舞蹈及相關創作整合至網站上,並提供人物相關故事背景等資訊,提供瀏覽者進一步了解人物故事等內容。以人物類數位典藏在應用於文化產品加值方面呈現上,主要呈現方式有多媒體影音、出版書籍等,如李澤藩先生相關之出版書籍。

目前台灣的人物類數位典藏常見以網站加值的呈現方式。在其他產品的加值應用上,則較為少見。在這些被數位典藏的人物中,對於台灣文化、歷史都有著一定程度的影響力。然而這些歷史人物是如此的重要,卻又鮮為人知。人物類數位典藏內容以數位博物館(美術館)、多媒體影音與出版書籍的加值方式,亦是希望藉此將人物推廣給社會大眾,讓大眾能對這些影響我們深遠的人物有著更進一步的認識。

然而,人物類數位典藏除了上述的加值呈現方式外,是否有著更豐富多元的呈現方式?而在上一章節中,我們了解到數位典藏與文化加值所呈現的多元面貌,如時尚工

藝、文具用品、居家生活等內容,讓典藏內容有著嶄新的呈現。典藏內容經數位技術保存後,是不應與群眾遠離的。透過加值運用的轉化,讓典藏內容更貼近大眾,變成與生活息息相關的內容,人物類數位典藏亦是如此。將人物類數位典藏內容轉化運用,以文化加值與文化創意的結合呈現,讓社會大眾能夠以不一樣的眼光、角度去看待這些歷史人物。

#### 三、數位典藏與文化創意產業的交會

近年來文化創意產業的提倡下,文化的根基來源,成為了我們所急欲尋求的創意內容。李月蓮(1996)提出文化識別是指一個國家的國民對他們的國家文化有共識及投入感,他們認識自己的文化,又能清楚指出自己國家的文化特質。文化一代表的是人類所有活動的呈現記錄,包含了我們的精神、思想、創作、生活方式等等,歷經時代的考驗與淬鍊的集成。在自己國家生活的人民,對於自己國家的文化產生認同感,使得文化產生與他國的差異,在精神、思想、創作、生活中也蘊含了文化之間的識別。

在當代全球化的社會中,文化與商品的界線逐漸消失。後現代主義學者詹明信(2001)便曾指出,晚期資本主義進入後現代主義的文化情境,後現代主義是藝術的商品化,與商品的藝術化。文化與商品的關係從過去被研究學者批判的立場,到如今各國紛紛以「文化產業」作為國家重要施政的立場有極大的轉變。例如過去以阿多諾為首的

法蘭克福學派學者,便極力的批判所謂的文化工業(Cultural Industry),他們認為大量複製的文化商品是一種低下的模仿。然而,在當今全球化市場的時代,文化反而成為商品中重要的識別象徵,而所謂的文化識別或是文化認同,也透過大眾文化的產品而彰顯出來。因此,在所謂的「文化產業」政策中,文化的特殊性與識別性如何被彰顯出來,可以說是文化產品設計的重點,也是本研究所關注的核心議題。

因此,「文化創意產業」是一個透過「創意」將「文化」與「產業」加以連結的新興領域。文化為創意提供所需的資源與平台,提供了創意所需要的素材。產業藉由創意的連結與文化結合,構成文化創意產業內涵。而數位典藏所蘊含的文化與歷史內容,成為了一豐富素材庫,提供了文化創意的發想來源。因此,數位典藏應用到創意加值上,亦是政府機關近年來極欲努力之目標。

數位典藏透過創意加值應用,讓典藏文物展現出新穎而獨特的面貌。如中央研究院「數位典藏與數位學習國家型科技計畫」總計畫辦公室與財團法人資訊工業策進會產業支援處共同規劃執行計畫一「數位典藏橋接計畫」,亦建置了一「數位典藏創意加值數位平台」網站(網址:http://www.teldapbridge.org.tw/,簡稱「數位典藏橋接計畫」)。網站除了提供在創意產業上的創新發展資源,進一步加以整合、加值台灣既有的文化素材與資源外,提供服務有:媒合服務、素材搜尋、創意市集、法律諮詢、社會

部落等。其中提供相關成功加值轉換應用到 產品上的案例供大眾參考。本研究進一步整 理加值商用平台網站上以數位典藏運用於文 化加值呈現類別之案例產品(表一)。

數位典藏運用於文化產品加值類別上 相當廣泛,且與我們生活息息相關,如表一 中,有著電子電器、服飾、禮品、資訊、玩 具等,都屬數位典藏應用至文化產品上的加 值應用範疇。然而產品的呈現形式五花八 門,在運用數位典藏素材至文化產品上主要 呈現方式有:(一)將圖樣直接運用於產品上 進行加值。(二)萃取出內涵文化要素進行運 用而成產品。(三)圖樣經由轉化重新設計造 型。因此,因應不同呈現方式的文化產品, 所運用的加值方式也隨之不同。數位典藏內 容運用至文化產品加值上,除須檢視典藏物 之性質、特色外,在最終產品呈現形式上, 也是重要的一環。因此若想呈現出好的數位 典藏與文化加值結合的創意產品與設計,是 需要許多的專業與技術才能夠創造出這些令 人驚艷的成果。

#### 四、文化產品之設計內涵

文化產品是一種內含創意的生產活 動,具有智慧財產權目傳遞某些社會意義 (Throsby, 2003)。隨著各地文化風情、人 文思想與背景的差異,每個人所能創造出的 文化商品自然也就不盡相同。而我國文建會 對於「文化產品」一詞的定義:「文化產品 指涉的是與我們生活相關的文化衍生產品, 如書本、雜誌、多媒體產品、軟體、唱片、 電影、錄影帶、聲光娛樂、工藝與時尚設 計。都歸屬於文化產品的範疇。」那麼什麼 樣的產品才能被稱作文化產品呢?Throsby (2003)提出在檢視一活動或產品是否符合 文化產品定義時,可以檢視產品生產過程具 有創意要素、產品具文化內涵並傳達特定的 象徵意義、產品具有某種形式上之智慧財產 作為檢核的條件。何明泉等(1996)亦提 出文化產品與一般產品不同在於文化產品 多了一項文化識別(culture identity)的功 能。文化產品藉由文化精神的融入,獲得消 費者的認同與滿足,藉此傳遞文化內涵與故

表一 數位典藏運用於文化加值呈現類別

加值應用類別	內容與說明
電子及電器產品	圖樣應用於產品上,如心機隨身碟等。
服裝及紡織品	文化元素融入服裝中,進行設計運用。
禮品及家庭用品	紋飾、圖騰應用於喜餅包裝、藝術地毯等。
資訊及通訊科技	圖樣轉化應用於科博館兒童數位學習內容。
玩具及運動用品	公仔、筆筒、水晶音樂盒等應用。
其他	戒指、首飾、香料罐等生活用品。

資料來源:本研究整理

事。鄭自隆等(2005)於《文化行銷》一書中,提出:「文化產品傳遞文化意涵與意義之外,在與消費者之間的關係上,有著另一個重要的切入點-『說一個有文化意義的故事』」。

文化產品藉由產品與文化意涵的融入, 成為具文化深度與文化故事的產品。文化商 品在其形式呈現上,並無一定的規則或樣 式,隨著文化產品的有形或無形,如有形的 器物、書本,無形的音樂、娛樂等,而有著 多元的呈現方式。根據上述專家學者對文化 產品的內涵與定義,本研究對「文化產品」 內涵與定義上,整理如下:

- 1. 產品具備創意要素:文化產品在其生產過程中,需具備創意的要素在其中,透過創意將文化與產品進行結合。
- 2. 產品內含特定文化識別或意義:文化產品 與一般產品不同之處,在於文化產品有著 「文化識別」的要素在其中。因此文化產 品必需具備了文化識別的功能,才能稱為 具文化內容之產品。
- 3. 產品具備文化內涵與故事:文化產品的另一個要點,即為說一個具文化內容的故事,透過故事將文化、產品、消費者進行連結,不僅達到文化內容的傳遞,並能藉此吸引消費者進一步了解產品文化內涵。
- 4. 產品具備智慧財產權特質:文化產品的產生,是需經過一番巧思而成的,因此文化產品本身亦需具備了智慧財產權特質在其中。

文化產品需要經由各種不同資源進行整合、運用、行銷,藉此讓大眾能親近、體

驗。文化產品迷人之所在,即在於本身所富 含的文化意義,透過產品傳達文化內涵或故 事,進而感動消費者,並採取進一步的消費 行為。

#### 五、人物類數位典藏與文化產品設計案例

在本研究中,探討運用人物類數位典藏素材庫進行文化產品加值上之應用現況。本研究以二數位典藏應用內容一「兩蔣文化」、「貝多芬」運用於文化產品加值之案例進行探討。上述兩個案的共同特色為:(1)由政府機關單位所策畫之數位典藏計畫。(2)該人物設有相關文化園區或博物館,提供該人物相關資訊與展示等內容。(3)該人物在數位典藏內容上較為豐富、完整度高,且具有應用於文化加值之相關內容。藉此從中了解數位典藏運用於文化產品加值運用之現況與脈絡。

#### 1. 兩蔣文化與文化產品

「兩蔣文化」中的兩蔣所指為蔣中正先 生與蔣經國先生(以下簡稱兩蔣),蔣中正 先生曾任中華民國第一至五任總統職位,經 國先生曾任第六至七任總統,對於台灣的建 設與貢獻有著不可磨滅的影響。行政院國家 科學委員會藉由數位典藏國家型科技計畫進 行典藏與保存,將兩位總統相關的文物、照 片、記錄等,為歷史保留下珍貴的紀錄。並 運用數位典藏後的成果,進行相關的加值運 用,如多媒體光碟、網站、人物卡通化(圖 一)等。2005年桃園縣政府於大溪鎮規劃 「兩蔣文化園區」,結合大溪當地歷史、人





圖一 蔣中正與蔣經國人物形象轉化

資料來源:桃園縣政府觀光行銷處。

文、休閒等特色,發展具文化深度的觀光資 源。

兩蔣文化加值相關商品,主要販售地點 為桃園縣大溪鎮兩蔣文化園區內,商品透過 園區販賣部進行販售,讓前往園區內的遊客 能加以購買。其中,兩蔣相關創意加值商品 表現的形式有:公仔、T-Shirt、隨手杯、書 籤、手機吊飾等,整理如下表二。

表二中,兩蔣文化相關文化產品結合的 形式主要多以日常生活相關的器物或日常所 使用之物品。透過結合大眾日常生活中使用 物品,讓產品亦具備實用性。

然而,從典藏內容運用至文化商品的角度進行檢視,上述相關「兩蔣文化」產品除了影音光碟及明信片組外,其他相關產品在典藏素材的運用上並無較顯著的應用情形。如公仔、T-shirt等內容雖呈現出人物相關圖像,但在典藏素材內容與產品的結合運用呈現上則較為薄弱。

因此,兩蔣文化在文化產品呈現上, 應善用典藏資源與文化產品,以達到典藏運 用與文化加值之目的。針對兩蔣文化典藏內

表二 兩蔣文化相關產品內容

類別	產品內容			
兩蔣文化	影音光碟	公仔	T-Shirt	
	手機吊飾	書籤	手錶	
	撲克牌	馬克杯	明信片組	
	學生書包	肖像打火機		

資料來源:本研究整理

容於文化加值運用上,本研究歸納相關文化 產品資料,提出下列數點意見:(1)文化產品 應善用典藏內容之素材,以加強產品文化意 涵,達到文化推廣之功用。(2)可將人物故事 背景、典故等,融入產品內容呈現,加強產 品文化深度。(3)可根據人物特性與檔案內 容,進行性質相關之文化產品設計。

#### 2. 貝多芬與文化產品

貝多芬(Beethoven)數位典藏計畫執 行單位為德國貝多芬博物館,計畫於2004年 所執行。博物館創始於1889年,以貝多芬故 居為展示空間,館中收藏了貝多芬創作作品 以及展覽活動等,並提供遊客參訪遊覽。

貝多芬博物館除了實體博物館的展示外,亦在網際網路上成立的貝多芬博物館網站(http://www.beethoven-haus-bonn.de),將更多的貝多芬相關資訊與創作在網際網路上展示。貝多芬博物館所設立的網站中,亦設立了貝多芬相關加值產品的搜尋與線上購買的服務。藉由網際網路進行產品的販售讓消費者僅需透過上網購買即可獲得貝多芬相

關文化產品(表三)。

貝多芬在產品形式運用上亦與日常生活相關的器物或日常所使用之物品,如馬克杯、音樂盒、圍巾、T-shirt等,與兩蔣文化產品在產品形式呈現大致相同。除了考慮到實用性質外,針對貝多芬其「音樂家」的特性,產品與音樂有著相當的連結,如小提琴鉛筆、音樂盒等。本研究中,「兩蔣文化」與「貝多芬」藉由產品來推廣其文化與作品。兩案例中所呈現的產品形式繁多,因此本研究將初步了解「兩蔣文化」與「貝多芬」數位典藏於文化產品加值應用,針對其產品的應用形式上進行資料的收集,了解其運用的方向,進一步歸納出下表四。分別從人物性質、加值方式、加值內容進行了解。

從表四之加值方式運用中可以發現, 「兩蔣文化」與「貝多芬」在數位典藏素材 運用上,主要運用以「圖像」、「影音」、 「文字」為加值方向。本研究進一步與典藏 內容分類進行歸納,依循其加值運用脈絡而 整理出人物類數位典藏運用至文化產品上之

類別	運用形式		
貝多芬	石膏像	複製畫	相框
	音樂CD	影片CD	咖啡杯
	馬克杯	白蘭地酒	圓珠筆
	鉛筆	鑰匙圈	磁鐵
	掛繩	音樂盒	滑鼠墊
	圍巾	提袋	T-shirt

表三 貝多芬相關產品運用形式

資料來源:本研究整理

類別	兩蔣文化	貝多芬
人物背景	政治人物	音樂人物
	人物肖像運用(圖像)	人物肖像、曲譜運用(圖像)
加值方式	人物故事與背景 (文字)	人物故事與背景(文字)
	影音光碟與敘事紀錄片	創作音樂加值運用(影音)
	與日常生活相關之物品並結合觀光達	除與日常生活相關外,亦強調出「音
加值內容	到文化推廣,產品亦可藉由網路購買	樂」之要素,並結合觀光達到文化推
	取得。	廣,產品可透過博物館網站進行購買

表四 雨蔣文化與貝多芬文化加值列表

資料來源:本研究整理

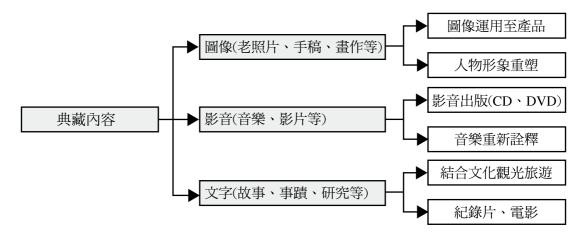
方向與內容,整理如下圖二。

- (1) 圖像:將人物的形象與造型重塑,可使人物形象經由轉化再進行與產品結合運用。另外老照片、圖像等(如手札、曲譜等),亦可將其運用到日常生活相關之物品,使產品具備實用性外,消費者在使用產品時亦能間接行銷產品,達到產品行銷之目的。亦可運用典藏照片與圖像之內容,萃取出其中元素進行創意發想,創造出獨特的創意產品。
- (2) 影音:影音中包含了人物所創作的作品(如音樂、舞蹈等),或其他相關 影片記錄等。影音部分資料亦可藉由 後人重新詮釋的方式或輔以另一角度 解讀,而有著耳目一新的觀感。
- (3) 文字:文化產品首重故事內涵,結合 人物相關故事或典故,可使文化產品 更具深度與吸引力。而人物的故事與 背景除了可加強產品深度外,亦可運

用在表演活動上,進一步發展戲劇舞 台劇等活動。

人物類數位典藏加值運用在文化產品上,需要設計者的創新與巧思,所創造出的文化產品也才能獨具特色。本研究探討個案之文化產品在產品的構成與表現層面上,「兩蔣文化」將人物重新形塑,將蔣中正先生與蔣經國先生卡通化、圖形化,改變其給人生冷剛硬的印象,使人感覺容易親近後,再將這些圖像加以運用。而「貝多芬」加值運用在產品上,則因年代較久遠關係,因此在加值運用上主要以肖像畫為主,另外也因為音樂家的身分關係,因此在音樂方面加值運用上,也較有別於「兩蔣文化」多樣,如有:音樂盒、音樂CD等呈現方式。

然而不論產品構成與表現的層面上是何種呈現,最為重要的仍是消費者的接受度與 購買意願。文化產品最重要的是能夠被廣為 消費,透過消費行為讓文化產品的產品生命 延長。再藉由創造出新的文化產品與新的議



圖二 人物類數位典藏素材於文化產品加值之運用

資料來源:本研究整理

題,使得產品與欲傳達之文化得以延續,進 而獲得實質的利益。這也是數位典藏運用在 加值上最終的目的。

# **參、研究方法**

本研究重點在於探討人物類數位典藏素材應用於文化加值、文化產品之圖像、媒材、器物之設計應用。本研究藉由質性研究方法中的歷史研究法與個案研究法從研究案例中進行探討了解,並整理歸納出一設計脈絡與模式。再以紮根理論之研究方法形塑出本研究之理論。

#### 一、個案研究

本研究之所以採用個案研究法原因在 於,研究者能進行了解個案的事實情況、收 集重要的相關資料、挖掘可能的問題、發展可行的方案、以客觀的觀點進行研究分析比較,從中選擇以解決問題,獲得研究的重要資料來源。因此本研究透過了解數位典藏運用於文化加值之相關個案,以客觀的觀點進行剖析,從個案中了解設計的方式與脈絡,將有助於了解研究之議題。

#### 二、歷史研究

本研究採用歷史研究為研究方法之一, 主要亦考量到研究議題中的資料歷史性。鄧 雨賢先生誕生至今已有百年歷史,其所遺留 下來的珍貴文物與手稿,都是相當珍貴的設 計資源。因此將這些資料加以收集整理,從 中整理歸納出鄧雨賢先生之人物故事、歷史 背景、音樂創作等。

# 肆、鄧雨賢數位典藏與文化產 品設計

鄧雨賢先生(圖三),桃園縣龍潭人, 生於1906年7月21日,卒於1944年6月11日。 鄧雨賢先生一生曾創作許多膾炙人口的歌 曲,如知名的「四季紅」、「月夜愁」、 「望春風」、「雨夜花」等,至今仍為世人 所喜好。臺灣這塊土地,幾百年以來歷經了 不同的文化所渲染,如:在日本統治時代, 推動「國語運動」(即所謂的日語)。至國 民政府來台,亦推動了「北京話」當國語。 透過不同文化背景的結合,台灣文化有著嶄 新的姿態,呈現出獨特性與多樣性。

鄧雨賢-這一位被尊稱為「台灣歌謠之 父」的偉大音樂家,他所創作的音樂,不僅 是台灣民俗的寫照,亦成為台灣人民心靈的 歌曲。文學家鍾肇政先生曾這麼讚譽:「那 種優美、動人,且又純粹本土味的風格,太 切合台灣人民的需要吧!廣播、電視裏,幾 乎無日無之,島上每個地方無一處不可聞。可以說,它們已經不折不扣的台灣人的心靈曲子。」。鄧雨賢所創作的音樂藉由音符深切的反應了日殖年代、大眾的心情寫照與生活情景,為後代子孫留下了富足的音樂糧食(謝艾潔,2005)。他的創作不僅在當時造成流行,所留傳至今的歌曲,更成為大家耳熟能詳的記憶。如:望春風、雨夜花、四季紅、月夜愁等。而為了紀念這位音樂家,位於桃園縣龍潭鄉大池旁,亦塑立了他的銅像在湖畔,供世人瞻仰。

創作了近百首音樂的鄧雨賢先生,他 的音樂深深的影響了台灣的人民,在他逝世 後桃園縣龍潭鄉成立了「客家文化館」。館 中設立了鄧雨賢音樂館,展出鄧雨賢先生的 相關文物史料及他的音樂,讓前去參觀的民 眾,能藉由館中的展覽資訊,進一步的認識 這位偉大的音樂家。並在桃園縣龍潭鄉的龍 潭大池湖畔,設立了鄧雨賢先生的銅像,提



圖三 鄧雨賢先生簽名照 資料來源:鄧氏家屬提供

供了鄧雨賢先生的相關故事背景,讓民眾能 認識這位音樂家。而在新竹芎林鄉亦設立了 「鄧雨賢音樂文化園區」以紀念這位偉大的 音樂家。

鄧雨賢之數位典藏計畫由桃園縣文化局 進行典藏與保存,並將典藏後的成果,以數 位博物館之方式在網路上呈現。而其在數位 加值運用上,則有記錄片、影音、網站等方 式(圖四)。並於2008年桃園縣設立「桃園 客家文化館-鄧雨賢音樂館」,將鄧雨賢先 生的相關資訊在館中加以展出。

#### 一、本研究之鄧雨賢史料數位化內容

鄧雨賢先生相關史料與文物分別有老照 片、音樂、書籍、勳章等內容。然而在數位 典藏內容中,依據其史料文物之特性不同, 經數位化後的檔案格式自然也隨之不同,如 老照片數位化後之檔案即以圖片檔形式進行 保存,影像、音樂部分則以影音檔方式保 存。本研究乃依據《數位典藏技術彙編2007版》將文物史料依據其文物形式與數位化後保存檔案格式進行分類,分類類別有:老照片與曲譜手稿、蟲膠音樂唱片、其他史料等內容如下表五所示。

鄧雨賢相關史料數位化內容中,將許多 珍貴的文物與史料典藏保存下來。如其中極 為脆弱的老照片、手稿等,都是隨著時間的 流逝而逐漸損壞的物品。倘若沒有經過數位 典藏的技術加以數位化保存,這些資料也將 難以呈現在世人面前。另外在本次數位化內 容中之蟲膠唱片部分,分別進行了唱盤圓標 與蟲膠留聲音樂轉錄的工作,忠實的呈現出 完整的留聲音樂。透過完整的收錄與典藏, 我們得以得知當時人們所聽到最為原始的音 樂,也能藉此將蟲膠唱片進行典藏保存。

#### 二、鄧雨賢文化產品設計實務

本研究首先透過鄧雨賢數位典藏內容分





圖四 (左)鄧雨賢數位博物館首頁、(右)網站內頁

資料來源:鄧雨賢數位博物館

項目	內 容	數量
老照片	鄧雨賢先生相關之老照片。	80張
曲譜手稿	鄧雨賢先生所創作之音樂曲譜手稿與民間採擷之樂曲稿。	11張
蟲膠唱盤圓標	蟲膠唱盤上之圓標。包含曲名、作詞、作曲、發行者等內容。	20張
音樂	鄧雨賢先生所創作之音樂內容。	41首
其他文物	包含鄧雨賢先生獲頒之勳章、表揚狀、使用書籍等內容。	38件

表五 鄧雨賢數位典藏產出史料數位化內容

資料來源:本研究整理

類,進一步檢視可進行文化產品加值運用之 素材(表六)。

藉由素材檢視與分類,本研究運用鄧雨 賢數位典藏內容中之「圖像」、「影音」、 「文字」等素材進行運用。藉此讓所設計出 之文化產品更具有文化深度與歷史內容(圖 五)。

#### 1. 老照片應用與鄧雨賢造型轉化

在鄧雨賢數位典藏中,老照片因年代久遠之因素,從素材的檢視中可以發現照片隨著時間的流逝而呈現泛黃的情況。因此藉由老照片之篩選,從選定的老照片中先將鄧雨賢先生之人物造型特徵要素歸納整理,再進行轉化。依據老照片重塑後的人物,除了可以保有其人物特徵外,亦可以展現出有別於老照片所給人之懷舊、復古的觀感,而有可愛、富趣味性之印象。藉由人物的重新塑造與形象的轉化,讓鄧雨賢所給予人傳統、刻板的印象,能加以打破。除此之外,人物圖像亦可運用不同表情、情緒的展現,進一步設計出表情圖像,加以運用到其他周邊產品上,如T-shirt、明信片、公仔等可壓印圖樣

之器物上(圖六)。

#### 2. 留聲記憶盒一蟲膠唱片原音重現

「鄧雨賢數位典藏計畫」中另一重要 典藏成果-鄧雨賢先生所創作之蟲膠唱片音 樂,亦是重要且珍貴的典藏內容。本研究藉 由實際拜訪坊間收藏家,逐一收錄這些珍貴 的留聲唱盤樂曲,透過音樂的轉錄與資料收 集,讓這些留聲音樂得以重新展現在世人面 前。本研究擬定以「音樂」作為主軸之文 化產品,設計出以數位典藏中「留聲音樂」 作為產品要素,輔以「老照片」、「人物故 事背景 | 等內容做為文化產品 - 「留聲記憶 **盒** L。產品藉由音樂的播放與相關故事典故 的提供,進一步結合鄧雨賢相關文化內容, 讓購買者能在聆聽音樂時,亦能了解該首音 樂相關背景與典故。本文化產品之設計重點 為,透過設計的巧思,以展開的形式開啟音 樂盒的造型盒子。當盒子被開啟時,內藏錄 音晶片的小型留聲機即開始播放蟲膠唱片所 收錄之原音。同時亦可閱讀盒內關於鄧雨賢 的生平故事內容。本設計以彰顯鄧先生的個 人生命故事為設計主軸(圖七)。

表六	鄧雨賢數位典藏素材內容分類說明
$\sim$	到的复数压力减 尔们门谷刀 规则 7

典藏內容	典藏分類	典藏素材	內 容
鄧雨賢數位典藏	圖像	老照片	鄧雨賢先生相關老照片。
		曲譜、唱盤	曲譜與唱盤圓標等。
	影音	創作音樂	鄧雨賢創作之音樂。
		記錄影片	鄧雨賢相關紀錄片、影片等。
	文字	故事背景	鄧雨賢相關創作背景與生涯故事。
		論文研究	鄧雨賢之生平、音樂等研究論文。

資料來源:本研究整理



圖五 鄧雨賢文化產品素材運用

資料來源:本研究整理





圖六 鄧雨賢人物造型與馬克杯

資料來源:本研究設計案例



圖七 留聲記憶盒展開與收合示意圖

資料來源:本研究設計案例

#### 3. 音樂留聲書一老照片與唱片原音之整合

在鄧雨賢數位典藏內容中,文字典藏類別提供了鄧雨賢先生的相關生平故事與創作背景,在相關論文研究方面,亦針對鄧雨賢先生相關事物進行研究與分析,讓我們得以更加了解這一位音樂家的內心世界與創作內容。本研究針對文字類典藏內容中鄧雨賢先生相關故事背景,運用鄧雨賢數位典藏中的「留聲音樂」、「老照片」、「人物故事背景」等典藏內容,進行文化產品加值運用。音樂留聲書內容選定鄧雨賢先生之經典創作一「四月望雨」作為書內介紹內容。

音樂留聲書產品內涵著重音樂「故事」 的傳達與資訊的提供,藉由故事與音樂讓消 費者能進一步體驗鄧雨賢先生所創作之優美 音樂外,隨著書中故事的引領而能夠進一步 獲得相關文化資訊。本設計之特色在於利用 所數位化之蟲膠唱片原音重現,收錄於可錄 式晶片中,每打開一頁面即開始播放蟲膠原音,合起時音樂即關閉。在欣賞音樂時可同時閱讀鄧雨賢創作音樂時的故事背景。本設計以彰顯四、月、望、雨等四大名作的內容為設計主軸(圖八)。

鄧雨賢先生所創作的許多歌曲,至今仍 廣為流傳,如有名的望春風、雨夜花、四季 紅等等都曾被近代歌手又再度重新詮釋。但 可惜的是,社會大眾對這些旋律的創作者的 了解,卻是少之又少。因此,本研究藉由文 化產品設計的形式表現,促使消費者能進一 步了解鄧雨賢、去知道這位音樂家背後的故 事及他豐富的創作,進一步的對台灣這塊土 地上的文化能有著更深入的了解,而達到本 土文化耕耘、深植的境地。

本研究之文化產品設計重點在於彰顯鄧 雨賢先生作品之「音樂特質」。較一般市面 上流通文化商品不同之處在於,本研究之商





圖八 (左)留聲書內頁設計、(右)四月望雨音樂留聲書

資料來源:本研究設計案例

品設計運用收藏家所珍藏之蟲膠唱片,經過數位化之後,以音樂盒與有聲故事書的形式呈現。一般文化商品設計普遍運用視覺圖像的挪移,或是實體造型之挪移,例如市面最常見的馬克杯或是T恤。然而,鄧雨賢先生之文化資產特色在於音樂之旋律,若透過視覺呈現將有重現之困難,若透過蟲膠唱片來欣賞又非一般族群可負擔。所以在考量呈現「音樂」之時代獨特性,與希望推廣普及於民眾的雙重考量之下。本研究之文化商品設計,以可量化生產,銷售價格介於三百元至五百元之間的有聲故事書與音樂盒作為最終定案的文化產品設計。

# 伍、數位典藏與文化加值設計 流程

近年來文化加值的提倡,數位典藏內容運用於文化加值設計亦受到各方矚目。文化加值設計指的是將文化中的文化因素、風格與特色進行抽取,並加以轉化成為設計要素,並運用設計為這文化要素尋求一個符合現代生活型態的新形式(林榮泰,2005)。而數位典藏資源透過文化加值設計的方式,進行轉化應用,成為我們日常生活上的產品,讓數位典藏內容以嶄新的面貌呈現。

本研究透過運用「鄧雨賢數位典藏」資源進行文化產品加值設計,從設計過程中發現人物類數位典藏於文化加值設計模式。透過設計流程中分析研究成果從中了解文化加值之模式與脈絡,並歸納其加值運用可行方向,供後續相關加值設計參考運用。

#### 一、人物類數位典藏與文化加值之意義

人物類數位典藏與文化加值設計的結合,使得典藏內容能有著新型態的呈現。文化加值設計,讓人物類數位典藏內容能蛻變成為一具文化識別與內涵的產品。在產品完成後,運用產品吸引大眾注意力並且產生大眾議題,讓社會大眾能對相關議題有所關注,進一步推廣產品文化內涵。此外,形成一議題後的文化產品,亦可發揮其效應,間接帶動文化觀光熱潮等活動。本研究認為將人物類數位典藏應用於文化加值目的主要有下列三點:

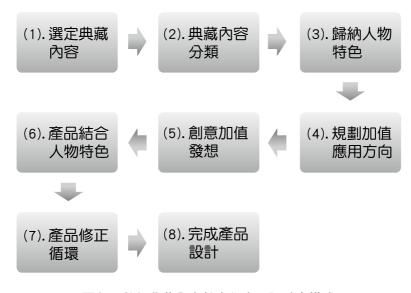
- 1. 透過文化加值將人物類典藏內容以多元方 式呈現。
- 2. 人物典藏內容與文化加值結合產生大眾議 題,進一步推廣文化內涵。
- 3. 文化產品結合文化園區,進而帶動文化旅遊觀光。

人物類典藏素材運用於文化加值上,不 僅僅是內容的直接運用而已,從典藏內容轉 化到文化加值上,是需要一連串的創意思考 與腦力激盪的過程。典藏素材如何運用到文 化加值,是需要創意思考的加入,才得以撞 擊出絢爛的火花。

#### 二、人物類數位典藏於文化加值之程序

人物類數位典藏內容運用於文化加值 時,需經過資料收集與整理的流程。透過資 料的收集與整理,間接對於典藏內容有著全 面性的初步了解。本研究藉由設計產品過程 從中歸納出人物類數位典藏運用於文化產品 加值之流程模式。人物類數位典藏內容中,依據其資料型態與檔案格式大致可分為: 「圖像類」:如老照片、圖騰樣式、畫作、 手稿等內容。「影音類」:如音樂、舞蹈、 劇曲等內容。「文字類」:典藏內容相關歷 史、背景、典故等。藉由以上的分類,以利 進行後續數位典藏運用至文化產品加值上的 前置作業(圖九)。

- 1. 選定典藏內容:數位典藏內容在欲進行文 化加值運用時,首先須選定典藏內容主 題。透過典藏主題的選定,以利後續進行 文化產品設計時之順暢。然而在主題選定 上,本研究建議需與專家討論評估,以避 免內容選定錯誤而造成產品開發難度。
- 2. 典藏內容分類:經選定主題後的數位典藏內容,在其內容分類上有著不同的類型,如以本研究之鄧雨賢數位典藏為例,相關典藏內容分類即有:圖像類、影音類、文字類等內容。因此,藉由典藏內容的分類,除了可將典藏內容依其檔案性質進行分類外,亦可在分類過程中,對整個典藏內容有著更深入的認識,達到瞭若指掌的境地,也才能夠從中萃取出可運用之素材與要素進行文化加值應用。
- 3. 歸納人物特色:此部分為對欲進行加值設計之人物進行歷史背景與人物特色了解。本研究以鄧雨賢數位典藏內容作為加值研究之案例,遂由人物典藏內容中進行資料整理,從中歸納出人物特色與重要事項,進而結合運用至產品設計中。
- 4. 規劃加值應用方向:而經分類整理後的典



圖九 數位典藏內容於文化產品設計之模式

資料來源:本研究整理

藏內容,遂可開始針對其內容進行加值應用的規劃。透過典藏內容歸納整理中,設計者將從典藏資料中獲得典藏內容中的相關資訊,舉如年代、圖樣內容、典藏類型、文化意義等相關資訊。再針對分類的類別進行應用,如圖像類的典藏內容,即可以規劃圖像運用至產品上,設計出生活用品等。又如影音類典藏內容,則可針對其影音典藏素材加以轉化使用,創造出如戲劇等表演活動。因此,在後續進行文化產品加值設計時,不但須考慮到產品呈現方式,亦需考慮到文化意涵與文化深度。唯有將典藏內容進行全面性的了解後,才能設計出令人感同身受之文化產品。

5. 創意加值發想:在創意發想部分上,大致 可分為「典藏要素歸納」、「加值呈現方 式」、「文化意涵融入」三要點,說明如 下。

- (1) 典藏要素歸納:將典藏素材中的要素 進行萃取,如人物特徵、代表性物 品、生涯特殊事蹟、創作內涵等要素 進行歸納整理。
- (2) 加值呈現方式:呈現方式包含了決定 產品運用的外觀、材質、呈現形式 等,如具特殊性之物品或日常生活物 品相關等。
- (3) 文化意涵融入:文化意涵與故事的融入,是文化產品與一般商品不同之所在。然而文化與產品的結合,需要一番巧思與腦力激盪,因此在文化意涵融入上,將會花費較多時間進行發想。

- 6. 產品結合人物特色:經過一連串的整理歸納與創意發想後,即可著手進行產品內容的設計。在設計過程中需檢視與前步驟「創意發想」中歸納整理出內容是否相符並結合人物之特色,是否與傳達之主題相吻合。以免導致文化產品完成後,與目標擬訂產生不同的結果。
- 7. 產品設計修正循環:進行產品的打樣試作、修正等循環,以確認產品與設計之內容相符,如有發現錯誤隨即進行修正與調整,以避免導致後續嚴重錯誤的發生。
- 8. 完成文化產品:完成一結合數位典藏資源 與文化意涵之文化產品,進行後續文化行 銷、文化推廣等動作。

本研究提出之文化產品設計模式,是透 過實際參與數位典藏計畫,進行文化產品之 設計,所得到的設計模式,並非只是規劃設 想的空談。提供參與數位典藏之人員或設計 者,在進行數位典藏人物文化產品設計時, 可參考的操作模式,避免設計者如無頭蒼蠅 般嘗試無文化內涵的設計商品。本研究以人 物類數位典藏為出發點,將鄧雨賢先生之文 化資產作為數位典藏與加值文化產品設計之 個案。未來本研究之設計模式將不限於應用 在音樂家之數位典藏,其他歷史人物也將同 樣適用於此模式。例如,畫家或雕塑家等其 他性質的傳記人物,將可應用本研究所歸納 出之設計模式,以彰顯其文化資產特質,設 計出具有文化識別性之文化產品,以推廣既 有之數位典藏內涵。

文化產品雖有其迷人之處,但在進行

數位典藏與文化產品結合運用時,卻有著相當的門檻須跨越。因此設計者在進行數位典藏與文化產品結合時,除可依循上述之流程外,亦應將欲進行加值運用之數位典藏內容,進行全面且深入的了解,以利後續產品設計時之流暢。

## 陸、結論與建議

本研究發現人物類數位典藏資源應用 於文化產品加值上,確實有其可行性與特殊 性。然而,在進行人物類數位典藏資源轉化 應用於文化加值上時,卻亦有需注意之方向 與要點。

本研究透過歷史文獻探討與設計實務,提出數位典藏內容於文化產品設計之模式。 此模式有八大步驟:(一)選定數位內容(二)執行典藏內容分類(三)歸納典藏特色(四)規劃加值應用方向(五)創意加值發想(六)產品結合典藏特色(七)產品設計修正循環(八)完成與量產。透過本研究之實際案例,以上之設計模式,將不僅止於應用於人物類數位典藏,其他類型之數位典藏也可透過此一模式進行數位典藏的文化產品加值設計。

#### 一、省思與建議

本研究藉鄧雨賢數位典藏內容運用於文 化加值設計之流程,透過文化產品設計案例 進行驗證。在研究過程中,進行資料的彙整 與歸納,進一步提出以下建議。

1. 人物類數位典藏於加值運用上趨於保守:
 人物類數位典藏常見以多媒體網站或數位

博物館等形式呈現。雖亦達到推廣之效 用,但卻受於電腦、網際網路等限制而無 法達到全面的推廣功用。

2. 人物類數位典藏於文化加值運用上確有其可行性且可朝向多元發展:在本研究中以鄧雨賢數位典藏內容進行與文化產品加值運用結合,確可見其可行性。產品主要以呈現鄧雨賢「音樂」之特性所在。將「音樂」作為產品核心要素,進行其產品的加值應用。

#### 二、後續研究建議

研究者經由運用鄧雨賢數位典藏內容素 材至文化產品設計過程中觀察發現到數點現 象,進一步歸納出下列數點後續研究建議, 供後續研究者進行相關議題研究時之參考。

- 1. 文化產品販售通路之問題:本研究議題中,鄧雨賢先生雖在桃園縣設立有鄧雨賢文化音樂館、新竹縣設立鄧雨賢音樂文化紀念園區,但在上述館內與園區內,並無販賣其相關文化產品及周邊。因此本研究亦期望藉由此次相關產品設計產出,藉此拋磚引玉,引起相關議題而能在上述園區有所進一步規劃,不僅可藉此獲得實質利益收入,亦可間接行銷鄧雨賢其音樂文化。
- 2. 運用行銷策略與文化產品結合進行文化推 廣之可能:文化產品完成後,需要透過行 銷策略的運用進一步推廣給社會大眾。透 過行銷策略的運用,讓更多人認識了解文 化產品及其背後所隱含的意義。近年來文

- 化產品透過行銷策略的運用,締造了亮眼 的成果,如各地方文化性活動等,讓更多 民眾參與並深入了解當中文化意涵。
- 3. 結合當地產業推動文化觀光行程之可能性:鄧雨賢-這位年僅39歲的音樂家,被尊稱為「台灣歌謠之父」肯定其歷史地位。然而,雖然他被尊稱為台灣歌謠之父外,他同時也是一位教化無數學生的老師。在鄧雨賢先生豐富的創作與教育生涯中,曾駐足在台北、桃園、新竹等地。這些地方為了紀念鄧雨賢先生,亦成立了紀念館與紀念園區,成為日後民眾前往拜訪參觀之地。而透過當地產業與文化結合,進一步形成文化觀光行程,除了達到鄧雨賢音樂文化推廣目的外,亦可為當地帶來實質的經濟利益。

#### 三、研究心得

研究者藉由參與鄧雨賢數位典藏內容, 從中了解到典藏的專業與困難。從文物的取 得、使用授權、後設資料建置及設計產品, 這一連串的環結都彼此緊緊相扣。在本研究 過程中,彙整研究者經驗及心得歸納出以下 數點:

1. 數位典藏化與文物授權問題:進行鄧雨賢 數位典藏過程中,文物與資料授權的部分 為較為繁瑣之部分。鄧雨賢先生在其老照 片與手稿部分,版權所有權為其後代子孫 所有,因此在進行此部分資料數位化時, 取得授權是極需注意之重點。其他如論文 研究、影音資料數位化與授權等,除需注 意版權所有人之取得其授權外,在授權的 費用與檔案使用的允許範圍也需多加注 意。在進行文物數位典藏化時,版權問題 以及使用範圍之界定為首要重點。

2. 典藏文物內容資訊取得與資料更正:以本研究鄧雨賢數位典藏內容中的一曲「碎心花」為例,對該曲的描述為「鄧雨賢為弔念逝去的女兒所創作」之歌曲。然而,經過此次典藏計畫中曲盤資料的證實與學者的研究比對發現,該曲創作時間早於女兒逝去之時間,也藉此更正了對該曲的錯誤了解。

然而,資料的勘誤與更新並非是隨著典藏 計畫的結束而結束的。典藏後的資料隨著 新的文物與研究出現,亦應予以勘正,讓 典藏內容能維持其正確性。透過完整的典 藏資料描述,在進行加值運用時也才不至 於發生謬用之情形。

3. 典藏人物內容與文化產品之關連性:產品 外觀以及其所內含的文化意義會左右消費 者是否購買。倘若為具創意或具深度文化 意義之產品,則可吸引消費者進行初步了 解與認知。若無法引起消費者注目或興 趣,在產品詢問與購買上,則較為低落。 然而,在文化產品的設計呈現上,除了文 化產品外型需吸引消費者注意外,還需與 典藏人物內容有所關聯,才能成功的將產 品欲傳達之文化推展出去。

在台灣這片土地上,大眾可能對「鄧雨 賢」的音樂都耳熟能詳,但卻說不出音樂的 創作者是誰。這樣的情況並不僅僅只是發生 在音樂而已,可能是一幅畫、一棟建築、甚至只是我們驚鴻一瞥的場景。台灣擁有許多極具特色的文化與內涵,這些都是需要我們去認識,去了解的重要珍寶。透過典藏善加保存,再利用加值方式讓社會大眾進一步認識,才是文化加值的目地。

## 參考書目

- 大衛·索羅斯比 (Throsby, D) (2003)。 文化經濟學Economics and culture (張維 倫[Zhang, Wei-lun]、潘筱瑜[Pan, Xiaoyu]、蔡宜真[Cai, Yi-zhen]、鄒歷安[Zou Li-an]譯Translated)。台北Taipei:典 藏雜誌社[Dian cang za zhi she]。(原 著出版年original work published year: 2001)
- 行政院國家科學委員會National Science Council (2007)。數位典藏國家型科技計畫National Digital Archives Program 4-《數位典藏技術彙編2007年版》 [shu wei dian cang ji shu hui bian 2007 nian ban]。撷取自Retrieved from: http://www2.ndap.org.tw/eBook08/showContent.php?PK=3
- 李月蓮Lee, Alice Yuet Lin (1998)。外來媒 體再現激發文化認同危機:加拿大傳媒 教育運動的啟示Cultural identity crisis instigated by foreign media representation: Lessons from Canada's media education movement。中華傳播學會研討會 Chinese Communication Society。台北

Taipei °

- 何明泉[He, Ming-quan]、林其祥[Lin, Qi-xiang]、劉怡君[Liu, Yi-jun] (1996)。 文化商品開發設計之構思[Wen hua shang pin kai fa she ji zhi gou si]。設計學報Journal of Design, 5(2),53-71。
- 林榮泰[Lin, Rong-tai] (2005)。文化創意· 設計加值Cultural creativity added design value。藝術欣賞Art Appreciation, 1 (7), 26-32。
- 林榮泰[Lin, Rong-tai] (2005)。創意學習 文化產品設計Creativity learning for cultural product design。藝術欣賞Art Appreciation, 1 (11), 52-59。
- 兩蔣文化系列[Liang jiang wen hua xi lie] (無日期n.d.)。九萬專賣店[Jiu wan zhuan mai dian]。2009年3月1日,撷取自Retrieved from: http://shop.gboss.com.tw/enjoy
- 桃園縣文化局Taoyuan County Government Cultural Affairs Bureau (2008)。鄧 雨賢數位博物館[Deng yu xian shu wei bo wu guan]。2009年2月15日,撷取自 Retrieved from: http://www2.tyccc.gov. tw/hakka/index.asp
- 項潔Hsiang, Jieh、陳雪華Chen, Hsueh-hua、 陳昭珍Chen, Chao-chen、郭筑盈Kuo, Chu-ying (2005)。數位典藏產業商業 模式之探討An Investigation of Business Models for the Cultural Digital Archives

- Industry。中華民國圖書館學會會報 Bulletin of the Library Association of China, 75, 63-74。
- 數位典藏與數位學習橋接計畫Taiwan e-Learning and Digital Archives Program (2009)。
  數位典藏創意加值商用平台Teldap
  Bridge。2009年2月15日,頻取自Retrieved
  from: http://www.teldapbridge.org.tw
- 詹明信(Jameson, F)(2001)。後現代 主義與文化理論[Hou hsien tai chu i yü wen hua li lun]。(唐小兵T'ang, Hsiaoping,譯Translated)當代學叢[Dang dai xue cong]。台北市Taipei:合志文化出 版[He zhi wen hua chu ban]。
- 鄭自隆[Zheng, Zi-long]、許安琪[Xu, An-qi]、 洪雅慧[Hong, Ya-hui] (2005)。文化行 銷[Wen hua xing xiao]。台北Taipei:國 立空中大學National Open University。
- 謝艾潔[Xie, Ai-jie](2005)。探討鄧雨賢音 樂的圖騰象徵[Tan tao deng yu xian yin le de tu teng xiang zheng]。九九琴弦六 月風學術研討會論文[Jiu jiu qin xian liu yue feng xue shu yan tao hui lun wen]。 新竹縣Hsinchu County:新竹縣文化局 Cultural Affairs Bureau of Hsinchu County Government。
- Beethoven-Haus Bonn. (無日期n.d.)。2009 年2月20日擷取自Retrieved from http://www.beethoven-haus-bonn.de/

(投稿日期:2010年3月23日 接受日期:2010年7月2日)

# An Exploration of Value-added Applications for the Yu-Shian Deng's Digital Archive: A Case Study of Cultural Product Design Yu-Cheng Chuang\*, Don-Han Yung\*\*

#### Extended Abstract

#### 1. Introduction

Mr. Yu-Shian Deng (1906-1944) was a highly respected Taiwanese folk song composer. His most famous works included those still sung by Taiwan people and had become ingrained in their collective memory, e.g., Wangchunfeng (Spring Breeze), Yuyehua (Flowers in a Rainy Night), Sijihong (Love Song of Four Seasons), Yueyechou (Sorrow in a Moonlit Night). Esteemed as the "Father of the Taiwan Folk Songs," Mr. Deng left behind a collection of photographs, shellac records, manuscripts, and other forms of records. This paper introduces design ideas for converting his digital archive

collection into value added cultural products. It further discusses the principles of cultural product design based on digital archives resources.

Digital archives contain a wide array of content. People-centered archives constitute a great portion of the existing archives, and the contents may include manuscripts, artifacts, and other forms of records related to those persons. These archival resources form a rich repertoire for cultural product design. Value adding applications of digital archive resources in the form of cultural products may be achieved via the following design approaches: (1) directly employing original images from the digital

<sup>\*</sup> Assistant Professor, Department of Digital Media Design & Graduate School of Computational Design, National Yunlin University of Science & Technology. (To whom all correspondence should be addressed.)

E-mail: chuangyc@yuntech.edu.tw

<sup>\*\*</sup> Graduate School of Computational Design, National Yunlin University of Science & Technology *Note*. This extended English abstract is supplied by the JLIS editors and approved by the authors.

To cite this article in APA format: Chuang, A. C., & Yung, D. H.(2010) An Exploration of Value-added Applications for the Deng Yu-Shian's Digital Archive: A Case Study of Cultural Product Design. *Journal of Library and Information Studies*, 8(2), 95-123. [Text in Chinese].

To cite this article in Chicago format: Chuang, Yu-Cheng and Yung, Don-Han. "An Exploration of Value-added Applications for the Deng Yu-Shian's Digital Archive: A Case Study of Cultural Product Design." *Journal of Library and Information Studies* 8 no.2 (2010): 95-123. [Text in Chinese].

archives on the cultural products; (2) employing the cultural ideas or the "spirits" of the archives content in product design; and (3) creatively transforming the original images and applying those in product design.

In an age of increasing globalization, cultures have become distinguishing symbols for product identities. Cultural identity and cultural identification bring recognition and satisfaction to consumers and have become strong promoters of local merchandizes. How to manifest and maximize cultural identity and uniqueness is at the core of product design in the current trends toward culture based creativity industry.

# 2. Discussion of the Prior Design Cases

Two prior cases of cultural product design derived from digital archives were discussed in depth in this article. The first case was the digital archive of Chiang Kai-Shek & Chiang Ching-Kuo ("The Two Chiangs Archive"). The two former presidents of the Republic of China (Taiwan) had greatly influenced the Taiwan society. The National Science Council's National Digital Archives Program had digitized the two political figures' photographs, artifacts, and other forms of records. Cultural products based on the digital collection were developed, including multimedia CDs, Web sites, and

cartoonized figures of the Two Chiangs. The second case was the digital archive and the derived cultural products of Beethoven-Haus in Germany (http://www.beethoven-haus-bonn. de). The 2004 digital archive project had put forward Beethoven's archival information and related products on the Web.

In the first case, the cultural products derived from the collection were mostly artifacts combining cultural and utilitarian purposes, e.g., figurines, T-shirts, travel mugs, bookmarks, cell phone straps, etc. Most of the design directly employed people-related images, but the integration of the digital content elements into product design was weaker. In contrast, the second case also manifested the combination of cultural and utilitarian intensions. For example, the products also included mugs, scarves, T-shirts, etc. But in this case the designers integrated the content characteristics into product design. That is, based on the musical essence of the Beethoven archive, the design demonstrated strong musical themes, e.g., pencil with violin, the music box "For Elise", etc. Based on the case comparison, the authors concluded that the Two Chiangs value added applications may be improved by highlighting the digital content themes or other characteristics in the product design, or by weaving the cultural contexts of the archive (e.g., the background stories of the persons) into

the product design, thereby strengthening the historical and cultural meanings of the products.

Based on the prior cases, this study also summarized that the existing cultural product design for digital archives mainly employed static images, audiovisual resources, and texts derived from the archival content as the basis of creativity. First, the use of images involved re-creation or transformation of the people figures. Second, the audiovisual resources used fro design included artistic works (e.g., music, dance, etc.) and documentary films and records. Third, the text based design emphasized the integration of the archival content and context in the product design, thereby empowering the products with a storytelling capability and enhancing their cultural value and attractiveness.

# 3. Methodology

This study first used the case study and historical research methods to understand previous design cases and then proposed the design approach for this project. The case study method allowed for the collection of important factual information relevant to the case and the identification of potential design problems. Based on the systematic analyses, the authors were able to compare prior designs objectively and developed a viable design approach. The historical research method contributed to the

richer understanding of Yu-Shian Deng and his archive.

# 4. Case Description & Product Design

Mr. Yu-Shian Deng was a native of Longtan, Taoyuan. During his short lifetime he had composed numerous popular folk songs. To celebrate his achievement, the Taoyuan Hakka Culture Center in Longtan established a museum to display Deng's record and musical works. In Cyonglin, Hsinchu, another Hakka township, a memorial music park have also been established for the composer. The collections included Mr. Deng's photographs, music recordings, books, award medals, and other records and artifacts. Based on the three content elements previously introduced, i.e., static images, audiovisual resources, and texts, this study identified the sources for creative product design from the collections. The static images included photographs, scores, and phonographic records. Audiovisual resources included the music composed by Mr. Deng and documentary films of him. Texts included the written biographies of Deng and all textual descriptions of his life and works. Based on the sources, the authors conducted the following designs:

Creative transformation of the Deng images:
 the authors selected a number of photographs

and analyzed Deng's image characteristics. The authors then endowed the person image with different expressions and emotions, thereby created lively images of Deng to be printed on the surface of products. The transformed Deng images differed from the serious, stereotyped images as presented in the collection.

- 2. A music box integrating Deng's music and stories: the Deng collections contained original shellac recordings. The authors designed a music box which contained chips that stored original music from the shellac recordings. The box also contained textual descriptions of Deng's life and works.
- 3. A singing photographic book: a chip was embedded in the book which automatically played the infamous "April Rain" whenever readers browsed the pages. The music was from the original shellac recording, and the textual content introduced the historical context of the music and the composer.

Music is the essence of the Deng collections. Concerning the rich rhythmic elements in the collections which were difficult to visualize in derived products, this study attempted designs that integrated music. Further, Deng's music catered to the general public. The products should be capable of delivering the historical meanings as well as be affordable to the general consumers. Based on

the considerations, the products proposed in this study were intended for mass production. The sales prices of the music box and the singing photographic book were estimated to be within 300-500 N.T. dollars (approximately 10-16 U.S. dollars).

# 5. Recommendations for Future Design & Research

From the experience of this project we concluded that the goals of product designs for people centered digital archives may include the following:

- To highlight the digital archives collections via diverse representations;
- To promote the values of the collections by integrating content and design;
- To promote cultural themed tourism via well designed archives and products.

When designing people centered digital archives products, designers may follow these steps:

- Selecting the appropriate themes that characterize the collection (consult content experts if needed);
- Categorize content into imagery, audiovisual and textual resources and extract usable elements from each for creative design.
- 3. Identify the characteristics, historical information, and cultural significance of the persons being documented.

- 4. Integrate the identified elements and meanings in product design.
- Creativity may manifest via employing the identified personal characteristics and stories or via product features, representations, and utilities.
- Evaluate if the design delivers the cultural meanings of the collections.
- Adjust or re-conduct design until the products meet design goals.
- Manufacture the products and launch the marketing and promotion programs.

#### References

- Beethoven-Haus Bonn. (n.d.). Retrieved February 2, 2009, from http://www. beethoven-haus-bonn.de/
- [He M.-q.], [Lin, Q.-x.], & [Liu, Y.-j.] (1996). [Wen hua shang pin kai fa she ji zhi gou si]. *Journal of Design*, 5(2), 53-71. [Text in Chinese]
- Hsiang, J., Chen, H.-h., Chen, C.-c., & Kuo, C.-y. (2005). An Investigation of Business Models for the Cultural Digital Archives Industry. Bulletin of the Library Association of China, 75, 63-74. [Text in Chinese]
- Jameson, F (2001). [Hou hsien tai chu i yü wen hua li lun] (T'ang, H.-p. Trans.).

  Taipei: [He zhi wen hua chu ban]. [Text in Chinese]

- Lee, A. Y. L. (1998). Cultural identity crisis instigated by foreign media representation:

  Lessons from Canada's media education movement. Paper presented at the Chinese Communication Society. Taipei. [Text in Chinese]
- [Liang jiang wen hua xi lie](n.d.). [Jiu wan zhuan mai dian]. Retrieved March 1, 2009, from http://shop.gboss.com.tw/enjoy [Text in Chinese]
- [Lin, R.-t.] (2005). Cultural creativity added design value. *Art Appreciation*, 1(7), 26-32. [Text in Chinese]
- [Lin, R.-t.] (2005). Creativity learning for cultural product design. *Art Appreciation*, *I*(11), 52-59. [Text in Chinese]
- National Science Council (2007). [Shu wei dian cang ji shu hui bian 2007 nian ban]. National Digital Archives Program 4.

  Retrieved from http://www2.ndap.org.tw/eBook08/showContent.php?PK=3 [Text in Chinese]
- Taiwan e-Learning and Digital Archives
  Program (2009). Retrieved February 15,
  2009, from http://www.teldapbridge.org.
  tw [Text in Chinese]
- Taoyuan County Government Cultural Affairs

  Bureau (2008). [Deng yu xian shu wei bo

  wu guan]. Retrieved February 15, 2009,

  from http://www2.tyccc.gov.tw/hakka/
  index.asp [Text in Chinese]

Throsby, D. (2003). Economics and culture ([Zhang, W.-l.], [Pan, X.-y.], Cai, Y.-z.], & [Zou, L.-a.], Trans.). Taipei: [Dian cang za zhi she]. (Original work published 2001). [Text in Chinese]

[Xie, A.-j.] (2005). [Tan tao deng yu xian yin le

(Received: 2010/3/23; Accepted: 2010/7/2)

de tu teng xiang zheng]. Hsinchu County: Cultural Affairs Bureau of Hsinchu County Government. [Text in Chinese]

[Zheng, Z.-l.], [Xu, A.-q.], & [Hong, Y.-h.] (2005). [Wen hua xing xiao]. Taipei: National Open University. [Text in Chinese]