

User Pleasure and Nostalgia in Pattern and Color of Taiwan Blue Dye

Chia-Chen Lu, Yuan-Zan Chang

Department of Industrial Design, Tunghai University, Taichung City, Taiwan
Email: cclu@thu.edu.tw, g01740210@go.thu.edu.tw

Received: May 13th, 2015; accepted: Jul. 27th, 2015; published: Jul. 30th, 2015

Copyright © 2015 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract

Blue dye is a traditional fabric dyeing technique in Taiwan. This traditional, complicated and labor-intensive technique has replaced gradually by science and technology owing to the industrial automation and the rise of the chemical agent. The traditional culture of fabric products cannot withstand large and low-priced chemical dyeing products, and therefore the market design strategy of the blue dyeing products needs to be redefined. The main purpose of the present study is primarily to understand the high and low involvement consumers, their valence on the similarities and differences of their affections (pleasure and nostalgia) between the blue dyeing patterns in terms of seam tie-dyeing, folders dyeing, and paste dyeing and the color with dark blue and light blue through qualitative expert interviews. The interviews results show that high involvement consumer preferences dark blue dyeing products than low involvement one. The dark blue dyeing products are prone to product emotions in terms of pleasure and nostalgic feelings than light blue dyeing products. Regarding blue dyeing patterns, consumers prefer the product's patterns of geometric, flowers and butterflies by paste-dyeing with indigo. However, consumers usually consider seam tie-dyeing and folders dyeing products with indigo because of the consideration of the price and the technical.

Keywords

Taiwan Blue Dye, Design Strategies, Involvement, Pleasure, Nostalgia

台湾蓝染的图纹色彩之使用者愉悦与怀旧

吕佳珍, 张渊然

东海大学工业设计系，台中市，台湾
Email: cclu@thu.edu.tw, g01740210@go.thu.edu.tw

收稿日期：2015年5月13日；录用日期：2015年7月27日；发布日期：2015年7月30日

摘要

蓝染是台湾传统的布料染色技术。由于工业自动化与化学染剂的兴起，传统繁杂且耗费人力的技法逐渐被科技取代，传统文化的布品无法抵挡大量且便宜的化学染剂制品。因此，蓝染产品的市场设计策略之拟定需要被重新定义。本研究主要目的主要透过质性的专家访谈来了解高低涉入程度的消费者对于缝扎染、夹染、型糊染三种图纹与深蓝、浅蓝两种颜色在愉悦度与怀旧度上的异同。本研究访谈结果，在蓝染的色彩方面，高涉入较低涉入程度的消费者偏好深蓝色蓝染产品；而深蓝色又较浅蓝色蓝染产品容易产生产品的情感性，包含愉悦性与怀旧性感受。在蓝染图纹方面，消费者喜爱的图案包含几何图形、花卉及蝴蝶等型糊染的蓝染产品，然而，因为考虑价格与技术的关系，消费者在入门时多会考虑缝染及夹染的蓝染产品。

关键词

台湾蓝染，设计策略，涉入程度，愉悦度，怀旧感

1. 引言

在过去传统的束缚下，蓝染一直是以单一深蓝染色为主。在传统的蓝衫上更少有纹样或图纹，而现今利用传统的技法如扎染、绞染、型染、蜡染、云染等，创造蓝与白的调和、图与纹的共鸣，让新式样的纹路与色阶来突破传统素色的美感。目前蓝染最主要是藉由产品销售让大众熟知台湾旧文化得传承。在文化创意产业中，产品所创造的产值是台湾发展策略中主要的目标，透过产品所传递得文化传承才是最主要的目的。林荣泰(2005) [13]文化产品是针对文化器物本身所蕴含的文化因素，加以重新审视与省思，运用设计将此文化因素寻求一个符合现代的新形式，并探求器物使用后对精神层面的满足。上述可知文化创意产品的宗旨，然而，目前在市场上的蓝染文化产品是否被消费者认同？而消费者心中所感知的情感状态又是如何？为本研究欲厘清的焦点。在蓝染的相关文献中，大部分是针对于服装设计、蓝染技术、蓝染文化传承或蓝染创作的讨论，反而对于蓝染与消费大众心理之间的相关研究却相当稀少，对于形与色所造成的心理影响更是缺少。综合上述，本研究将针对高低涉入程度之消费者对高低色阶的蓝染与不同图纹所产生的愉悦感与怀旧感进行研究，试图了解高低涉入程度与蓝染的情绪感受之关联性。本研究结果将有助于提出蓝染文化产品的设计策略，以协助设计师了解市场的动态，创造更优质的产品。同时，让蓝染文化再次透过设计师的巧思以迎合市场的需求，使得新一代的使用族群接受蓝染产品顺而认识台湾传统蓝染的文化与意涵。

2. 文献探讨

2.1. 蓝染技术：缝扎染、夹染、型糊染

染出有纹路花布在古时称之为缣，依教育部国语文辞典解释为有花纹的丝织品。在盛唐时期染纺技术相当的发达，更以著名的三种染缣技术分别为绞缣、夹缣、蜡缣(图 1)，其中绞缣为现今的缝扎染、夹缣为夹染、蜡缣为蜡染，而灰缣(图 1)虽未列为当时三大染缣技术，但也颇为兴盛，现今称为型糊染。根



Figure 1. Indigo dyeing technique: seam tie-dyeing, folders dyeing, and paste dyeing
图 1. 蓝染技术：缝扎染、夹染、型糊染

据台湾手工艺研究中心的老师所述，缝扎染与夹染是古时民间所流传的民间技术，是属自然习得的方式，相较于型糊染其发展的速度快上许多。由于在过去台湾物资较缺乏的年代，对于特殊耐水型纸是需要仰赖进口，外加专业分工技艺人才不足，使得型糊蓝染发展甚缓(马芬妹，2007) [10]。

之后，在日本蓝染协会的交流下，才让型糊染的技术逐渐得到拓展。因此，台湾原本所存在的染缬技术，是属缝扎染、夹染与型糊染。至于蜡染在古时中国多保存于西南的少数民族，台湾早期先民并未没有发展蜡染，是近数十年来台湾与东南亚国家和中国贸易密切而传进台湾的技术(陈景林、马毓秀，2004) [14]。本研究主要探讨缝扎染、夹染与型糊染三种。

2.2. 愉悦性

Oxford 定义愉悦是种感到幸福或满意的状态, Gardner (1985)愉悦是在某些时刻和空间环境下, 一个暂时性的情感状态。Jordan (2008) [3]将使用产品时所产生的愉悦分为安全、自信、自豪、兴奋、满意、娱乐、自由、怀旧等八种; 不愉悦所产生的情绪分为侵略、欺骗、屈服、挫折、轻视、焦虑、恼怒等七种。对蓝染而言, 会让人产生许多情绪的感受是来自于色彩、文化、图纹、怀旧等相关集合。愉悦的产生属于 Tiger (1992) [7]所提出产品引发四种愉悦构面中的生理与心理愉悦, 而社会与思想愉悦两构面则较为无关。在这两构面的愉悦度中, 亦不外乎是在诉求设计产品时应以创造使用者的愉悦感受为最初衷的目的。透过使用者的五感与反思所产生的愉悦, 让使用者感受到生活的快乐与幸福。

2.3. 怀旧

Stern (1992) [6]将怀旧分为历史怀旧与个人怀旧两部分, 在个人怀旧的生活的实例上, 我们会特别的保留过去小时候的玩物、衣服与相片等, 完整呵护与保留该物品, 并时常拿出来观看、玩耍与体验感受过去的滋味。Abbas (1997) [1]指出怀旧是将记忆重新拉回去而不是过去记忆的重建, 是种积极情感的投资更是一种透过回忆与回顾的情感付出。在历史怀旧方面, 有许多人喜爱收藏古董, 透过古物的收藏来追溯向往过去生活的点滴, 渴望过去的一切并成为心灵上乌托邦的景象(Jacoby, 1985)。以蓝染对现今消费族群而言, 是缅怀过去古人的染色技术, 如客家蓝衫拥有耐脏、耐磨的特性, 就算褪色也可以重新染过再穿, 成为日常穿着的首选, 消费者对蓝染涉入的高低与怀旧情感的关系, 需要进一步的探讨。

2.4. 涉入程度

在文献中对于涉入的研究相当多, 如 Krugman(1965) [4]将涉入的概念运用于消费者行为学; Zaichkowsky (1985) [9]把涉入程度分为广告涉入、产品涉入与购买决策涉入三构面; Houston & Rothschild (1978) [2]则将涉入区分为持久涉入与情境涉入等。对于蓝染而言, 高涉入的消费者系指较低涉入的消费者拥有更多的蓝染资讯与知识。然而, 蓝染产品的高低涉入消费者面对于蓝染产品在不同色阶与不同图纹所造成心理情绪(怀旧与愉悦)的差异为何? 这是目前蓝染文献中所缺乏的研究, 是需要了解并开拓蓝染市场的必要基础调查, 以协助设计师面对新市场的设计与创造, 以创造出符合使用者的需求。

3. 研究方法

3.1. 颜色筛选与专家图纹鉴定

为确保颜色产生严重色差, 导致专家访谈时发生错误的回答。本研究特地向国立台湾工艺研究发展中心蓝染技术部, 取得蓝染色票如(图 2)。本研究透过三位工业设计系的研究生选出具差异性的深蓝与浅蓝色两色, 分别为 20 支棉布 3 次 × 3 分钟的浅蓝色与 20 支棉布 6 次 3 分钟的深蓝色, 作为专家访谈时了解消费者在颜色的怀旧与愉悦参照。

在图纹部分, 根据“台湾蓝草木情 - 植物蓝靛染色技艺手册”, 请专家挑选出最基础的缝扎染、夹染与型糊染各一种图纹如图 3。其专家所挑选缝扎染与夹染作为代表是因为此两种方式是一般家庭最容易习得的技术, 是古人自然习得的方法, 而型糊染则是设计图纹花色时最具弹性的且可创造出最多种纹样的一种技法, 挑选三种图纹后以作为后续专家访谈消费者愉悦与怀旧的参照图纹。

3.2. 深度访谈

深度访谈法是透过面对面的对谈与互动过程, 由此过程了解谈论对象的动机、信念、作法以及看法, 具直接性、适应性、效率性以及完整性(叶至诚&叶立诚, 2000) [11]。主要依据当地环境状态提出各面

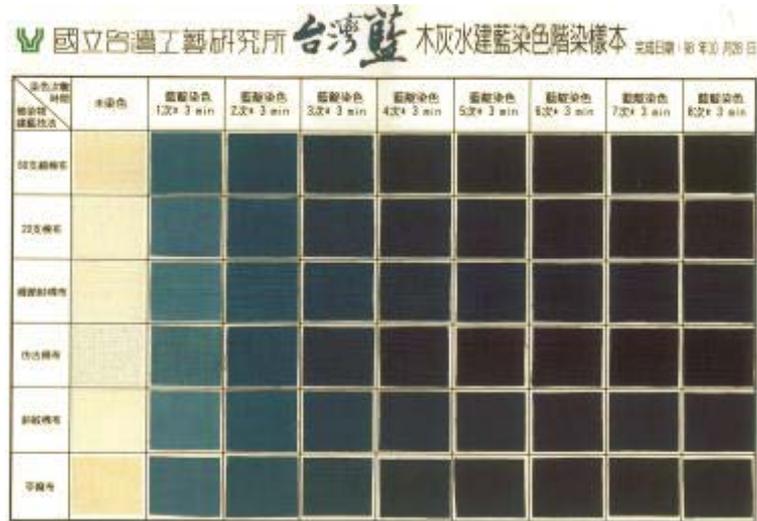


Figure 2. Swatch of the indigo tones
图 2. 蓝染色票

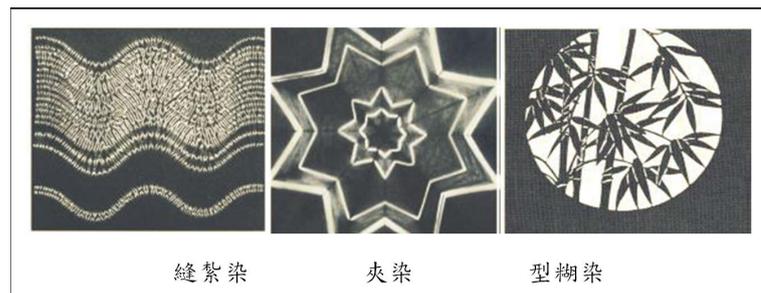


Figure 3. Pattern of seam tie-dyeing, folders dyeing, and paste dyeing from the book of Taiwan indigo & plant mood
图 3. 台湾蓝草木情之缝扎染、夹染与型糊染图纹

向问题，具高度开放性，因此，为避免谈论主题与研究目的偏离，应先拟定访谈大纲与题项，确保有效率执行访谈内容。

本研究针对国立台湾工艺研究发展中心为专家咨询单位，主要理原因在于国立台湾工艺研究发展中心研究员马芬妹在 1992 年即开始投入重建蓝靛技术。于 1995 年在台湾南部平原寻得台湾原生种木蓝且于 1996 年在台湾北部丘陵寻获山蓝，并于雾峰与溪头两地开始专研人工栽培技术，首度开启工艺研究者全方位工艺再造研究方式。此外，为了将台湾传统蓝靛沉淀法技术复原，又派遣研究员至日本冲绳、德岛、京都与东京等地进行考察、访问与研习后才得有今日蓝染之技术。因此，国立台湾工艺研究发展中心是目前台湾蓝染技术的发源地，更是培育蓝染技术种子的起始地。由于马芬妹老师已退休，因此本研究邀请马老师亲自指导的两位学生，目前分别为技术组(编号为 A)与生活工艺组(编号为 B)的讲师，为主要访谈对象。其资历如表 1。此外，本研究拟定 10 题有关于蓝染深入访谈的议题，如表 2。

4. 结果与讨论

4.1. 蓝染色彩与怀旧

经由专家深入谈后发现，涉入程度较高的使用者，会越偏爱深蓝色。蓝染的深蓝色这符合过去古老传承的技法，更代表着过去古人的精神，同时，深色的蓝会随着时间与使用次数逐渐变淡而留下蓝染的

Table 1. The profile of the experts**表 1.** 专家简介

编号	年代	经历
专家 A	2008	蓝染服饰设计作品专辑发表
	2011	蓝染创作展
	2012	国立台湾工艺研究发展中心 - 蓝染人才培育讲师
	2013	国立台湾工艺研究发展中心 - 蓝染基础技艺人才培育讲师
	2008	型糊蓝染工艺研习班讲师
专家 B	2008	台湾蓝草木情—植物蓝靛染色技艺手册编辑
	2012	国立台湾工艺研究发展中心 - 蓝染基础技艺人才培育计画讲师
	2014	天然織染特展講師

Table 2. The contents of the interview**表 2.** 访谈内容

题号	内容
1	蓝染的技法有许多种，但在“台湾蓝草木情”此本书中却只介绍缝扎(绞纛)、夹扎(夹纛)与型糊染，是否这三种是技法是最具代表性？
2	如果是，为何这三种技法是最具代表性？例如：技法易学习、纹路受好评。
3	在“台湾蓝草木情”此本书中有介绍缝扎、夹扎与型糊染的基本图纹，是否能请两位老师挑选出最具代表的图纹？
4	请问这三种染色技法是蓝染特有的技法吗？
5	蓝染是客家的传统，已历经百年的淬链，在消费者或学生中，蓝染是否能引发怀旧的情感呢？(涉入引导题)
6	在研究中颜色是会影响到怀旧与愉悦的情感，请问老师手工艺研究中心是否有建立蓝染的色阶或色票？
7	两位老师所指导过这么多学生以及接触过许多消费者，这三种技法、基本图纹与色阶，哪一种最受欢迎呢？(涉入引导题)
8	在消费者的族群当中是年轻人较多还是中老年人居多呢？
9	在老师的丰富经历下，一般人为什么会喜欢蓝染以及为什么会不喜欢蓝染？
10	在学生与消费族群中是否有中南北部之间的差异？ 例如：北部喜欢缝扎、中部喜欢型糊染的图腾、南部喜欢浅色蓝之区别。

痕迹。此外，高涉入较低涉入程度者了解更多蓝染知识，因此更容易触发 Stern 所提出的历史怀旧。

专家 A：“高涉入程度的使用者会觉得这是很传统的东西，就算把纹样弄得再新他们还是会觉得如此”；专家 B：“表示其实蓝染给人家的感觉就是怀旧，是属老一辈的人在使用的东西，而蓝染一定会褪色，由深色逐渐褪至浅色的时候，会出现有许多不同色阶的颜色，并且温润色泽的变化中你会感受到时间的流逝而带有情感的产生。”

相反的，在涉入程度低的使用者反而觉得深蓝色带来了沉重感，因此浅色系颜色成为喜爱的首选。

专家 A：“当我们染很深的时候其实这种颜色对很多人来说是很沉重”；专家 B：“不懂的人在第一眼看见深蓝色时，便质疑为什么都要染到这么深，这个颜色给人很沉重”。

4.2. 蓝染色彩与愉悦感

由于高涉入者在使用的过程中多会产生历史怀旧而非个人怀旧，也不太会有因为个人经历的关系而回溯过去负面的情境。因此，怀旧会诱发使用者的正向情感。本次访谈的结果也显示，高涉入者对深蓝色会产生较高的愉悦度。

专家 A：“有位工业设计系老师当时说过，蓝染有一种魅力，深色的蓝可以感受到一种没有办法言喻的魅力，当到达某一深度的时候看起来是很稳重的，所以高涉入者比较了解蓝染的意义，因此会比较喜欢深色越深越好，也比较知褪色的过程中蓝染的颜色是具有生命的，而低涉入者喜欢浅色。”

但愉悦度会因为个体生活环境的不同而对相同的产品产生差异。

专家 A 表示：“三峡的客群跟中部客群相较起来偏爱的蓝较浅”；专家 B 表示：“南部的人喜欢淡一点的浅蓝，北部的人喜欢深一点灰蓝，中部其实最深。”

4.3. 蓝染图纹与怀旧感及愉悦感

由于台湾传统的蓝染是没有所谓的图纹设计，直至台湾光复后才由大陆与日本引进新的染色技法，开创了蓝染图纹的创新，因此蓝染所创造的纹路都是新式样。

专家 A 表示：“从文献上了解，台湾早期的蓝染是以单色染色为主，并没有任何花样”；专家 B 表示：“台湾最原始的蓝染技术是只有素染即为布料染，没有缝扎、夹染与型染，更不可能有蜡染，就是蓝色单一颜色而已。”

对于消费者而言并不会因为涉入程度的高低对怀旧感产生显着的差异，但却引发了消费者对图纹的喜爱与偏好，使得产生对图纹的愉悦感受，

专家 B 表示：“现代人都喜欢很讨喜的图案，例如几何图形、花卉、蝴蝶等，都是我们曾经为消费者创作过的题材。”专家 B 表示：“初学者会考虑钱的问题，缝染与夹染的价钱较低，且没有工具与耗材问题……相较于型染它有一个门槛，第一个动作就是先核版……美术基础……”；专家 A 表示：“缝染与夹染最容易上手，型糊染则需要更多工具。”

5. 结论

蓝染是台湾传统的染色技法，为了保存并推广传统工艺的精神，蓝染势必要突破传统素染的包袱。透过图纹与产品的设计创新来符合新世代对美学价值的审视，将蓝染赋予新的创意以利区隔化学染剂为主的现代消费市场。徐启贤与林荣泰(2012) [13]文化创意产品是透过设计的加值来突显产品的价值，利用国家当地文化的差异性(文化特征具有普遍性、累积性、差异性、延续性、约制性)，来提升产品的差异化(Porter, 1980)与市场区隔的强度，并用设计的创造力来强化产品本身对外的竞争力，让蓝染产品在多元的文化中脱颖而出。而在此之下设计师必须了解传统染色技法在染色时所自然生成的图纹与消费市场的脉动是否符合一致，蓝染的色阶更不能因为染技师的偏好而否定了市场的价值。在本研究中最基本的缝扎染、夹染、型糊染所自然生成的图纹作为专家访谈的参照，以从中了解市场的变化与偏好，因此发现三种基本染技的图纹不会诱发使用者心中的怀旧感受，反而在蓝色色阶方面造成了怀旧的差异，此结果在设计蓝染怀旧商品的过程当中是设计师必须注意的现象，但这些基本图纹却提升了消费者的愉悦感受，因此在规划设计图纹所创造的造形时，势必更需谨慎的了解图纹与造形之间的美学，以创造文化产品的价值。

6. 致谢

本文感谢台湾科技部专题研究计画编号(103-2221-E-029 -025 -)之部份经费补助。

参考文献 (References)

- [1] Abbas, A. (1997) Hong Kong: Culture and the politics of disappearance. University of Minnesota Press.
- [2] Houston, M.J. and Rothschild, M.L. (1978) Conceptual and methodological perspectives on involvement. *Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions*, **184**, 187.

- [3] Jordan, P.W. (2008) Human factors for pleasure in product use. *Applied Ergonomics*, **29**, 25-33.
- [4] Krugman, H.E. (1965) The impact of television advertising: Learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, **29**, 349-356.
- [5] Nature (2007) Bali-蜡染村.
<http://blog.xuite.net/uni0106/wretch/108042067-Bali-%E8%A0%9F%E6%9F%93%E6%9D%91>
- [6] Stern, B.B. (1992) Historical and personal nostalgia in advertising text: The Fin de siecle effect. *Journal of Advertising*, **21**, 11-22.
- [7] Tiger, L. (1992) *The pursuit of pleasure*. Little, Brown, Boston.
- [8] WhyFine 热点. 日本风物: 小满之蓝染. <http://wtt.wzaobao.com/a/1437137.html>
- [9] Zaichkowsky, J.L. (1985) Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, **12**, 341-352.
- [10] 马芬妹 (2007) 台湾蓝草木情植物蓝靛染色技艺手册. 国立台湾工艺研究所, 草屯.
- [11] 叶至诚, 叶立诚 (2000) 研究方法与论文写作. 商鼎, 台北市.
- [12] 林书尧 (1993) 色彩学. 三民书局, 台北市.
- [13] 林荣泰 (2005) 文化创意设计加值. *艺术欣赏*, 7月号.
- [14] 陈景林, 马毓秀 (2004) 大地之华——台湾天然染色事典(续). 台中县文化局中心, 台中县.