

國立臺灣師範大學運動與休閒學院  
運動休閒與餐旅管理研究所  
碩士學位論文

臺灣手工釀造醬油知識建構  
—以新和春醬油漬物工廠為例



研究生：吳紀萱

指導教授：劉元安

中華民國 104 年 6 月

中華民國臺北市

# 臺灣手工釀造醬油知識建構—以新和春醬油漬物工廠為例

2015 年 6 月

研究生：吳紀萱

指導教授：劉元安

## 摘要

因緣際會下，我接觸到位於彰化縣社頭鄉、歷經了百年傳承的新和春醬油漬物工廠，我認為張家三代在社頭的脈絡變遷裡埋藏著臺灣傳統手工醬油珍貴的文化多樣性。從聯合國教科文組織(UNESCO)、慢食運動以及食饗觀光趨勢的全球觀點，讓我理解保存手工釀造醬油知識的必要性，因此本研究目的是以新和春為研究個案，應用 Nonaka (1994) 知識創建模式建構個案的手工釀造工藝知識。透過田野觀察和實地操作，我用文字與圖像建構出「新和春的工」、「新和春的藝」、並以 Merleau-Ponty (1962)的基進反思 (radical reflection) 概念化「新和春的身體化知識」。新和春的工大致包含--發酵前的選購黑豆、洗豆浸泡、高溫蒸煮及冷卻製麩；發酵中的披豆、翻麩、洗麩、醒麩、拌鹽入缸、日曝、開缸、加水濾汁；發酵後的熬煮攪拌、沉澱過濾、口味調配、裝瓶、高溫殺菌和貼標包裝。新和春的藝涵蓋百年來在社頭鄉的自然人文的變遷脈絡，以及醞釀出的活的飲食文化襲產。老闆張仕明先生的身體化知識可以從時空感、力道感和掌控感來理解。

**關鍵詞：**臺灣手工釀造醬油、知識創建、身體化知識、基進反思

# **A Study of Knowledge Construction at the Case of Shin Ho Chun Handmade Fermented Soy Sauce Factory**

June, 2015

Author: Wu, Ji-Xuan

Advisor: Liu, Yuan-An

## **Abstract**

Shin Ho Chun was the case of this study which has handmade soy sauce through fermentation over a century at Shetou Village, Changhua County. Three generations of Chang' s family have built and operated this factory, and I believed that some cultural diversity of Taiwanese culinary lay hidden here. Inspired with the perspectives of UNESCO, Slow Food Movement, and gastronomy tourism, the study aimed to construct the knowledge and craftsmanship of soy sauce fermentation of Shin Ho Chun, applying the modes of knowledge creation (Nonaka, 1994). The field observation and participation generated a number of words and pictures to build up the craftsmanship and the art of Shin Ho Chun, as well as the embodied knowledge of Mr. Chang Shih Ming who is the third-generation head conceptualized through the radical reflection of Merleau-Ponty (1962). The craftsmanship of Shin Ho Chun' s soy sauce fermentation included eighteen steps which were choosing beans, washing and soaking beans, steaming, cooling and making koji, paving beans, overturning koji, washing koji, waking-up koji, mixing with salt and putting into earthen jars, exposing to the sun, opening jars, adding water and filtering bean juice, stirring and boiling, precipitating and purifying, seasoning, bottling, sterilizing, and packaging and labeling. The hundred-year nature and humanity context of Shetou Village not only cultivated Shin Ho Chun' s soy sauce with human' s warmth, but also made Shin Ho Chun' s factory a living heritage. The embodied knowledge of Mr. Chang Shih Ming was conceptualized within sense of time and space, sense of strength, and sense of control. More conclusion and reflection were discussed.

**Keywords: Taiwan handmade fermented soy sauce, knowledge creation, embodied knowledge, radical reflection**

## 謝誌

回想起四年前與研究團隊聚在一起討論各自要做的研究主題時，只因為自己說出了喜歡古古舊舊的東西，從此踏上了不歸路。寫這本論文的過程就像手工釀造醬油的過程一樣，需要漫長時間的醞釀和等待。這本論文能夠順利完成，首先要感謝新和春醬油漬物工廠的張仕明老闆夫婦和福井食堂的陳朝強老闆，您們無私的分享讓我能從一個對醬油毫無所知的門外漢，進而栽入了手工釀造醬油的研究並有機會親身參與觀察。

感謝指導教授劉元安教授給予我四年紮實的研究磨練和生活上的關心照顧;感謝口試委員賴守誠教授在我研究上遇到瓶頸時，特別抽空跟我討論論文，給予我許多建議和鼓勵;感謝張素玢所長給予我不同的視野去看待傳統手工產業的傳承。還有所有師大休旅所的師長、助教、學長姊、學弟妹、同學及校排的隊友們，感謝您們在我研究所生涯中幫助我、陪伴我一起刻劃下精彩充實的一頁。感謝大學時的恩師蕭柏勳教授，當時去觀光系旁聽了您的課，讓我人生有了重大的轉變，勇敢的去選擇自己想要走的路，並且以您為榜樣，實踐餐旅人「懂得彎下腰的人，才能跳得更遠。」的精神。

感謝家人的支持，讓我能從外文轉換跑道修讀餐旅領域，在冗長的田野調查和論文撰寫期間，給予我滿滿的愛和包容，讓我能繼續堅持下去。最後感謝陳紹峰先生，總是身處第一線接收我所有的喜怒哀樂，陪伴我度過身心交瘁的日子，用積極正向的態度支持我鼓勵我做任何決定。

最後謹以此論文獻給愛我的與我愛的家人朋友們。

吳紀萱 謹誌於

國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所

中華民國一〇四年六月

# 目次

摘要.....	ii
Abstract .....	iii
謝誌.....	iv
目次.....	v
圖次.....	vii
表次.....	x
<b>第壹章 緒論 .....</b>	<b>1</b>
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機及目的.....	5
<b>第貳章 文獻回顧.....</b>	<b>9</b>
第一節 地方飲食文化管理與保存之全球視野.....	9
第二節 傳統烹飪工藝.....	22
第三節 知識建構.....	31
第四節 手工釀造醬油.....	39
第五節 對飲食文化的反身性思考—慢食運動、食饗觀光.....	43
<b>第參章 研究方法.....</b>	<b>51</b>
第一節 研究場域與研究對象.....	51
第二節 研究的理論架構.....	59
第三節 資料收集與分析.....	63
<b>第肆章 田野觀察紀實.....</b>	<b>67</b>
第一節 田野觀察紀實.....	70

第二節 綜論.....	79
<b>第五章 新和春的工.....</b>	<b>81</b>
<b>第六章 新和春的藝.....</b>	<b>97</b>
第一節 社頭鄉的背景介紹.....	97
第二節 新和春三代生產者的歷史脈絡.....	100
第三節 「活」的飲食文化遺產:新和春醬油漬物工廠.....	105
<b>第七章 新和春的身體化知識.....</b>	<b>111</b>
第一節 釀造過程的身體經驗.....	111
第二節 基進反思的途徑.....	119
第三節 非思的基礎—語言.....	122
第四節 釀造醬油的身體化知識.....	126
<b>第八章 結論與反思.....</b>	<b>130</b>
第一節 結論.....	130
第二節 反思.....	132
<b>參考文獻.....</b>	<b>135</b>

## 圖次

圖 2-1-1. 地中海飲食的新鮮蔬果及漁獲 .....	14
圖 2-1-2. 共同的飲食是社會習俗和節慶活動的基礎 .....	15
圖 2-1-3. 薑餅工藝最初只在男性之間傳承，如今男女都可學習此一工藝。 .....	16
圖 2-1-4. 薑餅師傅是當地人民認同感和歷史延續感的來源。 .....	16
圖 2-1-5. 法式美食代表的是一系列從產地到餐桌的過程 .....	17
圖 2-1-6. 法式美食將親友聚集在一起，更強化了社會連繫。 .....	17
圖 2-1-7. 特殊的研磨工具 .....	18
圖 2-1-8. 墨西哥的麵包節，又稱聖安東尼奧節，它是當地農牧民為表彰替當地人民做過好事、受到人們尊敬的人而規定的日子。 .....	19
圖 2-1-9. 女性廚師和從業人員致力於農作物增產，傳統料理遍及米卻肯州及全墨西哥。 .....	19
圖 2-2-1. 本研究烹飪工藝概念圖 .....	26
圖 2-2-2. Cyprus 當地食物 Loukoumi 糖果 .....	30
圖 2-2-3. 傳統 Halloumi 起司的手工製作過程 .....	30
圖 2-2-4. 組織創建及學習的四階段 .....	37
圖 3-1-1. 彰化縣行政區域圖 .....	53
圖 3-1-2. 新和春產品，由左至右分別為特一級壺底油、特二級壺底油，以及濃度最低賣給小吃店使用的醬油和豆腐乳。 .....	54
圖 3-1-3. 2012 年灣國際文化創意博覽會以新和春為雛型打造蔭油文化館 .....	55
圖 3-1-4. 使用盲測(blind testing)檢視各家醬油風味及色澤 .....	56
圖 3-1-5. 彰化縣田頭水民俗悠遊網 .....	57
圖 3-1-6. 社頭好好玩網站 .....	58

圖 3-1-7. 2014 年新和春網站 .....	58
圖 3-1-8. 藉由 Facebook 傳播資訊.....	59
圖 3-2-1. 知識移轉過程 .....	60
圖 3-2-2. 本研究架構圖 .....	62
圖 4-1. 田野觀察工作圖表.....	69
圖 4-2. 插入鹽度計測鹽度.....	72
圖 4-3. 使用刀型木板鏟起黑豆.....	72
圖 4-4. 使用篩網撈起泡沫.....	72
圖 4-5. 添加焦糖色素.....	72
圖 4-6. 添加甘草酸鈉並攪拌均勻.....	73
圖 4-7. 將蒸煮後的黑豆移出鋪平，待冷卻後製麩.....	75
圖 4-8. 壓蓋機.....	78
圖 5-1-1. 用開關門窗及覆蓋麻布來控制發麩溫度.....	83
圖 5-1-2. 走麩水 .....	84
圖 5-1-3. 新和春使用的進口澳洲海鹽 .....	85
圖 5-1-4. 將糯米碾成漿 .....	87
圖 5-1-5. 消毒玻璃瓶的機器 .....	88
圖 5-1-6. 浸泡清洗醬油瓶 .....	88
圖 5-1-7. 壓蓋器 .....	88
圖 5-1-8. 透明玻璃瓶及塑膠瓶蓋 .....	89
圖 5-1-9. 高溫殺菌後趁熱套上塑膠封膜.....	89
圖 5-1-10. 包裝 .....	90
圖 6-1-1. 清水岩寺中的甘露泉 .....	98
圖 6-1-2. 2014 彰化社頭織襪芭樂節 .....	99
圖 6-1-3. 社頭好好玩 導覽手冊 .....	100

圖 6-2-1.	早期使用杉木桶盛裝醬油(左);	101
圖 6-2-2.	早期使用腳踏車挨家挨戶送醬油(中)	101
圖 6-2-3.	張老闆的兒時回憶與新和春有緊密連結(右)	101
圖 6-2-4.	張土牆先生到日本遊玩留念	102
圖 6-2-5.	臺灣醬油統制配給流程	103
圖 6-3-1.	新和春工廠大門上的「電話十八號」	106
圖 6-3-2.	昭和時期門牌信箱	106
圖 6-3-3.	轉型成織襪文物館的同仁社	107
圖 6-3-4.	麴菌室的樑上布滿菌絲	108
圖 6-3-5.	麴菌室中的木造窗戶	108
圖 6-3-6.	日曝場的醬缸	109
圖 6-3-7.	太陽下曝曬的醬油瓶	109
圖 6-3-8.	壓蓋及人工貼標包裝成為新和春與民眾互動的教育體驗管道	110
圖 6-3-9.	傳統的包裝手法	110
圖 7-1-1.	麴菌生長初期(第一天)	113
圖 7-1-2.	麴菌生長 2~3 天	113
圖 7-1-3.	黑豆已結塊	114
圖 7-1-4.	觀察醬油的色澤	115
圖 7-1-5.	特二級以下產品使用焦糖色素補強醬色	115
圖 7-1-6.	觀察醬油膏的黏稠度	116
圖 7-1-7.	2010 醬油品嚐會--新和春醬油	117

## 表次

表 2-2-2	知識觀點及烹飪工藝知識之應用 .....	33
表 2-2-3	知識類型與本研究之關係 .....	34
表 2-4-1	食饗觀光及其附加價值的類型 .....	50
表 3-1-1	新和春產品列表 .....	54
表 5-1-1	新和春醬油製作流程 .....	90



# 第壹章 緒論

## 第一節 研究背景

文化包含人類生活的所有面向，是廣受社會成員學習及共享的，最明顯學習的例子就是食物。所有文化對於食物都有一些習俗或習慣，這些習俗或習慣不是始於各民族的天性，而是透過知識的積累、分享與學習，從食物的保存、準備、烹煮的方式，對於口味的喜好，用怎樣的煮食器具及食器，以及對於特定食物信念的傳承，構成了各民族飲食模式的差異 (Hegarty & O'Mahony, 2001)。日本政府於 2013 年 12 月申請登記「和食」(Woshoku)為非物質文化遺產一事，成功獲得聯合國教科文組織(United Nations Education Scientific and Cultural Organization, 以下稱 UNESCO) 核准，日本舉國歡慶，期望讓全球觀光客到日本品嚐和食，並樂觀預期訪日觀光客會因此增加，與和食相關的商機也會接踵而來。同時間，與臺灣鄰近之國家被列為非物質文化遺產的還有韓國的泡菜、中國的珠算。日本、韓國及中國的文化成功獲得世界最高層級的文化組織所重視，也代表著這些是全人類都應重視及保存的珍貴文化遺產。當我們熟悉的鄰近國家文化被全世界重視時，讓我開始思考世界文化遺產不再只是想像中、離我很遙遠的西方國家所關注的議題。我開始重視、珍惜臺灣的飲食文化是在進入研究所之後，不僅是 UNESCO 所明列保存的飲食文化遺產，讀到更多有關義大利、日本、韓國等國家對飲食文化發展的案例，讓我從對吃美食的粗淺興趣，逐漸轉化為對食物背後意義的探索與對各國飲食文化的欣賞，所以飲食對我而言已不再只是滿足口腹之慾，從產地到餐桌，每一步驟都富涵在地族群的文化思維，我認為飲食文化在民族遺產(heritage)中的重要性是值得被探究的。致力推動日本傳統飲食的料理大師村田吉弘指出，有針對 6000 個日本家庭所做的調查中發現孩子評出媽媽做的最好吃的食物，分別為義大利麵、咖哩飯及漢堡等西方食物，非但沒有提及日本傳統食物，甚至一些小朋友不知道和食包括什麼，母親們也嫌做傳統食

物費時費力。他認為和食用油少、熱量低，在海外漸受歡迎，但日本人卻漸漸脫離和食，所以申請成為文化遺產的目的之一也是希望保存和食的文化，讓日本人重新認識其魅力，並傳承給下一代。對此，日本料理學會特別成立「日本食文化繼承與發展推進項目」，每年在京都大學和京都市內中小學校開設飲食教育講座、展示料理製做過程，致力於「讓正在消逝的健康飲食方式被重新認識」（亞太日報，2013）。UNESCO 自 1999 年決定設立「宣布人類口述和非物質遺產代表作」計劃，隨即在 2001 年又宣布了第一批 19 項代表作的名單，從這份代表作名單中可以發現官方對於遺產的概念已經有某種程度上的去物質化，且對於遺產的認知已不再侷限於自然地景或古蹟，進而拓展至較為無形的民族人類學的領域。此計畫認為人類必須意識到在全球化和社會的轉型過程中，非物質文化遺產也會面臨損壞、消失和破壞的嚴重威脅。各社區、各群體甚至是個人在非物質文化遺產的生產、保護、延續和再創造方面發揮著重要作用，從而為豐富文化多樣性和人類的創造性做出貢獻。而在 2010 年開始也陸續出現有關飲食文化工藝的名單，如：地中海飲食、克羅埃西亞的薑餅工藝、法國的傳統美食、日本的和食及韓國的泡菜等，證明飲食文化工藝的保存正受到世界各國的關注。法國文化部在 2008 年計畫將法國美食 (French Gastronomy) 申請列入 UNESCO 非物質文化遺產的過程中，指出其目標不僅是修復或保存法國料理過去的榮耀，更是要促進法國美食的創造力和多樣性，找出一個真正代表法國文化認同的意象 (Medina, 2007)。

臺灣政府組成了世界遺產推動委員會，在所列之非物質遺產潛力點名單中，尚未出現有關飲食領域的項目。本研究觀察到臺灣目前對於文化資產的管理維護較關注於有形的文化遺產，如古蹟建築的維護，相較於非物質文化遺產，因其無形文化的知識需要透過深入的觀察研究、系統性的整理，才能具體的描繪出來，故在面臨即將消逝的危機時不如有形文化遺產來的有感。飲食是最容易被國際接受的項目，以美食觀光來吸引國際觀光客也一直是臺灣觀光局的實施方針，然而不管是客家飲食、夜市小吃文化、經濟部中小企業處推動的 OTOP (One Town One Product) 一鄉鎮一特色，注重推廣臺灣美食特色及伴手禮，然而卻缺乏較系統性的理解飲食的脈絡由來及其製作者背後的努力。在以消

費為中心的現代社會體制中，飲食的文化差異是商業資本主義與文化產業的重要資產。使飲食文化中的差異被潛在廣大的群眾或消費者所更加知曉，是餐飲相關部門的共同利益與主要企圖。然而，致力於將臺灣飲食商品化之下，如僅著重於消費端的推廣，忽略了追溯並發揚商品背後最重要的靈魂，也就是「人」所擁有的傳統烹飪工藝，令我憂心的是，當面臨大量商品化、工業化生產之下，小規模卻珍貴的傳統烹飪工藝將面臨被犧牲的下場。屆時，缺乏人文精神的商品又能持續多久的文化差異優勢，又能否帶來臺灣族群及世界的認同？再者，為了使韓國泡菜申請遺產成功，韓國政府積極的做準備，還把主要原料大白菜的英文名稱由中國白菜(Chinese Cabbage)改名為泡菜白菜(Kimchi Cabbage)，摒棄中國元素，包裝成自己的文化特色。當韓國運用自己的文化重新包裝了本質相同的產品而發揚光大時，我們的蚵仔煎、鳳梨酥、臭豆腐等我們認知為臺灣傳統的飲食，在缺乏認真積極的保存與研究態度下，也有可能成為別的國家的飲食文化遺產。韓國的優勢在於能把自身的文化特色發揚光大，並且在國民間也有高度的認同感，可以長久的保留及傳承下去。文化包裝及文化的保存是每一個國家、每一個地方都可以做的，只要有足夠的重視和積極的做為，就能在申請飲食文化遺產上佔盡優勢。

在亞洲，中國及日本等地區擅長以豆、麥等穀物製作醬油，形成深厚綿延的「穀物醬文化圈」與以湄公河豐富的魚產為基礎所形成的東南亞「魚醬文化圈」，可謂分庭抗禮。在臺灣，醬油的使用先是由大陸閩南移民所建立。到了日治時期，醬油在生產技術、消費習慣或產業組織上都發生巨大改變，傳統手工技術與家庭式醬園雖逐漸式微，卻未曾絕跡。雖然今日工業化量產的黃豆醬油為市場主流，臺灣卻仍保留著特有的以黑豆為原料釀造的手工醬油(一般稱蔭油或壺底油)。以獨特的原料和釀造方式，臺灣在醬油的本質上已有先天的優勢，該努力的是提高臺灣人民對手工釀造醬油的認知及認同，並透過積極的推動系統化的知識建構與保存管理，讓手工釀造醬油成為華人生活圈中，不同於中國、日本等地區的文化識別。飲食雖屬人類日常生活所必須，習以為常之下卻也最常被忽略其重要性，飲食文化的差異造就了民族的認同，臺灣手工釀造醬油的烹飪工藝知識是古人智慧的積累，一旦停止了學習、分享及傳承，這份珍貴的烹飪工藝也將面臨

了消失的危機。食物是人民的基本權利，個人、社群、人民和國家有權定義他們自己的農業、畜產和漁業等農業和食物政策，而不受其他國家傾銷的壓迫，擁有免於饑荒或食用安全食品的「人權」，更有選擇適合其文化食物的「文化權」。食物主權(food sovereignty)強調必須保障每個人都有安全、營養及合適其文化的食物，以維持人類的健康生活與尊嚴 (張瑋綺，2012)。因此，我認為身為生長在臺灣土地人民及飲食領域的研究者，有使命將這份屬於臺灣的飲食文化讓更多人看見，並傳承下去。本研究透過 Nonaka 的知識創建模型，期望將新和春手工釀造醬油的烹飪工藝知識系統化的建構，並透過學習及分享，讓臺灣的手工釀造醬油能成為站上國際舞台的先驅，讓全人類所重視。



## 第二節 研究動機及目的

烹飪是指對食物原料進行合理選擇調配、加工清理、加熱調味後呈現色、香、味、質、養兼美的飯食菜品。一道料理或一項食品表達的也不僅僅是食物本身，更重要的是一種飲食審美的行為與文化精神。因此，對食品做出美的創造也就是中國人所謂的烹飪工藝或可稱為烹飪藝術（陳蘇華，2006）。臺灣具有融合多元族群及文化的特性，這種特性也反映在飲食文化中。臺灣有很多值得被保存的烹飪工藝，如：客家板食、原住民飲食、製茶工藝、傳統糕餅工藝及手工釀造醬油等。但臺灣目前的做法仍注重市場導向，透過節慶活動、美食展覽等推廣產品給消費者。對於食物製作的烹飪工藝論述較少，且無較系統化的整理及建檔。賴守誠（2008）認為，食物的相關論述（時空起源、食物特性、烹調特色等）對消費者來說是飲食範疇中認識文化差異的媒介之一，提供有用的線索。支持我將食物「文化化」分析的基礎假設在於：當食物的傳記被更明確的說出其與人的聯繫時，食物與餐飲的論述就更能展現出文化化的特質；當更多的資訊被給出，當更多的符號被傳遞，就有更濃厚的意義層次得以被傳播交流。例如：日本在申遺文本中對和食的描述提到，和食在新年的慶祝活動中表現了日本各地區豐富的多樣性，人們進行各種準備為的是新的一年迎接神明。裝飾精美的各式菜餚，使用當地的新鮮食材各自有其象徵意義。這些菜餚使用特殊的餐具與家人或社區成員所共享，確保人民的健康及其社會凝聚力，而這也提供長者一個機會教育孩子們和食在這個社會實踐的意義。而在日常生活中，和食具有重要的社會功能，透過分享傳統文化和均衡膳食，為日本重申身份，促進家庭和社區的凝聚力，並促進健康的生活（UNESCO, 2013）。藉由深入的食物論述，不只讓日本國民有了身分認同，更讓世界上不知道或尚未體驗過和食文化的人，有了更多的線索可以認識它。

醬油是華人生活圈每天飲食中不可或缺的調味料。臺灣手工釀造醬油，即所謂的黑豆醬油，是臺灣獨有、具高度代表性的飲食素材之一，其地位在同是利用豆或麥釀製醬油的「穀物醬文化圈」的中國及日本中獨樹一格。臺灣手工釀造醬油經過代代相傳，集結了古人轉化食物的智慧，從醬油制作所在的風土環境，製作者對這食物的情感、價值

觀，乃至當地社會時空交織之下的歷史脈絡與互動，都賦予了手工釀造醬油特殊的符號與意義，對於臺灣人來說是一種集體記憶與認同。而臺灣傳統手工釀造醬油的製作過程繁冗，利潤卻收益緩慢，在面臨工業化大量生產之下，製作成本遠高於機器量產又迅速的速釀醬油，如無代代耐心守業、繼承衣鉢，則會使世代相傳的本地醬油廠和醬園逐年減少，手工釀造醬油的烹飪技術逐漸式微，成為夕陽產業甚至滅絕（陳歆怡，2014）。所謂的速釀醬油，是用榨過油的脫脂黃豆(渣)，經過鹽酸水解蛋白質釋出胺基酸(醬油主要的鮮味來源)，再以鹼中和而得，製作時間只需數日，相較於傳統手釀耗時動輒四個月到半年，速釀的效率之高、成本之低，可見一般。假使未來手工釀造醬油的烹飪技術與知識逐漸消失，難道我們就應該理所當然的順應市場機制，讓適者生存，不適者淘汰嗎？但是我深信，我們要傳承給子孫的不僅是能帶給人類營養健康的食物，更是能用藝術的角度去珍惜欣賞這份賦予人文價值之美的手工釀造醬油，而不是一瓶化學公式調配出的鹹鹹甜甜的氨基酸水。

本研究選擇的個案是位於彰化縣社頭鄉的新和春醬油漬物工廠(以下簡稱新和春)，該廠自日治時期傳承至今已三代，以黑豆為原料堅守古法釀製，其特殊的乾式發酵更是現今碩果僅存的烹飪工藝。乾式發酵不同濕式發酵法的地方在於，入缸後不添加任何一滴水來促進發酵，僅只用一層豆一層鹽地反覆鋪蓋入甕。製程時間相對於濕式發酵來的更久，產量更少，但如此堅持的做法也換來時間累積的珍貴風味。根據研究指出，乾式發酵的醬油香氣會比濕式發酵的醬油來的更濃郁香醇，用於燉煮食物還會有越煮越香的效果（陳勝和，1975；林麗雲，1998）。新和春值得被研究及保存的除了其獨特的發酵方式之外，透過第三代老闆張仕明先生口述新和春歷經三代的歷史脈絡，可以得知臺灣傳統手工醬油在臺灣的興衰迭起，反映了社會的變遷及生活習慣的改變。第一代創立者張土墻先生為了謀生而當了三年多的學徒，習得了製作黑豆醬油的一技之長，在日治時期不受日本引進的豆麥醬油技術影響而保持著臺灣傳統的釀製方式。在當時是新和春最興盛的時期，工廠有 10 幾位員工幫忙製作醬油，張家與當地居民的互動關係密切，更關心及投入當地的公益活動。然而民國 60~70 年代傳承至第二代時，卻因工業化醬油的興

起，大量製造迫使新和春的手工釀造醬油面臨了市場生存的威脅而走向下坡，經營景況大不如前。臺灣傳統手工醬油量少價高，很難在一般大眾通路上市。危機就是轉機，在面臨了大量爆發的食安問題及國際上對於飲食文化的重視，已有部分的消費者試圖找回傳統珍貴的滋味。

烹飪工藝的「藝」包括兩個必要的內涵，其一是「人的情感(human emotion)」，實際上這也是藝術之所以存在的基本原因，飲食與藝術有緊密連結的原因在於我們與所吃的食物有緊密的文化聯結。食物所帶給人的懷舊、安全、親密或舒適感，足以使飲食藝術符合另一項內涵標準--「意圖(intention)」(Neely, 2007)。臺灣有不少家傳統老店保存著傳統釀造的烹飪工藝，讓我唯獨選擇新和春做為研究的個案原因是親身經歷張老闆邊講解手工醬油製作的步驟，也聽到他們夫婦感嘆現今手工醬油辛苦繁複的步驟不敵工業化醬油的製作效率及成本，讓我不禁也感到惋惜與憂心。日本人有句話叫「一生懸命」，就是指像張老闆這樣一輩子只做一件對的事情--將製作醬油這件事當作自己生命一樣來對待。雖然越來越多消費者意識到自己有食用安全食品的人權，也認知到傳統手工醬油的純粹及文化性，但是一般的消費者很難辨別速釀醬油及手工醬油的差異，因此張仕明老闆認為為了讓消費大眾成為真正的知味者，新和春必須肩負持續傳承古法釀造的技術的使命。我們必須去注意飲食準備過程中的細節，如果某項食物的準備過程不是出自準備者的情感表達，而只是偶然的產出，則不具備符合藝術的基本標準。反之，要將食物視之為藝術，必須包含上述兩項標準—人的情感及意圖。

我企圖建構臺灣手工釀造醬油的知識主要是受到兩個國際性觀點的誘發。其一是Carlo Petrini 提倡的慢食運動，傳統手工釀造醬油對於人類飲食文化的貢獻，符合義大利慢食運動的宗旨：餐桌上高品質的獨特風味必須來自於文化多樣性及生態多樣性的保存 (Petrini, 2007)。其二是聯合國教科文組織(UNESCO)的保護非物質文化遺產公約，根據公約中定義，傳統手工釀造醬油文化確實符合了：世代相傳，且在社區和群體適應周圍環境以及與自然和歷史的互動中，被不斷的再創造，為提供認同感和持續感，對臺灣族群有其歷史重要性及文化的認同。

Nonaka (1994) 認為知識是由個人、組織及社會經過知識擴張及交互作用所共同創建的，因此，知識創建模式是可以超越經濟合理性(economic rationality)的限制，創建出真正的人文知識(humanistic knowledge)。UNESCO 世界各國對於飲食文化的保存作法引發我的興趣，這些國家申請成為非物質文化遺產，且透過立法或飲食教育是為了保存、發揚或是觀光行銷之用，而這些飲食文化因此可以被保存下來，這就符合了我想保存臺灣手工釀造醬油文化的動機及目的。法國飲食、日本和食、韓國泡菜等各國飲食文化，能被世界最高層級文化組織 UNESCO 重視，被其他民族重視，甚至是讓遠在臺灣小小的我所重視，必然也透過非常大的努力在知識的內化及外化交流中，使其能在國際上提升能見度。在閱讀 Nonaka 知識創建理論時，我發現原來各國對於保存飲食文化的行動，從確認、立檔、研究、保存、保護、宣傳、弘揚到傳承，其實就是知識創建模式的其中一環，所以我開始去研究什麼是知識創建。用這樣的系統來研究這樣的飲食文化，可以完整的陳述出或紀錄下來新和春的內外隱知識，系統性的將烹飪工藝呈現在別人的眼前。雖然各國不是運用知識創建模式，然而我要從這些國家的做為中抽絲剝繭，我要更有系統性的呈現臺灣手工釀造醬油文化，期望臺灣手工釀造醬油可被我經由科學性的知識建構、將其文化性分享，放到國際上讓更多人重新認識它。因此本研究目的是以知識創建模式建構新和春手工釀造醬油烹飪工藝的知識。

## 第貳章 文獻回顧

### 第一節 地方飲食文化管理與保存之全球視野

#### 一、文化多樣性

文化(culture)是討論文化多樣性以及飲食文化的基礎，Williams (1983) 認為文化是英文中最難定義的兩、三個字之一，但可以知道的是文化一詞起源於拉丁文 colere，表示居住、耕種、保護、崇拜……等;15 世紀時文化一詞從法國傳入英國而成為英文的 culture，當時指的是農事中的耕種;16~19 世紀則衍生為象徵人類發展過程與心智的教養，與文明(civilization)意義接近，文明的字義是指受過西方教育的人才是符合當時社會要求的文明人，其也隱含著某種程度的菁英主義。也因為 culture 與 civilization 二詞的混用，18 世紀時在德國引起討論，浪漫主義哲學家 Johann Gottfried Herder 提出多元文化的觀點，認為文化無優劣之分，故不能因此而排斥任何階層的文化。文明側重的是精神層面，如社會規範、共同信仰等，強調後天的教養並進行社會同化;文化側重的是物質層面，如生活方式、生活習慣、禮儀等，強調各族群的特色，並認同其差異性。19 世紀的文化一詞代表美學與智力的發展，以及發展的成果，例如宗教、藝術等。到 20 世紀時，人類學家 Alfred L. Kroeber 和 Clyde Kluckhohn 蒐集了世界各地古今中外的文化定義，超過了兩百種的解釋，隨後並指出：「文化乃由內隱與外顯的行為模式所構成，並通過象徵符號而獲致和傳遞，並代表了人類群體的顯著成就，包括他們在人造器物中的體現。另外，傳統的觀念是文化的核心（即歷史的獲得和選擇的），尤其是所帶來的價值。」由文化一詞定義的源起、演變及衝擊，可以發現文化在不同時空與不同詞彙組合後，衍伸出眾多解釋(陳澄巧，2006)。

根據聯合國教科文組織(United Nations Education Scientific and Cultural Organization, 以下稱 UNESCO)定義「廣義的文化是用以區分社會或群體特有的精神、物質、知識層面的一組特徵，包括了藝術、文字創作、生活風格、基本人權、價值體系與傳統和信仰」

(UNESCO, 2000)。而 1999 年出版的《辭海》則謂狹義的文化為「精神生產能力和精神產品」，多半是以藝術美學的觀點看待文化。由此可見，文化本身是跨領域的概念，包含了不同的學科，例如人類學、社會學、經濟學、醫學等，以及不同的學派，例如文化演化論、生態學派、結構功能論、結構學派等 (陳滢巧, 2006)，各學科學派對文化的研究重點也不同。整合上述，我們可以知道文化是一種由內隱與外顯行為累積的結果及形式的表現，當中包含了傳統觀念的傳承、人的特質、人類的知識、信仰、行為等生活周遭相關的因素。

文化的體系也如同自然世界般有著適者生存的選擇法則，人類文明通過數千年對生活方式的選擇形成多樣性的文化模式，這種選擇包含了同種文化的類型選擇與不同種類文化之間的選擇，從而形成差別性文化體系。世界民族文化的多元是由於文化的選擇不同所形成的；同樣地，世界文明的演進也是通過選擇的結果。人類具有選擇最適應自己的生活方式的能力，這個選擇的進步性與人類自身的創新思維的進步成正比 (陳蘇華, 2008)，故後現代學者認為知識與真理具無法普遍化的特色，故頌揚在地、多元、真實的文化。

UNESCO 強調文化多樣性是人類共同的遺產，應當為了全人類的利益加以珍愛與維護，更尤其傳統知識是非物質以及物質財富的來源，由於傳統知識對人類利益的積極貢獻，以及當文化表現形式有可能遭到滅絕或被嚴重破壞時，就有需要採取措施保護該文化表現形式及其內容的多樣性。所以 UNESCO 在 2005 年 10 月 20 日通過《保護和促進文化表現形式多樣性公約》，該公約中明白指出文化多樣性是指各群體和社會藉以表現文化的多種不同形式。這些表現形式在他們內部及其間傳承。文化多樣性不僅體現在人類文化遺產，通過豐富多彩的文化表現形式來傳達、弘揚和傳承的多種方式，也體現在借助各種方式和技術進行的藝術創造、生產、傳播、銷售和消費的多種方式。此公約的目標除了保護和促進文化表現的多樣性，也希望以互利的方式為各種文化的繁榮發展和自由互動創造條件，鼓勵不同文化間的對話，以保證世界上的文化交流更廣泛和均衡，促進不同文化間的相互尊重與和平文化建設，本著在各民族間架設橋梁的精神發展文化

互動，促進地方、國家和國際層面對文化表現形式多樣性的尊重，提高對其價值的認識。並確認文化與發展之間的連繫對所有國家，特別是對發展中國家的重要性，承認文化活動、產品與服務具有傳遞文化特徵、價值觀和意義的特殊性。

## 二、飲食文化多樣性

### (一) 飲食文化的定義及演進

人類飲食文化學是文化學體系中的門類分支學科，從飲食生活的視角研究文化人類的本質。「飲食文化」是有關人類飲食活動的內容及其各種表現形式的總稱。它是人類的物質生活與精神生活的有機結合，包括飲食資源的開發、利用和消費；主、副食品的創製、演進和食法；飲食禮儀、習俗的形成和演變；不同地區、民族的飲食風情特色和相互間的交流融匯；飲食器具的發明和沿革；食品藝術以及飲食理論的產生和發展等等（汪福寶、莊華峰，1994）。根據陳蘇華（2008）將飲食文化定義為：「飲食文化是人類為了生存，在飲食生活中創造產生的飲食觀念、行為、技術、及其飲食產品的總和，是人類通過自然選擇、約定俗成與環境最相適應的飲食生活方式。」Wahlqvist 與 Lee（2007）認為，飲食文化乃產於人類生活的地方，但不管人們是否仍居住在那，飲食文化會內涵其資源（含氣候、土地、土壤、水與燃料）、信念及訊息（宗教、教育、溝通及讀寫能力）、種族（原住民或移民）、技術（狩獵、採集、農業、園藝、水產養殖、捕魚、食品加工、運輸及烹飪）、殖民、健康狀況與醫療保健等。另外，我們亦可從過去研究所論及的層面了解飲食文化所涵蓋的範圍，例如：專門收錄與飲食相關的期刊—「中國飲食文化」從 2005-2014 年收錄的 100 篇研究中，發現收錄的文章研究方向涵蓋物質層面的：烹飪工藝、食品器具、加工工具等；或非物質層面：食的思想、食的方式、食的营养、食的歷史、食的安全等。

大英百科全書（2010）指出，gastronomy 是對食物選擇、烹飪、供應和享受的藝術。飲食文化(Gastronomy Culture)中 Gastronomy 的概念源自西元前四百年的古

希臘文 *gastronomia* 指涉的是「胃的知識」，即是按照一定的規則與知識來進食 (Hjalager & Richards, 2002)，到了 19 世紀這個字演變成法文中的 *gastronomie*，其內涵為「高級烹飪的科學」 (Söderlind, 2011)。及至近代，Kivela & Crofts (2006) 反思 *gastronomy* 的內涵，認為飲食是一門有組織性的科學 (*organized science*)，這門科學包含了營養物質之分類、組成物及屬性的調查、如何用化學方法去分析和解決物理問題，以及烹任科學如何使食物變好吃，甚至還包含了商業及經濟學的領域。Söderlind (2011) 則將 *gastronomy* 分為科學性及社會性的理解，科學性偏向於探討飲食中有關人類生理的部分，而社會性則探討人口組成差異及歷史演進觀點形成的飲食文化。在探討區域飲食認同 (*Region's gastronomic identity*) 時，Harrington (2005) 將 *gastronomy* 的概念分為環境及文化兩構面，環境面包含了地理、氣候及自然影響農產品適應性等問題；文化則包含了宗教歷史、民族多樣性、創新、能力、傳統、信仰、價值等。由飲食文化概念的演變可看出如今 21 世紀，全世界的文化都建立在一個整體結構中，氣候與地域的差異已不是主導文化多樣性的主要力量，反而是人類為自己創造了一個所謂第二自然的文化環境。

## (二) 飲食文化的多樣性

各時期的飲食文化可透過人類對文化的選擇性的不同而呈現多樣貌的發展。人類的食物發展史可分為四期：第一期為原始採集經濟時期對食物由生到熟試驗的自然選擇階段；第二期是農業經濟時期對農、牧、漁穩定食物結構的選擇；第三期則是飲食由直覺的初級美感型態向有理性的選擇，在中國表現為養生觀，在西方表現則為營養觀，這是農業經濟向工業經濟演進期的飲食文化選擇特徵；第四次是自上世紀末開始至 21 世紀進入高潮，表現為社會普同性向科學個性化選擇的特徵，這是後工業或信息經濟時代人類對飲食模式選擇的鮮明特徵 (陳蘇華, 2008)。在此飲食觀念結構演進下，飲食文化與文化多樣性的關係有了更緊密的連結，飲食是文化的指標，食物的歷史就是人類的文明史 (Fernandez-Armesto, 2002)。因此，保護和促進飲食文化的多樣性也是目前世界各國意識到的當務之急。

### 三、UNESCO 非物質文化遺產中的飲食文化項目

UNESCO 自 2008 年以來收錄之《人類非物質文化遺產代表名單》，其代表的是各社區、群體或個人視為文化組成部份的各種社會實踐、觀念表述、表現形式、知識、技能，以及相關的工具、實物、手工藝品與文化展現，而在 2010 年新增的項目中，開始有關於飲食文化的項目列入此清單，分別是西班牙、希臘、義大利及摩洛哥的地中海飲食(Mediterranean diet)、克羅埃西亞的薑餅工藝(Gingerbread craft from Northern Croatia)、法國傳統美食(Gastronomic meal of the French)、傳統的墨西哥美食(Traditional Mexican cuisine - ancestral, ongoing community culture, the Michoacán paradigm) (UNESCO, 2011)。2013 年更出現我們熟悉的日本及韓國的飲食文化申遺成功，分別是日本和食(Washoku, traditional dietary cultures of the Japanese, notably for the celebration of New Year)及韓國泡菜(Kimjang, making and sharing kimchi in the Republic of Korea)。要符合 UNESCO 非物質文化遺產的標準，根據定義包含以下方面：

1. 口頭傳統和表現形式，包括作為非物質文化遺產媒介的語言；
2. 表演藝術；
3. 社會實踐、儀式、節慶活動；
4. 有關自然界和宇宙的知識和實踐；
5. 傳統手工藝。

非物質文化遺產的內涵必須是世代相傳，在各社區和群體適應週圍環境以及與自然和歷史的互動中，被不斷地再創造，為這些社區和群體提供認同感和持續感，從而增強對文化多樣性和人類創造力的尊重。該國必須對該非物質文化遺產有相關保護措施，如透過立法保護、行政支持或教育系統鼓勵相關研究和推廣。須透過個人、當地社區、國家政府的積極參與，讓非物質文化遺產獲得多方利害關係人的支持，使其能有更多資源保存及永續發展(UNESCO, 2003)。

#### (一)西班牙、希臘、義大利及摩洛哥的地中海飲食(Mediterranean diet)

地中海飲食代表著一整套從產地到餐桌上的技能、知識、操作和傳統，包括農

作物種植、收成、漁撈、保鮮、加工和製作，特別是食物烹飪和食用的過程。地中海飲食的特點是它的營養模式，經歷時空變化仍歷久不衰，如使用橄欖油、穀物、新鮮水果和蔬菜、適量的魚、肉、乳製品和大量的調味品和香料，並都會以葡萄酒佐餐，始終尊重各社群的習俗(圖 2-1-1)。實際上，地中海飲食(diet，來自希臘文diaita，指生活方式)包含的不僅是食物，也促進了社會互動，因為共同的飲食是社會習俗和節慶活動的基礎，是許多知識、歌曲、格言、故事和傳說的來源(圖 2-1-4)。地中海飲食表現了對土地和生物多樣性的尊重，也延續了地方漁業和農業傳統活動與技藝，例如在西班牙的索裡亞(Soria)、希臘的克羅尼(Koroni)、義大利的奇倫托(Cilento)和摩洛哥的舍夫沙萬(Chefchaouen)等都是。婦女在傳承專業、禮儀知識、傳統儀態、慶祝活動以及保存技術方面，扮演了重要角色。



圖 2-1-1. 地中海飲食的新鮮蔬果及漁獲

資料來源: UNESCO (2011). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.



圖 2-1-2. 共同的飲食是社會習俗和節慶活動的基礎

資料來源: UNESCO (2011). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.

## (二)克羅埃西亞的薑餅工藝(Gingerbread craft from Northern Croatia)

薑餅最早出現在中世紀歐洲的一些修道院，流傳到克羅埃西亞之後形成了一門手藝。薑餅製作者主要分佈在克羅埃西亞北部，往往同時生產蜂蜜和蠟燭。薑餅製作過程需要技巧和速度，對所有的製作者而言，配方都一樣，原料為麵粉、糖、水、小蘇打以及一些必備香料，步驟是把薑餅放在模具裡成型，烘烤、乾燥，再用可食用色素著色。裝飾薑餅則各具匠心，常常以圖片、小鏡子或詩句等內容裝飾其上，心形薑餅最為常見，大部分為婚禮而準備，上頭寫有新婚夫婦的姓名和結婚日期。每個薑餅師傅都有自己特定的經營區域，不與同業重疊。薑餅工藝代代相傳已數世紀，最初只在男性之間傳承，如今男女都可學習此一工藝，已成為克羅埃西亞最知名的象徵之一了(圖 2-1-3)。今天，薑餅師傅是地方慶祝活動、重要事件和集會的重要成員，是當地人民認同感和歷史延續感的來源(圖 2-1-4)。



圖 2-1-3. 薑餅工藝最初只在男性之間傳承，如今男女都可學習此一工藝。

資料來源: UNESCO (2011). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.



圖 2-1-4. 薑餅師傅是當地人民認同感和歷史延續感的來源。

資料來源: UNESCO (2011). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.

### (三)法國傳統美食(Gastronomic meal of the French)

法式美食是普遍的社會習俗，慶祝人生各種重要時刻如出生、結婚、生日、紀念日、慶功和團聚；也是一種節慶盛宴，將人們聚集在一起，共享美酒佳餚。法式美食注重人與人之間的親近和睦關係，共享味覺上的美好體驗，以及人與

自然產品間的平衡。法式美食的一系列過程，包括從不斷增長的食譜中挑菜式、採購優質原料和食材（最好都是當地產品，才能使風味融合）、食物與酒的搭配、餐桌的佈置以及用餐禮儀與行為，如嗅聞、品嚐等(圖 2-1-5)。法式美食的上菜順序是固定的，首先是開胃酒，接著要連續上至少四道菜：第一道是前菜，第二道是配上蔬菜的魚或肉，第三道是乳酪，第四道是甜點，最後以烈酒結束。那些被稱為美食家的人，擁有深厚的傳統知識，並透過生活實踐保存記憶，以口述或書面延續文化，特別是傳承給年輕一代。法式美食將親友聚集在一起，更強化了社會連繫(圖 2-1-6)。



圖 2-1-5. 法式美食代表的是一系列從產地到餐桌的過程

資料來源: UNESCO (2011). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.



圖 2-1-6. 法式美食將親友聚集在一起，更強化了社會連繫。

資料來源: UNESCO (2011). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.

(四)傳統的墨西哥美食(Traditional Mexican cuisine - ancestral, ongoing community culture, the Michoacán paradigm)

傳統墨西哥料理是一個涵括農業、儀式性習俗、古老技藝、烹飪技術和世代相傳風俗和禮節的綜合性文化，包括從種植、收穫到烹飪和飲食等傳統產業鏈。材料是玉米、大豆、辣椒，透過獨特的耕作方法生產，如「米爾帕斯」(milpas，翻耕玉米田和其他農作物田)與奇那帕斯(chinampas，湖區開發耕地)；料理過程如玉米灰化(用石灰讓玉米脫殼的過程，可增加營養價值)；特殊的工具，如研磨石及石臼等(圖 2-1-7)。基本食品原料有各種番茄、南瓜、鱷梨、可可和香草。精心準備的墨西哥食物充滿象徵意義(圖 2-1-8)，如日常玉米餅和類似粽子的玉米粉蒸肉(tamales)，作為亡靈節祭祀的一部分。女性廚師和從業人員致力於農作物增產，傳統料理遍及米卻肯州及全墨西哥(圖 2-1-9)；他們的知識和技術呈現了社區意識、加強社會聯繫與更強的文化認同。這些來自米卻肯州的範例，說明了傳統料理是永續發展中重要的一環。



圖 2-1-7. 特殊的研磨工具



圖 2-1-8. 墨西哥的麵包節，又稱聖安東尼奧節，它是當地農牧民為表彰替當地人民做過好事、受到人們尊敬的人而規定的日子。

資料來源: UNESCO (2011). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.



圖 2-1-9. 女性廚師和從業人員致力於農作物增產，傳統料理遍及米卻肯州及全墨西哥。  
資料來源: UNESCO (2011). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.

(五) 日本和食(Washoku, traditional dietary cultures of the Japanese, notably for the celebration of New Year)

和食是基於一套全面的技能，知識，實踐和有關食品的生產，加工，製作和消費傳統的社會實踐。它與尊重自然密切相關的可持續利用自然資源的重要精神有關。和食已經發展成為日常生活的一部分，並與年度活動的連接，並在響應變化的自然和社會環境的人際關係是不斷重建。基本知識，與和食相關的社會和文化特徵通常出現在新年的慶祝活動時，日本民眾沉浸在自己的傳播代

代相傳的傳統，從而重申自己的身份和連續性。和食在新年的慶祝活動是地區豐富的多樣性，因為每個省都有自己的歷史和地理的特殊性。人們進行各種準備，以迎接傳入今年神，搗年糕，準備特別餐點，如裝飾精美的菜餚稱為禦節，佐尼和托索，使用新鮮的當地食材可各自有其象徵意義。這些菜餚在特殊的餐具和家人共享，或由社區成員共同分擔，以確保人民的健康和社會凝聚力。這提供了一個機會長者教給孩子包含在這個社會實踐的意義。在日常生活中，和食具有重要的社會功能，為日本重申身份，促進家庭和社區的凝聚力，並促進健康的生活，通過傳統的共享和平衡膳食。

日本的「和食」指的是傳統的日本飲食，日本政府向 UNESCO 提出申請時強調和食因四季與地理多樣性，擁有新鮮的山珍海味，加上和食重視呈現大自然之美的料理擺飾和陳設，與新年、插秧等農業活動等也有密切的關係 (UNESCO, 2013)。日本和食申請列登文化遺產的行動主要是因 2011 年 3 月 11 日日本大地震福島第一核電廠發生核災之後，日本食材受到不實風評，日本民間團體希望藉由申登文化遺產已消除不良形象，日本政府於是在 2012 年三月向 UNESCO 提出申登案。如今申登成功，預料和食在全球受歡迎程度將更為增加，也有助於日本食材的擴大出口。日本料理大師村田吉弘認為致力於擴大和食在世界的影響力的同時，不應忽略傳統飲食方式在國內的保護與傳承。

#### (六)韓國泡菜(Kimjang, making and sharing kimchi in the Republic of Korea)

韓國於 2013 年 12 月成功將泡菜申請列登 UNESCO 非物質文化遺產，對此也引發一些中國人民的質疑，認為泡菜起源自中國。根據 UNESCO 說法則提到，非物質遺產保存公約主要強調的是其對群體的歷史重要性、文化認同感，換句話說，雖有文字記載泡菜最早起源於中國，但韓國泡菜在進行申請遺產時，歷史和起源地點不重要。韓國申請的不是泡菜本身，而是泡菜製作的技藝與分享，至少世人在想到泡菜時會聯想到的那是韓國的飲食文化。

#### 四、亞洲地區飲食文化的保存與管理

##### (一)大陸地區飲食文化的保存與管理

在近年來也發現距我們最近的亞洲國家中國大陸也追隨著歐美已開發國家，開始保護國內農產品的多樣性，發展地方特產的地理標誌系統，並重視地理標誌與地方性知識文化的關係。因為地方特產的多樣性表現在它們的社會地位、歷史及不同的生產工藝或貿易方式上面，這些因素通常存在著巨大差異。有時可以從某項產品背後找到一種文化的豐厚基礎，與其歷史背景和群體實踐有關。換言之，它們橫跨了時空，以共享的知識與技能代代相傳，並說明了某個地區與某一段歷史和某一社會群體之間的關係，有助於建立維持和保護地方性知識文化的標準。歐盟執委會於2012年12月1日在與中國大陸進行的「10+10」農產品地理標示保護談判的會議上宣布，中國大陸10種農產品在歐盟成功註冊地理標示，分別是：平谷大桃、鹽城龍蝦、鎮江香醋、東山白蘆筍、金鄉大蒜、龍井茶、琯溪蜜柚、陝西蘋果、蠡縣麻山藥及龍口粉絲。同時，歐盟也有10種農產品在中國大陸享有地理標示保護，分別是：洛克福乳酪、阿讓李子乾、帕加諾乳酪、帕爾瑪火腿、科多瓦橄欖油、馬吉娜橄欖油、孔蒂乳酪、斯提爾頓乳酪、蘇格蘭農家三文魚及農舍乳酪等。目前歐盟市場上享有地理標示保護的農產品共有1,000多種。歐盟執委會表示，地理標示保護是品牌農產品銷售的利器(中國地理標誌網:<http://www.zgdlibz.com/>)。

##### (二)臺灣當局對飲食文化的做為

由於聯合國教科文組織對非物質文化的管理與重視，臺灣文化部也效仿國際組織中各國對飲食文化的保存管理，編列了一些臺灣特有的潛力非物質文化名單，如歌仔戲、布袋戲、南管戲及原住民傳統陶藝等。雖然以目前名單來看，臺灣尚未出現單獨討論飲食文化管理的例子，然而以原住民傳統文化在臺灣相較其他民族文化有較系統性的管理中發現，飲食文化是蘊含在原住民傳統文化中不可或缺的部分。因為這些原住民傳統的藝術表現都具有同樣一個特色，就是這些藝術形式其實都跟日常生活(包含祭典儀式)緊密結合，除了是藝術也是日常用品，而非只是西方概念

中擺著好看的藝術品。故我們應了解到臺灣存在許多的傳統文化中，不只有表演藝術或手工藝品有其保存的價值，更多有關生活的工藝和飲食技術，都有著豐富的文化內涵，應當從單純生存所需的功利主義將其提升到藝術的層次，發現其在產業中的藝術價值並系統化的管理與保存。而其藝術內涵包括了建立在全球跨文化的歷史基礎上，其次是人與人之間交流的媒介，以及發揮人類將其應用在非功能性場合的智慧 (Hegarty & Mahony, 2001)。

## 五、小結

從 UNESCO 非物質文化遺產代表作名單當中，可以看出飲食文化的項目在近年來已越來越受到關注，因為飲食就是人類文化的指標，構成不同民族間的差異性。上述所舉 UNESCO 各國及大陸、臺灣目前對飲食文化的作為，幫助我以全球性的視野來看待臺灣的手工釀造醬油。臺灣手工釀造醬油符合了幾項 UNESCO 所列之非物質文化遺產的標準，例如：釀造醬油的技術是幾百年來人類與自然、歷史互動下的知識，經過世代相傳的延續及再創造，表現在醬油製作的繁複工序中，包括做為傳承、交換醬油製作內外隱知識的語言和身體化的技藝，傳統醬油的消費也形成了認同感及歸屬感的社會實踐。然而也可看出若用 UNESCO 非物質文化遺產的標準來看，臺灣手工釀造醬油尚未有相關的保護措施，如立法保護、行政支持或教育推廣等。UNESCO 的標準也讓我在後續對新和春醬油的參與觀察中，將著重在其醬油工序的知識及當地的社會實踐，建構臺灣手工釀造醬油的知識。

## 第二節 傳統烹飪工藝

### 一、烹飪與工藝

烹飪，廣義來說是指將食物原料進行加工製熟，將原本是生的食物原料製成可食用的熟食品；狹義來說，烹飪則是指對食物原料進行合理選擇調配、加工清理、加熱調味後呈現色、香、味、質、養兼美的飯食菜品。醬油雖然只是烹飪時的調味料，但透過對

原材料的選擇，清理加工、發酵製熟及加熱調味，會反映醬油成品的色、香、味、醬油等級、營養成分，而機器與手工的製作差別，也影響了人對醬油成品的審美感受。因此，醬油雖不是一道菜食飯品，但其中所需的烹飪技術的複雜度卻不亞於一道料理。人類在未有熟食之前的生物性質與其他動物是等同的，人只是自然生物鏈中的一個環節，只有當第一次採集自然火燒製出第一種人工食品「烤肉」時，人類才顯現出其文化本質而成為人，從而將自己從自然鎖鏈中解放出來。在人類不同需要層次上，飲食生活呈現出不同的型態。西方的一些實驗心理學家從馬斯洛的人類動機需求層級理論中觀察到，當一個人在滿足基本生理溫飽之後，必然會對健康安全提出要求。當食物豐富時，必然會傾注到愛與相屬關係方面，熱衷於飲食的各種社會活動，並以此得到社會尊重的滿足，在審美與創造中實現自我價值。現代飲食生活已不僅侷限於人類生理的基本需要，而是一種內涵衛生、營養、美感、科學技術的統一結構。一道料理或一項食品表達的也不僅僅是食物本身，更重要的是一種飲食審美的行為與文化精神。因此，對食品做出美的創造也就是中國人所謂的烹飪工藝或可稱為烹飪藝術，它比文學、繪畫、戲劇或音樂等藝術毫不遜色，因此時至今日烹飪工藝也漸漸受到關注，成為各國亟欲保存與發揚的項目。在飲食文化包涵的觀念、行為、技術及產品等概念中，烹飪工藝屬於技術層面的核心。飲食文化技術體系之範疇可探討從產地至餐桌的技術過程，包含原料生產技術、原料初級加工技術、原料的精細加工技術、食品的終端加工技術、餐臺服務技術（陳蘇華，2006）。我們可以將這些烹飪生產、加工的技術都看作是人類不同於其他動物，對於所吃食物一種實現自我的美學創造，將烹飪技術提升到烹飪工藝的角度來欣賞它。

當我們對一項事物有了美的感受，這種欣賞必須是源自事物本身的特質，而不是因為它帶給人的利益，對於事物本質無私的(disinterested)、非工具性(non-instrument)的反應，才能稱做審美反應(aesthetic reactions)。有些哲學家認為雖然飲食所帶來的感官體驗能引起我們審美的反應(aesthetic reactions)，但是飲食卻不能構成「藝術」。為了證明飲食能否成為一種藝術形式，我們需要了解藝術品(work of art)的內涵是什麼。Telfer (2002)指出，一件事物能否被稱為藝術品，端看製作者的意圖、情感的表達，是否反應在產品

的品質上。然而，有些民族的物件或是宗教建築等，當下或許不被其製作者視為藝術或情感的表達，卻被現在的我們視為藝術而珍惜，這也衍伸了藝術品的第二個定義——如果一件事物被社會整體以一個美感的角度看待，對這個社會來說它就是藝術品。因此可以說，要將飲食或烹飪工藝視為藝術，必須獲得社會整體的認同。

飲食不像音樂、畫作等一般大眾認知的主要藝術(major art)，並不是每個人都有大量的知識背景或經濟條件能夠欣賞這些藝術。飲食之所以會在藝術領域中被忽視，是因為飲食是人類日常生活所必須，不管生活背景、經濟條件為何，我們都習以為常地處於飲食之美的生活中。Telfer (2002) 認為雖然要將飲食視為一件藝術，會受到一些限制和爭議，但可以將它視為一種微小卻也很重要的藝術(minor art)。音樂、畫作等主要藝術，有明顯的藝術形式(art form)，表現在其可被系統的(systematic)、可重複的(repeatable)及常規組合(regular combination)的結構安排中。傳統釀造醬油因為工業化而漸漸式微，為了保存傳統釀造醬油的技術並視為人類智慧的積累，用美學的角度欣賞它，必須從釀造師傅不斷循環的工序當中，歸納釀造醬油的知識系統成為其專屬的藝術形式。當我們用藝術的角度看待人類的飲食技術時，便能影響多方利害關係人去關注飲食文化這項議題，獲得國家資源的補助保存、教育的推廣，進而形成整個民族的個人文化素養。

## 二、烹飪工藝的類型

在陳蘇華 (2006) 所著之《中國烹飪工藝學》中，將烹飪工藝劃分為七項，包含清理加工、分解加工、混合加工、優化加工、組配加工、製熟加工、成型加工，其中又以製熟加工的技術為烹飪工藝之核心，因為「熟」就是人類文明的開始，其他加工方式為輔助或裝飾性質的。《中國烹飪工藝學》曾將「熟」的標準概念定義為「只要經過特定的加工，使食物三要素：衛生、營養、美感得到統一，符合能被直接食用標準者即為熟。」而美國當代學者 Felipe Fernández-Armesto (2002) 《在食物的歷史》中提到：「你一旦把檸檬汁擠在牡蠣上，便開始改造牡蠣，使得牠的質地口感和味道產生變化，廣義來講，便可稱之為烹調。」因此，製熟不僅是利用溫度加熱的熱加工製熟(如：烤煎蒸煮炒炸...

等)，還有所謂的冷加工製熟，如：發酵(酒、醬油、醋、泡菜等)、冰凍(如肉凍、冰淇淋等)、醃拌(沙拉醬、五味醬)也屬於製熟技術的一種。因為把食物醃很久，就和加熱或醃燻一樣，也會轉化食物的本質。而本研究所要探討的手工醬油便是屬於冷加工製熟技術中的發酵製熟。根據陳蘇華 (2008) 《人類飲食文化學》中將常見的發酵製熟及其製品細分為四種類型，分別為酒酸類發酵、乳酸類發酵、霉菌類發酵及醋酸類發酵(表 2-2-1)。人類對發酵製熟方法的使用可以上溯到 8000 年前，酒、豆醬、醋、酸奶、奶酪以及酸魚、酸菜等，都是最為古老的風味食品，其特殊的風味伴隨著人類的整個文明歷史。彙整以上概念，彙製本研究手工醬油所屬之烹飪工藝概念圖(圖 2-2-1)。

表 2-2-1  
常見的發酵及其製品

類型	製品	類型	製品
酒酸類發酵	酒→醉雞、醉蟹、糟蛋、 糟魚、酵腸	霉菌類發酵	豆豉→醬油→豆面醬→ 腐乳→南乳
乳酸類發酵	酸奶→奶酪 泡菜→泡辣椒→酸魚醬	醋酸類發酵	糧食醋、果醋→醋酸菜 →酸黃瓜

資料來源：陳蘇華 (2008)。《人類飲食文化學》。上海：上海文化出版社。

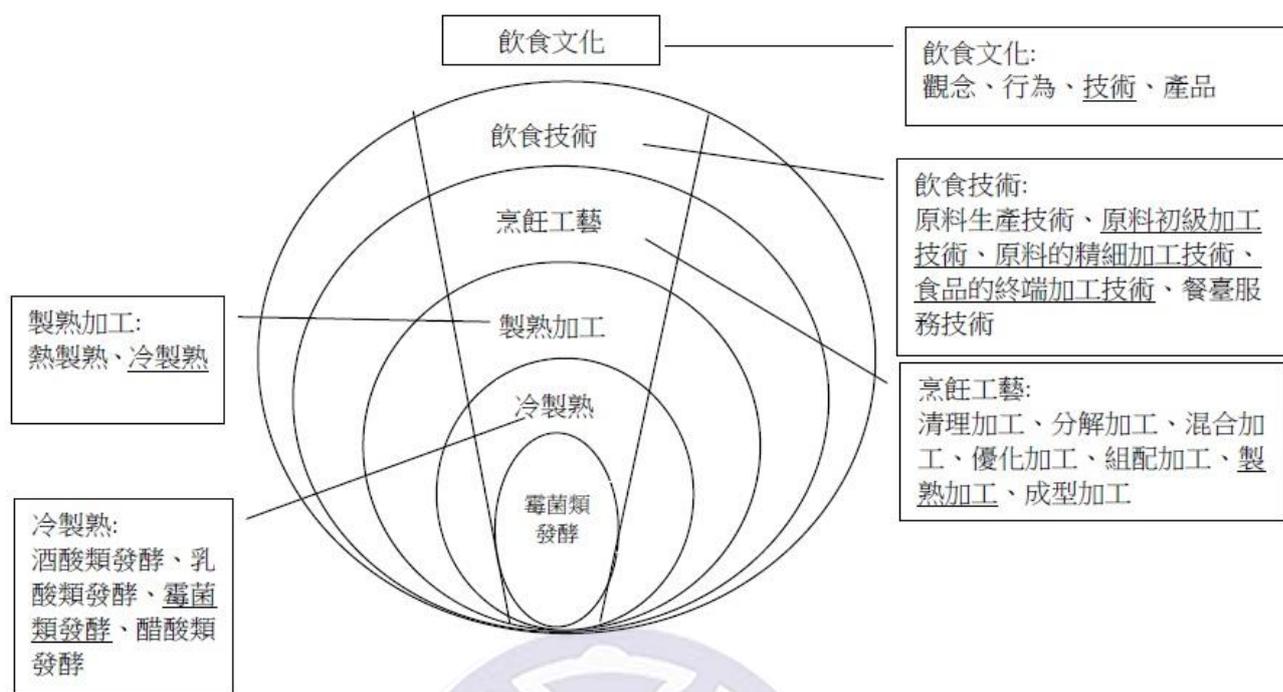


圖 2-2-1. 本研究烹飪工藝概念圖

資料來源: 本研究整理繪製

### 三、傳統與現代觀點下的烹飪工藝

#### (一)何謂傳統

何謂傳統，說法見仁見智。政府統計單位往往為了方便蒐集比較資料，通常以行業別定義傳統產業的範圍。例如行政院主計處的行業分類中，將傳統產業涵蓋食品業、菸草業、紡織業、成衣及服飾業、皮革毛皮及其製品業……等。臺經院更強調了傳統產業為「與民生工業有關的傳統製造業」。行政院於 89 年「提升傳統產業競爭力方案」中，將傳統產業定義為「新興重要策略性產業以外的其他產業」，包括：數位 3C、精密電子元件、精密機械設備、航太、生醫及特化、綠色技術及高級材料工業等七大行業外，均屬於傳統產業的範圍。「新興產業」名詞的使用也點出了傳統產業必需具備「存在一定時間」的時間特質。

在學術研究中，則採取依循市場面的思維--根據該產業曾經是該經濟體之主力產業，且其經濟市場貢獻率比重至少在 15~20% 以上者，但在當前階段的市場地

位則已衰減至 5% 以下，甚至根本不到 1% 之水準者，都應當可予以劃歸為「傳統產業」。這種以經濟市場貢獻率比重為評準的方法，事實上比較接近於「衰退產業」的觀念，亦即該產業的市場份額將不再增加，產業的產量、產值及利潤甚至呈現長期遞減，且其衰退的原因與景氣循環無關（蔡宏明，2000; 王建全，2001）。

如上述，無論是政府單位或學術單位，若僅以新興之外的產業或市場佔額的大小來看傳統與現代，傳統往往被視為保守，甚至是落伍，不利於傳統產業轉型升級，也有可能忽略傳統的價值。事實上，沒有傳統就沒有創新的依據。美國科學史家 Thomas Kuhn (1970) 所著《The Structure of Scientific Revolutions》一書中，提出的典範論(paradigm)，認為所有科學研究傳統都由典範形成，典範是一穩定的認知傳統，舊典範經過思想或概念革命，形成新典範。沒有典範就沒有共同信仰和基本概念，便失去思考的方向。同樣地，Gerald L. Bruns (2013) 也認為沒有過去，就沒有現在及未來，未來是根據過去存在的事實，隨著時間不斷推移、更新，同時也證明了過去存在的版本。過去的經驗累積成為傳統，現代的成果有朝一日也會成為傳統。Bruns 認為過去討論或定義何謂傳統的理論相當多，他認為不應用訓誥的方式去分析或詮釋傳統這個詞的概念，而是應該了解傳統的重要性及如何尊重傳統。另外，博物館、學校或是國家等機構都具備保存傳統的功能，這些機構客觀化和具體化過去(past)，保持擁有它或舉行它的地方，讓這些傳統不至於被破壞或消失 (Bruns, 2013)。

## (二)傳統烹飪工藝的價值

傳統文化發明了不同的食物處理及保存方法，他們在所能取得的有限資源下做最好的處理。過去五十年間，傳統烹飪及工業生產二元論興起的過程中，烹飪技巧逐漸從大量知識庫裡消失，這些經過好幾個世紀驗證出來的知識，只剩下少數人知道。工業化讓這些古老的知識，轉變為越來越集中式的生產，而生產食物的工作也交由可以大量生產、使用最新、最複雜的技術的人來處理。這些技術讓傳統的技巧消失，而大多數的人們卻不能輕易的使用那些新發明的方法，最好的例子就是人工

甘味產業。這種知識的移轉剝奪了我們學習這些技能及技術的權利，讓工業化的食品科技凌駕於傳統方式之上，迫使人們逐漸摒棄傳統，而原因竟只因為這些傳統知識屬於日常文化的一部分，所以就被視為沒有科學價值，因而即將消失殆盡 (Petrini, 2007)。

在知名的美食類紀錄片《舌尖上的中國》第三集—《轉化的靈感》中，曾道出：「在吃的法則裡，風味重於一切，中國人從來沒有將自己束縛在一張乏味的食物清單上。」懷著對食物的理解，人類在不斷的嘗試中尋找轉化的靈感。所有這些充滿想像力的轉化，它們打造出的風味和對營養成分的昇華，令人嘆為觀止，並且形成了一種叫做文化的部分得以傳承 (中央電視台, 2013)。如此看來，烹飪工藝是人類飲食文化中技術層面的核心，烹飪技術之所以也可稱作烹飪工藝，是由於每個技術都涵蓋著幾千年來人類轉化食物以提升美感、營養的智慧，而這些風味得以流傳到今日，也已在漫長的時光中和土地、民族的情感和信念融合在一起，形成一種集體記憶，才下舌尖，又上心間，讓人在品嚐這些智慧結晶的同時，分不清哪個是滋味，哪個是情懷。誠如以上，不同地區不同民族的烹飪工藝都體現了多元在地的地方特色文化，這些也是 UNESCO 亟欲保存及發揚的非物質文化遺產 (UNESCO, 2003)。

為什麼當地料理和所謂的「傳統」產品能引發大眾的興趣？對消費者來說「傳統」這個詞通常可明顯區分為四種感覺。第一是熟悉的(Familiar)，要成為一個國家的傳統料理，必須對當地所有人來說是熟悉的。第二是存在一定時間的(Longevity)，雖然是老舊形式但卻是非常有價值的，時常會喚起一種懷舊感，甚至需要一解鄉愁。第三是有效的即興創作(Improvisation)，指的是該傳統維持不斷的發展，有時必須適應新潮流，在傳統之上點綴或創新。最後是真實(Authentic)，通常傳統食物是在最低介入與干預的情況下，經時耐心地拉展開原本食材的滋味與複雜度，相較工業化製做的食品也較能體現真實性 (Warde, 1997)。

### (三)傳統烹飪工藝與現代工業化生產—以賽普勒斯的 Halloumi 起司為例

當國人的生活方式在經濟全球化、文化多元化的衝擊下發生改變時，在飲食的

生產與生活中，一些落後的、繁瑣的傳統式樣也終將被方便快捷的工業化商品取而代之。賽普勒斯(Cyprus)是歐洲與亞洲交界處的一個島國，於 2004 年正式成為歐盟會員國，是傳統的農業國，並著重旅遊業的發展。Cyprus 的兩大手工飲食文化遺產為一種叫 Loukoumi 的糖果(圖 2-2-2)，另一則是用羊奶及山羊奶作成，稱之為 Halloumi 的起司。Cyprus 已將當地食品 Loukoumi 糖果成功地從飲食遺產(food heritage)轉變成商品遺產(commodity heritage)，利用傳統飲食的大量生產並外銷，創造不小的經濟效益。然而，同樣是該被重視及保存的飲食遺產，Halloumi 起司卻遇到較多爭議 (Welz, 2013)。

以當地傳統原料羊奶及山羊奶混製而成的 Halloumi 起司，會根據不同村莊傳統食譜製作的不同，造成風味上的不同。但自從 1970 年之後，在現代化、經濟的成長及都市化之下，大型乳製品公司將傳統手工自家製成的 Halloumi 起司，轉變成專業化及大量商品化的製作，由一群 Halloumi Ladies 統一製作單一風味的起司，積極搶攻英國及其他歐洲國家的市場。在此同時，傳統手工的 Halloumi 起司還是一直存在於 Cyprus 各鄉村聚落，當地居民也表示還是偏愛當地生產之 Halloumi 起司(圖 2-2-3)。而創造大量外匯的工業化生產 Halloumi 起司也受到質疑，因應大規模製作，有些號稱 Halloumi 起司的產品為降低成本，省略了傳統原料山羊奶，只用了羊奶甚至是牛奶取代。這使得原先規模小、生產成本較高的手工製造者面臨衛生條件法規、研發問題，資金及專業知識的限制時，更顯得窒礙難行。而政府及當地人民面臨產品市占率及外銷利益時，對 Halloumi 到底要工業化生產還是手工製作也有許多爭議 (Welz, 2013)。

然而就算在經濟市場的壓力下，國際文化遺產組織如聯合國教科文組織(UNESCO) 的世界遺產計畫，歐盟(European Union) 及歐洲理事會(Council of Europe) 還是致力於保護歷史古蹟、傳統表現形式及文物，認為這些珍貴的文化遺產是所有人類所共享的，不可因生產規模或是市場導向而放棄傳統烹飪工藝，且應重視國家的區域多樣性(regional diversity)及文化異質性(cultural heterogeneity) (Welz,

2013)。



圖 2-2-2. Cyprus 當地食物 Loukoumi 糖果

資料來源: <http://foodfromcyprus.com/14-loukoumi-cyprus-delight>



圖 2-2-3. 傳統 Halloumi 起司的手工製作過程

資料來源: <http://hellimhalloumi.org>

#### 四、小結

由於傳統產業的定義，各家說法莫衷一是，本研究採綜合性看法，認為傳統產業是以民生產業為主，已在該經濟體一段時間，長期觀察下對該經濟體的貢獻度明顯下降，在產品生命週期已達成熟期且漸漸走向衰退，且由於生產技術已成熟，研發及設備投入佔產出比重不高。然而，我認為雖然現今手工釀造醬油產業對總體經濟的貢獻不再如此

顯著，但對於人類無形文化遺產的價值卻是提升的。醬油是我們日常生活中隨手可得的調味料，當我們忽視了手工釀造醬油的價值，最終很有可能被工業化大量生產的醬油取代而消失，如此一來傳統釀造醬油所乘載的臺灣的歷史、人文等群體認同也將漸漸消失和被遺忘。因此，除了確認釀造醬油就是烹飪工藝之外，傳統釀造醬油的價值不應只是用市場導向來評估，必須以人類共享的文化遺產來看待，並加以保存和推廣。

### 第三節 知識建構

#### 一、知識的概念及特性

知識是透過經驗及學習中獲得理解，它是一種 know-how，也可以說是一種當人們執行一個特別的任務時，對於如何去做一件事的熟悉程度。知識同時也可能是事實、程序規則或一些啟發的積累。實際上，知識及知識管理的理論行之有年，知識是一種多構面的概念，具有多層次的意義 (Nonaka, 1994; Alavi & Leidner, 2001)。如表格 2-2-2, Alavi 與 Leidner (2001) 綜合不同的知識觀點，認為探討知識的概念，主要有三項重點：(1)強調資料(data)、資訊(information)及知識(knowledge)的層級差異。(2)知識是個性化(personalized)的，為了讓個人或群體的知識對他人有用，必須用一個讓接收者能更容易解釋的方法表示。(3)資訊的囤積是沒什麼價值的，只有當資訊在個人的腦海中經過反思(reflection)、啟發(enlightenment)或是學習(learning)的主動處理，這些資訊才有價值。而有關知識相關理論的發展則是根據不同類型的知識差異而來，見表 2-2-3。了解知識的觀點、特性及類別，有助於建構本研究對臺灣手工釀造醬油的烹飪工藝知識及引發問題意識。

而本研究並非用單一的觀點或將傳統烹飪工藝知識界定為某一類型的知識。根據世界智慧財產權組織之「遺傳資源、傳統知識與民俗創作智慧財產權之政府間委員會」(The WIPO Intergovernmental Committee on Intellectual Property and Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore, IGC) 定義所謂「傳統知識」，係指基於傳統而生之

文學的、藝術的或科學的作品、表演，發明、科學發現、外觀設計 (designs)、標記 (marks)；名稱或符號、未公開之資訊，以及其他一切基於傳統在工業、科學、文學或藝術領域內智能活動所生之發明 (innovations) 與創作 (creations) 而言。其中所謂「基於傳統」，指的是某種知識體系、創作、創新及文化表達方式，通常是代代相傳，且被認定為係某個特定民族或其居住地域所固有的，並會隨著環境變遷而不斷演進者。然而由於傳統知識的範圍極廣，因此要明確的定義實有困難，因此有學者認為：關於傳統知識之保護，可以將重點放在事前決定的保護客體上，但未必需要一個明確的定義。換言之，一個傳統知識的明確的定義對於傳統知識的保護而言，並不是一個重要的必要條件 (郭華仁、陳昭華、陳士章、周欣宜，2007)。本研究想要保護的傳統釀造醬油知識是基於工業化醬油的出現，省略、取代了傳統釀造醬油的繁複工序，這些工序當中包含了許多自然界的知識與實踐，必須將其內涵的資料、資訊，透過整理及反思才能成為對個人和群體有用的知識。



表 2-2-2

## 知識觀點及烹飪工藝知識之應用

觀點	烹飪工藝知識之應用
知識、資訊及資料	<p>資料: 醬油成分、價錢</p> <p>資訊: 醬油的製作過程</p> <p>知識: 對醬油品質的認知</p>
心理狀態	<p>認識並理解傳統手工釀造醬油的價值</p>
物件	<p>檢索已存在的烹飪工藝知識，也將個人化的知識儲存以供利用操作</p>
過程	<p>運用專業知識創建、分享及傳播烹飪工藝知識的過程</p>
訊息獲取	<p>烹飪工藝知識組織了獲取和檢索的資訊內容</p>
能力	<p>烹飪工藝知識可建立核心能力，形成獨特的策略性 know-how</p>

資料來源: Alavi, M. & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.

表 2-2-3  
知識類型與本研究之關係

知識類型	定義	待研究之問題意識(舉例)
內隱知識	知識根植於特定情境下的行動、經驗及參與中。	新和春醬油張老闆對於自家傳統手工醬油的認知以及醬油製作的 know-how
認知隱性:	心智模型	
技術隱性:	適用於具體工作的 know-how	
外顯知識	闡明的、廣義的知識	有形且被紀錄下來的相關文獻資料、數據等
個人知識	個人固有的、創建的知識	研究者本身對醬油固有的或創建的知識
社會知識	在一群體中固有的、創建的集體行為。	當地居民對醬油固有的或創建的集體行為
陳述性知識	Know-about	新和春的歷史背景與產業生命週期
程序性知識	Know-how	傳統製作醬油的步驟
因果知識	Know-why	為什麼新和春面臨傳承的困難
情境知識	Know-when	了解製作醬油時面臨的不同情境，如氣溫、濕度
關聯知識	Know-with	釀造醬油與化學醬油的關係
實用知識	對於組織有用的知識	保存管理烹飪遺產的最佳實務或經驗

資料來源: Alavi, M. & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.

## 二、知識建構的概念

傳統的知識論認為知識是已驗證的真實信念(justified true belief)，但若以現在目標來看，知識更應解釋為個人信念及對知識驗證的重視。許總雲 (1995) 提出傳統知識論觀點與知識建構理論的差異，認為傳統知識論是強調絕對的、靜態的、非人的知識本質，而知識建構論則傾向於「知識為動態的人類驗證個人信念的過程，為對真理渴望的一部分。」傳統觀點認為知識是客觀的呈現外在世界，然而演變至今我們可以發現傳統觀點已不適用於現實狀況，知識不僅僅只是對世界的一種感官認知，知識的來源也必須視實務及認知活動的情境而定。認知心理學方面的發展，在七十年代之後，逐漸浮現出一個「支配性的」主題，那就是「認知的主動性」以及「學習的主動性」 (Mayer, 1986)，這一個主題也就成為建構論的重要主題之一。人類可通過思維與實踐的結合，主動、有目的的反作用於外部的世界。

知識管理的理論及實務行之有年，Cohen (1998) 定義知識管理為「知識的蒐集、傳遞與衡量」。Woods 與 Sheina (1999) 定義知識管理為「一種發展、開發組織內有形及無形知識資源的任務，它包含了組織面及技術面的議題」。Teece (1998) 定義知識管理為「組織創造、移轉、組合與整合知識資產的過程」。知識管理有系統、有組織、有目的地擷取、轉換及儲存組織內部重要的知識，適時及適當地提供給組織中的成員使用，並與其產生互動，進而創造出新的知識，最後達成企業的目標 (謝恬、阮明淑，2006)。知識管理系統最早應用於企業增強公司組織中的知識創建、知識的儲存檢索、轉移及應用，近年來也常利用於非營利組織或虛擬團隊中。

因此本研究採用知識建構論觀點探討傳統手工釀造醬油的烹飪工藝知識，目的主要是希望研究者與被研究者能透過反思、啟發及學習，主動的建構出個人以及社會的烹飪工藝知識。

## 三、知識建構的模式

知識管理大部分被認為是一個包含多項活動的過程，而最基本的四大過程中包括了

創建(creating)、儲存(storing)/檢索(retrieving)、轉移(transferring)及應用(applying)，而這些主要過程還可再被細分成次要過程。知識創建旨在明確我們是在一個社群範疇內努力推動知識的進步，新知識被創建並成為社群持續發展的生命力的一部分。這種努力既包括了知識分享(Knowledge Sharing) 又包括了知識建構(Knowledge Construction)，但是僅有這兩者是不夠的。知識建構因為屬於認知心理學範疇，所以將其作為認知結構和框架變複雜的過程，而知識創建採用社會文化理論的觀點，將意念的改進這一學習過程看作是參與而非獲取。認識世界、了解世界，以知識創建的社會文化理論角度來看，都是一個群體通過一個共同媒介不斷創造和分享意念來實現的。知識創建的觀點認為，意念是群體的智慧結晶；意念存在於群體的討論中，而非僅僅是人的腦袋裡(Nonaka 1994; Kidd,1998)。

相較於知識建構是將個人和群體的認知結構變複雜的過程，本研究更期望是以知識創建的角度，將醬油的烹飪工藝知識機及的透過某一媒介，讓個人及群體不斷創造知識及交流的機會。在知識管理的領域中，Ikujiro Nonaka 的知識創建理論被廣為引用，而該理論的核心「知識螺旋」模式認為組織中知識的創造乃透過內隱知識與外顯知識持續不斷地轉換與對談的過程。Kidd (1998) 曾以此觀點，針對在義大利的日義合資企業實證 Nonaka 知識螺旋理論的適用性，他訪談了 13 家企業在知識創造四階段的執行程度後，發現只有 3 家企業能夠充分符合 Nonaka 的四階段理論，但儘管其他企業未能完全符合，各企業對於四階段中有助於知識創造的活動，亦均有所採行，因此 Kidd 認為 Nonaka 的知識螺旋理論是有其適用性的。國內亦有研究者利用知識創建的理論來探討產物保險公司的知識移轉，其研究採用個案探討方式，先去了解個案公司的經營現況，進而去探討其公司內部員工工作時主要知識類型，找出個案公司內部知識移轉的程序，並針對公司所推動的四個專案來進行分析，找出應如何去選擇專案的知識移轉模式為最佳(蕭惠丰，2002)。

Nonaka 認為知識轉換過程可分為四種模式：社會化（內隱到內隱）、外化（內隱到外顯）、結合（外顯到外顯）及內化（外顯到內隱），這四種模式的交互運作，可使內隱

與外顯知識不斷地轉換與重組，進而與從中突現與創造出知識的一種良性循環過程 (Nonaka,1994; Kidd, 1998) (圖 2-2-4)，知識創建四種模式如下：

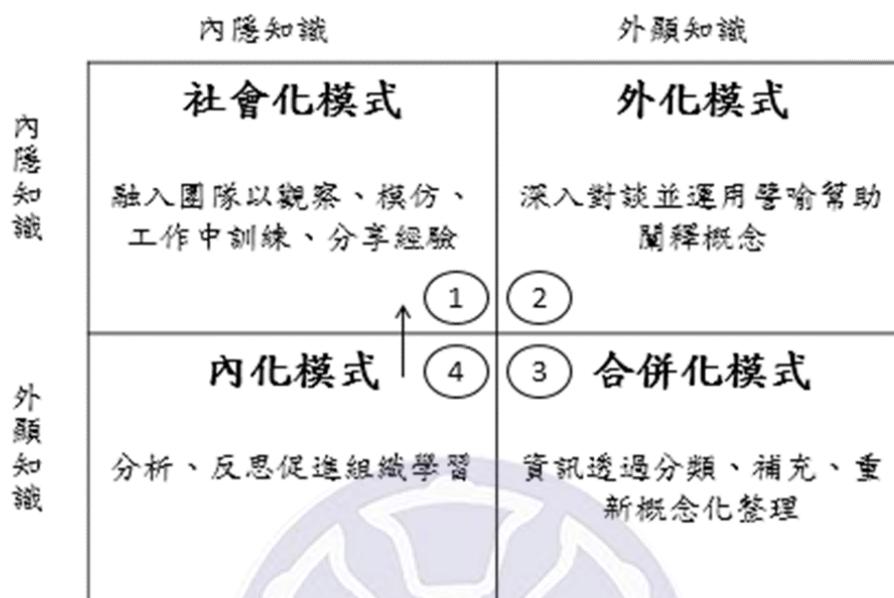


圖 2-2-4. 組織創建及學習的四階段

資料來源: Kidd, J. B. (1998). Knowledge Creation in Japanese Manufacturing Companies in Italy: Reflections Upon Organizational Learning. *Management Learning*, 29(2), 131-146.

(一)社會化模式(Socialization):

利用社會互動分享經驗，將隱性知識和新的隱性知識交流於組織成員中——如：學徒制。學徒制透過與他們的導師一同工作時的觀察、模仿及實踐，不用透過語言而學習到製作的工藝。Leonard (1995) 稱其為同理心設計，而在創造深刻了解使用者世界需要的同理心設計時，最不尋常、但可能最有希望的方式是人類學式的探險：讓開發者自身投入使用者環境，就像人類學家親自住進陌生村落一樣。在商業的環境中，在職培訓 (On-the-Job Training)也是採用同樣原理。獲得隱性知識的關鍵是經驗，如果沒有其他形式的經驗分享，分享彼此的思考過程是非常困難的。另外，創造一個放鬆的環境有助於隱性知識的交流分享，也能有更深入的對談。例如日本企業所舉辦的會議通常地點選在

公司場所之外，透過體驗大眾溫泉，用餐及聊天中進行集思廣義的活動(Kidd, 1998)。

#### (二)外化模式(Externalization):

轉化隱性知識為新的外顯知識—最佳實務的闡述。內隱知識透過隱喻、類比、觀念、假設或模型，利用闡明的語言表達出來，我們可以持續為腦中各據一方的觀念，甚至為抽象與具體的觀念找出關連性，這種創造、認知的過程持續進行著。然而，這種方式通常跟接收者的世界觀有關係，如 Kidd (1998) 提到日本人使用了大量的直覺於決策時，實際執行的往往也反映了內心整體的想法，對於知識外化來說是非常好的;然而對於承襲系統性學習的歐洲人來說，習慣了簡約化的邏輯思考，因此痛恨所謂的「直覺」，認為直覺與邏輯無法自圓其說。例如一個法國人通常被聽到在研究一個新機器運轉時說道：「我覺得一切都非常好，但邏輯上這是行不通的!」因此，不同的世界觀也會重新詮釋了內隱知識成為了新的外顯知識。

#### (三)合併模式(Combination):

將新的外顯知識融合、分類、再分類，綜合已存在的外顯知識—如:文獻調查報告。合併模式所獲得的是系統性的知識，這個模式包含了非常多的溝通管道，如:面對面的談話(社會化模式)、使用書面語言(具備外化方面)像是電話、電視辯論、或電子網絡等。接收者將會重新組織某個主題的資料，就像電腦將資料庫重組一般。Kidd (1998) 認為中階管理者扮演日本企業中承上啟下非常重要的角色，因為高層管理者給予的願景通常是較抽象的字眼，中階管理者必須將知識分解再重組，以利基層有具體的目標去執行，溝通管道多半是面對面的談話;反觀西方，義大利的 CEO 們大部分給予直接具體的願景陳述，就算是中階幹部，卻不被賦予將資料及概念思考再重組的權力，因此能做的是盡速將指令傳遞給其他同事，使用途徑大多仰賴科技和電子郵件。

#### (四)內化模式(Internalization):

將外顯知識轉為內顯知識—從已知結果中討論歸納出自己的知識。Nonaka (1994) 認為這是一個接近「做中學(learning by doing)」的概念，且認為唯獨透過吸收及分享上述提及之社會化、外化、合併模式之後，個體才能發展出自己獨有的知識資產，並且幫

助組織達成目標及願景。除此之外，Nonaka 建議這些內化的知識可藉由文件化、製作說明手冊及口述傳統輔助完成。當經歷了知識內化，個體新的世界觀將會再次發展一輪新的知識螺旋，引導個體站在不同的知識水平上，不斷的做中學。

## 第四節 手工釀造醬油

### 一、釀造醬油的緣起

製醬，是利用穀物中微生物產生的蛋白酶把豆類、肉類等食品中含有大量的蛋白質分解成胺基酸等水解產物。據《周禮》記載「膳夫掌王之食……醬用百有二十甕」一語，可知醬大致是在 2500-3000 年前出現的。周朝時，御廚用鮮肉醃製成醬油供皇帝調味使用，由於它的風味鮮美，醃製方法漸漸流傳到民間，在北魏時已有做魚醬、肉醬的方法。不過鮮肉製醬油的價格太高，非一般小老百姓可以享用，因此並不普遍。其後，齋戒的僧侶們以大豆釀成味道與鮮肉醬油不分軒輊的「素醬油」，價格平實又不失美味，至唐朝時期鑒真和尚始將醬油製作方法傳入日本，釀造醬油才隨著佛教的傳播，擴散到日本、韓國、東南亞一帶，成為華人地區重要的調味品之一。在魏晉南北朝賈思勰所著之《齊民要術》一書中，提到許多作醬的方法，其中有一種方法是用烏豆(黑豆)來製作醬，而書中也提到一樣叫做「豆醬清」的調味品，一般推論就是從烏豆醬中所濾出來的清汁。到明朝時代豆醬製作已相當發達，而實際上那時候還沒有「醬油」這個名稱，在很長的一段時間裡，人們所食用的是一種含有固形物的流動性膠狀物質。直到十五世紀末，才將這種物質加以過濾，做為澄清的調味料，而後又經過一段相當長的時間，才在南宋文人林洪所著之食譜《山家清供》中，首度出現醬油這個詞，例如在<柳葉主>中記載：「葦菜嫩者，用薑絲、醬油，滴醋拌食」(蔣美昌，1994; 鍾佳伶，2012)。爾後醬油一詞就普遍出現在各書籍中，不過因各地方的口語不同，仍有其他的稱呼，像清醬、豉油、豆油等都是醬油的別稱，在臺灣人們稱醬油為「豆油」(臺語)，意即豆類釀製的醬油。

蔭油是臺灣特有的產品，是以黑豆為原料而釀成之醬油，其為目前市售醬油中最接近於中國傳統醬油者，曹植七步詩「煮豆燃豆箕，漚豉以為汁」之句為目前有關蔭油最早之文獻記載，據明朝楊慎云「說文解豉字云：配鹽幽菽(豆)也，蓋菽本豆也，以鹽配之，幽閉於甕盎中所成，故曰幽菽」，則漚豉之汁，當與今日之蔭油十分相似，而「豉」則相當於蔭油製造之副產物「豆豉」(Bo, 1984)。

## 二、醬油的類別

醬油雖源於中國，然其卻是在傳入日本後，經由日本人之研究改善，將其發揚光大。而不同之原料組成及製造方法，亦產生許多不同形式之醬油，若依照地域性之區分，可以分為日本式醬油及中國式醬油兩大類，如其下所示：

### (一)日本式醬油

依據日本農林規格(Japanese Agriculture Standard, JAS)，日本醬油可分為五類，包括濃口醬油、淡口醬油、玉溜醬油、再下缸醬油、白露醬油等五種。若依釀造方式則可分為本釀造、新式釀造、胺基酸液混合法。依其品質分為特級、上級及標準三級。

### (二)中國式醬油

臺灣地區依其製造方法可分為釀造法、速釀法、混合法；釀造法是指以黃豆、脫脂黃豆或黑豆及小麥、米等穀類，經蒸煮或以其他方法處理，並經麴菌培養製成之醬油麴，或在此加入蒸煮米或蒸煮米經麴菌糖化者，並加入食鹽水，或加入生醬油，使其發酵及熟成所得之澄清調味料。速釀法是以酸分解或酵素水解植物性蛋白所得之胺基酸液，經添加醬油醪、生醬油等再發酵熟成者。混合法是指以釀造醬油和化學醬油混合而成者。依其原料或特性區分，則有一般醬油、黑豆醬油、醬油膏(包含蔭油、壺底油)、生醬油、淡色醬油及薄鹽醬油等六大類；依其品質分為甲、乙、丙三級，其中黑豆醬油及醬油膏之甲級標準為總氮含量達 1.2g/100ml 及胺基態氮含量達 0.48g/100ml 以上。

### 三、醬油的成分及特性

在臺灣地區，依據中華民國國家標準(Chinese National Standards, CNS)第 423 號規定，醬油之定義為「以植物性蛋白質經醱酵、熟成所製得之調味液，包括加食鹽、糖類、酒精、調味料、防腐劑等製成者。」

蔭油可說是臺灣特色產品之一，其不只是色澤深、香味醇厚，更有越煮越香的優點，適於作為滷、煮及沾醬之用(陳勝和，1975)。雖然黃豆與黑豆之蛋白質組成雖差異不大，然以黑豆釀製而得之蔭油卻有著一股黃豆醬油所無法比擬的香氣與味道(張伊倫，1997)。

### 四、臺灣醬油產業

#### (一)臺灣醬油產業的興起

臺灣醬油的起源可追溯至明朝永曆 15 年(西元 1661 年)，鄭成功與隨之搬遷來臺的軍人及百姓帶來了醬油釀造技術。當時的釀法是以黑豆為原料，將黑豆煮熟後產生麴菌，再加入食鹽使其在甕中發酵，便能得到「越陳越香」的黑豆蔭油；而這種釀造方法也就是現今醬油業奉為圭臬的「古法」。醬油成為華人不可或缺的調味品，在家自釀自用或製售醬油的情況也相當普遍，使得醬油釀造的技術廣為流傳，並成為世代傳承的工藝(楊心豪，2010)。臺灣自日本統治之後，醬油生產逐步在日人的引入豆麥醬油技術後，進入工業化的階段，日人除了在臺設立工廠，更進一步開發臺灣的市場，使臺灣人也開始購買工廠生產之醬油，而此一臺人醬油消費市場的發展，也影響到傳統的釀造方法式微(江辛美，2008)。

#### (二)傳統手工釀造醬油之製造

蔭油目前仍採取傳統的方式進行釀造，以黑豆為主要原料進行製麴，製麴時間 4~5 天，出麴後須經溫水洗滌的步驟，並以布加蓋保溫於 40 度 C 下 3~5 小時，洗麴的目的是為了去除麴菌孢子，避免其黴臭味太強及苦味太重(陳勝和，1975)。而後進行下缸熟成，有乾式下缸法及濕式下缸法兩類，置於室外日曬 60~90 天即可完

成，其產量少，走高價位路線，目前主要於臺灣中南部生產(陳桐榮、危貴金，1996)。最古老的製麩方法為蓋麩法，也就是原料混合、盛麩、翻拌、出麩等都以人工操作。而近年來從日本引進機器製麩法，也讓一些小型加工廠逐漸由傳統蓋麩法，轉為採用小型自動製麩設備(經濟部，1996)。

傳統為採乾式法下缸，即原料黑豆 100kg 使用食鹽 30~32kg，下缸後壓平，然後以 3kg 食鹽平鋪於表面，缸蓋用石灰砂密封放置使熟成(陳勝和，1975)。為了改變傳統下缸方式，提高蔭油膠流動性，以利於輸送，曾模仿豆麥醬油採濕式下缸法。林麗雲(1998)亦針對乾式及濕式下缸法進行比較，發現濕式下缸所得之蔭油有較高的一般成分組成，如蛋白質水解率、總氮利用率及游離胺基酸等，但乾式下缸所得之蔭油含有比較多的揮發性成分，較具蔭油蔭油香味而較受歡迎。傳統蔭油下缸所使用的容器為陶缸，因陶缸容易破，所以目前有一些工廠已改用耐熱纖維合成的塑膠桶。

### (三)科學變革下的醬油發展

目前市售蔭油少數幾家依 CNS 規定標示等級，其餘大多以各廠牌對自己產品品質自設等級；例如梅蘭竹、天地人、金銀銅等等，非常混亂，售價亦由 200~40 元不等。若依據製造方法，則蔭油成品可分為壺底蔭油、高級蔭油及普通蔭油三種(陳勝和，1975)。

以現今的市場占有率來看，幾乎已被黃豆醬油所取代，除了因為黃豆醬油原料取得較便宜外(使用脫脂黃豆片)，其製麩方法的改進可謂一大功臣。機械製麩於 1955 年首先出現於日本，而後經不斷改良演變，不只提高原料氮的溶解利用率，更縮短了製麩的時間、減低種麩用量並朝連續自動化發展。在黃豆醬油製程的自動化方面，日本方面研究甚廣，大型廠商多半由日本引進微電腦控制的自動化設備及技術，從進料、製麩至最終產品的充填，幾乎都可由機器完成，可降低不少人工成本的支出，再加上以酸水解所得之化學醬油價格低廉，使得黃豆醬油幾乎囊括大半調味醬油之市場(經濟部，1996)。

## 第五節 對飲食文化的反身性思考—慢食運動、食饗觀光

### 一、後現代的飲食文化背景

過去人們是因地緣關係或是在經濟因素權衡下食用某種食物，現在全被市場新規則所取代。組織化資本主義崛起之後，由於工業化和全球化所盛行的消費主義，大家搶著要和農業世界早日脫離關係，符號與空間經濟的轉變，也檢視近幾年來客體(包括貨品、資本、金錢、傳播、商品等)與主體(勞動力、移民、觀光客)的加速流動以及範圍更廣的軌跡。加速流動的同時，壓縮的時間與疏離的社會關係，導致主體客體的意義被掏空，社會關係缺乏意義時，加速的流動使客體可任意地被拋棄，也使其意義逐漸式微，但對於主體及自我而言，這些變遷的意涵不僅是掏空與扁平化，而亦促進了反身性思考的發展(Lash & Urry, 1994)。Bessière (1998) 指出，歐洲當代城市生活的特色已經藉由標準化飲食的消費來呈現，而沒有獨特的傳統和識別。然而在快速全球化的時代，人們普遍意識到喪失地方特色的危機感，開始展現出對地方料理的興趣，而做為當代生活型態重要的成分。

人類歷史是可以藉由味道的地緣歷史重新建構，由一般料理的模式主導，區分出地球上各個社區的特色。這些料理模式是當地資源的使用，是不同文化的混合或衝擊，或是戰爭、或是各式殖民後造成的結果。Ulrich Beck (1992) 認為我們正處於工業社會轉變到風險社會的過渡時期，以貨品分配為中心而建構的社會屬於國家型的社會，相反地，風險社會並無國家疆界也並非階級社會，因此富有者也受制於生態危險之中，然而實際上又以貧困者所受影響最為嚴重，如第三世界，其風險有可能代表著其國家社會或其飲食文化的消逝。

### 二、慢食運動的興起

慢食運動(Slow Food Movement) 起源於 1986 年，當時麥當勞將於羅馬名勝西班牙廣場開設第一家義大利分店，遭到當地民眾的抗議，由此抗議活動而發展起來的慢食協

會，現在已有來自 153 個國家和地區的 10 萬多會員，在當地組成分會，努力捍衛當地的飲食文化。提倡者是義大利學者 Carlo Petrini，慢食協會成立的宗旨是抵制日益盛行的速食文化，保護當地的飲食文化，希望民眾能重視食物的來源、口味及選擇。慢食對農業、糧食生產，和飲食藝術的概念是基於三個相關的原則--好的、乾淨的和公平的食物(Good, Clean and Fair)。

#### (一)好(Good)

要達到「好」必須達到兩個條件。第一，一個產品必須某種程度上是天然的，盡可能保有產品的原始特色；第二，它能帶給我們具辨識性的感官刺激，讓我們能在某一特定時刻、地方或特定文化內評斷它。天然指的是沒有使用太多外來或人工元素到生產系統、環境、人類、原料及處理過程。沒有人工添加物及化學防腐劑，原料必須是健康、完整，盡可能不要經過密集的化學處理程序，必須尊重它們的原始特性。以醬油的品質為例，它的品質和它的原料，也就是與大豆的品質密切相關，而大豆的品質好不好，可從地區氣候、品種、外觀型態、豆子的新鮮程度等有關。在二次世界大戰後，日本開始使用脫脂黃豆片來釀造醬油，脫脂黃豆片是黃豆經過化學溶劑正己烷(n-hexane)萃取完大豆油之後的殘渣，大部分只剩下蛋白質的產物，優點是便宜、縮短釀造所需時間，但少了油脂，就少了甘油，沒辦法讓醬油有特殊的香氣，風味比不上整顆大豆釀造的醬油(蘇鴻俊，1987)。所以含有天然特性就是追求好品質的一個先決條件，產品從產地到餐桌的整個生產製造過程，必須符合產品的天然性質。

在定義什麼是好的過程中，有兩個主觀因素非常關鍵。第一個是味覺，這是非常個人，跟每個人的感覺層面有關。第二是知識，跟環境、社會、技術及地方歷史有關，屬於文化層面。每個時代不同的口味變化，幾乎都是和當時的環境狀況有關。人類知覺感官受到想要減少選擇及凡事講求快速的攻擊，還有工業化生產改變了天然的原味，欺騙我們的味覺，這些現象慢慢地讓我們的知覺器官萎縮，分辨不出釀造醬油和化學醬油的差異。「好」是一種主觀的概念，想定義出每個人都認同的「好」

並不容易，因此必須先限制在一個特定文化及特定的社會團體內。以臺灣傳統黑豆蔘油為例，許多菜餚都是以其為調味料，但對日本人或西方人而言，未必每個人都認為黑豆蔘油的味道是好的，有些人甚至可能認為它的味道有股臭味。也許這不是客觀的「好」，但卻是我所屬文化的一部分，也是我記憶中的一部分。以現在的年輕人為例，即使他們來自生產黑豆蔘油的臺灣，卻也已經沒有正確的文化背景去欣賞這種美味了，我們最多只能藉由瞭解製作它的理由，為何它能讓我們感受到一些特殊的感覺，並判別哪一些是正確的方式，教導他們懂得欣賞它，因為它對現在年輕人來說是過去的陌生文化，無法強迫他們回憶或是體會，食物的口味是會隨著歷史而演化的。這就是所為相對性的好，它可以根據一個地方的文化、是否天然及個人的感官感受來判別。想完全接受這種相對性，首先要尊重其它文化，尊重不同民族的多樣性。

## (二)乾淨(Clean)

一個所謂有品質的產品，第二個先決條件就是它必須是「乾淨」的，指的是它的生產過程必須符合天然、永續的條件。每種生產都是有極限的，一種蔬菜、一個品種、一個地方及一個生態系統都有其結構性限制，若超過這些限制，勢必會改變它們的特性。如同手工釀造醬油的費時費力，讓商人為了想快速、大量的擴產，改變了傳統醬油的特性，發明了以酸分解植物性蛋白所得之氨基酸液，花3~7天即可完成的速釀醬油，醬色、鮮味不足就用焦糖色素和人工甘味劑補足，看似突破了生產量的限制，但速釀的方式也容易生成對人體有害的致癌物「單氯丙二醇」(3-MCPD)。因此，我們不能只為了滿足生產的需求，便越過了極限。乾淨，指的是食品的生產沒有造成地球資源、生態系統及環境的緊張，而且沒有給人類的健康帶來危害。永續性可以經由尊重自然性的準則達成，或是藉由了解事事具有極限的事實達成。因此 Carlo Petrini (2007)認為以差異化為目標，保有各地方生產的不同種類產品，為後代子孫留下更好的地球，享受食物、知道食物的來源並食用美好的食物，成為一位生態美食家(eco-gastronome)。

### (三)公平(Fair)

一個有品質的產品需具備的第三個先決條件是公平性，其中的內涵包含社會正義、尊重工人及其知識，尊重鄉村生活、對優質生產懷抱感謝之心，重新評估在歷史上社會地位一直處於弱勢的生產者們的價值，提供小規模生產者合理的環境和報酬，以及給消費者合理的價格。Carlo Petrini (2007) 對「公平」所下的定義，與社會及經濟永續性等重要概念密切聯繫。從社會的觀點來看，永續性是指確保獲取生活的食糧、公平的報酬及有尊嚴的工作，以提升生活品質。許多想要生產「好」及「乾淨」產品的生產者，卻發現自己很難跟那些有政府補貼而能承受低價競爭的工業化產品抗衡。這樣的系統不合常理，它不允許其它的生產模式存在，最後的結局將是這些大規模的廠商來主導我們所吃的食物。基於食物主權，我們必須讓小型生產者找回尊嚴，鼓勵「乾淨」的小規模生產。以經濟的角度評估時，我們需要一種比較慢、更具耐心的投資政策，也就是一個永續傳統產業社群的投資模式，要讓手工醬油業者有時間慢慢的釀造，不期待立即的利潤，讓經濟慢下來，讓大家腳踏實地。

慢食運動的主張是強而有力的溝通工具，喚醒生產者及消費者的反思。藉由提高當地人民對當地文化的認同，運用公民社會代表的力量去促進國家文化表現的多樣性，公民社會主要的貢獻就是持續發展方案建議及對國家政府當局施加壓力。

### 三、食饗觀光的興起

在 1985 年 Zelinsky 即認為，在有異國風味和地方料理風味的餐廳用餐就是食饗觀光的一種形式，意味著一個人不必像傳統一樣成為觀光客才能進行食饗觀光。Santich (2004)指出，在 1970 到 1980 年代食饗觀光指的是在法國所有三星級餐廳用餐，直到現在食饗觀光被認為附屬於文化觀光，遊客是參與另一個文化的體驗而且以他們強烈的感覺與當地居民和土地做連結。因此，食饗觀光意指此趟旅行的主要目的，是為了想品嚐

當地料理以及對飲食有興趣。它亦可被定義為「為了尋找、享受或烹調食物並且包括所有獨特和難忘的食饗體驗之旅程」(Wolf, 2002 as cited in Kivela, 2004; Santich, 2004)

許多旅客認為一個區域的烹飪遺產可以展現出某些特質，可以展現當地居民的心性(mentality)，味覺與嗅覺更令其增添了地方感(sense of place)。就文化的觀點而言，食物是文化的一部分，也是展現不同區域及社區間文化差異的顯著要素，更是文化識別的重要基石。以文化保護觀點來說，如風景、建築、食物、習俗、技術、價值與知識，產生重要性與識別，這些元素也是旅客喜歡去探索、體驗與回憶的 (Haukeland & Jacobsen, 2001)。因此，飲食不僅代表著社會的文化，更是旅遊目的地珍貴的文化遺產(Corigliano & Baggio, 2002)。以永續觀光的概念來看，將文化遺產有系統性的塑造為觀光吸引力，同時也可使文化遺產本身受到保護 (Páramo, 2006)。

Hjalager (2002) 從經濟學的角度剖析食饗觀光的內涵、驅動力和障礙，按照經濟成長環境的不同階段，食饗觀光亦有不同歷程的表現，同時為其附加價值提供在不同發展歷程中產業的作法，如表 2-4-1 所示。

第一段歷程是本地的發展：在現存經濟結構內發展食饗觀光、合作網路和知識庫。此歷程的附加價值為，在一地區中展現食饗和觀光的基本發展，經濟活動的基礎是當地的資源、物質和精神。在地區性食品製造產業主要的部分中創造附加價值，在餐廳透過增加可利用性和知識來對待觀光客。在此歷程中，食饗觀光的發展，顧客和食物提供者之間缺乏溝通被視為最主要的問題。

第二段歷程是水平發展：拓展第一段歷程的視野，包括改善產品品質，創造更高收入。改變和提升品質對供應者來說有潛在性的困難，因為代價高昂，為了追求品質目標可能要貫穿整個價值鏈在生產者中改變分工。新的制度主要是為了控管行銷、品質管理的方面和其他商業的服務。不管是量的成長或是制度架構的延伸，這些附加價值始終是基於明顯的地區性食饗的傳統和資源。例如：泰國政府為傳播泰國美食，自 2002 年開始時政府出資培養廚師並派到海外的計畫，2005 年以「泰國—世界廚房」為口號，開始有計畫的輸出泰國的飲食文化。

第三段歷程是垂直發展：增加服務的成分在飲食的提供上，創造合作新型態，整合其他活動，加強飲食體驗的價值。飲食是廣大的、複雜的觀光體驗中的一部份，可能是最重要的一部份，但在大部分的觀光形式中，只扮演支援性的角色。食物從餐廳、市場和食物專賣店跳脫出來，成為占去觀光客時間和注意力的其他活動的一個元素，這個元素不是無價值的，它的潛力正在迅速發展。附加價值可以藉由貫穿所有的觀光部分，來提升並加強食物的元素。在新的垂直整合系統下，餐廳的侵蝕和調整產生了輸家和贏家。飲食集團可能藉由標準化擴展市場進而壟斷市場，在演變下腐敗，而以自行經營的方式遂產生，這些自行經營者將新企業基於整合的概念上，取代了食品大賣場或標準化速食店這種舊的類型，創造出具有獨特體驗特質的形式。舉例來說，影響國際觀光客選擇澳洲為觀光目的地的前五名因素中，就包含了體驗澳洲飲食與造訪酒產區(Wolf, 2002, p14 as cited in Santich, 2004)。2001 年的「墨爾本食物與酒節慶(The Melbourne Food and Wine tourism)」在近一個月的期間就有 35 萬人參加，創造了 800 萬到 1,000 萬澳幣的產值(MFWE, 2001 as cited in Scarpatto, 2002)。2002 年期間，澳洲大約有 400 萬的國內外遊客造訪釀酒廠(Winemakers' Federation of Australia, 2003 as cited in Yuan, Cai, Morrison and Linton, 2004)。同年，美國加州有 1,070 萬的遊客造訪當地的釀酒廠和葡萄園，為當地經濟帶來了美金 18 億的收入(Napa Valley Vintners Association, 2003 as cited in Yuan, Cai, Morrison and Linton, 2004)。

第四段歷程是斜向發展：強化食饗體驗和創造「智慧型食饗」(intelligent gastronomy)的群體在經濟活動中。斜向的邏輯包括知識庫的發展和商業化，連結到食物和觀光。此歷程在發展中，地區超越了食饗資源範圍的單一擴張，此外，知識資源和創新能力必須發展，且必須帶來與食物和觀光部門的整體互動。斜向方法目的在確保穿越飲食、食饗和觀光知識的創造和交流，能補償傳統中小型餐飲企業部門結構上的缺陷，並將小型企業建立關係網絡的阻礙考慮進去。在這個歷程中的食饗觀光，目標團體不再只是假日遊客，還有飲食和觀光產業中的專家，在這裡販賣的不只是飲食和娛樂體驗，還有知識、觀察力與概念。此階段是第三階段的延伸，舉例來說，烹飪學校可結合當地特產，提供

旅客學習當地料理的機會。例如，在英國西南部的 Cornwall 是以漁業為主，因此當地的 The Padstow Seafood School 便是專門傳授海鮮料理的烹飪學校，還為不同需求的旅客設計多樣化的課程，針對想要更深入體驗的遊客，有兩天兩夜的課程，主要是傳授特殊風味的魚料理，例如泰式、法式等，讓遊客體驗食材的多種風貌 (Sharples, 2004)。



表 2-4-1  
 食饗觀光及其附加價值的類型

	第一段歷程	第二段歷程	第三段歷程	第四段歷程
主要投入資源	食物的生產	服務部門	體驗的資源	知識
期望觀光客的行為	享受食物	瞭解食物	體驗食物	交換有關食物的知識
關鍵策略	透過促進生產和行銷提高收入	透過品質和傳統的革新維持收入	提供新產品及服務給遊客	販賣 know-how 給專家
合作結構	沒有改變	加強現存組織間的合作	在地性的創造新的結構和服務性組織	在全球的背景下創造新結構
提升附加價值的初始行動	1.區域性的料理推廣 2.特殊產品的競賽活動 3.地方食物商標 4.推廣原有的食物展覽和食物事件	1.品質標準化 2.建立品牌和認證制度 3.具有歷史意義的飲食傳統的革新和商品化	1.開放飲食生產和製造的地方 2.建立和行銷旅遊的路線和步道 3.建立遊客中心、博物館等 4.基於食物和觀光創造事件。 5.開設烹飪班和設立料理假期	1.研究與發展 2.建立媒體中心 3.示範計畫

資料來源：Hjalager, A. (2002). A typology of gastronomy tourism. In Hjalager, A. and Richards, G. (Eds.) *Tourism and Gastronomy*, 21-35. London, UK: Routledge

## 第參章 研究方法

傳統的科學研究主張研究者應客觀，保持價值中立。在資料蒐集及詮釋時，研究者不應影響研究對象或現象，應讓證據自己說話，不讓個人價值觀、情感或無關因素干擾。然而近 30 年來的後現代思潮影響下，質性研究的特徵已有明顯的轉向。研究者是個價值載體，研究者的期望、理想、定見與偏見，會透過資料的選取與詮釋，反映在研究中。後現代質性研究的建構主義則推翻以往試圖挖掘「真相」的實證主義，認為「真相」乃是研究者與研究對象在某時空、以某方式互動所建構出來的結果。因此在研究方法上主張：研究者不必避諱介入情境，或擔心影響研究對象，但應該將互動過程清晰呈現於論文中，讓讀者有如身歷其境地理解到，該研究是在這樣的互動中產生的，這種注重「關係發展」的表現也是後現代質性研究的特徵之一（張芬芬，2007）。此外，研究者可藉多聲（multiple voicing），例如多重人士、多重觀點、多重詮釋等，來降低研究者的權威性，調整研究者與讀者間上下不等的權力關係，以及藉由研究者的反身性(reflexivity)，使讀者感受到研究者的真誠坦白，從而願意相信研究結果的真實性，認為這是值得信賴的(trustworthiness;或譯為信實度)， trustworthiness 一詞也是 Lincoln 與 Guba (1985) 主張質性研究在效度方面較合適的新詞彙。

### 第一節 研究場域與研究對象

#### 一、研究場域與研究對象

本研究主要的研究場域及對象是彰化縣社頭鄉的新和春醬油漬物工廠。社頭鄉位於彰化縣東南方，與員林、永靖、田尾及田中等鄉鎮相鄰(圖 3-1-1)。社頭鄉地形上東南屬八卦山脈丘陵區，西半部為彰化平原的一部分，總面積為 36.449 平方公里，共 24 村，人口數截至 102 年 11 月為 43892 人。社頭鄉的農業素有「芭樂王國」之稱。自二次大戰後，鄭氏父子於創立第一家「勝利織襪廠」，60 年代紡織襪業外銷成績亮眼，還有「襪子的故鄉」之稱。因此俗諺「社頭有三多，芭樂多、襪子多、董事長多」也說明了社

頭鄉過往的經濟繁榮（社頭鄉公所，2013；社頭鄉戶政事務所，2013；郭奕伶，2013）。醬油並不是社頭的名產，但是我的研究對象新和春手工漬物醬油工廠自從日本大正時期（西元 1921 年）就以「新和春醬油商店」之名登記營業，第一代創立者張土墻先生原本因為謀生，當了三年多的學徒以習得製作釀造醬油的一技之長，雖然當時已有日人引進的豆麥醬油製作技術，新和春仍保持著臺灣傳統的釀製方式，不僅供應社頭當地居民日常生活不可或缺的調味料，更在最興盛時期，聘請十幾位員工，日夜趕工生產甚至銷售到南投地區。新和春醬油工廠內高掛「樂善好施」的匾額，可見早期的新和春不但藉著醬油建立起與當地居民的密切關係，更是投入當地公益活動的社會企業。然而民國 60~70 年代新和春傳承至第二代時，卻因工業化醬油興起，大量製造的速釀醬油讓新和春面臨了市場生存的威脅而榮景不再，如今，新和春傳承至第三代，只剩張仕明先生、張太太及一名員工延續這百年來珍貴的烹飪工藝。我認為民國 80 年代意氣風發的製襪業者如今都已飄零無蹤，科技發達引起的速釀醬油佔據市場，但是新和春醬油漬物工廠卻仍然堅守本業、屹立不搖地見證社頭鄉近百年的歷史，近期更因食安問題受到媒體造訪曝光，也因為國民旅遊的在地認同成為當地觀光遊程中重要的參訪地點之一，更有必須存在的道理。



圖 3-1-1. 彰化縣行政區域圖

資料來源:臺灣鄉土資料書目資料庫 [http://localdoc.ncl.edu.tw/tmld/browse\\_map.jsp?map=0917](http://localdoc.ncl.edu.tw/tmld/browse_map.jsp?map=0917)

## 二、新和春醬油工廠經營現況

### (一) 生產

新和春目前製作醬油除了蒸煮黑豆使用蒸煮機器外，其他工序大部分都還是以人力或半機械為主，主要人力包括張任明老闆、張太太、員工 1~2 位。使用的原料黑豆主要來自大陸、美國或加拿大，鹽則使用臺鹽公司進口的澳洲天然海鹽。

### (二) 銷售

#### 1. 產品

新和春銷售之產品如下(表 3-1-1; 圖 3-1-2)，依照不同濃度及市場需求分成超特級、特級、特一級、特二級，以及特二級以下之醬油，另外還有豆腐乳及豆豉。

表 3-1-1  
新和春產品列表

產品	價錢	備註
超特級壺底油(清)	\$400	一甕僅取三瓶
特級壺底油(清)(膏)	\$250	一抽，四甕煮一缸
特一級壺底油(清)(膏)	\$180	一抽，三甕煮一缸
特二級壺底油(清)(膏)	\$70	加水稀釋之二抽
特二級以下等級醬油	\$40、\$25	濃度最低，小吃店使用之等級
其他(豆腐乳、豆豉)	\$120/罐; 豆豉秤斤賣	



圖 3-1-2. 新和春產品，由左至右分別為特一級壺底油、特二級壺底油，以及濃度最低賣給小吃店使用的醬油和豆腐乳。

## 2. 通路

銷售管道以彰化社頭的新和春醬油漬物工廠為主，也開放網站下單或電話訂購的宅配服務。另外也販售給臺北的經銷商，如鮮活農市、神農市集等。近來也有少數零售業者拜訪新和春，期望能販售支持小農及在地特色之產品。

## 3. 推廣

面對資本主義量化市場，臺灣手工釀造醬油應該用深厚的文化底蘊編織醬缸文化的獨特性並提升其價值。在 2012 年臺灣國際文化創意博覽會的年度主題館「純釀臺灣」中，策展人以新和春這家極微型的百年醬油廠為雛型打造「電

話十八號」(為日治時期新和春的電話號碼)蔭油文化館，投射臺灣醬油產業微型現象，呈現歷史感，也取其最接近《齊民要術》中所記載，即新和春使用的黑豆乾式發酵法(圖 3-1-3)。在此次的展示中的核心概念認為醬缸裡麴變的各種風味可善用全世界客觀理解的科學方法，研究、說明、研發，一如橄欖油乃至咖啡、紅酒等品評規則，這是使醬油產業「精緻化」的其中一個方法。



圖 3-1-3. 2012 年臺灣國際文化創意博覽會以新和春為雛型打造蔭油文化館

位於彰化社頭鄉的新和春醬油工廠之所以引起媒體及消費者注意是因為食材研究者徐仲先生在 2010 年舉辦的醬油品嚐會，當中推廣臺灣手工醬油的文化，並使用科學的品評方法盲測各家醬油品牌的獨特風味，其中新和春的乾式釀造法承襲百年傳統，不同於其它採用溼式釀造法的醬油，獨樹一格(圖 3-1-4)。也因為此次活動的推廣，對於我往後在新和春的田野紀錄當中，有很多的資料都來自於這次的醬油品嚐會，例如:味覺、視覺的感觸等。

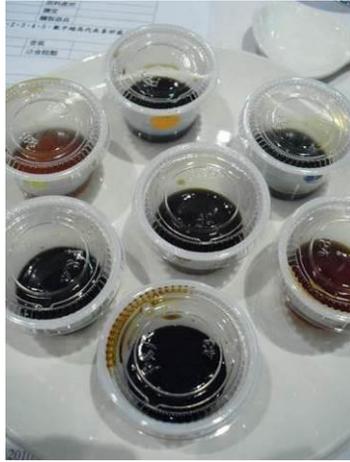


圖 3-1-4. 使用盲測(blind testing)檢視各家醬油風味及色澤

### (三) 人事

新和春工廠人力包含張仕明老闆、張太太、員工 1~2 位，因傳統釀造醬油工序費時費力，很難徵的到人，員工流動率也大，故新和春的工作主要還是落在張老闆夫婦的肩上。張老闆主要負責醬油製作，張太太負責產品包裝、接訂單及出貨。人手的不足也導致新和春的醬油供給趕不上需求。

### (四) 研發

當地農會曾與新和春合作研發龍眼醬油，然而銷售狀況不佳。張太太認為醬油就是醬油，對於口味上的創新認為通常是噱頭。

### (五) 資訊管理

新和春對外資訊的發放大致分成三個階段，第一階段是在民國 99 年經濟部中小企業處出資贊助的「縮小產業數位落差計畫」，其中設立彰化縣田頭水民俗悠遊網 (圖 3-1-5) 整合社頭、田中與二水地區的歷史古蹟、遊樂景點和在地美食小吃及特產，提供機關團體或企業單位規劃田頭水民俗旅遊行程。讓更多的國人可以親自體驗田頭水的在地風情，並藉此可以更加了解更多田頭水在地文化。但官方補助計畫在當年度經費結束之後，對於龐大資料維護及管理卻不是新和春一個小小的工廠可以負擔的起，因此這樣的網站建置起來之後，只能夠供一般的閱聽大眾來瀏覽而

已，並沒有辦法作任何的更新跟維護。張太太也認為醬油的主要市場是家庭主婦，年輕人不開伙，當初使用網路只是想先進入網路市場，並無付太多心力管理。田頭水民俗悠遊網2012年後便無訊息更新，在2014年社頭當地福井食堂的老闆陳朝強先生發起籌備社頭好好玩的導覽手冊及新的網站建置，再次結合社頭各特色店家，期望能為地方的觀光、旅遊與在地產業盡一份心力(圖 3-1-6、3-1-7)。



圖 3-1-5. 彰化縣田頭水民俗悠遊網

資料來源: 經濟部中小企業處「99年縮減產業數位落差計畫」

此外，有別於官方網站只能單向的傳播資訊給民眾，且訊息的更新需藉由網站建置公司來執行，社群網站 Facebook 在資訊管理的操作上更簡便，與消費者的互動也更密切。因此在我進入到新和春醬油工廠參與觀察時，也幫忙張老闆夫婦將新和春以往的媒體採訪、活動照片等彙整上傳，並將研究期間所見所聞，經由每日文字、圖片的更新上傳，也讓新和春能透過社群網站跟消費者對話交流，傳播新和春的文化與知識(圖 3-1-8)。



圖 3-1-6. 社頭好好玩網站



圖 3-1-7. 2014 年新和春網站

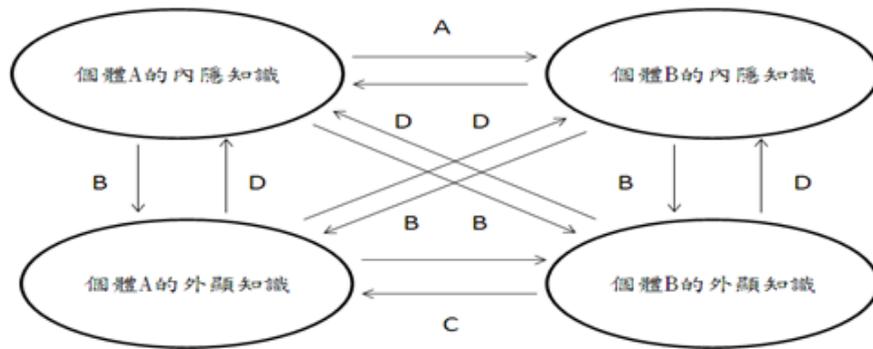


圖 3-1-8. 藉由 Facebook 傳播資訊

## 第二節 研究的理論架構

本研究目的是以知識創建模式建構新和春手工釀造醬油烹飪工藝的知識。知識創建模式的理論基礎來自 Nonaka (1994)，新和春手工釀造醬油烹飪工藝的知識應該包含了陳述性知識 (Know-about)、程序性知識 (Know-how)、因果知識 (Know-why)、情境知識 (Know-when) 及關連知識 (Know-with) 等 (Alavi & Leidner, 2001)，這些知識的創造是從第一代創立人交給第二代接班人、第二代傳到第三代張仕明先生之間，日復一日不斷地在教導、傳遞、觀察、討論、學習、改良釀造過程中，內隱與外顯知識相互轉換與對談的過程所累積而成 (圖 3-2-1)。這個過程包含了社會化模式 (Socialization)、外化模式 (Externalization)、合併模式 (Combination) 及內化模式 (Internalization) 等四階段，要完成四個階段的知識建構，可透過我成為新和春成員之一融入研究場域，運用參與觀察法和敘說探究法將內隱知識外化，將蒐集的資料透過轉錄、再轉錄的系統化分類合併，最後是分析及反思促進我與張仕明先生等人的組織學習，使這項烹飪工藝成為不間

斷的知識循環。以下將針對我從我(個體 B)與張仕明先生(個體 A)之間的觀察、對談和學習過程如何在四個階段產生釀造醬油知識及其牽涉到的資訊收集方法，分別做完整說明。



說明：每一個箭頭代表一個形式的知識創建。  
A—社會化模式; B—外化模式; C—合併模式; D—內化模式

圖 3-2-1. 知識移轉過程

資料來源: Alavi, M. & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.

首先，社會化階段（圖 3-2-1 的箭頭 A）意思是利用社會互動分享經驗，將隱性知識與新的隱性知識交流於組織成員中，常發生於學徒制或在職培訓(On-the-Job Training)等等過程。這是我將自身融入研究現場成為新和春的一份子，用局內人的角度觀察新和春日常的釀造運作及親身參與例行工作中，透過觀察、學習、模仿、發問獲取新和春成員們的內隱知識(Jorgenson, 2008)。由於在組織內部分享內隱知識常會遇到的困難之一就是「形式化」的需要，新和春的內隱知識常見於工作場所、張老闆夫婦的經驗和工作行動中、學徒制中，一旦情境和佈局變得不尋常，內隱知識的交換就不容易發生 (Kidd, 1998)，所幸我與張老闆夫婦熟識，也於研究之前與他們溝通尋得適當的進入現場策略，以期將干擾原本新和春的例行工作任務的程度降到最低，期能順利取得其內隱知識。這個階段注重的內隱知識大致上包括技術內隱知識和認知內隱知識。技術內隱知識指的是手工釀造醬油從選豆、煮豆到裝瓶販售的完整過程中的 Know-how，由於手工釀造醬油的專業知識往往是嵌入於工作場所中的，例如發酵室溫度的感知、入缸鋪鹽的份量等等

提出，要將這類內隱知識形式化和闡釋出來，則要視情況妥善地提出問題可以有助於在理解情境的狀況下得到正確資訊 (Wertsch, 1985; Scribner et al., 1991)。認知內隱知識包括烹飪工藝知識所涉及新和春的技术、人才、管理、文化和凝聚力等成員的共同行為。這些內隱知識構成了新和春異於競爭對手的核心能力，是難以模仿和替代的，並能實現顧客所注重的價值。為了將內隱知識形式化，必須透過語言及信息溝通，使之變得越來越明顯，透過筆記、錄音錄影及工作日誌的紀錄，有助於我有效地利用新和春的核心能力轉化知識的輸入輸出，並在這過程中重新定義問題和知識，有利於理解敘說的脈絡。

第二階段是外化的階段(圖 3-2-1 的箭頭 B)，指的是透過隱喻、類比、觀念、假設或模型，用語言闡明內隱知識，使人能了解。我將利用社會化階段所得到的田野筆記、錄音錄影及工作日誌等資料，列出重複出現的關鍵字詞，析出關鍵概念後，輔助我聽取更多張老闆的敘說時，能更精確得到我想獲取的烹飪工藝知識。透過敘說與對談的過程，會驅使新和春成員用言語試圖把難以訴說的內隱知識表達出來，並以自身觀點訴說對工作經驗的理解和對認同的看待，將經驗與訴說事件的脈絡相互輝映，彰顯烹飪工藝知識的意義。在訪談時，為了鼓勵研究對象能夠關注並說出他們生命中重要時刻的事情，必須提供有助益及促進作用的脈絡及氛圍，涉及到我的訪談程序和提問方式。我將以時間序列的方式來引發研究對象從新和春的第一代敘說到近代，並以開放式提問促進敘說式的談話，例如「告訴我發生什麼事？」會比「這事是什麼時候發生的？」問到關於過去更多的故事。訪談時將以錄音和重點筆記，記錄下研究對象的敘說故事及動作語氣。

第三階段是合併化階段(圖 3-2-1 的箭頭 C)，是指綜合已存在的外顯知識與新的外顯知識融和、分類、再分類。我將參與觀察的初級資料如：田野筆記、日誌、影音記錄等利用 Alavi & Leidner (2001) 彙整的知識類型先做初步的分類，分別是陳述性知識、程序性知識、因果知識、情境知識及關聯知識，以利我對觀察資料有結構性的理解。接著會將訪談的錄音檔先粗略的轉錄，包含晤談中所說的話，以及其它顯著特徵(例如，哭、笑、或非常常的沉默等)。然後再以分析式的歸納再次轉錄逐字稿(例如：摘要、狀態、行動、解決方式和結局)，以理解研究對象的訴說脈絡。有

了結構性的烹飪工藝知識及新和春的歷程脈絡，再輔以媒體報導等次級資料，合併成為初步的故事文本。

最後是內化階段(圖 3-2-1 的箭頭 D)，意思是從已知結果中討論歸納出自己的知識，即外顯知識轉為內顯知識的過程。這裡我把內化階段分成兩部分，我的內化與張仕明先生等人的內化。首先是我透過反思分析合併化之後的故事文本，理解張老闆的訴說脈絡，內化成我自己的脈絡，以我想呈現給讀者的敘說方式，建構我對新和春的經驗。我使用敘說分析中的「整體-內容」敘說方式，呈現新和春從第一代發展至今的歷程轉變，用「歸類-內容」敘說新和春值得被保存的烹飪工藝。為使建構的文本能有多重發聲、多重詮釋觀點，文本將再經由張老闆等人與專業人士的閱讀經驗與討論，重新檢視敘說內容，重回現場或再次提問補充文本不足之處以增加研究的信實度。以下為本研究的研究架構圖(圖 3-2-2):

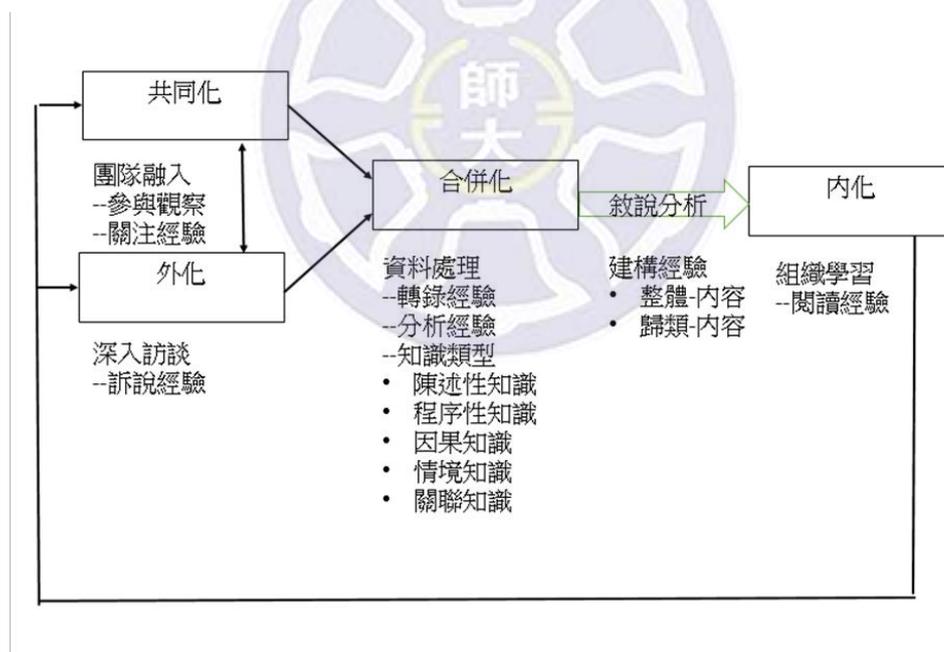


圖 3-2-2. 本研究架構圖

根據研究目的，在我試圖建構新和春的烹飪工藝時，我對烹飪工藝的理解分成「工」及「藝」兩部分。「工」也就是釀造醬油的技術層面，我希望知識創建模式能呈現出新和春手工釀造醬油從起始到完成的過程，因此會關注醬油第一次發酵及第二次發酵中的

工序重點，在這當中的內隱外顯知識就是我要呈現出來的重要成果。「藝」則表現在人的情感及意圖和其緊密的文化聯結，這就要透過張老闆敘說新和春從第一代發跡到現在，百年來與在地嵌合的脈絡歷程。不管是技術知識還是情感意圖的分享，在我進入新和春三次的參訪經驗中，發現「說故事」是張老闆在導覽解說時，最常使用的方法。而「說故事」其實就是一種人類本能的敘說方式。敘說探究的過程大致上可以分成五種層級的再呈現，分別是關注、訴說、轉錄、分析及閱讀 (Riessman, 1993)。在知識創建的過程中，我發現這些不同層次的經驗再現，也會時常出現在我的研究流程中，因此我的研究架構將敘說探究的精神也融入在其中。

### 第三節 資料收集與分析

#### 一、參與觀察法

本研究目的是利用 Nonaka 的知識創建模型為新和春建構其手工醬油的烹飪工藝知識，由於其知識多以難以訴說的內隱知識為主，我認為對新和春例行工作內容有更深入的了解，有助於系統化的將知識所建構。參與觀察法是一個深度的、質性的個案研究方法和設計，適用於探究人類生活所體現的當時的社會文化背景，研究事件的發生過程，人們與事件的關係及組合，事件的時間連貫性和模式。參與觀察法特別適合於探索性的研究、描述性的研究和旨在進行理論闡釋的研究(Jorgenson, 2008)。因此，我採用參與觀察法親身參與新和春成員的日常例行工作，並觀察工作場域中所運用的專業知識及成員對手工醬油的認知在不同情境下如何移轉。因為對新和春手工醬油的烹飪工藝懷有高度興趣，我希望是從一個特定情境的局內人(insider)或新和春成員的角度出發，參與其中的互動，從而去研究其行為並了解其意義。我將會以新和春此時此地的日常生活情境和場景做為研究方法的基礎，從事一個或多個參與者的角色扮演，並涉及建立和維持與當地人之間的關係。在整個參與觀察過程中，以開放、靈活、隨機應變，並要求從具體的人類生活場景中獲取資料，不斷地重新定義問題。

我的參與觀察法設計與實施來自於我的研究問題，包含什麼是新和春的烹飪工藝知

識，主要知識類型為何，以及知識如何移轉和保存。因此，資料收集的目的在于了解新和春的在地歷程、新和春手工醬油的釀造過程及新和春成員的工作任務內容及個人認知，從中獲取相關烹飪工藝知識，並達到本研究以知識創建模型建構新和春手工釀造醬油的知識。本研究問題並不是固定不變，而是在開始進行觀察研究後，不斷發展的界定過程，透過進入研究場域及多次的與研究對象接觸，得出關鍵概念並列出關鍵詞，以確定指標建立信實度。

在進入研究現場之前則必須先選擇現場，了解各現場的特徵，有些場合對所有人幾乎是開放的，而有些場合則是較隱私封閉的。因此需要進入現場的策略，避免不恰當的情境下讓內隱知識難以發生。另外，研究現場會有大量的資訊產生，在時間及情境的限制下，無法完整觀察現場中所有我感興趣的情境，因此選擇研究現場和界定現場中將要關注的情境，就是決定什麼現象值得觀察。便利性、機遇，以及我與張老闆對經驗關注的互動，都會影響相關選擇的做出，這裡以手工釀造醬油從起始到完成的製作工序來建立我參與釀造醬油時的觀察重點。我將醬油製作的階段分為第一次發酵與第二次發酵階段，其中包含了許多步驟，涵蓋了許多內隱和外顯知識，我希望以跟張老闆相同的視角感受內隱知識的轉移，並將其形式化闡釋出來，因此會透過如同學徒制一般的親身參與，在觀察、學習、模仿與提問中獲取內隱知識。在參與觀察中，會利用筆記和錄音攝影等設備紀錄觀察現象，並與張老闆溝通，尊重及保護其隱私、利益和福祉以符合學術倫理。

## 二、敘說法

在知識創建的第二階段外化階段，深入的對談有助於將內隱知識透過語言的闡釋外化出來(Nonaka, 1994; Kidd, 1998)。因此我採用敘說法，訪談張老闆等新和春成員，在聽與說之間，共同再現其生活世界。訪談分成結構式、半結構式及非結構式三種。結構式訪談依照已擬定之問卷方式進行，優點是方向較清楚也不容易有遺漏；非結構式的訪

談則未預設固定的問題或定向的標準程序，由研究者依照研究目的提出較廣泛的問題，受訪者可自由作答，研究者再依受訪者的回答決定是否提出新的問題或繼續追問某些特定問題，但此方法在資料的整理上較為困難；半結構性訪談則擷取以上兩種方式的優點，依照研究者事先準備的大綱進行訪問，根據訪談當時的情形以及受訪者的回答，隨時調整或延伸問題，不僅能控制訪談的過程，也能節省訪談時間，確保訪談的品質（胡幼慧，1996）。

本研究主要針對新和春張老闆、張太太及一名員工進行半結構式訪談，此方法除了可以提供較為開放的態度，讓受訪者在回答時受較少的限制，我更鼓勵受訪者能用自己的脈絡去完整訴說新和春的歷程階段，避免一問一答的方式或打斷，以利敘說分析時了解烹飪工藝知識與事件脈絡的關係。因此我將以時間序列的去設想我的訪談大綱，例如「請您多講一些當年您的祖父創立這個工廠的過程」（新和春第一代）、「您父親接手之後，他的經營或是釀法和祖父有什麼不同的地方嗎？」（新和春第二代）及「您為什麼會想到在工廠旁邊種糯米？而不是去找可信賴的農民購買？」、「您接手經營新和春之後，在發酵室發控制酵溫度的經驗怎麼累積的？」（新和春第三代）等開啟敘說話題。

我的研究目的是以 Nonaka 的知識創建模型建構新和春手工醬油的烹飪工藝知識，而呈現方式則是透過敘說分析建構文本。敘事學(narratology) 主要起源於文學領域，但近來人文社會科學界發現它乃是人類理解實在的一種基礎性之歷程，所以紛紛將此種研究方法引入各領域。它最主要的貢獻在於串聯起片段的生命經驗並揭示它，亦即轉向歷時性素材，最常被使用的素材可能就是訪談紀錄或傳記。就個人層面而言，故事可將生命經驗賦予意義，也使得經驗得以凝結與連續；就社會意義而言，可讓我們了解當事人如何構築它的諸種實在(realities)及生活世界(life-world)，因而在某種程度上是無法在實驗法、調查法或觀察法中發現的。從語源學角度指出，敘事是一種思考方式的重要性，當我們提供過去事件說明時，我們就能退出經驗之外來看事情，這是一種反思的結果，可做為發展深度理解的方法。敘事分析具人性化、情境化、真誠性、豐富性的特殊風格，我之所以使用敘事分析，是因為敘事能有意圖的反省人類行動，藉由說故事了解手工釀

造醬油烹飪工藝的問題，對社會脈絡的情境依賴也涉及了認同問題，使用敘事將可邁向意義與知識的建構 (Lyons & Laboskey, 2002)。



## 第肆章 田野觀察紀實

本章主旨在於探討傳統手工釀造醬油知識之可貴，所撰述內容均來自我進入新和春醬油漬物工廠參與觀察之紀錄。參與觀察的日期為 2014 年 4 月 9 日至 2014 年 6 月 18 日，共計 7 日，每日 8 小時的工作裡實際參與操作的時數少則 2 小時，多則 7 小時，一有空檔就著手整理口述歷史的內容和田野札記。我每日均自臺中出發，從烏日搭乘臺鐵區間車到社頭火車站，再步行 5 分鐘至新和春醬油漬物工廠，交通往返時間大約 2 小時。剛進入新和春的第一周(4 月 9 日到 4 月 11 日)，我按照新和春成員們相同的作息時間，每天的 8:00~12:00 上工，中午一個半小時用餐休息和整理田野筆記，下午 13:30~17:30 繼續下半場的工作。張老闆與張太太討論之後認為，在有限的研究時間裡，應該讓我按照工廠裡一般的工作步調來操作釀造醬油的步驟。在我參與觀察的時段中，工廠每日都有二至三批次的醬油正在進行釀造，而且每一批次所進行到的階段都不相同，我能夠參與操作的階段則由張老闆決定在哪一個批次中學習，下圖為田野觀察期間之工作圖表(圖 4-1)。

2014/04/09 (三)	8-9 AM	9-10 AM	10-11 AM	11-12 AM	12-13 PM	13-14 PM	14-15 PM	15-16 PM	16-17 PM	17-18 PM
	新和春三代故事		大里基督教會參訪			A 調味(一)		討論商標		
					B 翻麵		C 生麵			
2014/4/10 (四)	A 調味(二)						D 製麵、 披豆		A 過漚	
	D 洗豆、煮豆									
	E 洗麵、 走麵水		E 日曝升溫						E 拌鹽入缸	
	第一代創業故事、 新和春名字由來、 自家種的糯米田									
2014/4/11 (五)			釀造公會、純釀造 定義、閱讀相關史料		洗瓶子		F 調味(二)		三義泉和 德醬油店	
									張老闆舅舅提 及第二代故事	
	G 洗麵、走 麵水		G 日曝升溫						G 拌鹽入缸	

圖 4-1. 田野觀察工作圖表(續下頁)

<p>2014/4/14 (一)</p>	
<p>2014/4/15 (二)</p>	
<p>2014/5/9 (五)</p>	
<p>2014/6/18 (一)</p>	

圖 4-1. 田野觀察工作圖表

## 第一節 田野觀察紀實

2014/4/9

在跟隨張老闆認識了環境之後，當天工廠裡正有至少三批次的醬油正在釀造中，我將它們分別命名為 A、B、C 批次。A 正在等待調味的工序中，B 將進行翻麴，C 則是昨天剛種完麴的黑豆。由於當下正是張太太埋頭整理包裝 70 瓶醬油的出貨寄送，我便先行協助摺包裝盒和穿線，雖然這個動作並不屬於釀造工序之一，但是也因為從旁協助的 2 個小時，直接從張太太的口述歷史中得到了新和春從第一、二代轉交給現在的張老闆的時空背景、與新和春的生活文化重要資料，這些資料將於第陸章第二節彙整撰述。

下午時段我參與了 A 批的醬油調味，這批醬油已於昨日完成日曝，經過第一次的煮沸與沉澱過濾，正靜置於不銹鋼中。調味過程主要使用的工具是鹽度計，醬油最佳鹽度為 14 度。張老闆使用鹽度計插入醬油液中(圖 4-2)，測得這缸醬油鹽度為 9 度，需再將醬油煮沸以利溶解補充的食鹽。煮沸醬油的能源來自高溫蒸汽，我隨著張老闆進入鍋爐室啟動機器，張老闆按下開關按鈕將蒸汽鍋爐中的水放至一定水位，然後開火，大約 5 分鐘後鍋爐溫度上升到 100~110 度，便會將水變成高壓蒸汽，經由管線將醬油煮滾。

在等待高壓蒸氣將醬油煮滾的期間，我與張老闆進麴菌室裡看昨天剛種麴的黑豆(第 C 批)，上面覆蓋著七、八塊麻布，隔著麻布用手輕拂已有一點點發熱的感覺了，溫度會再慢慢升高，到時就可以把麻布掀開了，我問張老闆如何知道何時可以掀開麻布，張老闆說出的答案彷彿已成為他的口頭禪，是「經驗」啊。我不死心的追問，「知道大概是幾度嗎?」，張老闆這才說 30~35 度最適合發酵，但還是必須憑感覺、經驗，常常巡視走動。另一塔堆疊的竹籬是前天種麴的黑豆(第 B 批)，少了麻布的覆蓋，表層已有白白的菌絲附著，溫度也比昨天種麴的黑豆溫度更高一點。工人戴著口罩和手套，拿起刀型的木板，從竹籬的四周往中間鏟起結塊的黑豆，頓時粉霧瀰漫，這些不是灰塵而是麴菌。當張老闆說「先揆(tùh)揆欸，再把它攪拌均

勻」時，我藉由觀察工人的動作和黑豆結塊的狀態，得知生麩兩天的黑豆彼此間的鏈結會因為水份、菌絲變得更緊密，也會附著在竹籬上，需要使用有尖端的刀型木板，也需要施一些力量才容易鏟起卻也不至於破壞黑豆的完整性(圖 4-3)。鏟起的黑豆用雙手捧起，在手掌間如洗手動作般的來回輕輕搓揉後，再度用指尖拾起較小的結塊，讓黑豆均勻地在十指指腹中解塊，回歸成粒粒分明的樣子。最後再將黑豆重新鋪勻於竹籬上，竹籬中間黑豆堆疊的厚度要較四周薄一些，避免熱氣集中，溫度容易過高導致發麩失敗。竹籬與竹籬間用兩條木樁架起隔開，翻完麩的黑豆層層堆疊，需靜至七天，再一次的發酵生麩。此階段翻麩的目的主要是供給麩菌新鮮空氣，防止品溫過高造成麩菌死亡。

我練習翻了兩三盤黑豆，得知方才的醬油已經煮滾可以進行調味了，於是我回到調配室。張老闆拿著篩網撈除表層的泡沫(圖 4-4)，再舀取約小水桶一半份量的焦糖色素倒入醬油中(圖 4-5)，使用長柄攪拌棒使其均勻。我才知道原來現在製作的是新和春特二級的醬油，本身黑豆含量不比特一級以上的醬油多，成色不足的部分會使用合法添加範圍內的焦糖色素補足，張老闆表示此為因應市場需求的做法。接著張老闆倒入些許土黃色粉末的甘草酸鈉進行調味，並使用攪拌器將漂浮在醬油表層的粉末攪散均勻(圖 4-6)。當晚我查詢資料，甘草酸鈉是由 glycyrrhizin 的水解物製造而成的，具有獨特甘味及呈味效果，是我國食品衛生法規許可，故可安心使用。早期新和春第一代時，尚未發明甜味劑等添加物，調味僅使用麥芽糖及食鹽，到了張老闆的爸爸接手時，才有了甜味劑和焦糖色素的發明和添加。然而現今消費者健康意識抬頭，對於添加物特別敏感，因此張老闆也推出了使用臺南五號黑豆，完全無調味的原味醬油來滿足消費市場。



圖 4-2. 插入鹽度計測鹽度



圖 4-3. 使用刀型木板鏟起黑豆



圖 4-4. 使用篩網撈起泡沫



圖 4-5. 添加焦糖色素



圖 4-6. 添加甘草酸鈉並攪拌均勻

2014/4/10

早上抵達新和春時，工人已經把洗淨的 180 公斤黑豆放入壓力鍋加水浸泡，需靜置兩個小時後再把水放掉，在等待浸泡的同時要進行的是將昨天下午已經經過第一次調配的特二級醬油進行第二次的調配。啟動蒸汽鍋爐將醬油煮滾，張老闆用勺子盛取一小水桶的紅砂糖倒入不銹鋼鍋中，以長柄攪拌棒攪拌至砂糖溶解。接著加入老闆口中的甜味劑，包裝袋上寫著「DL-胺基丙酸(DL-ALANINE)」，外觀看起來是白色粉末狀，作用是修飾口感使醬油不死鹹。當攪拌的差不多時，一旁的黑豆也已經浸了兩個小時可將水放掉，準備進行蒸煮。蒸汽鍋爐是以柴油燃燒加熱於水，使其產生壓力蒸汽來蒸煮黑豆。張老闆提到，用 2 公斤的壓力煮豆，蒸十分鐘鍋爐就會翻面一次，使其均勻受熱，總共約需 40 分鐘的蒸煮。實際上還是得觀察豆子本身浸泡後的含水量，張老闆用咬的來判別豆子的含水量，豆子較溼的話，蒸煮時間必須縮短一些，才不會煮過頭太軟爛；豆子較乾的話，蒸煮的時間就要拉長一些。一按下開關，大量的白色煙霧狀的高溫蒸氣頓時從蒸煮鍋下方竄了出來，嘶嘶作響。

等待蒸煮黑豆的同時，張老闆又帶我去室外看工人正在進行洗麩的步驟。種了麩的黑豆在發酵室經過翻麩後又靜置七至十天後，菌絲已經深入豆子內部，整個外觀呈現毛毛的、黃土色的樣子。當黑豆的菌絲生長已達到適合的狀態時，就可從麩菌室移至室外洗麩，所以張老闆也稱此步驟為「出麩」。工人用木刀鏟起竹籬上的黑豆收入尼龍袋中，兩人合力搬起移往室外，倒入圓筒狀的洗麩機中，頓時揚起一道黃土色的粉塵。打開水

龍頭放水之後，黑豆表面的麴菌隨著機器中四個鐵片的旋轉被水流不斷地沖洗，髒的水便由洗麴機下方的小閘門排出。如此重複沖洗個兩到三趟，當水色由黃土色漸漸變為清水，黑豆露出原本的黑色，代表表面的麴菌已差不多被清洗乾淨了，這時就可以打開下方的小閘門，將黑豆平均分配到鏤空的塑膠籃中。工人拿著水管澆淋黑豆，張老闆則在一旁叮嚀工人、檢視著黑豆的含水量是否充足。之後使用推車將一籃籃的黑豆推到廣場上，蓋上麻布及塑膠布，使其在大太陽底下曝曬一整個下午。張老闆說要讓豆子內部的麴菌升溫，再次生長發麴，到時拌鹽下缸出來的成品才會香。

40 分鐘過去，工人穿著雨鞋，手中拿著一支長柄鐵製的耙子，將剛蒸煮好冒著熱氣的黑豆從鍋中移到了不鏽鋼盤上鋪平，等待冷卻後製麴(圖 4-7)。中午休息過後，下午一點半，黑豆已冷卻呈現微溫的狀態，工人蹲在不鏽鋼盤周圍，手中拿著一包黃土色的麴菌粉，用五指一次輕取一撮，均勻灑在黑豆上。待一邊的黑豆都已經完成灑麴，使用耙子輕推收攏成堆，換另一邊重複灑麴、收攏的動作，最後就可將黑豆移至麴菌室內。

將拌勻麴菌的黑豆用手鋪在竹籬上，張老闆說鋪的時候要注意靠中間部分的豆子厚度要薄(約 2~3 公分)、竹籬周圍的豆子較厚(約 3~4 公分)，工人攤開手掌時而輕拂撥動，時而輕拍黑豆，用手掌感受豆子的厚薄度。雖然蒸煮後的豆子已經過冷卻，但是豆子內部仍保有溫度，鋪在竹籬上的豆子熱氣會集中在中間，如果溫度過熱會讓豆子腐壞，即使發起來的麴也會不均勻，所以披豆時要注意竹籬上豆子的集中程度。張老闆說麴菌室的溫度和濕度非常重要，在乾熱的天氣要開窗通風散發熱氣，溼冷的天氣要關窗，並覆蓋麻布於竹籬上幫助發麴中的黑豆增溫。我問張老闆有沒有確切的溫濕度標準，他說順利發麴的室內溫度至少需要 26°C，最適溫度則在 35°C 左右。雖然如此，張老闆還是以多年累積的經驗判斷麴菌室的溫溼度是否合宜。例如：夏天氣溫高，多半隔天即生麴；進入秋天時氣溫較低，則需較久的時間(約 2~3 天)生麴。麴菌剛開始生長時，黑豆表面會有一層薄薄白粉狀的分布，必須常巡視黑豆生麴狀況，來調整溫度及濕度。



圖 4-7. 將蒸煮後的黑豆移出鋪平，待冷卻後製麩

下午四點半，廣場上的黑豆已經經過七個半小時的日曝升溫，我打開覆蓋的麻布，黑豆摸起來熱呼呼的，吸收水分之後變得又更重了一些。我用推車將四籃沉甸甸的黑豆推到醬缸邊，跟著工人有樣學樣的，雙手抓著籃子的兩邊，稍微提起一角再往地上震動，這樣用力的敲個四五下，能使因為水份結塊的黑豆從籃壁上鬆脫，方便倒在竹籬上。提了秤好一小桶的海鹽倒在黑豆上方，從黑豆堆底部由外往內用手托起黑豆，有點像是翻炒青菜的動作，使黑豆與鹽混合均勻，然後入缸。重複動作混合了兩籃黑豆入缸之後，拿取一小瓢鹽，用手抓取灑在外圍的黑豆上，接著再鋪兩籃黑豆之後，最上層用手灑海鹽覆蓋直至看不見黑豆為止，便能蓋上蓋子，等待四到六個月的發酵。

早上調味後經過冷卻的醬油，會有些許固型物沉澱在鍋底，因此必須用管子抽取至另一不鏽鋼鍋，鍋底的醬油則需再利用布濾過。

#### 2014/4/11

早上八點工人將麩菌室另一批發酵期滿的黑豆移出室外，跟昨天一樣進行著洗麩、走麩水，等待日曝升溫的步驟。11點多，張老闆吩咐工人清洗回收的醬油瓶。回收使用的玻璃瓶，大部分是棕色及綠色的，也有少許的透明玻璃瓶。把舊瓶插在一個極慢速旋轉的滾輪狀機器上，瓶中剩餘的醬油會慢慢瀝乾，同時瓶內會以小蘇打水消毒，接著將瓶子泡至水槽中，使瓶身上的標籤脫落後，再放置機器上使其自動刷洗瓶子內部，之後

泡於清水中，再取出倒扣於架上瀝乾並曝曬於太陽下。

下午一點半，老闆又進行了新一批的醬油調味，今天是第二次的調配，在煮滾醬油後，加的是糖、鹽和甜味劑，老闆也拿了不同等級的甜味劑給我看，特二級以上的醬油是使用產地日本、成本較高的甜味劑，70元以下的醬油則使用陸製的甜味劑。調味的階段都是由老闆操作，不假他人之手。

下午四點半，廣場上經過日曝升溫的黑豆已經可以進行拌鹽入缸的步驟。經過昨天的學習，我已經可以直接參與這階段的工作，幫忙搬運黑豆至缸邊，先敲敲籃子鬆動結塊黑豆，倒入量好的一桶海鹽，用手稍微搓揉均勻攪拌，由男工人負責將拌好的黑豆入缸並再鋪鹽。這階段老闆已不再需要時時刻刻跟在旁邊指導，第二天的我已經可以有樣學樣的幫忙拌鹽入缸的步驟。但跟工人一起工作的時候，偶爾會聽到工人對我說：「看一看就好啦，這工作很辛苦的，已經沒人要做。」充足的日曬是黑豆發酵絕佳的養分，然而在烈日底下工作的人們卻是非常辛苦的，約莫一個小時的拌鹽入缸，我被曬的汗流浹背，需要不時補充水分。黑豆都入缸後，還要清洗器具和收拾，接近六點，今天的工作才算告一段落。

#### 2014/4/14(一)

早上的工作是準備將前天完成調味、過濾、並且完全冷卻後的醬油裝瓶。張太太推出一臺半自動式的裝瓶機，在裝瓶機上頭放上一個方型木框的濾網，用紅色小勺子從不鏽鋼鍋中一勺一勺的盛起醬油，醬油經過濾網再流入裝瓶機的儲存槽。這樣的重重過濾，為的是讓醬油純淨無雜質。裝瓶機有六個裝瓶口，工人坐在小板凳上，將瓶口卡上出水管，醬油便開始源源不絕的流入瓶內，令我驚訝的是當醬油填滿時，竟然不會溢出來。我好奇的問張老闆，原來當醬油裝滿時，管內的醬油就會回流進儲存槽，不會繼續填充醬油。將填滿的醬油瓶取下，我坐在旁緊接著幫瓶子蓋上一層透明塑膠蓋，再套上紅色塑膠蓋鎖緊，放到台車上集中排列。裝完瓶放置在台車上的醬油上頭覆蓋一層藍色塑膠布，張老闆將台車推到蒸氣管線旁，開起蒸氣進行「後殺」的動作，也就是利用高

溫蒸氣對醬油進行最後一道殺菌。

## 2014/4/15

今天的任務是幫製作完成的醬油貼上商標及包裝，原以為這是個簡單的工作，實際操作才發現不只要貼的好看，還必須講求速度。我拿取一張小板凳坐在小方桌前，桌上準備著一疊圓形紙製的新和春商標和一罐白色漿糊。我先看張老闆示範了幾次，便試著自己貼。先拿一瓶醬油立於桌上，沾取一元大小左右的漿糊點在商標的背面，貼上前要注意商標要正不能歪斜。B3 大小的白報紙上蓋著醬油的有效期限，在白報紙的三個角落沾點上漿糊後，將醬油瓶瓶口朝左橫躺在紙上，滾一圈即包裹住瓶身，往右手邊將底部立起來，將塑膠袋由底部套上後，梳整一下紙和外袋，將瓶口的包裝紙順時鐘扭轉一圈，收於瓶口下方，並用橡皮筋套牢。雖然看似簡單，但我做起來卻不是很順手，張老闆的動作很快，我看了好久，只好請老闆放慢速度，讓我一一拆解每個動作。紙張扭轉的力道必須拿捏好，不然很容易破掉。套塑膠袋的方式也有眉角，先套進瓶身的三分之一，之後直接從上方拉取塑膠袋，速度快很多，而我也在一整天的貼標和包裝中慢慢熟能生巧，掌握到手工包裝的美感和速度。

## 2014/05/09

幾天前張老闆打電話通知我今天要開缸了，終於能一探究竟醞釀四到六個月的黑豆會變成什麼樣子。打開上層的陶蓋，當初入缸時雪白的海鹽已經變成微黃堅硬的鹽塊。張老闆拿著小鏟子小心翼翼的鏟起表層約一公分後的鹽塊，此時露出的黑豆看起來還是乾乾的，沒有任何液體。張老闆接著用鏟子在中間挖出了一個直徑約十公分的小洞，豆子漸漸開始濕潤，漫出迷人的醬香氣，越往下挖掘醬汁慢慢湧現。張老闆說再放置五六個小時，醬汁就會在豆子和鹽的重力之下累積出來，屆時就可拿小碗將最珍貴的壺底油盛裝起來。取完壺底油後再注入自來水至缸內浸泡黑豆，溶解鹽巴，須浸泡一夜後才能濾豆汁。

下午四點，張老闆帶我去日曝場看經過一天浸泡的黑豆，已經可以濾豆汁了。

在橘色大塑膠桶上有根長木條架著一個竹篩，工人從醬缸中一瓢一瓢的撈起醬汁與黑豆，醬汁從竹篩的縫隙流入桶中，瀝出的黑豆則另外集中，加了一些鹽補充鹽度，之後再加自來水稀釋浸泡四個小時後，便可用來作二抽的醬油。

**2014/06/18**

今天參與製作醬油膏，要使新和春醬油呈現有稠度與甜味的主角是糯米，來自彰化在地的糯米與水經過漏斗狀的碾米機，流出又白又黏稠的糯米漿。老闆將煮沸後的醬油，慢慢加入糯米漿，拿長柄勺一邊攪拌，隨著時間變化，醬油一開始邊緣有些微小氣泡，越來越黏稠，當長柄勺劃過醬油膏時會留下緞帶般的痕跡，直至攪拌均勻、整鍋冒泡沸騰即可關火。不同於醬油必須完全放涼沉澱再裝瓶，醬油膏必須趁熱裝瓶，才不會因為流速變慢難以裝瓶。張太太這次使用的裝瓶機只有兩個出口，因為這臺裝瓶機必須自己控制開關，為了避免同時使用兩個出口應接不暇會讓醬油膏滿出瓶子，她僅止使用一個出口來裝填醬油膏，張太太與我戴上厚的白手套，並叮囑我要小心瓶身燙手。我將張太太裝好的醬油，將鐵瓶蓋放上壓蓋機中間的卡榫，對準瓶口，需出點力氣一壓，聽到「啵」的一聲才代表有扣緊(圖 4-8)，有時候角度不對，瓶蓋被我壓歪了便成了報廢品無法使用，當醬油全部完成加蓋後再進行高溫蒸氣後殺的步驟。



圖 4-8. 壓蓋機

## 第二節 綜論

曾經在中興大學駐校藝術家邱若龍先生的演講中聽到一句話：「文化，有時候就藏在老人的衣櫃裡。」這句話點出文史學家「田野調查」的重要性。在我還沒有進入新和春進行田野調查之前，我以為我對手工釀造醬油已經有了多元又豐富的相關知識--我曾經以學生身份三度實地參觀造訪新和春，也購買使用新和春醬油；為了凝聚研究焦點，我大量閱讀飲食文化和醬油發酵的相關知識；我參與專業食材研究者舉辦的醬油品嚐會，讓味蕾經歷與分辨各種不同原料和製作方法所得的醬油味道。凡此種種準備，都不如親身進駐個案現場，用心地感受當下時空的氛圍，用時間與張老闆夫婦輕鬆卻又深入地對話，用汗水換得張老闆對每一個工序的細細教導傳授，這次的田野經驗瓦解並翻轉了我對手工釀造醬油既有的認知，也讓我學習從文化的視野以抽絲剝繭的方式慢慢地歸納出手工釀造醬油知識的珍貴之處。

短短兩個月在田野進行的參與觀察，我不斷進行著知識建構四個階段的循環(圖3-2-1)來分析與綜合新和春的醬油釀造知識。首先，社會化階段主要處理的是外顯釀造工序中的內隱知識。手工醬油釀造技術中的任何細節都蘊含著內隱知識，包含各種動作、語言、行為、眉角等，例如新和春成員經常使用臺語，有許多製作醬油的術語是必須在當下的語境之中，配合身體動作或黑豆的狀態才能體會的，如：倚黴(khiā-ko)、揆(tuh)、燒(sio)、沉(tím)。另外也有反映當時歷史背景或生活型態的用語，如：扞手頭(huānn-tshiú-thâu)、土炭(thóo-thuànn)，甚至是新和春日治時期流傳下的文件上出現的「統制組合」，時代的變遷讓張老闆難以解釋其含義為何，藉由文獻的參考才知道那是醬油產業在日治時期受到的影響。當遇到新和春的內隱知識難以用言語訴說的情形時，可藉由學徒制的互動過程來獲取與學習(Kidd, 1988)。例如：在判斷黑豆的軟爛程度、麴菌的生長狀態及溫度、醬油的色澤及黏稠度時，張老闆在仔細敘說他的經驗的同時，也親自引導我運用許多複合性的身體感官去判斷。在客觀知識與主觀經驗的社會化階段，從觀察、學習、反覆揣摩張老闆的動作的情境裡去感受手工醬油工序中難以量化或測量的身

體技藝。藉由梅洛龐蒂有關基進反思(radical reflection)的途徑，我試圖將張老闆的身體經驗層層剝落直到前意識的部分，以探求經驗的意義根本。手工醬油的身體性知識也可以說是張老闆個人的實踐知識(personal practice knowledge)，它來自於張老闆過去的經驗、現在的心靈與身體，及未來的計畫與行動中。張老闆身處新和春三代的實踐歷程裡，在連續的時間流動中累積成功與失敗的經驗，並從經驗裡或得繼續前行的依據。有某些知識已滲入他的經驗裡，並沒有明確的文字化於書本之中。雖然張老闆不容易說出其身體經驗中的致知內容，但他確實在身體的操作之中體現了某種知識，表面上的身體實踐必須依靠身體化的知識來支撐，認知上的知識無法替代實踐知識。

知識的外化過程是指我接受張老闆製作醬油的身體化技藝訓練及張老闆夫婦敘說新和春三代故事的歷程中，透過深度的問答對話，記錄並分析他回憶或是用譬喻敘說他向爸爸學習的種種經驗。新和春值得被研究及保存的資產除了其獨特的手工釀造技術之外，在第三代張老闆夫婦口述中的新和春三代的歷史脈絡之下，我理解了臺灣傳統手工醬油在臺灣的興衰更迭，反映了社會的變遷及生活習慣的改變。新和春所處的風土環境，張老闆對手工醬油的情感、價值觀，乃至當地社會時空交織之下的歷史脈絡與互動，都賦予了新和春醬油特殊的符號與意義，對於社頭當地人或是外地消費者來說都是一種集體記憶與認同。社會環境和歷史脈絡對新和春的影響也構成了新和春的藝的知識。

我自己一方面讓親身學習過的技術及張老闆個人經驗的內隱知識在認知中慢慢內化，另一方面統整融合文獻理論的相關知識，進而以文字與圖像重新建構我的研究發現：第五章「新和春的工」、第六章「新和春的藝」、第七章「新和春的身體化知識」。不僅如此，從我開始對新和春醬油漬物工廠進行研究起，每每理解張老闆夫婦與其所在的社頭環境互動延續了新和春的工藝，不但清楚建構了我對臺灣手工釀造醬油的知識，更加觸動了我對新和春所屬的社會文化視域的反思，包含了全球視野下的飲食文化管理與保存、手工釀造醬油文化化等，這些內化階段的感受，將在第八章的“結論與反思”中論述。

## 第五章 新和春的工

新和春醬油的製作必須經過黑豆的清洗浸泡、蒸煮，種麴，二次發酵，出缸後還要進行加熱調配，殺菌等重重加工手續(如表 5-1-1)，以下是每個工序並對照相關文獻的詳細說明。

### 一、選購黑豆

新和春醬油在每年約 3、4 月時向貿易商採購一批黑豆，到 7、8 月用的差不多時，再進第二批，一次進 1 噸。黑豆不耐久放，容易因潮濕而發霉，貿易商有冷凍庫可保存，因此新和春會分兩批進貨，且要挑當年新鮮的黑豆，不要買到去年庫存的，可以用咬的判別黑豆的新鮮與否。「珠仔豆啦，我們講不要太大粒，圓圓的，還有一種叫扁豆，扁扁的，扁豆做醬油就不適合。」據張老闆表示，大陸與美國的豆子沒什麼差別，挑選外觀渾圓光亮即可，會選用大陸東北的黑豆原因是一種地域的習慣。而目前大陸的黑豆從原本的一臺斤\$20~21 元漲到\$31 元，美國生產的黑豆一臺斤\$21 元，因此現在也多從美國進口黑豆。除了成本上的考量，這幾年的在地食材風潮，也讓南部某些醬油廠開始回歸使用本土黑豆，例如屏東滿州鄉農會便主推恆春原生種黑豆，而農業改良場則推出蛋白質含量較高的臺南五號(徐仲，2014)。

### 二、洗豆浸泡

將 180 公斤洗淨的黑豆放入壓力鍋，加水淹過豆子浸泡 2 小時後，將水放掉。

### 三、高溫蒸煮

以蒸氣壓力 2kg(約 133 度 C)蒸煮，破壞豆子的結構，蒸 10 分鐘翻面一次，共需 40 分鐘。張老闆用咬的方式觀察豆子的含水量，豆子較濕代表蒸煮時間較短，豆子較乾代表蒸煮時間較長。蒸煮時間過長會讓豆子變得太熟，導致麴會發不起來，整體豆子都會爛爛的溼溼的，所以必須要精確掌握黑豆剛熟卻還沒軟爛的時間點，維持豆子的乾爽。

呂韋辰 (2002)提出，黑豆採機械製麩應為可行，不只有利於麩菌生長，更具有較高之酵素活性，且達最大活性所需時間較傳統製麩為短，另外亦可提高單位面積之製麩量，節省人力成本，有利於蔭油之大規模生產。根據實驗，機器製麩的最適蒸煮條件為黑豆浸泡 4~6 小時，以 132°C 蒸 23 分鐘。相較於機器製麩使用白鐵容器、溫控設備，新和春以傳統人工製麩，使用竹編的簸模，會自動調節水分散失，豆麩厚度最多也只介於 3~4 公分，簸模中間的豆麩會比較薄約 2~3 公分。因此，傳統製麩並不如機器製麩般，有相同的最適蒸煮條件的標準，豆麩厚度也受限於竹簸的面積，難有太大的差異。研究中觀察麩菌生長情形，發現機械製麩者其菌絲皆有伸入至子葉部份 (呂韋辰，2002)，傳統製麩則需要倚靠製醬師傅的經驗判斷是否已成功發麩。

#### 四、冷卻製麩

煮完豆，將豆子在不鏽鋼盤上鋪平攤開並且用電風扇輔助冷卻約一小時，以免麩菌因高溫無法發揮作用，然後灑上土黃色粉狀的醬油麩拌勻。將黴菌繁殖在穀物上稱之為麩，製麩是古老工藝的傳承，為先人智慧的結晶。俗稱的醬油麩指的是米麩菌 (*Aspergillus oryzae*)，在食品發酵上使用了數千年，長久以來被運用在醬油、清酒、味增釀造等傳統發酵食品(袁國芳，2009)。好的麩菌可以確保培麩過程的順利，讓菌絲能紮實的深入黑豆內部，不健康的麩麩會讓雜菌在培麩過程進入影響種麩的品質。有的釀造廠會自己培養麩麩，新和春的則是由外部購買取得，通常麩種也是釀造的秘密。

#### 五、披豆 (第一次發酵)

將拌勻麩菌的黑豆鋪在竹簸(又稱簸模)上，鋪的時候要注意靠中間部分的豆子厚度要薄(約 2~3 公分)、竹簸周圍的豆子較厚(約 3~4 公分)，因為雖然蒸煮後的豆子已經經過冷卻步驟，但是豆子內部仍然留有溫度，而鋪在竹簸上的豆子熱氣會集中在中間，如果溫度過熱會讓豆子腐壞，即使發起來的麩也會不均勻，所以披豆時要注意竹簸上豆子的集中程度。

一般來說，順利發麩的室內溫度至少需要 26°C，最適溫度則在 35°C 左右。夏天氣

溫高，多半隔天即生麴；進入秋天時氣溫較低，則需較久的時間(約 2~3 天)生麴。麴菌剛開始生長時，黑豆表面會有一層薄薄白粉狀的分布，必須憑感覺經驗、常巡視黑豆生麴狀況，來調整溫度及濕度。傳統竹製、木製的籩模可吸收多餘水分，工業化醬油使用不鏽鋼的容器，則需溫濕度控制設備，才能達到適合的生麴條件。

麴菌的生長關鍵在於房間內的溫度和濕度，傳統的釀造師傅必須依照自己的經驗，決定房間窗戶的開關程度來控制溫濕度。看著有百年歷史的木窗，聽著張老闆生動的講解，在乾熱的天氣如何開窗通風散發熱氣，溼冷的天氣又如何關窗調整恰當的濕度，並覆蓋麻布於竹籩上幫助發麴中的黑豆增溫(圖 5-1-1)。



圖 5-1-1. 用開關門窗及覆蓋麻布來控制發麴溫度

## 六、翻麴

經過種麴的黑豆，夏天氣溫高時，隔天就會生麴，生麴的黑豆表層開始佈滿菌絲並結塊，需用手指將結塊的豆麴翻攪撥鬆，再次以中間薄、周圍厚的原則讓豆麴平舖於竹籩上。此時的溫度濕度的控制非常重要，窗戶該開不開、開大開小，要不要在窗子上裝上一層塑膠布擋水氣、或是要在竹籩覆上麻布袋增溫，尤其夏天豆子發麴時升溫快速，必須隨時巡視調整。翻完麴必須靜置 7~10 天，讓菌絲能更深入子葉之中，當顏色均勻呈現黃土色時代表發麴成功，顏色很黑或不均代表發麴失敗，釀出的醬油會有一種黴腐味。

## 七、洗麴

麴菌發酵的最後一天，會發現豆子已結成雪白一片，洗麴前要先將豆子搓散，再將

黑豆表面老化的麴菌洗淨搓掉；如果洗麴不仔細、沒洗乾淨，下缸之後釀的醬油不會那麼純色，反而會呈現黃濁色。另外一提，在這個步驟裡，會取部分洗麴完的黑豆下缸後，注鹽水，發酵一個月後，開缸製作成釀造醬油的產品—豆豉，而用來製作醬油的黑豆則將進行下一個工序—醒麴。

## 八、醒麴

洗完麴，將豆子分批移入鏤空的塑膠簍中，澆水增加豆子含水量，此步驟稱為走麴水(如圖 5-1-2)，再將每簍黑豆蓋上麻布及塑膠布，使其在太陽底下升溫，讓豆子內部的麴菌再次生長發麴，稱為醒麴，待整體豆子再發熱一些，拌鹽下缸才會香。



圖 5-1-2. 走麴水

## 九、拌鹽入缸

將曝曬一整個下午、升溫完畢的黑豆，均勻拌鹽。新和春使用的是臺鹽公司進口的澳洲天然海鹽，顆粒較粗(如圖 5-1-3)。拌好鹽的黑豆以四簍黑豆(約 60 公斤)入一缸，豆與鹽的比例約為一簍 15 公斤的豆拌入一桶 6.5 公斤的鹽。鋪了兩簍豆入缸後，在周圍處再多覆蓋一瓢鹽，補強鹽巴不均之處。當第四簍豆鋪完時，再加鹽覆蓋直到看不見黑豆即可。每一缸完成拌鹽之後就可以蓋上陶製的蓋子，靜置在戶外開始日曝的程序。新和春的露天廣場上放置著約莫 160 個陶製醬缸，製作一批使用 180 公斤的黑豆，可入三個醬缸。清明節前後(三月底四月初)，天氣許可就會進行上述洗豆煮豆到入缸等工序，一直持續到 10~11 月左右，會陸陸續續把醬缸補滿，在這期間也會將已經曝曬發酵 4 個月的黑豆出缸做成醬油，冬天不入缸，只取醬油。

而在傳統釀造醬油中，釀造方法可分為濕式發酵法和乾式發酵法，新和春屬於後者。這兩者的差異在於將豆子和鹽倒入甕缸後，濕式發酵法會在封缸前，倒入調配好的鹽水；乾式發酵法則純粹以鹽和黑豆入缸，不加鹽水。從拌鹽入缸到鹽封的過程叫做「蔭」，因此傳統釀製的醬油，又稱為「蔭油」。林麗雲 (1998)，指出溼式法釀造出的醬油，有較高的蛋白質水解率，味道較回甘，且製作時的失敗率較低；乾式發酵法容易釀出較多的揮發性成分，這些成分有可能是賦予典型蔭油香氣的重要香氣成分，但製作的失敗率較高。臺灣早期的確不少釀造師傅使用乾式釀造法，但為了製成率，後期紛紛改為溼式下缸，新和春延續三代的傳統乾式法，只為了保留一樣的做法，一樣的味道。



圖 5-1-3. 新和春使用的進口澳洲海鹽

## 十、日曝 180 天

入缸後的黑豆，需要至少四至六個月的日曝熟成，夏天四個月即可開缸，冬天最多則需六個月。早期臺灣的傳統釀造醬油使用的都是陶製的醬缸，可惜現在臺灣已經很少人在生產了，多以玻璃纖維製品替代。新和春至今還使用著早期從南投十八彎古道(又稱挑鹽古道)，以人力挑送的水里水缸，因材質有毛細孔，能自然調節缸裡的溫度及濕度，部分則是近年來從中國宜興訂製的紫砂甕，因紫砂的材質以保溫的性質出名。實際觀察新和春後院的甕釀日曝場，臺灣製的水缸以紅土製成，缸壁較薄、外層沒有上釉，看起來陳舊；大陸訂製的紫砂甕，缸壁較厚、外表有上釉，看起來油亮。若以材質的透氣度來做比較，未上釉的陶甕在溫溼度的調節上會較佳。據張老闆表示，最近找到苗栗一處還保留著傳統窯燒水缸，未來也將從苗栗購入新醬缸。

## 十一、開缸

每甕黑豆會註記下缸的日期，等熟成時間到了，架上販售的醬油快賣完時，才會開缸。每一缸掀起蓋子後，就用鏟子把上層的鹽巴鏟起，中間挖一個直徑約十公分的洞，讓醬汁在豆豉與鹽的重力下慢慢累積五、六個小時後，即可用碗盛裝起來，此可稱為頭抽或生油，每缸約可盛裝三到四瓶的超特級壺底油，這個等級的產品多半早已被顧客預定。取完每甕的生抽後，鏟起來的鹽巴可以回收再利用於之後製作不同等級醬油時鹽度的補充。製作特級醬油(一瓶\$250)時，會使用四缸已熟成的黑豆，製作特一級的醬油(一瓶\$180)則使用三缸，兩者皆為頭抽，指的是第一次提煉的醬油，兩者差別只在豆含量的多寡。

## 十二、加水浸泡、濾豆汁

取完壺底油後，將自來水注入醬缸之中浸泡，溶解鹽巴，維持豆與鹽的層次浸泡，不需攪拌。浸泡一夜的豆汁以竹篩過濾之後即為一抽醬油，是做為特級及特一級醬油的來源。瀝出的黑豆再加鹽巴補充鹹度，加水至九分滿，過濾至水槽內，鹹度在調配時還可以做調整，即為二抽，豆含量已不較一抽時多，因此會拿來做為特二級的醬油，剩餘的豆渣則會賣給養豬戶。如遇雨天，為避免雨水濺入，盡量不要開缸或下缸，除非存貨量不夠，才會使用遮雨棚進行開缸。

醬油有很大的比例的水，在這個步驟裡可知，影響醬油風味有諸多因素，其中一個重要元素便是水源，釀造廠的水源通常跟地緣有關。社頭的自來水來自清水岩的甘露泉，石灰質少，pH 值比較中性，口中感覺比較清新，是新和春釀造醬油使用的水源；相較鄰近的北斗永靖的水，石灰質多，較偏鹼性，喝在口中有些許澀味。

## 十三、熬煮攪拌

從缸內經加水再濾出的豆汁，又稱為生油，將尚未調味的生油倒入不鏽鋼的鍋爐中，以蒸氣煮沸 10~15 分鐘殺菌，並以長柄攪拌棒沿著鍋緣劃過鍋底，使其均勻受熱。在早期新和春第一、二代時，還是用來自瑞芳的煤炭燒柴火煮醬油，到了張仕明老闆這代，才改用蒸氣式的加熱。

#### 十四、沉澱過濾

醬油煮滾後放涼沉澱，將醬油倒入用棉布覆蓋的漏頭上濾豆渣。

#### 十五、煮沸調味(含醬油膏的製作)

過濾完的醬油還要經過第二次的煮沸，用鹽度計測鹽度以便補充鹽分達到至少14%，只能高不能低，張老闆憑口感經驗添加紅砂糖(二砂)、甘草等材料來調味。如果製作的是醬油膏，張老闆使用天然糯米做為醬油膏主要材料，以往糯米來源是來自新和春廠房旁邊的田地自己種的糯米，待糯米收成後要斬碾糯米、加水加熱攪拌至濃稠成糯米漿，才能在這個步驟加入醬油做成醬油膏(圖 4-1-4)。以天然糯米漿製成的醬油膏有糯米香，一般使用修飾澱粉增加黏稠度的醬油膏不會有天然的香氣。



圖 5-1-4. 將糯米碾成漿

#### 十六、裝瓶

完成調味的醬油冷卻後，以機器輔助填充裝瓶，再以人工加蓋。醬油膏則須趁熱裝瓶，以免冷卻過程變得更加黏稠，增加裝瓶過程的困難。新和春使用向工廠買來的透明玻璃瓶裝填醬油，當地居民則是習慣將用完的醬油瓶回收給新和春，因此還會見到少部分早期使用的綠色及咖啡色的玻璃瓶。

回收使用的玻璃瓶，會置放於機器上，將瓶內剩餘的醬油瀝除，並噴灑消毒劑(圖

5-1-5)。接著將瓶身浸泡水中，使標籤脫落，後用機器刷洗瓶子內部並瀝乾於太陽下曝曬(圖 5-1-6)。新和春有些較為早期的玻璃瓶，封瓶時使用的是鐵瓶蓋，需使用壓蓋器將瓶蓋扣至瓶上(圖 5-1-7)，現今則多使用塑膠蓋(圖 5-1-8)。



圖 5-1-5. 消毒玻璃瓶的機器



圖 5-1-6. 浸泡清洗醬油瓶



圖 5-1-7. 壓蓋器



圖 5-1-8. 透明玻璃瓶及塑膠瓶蓋

### 十七、高溫殺菌

這個步驟又稱為後殺，裝瓶封蓋後的醬油外層用藍色塑膠布覆蓋，再利用高溫蒸氣殺菌 20~25 分鐘，殺菌完成取出後要趁熱套上塑膠封膜，利用熱漲冷縮的原理，降溫後封膜便會密合(圖 5-1-9)。



圖 5-1-9. 高溫殺菌後趁熱套上塑膠封膜

### 十八、貼標、包裝

一般市售醬油大廠早已是全自動化裝瓶貼標籤，但是張老闆夫婦在這個步驟仍然使用雙手親自為每一瓶醬油貼標和包裝，他們用醬糊黏貼標籤於瓶身上，接著用蓋有有效

日期的白報紙上，包裹瓶身，再套進透明紅字的塑膠袋，扭轉瓶口的包裝紙並用橡皮筋套住固定(圖 5-1-10)。



圖 5-1-10. 包裝

表 5-1-1  
新和春醬油製作流程

程序	內容
一 選購黑豆	每年三四月、七八月跟貿易商進口新鮮的黑豆。 黑豆挑選外觀渾圓光滑 產地多為中國或美國



(續下頁)

表 5-1-1  
新和春醬油製作流程(續)

程序	內容
二 洗豆浸泡	洗好的豆(180 公斤)放入壓力鍋，加水剛好淹過豆即可，靜置 2 小時後把水放掉。
	
三 高溫蒸煮	以 2kg 的壓力煮豆，觀察豆的含水量(用咬的)，豆子較濕代表蒸煮時較少，豆子較乾代表蒸煮時間較多。 蒸 10 分鐘翻面一次，總共約需 40 分鐘
	
四 冷卻製麴	煮完豆，攤開冷卻約一小時，灑上醬油麴拌勻，即可進麴菌室。
	

(續下頁)

表 5-1-1  
新和春醬油製作流程(續)

程序	內容
五 披豆 (第一次發酵)	覆蓋麻布使黑豆加溫，生麴。 觀察麴生長狀況，天氣熱時，隔天即可翻麴，天氣涼時約需 2~3 天 中間薄、四周厚。(避免中間過熱，豆子會壞) 最少需要 26°C 才能發麴，最適溫度則在 35°C 左右
六 翻麴	將結塊的豆麴翻攪撥鬆，翻完麴靜置 7~10 天
七 洗麴	將靜置 7-10 天已發麴完的黑豆，沖洗乾淨表層的麴菌。



(續下頁)

表 5-1-1  
新和春醬油製作流程(續)

程序	內容
<p>八 醒麩</p> 	<p>清洗完，澆水增加豆子含水量。 表層蓋塑膠布，日曝升溫。下雨天時，洗完麩的黑豆悶的時間要延長，隔天再下缸。</p>
<p>九 拌鹽入缸</p> 	<p>升溫完畢的黑豆，拌鹽入缸。 鋪兩層豆後，周圍覆蓋一瓢鹽，補強鹽不均之處 最上層，再以鹽覆蓋至看不見黑豆即可。</p>
<p>十日曝 180 天(第二次發酵)</p> 	<p>四至六個月的熟成，依天氣而定。夏天氣溫高時入缸，約需四個月即可開缸；冬天氣溫低，基本上不下缸，所需熟成時間約六個月。</p>

(續下頁)

表 5-1-1  
新和春醬油製作流程(續)

程序	內容
十一 開缸	開缸把上層的鹽用鏟子挖起中間挖洞，等壺底油慢慢累積，即可盛裝。
	
十二 加水浸泡 濾豆汁	將自來水住入缸內約九分滿，溶解鹽巴。 將浸泡一晚的黑豆，以竹篩過濾，即為第一抽。
	
十三 熬煮攪拌	煮沸殺菌
	

(續下頁)

表 5-1-1  
新和春醬油製作流程(續)

程序	內容
十四 沉澱過濾	棉布覆蓋於漏斗上過濾醬油
	
十五 煮沸調味	測鹽度 14%，只能高不能低，憑經驗調味。 加糖 醬油滾後放甜味劑 (醬油膏製作時)添加碾好的糯米漿加熱攪拌至濃稠。
	
十六 裝瓶	醬油冷卻後裝瓶，醬油膏趁熱裝瓶。
	
十七 高溫殺菌	特一級以上等級用蒸氣殺菌 20 分鐘，特二級以下等級殺菌 25 分鐘。
	

(續下頁)

表 5-1-1  
新和春醬油製作流程(續)

十八 貼標包裝



用醬糊黏貼標籤於罐上，以白報紙包裝一層後，再套進塑膠袋，橡皮筋套住。



## 第陸章 新和春的藝

烹飪工藝的「藝」包括兩個必要的內涵，其一是「人的情感(human emotion)」，實際上這也是藝術之所以存在的基本原因，飲食與藝術有緊密連結的原因在於我們與所吃的食物有緊密的文化聯結(cultural connection)，其往往表現在民族的文化自豪感。藝術是意圖創建一種審美體驗，當製造者本身試圖用食物帶給人懷舊、安全、親密或舒適感等意圖，足以使飲食藝術符合另一項內涵標準--「意圖(intention)」。(Neely, 2007)。因此此節探討人的情感及人的意圖，如何滋養新和春三代歷史脈絡的成長。

### 第一節 社頭鄉的背景介紹

#### 一、自然地理環境

##### (一)氣候

彰化縣社頭鄉的氣候屬亞熱帶季風型，夏雨冬乾。全年平均氣溫為 23°C 左右，平均最低溫是 1 月份 16.2°C，平均最高溫是 7 月份 28.5°C。冬季吹東北季風，因中央山脈的阻擋，所以氣候乾燥，雨量很少，常發生乾旱，夏季西南風盛行且氣溫高，海風很盛，同時由於局部對流及因地形舉升之共同作用，加上位居侵臺颱風主要路徑地區，7~9 月常有颱風侵襲，故降雨量以 8 月降雨量最多，其次為 6 月，年平均雨量約 1,400 公釐，相對溼度為 77%(臺灣概覽，2014)。新和春製作醬油的工序也因應季節的變換，形成夏種麴，冬製醬的模式。

##### (二)地形

彰化縣社頭鄉面積共有 36.1449 平方公里，位於北緯 23 度 54 分，東經 120 度 35 分之間。社頭鄉位於八卦山麓西側，除東面部份屬山陵地帶外，其餘均屬平原。北為員林鎮，東南銜接田中鎮，西南緊鄰田尾鄉，而西北與永靖為鄰，山林地帶部份為保安林地外，餘為盛產水果地區。

### (三)水源

社頭清水岩的甘露泉，為天然湧泉，水質清澈甘甜，與北部陽明山的長壽泉、東部知本的美人泉在日據時代並稱臺灣三大名泉(圖 6-1-1)。近年來，清水岩寺也將甘露泉的泉水送交檢驗，檢驗結果泉水品質達到「生飲」的標準。



圖 6-1-1. 清水岩寺中的甘露泉

## 二、社頭人文聚落

### (一)社頭名稱的由來

明末清初時，漢人自大陸入墾臺灣，稱原住民部落為「社」。社頭地名的由來是因為當時洪雅族 (Hoanya) 大武郡社的首領頭目居住於此。有一首《大武郡社捕鹿歌》寫著：「今日歡會飲酒，明日及早捕鹿，回到社中，人人都要得鹿，將鹿易銀完餉，餉完再來會飲。」記錄著先民樂天知命的生活，而漢人入墾約在清康熙年間，泉州的大墾戶施世榜及漳州蕭姓宗族及少數客籍人士紛紛入墾，但以蕭姓為主約占全鄉人口一半以上，至今還有「社頭肖 (蕭) 一半」之諺 (蕭蕭，2006)。

### (二)產業的變遷

在日治時期，社頭鄉是一個以農業為主的傳統農村。1936 年，全鄉 19552 人中，農業人口就佔了 14653 人，佔總人口數約 75%。此時期在工業的部份，則較不發達，在日治時期僅有少數的食品加工廠如「涌雅鳳梨罐頭工廠」、「新和春醬油廠」、「金源成澱粉廠」、「豐雅蜜餞工廠」、「永豐蜜餞工廠」和各庄頭部落

的碾米廠，多屬於農產加工業(陳國典，2011)，新和春是少數能延續至今的工廠。自從二次大戰後，鄭氏父子於社頭創立第一家「勝利織襪廠」開啟社頭成為「襪子的故鄉」的序幕，到了 1960 年代社頭紡織業發達，盛產絲襪為全臺之冠，並傾銷全世界，也為社頭留下了「剃頭婆看面水，社頭兄相大腿」之俗諺做見證。後因經濟低迷又紗價飛漲，而工廠外移，目前紡織業已呈黃昏產業。而現在盛名的農產品有芭樂、龍眼、稻米、鳳梨等，這段歷史有詩人林沉默的詩為記：「.....社頭庄，早當時，真嬌氣。做絲襪，紡機器。銷世界，過鹹水。現代天，種果子，世紀拔(芭樂)，有名氣。」

近年來社頭則是致力於觀光的发展，除了政府當局為推廣農產品及織襪產業，每年在社頭舉辦的織襪芭樂節(圖 6-1-2)之外，社頭鄉坐擁豐富歷史人文古蹟及生態的優勢條件，為了讓更多人了解社頭的歷史人文故事、帶動地方發展，在社頭經營鐵路文化便當店 14 年的陳朝強先生，和好朋友一起編了「社頭好好玩」導覽手冊，裡頭不僅有 10 處歷史建築和特色景點的介紹，還結合了 13 間社頭的特色店家，新和春也是其中之一(圖 6-1-3)。透過異業結盟創造共榮，不僅打開了社頭鄉的知名度，店家業績也成長許多，更讓人發現原來社頭還有這麼多值得好好探索的故事。



圖 6-1-2. 2014 彰化社頭織襪芭樂節



圖 6-1-3. 社頭好好玩 導覽手冊

## 第二節 新和春三代生產者的歷史脈絡

### 一、新和春的發跡與成長

在民國元年，同時也是日治時期的臺灣，社頭的農業人口就佔了 75%，張仕明的祖父張土墻先生當時才 11~12 歲，為了謀生便去當學徒學習製作醬油，經過三到四年的歷練而習得一技之長，借了 200 元的資金便在社頭火車站北邊廣興村社斗路轉彎處，開設了社頭第一家醬油工廠，在當時也是社頭少數的食品加工廠。早期沒有玻璃、塑膠，醬油桶是由杉木板圍組而成，外圈以粗竹條滾邊成圓圈紮住木桶，桶上緣兩條，下緣亦兩條，紮緊木桶以免漏油，桶上方有木板製成蓋子，緊貼在桶上，下面亦以木板扣住桶底，使桶上下無縫。醬油桶上方有一圓孔，以注入醬油，注滿後以木塞封洞，醬油便不至溢出，桶身底部開一小口，作為醬油的出口(圖 6-2-1)。早期的農村社會，各鄉鎮幾乎都有家庭式釀造生產的「豆油間」，銷售侷限在附近的家庭為主，家家戶戶都是大家庭，醬油使用量較多，會騎著腳踏車挨家挨戶地將醬油分送到每戶家庭裡，間隔一段時間再去巡視補貨，使用了多少瓶醬油，再結算帳款。當時的腳踏車也是大戶人家才騎的起，光復後的臺灣開始課徵腳踏車牌照稅，直至民國六十年起政府才停徵單車稅，改為課徵「機器腳踏車」(摩托車)牌照稅(圖 6-2-2)。張老闆回憶起小時候曾被放置在後座的竹籃中，跟著阿公出去送醬油。觀看照片中小男孩的成長記錄(圖 6-2-3)，新和春大大小小的角落，都與張老闆有著密不可分的情感聯結，透過張老闆本人的敘說，更能感受他想要努

力將新和春傳承下去的使命。

釀造醬油的水缸是從南投水里購入，當時沒有汽車，必須從社頭的十八彎古道步行到南投。古道入口位於清水岩寺的後方，已有三百年多年歷史，這條古道在當時是社頭通往南投的唯一道路，更是彰化與南投間重要的經商管道，萬商雲集在清朝時代是非常熱鬧的，商人以南投山產換取彰化海產，尤其是鹿港的粗鹽，常可見挑夫們挑著近五十公斤的鹽行走於古道上，故有「挑鹽古道」之名，而因沿路陡峭險峻，峰迴路轉，又稱「十八彎古道」。當時的人很辛苦，必須用扁擔一次挑起兩個醬缸回來。山路崎嶇，要是有一個醬缸不小心破了就麻煩了，必須在扁擔另一端綁上石塊才能平衡。



圖 6-2-1. 早期使用杉木桶盛裝醬油(左);

圖 6-2-2. 早期使用腳踏車挨家挨戶送醬油(中)

圖 6-2-3. 張老闆的兒時回憶與新和春有緊密連結(右)

當時的臺灣是農業社會，生活型態以大家庭居多，每個大家庭都有一位「扞(huānn)手頭」的人，意思是掌管經濟大權的戶長，負責掌管家中大大小小的開銷。醬油是農業時代很大宗的民生必需品，一桶醬油頂多一個月就吃完了，需求量很大，所以醬油工廠是當時非常賺錢的行業。張土牆從一缸、兩缸，到蓋起一間連一間的工廠，成了彰化社頭，首屈一指的有錢人。張老闆拿出泛黃的老照片，指著上頭個個西裝筆挺的人說：「這就九州的別府溫泉，我阿公是這個，這就是日本皇宮，他們搭船去玩，就做個紀念，我

阿公以前有賺到錢，搭船到日本玩，做個留念。」(圖 6-2-4)。



圖 6-2-4. 張土墻先生到日本遊玩留念

從《社頭鄉志》中可得知新和春名字的由來，張家三兄弟手足情深，大哥張土傳從事土地買賣，張土墻製作醬油，老么張土潤從事黑豆買賣。三人分工合作，克勤克儉共同持家，處世以和為貴，認為家和萬事成，確信經商以和氣生財之道，俗語所謂的天時、地利、人和，兄弟要「和」才会有「春」，「春」即是臺語「剩餘」之意。張家三兄弟「和」而有「春」後，對於鄉內的公益事業甚為關心，對於年中的冬令救濟義舉，捐助白米或現金，都是率先帶頭，而且數十年從不間斷。除了造橋鋪路之外，鄉內窮苦人家，有人過世而難於為喪時，屢屢捐獻棺木與糧食，數目難於勝數。此種義舉，不但受惠者感激，也使鄉民都衷心感佩。尤其是張土墻，他在擔任社頭國小家長會長時，舊教室被颱風吹倒了，他不但捐資復建，還親自搬運建材、親自監督工人工作。學生飲用開水需要燃料，他不但捐了燃料，還經常親自挑運到學校，默默的做也不宣揚。由此可見張土墻對教育的重視，因為自己小時候沒有資源讀書，事業有成之後還不忘回饋當地的莘莘學子(陳國典，2011)。

日治初期臺灣的醬油生產尚未進入工業的範疇，明治末年開始有醬油工廠的統計，因為政府及企業有意使用臺灣的鹽產及原料在島內做生產，此後醬油工廠的數量年年遞增。根據文獻記載新和春於大正 10 年 3 月登記營業，可以看出當時社頭隸屬於臺中洲員林郡。醬油原為民生用品，可自行製造，但由於戰時一切食糧工業需配合軍需，均嚴格統制，為了解決戰時臺灣島內醬油消費的增加，且自日本輸入的困難，並使島內可以自給自足，於是設立醬油配給制度。昭和 19 年(1944)3 月 7 日日人創設「臺灣醬油工業

統制組合」，開始醬油製造技術改進、製品檢查監督及原料配給和控制的工作。醬油工業組合之組合員須將每月所需之原料及預備生產之醬油量報告總督府，而醬油配給組合員將當地的需要量及預定販售量報告總督府，總督府依據前兩者之報告而決定增產量或是由日本輸入量，統籌購買原料配給給生產者，待醬油製成品後由政府統制轉交醬油配給組合，嚴格配給各大戶或小戶需要者，禁止任何人自由販賣(圖 6-2-5)(曾敬淳，2003; 江辛美，2008)。臺灣醬油生產因為在工業統制時期，日本政府對製品檢查及監督，使得醬油製品的比重、含鹽量、全氮量及抽出成分等，有了相關的規定及分析，也成了往後臺灣政府制定國家標準的依據。

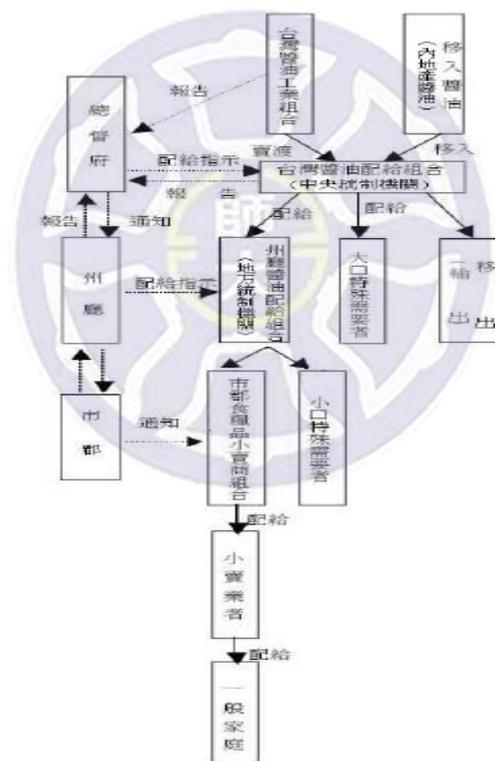


圖 6-2-5. 臺灣醬油統制配給流程

資料來源: 江辛美 (2008)。日治時期醬油產業研究 (未出版之碩士論文)。國立彰化師範大學，彰化縣。

## 二、新和春的衝擊與挫折

張仕明六歲時，祖父張土墻就過世了，由新和春第二代張仕明的爸爸，張俊原接手新和春醬油漬物工廠。即使曾經有過很多獎章榮耀，工廠傳到張仕明爸爸時，就已經不復當年風光，在日治時期引進醬油的工業化的時候，就為日後傳統釀造醬油會遇到的衝擊留下了伏筆。民國 60 年代，臺灣轉型工業社會，許多紡織工廠(成衣、織襪業)在社頭紛紛設立，有幾家甚至前往北部設廠。張俊原也曾經跟隨著這股熱潮，投入成衣業，產品外銷至中東地區，可惜因為投入市場的時機過早，並沒有成功。工廠制度的產生，對當時的醬油需求量影響不大，因為工廠會聘請廚師煮員工餐給工人吃，有些至北部設廠的社頭老闆們，因為口味習慣的關係，還是為向新和春訂貨。張仕明的舅舅表示，常跟著張俊原半夜三更開車送醬油至北部，當時的生意也還算穩定，也銷售至水里、南投、竹山及臺中等區域。

真正衝擊到傳統釀造醬油的是醬油工業化的興起，大量的速釀、化學醬油，只需幾天即可大量製成。新和春第一代時，醬缸較少，銷量卻很高。因為對當時的消費者來說，醬油是很普遍的民生用品，售價也很便宜。第一代做的醬油雖歷經四到六個月的發酵，然為符合供需，都是稀釋過後的醬油。到了第二代醬缸的數量變多，卻因為需求的減少，銷量變少，進而轉型為量少質精的產品，依照不同的黑豆含量分等級販售。

## 三、新和春的延續與挑戰

據張老闆所述，爸爸張俊原先生熱衷參與當地廟宇的公共事務，沒有放太多心力在新和春的事業上。張仕明曾做過業務，在爸爸過世後，身為長子的張仕明 40 幾歲時接手新和春，成為第三代接班人。剛接手的時候，是最艱難的時期，絕大部分時間，他都守在工廠裡，因為老師傅流散，很多步驟都得他自己盯。從小到大對製程耳濡目染的張老闆說：「眉角在哪裡，沒把握好，會整個壞掉，這也是要經驗的累積，做久了，你就知道怎樣弄。」張太太說：「我公公剛過世，他(先生)剛好就是這種交接的時候，人家鄉

下人就會講，會有一些話出來，所以就是維持品質不變，就是一個最好的證明。」顯示出百年傳承的老店，品質也受到老顧客的檢視。張仕明默默地守著新和春，保護著從第一代傳承至今的珍貴回憶，延續傳統的工序，深怕改了做法味道變了，老顧客也流失了，全憑著一股再辛苦也要做下去的使命感。

直至 2010 年食材達人徐仲先生找上了新和春，才讓社頭小小的新和春醬油工廠被媒體和更多消費者所看見。食安問題的延燒，更多消費者想要去了解食物背後的製程和故事。夫妻倆都說，知味知音的支持，給了他們多年堅持的力量，也讓張老闆更確信必須區分傳統釀造醬油與化學醬油的市場。傳統釀造醬油不止做工辛苦，工藝層次、細節也都更多，甚至最後的人工貼標、包裝等步驟，都有一種質樸中帶著精細的風格。

### 第三節 「活」的飲食文化遺產:新和春醬油漬物工廠

飲食文化是人類物質生活和精神生活的結合，非物質文化遺產代表的是各社區、群體或個人視為文化組成部份的各種社會實踐、觀念表述、表現形式、知識、技能，以及相關的工具、實物、手工藝品與文化展現。新和春從第一代張土墻 1916 年創立以來，便座落在現址的社斗路上，工廠的腹地也隨著第一代生意的興盛不斷擴大，新和春同時也見證了在這塊土地上，整個臺灣、整個社頭不同時期的歷史里程碑，如：日據時代、國民政府遷臺，紡織業興盛及衰落的年代。新和春醬油漬物工廠不僅是生產醬油的地方，張老闆三代及社頭人的生活及情感都依附在這棟工廠中。我們可以從新和春保留至今的工序技術及尚有在使用的器具、空間當中，瞭解屬於新和春的藝。

#### 一、門口

現在工廠的大理石大門透露著當年的氣派，上面掛著「電話十八號」的牌子(圖 6-3-1)，指的是新和春當時的電話號碼，對比現代一長串的數字組成的電話號碼，這塊招牌顯示的是當時電話還不普及，惟有大戶人家才有能力裝電話。氣派的大門和格局，讓我們不禁想像起當年新和春的榮景。



圖 6-3-1. 新和春工廠大門上的「電話十八號」

木製信箱上頭寫著「社頭驛前三一三番地」(圖 6-3-2)，指的是新和春日據時期的地址--社頭火車站前 313 號。早期的社頭以鐵路為主要交通方式，緊臨火車站旁的同仁社也是棟歷史古蹟(圖 6-3-3)，是在大正 14 年(1925)由社頭當地人蕭園先生所創辦，當時主要業務為蔬菜、肥料、稻穀等重要物資流通之鐵路運輸公司營業辦公室。新和春使用的屏東黑豆、砂糖等，在當時都是透過同仁社來運送。然而卻在公路運輸漸漸盛行，鐵路運輸因運輸範圍不夠廣闊而逐漸乏人問津下漸漸沒落，此處也變的無人整修呈現荒廢狀態。近幾年才在地方有力人士認為此處為社頭重要歷史資產而努力爭取保存下，向文建會爭取到預算委託建築師整理以及回復舊觀，轉型為現今的臺灣織襪文物館。同仁社保留了建築，但被賦予的符號卻不同以往，也許對新一代的社頭人來說，同仁社的符號已經被取代。相較於同仁社，新和春也歷經了時代的變遷，就算手工釀造醬油的榮景不再，張老闆卻還是一直堅持著傳統的釀造方式，讓新和春一直保有生命力，持續建構著對它在這塊土地上的意義。



圖 6-3-2. 昭和時期門牌信箱



圖 6-3-3. 轉型成織襪文物館的同仁社

## 二、麴菌室

麴菌室是一個 10~12 坪的方形空間，屋頂與樑是木造的，四面牆壁是以紅磚搭建而成，牆上、窗上的斑駁油漆讓人感受歲月的痕跡。而在這間總像籠罩著塵土的發酵室，不是沒用心打掃，反而它的用心，就在不打掃裡頭。抬頭往上望，那些樑上看似塵埃的，其實都是麴菌，累積了近百年，一代一代的生長，陪伴著無止盡的黑豆的發酵(圖 6-3-4)。張老闆說：「有菌絲的環境，發酵起來比較好，如果換個環境，那個菌絲不大一樣，有時有別的菌跑進來，就不好了。」意思是，空氣中不是每種菌種都適合與黑豆進行發酵作用。新和春傳承了百年，其麴菌室已形成了天然的、穩定和諧的麴菌生長環境。在日本，許多百年的醬油廠也致力於保存和維持麴菌室的環境，因為其中的麴菌被視為獨特的核心資產，是決定醬油品質的關鍵因素，有些醬油廠甚至將長久傳承下來的菌種給予專利命名，如：龜甲萬菌、ヒケダ菌等(<http://www.kikkoman.com.tw/secret-process.html>)。麴菌室中的窗戶是早期常見的木製窗框搭配著毛玻璃與鐵格柵，張老闆藉此窗戶的開合，控制麴菌室的溫濕度，這扇窗戶象徵著新和春三代以來，都用最原始的方式來維持人與自然的協調(圖 6-3-5)。黑豆製麴時使用的竹編籬模，能自動調節多餘的水份，而長滿了麴菌的竹籬也是十分珍貴的，當竹籬因為使用的耗損不得不汰換新的時，麴菌也得重新累積生長，從張老闆心疼的表情和語氣，可以感受到一種惜物之情。



圖 6-3-4. 麴菌室的樑上布滿菌絲



圖 6-3-5. 麴菌室中的木造窗戶

### 三、日曝場

走出麴菌室，新和春廣闊的後院擺放著約莫 160 個排列成行的陶製大醬缸，讓人體會數大便是美的震撼(圖 6-3-6)，附近的老顧客還會習慣將用完的醬油瓶蒐集起來，拿回來新和春回收，順便添購新醬油，早期如果回收還能有幾十元的折扣，但物價成本不斷上升之後，張老闆只能不得不取消了。回收、清洗過後的醬油瓶，插在曬瓶架上，在自然陽光下曝曬殺菌(圖 6-3-7)。整個新和春的日曝場，因為醬缸和醬油瓶形成了特殊的文化地景。

根據 UNESCO 《世界遺產公約執行作業指南》(Operational Guidelines to the World Heritage Convention) 對文化景觀的分類，新和春的日曝場符合了有機演進的景觀，它產

生於臺灣最初始的一種社會、經濟需要，並通過與周圍自然環境的相連繫和適應而發展到目前的形式。更可貴的是，新和春不是已經停止發展的殘遺景觀，它是仍在運作的一種持續性的景觀，在當今與傳統生活方式相聯繫的社會中，還保持一種積極的社會作用，且其自身演變過程仍在進行之中，同時又展示了歷史上其演變發展的物證。在國內《文化資產保存法》中也提到文化景觀的提報標準可包含「一、表現人類與自然互動具有文化意義；二、具紀念性、代表性或特殊性之歷史、文化、藝術或科學價值；三、具時代或社會意義；四、具罕見性」，其著重於文化意義定著空間與其表現人類與自然互動、文化價值、社會意義與罕見性的意旨(UNESCO, 2012; 文化部，2011)。



圖 6-3-6. 日曝場的醬缸



圖 6-3-7. 太陽下曝曬的醬油瓶

#### 四、包裝室

新和春有些較為早期的玻璃瓶，封瓶時使用的是鐵瓶蓋，需使用壓蓋器將瓶蓋扣至瓶上，現今則多使用塑膠蓋。新和春有少數特二級以下的醬油還沿用著鐵蓋式的玻璃瓶，在參訪團體造訪新和春時，常與「貼標包裝」這個工序結合成為一種趣味、發思古之幽情的教育體驗行程(圖 6-3-8)。而雖然現今的新和春有委外設計精美的包裝禮盒，但看到老闆娘使用紅色塑膠繩繫著六、七瓶醬油時，不禁讚嘆早期的簡樸的包裝技巧不只是先人的智慧，也體現了環保、惜物的永續精神(圖 6-3-9)。



圖 6-3-8. 壓蓋及人工貼標包裝成為新和春與民眾互動的教育體驗管道



圖 6-3-9. 傳統的包裝手法

## 第柒章 新和春的身體化知識

### 第一節 釀造過程的身體經驗

手工釀造醬油的生產過程中，每一次的製作必須經過長時間繁複的工序，在不斷循環製作過程的訓練下，張老闆於過去製作醬油的經驗中累積知識，形成許多個人的內在記憶，當面對每次的製醬工序時，內在的記憶會出現經歷過的相同條件，很自然的會找出相同的條件和對應的方法。因此，張老闆會在不斷的實作中，累積個人經驗，並儲存於自身的內在知識庫當中，進而可以依情境的不同，判斷黑豆(豆麩)的外觀、溫度、濕度、醬油的香氣、色澤等，去做適當的控制和調整。早期製作醬油是一種家事藝術與秘密，其製作秘訣多由釀造師傅把持，技術往往是由子孫代代相傳。新和春第三代接班人張仕明先生在醬油製作的個人經驗來自孩童時期在祖父和爸爸身邊的耳濡目染學著穩定醬油的品質、掌握醬油的味道。當時的觀察學習所建構的影像植入內在知覺中，隨著年齡成長，累積的經驗在心智裡交互對照成為新的知識，面對每一輪循環工序時，便習慣性地喚起過去的記憶進行反覆的對照學習。在人生四十歲之時接下新和春，而這種透過互動的經驗教導轉換而得到的技藝，很難正式化，卻也成就了熟悉卻難以訴說的內隱知識。

在我深入新和春醬油漬物工廠實際參與觀察中發現，新和春釀造醬油知識的專業性是存在於動態且複雜的情境脈絡互動之中，張老闆傳承三代的釀造技術，不一定有辦法將自己如何從父親及祖父身上獲得之內隱知識做成系統化的概念讓我知道。技術的內隱知識就如學騎腳踏車那般，大部分的我們都直觀地知道如何騎腳踏車，知道需要「抓到一種感覺」去平衡重心，卻很難訴說到底是什麼樣子的感覺。但是當我們試著把這個直覺概念化時，會發現知識與動態誘發性(dynamic affordance)的連結，釀造醬油的知識存在於釀造師傅與工具、機器、容器、黑豆等細微互動中，許多看不見的技術，肯定了技術其無形的特質，任何細節可能都是技術，包含各種動作、語言、行為、眉角等（楊弘

任，2007)。因此我必須親身參與新和春製作醬油的過程，才能獲取新和春手工釀造醬油的烹飪工藝知識，其中不只是視覺的觀察，更透過張老闆在教導我的過程中，突顯認知中釀造醬油時，物的特性及預期的行為，藉此讓我察覺自身與環境的交互作用(perceived affordance)，包含了嗅覺、觸覺、味覺的體驗，誘發我產生問題，最後知道如何使用和操作。身體化的技藝是在動態的情境支持下，經過訊息處理後，成為動作者所認知的操作行為。而我跟張老闆學習製作醬油的互動方式也是較接近於新和春從一代傳承給二代、三代的學徒制，藉此嘗試將新和春傳承三代的內隱知識概念化 (Gibson,1977; Norman,1988; Cook & Brown, 1999)。以下便是我透過參與觀察所獲得的視覺、嗅覺、味覺及觸覺等身體化技藝的相關紀錄。

## 一、視覺的感觸

### (一) 麴菌生長狀態

從製麴、洗麴到開缸的過程中，在視覺上的感受是最為強烈的，也是最容易吸收到經驗的感官，如張老闆所說，必須三不五時巡視黑豆上麴菌的生長狀況，麴菌剛開始生長時，黑豆表面會有一層薄薄白粉狀的分布(圖 7-1-1)，此時還可看到豆子黑色的表皮；麴菌生長至第二到三天時，有如薄紗一般的菌絲聯結覆蓋著黑豆，每顆黑豆也完整被菌絲包覆，呈現雪白色(圖 7-1-2)。菌絲的生長使黑豆間的聯結更緊密，此時就是翻麴的時機。翻麴時可發現黑豆已成塊狀(圖 7-1-3)，撥鬆後可觀察到黑豆粒上的菌絲有如絨毛，接著便要再重複披豆的動作，等待靜置七至十天的第二次生麴。

在新和春延續三代的術語「倚徽」(臺語讀音 khiā-ko)，指的是製麴的階段。根據中華民國教育部臺灣閩南語常用辭詞典，倚(khiā)做動詞用，有站立、豎立之意，而這裡用較通俗的徽(ko)指麴菌，整個詞彙要表達的意境是麴菌發酵生長時的生命力。



圖 7-1-1. 麴菌生長初期(第一天)



圖 7-1-2. 麴菌生長 2~3 天



圖 7-1-3. 黑豆已結塊

## (二) 醬色的深淺

純釀造的醬油，顏色呈現棕褐色可透光，不會是暗淡的黑色。化學醬油由於成色不足，必須加入焦糖色素去調和產品顏色，食用過量對身體有害。新和春特一級以上的醬油因為成品中的黑豆含量成分高，故不需額外添加焦糖色素即可呈現原始的深棕褐色。但特二級以下之成品是取完一抽醬油之後的黑豆第二次加水稀釋再製醬，原豆汁含量比一抽醬油來得少，張老闆說一般市場需求的醬油都是先看外觀黑沉沉的顏色，所以特二級以下的成品成色不足的部分會使用焦糖色素補足。話雖如此，我馬上想到的是 2013 年開始國內食安事件頻傳，民眾開始擔心起食品添加物對於健康的影響，如果焦糖色素是不好的添加物，那麼張老闆此舉豈不是在辛苦釀製的好醬油裡面加了不好的成分？我進一步比對文獻資料後才知道，焦糖色素 (caramel colors) 是一種複雜的混合物，外觀呈現深棕色至黑色之液體或固體，具有焦糖氣味，可與水相容(註一)。這個物質是臺灣、美國、紐澳與歐盟以及 CODEX (國際食品法典委員會) 都核准的添加物。焦糖色素在過去被當成天然色素，到了 102 年 11 月 25 日衛生福利部食品藥物管理署公告「食品添加物使用範圍及限量暨規格標準」新修正的規定裡，焦糖色素改列食品添加物，限制含量及使用標準範圍。張老闆在顏色校正的過程中，會從鍋中舀取一些醬油盛裝在一個純白無花色的瓷碗

中，以手腕輕晃著小碗使醬油附著在碗壁上，在光源下觀察醬油的成色(圖 7-1-4)，如色澤不夠深，則會分次加入焦糖色素補強(圖 7-1-5)。而色澤的深淺標準依靠的是張老闆的視覺經驗。



圖 7-1-4. 觀察醬油的色澤



圖 7-1-5. 特二級以下產品使用焦糖色素補強醬色

### (三)醬油膏的黏稠度

根據 CNS 標準規定，凡醬油中添加黏稠劑，使其黏度於 25°C 時達到 250cps 以上者即為醬油膏(註二)。顧客來到新和春買醬油，老闆通常會用臺語問，你要「清欸」還是「膏欸」？「清」醬油指的就是一般呈現液態的醬油，而「膏」的醬油則是添加糯米漿使其黏稠成為醬油膏。因此臺語的「清」和「膏」也是新和春用來描述醬油膏製作時的黏稠度狀態。醬油煮沸後加入碾好的純糯米漿，一邊攪拌，一邊觀察醬油從稀薄到黏稠的狀態，烹煮時間的拿捏決定於醬油膏的流速。張老闆會用

長柄勺舀起一瓢油膏，將勺子舉到離鍋邊大約 30 公分的高度讓油膏緩緩倒入鍋中，藉此觀察醬油膏黏稠的程度。當勺中醬油倒入鍋中可以呈現出緞帶般的痕跡時，代表濃稠度已達最佳狀態(7-1-6)。而當醬油膏溫度冷卻後，黏稠程度會更高，故要趁熱進行裝瓶。



圖 7-1-6. 觀察醬油膏的黏稠度

## 二、皮膚的觸感

「長麩(khiā-ko)的溫度是在最少 26 度，才有辦法長(khiā)，最好的溫度在 35 度左右，實際上也不會特別看溫度計啦，因為溫度是活的東西，不是死的東西，有時候天氣會影響，有時候那個...會影響，溫度到了，有發酵了就要把它(布)掀開，不是死的，如果陰天，溫度比較不夠，所以時間會拉長，你要靠那個經驗，不是說看那個文字敘述說幾個小時、多少溫度，沒辦法，這個天氣不是我們溫控的，如果是溫控的就可以幾個小時溫度多少，就可以達到這個目標，啊我們不是啊，我們不是溫控的，所以你就要靠你的經驗值，你要觀察，這就要靠經驗。」

張老闆言談之中不斷強調「經驗」的重要，傳統釀造醬油製作的場域是對自然環境開放的，自然環境中的晴雨冷熱乾溼在在都影響製麩室裡的溫度與溼度，這一點實在不是在密閉房間內用電腦科技控制溫濕度的量產醬油可以媲美的。天氣好時氣溫高，容易發麩，必須注意開窗通風；氣溫低或陰雨時，則需關窗並覆蓋麻布於黑豆上增溫。在窗戶一開一關之間，全憑著釀造者敏銳的「體感溫度」。剛種完麩的黑豆在水分蒸發時會被奪去潛熱，故在剛開始發麩時溫度會下降，隨著麩菌繁殖、裂解豆仁的蛋白質所釋放

的熱氣會讓竹籬裡的溫度逐漸上升(邱秋霞、郭嘉信、謝寶全，2007)。每當我走進製麩室就明顯可以感受到溫度比室外偏高，最容易辨別黑豆發麩溫度的方式是將手掌攤開，輕拂在竹籬的黑豆上方，過了幾秒鐘就可以感受微微的熱氣，溫暖但不燙，此時的溫度約界於 38~40°C。張老闆口中所謂的「燒(sio)」就是用來表達製麩時的溫度狀態，例如：「...這一批還無夠燒(bô-kàu-sio)」，指的是尚未達到適合發麩的溫度，要在竹籬上蓋布增溫。想精準掌握最適當的溫度，釀造者必須親自在製麩室裡融合視覺及手的觸感，與過去的經驗不斷相映照才能讓長麩(khiā-ko)的溫度穩定，順利地發麩成功。

### 三、嗅覺的感觸

面對來訪的遊客或媒體的採訪，張老闆常用「女人的香水」來形容經過四到六個月天然釀造的黑豆醬油，甚至會將些許醬油塗抹在手腕的內側，讓訪客親身感受豆香的持久性。食材達人徐仲先生曾在 2010 年舉辦過臺灣醬油品嚐會，出席的會眾要對五家手工醬油業者的醬油進行盲測(blind testing)，不同的製作手法也顯示出釀造工藝帶來臺灣手工醬油口味的多樣性，在專家的品評之下，新和春的特一級清油聞起來具有天然的啤酒香及醬瓜味(圖 7-1-7)。

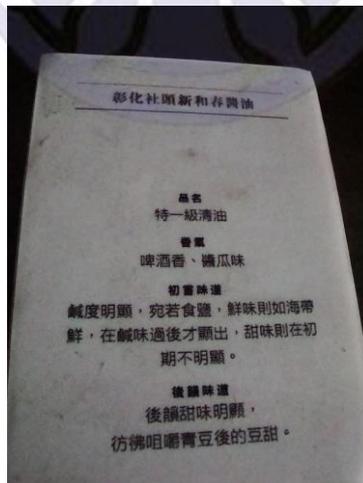


圖 7-1-7. 2010 醬油品嚐會--新和春醬油

張老闆從小在醬油工廠長大，嗅覺的感觸也特別靈敏，知道什麼是黑豆釀造出來真正的醬油香。「風味就是黑豆比較香，像香一樣，比較沉、比較香，如果摻那個(黃豆)，

就沒那麼沉、那麼香，比較偏甜一點。」現今市面上醬油品牌不勝枚舉，張老闆會列出各家醬油，傳統的、化學的、有機的，讓參訪者一同聞聞看跟新和春的醬油有和不同。化學醬油聞起來刺鼻無豆香，傳統釀造醬油豆香濃郁，但發酵不好也很有可能會有黴腐焦臭味。

#### 四、味覺的感觸

我觀察到釀造者口腔的味覺之於在醬油的品質，有兩個關鍵性影響：第一是在黑豆蒸煮的階段，第二是在醬油調味的階段。

在黑豆蒸煮時，必須要精確掌握黑豆，剛熟、卻還沒軟爛的那個時間點。「如果蒸得太熟，麩發不起來，會爛爛的、濕濕的，不行，要維持乾爽這樣子。」張老闆反覆強調的是必須將黑豆蒸煮到適當的熟度跟柔軟程度，才可以開始種麩的工序，而張老闆用以判斷豆子柔軟程度的方法不是用眼睛看的、不靠手指頭捏或揉或搓的觸感，竟是用舌頭與牙齒咬下去黑豆剎那間的感覺來判斷。張老闆說在新和春蒸豆子的過程是浸泡兩小時的冷水，蒸 40 分鐘，但是也有同業是浸泡 4~5 個小時，蒸 25 分鐘，可能是因為不同生產者的感官知覺不同，傳承的做法也就有了差異。身體化技藝會造成製作過程細節當中一些時間和溫度的控制有所差異，並無一定的標準。

第二個身體的技藝會造成不同的味覺判斷是在調味的階段，張老闆在調味階段使用紅砂糖(二砂)、甘草等調味，因為每次出缸後的醬油，鹽度並不固定，雖有自家特定的比例，仍會依口感經驗酌量增減調配。根據 2010 年的食材達人徐仲舉辦的醬油品評會結果，新和春的醬油初嚐時鹹度明顯，宛若食鹽。鮮味則如海帶鮮，在鹹味過後才顯出。甜味則在初期不明顯，後韻甜味明顯，彷彿咀嚼青豆後的豆甜(圖 7-1-7)。

總結上述視覺、觸覺、嗅覺及味覺的身體化技藝，「經驗」的這個角色，就誠如張老闆所說：

「從不會到會，其實很快，非常快，因為從小看習慣這個環境，所以會比一般人快，所以一個(步驟)看一個(步驟)講，我就知道了這是在做什麼，為什麼要

這樣做。但是有很多老師傅不知道你這樣做它的目的在哪邊，有時候也不會講出它的原理啊，啊就總歸一句經驗啊。一個師傅從不懂到懂就是經驗啊。」

在實際操作整個工序數回合後，我深切體會「耐心」是手工釀造醬油的關鍵成本之一，要讓每一步工序都到位之後才能進行下一步驟，製造者要在時間中付出無比的耐心等待。豆子在各個階段達到最佳狀態，例如：等待蒸熟的黑豆完全冷卻才能種麴、等待醒麴的豆子吸收完一整個下午的太陽熱能才能拌鹽入缸、等待醬醪慢慢沉澱過濾才能裝瓶...等，這種等待映照出我生活於大都會追趕效率的慣性在手工釀造的這個時空裡難以相融，所以學徒的初期最常聽到張老闆安慰我：「沒辦法啊，這就是手工的啊，就是只能等啊。」而等待的結果也讓張老闆傳承了新和春的味道及信念——「好的品質值得等待」。

## 第二節 基進反思的途徑

「一個師傅從不懂到懂就是經驗」，我試圖透過張老闆的身體化經驗及學習中獲得理解這句話的意思。釀造醬油的內隱知識是一種 know-how，也可以說是對於如何去做一件事的熟悉程度。然而，張老闆的身體化經驗是非常個性化的(personalized)，要如何成為對群體有用，可以被理解、被建構、被分享的知識，必須用一個讓接收者能更容易解釋的方法表示。資訊的囤積是沒什麼價值的，只有當資訊在個人的腦海中經過反思(reflection)、啟發(enlightment)或是學習(learning)的主動處理，這些資訊才有價值(Alavi & Leidner, 2001)。

Merleau-Ponty 認為我們實際經驗到的時間、空間、活動，甚至思想、語言、文化、歷史，可說都是身體處境的延伸，也就是基進反思(radical reflection)的主體，是個身體主體。「基」取 radical 的 of / from the root or base 之義，指梅洛龐蒂的反思是鏗而不捨，要直逼經驗或事物的本源；「進」取動態前進之義，指梅洛龐蒂的反思不是靜態的、閉鎖的反省，而是動態的，不斷向世界經驗本源接近的行動力。作為一個「身體主體」，人註定要對他人、別物、周遭及世界開放，互相溝通，所以人是一個「在世存有」(being-in-the-world)，是個帶著世界性、融入於世界的主體(劉一民，2010)。

藉由 Merleau-Ponty 基進反思(radical reflection)的途徑，我試圖將張老闆的身體經驗

層層剝落，直到前意識的部分，以探求經驗的意義根本。這個方法的具體步驟有四：(一) 反思的對象除了意識支配的經驗之外，還要反思非意識支配的經驗(即尚未有自覺的部分)；(二)應探討意識和非意識之間的關係；(三)應探討反思思維自身(進而了解自身就是一種自覺性的、意識性的思維)；(四)應探討反思者本身(進而了解反思者在反思時，是介入式而非價值中立的主體，是身體性的主體，是存在於世界上的主體，也是一個非「主」體的主體)(劉一民，2010)

### 一、手工釀造醬油的身體化經驗探源

身體是主體賴以感知的媒介，我們對世界的經驗，是基於對世界中的對象(包括自己、他人、周遭的一切)的知覺(包括自覺和不自覺的經驗)。主體以身體的感知存在著，卻發現容易自覺到的意識只是冰山一角，人的經驗有一大部份是在水面下，不容易自覺到的意識。這個不容易自覺的意識部份，在過去常會被認為是非科學的、個人性的或非理性的，所以沒有研究價值(劉一民，1991)。往昔，臺灣醬油課題的研究多集中於食品工業學科，或者是化工相關學科，對於醬油產業歷史的探索，亦多著重於討論醬油釀製過程的成敗關鍵、味道及原料的使用、化學元素與添加物之控制、現代醬油業傾銷與消費等主題，較具文化與歷史觀點的論文，僅止兩篇。張老闆在新和春工廠的五十多年裡，其身體有著自身的記憶，從小透過視覺觀看祖父、爸爸或工人的身體表現，無形之中身體產生了印象，不自覺的展開了模仿身體的動作、手勢、語調、力道，習得之後滲入身體肌理，自然地保存，不經意的流露。在張老闆日復一日的身體動作中，逐漸累積成身體的習慣記憶。各種身體經驗自身會在身體內部留下深淺不一的記憶，內化成直覺及下意識的身體反應，然而這種內化的身體化知識因為不易察覺而長期受到忽略。雖然我常持續不斷地釐清和尋找答案，想要誘導張老闆敘說他的身體判斷標準，但張老闆卻常以這是「經驗」累積而難以透過語言解釋清楚。在此同時，我在實際參與製作醬油的過程中，也跟隨著張老闆的動作，不斷反問我自己，「我看到了什麼」、「我知道了什麼」、「我經驗了什麼」，讓身體的原始經驗「被動地」呈現出來。雖然短時間內我的身體經驗不

能與張老闆常久以來的累積經驗相提並論，但依賴著身體的記憶，我才能持續學習，也才能夠描述自身，也顯示出張老闆身體化知識的可貴。

## 二、身體化知識與客觀化知識

身體因為是人與世界相聯結的中介，所以對身體原初經驗的反思，成為探求釀造醬油知識的重要途徑。傳統的釀造醬油是透過生產者的身體做為中介，在製作醬油的過程當中，對麴菌生長的狀態、翻麴力道的拿捏、溫度溼度的掌控、日曬的時間、醬油黏稠度、色澤、味道的掌控等，都有著張老闆承襲著新和春三代和適應周圍環境變化下的主觀的身體化知識。日治時期對臺灣醬油產業的演變有著重要的影響，戰時的物資管控嚴格，必須讓資源可以在範圍更廣的時間及空間進行分配，於是在此期間開啟了工業化醬油的發展。運輸與儲存方式的改變、機械化的生產模式，以及大規模的零售的方式，也都改變了現代的食物系統，在新和春的部分器具設備的演化中略知一二，如：不鏽鋼鍋、蒸煮機、玻璃瓶、洗麴機等。在工業化之下，機器取代人工所製造的醬油，失去了經驗的獨特性，因為機器製造的程序關心的並非身體活生生的、具體的、屬於個人獨有的「我的經驗」，因而產生了客觀化知識與活生生的身體經驗的對照性。且在新的社會型態之下，風險和不安全感時時存在於日常生活當中，因此需要各個領域的「專家知識」來因應，機器成為了我們認識醬油釀造世界的中介，科學化的量化標準化約了身體經驗的複雜度，只剩下了理性、客觀化的知識。

以客觀、概念化的知識或是量化標準來看待手工醬油，只會讓我們遠離而不會主動接近那些不易自覺或是身體化的知識。手工醬油的身體化知識也可以說是張老闆個人的實踐知識(personal practice knowledge)，它來自於張老闆過去的經驗、現在的心靈與身體，及未來的計畫與行動中。張老闆處身新和春三代的實踐歷程裡，在連續的時間流動中累積成功與失敗的經驗，並從經驗裡或得繼續前行的依據。有某些知識已滲入他的經驗裡，並沒有明確的文字化於書本之中。雖然張老闆不容易說出其身體經驗中的致知內容，但他確實在身體的操作之中體現了某種知識，表面上的身體實踐必須依靠身體化的

知識來支撐，認知上的知識無法替代實踐知識。

### 三、具「體」的時間、空間與活動經驗

Merleau-Ponty (1962) 在論述身體運動時，認為自覺的活動可稱為抽象活動(abstract movement)，是一個人有意識地去完成事先設想好的計畫的活動，因為計畫是事先設計的，不需有具體的情境，故叫作抽象活動。張老闆每天所進行的釀造工序是依照事先擬定的計畫去執行，例如：張老闆總在一早開始工作前，便先告訴我今天要做的有洗麩、煮豆、製麩及入缸等；又或者是張老闆意識到特一級的醬油膏即將要賣完，便先打電話跟我說後天要開缸做醬油膏。執行釀造醬油的工序對張老闆來說是抽象活動，是不需身處特定情境之下，可預期、事先規劃，且容易用言語敘說的抽象活動。

而不自覺的活動，可稱為具體活動(concrete movement)，指的是身體在具體的情境裡，相涉於身體主體時間和空間經驗的身體活動。譬如：張老闆進到麩菌室時，感受到當時的溫度濕度在皮膚上的感觸，不自覺地開了窗、不自覺地掀開了覆蓋在竹籬上的麻布；在煮醬油膏的同時，不自覺地用勺子舀起油膏，再讓它緩緩留下，然後說：「還要再煮一下」；洗麩後的黑豆在太陽底下日曝升溫，輕撫了表層後便說「這樣可以了」或是拾起了一把黑豆便說「水加太多了」。張老闆的身體具有主動的創新性，並不受限於客觀的時間和空間裡，他的判斷依據身體自身在當下情境的具體感受，且能根據情況隨時調整黑豆的狀態使其最後的成品能維持良好一致的品質。

## 第三節 非思的基礎—語言

語言是文化的載體，指的是語言具有紀錄、積累、反映、保存和如實傳遞民族文化的事實與現象的功能。這些事實和現象對這個社會的成員來說是耳熟能詳的，因為在每個人成長、學習和社會化的過程中不斷地吸收消化，已將這些事實與現象融和成一種文化經驗。從語言、語音、詞彙、修辭到表情動作，無不凝聚著文化的軌跡。新和春有許多詞語、甚至是體態語，只有憑著文化經驗，才能解碼。每一種語言中都存有民族文化語義，它是潛藏在語言單位後的背景知識，反映出民族特有的自然環境、歷史、文化、

藝術、科學、經濟、宗教、社會制度、風土民情、生活習慣等(茅慧青, 2001)。在新和春的田野紀實過程中, 新和春成員大多使用臺語, 且有許多製作醬油的術語是必須在當下的語境之中, 配合身體動作或黑豆的狀態才能體會的, 如: 倚黴(khiā-ko)、揆(tuh)、燒(sio)、沉(tîm)。另外也有反映當時歷史背景或生活型態的用語, 如: 扞手頭(huānn-tshiú-thâu)、土炭(thóo-thuann), 甚至是新和春日治時期流傳下的文件上出現的「統制組合」, 在時代變遷之下, 張老闆難以解釋其含義為何, 藉由文獻的參考我們可以知道醬油產業在日治時期受到的影響。

### 一、倚黴(起菇) khiā-ko

在新和春延續三代的術語「倚黴」(臺語讀音 khiā-ko), 指的是製麩的階段最精華的部分。根據中華民國教育部臺灣閩南語常用辭詞典, 「倚」(khiā)做動詞用, 有站立、豎立之意, 而這裡用較通俗的「黴」(ko)指麩菌。當人們看到麩菌室竹籐上的黑豆佈滿毛茸茸一片的菌絲, 在不了解文化內容的狀態下, 或許會覺得這是個違反衛生安全原則的工廠, 心裡甚至可能覺得噁心, 因為生活習慣上看到麵包發霉、長出綠綠灰灰的絨毛菌絲是很不好的印象。然而我身處新和春的環境之下, 越看越覺得這又濃又密的菌絲是傳統釀造醬油不可或缺的景象之一--要讓麩菌茂密的成長, 讓黑豆上的菌絲「站立」起來, 才是培養健康的豆麩的好環境。這完全翻轉了以往我們對於食物製備時, 應該要在潔淨、明亮、無汙染的環境之下處理食物的認知完全不同。張老闆用「倚黴(khiā-ko)」這兩個字化約了這個階段複雜的身體感知和動作: 從黑豆蒸煮完攤開, 冷卻之後卻帶點餘溫之下灑上麩粉, 用耙子輕輕收攏成堆。披豆, 是將種了麩的黑豆「披」上竹籐, 指的是用手將黑豆在竹籐上「撥散開」, 用手掌輕輕「拍撫」黑豆, 感受竹籐上的黑豆以中間較薄、周圍較厚的密度分散著。靜置兩天的「倚黴(khiā-ko)」可翻麩解塊, 再靜置七到十天的「倚黴(khiā-ko)」才可運出麩菌室進行洗麩。從張老闆口中說出的「倚黴(khiā-ko)」對我來說不過是醬油釀造的其中一個階段, 然而黑豆在麩菌室裡將近半個月的生長環境, 是影響醬油品質的關鍵, 張老闆必須用身體視覺、觸覺等複合式的感知,

時時刻刻感受溫度、溼度的變化，種種張老闆不自覺的動作和感知能力為的是讓每一顆黑豆上的麴菌健康的「倚(khiā)」起來，這樣的詞彙讓我的腦海中彷彿能感受到麴菌發酵生長時一根一根的菌絲像競爭般地奮力向上竄升的生命力。張老闆也曾自製簡易解說文字貼在麴菌室外，將製麴階段寫為與臺語讀音相似的文字「起菇」，在字面上也讓參訪的民眾容易聯想。

## 二、扞手頭(huānn-tshiú-thâu)

當時的臺灣是農業社會，生活型態以大家庭居多，每個大家庭都有一位「扞手頭」(huānn-tshiú-thâu)的人，意思是掌管經濟大權的戶長，負責掌管及編列家中大大小小的開銷，醬油便是農業時代家家戶戶必備且大宗的民生必需品，一桶醬油頂多一個月就吃完了，需求量很大，所以做醬油可說是當時非常賺錢的行業，也是張家賴以為生的經濟來源。

## 三、揆(tùh)

在翻麴時會用到一個刀型的木板，從竹籬的四周往中間鏟起結塊的黑豆，再用雙手搓揉解塊。「揆(tùh)」在這邊指的是像用木板尖端「戳」起竹籬上結塊黑豆的動作，因為生麴兩天的黑豆粒和粒之間會因為水份、菌絲變得更緊密，也會黏附在竹籬上，因此需要施一些力量才容易鏟起，但是力量要控制好才不會破壞黑豆的完整性。

## 四、土炭(thóo-thuànn)

臺語俗稱的「土炭」(thóo-thuànn)就是煤炭，新和春第一代時是用來自瑞芳的煤炭來燒柴火煮醬油。張老闆表示如今當然不可能再用這麼費人力又可能造成環境問題的方式來製作醬油，才漸漸改為以蒸汽為能源。有別於木炭是以人工方式，將木材放入炭窯內悶燒煉成，又稱火炭；煤炭是在地下岩石層內，受到地壓與地熱作用，慢慢經過千萬年間才自然生成的礦物(林再生，2003)，因此又稱為土炭。燒炭用以炊煮、取暖，在今日已是古早而不可及的記憶，在已越來越少接觸煤炭的現代，許多人甚至連實物都從未見過。然而臺灣的自產煤炭對於這個島嶼的貢獻，卻是不容抹煞的事實。依照臺灣的地

質情況，煤炭的藏量並不算是豐沛，分佈多半集中於新竹以北的地區，又以東北的基隆、平溪等地，藏量與產量為最盛，品質也較高，因此在這些地方形成煤鄉的風貌。

## 五、燒(sio)

張老闆口中所謂的「燒(sio)」是用來表達黑豆生麩時的溫度狀態，例如：無夠燒(bô-kàu-sio)，指的是尚未達到適合發麩的溫度，要在竹籐上蓋麻布增溫。要知道溫度夠不夠，必須親自進去麩菌室運用視覺的感觸及手的觸感體會，不能讓溫度過熱導致發麩失敗。

## 六、沉(tîm)

當張老闆打開醬缸或在煮沸醬油時，「香」這個字已不足以形容他所釀造的醬油的氣味。張老闆說黑豆釀造比黃豆釀造的醬油「卡沉(khah tîm)、卡芳(khah phang)」，指的是比較沉、比較香之意。張老闆也曾拿出不同品牌種類的醬油教我辨識，速釀醬油一開瓶直接嗆入鼻腔的那種氣味，是我還沒認識傳統釀造醬油之前所認知的醬「香」味。在我參與張老闆製作醬油的過程當中，我的感官透過張老闆當時的語境體會到了傳統黑豆醬油真的比較沉、比較香，然而那是種難以言傳，只能當下意會的感受。因此我試著找尋「沉(tîm)」是否也用來形容其他食物的味道，並反思、類比自己的身體經驗。我發現經過時間發酵的茶類、酒類也會使用「沉(tîm)」來形容它的風味，例如：「味深沉且帶有黏性的穀香，風味層次豐富，較為複雜的傳統風味，其前味…；中味…；後味…」，除了強調味覺及嗅覺上感受到的自然層次感，且通常也具備了傳統工法及人文環境的敘說。「沉(tîm)」讓人感受到的不單是生理知覺的層次感，更是夾雜情感、記憶的時間感。

## 七、統制組合

醬油原為民生用品，可自行製造，但由於戰時一切食糧工業需配合軍需，均嚴格統制，為了解決戰時臺灣島內醬油消費的增加，且自日本輸入的困難，並使島內可以自給自足，於是設立醬油配給制度。昭和 19 年(1944)3 月 7 日日人創設「臺灣醬油工業統制組合」，開始醬油製造技術改進、製品檢查監督及原料配給和控制的工作。醬油工業組

合之組合員須將每月所需之原料及預備生產之醬油量報告總督府，而醬油配給組合員將當地的需要量及預定販售量報告總督府，總督府依據前兩者之報告而決定增產量或是由日本輸入量，統籌購買原料配給給生產者，待醬油製成品後由政府統制轉交醬油配給組合，嚴格配給各大戶或小戶需要者，禁止任何人自由販賣(圖 4-2-8)(曾敬淳，2003; 江辛美，2008)。

#### 第四節 釀造醬油的身體化知識

身體化的(embodiment)身體是自然科學方法無法觸及的活生生的身體經驗(lived body experience)，活生生的身體有自己的經驗，自己的語言、情緒，與周遭環境密切相關，與自然科學定義下的客觀身體截然不同。新和春手工釀造醬油的存在，將臺灣傳統釀造醬油的文化世代傳承了下來，且在社區和群體適應周圍環境以及與自然和歷史的互動中，被不斷的再創造，提供了認同感和持續感，對臺灣族群有其歷史的重要性的文化的認同。張老闆的身體經驗在飲食文化中扮演傳承的角色重要性更是不可言喻，當機器的大量製造取代了手工、當消費社會認為大品牌的醬油製造就是唯一遵循古法、當肩負文化傳承與再生責任的教育失去了鑑賞身體獨特的社會實踐價值時，可以預見的是醬油釀造文化的斷層，與新和春一樣世代傳承的工匠達人都將默默凋零，許多世代沿用的器物工具都將成為博物館裡冷冰冰的物件。

站在實踐認識論的立場，張老闆的身體透過各種感知，主動感受內外在世界，在特殊的處境與既有的記憶裡，身體表達自身的意義並執行後續因應的行動，透過不同技術的發揮與展演，身體有了不可替代性。用張老闆的身體感知、身體處境、身體記憶和身體技術的觀點來看待手工釀造醬油的身體化經驗，從無意識到有意識的察覺，從動作到語言的斟酌，便能揭露新和春的手工釀造醬油的身體化知識。以下將分為時空感、力道感、份量感、掌控感加以說明。

##### 一、時空感

身體時間的經驗，和客觀時間的絕對性不同，具有相對的特性，因此才能體會到時

間的開始、結束、快、慢、現在、永遠與停留等，這些具有後顧與前瞻意義的體驗，使得生活多采多姿(劉一民，2010)。在新和春的生活當中，大多數的時候我都感覺時間是過地非常緩慢的。最常遇到的狀況便是在工序與工序之間的等待，我坐在客廳與張老闆泡茶，一面追問方才的步驟是否有量化的標準。我常會不自覺的想透過數量的計衡或物理性質來了解時間及空間，客觀的時間譬如：黑豆要浸泡幾小時？要多久才能翻麴？日曬要多久才能拌鹽入缸？而空間中我想了解的問題包含了大小、溫度、濕度、厚薄度等，例如：蒸煮機以「2公斤的壓力」煮「180公斤」的黑豆、麴菌室大約「四、五坪」大小、竹籬周圍的黑豆厚度約「3~4公分」，中間厚度約「2~3公分」、室內溫度「26°C~35°C」最適合發麴。以上這些是客觀的時空概念，其屬性是客觀的、價值中立的，而且和人的意象是無涉的，因為這些尺度在任何地方都是一樣的，然而卻和張老闆生活在新和春醬油工廠裡所經驗到的活生生的時空體驗是不同的。因為在製作醬油的過程當中，張老闆身體所經驗的是燒/無燒、久/不夠久、乾燥/潮濕等時空特質，牽涉到的是以張老闆身體為基準，和處境的整個交錯關係，所形成的主體性的時空感。

## 二、力道感

手工製作的食物通常都有一個「巧勁」，指的是一種難以言喻的力道感。這種力道感有時會影響成品，最好的例子就是做麵包，揉取麵糰時的力道要恰如其分，多一分則容易出筋，少一分則難以混合均勻；又例如做派皮時，如何讓派皮酥香有層次，眉角在於要用雙手感受奶油在麵粉中均勻且保持小顆粒狀，避免手的溫度讓奶油融化，多用手指快速捏，而非用手掌揉。當我用曾經學習西點的身體化經驗去反思製作醬油的力道感時，我發現讓我印象深刻的是翻麴、拌鹽入缸的力道感。翻麴的目的是為了將因為菌絲和水份而結塊的黑豆重新打散，讓麴菌充份均勻地生長。藉由兩掌間的搓揉先將較大塊的黑豆分散，再經由手指間的輕輕搓揉，盡量將黑豆搓成粒粒分明的樣子。翻麴的力道必須注意不能破壞每顆黑豆的完整性，卻又得快速有效率地翻完一籬籬的黑豆。而拌鹽入缸時的力道又與翻麴時不太相同，這時的黑豆經由洗麴後，本身已少有結塊，但因吸

飽了水份顯的有些沉重。拌鹽入缸的目的是為了讓海鹽能在黑豆堆中均勻的分布，這時會展開雙臂，將十指插入黑豆堆中，由外往內、由下往上的翻、拌，直到看不見白色的海鹽為止。相較於在陰暗的麴菌室中，以細緻力道搓揉翻麴，在大太陽底下的拌鹽入缸，是一種豪邁、運用到全身肢體力量的感覺。

### 三、掌控感

在我參與觀察的當中，工廠每日都有二至三批次的醬油正在進行釀造，而且每一批次所進行到的階段都不相同。等待醬油煮滾(A 批)的期間，張老闆進到了麴菌室，一邊進行翻麴(B 批)，一邊檢視著製麴第一天(C 批)的黑豆的發麴狀況;在煮豆的同時(D 批)，去監督工人洗麴(E 批)的狀態，等待黑豆日曝升溫(E 批)的同時，張老闆將早上冷卻後的黑豆(D 批)進行製麴及披豆，將升溫後的黑豆拌鹽入缸(E 批)，進行到一半便將手上工作交給了工人，將早上調味好經過沉澱的醬油再次過濾(A 批)。在我還沒統整田野紀實每天工作的項目之前，每次對於張老闆能同時進行多項不同批次的工序感到佩服，經過我圖表彙整之後(圖 4-1)，才發現如此系統化的任務管理彷彿早已內建在張老闆的身體裡，如行雲流水般地進行著。這個能力我將它稱之為掌控感，張老闆能夠掌控著不同批次不同步驟的醬油狀態而不需要事先編製計畫表，在於他的身體累積多年以來製作醬油的感知、技術和記憶，確定各個步驟之間的邏輯關係及依賴關係，在有限的人力及資源之下，能夠平行且順序的掌控著工作進度。

註一：焦糖色素之製程，可單純由碳水化合物加熱產生，或與酸、鹼及鹽類等反應製得，依其製程中使用之反應物可分為以下四大類共分為四大類，各類別之別名如下：第一類：普通焦糖 (Plain caramel); 第二類：亞硫酸鹽焦糖 (Sulfite caramel); 第三類：銨鹽焦糖 (Ammonia caramel); 第四類：亞硫酸-銨鹽焦糖 (Sulfite ammonia caramel)。經查國際食品法典委員會之規定，醬油得添加第一、三、四類之焦糖色素，惟對於第三類銨鹽焦糖及第四類亞硫酸-銨鹽焦糖，分別訂有於醬油中之使用限量為 20 g/kg 及 60 g/kg，因為第三、第四類焦糖色素會有 4-甲基咪唑(4-MEI)安全性的問題 (衛福部，2015)。

註二：在公制中，黏度之單位為克/厘米·秒，簡稱為泊(poise)， $1 \text{ poise} = 1 \text{ g/cm}\cdot\text{s} = 100 \text{ cp}$ ，但由於單位仍嫌太大，故常用厘泊(cp)。與水的黏度相比，水的黏度在  $2^{\circ}\text{C}$  時為  $0.8937 \text{ cp}$ ， $20^{\circ}\text{C}$  時為  $1.00 \text{ cp}$ ， $15^{\circ}\text{C}$  時為  $1.1404 \text{ cp}$  (教育雲，2015)。



# 第捌章 結論與反思

## 第一節 結論

本研究採用知識建構論觀點探討傳統手工釀造醬油的工藝知識。在社頭鄉這個百年前建造的醬油釀造工廠裡，同樣的廳堂、同樣的麴菌室、同樣的日曝場，我親自參與了張老闆不斷循環的釀造製程，我們一起構築出 18 道手工釀造醬油的工序，這 18 道工序可以被區分為發酵前、發酵中、與發酵後三個階段。每一個階段都必須牽涉無形的身體化技藝--視覺、嗅覺、味覺、觸覺的判斷，我所學習到的手工釀造醬油的身體技藝乃是透過新和春三個世代知識的積累、教導與傳承而得。工序的動作或許可以被機器取代，但是鑲嵌在工序中的社頭鄉的自然環境、社區生活、張家的歷史脈絡和活的遺產，卻是新和春醬油的文化實踐，讓新和春的釀造醬油知識不只是釀造技術的堆疊，更因為生產者情感意圖的嵌入而變得立體、鮮活起來。

發酵前包含了選購黑豆、洗豆浸泡、高溫蒸煮及冷卻製麴四個步驟。張老闆從貿易商的黑豆樣品中親自挑選看起來小小的、渾圓光亮的黑豆，用咬的方式判斷黑豆的新鮮與否和熟度，以精確掌握豆子含水量與蒸煮時間的變化。新和春第一代時的黑豆採用屏東車城一帶與當地農民的契作，必須親自去產地檢視黑豆的生長狀況，農忙時還得出人力去幫忙採收。後來因為屏東農民多改種蓮霧等高經濟作物，第二代曾轉向泰國進口黑豆，後因泰國轉向工業發展，到張老闆時已皆改為從中國或美國進口。由三代的原料來源的轉變，新和春醬油也從早期仰賴的地緣關係，因為臺灣社會的轉型，迫於從外國進口原料。而當我們檢視不斷高漲的黑豆價格也可預測世界各國在因為經濟因素漸漸脫離農業之後，新和春醬油的味道以及選購黑豆的知識也將受制於這樣的風險當中，漸漸被抽離甚至消失。在烹煮的工序當中，早期還使用來自瑞芳的煤炭燒柴火，在機器設備的進步之下，改用蒸氣高壓蒸煮，從老一輩的新和春參訪者中發現柴燒醬油是屬於他們那年代共同的回憶。

發酵中的前半階段包含了第一次發酵時的披豆、翻麴、洗麴、醒麴。這個階段少了機器的介入，因此包含了大量的張老闆的身體化知識。必須以敏銳的視覺經驗去觀察黑豆不同階段的生麴狀態，並透過體感溫度的變化去調節窗戶的開關大小和添蓋麻布使黑豆增溫。這間麴菌室中保留了新和春最初始的樣貌，一樣的窗戶、樑柱與磚牆、一樣的黴菌與竹籬，從小到大的情感記憶也讓張老闆相信在同樣的環境條件之下，只要堅持同樣手工的工序，便能傳承新和春三代醬油的味道。

發酵中的後半階段屬於拌鹽入缸、日曝、開缸、加水濾汁的乾式發酵。完成第一階段發酵的黑豆，移出室外就得仰賴社頭當地的自然環境，日照充足的社頭滿足了傳統釀造醬油所需的日曝條件。新和春釀造醬油使用的水源來自臺灣三大歷史名泉之一的清水岩甘露泉，石灰質少，pH 值比較中性，口中感覺比較清新。在拌鹽入缸的階段，採用三代以來始終如一的乾式發酵，不加一滴水，為的也是在同樣的自然環境之下，遵守同樣的做法，傳承相同的味道。而來自水里的陶製醬缸，也因手工釀造醬油產業的減少及太費工之下，水里已停止生產轉而走向觀光式的小型陶藝。之後從中國宜興訂製的紫砂缸，雖然特性是以保溫出名，然而上過釉的紫砂缸透氣度相較於水里醬缸較差，對於使用「在地的缸做在地的醬油」這種情感連結也顯的薄弱。在加水濾汁的階段，可以看的出來從第二代開始，新和春試圖以昂揚鬥志迎向工業化醬油大量生產的競爭。第一代時大量稀釋原汁製醬，因為醬油對當時來說只是單純的民生必需品；而在工業化速釀醬油出現之後，新和春以較少的稀釋濃度去製作豆含量較高的醬油，提升產品品質，以此跟統一、味全等大廠差異化，而至今完全不經過稀釋、一甕只有三瓶的超特級壺底油也成為了新和春的核心競爭商品。

發酵後則是熬煮攪拌、沉澱過濾、口味調配、裝瓶、高溫殺菌和貼標包裝。在這階段，張老闆運用了嗅覺的感觸去教導我們辨認黑豆醬油與黃豆醬油香氣的差異，黑豆的香氣比較「沉」、比較香，不像黃豆醬油聞起來較甜。在口味調配上，有了前面階段耐心堅持的製作過程及等待下，自然不需要添加過多的化學添加物便能呈現醬油應有的風味。雖然早期使用的杉木製醬油桶因現今衛生條件的規範下已經不得使用，漏斗與勺子

的人工裝瓶方式也被半人工式的裝瓶機取代，然而這些保留的古物卻也成為新和春百年精神的一種形體化象徵。

百年來反覆同樣的動作被社頭鄉麴菌室裡的窗戶和竹籬、日曝場的陽光和醬缸、以及生產者無比耐心與細心的層層包裹，使得手工釀造醬油在最傳統的干預下，透過時間的蘊底展開食材原始的滋味與複雜度，讓新和春以一種藝術形式呈現釀造醬油知識的真實內涵。當我們用藝術的視域去看待釀造醬油的知識時，便更能理解 UNESCO 對文化多樣性保護的精神，也更應該喚起我們的社會肯定新和春對人類飲食文化創造力的貢獻。

## 第二節 反思

在研究的一開始我從 UNESCO、慢食及食饗觀光的觀點獲得支持，認為新和春的手工釀造醬油文化應該有寶貴的地方值得保存，而在我挖掘出新和春寶貴的手工釀造知識之後，也映照出我該怎麼看待 UNESCO、慢食和飲食文化中的知識。我認為我們臺灣雖不是聯合國會員國，卻應該要有跟 UNESCO 和慢食運動保存傳統飲食文化的精神和實踐，我們必須要珍視自己寶貴的文化資產。按照 UNESCO 的角度來看，新和春是寶貴的，他有著社頭人民的集體記憶和在地認同。慢食也讓我學到了如何在生活中透過新和春實踐慢食精神，包括用傳統手工的方式尊重食材的原始特性、在製作過程中不添加對人體有害的物質，以及尊重小規模生產者的知識和價值。希望能以 UNESCO 全球視野的價值觀促進地方、國家和國際層面對文化表現形式多樣性的尊重，提高對傳統手工釀造文化價值的認識，承認新和春醬油漬物工廠是具有傳遞文化特徵、價值觀和意義的特殊性。

同時，地方的脈絡也造就了獨特的地方飲食文化，新和春讓我看到的是，可能在別的地方也有手工釀造醬油，可能工序很類似、手法可能是更傳統的，可是它所在地方的文化是不一樣的，它所傳承下來的故事就會是不一樣的。新和春代表的是臺灣彰化縣社頭鄉這個地方一個百年的故事，這個故事裡面有臺灣人的精神、習慣、臺灣產業的興

衰。而我也在新和春張老闆教我的手工包裝當中有著對消費者的敬意，然而像其他品牌的手工醬油也許走的是非常商業化的包裝，上頭印著布袋戲的圖案，也受到年輕人的喜歡，這些都是不同的認識方法，代表的是在地文化的連結與多樣性。而新和春堅持走傳統的步伐及人工的勞累，它的特色就在傳達臺灣人的堅持、硬頸精神。這也因此讓我對目前社會以 CNS 國家標準和釀造公會所認證的純釀造標章為主流判定標準，保持存疑的態度。因為這種只針對醬油成分檢測的標準，容易使得原先規模小、生產成本較高的手工製造者面臨衛生條件法規、研發及資金問題等限制，無助於保存傳統手工釀造醬油的技術及文化。因此我認為新興一套保存傳統飲食文化的標準必要的。這個標準可以是強調除了有大量的手工製作的身體化知識，也要保存傳統的場域空間和器物，並且有當地社會的在地文化連結和認同。

新和春最可貴的是老闆張任明先生傳承百年的身體化知識，然而卻也是面臨工業化大量生產之下，未來是否能繼續傳承的一大危機。因為部分醬油製作的知識已經有科學化的記錄保存下來，客觀知識必須存在，才能經由身體接收後融合而展現特殊性的身體化知識。同樣是醬油，每個人煮出來的味道不一樣，但是客觀的知識是必須存在和紀錄的。對照如今是醬油重鎮的西螺，大同、瑞春、丸莊等品牌也都曾面臨到世代轉折的衝突，新一代透過新的技術想要重新改良醬油，而傳統的一代必須在哪些方面妥協才能夠傳承下去。這些醬油工廠雖然已經觀光化，可是也保留了傳統的工序，在包裝的部分改為機械化，並且建立非常現代化、衛生的製造環境以擺脫過去對傳統豆油間陰暗不潔的印象。這些新的技術，雖然不屬於傳統的工跟藝，卻是它們得以傳承至今的做法。臺灣的醬油產業同時存在著非常現代和極為傳統的醬油業者，因此，我們必須找出新和春三代傳承的核心價值是什麼，是否真的需要引進新技術朝向量產的規模，還是應該思考如何建立客觀化的知識，將新和春傳統的手工醬油釀造知識透過聲光影的紀錄還有器具的保存和解說，完整的呈現出來。就算張老闆不在，工廠其它人也能知道這些醬油製作的知識。伴隨著現代設備機器的發展，工業化程度在食品加工產業逐步加強的狀況來看，醬油釀造的知識也會漸漸被擁有大規模資本的製造者所壟斷，傳統手工醬油的多樣性也

慢慢被縮減，最後，只要沒有較現代的機器，後人也越來越難自己完成一瓶醬油的製作。



## 參考文獻

”Gastronomy” (2012, 1 月 4 日)。取自大英百科全書線上繁體中文版資料庫  
<http://daying.wordpress.com/Content.aspx?id=028745>

日本和食：風靡世界而本土勢弱。(2013, 12 月 12 日)。取自亞太日報  
<http://hk.news.yahoo.com/日本和食-風靡世界而本土勢弱-023802121.html>

文化部 (2012, 2 月 14 日)。文化資產保存法。取自文化部  
<http://law.moc.gov.tw/law/EngLawContent.aspx?Type=C&id=3>

中央電視台 (2013)。舌尖上的中國。臺北：天下文化。

王建全 (2001)。再造傳統製造業競爭優勢。臺北：中華經濟研究院。

王道還 (譯) (2004)。科學革命的結構。臺北市：遠流出版社。(Kuhn, T.S., 1962)

江辛美 (2008)。日治時期醬油產業研究 (未出版之碩士論文)。國立彰化師範大學，彰化縣。

林清山 (譯) (1992)。教育心理學—認知取向。臺北市：遠流出版社。(Mayer, R. E., 1987)

汪福寶、莊華峰 (1994)。中國飲食文化辭典。合肥市：安徽人民出版社。

林麗雲 (1998)。蔘油製造之研究 (未出版之博士論文)。國立臺灣大學，臺北市。

林再生 (2015, 3 月 14 日)。今日僅在記憶中—閒話臺灣煤炭的源頭。取自經濟部能源局  
<http://energymonthly.tier.org.tw/outdatecontent.asp?ReportIssue=200311&Page=23>

胡瑋珊 (譯) (2004)。知識的創造與辯證。臺北縣：中國生產力。(野中郁次郎、竹內弘高, 1999)

徐仲 (2014, 1 月 23 日)。評食材—黑豆。取自聯合報  
[http://travel.udn.com/mag/travel/storypage.jsp?f\\_ART\\_ID=94915](http://travel.udn.com/mag/travel/storypage.jsp?f_ART_ID=94915)

- 袁國芳 (2009)。麴菌研究之現況及展望。《食品工業》，41(11)，1-2。
- 倪進誠 (2004)。參與觀察法在旅遊行為研究上的應用——一個貼近人地互動的思考設計。《社會科教育學報》，7，53-87。
- 張伊倫 (1997)。古老的發酵食品-醬油。《食品工業》，29(4)，65-72。
- 張明仁 (1986)。醬油：天然醬油和化學醬油。《食品工業》，18(2)，28-31。
- 張芬芬 (2007)。後現代質性研究：特徵及其對課程研究的蘊義。《課程與教學季刊》，10(3)，31-48。
- 張瑋綺 (2012，11月18日)。食物主權與小農市集的倡議【部落格文字資料】。取自 <http://www.newsmarket.com.tw/blog/20266/>
- 邱秋霞、郭嘉信、謝寶全 (2007)。《發酵生產技術實習》。屏東縣：國立屏東科技大學。
- 許總雲 (1995)。《服務業中知識資源建構與維持策略之研究》(未出版之碩士論文)。輔仁大學，臺北市。
- 楊心豪 (2010)。甘醇醞釀味：手工釀造醬油。《源雜誌 YUAN Magazine》，79，60-67。
- 楊弘任 (2002)。看不見的技术——「蓮霧變成黑珍珠」的技术發展史。《科技醫療與社會》，2，1-56。
- 經濟部 (1996)。《醬油產業現況及發展趨勢分析》。調查報告第 85-080 號。新竹市：財團法人食品工業發展研究所。
- 臺灣概覽 (2014 年 11 月 29 日)。社頭鄉地方概況。取自國家圖書館 [http://twinfo.ncl.edu.tw/tiqry/hypage.cgi?HYPAGE=search/search\\_res.hpg&dtd\\_id=4&g=&sysid=00000204&sflag=1](http://twinfo.ncl.edu.tw/tiqry/hypage.cgi?HYPAGE=search/search_res.hpg&dtd_id=4&g=&sysid=00000204&sflag=1)
- 郭華仁、陳昭華、陳士章、周欣宜 (2005)。傳統知識之保護初探。《清華科技法律與政策論叢》，2(1)，49-99。
- 劉一民 (2010)。運動身體經驗本源的追問——相遇於梅洛龐蒂的基進反思。《運動文化研究》，14，7-33。

- 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》，24，45-72。
- 陳國典 (2011)。《社頭鄉志》。彰化縣：社頭鄉公所。
- 陳勝和 (1975)。《醬油》。臺北市：天然出版社。
- 陳歆怡 (2014，4月2日)。「醬」心獨具。取自外交部臺灣美食文化網  
<http://taiwanfoodculture.net/mp.asp?mp=1501>
- 陳滢巧 (2006)。《圖解文化研究》。臺北市：易博士文化出版。
- 陳蘇華 (2006)。《中國烹飪工藝學》。上海：上海文化出版社。
- 陳蘇華 (2008)。《人類飲食文化學》。上海：上海文化出版社。
- 蔣关昌 (1994)。釀造醬油的沿革及發酵機理的探討。《中國調味品》，(9)，1-3。
- 蔡宏明 (2000)。由產業演化看傳統產業競爭力的提升。《經濟情勢評論季刊》，5(4)，37-64。
- 韓良憶 (譯) (2005)。《食物的歷史—透視人類的飲食與文明》。臺北市：左岸文化。  
(Fernandez-Armesto, F., 2002)
- 鍾佳伶 (2012)。從食譜看宋人養生與食療—以《山家清供》為例。《史學彙刊》，2，103-133。
- 謝恬、阮明淑 (2006)。臺灣知識管理系統之比較分析初探。《教育資料與圖書館學》，43(4)，487-508。
- 蕭蕭 (2006)。《放一座山在心中》。臺北：九歌出版社。
- 蕭惠丰 (2002)。《產物保險公司知識移轉之探討--以富邦產物高雄分公司為例》(未出版之碩士論文)。國立成功大學，臺南市。
- 顧瑋 (2013，5月28日)。《醬油之初心(上) 速釀與純釀》(部落格文字資料)。取自  
<http://www.newsmarket.com.tw/blog/30495/>

- Alavi, M. & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.
- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. London, UK: SAGE
- Bessièrè, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *European Society for Rural Sociology*, 38(1), 21-34.
- Bo, T. A. (1984). Origin of tao-shi and its production technology(I). *Brew Soc. Japan*, 79, 395-402.
- Bruns, G. L. (2013). What is tradition? *New Literary History*, 22(1), 1-21.
- Cohen, D. (1998). Toward a Knowledge Context: Report on the First Annual UC Berkeley Forum on Knowledge and the Firm. *California Management Review*, 40 (3), 22-39.
- Corigliano, M. A. & Baggio, R. (2002). Italian culinary tourism on the internet. In J. Collen & G. Richards (Eds.), *Gastronomy and Tourism*, 92-106. Antwerpen, BE: Academie voor de Streekgebonden Gastronomie.
- Cook, S. D. N. & Brown, J. S. (1999). Bridging Epistemologies: The Generative Dance. Between Organizational Knowledge and Organizational Knowing. *Organization Science*, 10(4), 381-400.
- Gibson, J. J., (1977). The Theory of Affordances. In Shaw, R.E. and Bransford, J. (Eds.) *Perceiving, Acting, and Knowing: Toward An Ecological Psychology*, 67-82. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Harrington, R. J., (2005). Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 129-152
- Haukeland, J.V., & Jacobsen, J. Kr. S. (2001). Gastronomy in the periphery: Food and cuisine as tourism attractions on the top of Europe. *Proceeding of 10<sup>th</sup> Nordic Tourism Reserch Conference, Vasa, Finland*.

- Hegarty, J.A. & O'Mahony, G.B. (2001). Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *Hospitality Management*, 20, 3-13.
- Hjalager, A. (2002). A typology of gastronomy tourism. In Hjalager, A. and Richards, G. (Eds.) *Tourism and Gastronomy*, 21-35. London, UK: Routledge
- Huber, G.P. (1991). Organizational Learning: The Contributing Processes and the Literatures. *Organizational Science*, 2(1), 88-115.
- Jorgenson, D. L. (1989). *Participant observation: A methodology for human studies*. Newbury Park, CA : Sage.
- Kidd, J. B. (1998). Knowledge Creation in Japanese Manufacturing Companies in Italy: Reflections Upon Organizational Learning. *Management Learning*, 29(2), 131-146.
- Kivela, J. (2004). Gastronomy and Culinary as a Tourist Attraction: Do gastronomy tourists exist as a meaningful market segment? 第九屆餐飲管理論文集。臺北：中華飲食文化基金會。
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kuhn T. S. (1970). *The Structure of Scientific Revolutions* (2<sup>nd</sup> ed.). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Lash, S. & Urry J. (1994). *Economies of Signs and Space*. London, UK: SAGE.
- Lieblich A., Tuval-Mashiach R., & Zilber T. (1998). *Narrative Research: reading, analysis and interpretive*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lyons, N. & Laboskey, V. K. (2002). Why narrative inquiry or exemplars for a scholarship of teaching? In Lyons, N. & Laboskey, V. K. (Eds.). *Narrative inquiry in practice*, 11-27. New York, NY: Teachers college press.
- Medina, F. X. (2007). Food Heritage in the Mediterranean Area: In Search of New Perspectives of Promotion and Interpretation. *Quaderns de la Mediterrania*, 8, 195-198.

- Merleau-Ponty, M. (1962). *Phenomenology of perception*. Colin Smith (trans). New Jersey, NJ: The Humanities Press.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37.
- Norman, D. A. (1988). *The design of everyday things*. New York, NY: Doubleday.
- Neely, C. (2007). The Significance of Food in Culture: Is Taste an Art Form? *UW-L Journal of Undergraduate Research*, 1-4.
- Páramo, R. M. (2006). Gastronomic heritage and cultural tourism. An exploration of the notion of risk in traditional Mexican food and the gastronomic system. *The Essex Graduate Journal*, 6, 2-15.
- Petrini C. (2007). *Slow Food Nation: A Blueprint for Changing the Way We Eat*. New York, NY: Rizzoli Ex Libris.
- Riessman, C. K. (1993). *Narrative analysis*. Newbury Park, CA: Sage.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15–24.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product: the perspective of gastronomy studies. In Hjalager, A. and Richards, G. (Eds.) *Tourism and Gastronomy*, 51-70. London, UK: Routledge.
- Sharples, L. (2004). The word of cookery-school holidays. In Hall, C. M., C Michael Hall, Sharples, L., Mitchell, R., i Macionis, N. & Cambourne, B.(Eds.) *Food Tourism Around The World: Development, Management and Markets*, 102-120. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Söderlind, U. (2011). The Gastronomic man and Georgia's food culture. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 1(1), 97.
- Teece, D. J. (1998). Capturing Value from Knowledge Assets: The New Economy, Markets for Know-How, and Intangible Assets. *California Management Research*, 40(3), 55-79.

- Telfer, E. (2002). Food as Art. In Neil, A. & Ridley, A. (Eds.), *Arguing about art: Contemporary Philosophical Debates* (2nd ed., 9-27). New York, NY: Routledge.
- UNESCO (2003). *Covention for The Safeguarding of The Intangible Cultural Heritage*. Paris, FR: UNESCO.
- UNESCO (2011). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.
- UNESCO (2012). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Paris, FR: UNESCO.
- UNESCO (2013). *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*. Paris, FR: UNESCO.
- Wahlqvist, M. L., & Lee, M. S. (2007). Regional food culture and development. *Asia Pacific journal of clinical nutrition*, 16, 2-7.
- Warde, A. (1997). *Consumption, Food and Taste*. London, UK: Sage.
- Welz, G. (2013). Contested Origins: Food Heritage and the European Union's Quality Label Program. *Food Culture Society*, 16(2), 265-277.
- Woods, E. & Sheina, M. (1999). *Knowledge Management: Building the Collaborative Enterprise*. London, UK: Ovum.
- Yuan, J., Cai, L. A., Morrison, A. M., & Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel and special events. *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 41-58.
- Zelinsky, W. (1985). The roving palate: North America's ethnic restaurant cuisines. *Geoforum*, 16(1), 51-77.