

## 太平頭汴坑

# 藍染文創走出去 蝙蝠生態走進來



圖 / 水源地文教基金會提供  
文 / 羅于婷

「我們是做真的。」說到復甦客家藍染產業的構想，水源地文教基金會董事長葉晉玉語氣仍是非常堅定，不經意間顯露客家性情的執著。十多年前，葉晉玉看見太平區頭汴坑歷經九二一大地震的殘破，便萌生一股信念，開始進行葉鼻蝠復育工程，以及推動客家庄社區產業。

看來艱難的成功，其實發想自簡單初衷，葉晉玉不過單純覺得，「蝙蝠洞」總不能沒有蝙蝠只有洞，想讓蝙蝠飛回來，就得先讓牠們的家像個家；為避免重蹈往昔災害影響和人為驚擾之失，復育成功後，只開放部分空間讓人參觀。葉晉玉強調，恢復蝙蝠洞並不是為了可以再看了一眼葉鼻蝠風貌，而是讓葉鼻蝠能夠在此棲息，牠們的「一生」比人們的「一眼」重要

多了。葉晉玉所言「做真的」，包括反省與更多層面的生態關懷。

「太平藍染創作工坊」的地點在蜿蜒曲折的山路途中，來訪者往往感到困惑，然而，這段路途幾乎可以寫照葉晉玉的心路歷程——充滿嘗試與挫折！並非每條道路都能站在起點便望見終點，事情當然絕非一行動便成功，如同製作一件藍染產品，染製過程絕對令人著迷，不到最後根本不曉得染成的模樣。或許，葉晉玉選擇相比之下較為偏遠的社區，本身就是一種決心，為的不是居住市中心帶來的商機與利益，身在太平唯一的客家庄，復甦「客家藍染」傳統產業理當成為葉晉玉的首要使命。

■ 市長一行人參觀太平客家藍染工藝品，水源地文教基金會董事長葉晉玉（左一）分享經營過程。



「可是做起來真的很辛苦。」如何使純手工技藝、耗時費工的藍染，同時兼具藝術成分與商業價值，葉晉玉想到的是，讓大師繪製花樣，再由素人進行染製，外觀和本質兼具的商品化，讓更多人接觸藍染藝術。太平區的客家藍染可以成為品牌行銷至國際，除保有傳統服飾質感外，更在於葉晉玉具有眼光與胸懷，讓其風格設計跟得上潮流。

為了達成替太平區頭汴坑居民做些什麼的目標，必須成功結合在地文化發展。於是，葉晉玉利用社區荒地種植染劑原料大菁與小菁達到「物」的自產，並邀請相關人士傳授藍染編織技術、提供當地就業機會達成「人」的自產；為「藍染手札」品牌命名時，則以地方婦女協同創作、共同生產藍染手工作品的感情凝聚為出發點。至此，以太平頭汴坑「人」

為核心的品牌因而誕生，加上融入地域特色的「頭汴坑蝙蝠藍染裝」，正如葉晉玉所言，行銷頭汴坑同時也能兼顧藍染行銷，成功讓藍染、頭汴坑及蝙蝠一起走出去；雙重層面的自產自銷，一連貫想法與整體性實踐的積極行動，或許正是太平頭汴坑足以重生的原因。

「讓文創走出去，生態走進來。」所謂社區推動，即是讓社區凝聚氣息不停流動，當客家藍染代表太平區頭汴坑登上國際舞臺時，也讓太平區頭汴坑蝙蝠洞的生態復育有機會成為關注焦點。葉晉玉所做的社區經營，正是讓自身與他者互相連結，使所在地與社區以外的他方形成循環，彼此來往生生不息，而非一時興起的參與。正因這樣的推廣模式，客家藍染產業與葉鼻蝠生態終能在太平區頭汴坑成功復甦！END



1. 美麗的太平藍染能夠融入許多設計。
2. 太平頭汴坑生態復育成功，蝙蝠洞終於有葉鼻蝠出沒蹤跡。