第四屆有事青年行動提案競賽-小組行動報告書

壹、行動名稱

GogogoldenCity 雞燈城市

貳、行動核心標語

雞燈 Light UP 氣氛 Cheer UP

參、封面照片

肆、行動簡介

我們透過雞燈作為載體，與多個不同單位合作，透過像素圖的方式表現活動意向，讓活動的生命力更以諧趣的方式往前延伸。
也透過很具體的形象推廣嘉義市的人型號誌燈未來有一天會變成火雞的圖案在馬路上奔馳。

伍、行動動機

嘉義 Podcast 頻道「雞絲放送」的主持人葉蕙瑄，有感於緊湊的現代生活節奏，人們更需要莞爾一笑的幽默感。於是他與工程師背景的陳長毅和平面設計師王薏瑄，共同發起「雞燈城市」行動，只要有雞燈出現的地方，代表有趣的事件正在城市發生。

陸、行動實踐過程

1. 雞燈設計

以兩個燈板作為仿照人行號誌燈的基底，燈版可以透過藍芽自由調整版面圖案以達到可以搭配不同活動以及畫面不斷進化的需求。

2. 活動測試

找尋可以與火雞或是需要燈的活動，第一場的城隍開普就是絕佳的合作對象，也在絕佳的位置首次曝光，後續就是持續性的與不同單位合作，嘗試不同的圖案，在設計師的協助下，讓圖案都可以完美的像素化。

3. 朝向變成人行號誌的目標前進

到街頭上放在各個號誌燈旁邊強化市民對於該燈未來的想像，收集大家的想法，讓這個城市的公共設施未來可以變得更加幽默。

柒、行動觀察與回饋

關係人A：嘉義市木頭人市集執行專員　蔡妍俞

◆支援活動-木頭人市集呆若木雞爛笑話馬拉松

覺得雞燈很有趣，尤其是可以手機立即更改顯示圖文這點。當天因為下雨所以圖示馬上更改成雨天慢行，還有配合雲雨的圖案。能夠因環境狀況配合顯示不同圖示，讓人感到雞燈的用心和細節。一般遊客若有注意到這點變化，也會覺得是生活中的一點小樂趣。

關係人B：七星藥局 吳至鎧

◆支援活動-大士爺廟祭-民雄商圈創意辦桌

當雞燈被放在廟埕，變得很明顯，有許多人找他們合照。

有趣的是，商圈的 logo 跟字轉化成霓虹燈，令人感覺新奇，因為本體比較小建議可以擺置在醒目的地方，比如活動會場門口、行人穿越號誌、小型派對上使用，蠻有意義的，尤其是可以客製化這件事。除了作為 slogan 宣傳，若可以做成舞台劇表演的字幕，或是卡拉 ok 伴唱機對唱的提詞機，覺得跟舞台車可以連結在一起。

在舞台車上講話的官員，就可以在雞燈上顯示職稱，可以做很好的搭配，「XXX 議員」、「XXX 市長」，也可以畫代表城市、官員的圖案與吉祥物。

藝文場合的話，走比較臺味的設定，就很有感覺，當天在辦桌擺放在騎虎王廟，若可以真的變成一個過馬路的活動號誌燈，引導大家走進會場，讓大家走進活動的過馬路也變成一個表演，以前吃辦桌也要過馬路，十分有復刻時代的氛圍。

關係人C：隊員 雞絲放送 愛麗絲

在人文、產業、永續、教育為核心的計畫中，有智慧科技、人控科技的成分在其中，令人覺得很興奮、也很耳目一新。

這樣的產品困難在於「產品背後的團隊需要隨機出動、且對於每次不同的使用情境作出調整」。雞燈的出現讓表演、活動的場合更多互動、躍動感，在傳遞幽默的同時，有聲音與符碼能與記憶連結，而「火雞」代表嘉義的意義，可以從「火雞肉飯」延伸到「火雞咯咯笑」，讓每個想到嘉義的人都能有油然而生的發笑感。

在目前雞燈已經出動了七次，有「嘉義靠爸第一品牌 stand up」、「有事青年行動計畫-駱城說書」、「嘉義市城隍廟中元祭開普」、「木頭人市集-呆若木雞爛笑話馬拉松」、「民雄大士爺廟民雄商圈創意辦桌」、「有事青年行動計畫-嘉義點點(城市色彩學工作坊)」、「有事青年行動計畫-二通市集」。

希望能有在嘉義街頭，看到行人穿越馬路時隨雞燈邁步，嘴角露出微笑的機會。

捌、團隊介紹

團隊成員列名：

組長：陳長毅

組員:葉蕙瑄

組員：王薏瑄

行動粉專連結：

https://www.instagram.com/2023gogogolden_city_chiayi/?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igshid=ZDNlZDc0MzIxNw

玖、行動量化效益

活動參與人數
活動總參與人數多達 1825 人

活動曝光瀏覽量
被看到的人次超過 2000 人
參與過七場不同的活動
並與嘉義七組不同的單位配合

其他相關數據
大士爺祭辦桌（20 桌）
城隍廟開普（參與拜拜人數超越 1000）
雞燈曾出現在各個媒體的版面當中
七場行動串聯（桃城駱書說書人演出、城隍廟中元祭、木頭人市集爛笑話馬拉松、大士爺文化祭、點亮二通祭、嘉義點點）
完成一座雞燈裝置
一部雞燈宣傳短片
一次街訪行動（製材所、秀泰影城外、文化路民族路十字路口）

嘉義靠爸
第一品牌

木頭人市集
爛笑話
馬拉松

嘉義
點點點

桃城駱書
說書人

點亮
二通祭

大士爺文化祭
民雄辦桌

城隍廟 中元祭