

南 華 大 學

環 境 與 藝 術 研 究 所

碩 士 論 文

文化政策與城市風格的重構：以高雄市為例 (1998-2005)

Cultural Policy and The Reconstruction of City Style:
The Case Study of Kaohsiung City (1998-2005)

研 究 生：章 明 會

指 導 教 授：李 謁 政 博 士 王 俐 容 博 士

中 華 民 國 九 十 五 年 六 月 二 十 三 日

南 華 大 學
環 境 與 藝 術 研 究 所
碩 士 學 位 論 文

文化政策與城市風格的重構：以高雄市為例(1998-2005)

Cultural Policy and The Reconstruction of City Style:

The Case Study of Kaohsiung City (1998-2005)

研究生：章明會

經考試合格特此證明

口試委員：賴宇誠

陳淑琴

指導教授：李政政 王例容

系主任(所長)：李政政

口試日期：中華民國 九十五年 六月 二十三日

謝 誌

撰寫謝誌是論文的最後一件事，此刻心情，可說是五味雜陳，需要致謝的對象難以數計，不願魯莽遺漏，又深知心中感激，如同這篇論文一樣，難以書盡。三年研究生的歲月，從考上研究所的志得意滿，到論文書寫期間的酸甜苦辣，乃至於結尾時的慷慨激昂……也許是天性使然，也許是藝術的薰陶，讓我得以堅持自我的信念，一路走來，始終如一。縱然知道這篇論文未盡完善之處甚多，進步空間仍大，儘管如此，在完成論文的這一刻，依然難掩心中的激盪和感動。

感激不盡的是指導教授王俐容老師，王老師對於一個非正規教育學程的學生，給予支持和鼓勵，對一個很有想法卻少有寫法的學生，給予鞭策和諒解，對一個思考跳躍又堅持的學生，給予包容和督促，能夠在王老師的指導下完成論文，是我最大的幸運。此外，感謝李謁政老師在指導過程中的建議和關心。感謝主持口試的委員賴守誠老師細心審閱論文內容並予以邏輯性的引導。感謝口試委員陳湘琴老師在城市照明等議程上提供寶貴的見解和實質建議。感謝在南華修課期間的魏光莒老師、薛方杰老師、何武璋老師、朱世雲老師、陳本源老師、郭建慧老師、陳正哲老師，在就學時對於學生思考的多方啟發。感謝系所助理英梅小姐在提交論文的程序上予以協助。

不能忘記的，更有可愛的同學們——和美智趕報告的日子，岳峰、汀君、永淇、建勇、冠欽的同室之誼，萬此、進榮、崇華、亮元、翠芬、玉婷，一起參與快樂的學習過程和多采多姿的課外活動，還有玫錦和碧嬌帶我們踏遍嘉義每個角落、吃喝玩樂，為研究所的每個春夏秋冬留下美好的回憶，謝謝他們。

感謝林熺俊局長、李俊賢館長、蘇志徹系主任、王志誠局長、楊娉育總幹事、謝佳伶小姐，在百忙之中，仍撥冗接受訪談，提供了極多珍貴的資訊，令我受益良多，也讓本研究得以如此切實、深入。感謝現就讀雲科大研究所的大學同學莉婷，在訪談的連繫與過程中友情支援，當然，一直關心我的趙大哥慕鶴和空大讀書會的好姊妹們、以及高雄市立空大的師長和同學們，感謝他們長期以來的關心。

在這個令人興奮的時刻，謹將此份努力的成果獻與我親愛的家人，尤其是在天堂的父親，他以善良的個性，教導我成人，他的以身作則，令我不斷努力精進，他一定感應到兒子的心意，深信他必定能以我為榮；而澎湖鄉下母親的敦敦教誨，更是我奮鬥的方向，最重要的，我必須謝謝家中的寶貝和兩個小寶貝邵騏與邵晶，他們是我安定又可靠的後盾，是我學習知識的動力，帶給我歡笑和安慰，也舒緩了論文寫作過程的種種壓力，一句「謝謝」實在不足以表達我心中的感謝。最後，願與所有愛護我的人共享這份喜悅。

明會 2006 夏 於高雄

摘要

本文探討文化政策與城市風格的關係，並嘗試說明高雄市城市受文化政策轉換的城市風格；基本上，城市風格的轉變，顯示出一個社會的文化再現(representation)方式所具有的獨特意義，在當中人類社會的形態與特質展現出來，所以本文試圖從高雄市自 1998 年政黨輪替後，在文化政策的建構過程中，探討城市風格的轉向與生活美學之面向。

本研究透過深度訪談及文獻資料蒐集分析的方式，將文化政策轉換之城市風格特性以市民感受做分類，發現可將其歸納為文化政策轉向、城市風格轉換、消費與美學意識三個面向；提出分析和理解，同時提供未來地方文化政策參考之建議。經過調查研究後，本研究歸納出下列幾點結論，依序如下：

- 一. 文化政策影響了高雄市「城市風格」的重構，但是因重構時間尚短，改變並不顯著，因此「海洋城市」這個政策還是政策口號大於實質義意的階段。
- 二. 高雄市「城市風格」出現和過去不同的轉向，城市光點初現，但是改變時間尚短，尚未形成鮮明的「城市風格」符碼。
- 三. 市民對藝術的解碼能力有疏離感，形成民眾處於被動的參與，主動的消費，市民的文化藝術美感品味養成尚無明顯的改變，而公共空間消費化及吸引消費明顯增加。

關鍵字：文化政策.城市風格.生活風格

Abstracts

The purpose of this study is to explore the relationship between a city's cultural policy and its style. Our attempt is to illustrate the influence of city government's change in cultural policy on the development of city style of Kaohsiung city. Essentially, a shift in city style generally reveals the distinct specification of cultural representation of a society, within which morphology and characteristics of human society is exhibited. The purpose of this study is to examine the change in city style and aesthetic life of Kaohsiung city in response to the rebuilding of cultural policy since the shift in political authority from KMT to DPP in 1998.

Through in-depth interviews, collection and analysis of documents and datas, we categorized the shift in city style in response to policy changes according to the feelings of city residents. It is discovered that the shift in style could be drawn into three aspects: the redirection of cultural policy, the change in city style, and the general public's sense and attitude towards consuming behaviour and aesthetics. Our study provides analysis and interpretation according to the above-listed fields, as well as suggestions on the development of local cultural policy for future reference.

After research and analysis, the following conclusions are drawn respectively:

1. Cultural policy has affected the reconstruction of "city style" of Kaohsiung. But on the other hand, since the period of reconstructing is still short, the change has not been significant. Therefore, the policy on building an "Ocean City" would likely remain a slogan at the moment, instead of having much

substantial meaning to the city and its residents.

2. There is redirection of “city style” of Kaohsiung that has been different from those of the past. Points of “light” appear around the city. But since the period of change is still short, these “lights” have not formed eye-catching symbols that could represent this city.
3. There is still a sense of dissociation between city residents with arts and cultural life. The ability of city residents to decode the meaning of arts and culture is not strong. As a result, residents tend to be passive in their participation in cultural activities, but, interestingly, rather active in taking the consumer role. There has not been obvious changes in the cultivation of residents’ cultural, artistic, or aesthetic taste. Consumerization of public spaces and attempts to attract consumer behaviour have increased significantly.

Keywords: cultural policy, city style, style of living

目 錄

第一章：導論

第一節：研究動機與目的-----	2
第二節：研究定義與範圍-----	4
一．研究定義	
二．研究範圍	
第三節：研究方法-----	20
一．研究個案	
二．文獻分析法	
三．深度訪談法	

第二章：文獻探討

第一節：都市發展與文化政策文獻-----	25
第二節：城市風格-----	29
第三節：生活風格與消費-----	32
一．生活風格的形成	
二．生活美學的解碼	
三．文化資本的厚實	
四．城市風格改變了消費形態	
第四節：台灣城市風格相關研究-----	37

第三章：高雄的歷史背景與台灣文化政策發展

第一節：台灣文化政策的發展與變遷-----	41
第二節：戰後高雄的文化政策和歷史背景-----	43
蘇南成主政時期(1985年5月~1990年6月)	
吳敦義主政時期(1990年6月~1998年12月)	
第三節：高雄市政黨輪替後的文化政策發展--海洋城市形塑初期(1998 2005)-----	56

第四章：空間重建與城市風格的建構—文化建設個案探討：城市光廊

第一節：重建背景與發展過程-----	63
第二節：從城市光廊看城市風格的分析-----	69
一．光的迷思	
二．城市光廊的公共藝術	
三．文化政策和都市更新	
四．城市流行的消費形式	
五．城市光廊第二期－水的延展和展演場所	
第三節：城市光廊對城市風格的影響-----	82
一．城市光廊對文化政策的影響	
二．城市光廊與城市空間影響	
三．城市光廊對市民的影響	

第五章：文化藝術活動與城市風格的建構：高雄國際貨櫃藝術節

第一節：藝術節背景與發展過程-----	91
第二節：從貨櫃藝術節看城市風格的分析-----	95
一．海洋城市是高雄城市風格的未來式？	
二．藝術節的空間再現與形式	
三．貨櫃藝術節的藝術性與風格	
第三節：貨櫃藝術節對於城市風格影響-----	110
一．貨櫃藝術節對文化政策的影響	
二．貨櫃藝術節與城市空間影響	
三．貨櫃藝術節對市民的影響	

第六章：結論

第一節：研究發現-----	114
一．文化政策影響了高雄市城市風格的發展	
二．「發現」高雄市城市風格的存在樣態	
三．城市風格是民眾文化藝術品味的解碼器	
第二節：研究限制與後續研究建議-----	118

參考文獻

一、書籍資料-----	119
二、文獻資料-----	120
三、報紙資料-----	122
四 網站資料-----	122
附錄一：訪談問題大綱-----	124
附錄二：相關法規-----	126

表 目 錄

第一章：導論

表 1-1	台閩地區各縣市藝文活動個數暨出席人口概況-----	6
表 1-2	台閩地區各縣市藝文活動個數暨出席人口概況-----	10
表 1-3	高雄市公立圖書館藏書概況-----	15
表 1-4	高雄市公立圖書館借閱概況-----	17
表 1-5	高雄市公立圖書館借閱率與網際網路使用率概況-----	18
表 1-6	訪談對象一覽表-----	23

第三章：戰後文化政策發展與高雄的歷史背景

表 3-1	高雄市文化政策方案施行一覽表(1985年5月至1990年6月)-----	47
表 3-2	高雄市文化政策方案施行一覽表(1990年6月至1998年12月)-----	53
表 3-3	高雄市文化政策方案施行一覽表(1998年12月至2005年3月)-----	58

第五章：文化藝術活動與城市風格的建構：以貨櫃藝術節為例

表 5-1	歷屆高雄市國際貨櫃藝術節資料-----	102
-------	---------------------	-----

圖 目 錄

第一章：導論

圖 1-1	高雄市藝文展演場次-----	13
圖 1-2	高雄市平均每千人享有圖書冊數-----	14
圖 1-3	圖書館借閱率與家戶網際網路使用率-----	18

第四章：空間重建與城市風格的建構：以城市光廊為例

圖 4-1	高雄市文化地圖：觀照城市風貌的兩條路徑-----	62
圖 4-2	城市光廊公車亭-----	65
圖 4-3	城市光廊 玻璃平台-----	70
圖 4-4	城市光廊 玻璃平台 2-----	70

圖 4-5	蘇志徹的「人、狗、梯、門、窗」	73
圖 4-6	蘇志徹的「人、狗、梯、門、窗」2	73
圖 4-7	林麗華的「太陽之頌」	74
圖 4-8	林麗華的「太陽之頌」2	74
圖 4-9	城市光廊公共藝術迴廊	74
圖 4-10	城市光廊公共藝術迴廊 2	74
圖 4-11	「SMILE—2001 希望之牆」	75
圖 4-12	城市光廊的咖啡吧	76
圖 4-13	城市光廊的露天咖啡座	78
圖 4-14	親水公園	80
圖 4-15	親水公園 2	80
圖 4-16	城市光廊一角	81
圖 4-17	城市光廊一角 2	81
圖 4-18	城市光廊一角 3	81
圖 4-19	城市光廊一角 4	81

第五章：文化藝術活動與城市風格的建構：以貨櫃藝術節為例

圖 5-1	保留在海洋之星的貨櫃創作作品	90
圖 5-2	第一屆「負海域“ Negative Sea ”」-林俊廷 (Lin Jiun-ting)	97
圖 5-3	第一屆「鹽牆“ Salt Wall ”」-譚偉平 (Tam Wai-ping, Lukas)	97
圖 5-4	第二屆「水起來」-米倉藝術家社區協會	98
圖 5-5	第二屆「潛望鏡“ Periscope ”」-瑞典 Linda Tedsdotter	98
圖 5-6	第二屆「聽冰，看海“ Listening to the Ice, Seeing the Sea. ”」 -Marianne Heske	98
圖 5-7	第三屆「海洋印象」-李孟龍	99
圖 5-8	2001 彩繪貨櫃遊街	101
圖 5-9	2003 貨櫃綵繪遊行地圖	104
圖 5-10	2005 貨櫃藝術節活動地圖	104
圖 5-11	第一屆作品「水之樂」運送計畫“ Water Happiness Movement ” -池田一 Ikeda, Ichi：日本 Japan	107
圖 5-12	第二屆「黑手打狗-勞工陣線」 -高雄市現代畫會-新濱碼頭藝術空間的	107
圖 5-13	第三屆作品「搶單 GAME BOX」-米倉藝術家社區協會	107

第一章

導論

第一節：研究動機與目的

第二節：研究定義與範圍

一、研究定義

二、研究範圍

第三節：研究方法

一、研究個案

二、文獻分析法

三、深度訪談法

第一節：研究動機與目的

這幾年高雄市變了!這是大部份外地人近幾年來的一般印象，然而許多住在高雄市的居民感受改變程度並不那麼直接和強烈，這是為什麼?因為在過去高雄市城市空間和藝文發展向來受到忽視，常常被視為「文化沙漠」；所以施政者的一些文化政策，即能快速的吸引外樞目光，成為焦點，事實上，居民的感受程度和實際參與程度有很大的關係，是什麼原因？產生了居民和外地人感受的差異呢？

從高雄歷史歷程來看，在過去台灣發展的過程中，從日本治理時期即將全島工業重心置於高雄，國民政府遷台後，延續的，將高雄市視為工業發展的重點，高雄市為台灣第二大都市和第一大港，亦是南台灣經濟發展的核心。過去高雄市被列為工業經濟發展的重心，吸引大量勞動人口聚居，形成今日的工商港埠，也塑造出高雄的重工業都市形象。

隨著經濟活動不斷發展，人民對生活品質的要求隨之提昇，高雄市的各種文化設施及活動也日益增加，藝文活動之推展已逐漸獲得成效；不過持續產生的藝術能量卻無法累積，藝術欣賞人口的成長也相當有限，讓人感覺到高雄的藝文環境不夠活絡，「文化沙漠」依然是高雄市的刻板印象。然而高雄市與台北市都是直轄市，為台灣較大規模的都市，但因台北市是政治首都，長期以來存在著重北輕南的現象，所以高雄市的發展和台北市相較之下並沒有顯著的發展。

自從 1998 年 12 月謝長廷市長就任後，提出「海洋城市」的口號，企圖轉換高雄市城市形象外，也凸顯了政績，推動一連串的文化藝術活動，改變了城市風格，和市民認同，這在謝長廷市長的連任中，加分不少，但是這樣的文化政策發展除了政治治理面向之外，實際上它確實影響了高雄市城市風格的轉變，所以研究過程中，關注的是城市風格的轉變和市民美感的提升，受到文化政策的交融過程，產生了何種漾態的城市風格。

本文研究目的在於發現一個「城市風格」經由文化政策轉換後，產生何種「城市風格」的存在樣態？透過文化政策的轉換後，「城市風格」是否表現出「高雄特色」？

當近幾年來高雄市不斷舉辦大型文化活動來作為都市形象更新、吸引外來觀光客的方式引人注意，這些都市文化方案如何被制定？內容如何被建構？市民參與的態度？突顯哪些不同於過往的象徵意義與論述？值得被關注。

一個城市該如何對外展現最具特色的一面，能否塑造形象來提升本身的吸引力與獨特性？城市給人們一貫的印象又是如何累積、傳播的，這些議題都是本研究感興趣的地方。

本研究將深入探討的問題有以下三者：

- 一. 高雄市於 1998-2005 年期間，文化政策是否影響了高雄市城市風格的發展？
- 二. 高雄市於 1998-2005 年期間，城市風格是否表現出「高雄特色」？
- 三. 高雄市於 1998-2005 年期間，市民文化藝術品味養成是否受到影響？

第二節：研究定義與範圍

一. 研究定義

從高雄市城市風格發展歷程來看，城市風格轉化變遷的過程中，爲了探究 1998-2005 年期間，城市風格作爲一種城市符碼的概念，對應這期間文化政策的施行或調整關係，且面對多樣性和廣泛的文化面向選擇上，研究定義界定如下：

高雄長期重工業的生活形態，以及「文化沙漠」的負面形象，長期以來高雄市被認爲是文化沙漠，「文化沙漠」這個語詞大約意味著幾件事：高雄的文化藝術活動少；文化空間少；歷史古蹟少。的確，以民國八十五年的文化統計資料顯示，當年台北的藝文活動數爲 4569 個，高雄只有 1623 個；出席藝文活動人口台北爲 33971.5 萬人次，高雄只有 339.4 萬人次；古蹟數量台北爲 33 個，高雄爲 8 個。直到 2003 年的情況如何呢？資料顯示目前台北的展演場地有 187 個，高雄只有 38 個；藝文活動台北爲 3578 個，高雄爲 1338 個，仍少於台南(1684)、新竹(1642)、桃園(1540)與宜蘭(1538)，但略勝於台中(1259)；參加藝文活動人次台北爲 1227.9 萬人次，高雄爲 914 萬人次，仍少於北縣(1311 萬人次)與台中(1217 萬人次)。由此，大約也可以推斷，高雄市民的文化參與可能是比較低的。¹因此本研究從以下六個高雄市藝文統計作進一步分析，作爲高雄市從工業城市到文化藝術城市的城市風格概念。

〔1〕 高雄市從 1996 年至 2003 年藝文活動的概況

〔2〕 高雄市政府與民間主辦藝文活動的情況

〔3〕 高雄市民參與藝文活動的情況

〔4〕 國外團體參與高雄市藝文活動的情況

¹ 以上引自王俐容，《全球化下的都市文化政策與發展：以高雄市爲例》，2006 年五月 22 日開南大學「全球化與行政治理」國際學術研討會。

〔5〕2004年後高雄市藝文環境的概況

〔6〕從高雄市民的閱讀情況觀看高雄市的文化氣息

〔1〕高雄市從1996年至2003年藝文活動的概況

因活動個數與場次會因活動規模大小而有所影響，故本研究以藝文活動的舉辦天數來觀察高雄市近年藝文環境的轉變。

首先，若以全國為對照組，觀察高雄市所舉辦的藝文活動天數，佔全國同年藝文活動總天數的百分比（詳見表 1-1）：

在民國 85 年，高雄市：全國 = 7.13%；

在民國 90 年，高雄市：全國 = 5.79%；

在民國 92 年，高雄市：全國 = 5.32。

可見高雄市在舉辦藝文活動的天數上，與全國各縣市相比有越見萎縮的現象，這其中影響因素甚多，包含人口數、文化經費預算、活動規模大小等等，故不能以此為高雄市藝文環境的衡量標準。

於是，本研究以首都台北市為對照組，比較高雄市與台北市舉辦藝文活動的天數，觀察高雄市與台北市的文化活躍性（詳見表 1-1）：

在民國 85 年，高雄市：台北市 = 6466：39551，大約 1：6；

在民國 90 年，高雄市：台北市 = 5554：28090，大約 1：5；

在民國 92 年，高雄市：台北市 = 5786：17753，大約 1：3。

由此可見，兩市在舉辦藝文活動的天數上，在近十年來有距離拉近的現象。

(表 1-1) 台閩地區各縣市藝文活動個數暨出席人口概況--依主辦單位分總類

民國 85 年	活動個數			活動場次			活動天數			出席人口 (千人次)		
縣市別	總計	政府單位主辦	民間單位主辦	總計	政府單位主辦	民間單位主辦	總計	政府單位主辦	民間單位主辦	總計	政府單位主辦	民間單位主辦
總計	19844	15112	4732	20333	14399	5934	90644	58755	31889	76009	68462	7547
台北市	4570	2214	2356	3781	2228	1553	39551	19952	19599	43431	40230	3202
高雄市	1623	1197	426	1284	971	313	6466	3833	2633	3394	2462	932
台灣省	13504	11575	1929	15089	11043	4046	44240	34651	9589	28994	25617	3377

民國 90 年	活動個數			活動場次			活動天數			出席人口 (千人次)		
縣市別	總計	政府單位主辦	民間單位主辦	總計	政府單位主辦	民間單位主辦	總計	政府單位主辦	民間單位主辦	總計	政府單位主辦	民間單位主辦
總計	18375	13914	4461	18031	13517	4514	95954	70720	25234	79624	71087	8536
台北市	3800	2017	1783	3909	1872	2037	28090	16742	11348	31834	27861	3973
高雄市	1043	610	433	808	359	449	5554	4551	1003	6859	6416	442
台灣省	13281	11071	2210	13079	11083	1996	61639	48845	12794	40812	36710	4102

民國 92 年	活動個數			活動場次			活動天數			出席人口 (千人次)		
縣市別	總計	政府單位主辦	民間單位主辦	總計	政府單位主辦	民間單位主辦	總計	政府單位主辦	民間單位主辦	總計	政府單位主辦	民間單位主辦
總計	20651	15914	4737	23070	17606	5464	108831	81285	27546	82455	76067	6389
台北市	3598	1968	1630	5018	2592	2426	17753	10328	7425	12279	10893	1387
高雄市	1338	1187	151	1159	982	177	5786	5130	656	9140	8834	306
台灣省	15397	12493	2904	16563	13745	2818	84441	65103	19338	60957	56266	4690

(資料來源：文建會藝文活動查詢資訊系統)

〔2〕高雄市政府與民間主辦藝文活動的情況

接下來，可以依藝文活動的主辦單位，來觀察近年來高雄市的政府單位與民間團體，在藝文活動參與程度（或主辦立場）的轉變（詳見表 1-1）。

在民國 85 年，高雄市政府單位主辦藝文活動百分比 = 73.75%，

高雄市民間團體主辦藝文活動百分比 = 26.25%，

政府主辦的藝文活動數目約為民間團體的 2.8 倍；

在民國 90 年，高雄市政府單位主辦藝文活動百分比 = 58.49%，

高雄市民間團體主辦藝文活動百分比 = 41.51%，

政府主辦的藝文活動數目約為民間團體的 1.4 倍；

在民國 92 年，高雄市政府單位主辦藝文活動百分比 = 88.71%，

高雄市民間團體主辦藝文活動百分比 = 11.29%，

政府主辦的藝文活動數目約為民間團體的 7.9 倍。

縱觀高雄市全年所推出藝文活動的總數，可以看出民間團體的「主辦」比率雖然在民國 90 年間有增長的情況，但相較於民國 85 年（平均每個民間團體舉辦活動的天數為 6.1 天），民國 90 年民間團體「主辦」活動的規模趨向小型，（平均每個活動的舉辦天數為 2.3 天），而在民國 92 年，民間團體的「主辦」比率雖有減少的情況，但平均每個民間團體舉辦活動的天數則加長為 4.34 天。而官方主導藝文活動的現象也於近年更見明顯。

〔3〕高雄市民參與藝文活動的情況

依出席人口÷活動天數，取得高雄市平均每場藝文活動的單日出席率，觀察

高雄市民對藝文活動參與（支持）程度的演變（詳見表 1-1）：

在民國 85 年，高雄市平均每場藝文活動的單日出席率 = 524.9 人/日，

在民國 90 年，高雄市平均每場藝文活動的單日出席率 = 1234.97 人/日，

在民國 92 年，高雄市平均每場藝文活動的單日出席率 = 1579.68 人/日。

比較台北市的相對統計數據（表 1-1）：

在民國 85 年，台北市平均每場藝文活動的單日出席率 = 1098.1 人/日，

在民國 90 年，台北市平均每場藝文活動的單日出席率 = 1133.3 人/日，

在民國 92 年，台北市平均每場藝文活動的單日出席率 = 691.7 人/日。

我們可以看到，除了先前所提高雄市舉辦的藝文活動總天數與台北市的差距縮小外，高雄市民對於藝文活動的平均出席率更是節節上升，也比台北市民來得踴躍，形成有趣的對比。

而由政府單位主辦藝文活動與民間團體主辦藝文活動的出席人口（表 1-1），微觀市民對於官方主辦藝文活動與民間團體主辦藝文活動的參與（支持）程度：

在民國 85 年，高雄市政府單位主辦藝文活動的出席人口 = 2462 千人次，

高雄市民間團體主辦藝文活動的出席人口 = 932 千人次，

政府主辦：民間主辦藝文活動的出席人口比例 = 2.64 倍；

在民國 90 年，高雄市政府單位主辦藝文活動的出席人口 = 6416 千人次，

高雄市民間團體主辦藝文活動的出席人口 = 442 千人次，

政府主辦：民間主辦藝文活動的出席人口比例 = 14.52 倍；

在民國 92 年，高雄市政府單位主辦藝文活動的出席人口 = 8834 千人次，

高雄市民間團體主辦藝文活動的出席人口 = 306 千人次，

政府主辦：民間主辦藝文活動的出席人口比例 = 28.87 倍。

由此可見，高雄市民除了在藝文活動的整體出席率有連續的大幅度成長外，對於官方推出的活動參與程度也以倍數增加，市民對藝文活動的熱絡與對市政府舉辦活動的信心及認同，都能在此略窺一二。

〔4〕國外團體參與高雄市藝文活動的情況

從國外藝文團隊赴高雄市展演的情況，觀察國外團隊對高雄市藝文環境（城市形象）的認同，亦可以推敲出高雄市藝文環境的國際形象。

首先，觀看以外國團體為主的活動舉辦個數（詳見表 1-2），比較高雄市與首都台北市佔全國的比例：

在民國 85 年，高雄市舉辦以外國人展演為主的活動，佔全國 9.49%，

台北市舉辦以外國人展演為主的活動，佔全國 20.92%；

在民國 90 年，高雄市舉辦以外國人展演為主的活動，佔全國 6.79%，

台北市舉辦以外國人展演為主的活動，佔全國 32.3%；

在民國 92 年，高雄市舉辦以外國人展演為主的活動，佔全國 11.68%，

台北市舉辦以外國人展演為主的活動，佔全國 29.55%。

高雄市舉辦以外國人展演為主的活動，佔全國的比例雖然略為上升，但與首都台北相比，差距則是較以往更為擴大。

(表 1-2) 台閩地區各縣市藝文活動個數暨出席人口概況--依展演者國籍分總類

民國 85 年	活動個數			活動場次			活動天數			出席人口 (千人次)		
縣市別	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主
總計	19844	16378	3466	20333	16974	3359	90644	81803	8841	76009	71710	4300
台北市	4570	3845	725	3781	3214	567	39551	33967	5584	43431	41590	1841
高雄市	1623	1294	329	1284	991	293	6466	5150	1316	3394	2778	616
台灣省	13504	11094	2410	15089	12596	2493	44240	42299	1941	28994	27156	1838

民國 90 年	活動個數			活動場次			活動天數			出席人口 (千人次)		
縣市別	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主
總計	18375	16329	2046	18031	15329	2702	95954	88608	7346	79624	69709	9915
台北市	3800	3139	661	3909	3183	726	28090	25054	3036	31834	27840	3994
高雄市	1043	904	139	808	676	132	5554	4706	848	6859	5429	1429
台灣省	13281	12059	1222	13079	11263	1816	61639	58214	3425	40812	36334	4478

民國 92 年	活動個數			活動場次			活動天數			出席人口 (千人次)		
縣市別	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主	總計	國人 展演為主	外國人 展演為主
總計	20651	18519	2132	23070	19455	3615	108831	99842	8989	82455	73217	9238
台北市	3598	2968	630	5018	3739	1279	17753	15191	2562	12279	9850	2429
高雄市	1338	1089	249	1159	910	249	5786	5151	635	9140	7297	1843
台灣省	15397	14155	1242	16563	14490	2073	84441	78660	5781	60957	56001	4956

(資料來源：文建會藝文活動查詢資訊系統)

此外，從各以外國團體展演為主的活動天數÷活動個數（表 1-2），觀察平均每
個以外國人展演為主的活動在高雄市的舉辦天數：

在民國 85 年，高雄市舉辦以外國人展演為主活動的平均天數：4 天，
 台北市舉辦以外國人展演為主活動的平均天數：7.7 天，
 全國舉辦以外國人展演為主的活動的平均天數：2.6 天；
在民國 90 年，高雄市舉辦以外國人展演為主活動的平均天數：6.1 天，
 台北市舉辦以外國人展演為主活動的平均天數：4.6 天，
 全國舉辦以外國人展演為主的活動的平均天數：3.6 天；
在民國 92 年，高雄市舉辦以外國人展演為主活動的平均天數：2.5 天，
 台北市舉辦以外國人展演為主活動的平均天數：4.1 天，
 全國舉辦以外國人展演為主的活動的平均天數：4.2 天；

以外國人展演為主的活動，在高雄市舉辦的平均天數有逐漸下降的情況，導致外
國人停留高雄展演的時間縮短。

所幸，以高雄市、台北市和全國平均每場以外國人展演為主藝文活動的單日
出席率（表 1-2），從高雄市民對相關藝文活動的參與（支持）程度，觀察高雄
市的文化氣氛時，有了以下的數據：

在民國 85 年，高雄市平均每場相關藝文活動的單日出席率 = 468.1 人/日，
 台北市平均每場相關藝文活動的單日出席率 = 329.7 人/日，
 全國平均每場相關的藝文活動的單日出席率 = 486.4 人/日；
在民國 90 年，高雄市平均每場相關藝文活動的單日出席率 = 1685.1 人/日，
 台北市平均每場相關藝文活動的單日出席率 = 1315.5 人/日，
 全國平均每場相關的藝文活動的單日出席率 = 1349.7 人/日；
在民國 92 年，高雄市平均每場相關藝文活動的單日出席率 = 2902.4 人/日，

台北市平均每場相關藝文活動的單日出席率 = 948.1 人/日，
全國平均每場相關的藝文活動的單日出席率 = 1027.7 人/日。

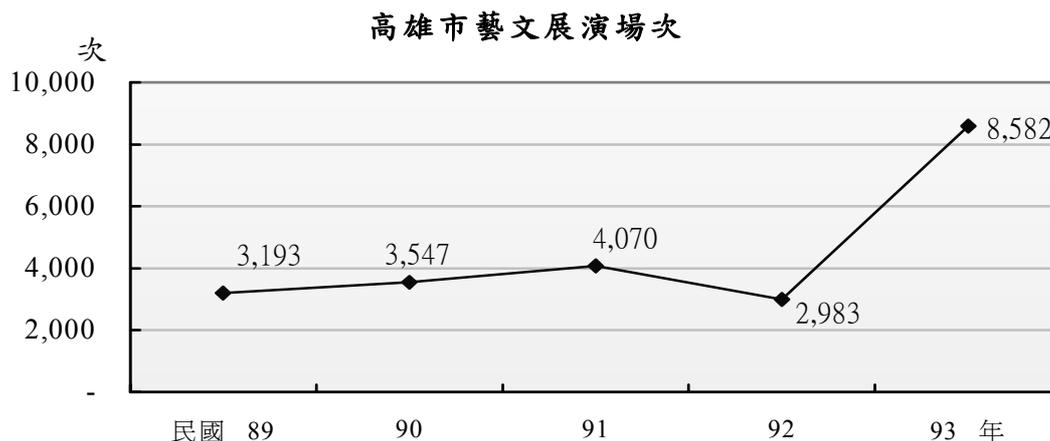
從統計數字得知：高雄市民對以外國人展演為主藝文活動相當捧場，在近年來的參與（支持）程度明顯上升，更超越了全國平均值甚多，這除了可以反映出市民的文化氣質提昇、對多元化、高品質外，藝文空間的改善與增建當然也是促成因素之一。反觀臺北市，民眾對以外國人展演為主藝文活動的參與程度則不如高雄市民來得熱絡，也低於全國平均！

〔5〕2004 年後高雄市藝文環境的概況

高雄市在 93 年藝文展演活動場次、參與人次都大幅增加，為近年新高（資料來源：「高雄市政府市政專題快訊」，94 年 9 月，）。

93 年高雄市府主辦多項藝文活動（93 年元月「2003 高雄國際貨櫃藝術節」、8 月「友善城市－街頭演藝」、9 月「2004 旗津國際啤酒節」、12 月「2004 高雄國際鋼雕藝術節」及「高雄建市八十週年系列活動－水高雄」），致 93 年高雄市藝文展演活動共計 8,582 場次，較 92 年大幅增加 5,599 場次或 187.70%（詳見圖 1-1）；參與人次 566 萬 3,000 人次，較 92 年亦大幅增加 292 萬 763 人次或 106.51%。另 93 年民俗類活動場次大量增加，係因各節日大量攤商參加所致。觀察高雄市近年來藝文展演活動場次，93 年展演場次較 89 年增加 168.78%，參與人次增加 112.43%。

根據高雄市政府文化局統計資料，94 年 1 至 8 月高雄市藝文展演活動場次及參與人次雖較 93 年同期減少，惟平均參與人次 1,032 人次卻較 93 年同期 879 人次增加 153 人次（國內表演團體平均 972 人次增加 181 人次、國外表演團體平均 2,605 人次增加 95 人次）。



(圖 1-1) 高雄市藝文展演場次

(資料來源：高雄市政府市政專題快訊，94 年 9 月)

藝文展演活動平均每場參與人次及平均每位市民參與次數係國家重要文化指標；高雄市 93 年因為配合建市 80 週年舉辦多項活動，導致平均每位市民參與次數大幅增加，94 年參與總人次雖然因活動減少而降低，但平均每場參與人次卻未減反增，顯示高雄市府為提昇高雄市市民文化參與的努力已見成效，反映出官方策劃、辦理各類藝文活動的積極性提昇，未來結合民間藝文社團，推廣藝文以充實市民文化生活內涵及藝文素養，實為有關單位亟須努力的課題。

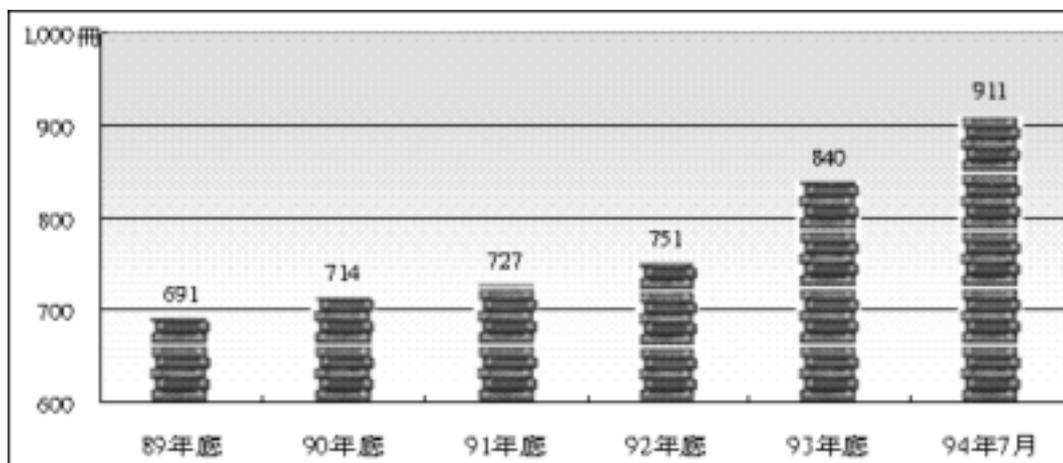
〔6〕從高雄市民的閱讀情況觀看高雄市的文化氣息

圖書館設備及使用率係國家重要文化指標，根據民國 85 年行政院主計處統計資料顯示，高雄人平均每人每年上圖書館 1.88 次，低於台北人的 2.99 次；高雄辦的藝文活動，平均每個活動只能吸引 2447 人，遠低於台北的 12,155 人，高雄人的文化參與遠不如台北人熱衷。(資料來源：行政院主計處、高雄市教育局；【1997-01-20/聯合晚報/02 版/話題新聞】)

高雄市近年來為配合政府倡導終身教育政策，並落實終身學習理念，根據高

雄市民求知需求，推動自動化服務等活動，增強民眾圖書資訊利用的興趣及能力，以期達成市民獨立自主學習的功能，高雄市公立圖書館近年來在充實設備、創造舒適閱覽空間及自動化服務上均獲致相當成果。

一、高雄市藏書冊數大幅增加：觀察高雄市公立圖書館藏書冊數，94年7月底藏書共計137萬7,791冊，較上年底126萬9,122冊增加10萬8,669冊或8.56%（表1-3），平均每千人享有圖書冊數911冊，較89年底增加220冊（圖1-2）；高雄市藏書冊數在五年間大幅增加的原因之一，是謝長廷前市長於93年11月時所發起的「一人一書，幸福高雄」捐書捐款活動，經高雄市民及企業界積極響應，致94年7月底高雄市公立圖書館藏書冊數已較92年底大幅增加21.49%，由此可見近年來高雄市政府對充實圖書提高市民知識水準的重視與努力。



（圖 1-2）高雄市平均每千人享有圖書冊數

（資料來源：高雄市政府市政專題快訊，94年8月）

(表 1-3) 高雄市公立圖書館藏書概況

年(月)別及 行政區別	藏 書 冊 數				期中人口 數(千人)	每千人享 有圖書
	總 計	中 文 書	外 文 書	其 他		
89 年底	1,024,517	969,083	23,560	31,874	1483.03	691
90 年底	1,066,052	1,008,668	23,819	33,565	1492.51	714
91 年底	1,092,212	1,030,643	23,930	37,639	1501.98	727
92 年底	1,134,087	1,072,078	23,929	38,080	1509.43	751
93 年底	1,269,122	1,206,255	24,052	38,815	1511.01	840
94 年 7 月底	1,377,791	1,314,252	24,171	39,368	1512.38	911
鹽埕區	57,919	55,891	988	1,040	29.71	1,950
鼓山區	183,402	179,448	—	3,954	113.23	1,620
左營區	113,513	113,229	—	284	180.61	628
楠梓區	148,668	148,074	64	530	162.87	913
三民區	251,068	238,892	11,390	786	359.27	699
新興區	116,502	110,195	9	6,298	59.00	1,975
前金區	130,309	122,551	550	7,208	31.01	4,203
苓雅區	198,599	168,680	11,154	18,765	192.70	1,031
前鎮區	94,660	94,427	—	233	201.02	471
旗津區	83,151	82,865	16	270	29.85	2,786

(資料來源：文化局)

備 註：1.藏書冊數係指年底數。

2.小港區原屬高雄市立圖書館之小港分館，爰自 87 年 6 月移撥高雄市立空中大學成立高雄 市立空中大學圖書館，資料暫不列入統計。

3.每千人享有圖書(冊)=藏書冊數/期中人口數(千人)

二、高雄市公立圖書館閱覽人次增加：高雄市於 94 年 1 至 7 月閱覽人次計有 277 萬 74 人次，較 93 年同期 265 萬 9,979 人次增加 11 萬 95 人次或 4.14%，借閱冊數 151 萬 5,516 冊則較 93 年同期 131 萬 1,237 冊增加 204,279 冊或 15.58%（表 1-4）。

觀察近年來高雄市公立圖書館借閱冊數：90 年 266 萬 5,554 冊為近 5 年來最高，之後逐年遞減至 93 年 234 萬 7,744 冊（-11.92%），但就閱覽人次比較，93 年高雄市公立圖書館的閱覽人次計 467 萬 5,800 人次，同時圖書館利用率為每千人 3,094 人次閱覽，並未呈現下滑現象，反而有上升趨勢（表 1-4）。

因此，由以上資料發現，高雄市民進入圖書館的人次並未減少，但借閱書籍的冊數卻明顯降低，這個事實反映出高雄市民使用圖書館的方式正在改變，傳統式借閱書籍回家閱覽的方式逐漸演變成喜歡在圖書館閱覽及查詢資料；另外，網路閱覽成為目前最熱門的閱覽方式，許多民眾透過電腦上網連線至圖書館查詢或下載所需資料，免除舟車勞頓之苦。事實上，從民國 89 年至 93 年，高雄市公立圖書館的網際網路使用率即已由原本的 37.91% 上升至 55.06%（表 1-5），成長逾 18 個百分點，此種因素勢將導致圖書館借閱率逐步下滑，在以圖書館借閱率衡量地方文化水平時，這是不容忽視的干擾因素。

(表 1-4) 高雄市公立圖書館借閱概況

年(月) 別及行 政區別	借 閱 冊 數				借閱 率(%)	閱 覽 人 次	每千人 圖 書 館 利 用 率
	總 計	中 文 書	外 文 書	其 他			
89 年	2,351,977	2,279,290	10,142	34,571	229.57	3,709,618	2,501
90 年	2,665,554	2,612,177	16,564	36,813	250.04	4,397,986	2,947
91 年	2,607,132	2,556,373	16,122	34,637	238.70	4,732,212	3,151
92 年	2,522,170	2,468,105	14,912	39,153	222.40	4,145,475	2,746
93 年	2,347,744	2,305,742	6,537	35,465	184.99	4,675,800	3,094
93年1-7月	1,311,237	1,288,022	4,139	19,076	107.65	2,659,979	1,760
94年1-7月	1,515,516	1,486,359	4,209	24,948	110.00	2,770,074	1,832
鹽埕區	92,534	91,259	1,272	3	24.21	16,302	545
鼓山區	176,759	175,088	—	1,671	14.42	333,321	2,960
左營區	77,383	77,376	—	7	10.16	126,723	703
楠梓區	194,103	194,103	—	—	19.60	310,082	1,908
三民區	316,555	315,494	871	190	19.05	519,512	1,444
新興區	88,895	88,862	—	33	11.34	188,438	3,186
前金區	102,296	102,271	25	—	11.39	468,191	15,043
苓雅區	239,282	214,301	2,041	22,940	17.26	321,832	1,665
前鎮區	187,120	187,044	—	76	29.76	273,491	1,358
旗津區	40,589	40,561	—	28	7.22	65,182	2,187

(資料來源：文化局)

備 註：1.左營分館目前封館整建中。

2.借閱率(%)=借閱冊數/藏書冊數*100。

3.每千人圖書館利用率=閱覽人次/期中人口數。

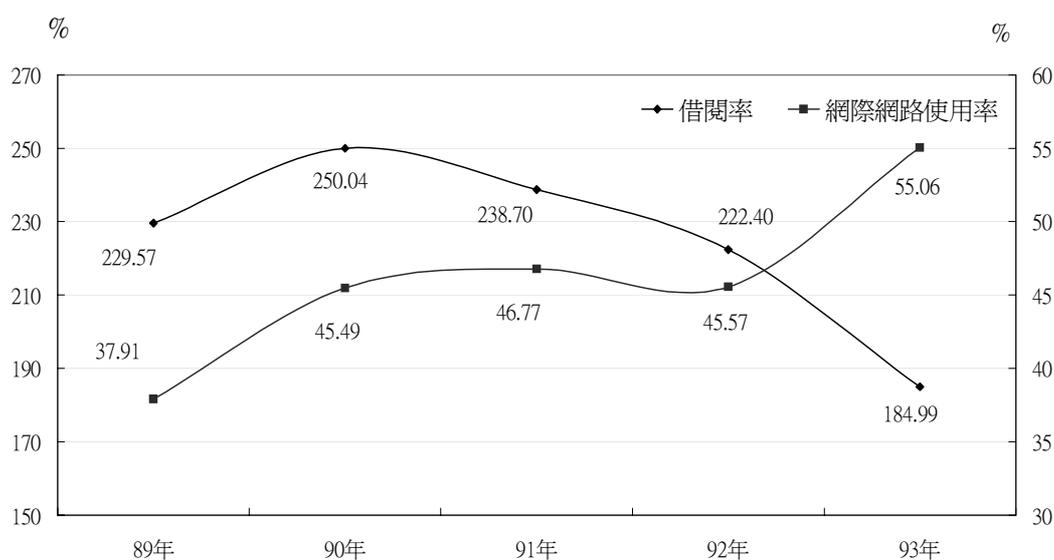
3.借閱率只計算月資料。

(表 1-5) 高雄市公立圖書館借閱率與網際網路使用率概況

年別	89 年	90 年	91 年	92 年	93 年
借閱率 (%)	229.57	250.04	238.70	222.40	184.99
網際網路使用率 (%)	37.91	45.49	46.77	47.57	55.06

(資料來源：高雄市統計手冊、高雄市文化局)

高雄市的圖書借閱率雖然隨著高雄市家戶網路使用率的提升而逐年下滑(圖 1-3)，但是閱覽人次並未減少，我們不難發現，在網際網路的功能與使用量不斷提昇、和網路圖書館的競爭下，高雄市民對圖書館的使用量 - 不論是閱覽還是使用網路系統 - 卻未削減，這充份反映出高雄市的書香環境、市民的讀書風氣，對自我成長的追求，以及對學習、工作與休閒上之資訊需求，都較從前旺盛，也顯示圖書館仍是市民最常利用的知識寶庫。



(圖 1-3) 圖書館借閱率與家戶網際網路使用率

(資料來源：高雄市政府市政專題快訊，94年8月)

二. 研究範圍

研究範圍從文化政策的角度來看都市更新過程中所顯現的一種城市風格，以謝長廷市長執政期間（1998～2005） 高雄市第一次政黨輪替為開端和結束。

傳統以來地方政府向來不重視文化藝術活動，藉由藝文活動呈現出市民藝術美學的人性內涵，但這通常被視為遙不可及的文化使命。但自從1998 年以來，高雄市的官方文化政策卻有了重大轉變，文化政策的內容傾向於突顯文化藝術活動、文化藝術建設，以及為高雄作城市行銷等，而表現形式更形活潑，強調文化藝術；行銷方面也採取較為積極作為，主要於公共空間的開放。這個變化是高雄市城市風格轉型，以及美學化消費模式興起的一環，也是城市文化治理益顯重要的表徵。

本研究從文化政策中的文化方案形成過程和執行後的現象來理解，在城市的形象轉換的路徑中，所產生的一種城市風格、文化、藝術與消費的問題，處理文化與認同的作用，本研究所關心的，是文化藝術如何被經濟、政治及消費的現實所生產，又如何地再生產自身的社會生產，並且從空間文化形式的角度，切入文化藝術的問題，也因此，藉由這些研究的過程和結論，來回答解決研究中所提出的問題。

所以研究範圍由文化活動方案的形成過程和空間的觀點，討論社會時代背景差異所形成之城市風格符碼，和文化藝術發展之影響，藉以從文化消費觀點下解析文化政策所產生的影響。

第三節：研究方法

綜合前述問題意識現象和研究面向，提出本研究之總體分析結構如下：

本研究採用研究個案和文獻分析法及深度訪談法。

一. 研究個案

所謂個案，就是一個有界限的系統，這個系統存在著某種行為類型，藉由這些行為類型，來了解系統的特性。根據《社會工作辭典》的定義，個案研究是指：「以某一個社會單元作為一個整體所從事的研究」，不過，並非個案研究的對象只能是一個，研究者視研究問題與目的，作為單一個案或多重個案選擇的參考依據。²

高雄市文化政策的形成過程，城市光廊、國際貨櫃藝術節第一屆到第三屆的兩個個案，都是以民間長期關心地方文化的市民提出建議和公部門研議協助下形成的文化政策，這是因為過去政府施政長期較不重視文化政策，一旦政府政策開始作文化轉向，即獲得大部份的民間支持和文化活動發展空間，但一切還是在萌芽期，短時間難以明顯的看出整體城市風格和文化政策成效。但由以上述這二個案例而論之，應可窺其一二。

研究選擇高雄市其中兩個個案作為研究來分析的問題，原因如下：本研究以1998 - 2005 高雄市由謝長廷市長執政期間，城市光廊與國際貨櫃藝術節，選擇這二個不同屬性的文化方案，進行高雄市藝文資源發展和城市風格形塑之研究基礎。第一個城市光廊，是屬於文化建設 BOT，因為高雄市中心公園「城市光廊」為全國第一個公園委外經營管理案的文化個案。第二個國際貨櫃藝術節，是屬於文化藝術活動性質的文化個案，因為貨櫃的象徵符號和高雄市重工業與港口息息

² 潘淑滿著，2003，《質性研究》，台北：心理出版社股份有限公司，pp244-245。

相關。

城市光廊是謝長廷市長執政時期，高雄市第一個公共藝術介入的公共空間的空間形式，也是一個文化建設個案，近年來在高雄市能見度較高，雖然愛河兩岸整治在高雄市也是一個標地，但因愛河兩岸河邊曼波咖啡經營方式類似城市光廊，所以選擇了城市光廊，因為城市光廊也是謝長廷主政期間第一個形成的文化建設個案，也是藝術創作題材的案例，較符合本文以文化藝術空間為主要的研究內容取向，所以將性質較接近的愛河兩岸河邊曼波視為是城市光廊延續下的另一個案。

另外一個個案是國際貨櫃藝術節為例，共舉辦三屆，是屬於文化藝術活動節的性質，標榜是高雄市在地符號的藝術創意活動，論述代表高雄性格，貨櫃代表長久以來高雄國際港的歷史背景，也是高雄港的象徵之一，因此貨櫃藝術節的藝術創作的高雄市性格內涵也是研究的重心所在，因為它美化了貨櫃的產業性表徵，形成在市民文化資本的累積和提升有正面的意義，還有文化活動的美感經驗，正是本文探討的重心和論述的基本方向。

二. 文獻分析法

本文研究初期即收集有關資料如市政府文宣，參加市政府活動時的活動資料，參加市政府研討會的會議資料等，還有在第二章提出文化政策文獻與都市發展文獻、城市風格、美學、文化品味等等的文獻進行研究解析。文獻分析法主要是將與研究問題有關的文獻，作有系統的鑑定、安排與分析；並將與研究問題有關的文獻，予以探討與評述、綜合與摘述。

而為便於本論文進行文獻探討 (literature review) 及就本論文的研究場域從事一般性探討，乃先蒐集相關出版書籍、報章雜誌媒體報導、官辦問卷調查結果、期刊論文、國家學位論文、及政府出版品等文獻予以研讀，並進行分析。

在文獻資料的取舍上，以在的文化政策和生活美學議題的研究領域中列為本論文進行文獻分析的主要對象。

三. 深度訪談法

訪談的目的，主要在透過關係人的對話與說明，提供協助捕捉參與者的觀點與經驗，並可以擴展層次與補充文獻的不足。深度訪談法是屬於質化研究取向的研究方法，質性研究抽樣標準不同於量化研究，其所重視的是樣本能提供「深度」和「內涵」、「社會實況的代表性」，即使是少數樣本或一位個案研究仍有其價值性。

因而，為釐清本研究的思維與見解，研究者將針對參與的文化個案訪談對象選擇本研究個案之召集人，創作藝術工作者，BOT 經營廠商，高雄市社團，行政官員等。計有城市光廊第一、二期策劃主持人林熺俊、第一期參與藝術創作者蘇志徹、國際貨櫃藝術節策展人李俊賢、英國領事館藝文參事謝佳伶、高雄市柴山會總幹事楊娉育為社團代表、高雄市文化局局長王志誠等共六人(表 1-6)，作深度訪談，以了解高雄市文化政策的過程和城市風格的轉換。

除楊娉育是在屏東縣三地門巧遇外未錄音外，其他受訪者皆為事先連絡，約定時間，現場錄音，現場訪談，另外林熺俊並表示訪談內容，需整理一份完整文字檔，可供以後其他研究者參考使用之，訪談內容整理全部逐字稿共五萬多字，因數量較多，所以只將與本研究有關的訪談內容引述在研究中。著因受訪者大多是研究個案主要策劃人或執行者，符合本研究較以在地和實際操作個案內容的研究取向，如林熺俊為城市光廊第一、二期的召集人，蘇志徹為城市光廊第一期的藝術作品創作者，李俊賢為貨櫃藝術節第一、二屆的策展人，另外以民間觀點的受訪者有在地社團的楊娉育和經營管理代表的謝佳伶，最後訪談了現任高雄市文化局長王志誠是官方唯一的受訪對象，主要目的在於回顧官方觀點，所以訪談內

容具廣度和深度，足以提供本文研究論文分析之。

訪談前，事先擬好訪談各類訪談問題：1.文化工作者 2.城市光廊 3.貨櫃藝術節（詳見附錄一）。

(表 1-6)訪談對象一覽表

類 群	姓 名	目前任職單位	任職關係	訪談時間	研究個案代表屬性
藝文	林熿俊	高雄縣觀光局 局長	召集人	2005.9.7	城市光廊
藝文	蘇志徹	樹德科技大學視覺傳達設計系 系主任	藝術家	2005.8.30	城市光廊
藝文	李俊賢	高雄市美術館 館長	召集人	2005.9.2	貨櫃藝術節
社團	楊娉育	高雄市柴山會 總幹事	在地社團	2005.7.27	高雄市生態社團
經營 BOT 案	謝佳伶	英國領事館 藝文參事	廠商代表	2005.9.3	英國領事館
行政官員	王志誠	高雄市文化局 局長	現任局長	2006.1.5	主管單位

第二章

文獻探討

第一節：都市發展與文化政策文獻

第二節：城市風格

第三節：生活風格與消費

一、生活風格的形成

二、生活美學的解碼

三、文化資本的厚實

四、城市風格改變了消費形態

第四節：台灣城市風格相關研究

本章將藉由檢閱相關文獻理論和研究，作為本研究發展之參考。第一節從都市發展與文化政策文獻之相關研究，來了解文化政策和城市發展的關係；第二節關心的是城市風格的相關問題；第三節是生活風格與消費：城市風格的形塑和居民美感品味密不可分，此節將來了解居民城市的生活風格與生活美學；第四節整理有關台灣城市風格的相關研究，並參考其研究內容加以探討之。

第一節：都市發展與文化政策文獻

根據聯合國教科文組織報告書，文化政策之定義，係指某種行動方案，有效運用社會資源，達成某些文化需求，完成有益的、有計劃的目標；或是指經界定的某些標準，可促進完整人格的實現與正常社會的發展。簡而言之，文化政策即有效運用社會資源，執行某種行動方案，以達成某些文化需求。現代文化政策通常含括兩大要義：生活化，以滿足民眾需求，不與民眾脫節；多元化，以涵蓋思想層面與生活層面之藝術、人文、科學……等寬廣內涵。³

文化政策指的是以體制的支援來引導美學創造力和集體生活方式，是一座連接這兩方面的橋樑。文化與政策在兩方面產生關聯：美學和人類學，在美學的世界裡，文化具指標作用，在各個社會團體中區分品味和身份。⁴文化政策是把治理性和品味合併起來，致力於生產主體，在個人或公眾層次上，形塑重複的舉止風格。⁵文化政策可以藉由它的領域(field)內容來定義它的特殊性。也就是關聯於政府在處理下列活動所採取的角色，即人類工藝品的創造、生產和維持，當然也包括這些活動的過程。在歐洲各國中，這些活動通常意指文化遺產----歷史紀念碑、考古遺址、博物館、建築；印刷品與文學----書籍、期刊、圖書館藏；音樂與特殊藝術；視覺藝術----圖畫、雕刻、版畫、照片；以及視聽活動等等。

³ 夏學理、凌公山、陳媛，2000，《文化行政》，台北：國立空中大學，p160。

⁴ 蔣淑貞，馮建三譯；Toby Miller, George Y' udice 著，2006，《文化政策》，台北：巨流，p001。

⁵ 蔣淑貞，馮建三譯；Toby Miller, George Y' udice 著，2006，《文化政策》，台北：巨流，p018。

我們可以將這些活動與過程看做一種特殊的現象----文化現象，但是它們也只是整體文化現象的一部分，並且是某一特定社會型態的表現。⁶

高雄市於 2003 年 1 月文化局才成立，文化政策有了一個較明確的主管機關，但是文化政策的制定仍須一段時間，直到 2005 年 6 月文化局出版(高雄文化發聲)(原訂高雄市文化白皮書)，是高雄市文化局第一份文化政策概要，但出版時間在研究時間的後期，因此本文研究文化政策廣義的介定在謝市長的海洋城市的城市文化訴求政策，探究 1998-2005 年，這期間的文化政策方向。

因此，文化政策與都市發展之間呈現某種緊密的連結，也對於都市發展帶來許多重要的影響。文化與政策在兩方面產生關連：美學和人類學。從美學層次來看，藝術的生產來自有創意的人，由美學的標準來評價，而評價的尺度則由文化評論和歷史所形塑。在美學世界裡，文化具指標作用，在各個社會團體中區分品味和身份。另一方面，以人類學的層面而言，文化意指我們生活的方式，對地方和人群的感受---這些感受即非個人亦非普世的，而是植基於語言、宗教、習慣、時代和空間。所以美學談的是人群之內的不同(例如，某個階級有文化資本去欣賞高級文化，另一個階級就沒有)，而人類學則側重人群和人群之間的不同。此外，文化政策指的是以體制的支援來引導美學創造力和集體生活方式，是一座連接這兩方面的橋樑。文化政策屬於技術幕僚而非創作：各種組織藉著政策的執行來透導、訓練、分配、資助、鼓勵和拒絕某些打著藝術家或藝術作品名號的行動和活動。另一種理解出現在學院的人類學以及新聞報導對時代精神(Zeitgeist)的解釋。⁷

文化政策的制定與發展在相當程度上取決對於文化現象的認知，尤其是來自於科學討論的認知，知識是一種心智狀態，而不是對現實的複本。對文化現象的特殊觀察角度下，從二次大戰以來將可以分四個階段來進行，首先是「大眾文明」

⁶ 林信華 著，2002，《文化政策新論-建構台灣新社會》，台北：揚智文化，p9。

⁷ 林信華 著，2002，《文化政策新論-建構台灣新社會》，台北：揚智文化，p9。

(mass civilization)時期(1945-1965)，表達文化現象的符號系統是精神與人格的展現。

第二個時期為「通俗文化」(popular culture)時期(1965-1985)，相對於前面觀念主義式的文化現象，符號與其系統所表現的並不是精神與個性的意義，而是不同群眾的活動表現。

第三個時期為「消費文化與文化壯觀化」(consumer culture and spectacularisation of culture)時期(1985-1995)。文化現象由文化的生產者的活動轉向消費者的興趣，因為文化所賴以表達的符號系統逐漸被市場社會所取代。在消費行為當中，不但文化被製成產品，消費者的個性也被形塑。

第四個時期為「多重文化」(multi-culture)時期(1995-)，人民的文化參與將是文化再生產與意義結構重建的承載者。所有的文化就算不是共生的，也是能夠和平共存的。然而全球化的共同背景仍然顯見出權力的解除中心化及分散、事實上這是一個屬於當代的一個文化生活方式，它必須尊重差異(difference)，而不是建構具有力量的同一(identity)。18世紀品味哲學的冒現，與治理性的計劃同步，取代了昔日由宗教和神權政治樹立的社會權威，把品味歸於世俗社會的範疇，由社會來制定現代的行為標準。從這個利基點來看，品味的教育和演練須以訓誡為前提，而且經由文化，內化到主體的心理。文化政策是把治理性和品味合併起來，致力於生產主體，在個人或公眾層次上，形塑重複的舉止風格。⁸

從都市發展的角度來看，都市文化治理的場域不僅涵蓋了「文化領導權」和「文化經濟」這兩個主要部分，也牽涉了城市生活經驗的詮釋，以及市民社會的形構。文化領導權指涉的是官方代表和引導市民認同、城市意義及都市發展藍圖的地位；領導權概念挪用自葛蘭西(Gramsci)的觀點，其指稱統治階級在國家和經濟之間的市民社會領域裡積極發揮其知識、道德和意識形態的影響，目的在

⁸ 林信華 著，2002，《文化政策新論-建構台灣新社會》，台北：揚智文化，pp12-13。

於說服市民接受統治階級在經濟和文化上的正當性。威廉斯(Raymond Williams)把葛蘭西的霸權觀念應用在文化上，將其定義為支配(dominant)，它與殘餘(residual)和冒現(emergent)進行抗爭。霸權的鞏固有賴於「支配文化」，它使用教育、哲學、宗教、宣傳和藝術等方式，使其支配看起來很平常又自然，社會各階層都能接受。能達成這種「共識」，才能建立「道德國家」的形象，也才能贏得全體人民不分階級為其效忠。新冒現的文化要不是靠新階級提倡，就是受支配文化所吸納，成為霸權的一部份。威廉斯把這些作法稱做「情感結構」(structure of feeling)，也就是一個時代的無形資產，足以解釋或發展生命的品質。文化治理乃是權力規制、統治機構和知識形式（及其再現模式）的複雜連結。簡言之，文化治理的根本意涵在於作為文化政治的場域，是透過敘事、象徵模塑等再現技術或裝置，來形構城市形象、界定都市意義和市民身分，並藉此操作權力關係、分配資源的制度性程序或機制。⁹

而 18 世紀哲學家康德在其《判斷力的批判》(Critique of Judgement)中，認為品味是「沒有法律約束的守法行為」。他的意思是說，美學活動如果由教育來督導的話，就會產生一種效果和一種「知識」，是普世的「道德實踐規律」，獨立於私人利益之外。

都市文化活動之發展，近年來成為各國在因應都市國際化與全球化所帶來文化衝擊，以及地方經濟蕭條時，重要的都市經濟與文化發展策略(Zukin,1995)因此，城市風格的形塑可能是文化政策的結果，但端視於哪一個階段。以第四階段的文化政策而言，人民的文化參與將是城市風格文化再生產與意義結構重建的承載者，也是城市風格的創作者，從人民的角度出發，建構一個在地文化的城市風格。

⁹ 林信華 著，2002，《文化政策新論-建構台灣新社會》，台北：揚智文化，pp12-15。

第二節：城市風格

從保羅·克利(Paul)對於風格的觀點來說，「所有造型都是運動，因為他們會從一個地方開始並在一個地方結束。從世界觀到形式，再到風格---風格是概念的判斷標準。風格是人對於凡世(靜態)與來世(動態)這樣的問題之態度」。¹⁰ 既然風格是概念的判斷標準，也是一種知覺之意識型態，城市風格這個概念，是城市風格經過文化政策轉換後，產生了何種城市符碼，是一種時代的殘餘，在社會治理的過程中，從歷史的脈絡中，存在的一種定位和符號，這種符號在投射在下一個時代當中，產生另一個符號，所以「城市風格」成爲一種時代的符碼，一種城市的代號。

另外從沃夫林提到什麼是風格的問題來看，他說：「什麼是風格?哪裏可以找到組織風格的法則?」他從藝術史上的兩個重要時期的藝術創作來進行研究，並從中論證了其風格統一性的觀點：十六世紀是「古典的」藝術風格，而十七世紀則是「巴洛克的」藝術風格。於是形式主義對解讀藝術的主張有了如下的起點：風格是一個時期和一種民族精神狀態的表達，這種表達並不自由，它被局限在一個符碼中，而這個符碼本身的歷史則是完全獨立自主的」。¹¹ 這個符碼的概念是藝術的解讀，反應在城市風格的概念上是同樣的，一個城市風格的概念應同樣來自人生的解理。如同康丁斯基對於形式的解說：

形式是否個人的、國家的、有風格的、是否符合潮流的，是否與其他形式相關或是孤立都不重要；重要的是，這個形式的產生，是否基於內在的需要！一個形式發生於某個時空，也是基於那個時空的必要性。內在需要主要來自三個神秘的因素，它們由三個神秘的必要性組成：

- (1) 每一個藝術家是創造者，表現出自己的(個人的元素)。
- (2) 每一個藝術家是時代的孩子，他表現出時代所特有的(風格內在價值的元素，由時代的語言，國家的語言組成)。

¹⁰ 保羅·克利 PAUL KLEE 著；周群超 譯，1999，《保羅·克利教學手記》，台北：藝術家，p54。

¹¹ 引自 Jean-Luc Chalumeau 著；王玉齡 譯，1996，《藝術解讀》，台北：遠流，p130。

- (3) 每一個藝術家都是藝術的僕人，表現藝術一般所特有的（純粹、永恆藝術性的元素，它通過所有的人，種族、時代，在每個藝術家、每個時代、每個國家的藝術作品裏可以看到。它是藝術最重要的元素，沒有時空。）¹²

其中第二點「風格內在價值的元素，由時代的語言，國家的語言組成」的概念是本研究對於城市風格名詞的定義，（風格內在價值的元素，由時代的語言，城市的語言組成）包括了藝術家的創作和時代的語言，所形成的城市風格形式，是可以跟隨時空存留下來的，而這個城市風格形式的必要性是否基於內在的需要，這個內在的需要是否適用於城市風格，在研究中應可檢視這個問題。

城市風格的形成如同過去高雄市有工業城和文化沙漠的稱號，是一種廣義的城市品牌。城市品牌 city branding <品牌>一詞的英文 brand，原意是在牲口身上烙印做記號和標識，<城市品牌>的課題，就是一個城市把自己烙上一眼可辨的標誌。¹³風格為視覺之意識型態（Nicos Hddjinicolaou，1987），為看得見的意識型態表現在空間成爲「空間形式」。但若進一步說，一個特有之看得見的意識型態在空間形式上的表現，可稱之爲「空間的文化形式」（The cultural form of space）。¹⁴施鴻志則認爲一個地區之意象與風格的形成，乃是：取決於環境特色，實質空間型態及活動三者交互作用所獲得之綜合印象，因此風格的型塑應該是具地方共識的，其風格特色的型塑亦應該先透過共識的建立，然後再經由專業規劃、上位政策引導方能適確的型塑城市的風格。¹⁵

對班雅明來說，如何「閱讀」都市，關鍵議題在於都市景觀如何詮釋，及其意義在於每一個人經驗的脈絡中，他關注個人如何就他們自己的經驗，靠「指引」與地圖的協助獲得都市的感覺意識，斷定由個人生活所發生而詮釋，通常詳細解

¹² 整理自 Kandinsky 康丁斯基著；吳瑪俐譯，1998，《藝術的精神性》，藝術家出版社，pp52-59。

¹³ 聯合晚報 94.4.5. 第 7 版。

¹⁴ 廖世璋，1992，《虛構的空間文化形式—以 1991 年台北市住宅類之預售屋廣告爲例》，台北：立台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文，p124。

¹⁵ 施鴻志著，2000，《地區經營管理》，建都文化。節錄自潘有諒，2001，〈地方政府推動地區行銷之策略規劃研究-以燕巢鄉爲例〉。P18。

剖研究人們的都市生活經驗是實證主義或以存在主義為根基。但這兩者將個人看成是在文化真空，沒有考慮他們他們對地方的了解和價值如何與更廣大的文化社會力相關聯，班雅明的計畫，建立經驗與文化象徵之關係，並不偏向那一方。班雅明認為都市是人們的記憶和過去的儲藏室，也是文化傳統和價值的儲藏處。¹⁶

Sharon Zukin 描繪 Manhattan, New York 地區的變化，從成衣工業血汗工廠地區，經過了去工業化，轉變為波希米亞(Bohemian)藝術家占有工廠廠房空間共轉成家庭閣樓(lofts)。這是為重建工業房地做出某些美學品味的表達方式，也是便宜的取得市內地點為居處的方式。這使得該地區「有意思」(interest-ing)，因它鼓勵開設藝術畫廊和一些專門店，這地方變得較適於居住。Zukin 將解釋建立在源自哈維(Harvey)的概念，但給文化因素塑造生活空間相當的分量。¹⁷仕仲化必要條件，是此過程首先有文化先鋒起初移入地區，而給予了合法性。

安德森(S. Anderson)對「特別街道」元素的理解：「是它(特別街道)的屬性及其與周遭的關係：它的發展趨向與鄰近街道的分野：它的結構性功能增加了城市的場所感，從而將城市建設起來：它趨向減少無準的、無界限式的城市組織。可以說它的實質屬性在其的別的尺寸、特別的位置」。¹⁸

高雄市的都市光廊位於市中心的位置，也形成了安德森(S. Anderson)所謂「特別街道」的概念。

城市風格也與觀光旅遊的發展有關；觀光旅遊已有很長的歷史，但是近年成長顯著，各地方被迫銷售自己以便吸引貿易。觀光旅遊促銷者利用都市象徵吸引遊客，成功的利用都市意象的著名例子是蘇格蘭的 Glasgow，它在 1980 年代中期推動改進形象的活動「格拉斯哥邁向更美好」(Glasgow's Miles Better)的

¹⁶ 孫清山譯，Mike Savage Alan Warde 著，2004，《都市社會學》，台北：五南圖書出版公司，p146。

¹⁷ 孫清山譯，Mike Savage Alan Warde 著，2004，《都市社會學》，台北：五南圖書出版公司，pp88-89。

¹⁸ 郭恩慈編輯，1998，《香港空間製造》，香港：Crabs Company Limited，p210。

促銷活動包括使用容易再製的識別圖案(Logo)，並使用新藝術派以曲線裝飾樣式在建築物，圖畫和印在信紙上的信頭上，這都有關 Glasgow 的建築師，Charles Rennie Mackintosh。這種符號策略成功的膨脹觀光客數量十年間從七十萬到三百萬。許多歐洲城市實行同樣的策略。¹⁹

第三節：生活風格與消費

一.生活風格的形成

城市風格的組合元素在於人民的生活風格，如同 Bourdieu 關於生活風格的經典研究《秀異：品味判斷的社會批判》(Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste)，清楚的看到，生活風格在人與人互動的過程中所發揮的作用(Bourdieu, 1984)。對 Bourdieu 而言，社會其實是一個大型的空間座標場域，在其中每個成員都可以找到屬於自己的相關位置(position)，而成員的思考與行為傾向(disposition)是其與所在社會位置密切互動之後所生成的結果。透過生活風格，現代人認識到自己以及他者在社會空間座標圖上的位置。若是把社會生活世界當作是一可解讀的文本(text)，能夠充份掌握其語意的即是生活風格。德國社會學者 Matthias Michailow 提出生活風格語意學(Lebensstilsemantik, semantics of lifestyle)概念，主張生活風格在現代社會上發揮類似語意學的功能：現代人越來越是以生活風格作為意義生成的基礎，去認識與詮釋生活周遭的人事物。另外英國社會學家 Anthony Giddens 認為，面對社會的劇烈變遷，現代社會需要新的社會政治理論，Giddens 稱之為生活政治，就是生活風

¹⁹ 孫清山 譯，Mike Savage Alan Warde 著，2004，《都市社會學》，台北：五南圖書出版公司，p157。

格政治。²⁰

「生活風格」是指涉特定身份團體的獨特生活風格，就具有某種嚴格的社會學意義，而在當代的消費文化中，它所指的是個性、自我表現，以及風格的自我意識。一個人的身體、衣服、話語、休閒消遣、飲食偏好、住家、車子與假期去處等等，都標示了擁有者/消費者的風格與品味的個體性。相較於被稱做灰暗溫馴主義年代的 50 年代，那個大眾消費的年代，隨著生產技術的變遷、市場分眾的過程，以及消費者對更多類型產品的需求，不僅使 60 年代之後的年輕人有了更大的選擇權（善用選擇因此成爲一種藝術），中年人和老年人也逐漸如此……我們正邁向一個沒有固定身份團體的社會，在這樣的社會中，選擇生活風格（展現在你所選擇的衣服、休閒活動、消費品與身體裝飾）不再需要配合固定的身份團體。²¹

雖然個人時尚消費的獨特生活風格是一種選擇的過程，消費也是當代認識和體驗城市，產生記憶和認同的基本場域。然而城市不斷變動，生活其中的人群、社會關係和空間形式不斷流轉變換，很難想像有城市風格的整體或全貌，任何城市呈現在當下必定是片段、局部的，必須要時間的歷程，在回來印證。

二.生活美學的解碼

城市風格的解碼器即爲生活美學，學者 Featherstone 認爲，生活美學化有三項意涵：第一是藝術家(如達達主義者)試圖顛覆生活藝術之界線所提出的創作理念與美學運動；第二是長久以來知識份子(如 G .E .Moore 等人)所提倡的「生活即是藝術」生活哲學觀念；第三則是大量的符號在現代日常生活中出現且快速的流動(Featherstone, 1991:66-67)。對於 Featherstone 第三項意涵，Bourdieu

²⁰ 劉維公，2001，《東吳社會學報，消費文化 NO.11》，東吳大學，pp125-126。

²¹ Robert Bocoock 著；張君玫、黃鵬仁 譯，2003，《消費》，台北：巨流圖書公司，p52。

與 Schulze 皆主張，美學感受基本上是一種解碼動作(deciphering operation)而有能力解碼的人，是那些掌握到必要的符碼(code)的人。人們無法欣賞特定(尤其前衛)的藝術作品或是其他美學事物，往往即是因為缺乏可以幫助解讀的符碼。消費商品是象徵符號的承接者，生活美學可以說是解碼器，現代人運用它解開生活周遭的符號所代表的象徵意義，生活美學使得這些象徵符號不再是混亂的亂碼，而是引發美感的代碼。²²

康德認為是普世特點的基礎，就是公共領域(the public sphere)，它的社會性植基於資產階級(bourgeois)的現代性中：「品味做為一種共感(sensus communis)」或「公共意義，也就是一種批判能力，於反省時(先驗地)考慮到每個人的表現形式，這種判斷力要與人類共有的理性放在同一天平上掂秤」(Kant151)。²³

公共領域的美感品味，除了個人主觀性之外，客觀性的社會環境也是影響的層面，所以「品味標準」(standards of taste)在公共領域的階級中明顯被劃分，並被文化治理運用中，如同保守評論家Hilton Kramer在近來美國文化戰爭論辯時所用的詞，「它正是霸權的重要手段，用來區別社會，將之科層化(stratifying)」。²⁴

再者如同厄迪(Pierre Bourdieu)所言：

文化並非某人本是如此(is)，而是某人去得到擁有的(has)，或者應該說某人變化形成的(become)；謹記是社會條件促成美學經驗以及某一些人-藝術愛好者或”品味人士”-的存在。「品味」在布厄迪說來是一種「文化資本」的形成，藉由「品味」，各種身份團體可以產生差別待遇和區分。²⁵

²² 劉維公，2001，《東吳社會學報》，消費文化NO.11》，東吳大學，pp126-128。

²³ 蔣淑貞，馮建三譯；Toby Miller,George Yüdice 著，2006，《文化政策》，台北：巨流，p10。

²⁴ 蔣淑貞，馮建三譯；Toby Miller,George Yüdice 著，2006，《文化政策》，台北：巨流，p17。

²⁵ 布厄迪著，林明澤譯《藝術品味與文化資產》一文，引自吳潛誠總校編，1998《文化與社會》，台北：遠流，p269。

以品味產生階級，創造並保持了一種符號價值的認同感。也因此，於消費物質連結的價值關係，瞬由使用價值轉化成交換價值，乃至於最終成為象徵價值。

三.文化資本的厚實

然後城市風格厚實文化智識資本，布厄迪 (Pierre Bourdieu) 把「資本」一詞擴大到文化與教育的領域，賦予它第二重的意義。他指出，智識資本 (intellectual capital) 有別於經濟資本。在現代的、工業的、資本主義的社會中，教育系統衍生出了另一種資本結構，這種資本的基礎在於以下能力：談論或書寫文化事務，創造新的文化產品，從哲學和社會科學的文本，到小說、繪畫、建築、電影、電視節目、衣服、家具和室內裝飾。布厄迪 (Pierre Bourdieu) 所談的智識資本是智識與藝術階層定義下的「文化資本」(cultural capital)，知識和藝術階層不僅創造和詮釋了高級文化---藝術、文學，甚至某些社會科學與純自然科學。選讀小說、買畫、出入戲院、劇場、體育活動、各種音樂會的能力，都可以說是消費。它們不僅需要金錢和時間(休閒時間)，要參加這些活動，還必須先對某種美學或是體育養成特定的品味。這種品味，都必須在教育的環境中被創造、發展與涵養。²⁶

四.城市風格改變了消費形態

城市風格改變了消費形態，消費已不再單純只是成為實用的價值定論，而是成為一種社會象徵與階級溝通的媒介功能，也是作為社會不同階層的區辨準則，以宣稱自己的休閒消費品味是否具備其優越或正當性，並指涉不同社會階層因其共有的習性所展現出秀異的休閒消費品味 (taste)，同時也最能表現出自我的社

²⁶ Robert Bocoock 著；張君玫、黃鵬仁 譯，2003，《消費》，台北：巨流圖書公司，pp62-66。

會位置 (Bourdieu, 1989)。具體而言，不同階層的個人會運用他們所能掌握經濟資本和文化財、教育資本，展示各自特有的言行，用以將自己從其他低下的文化品味區分出來 (劉維公譯, 1992)。藉以排除異己 (other) 的休閒方式，就好像文化菁英者透過語言企圖建構出一種高雅的休閒活動，以便去除一些低層、草莽、庸俗的休閒文化，此乃是 Bourdieu 所指稱的象徵暴力 (symbolic violence)。這說明了每一個社會階層的人們都積極地想獲取對於自己是最大利益的象徵，具體競爭方式是藉由凝視關係與語言宣稱，以確定自己的休閒品味具有正當性，以及達到區分自我與異己之階級分隔意識。

城市光廊的消費和品味的風格走向，就如所言詹明信指出後現代性指涉了資本主義的斷代。此一新階段的特性包括，消費漸成爲核心的社會、經濟、文化過程，以及資本主義透過跨國公司越來越具有全球性的影響力。「後現代」一詞也表示，社會階級在人們心目中越來越不重要，而其他類型的認同取向卻日形重要 (見 Lash and Friedman, 1992：導論)。後現代的觀念可以彰顯出，消費做爲主要的社會與文化過程，以及消費主義做爲一種意識型態，已經成爲後現代的特性。此一分析的概念也可以關連到某個趨勢：即「高級」藝術和大眾藝術之間不在涇渭分明。建築界不再執著於現代講求功能的建築方式，而講究裝飾、色彩以及早期特色的應用。此外，在「現代」的情境中，一個人在生產過程中的工作角色被定義爲主要的認同，而在後現代的認同建構中，與生產對比的消費活動才是最主要的認同基礎 (Kellner, 1992)。在後現代的情境中，品味、風格、興趣、休閒、政治或宗教「寄託」都可能急速轉變。風格、就業、刺激、在工作或遊戲中避無聊、吸引自己和吸引別人，這些變成了主要的生命關懷，並影響了現代性中的消費模式，而不只是盲從「上流」社會身份團體的生活方式和消費模式。²⁷所以產生了「慾望」。

Ritzer 認爲，人類社會發展的重心已從生產部門移轉到消費部門，從工業

²⁷ Robert Bocoock 著；張君玫、黃鵬仁 譯，2003，《消費》，台北：互流圖書公司，pp78-81。

社會來到消費社會，不同於過去的資本主義積極地發展提高生產力的生產工具，現今的資本主義反而是在致力於研發新的消費工具(Ritzer:1998:120)。消費商品透過其所承載的象徵意義，成為超級語言與風俗習慣等差異的共同文化經驗與體會。召喚消費者購買慾望，進而累積資本的利潤，消費商品以意義的承載者的方式，進入到世界各地的文化系統中，加速文化全球化的發展。從新消費工具觀點出發，Ritzer 認為，全球化事實上是美國化，在美國的影響下，世界的經濟、政治及文化將朝同質化發展。但是學者 John Tomlinson 指出，雖然文化帝國主義論想要表達即宰制(domination)，即全球文化成為霸權文化(hegemonic culture)，威脅壓制其他文化的生存空間，但其宰制意涵卻是相當複雜的指涉：有時指的是美國對歐洲的宰制，同時也可以是西方對其他世界、核心對邊陲、現代對傳統、或資本主義對全世界的宰制。

第四節：台灣城市風格相關研究

台灣與城市風格相關研究可分為以下幾類：城市空間的規劃與發展；城市文化的形成與建構；城市意像與地方行銷、觀光；城市風格與消費文化等等。

城市空間的規劃與發展：

如王彥中(2003)的《風格化與生活型態的辨證：高雄鹽埕臨港住居空間的建構》，探索港市合一後的高雄論述，如何從空間規劃做為在地居民表現生活風格的舞台，如此建立高雄城市的生活風格；蔡松柏(2002)的《從都市發展歷程探討竹塹城空間結構變遷之研究》，探討以都市發展歷程之脈絡，探討從清領時期至日治時期空間結構的變遷，以「時間」及「空間」的向度，分析背後的支配因素，如何改變、創造並影響整體空間的變化；洪佳君(2003)的《全球與在地的對話：台中市都市規劃的空間想像》，分析在現今生產演變的全球化過程中，如何接應

其影響，而轉變現在的都市型態；以及陳娛如(2004)《論改造高雄視覺藝術環境—鹽埕藝術專區之規畫提案》，探討高雄市視覺藝術環境的現況及改善之道，進而改變城市形象，成為培育和提倡當代藝術的都市。相關論文多從空間建構與設計來呈現都市的風格的分析與詮釋。

城市文化的形成與建構：

側重城市作為一個文化的載體，如何積累成為一種特殊文化的過程，如張巧芳(2002)《地方文化的形成及意義--安平地區的個案研究》，探究地方文化的內涵及嘗試建立篩選地方文化的準則，並以台灣文化的發源地安平為個案研究對象，探討安平文化的形成過程、內涵、及特色，並解析安平文化對於安平人的社會與歷史文化意義；林秀姿(2002)《重讀 1970 以後的台北：文學再現與台北東區》，探看較一般人敏感的文學家所觀察到的城市新面向，它是城市空間、與身體節奏的轉變，以及對於城市圖象的描繪。二、比較文學再現出來的表徵空間，與現實空間實踐、制度空間表徵之間的關係，以及人們如何透過表徵空間對現實進行挪用、佔據與翻轉。盧本善(2004)的《論臺北市文化環境之建構與發展》，以文化為主體，嘗試藉由整體文化環境的規劃，達到傳承與創新、全球性與本土文化、象徵性與生活性的平衡發展，尋找全球化趨勢下臺北市之定位與文化特質，並就現有之文化環境資源架構與都市發展政策作整合性檢視。

城市意象與地方行銷、觀光：

如鄧美緣(2004)《高雄市城市意象行銷之研究-以愛河為例》、蔡郁芬(2004)《城市觀光意象對旅遊選擇意願影響之研究—以四大都會區為例》均側重城市意象對觀光客目的地選擇決策過程中扮演重要的影響角色，正向及良好的觀光意象對城市透過觀光收益來促進城市發展及經濟成長等。郭俊良(2004)的《臺南市歷史性城區文化資產路徑與生活文化觀光建構之研究》主要透過「層級性文化資產網」下的路徑構成思考，分為「參考點」、「通道」與「活動」三個層面，以臺

南市市中心空間為範圍及國外城市中心歷史性城區的文化資產保存強化之案例，以生活文化觀光的角度思考並探討文化資產的連結式的保存。陳韋妘(2003)《地區行銷與城市競爭力營造之研究》，結合理論依據，將地區行銷系統化，建構出地區行銷績效評量體系，作為績效率測之理論基礎與實證分析之檢核依據，並以地區形象分析來輔助地區行銷評量在比較分析上的描述與說明；藉此來評量台灣地區行銷之推動成效，對地區發展作一診斷，提供作為城市經營管理者乃至市民，在地方改造策略上的建議，與台灣城市面對廿一世紀全球競爭之行銷發展參考。

城市風格與生活風格：

如廖繼仲(1999)的《都市風格型塑之研究》，透過行為感受認知、文化、生活形式等人文角度來描繪理想的都市風格特色，以「台東市」進行案例研究；楊惠雯(2003)的《城市品味空間之研究——以台北市連鎖咖啡館為例》，以連鎖經營與符號消費的觀點進行城市風格的研究，將咖啡館視為一種都市類型，以台北都會為對象，探討咖啡館作為類型空間，由非連鎖至亞洲連鎖至全球連鎖的都市演化過程，並影響日常生活風。黃威傑(1999)的《城市文事空間的流變——台北書店空間形貌轉化之探討》，以書店為本體，結合相關的商業與藝文設施，將當地的人位特色在建築內形塑出一個具地點性內聚化的都市文事空間。因此，書店是一種多樣化的縮影，包含了城市的文化、商業以及其他個別的不同活動得以吸引市民來此從事社交活動，書店的空間意義不再只是單純的「購書地點」，更是容納了眾多城市動態文化活動對話的空間，進而影響了生活風格的形成。

本研究與上述四種研究都有關聯：都市文化政策可能藉由空間規劃作為手段，進而影響城市風格的形塑，再形成對於都市居民生活風格與品味的影響。本研究從高雄文化政策的發展來看，進一步分析之間的關係。

第三章

高雄的歷史背景與台灣文化政策發展

第一節：台灣文化政策的發展與變遷

第二節：戰後高雄的文化政策和歷史背景

蘇南成主政時期(1985年5月~1990年6月)

吳敦義主政時期(1990年6月~1998年12月)

第三節：高雄市政黨輪替後的文化政策發展---海洋城市形塑初期(1998~2005)



本章節將概述台灣文化政策的發展與高雄的歷史背景，以提供更多社會與歷史脈絡來理解高雄文化政策的變遷與思索，以及高雄與整體台灣文化政策發展的關係。

第一節、台灣文化政策的發展與變遷

台灣文化政策的研究至今，對於政策的發展與變遷已逐漸有了共識。早期的文化政策以維護中華文化為主軸，強力推行中國民族主義的認同方式，對應當時中共的破壞甚至毀滅中國傳統文化，政府成立了「中國文化復興委員會」，由總統親自領導，推動中國傳統文化的傳承與傳統價值的重建，是為中華文化復興運動。

至民國六十年代，經濟起飛，政府開始推動十二項建設，其中最後一項即文化建設，規劃於各縣市成立文化中心，作為地方策劃執行文化活動之機構。政府雖注意到文化硬體設施之需要，但並未同步進行如文化行政人才培訓、地方在地文化需求調查、展演設施專業設計與維護等軟體配套措施，因此，十二項建設之文化建設，因為規劃不夠完善，並未得到應有的文化建設成果。

中央級文化事務專責機關於民國七十年開始設置，此即文化建設委員會，簡稱文建會。文建會逐漸取代中國文化復興委員會之功能，負責統籌規劃、協調、推動全國文化建設相關事務，然政府實際文化相關業務仍由內政部、教育部、交通部、外交部、新聞局及陸委會等部會分別主管。由於文化相關業務分散於各部會，文建會並不能像經濟建設委員會統籌全國經濟事務一般，具備實際統籌規劃、協調、推動全國文化建設相關事務之功能，使得文化事權無法統一，文化建設形同多頭馬車，文化工作推動成效有限，歷屆文建會主任委員上任後，各以其所好推動文化工作，遂出現一主委一文化政策，一主委一把號的現象，人去則政息，由文藝季、社區總體營造、書香滿寶島、閒置空間再利用到文化創意產業，

文化政策沒有延續性，資源無法集中有效使用，雖有中央文化事務專責機關，文化建設卻一直績效不彰。為增加政府推動藝術文化工作的效能與彈性，遂有八十年代國家文化藝術基金會之議。

民國八十三年立法院三讀通過國家文化藝術基金會設置條例，原規定政府分十年捐贈一百億基金，後因政府連年財政緊縮，民國八十四年修訂由政府捐助基金之百分之六十，其餘百分之四十則向民間籌募。民國八十五年一月一日國家文化藝術基金會正式掛牌運作，主要業務為輔導辦理文化藝術活動，贊助獎助文化藝術事業及工作者。國家文化藝術基金會之設置，意味著政府推動文化建設角色之轉換，由主動化為輔導，逐漸扶植民間成為文化藝術之推動主力，形成以國家文化事務主管機關與半官方文化藝術基金會並行的文化行政雙軌制。唯基金會與政府文化事務專責機關間，功能與執掌劃分不清，各部會藝文補助之多頭馬車情況亦未改善，基金會對政府推動藝術文化工作的效能與彈性未見發揮效果，反加劇我國文化事務疊床架屋之窘境。

台灣文化政策發展中一個難以忽視的重點在於地方化與去中心化的過程。蘇昭英將戰後台灣文化政策解讀為「從中央到地方文化政策施政觀念的轉型」，並指出，八零年代新文化政策，屬於強化縣市層級之文化藝術發展計畫，與「社區文化發展計畫」的重要時期，文建會特別強調重建社區文化與社區社會的重要性，「社區文化發展計畫」是以文化藝術形式做為切入點。相關政策包括了：全國文藝季的啟動；文化地方自治化的推動；社區總體營造觀念的形成；鄉土與地方文史工作的發展；文化資產保存觀念的轉變；地方環境與社區美學觀念的建立；國際展演活動的地方化；藝文活動補助政策的改革；文化、產業與地方綜合發展計劃的結合等等，強調以地方為主軸的文化政策思考方向。²⁸

然而一個民主開放的社會，不應該有強勢的文化政策，以免過度干預文化藝

²⁸ 引自〈台灣縣市文化藝術發展-理念與實務〉,行政院文化建設委員會「縣市文化藝術發展計畫」規畫研究,文化環境工作室主編 pp12-55。

術的發展。這種看法表面看起來頗有些道理，尤其在西方社會更是如此，但這種看法可能忽略了台灣社會的特殊性。事實上，台灣的民間力量相當薄弱，企業贊助藝術活動的意願十分有限，更遑論長期性和藝術性的文化紮根工作。如果沒有較強的文化政策，就算是大家討論出要發展本土文化，以臺灣薄弱的民間力量、少量的企業資助，布袋戲或歌仔戲這些本土表演藝術等又要如何發展？台灣已有文建會、基金會和文化中心，都只能勉強達到目前的水準，如果再沒有一個更強有力的行政機制，那麼文化藝術的發展前途明顯地會受到相當大的限制。對於一個國家而言，文化政策是必要的，問題只是在於我們要的是什麼樣的文化政策？也許我們真正要爭取的是，怎樣運用政治和公共資源來達到文化藝術工作者的理想。我們要努力的，反而是要怎樣讓文化藝術避免為政治或意識型態服務。這種定位的文化政策當然是大家所期盼的，這樣的文化政策當然愈強勢我們也就愈歡迎。這種文化政策理論上也是要透過政治過程，由整個社會輿論、政治人物、民意代表和藝術家藝術團體大家一起討論得出來。有關文化藝術發展方向的問題是可以辯論的，也應該訴諸公意，包括輿論和民意。而民意機構中也必然有代表藝術界的聲音。文化藝術界也應循著這個程序把它們的意見表達出來，甚至組成遊說團，為自己的工作環境講話。

第二節：戰後高雄的文化政策和歷史背景

高雄原名的：Takau：漢人據此一平埔語，以河洛話音譯為打狗（Takau）或打鼓（Takao）。自 Takau 被漢譯為打狗或打鼓後，民間著述用較鄉土味的「打狗」；官撰史志則稍求雅致，故使用「打鼓」者居多。日治時期，「高雄」兩字，日語讀成（Takao）與「打狗」（Takau）兩字的音調十分接近，遂取而代之；沿用三百餘年的「打狗」遂成歷史名詞。

日本時代高雄即富濃厚移墾社區色彩，日人在高雄港、造市、取代安平、台南，成為日人所造全新的都市、港口、最具代表性。由於新式糖業、鹽業、水泥業，輕工業及港口服務業等的發展，台南、澎湖、屏東等各地人士不斷移入，新移民取代了舊文化結構，也因此，戰後高雄的發展極為迅速，1946年（民國三十五年）分十區：楠梓、左營、旗津、鹽埕、前金、苓雅、三民、新興、前鎮，計約13萬人；至1956年已達44萬人。1976年人口突破百萬，1979年7月1日改制直轄市，另併入高雄縣小港鄉，改為小港區，計11區。2001年6月人口有1,493,853，已接近150萬人，可見增加之快速。

在經濟面，高雄的發展也相當蓬勃，1966年創設高雄加工出口區於中島，1975年完成並擴建第二港口，成為世界十大港口之一；1982年為第五大貨櫃港，1993年為第三；2000年為第四大（香港（1780萬TEU）、新加坡（1704萬TEU）釜山（755萬TEU）高雄（743萬TEU），至2006年退居第六大。但2001年7月推動「境外轉運中心辦理海空聯運作業轉業」，使高雄港、小港機場可連結為轉運中心，發揮高雄港的絕對優勢。（如大陸商品經高雄港轉運至北美，只需2.5~3天，經香港需6天，釜山需7天）。

然而文化發展卻不如經濟發展來的迅速，特別戰後因為1977年中壢事件，1979年的台美斷交，以及同年12月10日在高雄爆發「未暴先鎮」的「美麗島事件」（又名高雄事件），國府當局為求鞏固其領導權威基礎，繼228事件，白色恐怖撲殺異議人士之後，再次具規模的政治肅清行動。長期以來，高雄文化仍在強大的中華文化壓力下難以成長，直至解除戒嚴，李登輝總統時代推行的「台灣化」、「本土化」立場與政治上的開放，使文化從一元宰制結構給鬆解開來，並接合上社會力的發展，朝向多元的形式。以下以解嚴之後的兩位市長：蘇南成與吳敦義的文化政策作簡略說明。

蘇南成主政時期(1985年5月~1990年6月)

當蘇南成入主高雄市政府時，高雄仍擺脫不了「文化沙漠」的窘境，蘇市長雖未以文化建設為其主打施政方針，但卻為高雄的都市規劃與藝文空間播下了不少充滿生命力的種子。1985年，蘇市長才剛走馬上任，就挑起了極具爭議的左營舊城牆拆除案(1985)，為兼顧地方建設及交通安全，以內政部核准頒布的都市計畫法為依據，拆遷被暫列為一級古蹟的左營舊城部分城牆，一度引起文化資產保存派的抨擊；爾後，蘇南成推動了將左營舊城納入風景區的整體規劃，也針對旗津公園的開發案提出了獎勵民間投資的想法。

為了不讓高雄市的文化發展受到藝文空間不足的侷限，蘇南成在任內完善了多個新增文化建設的原案，這其中包括為籌備中的高雄美術館擬定籌備主任的人事案(1988)，讓高美館的籌備能進入積極規劃的階段，並籌建雕刻公園以避免高美館設立後，會出現空有硬體、缺乏軟體的缺失；同年，蘇市長批示將「民俗技藝園」園址設在左營蓮池潭東側公園預定地，也讓延宕多時的「民俗技藝園」規劃案終告敲定，1989年，高雄市政府除與美國 SMGI 機構簽訂高雄「巨蛋」體育館的興建草約，也為當時堪稱世界規模最大且最現代化的「國立科學工藝博物館」舉行動工典禮。

蘇南成市長任內舉辦的藝文活動中，最為人所知的應推「中華民國七十四年當代美術大展」(1985)，也是高雄市民記憶中的「千人美展」，該次美展共邀了兩千多名藝術家參加，配合展覽的宣傳，蘇市長於展覽前夕，首開先例地邀請參展的 2100 位藝術家吃海上大餐，以新鮮海產待客，並舉辦了「上萬娃娃畫壁畫」活動，邀請高雄市 73 所國小近萬名國小學生，盡情揮灑彩筆，完成全長 2.5 公里、號稱世界最大的兒童壁畫，美術大展於民國 74 年 12 月 31 日假高雄市中正文化中心舉行，各類作品分在八處展出，光是揭幕就分成三個部份，不但在國內造成轟動，國外人士也甚為矚目。此後，除商請「馬雅文物特展」在台北展後移到高雄展覽(1987)，也陸續迎接俄裔美籍藝術家恩斯特·倪茲維斯尼的雕刻與畫

作(1988) 與在西班牙雕塑詩人吉夫·安東尼奧的青銅鍍金系列(1988) 至高雄展出,前者在蘇市長的邀請下,為高雄港區前塑造一尊和紐約自由女神像相等的「新自由神像」,作為象徵中華民國邁向二十一世紀的標誌,後者還親自攜帶畢卡索、米羅、亨利摩爾三位大師的版畫原作同展。蘇市長的「大頭」風格一直漫延至高雄市第八屆文藝季(1988),開鑼戲「迎向春天」動員了 1500 餘名演出人員,齊聲歌頌這一年一度的文藝盛會,市政府不吝投下巨額經費,以 110 場次的活動呈現任內規模最大的文藝季。

蘇市長主持期間,高雄市的文化發展初見曙光,藝文團體也越漸活絡。在高雄市政府正式批准其聘用人員計畫與年度預算後,南台灣第一個專業國樂團終告成立(1989),由國內各大專院校及中小學 150 位研究民間文學教師組成的「中華民國民間文學學會」,也在高雄市社教館宣布成立(1990),其在港都誕生的意義非凡,於協助高雄市擺脫「文化沙漠」、「學術沙漠」的封號上,實為功勞一件;鑑於當時的高雄市甚少純供展覽的民間場所,藝術家與企業界也開始設立畫廊與藝術中心,連高雄市室內設計裝飾商業同業公會也為了慶祝高雄市改制十週年,及提昇居住品味,拓展空間藝術,於 1989 年 3 月 29 日在高雄市文化中心舉辦「港都—國際生活空間、藝術特展」,為高雄市的文化開創新的民間參與模式。

蘇市長的其他文化政策尚包括執政早期與台南市政府、台中市政府共同分擔在歷史博物館展出的「古埃及文物展」,擬辦「電影教室」抵制「X」級電影 提高市民品味,以及透過候車亭增設的閱書架,準備各類報章、雜誌,供市民利用等車時間增廣見聞,不致虛擲光陰。²⁹

所以在蘇南成市長任內,非常重視文化藝術活動,建立高雄市文化藝術的發展根基,但施政時間太短約五年多的時間,政策無法延續,因此高雄市「文化沙漠」的城市風格並未轉換。

²⁹ 上述整理自聯合知識庫

(表 3-1) 高雄市文化政策方案施行一覽表(1985 年 5 月至 1990 年 6 月)

文化建設與藝文空間			
時間	名稱	內容	地點
1985 年 7 月	左營舊城古蹟	高雄市長批准拆遷左營舊城部分城牆古蹟	
1986 年 2 月	左營風景區規劃案	將左營舊城納入風景區整體規劃	
1986 年 5 月	旗津公園	市府辦理之旗津海岸公園開發案，擬採獎勵民間投資方式	
1988 年 4 月	高雄美術館	籌備主任敲定由社教館長謝義勇暫兼	
1988 年 8 月	民俗技藝園	園址設在左營蓮池潭東側公園預定地	
1988 年 8 月	國際戶外雕刻公園	籌建雕刻公園之景觀設施規劃草圖完成	
1989 年 10 月	高雄「巨蛋」體育館	高雄市政府與美國 SMGI 機構簽訂興建草約	
1989 年 11 月 18 日	國立科學工藝博物館	舉行新建工程動工典禮	
藝文團體			
時間	名稱	內容	地點
1989 年 1 月	高雄市立國樂團	提送聘用人員計畫與年度預算，獲市政府正式批准成立。	
1990 年 1 月 14 日	中國民間文學學會	宣布成立	高雄市社教館
藝文活動			
時間	名稱	內容	地點
1985 年 12 月 22 日	上萬娃娃畫壁畫	高雄市 73 所國小近萬名國小學生完成號稱世界最大的兒童壁畫	中山四路西側綠帶，從小港機場一直綿延到高速公路終點
1985 年 12 月 31 日	當代美術大展	二千一百位藝術家參展	高雄市中正文化中心

(表 3-1) 高雄市文化政策方案施行一覽表(1985 年 5 月至 1990 年 6 月) (續)

藝 文 活 動 (續)			
時 間	名 稱	內 容	地 點
1987 年 10 月	馬雅文物特展		
1988 年 3 月 26 日	第八屆文藝季		
1988 年 6 月	恩斯特·倪茲維斯尼雕刻與畫作特展		中正文化中心
1988 年 12 月 2 日至 13 日	吉夫·安東尼奧青銅雕刻系列特展		中正文化中心
1989 年 3 月 29 至 4 月 9 日	港都—國際生活空間、藝術特展	由高雄市室內設計裝飾商業同業公會舉辦	中正文化中心
其 他 文 化 政 策			
時 間	名 稱	內 容	地 點
1985 年 9 月 7 日	古埃及文物展	由美國費城賓州大學博物館提供古埃及文物與藝術品，在歷史博物館展出半年，高雄市政府、台南市政府和台中市政府各分擔經費 150 萬元	
1985 年 11 月	候車亭設置閱書架		
1988 年 1 月	電影教室	高雄市新聞處最近擬辦「電影教室」	300~500 座位的視聽中心或小型戲院

(研究者製表)

吳敦義主政時期(1990年6月~1998年12月)

高雄市雖然是台灣第二大都會，但在政府長期重北輕南的影響下，不僅攸關民生的建設比不上台北，連帶使得南部的藝文發展空間也難以伸展。在吳敦義主持高雄市政府的八個年頭裏，高雄市的文化發展雖然還是有限的，但是，仍有不少藝文空間在其主政期間正式成立，並積極投入以藝文饗宴陶冶人心的服務，其中包括高雄美術館(1994-6-12)、雕塑公園(1991-8-25)、與高雄歷史博物館(1998-10-25)。

高雄市立美術館在籌備多年後，經兼具美術專長與藝術行政實務經驗的黃才郎主任接辦籌備處後，於1994年開館，而為了改造城市的文化風氣，高雄市立美術館開館後更創下了免票入場看國寶的歷史新紀錄；在此之前，為妥善高美館的軟體設備，其外側的高雄市內惟埤文化園區雕塑公園已提前於1991年正式對外開放參觀，成為國內第一座雕塑公園；此外，在高雄的新市政大樓完工啓用後，舊市府被改建為高雄歷史博物館，並於1998年光復節、以國寶級的「故宮文物菁華百品」展覽歡慶開幕；其他添置的藝文空間，還有斥資兩百多萬元、以中正文化中心一樓至清堂重新裝潢、提供給南台灣作家及藝文工作者的專屬創作交流天地「文藝之家」(1995)；而籌劃中的都市建設，包括由教育部核准遷建港都的國立藝術教育館、捷運系統、南部國際機場...，至於動土興建的，則有高市客家文物館(1997)、小港多功能經貿園區(1997)。這些公共建設，除了為高雄市的藝文活動創造舞臺，更為高雄市的對外聯繫搭建了友善的橋樑，以祈將城市的觸角伸展至全球各地。

高雄市改制為院轄市十四年來，歷任市議員及市長，莫不積極爭取「市、港合一」，吳敦義身為首位民選市長，自然也不例外，為了改善高雄市的財政困難，也為了建設高雄成為亞太地區的交通中心，吳敦義上任官派市長的第一年，即要求市府建設局立即行文呈報行政院核定市港合一，在吳市長續任民選市長後，更是卯足全力促成，期間為了配合市港合一，連1996年的文藝季也以高雄港為主

題，爭取市港合一成為吳市長任內對城市風貌影響最為深遠的政策，也為日後的「海洋首都」奠定基礎。

在都市計劃方面，由於高雄市的發展有限，但是城市的視覺景觀進入前所未有的凌亂，促使市政府以全市公園、綠地等公共開放空間的景觀與綠地為重點訴求，於 1991 年透過策畫「點粧美化工地」示範觀摩活動，為重塑「港都之美」的長期計劃拉開序幕，並在同年的植樹節當天發起「一人一樹」運動，為全市共增加了 140 萬棵樹，藉以美化、綠化高雄市容，又於隔年在高雄市中正文化中心前右側庭園內矗立高約 10 公尺金手獎的「青年雙手、人類希望」大型景觀雕塑，當時堪稱是全省最高的一座以青銅為素材的作品；爾後，於 1995 年，高雄市向中央提出整治高屏溪的強烈需求，而市府也於 1998 年著手愛河整治計劃，為愛河的臭名昭彰一雪前恥。

除了高雄市政府管轄下的都市建設，在吳敦義主政年代，民間企業也紛紛投下重資，積極在高雄市推動多元化的藝術生活，開發文化展演空間，略舉一、二，有最為高雄市民熟悉、當年譽為全國最高建築物的「長谷世貿聯合國」(1993)，還有「積禪五十藝術中心」(1990)、山美術館(1997)等等，並且大部有亮麗表現，積禪 高雄人爭取到「夏卡爾版畫」等難得南下的藝術品在南臺灣展出，山藝術基金會在高美館尚未完工前，提供場地安置原本預定寄存於高術館的趙無極畫作。

高雄市在添加了這許多的文化空間後，藝文活動就如雨後春筍般地活躍起來。自高市雕塑公園開放以來，雕塑就逐漸成為高雄市視覺藝術的重要代表，市府於 1991 年即推出首屆「國際雕塑營」，集國內外（中、美、日、法、德等）10 位國際雕塑家、利用兩個月的時間、現場實地創作巨大的戶外雕塑作品；接著，於 1998 年盛大舉辦「高雄國際雕塑節」，共計 9 個國家、35 件國際雕塑大師的作品從世界各地運抵高雄，除了巨型戶外展覽品外，還以日本設計大師三宅一生的作品，透過模特兒在高美館戶外廣場的舞台肢體語言，展現一幅幅流動的雕塑，

此外，並精心設計了雕塑踩街馬車之旅，搭配晚上的夜光舞會，呈現雕塑品的不同風貌。

自高美館成立以來，就有眾多國際知名藝術家的作品前來高雄亮相，例如「畢卡索的藝術世界高雄展」(1994)、奠定故宮國寶院外展覽良好模式的「國之重寶—國立故宮博物院文物珍藏特展」(1994)、於台北市立美術館舉行「羅丹雕塑展」閉幕當天推出的「卡蜜兒雕塑展」(1994)、國際級玻璃藝術大師屈服利的「建築中的玻璃」(1994)、巴黎奧塞美術館出借 60 幅、總計價值 130 億台幣的館藏「黃金印象」(1997)、締造國內首度展出天井畫歷史的南台灣跨年藝術饗宴「傳奇之美-女人頌」(1998) 等等，均深獲好評。

另一方面，市政府為滿足市民對不同層面文化發展的需求，除每年一度在勞工公園登場的春節花展外，曾於中山大學的西子灣首次舉辦「高雄鼓會」活動(1993)，且在市長吳敦義的大力爭取下，令 13 屆以來都在北台灣登場的「新象國際藝術節」頭一回移師高雄市中正文化中心揭幕(1995)，也以繽紛絢爛的「十里燈河」照亮港都天空(1998)，並響應 1998 國際海洋年，與民生報在旗津海水浴場舉辦一場盛大的「輕鬆一夏，大家一起來沙雕」活動(1998)。

1990 年代初期，高雄市民對公共藝術仍顯陌生，1992 年「文化藝術獎助條例」生效，該條例最受矚目的條文之一—公眾藝術，再度成為熱門話題，台灣第一件和環境結合的景觀藝術「源」，在高雄市的雕塑公園完工；當山藝術文教基金會結合地方資源所策劃的「發現愛河—環境裝置藝術展」在愛河旁的舊市政大樓周圍揭幕(1993)時，雖然吸引了不少民眾參觀，但展出的許多前衛藝術創作，卻有讓人無法理解其精神內涵之憾，甚至傳出有作品遭踐踏的情況；經過數年的努力耕耘，市政府教育局與聯合報系等單位，在 1996 年合辦的「街頭藝術嘉年華」活動，已能引起市民的熱烈迴響。

此外，藝文界也盛行起將藝術與各項城市活動結合的風氣，例如美術界就曾在區運會期間舉行「畫廊博覽會」(1990年由當時的高雄市美術館籌備處主任謝義勇與現代畫學會會長陳榮發負責)，而嘉南地區的15家畫廊，也合力舉辦了規模僅見的藝術展覽活動—「南台灣藝術節」，展出地點更是一項創舉：選擇在人潮往來頻繁的百貨公司，使藝文活動有了更新的社會參予模式。

此外，市政府爲了鼓勵專業藝術創作者發揮極緻創意，在第14屆高市美展(1997)中舉辦了首屆「高雄獎」選拔。

在高雄市的藝文環境日漸茁壯時，市民對文化資源的關切也逐漸升高，高雄市府於1995年決議成立「文化局」以強化行政作業；民間團體也由中山大學推廣教育中心主任洪萬隆主導，集合教育行政人員、學者、社團負責人共同撰寫高雄市第一本民間的「文化白皮書」，內容了函蓋了文化政策、文學環境與資源、音樂等多個範疇。

高雄市徽(1996)，以高雄的「高」字變化整型，外圍爲藍色齒輪，象徵高雄市是現代化海港工業都市，並凸顯高雄市的前程如時代的巨輪，不斷向前發展進步；金黃色圓形高字圖案，表現大高雄的團結一致，前程光明燦爛。高雄市城市自信心的建立，也許可以從當中略窺一二。³⁰

吳敦義市長任內，逐漸形成高雄市文化政策的行政架構：公共藝術條例的通過與文化局的形成；而高雄民間對於文化政策的需求逐漸升高，對於參與的意願也逐漸增強，這些背景對於接下來謝長廷的文化政策仍有重要的影響性。

³⁰ 上述整理自聯合知識庫網站

(表 3-2) 高雄市文化政策方案施行一覽表(1990 年 6 月至 1998 年 12 月)

文化建設與藝文空間			
時間	名稱	內容	地點
1991 年 8 月 25 日	雕塑公園	開放參觀	
1991 年	藝術教育館	籌備	
1993 年	小港國際機場	爭取興建	
1994 年 6 月 12 日	高雄美術館	開館	
1995 年 7 月 30 日	藝文之家	以小詩人會考、煮茶聽詩及作家新書展售簽名活動等，正式啓用	高市文化中心
1998 年 10 月 25 日	高雄歷史博物館	開館	
1997 年 7 月 29 日	客家文物館	動土	
1997 年 8 月 1 日	小港多功能經貿園區	動土	
市容 / 公共藝術			
時間	名稱	內容	地點
1991 年 2 月 1 日	「粧點美化工地」示範觀摩活動		中正文化中心
1991 年 3 月 12 日	一人一樹	以 140 萬棵樹美化市容	
1992 年 12 月 4 日	「青年雙手、人類希望」	大型景觀雕塑，當時全省最高一座以青銅為素材的作品	中正文化中心
1993 年	景觀藝術「源」		雕塑公園
1993 年 6 月	發現愛河—環境裝置藝術展	由高雄市教育局和山藝術文教基金會主辦	舊市府大樓及愛河兩岸等地

(接下一頁)

(表 3-2) 高雄市文化政策方案施行一覽表(1990 年 6 月至 1998 年 12 月) (續)

藝 文 活 動			
時 間	名 稱	內 容	地 點
1991 年 6 月 25 日	第一屆首屆國際 雕塑營		高雄市立美 術館
1993 年 2 月 6	高雄鼓會		中山大學西 子灣
1994 年 4 月 16 日	夏卡爾版畫展	揭幕	積禪五十藝 術空間
1994 年 9 月 17 日	畢卡索的藝術世界高 雄展		高雄市立美 術館
1994 年 10 月	故宮國寶展		高雄市立美 術館
1994 年 10 月 22 日	卡蜜兒雕塑展		高雄市立美 術館
1994 年 10 月 22 日	建築中的玻璃		高雄市立美 術館
1995 年 2 月 23 日	第十四屆新象國際藝 術節	揭幕	中正文化 中心
1995 年 6 月 23 日	南台灣藝術節	嘉義、台南、高雄三地的十五家畫 廊，將合力舉辦	百貨公司
1996 年	高市文藝季	高雄港為主題	
1996 年 5 月	雨林之歌—尼加拉瓜當 代美展		山美術館
1996 年 8 月 3 日	街頭藝術嘉年華	聯合報與高雄市政府合辦，內容包 括古典樂、新潮街舞、獻劇、 民俗、畫展及露天咖啡等， 晚間還有知名歌手晚會	新光路上
1997 年 1 月 15 日	黃金印象	奧塞美術館珍藏六十幅	高雄市立美 術館
1997 年 1 月	首屆「高雄獎」	高雄獎選拔—第十四屆高雄 市美術展覽會	

(接下一頁)

(表 3-2) 高雄市文化政策方案施行一覽表(1990 年 6 月至 1998 年 12 月) (續)

藝 文 活 動 (續)			
時 間	名 稱	內 容	地 點
1998 年 2 月 11 日	高雄燈會		中正文化中心、愛河兩岸
1998 年 3 月 8 日	高雄國際雕塑節	揭幕	高 雄 市 立 美 術 館
1998 年 8 月 17 日	輕鬆一夏，大家一起 來沙雕	為響應一九九八國際海洋年，舉 辦盛大的沙雕活動	旗津海水浴 場
1998 年 10 月 25 日	故宮文物菁華百品	揭幕	高雄市立歷 史博物館
1998 年 12 月 29 日	傳奇之美-女人頌	由台南奇美博物館提供的西 洋繪畫與雕塑展	高雄市立美 術館
每年春節	高雄春節花展		勞工公園
其 他 文 化 政 策			
時 間	名 稱	內 容	地 點
1990 年~	市港合一		
1992 年	頒行文化藝術獎助條 例	三大方向：規定公有建築 物，需以造價百分之一設置 藝術品；鼓勵公共建築。施 行 1% For arts，規定政府重 大工程，應設置藝術品美化 環境...	中央
1995 年	提出整治高屏溪		
1995 年 9 月 12 日	決議設置文化局		
1996 年	高雄市徽		
1998 年 10 月	愛河都市設計		

(研究者製表)

第三節：高雄市政黨輪替後的文化政策發展--海洋城市形塑初期(1998~2005)

謝長廷主政時期是高雄市第一次政黨輪替，此時期高雄市的文化政策呈現政治民主化，重視本土文化。過去長期以來，高雄被定義為工商大都市，整個都市計畫與發展也主要以此為主，文化藝術的考量雖然蘇南成市長和吳敦義市長都有著墨，但較不明顯，甚至會在工業商業的考量下被犧牲，例如高雄市在吳敦義市長任內為了興建捷運，差點拆除日治時代的歷史性建築--高雄火車站³¹，後來謝長廷市長當選市長後，才積極的將高雄火車站保存下來³²。

此外，台灣長期重北輕南的政策，也使得高雄市的藝文發展相較於台北市起步晚，相關資源也高度不足；因此，高雄往往被視為是一處「文化沙漠」，這種批評對高雄人來說，是一種自尊心的壓抑。因此，在 1998 年高雄市長選舉時，民進黨候選人謝長廷提出五項訴求，其中之一就以促進市民藝術文化讓高雄市走出「文化沙漠」的悲情為選戰訴求。

然而，基於某種南北平衡的政治考量，原本長期在台北舉行十月十日的煙火，自 2000 年開始被移到高雄舉辦；以及接下來 2001 年的元宵燈會也是如此。之後，高雄市政府開始以「行銷高雄」為核心任務，辦理許多挖掘高雄人文故事、展現在地特色的活動；並致力推動高雄文化重建、高雄自尊再造，和行銷高雄價值、創造利益共享的結合，而成為一種都市建設的策略。2001 年 10 月，市政府邀請世界三大男高音之一的卡瑞拉斯，到高雄為市民開唱；然後接連推出的城市

³¹ 名稱：高雄火車站 位置：高雄市三民區建國二路 318 號 歷史沿革：民國 28 年動工興建，民國 30 年 6 月 20 日竣工啓用。站房主體為和洋混合式建築，日本建築師稱為「帝冠樣式建築」具有西洋式玄關、大廳，但也具有如「日光廟」的屋宇結構，是凡爾賽宮加上日光廟的混和威權形式。本建築係日治時期配合都市計畫於西元一九三九年遷建，建築外觀為帝冠式建築，深具特色，在情感意識上具有傳承意涵，歷史定位上為時代表徵。正面面臨國光客運公司，前為中山路，東西向則為建國路，西側則高雄火車站臨時站及市公車。

³² 高雄市政府也在高雄火車站前舉辦暫別舊站的活動，並由謝長廷向中央爭取，在興建新站的同時，也務必保留舊站，舊站平行拖移到八十公尺附近，舊站樓地板面積約二百坪，重二千五百公噸，預定向下挖掘約二公尺後，以油壓千斤頂緩緩推移舊站，每天約推移六公尺，工程時間約半個月，費用將近新台幣一億元。整塊平移至新址，並改設為高雄願景館。

光廊計畫(2001)與貨櫃藝術節(2001)；並在謝市長尋求連任競選前完成小港花卉市場開幕(2002)，與高雄市電影圖書館的設置(2002)，這些文化方案受到市民與輿論的歡迎，使得謝長廷連任成功後，繼續文化藝術的推廣，如市民藝術大道、高字塔文化園區、新光碼頭、五福國際觀光大道、駁二藝術特區、整治愛河鹽埕段等地，舉辦貨櫃藝術節(2003)、國際啤酒節(2003,2004)等藝術活動，結合文化藝術推展與都市市容更新，進一步打造新高雄市的形象。

經歷這些成果的經驗，高雄市也積極爭取國際重要文化或運動活動的舉辦，企圖在國際間以一個新的、具有文化藝術意涵，而非只有工商業的高雄形象出現，許多文化活動的名稱都以藝術為訴求，如貨櫃藝術節、鋼雕藝術節、啤酒藝術節等等，在河邊藝術市集、表演、市民藝術大道也皆以藝術名稱強化文化活動之意涵。

除了走出「文化沙漠」的悲情之外，作為台灣最大的港口，曾經是世界數一數二的大港，高雄面臨了上海的挑戰，逐漸在港口的總吞吐量排名下降³³，感受到全球市場的競爭壓力，以及如何在全球化當中定義自我的困難。高雄目前所面臨的問題中，有許多都與這些焦慮有關，如同曾貴海所指出的幾個問題：面對全球性的趨勢，要以什麼樣的態度與機制來予以消除與轉化；如何重新辨識歷史的經驗與遺產，認清自我的身分與特質，創新自我文化；尋求什麼樣的位置與策略發聲，生產具有文化競爭力的產品，因此，高雄市積極爭取國際重要文化或運動活動的舉辦，企圖在國際間以一個新的、具有文化藝術意涵，而非只有工商業的高雄形象出現，如貨櫃藝術節、鋼雕藝術節、啤酒藝術節等等，都以「國際」作為訴求，重新建立一個可以與全球其他都市競爭的新高雄都市文化符號。

謝長廷市長任內的主要文化政策整理如表 3-3。

³³ 前年(2004)高雄港貨物總吞吐量為一億 5290 餘萬公噸，高居台灣各港口之冠，貨櫃裝卸量為 947 萬 1056TEU，與世界各港口相比，仍維持世界第六。

(表 3-3) 高雄市文化政策方案施行一覽表(1998 年 12 月至 2005 年 3 月)

文化建設與藝文空間			
時間	名稱	內容	地點
2001 年 5 月 8 日	駁二藝術特區	「駁二藝術發展協會」經營	
2001 年 10 月 1 日	城市光廊第一期		中央公園
2002 年	市民藝術大道		中正文化中心
2002 年 11 月 3 日	電影圖書館		小港花卉市場
	火車站移位	成立願景館	
2002 年	城市光廊第二期	中央公園	
2003 年 1 月	行動美術館以「陽光、海洋、高雄」為題成立		
2004 年 6 月 26 日	高字塔藝術園		小港區，第二港口附近
2003 年 7 月	衛武營國家劇場成立		
2004 年 10 月 21 日	愛河「文化藝術書報攤」	「愛之船」，於 93 年 5 月首航	
2004 年 9 月	打狗英國領事館開幕	打狗英國領事館	
藝文活動			
時間	名稱	內容	地點
1999 年 6 月	愛河龍舟		愛河
1999 年 12 月 31 日至 2000 年 1 月 5 日	國際旗鼓節		
2000 年 10 月 10 日	國慶煙火		
2001 年 12 月 8 日至 2002 年 1 月 6 日	2001 國際貨櫃藝術節		海洋之星（高雄港區碼頭）
2002 年 10 月 25 日 至 11 月 3 日	首度舉辦高雄國際鋼雕藝術節		中正文化中心前 市民藝術大道
2003 年 6 月	高雄勞工藝術家為主題的「黑手打狗」		

(接下一頁)

(表 3-3) 高雄市文化政策方案施行一覽表(1998 年 12 月至 2005 年 3 月) (續)

藝 文 活 動 (續)			
時 間	名 稱	內 容	地 點
2003 年 9 月 6~14 日	愛河國際啤酒節	街頭藝術嘉年華	
2003 年 12 月 12 日至 2004 年 1 月 11 日	2003 國際貨櫃藝術節		
2004 年 3 月	TIPAF2004 台灣國際行 為藝術節		
2004 年 3 月	2005 高雄世界詩歌節		
2004 年 5 月	打狗開港 140 年系列活 動「文明的交會：高雄 港開門」		
2004 年 9 月 18 日起	旗津國際啤酒節		旗津
2004 年 10 月	愛河灣·瓦窯戀		
2004 年 11 月	高雄文化登玉山		
2004 年 12 月 17 日至 26 日	高雄國際鋼雕藝術節		駁二藝術特區
其 他 文 化 政 策			
2003 年 1 月	高雄市政府文化局成立		中正文化中心
2005 年 6 月	高雄文化發聲出版	原訂高雄市文化白皮書	

(研究者製表)

因此，高雄市文化方案所提出哪些特殊的論述？再現了怎樣的符號象徵意義，以期在台灣或是全球的都市競爭中，突顯自己的特殊性？目前大約有幾種論述的呈現，如「市民解放論述」、「美化生活空間」、「提升社會生活品味」、「強化美學與藝術」，以及突顯高雄市特色的「海洋城市」論述等等。就這些不同論述的影響與效果，直至現在比較明顯的是因為美化生活空間的論述。雖然「海洋城市」的意涵仍不清晰，但海洋、港灣、愛河等水的意向，以及水岸空間的規劃等

文化政策與論述，漸成爲主政者著力的方向。海洋城市在主政者和媒體的宣傳下喊得響亮，這樣的文化口號，是不是長期可經營的，還待時間來驗證，但是這段歷程所留下的影響是值得探討的。由其經由文化藝術在潛移默化的影響下，生產了城市風格的重構，是本文研究的重點。



第四章

空間重建與城市風格的建構—文化建設個案探討：

城市光廊

第一節：重建背景與發展過程

第二節：從城市光廊看城市風格的分析

一、光的迷思

二、城市光廊的公共藝術

三、文化政策和都市更新

四、城市流行的消費形式

五、城市光廊第二期－水的延展和展演場所

第三節：城市光廊對城市風格的影響

一、城市光廊對文化政策的影響

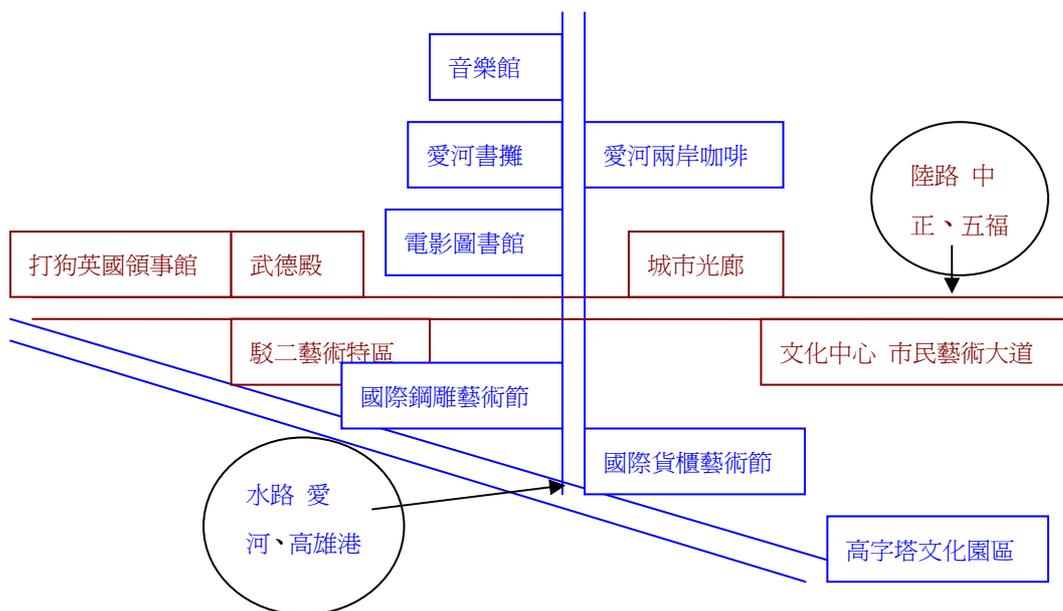
二、城市光廊與城市空間影響

三、城市光廊對市民的影響

每一個精神世紀將它的內涵以一個形式表之，這個形式完全地符合內涵。這便是每個世紀真正的「面貌」，充滿表情，充滿力量，如此，它得以在各類精神領域裡，從昨日轉型到今日，但藝術還擁有它特有的質---一種創造性、預言式的力量，以「今天」推測「明天」。³⁴

---德國抽象派藝術家 康丁斯基 (Kandinsky)

高雄舊名打狗 (Takau)，是一個港口城市，世界各地的旅人可以有兩種方式抵達打狗 (Takau)：乘車或坐船 (圖 4-1)。「這座城市呈現給從陸路來的旅人是一種風貌，呈現給由海上來的人又是一種。……每座城市都從與它相對立的荒漠那裡獲得形貌」；循水路而來的旅客和從陸地而來的旅客、居民所看見的打狗 (Takau) —兩種荒漠之間的邊界城市—也是如此。³⁵



(圖 4-1) 高雄市文化地圖：觀照城市風貌的兩條路徑 (研究者製)

³⁴ Kandinsky 康丁斯基 著；吳瑪俐 譯，1995，《藝術與藝術家論》，藝術家出版社，p205。

³⁵ 改編自 Italo Calvino，《城市與欲望》：有兩種方法可以到達狄斯比那(Despina)：搭船或騎駱駝。這座城市呈現給從陸路來的旅人是一種風貌，呈現給由海上來的人又是一種。……每座城市都從與它相對立的荒漠那裡獲得形貌；趕駱駝者和水手所見到的狄斯比那(Despina) —兩種荒漠之間的邊界城市—也是如此。Italo Calvino，1972，《城市與欲望》，《看不見的城市》，p9。

第一節：重建背景與發展過程

「城市光廊」藝術走廊於 90 年 7 月底開工，9 月完成。高雄市政府因應城市光廊的長期合法化，高雄市公園管理自治條例已於 90 年 11 月 19 日修正公佈實施，³⁶另於 91 年 5 月 2 日高市府工都字第一八六七六號函 訂定方案，³⁷其中第四項全文：依本方案核定之都市計畫園道土地使用空間，得作下列使用：

- (一)、露天咖啡座。
- (二)、簡易餐飲設施。
- (三)、其他依照高雄市公園管理自治條例規定且不影響原設施功能之使用。

「城市光廊」於 91 年之委託經營管理案，係依據「高雄市公園管理自治條例第 12 條」及「高雄市公園認養及委託經營管理辦法」規定訂定之。高雄市中央公園「城市光廊」為全國第一個公園委外經營管理案，該公園經公開評選後由奧多廣告股份有限公司取得經營管理權，自 91 年 10 月 1 日起至 94 年 9 月 30 日止，計 3 年。

因為「城市光廊」促使公部門訂定方案，高雄市的許多公共空間，也增加了為數不少的公共消費空間，除「城市光廊」外，愛河兩岸河邊曼波咖啡、哨船頭公園等，城市增加了公共消費空間，和以往的城市空間形式都有了不同的改變，市民的生活風格也受到影響，生活風格由此處探討之。

「城市光廊是一個偶然的開始，也是一個在地人長期對土地情感投入」，³⁸它使得公共部門的政策轉向，也是「高雄市亮起來」（2000 年台北燈會首次移師高雄時的宣傳口號）的一個起點。

城市光廊的位置，地點就在高雄市的市中心，原本是五福路上、從中山路口至中華路口的一條帶狀廊道，位置在高雄市的中央公園，中央公園內有體育場³⁹，

³⁶ 附錄二

³⁷ 附錄二

³⁸ 引自林熿俊訪談。

³⁹ 位於高雄市中山一路上的中山體育場於民國五十三年完工，有著三十八年的歷史，面積達一萬

左側隔一條馬路即是昔日高雄市最具知名度的大統百貨公司，右側臨中華路圓環，中央公園位居高雄市的中心地段五福商圈，1995 年因為受到對面大統百貨公司火災的影響，⁴⁰五福商圈頓時失色，商機黯淡，也間接影響了中央公園旁的熱鬧景象，歷經數年後，有了新的改變，一個光的起點、城市風格轉換的開始——「城市光廊」。

「城市光廊」位於五福三路中央公園旁，長一百五十公尺，寬十多公尺。2001 年城市光廊第一期（中山路端）的規劃，由建設局主辦，奧多廣告贊助，藝術家林熿俊擔任策劃主持人，2002 年城市光廊第二期（中華路端）的規劃，由捷運局與高雄公司主辦，公園高牆倒下，讓市民更有機會看到此城市之肺——中央公園。

第一期城市光廊建造源起：是由於高雄市政府建設局執行了 123 個公車站的改造計劃(圖 4-2)，評審委員之一的林熿俊，經由各評審委員同意後，在委員會中提出了得標廠商應回饋高雄市民的建議，即由公車站改造計劃的得標廠商提撥新台幣壹仟萬元，委託設計單位及施工廠商於中央公園地點，以美化市容，改善街道環境的理念，提出街道計劃方案並執行完成，完成後，以得標廠商的名義捐贈高雄市政府及高雄市民，因此林熿俊即成為回饋方案的策劃主持人。

林熿俊在訪談中說明：那是因為有一次，就是當時的高雄市政府建設局，那時候建設局長是李文良，他們有一個市容計劃案，就是找出 123 個公車站，然後由廣告公司提案，提出造型設計案，得案的公司、得標的公司就必須負責製作公車亭，

兩千平方公尺的中山體育場，擁有田徑場、足球場、橄欖球場、辦公室、外圍有八面籃球場、衛浴設備等完善設施，並可容納一萬五千人次，在民國六十三年更舉辦了第一屆台灣區運動會。91/05/10 為因應都市發展的規劃及捷運站體的施工，已開始進行部份圍籬設置及拆遷工程，逐漸褪去昔日中山運動場的色彩。在中央公園正式被定位為城市之「肺」前夕，於高雄中央公園舉行「期待一座城市的中央公園」。

[http://www.krtco.com.tw/news/newspaper_\(5\).htm](http://www.krtco.com.tw/news/newspaper_(5).htm)。

⁴⁰ 大統百貨民國六十四年開幕時，是台灣最大百貨公司，擁有全台第一部透明電梯，許多光榮的歷史，一度成為高雄市地王的寶座。八十四年十月三十日凌晨火災過後，卻一直閒置著，百貨公司所在的五福商圈也頓時失色，商機黯淡。民國九十四年四月大統百貨公司向建管處申請拆除執照，於民國九十四五月初獲同意發給拆除許可，將原有九樓建物拆除四至九樓，僅保留地上一至三樓及四樓部份空間。一樓將作為百貨商場、二至四樓作為停車場。

而得案公司同時享有公車亭的廣告受益權，差不多九年八個月的時間，所以必須做一些維護管理。我當初因為有機會參加成為評估委員，在評估的過程中，奧多廣告出線，而我也協助他們重新修改這個公車亭。當時那我在評審的時候，我們透過委員的同意，我就提出一個要求，就是說你（奧多廣告）在得標之後，是不是有可能另外再回饋一千萬來做一條示範性街道。

城市光廊這個名稱的由來，除了延續了設置概念，也是因為 2000 年燈會的一句口號「高雄亮起來」，因此，如何能讓這條廊道亮起來，也就成為這個策劃方案的主要面向，於是林熿俊將主題設定為「一場藝術與環境的演出」，就稱為「城市光廊」。

林熿俊說明：那為什麼叫城市光廊？城市光廊這個名稱，是因為 2000 年的時候剛好是阿扁當選的第一年，當年也是第一次把台北的燈會移師高雄，原本過去就都是把全國燈會放在台北，然後在 2000 年，中央就把燈會放給高雄市，南下到高雄市，所以高雄市第一次辦燈會是在 2000 年，而那時候的主辦單位、整個執行的是市政府，整個執行的是姚文志，就是現在行政院新聞局長，然後那時候設計了一句 Slogan、就是一句文宣口號，除了燈會，他們有一句口號叫做「高雄亮起來」。

城市光廊開始是在民間在地文化工作者的一個想法，介入影響文化政策的案例，這個案例提供我們許多有趣的可探討的城市風格形成的面向。



(圖 4-2) 城市光廊公車亭

(研究者攝)

另外在城市光廊的視覺整合方面，其構想來自於以高雄為家的意象：若以高雄為家，則公共設施等同家中的家具；都市街道（家具）的視覺整合，使很多政府單位的整合在此出現，為了表現都市與街道的關係、街道與街道之間的關係，

所有設計都是新的設計（裝潢）形式。

第一期城市光廊的行銷手法採召開記者會的方式，第一次記者時，先將施工工地圍起來，「用美美的廣告手法，來預告和製造神秘感和新鮮感，讓市民有了期待的感覺」；第二次記者會，是用一個事件的手法來行銷，由謝市長號召市民來共同參與一個作品的製作，以收集 2001 張笑臉照片為材料，製造一件作品，讓市民在這個參與的過程中，更添加了期待的心情。⁴¹

2002 年第二期城市光廊的建造原因：城市光廊原本只是臨時性的景點（其本身是高雄捷運的預定地，雖然為了美化公車站而生，但卻要為了高雄捷運地下停車場和地下商店街的營建而結束短暫的生命），但是在第一期城市光廊推出廣受市民好評後（城市光廊數次民調第一），引發林熿俊有了延伸擴大的想法，於是經協調捷運的廠商，將原本要銷毀重建、成為高雄捷運的停車場和地下商店街的城市光廊，經廠商更換合約，而保留下來，相關單位將計劃變更，並運用原本要興建地下停車場和商店街的預算約兩億元，用來建造美化未來的中央公園，並先提撥兩千萬來延續施作第二期的城市光廊。

林熿俊在訪談中介紹道：第一期的規劃沒有廁所，遊客用的是公園的舊廁所，這其實很不搭調，當我聽到民眾的討論後，讓我想好好為他們做個廁所，也帶出我對於第二期規劃的思考。因為（第一期的）反應很好，大家堅持想把光廊留下來，所以就去和捷運局協調，提出因為如果要完成捷運地下商店街的建設勢必要掏空地層，餘下的表面覆土樹木會長不高大也不易茂盛，這麼做等於是生態的破壞，並且提出大家（市民）其實想要的是一個自然生態公園，於是請市政府的人去和捷運局協調，希望捷運局換一個合約，不要做地下商店街、也不要做地下停車場，把錢省下來，折算一下看有多少，結果可以多出兩億，於是後來就決定將這兩億用在公園，要公園和捷運一起完成，這公園大約是十二公頃。協商的結果捷運局是同意了，也因為有兩億多的錢在那邊，我又再協調捷運公司，希望他們可以再給兩千萬，做第二期的城市光廊。

⁴¹ 引自林熿俊訪談。

城市光廊的「光」相對於過去中央公園的昏暗，使高雄市進入另一個空間情境，光亮起來了，聚光式的展演形式，掩蓋了空間原有的亂象，聚焦的空間，像極了妝扮標緻的夜姑娘，這個姑娘原本就可能是美麗的，⁴²只是過去高雄市人們疏於整理，為她穿了不合身且髒亂的衣裳，也忽略了她的存在；於是「光」成為城市光廊一個主要的論述，但是「光」也製造出在夜間產生光害的問題、節能的問題，以及白天和夜晚錯置的空間情境…由此可見，城市光廊的「光」亮起來以後，許多問題也接踵產生。

隨著台灣社會逐漸注意到文化藝術在都市發展上所扮演的重要角色，各地方開始出現不同的都市文化方案，城市光廊是自從 1998 年 12 月謝長廷就任市長以後，第一個較受矚目的文化個案，因此本章問題與重心希望能夠從全球化的脈絡下，立基於台灣特殊的社會結構與背景，以城市光廊作為本文研究對象，提出具體的個案分析，探索下列幾個不同層次問題：都市文化方案如何形成？文化方案所呈現出的象徵意義與論述內涵是什麼？文化方案帶來哪些影響？並針對以上問題，從文化、藝術的面向加以分析，最後探索文化個案是否得以促成城市風格的轉變、提升市民文化藝術的涵養，從而為文化藝術提供新的理解與不同的角色扮演。

城市風格是城市文化消費和都市政治運作的重要象徵，市民的消費習慣與市府的治理手段塑造出一個城市的風格（又作城市品牌或 city branding），城市風格受文化政策之影響可由上述研究問題清楚地呈現，都市文化治理的場域不僅涵蓋了「文化領導權」和「文化經濟」這兩個主要部份，也牽涉到人們對城市生活經驗的詮釋，以及市民社會的形構。那麼，到底「文化領導權」和「文化經濟」在城市光廊的設計產生了什麼樣的問題呢？這些問題—例如公共藝術介入社會、公車亭大量的廣告化、文化消費化、公共空間私有化、城市風格轉變、城市環境改造、藝術家的養成、城市的認同、市民美感經驗的昇華等等—都值得我們

⁴² 姑娘引意是高雄的化名。

逐一研究探討。

此外，奧多集團的公車站改造是產業和政策結合的成功案例，第一期城市光廊所觸及的設計議題，有都市街道家具的視覺整合、公共藝術如何介入城市空間、與街道文化環境氛圍的營造；第一期城市光廊的中段—玻璃平台—上，設有露天咖啡座(羅多倫)，第二期仍延續此路徑，設置可聚眾、表演的節點。正所謂「民以食為天」，這是古老流傳至今不變的道理，若以高雄市立美術館作為對照，就不難發現其中的癥結：為什麼美術館內參觀展覽的人口與館外放風箏的人口相比，要少了許多？為什麼城市光廊引來人潮後，人潮會停留下來？差別可能就在於城市光廊有露天咖啡座的設置，並位於車水馬龍的市中心街道上，因為露天咖啡座營造出消費和休閒的氣氛，人們可以在品嚐咖啡的同時欣賞藝文活動，這符合了現代的消費模式，而在過程中，藝術作品也被連帶消費，間接提升了消費者的品味。

近年來高雄市出現了一個特質—文化方案呈現藝術化、消費化、全球化，高雄市城市光廊的建設產生許多重要的議題，透過社會文化世界的符號想像層，去追索高雄城市風格中有關身份認同的喻象(figure)，並針對其形式來深入解析：

城市光廊是一個時尚青年族群聚集的流行場域？

或是一個城市美學的開端？

或是一個城市改造的空間？

或是一個市民社會的覺醒？

或是一個市民與藝術發生交集的人文並構場域？

或是一個流行消費的異化？

或是一個藝術和時尚並存的實証？

或是一昏暗和光明的對比？

或是一個文化消費化的城市光廊？

第二節：從城市光廊看城市風格的分析

每件藝術作品都是它那時代的孩子，也是我們感覺的母親。每個文化時期，都有自己的藝術，它無法被重複。⁴³

---德國抽象派藝術家（Kandinsky）

一.光的迷思

城市光廊將高雄轉化為光之城，讓高雄市中心的夜晚亮了起來。城市光廊的運用的空間符號有「光」、「藝術」、「水」；本節將從城市光廊所延展出的三個主要的符號「光、藝術、水」來論述。

城市光廊由九位高雄在地的藝術家合作規劃⁴⁴，以「光」為主題，創作出一系列的公共藝術作品，五福路邊的人行道，經過藝術家的一番巧思後，使得包括公車亭、紅綠燈、電器箱、垃圾桶...的街道家具，都增添了一股藝術氣息，呈現出環境藝術的整體規劃感。九位藝術家的原創作品、加上市長發起的「SMILE—2001 希望之牆」共十件藝術品，分散在設計團隊認為它們最適得其所的位置，讓市民行走在光廊中，可以感受到藝術與生活的融合。

廊道的開端（中山路端）有一座會發光的玻璃平台，是由主持規劃光廊的藝術家林熺俊所設計，在搭配各式彩色燈光的變化之下，更添炫麗。（圖 4-3、4-4）

⁴³ Kandinsky 康丁斯基 著；吳瑪俐 譯，1998，《藝術的精神性》，藝術家出版社，p17。

⁴⁴ 城市光廊的藝術團隊：林熺俊、蘇志徹、林麗華、陳明輝、黃文勇、潘大謙、劉素幸、王國益、陳。資料來源 <http://s91.tku.edu.tw/~491090535/kaohsiung/2-11.htm>。



(圖 4-3) 城市光廊 玻璃平台



(圖 4-4) 城市光廊 玻璃平台 2

(圖 4-3、4-4 資料來源：國立中山大學管理學院)

當代藝術「印象派」所代表的精神特質在林熺俊的這件「光」的作品可略窺一二，林熺俊作品中鮮艷的玻璃材質，可以隨著音樂的節奏，變幻出五顏十色的光，使得色彩氛圍在黑夜更形耀眼。

歐美現代藝術二十世紀的開端，即是「印象派」，打破了寫實主義，使藝術家們得以盡情抒發高度的創作意欲，創造了新風格的作品，促使傳統的美學觀念逐漸崩潰，建立了二十世紀的新美學觀。「印象派」的名稱因莫內的作品「日出」而得名，特點是重視光與色的描繪；在很短的時間內，這個「光」即在高雄引領風騷，雖然這件作品的「光」和印象派的「光」的形式並不相同，但作品精神內容是可以類比的，因為城市光廊的這個「光」，劃破了高雄市的夜幕，為更新城市風格露一曙光，這個「光」也成為城市更新的一個指標，從此「光」的概念不斷延續與發展，並在高雄市的許多景點一再被複製和強化，使高雄巖然成為一個光之城。

但是接下來的發展，到處都在模仿城市光廊「光」的形式，高雄市的公共空間，到處都在模仿城市光廊中「光」的形式，無論是人行道樹、文化中心的藝術大道、愛河兩岸的咖啡座區、高字塔的咖啡館、新光渡輪站的咖啡座區…，這麼多的場域，到處都「亮」起來了，這樣豈不是漸漸失去了康丁斯基所說的「內在的需要」了？這意思是說，我們不能為形式穿上制服。「藝術作品不是軍隊。

即使同一個形式，同一個藝術家這次使用是最好的，再一次使用時，卻變成最壞的。前者，因為它是從內在需求而成長出來，第二次，則只是外在的需要：只是基於一種擁有的野心」⁴⁵。然而每一個藝術家是時代的孩子，他表現出時代所特有的風格，城市光廊光的風格，風格的形成首先基於創作者心靈的需要，再延伸到作品的表現，呈現在城市的角落中，影響了城市居民和流動的時空。

林熿俊表示：「這是一個在地人長期對土地情感的投入，在十幾年前，我一直在想說不知道哪一天可以把這個想法，有機會發表。這個想法其實我是在十幾年前就有的，期間也曾經跟台北張建築師張建銘談過，也曾經跟開放空間文教基金會的陳惠婷執行長，提出這個想法。」

基於康丁斯基對藝術形式的論述，城市光廊的這個「光」發生於當下時空的必要性，城市光廊的「光」的出現，為高雄市過去的昏暗，點燃了第一個光點；城市光廊「光」的另一個意義，是城市改造的動力，城市「光」廊除了在名稱的考量上，可以形成視覺標誌，另外在空間裝飾上也感受到「光」的氛圍和效果，讓過往行人投注目光，感受到城市更新的動力。然而太多的公共空間亮起來，雖然真的實現了「高雄亮起來」的口號，卻也在全球化的消費模式和同質性的視覺場域充斥下，同時失去了地方的獨特性，就如同樹德科大視覺傳達設計系副教授兼系主任蘇志徹所言：「城市光廊有它階段性的任務，那另外一個影響是它讓高雄市市民，或是高雄市民間和官方同時去思考，環境改造可以對一個都市的影響和好處。城市光廊的效應造成了，因為他的成功，一時之間受到太多的矚目了，結果現在到處都在模仿城市光廊，後遺症是，大家都在作這個東西的時候有沒有想到：台灣需不需要這麼多的城市光廊？是不是需要這麼多的夜間光源？對環境是好是壞？後來的高雄市人行樹在夜間都打上了光，強烈的光線卻有可能對生態造成傷害，這樣作適合嗎？」⁴⁶

⁴⁵ Kandinsky 康丁斯基 著；吳瑪俐 譯，1995，《藝術與藝術家論》，p21，藝術家出版社。

⁴⁶ 引自蘇志徹訪談。

由此可見，城市光廊的效應是有其正面與負面的影響，在我們深思未來的發展方向時，這些都是值得我們探討的方向。

二. 城市光廊的公共藝術

城市光廊位於高雄市的中心位置，就如安德森所說的特別位置，形成了安德森(S.Anderson)所說的「特別街道」概念。它的出現，讓街頭藝人增加了表演的空間，除了將街頭演唱的形式普及化，更透過簽唱會、流行歌曲的演唱…，形成較年輕的消費族群取向，「這在歐洲，是隨時都可以看到的街頭藝人表演，因為只要有漂亮的街道，街頭表演的人自然會來，所以將活動費用用在環境的改造是比較可行」。⁴⁷

1992年台灣頒行文化藝術獎助條例，其中特別為公共藝術訂定法源依據，也間接地促進了台灣公共藝術的發展，雖然城市光廊的建造，是由民間廠商以捐贈的方式、委由專業人士設計執行的，但卻也反映出公共部門的政策，可以間接的影響民間策劃人對於公共藝術的認同，所以城市光廊是一個公共部門和民間合作的成功案例，而城市光廊的第二期，也是以同樣的方式，委由專業人士設計執行而成的。

城市光廊的公共藝術作品，都是高雄市在地的本土藝術家創作的，若以康丁斯基對於藝術的論述來分析這些藝術作品，由九位高雄在地藝術家合作規劃創作，符合了一個時代藝術創造的三個要素⁴⁸，康丁斯基也主張：「形的和諧必須建立於心靈的需要上，此即，內在需要的原則」。由此可見放置在城市光廊中的藝術創作作品，是高雄市由一群時代的孩子來創造一個時代特色的開端，以藝術的形式為名，企圖改善市民過去對高雄市文化沙漠之名的刻板印象。

⁴⁷ 引自林熺俊訪談。

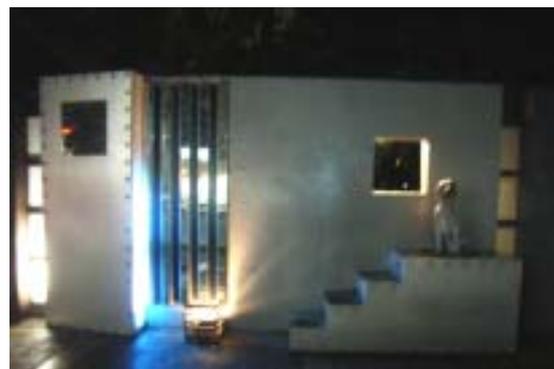
⁴⁸ 同註 13。

那麼這些時代的孩子－藝術家們，思考的是什麼？就如同蘇志徹所言：「其實如當一個畫家，往往都很單純，就是把腦袋想的一個印象，透過最熟悉的、最擅長的技巧、媒材表現出來，有機會就公開展示，讓別人來欣賞或提出意見，自己當中得到成長，也得到另一種滿足，這是所有畫家或藝術家最基本的狀態。作為一個藝術工作者，如果能得到更多掌聲或得到更多人的認同，或者作品能讓更多人看到，其實都是美好的。」⁴⁹

藝術工作者那種創造意念，是最單純的，可是，身為一個藝術工作者，真的可以不須夾帶其他的雜念，單純的純粹創作嗎？這是值得我們關心的議題，因為藝術工作者也要在現實的社會之中生活。閩南語有一句諺語是這麼說的：「先顧肚子，再顧佛祖」，康丁斯基對於藝術家的理論，也無法避免地要受到現實的因素影響，在當下的台灣社會更是如此。城市光廊的藝術作品每件預算只有十萬元，這個有限的預算限制了作品的材質，所以，作品背景結構，大多以未經修飾的水泥板模為背景，在加上主題式的材質表現，例如蘇志徹所設計的這件「人、狗、梯、門、窗」（圖 4-5）的創作，簡單的五個符號，引導觀賞者對於「家」的想像空間，在夜晚透過燈光的照射，更是別具風情（圖 4-6）。



(圖 4-5) 蘇志徹的「人、狗、梯、門、窗」(研究者攝)



(圖 4-6) 蘇志徹的「人、狗、梯、門、窗」2 (研究者夜間攝影)

⁴⁹ 引自蘇志徹訪談。

又如陶藝家林麗華創作的「太陽之頌」(圖 4-7)，以稍加修飾的水泥材質背景，加上最能表現高雄特色的「金」、「土」、「鐵」的元素，用抽象的符號展現高雄市的陽光、力、與萬物共生的包容，以及高雄人的熱情、善良的氣度。



(圖 4-7) 林麗華的「太陽之頌」
(研究者攝)



(圖 4-8) 林麗華的「太陽之頌」2
(研究者夜間攝影)

除了上述兩件作品外，還有城市光廊迴廊上的其他作品(圖 4-9、4-10)。我們暫且不論其藝術作品的表現意涵，以作品的材質為出發，觀看其本身的藝術特質；基於有限的成本，創作者運用簡單的處理手法，裸露出水泥結構的背景材質，



(圖 4-9) 城市光廊公共藝術迴廊
(研究者攝)



(圖 4-10) 城市光廊公共藝術迴廊 2
(研究者夜間攝影)

三. 文化政策和都市更新

以謝長廷市長與 2001 位市民提供的燦爛笑臉為素材，製作而成的「SMILE—2001 希望之牆」這件作品〔圖 4-11〕，可以看見文化治理的置入性行銷手法，透過將主政者和藝術作品結合，運用文化治理的過程，藉著藝術創作的名義，營造出主政者親民和重視文化藝術的政治形象，由公共場所的藝術作品，直接引起市民的感受，增加市民對執政當局的滿意度，關於這一點，可以從謝長廷市長的施政滿意度，從 20%的低民調，提升到 72%的巨大轉變中，看出端倪，而我們從謝長廷競選連任時的文宣中，以城市光廊為主要訴求的政績之一，最後達到連任的目的，也透露出首長形象包裝的成效。⁵⁰



(圖 4-11) 「SMILE—2001 希望之牆」(研究者夜間攝影)

城市光廊的維護管理是由奧多公司的咖啡吧(圖 4-12)來執行管理的，市民聞到咖啡香，自然而然地慢下腳步，聽聽音樂，和享受品味空間；策劃活動也是管理方法之一，由奧多廣告經營，「城市空間咖啡消費」成為都市形象再結構的實體工具，也成為城市文化治理的象徵和物質框架，從而支撐了都市文化治理與包裝都市發展更新的空間符號。經濟利益一向是都市文化計畫的重要目的，這是無可避諱的事實，然而，在城市光廊的經驗裡，消費與文化藝術之間，除了看到

⁵⁰ 後來謝市長競選連任活動的宣傳---喝咖啡沒有那麼簡單。

了營收，更製造出一個意外的產品－一種新流行文化的誕生，城市光廊變成一種都市流行的品牌。



(圖 4-12) 城市光廊的咖啡吧 (研究者夜間攝影)

儘管城市光廊這種以全球化消費形態為經營手法的場域，在國外許多先進國家是很普通的例子，但是在高雄市，它卻是第一個常態性的設置，所以非常容易在國內成為引起矚目的場域，於是，各式各樣的問題也接踵而來，首先浮現的，是如何解決適法性的問題，在城市光廊出現以前，公園是不可以有音樂的，所以高雄市府起初受到很多批評，但因為民眾反應很好，為了令城市光廊合法化，公共部門訂定了一個叫「高雄市公園自治條例」的法條，來解除在公園裡播放音樂、演唱和販賣咖啡等商業行為的禁令，這是一個關鍵，後來愛河的黃金水岸等等公共場域，都依照這個條例來執行，這也是讓高雄市許多公共空間都亮起來的原因。⁵¹

透過了解高雄市公園自治條例的訂定緣由與過程，我們可以很顯然地觀察到：公共部門的政策是可以用來順應人民需求的。因此城市光廊介入了城市空間，生產了由「點」到「線」、再到「面」的效應，然後一股模仿的風潮，充斥了高雄市的開放空間，形成一種社會符碼，高雄市伴隨全球化的腳步，同質化的

⁵¹ 整理自林熺俊訪談。

結果，異質性的地方文化特色也消失其中。由此可見，城市光廊所產生出的城市風格是一種全球化的表徵，反觀後現代主義的異質性特質卻較不明顯。我們應當要思考的，是如何超越城市光廊同質性的概念，這個問題在訪談藝術工作者時，都得到頗為一致的認同性回應。⁵²

四. 城市流行的消費形式

小時候有一天，隔壁的同年女生告訴我，她去了高雄，到了高雄的大統百貨公司，是個非常熱鬧的都市，大統百貨公司頂樓有大型的遊樂園，是坐著透明的電梯上去的，還可以看到高雄市城市風景；她還拿出一片壓平的孔雀羽毛，她告訴我，孔雀羽毛是在大統百貨那裡買的。這也是我對高雄的第一個認識。⁵³

---研究者回憶

城市光廊位處大統百貨公司舊址的對面，在小時候的記憶中，大統百貨公司似乎是這個城市的象徵地標，現在高雄市的象徵地標轉移到城市光廊了。但是消費化轉換的階級品味依然存在，甚至更勝以往，新的城市公共空間因而紛紛變成文化消費空間，市民從城市生活美學的締造者，降格為文化商品的消費者，城市風格符號的轉化，從公共空間轉化至私有空間，城市的象徵場域，也從私有空間轉化成為公共空間。

文化與政策可以在兩方面互相產生關連：美學和人類學。從美學的層次來看，藝術的產生來自於有創意的人，而由美學的標準來評價，文化則具有指標的作用，在各個社會團體中區分出品味和身份。在空間美學裡，因為有品味和身份的存在事實，而區分了不同的人群或階級。在第一期城市光廊的中段，有一個露天咖啡座(羅多倫)，人潮願意停留下來的關鍵 – 因為城市光廊有露天咖啡座(圖 4-13)，從而有了供人消費、休息、談天、活動等令人踞足的理由，符合現代人

⁵² 訪談 李俊賢，林熺俊，蘇志徹等人皆如此表示。

⁵³ 本文研究者小時候住澎湖漁村。

當今的消費模式，然後，藝術作品就在不知不覺成爲消費中的一部份，如此一來，也就間接地提升了使用者的生活品味。



(圖 4-13) 城市光廊的露天咖啡座 (研究者夜間攝影)

換言之，消費已不再單純只是成爲實用的價值定論，而是成爲一種社會象徵與階級溝通的媒介功能，也是作爲社會不同階層的區辨準則，以宣稱自己的休閒消費品味是否具備其優越或正當性，並指涉不同社會階層因其共有的習性所展現出秀異的休閒消費品味 (taste)，同時也最能表現出自我的社會位置 (Bourdieu, 1989)。具體而言，不同階層的個人會運用他們所能掌握經濟資本和文化財、教育資本，展示各自特有的言行，用以將自己從其他低下的文化品味區分出來 (劉維公譯，1992)。藉以排除異己 (other) 的休閒方式，就好像文化菁英者透過語言企圖建構出一種高雅的休閒活動，以便去除一些低層、草莽、庸俗的休閒文化，此乃是 Bourdieu 所指稱的象徵暴力 (symbolic violence)。這說明了每一個社會階層的人們都積極地想獲取對於自己是最大利益的象徵，具體競爭方式是藉由凝視關係與語言宣稱，以確定自己的休閒品味具有正當性，以及達到區分自我與異己之階級分隔意識。

城市光廊的多倫多咖啡座是消費全球化的產物。但是這個現象無法免俗的被一直複製和受到市民的歡迎，所以消費全球化對於城市風格的影響，從幾個方面來看，社會發展和文化帝國主義，全球文化同質性和在地文化異質性的關係。

Ritzer 認為，人類社會發展的重心已從生產部門移轉到消費部門，從工業社會來到消費社會，Ritzer 認為，全球化事實上是美國化，在美國的影響下，世界的經濟、政治及文化將朝同質化發展。產業的加入是持續文化活動重要的因素蘇志徹、李俊賢、都有提出這樣的看法，最終的論述面向文化方案提供了民眾注視的角色，若從城市風格的角度來看，文化方案與文化經濟的連繫，表現在消費美學和指引、都市獨特風格、地方感與地方意象，以及直接與藝文活動和產業的聯繫等。從物件本身的商品化、商圈和特色店家消費的描繪，到人文史蹟、自然景觀的遊憩可能性，都在城市記憶書寫的提點下成為文化經濟的一環，牢牢抓住了需要意義，並且從消費中獲取意義的城市居民。雖然個人時尚消費的獨特生活風格是一種選擇的過程，消費也是當代認識和體驗城市，產生記憶和認同的基本場域。然而城市不斷變動，生活其中的人群、社會關係和空間形式不斷流轉變異，很難想像有城市風格的整體或全貌，任何城市呈現在當下必定是片段、局部的，必須要時間的歷程，在歷史的脈絡波動中來回印證。

從消費全球化的觀點切入，看高雄市文化方案（如餐飲、咖啡、音樂…）的呈現，本文同意 Ritzer 對於文化同質化的理論，但是如果從城市光廊藝術創作的呈現切入，其創作的內容則有 J.N.Pieterse 異質性的在地精神，城市光廊是九位在地藝術家的創作結晶。

五. 城市光廊第二期 – 水的延展和展演場所

城市光廊的第一期是一條街道的帶狀路徑，第二期仍延續此路徑，設置可聚眾、表演的節點。在設計的元素中，藉著高雄都市環境的特有風貌：水、綠、光、藝術等元素，來建構城市光廊的意涵，形成水的延展和展演場所。

城市光廊第二期加入了水岸元素(圖 4-14、4-15)，也是一個公園和自然的結合，城市光廊的人造水流，提供市民與水親近的機會，解開台灣人長久以來對水

懼怕的歷史束縛，為城市光廊添增新的水景意象，並且進一步拉近市民對海洋城市訴求的陌生感，親水空間既為象徵符號，也符合自然生態的環境營造，事實上，高雄的形象可以是水岸的，因為高雄有港口和浪漫的愛河，還有熱情且富人情味的市民。



(圖 4-14) 親水公園 (研究者攝)



(圖 4-15) 親水公園 2 (研究者攝)

展演場所第二期城市光廊的重要概念，它提供了當代藝術一個定期展演的空間場域。當然，代表青少年流行文化的演唱會或簽唱會也不能免俗的在此展演，形成了流行文化的一環。

然而，表演藝術活動卻也令露天公共空間的管理問題和環境維護問題一一浮現，民眾的行為在公共空間的隨性表現，可以透過下列四張圖片清楚觀察，從休閒的坐椅與談天的長者（圖 4-16），到推著嬰兒車四處恬遊、不必擔心交通安全的阿嬤（圖 4-17），還有咖啡座上忙裡偷閒的沈睡者（圖 4-18），和在休息區睡姿交錯的旅人（圖 4-19），都可以看出市民把城市光廊當成家的延伸；但是城市光廊是公共空間有其公眾性，所以將城市光廊當做家的概念是精神層面，或是客廳的概念如(圖 4-16) ，而不是像臥房或起居室的私密空間(圖 4-17、18、19)，可見空間的更新，市容的維護，市民的行為，由一個公共場域的種種現象都輕易顯現一個城市的風格。



(圖 4-16) 城市光廊一角 (研究者攝)



(圖 4-17) 城市光廊一角 2 (研究者攝)



(圖 4-18) 城市光廊一角 3 (研究者攝)



(圖 4-19) 城市光廊一角 4 (研究者攝)

第三節：城市光廊對城市風格的影響

一. 城市光廊對文化政策的影響

文化政策是把治理性和品味合併起來，致力於生產主體，在個人或公眾層次上，形塑重複的舉止風格。在都市的改造上，「城市光廊」是成功的起點，因為它是很明顯就可以看到的文化建設，高雄是一個絕佳的例子，一個「城市光廊」，就讓高雄發光起來，從此高雄市民又平添幾分驕傲感，他們可以很驕傲地去跟他們的親友、外來的訪客介紹高雄，或是邀請親友來高雄遊玩，興奮地告訴親朋好友，在他們逗留高雄的期間，可以帶他們去那邊玩，城市光廊間接地促成了文化認同的建立與維持。高雄人對於城市的認同增加，市民身為高雄人的光榮感增加，城市光廊在民調上的滿意度位居第一，這也反映出市民對於執政者的施政表現予以加分，這在高雄市藝文人士的訪談中可以得到證實。

但在另一方面，城市光廊在公民權概念的擴充上卻比較不明顯，這是在歷史中過去政治威權時代、長期戒嚴的後遺症，台灣居民因長期對公共議題的疏離，公共參與的程度及意識的提升都比較不明顯。「城市光廊」的風潮現象，其成果是高雄市民共同擁有的，就像家中的房子變美了，主人因此受到了肯定，而不只是主政者形象的塑造，或延續個人政治資本的手段，「城市光廊」應該要能達到引導主政者和市民去思考公民權概念該如何延伸的目標，最好的例子，就是為了讓城市光廊合法化，而直接導致高雄市公園自治條例的修正，顯然公共部門的政策是可以來順應人民需求的。

同時，「城市光廊」讓市民開始注意到美化居住環境和培養美感品味的需要，提升了市民的視野，厚實了藝術創作的資本，民眾的參與，是讓他們了解高雄市環境的一個新的起步。公共藝術的介入，是一種文化資本的提升，文化藝術活動的生產，刺激藝術家投入更多元的創作，這是設計之初就規劃好位置的考量，是主角不是配角，「城市光廊」的藝術作品都是高雄市在地的藝術家創作的，雖然

每位藝術家都只有拾萬元的經費，但藝術家還是願意去作，只因這也相對是一個表現作品的機會；此外，藝術作品超越國界、無族群分別的特性，對整個社會的融合是具有正面意義的，它是文化藝術象徵符號與論述的再現。「城市光廊」更新都市形象，公共藝術成功的介入空間、提升街道文化環境氛圍的營造；另外，也吸引了藝術贊助資源，第二期城市光廊的興建經費即是高雄捷運廠商贊助的。刺激觀光，是顯而易見的事實，城市光廊形成了一個新的觀光景點，吸引創意階級入駐，如街頭藝人的主動聚集演出。

文化藝術活動的消費在「城市光廊」出現，是產業和政策結合的成功案例，奧多集團的公車候車亭，改造了公車站，美化了城市的視覺整合，也使很多政府單位和街道的關係，出現整合的情況，所有設計都是新的設計形式。

城市光廊最重要的關鍵任務就是讓執政者（謝長廷市長任內的團隊，市政府的團隊）發現到（真正的發現到）：文化藝術的建設或是投資，可以產生的效應，遠超過前人作過幾百億，幾千億的工程，所能帶給市民的印象或效應來的高，因此，自從城市光廊成立以後，文化藝術活動變成由官方主導的頻率越來越高，官方的主動投入越來越多，因為他們發現這個東西的效應很好用，很容易得到掌聲，因為它不太容易作得很爛，把一個地方美化了，大家都會覺得好，負面的聲音很少，也意謂著選票會越來越多，這也是城市光廊的效應。⁵⁴

二. 城市光廊與城市空間影響

一個「地方」(place)以及一個「空間」(space)如何能夠被感受到？如何能夠被深刻的記憶？為何某些空間模式能夠被大眾廣泛且深刻的討論著，而某些地方意象則容易被社會所忽略與遺忘？在高度發展的都會中，除了擁擠與雜亂的意象外，所謂的公共藝術對於場所的重新定位，能不能在不著痕跡的設計下，帶來

⁵⁴ 引自蘇志徹訪談。

美學的提升？加強人文與環境的關懷？這一切，都需要綿密的思考與謹慎的規劃、設計，因為公共藝術所創造的，不只是停留在藝術品的創造，而是空間氛圍的形塑，也就是「公共藝術的生產」(production of public art)，更是「空間的生產」(production of space)。⁵⁵

從空間的角度觀察，建築商品化成為消費社會的一種趨勢，而市場與行銷成為都市建築指向世俗化的主要動力；在資本主義的城市發展邏輯下，原本建構在農作生產價值上的土地及住宅的使用價值被顛覆成為消費及投機的交換價值，依附在都市發展的期待與想像上。⁵⁶

創意拿來當作創造經濟附加價值的手法並無大錯，在有階級和公共關懷的政府文化政策中，文化通過商品來流通，讓可及性和普及性更高，也是一種文化理想。但是，當城市中的文化空間被少數人全然壟斷後再以高價賣出，人們被迫遷出原居社區，以更高的代價來看一場戲或聽一首歌，這就與原來的文化企圖完全背道而馳了。這個在英國歷史中發生過的不幸如果不能在亞洲的土地上重新被反省和考量，或稍作轉彎，那麼，以文化之名所進行的空間階級不均等發展是指日可待的。⁵⁷

三. 城市光廊對市民的影響

2001 年城市光開幕的那一天晚上，我們一群文化藝術系的學生和策劃人林熺俊老師在城市光廊喝咖啡，分享老師作品成果的喜悅和參與活動空間的燻陶，讓我們這一群同學深刻的接收了藝術空間的美感，所以城市光廊的藝術創作，形塑整個城市光廊的公共藝術美學的深化，增加市民美感經驗。雖然城市光廊公共

⁵⁵ 陳碧琳著，2001，《90 年代台灣公共藝術之研究》，南華大學環境與藝術研究所碩士論文，p75。

⁵⁶ 曾令正，《「Cafe」：一個見面社交場所空間形式變遷之初探—以台中市為例》，東海大學建築研究所碩士論文，1983~2003 前言。

⁵⁷ 2005.06.27 中國時報 孫瑞穗。

藝術作品本身限於經費預算，但是位於車水馬龍的五福路上，空間能見度相當高，也略補先天之不足。林熿俊老師說很感動的是，這是他的第一件公共空間的作品，投入了很多時間去管制，像是自己的咖啡店一樣，這樣的付出，得到了大多數市民肯定的回報，城市光廊的滿意度屢次獲得民調第一名。

廣告位置和數量降低了藝術空間的涵義，過多的大型廣告看板，和藝術品在同一排列，更凸顯現實和理想的分際處，也顯示出資本主義消費取向的經濟社會，當然加深公共空間的階級化，也使得公共空間的公共性加入了私有性的空間的涵義，這樣的廣告消費取向的品味，而且經由文化，內化到主體的心理。

所以城市光廊的消費文化化或是文化消費化的生產再現，確實影響了市民的生活風格取向，也影響城市的風格。如果從都市發展更新的角度來看，是種仕紳化，即是中是中產階級移回市中心的運動，文化轉向，這個變換在城市光廊獲得印證，附近的商圈繁華了。然而從公共藝術 BOT-2001-2002 城市光廊間接了成爲市民消費的全球化，文化消費化的現象，一種流行文化的「生活風格」風潮，生活品味的轉變，咖啡香和音樂藝術欣賞等。但是「城市光廊」也由公有的公共空間變成私有的商業空間，空間的異化，形成了消費階級，走向「中產階級式排斥性」改變了市民的空間感受。所以城市光廊的消費文化化或是文化消費化的生產再現，確實影響了市民的生活風格取向，也影響城市的風格，城市光廊塑造了高雄市的一種流行文化的「生活風格」，也得到了市民對於執政者的施政加分，這在高雄市藝文人士的訪談中予與證實。

第五章

文化藝術活動與城市風格的建構：

高雄國際貨櫃藝術節

第一節：藝術節背景與發展過程

第二節：從貨櫃藝術節看城市風格的分析

- 一．海洋城市是高雄城市風格的未來式？
- 二．藝術節的空間再現與形式
- 三．貨櫃藝術節的藝術性與風格

第三節：貨櫃藝術節對於城市風格影響

- 一．貨櫃藝術節對文化政策的影響
- 二．貨櫃藝術節與城市空間影響
- 三．貨櫃藝術節對市民的影響

知識是想法的僕人，想法又是感受的隨從，而美就是第一個感受，第一個感受必須被感動，第一個感受就是美，就是完美的和諧。⁵⁸

----建築思想家路康 Louis Kahn

一個城市予人的感受如何？其所呈現出的風格如何？端看公共部門的視野和民間的融入，一個城市的形象是可以被塑造的；以韓國的城市 - 光州（Gwangju） - 為例，韓國中央政府和地方政府透過舉辦光州雙年展（Gwangju Biennale），使光州的城市形象開始有了轉換。

在韓國的歷史上，光州是一處被摒除在開發地區之外、並一直受到歧視的貧困地區，但同時亦是民主、思想開放進步人士的孕育地，在這樣的歷史背景下，當地人民積極投入民主抗爭活動，即使面對無情的鎮壓及混亂的政局，也堅決繼續示威，⁵⁹長期處於與中央政府唱反調的結果，使過去的光州，以「抵抗」作為城市的形象，是韓國歷史上改革運動的中心點，尤其自 1980 年 5 月 18 日爆發流血事件「光州起義」後，光州的形像更離不開「民主抗爭」！

然而，在韓國從威權體制改革到現今民主自由的國家後，由於過去有許多的詩畫學者被放逐於此地，因此自然而然培養出很多出色的藝術家，令該地嚴然成為韓國文化的中心點，建立其「藝術城市」的地位，也因此奠定了「光州雙年展」的歷史基礎。⁶⁰

作為一個國際藝術的展覽，光州雙年展創立於 1995 年。它的創立不僅對韓國的藝術界有著重要的意義，同樣也是光州這座城市對於整個國家的所具有深遠的歷史意義的體現。⁶¹

⁵⁸ 王維潔 著，2000，《路康建築設計哲學論文集》，田園城市文化事業有限公司，p118。

⁵⁹ 資料來源：維基百科。

⁶⁰ 資料來源：國立台灣美術館。

⁶¹ 資料來源：藝術論壇「光州雙年展簡介」(02-01-24) www.c12000.com。

在創辦之初，韓國的政府官方的原意是希望透過舉辦光州雙年展，使光州的城市形象能夠從「那個抵抗的城市」(the city of resistance) 轉換成「那個藝術的城市」(the city of art)⁶²，企圖扭轉該城市在歷史上充滿爭議性的負面形象。然而，一方面因為光州位處偏遠的貧瘠地區，加上長久以來此起彼落的反政府運動，使光州市民對藝術感到生疏，另一方面，因為光州的藝文創作者(連同當地居民)不願意看到自己的歷史背景(特色)與文化分割，所以要求以韓國(光州)的民主運動為展覽主題，於是光州雙年展，在與原始目的完全相反在情況下、於1995年建立，作為對1980年悲劇事件的一種紀念。

推出「光州雙年展」的初期，這些創作者即堅持要將韓國(光州)的情形呈現在作品當中，創作出另類美術樣式(歷史美學⁶³)，也就是所謂的「民眾美術」，在作品中融入市民感情，使得光州這個城市能呈現出在韓國歷史上改革運動中心點的形象，並藉此展現其文化藝術價值。⁶⁴「光州雙年展」即充份反映出該地區在經歷歷史變遷後，韓國人生活型態和歷史的演變；這些光州當地的藝術家們承續著前人詩、畫方面的創作天份，嘗試在傳統與創新中尋找方向，發展出一種參雜著傳統、保守以及進步的特殊混融作品，並且名聞韓國，在國際當代藝術的領域中發光發亮。⁶⁵

從「抵抗的城市」到「藝術的城市」，光州的城市形像不斷進化，在韓國中央、地方政府與在地藝術家、光州市民的努力與溝通下，「傳統」與「現代」在光州調和並昇華，形成了光州的氣質－一個藝術、浪漫和光亮的城市，如今，更朝著將光州發展成為「21世紀的世界性文化藝術城市」而努力。⁶⁶從光州人信誓旦旦地宣告：

⁶² HaeRan Shin, "Cultural festivals and regional identities in South Korea", *Environment and Planning D: Society and Space 2004*, volume 22, pp. 619-632。

⁶³ 同2。

⁶⁴ 資料來源：文建會新聞稿 2006/03/29。

⁶⁵ 同2

⁶⁶ 資料來源：攜程旅行網「目的地指南：亞洲、韓國、光州」www.ctrip.com。

「隨著地方自治時代正式拉開帷幕，我們光州正在以建設成為『有夢想的陽光之城，每個人都是主人』的世界一流城市為目標，努力將光州發展成為能夠領導西南海岸時代的交通、信息、通訊和尖端產業的中心城市及世界文化藝術城市」⁶⁷

即能感受到當地市民對藝術城市的高度自信與自豪。

由此可見，光州雙年展(Gwangju Biennale)的創展過程，本身就極具特色，它不只包括藝術的展演、經濟的再生，最重要的，是韓國的政府官方希望透過舉辦光州雙年展，改造光州的城市形象。

特別值得注意的，是不同的利益團體在試圖重塑光州形像的過程中，如何操作文化政策，與競爭對手較勁，從而導致展覽主題和空間都逐漸偏離了創展原意，令雙年展的宗旨（紀念光州政治抗爭的歷史背景）反而和它的起始目的（脫去光州政治抗爭形象）相反！

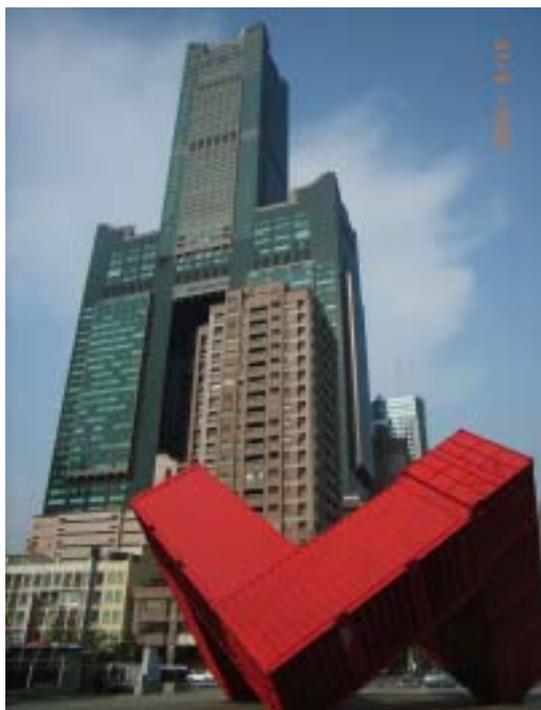
光州雙年展已經與該城市的政治歷史和政治形象緊密地聯結在一起了！

從歷史的脈絡來看，高雄市過去比較缺乏使用城市美學的概念和文化策略的轉向來改造城市的經驗，最近這幾年，一個不同以往的城市風格逐漸浮現。「一府、二鹿、三艋舺」，這是台灣島嶼文化的發展流程；縱看高雄的城市發展，因為經歷長達五十年的日據時期，高雄的港口，是到了日據時代後期，才開港營運的，而早期高雄經濟活動較為熱絡的地帶－鹽埕區，則是日據時代結束以後才開始經營的，就歷史的脈絡來說，高雄完全是個新的都市，然而過去高雄市政府的文化活動對於都市文化的歷史，基本上並無太多與歷史連結的活動，除了增加消費文化的空間外，對於都市空間這方面的文化，活動名稱幾乎只侷限於標榜藝術的概念，並且是伴隨著消費全球化、文化經濟化等等現象所產生的。

謝長廷執政高雄市之初即以「海洋城市」為口號，透過幾個以藝術為取向的

⁶⁷ 資料來源：光州廣域市政府「光州的歷史」及「大韓民國」文章。

文化個案，企圖轉換長久以來高雄市為工業城市的形象，這個歷程和上述韓國的光州（Gwangju）有許多相同和相異之處，本研究中提出光州這個例子，並不是要將它與高雄市文化建設內容作比較，而是想藉由光州經驗來證印城市經過文化政治和民眾的參與，可以共同塑造一個城市形象的可能性，進一步研究本文論述的城市風格。



（圖 5-1）保留在海洋之星的貨櫃創作
作品（研究者攝於 2005.9.19）

本章大綱是文化藝術活動與城市風格的建構分析，以貨櫃藝術節為例（圖 5-1），第一節研究貨櫃藝術節的藝術節背景與發展過程；第二節從貨櫃藝術節看城市風格的分析，試圖解析市民對美學的理解，及文化藝術活動對於城市風格的建構產生那些問題和影響，並對城市風格深入探討並提出看法；第三節分析貨櫃藝術節對於城市風格的影響。

第一節：藝術節背景與發展過程

在官方推辦高雄國際貨櫃藝術節創展以前，高雄在地的藝術界即已針對用貨櫃為素材舉辦藝術性活動的可行性進行討論，後來適逢姚文智擔任副秘書長，在行銷高雄市的考量下，向民間團體提出構想，雙方於是一拍即合；過去藝術界本來就在思考關於貨櫃藝術的事情，但是一個貨櫃，光是搬運和拖板的費用，一個就要五千塊，所以單靠民間力量幾乎是沒有辦法實踐，所以，在民間一直都有在思考的情況下，當公共部門提出構想時，很快就可以開始動起來。第一、第二屆的策展主持人由民間代表李俊賢擔任，本文在研究過程中，以訪談李俊賢的方式，了解貨櫃藝術節的始末。

高雄國際貨櫃藝術節的構想沿革，可以從高雄市的都市發展脈絡來觀察：高雄港的開發是造成普遍民眾對於高雄市很多貨櫃印象的原因，高雄市過去予人工業城市的普遍印象，除了因為有中鋼、中船外，也因為有高雄港的貨櫃運輸活動，基於運送過程的需要，使市民對貨櫃在陸路上的現身，習以為常，本文研究者過去自民國 78 年即住在高雄，在個人的生活經驗中，貨櫃會經常出現在市區道路上，其實不算是太好的生活經驗，個人外出時，常常會有與貨櫃車在馬路上並行的機會，在大型的貨櫃車，因為體積較大，在同行的道路上，似乎有意無意威脅著自身的生命安全，導致個人對貨櫃車存在著不信任感，所以貨櫃藝術節的舉辦，對本文研究者或高雄市市民而言，確實提供了一個不一樣的生活經驗，然而這種個別的生活經驗，在高雄市市民的生活中，到底產生了何種感受呢？貨櫃藝術節的活動是否可以引起廣大市民的共鳴和討論，進而形成城市風格的形象之一，這些都是本章研究的重點。

為了高雄「市、港合一」政策的部份落實，也為了接合當年市政府的文化口號所宣告的「海洋城市」，並更進一步宣告高雄邁入港灣城市新世紀的來臨，目前高雄市共辦三屆國際貨櫃藝術節；四面環海的台灣，自古到今，與外界的聯繫方式，從海運、空運等實體運輸，一直發展到有線、無線、衛星通訊與網路等訊

號傳送。海運因為可承載物體的數量及尺寸較大，且成本較低，在各類交通極為發達的今日仍佔有重要地位。

貨櫃是海運的標準容器，它必須要有統一的規格，以便於在全世界的各個海港進行進出的卸吊作業；以容器而言，貨櫃是相當有個性的容器，它的內在環境須使物體不發生變質、變形，所以貨櫃在運輸時是封閉的、具堅固的金屬外殼，可多次再利用，且有冷凍櫃、冷藏櫃等特殊規格；不同尺寸、材質的包裝物體都要放入有固定規格、尺寸的貨櫃中；無法置入貨櫃中的物體，或基於成本、技術等因素的考量，則須以原料或零件等轉變形式的方式運送，到目的地再行加工、組裝；在由網路所形成的「新經濟」體系中，貨櫃成為與虛擬世界的對照，在「全球化」的趨勢中，貨櫃則因「暢行無阻」而更為重要。

貨櫃的功能在於運輸過程中物體的裝載與保護；全球海港有統一的卸吊作業規格，各國有運輸、通關的「協定」(Protocol)，以利貿易的進行；貨櫃促成世界「物流網」的形成。

此外，貨櫃的運輸並非即時，它是有「時間差」的；因貨櫃僅作為運輸過程的裝載用途，因此物體的置放是暫時性的。貨櫃的載體為輪船或拖車，其運輸可以經歷海運或陸運的過程，而進貨櫃前與出貨櫃後的物體都面臨著環境的改變。

2003 年以前高雄港是世界貨櫃吞吐量第三大的港口，其所在的高雄市雖有一百四十多萬人口，在城市發展方面，卻一直未能利用海港在國際交通上的優勢，發展成國際型都會。

對主辦單位高雄市政府而言，貨櫃藝術節的策辦，在於以貨櫃為形式，以藝術為內容，創造一個國際文化交流、全民參與活動的機會，為高雄市在完成市港合一後邁向國際都會的全力前行熱身，並活絡高雄市的文化活力及提昇高雄的文化能見度。

諮詢委員之一石瑞仁（國內知名藝術家與策展人、關渡美術館館長、台北藝術大學教授）在序中提到：

「貨櫃可以儲存不同的產品—從最生鮮的到最古董的，當然也可以儲存不同的藝術—從最實體的到最虛擬的；貨櫃可以運送各種貨物—從小 baby 的親親奶嘴到大人們的戰爭武器，當然也可以運送各種藝術—從最簡單與樸質到最尖端與科技；貨櫃是國際貨物運輸與經濟交換的公用單元，當然也可以成為國際藝術觀摩與文化交流的專用單位；貨櫃運輸讓跨國的物資生產與消費變得更可行和方便，當然也可以將跨國的藝術創作與欣賞變得更新鮮和多樣；每個貨櫃可以是展現個人藝術專長的一個舞台終端，也可以是呈現地域文化特色的一個空間場域。」

高雄本來就是國際性的貨櫃港，以移民為主要成份的高雄城市，其移民特有的草莽開拓性格和貨櫃的屬性亦頗為契合，漂浪四海、歷經風霜的貨櫃，和離鄉拓墾、與環境搏鬥的移民，或許是可以彼此象徵、相互表意的。而且貨櫃原本就是高雄城市景觀的一部份，是高雄市的視覺表徵之一。

雖然目前貨櫃藝術節在影響形塑城市風格的過程中，帶給民眾的記憶尚算薄弱，並沒有獲得太大的回應，但是如果從引用在地元素轉換城市風格的角度觀察，貨櫃藝術節具備了和城市過去歷史記憶相關的特質，足以為高雄市過去的文化沙漠印象，提供了轉換城市風格的空間，容納了各種不同的可能性；因此，儘管貨櫃藝術節並沒有在短期間形成社會符碼，但是，其所扎根的創造性活動，是滋養著未來城市風格不可缺少的養份。所以貨櫃藝術節活動介入城市生活文化後，產生的各種問題，例如公共藝術介入社會，城市行銷，活動產業化，城市風格轉變，城市環境改造，藝術家的養成，城市的認同等等的問題，都值得我們去研究探討。

城市行銷的基礎在於城市特質的發掘凝聚，而城市特色是否得以充份發揮以達到城市行銷目的，則有賴於各種行銷策略手法的運用，其中，訴諸文化建設活動的興辦，是近年來全球各地許多城市慣用的手法。以東亞而言，日本橫濱 3 年展，韓國光州雙年展，上海雙年展，澳洲布里斯班亞太 3 年展等藝術展演活動，都是不錯的範例。而歐洲等對城市行銷極為老練的國家，更有許多頗具歷史的國際性文化活動，如亞維農藝術節、威尼斯雙年展、愛丁堡藝術節等，都已樹立很好的品牌信譽，達成活動所在城市行銷的目的。⁶⁸

高雄的城市特色在於其熱帶海港，在此特色的基礎上，若要以文化藝術活動為手段進行城市行銷，則舉辦貨櫃藝術節或許是最為切題而恰當的。

在訪談現任的文化局局長王志誠時，局長曾表示第三屆貨櫃藝術節之所以調整方向為童玩貨櫃藝術節，是由於貨櫃藝術節並未形成長期政策，在經費與藝術界參與程度的考量下，主辦單位作了適度的調整，⁶⁹此外，未來的續辦問題也由此可見。

活動政策的內容和方向是隨著主政者不同，而有所改變的，在一個文化政策的發展未算成熟的地域，政策的延續性，自然也充滿了不確定的變化了，這也是民主政治、政黨輪替下的政治現象產物，這個是非常值得我們深思的問題。

⁶⁸ 引自李俊賢訪談。

⁶⁹ 引自王志誠訪談。

第二節：從貨櫃藝術節看城市風格的分析

「人活著就是為了表現，
藉由作品之呈現獲得獨特生命的一段存在」。⁷⁰

----建築思想家路康 Louis Kahn

一. 海洋城市是高雄城市風格的未來式？

海洋城市是高雄城市風格的未來式？可從最近歷任市長的政策主軸的觀念，從吳敦義市長上任官派市長的第一年爭取市港合一開始，接任的謝長廷市長主政時期「海洋城市」的政策也到處可見，代理市長葉菊蘭也延續「海洋城市」的訴求，成為施政的重要方向，由此可見「海洋城市」在高雄市的政策號召力。

謝長廷市長自執政之初，即以「海洋城市」為口號，希望扭轉高雄市工業都市的形象，完全擺脫固有的工業都市的灰色迷思，脫胎換骨成為一個亮眼的都會城市，高雄市選擇「海洋城市」作為發展的目標，主要基於高雄地區至少具有以下幾項海洋特色：

- 海權：海軍、海運及海洋漁業均存在於高雄市。
- 港口：高雄港目前為世界第六大貨櫃運輸港，此為海洋都市經濟發展的命脈。
- 景觀：具備海洋的風貌，如沙灘、沿岸、碼頭、渡輪等等。
- 產業：以造船業、漁業、運輸業為主，並向休閒漁業與海洋科技發展。
- 活動：自愛河到港口到週邊海域，都有利於發展海上活動。
- 性格：高雄市民具有海洋特性，如熱情開朗、豪邁大方、勇於突破等等。

「海洋城市」或「水岸都市」則是目前高雄施政者不斷要豐富與陳述的人為意義與論述。為了強化這個論述層面，高雄市邀請了六個國家的城市來舉行「水

⁷⁰ 王維潔 著，2000，《路康建築設計哲學論文集》，田園城市文化事業有限公司，p118。

岸城市高峰論壇」，代理高雄市長的葉菊蘭指出：

「高雄市擁有世界一流的港、一流的市民以及上天賜予高雄獨特的河、海、港、山，爽朗的海風、熱情的陽光、豐富的四季景緻。在航海地圖上，高雄市是唯一能代表台灣的航點。歷經一百多年的演變發展，這個昔日的小漁村已轉化成為世界級的商貿大港。」

此外，從「海洋城市」的論述而言，最主要的活動即為 2001 年開始舉辦的高雄貨櫃藝術節。

除了建立高雄的海洋形象，貨櫃藝術節的第二個目的在於建立起高雄市民與海洋的關係。雖然高雄市的確是一個海洋的都市(位於海邊)，但長期以來台灣與海洋的關係卻很薄弱。相較於日本蓬勃的海洋活動與文化，台灣人不但不喜歡游泳或是海洋活動的人少(可能由於過去戒嚴的關係)，在文化藝術上海洋的展現非常稀少(近年才有海洋文學的一些作家，或是以海洋音樂的出現)，但在裝置藝術或是視覺藝術的部分，海洋的藝術成品不但少，且意像仍為薄弱。在這樣的情況下，「海洋」這個符號的再現就會顯得膚淺而表面。如何讓藝術家、市民建立起與海洋的關係，也是藝術節的重要目的。⁷¹

「海洋城市」的論述延伸貨櫃藝術節的創作藝術作品，則連結了海洋與城市風格的建構，由藝術創作者的作品中不乏和海有關的創作，例如第一屆作品：「負海域“Negative Sea”」(圖 5-2) 林俊廷〔Lin Jiun-ting〕作品是關於海的記憶，但這記憶不是與人文、地域關連的記憶，而是生物性、意識底層的景象。「鹽牆“Salt Wall”」(圖 5-3) 譚偉平(Tam Wai-ping, Lukas, 1967) 英國 United Kingdom，鹽與海之間的關係，猶如貨物與港口的關係，象徵著生生不息的經濟力量、相互成長的社會與民生。

⁷¹ 以上引自王俐容，《全球化下的都市文化政策與發展：以高雄市為例》，2006 年五月 22 日開南大學「全球化與行政治理」國際學術研討會。



(圖 5-2) 第一屆「負海域 “Negative Sea”」
-林俊廷 (Lin Jiun-ting)

(資料來源：2001 高雄國際貨櫃藝術節官方網站)

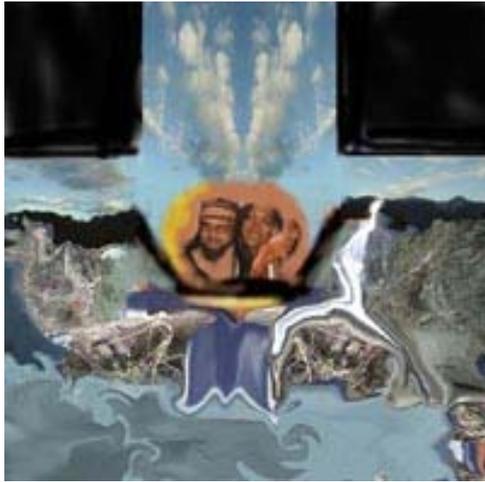


(圖 5-3) 第一屆「鹽牆 “Salt Wall”」
-譚偉平 (Tam Wai-ping, Lukas)

(資料來源：2001 高雄國際貨櫃藝術節官方網站)

現今國際貿易的樞紐仍以海運為最大的運輸渠道，港口的吞吐量影響著貨物的進出與交易，貨櫃箱成了港口繁榮的象徵、國家與經濟成長的命脈。第二屆作品台灣米倉藝術家社區協會「水起來」(圖 5-4) 在作品意義在的文化層面上，南部以高雄為首，與民眾接觸大型國際展演也非常之少，希望讓大家帶「錢水」及「水起來」。

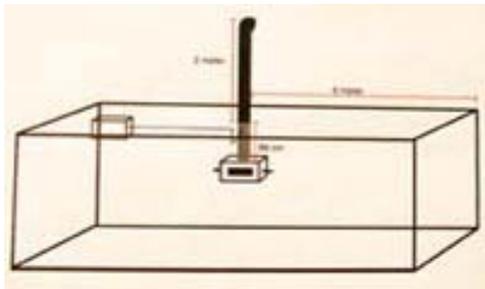
瑞典 Linda Tedsdotter 「潛望鏡 “Periscope”」 (圖 5-5) 這個計劃的主要靈感來自哥德堡與高雄之間的許多共通點。譬如這兩個城市都是主要港口，也是工業城市，因此它們都成為與國際接觸的窗口。同時它們也是自己國家中的第二大都會，而且也都座落於國家領土的西南岸 (兩國領土外形相似)。此外，還有挪威 Marianne Heske 的「聽冰，看海 “Listening to the Ice, Seeing the Sea.”」(圖 5-6) 等。



(圖 5-4) 第二屆「水起來」

-米倉藝術家社區協會

(資料來源：2003 高雄國際貨櫃藝術節官方網站)



(圖 5-5) 第二屆「潛望鏡“Periscope”」

-瑞典 Linda Tedsdotter

(資料來源：2003 高雄國際貨櫃藝術節官方網站)



(圖 5-6) 第二屆「聽冰，看海“Listening to the Ice, Seeing the Sea.”」

-Marianne Heske

(資料來源：2003 高雄國際貨櫃藝術節官方網站)

第三屆作品主題以童玩為主，海的主題創作明顯減少只有例如李孟龍「海洋印象」(圖 5-7)：作品除了結合童年玩具萬花筒之原理製造海洋的視覺聯想，也將使用水、沙、光線等素材作為組成元素，以不同的呈現形式，向觀賞者傳達出作者對於海港-高雄之意念。



(圖 5-7) 第三屆「海洋印象」
-李孟龍(研究者攝)

二. 藝術節的空間再現與形式

第一屆「高雄國際貨櫃藝術節」，以「貨櫃的 101 種想法」作邀請，匯聚來自國際的藝術能量，在新世紀的第一個跨年時刻，讓「貨櫃」與「藝術」在高雄結下盟約，朝每兩年定期舉行的雙年展方向跨出第一步。

對參與的國內外藝術家而言，貨櫃藝術節則是一次文化、藝術、科技、經驗交流的盛會，不論是以貨櫃為創作的形式，或創作的內涵，都能產生文化上的衝發激撞，在「全球化」與「個體化」、「實體化」與「虛擬化」的兩極發展趨勢中，提供多元的思考面向。⁷²

第一屆國際貨櫃藝術節於 2001 年 12 月 8 日至 2002 年 1 月 6 日跨年舉辦，含括「海洋之星」、「駁二藝術特區」至「愛河文化流域」、「高雄市 11 個行政區」等場域，承辦該計劃的高雄市文化中心特別說明，「海洋之星」位於 17 號至 21 號碼頭，民眾可在大海、大船的實地場境中，欣賞來自國內外知名演藝團體表演；而貨櫃藝術節重頭戲之一的「貨櫃藝術村」，則以位於高雄港出海口的駁二藝術特區倉庫為集散村，順著愛河上游延展至整個愛河流域為場域，岸邊風景錯落著不同色塊的貨櫃外觀，參觀者可隨意登岸，親臨各貨櫃藝術村，欣賞世界各地藝術家們的視覺藝術創作。

⁷² 資料來源：2001 高雄國際貨櫃藝術節官方網站 <http://sub.khcc.gov.tw/containerart>。

2001 高雄市國際貨櫃藝術節，高雄市發函邀請全球 16 個國家、36 位國外知名藝術團體前來參與盛會，並且從 54 件徵展作品中挑出 16 件藝術家的作品參展（表 5-1）；來自世界各地的文化，透過視覺藝術、表演藝術、市民藝術等多元化的展演形式在海洋首都匯聚交流，企圖營造「港灣城市·文化大使」的國際城市印象，更為台灣爭取「擁抱世界·文化大國」的終極目標。此外，活動中設計了「彩繪貨櫃遊街」（圖 5-8）、「貨櫃迷宮」、「貨櫃藝術跳蚤市場」、「貨櫃咖啡屋」及「貨櫃藝術蛋糕」等單元，⁷³除拉近貨櫃與市民的距離，讓城市特色－貨櫃－成為生活的美感經驗，更提昇了在地產業與民眾的節慶參與感，（參加「貨櫃藝術蛋糕大賽」的店家可獲贈印有「2001 高雄貨櫃藝術節推薦店－貨櫃藝術蛋糕」字樣的旗幟；10 家高雄在地的個性餐廳，以「接待餐廳」的身份，免費招待國外藝術家晚餐），是一次非常新穎的嚐試與挑戰。

2003 高雄市國際貨櫃藝術節，反映了我們生活中所希望架構的一個文化藝術與休閒娛樂並行的世界。而在這屆節慶活動中，利用貨櫃開發的種種商品中，更讓我們看到人們在一樣講究「制式」、「規格」的商業工具中，開發出的無限創意之潛能。無論是「貨櫃造鎮」、「貨櫃彩繪」、「貨櫃綵繪遊行」（圖 5-9）、「貨櫃畢卡索」、「貨櫃文物展」、「人權影展」、「貨櫃禮品館」、「貨櫃趣味競賽」等多項活動，延伸藝術創作與活動的空間和對象、擴展並深入藝術教育的層面，一則將貨櫃藝術帶入社區；一則邀請民眾參與創作、發展「市民藝術」。⁷⁴

當世界各國不斷舉辦國際性大展的同時，高雄市以有限的資源，舉辦世界少見的貨櫃藝術大展，為的是要讓高雄的在地藝術與文化與世界文明趨勢接軌。為顯現高雄市海港文化城市的特色、促進與國際間海港城市的文化藝術資訊之交流、延續第一屆高雄國際貨櫃藝術節視覺藝術展「關於貨櫃的第一百零一種想法」的主題，於 2003 高雄國際貨櫃藝術節視覺藝術展徵件案中，以「後文明」為主

⁷³ 同 18。

⁷⁴ 資料來源：高雄市文化局「2003 高雄國際貨櫃藝術節官方網站」
http://sub.khcc.gov.tw/~myer/action02_3.htm。

要創作方向，邀請國內、外優秀的藝術家共同創造一個「貨櫃藝術村」的文化交流場域。第二屆貨櫃藝術節視覺藝術展展出作品共計二十七組件，約計四十三只貨櫃作品，參展藝術家共計九十餘位，其中包括來自美國、奧地利、英國、德國、希臘、香港、冰島、日本、馬爾他、挪威、俄羅斯、瑞士、瑞典及台灣的國內、外藝術家。⁷⁵

2005年國際貨櫃藝術節籌備時，適逢2005年3月謝長廷市長組閣任行政院長，離開了高雄市首長的職務，在李俊賢的訪談中，聽聞謝長廷有意停辦第三屆貨櫃藝術節，原因是：第二屆開幕時人潮沒有預期中的多，前兩屆的主辦場地較遠，另一個原因可能是謝長廷市長已經當了兩任市長，沒有連任的壓力，所以行銷活動並沒有第一屆來的多，導致活動無法熱絡。幸而在籌辦單位與藝術團體的堅持下，以「童遊貨櫃」為創作主題，將展演地點移師至假日親子遊憩最佳地點、深具文藝氣息的高雄市立美術館旁的遼闊空地（圖 5-10），並配合主題以相輔相成的活動規劃與週邊環境設計，讓貨櫃能一改以往的剛硬氣息，呈現令人耳目一新的風格。⁷⁶



（圖 5-8）2001 彩繪貨櫃遊街
（資料來源：2001 高雄國際貨櫃藝術節官方網）

⁷⁵ 以上整理自李俊賢手稿。

⁷⁶ 資料來源：高雄市文化局網站 www.khcc.gov.tw/container2005。

(表 5-1) 歷屆高雄市國際貨櫃藝術節資料

舉辦年度		2001 (第一屆)	2003 (第二屆)	2005 (第三屆)
主題		貨櫃的 101 種想法	後文明	Game Box – 童遊貨櫃
地點		「海洋之星」高雄港區 19-21 號碼頭、駁二倉庫、高美館周邊	「新光碼頭」 新光路貨櫃藝術中心	「高雄市文中及文小學校預定地」 即高美館對面空地
視 覺 藝 術	展出作品數	16 國 36 位藝術家共計 37 件作品	12 國藝術家、27 組件共 計 43 件作品	5 國藝術家 12+1*共計 件作品(從 85 件提案中 選出)
	國外參展團體/ 作品	21 組藝術團隊共計 21 件作品(邀展)	11 國藝術家共計 13 件作 品	4 國藝術家共計 4 件作 品
	國內參展團體/ 作品	共計 16 件作品 (從 54 件徵展品中選 出)	國內藝術村/替代空間模 組作品七件;國內藝術家 作品 7 件;共計 14 件	共計 8 件作品 (7 組藝術團隊及 1 家 廣告設計公司)
	使用貨櫃數	100 個貨櫃(皆 40 呎)	197 個貨櫃(40 呎居多) (40 呎有 9 組+11 只; 20 呎有 11 組+12 只)	26 個貨櫃(皆 20 呎)
	特色	「高雄 509025.6 海涇」 大型公共藝術作品成爲 高雄新地標; 週一至週五每天三場定 時導覽;週六至週日每 天三場駐櫃藝術家與在 地藝術家導覽	「貨櫃彩繪」(集結嘉義 縣市、台南縣市、高雄縣 市、屏東縣等南台灣七縣 市藝術家一起彩繪各地 方風格貨櫃)	*添加一件以貨櫃佈置 而成的「假日貨櫃故事 屋」推廣兒童閱讀; 後續並將作品移置高雄 市各行政區繼續展示→ 成爲公共藝術
表 演 藝 術	類型	開幕晚會、 舞臺表演共 20 場、 閉幕晚會	開幕式、 週末表演藝術、 街頭藝人、 閉幕式	開幕式、 舞臺表演共 11 場
	國外表演團體	法國、英國、日本、俄 羅斯等約	韓國、義大利、美國、辛 巴威共和國、澳洲、加拿 大、非洲、塞內加爾、阿 根廷、日本等具有國際知 名度的藝文團隊約 10 組	奧地利、漢堡、烏克蘭、 秘魯、新加坡、菲律賓 等約 13 組表演團隊
	國內表演團體	近 20 個表演團隊	30 餘個團隊	20 餘個團隊

(表 5-1) 歷屆高雄市國際貨櫃藝術節資料 (續)

舉辦年度		2001 (第一屆)	2003 (第二屆)	2005 (第三屆)
表演藝術	特色		「頭藝人表演」每日下午、晚間於中油成功廠區入口、陽光劇場等地表演	
市民藝術	類型(場次)	「貨櫃蛋糕」、 「貨櫃迷宮」(以 123 個貨櫃堆疊而成)、 「貨櫃遊街」、 「貨櫃藝術跳蚤市場」、 「貨櫃咖啡屋」(由高雄在地的五家咖啡業者推出)	「貨櫃造鎮」、 「貨櫃彩繪」、 「貨櫃綵繪遊行」(南部七縣市首長在代表各縣市的吉普車上，與彩繪的貨櫃一同踩街)、 「貨櫃畢卡索」、 「貨櫃文物展」、 「人權影展」、 「貨櫃趣味競賽」(貨櫃車與堆高機趣味比賽)	「假日貨櫃故事屋」(共 30 場說故事活動)、 「休閒咖啡座」
學術研討			「國際貨櫃創意論壇」座談會，參予學者包括國內學者專家及藝術創作者，貨櫃藝術節與會藝術家，專文發表人。	
創意產業		與藝術節相關之營利性商品若需使用大會 Logo 者，廠商須向市政府洽談使用權利事宜	「當貨櫃變成商品—文化創意商品設計徵件計畫」邀集高雄地區大專院校設計相關科系及業界學者提出創意(主要有 9 類 16 件)、 「貨櫃禮品館」	一般性活動精品

(資料來源：2001 高雄國際貨櫃藝術節官方網站：<http://sub.khcc.gov.tw/containerart>、2003 高雄國際貨櫃藝術節官方網站：<http://sub.khcc.gov.tw/~myer>、2005 高雄國際貨櫃藝術節官方網站：高雄市文化局網站 www.khcc.gov.tw/container2005)。



踩街車行路線：

〈高雄市社教館〉學府路→大鵬路→宏平路→中山四路→民權二
路→市政府 大門〈緩衝區，市府貴賓、表演團體可在此與車隊會合〉→民權二路→三多路→圓環→新光路→貨櫃藝術中心會場

踩街步行路線：

市政府→民權二路→三多路→圓環→新光路→貨櫃藝術中心會場

(圖 5-9) 2003 貨櫃綵繪遊行地圖

(資料來源：高雄市文化局：2003 高雄國際貨櫃藝術節官方網站)



(圖 5-10) 2005 貨櫃藝術節活動地圖

(資料來源：高雄市文化局：2005 高雄國際貨櫃藝術節官方網站)

接下來，我們從貨櫃的使用量來評量每一屆貨櫃藝術節的規模：第一屆大部分都採用 40 尺的貨櫃（表 5-1），第一屆用 100 個，第二屆用 197 個，也是以 40 尺的居多，第三屆，用了 26 個 20 尺的貨櫃；在第一、二屆還有模組的型態，到了第三屆則完全都是單獨、單件、一個一個的，總共是 12 件—12 加 1 件（見表 5-1*說明）。

貨櫃藝術節是高雄市在地符號的形塑，貨櫃藝術節是具有國際視野的藝術活動，貨櫃是港口城市最重要的元素與意象之一，貨櫃藝術節延伸了港灣城市的國際視野，將貨櫃的物流、運輸功能延伸至文化藝術界面。因此無論就高雄的內在性格或外在的視覺現象而言，貨櫃都足以擔任高雄的城市象徵之一，舉辦貨櫃藝術節，以貨櫃為基礎發展高品質的藝文化展演活動，或許是高雄以文化藝術活動行銷策略的極佳切入點。

貨櫃藝術節作品的創造意義，在於為高雄市民生活帶入全新而且具有文化藝術內涵的休閒經驗，經由一種較為平民親和的模式，改變貨櫃在於市民心中較為負面的印象，引導市民接近文化藝術等面向。例如第一屆貨櫃藝術節在純藝術的展演場地周邊，設計了諸如「貨櫃迷宮」、「貨櫃跳蚤市場」等設施活動，以「文化休閒」的考慮為出發加以佈置。另外，就貨櫃作為藝術作品展演空間而言，必須面對一個現實，就是貨櫃在本質上身就不是傳統古典殿堂式藝術的藝術空間，以貨櫃為展演空間的藝術，就必須要有更日常生活化的設計，使民眾和藝術品之間的介面更為親和且具有人性，「市民藝術」的設計概念，使藝術作品和民眾之間的互動性必然更為密接而且深入。

在傳統觀念裡，文化藝術比較常被認定為一種消耗性的活動，文化藝術或許在精神心靈活動層面上可以提供人很好的材料和媒介，在現實上，文化藝術似乎較難藉以衍伸出具體實質的財貨。隨著時代演變、社會改變，文化藝術和一般常民的生活距離日益接近，文化藝術活動亦逐漸衍化為具產業內涵的活動，而且有

再生產的可能性。

2001 年高雄國際貨櫃藝術節是高雄官方第一次投資最大主辦的藝術展演活動，就活動的精神而言，貨櫃和高雄的城市可說非常契合，以貨櫃做為高雄城市性格市民屬性風格之象徵表述確實是恰當的，相較於其它城市，高雄應該具備更充份的條件舉辦貨櫃藝術節，在高雄以貨櫃為基準設計各種活動，似乎是更為自然合理的，在 21 世紀新世代來臨之時，高雄確認貨櫃並做為新世代藝術展演形式，除了具新時代的宣示意義外，更是高雄城市精神屬性的匯集凝聚。

三. 貨櫃藝術節的藝術性與風格

高雄國際貨櫃藝術節的主要創作素材是貨櫃，貨櫃也是成為再現高雄城市性格的象徵符號之一，貨櫃藝術節舉辦三屆，藝術創作的作品數量達 93 件，藝術創作者約有近 1/2 的國際藝術工作者參與創作，從一到三屆的作品中，國外藝術工作者和國內藝術工作者的的主題差異在於，國內創作者會以在地人的的觀點，反應其關心高雄市城市風格的態度，由此可見貨櫃藝術節的展演形式很具有原創性，如同高雄美術館館長李俊賢所言：

「就展出的場域—『海洋之星』，或是展覽的基準—『貨櫃』，貨櫃藝術節可說是把高雄的城市性格發揮的很徹底，而藝術家自由的在貨櫃內外切割裝填等處理，也很符合高雄市民的草莽性格，從很多角度來看，貨櫃藝術節都可說是一個最適合高雄市來舉辦的活動。」

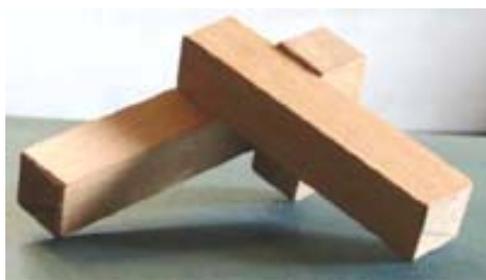
但是這是就貨櫃體積形式的說法，創作作品直接論述和高雄性格有關的作品有並不多，約有如第一屆來自日本的池田一 Ikeda, Ichi (1943)「水之樂」運送計畫(圖 5-11)：有水真好，高雄人的善良在此表露，高雄市市民長期買水、提水飲用，這件作品親近的接近市民的生活情境，反應高雄市民草根十足的個性。

第二屆作品高雄市現代畫會-新濱碼頭藝術空間的「黑手打狗-勞工陣線」(圖 5-12)，這件作品充份的將高雄工業城市的印象表現出來，作品將工業城市的基層勞工以貨櫃體形用交疊的手法連結，表現出力與美的立體作品，也象徵基層打狗的城市結構。

第三屆「搶單-GAME BOX」(圖 5-13)米倉藝術家社區協會創新的這件作品，盒內空間是世界的縮影，以港口為終點、世界海域是競賽場，外表用彩繪加上鐵雕裝置，表現出港都依山傍水的工業城市印象、擁有國際大港，熱情、積極、休閒、空氣裡總是帶著一點鹹鹹的海洋氣息及逐漸升溫蘊釀的人文氣息。



(圖 5-11) 第一屆作品「水之樂」運送計畫
“Water Happiness Movement”
-池田一 Ikeda, Ichi : 日本 Japan
(資料來源：2001 高雄國際貨櫃藝術節官方網站)



(圖 5-12) 第二屆「黑手打狗-勞工陣線」
-高雄市現代畫會-新濱碼頭藝術空間的
(資料來源：2003 高雄國際貨櫃藝術節官方網站)



(圖 5-13) 第三屆作品「搶單 GAME BOX」
-米倉藝術家社區協會 (研究者攝)

若以以高雄市城市風格為主題論述的相關作品而言，由以上三屆作品的例子分析中發現，作品連結了高雄市城市風格的概念，以歷史的工業城市基礎為主題，連結到作品本身，這個過程是藝術風格的轉化，接合在地元素的連結，成為高雄風格轉換的論述基礎，將文化沙漠的惡名消解於藝術作品中，成為高雄市城市風格一個新的象徵論述。

一個空間的生產，除了要有創作環境，創作人才的培育，居民的美感經驗顯得重要，因為有好的市民才能選出好的領導政府，進而提出好的政策，做出合乎市民品質的社會環境。

貨櫃藝術節的貨櫃是連結全球貨物交流的象徵，高雄港是世界大港，2003年以前它的貨櫃運量多半名列世界前三名，高雄市城市風格受消費全球化的影響，也清晰可見。城市風格和文化經濟的關聯，則表現在消費美學、都市獨特風格、地方感與地方意象。市民消費文化生活世界的建構基礎是生活風格與生活美學二項機制，生活風格是現代人在與消費文化互動時所形成的具體生活形式，而生活美學則是現代人在消費文化互動時所秉持的生活理念。

在現代社會，美感不再是屬於少數人專有的特權，而是大眾的經驗現象；生活風格與生活美學可以說是，現代人不斷累積日常美感經驗，而生活美學在與消費文化互動時具有決定力量的樞紐，市民美學的品味和公共藝術息息相關，因此從貨櫃藝術節來分析城市風格和生活風格及生活美學關連。

研究中發現貨櫃藝術節所產生的生活風格，在市民眾的反應並不明顯。對 Bourdieu 而言，社會其實是一個大型的空間座標場域。節慶式的貨櫃藝術節，短暫的活動期間，高雄市市民還無法在其中找尋到自己的位置，更無法透過生活風格，認識到自己以及他者在社會空間座標圖上的位置。

城市風格也是如此，公部門的文化政策，會在所施行的文化方案中顯示出城市社會脈動的形式，形塑成為城市風格。所以生活風格和城市風格，形成一種

交互影響，形成一種民間和官方的競爭，人民的需求轉移到公部門施政的考量的因素，形成一種良性的循環。

對於 Featherstone 第三項意涵，Bourdieu 與 Schulze 皆主張，美學感受基本上是一種解碼動作(deciphering operation)而有能力解碼的人，是那些掌握到必要的符碼(code)的人。人們無法欣賞特定(尤其前衛)的藝術作品或是其他美學事物，往往即是因為缺乏可以幫助解讀的符碼。消費商品是象徵符號的承接者，生活美學可以說是解碼器，現代人運用它解開生活周遭的符號所代表的象徵意義，生活美學使得這些象徵符號不再是混亂的亂碼，而是引發美感的代碼。⁷⁷

布厄迪 (Pierre Bourdieu) 把「資本」一詞擴大到文化與教育的領域，賦予它第二重的意義。他指出，智識資本(intellectual capital) 有別於經濟資本。這種品味，都必須在教育的環境中被創造、發展與涵養。

我們了解布厄迪的智識資本演化在高雄市文化方案發展中是一種品味提升的角度，介入了城市文化治理之中，所以貨櫃藝術節的文化論述和藝術展演，可以讓民眾在淺移默化中，近距離的有意識或無意識受到藝術薰陶，培養未來對於事物的理解能力和美感經驗的升華。進而體會作為獨特存在的個體的存在意識和人生命的價值，累積文化資本，形成市民美學的一種城市風格。

⁷⁷ 劉維公，2001，東吳社會學報，消費文化 NO.11，PP126-128。

第三節：貨櫃藝術節對於城市風格影響

一．貨櫃藝術節對文化政策的影響

海洋城市這個口號在高雄市可以當成施政主的神主牌，從吳敦義市長上任官派市長的第一年爭取市港合一開始，接任的謝長廷市長主政時期「海洋城市」的政策也到處可見，代理市長葉菊蘭也延續「海洋城市」的訴求，成為施政的重要方向之一，由此可見「海洋城市」在高雄市的政策號召力，海洋城市和貨櫃藝術節的連結具有十足的正當性，因為貨櫃藝術節的貨櫃要由港口連接兩個城市的海上航運，和海的連結密切，也可以和國際城市接軌，行銷高雄城市，提昇高雄市城市的國際能見度，便利促進城市交流和發展。

台灣的民主選舉制度，使主政者的施政大多為短期選舉考量，例如第二屆國際貨櫃藝術節開幕時，巧遇一場大雨，人群聚集的效果大打折扣，民眾也對貨櫃藝術節活動鮮度減退，實際影響了主政者對後續活動的持續舉辦與否和舉辦規模的預算減少，使得政策未能延續，「第三屆國際貨櫃藝術節籌備時即遇到辦或不辦或預算減少的考量。」⁷⁸主政者未有宏觀的視野，變成是短線炒作的話題，這也是影響貨櫃藝術節的最大原因。但由於貨櫃藝術節並未形成長期政策，使得貨櫃藝術節前途未卜，貨櫃藝術節在衝突的多元面向的文化政策下，貨櫃藝術節代表的在地文化或連結城市歷史的面向，未來仍須文化政策的持續和民間堅持的力量，這個鮮明的貨櫃符號未來發展潛力仍大有可為。

從第一屆到第三屆貨櫃藝術節的文化政策不定，可看出主政者的短期施政心態，所以文化政策最好要有在地民間的參與決策過程，「人民的文化參與將是文化再生產與意義結構重建的承載者。」⁷⁹在貨櫃藝術節的探討中，人民的文化參與是必要的，也是市民參與「城市風格」建構的重要指標。

⁷⁸ 引自李俊賢訪談。

⁷⁹ 林信華 著，2002，《文化政策新論-建構台灣新社會》，台北：揚智文化，pp12-13。

二. 貨櫃藝術節與城市空間影響

貨櫃藝術節舉辦了三屆，也因為每屆舉辦的地點不同，促成使得因為活動舉辦地點連帶的市容的整理和更新，雖然每次活動後都會選擇留下一些作品，成為公共藝術品安置在城市的各個地點，但是節慶式的有限時間，貨櫃和市民的實際生活距離較遠，遺留在市民的短暫印象，容易被市民遺忘，尚無法引發市民文化認同和美感的昇華，未能成為城市鮮明的城市品牌 city，而隨時間流逝，貨櫃藝術節的舉辦才短短幾年，因此還未形成鮮明城市符號認同，轉換城市風格。

城市風格的改變，它是可以建立市民的信心的，建立了市民的信心，他們就會對整個城市的任何發展、市政等等的參與度都會增加，而參與度增加，就會產生各種對公眾事務的參與，也會慢慢形成公共論壇，產業和政策結合的案例，但是研究發現，除了第一屆活動期間帶來人潮外，第二屆顯現後繼無力，難以刺激觀光，尚未展開行銷國際，知名度無法延續擴展，藝術品味的轉變不明顯，尚未與地方產業結合，活動新鮮度疲乏。

三. 貨櫃藝術節對市民的影響

貨櫃藝術節作品的創造意義舉在於，企圖為高雄市民生活帶入全新而且具有文化藝術內涵的休閒經驗，經由一種較為平民親和的模式，改變貨櫃在於市民較負面的印象，引導市民接近文化藝術等面向。

藝術家的養成與民眾的審美經驗從李俊賢的訪談中，高雄市貨櫃藝術節，在實施兩屆之後，高雄市藝術創作人才明顯不足，且經驗和國外創作者當較，仍有相當大的長成長空間，在地的藝術創作者是如此，民眾更是對藝術顯得生疏，這和高雄市的藝術教育學術單位不多，也有間接關係。

國內藝術工作者參與國際貨櫃藝術節，會覺得它在全世界的藝術領域上是具

有一種能量的，所以它如果行銷做得好，其實以後也有可能變成整個世界的藝壇，很多年輕的藝術家，每兩年就會期待一次，這也是提供了藝術創作者一個創作環境，累積藝術創作風格，特別是在地藝術創作者提供激發潛能當家作主的創作環境。

參與藝術節活動不僅需要金錢(有時需要)和時間(休閒時間)，要參加這些活動，還必須先對某種美學或是體育養成特定的品味。這種品味，都必須在教育的環境中被創造、發展與涵養。除了要有創作環境，創作人才的培育，居民的美感經驗顯得重要，因為有好的市民才能選出好的領導政府，進而提出好的政策，做出合乎市民品質的社會環境。

在本文對於藝術工作者的訪談中，得知大部份的市民對於藝術作品的解碼動作，是不太了解的，所以高雄市城市風格受到市民生活美學化的影響，並還沒有出現，這是文化政策施行的時間尚短的因素，還有待長時間的觀察。

第六章

結論

第一節：研究發現

- 一、文化政策影響了高雄市城市風格的發展
- 二、高雄市城市風格的存在樣態
- 三、城市風格是民眾文化藝術品味的解碼器

第二節：研究限制與後續研究建議

第一節：研究發現

研究發現高雄市由謝長廷主政期間的文化政策，是基於時空的必要性，民間的自發性和公部門的推動下，使得高雄市城市風格的轉換和執政者的政績，有了明顯改變，研究中透過「城市光廊」和「高雄國際貨櫃藝術節」的研究個案分析後，得知這段時期有了不同以往的城市風格出現，這個城市風格的形式是否基於內在的需要？則會因為時間的演繹，在每個時代的觀感而有不同的評價，但是論文的書寫結論則是當下的，是如同希臘哲人Heraclitus赫拉克利特：「頭足斷水已非泉」的這一概念，在這個時間點的概念下，本文的研究結論如下。

在研究後得知三點發現：

一. 文化政策影響了高雄市城市風格的發展

高雄市於1998-2005年期間，謝長廷市長透過海洋城市的口號，轉換為文化方案的政策施行，形塑了這個時期的一個獨特的城市風格，也因為城市光廊，高雄亮起來了；在這樣的過程中，使得過去長期高雄市民間文化資本的累積，有了參與演出的機會，雖然這一個城市風格的轉換目前為何仍在啓蒙的開端，且因為執政者物換星移的短暫停留，使得這個亮起來了的契機，也前途未卜，但是高雄市市民的若能持續發揮力量，表現在地文化的精神，除了私領域的環境外，更能關心公共領域的生活環境，真正發揮主權在民的民主精神和民主價值，這時候當家做主的就是市民大眾，執政者物換星移的過客心態，亦顯得不那麼重要了。

雖然文化政策影響了城市風格的塑造，但是政府是人民選出來的，所以民間的聲音必須能適時地影響其本身居住的環境，真正達到一個有「在地人文素養」的生活世界。

另外所謂城市和海洋城市的建構關係，目前並沒有改變，端看「城市光廊」和「高雄國際貨櫃藝術節」的個案，跟海的關係淺薄，以海洋城市而言，這個概念和阿姆斯特丹比較，他的海洋城市的關係是密不可分的，都市和海洋是一體的

城市概念，但是在高雄市而言，高雄城市和高雄市的海或高雄港仍有大段距離，因為港口未全面開放，海岸可以去的地方，也很少，而且距離很遠，因此海洋首都這個口號還停留在政策口號的階段。

那麼是文化政策影響了城市風格的發展？或是城市風格影響了文化政策的發展？如同是雞蛋和蛋的關係，是雞生蛋或蛋生雞的問題，研究個案中「城市光廊」的常態性保留及根據「高雄市公園自治條例」的修正⁸⁰後的合法化經營，顯然公部門的政策是可以來順應人民的需求。即是民間力量影響文化政策的例子。

「城市光廊」的意義不只是主政者形象的塑造，或延續個人政治資本的手段，「城市光廊」更應讓主政者和市民思考公民權概念如何延伸。作為一個自由人文的城市，公部門要作的是文化基礎結構的文化政策，也就是提供一個基本的城市生活空間，讓一個市民會因為內在的需要，主動或被動去接近的城市空間場域。

本研究中發現兩個個案「城市光廊」和「高雄國際貨櫃藝術節」的發生，都是因為在地市民的長期潛在需要和政府的推動，才執行的文化個案，也因如此才能生產一個在地城市的特質，在當下的文化發展中顯現出來，建構出一個屬於在地文化特質的城市風格，市民參與的城市風格建構，才是政策持續的力量，也符合在地特質的文化發展方向。

然而，「高雄國際貨櫃藝術節」卻顯得每況愈下，不論是活動規模還是預算，都在漸漸短少中，是否持續舉辦，似乎全然端看主政者的考量，在「高雄國際貨櫃藝術節」這個個案身上，我們發現民間的力量在此時顯得極為關鍵，因為一個城市風格的意涵是屬於市民的共同資本，城市風格厚實文化智識資本，這個資本避免成為統治階級的文化霸權和選舉的工具，民主的意義和公民權的意義必須在市民城市認同中維持，也符合主權在民的民主社會。

⁸⁰ 見附錄二

二. 高雄市城市風格的存在樣態

研究綜合兩個個案之後，發現城市風格的一個重要特點，就是它的多樣性，任何一種文化個案，都可以從中發現各種城市風格樣態，另外一個城市風格的特徵，就是它常常具有鮮明的時代特色，使城市風格既有多樣性，又有一致性，所以高雄市城市風格的存在樣態，然而存在(sein)不等於價值，價值是一種體現和標準的目標物，是一種因社會需求的一種準則，隨不同的文化習慣，而發生不同的價值感。對存在而言，價值處於一種不確定的文化體系之中，可隨之改變的，所以價值是存在的現象中，不確定的一環，是屬於社會學的一種「規範」。而「文化」是一個鬥爭的場域，而非所謂社會凝聚力的展現，當代的一個文化生活方式，它必須尊重差異(difference)，而不是建構具有力量的同一(identity)。城市風格的存在樣態也因此充滿不確定性的現象；一個城市風格的存在樣態，之不同樣態，可轉換至類似，後結構主義 德希達 (Derrida) 對於文本的言說/書寫 (pharmakon) 之延異 (Diff' erance) 樣態，所以這個「發現」充滿不確定性的現象。

雖然「城市風格」充滿不確定性，在經由研究發現仍可獲致當下的結論：「城市風格」是一種城市的無形資產，也是一種殘餘。而後，進入威廉斯 (Raymond Williams) 把葛蘭西的霸權觀念應用在文化的概念上，將其定義為支配 (dominant)，它與殘餘 (residual) 和冒現 (emergent) 進行抗爭。而新冒現的文化要不是靠新階級提倡，就是受支配文化所吸納，成為霸權的一部份。威廉斯把這些作法稱做「情感結構」(structure of feeling)，也就是一個時代的無形資產，足以解釋或發展生命的品質。

「城市風格」是一個城市時期的剩餘價值或無形資產，在社會治理的過程中，成為歷史的脈絡中的一個方位和符號，這種符號在投射在下一個時期當中，產生另一個符號，所以「城市風格」成為一種時代的符碼，一種城市象徵的代號。

三. 城市風格是民眾文化藝術品味的解碼器

Bourdieu 與 Schulze 皆主張,美學感受基本上是一種解碼動作(deciphering operation) 而有能力解碼的人,是那些掌握到必要的符碼(code)的人。

高雄市民眾美感經驗的累積,從蘇南成和吳敦義入主高雄市政府時,高雄城市風格仍擺脫不了「文化沙漠」的窘境,雖然仍有不少藝文空間在其主政期間正式成立,影響以藝文饗宴陶冶人心的根基,但是直到謝長廷主政時期,這幾年高雄市才有了明顯的改變,是不是變美了?這是每個人主觀的認定,因為每個人的個人美感經驗都是不同的。

但是,這幾年高雄市變了!關於這一點,是普遍受到肯定的,很多新的文化藝術元素介入的空間經驗,建構一個和過去不同的城市風格,民眾同時在城市美感經驗中培養出品味,豐富市民生活的內涵與提高生活的層次,也從文化方案的形成過程和之後的相關活動,讓民眾處於被動的參與,主動的消費,另外文化藝術活動的消費在「城市光廊」出現,也是產業和政策結合的成功案例,第二期的城市光廊即是延續產業和政策結合,也促成「城市光廊」成為城市文化建設的指標,但後續管理問題仍有很大的改善空間。

城市風格是民眾文化藝術品味的解碼器,市民從美感經驗的潛移默化中,對於城市的美感氛圍,還有在市民選出的最美的城市景點活動中,市民對於城市美感經驗在感染之中,並產生有認同的感受;從謝長廷市長的施政滿意度提高和連任市長選舉可證明此論點,同時「城市光廊」和「高雄國際貨櫃藝術節」讓市民開始注意美化居住環境和美感品味,提升了市民的視野,厚實了藝術工作者的創作資本,讓民眾的參與了解高雄市環境的一個新的起步,雖然每個民眾感知的生活經驗,不一定是愉悅的,但卻是最真實的自我體驗,就如同哲學家康德名言:「美是無目的性,又合目的性的」;真正的生活是很簡單的。

第二節：研究限制與後續研究建議

本研究論文以高雄市為主要對象，時間軸在 1998 年-2005 年之間，但是文化政策的範圍廣泛，文化政策也是近來年台灣才漸漸興起的研究對象，城市風格的論述亦為多元且互相衝突的立場，所以本研究以生活美學觀點來書寫，仍只能論述城市風格的個別面向而已，另外對市民的影響的研究方面，應有市民的調查表，才能深論市民影響層程度，惟本研究時間和文化藝術個案同時進展，時間軸向平行輸入，所以城市風格發展時間和研判時間太近，問題點不易深論探究，也是研究限制，其他如都市發展、政黨政治、族群、階級、經濟等等因素，皆無法在一篇論文中一一探討。再者城市風格的特定符碼，也須相當時日的疊積和持續的發展，才可能形成明顯的城市風格，然而本研究對象的時間軸在 1998 年-2005 年之間，是這幾年的事，所以難以本文研究來論定這個時期的城市風格，更無法斷定這個時期對市民美感昇華起了何種作用，所以研究內容也僅限於的文化政策與城市風格的初探。

本研究建議有意研究者可從其他的面向探討，可參考下列方向：

1. 文化政策與城市在地特色發展影響
2. 文化政策與城市空間在社會階級的關係
3. 文化政策和民主選舉的必然關係研究
4. 文化事件對城市風格的衝擊
5. 城市的再生和藝術的關係

參 考 文 獻

一、書籍資料

- 王玉齡譯，Jean-Luc Chalumeau著，1996，《藝術解讀》，台北：遠流。
- 王志弘譯，Italo Calvino著，1993，《看不見的城市》，台北：時報出版。
- 王維潔著，2000，《路康建築設計哲學論文集》，田園城市文化事業有限公司。
- 安原良譯，Jeff Collins 文，Bill Mayblin 漫畫，1998，《德布達 Derrida for Beginners》，台北：立緒。
- 江靜玲編譯，John Pick 費約翰著，1995，《藝術與公共政策》，台北：桂冠圖書公司。
- 沈台訓譯，Susanne Schech & Jane Haggis 著，2003，《文化與發展》，台北：巨流圖書公司。
- 李根芳、周素鳳譯，John Storey 約翰·史都瑞著，2003，《文化理論與通俗文化導論》，台北：巨流圖書公司。
- 吳瑪俐譯，Kandinsky 康丁斯基著，1995，《藝術與藝術家論》，藝術家出版社。
- 吳瑪俐譯，Kandinsky 康丁斯基著，1998，《藝術的精神性》，藝術家出版社。
- 吳潛誠總校編，1998，《文化與社會》，台北：遠流。
- 林明澤譯，Pierre Bourdieu 布厄迪著，《藝術品味與文化資產》，載於吳潛誠總校編，1998《文化與社會》，台北：遠流。
- 林信華著，2002，《文化政策新論-建構台灣新社會》，台北：揚智文化。
- 周群超譯，Paul Klee 保羅·克利著，1999，《保羅·克利教學手記》，台北：藝術家。
- 夏學理、凌公山、陳媛，2000，《文化行政》，台北：國立空中大學。
- 孫治本著，2004，《個人化與生活風格社群》，台北市：唐山出版社。

孫清山譯，Mike Savage & Alan Warde著，2004，《都市社會學》，台北：五南圖書出版公司。

郭恩慈編輯，1998，《香港空間製造》，香港：Crabs Company Limited。

張君玫、黃鵬仁譯，Robert Bocoock著，2003，《消費》，台北：巨流圖書公司。

鄭美華著，2004，《文化政策與藝術管理》，台北市：洪葉文化事業有限公司。

蘇昭英總編輯，《台灣縣市文化藝術發展－理念與實務》。

李醒塵著，1996，《西方美學史教程》，台北：淑馨出版社

潘淑滿著，2003，《質性研究》，台北：心理出版社股份有限公司，pp244-245。

蔣淑貞、馮建三譯，Toby Miller & George Yüdice著，2006，《文化政策》，台北：巨流圖書公司。

二、文獻資料

王志弘，〈評介《建築與烏托邦：設計與資本主義的發展》〉《城市與設計學報》，1997年6月。

王志誠（發行人），2005，〈高雄文化發聲〉，高雄市：高雄市政府文化局。

王俐容，《全球化下的都市文化政策與發展：以高雄市為例》，2006年五月22日開南大學「全球化與行政治理」國際學術研討會。

文化環境工作室主編，〈台灣縣市文化藝術發展-理念與實務〉，行政院文化建設委員會「縣市文化藝術發展計畫」規畫研究。

林秀姿，2002，《重讀1970以後的台北：文學再現與台北東區》，國立台灣大學建築與城鄉研究所博士論文。

洪佳君，2003，《全球與在地的對話：台中市都市規劃的空間想像》，南華大學環境與藝術研究所碩士論文。

施鴻志著，2000，《地區經營管理》，建都文化。節錄自潘有諒，2001，〈地方政

府推動地區行銷之策略規劃研究-以燕巢鄉為例>。

陳韋妘，2003，《地區行銷與城市競爭力營造之研究》，立德管理學院 地區發展管理研究所碩士論文。

陳碧琳著，2001，《90年代台灣公共藝術之研究》，南華大學環境與藝術研究所碩士論文。

郭文昌，2001，《公共藝術管理及其美學之研究》，私立南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。

郭品好，2004，《地方文化產業行銷機制之研究—以消費者心理向度探討》，朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文。

郭俊良，2004，《臺南市歷史性城區文化資產路徑與生活文化觀光建構之研究》，國立成功大學建築研究所碩士論文。

曾令正，《「Cafe」：一個見面社交場所空間形式變遷之初探—以台中市為例》，東海大學建築研究所碩士論文，1983～2003前言。

張巧芳，2002，《地方文化的形成及意義-安平地區的個案研究》，國立台南師範學院鄉土文化研究所碩士論文。

廖世璋，《虛構的空間文化形式—以1991年台北市住宅類之預售屋廣告為例》，劉維公，2001，《東吳社會學報，消費文化NO.11》，東吳大學。

蔡松柏，2002，《從都市發展歷程探討竹塹城空間結構變遷之研究》，國立台北科技大學建築與都市設計研究所碩士論文。

盧本善，2004，《論臺北市文化環境之建構與發展》，銘傳大學國家發展與兩岸關係碩士在職專班碩士論文。

Beatriz Garcia, “Urban Regeneration, Arts / Programming and Major Events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004”, *International Journal of Cultural Policy*, Vol.10, No.1, 2004。

Greg Richards and Julie Wilson, “The Impact of Cultural Events on City

Image: Rotterdam, CulturL Capital of Europe 2001” , *Urban Studies*,
Vol.41, NO.1, 1931-1951, September 2004。

HaeRan Shin, “Cultural festivals and regional identities in South Korea” ,
Environment and Planning D: Society and Space 2004, vol.22。

Bernadette Quinn, “Arts Festivals and the City” , Jan 2005。

三、報紙.資料

聯合晚報 (94.4.5.) 第7版。

孫瑞穗 (2005.06.27) 中國時報。

四、網站資料

聯合知識庫網站：[http://www.krtco.com.tw/news/newspaper_\(5\).htm](http://www.krtco.com.tw/news/newspaper_(5).htm)。

城市光資料來源：<http://s91.tku.edu.tw/~491090535/kaohsiung/2-11.htm>。

維基百科：<http://zh.wikipedia.org/wiki>。

國立台灣美術館網站<http://www.tmoa.gov.tw>。

藝術論壇 (www.c12000.com)：<http://hk.c12000.com/?/forum>。

文建會新聞稿 (2006/03/29)：http://www.cca.gov.tw/app/autocue/news/culture_news_template.jsp?news_id=1143625086132。

携程旅行網 (www.ctrip.com)：<http://big5.ctrip.com/destinations>。

光州廣域市網站：http://chn.gjcity.net/e_about。

2001高雄國際貨櫃藝術節官方網站：<http://sub.khcc.gov.tw/containerart>。

2003高雄國際貨櫃藝術節官方網站：

http://sub.khcc.gov.tw/~myer/action02_3.htm。

2005高雄國際貨櫃藝術節官方網站：高雄市文化局網站

www.khcc.gov.tw/container2005。

附錄一：訪談問題大綱

高雄文化節訪談 (文化工作者部分)	高雄城市光廊訪談	高雄文化節訪談 國際貨櫃藝術節
一・基本態度		
1. 您本身所主要推動(或創作)文化的種類是什麼?	1. 第一期城市光廊建造的背景是什麼?歷史的?人物的?	1. 國際貨櫃藝術節最主要的宗旨是什麼?
2. 您主要的創作觀點或推動的宗旨是什麼?	2. 第一期城市光廊置入公共藝術與商業的考量是什麼?	2. 國際貨櫃藝術節的發展歷史脈絡
3. 可否談談幾個您最主要的作品及觀點?	3. 第二期城市光廊建造的背景是什麼?歷史的?人物的?	3. 國際貨櫃藝術節的特色與重要性?
4. 對於目前高雄文化的發展有什麼看法?	4. 第二期城市光廊置入水和展演場地的考量是什麼?	4. 為什麼使用貨櫃作為象徵?
5. 您參與過的哪些政府的文化活動?	5. 城市光廊的預算由誰贊助?	5. 國際貨櫃藝術節的操作方式:
6. 通常參與的宗旨為何?	6. 高雄文化節或是文化政策對於你的創作有哪些影響?	6. 國際貨櫃藝術節主要內涵,活動內容等
7. 高雄文化節或是文化政策對於你的創作有哪些影響?		7. 國際貨櫃藝術節的影響評估
二・文化認同		
1. 你對目前市民對於高雄的認同有什麼看法?	同左	同左
2. 你認為文化活動是否為凝聚市民認同的重要因素?為什麼?	同左	同左
3. 文化建築是否為凝聚市民認同的重要因素?為什麼?	同左	3. 你認為國際藝術節對於市民美感經驗有何啟發?
三・文化形象與符號的建構		
1. 以你的經驗而言,目前高雄文化政策側重於哪些文化活動?	同左	1. 以你的經驗而言,目前國際貨櫃藝術節側重於哪些文化活動?
2. 文化政策想要塑造怎麼樣的高雄形象?是否成功?	同左	2. 國際貨櫃藝術節想要塑造怎麼樣的高雄形象?是否成功?
3. 文化政策跟其他都市政策的關係?	同左	3. 國際貨櫃藝術節跟其他都市政策的關係?
4. 文化政策與高雄長期發展的關係?	同左	4. 國際貨櫃藝術節與高雄長期發展的關係?國際貨櫃藝術節與高雄長期發展的關係?

訪談問題大綱（續）

高雄文化節評估訪談 (文化工作者部分)	高雄城市光廊評估訪談	高雄文化節評估訪談 國際貨櫃藝術節
四・文化公民權		
1.你認為目前這些文化政策與文化節與一般高雄人的關係是什麼？	同左	1.你認為國際貨櫃藝術節與一般高雄人的關係是什麼？
2.文化政策與文化節有無考量到一般高雄市民的需求？	同左	2.國際貨櫃藝術節有無考量到一般高雄市民的需求？
3.文化政策與文化節能否滿足高雄人的文化需求？哪一些？(文化參與、文化認同、文化發展等)	同左	3.國際貨櫃藝術節能否滿足高雄人的文化需求？
五・總體評估		
1.你認為目前的高雄文化政策由誰在主導？	同左	同左
2.你對於目前高雄文化發展的看法？(音樂、表演藝術、視覺藝術)	同左	同左
3.高雄文化發展的困境有哪些？	同左	同左
4.文化節對於高雄文化發展的影響？ 商品化？活動化？飲食化？ 現代化？	同左	同左
5.高雄發展各種文化藝術節與文化建築是否真的有助於整體高雄形象？	同左	同左

附錄二：相關法規

一、高雄市公園管理自治條例演變

- **高雄市政府公報**〔資料來源：高雄市政府 89 年市政府公報〕

〔公報名稱〕 高雄市政府公報冬字第 八 期 89 年 10 月 25 日 第 32 頁

〔公報內容〕

高雄市政府 令

發文日期：中華民國八十九年十月二十五日

發文字號：高市府工養字第三八五〇二號

修正「高雄市公園管理辦法」法規名稱爲「高雄市公園管理自治條例」及部分條文。

市長 謝長廷

- **高雄市政府函**

中華民國九十一年五月二日高市府工都字第一八六七六號函

- 一、高雄市政府（以下簡稱本府）爲塑造城市景觀風貌，活化園道用地，鼓勵供公共活動使用特訂本方案。
- 二、本方案主管機關爲本府工務局，執行及管理機關爲本府工務局養工處。
- 三、本方案所稱之園道用地使用空間，係指都市計劃說明書圖載明之已開闢都市計畫園道用地，且符合本方案第五點規定，報經本府核定者。

- 四、依本方案核定之都市計畫園道土地使用空間，得作下列使用：
- (一)、露天咖啡座。
 - (二)、簡易餐飲設施。
 - (三)、其他依照高雄市公園管理自治條例規定且不影響原設施功能之使用。
- 五、依照本方案核定之公園都市計畫園道地地使用空間之核定範圍，必須毗鄰公園段及完成人車分道介面處理，並形成為常時段可供設置人行徒步區段，其使用之設施物佈設範圍面積不得超過園道土地使用空間範圍面積之四分之一，且不得影響人行安、公共衛生、都市景觀及設施維護管理。
- 六、依照本方案核之都市計畫園道用地之使用空間，其設施構造物投影面積不得超過總核定積百分之十。前項之構造物得依高雄市市區道路管理自治條例及高雄市建築管理自治條例，申請臨時建築使用，其材質以臨性結構為原則。構造物自地平面起高度不得超過五公尺，但地標性之構造物不在此限。
- 七、本方案核定之園道土地使用空間得一部或全部辦理委外經營。並準用「高雄市公園認養及委託經營管理辦法」辦理。
- 八、為執行本方案容許使用暨辦理委外經營之營囊範疇，由主管機關組成專案小組受理申請審議，經審議通過並報請本府核定後，交執行機關辦理，其審議範疇如下：
- (一)、准許使用項目與附帶條件。
 - (二)、准許使用之設施物佈設範圍、區位及面積界定。
 - (三)、准許使用之設施構造物量體、外觀、材質、照明及與園道空間環境景觀調和關係。
 - (四)、准許使用所引入公共活動與園道交通環境（含人行與車行）整合關係。
 - (五)、准許使用之營業管理計畫與配合辦理事項。
 - (六)、執行機關之協調與配合辦理事項。
 - (七)、鄰近社區居民意見之回應。
 - (八)、其他事項：工務局養護工程處處長兼任執行秘書，其餘委員由召集人簽報市長派聘之。
前項專案小組成員七至十一人，由本府工務局局長擔任召集人，由召集人指定副局長一人擔任副召集人，工務局養護工程處處長兼任執行秘書，其餘委員由召集人簽報市長聘之。
- 九、本方案於高雄市公園管理自治條例及高雄市市區道路管理自治條例配合修正後，停止適用。

● 高雄市公園管理自治條例修正草案條文對照表

〔資料來源：高雄市政府工務局「高雄市公園管理自治條例修正草案條文對照表」93.03.30.〕

高雄市公園管理自治條例修正草案條文對照表		
修正條文	現行條文	說明
法規名稱： 高雄市公園管理自治條例。	法規名稱： 高雄市公園管理自治條例。	
第一條		
為加強本市公園管理，維護公園設施，特制定本自治條例。	高雄市政府（以下簡稱本府）為加強公園管理，維護公園設施，特制定本自治條例。	文字修正
第二條		
照現行條文	本自治條例所稱公園係指依都市計畫設置之公園、綠地及兒童遊樂（戲）場等供公眾遊憩之場地。	
第三條		
<u>本自治條例之主管機關為高雄市政府(以下簡稱本府)工務局。</u> <u>主管機關於本自治條例之權限得委任或委託其他機關、民間團體或個人執行之。</u>	<u>本自治條例所稱主管機關為本府工務局，所稱管理機關為本府工務局養護工程處。</u>	依據本府組織自治條例第二條規定： 中央法令及本市自治條例規定本府為主管機關者，本府得將其權限委任所屬下級機關執行之。 本府及所屬機關因業務需要得將其權限之一部分，委託不相隸屬之行政機關執行之。 前二項情形，應將委任或委託事項及法規依據公告之，並刊登本府公報或新聞紙。

第四條		
公園周圍境界線，得得以植物或具視覺穿透性之耐久性材料，設置適當圍護物。	公園周圍境界線，得以植物或穿透性之耐久性材料，設置適當圍物。	文字修正
第五條		
<p><u>主管機關得視公園之規模、性質及環境需要，設置或核准下列各項設施。但依規定作多目標使用者，依其規定辦理：</u></p> <p>一、<u>景觀設施：樹木、草坪、花壇、綠籬、綠蔭、花鐘、棚架、綠廊、噴泉、水流、池塘、瀑布、假山、雕塑、踏石或其他類似設施。</u></p> <p>二、<u>休憩設施：亭榭、樓閣、迴廊、椅凳或其他類似設施。</u></p> <p>三、<u>遊戲設施：砂坑、塗寫板、浪木、搖椅、搖搖樂、鞦韆、蹺蹺板、迴轉環、滑梯、迷陣、爬竿架、攀登架、模型車船、親水設施或其他類似設施。</u></p> <p>四、<u>運動設施：籃球場、排球場、露天羽毛球場、槌球場、單雙桿、吊環、溜冰場、滑草場、體健設施、健康步道或其他類似設施。</u></p> <p>五、<u>文教設施：植物標本園、溫室、露天劇場、日晷台、天體氣象觀測</u></p>	<p><u>公園內得視規模性質及環境需要，設置下列各項設施。但依規定符合多目標使用者依其規定辦理。</u></p> <p>一、<u>景觀設施：樹木、草坪、花壇、綠籬、綠蔭、花鐘、棚架、綠廊、噴泉、水流、池塘、瀑布、假山、雕塑、踏石及其他類似設施。</u></p> <p>二、<u>休憩設施：亭榭、樓閣、迴廊、椅凳等及其他類似設施。</u></p> <p>三、<u>遊戲設施：砂坑、塗寫板、浪木、搖椅、搖搖樂、鞦韆、蹺蹺板、迴轉環、滑梯、迷陣、爬竿架、攀登架、模型車船、親水設施等及其他類似設施。</u></p> <p>四、<u>運動設施：籃球場、排球場、露天羽毛球場、槌球場、單雙桿、吊環、溜冰場、滑草場、體健設施、健康步道等及其他類似設施。</u></p> <p>五、<u>社教設施：植物標本園、溫室、露天劇場、日晷台、天體氣象觀測</u></p>	文字修正

<p>設施、<u>公共藝術</u>、<u>碑坊</u>、<u>雕像</u>、<u>紀念碑</u>、<u>瞭望台</u>、<u>古物遺跡</u>、<u>教育解說牌</u>或其他類似設施。</p> <p>六、<u>服務及管理設施</u>：<u>停車場</u>、<u>廁所</u>、<u>服務中心</u>(包括餐飲部、物品寄存處、播音室、醫療室等)、<u>時鐘塔</u>、<u>飲水泉</u>、<u>洗手台</u>、<u>園門圍牆</u>(<u>棚</u>)、<u>防止柵</u>、<u>郵亭</u>、<u>電話亭</u>、<u>照明設備</u>、<u>消防設備</u>、<u>垃圾箱</u>、<u>煙蒂缸</u>、<u>標誌</u>、<u>給水排水設備</u>、<u>倉庫</u>、<u>材料堆置場</u>、<u>苗圃</u>、<u>管理所</u>、<u>售票亭</u>、<u>崗亭</u>或其他類似設施。</p> <p>七、其他必要或附屬之設施。</p>	<p><u>設施</u>、<u>碑坊</u>、<u>雕像</u>、<u>紀念碑</u>、<u>瞭望台</u>、<u>古物遺跡</u>、<u>教育解說牌</u>及其他類似設施。</p> <p>六、<u>服務及管理設施</u>：<u>停車場</u>、<u>廁所</u>、<u>服務中心</u>(包括餐飲部、物品寄存處、播音室、醫療室)、<u>時鐘塔</u>、<u>飲水泉</u>、<u>洗手台</u>、<u>園門圍牆</u>(<u>棚</u>)、<u>防止柵</u>、<u>郵亭</u>、<u>電話亭</u>、<u>照明設備</u>、<u>消防設備</u>、<u>垃圾箱</u>、<u>煙蒂缸</u>、<u>標誌</u>、<u>給水排水設備</u>、<u>倉庫</u>、<u>材料堆置場</u>、<u>苗圃</u>、<u>管理所</u>、<u>售票亭</u>、<u>崗亭</u>及其他類似設施。</p> <p>七、其他經主管機關核准，<u>屬公園內必要或附屬之設施</u>。</p>	
<p>第六條</p>		
<p>前條設施之建蔽率及容積率依都市計畫法高雄市施行細則規定辦理。</p>	<p>前條<u>規定之設施屬於建築法所稱之建築物者</u>，其建蔽率及容積率應依都市計畫法高雄市施行細則規定辦理。</p>	<p>文字修正</p>
<p>第七條</p>		
<p>公園面積達一公頃以上者，<u>主管機關得於工程費內提撥百分之二以上經費</u>，配合公園設置公共藝術品。</p>	<p>公園面積一公頃以上者，得於工程費內提撥百分之二以上經費，配合公園設置公共藝術品。 <u>前項公共藝術品得委託專門藝術工作者，依據公園特色創作之。</u></p>	<p>一、文字修正 二、中央(行政院文建會)法規公共藝術設置辦法已有規定，公共藝術品得委託專門藝術工作者創作，原條文後段文字宜予刪除。</p>

第八條		
<p>公園內之綠覆地，<u>除環保公園外</u>，應占公園總面積五分之三以上。</p> <p>前項綠覆地指基地內未設置硬鋪面之綠地<u>或</u>水域。</p>	<p>公園內綠覆地面積應占公園總面積之五分之三以上。</p> <p>前項綠覆地指基地內未設置硬鋪面之綠地<u>及</u>水域。<u>但環保公園依其規定辦理。</u></p>	<p>文字修正。</p>
第九條		
<p>公園內應設置<u>便於</u>視覺障礙或肢體障礙等行動不便者行動與使用之出入口、通道、引導設施、點字說明與其他必要之設施。</p> <p><u>使用導盲犬之視覺障礙者</u>，為使用公園內之各項設施，<u>可攜帶導盲犬隨行進入公園。</u></p>	<p>公園內應設置視覺障礙或肢體障礙等行動不便者專用出入口、通道，引導設施、點字說明<u>與其他之必要</u>設施。</p>	<p>一、文字修正。</p> <p>二、增訂導盲犬可由視覺障礙者攜帶進入公園之規定。</p>
第十條		
<p>興建公園應<u>先行擬訂計畫圖</u>，送經主管關核定<u>後實施</u>，變更時亦同。</p> <p>前項計畫圖應載明地形界線，現有及擬設之各種設施，其比例尺不得小於六百分之一，等高線圖之高差不得大於一公尺。</p>	<p>興建公園應擬訂計畫圖，送經主管機關核定，變更時亦同。</p> <p>前項計畫圖應載明地形界線，現有及擬<u>設立</u>之各種設施，其比例尺不得小於六百分之一，等高線圖之高差不得大於一公尺。</p>	<p>文字修正。</p>
第十一條		
<p>公園內各項設施得接受個人、法人、機關（構）或團體之捐贈。但其種類、式樣及設置地點，應經主管機關核准。</p>	<p>公園內各項設施得接受個人、法人、機關（構）或團體之捐贈。但其<u>設置之</u>種類、式樣及地點，應經主管機關核准。</p>	<p>文字修正</p>

第十二條		
公園或公園內各項設施得委由個人、法人、機關(構)或團體經營管理或認養。前項委託經營管理與認養辦法由主管機關另定之。	公園或公園內各項設施得由個人、法人、機關(構)、團體認養或委託經營管理。其認養辦法及委託經營管理辦法由本府另定之。	文字修正。
第十三條		
照現行條文	公有公園，不收門票。但公園內設施得收取使用費；其數額應經市議會審議，調整時亦同。	
第十四條		
<p>有下列情形之一者，得禁止其進入公園或命其立即離開公園，違反者處新臺幣六百元以上一萬元以下罰鍰：</p> <p>一、駕駛各式車輛者。但嬰兒車、自行車、輪椅不在此限。</p> <p>二、酗酒泥醉者。</p> <p>三、攜帶危險物品者。</p> <p>四、患傳染病者。</p> <p><u>攜帶犬畜而不處理其排泄物者，處新台幣六百元上三千元以下罰鍰，並命其立即離開公園。</u></p>	<p>有下列各款情形之一者，不得進入公園，違者應命其立即離開。</p> <p>一、駕駛各式車輛者。但嬰兒車、自行車、輪椅不在此限。</p> <p>二、酗酒泥醉者。</p> <p>三、攜帶危險物品者。</p> <p>四、患傳染病者。</p> <p><u>五、攜帶家犬者。違反前項規定，經命其離去而不聽從者，處新臺幣六百元以上三萬元以下罰鍰。</u></p>	<p>一、文字修正。</p> <p>二、市民飼養寵物犬畜而進入公園內遊憩者甚多，單靠攜帶家犬進入之禁止規定，在公園管理上確有困難之處，故擬修正為攜帶犬畜而不處理其排泄物，或放任其破壞公共設施、樹木花草之禁止規定。</p> <p>四 違反本條例規定原處新臺幣六百元以上，三萬元以下罰鍰，修正為第一項處新臺幣六百元以上，一萬元以下罰鍰，第二項處新台幣六百元上三千元以下罰鍰，以縮小上下差距。</p>
第十五條		
公園內不得有下列行為： 一、兜售商品或乞討。 二、赤身露體。 三、隨地吐痰、便溺、拋棄果皮、紙屑、菸蒂或其他廢棄物。	公園內不得下列行為： 一、兜售商品或乞討。 二、赤身露體。 三、隨地吐痰、便溺、拋棄果皮、紙屑、菸蒂或其他廢棄物。	<p>一、文字修正。</p> <p>二、原條文第四款「釣魚」因無法界定其是否為為釣魚、或蝦、青蛙，故修正為「垂釣」。</p> <p>三、原條文第五款「野宴」如僅為野餐應無妨，如有烘焙烹煮食物則應</p>

<p>四、在水池內游泳、沐浴、洗滌、<u>垂釣</u>。</p> <p>五、<u>曝曬衣物、烘焙烹煮食物、燃放鞭炮或餵食流浪犬</u>。</p> <p>六、喧鬧滋事、妨害公共安寧或秩序。</p> <p>七、妨害風化或賭博之行為。</p> <p>八、攀折花木、損壞草皮或各項設施。</p> <p>九、在樹木及設施上<u>塗畫或書刻</u>。</p> <p>十、張貼或豎立違規廣告物。</p> <p>十一、不依規定使用園內設施<u>足生安全之虞</u>。</p> <p>十二、<u>私設神壇、桌椅、電動車、吊床、伴唱機等或擅種植物或擅設硬舖面</u>。</p> <p>十三、其他經主管機關公告禁止或限制事項。<u>違反前項規定，經制止或命其離開而不從者，得為下列之處罰：</u></p> <p>一、違反前項第一款、第五款、<u>第九款、第十款或第十二款者</u>，處新臺幣三千元以下罰鍰。</p> <p>二、違反前項第二款、第六款、第七款、第十一款或<u>第十三款者</u>處新臺幣六千元以下罰鍰。</p> <p>三、違反前項第三款或第四款者處新臺幣一千五百元以下罰鍰。</p> <p>四、<u>違反前項第八款者</u>，依</p>	<p>四、在水池內游泳、沐浴、洗滌、<u>釣魚</u>。</p> <p>五、曝曬衣物、<u>野宴</u>。</p> <p>六、喧鬧滋事、妨害公共安寧或秩序。</p> <p>七、妨害風化或賭博之行為。</p> <p>八、攀折花木、損壞草坪或各項設施。</p> <p>九、在樹木及設施上書刻。</p> <p>十、張貼或豎立違規廣告物。</p> <p>十一、不依規定使用園內設施。</p> <p>十二、其他經主管機關禁止或限制事項。<u>依前項規定經制止或命其離開而不聽從者</u>，違反前項第三款、第四款者處新臺幣一千五百元以下罰鍰；違反前項第一款、第五款、<u>第八款至第十款者</u>，處新臺幣三千元以下罰鍰；違反前項第二款、第六款、第七款、第十一款<u>至十二款者</u>處新臺幣六千元以下罰鍰。</p>	<p>予禁止。燃放鞭炮，易生危險，亦應予禁止。</p> <p>四、高雄市樹木花草及公共設施毀損賠償自治條例對於公園、綠地、道路等樹木花草及公共設施之毀損已有明確之賠償規定，違反本條文第一項第八款之處罰應依上項規定辦理。</p> <p>五、公園內遊樂設施，如不依規定使用，極易發生危險事故，故對公園內設施明列不依規定使用之禁止規定。</p> <p>六、增列私設神壇、桌椅、電動車、吊床、伴唱機、擅種植物、擅設硬舖面等禁止規定(第十二款)。</p> <p>七、款次變更(原第十二款修正為第十三款)。</p>
--	---	---

<p><u>高雄市樹木花草及公共設施毀損賠償自治條例辦理。</u></p>		
<p>第十六條</p>		
<p><u>公園應維持開放使用之狀態。但有特殊情形者，主管機關得公告限制使用時間或區域。</u></p>	<p><u>公園開放時間由主管機關公告之；除有特殊情形，經本府核准者外，星期日及例假日照常開放。</u></p>	<p>文字修正。</p>
	<p>第十七條</p>	
<p>(刪除)</p>	<p>公園內各項設施，管理機關應經常派員巡視，如有損壞，應隨時修復。</p>	<p>公園內各項設施之巡視、維修工作為公園管理機關本身應有職責，不必規定於條文內。</p>
<p>第十七條</p>	<p>第十八條</p>	
<p>於公園內埋設地下物或架設地上物者，應先申請主管機關核准，並於繳納土地使用費及修復保證金後，始得施工。 <u>因前項施工致變更或損壞公園內之各項設施或設備者，應負責修復。經限期修復而未修復者，主管機關得自行修復，修復保證金不足扣抵者，應命補繳之。</u> <u>第一項土地使用費及修復保證金標準由主管機關訂定公告之。</u></p>	<p>於公園內埋(架)設地下(上)物者，應先向主管機關申請核准，繳納土地使用費及修復費後，始得施工。 <u>因前項施工致各項設施變更現狀或損壞時時，主管機關得以處分書或書面定期命施工單位負責修復或賠償，逾期不履行者，依法移送強制執行。</u> <u>第一項土地使費用及修復費標準由主管機關擬訂後，報請本府核定。</u></p>	<p>一、條次調整。 二、「修復費」修正為「修復保證金」以符合立法精神。 三、其餘做文字修正。</p>
<p>第十八條</p>	<p>第十九條</p>	
<p>於公園內集會、遊行、演說、展覽、表演或為其他使用者，<u>除集會遊行法第九條第一項但書規定之特殊情形外</u>，應於六日前填具申請書，申請主管機關核准，並</p>	<p>於公園內集會、演說、展覽、表演或為其他使用者，應於七日前填具申請書(如附件)，向主管機關申請核准，並依高雄市公園場地使用費及保證金標準繳納使</p>	<p>一、條次調整。 二、文字修正。 三、原條文規定「於公園內集會、演說、展覽、表演或為其他使用者，應於七日前填具申請書(如附件)，向主管機關</p>

<p>依<u>高雄市公園場地使用費及保證金標準繳納使用費及保證金。其應依集會遊行法申請集會遊行主管機關許可者，並應於三日前，向主管機關檢附許可集會遊行之文件。</u></p> <p>前項使用費及保證金標準，應經市議會審議，調整時亦同。</p> <p>依第一項規定申請使用公園，因故不使用時，應於許可使用期日三日前申請退還使用費及保證金，或延期使用。</p> <p>未依前項規定申請退費或延期使用者，所繳納之場地使用費不予退還。但因不可抗力之因素，而無法使用者，不在此限。</p> <p>第一項保證金如無扣抵情事者，主管機關應於場地使用完畢七日內無息退還。</p> <p>本府各機關學校或認養公園之機構舉辦公益性活動者，得免繳交第一項之使用費及保證金。</p> <p>委託經營管理之公園，其使用管理應依委託經營管理契約之約定辦理之。</p>	<p>用費及保證金後始得使用。如涉及集會事項者，並應於七日前，檢附該主管機關核准集會文件。</p> <p>前項使用費及保證金標準，應由市議會審議，調整時亦同。</p> <p>申請使用者經核准並繳費後，因故無法如期使用時，應於使用前七日，提出申請退費或延期。未依限申請者，視為如期使用，已繳場地使用費不予退還，但因不可抗力之因素，而無法使用者，不在此限。</p> <p>保證金於依本自治條例第二十一條規定使用完畢後，七日內無息退還。</p> <p>本府各機關學校(含里辦公處)及公園認養及委託經管單位，舉辦公益性或教育性(含藝文表演)等活動，得免費使用場地。場地使用期間之安全維護及公共秩序應由申請使用者負完全責任。</p>	<p>申請核准，…如涉及集會事項者，並應於七日前，檢附該主管機關核准集會文件。」而依集會遊行法第九條規定「<u>室外集會、遊行，應由負責人填具申請書，……於六日前向主管機關申請許可。但因不可預見之重大緊急事故，且非即刻舉行，無法達到目的者，不受六日前申請之限制。</u>」原條文(地方自治條例)所定申請時限七日較集會遊行法(中央法律)所定之六日為嚴，有所不宜，衡量作業時程需要，宜修正為六日。</p> <p>四、另外原條文規定：「如涉及集會事項者，並應於七日前，檢附該主管機關核准集會文件。」及「申請使用者經核准並繳費後，因故無法如期使用時，應於使用前七日，提出申請退費或延期。」一併均修正為三日，以符實際。</p>
<p>第十九條</p>	<p>第二十條</p>	
<p>依前條規定使用公園者，應負責使用期間之安全維護及公共秩序維持等事項。其有下列情形之一者，主管機關得命其停止使用：</p> <p>一、違反原核准用途者。</p>	<p>前條公園之使用有下列情形之一者，主管機關得停止其使用：</p> <p>一、違反原核定用途者。</p>	<p>一、條次調整。 二、文字修正。 三、原條文第十九條後段有關場地使用期間之安全維護及公共秩序維持等事項，改列於本條較宜。</p>

二、違反 <u>相關</u> 法令規定者。 三、 <u>發生意外事件，而有停止使用之必要者。前項情形經命其停止使用而不遵從者，處新臺幣三萬元以上、十萬元以下罰鍰。</u>	二、違反法令規定者。 三、 <u>因其他意外事件，必需停止使用者。</u>	四、增列相關罰鍰規定。
第二十條	第二十一條	
依第十九條規定申請使用公園場地者，於使用完畢後， <u>應清理場地並回復原狀，如有損壞情形，除應負責修復外，並應立即通知主管機關。</u> 違反前項規定者， <u>準用第十七條第二項規定處理。</u>	申請使用公園場地者，使用後 <u>應負責將場地清理乾淨</u> 並回復原狀，如有損壞情形，應即 <u>報告主管機關</u> ，並應負責修復。 違反前項規定者， <u>主管機關得以保證金代為履行，如有不足追償之。</u>	一、條次調整。 二、文字修正。
	第二十二條	
(刪除)	公園各項設施，應由主管機關建立圖冊、帳卡，並逐一編號保管。	公園各項設施、圖冊、帳卡之建立、管理問題為公園主管機關本身之職責，不必規定於條文內。
第二十一條		
<u>第十四條、第十五條及第十七條至第二十條之規定於公有設施、場所內興建供公眾遊憩之場地，準用之。</u>		一、 <u>本條文新增。</u> 二、增訂於公有設施或場所內興建供公眾遊憩之場地，如新光園道、河東、河西路園道、鼎新公園等，亦有規範民眾使用行為之必要，故準用第十四條、第十五條、第十七條至第二十條規定辦理。
第二十二條	第二十三條	
本自治條例自公布日施行。	本自治條例自公布日施行。	一、條次調整。 二、文字修正。

● **高雄市公園管理自治條例**（資料來源：高雄市政府工務局養護工程處）

行政院 93 年 12 月 31 日院臺建字第 0930059235 號函核定

高雄市政府 94 年 01 月 06 日高市府工養字第 0930067080 號令公布

第一條
為加強本市公園管理，維護公園設施，特制定本自治條例。
第二條
本自治條例所稱公園係指依都市計畫設置之 公園、綠地及兒童遊樂（戲）場等供公眾遊憩之場地。
第三條
本自治條例之主管機關為高雄市政府(以下簡稱本府)工務局。主管機關於本自治條例之權限得委任或委託其他機關、民間團體或個人執行之。
第四條
公園周圍境界線，得以植物或具視覺穿透性之耐久性材料，設置適當圍護物。
第五條
主管機關得視公園之規模、性質及環境需要，設置或核准下列各項設施。但依規定作多目標使用者，依其規定辦理： 一、景觀設施：樹木、草坪、花壇、綠籬、綠蔭、花鐘、棚架、綠廊、噴泉、水流、池塘、瀑布、假山、雕塑、踏石或其他類似設施。 二、休憩設施：亭榭、樓閣、迴廊、椅凳或其他類似設施。 三、遊戲設施：砂坑、塗寫板、浪木、搖椅、搖搖樂、鞦韆、蹺蹺板、迴轉環、滑梯、迷陣、爬竿架、攀登架、模型車船、親水設施或其他類似設施。 四、運動設施：籃球場、排球場、露天羽毛球場、槌球場、單雙桿、吊環、溜冰場、滑草場、體健設施、健康步道或其他類似設施。 五、文教設施：植物標本園、溫室、露天劇場、日晷台、天體氣象觀測設施、公共藝術、牌坊、雕像、紀念碑、瞭望台、古物遺跡、教育解說牌或其他類似設施。 六、服務及管理設施：停車場、廁所、服務中心（包括餐飲部、物品寄存處、播音室、醫療室等）、時鐘塔、飲水泉、洗手台、園門圍牆（棚）、防止柵、郵亭、電話亭、照明設備、消防設備、垃圾箱、煙蒂缸、標誌、給水排水設備、倉庫、材料堆置場、苗圃、管理所、售票亭、崗亭或其他類似設施。 七、其他必要或附屬之設施。

第六條
前條設施之建蔽率及容積率依都市計畫法高雄市施行細則規定辦理。
第七條
公園面積達一公頃以上者，主管機關得於工程費內提撥百分之二以上經費，配合公園設置公共藝術品。
第八條
公園內之綠覆地，除環保公園外，應占公園總面積五分之三以上。 前項綠覆地指基地內未設置硬鋪面之綠地或水域。
第九條
公園內應設置便於視覺障礙或肢體障礙等行動不便者行動與使用之出入口、通道、引導設施、點字說明與其他必要之設施。 使用導盲犬之視覺障礙者，為使用公園內之各項設施，可攜帶導盲犬隨行進入公園。
第十條
興建公園應先行擬訂計畫圖，送經主管機關核定後實施，變更時亦同。 前項計畫圖應載明地形界線，現有及擬設之各種設施，其比例尺不得小於六分之一，等高線圖之高差不得大於一公尺。
第十一條
公園內各項設施得接受個人、法人、機關（構）或團體之捐贈。 但其種類、式樣及設置地點，應經主管機關核准。
第十二條
公園或公園內各項設施得委由個人、法人、機關（構）或團體經營管理或認養。 前項委託經營管理與認養辦法由主管機關另定之。
第十三條
公有公園，不收門票。但公園內設施得收取使用費；其數額應經市議會審議，調整時亦同。
第十四條
有下列情形之一者，得禁止其進入公園或命其立即離開公園，違反者處新臺幣六百元以上一萬元以下罰鍰： 一、駕駛各式車輛者。但嬰兒車、自行車、輪椅不在此限。

二、酗酒泥醉者。
三、攜帶危險物品者。
四、患傳染病者。
攜帶犬畜而不處理其排泄物者，除依廢棄物清理法相關規定處罰外，並得命其立即離開公園。

第十五條

公園內不得有下列行為：

- 一、兜售商品或乞討。
- 二、赤身露體。
- 三、隨地吐痰、便溺、拋棄果皮、紙屑、菸蒂或其他廢棄物。
- 四、在水池內游泳、沐浴、洗滌、垂釣。
- 五、曝曬衣物、烘焙烹煮食物、餵食流浪犬。
- 六、喧鬧滋事、妨害公共安寧或秩序。
- 七、妨害風化或賭博之行為。
- 八、攀折花木、損壞草皮或各項設施。
- 九、在樹木及設施上塗畫或書刻。
- 十、張貼或豎立違規廣告物。
- 十一、不依規定使用園內設施足生安全之虞。
- 十二、私設神壇、桌椅、電動車、吊床、伴唱機等或擅種植物或 擅設硬鋪面。
- 十三、燃放鞭炮。
- 十四、其他經主管機關公告禁止或限制事項。

違反前項規定，經制止或命其離開而不從者，得為下列之處罰：

- 一、違反前項第一款、第五款、第九款、第十款或第十二款者，處新臺幣三千元以下罰鍰。
- 二、違反前項第二款、第六款、第七款、第十一款或第十四款者處新臺幣六千元以下罰鍰。
- 三、違反前項第三款或第四款者處新臺幣一千五百元以下罰鍰。
- 四、違反前項第十三款者，依爆竹煙火管理條例規定處新臺幣三萬元以上十五萬元以下罰鍰。
- 五、違反前項第八款者，依高雄市樹木花草及公共設施毀損賠償自治條例辦理。

第十六條

公園應維持開放使用之狀態。但有特殊情形者，主管機關得公告限制使用時間或區域。

第十七條

於公園內埋設地下物或架設地上物者，應先申請主管機關核准，並於繳納土地使用費及修復保證金後，始得施工。

因前項施工致變更或損壞公園內之各項設施或設備者，應負責修復。
經限期修復而未修復者，主管機關得自行修復，修復保證金不足扣抵者，應命補繳之。
第一項土地使用費及修復保證金標準由主管機關訂定公告之。

第十八條

於公園內集會、遊行、演說、展覽、表演或為其他使用者，除集會遊行法第九條第一項但書規定之特殊情形外，應於六日前填具申請書，申請主管機關核准，並依高雄市公園場地使用費及保證金標準繳納使用費及保證金。其應依集會遊行法申請集會遊行主應管機關許可者，並於三日前，向主管機關檢附許可集會遊行之文件。

前項使用費及保證金標準，應經市議會審議，調整時亦同。

依第一項規定申請使用公園，因故不使用時，應於許可使用期日三日前申請退還使用費及保證金，或延期使用。

未依前項規定申請退費或延期使用者，所繳納之場地使用費不予退還。但因不可抗力之因素，而無法使用者，不在此限。

第一項保證金如無扣抵情事者，主管機關應於場地使用完畢七日內無息退還。

本府各機關學校或認養公園之機構舉辦公益性活動者，得免繳交第一項之使用費及保證金。

委託經營管理之公園，其使用管理應依委託經營管理契約之約定辦理之。

第十九條

依前條規定使用公園者，應負責使用期間之安全維護及公共秩序維持等事項。其有下列情形之一者，主管機關得命其停止使用：

- 一、違反原核准用途者。
- 二、違反相關法令規定者。
- 三、發生意外事件，而有停止使用之必要者。

前項情形經命其停止使用而不遵從者，處新臺幣三萬元以上十萬元以下罰鍰。

第二十條

依第十九條規定申請使用公園場地者，於使用完畢後，應清理場地並回復原狀，如有損壞情形，除應負責修復外，並應立即通知主管機關。

違反前項規定者，準用第十七條第二項規定處理。

第二十一條

第十四條、第十五條及第十七條至第二十條之規定於公有設施、場所內興建供公眾遊憩之場地，準用之。

第二十二條

本自治條例自公布日施行。

二、高雄市市區道路管理自治條例

(資料來源：高雄市政府工務局養護工程處)

中華民國七十年八月二十七日 七〇高市府工公字第二〇一六一號令訂定

中華民國七十二年二月二十四日 八三高市府工公字第三九二八號令修正

中華民國八十五年九月三十日 八五高市府工公字第二五九七八號令修正

中華民國八十六年八月十四日 八六高市府工公字第一七四四四號令修正

中華民國八十九年十月二十五日 八九高市府工公字第三八六〇一號令修正

第一章 總則

第一條

本自治條例依市區道路條例第三十二條規定制定之。

第二條

本規則所用名詞定義如下：

路 基：係指承受路面之土壤部分，其幅度包括路基有效寬度及為使路基穩定所形成挖填土之邊坡。

路 面：係指承受車輛、行人行駛（走）部分在路基上以各種材料鋪築之承受層。

路 肩：係指路基有效寬度減除路面寬度，所剩兩側之路基面。

路路拱：係指導路橫向坡度曲線。

人行道：係指騎樓、走廊及劃設供人行走之地面，道路與人行陸橋及人行地下道。

交通島：係設於道路幅內，高出路面之構造物，用以區分各向、各型車輛及行人適當使用道路之安全設施。

專用道路：係指各公私事業機構所興建，專供所營事業本身運輸之道路。

平交道：係指市區道路與鐵路平面交叉之地方。

第二章 道路管理權責

第三條

本市市區道路依市區道路條例第四條規定，由高雄市政府（以下簡稱本府）按業務職掌

授權由所屬工務局建設局警察局及環境保護局分別管理，其主要業務劃分如左：

一、工務局部份：

市區道路市法規之擬訂事項。

市區道路長期性發展計畫之審議及擬訂事項。

市區道路資料之收集及統計事項。

市區道路條例第二條第二款市區道路核定之擬議事項。

公路路線系統穿越市區之道路及都市計畫道路之修築、改善、養護計畫之擬訂及實施事項。

市區道路使用之管理事項。

各區公所辦理道路修築、改善、養護計畫之審議、監督、輔導或代為擬訂事項。

二、建設局部份：

國民或公私事業機構申請興建之收費道路或專用道路之管理事項。

公車事業機構營運路線之核定事項。

三、警察局部份：

現有道路之交通標誌、標線、號誌之設置與維護事項。

停車場之管理事項。

道路交通管理及道路障礙之處理事項。

四、環境保護局部份：

市區道路及其溝渠之清潔事項。

前項業務劃分如涉及兩個單位以上之事項，由主管單位協調其他有關單位辦理。

第 四 條

前條市區道路管理機關，應於年度開始前依據實際需要擬訂道路及其附屬設施之修築、改善養護計畫，於經費核定後切實執行。

第 五 條

共同之構造物如道路與水圳、堤防駁坎、橋樑、平交道、火車站廣場等，共同建造或分別建造時，其經費分攤，以協議方式決定，協議不成時，報請上級主管機關裁定之。

第 六 條

市道路與附屬工程及路面路肩上下公共設施之有關資料，均應由市區道路管理機關調查、統計、登記、保存，其格式另定之。

第七條

市區道路如因遭受災害，阻斷交通者，市區道路管理機關應在適當地點公告，並設置禁制標誌；未阻斷交通者，應在受災路段設置警告標誌。

第三章 道路及其附屬設施

第一節 道路修築

第八條

市區道路應按人車分道之原則，道路之使用性質及交通量之需要，規劃適當之路型。

第九條

市區道路主管機關應就市區重要道路，參照左列規定實施道路使用現況調查：

依市區道路等級不同，定期實施交通量調查行車速率及延誤因素。

現況調查項目包括以幾何設計、路面狀況。

調查完畢，應評定各路段之服務水準，據以作為規劃及改善之參考。

第十條

市區道路之修築或改善，如需將公用或公有設施遷移時，其費用之負擔，依照有關法令之規定辦理。前項設施之遷移，道路主管機關應於年度開始前，通知該設施物之主管機構估計所需費用，並編列預算配合辦理遷移，如屬急要工程，不及編列預算時由道路主管機關先行墊款，再由該公共設施物主管機構列入下年度預算歸還。

第十一條

各公私團體機構之地下管線，應依照市區道路主管機關協調指定之位置埋設，其人孔、水閘盒等附屬設備之頂面，應與路面齊平。

第十二條

既成道路上原設桿線，因兩側房屋依都市計畫退縮或違建拆除而致妨礙交通市容時，由主管機關通知該桿線單位限期自行拆遷改善，其拆遷費用之負擔依照有關法令之規定辦理。

第十三條

道路狹窄或交通量頻繁之街道，於修築養護或改善時，應以夜間施工為原則，其於施工地段，應設置各項安全設施，並依照道路交通標誌、標線、號誌設置規則之規定辦理。

第十四條

市區道路修築改善或養護期間，如須管制交通或斷絕交通時，應事先協調警察局預為策劃將管制範圍、繞道路線及期限公告週知，並於施工路段依規定設置必要之標誌。

第十五條

國民或公私團體機構自行興建尚未開闢之都市計畫道路，應向市區道路主管機關申請准，並依照高雄市市區道路工程設計標準之規定辦理。

前項自行興建之道路完成後之保養、維護，得依照協議定之。

第十六條

既成道路應依公用地役關係繼續使用，土地所有人不得違反公眾通行之目的不供使用，道路主管機關並得為必要之改善、養護。

第二節 道路養護

第十七條

市區道路主管機關對轄區內之道路，應負責經常養護，以保持各項設施之完整，遇有災害或意外毀損時，應迅速修護以維交通。

第十八條

為維護道路完整，對左列情事得予限制或禁止：

在路基邊坡墾植。

在高級路面行駛鐵輪車輛。

在橋樑上、下游一百五十公尺以內河川用地採掘砂石。

總重超過道路設計承载力之車輛行駛。

第三節 路基、路肩、路面

第十九條

改善或翻修路基、路肩、路面時，仍須維持行車者，其維持行車部分之車道應設置顯明之標識、標誌，並注意相鄰處之安全。

第二十條

原路加鋪新路面，應注意路拱及排水情形、地下管線之人孔、水閘盒及中心樁等附屬設施，施工單位應通知原埋設單位配合改善，使其頂面與路面齊平，以利交通及市容觀瞻，逾期不改善者，由施工單位代為改善，並收取改善費用。

第二十一條

路寬達二十公尺以上之交叉路口應設盲人導引磚。

第四節 排水設施

第二十二條

修築或改善道路時，其兩側現有排水溝渠，應納入道路排水系統宣洩。

第二十三條

市區道路範圍內私設溝圳，道路主管機關基於公共交通或環境衛生之需要，在不妨礙其原有效能之原則下，得加以改善。

第五節 橋涵、隧道、地下道

第二十四條

市區道路管理機關，對於橋樑、涵洞、隧道及地下道各部結構及其功能，每年至少應作安全檢查一次，並作必要之維護與改善。

第二十五條

市區道路管理機關於新建橋樑涵洞隧道地下道時，應事先通知各有關公共設施事業機構，提出需要預留之埋設位置或加設必要之結構計畫，並事先協商辦理其所需之增加費用，由各該事業機構負擔之。

第二十六條

公共設施需要通過隧道者，應於地下通過為原則，如有困難，經市區道路管理機關認為不影響隧道之安全、換氣、照明、淨空及觀瞻，並經核准者，得附設於隧道壁面。

第二十七條

在現有之橋樑隧道上不得任意附加任何管線，但因事實需要，報經主管機關認為不妨礙安全核准者，不在此限。

第二十八條

市區交通頻繁地區，得視需要設置人行陸橋或人行地下道。人行地下道應有通風、照明及排水設備。

第二十九條

橋樑、隧道之照明設施，市區道路管理機關應經常派工保養維護。

第三十條

隧道內如有通氣設備者，市區道路管理機關應經常派工保養維護。

第六節 人行道

第三十一條

道路兩側人行道應緊靠建築線修建平整，並設盲人導引磚。人行道兩端應設置輪椅通行斜坡。

第三十二條

屬於騎樓及無遮簷人行道，應予打通及整平，騎樓地前面或左右，不得圍堵使用；新建騎樓地，應依建築法規有關規定辦理。

第三十三條

各公共事業機構埋設於人行道下面之地下管道，其人孔、水閥盒等附屬設備之頂面，應與人行道齊平。

第三十四條

道路兩側興建房屋時，不得損及人行道、溝渠等公共設施，如必須損壞時，應先向市區道路管理機關申請核准，並規定其修復責任及期限，始得進行該部分工程。前項損壞部分，如經市區道路管理機關收費代為修復者，應在損壞原因消失後由市區道路管理機關修復之。

第三十五條

道路兩側建築物基礎施工時，應採取必要之措施，防止人行道之倒塌，以免影響交通及公共安全。

第七節 道路綠化

第三十六條

為配合環境、綠化都市、增進市容觀瞻、道路安全島、路肩及人行道內種植樹木、x 通卉或草皮，並於其周圍視實際情形設置護欄。

第三十七條

道路之綠地行道樹及其附屬設施，應經常派員巡視，如發現損害枯萎或生長不佳有礙時，應加修護補植完整，並注意修剪，不得妨礙行車視線。

第三十八條

道路之綠地，行道樹及其附屬設施，附近居民或公私團體機構，應協助維護及保養，不得任意加以毀損，遷移擅自使用踐踏通行，堆置砂石或垃圾等什物。

第三十九條

市區道路兩側，得由附近居民或公私團體機構種植樹木、花卉，並負責保養，種植位置、樹種、形態等，應經主管機關勘定，不得隨意設置，影響市容觀瞻。

第八節 路燈

第四十條

照明設施之燈罩，每年應清洗兩次，其在工廠集中地區，陸橋下或地下道內，應依實際需要增加清洗次數。

第四十一條

燈具管制機具，應經常巡視檢查，燈泡損壞或照明度不足時，應隨時換新。

第四十二條

燈柱支架及各種零件，應經常妥善維護，其外露部分，並視實際需要，加以油漆。

第九節 交通島

第四十三條

道路交通島之設置分為中央分向島及兩側分道島。

第四十四條

非道交叉處道路交通島開設缺口規定如左：

面臨都市計畫道路寬度達三十公尺以上之機關、學校、消防隊、員工五百人以上公民營事業機構、病床二百張以上醫院、公車、客運車總站及調度站，道路交通島得開設缺口。加油站申請設置時，應先提附近街廓交通疏導方案，經本府各道路管理單位勘查完妥，認為不妨礙交通流量及安全時，得准予開設缺口。

缺口開設寬度十五公尺至三十公尺。

缺口開設後一年內發生三次交通事故或三年內發生五次交通事故，且無適當改善方案，該缺口應予封閉。原開設原因消失時亦同。

第十節 災害及交通事故

第四十五條

市區道路管理機關，遇有災害，應就其轄區全面巡視，如發現有危害人車安全者，應儘速採取有效措施。

第四十六條

市區道路管理機關應就當地警察機關提供逐年交通事故調查資料，分析肇事地點之道路

設計施工或交通管制上之缺點，提出補救或改善之方案並加實施。

第十一節 附屬物

第四十七條

市區道路之擋土牆，應由市區道路管理機關，經常派員巡視，妥加維護，其在道路邊緣之擋土牆，屬於私有者，應通知業主維護。

第四十八條

交通島前端之防護設備，應由市區道路管理機關經常檢查，如有損壞，應即修理改善。

第四十九條

路邊停車標線、標誌，應由警察機關設置之。

第五十條

新闢道路，道路工程單位應視發展需要，事先協調公車事業機構及警察機關預留公車站或停車位置。

第五十一條

既成道路上，公車事業，不論新設、增設臨時或正式之公車站（包括招呼站或候車亭）時，均應事先將計畫設置地點及位置等平面圖樣，送經公車事業主管機關，會同工務、警察機關核定後設置之。

前項公車站應由有關公民營公車事業機構維護其清潔、完整、不得妨礙市容觀瞻。

第五十二條

人行道與慢車道間之側溝緣石，不得任意破壞或為便利車輛之出入擅自設置各種設施。

第四章 交通管制設置

第一節 標誌、標線、號誌

第五十三條

既成市區道路之交通標誌、標線、號誌，應由警察局負責設置與維護，新闢及拓寬道路之號誌應由主辦工程單位設置後，移由警察機關維護。新闢或拓寬之市區道路號誌之設置地點、數量、交通量及經費概算，警察局應提供資料，主辦工程單位並得委託警察局辦理。

第五十四條

市區道路之標誌、標線、號誌之設置，應依道路交通標誌、標線、號誌設置規則之規定辦理，並應由維護單位經常維持明晰醒目，清除障礙，市區道路內其他交通工程，如分

道欄杆、交通島等，由道路管理機關負責設置、維護與管理；行人護欄、反光鈕等，應由警察局會同市區道路管理機關設置，並由警察局負責維護與管理。

第二節 停車場

第五十五條

市區道路或廣場範圍內得設置收費停車場。

第五十六條

停車場由道路管理機關負責開闢，由警察局統一管理。

第五十七條

路邊停車場，由警察局負責規劃。

第五十八條

計程車招呼站，由警察局會同有關單位視實際需設置。

第五十九條

公私團體機關所設收費停車場，必須向警察局申請核准設計。

第五章 道路使用與管理

第一節 道路挖掘

第六十條

市區內既成道路，或已列入都市計畫，但尚未依計畫開闢完成之現行道路，不得佔用或破壞，如因管線新設、拆遷、換修或其他需要，須臨時使用或挖掘路面時，應先向市區道路管理機關申請許可，如有破壞應負責復原。

本市道路挖掘埋設管線管理辦法另定之。

第六十一條

申請挖掘道路應繳納修復工程費，經准許自行修復者，應負責保固一年。

第六十二條

市區道路興建，拓寬完成三年內，或翻修改善完成六個月內，除特殊情形經核准者外，不得申請在各該道路內挖掘使用。

第二節 建築使用道路

第六十三條

公私建築工程於施工中，需要使用市區道路時，應依建築法及其他有關法令規定辦理。

第六十四條

因建築工程，必須損壞道路、溝渠等原有公共設施時，應由監造人或承造人事先向各該主管機關申請核准，並繳納修復費，如未經核准，擅自使用者，主管機關得勒令拆除或不予核發使用執照，並依市區道路條例規定予處罰，該損壞之道路主管機關應於收到修復費後一個月內修復，道路主管機關為適應交通需要，得先修復並通知補繳修復費。

第六十五條

興建房屋必須搭建之圍籬不得超出人行道，如須用及人行道，應事先向道路主管機關申請核准，並須在人行道上空加做安全之人行走廊，以策行人安全。

第六十六條

道路兩旁房屋之地下室出入口，如須與地上道連接時，起（承）造人應事先向市區道路管理機關申請核准始得設置之，其必須破壞及修復地下道之費用由申請人負擔。

第三節 公共設施使用道路

第六十七條

公私團體機構之各種設施物，非經申請許可，不得佔用道路。

第六十八條

在市區道路內，設置左列各種地上或地下設施時，應事先向市區道路管理關申請許可：電力桿、電信桿、電力塔、變壓箱、郵筒、公共電話亭、停車收費站及其類似之公共設施。

自來水管、雨水管、污水管、煤氣管、電力管、電信管、油管、電視電纜管、共同管溝、人行地下道、地下商場、地下室、地下停車場等設施。

鐵路專用側線及其附屬設施。

高架道路下之辦公室、店舖、倉庫、停車場、廣場、運動場、以及類屬之設施。

第六十九條

申請使用道路，應填具申請書，載明左列事項：

使用目的。

使用地點、範圍及計畫圖說。

設施物之構造。

工程施工方法。

施工期限。

修復道路之方式。

前項申請書所載事項，有變更時，應向市區道路管理機關提出變更申請，如涉及道路交

通安全，應會同警察機關辦理。

第七十條

在路面或其上空設置各種設施物，不得違反左列規定：

應儘量靠近路邊或人行道，但對交通及景觀無顯著妨礙時，得設置於交通島、圓環及其他類似之位置上。

懸空設施之最下端，與路面拱頂之淨空不得少於四·六公尺，在人行道上空或商店之廣告牌五公尺。

第七十一條

在市區道路地下埋設各種地下管線之頂面，距市區道路人行道或路面頂端之深度，規定如左：

在人行道下時，不得少於五十公分。

在巷道下時，不得少於七十公分。

在快慢車道下時，不得少於一百二十公分。

前項地下埋設物，因情形特殊，且結構計算事先經主管機關同意者，其埋設深度得不受前項第三款之限制。

第七十二條

地下管線以埋設於人行道或靠近慢車道下為原則，但因斷面較大，經市區道路主管機關同意者不在此限。

第七十三條

共同管溝之設置，依左列規定辦理：

共同管溝之埋設位置，幹線以埋設於道路之中央，分支管溝埋設於兩側人行道下為原則。

共同管溝如與地下鐵道相遇時，以埋設於地下鐵道之構造物上端為原則。

共同管溝如與高速公路或高架道路相遇平行時，應併排鄰接構築為原則。

共同管溝如與地下道相遇時，以埋設於地下道下端為原則。

共同管溝，如與鐵道、河川交岔時，雙方主管機關應協議處理埋設之。

共同管溝之設置，由計畫單位共同向市區道路管理機關申請，並由市區道路管理機關協調各使用單位分攤建築經費辦理之。

第七十四條

埋設於地下之公共設施物，必須具有足夠之外壓強度，以抵抗道路施工中之壓路機重量或完工後交通車輛之載重，所用壓路機之重量於完工後交通車輛之載重等資料，應由埋設單位事先報經市區道路管理機關核可。

第七十五條

在已依都市計畫道路開闢完成之各種地下管線之位置及深度，應事先與市區道路管理機關或各有關公共設施主管單位協商決定。

第七十六條

在尚未開闢之都市計畫道路路線下，或依都市計畫道路開闢完成前已有之既成道路下，埋設地下管線等公共設施埋設物時，該埋設單位，應事先與市區道路主管機關協商決定其位置及深度。

第七十七條

附設於高架道上之電力管、電信管、油管、煤氣管、自來水管等公共設施，不得影響高架道路之構造及來往人車之安全。

第七十八條

人行陸橋，得與相鄰之建築物接通，但應符合建築法規之有關規定。

第七十九條

各種管線如須變更位置深度或構造時，應依規定事先報經道路管理機關核准，未經報准擅自變更使用者，主管機關得依市區道路條例規定處罰。

第四節 道路障礙及清理

第八十條

有關道路障礙物之處理，依道路交通安全規則及有關法令之規定處理。

第八十一條

道路旁水溝之清掃孔及陰井蓋，不得私自掩埋或堵塞，以免影響排水。

第八十二條

載運建築材料或廢土之車輛，離開工地時，應將附著於車輛之泥土除淨或在裝載之工地停車處鋪蓋鐵板或木板以免泥土夾帶於輪胎行駛時遺落於路面，如沿途散落，應負責清洗乾淨。

第八十三條

其他有關道路清潔事項，依廢棄物理法及有關法令之規定辦理。

第六章 罰則

第八十四條

違反本規則之規定者，依市區道路條例及其他有關法令處罰之。

第七章 附則

第八十五條

本規則所需各種表冊及書籍格式除已有規定者外，由道路主管機關另定之。

第八十六條

本規則自發布日施行。

三、高雄市公園認養及委託經營管理辦法

(資料來源：高雄市政府工務局養護工程處)

中華民國九十年十二月二十七日

高雄市政府高市府工養字第五一四七一號函另訂定

94.05.23 高市府工養字第 23745 號令修正

第一條 本辦法依高雄市公園管理自治條例第十二條規定訂定之。

第二條 本辦法用語定義如下：

- 一、認養：辦理第六條規定之基本維護工作項目。
- 二、委託經營管理：除辦理認養工作外，並於公園內設置服務中心或其他經主管機關核准之設施從事營業者。

第三條 本辦法以高雄市政府（以下簡稱本府）工務局為主管機關，本府工務局養護工程處（以下簡稱養工處）為管理機關。

第四條 個人、法人、機關（構）或團體均得以書面向本府工務局（以下簡稱本局）申請認養，所需書表由養工處免費提供，並由本局審核，審核通過後養工處應提供有關資料及給予必要之協助。認養期間每次以一年以上為原則，但經本局核准者，不在此限。

第五條 認養及委託經營管理標的與範圍如下：

- 一、認養標的為公園、綠地、兒童遊樂（戲）場及行道樹。個人認養行道樹者以株為單元，法人、機關（構）或團體認養行道樹者以道路街廓為單元，認養公園、綠地、兒童遊樂（戲）場，以一處為單元。
- 二、委託經營管理標的為公園，並以一處為單元。

第六條 認養者應負責下列之基本維護工作：

- 一、垃圾、樹葉及廢棄物之清掃與清運。
- 二、灑水、雜草拔除、樹木扶正。
- 三、犬畜驅離。
- 四、設施物、樹木遭受損壞或天然災害損毀通報。
- 五、其他經認養者與本局協商同意者。

前項各款認養工作，得由認養者出資，委託管理機關執行之。

第七條 經營管理者應負責前條各款及下列維護工作：

- 一、剪草、樹木修剪、施肥、草坪補植。
- 二、設施物修復，以因委託經營管理行為或活動遭致損壞者為限。
- 三、廁所清潔、服務中心維護。
- 四、廣告物拆除。
- 五、市民違法行為勸導，其情節重大者應通知養工處、本府警察局處理。

第八條 本局應依公園規模、使用頻率及維護管理狀況等評估全市各公園委託經營管理之可行性，並就其適宜委託經營管理者，公告徵求經營管理，公告內容包括公園名稱、位置、面積、申請期限、資格限制、使用限制等，逾期未於公告期限內提出申請者不予受理。

第九條 申請經營管理公園者，以法人、機關（構）或團體為限。

第十條 申請經營管理公園應具備下列文件，於公告期限內向養工處提出申請。

- 一、請書：應載明經營管理者名稱、地址、負責人姓名、申請經營管理公園之名稱、位置、面積及其他必要事項。

- 二、營管理負責人身分證或法人、團體登記證明文件影本。
- 三、業計畫書：包括組織體制、財務計畫、工程計畫、營運計畫。
- 四、本證件：係指以公司名義申請者，須附具會計師簽證之資產負債表，並提出金融機構存款之證明文件或持有政府發行公債券，其金額由本局視實際情形於公告時另定之。
- 五、其他必要文件。

第十一條 依前條規定公告辦理公園委託經營管理時，於申請期限內同一公園有二者以上提出申請時，本局得就其事業計畫書、資本證件及經營管理能力等審定其優先順序。但僅有一者提出申請時，本局仍應審查該申請者有無經營管理能力。

公園認養者有意願變更為經營管理者，仍須依第八條規定及前項審查程序辦理之。第一項審查（定）文件格式、作業流程及優先順序評估標準由養工處擬訂後報本局核定之。本局為審查公園委託經營管理申請案，得設置評選委員會。

第十二條 委託經營管理之公園，其服務中心之建造行為依下列方式之一辦理：

- 一、若公園內有既成建築物，並經評估以改建、修建或增建方式即可形成服務中心者，由受委託之經營管理者提出計畫，經本局核准後依規定建造之。
- 二、公園內須新建服務中心者，由受委託之經營管理者提出新建計畫，經本局核准後依規定建造之。

第十三條 出資新建服務中心之經營管理者，其經營管理期限為三年至五年，其實際經營管理期限於委託契約內訂定之。

出資改建、修建或增建服務中心之經營管理者，其經營管理期限為二年至三年，其實際經營管理期限於委託契約內訂定之。

未出資建造服務中心或其他經主管機關核准之設施從事經營管理者，其經營管理期限為一年至二年，其實際經營管理期限於委託契約內訂定之。

服務中心依前條規定建造者，其建築物產權應於經營管理前無償登記為高雄市所有，並應依高雄市政府工務局暨所屬工程處受理民間捐建公共設施審核程序辦理。

第十四條 經營管理者得於服務中心及其他經主管機關核准之設施一定範圍內經營下列營業項目：

- 一、簡易餐飲服務。但調理過程不得有污染行為。
- 二、紀念品出售。
- 三、文化、藝術品展售。
- 四、其他經本局核准之項目。

經營管理者非經本局核准，不得變更營業項目，且除本局核准之營業項目得收費外，其餘各類活動均不得有收費行為。

餐飲服務對象以遊客為主，不得開放供婚喪喜慶之用。

第十五條 認養者及經營管理者，非經本局核准，不得將權利轉讓予第三人或擅自變更營業項目，違反者本局得隨時終止其認養及經營管理權。

第十六條 認養者及經營管理者得於無損害公共設施、花木之生長與都市景觀原則下，於其認養及經營管理標的內舉辦寫生、攝影、土風舞、歌唱、親子遊戲或其他經本局核准之非商業營利性公益性活動。

本府為舉辦公益性活動，需使用公園、綠地、兒童遊樂（戲）場時，應事先通知認養者及經營管理者，其非有特殊理由，不得拒絕。

第十七條 認養者及經營管理者得於認養或經營管理標的之適當地點設置名牌。但其式樣、位置、數量及內容須經養工處核准。

第十八條 認養者及經營管理者應善盡維護管理之責，養工處應經常予以檢查，並定期記錄考評，考評績效優良者，報請市長獎勵，並公開表揚之；績效不彰情節重大者，本局得隨時終止其認養及經營管理權。

第十九條 本辦法自發布日施行。