

東海大學行政管理暨政策學系研究所  
碩士論文

指導教授：項靖博士

文化政策成效之探討-以臺中市文化專車為例



研究生：雷晶晶

中華民國一〇四年六月

# 東海大學行政管理暨政策研究所

研究生

雷晶晶

碩士學位論文

題目：文化政策成效之探討-以臺中市文化專車為例

業經審查及口試合格

論文審查及口試委員

指導教授：	項 靖	104年6月26日
審查教授：	廖 珮 收	104年6月26日
審查教授：	柯 淑 馨	104年6月26日
所 長：	魯 復 盦	104年6月26日

中華民國一〇四年六月

## 謝誌

寫謝誌的時刻終於來了！心中滿滿的感謝，要用文字呈現有點讓人害羞，但為了此刻卻也醞釀許久，讓我坦白一下。

回到兩年前，受到父親鼓勵踏入研究所，開始一段人生中很重要的旅程，遇到恩師、貴人、良友。感謝父親與母親的無私的奉獻，讓我在學習期間豐衣足食，有一個溫暖的避風港。

感謝口試委員林淑馨老師與廖珮奴老師給我寶貴的意見，讓我的論文更加完整。感謝史美強老師、呂炳寬老師、魯俊孟老師像家人般時時關心生活與論文進度。感謝林鐘沂老師、柯義龍老師讓我學到很多人生哲理。感謝陳秋政老師讓我知道很多取得新資訊的管道，感謝蔡偉銑老師讓我對文化行政專業上有更深的認識，感謝劉志宏老師細心地給我校外發表文章的教導與建議，感謝黃曙曜老師上課準備很多講義。感謝大學導師鄭正豐的鼓勵，給我信心踏入研究所，學習過程中也感謝老師多次拔刀相助。

特別要感謝我的指導教授項靖老師，讓我在學習之餘也擁有助理經驗，能夠與不同的老師，外出到政府機關開會，在學校以外的地方，聽取老師專業的評論，讓我收穫很多！我不是一位很聰明的學生，但卻也有一股因堅持、熱情所產生的自信，很幸運、很感謝可以成為項靖老師的指導學生，經過每次論文研究討論，都能讓我有更多啟發與動力持續完成論文。對您的感謝，真的感謝不完！

感謝接受我訪談的受訪者們，感謝文化局品慧小姐的幫忙，因為有您們的協助，論文才能進行順利。感謝系辦親切的學姊，協助解決各種疑難雜症。感謝緣份的安排，我有一群很棒的同學，大方的柏瑜、統計達人敦峯、伯瑋一起上課、參加研討會、在研究室討論量化、走過上海、北京；更不會忘記 Lillian、Dolly、Lan 因為有你們在，謝謝您們讓我的研究生生活更精彩。

感謝 Lan 煮紅豆紫米粥當研究室的精神補品、分享我很多資訊、word 應用

技巧，謝謝 Lan&Lillian 常常研究室的陪伴，無論過多少春夏秋冬，依舊要時時「項」前看起！

感謝學姐景雅、小帆、Amao、美甜、純瑩分享撰寫論文的經驗與技巧，謝謝寶貝肉球、世音、小文、小阪、瀝瀝的鼓勵，謝謝雷子毅保持安靜，謝謝兩個寶貝妹妹萱萱、茜幫我分擔家事、整理房間、完成逐字稿，讓我可以更專心地完成論文。



晶晶@2015 夏天  
覺得充滿感恩

## 摘要

臺中市文化局自縣市合併之後，規劃了「臺中市文化專車」活動，不同於以往的景點接駁車，為臺中市文化資源增加曝光率、提供市民參與、深度體驗文化藝術的管道、培養臺中市藝文參與人口、以「文化」做為媒介，促進縣市合併後，區域民眾之間認識的專車活動。本研究將進一步探討活動帶來之成效與影響，進一步對文化政策給於政策意見。

透過文獻分析法、觀察法、深度訪談法、問卷調查法，本研究發現「臺中市文化專車」此活動對於民眾參與藝文活動、藝文消費意願、臺中市文化資源的推廣及保存之發展、藝文團體之曝光率有正面的影響，但同時也存在對藝文團體造成困擾之處。

本研究提出的政策建議：(一) 增加政策行銷方式，以讓潛在顧客得到「臺中市文化專車」訊息。(二)「臺中市文化專車」活動規劃流程之建議。(三)「臺中市文化專車」活動應持續舉辦。除此之外，後續研究建議將研究方法納入準實驗研究方法執行，設計更精確的題目，以便知悉參與者文化參與行為上的轉變。

**【關鍵字】** 文化政策、臺中市文化專車、文化活動、文化活動參與、政策成效

# 目錄

第一章	緒論.....	1
第一節	研究背景與動機.....	1
第二節	研究目的與重要性.....	9
第三節	研究問題.....	12
第四節	研究範圍與對象.....	13
第五節	研究流程與研究方法.....	14
第六節	研究限制.....	16
第二章	文獻檢閱.....	19
第一節	先行文獻檢閱.....	19
第二節	文化政策與文化活動.....	20
第三節	政策成效評估標準.....	35
第四節	臺中市文化政策發展.....	47
第五節	臺中市文化專車.....	57
第三章	研究設計與方法.....	63
第一節	研究架構.....	63
第二節	研究問題與說明.....	65
第三節	研究方法.....	69
第四章	研究結果與發現.....	77
第一節	臺中市文化專車對文化活動參與之成效.....	77
第二節	臺中市文化專車對文化資源推廣與保存之成效.....	83
第三節	臺中市文化專車對藝文團體創作動力之成效.....	92
第四節	臺中市文化專車活動執行實況.....	95
第五章	結論與建議.....	107
第一節	研究問題的回答.....	107
第二節	結論.....	117
第三節	建議.....	121
參考文獻	.....	125
附錄	.....	129

附錄一、歷年文化專車參訪景點表 .....	129
附錄二、訪談提綱轉換表 .....	134
附錄三、研究問題、概念型定義與操作型定義轉換表 .....	136
附錄四、性別、教育程度、年齡與藝文參與習慣改變關係分析 .....	141
附錄五、問卷 .....	148
附錄六、編碼簿 .....	152
附錄七、觀察法紀錄 .....	162
附錄八、訪談逐字稿 .....	175
附錄九、2015 年臺中市文化專車報名注意事項 .....	194



## 表目錄

表 1	我國文化政策範圍、內容表.....	4
表 2	「臺中市文化專車」與「台灣好行」比較表.....	8
表 3	研究問題與研究方法對照表.....	15
表 4	先進國家的文化動機表.....	32
表 5	文化藝術補助政策執行評估指標表.....	45
表 6	2012 年各縣市政府主辦之最重要藝術節慶活動辦理概況.....	50
表 7	臺灣五都之文化資產比較表.....	56
表 8	100-103 年「臺中市文化專車」路線規劃、車次、參與人數表 .....	58
表 9	「臺中市文化專車」各個年度活動內容及特色表.....	58
表 10	活動宣傳方式表.....	62
表 11	觀察提綱與紀錄表.....	70
表 12	訪談對象抽樣表.....	72
表 13	深度訪談對象表.....	72
表 14	104 年「臺中市文化專車」第一梯次路線、發車日期表.....	73
表 15	問卷發放日期表.....	74
表 16	Multiple Comparisons.....	88
表 17	臺中市文化專車活動執行實況.....	95

## 圖目錄

圖 1	研究流程圖.....	14
圖 2	活動牽涉各方人馬關係圖.....	24
圖 3	「臺中市文化專車」報名網頁圖.....	61
圖 4	研究架構圖.....	64
圖 5	平均每月參與臺中市藝文活動的次數圖.....	78
圖 6	喜歡的藝文活動類型圖.....	79
圖 7	每月花費在「藝文表演」比例圖.....	80
圖 8	每月花費在「藝文產品」比例圖.....	81
圖 9	增加對臺中市藝文資源的認同感比例圖.....	82
圖 10	陪同者之身份圖.....	83
圖 11	得知活動訊方式圖.....	84
圖 12	參與臺中市文化專車經驗圖.....	85
圖 13	參與臺中市文化專車次數圖.....	85
圖 14	參與後對藝文活動影響圖.....	86
圖 15	隨車導覽老師講解之滿意程度.....	89
圖 16	增加對臺中市藝文資源認識圖.....	91
圖 17	104 年 3 月 29 日 屯區藝術中心導覽.....	96
圖 18	104 年 3 月 29 日 合和藝苑之南管表演.....	97
圖 19	104 年 3 月 28 日 金華山媽祖文物館 DIY .....	98
圖 20	金華山媽祖文物館 DIY 成果合影 .....	99
圖 21	2015 年臺中市文化專車 紀念卡片.....	100
圖 22	104 年 4 月 18 日 亞洲現代美術館導覽.....	101
圖 23	104 年 3 月 29 日 呂家頂瓦厝導覽.....	101

# 第一章 緒論

本研究個案為「臺中市文化專車」，由臺中市文化局 100 年開辦，開辦目的是為了推廣臺中市的文化資源，並且提升民眾文化活動之參與情況，而活動舉辦過程、成果與文化政策之成效值得進一步討論。本章首節研究背景與動機，表達與研究主題相關的發展背景、引發筆者進行研究之動機，而後說明研究之目的與重要性，接著提出研究問題、研究範圍與對象，最後說明研究流程與方法、研究限制，本章各節的安排都是為了讓研究問題更加清楚、明確。

## 第一節 研究背景與動機

本節包含研究背景與研究動機兩個部分，研究背景呈現文化與文化政策的內涵及關係，透過研究背景對研究主題之概念有初步的認知；研究動機說明個案促使筆者進行研究之因。

### 壹、研究背景

文化存在的形式無所不在。根據英國學者泰勒（E. B. Tylor）在一八七一年對文化一詞所做的解釋：「文化是一種複合整體（Complex Whole），是因為人身為社會的成員之一，乃以獲得的。它包含了：知識、信仰、藝術、道德、法律、風俗，以及人類其他的能力與習慣等等。」，每個人的一言一行都受到了文化的指引，也同時在延續並創造文化。在無形之中，我們無時無刻都正在被文化薰陶，卻因為習慣於此，而很少意識到文化的存在（夏學理、凌公山、陳媛，2012：14）。

Williams, R.（1989：4）指出文化具有全體共享與個人追求的兩種特質，當文化用在表達全部的生活方式，即呈現「共性（共享）」的意義與特質；當文化用在表達藝術與學習－探索與創意活動的特殊過程，則顯出「個性（個人追求）」。文化同時保有傳統與創新，是普及在眾人所知的意義，也是個人追求提升自我的意義。探討文化的議題，強調與我們共同生活目的有關，也與深層的個人意義有

關。文化是平常的，存在於每一個社會，存在於每一顆心靈之中（羅世宏 譯，2010：51-52）。

由上述可得知，文化能以有形或無形的方式存在，存在的範圍在於廣大的社會中，古蹟、節慶、手工藝品技術的傳承、民族特性、飲食偏好、生活規範等都是文化藏匿之處，文化是生活周遭中可以用眼睛觀看的歷史建築，是用舌尖品嚐的各地佳餚，是穿戴在身上的服裝與飾品，文化也可以是能用心去體會的風俗民情，也存在於不同的心靈感受之中。文化其實無處不有，但又常因人們習慣於此，而讓文化難以被察覺與深刻地感受，容易被忽略。文化是需要社會共同分享的事物，也是每個人心中不可分割的成份，因而文化需要藉由文化政策的制定來被推廣與重視。根據聯合國教科文組織報告書（UNESCO）認為文化政策的內涵：

一、文化政策可以看成是社會中，經由有效運用資源，以達成某些文化需求，或做到有意義的、有計劃的目標，這種行為的總稱。

二、文化政策可以對某些標準，加以界定。這些標準在於促進完整人格的實現和正常社會的發展。

且聯合國教科文組織（United Nations Education Scientific and Cultural Organization）認為每個人皆有權力及自由參與社區的文化生活，享受藝術及分享科學的發展及其成果。聯合國教科文組織報告書對於文化政策的內涵敘述展現兩大要義：生活化，以滿足民眾需求，不與民眾脫節；多元化，不單指限於歷史文化或狹義的文學、藝術，而是涵蓋思想層面（價值觀、人生觀）與生活層面（分享科技成果、遵守社會規範等）的寬廣內涵（夏學理、凌公山、陳媛，2000：12-15）。

文化與我們的生活密不可分，文化的因子存在於每一個社會，存在於每一顆心靈之中，在生活中格外的重要，對於文化政策的制定更是需要被重視，文化政策之形成必須具備重要關鍵：（一）闡述文化價值、目標、及優先順序之步驟；（二）其它相關政策之文化影響評估。舉凡文化價值、目標、策略、步驟、實施手段及評估，皆需清楚明確，否則，恐淪為空泛理念或口號，無法達成社會文化需求。

所謂文化影響評估，類似環境影響評估，例如新開馬路或新建購物中心等決策，必須先通過整體文化影響評估後，才能定案。近年來，大多數國家均講求文化民主與文化決策權下放地方。文化民主，係指文化政策非由少數有權有勢者決定，而應為全體人民之參與，或至少是大多數人之決定；文化決策權下放地方，係指在地人決定在地文化事務，以符合地方實際需求，唯有在地方弱勢權益需要維護時，中央政府才介入。文化政策之執行方案通常以下列數種為主：獎金與贊助、製造工作機會、文化設施、文化服務、健全文化法規等（朱惠良，2004）。

文化部，於民國 101 年 5 月 20 日成立，因配合中央政府組織改造的啟動由文建會改制而成，近年，文化部的政策目標有了轉變，主要再突破過去偏狹的文化建設施政概念，及傳統以個別業務或載體設置司處的做法，朝彈性、跨界、資源整合及何做角度進行規劃。從生活美學、在地文化型塑、文化傳播、文化產業增值等面向，厚植文化創意活力，協助民間社會與產業邁向更多元且具深度的文化發展與成效（夏學理、凌公山、陳媛，2012：32-119）。

依照我國目前「文化部組織法」規定，文化部職掌主在於統籌規劃及協調、推動、考核有關文化建設事項及發揚我國多元文化與充實國民精神生活。更重要的是能營造豐富的文化生活環境，激發保存文化資產意識，提升國民人文素養，讓所有國民，不分族群、階級，都能成為台灣文化的創造者與享用者，展現台灣的文化國力。若要檢視前述之願景是否實現，方法不外乎就是對文化政策進行深度探討。而對文化政策進行深度探討，需先從文化部職掌的工作內容，對文化政策與相關法規之研擬、規劃及推動牽涉的範圍進行了解（請見表 1）。

表 1 我國文化政策範圍、內容表

文化政策	範圍	內容
	文化資源：文化設施、文化資產、博物館、社區營造	1. 法規研擬
	文化創意產業	2. 規劃
	影音及流行音樂：電影、電視產業、廣播、流行音樂	3. 推動
	人文及出版：政府出版品、出版產業、人文素養培育、文學、多元文化	4. 輔導 5. 獎勵
	藝術發展：視覺藝術、公共藝術、表演藝術	
	文化交流：國際及兩岸文化藝術交流	
其他文化事項		

資料來源：本研究整理自：夏學理、凌公山、陳媛（2012），35-39。

文化政策（cultural policy）：是指企圖規範、主導文化產品與實踐的散布所訂出的步驟、策略和手段。是具有文化優勢的制度、組織與管理部門所做出來的努力（羅世宏 譯，2010：547）。

臺中市文化局自從 99 年底縣市合併之後，城市中的文化資源更豐富，臺中市文化局 100-103 年度施政白皮書中規劃了「臺中市文化專車」活動，期許藉由此活動「落實藝文深耕，推動生活美學運動」，推廣文化資源、鼓勵市民多方參與臺中市的藝文設施。

本研究以「臺中市文化專車」為個案研究，探討其活動之藝術創作、文化活動參與之發展與影響。

## 貳、研究動機

分別從文化政策之行動方式、文化政策成效、「臺中市文化專車」之特殊性這三個部分勾勒出筆者進行研究的原因。

### 一、探究文化政策之行動方式的呈現

文化政策之行動方式可以包含以下諸領域之活動：保存、宣傳、創作、研究、訓練、教育及激發活力...等。「保存」值得保存的有形與無形文化資產，保存之目的，在使過去與現在能充分對話。保存與發展之間有衝突時，需要協調以達雙贏；「宣傳」以吸引民眾注意並了解各項文化政策。宣傳什麼、如何宣傳、對特定事項之宣傳，如藝術下鄉、或多方向多元的分享宣傳，均有賴政府發揮創意與專業始能成功；「創作」潛能之鼓勵與激發，政府經研究估，確定支持何種類型之創作及創作者，對已被認可之特定創作與創作者，可擴大其創作潛力，或是鼓勵更多人從事創作活動；「研究」不同文化現象，使政策具體可行，如文化資源之屬性與範圍：觀眾之來源、職業舞者的薪水、可行之藝術教育課程...等；「訓練」重在對藝術家、藝術行政及相關人員之教育訓練之設計、證照制或師徒制，以及受教育之普及公平性；「教育」是文化政策行動方式中之主要角色。菁英文化教育？全民文化教育？培育藝術欣賞者或從業者？教材是遍及社會各方面？或由主流文化中汲取？廣角度觀察各國文化需求而作取捨；「激發活力」是民主文化政策之必需行動，民主社會注重民眾之文化參與，激發民眾文化活力、引導人民參與更多文化活動、關心文化相關課題的發展，為政府文化民主政策必須之機制（朱惠良，2004）。

在「臺中市文化專車」活動之中，保存、宣傳、創作、研究、訓練、教育及激發活力等文化政策行動方式，分別如何呈現與影響藝術創作、文化活動參與之處，本研究欲進一步分析，此為研究動機之一。

## 二、探究文化政策成效

藉由檢視文化政策的制定，可以了解決策者如何去影響文化參與者，舉例：保存文化資產的重點為何、宣傳的目標與活動、鼓勵創作的領域、文化研究的方向與調查、對於藝術領域者設計的制度與訓練方式、教育取自何種文化元素為教材、激發民眾參與文化活動的方式與管道等，這些皆會影響民眾文化知識的吸收與感受。

文化政策的制定，會對文化發展造成影響。若政府用心良苦規劃、制定而成的策略，沒有一個好的宣導方式，沒有正確地讓民眾了解政策內涵與方向，那麼也損害了政府的用心。

關於政府「文藝性公共政策及法令」傳播行銷規劃及效益評估模式的討論中，夏學理、凌公山、陳媛（2012，191-225）指出：效果彰顯不佳的政令宣導，不但有可能會大幅度的浪費國家資源、衍生社會動盪抗爭局面，導致社會成本的提升及政經社會的危機，亦有可能會促使民眾對於政府施政的能力與績效，產生極為負面的評價與觀感。而政府文化行政單位在公共性文化事務與政策的議題上，除了要規劃出卓越的整體性行動計畫之外，同時也應該要積極地從事專業的「政策傳播行銷」，以爭取民眾的了解、認同、支持，將阻力化為助力。

臺中市文化局規劃「臺中市文化專車」活動，「落實藝文深耕，推動生活美學運動」，推廣文化資源、鼓勵市民多方參與臺中市的藝文設施。「臺中市文化專車」在有限的時間、人力、物力、財力內，舉辦了這麼有意義的活動，推廣臺中文化資源及市民的文化參與，舉辦此活動帶來的效果值得深入探究，為本研究動機之二。

### 三、探究全台首創-「臺中市文化專車」

目前，台灣各地沒有第二個「○○市（縣）文化專車」，台灣各縣市政的文化資源與藝文活動可以經由文化局與觀光局的網站得到訊息，民眾若有意前往文化古蹟、觀光景點旅遊，除了自行開車之外，若不想長途駕車、參加旅行團出遊的旅客，搭乘「台灣好行（景點接駁）旅遊服務」是最適合自行規劃行程、輕鬆出遊的好方式，另外，也正響應了節能、減碳的旅遊新風潮<sup>1</sup>。

因此，除了自行開車，也可以選擇公共運輸—台灣好行<sup>2</sup>，「臺中市文化專車」與「台灣好行」都能讓民眾藉由搭乘，便利的抵達文化觀光景點，不同之處在於「台灣好行」只要購買門票就可以搭乘，但欲搭乘「臺中市文化專車」的民眾必須利用網路、傳真、電話等方式成功報名此活動，才有權利參加、搭乘「臺中市文化專車」；另外「台灣好行」僅提供接駁服務，無附加景點導覽服務，每天都會發車，發車時間平日與假日都有固定的時刻表，搭車乘客依時刻表規劃文化之旅；而「臺中市文化專車」不僅只是接駁的服務，整個活動是一個套裝旅遊行程，有隨車導覽人員，到各個安排的文化觀光景點也有負責解說的專業人員，但活動一年僅規劃兩個梯次，有時間日程的限制（見表 2）。

<sup>1</sup> 關於台灣好行：「台灣好行（景點接駁）旅遊服務」是專為旅遊規劃設計的公車服務，從臺灣各大景點所在地附近的各大臺鐵、高鐵站接送旅客前往臺灣主要觀光景點。

<http://www.taiwantrip.com.tw/Profile/>，檢閱日期 103 年 8 月 9 日。

<sup>2</sup> 台灣好行 FAQ 活動資訊：

Q：「台灣好行景點接駁」有哪幾個縣市政府參與？有哪些路線？服務哪些重要景點？

A：台灣好行景點接駁服務是以「短期輔導開行、長期自主營運」為輔導精神，交通部觀光局於 2009 年起，每年以競爭型計畫方式，補助並輔導縣市政府共同辦理，目前包含臺北市、新北市、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義縣、臺南市、高雄市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣、金門縣等 16 個縣市，共有 32 條台灣好行景點接駁公車路線以行駛。

<http://www.taiwantrip.com.tw/Qanda/>，檢閱日期 103 年 8 月 9 日。

表 2 「臺中市文化專車」與「台灣好行」比較表

選擇車類 比較項目	臺中市文化專車	台灣好行
搭乘資格	限制	彈性
發車頻率	一年僅兩個活動梯次	每日
接駁服務	有	有
景點導覽	有	無

資料來源：本研究整理

「臺中市文化專車」是全台首例，不同於以往的景點接駁車，為臺中市文化資源增加曝光率、提供市民參與、深度體驗文化藝術的管道、培養臺中市藝文參與人口、以「文化」做為媒介，促進縣市合併後，區域民眾之間認識的專車活動。這麼特別的活動設計出現在台灣的都市中，願藉由研究了解活動，提供活動相關建議，為本研究動機之三。

## 第二節 研究目的與重要性

本節包含研究目的與研究重要性兩個部分，研究目的在表達筆者進行研究之後，期待研究結果或建議能產生哪些作用；研究重要性在說明進行本研究的重要之處。

### 壹、研究目的

#### 一、檢視文化政策成效

藉由了解「臺中市文化專車」活動之中，保存、宣傳、創作、研究、訓練、教育及激發活力等文化政策行動方式，分別如何呈現與影響藝術創作、文化活動參與之處。

#### 二、分析活動參與者在文化參與行為之轉變

分析藝文團體、參與民眾，在參與「臺中市文化專車」前後，參與藝文事物的次數、消費行為、創作動力有何影響，分析活動優缺，讓文化活動規劃能夠更盡善盡美。

#### 三、提供各縣市舉辦、推廣文化資源與活動的參考方向

經本研究結果與建議，做為各縣市舉辦、推廣文化資源或文化活動時的參考與方向，避免政策規劃上的不完美。

## 貳、研究重要性

文化部，於民國 101 年 5 月 20 日成立，因配合中央政府組織改造的啟動，由文建會改制而成，近年，文化部規劃政策目標時有了轉變，主要突破過去以文化建設為主的施政概念，及個別業務或載體設置司處的做法，朝彈性、跨界、資源整合及合作角度進行規劃。從生活美學、在地文化型塑、文化傳播、文化產業加值等面向，厚植文化創意活力，協助民間社會與產業邁向更多元且具深度的文化發展與成效（夏學理、凌公山、陳媛，2012：32-119）。

依照我國目前「文化部組織法」規定，文化部職掌主在於統籌規劃及協調、推動、考核有關文化建設事項、發揚我國多元文化與充實國民精神生活。更重要的是能營造豐富的文化生活環境，激發保存文化資產意識，提升國民人文素養，讓所有國民，不分族群、階級，都能成為台灣文化的創造者與享用者，展現台灣的文化國力。若要檢視前述之願景是否實現，方法不外乎就是對文化政策進行深度探討。而對文化政策進行深度探討，需先從文化部職掌的工作內容，對文化政策與相關法規之研擬、規劃及推動牽涉的範圍進行了解。文化政策牽涉的範圍包含文化資源、文化創意產業、影音及流行音樂、人文及出版、藝術發展、文化交流、其他文化事項。

而「臺中市文化專車」舉辦主要目的有四項：一、增加文化資源曝光率；二、創新的參與文化藝術方式；三、培養臺中市藝文參與人口；四、促進文化認同；從上述的主要目標與文化政策影響範圍有重疊之處，本研究以「臺中市文化專車」為個案，探討文化政策成效。

臺中市文化局期許藉由規劃「臺中市文化專車」活動，「落實藝文深耕，推動生活美學運動」，推廣文化資源、鼓勵市民多方參與臺中市的藝文設施。「臺中市文化專車」在有限的時間、人力、物力、財力內，舉辦了這麼有意義的活動，推廣臺中文化資源及市民的文化參與，舉辦此活動帶來的效果值得深入探究。並且「臺中市文化專車」是全台首例，是一台乘載旅客至文化景點的觀光巴士，不

同於以往的景點接駁車功能，而是一個為增加臺中市文化資源曝光率，推廣臺中市藝文資源、提供市民參與、深度體驗文化藝術的管道、培養臺中市藝文參與人口、以「文化」做為溝通媒介，促進縣市合併後區域民眾之間的認識與了解設置的活動專車。這麼特別的活動設計出現在台灣的都市中，「臺中市文化專車」具有高度特殊性，若藉由研究探悉其專案之優缺點，並歸納出優點與缺點之原因，提出改善建議，可供各縣市舉辦類似活動的規劃參考。



### 第三節 研究問題

本節內容為主要研究問題與細目研究問題兩處，為能讓主要研究問題能擁有更細緻的回答，因而將主要問題進一步濃縮成五個細目研究問題，細目研究問題能讓研究問題更加具體，避免研究過程中偏離研究問題。

#### 壹、主要研究問題

藉由舉辦「臺中市文化專車」達成文化政策目標，其成效為何？

#### 貳、細目研究問題

- 一、「臺中市文化專車」目標與實際流程為何？
- 二、「臺中市文化專車」對藝術團體之創作動力影響為何？
- 三、「臺中市文化專車」對藝文作品的保存與推廣影響為何？
- 四、「臺中市文化專車」對藝文參與人口影響為何？
- 五、「臺中市文化專車」對於藝文消費（金額）影響為何？
- 六、「臺中市文化專車」對地方認同的凝聚影響為何？
- 七、「臺中市文化專車」可改善之處為何？

## 第四節 研究範圍與對象

本節內容分別為研究範圍與研究對象，從研究範圍將個案舉辦時間進行說明，加上透過研究對象將活動參與者進行分類，使研究問題的呈現更聚焦。

### 壹、研究範圍

本文研究範圍為民國 100 年至 103 年臺中市文化局施政白皮書，發展策略第十二項：落實藝文深耕，推動生活美學運動的具體措施「開辦文化專車」。「臺中市文化專車」為全台首創文化導覽、觀光活動，與其他縣市辦理推廣文化的觀光接駁車不同，故本研究對「臺中市文化專車」活動執行前、後對文化發展的變化進行探討與分析，以檢視文化政策之成效。

### 貳、研究對象

本研究分析焦點在於「臺中市文化專車」活動執行前後對文化發展的變化，從活動對活動參與者的影響做為延伸，活動參與者依照參與活動目的分為三種類型，活動規劃者即是規劃活動的文化局；協助活動執行並提供藝文相關作品與服務的供給者：藝文團體；需要參與藝文活動、文化服務的需求者：參與民眾。文化局、藝文團體、參與民眾為本研究對象。

## 第五節 研究流程與研究方法

本節內容含有研究流程與研究方法，研究流程為筆者進行研究的各項步驟，研究方法旨在呈現前先提出的研究問題將會以何種方法得到答案。

### 壹、研究流程

首先確定研究主題及方向、蒐集與主題相關之文獻，將蒐集到的文獻，進行研究個案背景之撰寫，並完成研究設計（包含研究方法與程序：研究架構、研究對象、研究方法、研究工具、實施程序、研究進度），確定訪談及施測對象、將訪談大綱、問卷編製完成之後，進行訪談與問卷調查，最後將研究得到的資料分析，撰寫結論與建議。



圖 1 研究流程圖

資料來源：研究者自繪

## 貳、研究方法

本研究方法以表格呈現出問題及尋找答案方法的對照，詳細內容包含主要研究問題、細目研究問題、尋找答案方法（請見表 3）。文獻分析法、觀察法、深度訪談法、問卷調查法

表 3 研究問題與研究方法對照表

主要研究問題	細目研究問題	找尋答案方法
藉由舉辦「臺中市文化專車」達成文化政策目標，其成效為何？	(一)「臺中市文化專車」目標與實際流程為何？	文獻分析法 觀察法
	(二)「臺中市文化專車」對藝術團體之創作動力影響為何？	深度訪談法 問卷調查法
	(三)「臺中市文化專車」對藝文作品的保存與推廣影響為何？	深度訪談法 問卷調查法
	(四)「臺中市文化專車」對藝文參與人口影響為何？	問卷調查法
	(五)「臺中市文化專車」對於藝文消費（金額）影響為何？	問卷調查法
	(六)「臺中市文化專車」對地方認同的凝聚影響為何？	問卷調查法
	(七)「臺中市文化專車」可改善之處為何？	觀察法 深度訪談法 問卷調查法

資料來源：本研究整理

## 第六節 研究限制

先從研究範圍來看，本文研究範圍僅屬民國 100 年至 103 年臺中市文化局施政白皮書發展策略中的具體措施之一，但在資料收集上，100 年首次開辦，許多對活動參與者留下的資料較不完整，造成資料收集上的缺陷，為本研究限制之一。

「臺中市文化專車」雖然具有富有特色與創意值得進而研究，但研究並未探討全部文化白皮書全部的具體措施，文化白皮書對設計對文化發展的策略有 17 項，不同項目的發展策略設計出不同的具體措施以達成文化政策目標，不同的具體措施對於文化發展也有不同的影響範圍與層次，本研究僅聚焦於一項具體措施，如將研究分析結果恐不適用在其他發展策略、具體措施之中，為本研究限制之二。

從研究對象來看，本研究對象為 100 年至 103 年歷年「臺中市文化專車」活動參與者：文化局、藝文團體、參與民眾，文化局的業務承辦人員有所調動，以及藝文團體（單位）依每年規劃導覽不同，因此所參與的藝文單位數超過 100 個單位<sup>3</sup>以上，在加上由歷年的活動參與民眾高達 7000 人以上<sup>4</sup>，筆者無法將全部的參與者進行訪談、問卷調查，僅能將參與者分為三類，每一個類型的部分參與者進行訪談與問卷發放，為本研究限制之三。

另外，本研究問卷取得文化局進行隨車發放，但需將問卷與文化局原先設計的活動滿意度問卷做整併，為了避免民眾填寫上閱讀的負擔讓文化局困擾，因而必須減少題數，且題目的設計需要更簡潔，因此問卷設計的不精美為本研究限制之四。

---

<sup>3</sup> 各年度「臺中市文化專車」參訪單位統計：2011 年參訪單位有 42 個，2012 年度參訪單位有 57 個，2013 年參訪單位有 29 個，2014 年參訪單位有 30 個，從 2011 年到 2014 年參訪單位累積共達 158 個。

<sup>4</sup> 各年度「臺中市文化專車」參與民眾人數統計：2011 年參與民眾人數有 1600 位，2012 年參與民眾人數有 2760 位，2013 年參與民眾人數有 1360 位，2014 年參與民眾人數有 1360 位，從 2011 年到 2014 年參與民眾人數累積共達 7080 位。

最後，本研究最大的研究限制為無法達成準實驗研究，因而研究結果與現實性恐有所差距。如要達到準實驗研究，必須要分別在「臺中市文化專車」舉辦之前與之後兩個不同的時間點，進行深度問卷調查法。但本研究進行問卷調查法的時間卻設計在參與「臺中市文化專車」當天，填寫問卷之民眾會因為環境、感受影響作答的選擇，導致研究結果與現實情況的連結性較低。





## 第二章 文獻檢閱

本章整理蒐集文化政策與文化活動成效在國內外相關的研究，以及目前臺中市文化政策的發展目標與現況，藉由專書、學術期刊、學位論文、政府出版品、國內政府官方網站、網路資料，對本研究相關的詞彙、概念深入認識，依不同的主題的文獻類型分為先行文獻檢閱、文化政策與文化活動、文化活動與發展、臺中市文化政策、臺中市文化專車共五個節標題。

### 第一節 先行文獻檢閱

劉宜君、王例容（2012）《臺灣文化權落實之研究：以文化參與實證調查為例》此研究將全國民眾為對象進行實證調查，同時也訪談重要文化行政官員與藝術工作人員，以了解民眾文化參與狀況，研究發現民眾文化參與權會受阻於經濟條件、文化資源、城鄉差距之下，政府應經由法規、文化政策的落實，提供更多元的文化活動，保障與資助這些文化基本權行使的職責。

蔡馥徽（2010）《以文化政策觀點探討臺北藝穗節之建置與發展》，以臺北藝穗節為軸探討政策如何給予支援或影響，期中指出活動的設置，有助於新的藝文表演人員、團體有更多曝光機會，從這些曝光機會中能夠得到一些觀眾群的支持，促使表演者的藝文發展，因此策展單位必須針整體觀眾群進行分析、有效行銷，避免資源之浪費。

賴欣愉（2008）。《從活動內容檢視臺中市文化政策內涵之研究》研究發現政府在打造文化環境時，文化活動能產生很多影響，文化活動打造出臺中市文化藝術的符號，同時也建立起民眾對於城市的文化認同感，諸多文化藝術活動也皆能於臺中市持續辦理，因而文化活動具有一定程度之影響力。

經由上列期刊與論文之研究，得知政府應經由法規、文化政策保障或資助民眾文化參與的重要，以及文化活動對藝文發展、文化認同感的影響，讓本研究更聚焦與文化政策與文化活動之中。

## 第二節 文化政策與文化活動

本節重點在呈現文化政策與文化活動相關文獻的探討，透過本節內容對於文化政策與文化活動的內涵、發展過程與影響有更詳細的了解。

### 壹、文化政策

聯合國教科文組織（UNESCO）認為每個人均有權力及自由，參與社區的文化生活、享受藝術及分享科學的發展及其成果。聯合國教科文組織報告書（UNESCO）提出文化政策的內涵敘述必須展現生活化、多元化（夏學理、凌公山、陳媛，2012：233-240）。文化發展得以滲透在每個人的生活之中，並且能影響深遠不論食、衣、住、行、思想與經濟，因而各個國家藉由文化政策來強化國家的文化力，以下將分別對文化政策之執行、評估、發展做深入說明。

#### 一、文化政策之執行

在西元 1960 及 1970 年代，傳統政策科學家受到實證論及行為主義上哲學思想的影響，係以決策導向、目標導向與管理主義為主要的評估典範，在方法上則著重於技術、事實面向的分析，如採用社會指標、測量方法及政策實驗設計方法等，尤其著重量化方法的運用，而評估標準則重視效率與效能的考量（丘昌泰，1995：262-264）。

政策評估理論受到後行為主義（post-behavioralism）的影響，以價值與倫理面向為出發點，認為政策評估應先就價值面加以討論，關心正當性、公平性及

政策利害關係人的觀點等。晚近，當代政策科學家主張政策評估主要的服務對象應是計畫受益者或政策利害關係人，並認為政策評估應以個案研究、文獻檢視、歷史分析及社會批判等為研究方法，對於傳統的實驗評估方法典範提出批判（丘昌泰，1995：263）。

文化與政策在兩方面產生關聯：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產生。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分；另一方面以人類學層面而言，文化意旨我們的生活方式，對地方和人群的感受—這些感受既非個人，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的文化，另一個階級則無；人類學則側重人群何人群之間的不同，例如：某個國家可以賣高科技，另一個國家就不行（蔣淑貞、馮建三 譯，2006）。

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梁。文化政策具體實現在有系統、有規範的行動引導，並由相關組織執行，以完成目標。簡而言之，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誘導、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者和活動。政府、公會、大學、社會運動、社區團體、基金會和企業，都會幫助、資助、控制、提倡、教導、和評鑑創作者，他們通常決定並實現凡舉可以稱之為「有創意性的」行為。

## 二、文化政策與發展

1998年4月于斯德哥爾摩（Stockholm）舉行「政府間文化發展政策會議」（Intergovernmental Conference on Cultural Policies for Development）上，經由150個國家代表同意，其優先政策目標是將文化政策列為發展策略的關鍵要點之一。同時該會議也建議，政府應制定相關政策，以體現文化在發展過程中的普遍重要性。世界銀行（World Bank）：文化對發展的核心目標有直接貢獻。文化在發展過程中的助益如下所述（張維倫 譯，2003：84-87）：

- (一) 給予貧窮國家新的機會，讓他們從本身的文化知識與生產中去創造所得，以脫貧困。
- (二) 運用各式各樣的社會資源、文化資源、經濟資源、物質資源來促進地區層級（local-level）的發展。
- (三) 從既有的文化資產中創造利益，這可藉由更新都市中心、保存具有社會意義的自然資產、創造永續的觀光收益等方式來達成。
- (四) 鞏固社會資本—提升窮人自尊，並強化對多樣性的尊重，如此，他們將可從經濟發展中獲益。
- (五) 支持本土的出版、圖書館服務及博物館服務，由此來擬定人類發展與能力建構（capacity- building）的策略。

世界銀行政努力進行以下這些工作：首先，在各部門的貸款策略中融入文化考量，特別是在教育部門。其次，在草根社區發展工作中推廣文化；第三，在借款國家內推行特定文化計畫，例如各式的文化遺產。

在上述最後一項工作中，計畫涉及了借款國家歷史資產的重建，因為貸款和其償還必須要有具體的金融數字，故計畫所創造出來的收益相當重要。許多遺產重建計劃的收入來自於觀光。世界銀行在宣傳活動中特別強調，發展中國家的文化觀光不能夠降低文化本身的品質，且必須尊重當地的傳統與文化敏感度，此做法的重點在於要維持文化與環境的永續發展。

然而，就一個文化遺產計畫而言，不論其經濟評價所包含的非使用價值（non-use values）或其他文化評價指標有多麼完善，它都有可能不利於文化價值的創作。重要的是，在這類計畫的決策過程中，需同時思考經濟與文化兩種價值。

## 貳、文化活動

透過文化政策以達成文化發展的目標，文化活動即為文化政策執行的一種手段。不同的文化活動與文化參與表現可進一步發現政府在文化發展的過程中所提供的資源、作為。以下分別說明文化活動及參與者、文化活動多元性、文化活動的公眾參與、文化活動與發展的內涵及相關討論。

## 一、文化活動及參與者

順應全球化下的文化趨勢，「文化」已成為都市計畫、空間計畫的一份子，而城市的文化，儼然具備著提升城市競爭力的潛力，而文化政策的內涵更是操控著一個城市的文化走向，一個好的文化政策，可以是扭轉都市發展的契機，不同的文化活動與文化參與，亦可了解政府在文化發展的供給面。因此，檢視文化政策實踐的成效，將有利於文化長遠發展，這是政府文化主管機關所關心的工作，也是民眾期盼的文化環境。人們對親近人文資產的渴望，投射在各種生活需求上，文化活動早已不限於教育和娛樂的領域，就連提供食衣住行服務與商品的產業，都不能忽略與文化工作的連結。文化活動亦稱藝文活動，大致來說，為文化因具原發性、地域性與包容性，且所形成的活動相當廣泛又包括整個日常生活表現的行為。其具有下列三種特性（古宜靈、辛晚教，1997）：地域性、功能性、時間性。

一個活動在行程過程中最重要的一環，應為了解該活動所處的「環境因素」，以及牽涉其中的「特定人（或稱利害關係人）」，而活動除了要滿足觀眾，同時也要兼顧政府的政策目標、法令規章、媒體報導的需求、贊助人的要求、舉辦地的期望等。因此，一個活動的成功與否，除了在於它的長期影響之外，也在於它能否平衡並兼顧各方的需求、利益和期望（蔡馥徽，2010，轉引自陳希林、閻蕙群 譯，2004）。

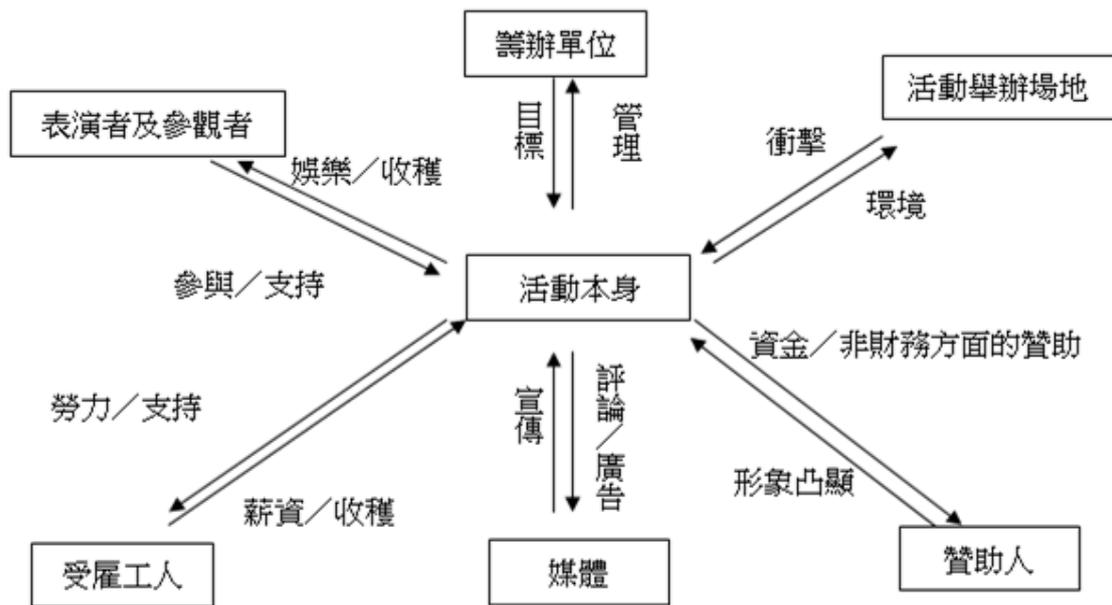


圖 2 活動牽涉各方人馬關係圖

資料來源：“以文化政策觀點探討臺北藝穗節之建置與發展”，蔡馥徽，2010，11，國立台灣師範大學表演藝術研究所行銷與產業組碩士學位論文，未出版，台北。

不同的文化活動吸引不同的參與民眾，臺中市在文化政策軟硬兼施的推動之下，文化藝術活動不斷展開，亦同時設立大型展演場地，提供民眾更多接觸文化的機會，更將文化活動融入觀光，也大幅提升民眾參與率，同時深化臺中市文化氛圍。由此可知，在臺中市的文化治理中，藝文活動對於臺中市文化發展具絕對的重要性，而從藝文活動是否透露出什麼樣的城市資訊。

## 二、文化活動多元性

全球化與在地化的地方發展逐步走向整合的趨勢，全球各地區間興起文化利用以創造資源的新思維，其在保存地方本身文化傳統的基礎上，藉由各地區之間的文化交流，共同運用各項文化資源，最後匯集成「世界遺產」(World Heritage Properties)。基於全球共同利益的思維，文化與經濟產業走向結合，這種結合不

僅關注既有文化的保存，並得於兼顧文化資產（包括有形資產與無形資產）永續維護與發揚利用的基礎上，促成地區發展資源進一步提升。

為求深入探求文化與經濟結合內涵，1999年5月所舉行的歐洲文化產業會議中，來自22個國家的250位與會代表齊聚德國埃森（Essen），共同討論文化產業在歐洲城市與地區成功發展的模型及其條件因素，並於會後發表埃森宣言

（Essener Erklärung）<sup>5</sup>明確列出文化產業與文化經濟發展十項指導原則，其中除認為文化產業能持續穩定地創造地區就業機會外，更有助於地區本身潛力的強化。

埃森宣言可說是當代文化產業蓬勃發展的極佳見證（劉維公，2003）。再依據聯合國教科文組織（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO）統計，至西元1996年，文化產業包含文化產品（cultural goods）與文化服務（cultural services）<sup>6</sup>。總產值，也首度超越所有其他傳統產業，成為美國最大宗產業輸出品。由此可見，文化產業為全球化下的地區乃至國家發展所帶來極大助益，更成為許多先進國家都市再生的主要策略，實可視為二十世紀末期的都市「象徵經濟」（Zukin, S., 1995）。

關於文化產業的詳細定義，聯合國教科文組織認其為「結合創作、生產與商業的內容，同時這內容在本質上，是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智

---

<sup>5</sup>埃森宣言(Essener Erklärung)所列出的十項指導原則為：一、文化產業是一個自主的經濟場域；二、文化產業是以未來為導向；三、文化產業能夠持續地穩定及創造地區的就業機會；四、文化經濟有助於地區本身潛力的強化；五、文化經濟承繼歐洲的歷史遺產；六、文化經濟需要有積極的文化政策；七、文化經濟需要有積極的經濟政策；八、文化經濟需要城市建設政策的支持；九、文化經濟需要整合性的城市與地區政策，以及十、文化經濟急需在歐洲形成適當的發展環境條件。

<sup>6</sup>「文化產品」一般是指那些傳達意念、符號和生活方式的消費品，透過這些消費品的資訊傳遞與消費流通，有助於建立集體認同和影響力的文化習俗。在知識產權的基礎上，個人或集體創作，文化產品得以經由產業生產過程加以複製，並在全世界發行。其包含書刊、多媒體產品、資訊軟體、唱片、電影、錄影帶、影音節目、手工藝和時裝設計等，構成多元化和多樣性文化。至於「文化服務」，乃為旨在滿足文化利益或需要的活動，這類活動並不代表物資本身，其通常包含及政府、民間組織及準公共機構或企業可以提供給社會的實際文化行為與活動等整體配套措施支援設備，此類服務涵括：推廣表演、文化活動以及文化資訊的傳遞與維護(圖書館、文獻中心及博物館)(UNESCO, 2007)

慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現的產業」(UNESCO, 2003)；吳思華(2003)則認為文化產業乃是「以智財產業為核心的提供精神產品的生產和服務的產業。從內容來看，文化產業也可以被視為創意產業；或在經濟領域中，稱之為未來性產業(future oriented industries)；或在科技領域中，稱之為內容產業(content industries)」。

由於文化創意產業的發展有賴於創意與文化積累，透過智慧財產的生成與運用，有潛力創造財富與就業機會並促進整體生活環境提昇的活動。因此，文化產業的核心價值(core value)，在於文化創意的生成(culture and creative production)，而其發展關鍵即在於具有國際競爭力的創造性與文化特殊性(孫華翔，2003)，這也是文化產業化的焦點之所在。

文化產業發展的核心構面基於文化利用得以創造出地方發展資源的新思維，文化產業亦呈現對地方發展的多元貢獻性，其兼具文化、創意與產業經濟之多重構面特性，馬群傑(2011)從諸多學者文獻中(Romer, 1990; Ashworth and Voogd, 1990; Stough, 1998; Ward, 1998; Wiesand, 2003; Mulcahy, 2007; 劉大和，2002；花建，2005；許焯權，2005；楊開忠，2006；鄭建平，2006)整理出三類關於文化、創意與產業經濟之多重構面特性之面向，分別含有文化經濟構面的產業就業發展、文化創意構面的人力資源延攬、文化意象構面的藝術活動興辦，如下所述：

#### (一) 文化經濟構面的產業就業發展

經濟發展一直以來是社區、地區與國家優先考慮的事務，當代社會發生質的變化，文化經濟(culture economy)成為主要的發展模式，此一模式帶動了文化創意產業的興盛。自1960年代起，西方國家如美國、英國、法國、德國與瑞士等國家陸續面臨資本主義發展的危機，因而出現經濟結構重組的過程。在此一過程中，逐漸形成了以文化為核心的經濟發展模式。

資本主義的這一結構重組過程因而被解釋為知識經濟的誕生(楊開忠,2006)。文化經濟是知識經濟趨勢下的主要發展模式,其所指的是整體經濟體系層次。文化經濟概念強調,對當代社會整體體系而言,文化是核心的動力來源。不論生產過程(如企業組織管理文化)或是產品本身(如產品設計),文化都扮演重要的角色。任何產業都必須思考文化對其助益,以提高本身的競爭力。這些產業本身並非僅以重視從事文化活動為主要內容,更指涉以文化活動為主要項目的特定產業部門生產過程與成果。

在當今,文化與經濟越趨緊密結合,經濟文化化與文化經濟化的跨界活動頻繁,以往文化與經濟之間所存在的界線逐漸模糊,文化不再是不事生產的,而經濟也不再是唯物質的;文化強調經濟效益,而經濟也追求文化意義。文化經濟的發展促使文化創意產業成為整體經濟的核心部門,其興盛將會連帶促進如傳統製造業與觀光服務業等其他產業的發展(楊開忠,2006)。簡言之,任何產業都可以加入文化經濟,但文化創意產業則是文化經濟的發展核心,而若以文化經濟層次而言,任何經濟活動都屬於文化產業。因此,若未能由文化經濟背景進行深入了解,則可能導致文化創意產業政策只是為了改善文化工作者的社會生存條件的誤解產生,卻不能深切體會文化產業在當代社會扮演的關鍵地位。由此可知文化經濟乃是把握與推動文化創意產業發展所不可忽略的因素。

文化本身並不是為經濟服務,有其自身存在的價值,然而,文化的活動與事物也都會產生特定的經濟效益,創造產值並提供就業機會。當今社會重視文化的產業活動,就是發現到文化部門是現今在增加產值與就業機會方面極具發展的潛力(楊開忠,2006)。由於創造就業機會是地方經濟發展重要的目標之一,創造就業機會可觀之是否有額外的勞工移入這個區域,造成勞力供給的增加。為達成此目標,除鼓勵現有的企業增加開銷外,更可透過諸多政策獎勵措施,鼓勵新文化產業的成立,此種就業機會的創造,得以促成地區經濟結構朝向文化經濟調整;透過文化經濟結構的轉型,地區亦得以獲得反饋,促成就業機會的持續提升。

## （二）文化創意構面的人力資源延攬

當地區經濟系統的知識基礎是經由學習而被提升時，它就會變成不斷創造競爭優勢和獨佔力的來源。同時，這樣的內部學習會引導出建設新的基本建設等的政策，進而提升發展（Romer, 1990）。文化產業應著重產品內容、產品形式、科技手段、組織結構等各方面的整體創新能力。由於文化產業的核心價值是原創性的文化內容，沒有文化內容的創新，產品數量再多也缺乏價值，因此，文化創新能力已成為最為寶貴與核心的文化產業發展能力（花建，2005）。易言之，在文化創意方面，則考量重點在於關注到文化、藝術和創意的活動和特殊品質。一個有利於文化參與活動的社會環境，能產生新思想和新主見，從而有利於促進創意的生成。

人力資本是經濟增長的關鍵，在一個社會裡，人力資本的大量流動更加容易促成文化交往、技能和知識的傳遞以及新思想的產生（許焯權，2005）。為求促成地區文化產業的創新與創意生成，則文化人力資源的取得即相當重要。高品質的文化人力將會主動執行文化創意與創作等非例行的程序作業，透過高附加價值技能作業，可以為文化產業注入創新的發展構面；相對地，具備創新與有創意的文化意念亦得激發出更好的文化產品與文化服務。進言之，文化創意的生成與文化人力資源的充實乃為一體兩面，相輔相承，兩者的結合有助於涵養並促進文化產業的創意素質提升。

## （三）文化意象構面的藝術活動興辦

當代社會在積極開發知識與訊息（如基因）的同時，也在產品的生產與消費過程中運用大量的符號和象徵元素（如品牌形象），使產品成為文化意義的承載者。文化相關概念產品挑動現代人消費欲望的，往往不是產品的功用好壞，而在於文化意義（符號價值）（楊開忠，2006）。就此而言，地方發展中的地方文化意象（cultural image）重要性也漸趨提升。意象（image）又稱心象（mental image），

是感覺經驗的心理表象，是將外在世界中事物編碼轉化後儲存在長期記憶中的意識圖像。

地方意象是關於一個地方的一整套看法，也是對地方的看法在加上觀念和印象。地方意象是大量地方資訊的精煉之物，是人們加工和提煉地方大量原始資料的產物。如果沒有這些資料，就無法加工；若得不到有利資料，就會產生消極的加工結果。魅力城市著重整體城市的經營，因此政府部門現在也開始了解到運用文化產業得以扭轉地方意象與地方經濟的潛力。

由於地方意象的設計與建設是社會經濟發展進步到一定階段的必然產物，其對於促進當地經濟與社會的全面發展具有極為重大的意義，因此其重要性即不言而喻，但各地區間由於本身實質條件與建設的差異，因此所面臨到的行銷做法亦有極大的差異（Ashworth and Voogd, 1990）。

就此方面來說，學者即認為都市在進行行銷行動時應有主軸，行銷可以以建築、古蹟等靜態建物來表現，也可以「活動、節慶」來展現，各縣市都可以藉由整體設計以找出自己的特色出來（劉大和，2002）。

傳統上一般認為文化政策即藝術政策，但其實文化政策包含的活動範圍更廣（Mulcahy, 2007）。藝術政策包含官方資助博物館、視覺藝術（繪畫、雕塑及陶藝）、表演藝術（交響樂、室內樂、聖樂、爵士樂、現代舞、歌劇、音樂劇及「嚴肅」戲劇）、史蹟保存及人文作品（如創意寫作與寫詩）等活動。而文化政策除了支持前述活動之外，也包括支持其他官方資助機構如圖書館、典藏館、戰爭紀念地、動物園、植物園、水族館、公園，同時也支持各式地方慶典、博覽會和節慶，民俗活動如拼布、「鄉村」音樂、民俗舞蹈、手工藝等也在範圍內，還有一些特定的巡迴表演、馬術競賽會及樂旗隊遊行或許也在其中。

文化意象活動可能是具備傳統藝術的型式或發展出更為創新的表現方式，不管是哪一種，其都在地方發展中扮演了一個重要的角色，同時在發展形象再造策

略過程中，文化意象活動的規劃也成為協助地區作明確定位的核心要素，因此 Ward（1998）即認為「發展文化活動可說是塑造地區良好形象，進而行銷地區的最佳行動。」

由上述，文化產業的作用包涵「文化經濟」、「文化人力資源」和「文化意象」等三個層面的資本型態。其中文化內涵最基礎，在地方發展政策上扮演了核心角色；且一個社會如果沒有市場經濟的流通機制，則文化的內涵將無從展現，文化的價值將無法發揮。然若僅考量文化與經濟發展，卻缺乏具備創新與創意想法的人力，將文化與經濟聯結，則無由促成經濟轉型，導引文化境界提升。依此，文化產業在文化經濟、文化創意與文化意象等三構面的發展同樣值得關注。進言之，發展文化創意產業，必須重視創意人才的培養、社會文化氛圍的營造，以及社會包容性的提升，經由對此三項構面同時探究，才足以對文化產業發展政策進行全面且具系統性的解構。

### 三、文化活動的公眾參與

文化創意產業的發展其實是透過文化的議題誘發新的公共參與模式，並藉由地區動員來培育新的地方能量（蔣耀賢，2003）。即因此 Cliché 等（Cliché et al., 2002）乃提出「創意文化統轄管理體系」之概念，其認為文化的創意與創新仰賴諸多元群體（如：評論家、經紀人、專業組織、工匠與店員、藝術與非營利組織實驗室等）的信念與經驗，這群人間的互動與網絡，讓創作的「統轄者」（補助機制與法令的決策者）了解文化藝術的創意與作品，這也稱之為「創造力管理」的過程，此一過程超越狹隘的文藝作品之管理與推廣，其需要一套一致的文化創意策略，結合有效的機制貫徹執行。

#### 四、文化活動與發展

林政逸、辛晚教（2009）：既有文獻多關注大型文化設施及商業慶典所衍生之地區再生效果。Myerscough（1988）指出地方文化資源是有助於經濟活動之本質；相對地，經濟活動也有助於地方文化薈萃與創新。因而許多地方政府意識到「文化活動商業化，商業活動文化化」之文化經濟現象，並開始規劃藝術中心、戲院與音樂廳等文化設施之複合使用，配合舉辦大量慶典活動，以促進都市再生（Wynne, 1992）。

當政府開始推動文化導向都市再生計劃時，我們更須瞭解文化再生計劃之治理課題，這包括商業慶典活動造成文化地景單一化、將文化視為地產開發之工具（Zukin, S. 1995; 2004; García, 2004a），這導致地方文化再生計畫缺乏持續性力量支持地方文化慶典活動，忽略文化計劃對當地社會影響等。

整理出回顧文化導向都市再生所涉及三種特徵：（1）強調「走向全球」式之再生策略，都市建設過程隱含新自由主義式意識（the ideology of neo-liberalism）。運用大型文化旗艦計劃以鼓勵企業參與，興建的文化設施與大型地標，形塑都市新意象以吸引跨國企業菁英；（2）文化建設計劃與舉辦文化節慶僅是吸引國內外經濟投資或維持全球都市競爭圈之工具，而非真正紮根於地方文化；（3）文化建設計劃則是國家動用公共預算來介入地區再生，此治理模式缺乏永續的支持力量。

劉俊裕（2013）：在全球化趨潮的影響，迫使各國城市紛紛企圖顯其獨一無二的特殊性。許多地方政府開始運用其獨特、多樣的節慶活動來行銷自己的城市，以期提高該城市的知名度。這些不同型態的節慶活動，不但能塑造出成是自身與眾不同的形象，同時亦能發展出其獨特且魅力的城市風格。

先進國家政服進行干預藝術的文化動機分別有國家榮耀、鼓勵和獎賞、安撫、教育、福利服務、補償、商業，其各個動機的內涵如下表述之（請見表4）（江靜玲 譯，1995：105-121）。

表 4 先進國家的文化動機表

文化動機	內涵
國家榮耀	使國家成為國際間的焦點，達到被認同有高品位和文化的目的。為了國家榮要可以克服財政困境等問題。舉例：韓國政府雖以面臨技術上破產的窘境，但為了讓漢城配合奧林匹克運動會的舉行，而計劃興建另一座巨型國際性藝術中心。
鼓勵和獎賞	政府常為了促進新市鎮的發展而建設藝術設施，而實質上這些設施的作用卻在於鼓勵工業家和他們的技術工人。
安撫	在國家經濟困難或者處戰爭時期，或者提倡奏演愛國音樂，來向人民展現國家豐富的藝術收藏，此時藝術有安撫人心的效果，讓人民從苦痛中轉移注意力到藝術上。
教育	國家把藝術當作教育的一部分，例如從國家節慶中藝術表演能扮演類似教育性質的角色。
福利服務	政府會透過資助全國設立藝術中心、工作坊等藝術補助，讓所有人皆能平等權力享有國家的文化資源。
補償	藝術層面的補償政策，對政府是分散少數團體在基本需求方面注意力的有效方法。例如讓某些族群享受「傳統」藝術，比起提供良好的住所、工作等等方式，能花費更少的資源或金錢就能達到補償的作用。
商業	藝術所延伸的商業行為與經濟有著緊密關係。一項藝術之所以被認為最好的原因並非其影響力、美感、富有挑戰創新的地方，而在於其贊助者在政治上的條件。

資料來源：本研究整理自江靜玲譯（1995）藝術與公共政策。台北：桂冠

林政逸、辛晚教（2009）：文化導向的都市再生計劃並非在追求再生計劃之下瀟效果，而是讓「地方居民可以重建他們所擁有的地方感及空間」。因此，本文認為文化導向都市再生，不僅是經濟效益之創造，更重要透過地方文化空間之活化，連結地方文化與歷史脈絡。

文化慶典是連結社群與創造地方制度能力之機制：文化慶典係促進都市再生與意象重塑之一種策略（García, 2004b）。Quinn（2005）回顧文化慶典對都市再生之三種意義，其包括文化慶典可轉化為塑造都市意象之工具、成為吸引文化觀光之標的以及連結社群之重要媒介。且指出地方政府應優先重視文化慶典之社會與文化意義。如果將慶典當作是提升地區經濟復甦或解決地區意象衰頹之萬靈丹，此策略是無法有效串連地方文化與內生資源。

宜蘭縣土地利用、交通運輸、公園綠地系統等作全面的檢討。同時開始著手建設宜蘭縣重要的觀光景點，這當中包括冬山河風景區、武荖坑風景區、羅東運動公園、宜蘭運動公園、蘇澳冷泉公園等等，提供具國際水準的大型活動場地。其次集結文化界及產業界的資源，開始在各個景點舉辦國際大型活動，例如國際名校划船邀請賽、國際童玩節、開蘭 200 年、歡樂宜蘭年、綠色博覽會等等，藉著活動的舉辦凝聚民間的力量，並注入文化的因素，透過創意與展演吸引全省各地觀光人潮，同時激勵各產業界的群起參與，啟動觀光產業的商機，並讓宜蘭與國際接軌。在《遠見雜誌》2004 年所公佈的縣市特色競爭大調查中，宜蘭縣被評定為最會作形象促銷的縣市。國際城市具吸引力之共同特點，略述如下（廖哲勇，2009）：

（一）都市建築及公共空間改造：如德國柏林地鐵豪華、透明的中央車站，改變了城市風貌；西班牙的巴塞隆納將都市空間與藝術高度結合，在廣場、公園，綠化空間等公共建設作改造。

（二）歷史文化：歷史是城市的記憶，有了記憶，城市的故事才能完整與延續。

(三) 博物館與紀念物：古根漢歐洲分館敲定落腳於畢爾包，自此畢爾包即成功躋身國際著名的文化藝術之都。

(四) 節日慶典：節慶活動可結合地方文化特色及產業發展觀光，提高地區知名度與形象。

(五) 國際性運動會：大型國際運動會主辦城市不僅可帶來觀光人潮，更重要的是提升城市的國際知名度與好感度，讓更多人認識這個城市。



### 第三節 政策成效評估標準

在公共事務執行與落實後，應該瞭解該項政策的執行績效與對社會造成的影響，以及是否解決或改善所面對的問題。因此，在公共事務管理領域，政策或計畫評估一直是被傳統政策科學研究者視為極為重要的研究領域，而政策或方案推動的成效與影響如何，也只有透過評估才能獲得證實。

至於政策結果應從哪些面向加以監測，吳定（2002：51-52）指出應從兩個層面來檢討與監測政策成效。其一是「政策產出」（policy outputs），另一個是政策影響（policy impacts or outcome）。前者是評估標的人口或團體因為政策執行而得到的短期、具體、可衡量的貨品、服務或資源。後者則是衡量不具體、抽象行為上、態度上的改變狀況。

#### 壹、政策分析

##### 一、政策分析的意義

政策分析的旨在於對當今政府所面臨的問題與危機做出回應。並且是一種應用性的社會科學學科。政策分析不僅侷限於一般敘述性學的發展及試驗，是由各個學科以及專業領域統合而成的。政策分析主要依據以下三種問題，發展出政策相關資訊及驗證（李明寰 譯，2002，84-92）：

- （一）價值（values）：檢測問題是否確實獲得解決
- （二）事實（facts）：可用以限制或強化價值所發揮的作用
- （三）行動（actions）：採去某種行動可以造就某種特定價值。

## 二、政策分析中的監測

監測是一種政策分析程序，可用以製造有關公共政策原因與結果的資訊。由於監測可對政策計畫的操作與結果進行描述，所以，政策監測成為政策執行的主要知識來源。政策分析中，監測至少有下列四種功能（李明寰 譯，2002，456-457）：

- （一）順服（**Compliance**）：監測能幫助標準或程序執行的規範力更強。
- （二）審核（**Auditing**）：監測能確實明白標準或程序執行的狀況。
- （三）評量（**Accounting**）：監測所產生的資訊，能幫助對政策、方案執行後所造成的社會或經濟變遷進行評量與分析。
- （四）說明（**Explanation**）：監測可製造出能解釋政策問題的資訊。例：為何政策、計畫所造成的結果與原先不同？

## 貳、政策評估標準

在公共政策學科裡，政策評估一直是被傳統政策科學研究者視為極為重要的研究領域，而公共政策推動的成效與影響如何，也只有透過評估才得以證實。

### 一、評估本質

評估的主要特質在於：藉由評估過程所產出的主張通常具有「價值性」。評估常具有以下特質（李明寰 譯，2002，542-568）：

- (一) 將焦點聚於價值 (Value Focus)：與監測相反，評估著重於對策、計畫的價值進行解讀與判斷。評估的主要功能在於確認出政策、計畫的價值與社會效用。
- (二) 事實－價值的互依性 (Fact-Value Interdependence)：評估性主張同時以事實與價值最為基礎。
- (三) 現今與回顧導向 (Present and Post Orientation)：評估性主張具有回顧性傾向，而非未來導向。
- (四) 價值的二元性 (Value Duality)：潛藏於評估性主張的價值常具有二元的特質，因為此種價值通常可以同時被視為價值與手段。

一般比較通用的政策評估定義，是依據Peter H. Rossi and Howard E. Freeman的論點，係指有系統地運用社會科學方法與程序，評估公共計畫或方案的概念化、設計、執行與效用，以檢視資源分配的妥適性與合理性。他們歸納政策評估包括下列意涵（1993：20-22）：第一，政策評估的標的為足以影響社會發展的公共政策、計畫、方案或行政作業，私人部門的計畫不包括在範圍內；第二，政策評估係採取多元的社會科學研究方法，一為量化方法，如迴歸分析、民意調查、時間序列分析等，另一為質化方法，如專家判斷法、實地實驗（或田野調查工作）（fieldwork）等；第三，政策評估的參與者包括官方評估人員，如行政機構、國會；非官方的評估人員則包括利益團體、學者專家及政策利害關係人（policy stakeholders）等。

此外，根據William Dunn 的觀點，政策評估至少具有四項特質（1994：404-405）：第一，以價值為評估焦點（value focus）：政策評估除評估政策目標的適當性與合理性外，亦必須提出政策計畫對於社會整體發展的價值與貢獻。第二，價值與事實相互依賴（value-fact independence）：政策評估對於政策計畫的價值判斷，必須以事實資料作為基礎，因此，從事政策評估必須注意價值與事實

之間的相互關係。第三，目前與過去的導向（*present and past orientation*）：政策評估必須兼顧政策當前的發展狀況，以及過去的發展經驗。第四，價值的雙重性（*value duality*）：政策評估必須兼顧內在價值目標與外在價值目標。

惟部分學者認為政策評估的結果在應用上經常發生問題，因為評估研究報告往往未受決策者或管理者的重視或使用，而將之束諸高閣，甚至因而影響決策者、執行者、使用者與評估者之間的關係與共識。因此，提出強調「以使用為導向的」（*utilization-focused*）政策評估。此一觀點最具代表性的是Michael Quinn Patton，其在1997年第三版「以應用為焦點的評估」（*Utilization-focused Evaluation*）一書，除具體地說明由公共計畫使用者的觀點進行評估，並認為評估除應具有四個相互關聯的條件，以構成應用導向（*use-oriented*）的評估內容（1997：21-23）：有系統的蒐集計畫的相關資訊；評估主題可能的所有範圍；不同的判斷與應用外；應增加由使用者目的的觀點進行評估。這種強調應用導向的評估途徑，與過去學者對於政策評估的定義相當不同。以使用或效用為焦點的評估，強調的是有系統地進行資料蒐集，而非僅重視應用社會科學的方法。因此，重點在於以有用的評估結果支持政策行動，是屬於一種「行動導向」（*action-oriented*）的評估（Patton, 1997：23-25）。其他如Emil J. Posavac and Raymond G. Carey 提出計畫評估未來可能的發展趨勢，建議評估者必須意識到評估方法的限制，而將重點置於與利害關係人的溝通，對其需求保持相當的敏感度，並指出評估者應逐漸積極參與評估計畫的行政機構與組織，協助決策者及管理者善用評估結果，甚至鼓勵利害關係人將評估結果視為改善計畫或政策的發展工具之一（Posavac and Carey, 1997：262-263）。

至於政策評估的類型，因為學者對於分類標準與強調的重點不同，至今並沒有統一的劃分觀點，因此，有關評估類型的觀點顯得相當紛歧。首先，政策學者傾向將評估研究依政策實施階段分成三種型態，包括：預評估、執行評估與結果評估（柯三吉，1993：124；林鍾沂，1994：108-109；李允傑、丘昌泰，1999：239-242）：第一，預評估（*pre-evaluation*），係指政策或計畫尚未執行之前所進行的評估，亦即對於政策或計畫規劃階段進行評估，以瞭解該項政策或計畫的預

期影響和預期效益，以便在政策或方案真正執行之前修正計畫內容，使資源得到適當的分配，其又分為規劃評估及可評估性評估。其中可評估性評估概念，最初提出者為美國「都市計畫研究中心」（The Urban Institute）的研究學者，其係指在結果評估或影響評估之前，先建立全面性結果評估的基礎，以產生有利績效或成果的資訊，並再澄清政策目標、目的和假設，以建立未來結果或影響評估的標準（林鍾沂，1994：117）。

第二，執行評估（implementation evaluation），其探討政策或計畫執行過程的內部動態，以瞭解政策或計畫如何配合以達到政策目標，並掌握政策或計畫在執行過程上的缺失，而依計畫監測的重點不同，可分為過程評估及傳送系統評估；過程評估的概念，其係相對於結果或影響評估的概念，著重於瞭解政策或計畫是否依照原先規劃的進度與目標進行，主要在瞭解政策執行的動態過程及可行性，著重於探討影響政策或計畫執行成敗的因素探討（林鍾沂，1994：113-114；李允傑、丘昌泰，1999：239）。

第三，結果或成果評估（outcome evaluation），即針對政策的內容，先設定具體指標，再運用一般行政計畫評估標準，如效率、效能和回應性等來評估政策或計畫的績效（柯三吉，1993：403-404）。這是評估研究的主體，因為政府的政策或計畫，也唯有在執行完畢之後才會有結果，民眾及學者專家也才可以依據政策結果判斷該政策的績效與政府的生產力，由於政策結果有些是屬於無形的政策影響，有些是屬於有形的政策效益及效能，可將結果評估再區分為效益評估及影響評估（Rossi and Freeman, 1993：36-37；柯三吉，1993：147-148；李允傑、丘昌泰，1999：238）。Howlett and Ramesh 的評估分類，係根據政策參與者行為的方式、參與的成員及其效果分成三大類，包括行政評估（administrative evaluation）、司法評估（judicial evaluation）及政治評估。

第一，行政評估：係指國家機關之行政官僚或專業機構對於政策的評估，有時候亦由外界的學者專家進行評估。行政評估的目的，是去檢視政府服務是否能有有效的傳送，並在合法及民主的原則下檢討是否將錢用在刀口上。在進行步驟上，

行政評估需要先蒐集評估計畫所有相關與正確的資訊，及比較成本與效益的標準（Suchman, 1987）。

第二，司法評估：針對政策的形成與執行之正當性與適法性進行評估，關切國家機關執行計畫的法律層面，通常這類評估是由司法部門執行，其關心政府計畫與憲法有關政府權限規定之間可能的衝突，或建立個人權利及行政行為的標準。亦即評估政府的計畫及其執行過程，是否違反個人自然權利的平等保障、程序的正當程序或民主社會的司法制度（Dussault and Borgeat, 1990；Finkelstein and Borgeat, 1987）。

第三，政治評估：將評估活動視為政治活動之一，認為評估活動是對於稀少政策資源的分配或是意識型態進行持續性的辯證，以及根據對於政策失敗或成功的認知進行政策發展與變遷，以作為政策學習過程的一部份。政治評估係由對於政治有利益的任何人進行，其與行政和司法評估不同處，在於政治評估通常不需要高深的技術或系統的程序，其目標並非改進政策內容，而是去發現支持或反對政策的論據，亦即去證明政策是成功或失敗的，進而決定是否持續或終止政策的執行（Howlett and Ramesh, 1995：174）。

本研究係對於本論文即是針對「臺中市文化專車」進行執行執行評估與影響加以分析，包括對於執行「臺中市文化專車」過程以及評「臺中市文化專車」執行的結果與影響。

有關政策評估的方法，在1960 及1970 年代，傳統政策科學家受到實證論及行為主義上哲學思想的影響，係以決策導向、目標導向與管理主義為主要的評估典範，在方法上則著重於技術、事實面向的分析，如採用社會指標、測量方法及政策實驗設計方法等，尤其著重量化方法的運用，而評估標準則重視效率與效能的考量（丘昌泰，1995：262-264）。政策評估理論受到後行為主義

（post-behavioralism）的影響，以價值與倫理面向為出發點，認為政策評估應先就價值面加以討論，關心正當性、公平性及政策利害關係人的觀點等。晚近，當

代政策科學家主張政策評估主要的服務對象應是計畫受益者或政策利害關係人，並認為政策評估應以個案研究、文獻檢視、歷史分析及社會批判等為研究方法，對於傳統的實驗評估方法典範提出批判（丘昌泰，1995：263）。

這種論點可由Guba and Lincoln 提出的回應性評估（responsive evaluation）（即第四代評估）加以印證，其在評估方法上係採用主觀研究法，並重視多元的價值觀點，不再侷限於效率與效能的績效標準。他們認為，第一代評估太著重於衡量（measurement），第二代評估過度重視敘述（description），而第三代評估依賴判斷（judgement），都對於政策內容本身、目標、過程與價值缺乏深入的分析。故而他們提出第四代評估的概念，亦即回應性建構主義的評估（the responsive constructivist evaluation），亦即唯有將各利害相關團體的政策立場或觀點公開討論、溝通對談，則政策的評估標準或可在越辯越明的情況下，才有其客觀建立的可能性（Guba and Lincoln, 1989：38-48）。此外，Huey-Tsyh Chen 提出「理論取向的評估」（theory-driven evaluation），他批評1960 及1970 年代盛行的評估未能瞭解利害關係人的期望與需求，所從事的政策評估未能針對利害關係人關心的目標與議題進行；此外，他亦指出黑盒評估未能產生設計有用計畫的充分資訊。其最重要的論點是評估研究不僅是技術方法論，而認為一個完整的評估者應具有高層次的技術專業知識，亦即具有實質的知識（1990：8-10）。例如，在評估文化政策時，必須熟悉我國文化活動的服務傳輸方式、文化傳播途徑及相關的藝文常識等。因此，陳惠次認為過去的政策評估強調評估方法及技術，易窄化評估的範圍與焦點，認為應發展計畫理論，以同時教育利害關係人瞭解計畫的限制，並提高評估者對於規劃、目標澄清、執行、利害關係人需求和一般的社會變遷理論等的敏感度（Chen, 1990：29 & 181-187）。

1960 年代末期，歐美及世界各地引發種種校園運動與社會不安的現象之後，部分學者認為只重視政策行為的量化研究及效能、效率原則的建立，並無助於價值爭議日趨複雜的政策問題的解決。使得政策評估研究受到後行為主義的影響，從而由價值、倫理面向出發，認為政策評估首先應先就價值面向加以討論，關注

政策目標的溝通性、公正、正當性、正義、命運共同體的社群（community）等問題，並且重視人類權利的維護與尊重（林鍾沂，1986：31-32；1994：103）。

晚近，政策評估開始思考認識論的問題，以及考慮可能使用者或對象所持的觀點或看法，也就是政策利害關係者對政策本身、內容所抱持的價值與認知事實，及決策者如何回應民眾需求、能力與互動方式的瞭解（林鍾沂，1994：141-142）。甚至重視基層執行人員的態度，以審視執行是否發生嚴重的政策落差，及如何處理衝突與爭議等（Johnson, 1990：53-54）。因此，政策評估研究方法已經進入整合量化與質化研究的階段，並採用多元價值與途徑處理日漸複雜的政策問題。

例如，在評估文化藝術補助政策時，必須熟悉我國文化活動的服務傳輸方式、文化傳播途徑及相關的藝文常識等。因此，學者陳惠次認為過去的政策評估強調評估方法及技術，而容易窄化評估的範圍與焦點，認為應發展計畫理論，以同時教育利害關係人瞭解計畫的限制，並提高評估者對於規劃、目標澄清、執行、利害關係人需求和一般的社會變遷理論等的敏感度（Chen, 1990：29 & 181-187）。

## 二、評估標準

在製造有關政策績效的資訊時，通常會使用不同型的標準，藉以評估政策結果及為政策問題建議與解答。評估標準包含效能性、效率性、合適性、公平性、回應性，以及適當性（李明寰 譯，2002，384-568）。

（一）效能性（effectiveness）：指某項選定之方案是否能達成有價值的結果，均以求或與服務的數量或貨幣性價值作為衡量標準。

（二）效率性（efficiency）：指達到某項既定的效能標準，所需付出的代價。

（三）合適性（adequacy）：指某項既定程度的效能，是否能滿足當初引發問題的需求、價值或機會。

(四) 公平性 (equity)：此標準與法律性、社會理性息息相關，涉及在社會中不同團體之間進行資源與效果的分配。

(五) 回應性 (effectiveness)：意指政策可以滿足特定團體的需求、偏好或價值的程度。

(六) 適當性 (effectiveness)：政策的適當性問題並非僅與一組單一的標準有關，須同時將兩組或多組標準加入考量，此標準涉及計畫目標所具有的價值。

近對於政策或方案評估的觀點認為應以利害相關人的利益為著眼點，同時建立客觀的評估標準，亦即對於評估一般標準的看法，可歸納六項標準可做為政策或方案共同評估標準（吳定，2002：75-76；丘昌泰，2004：402）：

(一) 效率：指政策產出與使用成本間的關係。

(二) 效能：指政策方案達成預期結果或影響的程度。

(三) 充分：指政策方案執行後，消除問題的程度或是滿足問題的需要或機會的程度。

(四) 公平：係指資源、成本或利益是否公平分配於不同標的團體。

(五) 回應：方案或計畫是否能滿足特定團體的需求、偏好或是價值的程度。

(六) 適當：係指一個方案或計畫能夠同時滿足效率、效能、充分、公平與回應等六項標準。

文化藝術補助政策涉及的面向十分多元，從硬體建置維護到表演藝文活動推廣，其政策利害關係人十分多元，所持的價值與偏好有所不同，因而在政策評估時必須掌握多元利害關係人的政策偏好與觀點。例：文化藝術補助之相關指標：根據陳亞平、夏學理（2002）的「政府對表演藝術團體補助之實證研究」，歸納出政府對申請補助的表演藝術團體審查，是依下列標準作為考慮的方向、文化藝術補助政策執行評估指標（請見表 5）：

（一）演出場次：由表演團體的演出場次數量可以得知此團體的運作穩定性。

（二）觀眾人次與票房口碑：觀眾多寡可以得知此表演團體對文化藝術的觀念是否能獲得共鳴。

（三）出國巡演次數：表演團體的演出品質與內容，能夠出國巡迴，或是受邀到他國表演，能證明該團的實力雄厚。

（四）專職的藝術行政人員：藝術行政人事組織越完備，顯示該團體的經營較穩定，永續經營的機率越高。

（五）表演活動的調整程度：表演團體能否依照既定行程檔期將表演作品呈現在觀眾的面前相當重要；若是發生臨時無法演出的情況，損失的不止是該團體的信譽，在政府的補助名單中也易成為不良的紀錄。

表 5 文化藝術補助政策執行評估指標表

面向	執行指標內容	落實方法
回應性指標	1. 文化環境的改善	大眾藝文參與調查、 藝文團體調查
	2. 補助金額滿足申請團體或個人的需求	藝文團體調查
	3. 補助類目滿足申請團體或個人的需求	
	4. 藝文人口參與的成長	大眾藝文參與調查
	5. 文化政策議程的契合	政府補助結果檢視
	6. 藝文消費（金額）的成長	大眾藝文參與、藝文 團體調查
	7. 創新的表演項目獲得政府分配補助	政府補助結果檢視
效能性指標	1. 定期調整每次評審組成結構（例如考慮 性別、專長、區域等）	直接運用於評審組成
	2. 評審組成增加文化藝術評論工作者	
	3. 評審組成增加具有實務創作經驗專家	
	4. 議會對於文化藝術補助之執行標準	
效率性指標	1. 促進公共資源使用的效率	大眾藝文參與調查、 藝文團體調查
	2. 促進發表新作的數量	藝文團體調查、政府 補助結果檢視
	3. 預算執行的效率	
	4. 增加藝文補助的預算 政府補助結果檢	
	5. 增加藝文表演的後續延伸影響	大眾藝文參與調查
	6. 增加藝文表演的推廣效果	
	7. 增加藝文表演的教育效果	

表 5 (續)

面向	執行指標內容	落實方法
公平性指標	1. 各類型藝術活動之間的經費分配公平	政府補助結果檢視
	2. 各類型藝術活動之內的經費分配公平	
	3. 團體規模與經費獲補助比例之公平	
藝術影響評估 面向指標	1. 創新性的提升	藝文團體調查
	2. 作品原創性的提升	
	3. 發表新作的數量	
	4. 作品的保存和推廣	
文化影響評估 面向指標	1. 提昇創作藝術水準作為補助成效評估	藝文團體調查
	2. 促進文化創作者生存發展作為補助成效	
	3. 促進產業生存發展作為補助成效評估	
社會影響評估 面向指標	1. 文化藝術活動的社會能見度	大眾藝文參與調查
	2. 地方認同的凝聚	
	3. 生活品質的提升	
	4. 公共參與的提升	
	5. 行政作業的專業性	藝文團體調查、政府 補助結果檢視
	6. 行政作業的流暢程度	
	7. 企業贊助的提升	藝文團體調查
	8. 私人贊助的提升	
	9. 展演設施的增加或改善	政府補助結果檢視

資料來源：「政府對表演藝術團體補助之實證研究—以台北縣、市之表演藝術團體為例」，陳亞平、夏學理，2002，*空大行政學報*，12，275-292。

## 第四節 臺中市文化政策發展

臺中市位於台灣中部的臺中盆地中央，是台灣第三大城市，為臺中都會區之核心圈、中部交通樞紐，交通便捷，是中部首善之區。臺中盆地的開發至今已有一百三十年歷史，累積了先賢的智慧與結晶，擁有豐富的文化古蹟，屬於兼具都會及鄉村特色的多元社區型態都市，多樣的城市面貌，造就人文薈萃之雅風，素有「文化城」之美譽。本節將分別從臺中市文化政策、臺中市文化活動、臺中文化資產做介紹。

### 壹、臺中市文化政策

依據統計資料，臺中市移入人口多，是個年輕的城市，外來文化多元，會有文化認同的問題，所以對在地文化深化層面，須更加著墨，使市民對這個城市的文化有更深層的認識，讓市民瞭解城市文化魅力，對於文化品牌更具信心，並且可運用傳播媒體、電子資訊、電影及展演，向外界廣為宣傳，以文化明確建立城市意象。對臺中市現有文化資源及品牌型塑等策略，建議及具體措施的其中一點：將文化深化、發掘地方文化內涵：規劃本市古蹟、歷史建築人文導覽路線，帶領市民認識家鄉文物及傳統建築特色，促進市民對本市歷史文化之瞭解，提昇文化氣質，落實文化深化，將藝文活動融入社區生活，撒下文化種子，培育公民意識，讓藝文成為生活的一部分；持續發覺地方特色，蓄積文化能量，為延續優質文化的關鍵基礎（廖哲勇，2009，35-44）。

林靜雯（2008）指出胡自強先生於2001開始提出「文化、經濟、國際城」的口號作為臺中市文化施政的方針，持續推動文化建設與發展，想用文化的方式找出適合臺中市發展方向的企圖。

賴欣愉（2008）於2002年1月1日起至2008年12月31日止進行臺中市文化政策之，共計七年的時間，對臺中市在這七年的文化發展過程進行研究。研究內容指出臺中市的藝文活動幾乎全年無休，從年初的傳統藝術節、台客嘉年華、異國風情嘉年華，接續每年十月的臺中閃亮文化季、逍遙音樂町、爵士音樂

節等幾乎是週週有活動。臺中市也運用大型觀光、節慶活動來行銷臺中，例如2003年的「國際無車日單車騎乘活動」、2004年「金馬影展」及「大坑溫泉節」、2005年和臺中縣市政府合作舉辦「TBIM國際馬拉松大賽」、2006年「夢想城市·臺中起飛之跨年晚會」、「史努比元宵燈會」、2007年以迪士尼及皮傑豬作為元宵燈會主角等。並且最後在研究中發現「文化、經濟、國際城」的文化政策引領臺中市在文化活動、文化硬體建設的發展更完善，同時也促使臺中市每人每年參與藝文活動的比例逐年上。

臺中市文化局施政白皮書：臺中市晉升為直轄市，逢此新紀元，以文化為本市增添風華，以文化盛宴豐富市民心靈、以藝術生活提升精神層次，並朝向文化創意產業發展，創造經濟產能與產值，落實本府提出之都市願景「文化·經濟·國際城」，為文化局之重要使命（臺中市文化局，2013）。

由上述可得知臺中市在2001開始提出「文化、經濟、國際城」的治理口號之後一直到2013年臺中市文化局施政白皮書，已建立起市政發展中對於文化政策的重視，並且在這期間文化硬體建設、市民藝文活動參與皆有明顯的成績。

## 貳、臺中市文化活動

將文化政策分成軟體與硬體兩種類型，硬體是以新建文化活動相關設施，例如：臺中國家歌劇院、美術館；軟體主要以藝術生活化為文化推展重點，並以彩墨藝術、音樂等易被民眾接受的文化藝術為主要活動內容，試圖將文化、藝術貼近民眾的生活，並活化社區居民的文化場域，增加民眾生活美學素養，以提升民眾文化活力及積極參與文化事務。臺中市有關文化活動之軟體策略可分為五個類型介紹，包含推動書香閱讀風氣、加強文化傳播工作、推展文化資產保存及修復與活化再利用、推動藝文活動，並促進國際文化交流、培育藝術文化專才（賴欣愉，2008），另外從2012年文化部統計各縣市重要藝術節慶活動辦理情況以了解臺中藝術節慶活動的舉辦次數與其他縣市之比較：

一、推動書香閱讀風氣：充實臺中市各區圖書館館藏，並辦理行動圖書館、讀書會計畫、閱讀城市等相關活動，鼓勵市民培養良好閱讀習慣。

二、加強文化傳播工作：編印文學專輯

三、推展文化資產保存、修復與活化再利用：加強臺中市古蹟、文獻、文物管理、維護及典藏、編纂等工作，並辦理古蹟與歷史建築修復、保存、導覽、教育以及文史工作人才培訓等活動。

四、推動藝文活動，並促進國際文化交流：辦理文化季、國際美術交流及社區性活動等藝文活動，一方面提升臺中市藝術水準，另一方面則提供市民更多元的文化活動。(1國際性藝文活動 2主題性藝文活動3 社區性文化活動)。

五、培育藝術文化專才：臺中市透過競賽、甄選的方式提拔獎掖藝文專業人才，提供藝術創作者一個競爭與觀摩的平台，此一時期舉辦的各項展覽及競賽。

以 2012 年各縣市政付主辦之最重要藝術節慶活動辦理概況得知，臺中市是全台灣舉辦最多藝術節慶活動的都市，明顯比其他縣市多出很多活動場次(請見表 7)。由表 7 可得知臺中市政府對於大型文化活動的舉辦非常頻繁，從五都舉辦重要節慶活動的次數進行比較，臺北市共計 9 場，新北市共計 9 場，臺中市共計 24 場，台南市共計 9 場，高雄市共計 8 場，而其活動舉辦的成效如何，須從市民的文化水準的發展動向來檢證。

表 6 2012 年各縣市政府主辦之最重要藝術節慶活動辦理概況

縣市	活動名稱	舉辦月份	舉辦天數	參觀人次
臺北市	第八屆漢字文化節	1、3~4	31	51228
	2012 龍來臺北·眷村文化節	2	23	18290
	2012 臺北藝穗節	9	16	51295
	2012 臺北藝術節	8	39	297971
	2012 臺北詩歌節	10~11	23	38341
	2012 臺北兒童藝術節	7~8	35	296180
	2012 臺北文學季	2~5	107	45809
	2012 第十四屆臺北電影節	6~7	23	42448
	2012 第七屆臺北數位藝術節	11	10	74334
新北市	綻放傳藝~2012 新北市傳統藝術節	9~11	17	40850
	2012 藝饗新北市·愛上劇場	10~11	5	20839
	2012 劇場藝術節	10	3	221
	2012 新北市樂舞節	4~7	22	120685
	2012 新北市樂活浮洲藝文季--藝術生活在地樂活	8~9	6	33242
	2012 新北市電影藝術節~世界之花	3~5	35	36685
	2012 新北市國際環境藝術節—淡水奇幻之旅	7~10	5	201515
	2012 新北市動漫節	8	2	80249
	2012 新北市兒童藝術節--童話 Book 思藝	7~8	14	192030

表 6 (續)

縣市	活動名稱	舉辦月份	舉辦天數	參觀人次
臺中市	藝起飛到 Slamaw~2012 梨山藝術節	12	9	4000
	臺中爵士音樂節	10	9	900000
	臺中樂器節活動暨國際薩克斯風大賽	8~10	4	104000
	臺中媽祖國際觀光文化節系列活動	3~4	37	61058
	臺中麻園頭神農大帝遶境文化活動—四月迎神農	4	0	1200
	臺中市傳統藝術節	2~3	5	14000
	臺中市逍遙音樂町	7~8	16	23206
	臺中市兒童藝術節	4	4	85900
	臺中市大安區「聖觀音文化節」	10~11	1	1500
	葫蘆墩文化節	7	1	550
	溫馨感恩周·祖孫傳承情~歡慶祖父母節系列活動	9	1	250
	楓樹腳麻笋節	8~11	0	250
	搖滾臺中	9	2	130000
	神岡區鄉土藝文活動	12	8	15000
	大肚萬興宮擴建慶成祈安三朝建醮大典活動	4~11	0	1500
	2012 詩人節活動	6~8	2	0
	2012 第十二屆臺中彩墨藝術節	9	20	16650
	2012 第 13 屆白冷圳文化節	8	1	700
	2012 甲安埔「藝」起來	9	17	14911
	101 年神岡媽祖文化節~平安遶境佑神岡~	4~11	0	2000
	101 年度原住民族泰雅族民俗觀光文化祭	11	1	300
	『靈佑帝君聖誕祈福』遶境活動—文化傳承	4~11	15	1000
	「觀音道成、情定月老、中元普渡」—谷關古靈寺文化月活動	7	1	130
「尋找觀音的印記」~潭仔墘水流觀音文化節	4~11	0	150	

表 6 (續)

縣市	活動名稱	舉辦月份	舉辦天數	參觀人次
臺南市	世界的大員：2012 鄭成功文化節	101/4~102/3	321	100000
	2012 臺南藝術節	3~6	113	54851
	2012 臺南愛情城市—七夕嘉年華	8	20	31440
	2012 臺南國際鼓樂節	2	6	8044
	2012 南瀛國際民俗藝術節	10	14	101000
	2012 年鹽水蜂炮體驗營	2	1	120
	2012 年鹽水蜂炮文化祭體驗記者會	1	1	2000
	2012 月津港燈節	1~2	22	150000
	「全臺首學-鐘鼓尊禮」2012 年孔廟文化節	9	3	4000
高雄市	偶愛你-2012 高雄偶戲節	4	15	17955
	高雄市甲仙區 101 年小林平埔族夜祭系列活動	10	1	2000
	2012 高雄戲獅甲-陣頭大會、獅王大賽	10	2	19940
	2012 高雄電影節	10~11	17	25000
	2012 高雄國際鋼雕藝術節-全民大戀鋼	101/12~102/1	34	65516
	2012 高雄春天藝術節	2~6	0	70000
	2012 青春設計節	5	10	104356
	2012 庄頭藝穗節	7~12	0	49000
基隆市	2012 壬辰鷄籠中元祭	8~9	30	150000
	2012 大武崙澳沙灘音樂祭	8	1	15000
桃園縣	鐵玫瑰熱音賞	9~11	10	8807
	鐵玫瑰劇場	9~10	9	2734
	2012 桃園縣廣場藝術節	11	6	40000
	2012 桃園縣夏日親子藝術季	7~8	13	50000

表 6 (續)

縣市	活動名稱	舉辦月份	舉辦天數	參觀人次
新竹市	2012 新竹市眷村藝術季	10	4	17107
	2012 新竹市國際玻璃藝術節	101/12~102/3	79	450000
	2012 新竹市玻璃藝術嘉年華	1~3	62	57459
	2012 竹塹國樂節	7	16	17118
	2012 竹塹故事月-大家 e 起來演故事	4	1	2920
新竹縣	2012 新竹縣國際花鼓藝術節	10	2	40000
	2012 全國義民祭在新竹縣	8	30	200000
苗栗縣	三義鄉 2012 客庄十二大節慶	5	1	750
	2012 春遊山城-好戲連台系列活動	4~5	8	120000
	101 國慶煙火暨國際藝術季	9~10	11	0
彰化縣	南北管整絃排場大會	12	2	0
	2012 臺灣跑水節-八堡圳傳奇	11	1	0
	2012 彰化縣媽祖遶境祈福活動	10	8	110
	2012 彰化當代國樂節	12	6	0
雲林縣	雲林行腳	6~7	10	7200
	大埤稻草文化節	11	2	5000
	口湖秋季文化節	9	1	5000
	2012 雲林國際偶戲節	10	9	300000
南投縣	2012 臺灣·南投-浙江文化節	11	5	2800
嘉義市	颯舞節	11~12	30	10808
	黑金段藝術節	12	25	10625
	兒童戲劇節	7~8	43	9700
	交趾陶藝術節	11~12	37	6724
	2012 嘉義市國際管樂節	12	12	220000
嘉義縣	兒童藝術節	7	2	3000
	民雄文藝季	12	28	8000

表 6 (續)

縣市	活動名稱	舉辦月份	舉辦天數	參觀人次
屏東縣	舞夏藝術節	4~8	0	25000
	國際民謠節	10~12	0	0
	秋唱藝術節	9~10	0	21000
	春漫音樂節	1~4	0	12000
	兒童藝術節	10~12	0	30000
宜蘭縣	歡樂宜蘭年	1	13	38000
	宜蘭國際童玩藝術節	7~8	44	441176
花蓮縣	國際音樂節	9	4	3050
	2012 洄瀾民俗文化節慶系列活動-錦龍逢春舞上元	2	15	5000
	2012 洄瀾民俗文化節慶系列活動-101 端午松園詩歌月	6	4	500
	2012 花蓮石藝嘉年華-美好石光	7	25	30000
	2012 太平洋詩歌節	10	5	3500
臺東縣	2012 臺東藝術節	6~11	8	7958
連江縣	東引高粱酒節文化行銷活動	9	2	1000
	2012 莒光海洋文化年活動	6~8	60	2000
	2012 年馬祖擺暝晚會活動	2	1	550
	2012 年馬祖秋慶系列活動	9~10	3	2030
金門縣	金門玩美生活節—文化金門、創意生活	8	11	1000
	四月十二迎城隍活動	4~5	48	17180

資料來源：本研究整理自：文化部文化統計 <http://stat.moc.gov.tw/Default.aspx>

### 參、臺中市目前文化資產概況

文化資產的類別可分為古蹟、歷史建築、聚落、文化景觀、遺址、古物、重要傳統、民俗及有關文物。以臺灣五個直轄市為主，來比較前述文化資產的分布情況。表7 臺灣五都之文化資產比較表所要呈現的是以臺灣五個直轄市為主，每縣市擁有該文化資產的數量、擁有該文化資產的豐沛程度。以新北市的古蹟來說，該欄位所呈現「67/3」的意義為新北市擁有67座古蹟，擁有古蹟的豐沛程度是臺灣五個直轄市中的第3名（請見表7）。

臺中的文化資產的情況，從民國104年在文化部提供的最新統計，得知擁有數量及在臺灣五都中豐沛程度的排名，臺中市擁有39座「古蹟」，擁有豐沛程度是第5名；臺中市擁有79座「歷史建築」，擁有豐沛程度是第2名；臺中市擁有0座「聚落」，擁有豐沛程度是第3名；臺中市擁有1處「文化景觀」，擁有豐沛程度是第3名；臺中市擁有5處「遺址」，擁有豐沛程度是第2名；臺中市擁有20件「古物」，擁有豐沛程度是第4名；臺中市擁有6座「重要傳統」，擁有豐沛程度是第5名；臺中市擁有8件「民俗及有關文物」，擁有豐沛程度是第2名。

從表6與表7可得知臺中市文化資產種類與數量，與其他縣市比較明顯較少，但臺中市政府對於大型文化活動的舉辦非常頻繁，積極的推廣文化活動以提升市民的文化參與。

個數／排序 文化資源項目	新北市	臺北市	臺中市	臺南市	高雄市
古蹟	67／3	<b>152／1</b>	39／5	131／2	45／4
歷史建築	40／5	<b>170／1</b>	79／2	48／3	42／4
聚落	0／3	<b>2／1</b>	0／3	1／2	0／3
文化景觀	4／2	<b>6／1</b>	1／3	1／3	2／5
遺址	4／4	1／5	5／2	<b>9／1</b>	5／2
古物	3／5	<b>581／1</b>	20／4	28／3	46／2
重要傳統	17／3	22／2	6／5	<b>35／1</b>	14／4
民俗及有關文物	6／3	3／5	8／2	<b>20／1</b>	5／4
合計	141／5	<b>937／1</b>	158／4	273／2	159／3

資料來源：本研究整理自文化部文化統計<http://stat.moc.gov.tw/Default.aspx>，檢閱日期104年3月15日。

## 第五節 臺中市文化專車

本節首先介紹「臺中市文化專車」活動舉辦的原因，接著說明活動執行過程之情況。

### 壹、活動初衷

「文化」是臺中重要的城市面貌，自 100 年縣市合併後，轄區遼闊，文化內容更是精彩豐富，城市裡一個不起眼的小角落，可能就存有一處文化寶藏，為了推廣臺中市豐富的藝文資源、鼓勵市民多方參與臺中市的藝文設施，本局特別規劃「臺中市文化專車」活動，除了提供民眾另一個參與文化藝術的管道外，更期望以「文化」作為溝通之媒介，促進縣市合併後區域民眾間之認識與瞭解。

活動每年規劃不同路線，分別分布於臺中市山、海、屯、城區的四個文化中心出發，跨不同區域參訪，以地方文化館、藝術亮點、古蹟歷史建築、藝術家工作室、工藝之家、觀光工廠、社區營造點及特色圖書館等作深度導覽體驗，並在活動中安排表演藝術體驗或藝文 DIY 體驗，讓民眾能在有趣的活動行程中深入認識臺中的藝文資源，藉以培養臺中市藝文參與人口。

### 貳、執行過程

執行過程將整理「臺中市文化專車」活動安排內容、報名與活動宣傳方式，以下分為三個部分說明：活動規劃、活動報名方式、活動宣傳方式。

#### 一、活動規劃

活動以深度藝文體驗為出發點，提供管道讓民眾有機會親身去體驗藝術之美與樂趣，行程規劃以本市藝文設施、藝術產業、古蹟歷史建築、藝術亮點、地方文化館、傑出社區營造點為主，並於每車次安排專業隨車導覽人員，隨車解說相

關文史知識，讓民眾在活動中能深度認識本市藝術家、文化設施、地方文化等生活美感的環境與事物，在玩樂中學習與親近藝術。本研究整理 100-103 年舉行「臺中市文化專車」的路線規劃、車次、參與人數（請見表 8）以及「臺中市文化專車」各年度舉辦活動之特色（請見表 9）。

表 8 100-103 年「臺中市文化專車」路線規劃、車次、參與人數表

年度	路線規劃	車次	參與人數
100	8	40	1600
101	12 條	69	2760
102	8 條	34	1360
103	8 條	34	1360

資料來源：本研究整理

表 9「臺中市文化專車」各個年度活動內容及特色表

年度	活動規劃內容	活動特色
100	<p>1. 活動主題：「樂載臺中藝起來-2011 臺中市文化專車」活動始自 100 年 8 月開始辦理，活動全程免費，分兩梯次開放民眾報名參與。</p> <p>2. 活動提供民眾以網路、傳真及電話等方式報名，並以報名順序為參與名單錄取依據，報名當日民眾為搶得參與名額，於報名開放當下，網路、傳真及電話等報名管道流量大增，所有路線在短時間內額滿。</p>	<p>以藝文參訪與體驗規劃藝文主題路線，每一路線皆安排一場藝文 DIY 體驗，並製作導覽手冊分送予參與者，期待在活動過程中得以在玩樂中以輕鬆的方式認識臺中市豐富之藝文資源。</p>

表 9 (續)

年度	活動規劃內容	活動特色
101	<p>1. 活動主題：「藝遊臺中・攏愛來-2012 臺中市文化專車」。首創以「童話故事」方式帶領民眾進入臺中市的文化藝術版圖，每一條路線都依該路線特性編寫故事，以「說故事」的創意導覽方式深入淺出地介紹各參訪景點的人文藝術特色，讓民眾能在童話故事中認識臺中文化之美。</p> <p>2. 增開週日文化專車：以「說故事」方式導覽深獲民眾喜愛，經民眾反映，另於 5 月至 11 月爭取經費增開週日文化專車，活動規劃「小飛俠」、「獅子王」、「海王子」及「傑克與魔豆」等 4 條童話故事路線，而為了讓更多族群有機會可以參與，特別針對銀髮族家庭及僑居本市的外籍人士保留部分車次，讓更多人可以認識臺中豐富的藝文資源，</p>	<p>1. 因參與者多以小家庭為主，特別以「童話故事」為主題，規劃藝文童話路線，讓孩童能藉由童話故事培養藝文感知。</p> <p>2. 於增開週日文化專車中，設計印製紙娃娃紀念卡，讓民眾於活動結束後，能以遊戲方式加深對於臺中市藝文資源之印象。</p>
102	<p>活動主題：「玩藝新臺中—2013 臺中市文化專車」。為推行使用者付費的觀念並讓民眾珍惜寶貴的名額，酌收 100 元活動參與費用，同時增加活動內容，除於每一車次安排一場藝術 DIY 體驗外，更增加一場表演藝術體驗活動。此外，為增加活動參與之公平性，報名方式改以電腦亂數抽籤方式抽出參與名額，而不以報名順序擇取名單。每條路線皆有車次予銀髮族及其家人參與，以鼓勵三代同堂一同出遊。</p>	<p>1. 酌收活動費用 100 元，以培養民眾藝文消費習慣。</p> <p>2. 為增加活動參與之公平性，讓更多人得以參與，活動參與資格不以報名時間為依據，避免因資源排擠效應，使資源集中於固定群體。</p>

表 9 (續)

年度	年度	年度
103	<p>活動主題：「藝同樂逍遙－2014臺中市文化專車」。延續102年辦理模式，103年活動亦不委外，由本局自行規劃辦理，以確實掌握活動執行概況，即時處理各項活動臨時況狀。條路線，除延續藝文DIY體驗、表演藝術體驗、100元活動費用、保留銀髮族車次等規劃外，更增加相片紀念卡及角色扮演體驗等活動項目。其中，活動將為參與民眾拍攝合照，並即時於活動結束前沖洗照片製成相片紀念卡分送予民眾留念，而為了讓民眾能體驗歷史建築場館懷舊氛圍，特別租借日式和服，提供民眾於本市歷史建築刑務所演武場參訪時穿著拍照留念。</p>	<p>1. 新增活動紀念卡：為加深民眾對於活動之印象，特別設計活動紀念卡，於活動結束前為民眾拍攝合照，並即時沖洗照片黏貼於紀念卡上，以具個人獨特性之活動紀念品分送予參與民眾作為紀念。</p> <p>2. 角色扮演體驗：一般文化資產參訪多由專業導覽人員解說文史，為增加活動趣味性，特別於歷史建築刑務所演武場規劃角色扮演體驗，提供和服換讓民眾體驗，並為民眾拍下照片以做紀念。</p>

資料來源：本研究整理自：臺中市文化局(2014)政府服務品質獎參獎申請書。

## 二、活動報名方式

報名方式可透過網路，也可以透過電話進行報名。每一年度「臺中市文化專車」開辦時，將會設立獨立報名網址，網頁開啟之後將能尋找到活動之最新消息、報名注意事項、報名繳費方式、繳費狀態、錄取狀態、各個活動路線簡介、活動FB粉絲專頁、活動花絮、聯絡主辦單位方式等資訊（請見圖3）。透過網頁中將能清楚明白報名時間、報名資格等活動相關訊息（請見附錄八）。



資料來源：文化局（2015）。悠遊臺中有藝思—2015 臺中市文化專車報名網頁，2015 年 3 月 17 日，取自：網址 <http://2015bus.secondstore.com.tw/news.aspx>。

### 三、活動宣傳方式

宣傳方式有專屬網站、紙本文宣、記者會三種方式。以 2013 年臺中市文化舉例，活動宣傳方式及內容如下表（請見表 10）。

表 10 活動宣傳方式表

名稱	宣傳時間	內容/方式	說明
專屬網站	記者會前	宣傳報名訊息與活動內容。	網站規格需同時可受理 1,500 人以上的線上報名系統。
文宣宣傳	報名前一週	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 透過文化種子<sup>7</sup>系統寄送。</li> <li>2. 大墩文化中心、屯區藝文中心、葫蘆墩文化中心、港區藝術中心，四條路線出發地點的服務台宣傳。</li> <li>3. 臺中市政府/文化局相關邀請名單。</li> </ol>	海報 300 張 DM 6,000 張 邀請函 200 張 活動手冊 1,400 份
記者會	報名前一週	廠商規劃辦理。	

資料來源：本研究整理自：臺中市文化局（2014）政府服務品質獎參獎申請書。

<sup>7</sup> 文化種子為協助臺中市各項文化訊息傳遞，加強文化活動之宣傳效果，臺中市文化局提供藉由訂閱文化種子電子報，成為文化種子成員，透過電子郵件及文化刊物寄送即時資訊，讓文化種子成員對臺中市現有的文化資產、藝文發展現況等能有更詳盡的認識，並期待文化種子成員一起為推廣本市的藝文活動、提昇全體市民共同參與藝術文化活動而努力，使臺中市「文化城」的美名必能更加響亮。資料來源：臺中市政府文化局－文化種子簡介 <https://seed.culture.taichung.gov.tw/index.asp>。

### 第三章 研究設計與方法

本章針對如何尋找研究問題之答案進行說明，包含研究架構、研究問題與說明、研究方法、研究甘特圖等四個部分。

#### 第一節 研究架構

文化政策執會藉以舉行文化活動當作政策工具，本研究的個案「臺中市文化專車」就是文化政策執行的一種工具，透過文化局的規劃與設計而產生。文化政策、文化活動、「臺中市文化專車」的產生目的皆是要達成政策目標。

文化政策所制定的目標會藉以文化活動的舉辦而達成，並從活動舉辦之後政策產出及政策影響了解政策成效。政策產出是明確、可以衡量數值的範圍，本研究的政策產出指的是「藝文活動參與人數」、「每人每月藝文活動參與次數」、「每人每月藝文消費預算」。而政策影響是指較為抽象、須要透過深入訪談與觀察才能得到結果，包含「藝文團體創作動力」、「地方認同感的凝聚」、「作品保存與推廣」。

從表演者、參觀者在參與臺中市文化專車舉辦之後的藝文參與變化，得知政策成效的結果，此結果能對下一年度制定文化政策時有所參考價值。

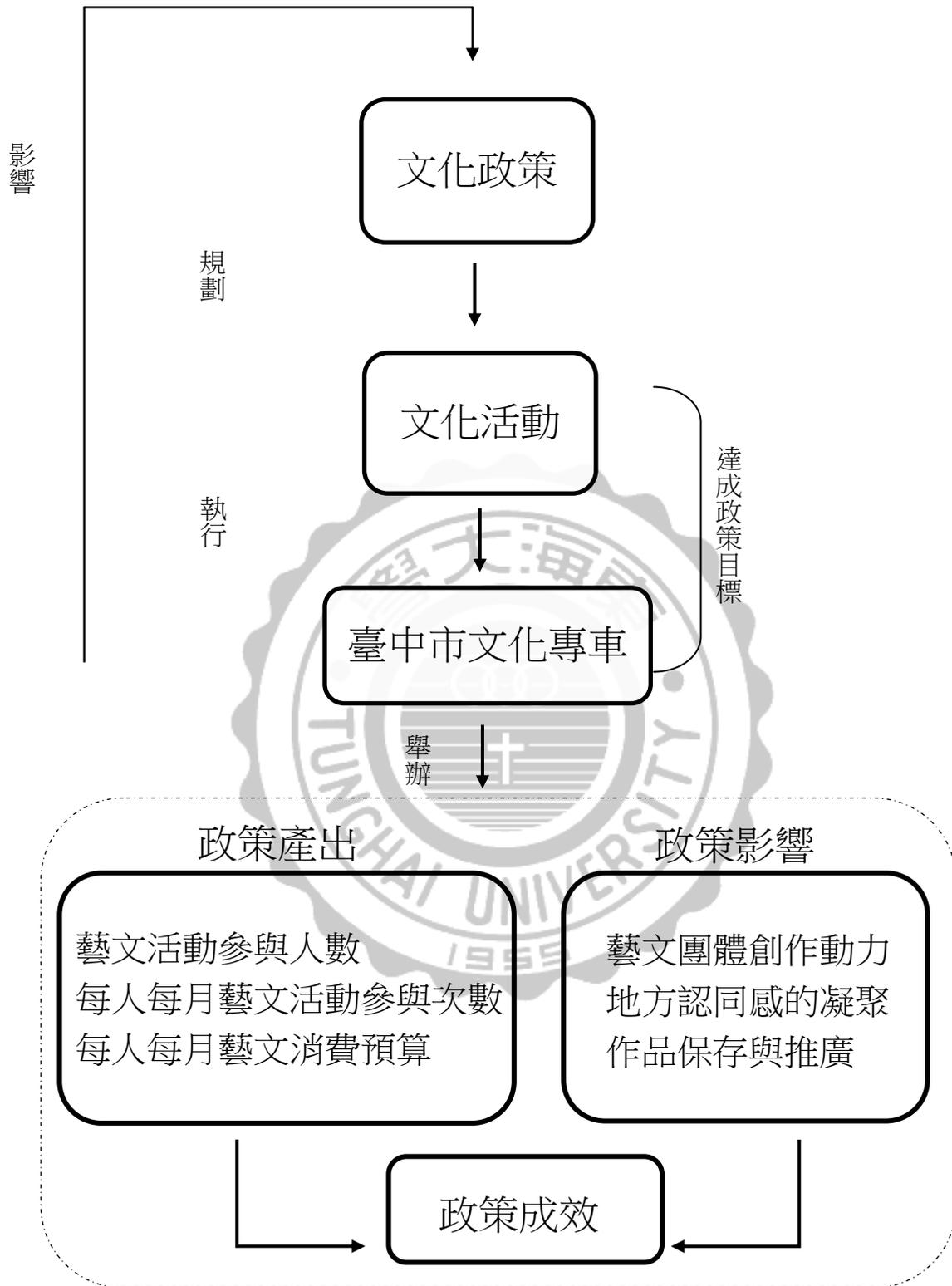


圖 4 研究架構圖

資料來源：研究者自繪

## 第二節 研究問題與說明

本節分為主要研究問題、細目研究問題兩處，分別針對問題提出的原因、重要性深入說明，使研究問題更加具體來得到更正確的研究結果。

### 壹、主要研究問題

藉由舉辦「臺中市文化專車」達成文化政策目標，其成效為何？

「臺中市文化專車」在有限的時間、人力、物力、財力內，舉辦了這麼有意義的活動，推廣臺中文化資源及市民的文化參與，舉辦此活動帶來的效果值得深入探究。並且「臺中市文化專車」是全台首例，不同於以往的景點接駁車，為臺中市文化資源增加曝光率、提供市民參與、深度體驗文化藝術的管道、培養臺中市藝文參與人口、以「文化」做為媒介，促進縣市合併後，區域民眾之間認識，而設置的專車活動。這麼特別的活動設計出現在台灣的都市中，「臺中市文化專車」具有高度特殊性，若藉由研究探悉其活動對都市發展文化的影響，並歸納原因，提出改善建議，可供各縣市舉辦類似活動的規劃參考，讓文化資源更有效運用，避免類似的問題重覆。

### 貳、細目研究問題

以研究架構圖及文獻分析方法為依據來尋找政策成效之結果，並延伸出七點細目研究問題。

#### 一、「臺中市文化專車」目標與實際流程為何？

藉由文獻分析法及觀察法清楚了解活動執行目標、活動實際流程，讓本研究掌握的資訊內容更豐富，透過觀察法了解活動實際的氛圍，除了問卷的統計結果

之外，也透過觀察法了解民眾、文化局、藝文團體在「臺中市文化專車」實際狀態，並提出更貼切活動的政策建議。

## 二、「臺中市文化專車」對藝術團體之創作動力影響為何？

透過訪談與問卷發放，將得到的答案略分為正反兩面，使正面的影響可以有循環、永續的效果，而反面的影響再經過修正、改善能成為藝術團體之創作動力得正面能量。讓都市生活的藝術團體，更樂於投入創作、提供更多的藝文作，品豐富都市的文化生活。

## 三、「臺中市文化專車」對藝文作品的保存與推廣影響為何？

透過訪談與問卷發放，從問題的答案進而了解本活動在文化教育、文化宣傳上的成果，是否能透過活動傳達教育意義讓民眾了解文化資產保存的意義，或者對文化資產有進一步了解，另外，透過活動的舉行對文化資源、藝文團體的曝光率有無正面的影響出現，若有正面的影響則表示活動帶來的效果有助於都市文化發展，若有反面的影響則更應進一步探究其原因，並檢討及改善。

## 四、「臺中市文化專車」對藝文參與人口影響為何？

透過問卷的發放，了解市民參與「臺中市文化專車」之後在文化參與行為的變化：

- 1.藝文人口參與程度變化：參與活動的數量、頻率改變
- 2.藝文人口參與種類多樣性變化：參與活動類型的改變
- 3.藝文人口的多樣性程度變化：參與人的身份別、類型的改變

來搭上臺中市文化專車的市民是否屬特定的某種身分類別？會參與「臺中市文化專車」的市民是否本身就具有一定的文化參與習慣？若此活動吸引到的對象已是本身就有文化參與習慣的基礎，而活動也許沒有真正達成培養、推廣更多臺中市藝文參與人口的目標，必須深入研究其原因，加以改善，讓整個「臺中市文化專車」活動朝向對都市發展文化更有助力的方式舉行。

#### 五、「臺中市文化專車」對於藝文消費（金額）影響為何？

透過問卷調查，了解「臺中市文化專車」對於藝文消費產生什麼變化，若研究能證明「臺中市文化專車」對於市民藝文消費行為有正向影響，讓市民願意為享受文化活動、文化服務而支付金錢、消費行為的表演，相對的這對於提供文化服務的藝文單位也是一種支持，讓以金錢支持藝文單位的現象持續在都市中，得以讓藝文單位有資源創造更多的作品，對於都市文化發展也有正面的幫助。

#### 六、「臺中市文化專車」對地方認同的凝聚影響為何？

透過問卷調查，「臺中市文化專車」是全台首例，是一台乘載旅客至文化景點的觀光巴士，不同於以往的景點接駁車，為臺中市文化資源增加曝光率、提供市民參與、深度體驗文化藝術的管道、培養臺中市藝文參與人口、以「文化」做為媒介，促進縣市合併後，區域民眾之間認識的專車活動。若此活動對於地方認同的凝聚有正面影響，可接此活動設計推廣到各縣市，讓各縣市舉辦當地的文化專車，促進都市文化發展不用舉辦大型文化節目，透過舉辦文化專車也是一個小成本、又能創造都市文化發展大價值的方式。

## 七、「臺中市文化專車」可改善之處為何？

「臺中市文化專車」自民國 100 年開辦以來到現在民國 104 年，活動已經舉辦 5 年，找出「臺中市文化專車」可改善之處能讓活動規劃更加完整，促使活動得執行更符合活動目標。



### 第三節 研究方法

本研究首先透過文獻分析法蒐集文化政策相關概念，了解文化政策與文化活動成效相關的先前研究，整理並應用於在研究架構之中，接著透過觀察法了解「臺中市文化專車」活動執行的過程，最後對活動參與者進行深度訪談與問卷調查，依訪談、回收問卷結果進行分析。

以下分別將本研究採取的四種研究方法做介紹：文獻分析法、觀察法、深度訪談法、問卷調查法。

#### 壹、文獻分析法

經由專書、學術期刊、學位論文、政府出版品、國內政府官方網站、網路資料，蒐集文化政策與文化活動成效在國內外相關的研究，以及目前臺中市文化政策的發展目標與現況。

#### 貳、觀察法

透過觀察法可以增加取得資料的真實性，研究者在進行訪談時，會因為研究者與受訪者互動情形或個人因素，讓欲蒐集的資料無法自然的呈現，成為研究上的限制，而觀察法能降低這個風險。透過觀察法以取得資料，能夠讓研究者觀察的現象在自然環境的情境中（林淑馨，2010）。

本研究預計於 2015 年 3 月搭乘「臺中市文化專車」，以參與觀察者的身分進行實地觀察、系統觀察，將觀察期間成員的互動（民眾、隨車導覽人員、文化志工、藝文團體）、參訪文化景點過程的情況紀錄下來。觀察提綱與紀錄如下表（請見表 11）。

表 11 觀察提綱與紀錄表

地點：		
時間：		
對象	觀察項目	情境描述與紀錄
供給者	在體驗文化活動過程中的反應為何？	
需求者	再提供文化服務的過程中的反應為何？	
活動規劃者	舉行活動的過程有何作為？	

資料來源：本研究設計



## 參、深度訪談法

針對「臺中市文化專車」中的供給者（藝文團體），分別進行深度訪談，深度了解「臺中市文化專車」的舉辦對他們的影響。

選取受訪對象的方式採取分層抽樣法，首先將歷年文化專車參訪過的所有景點，整理歷年文化專車參訪景點表（請見附錄一），並將景點區分成 12 種：官方藝文中心、私人藝文中心、地方文化館、風景區、觀光工廠、藝文團體、文化資產類、文創、藝術家工作室、休閒園區、藝術亮點、社區營造，但本研究所設計的訪談提綱主要是針對臺中市藝文團體，所以並不是全部類別的景點都能作為抽樣的類別。

在這 12 類的景點中排除官方藝文中心、風景區、文化資產類，官方藝文中心的成立時間較長，宣傳也有一定的程效，若進一步討論藝文參觀次數的變化，並不是本研究所注重之處，本研究以探討藝文團體為主；風景區可以讓參與民眾體驗臺中之美，文化資產類的景點雖能呈現豐富的臺中歷史與文化，但風景區與文化資產類這兩類，要進一步尋求訪談對象較為困難，且這類的景點大多不需要門票，難以計算藝文參觀人數，也沒有曝光率的困擾，因此官方藝文中心、風景區、文化資產類不納入抽樣的範圍。

本研究訪談 3 位受訪者，從歷年文化專車參訪景點表中的 12 個類型，排除官方藝文中心、風景區、文化資產類這三類，透過 excel 亂數生產器隨機抽出 3 個類型代碼，分別在這 3 個類型代碼抽出 1 個景點代碼（請見附錄二）。

抽樣選中的藝文團體分別是「抽樣代碼 1」私人藝文中心：「景點代碼 1」聚金會神金華山媽祖文物館、「抽樣代碼 6」藝術家工作室：「景點代碼 7」凡亞畫廊、「抽樣代碼 9」社區營造：「景點代碼 1」大雅失落童玩村。詳細訪談藝文團體、受訪時間、受訪對象的整理如下表（請見表 12），另外，訪談提綱轉換表置於附錄（請見附錄三）

表 12 訪談對象抽樣表

類型代碼	抽樣代碼	景點代碼	類型名稱	受訪藝文團體
1			官方藝文中心（共 10 個）	
2	1	1	私人藝文中心（共 8 個）	聚金會神金華山媽祖文物館
3	2		地方文化館（共 17 個）	
4			風景區（共 4 個）	
5	3		觀光工廠（共 11 個）	
6	4		藝文團體（共 6 個）	
7			文化資產類（共 25 個）	
8	5		文創（共 4 個）	
9	6	7	藝術家工作室（共 9 個）	凡亞畫廊
10	7		休閒園區（共 5 個）	
11	8		藝術亮點（共 5 個）	
12	9	1	社區營造（共 5 個）	大雅失落童玩村

資料來源：本研究整理

表 13 深度訪談對象表

藝文團體名稱	受訪對象 職稱	代號	訪談日期
凡亞畫廊	經理	A	2015/2/11（三） 14：00～14：40
大雅失落童玩村	執行長	B	2015/3/23（一） 9：30～10：35
聚金會神金華山媽祖文物館	館長	C	2015/4/10（五） 13：30～14：30

資料來源：本研究整理

## 肆、問卷調查法

藉由問卷調查法可蒐集到受訪者事實（例如：性別、年齡）、感覺或知覺、意見、態度及行為等訊息，適用在研究問題牽涉到個人的感受、意見、態度的情境。問卷調查法為一種量化資料蒐集的方法，依抽樣出來的個人所獲得的訊息，在推論至較大的母群體之上。

問卷調查的調查對象以參與文化專車之民眾為主。研究問題、概念型定義與操作型定義轉換表（請見附錄三）。

### 一、調查母體與樣本：

本研究問卷調查母體為 104 年第一梯次報名 3~4 月份「臺中市文化專車」成功、完成報名手續（繳費）的民眾，研究範圍第一梯次、3~4「臺中市文化專車」透過文化局抽籤方式，每一車將正取 40 位民眾，經過隨機抽樣方式選取發放問卷車次。各個發車路線及發車日期如下表（請見表 14）

表 14 104 年「臺中市文化專車」第一梯次路線、發車日期表

	路線名稱	發車日期
第一梯次 3/28~7/12	藝趣橫生心藝農	3/28(六)、4/12(日)、5/2(六)、5/30(六)、 7/4(六)、7/5(日)
	有志藝同賞遊藝	3/28(六)、4/11(六)、5/9(六)、6/6(六)、 7/4(六)、7/5(日)
	藝遊未盡品文藝	3/29(日)、4/18(六)、5/16(六)、6/13(六)、 7/11(六)、7/12(日)
	藝脈相承好演藝	3/29(日)、4/25(六)、5/23(六)、6/27(六)、 7/11(六)、7/12(日)

資料來源：本研究整理自文化局（2015）。悠遊臺中有藝思—2015 臺中市文化專車報名網頁，2015 年 3 月 17 日，取自：網址

<http://2015bus.secondstore.com.tw/news.aspx>。

## 二、隨機抽樣方式與程序：

隨機抽樣方法以筆者時間能配合為主要考量，礙於時間、經費，選取在第一梯次3~4月份「臺中市文化專車」的範圍，只要時間能配合，即去進行問卷發放。

## 三、施測過程與結果：

(一) 施測方法：事先與文化局承辦人聯繫並取得發問卷的同意，將本研究設計問卷與文化局活動滿意度問卷進行合併，筆者並參與整天的活動，進行實地觀察法兼工作人員協助活動進行，行程的最末端將回成的途中，進行問卷發放，等待受訪者填完問卷後，當場回收，並給予小禮物。

### (二) 施測日期

表 15 問卷發放日期表

路線名稱	問卷發放日期
藝趣橫生心藝農	3/28 (六)
有志藝同賞遊藝	4/11 (六)
藝遊未盡品文藝	4/18 (六)
藝脈相承好演藝	3/29 (日)、4/25 (六)

資料來源：本研究整理

(一) 施測結果：

- 1.施測日期：104年 3/28、4/11、4/18、3/29、4/25（共5天）
- 2.發出問卷數：171份<sup>8</sup>，回收問卷數：171份，回收率：100%
- 3.無效問卷選取方式（符合下列其一條件，即視為無效問卷）：
  - (1) 遺漏答題超過五題者。
  - (2) 單選題，填選兩個選項（含以上）超過三題者。
- 4.無效問卷號碼：91、111、132、141、148、156（共6份問卷無效）
- 5.有效問卷數：165份
- 6.有效回收率：96.49%
- 7.實際抽樣誤差：在信賴水準 95%，實際抽樣誤差為±6.8



---

<sup>8</sup> 問卷發出數量依當日參與人數、可實際填寫成員為主，每一車次共有 40 位參與者，有時天候不佳，遇到下雨時，未能 40 位都皆能出席，另有無法理解、填寫問卷的幼童，因此發放為 171 份問卷。



## 第四章 研究結果與發現

本章將結合觀察、深入訪談與問卷調查的結果進行實證分析，將依臺中市文化專車所牽涉的成員分為供給者、需求者及活動規劃者三種類型作為分析依據，藝文團體即供給者，需求者即報名活動之民眾，活動規劃者即文化局。從民眾文化活動參與情形、藝文團體在藝文創作發展、文化局對文化資源與推廣狀況深入分析，以回應研究問題。

第一節針對文化活動參與之成效進行說明，第二節從文化資源推廣與保存的角度進行成效分析，第三節聚焦於說明藝文團體創作動力之影響，最後，第四節呈現臺中市文化專車活動執行實況及相關意見。

### 第一節 臺中市文化專車對文化活動參與之成效

臺中市文化專車所牽涉的成員的需求者，即報名活動之民眾，本節分析角度將以民眾為主進行文化活動參與成效之分析，包含藝文人口參與、藝文消費及地方認同的變化。

#### 壹、「臺中市文化專車」對藝文人口參與的影響

從問卷調查結果得知參加文化專車的民眾，平均每月參與臺中市藝文活動的次數狀況，平均每月參與臺中市藝文活動 1 次以下者占 52.12% 為最高，2~7 次者占 40% 為次高，8~15 次者占 6.67%，16 次以上者占 0.61% 為最少，另外 0.61% 者未表示或表示不清。如下圖所示（請見圖 5）。

參與「臺中市文化專車」活動之後，增加參與藝文活動的次數意願的情況，表示會增加次數者占 95.76%，不會增加次數者占 4.24%。不願增加參與藝文活動的次數的原因，表示為時間因素占 60%，另外看行程內容、交通分別占 20%。

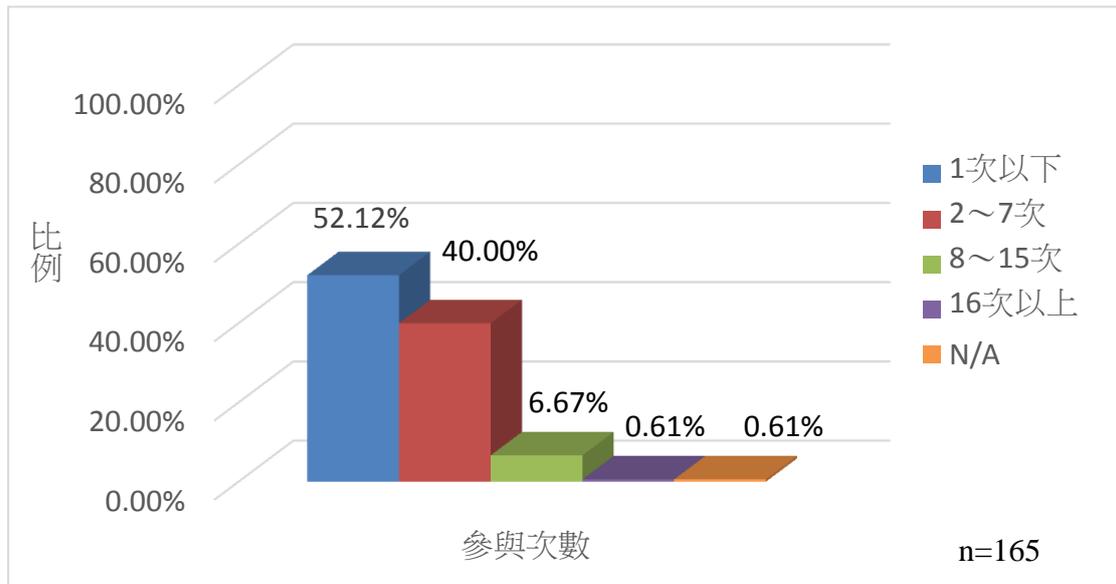


圖 5 平均每月參與臺中市藝文活動的次數圖

由圖平均每月參與臺中市藝文活動的次數，能明顯看出大多數民眾都集中在平均每月參與臺中市藝文活動 1 次以下，但表示參與「臺中市文化專車」活動之後，會願意增加參與藝文活動的次數的民眾高達 95.76%，因此「臺中市文化專車」對於臺中市藝文人口參與活動次數的增加，應有正向影響。

參加文化專車的民眾，喜歡參與藝文活動類型的狀況，喜歡古蹟參訪者占 82.42% 為最高，喜歡音樂者占 58.79% 為次高，喜歡展覽與戲劇者分別皆占 53.94%，喜歡舞蹈者占 41.82% 為最少，如下圖所示（請見圖 6）。

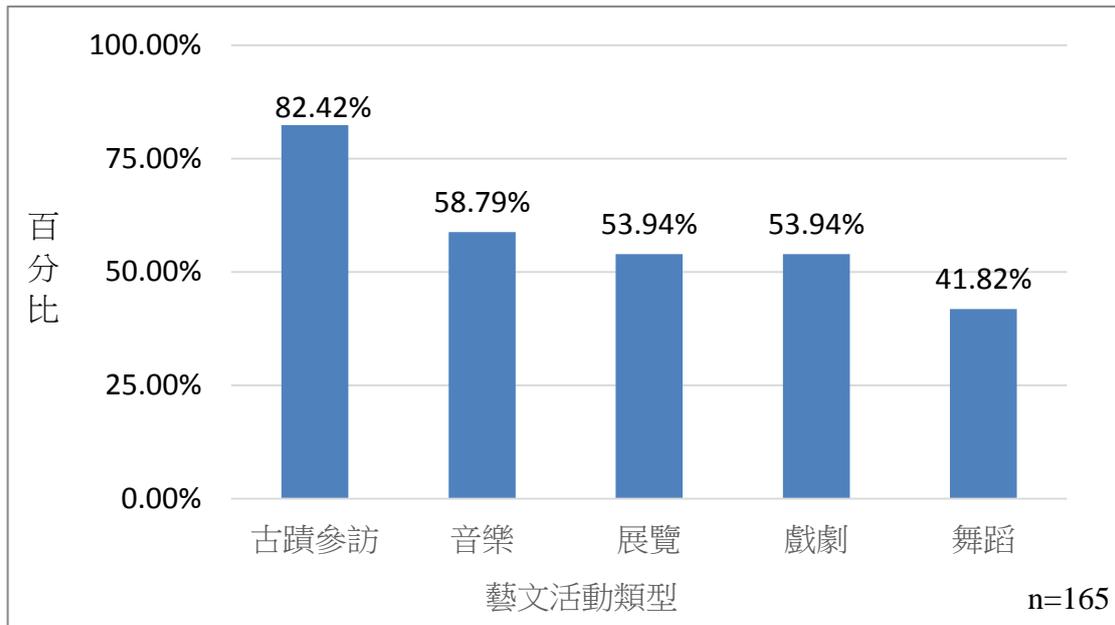


圖 6 喜歡的藝文活動類型圖

## 貳、「臺中市文化專車」對藝文消費（金額）的影響

### 一、「藝文表演」（動態：欣賞劇場、歌劇等等）的消費狀況

從問卷結果得知參加文化專車的民眾，平均每月花費多少金額在「藝文表演」（動態：欣賞劇場、歌劇等等）的消費狀況，花費金額 199 元以下者占 48.48% 為最高，花費金額 200~499 元者占 41.21% 為次高，花費金額 500~1499 元者占 6.67%，花費金額 1500 元以上者占 1.21% 為最少，如下圖所示（請見圖 7）。

參與「臺中市文化專車」活動之後，增加預算在「藝文表演」的情況，表示會增加預算者占 93.94%，不會增加預算者占 5.45%，另外占 0.61% 者未表示或表示不清。不願增加預算在「藝文表演」的原因，表示為預算、金錢因素占 48.86%，另外缺乏時間、興趣者分別占 28.57%。

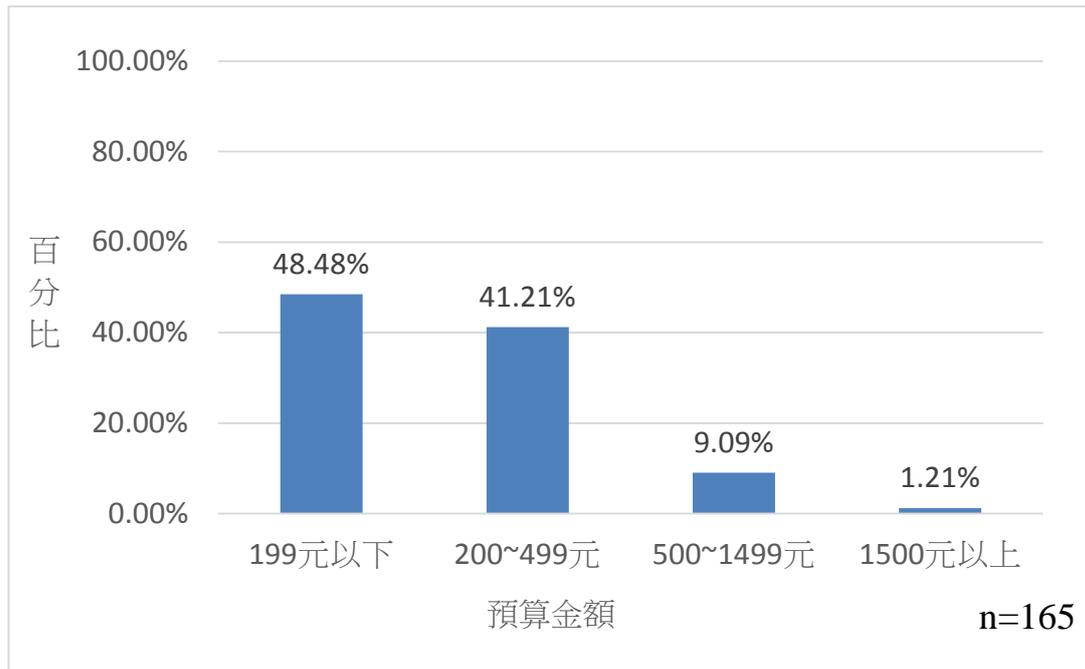


圖 7 每月花費在「藝文表演」比例圖

## 二、「藝文產品」(靜態、實體：文創產品、手工藝品等)的消費狀況

參加文化專車的民眾，平均每月花費多少金額在「藝文產品」(靜態、實體：文創產品、手工藝品等)的消費狀況，花費金額 199 元以下者占 49.70% 為最高，花費金額 200~499 元者占 39.39% 為次高，花費金額 500~1499 元者占 8.48%，花費金額 1500 元以上者占 2.42% 為最少，如下圖所示 (請見圖 8)。

參與「臺中市文化專車」活動之後，增加預算在「藝文產品」的情況，表示會增加預算者占 93.94%，不會增加預算者占 5.45%，另外占 0.61% 者未表示或表示不清。不願增加預算在「藝文表演」的原因，表示為預算、金錢因素占 66.67%，另外缺乏興趣或視需求程度需者分別占 16.67%。

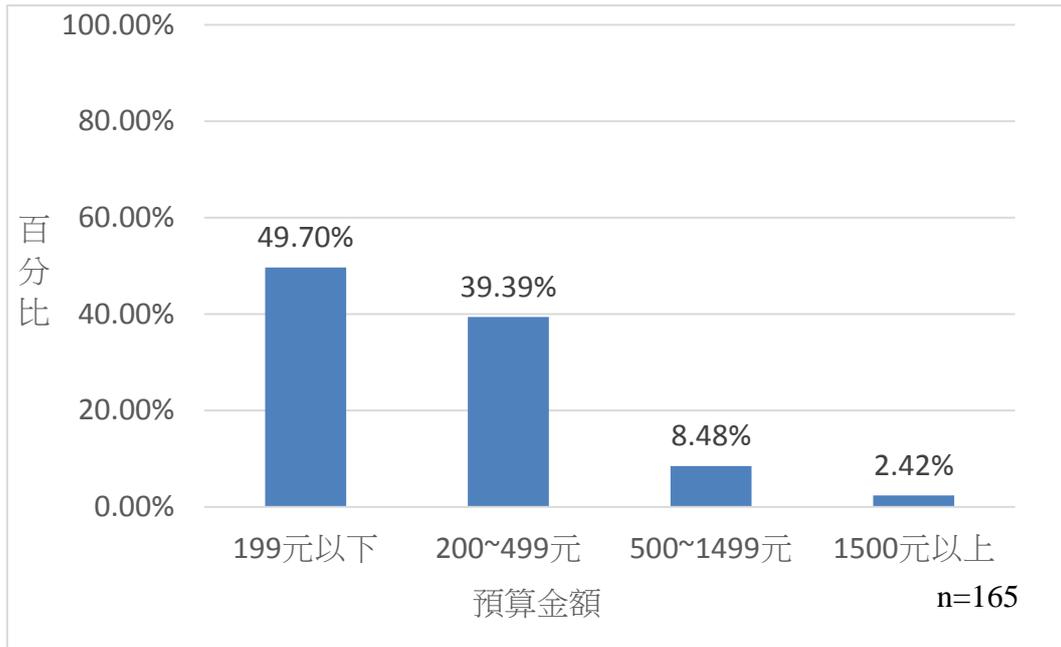


圖 8 每月花費在「藝文產品」比例圖

根據訪談顯示，大多數民眾會有意購買價格不高的紀念品，另外有些藝術產品的價格較高，所以大部分的民眾較沒有購買意願，但儘管民眾購買意願不高，藝文團體還是很願意站在藝術推廣的角度區歡迎這些民眾。

恩...當然來這邊民眾了解媽祖之後，心情不錯，會心動帶一些媽祖紀念品，會帶一些小禮物回家做紀念，但消費較高的奢持品可能就比較少人去買了（C-16）

我覺得以我們凡亞藝術空間所推廣的藝術，他其實所代表的單價都是比較高的。單價高時普通民眾也會覺得，比較高，普通民眾想要購買一張畫，會對他們經濟會造成壓力，所以臺中市文化專車來的時候，詢問度是沒有那麼高的，可是我們也是抱持著一種藝術推廣的心態去歡迎他們的。（A-2）

恩...我們沒有正式的統計過 但是我們所辦理的是三個月，所以說可能可以看到的變化 還是沒有那麼大。因為我們是一個非常專業得一個畫廊，那我們販售的單價比較高 普遍民眾他們看到價格也是比較保守一點。（A-9）

### 參、「臺中市文化專車」對地方認同的影響

參與「臺中市文化專車」活動之後，對地方認同凝聚影響的情況，表示會增加認同感者占 99.39%，不會增加認同感者占 0.61%。(請見圖 9)

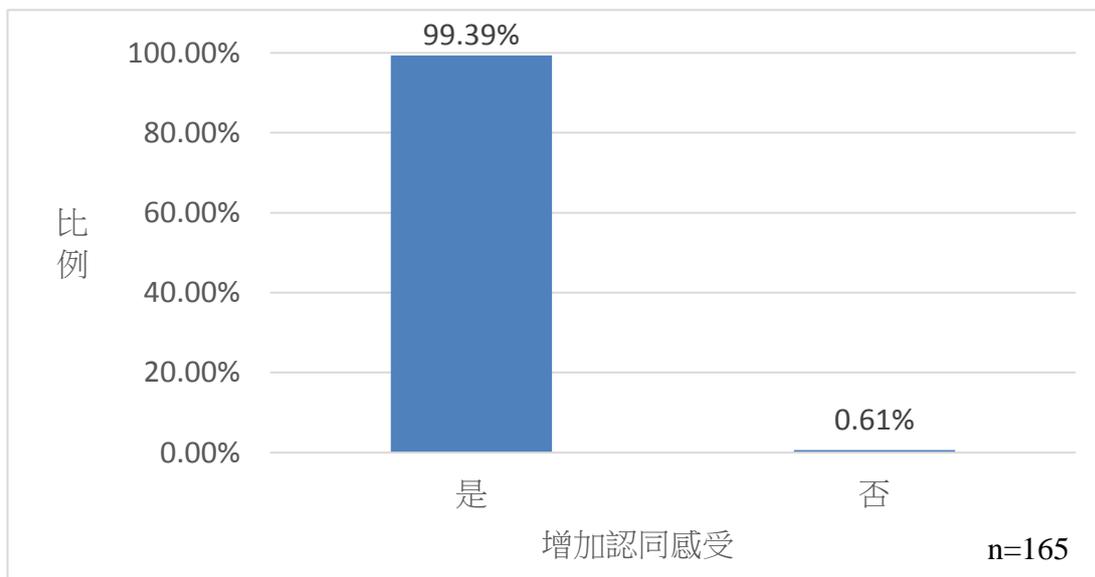


圖 9 增加對臺中市藝文資源的認同感比例圖

由圖得知增加認同感的人數比例，能明顯看出大多數民眾在參與「臺中市文化專車」活動之後，對地方認同的感受會增加。

根據訪談顯示，舉辦「臺中市文化專車」活動，能有較多元的體驗，能夠幫助參與民眾更認識臺中，並且讓文化與歷史更做為一個傳承。

雖然說媽祖有宗教的力量，若外國人來會覺得怪怪的，我就會告訴他們就把這些作品當作藝術品，就像在家都是拿香拜拜，但是到了歐洲旅遊之類的，都是去看教堂，他們來也可以參觀我們的寺廟、了解媽祖，不必讓自己侷限在信仰的框架裡頭，當作藝術品來欣賞，舉辦這個活動讓民眾可以讓民眾更了解這些媽祖文化、歷史，來到館這裡我們就會想要做個傳承，來把這些知識分享出去，讓更多人知道，停留的時間長一點，也才會更具有深度 (C-15)

## 第二節 臺中市文化專車對文化資源推廣與保存之成效

臺中市文化專車所牽涉的成員的活動規劃者，即主辦活動的文化局，本節分析角度將以文化局為主，針對文化資源推廣與保存的效果進行分析。

### 壹、「臺中市文化專車」對文化資源推廣的影響

從問卷結果得知參加文化專車的民眾，當天活動與誰做伴一起參與「臺中市文化專車」的狀況，與家人一同參與者占 81.21% 為最高，與朋友同行者占 12.73% 為次高，自己一人參與者占 6.67% 為最少，如下圖所示（請見圖 10）。

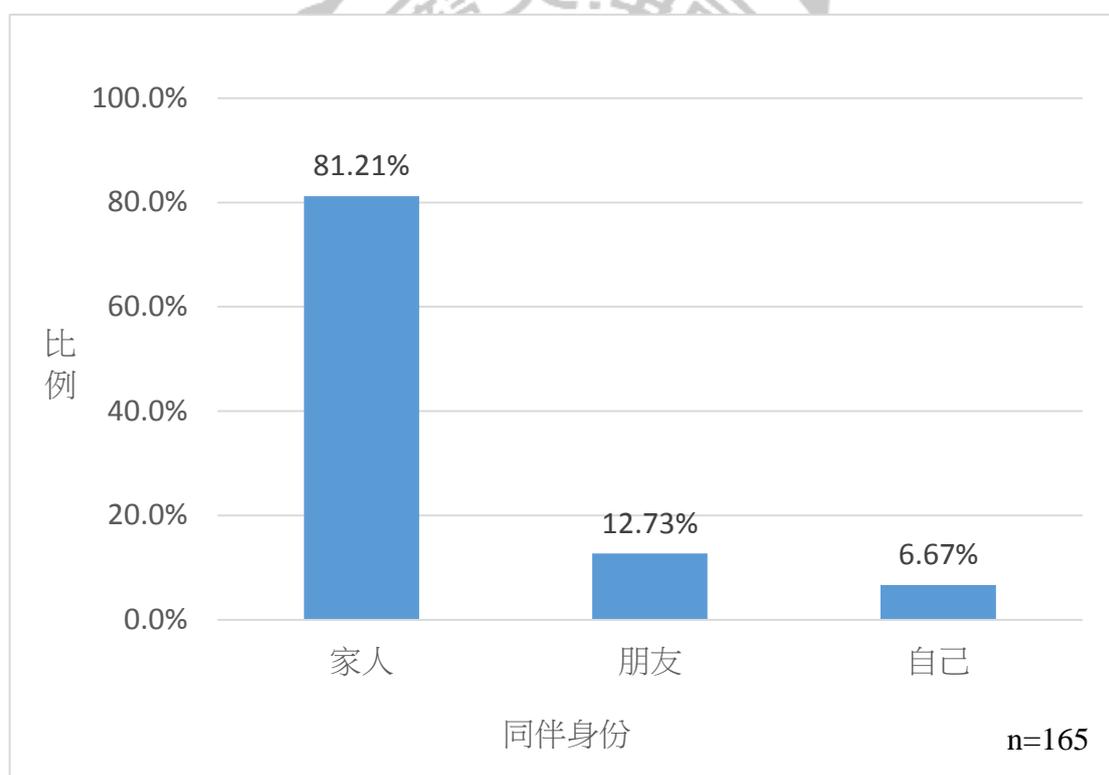


圖 10 陪同者之身份圖

在參與「臺中市文化專車」之後，表示下一次「臺中市文化專車」活動開辦，會找更多同伴者占 98.79%，不會找更多同伴者占 1.21%。

根據訪談顯示，經由參與「臺中市文化專車」活動，提供地點作為參訪、提供導覽，也因活動帶來的人潮，能有更多與人交流的機會，促使藝文團體或社區發展協會發現有何改進之處。

其實這些產業是要一步一步走下去，這發展當然是一定會有，人來我們也發現我們的問題在哪裡，你沒有把人帶來，我們不知道我們的產業要怎麼走。透過每次辦活動，慢慢去修正，來的時候一定會造成效益，他們來如果看完之後覺得不錯，一定會再叫人家來。。那透過一次兩次的活動 我認為社區產業已經慢慢起步了!讓後續效益一定會再出來。(B-10)

參加文化專車的民眾，得知活動訊息方式的狀況，透過文化局網站得到活動訊息者占 55.15%為最高，透過親友推薦者占 41.82%為次高，透過報章雜誌者占 19.39%，透過臉書者占 18.18%，透過電視廣播者占 5.45%，透過其他方式得到活動訊息者占3.64%為最少，如下圖所示（請見圖 11）。而透過其他方式得到活動訊息者，其中 60%是透過臺中市政府 line，另外從臺中市政府電子報與各區圖書館得知訊息者，分別占 20%。

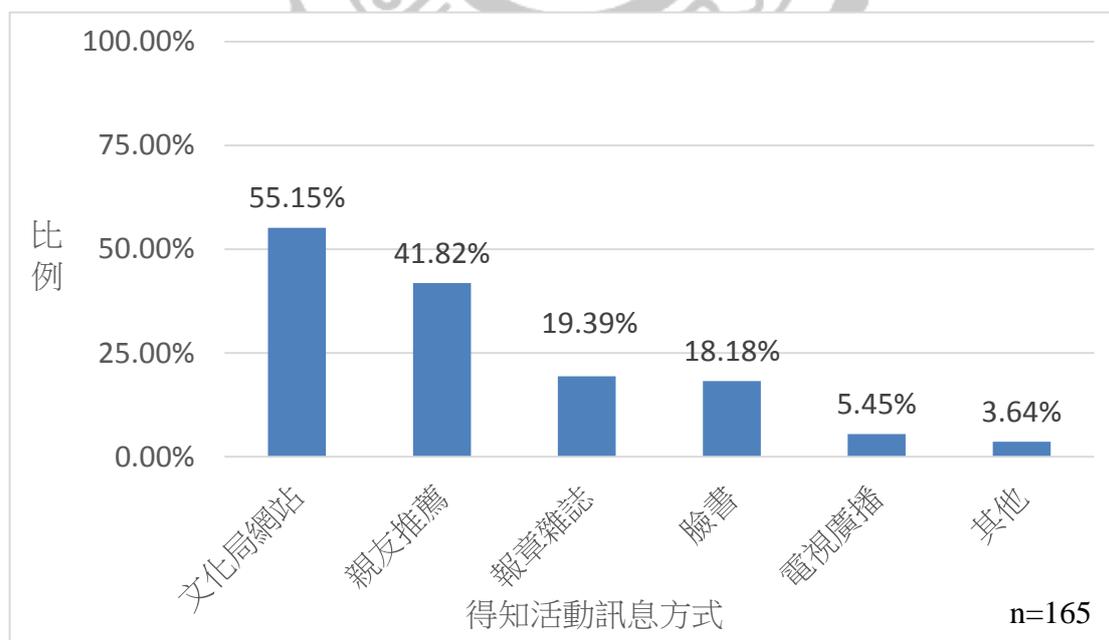


圖 11 得知活動訊方式圖

參加文化專車的民眾，參與臺中市文化專車經驗的狀況，表示過去曾參與過者占 55.56%，表示過去沒有曾參與過者占 44.44%（請見圖 12）。

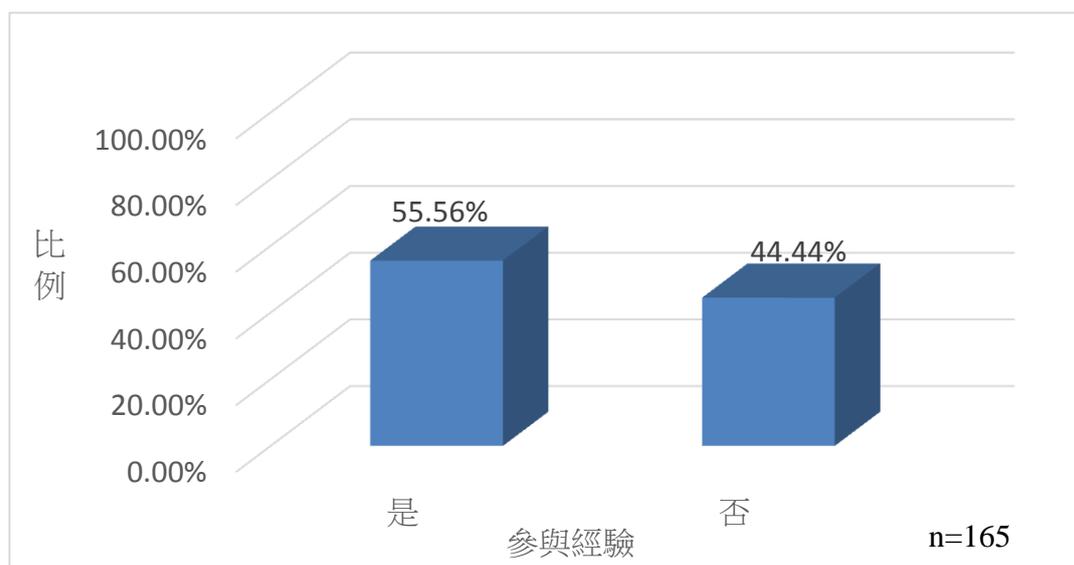


圖 12 參與臺中市文化專車經驗圖

過去曾參與過臺中市文化專車的民眾，參與次數的分佈狀況，表示參與過者 1 次者占 54.95% 為最高，表示參與過者 2 次者占 24.18% 為次高，表示參與過者 3 次者占 17.58%，表示參與過者 4 次者占 2.20%，表示參與過者 6 次者占 1.10% 為最少，如下圖所示（請見圖 13）。

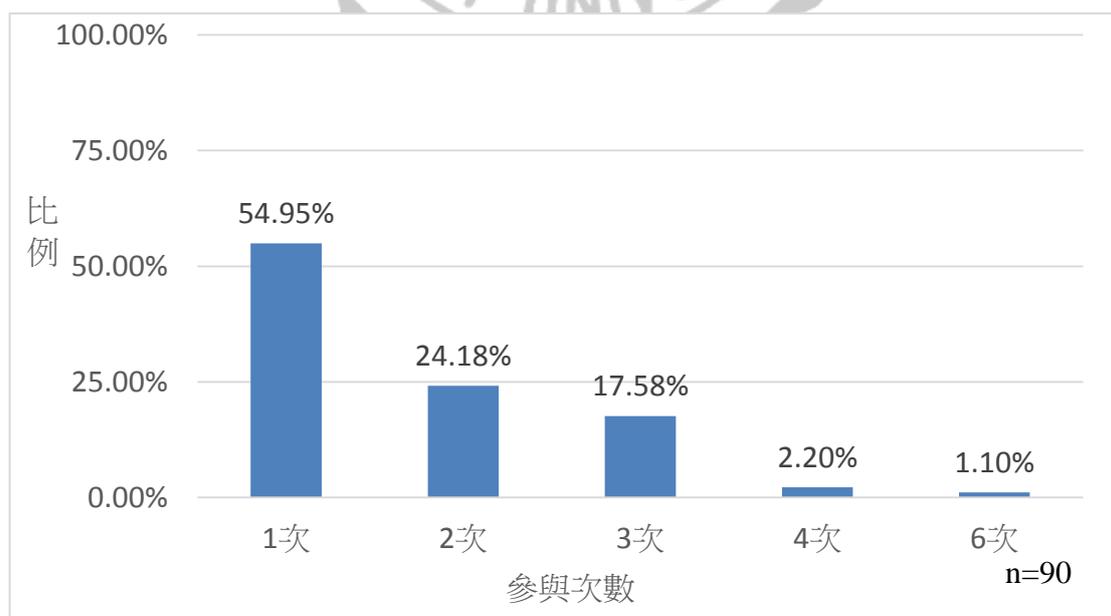


圖 13 參與臺中市文化專車次數圖

過去曾參與過臺中市文化專車的民眾，參與之後對藝文活動參與的影響，表示喜歡的藝文活動類型更多元者占 91.11%為最高，表示參與藝文活動的次數增加者占 81.11%，表示花費更多預算在「藝文表演」者占 55.56%，表示花費更多預算在「藝文產品」占 54.44%為最少，如下圖所示（請見圖 14）。

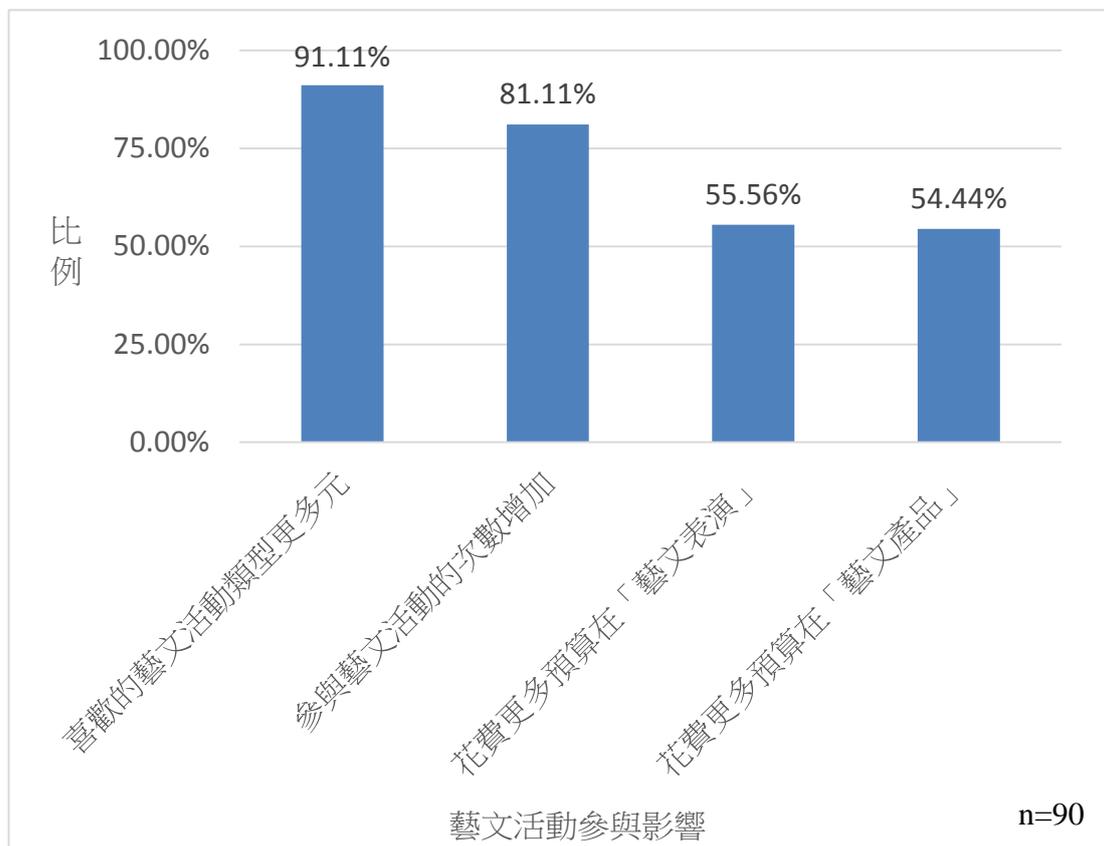


圖 14 參與後對藝文活動影響圖

根據訪談表示，能配合地方文化局舉辦臺中市文化專車，對於提升藝文團體的曝光是有幫助的。

當然配合政府活動很好，這對曝光率也是有幫助的（C-17）

恩...這個活動當然是好可以更多人了解臺中文化，讓一些藝文單位也可以配合政府的活動，提升曝光的機會，但參與的民眾是不是可以分層....分階級....好像也不能說分階級，就是說有一些區隔...（C-18）

此外，臺中市文化專車雖然對於藝文團體、藝文單位的曝光率有所幫助，但同屬於花費一天的活動，相較於大型須付費的博覽會活動，成效會較為偏低，畢竟一日能吸引到萬人的大型付費博覽會，大多都會吸引到對藝術領域的民眾。

我們是覺得說多多少少都會有啦！可是後來3個月我們評估一下成果，成效應該沒有那麼好，像我剛剛跟你提到，我們去博覽會，他可能一天來光顧的是幾萬人，所以我們幾天內來看的時候就變成好幾萬人，所以那一種的曝光率是比較高！對，因為你看像進去博覽會第一個是要付門票，第二個是說，他是在某一些時間裡面，所以你要特地去那邊！所以有些民眾都是對藝術這方面比較有興趣的，多多少少還是有幫助啦！只是我們會去評估說所付出跟我們所收回來的是有沒有比較好的成效。(A-15)

藉由文化局舉辦臺中市文化專車，幫助民眾了解在藝術的價值之外，讓對藝術方面有興趣民眾，有一個管道能進一步交換意見與討論。

我們畫廊是屬於專業的，跟民眾第一線的教育，讓他們知道我們這些藝術的價值。那你剛剛所講的問題，有在認真聆聽介紹的大概是什麼樣的對象，可能沒有跟文化局好好配合好，所以我們都是比較初步的介紹...如果有對藝術更有興趣的民眾，他們也會事後再來跟我們討論這樣子。(A-12)

另外，進一步將「性別」、「教育程度」、「年齡」與「藝文參與習慣改變」關係進行分析，只有不同「年齡」對於活動後「花費較多預算在藝文表演」有顯著影響（請見表16），「15歲以下者」活動後在「藝文表演」的花費預算上，少於「46~65歲」與「65歲以上」這兩個年齡層的人。其他「性別」、「教育程度」、「年齡」與「藝文參與習慣改變」沒有特別的顯著影響（請附錄三）。

表 16 Multiple Comparisons

Dependent Variable: 花費更多預算在藝文表演

	(I) 年齡	(J) 年齡	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	1	2	-.23333	.25577	.891	-.9464	.4797
		3	-.29167	.16989	.429	-.7653	.1820
		4	-.46970*	.16198	.037	-.9213	-.0181
		5	-.56667*	.18610	.025	-1.0855	-.0478
	2	1	.23333	.25577	.891	-.4797	.9464
		3	-.05833	.23622	.999	-.7169	.6002
		4	-.23636	.23060	.843	-.8792	.4065
		5	-.33333	.24813	.665	-1.0251	.3584
	3	1	.29167	.16989	.429	-.1820	.7653
		2	.05833	.23622	.999	-.6002	.7169
		4	-.17803	.12891	.641	-.5374	.1814
		5	-.27500	.15815	.416	-.7159	.1659
	4	1	.46970*	.16198	.037	.0181	.9213
		2	.23636	.23060	.843	-.4065	.8792
		3	.17803	.12891	.641	-.1814	.5374
		5	-.09697	.14963	.967	-.5141	.3202
	5	1	.56667*	.18610	.025	.0478	1.0855
		2	.33333	.24813	.665	-.3584	1.0251
		3	.27500	.15815	.416	-.1659	.7159
		4	.09697	.14963	.967	-.3202	.5141

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

## 貳、「臺中市文化專車」對文化資源保存的影響

### 一、對文化資源尊重與珍惜的態度

從問卷結果得知參加文化專車的民眾，參與「臺中市文化專車」活動之後，對臺中市藝文資源的保存情況，表示會更加珍惜並給予臺中市藝文資源尊重者占 100%，完全無人持反面意見。

### 二、文化知識的延續

另外安排的隨車導覽老師，會在車上不斷傳遞知識，包括臺灣鄉土語言（臺語）教學，及各種有關臺中的歷史文化知識，用淺顯易懂說故事的方式陪伴參加文化專車的民眾一整天，而民眾對隨車導覽老師講解的滿意程度狀況，表示非常滿意者占 68.29% 為最高，表示滿意者占 31.10% 為次高，表示普通者占 0.61% 為最少，如下圖所示（請見圖 15）。

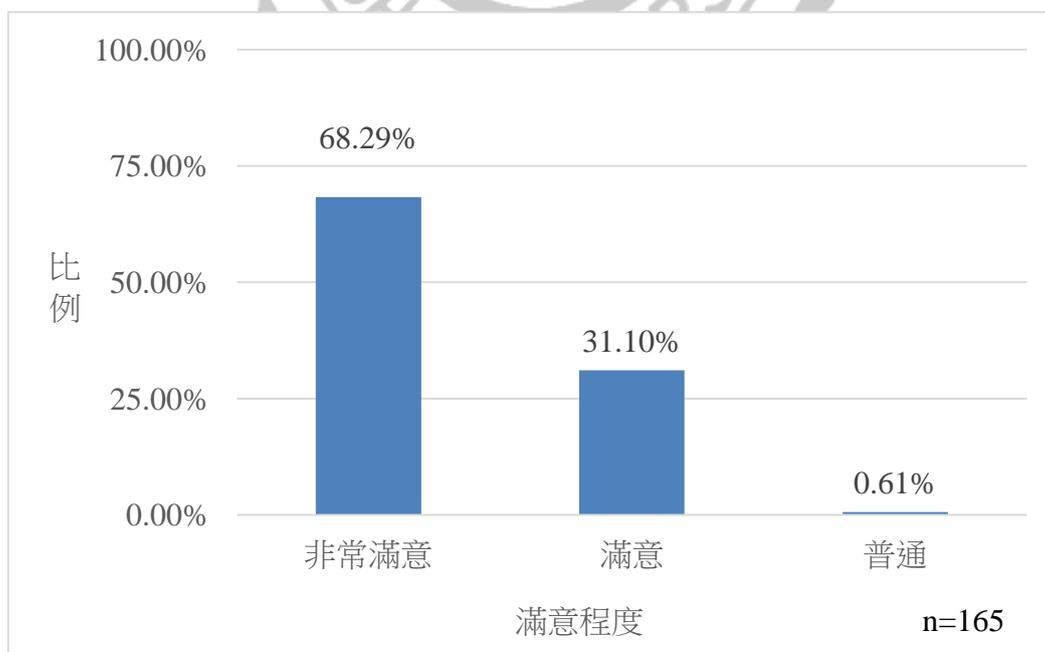


圖 15 隨車導覽老師講解之滿意程度

根據訪談表示，目前政府較踴躍於推廣觀光旅遊，讓民眾能體驗到有深度的文化體驗機會不多，透過文化局舉辦臺中市文化專車，行程安排上較能貼近深層的文化，能夠幫助提升民眾了解在地文化。

現在政府都比較走觀光旅遊的方式，深度的文化體驗較少，這樣子活動當然是可以幫助到這些民眾來更了解臺中，透過解說之後也讓他們更了解媽祖是何許人也，媽祖是經歷了五個朝代，媽祖是宋元明清一直到現在民國，讓更多人認識這個文化很重要（C-15）

除了透過臺中市文化專車能夠幫助提升民眾了解在地文化之外，也能讓民眾了解，在欣賞文化資源的角度能有更多元的角度。

說然說媽祖這是有宗教的力量，但若外國人來的話，會覺得怪怪的，我就會告訴他們就把這些作品當作藝術品就好，恩...就像我們在家都是拿香拜拜，但是如過到了...我們到了歐洲旅遊之類的，都是去哪裡，都是去看他們的教堂，那他們來也可以參觀我們的寺廟、了解媽祖，不必讓自己侷限在信仰的框架裡頭，可以當作藝術品來欣賞。（C-15）

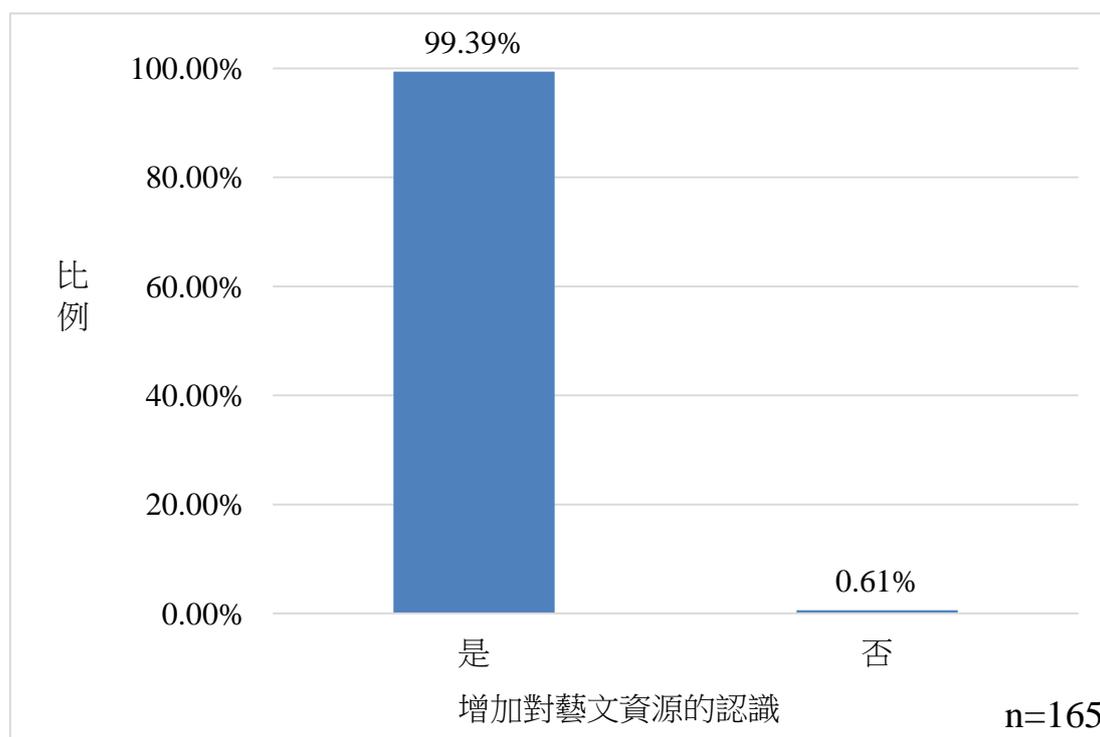
臺中市文化專車能夠幫助提升民眾了解在地文化，又能讓民眾了解欣賞文化資源的多元角度之外，在導覽過程中對民眾能有正面的意義。

恩....我覺得就是到我們本館來參觀，我們就是會去做導覽，這是一定要的，因為整個導覽能夠去介紹整館收藏的東西，那這個並不是你們外界能想像的那麼清楚，就是可以了解整個展覽品的一些歷史阿、故事，那當然透過導覽這些民眾具有極正面的意義，就是他可以透過這樣的展覽品，這樣的導覽，他對某總事務更加的認知、認識。（C-10）

藉由文化局舉辦臺中市文化專車，對於提升民眾了解在地文化的發展與傳承是有幫助的。

舉辦這個活動讓民眾可以了解這些媽祖文化、歷史，來到館這裡我們就會想要做個傳承，來把這些知識分享出去，讓更多人知道，停留的時間長一點，也才會更具有深度（C-15）

參與「臺中市文化專車」活動之後，對臺中市藝文資源認識的情況，表示會增加對臺中市藝文資源認識者占 99.39%，不會增加對臺中市藝文資源認識者占 0.61%，如下圖所示（請見圖 16）。



參與「臺中市文化專車」活動之後，對臺中市藝文資源的保存情況，表示會更加珍惜並給予臺中市藝文資源尊重者占 100%，完全無人持反面意見。

### 第三節 臺中市文化專車對藝文團體創作動力之成效

臺中市文化專車所牽涉的成員的供給者，即配合文化局提供文化導覽服務的藝文團體，本節分析角度將以藝文團體為核心，針對藝文團體創作靈感與作品支持感的影響加以分析。

#### 壹、「臺中市文化專車」對藝文團體創作靈感的影響

透過臺中市文化專車的舉辦，能夠對藝文團體的創作靈感的影響狀況，受訪者認為這活動的舉辦，收穫最大為與民眾互動交流的過程而激發創作的靈感來源，並且運用這創作靈感，最後創作的結果是成為目前很重要作品之一。

其實我跟你講，我們在透過這個活動交流是很好的！這是我想要得到的最大一個部分。我的童玩畢竟是局限在我的生活童年，我每次有觀光團來，我都會從他們身上去挖寶，我會說對他們說，這是我們社區有的文化，同時我會反問他們說，那你們小時候玩過什麼？像我的童玩就沒有無患子這個童玩，而他們就可以說出來與我分享，他們小時候的彈珠就是用無患子去做童玩，我就學到這個！我就反芻回來變成我們現在的文創產品之一。這就是交流的收穫，並且引發我們創作更多的地方。(B-6)

雖說互動過程中能替藝文團體產生創作靈感，但以畫廊為例，首訪者表示導覽過程中，民眾接觸到的是畫作，而非直接與藝術家互動，因此在此種情況下的互動交流不明顯，藝術家難以感受創作靈感來源的刺激。

當初他們在參加活動的時候，其實藝術家並沒有在現場。是由我們老闆親自出來那個導覽。所以說，第一題，你問能不能得到創作靈感，那可能就比較沒辦法！因為藝術家沒有在現場，他不知道這件事情。(A-1)

受訪者表示了解臺中市文化專車行程安排之後，認為能當場與藝術家近距離接觸的行程，是能夠激發藝術家創作的靈感。因為藝術家創作的靈感來源來自於生活週遭的事物，藉由臺中市文化專車也讓民眾走進藝術家生活，而走進藝術家生活之後就會成為創作靈感的來源之一。

新的靈感變成是抽象的，抽象的東西是靠心情的，可能說今天感覺天氣涼涼的、熱熱的、或是發生了什麼好的事情，那你那天心情不同，你在畫的當下你就感覺情況比較好，創作出來的東西可能藝術感都還蠻不錯的，所以重點是藝術家他們的創作靈感來源可能很多，像你說臺中市文化專車可不可以給藝術家靈感，我覺得是有可能的。(A-1)

像有很多藝術家如果只是畫人物，或是社會題材的東西，他跟人接觸就會獲得這些靈感。臺中市文化專車的這些民眾們如果他們也是很熱情的跟這些藝術家去創作，那我覺得說，這個可能性會更大。(A-1)

但以私人藝文中心為例，首訪者表示收藏作品的行為是長久持續累積而成的，並不是因為配合臺中市文化專車才開始收藏作品。

這些收藏品都是 40 幾年的收集才有這麼多，並不是因為舉辦這個活動，而一時之間變出那多收藏的。(C-13)

受訪者表示配合臺中市文化專車提供民眾參訪媽祖文物館，可以讓更多人認識有關媽祖相關的訊息、收藏品，也會更加用心收藏各類有關媽祖文物。

這當然是會的，只是我們的收藏並不是因這活動才開始，但藉由讓更多人知道媽祖，我們會更加用心地收藏各類有關媽祖的文物、作品 (C-14)

## 貳、「臺中市文化專車」對藝文團體作品支持感的影響

### 一、成就感

當一個人所作的某件事物、行為被他人所認同、肯定的時候，心中會產生一股正面的力量，此力量即為成就感，實際上藝文團體藉由配合臺中市文化專車，除了作品、訊息給更多人知道之外，受訪者表示藝文團體也能從活動與民眾近距離的過程中，對彼此某種特定的事物產生情感連結且獲得成就感。

其實基本上他們看到我們的童玩故事已經是非常的佩服了，就是可以用一雙手跟記憶把它完全呈現，大部分都是 50 歲以上到 8、90 歲這個層級他們感受最深，讓我感到很欣慰的是說，我把他們都變年輕了.....所以我說利用童玩這個東西，連結人的記憶跟情感！這個連結是非常有效的。(B-7)

### 二、負面批評成為進步力量

所有事物被討論的時候，皆非只有一種角度，同理，當作品被欣賞受到肯定、讚美的時候，也會有負面的意見出現，受訪者表示配合臺中市文化專車，作品能得到民眾肯定得力量之外，同時也會遭受批評，雖說批評、負面意見所占比例較少，但從負面與批評的聲音中，得到一種學習與成長的力量，接受不同的意見，擁有進步的空間。

其實他們來到這邊體驗、欣賞童玩村的這些作品，然後給予肯定，是我們社區一直走下去很大的力量！我們也慢慢學會到，別人去丟一些負面的東西，我們也學著去接受。(B-8)

他們可能會嫌東嫌西，會變成是我們的力量，我們會去改進。那個負面是很少很少啦！那比較負面！（B-9）

## 第四節 臺中市文化專車活動執行實況

從文獻資料的搜集，能明白臺中市文化專車行程規劃豐富，活動從 100 年開辦迄今已有四年經驗，每年規劃不同路線，分別分布於臺中市山、海、屯、城區的由文化局四個文化中心出發，跨不同區域參訪，以地方文化館、藝術亮點、古蹟歷史建築、藝術家工作室、工藝之家、觀光工廠、社區營造點及特色圖書館等作深度導覽體驗，並在活動中安排表演藝術體驗或藝文 DIY 體驗，讓民眾能在有趣的活動行程中深入認識臺中的藝文資源，

本節主要呈現臺中市文化專車實際活動流程，以及結合觀察與訪談結果對活動執行的相關建議。

### 壹、實際活動流程

透過 104 年 3/28、4/11、4/18、3/29、4/25 這五天的觀察紀錄表，整理出臺中市文化專車實際活動流程的共同之處，流程項目依時間點先後作為排序依據。

表 17 臺中市文化專車活動執行實況

流程項目	描述對象	事件內容與行為的情境描述
報到	文化局	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 確認遊覽車抵達與否，同時請民眾報到、核對身份及人數。因為第一站發車地點是 A 文化中心，而文化局人員增設臺中市政府為接駁點，以讓民眾交通方式能多一項選擇。</li><li>2. 整日工作人員僅兩位，科員及替代役各一位。</li><li>3. 要求原先無報名，但代理他人參加的民眾簽屬切結書，因為臨時參與所以整日的保險名單中未出現代理參與活動者。</li><li>4. 拍照記錄各個行程。</li></ol>

表 17 (續)

流程項目	流程項目	流程項目
報到	民眾	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 報到、上車、占位子。有部分民眾是從臺中市政府搭上遊覽車，而另外一部分民眾直接於 A 文化中心等待集合。</li> <li>2. 要報到時僅能猜測或詢問他人，因為文化局的工作人員沒有穿著服務背心，也沒有設置告示牌。</li> <li>3. 部分民眾臨時不能來，而有請朋友代為參加。</li> </ol>
導覽點 A	藝文團體	<p>A 文化中心的文化志工詳盡解說，但因停留時間過短，部分展覽只能邀請民眾擇日再來。</p>  <p>圖 17 104 年 3 月 29 日 屯區藝術中心導覽</p>
導覽點 A	民眾	<p>在 A 文化中心聽解說完之後，離上車時間僅剩於不到 10 分鐘就要集合上車，大多民眾排隊上洗手間或四處拍照，少部分民眾把握時間在展區內仔細觀看作品及相關介紹，或者拿文化報報的資訊。</p>

表 17 (續)

流程項目	流程項目	流程項目
第一站 導覽點 A 結束	文化局	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 隨車導覽老師會介紹文化局工作人員以及自我介紹，讓民眾知道整日的行程有任何問題可以與誰做聯絡，並且導覽老師不定時的會一直在車上用說故事的方式，介紹有關臺中的歷史文化知識、臺灣鄉土語言（臺語）。</li> <li>2. 發車前均清點人數是否到齊。</li> <li>3. 在 A 文化中心全體參與民眾皆上車之後，發給每人一張整日的識別證以方便身分辨認，以及一張整日行程順序所製成的明信片，讓民眾能做紀念之外，也能隨時清楚整日的行程安排。</li> </ol>
第一站 導覽點 A 結束	民眾	<p>占位子的衝突：A 文化中心導覽完畢之後，民眾沒有分上車地點，隨意的先後上車，而有些在臺中市政府上車的民眾會放置包包，有些不會放置包包，導致從 A 文化中心上車的民眾難以辨認位子是否有人坐，會些微有紛爭。</p>
導覽點 B	藝文團體	<p>導覽人員精心介紹或精彩表演</p>  <p>圖 18 圖 104 年 3 月 29 日 合和藝苑之南管表演</p>

表 17 (續)

流程項目	流程項目	流程項目
導覽點 B	民眾	<p>1. DIY 體驗大家都專心參與</p> <p>2. 大部分的民眾皆認真的聆聽金華山媽祖文物館館長做的介紹，少部分民眾因為家庭成員的年紀較小或年長，需要照顧孩童與年長者，而使對伍散亂。</p>  <p>圖 19 104 年 3 月 28 日 金華山媽祖文物館 DIY</p>

表 17 (續)

流程項目	流程項目	流程項目
導覽點 B	文化局	<p>1. 體驗活動安排</p> <p>2. 體驗活動完成後，唱名方式，請民眾以一組為單位與作品合影照相。</p>  <p>圖 20 金華山媽祖文物館 DIY 成果合影</p>  <p>圖 21 104 年 3 月 29 日 南管樂器體驗</p>

表 17 (續)

流程項目	流程項目	流程項目
導覽點 B 結束	文化局	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 發車前均清點人數是否到齊。</li> <li>2. 宣布午餐後的集合時間與地點</li> </ol>
午餐時間	活動不提供午餐，午餐時間將至特定地點自由用餐。	
午餐時間	文化局	<p>將體驗活動時間所拍攝的照片印製出來，並黏貼於有「2015 年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片上。</p> 

圖 21 2015 年臺中市文化專車 紀念卡片

表 17 (續)

流程項目	流程項目	流程項目
<p>導覽點 C &amp; D</p>	<p>藝文團體</p>	<p>1. 開始導覽前，負責解說的人員皆會問民眾需要用臺語還是國語做說明。</p> <p>2. 熱情分享舉辦活動的日期及內容，積極介紹社區產品。</p>  <p>圖 22 104 年 4 月 18 日 亞洲現代美術館導覽</p>
<p>導覽點 C &amp; D</p>	<p>民眾</p>	<p>在導覽解說的過程，對於有獎徵答或問答題格外有興趣。</p>  <p>圖 23 104 年 3 月 29 日 呂家頂瓦厝導覽</p> <p>如上圖，小朋友欣喜的領取小獎品，對於有獎徵答的活動特別雀躍。</p>

表 17 (續)

流程項目	流程項目	流程項目
回程	文化局	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 發車前均清點人數是否到齊。</li> <li>2. 發放問卷</li> <li>3. 回收問卷與識別證</li> <li>4. 送出當日拍攝照片，製成「2015 年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片讓民眾留念。</li> </ol>
回程	民眾	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 填寫問卷</li> <li>2. 繳交問卷與歸還識別證</li> <li>3. 獲得當日拍攝照片，製成「2015 年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片一組。</li> </ol>

資料來源：本研究整理



## 貳、活動執行建議

### 一、增加停留時間

受訪者認為若時間安排不夠充裕，也可以不用將行程排入，因為安排的時間不夠充裕，藝文團體無法做完整的解說。

對，就是文化局排行程是 OK，可是要去做好時間的安排，不然我們根本沒辦法去做詳細的解說。所以作計畫的人要實際去走一下，不要在辦公室裡面紙上作業，那根本實際路線是不對的！所以如果有機會當然是希望可以排入行程，不過要給我們充分的時間去溝通，不是只給短短時間，不然就會造成我們的困擾。

(B-2)

受訪者表示停留時間過短，無法彈性去運用時間，以致難以安排導覽內容，在短時間內民眾也無法有效的了解某個文化意涵，不但減少民眾知識的獲得之外，同時也對藝文團體造成困擾。

當然就是民眾來到這邊都會覺得很特別，因為那一年排的行程是從神岡到九天文化村..然後中午在排到我們社區。把我們排入計畫當然是很高興，可是事實上，安排的時間已經夠短了，本來只排半個小時，可是那一年又沒有準時到，變成只來 15 分鐘，其實沒有給我們一個半小時變成沒有辦法去了解這個文化，所以說是變成我們的困擾，為了接待你，你來 15 分鐘，去上廁所，然後隨隨便便講完，就走了，所以這樣的話就覺得行程不要再排了，所以是這個原因。(B-1)

受訪者表示活動時間的安排務必要精準的掌握，否則後續安排的行程，將會不斷地受到延遲影響，而另外也期待安排的活動能多結合整體社區，少以單一私人的業者為主，透過活動來帶動整體區域發展，而非提升某一個業者的知名度。

就是像我剛剛講過，你在安排活動的人，第一個一定不要只是紙上作業，你一定要去親自考察，去了解他的路程時間，要精準，團體活動時間一定比較長，你要去計算準確，不能壓縮到最後根本沒有時間去參訪嘛！第二個我希望說，在做文化列車的導覽，應該是以社區為重要，比方說這個產業這個達人，跟社區是不是有連結的，如果是私人的跟社區是沒有連結的。當然就時間安排很重要，大概是這個樣子啦！還有什麼要問的，或是我們要用雜七雜八聊的（B-12）

受訪者表示停留時間過短，對於濃縮導覽時間感到可惜，即便很用心想安排更具深度、更豐富得導覽內容傳遞給民眾，但礙於時間的限制，因而無法達到這理想的狀況。

那我們當然是希望他留在館內的，逗留時間會長久一點，而且是比較一些做一些深度的較有深度的參訪，我們可以多做一些介紹阿，那我們就是設計一些DIY，DIY大概20分鐘到30分鐘就可以完成了，那我們陸陸續續會開發DIY相關的一個課程（C-7）

沒辦法很認真~我們沒有辦法去述說這個故事牆背後的故事，包括我們的產業，沒辦法讓他們去了解。（B-4）

因為其實我記得當初可能時間也沒有很久 我們就是中途讓大家累了下來上個廁所 所以在我們這邊停留個30分鐘 所以接觸時間是比較少的 能給人家比較藝術更進一些方面 也是沒有辦法...（A-14）

## 二、事先聯繫須明確告知人數、年齡層相關細節

受訪者表示曾有過經驗，文化局承辦人無事先聯繫相關作業流程，包含人數、日期、遊覽車車牌等相關資訊，而使導覽當天造成他們的困擾，於今年更換承辦人之後，才有一個好的溝通與協調，讓導覽安排更為細緻。

對對，他們事先是有跟我講阿什麼，那當然我們是絕對誠心歡迎他們帶團來這樣子，那今年就是跟前年不一樣，今年就是會有那個承辦的小姐事先跟我們聯繫，而且在費用上他們也跟我們詢問的很清楚，那坦白講我們基本上是用 DIY 去當成這種入場的清潔費用的這一些收支開銷，其實我們一方面也是做傳承，媽祖的一些文化的工作，我們並不是以營利去做這樣一個事業（C-5）

也沒有總人數，就是說哪一天 什麼時候 會來。可能會告訴可能一兩台遊覽車 這樣子。（A-7）

### 三、年齡層區隔參與民眾

臺中市文化專車的舉辦，除了幫助更多民眾認識臺中文化之外，受訪者也表示借此讓藝文團體也能提升曝光機會，但如果將參與民眾做一些年齡分層，這樣有助於導覽者掌握最適合民眾的導覽方式。

恩...這個活動當然是好可以更多人了解臺中文化，讓一些藝文單位也可以配合政府的活動，提升曝光的機會，但參與的民眾是不是可以分層....分階級....好像也不能說分階級，就是說有一些區隔...（C-18）

不同年齡的導覽方式會不同，如果可以讓年齡層有點區分會比較好，小朋友的話可以從故事的方式引導，但講國語可能有部分長被會比較難理解，不過在 DIY 的行程是大小朋友都可以一起同樂，但能讓整個報名的民眾有一些年齡區隔會更好（C-19）

不同年齡層的民眾越多，會增加導覽的困境，受訪者認為因為參與民眾習慣的語言、喜歡的導覽方式、對藝術領域目前的認知程度不同，導覽者所運用的導覽方式也必須因群眾類型不同而有所調整。

對，因為我們有發現說，在導覽的時候可能會有一小群的觀眾，可是旁邊有小孩子在跑，我們就比較沒辦法控制那個場面。阿一次來的人也是很多，阿也有就是說，還有一點是說，像年輕族群 或比較老一倍的，那我們老闆就發現，可能要用兩種語言，像中文或台語，就會發覺這樣時間會花太長，民眾比較沒有耐心，所以說文化局可不可以把他們歸類成一個台語團阿，年輕的阿，那我們比較針對這個族群的哪一方面，用他們比較會去關心的..因為不同年齡對藝術的感覺是會不一樣的，如果我們用就是，文化局可以和我們是先配合，像是哦今天來的是比較年輕一點的族群，那我們講的事情就會比較不一樣。(A-6)

#### 四、行程要有明顯主題

行程的規劃需要另參與民眾留下深刻的印象，能將一日的行程用一個明顯的主題做連貫，避免一日行程參與很多不同性質的文化領域，讓民眾真正有收活之處卻不多。

那辦這旅遊的時候，像很多藝術家都會有自己的工作室，文化局就可以跟藝術家聯絡一下，到他們工作室，這樣我們會覺得是比較有特色的，不會像說是去什麼地方，阿看了很多東西，可是一天下來你問民眾學到什麼東西，他們也講不出一兩樣。(A-11)

#### 五、勿讓隊伍分散影響

受訪者表示多數民眾下車時即去洗手間，讓導覽人員無法有效集合民眾，並且提供藝文服務的景點彷彿將被當作休息站。

我們是有幾點建議，就是像他那時候是坐遊覽車來，所以大部分人下車第一時間就是跑廁所。那我的意思是 他們第一時間是跑廁所，我們是要導覽把人聚集起來，那這樣子就沒辦法聚集人。(A-5)

## 第五章 結論與建議

本章整理文獻分析法、研究結果與發現歸納出本研究結論，首先第一節研究問題的回答，即是透過按照先前七項細目研究問題之順序作為排序，精簡說明每項研究問題之結果，接著，第二節結論是說明本研究最重要的研究發現，最後透過文獻分析法、觀察法、深度訪談法、問卷調查法的結果在加上筆者個人意見提出建議，其中包含政策建議及後續研究建議。

### 第一節 研究問題的回答

主要研究問題的答案則是歸納於下一節的結論中，本節將依序說明下列七個細目研究問題所得到之答案：

#### 壹、「臺中市文化專車」執行目標、活動實際流程

##### 一、執行目標

民國 100 年縣市合併之後，行政轄區更寬闊，文化資源更豐富，臺中市政府文化局特別規劃「臺中市文化專車」活動，除了提供民眾另一個參與外，更期望以「文化」作為溝通之媒介，促進縣市合併後區域民眾間之認識與瞭解。本研究整理出幾點「臺中市文化專車」的執行目標：

(一)增加文化資源曝光率：推廣臺中市藝文資源(地方文化館、藝術亮點、古蹟歷史建築、藝術家工作室、工藝之家、觀光工廠、傑出社區營造點、特色圖書館)。

(二) 創新的參與文化藝術方式：提供臺中市民參與文化藝術的管道，並且在活動中規劃表演藝術體驗或藝文 DIY 體驗，在玩樂中學習與親近藝術。

(三) 培養藝文參與人口：鼓勵臺中市民多方參與臺中市的藝文設施。

(四) 促進文化認同：以「文化」做為溝通媒介，促進縣市合併後區域民眾之間的認識與了解。

## 二、活動實際流程

活動實際流程依照時間順序區分做介紹，首先是上午報到，而後是上午造訪藝文景點、中午用餐時間，接著下午造訪藝文景點，最後為回程這五個部分，將活動的實際流程詳細介紹，以更能了解活動舉辦的實際狀況。

### (一) 上午報到：

早上參與民眾需向文化局人員核對身份，以完成報到手續。每條路線的出發地點是文化中心，同時也是第一個參訪點，但為了增加民眾前往文化中心的便利性，於臺中市政府惠中樓增加一個接駁點，活動報名階段即可選擇集合地點，文化局並於發車日前進行行前通知，再次統計與確認參與民眾的集合地點。

於臺中市政府惠中樓集合的民眾到齊之後，即出發前完文化中心，抵達文化中心後，同樣的文化局人員會開始核對身份、完成報到流程，完成之後便正式展開一整天的行程，第一站先在文化中心導覽，停留半小時左右的時間。而在文化中心的導覽完畢之後，剩於不到 10 分鐘的時間要集合上車離開，無法讓民眾有充裕時間欣賞展覽，大多民眾會利用這短暫時間排隊上洗手間或四處拍照，少部分民眾把握時間在展區內仔細觀看作品及相關介紹，或者拿文化報報的資訊。

但在這兩個地點，文化局人員皆無準備明確的告示牌引導民眾完成報到。另外，先在臺中市政府惠中路上車前往文化中心的民眾，有的人下車時會放置物品占位子，有的則不會，而導致從文化中心集合上車要前往下一個藝文景點時，民眾在選擇位子時會有些紛爭。

## （二）上午造訪藝文景點

第一站都是安排以文化中心做出發，文化中心由中心內的文化志工詳盡解說，但因停留時間過短，部分展覽只能邀請民眾擇日再來。整日行程集合發車時，文化局人員均須要負責清點人數。

從文化中心導覽結束前往藝文景點的路途中，安排隨車專業導覽老師，隨車導覽老師會介紹文化局工作人員以及自我介紹，讓民眾知道整日的行程有任何問題可以與誰做聯絡，並且導覽老師不定時的會一直在車上用說故事的方式，介紹有關臺中的歷史文化知識、臺灣鄉土語言（臺語）。同時，文化局人員會發給每人一張整日的識別證以方便身分辨認，以及一張整日行程順序所製成的明信片，讓民眾能做紀念之外，也能隨時清楚整日的行程安排。

第二站藝文景點的導覽人員，皆會準備精彩解說或者安排 DIY 體驗活動，大部分的民眾皆認真的聆聽介紹，少部分民眾因為家庭成員的年紀較小或年長，需要照顧孩童與年長者，而使隊伍散亂。在 DIY 體驗活動的同時文化局人員會進行唱名，請民眾以一組為單位與作品合影照相。

## （三）中午用餐時間

活動不提供午餐，午餐時間將至特定地點自由用餐。文化局人員利用此時間，將體驗活動時間所拍攝的照片印製出來，並黏貼於有「2015 年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片上。

#### (四) 下午造訪藝文景點

大多負責解說的人員在開始導覽前，皆會問民眾需要用臺語還是國語做說明。導覽過程熱情分享舉辦活動的日期及內容，積極介紹社區產品。特別的是，在導覽解說過程，民眾對於有獎徵答或問答題格外有興趣。

#### (五) 回程

文化局人員將會發放活動滿意度問卷請民眾填寫、回收識別證，最後送出當日拍攝照片，製成「2015年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片讓民眾留念。



## 貳、「臺中市文化專車」對藝術團體之創作動力影響

### 一、激發創作靈感

透過臺中市文化專車的舉辦，讓民眾走進藝文團體生活的，與藝術家近距離接觸的行程，是能夠激發藝術家創作的靈感。並且更有受訪者表示這活動的舉辦，收穫最大為與民眾互動交流的過程而激發創作的靈感來源，並且運用這創作靈感，最後創作的結果是成為目前很重要作品之一。

### 二、得到支持與成就感

若私人藝文中心為例，受訪者表示收藏作品的行為是長久持續累積而成的，並不是因為配合臺中市文化專車才開始收藏作品，但因配合活動能與更多民眾做分享，在收集文物的過程中能有被支持的感受。

藝文團體表示能從活動與民眾近距離的過程中，對彼此某種特定的事物產生情感連結且獲得成就感。但所有事物被討論的時候，皆非只有一種角度，同理，當作品被欣賞受到肯定、讚美的時候，也會有負面的意見出現，受訪者表示配合臺中市文化專車，作品能得到民眾肯定得力量之外，同時也會遭受批評，雖說批評、負面意見所占比例較少，但從負面與批評的聲音中，得到一種學習與成長的力量，接受不同的意見，擁有進步的空間。

## 參、「臺中市文化專車」對文化資源的推廣與保存影響

### 一、文化資源推廣的影響

#### (一) 參與者有高度意願攜伴參與藝文活動

當天活動與誰做伴一起參與「臺中市文化專車」的狀況，與家人一同參與者占 81.21% 為最高，與朋友同行者占 12.73% 為次高，自己一人參與者占 6.67% 為最少，在參與「臺中市文化專車」之後，表示下一次「臺中市文化專車」活動開辦，會找更多同伴者占 98.79%，不會找更多同伴者占 1.21%。多數人是與家人一起參與，另外藝文活動舉辦時，高達 98.79% 的民眾皆會攜伴參加。

此外參加文化專車的民眾，參與臺中市文化專車經驗的狀況，表示過去曾參與過者占 55.56%，表示過去沒有曾參與過者占 44.44%，而從過去曾參與過臺中市文化專車的民眾，調查參與次數的分佈狀況，表示參 1 次者占 54.95% 為最高，參與 2 次者占 24.18% 為次高，參與 3 次者占 17.58%，參與 4 次者占 2.20%，參與 6 次者占 1.10% 為最少。由此表示超過一半的參與民眾皆有參與經驗，大部分參與次數集中於參與過 1 次。

#### (二) 改變民眾接觸更多元的藝文活動類型

由過去曾參與過臺中市文化專車的民眾，調查參與之後對藝文活動參與的影響，表示喜歡的藝文活動類型更多元者占 91.11% 為最高，表示參與藝文活動的次數增加者占 81.11%，表示花費更多預算在「藝文表演」者占 55.56%，表示花費更多預算在「藝文產品」占 54.44% 為最少。由此可知，活動能明顯改變民眾去接觸的藝文活動類型更多。

### (三) 活動增加藝文團體曝光率

藝文團體表示經由參與「臺中市文化專車」活動，提供地點作為參訪、提供導覽，也因活動帶來的人潮，能有更多與人交流的機會，促使藝文團體或社區發展協會發現有何改進之處。

### (四) 活動成為互動媒介

藉由文化局舉辦臺中市文化專車，藝文團體除了幫助民眾認識在藝術的價值之外，並且提供對藝術方面有興趣民眾，有個管道進一步交換意見與討論。

### (五) 「性別」、「年齡」、「教育程度」與「藝文參與習慣改變」之關係

「15 歲以下者」活動後在「藝文表演」的花費預算上，少於「46~65 歲」與「65 歲以上」這兩個年齡層的人。其他「性別」、「教育程度」、「年齡」與「藝文參與習慣改變」沒有特別的顯著影響（請附錄三）。

## 二、文化資源保存的影響

### (一) 教育正確保存文化資源之態度

參與「臺中市文化專車」活動之後，對臺中市藝文資源的保存情況，表示會更加珍惜並給予臺中市藝文資源尊重者占 100%，完全無人持反面意見。

### (二) 文化價值延續

活動整天安排隨車導覽老師，會在車上不斷傳遞知識，包括臺灣鄉土語言(臺語)教學，及各種有關臺中的歷史文化知識，用淺顯易懂說故事的方式陪伴參加

文化專車的民眾一整天，而民眾對隨車導覽老師講解的滿意程度狀況，持正面意見者高達 99.39%，僅表示普通者占 0.61%。

藝文團體表示目前政府較踴躍於推廣觀光旅遊，讓民眾能體驗到有深度的文化體驗機會不多，透過舉辦臺中市文化專車，行程安排上較能貼近深層的文化，能提升民眾了解在地文化。除了提升民眾了解在地文化之外，也能讓民眾了解，在欣賞文化資源的角度能有更多元的角度。

臺中市文化專車能夠幫助提升民眾了解在地文化，又能讓民眾了解欣賞文化資源的多元角度之外，在導覽過程中對民眾能有正面的意義。參與「臺中市文化專車」活動之後，對臺中市藝文資源認識的情況，表示會增加對臺中市藝文資源認識者占 99.39%，不會增加對臺中市藝文資源認識者占 0.61%，藉由文化局舉辦臺中市文化專車，對於提升民眾了解在地文化的發展與傳承是有幫助的。

#### **肆、「臺中市文化專車」促進民眾藝文參與活動頻率、喜歡更多元活動類型**

大多數民眾都集中在平均每月參與臺中市藝文活動 1 次以下，但表示參與「臺中市文化專車」活動之後，會願意增加參與藝文活動的次數的民眾高達 95.76%，因此「臺中市文化專車」對於臺中市藝文人口參與活動次數的增加，具正向影響。

調查參與之後對藝文活動參與的影響，表示喜歡的藝文活動類型更多元者占 91.11% 為最高。由此可知活動能讓參與者願意接觸更多類型的藝文活動。

「臺中市文化專車」能夠有助於增加市民藝文參與活動的頻率，並且培養民眾喜歡更多類型的藝文活動。

## 伍、「臺中市文化專車」對於藝文消費（金額）影響

藝文團體表示大多數民眾會有意購買價格不高的紀念品，另外有些藝術產品的價格較高，所以大部分的民眾較沒有購買意願，從問卷調查結果得知多數民眾在活動結束後，願意增加預算在「藝文產品」。

## 陸、「臺中市文化專車」對地方認同的凝聚影響

參與「臺中市文化專車」活動之後，問卷調查民眾對地方認同凝聚影響的情況，表示會增加認同感者占 99.39%，不會增加認同感者占 0.61%。由此能明顯得知大多數民眾在參與「臺中市文化專車」活動之後，對地方認同的感受會增加。

此外藝文團體也表示舉辦「臺中市文化專車」活動，能有較多元的體驗，能夠幫助參與民眾更認識臺中，並且讓文化與歷史更做為一個傳承。

## 柒、「臺中市文化專車」可改善之處

### 一、藝文景點停留時間安排

藝文團體與文化中心導覽人員皆表示時間安排不夠充裕，無法做完整的解說。藝文團體更表示停留時間過短，無法彈性去運用時間，以致難以安排導覽內容，在短時間內民眾也無法有效的了解某個文化意涵，不但減少民眾知識的獲得之外，同時也對藝文團體造成困擾，停留時間過短，對於濃縮導覽時間感到可惜，即便很用心想安排更具深度、更豐富得導覽內容傳遞給民眾，但礙於時間的限制，因而無法達到這理想的狀況。。

活動時間的安排務必要精準的掌握，否則後續安排的行程，將會不斷地受到延遲影響。

## 二、活動聯繫提供正確資訊

藝文團體表示曾有過經驗，文化局承辦人無事先聯繫相關作業流程，包含人數、日期、遊覽車車牌等相關資訊，而使導覽當天造成他們的困擾，於今年更換承辦人之後，才有一個好的溝通與協調，讓導覽安排更為細緻。

文化局人員應事前將人數統計、停留時間等資訊，更正確的提供給藝文景點的聯絡人。

## 三、將民眾按年齡層分類

如果將參與民眾做一些年齡分層，這樣有助於導覽者掌握最適合民眾的導覽方式。藝文團體表示民眾習慣的語言、喜歡的導覽方式、對藝術領域目前的認知程度不同，導覽者所運用的導覽方式也必須因群眾類型不同而有所調整。

## 四、隊伍管理

藝文團體反應多數民眾下車時即去洗手間，讓導覽人員無法有效集合民眾，並且提供藝文服務的景點彷彿將被當作休息站。在民眾參訪隊伍的管理需多加留意。

## 五、行程主題

行程的規劃需要另參與民眾留下深刻的印象，能將一日的行程用一個明顯的主題做連貫，避免一日行程參與很多不同性質的文化領域，讓民眾真正有收活之處卻不多。

## 第二節 結論

自民國 100 年縣市合併之後，臺中市政府文化局規劃「臺中市文化專車」活動，以達增加文化資源曝光率、創新的參與文化藝術方式、培養藝文參與人口以及促進文化認同，而此活動之成效如何，本節將整理前述各章節之內容歸納出結論，為本研究對文化政策成效進行檢視的結果。以下分別說明「臺中市文化專車」促進民眾參與藝文活動、提升民眾藝文消費意願、有助臺中市文化資源的推廣及保存之發展、帶給藝文團體的幫助與困擾之處。

### 壹、「臺中市文化專車」促進民眾參與藝文活動

文化活動、文化資源的存在目的就是吸引大眾，文化資源的存在，未必是人人都處處皆知，即便人人處處皆知，也僅侷限於「知」，而無用「心」去體驗、感受。因此，必須政府須要想出對策以應對此問題，運用各種方式來推廣這些文化訊息，並規劃能使民眾能接觸文化資源有更近距離的機會。

為了行銷在地化的特色，國內外各個城市總會積極舉辦各種大型活動，能夠增加城市魅力並且提高知名度，而臺中市文化局為了培養藝文參與人口，舉辦「臺中市文化專車」，其評估活動成效的評估標準，可從藝文人口參與的成長來分析活動是否能滿足民眾的需求、偏好。

#### 一、藝文活動參與人數增加

「臺中市文化專車」的參與民眾，多數人是與家人一起參與，參與活動之後，高達 98.79% 的民眾皆有意願找更多同伴體驗藝文活動，由此可知民眾從「臺中市文化專車」得到文化體驗上的滿足，並激起再續參與藝文活動的熱情。

## 二、藝文活動參與次數增加

除了增加藝文活動參與人口之外，進一步對民眾參與藝文習慣的改變，也是一種對文化政策的評估方式。調查結果發現，原本平均每月參與臺中市藝文活動 1 次以下的民眾最多，占 52.12%，但表示參與「臺中市文化專車」活動之後，參與藝文活動的次數有意願提升的民眾高達 95.76%，因此「臺中市文化專車」對於藝文人活動的參與頻率，具正向影響。

## 三、藝文活動參與類型更多元

針對過去曾參與過臺中市文化專車的民眾，調查是否喜歡的更多元藝文活動類型、增加參與藝文活動的次數、表示花費更多預算在「藝文表演」或「藝文產品」，而占 81.11%的民眾，表示活動之後喜歡的藝文活動類型更多元，由此可知活動能讓民眾認識更多元的藝文活動類型，且進一步激發民眾對不同類型的藝文活動感到興趣。

總而言之，臺中市文化局策劃「臺中市文化專車」對促進民眾參與藝文活動有明顯的影響，包括藝文活動參與人數增加、藝文活動參與次數增加、藝文活動參與類型更多元。

## 貳、「臺中市文化專車」提升民眾藝文消費意願

藝文活動類型多元，因為文化的存在也不單僅一種形式，有靜態（實體的）、有動態，舉例來說靜態的（實體的）有古蹟參訪、雕塑品、手工藝品、畫狀，以靜態的方式傳遞出文化、藝術的氛圍，而動態的是藝文表演，欣賞舞蹈、歌劇的方式。

而人們藉由透過藝文活動來滿足一些需求，舉凡文化知識的提升、心靈的成長、蒐藏藝術品的興趣等等，而在滿足這些需求的過程中，必須付出財貨，這交易過程即是藝文消費。參觀古蹟所付出的門票、欣賞歌劇所付出的門票這些都是藝文消費。

使用者付費的觀念必須落實到藝文消費的範圍，市場存在的本身仰賴需求法則，創造作品的藝術家、舞蹈表演者皆須要有願意消費的需求者，才能更支持他們的生產作品、表演品質的力量。

統計發現民眾參與「臺中市文化專車」活動之後，在藝文消費的狀況，平均每月在「藝文產品」與「藝文表演」上的花費金額，均集中 199 元以下者占最多，但在參與「臺中市文化專車」活動之後，超過九成的民眾均會增加每月在「藝文產品」與「藝文表演」消費的預算。由此可知，「臺中市文化專車」提升民眾藝文消費意願，民眾願意增加每月「藝文產品」與「藝文表演」消費的預算，對提供藝文活動、服務的單位能有正面發展的影響。

### 參、「臺中市文化專車」有助臺中市文化資源的推廣及保存之發展

臺中市目前擁有的文化資產數量與其他縣市相比，明顯較少，但辦理藝術節慶之狀況，與其他縣市相較之下能顯出臺中市辦理次數的頻繁，由此能感受到臺中市積極辦理藝文相關活動，以推廣臺中市文化資源。

研究發現民眾參與「臺中市文化專車」活動之後，會更加珍惜臺中市藝文資源並給予尊重，另外整天的隨車導覽老師，用淺顯易懂說故事的方式教育臺灣鄉土語言（臺語）教學，及各種有關臺中的歷史文化知識，且多數民眾對於隨車導覽老師講解的滿意程度狀況高達九十九成，而表示參與「臺中市文化專車」活動之後，增加對臺中市藝文資源認識、認同感皆高達九十九成，除此之外藝文團體表示透過文化局舉辦臺中市文化專車，行程安排上較能貼近深層的文化，能夠幫助

提升民眾了解在地文化。總而言之，藉由「臺中市文化專車」，除了教育正確保存文化資源之態度，讓文化價值延續，並提升地方認同的凝聚。

## 肆、帶給藝文團體幫助亦造成困擾

### 一、對藝文團體之幫助

藝文團體透過臺中市文化專車的舉辦，使與民眾接觸距離縮短，更有互動交流的機會，且藝文團體表示這活動的舉辦，可以提升藝文團體的曝光率，且藉由跟民眾互動交流過程中獲得創作的靈感，且成為很重要的作品之一，當民眾對於作品的肯定與讚美時，或得成就感。即便作品有遇到少數負面的批評，也讓藝文團體學習接納不同意見，得到向前進步的力量。

### 二、對藝文團體之困惱

文化局規劃「臺中市文化專車」這活動，讓文化局人員彷彿就像一個旅行社，專門規劃深度文化體驗的行程即，參與的民眾即為跟著旅行團的團員「臺中市文化專車」，一趟行程中除了最重要是讓民眾從活動中獲得收穫，讓民眾覺得參與這趟深度文化體驗很值得之外，最重要是行程規劃，內容的豐富程度、時間控管等細節。

雖說「臺中市文化專車」帶給藝文團體許多好處，但同時因為忽略一些細節，而造成藝文團體在配合活動舉辦的困擾。包括停留時間過短，必須濃縮導覽時間，以致部分藝文訊息、社區故是無法有效傳達，而事先應聯繫參與成員資訊，參與人次、年齡層分佈，民眾無年齡層分類，易影響導覽的方式與品質。

### 第三節 建議

#### 壹、政策建議

##### 一、增加政策行銷方式，以讓潛在顧客得到「臺中市文化專車」訊息

透過紙本、網路、新聞、廣告傳達訊息是行銷的方式，透過行銷方法達成政治目的，並以實現政策目標。本研究發現「臺中市文化專車」能夠幫助藝文團體提高曝光率，省去一些宣傳成本，由此能證明活動有達到提升藝文團體曝光率之目標。

從參與民眾得到活動資訊的方式，透過文化局網站得到活動訊息者最高，透過親友推薦得到活動訊息者占為次高；參與臺中市文化專車經驗的狀況，表示過去曾參與過者占一半以上，且大部分集中表示參與次數有 1 次。由此可知多數會參加「臺中市文化專車」的民眾，是藉由文化局網站及親友推薦得到活動訊息，且大部分皆擁有過 1 次的參與經驗。原有參與活動經驗者即為既有顧客，而未有參與活動經驗者即為潛在顧客，參與活動者多為既有顧客的現象對行銷政策效果好壞各半。

參與活動者多為既有顧客呈現行銷政策效果優良的部分，在於重複參與民眾多，表示民眾對於活動滿意度高，從活動中能滿足需求；但換個說法，就是少開發、未吸引到潛在顧客，且得知訊息方式集中文化局網站及親友推薦，宣傳方式過為單一，建議可以將活動訊息除了透過網路分享之外，也能將訊息發給臺中各個學校，是知道訊息的年齡層更廣，或者，將訊息分享於公家機關的網頁、服務處公告數日，讓訊息更廣為人知，而非僅透過文化局網站做訊息的傳遞。積極開發潛在顧客，提升政策行銷的效果，提升更多臺中市藝文參與人口，以達到政策目標。

## 二、「臺中市文化專車」活動規劃流程之建議

### (一) 分眾規劃主題行程

歷年的行程皆有主題設計，也有區分設計適合長者，腳程走訪距離較短的銀髮族路線，但卻沒有將民眾對藝術領域的敏感度、語言習慣分類，導覽過程中，導覽人員需要依不同的群眾而有不同的導覽方式，即為分眾的概念，建議將民眾進行分類，並規劃出特色主題，更能強化民眾獲得藝文知識的效果。藝文團體也表示若將民眾的性質有所分類，也有助於導覽的品質。

### (二) 藝文景點停留時間安排

建議可以增加各個行程的停留時間，或是將行程集中在鄰近的區，避免話太多時間於車程，另外也讓導覽時間更彈性、充裕。藝文團體表示時間安排過短、不夠充裕，將無法做完整的解說，影響導覽內容的豐富程度，而短時間內也難有效使民眾深刻認識某個文化意涵，如此將會減少民眾知識的獲得之外，時間難以彈性運用也對藝文團體造成困擾。如能增加藝文景點停留時間，對於藝文傳遞知識的供、需兩方，將會有正面的幫助。

### (三) 活動聯繫提供正確資訊

藝文團體表示曾有過經驗，文化局承辦人無事先聯繫相關作業流程，包含人數、日期、遊覽車車牌等相關資訊，而使導覽當天造成他們的困擾，於今年更換承辦人之後，才有一個好的溝通與協調，讓導覽安排更為細緻。

文化局人員應事前將人數統計、停留時間等資訊，更正確的提供給藝文景點的聯絡人。

### 三、「臺中市文化專車」活動應持續舉辦，甚至擴大為臺灣文化專車

根據文化部 2012 年對我國民眾對文化態度與認知的調查結果，得知影響民眾接近文化的三大因素為「缺乏時間」、「費用太貴」及「缺乏興趣」（文化部，2014）。而「臺中市文化專車」有明確出發時間，活動也將行程規劃完善，能夠吸引民眾空出時間進行文化參與；一日費用未超過新台幣 200 元，為大部分人皆能負擔得起之範圍；從豐富的活動安排中，民眾皆能提升自己喜歡藝文活動的類別，由此可知活動續辦，能夠有助於文化參與，更建議文化部可以擴大舉辦類似活動（如：臺灣文化專車），讓鄰近縣市的民眾、學童可以參加活動，縮小城市文化之間差距，提升整體國家的文化水準。

## 貳、後續研究建議

### 一、研究方法納入準實驗研究方法執行

準實驗研究指受試者無須隨機地安排被試時，應運用原始群體，在較為自然的情況下進行實驗處理的研究方法。進行調查、觀察的環境是現實的和自然的，調查結果較能與實際情況符合。建議可從「臺中市文化專車」舉辦之前與之後兩個不同的時間點，進行深度問卷調查法。例如：在某一梯次活動報名截止、確認報名成功的名單之後，先寄發問卷請報名成功的民眾填寫，而在民眾參與「活動之後（約一個月之後）」進行第二次的調查，由前後兩次問卷進行深入的分析與比較。此方法較能更貼近的了解民眾參與「臺中市文化專車」之感受，以及文化參與行為上的轉變。

## 二、設計更精確的題目，以便知悉參與者文化參與行為上的轉變

因本研究問卷設計填寫對象是 2015 年「臺中市文化專車」第一梯次參與者，在一天活動結束後於遊覽車回程的途中請民眾填寫，且問卷是經過與文化局溝通，得以用合併問卷的方式做發放，文化局擔憂問卷太複雜而有民怨問題，因此問卷題數不多、問卷的題並不夠深層，僅侷限調查意願上的變化，而沒有深入在變化上的幅度。例：活動讓您的改變（複選題），而選項有（1）喜歡的藝文活動類型更多，（2）參與藝文活動的次數增加，（3）花費更多預算在「藝文表演」，（4）花費更多預算在「藝文產品」。而問卷得出的結果僅能分析是否有改變，而卻不能進一步明白透過活動使民眾藝文參與行為改變的幅度。

建議可以深入調查參與者在藝文參與行為的改變幅度，如喜歡的藝文活動類型更多是增加幾種類別，參與藝文活動的次數增加多少，花費更多預算在「藝文表演」、「藝文產品」有多少比例，深入了解藝文參與行為的改變幅度，可以對文化政策更細緻的分析與建議。

## 參考文獻

### 一、專書

- 丘昌泰（1995）。*公共政策：當代政策科學理論之研究*。台北：巨流圖書公司。
- 吳定（2002）。*公共政策辭典*。台北：五南。
- 李允傑、丘昌泰（1999）。*政策執行與評估*。台北：國立空中大學。
- 林淑馨（2010）。*質性研究：理論與實務*。台北：巨流。
- 林鍾沂（1994）。*政策分析的理論與實踐*。台北：瑞興圖書公司。
- 花建（2005）。*文化產業競爭力的內涵、結構和戰略重點*。載於向勇（編），*北大文化產業前沿報告（9-16 頁）*。北京：北京大學出版社。
- 柯三吉（1993）。*公共政策與政治經濟論叢*。台北：時英。
- 夏學理、凌公山、陳媛（2012）。*文化行政*。台北：五南。
- 郭為藩（2006）。*全球視野的文化政策*。台北：心理。
- 楊美華（2007）。*鄉鎮圖書館服務價值的評鑑*。公共圖書館挑戰與學習。臺中：國例臺中圖書館。
- 楊慕理（2011）。*地方文化產業：整合行銷傳播*。台北：智勝。
- 劉維公（2003）。*臺北市文化產業發展現況與振興政策調查研究*。台北市：台北市政府文化局。
- 蔡東源（2012）。*文化行政與文化政策UPDATE*。屏東：達趣文創。
- Ashworth, G. J., & H. Voogd（1990）。*Selling the city: Marketing approaches in public sector urban planning*. London: Belhaven Press.
- Chen, Huey-Tsyh（1990）。*Theory-Driven Evaluations*. Newbury Park, CA: Sage.
- Guba and Lincoln（1989）。*Fourth Generation Evaluation*. Newbury Park, CA: Sage.
- Lash, S., & J. Urry（1994）。*The economies of signs and space*. London: Sage.
- Myerscough, J.（1988）。*The Economic Importance of the Arts in Britain*. London: Policy Studies Institute.
- Ward, S. V.（1998）。*Selling places: The marketing and promotion of towns and cities*. London: E&FN Spon.

Wiesand, A. J. (2003). *Creative Europe: On government and management of artistic creativity in Europe*. Bonn: European Research Institute for Comparative Cultural Policy and the Arts.

Williams, R. (1989). *Resources of Hope*. London: Verso.

Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Oxford, UK: Blackwell.

## 二、期刊論文

古宜靈、辛晚教 (1997)。文化生活圈與文化設施之研究，*都市與計畫*，**24** (1)，43-68。

林政逸、辛晚教 (2009)。文化導向都市再生之策略模式：臺北市保安宮文化慶典與空間計畫的個案研究，*都市與計畫*，**36** (3)，頁 231-254。

林鍾沂 (1986)。邁向後行為主義的政策評估理論之分析，*思與言雙月刊*，**24** (1)，19-40。

馬群傑 (2011)。地方文化創意產業政策的公眾參與認知研究。*公共行政學報*，**40**，1-39。

陳亞平、夏學理 (2002)。政府對表演藝術團體補助之實證研究—以台北縣、市之表演藝術團體為例，*空大行政學報*，**12**，275-292。

楊開忠 (2006)。文化創意產業決策關鍵詞釋義。*決策要參*，**2**，69-74。

劉宜君、王例容 (2012)。臺灣文化權落實之研究：以文化參與實證調查為例，*國家與社會*，(12)，45-99。

García, B. (2004a). Cultural policy and urban regeneration in Western European cities: Lessons from experience, prospects for the future. *Local Economy*, **19** (4), 312-326.

García, B. (2004b). Urban regeneration, arts programming and major events. *International Journal of Cultural policy*, **10** (1), 103-118.

Johnson, P. L. (1990). A Conversation with Joseph S. Wholey about the Program for Excellence in Human Services. *Evaluation Practice*, **11** (1), 53-61.

Quinn, B. (2005). Arts festivals and the city. *Urban Studies*, **42** (5/6), 927-943.

Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economics*, **98**, 71-102.

### 三、研討會論文

吳思華（2003年3月）。文化創意產業的基礎建置－人才培育與文化平台。2003 文化創產業：全球思考、台灣行動國際研討會，台北。

孫華翔（2003年3月）。文化創意產業之產業定義。2003 文化創意產業：全球思考、台灣行動國際研討會，台北。許焯權（2006年5月）。新的財富之源－創意產業的作用。第二屆中國國際文化產業博覽交易會論壇，深圳。

Mulcahy, K. V. (2007, November). **What is cultural policy? Transformation and imagination.** 2007 International Symposium on Theater Art and Administration Proceedings, Kaohsiung.

Stough, R. R. (1998, February). **Infrastructure and technology in U.S. metropolitan regions.** The Workshop on Infrastructure Policy, the Tinbergen Institute. the Netherlands.

### 四、學位論文

賴欣愉（2008）。從活動內容檢視臺中市文化政策內涵之研究。逢甲大學都市計畫所碩士學位論文，未出版，臺中。

蔡馥徽，2010。以文化政策觀點探討臺北藝穗節之建置與發展。國立台灣師範大學表演藝術研究所行銷與產業組碩士學位論文，未出版，台北。

### 五、譯著

江靜玲（譯）（1995）。藝術與公共政策（John Pick原著）。台北：桂冠。

李明寰（譯）（2002）。公共政策分析（William N. Dunn原著）。台北：時英。

張維倫（譯）（2003）。文化經濟學（David Throsbym 原著）。台北：典藏藝術家庭。

陳希林、閻蕙群（譯）（2004）。節慶與活動管理（Johnny Allen et al原著）。台北：五觀藝術管理。

蔣淑貞、馮建三（譯）（2006）。文化政策（Toby miller & George Yúdice 原著）。台北：巨流。P1-8。

羅世宏（譯）（2010）。文化研究:理論與實踐（Chris Barker原著）。台北：五南。

### 六、網路等電子化資料

文化部（2014）。2011文化統計-高達七成八民的眾認同文化重要性，2014年08月15日，取自：<http://stat.moc.gov.tw/StatisticsResearchList.aspx>。

台灣好行：「台灣好行（景點接駁）旅遊服務」。2014年8月9日，取自：<http://www.taiwantrip.com.tw/Profile/>。

台灣好行FAQ活動資訊。2014年8月9日，取自：<http://www.taiwantrip.com.tw/Qanda/>。

朱惠良（2004）。我國文化政策總檢討，2014年08月15日，取自：<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/093/EC-R-093-001.htm>

林靜雯（2008）。邁向文化造市新境-臺中市以文化引領城市發展之研究，2014年11月29日，取自：

<http://www.rdec.taichung.gov.tw/ct.asp?xItem=65547&ctNode=867&mp=115010>

廖哲勇（2009）。如何營造優質國際新都—行銷臺中，2014年11月29日，取自：<http://rdnet.taichung.gov.tw/ct.asp?xItem=65501&ctNode=5146&mp=115030>

漢寶德（2001）。國家文化政策之形成，2014年08月15日，取自：<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/090/EC-R-090-006.htm>

臺中市文化局（2013）。臺中市文化局施政白皮書，2014年08月15日，取自：<http://www.culture.taichung.gov.tw/Plan.aspx>。

劉大和（2002）。臺灣發展文化創意產業的思考。2002年12月20日，取自：<http://home.kimo.com.tw/liutaho/>。

## 七、政府資料

臺中市文化局（2013）。政府服務品質獎參獎申請書。

臺中市文化局（2014）。政府服務品質獎參獎申請書。

## 附錄

### 附錄一、歷年文化專車參訪景點表

類型代碼	類型名稱	編號	名稱	景點代碼
1	官方藝文中心 (共 10 個)	1	大墩文化中心	1
		2	屯區藝文中心	2
		3	葫蘆墩文化中心	3
		4	港區藝術中心	4
		5	國立臺灣交響樂團	5
		6	臺中兒童藝術館	6
		7	臺中民俗公園(台灣民俗文物館)	7
		8	大安圖書館	8
		9	20 號倉庫	9
		10	國立臺灣美術館	10
2	私人藝文中心 (共 8 個)	11	靜心園(聚金會神金華山媽祖文物館)	1
		12	動畫飛行館	2
		13	臺中市創價協會	3
		14	田中間豬室繪社	4
		15	勤美術館；草悟道	5
		16	精銳藝術館	6
		17	亞洲現代美術館	7
		18	萬代福影城	8
3	地方文化館 (共 17 個)	19	張連昌薩克風紀念館	1
		20	大里杙文化館	2
		21	趙家窯	3
		22	麻荳、萬和宮文化館	4
		23	老樹根魔法木工坊	5

類型代碼	類型名稱	編號	名稱	景點代碼
		24	賴高山藝術館	6
		25	土牛客家文化館	7
		26	臺灣菇類文化暨農村文物館	8
		27	明梨園北管曲藝館	9
		28	古農莊文物館	10
		29	漆藝館	11
		30	三寶文化館	12
		31	深波電影館	13
		32	編織文化館	14
		33	太平古農莊文物館	15
		34	瑞成書局	16
		35	富林園洋果子工坊	17
		4	風景區 (共 4 個)	36
37	高美植物園區→高美燈塔-高美濕地			2
38	石岡水霸			3
39	東海大學自行車校園導覽系統體驗			4
5	觀光工廠 (共 11 個)	40	阿聰師糕餅隨意館	1
		41	霧峰農會酒莊	2
		42	台糖月眉糖廠	3
		43	烏日啤酒廠	4
		44	石圍牆酒莊	5
		45	小林煎餅	6
		46	裕珍馨糕餅文化館	7
		47	魔法氣球學校	8
		48	太陽堂老店	9
		49	月眉觀光糖廠	10

類型代碼	類型名稱	編號	名稱	景點代碼
		50	知高庄碳索館	11
6	藝文團體 (共 6 個)	51	九天民俗技藝團	1
		52	臺中聲五洲掌中劇團	2
		53	大開劇團	3
		54	小青蛙劇團	4
		55	臺灣青年管樂團	5
		56	臺中踢踏舞蹈團	6
7	文化資產類 (共 25 個)	57	社口大夫第	1
		58	清水牛罵頭遺址	2
		59	石岡日式穀倉	3
		60	惠來遺址	4
		61	林家花園-萊園	5
		62	摘星山莊	6
		63	刑務所演武場	7
		64	白冷圳歷史公園	8
		65	泰安鐵道文化園區	9
		66	孫立人將軍紀念館	10
		67	林氏貞孝坊	11
		68	文昌祠	12
		69	浩天宮	13
		70	磺溪書院	14
		71	臺中舊酒廠	15
		72	臺中文化創意園區	16
		73	文英館	17
		74	柳原教會	18
		75	臺中公園	19

類型代碼	類型名稱	編號	名稱	景點代碼
		76	清水國小	20
		77	梧棲老街	21
		78	泰安火車站	22
		79	大里老街	23
		80	鎮瀾宮	24
		81	市役所	25
8	文創 (共 4 個)	82	花漾柳川創藝屯	1
		83	忠信藝術聚落	2
		84	金佶布業	3
		85	彩虹眷村	4
9	藝術家工作室 (共 9 個)	86	陳松石雕工作室	1
		87	零貳雕塑空間(謝棟樑工作室)	2
		88	窯谷工坊(陳金旺工作室)	3
		89	史嘉祥漆藝工作室	4
		90	華山窯	5
		91	彩虹藝術公園	6
		92	凡亞畫廊	7
		93	陳庭詩現代藝術空間	8
		94	陳金成陶藝工作室	9
10	休閒園區 (共 5 個)	95	大甲匠師的故鄉	1
		96	七分窯	2
		97	寶之林廢棄家具再生中心	3
		98	木匠兄妹木工 DIY 休閒園區	4
		99	客家文化園區	5

類型代碼	類型名稱	編號	名稱	景點代碼
11	藝術亮點 (共 5 個)	100	猿緣園藝術館	1
		101	大象藝術空間	2
		102	花田民宿	3
		103	真工藝術	4
		104	臺灣氣球博物館	5
12	社區營造 (共 5 個)	105	大雅失落童玩村	1
		106	桐林社區	2
		107	大忠社區	3
		108	潭子大豐社區	4
		109	仁社社區	5

本研究整理自：臺中市文化局（2014）政府服務品質獎參獎申請書。



## 附錄二、訪談提綱轉換表

主要研究問題	細目研究問題	概念說明	訪談提綱
藉由舉辦「臺中市文化專車」達成文化政策目標，其成效為何？	「臺中市文化專車」對藝文團體之創作動力影響為何？	<p>藝文團體：提供文化活動、文化表演、文化服務的群體。</p> <p>創作：有特色的作品、難以被複製、具有個人或當地文化特色的文化產品（文化產品可是一首歌曲、一種舞風、一項手工藝品）。</p> <p>動力：一種能被推動、向前方、向目標邁進的力量。</p>	<p>1.請問您在「臺中市文化專車」活動中，能獲得創作靈感嗎？</p> <p>2.請問您在「臺中市文化專車」活動中，能獲得作品被支持的感受嗎？</p> <p>3.請問您在「臺中市文化專車」活動舉辦前後，對於作品創作過程有哪些影響？</p>
藉由舉辦「臺中市文化專車」達成文化政策目標，其成效為何？	「臺中市文化專車」對藝文作品的保存與推廣影響為何？	<p>藝文作品：被藝文團體設計、創造出來的成品。</p> <p>保存：保護、存留</p> <p>推廣：宣傳、行銷、引起更多人的注目。</p>	<p>1.請問您認為「臺中市文化專車」活動舉辦前後，來欣賞工作坊（作品）的觀眾數量有何差異之處？</p> <p>2.請問您認為「臺中市文化專車」活動舉辦前後，來欣賞工作坊（作品）的觀眾在欣賞作品的角度有何差異之處？</p>

主要研究問題	細目研究問題	概念說明	訪談提綱
藉由舉辦「臺中市文化專車」達成文化政策目標，其成效為何？	「臺中市文化專車」對藝文參與人口影響為何？	藝文參與人口：即為參與藝文活動的人數，藝文活動包含美術館、工藝及視覺藝術節慶活動等等。	請問您經過「臺中市文化專車」活動舉辦後，會提升您之後安排至工作坊欣賞（作品）的觀眾數量機會嗎？原因為何？
藉由舉辦「臺中市文化專車」達成文化政策目標，其成效為何？	「臺中市文化專車」對於藝文消費(金額)影響為何？	藝文消費(金額)：以金錢支付的方式，參與藝文活動。以金錢購票進行觀賞多元豐富的音樂、戲劇、舞蹈等藝文表演，或者用金錢換取藝術家的創作品。	請問您經過「臺中市文化專車」活動舉辦後，會讓您之後嘗試用金錢參與藝文活動嗎（例如：購買歌劇門票、購買文創商品）？原因為何？
藉由舉辦「臺中市文化專車」達成文化政策目標，其成效為何？	「臺中市文化專車」對地方認同的凝聚影響為何？	地方認同：不同的個體（人），對同一個地域內所產生的共同想法。 凝聚：聚集、匯集，具又熱情、有默契的表現行為。	請問您經過「臺中市文化專車」活動舉辦後，會提升您對臺中市文化的認識嗎？原因為何？

本研究設計

附錄三、研究問題、概念型定義與操作型定義轉換表

主要研究問題	細目研究問題	概念型定義	操作型定義	問卷題次
藉由舉辦「臺中市文化專車」達成文化政策目標，其成效為何？	「臺中市文化專車」對藝文作品的保存與推廣影響為何？	<p>藝文作品：被藝文團體設計、創造出來的成品。</p> <p>保存：保護、存留。</p> <p>推廣：宣傳、行銷、引起更多人的注目。</p> <p>影響：什麼事件發生的前後變化。參加文化專車的民眾，於活動日後，對藝文團體設計、創造出來的成品帶來的改變。</p>	<p>以報名搭乘「臺中市文化專車」的民眾為研究對象，以下問卷問題加以操作化：</p> <p>1.請問您本次活動與誰同行？（可複選）（1）自己一人（2）家人（3）朋友。</p> <p>2.活動後，您會找更多同伴體驗藝文活動嗎？（1）會（2）不會，原因。</p> <p>3.活動讓您認識更多臺中市藝文資源嗎？（1）是（2）否，原因。</p> <p>5.活動後，您是否會更加珍惜藝文資源，並給於尊重呢？（1）是（2）否，原因。</p> <p>12.請問您得知活動訊息方式為何？（可複選）（1）報章雜誌（2）文化局網站（3）臉書（4）親友推薦（5）電視廣播（6）其他。</p> <p>14.請問您過去曾搭乘「文</p>	1、2、3、5、12、14

主要研究問題	細目研究問題	概念型定義	操作型定義	問卷題次
			<p>化專車」嗎? (1) 是, 過去曾搭乘 _____ 次!</p> <p>(1-1) 喜歡的藝文活動類型更多。(1-2) 參與藝文活動的次數增加。(1-3) 花費更多預算在「藝文表演」。(1-4) 花費更多預算在「藝文產品」。(2) 否。</p> <p>以受訪者的回答加以彙整並統計各項回答的百分比, 以決定文化專車對藝文作品的保存與推廣影響程度。</p>	
	<p>「臺中市文化專車」對藝文參與人口影響為何?</p>	<p>藝文參與人口: 即為參與藝文活動的人數, 藝文活動包含美術館、工藝及視覺藝術節慶活動等等。</p> <p>影響: 什麼事件發生的前後變化。參加文化專車的民眾, 於活動日後, 參與藝文活動的行為改變。</p>	<p>以報名搭乘「臺中市文化專車」的民眾為研究對象, 以下問卷問題加以操作化:</p> <p>6. 請問您平均每月參與臺中市藝文活動的次數? (1) 1次以下 (2) 2~7次 (3) 8~15次 (4) 16次以上。</p> <p>7. 活動後, 您會增加參與藝文活動的次數嗎? (1) 是 (2) 否, 原因。</p> <p>13. 喜歡的藝文活動類型</p>	<p>6、7、13</p>

主要研究問題	細目研究問題	概念型定義	操作型定義	問卷題次
			<p>(可複選)? (1) 音樂 (2) 戲劇 (3) 舞蹈 (4) 展覽 (5) 古蹟參訪 (6) 研習課程/講座 (7) 其他。</p> <p>以受訪者的回答加以彙整並統計各項回答的百分比，以決定文化專車對藝文作品的保存與推廣影響程度。</p>	
	<p>「臺中市文化專車」對於藝文消費(金額)影響為何?</p>	<p>藝文消費(金額): 以金錢支付的方式, 參與藝文活動, 以金錢購票進行觀賞多元豐富的音樂、戲劇、舞蹈等藝文表演, 或者用金錢換取藝術家的創作品。</p> <p>影響: 什麼事件發生的前後變化。參加文化專車的民眾, 於活動日後, 參與藝文活動時願意支付金錢額度的行為改變。</p>	<p>以報名搭乘「臺中市文化專車」的民眾為研究對象, 以下問卷問題加以操作化:</p> <p>以受訪者的回答加以彙整並統計各項回答的百分比, 以決定文化專車對藝文消費(金額)影響程度。</p> <p>8. 請您平均每月花費多少金額在「藝文表演」呢? (動態: 參館博物館、展覽、看歌劇等等) (1) 199元以下 (2) 200~499元 (3) 500~1499元 (4) 1500元以上。</p> <p>9. 承上題, 活動後, 您會撥出更多預算在「藝文表</p>	<p>8、9、10、11</p>

主要研究問題	細目研究問題	概念型定義	操作型定義	問卷題次
			<p>演」嗎？(1)是 (2)否，原因。</p> <p>10.請您平均每月花費多少金額在「藝文產品」呢？ （靜態：收藏文創品、手工藝品等）(1) 199 元以下 (2) 200~499 元 (3) 500~1499 元 (4) 1500 元以上。</p> <p>11.承上題，活動後，您會撥出更多預算在「藝文產品」嗎？(1)是 (2)否，原因。</p> <p>以受訪者的回答加以彙整並統計各項回答的百分比，以決定文化專車對藝文作品的保存與推廣影響程度。</p>	
	<p>「臺中市文化專車」對地方認同的凝聚影響為何？</p>	<p>地方認同：不同的個體（人），對同一個地域內所產生的共同想法。</p> <p>凝聚：聚集、匯集，具又熱情、有默契的表現行為。</p> <p>影響：什麼事件發生的前後變化。參加文化專車的民眾，於活動日後，對臺</p>	<p>以報名搭乘「臺中市文化專車」的民眾為研究對象，以下問卷問題加以操作化：</p> <p>4.活動後，臺中市藝文資源讓您更具有認同感？</p> <p>(1)是 (2)否，原因。</p> <p>以受訪者的回答加以彙整並統計各項回答的百分</p>	4

主要研究 問題	細目研究 問題	概念型定義	操作型定義	問卷題次
		中藝文資源產生認同感 程度的改變。	比，以決定文化專車對地 方認同凝聚影響程度。	

本研究設計



## 附錄四、「性別」、「教育程度」、「年齡」與「藝文參與習慣改變」

### 關係分析

#### 一、活動後，「性別」對於「藝文參與習慣改變」關係分析

針對曾參與過臺中市文化專車的民眾，進一步分析「性別」與「藝文參與習慣改變」之差異。有效樣本共計90人，其中男性34人，女性56人。（請見表18）。

描述性統計量表-1

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
					喜歡的藝文活動類型更多元	男			34
	女	56	.8750	.33371	.04459	.7856	.9644	.00	1.00
	Total	90	.8778	.32938	.03472	.8088	.9468	.00	1.00
參與藝文活動的次數增加	男	34	.7059	.46250	.07932	.5445	.8673	.00	1.00
	女	56	.8393	.37059	.04952	.7400	.9385	.00	1.00
	Total	90	.7889	.41038	.04326	.7029	.8748	.00	1.00
花費更多預算在藝文表演	男	34	.4706	.50664	.08689	.2938	.6474	.00	1.00
	女	56	.5714	.49935	.06673	.4377	.7052	.00	1.00
	Total	90	.5333	.50168	.05288	.4283	.6384	.00	1.00
花費更多預算在藝文產品	男	34	.4412	.50399	.08643	.2653	.6170	.00	1.00
	女	56	.5714	.49935	.06673	.4377	.7052	.00	1.00
	Total	90	.5222	.50230	.05295	.4170	.6274	.00	1.00

變異數同質性檢定-1

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
喜歡的藝文活動類型更多元	.042	1	88	.838
參與藝文活動的次數增加	8.425	1	88	.005
花費更多預算在藝文表演	.432	1	88	.513
花費更多預算在藝文產品	.051	1	88	.822

性別對於活動後產生的藝文參與習慣改變分析，「喜歡的藝文活動類型更多元」 $p = .838 > .05$ 、「花費更多預算在藝文表演」 $p = .513 > .05$ 、「花費更多預算在藝文產品」 $p = .822 > .05$ ，皆未達顯著水準，表示這性別對於以上三種活動後產生的藝文參與習慣改變具同質性；「參與藝文活動的次數增加」 $p = .005 < .05$ ，表示這性別對於活動後產生「參與藝文活動的次數增加」不具同質性，因而繼續進行事後比較。

ANOVA-1

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
喜歡的藝文活動類型更多元	Between Groups	.001	1	.001	.010	.919
	Within Groups	9.654	88	.110		
	Total	9.656	89			
參與藝文活動的次數增加	Between Groups	.376	1	.376	2.267	.136
	Within Groups	14.612	88	.166		
	Total	14.989	89			
花費更多預算在藝文表演	Between Groups	.215	1	.215	.853	.358
	Within Groups	22.185	88	.252		
	Total	22.400	89			
花費更多預算在藝文產品	Between Groups	.359	1	.359	1.429	.235
	Within Groups	22.097	88	.251		
	Total	22.456	89			

性別對於活動後產生「參與藝文活動的次數增加」的單因子變異數分析結果，F 檢定值為 2.267， $p = .136 > .05$ ，未達顯著水準，表示不同性別對於活動後產生「參與藝文活動的次數增加」的改變並不會因為性別而有差異存在。

## 二、活動後，「年齡」對於「藝文參與習慣改變」關係分析

針對曾參與過臺中市文化專車的民眾，進一步分析「年齡」與「藝文參與習慣改變」之差異。有效樣本共計89人，其中「15歲以下」有12人，「16~30歲」有5人，「31~45歲」有23人，「46~65歲」有33人，「65歲以上」有15人。

描述性統計量表-2

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
喜歡的藝文活動類型更多元	1.00	12	.7500	.45227	.13056	.4626	1.0374	.00	1.00
	2.00	5	1.0000	.00000	.00000	1.0000	1.0000	1.00	1.00
	3.00	24	.8750	.33783	.06896	.7323	1.0177	.00	1.00
	4.00	33	.8788	.33143	.05770	.7613	.9963	.00	1.00
	5.00	15	.9333	.25820	.06667	.7903	1.0763	.00	1.00
	Total	89	.8764	.33098	.03508	.8067	.9461	.00	1.00
參與藝文活動的次數增加	1.00	12	.5000	.52223	.15076	.1682	.8318	.00	1.00
	2.00	5	.8000	.44721	.20000	.2447	1.3553	.00	1.00
	3.00	24	.7500	.44233	.09029	.5632	.9368	.00	1.00
	4.00	33	.9091	.29194	.05082	.8056	1.0126	.00	1.00
	5.00	15	.8000	.41404	.10690	.5707	1.0293	.00	1.00
	Total	89	.7865	.41209	.04368	.6997	.8733	.00	1.00
花費更多預算在藝文表演	1.00	12	.1667	.38925	.11237	-.0807	.4140	.00	1.00
	2.00	5	.4000	.54772	.24495	-.2801	1.0801	.00	1.00
	3.00	24	.4583	.50898	.10389	.2434	.6733	.00	1.00
	4.00	33	.6364	.48850	.08504	.4631	.8096	.00	1.00
	5.00	15	.7333	.45774	.11819	.4798	.9868	.00	1.00
	Total	89	.5281	.50204	.05322	.4223	.6338	.00	1.00
花費更多預算在藝文產品	1.00	12	.2500	.45227	.13056	-.0374	.5374	.00	1.00
	2.00	5	.4000	.54772	.24495	-.2801	1.0801	.00	1.00
	3.00	24	.4583	.50898	.10389	.2434	.6733	.00	1.00
	4.00	33	.6061	.49620	.08638	.4301	.7820	.00	1.00
	5.00	15	.6667	.48795	.12599	.3964	.9369	.00	1.00
	Total	89	.5169	.50255	.05327	.4110	.6227	.00	1.00

(以上1~5分別表示受訪者之年齡，1代表「15歲以下」，2代表「16~30歲」，3

代表「31~45歲」，4代表「46~65歲」，5代表「65歲以上」。）

變異數同質性檢定-2

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
喜歡的藝文活動類型更多元	2.909	4	84	.026
參與藝文活動的次數增加	6.253	4	84	.000
花費更多預算在藝文表演	4.660	4	84	.002
花費更多預算在藝文產品	2.035	4	84	.097

年齡對於活動後產生的藝文參與習慣改變分析，「花費更多預算在藝文產品」 $p = .097 > .05$ ，未達顯著水準，表示年齡對於活動後產生「花費更多預算在藝文產品」具同質性，另外，「喜歡的藝文活動類型更多元」 $p = .026 < .05$ 、「參與藝文活動的次數增加」 $p = .000 < .05$ 、「花費更多預算在藝文表演」 $p = .002 < .05$ ，皆達顯著水準，表示這年齡對於以上三種活動後產生的藝文參與習慣改變不具同質性，因而繼續進行事後比較。

ANOVA-2

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
喜歡的藝文活動類型更多元	Between Groups	.317	4	.079	.714	.585
	Within Groups	9.323	84	.111		
	Total	9.640	88			
參與藝文活動的次數增加	Between Groups	1.517	4	.379	2.372	.059
	Within Groups	13.427	84	.160		
	Total	14.944	88			
花費更多預算在藝文表演	Between Groups	2.785	4	.696	3.016	.02
	Within Groups	19.395	84	.231		
	Total	22.180	88			
花費更多預算在藝文產品	Between Groups	1.604	4	.401	1.634	.173
	Within Groups	20.620	84	.245		
	Total	22.225	88			

年齡對於活動後產生「花費更多預算在藝文表演」的單因子變異數分析 結果，F 檢定值為 3.016， $p = .022 < .05$ ，達顯著水準，表示不同年齡層對於活動後產生「花費更多預算在藝文表演」的改變會因為年齡而有差異存在。



### 三、活動後，「教育程度」對於「藝文參與習慣改變」關係分析

針對曾參與過臺中市文化專車的民眾，進一步分析「教育程度」與「藝文參與習慣改變」之差異。有效樣本共計90人，其中「國中（以下）」有31人，「高中」有9人，「專科／大學」有39人，「碩士（以上）」有11人。

描述性統計量表-3

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
喜歡的藝文活動類型更多元	1.00	31	.8387	.37388	.06715	.7016	.9758	.00	1.00
	2.00	9	.8889	.33333	.11111	.6327	1.1451	.00	1.00
	3.00	39	.8718	.33869	.05423	.7620	.9816	.00	1.00
	4.00	11	1.0000	.00000	.00000	1.0000	1.0000	1.00	1.00
	Total	90	.8778	.32938	.03472	.8088	.9468	.00	1.00
參與藝文活動的次數增加	1.00	31	.7419	.44480	.07989	.5788	.9051	.00	1.00
	2.00	9	1.0000	.00000	.00000	1.0000	1.0000	1.00	1.00
	3.00	39	.7692	.42683	.06835	.6309	.9076	.00	1.00
	4.00	11	.8182	.40452	.12197	.5464	1.0899	.00	1.00
	Total	90	.7889	.41038	.04326	.7029	.8748	.00	1.00
花費更多預算在藝文表演	1.00	31	.4194	.50161	.09009	.2354	.6033	.00	1.00
	2.00	9	.7778	.44096	.14699	.4388	1.1167	.00	1.00
	3.00	39	.5897	.49831	.07979	.4282	.7513	.00	1.00
	4.00	11	.4545	.52223	.15746	.1037	.8054	.00	1.00
	Total	90	.5333	.50168	.05288	.4283	.6384	.00	1.00
花費更多預算在藝文產品	1.00	31	.4839	.50800	.09124	.2975	.6702	.00	1.00
	2.00	9	.6667	.50000	.16667	.2823	1.0510	.00	1.00
	3.00	39	.5641	.50236	.08044	.4013	.7269	.00	1.00
	4.00	11	.3636	.50452	.15212	.0247	.7026	.00	1.00
	Total	90	.5222	.50230	.05295	.4170	.6274	.00	1.00

（以上1~5分別表示受訪者之年齡，1代表「國中（以下）」，2代表「高中」，3代表「專科／大學」，4代表「碩士（以上）」。）

## 變異數同質性檢定-3

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
喜歡的藝文活動類型更多元	3.573	3	86	.017
參與藝文活動的次數增加	7.749	3	86	.000
花費更多預算在藝文表演	4.640	3	86	.005
花費更多預算在藝文產品	1.410	3	86	.245

教育程度對於活動後產生的藝文參與習慣改變分析，「花費更多預算在藝文產品」 $p = .0245 > .05$ ，未達顯著水準，表示教育程度對於活動後產生「花費更多預算在藝文產品」具同質性，另外，「喜歡的藝文活動類型更多元」 $p = .017 < .05$ 、「參與藝文活動的次數增加」 $p = .000 < .05$ 、「花費更多預算在藝文表演」 $p = .005 < .05$ ，皆達顯著水準，表示這年齡對於以上三種活動後產生的藝文參與習慣改變不具同質性，因而繼續進行事後比較。

## ANOVA-3

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
喜歡的藝文活動類型更多元	Between Groups	.214	3	.071	.650	.58
	Within Groups	9.441	86	.110		
	Total	9.656	89			
參與藝文活動的次數增加	Between Groups	.494	3	.165	.977	.408
	Within Groups	14.495	86	.169		
	Total	14.989	89			
花費更多預算在藝文表演	Between Groups	1.133	3	.378	1.527	.21
	Within Groups	21.267	86	.247		
	Total	22.400	89			
花費更多預算在藝文產品	Between Groups	.578	3	.193	.758	.521
	Within Groups	21.877	86	.254		
	Total	22.456	89			

單因子變異數分析結果表示，不同教育程度對於活動後產生「喜歡的藝文活動類型更多元」、「參與藝文活動的次數增加」、「花費更多預算在藝文表演」的改變不會因為教育程度而有差異存在。

## 附錄五、問卷

# 104 年臺中市文化專車（第一梯次） 活動問卷

各位親愛的大朋友、小朋友：

感謝您對於文化專車活動的支持與參與，為了規劃出更符合您期待的活動內容，我們誠心邀請您花幾分鐘的時間，完成此份問卷，您寶貴的意見，將是我們進步的動力，謝謝！敬祝 閤家平安！

臺中市政府文化局

敬啟

東海大學行政管理暨政策研究所 研究生 雷晶晶

### 基本資料 (n=165)

參加路線						<input type="checkbox"/> 藝趣橫生心農藝 21.21% <input type="checkbox"/> 有志藝同賞遊藝 18.18% <input type="checkbox"/> 藝遊未盡品文藝 19.39% <input type="checkbox"/> 藝脈相承好演藝 41.21%
日期	月 日	性別	<input type="checkbox"/> 男	居住地	<input type="checkbox"/> 臺中市 84.21%	
	3月28日 21.21%		35.76%		<input type="checkbox"/> 其他：5.85%	
	3月29日 21.21%				N/A 9.94%	
	4月11日 18.18%		<input type="checkbox"/> 女			
	4月18日 19.39%		64.24%			
	4月25日 20.00%					
年齡	<input type="checkbox"/> 15歲以下 14.62% <input type="checkbox"/> 16~30歲 7.60% <input type="checkbox"/> 31~45歲 33.92% <input type="checkbox"/> 46~65歲 31.58% <input type="checkbox"/> 65歲以上 11.11%					
職業	<input type="checkbox"/> 學生 15.88% <input type="checkbox"/> 軍公教 15.88% <input type="checkbox"/> 服務業 19.41% <input type="checkbox"/> 與藝術相關 1.76% <input type="checkbox"/> 其他：43.53%					
教育程度	<input type="checkbox"/> 國中（以下） 24.39% <input type="checkbox"/> 高中（職） 7.93% <input type="checkbox"/> 專科／大學 48.78% <input type="checkbox"/> 碩士（以上） 15.24%    N/A 3.66%					
是否願意加入臺中市文化種子？	<input type="checkbox"/> 是，E-mail：40.35% <input type="checkbox"/> 否 32.75%    N/A 26.90%					

活動滿意度調查 (n=165)

	題目	非常滿意	滿意	普通	不滿意 (請填寫原因)
1	請問您是否滿意本次活動報名錄取方式 (以電腦隨機抽籤決定) ?	55.56%	37.43%	4.09%	1.75% N/A 1.17%
2	請問您是否滿意活動路線的安排?	55.56%	38.01%	4.09%	1.75% N/A 0.58%
3	請問您是否滿意 DIY 或表驗體驗內容的安排?	54.39%	36.84%	7.02%	1.75% N/A 0.58%
4	請問您是否滿意本次搭乘的遊覽車車況?	56.73%	40.35%	2.34%	N/A 0.58%
5	請問您是否滿意隨車導覽老師的講解?	68.29%	31.10%	0.61%	
6	請問您是否有意願繼續報名參加明年文化專車活動?	<input type="checkbox"/> 是 97.66% <input type="checkbox"/> 否, 原因: 1.17% N/A 1.17%			
7	請問本路線您最滿意的參訪點為何? 為什麼?				
8	請問您是否有其他臺中市私房藝文景點提供?	<input type="checkbox"/> 是: 5.63% <input type="checkbox"/> 否 75.63% N/A 18.75%			
想對臺中市政府文化局說的悄悄話:					

背面還有題目，請繼續作答!謝謝!

1.請問您本次活動與誰同行？（可複選）	<input type="checkbox"/> 自己一人 6.67%	<input type="checkbox"/> 家人 81.21%	<input type="checkbox"/> 朋友 12.73%
2.活動後，您會找更多同伴體驗藝文活動嗎？	<input type="checkbox"/> 會 98.79%	<input type="checkbox"/> 不會，原因： 1.21%	
3.活動讓您認識更多臺中市藝文資源嗎？	<input type="checkbox"/> 是 99.39%	<input type="checkbox"/> 否，原因： 0.61%	
4.活動後，臺中市藝文資源讓您更具有認同感？	<input type="checkbox"/> 是 99.39%	<input type="checkbox"/> 否，原因： 0.61%	
5.活動後，您是否會更加珍惜藝文資源，並給於尊重呢？	<input type="checkbox"/> 是 100.00%	<input type="checkbox"/> 否，原因：	
6.請問您平均每月參與臺中市藝文活動的次數？	<input type="checkbox"/> 1次以下 52.12%	<input type="checkbox"/> 2~7次 40.00%	<input type="checkbox"/> 8~15次 6.67%
7.活動後，您會增加參與藝文活動的次數嗎？	<input type="checkbox"/> 是 95.76%	<input type="checkbox"/> 否，原因： 4.24%	
8.請您平均每月花費多少金額在「藝文表演」呢？（動態：欣賞劇場、歌劇等等）	<input type="checkbox"/> 199元以下 48.48%	<input type="checkbox"/> 200~499元 41.21%	<input type="checkbox"/> 500~1499元 9.09%
9.承上題，活動後，您會撥出更多預算在「藝文表演」嗎？（動態：欣賞劇場、歌劇等等）	<input type="checkbox"/> 是 93.94%	<input type="checkbox"/> 否，原因： 5.45%	
10.請您平均每月花費多少金額在「藝文產品」呢？（靜態、實體：文創產品、手工藝品等）	<input type="checkbox"/> 199元以下 49.70%	<input type="checkbox"/> 200~499元 39.39%	<input type="checkbox"/> 500~1499元 8.48%
11.承上題，活動後，您會撥出更多預算在「藝文產品」嗎？（靜態、實體：文創產品、手工藝品等）	<input type="checkbox"/> 是 93.94%	<input type="checkbox"/> 否，原因： 5.45%	
12.請問您得知活動訊息方式為何？（可複選）	<input type="checkbox"/> 報章雜誌 19.39%	<input type="checkbox"/> 文化局網站 55.15%	<input type="checkbox"/> 臉書 18.18%
	<input type="checkbox"/> 電視廣播 5.45%	<input type="checkbox"/> 親友推薦 41.82%	
		<input type="checkbox"/> 其他：3.64%	

<p>13.喜歡的藝文活動類型 (可複選)</p>	<table border="0"> <tr> <td><input type="checkbox"/>音樂 58.79%</td> <td><input type="checkbox"/>戲劇 53.94%</td> <td><input type="checkbox"/>舞蹈 41.82%</td> <td><input type="checkbox"/>展覽 53.94%</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/>古蹟參訪 82.42%</td> <td colspan="3"><input type="checkbox"/>其他：</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> 音樂 58.79%	<input type="checkbox"/> 戲劇 53.94%	<input type="checkbox"/> 舞蹈 41.82%	<input type="checkbox"/> 展覽 53.94%	<input type="checkbox"/> 古蹟參訪 82.42%	<input type="checkbox"/> 其他：										
<input type="checkbox"/> 音樂 58.79%	<input type="checkbox"/> 戲劇 53.94%	<input type="checkbox"/> 舞蹈 41.82%	<input type="checkbox"/> 展覽 53.94%														
<input type="checkbox"/> 古蹟參訪 82.42%	<input type="checkbox"/> 其他：																
<p>14.請問您過去曾搭乘「文化專車」嗎?</p>	<table border="0"> <tr> <td><input type="checkbox"/>是 55.56%</td> <td>活動讓您的改變(複選題)</td> </tr> <tr> <td>過去曾搭乘_____次! (搭乘次數)</td> <td><input type="checkbox"/>喜歡的藝文活動類型更多元 91.11%</td> </tr> <tr> <td>1次 54.95%</td> <td><input type="checkbox"/>參與藝文活動的次數增加 81.11%</td> </tr> <tr> <td>2次 24.18%</td> <td><input type="checkbox"/>花費更多預算在「藝文表演」 55.56%</td> </tr> <tr> <td>3次 17.58%</td> <td><input type="checkbox"/>花費更多預算在「藝文產品」 54.44%</td> </tr> <tr> <td>4次 2.20%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6次 1.10%</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/>否 44.44%</td> <td></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> 是 55.56%	活動讓您的改變(複選題)	過去曾搭乘_____次! (搭乘次數)	<input type="checkbox"/> 喜歡的藝文活動類型更多元 91.11%	1次 54.95%	<input type="checkbox"/> 參與藝文活動的次數增加 81.11%	2次 24.18%	<input type="checkbox"/> 花費更多預算在「藝文表演」 55.56%	3次 17.58%	<input type="checkbox"/> 花費更多預算在「藝文產品」 54.44%	4次 2.20%		6次 1.10%		<input type="checkbox"/> 否 44.44%	
<input type="checkbox"/> 是 55.56%	活動讓您的改變(複選題)																
過去曾搭乘_____次! (搭乘次數)	<input type="checkbox"/> 喜歡的藝文活動類型更多元 91.11%																
1次 54.95%	<input type="checkbox"/> 參與藝文活動的次數增加 81.11%																
2次 24.18%	<input type="checkbox"/> 花費更多預算在「藝文表演」 55.56%																
3次 17.58%	<input type="checkbox"/> 花費更多預算在「藝文產品」 54.44%																
4次 2.20%																	
6次 1.10%																	
<input type="checkbox"/> 否 44.44%																	

~問卷到此結束，感謝您寶貴的意見~

## 附錄六、編碼簿

變項名稱	變項說明	分類號碼	資料性質	問卷題號
編號	手寫之辨識編號	以手寫之辨識編號分別代表	順序尺度	手寫之辨識編號
參加路線	受訪者搭乘文化專車之路線	1：受訪者勾選「藝趣橫生心農藝」選項。 2：受訪者勾選「有志藝同賞遊藝」選項。 3：受訪者勾選「藝遊未盡品文藝」選項。 4：受訪者勾選「藝脈相承好演藝」選項。	名目尺度	基本資料第 1 題
日期	受訪者搭乘文化專車之日期	依受訪者填寫之日期直接輸入	順序尺度	基本資料第 2 題
性別	受訪者之性別	1：受訪者勾選「男性」選項。 2：受訪者勾選「女性」選項。	名目尺度	基本資料第 3 題
居住地	受訪者居住地	1：受訪者勾選「臺中市」選項。 0：受訪者勾選「其他」選項。	名目尺度	基本資料第 4 題
居住地（非在臺中）	受訪者居住地	乘上題，受訪者勾選「其他」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入	名目尺度	基本資料第 4 題
年齡	受訪者之年齡	1：受訪者勾選「15 歲以下」選項。 2：受訪者勾選「16~30 歲」選項。 3：受訪者勾選「31~45 歲」選項。 4：受訪者勾選「46~65 歲」選項。 5：受訪者勾選「65	比例尺度	基本資料第 5 題

		歲以上」選項。		
職業	受訪者之職業	1: 受訪者勾選「學生」選項。 2: 受訪者勾選「軍公教」選項。 3: 受訪者勾選「服務業」選項。 4: 受訪者勾選「與藝術相關」選項。 5: 受訪者勾選「其他」選項。	名目尺度	基本資料第 6 題
其他職業	受訪者之職業	乘上題，受訪者勾選「其他」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	基本資料第 6 題
教育程度	受訪者之較育程度	1: 受訪者勾選「國中（以下）」選項。 2: 受訪者勾選「高中」選項。 3: 受訪者勾選「專科／大學」選項。 4: 受訪者勾選「碩士（以上）」選項。	順序尺度	基本資料第 7 題
是否願意加入臺中市文化種子？	受訪者加入臺中市文化種子之意願	1: 受訪者勾選「是」選項。 0: 受訪者勾選「否」選項。	名目尺度	基本資料第 8 題
願意加入臺中市文化種子 mail	受訪者願意加入臺中市文化種子，並留下 mail	乘上題，受訪者勾選「是」選項，依受訪者填寫之 mail 地址直接輸入。	名目尺度	基本資料第 8 題
請問您是否滿意本次活動報名錄取方式（一般民眾以抽籤決定名額）？	受訪者對活動報名錄取方式的滿意程度	1: 受訪者勾選「非常滿意」選項。 2: 受訪者勾選「滿意」選項。 3: 受訪者勾選「普通」選項。	順序尺度	活動滿意度調查第 1 題

		4: 受訪者勾選「不滿意」選項。		
不滿錄取方式原因	受訪者對活動報名錄取方式，感到不滿意之原因	乘上題，受訪者勾選「不滿意」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	活動滿意度調查第 1 題
請問您是否滿意活動路線的安排？	受訪者對活動路線安排的滿意程度	1: 受訪者勾選「非常滿意」選項。 2: 受訪者勾選「滿意」選項。 3: 受訪者勾選「普通」選項。 4: 受訪者勾選「不滿意」選項。	順序尺度	活動滿意度調查第 2 題
不滿意活動路線安排的原因	受訪者對活動路線的安排，感到不滿意之原因	乘上題，受訪者勾選「不滿意」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	活動滿意度調查第 2 題
請問您是否滿意 DIY 內容的安排？	受訪者對 DIY 內容安排的滿意程度	1: 受訪者勾選「非常滿意」選項。 2: 受訪者勾選「滿意」選項。 3: 受訪者勾選「普通」選項。 4: 受訪者勾選「不滿意」選項。	順序尺度	活動滿意度調查第 3 題
不滿意 DIY 安排的原因	受訪者對 DIY 內容安排，感到不滿意之原因	乘上題，受訪者勾選「不滿意」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	活動滿意度調查第 3 題
請問您是否滿意本次搭乘的遊覽車車況？	受訪者對本次搭乘遊覽車車況的滿意程度	1: 受訪者勾選「非常滿意」選項。 2: 受訪者勾選「滿意」選項。 3: 受訪者勾選「普通」選項。 4: 受訪者勾選「不滿	順序尺度	活動滿意度調查第 4 題

		意」選項。		
不滿意本次搭乘的遊覽車車況的原因	受訪者對本次搭乘遊覽車車況，感到不滿意之原因	乘上題，受訪者勾選「不滿意」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	活動滿意度調查第 4 題
請問您是否滿意隨車導覽老師的講解？	受訪者對隨車導覽老師講解的滿意程度	1：受訪者勾選「非常滿意」選項。 2：受訪者勾選「滿意」選項。 3：受訪者勾選「普通」選項。 4：受訪者勾選「不滿意」選項。	順序尺度	活動滿意度調查第 5 題
不滿意隨車導覽老師講解的原因	受訪者對隨車導覽老師講解，感到不滿意之原因	乘上題，受訪者勾選「不滿意」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	活動滿意度調查第 5 題
請問您是否有意願繼續報名參加明年文化專車活動？	受訪者有意願繼續報名參加明年文化專車活動	1：受訪者勾選「是」選項。 0：受訪者勾選「否」選項。	名目尺度	活動滿意度調查第 6 題
請問本路線您最滿意的參訪點為？為什麼？	受訪者在當次的活動路線中最滿意的參訪點	依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	活動滿意度調查第 7 題
最滿意參訪點之原因	受訪者在當次的活動路線中最滿意參訪點之原因	依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	活動滿意度調查第 7-1 題
請問您是否有其他私房藝文景點提供？	受訪者有無其他私房藝文景點提供作為參考	1：受訪者勾選「是」選項。 0：受訪者勾選「否」選項。	名目尺度	活動滿意度調查第 8 題
私房藝文景點提供？	受訪者提供私房藝文景點之名稱	乘上題，受訪者勾選「是」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	活動滿意度調查第 8-1 題
想對臺中市政府文化局說的悄悄	受訪者對臺中市政府文化局的建	依受訪者填寫之文字直接輸入	名目尺度	活動滿意度調查第 9 題

話：	議、看法			
活動與誰同行-自己一人	受訪者是自己一人參加活動	1：受訪者勾選「自己一人」選項。 0：受訪者未勾選「自己一人」選項。	名目尺度	第二頁第 1 題
活動與誰同行-家人	受訪者是與家人同行參加活動	1：受訪者勾選「家人」選項。 0：受訪者未勾選「家人」選項。	名目尺度	第二頁第 1 題
活動與誰同行-朋友	受訪者是與朋友同行參加活動	1：受訪者勾選「朋友」選項。 0：受訪者未勾選「朋友」選項。	名目尺度	第二頁第 1 題
活動後，您會找更多同伴體驗藝文活動嗎？	受訪者經過參與活動後，會找更多同伴體驗藝文活動	1：受訪者勾選「會」選項。 0：受訪者勾選「不會，原因」選項。	名目尺度	第二頁第 2 題
不會找更多同伴體驗藝文活動的原因	受訪者經過參與活動後，不會找更多同伴體驗藝文活動的原因	乘上題，受訪者勾選「不會，原因」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	第二頁第 2 題
活動讓您認識更多臺中市藝文資源嗎？	受訪者經過參與活動後，認識更多臺中市藝文資源	1：受訪者勾選「是」選項。 0：受訪者勾選「否，原因」選項。	名目尺度	第二頁第 3 題
沒有認識更多臺中市藝文資源的原因	受訪者經過參與活動後，沒有認識更多臺中市藝文資源的原因	乘上題，受訪者勾選「否，原因」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	第二頁第 3 題
活動後，臺中市藝文資源讓您更具有認同感	受訪者經過參與活動後，覺得臺中市藝文資源讓他更具有認同感	1：受訪者勾選「是」選項。 0：受訪者勾選「否，原因」選項。	名目尺度	第二頁第 4 題
臺中市藝文資源讓您無更具有認	受訪者經過參與活動後，臺中市	乘上題，受訪者勾選「否，原因」選項，	名目尺度	第二頁第 4 題

同感之原因	藝文資源讓您無更具有認同感之原因	寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。		
活動後，您是否會更加珍惜藝文資源，並給於尊重呢？	受訪者經過參與活動後，會更加珍惜藝文資源，並給於尊重	1：受訪者勾選「是」選項。 0：受訪者勾選「否，原因」選項。	名目尺度	第二頁第 5 題
活動後，不會更加珍惜藝文資源，並給於尊重之原因	受訪者經過參與活動後，不會更加珍惜藝文資源，並給於尊重之原因	乘上題，受訪者勾選「否，原因」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	第二頁第 5 題
平均每月參與臺中市藝文活動的次數	受訪者平均每月參與臺中市藝文活動的次數	1：受訪者勾選「1 次以下」選項。 2：受訪者勾選「2~7 次」選項。 3：受訪者勾選「8~15 次」選項。 4：受訪者勾選「16 次以上」選項。	比例尺度	第二頁第 6 題
活動後，您會增加參與藝文活動的次數	受訪者活動後，會增加參與藝文活動的次數	1：受訪者勾選「是」選項。 0：受訪者勾選「否，原因」選項。	名目尺度	第二頁第 7 題
活動後，不會增加參與藝文活動次數的原因	受訪者活動後，不會增加參與藝文活動次數的原因	乘上題，受訪者勾選「否，原因」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	第二頁第 7 題
平均每月花費多少金額在「藝文表演」（動態：欣賞劇場、歌劇等等）	受訪者平均每月花費多少金額在「藝文表演」	1：受訪者勾選「199 元以下」選項。 2：受訪者勾選「200~499 元」選項。 3：受訪者勾選「500~1499 元」選項。 4：受訪者勾選「1500	比例尺度	第二頁第 8 題

		元以上」選項。		
活動後，會撥出更多預算在「藝文表演」	受訪者活動後，會撥出更多預算在「藝文表演」	1：受訪者勾選「是」選項。 0：受訪者勾選「否，原因」選項。	名目尺度	第二頁第 9 題
活動後，不會撥出更多預算在「藝文表演」的原因	受訪者活動後，不會撥出更多預算在「藝文表演」的原因	乘上題，受訪者勾選「否，原因」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	第二頁第 9 題
平均每月花費多少金額在「藝文產品」呢？（靜態、實體：文創產品、手工藝品等）	受訪者平均每月花費多少金額在「藝文產品」	1：受訪者勾選「199 元以下」選項。 2：受訪者勾選「200~499 元」選項。 3：受訪者勾選「500~1499 元」選項。 4：受訪者勾選「1500 元以上」選項。	比例尺度	第二頁第 10 題
活動後，會撥出更多預算在「藝文產品」	受訪者活動後，會撥出更多預算在「藝文產品」	1：受訪者勾選「是」選項。 0：受訪者勾選「否，原因」選項。	名目尺度	第二頁第 11 題
活動後，不會撥出更多預算在「藝文表演」的原因	受訪者活動後，不會撥出更多預算在「藝文產品」的原因	乘上題，受訪者勾選「否，原因」選項，寫出文字，依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	第二頁第 11 題
得知活動訊息方式-報章雜誌	受訪者得知活動訊息方式是透過報章雜誌	1：受訪者勾選「報章雜誌」選項。 0：受訪者未勾選「報章雜誌」選項。	名目尺度	第二頁第 12 題
得知活動訊息方式-文化局網站	受訪者得知活動訊息方式是透過文化局網站	1：受訪者勾選「文化局網站」選項。 0：受訪者未勾選「文化局網站」選項。	名目尺度	第二頁第 12 題
得知活動訊息方	受訪者得知活動	1：受訪者勾選「臉書」	名目尺度	第二頁第 12 題

式-臉書	訊息方式是透過 臉書	選項。 0：受訪者未勾選「 臉書」選項。		
得知活動訊息方 式-親友推薦	受訪者得知活動 訊息方式是透過 親友推薦	1：受訪者勾選「親友 推薦」選項。 0：受訪者未勾選「親 友推薦」選項。	名目尺度	第二頁第 12 題
得知活動訊息方 式-電視廣播	受訪者得知活動 訊息方式是透過 電視廣播	1：受訪者勾選「電視 廣播」選項。 0：受訪者未勾選「電 視廣播」選項。	名目尺度	第二頁第 12 題
得知活動訊息方 式-其他	受訪者得知活動 訊息方式是透過 其他	1：受訪者勾選「其他」 選項。 0：受訪者未勾選「其 他」選項。	名目尺度	第二頁第 12 題
其他方式	受訪者得知活動 訊息方式是透過 其他方式，且明 確寫出何種方 式。	依受訪者填寫之文字 直接輸入。	名目尺度	第二頁第 12 題
喜歡的藝文活動 類型-音樂	受訪者喜歡的藝 文活動類型是音 樂	1：受訪者勾選「音樂」 選項。 0：受訪者未勾選「音 樂」選項。	名目尺度	第二頁第 13 題
喜歡的藝文活動 類型-戲劇	受訪者喜歡的藝 文活動類型是戲 劇	1：受訪者勾選「戲劇」 選項。 0：受訪者未勾選「戲 劇」選項。	名目尺度	第二頁第 13 題
喜歡的藝文活動 類型-舞蹈	受訪者喜歡的藝 文活動類型是舞 蹈	1：受訪者勾選「舞蹈」 選項。 0：受訪者未勾選「舞 蹈」選項。	名目尺度	第二頁第 13 題
喜歡的藝文活動 類型-展覽	受訪者喜歡的藝 文活動類型是展 覽	1：受訪者勾選「展覽」 選項。 0：受訪者未勾選「展 覽」選項。	名目尺度	第二頁第 13 題
喜歡的藝文活動	受訪者喜歡的藝	1：受訪者勾選「古蹟	名目尺度	第二頁第 13 題

類型-古蹟參訪	文活動類型是古蹟參訪	參訪」選項。 0：受訪者未勾選「古蹟參訪」選項。		
喜歡的藝文活動類型-其他	受訪者喜歡的藝文活動類型是其他	1：受訪者勾選「其他」選項。 0：受訪者未勾選「其他」選項。	名目尺度	第二頁第 13 題
其他活動類型	受訪者喜歡的藝文活動類型是其他活動類型，且明確寫出何種活動類型	依受訪者填寫之文字直接輸入。	名目尺度	第二頁第 13 題
曾搭乘「文化專車」	受訪者曾搭乘「文化專車」	1：受訪者勾選「是」選項。 0：受訪者未勾選「否」選項。	名目尺度	第二頁第 14 題
搭乘次數	受訪者曾搭乘「文化專車」次數	依受訪者填寫之文字直接輸入。	比例尺度	第二頁第 14 題
活動後改變-喜歡的藝文活動類型更多元	受訪者屬曾搭乘「文化專車」的民眾，活動後在藝文參與行為上的轉變，呈現喜歡的藝文活動類型更多元者	1：受訪者勾選「喜歡的藝文活動類型更多元」選項。 0：受訪者未勾選「喜歡的藝文活動類型更多元」選項。	名目尺度	第二頁第 14 題
活動後改變-參與藝文活動的次數增加	受訪者屬曾搭乘「文化專車」的民眾，活動後在藝文參與行為上的轉變，呈現參與藝文活動的次數增加者	1：受訪者勾選「參與藝文活動的次數增加」選項。 0：受訪者未勾選「參與藝文活動的次數增加」選項。	名目尺度	第二頁第 14 題
活動後改變-花費更多預算在「藝文表演」	受訪者屬曾搭乘「文化專車」的民眾，活動後在藝文參與行為上	1：受訪者勾選「花費更多預算在「藝文表演」」選項。 0：受訪者未勾選「花	名目尺度	第二頁第 14 題

	的轉變，呈現花費更多預算在「藝文表演」者	費更多預算在「藝文表演」」選項。		
活動後改變-花費更多預算在「藝文產品」	受訪者屬曾搭乘「文化專車」的民眾，活動後在藝文參與行為上的轉變，呈現花費更多預算在「藝文產品」者	1：受訪者勾選「花費更多預算在「藝文產品」」選項。 0：受訪者未勾選「花費更多預算在「藝文產品」」選項。	名目尺度	第二頁第 14 題



## 附錄七、觀察法紀錄

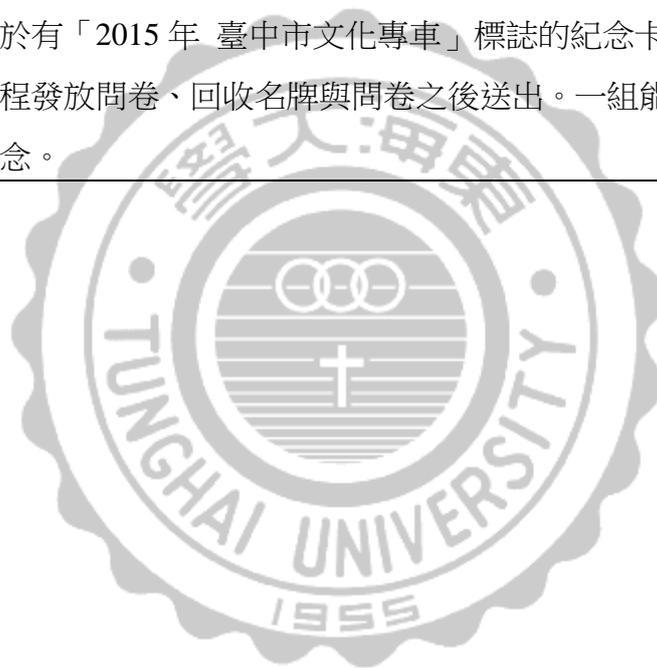
觀察紀錄表

路線名稱：藝趣橫生心藝農	
時間：3/28（六）	
對象	事件內容與行為的情境描述
民眾	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 報到、上車、占位子。有部分民眾是從臺中市政府搭上遊覽車，前往港區藝術中心集合，而另外一部分民眾直接港區藝術中心等待集合。</li> <li>2. 占位子的衝突：港區藝術中心導覽完畢之後，民眾沒有分上車地點，全部皆是隨意的先後上車，而有些在臺中市政府上車的民眾會放置包包，有些不會放置包包，導致從港區藝術中心上車的民眾難以辨認位子是否有人坐，會些微有紛爭。</li> <li>3. 要報到時僅能猜測或詢問他人，因為文化局的工作人員沒有穿著服務背心，也沒有設置告示牌。</li> <li>4. 部分民眾臨時不能來，而有請朋友代為參加。</li> <li>5. 在港區藝術中心聽解說完之後，離上車時間僅剩於不到 10 分鐘就要集合上車，大多民眾排隊上洗手間或四處拍照，少部分民眾把握時間在展區內仔細觀看作品及相關介紹，或者拿文化報報的資訊。</li> <li>6. 整日隊伍大致集中整齊。</li> <li>7. 在導覽解說的過程，對於有獎徵答或問答題格外有興趣。</li> <li>8. 大部分的民眾皆認真的聆聽金華山媽祖文物館館長做的介紹，少部分民眾因為家庭成員的年紀較少，需要照顧孩童，而有點拖隊。</li> <li>9. DIY 體驗大家都很專心參與。</li> <li>10. 永豐社區看到火龍果園，民眾覺得很新奇，另外在酒庄體驗很多種酒，大朋友與小朋友皆喝的不亦樂呼！</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>11. 回程的路途需要寫問卷、歸還識別證。</li> <li>12. 收到當日的照片大家都覺得很滿意，欣賞時會露出笑容。</li> <li>13. 回程時，一整天豐富的行程讓小孩上車即倒頭大睡，大人也累！</li> </ol>
藝文團體	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 港區藝術中心的文化志工詳盡解說，但因停留時間過短，部分展覽只能邀請民眾擇日再來。</li> <li>2. 隨車導覽老師會介紹文化局工作人員以及自我介紹，讓民眾知道整日的行程有任何問題可以與誰做聯絡，並且導覽老師不定時的會一直在車上用說故事的方式，介紹有關臺中的歷史文化知識、臺灣鄉土語言（臺語）。</li> <li>3. 大甲文昌祠由隨車導覽老師負責對古蹟介紹，內容有趣、豐富，包含大甲文昌祠的歷史由來、古蹟建築的設計、一些雕刻符號的象徵。</li> <li>4. 金華山媽祖文物館館長細心說明媽祖的由來，包含媽祖經歷哪些朝代、服飾在各朝代的差異、千里眼與順風的故事.....等等豐富又精采的媽祖故事，並仔細說明收藏品的意義。</li> <li>5. 各個點要開始導覽前，負責解說的人員皆會問民眾需要用臺語還是國語做說明。</li> <li>6. 永豐社區的導覽人員積極推銷社區的特色及產品，熱情分享社區要舉辦活動的日期及內容，酒保庄人員除了介紹社區產品之外，也不斷邀請民眾免費品嘗試喝。</li> <li>7. 港區藝術中心與金華山媽祖文物館安排停留時間較為緊湊，導覽完畢之後即接近集合上車時間，以致於藝文團體導覽時間較難彈性的掌控。</li> </ol>
文化局	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認遊覽車抵達與否，同時請民眾報到、核對身份及人數。因為第一站發車地點是在港區藝術中心，而文化局人員新增一個接駁點在臺中市政府，以讓民眾交通方式能多一項選擇。</li> <li>2. 整日工作人員僅兩位，一位科員及一位替代役男。</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"><li>3. 要求原先無報名，但代理他人參加的民眾簽屬切結書，因為臨時參與所以整日的保險名單中未出現代理參與活動者。</li><li>4. 每次發車前均清點人數是否到齊。</li><li>5. 拍照記錄各個行程。</li><li>6. 在港區藝術中心全體參與民眾皆上車之後，發給每人一張整日的識別證以方便身分辨認，以及一張整日行程順序所製成的明信片，讓民眾能做紀念之外，也能隨時清楚整日的行程安排。</li><li>7. DIY 製做完成後，唱名請民眾以一組為單位與作品合影照相，而文化局工作人員會利用中午吃飯時段將照片洗出來，並黏貼於有「2015 年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片上，並在回程發放問卷、回收名牌與問卷之後送出。一組能擁有一張為紀念。</li></ol>
--	--

本研究整理



觀察紀錄表

路線名稱：藝脈相承好演藝（銀髮族專車）	
時間：3/29（日）	
對象	事件內容與行為的情境描述
民眾	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 報到、上車、占位子。有部分民眾是從臺中市政府搭上遊覽車，前往葫蘆墩文化中心集合，而另外一部分民眾直接於葫蘆墩文化中心等待集合。</li> <li>2. 占位子的衝突：葫蘆墩文化中心導覽完畢之後，民眾沒有分上車地點，隨意的先後上車，而有些在臺中市政府上車的民眾會放置包包，有些不會放置包包，導致從葫蘆墩文化中心上車的民眾難以辨認位子是否有人坐，會些微有紛爭。</li> <li>3. 要報到時僅能猜測或詢問他人，因為文化局的工作人員沒有穿著服務背心，也沒有設置告示牌。</li> <li>4. 部分民眾臨時不能來，而有請朋友代為參加。</li> <li>5. 在葫蘆墩文化中心聽解說完之後，離上車時間僅剩於不到 15 分鐘就要集合上車，大多民眾排隊上洗手間或四處拍照，少部分民眾把握時間在展區內仔細觀看作品及相關介紹。</li> <li>6. 此班次為銀髮族專車行動過程中會有一些年長者走的較緩，但在各景點導覽解說的過程，隊伍大致集中整齊。</li> <li>7. 在導覽解說的過程，對於有獎徵答或問答題格外有興趣。</li> <li>8. 民眾皆認真的欣賞南管表演。</li> <li>9. 南管樂器體驗大家都很有興致參與，不斷拿起各種南管樂器來體驗與拍照留念。</li> <li>10. 神岡呂家頂瓦厝的介紹，以及好神棋的安排，讓民眾感到很有趣，有玩有拿的行程，皆受大朋友與小朋友的喜愛。</li> <li>11. 回程的路途需要寫問卷、歸還識別證。</li> <li>12. 收到當日的照片大家都覺得很滿意，欣賞時會露出笑容。</li> <li>13. 回程時，有部分民眾要求沿途、順路下遊覽車。</li> </ol>

藝文團體	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 葫蘆墩文化中心的文化志工詳盡解說，但因停留時間過短，部分展覽只能邀請民眾擇日再來。</li> <li>2. 隨車導覽老師會介紹文化局工作人員以及自我介紹，讓民眾知道整日的行程有任何問題可以與誰做聯絡，並且導覽老師不定時的會一直在車上用說故事的方式，介紹有關臺中的歷史文化知識、臺灣鄉土語言（臺語）。</li> <li>3. 合和藝苑細心製作講義介紹南管特色，並且安排豐富的現場樂曲演奏，在民眾體驗南管樂器時，皆會在一旁親切的教導。</li> <li>4. 呂家頂瓦厝要開始導覽前，負責解說的人員皆會問民眾需要用臺語還是國語做說明。</li> </ol>
文化局	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認遊覽車抵達與否，同時請民眾報到、核對身份及人數。因為第一站發車地點是在葫蘆墩文化中心，而文化局人員新增一個接駁點在臺中市政府，讓民眾交通方式多一項選擇。</li> <li>2. 整日工作人員僅兩位，一位科員及一位替代役男。</li> <li>3. 要求原先無報名，但代理他人參加的民眾簽屬切結書，因為臨時參與所以整日的保險名單中未出現代理參與活動者。</li> <li>4. 每次發車前均清點人數是否到齊。</li> <li>5. 拍照記錄各個行程。</li> <li>6. 在葫蘆墩文化中心全體參與民眾皆上車之後，發給每人一張整日的識別證以方便身分辨認，以及一張整日行程順序所製成的明信片，讓民眾能做紀念之外，也能隨時清楚整日的行程安排。</li> <li>7. 南管樂器體驗時，唱名請民眾以一組為單位與樂器合影照相，而文化局工作人員會利用中午吃飯時段將照片洗出來，並黏貼於有「2015年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片上，並在回程發放問卷、回收名牌與問卷之後送出。一組能擁有一張為紀念。</li> </ol>

本研究整理

觀察紀錄表

路線名稱：有志藝同賞遊藝	
時間：4/11（六）	
對象	事件內容與行為的情境描述
民眾	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 報到、上車、占位子。有部分民眾是從臺中市政府搭上遊覽車，前往大墩文化中心集合，而另外一部分民眾直接在大墩文化中心等待集合。</li> <li>2. 占位子的衝突：大墩文化中心導覽完畢之後，民眾沒有分上車地點，全部皆是隨意的先後上車，而有些在臺中市政府上車的民眾會放置包包，有些不會放置包包，導致從大墩文化中心上車的民眾難以辨認位子是否有人坐，會些微有紛爭。</li> <li>3. 要報到時僅能猜測或詢問他人，因為文化局的工作人員沒有穿著服務背心，也沒有設置告示牌。</li> <li>4. 部分民眾臨時不能來，而有請朋友代為參加。</li> <li>5. 在大墩文化中心聽解說完之後，離上車時間僅剩於不到 10 分鐘就要集合上車，大多民眾排隊上洗手間或四處拍照，少部分民眾把握時間在展區內仔細觀看作品及相關介紹，或者拿文化報報的資訊。</li> <li>6. 整日隊伍大致集中整齊，但是在中區再生基地進行舊城導覽時，因為長時間在街上行走，導致過馬路時較為鬆散、凌亂，且路口多，較令人感到危險。</li> <li>7. 在導覽解說的過程，對於有獎徵答或問答題格外有興趣。</li> <li>8. 民眾皆認真的霧峰林家宮保地園區做的介紹，並且對於霧峰林家宮保地園區提供的小型導覽解說器感到新奇，且均有愛護使用導覽解說器。當日幸運遇到晚上有組織借用場地，因此看到戲臺至外，還有華麗的燈光設計，讓大家大開眼界、不停地拍照。</li> <li>9. 國立臺灣交響樂團的指揮體驗，小朋友玩得很開心，大朋友也很樂於嘗試，在老師的帶領下，大家的指揮成績皆有良好</li> </ol>

	<p>的表現，很少有乎快忽慢狀況。</p> <p>10. 回程的路途需要寫問卷、歸還識別證。</p> <p>11. 收到當日的照片大家都覺得很滿意，欣賞時會露出笑容。</p> <p>12. 回程時，一整天豐富的行程讓小孩上車即倒頭大睡，大人也累！</p>
藝文團體	<p>1. 大墩文化中心的文化志工詳盡解說，但因停留時間過短，部分展覽只能邀請民眾擇日再來。</p> <p>2. 隨車導覽老師會介紹文化局工作人員以及自我介紹，讓民眾知道整日的行程有任何問題可以與誰做聯絡，並且導覽老師不定時的會一直在車上用說故事的方式，介紹有關臺中的歷史文化知識、臺灣鄉土語言（臺語）。</p> <p>3. 中區再生基地導覽老師負責對臺中舊城的再生計畫作介紹，且包含實際走訪古蹟與青創街區，讓民眾對中處的文創單位有更多的認識。</p> <p>4. 霧峰林家宮保地園區導覽人員認真地說明霧峰林家的特色與歷史，包含林家家族的貢獻、各個建築的特色、用途的故事……等等豐富的霧峰林家故事，並於解說完之後招待民眾在古蹟裡享用熱桂圓茶。</p> <p>5. 國立臺灣交響樂團的老師耐心教導民眾各個節拍的指揮手勢，並在教導完之後，邀請民眾上指揮臺體驗指揮遊戲，接受遊戲系統打分數。</p>
文化局	<p>1. 確認遊覽車抵達與否，同時請民眾報到、核對身份及人數。因為第一站發車地點是在大墩文化中心，而文化局人員新增一個接駁點在臺中市政府，以讓民眾交通方式能多一項選擇。</p> <p>2. 整日工作人員僅兩位，一位科員及一位替代役男。</p> <p>3. 要求原先無報名，但代理他人參加的民眾簽屬切結書，因為臨時參與所以整日的保險名單中未出現代理參與活動者。</p> <p>4. 每次發車前均清點人數是否到齊。</p> <p>5. 拍照記錄各個行程。</p>

	<p>6. 在大墩文化中心全體參與民眾皆上車之後，發給每人一張整日的識別證以方便身分辨認，以及一張整日行程順序所製成的明信片，讓民眾能做紀念之外，也能隨時清楚整日的行程安排。</p> <p>7. 霧峰林家宮保地園區導覽結束後，民眾享用熱桂圓茶的同時，唱名請民眾以一組為單位與古蹟合影照相，而文化局工作人員會利用中午吃飯時段將照片洗出來，並黏貼於有「2015年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片上，並在回程發放問卷、回收名牌與問卷之後送出。一組能擁有一張為紀念。</p>
--	---

本研究整理



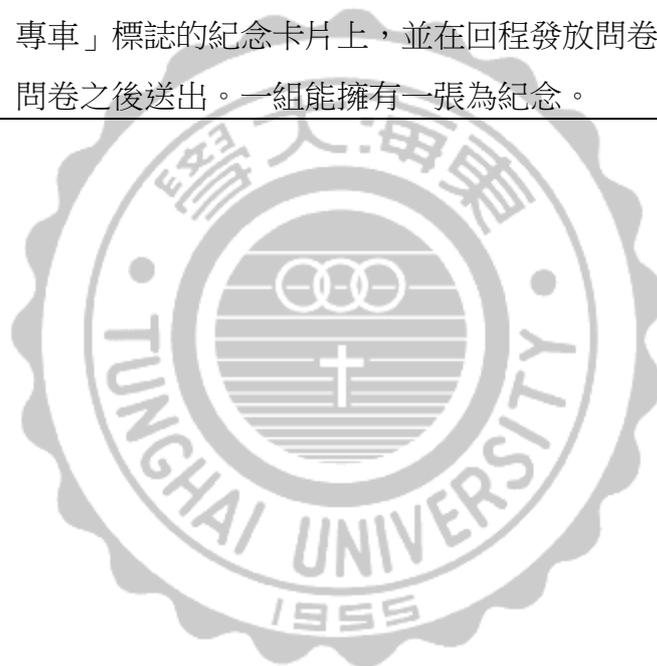
觀察紀錄表

路線名稱：藝遊未盡品文藝	
時間：4/18（六）	
對象	事件內容與行為的情境描述
民眾	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 報到、上車、占位子。有部分民眾是從臺中市政府搭上遊覽車，前往屯區藝文中心集合，而另外一部分民眾直接在屯區藝文中心等待集合。</li> <li>2. 占位子的衝突：屯區藝文中心導覽完畢之後，民眾沒有分上車地點，全部皆是隨意的先後上車，而有些在臺中市政府上車的民眾會放置包包，有些不會放置包包，導致從屯區藝文中心車的民眾難以辨認位子是否有人坐，會些微有紛爭。</li> <li>3. 要報到時僅能猜測或詢問他人，因為文化局的工作人員沒有穿著服務背心，也沒有設置告示牌。</li> <li>4. 部分民眾臨時不能來，而有請朋友代為參加。</li> <li>5. 在屯區藝文中心聽解說完之後，離上車時間僅剩於不到 10 分鐘就要集合上車，大多民眾排隊上洗手間或四處拍照，少部分民眾把握時間在展區內仔細觀看作品及相關介紹，或者拿文化報報的資訊。</li> <li>6. 隊伍在臺灣民俗文物館時，因為臺灣民俗文物館員有民眾也很多，因此導致臺灣是文化專車的隊伍分散、凌亂，同時在這個景點也安排角色扮演的體驗，文化局有是先租借古裝供民眾在臺灣民俗文物館內合影留念，此時太陽又大又熱，佑要更換衣服，引起民眾抱怨，但多數民眾還是很有耐心完成這個體驗。</li> <li>7. 在導覽解說的過程，對於有獎徵答或問答題格外有興趣。</li> <li>8. 民眾皆認真的霧峰光復新村的介紹，並且對於霧峰光復新村古老的眷村巷弄、紅磚瓦牆一直拍照。</li> <li>9. 亞洲現代美術館提供的小型導覽解說器讓大家感到新奇，且</li> </ol>

	<p>均有愛護使用導覽解說器。當日欣賞的展覽是「凝視繁華的孤寂者—竇加」，看到許許多多藝術品，民眾們皆很認真聆聽介紹與欣賞作品。</p> <p>10. 回程的路途需要寫問卷、歸還識別證。</p> <p>11. 收到當日的照片大家都覺得很滿意，欣賞時會露出笑容。</p> <p>12. 回程時，一整天豐富的行程讓小孩上車即倒頭大睡，大人也累！</p>
藝文團體	<p>1. 屯區藝文中心的文化志工詳盡解說，但因停留時間過短，部分展覽只能邀請民眾擇日再來。</p> <p>2. 隨車導覽老師會介紹文化局工作人員以及自我介紹，讓民眾知道整日的行程有任何問題可以與誰做聯絡，並且導覽老師不定時的會一直在車上用說故事的方式，介紹有關臺中的歷史文化知識、臺灣鄉土語言（臺語）。</p> <p>3. 臺灣民俗文物館導覽人員負責對文物館收藏品介紹，內容包含竹籐、刺繡、草編、文房筆硯、布袋戲偶.....等等。</p> <p>4. 霧峰光復新村的導覽志工也對霧峰光復新村的歷史背景、鼓勵文創青年租用的發展做介紹。</p> <p>5. 霧峰光復新村的導覽志工要開始導覽前，負責解說的人員皆會問民眾需要用臺語還是國語做說明。</p> <p>6. 亞洲現代美術館提供的小型導覽解說器讓大家感到新奇，且均有愛護使用導覽解說器。導覽人員對「凝視繁華的孤寂者—竇加」展覽中的作品，從藝術家的成長故事、創作特色均有豐富的介紹。</p>
文化局	<p>1. 確認遊覽車抵達與否，同時請民眾報到、核對身份及人數。因為第一站發車地點是在屯區藝文中心，而文化局人員新增一個接駁點在臺中市政府，以讓民眾交通方式能多一項選擇。</p> <p>2. 整日工作人員僅兩位，一位科員及一位替代役男。</p> <p>3. 要求原先無報名，但代理他人參加的民眾簽屬切結書，因為臨時參與所以整日的保險名單中未出現代理參與活動者。</p>

	<ol style="list-style-type: none"><li>4. 每次發車前均清點人數是否到齊。</li><li>5. 拍照記錄各個行程。</li><li>6. 在屯區藝文中心全體參與民眾皆上車之後，發給每人一張整日的識別證以方便身分辨認，以及一張整日行程順序所製成的明信片，讓民眾能做紀念之外，也能隨時清楚整日的行程安排。</li><li>7. 於臺灣民俗文物館，唱名請民眾以一組為單位與作品合影照相，並且協助挑選、更換衣服，而文化局工作人員會利用中午吃飯時段將照片洗出來，並黏貼於有「2015年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片上，並在回程發放問卷、回收名牌與問卷之後送出。一組能擁有一張為紀念。</li></ol>
--	---

本研究整理



觀察紀錄表

路線名稱：藝脈相承好演藝	
時間：4/25（六）	
對象	事件內容與行為的情境描述
民眾	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 報到、上車、占位子。有部分民眾是從臺中市政府搭上遊覽車，前往葫蘆墩文化中心集合，而另外一部分民眾直接於葫蘆墩文化中心等待集合。</li> <li>2. 占位子的衝突：葫蘆墩文化中心導覽完畢之後，民眾沒有分上車地點，隨意的先後上車，而有些在臺中市政府上車的民眾會放置包包，有些不會放置包包，導致從葫蘆墩文化中心上車的民眾難以辨認位子是否有人坐，會些微有紛爭。</li> <li>3. 要報到時僅能猜測或詢問他人，因為文化局的工作人員沒有穿著服務背心，也沒有設置告示牌。</li> <li>4. 部分民眾臨時不能來，而有請朋友代為參加。</li> <li>5. 在葫蘆墩文化中心聽解說完之後，離上車時間僅剩於不到 10 分鐘就要集合上車，大多民眾排隊上洗手間或四處拍照，少部分民眾把握時間在展區內仔細觀看作品及相關介紹。</li> <li>6. 此班次為銀髮族專車行動過程中會有一些年長者走的較緩，但在各景點導覽解說的過程，隊伍大致集中整齊。</li> <li>7. 在導覽解說的過程，對於有獎徵答或問答題格外有興趣。</li> <li>8. 民眾皆認真的欣賞南管表演。</li> <li>9. 南管樂器體驗大家都很有興致參與，不斷拿起各種南管樂器來體驗與拍照留念。</li> <li>10. 神岡呂家頂瓦厝的介紹，以及好神棋的安排，讓民眾感到很有趣，有玩有拿的行程，皆受大朋友與小朋友的喜愛。</li> <li>11. 回程的路途需要寫問卷、歸還識別證。</li> <li>12. 收到當日的照片大家都覺得很滿意，欣賞時會露出笑容。</li> <li>13. 回程時，有部分民眾要求沿途、順路下遊覽車。</li> </ol>

藝文團體	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 葫蘆墩文化中心的文化志工詳盡解說，但因停留時間過短，部分展覽只能邀請民眾擇日再來。</li> <li>2. 隨車導覽老師會介紹文化局工作人員以及自我介紹，讓民眾知道整日的行程有任何問題可以與誰做聯絡，並且導覽老師不定時的會一直在車上用說故事的方式，介紹有關臺中的歷史文化知識、臺灣鄉土語言（臺語）。</li> <li>3. 合和藝苑細心製作講義介紹南管特色，並且安排豐富的現場樂曲演奏，在民眾體驗南管樂器時，皆會在一旁親切的教導。但因為遊覽車延誤抵達，所以導覽時間也被濃縮。</li> <li>4. 呂家頂瓦厝要開始導覽前，負責解說的人員皆會問民眾需要用臺語還是國語做說明。</li> <li>5. 臨時增加一個宮廟參訪，濃縮到臺中眷村文物館導覽時間。</li> </ol>
文化局	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. 確認遊覽車抵達與否，同時請民眾報到、核對身份及人數。因為第一站發車地點是在葫蘆墩文化中心，而文化局人員增設臺中市政府為接駁點，以讓民眾交通方式能多一項選擇。</li> <li>6. 整日工作人員僅兩位，一位科員及一位替代役男。</li> <li>7. 要求原先無報名，但代理他人參加的民眾簽屬切結書，因為臨時參與所以整日的保險名單中未出現代理參與活動者。</li> <li>8. 每次發車前均清點人數是否到齊。</li> <li>9. 拍照記錄各個行程。</li> <li>10. 在葫蘆墩文化中心參與民眾皆上車後，每人發一張整日的識別證以方便身分辨認，以及一張整日行程順序所製成的明信片，讓民眾能做紀念之外，也能隨時清楚整日的行程安排。</li> <li>11. 南管樂器體驗時，唱名請民眾以一組為單位與樂器合影留念，而文化局工作人員會利用中午吃飯時段將照片洗出來，並黏貼於有「2015年 臺中市文化專車」標誌的紀念卡片上，並在回程發放問卷、回收名牌與問卷之後送出。一組能擁有一張為紀念。</li> </ol>

本研究整理

## 附錄八、訪談逐字稿

一、受訪者代號：A

二、受訪藝文團體單位名稱：凡亞畫廊

三、受訪者職稱：經理

四、訪談日期與時間：2015/2/11（三）14：00～14：40

五、訪談地點：臺中市西屯區河南路二段 301 巷 16 號 B（凡亞展覽館）

---

Q:首先謝謝蔡先生可以接受我的訪談，就是撥出你的時間。我先跟你介紹一下就是，臺中市文化專車，他是因為 100 年開始，就是因為 99 年底縣市合併，臺中市為了想要推廣區域裡面的文化資源才舉辦這個活動。現在是透過網路報名，一年兩次那會安排有車子載民眾，民眾透過網路報名可以到各個地區去吸收這些文化知識。那就是行程的內容剛剛有給你看到 像是古蹟、畫廊、博物館、美術館 凡亞藝術也是其中有被安排的景點。所以想要訪問一下相關過程 想要請問說 第一題 是不是透過這個活動，在凡亞藝術空間，是不是可以讓藝術家可以得到一些創意，對他們創作靈感方面有一些幫助，會嗎？

A: 是這樣子的。因為當初臺中市文化局，他們跟我們連絡說想要舉辦這個活動。當時的時候依據我們了解，他們也有問臺中其他畫廊，但是好像其他畫廊的意願比較低，當初我們老闆跟文化局也是蠻熟的，為了推廣這種藝術文化教育，免強答應下來，當初他們在參加活動的時候 其實藝術家並沒有在現場。是由我們老闆親自出來那個導覽。所以說，第一題你問能不能得到創作靈感，那可能就比较沒辦法！因為藝術家沒有在現場，他不知道這件事情，可是我在看你的行程的時候 他們如果有去參訪其他藝術組織，如果有藝術家在場的話，他們可能會。可是我可以告訴你的是就是說，藝術家的創作靈感，其實都是他們生活周遭的事情並不是說其他的來源才是一些靈感才來創作。

我給你一些例子好了，像是蔡正依老師，他以前也是畫抽象畫的 畫山畫水 但是慢慢他發現山跟水他畫多了 他靠自己的印象就能畫出來 所以他現在要去尋找新的靈感。那新的靈感變成是抽象的，抽象的東西是靠心情的，可能說今天感覺天氣涼涼的、熱熱的、或是發生了什麼好的事情，那你那天心情不同，你在畫

的當下你就感覺情況比較好，創作出來的東西可能藝術感都還蠻不錯的，所以重點是藝術家他們的創作靈感來源可能很多，像你說臺中市文化專車可不可以給藝術家靈感，我覺得是有可能的。

像有很多藝術家如果只是畫人物，或是社會題材的東西，他跟人接觸就會獲得這些靈感。臺中市文化專車的這些民眾們如果他們也是很熱情的跟這些藝術家去創作，那我覺得說，這個可能性會更大。這是一個很.....假定的問題。(A-1)

Q:我懂...了解....因為就是創作家本身沒有在現場 但是你以他們的角度去想像這裡。那像是就是你們這個點是畫廊嘛！剛剛有聊到說有在做那個藝術品買賣，那...像是..痾 就是..當畫作被買賣的時候，等於是對藝術家一個肯定的行為。那我想說...會不會是因為..我想要了解一下，當初文化專車來的民眾會不會...之後...恩....

A:就是說有購買畫作這種?

Q:對，就是當天有沒有一些...或是說之後再打電話來詢問之類的。有沒有幫助你們畫廊有更多詢問度？

A:我覺得以我們凡亞藝術空間所推廣的藝術，他其實所代表的單價都是比較高的。單價高時普通民眾也會覺得，比較高，普通民眾想要購買一張畫，會對他們經濟會造成壓力，所以臺中市文化專車來的時候，詢問度是沒有那麼高的，可是我們也是抱持著一種藝術推廣的心態去歡迎他們的。那支持感受.....其實那時候我老闆跟我說，我們連續辦了三個月，可能每個禮拜有遊覽車，載一些民眾下來，以我們的經驗說，真正對藝術有好奇的民眾，可以說是少數，大部分的民眾都是遊玩的心態，有帶了很多小朋友，有小朋友跑來跑去阿.....哈哈 (A-2)

Q:那會造成你們得困擾嗎？

A:對 那時候也是造成我們的一個困擾....因為我們的畫跟民眾是零距離的，那小朋友這樣碰阿，也是有可能會造成畫作的損壞，所以那時候也是比較擔心這一點。

(A-3)

Q:對阿！因為有些藝術品可能沒有櫥櫃，也是裸露在外面，那這樣可能也會造成你們的負擔對不對？會不會說你們人員不足來應付這個活動。

A:那時候是這樣子，因為我們也是想要幫助這個文化局辦理的活動，民眾來的時候 我們也要準備茶水 迎接 或是藝術導覽 當然人手是盡量安排。可是我們也是

希望文化局給我們一些補助，因為這樣子連續辦下來，可能我們人手要增加，要茶水阿 要提供一些導覽服務 變成多了很多工作。(A-4)

Q:了解，謝謝！我想一下喔，所以因為你剛剛有提到民眾過來多半是抱持著遊玩的心態，恩...那你會不會對之後文化局在辦文化專車有一些建議，比如說畫廊提供一些資訊，不一定要把景點安排過去，比如說有興趣民眾自己有空再來參觀，這樣會不會比較好？

A:恩 我們是有幾點建議，就是像他那時候是坐遊覽車來，所以大部分人下車第一時間就是跑廁所。那我的意思是 他們第一時間是跑廁所，我們是要導覽把人聚集起來，那這樣子就沒辦法聚集人。所以我們的感覺可能就是說 在這個行程裡面 可能先辦一個讓民眾有一個休息站 在緊接著欣賞畫。再來是如果遊覽車，導遊能夠跟我們這邊畫廊配合，比如說先講一下類似畫覽所展的主題 先讓民眾了解一下這次展覽的特色在哪裡，他們來的時候比較有興趣 比較有了解我們這裡所展的藝術品。(A-5)

Q:這是還蠻好的一個建議，對阿，因為不然就是..來的時候大家一直去上洗手間，這樣也沒有辦法..就是把民眾整合起來..就是...整個導覽也會不順利的進行。

A:對，因為我們有發現說，在導覽的時候可能會有一小群的觀眾，可是旁邊有小孩子在跑，我們就比較沒辦法控制那個場面。阿一次來的人也是很多，阿也有就是說，還有一點是說 像年輕族群 或比較老一倍的，那我們老闆就發現，可能要用兩種語言，像中文或台語，就會發覺這樣時間會花太長，民眾比較沒有耐心 所以說文化局可不可以把他們歸類成一個台語團阿 年輕的阿 那我們比較針對這個族群的哪一方面 用他們比較會去關心的..因為不同年齡對藝術的感覺是會不一樣的 如果我們用就是 文化局可以和我們是先配合 像是哦今天來的是比較年輕一點的族群 那我們講的事情就會比較不一樣。(A-6)

Q:那我想問一個問題，文化局在跟你們連絡的時候 只是給總人數而已？

A:也沒有總人數，就是說哪一天 什麼時候 會來。可能會告訴可能一兩台遊覽車這樣子。(A-7)

Q:所以這是可能比較可以改善的地方，不然好像也會讓你們準備有點不知所措，就是當天才知道有多少人

A:這一方面是還好啦!因為其實要來多少人我們空間也是足夠..也是可以配合的!

(A-8)

Q:那我想要問一下第四題，就是你說活動舉辦之後，來欣賞凡亞藝術空間的民眾，數量有沒有一些變化?還是你們有統計過嗎

A:恩...我們沒有正式的統計過 但是我們所辦理的是三個月，所以說可能可以看到的變化 還是沒有那麼大。因為我們是一個非常專業得一個畫廊，那我們販售的單價比較高 普遍民眾他們看到價格也是比較保守一點。(A-9)

Q:痾..因為我有發現..我覺得我的問題設計方面可能還要再做一些調整，呵呵..不過還是有幫忙到我 因為有一些相關意見，有看到這個活動舉辦的一些缺點。對阿..

A:我是覺得以你來說，像這種文化政策，以你的主題來說，是主要是文化政策的成效，我可以提供的就是說，恩..我是覺得說，其實在文化政策上面，我們政府在推廣的時候，可能會花很多錢，像是辦文化專車，讓更多民眾去參加一系列的活動，可是對純藝術的幫助不大，我們最主要還是希望，民眾去了解這些，我們所做的努力，那這樣的觀光是很不錯，很多人是抱著觀光..可是實際上他到那邊時間也是很短促的。所以我們是覺得說，像這種文化政策其實是要精選的，就是說因為現在我們是有很多藝術家，這種文創工作者，可是很多時候，他沒有把他們的特色表現出來，可以讓人家印象深刻。 意思就是說，政策在實行的時候，第一個是要去思考，成果是怎麼樣的，因為很多在推廣文化產業的時候，變成文化產業是普遍化的，而沒有把當地的特色去表現出來...講完好像有點那個..呵呵

(A-10)

Q:講的好像有點哲學..你說要把成果作為思考..是....可以在舉一些例子嗎

A:我先跟你講一下我們畫廊，第一個我們是商業型態的畫廊，主要工作室推廣藝術家的藝術品，要達到有買賣，這樣我們才會有利潤，才可以繼續的經營下去。現在以台灣來講 以前畫廊型態 可能是辦畫展，邀請人來看畫展。那我們現在所需要的是發出請帖，請大家來看畫展，不過這樣的成效，可能一到三百個人來看我們的藝術品。可是台灣現在的新現象是藝術博覽會，藝術博覽會就是他們找個場地，邀請各個畫廊，台灣或國外的畫廊，擺設一個小攤位，這樣子的時候，他是很集中，而且特色是純藝術，沒有其他高檔用品或服裝，而是純藝術，這種時候所吸引的，全部都是對藝術有興趣的人。所以那個是變成是一個盛會，一次進

來看的是幾萬個人，所以說重點是說，文化政策你要能夠把特色所抓出來。那像我在看這個路線的時候 我會發現..像大墩文化中心阿，清水牛馬頭阿、港區藝術中心，這些藝術中心我們也是常常會去，不過都是不同藝術的，像是港區，可能水墨油畫水彩或民俗藝術啊，他們所分類的藝術是非常廣闊的，可是這樣子辦起來...好像會失去一種特色，你沒有辦法集中。所以如果我們畫廊要去辦一種說...我們一開始會去思考..我們這個旅遊特色是在那裏 特色就會決定是中晚輩油畫之旅 比如說 45 歲之後 可能是畫油畫 可能是畫抽象，就是你把他的重點特色是非常明確的 這樣大家就會非常對主題有深入了解。

那辦這旅遊的時候，像很多藝術家都會有自己的工作室，文化局就可以跟藝術家聯絡一下，到他們工作室，這樣我們會覺得是比較有特色的，不會像說是去什麼地方，阿看了很多東西，可是一天下來你問民眾學到什麼東西，他們也講不出一兩樣。(A-11)

Q:就比較沒有印象深刻

A:對，對...

Q:那想要問一個問題...你可以試著回答 因為可能當天導覽不是你帶的，就是那時候不是有說導覽是老闆帶的 有興趣民眾不是不多嗎，那有在認真聆聽介紹的大概是什麼樣的對象 比如說是年輕人或是...

A:像我們老闆一開始跟民眾接觸 第一件事情是看民眾對藝術的了解是到什麼程度。因為有時候藝術是非常深的 如果講得太深 可能觀眾是聽不清楚，所以要先釐清民眾程度 依我們了解 大部分對藝術都是初步的了解 所以我們也是比較初步的介紹。那當然就是這樣來介紹時候 可能藝術系的年輕民眾 或是真正對藝術有了解的 聽了起來比較無趣一點。所以我們畫廊是屬於專業的，跟民眾第一線的教育，讓他們知道我們這些藝術的價值。那你剛剛所講的問題，有在認真聆聽介紹的大概是什麼樣的對象，可能沒有跟文化局好好配合好，所以我們都是比較初步的介紹...如果有對藝術更有興趣的民眾，他們也會事後再來跟我們討論這樣子。(A-12)

Q:所以有 只是比較少 可是有 對他們也會私下再回來做了解...?

A:可能也是會有一些。(A-13)

Q:好...呵呵

A:因為其實我記得當初 可能時間也沒有很久 我們就是中途讓大家累了下來上個廁所 所以在我們這邊停留個 30 分鐘 所以接觸時間是比較少的 能給人家比較藝術更進一些方面 也是沒有辦法... (A-14)

Q:那我想問..舉辦這個活動 就是對於..宣傳你們..就是畫廊會不會有一些幫助 就是你們配合這個活動 在宣傳上..有幫助嗎?比如說民眾會不會去分享今天來到這個地方..有..有嗎?..呵呵

A:我們是覺得說多多少少都會有啦!可是後來 3 個月我們評估一下成果,成效應該沒有那麼好,像我剛剛跟你提到,我們去博覽會,他可能一天來光顧的是幾萬人,所以我們幾天內來看的時候就變成好幾萬人,所以那一種的曝光率是比較高!對,因為你看像進去博覽會第一個是要付門票,第二個是說,他是在某一些時間裡面,所以你要特地去那邊!所以有些民眾都是對藝術這方面比較有興趣的,多多少少還是有幫助啦!只是我們會去評估說 所付出跟我們所收回來的是有沒有比較好的成效。(A-15)

Q:你剛剛說有幫助,可是幫助不多,那想要問一下說 如果之後文化局 今年還是會再舉辦臺中市文化專車 你們還會想再跟他們配合嗎?會主動邀約嗎?還是說如果他們有需要幫助的話 你們會再考慮

A:這個我們老闆會再考慮看看。(A-16)

Q:如果文化局邀請你們會再考慮看看?

A:對對會再考慮看看,我們老闆再決定看要不要幫忙

Q:考慮的點是...?有哪些

A:第一個是說看看我們有沒有衝突,像是其實我們畫廊也是 我們老闆也是要到處出去國外 像是 3 月快來了 也是一個世界上 亞洲上是一個很大的博覽會。(A-17)

Q:你是說..奧..奧..怎麼拼哪?

A:BASAL

Q:你說是在澳門嗎?

A:在香港,對 那這次我們老闆就要去參加那個盛會,去看一下國際藝術的走向在那哩,再來 5 月廈門那邊的博覽會,老闆也要去參加。就是說,第一個我們的考量就是我們的行程沒有衝突,再來就是看老闆有沒有要親自來導覽,還是怎麼樣。(A-

18)

Q:了解,那謝謝你接受我的訪談,我的訪談先到這邊結束~謝謝!!



一、受訪者代號：B

二、受訪藝文團體單位名稱：大雅失落童玩村

三、受訪者職稱：執行長

四、訪談日期與時間：2015/3/23（一）9：30～10：35

五、訪談地點：臺中市大雅區橫山里振興路 228 號

---

**B:**一直都沒有跑出去 沒有人來帶 可是我回到故鄉要做社區營造的時候，一直在想要用什麼主題來做社區，看有什麼特色，會去想，剛好我小時候玩過很多童玩，是不是剛好可以利用這個主軸，成為社區勞動的一個方式，所以我就想了 7.80 種，我就用手繪製這些童話故事，一畫就畫了一百多張故事，我們就用這個來做第一年做社區營造的主軸，再去跟文化局申請補助。那文化局就說這個童玩故事是很有特色的 那我們除了畫作成一個童玩故事，我也把我早期玩過的童玩全部用我記憶、用我的手工把它做回來 或是收集 所以當初在我們活動中心有一個童玩故事牆 甚至有好幾百種的童玩可以讓民眾來體驗，可以實際操作，因為有這樣特色，所以文化局就把我們列入參觀的行程裡面。

**Q:**那就是，他們開始就是.....跟你達成協議之後加入這個景點 讓民眾來參觀，那過程就是老師可以先簡單說明一下？

**B:**當然就是民眾來到這邊都會覺得很特別，因為那一年排的行程是從神岡到九天文化村..然後中午在排到我們社區。把我們排入計畫當然是很高興，可是事實上，安排的時間已經夠短了，本來只排半個小時，可是那一年又沒有準時到，變成只來 15 分鐘，其實沒有給我們一個半小時變成沒有辦法去了解這個文化，所以說是變成我們的困擾，為了接待你，你來 15 分鐘，去上廁所，然後隨隨便便講完，就走了，所以這樣的話就覺得行程不要再排了，所以是這個原因。(B-1)

**Q:**那這樣等於還蠻可惜的，沒有真正讓民眾體驗到，停留時間不夠長這樣子。

**B:**對，就是文化局排行程是 OK，可是要去做好時間的安排，不然我們根本沒辦法去做詳細的解說。所以作計畫的人要實際去走一下，不要在辦公室裡面紙上作業，那根本實際路線是不對的！所以如果有機會當然是希望可以排入行程，不過要給我

們充分的時間去溝通,不是只給短短時間,不然就會造成我們的困擾。(B-2)

Q:所以說,他們時間不夠長,那一年不是有舉辦很多梯次,那每一次班次來都是這樣子嗎?

B:對,而且還有一點,你要帶動社區產業觀光,你要給我們資源,沒有給我們資源,我們不知道怎麼做配合。所以說文化局現在思考說,它是一個特色的點,你要讓他去參與,這樣才會覺得說我們社區是有未來的,不是把行程排到私人景點去,應該以社區為整體來考量,如果今天社區沒有產業那就算了!我們有童玩產業,算是成熟的,我們有 diy 的東西可以排。(B-3)

Q:因為當初他們排的時候 他們行程是把 老師你們是把大雅失落童玩村 所以關於 就是 與童玩的故事都沒有辦法讓民眾去看。

B:沒辦法很認真~我們沒有辦法去述說這個故事牆背後的故事,包括我們的產業,沒辦法讓他們去了解。(B-4)

Q:所以就是停留時間太短了 沒有辦法讓民眾他們述說 也沒有辦法從民眾取得一些..

B:對!因為要從參觀的人口袋把錢拿出來,就是你要讓他去感動!你要講故事給他聽,講完故事他才覺得他想去買,是這個原因。(B-5)

Q:所以說在文化專車活動中,你可以從 就是安排民眾來旅遊 在這個過程中 得到一些創作的靈感嗎 你覺得 有嗎? 呵呵

B:其實我跟你講,我們在透過這個活動交流是很好的!這是我想要得到的最大一個部分。我的童玩畢竟是局限在我的生活童年,我每次有觀光團來,我都會從他們身上去挖寶,我會說對他們說,這是我們社區有的文化,同時我會反問他們說,那你們小時候玩過什麼?像我的童玩就沒有無患子這個童玩,而他們就可以說出來與我分享,他們小時候的彈珠就是用無患子去做童玩,我就學到這個!我就反芻回來變成我們現在的文創產品之一。所以其實交流過程中我都會去挖寶!這些寶最後又變成我們社區中重要的寶,變成社區資源。所以如果我們到別的童玩村會發現他們的童玩大部分都是那幾種,那來到我們社區的人也會發現,我們這邊擁有的童玩,在他們生活的地方是不是也有,這就是交流的收穫,並且引發我們創作更多的地方。(B-6)

Q:那我想要在提問一個問題 當初民眾到這邊來的時候,他們的民眾給你的感覺

比如說 他們有沒有尊重作品阿 或是說 你覺得他們這群觀眾 給你的感受是什麼?

B:其實基本上他們看到我們的童玩故事已經是非常的佩服了,就是可以用一個手跟記憶把它完全呈現,而且大部分都是 50 歲以上到 8、90 歲這個層級他們感受最深,讓我感到很欣慰的是說,我把他們都變年輕了!他們到這邊瞬間變回小時候的記憶,看到童玩拿起來就玩,感覺非常開心,所以我說利用童玩這個東西,連結人的記憶跟情感!這個連結是非常有效的。(B-7)

Q:那我想問說,這個活動中 老師能獲得作品被支持的感受嗎?比如說 那些老年人被幫助到 就是說 對

B:其實他們來到這邊體驗、欣賞童玩村的這些作品,然後給予肯定,是我們社區一直走下去很大的力量!我們也慢慢學會到,別人去丟一些負面的東西,我們也學著去接受。(B-8)

Q:負面的可以舉例一下嗎?

B:他們可能會嫌東嫌西,會變成是我們的力量,我們會去改進。那個負面是很少很少啦!那比較負面!造成我們的困擾是有時候一些觀光團來這邊,上車尿尿下車睡覺,來就拍拍屁股就走掉了!當然是比較負面的東西啦!畢竟這些觀光團,他們比較是來的時候比較倉促、坐車勞累.....對(B-9)

Q:那我想問老師活動舉辦後 來欣賞你們社區 包括那時候大雅失落童玩村 這些觀光觀眾的數量有沒有一些變化?或是說有人私底下來詢問你們?

B:其實這些產業是要一步一步走下去,這發展當然是一定會有,人來我們也發現我們的問題在哪裡,你沒有把人帶來,我們不知道我們的產業要怎麼走。透過每次辦活動,慢慢去修正,來的時候一定會造成效益,他們來如果看完之後覺得不錯,一定會再叫人家來。可是我們會發現問題,我們不可能長時間在那邊等人來,所以是不是採用預約的,你要的活動內容講好!齁!我們是希望以後給我們半天的時間,帶你去認識整個社區,這樣比較有意義。那透過一次兩次的活動 我認為社區產業已經慢慢起步了!讓後續效益一定會再出來。(B-10)

Q:那如果說之後來了一次 之後再跟你們預約 他們下次來 下下次再來 你覺得他們看你的作品眼光有沒有就不一樣了?

B:我們會安排其他區塊,讓他看沒看過的。你要讓遊客再來,一定要有更多去吸

引他的眼光。比方說每個季節的主題都不一樣，我們要有讓他還會想再來的東西啦！因為畢竟觀光客不是在地人，他不知道你有多少東西，應該是說，你來的時候我呈現給你多少東西，我們還有其他東西可以在安排過來。(B-11)

Q:就是跟他們說,還有其他東西沒有體驗到,下次可以再來這樣子。那最後想要問老師,有沒有給文化專車,給這個活動一些意見 之類的?

B:就是像我剛剛講過,你在安排活動的人,第一個一定不要只是紙上作業,你一定要去親自考察,去了解他的路程時間,要精準,團體活動時間一定比較長,你要去計算準確,不能壓縮到最後根本沒有時間去參訪嘛!第二個我希望說,在做文化列車的導覽,應該是以社區為重要,比方說這個產業這個達人,跟社區是不是有連結的,如果是私人的.跟社區是沒有連結的。當然就時間安排很重要,大概是這個樣子啦!還有什麼要問的,或是我們要用雜七雜八聊的 (B-12)

Q:可以阿 因為我的題目問的差不多 我覺得文化專車沒有我想像中那麼規劃完整....

B:他的立意是很好的啦 可是像我剛剛講的 他安排的點並沒有跟社區結合。(B-13)

Q:可是他主要是想促進文化資源,因為社區也有提供像是大雅失落文化村文化氛圍在裡面

B:有阿 可是說你進來你要給社區帶來有效益的東西 不要安排私人產業 那跟社區完全沒有做連結。(B-14)

Q:像是私人產業,老師你可以舉例一下嗎?

B:私人產業比如說金吉,他是特色產業,比如說鯉魚旗,他跟大雅跟一些文化活動是有連結,不過今天是以我們橫山的角度,他一直沒有參與到社造,這幾年是有跟公所的小麥文化節有連結到,這是還 OK 啦!再來是說,你排的点要來考慮一點 會不會給社區帶來困擾,如果是減分的 那就不要了 要去思考很細啦 不要硬擠一個行程出來! 就是時間不夠就不要排 寧可充裕一點讓大家多認識一些。大概是這樣。

我來跟你介紹一下...這個叫做「圓滿」,我說人生求圓跟滿,當一個人沒有滿,兩個人在一起就有喜事,這是一個很特別的文創商品。像這個是「母子連心」,這也是我們文創商品。其實我們的文創已經很成熟了!然後我們現在東西已經賣

到松山文創園區跟 101 中正紀念館，臺中在草悟道也都有上架。那我目前的作為是透過文創商品，我在外面是幫社區打品牌，那社區在內部是幫我推產品，我們會做一個結合啦！我把我們產品推到台灣舞台去，人家會認識橫山，是幫我們打品牌。但是相對的我們的商品...觀光客來消費我們會提撥三成，如果消費 1 萬元，我們 3 千塊就回饋到社區，變成一個基金。我未來要成立一個工作室，就要訓練在地的一些在家就業的人，就是弱勢，去做一些童玩一些手工，讓他們增加一些收入。(B-15)

Q:也就是利用這些文創商品，也給他們一些收入。

B:對,,這就是產業怎麼去做結合。我們是用私領域去帶社區，利用社區來幫我們推互相。現在文化局走的方向大部分都是公歸公。他的計畫比較沒辦法和私人產業做結合。(B-16)

Q:那剛剛老師有提到那個鯉魚旗那個金吉，它是一間公司嗎？

B:對阿!他很有名阿 有一個媽祖包做得很好。他是一個特色喔!你有跟他約了嗎? 那個陳老闆我們都有熟啦!那時就是安排我們這邊很短,去他們那邊時間比較長! 他那個時候就是跟社區完全沒有結合,我就是比較 CARE 那樣的東西~因為他畢竟是社區的資源~

Q:好那我的訪談先到這邊。

一、受訪者代號：C

二、受訪藝文團體單位名稱：聚金會神金華山媽祖文物館

三、受訪者職稱：館長

四、訪談日期與時間：2015/4/10（五）13：30～14：30

五、訪談地點：臺中市大甲區光明路 119 巷 9 號

---

Q：董館長您好，那我開始今天的訪談，在訪談的過程會錄音下來可以嗎？

C：恩 好

Q：想請問的是說，您們今年有參加文化專車，應該不是第一次吧？

C：今年是第二次

Q：今年是第二次，那想要請問的事說，怎麼會想要接觸到文化局舉辦的這個活動，你們中間是如何作聯繫的？

C：其實一開始，我們也不知道他有把我們這個點排進去，因為文化局活或許有一些外包的那個廠商，等於是觀光公司企劃這樣一個，承包企劃導覽這樣一個的業務，那他就每個地方每個地點去找，那因為我們這個點是剛新設立的沒多久，那一般大甲除了來到鎮瀾宮拜拜以外也沒有什麼其他點可以再去逛，那當時我們創立這個館就是說我本身有收集一些馬祖歷史的文物，媽祖的雕刻像、衣服、皇冠，反正就是一些媽祖相關歷史的文物，我們都有收集到，那或許在早期一開始的時候，我們在推，可能那些觀光公司都有看到我們的點，那就把我們納進來了，那去年上一次的接洽，坦白講我們莫名其妙的就被安排在行程裡面。（C-1）

Q：恩恩

C：那今年一開始就可能是換個承辦，或是計畫重新擬定，才由文化局內部相關單位的一位小姐來跟我們聯繫（C-2）

Q：喔

C：今年是有跟我們主動聯繫，而且在經費上他有一些我們到本館有一些 DIY 的活動（C-3）

Q：對對對

C：:那費用他就是有加進來，那第一年他什麼都沒有（C-4）

Q：就是人來，然後你們就很突然的接待他們這樣子？

C：對對，他們事先是有跟我講阿什麼，那當然我們是絕對誠心歡迎他們帶團來這樣子，那今年就是跟前年不一樣，今年就是會有那個承辦的小姐事先跟我們聯繫，而且在費用上他們也跟我們詢問的很清楚，那坦白講我們基本上是用 DIY 去當成這種入場的清潔費用的這一些收支開銷，其實我們一方面也是做傳承，媽祖的一些文化的工作，我們並不是以營利去做這樣一個事業（C-5）

Q：恩

C：那所以說，我們今年的部分，剛好有那個文化局承辦的單位，主動跟我們聯繫，是這樣子的

Q：了解，那我想要了解一下說，這樣那你們第一次被文化局安排到那個景點裡面，兩次比較起來有一些差異嘛，那我想要了解是說，那第一次的行程有就是，跟像這一次的行程有 DIY 嘛，那兩次的行程是都一樣，還是兩次的行程有一些不同？

C：不一樣

Q：不一樣

C：前年他也沒有安排 DIY，那本來我們本館就是有設計一些 DIY 的活動，就是他到我們本館來參觀，我們希望他多了解媽祖的一些背景、一些歷史、一些文化（C-6）

Q：恩恩對對

C：那我們當然是希望他留在館內的，逗留時間會長久一點，而且是比較一些做一些深度的較有深度的參訪，我們可以多做一些介紹阿，那我們就是設計一些 DIY，DIY 大概 20 分鐘到 30 分鐘就可以完成了，那我們陸陸續續會開發 DIY 相關的一個課程（C-7）

Q：那因為我上次有參與嘛，我就知道董先生就是做導覽都會把故事說的淋漓盡致，很詳細，那第一次也有這個導覽服務嘛？

C：第一次

Q：還是說停留時間比較短

C：第一次的導覽因為.....坦白講他們因為沒有跟我們館內事先做協調的工作，那一開始來，我們也不知道，前年我們就是以為我們主要就是提供場館讓他們參觀而已，那當然阿，如果你外面承攬的單位，或者是承辦單位你外包的時候，一些公關公司他或許對我們本館的收藏品、或是我們導覽的流程會不了解，除非你文化局會做統籌，比如你今年文化局去配合的幾個點、幾個藝術點、或者是幾個場館，你統一交過來統一訓練，那你就統一導覽員，但是基本上我們是可以這樣配合，也可以阿，或者是說到我們本館來，就由我們這段的期間這段行程安排都由我們館內去做整個行程安排，是這樣子，這樣會比較流暢，而且也不會說由你們外部的人到這邊來，他也不知道怎麼去帶整個 DIY 的活動，或者是整個導覽行程的時間控管，這樣會比較好安排（C-8）

Q：恩...因為如果說你們本館的話，這樣你們都會有一個導覽路線，導覽規劃會比較順

C：對對對（C-9）

Q：了解，那我想要請問董先生說，那你在導覽的過程中，你跟這些文化專車參與活動的民眾互動，你覺得透過這個活動有給他們什麼樣的幫助嗎？就是真的可以讓他們更了解臺中市的一些歷史文化阿，包含大甲媽祖這個部分，恩...就是你覺得你幫民眾做介紹的這些互動讓你感覺如何？

C：恩....我覺得就是到我們本館來參觀，我們就是會去做導覽，這是一定要的，因為整個導覽能夠去介紹整館收藏的東西，那這個並不是你們外界能想像的那麼清楚，就是可以了解整個展覽品的一些歷史阿、故事，那當然透過導覽這些民眾具有極正面的意義，就是他可以透過這樣的展覽品，這樣的導覽，他對某總事務更加的認知、認識，比如說就我們本館是專注在媽祖的一些歷史、文化背景之類的，那你知道我們臺中市三大訴求就是，一個就是糕點，一個就是媽祖，一個是文創的東西，是三大主軸，我們臺中縣市合併以來，目前最注重的產業，那媽祖產業以早期臺中市來講，以合併前的臺中縣來講就屬於大甲的鎮瀾宮，縣市合併以後就會有一些市區型的媽祖廟，他也慢慢逐漸被受到重視，所以說整個在整個臺中市再推展媽祖觀光文化節的時候，他也沒有辦法就是整個經費、或者是整個精神會注重在大甲鎮瀾宮，他或許會注重到市區型的，比如說萬和宮，或者是說樂成宮，原本市區裡頭的那些媽祖廟，他也都應該要照顧到（C-10）

Q：恩恩

C：所以說整個臺中市，他所辦的國際觀光文化節跟大甲鎮瀾宮辦的所謂媽祖觀光文化節式不同形式的，他們是分別獨立去做運作

Q：恩恩

C：那其中有幾個活動，那或許是他們文化局辦的，但整個以臺中市....他整個辦的活動他是要以涵蓋整個臺中市，有拜媽祖的或者是媽祖廟的活動為組，他不能把全部重心、或者是經費都注入在大甲鎮瀾宮，這樣的遶境進行的活動裡頭，所以說這個慢慢要去政府跟民間要怎麼去整合，把這個臺中、具臺中市這樣一個媽祖文化、道地的文化把他來更發揚光大，那我們在大甲這裡，我想我們是一個地利之便，而且是比較有優勢的，就是說我們做一個媽祖文物館，那本來我們本館的設立，我們本身就對媽祖的歷史稍稍有做一些研究，或者是一些.....就是平面的媒體阿、書籍、或是電子媒體的那些資料的整理跟收集，我們本館是以目前來講，整個台灣來講我們是比較具有一點規模的，不敢說做得很完整，但至少我們會比其他的公廟來得比較多，因為我們是民間的、自設的展館，我們的優勢式有別於各個公廟，比如說你鎮瀾宮不可能去放白沙屯媽祖的歷史文物、或是你鎮瀾宮去放新港或北港朝天宮的歷史東西，不可能我們這個私人的媽祖文物館，我們可以收集到的東西，只要媽祖相關的任何一間公廟，媽祖相關的一些歷史的東西，我們都可以收集的到，甚至兩岸三地、甚至東南亞、甚至日本、美國的，只要是有媽祖相關的一些資料，或者是物品，我們都可以收集到，我們的優勢是這樣子的，所以說我們是希望站在地利之便，因為整個臺中市來講大家.....不要說臺中市，說整個台灣講到媽祖、拜媽祖無非就是北港朝天宮、再來就是大甲鎮瀾宮，應該是目前台灣這兩大廟宇在相爭地位，第一或第二，那如果以遶境進香，目前比較上到國際檯面就是大甲鎮瀾宮嘛，那大甲鎮瀾宮現在目前每年的遶境進香，又可跟世界三大宗教可以並駕齊驅，那個朝聖阿跟西方的那個，都可以屬於第三大的，已經屬於在亞洲、整個全球，或者是亞洲地區都屬於是比較具有代表性的一些宗教活動，是這樣子的，那我們站在地利之便，我們更要去透過這樣的活動、透過這樣的一個導覽、透過跟政府這樣的一個結合，我們去更正人民對這個宗教的一個信仰的一個內涵，那你更要去了解媽祖這個人從一開始，所以我們就有調查，媽祖是宋元明清一直到現在民國，已經五個朝代一千多年，所以說你要一直

跟他們講、教導正確的宗教信仰的觀念、並不是從小到大爸爸媽媽或者是爺爺奶奶帶你去廟裡去拜，保平安，你就不知道這個祖神到底是拜什麼，那我們從小就知道他是一個木頭、木刻品，但是所潛在的意義跟實質上的意義是什麼、你拜的意義到底是什麼，所以說你要去從了解這個人，所以說我們開始一直就做媽祖的一個研究，那天你好像也在，我就問大家媽祖名叫什麼？那他們都回答林默娘，其實是不對的，其實真正的你要把他講清楚，林默是他的真名，娘、或者是天上聖母、或者是媽祖婆這個事後世人對他的一個信仰的一個尊敬的俗稱、或者是比較暱稱，比方我們會...像我們大甲，都會講「阿母...你去向婆博杯」，那個「婆」的意思就是很親人的意思，就是很親切，就是把那個媽祖當成自家人，「阿母...你去向婆博杯」、「阿母...你去請示婆」，那種意思就跟親人、跟親屬得關懷是不一樣的，「阿母...咱來去天上聖母」、「阿母...咱來去媽祖婆那邊」那總某某稱號、跟某某稱號那個就說我們稱呼起來的那個感覺會不一樣（C-11）

Q：了解，那因為我有看就是有很多收藏品嘛，因為館內關於馬祖很多不同類型的收藏品，剛剛也提到收集到很多地方的，所以想請問一下，在這些收集作品的路上，會不會因為透過文化局舉辦這個活動，帶來一些民眾來參訪，所以在收集這些媽祖相關的作品會更有動力呢？這個活動是不是能為你帶來一些持續收集更多作品的力量？

C：恩.....我想這個問題我要先有點釐清一下，因為我們館收藏的這些作品，這些收藏品都是 40 幾年所累積而成的。（C-12）

Q：恩恩 哈哈是是是

C：哈哈 這些收藏品都是 40 幾年的收集才有這麼多，並不是因為舉辦這個活動，而一時之間變出那多收藏的。（C-13）

Q：是 了解

C：收藏品都是 40 幾年的努力累積而成的

Q：真的非常豐富，那因為之前收集作品都是屬於自我欣賞的，但在成立文物館後就是希望讓更多人認識、了解媽祖，而文化局舉辦這活動，讓參與的民眾有機來到這邊，這樣館內的收藏品也多了一些人知道，這樣子的活動，因為有民眾過來參與、他們聽您解說的感覺，對你們繼續收藏媽祖作品會不會更有動力呢？

C：這當然是會的，只是我們的收藏並不是因這活動才開始，但藉由讓更多人知道媽祖，我們會更加用心地收藏各類有關馬祖的文物、作品（C-14）

Q：恩恩 您覺得這活動是不是能幫助民眾更了解整個大臺中的文化、以及大甲媽祖這邊的相關知識、歷史背景呢？

C：現在政府都比較走觀光旅遊的方式，深度的文化體驗較少，這樣子活動當然是可以幫助到這些民眾來更了解臺中，透過解說之後也讓他們更了解媽祖是何許人也，媽祖是經歷了五個朝代，媽祖是宋元明清一直到現在民國，讓更多人認識這個文化很重要，這個信仰的力量...就是拉近人與人之間的距離，從小妳爸爸媽媽都是跟你說「別人家的東西不要吃」、「別人家裡不要隨便去」，但您看媽祖開始遶境，大家跟著媽祖一起走那麼多天，這幾天隨處街上吃的都不認識的人提供給的，也會跟別人借家裡浴室沖個澡，這些吃的、資源所提供的人是陌生人，但每個人會因為你是跟著媽祖的，所以也把你當作自己人，這是很溫暖的，可是很有趣的，如果那幾天過了，再去那些地方，還會有那些吃的嗎？說然說媽祖這是有宗教的力量，但若外國人來的話，會覺得怪怪的，我就會告訴他們就把這些作品當作藝術品就好，恩...就像我們在家都是拿香拜拜，但是如過到了...我們到了歐洲旅遊之類的，都是去哪裡，都是去看他們的教堂，那他們來也可以參觀我們的寺廟、了解媽祖，不必讓自己侷限在信仰的框架裡頭，可以當作藝術品來欣賞，舉辦這個活動讓民眾可以讓民眾更了解這些媽祖文化、歷史，來到館這裡我們就會想要做個傳承，來把這些知識分享出去，讓更多人知道，停留的時間長一點，也才會更具有深度（C-15）

Q：哈哈是謝謝，那您覺得透過這個活動，民眾在這邊停留一段時間，是不是對館內販賣媽祖週邊商品的消費金額有些幫助呢？

C：恩...當然來這邊民眾了解媽祖之後，心情不錯，會心動帶一些馬祖紀念品，會帶一些小禮物回家做紀念，但消費較高的奢持品可能就比較少人去買了（C-16）

Q：恩恩，畢竟奢持品單價較高，大家要買前還是會考慮一些，那董館長您覺得文化局舉辦這活動能不能提高本館的曝光率，來參與的民眾更多呢？

C：當然配合政府活動很好，這對曝光率也是有幫助的（C-17）

Q：謝謝 那最後還有一個問題想要請董館長，您對文化專車這活動有沒有什麼建議呢？

C：恩...這個活動當然是好可以更多人了解臺中文化，讓一些藝文單位也可以配合政府的活動，提升曝光的機會，但參與的民眾是不是可以分層....分階級....好像也不能說分階級，就是說有一些區隔... (C-18)

Q：分不同年齡

C：恩分不同年齡

Q：恩恩 是如果有小孩又有老人導覽起來會有難度

C：不同年齡的導覽方式會不同，如果可以讓年齡層有點區分會比較好，小朋友的話可以從故事的方式引導，但講國語可能有部分長被會比較難理解，不過在DIY的行程是大小朋友都可以一起同樂，但能讓整個報名的民眾有一些年齡區隔會更好 (C-19)

Q：恩恩活動也辦幾年了，相信會越來越好的

C：當然活動是會越辦越好

Q：好 我的訪問就到這邊了，謝謝董先生

C：恩 好



## 附錄九、2015年臺中市文化專車報名注意事項

★★★由於活動為一整天，且遊覽車行駛過程中難免會有些許搖晃，建議 10 歲以上民眾參與較適合哦！★★★

最新消息有「[\\*\\*常見 Q&A\\*\\*](#)」公告，歡迎大家前往觀看哦！

### 報名時間

1. **第一梯次**：3 月 16 日(一)9:00~3 月 18 日(三)24:00，3 月 20 日(五)公布活動參與名單。
2. **第二梯次**：7 月 13 日(一)9:00~7 月 15 日(三)24:00，7 月 17 日(五)公布活動參與名單。

### 報名資格

1. **一般專車**：每個人包含自己，最多報名 4 人，每人限報名一梯次、一路線、一日期。
2. **銀髮族專車**：每人包含自己，最多報名 6 人，其中至少 1 位須為 65 歲以上銀髮族，每人限報名一梯次、一路線、一日期，6 人之間不一定要是親戚關係，親友皆可。

### 報名與錄取方式

1. **網路報名**：開放時間 3/16(一)9:00~3/18(三)24:00，請盡量利用網路報名
2. **電話報名**(針對不擅長使用網路的長輩，由工作人員代為上網輸入資料)：開放時間為 3/16(一)~3/18(三)每天 9:00~17:00，中午 12:00~13:00 為休息時間，報名專線為 04-2372-3823、0965-442-2973，本專線開放時間只有報名期間哦！
3. **錄取方式**：皆以電腦隨機抽籤決定。

### 繳費方式

3/20(五)名單公布後，上網下載繳款單以轉帳或至便利超商繳費；銀髮族則由工作人員另以電話通知，詳細說明請參閱「[繳費專區](#)」。

1.活動路線標記「」者，表示行走時間較長，請考量身體狀況斟酌報名。詳細路線請參閱本網站「[路線簡介](#)」及活動 DM(連結至附加檔案活動 DM)。

2.活動**不提供午餐**，午餐時間將至特定地點自由用餐，並請自備個人藥品及飲用水。

3.**無論大人或小孩，都佔一個名額，都需要填寫報名資料以辦理保險，也都要繳交活動費用 100 元。**

4.今年無論是一般專車或是銀髮族專車，都是以**電腦隨機抽出正式參與名單**，而不是以報名順序決定錄取與否，正式錄取者需繳交**活動費用 100 元**，參與名單公布後**五天內繳費**，逾期視同放棄，由備取者遞補。活動費用一經繳交，一律不予以退還。其餘報名相關事項，請參閱「[報名專區](#)」。

5.今年活動在市府惠中樓門口仍然設有接駁點，正式錄取後，您可以選擇早上 8:45 直接在第一個參訪點(文化藝術、藝文中心)集合，或是早上 8:00 到臺灣大道市政大樓惠中樓門口(惠中路上)接駁。

6.如遇颱風、天災等不可抗力因素，則活動順延，並以電話告知，請注意網站最新消息或來電詢問(查詢電話 04-22289111 分機 25209、25214)。

資料來源：文化局（2015）。悠遊臺中有藝思—2015 臺中市文化專車報名網頁，2015 年 3 月 17 日，取自：網址 <http://2015bus.secondstore.com.tw/news.aspx>。