

學術論文

文化節慶與區域發展：以2008年歐洲文化之都英國利物浦為例

Cultural Event and Regional Development: The Case of 2008 European Capital of Culture Liverpool

劉以德 *Yi-De Liu*

台灣師範大學歐洲文化與觀光研究所副教授

Associate Professor of Graduate Institute of European Cultures and Tourism

National Taiwan Normal University

摘要 / Abstract

許多歐洲城市日益將文化視為促進地區經濟、文化與社會發展的重要資產。在歐洲聯盟的框架下，文化政策最重要的實踐之一乃是文化節慶的舉辦，其中又以歐洲文化之都計畫最具代表性。始於 1985 年，截至今日已有超過 40 座城市獲得歐洲文化之都的頭銜。本文選取了 2008 年歐洲文化之都英國利物浦作為研究個案，旨在探究以節慶為主導的區域發展策略以及相關議題。本文以官方研究報告 - *Impacts 08* 的分析為主，並輔以相關學術研究論文。研究結果從三個構面分析歐洲文化之都對於區域發展之貢獻，包含：(一) 經濟層面：體驗經濟、都市再生與城市意象之發展；(二) 文化層面：文化參與、文化供給與文創產業之成長；(三) 社會層面：可及性與社會融合、地方感與認同、社會資本之強化。

Across Europe, many cities are considering culture as essential asset to boost their economic, cultural and social development. One of the major practices of cultural policy within the EU context is the staging of cultural events, with the European Capitals of Culture (ECOC) as the most prominent example. Started in 1985, more than 40 cities have been designated as ECOC so far. In this article, the 2008 ECOC Liverpool is selected as case study to demonstrate some of the key issues surrounding the event-led strategy of regional development. The research is based on analysis of official documents - the Impacts 08 research program, supplemented by academic publications. The research findings point to three dimensions in which the ECOC constitutes a boost for regional development: (1) economic dimensions: the development of experience economy, urban regeneration and city image; (2) cultural dimensions: the growth of cultural participation, cultural supply and creative industries; (3) social dimensions: the enhancement of accessibility and social inclusion, sense of place and local identity, as well as social capital.

關鍵字：文化節慶、區域發展、歐洲文化之都、利物浦

Keywords : Cultural Event, Regional Development, European Capital of Culture, Liverpool

壹、前言

今日，大型節慶已成為全球各地區域發展的一項重要策略，且多數文化政策制訂者將節慶視為一種工具，期望藉由籌辦節慶帶動地區之經濟、社會與文化發展。尤其在 1980 年代後工業城市經濟重組時，歐洲政府開始積極參與地方發展，並以文化創意產業為優先，採取結合經濟與文化的策略。¹ 於此背景下，文化節慶躍升為各城市增加城市競爭力、刺激觀光發展、促進經濟繁榮、提升居民文化生活品質、以及凝聚社區創造力等各要素的明日之星。² 根據學者 Bianchini 之研究，歐洲城市以文化作為區域發展政策目標有兩種主要的類型。第一類是像巴黎、倫敦、羅馬等「文化大城」，此等城市擁有豐富的文化資源，且在區域發展時可從既有的文化設施上獲得可觀的經濟效益，其經濟效益將隨時間不斷累積；第二類則是所謂的「衰退型」或「後工業化」都市，例如英國的格拉斯哥（Glasgow）、利物浦（Liverpool）等，此等都市試圖以文化發展政策作為重整經濟結構與重塑都市形象的輔助策略，這些都市皆因原有的工業產業結構沒落而歷經衰退，他們期盼藉由文化進行區域發展和都市再生。³

始於 1985 年的「歐洲文化之都」（European Capitals of Culture，簡稱 ECOC）計畫乃歐洲藉由文化促進區域發展的重要策略與實踐，過去近三十年來有許多主辦都市成功地藉著此一計畫提昇城市文化品質、促進文化

¹ Sharon Zukin, *The Cultures of Cities* (Malden, MA: Blackwell, 1995).

² Donald Getz, "Event Tourism: Definition, Evolution and Research," *Tourism Management*, Vol.29, No.3 (2008), pp.403-428; Richard Prentice and Vivien Andersen, "Festival as Creative Destination," *Annals of Tourism Research*, Vol.30, No.1 (2003), pp.7-30; Mike Robinson et al., "Festival Tourism: Producing, Translating and Consuming Expressions of Culture(s)," *Event Management*, Vol.8 (2004), pp.187-189.

³ Franco Bianchini, "Cultural Policy and Urban Development: The Experience of West European Cities," paper presented in "Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience" Conference, Liverpool, United Kingdom.

與觀光產業發展、帶動都市再生、重塑城市形象。⁴ Nobili 認為歐洲文化之都計畫讓欠缺實體文化遺產的都市得以藉由籌辦節慶活動促進城市之經濟、社會與文化發展。⁵ 本研究在綜覽歐洲文化之都的發展歷程後，發現諸多學者與文獻皆將 2008 年歐洲文化之都利物浦視為迄今最成功的個案之一，並將其以文化節慶為主軸進行區域發展之途徑譽為「利物浦模式」。利物浦針對節慶之各個影響層面進行了長期的規劃與監測，其有助於吾人更了解文化節慶如何影響區域發展的不同構面，而不僅只是關注其額外創造的收入和就業機會而已。基於此，本文旨在探究文化節慶與區域發展之關聯，並以 2008 年歐洲文化之都英國利物浦作為研究個案，從經濟、文化和社會發展三大構面進行系統化分析。

貳、歐洲文化之都計畫

歐洲文化之都計畫始於 1983 年希臘文化部長 Melina Mercouri 女士之倡議，當時她邀請歐洲共同體各國文化部長於希臘雅典聚會，希望藉由歐洲文化之都這個倡議，讓會員國間透過不同文化的交流與分享，拉近歐洲人民的關係，並進而營造出一股具有多元文化特色的「歐洲共識」。⁶ 第一個獲得此榮銜的是 1985 年的希臘雅典，迄今，已有超過四十個歐洲城市獲得此一榮銜。Richards 和 Palmer 強調，歐洲文化之都無疑是歐洲聯盟有史以來最成功的文化倡議。該計畫亦象徵著歐洲聯盟將焦點從共同市場逐

⁴ Greg Richards, "The European Cultural Capital Event: Strategic Weapon in the Cultural Arms Race?" *Journal of Cultural Policy*, Vol.6, No.2 (2000), pp.159-181.

⁵ Valentina Nobili, "The Role of European Capital of Culture Events within Genoa's and Liverpool's Branding and Positioning Efforts," *Place Branding*, Vol.1, No.3 (2005), pp.316-328.

⁶ European Commission, *Resolution of the Ministers Responsible for Cultural Affairs Concerning the Annual Event "European City of Culture"* (Doc. 7081/84) (Brussels: European Commission, 1985).

漸轉向都市和區域發展之指標。⁷ 該倡議一開始時純然是以文化為動機的，亦即藉由文化強化歐洲認同、提升歐洲各地區文化的可及性、創造一歐洲文化的整體概念，且藉以強化歐洲整合。⁸

在歐洲文化之都計畫推展的前幾年，遴選的城市皆是公認的藝術和文化中心，例如 1986 年的佛羅倫斯、1987 年的阿姆斯特丹、1988 年的柏林和 1989 年巴黎。1990 年可謂歐洲文化之都發展歷程的轉折點，獲選的英國格拉斯哥 (Glasgow) 與前任幾屆城市不同，其並非首都、亦非 Bianchini 類型論中之「文化大城」，而是 Bianchini 所定義的「衰退型」或「後工業化」城市。事實上，格拉斯哥期望藉由文化節慶來發展文化與觀光、刺激城市改造和提升城市形象，從工業舊城蛻變為文化與觀光首都。⁹ Garcia 和 Richards 等學者認為，從格拉斯哥之後，歐洲文化之都計畫在本質上發生了很大的轉變。¹⁰ 尤其對於那些後工業化城市或東歐城市而言，原本純粹的文化活動已逐漸轉變為促進當地經濟和觀光發展的工具。許多研究結果已顯示，歐洲文化之都計畫已成功地重塑了一些諸如英國格拉斯哥 (1990 年歐洲文化之都)、荷蘭鹿特丹 (2001 年歐洲文化之都)、法國里爾 (Lille) (2004 年歐洲文化之都)、義大利熱納亞 (Genoa) (2004 年歐洲文化之都)、利物浦 (2008 年歐洲文化之都) 等後工業化都市。¹¹ 目前，該

⁷ Greg Richards and Robert Palmer, *European Cultural Capital Report No.1* (Arnhem: ATLAS, 2007).

⁸ Peter Sjøholt, "Culture as a Strategic Development Device: The Role of ECOC Bergen," *European Urban and Regional Studies*, Vol.6, No.4 (1999), pp.339-370.

⁹ Greg Richards, *Cultural Tourism in Europe* (Wallingford: CABI, 1996).

¹⁰ Beatriz Garcia, "Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities," *Local Economy*, Vol.19, No.4 (2004), pp.312-326; "Urban Regeneration, Arts Programming and Major Events: Glasgow, Sydney and Barcelona," *International Journal of Cultural Policy*, Vol.10, No.1 (2004), pp.103-118; Richards, *Cultural Tourism in Europe*.

¹¹ 請參見：Beatriz Garcia, "Deconstructing the City of Culture: The Long-term Cultural Legacies of Glasgow 1990," *Urban Studies*, Vol.42, No.5/6 (2005), pp.841-868; "Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities"; Erik Hitters, "The Social and Political Construction of a European Cultural Capital: Rotterdam 2001," *International Journal of Cultural Policy*, Vol.6, No.2 (2000): 183-199; Gerry Mooney, "Cultural Policy as

活動更將觸角伸往東歐、南歐等於區域發展上具相對弱勢，卻擁有多元地方文化特色的前共產國家。而歐洲文化之都的政策目標也逐漸廣泛多元，至少包含以下幾點宗旨與功能：¹²（一）凸顯歐洲文化之豐富性與多元性；（二）慶祝聯繫歐洲人民的文化連結；（三）讓不同歐洲國家的人齊聚一堂，瞭解與接觸彼此的文化；（四）孕育歐洲公民權威；（五）促進都市再生；（六）提升城市的知名度、意象與推展觀光；（七）為城市文化生活貫注新的活力。

參、研究方法

利物浦位於英格蘭的西北方，為一昔日英國通往世界各地的海港城市，也是知名樂團「披頭四」的故鄉。然而，其從 1970 年代末以來因其衰退而有著灰暗城市之名聲，在全國性經濟衰退下，利物浦經歷了高失業率與嚴重的社會問題。¹³ 過去二十多年來，利物浦致力於一場徹底的都市改造，它將歐洲文化之都的頭銜視為一個向世人展現其新面貌的良機。為獲得歐洲文化之都的主辦權，利物浦早自 1999 年便開始籌劃，希望能夠透過城市原本所擁有的優勢，例如：海事、建築、音樂、藝術和體育遺產等基礎，使利物浦在整體經濟與社會條件的發展能更進一步朝世界級現代都市而努力。2003 年 6 月，利物浦從十二個英國候選城市中勝出，正式取

Urban Transformation? Critical Reflections on Glasgow, European City of Culture 1990,” *Local Economy*, Vol.19, No.4 (2004), pp.327-340; Richards, “The European Cultural Capital Event: Strategic Weapon in the Cultural Arms Race?” pp.159-181; Greg Richards and Julie Wilson, “Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture?” *Tourism Management*, Vol.27, No.6 (2006), pp.1209-1223; Pierre Sacco and Giorgio Blessi, “European Culture Capitals and Local Development Strategies: Comparing the Genoa and Lille 2004 Cases,” *Homo Oeconomicus*, Vol.24, No.1 (2007), pp.111-141.

¹² Palmer-Rae, *European Cities and Capitals of Culture: Study Prepared for the European Commission, Part 1* (Brussels: Palmer-Rae Associates, 2004).

¹³ Nobili, *op. cit.*, pp.316-328.

得 2008 年歐洲文化之都資格。利物浦之獲選主要是憑藉著由「利物浦文化公司」(Liverpool Culture Company)精心策劃的競標與行銷活動，以及推出名為「Liverpool 08」、連續八年(2003-2010)的主題年活動。¹⁴

利物浦模式之值得研究之處，除了長期的規劃之外，更因為從籌劃初期便與利物浦兩所大學：University of Liverpool 和 Liverpool John Moores University 合組研究計畫「Impacts 08」，從 2005 至 2010 年間針對歐洲文化之都系列活動對於利物浦之社會、文化與經濟影響進行評估。因此，無論是就大型文化節慶的結果或過程，利物浦皆提供了寶貴的經驗和豐富的研究資料來源，故為本文所選取之個案。本研究將以 Impacts 08 計畫之研究報告作為主要分析資料來源。Impacts 08 針對以下五大構面，出版了 17 份的專題研究報告，包含：

一、可及性與參與：包含文化節慶參與者之社會人口與地理統計資料，以及文化參與的可及性統計。且同時關注特殊次文化團體之經驗、節慶的文化價值和參與動機。此構面尤其重視文化節慶直接與間接參與對於居民生活品質和福祉的影響。

二、經濟與觀光：旨在評估歐洲文化之都對於利物浦與鄰近地區的經濟影響。次主題包含對於外來投資、觀光、就業機會和商業機構能力與品質提升之影響。同時也考量到經濟影響的社會層面，例如潛在的不平等問題。

三、文化活力：旨在評估節慶對於城市文化部門和創意經濟的影響和永續發展。此主題包含對於文創產業之數量、形式和就業影響、文化部門的永續發展、利物浦文化公司在外來投資、補助方面的貢獻，以及對創意經濟的整體影響。

四、意象與認知：次主題包含利物浦於歐洲文化之都舉辦之前和之後的定位、居民對於城市認知的轉變、外來訪客對於城市意象的轉變，以及

¹⁴ Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture* (Liverpool: Impacts 08, 2008).

對強化地方認同和自信的影響。

五、治理與傳遞：此構面涉及歐洲文化之都對於治理或管理程序或思維的影響，以及如何轉運用至其他文化主導都市再生的計畫。

下文將從經濟發展（包含：體驗經濟、都市再生、城市意象）、文化發展（包含：文化參與、文化供給、文創產業）和社會發展（包含：可及性與社會融合、地方感與認同、社會資本）等三個構面、九個面向系統化分析 2008 年歐洲文化之都對於利物浦區域發展之整體影響。

肆、經濟發展構面

一、體驗經濟

在歐洲，舉辦文化節慶日益被當作觀光行銷和發展的重要策略之一。Richards和Palmer主張，文化節慶在「體驗經濟」(experience economy) 主宰的現今日趨盛行，也對城市日形重要。¹⁵ 原因在於文化節慶在本質上呼應了時代性的消費者需求，能在壓縮的時空環境下一次提供給參與者有別於平日的特殊豐富體驗。其次，以節慶為主軸的文化政策為在地居民及外來遊客創造一種「共享」體驗，強化不同社群的交流聯繫，也無形間打破城市原有硬體空間限制，帶來不同的熱鬧氛圍，使城市風貌更加多元化。上述原因形成觀光客前往的決定性動機之一，且在節慶期間，由於旅館、餐飲、娛樂等衍生性需求，觀光客源的增加不僅直接嘉惠相關文化產業，也意味週邊產業得以間接受益，進而使城市整體經濟成長。

根據 Impacts 08 的經濟影響評估，歐洲文化之都2008年當年共吸引了970萬的額外造訪人次（其中有114萬人次為過夜旅客），佔當年總造訪人次的35%，並為利物浦與周遭地區帶來了7.54億英鎊的經濟影響。在總造訪人次中，有260萬人次來自於英國以外地區，其中又有97%之訪客為首

¹⁵ Greg Richards and Robert Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation* (Amsterdam: Butterworth-Heinemann, 2010).

次造訪利物浦，表示歐洲文化之都活動乃是誘發造訪的主要因素。事實上，除了節慶期間訪客支出所造就的經濟影響之外，後續藉由城市意象轉變而吸引的外來投資，和因城市文化供給提升所吸引的遊客和居民皆未包含在上述統計之內。¹⁶

其次，有越來越多的決策者認為，城市必須創造出整年都有活動的盛會，將節慶活動之間的空隙以其他活動補滿。¹⁷ Richards 和 Palmer 主張，城市可透過常年舉辦一系列節慶活動的「節慶化」(festivalisation)過程，在競爭日益激烈的觀光市場中解決觀光季節性的問題、增加文化生產與消費上的彈性、使城市經濟結構與城市居民的公共生活更多樣化。¹⁸ 節慶化亦有助於活化靜態文化景點、發展具區隔性、特殊性的文化觀光產品，進而提升觀光收益和刺激遊客之再訪率。為了實踐城市的節慶化，利物浦以主題式企劃的方式，將不同的企劃元素結合在一起，使一系列之節慶清楚且有辨識度。從 2003 年起，利物浦推出連續八年之文化主題活動包含了：

(一) 2003「學習年」：旨在孕育文化氛圍，鼓勵市民學習身邊的文化知識、參加文化講習班、培養一種終身文化愛好；

(二) 2004「信仰年」：藉由利物浦大教堂建成 100 周年紀念，透過一系列的文化工程，聚合城市不同信仰人們的向心力；

(三) 2005「海洋年」：藉此把人們帶向對城市起源的文化尋根中，並凸顯利物浦之海洋城市特色；

(四) 2006「傑作年」：旨在強化城市轉型，藉由一系列文化工程來反映城市已重建和轉變成充滿活力的歐洲文化城市；

(五) 2007「遺產年」：為利物浦誕生 800 周年紀念，既是對歷史的懷念，也是對舉辦大規模的 2008 年活動之預演；

(六) 2008「歐洲文化之都年」：舉辦了為期一年、超過 7,000 場次的

¹⁶ Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*.

¹⁷ Palmer-Rae, *op. cit.*

¹⁸ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*.

文化活動，包含表演、展覽、教育與訓練工作坊等。

為了讓節慶的影響得以持續，利物浦在 2008 年結束後又分別在 2009 和 2010 年規劃了名為「環境年」和「創新年」的主題活動。2003-2008 年的六個主題年利物浦市政府總計編列了 1.3 億英鎊的活動預算。而從 2005-2008 四年間共計舉辦了 41,000 場的文化活動，其中有 15,000 場(37%)的活動是由利物浦文化公司所籌辦，而另 26,000 場(63%)則由當地中小型藝術與社區組織所籌辦，使節慶活動兼具觀光吸引力和在地性。

二、都市再生

自 1980 年代以來，城市在面臨經濟導向的預算目標壓力下，開始以工具性角度看待文化政策，由此逐漸走向文化主導都市再生（*culture-led regeneration*）的趨勢。¹⁹ 文化主導都市再生的模式可分為文化生產和文化消費模式。²⁰ 文化生產模式指的是城市為推展文化創意產業而將經費投資於文化生產所需的基礎建設，以促進文化商品服務的生產與銷售、形成正向產業循環。而文化消費模式則指城市透過興建獨具一格的標誌性文化基礎設施及舉辦大型節慶活動來進行城市營造與行銷，藉以擴大城市的文化消費、增加經濟收入。然而，以文化為主導的都市再生策略，往往會面臨難以取舍的困境，亦即，經費應投資於文化基礎建設或節慶舉辦？文化基礎建設屬於硬體性永久設施，城市可藉此長期維持對外能見度、創造新的文化觀光景點以吸引觀光客，不過其可能因缺乏長遠規劃而形成閒置空間。文化節慶則是具時間性，可在短期內提供城市的對外能見度並藉此將

¹⁹ Garcia, "Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities," pp.312-326.

²⁰ Franco Bianchini, "Remaking European Cities: The Role of Cultural Policies," in Franco Bianchini and M. Parkinson eds., *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience* (Manchester: Manchester University Press, 1993), pp.1-19; Luke Binns, "Capitalising on Culture: An Evaluation of Culture-led Urban Regeneration Policy," <http://arrow.dit.ie/futuresacart/5>

相關城市重大建設正當化，但影響卻難以持續。²¹

過去二十多年來，節慶越來越與城市的空間發展有關，節慶提供了城市區域實體再生的動機，而再生也轉而成為節慶的靈感來源。就歐洲而言，1990年的歐洲文化之都格拉斯哥可謂以節慶主導都市再生之先驅。格拉斯哥之經驗表明了節慶可以成功地吸引遊客到新的地區，同時也將自己塑造成一個充滿活力的生活、工作、投資和大學城，也造就現今文化主導都市再生的趨勢。²² 不過，Palmer-Rae 針對歷屆歐洲文化之都的分析指出，通常主辦城市將焦點放在當年度舉辦節慶活動的經費募集上，鮮少致力於將時間或金錢投資在未來發展上。²³ 利物浦依循了格拉斯哥所樹立的典範，採取了以文化主導都市再生的策略。²⁴ 亦即將文化節慶視為都市再生的媒介，試圖藉由文化與觀光設施和供給之提升以擺脫工業城市之意象。Impacts 08 針對主要利害關係人的調查顯示，歐洲文化之都對於利物浦都市再生最為顯著的影響為與同時並進的市中心再生計畫，尤其是大型體育館和會展中心 Arena and Convention Centre Liverpool (簡稱 ACCL) 和大型購物中心 Liverpool ONE 的興建。²⁵ 其中，ACCL 為日後利物浦舉辦大型節慶、賽會或展覽提供了絕佳的場地；而 Liverpool ONE 則是由 Grosvenor 財團挹注 9.2 億英鎊，於市中心興建的大型複合購物商場，吸引了許多企業和商家進駐。²⁶

²¹ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*.

²² Garcia, "Deconstructing the City of Culture: The Long-term Cultural Legacies of Glasgow 1990," pp.841-868.

²³ Palmer-Rae, *op. cit.*

²⁴ Tasmin Cox and Dave O'Brien, "The 'Scouse Wedding' and Other Myths: Reflections on the Evolution of a 'Liverpool Model' for Culture-led Urban Regeneration," *Cultural Trends*, Vol. 21, No.2 (2012), pp.93-101.

²⁵ Impacts 08, *Liverpool on the Map Again: Liverpool Stakeholders' Reflections on Liverpool's Year as European Capital of Culture 2008* (Liverpool: Impacts 08, 2010).

²⁶ Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*.

根據Impacts 08之調查，多數受訪者認為，贏得歐洲文化之都的頭銜基本上對於利物浦的都市再生具有正面影響，例如，獲得主辦權的確吸引了一些原本採觀望態度的國內公司決定投資利物浦。但也有不少受訪者表示，歐洲文化之都並非驅動利物浦都市再生的主導者，充其量僅是「加速」了整個再生計畫的進程，或對既有的開發計畫產生「加值」作用而已。他們認為，上述兩項大型再生計畫早在1999年便已開始醞釀，與歐洲文化之都的承辦並無直接的因果關連。²⁷ 此一研究發現反映了Evans的主張，亦即文化主導之再生策略需要以較長時間軸為基礎上來進行評估，而節慶往往僅佔都市再生進程的一小部份。他認為，節慶在整體都市再生中扮演的通常是觸媒、加速劑的角色，而不可能是都市再生的全部。²⁸

三、城市意象

全球化造就城市間激烈的競爭，使得歐洲一些如 Bianchini 所定義的「衰退型」城市，為了和其他文化大城匹敵，試圖利用文化節慶或興建大型文化設施，以擺脫原有的工業舊城意象，導入一個具現代性與創造力的城市意象。越來越多文化節慶被運用在目的地行銷和形塑、重建正面之城市意象。²⁹ 城市意象的轉變將連帶引發城市其他層面的改變，例如：提高觀光客重覆參訪的意願，而持續貢獻城市經濟；吸引公私部門的投資者與贊助者，加速都市再生的腳步；文化消費與投資者的資金注入，可幫助城市文化創意產業正向發展；以及提升市民對城市的榮譽感和認同等。³⁰ 學

²⁷ Impacts 08, *Liverpool on the Map Again: Liverpool Stakeholders' Reflections on Liverpool's Year as European Capital of Culture 2008*.

²⁸ Graeme Evans, "Cities of Culture and the Regeneration Game," *London Journal of Tourism, Sport and Creative Industries*, Vol.5, No.6 (2011), pp.5-18.

²⁹ Garcia, "Deconstructing the City of Culture: The Long-term Cultural Legacies of Glasgow 1990," pp.841-868; Getz, *op. cit.*, pp.403-428.

³⁰ Colin Hall, *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning* (London: Belhaven Press, 1992); Bernadette Quinn, "Festivals, Events and Tourism," in T. Jamal and R. Robinson eds., *The SAGE Handbook of Tourism Studies* (London: Sage, 2009), pp.483-503.

者稱此一現象為「月暈效應」、「展示效果」或「心情好轉效果」。³¹

在歐洲，知名的案例包含格拉斯哥、鹿特丹和赫爾辛基等城市，成功地藉由歐洲文化之都的舉辦改善城市意象與文化設施。1990 年歐洲文化之都格拉斯哥被學者廣泛地認為是藉由文化節慶扭轉工業城市意象最為成功的案例。³² 事實上，歐洲文化之都本身已成為一種「品牌」，且被許多城市當作是重塑意象與重新定位的策略。³³ Richards 和 Palmer 主張，與節慶當年吸引觀光客所造就的經濟影響相比，意象形塑所達致的無形效果通常更為久遠。³⁴ Garcia 針對格拉斯哥的研究發現，當年節慶影響最為久遠的乃是城市意象和地方認同兩方面。³⁵

利物浦將 2008 年歐洲文化之都視為產業經濟改造、加速都市再生和向全世界展示期成就的絕佳機會。主辦歐洲文化之都對於利物浦之意象影響主要包含：吸引更多媒體的目光、扭轉城市的負面觀感、擴展城市的文化形象、提供本地藝術家與表演者更多曝光機會等。³⁶ Impacts 08 的訪客調查指出，歐洲文化之都最重要的意象影響乃是扭轉外來訪客對於利物浦的觀點，尤其是轉變該市衰敗、高犯罪率的刻板意象，同時也告知了外界對於利物浦除了「披頭四」之外尚有其餘文化資產。³⁷ 然而，調查結果也

³¹ Greg Richards and Julie Wilson, "The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001," *Urban Studies*, Vol.41, No.10 (2004), pp.1931-1951; Richards and Palmer, *op. cit.*

³² Garcia, "Deconstructing the city of culture: The long-term cultural legacies of Glasgow 1990," pp.841-868; Quinn, *op. cit.*, pp.483-505; Palmer-Rae, *op. cit.*; Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*; Richards and Wilson, "The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001."

³³ Nobili, *op. cit.*: 316-328; Richards and Wilson, "The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001."

³⁴ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*.

³⁵ Garcia, "Deconstructing the City of Culture: The Long-term Cultural Legacies of Glasgow 1990."

³⁶ Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*.

³⁷ Impacts 08, *Neighbourhood Impacts: A Longitudinal Research Study into the Impact of the Liverpool European Capital of Culture on Local Residents* (Liverpool: Impacts 08, 2010).

顯示意象的影響主要局限在區域和全國層級，在 2008 年節慶開辦時有 60% 的英國居民知曉利物浦將主辦歐洲文化之都。2008 年底時有 77% 的訪客認為利物浦比想像中的安全。此外，Impacts 08 針對媒體報導的分析則指出，利物浦長期以來有著高度的媒體負面評價。但自獲得歐洲文化之都的主辦權後，無論區域、全國或國際媒體版面上的報導皆有顯著好轉。針對城市的負面評價比例從 1990 年代的 50% 降到 2008 年的 33%；而 2008 年歐洲文化之都的舉辦，也獲得了媒體 90% 的正面或中性評價。³⁸然而，如學者所強調，意象塑造的問題在於，要成功創造正面意象或扭轉負面意象極為困難，需要持續性的行銷和定位策略方能維繫，否則節慶所帶來的「月暈效應」將在短期內淡化消逝。³⁹為了持續節慶所塑造的正面意象，利物浦成立了一名為「Liverpool Vision」的機構，專職負責該市的永續發展。同時，為了延續城市品牌化的進程，利物浦也形塑了一個商標「Liverpool Brand」，旨在凸顯利物浦的城市創意。⁴⁰

伍、文化發展構面

一、文化參與

對許多舉辦文化節慶之城市而言，提升對該活動的參與程度及興趣是

³⁸ Impacts 08, *Media Impact Assessment(part II): Evolving Press and Broadcast Narratives on Liverpool from 1996 to 2009* (Liverpool: Impacts 08, 2010).

³⁹ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*; Andrew Smith, *Events and Urban Regeneration: The Strategic Use of Events to Revitalise Cities* (London: Routledge, 2012).

⁴⁰ Vishwas Maheshwari et al., "Place Branding's Role in Sustainable Development," *Journal of Place Management and Development*, Vol.4, No.2 (2011), pp.198-213; David Bamber et al., "Place Pulling Power: A case of Liverpool'08," in *Proceedings of the 3rd International Conference on Destination Branding and Marketing Institute for Tourism Studies*, Macao, December 2-4 2009, pp.51-61; Louise Platt, "Liverpool 08 and the Performativity of Identity," *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, Vol.3, No.1 (2011), pp.31-43.

非常重要的目標。文化參與是一種生活方式的核心，也具有許多不同的層面。⁴¹ 不同形式的文化參與對社會的發展有許多貢獻，包括對個人層面的影響。像是自信的提升、自尊及技能的增長，以及在社會結構上也有所影響，像更好住宅條件或愉悅的社會氛圍。⁴²如 Richards 與 Palmer 所言：「在各個層面都能有所進步，則可能增強社會網絡及社區參與，最後更能反映在健康、心靈，創造更良好的生活品質及屬於市民的驕傲。」⁴³ 節慶可能對於地方之文化消費帶來正面影響，歷年來歐洲文化之都在當選年度的文化參與率皆遠超出先前年度的表現，而歐洲文化之都節慶活動的「外溢效果」(spin-off effect)更可促進城市內其他文化景點的造訪率。⁴⁴ 在英國，文化、媒體及運動部 (DCMS) 的使命是「透過文化活動及運動盛事提升人們生活的品質，支持追求更卓越的旅遊及創意休閒產業」。⁴⁵ 基於文化有助於促進人們的生活品質及當地居民之福祉，文化已被整合進入英國社區發展的進程中。⁴⁶

對於利物浦而言，2008年歐洲文化之都的主要目的之一乃是增進居民對於文化活動的參與和興趣，以期提升節慶的文化永續性。主辦單位舉辦了一系列旨在吸引居民參與的活動，並將「學習年」(2003年)設為主題年活動的首部曲，透過一系列的工作坊和講座等提升居民的「文化資

⁴¹ Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984); Paul DiMaggio and Toqir Mukhtar, "Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982-2002: Signs of Decline?" *Poetics*, Vol.32 (2004), pp.169-194; Jannes de Vries and Paul M. Graaf, "Is the Intergenerational Transmission of High Cultural Activities biased by the Retrospective Measurement of Parental High Cultural Activities?" *Social Indicators Research*, Vol.85, No.2 (2008), pp.311-327.

⁴² Francois Matarasso, *Use or Ornament? The Social Impact of Participation in the Arts* (Stroud: Comedia, 1997).

⁴³ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*, p.365.

⁴⁴ Palmer-Rae, *op. cit.*

⁴⁵ Susan Galloway, "Cultural Participation and Individual Quality of Life: A Review of Research Findings," *Applied Research in Quality of Life*, Vol.1, No.3/4 (2012), pp.323-342.

⁴⁶ Creative Cultures, *Leading the Good Life: Guidance on Integrating Cultural and Community Strategies* (London: DCMS, 2004).

本」，培養其文化藝術之鑑賞力和參與興趣。根據 *Impacts 08* 的社區問卷調查結果，2008 年利物浦當地有 66% 的居民至少參加一場節慶活動。⁴⁷ 問卷中亦請受訪者針對最受歡迎的活動進行排序，研究結果發現那些免費參與、針對大眾設計、戶外與街頭、新穎與知名的活動最具有吸引力。前三名分別為：泰德美術館 (Tate Liverpool) 的克林姆 (Gustav Klimt) 畫展，其為於當地之首展；「超級香蕉羊」(Superlambananas)，其為於 2008 年夏季、為期 8 週於利物浦街頭陳列利物浦吉祥物「香蕉羊」，並由當地藝術家和社區團體自行彩繪；和「公主」(La Princesse)，其則為一隻由法國設計公司所製作 50 呎高的大型機械蜘蛛，沿著大街小巷進行嘉年華式、老少咸宜的主題遊行活動。⁴⁸ 此研究結果顯示了具有通俗文化特性、文化門檻低的活動最有助於提升文化參與。

除了節慶的參與之外，當地居民造訪其他文化設施的比例也有顯著提升，居民於該年度曾造訪美術館之比例從 2007 年的 60% 提升到 2009 年的 69% (9% 的成長率)；而造訪博物館之比例則從 2007 年的 42% 提升到 2009 年的 52% (10% 的成長率)。此外，露天節慶活動之參與率更有 18% 的成長率 (從 2007 年的 35% 提升到 2009 年的 53%)。另一方面，居民對於文化活動的「興趣」也有 37% 的大幅成長。⁴⁹ 上述調查結果證明了歐洲文化之都確實改變了居民對於文化之參與和興趣，正如同 Richards 及 Palmer 所主張，歐洲文化之都多數時候得以在舉辦時和舉辦後大為提升文化參與者之數量。⁵⁰

⁴⁷ *Impacts 08, Neighbourhood Impacts: A Longitudinal Research Study into the Impact of the Liverpool European Capital of Culture on Local Residents.*

⁴⁸ *Impacts 08, Tourism and the Business of Culture: The Views of Small and Medium-sized Tourism Businesses on Liverpool European Capital of Culture 2008* (Liverpool: *Impacts 08*, 2009).

⁴⁹ *Impacts 08, Neighbourhood Impacts: A Longitudinal Research Study into the Impact of the Liverpool European Capital of Culture on Local Residents.*

⁵⁰ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation.*

二、文化供給

主辦城市之文化供給整體必須經由節慶強化，從而促進整個文化系統的永續性。目前已有一些指標來衡量歐洲文化之都對於文化供給的影響，例如：文化生產度（如文化事業或創業的數量）；文化募資的變化（如公共資金、贊助程度）；新作數量（新劇本、曲目、出版書籍）；文化組織合作等。此外，節慶文化永續性的另一個重要面向是其遺留的文化設施，可為城市文化生活和後續文化活動舉辦帶來深遠影響。此外，城市亦可能於大型節慶舉辦時成立專責推廣和籌劃機構，負責落實一個城市的文化藝術願景。⁵¹

當於 2013 年獲得歐洲文化之都的頭銜時，利物浦其實已具備完善的文化供給體系和豐厚的文化資產。因此，歐洲文化之都對其而言，乃是將使命放在增進文化部門的永續性上，並在全國和國際的舞台上提升其文化供給的知名度。首先，利物浦市政府成立了「利物浦文化公司」以負責歐洲文化之都的競標和節慶活動的籌劃，其主要功能包含了：文藝節目籌劃；「創意社群」（Creative Communities）活動籌劃；藝術基礎設施投資規劃；觀光規劃，包含「08'迎賓」（08' Welcome）和「08'志工」（08' Volunteer）兩項倡議的規劃；贊助與商品販售的商業活動；行銷、宣傳與媒體關係；經費補助與監督；融資；行政庶務等。⁵² 利物浦文化公司作為歐洲文化之都節慶籌劃和管理的核心組織，在保障節慶文化永續性上扮演了關鍵角色。由於建立了完整的夥伴網絡和更多的公私部門支持，文化生產氛圍有了明顯改善。⁵³

其次，歐洲文化之都在文化部門經費補助之提升上亦產生明顯助益。利物浦市政府在 2002 年到 2008 年間，將當地藝術與文化部門「核心項目」（以舉辦主題年系列活動為主）的津貼增加了 84%的預算，六年的

⁵¹ Ibid.

⁵² Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*.

⁵³ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*.

總預算為 1,900 萬英鎊。此一預算不僅是為了支應歐洲文化之都活動的籌辦，也是為了投資在當地文化部門節慶後的永續發展。因此，經費的撥發是立基於所謂的「經常性補助機構」(regular funded organisation, 簡稱 RFO) 協議，補助項目為文化機構的經常性營運和發展、而非僅聚焦在特定的節慶節目補助上。六年內，共計有 50 個大小型文化機構獲得了 RFO 補助，其中有 27 個機構甚至獲得三年期的補助。⁵⁴

根據 Impacts 08 之調查，許多藝術與文化機構指出，歐洲文化之都對於文化生產所產生的主要效益包含：額外的經費補助，以及有機會與國外知名藝術家和表演團體共事、切磋學習。⁵⁵ 然而即便如此，利物浦當地的文化供給仍面臨了諸多挑戰，例如：新經費分配單位（利物浦文化公司）的公信力、經費分配的公平性、補助款與節慶活動表演機會的激烈競爭、慶活動決策的中央集權化、對於將部份活動委外承攬之不滿等。而最大的困難則是藝術文化部門對於財務永續性的擔憂，亦即歐洲文化之都結束後經費來源緊縮的問題。有鑒於此，利物浦市政府又於 2008 年底，針對 2009/10 和 2010/11 兩個會計年度另行編列了鉅額的文化藝術基礎設施投資經費，以補助相關藝文機構的長期發展，也平息了之前對於利物浦文化公司在經費分配、節目籌劃和活動委外等事項上之不滿。⁵⁶ 事實上，「一次性」節慶對於城市文化供給之永續影響幾乎是所有主辦城市皆面臨的考驗。

三、文化產業

近幾年來歐洲聯盟開始逐漸增加對於文化與創意產業的重視，原因在於文創產業有助於增加歐洲文化之多樣性，且為目前歐洲聯盟最具經濟產值與活力的產業別之一。此外，文創產業對於整體經濟和社會發展亦具有

⁵⁴ Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*.

⁵⁵ Impacts 08, *Liverpool Arts Sector, Sustainability and Experience: How Artists and Arts Organisations Engaged with European Capital of Culture 2008* (Liverpool: Impacts 08, 2010).

⁵⁶ Ibid.

十分正向的外溢效果。此等產業主要包含了：建築、圖書、工藝品、影音（如電影、電視、電玩和多媒體）、文化遺產、設計、節慶、音樂、表演藝術、出版、視覺與聽覺藝術等。⁵⁷ Richards 與 Palmer 主張，文化節慶可刺激文創產業的生產、提供直接收入給在地文創產業及相關文創工作者。其次，文創業者可透過節慶的創新企劃展現才能，有助於發展一地獨有的特殊氛圍、成為創意群聚發展的重要元素。第三，文化節慶提供當地文創產業一個平台，透過與全球文化工作者的跨國合作，交換彼此的概念、技巧與知識，甚至透過此公開場合獲得其他海外發展機會。⁵⁸

整體而言，節慶有助於強化在地文創產業的創意能力與自信，進而形成文化生產和文化消費的正向循環。此外，節慶活動為人民相會空間的角色是一個發展創意、提供不同想法交會的平台，而這些都可以被轉化為社會創意的來源。⁵⁹ 正如 KEA 所認為，我們正進入「共享經濟」(sharing economy) 之時代。隨著城市及其大眾逐漸複雜化，節慶之規劃強調所有利害關係人的共同參與及合作，藉由節慶連結在地與國際社群、促成全球文化流動、激發更多文化創意。⁶⁰ 愈來愈多的歐洲文化之都主辦城市希望塑造出文化與藝術之形象，以期吸引創意工作者，其被視為城市經濟活力和競爭力的重要元素。⁶¹ 而 Garcia 針對 1990 年歐洲文化之都格拉斯哥的長期研究即發現，格拉斯哥舉辦歐洲文化之都活動的成功經驗，後續即成為城市文化創意長期發展的催化劑。⁶²

就利物浦而言，Impacts 08 針對創意產業的調查指出，文創業者對於利物浦外在城市意象提升之同意度有顯著改善，從2007年的21%增加到2009年的31%（10%的成長）；對於文創產業也本身的意象改善同意度也

⁵⁷ Palmer-Rae, *op. cit.*

⁵⁸ Richards and Palmer 2010, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ KEA, *The Impact of Culture on Creativity* (Brussels: KEA European Affairs, 2009).

⁶¹ Palmer-Rae, *op. cit.*

⁶² Garcia, *op. cit.*: 841-868.

從2007年的21%上升到2009年的25%（4%的成長）。此一認知意象的改變有助於提升產也整體的自信和自信。此外，尚有75%的業者認為歐洲文化之都就長遠而言對其經營產生了正面的影響。針對文創工作者進一步的訪談指出，節慶的舉辦提升了城市整體的全國和國際知名度，而城市意象的提升則有助於擴充業務機會與吸引較理想的贊助者。受訪者亦認為城市意象與文創產業的發展有著象徵性的連結，因為城市獨特性的凸顯和負面觀感的好轉，同樣也會提升外界對於當地文創產業信賴與接受度。不過調查也指出，文創業者普遍認為歐洲文化之都之行銷和宣傳活動之焦點主要放在「文化」和「觀光」部門，效益不盡然能延伸至創意產業；且僅有少部份的業者認為其顧客群與市場的擴張有部份可歸因於節慶的舉辦。另有超過50%的文創業者強調，唯有持續性的行銷和推廣方是其企業成長和永續發展的關鍵要素。⁶³

陸、社會發展構面

一、可及性與社會融合

根據 Palmer-Rae 之調查，所有獲選為歐洲文化之都之城市皆將確保「可及性」(accessibility) 視為目的之一，且試圖藉由文化可及性之改善來提升節慶之社會影響。⁶⁴ 節慶之可及性乃文化政策之重要關鍵，當地居民之支持，將有助於因賦予節慶之所有權而強化地方認同與自傲。在歐洲，「社會融合」(social inclusion) 之概念源自於 1980 年代後期社會政策關於解決「社會排擠」(social exclusion) 之辯論。⁶⁵ 在英國，文化和藝術

⁶³ Impacts 08, *Liverpool's Creative Industries: Understanding the Impact of Liverpool European Capital of Culture 2008 on the City Region's Creative Industries* (Liverpool: Impacts 08).

⁶⁴ Palmer-Rae, *op. cit.*

⁶⁵ Lou Wilson, "Developing a Model for the Measurement of Social Inclusion and Social Capital in Regional Australia," *Social Indicators Research*, Vol.75, No.3 (2006), pp.335-360.

日益被視為是減緩社會排擠，提升社會融合與社區再造之途徑。⁶⁶ 社會融合與平等之概念彼此相關且互為因果，Berman 及 Phillips 與 Duhaime *et al.* 指出，休閒供給之可及性與社區服務之分配乃是評估社會融合程度之重要指標。⁶⁷ Richards 及 Palmer 亦主張，城市提供了舉辦跨文化活動的空間，這些跨文化活動可促進不同文化間的溝通，並期望達到文化機會平等、對文化差異的尊重等目的。⁶⁸

對許多歐洲文化之都舉辦城市而言，由於後工業社會改造與全球化帶來之社會經濟問題，已使治理者將文化活動視為更廣的社會政策工具。根據 Palmer-Rae 之研究指出，主辦單位或多或少皆規劃了一些節目或方案，以期藉由文化與藝術來達成社會目標。舉例而言，透過社區型節慶計畫來促進社會融合或社區發展，從市中心到一些少數民族居住的邊陲地帶；或者由社區倡議將社區活動與主要的節慶節目產生連結。⁶⁹ 就利物浦而言，主辦單位明瞭該城市的社會多元性，故從一開始便致力於文化民主化和社會融合理念之實踐，藉由規劃許多免費參加節慶、提供入場折價卷和接駁巴士，致力於提升節慶之可及性，並獲得顯著成效。⁷⁰

Impacts 08 之社區問卷調查，以「活動並非為一般民眾所辦」之否定性問題來探測節慶之可及性，調查結果顯示受訪者對此問題之同意度從 2007 年的 37% 大幅下降到 2009 年的 21%（16% 的降幅）。此外，針對「利物浦的每個人皆能從 ECOC 受益」此一問題的同意度則從 2007 年的 42%

⁶⁶ Eleonora Belfiore, "Art as a Means of Alleviating Social Exclusion: Does it Really Work? A Critique of Instrumental Cultural Policies and Social Impact Studies in the UK," *International Journal of Cultural Policy*, Vol.8, No.1 (2002), pp.91-106.

⁶⁷ Yitzhak Berman and David Phillips, "Indicators of Social Quality and Social Exclusion at National and Community Level," *Social Indicators Research*, Vol.50, No.3 (2000), pp.329-350; Gerard Duhaime *et al.*, "Social Cohesion and Living Conditions in the Canadian Arctic: From Theory to Measurement," *Social Indicators Research*, Vol.66, No.3 (2004), pp.295-317.

⁶⁸ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*.

⁶⁹ Palmer-Rae, *op. cit.*

⁷⁰ Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*.

小幅上升到 2009 年的 46% (4% 的成長)。針對另一相似問題「僅有市中心居民從 ECOC 受益」的同意度也從 2007 年的 66% 下降到 2009 年的 56% (10% 的降幅)。⁷¹ 整體而言，居民對於節慶的社會融合效益，隨著活動的舉辦而有遞增的認同感。事實上，為了持續 2008 年節慶的影響，利物浦於節慶後每年持續舉辦免費的街頭節慶，舉例而言，在 2012 年便因應鐵達尼號沈沒一百週年而舉辦了盛大的紀念遊行活動。

然而，主辦城市在促進可及性和社會融合的成效上有很大的不同。亦即，融入某一群人往往等於排擠了另一群人。某一群人被排擠有可能單純是因為可及性，或者其他更為複雜的問題。⁷² 例如，同一城市的居民對於節慶所規劃之節目可能有截然不同的觀點，且對於節慶之目標欠缺共識；也可能歸因於節慶節目與該市之文化生活缺少連結。就利物浦而言，Impacts 08 之調查顯示，仍有 56% 的居民認為僅有市中心居民得以從歐洲文化之都獲益，且絕大多數偏遠社區的受訪者表示距離和可支配的休閒時間限制了節慶的可及性。Richards 與 Palmer 建議，主辦城市應從更廣泛的角度來定義「文化」，並將節慶之宗旨放在滋養城市的文化生態，並在活動規劃上體現城市的文化屬性、成為城市文化生活整體的一部份，並強調節慶活動與當地社群和在地性的連結。

二、地方感與認同

地方感是城市特色的關鍵元素之一，而文化節慶可以做為強化歸屬感與地方榮譽感的重要途徑。「地方感」(sense of place) 與「認同」(identity) 乃兩個經常被討論與相關的議題。許多學者主張節慶有助於強化地方感且能貢獻於認同感的產生。⁷³ 兩者的關聯性一般認為是節慶有助於強化地方

⁷¹ Impacts 08, *Neighbourhood Impacts: A Longitudinal Research Study into the Impact of the Liverpool European Capital of Culture on Local Residents*.

⁷² Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*.

⁷³ Ros Derrett, "Making Sense of How Festivals Demonstrate a Community's Sense of Place," *Event Management*, Vol.8, No.1 (2003), pp.49-58; Ann-Krisitn Ekman, "The Revival of

感，進而能促進社區對於地方認同的建構。⁷⁴ Richards 和 Palmer 主張，節慶需要與其所在地建立一種強而有力的共生關係，亦即節慶強化一地的地方感，地方也為節慶標誌特性。他們並指出文化節慶若將焦點放於擴大社群參與，可讓地方居民得以表達自身文化，達到「社區賦權」(community empowerment) 的目的，並強化地方認同與聯結、提升人民自信。⁷⁵

McCarthy 亦表示，文化活動的持續舉辦對地方認同的發展是一重要的過程，對內可以形成社會凝聚，對外則形塑城市意象，進而能夠達到文化永續發展及社會和諧與互動。⁷⁶ Matarasso 曾證明文化活動的高度參與將對社會凝聚、社區賦權，與地方認同上產生正面影響。⁷⁷ Derrett 之研究也發現，大型節慶的舉辦需要許多個人與團隊之努力，文化節慶因而得以藉由塑造強烈與獨特之認同來創造社區價值。⁷⁸ 營造地方感對許多節慶來說是重要的成功要素，可行的策略包含：節慶氛圍的創造、開發節慶空間、創造日常生活的新節奏等，而將社群目標納入節慶規劃和鼓勵社群參與和融入是最常用來達到此目標的方法。⁷⁹ Palmer-Rae 亦強調，建構立基於當地社群的文化活動計畫是節慶達成永續性最具成效和實惠的途徑。此外，節慶也需要與地方之間存在強烈的象徵性連結。⁸⁰

就利物浦而言，在 2008 年節慶正式揭開序幕前便推出了「我們的時

Cultural Celebrations in Regional Sweden: Aspects of Tradition and Transition,” *Sociological Ruralis*, Vol.39, No.3 (1999), pp.280-293; Sharif Gemie, “Roots, Rock, Breizh: Music and the Politics of Nationhood in Contemporary Brittany,” *Nations and Nationalism*, Vol.11, No.1 (2005), pp.103-120.

⁷⁴ Derrett, *op. cit.*, pp.49-58; Gianna Moscardo, “Analyzing the Role of Festivals and Events in Regional Development,” *Event Management*, Vol.11, No.1-2 (2008), pp.23-32.

⁷⁵ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*.

⁷⁶ John McCarthy, “Promoting Image and Identity in ‘Cultural Quarters’: the case of Dundee,” *Local Economy*, Vol.20, No.3 (2005), pp.280-293.

⁷⁷ Matarasso, *op. cit.*

⁷⁸ Derrett, *op. cit.*, pp.49-58.

⁷⁹ Richards and Palmer, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*.

⁸⁰ Palmer-Rae, *op. cit.*, pp.31-43.

刻、我們的地方」(Our Time, Our Place)之宣傳活動以爭取當地社群的支持。⁸¹ 其次,利物浦文化公司分別在 2005 年和 2006 年分別推出了「08 迎賓」(08 Welcome)和「08 志工」(08 Volunteering)兩項凝聚地方感的活動,前者旨在鼓勵當地居民和服務業員工加入培訓,以塑造出利物浦人友善好客的形象與提升接待服務品質;後者則旨在招募志工以協助 2008 年節慶活動之傳遞與服務。⁸² 結果有眾多居民參與了上述兩項活動,並提升對於主辦歐洲文化之都的支持和對節慶的長期影響,尤其是對城市意象轉變和都市再生兩點效益凝聚了高度共識。⁸³

除此之外,另有一項名為「創意社群」(Creative Communities)之倡議,旨在鼓勵當地社群融入城市的文化生活,並扭轉那些將歐洲文化之都視為無關於己之觀點。該倡議鼓勵了弱勢族群參與並賦予其文化表述權,以期成為新塑造之城市意象代言人。⁸⁴ 上述倡議的成效可由 Impacts 08 的社區問卷調查結果顯示。針對問卷中「利物浦正在進步且有嶄新的未來」一題項之回答,在 2007 年和 2009 年兩次的調查中,皆有高達平均 85% 的同意度。⁸⁵ 此外,居民認為外界人士對於利物浦之意象也有逐漸提升的趨勢,2007 年時有 35% 的居民認為外界人士對於城市有較為負面的觀點,到了 2009 年則下降到 38% (15% 的降幅)。

三、社會資本

大型節慶最具永續性的影響之一乃是跨部門合作與夥伴關係的建立。文化節慶可建立個人或團體與社會之間的連結、促進社群組織互動、加

⁸¹ Platt, *op. cit.*, pp.31-43.

⁸² Impacts 08, *Re-telling the City: Exploring Local Narratives of Liverpool* (Liverpool: Impacts 08, 2007); Impacts 08, *Volunteering for Culture: Exploring the Impact of Being an 08 Volunteer* (Liverpool: Impacts 08, 2010).

⁸³ Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*.

⁸⁴ Christina Kokosalakis et al., "Place Image and Urban Regeneration in Liverpool," *International Journal of Consumer Studies*, Vol.30, No.4 (2006), pp.389-397.

⁸⁵ Impacts 08, *Neighbourhood Impacts: A Longitudinal Research Study into the Impact of the Liverpool European Capital of Culture on Local Residents*.

強夥伴關係，並提升對社群資源與專業的認知，亦即「社會資本」(social capital)之建構。⁸⁶ 社會資本是指為達到某工具性或情感性的共同目的，透過社會網絡來動員的資源或能力的總合。而社會資本也意謂著連結社會的重要社群網絡，其所共有的信念目標與相互信任可促進社會內部的互助合作，而達到共同社會利益的最大化。文化節慶有助於達成了兩種社會資本，亦即向內創造凝聚力「結合型社會資本」(bonding social capital)，和向外建立連結「橋接型社會資本」(bridging social capital)。如此，不僅可使社群團結在一起，更能成為創意和新文化可能性的來源。⁸⁷

利物浦在歐洲文化之都的治理和傳遞程序上，竭力融入不同的利害關係人，與建立公部門、私部門和第三部門的夥伴關係。此等社會資本的建構有助於文化在城市發展議程中的重新定位，且反應在 2008 年至 2013 年利物浦文化策略的制定上。透過夥伴關係的建立，機構間的互信程度日漸提升，尤其在文化與觀光領域，長期而言將有助於留住當地人才、開發新概念、吸引外來投資，和持續發展城市文化供給之範疇與品質。首先，利物浦從成功擊敗英國其他 11 個城市獲得提名到規劃長達 8 年的主題年活動，乃是立基於市政府和利物浦文化公司所建立的成功夥伴關係。其次，利物浦之文化部門發展出強而有力的網絡，並因而確保了大規模的全國補助，此等夥伴關係包含：「利物浦藝術再生協會」(Liverpool Arts Regeneration Consortium，簡稱 LARC)、「中小藝術集團」(Small & Medium Arts Collective)和「藝術與文化網絡」(Arts & Culture Network)等。⁸⁸

⁸⁶ Charles Arcodia and Michelle Whitford, "Festival Attendance and the Development of Social Capital," *Journal of Convention and Event Tourism*, Vol.8, No.2 (2007), pp.1-18; Moscardo, *op. cit.*, pp.23-32.

⁸⁷ Montserrat Crespi-Vallbona and Greg Richards, "The Meaning of Cultural Festivals: Stakeholder Perspectives," *International Journal of Cultural Policy*, Vol.13, No.1 (2007), pp.103-122; Greg Richards, "The Festivalization of Society or the Socialization of Festival? The Case of Catalunya," in Greg Richards ed., *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives* (New York: The Haworth Press, 2007), pp.257-279.

⁸⁸ Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*.

其中，LARC 為現階段利物浦組織最具規模和健全的文化部門夥伴網絡，旨在影響、甚至制定城市文化議程，與企圖成為 2008 年節慶活動的主要提供者，包含了：藍外套（Bluecoat）文創園區、藝術與創意科技基金會（Foundation for Arts and Creative Technology，簡稱 FACT）、利物浦雙年展（Liverpool Biennial）、利物浦國家博物館群（National Museums Liverpool）、利物浦泰德美術館（Tate Liverpool）、皇家利物浦交響樂團（Royal Liverpool Philharmonic）、Everyman & Playhouse 劇院、Unity 劇院等。⁸⁹ LARC 事實上是從 1990 年代末便成立的文化機構策略聯盟，原本的五個機構於 2006 年時擴大成為目前的八大文化機構。LARC 從 2005 年至今已累積募集了 600 萬英鎊的資金。此外，文化部門與當地大學研究機構也建立了夥伴關係，包含研究合作與資料共享。最後，「梅西夥伴」（Mersey Partnership）為一跨公私部門成立的夥伴關係，其成功地獲得了公部門與私部門的投資，並爭取到大規模的中央政府和歐盟補助。⁹⁰

柒、結論

文化節慶對舉辦城市具有重要的經濟、文化和社會影響，此等影響成為城市積極籌辦節慶之理由，也是刺激全球各地節慶日益增加的原因。上述分析顯示，文化節慶可從經濟、文化與社會層面促進城市和區域之發展。

就經濟發展而言，利物浦以規劃連續八年主題年作為「節慶化」之途徑，以期解決單次節慶欠缺經濟永續性之挑戰。在規劃上，除了舉辦大型活動以提升觀光吸引力之外，亦著重於在地性的體現和節慶對於當地藝文組織與社區發展的影響。整體而言，2008 年不僅因訪客支出造就了可觀的經濟影響，更吸引了高比例的首次造訪人次，對於日後觀光發展和吸引外

⁸⁹ Dave O'Brien, "No Cultural Policy to Speak of – Liverpool 2008," *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, Vol.2, No.2 (2010), pp.113-128.

⁹⁰ Impacts 08, *Creating an Impact: Liverpool's Experience as European Capital of Culture*.

來投資皆具有潛在貢獻。第二，就節慶對於都市再生的影響而言，有鑒於格拉斯哥的成功經驗，利物浦採取了類似、以文化節慶主導的都市再生策略。2008年歐洲文化之都可視為是市中心兩大再生計畫（ACCL和Liverpool ONE）的重要觸媒；但研究也顯示，節慶本身並未扮演「主導」的角色，充其量僅是在整個再生進程中起了加速的效果而已。除了節慶本身創造之觀光收益和同時並進的再生計畫外，節慶對於城市意象所產生的月暈效應，將可能對區域經濟發展產生無形但較為長遠的影響。研究結果發現，節慶對於扭轉訪客和媒體對於利物浦的負面觀感，以及加強城市的文化形象效果最為顯著。為了延續節慶的影響，利物浦亦成立了專責行銷推廣機構和建立獨特的城市品牌。

就文化發展而言，利物浦無論對於主題年的規劃或2008年節慶活動設計，皆亟力於體現文化民主化的精神。研究結果顯示，居民無論對於節慶活動的參與、其餘文化設施的造訪，或對於文化活動的興趣提升皆產生一定程度的影響。同時，調查結果亦指出，具有通俗文化特性之活動最有助於促進文化參與。第二，就節慶對於文化供給層面的影響，利物浦從一開始便致力於增進文化部門的永續性，而利物浦文化公司雖然在競標、活動籌劃和夥伴網路建立上貢獻良多。但受訪單位也表達了其對於該公司公信力、公平性和協調力等方面的不滿，尤其對於節慶後續的經費補助感到憂心。此外，對於藝文機構而言，節慶主要的效益為節慶前與當年補助金額的大幅提升，以及有機會與國外知名團體學習切磋。除了文化部門之外，學者也普遍主張文化節慶有助於當地文創產業與創意能力之發展，進而提升主辦城市之文化永續性。研究結果指出，文創業者因對於城市認知意象的改善，提升了產業整體的自信和士氣，也有助於擴充業務和贊助機會。然而，業者也普遍反應市政府主要的焦點乃放在文化與觀光部門、而非文創產業之發展。

就社會發展而言，利物浦因經濟衰退帶來嚴重的社會問題，因此亦將

歐洲文化之都視為促進社會融合、提升地方感的契機。如同其餘多數歐洲文化之都的主辦城市，利物浦將確保節慶之可及性視為政策方針，並採取諸多如免費參與、折價卷與接駁巴士等降低參與阻礙的措施。研究結果顯示居民對於歐洲文化之都對城市整體效益的認知有顯著提升，但仍有超過半數受訪者認為僅有市中心居民因地利和文化設施集中而受惠。其次，就地方感與認同的形塑而言，利物浦藉由一系列諸如「08 迎賓」、「08 志工」、「創意社群」等倡議，以期凝聚居民共識、鼓勵當地社群融入城市文化生活，以及賦予弱勢族群文化表述權。調查發現，居民普遍對於城市的願景和外界對於利物浦之觀點有較為肯定的回應。第三，就社會資本的建構來說，歐洲文化之都對於利物浦公私部門、文化界、觀光界和產官學界的夥伴關係建立皆有明顯助益，進而促成「結合型」社會資本的建構。最為顯著的例證包含利物浦文化公司與市政府的連結、文化部門的聯盟 LARC 和觀光部門的梅西夥伴等，不過，向外連結的建立（亦即「橋接型」社會資本）卻較為薄弱。

文化節慶或任何以文化主導的區域發展政策，最大的挑戰在於兼顧與平衡各個層面的效益以及產生永續之影響。利物浦模式對於歐洲文化之都或其餘歐洲城市最大的啓示，在於長期的規劃與縝密的評估，以期平衡各利害關係人的期望；並致力於確保節慶之經濟、文化與社會永續性。利物浦經驗也為英國以文化節慶推動區域發展之趨勢帶來深遠影響，其中最重要的便是由文化、媒體與運動部（DCMS）於 2009 年提出的「英國文化之都」（UK City of Culture）倡議，期盼汲取利物浦經驗，促進不同城市的發展或再生。⁹¹ 此外，利物浦大學也在節慶後成立了「文化之都研究中心」（Institute of Cultural Capital），繼續針對 2008 年歐洲文化之都與 2012 年奧運等大型節慶進行更為全面與長期之評估。

⁹¹ 「英國文化之都」由文化、媒體與運動部遴選，每四年舉辦一次、每屆為期一年，首屆的英國文化之都為 2013 年北愛爾蘭的 Derry-Londonderry，第二屆則為 2017 年英格蘭東部的 Hull。