

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University

藝文活動對地方文化推廣發展影響之研究

—以嘉義市國際管樂節為例

**Impacts of Art and Culture Activities on Local Culture Promotion : Case Study
of Chiayi City International Band Festival**

指導教授：黃淑基 博士

ADVISOR : Huang , Shu- Chi, Ph. D.

研究生：陳麗如

GRADUATE STUDENT : Chen, Li -Ju

中 華 民 國 一 〇 二 年 六 月

南華大學文化創意事業管理學系 101 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：藝文活動對地方文化推廣發展影響之研究—以嘉義市國際
管樂節為例

研究生：陳麗如

指導教授：黃淑基 博士

論文摘要內容：

在二十一世紀的今天，軟實力是城市最佳的競爭力。文化是城市未來發展最重要的軟實力，而藝文活動則是生活中重要的休閒活動。

近年來藝文活動在中央和地方政府的支持推動下，是城市文化藝術節慶中重要的一環，已逐漸成為全台新興的觀光產業。藝文活動的舉辦不但對城市發展產生正面的影響，透過文化與創意展現出地方特色，進而形塑城市形象。每年國際管樂節的舉辦，逐漸累積了嘉義市的文化軟實力，不但促成嘉義市取得了 2011 年世界管樂年會的主辦權，更將嘉義市形塑為「管樂之都」。

本研究以個案研究的方式，藉由深度訪談、文獻分析，次級資料的蒐集，探討嘉義市國際管樂節舉辦之後，在城市意象與行銷、對文化教育紮根、地方文化產業推廣、地方藝文團體的輔導等等，各方面所產生的影響。並進一步分析、歸納，試建構出具體、並能有效執行之建議，提供嘉義市國際管樂節做為未來經營規劃參考。

關鍵詞：藝文活動、管樂節、地方文化

Title of Thesis: Impacts of Art and Culture Activities on Local Culture Promotion: Case Study of Chiayi City International Band Festival

Name of Institute: Department of Cultural & Creative Enterprise Management, Nanhua University

Graduate date: June , 2013 Degree Conferred: M.B.A.

Name of student: Chen, Li -Ju Advisor: Huang, Shu- Chi, Ph.D.

Abstract

In the 21st century, soft power is one of the best competitive powers of a city and culture is the most important soft power of city development in the future. Art and culture activities play an essential role of leisure activities in our daily lives .

In recent years, with central and local governments' supports, activities have been the main part of city cultures as well as festivals. They have gradually become Taiwan's emerging tourism industry. Art and culture activities not only have positive impacts on city developments but also display local characteristics and creative features. Furthermore, they shape the image of the city. International Band Festival, which was held annually, accumulates Chiayi City's cultural soft power. It also helps Chiayi City winning the right to host the 2011 WASBE Conference and let Chiayi City know as “the City of Band Music”.

Case study is adopted in this research. Through literature reviews, secondary data collection, and depth interviews, this research aims at the influences on city image and marketing, culture education rooting, the promotion of local culture industry, the guidance of local arts associations, and other various aspects after Chiayi City International Band Festival. After further analyzing and inducing, researcher constructed solid and effective suggestions to the Chiayi City International Band Festival steering committee as the reference for future plans.

Keywords : Art and Culture Activities, Band Festival, Local Culture

目 錄

中文摘要	i
Abstract	ii
目 錄	iii
表 目 錄	v
圖 目 錄	vi
第 一 章 緒 論	1
1.1 研究動機	1
1.2 研究目的	2
1.3 研究方法與流程	3
1.4 研究對象	6
1.5 研究限制	6
第 二 章 文 獻 探 討	7
2.1 藝文活動	7
2.2 地方文化產業	21
2.3 嘉義市國際管樂節	32
第 三 章 研 究 設 計 及 執 行	46
3.1 研究架構	46
3.2 研究方法	48
3.3 研究設計	53
3.4 研究執行	60
第 四 章 資 料 分 析 與 整 理	63
4.1 城市意象與行銷層面	63
4.2 文化教育深耕層面	98
4.3 地方產業結合與推廣面	123
4.4 地方藝文團體的扶植面	131
4.5 對嘉義市國際管樂節未來發展與建議	141
第 五 章 結 論 與 建 議	167
參 考 文 獻	178

附錄一	公部門的訪談大綱.....	187
附錄二	專家學者的訪談大綱.....	189
附錄三	地方參與團體的訪談大綱.....	191
附錄四	地方文化工作者的訪談大綱.....	192
附錄五	訪談逐字稿.....	194

表目錄

表 2-1	國內學者對藝術的定義	7
表 2-2	國內學者對文化的定義	9
表 2-3	國內學者對藝文的定義	12
表 2-4	國內學者對藝文活動的分類	13
表 2-5	國內學者對藝文活動的功能之觀點	17
表 2-6	日治時代管樂在台灣的發展歷程	33
表 2-7	嘉義市管樂的發展歷程	37
表 2-8	歷年對於嘉義市管樂節的研究	39
表 3-1	本研究之訪談對象	53
表 4-1	嘉義市管樂節經費資料表	69
表 4-2	嘉義市管樂節活動類型資料表	80
表 4-3	嘉義市各級學校管樂團體（班）現況資料調查表	107
表 4-4	嘉義市立案演藝團隊資料	109
表 4-5	嘉義市文化創意產業資源	127
表 4-6	嘉義市管樂節的優勢	144
表 4-7	嘉義市管樂節的劣勢	148
表 4-8	設立嘉義市管樂主題館之需求動機	150
表 4-9	嘉義市音樂比賽地點	152
表 4-10	管樂主題館的空間規劃與功能規劃	153
表 4-11	嘉義市管樂節未來規劃方向	160
表 4-12	對於嘉義市管樂節的期許與建議	164

圖目錄

圖 1-1	研究流程圖	5
圖 2-1	文化產業架構圖	25
圖 2-2	地方文化產業類型	28
圖 2-3	地方文化產業價值性	29
圖 3-1	研究架構圖	47

藝文活動對地方文化推廣發展影響之研究

—以嘉義市國際管樂節為例

第一章 緒論

1.1 研究動機

台灣近年來，積極推動各式各樣的特別活動來促進社區發展，並發揚地方特色。推動特別活動的方法大多是以藝文節慶活動的形式來行銷地方文化產業，並且已經成爲了一股風潮。交通部觀光局遴選「台灣地區十二項大型地方節慶活動」來行銷台灣的國際觀光市場。

在台灣，藝文節慶活動的行銷方法，大多是和其他產業來做結合，比如文化與觀光產業做結合，以「藝術節」、「祭」或是「節慶」的型態出現。目前在台灣島上，各種當地文化、藝術節慶活動蓬勃發展，到處都能看到各式各樣節慶活動（洪惠冠，2007）。

在這些五花八門的藝文節慶活動中，包括有宗教信仰與民間傳統的節慶活動，如北天燈「台北平溪天燈節」、南蜂炮「台南鹽水蜂炮」，基隆中元祭、台中縣大甲媽祖國際觀光文化節；也有政府單位所推動的新興節慶活動，如宜蘭國際童玩藝術節、台北國際花卉博覽會、苗栗三義木雕藝術節、客家桐花季、嘉義市國際管樂節。

此外，農委會爲了促銷地方產業，也提出了「一縣市一特色、一鄉鎮一特產」，舉辦了宜蘭三星蔥蒜節、屏東東港黑鮪魚節、台南白河蓮花祭、大湖草莓節…等等。

但是在「全台飆節慶」的一股節慶風潮之下，各地方鄉鎮所舉辦的藝文節慶活動名稱、內容大同小異，甚至互有抄襲，藝文節慶活動走到最後，毫無特色可言，甚至有的藝文節慶只舉辦過一、二屆便告消失了。龍應台(2006)曾針對「全臺飆節慶」提出：「文化政策需要長

期經營，若淪為只求短線利益的政治服務時，結果僅看到文化節慶呈現一片『塑膠花海』面貌」。

反觀國外，藝文節慶活動的發展至今已歷史悠久。自西元前希臘城邦所舉辦的奧林匹克運動會，就是一個歷史悠久的著名藝文節慶活動。發展至今日，世界各地藝文節慶活動內容包羅萬象。全球公認的藝文節慶活動有法國「亞維農藝術節」(Festival d' Avignon，或稱 Festival d' Avignon IN)、英國「愛丁堡國際藝術節」(Edinburgh International Festival)。國際節慶協會 (International Festival & Events Association [IFEA]) (2003) 指出現今全世界每年屬於常規性的藝文節慶活動達一百多萬種，結合四億多人的參與，估計共創造出二百五十億美元的經濟效益，可知目前節慶活動已形成一種世界性的新興產業 (蔡宜霖，2008)。

藝文節慶活動要成功，除了事先要有完整的活動計畫策略以外，必須要有好的行銷策略，才能夠提升主辦城市的知名度，吸引遊客前來遊玩。在台灣所舉辦的眾多的藝文節慶活動當中，「嘉義市國際管樂節」，已經舉辦二十一屆，是文建會指導各縣市辦理「福爾摩沙藝術節」中辦得最久的。

一個藝文節慶活動能舉辦這麼久，而地方政府在舉辦這樣一個大規模的節慶活動背後有什麼樣的行銷策略？公部門在地方上是如何做地方文化的推廣？研究者希望藉由研究結果，提出建議，讓這個優質的藝文節慶活動能夠永續經營。

1.2 研究目的

依據前述的研究動機，本研究的主要目的如下：

1. 探討嘉義市公部門如何以國際管樂節形塑城市意象。
2. 探究嘉義市國際管樂節在文化教育方面如何深耕。

- 3.探究公部門如何結合藝文活動來推廣地方產業。
- 4.探究嘉義市國際管樂節對地方藝文團體的扶植。
- 5.探究嘉義市國際管樂節未來的發展計畫。

1.3 研究方法與流程

1.3.1 研究方法

在社會科學的領域裡，研究方法主要有量化研究（quantitative research）與質化研究（qualitative research）兩大類。量化研究是藉由問卷與實驗來進行資料的取得，再以數字與統計來進行測量。質化研究則是根據多元化的資料，進行互相交叉分析。

本研究之研究方法採用的是質化研究，透過文獻研究法、深度訪談法與個案研究法來進行。

文獻研究法資料收集包括有關的學術期刊、政府單位的出版品、學術論文、相關的報導、網站資料等等。經由文獻資料的收集之後，再由研究者加以統整、歸納、分析，讓研究的資料與內容具有完整性，以利於進行後續研究時的剖析與論述。

深度訪談是採用半結構式訪談法，訪談對象為公部門、學者專家、地方參與團體以及地方文化工作者，透過訪談，瞭解嘉義市管樂節如何開始、推廣的歷程以及行銷嘉義市管樂節的理念，期待能以各專業人員對此個案的了解與觀點，對本研究提出精闢的見解。最後做出分析與整理，期能作為其他地方政府舉辦節慶活動時的參考。

1.3.2 研究流程

本研究先確定所要研究的主題，之後進行大量的文獻閱讀來了解過去與本研究主題相關的資料，並且與指導教授進行討論。確定好研究方向之後，接著進行訪談，藉由訪談的過程，來了解本研究對象的發展狀況。

確定主題並建構本研究的架構之後，接著進行本研究之訪談稿的設計。訪談稿完成後，開始進行深度訪談與分析，之後開始進行論文的撰寫，最後提出研究結論與研究建議。詳細流程如圖 1-1 所示：

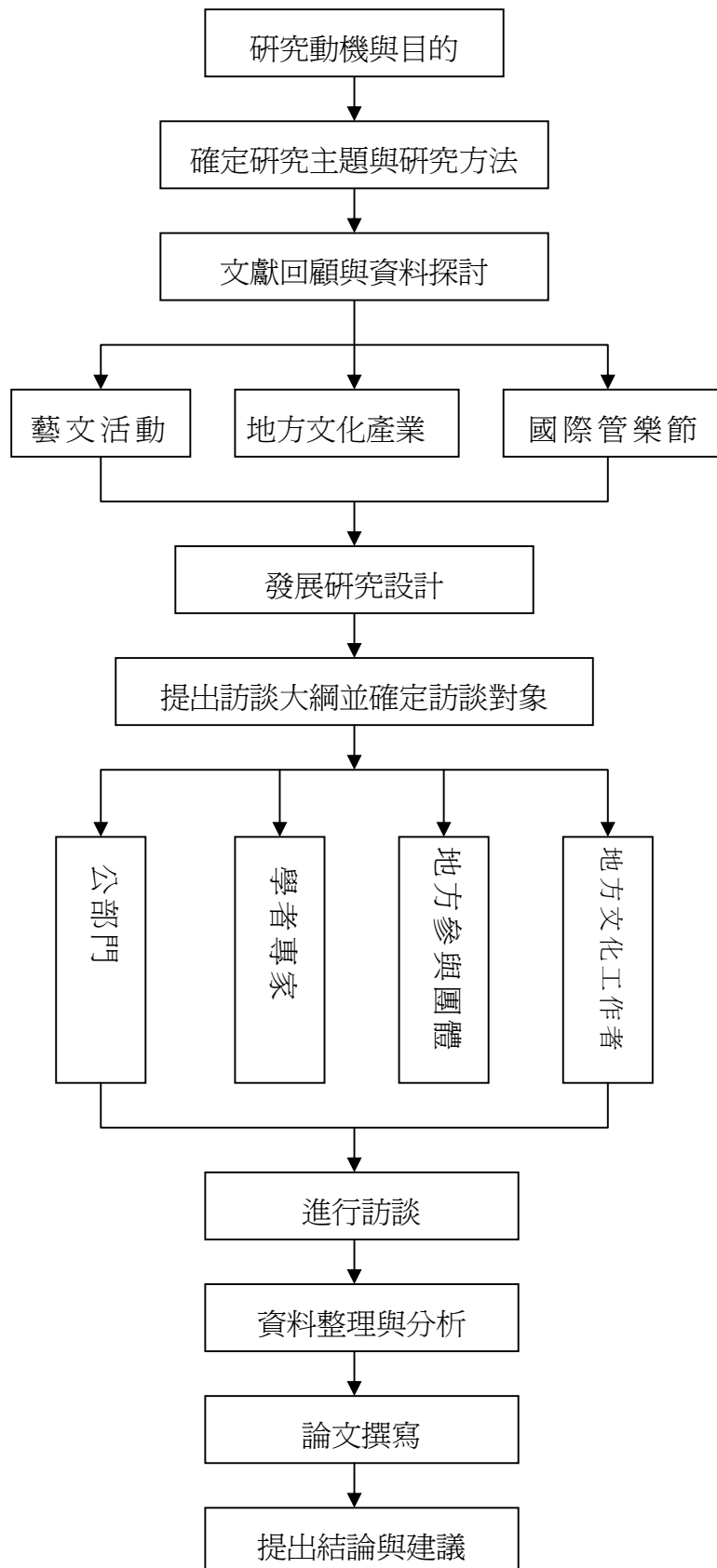


圖 1-1 研究流程圖

1.4 研究對象

嘉義市的管樂活動，自民國八十二年舉辦至今已經二十一屆，活動剛舉辦之時，只是一個地方區域性的高中職以上學校管樂社團之間的交流活動，爾後，逐步發展成為台灣地區各級單位管樂團的活動。嘉義管樂節舉辦迄今，嘉義市政府分別在民國八十六年、八十八年以及一百年，辦理三次國際性的管樂節活動。

本研究選定以嘉義市文化局所承辦籌劃的「嘉義市國際管樂節」活動作為研究探討個案，並且進行研究。

1.5 研究限制

本研究以嘉義市管樂節作為本研究的研究個案，主要探討的是嘉義市政府如何推動文化創意產業與如何行銷藝文節慶活動。本研究雖然力求謹慎，但是在文獻蒐集、研究方法、研究資料分析部份，仍然有其不足與限制的地方。茲將這些研究限制分別敘述如下：

一、本研究是以深度訪談法的方式進行研究，訪談對象本身的個人認知、個人的經驗、回覆訪談問題的意願、以及配合訪談的程度，都會影響到本研究擷取資料內容的效度。再者，研究者本身的訪談臨場反應、提問的技巧、訪談的經驗，都會影響到訪談結果。

二、本研究為個案研究，研究對象是嘉義市所舉辦的「嘉義市國際管樂節」。台灣各地目前舉辦相當多的藝文節慶活動，各地方政府所擁有的資源、所面臨的優勢劣勢不盡相同，故無法解釋各地方政府所有的藝文節慶活動。

第二章文獻探討

2.1 藝文活動

2.1.1 藝文活動之定義

藝文活動是藝術和文化的統稱，藝文活動是文化形式的一環，提供人們在空間、時間中自我存在的認知、遠景規劃與實踐及自我表現的行為準則（陳水冰，2003；郭俊廷，2012）。

藝術是人類文化中重要的一環，藝術的存在和人類文化的進展是同時並進的，因此藝術可以說是人類文化的象徵。「藝術」一詞在古代，偏重在技術或知識層面，然而在今日全球文化交流頻繁且迅速的時代潮流裡，藝術的詮釋已經從精緻、高雅的藝術界定，隨著人類文化的多樣語與多元之下，有了更精彩與包容差異的詮釋，因此出現「凡是應用美的形式或個人對藝術獨特形式表達，以呈現人類思想或感情的製作或活動，稱之為藝術。」（曾肅良，2008；龐配甄 2012）

表 2-1 國內學者對藝術的定義

學者	對藝術的定義
凌嵩郎 1989	凡是含有美的價值，根據美的原則或吻合美的原則之活動及其活動的產品，表現出作者的思想及感情，並給接觸的人以美的感受者，稱之為藝術。
林群英 1994	藝術是一種總括的名稱，人類用之以表現美的感情，並給人以美的感受。凡具有這些共同特性的科目，如文學、音樂、繪畫、雕刻、建築、舞蹈、戲劇與電影，即所謂的「八大藝術」，這就是廣義的藝術的總稱。

陳瓊花 1997	藝術是來自創作者與觀眾的發展出互動的關係。
蓋瑞忠 1998	含有技巧與思慮的活動和製作，皆可稱之為藝術。
蔣勳 2000	「藝」「術」兩個字都有很強的「技能」、「技術」的意義在內。
陳朝平 2000	藝術是表現感情和思想的活動或產品，藉事物的具體形象或意念的形象來傳達內容，含有美的價值或吻合美的原則，並反映地域與時代文化環境的現象，能引起觀賞者的知覺活動，並產生審美的反應，獲得美感情趣或瞭解的喜悅。
黃椿昇 2001	早期各種生產、製造的技術活動，都可以稱為「藝術」。
林昭賢、 黃光男 2002	創作者使用一種或多種特定的媒介，加以個人主觀的意念或經驗所完成的一種創作活動，稱為藝術。
林群英 2004	人類參與以自己的活動與創作，而又含有精益求精的企圖，皆可稱為藝術。
倪再沁 2008	藝術是自然的再現；藝術是情感的表現；藝術是理念的傳達。
曾肅良 2008	凡是含有美的價值，透過美的形式，予人以美的感受，表現美的價值，同時傳達出創作者的思想與感情的製作或活動，稱之為「藝術」。

何錦順 2008	「藝術」本身是一種以「美」的內涵來表達人類的情感；也透過視覺、聽覺、觸覺…等方式，來傳遞人類的心靈感受；呈現的手法，包括文學、音樂、繪畫、雕刻、建築、舞蹈、戲劇…等。
-------------	---

資料來源：吳奉靜（2008）；何錦順（2008）；龐配甄 2012；本研究重整製表

由上表統整可以得知，「藝術」乃是人類生活與活動的精華累積，不但可以表達出人類的思想與情感，也具有審美的意涵，讓人類的生活融入美的元素。

文化（culture），源自於拉丁文 cultura，原意為土地的耕耘和對植物的栽培，引申為對人的身體和精神兩方面的培養。在中國古籍中，文化的涵義是文治與教化之意（陳學明，1996；龐配甄，2012）。

表 2-2 國內學者對文化的定義

學者	對文化的定義
葉啓政 1981	文化為人類生活的總體，包括行為模式和指引行為模式兩個層面概念，人類的一切活動包括具體的行為表現和有組織的知識、信仰、價值、和態度等，皆可謂文化活動。
李鍾元 1982	文化是人類的特產，藉此特產所做的休閒活動，稱之為文化活動，包括節慶、祭典、文康展覽、廣播、電視、書報雜誌。

<p>邵玉銘 1994</p>	<p>文化有狹義及廣義的解釋，狹義的文化係指精緻文化，是文化中最精采的部份，如文學及藝術；廣義的文化指的是一個民族的生活方式，也就是廣泛的包括精神要素以及物質要素二個方面。</p>
<p>孫武彥 1994</p>	<p>文化乃是人類在傳統的生活環境裡孕育出來，以中國人具有五千餘年悠久歷史的民族而言，無論食衣住行等生活行為上，都會有各自獨特且不同於其他種族或國家的風格，文化所投射出來飲食的、衣著的、居住的、旅行的、教育的和娛樂的差異，對我們生活的影響甚大且深遠。在不斷的演進及改變的時代洪流當中，人們的生活亦隨之變動，故我們當予以保留，且須不斷的加以改良生活文化，藉由地方文化的關懷，參與並創造我們時代的生活紀錄。</p>
<p>李亦園 1996</p>	<p>人類學家所探討的文化指人類共同活動所創造出來的產物，這些創造出來的產物，不但包括人們所用的工具、社會生活所賴以維持的典章制度、精神生活的種種藝術產品，同時也包括創造過程中諸多人類心智活動的歷程。</p>
<p>辛晚教 1997</p>	<p>將文化分廣義及狹義定義，廣義指的人類在社會實中物質、精神物質生產及財富創造能力能力；狹義泛指精神生產能力及生產品，如自然科學、技術科學、社會意識或教育、科學、文學…等。</p>
<p>陳學明 1998</p>	<p>文化，係為人類社會實踐過程，所獲取之全數事物。文化包涵社會意識形態與形式。</p>

張正英 1998	文化係指人類一切活動的總和。
郭百修 2000	文化的形成必定與其生活的互動與時間的累積，產生一定的價值範疇對族群的成長有所助益，並植於族群的生活認知與體驗，形成族群的特色。
王逢振 2000	文化具有人治教化的意涵，亦注重其實用之意義。
楊文燦 2003	文化可視為社會中或族群中歷經時間變遷所累積的價值、思想體系、活動，形成一種價值觀融入生活之中，並產生一種社會制約的模式或習俗。
楊洲松 2004	文化的意義延伸為人類發展的過程，包括人類思想、能力、禮貌的培養的方面。到了十九世紀，文化的定義更為廣泛，用來描述人類文明整體心智能力與精神的發展。
顏婉吟 2006	文化是人類一切活動所累積的思想、價值、對生活的認知以及經驗的總和，漸而產生的一種生活模式與習慣。

資料來源：張克宙，2008；郭雅婷，2008；林寶暉，2010；龐配甄 2012；
本研究重整製表

由上表統整可以得知，「文化」乃是人類在悠遠的歷史發展歷程中，所累積的知識、活動、習俗等等，並且包含了一個社會的共同價值觀。李亦園（1984）認為文化活動是指政府或民間團體在特定的地點舉行之藝文活動，包括戲劇、舞蹈、音樂、演講、展覽、到圖書館閱讀等等求知型活動（郭俊廷，2012）。

行政院文化建設委員會（1998）指出，藝文就是文化藝術。人們可以藉由語言、文字，做為溝通思想的工具；透過聲音、形色，以進行感情的交流，於是產生了文學、音樂、美術、舞蹈、戲劇和其他種種的藝術作品（王秀慧，2010；資料源自龐配甄，2012）。

表 2-3 國內學者對藝文的定義

學者	對藝文的定義
陳春壅 2000	藝文活動是結合藝術家創作的精緻文化，藉由作品的展演和參與者進行交流互惠，由此層面去理解和思考創作者所要傳達的意涵。
陳朝平 2000	藝文活動是具有高雅趣味的活動，是提供我們精神生活品味的休閒活動，並且從活動中可以獲得社交的樂趣，同時也幫助人們瞭解社會與自己。從活動過程中，我們獲得審美的情趣，同時也深入瞭解文化傳統、幫助自己養成正確的價值觀、涵養正面積極的人生觀念與態度，能洞察人生現象，做出善惡判斷。
文建會 2004	廣義的定義為「與藝術、文化有關的一切活動均屬之。」 狹義的定義為「在某特定時間內，開放讓民眾參觀或觀賞，且主要以展出或演出方式為之的文化活動。」
陳水冰 2003	藝文活動是藝術和文化的統稱，藝文活動是文化形式的一環，提供人們在空間、時間中自我存在的認知、遠景規劃與實踐及自我表現的行為準則。

姚世澤 2004	藝術文化的定位是基於哲學與審美的價值觀而予以論定，此價值觀是透過人類有形、無形的生活經驗之累積，並衍生出一種人類延續生存的意義，並由社會文化的變革、社會的觀點、國民藝術素養與終身學習、傳統美學與現代藝術理論、西方藝術文化與傳統文化的選擇與規劃等議題來與藝術文化做結合，且提到要能實踐藝術文化的理想，必須瞭解藝術對於個人、社會、歷史文化、宗教、政治、經濟…的教育意義與價值。
-------------	--

資料來源：龐配甄 2012；郭俊廷 2012；本研究重整製表

由上表統整資料可以得知，藝文活動是藝術活動和文化活動的總稱。藝文活動是文化中最具體的象徵，也是人類生活中不可缺少的活動。人類文化藉由藝文活動的傳承，累積出文化中最精髓的生活記錄。

2.1.2 藝文活動之分類

藝術活動在傳統上的分類方式，是將其分為八類：文學、音樂、繪畫、雕刻、建築、舞蹈、戲劇與電影，稱為「八大藝術」。

根據行政院文建會（2001）對「藝文活動」之分類，藝文活動有13大類：視覺藝術、工藝、設計、音樂、戲劇、舞蹈、說唱、影片、民俗、語文、圖書、其他、綜藝等。而各學者依其研究屬性，所分類的方式也有所不同。

表 2-4 國內學者對藝文活動的分類

學者	分類依據	對藝文活動的分類
----	------	----------

李亦園 1984	行爲模式層次	上圖書館、展覽類、音樂會、演講及座談、 民俗藝術類、戲劇及舞蹈表演
陳德揚 1990	休閒項目	圖象藝術、表演藝術、文學藝術、生活藝術
謝東山 2000	欣賞者接收方式	視覺藝術：平面、立體、空間、綜合 表演藝術：音樂、舞蹈、戲劇 影像藝術：攝影、電影、錄影、數位影像 文學類：詩歌、散文、小說、傳記、劇本、 報導文學
陳朝平 2000	時空因素	空間藝術：繪畫、雕刻、建築 時間藝術：文學、音樂、舞蹈 綜合藝術：戲劇、電影
	媒介型態	平面藝術：繪畫 立體藝術：雕塑、建築 音樂性藝術：文學、音樂、舞蹈、戲劇、電影
	媒體形象	具象藝術：繪畫、建築、雕塑、舞蹈、戲劇、 電影 印象藝術：文學、音樂
	動靜表現	動態藝術（行動藝術）：文學、音樂、舞蹈、 戲劇、電影 靜態藝術（形象藝術）：繪畫、建築、雕塑

	與自然的關係	模仿藝術：繪畫、建築、雕塑、舞蹈、戲劇 非模仿藝術：文學、音樂
	美感與實用功能	純粹藝術：繪畫、雕刻、文學、音樂、舞蹈、 戲劇、電影 應用藝術：工藝、實用設計、傳播藝術、建 築、環境設計
	表現方式與時 空關係	造形藝術：繪畫、雕塑 實用藝術：建築、工藝 表演藝術：音樂、舞蹈 語言藝術：文學 綜合藝術：戲劇、電影
陳春壅 2000	行為模式	圖像（視覺）藝術、表演藝術、文學藝術、 生活藝術、民俗傳統藝術、工藝藝術
陳瓊花 2001	人體感覺	時間藝術：文學、音樂 空間藝術：繪畫、雕刻、建築、書法篆刻、 工藝 綜合藝術：舞蹈、戲劇、電影、複合媒體
王鶴琴 2004	藝術外觀的媒 介因素	時間藝術：音樂 空間藝術：繪畫、雕刻、建築 造形藝術：繪畫、雕刻 音樂藝術：音樂、文學 靜的藝術：繪畫

並且與社會脈絡互動，可以達到自我實現與自我成長的目標，提升人生的價值（王秀慧，2010）。

以下統整國內學者對藝文活動的功能之觀點。

表 2-5 國內學者對藝文活動的功能之觀點

學者	觀點	藝文活動的功能
林清山 1985	休閒活動的功能與價值	<p>在個人方面：1.鬆弛身心、穩定情緒、彌補生活的不滿足。</p> <p>2.發展生活經驗，增加社會的接觸面。</p> <p>3.發展智能，發揮創造力。</p> <p>在社會方面：1.成立合諧的家庭。</p> <p>2.擴充學校教學之功能。</p> <p>3.防止青少年犯罪。</p> <p>4.增進藝術與文化交流。</p> <p>5.增加機關團體的工作效率。</p> <p>6.增進老年福利。</p> <p>7.休閒可以是一種醫療法。</p>
陳瓊花 1996	藝術的功能	實用性、本質性、宗教性、美化性的功能。
賴保楨 1996	休閒活動的功能	<p>1.促進身心發展。</p> <p>2.增加工作生產量。</p> <p>3.減少社會犯罪。</p> <p>4.讓個人獲得工作以外的滿足感。</p> <p>5.擴展生活體驗。</p> <p>6.促進經濟發展與家庭和諧。</p>

		<p>7.使個人重獲自我意識，得到自我表現之機會。</p> <p>8.透過活動的參與，接受社會化的涵育過程。</p> <p>9.陶冶個人的個性與品行，進而維持或提升個人人際關係及社會的互動。</p>
謝東山 2000	藝術的社會功能	<p>審美認識作用：1.透過藝術參與的活動，可以瞭解歷史發展、社會脈動、人生真諦與內涵。</p> <p>2.藉由藝術的展現，可以帶給人們豐富的生活知識。</p> <p>藝術交流作用：1.欣賞者與創作者的交流：欣賞者可以感受創作者的情感與思維。</p> <p>2.欣賞者與藝術中角色的交流：欣賞者可以進入作品的情境。</p> <p>3.欣賞者與欣賞者的交流：增進人與人之間的互動與情感。</p> <p>社會化作用：1.透過審美的體驗方式，讓人理解社會中所遵守的道德標準、價值觀與人際活動規範。</p> <p>2.社會成員從藝術作品中，達到社會化的目標，凝聚社會成員中共同得社會價值。</p> <p>娛樂作用：1.藉由藝術欣賞的活動，使人能得到精神上的滿足與審美的需要。</p> <p>2.提升人們的精神生活層次。</p>
陳朝平 2000	藝術的功能	<p>藝術的表現與傳達功能：1.傳達與表現個人的思想與情感。</p>

		<p>2.反映社會現象與傳達訊息。</p> <p>藝術的實用功能：1.充實精神生活的內涵，提升精神生活境界。</p> <p>2.充實精神生活環境與資源，達到美化與充實生活環境的目的。</p> <p>藝術的陶冶功能：1.幫助自我調適與人格完整發展。</p> <p>2.幫助個人自我實現。</p> <p>3.培養審美能力與美感，增進生活情趣。</p> <p>4.激發潛能與創造力。</p> <p>5.充實藝術文化知識，培養開闊的胸襟與價值觀。</p> <p>6.提升生活應用能力與生活品質。</p>
郭惠蘭 2003	藝術的功能	<p>1.藝術是一種生活的態度，也是在日常生活中體驗的過程，是一種觀察以及解讀世界的能力。</p> <p>2.藝術是觀看事情的角度或處理事情的方法，它是內心的轉變與眼光的擴展，從內心的感動到外在行為的改變，是一種內在轉化與提升的歷程。</p>
陳琦媛 2005		<p>從個人觀點而言：藝文活動可幫助自我成長，促進人格完美。</p>

		<p>從社會觀點而言：藝文活動反映社會價值，淨化人心，促進社會安定。</p> <p>從社會教育觀點而言：藝文活動有藝術陶冶的功能，幫助文化傳承。</p>
陳明和 2006	藝術的功 能	<p>1.藝術是人類文化的結晶與重要資產，也是教育的原動力。</p> <p>2.藝術以其專業的符號象徵傳達無法言喻的訊息，提供一種非語言的心靈溝通管道與形式，進而提升人類創造思考的能力。</p>

資料來源：龐配甄，2012；郭俊廷 2012；本研究重整製表

由上表的統整資料中可以得知，藝文活動的功能不但可以淨化人心、陶冶人格，也可達到休閒娛樂的作用；亦可傳達社會的價值觀、促進社會的安定。

地方上具有特色的藝文活動，可以透過策略來塑造，使之發展成爲這個地方上獨特的地方特色。具有特色的藝文活動不但可以吸引參與人潮，更可透過藝文活動的推展來形塑地方上形象，贏得地方認同、活化地域經濟。因此藝文活動的執行是行銷地方特色的最佳妙方，藝文活動不只是藝文活動而已，它和地方的振興、永續經營有著重要的關係，它可以說是一種無污染的產業、人性化的經濟形式。地方藝文特色如果發展、形塑得好，往往成爲地方的文化事業、地方富裕的重要標竿。例如：宜蘭的搶孤、平溪的天燈、白河的蓮花、……等，經由綜合性藝文活動來形塑地方的特色和魅力，提高地方文化事業的知名度（洪惠冠，2007）。

本研究的主題「嘉義市國際管樂節」在民國七十一年舉辦之時，是由當時嘉義市政府籌畫辦理的春、秋文藝季，一共舉辦了十一屆。

民國八十二年嘉義市開始舉辦第一屆的管樂節，一直到八十五年的第四屆，都是屬於地方性質的藝文交流活動。由於嘉義市政府持續推動這項藝文活動，並且已經形塑出了具有嘉義市地方特色的藝文活動，也為日後的「嘉義市國際管樂節」奠下基石。正是藝文活動形塑地方文化形象的最佳典範。

2.2 地方文化產業

2.2.1. 地方文化

學者 Tuan (1974) 認為，地方具有社會位置與空間位置兩種意義。呂怡儒(2001)認為，地方具有歷史、情感、經驗、符號等等的意義。

文化 (Culture) 可以分為廣義與狹義兩種，廣義的文化泛指人類所有的勞動成果與一切活動，狹義的文化經常把文學、藝術與文化聯結在一起。Tuan (1977) 指出文化是在人類活動中所獨特發展而來的。因此，文化是人類隨著時間累積變遷的活動。

黃鈺婷 (2007) 的研究中指出，Featherstone (1993) 主張，要了解一個地域的地方文化可以從三個核心觀念去掌握：認同歸屬感 (sense of belonging)、居民日常沉澱的生活經驗 (common sedimented experiences)、與地方密切結合的各種文化形式 (culture forms)。

賴婉玲 (2005) 認為地方文化是「一個特定空間中，居民經由歷史、文化等因素對此特定空間投入感情，並產生認同，以展現出與其他地方不同的文化、活動產業等文化特質與生活經驗。」

此外，古宜靈 (2005) 也指出，地方文化具有下列五種意義：1. 歷史性 2. 生活性 3. 社會性 4. 獨特性 5. 經濟性 (資料源自黎斌儷，2012)

綜合以上，可以了解地方文化乃是一個地方的地域特色，隨著時間的變遷形成某一地域的獨特性文化，使其不但有著鮮明獨特的在地

性，並且具有延續地方歷史傳統文化的使命。

2.2.2 文化產業定義

產業 (Industry) 是各種經濟活動的統稱。蘇明如 (2000) 指出，產業對於大眾來說，普遍會聯結為工業時代大量生產以及製造的印象。廖佩君 (2006) 指出，隨著社會型態的改變，工業、商業以及資本主義的發達，使得文化與產業這兩個原本沒有交集的領域，漸漸地轉變成文化商品化，成為被消費的物品。

文化產業 (Cultural Industry) 是由法蘭克福學者 Max Horkheimer 與 Theodor W. Adorno (1979) 所提出，意指對大眾文化的批判。內容涵蓋現代電影、卡帶、書籍、廣播等等的文化產品不同於傳統文化的意義，是符合大眾消費心理需求下，工業產銷下的產品 (楊敏芝，2002)。而後諸多學派對於文化產業均有不同的詮釋意義。依據文化產業的各家學派理論，可以歸納為悲觀主義與樂觀主義兩大派別 (郭鑑，2007)。而英國社會學家 Derek Wynne 在二十世紀末給予文化產業較為廣泛的範疇，他認為文化產業應該涵蓋所有形式的文化活動。

1. 悲觀主義學派

(1) 法蘭克福學派

法蘭克福學派是經典，此學派認為藝術家的文化與知識份子的文化，是社會的菁英文化、是高級文化，這類型的文化是嚴肅的，並且不可為任何目的服務。相反的，投大眾所喜好的文化產品將受制於市場取向，是低級文化。此學派認為大眾文化具有「格式化」和「標準化」的弊病，除了大力批判大眾文化的庸俗化，並且對文化工業提出嚴厲的批評。

(2) 批判政治經濟學派

此學派的學者認為文化研究最大的錯誤為只研究文化產品的文

本，對於整個文化產業的運作狀況並不關心。此學派致力於對晚期資本主義社會的分析，研究的主體為「生產到文本到消費」等等一系列的問題。重點在於揭露物質資源的不公平控制與不公平分配。

(3) 其他學派

T.S. Eliot 認為具有必然階層化與不民主的特性。認為文化遺產及創造性傳統需要延續，而這種延續性必須通過階層級制度，才得以好好的傳承下去。F.R. Leavis 同樣崇尚精英文化，他認為在任何時期，只有極少數的精英分子有能力對藝術與文學作出自發性的辯識與欣賞以及第一手的判斷。

2. 樂觀主義學派

(1) 多元主義學派

此學派提出二次大戰之後的社會是一個「大眾社會」，或「後工業社會」。在後工業社會裡，人們擁有更多自由、更多的選擇以及更多表現自我的權利。所有的人都有權力去選擇自己所偏好的文化表現形式，因此通俗文化滿足了一種或多種特殊並且真實品味之需求與慾望。此學派中 H. J. Gans 是對大眾文化辯護的最佳代表人物，他認為大眾文化與精英文化都是文化，大眾文化表達了多數人的美學要求，不但無於傷害社會，更可塑造出多元審美的價值觀。此外英國學家 Derek Wynne 也將文化產業定義為比較寬廣的範疇，包涵了所有形式的文化活動。

(2) 文化民粹主義學派

McGuinn 及 Sinfield 對大眾文化提出正面評價。McGuinn 在 1992 年提出了文化產業在文化民粹主義下有兩個分支，一為生產性派別，注重地方文化生產的控制，支持工作階層文化。另一為消費性派別，關注大量娛樂性文化產品對於大眾具有創造性及普適性。Sinfield 在 1987 年提出「將高級文化帶給大眾」，認為大眾文化應走向平民化、大眾化。

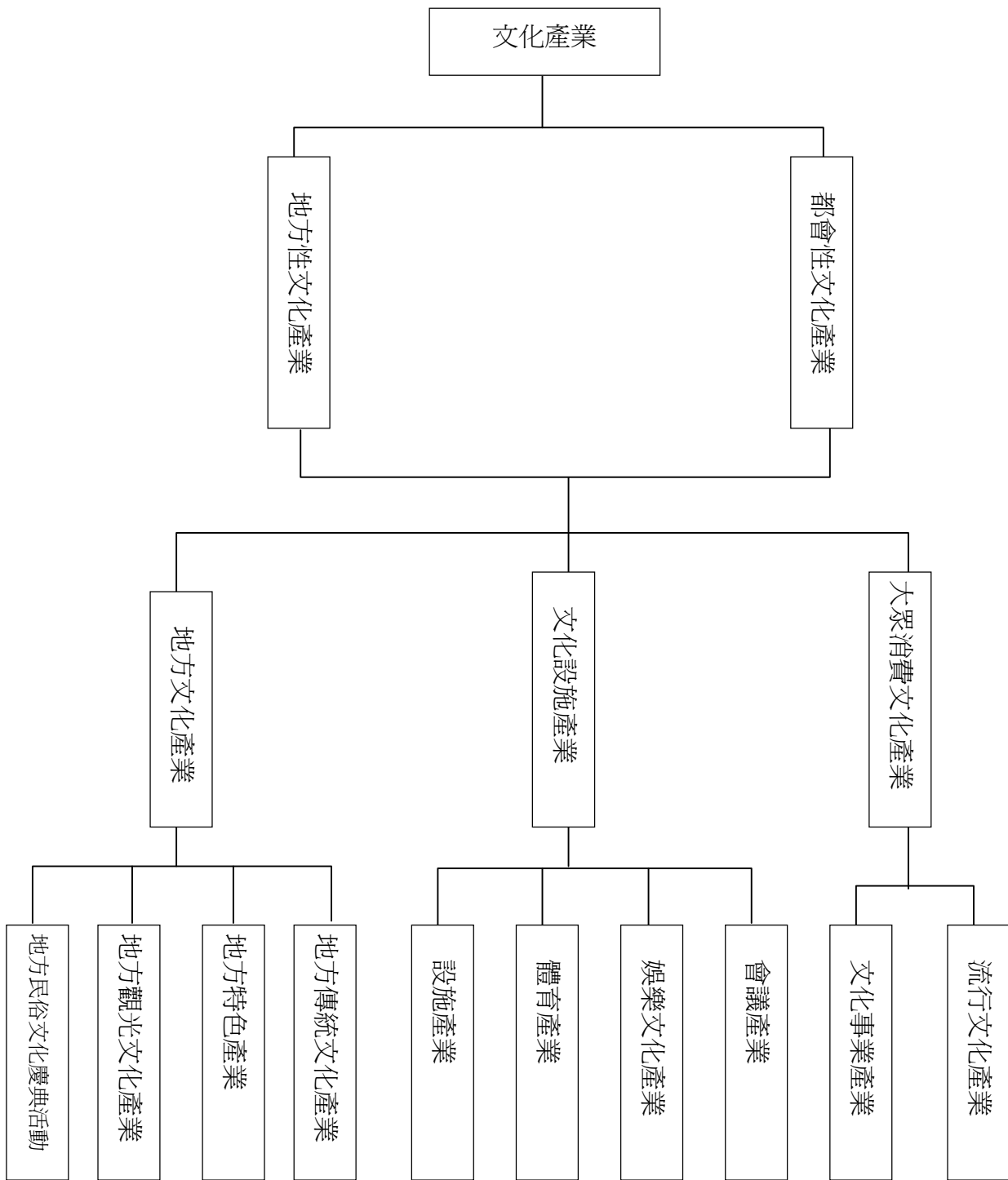
3. 其他論述

Featherstone 在 1991 提出了「新的文化媒介」觀點，認為藝術家、知識份子、媒體專家和學者在城市經濟重建中以及文化變遷中扮演著重要角色，促使城市成為豐富的文化重心，他們主要的後現代藝術家、文化消費者以及生產者。Harvey 提出後現代時期的文化生產及消費系統必須考慮文化生產與美學價值判斷的建構體系。此新形式在文化藝術品的生產過程中與包裝強化的過程中都需要運用美學創造力和文化創造力。英國學家 Derek Wynne 則闡述文化產業是地方經濟再生的主要資產（郭鑑，2007）。

台灣對於文化產業最早的概念則是由文化建設委員會在 1995 年「全國文藝季」之「產業文化系列」所提出的「產業文化化、文化產業化」的概念，當時的文建會副主委陳其南（1995）指出「文化產業是依賴於創意、個別性，也就是產品的特性、地方傳統性、地方特殊性，甚至是工匠或藝術家的獨創性，強調的是產品的生活性和精神價值內涵。」「是以社區的、地方的、區域的生產組織與分工合作為主導。因為這種產業型態不是以量產，而是以傳統、創意、個性和魅力來取勝。」（資料源自蔣玉嬋，2004）。

黃世輝（2001）指出，指出地廣義的文化產業包含了在地歷史文化的發揮與活化所成的產業。狹義的文化產業以操作型定義來看，是以社區居民為共同承擔、開創、經營與利益回饋的主體，以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎，透過資源的發現、確認、活用方法而發展出來的，提供生活、生產、生態、生命等社區文化的分享、體驗與學習的產業（資料源自蔣玉嬋，2004）。

楊敏芝（2002）提出，文化產業依地區特質可分為都會性文化產業與地方性文化產業兩大類；而這兩大類型再依照其產業資源特色、消費結構與開發模式，又可分為 1.大眾消費文化產業 2.地方文化產業 3.文化設施產業三個類型。如圖 2-1 所示。



2-1 文化產業架構圖

資料來源：1.楊敏芝，2002；2.本研究重整繪製

此外，學者劉大和等提出了文化產業的重要性。(劉大和、許秀媛、陳嘉苓，2002；資料源自陳思琦，2008)

- 1.文化產業具有高度的經濟效益，包括增加就業機會。
- 2.文化產業證明是先進國家的經濟利器，而非只是所謂高科技的產業。
- 3.文化產業對應人類的感性消費，常比實體產業更能提供人類的幸福感。
- 4.文化產業與一個國家生活品質息息相關，而生活品質常影響一個國家的形象，因此文化產業的重要性不只是經濟意義。
- 5.文化產業中對自我群體的敘述常能提高一個國家的連帶感，沒有文化產業，一個國家將缺乏自我發聲的機會。
- 6.透過文化產業，使許多原本艱澀的藝術得到更多人的喜愛，雖然它有時也可能喪失原本藝術的精神。

2.2.3 地方文化產業的定義與分類

文化產業加上與「地方」的緊密關聯後，使得地方文化產業在深蘊的歷史文化背景下，加上濃厚的地域根源，使得地方文化產業具有地方獨特的地域文化特質。而這些文化因為與地方有著緊密的關聯性，所以能引發地方上居民的歸屬感與認同感。同時，在全球化思潮的思緒下，國際化組織、跨國企業、與全球網路化已經在世界各地造成了文化霸權，並出現了文化侵蝕的現象，使得全球文化普及化。但是隨著經濟全球化的影響，各國開始強調地方性的特質，出現了本土性並具有獨特性質的地方文化產業。辛晚教（2000）指出，地方文化產業可以為地方的發展帶來無可取代的文化觀光資源，除了是極具開發潛力的文化與經濟資源，也是地方上人民的歷史文化做傳承，具有延續地方傳統文化與凝聚社群共識、認同感等功能。

楊敏芝（2002）指出，地方文化產業包含的內容範圍極廣，從純藝術及工藝品，到大量消費的文化產品、觀光景點，以及富有歷史價值的文化遺產、地方民俗活動、文化慶典與民所創新的文化活動等等，都具有濃厚的「地方依存性」(Local Dependency)其價值具多元性指標。地方文化產業為文化的實質元素，部分源自於過去，部分為現在的表徵，是為文化的一部份。它由一個世代傳承至下一個世代，是一種無法純以價格來衡量的產業。從廣義來分可分為有形資產 (Tangible Assets) 及無形資產 (Intangible Assets) 兩大類。有形資產指的是歷史古蹟、歷史建築、古文物、藝術品、雕塑以及地方特產等存在的實體。而無形資產是指地方戲曲、工藝技術、音樂、文化慶典活動、風俗民情及居民對此種文化資產對於社會教化貢獻的認同價值與精神文化價值等等。如圖 2-2 所示。

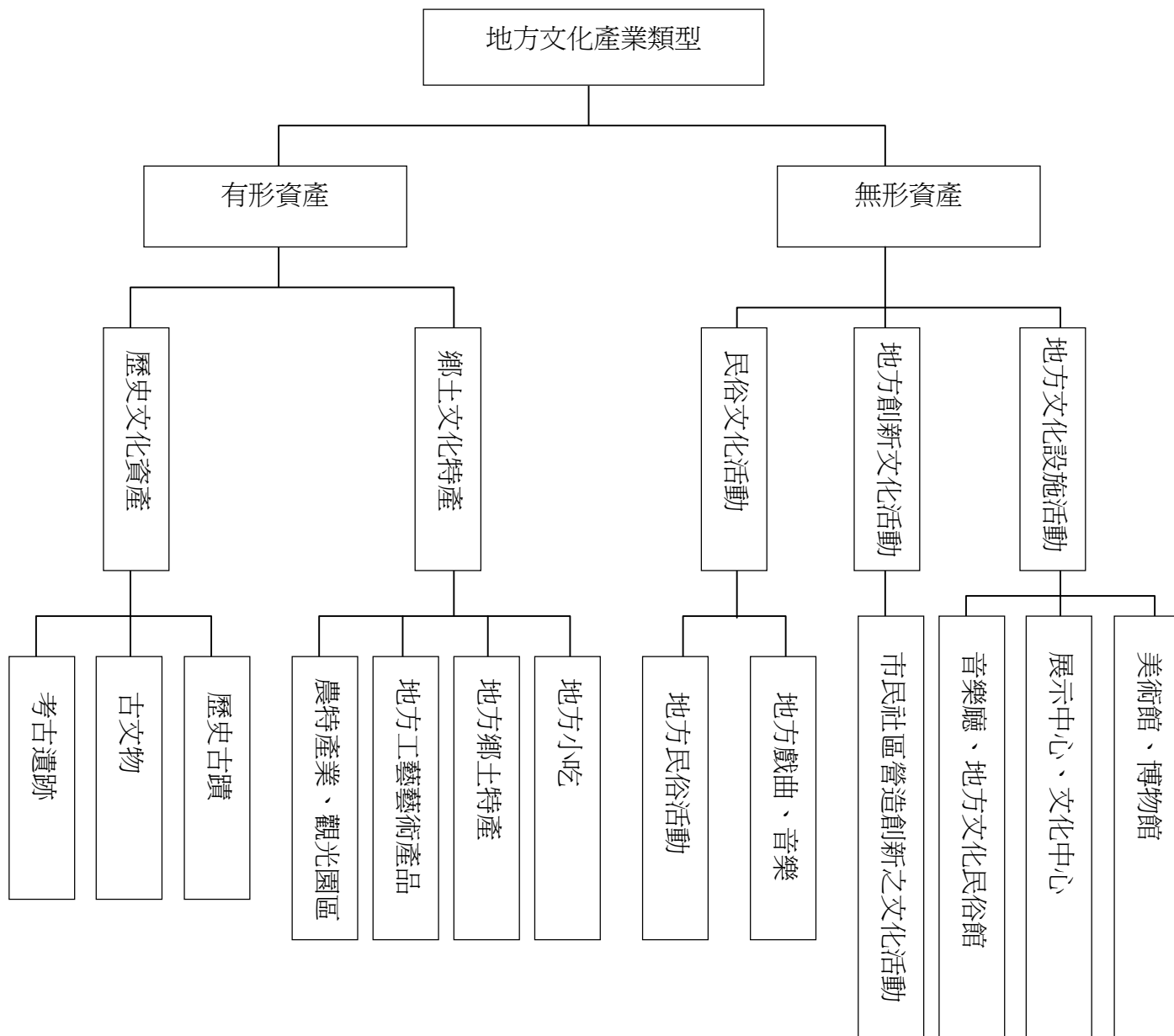


圖 2-2 地方文化產業類型

資料來源：1.楊敏芝，2002；2.本研究重整繪製

此外，楊敏芝將地方文化產業依生產及消費兩個向度評析歸結為有形價值與無形價值兩種體系。有形價值屬於經濟性價值，指的是生產外部效益。無形價值屬於精神性價值，包含了美學價值、遺贈價值、存在價值與消費外部效益。如圖 2-3 所示。

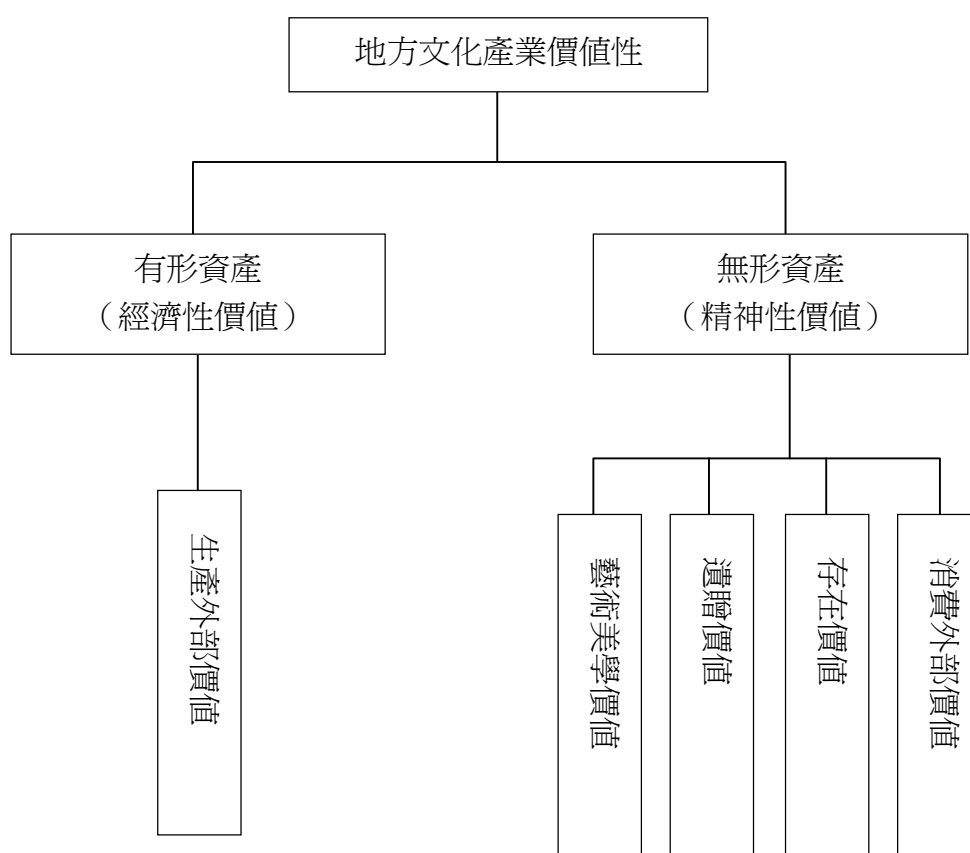


圖 2-3 地方文化產業價值性

資料來源：1.楊敏芝，2002；2.本研究重整繪製

蔣玉嬋（2004）指出地方文化產業具有下列特質：

1. 在本質上，地方文化產業具有獨特性、創造性、內發性、自主性，它是少量的、合作的、具有地方的風味。

2. 在內容上，包括社區的景觀風貌、歷史遺跡、文化活動、藝術家、工藝產品等。它可能是原生的，也可能是創造的，但一定是源自社區的資源。然而，它不一定是具體可見的產品，也可以是一種環境氣氛的感受。

3. 在行為取向上，它是非營利的，強調產品的價值、精神內涵，分享、學習與體驗。

4. 在結果上，要使社區活化，生活環境、人的生活品質提昇。並使居民產生愛鄉情懷，恢復人在生產及生活世界的主體性。

辛晚教（2000）依產業特質與地域特色將地方文化產業區分為 1. 民俗文化活動 2. 歷史文化資產 3. 鄉土文化特產 4. 地方自然休閒景觀 5. 地方文化設施 6. 地方創新文化活動六大類。分述如下：

1. 民俗文化活動

民俗文化活動包括地方民俗活動（如廟會、歲時節慶等）、地方戲曲、歌仔戲、傳統技藝、雜技等等。民俗文化活動具有地方空間流動性與社會文化性，並且可以吸引大量人潮，對於發展具有地方特色的地方產業具有正向的意義。

2. 歷史文化資產

歷史古蹟包括廟宇、宗祠、歷史街道、特徵建築、傳統聚落、雕像、古文物、古器具、考古遺跡等等，強調具有歷史記憶、意向結構與空間定點固定性的特質。

3. 鄉土文化特產

鄉土文化特產包括有地方小吃、地方工藝藝術產品、地方鄉土特產等等，強調地方人文生活特質並具有先民生活的遺跡。

4. 地方自然休閒景觀

地方自然休閒景觀包括地方上的自然景觀、觀光果園、茶藝文化、傳統文化景觀等等，主要是以具有休閒人文特質為基礎。

5. 地方文化設施

地方文化設施包括地方上的文化中心、美術館、博物館、音樂廳、民俗文物館、文化會館等等，從硬體面的建設來刺激活動的聚集，並發展出產業的經濟效益。

6. 地方創新文化活動

主要是以近年來由地方居民創尋營造出來的地方文化活動為主，包括有文建會推動的一鄉鎮一特產的活動。

楊敏芝（2002）將地方文化產業依其特質分為 1.地方傳統文化產業 2.地方觀光文化產業 3.地方文化活動產業等三大類。分述如下：

1.地方傳統文化產業

在全球文化愈來愈同質化的過程中，使得傳統世界的文化遭受崩解；而地方傳統文化產業則具有歷史記憶以及深刻的文化特質，能夠引起人民共有的記憶與價值，進而認同歷史。其所發展出的具有特殊性、生存性以及抵抗性的文化策略，讓一些第三世界國家，能夠以他們獨特的地域特色來做為工具，脫離全球化經濟的競爭機制。

2.地方觀光文化產業

地方觀光文化產業的發展與地域有著強烈的依存關係，是以地方特色做為行銷重點，並藉由地方的空間資源來發展地方上的觀光經濟。目前世界各國看重於地方觀光文化產業的經濟價值，各國的文化政策也紛紛將重點放在有價值的地方遺址的保存與重建，並且重塑都市意象，藉以建構消費導向的城市。

3.地方文化活動產業

地方文化活動產業的主體是文化活動，此文化活動是政府與地方藝文團體的共同推動而達成的。這些文化活動依其內容分為傳統的文化活動和現代的文化活動，展演空間通常以永久性的建築物或是以動

態性場所爲主。以國內來講，政府近年來所推動的「社區總營造」政策，就是以各地方的文化活動爲主體，其內容包含了社區文化展演活動、地方民俗文化活動、文化慶典活動與地方居民同創作之文化活動等，這些地方文化活動產業已成爲近幾年來地方上振興地方經濟的主要動力，並且提升了地方居民的文化素質。

2.3 嘉義市國際管樂節

2.3.1 台灣管樂之發展

台灣管樂的發展源起於十九世紀末，當時正值日據時期，在日本軍國主義風潮的影響之下，日本將西方管樂引進並帶入台灣，當時台灣各地皆可見到管樂隊的組織。依據葉樹涵教授「日治時代的台灣管樂發展概況」(葉樹涵，2008)，在西元 1897 年，總督府國語學校(現今的國立台灣師範大學)成立了管樂隊。西元 1909 年，臺北第一師範學校(現今台北市立教育大學)成立吹奏部。日治時代，政府在台灣各地設立公學校或師範學校，並設有音樂課程，全面推動西洋音樂教育，帶動了台灣人民對西洋音樂的重視與愛好(嘉義市文化局)。

嘉義在這個日治時代期間，分別於 1934 及 1935 年舉辦了兩場全國性的音樂會。這兩場音樂會的演出不但吸引許多人士的欣賞，也同時開啓嘉義地區人民學習音樂的風潮，及對音樂的愛好，管樂團也在這音樂氛圍裡無形地逐漸的發展開來(陳碧娟，2003)。

在此日治時代，管樂也在學校發展，除了台北的學校發展管樂外，其他地區如台中師範學校(現今台中教育大學)、台南師範學校(現今台南大學)、台南州立嘉義中學(現今嘉義高中)、嘉義農林職業學校(現今嘉義大學)也有組織管樂隊(蕭苑瑜，2010)。

表 2-6 日治時代管樂在台灣的發展歷程

時 間	管樂發展情形	說明
1895年	台北音樂會成立	由台日籍人士，總督府、台北學校及商家所組成的
1897年	總督府國語學校管樂隊成立	現今的國立台灣師範大學管樂
1909年	台北第一師範學校成立吹奏樂隊	現今台北市立教育大學
1930年	麗音音樂團成立	台南州北港郡台籍人士所成立
1930年	台灣管樂大多以台北地區為主	集中在城中、大稻及萬華地區
1930年	成立 JEAK 管弦樂團	支援 JEAK 台北廣播電台的演出
1931年	台南州北港郡嘉義中學吹奏樂部	台南州北港郡嘉義中學為現今嘉義高中
1934年	鄉土訪問音樂會	日治時代全台兩場重要音樂會之一
1935年	賑災義捐音樂會	日治時代全台兩場重要音樂會之一
1936年	日治 40 年博覽會	由 400 人所組成的管樂團演出

1941年	台灣的管樂團有 48 隊	日本管樂研究會出版「吹奏樂年鑑」
1942年	台灣的管樂團有 53 隊	日本管樂研究會出版「吹奏樂年鑑」

資料來源：葉樹涵，2008；蕭苑瑜，2010；本研究重整製表

由上表可以看出，在日治時期，台灣不但已有管樂團隊之成立，地方上也有音樂愛好人士成立地方性管樂社團，因此在日治時期當時台灣的管樂風氣是十分鼎盛的。

2.3.2 嘉義市管樂之發展

根據陳達章（2001）的研究，管樂活動在嘉義市大約自民國二十年日治時代開始發展，至目前為止，依照管樂的發展狀況，以及相關對應時期的演變及特色，大約可分成五個階段。這五個階段分別為「日治起萌期」、「軍樂形式期」、「西化教育期」、「遲緩衰退期」以及「節慶導向期」（陳達章，2001；張灝方，2008）。茲將這五個時期的發展演變過程分述如下：

1、日治啓蒙期：民國二十至四十年代

根據嘉義地區資深管樂教學工作者馮朝君先生的看法，他認為：「就目前所發現之文獻紀錄而言，嘉義地區的管樂活動發展應為日據時代即開始出現類似於今日管樂團之學生組織；而嘉義地區最早出現的學生管樂組織可能為西元 1931 年的嘉義中學校的學生音樂部。」（陳達章，2001）此外，根據蕭苑瑜（2010）的訪談稿指出，嘉義市早在日治時代即成立民間樂團，該樂團於日治時代稱為「愛鱗社音樂團」。

而在當時的日治時代背景下，台灣管樂發展的情況是基於日本政

府利用管樂進行愛國教育。在這日本政府刻意推動管樂教育背景之下，管樂也因此而萌芽茁壯發展。

2、軍樂形式期：民國四十至六十年代

民國三十八年（西元 1949 年），國民政府來臺，國軍在各個軍校與各軍種中成立軍樂隊，開始進行軍樂的推動。軍樂活動可說是此階段管樂活動的主要發展形式（黃瑛瑛，1998）。由於在當時政治與經濟較為封閉的環境因素影響下，嘉義的管樂活動發展也趨於保守，這個階段的管樂發展是以愛國教化與軍事功用為主要目標，對於地方上的音樂教育與藝術文化的推展工作明顯的不足（陳達章，2001）。在這個階段裡，除了學校管樂教育之外，民間寺廟也有成立管樂團（蕭苑瑜，2010）。

這個保守的現象一直到民國四十年代之後，管樂活動才又再以軍樂隊的形式重新籌劃組隊，並且以演奏愛國歌曲、軍樂曲等等振奮人心的作品為主（陳達章，2001）。但是此階段的管樂活動由於指導老師的師資不足，民眾的接受度也不高，因此管樂的發展有限（張瀨方，2008）。在此軍樂形式期階段，幾乎沒有專門為推動文化藝術工作而舉辦的音樂演奏會（陳達章，2001）。

3、西化教育期：民國六十至八十年代

民國六十一年台灣區音樂比賽首度將管樂比賽列入眾多的比賽項目之一（常朝棟，1984；陳達章，2001）。至此也開啓了各級學校的管樂隊引進西式管樂教育之門，台灣地區各級學校的管樂隊開始逐漸接受歐、美、日各國的新式管樂教育觀念。在此階段中，西方的管樂團已極具規模，並且出現了許多專門為管樂團所編寫的作品。當時嘉義高中與蘭潭國中的管樂隊也跟隨這波管樂潮流，首先引進西式的管樂訓練模式，採用西方改編的管樂曲來做訓練教材，進而提昇學校管樂隊的演出水準（陳達章，2001）。也因為這樣的教學模式改變，在當時台灣省音樂比賽中獲得佳績，成為了嘉義地區各級學校的管樂團隊脫

胎換骨轉型的先鋒。

民國七十二年，當時省立嘉義高中的訓導主任吳平如先生延請馮朝君先生擔任嘉義高中管樂隊的指導老師，該校榮獲該年度台灣地區音樂比賽甲等的佳績，此項成果不但激發了嘉義地區其他各級學校的管樂團隊，同時也受到台灣管樂界注目。

4、遲緩衰退期：民國八十至九十年代

民國八十年代初期，台灣北部地區管樂團隊數量快速增加，管樂團隊的演出水平大幅度的提昇，整體的管樂活動發展非常活躍。在這時期，台灣北部地區已有許多國小成立管樂團隊，校方及家長大力支援管樂發展的經費。輔仁大學音樂系郭聯昌教授指出，當時台灣北部地區的管樂工作者開始帶領管樂團隊參加國際性的管樂會議與組織，例如中歐管樂節、WASBE 世界管樂年會…等，並且將各國管樂活動的相關資訊帶回（張灝方，2008）。當時北部地區的學生在國小階段就已奠立管樂演奏基礎，學生家長大力支持學生學習管樂，再加上有許多管樂演奏家自國外學成歸國之後留在台灣北部地區發展教學。在這諸多有利的發展條件之下，台灣北部地區管樂團隊在此時期的表演水平大幅提昇。

相反的，在相同的時空背景下，嘉義地區管樂團隊的參與學生，接觸管樂的時間起步較晚，多數都是在高中職階段才開始接觸管樂，相較於台灣北部地區管樂團隊學生從小學階段就已接觸管樂訓練，明顯較晚；除此之外，管樂教學師資與教學資源也較為缺乏，再加上校方與家長對於參與管樂活動並未特別支持，在這諸多因素的相互影響之下，致使嘉義地區管樂活動發展的速度已明顯地落後於台灣其他地區了。

5、節慶導向期：民國九十至今

民國八十二年嘉義市開始舉辦第一屆的管樂節，一直到八十五年的第四屆，都是屬於地方性質的藝文交流活動。在民國八十五年時，更

是因爲經費不足等問題，面臨是否續辦之困境

民國八十六年，行政院文化建設委員會推行「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計畫」，當時的嘉義市政府便以原有的地方性質的管樂節爲藍本，並逐年將此管樂節活動國際化，成爲「嘉義市國際管樂節」。此計畫獲得文化建設委員會的支持與經費補助，因此在民國八十六年順利舉辦「97 嘉義國際管樂節」，並開始邀請國外的演出團隊包含美國、日本、澳洲、韓國、哈薩克、香港、澳門等管樂團體來參加演出。這一次活動使嘉義市管樂節獲得民間與主管單位的高度肯定與評價，也使嘉義市管樂節邁向國際化的第一步。此後每年的嘉義市國際管樂節便開始成爲嘉義市每年舉辦的重要節慶，直到民國一〇一年，嘉義市管樂節已連續舉辦了二十一屆。

表 2-7 嘉義市管樂的發展歷程

發展階段	歷史年代	管樂發展的概況
日治啓蒙期	民國二十年 至 民國四十年	1. 日治時代，嘉義地區開始出現類似管樂團隊的組織團體。 2. 這一階段的管樂文獻資料相當缺乏，僅能在次級資料中知道有管樂活動進行，但無法清楚了解相關活動發展狀況。
軍樂形式期	民國四十年 至 民國六十年	1. 國軍政府來台，開始在全台推動軍樂工作。管樂活動規模小、作風保守。 2. 主要是以軍事功用、愛國理念、教化國民爲發展的核心目標，軍教意味濃厚，與管樂相關的專業成份少。

西化教育期	民國六十年 至 民國八十年	1. 台灣區音樂比賽首度將管樂比賽列入比賽項目，此階段的台灣管樂發展逐漸開始走向精緻化。 2. 嘉義地區各級學校開始規劃引進西方管樂教育，接受西方管樂教學概念，並將其融入教學領域中。
遲緩衰退期	民國八十年 至 民國九十年	1. 台灣其他地區的管樂活動蓬勃發展，不但管樂程度提昇快速，並且遠超過嘉義地區。 2. 嘉義管樂在此階段缺乏向上提昇的動力，與其他地區大幅提昇的管樂相較之下，漸漸地失去早期發展管樂的原有優勢。
節慶導向期	民國九十年 至今	1. 管樂已經成為許多城市發展節慶的新特色，管樂團數量有逐年增加的趨勢，以北部地區的發展最為明顯。 2. 嘉義市國際管樂節成為嘉義市最具代表性的節慶活動，已經有二十年的活動辦理經驗。

資料來源：陳達章，2001；陳碧娟，2003；張澗方，2008；本研究重整製表

2.3.3 嘉義市國際管樂節的歷史分期發展

嘉義市國際管樂節的相關文獻是以嘉義市國際管樂節的相關論文

與期刊，官方資料來源是嘉義市文化局的資料、嘉義市國際管樂節的官方網站，以及訪談資料與嘉義市國際管樂節的次級資料做為文獻回顧。歷年對於管樂節的研究論文如下表所示：

表 2-8 歷年對於嘉義市管樂節的研究

研究者	論文題目	研究內容概述
黃瑛瑛 1998	嘉義市高中管樂隊現況調查研究	探討嘉義市高中管樂隊發展的情形
陳達章 2001	台灣地區地方政府公辦國際文化活動之研究	探討嘉義市文化局辦理 2000 年亞太管樂節之研究
伍亮帆 2006	嘉義市國際管樂節吸引力、滿意度與忠誠度關係及願付價格之研究	探討遊客對於嘉義市國際管樂節的滿意度與忠誠度關係及願付價格之研究
許世芸 蔡進發 詹宗憲 2007	節慶活動經營診斷之研究	以「產品理論、落差理論、IPA 方法及 SWOT」為一模式來診斷嘉義市國際管樂節，並探討遊客之個人背景、對其節慶活動產品之重視度、體驗度、滿意度、忠誠度、及其之間的關係。
張澗方 2008	藝術節慶與城市品牌之關聯性 - 「嘉義市國際管樂節」個案分析	以質化分析探究嘉義市國際管樂節發展的歷程與脈絡，進而了解活動文化的創意性、活動執行管理成

		效、活動媒體行銷效益、與在地經濟效益評估。
陳育恬 2008	非營利組織推動社群音樂之個案研究—以嘉義市音樂協進會為例	探究並分析嘉義市音樂協進會實踐社群音樂的歷程與結果。
吳慶烜 謝孟蓉 施昱均 2008	以嘉義市國際管樂節特別慶典活動論城市行銷之可能	都市舉辦特別節慶活動時應側重對經濟產值之重視，達成以特別慶典活動進行城市行銷之目的。
陳美甜 2009	地方節慶觀光行銷策略之研究—以嘉義市國際管樂節為例	探討地方政府如何藉由行銷策略突顯自身地方的節慶觀光，研究發現地方政府除了透過行銷策略的4P組合，更需要有不同於其他地方政府的行銷策略特色，才能助於地方節慶的永續經營。

藍美雁 2009	台中爵士音樂節與嘉義管樂節之參與動機、滿意度與忠誠度關係之比較	探討台中爵士音樂節與嘉義管樂節這兩項節慶活動的參與動機、滿意度與忠誠度之差異，以及遊客在參與動機、滿意度與忠誠度之關係模式不同之處。
黃國峰 2009	以整合觀點分析台灣主辦國際管樂節慶活動之策略	台灣在外交資源相對弱勢下能夠成功爭取三次大型國際管樂節慶活動主辦權，探討其背後的「中央與地方政府」、「民間組織與個人」等各方重要且複雜的整合工作。
陳秋婷 2009	軍樂的衰微與管樂的興起：一頁台灣音樂小史	探討台灣軍樂與管樂的發展變化以及彼此間相互影響的情形。
劉怡廷 2010	都市行銷事件之研究－嘉義市管樂節為例	探討都市是否可以塑造出「差異化」來行銷都市，並探討如何以文化事件作為軟實力來行銷都市。
蕭苑瑜 2010	公部門與非營利組織合作發展文化觀光產業之研究－以嘉義市國際管樂節為例	解析嘉義市管樂節之組織脈絡，並探討發展過程中組織內外部因素與公私部門合作之情形。
林珍葉 2011	嘉義市管樂團之個案研究－質化與量化之分析	以質性和量化並行來了解嘉義市管樂團的行銷目標及分析民眾對於管樂教育推廣的滿意度，及民眾願付價格。

李孟娟 2012	地方政策行銷與網絡治理關係之研究：以嘉義市國際管樂節為例（1993－2011）	以政策行銷與網絡治理的觀點，探究相關行為者在地方節慶活動發展過程中，彼此間的角色位置、資源互動與治理關係，以及對地方政策的影響。

資料來源：蕭苑瑜 2010；本研究整理

與管樂節相關的期刊，有陳碧娟（2003）「嘉義市管樂節十年回顧與展望」，賴萬鎮（2007）「嘉義市國際管樂節的回顧與展望」，吳平如（2009）「嘉義市國際管樂節之回顧與展望」，馮朝君（2007）「樂音滿桃城嘉義市管樂節」，嘉義市文化局管樂節企劃書，嘉義市管樂城市論壇別冊，美麗嘉義期刊，嘉義市大事紀，縣市藝術節慶活動訪視評估報告等等。

綜合以上的文獻資料與次級資料觀之，嘉義市國際管樂節的文獻資料其研究方向多為地方政府政策面的探究與探究遊客的參與動機、滿意度與忠誠度之差異；本研究關注於嘉義市國際管樂節對於地方文化推廣的議題，關注的重點在於嘉義市國際管樂節這二十一年來對於地方上的文化教育深耕、地方產業的結合與推廣、城市的意象與行銷、以及對地方藝文團體的扶植有什麼樣的重要影響。有鑒於此，本研究有系統地蒐集官方資料，並且深入訪談推動嘉義市管樂節的公部門相關人員、參與規劃嘉義市國際管樂節的學者、參與嘉義市國際管樂節演出多年的團隊與長期參與嘉義市國際管樂節活動的地方文化工作者

來深入剖析嘉義市國際管樂節對於地方文化推廣的影響。

根據蕭苑瑜（2010）的研究，嘉義市管樂節約可細分為 1、萌芽期 2、蛻變期 3、基礎發展期 4、永續發展期。詳細發展分述如下：

1、萌芽期：第一屆至第五屆（1993 年－1997 年）

嘉義市管樂節舉辦之始原為只有五支嘉義市在地高中職以上的學生管樂隊及管樂愛好者的參演，是屬於社區型的管樂藝文活動。為了能擴大嘉義地區管樂團隊學生的視野，於第四屆開始邀請外縣市的台北幻響管樂團、台中女中、海軍樂隊、高雄海專來做交流觀摩。第五屆時跨海邀請了北京大學附屬中學管樂團來台演出，首開海外團隊在嘉義市演出的先例。嘉義市管樂節在文建會的預算支持下，成功地將原本為以推廣管樂活動為主的地方型藝文活動轉型成為全國性的管樂藝文活動。

嘉義市管樂節的發展在第五屆有了相當重要的轉變，第一個轉變是外縣市的管樂團隊積極加入參與以及首次有國外團隊的參與。第二個是演出型態上出現重要的轉變，從第五屆開始，由於參與的團隊增多為二十一隊，因此特別安排部分團隊在師院實小（今嘉大附小）演出，在本屆另有一項創舉是引進行進樂隊的演出，行進樂隊由踩街的方式進行，將管樂輕快、活潑的風格呈現在市民之前。

2、蛻變期：第六屆至第八屆（1997 年－1999 年）

嘉義市管樂節從第一屆到第四屆，都是屬於地方性質的藝文活動，所申請的計畫經費均包含在「假日文化廣場活動」的項目之中，文建會的補助款約五十至七十萬元的經費，經費來源較為困難。在 1996 年由於文建會對於嘉義市管樂節的補助款項有所縮減，使得嘉義市管樂節因經費困難，面臨第一次籌辦上的瓶頸，嘉義市管樂節這個藝文活動同時也面臨了是否續辦之問題。

1997年，當時的嘉義市文化中心與嘉義市管樂團等工作人員在幾經波折與評估之後，考慮依據文建會十二項計畫中「輔導縣市辦理小

型國際文化藝術活動計畫」，將原本屬於地方性的管樂節活動予以國際化，此計畫獲得文建會的支持。嘉義市管樂節隨即透過葉樹涵教授以及世宇傳播公司協助，著手邀請包含美國、日本、澳洲、韓國、哈薩克、香港以及澳門等地之各級管樂團隊參加，並順利舉辦了第六屆「97 嘉義國際管樂節」活動，而此次活動有來自全世界六個國家的一流管樂團與台灣各地共卅六支團隊齊聚於本市，是嘉義市有史以來首次策辦的大型的國際性藝文活動，不但造成轟動，亦獲得文建會的高度肯定。「97 嘉義國際管樂節」活動使嘉義市跨出嘉義市管樂節國際化的第一步，也博得「管樂重鎮」的美名。

自「97 嘉義國際管樂節」之後，文化中心就未來的管樂節舉辦規模，定出「單屆地區，雙屆國際」的舉辦方式，希望以兩年一次的國際性活動再造桃城風華（陳碧娟，2003）。在 2000 年，當時的嘉義市長張博雅女士率領文化中心人員親赴澳洲雪梨爭取 2000 年亞太管樂節的主辦權。最後嘉義市以曾舉辦多屆管樂節及「97 嘉義國際管樂節」的豐富經驗，獲得與會會員國的支持，順利取得 2000 年亞太管樂節主辦權。

「2000 年亞太管樂節在嘉義」邀請來自日本、韓國、美國、哈薩克、馬來西亞與本國共七十六支管樂團隊參與，使嘉義市國際管樂節活動在亞太地區的知名度大幅提昇。「2000 年亞太管樂節在嘉義」活動的成功舉辦，就民眾參與的人潮、熱度與廣度及其影響而言，堪稱嘉義市有史以來最成功的一次盛會，經由該活動擴展無數潛在藝文人口，也樹立民眾參與文化活動的良好模式（陳碧娟，2003）。

3、基礎發展期：第九屆至第十三屆（2000 年－2004 年）

在此階段嘉義市國際管樂節持續獲得文建會的經費補助以及民間團體經費的贊助，國外團隊的參與逐漸的打開嘉義市的知名度，嘉義市也因為管樂節的舉辦而提升在國際上的知名度（蕭苑瑜，2010）。

值得注意的是，嘉義市在此階段開始著重在管樂方面的紮根教育。北興國中於 2000 年成立管樂班之後，嘉北國小也在 2001 年成

立國小管樂隊，真正的讓管樂教育向下紮根。

4、永續發展期：第十四屆至第二十一屆（2004 年－2012 年）

2006 年第十五屆管樂節參與的國內外隊共有 119 隊，首次突破百隊，並首次辦理「創意踩街嘉年華」競賽，文建會將嘉義市國際管樂節列為 2006 年福爾摩沙藝術節的重點節慶之一。2007 年嘉義市政府的自籌預算也獲得嘉義市議會大力支持，預算增加。嘉義市在此階段開始著重地方產業的提昇，管樂節周邊活動配合地方產業增加了「諸羅十大伴手禮及在地特色小吃」票選活動、「管樂城市論壇」及「國際接待家庭」等活動，以「管樂」結合「觀光」行銷嘉義市（蕭苑瑜，2010）。

2007 年黃敏惠市長以嘉義市國際管樂節十五屆的經驗及成果，爭取 2011 世界管年會（WASBE）在嘉義，成為亞洲地區近三十年第三個爭取到世界管樂年會主辦權的城市，證明了嘉義市在持續舉辦的國際管樂節中，累積了的專業經驗與能量已經得到世界管樂年會的高度肯定。不但如此，「2011 世界管樂年會」適逢中華民國建國一百年，也榮獲中央將「2011 世界管樂年會暨第二十屆嘉義市國際管樂節」納入「建國一百年」系列慶祝活動，讓嘉義市國際管樂節邁向另一歷史高峰。

第三章 研究設計與執行

本研究採質性研究，主要目的在探討嘉義市國際管樂節對於地方文化發展的影響。本章第一節為研究架構說明；第二節為研究方法說明，包括個案研究法、次級資料分析法以及深度訪談法；第三節為研究設計的說明，包括訪談對象的選取、訪談大綱的設計；第四節為研究執行的說明。

3.1 研究架構

本研究在確定研究對象與主題後，接著開始設定研究問題與研究目的，在確定研究問題與目的後，便開始蒐集、閱讀相關文獻，包括學術論文、期刊、專書、相關報導、網站資料以及政府機關出版品，以了解本研究相關理論與過去相關之研究。

本研究以「嘉義市國際管樂節」為研究個案，研究方法為質性研究中的文獻分析法與深度訪談法，藉由對公部門、學者專家、地方文化工作者、以及地方參與團體的訪談中來了解城市意象與行銷、文化教育深耕、地方產業結合與推廣、地方藝文團體扶植以及未來發展與建議。透過深度訪談分析與綜合整理後，獲得本研究研究結果與結論。本研究研究架構操作如下圖 3-1 所示：

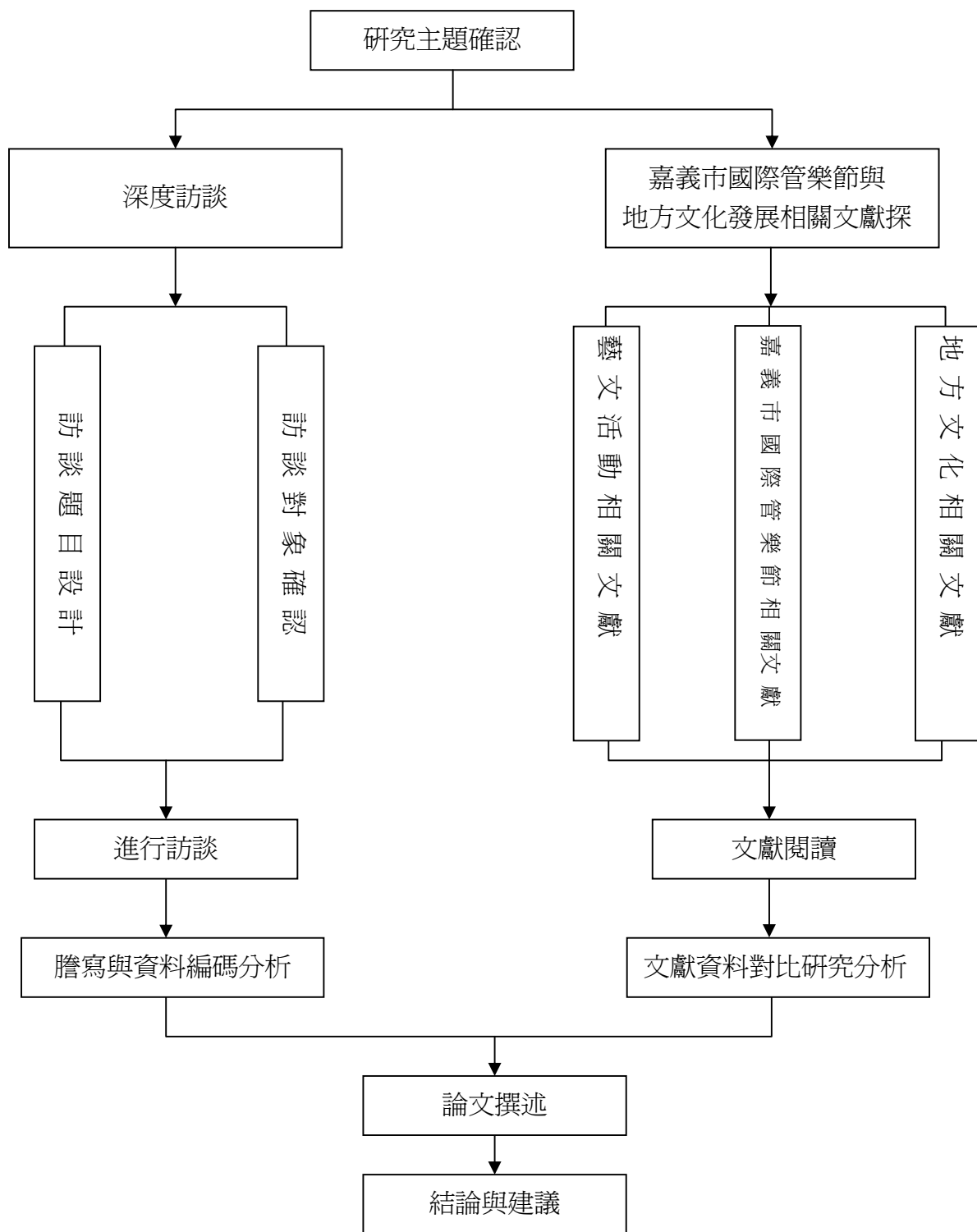


圖 3-1 研究架構圖

3.2 研究方法

本研究主要的研究方法如下：

3.2.1 個案研究法

個案研究法，是指對特別的個人或團體，蒐集完整的資料之後，再對其問題的前因後果做深入的剖析(葉重新，2001；源自陳姿伶，2004)。Earl Babbie 指出，個案研究 (Case Study) 是針對一個單一的個人、團體或社會，所進行的特殊式檢視。它主要的目的雖然是在於描述，但也可以試著提出解釋(張明盛，2007)。

Y in(1994)認為個案研究的定義是：個案研究是一種實務性的調查方式，當所研究的現象與現實生活之間的界線並不明確時，透過多種來源的證據，對該現狀加以調查(邱世宇，2007)。

個案研究可分狹義與廣義兩種。狹義指對某些特定的人、事、物所作的描述、分析及報告。廣義指的是採用各種方法，收集有效的完整資料，對一個人或一個有組織的單位，進行縝密而深入的研究歷程。在此所指的組織包括：學校行政案例、家庭事件、工商業案件、醫學臨床診斷案例、社會事件或人口問題等(陳李綢，1996；源自陳姿伶，2004)。

Y in(1994)認為個案研究必須把握三大原則：(邱世宇，2007)

1. 利用多重的證據來源
2. 建置個案研究的資料庫
3. 保持證據的關連性。

個案研究學者認為：個案是對真實狀況的描述，通常是以文字書寫，用以刺激閱讀者的思考，使其認清事實的真相、問題所在以及探討可行的解決方案。陳萬淇(1992)指出：個案乃許多相關事實的說明，它提供問題的狀況，尋求解決問題的可行方案。它所描述的事實

或事件必須真切，不可杜撰，且對一個或數個中心問題，進行客觀描述（宋四君，2008）。

根據宋四君的研究，個案研究法的重點如下：

1、個案研究是指對特定的個人或團體或一特殊事件，蒐集完整的資料之後，再對相關問題的前因後果做深入的剖析。

2、研究的單元可以是一個人、一個家庭、一個機關、一個社區乃至一個國家等，以便對社會事實有一透徹認識，此一認識是無法經由統計分析得到的。

3、個案研究乃是多重資料來源所組合的一段過去的或正進行中的過程與方法，它可以包括直接觀察、系統訪談、閱覽公私檔案資料等。

個案研究法通常合併多種資料收集方法，如檔案資料、訪談、問卷，以及實地觀察等(王秉鈞，1995)。

本研究所欲研究的是「嘉義市國際管樂節」此一特殊事件，研究者欲針此一特殊事件做深入詳細的探討分析，所以此法適合本研究的需求。

3.2.2 次級資料分析

次級資料指其他研究者於先前所蒐集之資料，因此次級資料分析係指用前人蒐集資料而得的研究發現為基礎所進行的研究（潘明宏、陳志瑋，1999；源自林琇雯，2007）。

次級資料分析指的是將現有的資料數據進一步的分析，以符合研究所要表達的旨趣，次級資料的來源可以是來自政府的官方統計數據、半官方的機構測量結果、早期相關研究以及來自大眾媒體的內容等（張芸甄，2009）。

次級資料分析的優點為，累積眾多前人累積的初級資料研究成果，本身已有許多豐富的知識，不論是跨年度、跨區域或是跨國的比較，

都能夠擴大化通則的效力，並提供更多的洞察力，此外亦可以節省蒐集資料所需的人力與財力（張紹勳，2001；源自林琇雯，2007）。

然而，次級資料分析也有一些限制，例如資料真實性的存疑以及資料時效性的疑慮等問題（Hakim,1982；簡春安、鄒平儀，2004；王雲東，2007；源自潘富聖，2010）。

本研究以次級資料分析法為研究方法，資料收集包括專書、學術期刊、學術論文、相關報導、政府機關出版品相關資料、網站資料等。透過各種文獻資料的收集後，再加以歸納、統整、分析，使研究資料及內容具完整性，以便進行研究時的分析與論述。

3.2.3 深度訪談法

深度訪談法又可稱為「談話法」、「面談法」或「交談法」。深度訪談，顧名思義係「以人為本」之研究取向，其主要是從受訪者的角度，來詮釋個人的行為或態度，俾了解對參與者之有意義的人、事、物（范麗娟，2004；源自黎斌儷，2012）。深度訪談是一種訪問者與被訪問者間面對面的接觸，透過有目的的談話，以尋求資料的方法。其功能在發覺人們內心的情緒、態度、動機並擷取個人內在觀點的經驗知識（藍忠孚 2001；源自林思彤，2008）。

深度訪談方法是用來讓研究者在其關注的田野場域中，以對話的方式收集特定主題的訪談資料，並且聚焦在研究者關心的特定研究問題之上；深度訪談能觀察到樣本對特定議題的個人意見。這樣的對話方式，建立起受訪者對研究者的信任，讓受訪者以個人經驗分享的方式，在輕鬆的對談中回應研究者的問題，使研究者在訪談記錄中獲得與研究問題相關的質化調查資料（Miller and Crabtree, 1999；源自林積慶，2008）。

深度訪談注重受訪者口語的表達與回應問題的說法，讓研究者能

從對話脈絡中掌握研究個案的感覺和態度（林積慶，2008）。在訪談過程中，研究者必須創造出一種自然的情境，讓受訪者在一種被尊重與平等的互動關係中，進行雙向式的溝通與對話；而研究者必須本著開放的態度與彈性的原則，讓受訪者能夠針對研究議題，充分表達自己的看法意見與感受。換言之，訪談法為資料蒐集的研究方法之一，是企圖創造聆聽的空間，在此空間中的科學認知領域裡，意義是透過口語觀點之意見交換，共同創造所建構出來的（Benjamin Crabtree and William L. Miller 2002；源自朱家榮，2006）。

訪談法的優點為幫助蒐集深度資訊、可透過研究者言詞外的觀察補充訪談所得的資訊、可解釋問題，降低受訪者的誤解（朱家榮，2006）。

陳向明(2002)認為，訪談具有以下功能：

- 1、了解受訪者所思所想，包括其價值觀念，情感感受與行為規範。
- 2、了解受訪者過去的生活經歷、耳聞目睹的有關事件，並且了解他們對該事件之意義詮釋。
- 3、對研究對象可獲得較廣闊、整體性的視野，並有助於研究者由多元角度切入，對事件進行更深入、細緻的描述。
- 4、可為研究提供指導，幫助研究者事先了解需進一步追問或較敏感的問題。
- 5、幫助研究者與被研究者建立人際關係，使雙方關係由彼此陌生到相互熟悉、信任。
- 6、使受訪者感到更有力量－受訪者聲音被聽到，自己的故事被公開，因而可能影響受訪者對自身文化的解釋和建構（林軒如，2006）。

訪談分為結構式（又稱標準化訪談）、無結構式訪談和半結構式訪談（林生傳，2003；源自李瑛玲，2011）。以下分別說明這三種訪談調查的類型：

- 1、結構性的訪談（structured interview）：

結構性的訪談是一種標準化的訪談，其訪談的內容與程式事前都已經設計成固定的訪談問題調查表，而受訪者的回答，也是從已經固定編好的答案中選擇。訪談者只依照訪談大綱來問問題，少有自由運用空間可以隨意變化，而受訪者僅就預先設定好的若干答案來選答，所以這種訪談是在封閉的情境中來進行的。

2、無結構性的訪談 (unstructured interview)：

無結構性的訪談是非標準化的訪談。它是一種開放性的訪談，盡量提供充分的彈性與自由供訪者與受訪者運用，通常不事先預備好訪問調查表，而由訪者在既定的研究目的規範之下，自由選擇訪問的內容、程式和用語，也容許受訪者有開放的空間來自由回答。通常研究者都積極的鼓勵受訪者盡量表達自己的意見，並說出所要講的話。

3、半結構性的訪談 (semi-structured interview)：

半結構性的訪談為前二者方法之折衷，較被普遍採用，研究者事先擬出問題大綱，作為發問依據，但訪談時不需依照問題順序來訪問，可以視受訪者的回答，隨時調整、延伸問題。此法兼具結構性訪談與非結構性訪談的特性，研究者可控制問答的方向，已確保訪談品質、縮短訪談耗費的時間，並可為研究者帶來受訪個體之於研究問題深入而詳盡(施美玲譯，1996；源自林軒如，2006)。

相較於結構型訪談、無結構型的訪談方式，半結構型深度訪談法具有以下優點(Tutty et al., 1996；潘淑滿，2003；源自林軒如，2006)：

1、對特定議題能夠採取較為開放的態度，來進行資料收集工作，因此研究者經常在訪談過程中獲得意外收穫。

2、受訪者在訪談過程中受限較少時，往往採取開放態度來反思個人經驗。

3、當研究者的動機為深入了解個人生活經驗，或比較各種訪談資料時，半結構型訪談法特別適用。

統整上述文獻探討，本研究採用半結構式訪談。訪談對象為嘉義

市前文化局局長饒嘉博先生、嘉義市文化局藝文推廣科科長林金龍先生、嘉義市文化局藝文推廣科黃淑雲小姐、嘉義大學人文藝術學院劉榮義院長、嘉義大學音樂系系主任張俊賢先生、嘉義市博愛國小輔導室主任林淑芬老師、嘉義市聯合管樂團團長高士根老師、地方文化工作者高于仁老師、地方文化工作者嘉義市管樂團團長陳建州校長九人。透過深度訪談，讓研究者瞭解嘉義市管樂節的起源與發展、管樂節推廣的歷程，行銷嘉義市管樂節的理念，並深入探討如何以「嘉義市國際管樂節」建立城市意象，深耕文化教育、扶植地方藝文團體，同時針對已經舉辦二十屆的「嘉義市國際管樂節」提出未來發展的期許與規劃藍圖。期待以上訪談對象就此個案了解與觀點，提出對本研究提出精闢的見解。最後做出分析與整理，期能作為其他地方政府舉辦節慶活動時的參考。

3.3 研究設計

本研究主要的研究設計如下：

3.3.1 訪談對象的選取

本研究在探討「嘉義市國際管樂節」對地方文化發展影響的相關研究，所以涵蓋的範圍極為廣泛，在樣本上採取立意取樣。因此，訪談對象包含公部門、學者專家、地方文化工作者、學校單位、地方表演團體等九位人士。本研究訪談對象如表 3-1

表 3-1 本研究之訪談對象

單位	受訪者身份	編號	訪談日期	訪談地點

嘉義市政府	前文化局長	A	2012.8.9	嘉義市政府 辦公室
嘉義市政府	文化局 藝文推廣科科長	B	2012.8.1	嘉義市文化局 辦公室
嘉義市政府	文化局 藝文推廣科組員	C	2012.8.1	嘉義市文化局 辦公室
嘉義大學	人文藝術學院 院長	D	2012.8.7	嘉義大學 院長辦公室
嘉義大學	音樂系系主任	E	2012.7.31	嘉義大學音樂 系主任辦公室
嘉義市 博愛國小	輔導主任	F	2012.7.31	嘉義市博愛國小 輔導室
嘉義市 聯合管樂團	團長	G	2012.8.6	嘉義市博愛國小 教室
天才室內 樂團	團長	H	2012.7.31	天才室內樂團 音樂教室
嘉義市 管樂團	團長	I	2012.8.8	嘉義市南興國中 校長室

3.3.2 訪談大綱設計

在公部門方面的訪談最主要是想瞭解嘉義市政府文化主管機關對於管樂節成立的緣由、願景、行銷、未來發展以及對地方藝文活動推廣、地方藝文團體的扶植與文化教育等實際作為。因此，訪談的對象為市政府相關部門主管。

學者專家訪談最主要是想瞭解嘉義市管樂節與地方學校合作的方式與教育推廣部分。因此，選擇的對象是嘉義地區的人文藝術學院院

長以及音樂系系主任。

地方參與團體方面，所選擇的是曾多次參與管樂節演出的地方團體，希望在訪談中瞭解在參與團體的眼中，嘉義市管樂節在與應如何來進行文化推廣與合作機制等相關問題。

一個地方的文化傳統是透過在地人的歷史實踐開花結果的（賴志彰，2009），地方文化工作者在地方社會文化歷史的譯介過程，從歷史檔案與現況資料的掌握、新舊照片與影像的蒐羅、街坊巷說的第一時間與第一手報導…等，是義無反顧的責任。因此，本研究將地方文化工作者列為訪談對象，期望能獲得更多來自嘉義市管樂節的相關資料與地方文化相關訊息。

本研究確定研究方向後，研究者就著手蒐集並大量閱讀相關的研究及專書，歸納整理並設計訪談大綱，與教授討論訪談大綱的適切性、研究對象的可行性，經不斷地修正後，最後成稿。

本研究設計四份訪談大綱，分為五大主軸，再根據主軸發展成細目，在實際訪談中，依受訪者的領域專長和對問題的熟悉度、能力及經驗為主，並非每一題都回答。

第一份是公部門的訪談大綱，訪談方向分為五個部份，第一部分是城市意象與行銷，第二部分是文化教育深耕，第三部份是地方產業結合與推廣，第四部份是地方藝文團體扶植，第五部份是未來發展與建議。依上述架構，本研究所設計的訪談大綱如下：

第一部份：城市意象與行銷面

1、嘉義市政府舉辦「嘉義市國際管樂節」的策劃工作如何進行？人力資源如何配置？

2、「嘉義市國際管樂節」在經費資源上如何配置？如何籌措經費來源？

3、嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」主要的行銷策略有哪些？

4、目前「嘉義市國際管樂節」主要安排的活動類型有哪些？

5、「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用哪些媒體宣傳？您認為哪一種宣傳方式效果最好？

6、您認為「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？

7、「嘉義市國際管樂節」目前是文建會福爾摩沙藝術節系列活動中舉辦最久的，您認為成功的關鍵在於？

8、政府採購法是否影響「嘉義市國際管樂節」的行銷與執行？是否影響辦理活動上的經驗與傳承？

第二部份：文化教育深耕面

1、「嘉義市國際管樂節」對於居民的地方文化認同有何影響？

2、「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

3、「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

4、「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

5、「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深入的互動？

第三部分：地方產業結合與推廣面

1、「嘉義市國際管樂節」如何與地方產業結合？

2、「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方文化創意產業的發展？

第四部份：地方藝文團體扶植面

1、嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？

2、嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請相關藝文補助？

3、「嘉義市國際管樂節」是否與地方文教基金會、地方藝文團體、或各級學校進行資源整合，以提升這些團體的藝文產業價值？

第五部份：未來發展與建議

1、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

2、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？

3、未來是否有規劃「管樂園區」的概念？

4、是否會延續管樂節的舉辦經驗，未來繼續規劃其他相關活動？

5、您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

第二份是專家學者的訪談大綱，本研究設計之訪談大綱如下：

第一部份：城市意象與行銷面

1、「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用哪些媒體宣傳？您認為哪一種宣傳方式效果最好？

2、您認為「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？

3、「嘉義市國際管樂節」目前已舉辦二十屆了，您認為成功的關鍵在於？

4、「嘉義市國際管樂節」規劃的活動類型中，您認為哪一種最好？

5、政府採購法是否影響「嘉義市國際管樂節」的行銷與執行？是否影響辦理活動上的經驗與傳承？

第二部份：文化教育深耕面

1、「嘉義市國際管樂節」對於居民的地方文化認同有何影響？

2、「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

3、「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

4、您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

5、「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深的互動？

第三部分：地方藝文團體扶植面

1、嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？

2、嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請相關藝文補助？

3、「嘉義市國際管樂節」是否與地方文教基金會、地方藝文團體、或各級學校進行資源整合，以提升這些團體的藝文產業價值？

第四部份：未來發展與建議

1、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

- 2、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？
- 3、未來是否有規劃「管樂園區」的概念？
- 4、是否會延續管樂節的舉辦經驗，未來繼續規劃其他相關活動？
- 5、您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

第三份是地方參與團體的訪談大綱，本研究設計之訪談大綱如下：

第一部份：地方藝文團體扶植面

- 1、請問貴團體是否參加過「嘉義市國際管樂節」的演出？
- 2、您認為「嘉義市國際管樂節」活動，對於地方藝文團體有何意義與幫助？
- 3、嘉義市政府是否提供協助申請其他相關補助的資訊？
- 4、嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的補助？
- 5、您對於嘉義市政府在「嘉義市國際管樂節」所規劃的演出場地滿意嗎？是否有其他建議？

第二部份：文化教育深耕面

- 1、「嘉義市國際管樂節」對於居民的地方文化認同有何影響？
- 2、「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？
- 3、「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？
- 4、您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？
- 5、「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深的互動？

第三部分：未來發展與建議

- 1、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？
- 2、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？
- 3、您認為是否應規劃「管樂園區」的概念？
- 4、是否會延續管樂節的舉辦經驗，未來繼續規劃其他相關活動？
- 5、您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

第四份是地方文化工作者的訪談大綱，本研究設計之訪談大綱如下：

第一部份：城市意象與行銷方面

- 1、「嘉義市國際管樂節」規劃活動的類型中，你認為哪一種最好？
- 2、「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用各種媒體進行宣傳，您認為哪一種宣傳方式效果最好？
- 3、「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？
- 4、「嘉義市國際管樂節」目前已舉辦二十屆了，您認為成功的關鍵在於？

第二部份：文化教育深耕面

- 1、「嘉義市國際管樂節」對於居民的地方文化認同有何影響？
- 2、「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？
- 3、「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？
- 4、您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？
- 5、「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深的互動？

第三部分：地方產業結合與推廣面

- 1、嘉義市國際管樂節」如何與地方產業結合？
- 2、「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方文化創意產業的發展？

第四部份：地方藝文團體扶植面

- 1、嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？
- 2、嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請其他機構相關藝文補助？
- 3、「嘉義市國際管樂節」如何與地方文教基金會、地方藝文團體、或各級學校進行資源整合，以提升這些團體的藝文產業價值？

第五部份：未來發展與建議

- 1、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？
- 2、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？
- 3、您認為是否應規劃「管樂園區」？
- 4、您認為是否應該延續管樂節的舉辦經驗，未來規劃相關活動？
- 5、您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

3.4 研究執行

3.4.1 深度訪談執行過程

以下將從深度訪談的執行步驟與深度訪談編碼方式進行說明：本研究為半結構式深度訪談，在確定研究問題與目的之後，開始擬定訪談大綱。研究者依照訪談大綱之內容進行訪談，在受訪的過程中通常會機動性的提出問題或是調整問題的方向。

在訪談之前，研究者先以電話聯絡受訪者，說明研究目的以及詢問受訪意願，然後再親自或以郵寄電子信件或將訪談大綱先行給受訪者過目。在受訪者願意接受訪談並瞭解訪談內容後，再與受訪者約定訪談時間與地點。訪談開始之前會先詢問受訪者是否願意接受錄音，為了有利於訪談資料的後續整理，本研究訪談過程中全程錄音，除了避免遺漏受訪者談話內容外，更可增加資料的正確性。最後再以編碼方式進行資料整理與分析。

在實際訪談過程中，訪談大綱提供了一個脈絡，也是本論文主要想獲得的目的。藉由訪談大綱可以提醒研究者不致遺漏問題，也有助於受訪者事先知道問題核心所在，心中有所準備，或事先調閱資料，不至於慌亂、沒有安全感或是答非所問，也能回答出較為詳備的內容。在實際訪談進行時，會依不同受訪者的背景、負責工作項目不同，與訪談當時的實際情況調整訪談題目的順序，而且受訪者可根據本研究

的訪談題綱，決定回答詳細與否，不一定每題都要回答，也能提及相關內容或建議，希望給予受訪者很大自由空間，在安全、愉悅的氛圍中，能暢所欲言、分享心得與經驗。

研究者在完成訪問後，清楚記錄每次訪談的日期、時間、地點，並將訪談內容化為文字資料，訪談錄音內容以逐字稿方式呈現，儘可能呈現當時訪談的完整過程。

本研究是採取一對一的面對面訪談，訪談時間從 2012 年 7 月開始，一直到 2012 年 8 月結束，從多次電話或電郵約談，到全部訪談完成，歷時一個月。訪談人數總共有九位，每位訪談時間大約三十分鐘至一個半小時不等。

3.4.2 訪談資料編碼說明

編碼方式將訪談逐字稿分為左右兩欄，左欄是原始的訪談內容逐字稿，右欄是原始逐字稿整理過後的訪談重點。

本研究訪談對象分為公部門、學者專家、地方參與團體與地方文化工作者。公部門 A、B、C 作為編碼代號，學者專家以 D、E 作為編碼代號，地方參與團體以 F、G 作為編碼代號，地方文化工作者以 H、I 作為編碼代號。

針對訪談內容的各主軸以及細目做資料編碼，以下列出其所代表的編碼內容：

第一部份：城市意象與行銷層面

1-1 代表 1 嘉義市政府舉辦「嘉義市國際管樂節」的策劃工作如何進行？人力資源如何配置？

1-2 代表 2 「嘉義市國際管樂節」在經費資源上如何配置？如何籌措經費來源？

1-3 代表 3 嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」主要的行銷策略有

哪些？

- 1-4 代表 4 目前「嘉義市國際管樂節」主要安排的活動類型有哪些？
- 1-5 代表 5「嘉義市國際管樂節」規劃的各種活動類型，您認為哪一種最好？
- 1-6 代表 6「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用哪些媒體宣傳？您認為哪一種宣傳方式效果最好？
- 1-7 代表 7 您認為「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？
- 1-8 代表 8「嘉義市國際管樂節」目前是文建會福爾摩沙藝術節系列活動中舉辦最久的，您認為成功的關鍵在於？
- 1-9 代表 9 政府採購法是否影響「嘉義市國際管樂節」的行銷與執行？是否影響辦理活動上的經驗與傳承？

第二主軸的第一細目以 2-1，第二細目以 2-2.....，以此類推。例如：在文中若是引用到受訪者 A，談到有關嘉義市政府舉辦「嘉義市國際管樂節」的策劃工作如何進行？人力資源如何配置？時，會以 A -1-1、A -1-2、A -1-3 來表示，以此類推。

第四章 資料分析與整理

本研究主要在於探討嘉義市國際管樂節舉辦的這二十年來，對嘉義地方文化推廣發展的影響，藉由訪談所得的資料加以分析與討論。本章共分為五節，此五節依據訪談的五個面向做分析與說明。第一節以城市意象與行銷方面做分析。第二節對地方文化教育深耕面的影響。第三節對地方產業結合與推廣面的影響。第四節對地方藝文團體的扶植。第五節對嘉義市管樂節未來的發展與建議。

4.1 城市意象與行銷方面層面

意象(im age)的概念具有複雜(com plex)、多面向(m ultiple)與相對化(relativistic)等特性，其定義相當廣泛(G allarza et al., 2002；蒯光武、鮑忠暉，2010)。關於城市意象的研究，Lynch 認為，意象由認同(Identity)、結構(Structure)、意義(Meaning)而成，前二者由型態而生，後者則由社會、歷史、個人以及其他各種成份所組成；而城市意象則為市民之間的溝通，提供了象徵與集體記憶的素材(Lynch，1960；蒯光武、鮑忠暉，2010)。

行銷學大師 K olter (1997)曾提出建立「地方行銷」的理論架構，將地方視為一個城市市場導向的企業，認為可以運用企業行銷理論，使得城市意象成為一個可以吸引人的商品(張峻嘉、陳永森、林進興，2010)。

G otham (2002)提出城市行銷最具體的作法：將慶典商品化並結合全球性的地方行銷產業；藉由旅行業把文化現象和慶典行銷連接到更大的空間和政治經濟的趨勢。G otham 也提出城市行銷的四個重點：消費者導向、品牌價值、公私參與與文化商品化(張峻嘉、陳永森、林進興，2010)。

在歐洲，有許多城市以音樂節慶來進行城市行銷，例如音樂之都維也納、英國愛丁堡軍樂節；也有以音樂地標行銷的澳洲雪梨。以奧地利為例，在莫札特的出生地—薩爾斯堡所舉行的「薩爾斯堡音樂節」在每年便已舉辦約有 400 場的音樂活動，而在莫札特逝世二百五十週年當年，舉國掀起了莫札特狂潮，「薩爾斯堡音樂節」更是加到了 500 場次的表演，除了莫札特的歌劇作品的演出之外，在當地的數百種商品上，處處可以見到以莫札特的肖像為行銷符號的商品，「薩爾斯堡音樂節」使得觀光收入占了當地年收入的 25%（鍾宜春，2006）。

英國愛丁堡軍樂節是英國傳統的大型軍隊慶典式的表演，自 1950 年開始舉辦以來，已經成為愛丁堡藝術節當中最受歡迎的一項表演活動。在慶典期間，每晚在愛丁堡古堡前的廣場舉行盛大的鼓號樂隊表演，吸引許多觀光人潮一睹軍樂節的風采。

嘉義市自 1993 年起開始辦理管樂節，這是一個提供全台管樂團隊發光發熱的重要舞台，每年邀請國際管樂團隊來台交流的音樂慶典，同時也是廣大市民引頸期盼的管樂饗宴。緊接著嘉義市政府在 2000 年舉辦亞太管樂節、2011 年舉辦「世界管樂年會暨第 20 屆嘉管節」，嘉義市政府積極將嘉義市營造「人文城市·管樂之都」。

嘉義市近年舉行了多場大型節慶活動藉以進行城市行銷，例如 2008 年舉行國慶煙火、2010 年的台灣的燈會以及每年舉行的嘉義市管樂節。這些大型節慶活動中，尤其是嘉義市管樂節，以「管樂」作為城市行銷的意象，已形塑出嘉義市為「管樂之都」的城市意象。

4.1.1 「嘉義市國際管樂節」的策劃工作如何進行？人力資源如何配置？

吉本光宏先生曾針對歐美各國以及日本具代表性的藝術節做深入調查，發現歐洲因為對文化有較深的耕植歷史，所以普遍來看，政府

對藝術節的運作具有相當的影響力，政府主要是透過補助的方式來支持這些運作藝術節的非營利組織。在美國則是傾向以非營利組織來運作這些大小規模兼具的藝術節慶。在亞洲方面，政府扮演著重要份量的情形居多（吳淑鈴，2001）。

受訪者 A 認為：「我們所有的人力上除了承辦人員以外，市政府各單位都有人力分配，也就是市政府整體動員，幾乎就是一個政府的力量、民間(團體)的力量、志工的力量，要概括性的講是政府文化局當主軸，就是淑雲、金龍、秘書、副局長和我，原則是我們這五個人當主軸，然後 handle 所有的狀況，然後我們再分配給其他相關的單位。再加入學校，因為創意踩街幾乎是學生全體動員，變成是學校教育也是我們嘉義市在推廣教育管樂活動的時候，變成一個大家一起的活動。」A-1-1-1

「那絕對不是用那幾個單獨的力量。因為市政府本身要變成一個整體的力量去進行，必須要市政府這個團隊都加進來，這樣的活動並不是文化局單一的力量可以完成，所以也就因為這樣的活動讓文化局本身變成一個活動主體，也把嘉義市政府的文化局之外的管事(比方環道活動、環保局的一些衛生"清潔維護"、警察局的工作維護"踩街時交通秩序維持")其他科室全部都投入了，所以它變成嘉義市政府的活動而不是文化局的單一活動。」A-1-1-2

受訪者 B 認為：「先有一份標案上網公告，再來進行跨工作。」B-1-1-1

嘉義市政府在管樂節的人力資源的配置上是以文化局為主軸，再加上動員嘉義市各級學校，以及市政府許多單位－警察局、環保局等等各單位的彙整，目前已是市政府全體總動員的熱烈景象。

吳淑鈴（2001）指出，歐美國家的藝術節慶發展，不論在歷史上或是經驗上，都比亞洲國家豐富。一個知名的節慶活動平時常態下的編制可能只有十多位，但是一旦到了藝術節慶的活動期間，需要大批的人力支援時，將會需要一、二百名的人力。以愛丁堡國際藝術節為

例，它成立非營利組織愛丁堡協會，成員僅廿一名，以精簡人力創造最大價值。其中的七人是市政府指派，市長是當然主席，餘由相關協會代表組成，負責每年節目規畫執行，並管理財務行政，只有在藝術節期間才會擴編至二百多人（林諭林，2006）。由於許多藝術節慶的活動舉辦已是歷史久遠，這些地區的當地居民因為長期在社區中，也與活動單位培養了良性的互動關係，成為舉辦活動時的義工。在舉辦活動時，當地的義工自然而然地成了舉辦活動的最佳助手。

一個完整盛大的文化節慶活動，背後需要非常多的人力支持與規劃，尤其文化產業是屬於勞力密集的產業部門，無法用機器標準化生產，短時間內大量複製（許瓊方，2006）。以日本靜岡濱名湖花博為例，博覽會前會花費五個月的時間培訓三千多名志工，不但肩負起活動導覽角色，未來更是擔任社區營造的最佳種子。公部門在人力編制上是固定的，當城市有大型活動時確實是無法消化繁雜的活動，義工與志工的參與與支持將會是城市舉辦藝文活動時，除了可以提供服務台諮詢，日後更是能成為藝文活動推廣的好助力。

受訪者 A 認為：「我們大概是用一個基本西餐的概念，也就是說我們把管樂當成一個主菜，那我們就利用這種概念再配套其他的活動。那我們大概就用這種角度去策劃這樣的工作。」A-1-1-3

受訪者 B 認為：「跨工作就是看我們分成深度跟廣度，那我們比較深度的部分譬如說我們把管樂的理念帶進去，就是用這兩個目標下去規劃一些活動的項目，那如果廣度的話就會說我們要舉辦踩街，讓參與的人更多、面向更多。而深度的話我們就會說我們希望能夠辦巡演，把管樂帶到校園裡面去，然後在演出的過程中跟更多的舞台經驗，大概是這兩個方向下去不斷的去把活動安排出來。」

B-1-1-2

策劃是反映環境變動且適此變數的活動程序，訂定在未來環境下

之預期目標，進而擬定達成該目標的各種選擇方式，以及從各選擇方案中決定最適方案的一種分析與選擇的過程。策劃是預先決定要做何事？何時去做？如何去做？以及何人來做？的一套詳盡安排。它是經由合理的程序及目標，結合當前處境及未來可能之事實，擬定各種行動方案並最佳之決定（陳海鳴，1998）。因此一個藝文活動策劃的意義，在於為某個組織、某個活動訂立明確的目標，繼而尋求達成目標的方法。

市政府文化局在管樂節策劃上，確立了「形塑嘉義市為台灣管樂之都，以提昇國際知名度」的明確目標，工作的面向上，文化局以管樂為主軸，在下項細分成廣度的面向和深度兩個面向來進行。在廣度上，市政府巧妙的以西餐式的概念來帶入。主菜是以「管樂」來當成主軸，而其他的配菜、甜點則有踩街、藝術市集、樂器展、攝影比賽、徵文比賽、繪畫比賽、諸羅藝家人等等的活動來搭配，讓更多的市民參與進來進而串連成一套豐盛的管樂饗宴。在深度上，文化局持續辦理校園巡演，讓參與演出的團體在巡演的過程中學習到豐富的活動經驗，並從中累積大量的管樂能量。

麥克阿瑟曾說，「若無策劃，你只不過是個觀光客。」事前有詳細的分工與規劃，活動進行時有適當的人力支援，每一個活動才能完美的呈現與落幕。身為主導策劃的公部門單位來說，要承辦管樂節這樣大型的藝文活動，需要有管理者的專業訓練，主辦單位應該運用策劃、領導、控制、組織等程序，有效利用組織內的人力、物力、財力、設備等資源，並將之結合，將所策劃的內容視為指導方向，並且要隨時調整腳步因地制宜，善用組織內的有效資源，以俾能有效達成預訂的目標。

Schoenmakers (2007)以藝術表演的節慶化（festivalising）策略來說明，藝術節慶不單是大量表演節目集結而成的大型藝術活動（mega-event），藝術節慶必須有明確主題，根據主題以多樣性節目編織

網絡，在「資本貨源」、「人脈資源」與「社群資源」經過最適比例的組裝，與某種藝術節舉辦地點的在地文化脈絡結合，擴大單一表演節目的宣傳、觀眾等效應，召喚公共參與（蘇瑤華，2011）。

4.12 「嘉義市國際管樂節」在經費資源上如何配置？如何籌措經費來源？

受訪者 A 認為：「經費上的來源有很多種，一個就是市府預算，另一個是民間支援。」A-1-2-1

「公部門一定是政府本預算，政府本預算有兩種，一種是市政府自行編列；一種是中央補助款，中央補助款早期是申請，現在是用競爭型的(看你歷年來所表現的然後提出計畫向中央文建會補助)，那我們往年(在我任內的這幾年)每年都是得到文建會的肯定拿到最高的補助金額。」A-1-2-2

受訪者 B 認為：「其實是文建會也有，但是都是 1-2 百萬的補助。」B-1-2-1

「從 2006 年之後我們(市府)不斷的增加預算，然後一直到現在大概會有千萬左右的規模，這樣才有辦法形成在活動之外可以有一些預算去做宣傳。」B-1-2-2

「兩百萬幾乎 8-9 成就通通都投注在國內團隊的邀請費用上，其實這些費用都遠遠不夠辦一個正式的、規模大的。」「一個活動它的宣傳經費大概是抓兩成，所以你看有多少錢，然後就要去分成 8 跟 2 的比例下去抓。」B-1-2-3

由公部門的訪談中可以得知，管樂節在經費來源有：市政府編列預算、中央補助款、文建會補助款以及民間團體支援。在經費上以公部門為主要來源，中央政府與地方政府之預算每年皆須經由立法機關審查，因此，經費總金額都需要在立法機關審查通過之後，才可得知活動可以使用的經費金額總數。嘉義市管樂節的經費來源大致分為三

個方向：

1. 中央政府經費的補助與中央政府跨部會的經費支持

第一屆嘉義市管樂節的經費來源由中央政府文化建設委員會補助，之後隨著管樂節的規模擴大與國際化，管樂節的活動內容也逐漸地多元化。嘉義市文化局除了申請文建會的補助之外，還申請了中央政府與其他部會的經費補助，但是從表 4-1 中可以看出補助的金額並不高。第十五屆管樂節交通部觀光局補助 50 萬元、行政院新聞局補助 30 萬元；第十六屆時交通部觀光局補助 50 萬元、行政院新聞局補助 30 萬元、外交部補助 20 萬元；第十七屆交通部觀光局補助 50 萬元、行政院新聞局補助 20 萬元、外交部補助 30 萬元。以整體經費觀之，中央政府跨部會的經費支持雖然不多，但由於有中央政府各跨部會的支持，活動資金的來源多元化，管樂節也因此而能擴大了其活動的廣度與深度。

2. 地方政府自籌經費：

嘉義市政府自編預算支持管樂節活動但是所編列的預算有限。從 1997 年開始市政府所編列預算為數十萬元，到 2007 年爭取到 2011 年世界管樂年會時，預算大幅增加，2009 年更增加至 1300 萬元（蕭苑瑜，2010）。

3. 民間團體與企業資金的支持與協助：

嘉義市國際管樂節除了公部門的預算經費來源外，還有民間的資金支持。當經費不足時，經文化局局長或相關人員至民間單位募款。例如嘉義市文化基金會、寺廟團體（九華山地藏庵、文財殿）、企業界則有中國石油公司、中華賓士公司、扶輪社等。

表 4-1 嘉義市管樂節經費資料表

屆別	時間	總金額	經費來源
1	1993 年	3 萬元	文建會

2	1994 年	資料缺乏	
3	1995 年	資料缺乏	
4	1996 年	資料缺乏	
5.	1997 年	110 萬元	文建會
6.	1997 年	1986 萬元	
7.	1998 年	資料缺乏	嘉義市文化基金會補助 50 萬元
8.	1999 年	資料缺乏	救國團贊助 6 萬元、 九華山地藏庵贊助 300 萬元
9.	2000 年	482 萬元	省政府補助 400 萬元
10.	2001 年	572 萬元	文建會補助 500 萬元
11.	2002 年	987 萬元	文建會補助 500 萬元、 市政府 60 萬元、 嘉義市文化基金會 100 萬元、 國稅局 327 萬元
12.	2003 年	499.3 萬元	文建會補助 200 萬元、 市政府 57.3 萬元、 嘉義市文化基金會 142 萬元、 九華山地藏庵贊助 100 萬元
13.	2004 年	750 萬元	文建會補助 250 萬元、 市政府 300 萬元、

			嘉義市文化基金會 140 萬元、交通部觀光局 60 萬元
14.	2005 年	729 萬元	文建會補助 215 萬元、市政府 220 萬元、嘉義市文化基金會 244 萬元、中國石油公司贊助 50 萬元
15.	2006 年	869 萬元	文建會補助 200 萬元、市政府 249 萬元、嘉義市文化基金會 240 萬元、交通部觀光局補助 50 萬元、行政院新聞局補助 30 萬元、中國石油公司贊助 100 萬元
16.	2007 年	1200 萬元	文建會補助 200 萬元、市政府 600 萬元、嘉義市文化基金會 200 萬元、交通部觀光局補助 50 萬元、行政院新聞局補助 30 萬元、外交部補助 20 萬元、中國石油公司贊助 100 萬元
17.	2008 年	1900 萬元	文建會補助 300 萬元、市政府 1000 萬元、嘉義市文化基金會 160 萬元、交通部觀光局補助 50 萬元、行政院新聞局補助 20 萬元、

			外交部補助 30 萬元、 中國石油公司贊助 200 萬元、 台糖公司 40 萬元 嘉義市文財殿 100 萬元
18.	2009 年	2170 萬元	文建會補助 300 萬元、 市政府 1300 萬元、 嘉義市文化基金會 215 萬元、 交通部觀光局補助 50 萬元、 行政院新聞局補助 15 萬元、 外交部補助 30 萬元、 中國石油公司贊助 200 萬元、 台糖公司 60 萬元

資料來源：嘉義市市文化局；蕭苑瑜，2010；本研究重整

前文化局長饒嘉博指出，公部門體制終究不比私部門靈活，許多縣市的文化活動往往是因為經費不足而停辦；即使獲得中央補助，也還需經過政府採購法等複雜程序。因此，為了克服預算來源的不穩定，饒嘉博堅持將管樂節列為資源配置的第一考量，先求活動的「持續」舉辦，不致因為經費不足而中斷；若經費仍有餘裕，再增加配套措施與活動，讓管樂節逐年擴大辦理（饒嘉博，2010）。

宜蘭國際童玩節為國內最受歡迎的公辦大型文化活動，在 2007 年，以財務虧損而宣布停辦，引起全國很大的震撼。以宜蘭國際童玩節這樣一個大規模的活動，經費充裕，都可能因財務上的困境而停辦，由此觀之，一個藝文活動是否能永續經營，經費上是否穩定、財務健全與否，是一個非常重要的關鍵因素。運用文化發展城市的信念，根

植於人類文化傳統中，英國學者 Humphrey Davey Findley Kitto 在著作中提到：從雅典建城起，文化藝術就被認為是生活之必需，國家城市統治者必須為人民提供規劃，而不是任由私人、市場性、商業化的機制主宰 (Kitto, 1951) (蘇瑤華，2011)。實際上研究者在 2013 年 1 月獲悉「嘉義市預算砍半，管樂節恐喊卡」這個消息時，心中也為這個「全台最長命」的管樂節慶感到憂心。嘉義市文化局長洪孟楷說，文化局今年度編列委辦費 6071 餘萬，刪減近一半，文化局已難自行調整經費運用，今年各項活動面臨縮減規模或停辦，已舉辦二十一屆並開啓國際知名度的管樂節恐喊停 (聯合報，2013)。

4.1.3 「嘉義市國際管樂節」主要的行銷策略有哪些？

Kotler (1993) 指出地區為一個市場導向企業，把地區將來發展定位於吸引人的產品，透由加強地方經濟及更有效率滿足現有及潛在目標市場，以行銷地方上特色。另將行銷手法導入地區當中，並提出四個主要行銷目標群，分別為 1. 觀光客 2. 居民與工作者 3. 企業與產業 4. 出口市場。為了讓城市能對居民、企業家、觀光客變得更具吸引力及競爭力，需透由整合性行銷政策來將計劃與設計互相配合，此政策之首要特性為利用品牌經營管理策略，如：有智慧的、具教育性的、關心環保的、創造性城市 (李青松、吳東安，2008)。

自 1990 年代起強調城市行銷，在城市範圍內結合文化與經濟，由城市行銷演變至城市品牌整體論觀點。綜觀世界各國藝術節慶，藝術節慶提供一個表演藝術獨一無二的樞紐平台，以「地方」作為文化與表演藝術主題定位元素擷取之來源，透過藝術行銷城市文化，期待增加城市之國際能見度 (張澍方，2008)。

受訪者 A 認為：「我們就是擴大他的兩度策略，就是擴大他的寬度跟深度。擴大民眾的參與度最重要的問題就是說讓很多的團隊進來。我們那時候的策略就是說先讓民眾知道嘉義市有這樣的一個活動，國內所有的團隊我們都邀請，所謂破百的期待，只要有興趣來嘉義市表演，我們就提供一個這樣的平台讓你來表演。我們希望民眾的參與面要擴大，要讓民眾知道參與，參與了以後才有感情，參與的力量就產生你支持的力量。」A-1-3-1

「另一方面就是也讓民眾參與其他的活動。比方說我們來有管樂踩街，那管樂踩街就是管樂團隊在踩而已，後來我們就認為應該也要讓市民有參與，我們就用創意踩街的方式把它加進來。由學校他們來做創意的表現，民間社團、寺廟，那他們有了參與以後那就不是純粹單一的那些人而已，也就是本身除了音樂界的人士以外，也讓參觀了人參與了。」A-1-3-2

「那民眾知道的話妳就要有行銷的管道，那行銷我們幾乎所有管道都做了，我們在這下了很大的功夫，包括媒體、文宣、雜誌、廣播、網路、網站……你想的到的。基本上我們的行銷是紮實、深根，我要在行銷的過程讓每一個人印象深刻。利用現在網路的那一套被容易接受。包括小朋友都有 DM，那電視媒體、網路、歌星，另外還有一個地方是管樂的表演我們也會結合流行音樂、古樂(無雙樂團)，類似這樣的活動，也就是說我們會把一個比較單一化的音樂活動變成不同的表演結合在一起，創造另一種視覺跟聽覺的效果。」A-1-3-3

「所以第一個我們要去行銷時一定要有的基本配備，第一個就是他的主軸「就是要你管」。我們認為在行銷的過程一定要有一個主軸，那個主軸就是我們想的題目『這個活動就是要你管』、『管他什麼音樂』、『管不住的音樂』等等，那前面幾屆都是『管不住的音樂』那幾個，那最後我們『就是要你管』，最後我們定位在『就是要你管』，為什麼要這樣子？我們認為每年弄一個主軸去宣傳當然很好，可是民眾久了之後不曉得是什麼，所以我們第三年以後就開始用『就是要你管』。我覺得到後來還是單一性的選擇會比較好，所以從『就是要你管』那一年開始之後每年就都是『就是要你管』，讓他有一個固定的聯結。」A-1-3-4

「第二個我們用企業形象的 LOGO 符號，我們要固定的企業形象，就是那管樂

小雞，只要看到這圖形就是代表國際管樂節。」A-1-3-5

受訪者B認為：「我在做行銷的時候我覺得是分成兩個部份，對象是管樂專業人士(專業班的民眾)，那專業人士我可能就會走比較專業的路線，譬如說發新聞、登廣告、專業性的雜誌還有愛樂電台的廣播。」B-1-3-1

「如果是一般民眾的話就是報紙和電視，當然最近很夯的就是網路，所以一定要做的這樣子(像關鍵字，買FB關鍵)。還有一些交通媒體還蠻有效果的，大家都會在移動當中看到你的廣告，或者是車站的燈箱、夜市的電視牆這些。因為人都會移動。」B-1-3-2

市府團隊在行銷策略的運用上，以廣度和深度來作為兩大策略的主軸。

1.在廣度上：擴大民眾的參與度。邀請國內所有的團隊，讓很多的團隊進來，嘉義市管樂節提供一個表演的平台，只要有興趣的管樂團隊都可以來嘉義市管樂節參與表演。這一項策略很快地使全國各管樂團隊熱烈參與管樂節活動與演出並且造成風潮，促使嘉義市管樂節很快地在全國藝文活動中打響名號。

2.在深度上：讓民眾參與其他的活動例如管樂踩街。除各級學校動員參與活動及演出之外、民間社團、寺廟、機關團體也能深入參與管樂踩街的演出，加強民眾參與的深度。讓非音樂界的人士透過這樣的深度參與而對此活動與城市產生情感。

在行銷策略的對象上，市府將行銷對象分為專業人士與非專業人士。

1.針對專業人士：公部門針對管樂專業人士的行銷策略是以專業路線為主，發新聞稿、刊登廣告、專業性的雜誌以及愛樂電台的廣播。

2.針對非專業人士：公部門針對非管樂專業人士的行銷策略是以日常生活為主：媒體、電視、報紙、文宣、雜誌、廣播、網路、網站，交通媒體的車廂、夜市的電視牆等。

行銷策略主要是以藝文活動的建構與行銷策略的擬定為主。駱焜祺(2001)提出地方節慶及藝文活動如果能由地方首長帶頭製造事件行銷，可以吸引媒體並且讓活動不止於當地而是擴張至外縣市，並豎立地方的形象。因此，節慶觀光與藝文活動也需要運用行銷的手法來提升地方的知名度，使得節慶活動能永續性與延展性經營。

在 2011 年的第二十屆管樂節與世界管樂年會中，總統馬英九親臨開幕晚會現場，當時 100 支銅管齊奏「快樂頌」樂聲澎湃，璀璨煙火照亮夜空，歌手楊培安熱力四射演唱嘉義市管樂節主題歌曲「就是要你管」，吸引全國各大媒體的宣傳，不但成功行銷嘉義市，更是成功奠定嘉義市為「管樂之都」的城市形象。

研究者認為市府團隊在行銷上，不但成功運用的廣度與深度的「兩度策略」，有一點很重要的是市府很成功地運用了嘉義市城市的特色——火雞肉飯與吉祥物的聯結，成功地塑造嘉義市與管樂之間的城市意象。嘉義市的火雞肉飯全台聞名，也因此市府在管樂的行銷上成功地運用了可愛的「管樂小雞」，這是一個成功的聯結。管樂小雞自從 2006 年在全國徵件比賽中誕生以來，它就成為嘉義市管樂活動的代言人，管樂小雞的造型設計構想來自火雞肉飯的「雞」，圓圓的肚子為法國號、雞尾巴表中央七彩噴水池，一旁的音符座椅象徵傳遞歡樂樂音。這一隻結合「火雞肉飯—雞頭」、「管樂節—法國號的肚子」以及「城市地標中央七彩噴水池—雞尾巴」三樣重要元素的管樂小雞，肩負著將嘉義市的管樂文化傳揚至世界舞臺的重要任務。

在多年之前，大多數民眾對嘉義市的城市印象是中央噴水池的七彩噴泉，2007 年七彩噴水池中央的國父銅像突然倒塌碎裂。當時市府正好要宣傳管樂節活動，在還未規劃出中央噴水池新造景之前，管樂雞得天時地利之便，登上城市地標的寶座。如今這隻代表嘉義市城市意象吹著管樂的快樂小雞已成功地深植市民心中，成為嘉義市管樂節的吉祥物圖騰。市府在 2009 年新增管樂小雞風車裝置藝術，此外文化

局爲了讓管樂小雞更爲生動活潑，在 2010 年新增發展出第二代管樂小雞，還有五隻管樂小雞樂手，組成管樂小雞銅管五重奏，五隻管樂雞分持不同管樂器不但會旋轉也還會有音樂，傳遞著「人文城市·管樂之都」的歡樂樂音。這項管樂小雞銅管五重奏與管樂小雞裝置藝術設置在新啓用的文化公園中，成爲吸引遊客的地標。2011 年更是新增管樂小雞銅管五重奏可愛人偶，在 2012 年市府工作人員帶著管樂小雞闖天涯，遠至台北宣傳嘉義市管樂節，除了在 2012 台灣國際文化創意產業博覽會中宣傳年底文化局活動，更是在交通部觀光局票選「台灣觀光年曆」代表活動中帶領大家一起集氣衝票。

市府新聞科長張婉芬表示，管樂雞設計者的理念是把最能代表嘉義市小吃的火雞肉飯，與最能代表嘉義市文化活動的管樂節及代表城市地標的中央噴水池等分別以雞、法國號和七彩噴泉的造形融合成「管樂雞」。管樂雞出現後，市府推動國際管樂節活動也都以牠爲吉祥物，文化局所發行的管樂週邊文化商品如 T 恤、馬克杯等都印上管樂雞，民眾對嘉義市的意象已逐漸烙出管樂雞的圖像。未來還會考慮把管樂雞融入路燈造形，強化城市意象。再者，除在硬體上的裝置藝術之外，陸續幾年的管樂紀念商品，市府強力行銷管樂雞，管樂文創商品的設計上不忘加上管樂雞圖案，使人產生強烈的視覺意象的聯結，是一個成功的設計。吉祥物以雞與管樂節合，充分體現嘉義市城市意象，再輔以透過文創商品拉近距離，也藉此行銷嘉義。

另一個行銷重點是打出活動主題標語「就是要你管」。在行銷的過程一定要有一個主軸，那個主軸就是市府所行銷的主題標語。在剛開始時，陸續推出了「這個活動就是要你管」、「管他什麼音樂」、「管不住的音樂」等等，最後市府決定將主題標語固定爲「就是要你管」。市府認爲每年想一個主題標語去宣傳固然很好，可是久了之後民眾會分不清楚是什麼，所以自 2006 年以後就開始固定以「就是要你管」做爲活動的主題標語，讓民眾有一個固定的聯結。再加上流行樂手的宣傳、

藝人大跳「雞」舞，帶動年輕族群的參與率，一時間造成群情「雞」昂的「雞」情，炒熱整個管樂節氣氛。為嘉義市國際管樂節創作新歌的金曲製作人曹登昌老師也表示，管樂節的音樂能量讓他非常驚訝，尤其是管樂節跨領域與流行音樂合作的創意，為地方節慶注入與眾不同的活力，這也更讓他相信管樂節會永續地發展下去。

以「愛丁堡藝術節聯盟」(Edinburgh Festivals.co.uk)的行銷策略為例，「愛丁堡藝術節聯盟」由愛丁堡市政府決議成立於2006年，負責的專案經理 Amy Saunders 表示，藝術節的國內外總體行銷策略大致為：

1、國際面：針對焦點市場，透過公關、網絡事件行銷；透過國際賽事行銷；利用數位行銷。

2、國內面：利用異業結盟；針對焦點城市，透過公關、網絡事件行銷；透過國內賽事行銷；利用數位行銷。

3、地區面：利用旅遊導覽、地圖、Iphone 和 App、售票處等行銷（行政院客家委員會，2011）。

以「愛丁堡藝術節聯盟」為典範來對照，管樂節在「透過國際賽事行銷」、「透過國際賽事行銷」、「利用旅遊導覽」似乎還有努力的空間。

4.1.4 「嘉義市國際管樂節」主要安排的活動類型有哪些？

具有特色且規劃周詳的節慶活動將成為帶動地方區域性繁榮的良方之一（伍亮帆，2006）。

受訪者A認為：「以管樂當主軸，有戶外表演、室內表演、創意踩街，然後我們加了很多配套的活動，包括管樂主題曲、心情小語、管樂故事、徵文比賽，音樂小品、徵文比賽、攝影比賽、石雕、現場表演或嘉義伴手禮選拔，也就是說我們從多樣性的活動到變成多功能性，那國際管樂節從我手中裡面做最大的效

益。好玩、好看、好吃，也就是符合現在人民在觀光功能上不是純粹的一個單一選項。」A-1-4-1

受訪者B認為：「我們分成廣度跟深度，廣度的話就會說我們要舉辦踩街，讓參與的人更多、面向更多。而深度的話我們就會說我們希望能夠辦巡演，把管樂帶到校園裡面去，然後在演出的過程中跟更多的舞台經驗，大概是這兩個方向下去不斷的去把活動安排出來。那其實大家最常知道的就會是室內外的音樂，兒童或音樂會，那週邊就會辦一些大型講座，或者是行進變化的演出。就是讓不同層面的人士都可以進去，然後參與整個活動。」B-1-4

管樂節的活動規劃是以「管樂」為主軸，再加上周邊規劃的相關活動。活動的類型分為廣度與深度。

1. 在廣度上：管樂創意踩街、戶外音樂會、室內音樂會、管樂馬拉松、定點表演、請流行歌手編唱管樂主題曲、管樂樂器展、管樂心情小語、管樂故事、徵文比賽，音樂小品、徵文比賽、管樂攝影比賽、全台獨嘉跨年晚會、石雕、現場表演、「嘉義十大伴手禮」票選活動以及「諸羅藝家人」特色店家等等。讓國際管樂節做到最大的效益，讓參與的大眾感受到好看、好吃又好玩。透過這麼多面向的活動使民眾可以擴大活動的參與面。讓民眾參與了以後才能對活動產生共鳴、有感情，參與的力量就轉化成爲支持的力量。市府藉由安排多元的管樂活動，拉近民眾管樂的距離，讓管樂進入城市裡的每一個角落、走入市民的生活之中。

2. 在深度上：舉辦管樂巡演與管樂講座。在管樂巡演的過程中，不但可以使這些巡演的學生或者團體累積更多的舞台表演經驗、也可以將管樂氛圍帶至社區每一個角落，真正落實管樂城市的城市氛圍。而管樂講座，除了有開放市民參與的「管樂城市論壇」，也有提供專業人士參與的管樂大師講座，管樂指導者工作坊，在深度面滋養嘉義市的管樂素養。此外，爲了讓來參與管樂節的外國團隊可以更深入體驗

嘉義市的人文之美，辦理了「市民一日接待家庭」的活動。

綜合廣度面和深度面來看，嘉義市管樂節所設計安排的活動類型確已考慮各個層面人士的需求。茲將歷屆管樂節所安排的活動類型分述如下：

表 4-2 嘉義市管樂節活動類型資料表

屆別	時間	活動類型
1	1993 年	地方性質的藝文活動，只有五支隊伍參加演出。
2	1994 年	除了五支隊伍外，加入了嘉義市青少年管樂團與音樂協進會。
3	1995 年	將活動地點改在中正公園，開發出更多的藝文活動參與人數。
4	1996 年	開始加入外縣市管樂團體參與。
5.	1997 年	1.邀請北京大學附屬中學參演，首度邀請外國團隊。 2.新增管樂海報設計比賽。 3.新增行進管樂踩街。
6.	1997 年	1.首度將活動改在年底舉行 2.邀請八支國外團隊演出 3.新增「管樂馬拉松」活動 4.推出管樂 LOGO 5.管樂護照 6.管樂攝影比賽
7.	1998 年	金門縣首度參加演出
8.	1999 年	1.活動主題為「2000 亞太管樂節在嘉義」 2.邀請法國禁衛軍指揮創作管樂活動主題曲

		<p>3.跨年晚會活動「2000 樂手迎千禧」</p> <p>4.新增「蒸氣火車嘟嘟行」，結合地方觀光資源</p> <p>5.其它他周邊活動有：管樂馬拉松、管樂大師講習會、管樂踩街、藝術介入城市展、管樂愛炫族、藝術點線面、「嘉義人的一天」攝影展、龍吟千禧美展。</p>
9.	2000 年	製作管樂紀念 CD、管樂護照、別章等
10.	2001 年	<p>1.管樂十週年回顧展</p> <p>2.紀念商品：紀念電話卡</p> <p>3.「線條與音樂的律動」DIY 製作</p>
11.	2002 年	紀念商品：紀念郵票、管樂護照
12.	2003 年	紀念商品：紀念馬克杯
13.	2004 年	<p>1.管樂主題標語為「管不住的音樂」</p> <p>2.管樂巡演活動</p> <p>3.管樂快閃列車活動</p>
14.	2005 年	<p>1.「管樂心情故事」徵文比賽</p> <p>2.「管樂節的 Super show」徵件</p> <p>3.紀念商品：管樂紀念 T 恤</p> <p>4.「張連昌薩克斯風紀念館」世代風情展</p> <p>5.新增「諸羅藝家人」徵選</p>
15.	2006 年	<p>1.管樂主題標語為「就是要你管」，並將此標語固定為管樂節主題標語，不再每年更換主題標語</p> <p>2.國內參與隊伍數量破百</p> <p>3.新增「創意踩街嘉年華」競賽</p> <p>4.其他周邊活動有：「管樂月—管樂校園巡演」、管樂心情小語徵件、LOGO、T 恤、海報、</p>

		公仔聯合徵件設計大賽，「管樂小雞」LOGO 於焉誕生
16.	2007 年	<p>1.嘉義市文化局全權主導活動的辦理，開始依採購法，公開招標後委由公關公司承辦。</p> <p>2. 新增『諸羅十大伴手禮』，提振地方產業。</p> <p>3. 紀念商品：管樂紀念 T 恤、收藏盒、胸針、鉛筆組。</p> <p>4.其他周邊活動有：持續辦理「創意踩街嘉年華」競賽、管樂校園巡演、管樂社區巡演、管樂心情小語徵件</p>
17.	2008 年	<p>1.結合流行樂與管樂的跨年晚會</p> <p>2.紀念商品：管樂紀念 T 恤、帽子、胸章、提袋、馬克杯</p> <p>3.新增製作管樂學習單，鼓勵國小學生填寫兌獎</p> <p>4.新增「管樂浪潮」－規劃小型管樂表演於「諸羅藝家人」特色店家演出</p> <p>5.新增『諸羅十大伴手禮』攤位活動。</p> <p>6.其他周邊活動有：管樂城市論壇、管樂踩街、管樂校園巡演、裝置藝術展、樂器展、藝術市集、石猴創作、攝影比賽、管樂心情小語/故事比賽、諸羅十大伴手禮。</p>
18.	2009 年	<p>1.新增融合原住民、流行音樂與佛朗明哥舞蹈的跨領域表演。</p> <p>2.新增管樂主題曲「管他什麼音樂」－范曉萱演唱。</p> <p>3.新增管樂小雞風車裝置藝術。</p>

		<p>4.紀念商品：管樂紀念 T 恤、帽子、胸章、鑰匙圈、經典筆記書。</p> <p>5.其他周邊活動有：創意踩街嘉年華競賽、變換隊形表演、管樂城市論壇、管樂講座、管樂校園巡演、裝置藝術展、樂器展、藝術市集、攝影比賽、管樂心情小語/故事比賽、石猴戶外創作展、跨年晚會。</p>
19.	2010 年	<p>1.新增「樂團指導者論壇及工作坊」，由管樂大師親自授課與提點</p> <p>2.新增管樂主題曲「就是要你管」－楊培安演唱、「管不住的快樂」－陳瑋儒演唱</p> <p>3.新增管樂小雞銅管五重奏與管樂小雞裝置藝術。</p> <p>4. 新增管樂小雞銅管五重奏可愛人偶共同參與踩街</p> <p>5.紀念商品：管樂紀念 T 恤、派克筆、經典筆記書、鑰匙圈</p> <p>6.其他周邊活動有：管樂嘉年華（管樂踩街＋創意踩街）、定點表演（創意表演＋管樂變換隊形表演）、樂迷講座、管樂校園巡演、管樂心情小語/故事徵文比賽、攝影比賽、繪畫比賽、管樂跨年晚會、創意管樂手戶外藝術作品展。</p>
20.	2011 年	<p>1. 新增十部主題花車遊行</p> <p>2. 作曲家 Jack Stamp 特別為 2011 W A S B E 在嘉義市而創作了 2011 世界管樂年會信號曲「2011 W A S B E Fanfare」</p>

		<p>3.新增管樂小雞銅管五重奏可愛人偶</p> <p>4.新增看管樂抽汽車大獎</p> <p>5. 紀念商品：管樂小雞銅管五重奏公仔、管樂紀念 T 恤、POLO 衫、派克筆、世界管樂年會經典磁鐵、鑰匙圈、巧克力禮盒及冰淇淋</p> <p>6. 其他周邊活動有：踩街嘉年華、創意定點表演、變換隊形表演、管樂大師講座、國際樂器大展、東方民族樂器大展、創意管樂手藝術裝置大展、藝術市集、地方特色市集、攝影比賽、管樂心情故事徵文比賽、街頭藝人表演、創意音樂劇表演、煙火秀、「嘉管節國際徵曲大賽」決賽音樂會、亞洲日音樂會。</p>
21.	2012 年	<p>1.新增十鼓擊樂團的演出—鼓管齊鳴</p> <p>2.新增嘉義市節慶管樂團</p> <p>3.新增管樂歌曲比賽</p> <p>4.新增定點免費讓市民以油彩創意裝扮</p> <p>5.紀念商品：頭巾、管樂紀念 T 恤、方便傘、水瓶、夾腳拖，還有證件套、管樂小雞耳機塞</p> <p>6. 其他周邊活動有：踩街嘉年華、變換隊形表演、管樂大師講座、藝術市集、樂器展、管樂心情故事徵文比賽、攝影比賽、管樂意象藝術裝置展、創意管樂手戶外藝術作品展、跨年晚會、抽汽車大獎</p>

資料來源：嘉義市文化局網站頁；蕭苑瑜，2010；本研究重整

嘉義市管樂節透過多元的活動規劃，營造出一場又一場豐富的管樂盛宴，成功地拉近市民與管樂的距離，讓管樂真正走入社區角落與

市民生活。

從表 4-2 中可以歸納出活動內容大致上有五大主題，包括「室內、外音樂會」、「管樂踩街&大型晚會」、「假日變換隊形表演」、「樂器暨音樂周邊商品主題展」及「相關周邊活動」－樂器展、藝術市集、攝影比賽、繪畫比賽、徵文比賽、創意管樂手藝術裝置大展、石猴藝術戶外創作賽及「社區藝起來」特色攤位等豐富的周邊活動。在 2011 年第二十屆的「管樂世界年會暨嘉義市國際管樂節」被列為中華民國建國百年的四大重點活動之一，為擴大辦理，特別加入了十部的主題花車遊行。市府為擴大參與度，邀請民間團體參與花車遊行，包括有國際獅子會 300D1 區、財團法人天主教會嘉義教區、佛光山圓福寺、嘉義文財殿、財團法人九華山地庵、財團法人嘉義市大天宮、財團法人台灣省嘉義城隍廟、嘉義市西區福民社區發展協會等八個民間團體熱情響應。

除了多元的活動規劃之外，活動地點分布於嘉義市音樂廳、文化公園、中正公園、嘉義市體育場及嘉義市街道，以管樂元素將整個小而美的嘉義市串連起來。

4.15 「嘉義市國際管樂節」規劃的各種活動類型，您認為哪一種最好？

二次大戰後，歐美各國紛紛響應「以文化代替子彈、以藝術撫平戰爭創傷」呼聲，辦理藝術節慶活動成為妝點市容之最佳途徑。由此可見，一個城市所塑造之定位，可從藝術節慶所延伸的歷史文化探究端倪，擷取城市背景中獨特性，藉由活動參與體會共享經驗，進而為城市與遊客創造獨特性價值（張灝方，2008）。

受訪者D認為：「像踩街已經變成是全市民都很期待的活動，那這個很精彩那這個蠻不錯」D-1-5

受訪者E認為：「戶外就稍微比較輕鬆一點點，室內可以呈現比較高的品質。遊行踩街的活動也能夠造成一些在媒體上(那個是比較容易曝光)，都不錯啦！各都有優點，沒有說特別好或者是怎麼樣。」E-1-5

受訪者H認為：「我認為是「戶外行進」與「管樂踩街」。因為「戶外行進」是比較少見的。」H-1-5

受訪者I認為：「應該說各有各的優點。室內有室內的風格，比較適合在室內表演的曲子就安排在室內，室外的表演就表演比較大眾化的曲子，跟群眾比較有互動的。」I-1-5

「嘉義市管樂節」一直以來均以多元多樣化的面向來呈現，在管樂的主軸上呈現的是「管樂大餐」—有全民參與的踩街嘉年華、有靜態的室內音樂會、有極具創意的變換隊形表演、有大眾化的戶外音樂會、也有小品式的管樂表演出現在特色商家裡。有深度的音樂講座、也有廣度的跨年晚會。與管樂節搭配的周邊活動則是老少咸宜的多樣藝文活動—藝術市集、樂器展、管樂心情故事徵文比賽、管樂社區巡演、校園巡演、攝影比賽、繪畫比賽、管樂意象藝術裝置展、創意管樂手戶外藝術作品展、跨年晚會等等。二十一年來，嘉義市管樂節已經成為在雲嘉南地區有口皆碑的大型藝文活動了，在公部門多元的活動規劃下，全市民參與其中造就出「全民瘋管樂」的盛況。在2012年第二十一屆嘉義市國際管樂節總統馬英九說，「嘉義市已成為世界管樂之都」。嘉義市管樂節已經建立起自己的品牌與形象，成為嘉義地區的地方特色。

藝文活動最重要的是人們怎麼去參與，從中獲得樂趣。當一個文化節慶能夠動員大量的居民參與，居民組成的團體可自行規劃有特色的遊行隊伍，有表演的空間，進一步和專業的文藝工作者交流，文化

節慶不再只是宣揚城市文化的媒介，也是當地居民生活的一部分，藉由文化節慶的活動，他們再一次對世人展示屬於當地的文化，間接也保存了節慶內容的精髓，深化居民對地方的認同（許瓊方，2006）。

4.1.6 「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用哪些媒體宣傳？您認為哪一種宣傳方式效果最好？

賴沁沁的研究中指出，宜蘭國際童玩藝術節的創辦為國內公辦節慶活動立下典範，而童玩節成功的因素之一是媒體大肆報導，使得知名度增加。因此在品牌的建立上，媒體報導愈多，報導的訊息愈有利，品牌就愈出名（賴沁沁，2005）。

受訪者 A 認為：「我們是很有計畫性的，你行銷一定要有一個很重要的主軸在。我們基本上就是兩度策略（廣度與深度），讓民眾盡量有參與的機會，那參與的機會一定是人跟經費。人就是要讓民眾知道，這是第一個最重要。讓人家知道我們先從管樂團方面下手，比如我剛說的所有管樂團都知道嘉義市，那這些人都知道我必須要來嘉義市；另一個就是民眾知道(業界知道和民眾知道)。」A-1-6-1

「那民眾知道的話妳就要有行銷的管道，那行銷我們幾乎所有管道都做了，我們在這下了很大的功夫，包括媒體、文宣、雜誌、廣播、網路、網站……你想的到的。基本上我們的行銷是紮實、深根，我要在行銷的過程讓每一個人印象深刻。利用現在網路的那一套被容易接受。包括小朋友都有 DM，那電視媒體、網路、歌星，另外還有一個地方是管樂的表演我們也會結合流行音樂、古樂(無雙樂團)，類似這樣的活動，也就是說我們會把一個比較單一化的音樂活動變成不同的表演結合在一起，創造另一種視覺跟聽覺的效果。」A-1-6-2

「所以第一個我們要去行銷時一定要有的基本配備，第一個就是他的主軸『就

是要你管』。我們認為在行銷的過程一定要有一個主軸，那個主軸就是我們想的題目『這個活動就是要你管』、『管他什麼音樂』、『管不住的音樂』等等，那前面幾屆都是『管不住的音樂』那幾個，那最後我們『就是要你管』，最後我們定位在『就是要你管』，為什麼要這樣子？我們認為每年弄一個主軸去宣傳當然很好，可是民眾久了之後不曉得是什麼，所以我們第三年以後就開始用『就是要你管』。我覺得到後來還是單一性的選擇會比較好，所以從『就是要你管』那一年開始之後每年就都是『就是要你管』，讓他有一個固定的聯結。」A-1-6-3

「第二個我們用企業形象的 LOGO 符號，我們要固定的企業形象，就是那管樂小雞，只要看到這圖形就是代表國際管樂節。」A-1-6-4

「還有一個很重要，我們認為比較深植人心的就是我們找了范曉萱演唱管樂主題曲『管他什麼音樂』，這音樂在當時播出來時，也造成了點播率在前五名的，還有她的雞舞，除了我們剛剛講的音樂，透過流行音樂透過這些藝人歌星，他們傳播的力量，這些東西有了之後再透過舞蹈，透過范曉萱他們在行銷的當中就有小 S 他們編的雞舞，那雞舞大家就模仿，就在網路上變成一個很大的轟動。」A-1-6-5

受訪者B認為：「我覺得是分成兩個部份，對象是管樂專業人士我可能就會走比較專業的路線，譬如說發新聞、登廣告、專業性的雜誌，還有愛樂電台的廣播。然後如果是一般民眾的話就是報紙和電視、網路，像關鍵字，買FB關鍵。現在廣告型態太多了，所以就是要用在刀口上了。還有一些交通媒體對於一般民眾來講應該還蠻有效果的，大家都會在移動當中看到你的廣告，或者是車站的燈箱、夜市的電視牆。」B-1-6-1

「我們的宣傳媒體比較有效的可能要看電視的時候。」B-1-6-2

受訪者D認為：「在電視台曝光，那它（指宣傳）的效率其實滿高的。在高鐵站這個宣傳，尤其是去年的 WASBE 世界管樂年會快開始就弄得滿大的，做的滿醒目的。如果能用在電視廣播這些東西播放，尤其是全國版的那當然是那相對是比較高。話又說回來，像電子媒體現在大家這麼流行，想辦法透過各種管道像 APP。我們還想去排一個快閃，想辦法然後讓他 po 在 youtube，或是哪裡這樣子可以點播率很高，造成一個話題這樣子。」D-1-6

受訪者 E 認為：「用雞肉飯(管樂小雞)，然後那個是配合嘉義市的特色(雞肉飯)讓人家比較容易聯想到。」 E-1-6

受訪者 H 認為：「媒體啊當然電視是最好的。其次是報紙，最好的是電視啦。」 H-1-6

受訪者 I 認為：「電視媒體真的很有效。」 I-1-6

公部門在活動宣傳上運用了廣度與深度策略，並以有限的經費來規劃行銷宣傳。

1.行銷主軸：以「管樂」為主軸，並打出固定標語「就是要你管」。在前幾年的主題標語規劃構想中，並不是固定的。此標語「就是要你管」是在 2006 年固定下來的，為的是希望市民能對管樂節產生一個固定的聯結。

2.行銷 Logo：以可愛的「管樂小雞」為行銷 Logo，吉祥物以雞與管樂節合，充分體現嘉市城市意象。在 2011 年更是新增管樂小雞人偶並加入管樂踩街的行列中，不但吸睛，更是大大地拉近了參與民眾與城市 Logo 之間的距離並增加市民的認同感

3.結合流行樂：請流行樂手分別演唱三首主題管樂歌曲，由范曉萱演唱「管他什麼音樂」，並請小 S 編「雞」舞，引發風潮；由楊培安演唱「就是要你管」；由陳瑋儒演唱「管不住的快樂」。

管樂節的行銷是紮實、深根的，在媒體的行銷管道上有：

1.國際宣傳：在國際管樂專業刊物上刊登廣告、參加國際樂器展覽展、加入世界管樂協會組織。

2.媒體宣傳：

- (1) 高鐵車站、公車車體、候車亭、旗幟、夜市電視強牆
- (2) 地方電視台的宣傳與實況轉播、網路、APP、廣播
- (3) 電視媒體、廣播媒體、看板、平面媒體、海報文宣印製

(4) 活動錄影、成果 CD 與 DVD 製作

綜合以上受訪者的意見，一致認為電視媒體的宣傳效果為最佳，然而公部門在經費有限的前提之下，如果將藝文活動預算用在媒體行銷上的比例愈高，那麼相對的用在策劃活動與內容的比例相對地就會愈少，勢必會影響到藝文活動的整體品質。以 2004 年日本靜岡濱名湖花博為例，博覽會活動雖在 2004 年 4 月開始，在 2002 年起便已開始對國際進行宣傳行銷工作，除了前往中國、韓國、台灣等國家宣傳活動，並在同年十月開始透過旅行社預售花博會入場門票。在花博會的官方網站上設置四種語言網站以提供活動的即時相關資訊，播放展區內的最新動態，以達及時的宣傳播放效果。在對國內的宣傳行銷活動方面，主辦單位在活動開始之前三個月開始設置活動情報中心，以做為博覽會的資訊提供與服務，同時也在各書局販賣活動手冊、刊登廣告，以多元的管道凝聚人氣。靜岡濱名湖花博在廣告宣傳的花費佔總支出比例不到 10%，比起台灣的新興節慶與藝文活動明顯地低了許多，也因此能把更多的經費運用在強化活動內容與管道凝聚活動之上（林諭林，2006）。前台南市副市長許陽明認為，政府應該以國家的力量支持向大甲媽祖、鹽水蜂炮等少數具有國際性的重點節慶。縣市政府、地方鄉鎮可以自籌經費，但是國際行銷的工作，就應該由政府出面，以國家的力量全力協助（曾蕙蘋，2006）。

4.1.7 「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？

每個城市有有屬於他們的節慶藝文活動，宜蘭童玩節、苗栗三義木雕節、台北電影節、台南白河蓮花節和東港黑鮪魚觀光文化節……等，城市的節慶藝文活動不但為各城市帶來觀光效益，同時也為城市建立良好品牌形象。而屬於嘉義市的藝文活動，也在每年十二月，以

熱鬧的踩街嘉年華以及多元的管樂表演，在城市裡熱烈的展開，這是「嘉義市管樂節」。

行銷學之父 Kotler 把「品牌」定義為：「名稱、專有名詞、標示、象徵、設計或以上的綜合，用意找出某一賣方能與其他競爭者區隔的產品或服務。」良好的品牌形象是無形的財富，它不僅可以保持現有的顧客，也可以吸引許多潛在的顧客（賴沁沁，2005）。

受訪者 A 認為：「你就可以看到我們辦這活動已經受到肯定」A-1-7

受訪者 B 認為：「以嘉年華踩街方式辦理管樂文化節慶，擴大市民參與，創造嘉義市獨特的城市文化風貌。」B-1-7

受訪者 C 認為：「其實我們當年 2006 年在經過創意踩街的策略，那街道上真的是相當多的人。那我覺得市民對管樂節是相當熱烈參與。」C-1-7-1

「很多的空間可以看到管樂意象的藝術品，可以讓人家聽到這個城市覺得它就是管樂城市。」C-1-7-2

受訪者 D 認為：「我想這是不容諱言的是有這樣一個管樂的意象，就是一個管樂城市這樣。」D-1-7

受訪者 E 認為：「城市品牌的話，我覺得基本上那個文化的感覺還是存在的。」E-1-7

受訪者 H 認為：「這個城市品牌肯定是有的，我覺得這真的是很好的一件事。」H-1-7

受訪者 I 認為：「我想是有的，像近年來，不管是國內或是國外，大家都知道有嘉義市管樂節。」I-1-7

一個城市要能吸引觀光客，有四個城市意象創造出的吸引力，分別是地方形象（如正面形象的樹立）、具吸引力的景點（如地理風光、歷史、慶典、娛樂休閒場所等）、基礎建設（如建築物、道路及運輸系統）、人員（如名人、居民友善熱情等）（姜莉蓉，2003；洪綾君，1996；資料

源自張峻嘉、陳永森、林進興，2010)。也就是說，一個城市的定位與其商業發展策略，將影響城市特色與其城市意象的形塑，也影響地方行銷的成敗（張峻嘉、陳永森、林進興，2010）。

成功的品牌要件必需具備要件包括：1.產品本身必需具備符合市場需求的功能 2.必須滿足顧客的預期品質 3.品牌必需能激發顧客的忠誠 4.成功品牌必須不斷創新 5.成功品牌必須注重自身形象（吳一斌，1999；賴沁沁，2005）。在城市的品牌推廣過程中，首先要做好城市定位，再找出城市的特色與核心價值。最終需確定城市所要塑造的品牌形象是什麼，一旦確立城市的理想目標之後，就應該不放棄的經營下去。在經營城市品牌中，不可忽略的一個重要元素，乃是利用圖騰、符號或是視覺標誌，讓民衆得以將城市與城市品牌迅速做一個聯結，透過圖像，市民在深層意識中很容易對城市意象產生價值感的認同。嘉義市運用「管樂雞」吉祥物的圖騰成功地連結了「火雞肉飯」－「嘉義市」－「管樂節」之間的串聯，這一點是相當成功的品牌圖像的傳遞。塑造一個城市的品牌需要經營一段相當久的時間，並非歷經一、二位地方首長的任期就可以完成的。嘉義市歷經二十一年的堅持，經歷了四任地方首長的努力，加上相關政策的支持才能讓嘉義市形塑出「管樂之都」的城市形象，實屬不易。

4.1.8 「嘉義市國際管樂節」目前是文建會福爾摩沙藝術節系列活動中舉辦最久的，您認為成功的關鍵在於？

陳其南指出，文化藝術產業是地方振興、拓展觀光事業的重要動脈，「福爾摩沙藝術節系列活動」正是全國各地活絡起來、展現台灣活力的代表作。嘉義市管樂節從南方小城原來只有五支表演隊伍蛻變成管樂城市，管樂節活動今年已經邁入第二十一屆，也是文建會指導各

縣市辦理「福爾摩沙藝術節」中辦得最久的。

受訪者 A 認為：「文建會福爾摩沙藝術節系列活動全省在推的時候，大家都辦了一大堆活動，結果都沒下落了，剩下了兩個(宜蘭童玩節、嘉義市國際管樂節)、但是唯一沒有中斷過且持續的就僅存嘉義市。國際管樂節他最大的優勢就是用時間累積他的力量。」A-1-8-1

「能夠成功第一個就是承辦單位的堅持，堅持包括你的規畫面，你所展現出來的東西讓人家覺得值得，議會就支持，所以先從漸進的過程，就是說你承辦單位規劃的努力、執政者的決心，所以他能夠成功下來是嘉義市具備了這樣的條件，也就是在辦的過程當中，大家願意把這活動認為是好的活動。任何的一個活動、執政者跟民眾之間他其實都是環環相扣的，那執政者的支持要表現在哪裡？預算。民眾是不是願意讓它存活下來？」A-1-8-2

受訪者 B 認為：「我覺得是很多人的努力，沒起頭就不會有延續，靠著那個延續我覺得最重要關鍵就是說我們已經確實花了很多心力才能打造出來。」B-1-8-1

「市政府也願意把經費編足。」B-1-8-2

受訪者 D 認為：「成功的定義就是從頭到尾都沒有放棄都一直做叫做成功。那你看你辦二十屆每年都一直做沒有放棄所以成功表示說你願意堅持，所以我覺得這是一個很重要的觀念，而且不因政治的外力受影響。」D-1-8

受訪者 E 認為：「有一群在默默耕耘，奉獻付出的一些人。另外就是經費。再來因為 20 屆了，可能慢慢有一些國外的知名度也出現了，會有一些好的團隊也願意來這邊」E-1-8

受訪者 H 認為：「1. 嘉義市管樂團其實最大的關鍵就是嘉義市管樂團，吳平如團長他們最早，你看堅持了十幾年，嘉中精神。」H-1-8-1

「第 2 個關鍵我覺得就是在於政府的支持，後來變成管樂團以後，那是扎根。」H-1-8-2

「第 3 就是民視的宣傳，媒體一報，迅速加速。」H-1-8-3

「第 4 個就是葉樹涵的協助」H-1-8-4

受訪者 I 認為：「我想，應該是一群默默耕耘的人。像嘉義市管樂團在民國 103 就滿二十年了，他們都是默默在地方上耕耘的。」I-1-8

綜而言之，不論在歐洲、美國或是亞洲，政府的支持都是藝術節慶的重要、先決條件之一（吳淑鈴，2001）。

綜合受訪者的訪談內容，嘉義市管樂節之所以能持續二十年這麼久的原因為：

- 1.以時間來累積了自己的能量，在國外已經打出知名度。
- 2.執政者的決心、承辦單位規劃的努力以及市民的肯定與支持。
- 3.堅持辦理，不受政治力影響。
- 4.市府編列足夠的預算。
- 5.為管樂默默耕耘的人：嘉義市管樂團
- 6.媒體的宣傳
- 7.知名人士的宣傳：馬英九總統、葉樹涵的協助
- 8.政府的支持：設立屬於嘉義市的管樂團並向下做國中小管樂教育的扎根工作。

雨後春筍般的新興藝文活動有如流行音樂，新潮時髦卻未必能流傳下來；歷經歲月歷練的藝文活動則有如古典樂曲一般雋永。嘉義市管樂節已經走了二十一年，期待能繼續走下一個十年、二十年，讓嘉義市成為台灣的愛丁堡。

4.19 政府採購法是否影響「嘉義市國際管樂節」的行銷與執行？是否影響辦理活動上的經驗與傳承？

政府為了能夠有效地改善政府舊有的採購制度所產生的問題與缺失，同時也為了配合我國加入世界貿易組織，經過長時間的研議之後，

訂定政府採購法。由立法院完成三讀程序，總統於 87 年 5 月 27 日公布，於 88 年 5 月 27 日正式實施，政府採購法建立起了公共工程採購的法源依據。

受訪者 A 認為：「我們認為說，經驗的傳承一定會影響到，那我們後來是怎麼樣把這一個地方變成是我們的優勢？因為在整個過程當中，我們人完全參與。我們基本上你的任何一個規畫都要我們同意，也就是說這團隊要怎麼做(包括記者會要怎召開，那流程，找的對象)我們也參與規劃，然後你要做什麼，你的構想要經過我們同意，在這過程中我們也提供我們的想法跟看法，我們有同意權。」

A-1-9-1

「跟其他縣市政府不一樣，我們會給予很強烈的指導。你們的優點我們也全部都在學習。我們承辦人員、科長包括我本人，我們變成比他們專業還專業，也就是我們不是只有委託單位的角色而已，其實我們也是扮演著執行單位在過程當中參與與監督，政府官員還比他們還專業，因為我們知道三個團隊是怎麼做的，為什麼我們知道？因為我們在這過程當中就學習了。經驗傳承確實是最大的問題，但是在我們嘉義市文化局反而變成我們最大的優點。」 A-1-9-2

「優秀的執行團隊才能堅守品質。」 A-1-9-3

受訪者 B 認為：「以前都透過這個採購承辦的，但是得標之後到我辦活動，他根本來不及去找團，然後就零零散散，就沒有很好。所以我們去年底 2011 那一次，就開始建一個機制，我們自己跟國外團隊聯絡，就是說國外團隊就直接跟我們報名，那團隊的部分先找好，他就不用去找團了，那我就可以提前，團就會是我自己控制，我就不會因為政府採購法而受影響。我們這機制建立起來就是說我們直接來邀團，就不再透過那個承辦廠商，我們自己得標以後我們再把它交標。」

B-1-9

受訪者 D 認為：「我覺得應該還好，因為他們辦這麼多年，他們在招標細節上已經有區隔說那些東西是需要由我們主導的，有些活動是一定要安插的。」

D-1-9-1

「有一個新團隊來，他有新的點子搞不好可以創意… 現在創意無價嘛！如果有創意，說不定可以做得更好。」D-1-9-2

政府可透過公私部門夥伴關係(Public-private Partnerships PPP)，將觀光節慶活動外包給公關公司，意指依政府採購法，採取公開招標的模式舉辦節慶活動，由公關公司單位提出各自的企劃書，經過競標後由得標單位委託執行(吳淑鈴，2001；王俊豪、康景翔，2006；李宜晉，2008)。

以台灣目前的節慶活動或是藝文活動若是由公部門自己來籌辦，難免會有制式化、創意不足的情形，在經費的掌握上也是難以預估額度而淪為經費膨脹的問題。但是另一方面，若是交由民間團體來籌辦，雖然會有創新的創意想法在裡頭，又難免淪為廠商為了營利而過度商業化，而失去舉辦藝文活動的初衷與文化內涵。此時，公部門與委外廠商之間的契約制訂上就顯得格外重要了。

臺北市政府文化局（2007）在臺北市文化基金會之轉型與任務專案報告中指出，藝文活動的舉辦經由採購法程序而得標的廠商，因年年不同，導致資源分散致活動能量難以成長。「各項常年藝文活動的舉辦奠基於逐年的採購程序，因得標廠商並不相同，致橫向聯繫或垂直整合皆不可行，各項活動的公關行銷與活動呈現均以個案辦理，而無法做大活動能量，資源效益自難發揮至極大化。即便以活動個案檢視，承辦廠商須於採購程序完成確定得標後，才開始正式投入資源並做細部規劃，因而壓縮了活動的前置作業時間，自然影響活動質量的提昇。」報告中並同時指出「採購制度框限致難永續經營」，由於藝文活動採取逐年招標採購的模式辦理，因此得標廠商不論是人力或物力的配置上，均是以一年的預算為基礎來規劃，並無長期規劃藝文活動與長期經營之可能。是而辦理藝文活動的經驗與核心技術不但無法傳承下來，人才培育上也會有斷層之隱憂，而使藝文活動在永續營運上面臨

危機。

政府採購法中，文化藝術性質的採購是最複雜的，其中最受限的莫過於政府採購法十萬元以上就要標案的限制。管樂節中每一個外國團隊的落地接待動則超過十萬、每一項都要標案、每個標案都要跑行政程序，承辦人的工作量因此大幅增加。爲了解決管樂節面臨的困境，嘉義市管樂節自 2007 年第十六屆開始辦理第一次委外招標。在剛開始委外辦理時候，外界認爲沒有了嘉義市管樂團多年以來的協助，是否能順利辦理？再加上承辦的委外廠商是否具有管樂的專業、找來的團隊是否有水準？廠商是否有承辦管樂活動的相關經驗，都引起了外界質疑的聲音。

事實上，承辦的文化局對於委外招標，有自己的因應方式，將優勢發揮到最大。

- 一、在規劃過程中，文化局完全參與，與廠商多方溝通，對於廠商的規劃有同意權。
- 二、在規劃過程中，文化局會給予很強烈的指導，堅守委外的品質。
- 三、在規劃過程中，文化局同時學習吸收廠商的優點，提高自己的專業。
- 四、在規劃過程中，文化局參與監督，SOP 隨時考核。
- 五、建立邀團機制，並且在招標細節中區隔好由文化局主導的項目。文化局主導國外團隊邀請權，以及管樂節中必須安插的活動。
- 六、委外廠商辦理活動有新的創意。
- 七、委外之後製作「結案報告書」，詳細列入標案的規格、文案、執行紀錄等，把標案的規格數據化、條列化、系統化。期許建立好委外模式，未來在辦理管樂節活動的經驗與傳承上皆能有資料可以參考，也可讓接續承辦的人員有指標可以依循。

事實上，文化局內部對於委外信心十足，原因如下：

- 一、歷屆管樂節活動辦下來，對國內團隊有一定的管道可聯繫。

二、平時聯繫國外團隊，確定得標廠商後，就把國外團隊的資料和聯繫部分交由廠商負責。

三、在篩選委外廠商的過程中，會偏向選擇行銷與管樂都能兼具的廠商。

四、加強與得標廠商溝通，做好SOP管理（劉怡廷，2010）。

4.2 文化教育深耕層面

一個文化藝術活動要永續經營與運作，多層面的合作機制是需要的，除了公部門與民間的合作以外，藝術家的作品也要有相當程度表現。甚至是這個活動可以激發出更多的可能性。如文化創意產業、空間改善現況、經費運作模式… 等等。而要能運作經營得更好，行銷成了一個重要的因素（文建會，2006）。如果藝文活動內容可以配合地方文化底蘊，也和地方產業加以連結，活動自然有源源不絕的養分供應。

4.2.1 「嘉義市國際管樂節」對嘉義市民的地方文化認同有何影響？

音樂可以表達出人的情感，它也是國際語言，透過音樂人類得以彼此交流生活體驗、音樂可以陶冶我們的心靈、激發潛能啓發創造力。而社區經過音樂藝文活動的洗禮，不但可以凝聚社區居民的共識、更能交流彼此的情感，進而提升社區中的文化能量。而地方舉辦藝文活動，除了可以傳承地方文化、促銷地方產業、提高地方能見度以外，還能有效凝聚地方民眾對地方文化的認同感，推廣地方文化、吸引遊客參與，極具多元的功能與價值。

由文獻中可以得知，嘉義市的管樂活動自民國二十年發展至今已八十年的歷史，但是管樂活動的發展幾乎是以教育體系為主體，地

方上的一般民眾，幾乎無法在生活的社區環境中接觸到已在教育體系中發展多年的管樂活動。直至地方上成立了「嘉義市管樂團」，再加上嘉義市自民國八十二年舉辦管樂節，地方上的民眾才得以逐步接觸並參與管樂的活動與發展。

「人人都有文化平等權」，藝術應當要能夠深入人民的生活，讓民眾更容易親近，這是人民的權利，也是政府的義務（文建會，2004）。

嘉義市自民國八十二年起舉辦管樂節，迄今已二十一屆。自1997年將原本屬於地方性質的管樂活動予以國際化，並獲得文建會的大力支持，跨出了嘉義市管樂節邁向國際化的第一步。緊接著在2000年舉辦「亞太管樂年會在嘉義」，將地區管樂交流活動擴展為國際藝術活動，國內外團隊高達76支、14天演出場次近百場、演出人次達5000人，吸引30萬人參與欣賞。之後在2011年時舉辦「2011世界管樂年會暨第20屆國際管樂節」，更是帶動全體市民「全民瘋管樂，就是要你管」的管樂文化風氣。

文化政策與文化節慶活動的成功，使居民對城市的認同感大為提升，當城市的居民對於城市文化有所認同時，文化政策的推行與文化交流的推廣，才能夠由小單位做起，不會永遠只是口號，而有實現的可能與願景（許瓊方，2006）。

受訪者A認為：「在民眾都會覺得說嘉義市就是管樂城市，變成一個很自然的反應，這就是一種認同。」A-2-1

受訪者B認為：「大家以這件事情為榮，他會覺得說我們嘉義有管樂節啊！我們嘉義就是要做管樂，他會形成市民認同。」B-2-1

受訪者D認為：「對於嘉義市民的地方文化認同，像幾年前開始辦接待家庭，起初市民也有點陌生，可是做了之後才發現這很棒，所以我覺得…慢慢的我相信嘉義市民對這些嘉義市每年要做的這些活動都有一些期待啦！」D-2-1

受訪者E認為：「嘉義市民參與的參與度是很踴躍，所以在認同上我倒是覺得嘉義市民在認同上是很認同的。」E-2-1

受訪者 F 認為：「對於嘉義市市民對這個文化的認同，我是覺得認同是有，可是我覺得他們可能沒有很把它看成長遠的一個東西，因為畢竟音樂讓人家覺得會有一種距離感。它不像說戲劇可能好一點，那音樂的部分他們就會覺得．．．他們覺得那是一個有落差的文化。」 F-2-1-1

「所以說會純粹欣賞的人還是固定那些，我覺得會是固定的人。」 F-2-1-2

「他有深根，有到國小那邊開始做普及，他們就會把自己的家長也帶出去了之後，可能會開始去認識，至於認同我覺得還有點距離。有開始做普及化的延展了，以我們那時 93 年參加到後面的這一個逐年的感覺(因為我們每年走中山路的感觉)是有比較認同也有普及。」 F-2-1-3

受訪者 G 認為：「前幾年，會覺得觀眾大部分都是走馬看花，但在近幾年有慢慢的感覺的專業的觀眾有慢慢的變多，也有越來越多家庭式的觀眾能夠融入活動之中，有慢慢進步的趨勢。」 G-2-1

受訪者 I 認為：「對嘉義市民來說，他們對這個「嘉義市國際管樂節」已經有期待，市民對於這個節已經是充滿期待的感覺了。」 I-2-1

從舉辦的第一屆開始，管樂節逐年擴大規模，從第五屆開始有外縣市以及國外團體積極加入管樂盛會的參與之後，以踩街的方式突破了傳統的定點表演模式，讓管樂的演出能夠以更輕快活潑的風格來呈現。管樂節自第五屆起，越來越普及化，吸引更多市民共襄盛舉。黃敏惠市長於 2007 年率領市府團隊以歷年來管樂節舉辦成果，成功爭取到「2011 世界管樂年會」，並結合中華民國建國一百年擴大辦理為「2011 世界管樂年會暨第 20 屆嘉義市國際管樂節」，獲得了民眾熱烈迴響，將管樂節之規模帶到歷年來之高峰。

嘉義市長黃敏惠：「建設會讓城市看起來巨大，但文化卻會讓一個城市變得偉大。」嘉義市國際管樂節在嘉義市深耕，活動辦理的核心價值就是期待透過此藝文活動之辦理，促進民眾與管樂能有更頻繁、更深入的互動。嘉義市國際管樂節規劃多面向的活動：國外團體的演

出、室內室外樂的薰陶與嘉年華般的熱鬧踩街活動，讓所有的參與民眾能夠對管樂節有深刻的文化體驗。

參與是建構認同的起點。原本，管樂節只是例行性舉辦的表演活動，與嘉義市民沒有太多的互動、難以激起市民的認同，直到饒嘉博局長採取了西餐式的配套做法，「主餐搭配主菜」，邀請各行各業喜愛音樂的市民加入組團，參與踩街表演，才讓情況有了轉變。除此之外，文化局也徵選出十家特色店家，配合管樂節行銷各式各樣的管樂節活動，將管樂節由官方舉辦的例行公事轉變成全體市民參與的地方盛事，「市民參與了才會有感情」（饒嘉博，2010）。

誠如以上訪談者所言，市民們對於每年十二月的這場音樂盛會莫不充滿期待，猶記得「2011 世界管樂年會暨第 20 屆嘉義市國際管樂節」因為擴大舉行，故將活動時間安排在 6 月 30 日至 7 月 17 日期間舉行，但是到了十二月市民們還會打電話至文化局詢問是否會在十二月再舉辦一次管樂節。這說明了管樂節已經深植人心，對於管樂節已有深切的期待。嘉義市發展久遠的管樂文化，不可否認已在一般民眾的心目中建立了「嘉義市」與「管樂」的等號。

不論是歐洲歷史傳統悠久的節慶，或是鄰近國家日本的經驗，都可以看出一個藝文活動是否經營成功，其最重要的指標是在於社區力量的投入與在地居民的認同感，而不是端看活動經費預算的多寡與參觀人數的增減。透過社區居民、地方團體將愛家愛鄉的熱情轉化為支持地方藝文活動的具體行動，讓藝文活動成為具有在地精神的地方特色才是一個成功的藝文活動。

4.2.2 「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

雲門舞集行銷經理劉家渝說，舞蹈與音樂領域更要注意新觀眾的開發，或是說觀眾的教育；因為舞蹈和音樂節目比較抽象，觀眾從接

受到喜歡，需要學習的過程。「以往台灣表演藝術團隊不談『售後服務』；表演藝術的售後服務，其實就是平常多跟觀眾溝通，提供觀眾各種接觸學習與教育的機會，讓觀眾欣賞了節目之後覺得很值得。」(全國文化論壇，2010)。

由於管樂節的年年舉辦，嘉義市的各級學校陸續成立了管樂社團與管樂班，積極地推廣管樂教育。直到 2011 年為止，參與管樂節活動的嘉義市學校管樂社團與管樂班已經達到有 20 支隊伍。嘉義市各級學校的共襄盛舉，不但顯示出達到了藝文推廣教育的目的，更增進了「管樂之都」的文化形塑(嘉義市文化局，2011)。

受訪者 A 認為：「管樂活動背後的意義就是讓民眾能夠參與，教育面變成文化面。我舉一個具體的例子你就知道那影響力有多大，早期只要辦活動，結束以後(會發現一個現象)現在看看我們文化局辦的活動，活動結束後大家椅子幫你摺疊收好，現場在結束後三分鐘以內幾乎恢復原狀，民眾的素質就是這樣提升的，大家知道說我來欣賞這音樂會，我該有的禮貌、素養，他們都很自然會，然後給樂團一種尊重(安可、什麼時候要鼓掌．．．)，那無形之中大家都很清楚，也造成很多粉絲。」A-2-2-1

「還做了接待家庭，那接待家庭的篩選也是一種活動。他來了之後(國外團體不是表演完就走)他們來你嘉義市，對於台灣的嘉義市，深入他的當地文化。接待家庭帶他們去吃喝玩樂(樂就包括音樂)，所以這東西他是環環相扣的。後面這些接待家庭又跟他們延續一些故事就是一連串的，整個出發點是從文化教育面來，那這樣的角度為什麼會那麼紮實？是因為我們用我們的文化讓他知道，他來嘉義市吃是什麼，住是什麼，生活環境是怎樣，對這城市就產生一種感情了！」A-2-2-2

受訪者 B 認為：「學校還有一個就是國際團隊跟學校的一個交流」B-2-2-1

「再者就是接待家庭」B-2-2-2

受訪者 D 認為：「我相信像幾年前開始辦接待家庭有沒有？對！現在國外很

流行，起初市民也有點陌生嘛，那被邀請的團隊…像上一次日本團隊把他的孩子喔你分兩個你分…他領隊還有點緊張，不知道你可不可以帶孩子，可是做了之後才發現這很棒。」D-2-2-1

接待家庭在許多國家而言是一種較為非商業化的方式，提供給外國的學生或是旅客住宿，對於想要學習當地文化與體驗生活方式的外國旅客或是學生來說，是安全且較為經濟的體驗方式。接待家庭是外國旅客或學生對當地國家所留下的第一印象，素質愈佳的接待家庭可以為這些外國旅客或學生留下愈良好的文化印象。因此接待家庭扮演著一種很好的國際交流的管道。

嘉義市政府自 2008 年起辦理管樂節「國際接待家庭」活動，積極推動國民外交，市府非常用心地徵選了 50 個以上的嘉義市民家庭來接待這些國外團隊。這些接待家庭完全是出自於熱情，因為這些活動皆為無償，除了提供住宿還要供應早、晚餐。此外，接待家庭在國外團隊晚場音樂會演出後，需負責至音樂會會場接外國貴賓，並在隔日的規定時間裡將接待的貴賓送到文化局所指定的地點。文化局負責的藝文推廣科小組成員在這些外國賓客住進接待家庭之前，會到這些接待家庭去一一訪視，並且指導接待家庭應該就其所要接待貴賓的國籍，協助他們充實並了解所接待賓客的背景文化以及相關的接待禮儀。

接待家庭接待來嘉義市參與管樂節表演的國外團隊 2-3 天，期待每位市民都是管樂節的主人，帶領外國人士感受嘉義的在地文化。透過深度的文化交流，不但可以讓外國團隊體驗嘉義市的地方文化留下美好難忘的經驗、開拓更廣的國際視野，同時提昇全體市民共同參與國際活動風氣，展現嘉義市友善、開放、包容的國際形象。

在全球化的今天，台灣的學生需要更寬廣的世界知識和文化理解，來從不同的觀點看世界。國際文教交流與合作之推動，有助於增進國際了解與友誼，並可提昇我國國際學術地位（張欽盛，2005；楊

加華，2010)。

受訪者 A 認為：「管樂這東西不只是只有產業這部分，因為管樂使用者是人，所以嘉義市我們可以從人的角度去做最大的人力資源，也就是人才教育、管樂教育，管樂參與、學校學生參與，培養興趣，我們不必那麼庸塞的認為所謂的管樂一定要有產業才能推廣管樂，從這裡就可以發現，我們可以用管樂的意象、從很多方面包括歌曲、管樂教育，管樂教育要落實在學校教育、生活裡。」A-2-2-3

「目前推動一校一管樂。」A-2-2-4

受訪者 D 認為：「黃市長很想辦法，一校一個團隊，編預算來讓他買樂器可以讓編經費去教育訓練。目前教育處在推動一校一樂團，一生一樂器。」D-2-2-2

受訪者 E 認為：「在音樂教育上，管樂的推廣上這幾年慢慢看到一些成果，好像慢慢看到從國小、國中這幾年才真正有看到說有在推動。」E-2-2

受訪者 F 認為：「如果學校的話我是覺得一定有，因為以往我們在走校園巡迴的時候，就很明顯的感覺。那這幾年推廣我是覺得對學校的教育至少孩子對管樂都有初步的認識，這個是有影響的。」F-2-2

受訪者 G 認為：「據我所知，嘉義市政府為了持續推動『管樂城市』的理念，在中央政府申請 103 年管樂計畫補助專案，也就是在 103 年之前，嘉義市的各級學校都須成立管樂團，這對於嘉義地方的文化教育影響甚遠，試想，當一個地方有這麼多的學校都有管樂團，相對就有更多學生有機會學習到管樂器，也會有更多的管樂專業人士聚集到嘉義市，這對於嘉義市的文化教育都會有所提升。」G-2-2

受訪者 I 認為：「當初第一次辦行進表演的時候，我是擔任主持人。那時我就在想，如果我們嘉義市也能有自己的表演隊伍，該有多好。那當時的張博雅市長有把這句話聽進去，於是就開始著手成立北興國中管樂班。北興管樂班在 89 成立。慢慢的在 94 年博愛國小也成立了管樂班，去年 100 年嘉北國小，還有南興國中也成立了管樂班，此外像嘉大附小、世賢國小、垂楊國小、宣信國小也都有管樂團。那我相信，經由孩子的力量，是可以帶動家長，甚至整個家庭來聆聽管樂、參與管樂活動、甚至能較深入的了解管樂內容，期待能透過這樣的教育的力量，來讓

嘉義市雖然沒有硬體的管樂產業，市政府積極地投入軟體的投資與管樂扎根，著重於各項管樂教育的深耕教育與推廣，積極投入管樂人才的培育。嘉義市政府將管樂扎根的計畫列入「管樂新聲」計畫中，其工作計畫包括有：1、學校管樂團的扶植；2、招募嘉義市節慶管樂團；3、舉辦樂團指導者工作坊；4、管樂校園巡演；5、推廣「城市主題樂曲」；6、社區巡演及交流計畫。

在學校管樂團的扶植方面，教育處大力推動「一生一樂器，一校一樂團」。由市政府編列經費購買團隊所需的樂器，藉由廣設管樂社團，大力推動各校成立管樂社團，並且提升學生學習管樂樂器的比例。目前的雲嘉嘉地區（雲林縣、嘉義縣、嘉義市），高中、國中、國小合計有 451 所學校，至目前民國 101 年的資料顯示，學校管樂團以嘉義市共有 20 隊為最高。

嘉義市政府於 1982 年 7 月 1 日升格成為省轄市，當時的市長許世賢為了配合教育部社教司所推動的「文藝季活動」而舉辦了嘉義市第一屆的文藝季活動。一直到 1992 年，嘉義市教育局一共籌辦了十一屆的文藝季活動，藉由這個活動平台，讓學校間的管樂團隊有了表演觀摩的機會。也因為有這樣的活動後的管樂節慶發展奠下良好的基礎。自 1993 年開始，嘉義師範學院成立了音樂教育學系，1994 年嘉義國中成立音樂班，1996 年時嘉義高中、1998 年崇文國小相繼設立音樂班。

由於嘉義市管樂節的長期辦理，管樂教育必須向下扎根才能更茁壯、才能走更長遠的路。當時的文化局局長賴萬鎮先生、嘉義市管樂團團長吳平如老師、馮朝君老師向市長張博雅建議，嘉義市應該在管樂教育上做深耕，並且向下做管樂教育的扎根，此項建議獲得了張博雅市長的大力支持，在 2000 年成立了北興國中的管樂班。北興國中的管樂班是嘉義市國中小第一個成立的管樂班，在校長邱順命先生與嘉

義市政府的全力支持下，為嘉義市管樂的傳承與發展而努力。在 2001 年成立了嘉義市第一個國小管樂社團－嘉北國小管樂團，博愛國小在 2003 年成立了管樂團，並於 2005 年獲得嘉義市政府同意，成立管樂班。2011 年嘉北國小與南興國中成立管樂班。嘉義市目前成立有管樂社團與管樂班的國中有：北興國中、南興國中、大業國中、民生國中；成立有管樂社團與管樂班的國小有：博愛國小、嘉大附小、崇文國小、嘉北國小、垂楊國小、宣信國小、世賢國小、文雅國小。

嘉義市政府打造管樂之都的決心，展現在教育面，從管樂教育面扎根做起。教育處規劃「一生一樂器，一校一樂團」，廣設國中小管樂班與管樂社團，將管樂主題課程落實在「藝術與人文課程」中，向下扎根，增進學子對管樂表演的認知與欣賞能力。除了上述的管樂團隊與管樂班，市政府教育處並規劃民國 103 年之前，各國中小學全面設立管樂團（黃敏惠，2011）。由表 4-3 可以看出嘉義市各級學校管樂團的數量明顯地有所增加。

在學生數量上，以嘉北國小為例，在 2001 年成立全市第一個國小管樂團時，僅有五個團員吹奏小喇叭。現在的規模已有一百二十名團員，分為 A、B、C 三個團。而博愛國小的管樂班三到六年級目前也有一百二十名管樂班學生。為營造「管樂之都」的意象，嘉義市已為管樂教育全面做好深根工作。從表 4-3 中可明顯地看出，管樂教育向下扎根，在嘉義市各級學校管樂團的數量有明顯地增加，推動管樂團體成效顯著。此外國小學童學習管樂器的比例也有明顯地提昇。

嘉義市的一般家庭比較不願意負擔購買樂器、音樂學習以及觀賞音樂活動的經濟開銷與支出，再者還有交通接送等等的外在環境因素影響，因此在嘉義市除了音樂班與管樂班等與音樂相關的學生之外，一般學生乃至一般家庭對於管樂學習與欣賞管樂音樂會風氣仍尚未全面的普及化。有鑒於此，嘉義市教育處根據綜合發展計畫統計，預定於民國 99－106 年間編列 1 億 5 千 5 百萬元的經費來推動各級學校音樂

教學，支持嘉義市各級學校發展管樂團以及音樂教學（劉榮義、劉可強、嘉義市政府文化局，2010）。

嘉義市政府特別著重管樂深耕教育意義層面，希望從教育基礎出發，讓市民從小就能接觸管樂教育，讓管樂文化在嘉義市扎根發酵，以此將城市獨有的管樂特色發揮得淋漓盡致，並且藉以確立嘉義市發展成爲「管樂城市」的城市競爭力。

表 4-3 嘉義市各級學校管樂團體（班）現況資料調查表

級別	高中職	國中	國小	合計
全市數量	16 所	8 所	20 所	44 所
設有管樂團（班）的學校	嘉義高中 嘉義女中 嘉義高工 嘉義高商 華南商職 嘉義家職 東吳工家 立人高中	北興國中 南興國中 大業國中 民生國中	博愛國小 嘉大附小 崇文國小 嘉北國小 垂楊國小 宣信國小 世賢國小 文雅國小	
數量	8 所	4 所	8 所	20 所
佔全市比例	50%	50%	40%	45.5%

資料來源：嘉義市教育局；研究者自製

受訪者 D 認爲：「另外今年就是開始要找一個節慶管樂團，讓嘉義地區的國

小到高中的管樂學生合起來，幫他們訓練成菁英團隊，那在管樂節閉幕那天也有演出，甚至再去國內、在台灣巡迴，最後還帶去日本。」D-2-2-3

黃敏惠市長表示，管樂節已連續舉辦二十年，有感於活動辦得再好，沒有在地樂團也毫無意義，為此決定培植在地樂團。嘉義市政府於民國 101 年招募管樂節代表團隊，成立「嘉義市節慶管樂團」。這個節慶管樂團是嘉義市政府首度籌劃創立的節慶代表樂團。這支節慶管樂團成立的宗旨就是希望成為嘉義市國際管樂節的城市代表團，透過巡迴演出與交流，行銷嘉義市、宣揚「管樂之都」的美麗樂音。未來除了將在「2012 嘉義市國際管樂節」的新年音樂會中正式演出，還將代表嘉義市進行城市與國際管樂文化交流，並將安排前往外縣市演出以及國外進行城市與國際管樂文化交流。

節慶管樂團的組成成員以 15 歲至 18 歲為主，約是國一以上到高二階段的青年學子，每年將會招考一次。在這次的招募過程中，一共有 85 位學生參加，這些報考的學生來源，除了嘉義市學校外，也有來自雲林縣、嘉義縣、以及台南地區學校的學生報名參加。嘉義市文化局在 101 年 6 月 17 日完成甄選，最後錄取 46 位正式團員。參與評選的評審之一指揮家王戰老師曾說：「很高興也很難得這件事情可以由政府部門來做，從教育培訓著手，讓管樂的專業訓練更紮實。」足見嘉義市政府在長期經營「管樂城市」的用心與踏實。

嘉義市節慶管樂團的藝術總監劉榮義教授指出，將邀請國內的名指揮家曾膺安老師、王戰老師，以及國外指揮家日本埼玉榮高校指揮大滝實老師來指導，過程比照職業樂團的模式來做訓練，藉此讓團員能接觸更多的專業知識、開拓視野，並期許能有更精進的演出。

受訪者B認為：「我們的節慶管樂團，是教育學習的團。我們是升國一之後到高二，我們是比較菁英的團，它是一個學習的性質，節慶管樂團會提供更好的

師資。是招考進來的，要考試的。這個團未來的方向我們也希望說慢慢讓大家知道我們有在做這個，也許我們帶著團去做出一點成績出來，甚至去比賽得名回來，慢慢的家長會知道它可能變成工作，就是他畢了業他可以回到他的故鄉。就是說我希望他變成是一個未來長大之後這件事情除了是我的興趣、休閒，也可能變成是我賺錢的工具。能夠接受孩子而不是一直念書。」B-2-2-3

目前第一屆的嘉義市節慶管樂團採混齡的編制，成員包括國一的學生到高二的學生，由於年紀差距大、素質落差較大、訓練難度增加，較無法顧及個別差異，帶團訓練較為不易。未來訓練的方向會將嘉義市節慶管樂團做一個區隔，分成青少年團和青年團，也計畫要找儲備團員往上更高層樓。將來節慶管樂團還會參與國外交流演出，深入去了解各地的水平與特色，進一步提昇起嘉義地區的管樂水平。

嘉義市節慶管樂團的成立，除了落實管樂文化扎根教育之外，更希望能培育管樂菁英種籽。

4.2.3 「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

一個文化藝術活動要永續經營與運作，多層面的合作機制是需要的，公部門應和民間團體合作（文建會，2006）。

嘉義市國際管樂節經營多年，除了著重教育的深耕面，也帶動了民間管樂團隊的成立。一個成功的藝文活動要能永續經營，就是要發掘地方的文化特色，除了要了解地方的需求，更要積極培植屬於地方的表演團體，才能提升與傳承地方文化藝術。

表 4-4 嘉義市立案演藝團隊資料

編號	立案團體名稱	成立日期	演藝類別
----	--------	------	------

編號	立案團體名稱	成立日期	演藝類別
1	家韻合唱團	85/12/03	音樂、合唱
2	嘉義市玉山合唱團	89/12/19	音樂、合唱
3	嘉義女聲合唱團	93/09/06	音樂、合唱
4	嘉義市教師合唱團	86/01/18	音樂、合唱
5	嘉義市文化合唱團	88/10/25	音樂、合唱
6	嘉義室內合唱團	89/07/28	音樂、合唱
7	雅韻合唱團	90/08/31	音樂、合唱
8	嘉義愛樂合唱團	88/10/04	音樂、合唱
9	嘉義展望合唱團	97/04/23	音樂、合唱
10	嘉義市美的 N 次方 合唱團	98/07/31	音樂、合唱
11	天才室內樂團	91/07/31	音樂、室內樂
12	嘉義市管樂團	83/01/30	音樂、管樂
13	耕心樂集	90/01/15	音樂、弦樂
14	升記號弦樂團	90/04/11	音樂、弦樂
15	藍月管弦樂團	87/08/27	音樂、管弦樂
16	全方位樂團	97/03/24	音樂、管弦樂
17	樂貝兒室內樂團	89/04/15	音樂、管絃樂、聲樂、 鋼琴
18	鳳聲閣民俗樂團	94/08/23	音樂、南管民俗
19	巴里吉他室內樂團	87/09/14	音樂、吉他
20	璀璨室內樂團	93/04/27	音樂、室內樂
21	貓頭鷹樂團	94/01/31	音樂

編號	立案團體名稱	成立日期	演藝類別
22	嘉義蘭潭樂坊國樂團	86/07/14	音樂、國樂
23	典樂國樂團	91/05/06	音樂、國樂
24	嘉邑北安宮國樂團	97/01/22	音樂、國樂
25	雅竹國樂團	88/10/30	音樂、國樂
26	鄉音木吉他樂團	94/04/22	音樂、吉他
27	檀閣箏樂團	89/06/29	音樂、古箏
28	蘭亭木笛合奏團	95/08/30	音樂、木笛
29	幸運草木笛室內樂團	92/08/25	音樂、室內樂（木笛）
30	嘉義兒童暨少年交響樂團	92/04/07	音樂、交響樂
31	嘉義青年管樂團	97/05/06	音樂、管樂
32	鷄公管弦民謠輕音樂團	97/06/10	音樂、民謠
33	嘉義高中校友管樂團	97/09/01	音樂、管樂
34	萬年青爵士樂團	97/09/01	音樂、爵士樂
35	小瓢蟲樂團	97/09/30	音樂
36	音樂盒室內樂團	97/11/11	音樂
37	米絃音樂	99/04/20	音樂
38	嘉義交響管樂團	97/12/22	管樂
39	嘉義市民管絃樂團	98/03/27	音樂
40	嘉義陶笛樂團	98/04/07	音樂
41	嘉義聯合管樂團	98/09/25	音樂、管樂
42	概念室內樂集	100/03/01	音樂

編號	立案團體名稱	成立日期	演藝類別
43	艷紫荊管樂團	100/04/29	管樂
44	諸羅鐵馬道樂團	100/05/26	音樂
45	蓮翔舞蹈團	85/09/04	舞蹈
46	紫荊民族舞蹈團	87/08/12	舞蹈
47	如婷舞蹈團	87/10/20	舞蹈
48	龍門舞蹈團	89/01/11	舞蹈
49	首席舞蹈團	96/10/15	舞蹈
50	D-BASS 舞團	94/01/27	舞蹈、佛朗明哥、爵士、 街舞
51	嘉義火焰舞蹈團	98/12/29	舞蹈、肚皮、佛朗明哥、 各國民俗舞
52	樓閣舞蹈劇場	99/10/20	舞蹈
53	雪之翎舞蹈團	99/12/10	舞蹈
54	艾芙蘿舞團	100/03/17	舞蹈
55	H A B I B I 舞團	100/05/11	舞蹈
56	宏憲社布袋戲團	89/12/22	戲劇、掌中劇
57	金安興掌中布袋戲團	87/06/30	戲劇、掌中劇
58	王玉堂掌中劇團	89/05/24	戲劇、掌中劇
59	義興閣掌中劇團	71/07/01	戲劇、掌中劇
60	玉山掌中劇團	75/01/28	戲劇、掌中劇
61	五洲真復興掌中劇團	71/12/29	戲劇、掌中劇
62	進興閣掌中綜藝劇團	89/07/03	戲劇、掌中劇
63	中興閣掌中綜藝劇團	71/07/01	戲劇、掌中劇
64	長義閣掌中劇團	86/02/13	戲劇、掌中劇

編號	立案團體名稱	成立日期	演藝類別
65	大金馬掌中劇團	71/12/28	戲劇、掌中劇
66	長興閣第三掌中劇團	71/12/29	戲劇、掌中劇
67	長青藝苑掌中劇團	74/02/16	戲劇、掌中劇
68	新南光歌劇團	79/09/05	戲劇、歌仔戲
69	寶麗歌劇團	78/03/08	戲劇、歌仔戲
70	光賽樂歌劇團	88/01/28	戲劇、歌仔戲
71	新拱樂少女歌劇團	81/08/08	戲劇、歌仔戲
72	小茶壺兒童劇團	86/01/15	兒童戲劇
73	修緣兒童戲劇團	89/05/18	兒童戲劇
74	友仁綜藝團	69/12/31	綜藝
75	幸福演藝綜藝團	73/12/04	歌唱、舞蹈
76	韻清樂舞劇綜合藝術團	88/03/01	音樂、舞蹈、戲劇
77	梅花綜藝團	74/09/09	歌唱、舞蹈、魔術
78	自強綜藝團	74/03/06	音樂、歌唱、舞蹈
79	新世紀魔術特技團	69/10/16	魔術、特技
80	慶鴻民俗文化藝陣	98/09/29	其他、民俗技藝
81	木精靈傀儡戲團	99/04/09	戲劇
82	小橘子兒童劇團	99/11/10	戲劇
83	嘉義高工管樂校友團	100/6/10	管樂
84	華南高商校友管樂團	101/2/6	管樂
85	國際文化藝術團	101/4/18	舞蹈、戲劇
86	費洛蒙音樂	101/4/24	音樂、其他

編號	立案團體名稱	成立日期	演藝類別
87	夢時刻舞蹈團	101/7/12	舞蹈
88	OBI 流行樂團	101/8/10	音樂
89	非凡百老匯爵士舞團	101/10/16	舞蹈
90	林雪莉舞團	101/10/24	舞蹈

資料來源：嘉義市文化局，2012

目前嘉義市立案的管樂團隊約有十三支：包含嘉義市管樂團、嘉義青年管樂團、嘉義高中校友管樂團、華南高商校友管樂團、嘉義交響管樂團、嘉義聯合管樂團、艷紫荊管樂團、天才室內樂團等，管樂已逐漸走入市民的生活中（嘉義市文化局，2012）。

嘉義市管樂團成立於 1994 年，為嘉義市民間最早籌組立案的大型演藝團隊。成立時是附屬於嘉義市文化中心（今為嘉義市文化局），多年來採公辦民營的模式運作。嘉義市管樂團的團員來自於嘉義市各行各業的青年，以推廣本土音樂為目標，並且經常蒐集本土歌謠作家之旋律，以管樂團編制改寫，每場演出均受到民眾熱烈迴響與讚許。經過了長年的努力耕耘，團員人數穩定，演出場次已超過 315 場。嘉義市管樂團成立以來，努力地為嘉義地區的管樂做推廣教育工作，每年固定安排有兩次定期音樂會，一次於夏季，一次於嘉義市管樂節。此外還規劃「藝術歸鄉」活動，以社區音樂會的方式，巡迴嘉義市各社區及校園，將管樂演奏活動深入各社區以使民眾能有更多接觸管樂的機會，並且將管樂演奏的歡樂帶給每一位市民（資料來源：嘉義市管樂團網站）。

嘉義市管樂團每年度會辦理二次的定期音樂會，並在嘉義市管樂節擔任開幕表演音樂會的演出。在嘉義市管樂草創之時，嘉義市管樂團更是重要的協辦單位。由文獻中可以得知，在第

四屆至第十五屆的嘉義市管樂節中，嘉義市管樂團參與了重要的協辦角色。

在社區巡演方面，嘉義市管樂團則是前往各社區如廟口、教堂或是社區活動中心等民眾常去及的場所來舉辦小型的社區音樂會，演出的曲目多為台灣民謠或通俗流行曲所改編的大眾化曲目，增加一般民眾的接受度，並且在活動中穿插搭配各種管樂器的介紹，藉此宣傳管樂活動與嘉義市管樂團。

嘉義市管樂團除了擔任起地方上管樂推廣的推手之外，也到外縣市，甚至到亞洲地區多次演出。表演地點涵蓋了全台以及離島的澎湖、金門，香港、澳門、中國大陸、菲律賓、韓國、日本等地。

嘉義市管樂團在嘉義市樂推廣上確實佔有一席重要的歷史定位，但是單靠一個社區團體來長期推廣管樂在廣度上來看難免會力不從心。幸而管樂節在長期耕耘下，逐漸地有一群愛好管樂的地方人士陸續成立了管樂社團。

嘉義青年管樂團成立於 2008 年，團長楊晏丞老師成立嘉義青年管樂團的宗旨為：「藉著樂團音樂團練來培訓嘉義地區的音樂人才，培養嘉義市民音樂藝文的素養，並帶動嘉義市管樂人口的成長，讓嘉義市的藝文活動更多元，讓嘉義市成為真正的管樂之都。」並且達成培訓管樂人才，希望讓更多的人了解學習管樂的好處，並讓更多管樂人才站上嘉義國際管樂節的舞台。嘉義青年管樂團團隊成員多是國小四年級至大二的音樂科系班學生。在 2012 年，嘉義青年管樂團成團時間雖然不長，但卻是台灣濁水溪以南唯一一支遠征參加「第三屆新加坡國際管樂節」比賽的代表隊伍。

嘉義聯合管樂團成立於 2009 年，團長高士根老師成立的宗旨為「為了培訓更多的南部地區管樂人才投入表演藝術工作，帶動南部縣市專業化發展，進而厚植南部展演之人力資源，在每年皆會提出年度管樂推廣計畫，以落實南部地區管樂教育之推廣及提昇南部欣賞表演藝術

之水平。」嘉義聯合管樂團的成員大多為一群對管樂熱血的嘉義大學音樂系校友以及在校生與嘉義地區熱愛管樂的社會人士，是一個結合嘉義地區管樂人才及推廣管樂基礎教育的專業團隊。嘉義聯合管樂團在編制內還成立有「嘉義聯合管樂團附設青少年團」、「嘉義聯合管樂團附設培訓團」，藉由每個星期日的練習，提升嘉義地區學生的演奏技巧和合奏之概念。此外暑假也辦理管樂營隊持續在校園裡推廣管樂教育，希望能藉由推廣管樂基層教育，增加南部表演藝術人才。團長以對管樂的熱情繼續在嘉義市持續推動管樂基礎教育並深耕，希望能以在嘉義地區多場次的演出和基礎培育之機會，來增進嘉義地區表演藝術文化推廣之落實。

嘉義聯合管樂團為了落實創團之理念，每年的管樂推廣計劃均包含有大師音樂藝術講座、管樂營活動、親子慈善音樂會、年度音樂會及發表台灣新秀作曲家之作品，團長認為要要以基礎教育、欣賞人口、演奏人員等三個方向同時進行，才能提昇南部地區的表演藝術水平。嘉義聯合管樂團雖然創團不久，尚還是屬於年輕的管樂社團，但已在2012年獲選為嘉義市傑出演藝團隊，對於地方管樂教育的推廣已受到肯定。

嘉義聯合管樂團目前的近程發展重點為：1.持續管樂基礎教育之推動 2.落實年度管樂推廣計畫完整推動 3.培育嘉義在地表演藝術人才。中程發展重點為：1.結合各個地區之表演團體作跨領域的合作(如：音樂與書法、音樂與繪本、音樂與文學、音樂與舞蹈所結合之表演藝術)。2.每年至少演出一場台灣新秀作曲家或台灣優秀管樂作品，積極推廣台灣本土音樂。3.持續發展本團從國小-國中-高中-社會人士的四個管樂團，建立本團完整的管樂教學制度。4.將本團每年所舉辦的嘉義市學生管樂營持續推動，由單一梯次成長為兩個梯次。5.持續添購本團大型樂器、打擊樂器及增加存譜之數量。長程發展重點為：1.成為文建會扶植團隊。2.持續推動樂團職業化經營。3.推動嘉義優良演出人才歸鄉

計畫。4.舉辦全國性的管樂教育課程。5.成立嘉義聯合管樂團固定團練辦公室。6.參與國際型的管樂活動，已達到嘉義市社區型態的管樂團與國際間之交流目的。與國際接軌，邀請國際級的音樂家合作。

艷紫荊管樂團成立於 2011 年，團長為茆麗蓉老師，由十餘位音樂老師以及管樂愛好者所組成，多數的團員曾經在嘉義市管樂團演出過。本著以音樂服務大眾的單純理念，期待能帶領著樂團一起融入群眾之中，讓群眾除了在聆聽音樂之外，也能跟著樂團做良性互動，讓台上台下一起同樂，一起享受音樂的美妙。

受訪者 A 認為：「從以前的嘉義市管樂團……到現在成立更多的管樂社團，那我們也希望民眾參與。管樂教育要落實在生活裡，我們希望嘉義市民對於管樂是可以參與，你能夠吹最好，你不能吹也有欣賞的團體，所以我們也鼓勵成立社團。」A-2-3

受訪者 B 認為：「民間有「處處有樂音」的計畫，讓這種小型的表演也在城市的其他角落可以更生活化。」B-2-3

受訪者 D 認為：「我們有地方扶植團隊，學管樂的人比較熱情，所以我覺得這是有一定的影響。嘉義市現在一下子成立幾個民間的團隊或者什麼團隊，而且管樂人對於這種自己所學的東西那種熱情度，比其他都還高。」D-2-3

受訪者 E 認為：「我的看法是雖然比較慢了，但是這幾年我看到一些影響，畢竟去做總是好的，不會浪費時間。不過以目前來看，是正在醞釀的階段裡面。所以對民間管樂推廣有何影響，是這幾年開始看到一些成果。這幾年真的有成長。」E-2-3

受訪者 F 認為：「這個應該有，我覺得如果是民間的管樂推廣，我看到最明顯的是艷紫荊，上台演出的那些也大部分是教職人員，大概也在教育界。如果是地方人士的話，像我們學校的親子管樂團，那些家長就是真的都不會的，90%都是從零進來的，因為孩子的關係、因為他有興趣了，所以又加上學校的教育，所以才把管樂推廣了出去。應該說是管樂節，然後那基層的扎根，再進而影響到家長，

應該是這樣。」 F-2-3

受訪者G認為：「嘉義市把管樂列入為重點發展，有一個103年的專案(嘉義市各級學校於103年之前都要成立管樂團)，我覺得這個對嘉義的文化教育是有很深遠的影響。每個學校如果都有人學樂器，那這樣就會有更多的音樂相關工作機會，這樣別的縣市的專業老師也會進來。如果他的縣市參與的人多，想學的人多，那對於民間管樂推廣上是很有影響。所以我覺得嘉義市國際管樂節這樣的方式是很好的。是有正向影響。」 G-2-3-1

「我是希望可以繼續持續，因為沒有後面的政府持續推動的話，每個學校經營其實是蠻辛苦的。」 G-2-3-2

受訪者I認為：「民間的推廣已經推出去，就好比北興已經有校友管樂團目前已成立3年，這些學生將來到了社會上服務，也許會再繼續成立管樂團在繼續去推動管樂這一塊。」 I-2-3

嘉義市國際管樂節舉辦至今已有二十一屆，豐富多樣的管樂文化藝文活動，讓嘉義市在地樂團的數量有所成長，地方上的民眾文化素養也跟著扎根，使得嘉義市在文化的量與質上持續地提升，開創出嘉義市「管樂之都」的城市形象。

在社區化的「嘉義市管樂團」未成立之前，嘉義市管樂活動的發展大多在地方教育體制學校團體中，一般的市民較少有機會於一般生活的社區活動中接觸到管樂活動。這二十一年來，由於嘉義市管樂節的辦理，加上嘉義市管樂團、嘉義青年管樂團、嘉義高中校友管樂團、嘉義交響管樂團、嘉義聯合管樂團、艷紫荊管樂團等團的陸續成立，並且時常將管樂樂音帶至嘉義市各社區的的每個角落，嘉義市地方民眾才得以有機會接觸到更多的管樂活動，並帶動市民駐足欣賞管樂的風氣。

4.2.4 「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

受訪者 A 認為：「管樂節基本上它帶動其他的藝術文化這是一個質的提昇。像我們的配套活動，攝影比賽、心情小語、管樂故事、徵文比賽等等這些都是藝文活動的項目之一，包括生活面的「諸羅藝家人」，還有藝術、風采、環境的配置、環境的安排。」A-2-4-1

「管樂節系列活動也有加入石猴雕刻藝術這部份做整個規劃。」A-2-4-2

受訪者 B 認為：「我們一直在做跨領域的結合，跟流行音樂的合作。」B-2-4-1

「有一些社區之歌，社區的民眾他們自己譜的詞曲。」B-2-4-2

「攝影比賽之外，我們也有辦徵文和心情小語，管樂團在演出的時候，除了跟流行音樂合作之外，也有一些跟體操選手合作(在音樂廳裡)還有佛朗明哥舞。」

B-2-4-3

受訪者 D 認為：「從去年陳澄波的音樂劇這樣的已經從音樂跨到美術，把石猴雕刻再整個做包裝。」D-2-4

受訪者 E 認為：「嘉義市本來我們有那個陳澄波，我們本來就有一些藝術文化的基礎在那邊。」E-2-4

受訪者 G 認為：「有，因為那個嘉義市國際管樂節他就是主打管樂，但現在流行跨領域的結合，像嘉義市管樂團他就會找歌手來，然後之前還有找一個舞蹈團，然後我們嘉大有找踢踏舞的。」G-2-4-1

受訪者認為：「有啊像市府會舉辦提琴節、國樂節、…等。」I-2-4-1

「有陳澄波音樂劇的演出，還有嘉義社區之歌的這一些曲子，那這一些曲子也都已經有人在編了。」I-2-4-2

嘉義市文化局在年度中所安排的藝文活動有：石猴藝術創作、桃城文學獎、桃城美展、小茶壺兒童劇團、提琴節、國樂節、兒童戲劇節、桃城戲劇節、酒倉露天影音音樂會、陳澄波佳藝薪傳文化季、故

宮親子數位藝術展、颯舞節、嘉大藝術季、嘉義文創園區親子藝術節、交趾陶藝術節、黑金段藝術節、檜意森活村－創意森活展、花海節等等。文化局努力地將管樂與上述的地方藝文活動做結合，例如在 2012 黑金段藝術節中，邀請嘉義聯合管樂團合作演出－「藝」管絃音扣心弦、在嘉義文創園區親子藝術節中邀請嘉義市嘉北國小管樂團演出。

除了上述的藝文活動，嘉義市文化局推出「城市主題樂曲」推廣計畫，以及「城市處處有樂音」的推廣計畫。「城市主題樂曲」推廣計畫的內容為將近年所推出的嘉義市管樂節主題曲、陳澄波音樂劇主題曲、城市主題歌謠等，委請臺北市立交響樂團將曲子改編成管樂曲、錄音及專輯製作，並且積極推廣至各校以及各級樂團等。期盼改編成管樂曲後，可以擴大市民對管樂音樂表演的認知與欣賞能力、提升民眾對管樂的喜愛及欣賞音樂表演的興趣和風氣。預計收錄的曲目包含：鬧熱的嘉義市街、小雨傘的姻緣、畫家之歌、我是油彩的化身、玉山積雪、嘉義市市歌、管它什麼音樂、就是要你管、管不住的快樂、嘉市 GO 等，共計十首。

「城市處處有樂音」的推廣計畫內容為邀請嘉義市各民間樂團與街頭藝人等等，在假日時間定點定時表演。演出的場地包括有再耕園、長青園、興嘉公園、嘉義公園、嘉油鐵馬道、中央廣場、月影潭心等公共開放場域，此方案於 2012 年 9 月起開始實施辦理。

受訪者 F 認為：「我覺得沒有很大的改變，我沒有很明確的看到，那如果說有的話也只有像在文化公園它就會多蓋一些跟管樂相關的一些裝置藝術，就是這部分會出來，然後文化中心也有幾個管樂的東西，他是把相關的也移到這裡來。我不曉得居民的內心有沒有被影響到，只是說它可能會搭著這個管樂的主軸來做一些看得到的一些形體的東西。比較看得到的就是一些硬體的東西。」 F-2-4

受訪者 G 認為：「對，其實跨領域的結合應該可以更深入一點。我覺得甚至是可以跟小茶壺啊(我一直很想跟小茶壺合作)，跟小茶壺做一個兒童的管樂音樂

劇。加上小茶壺又是我們在地的兒童劇團。」G-2-4-2

但是地方上的團體所感受到就不同了。他們覺得比較感受得到的是硬體部分的東西，例如文化公園的管樂裝置藝術。與跨領域合作的部份，地方團體認為應該再更深入一點，例如與嘉義市在地的小茶壺兒童劇團合作

。也許這可以列入文化局下一個思考的方向。研究者認為也許是基於管樂是較為外顯的音樂，比較可以和舞蹈、流行樂曲等領域做結合，至於一些較為靜態的藝文活動，在管樂的搭配上確實有難度存在。

4.2.5 「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深入的互動？

受訪者A認為：「我們的目標是，讓各學校在管樂節以外的時間，利用不同的時間、在不同的地點作表演，讓學校的社團能有更大的表演時間跟空間。」A-2-5

受訪者B認為：「從2006年開始我們的創意踩街後，不斷的一直延續然後辦比賽，然後讓學校參與跟動員。他們的反應都還蠻正向的，然後家長會投入很多，有一個活動的平台，然後讓嘉義市的孩子(尤其是沒有學管樂的)，可以透過這樣的參與造成認同感跟榮譽感。」B-2-5-1

「那未來的推廣就要靠長期的累積。希望說從國中小這部分，我們都可以有一個漸進式管樂社團，教育處跟中央申請經費，包括你買樂器的錢或師資的錢。」

B-2-5-2

受訪者D認為：「比較有名的國外團體有來和嘉義大學的管樂團交流，想要辦這個工作坊。」D-2-5-1

「但是我覺得這交流以後要再更深入，比如說我打算把他們分幾組去到嘉義市

所屬的各國中小，去幫他們做一些實際的示範演出和教學這樣子。」D-2-5-2

受訪者E認為：「目前我們學校是跟管樂節的互動非常的深。可能還可以再安排更多啦，覺得說如果可以跟學校之間有一個互動的話，類似巡迴，某一些好的團隊就到博愛國小去，互相多一點交流，或者是說他們來，撥一點時間來看看，這個部分也可以。」E-2-5

受訪者F認為：「巡迴它是每年都有做，管樂節的那個系列週都有排校際的巡迴，類似去宣導這樣。」F-2-5-1

「像北興國中他們去年有申請日本的一個表演團隊到他們學校去做交流，那那一次我就覺得很好，因為有一個大師級的團體到學校進駐，那我是覺得這部分倒是可以他們幫我們主動的安排啦，會期待不一樣的領域進來學校，它可能會希望我們去音樂廳看他們表演，可是那畢竟是學校少數人才去，那如果他一進來是全校性或者是更多人可以看到。而且大師在這種場合裡面(全校那種)我覺得感受力會不同啦！我覺得可以做。」F-2-5-2

受訪者G認為：「以往,嘉義市政府都會委託單一或是少數的在地管樂團隊到各學校做宣傳演出和音樂講座，我覺得這個點子雖然不錯，但沒有深入。」G-2-5-1

「我覺得嘉義市政府應該可以和嘉義在地的管樂資源，像是平均分配每一個在地管樂團隊所該負責的工作，例如:有些團隊負責舉辦一些像是營隊，管樂營或是育樂營，有些團隊帶著小朋友介紹樂器，有些負責主辦一些以學校或鄉里活動中心為出發點的音樂會，如此一來，管樂節的推廣可以更深入學生的生活之中，而各個團隊也會因在管樂節有所付出而有參與感。」G-2-5-2

受訪者I認為：「我認為「管樂」是需要時間來練習的，所以如果管樂團隊能在校園裡演出、再來讓這些管樂團隊參與地方上的演出。我認為應該從學校延伸到社區團隊。」I-2-5

陳彥霖（2008）指出，宜蘭國際童玩節的結束帶出另一個值得我們思考的議題。那就是，藉由連續的新創活動而不從發掘及了解在地文化的深層面著手，加以探討文化失根的原因，將是造成節慶永續發

展無法延續的最大因素。台灣近期推出的新節慶活動中似乎看不到文化的層面，取而代之的是攤販式的文化，此為現今台灣節慶活動失敗因素之一。

反觀嘉義管樂節活動目標，其一為：「擴大市民參與，落實文化公民權」，藉由管樂城市的意象，提昇嘉義市精緻藝文展演水準，並發展為地方文化特色與文化產業之一環，藉以拓展更多的藝文欣賞人口，增加觀光資源，帶動地方生機與商機，以期促進民眾參與國際性藝文展演活動，形成「文化公民權」意識，建立對市民對自我文化的認同與自信。

由上述訪談資料得知，公部門雖有安排管樂節參與團隊到各級學校互動，但是不夠深入，能被安排參與互動的各級學校也不多。限於經費的關係，公部門所能安排至學校參與管樂交流與互動的外國團隊以及國內大師級的管樂團隊真的有限，研究者認為到各學校互動這一部份可以再多一點的規劃與加強。

4.3 地方產業結合與推廣面

節慶活動的舉辦除了可以促進觀光、推動社區營造的精神以外，還能兼具推動地方產業（陳柏州，2004）。

台灣的地方節慶大致可分為三種類型：

1. 產業促銷與社區營造的節慶：以當地的產業為基底，結合社區總體營造計畫，並善用地方文化特色包裝之後，推出新的節慶活動。如東港黑鮪魚觀光季、白河蓮花季、三義木雕節、鶯歌陶瓷藝術季等等。

2.創新傳承民俗祭典節慶：以當地的傳統節慶為基礎，並加以創新，賦予傳統節慶活動新的觀念與新的意義。如高雄內門宋江陣、大甲媽祖國際觀光文化節。

3.藝術文化節慶：地方為了發展觀光所舉辦的文化節慶與藝術展演活動，同時賦予節慶活動國際觀，可以在節慶活動中呈現東西方的文化交流。如宜蘭國際童玩節、台東南島文化季、嘉義市國際管樂節等。

然而，節慶活動本身所帶來的吸引力不只是自然景觀，還包含許多人文的活動所要傳達的意義，使觀光客在當地停留的時間加長，增加當地居民的收入。故節慶活動的基礎在於文化的創造力、整合力和專業的經營能力，若要期待節慶觀光登上國際舞台，則必須有更細膩精緻的設計(劉大和，2001)。

4.3.1 「嘉義市國際管樂節」如何與地方產業結合？

受訪者 A 認為：「嘉義市沒有樂器製造商這部分其實是我們當初在思考時比較有困難的，所以我們設計有店家(諸羅藝家人)，讓民眾店家都進來，那我們再找幾個團隊在你選上的諸羅藝家人網路上推薦你來參加嘉義國際管樂節，你可以到這幾家去消費啊，那我們也請這些團隊去那邊表演，參與者他會覺得很有好處。」

A-3-1-1

「還有票選十大伴手禮。」A-3-1-2

「我們要固定的企業形象，就是那管樂小雞，只要看到這圖形就是代表國際管樂節。」A-3-1-3

受訪者 B 認為：「烘焙業，方塊酥就幫我們做了薩克斯風的造型，用管樂的或者是城市的主題下去做伴手禮。」B-3-1-1

「希望以後可以推管樂主題餐廳。」B-3-1-2

受訪者 I 認為：「這幾年來，我們都用管樂的 logo，為什麼那一隻雞？因為

火"雞"肉飯，管樂節為什麼是一隻雞仔，我們是把產業結合進來。」I-3-1-1

「我覺得每一年至少要有一部主題花車，花車對踩街很重要，因為花車對踩街來說是個象徵意義，但是這幾年沒有看過以火雞肉飯為管樂踩街主題的花車，大家都知道管樂上的雞代表的是火雞肉飯，但歷年來卻沒有出現過。這雖不是互惠的，但可以共同來成就管樂之都。」I-3-1-2

「地方產業跟這一方面，每一年找嘉義的一家企業以他當主題，雖然嘉義市小，但我覺得集結起來也是一股力量，那一方面透過這樣方式去讓大家知道說嘉義有很多的產業，像方塊酥業者，遠東機械也夠大，那個部份就還是可以去研究。」I-3-1-3

地方文化產業是由地方居民生活經驗及精神價值內涵所產生，是以地方文化為基底的產業發展型態，具有地方傳統性、獨特性的特色，必須兼顧經濟層面的發展以及文化的傳承工作，是富有文化使命及特殊意義的（陳思琦，2007）。

地方文化產業具有地方性、文化性、與獨特性。嘉義市雖然小，卻有著豐富的在地文化與產業：管樂節、國樂節、石猴雕刻、交趾陶、嘉義畫家陳澄波、木材產業、森林旅遊、火雞肉飯、方塊酥等等。近年來在嘉義市政府的努力之下，皆會優先進行地方產業的規劃與行銷，包括文宣宣傳、商家異業加盟等，將管樂節與在地產業做結合。除此之外，透過嘉義畫家陳澄波畫作之文化商品，將其予以加值應用，讓在地產業與藝文活動做充分的結合，期許能創造出更多的文化經濟。

研究者由訪談資料的整理中，發現嘉義市人口大約二十七萬多人，產業多以服務業為主。嘉義市藉由發展節慶活動來開發地方經濟，促進地方文化發展，並保存傳統文化與藝術。嘉義市雖有不少的大型產業，投入相關藝文活動贊助的企業卻不多。市府在推動企業的合作與投資上可以再投入更多研究，促使企業與嘉義市地方產業做結合，不但可以提升相關文化節慶活動之整體效益；也可透過企業的贊助，

促使民間資源投入藝文活動中。這樣的異業結盟關係，不僅提升企業形象，亦可創造多贏的形象。

嘉義市政府近年積極地發展地方文化特色之產業來帶動文化節慶的人潮，期許帶來餐飲業、住宿業以及服務業的成長並創造更多的工作機會。嘉義市藉由地方藝文節慶活動來形塑地方特色之外，更應該致力於促進管樂文化與地方產業媒合的可能性。

4.3.2 「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方文化創意產業的發展？

在後工業時代，文化創意產業可以幫助社會的持續推動與國家的永續發展同時也是一個國家的軟實例的最佳表現。文化創意產業不但包含的有形的自然能源、人文的遺跡，同時也包含了無形的創造力（林炎旦，2011）。

台灣政府在 2002 年的「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中，將文化創意產業列為國家重點推動計劃。文化創意產業是一個國家展現軟實力的最佳舞臺，文化創意產業不但有助於國家的經濟發展，也有助於社會文化的永續推動，更由於人文以及歷史遺產，發展出無限的想像力與文化創造力。

馬英九總統於 98 年 2 月 21 日在「當前總體經濟情勢及因應對策會議」中，強調文化創意產業是台灣當前重要的六大關鍵新興產業之一，指示政府單位應該投注更多的資源，來擴大規模，並提升新興產業的產值。此外還要輔導並且吸引民間投資新興產業（文建會，2009）。

受訪者 A 認為：「我們有店家『諸羅藝家人』，讓民眾店家都進來，那我們再找幾個團隊在你選上的諸羅藝家人網路上推薦你來參加嘉義國際管樂節。」

A-3-2-1

「還有票選十大伴手禮」A-3-2-2

受訪者B認為：「我們有一年在推那個烘焙業，方塊酥就幫我們做了薩克斯風的。然後很多就是用管樂的或者是城市的主題下去做伴手禮。」B-3-2-1

「有推一個管樂主題特色餐廳，一直想要做，但還沒有做到很成熟，希望以後可以推管樂主題餐廳，然後在他的菜單上面有一個是管樂組合，然後管樂主題餐可能是邊服務然後來一段曲子，然後就開始點餐，然後上菜的碗就是用號口裝的，然後上面還撒肉桂粉裝飾成音符。」B-3-2-2

「十大伴手禮這方面，因為嘉義的烘焙業其實有的老店做很久了，那大餅上面如果是一個管樂小雞的話，然後蓋個印章，這些點子要說服他要很久。」B-3-2-3

受訪者I認為：「我覺得嘉義市要稱為「管樂之都」尚不夠，市府應該多跟業界做結合，例如設一個管樂的樂器展示場，裡面有各種相關的管樂CD、譜啦、以及管樂周邊的商品，比如某些有名團隊的CD、設計有管樂圖案的T恤、管樂創意產品等等，來創造管樂的氛圍、炒熱管樂的熱度並且吸引更多人參觀。」I-3-2

嘉義市境內擁有非常豐富且多元的文化創意產業資源，包括有石猴雕刻、交趾陶創作、具特色的玄帝廟高空盪鞦韆民俗活動、雲霄里的剖香腳等等。日治時期的林業文化、建築風格具歐洲風格的營林文化園區，原嘉義酒廠更是獲得文建會指定為全國五大創意文化園區之一。嘉義市文化創意產業資源整理如下表。

表 4-5 嘉義市文化創意產業資源

嘉義市文化創意	表演類	嘉義市管樂節、嘉義市國樂節、兒童戲劇節、提琴節、颯舞節、黑金段藝術節
---------	-----	------------------------------------

產業資源	視覺藝術類	交趾陶、石猴雕刻創作
	傳統民俗類	玄帝廟高空盪鞦韆民俗活動、雲霄里的剖香腳
	藝文展演場所	嘉義市文化局、嘉義市立博物館、嘉義市交趾陶館、嘉義市史蹟資料館、石頭資料館、嘉義鐵道藝術村、祥太人間博物館、中正公園、文化公園廣場、嘉義創意文化產業園區、動力室木雕作品展示館、阿里山林業村及檜意森活村

資料來源：1. 嘉義市文化局；2. 研究者重整製表

嘉義創意文化產業園區是全國五大創意文化園區之一，土地產權原屬台灣省菸酒公賣局，在 2003 年由文建會(今文化部)正式接手，歷經土地移撥、管理單位變更及都市計畫變更等程序後，成立嘉義創意文化園區。嘉義創意文化產業園區將成為嘉義市文化創意產業發展的核心，除了提供展演與展示的藝文活動空間，也是日後培育嘉義市文化藝術人才的搖籃。在嘉義市的硬體文化創意資源上，公部門相關單位應有效整合這些極富地方特色的空間資源，並輔導文化藝術創作者轉型，使這些傳統的文化產業能成為更貼近生活的文化創意工藝產業，讓文化創意工藝產業，轉型為具經濟產值的可製造性文化創意產品，使之成為可消費並且支持城市文化觀光的有利資源。

嘉義市文化產業發展之現況有：建國 100 年隆重推出的鄉土音樂劇「我是油彩的化身—原創音樂劇」、最具地方傳統文化特色的「交趾陶」以及打造嘉義市城市品牌的「嘉義市國際管樂節」。「我是油彩的

化身「原創音樂劇」是以美術大師陳澄波之人生故事為主軸，用音樂藝術撫慰歷史傷痛。音樂劇本身不但可以創造商機，由音樂劇衍生出來的周邊產品，更可以吸引一般的普羅大眾。這些周邊產品有複製品、衣服、郵票、海報、筆記本…等，這些藉由陳澄波作品所開發出的藝術商品，不但讓一般民眾更能親近大師的風采，也能帶動陳澄波音樂劇的行銷熱潮。

在「交趾陶」部分，嘉義市籌辦「交趾陶藝術節」以及「葉王獎－交趾創作新人獎」，致力於提升交趾陶技藝，希望透過每年舉行的交趾陶藝術節能提昇交趾陶造型設計方面的研發與創新能力，進而創造出獨特的文化風格。傳統的交趾陶製作，題材多是取自民間故事，施展於寺廟，帶有教化的意義，但因時空背景的轉換與市場需求的改變，交趾陶已從寺廟建築裝飾轉型為紀念品與生活家居裝飾的工藝品。唯交趾陶目前面臨了傳統題材與流行文化脫節的問題，嘉義交趾陶如能在設計應用上不斷創新，並透過每年舉辦的「嘉義市國際管樂節」等節慶藝文活動，期許嘉義交趾陶能如同日本博多人形偶一般成為具有地方特色的傳統藝術作品，並成為最具嘉義市地方文化特色的最佳文化伴手禮。

為了帶動嘉義市的文化創意產業，文化局早邀請知名設計師，精心設計開發管樂節紀念商品，歷年的文化創意商品有少量 T 恤、polo 衫、帽子、管樂小雞鑰匙圈、派克筆、紀念電話卡、紀念郵票、管樂護照、紀念馬克杯、公仔、筆記書、管樂小雞紀念筆、文件夾、磁鐵、胸章、鑰匙圈、水晶球、巧克力禮盒、冰淇淋等；燙金版 T 恤、管樂小雞紀念筆、紀念磁鐵、巧克力禮盒、頭巾、管樂紀念 T 恤、方便傘、水瓶、夾腳拖，甚至還有證件套、管樂小雞耳機塞等等，商品融入管樂節熱鬧繽紛元素，時尚、環保又實用，值得樂迷收藏。

運用創意來生產文化衍生性商品的概念，自九十年代以來已是台灣的文化與經濟、觀光產業界備受重視的課題。強調藉由文化活動，

結合創新的生產、分配、消費，形成文化活動的商品鏈（commodity chains），或發展創意生活圈（the creative milieu）並帶動觀光人潮，是政府施政的重要項目之一（林國章，2007）。

此外，嘉義市文化局推廣在地文化產業，於2005年新增「諸羅藝家人」徵選，遴選特色商家。2007年新增「諸羅十大伴手禮」，提振地方產業。2008年規劃小型管樂團於「諸羅藝家人」特色店家演出，將管樂與地方文化產業更緊密合作。同時更有攤位活動，推廣並行銷「諸羅十大伴手禮」。「諸羅藝家人」透過甄選，不但促進在地的文化生活產業，也讓更多店家因為這個活動願意投入更多的創意概念。

不過，研究者發現，嘉義市沒有樂器的相關產業，因此要結合樂器產業這一區塊的發展是較為不容易的。參與「諸羅藝家人」遴選特色商家大部分為餐飲業，嘉義市政府可以擴大異業結盟，將「諸羅藝家人」推廣到食、住、行、育、樂以及體驗行銷這些領域，讓「諸羅藝家人」的特色商家面向再更廣一些。研究者認為嘉義市應該結合更多民間的力量，才能培植更多文化藝術人才。嘉義市素有「畫都」之美稱，近二十年更致力形塑為「管樂之都」，公部門不但要傳承、延續既有的藝文資源，更應藉由教育將藝術文化扎根，並深耕藝術文化於市民生活中，鼓勵社區及民間的參與。如此嘉義市將能夠以豐富的藝文展演的空間資源，提供本市藝文展演的基地，甚至可擴展至鄰近縣市，吸引更多的文化創意人才進駐嘉義市，讓嘉義市聚集眾多的藝術與文化創意，有更充足的動力來推動文化創意產業。

4.4 地方藝文團體扶植面

一個文化藝術活動要永續經營與運作，多層面的合作機制是需要的，公部門應和民間團體合作（文建會，2006）。

綜觀國際展演活動舉辦的目的，應在於透過中央與地方文化行政體系，以及民間藝文團體資源之整合，提昇地方精緻藝文活動之水準，並使該項展演活動成為地方藝文特色傳統與文化產業之一部分，以帶動地方文化藝術事業之發展與國際觀之建立（宜蘭國際童玩藝術節官方網站 <https://www.yicfff.tw/about.php>）。

根據「台灣地區藝文展演團體調查」結果顯示，台灣表演藝術團體在發展過程中面臨最困難的問題，就是籌募經費。這些藝文團體主要的補助來源，依序是文建會贊助或補助、各縣市文化中心贊助或補助等。由此可以看出，政府部門之經費補助對於表演藝術團體的實質助益，居於相當重要的地位（謝瑩潔，2001）。目前國內對於藝文團體補助的主要單位有文化部、國家文化藝術基金會、南方表演藝術發展計畫，以及地方上各縣市政府的文化局或文化中心、文化基金會等等。

4.4.1 受訪團體參加「嘉義市國際管樂節」的演出歷史

受訪者F認為：「有，團隊成立的第一年(92年10月成立)，然後隔年12月的管樂節就去參加了。」F-4-1

受訪者G認為：「有，曾參與2009~2011年的嘉義市國際管樂節和嘉義市所主辦的2011年世界管樂年會。」G-4-1

受訪的團體皆有參與嘉義市管樂節的演出，其中的國小團體參與演出的經驗更達十年之久。

4.4.2 「嘉義市國際管樂節」活動對於地方藝文團體的意義與幫助

受訪者 F 認為：「地方的藝文團體，像目前有一些艷紫荊、嘉義市青年管樂團，那這個管樂節也提供他們一個固定表演的一個時間跟一個空間，也因為有這一個主要終極目標（嘉義市國際管樂節），他們平常的時間會再去找各個場所還有各個節慶的相關活動就會去辦一些小型的發表會，所以他們也會順勢成長。」

F-4-2-1

「管樂節還是一個比較代表性、象徵性的表演舞台，或許管樂節的一個接收的表演節目他沒有辦法通過，他們就會再透過一些地方性的表演去做演出。所以對整個管樂的發展我是覺得可以比較普及化。」 F-4-2-2

受訪者 G 認為：「1. 有機會跟其他縣市的團隊老師交流資訊。2. 可接觸到一些管樂相關的講座。3. 可以讓我們有個表演的舞台，並讓嘉義的群眾有機會認識我們。」 G-4-2

嘉義市管樂節提供了全台灣與嘉義地區管樂團體表演的平臺，全嘉義的管樂團體無不以參與嘉義市管樂節為終極目標。藝文活動的發展有賴於文化當局的推廣，再結合民間文化團體舉辦各類藝文活動，帶動舉辦可全民參與以提昇藝術與人民之間的互動，使人民有共通的認同感（吳明懷，2003；丁美月，2010）。正因為這樣的管樂節慶活動，嘉義市地區在舉辦管樂節之後，成立了約有九十個地方藝文團體，而其中又有十三個與管樂相關的團體。足見地方藝文活動的舉辦對於地方藝文團體有正向的提昇作用，嘉義市管樂節的舉辦增進了市民參與藝文活動的機會，也增進了市民互動的機會與對嘉義市的認同感。

4.4.3 嘉義市政府在協助地方藝文團體申請其他機構相關藝文補助方面

受訪者 A 認為：「關於申請其他相關補助這一部分，我們都會提供相關資訊給地方上的藝文團體。」A-4-3

受訪者 C 認為：「我們會輔導，但是他們會跟中央來申請補助所以國家文化部有所謂的傑出團隊的甄選，然後它有三種階段。他們可能有一部分是跟文建會補助，可是都不高幾十萬。」C-4-3

受訪者 D 認為：「市政府文化局的經費相對是有比較少一點，那經費是不是那麼足夠，所以我們就是會扶助他們去申請文建會的現在是文化部嘛或是國藝會做相關的申請，這些都有在做的，或者是南方藝術扶助團隊的補助。」D-4-3

受訪者 G 認為：「有，但據我所知，並不是所有的團隊都可以獲得相關資訊，必須要跟文化局的人打好關係。」G-4-3

受訪者 I 認為：「補助來源如果說有一些像文建會或其他團隊相關的活動訊息（就是各地文化局音樂廳的演出），這些細節他的文都可以轉到各個．．．那轉過去的話因為有一些是有補助有一些是沒有補助的，那去思考要不要去申請．．．這些訊息都會下來。他都會主動提供。」I-4-3

黃聿卉（2005）指出亞維儂市政府每年提撥總預算的 15% 於文化事務支出，並給予當地劇團和劇場的優渥補助，確實成功的將亞維儂推向法國第一的表演藝術重鎮。

相較之下，嘉義市限於經費，公部門在地方藝文團體的經費補助方面並不多。因此公部門會主動提供相關的活動訊息，並且協助地方藝文團體申請文化部、國藝會（財團法人國家文化藝術基金會）或者是南方藝術扶助團隊的相關補助。此外也會輔導地方藝文團體跟中央來申請傑出團隊的甄選，協助地方藝文團體申請到更高的補助金額。

嘉義市每一年都會由市政府文化局徵選以及獎勵傑出演藝團隊，

徵選出傑出演藝團隊之後，對地方藝文團體是否能建立好建全的整體發展計畫，同時對於地方上優質但經濟體質上卻弱勢的藝文團體加以補助與培植，關係著地方藝文團體生存與否以及地方文化特色的深耕。

輔導機制是重要的，如何去提出來對地方藝文團體有幫助的那些策略跟方向，以及行政細節上如何去執行，都是公部門對地方藝文團體輔導的重點。巧婦難為無米之炊，如同政府年在南方發展計畫(2009)中所提及「在地表演團隊比例偏低，急需政府大力扶植」的呼籲。

4.4.4 嘉義市政府對地方藝文團體經費上提供的贊助方面

從台灣以往的藝文補助政策來看，主要的補助單位為文建會與國藝會、以及各縣市的地方政府，依照相關的辦法來給予直接的補助。近年以來全球有不少國家另外發展出間接補助的方法來拓展藝文市場的規模。所謂間接補助的運作模式為，透過消費者端的補助措施或是予以減稅的方式，來刺激民衆支持並且支持藝文團體與藝文活動。我國在2010年剛公佈的「文化創意產業發展法」中，政府即列出與藝文間接補助機制相關之法令（行政院研究發展考核委員會，2011）。

受訪者A認為：「早期有，透過嘉義市文化基金會的補助。但是近年補助額度較少了。」A-4-4

受訪者C認為：「會啊！但那也許經費不是很多，因為市政府在這邊的預算真的很少，可能好幾個團加起來都沒有超過一百萬。因為如果你說的是管樂團的話，那有可能是表演藝術科也會補助，但那個要甄選。那嘉義市其實有傑出表演團體，像艷紫荊管樂團、嘉義聯合管樂團、嘉義青管，它們就必須來尋求補助。」C-4-4

受訪者D認為：「其實是主要是團隊自己很主動。我想政府基本上它們都尤

其是文化局，這方面他們都還蠻支持的。」D-4-4

受訪者E認為：「我有去審核過一兩次，他們地方藝文團體只要提出申請，他們會審核，然後多少會有一些補助。」E-4-4

受訪者F認為：「那團體必須去市政府立案它才可能提供申請補助它才會下來，學校單位的話，他的補助還是要每年特定她們有經過預算的範圍內才會撥給我們。不會全額補助，要看他們當下那個活動的大小，他們再去審核這樣。」F-4-4

受訪者G認為：「有，本團除了在申請音樂廳演出有補助之外，本團也連續獲選兩年的嘉義市傑出演藝團隊，凡是獲選為嘉義市傑出演藝團隊，都可以申請該年度演出相關的補助經費〈6萬—10萬〉」G-4-4

受訪者I認為：「對於那些傑出演藝團體他有輔選，然後有給一些補助，但不多，既然管樂是嘉義市要的藝文活動，那政府在管樂這一區塊會較多。傑出演藝團隊他會給一些補助，有些立案的團隊他會看你的運作，經費不多，越來越少了，大概都10-20萬。補助不高啊！當然是不夠。」I-4-4

表演藝術聯盟秘書長于國華認為，過去二十年台灣表演藝術的發展，最大的支持力量來自政府。從劇場興建、表演團隊補助到從中央到地方政府舉辦的各類文化活動，政府成為最重要的表演藝術「買家」。面對國家負債日趨嚴重，政治人物對於政策又時有不同主張，是不是能夠持續對表演藝術注入資源，始終是個隱憂（于國華，2010）。

文建會一向重視地方上的表演藝術團體與其發展，嘉義市政府亦是以同樣的態度來扶植地方上的藝文團體並且爭取補助的機會。嘉義市政府對於地方上有心要推動管樂發展的藝文團體有一個補助的管道。只要是有在市政府立案的藝文團體，在硬體的協助上，就是對藝文團體提供場地的提供。在經費的提補助方面，市政府會在預算內提供經費的補助，但市政府在這部份的預算有限。此外，嘉義市每一年度會遴選出嘉義市傑出演藝團隊，並且予以較高的經費補助。每年透過嘉義市傑出演藝團隊的評選，讓地方上的優質藝文團體有較多的補

助經費、在發展的空間上也能更為寬廣，並且讓這些優質的藝文團體能有更充裕的時間來進行藝術的創作與表演。以 101 年嘉義市傑出演藝團隊為例，獲選的八個傑出演藝團隊中就有兩個管樂團隊。嘉義市政府希望透過獎勵優質藝文團體，能夠積極地鼓勵地方上人才的培育及創作，並透過藝術交流，來深耕發展嘉義市的在地特色。

光靠少數愛好藝文與藝術學習者的族群，無法支撐起急速發展中的藝文生態。因此藝術創作往往需要依靠政府與企業的支持，而站在促進藝文環境發展的基本立場，政府責無旁貸（陳其南，2005）。除了政府直接挹注資源之外，表演藝術另外兩個重要的支持力量：觀眾（票房市場）和贊助（企業及個人），都應該被更積極的開發（于國華，2010）。

4.4.5 「嘉義市國際管樂節」規劃的演出場地方面

隨著時代不斷的變遷，科技的進步與經濟的蓬勃發展，國民所得的提高，民眾對於休閒生活與藝文觀賞的需求提升，使得文化建設及文化活動的品質日趨受到政府及民間的重視。文化建設包括質與量的改變與提升。設立專業的場地提供音樂、舞蹈、戲劇等個人或團體演出的空間與設施，是表演藝術發展的要件，不僅提供表演藝術者優良的表演場所，更可帶動表演藝術及相關產業的發展。因此，表演場地可說是藝文發展的首要條件，也是評估一個國家整體發展程度的重要指標（趙淑琴，2008）。

受訪者 F 認為：「場地我是覺得還好，因為能用的就是這麼多。他現在就是只有演藝廳、文化中心、中正公園和文化公園(文化廣場)，就這幾個。」F-4-5-1

「我們在地的學校，在地的團體，我是覺得可以不一定每年都排在場地外面，應該可以輪替個幾年。因為每年都在報的話，輪替個幾年可以到場地裡面去(就是

文化中心裡面)，對於表演者就會有一種層次上的不同吧！」F-4-5-2

受訪者G認為：「嘉義的團隊除了嘉市管之外，其他在地團隊很少可以管樂節時在音樂廳演出。」G-4-5-1

嘉義市管樂節的音樂會演出的類型有室內音樂會與戶外音樂會。管樂節以音樂會為主，受限於大型樂器的提供，因此地點為「音樂廳」、「中正公園」、「文化公園」為固定的場地。室內音樂會的舉行地點在文化局音樂廳，戶外音樂會的舉行地點安排在文化公園與中正公園。嘉義市文化局依照表演團隊以及表演的曲目與類型來安排場地，在戶外音樂會的演出裡，曲風會比較輕鬆一點，較為平易近人的曲子，觀眾的參與度相對地較高，參與演出的藝文團體也比較能夠與現場參與的民眾互動。

嘉義市管樂節的戶外音樂會演出場地歷年來大多是在中正公園與文化局前的文化廣場，2010年加入了文化公園為表演場地。中正公園造型採露天拱型開放式，中正公園的面積雖然不大，園內的音樂台是嘉義市中心最佳的戶外表演場所，台前有六百個座位。

文化公園地處於嘉義市人氣指數超高的文化路夜市，在2010年第十八屆的嘉義市國際管樂節首次將文化公園列為戶外表演場地，許多民眾在文化公園裡享受草地音樂會，管樂搭配著星空與美食，是很多民眾難忘的經驗。此外還有七件創意管樂手戶外藝術作品，分布在文化公園的角落裡，這些管樂裝置藝術的設置，不但營造出濃厚的管樂城市氛圍，也能使參與民眾在輕鬆的氣氛中達到寓教於樂的教育目的。室內音樂會則較能呈現出比較高品質的演出，室內的演出地點安排在嘉義市文化局的音樂廳，觀眾席共計1,010位。

對於嘉義市在地的管樂團隊來說，戶外的演出的確比較能與觀眾互動，且易引起聽眾的共鳴；但是戶外的演出常常會遇到不可抗力之外力因素，其中「下雨」就是一個極為頭疼的問題。此外這些在地的

管樂團隊無法排入到音樂廳中表演，在「被肯定」的評價上有著不同層次的感受。

受訪者 F 認為：「我倒覺得可以深入到各校的活動中心，不一定要演藝廳。那如果說考量要讓他可以在更可以空間質感好一點的，學校的活動中心倒是可以參考進去。因為這個一直以來是沒有這樣安排的方式，那我是覺得因為以前在室外就是會擔心下雨的問題。」 F-4-5-3

受訪者 G 認為：「戶外的演出場地，往往音響設備都非常的不理想。」 G-4-5-2

受訪者 F 和 G 是嘉義市地方學校團隊與地方藝文團隊，受訪者 F 所帶領的學校團隊已參與嘉義市管樂節十年，對於演出的表演場地感觸很深。經常籌辦大型國際藝術展演的新象文教基金會行政總監許博允表示，台灣推動藝文觀光最大的困難在場地，台灣演出場地與國際水準相差甚遠，「就像要推動教育，卻沒興建校舍，一切都是空談。」（陳淑芬，2009）。多年以來國內的表演藝術團體所面臨的困境，不外乎經費以及表演的場地不足。藝文團體致力於提升演出水準，是藝文活動永續經營的重要基石；公部門如果能整合場地資源並且建立相關的配套措施，扶植藝文團體的政策才能發揮加乘效果。

一座好的劇場必須重視視覺與聽覺的效果，欣賞演出的民眾才能夠與劇場內的表演相互呼應，並且感染表演者所欲傳達的情感。管樂演出場地的道理與劇場不謀而合，音響是音樂類型的藝文活動相當重視的一個因素，有好的場地、參與率高的聽眾，再加上能提高演出水準的音響設備對於演出來說不啻是如虎添翼般的加分效果。

許博允曾指出，二十年前，台灣大型展演場地約有 7、8 個，韓國還比不上台灣；二十年後的今天，韓國有 44 個國際級展演場地，台灣卻約只有 10 餘個。反觀紐約、倫敦等藝文知名的大城，除了有大劇院之外，城市中更有各式的實驗性小劇場、現代音樂空間等等。在台灣，

文化界相當期待企業界能夠參與加入解決表演場地荒的問題，東京的三多利音樂廳、NHK音樂廳；首爾有LG劇院；紐約的卡內基廳、新興的Nokia劇院，都是企業投資劇院的範例（陳淑芬，2009）。

4.4.6 「嘉義市國際管樂節」對於提升地方藝文團體的藝文產業價值方面

受訪者A認為：「我們有和嘉義市文化基金會、金龍文教基金會、許世賢文教基金會、以及寺廟等等合作。」A-4-6

嘉義市管樂節長期以來與嘉義市文化基金會、金龍文教基金會、許世賢文教基金會、沐恩文教基金會，民間團體、企業以及寺廟合作。嘉義市文化基金會是文建會早期政策所創設，每個縣市都要成立文化基金會，其成立背景是希望推動各縣市藝文推廣，文建會預算充分時期也曾給各縣市每年1000萬的金額，省政府補助1000萬，地方政府提供1000萬，各縣市就用其孳息來舉辦藝文活動。嘉義市文化基金會成立於1986年10月嘉義市政府核准設立，成立主旨為加強嘉義市文化活動，充實市民精神生活內涵，提升文化水準。

財團法人金龍文教基金會於1995年12月經嘉義市政府核准設立，由於當時嘉義市的文化建設起步較慢，基金會明確訂定「以推廣文化藝術為宗旨」，希望結合民間的能量，共同協助推展藝文。金龍文教基金會長期以來積極舉辦及贊助藝文事業，不但擔任策劃者、財力與人力支持者，同時也扮演第一線執行者的角色。張進通、許世賢文教基金會成立於1900年1月經嘉義市政府核准設立，成立主旨為獎勵教育、推展公益。此外還有錦繡文教基金會。

其他曾經贊助的民間團體還有國際獅子會、嘉義市福民社區發展

協會、財團法人嘉義市私立福添福社會福利慈善事業基金會、嘉義市童軍會、天主教嘉義教區、贊助的寺廟有佛光山圓福寺、嘉義文財殿、九華山地藏庵、嘉義市大天宮、嘉義市城隍廟。國營企業有台電、台灣中油股份有限公司、台灣省自來水公司、臺鹽生技公司、台灣菸酒公司、中華郵政。企業界有百家珍釀造食品股份有限公司、老揚企業、日立冷氣、YAMAHA、KHS、双燕樂器。

透過辦理管樂節這項藝文活動，結合了政府相關部門、社區文化工作者、地方文史工作室、基金會、社區廟宇與工商企業團體等單位，有系統有計畫地來共同推動執行地方上自主性的藝文活動，透過善用民間龐大的資源與力量使之成為舉辦活動的生命共同體，讓嘉義市管樂節成為地方文化產業並且成為市民生活的一部分，一起帶動地方文化產業的發展。

受訪者 E 認為：「以我們嘉大音樂系來講，我們是覺得是這交流互動是很密切的，那資源上我們也資源共享，可以到國中、國小，這都是好的也進行一種實質的交流。這樣對他們這一些團隊來了之後，不只是說來曇花一現弄一下，可以更深入。」 E-4-6

受訪者 I 認為：「管樂節現在幾乎是全民運動了，以學校這區塊來講當然都會，其實學校裡面也都有在進行。」 I-4-6-1

「縣市藝文特色發展計畫」是由文化部在泥土化政策下所大力推動的計畫，期待以表演藝術結合各級學校的教育資源，培養民眾拓展視野且從小習於參與藝術活動，亦藉此落實表演藝術扎根教育，培植優秀藝文人才，進而輔導各縣市政府形塑地方具獨特性之藝文特色（高慈敏，2012）。嘉義市各級的學校單位是嘉義市管樂節的重要合作夥伴，尤其是嘉義大學，更是管樂節重要的協辦單位。嘉義市以管樂之都的城市特色，提出「人文城市·管樂新聲」計畫。實際上，在提出

此「人文城市·管樂新聲」計畫之前，嘉義市就已經一直致力於扶植國中小學校成立管樂團、管樂社。目前已擬定「一校一樂團、一生一樂器」的長遠目標，持續推動「節慶管樂團」的招募及演出，促進管樂教師回鄉就業等。

受訪者 I 認為：「例如有一年我們跟無雙國樂團，然後跟舞蹈的也有啊，以我們樂團來講，有一年我們在介紹鄒族的音樂這一些都有，有一年我們演出是展覽會之畫這首曲子，這些畫，在演出的時候就投影到音樂上，畫跟音樂的部分做一些結合。」 I-4-6-2

「很多都可以跟表演藝術結合在一起，那素材是平常我們嘉義人本來就有的部分，這部分我覺得都可以去努力。」 I-4-6-3

研究者發現與嘉義市管樂節合作的藝文團體大多為音樂、舞蹈類型的藝文團體，雖然有跨領域與國樂、原住民音樂做結合，但是較少與嘉義地區原有的文化素材去做結合。管樂節活動與嘉義地區原有的文化素材去做結合這個部份的還可以再做更多的努力。

4.5 對嘉義市國際管樂節未來發展與建議

台灣的文化生態複雜，政治常常凌駕在於文化之上，因此政治干預藝文活動的情形嚴重。此外，縣市政府又會面臨政黨輪替的情況，使得藝文活動常在政治活動中夾縫求生存，在政策中搖擺。

政治影響力為公共組織帶來了極大的不確定性，政治影響力包括了人民選舉、政治指派等等，而由於政治共識的改變，會給組織帶來不同的影響力量，並且會改變藝文活動方案資源的優先順序（杜昱潔，2007）。嘉義市國際管樂節雖然是一個藝文活動，但也代表著整個嘉義

市政府團隊的政績與口碑。

嘉義市國際管樂節起源於 1982 年，當時的市長許世賢爲了配合教育部社教司所推動的「文藝季活動」，辦理了第一屆的嘉義市文藝季活動。自 1982 年起一直到 1992 年嘉義市政府一共籌辦了十一屆的文藝季活動，也因爲有這樣一個文藝季活動，讓嘉義市高中職各校的學生管樂團隊有表演的平台與互相觀摩的機會。在這段時期，管樂活動原本屬於地方性質的藝文活動而已。1992 年嘉義市政府辦理了第一屆的「嘉義市國際管樂節」。1997 年更是依據文化建設委員會所提出的十二項文化建設計劃中「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計劃」，將此項原本屬於地方性質的藝文活動擴大成爲國際性活動。

4.5.1 嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」的優勢

受訪者 A 認爲：「文建會福爾摩沙藝術節系列活動，唯一沒有中斷過且持續的就僅存嘉義市。」A-5-1-1

「國際管樂節他最大的優勢就是用時間累積他的力量。」A-5-1-2

「市府長時間累積的承辦經驗以及優秀的承辦人才。」A-5-1-3

「黃市長的大力支持、與前嘉義市管樂團吳平如老師無私的貢獻。」A-5-1-4

「民眾的認同與期待。」A-5-1-5

「嘉義市在管樂教育這一塊的長期耕耘。」A-5-1-6

受訪者 B 認爲：「傳承自 1993 年累積至今之管樂城市文化能量，創造管樂與民眾的溫馨接觸。」B-5-1-1

「優勢就是我們的組織其實是很有規模。」B-5-1-2

受訪者 D 認爲：「優勢就是他們有那麼多經驗，而且從他們的市長、副市長秘書、科長到這些組員都已經對這些活動瞭若指掌、駕輕就熟，再加上市長對文化的這種熱情。」D-5-1

受訪者 E 認爲：「以優勢來講我是覺得說最近因為已經打響一些知名度了，對

國內的或國外的一些團隊也都會知道，第二個就是我們辦理的這一些經驗大概也累積許多，第三個就是我們如果可以運用剛才跟我們的地方文教基金會或者是各學校，因為我們本來就都有一些學校的資源，如果可以充分運用的話，那也是很好。」E-5-1

受訪者F認為：「我是覺得這個整個優勢是他們有持續辦理。而且他也辦過世界年會，我就覺得這些都還不錯。它已經也變成一個代表性，因為很多年了，它把這個當主軸，這個就是一個優勢。」F-5-1-1

「地方不大然後再來是它也被當成一個主軸。城市小其實也有一個優點就是人口會比較集中在這一區域，市民在參與的程度已經是越來越熱烈，可以感覺到已經成一個習慣。」F-5-1-2

「它這幾年也都已經開始推普及教育，它們有專注在這一塊啦！它現在會把他落實到小學來，我相信幾年後一定可以看到成果。」F-5-1-3

「也不會因為政黨輪替，然後．．．就像那個童玩節就這樣子。」F-5-1-4

受訪者G認為：「1. 20年經驗的累積2. 政府的大力支持 3. 我覺得這已經成為一種習慣了！就是嘉義市的觀眾會知道有這個節日，會去響應。」G-5-1

受訪者I認為：「走到今天管樂節已經二十屆了，懂得聽的人越來越多，喜愛聽的人也越來越多，所以這是我們的一個優勢。」I-5-1-1

「我們管樂教育推廣已經是十二年，那這十二年來也培育不少管樂人才，那一個學生參加，就等於一個家庭會去形成，所以這樣下來，那個量也越來越大。」I-5-1-2

「嘉義市國際管樂節是一個大家期待的節慶活動，所以有很多優秀的團隊也願意來，包括國外的團隊也會想過來。」I-5-1-3

「而且培養管樂新團。」I-5-1-4

「能夠走這麼久，代表這些人願意，這個絕對不是只靠公部門有辦法去處理的。」I-5-1-5

嘉義市管樂節累積二十一年的能量，已經成為嘉義市最具代表性

的文化節慶活動，不但獲得民眾及全台樂迷的熱烈迴響，也促進國際間的文化交流。更重要的是，透過管樂節活動，可以提升市民對管樂欣賞的能力，讓管樂真正成為嘉義市的文化特色。研究者在訪談的過程中，深刻地感受到嘉義市管樂節不但讓嘉義市民夠感到驕傲，也讓管樂真正進入市民生活。

表 4-6 嘉義市管樂節的優勢

<p>累積舉辦活動的豐富經驗</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.用二十年的承辦經驗累積文化能量。 2.嘉義市管樂節是文建會福爾摩沙藝術節系列活動中，唯一沒有中斷過且持續辦理的活動。 3.曾主辦 2000 年亞太管樂節與 2011 年世界管樂年會，已累積世界性音樂節活動的實力與聲譽。
<p>市政府的強烈企圖心</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.市長的大力支持。 2.市府優秀的承辦人才。
<p>民間熱情參與</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.嘉義市管樂團的協辦。 2.民眾的認同與期待。 3.民間社團積極參與配合。 4.由學生的參與擴大到家庭的參與，因此參與民眾的量也愈來愈大。
<p>人才來源充足</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.管樂教育深耕，各級學校設有管樂團隊比例高，對於管樂節舉辦各項的各項活動大力配合。 2.長期的管樂教育推廣培育許多管樂人才。
<p>特色產業</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.嘉義市特色產品：交趾陶。

	<ol style="list-style-type: none"> 2.諸羅藝家人 3.諸羅十大特色小吃 4.諸羅十大伴手禮 5.管樂文創商品：2012年推出管樂節T恤、管樂節棒球帽、管樂節方便傘、識別證夾、夾腳拖鞋、運動水瓶、腳踏車頭巾、管樂雞耳機塞等。
注入新血	<ol style="list-style-type: none"> 1.市府積極培養管樂新團隊，在2012年成立了「嘉義市節慶管樂團」，希望這支樂團成為嘉義市國際管樂節的城市代表團，透過巡迴演出與交流，行銷嘉義市、宣揚「管樂之都」的美麗樂音。 2.鼓勵各級學校成立管樂團隊。 3.扶植在地管樂團隊。

嘉義國際管樂節二十年來已累積豐沛的地方動員能量及區域知名度，節慶效應亦逐步帶動嘉義市學校管樂團體的數量與表演素質提升，尤其是在管樂踩街活動時，更是創造了「全民瘋管樂」的全民參與盛況。除了上述的優勢，多元的演出型態、國內外參與團隊眾多、嘉義市各級學校的管樂團體全面參與、嘉義市擴大社區參與，並促進觀摩交流等等也是嘉義市管樂節這二十年來所創造出了優勢。

4.5.2 嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」的劣勢

受訪者A認為：「劣勢第一個就是我們沒有樂器的產業，嘉義市沒有樂器製造商這部分其實是我們當初在思考時比較有困難的。」A-5-2

受訪者B認為：「劣勢就是我們畢竟都還是編列經費或者是人民的稅收上，所

以我們的預算就會比較少。」B-5-2

受訪者D認為：「地方小人口少。」D-5-2-1

「企業界不是說不關心，但是對整個的熱忱度對音樂的支持好像支持棒球團隊還比較看得到。」D-5-2-2

「整個經費都要受限於預算，就是沒有辦法變成一個常態的預算在那裡，每年都要擔心經費會不會過。」D-5-2-3

受訪者E認為：「劣勢的話當然是交通的部分，另外就是嘉義地區比較沒有國際級的大師，就是說在人，軟體上面是比較沒有像都會區(除了交通以外)，整個水平(包括人的能力上)也沒有說特別的非常厲害的指揮在這裡，如果說有這樣的人在，那個號召力就整個不一樣。當然這個再繼續下去就是說沒有非常棒的團隊，嘉義市的管樂團是不錯，但是他並不是非常的亮眼，沒有亮點，如果有的話又會更不一樣。不曉得經費夠不夠，因為如果說有要辦那麼大的，其實我是覺得說大的活動要辦，但是不要像拜拜一樣。」E-5-2-1

「以我在嘉義市這十幾年，我一直覺得嘉義市的欣賞藝文的這種風氣並不是非常的盛，平常像國台交(國立台灣交響樂團)來演出，也要到處去送票怎麼樣，才有辦法勉強坐個五六成。」E-5-2-2

受訪者F認為：「所以最大的部分是經費上的問題，每年給我們的經費就真的很少，以我們這種大團隊來講，1-2百位連吃飯都不夠。」F-5-2-1

「他現在給民間團體包去做(它現在就是委外經營)，所以它中間又剝了一層皮起來。所以在地的團隊沒有被照顧，包括嘉義縣的好的團隊人家後來也不來了，因為就是沒有錢給我們，它會削弱掉一些本來就很優質的團隊，人家就會拒絕來參加。只要國外團隊來她補助的錢相對很多，他把一大筆錢都投注在那上面，所以我是覺得他可能會顧此失彼，就沒辦法全面都做好。」F-5-2-2

受訪者G認為：「主辦單位為外包廠商，少了嘉義在地管樂團隊的參與感，辦得好，大家恭喜，辦不好，外包團隊也只是拍拍屁股走人，不痛不癢。」G-5-2-1

「我覺得是不是可以讓嘉義市的團隊自己來主辦？我覺得這樣子會更好。我覺得如果要做好的話，應該是要實質參與裡面的行政，你就必要要讓嘉義市的

管樂團隊參與到身歷其中，因為畢竟這些嘉義市管樂團隊都是在地深耕的，他們平常都不理嘉義市在地團隊，當遇到一些問題(像沒有打擊樂器、各場地有問題、少了什麼東西才會想要去跟我們借)才想到我們。而且都是臨時的，並沒有先借好。那是不是說如果我們有參加，有參與在其中的話，這些東西根本就不是問題。」

G-5-2-2

受訪者 I 認為：「嘉義市還是比較小，人口其實不多。」 I-5-2-1

「外縣市的人要過來嘉義市看就不能只有管樂這區塊，畢竟管樂演出也只有部分的時間。」 I-5-2-2

「我們一個節慶活動最怕的就是辦到結束了，走久了會索然無味。市政府在這區塊他要去 hold，你如果有什麼規畫時，店家才願意去做，不然講真的，我現在生意作好好的，我就這樣做就好，要改變一定要花錢。」 I-5-2-3

「民間樂團的練習場地問題，不容易取得。」 I-5-2-4

嘉義市是嘉雲地區交通重要轉運樞紐，但是高速鐵路並未在嘉義市設站，在交通上稍有不足。此外，目前嘉義市雖然擁有文化局音樂廳以及兩個戶外音樂表演場地，但是缺乏大型的管樂專業表演場地。嘉義市政府基於地方特色與實力，希望發展成為「台灣管樂之都」，已委託台灣大學建築與城鄉研究發展基金會於 99 年 7 月完成「嘉義市管樂主題館委託調查研究規劃案」，擘劃未來發展藍圖，期待條件成熟即可付諸實行，將弱點化為強項。

以嘉義市政府舉辦這項大型的藝文活動來說，所面臨的最大劣勢是經費的問題，再加上採購法的限制，邀請外國隊伍來台演出不易。以研究者的訪談紀錄來看，在地的團隊會覺得沒有被照顧到。以經費來說，市府提供給在地團隊的經費真的很少，以博愛國小這種一、二百人的大型團隊來說，參與管樂節活動時，連便當費用都不夠。除了補助經費不多，交通費的補助是以公里數來計算，以多大的範圍補助多少交通費，所以它會削弱掉一些本來就很優質的團隊，這些優秀團

隊會拒絕來參加。但是只要國外團隊來，市府補助的錢相對很多，包括外國團隊的旅費跟住宿費都會有一定比例的補助。市府把較大比例的經費都補助在外國團隊上，相較於在地團隊的補助經費來看，可能會顧此失彼，沒辦法全面都做好。此外在地團隊也希望能夠實質參與裡面的行政，因為畢竟這些嘉義市管樂團隊都是在地深耕的。主辦單位為外包廠商，少了嘉義在地管樂團隊的參與感也少了在地的情感與使命感。

經費的不確定性目前是嘉義市管樂節最大的危機來源，在 2012 年嘉義市議會定期會中，文化局所編列的 2013 年國際管樂節及亞太雙簧管年會、陳澄波紀念日等共 6000 萬元委辦預算，議會統刪 3000 萬。南興國中校長陳建州憂心表示，管樂節已經走過二十一年，人文素養的養成不能中斷，若停辦非常可惜（聯合報，2012）。近年來，嘉義市積極發展觀光與城市文化，並積極推動管樂扎根教育推動管樂文化，致力於實現嘉義市為「人文城市、管樂之都」的意象，如果府院之間不能齊心於此共識，而刪除文化部份的相關經費，這對於已經長期耕耘的人才培育養成計劃將是一大傷害。

再者，北部地區的桃園縣也有舉辦桃園國際管樂節，活動性質與類型相似度極高，相較於嘉義市議會的大砍經費，桃園縣則是積極於辦理桃園國際管樂節，管樂活動的經費與支持度在這一消一長間在未來會不會成為影響嘉義市管樂節的重要影響因素，值得繼續觀察。

表 4-7 嘉義市管樂節的劣勢

沒有管樂相關產業	1.沒有樂器製造商 2.企業支持度不高
受限嘉義市本身條件	1.地方小、人口少 2.交通不便利

	<ul style="list-style-type: none"> 3.軟體－沒有大師級的指揮與團隊 4.民間樂團的練習場地問題，不容易取得 5.欣賞藝文的風氣並不是非常的盛
受限於經費	<ul style="list-style-type: none"> 1.無法編列常態性的預算 2.邀請外國隊伍來台演出不易 3.對在地團隊的補助不多
受限於硬體	<ul style="list-style-type: none"> 1.缺乏大型管樂表演場館
搭配的旅遊景點少	<ul style="list-style-type: none"> 1.外縣市過來嘉義市看不能只有管樂這區塊，畢竟管樂演出也只有部分的時間。
採購法的限制	<ul style="list-style-type: none"> 1.委外經營，未照顧到在地的團隊 2.嘉義在地管樂團隊沒有參與感
活動需要創新	<ul style="list-style-type: none"> 1.活動辦久了怕沒有新意 2.其他縣市也舉辦管樂節：桃園國際管樂節

4.5.3 在「管樂園區」規劃方面

國家文化藝術基金會執行長陳錦誠認為，「政府必須透過政策協助場地提升，發揮通路效能，如果這些能做到，台灣的表演藝術生態會有非常大的改變。」（文化論壇，2010）。

受訪者A認為：「我們當然是希望有一個管樂園區，有多功能性，高水準的演出也有在戶外的時候，當這邊演奏完就不用再搬來搬去，除了戶外表演場地，

表演之前還會有一個訓練場地，所以這就是我們希望有一個基地的原因。」A-5-1-1

「有地點才有亮點。地點的位置考量很重要。」A-5-1-2

「這東西不是說你要蓋就好，政府他在做這事情時一定會問你說以後是誰來管，經費來源是什麼？你就必須要評估這麼多的東西。」A-5-1-3

受訪者C認為：「最終我們希望有一個管樂團區，但這個也是還是一個方向，但是連經費在哪裡都不知道。」C-5-1-1

「我們的規劃裡面，我們希望它(因為嘉義市沒有劇場)這些都要有，然後我們之前的想法是我們希望它是一個文化記錄展示，就是藉著民族的一個樂器史、音樂史、文化史的一個展示。然後會有科普(就是音響物理的部分)，譬如說法國號為什麼吹出來聲音是這樣？所以我們很在意這幾塊，我們希望有這科普互動這東西，我們希望1-99歲的人進來，我們也覺得只有這樣嘉義市的365天才可能有東西看。」C-5-1-2

「這樣的館這樣的園區，我們覺得它可以解決很多，你要商演也可以，你要來看器物展示、科普互動其實也都可以。」C-5-1-3

「它最主要的是讓嘉義市的文化地位可以更清楚這樣。」C-5-1-4

受訪者D認為：「我們很想弄，建議可以做。」D-5-4

表 4-8 設立嘉義市管樂主題館之需求動機

具有多功能性	1、兼具表演場地與訓練場地，演奏完可以省去搬運大型樂器的麻煩與困擾。 2、可供文化記錄展示：樂器史、音樂史、文化史。 3、可供商演。 4、科普互動展示：讓所有年齡階層的人在科普互動的寓教於樂中，更進一步了解樂器、接近管樂。
成為城市的新地標	1、有地點才有亮點。

	<p>2、讓嘉義市的管樂文化定位更明確。</p> <p>3、具特色、活力與城市地標的「城市舞台」。</p>
--	---

在國外有些發展歷史較久的藝術節慶，本身都有一個恆久的、專屬的表演場所，例如，美國「布魯克林音樂學院」(Brooklyn Academy of Music, BAM)舉辦的「下一波藝術節」、波士頓交響樂團所舉辦的壇格塢藝術節有專屬的壇格塢音樂中心(TMC)。而韓國原州軍樂節於2006年新建立的管樂專用公用場，更是號稱世界唯一的軍樂團專業表演場。

也有一些藝術節慶由於沒有一個固定的組織或場所，因此常隨著藝術節慶的結束而曲終人散，等下次舉辦時再重新運作。綜合而言，如果一個藝文活動需要長久經營，不可質疑地確實非常需要一個穩定的展演場所。

嘉義市自民國82年起開始辦理管樂節，至今天已有二十一屆，雖然有文化局音樂廳、中正公園露天舞台與文化公園廣場三個演出場地，但是這些場地並不是管樂專屬的表演場地，音響上以及大型樂器的搬運都是一個需要克服的問題。有感於此，再加上嘉義市政府有長期經營辦理管樂節的決心，因此在民國99年提出了「嘉義市管樂主題館」的規劃案。這一個規劃案委託財團法人台灣大學建築與城鄉研究發展基金會來執行，此項規劃案的計畫主持人為劉榮義教授與劉可強教授。計畫中提到，「嘉義國際管樂節已累積豐沛的地方動員能量及區域知名度，具潛力整合雲林與嘉義縣的藝術節慶活動，整體發展城市觀光整合推動計畫。但就管樂節慶活動吸引力而言，活動場地設施與活動安排滿意度較低，顯示應加強場地設施及策展精采度。」

藝文活動效應雖然已經逐步帶動嘉義市學校管樂團體的數量與表演素質提升，但就距離「管樂之都」全民管樂的目標，仍需要進一步管樂教育扎根並推廣之發展空間。這項調查已點示出嘉義市國際管樂

節需要一個專業表演場地的強烈需求，地方上對於「管樂主題館」求之若渴。在上述的未來規劃中，有學者強烈建議，應該在管樂節的活動規劃中再加入管樂比賽的項目，但是有鑒於嘉義地區各級學校缺乏練習、排練、比賽與表演場地，無法有效提升演奏整體素質。再者，加上辦理全國音樂比賽亦缺乏專業比賽場地，團體項目大多於活動中心、體育場辦理，場地以及音響設備簡陋，無法傳遞出管樂演奏時的整體效果。嘉義市音樂比賽地點如表 4-8 所示。

表4-9 嘉義市音樂比賽地點

團體比賽項目	管樂室內合奏、管絃樂合奏、弦樂合奏、國樂合奏、兒童樂隊	室外行進樂隊
比賽場地	崇文國小演藝廳 嘉義國中活動中心	嘉義國中操場

「管樂主題館」是市政府委託台大城鄉研究所調查設計，採用綠建築式的設計規劃，規劃成為公園式「管樂主題園區」。森林舞台四周設計為半開放式，利用邊坡喬木群自然降溫的功能，讓清涼的西南風透過頂棚吹進棚內，不但可以增加自然通風，也能減少空調的使用。在森林舞台屋頂設置太陽能板，增加再生能源之利用。場館內的空間配置設計有管樂廣場、管樂之丘、入園步道、森林舞台觀眾席入口、主題商店街（音樂市集）、入口大廳與公共服務設施、室內音樂廳、博物館、停車場。

表4-10「管樂主題館」的空間規劃與功能規劃

功能需求	空間規劃
營運管理 辦公室	1.大廳 2.辦公室
音樂廳	1.森林舞台：半戶外大型表演場，包括環形觀眾席、舞台、後台、排練室、化妝室、前台服務等空間所組成。 2.室內音樂廳：具彈性的演出空間，包括觀眾席、舞台、後台等組成。
音樂研習工坊	1.演講廳：小型座談與講習活動。 2.研習教室：個人樂器練習室、排練場、音樂教室等。
音樂文化市集	1.樂器商店：各類樂器之販售與維修。 2.音樂書店：販售音樂類專業圖書。 3.音樂咖啡廳：結合音樂與餐飲之服務設施。 4.文創商店：販售文化創意商品。
樂器博物館	1.展示空間：包括常設展示廳、特展空間。 2.收藏空間：收藏庫與相關工作空間。 3.多媒體音樂資料中心：包含音樂圖書、影音資料之查詢、閱讀與視聽空間。
服務設施	停車場、候車空間等服務設施

森林舞台的設計可因應不同的音樂類型演出或活動，觀眾席與表演舞台具有可彈性變換的環繞式舞台，舞台上設環繞式觀眾席，約為 2000 個座位，舞台區域設置移動式觀眾席，觀眾為 600 個座位。半室外大型表演場地有專業的音樂演出環境，兼顧管樂等競賽活動，可提供中小型行進樂隊專用表演與競賽場地，並創造精緻 marching show 的舞台表演（嘉義市管樂主題館，2010）。

值得一提的是，樂器博物館的設計是以「台灣管樂發展」為主題的展示規劃，單元規劃內容有世界著名管樂節慶與城市、西方管樂發展歷史、西方管樂在台灣的發展、世界管樂年會的介紹、以及樂器主題展。樂器的主題介紹中，有木管樂器、銅管樂器、敲擊樂器、以及民族樂器的特展。在這個樂器的主題特展中，有科普互動區的設計，展示樂器聲學原理與樂器製作互動展示的體驗設計在裡頭，藉由互動式的媒介讓展示遊戲化。所謂的科普是指「科學普及」，也就是音響物理的部分，譬如說法國號吹出來聲音的原理由來，民眾經由科普互動，和樂器更能產生共鳴，與管樂樂器距離更近。科普互動區的設計是希望每個年齡層的人進來，不管遊客是不是學過樂器，都可以透過實際操作來了解樂器發聲的原理，也讓參觀樂器博物館多了份趣味，而樂器將不再只是「只可遠觀不可褻玩焉」。

目前「管樂主題館」的計畫已經向中央提報，開發成本預估總計約為 18 億，目前受限於腹地跟經費，能否獲得中央採納並施行，仍屬未知。

日本靜岡濱名湖花博會籌備七年，總花費超過新台幣四十四億元，當初營運時目標設定為收支打平，顯示其真正的目標價值定位在是否能提高地方居民對於家鄉的認同感與提高周邊觀光商機。在花博會結束之後，展場的三分之二保留為綠色公園，三分之一為新社區預定地，事前的審慎規劃，已經為政府與民間創造了雙贏局面（林諭林，2006）。事前七年的審慎規劃，讓日本靜岡濱名湖換來七十年的成功。

這樣的成功經驗值得主事規劃者參考。

受訪者E認為：「那個見仁見智啦，我是覺得如果有當然是會不錯啦，但是如果規畫之後也沒有好的人力在那邊管，那也不見得好。因為嘉義市如果沒有熱鬧的時候，其實聽音樂會的人口並不多，事實上有很多人是看熱鬧去的，所以基本上這管樂團區的設置可能要從長計議，為了避免淪為蚊子館。當然我相信如果管樂團區那裡有很好演出的場地，當然我覺得應該都是會有幫助。當然有一定比沒有好，只是說有了之後的規劃運用那個是在後續比較需要傷腦筋的。我們常常花很多錢弄，弄好之後卻沒有人管理，也不曉得運用，我是覺得後續的問題比沒有更值得去考慮。因為到時候你弄完之後沒法用或使用率也不高，因為以目前來講光嘉義市的音樂廳演出的時候我都覺得參與度也並不是很高。」E-5-3-1

「那我們這邊如果說花很多錢弄管樂團區，然後打擊到其他的培植中小團隊的經費，我倒覺得以這種落實為主，因為我們不缺演出的場地。」E-5-3-2

受訪者F認為：「我的感覺是還是要有一個管樂專區，園區我是覺得可以做，可是不用做到那麼大。它可以先從小的局部做起，像現在連一個管樂相關的博物館都沒有，我覺得文化局那邊應該可以規劃個什麼地方。」F-5-3

受訪者G認為：「這還是要考慮到經費。」G-5-3-1

「我自己的建議是我覺得管樂團區他必須要有一個駐團的團隊，他可能可以是嘉義是職業管樂團或是嘉義市半職業管樂團，他必須要有一個駐團的團隊在裡面，不然就很像一個家沒有主人，就只是一個空殼。在國外幾乎是這樣！」G-5-3-2

以供需比較分析面來看，嘉義地區表演活動市場顯示出較為不足，平日裡館所的活動參與率約為 600 人（嘉義市文化局，2010）。深究其使用率偏低的原因為活動場地條件與活動配套的內容欠缺吸引力，同時劇場的專業技術人員不足，無法提供活動場次。二十一年來，國際管樂節表演場地分散各地，雖然優點是可以將管樂氛圍帶到嘉義市各個城市角落裡，但也因此產生出因地點分散導致管理不易，無法累積資源、無法塑造集中特色的缺點。因此，「管樂主題館」可以創造

出吸引觀眾前往使用的吸引力，並且與城市環境相結合創造出大環境的優勢，提供市民豐富有趣而多樣化的音樂體驗環境園區，對於提升管樂欣賞人口將有相當的正向關係。

根據受訪者的訪談，他們表示支持並肯定嘉義市爭取設立「管樂主題館」，但是他們同時也希望在爭取設建這個大型的表演場館之外，也要同時兼顧場館的管理人才與場地的後續管理問題，避免因為使用率不高而淪為蚊子館。後續的場館管理問題比有沒有「管樂主題館」更值得去考慮，而不是只是以一種外顯的感覺，只是凸顯出嘉義市有這個場館而已。此外，地方工作者也提出心中擔心的一點，如果市府將大量的經費溢注在「管樂主題館」，那相對的其他在教育推廣這一個扎根的工作上勢必受到相當程度的影響。在輕重得失之間，希望市府能做好一個平衡點，不要顧此而失彼。

以全民參與城市節慶城市的著名城市愛丁堡而言，愛丁堡軍樂節是世界級的重要節慶，已有 60 年的歷史，也是愛丁堡藝術節重要一環。愛丁堡軍樂節的一大特色為在愛丁堡城堡前有一個大道廣場的演出場地，這個大道廣場的演出場地是以愛丁堡古城為背景，它的中央表演區域約 70 公尺×30 公尺，並且在廣場三面搭建看台，形成一個類似競技場的環繞舞台空間效果。

再者，在亞洲地區，起始於 2000 年的韓國原州軍樂節，在 2006 年興建一個管樂專用表演場，此表演場地面積 28,528 平方公尺，號稱世界唯一的軍樂團專業表演場，並設計可移動式的舞台，可以同時兼顧文化藝術表演、青少年電影祭等等的活動需求。

日本靜岡縣濱松市素來享有「音樂之城」的盛名，以其舉辦的濱松國際鋼琴比賽為代表，為數眾多的國際性音樂活動在這裡舉行。它的 ACT City 大廈是大型複合式建築，設計有 2,336 座位的大型多功能劇場，與 1,030 人的中型音樂廳。劇場設計四面舞臺式劇場，主舞台可往左、右舞台移動以節省換臺時間。ACT City 大廈內有兩座表演空間、

畫廊、藝術團體行政辦公室、濱松市文化財團等文化設施，還有當地最大的觀光飯店、百貨公司、美食街、專屬的郵局等等，是一棟多功能的城市地標，也是具有高水準的演出劇場。在每年 3 月中旬，日本會固定在這裡演出高中管樂團各地優秀選拔團隊的表演賽，當 A 隊伍於主舞臺演出的同時，B 隊伍即可在左舞臺裝臺跟準備，在 A 隊伍演出完之後，即可將 AB 兩隊伍在人員也坐在舞臺上的狀況下，同時往右舞臺方向移動，以 45 秒時間完成兩個 70 人以上的管樂團與樂器同時上下臺的動作，由此可以看見這個劇場的靈活調度性。在兩隊使用舞臺機械平台的同時，還可以讓下一隊一邊演奏自己學校校歌一邊入場。把本來應用於歌劇、舞劇或是話劇的舞臺技術，應用在音樂比賽，讓比賽進行更加流暢（宋正宏，2009）。

在宋正宏的考察研究中指出，在日本有許多優質音樂廳與表演劇場，並非建造在東京、大阪、福岡等重要大都市，即便如工業城市濱松或是以觀光產業為主的靜岡縣，也都設建有重要的表演藝術場地。而台灣，目前只有一座合乎世界標準的國家音樂廳以及一座國家劇院座落於台北，至於其他縣市有的已經在規劃當中。這些功能完整的表演藝術場地能否興建，都需要地方政府的遠見與中央政府的支持，也唯有如此才能讓人民有更多機會接觸認識表演藝術，進而將文化內化為興趣。

嘉義市在沒有音樂產業的基礎之下，連續二十一年成功辦理嘉義市國際管樂節，其中不但曾經成功舉辦 2000 年的亞太管樂節，更是在 2011 年成功地舉辦世界管樂年會，將「台灣·嘉義」行銷至全世界。嘉義市在管樂節的努力與活躍性與淞濱市相較之下毫不遜色。相信嘉義市如能有一座專屬的管樂主題館，不但能成為嘉義市的新亮點，也是全臺獨「嘉」的新景點，必然可成為全國管樂文化的新指標（嘉義市政府，2008）。

王孟超也認為：有好的場地，找對的人經營，和團隊發生更穩定的關係，台灣表演藝術的未來就會有前景。王孟超強調，不要輕忽劇場對文化的影響，「劇場是文化的火車頭，國家文化要強盛，劇場要先發展起來，必須專業經營、創造特色。劇場不是空殼子，而是可以帶領藝術發展的一切動力。」(文化論壇，2010)。

4.5.4 在延續管樂節的舉辦經驗，未來繼續規劃其他相關活動方面

受訪者 A 認為：「基本上我們讓他期許說(目標取向)你可以到不同的時間、不同的機會，不同的時間地點都有機會，學校教育裡面當然希望學生透過政策面要求他們成立社團、樂團，成立的話當然也要有政策面的支持，包括經費、師資，這些都是結合的。」A-5-4-1

「利用這樣的情形再做一個颯舞節、兒童戲劇節，這都非常熱門的一個活動。」A-5-4-2

受訪者 B 認為：「會搭配民間的『城市處處有樂音』活動，有些是會搭著其他活動，譬如說科學 168。讓這種小型的表演也在城市的其他角落可以更生活化。然後與民眾或者是觀光客你不只是管樂節看到管樂，讓你能在嘉油鐵馬道散步的時候，也聽得到管樂。有一些社區之歌，從社區的民眾他們自己譜的詞曲拍 MV，然後我們請歌手來唱，請歌手跟管樂團合作，透過華人音樂市場它的傳播會更快。」B-5-4-1

「2013 年亞洲雙簧管會在嘉義市辦。」B-5-4-2

「我們漸漸的透過以管樂節為基礎，然後慢慢增加一些國際性的音樂組織他們來這邊辦年會，一方面可以提高我們的效益，二方面就是管樂的種子它其實可以延伸到國外，會看到嘉管節的能力。」B-5-4-3

「希望跟多元的藝術也能做一些結合，比如徵文和心情小語、跟流行音樂合作，交趾陶我們也都把管樂的因素放進去。也有一些跟體操選手合作(在音樂廳裡)還有佛朗明哥舞，邊演奏音樂的曲子然後旁邊都是舞團在跳舞，會比較活潑。」

B-5-4-4

「安排國際團隊跟學校的做交流、接待家庭。」B-5-4-5

受訪者C認為：「辦樂團指導者工作坊，要提升管樂團的素質。」C-5-4

受訪者D認為：「我們要維持我們的特色、吸引力，我們辦了二十幾屆接下來恐怕要好好辦一下比賽，一個世界級國際級的比賽。」D-5-4-1

「要再規劃其他活動，要結合各種單項樂器協會的加入。像明年我打算把世界雙簧協會的另一個亞洲雙簧協會的年會要跟我們管樂節結合在一起。中間就會有比賽雙簧樂的比賽啦、有大師班、有音樂會啦、講習啦，接下來再跟小號協會。這些一直辦下去，每一年會有每一年不同的重點項目跟樂器結合相關的演奏。那過去我們管樂團比賽固定都有在辦，那裡又一個單項比賽那又更豐富。」D-5-4-2

「繼續辦第二屆的工作坊。」D-5-4-3

受訪者F認為：「第一個可能是經費的問題，再來就是以文化局它們在承辦這些藝文活動已經是一整年度的事情，它不是只有管樂而已，它還有承接很多團體來他們的這地方要表演，所以我覺得是人力跟經費都有問題才會沒有去做這些相關的規劃。」F-5-4-1

「反而是我們自己去找表演的場地，或者是人家來邀演，那樣子才會有聽到管樂的聲音。重點就是要有一定的觀眾來聽，我都覺得說如果要他們來辦，可能自己跑會比較快。自己去跑場地然後自己去跟他們申請。就是地方團體自發性的去做，我覺得自發反而會比較穩。」F-5-4-2

受訪者G認為：「除了延續舊有的特色例如管樂馬拉松和邀請國際知名團隊演出之外，可以再加入一些相關競賽的內容。」G-5-4-1

「市政府應該要結合嘉義在地的管樂團隊，做一些分工。比如說哪些團隊負責去越區介紹，哪些團隊負責講座、演出這樣。或者是說我們可以辦營隊、夏令營。」G-5-4-2

受訪者I認為：「平常日來講可以多提供一些管樂演出的平台，讓各級學校他們練習就有自我展現的地方。」I-5-4-1

「政府如果有編列經費當然是有助推廣的部分。」I-5-4-2

「我們不一定每場都要很大場，其實可以比較輕鬆一點街頭藝人式的，隨性一點，下班時間就在公園的某角落，你演個 20-30 分鐘就走了也可以，不一定每次非得要一整場的音樂會，那太辛苦了，所以說這一些小品式的可以去做思考。再來演出的地點不一定要在非常正式的地方。比如阿勃勒花開的時候，在樹下演奏，那感覺很好，畫面也很美。」 I-5-4-3

「平常可以安排大師講座，以及管樂老師的培訓。」 I-5-4-4

從受訪者的訪談中可以感受到管樂人的熱情與使命，公部門不斷地創造機會，讓管樂在不同的時間、不同的地點都能融入在相關的活動中，例如飆舞節與兒童戲劇節。此外，公部門也嘗試將管樂與跨領域的藝文活動做結合，例如交趾陶、徵文比賽、心情小語、跟流行音樂合作、體操、佛朗明哥舞等。在 2012 年的管樂節中，舉辦了第一屆管樂歌曲比賽，讓管樂主題歌曲從流行歌手的手中傳遞到了校園裡，校園裡的學生也能琅琅上口。此外，在市府的努力籌畫下，亞洲雙簧管年會將與 2013 年十二月「第二十二屆嘉義市國際管樂節」合辦，期許再創管樂之都新風華。

表 4-11 嘉義市管樂節未來規劃方向

在活動面上	<ol style="list-style-type: none"> 1. 結合飆舞節、兒童戲劇節、管樂歌曲比賽。 2. 搭配民間活動『城市處處有樂音』、『社區之歌』 3. 與多元的藝術做結合：交趾陶、徵文比賽、心情小語、跟流行音樂合作、體操、佛朗明哥舞等。 4. 要結合各種單項樂器協會的加入：例如亞洲雙簧管協會、小號協會 5. 每一年不同的重點項目跟樂器結合相關的演奏 6. 加入一些相關競賽的內容 7. 辦一個世界級國際級的比賽
-------	--

	8.多一些街頭藝人式的隨性演出
在教育面上	<ol style="list-style-type: none"> 1.成立管樂社團、樂團 2.辦樂團指導者工作坊 3.大師班、音樂會、講習、管樂老師的培訓、大師講座 4.多提供一些管樂演出的平台 5.安排國際團隊與學校交流、接待家庭 6.舉辦管樂營隊、夏令營
在政策面上	<ol style="list-style-type: none"> 1.編列經費 2.提供師資

文建會 95 年藝術成果報告書中指出，嘉義市建城超過三百年，地方上至今仍保留許多重要的傳統文化活動，例如：城隍廟與地藏王廟的繞境、光路里的高空盪鞦韆比賽、短竹里的江家舞獅團、北管…等等，都是嘉義市的傳統文化資產。這些豐富的人文藝術與文化資產，值得公部門單位、民間團體以及地方文史工作者合作，將之與管樂節做結合，期許來營造出更有文化創意的嘉義市的文化新活力（文建會，2006）。

值得一提的是，地方團體的受訪回答使研究者十分感動，他們了解市府限於經費以及整年度活動安排上的全盤性考量，不可能只著重在於「管樂」這一個區塊，因此他們願意自發性的去做巡迴與推廣，而不是被動地等著公部門的安排演出，管樂人的熱情的確是管樂節最大的資產。

不論如何將管樂與其他相關活動如何規劃與結合，管樂節這個軸心一定要維持創新，才能不斷地推陳出新，創造新議題。一項大型藝

文活動舉辦久了總會漸漸失去變化，活動一旦乏善可陳就會沒有了新意，觀眾也就不來了。常年舉辦的大型藝文活動，最怕了無新意。因此活動內容除了要能引起共鳴外，還有賴整合社群、廠商，群策群力，才能常保活動的新鮮與豐富感，為行之有年的活動持續帶來活化作用，並發揮品牌效應（鄭秋霜，2008）。

4.5.4 在「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營建議方面

環顧全世界的文化節慶活動，愈是權威性高、知名度高、文化成分含量高、國際認同度高的專案，參加的人群就愈加廣泛，產生的連帶作用就愈是強烈而持久（許瓊方，2006）。

受訪者 A 認為：「未來我期待管樂團區能夠落實，那這將成為一個地標性的，就是一個基地，以嘉義為出發點。」A-5-5

受訪者 C 認為：「做影像紀錄。」C-5-5

受訪者 D 認為：「我覺得嘉義市花這麼多錢辦這一個活動，我覺得不能讓它白花。將來辦的方式不能熱鬧過了就算了，他（國外團隊）答應來我們就給他來，同時我們可以指定一些名曲或安排時間來指導我們的工作坊等等，讓這件事變成有比較多的教育意義。」D-5-5

受訪者 E 認為：「如果有管樂團區也是一個很好的事，當管樂節來時他是一個很好的重點。畢竟你有如果很好的國外團隊來，在這個表演的過程裡面它（管樂團區）發生了一個很好的效用在裡面。」E-5-5-1

「覺得說嘉義市政府應該撥多一點錢來各級學校辦。」E-5-5-2

受訪者 F 認為：「我覺得它如果已經是一個國際性的節慶的話，很多團體即使你不邀請，他也很想來報名，那種狀況下就不必再挹注那麼多經費進去。應該把它分攤出來。像人家去新加坡比賽它們是可以有很多經費做支持，因為你什麼都要繳費。場地要繳費，參加也要繳費，用他們樂器也要繳費，包括別的團隊在

上面演出的時候你要進去參觀也要費用，那他所有的費用都可以拿來支持這些團體！所以這樣到是覺得這兩個可以相輔相成，他可以用他的優勢來補劣勢。」

F-5-5-1

「我們在地學校，在地的團體，我是覺得可以(我的建議啦)是不一定每年都排在場地外面，應該可以輪替個幾年。因為每年都在報的話，輪替個幾年可以到場地裡面去(就是文化中心裡面)，因為外面的話那時候又雨季，常常會有那種風雨的不定性，所以對於表演者就會有一種層次上的不同吧！」 F-5-5-2

「他只補助到樂器，所以社團在發展，師資的經費就是一個很大的問題，這個是我遇到比較大的問題，假設他要給樂器的經費相對也要給師資的經費。」

F-5-5-3

受訪者 G 認為：「多邀請一些在地管樂團隊的加入，最好是參與行政。」 G-5-5-1

「我覺得應該要有一些主題式的相關活動(可能今年主題是什麼，大家朝那方向去走這樣)，我覺得這樣會比較更吸引人一點。」 G-5-5-2

「我覺得可以在節慶當中辦一些相關的競賽(像濟州的管樂節就是有管樂比賽)。」 G-5-5-3

「邀請很多國外的大師來當評審，來做專題。」 G-5-5-4

受訪者 I 認為：「嘉義市國際管樂節不管你怎麼變，管樂主軸的部分，這一方面的品質一定要越來越好，邀請非常高水準的團隊來演出。大家來這看就是要欣賞好的演出。」 I-5-5-1

「但另一個我們也要鼓勵在經營的團隊，讓他們有機會參與，因為我們演出地點那麼多，讓孩子有一些機會，改天他會更強。」 I-5-5-2

「中心的主軸弄完之後，他分枝出去的管樂市集把它更落實，不要像夜市路邊攤這樣，那質感的東西讓來逛的人會覺得說你們這地方光是在那個攤位附近走就覺得很享受。」 I-5-5-3

「高中管樂社團這一個區塊一定要做，才不會有斷層危機。」 I-5-5-4

「最重要的是要堅持每一年都走下去。我相信現在二十年，其實下一次就是看五十年的時候，如果嘉義市管樂節能夠辦五十年，哪一天我們就會像愛丁堡。」

研究者將以上訪談者對於嘉義市管樂節的期許與建議，統整如下表：

表 4-12 對於嘉義市管樂節的期許與建議

在硬體上	<ol style="list-style-type: none"> 1.能落實管樂園區 2.對參加團隊採以收費方式，再以此收入來補助地方團隊 3.室內室外場地應輪替使用
在軟體上	<ol style="list-style-type: none"> 1.管樂主軸這一方面的品質一定要越來越好，並邀請非常高水準的團隊來演出。 2.為嘉義市管樂節留下影像紀錄 3.規劃主題式的相關活動 4.行政作業上多邀請一些在地管樂團隊的加入 5.在節慶當中辦一些相關的競賽 6.邀請國外大師來當評審 7.落實並提升管樂市集的質感 8.堅持每年辦下去，邁向嘉管節的第五十年
在教育上	<ol style="list-style-type: none"> 1.與外國團隊的交流要再更深入 2.辦理樂團指導者工作坊，提升管樂團的素質。 3.補助地方社團的師資經費 4.邀請國外大師來做專題 5.鼓勵在地方經營的團隊，讓他們有機會參與，有多一點的表演舞台

6.銜接好高中管樂社團這一區塊，才不致產生管樂人才斷層

嘉義市管樂節在初期尚未打響名號之前，公部門絞盡腦汁將嘉義市管樂節的行銷模式定位在量的參與：參與的團隊數量、外國團隊的數量以及觀眾的人數來作指標。尤其是以嘉年華式的管樂踩街更是造成全市瘋管樂的聚焦主題。在達成熱鬧十足的節慶激情過後，更應該創造出演出團隊的精緻度出來。在一年一度的盛會熱鬧過後，嘉義市管樂節留下的是什麼？帶給這個城市的管樂影響力有多少？是否將管樂氛圍深植在城市的角角落落裡？這些問號是期待；也是公部門、主政者、民間團體以及地方企業應該共同努力的方向。

嘉義市並無大型的工商產業活動，在嘉義市最大的公司行號以「愛之味食品公司」以及「遠東機械」為最大之工商機構；嘉義市的工商產業活動多為小型企業，而工作人口則多數前往鄰近於嘉義市的嘉義縣民雄工業區、頭橋工業區以及太保的嘉太工業區等地工作，嘉義市本身所提供的就業機會並不算充沛。此外，由於嘉義地區並無發展金屬重工業，連帶的並無樂器公司在嘉義地區設置工廠生產音樂相關用具，因此嘉義地區並不如國外幾個音樂重鎮般有地方樂器公司資助音樂相關文化活動。例如日本濱淞市為山葉樂器公司之樂器生產地，因此山葉樂器公司便經常贊助濱淞市辦理各種音樂祭活動（陳達章，2001）。

葉樹涵指出，「嘉義市管樂節」已屆滿二十一年了，過去一直以「嘉年華」式的方式在經營，以參與的團隊數、外國團隊的數量、觀眾的人數來作指標；但在之後，期許能再加上特色主題為活動主軸，逐步走向精緻化，更有方向性，期待在熱鬧之後，還能留下影響力。2011年嘉義市因為主辦世界管樂年會（WASBE），「嘉義市國際管樂節」以「世界各國樂隊」作為方向，廣邀不同文化、不同地域的樂團增強「世

界性」；未來，建議可以規劃「社區樂團」、「職業樂團」為主題，以因應已經來臨的老年化社會，甚至刺激國內也開始發展「職業」、「事業」的管樂團。相信不久的未來，「嘉義市國際管樂節」能夠帶給全國在音樂上、教育上、社會上的更強的影響力（葉樹涵，2012）。

文化藝術活動，雖然可以將其活動的表現予以量化的方式呈現，可以將藝術品的產量產值化，但其文化藝術的精神與藝術創意卻無法用錢去衡量。藝術家創作需要有時間、空間…而未來迎接更充實的藝文活動與擴大進行的表現，更需政府與公部門的資金與經費的投注（文建會，2006）。

嘉義市建城超過三百年，地方上至今仍保留許多重要的傳統文化活動，例如：城隍廟與地藏王廟的繞境、光路里的高空盪鞦韆比賽、短竹里的江家舞獅團、北管…等等，都是嘉義市的傳統文化資產。這些豐富的人文藝術資產，值得公部門單位民間團體以及地方文史工作者合作，將之與管樂節做結合，期許來營造出更有文化創意的嘉義市的文化新活力（文建會，2006）。

第五章 結論與建議

本研究主要的目的是瞭解嘉義市國際管樂節二十年以來的經營對於地區在城市意象、地方文化教育紮根、對地方產業結合與推廣、對地方藝文團體的扶植，以及對嘉義市管樂節未來的發展與建議做探討。並將研究結果提供「嘉義市國際管樂節」主辦單位做參考，本章將依研究所得的資料分析及討論作成結論，並提出相關的建議。

5.1 研究結論

5.1.1 在城市意象與行銷層面

Gotham (2002)提出城市行銷最具體的作法：將慶典商品化並結合到全球性的地方行銷產業。嘉義市國際管樂節將原本只是一個屬於地區性質的藝文活動，成功地推廣為全台十二大節慶，轉型成為國際化的藝文活動。原本屬於地方性藝文活動的管樂節活動予以國際化之後，再配合市府文化局承辦單位將活動多元化經營，使全台都知道嘉義市有個獨一無二的國際管樂節。尤其是「2000年亞太管樂節在嘉義」以及「2011世界管樂年會在嘉義」的舉辦，使得嘉義市累積多年的豐厚管樂實力得以發揮，並且讓嘉義市國際管樂節邁向歷史高峰，同時嘉義市也因為管樂節而與世界接軌，成功地以管樂文化行銷國際。

二十屆的管樂節塑造，管樂節已經成為嘉義市民「全民瘋管樂·就是要你管」的城市音樂節慶藝文活動，使嘉義市成為台灣管樂之都，嘉義市也以管樂之名成功躍上國際舞台。嘉義市以管樂節成功行銷嘉義市為「管樂之都」的城市形象。

1、行政資源整合：雖然大部分活動是由文化局主導，但各相關局處均會充分聯繫配合。橫向彙整了市政府各單位，縱向則動員嘉義市各級學校，形成為市政府全體總動員的熱烈景象。

2、核心目標明確：市府確立了「形塑嘉義市為台灣管樂之都，以提昇國際知名度」的明確目標，積極開拓嘉義市國際管樂節的能見度。

3、經費來源多元：除了中央政府經費的補助與中央政府跨部會的經費支持，還有地方政府自籌經費與民間團體與企業資金的支持、協助。由於嘉義市國際管樂節的舉辦得到地方的肯定與認同，自 2007 年起市府預算大幅增加。經費的籌措一直是藝文活動能否持續推行下去的重要關鍵，多元的經費來源提供了嘉義市國際管樂節最穩定的發展力量。

4、行銷管道多元：公部門在有限的經費下，運用廣泛的行銷管道與方法，不論是媒體、電視、報紙、文宣、雜誌、廣播、網路、買 FB 關鍵字、發新聞稿、刊登廣告、專業性的雜誌以及愛樂電台的廣播、交通媒體的車廂、夜市的電視牆等等，以管樂讓十二月的嘉義市沉浸在悠揚樂音中。

5、活動類型多元化：活動規劃以「管樂」為主軸，再加上周邊規劃的相關活動。在廣度上：透過多面向的活動擴大民眾對活動的參與面。在深度上：藉由管樂巡演與管樂講座，滋養嘉義市民的管樂素養。此外，文化局辦理了「市民一日接待家庭」的活動，讓參與管樂節的外國團隊可以更深入體驗嘉義市的人文之美，用管樂來做最佳文化交流的媒介。

6、塑造管樂城市意象：城市意象為市民之間的溝通，提供了象徵與集體記憶的素材 (Lynch, 1960)。景觀市容是最直接能讓外地遊客感受到嘉義市的城市意象，嘉義市在城市意象的塑造上運用了以下幾點：

(1)、打出固定的活動標語：市府將活動標語固定為「就是要你管」，讓市民能對管樂節產生一個固定的聯結。並搭配流行音樂，邀請流行樂手高唱管樂主題曲，炒熱管樂節氣氛。

(2)、推出吉祥物圖騰：嘉義市運用「管樂雞」的吉祥物圖騰，成功地聯結了「火雞肉飯」－「嘉義市」－「管樂節」之間的串聯，這一點是相當成功的的傳遞了嘉義市城市品牌圖像。

(3)、塑造管樂城市氛圍：嘉義市以「管樂雞」的吉祥物圖騰，在各個公共場所設置了裝置藝術，塑造出濃濃的管樂城市氛圍，這裡處處可見管樂裝置藝術。以文化公園為例，公園裡最顯眼的裝置藝術，就是一群可愛逗趣的雞樂團，七彩的管樂小雞有著渾圓可愛的造型，身旁搭配著躍動的音符，設置在公園的入口處，非常引人注目。公園內許多裝置藝術也都與管樂有關，連廁所牆壁上的圖案也是馬賽克磚拼成管樂樂器造型，讓遊客一進入文化公園就可以感染到屬於嘉義市獨特的管樂氣氛。

7、核心價值明確：嘉義管樂節明確的「以管樂打造城市品牌」為活動核心價值，藉由管樂城市的意象來提昇嘉義市精緻藝文展演水準，並發展為地方文化特色與文化產業之一環。嘉義市歷經二十一年的堅持，經歷了四任地方首長的努力，加上相關政策的支持已讓嘉義市形塑出「管樂之都」的城市品牌。

8、堅持優質經營：藝文活動的舉辦經由採購法程序來執行已是必然的趨勢，為了避免得標的廠商年年更迭而無法傳承，市政府文化局對於委外招標，有自己的因應方式，將優勢發揮到最大。在邀請國外團隊時，會選評曾經參與世界管樂年會演出優秀的各國團隊，以確保演出品質。此外在規劃過程中，文化局不但完全參與，也隨時以 SOP 監督考核，並從參與中學習對方的優點。並將標案製作成結案報告書，將規格數據化、條列化、系統化，將經驗傳承下去。

5.1.2 在文化教育深耕層面

文化建設是持續的工作，難有立竿見影之速效。文化發展提升國

民文化素養，紮根愈深，金字塔底層基礎越廣，向上墊高的可能性也越大。培養下一代的文化視野，是文化得以持續發展的重要動力，也才能使藝文發展得到無限的生機（文建會，2010）。

1、市民已產生認同：管樂節自第五屆起，越來越普及化，文化局以擴大參與的策略、以及規劃多面向的活動，成功地吸引更多市民共襄盛舉，市民參與了才會有感情，管樂節使得嘉義市「全民瘋管樂」。每年十二月，市民對管樂節已有期待。一個藝文活動是否經營成功，其最重要的指標是在於社區力量的投入與在地居民的認同感，透過社區居民、地方團體將愛家愛鄉的熱情轉化為支持地方藝文活動的具體行動，讓藝文活動成為具有在地精神的地方特色才是一個成功的藝文活動。這一點嘉義市國際管樂節在歷經二十一年的深耕與經營下做到了。

2、積極投入管樂紮根：市政府打造管樂之都的決心，展現在教育面，從管樂教育面紮根做起。市政府體認到管樂基礎教育之重要，積極投入管樂人才的培育，並且著重各項管樂教育的深耕教育與推廣。市政府的管樂紮根計畫有：

- (1)、扶植學校管樂團：推動「一生一樂器，一校一樂團」，由市政府編列經費購買團隊所需樂器，藉由廣設管樂社團，大力推動各校成立管樂社團，並且提升學生學習管樂樂器的比例。並規劃民國 103 年之前，各國中小學全面設立管樂團。
- (2)、招募嘉義市節慶管樂團：嘉義市政府於民國 101 年首度籌劃創立並招募管樂節代表團隊，成立「嘉義市節慶管樂團」。此團成立的宗旨為嘉義市國際管樂節的城市代表團，將代表嘉義市進行城市與國際管樂文化交流，透過巡迴演出與交流，行銷嘉義市。
- (3)、舉辦樂團指導者論壇及工作坊：管樂樂團指導者本身的精進是樂團持續向前的一項重要因素。為實際協助嘉義市各級學校樂

團的經營與發展，進而提升樂團水平，市政府與學界合作，委託國立嘉義大學音樂學系舉辦「樂團指導者論壇及工作坊」活動。期許透過與學界合作做到在地深耕，以實戰課程讓樂團經營者與管樂大師面對面交流，提升台灣管樂演出水平，協助各級樂團長期永續經營。。

- (4)、管樂校園巡演：市政府為落實管樂城市的音樂觸角，鼓勵管樂團隊主動到校園演出，讓管樂活動橫向整合、讓管樂文化活動能夠深耕推廣，持續擴大管樂節的文化活動能量，向下做管樂深度扎根。
- (5)、推廣城市主題樂曲：嘉義市累積歷年在管樂節、陳澄波音樂劇、社區之歌等計畫中所創造的十首城市主題歌曲，擇優改編成管樂曲，廣邀各級樂團演出並推廣。期盼透過推廣城市主題樂曲來擴大市民對管樂的喜愛與欣賞管樂的風氣、提升市民對管樂音樂表演的欣賞能力。
- (6)、社區巡演及交流計畫：市政府推行樂響社區－管樂社區巡演，讓管樂的種子更能散播在嘉義市每個社區的角落。

3、扶植藝文團體：一個成功的藝文活動要能永續經營，就是要發掘地方的文化特色、了解地方的需求，更要積極培植地方上的表演團體，才能提升與傳承地方文化藝術。目前嘉義市立案的藝文團隊有九十支，其中與管樂相關的有十三支。說明了嘉義市國際管樂節至今二十一屆的舉辦，豐富多樣的管樂文化藝文活動，讓嘉義市在地樂團的數量有所成長。

4、提昇相關藝術文化：管樂節的配套活動帶動其他的藝術文化的提昇，是質的呈現。但是在地方團體的感受上則表示這方面的提昇不明顯，只有在硬體的裝置藝術品上比較看得到成長。

5、與學校深入互動：目前參與互動的學校以嘉義大學比較多，至於高中職以及基層的國中小較為不足，這部份可以再多一點規劃。

5.1.3 在地方產業的結合與推廣層面

藝文活動是社區發展中的重要項目，藉由理念與興趣的結合，居民可以進而發揮創意將藝術的形式與地方文化特色相互結合，透過空間的美學意象而對社區產生認同意識，那麼生活與藝術就不會再是二個獨立的世界，而藝術也將回歸到生活之中（陳吟合，2006）。

1、藝文活動結合地方產業：嘉義市政府近年積極地發展地方文化特色之產業來帶動文化節慶的人潮，推動諸羅藝家人、票選十大伴手禮等活動，並以管樂小雞吉祥物圖騰結合固定的企業形象－嘉義火雞肉飯，讓人只要看到這圖案就是代表國際管樂節。期許帶來餐飲業、住宿業以及服務業的成長並創造更多的工作機會。

2、藝文活動帶動地方文化創意產業的發展：嘉義市目前文化產業發展之現況有「我是油彩的化身－原創音樂劇」、「交趾陶」以及打造嘉義市城市品牌的「嘉義市國際管樂節」。此外嘉義市擁有豐富且多元的文化創意產業資源，如石猴雕刻、交趾陶創作、玄帝廟高空盪鞦韆活動、剖香腳等。

5.1.4 地方藝文團體扶植層面

前述中提及「台灣地區藝文展演團體調查」（2000）的結果，顯示台灣表演藝術團體在發展過程中面臨最困難的問題，就是籌募經費。政府對於藝文團隊的補助方式有二：一是直接經費補助；另一是採用間接的形式，如：展演與排練場所等硬體設施之提供、租稅優惠、權益保障、獎勵民間贊助、藝術活動之舉辦或合辦等。

1、管樂節對地方藝文團體正向提升：管樂節的舉辦以提升藝術與人民之間的互動，而地方上與管樂相關的藝文團體有正向的增加。

2、協助藝文團體經費上的補助：嘉義市政府透過獎勵優質藝文

團體，期許能鼓勵地方積極地培育人才及創作；而在經費的補助上，市政府文化局則會提供相關資訊給地方藝文團體來申請其他相關補助。

3、演出場地多元，交通便捷：嘉義市是個小而美的城市，演出場地雖然都不是大型場地，但是卻多元化。有適合戶外音樂會的中正公園、文化廣場與新加入的文化公園；也有室內音樂會的文化局音樂廳以及表演變換隊形的體育館。正因嘉義市幅員小，市民與遊客在各表演場地之間的交通距離是相當便捷的。

4、提升地方藝文團體的藝文產業價值：嘉義市管樂節合作的藝文團體大多為音樂、舞蹈類的藝文團體，此外也有跨領域與國樂、原住民音樂做結合。

5.15 未來發展與建議

嘉義市本身雖然沒有管樂相關產業，地方小、人口少，但是嘉義市管樂節累積了二十一年舉辦活動的豐富經驗，不但市政府有強烈企圖心，民間也熱情參與、管樂人才來源充足的優勢，此外也開發與管樂相關的文化創意商品與積極注入新血團隊。

目前公部門應該面對的劣勢有：嘉義市並沒有大師級的團隊與指揮、市民欣賞藝文的風氣並不是非常興盛，再者受限於經費與民間樂團的練習場地問題，加上採購法的限制必須委外經營，在地的團隊感覺沒有參與感等等。

國外歷史較久的藝文活動，本身都有一個專屬的表演場所；一個藝文活動若要長久經營，確實非常需要一個穩定的展演場所。相較之下，嘉義市管樂活動場地設施與活動安排滿意度較低，顯示應加強場地設施及策展精采度。目前嘉義市已提出嘉義市管樂主題館的規劃案，表演場地的設計為森林舞台與室內音樂廳，森林舞台設置移動式

觀眾席，期待能創造精緻出的展演舞台。周邊還設計有研習工坊、文化市集、樂器博物館等，是多功能的場館。相信管樂主題館可以創造與城市環境相結合的優勢，除了提供市民、遊客豐富多樣化的音樂體驗環境園區，也是嘉義市未來亮眼的城市新地標，更是全國管樂文化的新指標。

在永續經營面上，公部門如能與私部門結成夥伴的模式來運作，或是由公部門擔任指導的角色將活動交由非營利組織來運作（NPO），相信藉由民間組織的力量以及社區居民的主動參與，相信更能將這個優質的藝文活動永續發展下去。

嘉義市管樂節已經走了二十一年，正如一個精力充沛的青年，現在該是檢視未來邁向長遠之路的方向，期許嘉義市管樂節走向下一個二十年，讓嘉義市成為台灣的愛丁堡。

5.2 研究建議

根據本研究的研究目的及研究發現，對主辦單位提出以下建議：

1、結合舉辦國際級比賽來行銷管樂節：嘉義市管樂節應可比照他國管樂節的經驗，例如濟州國際銅管大賽與新加坡國際管樂節比賽都是附屬於管樂節之下。在管樂節中除了繼續邀請國內外知名團隊演出以外，可以參考他國舉辦國際管樂比賽的經驗及規則來酌予加入一些相關競賽的內容，並邀請國外的大師來當評審、做專題，如此可以增進國際管樂交流的深度並提升嘉義市的管樂水平。

2、積極推動管樂主題館的成立：國內藝文展演場所長期以來存在著城鄉分配不均的問題，藝文展演硬體設施大多集中在北部以及都會區，反觀中南部地區，往往縣市除當地文化中心以外，再無其他展演場地。嘉義市管樂節要永續經營下去，除了應結合舉辦國際級比賽來

提升嘉義市管樂節在國際比賽中的地位，更應該積極規劃一個永久的專屬的專業展演場地，讓所有來參賽與參演的隊伍能將嘉義市管樂主題館視為夢想的展演場所。嘉義市管樂主題館的規劃草案已經提報，將來付諸實現後，公部門應培植一個職業級的管樂團隊進駐在裡面，讓管樂主題館成為嘉義市的驕傲。

3、擴大異業結盟：嘉義市雖有不少的大型產業，投入相關藝文活動贊助的企業卻不多，管樂節結合的地方產業多為餐飲業。目前嘉義市觀光旅遊網推薦了多種半日、一日與二日的古蹟人文之旅。在管樂節長達十多天的活動中，在活動面上如能再開發新結合的文化地標以及觀光景點，相信可以擴大異業結盟的商機，讓嘉義市國際管樂節的觸角能再深入地方產業的各領域中。

4、加強產官學合作：由於城鄉差異與資源的分配，許多優秀的管樂老師不願意到中南部來教學，在嘉義地區目前的管樂團教學環境裡面，擁有專業學經歷的第一線管樂教育老師，並沒有落實在的各級學校裡面（林士偉，2012）。因此公部門除了提供管樂團隊的樂器補助，也要協助管樂團延聘優良師資，來提高國中小管樂團隊的素質與比賽成績；在教育深耕方面，應深化校園團隊與國際團隊的互動與交流，結合嘉義市管樂節參與的外國團隊進到校園與學生互動，提高學生的國際觀，使管樂交流的面向更豐富，提高管樂節的活動效益。此外，管樂教育不應只在國中小做推廣與扎根，也要同時規劃與高中職的銜接，才不致管樂人才的斷層。目前可看到的管樂扎根教育完全著重在各國中小學，而高中職管樂社團尚未出現有較為完整的實施方案或是計畫。研究者認為，既然要做好深度的管樂文化扎根教育，那麼高中職管樂團隊這一區塊更應該做好銜接，才不致產生管樂人才的涵養被中斷。將來這些人才進入大學、到社會工作之後，這些管樂才能不但是嗜好，將來也可能是他們的職業。當這些管樂人才在社會上開枝散葉，將管樂帶入更多社團、社區的每一角落、以及自己的家庭之後，

管樂才可以說是真正的落實在生活之間。

5、與地方藝文團體合作層面宜再更深入：嘉義市管樂節自委外辦理之後，地方管樂團體覺得在嘉義市管樂節的合作層面上不如以前密切。由於這些地方管樂團隊都是在地深耕的，對於管樂的推廣具有高度的熱忱，公部門應結合嘉義在地的管樂團隊，規劃推廣的工作：有的負責越區介紹，有的負責講座、演出，並且舉辦管樂營隊、夏令營等，讓管樂節活動延續在每一天。管樂節與地方藝文團體合作層不但更深化，公部門也達到間接地扶植地方藝文團體的成果。

6、政治力不應干預：嘉義市管樂節是嘉義人這二十一年來的傑出藝文活動也是嘉義人的驕傲，藝術應獨立於政治之外，不應以政治力干預文化預算而使嘉義市管樂節窒礙難行。

7、活動應有創新：一個藝文活動能走了二十一年實屬不易，然而活動辦久了也難免面臨活動需創新的關鍵。管樂節近來以管樂嘉年華會方式的熱鬧踩街的確引起媒體的注意，也提高了市民的參與度，但是每年的管樂踩街走下來，難免會使活動失焦，讓民眾以為嘉義市管樂節就只有管樂踩街而已。

教育是百年樹業，文化又何嘗不是？愛因斯坦曾說，許多重要的東西是不能被量化的。文化的投資亦是如此，文化對人民的影響、生活品質、藝術素養的提升，是無法以量化來衡量的。藝術向下扎根很重要，金車教育基金會公布中小學生美學調查結果，發現多數學生對美學「無感」(2013)，並建議教育當局將藝術教育融入生活中。周美青(2010)建議，為了提升社會及孩子的涵養和生活品質，是否也能考慮為我們的下一代、為國內的藝文產業，做定時定額的文化投資。每年帶孩子聆賞幾場國內藝界的展演，甚至固定小額贊助喜愛的團體，相信對孩子或社會，都是穩賺不賠的。

嘉義市管樂節是嘉義市的驕傲，嘉義市民對管樂節無不寄予永續經營的深厚期望，這二十一年來在管樂的推廣、多元的活動面向，豐

富了市民的生活、開展了學子們對管樂的熱愛、也因為管樂開拓了嘉義市與國際交流的平台。嘉義市管樂節對地方藝文團體的扶植也有正向的提升，對地方的藝文教育也有持續地溢注藝術能量。總結來說，「嘉義市管樂節」雖已經具備長期經營以及累積了相當豐厚的背景，但在永續經營面上還需要公部門與地方藝文團體共同努力，期許嘉義市管樂節邁向下一個二十年。

期待嘉義市這個小而美的管樂城市裡，管樂能持續飛揚。

以上結論與建議事項，僅供嘉義市管樂節做為將來營運管理及推動地方文化的參考。

參考文獻

一、中文參考書目：

1. 申學庸、陳其南等（2000），文化建設與國家發展，台北：中國國民黨。
2. 行政院文化建設委員會（2004），文化白皮書，臺北市：行政院文化建設委員會。
3. 行政院文化建設委員會（2004），文化白皮書，臺北市：行政院文化建設委員會。
4. 林炎旦（2011），文化創意產業理論與實務，臺北市：師大書苑
5. 邱誌勇（2011），文化創意產業讀本：創意管理與文化經濟，李天鐸編著，台北：遠流
6. 郭鑒（2007），地方文化產業經營，杭州：浙江大學出版社。
7. 陳朝平（2000），藝術概論，台北市：五南。
8. 陳瓊花（2001），藝術概論，台北市：三民。
9. 陳向明（2002），社會科學質的研究，台北：五南。
10. 陳柏州、簡如邠（2004），台灣的地方新節慶，台北：遠足文化。
11. 陳海鳴(1998)，管理概論，台北，華泰文化。
12. 陳其南(1995)，社區總體營造與文化產業發展，「文化·產業」研討會論文集，行政院文化建設委員會。
13. 蓋瑞忠（1998），藝術概論，台北市：文京。
14. 蔣勳（2000），藝術概論，台北：台灣東華。
15. 劉大和(2001)，APEC議題研究精選系列2觀光、文化節慶，台北：中華。
16. 賴志彰：在地公民脈動：城市在地文史工作者的公民視野，吳英明、蔡宗哲主編（2009），《公民城市學》，高雄市：高雄市立空中大學。

二、期刊、雜誌：

- 1.王秉鈞（1995），「個案研究法個案研究法在企業管理上之應用與評議」，定性研究研討會論文集。
2. 李青松、吳東安（2008），城市餐飲節慶活動行銷之研究－以臺北牛肉麵節為例，運動休閒餐旅研究，Vol.3 No.4。
3. 周美青（2010），穩賺不賠的文化投資，親子天下，12月號。
4. 張峻嘉、陳永森、林進興（2010），台北市特色商業之未來發展與國際行銷策略，環境與世界第二十一期。
5. 陳碧娟（2003），嘉義市管樂節十年回顧與展望，人文藝術學報第二期。
6. 葉樹涵（2012），嘉市藝文，第246期。
7. 蒯光武、鮑忠暉（2010），以隱喻抽取技術探索高雄市的城市意象，傳播與管理研究第十卷第一期。
8. 蔣玉嬋（2004），社區發展季刊，107期。
9. 饒嘉博（2010），打造城市品牌，建造嘉義為「管樂之都」，經理人月刊，12月號。
10. 蘇瑤華（2011），藝術節慶以城市為名，國民教育期刊10月5卷1期。

三、學位論文：

1. 丁美月（2010），區域性展演設施與地方文化推廣－以嘉義縣表演藝術中心為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。
2. 王鶴琴(2004)，宜蘭縣推展藝術休閒文化成效之調查研究，國立臺灣師範大學音樂研究所碩士論文。
3. 伍亮帆（2006），嘉義市國際管樂節吸引力、滿意度與忠誠度關係及願付價格之研究，南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。

4. 朱家榮 (2006), 國立成功大學圖書館建築用後評估之研究, 國立政治大學圖書資訊研究所碩士論文。
5. 杜昱潔 (2007), 地方政府政策行銷之研究—以宜蘭國際童玩藝術節為例, 國立政治大學公共行政研究所碩士論文。
6. 李孟娟 (2012), 地方政策行銷與網絡治理關係之研究: 以嘉義市國際管樂節為例 (1993—2011), 暨南大學公共行政與政策學系碩士論文。
7. 李瑛玲 (2011), 傳統產業轉型文化創意產業經營模式之研究—以新港香藝文化園區為例, 南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。
8. 李宜晉 (2008), 地方政府參與傳統民俗節慶活動之夥伴關係研究—以台南七夕十六歲藝術節為例, 國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
9. 何錦順 (2008), 台中縣藝術之店, 國立臺北教育大學藝術學系碩士論文。
10. 吳淑鈴 (2001), 台灣國際藝術節建構之研究, 南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。
11. 吳奉靜 (2008), 國小音樂才能班高年級學童藝術活動觀賞研究, 國立屏東教育大學音樂學系碩士論文。
12. 宋四君 (2008), 全球供應鏈實踐過程中柔性能力之研究—以利豐集團為例, 國立政治大學經營管理碩士學程 (EMBA) 碩士論文。
13. 林軒如 (2006), 有線電視分組付費可能實施方式之研究, 國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
14. 林思彤 (2008), 已婚女性教授工作與家庭的關係--從生涯發展的角度探討, 國立政治大學公共行政研究所碩士論文。
15. 林積慶 (2008), 跨國電視, 在地消費—論台灣青年觀眾之美國影集收視經驗, 國立政治大學新聞研究所碩士論文。

16. 林寶暉 (2010), 以科技接受模式探討行動導覽系統對地方文化產業發展之研究, 國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
17. 林綉雯 (2007), 我國偏遠鄉鎮數位落差之跨年度比較分析, 國立政治大學公共行政研究所碩士論文。
18. 邱世宇 (2007), 中國主要3C通路經營模式之比較-以國美電器、宏圖三胞、百腦匯為例, 國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
19. 洪惠冠 (2007), 城市藝術節慶發展之探討—以新竹市玻璃藝術節為例, 國立臺南藝術大學博物館學研究所碩士論文。
20. 陳達章 (2001), 台灣地區地方政府公辦國際文化活動之研究-以嘉義市文化局舉辦國際管樂活動為例, 南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。
21. 陳思琦 (2008), 地方文化產業與社區營造之研究—以關西玉山地區為個案, 國立新竹教育大學人資處社會學習領域碩士論文。
22. 陳彥霖 (2008), 臺灣地方節慶觀光活動永續發展影響因素之探討, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。
23. 陳吟合 (2006), 表演藝術與社區文化：以鄒族舞蹈及文化展示為例之研究, 南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。
24. 陳育恬 (2008), 非營利組織推動社群音樂之個案研究—以嘉義市音樂協進會為例, 國立臺南大學音樂學系碩士論文。
25. 許瓊方 (2006), 全球化之下西班牙文化節慶與城市競爭力之探討—以「奔牛節」與「聖週暨春會」為例, 臺灣大學國發展研究所碩士論文。
26. 郭俊廷 (2012), 大專生參與藝文活動現況與其對美感教育之觀點, 國立屏東教育大學音樂學系碩士論文。
27. 郭雅婷 (2008), 鷄籠中元祭節慶文化產業行銷策略之研究, 國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
28. 張澗方 (2008), 藝術節慶與城市品牌之關聯性—「嘉義市國際管

- 樂節」個案分析，國立臺灣師範大學表演藝術研究所碩士論文。
29. 張明盛（2007），境外基金行銷策略之研究－以總代理人為例，國立政治大學管理碩士學程（AMBA）碩士論文。
30. 張芸甄（2009），調查人員特考取消性別限制之影響－策略性人力資源觀點的分析，國立政治大學公共行政研究所碩士論文。
31. 張克宙（2008），大溪地區居民對地方文化產業活動參與動機之研究，清雲科技大學經營管理研究所碩士論文。
32. 黃聿卉（2005），從法國經驗看藝術節對發展地方文化產業之影響，淡江大學歐洲研究所碩士論文。
33. 黃鈺婷（2007），地方文化產業發展與地方認同－以臺南縣新化鎮為例，國立臺南大學社會科教學碩士論文。
34. 黃瑛瑛（1998），嘉義市高中管樂隊現況調查研究，國立臺灣師範大學音樂研究所碩士論文。
35. 楊加華（2010），國民小學實施外國學生接待家庭之研究－以臺北市一所國小為例，國立臺北教育大學教育政策與管理研究所碩士論文。
36. 楊敏芝（2002），地方文化產業與地域活化互動模式研究－以埔里酒文化產業為例，國立台北大學都市計畫研究所博士論文。
37. 黎斌儷（2012），文化特色活化地方觀光產業發展之研究－以嘉義縣板頭社區為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。
38. 潘富聖（2010），藍海策略價值創新與實務運用之研究－以霹靂布袋戲為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。
39. 蔡宜霖（2008），節慶活動與地方價值之研究－以台灣咖啡節為例，南華大學旅遊事業管理學系碩士論文。
40. 鄧時萱（2012），文創工作者創業歷程與其自營品牌經營研究－以林穎穗先生與穎創毛巾工坊為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。

41. 劉怡廷 (2010), 都市行銷事件之研究－嘉義市管樂節為例, 東海大學行政管理暨政策研究所碩士論文。
42. 蕭苑瑜 (2010), 公部門與非營利組織合作發展文化觀光產業之研究－以嘉義市國際管樂節為例, 南華大學非營利事業管理研究所碩士論文。
43. 賴沁沁 (2005), 節慶活動公關策略之研究－以 2004 年宜蘭國際童玩藝術節為例, 佛光大學傳播學研究所碩士論文。
44. 賴婉玲 (2005), 社區大學課程方案推動地方文化發展之研究－以台中縣海線社區大學為例, 國立臺中教育大學社會教育學系碩士論文。
45. 謝瑩潔 (2001), 我國藝術補助機制之檢討－以組織、運作及財源籌措為討論, 國立台灣大學政治研究所碩士論文。
46. 鍾宜春 (2006), 城市行銷 :以音樂為媒介 -高雄市策略發展之研究, 國立中山大學藝術管理研究所碩士論文。
47. 龐配甄 (2012), 高雄市國小教師藝文活動參與類型喜好、涉入程度與參與動機之研究, 國立臺南大學音樂學系碩士論文。
48. 蘇明如 (2001), 九〇年代台灣文化產業生態之研究, 南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。

四、其他：

1. W A SBE網站 <http://www.wasbe.org>
2. 于國華 (2010), 全國文化論壇：文創系列－成果報告, 行政院文化建設委員會
3. 王秀慧 (無日期), 高年級原住民學生參與藝文活動與阻礙之探究, 國立台北教育大學社會與區域發展學系多元文化教育教學碩士班研究生。2013.02.15取自 <http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/89/A29.htm>

4. 文建會 95 年度福爾摩沙藝術節系列活動輔導及評鑑 (2006), 行政院文化建設委員會
5. 行政院文化建設委員會(2009), 98年全國各縣市藝文展演活動統計, 行政院文化建設委員會業務統計, 取自
<http://www.moc.gov.tw/public.do?method=list&categoryId=3>
6. 宋正宏 (2009), 功能明確, 細節完整—日本表演藝術場地, 為城市加分, 游於藝電子報公務人員發展中心取自
<http://epaper.hrd.gov.tw/97/EDM97.htm>
7. 林諭林 (2006), 全台飆節慶系列報導, 中國時報
8. 林士偉 (2012), 台灣當代音樂生態國際學術論壇, 國立嘉義大學人文藝術中心
9. 林國章(2007), 台灣民俗節慶文化活動產官學合作模式的理論與實際, 2013.02.28取自
http://r9.ntue.edu.tw/activity/multiculture_coferece/file/3/2.pdf
10. 美學無感7成學生不識林懷民, 人間福報, 2013.01.10
11. 范佐銘、葉怡君、鄭文婷 (2011), 赴德國、西班牙、英國拜會暨考察愛丁堡藝術節報告, 行政院客家委員會
12. 南方表演藝術發展計畫 (2006), 行政院文化建設委員會
13. 高慈敏 (2012), 從在地札根到遍地開花看見台灣縣市藝文特色的活力, 101年縣市藝文特色發展計畫評鑑計畫成果發表暨交流座談會活動側記
14. 陳淑芬 (2009), 文化觀光藝起來專題報導, 大紀元時報
15. 陳其南 (2005), 公民國家意識之建立, 取自
<http://www.twcenter.org.tw/f03/act/paper.doc>
16. 陳姿伶 (2004), 個案研究法 (Case Study), 中興大學農業推廣教育研究所
17. 曾蕙蘋 (2006), 全台飆節慶系列報導, 中國時報
18. 創意台灣—文化創意產業發展方案 行動計畫 98—102 年 (核定

- 本) (2009), 行政院文化建設委員會
19. 黃敏惠市長的部落格
<http://blog.udn.com/cycgmayor/5348617#ixzz2WCXU1MrF>
 20. 嘉義市管樂團官網 <http://www.cywo.org.tw>
 21. 嘉市預算砍半管樂節恐喊卡, 聯合報, 2013.01.25
 22. 嘉義市議會第八屆第五次定期大會 (2012), 市長施政總報告
 23. 嘉義市文化局網站 <http://www.cabcy.gov.tw/main12.asp>
 24. 趙淑琴 (2008), 政府推動展演建設培養人文氣質, 行政院經濟建設委員會
 25. 臺北市文化基金會之轉型與任務專案報告 (2007), 臺北市政府文化局
 26. 劉榮義、劉可強 (2010), 「嘉義市管樂主題館」委託調查研究規劃案, 嘉義市政府文化局
 27. 鄭秋霜 (2008), 節慶活動加點新鮮味, 經濟日報 2008.04.22
 28. 龍應台 (2006), 文化假拜拜一片塑膠花海, 中國時報 2006.03.13
 29. 藝文政策間接補助機制規劃之研究 (2011), 行政院研究發展考核委員會編印
 30. 藝文政策間接補助機制規劃之研究 (2011), 行政院研究發展考核委員會

五、英文參考文獻：

1. Gotham, K. F. (2002) Marketing Mardi Gras: commodification, spectacle and political economy of tourism in New Orleans, Urban studies, 39.
2. Gallarza, M.G., Saura, I.G. and Garcia, H.C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. Journal of Tourism Research, 29(1), 56-78.
3. Hauptfleisch Temple, Lev-Aladgem Shulamith, Martin Jacqueline, Sauter Willmar, &

- Schoenmakersed, Henri. (2007). Festivalising: Theatrical Events, Politics and Culture. Amsterdam - NewYork, NY: Rodopi.
- 4 . Kotler, P. (1993). Marketing Places: attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations. New York; Toronto: Free Press.
 - 5 . Kotler, P. (1997). Marketing management: analysis, planning, implementation and control. New York: Prentice-Hall.

附錄一 公部門的訪談大綱

第一部份：城市意象與行銷面

1、嘉義市政府舉辦「嘉義市國際管樂節」的策劃工作如何進行？人力資源如何配置？

2、「嘉義市國際管樂節」在經費資源上如何配置？如何籌措經費來源？

3、嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」主要的行銷策略有哪些？

4、目前「嘉義市國際管樂節」主要安排的活動類型有哪些？

5、「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用哪些媒體宣傳？您認為哪一種宣傳方式效果最好？

6、您認為「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？

7、「嘉義市國際管樂節」目前是文建會福爾摩沙藝術節系列活動中舉辦最久的，您認為成功的關鍵在於？

8、政府採購法是否影響「嘉義市國際管樂節」的行銷與執行？是否影響辦理活動上的經驗與傳承？

第二部份：文化教育深耕面

1、「嘉義市國際管樂節」對於居民的地方文化認同有何影響？

2、「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

3、「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

4、「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

5、「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深入的互動？

第三部分：地方產業結合與推廣面

1、「嘉義市國際管樂節」如何與地方產業結合？

2、「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方文化創意產業的發展？

第四部份：地方藝文團體扶植面

- 1、嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？
- 2、嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請相關藝文補助？
- 3、「嘉義市國際管樂節」是否與地方文教基金會、地方藝文團體、或各級學校進行資源整合，以提升這些團體的藝文產業價值？

第五部份：未來發展與建議

- 1、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？
- 2、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？
- 3、未來是否有規劃「管樂園區」的概念？
- 4、是否會延續管樂節的舉辦經驗，未來繼續規劃其他相關活動？
- 5、您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

附錄二 專家學者的訪談大綱

第一部份：城市意象與行銷面

1、「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用哪些媒體宣傳？您認為哪一種宣傳方式效果最好？

2、您認為「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？

3、「嘉義市國際管樂節」目前已舉辦二十屆了，您認為成功的關鍵在於？

4、「嘉義市國際管樂節」規劃的活動類型中，您認為哪一種最好？

5、政府採購法是否影響「嘉義市國際管樂節」的行銷與執行？是否影響辦理活動上的經驗與傳承？

第二部份：文化教育深耕面

1、「嘉義市國際管樂節」對於居民的地方文化認同有何影響？

2、「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

3、「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

4、您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

5、「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深的互動？

第三部分：地方藝文團體扶植面

1、嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？

2、嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請相關藝文補助？

3、「嘉義市國際管樂節」是否與地方文教基金會、地方藝文團體、或各級學校進行資源整合，以提升這些團體的藝文產業價值？

第四部份：未來發展與建議

1、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

2、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？

3、未來是否有規劃「管樂園區」的概念？

- 4、是否會延續管樂節的舉辦經驗，未來繼續規劃其他相關活動？
- 5、您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

附錄三 地方參與團體的訪談大綱

第一部份：地方藝文團體扶植面

- 1、請問貴團體是否參加過「嘉義市國際管樂節」的演出？
- 2、您認為「嘉義市國際管樂節」活動，對於地方藝文團體有何意義與幫助？
- 3、嘉義市政府是否提供協助申請其他相關補助的資訊？
- 4、嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的補助？
- 5、您對於嘉義市政府在「嘉義市國際管樂節」所規劃的演出場地滿意嗎？是否有其他建議？

第二部份：文化教育深耕面

- 1、「嘉義市國際管樂節」對於居民的地方文化認同有何影響？
- 2、「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？
- 3、「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？
- 4、您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？
- 5、「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深的互動？

第三部分：未來發展與建議

- 1、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？
- 2、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？
- 3、您認為是否應規劃「管樂園區」的概念？
- 4、是否會延續管樂節的舉辦經驗，未來繼續規劃其他相關活動？
- 5、您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

附錄四 地方文化工作者的訪談大綱

第一部份：城市意象與行銷方面

- 1、「嘉義市國際管樂節」規劃活動的類型中，你認為哪一種最好？
- 2、「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用各種媒體進行宣傳，您認為哪一種宣傳方式效果最好？
- 3、「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？
- 4、「嘉義市國際管樂節」目前已舉辦二十屆了，您認為成功的關鍵在於？

第二部份：文化教育深耕面

- 1、「嘉義市國際管樂節」對於居民的地方文化認同有何影響？
- 2、「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？
- 3、「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？
- 4、您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？
- 5、「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深的互動？

第三部分：地方產業結合與推廣面

- 1、「嘉義市國際管樂節」如何與地方產業結合？
- 2、「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方文化创意產業的發展？

第四部份：地方藝文團體扶植面

- 1、嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？
- 2、嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請其他機構相關藝文補助？
- 3、「嘉義市國際管樂節」如何與地方文教基金會、地方藝文團體、或各級學校進行資源整合，以提升這些團體的藝文產業價值？

第五部份：未來發展與建議

- 1、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

- 2、您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？
- 3、您認為是否應規劃「管樂園區」？
- 4、您認為是否應該延續管樂節的舉辦經驗，未來規劃相關活動？
- 5、您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

附錄五 訪談逐字稿

訪談對象編號：A

訪談時間：101.8.9 下午 2：30-3：45

訪談地點：嘉義市政府辦公室

訪談方式：開放式錄音訪談

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、城市意象與行銷方面</p> <p>①「嘉義市國際管樂節」的策劃工作如何進行？人力資源如何配置？</p> <p><u>我們所有的人力上除了承辦人員以外，市政府各單位都有人力分配，也就是市政府整體動員，籌劃的過程當中，這些人力都是我們自己文化局的同仁來做，再結合志工，所以你要講說怎麼樣的人力配置那個都講不完，幾乎就是一個政府的力量、民間(團體)的力量、志工的力量，要概括性的講是政府文化局當主軸，就是淑雲、金龍、秘書、副局長和我，原則是我們這五個人當主軸，然後 handle 所有的狀況，然後我們再分配給其他相關的單位。</u>我們所有的人力上除了承辦人員以外，市政府各單位都有人力分配，也就是市政府整體動員，再加入學校，因為創意踩街幾乎是學生全體動員，變成是學校教育也是我們嘉義市在推廣教育管樂活動的時候，變成一個大家一起的活動。</p> <p>所以基本上這些策略其實是一連串配套方式非常多，所以假使要來講說這些策劃活動會怎樣來進行，那絕對不是用那幾個單獨的力量。所以從這個角度來講它只有觀光的功能，沒有消費的功能，必須要市政府這個團隊都加進來，因為市政府本身要變成一個整體的力量去進行，必須要市政府這個團隊都加進來，這樣的活動並不是文化局單一的力量可以完成，所以也就因為這樣的活動讓文化局本身變成一個活動主體，也把嘉義市政府的文化局之外的管事(比方環道活動、環保局的一些衛生"清潔維護"、警察局的工作維護"踩街時交通秩序維持")其他科室全部都投入了，所以它變成嘉義市政府的活動而不是文化局的單一活動。</p> <p>我們要知道那整個策劃性工作的時候，那你假如在</p>	<p>我們所有的人力上除了承辦人員以外，市政府各單位都有人力分配，也就是市政府整體動員，幾乎就是一個政府的力量、民間(團體)的力量、志工的力量，要概括性的講是政府文化局當主軸，就是淑雲、金龍、秘書、副局長和我，原則是我們這五個人當主軸，然後 handle 所有的狀況，然後我們再分配給其他相關的單位。再加入學校，因為創意踩街幾乎是學生全體動員，變成是學校教育也是我們嘉義市在推廣教育管樂活動的時候，變成一個大家一起的活動。</p> <p>(A-1-1-1)</p> <p>那絕對不是用那幾個單獨的力量。因為市政府本身要變成一個整體的力量去進行，必須要市政府這個團隊都加進來，這樣的活動並不是文化局單一的力量可以完成，所以也就因為這樣的活動讓文化局本身變成一個活動主體，也把嘉義市政府的文化局之外的管事(比方環道活動、環保局的一些衛生"清潔維護"、警察局的工作維護"踩街時交通秩序維持")其他科室全部都投入</p>

單一面向的話比較不會被接受。所以我們那時候大概就是用一個基本西餐的概念，也就是說我們把管樂當成一個主菜，(那你去吃西餐的時候你會去吃前菜才有餐點，咖啡、飯後甜點這些東西)，那我們就利用這種概念再配套其他的活動，也就是說我希望在這樣的一個活動不是純粹你來吃個牛排就走，因為純粹來吃牛排的人可能不多，但是你可能會到這家餐廳去吃你可能很喜歡他的咖啡或甜點、沙拉或氛圍環境，這些東西就變成說你會去消費的各種因素，那我們大概就用這種角度看待你怎麼去策劃這樣的工作。你把喝咖啡那些其他配套東西都加進來了，那民眾他就不會說只來吃牛排而他就不來了，他可能來有多樣的選擇，所以他就來這地方，所以我們就加了很多配套的活動，以管樂當主軸，然後用包括音樂小品、徵文比賽、攝影比賽、石雕、現場表演或嘉義伴手禮選拔，也就是說我們從多樣性的活動到變成多功能性，目前純粹就是一種好玩、好看、好吃，也就是符合現在人民在觀光功能上不是純粹的一個單一選項。

②「嘉義市國際管樂節」在經費資源上如何配置？如何籌措經費來源？

那經費上的來源有很多種，一個就是市府預算，另一個是民間支援，所以預算上來源是多樣性的。早期除了市府預算外，我們會尋求民間支援。那這些東西都是人力配置上必須要做的財源的規劃。公部門一定是政府本預算，政府本預算有兩種，一種是市政府自行編列；一種是中央補助款，中央補助款早期是申請，現在是用競爭型的(看你歷年來所表現的然後提出計畫向中央文建會補助)，那我們往年(在我任內的這幾年)每年都是得到文建會的肯定拿到最高的補助金額，就是說文建會他要獎勵各縣市的這種活動，他有一定的標準和個人的一些申請條件。

③「嘉義市國際管樂節」主要的行銷策略有哪些？

我們希望多站在兩個角度來看，我們希望站在民眾的參與面要擴大，也就是說從量跟質的角度去看，我認為說，

了，所以它變成嘉義市政府的活動而不是文化局的單一活動。

(A-1-1-2)

我們大概是用一個基本西餐的概念，也就是說我們把管樂當成一個主菜，那我們就利用這種概念再配套其他的活動。那我們大概就用這種角度去策劃這樣的工作。(A-1-1-3)

經費上的來源有很多種，一個就是市府預算，另一個是民間支援。(A-1-2-1)

公部門一定是政府本預算，政府本預算有兩種，一種是市政府自行編列；一種是中央補助款，中央補助款早期是申請，現在是用競爭型的(看你歷年來所表現的然後提出計畫向中央文建會補助)，那我們往年(在我任內的這幾年)每年都是得到文建會的肯定拿到最高的補助金額。

(A-1-2-2)

我們就是擴大他的兩度策略，就是擴大他的寬度跟深度。擴大民眾的參與度最重要的問題就是

你要讓民眾知道參與，參與了以後才有感情，參與的力量就產生你支持的力量。所以我們那時候的策略就是說先讓民眾知道嘉義市有這樣的一個活動，所以我們透過這樣的方式讓那一年(管那什麼音樂)國內所有的團隊我們都邀請，所以所謂破百的期待，那時確實有破百多隊來，不管妳水準高低，只要有興趣來嘉義市表演，我們就提供一個這樣的平台讓你來表演。也就是說我們讓這個活動不僅在業界(所有管樂團隊)都知道說嘉義市有這樣的一個活動，那我們希望你這個時候(時間)能夠來這邊表演，沒有參與就會讓人覺得你好像不是在台灣有這樣的水準。所以我們就是擴大他的兩度策略，就是擴大他的寬度跟深度。擴大民眾的參與度最重要的問題就是說讓很多的團隊進來；另一方面就是也讓民眾參與其他的活動。比方說我們來有管樂踩街，那管樂踩街就是管樂團隊在踩而已，後來我們就認為說文化的管樂活動應該不是只有管樂活動，應該也要讓市民有參與也有教育的功能、文化的功能，那基本上我們就認為說，我們就用創意踩街的方式把它加進來。那創意踩街我們當時的策略就是說誰來參加呢？那我們認為是學校？由學校他們來做創意的表現，民間社團、寺廟，那這種東西他們有了參與以後那就不是純粹單一的那些人而已，也就是本身除了音樂界的人士以外，也讓參觀了人參與了。這個策略完了就是要讓民眾知道，這是第一個最重要。那民眾知道的話妳就要有行銷的管道，那行銷我們幾乎所有管道都做了，我們在這下了很大的功夫，包括媒體、文宣、雜誌、廣播、網路、網站．．．你想的到的。基本上我們的行銷是紮實、深根，我要在行銷的過程讓每一個人印象深刻，利用現在網路的那一套被容易接受。那我們有各種不同的需求面，包括小朋友都有 DM，那電視媒體、網路、歌星，基本上這些都是透過這樣的方式，另外還有一個地方是管樂的表演我們也會結合流行音樂、古樂(無雙樂團)，類似這樣的活動，也就是說我們會把一個比較單一化的音樂活動變成不同的表演結合在一起，創造另一種視覺跟聽覺的效果。所以第一個我們要去行銷時一定要有的基本配備，第一個就是他的主軸「就是要你管」，我們認為在行銷的過程一定要有一個主軸，那個主軸就是我們想的題目『這個

說讓很多的團隊進來。我們那時候的策略就是說先讓民眾知道嘉義市有這樣的一個活動，國內所有的團隊我們都邀請，所謂破百的期待，只要有興趣來嘉義市表演，我們就提供一個這樣的平台讓你來表演。我們希望民眾的參與面要擴大，要讓民眾知道參與，參與了以後才有感情，參與的力量就產生你支持的力量。

(A-1-3-1)

另一方面就是也讓民眾參與其他的活動。比方說我們來有管樂踩街，那管樂踩街就是管樂團隊在踩而已，後來我們就認為應該也要讓市民有參與，我們就用創意踩街的方式把它加進來。由學校他們來做創意的表現，民間社團、寺廟，那他們有了參與以後那就不是純粹單一的那些人而已，也就是本身除了音樂界的人士以外，也讓參觀了人參與了。

(A-1-3-2)

那民眾知道的話妳就要有行銷的管道，那行銷我們幾乎所有管道都做了，我們在這下了很大的功夫，包括媒體、文宣、雜誌、廣播、網路、網站．．．你想的到的。基本上我們的行銷是紮實、深根，我要在行銷的過程讓每一個人印象深刻。利用現在網路的那一套被容易接受。包括小朋友都有 DM，那電視媒體、網路、歌星，另外還有一個地方是管樂的表演我們也會結合流行音樂、古樂(無雙樂團)，類似這樣的活動，也就是說我們會把一

活動就是要你管』、『管他什麼音樂』、『管不住的音樂』等等，那前面幾屆都是『管不住的音樂』那幾個，那最後我們『就是要你管』，最後我們定位在『就是要你管』，爲什麼要這樣子？我們認爲每年弄一個主軸去宣傳當然很好，可是民眾久了之後不曉得是什麼，所以我們第三年以後就開始用『就是要你管』。我本來原先的規劃『就是要你管』類似這樣的一個，但是我覺得到後來還是單一性的選擇會比較好，所以從就是要你管那一年開始之後每年就都是『就是要你管』，讓他有一個固定的聯結。第二個我們用企業形象的 LOGO 符號，我們要固定的企業形象，就是那管樂小雞，只要看到這圖形就是代表國際管樂節，所以這東西也是．．．(印象中)當時參與這個的件數大概五六百件，都是國內很多的設計公司、學校學生．．．都是一些設計屆的，是設計屆的一個很大的盛事，那我們幾位專家學者評的結果就是你現在所看到的管樂小雞。還有一個很重要，我們認爲比較深植人心的就是我們找了范曉萱演唱『管他什麼音樂』，這音樂在當時播出來時，也造成了點播率在前五名的，還有她的雞舞，除了我們剛剛講的音樂，透過流行音樂透過這些藝人歌星，他們傳播的力量，這些東西有了之後再透過舞蹈，透過范曉萱他們在行銷的當中就有小 S 他們編的雞舞，那雞舞大家就模仿，就在網路上變成一個很大的轟動。

④「嘉義市國際管樂節」主要安排的活動類型有哪些？

我們那時候大概就是用一個基本西餐的概念，也就是說我們把管樂當成一個主菜，那我們就利用這種概念再配套其他的活動，也就是說我希望在這樣的一個活動不是純粹你來吃個牛排就走，因爲純粹來吃牛排的人可能不多，但是你可能會到這家餐廳去吃你可能很喜歡他的咖啡或甜點、沙拉或氛圍環境，這些東西就變成說你會去

個比較單一化的音樂活動變成不同的表演結合在一起，創造另一種視覺跟聽覺的效果。

(A-1-3-3)

所以第一個我們要去行銷時一定要有的基本配備，第一個就是他的主軸「就是要你管」。我們認爲在行銷的過程一定要有一個主軸，那個主軸就是我們想的題目『這個活動就是要你管』、『管他什麼音樂』、『管不住的音樂』等等，那前面幾屆都是『管不住的音樂』那幾個，那最後我們『就是要你管』，最後我們定位在『就是要你管』，爲什麼要這樣子？我們認爲每年弄一個主軸去宣傳當然很好，可是民眾久了之後不曉得是什麼，所以我們第三年以後就開始用『就是要你管』。我覺得到後來還是單一性的選擇會比較好，所以從『就是要你管』那一年開始之後每年就都是『就是要你管』，讓他有一個固定的聯結。(A-1-3-4)

第二個我們用企業形象的 LOGO 符號，我們要固定的企業形象，就是那管樂小雞，只要看到這圖形就是代表國際管樂節。

(A-1-3-5)

以管樂當主軸，有戶外表演、室內表演、創意踩街，然後我們加了很多配套的活動，包括管樂主題曲、心情小語、管樂故事、徵文比賽，音樂小品、徵文比賽、攝影比賽、石雕、現場表演或嘉義伴手禮選拔，也就是說我們從

消費的各種因素，那我們大概就用這種角度看待你怎麼去策劃這樣的工作。以管樂當主軸，然後我們加了很多配套的活動，包括管樂主題曲、心情小語、管樂故事、音樂小品、徵文比賽、攝影比賽、石雕、現場表演或嘉義伴手禮選拔，也就是說我們從多樣性的活動到變成多功能性，我們用這種方式包括戶外表演、室內表演、創意踩街，那國際管樂節從我手中裡面做最大的效益。目前純粹就是一種好玩、好看、好吃，也就是符合現在人民在觀光功能上不是純粹的一個單一選項。

⑥「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用哪些媒體宣傳？您認為哪一種宣傳方式效果最好？

你看我們是很有計畫性的，你要行銷，「這是管樂節」，你要行銷什麼？你行銷一定要有一個很重要的主軸在，我們基本上就是兩度策略，就是擴大他的寬度跟深度。讓民眾盡量有參與的機會，那參與的機會一定是人跟經費，人就是要讓民眾知道，這是第一個最重要。讓人家知道我們先從管樂團方面下手，比如我剛說的所有管樂團都知道嘉義市，那這些人都知道我必須要來嘉義市；另一個就是民眾知道(業界知道和民眾知道)，那民眾知道的話妳就要有行銷的管道，那行銷我們幾乎所有管道都做了，我們在這下了很大的功夫，包括媒體、文宣、雜誌、廣播、網路、網站……你想的到的。擴大民眾的參與度最重要的問題就是說讓很多的團隊進來；另一方面就是也讓民眾有參與其他的活動的機會。基本上我們的行銷是紮實、深根，我要在行銷的過程讓每一個人印象深刻，利用現在網路的那一套被容易接受。那我們有各種不同的需求面，包括小朋友都有DM，那電視媒體、網路、歌星，基本上這些都是透過這樣的方式，另外還有一個地方是管樂的表演我們也會結合流行音樂、古樂(無雙樂團)，類似這樣的活動，也就是說我們會把一個比較單一化的音樂活動變成不同的表演結合在一起，創造另一種視覺跟聽覺的效果。

我們就用這樣的方式把行銷很具體意像的呈現在，很容易深入到市民心裡面，再加上我們透過各種不同的活動，包括攝影比賽也是一種行銷，因為攝影比賽以後有來至全國各地的攝影者，管樂主題曲、心情小語、管樂

多樣性的活動到變成多功能性，那國際管樂節從我手中裡面做最大的效益。好玩、好看、好吃，也就是符合現在人民在觀光功能上不是純粹的一個單一選項。(A-1-4-1)

我們是很有計畫性的，你行銷一定要有一個很重要的主軸在。我們基本上就是兩度策略(廣度與深度)，讓民眾盡量有參與的機會，那參與的機會一定是人跟經費。人就是要讓民眾知道，這是第一個最重要。讓人家知道我們先從管樂團方面下手，比如我剛說的所有管樂團都知道嘉義市，那這些人都知道我必須要來嘉義市；另一個就是民眾知道(業界知道和民眾知道)。

(A-1-6-1)

那民眾知道的話妳就要有行銷的管道，那行銷我們幾乎所有管道都做了，我們在這下了很大的功夫，包括媒體、文宣、雜誌、廣播、網路、網站……你想的到的。基本上我們的行銷是紮實、深根，我要在行銷的過程讓每一個人印象深刻。利用現在網路的那一套被容易接受。包括小朋友都有DM，那電視媒體、網路、歌星，另外還有一個地方是管樂的表演我們也會結合流行音樂、古樂(無雙樂團)，類似這樣的活動，也就是說我們會把一

故事、徵文比賽，那這些都是對全國開放的，他變成一個很大的擴大的影響跟教育力，包括你後面所講的文化的深耕面就是在這裡面。不是純粹一個表演活動結束就好了，還有一些管樂主題曲，在是藉管樂年會的時候，也應驗了學生．．．因為管樂的活動裡面，那些活動背後的意義就是讓民眾能夠參與，教育面變成文化面。我們認為在行銷的過程一定要有一個主軸，所以第一個我們要去行銷時一定要有的基本配備，第一個就是他的主軸「就是要你管」，我們認為在行銷的過程一定要有一個主軸，那個主軸就是我們想的題目『這個活動就是要你管』、『管他什麼音樂』、『管不住的音樂』等等，那前面幾屆都是『管不住的音樂』那幾個，那最後我們『就是要你管』，最後我們定位在『就是要你管』，為什麼要這樣子？我們認為每年弄一個主軸去宣傳當然很好，可是民眾久了之後不曉得是什麼，所以我們第三年以後就開始用『就是要你管』。我本來原先的規劃『就是要你管』類似這樣的一個，但是我覺得到後來還是單一性的選擇會比較好，所以從就是要你管那一年開始之後每年就都是『就是要你管』，讓他有一個固定的聯結。第二個我們用企業形象的LOGO符號，我們要固定的企業形象，就是那管樂小雞，只要看到這圖形就是代表國際管樂節，所以這東西也是．．．(印象中)當時參與這個的件數大概五六百件，都是國內很多的設計公司、學校學生．．．都是一些設計屆的，是設計屆的一個很大的盛事，那我們幾位專家學者評的結果就是你現在所看到的管樂小雞。還有一個很重要，我們認為比較深植人心的就是我們找了范曉萱演唱『管他什麼音樂』，這音樂在當時播出來時，也造成了點播率在前五名的，還有她的雞舞，除了我們剛剛講的音樂，透過流行音樂透過這些藝人歌星，他們傳播的力量，這些東西有了之後再透過舞蹈，透過范曉萱他們在行銷的當中就有小S他們編的雞舞，那雞舞大家就模仿，就在網路上變成一個很大的轟動。

個比較單一化的音樂活動變成不同的表演結合在一起，創造另一種視覺跟聽覺的效果。

(A-1-6-2)

所以第一個我們要去行銷時一定要有的基本配備，第一個就是他的主軸『就是要你管』。我們認為在行銷的過程一定要有一個主軸，那個主軸就是我們想的題目『這個活動就是要你管』、『管他什麼音樂』、『管不住的音樂』等等，那前面幾屆都是『管不住的音樂』那幾個，那最後我們『就是要你管』，最後我們定位在『就是要你管』，為什麼要這樣子？我們認為每年弄一個主軸去宣傳當然很好，可是民眾久了之後不曉得是什麼，所以我們第三年以後就開始用『就是要你管』。我覺得到後來還是單一性的選擇會比較好，所以從『就是要你管』那一年開始之後每年就都是『就是要你管』，讓他有一個固定的聯結。(A-1-6-3)

第二個我們用企業形象的LOGO符號，我們要固定的企業形象，就是那管樂小雞，只要看到這圖形就是代表國際管樂節。

(A-1-6-4)

還有一個很重要，我們認為比較深植人心的就是我們找了范曉萱演唱管樂主題曲『管他什麼音樂』，這音樂在當時播出來時，也造成了點播率在前五名的，還有她的雞舞，除了我們剛剛講的音樂，透過流行音樂透過這些藝人歌星，他們傳播的力量，這些

⑦「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的**城市品牌**？

早期我們要邀請國外團隊來表演，他們考慮了老半天卻不一定會來，到後來我們的廣度出來了，當我們走入質的時候，你要來表演，你還要經過我們評審，結果我們評選出來，好幾個團隊都想盡辦法說「他怎麼沒有選上」，他希望我們讓他來表演。這整個過程當中其實他是一個漸進的，沒錢你就可以進來看，變成這種團隊你要排隊又不一定可以看，慢慢的就變成說你要付費才能進來看，那後來我們世界管樂年會竟然買不到票。這表示什麼？民眾他接受了，那你就可以看到我們辦這活動已經受到肯定。

⑧「嘉義市國際管樂節」目前是文建會福爾摩沙藝術節系列活動中舉辦最久的，您認為成功的關鍵在於？

說文建會福爾摩沙藝術節系列活動全省在推的時候，大家都辦了一大堆活動，結果都沒下落了，剩下了兩個(宜蘭童玩節、嘉義市國際管樂節)、但是唯一沒有中斷過且持續的就僅存嘉義市，很可惜的就是宜蘭的童玩節，童玩節他其實也是一個很容易跟民眾站在一起……國際管樂節他最大的優勢就是用時間累積他的力量。

要有一個執政者的決心跟民意代表的預算編列，也就是說他必須要有民意代表的支持，民意代表背後就是民眾，就要有民眾的肯定，所以能夠成功第一個就是承辦單位的堅持，堅持包括你的規劃面，你所展現出來的東西讓人家覺得值得，議會就支持，所以先從漸進的過程，就是說你承辦單位規劃的努力、執政者的決心，所以他能夠成功下來是嘉義市具備了這樣的條件，也就是在辦的過程當中，大家願意把這活動認為是好的活動，你就可以知道說任何的一個活動、執政者跟民眾之間他其實都是環環相扣的，執政者是不是要支持？民眾是不是願意讓它存活下來？這都有很多很複雜的因素，中間過程

東西有了之後再透過舞蹈，透過范曉萱他們在行銷的當中就有小S他們編的雞舞，那雞舞大家就模仿，就在網路上變成一個很大的轟動。(A-1-6-5)

你就可以看到我們辦這活動已經受到肯定(A-1-7)

文建會福爾摩沙藝術節系列活動全省在推的時候，大家都辦了一大堆活動，結果都沒下落了，剩下了兩個(宜蘭童玩節、嘉義市國際管樂節)、但是唯一沒有中斷過且持續的就僅存嘉義市。國際管樂節他最大的優勢就是用時間累積他的力量。

(A-1-8-1)

能夠成功第一個就是承辦單位的堅持，堅持包括你的規劃面，你所展現出來的東西讓人家覺得值得，議會就支持，所以先從漸進的過程，就是說你承辦單位規劃的努力、執政者的決心，所以他能夠成功下來是嘉義市具備了這樣的條件，也就是在辦的過程當中，大家願意把這活動認為是好的活動。任何的一個活

當然有高低起伏，那執政者的支持要表現在哪裡？預算，所以後來整個關鍵點其實還是在黃敏惠身上，市長上任他大力支持。

⑨政府採購法是否影響「嘉義市國際管樂節」的行銷與執行？是否影響辦理活動上的經驗與傳承？

這東西因為是法律的規定，以前是直接就委託，嘉義市管樂團你來辦，那這種採購法你要來辦理的話要依據法令規定來，不能直接委託了，就必須要招標，公開的陳書，那民間的團隊就會進來參與投標，那參與投標有一個現象就是說這一定是存在的，每年哪一團體來，他們的做什麼東西能夠傳承，這東西其實是他們在考慮到就……我們認為說，經驗的傳承一定會影響到，那我們後來是怎麼樣把這一個地方變成是我們的優勢？因為在整個過程當中，我們人完全參與。我們基本上你的任何一個規畫都要我們同意，我們也參與規劃，然後你要做什麼，你的構想要經過我們同意，在這過程中我們也提供我們的想法跟看法，我們有同意權，也就是說這團隊要怎麼做(包括記者會要怎召開，那流程，找的對象)我們都會參與，也就是跟其他縣市政府不一樣，我們會很累的原因就是委託你，你就幫我辦這樣而已，一發生什麼狀況我們會開工作小組會議(隨時在開)，那你要提出報告，比方提出說我現在路線、團隊我怎麼樣去安排進場或是佈置怎麼佈置，我們會給予很強烈的指導。讓這東西除了我們跟你學之外，你們的優點我們也全部都在學習。我們承辦人員、科長包括我本人，我們變成比他們專業還專業，也就是我們不是只有委託單位的角色而已，其實我們也是扮演著執行單位在過程當中參與與監督，因為你參與就會有學習，所以明年你再另一團隊進來，要做的東西我的經驗都比你還豐富，所以每個團隊遇到我們都說你們真的好強，我們做的東西還有很多不足，他們沒有想到政府官員還比他們還專業，因為我們知道三個團隊是怎麼做的，為什麼我們知道？因為我們在這過程當中就學習了，所以你講的沒錯，經驗傳承確實是最大的問題，但是在我們嘉義市文化局反而變成我

動、執政者跟民眾之間他其實都是環環相扣的，那執政者的支持要表現在哪裡？預算。民眾是不是願意讓它存活下來？

(A-1-8-2)

我們認為說，經驗的傳承一定會影響到，那我們後來是怎麼樣把這一個地方變成是我們的優勢？因為在整個過程當中，我們人完全參與。我們基本上你的任何一個規畫都要我們同意，也就是說這團隊要怎麼做(包括記者會要怎召開，那流程，找的對象)我們也參與規劃，然後你要做什麼，你的構想要經過我們同意，在這過程中我們也提供我們的想法跟看法，我們有同意權。

(A-1-9-1)

跟其他縣市政府不一樣，我們會給予很強烈的指導。你們的優點我們也全部都在學習。我們承辦人員、科長包括我本人，我們變成比他們專業還專業，也就是我們不是只有委託單位的角色而已，其實我們也是扮演著執行單位在過程當中參與與監督，政府官員還比他們還專業，因為我們知道三個團隊是怎麼做的，為什麼我們知道？因為我們在這過程當中就學習了。經驗傳承確實是最大的問題，但是在我們嘉義市文化局反而變成我們最大的優點。(A-1-9-2)

優秀的執行團隊才能堅守品質。(A-1-9-3)

們最大的優點。承辦單位你要表達你辦這活動的決心，更要有想法，優秀的執行團隊才能堅守品質。

二、文化教育深耕面

①「嘉義市國際管樂節」對嘉義市民的地方文化認同有何影響？

這整個過程當中其實他是一個漸進的，沒錢你就可以進來看，變成這種團隊你要排隊又不一定可以看，慢慢的就變成說你要付費才能進來看，那後來我們世界管樂年會竟然買不到票。這表示什麼？民眾他接受了，他認為說管樂活動、演奏會、音樂活動，我們在世界管樂年會之前的兩年一些比較精彩的團隊我們就開始售票，也就是說想要聽的人他不會計較這東西，現在民眾都會覺得說嘉義市就是管樂城市，變成一個很自然的反應，這就是一種認同。

②「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

管樂的活動裡面，那些活動背後的意義就是讓民眾能夠參與，教育面變成文化面。我舉一個具體的例子你就知道那影響力有多大，早期只要辦活動，結束以後(會發現一個現象)現在看看我們文化局辦的活動，活動結束後大家椅子幫你摺疊收好，這室外的特色幾乎找不到，現場在結束後三分鐘以內幾乎恢復原狀，民眾的素質就是這樣提升的，大家知道說我來欣賞這音樂會，我該有的禮貌、素養，他們都很自然會，然後給樂團一種尊重(安可、什麼時候要鼓掌···)，那無形之中大家都很清楚，也造成很多粉絲，像靜岡他來時五點半才要開演，三點多人就在門口排，你看那些人結束後又到後舞台找他們簽名或···，擴大參與面還做了接待家庭，那接待家庭的篩選也是一種活動，爲了要他們做接待家庭，他來之前，我們還要去他們家看、再給他們上課(語言訓練、禮貌訓練)，他來了之後(國外團體不是表演完就走)他們來你嘉義市對於台灣的嘉義市的深入他的當地文化，接待家庭帶他們去吃喝玩樂(樂就包括音樂)，所以這東西我大概要逐條講很難講，因為他是環環相扣的。籌劃的過程當中，你要去甄選這些接待家庭，要同一時間集合到哪

現在民眾都會覺得說嘉義市就是管樂城市，變成一個很自然的反應，這就是一種認同。(A-2-1)

管樂活動背後的意義就是讓民眾能夠參與，教育面變成文化面。我舉一個具體的例子你就知道那影響力有多大，早期只要辦活動，結束以後(會發現一個現象)現在看看我們文化局辦的活動，活動結束後大家椅子幫你摺疊收好，現場在結束後三分鐘以內幾乎恢復原狀，民眾的素質就是這樣提升的，大家知道說我來欣賞這音樂會，我該有的禮貌、素養，他們都很自然會，然後給樂團一種尊重(安可、什麼時候要鼓掌···)，那無形之中大家都很清楚，也造成很多粉絲。(A-2-2-1)

還做了接待家庭，那接待家庭的篩選也是一種活動，他來了之後(國外團體不是表演完就走)他們來你嘉義市對於台灣的嘉義

裡，都是很細膩的) 另外一點就是到的時候什麼時間集合什麼時間來接待他，回來你要帶到哪裡去，離開的時候我們又辦了一個餐會和謝謝這些接待家庭，然後大家講一些心得，後面這些接待家庭又跟他們延續一些故事就是一連串的，但這種東西是在哪裡？因為整個出發點是從文化教育面來，那這樣的角度為什麼會那麼紮實？是因為我們用我們的文化讓他知道她來嘉義市吃是什麼，住是什麼，生活環境是怎樣(嘉義公園怎樣，帶他們實際去了解)，對這城市就產生一種感情了！

嘉義市沒有樂器製造商這部分其實是我們當初在思考時比較有困難的，但我覺得管樂這東西不只是只有產業這部分，因為管樂使用者是人，所以嘉義是我們可以從人的角度去做最大的人力資源，也就是人才教育、管樂教育，管樂參與、學校學生參與，培養興趣，我們不必那麼壅塞的認為所謂的管樂一定要有產業才能推廣管樂，從這裡就可以發現，我們可以用管樂的意象、從很多方面包括歌曲、管樂教育，管樂教育要落實在學校教育、生活裡，我們希望嘉義市民對於管樂是可以參與，你能夠吹最好，你不能吹也有欣賞的團體，所以我們也鼓勵成立社團。這幾年也很多社區的人成立樂團，管樂節基本上它帶動其他的藝術文化這是一個質的提昇。

像我們的配套活動，這些都是藝文活動的項目之一，包括生活面的「諸羅藝家人」，還有藝術、風采、環境的配置(安排)，其實整個構思的主軸就在這裡，所以他不是純粹就是說氛圍，我們希望他變成一個……基本上我們讓他期許說(目標取向)你可以到不同的時間、不同的機會，不同的時間地點都有機會，學校教育裡面當然希望學生透過政策面要求他們成立社團、樂團，目前推動一校一管樂。成立的話當然也要有政策面的支持，包括經費、師資，這些都是結合的，包括活動的結合。

③「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

所以嘉義市從以前的嘉義市管樂團……到現在成立更多的管樂社團，那我們也希望民眾參與。這幾年也很多社區的人成立樂團所以當時的這活動裡我們有精選了幾

市的深入他的當地文化，接待家庭帶他們去吃喝玩樂(樂就包括音樂)，所以這東西他是環環相扣的。後面這些接待家庭又跟他們延續一些故事就是一連串的，整個出發點是從文化教育面來，那這樣的角度為什麼會那麼紮實？是因為我們用我們的文化讓他知道她來嘉義市吃是什麼，住是什麼，生活環境是怎樣(嘉義公園怎樣，帶他們實際去了解)，對這城市就產生一種感情了！(A-2-2-2)

管樂這東西不只是只有產業這部分，因為管樂使用者是人，所以嘉義是我們可以從人的角度去做最大的人力資源，也就是人才教育、管樂教育，管樂參與、學校學生參與，培養興趣，我們不必那麼庸塞的認為所謂的管樂一定要有產業才能推廣管樂，從這裡就可以發現，我們可以用管樂的意象、從很多方面包括歌曲、管樂教育，管樂教育要落實在學校教育、生活裡。

(A-2-2-3)

目前推動一校一管樂(A-2-2-4)

從以前的嘉義市管樂團……到現在成立更多的管樂社團，那我們也希望民眾參與。管樂教育要落實在生活裡，我們希望嘉義市

個社區店家學校，所以不是只有你來這邊表演就好，參加國際管樂節我們也安排你去學校到店家、社區表演，單一性的表演活動就結束了，可我們走入社區、店家、校園，各種東西都是所有的規畫面或執行面 P U S H 的一個計畫。我們希望嘉義市民對於管樂是可以參與，你能夠吹最好，你不能吹也有欣賞的團體，所以我們也鼓勵成立社團。量的擴張到後來質的提升，也就是我們的兩度策略(深度跟廣度)，那廣度就是民眾的參與度，那深度就樂團本身我們希望他去巡演。

④您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

我們也鼓勵成立社團。這幾年也很多社區的人成立樂團，管樂節基本上它帶動其他的藝術文化這是一個質的提昇。像我們的配套活動，這些都是藝文活動的項目之一，包括生活面的「諸羅藝家人」，還有藝術、風采、環境的配置(安排)，其實整個構思的主軸就在這裡，所以他不是純粹就是說氛圍，我們希望他變成一個...基本上我們讓他期許說(目標取向)你可以到不同的時間、不同的機會，不同的時間地點都有機會。攝影比賽以後有來至全國各地的攝影者，管樂主題曲、心情小語、管樂故事、徵文比賽，那這些都是對全國開放的，管樂節系列活動也有加入石猴雕刻藝術這部份做整個規劃。他變成一個很大的擴大的一個影響力跟教育力，包括你後面所講的文化的深耕面就是在這裡面。

⑤「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深入的互動？

管樂教育要落實在學校教育、生活裡，我們的目標是，讓各學校在管樂節以外的時間，利用不同的時間、在不同的地點作表演，讓學校的社團能有更大的表演時間跟空間。

三、地方產業結合與推廣面

①「嘉義市國際管樂節」如何與地方產業結合？

嘉義市沒有樂器製造商這部分其實是我們當初在思考時

民對於管樂是可以參與，你能夠吹最好，你不能吹也有欣賞的團體，所以我們也鼓勵成立社團。
(A-2-3)

管樂節基本上它帶動其他的藝術文化這是一個質的提昇。像我們的配套活動，攝影比賽、心情小語、管樂故事、徵文比賽等等這些都是藝文活動的項目之一，包括生活面的「諸羅一家人」，還有藝術、風采、環境的配置、環境的安排。(A-2-4-1)
管樂節系列活動也有加入石猴雕刻藝術這部份做整個規劃。
(A-2-4-2)

我們的目標是，讓各學校在管樂節以外的時間，利用不同的時間、在不同的地點作表演，讓學校的社團能有更大的表演時間跟空間。(A-2-5)

嘉義市沒有樂器製造商這部分其實是我們當初在思考時比較

比較有困難的，所以我們設計有店家(諸羅藝家人)，讓民眾店家都進來，讓民眾店家都進來，那我們再找幾個團隊在你選上的諸羅藝家人網路上推薦你來參加嘉義國際管樂節，你可以到這幾家去消費啊，那我們也請這些團隊去那邊表演，參與者他會覺得很有好處，另外還有票選嘉義的十大伴手禮，他整個背景因素是因為嘉義背景因素是把它放在一起。我們要固定的企業形象，就是那管樂小雞，只要看到這圖形就是代表國際管樂節。

②「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方文化創意產業的發展？

嘉義市沒有樂器製造商這部分其實是我們當初在思考時比較有困難的，所以我們設計有店家(諸羅藝家人)，讓民眾店家都進來，讓民眾店家都進來，那我們再找幾個團隊在你選上的諸羅藝家人網路上推薦你來參加嘉義國際管樂節，你可以到這幾家去消費啊，那我們也請這些團隊去那邊表演，參與者他會覺得很有好處，另外還有票選嘉義的十大伴手禮，他整個背景因素是因為嘉義背景因素是把它放在一起。

四、地方藝文團體扶植面

①嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？

早期有，透過嘉義市文化基金會的補助。但是近年補助額度較少了。

②嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請其他機構相關藝文補助？

關於申請其他相關補助這一部分，我們都會提供相關資訊給地方上的藝文團體。

有困難的，所以我們設計有店家(諸羅藝家人)，讓民眾店家都進來，那我們再找幾個團隊在你選上的諸羅藝家人網路上推薦你來參加嘉義國際管樂節，你可以到這幾家去消費啊，那我們也請這些團隊去那邊表演，參與者他會覺得很有好處。(A-3-1-1)
還有票選十大伴手禮。

(A-3-1-2)

我們要固定的企業形象，就是那管樂小雞，只要看到這圖形就是代表國際管樂節。(A-3-1-3)

我們有店家『諸羅藝家人』，讓民眾店家都進來，那我們再找幾個團隊在你選上的諸羅藝家人網路上推薦你來參加嘉義國際管樂節。(A-3-2-1)
還有票選十大伴手禮(A-3-2-2)

早期有，透過嘉義市文化基金會的補助。但是近年補助額度較少了。(A-4-1)

關於申請其他相關補助這一部分，我們都會提供相關資訊給地方上的藝文團體。(A-4-2)

③「嘉義市國際管樂節」是否與地方文教基金會、地方藝文團體、或各級學校進行資源整合，以提升這些團體的藝文產業價值？

我們有和嘉義市文化基金會、金龍文教基金會、許世賢文教基金會、以及寺廟等等合作。

五、對未來發展與建議

①您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

文建會福爾摩沙藝術節系列活動全省在推的時候，大家都辦了一大堆活動，結果都沒下落了，剩下了兩個(宜蘭童玩節、嘉義市國際管樂節)、但是唯一沒有中斷過且持續的就僅存嘉義市，很可惜的就是宜蘭的童玩節，童玩節他其實也是一個很容易跟民眾站在一起．．．你就可以知道說任何的一個活動、執政者跟民眾之間他其實都是環環相扣的，執政者是不是要支持？民眾是不是願意讓它存活下來？這都很多很複雜的因素，國際管樂節他最大的優勢就是用時間累積他的力量。後來整個關鍵點其實還是在黃敏惠身上，市長上任他大力支持，與前嘉義市管樂團吳平如老師無私的貢獻。再加上嘉義市民眾的認同與期待。嘉義市在管樂教育這一塊的長期耕耘也漸有成果。

②您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？

嘉義市沒有樂器製造商這部分其實是我們當初在思考時比較有困難的。

③未來是否有規劃「管樂園區」的概念？

基本上那概念是要創造一個管樂城市必須要．．．我們當然是希望有一個管樂園區，有多功能性，但這牽涉到的層面又蠻大的，其時我們也具體的有在做這方面的．．．未來我期待管樂園區能夠落實，那這將成爲一個地標性的，就是一個基地，以嘉義爲出發點。那這個基地它是一個都．．因爲牽涉到園地的問題，高水準的演出也有在戶外的時候，當這邊演奏完就不用再搬來搬

我們有和嘉義市文化基金會、金龍文教基金會、許世賢文教基金會、以及寺廟等等合作。(A-4-3)

文建會福爾摩沙藝術節系列活動，唯一沒有中斷過且持續的就僅存嘉義市。(A-5-1-1)

國際管樂節他最大的優勢就是用時間累積他的力量。

(A-5-1-2)

市府長時間累積的承辦經驗以及優秀的承辦人才。(A-5-1-3)

黃市長的大力支持、與前嘉義市管樂團吳平如老師無私的貢獻。(A-5-1-4)

民眾的認同與期待。(A-5-1-5)

嘉義市在管樂教育這一塊的長期耕耘。(A-5-1-6)

劣勢第一個就是我們沒有樂器的產業，嘉義市沒有樂器製造商這部分其實是我們當初在思考時比較有困難的。(A-5-2)

我們當然是希望有一個管樂園區，有多功能性，高水準的演出也有在戶外的時候，當這邊演奏完就不用再搬來搬去，除了戶外表演場地，表演之前還會有一個訓練場地，所以這就是我們希望有一個基地的原因。(A-5-1-1)有地點才有亮點。地點的位置考

<p>去，除了戶外表演場地，表演之前還會有一個訓練場地，所以這就是我們希望有一個基地的原因。有地點才有亮點。地點的位置考量很重要。把這園區當成你管樂的基地，在這園區裡蓋一個管樂主題館，這東西不是說你要蓋就好，政府他在做這事情時一定會問你說以後是誰來管，經費來源是什麼？你就必須要評估這麼多的東西，所以這些東西在還沒完備之前，他不會同意讓你做這些，你有想法可以提出來。</p> <p>④是否會延續管樂節的舉辦經驗，未來繼續規劃其他相關活動？</p> <p>基本上我們讓他期許說(目標取向)你可以到不同的時間、不同的機會，不同的時間地點都有機會，學校教育裡面當然希望學生透過政策面要求他們成立社團、樂團，成立的話當然也要有政策面的支持，包括經費、師資，這些都是結合的。我很多的活動現在也都在進行，事實上都是利用這樣的情形再做一個標舞節、兒童戲劇節，這都非常熱門的一個活動。</p> <p>⑤您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？</p> <p>未來我期待管樂園區能夠落實，那這將成爲一個地標性的，就是一個基地，以嘉義爲出發點。</p>	<p>量很重要。(A-5-1-2)</p> <p>這東西不是說你要蓋就好，政府他在做這事情時一定會問你說以後是誰來管，經費來源是什麼？你就必須要評估這麼多的東西。(A-5-1-3)</p> <p>基本上我們讓他期許說(目標取向)你可以到不同的時間、不同的機會，不同的時間地點都有機會，學校教育裡面當然希望學生透過政策面要求他們成立社團、樂團，成立的話當然也要有政策面的支持，包括經費、師資，這些都是結合的。(A-5-4-1)</p> <p>利用這樣的情形再做一個標舞節、兒童戲劇節，這都非常熱門的一個活動。(A-5-4-2)</p> <p>未來我期待管樂園區能夠落實，那這將成爲一個地標性的，就是一個基地，以嘉義爲出發點。(A-5-5)</p>
--	--

訪談對象編號：B、C

訪談時間：101.8.1 下午 1：30-3：30

訪談地點：嘉義市政府文化局辦公室

訪談方式：開放式錄音訪談

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、城市意象與行銷方面</p> <p>①「嘉義市國際管樂節」的策劃工作如何進行？人力資源如何配置？</p>	<p>先有一份標案上網公告，再來進</p>

我們就是先有一份標案上網公告，再來進行跨工作。跨工作就是看我們分成深度跟廣度，那我們比較深度的部分譬如說我們把管樂的理念帶進去，就是用這兩個目標下去規劃一些活動的項目，那如果廣度的話就會說我們要舉辦踩街，讓參與的人更多、面向更多。而深度的話我們就會說我們希望能夠辦巡演，把管樂帶到校園裡面去，然後在演出的過程中跟更多的舞台經驗，大概是這兩個方向下去不斷的去把活動安排出來。那其實大家最常知道的就會是室內外的音樂，兒童或音樂會，那週邊就會辦一些大型講座，或者是行進變化的演出。就是讓不同層面的人士都可以進去，然後參與整個活動。如果在執行的過程中，我們會整合整個局去做安排，每個局在我們活動的重點階段，譬如說在彩排有分不同的路線，譬如說噴水池這一區是哪一科負責的，或體育區那一區是誰負責的。

②「嘉義市國際管樂節」在經費資源上如何配置？如何籌措經費來源？

其實是文建會也有，但是都是 1-2 百萬的補助。那其實我們在做國內團隊邀請的時候，其實兩百萬幾乎 8-9 成就通通都投注在國內團隊的邀請費用上。然後再加上每個國外團隊如果一進來的話，一個團隊的落地接待(包括食宿、交通、行程和請領隊)就大概要 30 萬左右，所以其實這些費用都遠遠不夠辦一個正式的、規模大的，那一旦規模大不了就通常會變成是大家開...就不要去提說你要打造文化什麼的。從 2006 年之後我們(市府)不斷的增加預算，然後一直到現在大概會有千萬左右的規模，這樣才有辦法形成在活動之外可以有一些預算去做宣傳。因為其實我們在評估一個活動它的宣傳經費大概是抓兩成(一千萬的經費可能其中兩成的預算是要撥)，所以你只能夠做到...所以你看有多少錢，然後就要去分成 8 跟 2 的比例下去抓。慢慢的有比較充裕的預算

③「嘉義市國際管樂節」主要的行銷策略有哪些？

我在做行銷的時候我覺得是分成兩個部份，分成的是對象是管樂專業人士(專業班的民眾)，那專業人士我可能就會走比較專業的路線，譬如說發新聞、登廣告。那對於

行跨工作。(B-1-1-1)

跨工作就是看我們分成深度跟廣度，那我們比較深度的部分譬如說我們把管樂的理念帶進去，就是用這兩個目標下去規劃一些活動的項目，那如果廣度的話就會說我們要舉辦踩街，讓參與的人更多、面向更多。而深度的話我們就會說我們希望能夠辦巡演，把管樂帶到校園裡面去，然後在演出的過程中跟更多的舞台經驗，大概是這兩個方向下去不斷的去把活動安排出來。(B-1-1-2)

其實是文建會也有，但是都是 1-2 百萬的補助。(B-1-2-1)

從 2006 年之後我們(市府)不斷的增加預算，然後一直到現在大概會有千萬左右的規模，這樣才有辦法形成在活動之外可以有一些預算去做宣傳。

(B-1-2-2)

兩百萬幾乎 8-9 成就通通都投注在國內團隊的邀請費用上，其實這些費用都遠遠不夠辦一個正式的、規模大的。一個活動它的宣傳經費大概是抓兩成，所以你看有多少錢，然後就要去分成 8 跟 2 的比例下去抓。(B-1-2-3)

受訪者 B 認為：「我在做行銷的時候我覺得是分成兩個部份，對象是管樂專業人士(專業班的民

專業人士來看，其實它能夠接觸的大概就是專業性的雜誌，所以我覺得雜誌的效果應該還不錯，還有愛樂電台的廣播。然後如果是一般民眾的話就是報紙和電視，當然最近很夯的就是網路，所以一定要做的這樣子(像關鍵字，買FB關鍵)。現在廣告型態太多了，所以就是要用在刀口上了。還有一些交通媒體對於一般民眾來講應該還蠻有效果的，大家都會在移動當中看到你的廣告，或者是車站的燈箱這些。因為人都會移動，那移動當中如果在他必經的路上，人潮比較多的、夜市的電視牆這些，其實也都不用太多錢。你要做一件事情的時候你就不斷的看到別人的廣告都會出現在移動的過程中你會覺得去看到廣告是在什麼狀態，會開始去．．．比如說像我們職業婦女，回到家其實坐下來看電視的機會不多。

④「嘉義市國際管樂節」主要安排的活動類型有哪些？

活動我們分成深度跟廣度，那我們比較深度的部分譬如說我們把管樂的理念帶進去，就是用這兩個目標下去規劃一些活動的項目，那如果廣度的話就會說我們要舉辦踩街，讓參與的人更多、面向更多。而深度的話我們就會說我們希望能夠辦巡演，把管樂帶到校園裡面去，然後在演出的過程中跟更多的舞台經驗，大概是這兩個方向下去不斷的去把活動安排出來。那其實大家最常知道的就會是室內外的音樂，兒童或音樂會，那週邊就會辦一些大型講座，或者是行進變化的演出。就是讓不同層面的人士都可以進去，然後參與整個活動。

⑤「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用哪些媒體宣傳？

您認為哪一種宣傳方式效果最好？

那我們的宣傳媒體可能比較有效的可能要看電視的時候

⑥「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？

我們以嘉年華踩街方式辦理管樂文化節慶，擴大市民參與，創造嘉義市獨特的城市文化風貌。

眾)，那專業人士我可能就會走比較專業的路線，譬如說發新聞、登廣告、專業性的雜誌還有愛樂電台的廣播。B-1-3-1

如果是一般民眾的話就是報紙和電視，當然最近很夯的就是網路，所以一定要做的這樣子(像關鍵字，買FB關鍵)。還有一些交通媒體還蠻有效果的，大家都會在移動當中看到你的廣告，或者是車站的燈箱、夜市的電視牆這些。因為人都會移動。B-1-3-2

我們分成廣度跟深度，廣度的話就會說我們要舉辦踩街，讓參與的人更多、面向更多。而深度的話我們就會說我們希望能夠辦巡演，把管樂帶到校園裡面去，然後在演出的過程中跟更多的舞台經驗，大概是這兩個方向下去不斷的去把活動安排出來。那其實大家最常知道的就會是室內外的音樂，兒童或音樂會，那週邊就會辦一些大型講座，或者是行進變化的演出。就是讓不同層面的人士都可以進去，然後參與整個活動。(B-1-4)

我們的宣傳媒體比較有效的可能要看電視的時候。(B-1-5-2)

以嘉年華踩街方式辦理管樂文化節慶，擴大市民參與，創造嘉

⑦「嘉義市國際管樂節」目前是文建會福爾摩沙藝術節系列活動中舉辦最久的，您認為成功的關鍵在於？

我覺得是很多人的努力，沒起頭就不會有延續，靠著那個延續我覺得最重要關鍵就是說我們已經確實花了很多心力才能打造出來。就是說市政府也願意把經費編足，如果編不足，譬如說我只編二百萬，剩下的麻煩你們自己找，你可能去做比較難做好。

⑧政府採購法是否影響「嘉義市國際管樂節」的行銷與執行？是否影響辦理活動上的經驗與傳承？

再來就是我們也因為採購法關係，我們就是把那個國外團體我們自己跟國外團隊聯絡，以前都透過這個採購承辦的。．．．但是你得了標之後，我再委託你去找團體。但是得標之後到我辦活動，他根本來不及去找團，然後就零零散散，就沒有很好。所以我們去年底（2011 那一次），就開始建一個機制，我們自己跟國外團隊聯絡，就是說國外團隊就直接跟我們報名（如果你要來的話），然後我們就是直接來找文化局，那團隊的部分先找好，他就不用去找團了，那我就可以提前，團就會是我自己控制，我就不會因為政府採購法而受影響。．．．我們這機制建立起來就是說（去年底開始 2011 那一次）我們直接來邀團（像今年年底的團就是我們自己邀的，就不再透過那個承辦廠商），我們自己得標以後我們再把它交標。

二、文化教育深耕面

①「嘉義市國際管樂節」對嘉義市民的地方文化認同有何影響？

大家以這件事情為榮，或是知道我們自己住的嘉義市有這一項文化活動，然後慢慢地變成一個文化的平台。他會覺得說「來我們嘉義遊玩，我們嘉義有管樂節啊！我們嘉義就是要做管樂」，他會形成市民認同，然後漸漸的才會進一步的做到全國，甚至是國際上的知名。

②「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

義市獨特的城市文化風貌。

（B-1-6）

我覺得是很多人的努力，沒起頭就不會有延續，靠著那個延續我覺得最重要關鍵就是說我們已經確實花了很多心力才能打造出來。（B-1-7-1）

市政府也願意把經費編足。

（B-1-7-2）

以前都透過這個採購承辦的，但是得標之後到我辦活動，他根本來不及去找團，然後就零零散散，就沒有很好。所以我們去年底 2011 那一次，就開始建一個機制，我們自己跟國外團隊聯絡，就是說國外團隊就直接跟我們報名，那團隊的部分先找好，他就不用去找團了，那我就可以提前，團就會是我自己控制，我就不會因為政府採購法而受影響。我們這機制建立起來就是說我們直接來邀團，就不再透過那個承辦廠商，我們自己得標以後我們再把它交標。（B-1-8）

大家以這件事情為榮，他會覺得說我們嘉義有管樂節啊！我們嘉義就是要做管樂」，他會形成市民認同。（B-2-1）

跟學校還有一個就是國際團隊跟學校的一個交流，我有邀請到的像日本靜岡大學會安排到嘉義大學，多少也要看看有沒有國中小的團，因為校際交流就是這樣就是說我們會安排，譬如說來的是國小的團(當然機會比較少，因為我們邀請的通常都是大專以上，那如果有國中小的團，我們有可能也會有一些安排這樣。再者就是接待家庭，接待家庭今年還是想繼續希望這些國中小的家庭媽媽們可能是自己有學管樂，那我們會到他們家去訪視。所以其實我們的節慶管樂團是教育學習的團，我們是升國一之後到高二，我們是比較菁英的團，但就是它是一個學習的性質，那可能在學校學的不是那麼專精，那我的節慶管樂團我會提供更好的師資，是招考進來的，要考試的。這個團未來的方向我們也希望說慢慢讓大家知道我們有在做這個，也許我們帶著團去做出一點成績出來，甚至去比賽得名回來，慢慢的家長會知道它可能變成工作，就是他畢了業去大學或是在什麼時候他可以回到他的故鄉。就是說我希望他變成是一個未來長大之後這件事情除了是我的興趣、休閒也可能變成是我賺錢的工具。能夠接受孩子而不是一直念書。希望未來的(至少是嘉義市)他在透過每一年不斷管樂的也好或是在這個節慶的認同之下，他未來對於層次的認同感可以油然而生，然後對於管樂的喜愛甚至它變得更好更專精，未來可以變成他吃飯的工具。

③「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

其實現在都慢慢在起來啦，像民間有「處處有樂音」的計畫，譬如說癌末病房或大廳，其實像天主教醫院它們就會有固定的。最近再推這一個，就是希望能夠在或者是醫院或車站內，就是說讓各局處就他們現有的經費去(不一定要一整團)可能是長笛四重奏或薩克斯風四重奏之類的，就是說讓這種小型的表演也在城市的其他角落可以更生活化。然後與民眾或者是觀光客你不只是管樂節看到管樂，你在嘉油鐵馬道散步的時候，也聽得到管樂。

④您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關

學校還有一個就是國際團隊跟學校的一個交流。(B-2-2-1)
再者就是接待家庭。(B-2-2-2)
我們的節慶管樂團，是教育學習的團。我們是升國一之後到高二，我們是比較菁英的團，它是一個學習的性質，節慶管樂團會提供更好的師資。是招考進來的，要考試的。這個團未來的方向我們也希望說慢慢讓大家知道我們有在做這個，也許我們帶著團去做出一點成績出來，甚至去比賽得名回來，慢慢的家長會知道它可能變成工作，就是他畢了業他可以回到他的故鄉。就是說我希望他變成是一個未來長大之後這件事情除了是我的興趣、休閒，也可能變成是我賺錢的工具。能夠接受孩子而不是一直念書。(B-2-2-3)

民間有「處處有樂音」的計畫，讓這種小型的表演也在城市的其他角落可以更生活化。
(B-2-3)

藝術文化的提昇？

有啊！因為我們一直在做跨領域的結合。2007年以來，都一直在做跟流行音樂的合作，然後接下來可能會有一些社區之歌，從社區的民眾他們自己譜的詞曲，那節奏那旋律，所以我覺得就是在跟流行音樂或者是社區之歌的這一塊的合作上。有一個就是交趾陶，交趾陶它在捏塑上，我們也都把管樂的因素放進去。

攝影比賽之外，我們也有辦徵文和心情小語，也是希望跟多元的藝術也能做一些結合。然後我們的管樂團在演出的時候，除了跟流行音樂合作之外，也有一些跟體操選手合作(在音樂廳裡)還有佛朗明哥舞，邊演奏音樂的曲子然後旁邊都是舞團在跳舞，會比較活潑。

⑤「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深入的互動？

我覺得就是說從2006年開始我們的創意踩街後，不斷的一直延續然後辦比賽，然後讓學校參與跟動員。我覺得其實對孩子是好的，當然也許有很辛苦的那一面，但是我覺得對學生的成長我覺得是好的。像我們後來去訪視(就是有帶孩子一起做創意踩街的班級學校老師跟家長)他們的反應都還蠻正向的，然後家長會投入很多，然後他就覺得說也很好玩，所以我覺得有一個活動的平台，然後讓嘉義市的孩子(尤其是沒有學管樂的)，可以透過這樣的參與造成認同感跟榮譽感，我覺得這個部分漸漸的我們有做到，那未來的推廣就要靠長期的累積。希望說從國中小這部分，我們都可以有一個漸進式管樂．．．希望說它可以是社團，我們去跟教育部申請經費下來，就是說教育處這邊的計畫就是跟中央申請下來後，這些經費裡面就會包括你買樂器的錢或師資的錢，但我想也許初期都沒辦法很全面．．．希望慢慢讓孩子也知道，因為其實學樂器是很貴的，所以錢希望是去買樂器。未來也許要五年十年以後了，就是說我們把這些班級或是社團都慢慢的做出一點成績，其實學管樂的人或孩子．．．因為現在為什麼家長不讓孩子接觸？第一個可能經濟上的問題，第二個覺得他未來工作機會有問題(他覺得學這個是要幹什麼)。

我們一直在做跨領域的結合，跟流行音樂的合作。(B-2-4-1)

有一些社區之歌，社區的民眾他們自己譜的詞曲。(B-2-4-2)

攝影比賽之外，我們也有辦徵文和心情小語，管樂團在演出的時候，除了跟流行音樂合作之外，也有一些跟體操選手合作(在音樂廳裡)還有佛朗明哥舞。

(B-2-4-3)

從2006年開始我們的創意踩街後，不斷的一直延續然後辦比賽，然後讓學校參與跟動員。他們的反應都還蠻正向的，然後家長會投入很多，有一個活動的平台，然後讓嘉義市的孩子(尤其是沒有學管樂的)，可以透過這樣的參與造成認同感跟榮譽感。(B-2-5-1)

那未來的推廣就要靠長期的累積。希望說從國中小這部分，我們都可以有一個漸進式管樂社團，教育處跟中央申請經費，包括你買樂器的錢或師資的錢。

(B-2-5-2)

三、地方產業結合與推廣面

①「嘉義市國際管樂節」如何與地方產業結合？

有啊，我們有一年在推那個烘焙業，方塊酥就幫我們做了薩克斯風的造型。然後很多就是用管樂的或者是城市的主題下去做伴手禮。希望以後可以推管樂主題餐廳，然後在他的菜單上面有一個是管樂組合，然後管樂主題餐可能是邊服務然後來一段曲子，然後就開始點餐，然後上菜的碗就是用號口裝的，然後上面還撒肉桂粉裝飾成音符。就是烘焙業然後十大伴手禮差不多這方面。因為嘉義的烘焙業其實有的老店做很久了，那大餅上面如果是一個管樂小雞的話，然後蓋個印章，這些點子要說服他要很久。

②「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方文化創意產業的發展？

有啊，我們有一年在推那個烘焙業，方塊酥就幫我們做了薩克斯風的造型。然後很多就是用管樂的或者是城市的主題下去做伴手禮。有推一個管樂主題特色餐廳，一直想要做，但還沒有做到很成熟，希望以後可以推管樂主題餐廳，然後在他的菜單上面有一個是管樂組合，然後管樂主題餐可能是邊服務然後來一段曲子，然後就開始點餐，然後上菜的碗就是用號口裝的，然後上面還撒肉桂粉裝飾成音符。就是烘焙業然後十大伴手禮差不多這方面。因為嘉義的烘焙業其實有的老店做很久了，那大餅上面如果是一個管樂小雞的話，然後蓋個印章，這些點子要說服他要很久。

烘焙業，方塊酥就幫我們做了薩克斯風的造型，用管樂的或者是城市的主題下去做伴手禮。

(B-3-1-1)

希望以後可以推管樂主題餐廳。(B-3-1-2)

我們有一年在推那個烘焙業，方塊酥就幫我們做了薩克斯風的。然後很多就是用管樂的或者是城市的主題下去做伴手禮。

(B-3-2-1)

有推一個管樂主題特色餐廳，一直想要做，但還沒有做到很成熟，希望以後可以推管樂主題餐廳，然後在他的菜單上面有一個是管樂組合，然後管樂主題餐可能是邊服務然後來一段曲子，然後就開始點餐，然後上菜的碗就是用號口裝的，然後上面還撒肉桂粉裝飾成音符。(B-3-2-2)

十大伴手禮這方面，因為嘉義的烘焙業其實有的老店做很久了，那大餅上面如果是一個管樂小雞的話，然後蓋個印章，這些點子要說服他要很久。

(B-3-2-3)

四、地方藝文團體扶植面

①嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？

會啊！但那也許經費不是很多，因為市政府在這邊的預算真的很少，可能好幾個團加起來都沒有超過一百萬。因為如果你說的是管樂團的話，那有可能是表演藝術科也會補助，但那個要甄選。那嘉義市其實有傑出表演團體，像艷紫荊管樂團、嘉義聯合管樂團、嘉義青管，它們就必須來尋求補助。

②嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請其他機構相關藝文補助？

我們會輔導，但是他們會跟中央來申請補助。所以國家文化部有所謂的傑出團隊的甄選，然後它有三種階段。他們可能有一部分是跟文建會補助，可是都不高幾十萬。

五、對未來發展與建議

①您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

傳承自 1993 年累積至今之管樂城市文化能量，創造管樂與民眾的溫馨接觸。優勢就是我們的組織其實是很有規模。

②您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？

劣勢就是我們畢竟都還是編列經費或者是人民的稅收上，所以我們的預算就會比較少。

③未來是否有規劃「管樂園區」的概念？

讓人家聽到這個城市覺得它就是管樂城市，但所以其實最終我們希望有一個管樂園區，但這個也是還是一個方向，但是連經費在哪裡都不知道，所以可能看市政府或建議的一個研究方案。這是我們的想法，因為我們不知

會啊！但那也許經費不是很多，因為市政府在這邊的預算真的很少，可能好幾個團加起來都沒有超過一百萬。因為如果你說的是管樂團的話，那有可能是表演藝術科也會補助，但那個要甄選。那嘉義市其實有傑出表演團體，像艷紫荊管樂團、嘉義聯合管樂團、嘉義青管，它們就必須來尋求補助。（C-4-4）

我們會輔導，但是他們會跟中央來申請補助。所以國家文化部有所謂的傑出團隊的甄選，然後它有三種階段。他們可能有一部分是跟文建會補助，可是都不高幾十萬。（C-4-3）

傳承自 1993 年累積至今之管樂城市文化能量，創造管樂與民眾的溫馨接觸。（B-5-1-1）
優勢就是我們的組織其實是很有規模。（B-5-1-2）

劣勢就是我們畢竟都還是編列經費或者是人民的稅收上，所以我們的預算就會比較少。（B-5-2）

最終我們希望有一個管樂園區，但這個也是還是一個方向，但是連經費在哪裡都不知道。

道現任市長或下任市長會做到什麼程度，那是不是真的可以找到那麼大的地方，我們都是希望啦！因為你看我們的規劃裡面，我們希望它(因為嘉義市沒有劇場這些都要有，然後我們之前的想法是我們希望它是一個文化記錄展示，就是藉著民族的一個器樂史、音樂史、文化史的一個展示，當然台灣管樂只是一小部分，因為畢竟是西方引進過來的，然後會有科普(就是音響物理的部分)，譬如說法國號為什麼吹出來聲音是這樣？所以我們很在意這幾塊，我們希望這科普互動這東西才是，我們希望1-99歲的人進來，我們也覺得只有這樣嘉義市的365天才可能有東西看，不然你不可能等管樂節(一年就12-14天，)不可能啊！當然管樂節它可能……如果沒有一個園區或特別……也很少有人說他就可以解決一年365天的觀光問題了。這樣的館這樣的園區，我們覺得它可以解決很多，你要商演也可以，你要來看器物展示、科普互動其實也都可以。但其實管樂節就是它讓……就好像日本的山形縣，他是記錄片雙聯展的重要城市，所以其實它最主要的是讓嘉義市的文化地位可以更清楚這樣。

④是否會延續管樂節的舉辦經驗，未來繼續規劃其他相關活動？

會搭配民間的『城市處處有樂音』活動，有些是會搭著其他活動，譬如說科學168。讓這種小型的表演也在城市的其他角落可以更生活化。然後與民眾或者是觀光客你不只是管樂節看到管樂，讓你能在嘉油鐵馬道散步的時候，也聽得到管樂。有一些社區之歌，從社區的民眾他們自己譜的詞曲拍MV，然後我們請歌手來唱，請歌手跟管樂團合作，透過華人音樂市場它的傳播會更快。

像我們現在正在談2013年亞洲雙簧管會在嘉義市辦，其實透過這種單項樂器的會，或者是他們有一些國際性的組織辦這些……會是我們未來的一些規劃，就是我們漸漸的透過……就是以管樂節為基礎，然後慢慢辦增加他們來這邊辦年會，一方面可以提高我們的效益，二方面就是管樂的種子它其實可以延伸到國外，會看到嘉管節的能力，回到他自己的國家，它會知道說嘉管節其實是很熱。所以我覺得就是透過一些國際的協會跟組織，那未來譬如還有世界行進樂隊大會(現在正在籌備2014年

(C-5-1-1)

我們的規劃裡面，我們希望它(因為嘉義市沒有劇場)這些都要有，然後我們之前的想法是我們希望它是一個文化記錄展示，就是藉著民族的一個樂器史、音樂史、文化史的一個展示。然後會有科普(就是音響物理的部分)，譬如說法國號為什麼吹出來聲音是這樣？所以我們很在意這幾塊，我們希望這科普互動這東西才是，我們希望1-99歲的人進來，我們也覺得只有這樣嘉義市的365天才可能有東西看。(C-5-1-2)

(C-5-1-3)

它最主要的是讓嘉義市的文化地位可以更清楚這樣。

(C-5-1-4)

會搭配民間的『城市處處有樂音』活動，有些是會搭著其他活動，譬如說科學168。讓這種小型的表演也在城市的其他角落可以更生活化。然後與民眾或者是觀光客你不只是管樂節看到管樂，讓你能在嘉油鐵馬道散步的時候，也聽得到管樂。有一些社區之歌，從社區的民眾他們自己譜的詞曲拍MV，然後我們請歌手來唱，請歌手跟管樂團合作，透過華人音樂市場它的傳播會更快。(B-5-4-1)

2013年亞洲雙簧管會在嘉義市辦。(B-5-4-2)

我們漸漸的透過以管樂節為基

<p>會在哪邊辦)，但是我們現在就是都在談，都是有可能的選項。或是明年跟雙簧管那後年也許我們再去爭取接觸，看看小號或其他樂器。．．．像其實亞洲雙簧管協會也是在台北辦(兩年一次)，那希望明年就希望能在嘉義市辦。那慢慢的我們有這些經驗了，會有更多的國際協會或音樂組織會看到嘉義市的發展。</p> <p><u>希望跟多元的藝術也能做一些結合，比如徵文和心情小語、跟流行音樂合作，交趾陶我們也都把管樂的因素放進去。也有一些跟體操選手合作(在音樂廳裡)還有佛朗明哥舞，邊演奏音樂的曲子然後旁邊都是舞團在跳舞，會比較活潑。安排國際團隊跟學校的做交流、接待家庭。</u></p> <p>⑤您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？</p> <p><u>做影像紀錄。</u></p>	<p>礎，然後慢慢增加一些國際性的音樂組織他們來這邊辦年會，一方面可以提高我們的效益，二方面就是管樂的種子它其實可以延伸到國外，會看到嘉管節的能力。(B-5-4-3)</p> <p>希望跟多元的藝術也能做一些結合，比如徵文和心情小語、跟流行音樂合作，交趾陶我們也都把管樂的因素放進去。也有一些跟體操選手合作(在音樂廳裡)還有佛朗明哥舞，邊演奏音樂的曲子然後旁邊都是舞團在跳舞，會比較活潑。(B-5-4-4)</p> <p>安排國際團隊跟學校的做交流、接待家庭。(B-5-4-5)</p> <p>做影像紀錄。(C-5-5)</p>
--	--

訪談對象編號：D

訪談時間：101.8.7 上午 9：30-11：00

訪談地點：嘉義大學人文藝術學院院長辦公室

訪談方式：開放式錄音訪談

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、城市意象與行銷方面</p> <p>①「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用各種媒體進行宣傳，您認為哪一種宣傳方式效果最好？</p> <p><u>在電視台曝光，那它（指宣傳）的效率其實滿高的。在高鐵站這個宣傳，尤其是去年的 WASBE 世界管樂年會快開始就弄得滿大的，做的滿醒目的。如果能用在電視廣播這些東西播放，尤其是全國版的那當然是那相對是比較高。話又說回來，像電子媒體現在大家這麼流行，想辦法透過各種管道像 APP。我們還想去排一個快閃，想辦法然後讓他 po 在 youtube，或是哪裡這樣子可以點播率</u></p>	<p>在電視台曝光，那它（指宣傳）的效率其實滿高的。在高鐵站這個宣傳，尤其是去年的 WASBE 世界管樂年會快開始就弄得滿大的，做的滿醒目的。如果能用在電視廣播這些東西播放，尤其是全國版的那當然是那相對是比較高。話又說回來，像電子媒體現在大家這麼流行，想辦法透過各種管道像 APP。我們還想去排一個快閃，想</p>

很高，造成一個話題這樣子。

②「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？
我想這是不容諱言的是有這樣一個管樂的意象，就是一個管樂城市這樣。

③「嘉義市國際管樂節」目前已舉辦二十屆了，您認為成功的關鍵在於？
成功的定義就是從頭到尾都沒有放棄都一直做叫做成功。那你看你辦二十屆每年都一直做沒有放棄所以成功表示說你願意堅持，所以我覺得這是一個很重要的觀念，而且不因政治的外力受影響。

④「嘉義市國際管樂節」規劃的各種活動類型，您認為哪一種最好？
像踩街已經變成是全市民都很期待的活動，那這個很精彩那這個蠻不錯。

⑤政府採購法是否影響「嘉義市國際管樂節」的行銷與執行？是否影響辦理活動上的經驗與傳承？
我覺得應該還好，因為他們辦這麼多年，他們在招標細節上已經有區隔說那些東西是需要由我們主導的，有些活動是一定要安插的。那有一個新團隊來，他有新的點子搞不好可以創意… 現在創意無價嘛！如果有創意，說不定可以做得更好。

二、文化教育深耕面

①「嘉義市國際管樂節」對於嘉義市民的地方文化認同有何影響？
對於嘉義市民的地方文化認同，像幾年前開始辦接待家庭，起初市民也有點陌生，可是做了之後才發現這很棒，所以我覺得…慢慢的我相信嘉義市民對這些嘉義市每年

辦法然後讓他 po 在 youtube，或是哪裡這樣子可以點播率很高，造成一個話題這樣子。（D-1-1）

我想這是不容諱言的是有這樣一個管樂的意象，就是一個管樂城市這樣。（D-1-2-1）

成功的定義就是從頭到尾都沒有放棄都一直做叫做成功。那你看你辦二十屆每年都一直做沒有放棄所以成功表示說你願意堅持，所以我覺得這是一個很重要的觀念，而且不因政治的外力受影響。（D-1-3）

像踩街已經變成是全市民都很期待的活動，那這個很精彩那這個蠻不錯。（D-1-4）

我覺得應該還好，因為他們辦這麼多年，他們在招標細節上已經有區隔說那些東西是需要由我們主導的，有些活動是一定要安插的。（D-1-5-1）
有一個新團隊來，他有新的點子搞不好可以創意… 現在創意無價嘛！如果有創意，說不定可以做得更好。（D-1-9-2）

對於嘉義市民的地方文化認同，像幾年前開始辦接待家庭，起初市民也有點陌生，可是做了之後才發現這很棒，所以我覺得…慢慢的我相信嘉義市民對這些嘉義市每年要做的這些活

要做的這些活動都有一些期待啦！

②「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

我相信像幾年前開始辦接待家庭有沒有？對！現在國外很流行，起初市民也有點陌生嘛，那被邀請的團隊…像上一次日本團隊把他的孩子喔你分兩個你分…他領隊還有點緊張，不知道你可不可以帶孩子，可是做了之後才發現這很棒。那麼黃市長很想辦法，一校一個團隊，編預算來讓他買樂器可以讓編經費去教育訓練。目前教育處在推動一校一樂團，一生一樂器。

另外今年就是開始要找一個節慶管樂團，讓嘉義地區的國小到高中的管樂學生合起來，幫他們訓練成菁英團隊，那在管樂節閉幕那天也有演出，甚至再去國內、在台灣巡迴，最後還帶去日本。

③「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

我們有地方扶植團隊，學管樂的人比較熱情，所以我覺得這是有一定的影響。嘉義市現在一下子成立幾個民間的團隊或者什麼團隊，而且管樂人對於這種自己所學的東西那種熱情度，比其他都還高。

④「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

從去年陳澄波的音樂劇這樣的已經從音樂跨到美術，把石猴雕刻再整個做包裝。

⑤「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深入的互動？

比較有名的國外團體有來和嘉義大學的管樂團交流，想要辦這個工作坊。但是我覺得這交流以後要再更深入，

動都有一些期待啦！（D-2-1）

我相信像幾年前開始辦接待家庭有沒有？對！現在國外很流行，起初市民也有點陌生嘛，那被邀請的團隊…像上一次日本團隊把他的孩子喔你分兩個你分…他領隊還有點緊張，不知道你可不可以帶孩子，可是做了之後才發現這很棒。（D-2-2-1）

黃市長很想辦法，一校一個團隊，編預算來讓他買樂器可以讓編經費去教育訓練。目前教育處在推動一校一樂團，一生一樂器。（D-2-2-2）

另外今年就是開始要找一個節慶管樂團，讓嘉義地區的國小到高中的管樂學生合起來，幫他們訓練成菁英團隊，那在管樂節閉幕那天也有演出，甚至再去國內、在台灣巡迴，最後還帶去日本。（D-2-2-3）

我們有地方扶植團隊，學管樂的人比較熱情，所以我覺得這是有一定的影響。嘉義市現在一下子成立幾個民間的團隊或者什麼團隊，而且管樂人對於這種自己所學的東西那種熱情度，比其他都還高。（D-2-3）

從去年陳澄波的音樂劇這樣的已經從音樂跨到美術，把石猴雕刻再整個做包裝。（D-2-4）

比較有名的國外團體有來和嘉義大學的管樂團交流，想要辦這個工作坊。（D-2-5-1）

但是我覺得這交流以後要再更深入，

比如說我打算把他們分幾組去到嘉義市所屬的各國中小，去幫他們做一些實際的示範演出和教學這樣子。

比如說我打算把他們分幾組去到嘉義市所屬的各國中小，去幫他們做一些實際的示範演出和教學這樣子。

(D-2-5-2)

三、地方藝文團體扶植面

①嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？

其實是主要是團隊自己很主動。我想政府基本上它們都尤其是文化局，這方面他們都還蠻支持的。

其實是主要是團隊自己很主動。我想政府基本上它們都尤其是文化局，這方面他們都還蠻支持的。(D-3-1)

②嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請其他機構相關藝文補助？

市政府文化局的經費相對是有比較少一點，那經費是不是那麼足夠，所以我們就是會扶助他們去申請文建會的。現在是文化部嘛或是國藝會做相關的申請，這些都有在做的，或者是南方藝術扶助團隊的補助。

市政府文化局的經費相對是有比較少一點，那經費是不是那麼足夠，所以我們就是會扶助他們去申請文建會的。現在是文化部或是國藝會做相關的申請，這些都有在做的，或者是南方藝術扶助團隊的補助。(D-3-2)

四、對未來發展與建議

①您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

優勢就是他們有那麼多經驗，而且從他們的市長、副市長秘書、科長到這些組員都已經對這些活動瞭若指掌、駕輕就熟，再加上市長對文化的這種熱情。

優勢就是他們有那麼多經驗，而且從他們的市長、副市長秘書、科長到這些組員都已經對這些活動瞭若指掌、駕輕就熟，再加上市長對文化的這種熱情。(D-5-1)

②您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？

劣勢那當然你說從一個城市來講嘉義市算是小而美，地方小人口少。我們嘉義有啦像去年也有幾個企業爲了WASBE 有捐款，企業界不是說不關心，但是對整個的熱忱度對音樂的支持好像支持棒球團隊還比較看得到。所以我們在這個小而美的城市，整個經費都要受限於預算。那如果這個預算今年議會不通過，或者中央補助太少，不是就要一下子吃得快撐死，一下子快餓死。就是

地方小人口少。(D-5-2-1)

企業界不是說不關心，但是對整個的熱忱度對音樂的支持好像支持棒球團隊還比較看得到。(D-5-2-2)

整個經費都要受限於預算，就是沒有辦法變成一個常態的預算在那裡，每年都要擔心經費會不會過。(D-5-2-3)

沒有辦法變成一個常態的預算在那裡，每年都要擔心經費會不會過。整個經費都要受限於預算，就是沒有辦法變成一個常態的預算在那裡，每年都要擔心經費會不會過。

③您認為是否應該延續管樂節的舉辦經驗來規劃其他相關活動？

我們要維持我們的特色、吸引力，我們辦了二十幾屆接下來恐怕要好好辦一下比賽，一個世界級國際級的比賽。未來要再規劃其他活動，要結合各種單項樂器協會的加入。像明年我打算把世界雙簧協會的另一個亞洲雙簧協會的年會要跟我們管樂節結合在一起。中間就會有比賽雙簧樂的比賽啦、有大師班、有音樂會啦、講習啦，接下來再跟小號協會。這些一直辦下去每一年會有每一年不同的重點項目跟樂器結合相關的演奏。那過去我們管樂團比賽固定都有在辦，那裡又一個單項比賽那又更豐富。繼續辦第二屆的工作坊。

④您認為是否應規劃「管樂團區」？

那管樂團區這份規劃是我自己主持的，那他附近的腹地有點小。最好是一個環面，就是室內體育館裡面能夠讓 march band 進駐。就現有長青園那個 march band 的規格不能到那個國際音樂廳的標準。所以雖然還是可以把它規劃得很不錯，可是如果真的要搞 march，那如果眼光放遠一點萬一弄起來的話，國際團隊又要來那可能有點太小。所以我們很想弄，目前受限於腹地跟經費。主題館的計畫已經提出去了，那是否能獲得中央採納那就要再看看，建議可以做這個樣子。

⑤您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

我們要維持我們的特色、吸引力，我們辦了二十幾屆接下來恐怕要好好辦一下比賽，一個世界級國際級的比賽。(D-5-3-1)

要再規劃其他活動，要結合各種單項樂器協會的加入。像明年我打算把世界雙簧協會的另一個亞洲雙簧協會的年會要跟我們管樂節結合在一起。中間就會有比賽雙簧樂的比賽啦、有大師班、有音樂會啦、講習啦，接下來再跟小號協會。這些一直辦下去每一年會有每一年不同的重點項目跟樂器結合相關的演奏。那過去我們管樂團比賽固定都有在辦，那裡又一個單項比賽那又更豐富。(D-5-3-2)

繼續辦第二屆的工作坊。(D-5-3-3)

我們很想弄，建議可以做。(D-5-4)

<p>我們要維持我們的特色、吸引力，我們辦了二十幾屆接下來恐怕要好好辦一下比賽，一個世界級國際級的比賽。要再規劃其他活動，要結合各種單項樂器協會的加入。像明年我打算把世界雙簧協會的另一個亞洲雙簧協會的年會要跟我們管樂節結合在一起。中間就會有比賽雙簧樂的比賽啦、有大師班、有音樂會啦、講習啦，接下來再跟小號協會。這些一直辦下去每一年會有每一年不同的重點項目跟樂器結合相關的演奏。那過去我們管樂團比賽固定都有在辦，那裡又一個單項比賽那又更豐富。繼續辦第二屆的工作坊。</p>	<p>我們要維持我們的特色、吸引力，我們辦了二十幾屆接下來恐怕要好好辦一下比賽，一個世界級國際級的比賽。(D-5-4-1)</p> <p>要再規劃其他活動，要結合各種單項樂器協會的加入。像明年我打算把世界雙簧協會的另一個亞洲雙簧協會的年會要跟我們管樂節結合在一起。中間就會有比賽雙簧樂的比賽啦、有大師班、有音樂會啦、講習啦，接下來再跟小號協會。這些一直辦下去每一年會有每一年不同的重點項目跟樂器結合相關的演奏。那過去我們管樂團比賽固定都有在辦，那裡又一個單項比賽那又更豐富。(D-5-4-2)</p> <p>繼續辦第二屆的工作坊。(D-5-4-3)</p>
---	--

訪談對象編號：E

訪談時間：101.7.31 上午 9：30-11：00

訪談地點：嘉義大學音樂系主任辦公室

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、城市意象與行銷方面</p> <p>①「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用各種媒體進行宣傳，您認為哪一種宣傳方式效果最好？</p> <p><u>用雞肉飯(管樂小雞)，然後那個是配合嘉義市的特色(雞肉飯)讓人家比較容易聯想到。</u></p> <p>②「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？</p> <p><u>城市品牌的話，我覺得基本上那個文化的感覺還是存在的。</u></p> <p>③「嘉義市國際管樂節」目前已舉辦二十屆了，您認為成功的關鍵在於？</p>	<p>用雞肉飯(管樂小雞)，然後那個是配合嘉義市的特色(雞肉飯)讓人家比較容易聯想到。(E-1-1)</p> <p>城市品牌的話，我覺得基本上那個文化的感覺還是存在的。(E-1-2)</p> <p>有一群在默默耕耘，奉獻付出的一些人。另外就是經費。再來因為 20 屆</p>

有一群在默默耕耘，奉獻付出的一些人。另外就是經費。再來因為 20 屆了，可能慢慢有一些國外的知名度也出現了，會有一些好的團隊也願意來這邊。

④「嘉義市國際管樂節」規劃的各種活動類型，您認為哪一種最好？

戶外就稍微比較輕鬆一點點，室內可以呈現比較高的品質。遊行踩街的活動也能夠造成一些在媒體上(那個是比較容易曝光)，都不錯啦！各都有優點，沒有說特別好或者是怎麼樣。

二、文化教育深耕面

①「嘉義市國際管樂節」對於嘉義市民的地方文化認同有何影響？

嘉義市民參與的參與度是很踴躍，所以在認同上我倒是覺得嘉義市民在認同上是很認同的。

②「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？
在音樂教育上，管樂的推廣上這幾年慢慢看到一些成果，好像慢慢看到從國小、國中這幾年才真正有看到說有在推動。

③「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

我的看法是雖然比較慢了，但是這幾年我看到一些影響，畢竟去做總是好的，不會浪費時間。不過以目前來看，是正在醞釀的階段裡面。所以對民間管樂推廣有何影響，是這幾年開始看到一些成果。這幾年真的有成長。

④「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

嘉義市本來我們有那個陳澄波，我們本來就有一些藝術文化的基礎在那邊。

⑤「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校

了，可能慢慢有一些國外的知名度也出現了，會有一些好的團隊也願意來這邊。(E-1-3)

戶外就稍微比較輕鬆一點點，室內可以呈現比較高的品質。遊行踩街的活動也能夠造成一些在媒體上(那個是比較容易曝光)，都不錯啦！各都有優點，沒有說特別好或者是怎麼樣。

(E-1-4)

嘉義市民參與的參與度是很踴躍，所以在認同上我倒是覺得嘉義市民在認同上是很認同的。(E-2-1)

在音樂教育上，管樂的推廣上這幾年慢慢看到一些成果，好像慢慢看到從國小、國中這幾年才真正有看到說有在推動。(E-2-2)

我的看法是雖然比較慢了，但是這幾年我看到一些影響，畢竟去做總是好的，不會浪費時間。不過以目前來看，是正在醞釀的階段裡面。所以對民間管樂推廣有何影響，是這幾年開始看到一些成果。這幾年真的有成長。

(E-2-3)

嘉義市本來我們有那個陳澄波，我們本來就有一些藝術文化的基礎在那邊。(E-2-4)

產生更深入的互動？

目前我們學校是跟管樂節的互動非常的深。可能還可以再安排更多啦，覺得說如果可以跟學校之間有一個互動的話，類似巡迴，某一些好的團隊就到博愛國小去，互相多一點交流，或者是說他們來，撥一點時間來看看，這個部分也可以。

三、地方藝文團體扶植面

①嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？

我有去審核過一兩次，他們地方藝文團體只要提出申請，他們會審核，然後多少會有一些補助。

②「嘉義市國際管樂節」如何與地方文教基金會、地方藝文團體、或各級學校進行資源整合，以提升這些團體的藝文產業價值？

以我們嘉大音樂系來講，我們是覺得是這交流互動是很密切的，那資源上我們也資源共享，可以到國中、博愛國小，這都是好的也進行一種實質的交流。這樣對他們這一些團隊來了之後，不只是說來曇花一現弄一下，可以更深化。

四、對未來發展與建議

①您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

以優勢來講我是覺得說最近因為已經打響一些知名度了，對國內的或國外的一些團隊也都會知道，第二個就是我們辦理的這一些經驗大概也累積許多，第三個就是我們如果可以運用剛才跟我們的地方文教基金會或者是各學校，因為我們本來就都有一些學校的資源，如果可以充分運用的話，那也是很好。

目前我們學校是跟管樂節的互動非常的深。可能還可以再安排更多啦，覺得說如果可以跟學校之間有一個互動的話，類似巡迴，某一些好的團隊就到博愛國小去，互相多一點交流，或者是說他們來，撥一點時間來看看，這個部分也可以。(E-2-5)

我有去審核過一兩次，他們地方藝文團體只要提出申請，他們會審核，然後多少會有一些補助。(E-4-4)

以我們嘉大音樂系來講，我們是覺得是這交流互動是很密切的，那資源上我們也資源共享，可以到國中、博愛國小，這都是好的也進行一種實質的交流。這樣對他們這一些團隊來了之後，不只是說來曇花一現弄一下，可以更深化。(E-4-6)

以優勢來講我是覺得說最近因為已經打響一些知名度了，對國內的或國外的一些團隊也都會知道，第二個就是我們辦理的這一些經驗大概也累積許多，第三個就是我們如果可以運用剛才跟我們的地方文教基金會或者是各學校，因為我們本來就都有一些學校的資源，如果可以充分運用的話，那也是很好。(E-5-1)

②您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？

劣勢的話當然是交通的部分，另外就是嘉義地區比較沒有國際級的大師，就是說在人，軟體上面是比較沒有像都會區(除了交通以外)，整個水平(包括人的能力上)也沒有說特別的非常厲害的指揮在這裡，如果說有這樣的人在，那個號召力就整個不一樣。當然這個再繼續下去就是說沒有非常棒的團隊，嘉義市的管樂團是不錯，但是她並不是非常的亮眼，沒有亮點，如果有的話又會更不一樣。不曉得經費夠不夠，因為如果說有要辦那麼大的，其實我是覺得說大的活動要辦，但是不要像拜拜一樣。以我在嘉義市這十幾年，我一直覺得嘉義市的欣賞藝文的這種風氣並不是非常的盛，平常像國台交（國立台灣交響樂團）來演出，也要到處去送票怎麼樣，才有辦法勉強坐個五六成。

③您認為是否應規劃「管樂團區」？

那個見仁見智啦，我是覺得如果有當然是會不錯啦，但是如果規畫之後也沒有好的人力在那邊管，那也不見得好。因為嘉義市如果沒有熱鬧的時候，其實聽音樂會的人口並不多，事實上有很多人是看熱鬧去的，所以基本上這管樂團區的設置可能要從長計議，為了避免淪為蚊子館。當然我相信如果管樂團區那裡有很好演出的場地，當然我覺得應該都是會有幫助。當然有一定比沒有好，只是說有了之後的規劃運用那個是在後續比較需要傷腦筋的。我們常常花很多錢弄，弄好之後卻沒有人管理，也不曉得運用，我是覺得後續的問題比有沒有更值得去考慮。因為到時候你弄完之後沒法用或使用率也不高，因為以目前來講光嘉義市的音樂廳演出的時候我都覺得參與度也並不是很高。

那我們這邊如果說花很多錢弄管樂團區，然後打擊到其

劣勢的話當然是交通的部分，另外就是嘉義地區比較沒有國際級的大師，就是說在人，軟體上面是比較沒有像都會區(除了交通以外)，整個水平(包括人的能力上)也沒有說特別的非常厲害的指揮在這裡，如果說有這樣的人在，那個號召力就整個不一樣。當然這個再繼續下去就是說沒有非常棒的團隊，嘉義市的管樂團是不錯，但是她並不是非常的亮眼，沒有亮點，如果有的話又會更不一樣。不曉得經費夠不夠，因為如果說有要辦那麼大的，其實我是覺得說大的活動要辦，但是不要像拜拜一樣。(E-5-2-1)

以我在嘉義市這十幾年，我一直覺得嘉義市的欣賞藝文的這種風氣並不是非常的盛，平常像國台交（國立台灣交響樂團）來演出，也要到處去送票怎麼樣，才有辦法勉強坐個五六成。(E-5-2-2)

那個見仁見智啦，我是覺得如果有當然是會不錯啦，但是如果規畫之後也沒有好的人力在那邊管，那也不見得好。因為嘉義市如果沒有熱鬧的時候，其實聽音樂會的人口並不多，事實上有很多人是看熱鬧去的，所以基本上這管樂團區的設置可能要從長計議，為了避免淪為蚊子館。當然我相信如果管樂團區那裡有很好演出的場地，當然我覺得應該都是會有幫助。當然有一定比沒有好，只是說有了之後的規劃運用那個是在後續比較需要傷腦筋的。我們常常花很多錢弄，弄好之後卻沒有人管理，也不曉得運用，我是覺得後續的問題比有沒有更

<p><u>他的培植國中小團隊的經費，我倒覺得以這種落實為主，因為我們不缺演出的場地。</u></p> <p>④您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？</p> <p><u>如果有管樂團區也是一個很好的事，當管樂節來時他是一個很好的重點。畢竟妳有如果很好的國外團隊來，在這個表演的過程裡面它（管樂團區）發生了一個很好的效用在裡面。覺得說嘉義市政府應該撥多一點錢來各級學校辦。</u></p>	<p>值得去考慮。因為到時候你弄完之後沒法用或使用率也不高，因為以目前來講光嘉義市的音樂廳演出的時候我都覺得參與度也並不是很高。</p> <p>(E-5-3-1)</p> <p>那我們這邊如果說花很多錢弄管樂團區，然後打擊到其他的培植國中小團隊的經費，我倒覺得以這種落實為主，因為我們不缺演出的場地。</p> <p>(E-5-3-2)</p> <p>如果有管樂團區也是一個很好的事，當管樂節來時他是一個很好的重點。畢竟妳有如果很好的國外團隊來，在這個表演的過程裡面它（管樂團區）發生了一個很好的效用在裡面。</p> <p>(E-5-4-1)</p> <p>覺得說嘉義市政府應該撥多一點錢來各級學校辦。(E-5-4-2)</p>
--	---

訪談對象編號：F

訪談時間：101.7.31 上午 11：30-12：15

訪談地點：嘉義市博愛國小辦公室

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、地方藝文團體扶植面</p> <p>①請問貴團體是否參加過「嘉義市國際管樂節」的演出？</p> <p><u>有，團隊成立的第一年(92年10月成立)，然後隔年12月的管樂節就去參加了。</u></p> <p>②您認為「嘉義市國際管樂節」活動，對於地方藝文團體有何意義與幫助？</p> <p><u>地方的藝文團體，像目前有一些艷紫荊、嘉義市青年管樂團，那這個管樂節也提供他們一個固定表演的一個時間跟一個空間，也因為有這一個主要終極目標（嘉義市國際管樂節），他們平常的時間會再去找各個場所還有各個節慶的相關活動就會去辦一些小型的發表會，所以他</u></p>	<p>有，團隊成立的第一年(92年10月成立)，然後隔年12月的管樂節就去參加了。(F-4-1)</p> <p>地方的藝文團體，像目前有一些艷紫荊、嘉義市青年管樂團，那這個管樂節也提供他們一個固定表演的一個時間跟一個空間，也因為有這一個主要終極目標（嘉義市國際管樂節），他們平常的時間會再去找各個場所還有</p>

們也會順勢成長。管樂節還是一個比較代表性、象徵性的表演舞台，或許管樂節的一個接收的表演節目他沒有辦法通過，他們就會再透過一些地方性的表演去做演出。所以對整個管樂的發展我是覺得可以比較普及化。

④嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的補助？

那團體必須去市政府立案它才可能提供申請補助它才會下來，學校單位的話，他的補助還是要每年特定她們有經過預算的範圍內才會撥給我們。不會全額補助，要看他們當下那個活動的大小，他們再去審核這樣。

⑤您對於嘉義市政府在「嘉義市國際管樂節」所規劃的演出場地（室內或室外）滿意嗎？是否有其他建議？

場地我是覺得還好，因為能用的就是這麼多。他現在就是只有演藝廳、文化中心、中正公園和文化公園(文化廣場)，就這幾個。我們在地的學校，在地的團體，我是覺得可以(我的建議啦)是不一定每年都排在場地外面，應該可以輪替個幾年。因為每年都在報的話，輪替個幾年可以到場地裡面去(就是文化中心裡面)，對於表演者就會有一種層次上的不同吧！

我倒覺得可以深入到各校的活動中心，不一定要演藝廳。那如果說考量要讓他可以在更可以空間質感好一點的，學校的活動中心倒是可以參考進去。因為這個一直以來是沒有這樣安排的方式，那我是覺得因為以前在室外就是會擔心下雨的問題。

各個節慶的相關活動就會去辦一些小型的發表會，所以他們也會順勢成長。(F-4-2-1)

管樂節還是一個比較代表性、象徵性的表演舞台，或許管樂節的一個接收的表演節目他沒有辦法通過，他們就會再透過一些地方性的表演去做演出。所以對整個管樂的發展我是覺得可以比較普及化。(F-4-2-2)

那團體必須去市政府立案它才可能提供申請補助它才會下來，學校單位的話，他的補助還是要每年特定她們有經過預算的範圍內才會撥給我們。不會全額補助，要看他們當下那個活動的大小，他們再去審核這樣。(F-4-4)

場地我是覺得還好，因為能用的就是這麼多。他現在就是只有演藝廳、文化中心、中正公園和文化公園(文化廣場)，就這幾個。(F-4-5-1)

我們在地的學校，在地的團體，我是覺得可以(我的建議啦)是不一定每年都排在場地外面，應該可以輪替個幾年。因為每年都在報的話，輪替個幾年可以到場地裡面去(就是文化中心裡面)，對於表演者就會有一種層次上的不同吧！(F-4-5-2)

我倒覺得可以深入到各校的活動中心，不一定要演藝廳。那如果說考量要讓他可以在更可以空間質感好一點的，學校的活動中心倒是可以參考進去。因為這個一直以來是沒有這樣安排的方式，那我是覺得因為以前在室外就是會擔心下雨的問題。(F-4-5-3)

二、文化教育深耕面

①「嘉義市國際管樂節」對於嘉義市民的地方文化認同有何影響？

對於嘉義市市民對這個文化的認同，我是覺得認同是有，可是我覺得他們可能沒有很把它看成長遠的一個東西，因為畢竟音樂讓人家覺得會有一種距離感。它不像說戲劇可能好一點，那音樂的部分他們就會覺得……他們覺得那是一個有落差的文化。

所以說會純粹欣賞的人還是固定那些，我覺得會是固定的人。

他有深根，有到國小那邊開始做普及，他們就會把自己的家長也帶出去了之後，可能會開始去認識，至於認同我覺得還有點距離。有開始做普及化的延展了，以我們那時 93 年參加到後面的這一個逐年的感覺(因為我們每年走中山路的感覺)是有比較認同也有普及。

②「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

如果學校的話我是覺得一定有，因為以往我們在走校園巡迴的時候，就很明顯的感覺。那這幾年推廣我是覺得對學校的教育至少孩子對管樂都有初步的認識，這個是有影響的。

③「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

這個應該有，我覺得如果是民間的管樂推廣，我看到最明顯的是艷紫荊，上台演出的那些也大部分是教職人員，大概也在教育界。如果是地方人士的話，像我們學校的親子管樂團，那些家長就是真的都不會的，90%都是從零進來的，因為孩子的關係、因為他有興趣了，所以又加上學校的教育，所以才把管樂推廣了出去。應該說是管樂節，然後那基層的扎根，再進而影響到家長，應該是這樣。

對於嘉義市市民對這個文化的認同，我是覺得認同是有，可是我覺得他們可能沒有很把它看成長遠的一個東西，因為畢竟音樂讓人家覺得會有一種距離感。它不像說戲劇可能好一點，那音樂的部分他們就會覺得……他們覺得那是一個有落差的文化。

(F-2-1-1)

所以說會純粹欣賞的人還是固定那些，我覺得會是固定的人。(F-2-1-2)
他有深根，有到國小那邊開始做普及，他們就會把自己的家長也帶出去了之後，可能會開始去認識，至於認同我覺得還有點距離。有開始做普及化的延展了，以我們那時 93 年參加到後面的這一個逐年的感覺(因為我們每年走中山路的感覺)是有比較認同也有普及。(F-2-1-3)

如果學校的話我是覺得一定有，因為以往我們在走校園巡迴的時候，就很明顯的感覺。那這幾年推廣我是覺得對學校的教育至少孩子對管樂都有初步的認識，這個是有影響的。(F-2-2)

這個應該有，我覺得如果是民間的管樂推廣，我看到最明顯的是艷紫荊，上台演出的那些也大部分是教職人員，大概也在教育界。如果是地方人士的話，像我們學校的親子管樂團，那些家長就是真的都不會的，90%都是從零進來的，因為孩子的關係、因為他有興趣了，所以又加上學校的教

④您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

我覺得沒有很大的改變，我沒有很明確的看到，那如果說有的話也只有像在文化公園它就會多蓋一些跟管樂相關的一些裝置藝術，就是這部分會出來，然後文化中心也有幾個管樂的東西，他是把相關的也移到這裡來。我不曉得居民的內心有沒有被影響到，只是說它可能會搭著這個管樂的主軸來做一些看得到的一些形體的東西。比較看得到的就是一些硬體的東西。

⑤「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，應如何與學校產生更深入的互動？

巡迴它是每年都有做，管樂節的那個系列週都有排校際的巡迴，類似去宣導這樣。像北興國中他們去年有申請日本的一個表演團隊到他們學校去做交流，那那一次我就覺得很好，因為有一個大師級的團體到學校進駐，那我是覺得這部分倒是可以他們幫我們主動的安排啦，會期待不一樣的領域進來學校，它可能會希望我們去音樂廳看他們表演，可是那畢竟是學校少數人才去，那如果他一進來是全校性或者是更多人可以看到。而且大師在這種場合裡面(全校那種)我覺得感受力會不同啦！我覺得可以做。

三、對未來發展與建議

①您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

我是覺得這個整個優勢是他們有持續辦理。而且他也辦過世界年會，我就覺得這些都還不錯。它已經也變成一

育，所以才把管樂推廣了出去。應該說是管樂節，然後那基層的扎根，再進而影響到家長，應該是這樣。

(F-2-3)

我覺得沒有很大的改變，我沒有很明確的看到，那如果說有的話也只有像在文化公園它就會多蓋一些跟管樂相關的一些裝置藝術，就是這部分會出來，然後文化中心也有幾個管樂的東西，他是把相關的也移到這裡來。我不曉得居民的內心有沒有被影響到，只是說它可能會搭著這個管樂的主軸來做一些看得到的一些形體的東西。比較看得到的就是一些硬體的東西。

(F-2-4)

巡迴它是每年都有做，管樂節的那個系列週都有排校際的巡迴，類似去宣導這樣。(F-2-5-1)

像北興國中他們去年有申請日本的一個表演團隊到他們學校去做交流，那那一次我就覺得很好，因為有一個大師級的團體到學校進駐，那我是覺得這部分倒是可以他們幫我們主動的安排啦，會期待不一樣的領域進來學校，它可能會希望我們去音樂廳看他們表演，可是那畢竟是學校少數人才去，那如果他一進來是全校性或者是更多人可以看到。而且大師在這種場合裡面(全校那種)我覺得感受力會不同啦！我覺得可以做。(F-2-5-2)

我是覺得這個整個優勢是他們有持續辦理。而且他也辦過世界年會，我就覺得這些都還不錯。它已經也變成一

個代表性，因為很多年了，它把這個當主軸，這個就是一個優勢。地方不大然後再來是它也被當成一個主軸。城市小其實也有一個優點就是人口會比較集中在這一區域，市民在參與的程度已經是越來越熱烈，可以感覺到已經成一個習慣。它這幾年也都已經開始推普及教育，它們有專注在這一塊啦！它現在會把他落實到小學來，我相信幾年後一定可以看到成果。也不會因為政黨輪替，然後．．．就像那個童玩節就這樣子。

②您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？

所以最大的部分是經費上的問題，每年給我們的經費就真的很少，以我們這種大團隊來講，1-2 百位連吃飯都不夠。他現在給民間團體包去做(它現在就是委外經營)，所以它中間又剝了一層皮起來。所以在地的團隊沒有被照顧，包括嘉義縣的好的團隊人家後來也不來了，因為就是沒有錢給我們，它會削弱掉一些本來就很優質的團隊，人家就會拒絕來參加。只要國外團隊來她補助的錢相對很多，她把一大筆錢都投注在那上面，所以我是覺得它可能會顧此失彼，就沒辦法全面都做好。

③您認為是否應規劃「管樂園區」？

我的感覺是還是要有一個管樂專區，園區我是覺得可以做，可是不用做到那麼大。它可以先從小的局部做起，像現在連一個管樂相關的博物館都沒有，我覺得文化局那邊應該可以規劃個什麼地方。

個代表性，因為很多年了，它把這個當主軸，這個就是一個優勢。

(F-5-1-1)

地方不大然後再來是它也被當成一個主軸。城市小其實也有一個優點就是人口會比較集中在這一區域，市民在參與的程度已經是越來越熱烈，可以感覺到已經成一個習慣。(F-5-1-2) 它這幾年也都已經開始推普及教育，它們有專注在這一塊啦！它現在會把他落實到小學來，我相信幾年後一定可以看到成果。(F-5-1-3)

也不會因為政黨輪替，然後．．．就像那個童玩節就這樣子。(F-5-1-4)

所以最大的部分是經費上的問題，每年給我們的經費就真的很少，以我們這種大團隊來講，1-2 百位連吃飯都不夠。(F-5-2-1)

他現在給民間團體包去做(它現在就是委外經營)，所以它中間又剝了一層皮起來。所以在地的團隊沒有被照顧，包括嘉義縣的好的團隊人家後來也不來了，因為就是沒有錢給我們，它會削弱掉一些本來就很優質的團隊，人家就會拒絕來參加。只要國外團隊來她補助的錢相對很多，她把一大筆錢都投注在那上面，所以我是覺得它可能會顧此失彼，就沒辦法全面都做好。(F-5-2-2)

我的感覺是還是要有一個管樂專區，園區我是覺得可以做，可是不用做到那麼大。它可以先從小的局部做起，像現在連一個管樂相關的博物館都沒有，我覺得文化局那邊應該可以規劃個什麼地方。(F-5-3)

④您認為是否應該延續管樂節的舉辦經驗，未來規劃相關活動？

第一個可能是經費的問題，再來就是以文化局它們在承辦這些藝文活動已經是一整年度的事情，它不是只有管樂而已，它還有承接很多團體來他們的這地方要表演，所以我覺得是人力跟經費都有問題才會沒有去做這些相關的規劃。反而是我們自己去找表演的場地，或者是人家來邀演，那樣子才會有聽到管樂的聲音。重點就是要有一定的觀眾來聽，我都覺得說如果要他們來辦，可能自己跑會比較快。自己去跑場地然後自己去跟他們申請。就是地方團體自發性的去做，我覺得自發反而會比較穩。

⑤您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

我覺得它如果已經是一個國際性的節日的話，很多團體即使你不邀請，他也很想來報名，那種狀況下就不必再挹注那麼多經費進去。應該把它分攤出來。像人家去新加坡比賽它們是可以有很多經費做支持，因為你什麼都要繳費。場地要繳費，參加也要繳費，用他們樂器也要繳費，包括別的團隊在上面演出的時候你要進去參觀也要費用，那她所有的費用都可以拿來支持這些團體！所以這樣到是覺得這兩個可以相輔相成，它可以用它的優勢來補劣勢。

我們在地學校，在地的團體，我是覺得可以(我的建議啦)是不一定每年都排在場地外面，應該可以輪替個幾年。因為每年都在報的話，輪替個幾年可以到場地裡面去(就是文化中心裡面)，因為外面的話那時候又雨季，常常會有那種風雨的不定性，所以對於表演者就會有一種層次上的不同吧！

他只補助到樂器，所以社團在發展，師資的經費就是一個很大的問題，這個是我遇到比較大的問題是假設他要給樂器的經費相對也要給師資的經費。

第一個可能是經費的問題，再來就是以文化局它們在承辦這些藝文活動已經是一整年度的事情，它不是只有管樂而已，它還有承接很多團體來他們的這地方要表演，所以我覺得是人力跟經費都有問題才會沒有去做這些相關的規劃。(F-5-4-1)

反而是我們自己去找表演的場地，或者是人家來邀演，那樣子才會有聽到管樂的聲音。重點就是要有一定的觀眾來聽，我都覺得說如果要他們來辦，可能自己跑會比較快。自己去跑場地然後自己去跟他們申請。就是地方團體自發性的去做，我覺得自發反而會比較穩。(F-5-4-2)

我覺得它如果已經是一個國際性的節日的話，很多團體即使你不邀請，他也很想來報名，那種狀況下就不必再挹注那麼多經費進去。應該把它分攤出來。像人家去新加坡比賽它們是可以有很多經費做支持，因為你什麼都要繳費。場地要繳費，參加也要繳費，用他們樂器也要繳費，包括別的團隊在上面演出的時候你要進去參觀也要費用，那她所有的費用都可以拿來支持這些團體！所以這樣到是覺得這兩個可以相輔相成，它可以用它的優勢來補劣勢。(F-5-5-1)

我們在地學校，在地的團體，我是覺得可以(我的建議啦)是不一定每年都排在場地外面，應該可以輪替個幾年。因為每年都在報的話，輪替個幾年可以到場地裡面去(就是文化中心裡面)，因為外面的話那時候又雨季，常常會有那種風雨的不定性，所以對

	<p>於表演者就會有一種層次上的不同吧！(F-5-5-2)</p> <p>他只補助到樂器，所以社團在發展，師資的經費就是一個很大的問題，這個是我遇到比較大的問題是假設他要給樂器的經費相對也要給師資的經費。(F-5-5-3)</p>
--	---

訪談對象編號：G

訪談時間：101.8.6 上午 11：00-12：00

訪談地點：嘉義市博愛國小教室

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、地方藝文團體扶植面</p> <p>①請問貴團體是否參加過「嘉義市國際管樂節」的演出？ 有，嘉義聯合管樂團曾參與 2009~2011 年的嘉義市國際管樂節和嘉義市所主辦的 2011 年世界管樂年會。</p> <p>②您認為「嘉義市國際管樂節」活動，對於地方藝文團體有何意義與幫助？ 1.有機會跟其他縣市的團隊老師交流資訊。2.可接觸到一些管樂相關的講座。3.可以讓我們有個表演的舞台，並讓嘉義的群眾有機會認識我們。</p> <p>③嘉義市政府是否提供協助申請其他相關補助的資訊？ 有，本團除了在申請音樂廳演出有補助之外，本團也連續獲選兩年的嘉義市傑出演藝團隊，凡是獲選為嘉義市傑出演藝團隊，都可以申請該年度演出相關的補助經費〈6 萬—10 萬〉。</p> <p>④嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的補助？ 有，但據我所知，並不是所有的團隊都可以獲得相關資訊，必須要跟文化局的人打好關係。</p>	<p>有，嘉義聯合管樂團曾參與 2009~2011 年的嘉義市國際管樂節和嘉義市所主辦的 2011 年世界管樂年會。(G-4-1)</p> <p>1.有機會跟其他縣市的團隊老師交流資訊。2.可接觸到一些管樂相關的講座。3.可以讓我們有個表演的舞台，並讓嘉義的群眾有機會認識我們。 (G-4-2)</p> <p>有，本團除了在申請音樂廳演出有補助之外，本團也連續獲選兩年的嘉義市傑出演藝團隊，凡是獲選為嘉義市傑出演藝團隊，都可以申請該年度演出相關的補助經費〈6 萬—10 萬〉 (G-4-3)</p> <p>有，但據我所知，並不是所有的團隊都可以獲得相關資訊，必須要跟文化局的人打好關係。(G-4-4)</p>

⑤您對於嘉義市政府在「嘉義市國際管樂節」所規劃的演出場地（室內或室外）滿意嗎？是否有其他建議？

嘉義的團隊除了嘉市管之外，其他在地團隊很少可以管樂節時在音樂廳演出。戶外的演出場地，往往音響設備都非常的不理想。

二、文化教育深耕面

①「嘉義市國際管樂節」對於嘉義市民的地方文化認同有何影響？

前幾年，會覺得觀眾大部分都是走馬看花，但在近幾年有慢慢的感覺的專業的觀眾有慢慢的變多，也有越來越多家庭式的觀眾能夠融入活動之中，有慢慢進步的趨勢。

②「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

據我所知，嘉義市政府為了持續推動『管樂城市』的理念，在中央政府申請 103 年管樂計畫補助專案，也就是在 103 年之前，嘉義市的各級學校都須成立管樂團，這對於嘉義地方的文化教育影響甚遠，試想，當一個地方有這麼多的學校都有管樂團，相對就有更多學生有機會學習到管樂器，也會有更多的管樂專業人士聚集到嘉義市，這對於嘉義市的文化教育都會有所提升。

③「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

嘉義市把管樂列入為重點發展，有一個103年的專案(嘉義市各級學校於103年之前都要成立管樂團)，我覺得這個對嘉義的文化教育是有很深遠的影響。每個學校如果都有人學樂器，那這樣就會有更多的音樂相關工作機會，這樣別的縣市的專業老師也會進來。如果他的縣市參與的人多，想學的人多，那對於民間管樂推廣上是很有影響。

嘉義的團隊除了嘉市管之外，其他在地團隊很少可以管樂節時在音樂廳演出。(G-4-5-1)

戶外的演出場地，往往音響設備都非常的不理想。(G-4-5-2)

前幾年，會覺得觀眾大部分都是走馬看花，但在近幾年有慢慢的感覺的專業的觀眾有慢慢的變多，也有越來越多家庭式的觀眾能夠融入活動之中，有慢慢進步的趨勢。(G-2-1)

據我所知，嘉義市政府為了持續推動『管樂城市』的理念，在中央政府申請 103 年管樂計畫補助專案，也就是在 103 年之前，嘉義市的各級學校都須成立管樂團，這對於嘉義地方的文化教育影響甚遠，試想，當一個地方有這麼多的學校都有管樂團，相對就有更多學生有機會學習到管樂器，也會有更多的管樂專業人士聚集到嘉義市，這對於嘉義市的文化教育都會有所提升。(G-2-2)

嘉義市把管樂列入為重點發展，有一個103年的專案(嘉義市各級學校於103年之前都要成立管樂團)，我覺得這個對嘉義的文化教育是有很深遠的影響。每個學校如果都有人學樂器，那這樣就會有更多的音樂相關工作機會，這樣別的縣市的專業老師也會進來。如果他的縣市參與的人多，想學的人多，那對於民間管樂推廣上是很有影響。所以我覺得嘉義市國際管樂節這樣的方式是很好的。是有正向影

所以我覺得嘉義市國際管樂節這樣的方式是很好的。是有正向影響。我是希望可以繼續持續，因為沒有後面的政府持續推動的話，每個學校經營其實是蠻辛苦的。

④您認為「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

有，因為那個嘉義市國際管樂節他就是主打管樂，但現在流行跨領域的結合，像嘉義市管樂團他就會找歌手來，然後之前還有找一個舞蹈團，然後我們嘉大有找踢踏舞的。

對，其實跨領域的結合應該可以更深入一點。我覺得甚至是可以跟小茶壺啊(我一直很想跟小茶壺合作)，跟小茶壺做一個兒童的管樂音樂劇。加上小茶壺又是我們在地兒童劇團。

⑤「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，應如何與學校產生更深入的互動？

以往,嘉義市政府都會委託單一或是少數的在地管樂團隊到各學校做宣傳演出和音樂講座，我覺得這個點子雖然不錯，但沒有深入。我覺得嘉義市政府應該可以和嘉義在地的管樂資源，像是平均分配每一個在地管樂團隊所該負責的工作，例如:有些團隊負責舉辦一些像是營隊，管樂營或是育樂營，有些團隊帶著小朋友介紹樂器，有些負責主辦一些以學校或鄉里活動中心為出發點的音樂會，如此一來，管樂節的推廣可以更深入學生的生活之中，而各個團隊也會因在管樂節有所付出而有參與感。

三、對未來發展與建議

①您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

響。(G-2-3-1)

我是希望可以繼續持續，因為沒有後面的政府持續推動的話，每個學校經營其實是蠻辛苦的。(G-2-3-2)

有，因為那個嘉義市國際管樂節他就是主打管樂，但現在流行跨領域的結合，像嘉義市管樂團他就會找歌手來，然後之前還有找一個舞蹈團，然後我們嘉大有找踢踏舞的。(G-2-4-1)
對，其實跨領域的結合應該可以更深入一點。我覺得甚至是可以跟小茶壺啊(我一直很想跟小茶壺合作)，跟小茶壺做一個兒童的管樂音樂劇。加上小茶壺又是我們在地兒童劇團。
(G-2-4-2)

以往,嘉義市政府都會委託單一或是少數的在地管樂團隊到各學校做宣傳演出和音樂講座，我覺得這個點子雖然不錯，但沒有深入。(G-2-5-1)
我覺得嘉義市政府應該可以和嘉義在地的管樂資源，像是平均分配每一個在地管樂團隊所該負責的工作，例如:有些團隊負責舉辦一些像是營隊，管樂營或是育樂營，有些團隊帶著小朋友介紹樂器，有些負責主辦一些以學校或鄉里活動中心為出發點的音樂會，如此一來，管樂節的推廣可以更深入學生的生活之中，而各個團隊也會因在管樂節有所付出而有參與感。
(G-2-5-2)

1. 20年經驗的累積
2. 政府的大力支持
3. 我覺得這已經成為一種習慣了！就

1.20年經驗的累積2.政府的大力支持 3.我覺得這已經成爲一種習慣了！就是嘉義市的觀眾會知道有這個節日，會去響應。

②您認爲嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？

主辦單位爲外包廠商，少了嘉義在地管樂團隊的參與感，辦得好，大家恭喜，辦不好，外包團隊也只是拍拍屁股走人，不痛不癢。我覺得是不是可以讓嘉義市的團隊自己來主辦？我覺得這樣子會更好。我覺得如果要做好的話，應該是要實質參與裡面的行政，你就必要要讓嘉義市的管樂團隊參與到身歷其中，因爲畢竟這些嘉義市管樂團隊都是在地深耕的，他們平常都不理嘉義市在地團隊，當遇到一些問題(像沒有打擊樂器、各場地有問題、少了什麼東西才會想要去跟我們借)才想到我們。而且都是臨時的，並沒有先借好。那是不是說如果我們有參加，有參與在其中的話，這些東西根本就不是問題。

③您認爲是否應規劃「管樂園區」？

這還是要考慮到經費。

我自己的建議是我覺得管樂園區他必須要有一個駐團的團隊，他可能可以是嘉義是職業管樂團或是嘉義市半職業管樂團，他必須要有一個駐團的團隊在裡面，不然就很像一個家沒有主人，就只是一個空殼。在國外幾乎是這樣吧！

④您認爲是否應該延續管樂節的舉辦經驗，未來規劃相關活動？

除了延續舊有的特色例如管樂馬拉松和邀請國際知名團隊演出之外，可以再加入一些相關競賽的內容。

市政府應該要結合嘉義在地的管樂團隊，做一些分工。

是嘉義市的觀眾會知道有這個節日，會去響應。(G-5-1)

主辦單位爲外包廠商，少了嘉義在地管樂團隊的參與感，辦得好，大家恭喜，辦不好，外包團隊也只是拍拍屁股走人，不痛不癢。(G-5-2-1)

我覺得是不是可以讓嘉義市的團隊自己來主辦？我覺得這樣子會更好。我覺得如果要做好的話，應該是要實質參與裡面的行政，你就必要要讓嘉義市的管樂團隊參與到身歷其中，因爲畢竟這些嘉義市管樂團隊都是在地深耕的，他們平常都不理嘉義市在地團隊，當遇到一些問題(像沒有打擊樂器、各場地有問題、少了什麼東西才會想要去跟我們借)才想到我們。而且都是臨時的，並沒有先借好。那是不是說如果我們有參加，有參與在其中的話，這些東西根本就不是問題。

(G-5-2-2)

這還是要考慮到經費。(G-5-3-1)

我自己的建議是我覺得管樂園區他必須要有一個駐團的團隊，他可能可以是嘉義是職業管樂團或是嘉義市半職業管樂團，他必須要有一個駐團的團隊在裡面，不然就很像一個家沒有主人，就只是一個空殼。在國外幾乎是這樣吧！(G-5-3-2)

除了延續舊有的特色例如管樂馬拉松和邀請國際知名團隊演出之外，可以再加入一些相關競賽的內容。

(G-5-4-1)

市政府應該要結合嘉義在地的管樂團

<p><u>比如說哪些團隊負責去越區介紹，哪些團隊負責講座、演出這樣。或者是說我們可以辦營隊、夏令營。</u></p> <p>⑤您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？</p> <p><u>多邀請一些在地管樂團隊的加入，最好是參與行政。</u></p> <p><u>我覺得應該要有一些主題式的相關活動(可能今年主題是什麼，大家朝那方向去走這樣)，我覺得這樣會比較更吸引人一點。我覺得可以在節慶當中辦一些相關的競賽(像濟州的管樂節就是有管樂比賽)。</u></p> <p><u>邀請很多國外的大師來當評審，來做專題。</u></p>	<p>隊，做一些分工。比如說哪些團隊負責去越區介紹，哪些團隊負責講座、演出這樣。或者是說我們可以辦營隊、夏令營。(G-5-4-2)</p> <p>多邀請一些在地管樂團隊的加入，最好是參與行政。(G-5-5-1)</p> <p>我覺得應該要有一些主題式的相關活動(可能今年主題是什麼，大家朝那方向去走這樣)，我覺得這樣會比較更吸引人一點。(G-5-5-2)</p> <p>我覺得可以在節慶當中辦一些相關的競賽(像濟州的管樂節就是有管樂比賽)。(G-5-5-3)</p> <p>邀請很多國外的大師來當評審，來做專題。(G-5-5-4)</p>
---	---

訪談對象編號：H

訪談時間：101.7.31 晚上 6：30-8：00

訪談地點：音樂教室

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、城市意象與行銷方面</p> <p>①「嘉義市國際管樂節」規劃活動的類型中，你認為哪一種最好？</p> <p><u>我認為是「戶外行進」與「管樂踩街」。因為「戶外行進」是比較少見的。</u></p> <p>②「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用各種媒體進行宣傳，您認為哪一種宣傳方式效果最好？</p> <p><u>媒體啊當然電視是最好的。其次是報紙，最好的是電視啦。</u></p> <p>③「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？ <u>這個城市品牌肯定是有的，我覺得這真的是很好的一件事。</u></p>	<p>我認為是「戶外行進」與「管樂踩街」。因為「戶外行進」是比較少見的。(H-1-1)</p> <p>媒體啊當然電視是最好的。其次是報紙，最好的是電視啦。(H-1-2)</p> <p>這個城市品牌肯定是有的，我覺得這真的是很好的一件事。(H-1-3)</p>

<p>④「嘉義市國際管樂節」目前已舉辦二十屆了，您認為成功的關鍵在於？</p> <p><u>1.嘉義市管樂團其實最大的關鍵就是嘉義市管樂團，吳平如團長他們最早，你看堅持了十幾年，嘉中精神。</u></p> <p><u>第2個關鍵我覺得就是在於政府的支持，後來變成管樂團以後，那是扎根。</u></p> <p><u>第3就是民視的宣傳，媒體一報，迅速加速。</u></p> <p><u>第4個就是葉樹涵的協助。</u></p>	<p>1.嘉義市管樂團其實最大的關鍵就是嘉義市管樂團，吳平如團長他們最早，你看堅持了十幾年，嘉中精神。(H-1-8-1)</p> <p>第2個關鍵我覺得就是在於政府的支持，後來變成管樂團以後，那是扎根。(H-1-8-2)</p> <p>第3就是民視的宣傳，媒體一報，迅速加速。(H-1-8-3)</p> <p>第4個就是葉樹涵的協助。(H-1-8-4)</p>
--	--

訪談對象編號：I

訪談時間：101.8.8 下午 2：00-4：00

訪談地點：嘉義市南興國中校長室

訪談逐字稿內容	編碼分析
<p>一、城市意象與行銷方面</p> <p>①「嘉義市國際管樂節」規劃活動的類型中，你認為哪一種最好？</p> <p><u>應該說各有各的優點。室內有室內的風格，比較適合在室內表演的曲子就安排在室內，室外的表演就表演比較大眾化的曲子，跟群眾比較有互動的。</u></p> <p>②「嘉義市國際管樂節」歷年活動運用各種媒體進行宣傳，您認為哪一種宣傳方式效果最好？</p> <p><u>電視媒體真的很有效。</u></p> <p>③「嘉義市國際管樂節」是否建立了嘉義市的城市品牌？</p> <p><u>我想是有的，像近年來，不管是國內或是國外，大家都知道有嘉義市管樂節。</u></p> <p>④「嘉義市國際管樂節」目前已舉辦二十屆了，您認為</p>	<p>應該說各有各的優點。室內有室內的風格，比較適合在室內表演的曲子就安排在室內，室外的表演就表演比較大眾化的曲子，跟群眾比較有互動的。(I-1-5)</p> <p>電視媒體真的很有效。(I-1-6)</p> <p>我想是有的，像近年來，不管是國內或是國外，大家都知道有嘉義市管樂節。(I-1-7)</p>

成功的關鍵在於？

我想，應該是一群默默耕耘的人。像嘉義市管樂團在民國 103 就滿二十年了，他們都是默默在地方上耕耘的。

二、文化教育深耕面

①「嘉義市國際管樂節」對於嘉義市民的地方文化認同有何影響？

對嘉義市民來說，他們對這個「嘉義市國際管樂節」已經有期待，市民對於這個節已經是充滿期待的感覺了。

②「嘉義市國際管樂節」對於地方文化教育有何影響？

當初第一次辦行進表演的時候，我是擔任主持人。那時我就在想，如果我們嘉義市也能有自己的表演隊伍，該有多好。那當時的張博雅市長有把這句話聽進去，於是就開始著手成立北興國中管樂班。北興管樂班在 89 成立。慢慢的在 94 年博愛國小也成立了管樂班，去年 100 年嘉北國小，還有我們南興國中也成立了管樂班，此外像嘉大附小、世賢國小、垂楊國小、宣信國小也都有管樂團。那我相信，經由孩子的力量，是可以帶動家長，甚至整個家庭來聆聽管樂、參與管樂活動、甚至能較深入的了解管樂內容，期待能透過這樣的教育的力量，來讓全嘉義市的市民欣賞管樂。

③「嘉義市國際管樂節」對於地方民間管樂推廣有何影響？

民間的推廣已經推出去，就好比北興已經有校友管樂團目前已成立 3 年，這些學生將來到了社會上服務，也許會再繼續成立管樂團在繼續去推動管樂這一塊。

④「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方其他相關藝術文化的提昇？

有啊像市府會舉辦提琴節、國樂節、...等。
有陳澄波音樂劇的演出，還有嘉義社區之歌的這一些曲

我想，應該是一群默默耕耘的人。像嘉義市管樂團在民國 103 就滿二十年了，他們都是默默在地方上耕耘的。
(I-1-8)

對嘉義市民來說，他們對這個「嘉義市國際管樂節」已經有期待，市民對於這個節已經是充滿期待的感覺了。
(I-2-1)

當初第一次辦行進表演的時候，我是擔任主持人。那時我就在想，如果我們嘉義市也能有自己的表演隊伍，該有多好。那當時的張博雅市長有把這句話聽進去，於是就開始著手成立北興國中管樂班。北興管樂班在 89 成立。慢慢的在 94 年博愛國小也成立了管樂班，去年 100 年嘉北國小，還有我們南興國中也成立了管樂班，此外像嘉大附小、世賢國小、垂楊國小、宣信國小也都有管樂團。那我相信，經由孩子的力量，是可以帶動家長，甚至整個家庭來聆聽管樂、參與管樂活動、甚至能較深入的了解管樂內容，期待能透過這樣的教育的力量，來讓全嘉義市的市民欣賞管樂。
(I-2-2)

民間的推廣已經推出去，就好比北興已經有校友管樂團目前已成立 3 年，這些學生將來到了社會上服務，也許會再繼續成立管樂團在繼續去推動管樂這一塊。(I-2-3)

有啊像市府會舉辦提琴節、國樂節、...等。(I-2-4-1)

有陳澄波音樂劇的演出，還有嘉義社區之歌的這一些曲子，那這一些曲子

子，那這一些曲子也都已經有人在編了。

⑤「嘉義市國際管樂節」的相關活動規劃，如何與學校產生更深入的互動？

我認為「管樂」是需要時間來練習的，所以如果管樂團隊能在校園裡演出、再來讓這些管樂團隊參與地方上的演出。我認為應該從學校延伸到社區團隊。

三、在地方產業結合與推廣面

①「嘉義市國際管樂節」如何與地方產業結合？

這幾年來，我們都用管樂的 logo，為什麼那一隻雞？因為火"雞"肉飯，管樂節為什麼是一隻雞仔，我們是把產業結合進來。我覺得每一年至少要有一部主題花車，花車對踩街很重要，因為花車對踩街來說是個象徵意義，但是這幾年沒有看過以火雞肉飯為管樂踩街主題的花車，大家都知道管樂上的雞代表的是火雞肉飯，但歷年來卻沒有出現過。這雖不是互惠的，但可以共同來成就管樂之都。地方產業跟這一方面，每一年找嘉義的一家企業以他當主題，雖然嘉義市小，但我覺得集結起來也是一股力量，那一方面透過這樣方式去讓大家知道說嘉義有很多的產業，像方塊酥業者，遠東機械也夠大，那個部份就還是可以去研究。

②「嘉義市國際管樂節」是否帶動地方文化创意產業的發展？

我覺得嘉義市要稱為「管樂之都」尚不夠，市府應該多跟業界做結合，例如設一個管樂的樂器展示場，裡面有各種相關的管樂 CD、譜啦、以及管樂周邊的商品，比如某些有名團隊的 CD、設計有管樂圖案的 T 恤、管樂創意產品等等，來創造管樂的氛圍、炒熱管樂的熱度並且吸引更多參觀。」I-3-2

也都已經有人在編了。(I-2-4-2)

我認為「管樂」是需要時間來練習的，所以如果管樂團隊能在校園裡演出、再來讓這些管樂團隊參與地方上的演出。我認為應該從學校延伸到社區團隊。(I-2-5)

這幾年來，我們都用管樂的 logo，為什麼那一隻雞？因為火"雞"肉飯，管樂節為什麼是一隻雞仔，我們是把產業結合進來。(I-3-1-1)

我覺得每一年至少要有一部主題花車，花車對踩街很重要，因為花車對踩街來說是個象徵意義，但是這幾年沒有看過以火雞肉飯為管樂踩街主題的花車，大家都知道管樂上的雞代表的是火雞肉飯，但歷年來卻沒有出現過。這雖不是互惠的，但可以共同來成就管樂之都。(I-3-1-2)

地方產業跟這一方面，每一年找嘉義的一家企業以他當主題，雖然嘉義市小，但我覺得集結起來也是一股力量，那一方面透過這樣方式去讓大家知道說嘉義有很多的產業，像方塊酥業者，遠東機械也夠大，那個部份就還是可以去研究。(I-3-1-3)

我覺得嘉義市要稱為「管樂之都」尚不夠，市府應該多跟業界做結合，例如設一個管樂的樂器展示場，裡面有各種相關的管樂 CD、譜啦、以及管樂周邊的商品，比如某些有名團隊的 CD、設計有管樂圖案的 T 恤、管樂創意產品等等，來創造管樂的氛圍、炒熱管樂的熱度並且吸引更多參觀。

四、在地方藝文團體扶植面

①嘉義市政府是否實質提供地方藝文團體經費上的贊助？

對於那些傑出演藝團體他有輔選，然後有給一些補助，但不多，既然管樂是嘉義市要的藝文活動，那政府在管樂這一區塊會較多。傑出演藝團隊他會給一些補助，有些立案的團隊他會看你的運作，經費不多，越來越少了，大概都 10-20 萬。補助不高啊！當然是不夠。

②嘉義市政府是否協助地方藝文團體申請其他機構相關藝文補助？

補助來源如果說有一些像文建會或其他團隊相關的活動訊息(就是各地文化局音樂廳的演出)，這些細節他的文都可以轉到各個．．．那轉過去的話因為有一些是有補助有一些是沒有補助的，那去思考要不要去申請．．．這些訊息都會下來。他都會主動提供。

③「嘉義市國際管樂節」如何與地方文教基金會、地方藝文團體、或各級學校進行資源整合，以提升這些團體的藝文產業價值？

管樂節現在幾乎是全民運動了，以學校這區塊來講當然都會，其實學校裡面也都有在進行。例如有一年我們跟無雙國樂團，然後跟舞蹈的也有啊，以我們樂團來講，有一年我們在介紹鄒族的音樂這一些都有，有一年我們演出是展覽會之畫這首曲子，這些畫，在演出的時候就投影到音樂上，畫跟音樂的部分做一些結合。很多都可以跟表演藝術結合在一起，那素材是平常我們嘉義人本來就有的部分，這部分我覺得都可以去努力。

五、對未來發展與建議

①您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些優勢？

(I-3-2)

對於那些傑出演藝團體他有輔選，然後有給一些補助，但不多，既然管樂是嘉義市要的藝文活動，那政府在管樂這一區塊會較多。傑出演藝團隊他會給一些補助，有些立案的團隊他會看你的運作，經費不多，越來越少了，大概都 10-20 萬。補助不高啊！當然是不夠。(I-4-1)

補助來源如果說有一些像文建會或其他團隊相關的活動訊息(就是各地文化局音樂廳的演出)，這些細節他的文都可以轉到各個．．．那轉過去的話因為有一些是有補助有一些是沒有補助的，那去思考要不要去申請．．．這些訊息都會下來。他都會主動提供。(I-4-2)

管樂節現在幾乎是全民運動了，以學校這區塊來講當然都會，其實學校裡面也都有在進行。(I-4-3-1)

例如有一年我們跟無雙國樂團，然後跟舞蹈的也有啊，以我們樂團來講，有一年我們在介紹鄒族的音樂這一些都有，有一年我們演出是展覽會之畫這首曲子，這些畫，在演出的時候就投影到音樂上，畫跟音樂的部分做一些結合。(I-4-3-2)

很多都可以跟表演藝術結合在一起，那素材是平常我們嘉義人本來就有的部分，這部分我覺得都可以去努力。(I-4-3-3)

走到今天管樂節已經二十屆了，懂得聽的人越來越多，喜愛聽的人也越來越多，所以這是我們的一個優勢。

走到今天管樂節已經二十屆了，懂得聽的人越來越多，喜愛聽的人也越來越多，所以這是我們的一個優勢。我們管樂教育推廣已經是十二年了，那這十二年來也培育不少管樂人才，那一個學生參加，就等於一個家庭會去形成，所以這樣下來，那個量也越來越大。嘉義市國際管樂節是一個大家期待的節慶活動，所以有很多優秀的團隊也願意來，包括國外的團隊也會想過來。而且培養管樂新團。能夠走這麼久，代表這些人願意，這個絕對不是只靠公部門有辦法去處理的。

②您認為嘉義市政府辦理「嘉義市國際管樂節」有哪些劣勢？

嘉義市還是比較小，人口其實不多。外縣市的人要過來嘉義市看就不能只有管樂這區塊，畢竟管樂演出也只有部分的時間。

我們一個節慶活動最怕的就是辦到結束了，走久了會索然無味。市政府在這區塊他要去 hold，你如果有什麼規畫時，店家才願意去做，不然講真的，我現在生意作好好的，我就這樣做就好，要改變一定要花錢。

民間樂團的練習場地問題，不容易取得。

④您認為是否應該延續管樂節的舉辦經驗，未來規劃相關活動？

平常日來講可以多提供一些管樂演出的平台，讓各級學校他們練習就有自我展現的地方。

政府如果有編列經費當然是有助推廣的部分。

我們不一定每場都要很大場，其實可以比較輕鬆一點街頭藝人式的，隨性一點，下班時間就在公園的某角落，你演個 20-30 分鐘就走了也可以，不一定每次非得要一整場的音樂會，那太辛苦了，所以說這一些小品式的可以去思考。再來演出的地點不一定要在非常正式的地

(I-5-1-1)

我們管樂教育推廣已經是十二年了，那這十二年來也培育不少管樂人才，那一個學生參加，就等於一個家庭會去形成，所以這樣下來，那個量也越來越大。(I-5-1-2)

嘉義市國際管樂節是一個大家期待的節慶活動，所以有很多優秀的團隊也願意來，包括國外的團隊也會想過來。(I-5-1-3)

而且培養管樂新團。(I-5-1-4)

能夠走這麼久，代表這些人願意，這個絕對不是只靠公部門有辦法去處理的。(I-5-1-5)

嘉義市還是比較小，人口其實不多。(I-5-2-1)

外縣市的人要過來嘉義市看就不能只有管樂這區塊，畢竟管樂演出也只有部分的時間。(I-5-2-2)

我們一個節慶活動最怕的就是辦到結束了，走久了會索然無味。市政府在這區塊他要去 hold，你如果有什麼規畫時，店家才願意去做，不然講真的，我現在生意作好好的，我就這樣做就好，要改變一定要花錢。(I-5-2-3)

民間樂團的練習場地問題，不容易取得。(I-5-2-4)

平常日來講可以多提供一些管樂演出的平台，讓各級學校他們練習就有自我展現的地方。(I-5-4-1)

政府如果有編列經費當然是有助推廣的部分。(I-5-4-2)

我們不一定每場都要很大場，其實可以比較輕鬆一點街頭藝人式的，隨性一點，下班時間就在公園的某角落，你演個 20-30 分鐘就走了也可以，不一定每次非得要一整場的音樂會，那

方。比如阿勃勒花開的時候，在樹下演奏，那感覺很好，畫面也很美。

平常可以安排大師講座，以及管樂老師的培訓。

⑤您對「嘉義市國際管樂節」未來的規劃與經營有哪些建議？

嘉義市國際管樂節不管你怎麼變，管樂主軸的部分，這一方面的品質一定要越來越好，邀請非常高水準的團隊來演出。大家來這看就是要欣賞好的演出。

但另一個我們也要鼓勵在經營的團隊，讓他們有機會參與，因為我們演出地點那麼多，讓孩子有一些機會，改天他會更強。

中心的主軸弄完之後，他分枝出去的管樂市集把它更落實，不要像夜市路邊攤這樣，那質感的東西讓來逛的人會覺得說你們這地方光是在那個攤位附近走就覺得很享受。

高中管樂社團這一個區塊一定要做，才不會有斷層危機。最重要的是要堅持每一年都走下去。我相信現在二十年，其實下一次就是看五十年的時候，如果嘉義市管樂節能夠辦五十年，哪一天我們就會像愛丁堡。

太辛苦了，所以說這一些小品式的可以去做思考。再來演出的地點不一定要在非常正式的地方。比如阿勃勒花開的時候，在樹下演奏，那感覺很好，畫面也很美。（I-5-4-3）

平常可以安排大師講座，以及管樂老師的培訓。（I-5-4-4）

嘉義市國際管樂節不管你怎麼變，管樂主軸的部分，這一方面的品質一定要越來越好，邀請非常高水準的團隊來演出。大家來這看就是要欣賞好的演出。（I-5-5-1）

但另一個我們也要鼓勵在經營的團隊，讓他們有機會參與，因為我們演出地點那麼多，讓孩子有一些機會，改天他會更強。（I-5-5-2）

中心的主軸弄完之後，他分枝出去的管樂市集把它更落實，不要像夜市路邊攤這樣，那質感的東西讓來逛的人會覺得說你們這地方光是在那個攤位附近走就覺得很享受。（I-5-5-3）

高中管樂社團這一個區塊一定要做，才不會有斷層危機。（I-5-5-4）

最重要的是要堅持每一年都走下去。我相信現在二十年，其實下一次就是看五十年的時候，如果嘉義市管樂節能夠辦五十年，哪一天我們就會像愛丁堡。（I-5-5-5）