



目錄

第一章 緒論	3
第一節 研究動機與目的	3
第二節 研究範圍與方法	4
第三節 文獻回顧	6
第四節 名詞釋義	10
第二章 國際藝術節之沿革與構成條件	12
第一節 東西方傳統藝術節之特性	12
第二節 國際藝術節之定位與意義	14
第三節 近代藝術節之沿革	23
第四節 國際藝術節之構成條件	26
第五節 建構國際藝術節之基本要項	28
第三章 國際藝術節建構之案例	33
第一節 國際藝術節概況與案例分析	33
一、國際藝術節之概況.....	33
二、國際藝術節案例分析.....	41
(一) 愛丁堡國際藝術節.....	41
(二) 香港藝術節.....	55
第二節 台灣藝術節概況與案例分析	63
一、台灣藝術節概況.....	63
二、台北藝術節案例分析.....	70
第三節 國內外藝術節之問題歸納	79
第四章 台灣國際藝術節之規劃與建構	84
第一節 國際藝術節運作模式與文化生態	84
第二節 台灣國際藝術節之相關文化政策與法規探討	92
第三節 「文化商業化」之趨勢與文化定位問題	101
第四節 台灣國際藝術節之藍圖	117
第五章 結論與建議	127
第一節 結論	127
第二節 研究限制與建議	128

參考書目	1 3 0
------------	-------

附錄	1 3 9
----------	-------

附錄一、台灣國際藝術節建構之研究相關訪談紀錄	1 3 9
------------------------------	-------

附錄二、台北藝術節「圓環事件」相關參考資料	1 5 1
-----------------------------	-------

圖目錄

圖 1-2-1 研究架構圖	5
圖 2-2-1 節慶種類對其之影響大小	1 8
圖 2-5-1 節慶活動籌備管理循環圖	2 8
圖 2-5-2 藝術節組織圖	3 0
圖 2-5-3 贊助資金管理單位與活動相關單位的關係圖	3 1
圖 3-1-1 愛丁堡國際藝術節 1992、2000 年度支出比較圖表	4 6
圖 3-1-2 愛丁堡國際藝術節 1992、1999、2000 年度收入比較圖表	4 7
圖 3-1-3 愛丁堡國際藝術節 2000 年節目手冊	4 8
圖 3-1-4 愛丁堡國際藝術節《FESTIVAL MAGAZINE》(AUGUST 2000)	4 8
圖 3-1-5 愛丁堡藝穗節全球資訊網站	5 0
圖 3-1-6 愛丁堡國際藝術節 LOGO	5 3
圖 3-1-7 香港藝術節 1996 年至 2000 年各項收入比例比較圖	5 8
圖 3-2-1 第二屆台北藝術節執行小組組織圖	7 2
圖 3-2-2 第一屆台北藝術節 LOGO	7 2
圖 3-2-3 第二屆台北藝術節 LOGO	7 3
圖 3-2-4 第三屆台北藝術節 LOGO	7 3
圖 4-1-1 藝術節的一般組織架構圖：美國與歐洲	9 0
圖 4-1-2 藝術節的一般組織架構圖：亞洲	9 0

表目錄

表 2-2-1 節慶相關名詞定義	1 7
表 2-2-2 節慶之規模大小分類	1 9
表 2-2-3 依節慶之性質來分類	2 0
表 2-2-4 節慶之特質	2 0
表 2-2-5 節慶之潛在功能	2 2
表 3-1-1 各國著名國際藝術節專屬網站一覽	3 5
表 3-1-2 愛丁堡國際藝術節 1992 年度收入比例表	4 5
表 3-1-3 愛丁堡國際藝術節 1992 年度支出比例表	4 5

表 3-1-4 愛丁堡國際藝術節 1999 年度收入比例表.....	4 5
表 3-1-5 愛丁堡國際藝術節 2000 年度收入比例表.....	4 5
表 3-1-6 愛丁堡國際藝術節 2000 年度支出比例表.....	4 5
表 3-1-7 愛丁堡藝穗節 1992 年度收入比例表.....	5 1
表 3-1-8 愛丁堡藝穗節 1992 年度支出比例表.....	5 1
表 3-1-9 香港「藝術節的組織、功能及影響」表	6 2
表 3-2-1 近十年台灣藝術節例舉	6 6
表 3-2-2 1998 年台北藝術節經費比例表.....	7 4
表 3-2-3 1999 年台北藝術節經費比例表.....	7 4
表 3-2-4 1998、1999 年台北藝術節 舞蹈類節目表.....	7 5
表 4-2-1 台北市政府主辦之藝術節	9 7

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

文化藝術一直是先進國家國力的衡量指數之一，而台灣這幾年來的藝文活動雖說沒有完全成熟地發展出一個成果，但相較於十多年前仍有很大的成長與進步，不論是藝術推廣或藝術創作都稍有雛形。隨著藝術文化的發展，許多表演藝術活動的推廣與經營愈趨講求有效的方法，其中「藝術節」(arts festival) 模式便是一種重要的宣傳手法。我們在表演節目單中或是表演節目的宣傳 DM 中不難發現到「某某表演團體參加某知名的或國際性藝術節，獲得觀眾如雷掌聲與主辦單位的肯定……」等等話語，這些文字或許只是一瞬間地出現在觀者的眼前，但它又代表什麼意義？「藝術節」成為一種標誌，到底是品質保證，還是有其他意涵？觀眾如何看待？藝術創作、表演者又如何看待？藝術行政相關人員又有何想法？

近年來各地的藝術節/季/祭、文化節如雨後春筍地不斷湧現，其種類包含傳統的民俗節慶活動、代表地方特色的文化觀光節慶活動、專題性或較偏屬國際性的表演藝術類的藝術節活動等，舉辦的單位從中央到地方政府、民間藝術團體、非營利機構、文化基金會、甚至校園的藝術中心或行政單位等不勝枚舉。不論國內或國外，每年都有許多新的藝術節慶活動產生，相對的也有許多節慶活動停止舉辦。藝術節應該如何維持？而台灣的藝術節熱潮又以文建會帶領八個表演團體參加 1998 年亞維儂藝術節「亞洲慾望」掀起最高潮，除了文化外交成功的意義外，又有何其他意涵？從文建會舉辦全國文藝季，到輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動，台北市政府舉辦傳統藝術季、音樂季、戲劇季，新象藝術經紀公司辦理國際藝術節，各校園藝術中心紛紛辦理校園的藝術季，近來企業團體與非營利機構亦加入辦理藝術節的熱潮當中，甚至也有相當多的地方文化節成為觀光的宣傳重點。而許多國內的表演藝術團體近年來亦不斷地登上世界各地的藝術節舞台，似乎，「藝術節」已成為一個表演藝術交流上不可避免的探討主題。

世界較早的藝術節已有百年之久，而嘉年華會 (carnival) 亦在文明的發展史上占有一席之地，目前世界規模極大的亞維儂藝術節與愛丁堡藝術節自 1947 年即開始舉辦，至今也有半世紀之久，其最初的源起都跟歐洲源遠的文化傳統有相當深厚的關係。而中國的傳統節慶如元宵節、端午節、中秋節等自古即是相當受重視的節日，目前所盛行的「藝術節」熱潮，其中或許與之有所接連或有所轉化。

對於這一波強烈的藝術節熱潮，其形成的背景、歷史脈絡及其背後所代表的文化意涵，與其最終如何展現出一個城市的深層文化，正是本論文所要探討的主要議題。蓋一個地區的城市文化風貌是由該城的諸種文化活動所展現而成，而其中城市所舉辦具有國際視野、跨國文化交流與合作模式的節慶活動即屬本論文所要探討之國際藝術節範圍。

世界三大藝術節：英國愛丁堡藝術節、法國亞維儂藝術節與美國紐約下一波藝術節都各有其成立的背景與特色，而因其成功地創下藝術節的典型，現今世界各地的藝術節或民俗節慶活動莫不以其為活動舉辦的參考對象。台北藝術節雖然至今只舉辦三屆，在舉辦藝術節的城市中是屬於年齡非常稚淺的，但因台北市是台灣的首善之都，聚集大部分的藝文團體與資源並且本身是屬於亞洲相當有潛力的城市之一。台北，需不需要一個國際性的藝術節呢？是故，針對上述議題，本論文將以台北藝術節為例，分析、檢討其現存的問題，並以英國愛丁堡藝術節及香港藝術節作參照，期望能歸結出國際藝術節應具有的基本條件、運作的基本模式、背後所代表的商業意涵及文化意義。

綜合以上所言，本論文之研究目的歸納如下：

- 1、探討藝術節形成的背景、歷史脈絡及其背後所代表的文化意涵，與其最終如何展現出一個城市的深層文化。
- 2、以台北藝術節為例，並以英國愛丁堡藝術節及香港藝術節作參照，期望能歸結出國際藝術節應具有的基本條件、運作的基本模式、背後所代表的商業意涵及文化意義，並提出對台灣國際藝術節的文化發展願景。

第二節 研究範圍與方法

世界各地每年舉辦的大型節慶活動不下上千個¹，而研究的相關文獻亦不在少數，本研究鎖定的研究範圍為以表演藝術型態為主要活動的國際性藝術節，其主要的目的為國際文化交流；因案例非常多，因此國外以愛丁堡國際藝術節、香港藝術節為例，國內以台北藝術節為案例，研究的時間範圍則以各藝術節初創至2000年止；藉此，期望「以小見大」分析出國際藝術節的文化模型與其背後的商

¹ 英國 PSI (Policy Studies Institute) 1992 年所作的研究報告《Arts Festivals in the UK》即是針對英國境內的 527 個藝術類別的藝術節所作的調查報告。而其他國家如法國、德國、美國藝術節活動也相當多。

業與美學意義。

本論文以質性研究為主，所採用的研究方法為文獻研究法、深度訪談法與個案研究法。透過深度訪談法，期能佐以各專業人員對此事件、個案的觀點與了解，對問題的爭論觀點或事件的資訊能提供本論文一些觀照；所採用的是標準化開放式訪談法。受訪的對象本身都參予過藝術節的工作團隊或是有舉辦、企劃藝術節的豐富經驗，且藉由民間、官方單位的不同角度，提供更多元的思考廣度。而訪談對象則因時間及能力限制，只選取藝術行政領域的受訪者，而無法含及觀眾及執行者的面向。

個案研究所採取的是立意抽樣²，藉此選擇豐富的個案作深度的研究，歐洲方面以歷史悠久的愛丁堡藝術節為例，亞洲方面同樣也以發展歷史較久的香港藝術節作為華人城市的參照，兩個案例都深具代表性。

研究架構如下圖示：

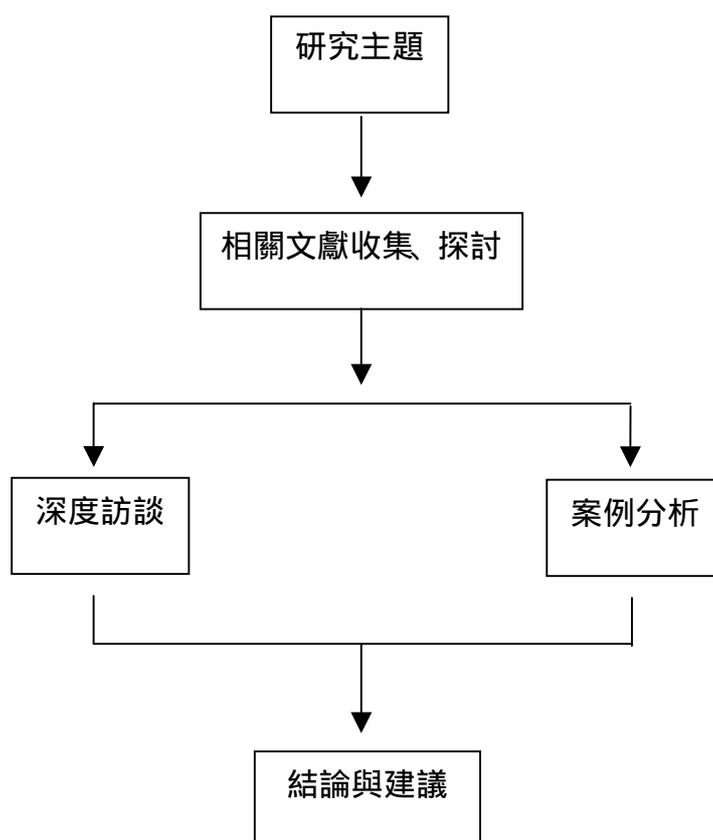


圖 1-2-1 研究架構圖

² 資訊豐富的個案是指這些樣本中含有大量對研究目的至關重要問題的資訊，故名為立意抽樣，其目的就是選擇資訊豐富之個案，以說明研究所關注之問題（吳芝儀、李奉儒，1998：135）。

第三節 文獻回顧

藝術節的歷史發展淵源已久，國外的相關研究，如專業的學術論文或期刊³都已累積相當的數量與成果，相關的組織、活動，如藝術節協會⁴、學術會議、藝術文化議會（council）亦不在少數，相對於歐美國家的研究、發展成果，亞洲國家在這方面的研究顯然是起步較晚些，而國內在這方面的學術研究更是近來才漸漸為人所注意，雖然分散於報章雜誌的評論、文章相當多，如《表演藝術》雜誌中即有為數不少的藝術節相關報導，但程度深淺不一。整體的相關學術研究卻仍屬少數，目前約略計有：

紀俊臣主持的《台北市藝術季活動評估之研究》⁵（1986）主要從政策的規劃、執行過程、效果及未來展望等四個層面來評估藝術季活動，其研究認為為了滿足市民的需求，藝術季活動應繼續辦理，且藝術季的活動時間宜分散於全年，並朝藝術普及化及精緻化齊頭發展。該研究是較早期的研究報告（民國 75 年），當時文化環境仍處於政治戒嚴時期，而這十多年來台灣的政治文化發展都歷經重大變革、變遷迅速，因此此研究雖有其研究參考價值，但因時間變革，此研究結果與當今藝文發展已有相當距離，所以不再適用於文藝季的評估與建議。

陳雅雯《政府機關在文化建設中之角色的研究 - 以文化建設委員會舉辦文藝季活動為例》⁶（1995）以文建會舉辦多年文藝季活動為探討案例，從總體層次分析政府機關（文化機關）在政、經、社、文背景中，其體制角色的特性與變遷，以及探索其未來角色的發展與定位，並從中程、微觀的角度來分析政府機關在決策過程中，包括政策的制定、政策執行方面的特性，由此再重新界定政府的角色。此研究不論是對於文建會文藝季之發展、評估，或是文化在政府發展的角色都有清楚的分析。

陳達章《台灣地區地方政府公辦國際文化藝術活動之研究 - 以嘉義市文化局

³ 如《Event Management》，此期刊為紐約發行的季刊，所探討範圍廣範，包含一切的文化節慶活動的影響層面，並不只限於 arts festivals，期刊原名為《Festival Management & Event Tourism》，2000 年改為《Event Management》繼續發行。（參考網址為：<http://www.cognizantcommunication.com/>）

⁴ 如 International Festivals & Events Association（國際慶典活動協會）有北美地區及歐洲地區兩個連結站，提供相關資訊及研討會等，或 Euro-Festival Info Center 是歐洲藝術節的資訊中心，資料相當豐富。此外，如英國也有成立 British Arts Festivals Association。

⁵ 此為台北市政府研究發展考核委員會研究報告。

⁶ 此為中興大學公共政策研究所碩士論文。

舉辦國際管樂活動為例》⁷（2001）主要以嘉義市政府辦理的嘉義市國際管樂節活動為例，探討國內文化政策方向的轉變與地方縣政府辦理國際文化活動之情形，並檢視國際文化活動辦理的依據及相關理論。此研究歸納出縣市政府進行國際展演活動政策的執行特質，及地方首長的配合、民間資源的利用都是活動辦理的重要關鍵，並認為合理調整文化組織規模、適時給予行政人員適當的鼓勵亦是必要之道，活動的累積性與後續研究工作也是應當注意的地方。此篇論文研究重點因研究者親自參與活動過程，且著重在地方政府來看待國際文化活動的舉辦，因此與本論文欲以台灣首善之都 - 台北市來探討國際藝術節的舉辦可能性、文化現象及美學問題是不同的方向。

葉碧華《大型觀光節慶活動效益之評估 - 以台北燈會為例》⁸（1999）此研究旨在以參觀 1999 年台北燈會之國內外遊客為主要研究對象，透過問卷調查瞭解遊客對燈會活動展出之效益認知、遊客事後之整體滿意度，並建構出遊客對該活動之偏好模式及其重遊意願。

游瑛妙主持的研究案《節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質的滿意度分析 - 以第十一屆民藝華會為例》⁹（1999）以 1999 年參加桃園市舉辦的第十一屆中華民藝華會的觀眾為研究對象，探討第十一屆中華民藝華會的參觀者之動機及其對此節慶活動整體的看法及其滿意度，同時評估此次民藝華會是否達成主辦單位之預期目標成效。除此之外，亦分析參觀者的背景特徵、消費情形、資訊來源、再訪意願等，期望從這一項研究中了解到成功的民俗節慶應具備的一些基本條件，作為未來提昇節慶品質之參考。此研究也同時針對參加單位進行調查，以了解其對民藝華會整體的活動企劃、組織動員、推廣、表演品質、展示以及現場的管理維護等之滿意度。

陳湘東《節慶活動與企業贊助動機之研究》¹⁰（2000）經實證結果顯示企業贊助國內節慶活動以北部為主，並以文化性之節慶活動較受關注。多數企業也有再贊助之意願，且較注重建立企業形象、合夥之企業較獨資企業多，企業贊助節慶活動所需行政資源以交通次序安全及寬廣的場地空間配置為首要，而經濟景氣

⁷ 此為南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。

⁸ 此為文化大學觀光事業研究所碩士論文。

⁹ 此為台灣省政府交通處旅遊局委託研究案，研究者任職於靜宜大學觀光事業學系。

¹⁰ 此為朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。

影響其贊助意願。

戴君芳《台北地區小劇場之文化生產場域分析（1986-1995）- 從『收編論』談起》¹¹（1996）此論文從「場域」的角度檢視小劇场的文化生產，為小劇場研究提供一個新的分析視野，相較於先前的研究偏於戲劇作品本身或解釋作品產生的歷史脈絡與作品的對應關係，此論文分析的重點強調於戲劇場域本身的歷史與結構，其間元素的互動，以及場域與外在權利場域的關聯。雖然此篇論文以台灣小劇場為論述重心，與節慶論題並無直接相關，但其中第四章第四節「從『前衛運動』到『藝術節』」提出「『藝術節』作為一種策略所包含的兩種意義：外在權力場域的變化及小劇場場域結構的變化」雖是針對小劇場為述說對象，但其論述對於藝術節之相關研究亦是一個值得參考的資料。

羅素玫《節慶與交換：法國瓦隆國際民俗節的人類學研究》¹²（1995）透過瓦隆國際民俗節之民族誌的呈現與分析，肯定了勞力的交換在民俗節，乃至整個法國社會體系中的運作是一種社會事實。此研究除了肯定在人類學交換研究中較鮮為人探討的勞力交換系統外，並且指出在交換類型與社會型態的論題上，相對於部落社會以共同勞力為工作型式之常態，在資本主義工業社會之中，在雇主與勞工作為主要勞動型態之社會體系下，共同勞動的意義已產生了情境與價值上的轉化。並且指出休閒時間的增加與異國觀光的需求相結合，進而才產生了國際祭民俗節的勞力交換制度。此研究對於節慶活動人力資源的分配、運用，尤其是義工組織方面提供很好的思考觀點。

呂宏進《中俄傳統節日之比較》¹³（1997）旨在探討中俄傳統節日的文化異同、節日意義、心理因素、社會功能及內容特性等，並發現世界各族的民族性與生活方式，在形式上雖然不盡相同，但其傳統的節日文化，在本質上卻有許多相似之處，顯示人類在傳統的節日文化其深層結構依舊是共通的。

林于湘《文藝政策的制定與辯證：釋析 1981 年至 1998 年台灣文化論述的建構與轉型（以「行政院文化建設委員會」為例）》¹⁴（2000）此篇論文試圖勾繪並證明文建會的文藝政策的制定與產出是如何建構、搭架起各個不同向度和階段性

¹¹ 此為政治大學新聞研究所碩士論文。

¹² 此為台灣大學人類學研究所碩士論文。

¹³ 此為淡江大學俄羅斯研究所碩士論文。

¹⁴ 此為台北藝術大學戲劇研究所理論組碩士論文。

的台灣文化論述模式，並且探討這個被有意識地形構出來的文化面貌是否會尾隨體制當局的政治輪廓的轉變而繼之轉型。其主要論題重點雖是在國家政治體制大敘事架構的方向性嬗變過程，與文化當局行政機關暨其政策機制的階段性施政作為的脈絡、方向，以及民間社會表演藝術書寫空間暨文化場景的視野聚焦等此三塊網絡上，但其在第四章「文藝政策之於藝文生態造型」及第五章「由文建會之『文藝季』的遞嬗看台灣文化論述轉型的輪廓」中對於藝術節的相關活動及文化生態環境均有相當獨到的見解。

除了學術論文之外，呂宜玲〈如何規劃辦理「藝術節」活動〉以親身參與文建會「出將入相 - 兒童傳統戲劇節」的經驗為例，說明籌辦藝術節整個過程的重要事項，包括定位、宗旨、時間、地點、人員、節目規劃、行銷、募款、評估等，述說的非常清楚而週詳，是一篇相當不錯的短篇論文，極具參考價值。

國外研究部分，NSL Research Institute 委託吉本光宏的研究案〈A Survey of Domestic and Overseas Arts Festivals〉是自 1991 年起四年中針對國內外著名的三十七個國際藝術節進行實地的訪查研究。研究顯示每個藝術節因為有不同的目標、整體文化環境，所以營運方式、節目組合以及管理方式都不盡相同，很難有一個整齊劃一的藝術節藍圖與結論。其研究除了對歐美藝術節的歷史發展、類型、經費、運作組織有清楚的分析外，也對日本舉辦藝術節提出具體建議方針。

Heather Rolfe《Arts Festivals in the UK》是以針對英國 349 個藝術節的有效問卷調查及與 16 位藝術節總監進行訪談的方式，討論藝術節在英國的型態、經費、組織等問題，研究顯示英國的藝術節有 70% 是在 70、80 年代之後才建立，而其中幾個大型藝術節所佔的經費比例甚至超過佔多數的小型藝術節經費，其帶來的經濟效益也相對的較大。而票房則是藝術節普遍維持生存的最大經濟來源，其次才是來自各個公部門的補助支援。最後研究更建議開發新觀眾是英國藝術節永續經營的因應之道。此研究對英國藝術節有非常詳盡、深入的調查與分析，是相當值得參考的藝術節專書。

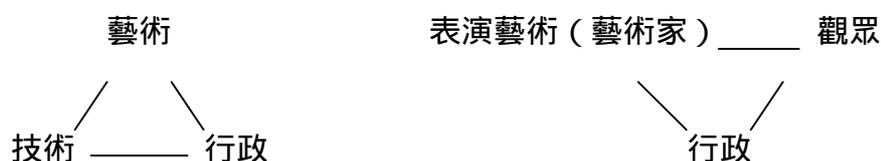
而 Keith Allen & Phyllida Shaw《Festivals Mean Business: The Shape of Arts Festival in the UK》則是在 Rolfe 的研究基礎上，針對英國 137 個藝術節的有效問卷調查及訪談所作的最新調查。此研究含及藝術節的收入、支出、產品、觀眾等，並強調文化、社會及經濟層面的影響。其研究除了提供基本的數據、資料外，再次印證藝術節已是英國相當重要的文化活動。此書亦是相當有價值的最新研究報告。

國內的藝術節相關研究或有針對傳統節慶的深入、完整的個案分析，亦有針對藝術節運作的行政上的討論及偏向文化觀光的研究個案，而本研究即是希望在前人的研究基礎上，針對偏屬於表演藝術界所謂的國際性「藝術節」活動，作一個整體的研究，探討藝術節活動到底會帶給一個城市怎麼樣的衝擊與影響，並期望能發掘出一個藝術節永續經營的關鍵要點。

第四節 名詞釋義

- 1、藝術節：在固定時間內所舉辦的一個有明確主題並且公開化的文化藝術活動。中文有另稱為節慶、慶典。
- 2、城市藝術節：蓋一個地區的城市文化風貌是由該城的諸種文化活動所展現而成，而其中城市所舉辦具有國際視野、跨國文化交流與合作模式的節慶活動即屬本論文所要探討之國際藝術節，即一個城市所謂的城市藝術節。
- 3、藝術管理與藝術行政：簡言之是幫助藝術家實現藝術夢想的中間人角色。其工作範圍包含演出製作與企劃、宣傳推廣演出活動、爭取經費、簽訂相關合約、督導票務事宜、研討稅捐保險及公共安全與衛生等等；換言之，一切為使一個藝術活動完整地呈現於觀眾面前之行政事務皆屬藝術行政、管理的範圍。John Pick 認為藝術行政的目的是為了協助藝術家們能將他們的作品呈現於觀眾面前，並且使其能專注地從事於他們的藝術創作，並且鼓勵社區性的藝術活動，發揮社區的藝術潛能；亦鼓勵民眾的參與創作及觀賞，推廣藝術教育和藝術發展，並提供藝術家們專業的訓練(夏學理、凌公山、陳媛，1999：54)。

藝術家與技術人員之間的溝通，需要行政人員作為催化劑，所以行政人員可以算是一種媒介，或是一種強化劑。而且藝術行政人員也可以說是表演藝術與觀眾的中間人，其關係可以如下圖所示(盧家珍，1998：8-9)。



陳國寧亦指出：「藝術行政的直接業務是推動與處理生產者（藝術家）、仲介者（美術館與藝術展演機構、畫廊與藝術經濟）、使用者（收藏家、大眾社會）的三角合理關係。」（陳國寧，2001：1）

- 4、文化政策：一個國家所制定關於國家文化發展方向的政策、制度，給於文化建設工作者一個參考指標。文化建設的目標即是如何健全文化生態，並為下個世紀¹⁵的綜合國力奠定基礎（文建會，1998：10-11）。而文化行政的目的僅是在鼓勵、支持、協助與服務，而非在於管制、監督、干預與侷限。（夏學理等，1999：19）世界各國因應不同的國情與文化，因此都有著不同的文化政策與目標。
- 5、藝術行銷：飛利浦·科特勒（Philip Kotler）（1998）指出「行銷是組織以創意、生產力和獲利力的方式與市場發生關聯性的過程；其目的是在組織目標的範圍內，創造並滿足顧客的需求」，他並指出行銷只是一種影響行為的手段。而藝術行銷的組合除了廣為人知的 4P（產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）、促銷（Promotion））外，他提出第五 P：人員（People）更是近來藝術行銷不可忽略的關鍵要素。而成功的藝術行銷應該能達成觀眾、藝術家、藝術團體三贏的局面。

¹⁵ 此處指二十一世紀。

第二章 國際藝術節之沿革與構成條件

此章首先說明藝術節的東西方傳統、歷史發展。蓋世界最早的藝術節已有百年之久，而目前世界規模極大的亞維農藝術節與愛丁堡藝術節亦自 1947 年即開始舉辦，至今也有半世紀之久，其最初的源起都跟歐洲源遠的文化傳統有相當深厚的關係。而中國的傳統節慶如元宵節等自古即是相當受重視的節日，一直到目前所盛行的「藝術節」熱潮，其中或許有所接連或有所轉化。第一小節即希望能對東西方的藝術節文化脈絡作一個簡單的陳述。接著再對本論文之「國際藝術節」做出明確的定義與說明。其次針對國際藝術節之構成條件如城市、文化藝術活動、民眾、官方單位施政藍圖、藝文團體、文藝設施等一一提出論述。最後再說明建構國際藝術節的基本要項。

第一節 東西方傳統藝術節之特性

現今的藝術節熱潮是跟東西方的悠遠歷史發展有關。在古埃及時期，每年會舉行數次大型的節慶活動（festival）供民眾參加，據估計當時聚集的人潮不下 700,000 人，節慶活動可說是當時重要的休閒活動之一（游瑛妙，1999：6）。而西元前 776 年希臘人創辦的奧林匹克運動會，更是至今仍不斷舉辦的世界聞名的大型節慶活動。四年一度的奧林匹克運動會可以說是一個真正全球性的慶典，它具有古典慶典的一切特徵，一方面代表了古希臘文明的延續意義，一方面又象徵了全人類的未來希望。而中世紀、文藝復興時期，相對於官方、政府所舉辦的節慶活動，更有源自民間的狂歡節／嘉年華會（carnival），它本身即是源自於中世紀歐洲的民間節日宴會和遊行表演，是民間自動自發的文化饗宴，完全是民間文化和大眾文化的產物。因為其源起於民間，因此狂歡節擁有強大的生命力，至今仍在歐洲和美洲國家盛行著。

而中國自古以農業立國，因此幾乎所有的傳統節慶活動都是配合著中國的歲時祭儀與生命禮俗。一方面自有慶祝、歡樂的意義，另一方面也在農民日常生活作息之餘，提供一個休息、調節的機會。其節慶活動不但配合著耕作與收成的節令，並且將中國敬天畏神、天人宇宙觀等傳統精神融入其中。如元宵節、端午節、中秋節都是重要的傳統節日。

在西方，有系統的慶典研究到了十九世紀已初具規模，而二十世紀以來，對

慶典的理論性探討主要有三個流派。第一是慶典的溯源說：該學派的人類學家致力於探索慶典的起源及其最初的表現形式。他們利用生物進化原理得到初步的結論，認為慶典是起源於對圖騰的崇拜，其最初的原始形式是祭禮。第二為功能學派：他們所強調的是慶典的社會功能，認為慶典能滿足個人的需求，並且維持社會的穩定。第三是宗教史學派：認為慶典主要是表現人類對主宰自身的命運、對於主宰自然界各種現象的超自然力量所表示的尊重、崇敬與懼怕。並主張神話是慶典的信仰依據，慶典則是神話的演示形式，兩者相輔相成。各種學說都有其優缺點，但目前以第三派學說較為普遍（方永德，1993：2-3）。

而研究發現，慶典最重要的功能為社會化功能，其又在群體慶典中最顯著，這一功能體現了慶典的兩種相反的作用力：一為凝聚向心力，一為宣洩離心作用。慶典的凝聚向心作用原本來自慶典的群體同一性，參加慶典的全體成員，在這一特殊的時空「場域」中，原先的社會、經濟、職業、地位等差異和等級暫時消失，取而代之的是膚色、民族、種族、宗教信仰及慶典活動中的同一性，人們取下了平時社會角色的「面具」，加強了群體意識及凝聚力。而慶典的宣洩離心作用主要表現為慶典中的角色顛倒；達官貴人可能扮演著乞丐小丑等，而貧民則可能扮演著統治階級的角色。透過這樣的一個角色扮演，能在一定的程度上宣洩社會內部的緊張情緒，使得人民有抒發感情的管道，雖然這一作用對社會具有一定的危險性，但它同時又能產生穩定的因素（方永德，1993：5-7）。

慶典最初的意義多是和宗教儀式及神話有關，基本上是一個歡樂的儀式，具有一定的對象、功能、形式及意義。它本身擁有強大的生命力，一方面與人類自身有關外，一方面乃是因其中包含強大的藝術創造力。而慶典在傳遞過程中，形式的生命力仍舊很強，但慶典的原始意義卻很容易被人們所遺忘或拋棄。在過去，社會學家在討論慶典時總會提到神聖的（sacred）與卑俗的/世俗的（profane）這兩個字，並且為其爭論不休。但發展至今，許多慶典已經轉化，宗教性的慶典活動或許以其喧狂酒飲著名，而現世、非宗教性的節慶活動或許反而有其嚴肅、莊重的儀式典禮存在其活動中。過去被認為只有宗教性的慶祝活動是真正的節慶活動的觀念也被打破了。傳統的藝術節慶祝收成、宗教性事件、歷史事件和各種不同的文化特質等是非常普遍的，但現在這些神秘的、傳統的活動都大量地被一些現世、世俗的事件或節慶活動完全地取代了。傳統的節慶因屬於民間自發性的活動，因此不論活動的時間、規模、內容等都依地方特性、民眾來決定，而現在

的節慶活動則多屬政府或精英分子主導的文化活動，且受現代資本主義的影響，與傳統的節慶活動已產生相大的不同。近來社會變遷迅速，再加上週休二日的社會制度已大大改變民眾的休閒生活型態，因此更加速了節慶活動的轉化。

除了傳統的慶典，近來所謂的藝術節（arts festival）乃多自二次大戰前後才開始發展的，而更多的藝術節是崛起於 70、80 年代，蓋世界最早的藝術節已有百年之久，而目前世界規模極大的亞維儂藝術節與愛丁堡藝術節亦自 1947 年即開始舉辦，至今也有半世紀之久，不論哪一類型的藝術節，其創辦的原因不外乎是為了城鎮或都市的復興，凝聚社區的凝聚力，推廣藝術，增加藝術欣賞人口。而 1984 洛杉磯奧運舉辦以來，因其成功的行銷及宣傳方式，更使得各企業界開始注意到大型節慶活動所可能帶來的商業利益而紛紛投石問路，政府單位也積極地涉入，而藝術節的辦理單位也學習其成功的經營管理方法，使藝術節的營運績效邁入另一個新的境地，藝術節不再只是單純的藝術文化活動，而紛紛加入了許多複雜因素，漸漸地成為二十一世紀非常重要的文化交流管道之一。

第二節 國際藝術節之定位與意義

一、節慶的意義

近年來歐美各國對於節慶活動的研究雖然不斷增加，但對於節慶活動一詞的定義仍未有統一的想法。而國內除了節慶一詞外，並常與「慶典」、「嘉年華」、「藝術節」使用。而英文部分，與節慶相關的字有 festival、fair、event、mega-event、hallmark event、special event。其實這些英文字詞的差異就學術界來說還沒有一個定論，各有其特殊性及共通性，因此常彼此互換使用，主要皆在標指一個短期的、一年或多年舉辦一次、有固定主題的特殊活動。以下就其相關名詞加以定義：

（一）Mega-event：至今仍未有公認的定義，Marris 認為應該由遊客、金錢花費、心理學的數量方面來評估，遊客的數量應超過 100 萬人，而他們的資金花費也需至少有 50 億元，並且擁有世界所矚目的名聲才可稱為大型節慶活動（Mega-event）而也有其他學者認為大型節慶活動要由它的經濟層面來評估，或有認為其必須吸引全世界的注目或有報導的價值才屬之（Getz，1991：46-47）。

Getz 給其簡要的定義為：「大型節慶活動主要是由於其規模與影響力而為主

辦的團體或地區帶來高水準的觀光事業、媒體報導、聲望或經濟影響。¹⁶」(Getz , 1997 : 6)

綜合言之，大型節慶活動必須吸引全世界的目光，並帶來大量的觀光客及經濟利益，奧林匹克運動會和世界級博覽會 (worldwide fair) 即屬之。

(二) Hallmark event : 與 mega-event 相似，至今仍無共通的定義，不過大多採用 Ritchie (1984) 的定義：一個只舉辦過一次或是每年於一定時間內固定舉辦一次的活動，主要目的是為了長期或短期內提高某一觀光地區之知名度、吸引力及增加收入。節慶的成功端賴其活動的特殊性及其對觀眾的吸引程度。Hallmark event 現在被廣泛地使用，如同 Special event 的同義字 (Getz , 1991 : 51 ; 游瑛妙 , 1999 : 7)。

(三) Special event : 主要的界定如 Goldblatt 認為：「特殊活動 (Special Event) 是在特定的時刻為了滿足特別需求而適時舉行慶祝典禮或儀式。¹⁷」(Goldblatt , 1997 : 2)

Robert Jackson 則認為：

特殊活動 (Special Event) 是一個特別的、非自發的，而且經過周詳設計所帶給人們快樂與共享；也可是產品、服務、思想、資訊、群體等特殊事務特色主張的活動。它蘊含豐富與多樣性、且需要志工的支援與服務，同時也需要仰賴贊助者的奧援。¹⁸ (Jackson , 1997 :)

另外 Getz 對 Special Event 的定義為：

特殊活動 (Special Event) 是一個在一般例行的活動外，在組織運作及經費贊助的配合下所形成的一種一次性的或非經常性發生的特殊活動。

對消費者或客人而言，特殊活動 (Special Event) 是在平常範圍的選擇之外或遠離每日生活經驗外，提供一個休閒的、社會的或文化接觸的機會。

(Getz , 1997 : 4)

綜合言之，special event 指的是在一般例行活動之外，所經過特殊設計、規

¹⁶ 其原文：mega-event, by the way of their size or significance, are those that yield extraordinarily high levels of tourism, media coverage, prestige, or economic impact for the host community or destination.

¹⁷ 其原文：A unique moment in time celebrated with ceremony and ritual to satisfy specific needs.

¹⁸ 其原文：extraordinary, non-spontaneous, planned occurrences designed to entertain, inform or provide enjoyment and/or inspiration to audience and/or spectators, Advocacy of a product, service, philosophy, message, or a group of such, may also be a characteristic. Events require the services and assistance of volunteers, and, to widely varying degrees, they must rely on financial support from sponsors.

劃的、定時或不定時的特殊典禮、儀式活動。

(四) Festival：節慶 / 藝術節是文化慶祝活動中最普遍的形式之一，雖然一般都是擁有悠久歷史傳統的（內容與形式），但大多數的藝術節多是近幾十年來才被創造出來的。廣義及最簡單的說法為：「一種公開的、有主題的慶祝」(Getz , 1991 : 54)。

而 Falassi 認為節慶 (Festival) 「是一個實際上發生於所有人類的文化中的事件或社會現象¹⁹」。並且總結節慶的五個要點：

- 1、是一個神聖的或世俗的慶祝時間，並藉由特殊的儀式所表現出來²⁰。
- 2、是一個有名的人或事件，或是一個重要產品的收成的一年一度的慶祝活動。
- 3、文化活動包括一系列以單一個或是單一流派藝術家的藝術品展覽²¹。
- 4、是一個博覽會²²。
- 5、一般性的歡樂、愉快、爽朗²³。

Falassi 並且說明：「節慶的社會功能與代表意義都與社群所認同的意識形態與世界觀緊密結合，其中包括其對社會個體、歷史延續性、與族群繁衍的觀點，而這些即是節慶所要讚揚的²⁴」(Falassi , 1987 : 1-2)

而 Korza 認為藝術節 (arts festival) 的使命包括：慶祝藝術 (celebrate the arts)、娛樂並且有趣、賺錢、為藝術家提供一個專業的機會、為實驗藝術創造一個公開討論的場所、促成社區的自豪與團結、拓展藝術的觀眾群、溝通政治的或社會的訊息及刺激當地的經濟等 (Korza , 1989 : 3-4)。

針對眾多的說法及名詞、定義，目前國外學術界已傾向於採用 special event 一詞。而中文方面，一般則多以節慶稱之，表演藝術界的節慶活動或有稱藝術節者。但必須說明的是，通常一個 festival 可以包含在 special event 之內，但並非所有的 special events 都是屬於 festival。

¹⁹ 其原文：festival is a event, a social phenomenon, encountering in virtually all human cultures.

²⁰ 其原文：a sacred or profane time of celebration, marked by special observances.

²¹ 其原文：A culture event consisting of a series of performances of works in the fine arts, often devoted to a single artist or genre.

²² 其原文：a fair.

²³ 其原文：generic gaiety, conviviality, cheerfulness.

²⁴ 其原文：Both the social function and the symbolic meaning of the festival are closely related to a series of overt values that the community recognizes as essential to its ideology and worldview, to its social identity, its historical continuity, and to its physical survival, which is ultimately what festival celebrates.

Getz (1991 : 45 – 46) 說明了節慶的主要特徵是 :

- 1、開放給一般大眾參觀。
- 2、主要目的是為了慶祝或呈現一特殊的主題。
- 3、通常一年一、兩次或數年舉辦一次。
- 4、有一事先預定的舉辦期間。
- 5、沒有擁有永久、固定的硬體建築結構。
- 6、它的節目通常由幾項個別的活動組成。(活動內容可能包羅萬象)。
- 7、活動舉辦的地點在當地同一個區域範圍。

其實節慶活動是由活動發起而後才有學術研究的，且是屬於一門新興學科，因此許多的定義、範圍等都還有許多的討論空間，以下僅以簡單的歸納標示出清楚的各個名詞概念。

表 2-2-1 節慶相關名詞定義

英文名稱	中文名稱	定義	實例
Festival	慶典、節慶、藝術節	本身含有慶祝之意，具有一慶祝的主題，現今常被用為泛指一般具有主題的公開慶祝活動。	愛丁堡藝術節、亞維農藝術節。
Event	活動	任何一個特別安排的活動皆稱之，包含 festival 及 fair。	花展、珠寶展、車展等。
Fair	展售會、交易會、市集、廟會	不似 festival 隱含慶祝之意，是一種傳統的市集，具有商業交易之本質。	農品展售及美國各州每年舉辦的州博覽會。
Mega-event	大型節慶活動	指具有「必看」價值的世界級的大型節慶活動，其活動需要可觀的經費，能吸引眾多的觀光遊客，為當地帶來顯著的經濟收入。	奧林匹克運動會
Hallmark event	節慶活動	一個只舉辦過一次或是每年於一定時間內固定舉辦一次的活動，其主要目的是為了長期或短期內提	新澳爾良狂歡節

		高某一觀光地區之知名度、吸引力及增加收入。與 special event 義同。	
Special event	特殊活動	在一般例行的活動外，在組織運作及經費贊助的配合下所形成的一種一次性的或非經常性發生的特殊活動。	世界足球賽

資料整理：吳淑鈴

資料來源：游瑛妙（1999）

而若以節慶的種類來看其影響的大小，可如下圖 2-2-1 (McDonnell et al., 1999 : 10) 所示，越是大型的節慶活動影響越明顯。

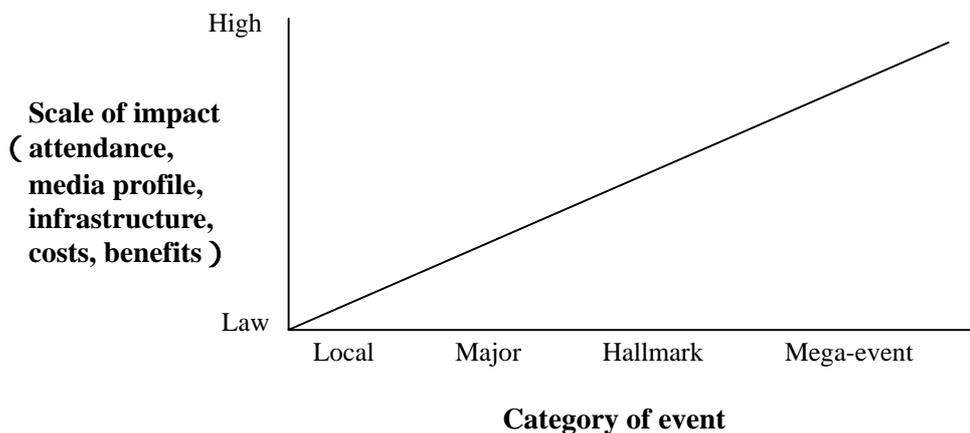


圖 2-2-1 節慶種類對其之影響大小

二、節慶的性質及種類

節慶以規模來說，可以簡單地概分為國際性、全國性、區域性及社區性。國際性的節慶活動以國際文化交流、引起國際視聽為主要目的，因此規模是最大的，活動議題也可以包含宗教、文化、健康、運動等，四年一度的奧林匹克運動會即是最知名的國際性活動。全國性的節慶活動以全國區域為主要目標，主要活動對象是本國國民，偶爾吸引在地的國際人士。區域性及社區性的規模則漸趨縮小，吸引活動參與對象也以地方性的居民為主，活動內容的設計、主題也以當地需求為主。而以規模大小、趨向不同仔細地來分類則可如表 2-2-2 所示，不過

必須說明的是，因為台灣地窄人稠，與美國的地廣人稀及民族文化不同，因此表 2-2-2 的分類也僅供參考，雖許多分類不適用於台灣行政體系，但其概念卻可以引用、參考。

表 2-2-2 節慶之規模大小分類

節慶分類	參觀者旅行距離	實例
國際性的活動 International Events	其顯著性是世界性的，吸引的觀眾來自世界各地，主題是相關於全球的健康、社會、政治、宗教和經濟等議題。	奧林匹克運動會
全國性的活動 National Events	以全國民眾為主要吸引對象，然而也吸引少數國際人士	宜蘭國際童玩節
區域性 ²⁵ 的活動 Regional Events	以一國內的某個區域的居民為主要吸引對象，同時也吸引少數來自區域以外的居民，規模介於全國性及州際性活動之間	美國各州的州博覽會
州際性的活動 Statewide Events	主要是指遍及全州的慶祝活動	慶祝建州百年紀念會
都會性的活動 Metro Area Events	以一個城市的居民為主要活動對象，也包含鄰近的城市和社區、地區。	台北藝術節
地方性的活動 Neighborhood Events	以鄰近地方的居民為主要吸引對象，但也同時吸引少數其他外地居民	墨爾本的時裝節
社區性的活動 Community Events	以鄉鎮或社區居民為主要服務及參與對象	白河鎮的蓮花節
促銷性的活動 Promotional Events	這是一個混合的種類，包含上述任何種類的產品或服務的商業促銷。其包含了促銷性活動和贊助性活動。	宜蘭蔥蒜節

資料整理：吳淑鈴

資料來源：游瑛妙（1999：8）；Robert Jackson（1997： - ）

而節慶若以性質來分，又可概括為宗教、文化、運動、商業等。宗教祭祀活

²⁵ Jackson 指出區域性的活動比州際性的活動更為密集，是界於國家與州際之間的活動規模；同樣地，地方性的活動也是比社區性的活動涵蓋範圍更大、更集中。筆者認為這樣細密的分類不一定適用於地狹人稠的台灣。此因不是本論文論述重點，因此僅提供讀者一個參考座標。

動其實本來就是節慶活動的起源之一，而近來許多宗教祭祀活動雖然因應社會的現代化而有隱匿的趨向，但以民間活力旺盛的台灣來說，許多宗教祭祀活動仍然相當興盛，例如每年大甲媽祖繞境即是非常引人注目的宗教節慶活動。文化的節慶活動如紐約下一波藝術節、宜蘭國際童玩節、柏林影展，而舉世聞名的奧林匹克運動會、世界盃足球賽則是典型的運動節慶。商業的節慶活動以推銷、推廣為主要目的，如每年的台北國際書展等。

表 2-2-3 依節慶之性質來分類

分類	特徵	實例
宗教祭祀	朝聖、進香、祈福、舉行祭祀典禮	巴拉圭的聖約翰節、台灣的大甲媽祖繞境進香
文化	包括文化、藝術、民俗、手工藝、歷史	澳洲德雷得藝術節、雪梨同性戀月、劍橋民俗節、慕尼黑啤酒節、坎城影展
商業	銷售、販賣、推廣	澳洲巴羅沙谷葡萄節、宜蘭蔥蒜節
運動	各式運動，包括競賽或非競賽	奧林匹克運動會、一級方程式賽車、美國新墨西哥州亞伯科基市熱汽球節

資料整理：吳淑鈴

資料來源：游瑛妙（1999）

綜合言之，節慶活動因為屬於非經常性、例行生活之外的特殊活動，且在活動期間可以經由角色的扮演抒發個人的壓力、情緒，在歡樂的氣氛中增進彼此的情感、熟識，使個人的生命受到洗滌、深化，因此一直是非常適合大眾的休閒活動。且在越趨競爭的地方觀光發展中，節慶活動透過有效的行銷方式，一方面可以訓練地方居民各項活動的行政能力，一方面也可增加地區的旅遊吸引力，幫助地方各項發展，因此，近來已成為文化觀光的主要活動方式。而節慶活動的特質雖然不可勝數，但綜合諸家學說可歸納如下表 2-2-4。

表 2-2-4 節慶之特質

不可確定性（intangible）的魅力	不可確定性、無法掌握、瞬間即逝是節慶的一項魅力所在，如四年舉辦一次的世界盃足球賽若其屬常年舉辦之性質必無法成為全球大眾矚目之焦點或吸引大量的媒
----------------------	---

	體報導。
成為主要或附屬的觀光活動	節慶活動可設計成一項主要的觀光活動或只是附屬於遊客行程之一的活動，藉以擴大遊客的旅遊興致。
感受群眾熱鬧的氣氛	節慶活動不一定擁有經常性固定的硬體設備，但創造沉浸其中的歡樂氣氛卻是節慶活動成功的主要關鍵。
調節季節性觀光效應	節慶活動可以選擇在觀光旺季來增加遊客旅程的可看性，亦可在觀光淡季增加觀光吸引力。

資料整理：吳淑鈴

資料來源：葉碧華（1999：15-16）

三、節慶的潛在功能

除了節慶活動的特質外，其活動舉辦能在幾經轉化之後依然存在，必是有其價值，這也就是節慶的功能一直被人們所需要之故。McDonnell et al.指出所有的節慶活動都有其影響層面，包括正面和負面，這些都端賴節慶的經營者如何去評估與平衡。就文化和社會方面來說，一個節慶活動可以使彼此分享共有的經驗，引起地方的驕傲、認可，擴寬文化視野，復興傳統文化，增進社區參與，但若經營者沒有適當管理與配置，也可能產生社會的位置錯置，或社區負面形象等問題。自然和環境方面，藉由節慶活動雖然可以提供一個非常好的機會展現當地的自然特色，但若沒有好好的保護，卻容易造成自然資源的破壞、噪音污染、交通等問題。而節慶活動所遺留下來的公共建設，亦能改善當地的交通、通訊，並且能使一些鄉村產生蛻變或復甦。在國家、政治方面，成功的節慶活動可以增進一個國家的國際聲望或改善其形象，刺激投資，增加社會凝聚力，並且能增強行政能力。但是相對的國家必須承擔活動失敗的風險，並且必須小心的分配資金，分擔了原本應屬社會或社區必須承擔的責任，出現差錯時亦容易出現彼此互推皮球的情形，並且執行者還得負擔被批評為政治宣傳品、意識型態灌輸的指責。在觀光和經濟層面，節慶活動可以增加觀光地的形象，作為吸引遊客的催化劑，並延長旅客在此地旅遊的時間，在觀光淡季的時候亦吸引較多的旅客，增加稅收，創造工作機會等，但若活動等經營不佳，則可能為當地帶來不好的名聲，或為不肖者所利用、剝削，並且隱藏著我們所看不到的機會成本。雖然節慶活動可能為當地社區和政府帶來大量的經濟效益，但政府在決定如何分配資源、舉辦活動時，

實在是必須仔細的考量其利益和花費 (McDonnell et al. , 1999 : 19 – 34)。

表 2-2-5 節慶之潛在功能

功能	說明
地方經濟開發	1.各種地方特產或農產品的促銷 2.開發地方產業，為地方帶來經濟上的收益。
觀光開發及增加觀光收益	1.於觀光旅遊淡季時提供特殊節慶吸引遊客，以延伸觀光遊憩季節。 2.增加人為的觀光吸引力。 3.使較單調或靜態的觀光地點、渡假區或旅遊區更活潑化。 4.配合永續觀光，以提供創意的活動來減輕觀光對資源的過度破壞，同時保護既有的文化資產等。
提供民眾休閒遊憩機會	節慶的歡樂氣氛提供民眾另一種型態的休閒活動。
保存文化傳統及藝術	利用節慶活動將各式民俗及傳統文化藝術展現出來。
形象塑造（包括政府、私人公司及社區之形象塑造）	例如菸酒公司以舉辦節慶活動的整體過程提供員工及社會大眾同樂的機會，以此做為回饋社會的行動。
社區營造與凝聚力	利用民眾參與節慶活動的整體過程，以凝聚社區意識，同時利用宣導的方式加強社區團結，達成社區總體營造之目的。
信仰與心靈寄託	最古老的節慶活動往往是祭祀、敬神相關的。
各種商品促銷	凝聚人潮以達成商品銷售之目的。
教育及意識宣導	政府或社會團體透過節慶活動將其理念或意識宣導出來。

資料整理：吳淑鈴

資料來源：游瑛妙（1999）

四、國際藝術節

而對於一般的節慶活動有一個概括性的認識之後，再來談到本論文所針對的表演藝術的國際藝術節定義。蓋一個地區的城市文化風貌是由該城的諸種文化活

動所展現而成，而其中城市所舉辦具有國際視野、跨國文化交流與合作模式的節慶活動即屬本論文所要探討之國際藝術節。

針對於國際藝術節的定義，如同前面所談的節慶定義一樣，目前仍舊有不同的看法。有的研究指出「國際」至少必須包含三個不同的國家（陳達章²⁶，2001：4），而國內的藝術節工作小組²⁷則提出了選擇國際藝術節之條件為：

- 1、表演藝術類，包括音樂、舞蹈、戲劇、或綜合性的國際藝術節。
- 2、每一次的藝術節活動至少有五個以上的國家受邀參與。
- 3、固定且定期舉辦，可能是每年、兩年一次、三年一次、或四年一次。
- 4、具有專業性，非聯誼或單獨事件。（杜麗琴，2001）

雖然國際的表演團隊數目不盡相同，但此藝術節研究小組所提出的標準與前面所談的一些節慶種類、規模等，其實都相吻合，而且筆者也相當認同此一準繩，不過仍必須強調的是，這是非常侷限於表演藝術類型的國際性藝術節，其實國際藝術節仍可非常多元化的。因為以國際文化交流、視野作為第一目的，當然彼此的接觸種類、方式也不會侷限於一隅。

一如英國 PSI（Policy Studies Institute）的研究報告，此處所討論的藝術節也是以表演藝術為主要、優先活動內容的節慶活動。雖然近來許多活動都可冠以藝術節/季/祭或文化節等名稱，但實際上並不符合本論文所討論的藝術節範圍。

第三節 近代藝術節之沿革

一、藝術節之創立

根據吉本光宏先生的實地訪查研究顯示（NLI Research Institute，1995），在他實際調查的案例中，針對藝術節的起始時間可以大致分為三個階段。一個是時間建立在第二次世界大戰之前的藝術節：這個時期的藝術節歐洲部分如義大利的雙年藝術節（La Biennale di Venezia）建立在 1893 年，超過了一百年的歷史，北美部分如美國的壇格塢藝術節（Tanglewood Festival）建立在 1934 年，這些藝術節都有著非常深厚的歷史文化傳統，並且能與當地的古蹟、現代化都市相結合，而

²⁶ 原轉引自游錫崑〈從地方走向國際〉講稿。

²⁷ 此藝術節工作小組為：吳靜吉（計畫主持人）、李立亨（計畫主持人）、杜麗琴（網站主編）、賴盈如（研究助理）。

成為現在視覺藝術、音樂、電影類型的藝術節典範。而第二個階段建立的藝術節時間約是在二次戰後至 1960 年代左右：二次戰後歐洲地區湧現一種渴望和平和注重國際關係或對國家認同的趨勢，這一股浪潮使得許多新的國際性藝術節大量出現。法國亞維儂藝術節(Festival d'Avignon) 英國愛丁堡國際藝術節(Edinburgh International Festival) 柏林藝術節(Berliner Festspiele) 都是典型的例子，而在北美洲則以史丹佛藝術節(Stratford Festival) 為例。而除了前面所說之因素，也有因為當時的文化政策或整體的藝術環境經濟蕭條而刺激新的藝術節產生。在亞洲方面，除了大阪國際藝術節之外，直至 70 年代左右才有較多的藝術節慢慢產生。第三個階段的藝術節建立時間則是 1970 年代之後：此階段的藝術活力雖不似前期活躍，但許多主要城市也都建立國際藝術節，如巴黎秋日藝術節(Festival d'Automne A Paris)、倫敦國際劇場藝術節(London International Festival of Theatre) 紐約下一波藝術節(Next Wave Festival) 亞洲地區除了香港藝術節(Hong Kong Arts Festival)，南韓、日本、新加坡等也在 70、80 年代甚至更晚的 90 年代慢慢地發展出自己的藝術節。而特別值得一提的是，亞洲許多國家因過去是殖民地，所以除了復興本國的文化傳統外有些也因希望凝聚更多的國家認同而舉辦藝術節。

此外，最新的英國調查研究報告(Allen, 2000)也呼應吉本光宏的研究結果，其研究指出藝術節亦是在 1960 年代末期至 1970 年代中急速地成長，在其針對全國所調查的藝術節中，有 63 % 創立於近二十年內(1981-1990 約 28 % ， 1991-2000 約 35 %)，而建立於 1960 - 1980 這二十年間者約 22 % ，只有佔三分之一而已，另建立於 1960 年前者約有 21 %。由此可見藝術節的發展世界各地都相差不多，但以歐洲擁有較久遠的歷史、發展較完整。

而台灣的藝術節發展狀況²⁸，不論是官辦或私人舉辦，更是在 90 年年代之後大量興起。

二、藝術節分類

藝術節的種類若以特色來區分，更可分為五類(NLI Research Institute, 1995 : 8-14)：

- 1、以介紹藝術作品為主：這一類的藝術節主要目的是促進藝術推廣，並且

²⁸ 請參閱第三章第二節及表 3-2-1。

使所呈現的藝術作品獲得國際的喝采或是使其獲得較高的娛樂價值。許多藝術節，如愛丁堡國際藝術節、柏林藝術節、香港藝術節、史丹佛藝術節都屬這一類型。而值得一提的是，許多亞洲的國家現在紛紛利用舉辦國際藝術節的機會一方面對外國介紹自己的傳統藝術文化，一方面藉由國際藝術活動來增加國內民眾對傳統文化的再認識，及加強民族認同。

- 2、以藝術創作為主：這一類型的藝術節主要在強調、鼓勵新的藝術創作為主要目的，他們一方面提供藝術家一個較開放的創作空間，一方面則為藝術節觀眾介紹在當代藝術領域中尚屬實驗性很強的作品。在這一類型的藝術節中通常在其創始時期都有一個個人風格非常強烈的關鍵性人物來主導整個風格取向，典型的如亞維儂藝術節的尚·維拉（Jean Vilar）、紐約下一波藝術節的哈維·李區斯坦（Harvey Lichtenstein）。
- 3、以復甦都市的藝術為主：這一類型的藝術節舉辦的城市本身已有相當的文化活動，他們主要希望透過藝術節活動能使這個城市的文化藝術活動能注入新的活力、提昇其品質、刺激觀光，並且使得隱藏於這個城市中的種族問題透過文化的交換與溝通而化於無形之中，並且讓主辦的城市有使他者獲得更佳的城市印象及文化形象之機會，典型的代表如巴黎秋日藝術節、倫敦國際劇場藝術節、洛杉磯藝術節。
- 4、以地區發展為主：這一類的藝術節多產生於名勝古蹟地區或當地的小城市，注重的是對當地的經濟影響層面。美國斯凱勒維爾表演藝術中心（Saratoga Performing Arts Center）的創建即是有名的例子，而許多藝術節如法國亞維儂藝術節、加拿大史丹佛藝術節最初雖不是以促進當地的經濟層面為主要考量因素，但發展至今其所帶來的經濟利益與文化影響已成為藝術節不可忽略的重要一環。
- 5、以養成藝術家及觀眾為主：這一類藝術節主要以助成藝術家及強調藝術教育為主要特色，並且有時候會藉由藝術節活動的機會建立一些教育機構或增加文化設備，而藉由藝術教育的活動也可以使得藝術節和學校的合作關係得到強調。透過許多研習營、研討會、兒童節目、演講、表演等活動方式，不但可以減低一般大眾對藝術的排斥並增加其參與的意願而達到最佳的藝術教育目標。美國的壇格塢藝術節即屬此類型。

而藝術節若以實際的節目活動內容來區分，可以分為三大類型：

- 1、單一型態：藝術節的節目可以以單一藝術，如音樂、戲劇、舞蹈、電影、工藝等為主要活動內容，如柏林影展、國際合唱節、威尼斯雙年展、獨立舞蹈節、里昂舞蹈節等。
- 2、特定主題：如世界各地都有舉辦戲劇名家莎士比亞戲劇節，或奧地利薩爾茲堡音樂節。
- 3、多元藝術類型：近來由於藝術界線漸漸趨於整合，因此這一類的藝術節為數眾多，它可以結合表演藝術、視覺藝術、影像、文學等多種媒介而創造出許多超出觀眾想像的作品來，不但可以刺激藝術家的創作也可以增加觀眾的藝術視野、增加觀眾的觀賞選擇機會。

第四節 國際藝術節之構成條件

現在世界上幾乎每個地方都有可能隨時產生一個新的藝術節，也有可能隨時就有一個藝術節因失敗而消失，因為藝術節雖是簡單地就可以創立，但要使其永久的經營下去，當然是要有一個嚴密的計劃與運作組織，而一個國際性的藝術節更非可以任意創辦，其必須先有一些基本的構成條件，諸如這個「城市」的存在、其文化藝術活動、民眾、官方單位施政藍圖、當地的藝文團體及文藝設施都是相當重要的。

一、城市

先前我們已經對國際藝術節做了基本的界定，而一個地區若要成為城市文化交流的國際藝術節舉辦地點，首先它必須是一個初具規模的城市，一個具有「城市」規模的地點，必是具有相當的商業、交通、觀光、文化活動等基本設施，一個國際藝術節的舉辦伴隨而來的是大量的旅客，因此若沒有一個已經發展的城市規模，那麼國際藝術節活動必定無法開展出來。而許多藝術節的舉辦地點若非當地著名的名勝歷史古蹟也會是當地重要的行政區域，例如亞維儂結合當地的文化資源，在平時居民不過十萬人，但一到藝術節時期便會吸引大量的觀光客湧入城來。

又如愛丁堡，它雖不算上是一個大城市，但本身也是蘇格蘭的首府、蘇格蘭的第二大城。Eileen Miller (1996) 指出，愛丁堡國際藝術節在創辦之前即是做過通盤的考量；雖然愛丁堡無法取代國際藝術節的預定地點牛津，但因為愛丁堡本

身已具有足夠的潛力來容納藝術節可能帶來的觀光客數，並且其有充足的旅館、劇院、音樂廳、藝廊來因應藝術節的硬體設備需要，本身愛丁堡又有蘇格蘭特有的歷史文化背景及自然美景，此亦是一個吸引的景點，再加上當地的支持與配合，因此最後籌備中的國際藝術節才會坐落在愛丁堡，以此改變了愛丁堡在世界文化城市的地位。

二、文化政策

其次，當地政府的文化政策也是影響相當大的因素之一。雖然目前各國的藝術節多為非營利組織或機構，但大部分的國際性藝術節因其影響的層面含及全國，因此幾乎都會有政府單位的補助，而且政府方面也會給予其他的輔導，相同地，若一個國家或當地政府並不支持此項藝術節活動，或其宗旨不符合其文化施政方針，那麼這個藝術節必定是無法生存下去。不過因為藝術節是近來相當好的藝術傳銷方式，因此政府方面多不會加以阻撓，反是持相當鼓勵的態度。而因為政府支持程度及文化政策不同，各地藝術節接受政府補助的金額也不等，例如法國亞維儂藝術節 1996 年度約有來自中央政府及地方政府的補助約一千萬法郎左右，香港藝術節則約有百分之四十五的金額來自於市政府、演藝發展局及賽馬會。

三、基本公共設施

再者，一個地區的本身所擁有的基本文藝設施，也是相當重要的基本條件之一。以台北為例，台北雖然是一個小小的盆地，但卻聚集了台灣大部分的藝文資源與藝文活動，以表演場地來說它亦擁有較多稍具規模演出場所，但是我們亦知道台北的表演場地是不敷使用的，而若一個藝術節沒有錯開表演旺季的時間，那麼便會出現有節目卻沒有表演場地或爭取表演場地的困窘問題了。但這並非代表一定要興建許多表演場所，而是說明一個主辦地區應該擁有足夠的、多樣的表演場所或擁有能力解決相對的專業問題。世界知名的亞維儂藝術節雖然以其作品的藝術創造性聞名世界，但眾所皆知，他們擁有一批非常專業的劇場技術人員專門在藝術節期間為亞維儂解決所需的任何劇場需求。1998 年台灣優劇場所在的演出場所便是藝術節專業技術人員專為其演出所臨時搭建而成的。

四、藝文人口

而國際藝術節以國際溝通、城市文化交流為主，除了外來的表演團體及觀眾之外，當地的文化藝術活動及演藝團體、藝術欣賞人口都必須具有相當的基礎，

因為不論是那一類型的藝術節其都必須以自己的藝術來跟他者進行交換，如法國的瓦隆國際民俗節便是以薩勒摩航民俗團為主辦單位並且為民俗節活動期間與邀請來的國外團體進行相互的觀摩與交流，而當地的民眾因為本身具有悠久的民俗舞蹈喜好與傳統，因此樂意參加此一活動，除了可以喚起以往的生活記憶外，亦能藉此欣賞外國的演出，拓展這方面的視野。亞維儂藝術節本身的經費中也有相當大的比例是保留在委託製作的部分，愛丁堡藝術節中的愛丁堡軍樂節亦是以蘇格蘭音樂為主要的表演重點。一個藝術節本身若無法提供自己的藝術家、藝文活動及基本的文化藝術觀眾群，只依賴外來的演出者、旅客、表演活動是無法永久維持的，而且更深層的來說，這樣的藝術節對於主辦單位亦無任何意義，因為其無法藉由此活動累積這個地區的深層文化，所帶來的可能只是片刻的喧嘩與利益，甚而可能是對這個地區永久性的文化資源的破壞。

第五節 建構國際藝術節之基本要項

一、藝術節的運作程序

一個藝術節的舉行除了上面所論及的一些基本條件外，在實際的運作層面上又可以簡單地如下圖所示（陳湘東，2000：16）：

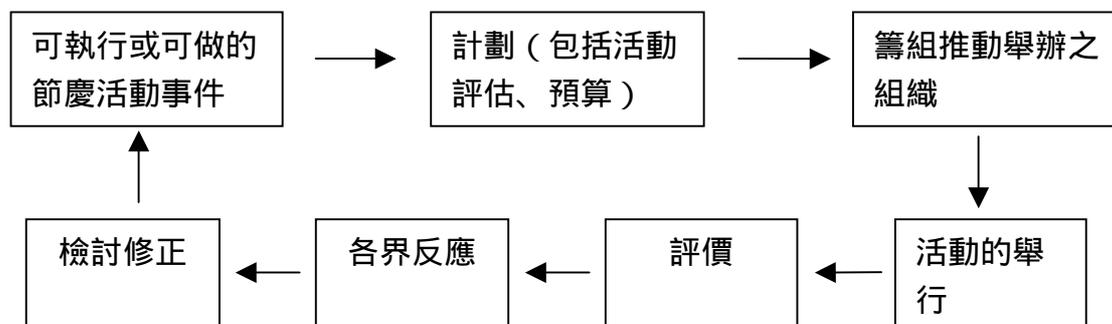


圖 2-5-1 節慶活動籌備管理循環圖

整個藝術節活動一般都先起因於一個構想、願景或特殊使命，而後著手建立一個可行的計劃，這個計劃必須包括藝術節所能預見的遠景及其明確的任務、目標，清楚地探視舉辦藝術節所處的內在及外在環境，分析其可能面對的優勢、劣勢、機會、威脅，然後根據所擁有的預算及人力等資源慢慢地發展出一個藝術節的策略及架構，透過藝術節組織推動各項藝術節活動，並且在活動當時或過後時

間針對專業或非專業的參與觀眾、藝文界人士等進行完整問卷調查與訪問，以作為下一次舉辦藝術節改進缺失的參考資料。一般而言，一個完整的國際性藝術節從其籌劃到正式付諸實行，至少需花費二至三年的時間。

而活動的策劃一般又包含短期的、單獨運作的立即規劃部分及長期、特別需求的完整營運計劃兩部分，其中，當機構組織已決定長期發展計劃的使命及願景之後，在決定「目標 (Objective)」時，McDonnell et al.提出選擇目標時的關鍵特色為「SMART」(McDonnell et al., 1999: 61):

特定的 (Specific): 可以清楚地表明活動的使命。

可評估的 (Measurable): 在活動之後可以用簡明及可測量的方式去評估。

可達到的 (Achievable): 目標是活動組織的人力、財力等資源能力可及之下制定的。

適切的 (Relevant): 活動組織所運作的目標是要跟當時的環境息息相關的。

特定時間的 (Time-specific): 必須能在特定期間達到組織預定的目標。

二、藝術節的運作組織

而在藝術節的運作組織方面，一般可如下頁圖 2-2-3 (呂宜玲, 2000: 86; Korza, Pam. Magie Dian, 1989: 20) 所示。

若從管理功能分析藝術節的運作機能，則可區分為製作 (production)、贊助 (sponsorship)、領導 (leadership)、用人 (staffing)、節目策劃 (programming) (呂宜玲, 2000: 85)。製作人一般監管整個藝術節的每一個環節，雖然藝術節機構透過各種不同的合作單位來製作節目，但製作人必須嚴密的掌握各個單位的進度、狀況，了解其是否符合藝術節的宗旨及任務，作好一個把關人的重要角色。至於節目的方向及藝術節定位，一般通常由藝術總監或董事會來主導，法國亞維儂藝術節的尚·維拉 (Jean Vilar) 及里昂雙年舞蹈節的基·達梅 (Guy Darnet) 都是著名的藝術總監兼創辦人，因為有其最初的理想與堅持才能創造出今日出色的藝術節。而現今因應國情的不同也有以評議委員會取代個人色彩強烈的藝術總監一職。通常評議委員會是由各界人士所組成，包含文化界人士、藝文團體、企業界人士、政府官員代表、教育單位代表、媒體等，所扮演的角色是充當藝術節與社會各階層接觸、溝通之管道，並去運用各個成員的專業背景幫助藝術節順利運作。

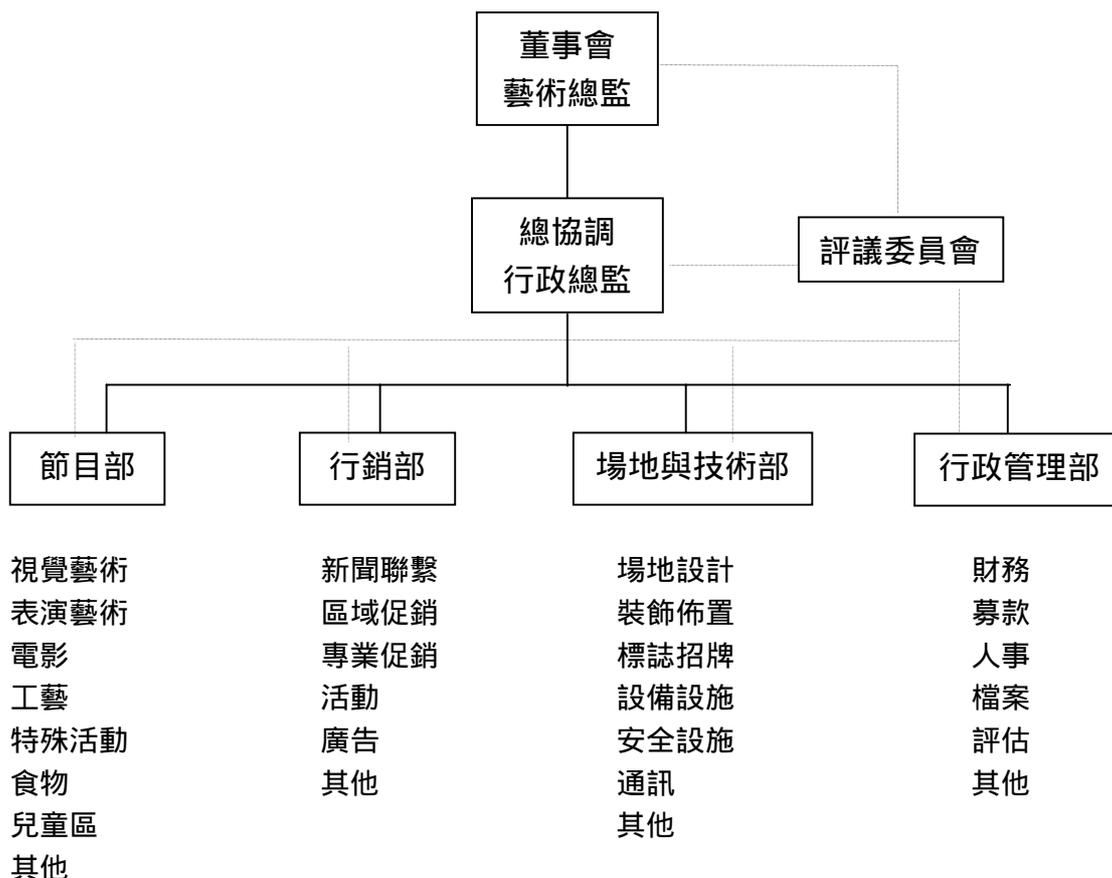


圖 2-5-2 藝術節組織圖

節目規劃部分，負責遴選節目的藝術總監或評議委員會本身除了擁有足夠的專業知識外，也必須具有一定程度的遠見及洞察力，他們必須勇於創發新的構想並且盡可能的實現它，以此才能滿足藝術節特定的觀眾品味。而對於參與的藝術家、行政工作部門同仁所遭遇的任何困難都必須能夠提供適當的解決辦法。對於藝術節的節目徵選相關規定、參與工作者的合作方式、態度等都是影響藝術節成功與否的重要關鍵。而藝術節的募款及行銷亦是影響藝術節成敗的兩大因素；一個攸關著藝術資金的來源，包括政府部門、私人機構、個人等；一個背負著整個藝術節票房及形象創造的關鍵性角色，因此這兩部分若成立專屬部門來運作亦不為過。

三、藝術節活動相關單位

而一個節慶活動與其相關單位，如主辦機構、主辦的社區、贊助單位、媒體、

參與活動者、藝術工作者都有很大的關聯。其關係可用圖 2-5-3 (McDonnell et al. , 1999 : 39) 來表示。

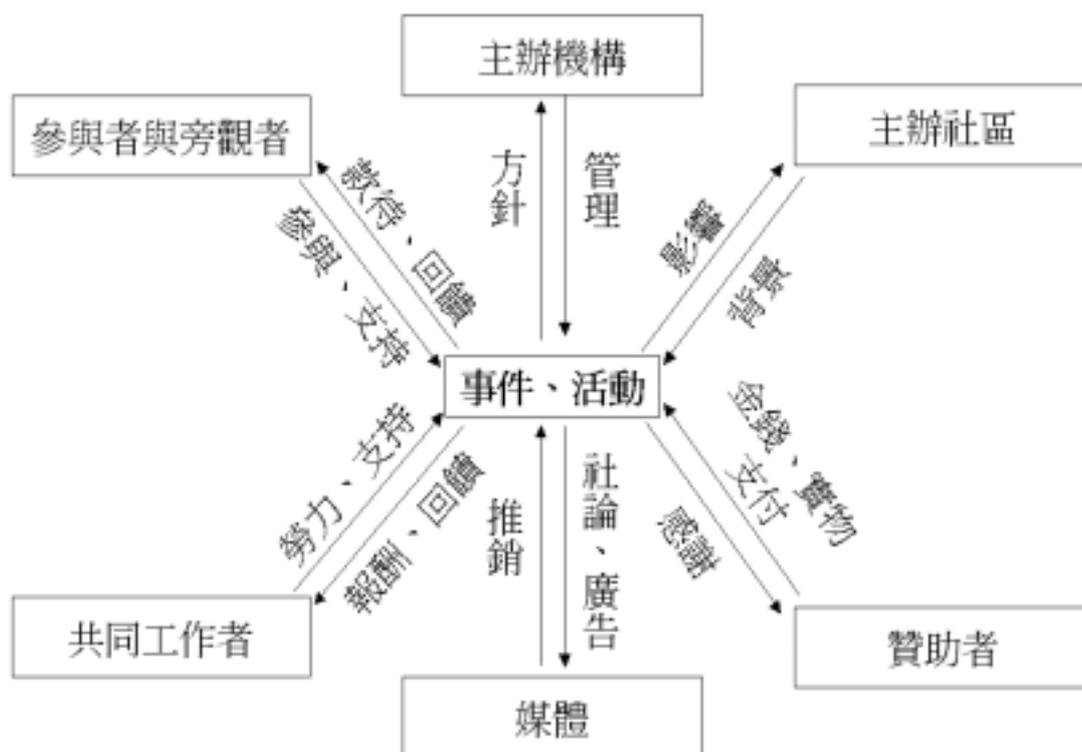


圖 2-5-3 贊助資金管理單位與活動相關單位的關係圖
(the relationship of stakeholders to events)

近來，由於節慶活動已經變成文化環境中非常重要的一環，以至於活動的主辦單位分布從政府單位、企業、社區團體到個人等；政府的各部門，如文化、社會福利、經濟、觀光等單位可因其直接或間接的利益而藉由舉辦活動提供民眾一個親近文化活動的機會；而財團或公司則可為促銷其產品、服務或增加企業形象等因素而舉辦活動或跟政府等單位合作；媒體也是因其利益而選擇合作的對象來舉辦活動或是展覽；此外，社會團體則可為了募款或吸收會員等因素而成為活動的舉辦人。

而主辦社區範圍則可包含當地的定居者、商人、遊說團體、當地政府單位，如評議會、交通、警政、消防救護部門等。活動主辦機構在最初研擬計劃時的人員最好已包含當地社區的領導人，因為有當地政府部門的協助，對於活動舉辦及其善後問題的處理，如宴樂、遊行、交通等都可以獲得有效的解決。此外，對於

當地的社區意識或相關議題也是活動策劃單位所必須注意的，因為主辦社區和活動是互為表裡的，若忽略了當地的需求亦可能為活動帶來負面效果，而主辦社區也應藉由活動為社區帶來利益，如 Sydney (雪梨) 藉由奧運的舉辦增加了城市形象，並且增建了許多公共設施。

活動的贊助者在近十幾年中已有明顯增加的趨勢，因為各個企業都把贊助活動視為增進公共關係及促銷公司產品的另一個簡捷的途徑。透過金錢的實際支付或無形的技術支援，贊助者不但獲得主辦單位的感謝，更重要的是他們可透過此一策略行動，一方面與市場結合，增加其產品的銷售與知名度，而且藉由贊助可獲得大眾對其公司形象的正面效果，並加深與主辦單位及其他參與廠商的聯繫及日後合作機會，在日益競爭的商業環境中，贊助的確對於營利機構更顯重要。當然，贊助也包含一些非營利機構、政府單位或個人，因公眾利益或私人因素而對活動給予實務或技術上的資助。

而隨著媒體工業的發展及消費社會對資訊的需求，媒體的選擇更是活動經營者所必須審慎決定的。透過媒體的宣傳，可以創造更多的潛在觀眾，並且提供公眾對活動有一個正面的想像，增加觀眾的參與度及消費意願；不可諱言，大部分的參與者在實際參加活動前，心中所存有的印象都是透過媒體來傳達及呈現。而媒體透過活動也可以藉機推銷自己，並且接觸到更多可能合作的廠商與機構。

活動的共同工作者一般而言是指活動的工作團隊，上至藝術總監、表演人員、舞台經理、宣傳人員，下至基層的清潔人員、義工等，這群共同工作者不論規模大小，因是實際的運作者，所以對於活動的成敗有決定性的影響，因此在選擇工作團隊時亦需要謹慎的選擇。而在籌辦活動的相關單位都已做好各項準備時，真正參與、觀賞活動的人其實才是最終決定活動成敗的關鍵，除了維持已有的參與眾群，透過專業的市場調查可以幫助機構發掘潛在的觀眾客群。

第三章 國際藝術節建構之案例

此章主要是針對國內外的知名藝術節作案例的陳述，取樣所著重的論點即在其國際文化交流的基準上。針對案例的選擇，筆者在此提出說明，本論文因時間及人力資源的有限，故只選取少數案例，這是論文本身相當大的侷限。取樣於愛丁堡而非亞維儂這個藝術風格鮮明的典型，是因其同屬目前過半世紀且世界級、成功的藝術節。而亞維儂因屬法語區，為使論文能盡可能的深入探討，故因語言的限制而捨棄亞維儂這個非常有特色的典型藝術節，而以愛丁堡藝術節作為歐洲藝術節的區域代表。而亞洲方面即以 1973 年開始的香港藝術節為代表，香港與台北市同屬亞洲地區相當引人注目的華人城市，因此，以此為對照基點。而台灣方面，雖然舉辦過的藝術節慶大大小小不下上百個，但作為有潛力發展的國際藝術節，筆者認為則屬目前台北市政府所主辦的台北藝術節。以下就各個案例進行深入淺出的描述、分析與評價。

第一節 國際藝術節概況與案例分析

一、國際藝術節之概況

吉本光宏根據國際藝術節的指南，包含 Musical America International Directory of the Performing Arts、Musical America、Performing Arts Yearbook for Europe、Arts Publishing International Ltd.、Festival、European Association of Music Festivals、Stern's Performing Arts Directory 等，統計出約有 1210 個日本之外的國際藝術節產生，其中，歐洲方面的數目最多，法國有 198 個，德國有 151 個，英國有 148 個，義大利有 120 個，奧地利約 82 個，瑞士約 55 個，丹麥 35 個，比利時 29 個，芬蘭 26 個；歐洲總數即有 844 個。而北美僅次於歐洲之後，約有 440 個藝術節，其中美國有 404 個，加拿大有 36 個，而南亞方面僅有 48 個藝術節²⁹（NLI Research Institute，1995：5-6）。

由以上的數據顯示，歐美地區，尤其是美國與西歐少數文化生活豐富的國家仍是藝術節活動最為活躍的地區。以法國來說，亞維儂是世界知名的三大藝術節之一，它建立於二次戰後：1947 年，其實在歐洲所現存的藝術節中並非歷史最悠

²⁹ 根據吉本光宏先生表示，此研究並未包含對台灣的研究調查。

久的,但是它卻發展出今日不可取代的地位,原因仍是創辦人尚·維拉(Jean Vilar)個人的努力所奠基而成。尚·維拉堅持藝術總監對於活動節目的遴選有相當程度的完整決定權,使得亞維儂藝術節不論在公私立贊助部份或政治輪替的情況下都有一定程度的自主權,不至於受政治的干擾太大而影響藝術節的走向。

此外,亞維儂藝術節著重「重論經典,發掘新作」,不邀請經常看得到的節目或經年受邀的團隊,約有四分之三的比例為新的製作,這不但讓亞維儂有獨立於巴黎的吸引力與市場區隔,並使得亞維儂藝術節贏得了「世界劇場的首都」之美名而屹立於藝術節的城市之中。

美國方面,下一波藝術節雖然歷史發展較短,但其推展「大型、前衛」的表演藝術作品有成,因此也成功的豎立自己的藝術節形象與口碑。著名的作品,如菲力普·葛拉斯和羅伯·威爾森的《沙灘上的愛因斯坦》(Einstein on the Beach)、彼得·布魯克執導八小時的印度史詩鉅作《摩訶婆羅達》(The Mahabharata)、約翰·亞當斯《尼克森在中國》(Nixon in China)、永子與高麗、馬克·莫里斯舞團等,都是下一波的見證。除了藝術作品的前衛、實驗之外,下一波藝術節也成功地成為劇院舉辦藝術節的成功典型,不但使藝術作品更為多樣、豐富,也使得劇院朝更多元化經營的方向邁進。

從表 3-1-1³⁰中可以得知,大多數的藝術節仍崛起於 70、80 年代,約佔 45%,而創立於二次戰後至 60 年代者約佔 27%。其中,幾乎每一個城市至少都有一個歷史較為悠久的藝術節,如德國的柏林藝術節、英國的愛丁堡藝術節、巴斯國際音樂節、義大利的威尼斯雙年藝術節、世界藝術節、法國亞維儂藝術節、奧地利薩爾茲藝術節、維也納藝術節、澳洲柏斯國際藝術節、美國舞蹈節、壇格塢藝術節、加拿大的史特拉佛藝術節等。

相較歐美的發展,亞洲方面的確是起步比較晚些,除了日本大阪國際藝術節創立於 1958 年,其餘都是創立於 70 年代之後。其中香港藝術節、新加坡藝術節都有至少二十多年的歷史,尤其香港藝術節儼然已成為亞洲國際藝術節的代表。而近年崛起的東京國際演劇祭、太平洋藝術祭也都有不錯的成績。中國的上海國際藝術節³¹更是新近創立的藝術節中發展最迅速、企圖心強烈的藝術節。

³⁰ 此表取樣標準以國內網路劇院藝術節工作小組的取樣為基本而加以增減,請參閱前註 28。

³¹ 中國上海國際藝術節原創於 1987 年,1990 年經上海市人民政府批准改為二年舉辦一次,1999 年更一步訂為每年舉辦一次的國家級國際藝術節。

表 3-1-1 各國著名國際藝術節專屬網站一覽

【亞洲】			
中國	香港藝術節 Hong Kong Arts Festival	1973	http://www.hk.artsfestival.org
	中國上海國際藝術節 Shanghai International Arts Festival, China	1999	http://www.artsbird.com/2001/ http://web.artsbird.com/ch/
日本	東京國際演劇祭 Tokyo International Festival of Performing Arts	1988	http://www.jpan.org/festival/tif/tif-s/
	太平洋藝術祭 Pacific Music Festival	1990	http://www.pmf.or.jp/
	利賀國際表演藝術節 Toga Festival	1982	N/A
	大阪國際藝術節 Osaka International Festival	1958	http://www.asahi.com/event/festival/
以色列	耶路撒冷國際藝術節 Jerusalem Film Festival	1984	http://www.jer.cine.org.il/festival.htm
土耳其	伊斯坦堡國際音樂節 International Istanbul Music Festival	1973	http://www.istfest.org/(music2001/music_tarih_eng.htm)
	安卡拉國際音樂藝術節 Uluslararası Ankara Müzik Festivali(International Ankara Music Festival)	1983	http://www.ankarafestival.com/ http://www.ada.com.tr/scav/ankfest.html
新加坡	新加坡藝術節 Singapore Arts Festival	1977	http://www.nac.gov.sg
【歐洲】			
德國	世界劇場藝術節 Theater of the World Festival	1981	http://berlinerfestspiele.de/
	慕尼黑雙年藝術節 Munich Biennale	1988	http://www.muenchen.de/biennale
	柏林藝術節 (Berlin Festival) The Berliner Festwochen	1951	http://www.berlinerfestspiele.de
	漢堡夏日國際藝術節 International Sommer Theater Festival Hamburg	1984	http://www.sommertheater.org
	拜魯特歌劇節 Bayreuther Festspiele	1976	http://www.festspiele.de
	Jahrhunderte 音樂節 Musik der Jahrhunderte	1978	http://www.mdjstuttgart.de/

	新舞蹈藝術節 Meeting Neuer Tanz NRW	N/A	http://www.nrw-kultursekretariat.de
	桃塢藝術節 Tollwood Festival	1988	http://www.tollwood.de
英國	愛丁堡藝術節 Edinburgh Festival	1947	http://www.go-edinburgh.co.uk
	愛丁堡國際藝術節 Edinburgh International Arts Festival	1947	http://www.eif.co.uk
	愛丁堡藝穗節 Edinburgh International Festival Fringe	1947	http://www.edfringe.com
	哈洛格國際藝 Harrogate International Festival	1965	http://www.harrogate-festival.org.uk
	哈德斯菲爾當代音樂節 Huddersfield Contemporary Music Festival	1978	http://webserver.hud.ac.uk/events/hcmf/
	巴斯國際音樂節 Bath International Music Festival	1949	http://www.mushroompublishing.com/fiftyfest/index.html
	約克早期音樂節 York Early Music Festival	1977	http://www.netcomuk.co.uk/~yemf/festival.htm
	ARUNDEL 藝術節 Arundel Festival	1977	http://www.argonet.co.uk/arundel.festival
	BROUHABA 國際街頭藝術節 Brouhaha International	1990	http://www.brouhaha.uk.com/
	舞蹈傘舞蹈節 Dance Umbrella Festival	1978	http://www.danceumbrella.org
	BBC 逍遙音樂節 BBC Prom	1895	http://www.bbc.co.uk/proms/
	倫敦城市藝術節 City of London Festival	1963	http://www.city-of-london-festival.org.uk
	席茅斯國際民俗藝術節 Sidmouth International Festival of Folk Arts	1955	http://www.mrscasey.co.uk/sidmouth/
義大利	威尼斯雙年藝術節 La biennale de Venezia	1895	http://www.labiennaledivenezia.net
	拉韋納藝術節 Ravenna Festival	1990	http://www.ravennafestival.org/
	Stresa 藝術節 Settimane Musicali di Stresa e del Lago Maggiore	1961	http://www.settimanemusicali.it/ http://www.italiafestival.it/associatinglese.htm
	Rossini Opera Festival 羅西尼歌劇節	1980	http://www.rossinioperafestival.it/

	世界藝術節 Spoleto Festival	1958	http://www.spoletofestival.it/eng/index.html
法國	亞維農國際藝術節 Festival d'Avignon	1947	http://www.festival-avignon.com/
	想像藝術節 Festival de l'Imaginaire	1997	http://www.mcm.asso.fr
	巴黎秋日藝術節 Festival d'Automn à Paris	1972	http://www.festival-automne.com/
	歐杭菊國際歌劇節 Choregies d'Orange Festival	1869	http://www.choregies.asso.fr/
	普羅旺斯國際音樂節 International Lyric Art and Music Festival in Aix-en-Provence (The Aix-en-Provence International Opera Festival)	1948	http://www.festival-aix.com/index_flash.asp
	里昂雙年舞蹈節 Biennale de la Danse de Lyon	1984	http://www.biennale-de-lyon.org http://www.mcm.asso.fr/le_guide/structures/lieux/bien_danse_lyon.htm
	荷蘭	荷蘭藝術節 Holland Festival	1947
歐賀瑞夏日藝術節 Ohrid Summer Festival		1961	http://www.ohridskoletto.com.mk/
荷蘭舞蹈節 Holland Dance Festival		1987	http://www.hollanddancefestival.com/
奧地利	維也納國際舞蹈節 International Tanzwochen Wien	1989	http://www.impuls-tanz.at http://www.danceweb.at
	柏岡札漂流舞台藝術節 Bregenzer Festspiele	1946	http://www.bregenzerfestspiele.com/
	奧地利夏日音樂節 Carinthischer Sommer Ossiach-Villach	1969	http://www.carinthischersommer.at/
	薩爾茲藝術節 Salzburger Festspiele	1920	http://www.salzburg.com/festspiele/
	維也納藝術節 Wiener Festwochen	1951	http://www.festwochen.or.at/
冰島	雷克雅維克藝術節 Reykjavik arts Festival	1970	http://www.listahatid.is/intro.htm
西班牙	西班牙城堡國際音樂節 Festival Castell de Peralada	1987	http://www.festivalperalada.com/homea.htm
	巴塞隆納夏日藝術節 Summer Festival of Barcelona	1976	http://www.grec.bcn.es/
	格拉那達國際音樂舞蹈藝術節 Festival Internacional de Musica y Danza de Granada	1952	http://www.granadafestival.org

盧森堡	盧森堡國際藝術節 Festival International d'Echternach	1975	http://www.echternachfestival.lu/
	歐洲露天劇場藝術節 Festivaal of Wiltz	1960	http://www.festivalwiltz.online.lu/
捷克	捷克國際音樂節 Brno International Music Festival	1966	http://www.mhfb.cz/
	布拉格之春音樂節 The Prague Spring Music Festival	1946	http://www.festival.cz/
	布拉格國際現代舞蹈節 TANEC PRAHA	1989	http://www.tanecpha.cz/
	布拉格秋日音樂節 Prague Autumn Festival	1991	http://www.pragueautumn.cz/
瑞士	洛桑藝術節 Lucerne Festival	1938	http://www.lucernefestival.ch/
	瑞士雙年藝術節 Ktv - Atp	1975	http://www.ktv.ch
比利時	Flanders 國際藝術節 Flanders Festival International (Festival van Vlaanderen Internationaal)	1958	http://www.festival-van-vlaanderen.be/
	Wallonie 藝術節 Festival de Wallonie	1971	http://www.festivaldewallonie.be/
	布魯賽爾國際藝術節 Brussels International Arts Festival (Kunsten Festival des Arts)	1994	http://www.kunstenfestivaldesarts.be/
愛爾蘭	愛爾蘭高威藝術節 Galway Arts Festival	1978	http://www.galwayartsfestival.com
	都柏林戲劇節 Dublin Theatre Festival	N/A	http://www.eircomtheatrefestival.com
波蘭	Wratislavia 藝術節 Wratislavia Cantans - International Festival	1977	http://www.wratislavia.art.pl/
希臘	雅典藝術節 Athens Festival	1955	http://www.greekfestival.gr/festival/home.htm
	埃皮達魯斯藝術節 Epidaurus Festival	1938	http://www.greekfestival.gr/festival/home.htm
瑞典	斯得哥爾摩東方藝術節 Stockholm Orient Festival-Re:Orient	1993	http://www.reorient.se/html/s_frame.htm
挪威	柏根國際藝術節 Bergen International Festival	1951	http://www.fib.no/
	佛德國際民俗音樂節 Forde Internasjonale Folkemusikkfestival	1989	http://www.prodat.no/fordefolk/

	挪威國際室內樂音樂節 International Chamber Music Festival Stavanger	1990	http://www.icmf.no
	奧斯陸現代音樂節 ULTIMA Oslo Contemporary Music Festival	1976	http://www.notam.uio.no/
芬蘭	芬蘭國際歌劇節 Savonlinna Opera Festival	1967	http://www.operafestival.fi/
	坦培爾合唱音樂節 Tampere Vocal Music Festival	1975	http://www.tampere.fi/festival/music/choir.htm
克羅埃西亞	札格雷布現代音樂雙年祭 The Music Biennale Zagreb(International Festival of Contemporary Music , MBZ)	1961	http://www.hds.hr/fest/mbz/mbz.htm
【大洋洲】			
澳洲	柏斯國際藝術節 Perth international Arts Festival	1953	http://www.perthfestival.com.au
	亞德雷藝術節 Adelaide Festival	1960	http://www.adelaidefestival.org.au/index2.html
	墨爾本藝術節 Melbourne Festival	1986	http://www.melbournefestival.com.au/
	雪梨藝術節 Sydney Festival	1977	http://www.sydneyfestival.org.au/
紐西蘭	紐西蘭國際藝術節 New Zealand Festival	1986	http://www.nzfestival.telecom.co.nz/
【美洲】			
美國	林肯中心藝術節 Lincoln Center Festival	1996	http://www.lincolncenter.org
	下一波藝術節 Next Wave Festival	1983	http://www.bam.org
	密蘇拉國際合唱音樂節 Missoula, Montana's International Choral Festival	1987	http://www.choralfestival.org/history.html
	史波雷多藝術節 Spoleto Festival USA	1977	http://www.spoletousa.org/
	美國舞蹈節 American Dance Festival	1934	http://www.americandancefestival.org
	雅各之枕舞蹈節 Jacob's Pillow Dance Festival	1942	http://www.jacobspillow.org/
	漢生國際偶戲節 The Henson International Festival of Puppet Theater	1992	http://www.hensonfestival.org
	哥倫比亞藝術節 Columbia Festival of the Arts	1970's	http://www.columbiafestival.com/

	拉維尼亞藝術節 Ravinia Festival	1904	http://www.ravinia.org
	壇格塢藝術節 Tanglewood Festival	1934	http://www.bso.org/
加拿大	史特拉佛藝術節 Stratford Festival	1952	http://www.stratford-festival.on.ca
巴西	聖保羅國際表演藝術節 Festival Internacional de Arts Cenicas, San Paulo	1974	N/A
【非洲】			
南非	南非藝術節 Standard Bank National Arts Festival	1974	N/A
【其他】			
不定	奧林匹克合唱藝術節 Musical UnDi	1990	http://www.musica-mundi.com/
不定	世界合唱藝術節 World Symposium on choral Music	1987	http://www.snk.nl/

N/A 表資料無法取得

資料整理：吳淑鈴

資料來源：<http://www.cyberstage.com/festival>(網路劇院/國際藝術節)、各藝術節之專屬網頁、<http://www.ifea.com/>、<http://www.euro-festival.net/>。

二、國際藝術節案例分析

(一) 愛丁堡國際藝術節

1、愛丁堡的歷史文化背景

愛丁堡是英國北部的城市，位置在蘇格蘭中部低地東部、弗斯灣（Firth of Forth）的南岸，是蘇格蘭的首府。雖然它是次於格拉斯哥（Glasgow）的蘇格蘭第二大城，但卻是蘇格蘭的經濟、醫療、司法及文化中心，並且是全英國僅次於倫敦的第二大旅遊城市。愛丁堡利用天然的丘陵、高原地形，搭配建立各式各樣的建築，創造了世界上罕見的天然與人工相互輝映的美妙景緻，因其特有的秀麗景觀，一般人都喜歡稱它為「北方的雅典」。

根據文獻記載，愛丁堡地區的城堡岩山（Castle Rock）上有一座簡陋的城堡，到了七世紀時由北方溫伯瑞亞（North-umbria）的愛德溫國王（Edwin）重新整建，演變成至今的愛丁堡，這也是愛丁堡之名由來的普遍說法，而城市也以愛丁堡堡向四周發展，並在後來的數百年中留下為數可觀的建築，使之成為今日愛丁堡觀光的重要文化遺產之一。

愛丁堡佔地約 135 平方公里，分為新舊城兩區，舊城多十六世紀的古建築物，新城則多喬治亞王朝式的華美建築，雖是棋盤式的五橫七縱的道路規劃，但整體規劃相當整齊、雅致，呈現出 18 世紀的巴洛克風格建築，曾被譽為「理性的微笑」，是主要的商業和住宅區；而 1995 年時，新舊兩城同時被列入世界遺產之列。其主要的重要觀光景點有愛丁堡堡、蘇格蘭方格呢布博物館、蘇格蘭威士忌遺跡中心、聖吉爾斯大教堂、蘇格蘭國家戰爭紀念館、約翰克諾克斯故居、兒童博物館、聖魯德宮、蘇格蘭皇家博物館、蘇格蘭古物博物館、蘇格蘭國家畫廊、泰爾伯特瑞絲博物館、蘇格蘭博物館、蘇格蘭國立美術館等。

蘇格蘭的歷史紛擾不斷，被譽為「蘇格蘭之心」的愛丁堡自不能免於災難。在紀元前，塞爾特人的一支匹克特人（Picts）在此地繁衍，西元五世紀左右塞爾特的另一支蘇格蘭人（Scot）從北愛爾蘭渡海而來，以愛丁堡為中心，建立了蘇格蘭王國。此後蘇格蘭與英格蘭兩國之間不斷地發生戰爭。而詹姆斯二世統治時期（1437-1460）愛丁堡開始成為蘇格蘭都城，建立了市政機構。直至 1707 年蘇格蘭與英格蘭合併，蘇格蘭國會解散，正式納入大英帝國版圖，愛丁堡不再是首

都，亦曾一度衰落。雖然蘇格蘭納入大英國協中，經其不斷地努力爭取獨立，至今已獲有相當自主權。

雖然蘇格蘭紛擾不斷，愛丁堡亦一度衰落，但 18、19 世紀新古典主義興盛時期，愛丁堡的作家、評論家、出版者、教師、醫師和科學家形成具有世界影響力的一批學術精英。例如有古典經濟學大師亞當 史密斯（Adam Smith）、哲學家大衛 休謨（David Hume）、進化論奠基者達爾文（Charles Robert Darwin）、發明電話的亞歷山大 貝爾（Alexander Graham Bell）、《福爾摩斯偵探小說》作家柯南 道爾（Conan Doyle）、詩人柏恩斯（Robert Burns）、史考特（Sir Walter Scott）等。而現今愛丁堡的居民大多從事行政、出版、銀行、保險和零售商等職業，20 世紀 70 年代城市就業人員就有 1/4 的人口從事於製造業，人口約有四十五萬。這個城市的旅館、交通雖不如倫敦完備，亦非常便利。

愛丁堡這個城市從先前的歷史發展下看來，即可得知其擁有強烈的民族特性與風格，幾世紀地方資源、民俗古蹟的累積，造就了今日愛丁堡當地觀光的豐厚資產，也為愛丁堡地區提供了舉辦國際藝術節的先天優勢條件。而根據 PSI 的調查顯示，英國有 527 個藝術節，其中卻很少有新的，只有 6 個建於 1 世紀前，一半建於 1980 年代後，大部分都是一年舉辦一次，時間集中於 5 - 8 月份，為期至少 8 - 14 天。建於 1945 年前的藝術節多是音樂性的藝術節，而 40% 多屬現代活動事件，多樣性是一個典型。而愛丁堡國際藝術節的前身其實即是愛丁堡音樂節轉變而來。

2、愛丁堡國際藝術節

愛丁堡藝術節每年於八月中旬至九月初舉行，為期約三個禮拜的藝術盛會，吸引了全世界人的焦點，但其實愛丁堡藝術節不單是指一個藝術節而已，它是由許多個藝術節所組合而成，包含了愛丁堡國際藝術節（Edinburgh International Festival）、愛丁堡藝穗節（Edinburgh Fringe Festival）、愛丁堡國際電影節（Edinburgh International Film Festival）、愛丁堡國際爵士、藍調音樂節（Edinburgh International Jazz & Blues Festival）、愛丁堡國際書展（Edinburgh International Book Festival）、愛丁堡軍樂儀隊分列式（the Edinburgh Military Tattoo）、愛丁堡國際科學展（Edinburgh International Science Festival）、蘇格蘭國際兒童節（Scottish International Children Festival）、愛丁堡民俗藝術節（Edinburgh Hogmanay）。每個藝術節都有自己的演

出節目、展覽、演講、研習活動等，而其中又以愛丁堡國際藝術節及愛丁堡藝穗節規模最大、最為重要。

(1) 愛丁堡國際藝術節之源起與發展

愛丁堡國際藝術節建立於 1947 年，當時時值二次戰後，歐洲正陷於一片低迷的氛圍中，許多歐洲的重要藝術節，如薩爾茲堡音樂節，都受到嚴重影響。而當時的藝術節創辦人 Henry Harvey Wood 相信藝術節可以使歐洲的文化生活更加豐富並且恢復朝氣，因此創辦了愛丁堡國際藝術節，希望藉由這一個藝術節提供蘇格蘭人、英格蘭人乃至全世界一個表演的舞台，繼續延續著人類的精神文明。藝術節已經經營了半世紀之久，它的經營目標都縈繞在最初的五個目標和方針：

1. 推廣、鼓勵最高水準的藝術活動。
2. 展現國際文化給蘇格蘭民眾並同時將蘇格蘭文化展現給國際民眾。
3. 以其他機構不易達成的的創新方式規劃節目內容。
4. 提供相等的機會讓各類不同的觀眾可以欣賞、接觸藝術，從而透過一整年其他機構的活動鼓勵大眾參與。
5. 為蘇格蘭的民眾提昇教育、文化和經濟方面的福利。(Edinburgh International Festival, 1999: 2)

而藝術節的節目通常透過藝術及行政總監來邀請，包含音樂、舞蹈、戲劇等，是一個綜合性的藝術節。1945-1960 年期間共經歷了 Rudolf Franz Josef Bing、Sir Ian Bruce Hope Hunter、Robert Noel Ponsonby 三位藝術及行政總監。最初創立愛丁堡藝術節時便是因為 The Glyndebourne Opera 的行政總監 Rudolf Bing 希望在歐洲成立一個大型的國際藝術節，期望能以文化活動振奮人心，帶動經濟發展，重建歐洲家園，因此在當時 British Council 委員 Henry Harvey Wood 的協助奔走下，愛丁堡政府願意全力支持，於是這個國際藝術節的構想便坐落於愛丁堡這個小城市並且衍生為目前世界矚目的國際藝術節，Henry Harvey Wood 也因此被稱為「愛丁堡藝術節之父」(姚蕙玲, 1996: 4)。

經過兩年的籌備，1947 年愛丁堡藝術節開始時，Rudolf Bing 擔任第一任的藝術及行政總監，市長為非正式的顧問，愛丁堡市政府則負責監督藝術節的運作，藝術節的各項預算也必須經過市政府財政局的同意。Rudolf Bing 主要的貢獻是建立了愛丁堡國際藝術節的基礎，其後的兩任總監都各由其助理接任，主要仍是遵

循 Rudolf Bing 的做法。

到了 1961-1965 年 George Henry Hubert Lascelles, 7th Earl of Harewood 擔任總監時即大量引進歌劇節目。1966-1978 年來自荷蘭藝術節的 Peter Diamand 大大地拓展了愛丁堡國際藝術節與國際媒體的公共關係。1979-1983 年 John Richard Gray Drummond 在節目安排方面，以推廣蘇格蘭藝術家、藝術作品、展演為重點。1984-1991 年 Frank Dunlop 在其任內曾舉辦許多東方或亞洲傳統的節目並尋找新的演出場地，但其因 1991 年票房失利導致財政赤字因而辭去總監一職，1992 年到目前都是由 Brian McMaster 擔任總監，其在第一年即將藝術節債務還清並且創下盈餘，並且改善愛丁堡國際藝術節的對外形象、發展國際行銷市場等。

而愛丁堡國際藝術節的新大樓 - 藝術節中心也於 1999 年 6 月落成並正式啟用。

(2) 愛丁堡國際藝術節之營運組織

愛丁堡國際藝術節主要是由非營利機構 The Edinburgh Society 所負責營運，他們的主要工作就是辦理國際藝術節。The Edinburgh Society 的所有事物都必須由 the Festival Council 監督管理，其成員有二十一名：七位由愛丁堡市政府指派，市長為當然主席；七位由 the Edinburgh Society 會員選出；三位由 Scottish Arts Council 指派；一位由 Edinburgh Chamber of Commerce 指派；二位由 the Festival Council 其他成員共同選出。愛丁堡國際藝術節的藝術與行政總監由 the Festival Council 指派，主要工作是負責愛丁堡國際藝術節每年的節目規劃與執行，並且必須管理愛丁堡藝術節的財務與行政事務。藝術與行政總監可以僱請其執行小組，但成員必須經過 the Festival Council 同意（姚蕙玲，1996：5）。

目前愛丁堡國際藝術節平時的全職員工大約有 20 名；在八至九月藝術節進行期間，則有兩百多名臨時職員。

(3) 愛丁堡國際藝術節之經費

愛丁堡國際藝術節的資金來源十分廣泛，它有來自票房收入與政府補助等項目，根據 1992 年的年度報告，其營運費用約£ 3,574,493（約台幣一億七千萬元），各項比例為：演出費佔 62%，宣傳公關費佔 21%，行政費佔 15%，募款佔 2%。收入部分則為£ 3,706,097（約台幣一億七千萬六百萬元），各項比例為：票房 29%，宣傳廣告 5%，政府補助 41%，贊助 21%，其他 4%（姚蕙玲，1996：6）。

表 3-1-2 愛丁堡國際藝術節 1992 年度收入比例表

年度	票房	公部門補助	贊助	其他
1992 (%)	29	41	21	9

資料來源：姚蕙玲 (1996)

表格製作：吳淑鈴

表 3-1-3 愛丁堡國際藝術節 1992 年度支出比例表

年度	演出費	宣傳公關費	行政費	募款
1992 (%)	62	21	15	2

資料來源：姚蕙玲 (1996)

表格製作：吳淑鈴

相較於愛丁堡國際藝術節 1999 年的年度報告 (Edinburgh International Festival, 1999 : 7): 其中 33% 資金來自票房, 35% 來自愛丁堡市議會和蘇格蘭藝術評議會的公部門補助款, 28% 是來自企業贊助和捐款, 而 4% 則是其他盈餘。

表 3-1-4 愛丁堡國際藝術節 1999 年度收入比例表

年度	票房	公部門補助	贊助	其他
1999 (%)	33	35	28	4

資料來源：愛丁堡國際藝術節 1999 年年度報告

表格製作：吳淑鈴

而最新 2000 年的年度報告指出, 愛丁堡國際藝術節的各部份支出為: 演出費佔 74%, 宣傳公關費佔 12%, 行政費佔 10%, 募款佔 4%。收入部份為: 票房佔 34%、公部門補助佔 34%、贊助 28%、其他 4%。其中 2000 年的票房盈餘約有 2 百萬英鎊 (約台幣 9 千 7 百萬元)。

表 3-1-5 愛丁堡國際藝術節 2000 年度收入比例表

年度	票房	公部門補助	贊助	其他
2000 (%)	34	34	28	4

資料來源：愛丁堡國際藝術節 2000 年年度報告

表格製作：吳淑鈴

表 3-1-6 愛丁堡國際藝術節 2000 年度支出比例表

年度	演出費	宣傳公關費	行政費	募款
2000 (%)	74	12	10	4

資料來源：愛丁堡國際藝術節 2000 年年度報告

表格製作：吳淑鈴

而愛丁堡國際藝術節 1992 與 2000 年度的支出比較，則如圖 3-1-1 所示：

年度	演出費	宣傳公關費	行政費	募款
1992 (%)	62	21	15	2
2000 (%)	74	12 ³²	10	4

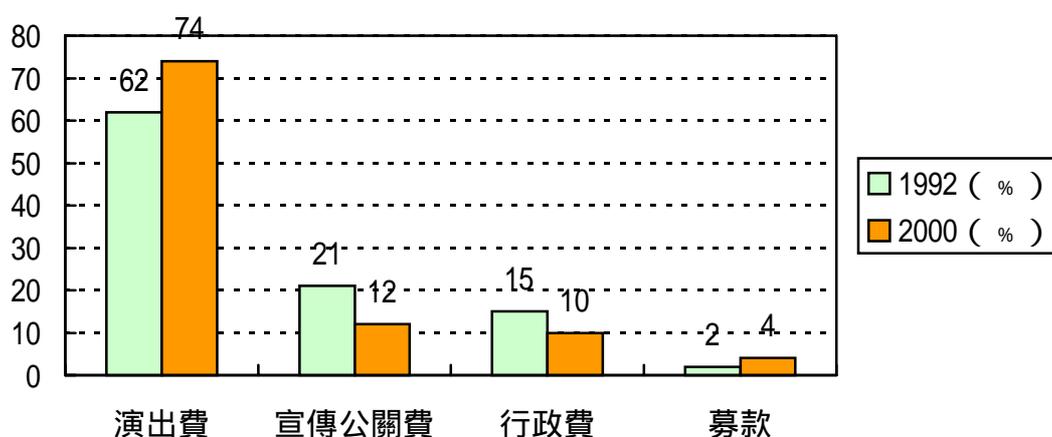


圖 3-1-1 愛丁堡國際藝術節 1992、2000 年度支出比較圖表

由 1992 年和 1999 年的收入相較（下頁圖 3-1-2）可得知，近年來政府補助減少許多（由 41% 降至 35%），而依賴票房、贊助的比例卻提昇不少（票房由 29% 增至 33%；贊助由 21% 增至 28%）。且根據愛丁堡國際藝術節 2000 年的年度報告統計指出，自 1985 年至 2000 年以來藝術節經費來自政府公部門的補助的確有漸趨平緩的趨勢，而藝術節靠自己所賺來的經費比例倚賴程度卻越來越深。以 2000 年為例，34% 是來自政府補助，66% 是藝術節籌湊而來的。

年度	票房	公部門補助	贊助	其他
1992 (%)	29	41	21	9
1999 (%)	33	35	28	4
2000 (%)	34	34	28	4

³² 包含票房銷售行政費用。

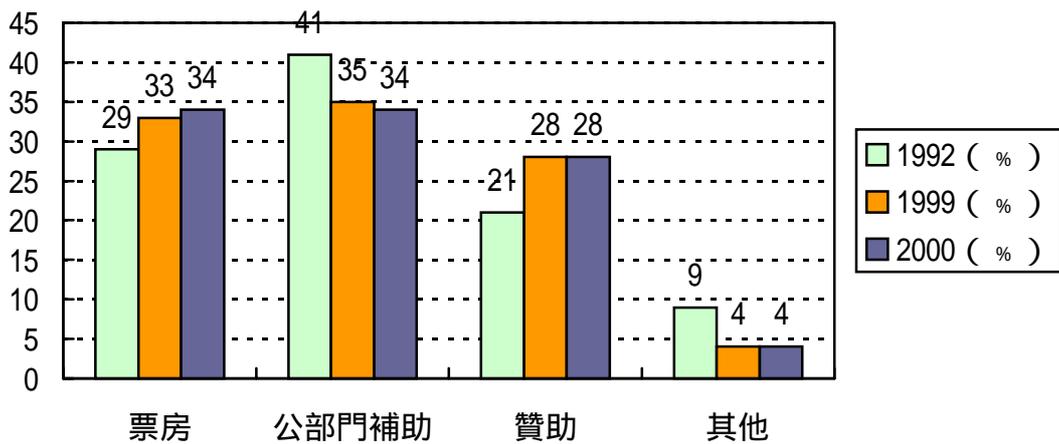


圖 3-1-2 愛丁堡國際藝術節 1992、1999、2000 年度收入比較圖表

(4) 愛丁堡國際藝術節之節目規劃

在節目規劃方面，愛丁堡國際藝術節的所有節目都是經由藝術總監根據每年不同的主題需求而特別挑選出來的，其中蘇格蘭藝術家、作品更是藝術節的每年主題之一，而每年在王子街公園舉行的煙火音樂會更是常年的固定壓軸。而因為每年的演出不下百場，因此平時為一般演出團體租用的表演場所，到了藝術節期間便會停下所有活動盡量配合藝術節演出的需求。1994 年 6 月 25 日市政府的另一個產業 - 藝術節劇場 (Festival Theatre) 正式開幕，為藝術節提供另一個更為完備的演出場所。

1992 年愛丁堡國際藝術節全面改善其電腦系統，每年四月份主要的節目宣傳冊 (見下頁圖 3-1-3) 出爐後，一般觀眾便可透過郵購、傳真、電話等方式在世界各地訂購演出票券。每年的十、十一月期間主辦單位決定節目內容與主題包裝方式後，大約在十二月中旬便會印出第一批宣傳品，郵寄給觀眾或供大眾索取。近年來主辦單位更提供約七萬五千份的免費專刊 (見下頁圖 3-1-4)，內容以主題詳細區分，詳細介紹節目特色提供觀眾進一步的節目訊息。

圖 3-1-3 愛丁堡國際藝術節 2000 年節目手冊

資料來源：Edinburgh International Festival

圖 3-1-4 愛丁堡國際藝術節《Festival Magazine》(August 2000)

資料來源：Edinburgh International Festival

3、愛丁堡藝穗節

(1) 愛丁堡藝穗節之源起

除了國際藝術節，愛丁堡眾多藝術節中也有一個可與之分庭抗禮、甚至超越其名聲的「愛丁堡藝穗節」。藝穗節也是建立於 1947 年，它起因於第一年時愛丁堡國際藝術節辦的非常成功，但有八個演出團體想參加演出卻不在受邀單位之列，因此他們決定自行參加，使用國際藝術節不用的場地、自負盈虧，結果演出非常成功，後來由於一位記者的報導使用了「Festival Fringe」這個名詞，遂取代了原本使用的「Festival Adjuncts」名稱，藝穗節的名稱也一直沿用至今。而他們最初的三個特色，也成為今日藝穗節的特色與精神。其為：

1. 對於想要參加演出者沒有藝術水準的設限。
2. 表演藝術團體需要自己尋找場地。
3. 表演團隊必須自負盈虧。

(2) 愛丁堡藝穗節之營運

1955 年藝穗節在愛丁堡大學辦理一個接待中心，協助來自各地的演出者食物及住宿問題，1957 年一家出版社協助將所有演出資訊印刷在一本冊子上，此即今日藝穗節宣傳冊之前身。1958 年 the Fringe Society 成立，統一協調所有藝穗節相關事務。1969 年 the Fringe Society 正式登記為非營利機構，並且成立了董事會取代原有的委員會來管理並辦理藝穗節。早期的藝穗節並沒有任何支薪的工作人員，董事長必須負責執行藝穗節所有事務，一直到了 1971 年才開始聘請一位行政總監（John Milligan）執行所有藝穗節事務。

1986 年透過行政部 Mhairi Mckenzie-Robinson & Trisha Emblem 舉辦一系列的募集資金活動以改造藝穗節辦公處的現代化，進而使得藝穗節辦公處能在 1988 年後提供更多的資訊收集等服務（Wesley Monroe Shrum, 1996: 97）。1992 年藝穗節中央售票處電腦化提供了更多元的服務，至 1995 年已建立了全球資訊網站（World Wide Web）（見圖 3-3-3）並且在 2000 年發展電腦網路售票。根據愛丁堡藝穗節的年度報告（2000）指出，電腦網路售票在第一年就出現了佳績，所出售的票券佔總票房的 13%，並省下了約£ 4,016（約台幣 200,000 元）的票房行

政費，電腦售票已成為以後發展的重要項目。

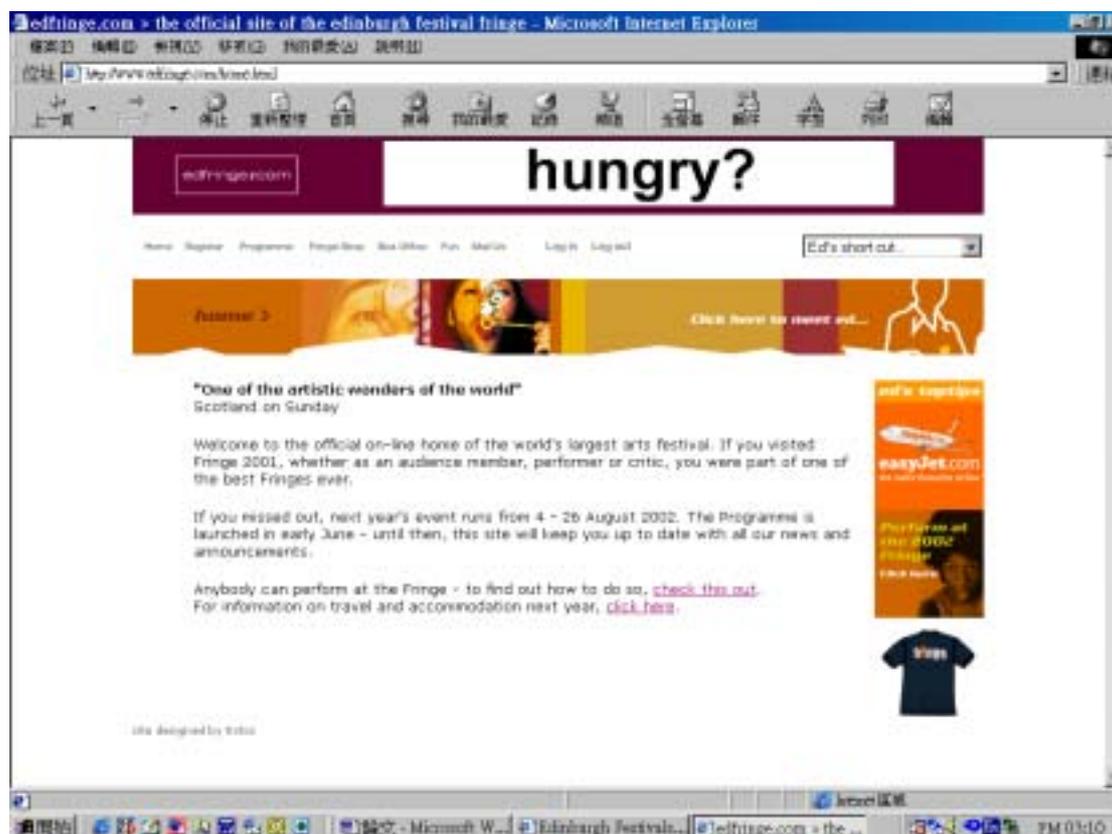


圖 3-1-5 愛丁堡藝穗節全球資訊網站

資料來源：<http://www.edfringe.com/home.html>〔2001年11月25日〕

一般而言，自1970年代有全職行政人員後，藝穗節每年3月即會發行約20,000份的傳單流通全國，6月末則會出版約78,000份含四頁報紙的官方版節目手冊。隨著藝穗節規模的不斷擴大，至1990年代中期每年約有300,000份的節目冊發行（Wesley Monroe Shrum，1996：84）。

藝穗節的全職人員約有五名，藝術節期間則增加七十餘名臨時人員協助藝穗節相關事務³³。

（3）愛丁堡藝穗節之經費

³³ 根據愛丁堡藝穗節2000年的年度報告指出，目前有八位永久的全職人員，包括 Director、General Administrator、Assistant Administrator、Communication Manager、Marketing Manager、Box Office Manager、Event & Production Manager、Accountant，臨時顧員則約一百多人。

一般參加藝穗節的演出單位必須繳交約£ 270.5(約台幣一萬三千元)作為藝穗節提供相關服務的代價,另外,從中央售票處代售的票券演出單位也必須繳交票款的 7.5%作為代售佣金。根據 1992 年的紀錄,其各項收入比例為:演出團體服務費佔 29%,售票佣金佔 11%,宣傳品廣告及贊助佔 22%,政府補助佔 11%,藝穗節俱樂部收入佔 15%,紀念品收入佔 6%,其他則佔 6%。支出部分:員工薪支佔 35%,宣傳費佔 41%,一般行政費佔 4%,募款佔 8%,發展費佔 11%(姚蕙玲, 1996: 9)。

表 3-1-7 愛丁堡藝穗節 1992 年度收入比例表

演出團體服務費	售票佣金	宣傳品廣告及贊助	政府補助	藝穗節俱樂部收入	紀念品收入	其他
29 %	11 %	22 %	11 %	15 %	6 %	6 %

資料來源:姚蕙玲(1996)

表格製作:吳淑鈴

表 3-1-8 愛丁堡藝穗節 1992 年度支出比例表

員工薪支	宣傳費	一般行政費	募款	發展費
35 %	41 %	4 %	8 %	11 %

資料來源:姚蕙玲(1996)

表格製作:吳淑鈴

(4) 愛丁堡藝穗節之節目規劃

藝穗節的演出節目亦相當多,其中大約 64%為職業演出,其他則為學生或業餘演出(姚蕙玲, 1996: 9)。因為參加藝穗節的演出團體必須自己決定是否參加演出、尋找演出場地及自負盈虧,因此藝穗節在宣傳方面只負責印製宣傳冊(the Fringe Programme)每日節目一覽表及經營新聞聯絡處,每年七月份時印製約二十五萬份的節目宣傳手冊,並舉辦藝穗節的大型戶外活動(Fringe Sunday),提供演出團體相關的資訊服務,且經營藝穗節俱樂部。而藝穗節的演出場地則多是條件較差的劇院或是改自教堂、排練室、學校、倉庫、空屋等或是自行搭建帳棚、露天演出。此外,藝穗節非常注重兒童及學生方面的參與,自 1980 年起每年更舉辦海報設計比賽,每年的節目宣傳手冊封面和海報亦來自學生的設計。

4、愛丁堡藝術節之檢討

近年來，愛丁堡國際藝術節邀請的節目總數不斷地成長，1999 年的藝術節演出節目超過了 160 餘個，總共有包括 80 多種不同類別的製作與表演。2000 年則有 133 種不同種類的 182 場演出，參與人數超過 40 萬人次。據愛丁堡國際藝術節的資料統計，愛丁堡國際藝術節的觀眾有 63% 來自蘇格蘭當地，同時它也吸引了數目可觀的各地遊客，其中有 24% 的觀眾來自英國其他區域，12% 的觀眾來自海外。平均來說，遊客停留愛丁堡的觀光期間約為 11 天，其中有 20 % 的觀光客停留時間更長。

且根據 1998 年的愛丁堡國際藝術節觀眾問卷結果分析，發現回收的二千五百份問卷顯示，針對藝術節的歌劇、舞蹈、古典音樂和劇場表演而定，有超過一半以上（59 %）的觀眾給予藝術節高度讚賞的回應。其中大約有三分之二的觀眾來自蘇格蘭，而半數以上來自愛丁堡當地，而有十分之一的觀眾來自外地。與前幾年的觀眾比例相較，海外觀眾的比例有略為下降的趨勢。此外，幾乎有 60% 左右的觀眾在演出前三個月就已經預先訂購門票，而有 44% 的觀眾是遊客，並且至少會在愛丁堡待上一晚。一般而言舞蹈和歌劇演出比音樂和戲劇表演吸引較多的觀眾，其中舞蹈表演吸引了最多年輕觀眾。海外遊客多半喜歡來愛丁堡觀賞戲劇和舞蹈表演。有近八成以上非本地居民的觀眾認為，國際藝術節是讓他們願意留在愛丁堡的唯一或最重要的原因之一。尤其六成左右的觀眾多半還會計畫欣賞藝術節的表演，而三成五左右的觀眾會去看書展活動（Edinburgh International Festival，2000）。

根據蘇格蘭旅遊局 1990 年所做的一項愛丁堡藝術節研究報告顯示，愛丁堡的各項藝術節為蘇格蘭帶來了七千兩百萬英鎊（約台幣三十四億元）的收入，相當於增加將近三千個全年工作機會。愛丁堡國際藝術節 1990 年吸引了 245,000 名觀眾，收入£ 6,900,000（約台幣三億二千萬元），愛丁堡藝術節則帶來了近百萬名觀眾，收入約£ 10,400,000（約台幣四億九千萬元）（姚蕙玲，1996：12）。而根據 1996 年的愛丁堡藝術節對經濟影響研究報告顯示，其造成蘇格蘭約 112 萬英鎊的經濟消費，並提供約 4118 個相等於全年的工作機會，這些數字透露出愛丁堡藝術節對蘇格蘭的經濟有著重大的影響力，並且有逐年增加的趨勢。

不過，愛丁堡藝術節的彼此售票系統各個獨立，造成了觀眾不少不便。在節

目方面，愛丁堡國際藝術節早期的節目規劃亦是以實驗性強和少見的作品為主，近來藝術節的節目漸漸偏向大眾口味式的討巧安排，這是因為藝術節的經費一部份來自愛丁堡市議會，因此主辦單位就必須將就市議會的要求，避免傾向精英主義、曲高合寡的節目，經過協調後，節目大眾化的安排自是吸引各方的批評與讚賞（趙玉玲，1996：44）。而藝穗節的節目因為不需經過主辦單位評選，因此自是以藝術品質參差不齊，而近來藝穗節的節目聲勢已超越了國際藝術節，而許多藝術作品的尺度問題也再度引起爭議。

雖然愛丁堡國際藝術節被批評為充滿精英主義者、傳統主義者、吸取大量贊助，藝穗節則是被批評為節目良莠不齊、教養低的、「喧賓奪主」，但不可諱言兩者是共生共息、充滿對比的。

其實藝穗節的最大特色是「平等主義」，也就是包括表演規模或演出團體都沒有挑選的標準，Wesley Monroe Shrum（1996）認為雖然 John Milligan 宣稱：「我們無權在上述的團中推薦這個（團體）」形成了藝穗節的表徵，但卻也造成了它的困境，一如汽車的製造廠商到大學的研究，「品質的改進」一直是個重點，為什麼藝穗節可以獨獨例外？Wesley Monroe Shrum 更指出，近年來藝穗節的行政人員大力增加票房市場，卻仍不改其初衷 - 支持、不挑選任何團體，除了導致一些問題外並可能使得藝穗節因為「質的無法提昇」而不能與國際藝術節競爭，但相對而言，藝穗節強調「變化、不同」卻是更重要的（Wesley Monroe Shrum，1996：80 - 82）。而藝穗節與國際藝術節的爭議問題也同樣出現在其他藝術節上，包括台灣與香港。根據 PSI 的調查顯示，一般而言，中央行政體系還是會為了避免損失金錢與避免低俗藝術的風險而挑選節目。



圖 3-1-6 愛丁堡國際藝術節 LOGO

資料來源：Emma Forbes，Press & Marketing Officer，Edinburgh International
Festival

(二) 香港藝術節

1、香港的歷史文化發展背景

香港在地形上與中國大陸的廣東省東南部相連，是由香港島、九龍、新界與大嶼島等諸島所構成，面積約 1084 平方公里，人口約 650 萬。香港在最初時期是海賊盤據的巢穴，居民相當少。中英鴉片戰爭中國戰敗後，西元 1842 年簽訂南京條約，自此香港島就成為英國殖民地。而後接二連三的衝突與爭戰，遂使九龍、新界也成為英國的殖民屬地。

而香港過去因為受英國直轄，所以政治上是由英國任命的總督總管事務。在開始之初，英國所採取的是強硬的殖民手段和強大的經濟力量入主香港：政治上建立了以英國為尊的殖民獨裁政府，經濟上則隨著不斷的土地開發與投資，形成一個與內陸傳統經濟結構不同的殖民地資本主義。

隨著中日戰爭的爆發，大陸人口大量移民香港的趨勢也更明顯。而四、五十年代的許多移民是受過良好教育的知識份子或上海的大企業家，為六十年代香港的發展提供了資金、技術等方面相當大的助益。進入七十年代，香港新興工業迅速發展，八十年代又因金融與房地產空前繁榮，使得社會貧富懸殊極大。香港隨著這數十年的開發，則已發展成標準的資本主義社會，並且成為亞洲第一的國際貿易都市。

香港因為特殊的殖民、移民背景，因此文化也顯得相當多元而龐雜。一方面有中國傳統文化的薰陶根基，一方面又深受西方外來殖民文化影響，吸收外來資訊非常迅速、積極創新，有著東方的傳統主義又擁有西方物質文明的特色。

而政府的文化政策方面因為是英屬殖民地，因此也採取英式的「臂距原則」³⁴，不積極干涉、主導，但卻是以一種更放任式的消極態度對待殖民地 - 香港。雖是如此，但是香港政府仍是有一些作為，例如成立香港管絃樂團、香港中樂團、香港話劇團、香港舞蹈團，成立演藝發展局、創立香港文化中心、舉辦香港藝術節、國際電影節、亞洲藝術節、中國戲劇節、國際綜藝合家歡等。1995 年更進一步成立藝術發展局，探討藝術政策並對藝文團體提供資助。1997 年市政府及區域

³⁴ John Pick 指出臂距原則是指藝術評議會下的藝術組織或個人通常被強調獨立於政府與政治派系之外，這種介於政府和藝術組織或藝術家間的協約，便是所謂的「距離政策」(Arm's Length Principle)(江靜玲，1995：77)。而由於民族性使然，英國的文化政策也傾向於「No Policy is a good policy.」。

市政局發表五年計劃建議書，作為對未來藝術政策的指向與標的。1997 回歸中國大陸之後，香港更積極進行整合，欲以發展成有更多元、豐富文化面貌的東方耀眼國際之城。

2、香港藝術節之源起與發展

1972 年時一群志同道合的人士認為香港這個快速崛起的大都會應該有屬於自己的藝術節，於是共同成立了非營利性質的香港藝術節協會有限公司（Hong Kong Arts Festival Society Limited），並在隔年（1973）舉辦了第一屆香港藝術節。而香港藝術節當初成立的目的之一便是希望吸引更多海外遊客到香港旅遊。當年促成香港藝術節的幕後功臣之一便是英國航空公司的查理斯 哈代（Charles Hardy），他為香港藝術節找來了一個「銷售」藝術節節目經驗豐富、人稱為「藝術節出租先生（Mr. Rent-a-Festival）」的伊安 韓德（Ian Hunter）和其在英國的搭檔哈羅德 霍爾特（Harold Holt Ltd.）負起香港藝術節實際的策劃、管理工作，並且以相當的人力物力，製作了最初的三屆香港藝術節。

而最初三屆藝術節所邀請而來的藝術家幾乎都是國際藝壇上的一流人物，如指揮家小澤征爾、蘭斯多夫、小提琴家曼紐因、倫敦愛樂管絃樂團、丹麥皇家芭蕾舞團等，其花費自然是非常鉅大，再加上當時的經驗不足，節目安排、宣傳方式有問題，票房失利，因此藝術節的存廢問題引起了爭議，這是香港藝術節的第一階段。

第二階段的藝術節是由第四屆（1976）開始，由安東尼 沙達（Anthony Chardet）和修伯 威利士（Hubert Willis）所掌管的安東尼 沙達製作公司接替。而 1980 年香港藝術節開幕前不久沙達過逝，因此由威利士獨挑大樑，這時香港藝術節協會意識到從本土角度出發設計節目的需要，因此一個由旅遊協會主席潘恩（John Pain）擔任主席的節目委員會於 1980 年開始投入運作，發揮了藝術指導、協商、選取及安排藝術團體節目的功能，使得藝術節漸漸地邁入第三階段。

在第二階段的香港藝術節將經費收支平衡列為重要工作，因此一改先前吸引海外旅客的方針，將目標觀眾群轉回廣大的市民，並且將學生票發展為藝術節的工作重點之一。再加上傳播媒體的態度轉變，這個時期的票房收益相當高。不過這種以票房收益為節目設計重點的做法亦引起了質疑，加上第一、二階段的藝術節節目都是由英國背景的藝術製作公司來規劃管理，不免被人批評有英國愛丁藝

術節的影子，或是透國英國轉購過來的藝術節目。

而香港藝術節的第三階段則由 1982 年聘請英國富有藝術行政經驗的史達敦（Keith Statham）為藝術總監開始。在這個階段裡，藝術節的節目開始走向多元發展，並成為 80 年代藝術節的發展策略。1983 年開始只邀請一個海外大樂團的政策也延續至今，1986 年香港演藝學院劇院啟用、1990 年香港文化中心啟用也使得藝術節的演出場地多了許多的選擇及發展，大型歌劇製作、大陸節目的邀請都慢慢成為慣例。

1988 年香港藝術節增設總經理一職，由香港富有藝術行政經驗的鄭新文接任藝術總監和經理，掌管節目策劃和管理工作，香港藝術節由此進入了第四階段。此時鄭新文與節目委員會擬定了節目大綱後更會與駐倫敦的藝術節國際節目總監喬瑟 施力（Joseph Seeling）進行討論與實行。這一階段的特色除了更加強本土意識外，並積極擴展觀眾市場，而且積極創造一個傳統與前衛並重的香港藝術節，其做法有的是增加一些主題性的活動，如莎士比亞專題等，或增加創意挑戰性的節目、或是民族色彩濃厚及較冷僻的節目，以豐富香港藝術節。此外，這階段的香港藝術節最大的成效便是增加了娛樂性豐富的節目，大大地擴展了觀眾群，而且 1992 年設立了「藝術節青少年之友」的組織。1993 年總經理一職也改稱為行政總監。目前香港藝術節協會的行政總監為吳球先生。藝術節每年約在二月下旬至三月中旬期間舉辦。

3、香港藝術節之營運與現況

（1）香港藝術節之營運組織與經費

香港藝術節是由香港藝術節協會有限公司主辦，是一個公共慈善團體。其營運組織並沒有藝術總監一職，除了行政總監之外，尚有節目總監、市場經理、發展經理、節目經理、接待經理、製作經理、會計等，分司不同的行政工作。

而藝術節經費是由香港藝術發展局、香港賽馬會及市政局撥款資助：一般而言約 45% 來自中央政府的演藝發展局、市政府及香港賽馬會，40% 來自門票收益，剩下 15% 幾乎來自商業贊助。2000 年初因應香港特區政府重新調整文化及藝術架構，原先來自香港藝術發展局及前臨時市政局的撥款，現在已改由香港特區政府透過民政事務局直接撥款給予香港藝術節，至於香港賽馬會的部分則維持不變。而因為經費大部分仰賴政府部門的補助，因此藝術節的籌辦也伏有一筆不

確定因素，尤其 97 年前後更是一個特別的時期。近年來香港政府公部門對香港藝術節的經費補助也是有逐年下降的趨勢，不過到目前為止都至少維持在 40% 以上。根據香港藝術節 1998/1999、1999/2000 的年度報告，香港藝術節的收入，包含票房、贊助、撥款及其他，在這幾年來約維持在 5500 至 6000 萬港幣之間（約台幣二億三千萬元）。扣除行政費、製作費、節目費用，每年的盈餘至少有 100 萬港幣以上（約台幣四百多萬元以上）。財政方面，香港藝術節的門票收入最少能達到八成左右，而其重要的工作之一便是確保每年藝術節的最低限度達到收支平衡的標準，且必須爭取贊助和維持其他的收入來源。

根據香港 1997/1998、1998/1999、1999/2000 年度報告的資料可以統計出近年香港藝術節的各項收入比例約如下表：

年度 (%)	票房	贊助	撥款	其他
1995/1996	35	15	46	4
1996/1997	38	15	43	4
1997/1998	40	15	42	3
1998/1999	34	16	46	4
1999/2000	37	13	44	6

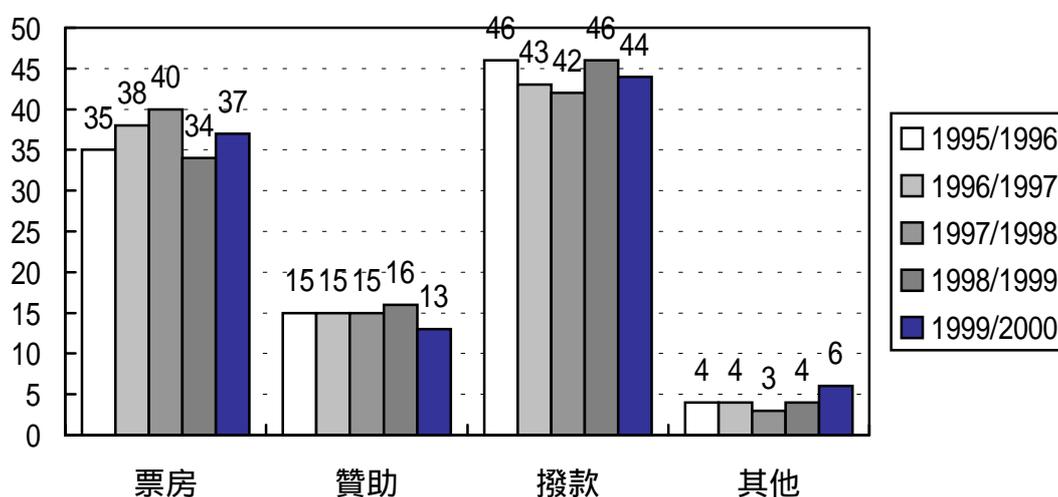


圖 3-1-7 香港藝術節 1996 年至 2000 年各項收入比例比較圖

(2) 香港藝術節之節目規劃

根據香港藝術節的年度報告指出，他們的目標旨在舉辦一個高水平的國際藝術節，以達到下列目標：

1. 豐富香港文化生活。
2. 引起催化的作用，引發大眾對藝術濃厚興趣。
3. 促進文化交流。

在節目安排方面，藝術節節目是由委員會決定，除了節目的品質之外，更要兼顧到票房、贊助單位的要求等多方面之考量。

香港藝術節每年都會邀請當地、大陸、亞洲，甚至世界頂尖藝人齊聚一堂，演出各類具備特色的節目，其範圍並不僅限於古典傳統口味，也有創意新奇和當地罕見的表演形式，尤以新作品或特別為藝術節製作的演出、突顯香港文化特色的節目為優先考慮。藝術節不但委託香港當地劇團創作新作品，並鼓勵當地藝人與海外創作團體合作，以推動香港當地的文化發展。以 1999 年為例，這一年的節目中便有 12 個全新作品以及 11 個世界首演的作品，其中這些作品有不少是由年輕一輩的導演、編舞家、作曲家或音樂家悉心合力創造的。藝術節邀來不同領域的藝術家共同創作，以求互相衝擊、創造新穎不凡的作品也是近年香港藝術節所努力的方向。

而香港藝術節 1992 年推出針對中學生而籌設的「青少年之友」計劃，發展至今該計劃已擴展迅速，除每年遞增的會員人數外，參與者更是踴躍出席講座及欣賞藝術節節目。此外，「藝術節之友」計劃亦是香港藝術節協會所努力經營的，它是專為經常欣賞藝術節節目的觀眾而設，透過此一聯繫網路這群潛在觀眾不但能定期收到藝術節通訊，可在第一時間獲知藝術節的消息，並可優先訂購下一年藝術節節目票券，享有書店及唱片公司折扣等優惠。藝術節近年亦推出「藝術節加料節目」，它是屬於藝術節外展計劃，此計畫為廣大觀眾群提供了藝術節節目精華預演、大師班及藝人談話等活動，希望藉此增加大眾對藝術的興趣及認識。而加強藝術節視覺藝術方面的展覽會亦是重要工作方向。

4、香港藝術節之檢討

據統計 1999 年約有八萬七千個觀眾人次，觀賞超過一百場以上的演出，平均出席率創下十二年新高，高達百分之九十一，為十二年來之冠，票房總收入

也超過二千萬港幣(約台幣八千萬元)。2000年藝術節共提供了三十四個表演節目,其中二十一個節目上座率高達百分之九十以上。1999年香港藝術節的演出總數高達111場,2000年則有127場。這些資料都在在顯示香港藝術節的成功。的確,香港藝術節即將邁入第三十個年頭,在過去的時間裡,尤其在70年代,香港藝術節的確為香港當地的居民提供一個大開眼界的機會,不但積極的引進世界各地素質非常高的表演作品,大大擴展了香港當地民眾的藝術視野,並且給當地的藝術工作者一定程度的刺激,而且其一定口碑的節目水準不可諱言地吸引了一定比例的觀光客,為當地帶來一筆為數可觀的觀光收入。

香港藝術節最初大手筆的邀請世界一流藝術家演出的做法,至今仍維持了相當程度的影響,也因其「名牌」節目的做法,吸引了國際媒體的注意,進而成為亞洲發展最成功、規模最大的藝術節。香港藝術節對香港的國際知名度提高了不少,並且也改善了一般人對香港這個商業發達卻少有文化氣息的城市印象。但也已因香港藝術節「名牌」節目的做法,近來引起一些藝文界人士的質疑聲音,香港藝術節目前亦積極地與當地文化人士尋求一個新的發展方向,以加強藝術節能更深地累積當地文化的功能。

而針對香港的藝術節發展問題,Festival Forum 1997的會議中也指出,近來香港行之已久的藝術節,如香港藝術節、亞洲藝術節,也都慢慢地呈現出其所潛藏的問題,如這麼多的藝術節(幾乎佔據了香港的大部分藝術節補助³⁵)當初或許是引借了許多國外知名藝術節目,但近年來因為資訊、文化環境發達,再以此大手筆的資金贊助此一活動,其成效,如對當地藝術環境的改善、藝術家的成長是否有幫助已引起香港當地藝文界人士的質疑。

此外,謝俊興³⁶指出:「藝術節在香港的大多數人的眼中只不過是一些生活消遣的點綴,實際上是可有可無的。不過,在形象上和爭取國際商業上的投資,藝術節節目,這些軟體,和音樂廳和博物館這些硬件,是少不了的注碼。」(王怡瑜,1999:162)其說法更是道盡了香港藝術節的優點與問題。

而藝術節的舉辦與否,其實至今仍是一個爭議,但可以確定的是,藝術節的相關問題,不論是世界各地都是一樣的,不會只單就一地而發生,並且許多都是

³⁵ 可參考下頁表 3-2-1: 香港「藝術節的組織、功能及影響」表。

³⁶ 謝俊興為香港藝穗節及1999年新創立的香港乙城節(City Festival)藝術總監。

沒有一定的標準答案。此外，也有香港相關文化人士指出香港不同於愛丁堡，香港是無法做到像愛丁堡這樣的國際規模，what for Hong Kong？是一個值得深思的問題。綜觀來說，其所引發的問題也如台北一樣。

第二節 台灣藝術節概況與案例分析

一、台灣藝術節概況

台灣舉辦藝術節的歷史其實最早可以追溯至民國六十九年台北市政府舉辦的藝術季，當時台灣正處於經濟起飛之始，一切文化建設正待耕耘，因此在當時的台北市長李登輝鼓勵之下，舉辦了台北藝術季，雖然因為其他的相關條件、環境並非理想，因此舉辦過程筆路藍縷、成效有限。但因為這是官方支持、鼓勵的活動並且在當時資訊不發達、環境不良的情形下，仍是開展了市民的視野並且幫助、刺激了本地的藝術家，因此接著亦有教育部創辦文藝季等活動³⁷。

而也因為官方的作為，於是引起民間群起效尤。其中，在當時做的最為成功、出色的當推民間的新象藝術推展中心。新象藝術推展中心所舉辦的「新象國際藝術節」在當時因為獨到的藝術品味、豐富的國際藝術資訊及成功的宣傳手法，的確為國內引進許多質佳的表演，如前衛的日本舞蹈團體「白虎社」、印度甘美朗音樂、默劇大師馬歇·馬叟、西方大型交響樂團等，都開拓了當時藝文界的國際視野，並增加了國內的藝文消費人口。而新象藝術推展中心雖屬藝術經紀公司，但卻不以商業營利為唯一目標，因此使其能在 80 年代台灣表演藝術市場開發中扮演相當份量的角色。而隨著市場的開發與藝文風氣漸盛，這種單純引進國際表演藝術的做法已達成了階段性的任務而必須有所轉換。

此外，1986 年舉辦的皇冠迷你藝術節，則是另一種典型的藝術節型態，它為當時的藝文界提供一個藝文創作的實驗園地，其後一直發展至今的皇冠藝術節，都秉持著這樣的精神繼續耕耘，是國內少數能長久經營、生存的藝術節。不可諱言，其背後的皇冠關係企業之支持是其所以能發展自今的重要關鍵。而因為企業背後的支持及藝術領導者的堅持，皇冠相關團體所舉辦的藝術節，如皇冠藝術節、小亞細亞亞洲小劇場網路、舞蹈節已可以慢慢累積出些許的成效出來。

90 年代起，台灣已有相當多的藝術節往「國際性」發展的企圖心，如表 3-2-1 所列文建會舉辦的「亞太地區偶戲觀摩展」、「台北世界戲劇展」、「國際合唱節」、「國際舞蹈節」等即屬於六年國建的部分活動，每一個都是有明顯的國際化目

³⁷ 詳細論述請參閱本論文第四章第二節。

標，可惜仍舊是彰效不佳。國立中正文化中心舉辦「台北國際藝術節」也是舉辦了三屆之後無疾而終。由此可以發現，雖然台灣的許多藝術節活動欲著眼於國際化的列車，但卻是不著適當方法而事倍功半。而後隨著藝術節、文化節的風起雲湧，藝術節除了有國際化類型，也有強調本土的藝術節活動出現，如中原普渡藝術節、傳統音樂節、原住民藝術季等。

從表 3-2-1 之中我們可以得知，90 年代後期，台灣可說是進入了藝術節熱潮的情況。因為行銷、宣傳的方便，使得舉辦藝術節成為官方、民間都熱衷之道。官方方面，台北市政府即舉辦了台北藝術節、台北電影節、台北詩歌節、台北音樂季、國際詩歌節等，其意欲著重於推廣藝術於台北市民。而台灣的其他各縣市則配合文建會「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計畫³⁸」不定期舉辦藝術節，活動內容則以兼含國際化與地方特色的方向為主。

楊莉玲指出不同單位所舉辦的藝術節其被後所代表的意涵：

就官方體系而言，藝術節除了政策宣示、鼓勵民眾參與藝文活動的意義之外，也可利於預算編列與消化；就企業而言，藝術節有助形象建立；就學校而言，藝術節提供師生操兵練劍、驗收成果的機會；就社區而言，藝術節發揮凝聚居民共識與情感的功能。（楊莉玲，1998：38）

而文建會「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計畫」中，目前以宜蘭縣國際童玩節成效最為突出。宜蘭國際童玩節源起於 1996 年宜蘭縣政府為了慶祝「宜蘭紀念日」200 週年而起，而後納入文建會的輔導計劃擴大辦理，並且成為宜蘭縣政府年度的一大重點工作要項。其經費每年約有 6、7 千萬元，活動包含演出、展覽、遊戲等。目前其已進入穩定的運作軌道，積極朝向文化立縣、文化觀光的方向努力，並且使得宜蘭縣成為台灣地方產業再造最成功的例子。

民間藝術經紀公司，如牛耳「國際巨星音樂節」、新象「阿格麗希音樂節」、台北藝術推廣協會「台北·國際城市藝術節」、「世界音樂節」等，都是著重於引進國際知名的演出團隊及表演者。除了官方、民間的藝術節活動，許多校園單位也紛紛以舉辦藝術節活動為校園內的學生提供一個不同視野的觀賞機會或創作空間，此外，也藉著這一個機會凝聚平時活動鬆散的校園氣氛，增加師生共同的情誼。

³⁸ 請參考本論文第四章第二節。

企業方面，裕隆汽車「裕隆藝文季」、新東陽「寶琨藝術季」、霖園關係企業「國泰藝術節」等都積極參與國內的藝術節列車。而非營利單位方面，如行之有年的皇冠藝術節、耕莘藝術季、放風藝術節、實驗劇展、實驗舞展，或新創不久狂想年代 Taiwan Dance Umbrella，都提供國內藝術創作者一個最佳的創作空間。而新近創立的「新舞台·新舞風」則是國內劇場經營者首度嘗試的自製藝術節之一，其立意雖佳，但是否能長久經營下去仍有待後續觀察。

而由這樣的脈絡看下來即可發現，台灣的藝術節雖然看來繁花似錦，但實際上卻有更多的藝術節因為經營不下去而只是曇花一現。而目前這些有發展性或已發展的民間單位的藝術節都有可能因為經濟因素而停辦，官方所主辦的藝術節也有可能因為政策的變更而改弦易策。因此總地來說，台灣雖然藝術節活動頻繁，但整體環境卻隱藏著極大的危機。

此外，表 3-2-1 所列的藝術節活動除了台北市政府所舉辦的活動之外，其他諸如國立中正文化中心、企業團體、非營利單位所舉辦的表演藝術類藝術節活動幾乎有一半以上是發生於台北縣市，這顯示台灣藝術節活動的地區分配不均衡，有極大的城鄉差距。況且台北市已是全國藝文活動最頻仍的地區，此一現象更加突顯要在台北市舉辦一個突出的國際藝術節有其更高的挑戰性。

作為台灣首善之都的台北市所主辦的「台北藝術節」，雖然仍然跳脫不了整體環境的束縛，但因其初創時已有一個稍具雛形的模型產生，且相較於其他縣市、民間單位的藝術節活動，具有較多的發展優勢，而其後續發展引出的問題深具代表性，極可能是台灣其他單位舉辦藝術節所可能引發的相關問題，因此本論文即以台北藝術節作為台灣國際藝術節的探討案例。

表 3-2-1 近十年台灣藝術節例舉³⁹

	藝術節名稱	主辦單位	起始年	時間性	備註
文 建 會	亞太地區偶戲觀摩展	文化建設委員會	N/A	2 年一次	
	台北世界戲劇展	同上	1994	N/A	
	國際合唱節	同上	N/A	約 2 年一次	
	國際舞蹈節	同上	N/A	N/A	
	山胞藝術季	同上	1992	不確定	
	1995 台北國際偶戲節	同上	N/A	N/A	
	文藝季	同上	1982	每年一次	全省巡演
	台北國際合唱音樂節	文建會與財團法人台北愛樂文教基金會共同主辦	1996	2 年一次	
中 正 文 化 中 心	台北國際藝術節 (TIFA)	國立中正文化中心	1993	9-11 月	至 1995 年止共三屆
	2000 華文戲劇節	國立中正文化中心與中華戲劇學會共同主辦	1996	二年一次	由北京香港台北澳門輪流主辦
台 北 市 政 府	台北音樂季	台北市政府	1979	9-1 月	
	台北藝術節	同上	1998	每年 10 月	承台北市戲劇季發展而來
	台北市戲劇季	同上	1988	4、5 月起	已停辦
	台北市傳統藝術季	同上	1988	每年 2 月起	
	台北電影節	同上	1998	每年一次	
	兒童藝術節	同上	2000	每年 8 月	
	台北詩歌節	同上	2000	不確定	
	台北出版節	同上	2001	不確定	為首次舉辦
	國際詩歌節	同上	2001	不確定	
藝 術 經 紀 公 司	年耳國際兒童藝術節	牛耳藝術經紀公司	1992	每年一次	
	國際巨星音樂節	同上	1997	不確定	2000 舉辦第二屆
	國際藝術節	新象藝術經紀公司	1980	每年一次	已停辦
	環境藝穗節	同上	1988	每年一次	
	阿格麗希音樂節	同上	2001	不確定	為首次舉辦
	台北 國際城市藝術節	台北藝術推廣協會	2000	每年 4-6 月	1998、1999 承辦台北藝術節

³⁹ 此表因非本論文研究論述之重點，並且限於時間及人力資源有限，無法作全面性普查，因此資料多有不全之處。

	世界音樂節	同上	2000	每年一次	
	台灣國際舞蹈營	同上	2000	每年 7.8 月	
企業	裕隆藝文季	裕隆汽車	1992	每年一次	
非營利單位	皇冠藝術節	舞蹈空間舞團	1994	每年一次	改自 1986 年第一次舉辦的皇冠迷你藝術節
	小亞細亞亞洲小劇場網路	皇冠小劇場、舞蹈空間舞團	1997	每年一次	
	屏風演劇祭	屏風表演班	1996	每年一次	
	台北國際打擊樂節	財團法人朱宗慶文教基金會	1993	三年一次	
	耕莘藝術季	耕莘文教基金會	1997	每年一次	
	兒童戲劇嘉年華	同上	2001	不確定	
	夢迴亞洲街藝術節	國光劇團	N/A	不確定	
	捷運藝術季	台北捷運公司、國立藝術學院	N/A	不確定	
	放風藝術節	台北小劇場聯盟	1998	每年一次	
	小劇場年終藝術節	台北小劇場聯盟	1999	每年一次	
	亞洲民眾戲劇節	差事劇團	1993	不確定	1994、1998 亦舉辦
	台北國際攝影節	中華攝影文化協進會	1996	二年一次	前身為台北攝影節
	狂想年代 (Taiwan Dance Umbrella)	古名伸舞蹈團	2000	每年一次	鼓勵國內舞蹈創作為主
	帳棚戲劇節	財團法人跨界文教基金會	N/A	不確定	
	女節	同上	1996	不確定	2000 年亦舉辦
	2000 台灣國際青年藝術節	國際民間藝術組織台灣總會、台南市府文化局、台南市立藝術中心	N/A	不確定	
	四流巨星藝術節	台灣渥克劇團	1995	不確定	
	破爛生活節「後工業藝術祭」	吳中煒、林其蔚、李疾	1994	不確定	
	台灣省音樂藝術季	台灣省立交響樂團	1992	不確定	
	新舞台 新舞風	財團法人中國信託商業銀行文教基金會	2000	每年 5.6 月	

	2001WAC(Worldwide Art Collective)國際劇場藝術節	Chad Leslie, Kami Litvine	2001	不確定	為首次舉辦，目前無固定組織	
校園單位	台大藝術季	台灣大學	1995	每年4月起		
	師大藝術季	台灣師範大學	1994	每年一次		
	關渡藝術節	國立藝術學院	1993	每年一次		
	東海藝術月	東海大學	1994	每年5月起		
	中正藝術季	中正大學	2000	每年5月起		
	成大藝文季	成功大學	2000	每年一次		
	珊瑚潭藝術季	台南藝術學院	2000	每年一次		
	陽光藝術季	中山大學	N/A	每年一次		
縣市別 ⁴⁰	台北縣	中原普渡藝術節	台北縣政府	1993	每年兩次	
	基隆市	國際現代音樂節	基隆市立文化中心	1997	不確定	
	桃園市	台灣國際吉他音樂節	亞藝藝術有限公司、桃園縣立文化中心	N/A	不確定	
	新竹市	竹塹國際玻璃藝術節	新竹市政府	1995	二年一次	
	新竹縣	新竹縣國際花鼓藝術節	新竹縣政府、聯合報系文化基金會	2000	不確定	
	苗栗縣	三義木雕藝術節	苗栗縣政府	N/A	不確定	
		國際假面藝術節	苗栗縣政府	1999	不確定	
	台中市	大墩國際民俗工藝節	台中市立文化中心	N/A	二年一次	
	彰化縣	國際傳統音樂節	彰化縣政府	1998	不確定	
	南投縣	台灣文化節	南投縣政府、國立台灣手工藝研究所、中國時報	N/A	不確定	
	雲林縣	國際偶戲節	雲林縣政府	1999	不確定	1999年首次舉辦
	嘉義市	嘉義管樂節	嘉義市政府	1993	每年一次	1997年擴大舉辦為「國際管樂節」
嘉義縣	新港國際社區兒童藝術節	嘉義縣政府	1998	不確定		

⁴⁰此活動多為文建會「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計畫」之活動，限於時間及人力資源有限，無法作全面性普查，因此資料多有不全。

台南縣	南瀛國際民俗藝術節	台南縣政府	1996	不確定	
高雄市	高雄市傳統藝術節	高雄市實驗國樂團	N/A	每年一次	
	國際雕塑節	高雄市政府	1998	不確定	
高雄縣	國際舞蹈節	高雄縣政府	1998	不確定	
屏東縣	國際民族樂舞節	屏東縣政府	1997	不確定	
	東港王船祭	屏東縣政府	N/A	不確定	
宜蘭縣	宜蘭國際童玩藝術節	宜蘭縣政府	1996	每年 7.8 月	
	冬山風箏節	冬山鄉公所、宜蘭縣政府	N/A	不確定	
花蓮縣	國際石雕藝術季	花蓮縣政府	1997	二年一次	
台東縣	南島文化節	台東縣政府	1999	不確定	
台灣省	台灣民俗技藝節	台灣省政府文化處	N/A	不確定	

N/A 表資料無法取得

資料整理：吳淑鈴

資料來源：《1998-2000 城市文化交流會議-1998 上海會議總結報告》資料；潘雅君〈福爾摩莎上的藝術節〉；邱瑗，〈傳統風光不再，另類大放異彩 - 體檢八十四年的「藝術節」！〉；各藝術節宣傳 DM 等。

二、台北藝術節案例分析

(一) 台北的歷史文化發展背景

台北是一個典型的盆地，四面環山。早在 7000 年前即有史前人類在台北盆地活動。而根據史上記載，平埔族的「凱達格蘭族」人是台北的先住民。17 世紀，西班牙人與荷蘭人先後到台灣北部發展，而後鄭成功入台才結束了台北地區約 30 年的荷西統治時代。但台北地區一直到清康熙 40 年（約西元 1701 年）後才因漢人的移入而較有開發，並漸漸地展出艋舺（萬華）、大稻埕、大龍峒（大同）、八芝蘭（士林）、錫口（松山）等地方。

1875 年台北正式設府，統轄淡水、新竹、宜蘭三縣，1884 年台北城竣工，台北盆地的重心逐漸移至城內，以此進入下一個發展階段，但直至 1920 年日治時期正式設立台北市才加速了台北市的近代化，並大致底定今日淡水以東、大直以南、中崙以西、公館以北的台北市範圍。

二次戰後，台北市成為國民政府來台接收的省會所在，亦成為日後政府遷台的首都。1967 年台北改制為院轄市，面積也從 70 平方公里擴為約 271 平方公里。而人口方面也由光復初期 33 萬人激增至今日約 260 萬人。

而台北的都市開發，大致上是由淡水河的西區逐漸往遠離河岸的東區發展，今日在臨河沿岸的舊市區，如艋舺、迪化街、大龍峒等地的地方景觀多有舊容，而開發較晚的東區，如信義區則儼然已經發展成台北的國際金融貿易中心。雖然台北市今日已充分聚足國際化、都會化、多元化的文化特質，但是綜觀台北市的歷史發展可以得知，許多深具特色的行政區文化資源，如士林區是台北地區的文教發源地，並擁有許多名勝古蹟；北投區也擁有相多的名勝古蹟與自然資源；萬華區的傳統老鎮、商業街；大同區的大稻埕文化、宗教祭祀、迪化街等等，都承載了台北市的許多歲月與記憶，因此台北市未來的文化發展除了繼續朝國際化的方向發展之外，也當汲取過去累積的文化養分，思考一個暨可能多元又兼顧傳統文化的都會文化活動。而正也是目前台北文化局所積極努力的工作方向。

(二) 台北藝術節之緣起與發展

首先筆者先就「台北藝術節」這個名詞、歷史脈絡作說明。國立中正文化中心曾在 1993 至 1995 年舉辦三屆「台北國際藝術節」(Taipei International Festival of

the Arts, 簡稱 TIFA), 其是以表演藝術名家為號召之大型綜合藝術展演活動。而此處所探討的台北藝術節乃是指承台北市立社教館所舉辦的戲劇季而轉變成的台北藝術節。

蓋台北市政府所主辦的官辦藝術節有三：台北市音樂季、台北市傳統藝術季及台北市戲劇季。台北市音樂季自民國六十八年秋天開始由台北市立交響樂團承辦；台北市傳統藝術季自民國七十七年由台北市立國樂團承辦，著重在兩岸傳統音樂及戲曲表演交流；台北市戲劇季則自民國七十七年由台北市立社教館承辦，以接受國內戲劇團體提案、表演為主。

民國 86 年 (1997) 台北社教館承辦的戲劇季發生劇團未經作者同意、授權，擅自改編劇本上演的風波，自此藝文界便興起一股將上述台北官辦藝術節「三合一」的呼聲。此時由於台北市政府已訂定 1998 年五月召開「世界首都論壇」的國際會議，因而有配合首都論壇的舉辦，推出整合性藝術節的構想，經過一翻協商與請益之後，乃決定由台北市文化基金會負責規劃此一活動。因此，民國八十七年 (1998) 台北市戲劇季乃轉型為第一屆的台北藝術節，其仍由台北市立教館為承辦單位。之後歷經政治文化機構調整等複雜因素影響，第三屆台北藝術節則收歸台北市文化局策劃，並由於其他因素之影響使得第三屆台北藝術節型態迥異於前兩屆標榜「國際性」的台北藝術節。而先前負責台北藝術節執行的總執行長陳琪亦在 2000 年自行成立「台北 國際城市藝術節」。

(三) 台北藝術節之營運與現況

1、台北藝術節的營運組織

(1) 活動舉辦單位與時間

第一屆 (1998) 台北藝術節由台北市政府與台北市文化基金會共同主辦。台北藝術節委員會承辦。後因台北市文化基金會資金募款問題，到第二屆台北藝術節的主辦單位只有台北市政府，企劃及執行單位則改為台北藝術推廣協會。第三屆則由台北市文化局策劃，透過政府採購法公開招標由年代網際與聯合報執行。

活動時間方面，第一、二屆的舉辦時間皆在五月至六月中旬期間，為期約四十五天左右。第三屆則經重大變革，改在十月舉辦，為期約二十天左右。

(2) 台北藝術節的營運組織

在藝術節組織運作方面，辦理台北藝術節之初台北市政府特別成立藝術節委員會，而後第二屆更成立了藝術節執行委員會，並由節目遴選委員會負責整個藝術節節目的挑選並協助藝術節的運作。如圖 3-3-3 所示，第二屆台北藝術節雖然還沒有穩定的組織架構，但已經有一個藝術節運作組織基本的雛形。不過這個運作雛形已因第三屆台北藝術節的改弦易策而失去其原本可能的發展性與意義。

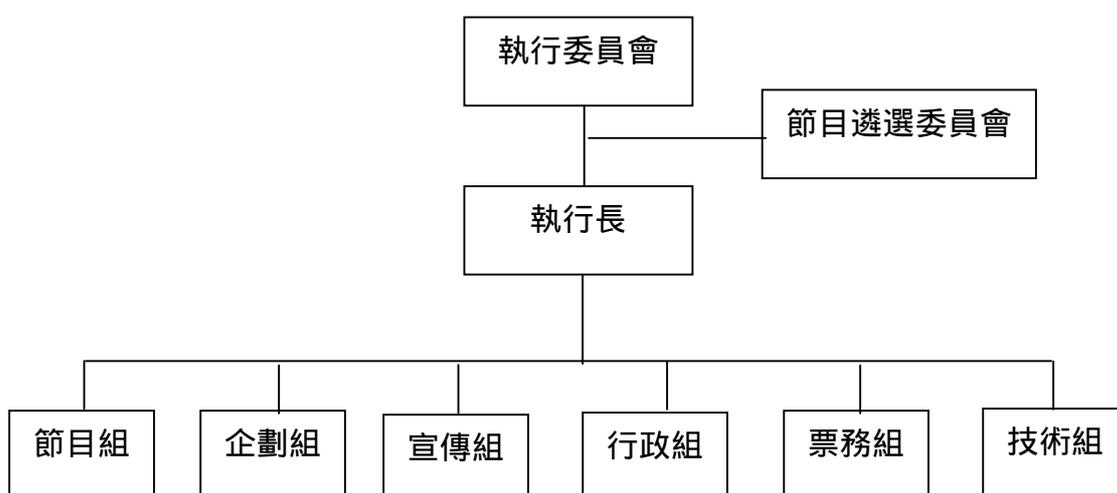


圖 3-2-1 第二屆台北藝術節執行小組組織圖

資料來源：《1999 台北藝術節執行工作報告》

圖表製作：吳淑鈴

圖 3-2-2 第一屆台北藝術節 LOGO

資料來源：《第一屆台北藝術節特刊》

圖 3-2-3 第二屆台北藝術節 LOGO

資料來源：《第二屆台北藝術節特刊》

圖 3-2-4 第三屆台北藝術節 LOGO

資料來源：《第三屆台北藝術節特刊》

(3) 台北藝術節之經費

經費方面，第一屆總活動經費共五千七百萬元，其中三千七百萬元由台北文化基金會從民間募款而來，第二屆約四千四百萬元，總票房收入約 748 萬元⁴¹。第三屆約三千六百萬元。全部皆是透過台北市議會撥款補助。第一、二屆其總經費來源比例如下表 3-3-1、3-3-2。

表 3-2-2 1998 年台北藝術節經費比例表

年度	社教館	國樂團	新聞處	台北市文化基金會(募款)
1998(%)	26.3	3.5	5.3	64.9

資料來源：《1999 台北藝術節執行工作報告》

表格製作：吳淑鈴

表 3-2-3 1999 年台北藝術節經費比例表

年度	社教館	台北市政府	文建會	文化建設基金管理委員會
1999(%)	95.4	1.9	2.25	0.45

資料來源：《1999 台北藝術節執行工作報告》

表格製作：吳淑鈴

(4) 台北藝術節之節目規劃

台北藝術節的最大目標是在「藝術推廣」，因此整個活動設計皆以此為方針。在節目內容方面，到了第二屆台北藝術節一改 1998 年無主題式的大雜燴活動節目而選定了與國際藝壇主流同步的「肢體劇場」為 1999 年藝術節的主題。而一、二屆的活動都將近有百場之多。第三屆台北藝術節雖經變革，但仍以先前預定的「聲音」為主題，活動則以「國內」的演出團體的八大項目為主。

第一屆台北藝術節之活動以國際性、藝術性、親和性、資訊性、教育性為五大目標，分舞蹈、音樂、戲劇、傳統戲曲、全家樂劇場、偶戲大拼台、城市焦點、表演藝術嘉年華 - 台北藝術市集八大項活動。邀請國內二十四個團隊，演出五十六場，國外團隊十一個國家、十三個團隊，演出三十一場，一九九八年藝術節共演出八十七場，參與人數約 60 萬人。而第二屆台北藝術節活動共分進城來看戲、

⁴¹ 第一屆票房總收入無法取得。而第二屆台北藝術節票房收入會如此之少，陳琪表示是因為若為政府全額補助的團體，票房必須全部回歸市庫，因此第二屆的票房收入七百萬元是指採取與團隊合作而票房分攤的結果（〈探討台北藝術節辦理機制座談會會議記錄〉，《1999 台北藝術節執行工作報告》）。第三屆因為全部免費的戶外演出，故無票房收入。

世紀動感、菁華再現、城市焦點、深度之旅五大單元，邀請國內二十一個團體，演出八十一場，國外八個團隊，演出二十四場，總計一百一十五場，其中將近 65 % 節目為免費觀賞，參與人數約 70 萬人。第三屆台北藝術節的活動內容主要可分為八個項目，除了開幕演唱會及閉幕活動外，主要有「圓環走唱系列」、「這一夜我們來拼台」、「時光走廊」、「看見 2001 音樂 party」、「民歌之夜」及「原住民音樂祭」。參與演出的均為台灣的表演團體，含及藝術界及流行文化圈，表演活動皆為戶外的免費觀賞，參與人數約 48 萬人。

(三) 台北藝術節之檢討

1、活動內容檢討

以活動內容來看台北藝術節的節目問題，由上述節目規劃內容的脈絡看下來，可以清楚知道台北藝術節一、二屆與第三屆方向明顯不同。而且似乎因為籌備時間倉促，所以藝術節的活動好像只是一個數字遊戲，包括經費、演出團隊、場次、參與觀眾數，這是台北藝術節相當大的一個缺點：熱鬧有餘而精采不足。

此外，從台北藝術節所邀請的演出團體也可以看出其執行過程的時間緊迫性壓制了本來藝術節節目的可能性。以筆者較熟悉的舞蹈領域來說，參與台北藝術節的國內外舞蹈團體分別如下表 3-3-1 所示：

表 3-2-4 1998、1999 年台北藝術節 舞蹈類節目表

1998 年台北藝術節 舞蹈類節目		
	演出團體	節目名稱
國 外	俄羅斯國家民族舞團	《躍動！俄羅斯》
	巴西越限舞團	《Ballet Stagiù》
	英國瞬間動力舞團	《Stung》
	澳洲表現舞團	《十年飛舞》
國 內	台北室內芭蕾	《邊緣沉思錄》
	光環舞集	《草履蟲之歌》
	原舞者	《祭》
1999 年台北藝術節 舞蹈類節目		
國 外	比利時終極現代舞團	《非關慾望》
	巴拉圭國家芭蕾舞團	《Erltaja》、《Trocito Cielo》
	廣東實驗現代舞團	《心際游曳》
	法國瑪姬瑪漢現代舞團	《哄動》
國 內	太古踏舞團	《蛹舞》
	李寶春與台北新劇團	《舞與武之美》

雲門舞集	《1999 春色系列》
舞相四色	《台灣身體新世紀》

資料來源：《1998 年台北藝術節結案報告》、《1999 年台北藝術節結案報告》、
《1999 年台北藝術節專輯》

表格製作：吳淑鈴

由上表我們可以得知，國外的表演團體或有不錯的演出節目，自是為國內觀眾帶來許多欣賞機會，但仔細的分析國內表演團體部分即可發現，台北藝術節邀請的表演藝術團體多是國內已稍有名氣的舞蹈團體或創作者，且其演出作品多是非專為藝術節而作或非首演。雖然這提供演出團體多一個表演機會，但就藝術創作方面而言，並未提供藝術家一個創新作品的機會與足夠的空間，更遑論藝術合作的更高層次⁴²。這也是台北藝術節前兩屆備受藝文團體批評的地方，而有「與藝文團體爭利、搶檔期」的聲音出現，因其作業匆促，使得演出團體雖有參與之名卻無受益之實⁴³。

相反的，2000 年創立、以鼓勵台灣舞蹈創作新銳的 Taiwan Dance Umbrella 在藝術創作方面反倒是較具實質功效。此外，新舞台也開始固定每年五月舉辦新舞風，雖然還不甚成熟，但也提供國內許多年輕學子觀賞不同風格演出的機會。而第三屆台北藝術節又因迎合政治的需求，轉以貼近民眾的音樂會活動為主，更無一個專業的舞蹈團體參加。

台北藝術節目前正面臨轉形期，一個豐富的大餅及機會，是否離表演團體越來越遠呢？如何達成提昇藝術節節目的品質恐怕是一個非常長久的計劃，而是否一定要有自製、委外、合作節目也端看藝術節的定位及方向。從第一屆到第二屆的活動內容來看，主辦單位已有心改善、協助國內表演團隊之心是可取的，只是方法還未達到適當方式，但若以第三屆的方式來說，恐怕就是過而不當了。也因為這樣的轉變，才會引發第三屆的爭議。「圓環事件」不過是冰山的一隅罷了。

2、運作執行的困難與問題

台北藝術節的運作要是由藝術節的執行委員會主導，它其中一個主要的工作

⁴² 陳琪表示此項缺失乃因經費不足及時程緊迫限制之故（〈探討台北藝術節辦理機制座談會會議記錄〉，《1999 台北藝術節執行工作報告》）。

⁴³ 葉艾艾指出，雲門舞集參與 1999 年的演出在很多配合的實際面上，說穿了只是雲門「掛名」在這個藝術節上（〈探討台北藝術節辦理機制座談會會議記錄〉，《1999 台北藝術節執行工作報告》）。

便是決定藝術節的發展方向，所以第三屆台北藝術節的主題「聲音」其實是第二屆執行委員會所制定的，但因為第三屆藝術節在政策、人事方面都經重大更改、輪替，因此才會造成了第三屆藝術節的節目呈現大大不同於以往，但卻出現前執行長所另外創立、主導的「台北．國際城市藝術節」卻延續了一、二屆台北藝術節的風格與企圖心⁴⁴。

第三屆藝術節執行的窘況其實說明了一個藝術節需要常設機構的必要性，如此，常任性執行委員會的決策才有真正發揮功能的可能。

此外，票房收入也是一個值得討論的問題，目前市政府的法律規定若採全額補助之活動其票房收入必須收歸公庫，而以目前台北藝術節經費幾乎完全倚賴市政府的角度而言，未來要發展成票房、補助、贊助的多元經費來源並維持相當比例的可能性，幾乎是微乎其微。如此一來台北藝術節將必須長久處於收支極大落差的結果中，對於藝術節的經費長期發長來看是極大的隱憂，因此此一問題也是台北藝術節所必須克服的。

3、「台北藝術節圓環事件」

「從實質藝術創作環境來看，這種動輒百、千萬的官方藝術節經費中，真正能夠流到神經末端、嘉惠於表演團體的。通常是以舊節目再製作、或是臨時依照需求製作符合主題的應景節目，爭取最下游的經費。由於這種透過「大盤（官方） 中盤（公關公司） 小盤（表演團體）」的運作模式使然，資源經過層層轉手，分配往往嚴重不均。」（謝東寧，2001：35）

第三屆台北藝術節為了將所有經費完全受惠於國內演出團隊，因此只邀請國內的表演者。而在台北市重慶北路圓環舉行的「台灣百年歌謠」活動，主辦單位因為行政上的失誤，在客家民謠詩人表演者陳永淘先生演唱前，安排了一場清涼秀表演，引起表演者的嚴重抗議，最後引發了一連串的「俗文化」討論。包括「台北市文化局與 TVBS 強暴弱勢文化記者會」、「台北藝術節論壇系列之一 - 百年歌謠是否一定「庸俗」？」等⁴⁵。

安排清涼秀而未與表演者事先溝通，說明了台灣一個的「媚俗」現象與「尊

⁴⁴ 關於節目簽約權等之相關問題不在此討論之範圍，本論點旨在強調不同執行者所影響的節目呈現結果。

⁴⁵ 此事件相關人員之公開說法請參閱附錄二所附之資料。

重」的基本文化修養普遍不夠。不是不能有清涼秀，而是應該仔細規劃過節目的整個方向，遑論藝術節是一個耗資千萬、有所期望與目標的特殊藝術活動。而節目規劃者為了增加活動的人潮而安排此一活動，完全是一種討好大眾的媚俗做法，它以不適當手法取悅了大眾、以觀眾市場為取向，但卻失去了藝術本身所該擁有的堅持與品質。

雖然以「將藝術自精英還諸全民，從藝術殿堂移置日常生活可親之處的用心」（蘇昭英，1999：264－265）以此觀點來看第三屆活動內容，或許我們能多一點包容心來看待其所給予藝文界的錯愕及其他問題，但「還諸全民」的藝術節內容，是否因此只能是「俗」文化或「俗化」的活動？這樣的安排筆者以為並非是對一般大眾的造福，而是一種貶抑。

而台北圓環事件在發展的過程中也可以令我們清楚地觀察到政治與文化的糾葛，原本只是單純的行政疏失，但隨後在記者會中所引發出來的「髒文化」、「俗文化是否一定低俗？」等爭議，甚至牽扯到弱勢族群議題，筆者以為是太過政治化了，完全陷入了民粹主義的巢臼中。或許如溫仲良所言：「在此我們應拓展的是社區公民意識」（溫仲良，2000）。但也因此一手段或過程，使得此一議題得到彰顯或引人注目，這不單是文化的現象而是目前台灣整個社會或世界的一種風氣與現象，面對這樣的一個現象或問題，或許才是台灣的人民必須仔細思考的吧！

其次，在這個事件中，筆者亦觀察到一個施政者作為政治人物與文化人的矛盾現象，文化的理念與施政作為或因許多行政制肘，永遠無法達成完美，但是在此一事件中，不論是論壇的舉辦或是媒體報導等，我們都可以清楚觀察到文化局（或執行單位）強烈為其行政失誤自圓其說的意圖，並且是強烈的意圖麻醉大眾，「第三屆藝術節的每一毛錢應該都流往台灣的藝術家與表演者。今年的藝術節，因此沒有請任何一個外國團體」（龍應台，2000），每個人當然都享有「文化權」，但是這樣果真改善了「九二一地震之後國內許多藝文團體票房慘澹、經營困難（龍應台，2000）」的問題了嗎？「災民」又享受到了什麼？

「歌謠百年台灣」的主題是延續之前所訂定的主題「聲音」而來，不論國際或本土化，都是可以發揮的論題，蓋特質化就是國際化，亦是本土化，應該努力的是發掘出本土的特色與特有，而非著重在國內外團體的邀請上，或許發掘台灣的文化並非易事，但是單就第三屆的台北藝術節的內容規劃，我們不免指出其內容太過於貧乏與匆促，實在無法看出「歌謠百年台灣」的文化內涵深度，歌謠所

指的難道就是 1900 到 2000 的流行歌曲？民間的生命力呢？打開了「民族共同的記憶」又累積了什麼？喚起了台灣人民過去的滄桑歲月記憶，並不代表是能刺激或使文化內涵更好。文化的沉澱是藝術節必須附有的可能的最終標的之一，否則同樣的活動由一個企業集團出資即可達成，何須文化局以藝術節之名舉辦一個「演唱會活動」？藝術推廣是台北藝術節的最大目標，但是綜觀今年（2000）的節目規劃我們不免指出其通俗有餘但精緻不足，精緻並非只限於藝術殿堂的精緻藝術，俗民文化也可以很精緻，但看各人所使用的藝術手法與手段，雖然這樣易陷於精英分子的窠臼中，但藝術本來就是使人不斷提昇的一種媒介。

如同林蔭宇所言：

舉辦台灣百年民謠演唱會的意義在於重新走過歷史。在演唱九 0 年代之前的歌謠時，觀眾席雖也報以熱烈掌聲，但當身著牛仔、彈著電吉他的搖滾樂手一上台，左側大片密密麻麻的年輕學生立即爆裂般瘋狂地拍掌跺腳、忘情忘形地大聲應和吼叫打吹哨，其火爆可謂之「地動山搖」。有趣的是位於正中的一些頭面人物和中年以上的聽眾十分矜持而寬容地端坐著。我質疑，六 0、七 0 年代的民謠在年輕人的心中是否喚起鄉土情？植入歷史緣？是否達到在不同年代出生的人之間心靈情感的溝通？（林蔭宇，2001）」

他所說的感受恐怕也是許多文化人相同的疑惑吧。

第一屆台北藝術節「為了面面俱到，勢必削弱台北藝術節的「個性」和「主題」，作為一個有節慶性格的藝術節，首屆藝術節已具備基本骨架，並為未來的台北藝術節培養了可以造就的人才」（周美惠，1998）。前兩屆的台北藝術節節目主題偏向精英主義，第三屆卻又完全回歸於普羅大眾，這說明一個藝術節在最初的方向與定位的重要性。而大眾文化與精英文化之間是否真的存在著一股無法抹滅的鴻溝？台北藝術節雖起源於效仿國外知名、成功的國際性藝術節，但顯然地是沒有吸取其精華而空學到其外形而已，趕搭著這一「國際化」列車，使得台北藝術節雖是短短的舉辦了幾屆，卻是已明明白白地暴露出其問題所在。而台北藝術節舉辦之前之後對於台北的影響恐怕也是難以期待的。

第三節 國內外藝術節之問題歸納

從上述案例比較，我們可以知道藝術節的運作最重要的是主題與定位，其次

是當地政府與社區的配合度，再配合一個運作正常的藝術節行政組織，運用現代藝術商業的行銷手法，一個成功的藝術節便初具雛形。茲分別說明如下：

一、藝術節的主題與定位

愛丁堡藝術節、藝穗節、香港藝術節或商業或藝術都有其清楚的定位與目標。而台北藝術節在規劃當初，規模即定在較偏表演藝術活動的綜合性、國際性藝術節種類當中。從 1998 到 2000 年不過辦了三屆，問題當然是叢生不斷。首先最大的問題即在其定位。台灣自古即有屬於自己民族的傳統紀念節慶，如元宵節、中秋節等，再受近來西方文化觀念之影響，發展出了現在所謂的文化節或藝術節等，這不單是台灣，而是世界共同的趨勢，因為藝術節慶活動已經成為二十一世紀的一種重要的文化活動趨勢之一，並且是一很好的文化交流方式。而要在全世界近兩千多個國際藝術節中引起世界注意，當然不容易，但國際藝術節最基本的要求之一就是要獲得國際媒體的青睞，因為唯有透過這一個管道才可以拓展城市的國際知名度，進而給予他人對於這個城市更具體的城市文化印象、結合更多的文化夥伴、增進觀光效益。這些都是國際藝術節的基本目標之一。而台北藝術節最初因舉辦匆促並夾雜政治宣傳等因素，並沒有一個很明確的定位，因此辦成了一個大雜匯式、沒有特色的嘉年華會。自第一屆起文化界的批評聲即不斷湧現，一方面指陳出第一屆台北藝術節的缺失，也代表藝文界對台北藝術節的殷切期盼。定位不明，一切的行政規劃等都等於白費。同樣的情況第二屆仍是出現，到了第三屆情況更是嚴重，可真是如平珩所寫一篇短評標題：「換人換政策，到底依循的是什麼？」，而且因為 2001 年第四屆台北藝術節將納入「亞太文化之都」的系列活動之中，又將從 2000 年的「非國際性」(第三屆並不符國際性藝術節節目內容)可能轉為國際性藝術節，這樣一連串的轉變，真正突顯了文化局施政規劃的不周，即使文化行政首長有再多文化願景，此時也是百口莫辯。

至於藝術節定位該如何決定，這是一個值得從長計議的重要課題。蓋世界知名的藝術節莫不以其鮮明的特色吸引藝術觀賞者或觀光客。例如世界三大藝術節之一的亞維儂藝術節是以「實驗性、前瞻性」、「重論經典、發掘新作」為其最大特色，其以戲劇節目為主，並包含大約百分之七十五的自製節目；愛丁堡國際藝術節則以外聘節目為主，所邀請的對象為國際上已具知名度的藝術家或作品，其藝術節目品味傾向大眾化方向；下一波藝術節則是邀請大型的前衛藝術創作，提

供藝術家一個自由揮灑的空間。而亞洲的香港藝術節則是以邀請國際上知名的大型表演來香港演出，其當初最原始的目標即是吸引觀光客到香港旅遊，而花下大筆的錢邀請知名團體演出，不但成功地吸引了人潮並且也打響了國際藝術節的知名度，但其對當地的文化藝術活動並沒有發揮很大的效益，此為其缺點並且是目前正積極改進的地方。藝術節的定位因各國的文化不同當然也有不同的要求，不論為觀光、為商業、為藝術都沒有高低的差別，但是唯有定位清楚、目標清晰才可能有一個成功的藝術節產生。否則再多的討論或優秀的行政體系都無法促使一個藝術節成功。

台灣因為文化生態複雜，因此外國的一套藝術節系統並不一定適用於台灣，文化藝術界的人士若沒有一定的共識要秉棄成見與己見，形成一股民間的力量與政府溝通、對話，只是一昧的批評與不平，如同一盤散沙，不只是藝術節辦不好，所有的文化事務都無法有好的績效。筆者認為一股民間自發性的力量與政府溝通，甚至形成一種監督的力量才是根本的解決之道。文化局若真「有心」永續舉辦一個成功的藝術節，廣集藝文界人士的建言，大家討論出一個共識用心來做，即使一屆做不好，慢慢的累積經驗總是會有一定的績效出現。而定位是必須看待台北市需要呈現什麼樣的城市文化來決定，即使文化決策操縱在少數文化精英手中，台北市城市文化風貌的形塑仍舊是根本的訴求，而決策者也必須避免精英理論的缺失。

二、藝術節的運作組織

台北藝術節除了定位不明確之外，亦有辦理機構、經費的問題。蓋一般的藝術節都有一個常設的非營利機構來經年從事藝術節活動的規劃與舉辦，其節目之挑選通常由藝術總監、執行長或藝術委員會來決定一切的藝術品味與節目挑選。不論哪一種類型，此一非營利機構通常都有幾位經年聘用的藝術節專職行政人員，負責藝術節的一切行政事務，到了藝術節舉辦期間則增至百位工作人員或許多義工性質的臨時約聘人員來參與藝術節的舉辦。

台北藝術節第一屆由台北市文化基金會主導，但此基金會後來卻牽扯上政治獻金問題。第二屆本來擬由台北藝術推廣協會發展成主導藝術節的恆久非營利機

構⁴⁶，但因其屬於社團法人並不符合法規規定的財團法人⁴⁷，且其作為一個新團體，在第二屆藝術節時程的限制下，其短期內無法徵詢相關單位的意見而達到相當程度的程序正義，因此也就無法達成預計之組織目標。第三屆則又因政府採購法而改由公開得標的年代公司主導。

這樣的一個脈絡下來我們可以很清楚的知道藝術節的行政經驗無法做出有效的累積。一個成功的藝術節其背後必有相當優秀的行政體系，節目的規劃最少亦需兩至三年的籌備，台北藝術節面臨這樣的窘況，活動的成效當然是無法有一個令人滿意的成果。更遑論進一步檢討藝術節節目的質與量、解決台北市的表演場地荒、創造了多少觀光收益、到底累積了什麼給予市民。愛丁堡藝術節及香港藝術節雖然也不是在一開始即先成立一個非營利組織來運作，但在不久之後也都發展出此一組織，並且成為獨立政府之外的中立機構，因此才有近來的成功，而台北因為起步較晚，已有國外相當成功的經驗，當是學習之，否則實在很難超脫藝術節的組織需求而成為世界獨一無二的成功例外。

三、藝術節的經費

此外，台北藝術節亦面臨一個經費的基本問題，蓋目前的台北藝術節的經費是由市議會逐年審預算所撥的款項為主要金錢來源，因經費過分依賴政府因此受限亦非常大，如前所提過的，藝術節的節目規劃必須作業兩至三年，但是沒有足夠的基本經費，如何安排藝術節節目、預先邀請國外優秀團體或與國內藝術家合作？面對這一問題除了可與市政府各方協調出一個可行方法之外，藝文界亦必須朝民間募款的方向思考，蓋企業贊助已是文化藝術無可避免的課題之一，除上述案例英國愛丁堡國際藝術節、藝穗節、香港藝術節，世界各國的藝術節不論是國際或民俗，企業、個人贊助的金額與票房收入都是佔藝術節經費的主要部分，而政府補助卻佔次要的。也唯有自民間募款才有較大的輝灑空間並且是台北藝術節目前較可行的方式之一。

而相較於愛丁堡國際藝術節約有£ 200 萬（約台幣 9700 多萬元）的票房收入，香港藝術節約有港幣 2100 萬（約台幣 9400 多萬元）的票房收入，台北藝術

⁴⁶ 執行委員會為非法人機構故無法承接公部門經費，為使藝術節的經費運用更有彈性，因此乃仿「台北電影節」而成立「台北藝術推廣協會」。

⁴⁷ 財團法人必須受到相關主管單位監督。

節因法規限制或其他因素而使得票房收入不過 700 萬台幣甚至更少，此可顯示出台北藝術節在票房收入方面的弱勢，雖然票房收入不一定代表藝術節的成功及有盈餘，但卻代表了其可以彌補收支赤字或經費更彈性運用的可能性。

另外，台北藝術節經費相對於世界知名的藝術節動輒兩億台幣左右的經費，當然是無法相比，但必須在此說明的是，雖然筆者以亞維儂或愛丁堡等藝術節作例子說明，但其用意是用來說明其藝術節成功運作的基準點而非是要求其國際性、規模等與其相當，蓋世界任何一地都有其特色，皆可發展其特有的藝術節，何須模仿別人？小而美的藝術節也可能是非常吸引人、成功的國際藝術節。

但不可諱言，三千萬與二億元的經費對比，實在是相差太多，而經費差別直接的影響是縮減了藝術節節目品質的其他可能性，因為在此所討論的國際藝術節勢必需要邀請國內外演出團隊共襄盛舉，而從前面三個藝術節案例的經費比例中可以得知，一個大型的國際藝術節有將近一半以上的經費（愛丁堡國際藝術節更將近 74 %）是用於節目的製作及呈現上，也就是說經費不足可能使得國內外的邀請名單、範圍、合作對象、合作方式都會受到較大的限制。而目前台北藝術節相較於國外知名藝術節的財政方面，不論是政府補助、或贊助、票房收入都相差極大，這也說明了台北藝術節的限制性。

藝術節的版圖可由「城市 國家 國際」的方向來發展（梁蓉，1998：86），但歐洲因為有深遠的文化背景作為藝術節的基本養分，並且具有將藝術節觀光化、聖地化、商業化的文化視野與企圖，能將藝術節活動與當地的藝文發展緊緊相扣，再加上許多因素而有今日藝術節之成功風貌，固然是我們所學習的目標，但在學習之餘必當考慮到我們自己所特有文化、民情，否則一味抄襲西方，當無法有對等或超越的文化地位與成果。台北文化局若有心繼續舉辦台北藝術節，應當是將之「緩一緩」，釐清許多基本的問題，否則將來很可能會發展成祇是浪費人民公帑的政治宣傳品而已。

而從香港藝術節及愛丁堡藝術節的預售門票⁴⁸，我們即可得知兩個藝術節都擁有一個完整的事前規劃運作體系及發展相當好的行政系統，相較於台北藝術節每年需經台北市議會的預算審核，行政運作經費負擔高度限制與風險，實在是著「巧婦難為無米炊」之嘆啊！

⁴⁸ 2002 香港藝術節（2/12-3/17）預購門票的時間為 2001.11/7-12/8。

第四章 台灣國際藝術節之規劃與建構

「Kitsch」一般將它翻譯為「媚俗」，用來指稱近代社會中一切事務活動中主事者迎合世人需求的醜陋心理與面態。米蘭 昆德拉有一段精采的描述：

Kitsch 這個字元於十九世紀中之德國，它描述不擇手段去討好大多數的心態和做法，既然想要討好，當然得確認大家喜歡聽什麼。然後再把自己放到這個既定的模式思潮中。Kitsch 就是把這種有既定模式的愚昧，用美麗的語言和感情把它喬裝打扮。甚至連自己都會為這種平庸的思想和感情灑淚。」(米蘭 昆德拉，2000：380)

將它用來形容目前的許多政治或文化活動其實是非常適合不過的，而台灣許多的文化藝術活動更是因為擺脫不了政治的干預或制軸，常使文化成為政治的附庸。目前的台灣官辦的藝術節慶活動，或許正是有著「媚俗」之嫌。以下就分別以藝術節的運作組織檢討、台灣過去相關文化政策之分析、相關藝術美學藝涵詮釋，再歸結出台灣國際藝術節的未來可能性。第四章延續前章之論述，首先歸結出國際藝術節的運作模式及其特有的文化生態，第二節則說明藝術節本身所牽涉到的政府相關文化政策與法規，尤其是有關台灣目前舉辦藝術節的部分尤為重點，第三節更進一步點出舉辦藝術節背後所代表的文化商業化趨勢及其商業運作、市場化真實意義與藝術節文化定位之重要性。第四節則希望透過前面之論述勾勒出台灣未來國際藝術節之可能藍圖。

第一節 國際藝術節運作模式與文化生態

一、藝術節的運作組織

藝術節的運作組織方面，吉本光宏先生針對歐美各國及日本代表性的藝術節所做的深入調查（NLI Research Institute，1995）顯示，歐洲因為對文化有較深層的耕植歷史，所以政府普遍來說都對藝術節的運作有相當的影響力，因應各國不同的文化政策及民情，政府主要是透過補助的方式來支持維持藝術節運作的非營利組織，如協會、有限公司、基金會或獨立的法人組織等。

而美國則是不論藝術節規模大小都傾向於以非營利組織來運作。亞洲方面卻恰恰相反，政府扮演重要份量的情形居多，但此種方式又與歐洲不強力干涉的情

形不同。胡恩威⁴⁹指出其中的差別：「在歐洲我們看到是藝術家想要作一個藝術節而政府支持，在亞洲則是政府想要作一個大型的具有票房的綜合藝術節，做出來則和民間的文化發展完全沒有關係。」（王怡瑜，1999：206）此外也有因為政府能力不足，民間作為帶領風潮的狀況。綜而言之，不論歐美或亞洲，政府的支持都是藝術節的重要、先決條件之一。

但吉本光宏先生也在研究中指出政府主導的問題，因為藝術節非常需要一個獨立的、彈性的行政體系，而這卻是政府主導比例大的藝術節組織所無法承擔得起的，因此常常會使得這種藝術節顯得軟弱無力而不穩定。同樣的情形也是發生在目前的台北藝術節運作中，深度訪談者認為：

如果我們從藝術節的本質來看，這樣的活動需要非常彈性的行政體系、需要長期規劃，可能 2000 年已經在規劃 2003 年的名單，它是領先二、三年的、未來的一種趨勢，你一定是現在在做二、三年後的事。所以這樣的一個行政機制，不管是它的時間性或它的操作方式，都不是政府機關、現有的行政機制可以操作的，更不要說是實驗等。這樣一個充滿矛盾與衝突的機制是無法來操縱藝術節的 這樣的藝術節也可以說是死掉的（訪談，b）

除了公私部門的區別，有些藝術節像是歐洲發展歷史較久的藝術節，如亞維儂藝術節、愛丁堡國際藝術節都有一個經年營運的藝術節專職機構來負責藝術節的所有事務。有的藝術節則是本身即有一個恆久的表演場所或是樂團組織，如 Brooklyn Academy of Music（布魯克林音樂學院）的下一波藝術節、波士頓交響樂團的壇格塢藝術節，或國內新舞台的新舞風，都屬此類。

新舞台是從一個劇場來做藝術節，全世界很多劇場都做這種事，他們藉此來豐富自己的場地，而且這也是一個主要的 programme 方式。新舞台的架構確實是很標準式的。一般而言一個劇場都會有一段時間要做自己的藝術節，以充分的利用這個場地。他的行政組織就是他原來劇場裡的行政人員，所以事實上沒有什麼太大的差別。」（訪談，b）

而有一些藝術節也有可能因為新創或是規模較小或經費不足，所以並沒有一個經年運作的組織，而是隨著藝術節的結束而結束，來年再重新營運。是故，並

⁴⁹ 胡恩威為香港發展策略研究所主席及香港文化界聯席會議主席。

非所有的藝術團體都擁有一個組織或是場所，但是需要恆久經營，不可諱言的確需要一個穩定的運作組織。

二、藝術總監的重要性

藝術節的靈魂人物是藝術總監⁵⁰，一般而言，歐美都傾向一個有相當權利挑選節目、決定藝術節整體方向、節目內容的藝術總監，以亞維儂的藝術總監為例，其工作是：

選擇並安排演出節目，每年依預算策劃三十到五十齣戲，由我（藝術總監）決定演出國家、團隊、導演、節目。我可以和我的工作夥伴討論，或徵詢其他藝術家的意見，但最後決定者，只有我一個人（委員會不能影響決策）。這是維拉時代就建立的傳統。（梁容，1997：63）

也因為如此，藝術總監必須為整個藝術節的成敗負責⁵¹，因為不可諱言地，除了票房之，「市場也並不是完全由票房決定，有可能叫好不叫座。」（訪談，c）「藝術品質」仍是一個藝術節成功與否的評估要件之一。

而 McDonnell et al.指出：

在過去，一個節慶活動的設計或許只需單單考慮到滿足觀眾的需求，而隨著節慶活動的演變，現在節慶活動在設計之初所需考量的因素卻複雜了許多，包括觀眾的需求、政府的施政方針與法規、媒體需求、贊助者的期望、社區需要等，甚至加入了觀光的合作。一個成功的藝術節執行長、總監除了必須確保活動內容的品質外，更重要的是能協調各個合作單位的需求與衝突，以此才能創造出成功的藝術節。（1999：39）

Bernard Faivre d'Arcier⁵²也指出藝術總監就像一個「『大眾的製作人』，不是為了個人利益或在媒體出風頭，而是像個擺渡者 - 一個介於大眾及藝術家（法國及外國的）之間的主持人。」（劉蘊芳，1996：118）除了藝術專業的要求，因應現代的競爭與商業化，藝術總監的行政能力也更受重視。歐美知名藝術節的藝術總監過去也有因為藝術節虧損而辭職的案例。

⁵⁰ 一般而言有 Artistic Director 和 General Director，前者負責節目的控管，後者還需兼負行政監督之責。國內近來也有人將視覺藝術方面的「策展人」一詞運用至表演藝術的活動策劃概念，不過筆者仍以藝術總監一詞來含括。

⁵¹ 亞維儂藝術節的藝術總監任期三至五年，任期屆滿委員會根據其任期內的表現、觀眾、媒體反應決定是否續任或停任。

⁵² Bernard Faivre d'Arcier 為亞維儂藝術總監。

針對藝術總監的重要性與角色，如深度訪談者所言：

藝術總監可以在總體活動裡面幫助你拉近主題，像一個有一定水準、品質的掌舵者一樣。所以一個藝術節如果辦這麼多活動卻沒有一個藝術總監的話，它很多地方會失去掉。比如說我現在在做裝置藝術，你不能隨便發包給一個人作，你必須要有藝術總監跟他溝通專業的藝術問題才能夠做出那樣的東西來，有一個品質的控管。而執行長是行政上的執行者，他可以有藝術的涵養，但是他也是在做這樣的動作，它（藝術節）一定要有一個人去做這個掌舵，沒有說沒有的。而評選委員會只是做一個節目的挑選，並無法取代這個角色。因為這是一個整體性的規劃、主題性的呈現。如果沒有一個藝術總監的話它無法掌握住一個主軸、基本的藝術訴求。」（訪談，a）

藝術總監唯一的工作就是飛到世界各國去看節目，或是他接電話所有人都要推薦（表演節目、團體）〔指大家都要打電話跟他推薦表演節目〕或是以他熟悉的管道去找節目，他（藝術總監）對這個東西負責成敗，因為這個人的終身職業就是在做這樣的事情，是他的 career，做的好就留下來，做不好就被 fire。

藝術總監就是在這幾個圈子裡、世界各國這樣子轉，我在這個小地方做起來，比如文化中心、文化局，有口碑，英國、另外其他地方就會請我。

（訪談，c）

今天為什麼要藝術總監？因為當然表示第一，其對藝術生態非常的了解，他可能有全世界最好的舞蹈家的連線，比如不是每一個人都可以邀請 Pina Bausch⁵³，今天可能他寫個傳真，Pina Bausch（時間上可以的話）可以毫不思索地答應、考慮，今天即使你是個劇場館長，so what？

⁵³ Pina Bausch（畢娜鮑許）（1940－）畢業於福克旺學校（Folkwang School），目前帶有鄔帕塔舞蹈劇場（Tanztheater Wuppertal），是當代德國舞蹈劇場的大師，影響世界舞壇極深，其代表作有〈春之祭禮〉、〈穆勒咖啡館〉、〈康乃馨〉等。她最常被人引用的一句話是：「我在乎的是人為何而動，而不是人如何動。」1996年 Pina Bausch 受香港藝術節協會及歌德學院的邀請到香港進行三個星期的密集排練，之後回到福克旺繼續完成作品，將其（The Window Washer）作為1997年香港藝術節的重頭戲之一。此一活動花了香港藝術節相當大的一筆經費，但也卻成功地引起了國際舞蹈界、媒體的注意。

所以為什麼要一個藝術總監，因為他熟悉而且他知道他為什麼要邀請這個藝術家來，這個藝術家有什麼東西，今天要做的事情是什麼，可以選擇，可以很確定這一季你要做的事情是什麼。藝術總監是這樣的一個角色。（訪談，b）

由上面的訪談可知，藝術總監的確是一個藝術節成敗的關鍵人物，因為其所必須具備的才能、資源並非一般人所能輕易取代。第三章的案例愛丁堡國際藝術節、愛丁堡藝穗節都擁有藝術總監來掌控藝術節的品質，而香港藝術節因為是循愛丁堡藝術節的模式而來，所以也是藝術總監的體系，而台灣的台北藝術節，第一、二屆卻是屬於亞洲普遍的外界專家委員會挑選節目，由一個執行長作整體的執行，雖然已初具形體，但還是沒有發展到完整的藝術總監獨挑大樑的情況。

亞洲國家或是因為政府體制與民情的影響，所以傾向以一個較公平、公正的專家委員會所組成的小組來規劃節目，這樣的做法或許是能防範一些弊端，但是在選擇挑選節目的委員會時必須相當公正，以此才能避免引起其他爭議。此外，除了政府官員、企業團體為指導委員會的必然成員之外，又該由哪些標準來選擇委員會的委員呢？藝術節由誰負責成敗？監督之權又該屬誰？評選委員或藝術總監挑選節目都各有優缺點，只是以目前台灣的台北藝術節情況來說，的確是陷入僵局，因為它像是政治的宣傳品而無須由哪一個人來負責成敗。「他（政府首長）今天不會因為一個台北藝術節就下臺，所以這能怎麼辦？這就是官辦藝術節的問題。只能眼睜睜的看它一直浪費資源。」（訪談，b），市民亦不會認真來看待此件事，藝文界亦無共識，所以不僅台北藝術節，甚至台灣的藝術節都無一個發展較穩定的藝術節組織架構。

台灣的藝術節似乎都沒有一個完整藝術節組織，做一做都不見了，其實這很好玩，因為我們的生態也很現實，你不行就會被淘汰。可能因為在規劃時這個活動就沒有被需要到，做了一屆勉強湊到人，第二年觀眾就不來了，因為很難看，很現實的 - 還會不會做第三年？」（訪談，c）

此外，李疾也指出目前國內官方的藝術活動不但沒有連結文化與社會，反倒是成為文化與民意的網綁（謝東寧，2001：35）。謝東寧也認為在目前官方主導的藝術節舉辦模式下，是很難有藝術總監適當的發揮空間：

官方藝術節活動的舉辦有其固定的規格及流程，大都先依地方需求訂定主題，邀請專家學者討論內容方向，然後再依政府採購法，採取公開招標的

方式，邀請民間單位提出各自的企劃書，競標後由得標單位委託執行。所謂的民間單位，近年來大都是新成立的公關公司，或是協會、基金會。最後得標的承辦單位再針對活動規劃內容，發包給不同的表演藝術團體執行。

在這個運作模式中，策展人⁵⁴的角色似乎找不到空間。

，這種一年一標的作業方式，得標單位年年換，官方主事者也多缺乏以長遠的眼觀規劃配套措施，讓藝術節活動毫無累積與延續的可能。（謝東寧，2001：35）

是故，不但台灣藝術節的藝術總監人才難覓，文化環境及整個基本的相關配套措施也是相當的貧瘠與不健全。文化評論家南方朔先生曾提出台灣的藝文界似乎有著「評審 教父 官僚」⁵⁵三種角色混淆的情形與弊端產生（南方朔，2001），人才抉擇的確是另一個程度必須改善的文化困境。

三、藝術節的組織架構及政治干預問題

除了第二章第五節，呂宜玲所出的藝術節基本架構圖（圖 2-5-2），吉本光宏針對案例的四年實際調查研究更顯現出亞洲跟歐美的藝術節組織有一些不同之處，其架構圖如下圖 4-1-1，圖 4-1-2（NLI Research Institute，1995）

⁵⁴ 其指的策展人即藝術總監一職。

⁵⁵ 南方朔認為評審是藝術文化的守門人，必須要「清」。教父則是藝術文化的另一種固執行家，堅持、有特殊癖好、執拗、「霸」。官僚則是一種服務的行業，必須為人作嫁。三種不同的特質少有人有天賦異稟能兼任之，台灣藝文界因三種角色亂了套，因此才會產生目前藝文界的諸多問題

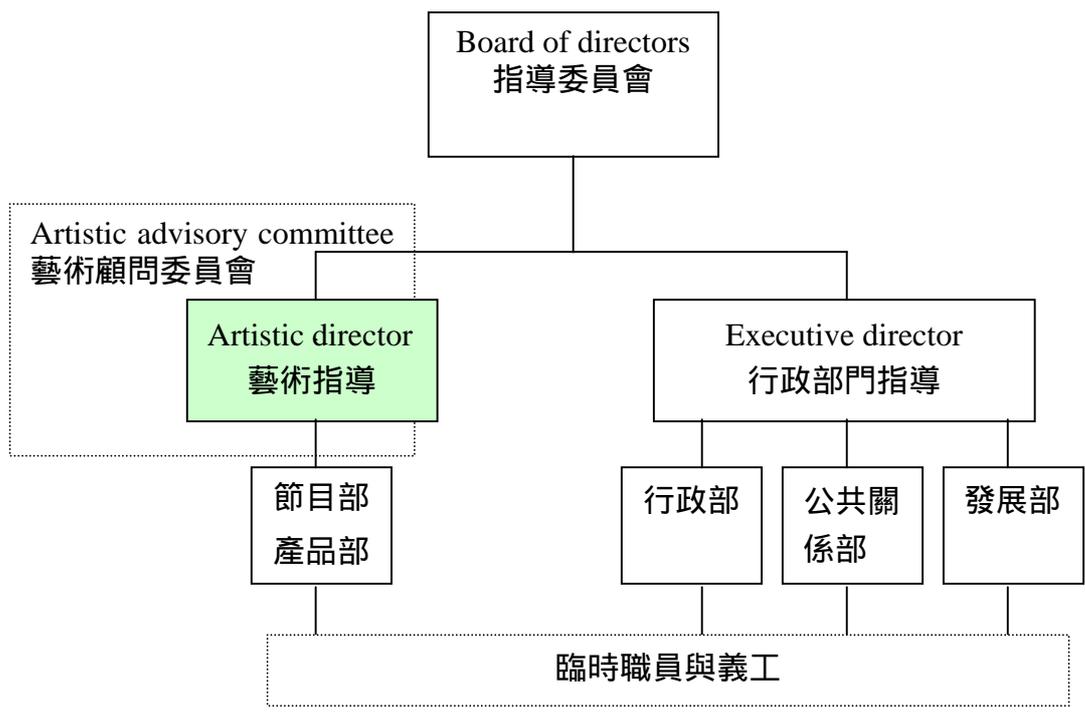


圖 4-1-1 藝術節的一般組織架構圖：美國與歐洲

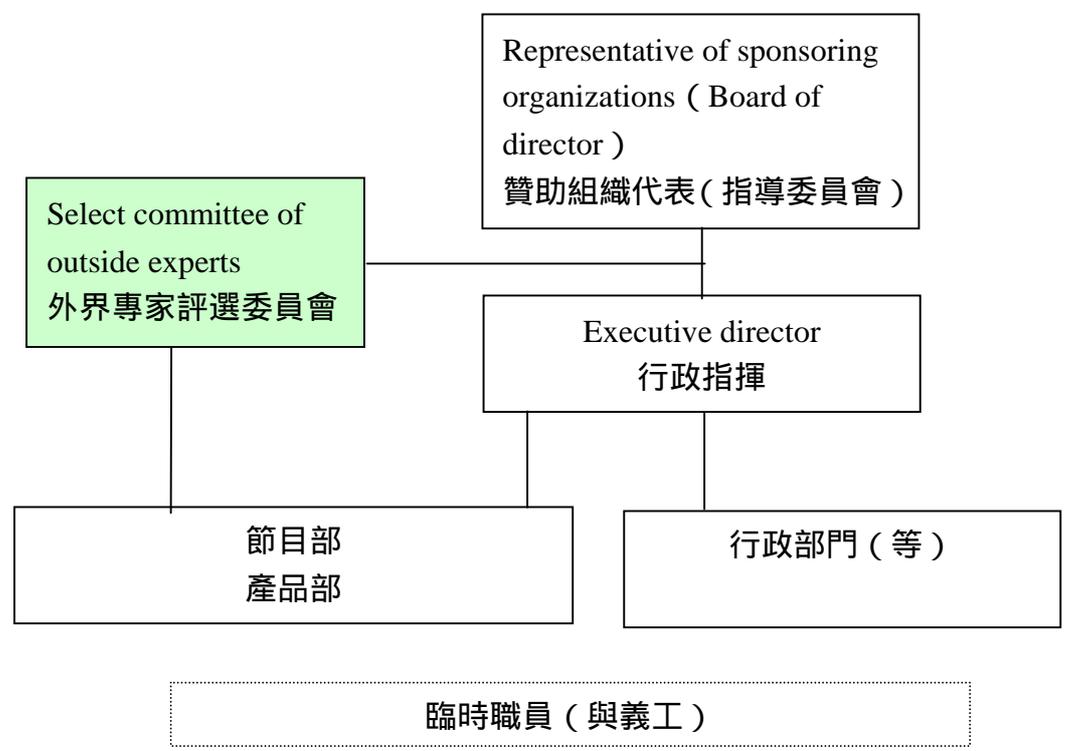


圖 4-1-2 藝術節的一般組織架構圖：亞洲

由圖 4-1-1、4-1-2 可以清楚知道，亞洲方面由外界專家組成的評議委員會指導取代了歐美的藝術總監這個角色，也如前面所論及，這引發了公平與責任的迷思。而歐美因為發展藝術節的歷史、經驗都較亞洲國家豐富，所以義工的組成與運用的確是比較完整，尤其美國的藝術節活動更是倚賴義工甚深，一般而言一個知名的節慶活動，平時或許只有十多位正式職員，一旦藝術節活動期間可能會需要一、兩百名的臨時員工，此時不支薪的義工當然是最好的幫手，許多歷史悠久的藝術節因為經年舉辦，因此與當地社區的居民培養良好的關係與默契，這些資深的義工也就成為舉辦活動的最佳幫手。而義工，能吸引其加入工作的誘因很多，如社區認同、休閒因素、藝術愛好、增加個人專業資歷等。國內雲門舞集戶外公演時每每需要上百名的義工組織才有辦法完成演出，通常參加者都是對其活動有興趣並且有一種理想、目標而加入。「水能載舟亦能覆舟」，因此，義工的訓練與徵募是藝術節運作人員管理層面非常需要注意的地方。

綜而言之，藝術節運作的確需要一個品質監控的掌舵者，除了因為藝術總監這個職位本身即是一個非常專業的領域，不論國內外對其人選的尋覓都有其困難度，加上台灣的文化生態複雜，政治凌駕文化，因此，藝術節的舉辦總是困難重重。如深度訪談者提到：

台灣政治干預藝術的情況嚴重而且又有政治輪替的問題，我覺得這是政治的問題，像亞維儂藝術節根本就不是這樣子辦的，藝術節可以有許多人來做，而政府補助給你，但同時又希望政府不要干涉太多，我們（台灣）介入太多。

目前針對文化局長或市府首長主導很多的政策跟方向的情況，要舉辦一個活動有其困難度。

所以不一樣的思考可能帶給台北藝術節不一樣的方向。政治考量可能是一個很重要的原因。（訪談，a）

如果說文化局長下台，政策當然是會改變，不過我覺得比較難說為了藝術節去成立一個所謂藝術節的專責機構。以前一、二屆在台北市政府是用台北市文化基金會，現在台北市文化基金會獨立出去了，所以也沒有類似這樣的一個中間機構。（訪談，b）

台灣政府對藝術的資源管的太多給的又太少，大家意見就很多。一個藝術節的營運上應該有一個平衡，不能完全仰賴政府單位來做。如果今天有這個市場，它應該是可以存在的，政府相對的在營運比例上還是可以補助的，否則政府舉辦要花很多的錢又不見得有專業的人力來做這樣的事情。應該是民間單位可以獨立、自主的來主辦這樣的事，然後政府提供可以補助的資源。完全倚賴政府或完全由政府來辦是一件很奇怪的事情。（訪談，c）

的確，不論亞維儂、愛丁堡、香港雖有政府資金的大量補助，但其資金仍有一半以上來自私人贊助或募款、票房等，且負責營運的機構是獨立於政府組織，不受政治或其他因素阻擾。台灣目前的狀況是不易成立獨立機構來辦理台北藝術節，而改變的方式或有如訪談者所提到的另一種思考：「其實不是台灣沒有辦法改變，而是藝術行政人才沒有辦法改變那些人（政府、文化首長）能力不足沒有辦法說服他。」（訪談，a）

但是這又必須考慮到藝文界人士本身的一種生存立場：「因為公部門有資源給，而表演團隊都要跟他拿錢、都想接它的案子，所以他們比較不敢跳出來說這樣做不對。」（訪談，c）

所以，面對這樣兩難的選擇題，該如抉擇呢？

其實外國悠久的藝術節是累積二三十年的工作經驗而慢慢發展出來這樣的一個基本模式，並非所有的藝術節都必須依照此一架構，畢竟藝術行政是隨機應變的，若一定依此一模式而忽略了各國的國情與文化，亦不易成功的。且目前台灣一直無法累積藝術經驗，包含傳承與行政，而政治卻又永遠大於文化，政策落伍、生態不健全，不但國外經驗並不適用於台灣，恐怕台灣必須解決的乃是更根柢的基本教育等問題。

第二節 台灣國際藝術節之相關文化政策與法規探討

台灣自民國六、七〇年代已經開始舉辦全國性的文藝活動，其中當然包含引進國際藝術表演的措施，此舉對國內的藝文環境成長投下刺激的因子，因為政策的制定更影響了全國藝文發展的走向，雖不致全盤操控，卻也佔關鍵性的影響。以下就文建會與台北市政府的文化相關政策來分析。

一、文建會「文藝季」到「全國文藝季」

文藝季起源於民國六十九年，主辦的單位為教育部社教司，當時因為文化藝術活動屬於邊緣地位，因此活動內容主要是串聯全國性藝文聯誼社團及大專院校藝術科系所舉辦的藝文活動而成，為期一年，活動地點以台北市為主。在當時的政經背景之下，文藝季活動只是一系列的藝文活動串聯，並無特定主題，活動成效、藝術表演水準亦參差不齊，甚至有研究者指出：「台北市政府主辦的『台北市音樂季』、新象『國際藝術節』等活動都比其有較好的口碑。」(蘇昭英，1999：112)

民國七十一年起，文藝季由剛成立的的文建會舉辦。首任文建會主委陳奇祿表示：文藝季的舉辦是「希望傳統文化根植在生活中，並能在現有基礎上創新」(蘇昭英，1999：17)，十多年來文藝季便以「傳統與創新」為主題、「國人創作、國人演出」為主，至全省各縣市巡迴演出。此階段的文藝季以精緻藝術為重點，台北市為主要的活動範圍，雖有效地引介了國外的傑出表演團隊，也栽培國內許多優秀團體，在初期的確完成了階段性任務，但以此模式延續下去，自是慢慢地引發潛在問題。

民國七十七年郭為藩先生接掌文建會，發表了〈當前文化建設工作一文〉，其中文內提及六個主要的計劃構想就包含了「辦理文藝季、國際舞蹈節、國劇等活動」一項，顯示文藝季、國際性藝文活動仍是包含在文化施政的一個重點項目。而後並依此文擬定了「國家建設四大方案之一 - 文化建設方案」作為最高指導原則。但緊接著就因內閣改組被「國家建設六年計劃」(民國八十年至八十五年)所取代。此後，民國八十二年，又因應內閣改組並配合國家財政預算縮減而整合為「十二項建設計劃」。

文建會為了配合行政院의十二項建設計劃，在十二項建設計劃之三「充實省(市)、縣(市)、鄉鎮及社區文化軟硬體設施」的項目之下，擬定了十二項子計劃，這十二項子計劃可以分為三大類：(一)加強縣市文化活動與設施(二)加強鄉鎮及社區文化發展(三)文化資產的保存與發展。其中第一大類「加強縣市文化活動與設施」方案又包含「縣市文化中心擴展計劃」、「輔導縣市主題展示館之設立及文物館藏充實計劃」、「加強地方文化藝術發展計劃」、「全國文藝季之策劃與推動」、「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計劃」五項(蘇昭英，1999：

3) 透過這些主要計劃，可充分顯示出文建會對於地方文化藝術發展的基礎建設之立意。其中文藝季、國際文化藝術活動（「全國文藝季之策劃與推動」、「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計劃」）仍是文建會所著重的一個活動方式。

文藝季的轉型，在第一年（82 - 83）形成以「人親、土親、文化親」為主題的「全國文藝季」；其主要是由各縣市文化中心主辦，組成全國性的系列活動，活動內容則包含有全國文化中心博覽會、研討會、表演藝術、古蹟文物、民俗工藝等七大系列，共三百多項活動，含及台澎金馬二十五縣市。而藉由各縣市定期舉辦固定主題的小型國際文化藝術活動，期望能發掘地方的文藝特色，使之成為傳統的一部份，以提昇地方的文藝類型與層次。活動的內容也從以單純的藝術展演為主轉為綜合性的人文社會活動。

事實上文藝季在各地的成效仍以各縣市政府首長的重視程度不同而有所差別，「民國八十三年起，文藝季辦理方式轉型，雖已大大提昇文化中心在發掘、整理與整合地方藝文資源的能力，但因經費有限，時程亦短（僅一週左右），仍無法全面兼顧。由中央遴選團隊下鄉，對培育地方藝文團體也無大幫助，未能紮根於基層。」（蘇昭英，1999：4-5）最後，文藝季於八十六年告一段落，為地方文化節和台灣省文化處的文藝季所取代。

二、文建會「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計畫」

文建會為因應全球國際化的趨勢及發展社區總體營造，因此自八十五年度起辦理「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計畫」⁵⁶，這個計畫原屬於十二項重大工作計畫之一，時間從八十五年七月到八十八年六月，四年期的一系列縣市國際文化藝術節。八十八下半年及八十九年度以後，則納入「加強地方文化藝術發展計畫第二期計畫」經常辦理，九十年度則變更「加強地方文化藝術發展計畫」內容，把「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計畫」調整改為納入國際文化交流業務辦理。

「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計畫」的目標為：

- 一、協助地方發掘、保存當地文化特色。
- 二、整合中央與地方及民間資源，強化國內文化體質。

⁵⁶ 活動成果請參考表 3-2-1。

三、創造國際互惠禮遇條件，建立國際文化交流合作模式。(文建會, 2001)

藉由每年輔導各縣市依其潛在地方資源，辦理小型國際文化藝術活動，時間為各縣市二至三年定期舉辦一次，以此構成台灣整體的國際文化藝術活動的系列藍圖，並透過中央及地方文化中心與民間藝文團體資源（如地方文史工作室、基金會、社區廟宇、工商團體等單位）之整合，培養各縣市文化機構、團體辦理國際藝文活動之能力，以此提昇地方精緻藝文活動之水準，帶動產業、環境生態及觀光事業的發展，並使該項國際展演活動，成為地方藝文特色與文化產業的一部份，進而增加地方文化藝術發展的多種可能性。著名的活動如宜蘭國際童玩藝術節、花蓮國際石雕藝術節、新竹竹塹玻璃藝術節等都是「輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計畫」裡非常傑出的例子。

國際小型展演活動是以全國文藝季為基礎，除了強調與地方資源、設備的結合外，更注重地方特色的長期營造，希望透過時間和地點的適當考量，強調本土化、特色化、個性化、社區化等特點，吸引國際的目光，此外，希望藉由與國際表演團隊協會或組織的接洽、合作，增加地方的國際文化交流事務行政能力，進而累積地方藝文資產。

文藝季或小型國際展演活動的舉辦如研究顯示：

「全國文藝季」轉為各縣市自行舉辦，並且地方人文特色及社區生活相結合，讓精緻藝術有鄉土的養料，也讓鄉土民藝有新的動力。而「國際小型展演活動」則扭轉了只有中央才能進行國際文化交流的看法，讓地方以本身人文特色為基礎，舉辦綜合性的國際藝文活動，越過中央層級與世界各國藝文團體進行交流，同時在交流的過程中，更加刺激本身藝文發展。」

「不管是文藝季、國際小型展演活動或個別社區的營造計劃，基本的策略即在「培養文化藝術發展的社會基盤」，同時「創造公民文化」(蘇昭英，1999：51－52)

但真正更貼切的或許如其所說：

文藝季可以說具體而微地呈現當時文化政策的核心價值，資源分配的結構、乃至藝文生態（抑或是塑造了以後的藝文生態？）以及主政者的文化視野。(蘇昭英，1999：114)

因為自民國六十九年起這二十年間，文建會都是透過文藝季的方式來主導國內的藝文活動發展，Swingewood 指出「就現代社會來看，文化也是支配階級藉

以合理化其統治地位的一種手段。各種文化價值、規範與渴望，都是經由主流的社會制度與機構（家庭、政治、宗教、教育與工會等組織）來傳承，這就使得我們日常的生活行事，變成自然而然受到期約致而不自知。」（1997：59），這二十年來的潛移默化作用影響的實在是非常深遠。國內的藝術節熱潮，文建會的文藝季難道不是始作俑者？而且在資料中我們可以發現，全國文藝季之策劃與推動，八四至八六年度軟體部分，總預算高達四億五千萬元。輔導縣市辦理小型國際文化藝術活動計劃，八五至八八年度軟體部分，總預算亦達四億五千萬元。這麼多的經費，在台灣文化又多仰賴政府補助的情形下，此一塊大餅當然是兵家必爭之地。如此一來，不論地方是否有資源、是否有適合的人、時、地，必是想盡辦法的作出一個活動來，一方面它既配合中央文建會的文化政策，一方面也為地方的施政績效增添一筆光彩。既是對中央政府也是對地方人民有所交代。雖然當初中央的立意是希望透過這個方式讓文化的整體性由中央逐漸下放至地方，並且積極提昇民間的力量。但事實上除少數成功的例子外，許多地方的活動都變成了大雜燴式的綜藝性活動，文建會當初的美意是否達成，實需商榷！

文藝季從量的提昇、範圍的擴大，已經成為國家的大型文藝活動，對於整體文化藝術發展環境的形塑，已扮演關鍵性的角色，文藝季的資源成為藝文團體爭取的對象，因為動輒上百萬的製作經費對國內慘澹經營的藝文團體來說實不宜小覷，以此，文建會在規劃整體文化方向與施行細則時實在都需要仔細斟酌。

三、台北市的藝術季及其他

台北市政府所主辦的官辦藝術節有三：民國六十八年秋季開始由台北市立交響樂團承辦的台北市音樂季、民國七十七年由台北市立國樂團承辦的台北市傳統藝術季及民國七十七年由台北市立社教館承辦的台北市戲劇季轉變而來的台北藝術節。

早期台北市所舉辦的藝術季因為當時藝文資源並不豐富，透過藝術季委託製作的方式的確是鼓勵了許多國內的藝術創作者：

以前最早在做台北藝術季的時候還比較好，因為那時候團少，也沒有什麼叫做補助的資源，所以那時候文藝季很好玩，比如李登輝當市長的時候，反正也只有幾個藝術家，他委託林懷民、問雲門要不要做什麼作品，所以這個團就會有經費進來做一齣製作，而這種關係就會產生一種很密切的因

緣。就是找到一個團，然後有一些經費進來，然後把這些節目節目結合起來共同去促銷。官方就是協助做這樣的事情，那時候文化資源少！（訪談，b）

透過這樣的方式許多現在知名的藝術家都受惠於當時的政策而有發展的機會，而且也適時帶給台北市民藝術新知與娛樂。

自台北市成立文化局之後，舉辦藝術節等大型綜合藝文活動已成為其重要的工作項目之一，文化局希望以低消費或免費的方式鼓勵、擴大民眾參與的意願，以此達到全民文化及生活品質的提昇。除了台北藝術節外，文化局所舉辦的大型節慶活動還包括台北電影節、台北國際詩歌節、兒童藝術節、台北燈節、台北出版節等。每一個活動的經費至少一千萬元至三千萬元不等。

表 4-2-1 台北市政府主辦之藝術節

活動名稱	時間	經費
台北音樂季	1979	約 5000 萬 ⁵⁷
台北市戲劇季	1988	已停辦
台北市傳統藝術季	1988	約 1000 萬 ⁵⁸
台北藝術節	1998	約 3200 萬
台北電影節	1998	約 2700 萬
兒童藝術節	2000	約 1450 萬
台北詩歌節	2000	N/A
台北出版節	2001	N/A
國際詩歌節	2001	約 1400 萬
台北燈節等	N/A	約 1100 萬

資料來源：台北市文化局，2001b，〈文化教育政策白皮書〉

由上表我們可以得知，節慶活動的舉辦的確是近年台北市政府文化施政的重點工作之一，因為其畢竟是一種快速、有效的活動方式。任何一個小的藝術節活動都比民間出資的藝術節活動多上幾倍的經費，而各個活動經費加起來其實將近上億元，經費的消耗到底落實多少實質利益到一般民眾與藝術家身上，其實是非常令人質疑的！除了因巨額經費的關係，也因活動品質等問題，文化局所辦的一系列節慶活動已讓藝文界質疑是否有其正當存在的疑慮，近來也每每引起討論的

⁵⁷ 此數據資料來自林正儀〈各級文化單位之組織功能與預算及工作落實狀況〉，《藝林探索 - 環境篇》頁 74。

⁵⁸ 同註 24。

聲音。

四、政府採購法

政府為了建立公平、公開的採購制度與程序，於八十七年五月廿七日公布政府採購法，該法所適用的範圍不僅包括政府機關、公立學校、公營事業的工程工作、財物買賣等，更包含了專業服務、技術服務、資訊服務、研究發展等許多事務。如此廣泛的適用範圍，已對於國內文化藝術工作者從事文化藝術活動時帶來不小的衝擊。

依政府採購法之規定，機關在辦理採購時，須以招標方式辦理，而所謂招標又可依個別不同情形而有公開招標、選擇性招標及限制性招標三種方式。其中所謂公開招標，係指以公告方式邀請不特定廠商投標；選擇性招標，係指以公告方式預先依一定資格條件辦理廠商資格審查後，再行邀請符合資格之廠商投標；限制性招標，係指以不經公告程序，邀請兩家以上廠商比價或僅邀請一家廠商議價。而所謂「廠商」，是指公司、合夥或獨資之工商行號及其他得提供各機關工程、財物、勞務之自然人、法人、機構或團體。而依政府採購法之規定，政府機關辦理公告金額以上之採購，原則上須辦理公開招標，例外方得以選擇性招標或限制性招標。而招標方式與文化藝術工作者最息息相關者，則為限制性招標⁵⁹。

目前台北藝術節因經費高達三千萬元，所以是依公開招標的方式挑選適合承辦的「廠商」，因此第三屆台北藝術節的承辦廠商是年代網際，第四屆得標者為台視文化公司。不僅經費是市議會一年一度的審核、撥款，無法有效地事先預期或規劃，由此我們也可以清楚地知道兩年的承包廠商不同 - 這意味著藝術行政經驗無法傳承。雖說藝術行政工作不如藝術創作無法取代，但不可諱言它也是有相當程度的專業性職業。而這樣的大型活動，如深度訪者所言：「央求一個廠商在短短時間內完成幾千萬元的企劃案是一件困難度頗高的事」(訪談，a)，「有些廠商甚至不太清楚藝術節到底是什麼」(訪談，c)。在這樣的情形下，莫怪藝術節的活動內容會引起藝文界質疑或是在行政方面引起「圓環事件」的事。

台北市這樣大型的藝文活動顯然經費非常多，但礙於政府採購法的限制，所以，對於藝文界人士來說，除非是親自參加投標才有機會直接參與活動規劃，

⁵⁹ 此處概念取自政府公佈之政府採購法，詳細內容此處不議。

否則只有依每屆不同主題才有機會成為表演團體，參與一部份的活動。但是事實上如深度訪談者所談到的：

真的能夠做的人也不見得願意出來幫政府做，所以弄得很多的商業機構或營利公司出來賺錢，這是很奇怪的一種現象。

所謂藝術就是獨一性，創意是一種獨創性，一旦把藝術活動當成商品的時候，每一種東西都可以買跟賣，創意如果用買賣來衡量，所謂的機制都不存在了，採購法是為了公平、杜絕貪污或行賄的事情來表示大家是公平競爭的，但藝術這個東西本身就是不公平的。

創意在資金的運用上，同樣的一個 idea 出現，你可能用十塊錢或很少很少的錢就可以做到，有些人可能點子也很好，但他可能要用一百萬去做一個點子。今天就看我有沒有錢，我要去買一個十塊錢或是一百萬的，如果我有錢我就可以買這個一百萬的，如果我沒錢我是不是可以要一個十塊錢的，如果以採購法來說，最低的得標，可是不見得一百萬的可以跟十塊錢的兩個作對比、評比，因為一定是各有各的功能、創意的特性。可是採購裡面就必須要變的公平。創意怎麼齊頭、怎麼公平？

一般的表演團體其實對這種東西比較沒有經驗或是比較不會積極參與這種商業化的招標，而走藝術這一行的人一般而言就是個性比較不同，否則他就開公司做生意去了。真正團隊不會去承辦這種大的活動，他會回到自己團的經營行銷上，大部分出來的是經紀公司。所以目前情形能夠做的也是找一些法律的漏洞方便自己。」(訪談，c)

而謝東寧亦言：「官方以此公開招標的模式舉辦藝術節，公關公司成為最大得贏家。而民意取向的官方政策，配合素質優劣不一的公關公司，藝術節永遠只能成為與民同樂的娛樂派對。」(謝東寧，2001：36)

同樣地，林谷芳也認為：

評量一個城市文化發不發達，絕不是看托拉斯的藝文廠商有多少，而是看文化個體戶有多少，因為蓬勃有活力的文化個人或小團體，才是讓城市的文化有獨特魅力的關鍵。採購法的評量標準，只會產生托拉斯的文化廠商，對文化長遠發展來看，只是有弊無利。(台北市文化局，2001a)

林谷芳也提出藝文界必須注意採購法對於文化智慧財產權的傷害問題(林谷芳，2000b)。顯然文化界人士對於政府採購法都顯得無可奈何，但也有不同的聲

音，例如有深度訪談者認為政府採購法並不是那麼大的關鍵，重要的是要能說服、影響文化首長的施政理念，並且在合約中規範清楚，以此或能稍作補救。（訪談，a）此外，藝文界人士在目前限制之下，除了與政府相關單位一起努力發展變通、修改之可能性外，有心參加者或許真的是只能多多了解採購法了！

五、向外推介 - 文化外交

台灣的政治環境特殊，文化外交因為是較有效且直接的方式，吳靜吉認為：「密集參與國際知名藝術節是宣示國人藝術成就的管道之一，透過國家主題的呈現，再串聯藝術節主辦地週邊的國形成表演路線，可以促成海外文化傳播網。」（王凌莉，1997：60）而且台灣的演藝團體有相當不錯的成績，所以向外國推薦台灣的藝文團體一直是文建會不斷努力的工作要項，其中 1998 年台灣八個團隊參加亞維儂藝術節更是一個典型的案例，並藉此機會讓台灣的團隊在世界重要的藝術節之都大放光彩。

文建會過去每年會在十月或十一月於國立中正文化中心辦理「盛秋藝宴 - 文化新絲路之夜」活動，此活動類似國外「藝術市集」(performing arts market)，藉由該活動一方面展示藝文團體的成果，一方面也讓藝文團體有機會接觸來參加的各國藝術節負責人、經紀人、媒體專業人員等，為國內藝文團體有機會增加國外的演出機會（文建會，1998：247 - 248）。此一活動文建會至今仍是依舊每年都會固定邀請國外重要藝術節總監、藝術經紀公司、劇場負責人來台與國內藝文團體接觸、交流，使國外能熟悉台灣的藝文發展狀況，進一步促成文化外交。

1998 年台灣參加亞維儂藝術節充分顯示文建會扶植國內表演團隊參加國際藝術活動的重要成果，透過其活動，主要成效有：

- 1、增進我國表演團隊參與國際性演出的經驗與信心。
- 2、提高我國的國際知名度。
- 3、建立成功的國際合作模式。
- 4、擴大結交國際友誼。（文建會，1998：250-251）

政府除了積極輔導演藝團體參加國際文化交流活動與國外文化機構合作展演外，亦在人才的培育上給予支持，如國家文藝基金會、文建會近來都提供資深藝術行政人員到國外進修的機會，其中即包含了到知名藝術節，如雅之枕舞蹈節

的實習計劃。

由以上看來，透過國際文化交流活動的舉辦與參加，一直是政府非常重要的施政方向，也因此因素成為台灣藝術節熱潮的背後推手。只是非常有趣的是，國外歷史悠久的藝術節當初都是因為藝術家自動發起、創立的，而後再慢慢地由政府給予適當的配合與補助，和目前台灣政府主辦的官辦藝術節，是由政府強力塑造、產生的情況、甚而形成一個節的「傳統」是非常不同的，而且適逢台灣目前有政府採購法的限制，所以也就造成了目前官辦藝術節的困境。政府的文化政策與生態的塑造是息息相關的，台灣比起外國的藝術節或許還有相當大的改進空間吧！

第三節 「文化商業化」之趨勢與文化定位問題

藝術節的舉辦如何評估成功與否？除了上述的票房、行政效率等，其實歸根究底，一個藝術活動的評判仍必須回歸到藝術的層面來評斷。不論是第三屆台北藝術節的「圓環事件」或是近年愛丁堡國際藝術節、愛丁堡藝穗節、香港藝術節的節目內容都被評為漸趨大眾化。究竟精緻藝術與大眾文化之間的距離如何調節？本節欲先探討在「圓環事件」中引起廣泛討論的精緻與通俗藝術、high culture 與 low culture 之間的爭議，其次再進一步討論文化商業化與文化自主性的問題，以期針對藝術節的關鍵要點提出些許建議。

一、精緻藝術與通俗藝術

因「圓環事件」而舉辦的「台北藝術節論壇系列之一 - 百年歌謠是否一定「庸俗」？」討論會，雖然仍然無法解決引發的俗文化爭議、與當事者的心中遺憾，但卻是因此巧妙地化解了這一場的風波，使得第三屆台北藝術節圓滿地落幕。歌謠是由民間文化積累而成，自是文化的瑰寶，或許它非常通俗，但卻不會因此有損其價值。而藝術作品是經過一定的技巧與轉化方式來呈現其特出之處；所以「歌謠」是可以透過一定的藝術手法呈現給一般民眾而非只有透過一般流行音樂唱演唱會的方式來表現，或是將過去民間生活中非常盛行的清涼秀原汁地搬上表演舞台就是藝術演出。清涼秀不一定就是俗、低下，但作為一個藝術演出，勢必要經過藝術轉化，否則何論「藝術」？又更無法談及精緻與通俗之爭了。

精緻藝術/文化與通俗藝術/文化自古即是爭議的焦點。即使現今歷史悠久的

愛丁堡國際藝術節與藝穗節都有主流/非主流/高/低之爭議。豪澤爾（Arnold Hauser）根據文化階級將現代藝術分為民間藝術、通俗藝術、精英藝術三類（豪澤爾，1986：181－276）：

- 1、民間藝術：主要是鄉村居民創作的詩歌、音樂和視覺作品。民間藝術的生產者和消費者很難區別，兩者之間的界線是流動的。
- 2、通俗藝術：是一種滿足半文化的、常常沒有受過良好教育的城市公眾所需要的藝術或偽藝術。其消費者是完全處於被動地位的，沒有創作能力的公眾，其生產者是能滿足變化需求的專業人員。當然就娛樂產業而言，它不會教育大眾，去提高他們的藝術鑑賞能力。
- 3、精英藝術：相較於民間藝術，無論在繼承傳統方面還是在創新方面總是保持著質量。而通俗藝術則是娛樂業的產物，遵循的完全是創新和趕浪頭的原則。過去屬於精英藝術的作品也可能演變為今日的通俗藝術。而且隨著資訊、科技的發展，通俗藝術的受眾漸漸增加而精英藝術與民間藝術的受重卻越來越少。

對現代藝術的分類豪澤爾自己也認為是較理想化的概念，並且說「其實它們很少以純粹的形式出現」（豪澤爾，1986：189）。陳學明也根據法蘭克福學派及其他研究者的理論歸結出精英文化與大眾文化的幾個不同特點：他指出精英文化受眾範圍小、注重的是審美或超實用的藝術功能、以傳統文化為標誌、是需要國家和社會供養的「供養文化」；而大眾文化則是市井的通俗文化、受重範圍廣大、強調實利功用、文本結構簡單、強調文化的世俗化。精英文化是時間的傳播，大眾文化是空間的傳播（陳學明，1998：7-16）。

此外，偏向文化精英主義的法蘭克福學派學者也提出了「文化工業」⁶⁰一詞，對大眾文化給予無情的批評。他們強調「大眾文化的產品乃自上而下作為社會控制與規訓工具的管理/施給的文化。」（朱元鴻，2000：13）阿多諾以為依賴經濟及行政的集中、科技的發展，「文化工業企圖以由上而下的方式整合消費者，它強行結合數千年來涇渭分明的高尚藝術和通俗藝術，也因此戕害了兩者。高尚藝

⁶⁰ 「文化工業」原文為 cultural industry，可譯為文化產業等詞，此處採用批判理論中常見之譯名。阿多諾（Theodor W. Adorno）和霍克海默（Max Horkheimer）採用「文化工業」一詞代替「大眾文化」是因為他們認為大眾文化是一種控制的文化，而非如字面的意義是為大眾的（陳學明，1998：18）；此外，文化工業的術語也同時揭示大眾文化是整個社會生產消費體系的一部份（楊小濱，1999：51）。

術在人們考慮其實際的效用時，特質便被推毀殆盡；通俗藝術也因禮俗的箝制而失去原本它在社會未被完全控制時先天具有的反叛力。」(Alexander, 1999 : 318-319) 並且，在現代社會中，文化藝術已與商業密切地結合在一起，形成共有的商品形式與特性，文化生產標準化、齊一化，扼殺了藝術的自主性與想像力，強制地決定娛樂商品的生產，控制和規範著文化消費者的需要，成為一種強大的支配人的力量 (陳學明, 1998 : 35-40)。法蘭克福學派的論述是偏向文化精英主義，認為形式「高雅」的藝術作品才是文化、才能提昇人心、改變社會，是流於相當武斷的文化二分法，以現在的角度而論不免有其侷限性。

不過，相對於法蘭克福學派多數學者對大眾文化所帶來的負面評價如缺乏藝術自主性、個人化的消失、單面文化、物質文化等等悲觀的態度，班雅明 (Walter Benjamin) 卻有不同的、較樂觀的看法；他在〈機械複製時代的藝術作品中〉提出「氛圍」⁶¹ (aura) 這個概念，他認為在現代社會中「氛圍之淪喪」起因於大眾的社會重要性有增無減，因此也就有必要將藝術與文化產品變作大量生產的產品 (Swingewood, 1997 : 48)。而越來越多的民眾無產階級化，藉由科技接觸到更多的藝術作品，也就促成了大眾參與藝術從量化衍生到了質變 (Benjamin, 1999 : 96-100)，藝術作品可以自由地流通於社會各個階層，新的媒介、技術如電影製作也可能引發觀賞者不同的批判、思考觀點。

Swingewood 也贊同此一觀點，並且認為資本主義使得「『高雅文化』的產品，達到了前所未有的高峰，能夠讓更多的人消費。至於機械化的量產必然造成文化標準的低落之說法，實不可相信，在大量再生產『高雅文化產品』的情況下，社會吸納這些產品的可能性，已經大為提高。」(Swingewood, 1997 : 168-169) Swingewood 指出針對大眾文化批判而厚古薄今的人是忽略了「教育標準日漸提昇、人們休閒時間增多等當代工業社會創造了高度大眾消費的條件」，並認同貝爾 (D. Bell) 所說「以消費為尚的資本主義，從未塑造出單一而碩大、同質而文化上極為低下的大眾，正好相反，消費資本主義開創了層次不同的品味，亦即不同類型的閱聽人與消費者。文化是層次分明的，消費則是分化有致的。」(Swingewood, 1997 : 52-53)

⁶¹ 「aura」可譯為氛圍、光環、氣氛。班雅明認為「即使是最完美的複製也總是少了一樣東西：那就是藝術作品的『此時此地』，- 獨一無二地現身於它所在之地，- 就是這獨一的存在，且唯有這獨一的存在，決定了它的整個歷史。」(Benjamin, 1999 : 62) 隨著機械複製時代的來臨，也造成了氛圍 (或班雅明比喻為「靈光」) 的消逝。

此外，詹明信（Jameson）也指出後現代主義表現在新出現的晚期資本主義社會秩序內有兩個明顯的特色：即襲仿（pastiche）⁶²和精神分裂⁶³（schizophrenia）。而在眾多後現代的作品中也出現兩個明顯的徵兆：其一，所有後現代主義都是作為對高等現代主義（high modernism）的既有形式，對佔領著大學、博物館、畫廊和基金會的這樣或那樣主導性的高等現代主義的特意反動出現的。第二個特點是一些主要的界線和分野的消失，最值得注意的是高等文化和所謂的大眾或普及文化之間舊有劃分的抹掉（張旭東，1996：258-260）。他認為「後現代文化是高尚文化與通俗文化（商業文化）的雜燴，高尚與低俗的藝術疆界已不復存在。在後現代的藝術裡，各種形式、範疇、內容混雜，已經找不到本源。」（廖炳惠，1998：88），由此可知，在後現代的社會中，雖然精英與通俗文化藝術本質有所不同，但高雅／低俗之間的界線已經不復存在，高雅／低俗之爭實已了無意義。深度受訪者也表示：

所謂精緻藝術是為了區別於那些沒有水準的藝術，所以自己把精緻藝術提出來稱作精緻藝術，其實藝術就是藝術，並沒有分別。只有作品的好壞而已，藝術只有一些作品呈現比較不足的地方，就像你看現代舞會有一些看不懂的，這是因為它表達的不好並不是因為你沒有水準，但很多人都以為自己沒有水準，這是錯的。就像一首詩一樣，你會看得很感動是因為它打動你的心，那是精緻，若沒有打動你的心，可能不是你的問題而是創作者可能自己也不曉得在寫些什麼、不小心寫的不清楚，那叫做不精緻嗎？那叫做不好的作品。所以精緻藝術很難去判別，它是一個很抽象的想法。（訪談，a）

而以此來看第三屆台北藝術節的節目癥結問題，可以看出如深度訪談者所言，是思考的模式出現了盲點：

其實有時候我們在做節目設計的時候也會考慮到精緻跟通俗藝術之間的分野，事實上各有不同的觀眾群，進到劇院一向都是走的比較精英式的東西，雖然我們有一些活動會安排像說是設計給學生或是說大眾化的東西，或 pop concert 的東西，但事實上我們在程度上跟流行音樂還是有很大的

⁶² 中譯者曾憲冠原將 *pastiche* 譯為「剽竊」，但筆者以為呂健中（Foster，1998：165）所譯之「襲仿」更接近作者原意，因此此處採其譯詞。

⁶³ 詹明信指的是它（後現代主義）對於時間的獨特處理方式 - 可稱為「文本性」（textuality）或「書寫」（écriture）。它是描述性的，而非判斷性的（張旭東，1996：266）。

距離，都還是包裝過。

台北藝術節的企圖心就是它要給群眾、庶民的是什麼？庶民是一般的老百姓，他要的一定要通俗嗎？庶民只能接受通俗的東西嗎？這是一個思考的方式，如果說今天你要讓庶民接受精緻的東西，這也是你的一個方向，而不是說只要是庶民的就一定要很大眾化、很通俗，你把演出（陳永淘事件）〔圓環事件〕作到那個樣子，演出者覺得很抱歉，觀眾也覺得很不夠水準，而這個設計癥結就是把庶民變成是低級或下流的。所以我覺得這件事是他們自己在做規劃設計的時候對庶民文化的掌握度有問題。

通俗文化與精緻藝術節目比例這個問題永遠吵不完的。而從這個問題我們可以看到說，像是日本或英國的文化，他們所謂的庶民文化不見得說就是粗鄙或是說通俗到你會覺得像牛肉場那種樣子，其實小劇場的東西有時候非常顛覆，可是它經過一個邏輯的處理方式以後，把一個很低級、很粗俗的搬到那裡是要讓你省思的，它不是只是把活生生的牛肉場搬到舞台上，然後就是說給庶民的文化，我覺得不是這樣子。（訪談，c）

另一位訪談者也談到：

（藝術節）沒有什麼特別的目標，藝術節就是好玩，藝術是有錢有閒才會來做的事。節慶本來就是好玩的，就像我今天賣菜，我賣的全部是素食的，我今天的主題就跟賣素食的道理一樣，你不要問我為什麼你要賣素食的？今年就剛好很多人吃素而已，節慶就是大家高興。藝術沒有那麼嚴重，它就是生活。藝術只是節慶的一種元素，除非那一年的主題剛好是精緻藝術，但這也只是那一年的訴求，那就去做吧。（訪談，a）

總結來說，藝術節的節目內容必須考慮的是精緻與通俗節目比例，如何將藝術以更好的方式介紹給一般民眾，而不必停留在精緻與通俗的老問題上打轉。俗民仍有欣賞好作品、看得懂的可能性。Swingewood 雖然也明白地指出大眾文化背後的美學意涵：「作為一種迷思，大眾文化合法化了資產階級兼具民主與極權的支配狀態；作為一種理論，大眾文化是空洞而貧乏的，是充滿了意識型態作用的，是讓人鄙夷的。」（1997：189）但他也承認就消費層次來說，高雅文化與流行文化之間很難畫出一條清楚的界線，而許多今日的體育活動消費者也已跨越了階級界線而使之越來越模糊。他同時更提醒，「如果迷思不去，逕自以為『大眾』之消費習慣極為同質，而其標準『低下』，故而大眾需要格式單一的流行文化，

那麼所謂『高雅』與『低俗』文化的問題，爭論還會持續下去。」(Swingewood, 1997: 170)

二、文化商業化與藝術行銷

(一) 晚期資本主義的文化商品化趨勢與消費

對大眾文化的狂歡節、狂歡化之眾聲喧嘩現象有著精闢論述的巴赫汀 (Mikhail Mikhkhalovich Bakhtin) 認為：「狂歡節作為文化轉型期離心力與向心力衝突的宣洩和眾聲喧嘩現象的特殊表徵，起了一個聯絡、溝通大眾文化為〔與〕精英文化鴻溝的樞紐作用。」(劉康, 1995: 266) 他並且指出：

大眾文化(西文中有 popular culture or mass culture 兩種說法)...均指資本主義的商品化社會中的**市民文化**。法蘭克福學派的班雅明、阿多諾等稱之為「文化工業」(culture industry), 對之有嚴厲的批判。現代大眾文化與資本主義城市文化與工業文明關係極為密切, 具有突出的商品化特徵。.....在當代所謂的「後工業社會」或「後現代社會」, 大眾文化與傳統的精英文化的界限日漸模糊, 兩者相互滲透, 在商品規律的支配下, 大眾文化與精英文化的鴻溝被填平。這乃是當代西方社會**文化商品化**、**商品文化化**的突出現象。一切都是商品, 一切都是文化。(劉康, 1995: 278)

雖然精英與通俗地疆界越趨模糊, 但不可諱言, 近來資本主義的消費社會的確是造成了大眾文化的流行。而豪澤爾也指出在這樣的社會中, 「商業性」對精英與通俗藝術的差別：「在工業 - 商業時代, 藝術品的商業性對所有藝術生產都是重要的, 並非通俗所特有, 其差別在於：市場和商業經濟的決定性作用在一種藝術中比較隱蔽, 在另一種藝術中比較明顯。」(豪澤爾, 1986: 212)

其實一般的消費者並不會非常在意作品藝術上的優劣, 他們比較關心的是觀賞、消費的作品是否達到他們預期的目標。相對的, 比較重要的卻是藝術的推廣者如何看待藝術作品、如何調節精緻藝術與通俗藝術在節目安排內容上的比例與呈現方式, 藝術創作者如何柔和民間、深度的創作題材來創造雅俗共賞的作品才是更根本的基礎。如同豪澤爾所言：

精英藝術可以吸引廣大的、未受過良好教育的社會階層, 而通俗藝術也可以取悅於文化要求較高、有審美眼光的知識份子。卓別林的藝術是紮根於

大眾化的音樂廳和馬戲團的，但喜歡他的藝術的人來自於所有的社會階層，他的名聲首先響亮於製造了關於他的天才神話的知識份子。（豪澤爾，1986：213）

綜合前面所談的，狂歡節/嘉年華會本身即源自大眾文化，一切都是歸之於平民。台北藝術節自台北文化局主導之後的預期目標、方向自是可與節慶本來的起源、歷史之由相呼應；但節慶的發展實在是有政治跟時代背景意義的，現代的嘉年華會/節慶活動雖保有其中一份原始意義，但更相信的是隨著時代的進步，許多原始意義、儀式已經經過轉化、削弱。精英與平民的界限雖漸趨模糊，但總有一份曖昧性，主事者所企求的應是如何融合兩者之鴻溝，將之消除於無形，而非是將活動拉到一個明顯的對立或分化場面。一個成功的活動是所有的人都會有意願參加，而不是針對一群特殊的人而已 - 儘管當初在規劃時期即有一個預設的潛在觀眾群，或是行銷學上所謂的市場區隔設計。

其實，文化霸權的概念也一直為當代研究者所討論，雖然文化霸權的概念不能一言以蔽之地來指責文化主事者的作為，但卻可以另外用消費的角度來解讀：「文化霸權是指統治階級運用各種方式，將其意識型態變成是統治階級與被統治階級的共同信仰，並使兩者的思想、需求趨於一致。在現今資本主義社會之中，統治階級藉著商品的大量製造與消費，藉以消除被壓迫者的抗爭意識，這便是一種文化霸權觀念在消費上的運用。」（陳坤宏，1998：80）

而在後現代工業社會中，商品消費的概念已經跟十八、十九世紀資本主義的概念不同，隨著文化工業的發展，文化已經必須商品化，而商品也可經文化化的包裝進入市場產銷。如詹明信所言：

到了後現代主義階段，文化已經完全大眾化了，高雅文化與通俗文化，純文學與通俗文學的距離正在消失。商品化進入文化，意味著藝術作品正在成為商品，甚理論也成為商品；當然這並不是說那些理論家們用自己的理念來發財，而是說**商品化的邏輯已經影響到人們的思維**。總之，後現代主義的文化已經從過去那種特定的「文化圈層」中擴張出來，進入了人們的日常生活，成為了消費品。（唐小兵，1997：162）

並且，消費的產生已經不僅僅是因為最基本的「需求」，更包含了「象徵的慾望」的刺激。「象徵」更已經成為現代消費最主要的特徵，布希亞（Jean Baudrillard）認為，一切消費都只是象徵符號的消費；Bocock 進一步解釋：「消費

者所購買的東西和「現實」已經斷絕關係。符號/象徵已經進入布希亞所說的「超真實」當中，在此，符號/象徵完全和消費的需要無關 - 就算剛好滿足某種「需要」，也是純屬意外。後現代的消費品是被當作象徵在販賣，它們構成了另一種現實。」(1999：174) 而布希亞所說固為當代最新的社會發展趨勢，只是台灣社會發展一直是多元、混雜，因此是否已進入西歐先進社會消費「慾望」的階段仍有待商議。

根據 G. Bataille 的說法，節慶 (festival) 和嘉年華會 (carnival) 宗教祭祀等都是屬於「象徵意義」的消費，而不是基於「效用」來衡量 (陳坤宏，1998：49)。而且，以博覽會 (fair) 為例，其長久以來都扮演一種地方性市集與享樂基地的雙重角色。它們不僅是商品交換的基地，也伴隨以一種節慶歡樂的氣氛展示來自世界各地各種具有異國風味與千奇百怪的商品 (陳坤宏，1998：133-134)。

因為後現代中高雅與通俗文化的疆界已不復存在，而且因歷史感的消失，「念舊」(nostalgia) 成為後現代文化的通象，但因念舊卻又找不到念舊的真正對象，所以「一切的消費及文化、藝術也往往是「擬像」(simulation)，後現代的一大特徵就是人們不在只消費自身，而是消費符號 (Baudrillard)，符號 (如玫瑰所代表的熱情、愛) 以替代、超越了物自身 (玫瑰)，而帶來更多的快感。」(廖炳惠，1998：89)

此外，知名社會學家布爾迪厄 (Pierre Bourdieu) 提出文化資本 (cultural capital)、社會資本、經濟資本的概念。其中若以文化資本的觀點來看晚期資本主義全球市場，可以看出「以城市為單位而競爭的文化工業，其實形成了一種所謂的「資產工業」(heritage industry)。巴黎、羅馬、佛羅倫斯等城市在這方面的文化投資與聲望積累，趨於象徵性階序的頂端。」(朱元鴻，2000：28) 而透過不同的方式，這些象徵性階序也可以在高低之間流通。Featherstone 更指出「七〇年代以降，許多城市逐漸認識必須動員『文化』以作為『資本』的誘因，積極結合企業領袖與都市計劃專業，以擴充『藝術基礎設施』(the arts infrastructure) 來消除大量失業人口，換言之，藝術與文化的形象 (images)，可以直接轉譯為地方經濟的就業機會 (jobs)。」(朱元鴻，2000：29) 而以此來檢驗愛丁堡國際藝術節或法國亞維儂藝術節的例子，他們的確是為自己的城市創造了無可比擬的文化資本，不但在藝術節活動期間為當地居民創造了數千個工作機會，其他相關的生活方式、品味亦有質的提昇。

再且，雖然在晚期資本主義社會中文化商品化成為一種勢不可擋的現象，但也可如蕭新煌所提出的用另一種樂觀態度來面對：「專家們都強調其產業化的重點仍應回歸到藝術創造的內涵和基本面，管理和行銷的手法只是在促成或完成讓藝術創造的成果能為更多的社會大眾有更深的認識和欣賞的過程；「產業化」應是手段，而不是目的。也許「品牌化」是所必要產生的過程，但「商品化」卻不應是必然的結果。」（蕭新煌，2000：214）

南方朔也提出另一種樂觀看法：「「產業化」不只是一種現實，更是一種理念，它將供給這一方和需求另一方放在一個平等的位置上進行互動，在對方的肯定裡獲得自身的滿足與成就。因此，「產業化」裡的這種人文性，對開發中國家經常出現的「精英 - 大眾」、「本土 - 西方」這種藝文斷層，有著極大的彌補潛力。生產者會因為思慮到消費者的存在，而以更加自由與想像的方式致力於斷層的融合。由於思慮到藝文消費者，生產者也更會在諸如藝文跨界，多重表現其藝文方向〔的〕突破。『產業化』是一種壓力，會迫使生產者的創意力被激發。」（南方朔，2000：96-97）這樣的觀點與態度，或許當是政府與藝文工作者可以深度思索的。

（二）藝術節與藝術行銷

如前面所說，面對後工業的消費社會，文化商業化已是必然之趨勢，其中藝術行銷也就因此而更顯重要；因為不單只是文化商業化的問題，不論藝術品或是大眾的一般消費品都是面臨到真正的商業生存競爭壓力。而且，「藝術消費真正的困難發生在藝術活動本身分散化的趨勢，藝術活動因為分散化，所以藝術工作者要有社會眼光，能夠看出創作的概念跟社會的關係，去找到最適當的連結方法（林秋芳，1998：152）。這也就是行銷的重要。其中，藝術節是一個不錯的行銷方式。也因此，國內研究指出這些年來政府單位如文建會積極為國內表演團隊尋求國外知名藝術節的演出機會，以求增加更多的生存空間，而民間單位也會為了表演生存而嘗試類似藝術節的整體策略聯盟（傅裕惠，2001a：12-13）。

而以一個大型的慶典來說，真正引起全球注目的是洛杉磯奧運會⁶⁴。1984年洛杉磯奧運會運用了以前不曾做過的方法 - 結合好萊塢典型的運動活動的觀賞

⁶⁴ 如第二章定義所說，以 special event 來包含一切慶典型活動，奧林匹克運動會亦屬此範圍之內。

者方式，即透過電視工業的產品及市場行銷技巧，吸引到比以前奧運會更多的觀眾群。此舉（透過電視媒介的影響）也論證了慶典活動是可以增加一個城市、甚至整個國家的形象及經濟利益（McDonnell et al. , 1999 : 8）。Catherwood 也指出 1984 年的洛杉磯奧運會是一個大型慶典活動管理、營運層面的分水嶺；之前，贊助者與組織營運者不論對於各種規模的節慶活動，包括社區的烤肉宴會或是世界級的運動競賽活動都只是當作一個能「榮耀」的資源，而不是「利益」的資源，但之後（1984 年），人們卻開始了解到原來這些活動也是可以成為財政上很大的資源（Catherwood, 1992 : ）。自此，每四年一度的奧林匹克運動會成為世界各大城市競相爭取主辦的最大目標，因為它不再單純地只是一個體壇盛事，其背後更代表著無數的商機、利益與政治角力，且如前面所說，一個城市更可藉此增加其文化資本或資產工業，提昇其世界城市的等級與國家形象，甚至是國力的顯現。

1984 年的洛杉磯奧運是非常著名的藝術節行銷成功的例子，而不論國內、國外，行銷都是每個藝術節組織的工作重點，因為這是關係著活動成敗的關鍵，即使如訪談者所提到亞維儂藝術節總監有著法國民族的自信式的回答，「（亞維儂藝術節一開始是一些雕塑家跟幾個劇場人員所組成的，後來慢慢越變越大，因為那個地方剛好是觀光地區所以變成這麼多人，他不是故意要辦成這個樣子，只是天時地利人和就弄成那麼大）我問他（藝術節 director）一句話，『你有沒有行銷？』」他說：『什麼叫行銷？辦了就會有人來為什麼要行銷？』」（訪談，a）筆者以為，隱藏在自信的背後，他仍舊是有掌握相當的市場考量與眼光。而且為什麼要有行銷？台灣的文化環境不如歐美已開發國家的人民文化素養普及，不可諱言行銷是推廣藝術之必須，如受訪者表示：行銷就是拉近民眾與藝術之距離的方法之一（訪談，a）。

而且，以一個藝術節的名義來推廣藝術活動，就其優點來說，在宣傳的費用、效果上都比較符合經濟效益。

其實藝術經紀公司也辦很多藝術節，像牛耳把幾個大的藝術家包裝起來叫做國際巨星音樂節。在作 package 跟單場的宣傳上，其實對一般觀眾來講只是光環，會有一種衝動想要參加，但對於他找贊助來說是比較容易，single 的東西要去找會比較沒有那麼好找，除非它手上有一些像馬友友這種大卡司當然是比較容易，可是如果你把它包裝成一個節慶的東西，那

這個號召力會比較豐富，所以對經紀公司來說找贊助是比較容易，但對一般民眾差異性不是很大。

再來，如果辦藝術節，在行銷方面你的資源可以集中，可以一次密集地做宣傳，可是如果是單獨的資金不可能為這個節目作這麼大的投資，所以以投資效益來講，能夠把它做成一個節慶的東西來包裝是比較省錢的。相對的，你在花費上得到的效益也比較大。（訪談，c）

而針對目前商業化的藝術節或針對趕搭「藝術節」熱潮現象，在藝文圈內工作的受訪者大都表示肯定的態度：

如果藝術沒有商業化的話它沒有市場、不被需要，這很無力感，因為它如果不商業化，它的營運、經營上很困難。

藝術商業化，講難聽一點，它好歹也在培養一些藝術人口，它雖然以比較商業的包裝或是它以比較通俗的劇情去號召那些人，但這些人可能因為這樣的印象進了劇場，那也許因為這樣的機會引發他另外的動機認為：其實這是一種不錯的休閒習慣。我覺得這樣其實是蠻好的，只是說東西過猶不及化都是比較有問題的。（訪談，c）

雖然有許多商業性的藝術節活動，但其實也沒有必要讓他們提昇，因為藝術節本來就有很多種不同的層次跟方式或定位，這個生態並沒有規定說它一定要哪一種類型的藝術節。它應該是很多種，所以我們可以選擇我喜歡的，比如牛耳那樣精緻的節目，或陳琪她現在在做的那一種形式的節目。他們就是純粹的引進來，然後大家來看這樣子。其實藝術節可以有很多種類型，定位也可以很多種。

現在大大小小的藝術節都還好，我覺得應該是回到活動的本質，比如說這個活動我們到底要做什麼？若從經紀公司的角度出發，做商業沒什麼不好，全世界各地經紀商多的是，他們也在做這樣的事。你是金字塔尖的人、喜歡金字塔尖的那種藝術節目，這一樣也是可以行銷。

其實從以前到現在我都覺得只要他願意進劇場看節目都無所謂。

事實上我們在談藝術節理念，是因人因事因地因時間而不同，只要確定你到底要做什麼樣的目的（即可）。

現在最討厭的就是張冠李戴，明明就是隨便亂做的，硬要把它講成一個很偉大的事情。即使是目前某非營利機構做的節目我都覺得不是很對。他的應該成立一個經紀公司而不是用一個非營利組織的名字來做這樣的事情。（訪談，b）

這兩位訪談者都重視藝術是否能更普及，更甚於對藝術商業行銷的指責，但其談話中也顯示出目前國內許多的藝術節的確是只有做到商業性目的而欠缺藝術的功效。如同研究顯示：「平心而論，國內藝術節的策劃方向，大部分還是無法擺脫商業運作的法則，行銷包裝成為最重要的考量，也壓縮了節目內容的藝術表現空間。藝術節多了，王墨林認為：「藝術形式的豐富性、多元性卻大減，缺少市場性的前衛藝術，現在就很難找到生存空間。」」（謝東寧，2001：39）

而香港資深藝術工作者榮念曾也認為當今唯有破除藝術節的「買辦」迷思，藝術才有更深層的生存機會與意義。「相對於今天的策展活動，多半已淪為中產階級的一項消費產物，或是節慶式的商業活動，而所謂的藝術節經理，也越來越像資本主義下的「買辦」或生意人，對待藝術活動的心態，已逐漸趨向「買好貨」的邏輯。缺乏思考問題的空間之後，所謂的『藝術節』活動，也就當然禁不起價值觀的考驗。」（傅裕惠，2001b：44）

雖然，藝術推廣有其深度挑戰性，但在台灣更是困難重重。商業化是世界常態，但是總會因各家使用手法不同而見優劣，而國內相較於國外的藝術節，如何維持、增加藝術的表現空間、豐富性，是國內藝術節舉辦者所必須自有的一份期許，因為如 Getz 所言：「**藝術節不應只是表演活動的串聯**」（Getz 1991：55），這樣的觀點不論是國內或國外的藝術節主辦單位都必須深刻認知、自我提醒的。而且平心而論，國內目前大部分藝術推廣、經紀公司所舉辦的藝術節活動真是如 Getz 所說的典型的代表 - 只是一連串的表演藝術活動串聯，他們或有藝術的目標成分在裡頭，不過多數仍是商業為上，到底除了利益的積累，藝術的消費人口及鑑賞能力又增加了多少？這不單是民間，也是政府單位所必須認真索的。

不過，我們仍是站在鼓勵的角度來看，因為他們畢竟先做了政府所沒有作或

做不到的，而且有些機構做得不比政府單位遜色，所以我們應該期待的是如何改善整體的環境，並以關愛代替批評 - 若整體活動品質不是太差的話。

三、文化定位與主體性

文化藝術活動的經營在世界各國本來就是一件非常不容易的事，Swingewood 指出：

現代資本主義的合法性，必然要建立在存在著烏合之眾 (mass) 這樣的迷思，以及存在著一個普同、平等而具有社會整編作用的大眾文化 (mass culture) ；然而，文化又絕非只是大量生產的一些產品，文化是一種手段，足以賦予人們塑造或改造社會世界，使之更為符合人性，文化也是社會關係的物質基礎不斷進步以後的一種社會實踐；但資本主義之社會關係既是以不平等與剝削為本質，這樣子的文化觀與實踐也就難以企及了。

(Swingewood, 1997 : 179)

除了文化難為，世界潮流又變幻莫測，不只是藝術節活動，究竟何者才是文化藝術活動的指標？面對這樣的一個問題，筆者以為，如同一個成功的藝術節之所以能佔取世界藝術一席之地原因，便是它的藝術性，也就是它有其特殊的文化定位與期許。

目前世界知名的藝術節雖然有其創始的商業考量在，但歷史較悠久的許多藝術節，如威尼斯雙年藝術節、亞維儂藝術節、薩爾茲藝術節、維也納藝術節等的節目內容仍是有相當高的藝術水平。以亞維儂為例，它的節目以前衛創新、重論經典為特色，下一波則是大型前衛創作，而愛丁堡國際藝術節每年也都有大型的新作發表，這樣鮮明的印象 (image) 是其他的藝術節所無法輕易取代的，況且，這些藝術節之所以能在世界上千個藝術節中脫穎而出，除了其背後的豐厚資源與成功的商業運作之外，不可諱言，藝術的吸引力，才是真正吸引世界各地人民參加的原因。一般民眾可以在盛會中得到不同於日常生活的樂趣，而藝術從業人員也可以在其中獲得藝術進一步的專業交流與激發。如林谷芳所言：

「季」是特殊時空下的特殊作為，因此，即使平日不與之有牽連的，此時也會為它的特殊性所吸引。總之，「季」的存在對行內行外都應是種強化行為，行內在此看到專業鍛鍊的聚焦與突破，行外則即使只從熱鬧也可能

喚醒自己生命沉睡的那一塊。(林谷芳, 2001)

他們的成功在於,能**適當**的運用商業、有效率的經營方式,使得參與的人感受、享受到人類對於藝術追求的一份渴望、成果及可能性,這是文化藝術活動最迷人之處!而且根據吉本光宏先生的研究顯示(NLI Research Institute, 1995),在未來當藝術節變成由純粹藝術消費轉為藝術產品、生產的消費重點時,藝術創作的重要性將會更被重視。

而且,若以國外歷史較悠久的藝術節來說,他們當初的創立大部分都是因為本地的藝術家自己有一份藝術的理想而一起呼朋結黨、胼手胝足地辦起來,以亞維儂為例,它也是 Jean Vilar 利用亞維儂當地的一些場地、堅持自己的理想而發起,並非是一開始就想要創立一個國際性、吸引國外人民來的藝術節。即使至今,亞維儂藝術節的節目單、宣傳策、年度報告等資訊仍是法文出刊,並沒有因為它的壯大、國際化而改變成世界強勢語言 - 英語出刊。以此觀之,一方面當然是因為法國民族對自己的語言非常自豪,一方面也可以令人省思,在國際化、甚至全球化⁶⁵浪潮席捲一切的生態中,法國的亞維儂,就是做到了保有自我又全球化的最佳例子。這對國內近年來國際 - 本土的爭議,可以提供一些例證與省思的空間。

Beck 指出「文化全球化並非意指世界在文化上變的更具同質性。全球化倒不如說是「全球地方化」(Globalisierung),亦即是一不管在其內容還是多樣性的結果上均為高度矛盾的過程。」(1999: 45)他又提到:「全球化不只意味著解地方化,而是需要「再地方化」為先決條件。一方面,它們的產品是形成、立基於地方的基礎上;二方面,能在全球範圍內行銷的文化象徵,必須「汲取」於地方文化的原始材料,如此才能生動、具爆發力和多樣化地發展。「全球」意指「同時在多個地方」,亦即跨地方(translokal)。」(Beck, 1999: 63)雖然全球化是近來才慢慢發展出來的學術論述,但行之已有半世紀之久的亞維儂藝術節正可以作為最佳的例證。Bernard Faivre d'Arcier 認為「若要具有世界觀,藝術應該具備更深厚的本土根源,它應該要極力避免『聖誕布丁』(西方人在聖誕節時才吃的綜合水果蛋糕)式揉合過多元素的表演、對傳統的解放,以及追求一種牽強的國

⁶⁵ Beck 將全球主義(Globalismus)、全球性(Globalität)和全球化(Globalisierung)區分開來。全球主義意指世界市場對政治行動的排擠或取代,亦即世界市場宰制的意識型態或新自由主義的意識型態,這種意識型態將全球化的多面性簡化至直線式的、經濟的面向。而全球性則指我們早已生活在一個世界社會中,而且這表示,我們對封閉空間的想像已經是脫離現實的。沒有一個國家,沒有一個群體可以自我隔絕。全球化則是指在跨國行動者及其權利機會、取向、認同和網路的運作下,民族國家及其主權受到打壓及穿透的過程(Beck, 1999: 12-14)。

際性。」(劉蘊芳, 1996: 118)

針對地方文化與全球化浪潮的矛盾過程, 也有學者認為:

在文化產品與資訊流通的全球脈絡中, 卻越來越不容易以國家領導的同化運動來統一或消除地方性與異質性的認同。Featherstone(1996)指出「全球化」與「地方性」並非敵對概念。當代的全球情境並不意味著文化趨於統一或同質, 文化資源也並未趨於貧乏或稀薄, 相反的, 地方文化可以在全球情境中援取更為豐富的象徵性劇目, 建構獨特認同的集體象徵、情感、記憶與歸屬感。然而, 全球化確實意味著知識、習俗時尚、生活方式的發展, 越來越獨立於國族的控制。」(朱元鴻, 2000: 31-32)

而且朱元鴻更進一步指出, 所謂的全球化並非只是單向的西方主流社會、城市所發起的, 而是源自於殖民、邊陲的社會, 經整流後而再由西方大都會城市作為主導的:

地方通俗的音樂、飲食、衣飾、工藝都可能包裝而進入世界都會與他處的文化超級市場 (cultural supermarket)。而商品、資訊與影像經常由多種文化傳統與生活形式的混類、合成而產生。將文化因素分解、混類、拼湊、合成的過程經常被視為後現代的多元文化特徵, 然而以歷史而言, 多元文化社會 (multicultural societies) 並非源起於倫敦、巴黎這些核心城市, 而是里約熱內盧、加爾各答、新加坡與香港這些邊陲的殖民社會。樣式多變、交錯異位的合成文化, 首先發生於這些邊陲。戰後時期, 這些前殖民社會的移民與文化持續流入西方都會之後, 核心的城市才衝激出多元文化社會, 並相應地在文化傳統、社群與國族的認同建構上出現新的複雜度。因此, 將全球化視為由西方核心流向邊陲的單向支配, 不再是個確切的圖像。(朱元鴻, 2000: 32)

面對這樣的一個世界性潮流, 台灣參造外國例子, 其實也可以考慮到以自己的地方特色來舉辦藝術活動, 許多台灣目前舉辦的文化節、民俗節其實就必須以這樣的觀點把握住方向:

李疾指出「節」的概念本是一種文化儀式, 發生的要素必須是「定期」、「定點」、「定向」, 他以北港媽祖繞境為例, 「強調主辦的族群應透過區域特色, 與參與者找到「節」的「興奮點」; 透過共同經歷這種集中性的儀式, 喚醒社區的集體記憶與審美經驗, 使參與者產生文化上的榮耀與喜

悅，創作者發生美學上的悸動與啟示；如此的「節」才能連結社會與文化，才能生根並延續。

因此，儘管藝術節策展人概念來自於西方，但若從既有的民俗元素中尋求再生，找到傳統與現代的接軌整合，或許可以從全球化中突圍而出，創造出地方文化的策展特色。（謝東寧，2001：39）

而且在這全球化以及向外國學習的情形下，我們必須強調的是，不論是國際藝術節或地方的文化節，在舉辦時都必須把握住自己特有文化的主體性與詮釋，如林谷芳所言：不要使台北淪為亞維儂的附庸（周美惠，1997）。以1998年台灣八個團隊⁶⁶參加亞維儂藝術節為例，其實台灣不論傳統、現代的表演團隊都有不錯的代表者。但參與1998年亞維儂藝術節的台灣八個團隊，在屬性方面來說都是偏屬於傳統藝術的表演團隊，雖然亞維儂的精神是「重論經典、發掘新作」，不邀請平時容易見到的表演團隊，但1998年的邀請名單或許暗示了台灣表演團體走出國內、放眼西方時，所必須面臨的一個考驗：究竟只是中西方文化的美學差異/迷思，還是台灣終究只是一個西方文化的殖民、被挑選者？陳其南所提到：「代表台灣出征的這些團隊，從傳統到現代都有，是國人最為熟悉的。但台灣事實上還有更具代表性的團隊，顯然是因為經紀人為了符合法國人對「亞洲渴望」的另類要求，而被遺漏在外。」（陳其南，1998）這樣的「遺漏」、藝術節的節目挑選亦是否代表的另一個「權利」的象徵？

因此，固然台灣有機會站上國際舞台是值得高興之事，但作有選擇機會的主辦者，在規劃、思考方向時的确是必須要更掌握住自己文化的主體詮釋，因為不論愛丁堡、亞維儂等城市自有其特殊性、資源、背景，台灣既沒有其條件，也不應一味模仿西方。以亞洲的香港來說，其既作為英國的殖民屬地，受其影響也就非常深刻，香港藝術節雖然經過二十多年來的經營儼然已成為亞洲第一大藝術節，但其文化的主體性卻不足，除了這個「第一」及商業的、觀光、票房收入，在藝術層面上，可能對香港本地文化藝術環境的積累效果不盡理想，而這正是近年來香港藝術節所積極尋求改進的地方。以香港為鑑，雖然全球化是一個無法抵擋的趨勢，但是身為擁有中華優良精深文化的台灣，也不必太過妄自菲薄。掌握

⁶⁶ 此八個表演團隊為：「亦宛然掌中劇團」及「復興閣皮影戲劇團」分別演出〈巧遇姻緣〉、〈哪吒鬧東海〉、〈西遊記 - 大鬧水晶宮〉等戲碼；「小西園掌中劇團」演出〈武松打虎〉、〈關公斬顏良〉等戲碼；「優劇場」則演出〈海潮音〉；「無垢舞蹈劇場」演出〈醮〉；「漢唐樂府」演出〈艷歌行〉；「當代傳奇劇場」演出〈慾望城國〉；「國光劇團」則演出〈美猴王〉。

住文化的主體性及一個藝術節應該有的文化定位再順勢而為，那麼要創造出一個令人期待的藝術節是可能的。

第四節 台灣國際藝術節之藍圖

一、台灣國際藝術節的未來

(一) 困境與轉機

台灣舉辦這麼多的藝術節，尤其官辦的藝術節每年花掉的經費高達幾億元以上卻不見績效，有一位藝文工作者⁶⁷形容這幾年台灣藝術節的效益如同一個篩子，不是沒有效果，只是網子的漏洞大了一點，所以留在上面的只有一點點。我想這樣的比喻真是令人莞爾。台灣不是沒有機會，而是各項搭配措施沒有作的很好。其中政府的規劃有很大的影響。

而未來台灣的藝文發展，南方朔認為有兩個重大問題，「其一，乃是如何讓民間部門能擔負起更大的角色，以逐步減輕政府部門的負擔。而除了讓民間角色增加外，如何讓藝文工作變成一種更具企業性格的活動，讓藝文活動以更好的生產來增加藝文消費人口，也同樣的日益迫切。」(南方朔，2000：91-92) 台灣政府單位本身就有相當的侷限與制肘，而民間單位卻又恰恰非常的活躍，因此是必須以民間的生命力來補足政府的不足，如此才有更好的發展空間。以藝術節來說，目前許多民間主辦的活動，如皇冠藝術節、新舞風、狂想年代(Dance Umbrella)在藝術層面上都有不錯的成績。另外，從事藝術工作的人格特質不同於一般，因此對於商業、行政等程序會因不熟悉而產生事倍功半的效果，因此在未來勢必學習企業化的經營，才能使得藝文團體有更好的生存空間，況且藝術節本身的運作更是一個講求效率的工作團隊，而且因應日益減少的補助經費，除了節流之外，積極開發財源如積極尋找贊助亦是刻不容緩的事。

蕭新煌也指出台灣藝術發展的障礙有二：

一是政治力的介入，二是法律的障礙。除此之外另有文化的意識型態化以及窄化的後遺症，恐怕也將扭曲台灣文化藝術的均衡發展。因此確立長、短期文化藝術發展政策的方向，是當前文建會最重要的任務。而在增進企業界與藝文界的夥伴合作上，建立評鑑追蹤機制，和有效的企業合作獎勵

⁶⁷ 呂小姐其因工作職位的關係（任職於台北市文化局內）認為不方便接受正式訪談，僅願以電話作非正式訪談，日期為90年9月底，約一個小時。

辦法，則是國藝會刻不容緩的職掌。（蕭新煌，2000：218）

其所指的政治力介入即前面所談的政治干預文化問題，而法律的障礙則包含了政府採購法對藝文發展的斷傷。此外，台灣的藝文界總因利益糾葛、個人強烈主觀意識型態而形成一盤散沙，以此不但無法監督政府也使藝術工作更加困難。所以面對長年來的藝術困境，當是必須檢討，否則不僅藝術節難以成軍，其他的藝文作為也是枉然無效。但這樣的困境也同時是轉機，突顯出台灣並不是沒有人才與機會，缺乏的只是有效的整合而已。

我們也可以運用行銷學領域當中的「策略行銷企劃」(SWOT)分析模式來評估台灣舉辦藝術節優劣勢。所謂的SWOT，是strength（優勢），weakness（劣勢），opportunity（機會），threat（威脅）。McDonnell et al.指出SWOT分析模式也可稱作環境評估，它包含了外部環境分析及內部環境分析，前者包含了經濟、社會、文化、政治、技術、人口統計學、氣候、競爭性等面向，後者則指藝術節組織所可獲得的資源，包括物質、財政、人力資源等（1999：62-64）。以此來看台北藝術節：

在優勢方面，台北藝術節因為由市政府主辦，所以在經費方面有較充足的資金，且位居台北人文薈萃之地，擁有豐富的人力、物質資源。而台北為知名的華人國際都市，所以擁有相當佳的背景舉辦國際藝術節。此外，台北藝術節是台灣第一個舉辦的全面性、綜合的國際藝術節，雖成效不盡理想但有相當大的發展空間。

在劣勢方面，因為是政府主辦，所以在行政運作組織上受限非常大、較無彈性，而經費的撥放採一年一審制及市議會基於選票的考量因而要求大眾化走向，對於藝術節的長期發展形成非常大的危機。而且由於政府施政首長強烈主導，造成今日台北藝術節定位不明，活動主題缺乏特色、不夠多元化。

在機會方面，配合國內週休二日及國際觀光旅遊風氣旺盛，文化活動結合觀光是增加國內及外國旅客旅遊的一大機會。而台北相對於其他華人城市，如香港、新加坡、上海是擁有較深厚的中國文化精隨及自由揮灑的空間。

在威脅方面，以國內來說，藝術節熱潮已經形成，雖然活動品質良莠不齊，但勢必會分散參加的人口，以目前台灣藝術活動消費人口沒有大幅增加的情勢，加上表演藝術有淡旺季之分來看，對台北藝術節莫不是一大競爭壓力。就國際來說，台北相對其他華人城市雖有較深厚的文化傳承，但也是國際化競爭力最薄弱

的，目前香港、上海、新加坡都有意爭取亞太文化中心之地位而積極整合，相對於台北緩慢的步調，顯然是一大隱憂。

（二）城市 - 藝術節

一個成功的藝術節除了經濟上的實質利益外，更可為城市帶來許多附加效應。Getz（1991）提到二次大戰之後，歐洲的趨勢是舉辦大量的藝術節（arts festivals、special cultural event）來增加城市的觀光吸引力，這是非常明顯且無庸置疑的。而二次戰後舉辦藝術節並且在世界的藝術版圖中非常特出的當推亞維儂藝術節與愛丁堡藝術節，他們的成功的確帶給晚近許多以城市命名的藝術節諸多啟示。以對當地藝術助益頗大的亞維儂來說：

亞維儂的藝術經紀人和地方政府一起藉著藝術節營造了一個有聚光作用的藝術生態體系，這個體系就像水池的生態一樣，它不止養活許多主題節目和外圍活動，同時它也養活了這個城市的居民、商家和政府，它也為地方帶來了名聲和生活的豐富性。（陳其南，1998）

相較之下，台北市目前可以說並沒有做到這樣的程度，就藝術生態面，它的節目不論第一、二屆的國際化走向或第三屆的非國際路線，或因為時間倉促、規劃問題，並沒有引起藝術層面很大效應，既沒有非常突出的前衛創作、交流，也沒有委託自製、合作節目，實質上並沒有益於當地藝文團體生存，反而落得「與民爭利」之嫌，而觀眾的鑑賞水準也未必提昇。對台北原本已經非常豐富的生活來說，也不一定增加多少消費性收入或是精神上的豐富性。究其原因，一個都會城市要做到這樣成功坦白說有相當高的困難度，筆者以為因為當初在規劃時許多基本因素不足了一些，卻又沒即時改進，以至於有「先天不足後天失調」的窘境。而藝評者也指出「藝術節是一種慶祝、饗宴，但卻又不單單只是慶祝而已，它更是包含了對於一個社區、社會精神的復甦、更新的慶典⁶⁸（IATC Hong Kong, 1997：9-11）。這一點，台北似乎也還有一段努力的空間。

此外，雖然一個藝術節可以透過改變藝術節的形象（image）去吸引其他觀眾，但是 Rolfe（1992）也指出：「吸引觀眾有許多方法，但最怕的是為了吸引觀

⁶⁸ 其原文：Festival, 是 celebration, feast....不單只是 celebration,而是 renewal, celebration as a renewal of the community spirit.

眾而使用的藝術節變成只是譁眾取寵而失去自己的個人特色⁶⁹。」，所以台灣在見賢思齊之外也須注意保有地方的文化特色，一味學習西方恐怕會是畫狐不成反類犬。不過，從目前西方發展的藝術節工業（festival industry）檢討中，我們倒是可以注意一個缺失，就是盡量避免讓藝術節只是「*Shopping for the big name*」（俞秀青，1999：49），這也就是說將藝術節的大筆經費花在邀請國際級的明星表演團隊或名編導參與藝術節演出，卻沒有辦法做進一步的深層文化交流、環境改造或培植本地藝術家、青年藝術消費人口。或許這樣的做法是打開了國際視聽，但這也只能在草創初期為之，否則長久下來是真的無法累積藝術的養分給當地的居民。其實行之已久的香港藝術節便有這個危機，而同樣學西方藝術節而來的台北藝術節也當以此為戒鏡。

總括前面所談的城市藝術節，我們可以發現國際藝術節的最小單位可以從一個城市為出發點而後慢慢發展出它自己的道路來。梁蓉指出：「藝術節的發展版圖是「城市 國家 國際」，明顯呈現地域特殊，納百川的包容性，則又顯現國際觀的時代性，提供世界文化的對談空間。」（梁蓉，1998：86）以城市為單位既可以免除國際間政治的干擾，而且以小單位來運作所需處理問題的複雜性也會降至最低。台灣目前有其政治困境，所以這樣的一個發展版圖更是適合台灣都市。而我們也應該先求最基本的城市單位做好了再慢慢遠望；亞維儂/愛丁堡當初也是由亞維儂/愛丁堡 法國/英國 國際發展而成，而且根據其年度報告顯示，參加其藝術節的觀眾仍以本地、本國人居多，所以台灣的城市應該學習其優點更腳踏實地的從本地做起。

也因為近來城市藝術節引起廣泛的注意，所以世界各大城市都紛起效尤。根據澳洲的研究顯示澳洲政府即透過藝術節的方式為許多大城市引進許多國際性演出：「國際性的製作也經由藝展節慶引進，這方面得到的政府獎助有巨幅的成長，從1992年的840萬澳幣獎助金額到1998年的1,820萬澳幣，年增率高達14%。1998年在阿得雷德、墨爾本、布里斯本、雪梨等大城市的藝術節演出的節目，有45%到52%的表演藝術來自國外。在伯斯藝術節演出的作品69%為國際創作。」（海倫·鈕金，2000：35）而這樣的數據也說明了澳洲政府的企圖心。

最後，我們必須提出，如蕭新煌所言：「具有地方文化內涵的城市文化交流，

⁶⁹ 其原文：fearing the festival could become all things to all men and lose its individual identity.

才是「城市外交」的真意。因此不論是「地方文化的全球化」，抑或是「全球化的地方化」，都要透過文化的內涵辯證與文化交流的過程，才能達到坦然面對文化藝術的全球化和多元發展，而不至於陷於對外來文化衝擊的抗拒和恐懼。」(蕭新煌，2000：218)在發展城市藝術節同時我們當不可忘記拿捏好分寸，才不至於失去了方向，迷失在全球化的浪中。

(三) 返回原點 - 需求

總地來說，台北需不需要一個國際藝術節呢？其實，藝術節跟其他活動一樣，只是藝術用來親近民眾的一種手段，所以當我們在討論活動的舉辦等問題，終究還是要回到一個基本的問題點 - 「需求」來討論。因為台灣的藝術節已經非常多，我們需要的是什麼樣的藝術節，政府應該扮演什麼樣的角色，可能是最重要的。豪澤爾說過：「只有有了藝術需要的時候，藝術才會產生，才會有價值，但如果藝術僅僅只是為了製造或加強一種需要而創造的話，那麼它又會失去自己的價值。」(豪澤爾，1986：211)，藝術節也是一樣的，在訪談中，多數的訪問者也都指出台北藝術節便是因為政府沒有弄清楚台北市民需要的是什麼，再加上一些干擾，所以目前才會弄得進退兩難的窘況，形成只是一個與民同樂的大拜拜。政府所應該做的是從基礎的政策面促進民間的「生存發展基礎」，但依目前台北藝術節的做法，本身沒有營造藝術生態的良好循環，有的只是政治選票的糖衣而已。訪談者說到：

現在的台北藝術節只是市政府的一個廣告片而已，讓市民知道說我們有文化局、有在辦這個活動，其他的，他不在意，反正在上位者可以露面，藉著一個活動被露面。我覺得目前的活動也僅止於此而已，再往下一層，我們剛剛講的那些點，其實沒有被思考到。(訪談，b)

另外，周慧玲也指出：「市府所謂『市民主義』其實恰是另一種政治文化的包裝，整個有關表演藝術生態的建構，依舊屬於即興構思、短期計劃的性質，注重立即而熱鬧的效果，更勝於長遠而穩定的基礎建設。」(周慧玲，1998：19)

反觀國外的例子，愛丁堡國際藝術節當初的創立是因為 Rudolf Bing 所屬的劇院遇上財務危機，而適巧有人提議舉辦一個與薩爾茲堡音樂節能匹敵者(愛丁堡在 1815-1871 即有音樂節)，因此 Rudolf Bing 就決定舉辦一個藝術節來解決所屬劇院財務危機，亦使得這個藝術節可以與劇院的資源相結合，最初原是在

Oxford, 但其無法提供財政支持, 因此在一個午餐會上, 愛丁堡的代表毛遂自薦, 經過一番調查與評估, 受到戰爭的損害較少、可以容納足夠的觀光客, 擁有劇院、音樂廳、自然資源、特有的歷史、藝廊、旅館, 並獲得愛丁堡當地議會、知名人士的贊助之後, 愛丁堡藝術節才發展至現今的規模 (Bruce, 1975: 1-2)。他們是經過嚴密的計劃與評估、當地認同, 才獲得今日的成功, 反觀台北呢? 台北藝術節當初的創辦原因也無可厚非, 雖不一定是藝術需求才是絕對, 但相較之下, 台灣的節慶活動的確是藝術性少了一些, 而多了許多急功近利的性格。

Rudolf Bing 也指出愛丁堡藝術節之所以能成功便是因為愛丁堡的居民有這個需要並且能在活動舉辦期間感覺到自己是東道主, 他們必須認為這是他們的藝術節, 這些遊客便是他們的遊客⁷⁰ (Bruce, 1975: 23)。台灣政府總是傾向於撥給一筆預算, 舉辦許許多多的藝術節, 甚而因此形成一個「傳統」, 而這與國外是由民間自願發起的形式而慢慢績累成目前績效的情形是相差很多的, 是台灣的特色嗎? 但效益又在那兒? 政府這樣的心態真是值得探討。

其實舉辦的時間和地點必須根據藝術節的主題、目標和節目內容來決定。從前的慶典活動或許只是單純的文化再現活動, 現在卻漸漸走向多元發展的觀光等取向, 其意義、方向已多有轉變與發展, 因此在多種的節慶活動中要舉辦哪一種類型、定位如何, 也就變成舉辦節慶活動最重要的基本工作。「初期必須要引起市民的興趣, 啟發他們的藝術感性; 藝術活動的設計非自這個方向設計不可, 要舉辦藝術節也要這樣去想。藝術節不應該是藝術界出風頭的機會, 而是市民與藝術建立深刻關係的紐帶」(民生論壇社評, 1999)但我們也應避免過於民粹主義:

民粹 - 根本訴諸最赤裸的多數暴力。

民粹是不成熟民主政治的副產品, 伴隨著舊有威權的解體, 在民氣昂揚下, 政治人物、知識份子的「民之所欲, 我心常在」即變成對民眾的阿諛, 民粹是以庸俗政治上的服從多數直接加諸於文化事務, 將最難以量化的文化簡化成數人頭的道理, 素民的傾向容易導致庸俗化, 而民粹則在此庸俗化上又加入了另一種赤裸的暴力。(林谷芳, 1998: 82)

台北藝術節草創不久, 產生許多問題在所難免, 筆者以為理想的藝術節是由

⁷⁰ The success of this festival will depend on the willingness of the Edinburgh citizens, of all of them...to feel and act as hosts during the three weeks of the festival. They must feel it is their Festival, and the visitors are their visitors.

人所「創造」出來的，而其應該是能達成、創造雙贏或三贏局面（參與的觀眾、藝術家、藝術節相關單位），而不只獨厚一方。英國最新的藝術節研究報告也指出藝術節似乎已被地方政府認為是開發觀眾數和創造參與藝術機會的最佳媒介⁷¹（Allen, Keith、Shaw, Phyllida, 2000：38）。這些資料只是更說明了藝術節已經成為二十一世紀跨國交流不可避免的方式之一。

「季」，是一種期待（林谷芳，2001）。而1998年法國亞維儂「亞洲慾望」台灣演出的節目是「由一個我（藝術總監 Faivre D'Arcier）這樣的外國人，以亞維儂國際演出的標準所作的選擇。」（梁蓉，1997：67）不論藝術節型態為何，如何以台灣的觀點，創造一個台灣人期待的藝術節，恐怕是值得我們思考的地方。

二、台灣國際藝術節的理想城市 - 台北市

台灣截至目前為止舉辦過的大小藝術節不勝枚舉，類型也非常廣泛，而一個國際的藝術節舉辦也不一定限制於都會型城市。如前所言，一個地方只要能好好運用當地資源，自是能走出一條國際的市場。但以台灣目前各個城市的條件來說，筆者以為台北市正是最具有潛力的代表⁷²。台北市是台灣的首善之都，在交通建設、旅館、文化展演設施都有較完善的發展；其藝術人口也較其他縣市為多，而台北本身已經是普為國際所知曉的華人城市，因此基本上要創造一個國際性的藝術節並非難事，且比其他台灣的城市減少了許多障礙。

就硬體建設方面來說，根據台北市政府所作的委託研究案（林克華，1999）顯示，台北市目前的表演場地數目在理論上是足夠的，但因為現有表演場地空間使用失衡：專業空間使用率超載，而非專業空間使用率低，所以才會有表演場地不足之感，並且因為表演設施缺乏專業規劃，所以造成了未來發展的隱憂。因此，就表演場地方面來說，只要政府單位或民間企業團體積極的參與改善工程，應該就有機會可以解決目前硬體的困境。

其次，就軟體資源而言，台北市更是藝術人才的聚居之地，以藝術專業人才來看，台北市內所擁有的表演藝術專門學校就有十一所之多（林谷芳，1998：

⁷¹ Festivals, it seems, are acknowledged by local authorities as key players in audience development and the creation of opportunities for participation in the arts.

⁷² 筆者雖認為台灣各個縣市都具有舉辦國際藝術節的潛力，但依目前各縣市的條件來說台北市是筆者認為較適合者，故用「理想」二字代表。

110)。而根據政府單位的補助研究顯示，台北市的藝文補助案也佔多數，顯示台北市聚集了相當多的藝術工作者。此外，全台北市約有 260 萬人，台北縣約有 350 萬人，搭配著便利的交通設施，其實要開發藝術欣賞的潛在人口也是一項利機。而其他的相關藝文機構，如視覺藝術的台北市立美術館、故宮博物院、台北當代藝術館、國立歷史博物館、華山藝文特區等都坐落於台北市，是相當適合的觀光聚點。

再者，台北市本是已屬一個國際性的都會城市，因此就藝術交流層面來說，不論官方、民間都有比較多的機會產生藝術的撞擊。但也因為它是一個都會型的城市，所以要在這麼豐富的活動中舉辦一個脫穎而出的國際性藝術節，也就相對的增加了其困難度。世界上成功的都會城市舉辦藝術節莫不以其多元、創新而屹立不搖。

以此反觀台北藝術節，作為一個有潛力的國際性藝術節，其創立或許有些倉促、不足，但卻有非常明顯的企圖心與願景。目前在顛簸中勉強為之的台北藝術節其實在開始時雖不令藝文界滿意，出現許多批評聲浪，但這也代表了另一種的期待。如平珩（1999）指出台灣政治上最可怕的「換人換政策」的現象，已經出現在文化的建構上，而第三屆的台北藝術節就是一個典型的犧牲品。王凌莉（1999b）觀察到台北市政府的公務體系對民間藝術文化環境認識不夠用心，無法體認藝文界呼籲藝術節切勿匆匆成軍的聲音。王墨林（1999）則指陳藝術節欠缺藝術的前衛性。邱坤良（1998）指出因為大家都太心急之故，台北藝術節並無法清楚呈現台北的文化性格，所以必須先做好基礎的文化工作，如清楚台北市到底有多少藝文資源，再根據地理特色與藝文傳統把台北市分成若干文化圈，以此並設立一個超然的藝術節經營機構、組織，如此才可能產生好的藝術節。此外，許多報導、檢討會（施福美，1999；王凌莉，1999a；社教館，1999）都清楚地說明台北藝術節的定位、主題不明、經費來源、長久運作組織的重要關鍵問題。

綜合前面幾位專家學者所提出的意見，如果政府主辦單位有心要經營的話，其實真的並不難。因為他們已經在各個方面提出重點，若能整合、萃取精華，即使台北藝術節在前兩屆雖不滿意卻初具規模的情形下，也比第三屆以後公辦民營、公開招標所引來的問題有較大的改善空間。

以此來看，筆者不免要指出，台北市雖是台灣較有潛力舉辦國際藝術節的城市，但目前的台北市文化局顯然還在摸索施政的方向，而因為它的遲疑、不定，

卻大大削弱了台北藝術節本來的可能性。

米蘭·昆德拉在《生命中不能承受之輕》裡有一段描述：

「沒有比政客更懂得這一點了。無論何時，一個照相機即將開拍，他們會立即奔向最近前的孩子，把他舉到空中，親吻他的臉蛋。媚俗是所有政客的美學理想，也是所有政客黨派和政治活動的美學理想。」（米蘭·昆德拉，2000：302）

米蘭·昆德拉這段話對於政客形象的速寫圖實在是非常的逼真，不只台灣，世界各地的政治人物都符合此一素描圖；只是，台灣的文化深受政治影響，有些藝術文化的活動坦白地說其實早已淪喪為政府首長施政績效中的陪襯，而這些圖像亦是經常出現在大型文化活動的場合中。截至目前為止，一到三屆的台北藝術節開幕都有市府首長出現造勢，這樣的情形豈不與之相吻合。

Swingewood 指出：「就現代社會來看，文化也是支配階級藉以合理化其統治地位的一種手段。各種文化價值、規範與渴望，都是經由主流的社會制度與機構來承傳，這就使得我們日常的生活行事，變成自然而然受到其制約而不自知」（1997：59）。王墨林也說明官辦藝術節的背後美學意識：

官方舉辦的藝術季像做醮班熱鬧有餘，在官方人士理所當然地成為文化祭司之下，藝術季有如一場神聖化的權力祭典。不僅美化支配階級的意識型態管理政策，同時因表演者被要求具有一定程度對意識型態體制的『迎合力』，這種由政治／非政治的權力組合而成的特定價值觀，就成為民主社會把藝術納入體制內『正確』運作的技倆；官方只要拿出一筆巨額的經費即能完成這樣的政治目的。（王墨林，1992：157）

文化以其經濟效益來說，真的是能以最少、短期金錢投資達到最大效果的宣傳品，而且是以一般人最無防衛的方式進入他人的意識型態之中，而達到主政者的施政目的。所以，以此來說，文化的主政者的確扮演非常重要的角色。而台灣目前大型文化活動雖漸有企業贊助涉入，但絕大多數仍以政府為主要資金來源，因此受政府的牽制更大，這也是為什麼目前台灣的藝術節（尤其政府主導較多者）之成效，如台北藝術節與宜蘭國際童玩節，會差異這麼大的原因。不過，藉由官方的強烈造勢，的確也吸引了一般民眾對藝術的目光，或許，這是另一種增加藝文潛在消費人口的手段。

不過，總的來說，台北藝術節雖有可能因為政治上的因素，如政客的急功好

利等而影響了藝術節的舉辦成效，但也有可能是因為台北藝術節剛剛創辦不久，營運團隊初學乍練、經驗不足，再加上政府法規如採購法等之限制，以至於成效不彰。如前面所分析及與表 3-2-1 相對照之下，台北市在軟體、硬體、財力各方面都有較充足的條件來舉辦國際藝術節，是故，台灣若是將來仍欲舉辦國際性的藝術節，那麼台北市不啻是一個最佳的理想城市。

第五章 結論與建議

第一節 結論

慶典活動源起於宗教儀式及神話傳說，近代許多轉化已使得慶典的宗教神聖性已被世俗的娛樂性及藝術的神聖化所取代。而許多藝術節（arts festivals）更是二次世界大戰之後，尤其 70、80 年代才大量崛起。近來因文化觀光興盛，許多藝術節的相關研究越來越多，其中學術界已有將 festival 包含在 special event 研究之中的趨勢，探討範圍面更廣達政治、經濟、社會甚至國際、全球的影響。

而一個國際性的藝術節需要長久的規劃及穩定的運作組織、經費來源，目前台北藝術節及台灣其他的節慶活動都比較欠缺這樣的機構與組織，尤其官辦的藝術節遇上政府採購法及政治干預問題，長來以來藝術節活動只是政府團隊成績單上的綠葉陪襯，遑論對本地藝術的扶植與成長。民間的藝術節因為藝術生態沒有產生一個共同的需求，因此，也是走的一路顛簸不堪。

與國外藝術節相較之下，外國的藝術節相對的有較穩定的藝術節專屬機構及經費來源支持藝術節的運作，他們的藝術節通常由一個非營利組織負責常年的經營，政府只是站在輔導、補助的角色，而藝術總監、委員會才是真正影響藝術節目內容的關鍵。此外，其經費也通常由票房、贊助、當地政府、中央政府所共同分擔。

不論是何種類型的藝術節，研究中都顯示出商業化是全球所不可避免的一個趨勢，因為透過一個有效的行銷方式藝術才可能有生存的空間，而且行銷也在未來的藝術節成功與否中扮演關鍵的角色。但在適當的行銷之外，文化主體性的掌握才是真正在全球化浪潮中可以使自己的藝術節在眾多藝術節中脫穎而出的方法。此外透過藝術節的活動方式可以更有效拉近精緻與通俗文化之間的距離，使得民眾在慶典的歡樂氣氛中接觸到更多的藝術，藉此提高民眾的藝術鑑賞能力與品味，藝術家的創作境界也能有往上提昇的機會。而且藝術節更是未來能摒除國際間政治角力，作最直接交流的溝通方式。

台灣的各個城市其實都有舉辦國際藝術節的潛力，但以台北市的各項條件較充足，可惜台北藝術節因為整體配套措施不足及運作經驗沒有傳承、規劃不周詳，反而成效不明顯，而且暴露出許多問題。未來台灣舉辦國際性藝術節可以以「城市」為單位再慢慢發展出「國家」-「國際」的版圖，不過，首要之事仍是

必須民間與政府合力改善文化生態環境，做好基礎的藝術教育與相關研究，改善政府採購法所帶來的缺失、政治干預藝術及台灣政府行政疊床架屋的問題，那麼台灣的藝術節才會有成功邁向國際的可能。

第二節 研究限制與建議

研究限制

藝術節的發展其實是近半世紀以來才漸受重視，其研究在國外也剛剛起步，而國內目前也少有針對藝術節的專題研究論文或作全面性的研究，限於時間及各個人學識、經驗不足，本篇論文只是一個初淺的嘗試，寄望後來的研究者能針對個別藝術節或台灣的藝術節、文化節慶活動作更深入的評估與探討。

而深度訪談及個案研究方面，因為時間及其他因素的限制，本論文無法做更周延的全面性訪談，包括觀眾、藝術創作、藝術行政、藝術節執行單位等不同面向，而只完成藝術行政者的少數訪談，是本論文很大的侷限。個案研究方面也多由文獻資料分析，此亦極大的限制性。

研究建議

本研究擬提出以下幾點建議：

1、政府方面，當前首要之急是對台灣的各個縣市作全面性的變遷式資源普查及藝術節評估，如此才能了地方所擁有的資源進而舉辦適合的文化節或藝術節，而且因為台灣目前官辦藝術節經費所佔藝術補助總額龐大，因此必須針對官辦藝術節進行全面性評估、研究，以求改進之道。官辦藝術節的舉行若是對藝術推廣、升級成效不佳，政府當有破斧沉舟之心進行改革，否則當釋放出資源以利民間有效的運用。

2、台北藝術節方面，不論未來走向國際或本土方向，都應先讓民間與政府單位有一個共識，討論出其明確的定位，而後獨立藝術節的運作機制，並且讓其經費來源可以多元化不單只倚靠政府全額補助，如此才有可能改善目前的問題，台北藝術節才能發揮其存在的價值。

3、針對藝術節經費問題，筆者以為目前官辦藝術節的經費受政府議會制度一年一審的影響很大，雖然其不太可能會斷然地停止下年度大型活動的預算播

放，但對於藝術節需要事前預支的經費，如製作、簽約等之行政時序，是有相當大的困擾。因此，筆者建議藝術節仍必須有一部份經費來自民間，不適合完全倚賴政府支持。

4、在目前政府採購法對於藝文案件還是一個限制大於防堵弊端的情形下，若以政府機構名義舉辦藝術節而必需招標，筆者建議政府可以改變招標方式或是再進一步地研商其他因應之道。

5、台灣過去經歷天災及現今經濟景氣蕭條的狀況下，藝術活動的舉辦勢必會受到相當大的影響。若以藝術節活動來說，筆者以為，未來再度面臨此一挑戰時，經費的來源不論是政府、贊助、票房都有可能產生縮減，因此在規劃節目時即必須先考慮到未來幾年的藝術景氣之可能性，以防冒太大的投資風險。其次，當面臨經費不得不縮減時，應可考慮相對縮減節目數量，此一做法只是暫時的因應措施，它減少的是節目的「數量」而非「品質」，對於長期的藝術節發展並沒有致命的影響。

而藝術節的組織規模雖然可以精簡，但主要的核心工作小組仍必須維持不變，如此才能掌握藝術節的整體工作方向與進度。相對的，其他的工作人員可以以臨時聘僱或義工組織來取代，一方面節省經費，另一方面也可以開拓藝術節的基層生力軍。

此外，因為整體環境蕭條勢必會影響觀眾參與藝術活動的意願，因此筆者以為在此一時刻更應該注重藝術的行銷與推廣。透過更有效、適當的行銷方式，必須花錢買票參加之藝術活動的觀眾才有可能增強參與的基本意願，若因經費的縮減而忽略行銷，只會讓票房在不景氣中更是雪上加霜而已。

6、後續研究方面，國際文化交流已經是未來文化藝術領域研究的重要課題，本研究只是其中的一隅，因此未來研究者可針對不同的議題進行更廣的探討，以豐富國內的研究。而針對政府單位的研究，因其可以擁有較充足的經費與人力資源，因此建議政府方面的後續研究可以進行整合性的評估報告，以台北市為例，相關的市民生活型態研究、表演場地設施調查、藝文人口研究、表演藝術團體經營生態研究、文化政策白皮書等都有不錯的研究成果，若能作一個整合性的規劃評估研究，應可以有一個台北藝術節的未來輪廓出現。

參考書目

一、專書

(一) 西文部分：

- Allen, Keith. Shaw, Phyllida (2000) *Festivals Mean Business : The Shape of Arts Festivals in the UK*, London : British Arts Festivals Association.
- Alexander, Jeffrey C.. Seidman Steven eds. (1990) *Culture and Society : Contemporary Debates*, USA : Cambridge University Press. (吳潛誠總編校,《文化與社會》,台北縣：立緒文化事業出版有限公司,1999年8月初版三刷。)
- Beck, Ulrich (1998) *Was Ist Globalisierung ?*, Germany : Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main. (孫治本譯,《全球化的危機 - 全球化的形成、風險與機會》,台北市：台灣商務印書館,1999年。)
- Bruce, George (1975) *Festival in the North : The Story of the Edinburgh Festival*, London : The Edinburgh International Festival Society Ltd.
- Bocock, Robert (1993) *Consumption*, Routledge. (張君政、黃鵬仁譯,《消費》,台北市：巨流圖書公司,1999年第10版。)
- Catherwood, Dwight W .Van Kirk, Richard L (1992) *The Complete Guide to Special Event Management : Business Insights, Financial ,Strategies from Ernst & Young, Advisors to the Olympics, the Emmy Awards and the PGA Tour*, Canada : John Wiley & Sons ,Inc.
- Falassi, Alessandro ed. (1987) *Time Out Of Time : Essays on Festival*, USA : University of New Mexico Press.
- Foster, Hal ed.(1983)*The Anti-Aesthetic : Essays on Postmodern Culture*, Bay Press. (呂健中譯,《反美學：後現代文化論集》,台北市：立緒文化事業有限公司,1998年。)
- Getz, Donald (1991) *Festivals, Special Events, and Tourism*, New York : Van Nostrand Reinhold.
- Getz, Donald (1997) *Event Management and Event Tourism*, New York : Cognizant Communication Corporation.

Goldblatt, Joe Jeff (1997) *Special Events : Best Practices in Modern Event Management*, New York : Van Nostrand Reinhold, Second Edition.

Jackson, Robert (1997) *Making Special Events Fit in the 21st Century*, USA : Sagamore Publishing.

Kotler, Philip. Scheff Joanne (1997) *Standing Room Only : Strategies for Marketing the Performing Arts*, The President and Fellows of Harvard College. (高登第譯 , 《票房行銷 - 菲利浦 . 科特勒談表演藝術行銷策略》, 台北市 : 遠流出版社 , 1998 年 4 月 16 日初版一刷。)

Korza, Pam. Magie Dian(1989) *The Arts Festival Work Kit*, USA : Arts Extension Service.

McDonnell, Ian. Allen, Johnny. & O'Toole, William (1999) *Festival and Special Event Management*, Singapore : John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Miller, Eileen(1996) *The Edinburgh International Festival, 1947 - 1996*, UK : Scholar Press.

NLI Research Institute(1995) *A Survey of Domestic and Overseas Arts Festivals - Excerpt from NLI Research 1995 No.85*, Tokyo: NLI Research Institute.

Rolfe, Heather (1992) *Arts Festivals in the UK*, London: Policy Studies Institute.

Swingewood, Alan(1977) *The Myth of Mass Culture*, London : Macmillan Publishers Ltd.. (馮建三譯 , 《大眾文化的迷思》, 台北市 : 遠流出版社 , 1997 年 12 月初版三刷。)

Wesley Monroe Shrum, Jr (1996) *Fringe and Fortune : The Role of Critics in High and Popular Art*, UK : Princeton University Press.

(二) 中文部分 :

王瑞香 主編 (1994) 《誠品閱讀人文特刊 : 藝術節》, 台北市 : 誠品股份有限公司。

王墨林 (1992) 《都市劇場與身體》, 再版, 台北線 : 稻鄉出版社。

方永德 等譯 ; 維克多 . 特納 (Victor Turner) 編 (1993) 《慶典》, 上海 : 上海文藝出版社。

米蘭 昆德拉 (Milan Kundera), 韓少功、韓剛譯 (2000) (1984) 《生命中不能承受之輕》, 三版十七刷, 台北市 : 時報文化出版有限公司。

行政院文化建設委員會 (1998) 《文化白皮書》, 台北市 : 行政院文化建設委員會。

- 江靜玲 編譯，John Pick 原著（1995）《藝術與公共政策：從古希臘到現今政府的「藝術政策」之探討》(The Arts in a State: A Study of Government Arts Policies from Ancient Greece to the Present)，臺北市：桂冠出版社。
- 吳芝儀、李奉儒 譯，Patton, Michael Quinn 原著（1998）《質的評鑑與研究》，臺北市：桂冠出版社。
- 林秋芳、李容端編撰（1998）《藝林探索 - 環境篇》，台北市：行政院文化建設委員會。
- 唐小兵譯，(Fredric Jameson 1985 年北京大學演講集)（1997）《後現代主義與文化理論》，北京：北京大學出版社。
- 夏學理、凌公山、陳媛（1999）《文化行政》，初版二刷，台北縣：國立空中大學。
- 陳坤宏（1998）《消費文化理論》，初版三刷，台北市：揚智出版社。
- 陳學明（1998）《文化工業》，初版二刷，台北市：揚智出版社。
- 許綺玲譯，Benjamin, Walter 原著（1999）(1935)。(《迎向靈光消逝的年代》(“The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction”)，初版二刷，台北市：台灣攝影工作室。
- 張旭東 編（1996）《晚期資本主義的文化邏輯：詹明信批評理論文選》，香港：牛津大學版社。
- 楊小濱（1999）《否定的美學 - 法蘭克福學派的文藝理論和文化批評》，上海：三聯書店。
- 豪澤爾；居延安譯（1986）《藝術社會學》，台北市：雅典出版社。
- 廖炳惠（1998）《回顧現代 - 後現代與後殖民論文集》，初版二刷，台北市：麥田出版社。
- 劉康（1995）《對話的喧聲：巴赫汀文化理論述評》，台北市：麥田出版社。
- 盧家珍、陳麗娟編撰（1998）《藝林探索 - 經營管理篇》，台北市：行政院文化建設委員會。
- 蘇昭英 主編（1999）《台灣縣市文化藝術發展 - 理念與實務》，台北市：行政院文化建設委員會。

二、期刊論文

(一) 中文論文部分：

1、碩士論文

林于湘 (2000)《文藝政策的制定與辯證：釋析 1981 年至 1998 年台灣文化論述的建構與轉型(以「行政院文化建設委員會」為例)》，台北藝術大學戲劇研究所理論組碩士論文。

陳雅雯 (1995)《政府機關在文化建設中之角色的研究 - 以文化建設委員會舉辦文藝季活動為例》，中興大學公共政策研究所碩士論文。

陳達章 (2001)《台灣地區地方政府公辦國際文化藝術活動之研究 - 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。

陳湘東 (2000)《節慶活動與企業贊助動機之研究》，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班論文。

葉碧華 (1999)《大型觀光節慶活動效益之評估 - 以台北燈會為例》，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。

羅素玫 (1995)《節慶與交換：法國瓦隆國際民俗節的人類學研究》，台灣大學人類學研究所碩士論文。

戴君芳 (1996)《台北地區小劇場之文化生產場域分析 (1986-1995) - 從『收編論』談起》，政治大學新聞研究所碩士論文。

2、其他

朱元鴻 (2000)，〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉，《文化產業：文化生產的結構分析》，遠流出版社，頁 11 - 45。

林谷芳 (1998)〈文化發展中的「民間」概念〉，《文化發展與民間力量座談會文集》，國立歷史博物館，頁 75 - 84。

南方朔 (2000)〈當藝術文化與經營管理相遇 - 台灣文化發展的新重點〉，《跨世紀國際藝文資訊交流研討會》論文集，國家文化藝術基金會，頁 88 - 98。

海倫·紐金 (Helen Nugent) (2000)〈藝術與文化的民營化及產業化〉，《跨世紀國際藝文資訊交流研討會》論文集，國家文化藝術基金會，頁 28 - 67。

蕭新煌 (2000)〈營造文化藝術事業發展的契機：台灣與世界〉，《跨世紀國際

(二) 中文期刊部分：

- 王凌莉 (1997) <台灣外交，遞張『文化』名片吧！>，《表演藝術》第 57 期，頁 54 - 61。
- 呂宜玲 (2000) <專題：如何規劃辦理「藝術節」活動>，《美育》第 115 期，頁 82 - 95。
- 邱瑗 (1996) <傳統風光不再，另類大放異彩 - 體檢八十四年的「藝術節」！>，《表演藝術》第 41 期，頁 31 - 36。
- 周慧玲 (1998) <官方主導或市場機制>，《中華民國八十六年表演藝術年鑑》，頁 12 - 21。
- 俞秀青 (1999) <肢體「極端」新嘗試 - 柏林國際舞蹈節>，《表演藝術》第 84 期，頁 46 - 49。
- 陳國寧 (2001) <藝術管理與專業教育規劃>，《美學與藝術管理研究所學刊》第一期，南華大學美學與藝術管理研究所，頁 1 - 7。
- 傅裕惠 (2001a) <跨越政權交替的新世紀 - 文化事權的顛跚之步>，《中華民國八十九年表演藝術年鑑》，頁 10 - 19。
- 傅裕惠 (2001b) <藝術要跟當代的社會價值觀對話 - 專訪香港當代文化中心節目總監榮念曾>，《表演藝術》第 107 期，頁 43 - 45。
- 梁蓉 (1997) <馬不停蹄地尋找舞台焦點 - 訪「亞維儂藝術節」執行長費弗達西耶 (Faivre D'Arcier)>，《表演藝術》第 57 期，頁 62 - 67。
- 梁蓉 (1998) <亞維儂退燒後>，《表演藝術》第 72 期，頁 84 - 89。
- 楊莉玲 (1998) <藝術節德藝術>，《表演藝術》第 70 期，頁 38 - 39。
- 潘雅君 (1994) <福爾摩莎上的藝術節>，《盼盼表演藝訊》第 3 期，頁 28 - 31。
- 趙玉玲 (1996) <半世紀的藝術節>，《表演藝術》第 47 期，頁 41 - 49。
- 劉蘊芳 (1996) <期待一個『台灣藝術節』 - 專訪亞維儂藝術節執行長>，《光華》第 21 卷第 1 期，頁 116 - 122。
- 謝東寧 (2001) <專業策展人！人在哪裡？ - 初探台灣表演藝術的策展環境>，《表演藝術》第 107 期，頁 34 - 39。

三、其他資料

(一) 機關文獻：

王怡瑜 編輯，《1998-2000 城市文化交流會議 – 1999 台北會議總結報告》，台北市：表演藝術聯盟發行。

文建會，〈施政報告〉，引自文建會網頁「施政報告」

<http://www.cca.gov.tw/intro/report/national.htm>，〔2001年6月23日〕。

台北市文化局，(2001a)，〈藝文「採購」是利是弊？〉，引自台北市文化局網頁 <http://www.cabot.taipei.gov.tw/chinese/frame.htm>，〔2001年4月25日〕。

台北市文化局，(2001b)〈文化教育政策白皮書〉，引自台北市文化局網頁「文化教育政策白皮書」<http://www.cabot.taipei.gov.tw/00328/cul-book.htm>，〔2001年4月26日〕。

台北市文化局，《第三屆台北藝術節特刊》，台北市：台北市文化局。

台北市立社會教育館，《1998年台北藝術節結案報告》，台北市：台北市立社會教育館。

台北市立社會教育館，《1999年台北藝術節執行工作報告》，台北市：台北市立社會教育館。

台北藝術推廣協會，《看身體在說話 - 1999年台北藝術節專輯》，台北市：台北藝術推廣協會。

表演藝術聯盟，《1998-2000 城市文化交流會議 – 1998 上海會議總結報告》資料，台北市：表演藝術聯盟。

林谷芳主持，黃國禎編輯（1998）《台北市文化政策白皮書研究案》，台北市：台北市政府。

林克華等（1999）《台北市藝術文化空間資源普查研究案 第一階段：表演藝術空間普查 研究報告》，台北市：台北市政府。

姚蕙玲（1996）《愛丁堡國際藝術節與愛丁堡藝穗節訪問報告》，台北市：國立中正文化中心。

紀俊臣等（1986）《台北市藝術季活動評估之研究》，台北市：台北市政府研究發展考核委員會。

游瑛妙 (1999) 《節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質的滿意度分析 - 以第十一屆民藝華會為例》, 台灣省政府交通處旅遊局。

楊碧玉 (1995) 《英國愛丁堡藝術節考察報告》, 台北市 : 行政院文化建設委員會。
Edinburgh International Festival, *Edinburgh International Festival Annual Review 1999*,
UK : Pillans & Willson Greenaway.

Edinburgh International Festival, *Edinburgh International Festival Annual Review 2000*,
UK : Pillans & Willson Greenaway.

Edinburgh International Festival, < *Festival Audience* >, UK : Scotinform Ltd. , 1998
October. 引自 <http://www.eif.co.uk/about/audience.html> [2000 年 11 月 23 日]

Edinburgh Festival Fringe Society, *Edinburgh Festival Fringe Annual Report 2000*, UK :
Edinburgh Festival Fringe Society 提供。

Hong Kong Arts Festival Society Ltd, *Hong Kong Arts Festival Annual Report 1997/1998*,
HK : Hong Kong Arts Festival Society Ltd.

Hong Kong Arts Festival Society Ltd, *Hong Kong Arts Festival Annual Report 1998/1999*,
HK : Hong Kong Arts Festival Society Ltd.

Hong Kong Arts Festival Society Ltd, *Hong Kong Arts Festival Annual Report 1999/2000*,
HK : Hong Kong Arts Festival Society Ltd.

IATC Hong Kong (國際演藝評論家協會 香港分會), *Festival Forum 1997* (「解構
演藝無限節 : 香港的藝術節應何去何從」論壇紀錄), HK : IATC Hong Kong
(國際演藝評論家協會 香港分會) .

The City of Edinburgh Council, *Edinburgh Festival Economic Impact Study 1996*, UK :
Lothian and Edinburgh Enterprise Limited..

(二) 報紙短論 :

王凌莉, (1999a) < 台北需要什麼樣的藝術節 ? > , 自由時報 1999 年 7 月 10 日
第 39 版。

王凌莉, (1999b) < 第三屆台北藝術節有影嘍 ? > , 自由時報 1999 年 9 月 25 日
第 40 版。

王墨林, < 看 ! 貞子在說話 > , 自由時報 1999 年 7 月 10 日第 39 版。

民生論壇社評，〈檢討台北藝術節〉，民生報 1999 年 9 月 13 日第 2 版。

平珩，〈換人換政策，到底依循的是什麼？ - 請龍應台局長 說清楚講明白！〉，自由時報 1999 年 12 月 14 日第 40 版。

杜麗琴（網站主編），〈國際藝術節資料蒐集方法〉，引自網路劇院網頁：
<http://www.cyberstage.com.tw/festival/>，〔2001 年 10 月 18 日〕。

林谷芳，（2000b）〈慎防《採購法》對文化智慧財產權的傷害 - 《採購法》用於文化事務的系列反思（一）〉，明日報 2000 年 10 月 17 日 20：59 版。引自 <http://www.ttimes.com.tw/2000/10/17/artistic/200010170291.htm>，〔2000/11/4〕。

林谷芳，〈「季」，是一種期待〉，民生報 2001 年 3 月 20 日 A6 版。

林蔭宇，〈文化活動 可以更精緻〉，中國時報 2001 年 4 月 30 日第 21 版。

周美惠，〈北市藝術季 學者建議三合一〉，聯合報 1997 年 9 月 19 日第 14 版。

周美惠，〈確立常設機構 方能展現特色〉，聯合報 1998 年 5 月 10 日第 14 版。

邱坤良，〈台北藝術節，看不到台北的文化性格〉，聯合報 1998 年 6 月 9 日第 15 版。

南方朔，〈評審 教父 官僚〉，中國時報 2001 年 2 月 27 日第 21 版。

施福美，〈由藝術節思索文化局〉，中時晚報 1999 年 7 月 22 日第 2 版。

陳其南，〈從亞維儂到美濃的距離〉，聯合報 1998 年 9 月 1 日第 14 版。

溫仲良，〈俗文化與俗眾文化〉，聯合報 2000 年 10 月 19 日第 15 版。

龍應台，〈圓環走唱、廟前拼台 - 俗文化 為滄桑的歲月出神〉，聯合報 2000 年 10 月 17 日第 15 版。

（三）本論文相關參考網站：

<http://www.cyberstage.com/festival>（網路劇院/國際藝術節中文資訊）

<http://www.cabot.taipei.gov.tw>（台北市文化局）

<http://www.go-edinburgh.co.uk>（愛丁堡藝術節）

<http://www.eif.co.uk>（愛丁堡國際藝術節）

<http://www.edfringe.com>（愛丁堡藝穗節）

<http://www.bam.org>（下一波藝術節）

<http://www.festival-avignon.com>(亞維儂藝術節)

<http://www.hk.artsfestival.org> (香港藝術節)

<http://www.taf.org.tw> (台北藝術推廣協會)

<http://www.ifea.com/> (International Festivals & Events Association)

<http://www.euro-festival.net/> (Euro-Festival Info Center)

附錄

附錄一、台灣國際藝術節建構之研究相關訪談紀錄

本深度訪談對象各任職於國立中正文化中心、台北市文化局、台灣藝術發展協會，訪談時間為90年10月4、5日，一至二個小時不等。採不具名方式紀錄。訪問題目針對台北藝術節之轉變及藝術節的生態、舉辦、商業化等一一提問。

訪談紀錄 A

藝術節的籌備、基本運作方式

台北市藝術節是由台北市政府主辦，台北市政府文化局來承辦，並以政府採購法的方式公開招標，之後成立一個評選委員會，由評選出來的單位來承包、執行這個活動。而評選委員是根據今年的主題來邀請台灣在這一方面的相關的專家學者所組成。之前在成立評選委員會的時候有成立一個諮詢委員會，這個諮詢委員會也是由國內的二十幾個專家學者所組成，然後再由他們討論出今年的一個可能性方向。

一般認為一個藝術節的籌備需要二至三年的時間，這個說的是二至三年的「邀約」，你現在所謂的藝術節是「邀約」國際的藝術團體來到一個地方做自己的演出，這也叫做一個藝術節。

我要提出來的是這（這個模式）不是必定的，我反對這個說法。因為全世界的藝術節有一個走向，就是邀約很多的國際藝術團體、找一個主題來做，這就是所謂的藝術節？等於是說我一定要這樣一個固定的模式來做？找一個主題來做這是落後的想法，誰說藝術節一定要這樣做？這就是書本裡面的錯誤。你所認同的國際藝術節跟我認同的、知道的並不一樣，因為藝術節要看我的計劃跟想法、我每一年的主題不同、我希望作怎麼樣的藝術節，是我們來做藝術節而不是跟著全世界的人來做，不是我到亞維儂藝術節去我就要跟亞維儂一樣，我看到亞維儂並不覺得它有什麼好，我也覺得它的做法並不是我要的，我也可以不這麼作，所以你所說的是大家呈現的國際藝術節，為什麼要做一樣的國際藝術節，所以我覺得這就是台灣所謂的國際藝術節或全球化嗎？我不認為。

國內有些人做的國際藝術節是邀請很多國外團體來，他的定義是國際藝術節。我就不一樣，我希望做的東西是國際的人士都覺得敬佩的，這也叫做國際藝術節，我可以做很本土，也可以全部都做原住民的東西，只要有訊息散發到國外去，我有這個捷徑你要不要來？這不也是藝術節嗎？國際藝術節只是「定義」的問題，看你想做怎麼樣的藝術節，就像亞維儂，它不是國際藝術節，我這次訪問他們的 director，「你覺得亞維儂是國際藝術節嗎？」他回答說：「喔，這樣子啊，你們外國人想來吧！」他也沒有說它是國際藝術節，是大家把它說成國際藝術節，因為你想想。而國際藝術節就可以把自己變成國際嗎？錯，任何把國際放上去就認為是國際的，這是非常浮面的看法，我從來不那麼認為。

所以我現在甚至想做的是一個不發新聞稿（的活動）。如何吸引別人？東西好就好，我就是不宣傳，我要用另外一種的反行銷的方式讓你覺得我東西好、你來掘我的東西。文宣不一定要大或是一定要大海報，沒有評估就是沒有策略。

其實它（藝術節）有分大跟小，我也可以在我家辦一個國際藝術節，國際藝術節不是一開始就辦的很大，它是一種感動，一些藝術家或是一群人他們對這個地方有感情、所創造出來的一個活動，他想帶動一種區域性的凝結的力量。每一個國際藝術節不是一開始就辦的跟第一屆台北藝

術節這麼大，那叫做國際藝術節？亞維儂藝術節一開始是一些雕塑家跟幾個劇場人他們所組成的，後來慢慢越變越大，因為那個地方剛好是觀光地區，所以變成這麼多人了，他不是故意要辦成這個樣子，只是天時地利人和就弄成那麼大，我問他（director）一句話，「你有沒有行銷？」他說：「什麼叫行銷？辦了就會有人來為什麼要行銷？」所以如果你一開始就想我要辦什麼國際什麼節，絕對是失敗的，絕對是浮面的，絕對是噁心的，我的看法就這樣。

台北還需要一個藝術節嗎

以目前台北已經有非常多的表演藝術活動的情況而言，台北還需要一個藝術節嗎？你要就有，看政策要怎麼樣決定。

應該問的是，台北需不需要一個公辦的藝術節？民營的，平珩他們都辦的很多了。還要問：一個公辦的藝術節要怎麼作？我們才來討論還需不需要。

台北為什麼不要藝術節？我覺得台北應該要有一個搖頭節，因為它太普遍，它變成你周圍的一部份，為什麼不要有一個搖頭節呢？還有台灣台北東區應該辦個血拼節，因為它的文化就是這樣。一個節慶是一種長期的累積、民間所散發出來的一個氣氛，它才会有那個節產生，才会有那個節的特性出來，如果你要去造一個節、平白的去創一個節，那是虛偽的。我們現在就是在造一個節。

不需要透過藝術節的方式去吸引國際的目光或以此塑造城市文化形象

我認為不需要透過藝術節的方式去吸引國際的目光或以此塑造城市文化形象。因為我們表演藝術並不蓬勃，沒有市場，創作者的東西也不好，舞者也不好，行政能力也不好，哪來的觀眾？它根本就沒有什麼很好的市場，但是我要強調市場是這個表演藝術把它搞亂了，並不是台北的觀眾沒有水準，是創作者把市場搞亂了。創作者以行銷來講就是產品的製造者，而那個製造者創作出來的產品他自己不知道不好，拿給你看的時候又粗糙，請問觀眾會不會再來買這個產品？不會買，久而久之觀眾就不來買這個產品，產品沒有人買市場就不活絡，不活絡的結果就是造成現在目前每一個表演藝術家都喊窮。

如何解決政府採購法的限制與政治干預

目前台北藝術節受政府採購法的限制我覺得還好，公開招標沒有什麼不好。我認為一個節的東西弄得清不清楚，你要的是什麼東西，它可以清楚地合約書呈現，我認為政府採購法並不是那麼大的問題。問題是出在於文化局在訂定這個（藝術節）的方向，文化局的方向在哪裡？這些投標的廠商在不清楚的狀況下要寫那樣的企劃書，短期間，而且這麼短的期間，三個禮拜要寫一個三千多萬元的企劃書很難。

政府採購法可以做一些修正，但我想問題是出在議會吧，你不能一年策劃四年的活動，因為預算是一年一年的，我覺得這個問題比較大，政府採購法的問題還沒那麼大。而且文化局還不清楚它要做什麼，因為文化局成立的時間太短了。

以議會一年一年審的方式，要做一個這麼大型的活動操作的方式必須要改變吧。看藝術節是為了什麼，你如果想清楚了，就沒有什麼問題了。

台灣政治干預藝術的情況嚴重而且又有政治輪替的問題，我覺得這是政治的問題，像亞維儂藝術節根本就不是這樣子辦的，藝術節可以有很多人來做，而政府補助給你，但同時又希望政府不要干涉太多，我們（台灣）介入太多。

像一般而言國外的案例都是由藝術家自己自發舉辦藝術節，台灣卻是政府主動發起，這也不能說相反、反向，我們的特色嘛，為什麼我們不能有這樣的特色，或許政府的人才就是比民間的好，也可以這樣思考。

目前針對文化局長或市府首長主導很多的政策跟方向的情況，要舉辦一個活動有其困難度，不過這可能是行政者專業能力不足，沒有提醒她（文化局長）。而且市府有它的政治意識型態包袱，統派對本土的思考很不一樣。我認為這也跟政黨有關係。

其實不是台灣沒有辦法改變，而是藝術行政人才沒有辦法改變那些人、能力不足沒有辦法說服他。所以不一樣的政治思考可能帶給台北藝術節不一樣的方向。政治考量可能是一個很重要的原因。

藝術節的理想性目標

其實藝術節沒有什麼特別的目標，藝術節就是好玩，藝術是有錢有閒才會來做的事。節慶本來就好玩的，就像我今天賣菜，我賣的全部是素食的，我今天的主題就跟賣素食的道理一樣，你不要問我為什麼你要賣素食的？今年就剛好很多人吃素而已，節慶就是大家高興。藝術沒有那麼嚴重，它就是生活。藝術只是節慶的一種元素，除非那一年的主題剛好是精緻藝術，但這也只是那一年的訴求，那就去做吧。

台北有條件舉辦一個較屬精緻藝術類型的藝術節

以台灣而言，台北市是可以的，因為它有那個人口，台北人喜歡沾一點藝術氣息，這就是新觀眾的累積。

所謂精緻藝術是為了區別於那些沒有水準的藝術，所以自己把精緻藝術提出來稱作精緻藝術，其實藝術就是藝術，並沒有分別。只有作品的好壞而已，藝術只有一些作品呈現比較不足的地方，就像看現代舞時會有一些看不懂的，這是因為它表達的不好，並不是因為你沒有水準，但很多人都以為自己沒有水準，這是錯的。就像一首詩一樣，你會看得很感動是因為它打動你的心，那是精緻，若沒有打動你的心，可能不是你的問題，而是創作者可能自己也不曉得在寫些什麼、不小心寫的不清楚，那叫做不精緻嗎？那叫做不好的作品。所以精緻藝術很難去判別，它是一個很抽象的想法。

如何拉近一般民眾與藝術？就是靠行銷，還有就是生活。

台北這樣一個都會型城市適合的藝術節

為什麼一定要有藝術節？但是我覺得可以處處是藝術節。百貨公司、餐廳、電影院也可以做藝術節。我認為一個精緻型的地方有一個好處就是處處可以做藝術節，但是你可以做你個人要的藝術節，所以如果你不想做就不適合，想做它就可以變成一個藝術節。但主要是你的類型、你要發展什麼東西！只要主辦的人清楚自己要創造出什麼樣的城市出來，有何不可？你有一個理想，就應該創造出一個「理想」的藝術節，並不是一定要某一種藝術節，我覺得台北最好是這個地方。

藝術總監的角色

藝術總監可以在總體活動裡面幫助你拉近一個主題，像一個有一定水準、品質的掌舵者一樣。所以一個藝術節如果辦這麼多活動卻沒有一個藝術總監的話，它很多地方會失去掉。比如說我現在在做裝置藝術，你不能隨便發包給一個人作，你必須要有藝術總監跟他溝通專業的藝術問題才能夠做出那樣的東西來，有一個品質的控管。而執行長是行政上的執行者，他可以有藝術的涵養，但是他也是在做這樣的動作，它（藝術節）一定要有一個人去做這個掌舵，沒有說沒有的。而評選委員會只是做一個節目的挑選，並無法取代這個角色。因為這是一個整體性的規劃、主題性的呈現。如果沒有一個藝術總監的話，它無法掌握住一個主軸、基本的藝術訴求。

訪談紀錄 B

台北藝術節的重大改變（由原先的殿堂式表演藝術活動轉為完全戶外免費的表演活動）

為什麼要有台北藝術節？有也可以，沒有也可以，這對我們來說並不是問題。

藝術節的運作（轉變），其實主要還是要從政策面來講。因為它受文化首長影響很深。這個承辦廠商只是把她的意念執行。

政府採購法的限制

其實大家都一直說要討論如改善政府採購法，但也一直都沒有辦法，很難。

台北市政府有沒有可能另外成立一個機構來舉辦台北藝術節

其實這個我很難回答，因為我不是政府首長。其實它某種程度上是跟個人的主觀性有影響，她認為活動是在體現她的理念，所以你可以從首長上台後所辦的一連串活動來尋找一個脈絡。從亞太文化之都活動到台北藝術節、亞太電影節，包括今年的台北藝術節，都是為了配合亞太文化之都的活動。這一連串的活動都是首長引起的。

如果說文化局長下台，政策當然是會改變，不過我覺得比較難說為了藝術節去成立一個所謂藝術節的專責機構。以前一、二屆在台北市政府是用台北市文化基金會，現在台北市文化基金會獨立出去了，所以也沒有類似這樣的一個中間機構。比較固定的行政體系下，有另一種彈性。

台北藝術節比較適合的解決方式

我覺得藝術節不應該由官方來操作，因為如果我們從藝術節的本質來看，這樣的活動需要非常彈性的行政體系、需要長期規劃，可能 2000 年已經在規劃 2003 年的名單，它是領先二、三年的、未來的一種趨勢，一定是現在在做二、三年後的事。所以這樣的一個行政機制，不管是它的時間性或它的操作方式，都不是政府機關、現有的行政機制可以操作的，更不要說是實驗等。所以目前這樣根本是一個充滿矛盾跟衝突的機制，如何來操縱一個藝術節？

所以我覺得如果是這樣做，那麼可以說這個藝術節是死掉的。某個程度上它只是文化首長來宣示她上台以後的理念和政策，然後透過一種大型活動的方式達成，這樣我們也姑且稱它為一個藝術節。但我想這與我們對一個藝術節的定義是完全不一樣的。

而政府，是要扮演一個全權主導的角色嗎？假若我們把藝術節定義在表演藝術的時候，當藝術節對表演藝術的生態真的是一個很大的影響的時候，政府站在一個什麼角色？是一個主導還是資源釋放？還是什麼？所以世界各國的藝術節的政府資金其實都很少，沒有人是全額的。

「官辦」藝術節問題的解決

其實我覺得停掉也無所謂。就我個人覺得，你可以停掉然後把資源釋放。

可是政府必須很清楚在這個藝術生態上面要做什麼。所以如果今天在台北繼續做藝術節，那麼台北藝術節就必須跟藝術生態結合。如果像現在他們全部發包給這些公關公司，根本不會跟表演藝術生態產生太大的關係。

以前最早在做台北藝術季的時候還比較好，因為那時候團少，也沒有什麼叫做補助的資源，所以那時候文藝季很好玩，就是去找到一個適合的團隊，撥一些經費進來，然後把這些節目節目結合起來共同去促銷。官方就是協助做這樣的事情，而這種關係就會產生一種很密切的因緣。那時候文化資源少嘛！

可是如果以現在的資源其實也還 ok 的話，它雖然不多，但是我們也有文化局、文建會。而這樣的一個活動模式是不是可以從新被思考？是不是一定要這樣才有助益？如果文化首長把它

當成一個宣揚理念的機會，其實就跟新聞局幫政府拍廣告片是一樣的道理。所以政府只是把藝術節當作一個生活的廣告片來宣揚他的文化施政，這樣一般民眾比較容易接觸。知道我 - 台北市文化局有在做事，只是這樣子而已，那個部份就叫做一個形象包裝的廣告費用。

目前台北市是否適合舉辦比較大型的綜合性藝術節

雖然目前台北市的藝文資訊、資源等各方面普遍比六、七十年代豐富，其實我覺得是否舉辦大型的綜合性藝術節都無所謂。我倒不覺得這個東西有所謂的二個夠或三個夠，因為就是讓那個生態很蓬勃嘛，只是說要讓它很蓬勃的話是不是只有表面的。像我剛才講的，它不是只拍一個廣告片。我們有這些活動，但事實上你會發現，可能全台北市有 100 個團體，而這 100 個團體都活不了，可是我們國際嗎？也沒有產生很深度的文化交流。談到國際文化交流，現在的文化交流趨勢是什麼？透過藝術節在交流的趨勢又是什麼？若希望透過藝術節變成一個國際交流的橋樑，它如果是一個橋樑，它對台灣或台北盆地的藝術家又有什麼刺激跟合作的可能性產生？藝術節的舉辦有這麼多相關的問題，所以要重新去看這個藝術節被定位是什麼。就我而言，我覺得現在的台北藝術節只是市政府的一個廣告片而已，讓市民知道說我們有文化局、有在辦這個活動，其他的，他不在意，反正你的在上位者可以露面，藉著一個活動被露面，我覺得目前的活動也僅止於此而已，再往下一層，我們剛剛講的那些點，其實沒有被思考到。

其實以目前台北所舉辦過的大小藝術節，我覺得表演藝術團體反而還做的好一點點，他們資源比較小，所以他沒有辦法動員到這麼大（可能幾千萬，在短短的時間內）。我覺得可能應該分不同層次，像早期新象引進很多精緻的國外節目，他可能只是在這個時間性上剛好把它湊成一個類似新象藝穗節這樣的東西共同來促銷，可是在那個時候我們接受的訊息比較少，所以一個國外的舞團來我們都覺得很興奮，然後那種東西可能刺激我們對藝術的需求、潛能，那時候的文化交流或許就是那樣的一個模式，你來我這邊演，我去你那邊演。可是現在到國際文化交流的趨勢，可能已經是做跨領域的合作，比如你是從菲律賓的文化背景成長，我是從台灣文化，我們可以在不同的藝術領域裡面共同做一個作品。你可能到台北市來，我可能到菲律賓，就是類似這樣的東西，那種深度的文化衝擊跟組合之產生是可以透過什麼樣的活動、形式被呈現。我覺得現在的民間團體反而做的比官方的好，官方的文化交流事實上都還停留在很淺薄的層次，而且台灣的確有它的一個政治困境，它一定得靠這些民間團體，所以不太可能用政府的名義去做什麼大型的藝術節。

藝術節的提昇與評估

雖然有許多商業性的藝術節活動，但其實也沒有必要讓他們提昇，因為藝術節本來就有很多種不同的層次跟方式或定位。就像你看 USA，全世界的藝術節有那麼多種，他也會有一種分類，那種分類類似假設第一，比如 A 級可能是下一波、愛丁堡那種大型。可能全世界最好的藝術家都集中在這裡（這個城市），第二種可能是一種民俗藝術節的交流，所要求的不是偉大藝術家來，可能東歐跟中國的民俗團體交流，達到一個文化交流的層次就好，大家互相觀摩。

這個生態並沒有規定說它一定要哪一種類型的藝術節。它應該是很多種，所以我們可以選擇我喜歡的，比如牛耳那樣精緻的節目，或其他藝術經紀公司另一種形式的節目。他們就是純粹的引進來，然後大家來看這樣子。其實藝術節可以有很多種類型，定位也可以很多種。

可是你剛才提到一個很有趣的問題，可能就是說長期以來我們接觸到的都是這種類型，所以我們直覺會認為藝術節只有這種型。不過我覺得現在大大小小的藝術節都還好，像中正二分局的放風藝術節，小劇場的幾個人跟香港、日本的人掛一掛名，他們也可以產生一個小型的藝術節。我覺得應該是回到活動的本質，比如說這個活動我們到底要做什麼？若從經紀公司的角度出發，做商業沒什麼不好，全世界各地經紀商多的是，他們也在做這樣的事。你是金字塔尖的人、喜歡

金字塔尖的那種藝術節目，這一樣也是可以行銷。

其實從以前到現在我都覺得只要他願意進劇場看節目都無所謂。只是現在我們可能面臨到資訊太狹窄，所以我們就會認為那樣才是一個藝術節，或是我們覺得文化局做的那樣是一個藝術節，事實上它可以有很多種，就像文建會所做的社區總體營造，在各地方，像（宜蘭）童玩節，製造文化產業，其實它又是另外一種類型，其實它跟藝術沒有太直接的關係，已經抽離掉那個東西了，只是用一個比較美麗的名詞去把整個地方的文化產業包裝起來，可是它也是藝術節的一種，全世界各地都是這樣。事實上我們在談藝術節理念，是因人因事因地因時間而不同，只要確定你到底要做什麼樣的一個目的（即可）。

現在最討厭的就是張冠李戴，明明就是隨便亂做的，硬要把它講成一個很偉大的事情。即使是目前有些非營利機構做的節目我都覺得不是很對。他應該成立一個經紀公司而不是用一個非營利組織的名字來做這樣的事情。

藝術節的撞擊與交流

這又回到剛才前面所講的，透過這個藝術節到底想呈現的是什麼？若想呈現國際間最新的藝術潮流，你可能會有讓台北的藝術團體或市民眼睛為之一亮，或是說讓其感受到沒有看過這樣的藝術創作之效果。重點就是你刺激的憧憬是什麼？或者是一種完全不同的文化背景的交流，而那樣的會引起很多目前在藝文界的一些討論的議題。但因為目前我們事實上都還沒有操作到那一種程度，所以常常活動辦完還搞不清楚。

很早以前新象第一次引進塞內加爾的舞蹈團，它是上空，在那個時候的社會其實是妨害風化，因為不准有上空的事情，那個事件就引起大家討論色情跟藝術的東西。其實這跟為什麼要做藝術節的定位很重要，一定是你知道現在這整個社會我們覺得可能是可以做到這樣的事情，或是希望能帶來一個衝擊，或是可以刺激藝術創作的更進一步，或是怎麼樣的一個藝術新潮。其實藝術節只是一個活動的外包裝，你到底要用這個外包裝告訴我什麼事情？在辦藝術節活動的同時，你要用這個殼傳達什麼樣的訊息？不管給藝術界的專業人士或一般人民，你要傳達什麼？你希望我們 reach 到藝術的什麼？我覺得我們都沒有好好的討論到這個問題。

藝術節組織架構

大部分都是官辦，私人的就非常單純，我是老闆我出錢，有什麼好架構！所以不會有什麼藝術總監、行政總監等等。經紀公司不能期待，因為它的操作模式國際上也是這樣子，所以不太需要去 argue，他出資三千萬賠一千萬，你沒有理由去 argue 他。現在問題是官方這一塊，它可能需要一個常態性的東西，而這個在官方組織就不太可能，再加上一個採購法，每年來標的都是不一樣的廠商，可能他連藝術節是什麼東西都搞不清楚，所以他根本不會有一個這樣的組織結構。他的機制跟這個活動的機制是相互衝突的。

目前國內如新舞台「新舞風」真的是一個比較完整的。

新舞台是從一個劇場來做藝術節，全世界很多劇場都做這種事，他們藉此來豐富自己的場地，而且這也是一個主要的 programme 方式。新舞台的架構確實是很標準式的。一般而言一個劇場都會有一段時間要做自己的藝術節，以充分的利用這個場地。他的行政組織就是他原來劇場裡的行政人員，所以事實上沒有什麼太大的差別。

藝術總監的角色

今天為什麼要一個藝術總監？因為當然表示第一，其對藝術生態非常的了解，他可能有全世界最好的舞蹈家的連線，比如不是每一個人都可以邀請 Pina Bausch，今天可能他（知名藝術家、總監）寫個傳真，Pina Bausch（時間上可以的話）可以毫不思索地答應、考慮，今天即使你是個

劇場館長，so what？

所以為什麼要一個藝術總監，因為他熟悉而且他知道他為什麼要邀請這個藝術家來，這個藝術家有什麼東西，今天要做的事情是什麼，可以選擇，可以很確定這一季你要做的事情是什麼。藝術總監是這樣的一個角色。

台北、香港、新加坡、上海的城市文化形象塑造

台灣的社會比較特殊的是它的民間非常的蓬勃。上海沒有，上海可能是最近一兩年（非常引人注目），但民間並沒有非常蓬勃。台灣是民間非常蓬勃，所有的事情都是從民間開始，民間的活力非常的旺。香港那邊的藝術節是有一點跟觀光產業有關係，因為沒有其他產業，所以他只能走服務業，他走服務業就一定要這樣子。台北真的比較特殊，從這三個城市來看，一個是長期在社會主義的箝制下、近幾年才比較開放、開始去發展這樣的一個東西，但他們的藝術節也是一種非常官辦的型式。另外香港有他推出的一個產業環境。台北一直是一個民間活力非常充足的社會狀況，所以你說這樣要不要有一個藝術節、要不要有由官方來主導、像香港或上海一樣，我倒覺得這樣的一個問題有一點難給它一個 Yes or No。

如果以台北的現況來講，民間如果非常激烈地反應說「我們需要一個藝術節」這樣的一個事情的話，那這件事情才應該成真。如果今天民間團體並沒有百分之百的說我們需要這樣的一個藝術節時候，它為什麼要存在？我覺得它的點應該在這裡，如果所有的民間單位都可以憑自己的力量達成他們所要做的交流，何妨！事實上所有的國際交流不太可能只靠一個藝術節。它有很多不同層次、不同類型、不同的領域，所以不太可能只有一個藝術節來完成這種事情。以這三個城市來看我反而覺得台北的可能性比較大。

而台北的藝文界有沒有覺得非一定要做藝術節不可，這是比較重點的。如果大家沒有這麼強烈的訊息說國際交流一定透過這件事才能建立國際城市形象的話，那為什麼這件事情一定要有？停辦會不會有很大的影響？我想應該不會，而且台北是會透露出它真的需要的訊息，如果國際文化交流會真的強而有力的 support 到台北市的時候，其實（台北藝術節）前兩屆可以去檢查這個事情。

改善台北藝術節

第三屆就已經有反應台北藝術節的問題，因為它整個已經亂了。最早藝文界也有寫一些文章批評。如果這個事情只是少數的藝術精英為了滿足他們自己的需求的一種手段的話，這也並不是我們真的要的。為什麼它（台北藝術節）的爭議性會這麼大，其實原因也就在這裡。

雖然第一、二屆舉辦時藝文界人士批評聲浪已非常多，到了第三屆還是沒改善而繼續下去且弄得更糟，這是可能是首長的問題。因為剛上任的他或許還不清楚到底要不要台北藝術節，所以只好繼續辦，重點是還沒弄清楚到底要不要這件事卻又做的不好，所會大家更會覺得說要這個藝術節做什麼！

雖然理論上可以反應民間的聲音去改善台北藝術節，但所有的政務官都這樣，除非他下臺。而他今天不會因為一個台北藝術節就下臺，所以這能怎麼辦？這就是官辦藝術節的問題。只能眼睜睜看它一直浪費資源。

台灣的行政體系中，目前都是各個部門各自為政，有些因此影響活動的績效，但世界各國只要是人都是一樣有這個問題。所有的藝術行政都是手工行業，它不是我自己一個在家就可以完成，是必須跟很多人溝通，而人有百百種，所不是只有台灣才有這個問題，只是說外國可能累積了較多的經驗，可以比較早知道如何去解決這樣的問題，國外也有很多因人而廢事的例子。重點還是在人跟人的相處與溝通。

訪談紀錄 C

台北藝術節整體方向的轉變與批評聲浪

市長輪替以後台北藝術節的方向的確有大改變，因為之前並沒有文化局，是市長改選以後才有文化局。

而第一、二屆舉辦時藝文界人士批評聲浪非常多，但到了第三屆時反而不批評，因為第一、一、二屆是由藝術的專業人士陳琪在主導，大家對於專業人士做的東西期望就高，等到文局接手以後，它變成一個藝術商品招標。它是另外上網去公告說我有一個藝術節要做誰要來標這案子，而只要知道提案子的單位你就會對它不會有期待，因為都是媒體、電視公司，這些對藝術界來說我們一般不把他們當成非常專業的藝術人，你對他的期待相對的不會要求那麼高，在他們的整個活動設計上，它也比較是庶民活動的，也不是走精緻藝術，所以對文化界來說，其實懶得理它。

也因為市議會的要求是貼近民眾的訴求，所以大家就懶得理它，你就去走庶民文化。因為表演藝術它走的還是一個專業、精英制的東西，所以談到 high culture、low culture，這個界定永遠在吵。流行文化為什麼大家就覺得很難入大雅之堂？其實這都非常見人見智的，如果以文化精英來看，這些東西都非常不入流。而台北藝術節這樣的一個規劃、走向，文化局其實是達成了它原本的目標，但對文化界來說，其實反而是不太想去批判它了，因為它娛樂大眾，而你也不能說它錯。可是在節目的呈示設計上它引不起文化界去廣泛注意跟討論，因為它不是很精緻的東西；可是這也是庶民常態所需要的東西。回到這個問題上，所以反而大家都不太喜歡去批評它，因為這沒有什麼好討論的。

再來反而陳琪所得的掌聲比較多，因為她以前是幫市府籌畫，後來變成民間角色來做這個活動的時候，反而大家會比較肯定她，因為大家都知道個人經營是非常難，以前她挾著很豐厚的公資源在運作的時候，大家期待就會高，可是等到她變成民間組織、她自己在做的時候，大家反而是對她讚以欽佩，因為這是一件非常不容易、很辛苦的事，而且她選的一些節目其實很有特色，其實相對的話（與台北藝術節相較）評價反而蠻好的。這是一個很奇怪的現象。她挑的節目當然有她的眼光，當然她也不會避免說她要去營利的東西，可是事實上文化人都知道這是很辛苦的。

她當初規劃第三屆台北藝術節一喊停的時候，她的節目、她的人情、她的壓力，她已經聯絡了很多事項，而她也覺得說，好，市府沒有我自己來接，所以她的決心一做的時候（創立台北國際城市藝術節），反而大家對她會有不同的看法，會反而支持她。因為以前會覺得她藉著公部門在做運作的時候，可能並沒有很好的去處理這個資源，甚至還有一些偏頗看法、批評的聲音都出來，覺得她好像在節目設計上或花費上都有問題。可是等她自己出來營運的時候，她不能用個人，所以她必須成立協會。

像是這屆的藝術節或是最近的「創意工業」討論會，（所謂的創意工業其實在英國或是歐美這個概念推出來已經很久，而且它的題材是很廣的，所謂的創意工業並不一定只是我們所謂的文化，它所謂的像流行音樂、電影等都是創意工業，只是說它把這些文化的東西借用了工業管理的程序邏輯去思考是不是可以將它產業化，把藝術產業化、把文化產業化，他們做這樣子的一個商討。）這次引進這個東西，還是有被批評，她的立意很好，只是說在執行的過程中還是會流於 so show 等等，而實質上提不出一個比較學術上或嚴肅的討論。

而因為藝術經紀公司一掛帥就變成一個營利單位，它有些東西是沒有那麼容易去做的。

第三屆台北藝術節完全招標，但之前簽約的節目權原則上是屬市政府沒錯。這很像今天著作權裡面談到如果今天是資方委託你創作，這個東西是倒底歸屬於資方還是你可以把它帶走，要看有議定還是怎麼樣，很複雜的問題。

通俗文化與精緻藝術節目比例分配

其實有時候我們在做節目設計的時候也會考慮到精緻跟通俗藝術之間的分野，事實上各有不同的觀眾群，進到劇院一向都是走的比較精英式的東西，雖然我們有一些活動會安排像說是設計給學生或是說大眾化的東西，或 pop concert 的東西，但事實上我們在程度上跟流行音樂還是有很大的距離，都還是包裝過。而如果以唱片流行業來看我們的節目，他會覺得再怎麼不景氣他的東西仍舊可以在夜市賣，可是你說古典音樂能在夜市裡賣嗎？

台北藝術節的企圖心就是它要給群眾、庶民的是什麼？庶民是一般的老百姓，他要的一定要通俗嗎？庶民只能接受通俗的東西嗎？這是一個思考的方式，如果說今天你要讓庶民接受精緻的東西，這也是你的一個方向，而不是說只要是庶民的就一定要很大眾化、很通俗，你把演出（陳永淘事件）作到那個樣子，演出者覺得很抱歉，觀眾也覺得很不夠水準，而這個設計癥結就是把庶民變成是低級或下流的。所以我覺得這件事是他們自己在做規劃設計的時候對庶民文化的掌握度有問題。

通俗文化與精緻藝術節目比例這個問題就不談了，因為這永遠吵不完的。而從這個問題我們可以看到說，像是日本或英國的文化，他們所謂的庶民文化不見得說就是粗鄙或是說通俗到你會覺得像牛肉場那種樣子，其實小劇場的東西有時候非常顛覆，可是它經過一個邏輯的處理方式以後，把一個很低級、很粗俗的搬到那裡是要讓你省思的，它不是只是把活生生的牛肉場搬到舞台上，然後就說是給庶民的文化，我覺得不是這樣子。

藝術節與行銷

其實藝術經紀公司也辦很多藝術節，像牛耳把幾個大的藝術家包裝起來叫做國際巨星音樂節。在作 package 跟單場的宣傳上，其實對一般觀眾來講只是光環，會有一種衝動想要參加，但對於他找贊助來說是比較容易，single 的東西要去找會比較沒有那麼好找，除非它手上有一些像馬友友這種大卡司當然是比較容易，可是如果你把它包裝成一個節慶的東西，那這個的號召力會比較豐富，所以對經紀公司來說找贊助是比較容易，但對一般民眾差異性不是很大。

再來，如果辦藝術節，在行銷方面你的資源可以集中，可以一次密集地做宣傳，可是如果是單獨的資金不可能為這個節目作這麼大的一個投資，所以以投資效益來講，能夠把它做成一個節慶的東西來包裝是比較省錢的。相對的，你在花費上得到的效益也比較大。

藝術商業化

如果藝術沒有商業化的話它沒有市場、不被需要，這很無力感，因為它如果不商業化，它的營運、經營上很困難。最近我們在看幾個補助，會發現許多團隊倚賴政府的補助非常高，今天有很多基礎的研究和調查是政府要主動去做好，然後有一個很好的營運生態讓這些表演團體去從事創作，培養人民有欣賞藝術的素養，然後再造成一個共需的生態。可是今天我們的教育環境並沒有提供我們一個這樣子有利的、肥沃的土壤讓兩邊都很好的成長，所以創作這邊有它的困境，市場需求也不高，這樣子的惡性循環下，其實兩個都一直在那邊浮浮沉沉。這一塊肥沃的土地應該由官方獨立去做，但是官方獨立去做一定無法做到這樣。所以官方要思考怎麼樣去利用社會資源與民間的力量去把這塊土壤灌溉好，然後再讓這些人慢慢的養成。

藝術商業化，講難聽一點，它好歹也在培養一些藝術人口，它雖然以比較商業的包裝或是它以比較通俗的劇情去號召那些人，但這些人可能因為這樣的印象進了劇場，而也許因為這樣的機會引發他另外的動機認為：其實這是一種不錯的休閒習慣。我覺得這樣其實是蠻好的，只是說東西過猶不及化都是比較有問題的。

台北是否有理想的條件舉辦藝術節

台北這個城市的氛圍沒有辦法營造一個節慶、藝術節。這可能跟這個城市實際上的文化形象

沒有搭載一起有關。我們這個城市感覺就不是文化城市，香港雖然也不是一個文化城市，可是它包裝的時候把它塑造出一個城市文化形象。它的劇場一直以來都比台北市多很多，他們的老人家會去買戲票聽粵劇，可是我們的台北市只有國軍藝文中心，還愛演不演的，你說我們的藝文人口在哪裡？

其實香港很兩極化，你覺得它非常西化，可是它的老街上老人是穿唐衫，生活很多習慣是很傳統、舊式的，跟我們想像的不同，很難想像一個很 modern 的城市下面怎麼還有老百姓生活倒是像外國唐人街才看得到的，他可以用報紙包兩個油條用個草繩拎著在街上走，台灣還有嗎？這是很奇怪的生活與城市，每次我去香港都覺得很矛盾，西化的那種走在路上是完全講英文，然後這邊這個是一個英文字都不認識，我覺得我們是還沒有條件。

台北市政府所辦的台北藝術節（三、四屆）理論上不是國際藝術節，其實它真的是娛樂它的市民。「台北 國際城市藝術節」事實上有一些規模，可是問題是它只有外來的東西，以一個國際性的東西來說我覺得還不夠。

國內就像女節，它蠻好的，它是請女性創作者對女性主題去做發揮，我個人覺得對這個女節規劃還蠻喜歡的，她的題材還有演出、呈現有蠻多的創意，類似這樣的、有主題性的活動包裝起來有些我覺得蠻有意思的。

而每次講到要如何呈現台北市的深層文化，我覺得那是國家問題。第一個我覺得要從教育做起。

各部門的行政配合

談到我們觀光業跟旅館業、交通的配套，香港為了藝術節會跟旅館業及觀光局作成成套的東西去搭配，然後我們也可以看到一個城市的形象。even 是新加坡的城市形象都由觀光業來做主導然後推銷到國外去，可是來看台北，都各自為政，觀光、旅館業那邊的整個資源結合也做的都不是很好。例如社區總體營造方面為什麼觀光局不能跟這個東西結合？好像都各自作各自的，所有整體的搭配程度都非常的差。

台灣的行政體系各個部門各自為政真是疊床架屋。不過現在有一個蠻好的走向，大家都伸出手來互通有無，例如把國家文藝基金會多年的運作模式跟經驗傳授給文化局，當然也更希望區隔出補助層面的不同。目前這個善意已經從國家文藝基金會跟文化局有一個初步的接觸，再來就是最大規模的文建會跟教育部，越大的部會越困難。而且教育部跟文建會如何分工、切割還是一個很大的問題。

改善台北市文化局政策方向

除了市政首長，要改善文化局的政策方向最主要就是市議會，再來就是輿論、文化人評論。可是如果今天文化局姿態很高，不用你就不用你，能如何？議會不給錢還是比較重要，因為預算一砍會比較麻煩。

因為公部門有資源給，而表演團隊都要跟他拿錢、都想接它的案子，所以他們比較不敢跳出來說這樣做不對。

但事實上如果像文化局辦了這麼多的活動，有些東西其實大家都很想批評，但是會比較無力的是，像上次國家文化藝術基金會的事情，出了狀況大家出來罵一罵，是有一些集起來的力量，但這一次罵你，下一次你還會給我錢嗎？像文化局也是一樣，他辦了很多活動，可是他也照顧到每一個層面，文學類、視覺藝術類、表演藝術類通通都照顧到了，每個人都餓不死、都有糖吃。唯一我覺得就是 - 市民自覺：你浪費我的納稅錢。

今天不是辦一個出版節就可以把閱讀人口養成了，它不是這樣子的形式。只是說它會讓你注意到有這樣的一個活動，會去參加的人本來也應該是對那種接觸蠻有興趣的，所以我覺得對普及

藝文人口或是城市文化扎根其實並不是靠這些節的活動就能做，還是應該回到社區的自覺。社區裡面可以辦他們需要的東西，是不是由社區裡面來帶動讀書風氣或學校裡面來帶動學生閱讀的習慣，由這一個一個小地方養成，不是辦一個藝術節或讀書節大家就會很有文化氣息或是很會讀書，只有這一個禮拜在讀書，其他一年十個禮拜都在看電視，那又如何？

所以做了這麼多的節慶活動，我覺得難免都會變成只是淪為大拜拜，它是一輪一輪地做過去

解決台灣目前官辦藝術節的問題

台灣政府對藝術的資源管的太多給的又太少，大家意見就很多。一個藝術節的營運上應該有一個平衡，不能完全仰賴政府單位來做。如果今天有這個市場，它應該是可以存在的，政府相對的營運比例上還是可以補助的，否則政府舉辦要花很多的錢又不見得有專業的人力來做這樣的事情。應該是民間單位可以自立、自主的來主辦這樣的事，然後政府提供可以補助的資源。完全倚賴政府或完全由政府來辦是一件很奇怪的事情。

如何解決台灣目前官辦藝術節的問題？問題在他不願意把資源釋出來，釋出來現在又碰到了採購法，真的能夠做的人也不見得願意出來幫政府做，所以弄得很多的商業機構或營利公司出來賺錢，這是很奇怪的一種現象。

所謂藝術就是獨一性，創意是一種獨創性，一旦把藝術活動當成商品的時候，每一種東西都可以買跟賣，創意如果用買賣來衡量所謂的機制都不存在了，採購法是為了公平、杜絕貪污或行賄的事情來表示大家是公平競爭的，但藝術這個東西本身就是不公平的。

創意在資金的運用上，同樣的一個 idea 出現，你可能用十塊錢或很少很少的錢就可以做到，有些人可能點子也很好，但他可能要用一百萬去做一個點子。今天就看我有沒有錢，我要去買一個十塊錢或是一百萬的，如果我有錢我就可以買這個一百萬的，如果我沒錢我是不是可以要一個十塊錢的，如果以採購法來說，最低的得標，可是不見得一百萬的可以跟十塊錢的兩個作對比、評比，因為一定是各有各的功能、創意的特性。可是採購裡面就必須要變的公平。創意怎麼齊頭、怎麼公平？

一般的表演團體其實是對這種東西比較沒有經驗或是比較不會積極參與這種商業化的招標，而走藝術這一行的人一般而言就是個性比較不同，否則他就開公司做生意去了。真正團隊不會去承辦這種大的活動，他會回到自己團的經營行銷上，大部分出來的是經紀公司。所以目前情形能夠做的也是找一些法律的漏洞方便自己。

節慶氛圍的創造困難

我們的文化素養還是比較低，所以其實今天還是真正少數進入劇場，而進入劇場大家卻又期待透過這樣子的一個活動素養會比較高，其實他並沒有從生活中真正改變，他只是把這個東西當作一種裝飾或點綴，並不是真正融入到生活習慣裡面。所以這還是回到教育裡面，目前的教育都是為了培育一個偉大的藝術家或一個成功的、賺錢的藝術家，這是非常可怕的，而卻沒有培養小孩子如何去欣賞音樂、了解作曲家的心血、去欣賞這是如何的難與如何的美、好、藝術的美學在哪，這些我們都沒有教好。都是上有政策下有對策，變成目前的情況。所以目前以比較難創造一個理想的節慶氛圍或交流場所。

都會型城市舉辦大型藝術節非常困難

過去新象、國立中正文化中心都曾經舉辦過國際藝術節卻都無疾而終，目前台北藝術節、台北．國際城市藝術節等也都有其困境。事實上能夠辦的成功者世界上也只有幾個大城市，而它能夠成功，它一定是歷史比較悠久的城市，如倫敦、紐約或維也納，其實這些城市人文薈萃也是一個主要因素，因為它有那樣的環境、生態、人才，還有當地有這樣一個需要性，像芝加哥就不會

有去辦這樣一個活動，洛杉磯也不會，舊金山就有可能。那個城市自己本身就有一個城市形象出來了，由這個對等，今天台北不會是，因為我們的城市裡面住的這些人他並沒有自發性的散發出他對這個東西的需求，自己的人都沒有這個需求，然後辦了那麼多的活動去吸引國外的人？這個城市沒有這種文化形象嘛。

相反的，可能因為我們有一些不錯的團體到國外演出，讓外國人知道除了電腦、雨傘，還有一個雲門、或樂團是從台北來的，這樣慢慢走出去。其實國外的大城市他們本身有很好的樂團、歌劇院、表演者，而這些團體怎麼養成的？是因為它有被那個城市的人民需求，他們才越來越大然後走出它的地方到國際性去、被國際性認同，然後它再來做所有週邊活動。

香港、上海、新加坡、台北的城市文化形象塑造

上海對表演者非常熱情，接受外來新東西的意願很高，北京就比較冷漠、要求高，最近開放後他們蓋了很多劇院去做，我覺得是樂觀其成，因為它不可能完全只吸引觀光客，這樣的藝術節一定虧死的。

新加坡本來就是一個觀光城市，它是一個西方到東方的轉運站，是一個國際金融中心，所以它的國際人士在哪裡非常頻繁，它其實就是一個國際城市，台北其實並沒有達到那種交通樞紐的位置。是故要以舉辦國際藝術節的模式形塑城市文化形象非常困難。

藝術總監的角色

台灣的藝術節似乎都沒有一個完整藝術節組織，做一做都不見了，其實這很好玩，因為我們的生態也很現實，你不行就會被淘汰。

可能因為在規劃時這個活動就沒有被需要到，做了一屆勉強湊到人，第二年觀眾就不來了，因為很難看，很現實的 - 還會不會做第三年？

藝術總監唯一的工作就是飛世界各國去看節目，或是他接電話所有人都要推薦（表演節目、團體）或是以他熟悉的管道去找節目，他（藝術總監）對這個東西負責成敗，因為這個人的終身職業就是在做這樣的事情，是他的 career，做的好就留下來，做不好就被 fire。

台灣裡面好像做到某一種程度，請你來就好，恭恭敬敬的，有錯都不敢說，頂多你還是回去作你的教授，沒有人以做這個東西作一個正式的、終身職。藝術總監就是在這幾個圈子裡、世界各國這樣子轉，我在這個小地方做起來，比如文化中心、文化局，有口碑，英國、另外其他地方會請我。

而文化局裡都是公務體系的行政人員，他們並沒有足夠的專業藝術涵養，外面的學者作不好他再回去教書，他並不會因此而一敗塗地，所以陳琪反而是唯一比較少數要去以這個當她終身職志的人，雖然她的職稱不是藝術總監，但她做的是類似的工作，因為她挑節目、由她決定。

目前台灣很難產生勝任的藝術總監，因為這是一個專業的領域。他做不好可以再從另外一個地方開始。而市場也並不是完全由票房決定，有可能叫好不叫座。

附錄二、台北藝術節「圓環事件」相關參考資料

一、〈三點清涼秀 與 欺瞞剝削傲慢 這就是「台北藝術節」文化？〉

十月七日週六的黃昏，客家民謠詩人陳永淘帶著一把吉他，應台北市政府文化局主辦策畫、台北市立社會教育館承辦、年代網際（TVBS）執行的「第三屆台北藝術節……台灣百年歌謠」活動，到台北市重慶北路圓環，準備進行該走唱系列中，唯一一場獨立完整的客家歌謠演出。

沒想到承辦單位社教館及 TVBS，在完全沒有告知表演單位（陳永淘及春水出版社）的情況下，當天擅自增加了兩個表演，由一位身穿華麗三點式內衣褲的裸露女郎演唱半小時歌舞，再由一位小姐演唱台語歌曲，直到八點才由陳永淘表演。

由於事先的接洽者（筆者）不在場，陳永淘面對這出乎意料之外的安排，誤以為是先經過事先協調，非常勉為其難的唱完下半場，但他表演後非常難過的表示，覺得對特地來欣賞他演出的歌友感到內疚，因為現場有四、五歲的小朋友和家長、學生、以及六、七十歲的客家老人，甚至陳永淘的母親及舅舅等家人，他們因為接到春水出版社的通知，專程來欣賞陳永淘的完整表演，卻必須被迫先觀看不在預期中的三點清涼秀歌舞和台語歌，而且陳永淘的表演縮水一小時。

十月九日，筆者知情後向主辦單位抗議，因本表演是在事先「全場兩小時個人完整表演」的協議下才答應演出，為何沒有任何事先協調告知，擅自更改演出內容，致使筆者無法向陳永淘先生及春水出版社一千多名網友交代，況且所有主辦單位印製的節目單上清楚的寫明只有陳永淘一位演出者，春水出版社在事前也一再確認沒有其他任何單位穿插，不料陳永淘竟遭受這樣無理不受尊重的對待。況且，承辦單位事前以經費有限，致使陳永淘以極低的預算演出在先，事後卻又擅自加進兩個需要預算的表演，使我們有嚴重被欺瞞及被剝削的感覺。

筆者於九日晚間要求主辦單位說明並道歉，沒想到執行單位 TVBS 的製作人侯文燕小姐及蔡慧靜小姐竟以理所當然的態度回答：「臨時增加清涼秀表演是因應一些老人家的要求，同時清涼秀本來就是圓環走唱文化，可以吸引較多聽眾，從前的圓環就是這個樣子」，並表示完全沒有道歉的需要，對於筆者表示可能在網路訴諸公評，侯小姐也以傲慢強硬的惡劣口吻表示「你們儘管去發消息」。

面對主辦單位強烈的惡質態度，不禁令我們質疑：三點清涼內衣歌舞秀是「台北市政府文化局」所要呈現的藝術？清涼內衣歌舞就是「承辦單位台北市社會教育館」和「執行單位 TVBS」所謂的台灣文化？清涼秀也屬於「台北市藝術節」的活動之一？清涼秀是台灣百年歌謠的一環？擅自更動表演內容、不告知表演者、不尊重表演者也是台北藝術節的節目之一？惡劣不認錯的回應態度也是台北市藝術節的文化之一？欺瞞並剝削文化工作者的演出預算以便另請清涼秀歌舞表演也是台北市文化之一？

在這樣的質疑下，陳永淘在十月九日辭退了原本答應在十月二十一日代表客家族群發聲的閉幕式典禮表演，並表示從此堅拒參與台北市文化局、台北市社教館、TVBS 的任何演出，以表示嚴重抗議。陳永淘表示，獨立音樂工作者不必擔心沒有單位邀請，也不擔心得罪媒體，傲慢自大的霸權主義正是獨立音樂工作者要挑戰的對象。

這次的演出經驗對客家歌者陳永淘及春水出版社而言，是一次嚴重的傷害，對台灣的文化活動和台北市政府文化局、台北市社教館也是莫大的嘲諷。

在本次「台北藝術節」中，連開幕閉幕共計有十三場次的表演，其中，只有陳永淘是唯一一場獨立完整的客家歌曲表演，（交工樂隊是在拼台活動中與六單位同時表演），台北藝術節的主軸「台灣百年歌謠」，標榜族群、土地的呈現，大量的推出閩南語系歌謠，並有原住民音樂祭的晚會安排，但對唯一一場客家歌者民謠詩人陳永淘的表演，卻是如此惡劣蠻悍的扭曲污穢，不禁令我們想請教英明的馬英九市長和龍應台局長：這就是台北市文化局之下的藝術文化？而面對已經

是極其弱勢的客家族群，也套句龍應台局長的名言以示嘲諷：隱形的客家人，「你為什麼不生氣？」。

現場的另一插曲是，因為演出預算過低，執行單位事先允諾春水出版社可以在現場販賣陳永淘獨立製作出版的音樂作品，到了現場卻又被制止，並聲稱是社教館人員不允許販賣，試問：圓環表演場地四周全部是販賣商品的攤販，口香糖、玉蘭花、彩券都可以在其中穿梭兜售，獨立音樂工作者製作的唱片為什麼不能拿出來賣，況且，該次圓環活動標榜當年走唱者皆在此地販售「歌仔簿」以維持生活，春水出版社協助販賣陳永淘的專輯正是符合當年圓環走唱獨立討生活的精神，社教館不去制止三點清涼秀，不去制止執行單位販賣女性肉色，卻對少數族群的走唱歌者賴以維生的作品加以限制，令人不解且心寒。

這是我們參與今年台北藝術節的過程，這個經驗令我們感到悲哀。

執筆者：古秀如（春水出版社負責人） 2000/10/09

引自阿淘網站 <http://xxx.itaiwan.net/ato/temp1010.htm> [2000年10月17日]

二、<TVBS:怎麼道歉 張貼告示？>

執行「台灣百年歌謠」表演活動的 TVBS，對於在客家民謠詩人陳永淘表演之前，安排那卡西熱場演出及台語歌手邱蘭芬演唱台語歌曲，會被陳永淘指為不尊重客家藝術文化表示不解，至於對方堅持要求道歉，製作人侯文燕表示，「這要怎麼道歉？已經表演完了，要到圓環張貼道歉啟事嗎？」

TVBS 表示，圓環有很多年紀大的族群，在陳永淘表演的前四天，每天都有類似的演出，晚上七點之前，由那卡西熱場，那卡西自動贊助一位小姐唱歌，現場觀眾反應非常熱烈，這不就是以前的圓環文化嗎？侯文燕的助理指出，「陳永淘兩小時的表演，對一個人的體力也是負荷，這完全是貼心的安排，沒想到卻被扭曲為被欺瞞被剝削。」

侯文燕的助理表示，當天陳永淘在表演過程中，現場拿出 CD 要賣，TVBS 人員有當場表示不妥，希望表演不要有商業行為，或許是因此引起對不快，「改通告，在他表演前加一小時別人演出，就對客家文化不尊重嗎？」

朱梅芳 / 台北報導 2000 年 10 月 12 日

引自 中時晚報 網站 <http://www.chinatimes.com.tw/news/papers/online/focus/n89a12b0.htm> [2000 年 10 月 17 日]

三、 <「圓環走唱系列」陳永淘先生抗議事件聲明啟事>

有關十月七日台北藝術節「圓環走唱系列」，因為活動承辦單位與表演者溝通上的落差，導致陳永淘先生及春水出版社情感上的委屈，文化局深感遺憾。除責由承辦單位繼續和演出者溝通，就活動演出方式、CD 能否販售等爭議，予以妥善處理外，並已依原先與承辦單位間的合約規範，釐清責任歸屬。未來文化局舉辦類似活動時，將更為重視承辦單位與演出者間的聯繫，以避免類似事件再次發生。

第三屆臺北藝術節舉辦以來，獲得市民很大的迴響。文化局策劃本屆臺北藝術節時，鑒於九二一震災之後，國內的表演藝術團體演出機會減少，所以改變以往藝術節邀請國外藝術團體來台觀摩交流的方式，改為全部邀請國內表演藝術團體，並以「歌、聲、謠」的方式，用聲音來傳達百年來的民眾情感，把屬於這片土地的歌謠，在歷史的場景中再次呈現，「圓環走唱系列」就是其中之一，因為戰後台灣唱片業一片蕭條，建成圓環的走唱和賣歌仔簿，造就了一批優秀的台語歌詞曲創作者，這裡曾經是他們表演的舞台，有許多忠實觀眾想一同重溫舊夢。藉由歷史現場的再現，希望能讓臺北市民的歷史記憶重新鮮活起來！

前兩屆的台北藝術節都在精緻的藝術殿堂中舉行，參加者多半是中產階級與文化菁英，更多的非中產階級反而沒有機會參與。這次我們將藝術表演帶到市民生活的公園、街道、市場，廣場舉行，用通俗文化的表演方式，拉近了演出者與觀眾的距離，也使我們更真切的感受到俗文化的價值和重要性。這些底層文化的需求，是不是值得多給他們一些期待呢？我們是不是該重新來認識不同市民的文化需求？用新的角度去呈現通俗文化呢？希望這次臺北藝術節舉辦的經驗，能刺激彼此省思看待不同文化的方式！進而引發關於庶民文化的美學討論。

臺北市文化局

引自 台北市文化局 網站 <http://www.cabot.taipei.gov.tw> [2000 年 11 月 4 日]

四、龍應台〈圓環走唱、廟前拼台 俗文化 為滄桑的歲月出神〉

「圓環走唱」和「保安宮拼台」的節目引來萬人空巷的熱烈參與，有人開始問，今年的台北藝術節走進社區，面對草根，這「本土化」的面貌是不是為了迎合目前政治很「正確」的文化主調嗎？萬人空巷的參與是不是嘩眾媚俗？俗文化有沒有資格被打上「藝術節」的燈光？

今年的藝術節以鮮明的本土風貌出現，不是偶然的。文化局在去年規劃藝術節的前後發生了九二一地震。本地大大小小的表演藝術團體，好不容易逐漸茁壯起來的表演團體，大量的流失觀眾票房，成為看不見的災民，連鎖反應下，可能許多比較脆弱的團體要面臨解散。而同時市立交響樂團所籌畫的音樂季已經邀請了許多著名的國際表演團體來台，我們於是決定：第三屆台北藝術節的每一毛錢應該都流往台灣的藝術家與表演者。今年的藝術節，因此沒有請任何一個外國團體。

「百年歌謠台灣」的主題則延續前屆的規劃，以聲音為主。公元兩千年是一個整數，既是百年的結束也是千年的開啟，正是一個讓人駐足傾聽回音的關口。還有什麼比歌聲更能打開民族共同記憶的盒子呢？既是民族共同記憶，那麼把走唱帶回圓環，把拼台尋回廟前，把野唱放進公園，讓歌聲歷史情境重逢，是個自然的選擇；人們扶老攜幼地湧進圓環廟口公園，被歌聲吸引，被記憶打動，為滄桑的歲月如流而出神，恐怕也不過透漏了一種微妙的渴望，對過去的淡淡的依戀情愫。

所以萬人空巷，與其說是媚俗的設計，不如說是「俗」為藝術所媚。

「俗」，大眾，該不該是一個官方的藝術節服務的對象？我的思考邏輯是這樣的：今天我若是一個私人藝術經紀公司如新象或牛耳的執行者，我可以自由決定服務對象，哪一個經濟階級，哪一個年齡族群，有市場和私人品味的考慮。但我不是的，我是一個公資源的分配者。公資源來自哪裡？是兩百六十萬納稅人的辛苦錢，這錢來自高級知識份子，來自中產階級，也來自菜市場裡賣虱目魚的老太婆和圓環夜市中炒蚵仔煎的攤販。文化局作為一個公部門不能只照顧知識份子和文化菁英，它一定也要對「俗眾」負責。

如果我們指的「俗眾」是那每天風雨中照樣騎機車上下班的人、那穿著拖鞋嚼著檳榔在路邊看電視的人、那清晨四點起來磨豆腐作包子的人、那一輩子沒進過表演廳沒看過所謂舞台燈光的人，那麼任何一個文化局主事者都不得不質問自己：這些人的文化權在哪？這些人的孩子，也許下了課仍穿著制服幫母親賣麵，也許坐在水果攤燈旁的小桌上寫功課，這些孩子的文化權在哪？他們將來可不可能變成穿上名牌衣服買票進國家音樂廳的人口？

是基於這樣的思考，今年的藝術節走出了舖著紅色地毯的表演廳，選擇在草地上星光下，在圓環在廟口在廣場上發生，讓「俗眾」聽見自己的歌，看見自己的歷史，闖進自己深處的回憶。圓環走唱或廟口拼台的空巷萬人，你若仔細看看他們的臉譜 - 大多數的臉是黝黑的，黝黑的臉上都刻著極深的皺紋，那不是中產階級的臉，是風霜和生活劈打出來的臉。當那樣的臉上因感動而放出光芒時，我，作為一個公資源的分配者，覺得不曾愧對。

電子花車、「清涼秀」，是不是「髒」文化？「俗」文化等不等於「低俗」文化？這些問題的回答，不簡單，需要深思。乩童的瘋癲演出，是俗文化，被雲門搬到維也納國家劇院的舞台上，編進曲目，專業燈光一打，就是精緻藝術。

電子花車「清涼秀」放在保安宮前、派出所旁，與「高尚」的原住民和客家樂團併列，整個廟口歷史情境變成一個大舞台，觀眾變成演員，「清涼秀」只是情節一角；票選結果，它更是「俗眾」心目中最後一名，為拼台的大劇本寫上最後一行。

俗文化，不見得就是「低俗」文化。低俗與否，看角度，看場景，看切入點，更看我們心中有多少不經審視的成見。

引自 聯合報 89 年 10 月 17 日第 15 版

五、〈圓環走唱變粉味 龍應台要求承辦單位發函向歌手道歉〉

參與今年「台北藝術節」圓環走唱活動的客家歌手陳永洵及春水出版社，因不滿 10 月 7 日演出當天在未獲告知的情況下，節目被主辦單位調整異動以及禁止販售創作專輯，10 月 11 日在《明日報》《藝文》版討論區及其他網路上，以「三點清涼秀與欺瞞剝削傲慢，這就是「台北藝術節」文化？」，以及「強暴文化」就是「台北藝術節」的文化？陳永洵給馬英九、龍應台的一封信 兩篇文章，抗議文化局及執行單位年代網際不尊重其創作演出。

經由本報向文化局長龍應台反應後，龍應台於 12 日表示，一聽到這樣的消息讓她感到很難過，她也能夠理解身為一位不媚俗的客家文化工作者陳永洵所受到的委屈。在她緊急的向執行單位「年代網際」製作人侯文燕詢問當天狀況後，對於執行單位未能善盡溝通之責，文化局方面已經請承辦單位負責人侯文燕，寫信向陳永洵解釋致歉。

侯文燕表示，台北藝術節圓環走唱系列活動規劃重點，在於醞釀圓環的時代氛圍。由於 10 月 3 日的第 1 場演出時，獲得當地許多老一輩民眾熱烈迴響，因此在總總考量之下，決定在每一場次分別增加郭大誠、黃秋田、邱蘭芬、洪一峰，這些屬於圓環時代氛圍的歌者來演唱。而邱蘭芬就是安排在陳永洵演出的場次前，也就是春水出版社抗議信函中的那位演唱台語歌曲的小姐。

侯文燕表示，由於工作人員的粗心，沒有事先與陳永洵和春水出版社進行完整的溝通協調，其行政上的疏失，對陳永洵感到很抱歉。她也強調這樣的粗心，絕非惡意，更沒有文化上的歧見。而她也將儘速的寫封信給陳永洵，以解釋當天執行上的細節，以表達歉意。

而春水出版社提及執行單位年代網際曾事先允諾，春水出版社可以在現場販售陳永洵獨立製作出版的音樂作品，而後在現場又制止一事，侯文燕則表示從未允諾過歌手和春水出版社可以在演出當場販售 CD，因為「台北藝術節」是屬於台北市政府所舉辦的活動，政府活動中不得有商業行為，這是必須受到法條監督的，斷然不可能事先答應。

至於春水出版社抗議文中提及的「三點清涼內衣歌舞秀就是台北市文化局所要呈現的藝術？」的問題，龍應台則回應表示，清涼內衣秀是否不堪入目？這仍是值得討論的文化觀點。龍應台說今年的台北藝術節不同於前兩屆，特別安排「圓環走唱」、「拼台」等許多俗民文化在裡頭，目的就是要將台北的歷史擺進來，並且配合主題走進市井。

她並且指出，以往的藝術節似乎都僅照顧到中產階級，而市府為公資源的分配者，更應該要照顧到中產階級以外的族群，這是市民的文化權。而「俗文化」雖然可以有不同的觀點詮釋，但它的確活生生的存在台灣常民生活中，值得社會和文化的正視。

陳雅雯/台北報導 2000 年 10 月 13 日

引自 明日報 網站 <http://www.ttimes.com.tw/2000/10/13/artistic/200010130005.html>〔2000 年 10 月 17 日〕