

嘉南藥理科技大學專題研究計畫成果報告

計畫名稱：休閒古蹟文化空間與活動關連性分析

—以台南市一級古蹟安平古堡為例

計畫類別： 個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：CNRH-92-05

執行期間：92年1月1日至92年12月31日

計畫主持人：吳慶烜

計畫參與人員：周佳慧、陳怡萍、陳家維、林敬銘、王翔姿、王慧珍

執行單位：休閒保健管理系

中華民國九十三年一月九日

第一章 緒論

一、緣起

古蹟是一個國家在其歷史文化發展過程中累積的遺產，也是其民族精神與國民心力的具體表徵。「古蹟，係指古建築物、遺址及其他文化遺蹟」而言（文化資產保存法第三條）。「所稱古代建築物，包括城郭、關塞、市街、宮殿、衙署、書院、宅第、寺塔、祠廟、牌坊、陵墓、堤閘、橋樑及其他建築物。所謂遺址，係指年代久遠之人類活動舊址，包括居住、信仰、教化、生產、交易、交通、戰爭、墓葬等活動舊址」而言（文化資產保存法施行細則第三、四條）。凡為古代先民活動之建築物或其所遺留的活動舊址，而足供後人紀念、瞻仰、研究、觀賞者，皆可以古蹟視之。古蹟既為民族文化的遺留，對其後代民族成員的教育功能，具有極深厚的影響力，相當富有教育意義，足以培育國民情操，亦可供國民育樂及研究之用。

都市是人類歷史發展的中心，也為大部分古蹟遺留之所在，是人類智慧的結晶。都市除了物質建設之外，必須以古蹟充實其文化內涵，所謂「發思古之幽情」者，古蹟是為主要之媒介。思古則能飲水思源，而知今日即為過去之累積。可見古蹟對於都市實為不可或缺之構成因素，古蹟對都市之重要性，實在不可言喻。

七十年代台灣都市化快速變遷中，多數古蹟被遺忘，逐漸成為都市衰敗與頹廢的地區（吳慶烜，2000）。台南安平便是一個很好的例子。從早先的荷蘭時期、明鄭時期、清領時期、日據時期一直到光復後，安平從台灣經濟政治重鎮的角色，一路陪伴著台灣成長，如今台灣進步了，社會發達了，隨之這個曾經風光一時的主角，在演完台灣發展這部戲碼後，也漸漸被台灣人所遺忘，甚至連台南人，都快忘了這個過氣的演員。殘破的城牆、古砲台、古城堡、古老的破屋與街道，這些紀錄著安平、台南、台灣點點滴滴的古老遺蹟，如同老演員臉上一條條的皺紋，默默的抗議著歲月的無情摧殘，抗議著我們無情的破壞，抗議著我們對它的遺忘。古蹟，是該被重視與維護的。

二、動機

古蹟在人們心中的定位，無疑為歷史的見證者，也是歷史的一面鏡子。每個地方都有自己的歷史和古蹟，無法被取代的。然而，古蹟也是休閒生活的一部分，雖然並不同於現代水療、俱樂部……等具體的休閒活動，古蹟較屬於心理層面的休閒，帶給人們的心理的富足。人們對於古老的東西感到懷念與珍惜，進而啟發心靈成長的空間。古蹟，反映出不同時代生活方式與社會組織，當我們去親近古蹟時，就好像是在翻閱一本由各式各樣不同形式與功能的古蹟的共同組成的歷史篇章。這就是古蹟被視為文化遺產的本質。

(一)古蹟的重要性

文化資產的歷史意義及人文傳統藝術價值，不僅反映了先民的生活方式與生活態度，對現代人而言，亦是豐富生活內涵的重要資源（林銜道，1999）。一個國家或民族的文化內涵是否豐厚，社會是否進步，文化資產的多寡是重要的指標（吳昭明，1999）。為體驗不同的文化，豐富人生閱歷，乃為人們從事觀光旅遊活動之一項主要動機，舉凡與人類文化有關的一切人文資源，莫不具有觀光價值（漢寶德，1999）。古蹟是人類重要文化遺產，是看得見摸得到且活生生的呈現在生活中，更是當地的精神指標。尋訪古蹟，欣賞文物，已成為現今社會上戶外休閒活動之一；在參訪過程中，可增進對先人生活方式的認識，進而了解當地文化，培養欣賞、保存、傳承的觀念（黃俊毓，2000）。文化資產具有的價值如下：

1. 文化的價值：各種古蹟、古物等文化資源，不僅本身具有時代的形象意義，藉由觀光遊憩活動，能使老一輩重溫舊夢，年少者飲水思源，更可使古今中外人們穿過時空界線作感情的交流。
2. 教育的價值：可提昇國民的民族意識、文化素質、社會觀念及群體的內聚力。
3. 藝術價值：可反映出以往的文化背景、審美觀的藝術精品。
4. 環境科學的價值：可視為人文環境的綜合反應，而且也增加了實質環境的獨特性與多樣性。

5. 觀光遊憩價值：可豐富遊憩資源的多樣性與選擇機會，同時可達到宣傳與經濟功效。

(二)古蹟的價值與歷史意義在整體區域的「面」

古蹟的價值與歷史意義，並非單在一座古蹟本體建築之上，歷史所賦予古蹟之價值與意義，是包含古蹟本體建築以及周邊之區域。當我們在觀賞一座古蹟建築時，往往也是透過其周遭環境及區域的社會經濟文化而得到整體性的生活體驗。這些變化說明一個單體建築不管如何優秀，如果把它和歷史性上形成的有機環境隔離開來，它的大部份意義也將失去（卓玲，1999）。換言之，古蹟的價值與歷史意義，並不是發揮在單體的歷史建築上，而是發揮在包含單體與其周邊空間內之各式各樣建築與景物，也就是說，其價值是發揮在整體區域的「面」，而非單一建築的「點」之上，古蹟與其周邊空間，在歷史的價值與意義上，是同等重要的。古蹟的周邊空間，包含有開放與封閉二種形式。開放空間指的是，建築物以外之空間且同時可供民眾在安全考量下自由使用，達到提昇生活品質和民眾需求之戶外活動空間，如：街道，巷弄，公園，綠地，廣場，廟埕，停車場...等等；封閉空間指的是建築物內之空間且民眾不得自由使用之部份，主要以民宅為主。開放空間是一種提供眾身心健康、神愉悅的活動場所，是一種化解都市冷漠、產生社會互動的空間；它成為市民實際活動上所需的生活場所，同時提昇都市文化、社會層面的發展（王小璘、司徒世瀚，1997）。目前在都市生活中，十分強調精神生活之提升，而與精神生活息息相關的即為環境品質。其中又以都市開放空間為良好環境品質良窳與否的重要指標之一。都市開放空間為都市居民提供了一個活動的場所，也因此讓居民之精神生活得以充實（王小璘、司徒世瀚，1997）。

(三)休閒意識的抬頭所帶來的影響

近年來由於社會快速成長，國民年收入提升，休閒意識抬頭，休閒品質也日漸受到重視。休閒之所以成為現代社會的重要議題之一，有其主客觀因素存在。主觀因素源自於民眾休閒意識的覺醒、休閒需求的增多、和高品質生活的追求；客觀因素則是經濟的繁榮導致財富累積，工時的縮短造成閒暇增加（劉子利，

2001)。休閒受到重視，為文化空間帶來大量的人潮，但是也帶來了許多的問題。以安平古堡及其周邊開放空間為例，不僅是古蹟內人潮不斷，古蹟周邊的開放空間，也形成了居民、商家、攤販、遊客的聚集地，所形成的特殊景象，不僅擁擠，且更加髒亂。空間上居民與遊客是共享的，但遊客是強勢的一方，尤其利益取向的攤販更是佔據有人潮的公共空間，居民反倒只是臨時經過，攤販卻代表遊客長時間的擁有這些空間（侯錦雄、游仁君，2000）。攤販問題，只是許許多多問題的問題之一，攤販因人潮而聚集，人潮的湧現，直接帶來的就是攤販問題，其他如交通問題、停車場空間規劃問題、公共設施規劃與擺設問題...等等，也都會因為人潮的增加而更為突顯。

(四)古蹟管理的重要性

因此文化空間管理維護的重要性，與其所賦予使用者的附加價值，相對受到重視。為什麼我們要保存古蹟？如果我們只看到硬體，我們保存下來的將是一個空殼子，所謂的活化再利用，其實重點應該是軟體的問題（丘延亮，2002）。軟體的部份，重點在管理，活化在利用的觀念導入，目的是為了保存一座“活”的古蹟，而非一個空殼子。但是我們也希望，我們保存下來的，是一座能夠真正發揮其功能的古蹟，如果因為人潮的湧入，帶來的問題而使得古蹟本身的功能與歷史價值無法發揮，遊客抱怨連連，滿意度直線下降，那古蹟便失去其存在的意義了。

(五)文化活動的功能

管理固然是古蹟保存維護工作上相當重要的一環，但是單靠良好的管理仍然無法使古蹟的功能與附加價值完全發揮，唯有舉辦文化活動方能使古蹟充分發揮其功能與歷史價值，管理之成效也才能得以呈現。活動賦予空間意義並促使動態空間的形成，透過活動與空間之間才能產生共鳴，有了共鳴，人對此空間才能產生認同。（Christian Norberg-Schulz 1979）在書中指出一個人要想獲得存在的立足點，必須具備辨識「方向」的能力，同時必須在環境中產生「認同」。因此，所謂都市開放空間其本質乃存在於人群的活動，以突顯空間的意義、激發都市的生命力（王小璘、司徒世瀚，1997）。文化活動乃兼具陶冶品格與休閒娛樂的雙

重功能。作為一個文化古都的台南市對於文化活動雖是不遺餘力再三強調，但市民反應卻仍顯得不夠熱烈，究其原因，除了展演場地硬體設施的不足之外，居民普遍缺乏文化素養，參與性亦不夠是一大主因（楊素鳳，1998）。

早期人們對於文化空間與古蹟的概念，是「古蹟就等於文化空間」、「文化空間指的就是古蹟」，在這種狹隘的觀念基礎下，大家都以為，只要把古蹟本體維護好，就等於建立了良好的文化空間，這是錯誤且狹隘的觀念。現在由於知識傳播快速，加上政府大力宣導與教育，民眾漸漸可以了解到「文化空間不只是古蹟」、「古蹟只是文化空間之一」這種觀念，古蹟的維護仍然重要，古蹟的管理亦應受到重視。

然而縱使有再好的管理方式，再好的維護措施，沒有文化活動的舉辦來“活化”古蹟，來帶動文化氣息，到頭來也只是保存了一個完整而死氣沉沉的古蹟。“活化”與“再利用”是古蹟保存維護的新觀念，希望透過良好的文化活動，將古蹟的功能發揮出來，將歷史賦予古蹟的價值與意義推展出去，而不再只是單純的建築物維修與古蹟維護管理而已，而是一種全面性的活化運動，讓以往死氣沉沉的古蹟能夠再度“活”起來。唯有透過良好的管理方式與妥善的維護措施，結合具體閒概念的文化活動，才得以使古蹟的歷史價值突顯，遊客滿意度提高，也才能夠增加遊客的參與度與參與意願，整體休閒文化品質也才能充分提升。

三、研究目的

- (一)探討古蹟文化空間管理對文化空間之使用者的影響程度。
- (二)研擬古蹟文化活動企劃案，提供相關單位參考。

四、研究限制與範圍

- (一)研究對象：限於台南市安平古堡之參觀遊客。
- (二)研究範圍：安平古堡及周圍區域（含開台天后宮廣場、古堡街以西、平生路以東及延平街、效忠街、中興街）之開放空間。

安平古堡	古	中興街	平
開台天后宮 廣場	堡	效忠街	生
	街	延平街	路

圖1-1 本研究範圍位置圖

五、研究內容

根據前述之研究假設，文化空間的管理好壞，會間接影響文化活動舉辦的成效與其附加價值，且可由遊客使用滿意程度方面表達。本研究將以安平古堡之參觀遊客為抽樣樣本，研究內容如下：

(一)遊客本身對文化活動的參與度

透過問卷之結果，分析不同參與程度的遊客，對於文化活動附加價值的發揮，是否有間接的影響。並比對分析其整體空間使用滿意度之影響。

(二)遊客對於文化活動的附加價值的感受

透過問卷之結果，分析不同感受的遊客，其整體空間使用滿意度之變動關係。

(三)遊客對文化空間使用的滿意度

透過問卷之結果，分析文化空間管理之成效與活動舉辦之效益，並比對參與度以及附加價值二部分之結果，分析文化空間管理對文化空間使用者的影響程度。

(四)研擬一文化活動企劃案，提供相關單位參考

收集相關單位之文化活動舉辦資料，分析其優缺點，擷取其優點與活動舉辦經驗，研擬一文化活動企劃案，以期改善以往文化活動舉辦之缺失，並提供予相

關單位作為參考。

雖然安平地區古蹟之保存與維護（以安平古堡主體為主）已有一定之模式與程度，且情況尚為良好，但在古蹟管理（以安平古堡周邊開放空間為主）與活化的部分，仍尚多缺失。本研究期望從「遊客本身對文化活動的參與度」、「遊客對於文化活動的附加價值的感受」、「遊客對文化空間使用的滿意度」三個方面進行分析，探討文化空間管理的良窳，對使用該文化空間的遊客，影響程度為何，並分析其變動關係與檢討管理上可能的缺失，進而研擬文化活動企劃書，提供相關單位作為參考，以利相關單位日後在文化空間的管理及活化之工作，能更為確實及有效。

第二章 文獻探討

休閒產業的範圍涵蓋廣泛，古蹟亦是其中的一部份。古蹟就地方來說是一個國家歷史文化發展過程中累積而來的遺產，亦是民族精神與國民心力的具體表徵。但是現代人卻不以為然，只單單把它當一個建築物來看，使它的存在價值與意義被忽視，若希望古蹟再度受重視，最佳的方式即是再賦予它生命力，讓它與現代人的生活有所銜接。

就古蹟本身的性質來看，與休閒觀光產業的結合是較為適當的，若能在不破壞古蹟建築本體的前提下，適度的發展古蹟觀光是可以提升古蹟實用價值的。但不僅只有古蹟本身需要結合休閒觀光，仍需其周遭環境相互配合，才能使之發揮最大功效。不過古蹟保存和觀光發展仍有其相互矛盾的地方，如何使古蹟與觀光休閒相結合，是值得深思的問題。

一、古蹟的重要性

古蹟是人類重要文化遺產，是看得見摸得到且活生生的呈現在生活中，更是當地的精神指標。文化資產的歷史意義及人文傳統藝術價值，不僅反映了先民的生活方式與生活態度，對現代人而言，亦是豐富生活內涵的重要資源（林衡道，1999）。為體驗不同的文化，豐富人生閱歷，乃為人們從事觀光旅遊活動之一項

主要動機，舉凡與人類文化有關的一切人文資源，莫不具有觀光價值（漢寶德，1999）。尋訪古蹟，欣賞文物，已成為現今社會上戶外休閒活動之一；在參訪過程中，可增進對先人生活方式的認識，進而了解當地文化，培養欣賞、保存、傳承的觀念。一個國家或民族的文化內涵是否豐厚，社會是否進步，文化資產的多寡是重要的指標（吳昭明，1999）。古蹟與其他文化資產可說是一個國家的歷史文化指標，也就是說一個國家如果沒有古蹟，也就幾乎等於沒有了歷史。

古蹟的重要性主要有以下幾點：

（一）古蹟是歷史的足跡，人類文化的象徵

古蹟是祖先所傳留下來的偉大遺跡，也是構成我們今日生活的背景，文化遺產逐漸累積，綿延滋長。古蹟更是人類文化延續性的象徵，每一處古蹟都曾歷經滄桑，有其豐富的歷史背景，是人類文化累積的象徵，具有重要的歷史意義及歷史價值。

（二）傳統建築是人類生活、社會演化的實證

古蹟表現了歷史的根源。石碑、城郭、民宅、廟宇這些傳統建築，展現出當時營造者的靈感、信仰和情趣。建築物比任何其他形式的藝術創作更能代表人類的生活方式——它不但構成居住者的日常生活背景，並且也反映出當時社會與心理情況。因此，建築藝術的發展，隨著社會之演化前進，表現出一個地方的藝術與文化傳統。

（三）古蹟是民族精神的寄託

壯闊的山河能激起愛國者慷慨悲歌的志節，憑弔古戰場往往使人緬懷昔日英雄的忠烈。造訪古蹟除了純美的欣賞，更可造成道德的激勵。歷史古蹟不僅可以陶融個人的氣質，也可凝鑄民族的感情，更可以讓現代人體察過去歷史的榮耀！古蹟的保存工作是愛國象徵之一，目的在加強國家的團結與榮譽感，並維持內聚力與共同目標的行動。

（四）古蹟可藉以撫慰枯竭的心靈

現代生活的擁擠、忙碌、緊張、競爭，使得生活在這個社會的人民因物質文

明而帶來片片空虛，使人渴望重返古老的精神文明，企圖回溯歷史足跡，深尋自己的根，以撫慰枯竭的心靈。近年來，保存古蹟已成為社會道德的一部份，也是促進觀光事業發展的資源、豐富愉悅人生的利器。

古蹟除了能發揮上述歷史、政治、美學、教育、休閒等功能外，對於文化的自明性——促進都市形式的延續、助長地方特色的特性、增加地方的自我辨別性——等也有直接而特殊的意義。(莊芳榮，1987)

古蹟不僅僅只是一座歷盡滄桑的古老建築物，它記錄了一個國家或一個地區的一段歷史記憶，每座古蹟都曾經風光一時，在其繁榮富庶的時期，也同時記錄了當時人們生活的點點滴滴，一旦古蹟受到漠視，則那些歷史回憶將會越趨模糊，我們就更無法從古蹟中，型塑出古蹟所記錄的那段歷史記憶，沒有了古蹟，也就像人失去了記憶、一個國家失去了文化一樣，是很可悲的。

二、文化空間的定義

空間是一種提供民眾身心健康，精神愉悅的活動場所，也是一種化解都市冷漠，產生社會互動的空間，它成為市民實際活動上所需的生活場所，同時提昇都市文化品質及社會層面的發展(王小璘)。文化空間即為地方藝文，民間信仰，知識所累積而成的空間，與地方發展和社群互動有著密不可分的關係(林政逸)。文化空間係源自於社會空間的主流，並經由具體物質實踐、事件、文化形式及社會經驗形式——「感情的連結」，並能引發地方居民之地方認同感、歸屬感(王小璘)。

古蹟文化空間可分為三種形式，在古蹟存在人們心中價值，仍停留在「古蹟只是一座古老建築」的年代，古蹟與文化空間的範圍，其實是非常狹隘的，簡單來說，就是古蹟單體建築的「點」，即為文化空間，文化空間就是古蹟本身，具體來說，也就是說如果一座古蹟是有圍牆圍繞其建築物周圍的，則圍牆內的空間即是文化空間；若無圍牆，則以人們所界定之屬於古蹟的範圍，就是當時所定義的文化空間。當古蹟帶給人們實質上的影響與互動增加(古蹟帶動觀光以及與關係著地方興衰)，古蹟文化空間則慢慢延伸到周圍街區開放空間，形成一種「線」

的相互關係，此時的古蹟與其周圍街區開放空間，在人們心中，同屬於文化空間，許多的商業活動與觀光活動，皆從街區開始，也從街區結束。近年來，休閒意識抬頭與古蹟文化空間受到重視的交互影響下，古蹟與周圍區域的互動大量增加，古蹟文化空間已擴大到包含古蹟單體建築、古蹟周圍街區開放空間以及周圍與古蹟相關，具有歷史的、考古的、景觀藝術的建築物價值的不動產（曾國恩，1975），一整個地區都屬於文化區域，形成整體的「面」的相互關係，而不再只是古蹟單體建築的「點」，或與街區形成的「線」的狹隘關係。

三、文化空間與文化活動的關聯性

所謂的「文化活動」是「地方文化產業」的一種，具有歷史記憶及固有文化特質，它不僅是一項極具開發潛力的經濟及文化資源，且為地方發展成為無可取代的文化觀光資源，亦是人民生活共同的記憶、歷史文化傳承的場所，具有延續地方傳統文化與凝聚社群共識、領域感及認同感等功能；除此之外它還可帶動地方建設發展及地方經濟衍生效益（辛晚教，2000）。若是以休閒娛樂而言，「文化活動不僅成為凝聚社區意識的場所，對於觀光活動的推展及提昇生活品質有很大的助益」（卓玲，1999）。就此觀點文化活動代表許多正面的意義，但是空間與活動必需相輔相成，才能透過文化活動的舉辦達到活動的交流及人類溝通與文化的創造，此即為文化空間與文化活動之間的互動；而且「文化空間的規劃在於對「人」的尊重與「文化」的關懷，除了周遭環境與設備配置外，更應重視文化所存在的意義以及相關社會結構因素的理解，而文化活動的推動亦不在於表面的形貌裝飾，形塑一個隨「觸」可及的文化參與環境，以創造符合地方需要的展演環境，並能藉活動來傳遞情感與提高人與人之間的互動來營造活動與空間的建設（古宜靈，2000）。

換句話說，此觀點若以「空間的依附概念」來說，此一概念可以解釋文化活

動與社群互動之關聯，藉由活動的舉辦促成社群間的交流互動，互動的過程則將空間形成一個具有群族歷史、文化意涵的空間，亦訂為地方文化活動展演的據點；也就是從人與空間的關係來看，並非單向地由空間決定了人群活動，相反地，人群活動、互動過程亦會塑造出空間的內涵、改變空間使用與空間形式(林政逸，1999)。當文化空間逐漸顯現出都市居民對活動需求產生強烈渴望時，文化空間與人們的文化活動關係，會直接影響到文化空間的品質，間接也影響到文化空間的需求量，因此文化空間與文化活動型態成為密切而互補的關係。

然而活動並不只是代表當地的文化與特色，也不僅是與人群間的互動，活動亦賦予空間意義並促進動態空間的形成，透過活動與空間才能產生共鳴，有了共鳴，人對此空間才能產生認同。因此文化空間若可將古蹟連繫成為社區共同體的塑造時，亦即期待古蹟扮演共同意識的源頭，同時古蹟及其週邊的軟體活動，也可成為一種規範的文化活動(米復國，1996)，再以文化空間所衍生的文化活動來推展地方建設、歷史文化及經濟效益。

四、文化活動帶來觀光旅遊的影響

古蹟的層次是空間上的可及性，但民眾只知道古蹟的存在，卻不了解古蹟的背景文化，因此古蹟維護部門除了硬體的維護之外，可能要花上同等甚至更多時間來教育民眾，透過與其他展覽館和學校合作、網路、舉辦活動等機會，讓人們在心裡認識這個地方，對這個地方產生感情和認同，也讓遊客能了解當地的文化及地方產業，也就是藉由活動讓民眾更了解古蹟的歷史文化及特色(Alex.Marsden，2002)。

凡歷史古蹟文化、地方民俗文化、傳統聚落景觀、地方文藝季等地方文化產業配合社區文化活動，結合社區振興組織、地方發展協會、社區居民等社群動力，共同致力於地方經濟及吸引國際觀光客，如此不僅能復甦地方經濟、找回地方的生命力，並強化了當地居民地域認同感與凝聚力(辛晚教，2000)。

文化活動的舉行，可以增加當地居民的收入，人民對文化的認同、地方政府

對該地的建設等，例如日本、巴西、德國、美國等國家都利用其具有代表該國民族性或地方特性的文化活動來吸引國外遊客拜訪，藉此以達到宣揚該國的傳統民俗文化及促進觀光外匯收益之效，因此活動的舉行能促進地方繁榮、開拓當地觀光新契機（簡惠貞，2000）。

綜合上述，文化活動帶來的正面影響如下：

- （一）推展當地的文化及地方產業，使遊客產生感情和認同
- （二）傳承文化，促使遊客了解古蹟的歷史文化及特色
- （三）帶動藝文活力，為文化建設創造新契機
- （四）復甦地方經濟，找回地方的生命力
- （五）強化當地居民地域認同感與凝聚力
- （六）吸引外國遊客，宣揚我國的傳統民俗文化及促進觀光外匯收益之效
- （七）方便消費
- （八）安定社會、吸收就業人口

雖然隨著文化活動的舉辦帶來了相當多的正面效益，但是，仍有許多的負面效果隨之而來，這也是我們不能忽略的。安平古堡及開台天后宮，是一個至今仍然存在著的傳統文化的空間，曾是蘊藏了許多人豐富記憶的場所，然在現代人們的眼裡，只是個去拜拜、參觀的地方，只是一處雜亂、擁擠的空間。原因是當安平古堡及其周圍成觀光性地標後，為此伴隨而來的人潮、車潮等，形成與週遭環境相互干擾的交通問題與噪音問題。而由於人多擁擠，因此攤販也大量增加，更是讓交通問題雪上加霜，也帶來了環境污染與市容破壞以及治安的問題。其實在早先每當節慶祭典來臨之時，廟埕上的廟會除了是中國傳統社會中的重要活動之一，在平日生活中，也是鄰里居民各種休憩活動聚集的場所，但發展至今日所見的卻是受攤販所淹沒、遭車輛包圍、被當成停車空間，更或是乏人問津的都市空地，雖然文化活動帶來了繁榮，促進地方的發展，卻造成了古蹟及週遭環境的破壞，因此我們就只能減緩這些殺傷力，來保護古蹟及周圍環境。

綜合上述，文化活動帶來的負面影響如下：

- (一) 阻礙交通
- (二) 噪音問題影響社區安寧
- (三) 環境污染與破壞市容
- (四) 影響治安

五、結論

近年來，都市文化發展已成為地方政府進行都市再發展之重要經濟發展策略，並透過文化活動的推展，逐步改變都市文化空間使用型態，最顯著者，當為都市土地使用型態之改變。但檢視國內文化活動與都市文化空間發展關聯性相關研究，不僅少見，且多半從公共設施與傳統區位理論論點出發，未考量文化活動必因文化活動參與者社經屬性差異，與參與者消費行為偏好影響，產生不同空間使用結果，因此我們必需了解文化空間和文化活動之間的關聯性，分析遊客的觀光遊憩的偏好程度，對古蹟本身附加價值的認同，以及對現有文化空間之滿意程度，並評估相關因子對現有的古蹟文化活動所產生的影響。

不同地區、不同人類族群有其不同的文化風貌，其有別於其他地域或族群的人文特色，正是當前旅遊文化之主流。就安平古堡來說，它以歷史背景此豐富的資產，再結合當地各種產業的特質，透過適當的規劃設計與包裝，成為具有吸引力的觀光資源，使其發展成一個兼具文化、休閒、消費的觀光園地。安平具有相當豐富的古蹟文化資源與歷史價值，若能充分的瞭解當地民眾對安平未來的發展意向並與當地的文化資源配合，對當地的文化資產加以整合規劃，不僅可以使古蹟文物獲得更妥善的保護且又能改善當地的環境空間，且可以將安平規劃成為一個完善且極富教育意義的古蹟文化休閒區。

第三章 研究方法

一、研究架構

誠前所述，本研究是探討空間及文化活動間的關係，在不同社會屬性的民眾認知系統中，可能會產生不同的感受，其之間的差異也可能存在於對空間與文化

活動本質的認知差異。希望藉由問卷中：古蹟文化活動的參與程度、附加價值與文化空間的滿意程度，來針對不同社會屬性的民眾進行問卷訪談，並且研究其間差異，以期改善在文化中的政策、法令及文化活動這三方面的問題。

所謂古蹟文化活動的參與程度是指民眾喜愛文化活動的程度，例如：會定期參與、收集相關資訊，並且願意嘗試或消費...等；而古蹟文化活動的附加價值是指民眾是否能由參與活動過程中得到正面效益，例如：減輕工作壓力、增進人際關係、提昇工作效率、增進自信心、提昇生活品質，增進健康...等；古蹟文化空間滿意度是指對空間的舒適性、設計的活動、交通便利性、衛生、服務品質、政府現有的文化休閒空間。而民眾的社會屬性分為性別、年齡、教育程度、職業、家庭月收入、居住地區最近文化休閒場所之距離、居住縣市。

二、研究設計

(一)樣本決定方式

本研究係以安平古堡實地調查及問卷訪談的方式，並以集團隨機抽樣的方式，分為假日及非假日兩個時段，以研究母體界定在15歲以上之參觀安平古堡之成人全體。主要以問卷調查法對現地使用者進行意見調查，並以五個等級之態度量表測量使用者對安平古堡之文化活動參與程度、文化活動的附加價值、文化空間滿意度作調查。樣本大小的決定是以估計大樣本比例之方法，參考

Churchill(1983)建議之公式如下計算：

$$n = \frac{Z^2(\alpha/2)}{P(1-P)} e^2$$

n:樣本大小
e:容許估計誤差
Z($\alpha/2$):使右尾面積為($\alpha/2$)之Z值
α :信賴係數
P:隨機樣本之比例

由於此算式中樣本大小之決定是由隨機樣本計算所得之比例P所影響，在未進行調查前無法知P值，但P=1/2時樣本大小最大，故本研究首先以此作為預估樣本數之基準，以95%信賴度及估計誤差±5%，推算問卷訪談最小樣本為384份。最後本研究遊客問卷訪談實際調查所得之問卷總數425份，其中有效問卷

392 份，因此若以 95%之信賴度之要求計算，估計誤差僅約為 4.95%。

(二)問卷設計

有關問卷的設計，是採用明示的結構性問卷，問題以封閉式為主。

1.問卷內容因子如下：

- A1 喜歡參與古蹟文化活動
- A2 定期參與古蹟文化活動
- A3 觀看古蹟文化節目與報導
- A4 收集古蹟文化活動相關訊息
- A5 願意嘗試新的古蹟文化活動
- A6 願意消費喜愛的古蹟文化活動
- B1 參與古蹟文化活動能減輕壓力
- B2 參與古蹟文化活動能增進人際關係
- B3 參與古蹟文化活動能提昇工作效率
- B4 參與古蹟文化活動能增進自信心
- B5 參與古蹟文化活動提昇生活品質
- B6 參與古蹟文化活動能增進健康
- C1 古蹟文化空間舒適性的滿意度
- C2 古蹟文化空間活動設計的滿意度
- C3 古蹟文化空間交通便利性的滿意度
- C4 古蹟文化空間衛生的滿意度
- C5 古蹟文化空間服務品質的滿意度
- C6 政府現有的古蹟文化空間的滿意度

(三) 民眾社會屬性因子如下：

性別、年齡、教育程度、職業、家庭月收入、居住地區最近文化休閒場所之距離、居住縣市。

其問卷分析圖如下：



圖 3-1 本研究問卷分析示意圖

(四) 研究假設：

- 假設 1：「性別」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子 (A1~A6)
- 假設 2：「性別」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子 (B1~B6)
- 假設 3：「性別」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子 (C1~C6)
- 假設 4：「年齡」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子 (A1~A6)
- 假設 5：「年齡」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子 (B1~B6)
- 假設 6：「年齡」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子 (C1~C6)
- 假設 7：「教育程度」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子 (A1~A6)
- 假設 8：「教育程度」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子 (B1~B6)
- 假設 9：「教育程度」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子 (C1~C6)
- 假設 10：「職業」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子 (A1~A6)
- 假設 11：「職業」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子 (B1~B6)

假設 12：「職業」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子 (C1~C6)

假設 13：「家庭月收入」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子
(A1~A6)

假設 14：「家庭月收入」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子
(B1~B6)

假設 15：「家庭月收入」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子
(C1~C6)

假設 16：「住家與古蹟距離」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子
(A1~A6)

假設 17：「住家與古蹟距離」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子
(B1~B6)

假設 18：「住家與古蹟距離」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子
(C1~C6)

假設 19：「居住縣市」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子 (A1~A6)

假設 20：「居住縣市」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子
(B1~B6)

假設 21：「居住縣市」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子
(C1~C6)

三、研究方法

(一)、研究性質：

本研究在探討不同社會屬性的民眾對於古蹟文化活動的參與程度、附加價值及古蹟文化空間的滿意度等三項的影響，除採用歷史文獻歸納法進行剖析，此外針對研究地區採用「量」的研究，透過問卷調查的方式，進行統計分析。

各類型科學方法的操作，基本上是由二個不同步驟邏輯成分所構成，即所謂的「歸納法」和「演繹法」。前者強調先觀察、收集及記錄若干個別事例，探求其共同特徵或特徵間的關係，從而將所得結果推廣到其他未經觀察的類似案例，而獲得一項通則性的陳述。(辛晚教，1997)

根據此觀點，故本研究先以歸納法為分析基礎，探究古蹟維護的本質，進一步探討遊客與古蹟空間及文化活動的問題。從古蹟維護的重要性，進而了解古蹟與古蹟使用者的關聯，其中古蹟與觀光發展的關係，則是要由古蹟文化活動的推行程度來發展。此外，遊客對古蹟文化空間的滿意程度，也影響文化活動的推行。

一般社會科會領域中所使用的研究方的應用上可分為「質化」與「量化」二大類，在過去的方法論研究上，雖兩者之間的應用仍有孰優孰劣的爭議，但一般而言，因量化的研究方法必須以「實證論」的支持下所發展出來的研究，並現實社會的現象以理論架構（假說）加以單純化、數字化，藉明確的關係建構達到模式模擬推演工作。這是較適合決策者進行相關工作的參考。（辛晚教，1997）為求研究的明確性，本研究的方向著重於「量化」的研究，將進一步以問卷調查的方式，進行相關的統計分析。

（二）研究工具：

1.基礎資料收集

透過次級資料收集得到的資料，收集之資料內容包括：古蹟文化活動的舉辦、空間滿意度相關研究、觀光資料的調查……等。

2.統計分析工具：

在統計分析方面，本研究採用 SPSS For Windows 統計套裝軟體，並利用次數分配表、百分比、變異數分析（ANOVA）及交叉分析等統計技術，進行結果的描述與假設的驗證。

（三）分析方法：

1.次數分配表與百分比

本研究問卷中的基本資料，是調查民眾七項的不同社會屬性，而利用次數分配表與百分比之統計分析，以了解其中占各個社會屬性的層次分類中的比例。

2.變異數分析（ANOVA）

變異數分析(ANOVA：Analysis of Variance)是檢定三個或三個以上的母體平均數是否相等的統計方法，或檢定因子對依變數是否有影響的統計方法。（林惠玲、陳正倉，1999），簡言之，就是用來檢定 K 個母體平均數是否相同的統計方法。

因為統計資料會受到不同因素（Factor）的影響，而使個別觀察值產生差異，

ANOVA 即是用以檢定這些差異是否顯著。(張子傑, 2002)

本研究是採用單因子變異數分析 (One Factor ANOVA), 分類標準為「民眾社會屬性」, 並檢定此一分類因素是否造成顯著差異。

3. 交叉分析

以 SPSS 統計套裝軟體中交叉分析, 分別針對文化活動的參與程度、附加價值及文化空間滿意度與不同社會屬性遊客統計變數做交叉分析, 以描述各區隔之特性。

第四章 古蹟文化空間民眾滿意度分析

一、安平古堡、赤崁樓與孔廟差異性比較

本節在第一部分將對進行現場實地調查後的問卷結果, 來做分析討論。並且將三個地區的問卷調查數值在加權後, 做一個比較。在第二部分我們以問卷所表現的結果, 與我們目的中所假設的問題來對安平地區做一個初步的建議。

(一) 問卷分析

透過分析對安平古堡、赤崁樓與孔廟此三個古蹟文化休閒空間之使用滿意度調查問卷後, 發現孔廟之遊客較不會定期參與文化活動, 可能是因為孔廟全省各地幾乎都有, 較不具有古蹟之獨特性與不可取代性, 且活動大多僅限於少數特定時節舉辦、宣傳也較為不足, 相較於安平古堡與赤崁樓, 就顯得較不具知名度了, 進出的遊客當然以附近的老人居多, 一般遊客除了少數特定時節外, 也無從參與活動與使用這個空間。另外, 封閉的空間型態, 也增添了孔廟給人的神秘與嚴肅感, 加上周圍不繁榮、街道狹窄且指示路標不足等因素, 使得孔廟平時的使用率降低, 除了附近經常聚集的老人之外, 較少有其他遊客進出。

在減輕壓力與增進自信心的附加價值方面, 安平古堡與孔廟在減輕壓力的功能上, 則較優於赤崁樓, 赤崁樓位處市區繁榮地帶, 周圍人車聲吵雜, 且內部空間配置較為狹窄, 壓迫感與噪音可能是主要原因。安平古堡 (鄰近開台天后宮) 與孔廟, 較能結合宗教信仰之力量, 比赤崁樓更能發揮出減輕壓力、放鬆身心之

功能。

另外，在交通便利性方面，赤崁樓由於位於市區、公車較多、目標明顯、指示路標明顯、又設有停車場，使得赤崁樓較能發揮其便利性之功能。孔廟因為周圍道路狹窄、停車位少、路標指示不明；而安平則因為位處市郊、路途遠、公車班次又少，在便利性方面都較無法與赤崁樓相比，但差異並不是非常明顯。

服務品質方面，可由數據中發現，安平古堡的遊客對於服務品質滿意度偏低，顯示在服務品質方面仍有待加強，而顧客對於服務品質滿意與否，主要皆為軟體服務方面而非硬體設備方面的問題，簡言之即是“人為”造成的，不論是售票員、解說員、導覽員、現場服務與工作人員，都可能因為一成不變的工作模式或因個人身體狀況、心理壓力以及情緒起伏影響到服務品質，此方面無法單純以討論或分析看出問題所在點。

除了上述的許多不同點之外，我們也由問卷結果中發現了許多相似之處。安平古堡、赤崁樓與孔廟此三個古蹟文化休閒空間之使用者，平時皆有觀看古蹟文化節目報導的習慣，也願意消費自己所喜愛的文化活動，顯見平時會在古蹟文化空間進行休閒活動的人，大多對古蹟文化活動或古蹟本身，具有相當程度的興趣或喜好，換句話說，在這樣的條件基礎下，理論上在古蹟保存維護與活化方面的工作上，一般民眾（不包含當地居民）應該非常願意配合。

表 4-1 安平古堡與赤崁樓、孔廟之古蹟文化空間使用滿意度調查結果比較（相異點）

	安平古堡	赤 崁 樓	孔 廟
(A 2)定期參與古蹟文化活動	尚可(0.86)	尚可(0.69)	稍不同意(0.47)
(B 1)古蹟文化活動能減輕壓力	同意(2.61)	稍同意(2.16)	同意(2.50)
(B 4)古蹟文化活動能增進自信	稍同意(1.55)	稍同意(1.68)	尚可(1.48)
(C 3)對便利性感到滿意	尚可(1.21)	稍同意(1.51)	尚可(1.42)
(C 5)對服務品質感到滿意	尚可(1.23)	稍同意(1.65)	稍同意(1.71)

資料來源：本研究整理

在古蹟文化活動的附加價值方面，民眾普遍認為參與古蹟文化活動能提升生活品質，而且能增進健康。由此不難發現，民眾目前追求的生活滿足，不再侷限於物質慾望的滿足，他們更重視心理層面的滿足感，生活品質不再只是衣食無虞的代名詞，在辛勤工作後的閒暇時間裡，他們也需要藉由參與古蹟文化活動來滿足心理方面的需求。簡言之，現在的民眾追求的是一種身、心皆達到滿足的平衡狀態，這正巧與心理學家馬斯洛(Abraham Maslow)的人格金字塔理論(人們在基本生理與安全的需求達到滿足後，會追求更高層次的心理滿足，其中包含社會需求、自尊需求與自我實現需求)不謀而合。而古蹟文化活動的附加價值，正好可以滿足民眾較高層次的心理需求，若能再導入休閒的概念、結合休閒活動的設計，將能以更輕鬆活潑的方式，不僅能達到民眾的需求，更能活化古蹟，帶動當地繁榮，達到古蹟永續經營永續保存的目標。

表 4-2 安平古堡與赤崁樓、孔廟之古蹟文化空間使用滿意度調查結果比較 (相似點)

	安平古堡	赤 崁 樓	孔 廟
(A 3)平時觀看古蹟文化節目報導	稍同意(1.71)	稍同意(1.55)	稍同意(1.70)
(A 6)願意消費所喜愛的文化活動	稍同意(1.97)	稍同意(1.87)	稍同意(2.03)
(B 5)文化活動能提升生活品質	同 意(2.70)	同 意(2.82)	同 意(2.83)
(B 6)古蹟文化活動能增進健康	稍同意(2.38)	稍同意(2.45)	稍同意(2.41)
(C 2)對設計的活動感到滿意	稍同意(2.06)	稍同意(2.03)	稍同意(1.97)

資料來源：本組編制

綜合上述許多相異與相似點，分別歸納整理為以下之比較表：

表 4-3 安平古堡與赤崁樓、孔廟之古蹟文化空間特點比較表

	相異點與研究發現	相似點與研究發現
安平古堡	1.位處市郊、路途遠、公車班次少。 2.服務品質滿意度偏低。	1.使用者大多對古蹟文化活動或古蹟本身，具有相當程度的興趣或喜好，參與度高。

孔廟	1.較不具有古蹟獨特性與不可取代性。 2.活動大多僅限於少數特定時節舉辦。 3.宣傳較為不足。 4.周圍不繁榮、街道狹窄且指示路標不足。	2.發揮出提升生活品質與促進健康之附加價值。 3.重視心理層面的滿足感、追求更高層次的生活品質與自我實現。 4.活動設計滿意度尚可，仍有改善與進步空間。
赤崁樓	1.周圍吵雜、內部空間狹窄、壓迫感。 2.交通便利。	

資料來源：本研究整理

民眾對於目前文化活動設計的滿意度，直接影響到古蹟的功能與附加價值的具體表現，不論古蹟本身的歷史價值與附加價值有多高，若活動的設計不佳，民眾對於古蹟文化空間的附加價值感受，將會大打折扣。雖然安平古堡與孔廟、赤崁樓的問卷結果，民眾普遍都感到稍同意，但是仍未達到滿意階段，顯然還有改善與進步的空間。

本研究為了在比較上，有較明確的差異性，故將原來的五個區間延伸為九個區間：完全不同意、不同意、稍不同意、尚不同意、無意見、尚可、稍同意、同意、完全同意。

二、台南市古蹟文化空間使用者滿意度分析

(一)遊客基本資料

1.性別：就受訪遊客，而在 392 份有效樣本中，「男性」共有 170 人，占樣本數之 43.4%；「女性」則有 222 人，占樣本數之 54.6%。

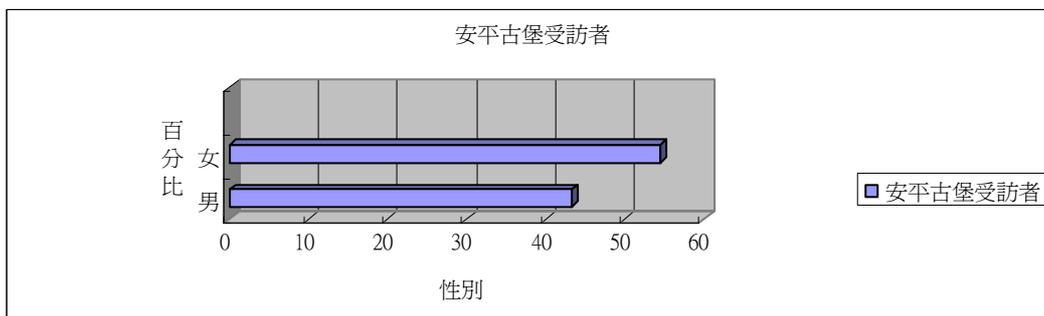


圖 4-1 受訪者性別比較圖 註:數字為百分比(%)

2.年齡：就年齡結構分佈，而在 392 份樣本之中，各年齡組之分佈以「18-25 歲」所占比例為最高，有 216 人，約 55.1%，「26-35 歲」次之，有 103 人，約 26.3%，「36-45 歲」有 39 人，約 9.9%，「46-55 歲」，有 31 人，約占 7.9%，「56 歲以上」，有 3 人，約占 0.8%。

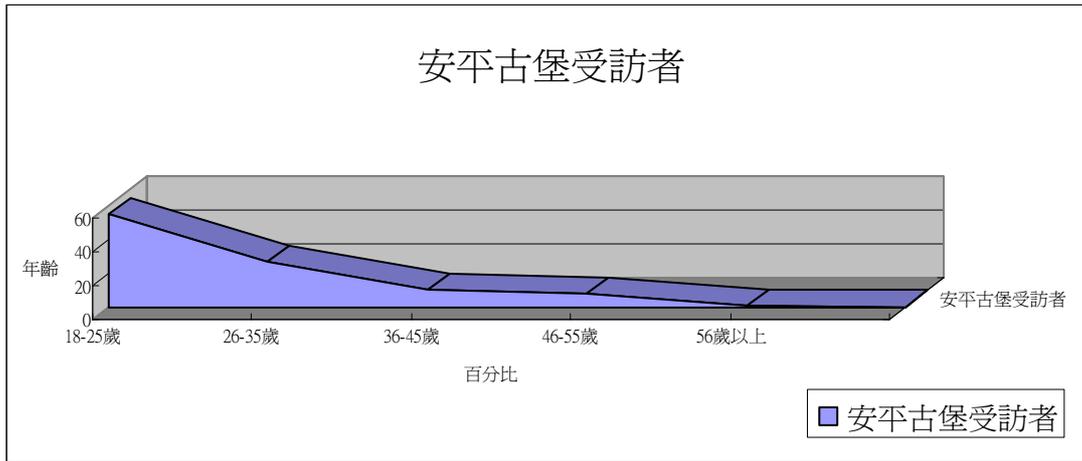


圖 4-2 受訪者年齡比較圖 註：數字為百分比(%)

3.教育程度：就教育程度而言，以「大專院校」人數最多，有 257 人，占 65.6%；「高中」次之，有 100 人，占 25.5%；「研究所」有 18 人，占 4.6%；「國中小」有 16 人，占 4.1%；「國小以下」有 1 人，占 0.3%。

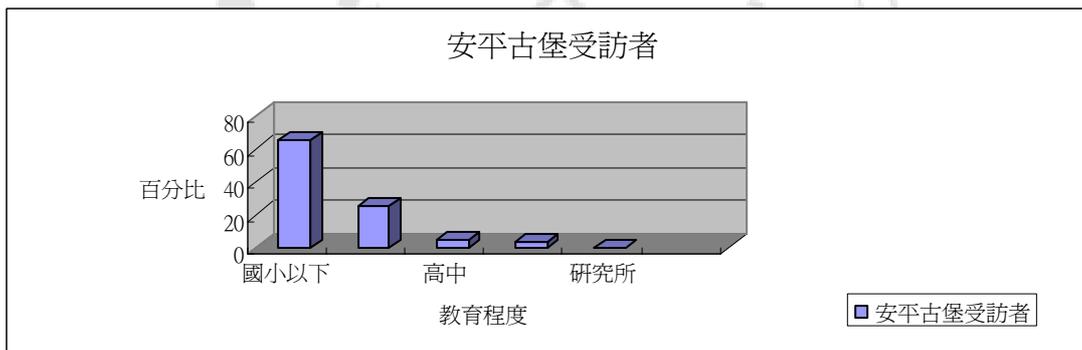


圖 4-3 受訪者教育程度比較圖 註：數字為百分比(%)

4.職業：就受訪者職業而言，以「學生」人數最多，有 118 人，占 30.1%；「服務業」次之，人數有 115 人，占 29.3%；「自由業」有 69 人，占 17.6%「軍公教」有 42 人，占 10.7%；「製造業」有 37 人，占 9.4%；「農林漁牧業」有 7 人，占 1.8%；「家管」有 2 人，占 0.5%；「傳播業」有 2 人，占 0.5%。

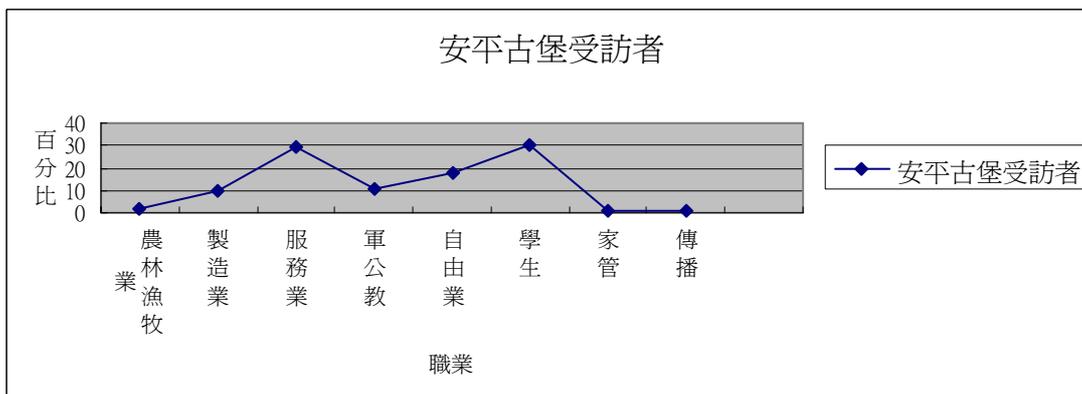


圖 4-4 受訪者職業比較圖 註：數字為百分比(%)

5.家庭月收入：就家庭月收入而言，以「20,000-49,999」最多，占 181 人，占 46.2%，「19,999 以下」次之，有 104 人，占 26.5%；「50,000-99,999」有 85 人，占 21.7%；「100,000 以上」有 22 人，占 5.6%。

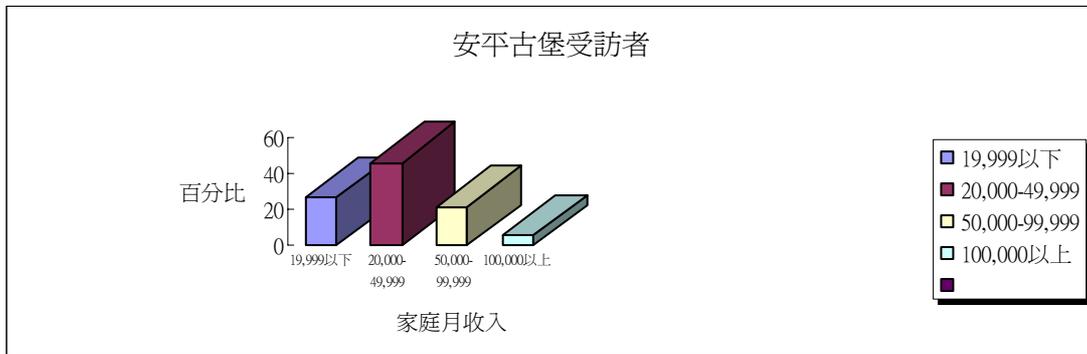


圖 4-5 資料來源:本研究調查整理 註數字為百分比(%)

6.距離：就居住地距離古蹟的遠近而言，「2 公里以上」為最多，有 265 人，占 62.4%；「1-2 公里」次之，有 47 人，占 12%；「101-500 公尺」，有 37 人，占 9.4%，「100 公尺以內」有 23 人，占 5.9%，「501-999 公尺」有 20 人，占 5.1%。]

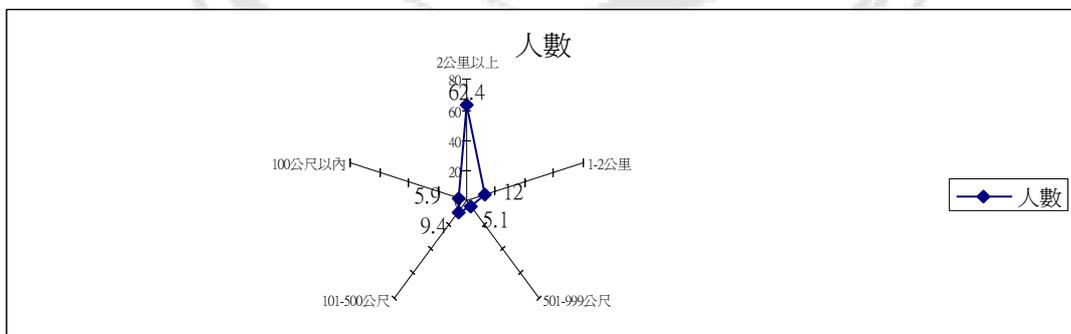


圖 4-6 資料來源:本研究調查整理 註數字為百分比(%)

7.居住縣市：就居住縣市而言，以「台南市」為最多，有 141 人，占 36%；「台南縣」次之，有 78 人，占 19.9%；「高雄市」有 23 人，占 5.9%；「高雄縣」有 23 人，占 5.9%；「台北市」有 19 人，占 4.8%；「台北縣」有 14 人，占 3.6%；「彰化縣」有 13 人，占 3.3%；「台中縣」有 12 人，占 3.1%；「桃園縣」有 11 人，占 2.8%；「台中市」有 10 人，占 2.6%；「雲林縣」有 9 人，占 2.3%；「嘉義縣」有 8 人，占 2.0%；「嘉

義市」、「屏東縣」、「南投縣」皆有 5 人，各占 1.3%；而「其他縣市」有 16 人，占 43%。

(二)遊客基本資料與分析

參觀安平古堡的民眾中，男女的比例差了 10%，可能是由於現場女性觀眾多於男性觀眾之緣故。參觀安平古堡民眾之職業中，以學生最多，可能是台南地區的學校數量較多，這也因應了參觀人數的年齡層為 18~25 歲。這也顯示年輕族群有逐漸喜愛安平古堡的趨勢亦表示安平古堡參觀者的素質隨著教育普及而提高。參觀人數所居住的地區以距離二公里以上的民眾最多，但又以居住在台南市的人數為最，所以參觀民眾大多數是居住在台南市，但距安平區有一點距離的人最多。

表 4-4 遊客居住縣市次數分配表

遊客屬性	分類依據	遊客人數	總人數百分比
縣市	台南市	141	36.0 %
	台南縣	78	19.9 %
	高雄市	23	5.9 %
	高雄縣	23	5.9 %
	嘉義市	5	1.3 %
	嘉義縣	8	2.0 %
	雲林縣	9	2.3 %
	彰化縣	13	3.3 %
	屏東縣	5	1.3 %
	台中市	10	2.6 %
	台中縣	12	3.1 %
	桃園縣	11	2.8 %
	宜蘭縣	3	0.8 %
	台北市	19	4.8 %
	台北縣	14	3.6 %
	基隆市	3	0.8 %
	南投縣	5	1.3 %
	澎湖縣	0	0.0 %
	花蓮縣	3	0.8 %
	台東縣	0	0.0 %
苗栗縣	1	0.3 %	
金門縣	0	0.0 %	
馬祖縣	0	0.0 %	

	新竹縣	3	0.8 %
	新竹市	2	0.5 %
	其他地區	1	0.3 %
總計		392	100%

資料來源:本研究調查整理 註數字為百分比(%)

二、各項因子之態度等級百分比分析

(一)古蹟文化休閒活動各因子的參與程度及喜愛程度

1.古蹟文化活動參與之喜愛程度

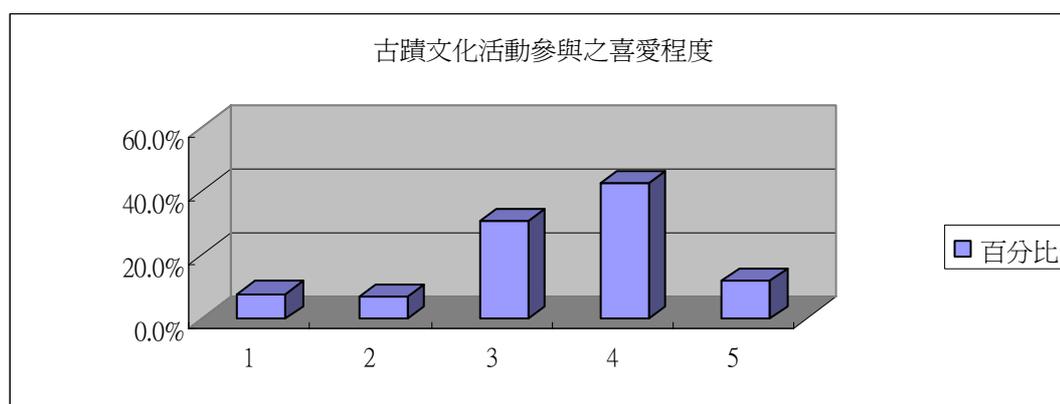


圖 4-7 古蹟文化活動參與喜愛程度 註：數字為百分比（%）

受訪者對於古蹟文化活動參與之喜愛程度大多為同意，有 167 人占總人數之 42.6%；以尚可之人數次之，有 120 人占總人數 30.6%；非常同意的人數為 47 人有 12.0%；而反對的人居為少數，非常不同意的受訪者有 27 人，占總人數之 7.9%不同意者有 31 人占 6.9%為末。

2.古蹟文化活動定期參與程度

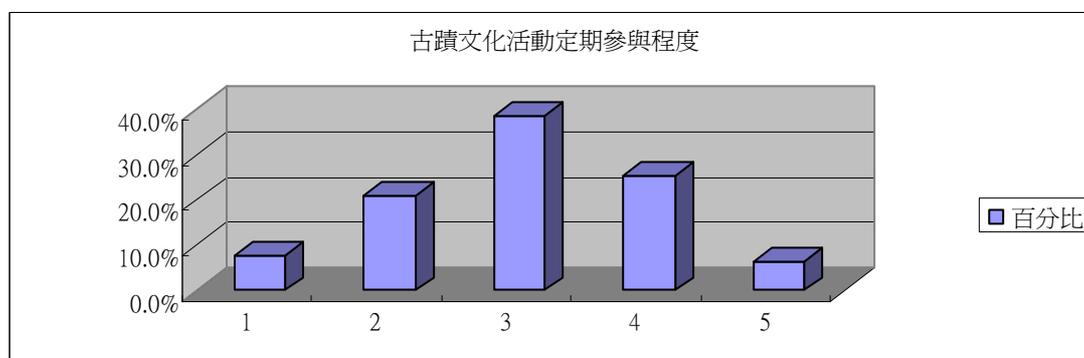


圖 4-8 古蹟文化活動定期參與程度 註：數字為百分比（%）

受訪者對於古蹟文化活動定期參與程度來看，以選擇尚可的受訪最多，有

152 人占總人數的 38.8%；同意的受訪者次之有 100 人占 25.5%；不同意之受訪者有 83 人占 21.2%；非常不同意的受訪者有 31 人占了 7.9%；而非常同意的受訪者有 26 人占了總人數的 6.6%，由上可知同意與不同意之民眾各占一半，而這代表著對於安平地區之古蹟文化活動，大多數民眾還是只會來參加較大型或是宣傳較多的活動，而對於每月之小型的文藝活動及定期導覽較少參與，所以還要繼續推廣定期古蹟文化活動。

3

觀看古蹟文化活動節目與報導之喜愛程度

受訪者對於觀看古蹟文化活動節目與報導之喜愛程度，以同意的受訪者最多，有 155 人占了總人數的 39.5%；選擇尚可之受訪者次之，有 120 人占 30.6%；不同意的受訪者有 59 人占 15.1%；非常同意的受訪者有 36 人占總人數的 9.2%；而非常不同意的受訪者最少有 22 人占 5.6%，因現在的電視與網路較為普及，所以喜愛古蹟文化活動之受訪者可以非常容易且方便的觀看有關古蹟文化的節目與報導，所以受訪者對於觀看古蹟文化活動節目與報導之喜愛程度多較為同意。

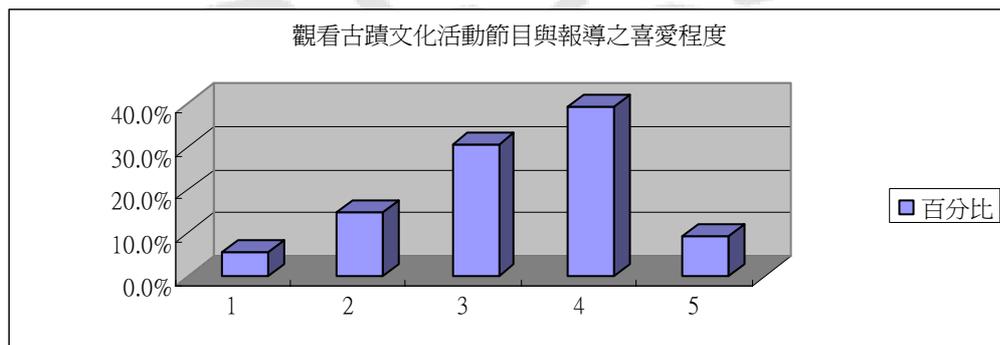


圖 4-9 古蹟文化活動節目與報導喜愛程度 註：數字為百分比 (%)

4. 收集古蹟文化活動相關資訊意願

受訪者對於收集古蹟文化活動相關訊息，最多是選擇尚可的民眾，有 168 人，占總人數的 42.9%；同意者次之，有 101 人占了 25.8%；不同意者有 64 人占了總人數的 16.3%；非常同意者，有 36 人占 9.1%；而非常不同意者，有 23

人占了 5.9%，而這是因為現在的資訊較為發達，所以喜愛古蹟文化活動之受訪者可以非常容易且方便取得相關資訊，所以受訪者對於觀看古蹟文化活動節目與報導之喜愛程度選擇同意者多於不同意者，但是選擇尚可之受訪者也占了快一半，這表示雖可方便的取得相關資訊，但大數的民眾對於古蹟文化活動較不感興趣。

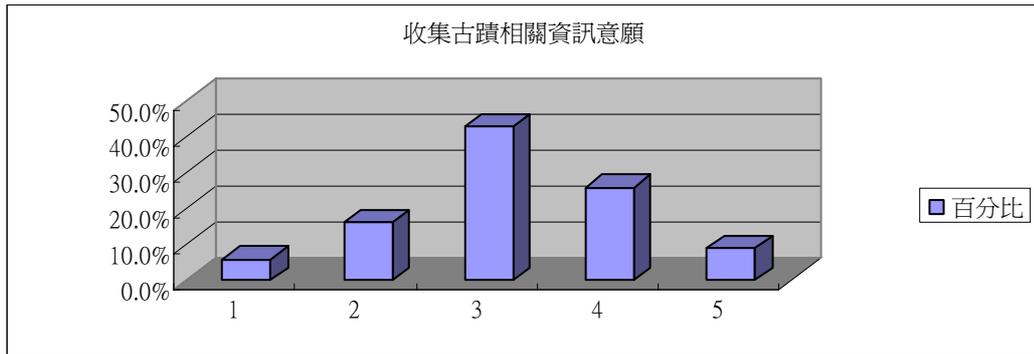


圖 4-10 收集古蹟相關資訊 註：數字為百分比 (%)

5. 嘗試新的文化活動之意願

受訪者對於嘗試新的文化活動之意願，最多的為同意者，有 171 人占總人數的 43.6%；尚可者次之為 118 人，占 30.1%；非常同意者，有 50 人占了 12.8%；不同意者，有 29 人占了 7.4%；非常不同意者，有 24 人占了 6.1%；由此可知願意嘗試新的活動之受訪者占了全部的 86.5%，代表著大多數的民眾對於參與新的文化活動願意非常的高。

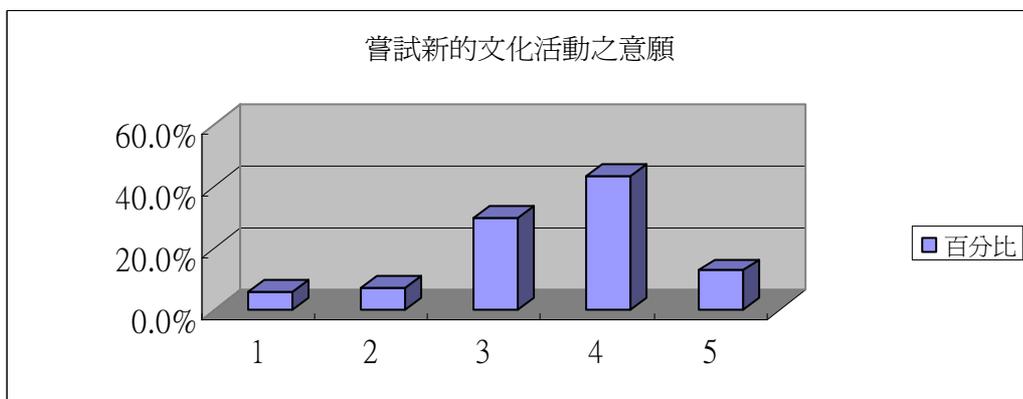


圖 4-11 嘗試新的文化活動意願 註：數字為百分比 (%)

6. 消費喜愛的文化活動之意願

受訪者會消費喜愛的文化活動之意願，最多的為同意者，有 186 人占總人數的 47.4%；尚可者次之為 102 人，占 26.0%；非常同意者，有 52 人占了 13.3%；不同意者，有 29 人占了 7.4%；非常不同意者，有 23 人占了 5.9%，由此可知消費喜愛的文化活動之意願之受訪者占了全部的 76.7%，代表著大多數的民眾對於消費喜愛的文化活動之意願非常的高。

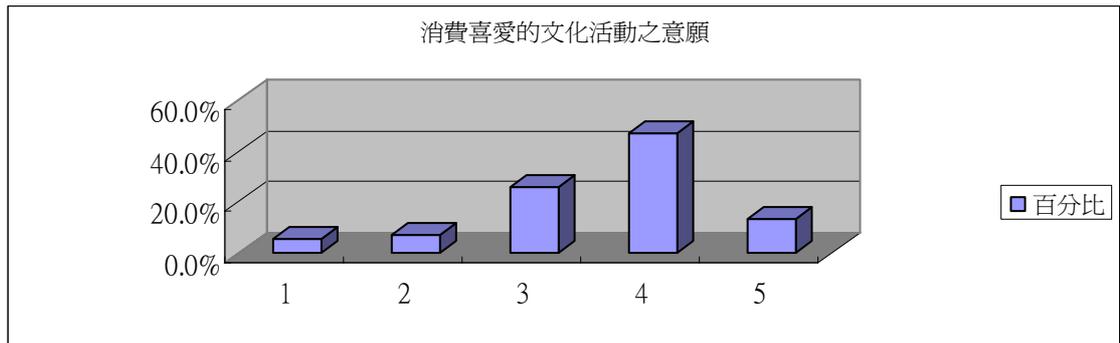


圖 4-12 消費喜愛的文化活動之意願 註：數字為百分比 (%)

7. 古蹟文化休閒活動整體的參與程度及喜愛程度

表 4-5 古蹟文化休閒活動整體的參與程度及喜愛程度表

各項因子	態度等級量表(百分比)					總合
	非常不同意	不同意	尚可	同意	非常同意	
文化休閒活動整體的參與程度	6.5%	12.4%	33.2%	37.4%	10.5%	100.0%

以文化休閒活動整體的參與程度來說，有 81.1% 的民眾願意來參與安平古堡之文化活動，這表示近年來安平古堡之文化活動已有明顯的改變與創新，並吸引著大量的民眾來訪。

(二) 民眾對於文化休閒活動各因子的附加價值之認同感

1. 受訪者參與古蹟文化活動是否能減輕壓力

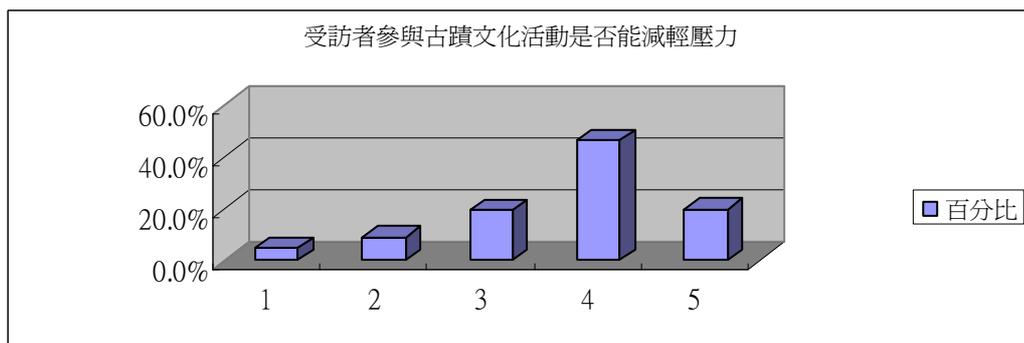


圖 4-13 受訪者參與古蹟文化活動是否能減輕壓力 註：數字為百分比（%）

受訪者參與古蹟文化活動認為能減輕壓力，最多的為同意者，有 183 人占總人數的 46.7%；非常同意者次之為 78 人，占 20.0%；尚可者有 77 人占了 19.6%；不同意者，有 35 人占了 8.9%；非常不同意者，有 19 人占了 4.8%，由此可知受訪者參與古蹟文化活動認為能減輕壓力的，占了全部的 86.3%，代表著大多數的民眾認為參與古蹟文化活動能減輕壓力。

2. 受訪者參與古蹟文化活動是否能增進人際關係

受訪者參與古蹟文化活動是否能增進人際關係，最多的為同意者，有 164 人，占總人數的 41.8%；尚可者有 110 人占了 28.1%；非常同意者次之為 61 人，占 15.6%；不同意者，有 38 人占了 9.7%；非常不同意者，有 19 人占了 4.8%，由此可知受訪者參與古蹟文化活動能增進人際關係的，占了全部的 85.5%，代表著大多數的民眾認為參與古蹟文化活動能增進人際關係。

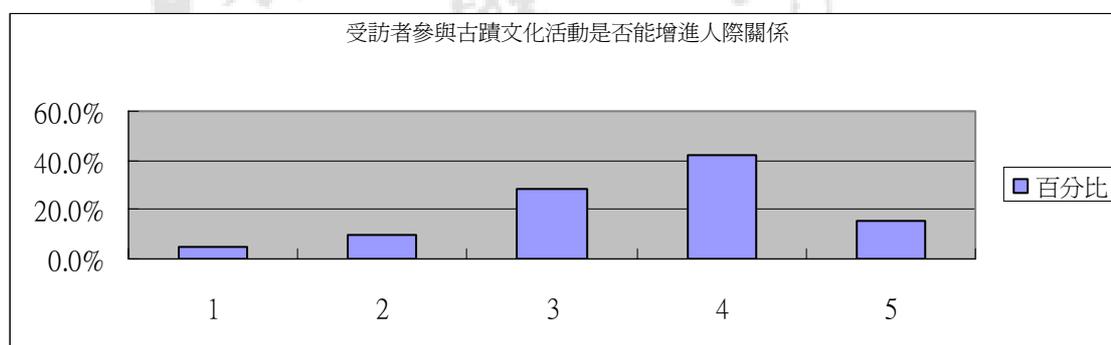


圖 4-14 受訪者參與古蹟文化活動是否能增進人際關係 註：數字為百分比（%）

3. 受訪者參與古蹟文化活動是否能提昇工作效率

受訪者參與古蹟文化活動是否能提昇工作效率，最多的為同意者，有 152 人，占總人數的 38.8%；尚可者有 126 人占了 32.1%；非常同意者次之為 49 人，占 12.5%；不同意者，有 42 人占了 10.7%；非常不同意者，有 23 人占了 5.9%，由此可知受訪者參與古蹟文化活動能增進人際關係的，占了全部的 83.4%，代表著大多數的民眾認為參與古蹟文化活動能提昇工作效率。

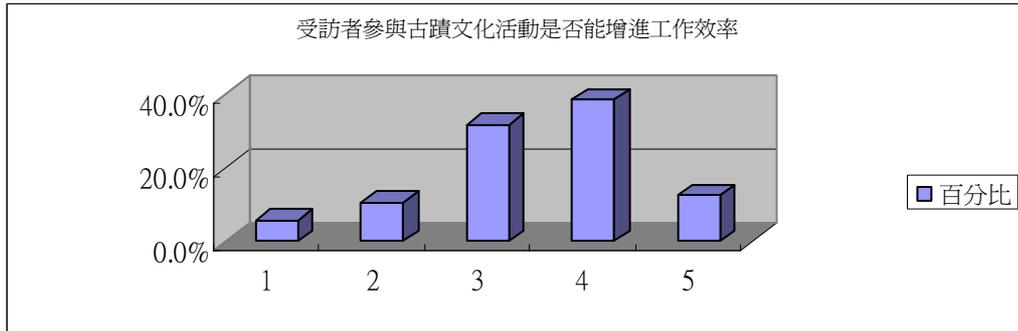


圖 4-15 受訪者參與古蹟文化活動是否能增進工作效率 註：數字為百分比（%）

4. 受訪者參與古蹟文化活動是否能增進自信心

受訪者參與古蹟文化活動是否能增進自信心，最多的為同意者，有 140 人，占總人數的 35.7%；尚可者有 125 人占了 31.9%；不同意者次之為 57 人，占 14.5%；非常同意者，有 46 人占了 11.8%；非常不同意者，有 24 人占了 6.1%，由此可知受訪者參與古蹟文化活動能增進自信心的，占了全部的 79.4%，代表著大多數的民眾認為參與古蹟文化活動能增進自信心。

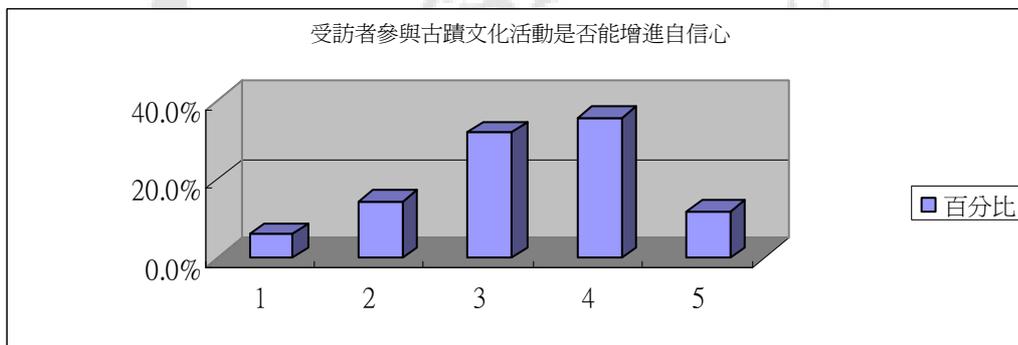


圖 4-16 受訪者參與古蹟文化活動是否能增進信心 註：數字為百分比（%）

5. 受訪者參與古蹟文化活動是否能提昇生活品質

受訪者參與古蹟文化活動是否能提昇生活品質，最多的為同意者，有 191 人，占總人數的 48.7%；非常同意者，有 86 人占了 21.9%；尚可為 65 人，占 16.6%；不同意者，有 30 人占了 7.7%；非常不同意者，有 20 人占了 5.1%，由此可知受訪者參與古蹟文化活動是否能提昇生活品質的，占了全部的 87.2%，代表著大多數的民眾認為受訪者參與古蹟文化活動能提昇生活品質。

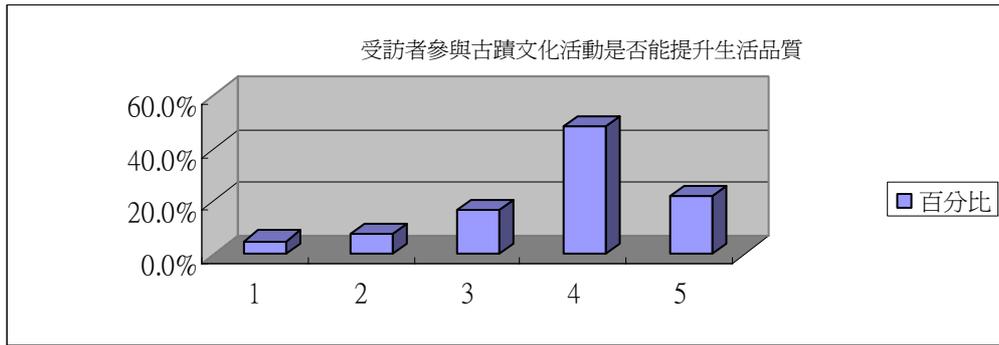


圖 4-17 受訪者參與古蹟文化活動是否能提升生活品質 註：數字為百分比 (%)

6. 受訪者參與古蹟文化活動是否能增進健康

受訪者參與古蹟文化活動是否能增進健康，最多的為同意者，有 181 人，占總人數的 46.2%；尚可者，有 85 人占了 21.7%；非常同意為 73 人，占 18.6%；不同意者，有 33 人占了 8.4%；非常不同意者，有 20 人占了 5.1%，由此可知受訪者參與古蹟文化活動能增進健康的，占了全部的 86.5%，代表著大多數的民眾認為受訪者參與古蹟文化活動能增進健康。

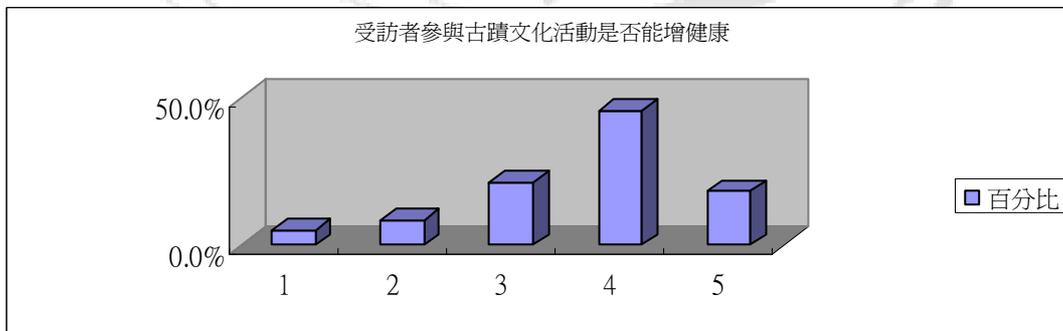


圖 4-18 受訪者參與古蹟文化活動是否能增進健康 註：數字為百分比 (%)

7. 民眾對於文化休閒活動整體的附加價值之認同感

表 4-6 民眾對於文化休閒活動整體的附加價值之認同感

各項因子	態度等級量表(百分比)					總合
	非常不同意	不同意	尚可	同意	非常同意	
文化休閒活動整體的附加價值	5.3%	10.0%	25.0%	43.0%	16.7%	100.0%

以文化休閒活動整體的附加價值之認同感來說，有 84.7% 的民眾願意來參與安平古堡之文化活動，這表示近年來安平古堡之文化活動已有明顯的改變與創

新，並吸引著大量的民眾來訪。

(三)受訪者對文化休閒空間各因子使用滿意度

1.受訪者對古蹟文化空間舒適性的滿意度

受訪者對古蹟文化空間舒適性的滿意度，最多的為同意者，有 156 人，占總人數的 39.8%；尚可者，有 107 人占了 27.3%；非常同意為 54 人，占 13.7%；不同意者，有 50 人占了 12.8%；非常不同意者，有 25 人占了 6.4%，由此可知受訪者對古蹟文化空間舒適性感到滿意的，占了全部的 80.8%，代表著大多數的民眾對古蹟文化空間舒適性感到滿意。

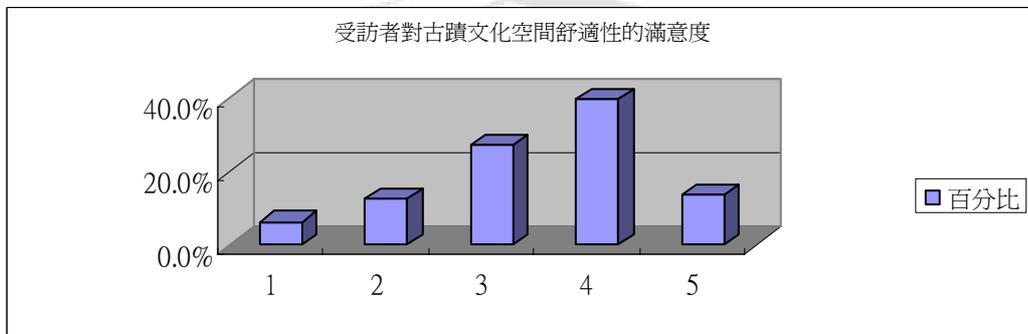


圖 4-19 受訪者對古蹟文化空間舒適性的滿意度 註：數字為百分比（%）

2.受訪者對古蹟文化空間活動設計的滿意度

受訪者對古蹟文化空間活動設計的滿意度，最多的為同意者，有 142 人，占總人數的 35.7%；尚可者，有 128 人占了 32.7%；不同意為 58 人，占 14.8%；非常同意者，有 52 人占了 13.2%；非常不同意者，有 14 人占了 3.6%，由此可知受訪者對古蹟文化空間活動設計感到滿意，占了全部的 81.6%，代表著大多數的民眾對古蹟文化空間活動設計感到滿意。

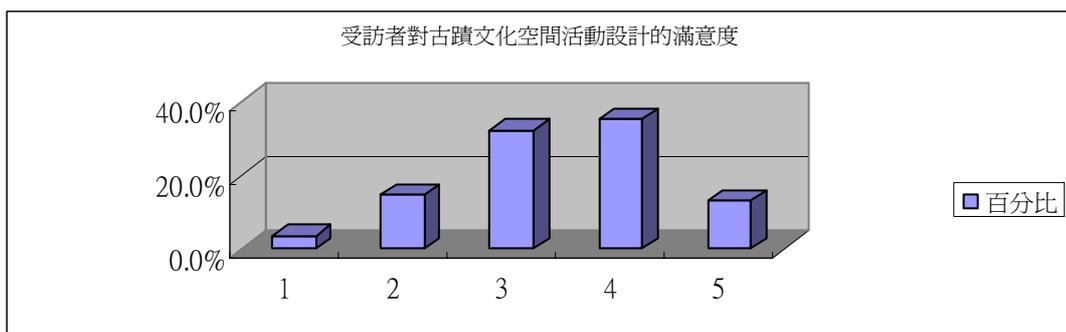


圖 4-20 受訪者對古蹟文化空間活動設計的滿意度 註：數字為百分比（%）

3. 受訪者對古蹟文化空間交通便利性的滿意度

受訪者對古蹟文化空間交通便利性的滿意度，最多的為尚可者，有 135 人，占總人數的 34.4%；同意者，有 104 人占了 26.5%；不同意為 80 人，占 20.4%；非常同意者，有 40 人占了 10.3%；非常不同意者，有 33 人占了 8.4%，由此可知受訪者對古蹟文化空間交通便利性感到滿意，占了全部的 71.2%，代表著大多數的民眾對古蹟文化空間交通便利性是滿意。

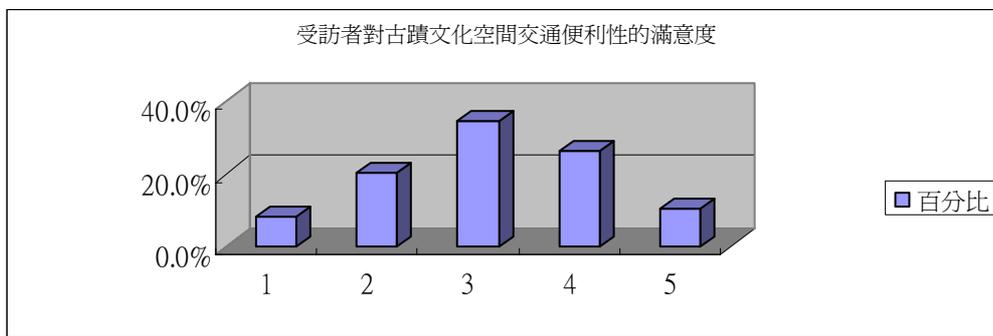


圖 4-21 受訪者對古蹟文化空間交通便利的滿意度 註：數字為百分比（%）

4. 受訪者對古蹟文化空間衛生的滿意度

受訪者對古蹟文化空間衛生的滿意度，最多的為尚可者，有 135 人，占總人數的 34.4%；同意者，有 95 人占了 24.2%；不同意為 95 人，占 24.2%；非常同意者，有 37 人占了 9.5%；非常不同意者，有 30 人占了 7.7%，由此可知受訪者對古蹟文化空間衛生感到滿意，占了全部的 68.3%，代表著大多數的民眾對古蹟文化空間衛生是滿意的。

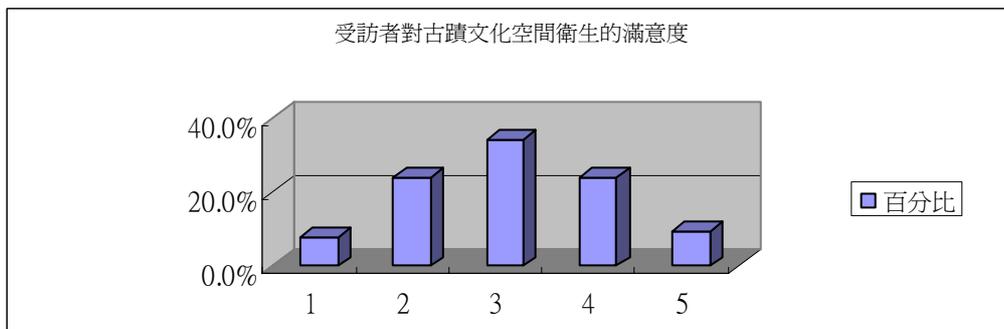


圖 4-22 受訪者對古蹟文化空間衛生的滿意度 註：數字為百分比（%）

5. 受訪者對古蹟文化空間服務品質的滿意度

受訪者對古蹟文化空間服務品質的滿意度，最多的為尚可者，有 146 人，占總人數的 37.2%；同意者，有 104 人占了 26.5%；不同意為 70 人，占 17.9%；非常同意者，有 37 人占了 9.5%；非常不同意者，有 35 人占了 8.9%，由此可知受訪者對古蹟文化空間服務品質感到滿意，占了全部的 73.2%，代表著大多數的民眾對古蹟文化空間服務品質是滿意的。

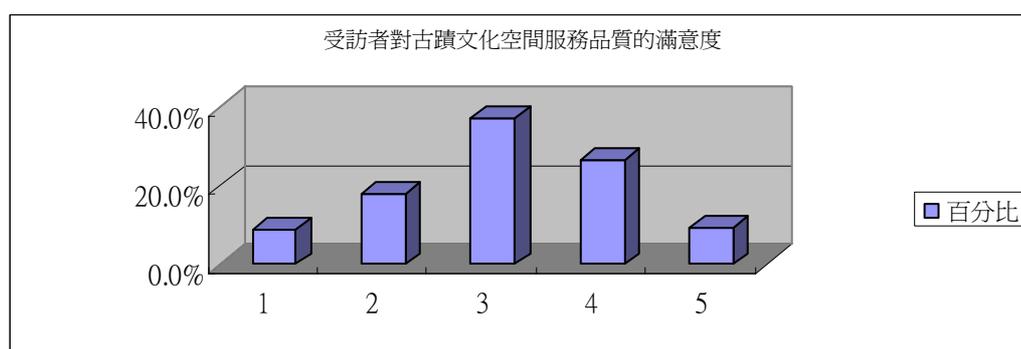


圖 4-23 受訪者對古蹟文化空間服務品質的滿意度 註：數字為百分比 (%)

6. 受訪者對政府現有的古蹟文化空間的滿意度

受訪者對政府現有的古蹟文化空間的滿意度，最多的為同意者，有 135 人，占總人數的 34.4%；尚可者，有 133 人占了 33.9%；不同意為 59 人，占 15.1%；非常同意者，有 35 人占了 8.9%；非常不同意者，有 30 人占了 7.7%，由此可知受訪者對政府現有的古蹟文化空間感到滿意，占了全部的 77.2%，代表著大多數的民眾對政府現有的古蹟文化空間是滿意的。

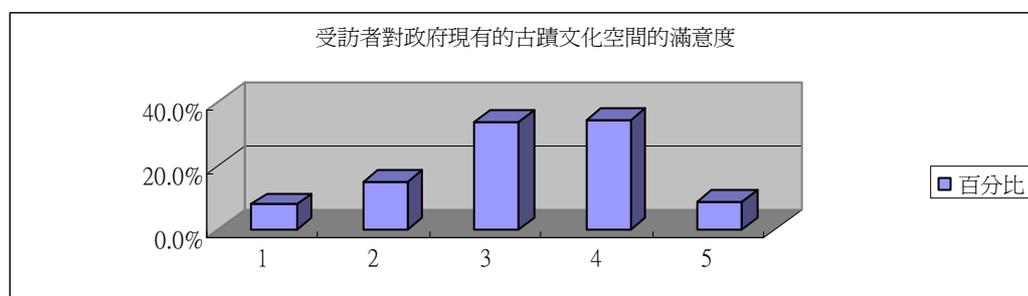


圖 4-24 受訪者對政府現有的古蹟文化空間的滿意度 註：數字為百分比 (%)

7. 受訪者對文化休閒空間整體使用滿意度

表 4-7 受訪者對文化休閒空間整體使用滿意度表

各項因子	非常不同意	不同意	尚可	同意	非常同意	總合
文化休閒空間整體使用滿意度	7.1%	17.5%	33.3%	31.2%	10.8%	100.0%

以文化休閒空間整體的使用的滿意度來說，有 75.3%的民眾願意來參與安平古堡之文化活動，這表示近年來安平古堡之文化活動已有明顯的改變與提升品質，並吸引著大量的民眾來訪。

三、樣本單因子變異數分析 (One-way ANOVA) 與交叉分析

本研究將參觀安平古堡的民眾依不同的社會屬性分為性別、年齡、職業、學歷、月收入、距離及居住縣市，七個因子且對應問卷中A1~C6之問題進行分析。而經由One-way ANOVA檢定，在顯著程度5%的檢定下，本研究得知性別與B3（參與古蹟文化活動能提昇升工作效率）之間有顯著的差異性存在。在95%的信賴區間下，將具顯著的因子以*表示且描述之。（數字為F右尾檢定P值，*代表小於0.1、**代表小於0.05）

(一)性別

而經由顯著性檢定(詳見附表二)，顯示性別與民眾參與古蹟文化活動能提昇升工作效率（B3）之間有差異性存在，則言之，針對假設 2：「性別」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子（B1~B6）來看，所以不同的性別的受訪者

而經由交叉分析得知，依比例來看，女性所受的負面影響較大。代表女性較不會藉由古蹟文化活動來提昇工作效率，而男性則反之。

(二)年齡

而經由顯著性檢定(詳見附表二)顯示年齡與民眾參與願意消費喜愛的古蹟文化活動（A6）、古蹟文化活動能提昇升工作效率（B3）、參與古蹟文化活動能增進自信心（B4）、古蹟文化空間交通便利性的滿意度（C3）之間有差異性存在，則言之，針對假設 4：「年齡」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子（A1~A6），假設 5：「年齡」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子

(B1~B6)，假設 6：「年齡」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子 (C1~C6) 來看，所以不同的年齡的受訪者對於民眾參與願意消費喜愛的古蹟文化活動 (A6)、古蹟文化活動能提昇升工作效率 (B3)、參與古蹟文化活動能增進自信心 (B4)、古蹟文化空間交通便利性的滿意度 (C3) 會有不同的影響。

而經由交叉分析得知(詳見附表三)，年齡愈輕，所受的正面影響會越大。代表愈年輕的遊客較會去消費喜愛的文化活動，年齡愈大則反之。

而經由交叉分析得知(詳見附表三)，年齡愈輕，所受的正面影響會越大。代表愈年輕的遊客較認為參與古蹟文化活動能提昇升工作效率，年齡愈大則反之。

而經由交叉分析得知，年齡愈輕，所受的正面影響會越大。代表愈年輕的遊客較認為參與古蹟文化活動能增進自信心，反者則反之。

而經由交叉分析得知，年齡愈輕，所受的正面影響會越大。代表愈年輕的遊客對於古蹟文化空間交通便利有著較高的滿意度，反者則反之。

(三) 教育程度

而經由顯著性檢定(詳見附表二)，顯示教育程度與古蹟文化空間交通便利性的滿意度 (C3) 之間有差異性存在，則言之，不同的教育程度的受訪者對於古蹟文化空間交通便利性的滿意度會有不同的影響。

而經由交叉分析得知，教育程度愈高，所受的正面影響會越大。代表教育程度較高的遊客對於古蹟文化空間交通便利性有較高的滿意度，反者則反之。

(四) 職業

而經由顯著性檢定(詳見附表二)，顯示職業與願意嘗試新的古蹟文化活動 (A5)、古蹟文化空間交通便利性的滿意度 (C3) 之間有差異性存在，則言之，針對假設11：「職業」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子 (B1~B6) 假設 12：「職業」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子 (C1~C6) 不同的職業的受訪者對於願意嘗試新的古蹟文化活動、古蹟文化空間交通便利性的滿意度會有不同的影響。

而經由交叉分析得知，學生對於新的古蹟文化活動比較願意嘗試；以自由

業次之；而以服務業的民眾的意願最低。

經由交叉分析得知，自由業對於交通便利滿意度好壞參半；服務業則是對於交通便利性的滿意度是較不贊同。

(五) 家庭月收入

而經由顯著性檢定(詳見附表二)，顯示家庭月收入與收集古蹟文化活動相關訊息(A4)、古蹟文化空間服務品質的滿意度(C5)之間有差異性存在，則言之，針對假設13：「家庭月收入」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子(A1~A6)假設15：「家庭月收入」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子(C1~C6)不同的家庭月收入的受訪者對於收集古蹟文化活動相關訊息、古蹟文化空間服務品質的滿意度會有不同的影響。

經由交叉分析得知，月收入在20000~49999間的民眾，較會主動收集古蹟文化活動相關資訊，這顯示此階層的民眾會對收集文化活動的資訊較感興趣，而且這些民眾也因收入關係收集文化活動資訊也較無負擔。

經由交叉分析得知，月收入20000~49999間的民眾對於文化空間服務品質的滿意度較高，而且此階層的民眾也會要求古蹟文化空間服務品質。

(六) 距離

而經由顯著性檢定(詳見附表二)，顯示住家與古蹟距離與喜歡參與古蹟文化活動(A1)、定期參與古蹟文化活動(A2)之間有差異性存在，則言之，針對假設16：「住家與古蹟距離」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子(A1~A6)假設17：「住家與古蹟距離」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子(B1~B6)假設18：「住家與古蹟距離」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子(C1~C6)不同的住家與古蹟距離的受訪者對於喜歡參與古蹟文化活動、定期參與古蹟文化活動會有不同的影響。

經由交叉分析得知，住家與古蹟的距離在2Km以上的民眾，較會定期參與古蹟文化活動，而且由此顯示來觀賞古蹟的民眾多數是長途遊客，至於對於距離較近或居住在古蹟裡的民眾，因時常接觸古蹟，所以，休閒時將會選擇不同性質

的活動。

經由交叉分析得知，住家在2Km以上的參與者，距離古蹟比較遠故較會利用觀賞古蹟文化與相關報導，來增加自我的文化素質；反者居住在古蹟周圍的參與則反之。

(七) 居住縣市

而經由顯著性檢定(詳見附表二)，顯示居住縣市與喜歡參與古蹟文化活動(A1)、收集古蹟文化活動相關訊息(A4)、參與古蹟文化活動能減輕壓力(B1)之間有差異性存在，則言之，針對假設 19：「居住縣市」會影響民眾對文化活動參與程度的各項因子(A1~A6)假設 20：「居住縣市」會影響民眾參與文化活動附加價值的各項因子(B1~B6)假設 21：「居住縣市」會影響民眾對文化空間使用滿意度的各項因子(C1~C6)不同居住縣市的受訪者對於喜歡參與古蹟文化活動、收集古蹟文化活動相關訊息、參與古蹟文化活動能減輕壓力會有不同的影響。

經由交叉分析得知，居住在台南縣市的參與者，較喜愛參與古蹟文化活動，因居住在台南縣市內，有許多歷史古蹟，所以參與時交通便利，較能吸引當地民眾參與古蹟文化活動。

經由交叉分析得知，居住在台南縣市的參與者，較會主動收集古蹟文化活動相關資訊，因喜愛參與古蹟文化活動，所以會時常收集古蹟相關資訊，加上居住的地緣關係故可以提高收集資訊的便利。

經由交叉分析得知，居住在台南縣市的參與者，較認為參與古蹟文化活動是一個可以減輕壓力的休閒活動；反者依安平古堡之距離遞減。

第五章 結論與建議

一、結論

文化資產的歷史意義及人文傳統藝術價值是反映了先民的生活態度，然而為了體驗不同時代的文化背景，參與文化活動是最直接的方式之一，在文化活動舉辦的過程中，文化活動參與者與空間是占其最重要因素之一，這也是本研究的研

究重點。

藉由文化活動參與者對參與文化活動的內心感受間接顯示文化活動與辦的成效。而一個令人滿意的文化活動亦會受所處空間的影響；人對空間的觀感是直覺且抽象的，而文化活動在此亦扮演了橋樑的角色，文化活動參與者可藉由參與文化活動而將其感受較具體的表達出來，這也是文化活動的功能之一。

(一)文化活動參與者心理層面與文化活動的關係

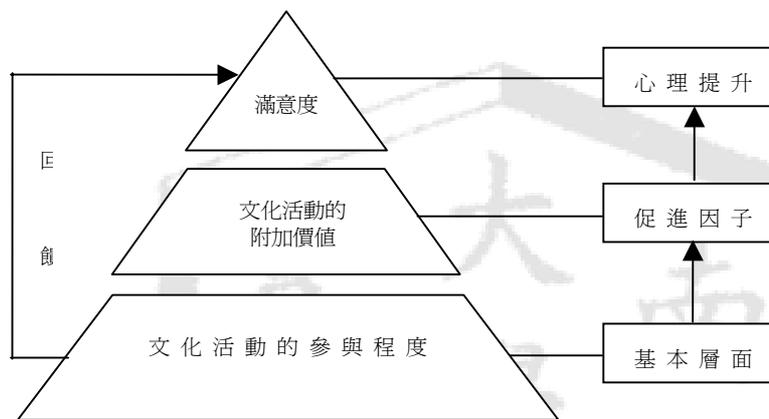


圖 5-1 民眾參與文化古蹟活動之參與動機、附加價值、空間使用滿意度關連性圖

1. 參與程度與文化活動的關係

文化活動是民眾與古文化資產相連繫的一座橋樑；參與便是民眾進入活動的趨動力。將文化生動化，民眾在參與活動時便可體驗不同於自身參觀時的感受。樂於參與活動、會收集相關資訊、喜歡嘗試新活動等，這都象徵著擁有高度的參與程度。值得注意的，民眾是否有高度的參與熱忱關係著活動是否能成功舉辦，所以參與程度與文化活動的成敗成直接相關，在民眾積極參與下，活動不但可完美呈現，相信也能夠素質提升。

2. 附加價值與文化活動的關係

附加價值乃是參與文化活動過程中，參與者獲得的主觀正面感受。普遍來說，活動所賦予的價值除了本身要呈現的意義外，大致上有減輕壓力、提升工作

效率、提升生活品質以及增進自信心等正面效益。對民眾來說，這可是忙碌的工作後，獲得放鬆的時候。相對而言，民眾若在活動結束後，獲得多方效益，則便能提高民眾的往後參與度。

3.滿意度與文化活動的關係

本研究所指的滿意度是指遊客對空間使用後的滿意度。文化活動的舉辦成功與否，除了活動本身的節目安排外，其周圍的環境建立也是需要審視的，擁擠的交通、雜亂的環境以及狹隘的場地空間等，都是會影響民眾主觀感受的，若忽略了此項重點，即使擁有再好的節目內容製作，也是空談。因為周遭的環境會間接地破壞民眾在活動中得到的滿意度，而滿意度的降低，民眾的參與；而也會相對降低，如此惡性循環，文化活動便無法成功呈現意義，所以，滿意度和文化活動的成功與否有著高度的相關性。

(二)文化空間與文化活動的關係

一個文化活動的進行，除了主要的遊客外，文化活動與文化空間之存在著相互關係。古蹟的周邊文化空間，是一種提供民眾身心健康、心情、精神愉悅的場所，進而與文化活動參與者產生社會互動，成為民眾的生活場所。一個成功文化活動所包含的因素，除了活動內容、方式、時間、地點的配合外，一個讓人感受舒適、愉悅的空間亦是一個間接但必要的因素。文化活動是存在於文化空間的，而對於活動參與者來說，文化空間是活動內容的其中之一，因此一個文化空間給予人感官的感受是藉著文化活動而呈現的，而相對的，文化活動呈現出的效果，在文化空間這一方面，也占著極大的份量。

不同地區、不同人類族群有其不同的文化風貌，其有別於其他地域或族群的人文特色，正是當前旅遊文化之主流。就安平古堡來說，它以歷史背景此豐富的資產，再結合當地各種產業的特質，透過適當的規劃設計與包裝，成為具有吸引力的觀光資源，使其發展成一個兼具文化、休閒、消費的觀光園地。安平具有相當豐富的古蹟文化資源與歷史價值，若能充分的瞭解當地民眾對安平未來的發展意向並與當地的文化資源配合，對當地的文化資產加以整合規劃，不僅可以使古

蹟文物獲得更妥善的保護且又能改善當地的環境空間，且可以將安平規劃成為一個完善且極富教育意義的休閒遊憩區。

二、建議

經由本研究的結果，由政府主導推行的活動行銷與企業界、民間團體等配合，利用多方人才，並可增加地方政府收入，由地方帶動整個文化產業的發產。

(一)政府扮演居中協調之積極角色

建議文化空間管理維護應朝政府(法令)、企業(回饋)、民間團體、民眾(遊客、居民)四方面進行。

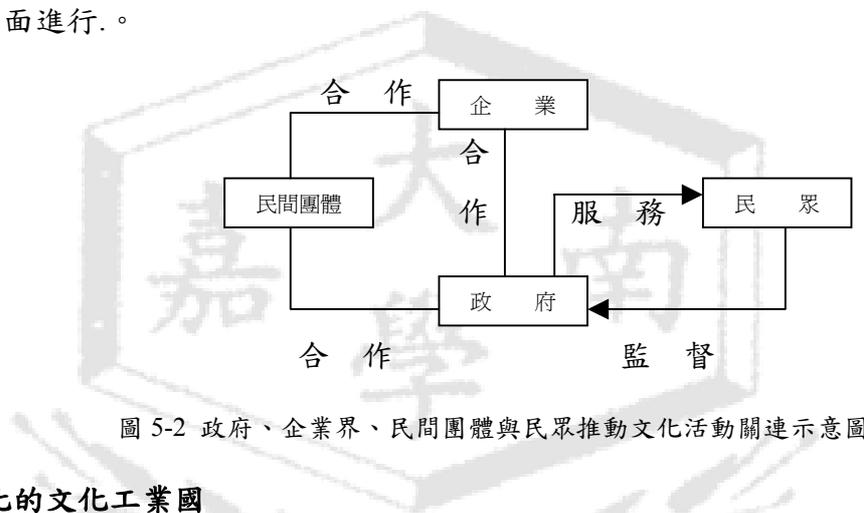


圖 5-2 政府、企業界、民間團體與民眾推動文化活動關連示意圖

(二)國際化的文化工業國

台灣古蹟文化資產大多屬國有資產，故政府在此扮演著主導的角色。目前文化體系，文化資產受重視的程度並不如其他國家，例如日本與韓國重視文化工業已有數年，有規劃的積極推廣地方特色文化，其文化產業為其帶來莫大的商機，故政府應可運用既有的文化古蹟空間結合國際化活動，促使台灣古蹟文化成為國際化的文化工業國。

(三)文化資產相關法令整合與切合需求

而針對法令，冀望政府能目前的文化資產保存法，提升文化資產再利用價值，並且政府也須帶頭開發安平地區的觀光產業，並配合此將須協助當地居民及外地商的引入，使當地商機蓬勃發展；另外更冀望政府公權力能深入各地，將攤販及交通問題徹底解決，確實規劃交通指標、停車場分佈及攤販位置分配統一規

劃並確實執行。

(四)古蹟文化空間維護的適切落實

除了定期維護、修護外，在舉辦文化活動的同時，應利用附近展演地點，或是規劃出文化活動的空間，儘量避開古蹟本體，而非利用「古蹟再利用」之名義，間接破壞古蹟本體，以求有基本、完善的文化空間。

(五)鼓勵民間企業共同參與

企業站在社會責任的立場上，必須著重於「回饋」此方面，與政府合作或主動舉辦文化活動。對企業回饋而言，可以請求廠商協助贊助推廣的活動，如由企業贊助古蹟文化空間維護之認養，不定期舉辦活動，一方面可使古蹟文化空間活化，更可帶動地方文化產業之發展。

(六)社區民間團體意識的凝聚

除了政府主導角色外，民間團體則是站在專業輔助的立場，民間團體較政府機關親近古蹟現場，也是較易於理論與實務融合的單位。古文物意識的漸漸抬頭，讓古蹟不再只是能觀賞而已。以文化融入活動的方式呈現，一直是民間團體拿手的表現方式。而因為民間團體最親近民眾、了解古蹟現況，所以在籌劃方面便能迎合民心，以提升民眾的文化認知。至於社區居民的共同意識可成立當地文化保護會，來提升當地文化參觀的品質，並強化文化解說，以協助民間團體進行當地導覽、解說的方式，讓遊客更了解居民生活的方式，進而深入得知先民的歷史。

以上透過政府、企業、民間體、民眾(遊客、居民)，四方面給予建議而這四方面必須相互呼應且配合執行，對於問前安平古堡周遭的狀況雖已有政府支持改造延平的風貌，但是一個實體的文化資產時是須由政府、企業、民間團體來舉辦具豐富性的文化活動，並藉由遊客及居民的相互配合，才能使文化資產再度活化起來。