

高雄市立美術館戶外園區使用者行為調查
暨鄰近社區居民美術館利用需求分析
期末報告書

受委託研究單位：國立高雄應用科技大學觀光管理系

計畫主持人：劉修祥

高雄市立美術館委託研究

中 華 民 國 1 0 1 年 1 1 月

目錄

壹、 前言	í í í í í í í í í í í í í í í í	1
貳、 研究目的	í í í í í í í í í í í í í í í í	5
參、 研究方法與流程	í í í í í í í í í í í í í í í í	6
肆、 調查結果與分析	í í í í í í í í í í í í í í í í	10
伍、 結論與建議	í í í í í í í í í í í í í í í í	57
參考文獻	í í í í í í í í í í í í í í í í	63
附錄		
一、 研究團隊	í í í í í í í í í í í í í í í í ..	64
二、 問卷	í í í í í í í í í í í í í í ...í í í ...	65
三、 焦點團體座談會紀錄(一)	í í í í í .í í í í í í	67
四、 焦點團體座談會紀錄(二)	í .í í í í í í í í í í	82
五、 焦點團體座談會紀錄(三)	í í í í í í í í í í í	99
六、 焦點團體座談會紀錄(四)	í í í í í í í í í í í	111
七、 平日與週末戶外園區使用之卡方檢定結果	í í .í ..	122

壹、前言

「高雄市立美術館」位於內惟埤園區中，自 1994 年 6 月主館開館後，陸續又接管了附屬兒童美術館、雕塑公園及湖區等基地空間，其周圍並有藝術教育館預定地連結；由於藝術生態園區及建築主體週遭的戶外空間（如入口廣場、噴泉廣場、半圓形迴廊、人工生態湖、濕地沼澤區、人工島、環湖步道、人工渠道、草坡、草坪、停車場、戶外表演場等）自然生態與藝術文化氣息兼具，吸引許多民眾前來利用，展現出多元行為。

美術館(包括主館和兒童美術館)的主體建築展覽廳皆以藝術、美術欣賞教育為主要功能，館內的開放時段為週二至週日 9:30~17:30，對服裝儀容及說話音量也有所限制；由於是以靜態展覽和部份推廣活動為主要經營方向，且展覽多趨向於靜態與被動之狀態，一般都需要靠大量的行銷與宣傳，方能吸引觀眾主動接近或入館參觀。然而，主體建築物以外的區域因屬開放性公共空間，對於入園民眾之身分並無任何明文規定限制，平日便有來自附近之居民在上班、上學前的早上時段，或是下班、放學後的傍晚和夜晚時刻，在此從事休憩活動，到了週休假日，除了一般外來遊客外，約自下午四點起至六點時段，更匯集了大量主動入內進行各式活動（如：散步、球類運動、溜狗、放風箏、溜直排輪、團體舞蹈、韻律健身操、太極拳、氣功等）的運動人口。

高雄市立美術館在經營管理的策略規劃上，除了要對原有之經常性與偶發性觀眾持續提供高品質服務外，更要能吸引新的觀眾，開拓更多的觀眾群，並提供民眾和遊客休閒、娛樂的另一種選擇機會，來擴大本身親子教育、學習、娛樂、休閒、社交等功能。我們一般對高雄市立美術館的印象，均感覺其入館人數似乎未及戶外園區之使用人口來得多，此印象尚待透過調查，累積不同情況的數據來加以瞭解，但若假設平日戶外園區之使用人口確實多於入館人數，了解這些戶外園區使用人口的活動地點與類型、停留時段、參與人數、年齡層等情況為何？其入館參觀的頻率和比例又為何？要如何調整現有條件方能吸引更多的戶外園區使用者入館參觀？均是有待調查的重要課題。

若從遊客利用與觀光發展的角度，來審視高雄市立美術館，亦能帶來有用的觀點。一般而言，經由系統性概念（請見圖 1-1）來進行觀光計畫之擬訂，對於與觀光活動有關之利害關係人在獲益上會更有幫助。其中政府機構之所以能獲益，乃因其所作有關公園、交通運輸、其他基本公共設施及宣傳推廣之計畫與決策，得到其他部門在發展上更多的支持。觀光非營利組織之發展，若能從觀光系統的

脈絡下來設計和管理，較能更成功地達成其目標。這兩部門的相輔相成也會使得觀光業者更為受益。最後，此系統若能更為和諧地運作，對於觀光客及旅遊體驗、所有觀光發展之產品與目的都會有助益 (Gunn, 1994)。

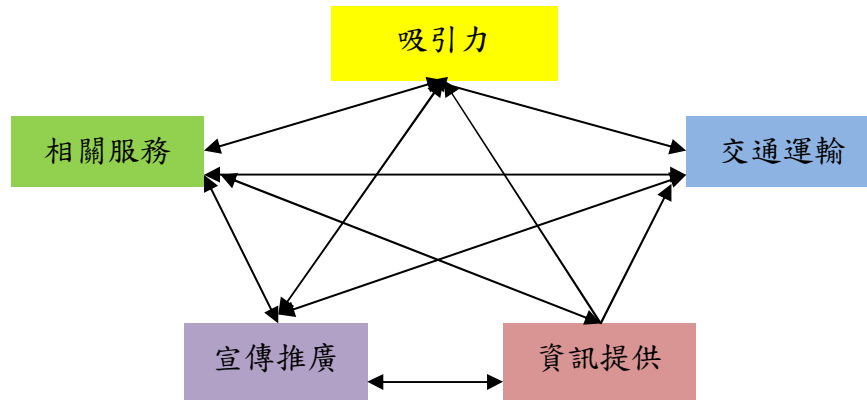


圖 1-1 觀光功能系統元素圖

一、吸引力

觀光據點吸引力是觀光系統供給面中最需重視的要素，亦是構成觀光系統的原動力，吸引力能形成「拉力」，刺激消費者的觀光旅遊興趣，及提升遊客相當程度的滿意度。

高雄市立美術館佔地面積廣大，景觀豐富多變，除了主展覽館外，戶外園區有人工生態湖水域、濕地沼澤區、人工島、小溪、大草坪、停車場、戶外表演場、兒童美術館等，是南台灣規劃完善且兼具與自然生態和藝術文化相互結合的大型公共藝術空間。

二、相關服務

相關服務是觀光規劃中主要的輔助者，其中包括住宿設施、餐飲服務、交通運輸、旅行社等等，因為相關旅遊服務事業可帶動巨大的經濟衝擊，能對當地的市場經濟帶來連鎖影響效應，故必須與觀光據點以及其他要素相結合。

高雄市立美術館園區緊鄰之中華路東側，為高雄市市政中心預定地；近鄰依「高雄市内惟埤文化園區特定區計劃案計劃書」所訂，在未來的捷運系統、觀光系統上有一整體計劃，對本區的建築、景觀、活動系統等事項，有周延的規劃與審查。

三、交通運輸

交通運輸是觀光景點與市場間的連結橋樑，扮演著觀光景點之可及性的重要角色，通常交通運輸不是觀光活動之目的，但卻是觀光活動的必需要素，供給面的所有因素均須依賴交通運輸；無論是旅館經營、餐飲服務、娛樂、商店及觀光景點，能否成功端看交通運輸的規劃是否良好。由於觀光旅客可能使用不同種類的交通工具，在規劃上就必須考量不同交通模式的應用，高雄市的市區內有國內線和國際線機場、高速鐵路、鐵路、大眾捷運系統、高速公路以及快速道路等，陸空運交通快捷完善，海運則有渡輪、遊輪與遊艇，兩者相結合足以成為國際性交通樞紐。

高雄市立美術館以位在美術東二路、美術館路、馬卡道路以及明誠四路環繞的範圍內為主體，鄰近台 17 線、左營高鐵站、火車站，交通便利性佳。

四、資訊提供

觀光旅遊資訊包括地圖、旅遊指南、錄影帶/DVD、雜誌文章、摺頁及設計完善的旅遊網站等。遊客希望透過觀光旅遊資訊來多了解觀光旅遊地的歷史以及背景，觀光旅遊資訊在觀光系統中逐漸地受到重視，觀光旅遊資訊不僅可以增加遊客對觀光地點的了解、協助遊客作行前遊程的計劃，更可提高遊客的滿意度與帶來更佳的觀光旅遊體驗。

高雄市立美術館提供了展示與學習以及教育學習兩大方案，前者包括：展覽本身、展覽室的解說與學習、作品之解說、相關藏品的查詢和資源利用等，以及與展覽室的展示有直接關係之圖表、牆面文字、導介室、作品說明、導賞手冊等。後者包括各種學習方案的詮釋，如講座、影片欣賞、學習文件、學習單、資源夾、夏令營、研習營、館外服務、親子假日活動、動手做等等；透過專業人員的詮釋與規劃，將藝術分享給社會大眾。

五、宣傳推廣

觀光宣傳推廣是國家、縣市政府及商家的主要策略，其中包含了四種性質的活動：廣告、公共報導、公共關係及銷售促進。觀光宣傳推廣有賴於完善之觀光發展規劃，McIntoch (1977) 認為，觀光發展之目標應包括：1. 提出一架構，使得經由觀光所帶來的經濟利益能夠提高當地居民的生活水準；2. 以當地居民和觀光客雙方為著眼點，發展基本公共設施及遊憩設施；3. 確保新發展之遊客中心與度假區的型態能符合該地區之發展目的；4. 建立一個與政府及當地居民之經濟、社會、文化理念相一致的發展計畫。

Rosenow & Pulisiper (1979) 則提出了八項基本原則，以作為發展觀光準則：

1. 地區要發展觀光，須以其獨特性資產和環境，並能發揮該地區之地方特色的資源為基礎；
2. 要發展觀光要能對「吸引觀光客的資源」加以保存、維護，並改善其品質；
3. 發揮觀光要能在不影響當地屬性之根基下進行；
4. 發展觀光不僅是要提供經濟發展機會，更要作為社會、文化發展的基石；
5. 地區要發展觀光，所提供之服務，除了要有好的品味和品質外，也要能展現與眾不同的風格；
6. 發展觀光要有宏觀的行銷觀念，能利用傳播工具引發觀光活動，並改善觀光產品，以豐富遊客之體驗；
7. 發展觀光要在當地環境容許量的範圍內為之，且要在不破壞當地生活品質的前提下進行之；
8. 發展觀光要考慮當前以及未來的能源限制，儘可能善用所需能源 (劉修祥，2008)。

高雄市立美術館園區面積廣大，景觀豐富多變，館方精心規劃的藝文展覽、戶外雕塑，以及用心佈置的露天咖啡座區，還不時播放著輕柔音樂供民眾休憩，吸引來自四面八方的民眾展現多元行為活動。但其要如何自我定位，將公共領域之功能作最好的發揮，從社會教育的角度深入社區生活中，成為社區文化的一環，與社區之需求相結合，來規劃服務與活動內容，甚至透過社區參與，與社區建立積極關係，提供社區民眾參與文化活動的機會和場所，是在擬定服務策略時所須考量的。

目前園區的使用人口中，看似大量含蓋了美術館特區快速成長的新移居人口，一個個逐漸成型之大樓新社區，其居民對美術館本館與兒童美術館的使用現狀如何？美術館觀眾與社區人口是否有一定之關聯，或是未如想像中的緊密而是疏離的？有賴於系統性地、有計劃性地持續實施觀眾研究來掌握。但是戶外園區之使用者以及鄰近社區居民未入館使用之原因，則是屬於「非觀眾」部分，須針對其障礙及需求為何進行了解，俾有助於在加強改進經營管理之策略規劃上，有新的思考、新的作為。

此外，高雄市立美術館要吸引觀眾入館，目前除了屬於館方園區週邊的特展強力媒體行銷外(戶外噴圖、路旗)，是否還有其它更為有效、更經濟的推廣方式？公眾對美術館之功能、角色、任務的認知有哪些落差？亦是掌握觀眾對知識文化的需求，改善對社區公眾之服務，開拓更廣泛的觀眾，及落實更深刻之社會關懷，所需進行瞭解的議題。

貳、研究目的

有鑒於過去美術館參觀人口一向被泛指為藝術專業人口，但觀眾研究需進行長期調查，隨著在地社區人口結構改變，與大高雄創作人口/藝術展演單位間的消長，美術館必須因應不同的觀眾需求，不定期地調整對參觀人口的原有認知。目前美術館對自身應該關注的「焦點團體」，似乎尚缺乏足以定位的佐證資料，加上園區兒童美術館的成立，在其目標群眾極為確定的狀況下，高美館本身勢必要面對「分眾」，以及未來如何對「家庭觀眾」提供迥異於兒美館的展覽與推廣服務的問題。

本計畫旨在透過戶外園區使用者之行為調查以及鄰近社區居民未入館使用之原因分析，取得辦理相關工作與規劃未來政策時可資參考的數據和資料，俾有助於未來美術館的營運，能從觀眾需求出發，思考更多貼近使用者的利基。另也透過本次問卷調查與研究發表，發掘社區與園區中的潛在人口，認真思考美術館「參觀」這件事，或可吸引到更多未有參觀美術館習慣的人口，讓美術館能同時因應園區民眾以及美術館參觀民眾的不同需求，發揮公共建設的最大使用效益。預期獲得成果如下：

- 一、 瞭解高雄市立美術館戶外園區使用人口的活動地點與類型、停留時段、參與人數、年齡層等情況，其入館參觀的頻率和比例，以及要如何調整現有條件方能吸引更多的戶外園區使用者入館參觀；
- 二、 瞭解高雄市立美術館戶外園區使用者以及鄰近社區居民未入館使用之障礙和需求；
- 三、 瞭解公眾對高雄市立美術館之功能、角色、任務的認知落差及資訊需求；
- 四、 研究結果作為高雄市立美術館未來在服務策略之擬定，以及經營管理策略規劃之參考，更能在營運實務層面掌握社區取向的發展趨勢。

參、研究方法與流程

一、研究方法

自 101 年 6 月 15 日至 101 年 11 月 15 日，透過文獻分析、現地觀察與記錄，及高雄市立美術館戶外園區使用情形調查問卷，來瞭解戶外園區使用人口的活動特性；並藉由焦點團體訪談法，與美術館周邊社區團體代表互動討論，瞭解鄰近社區居民對美術館活動的參與度、未入館使用之障礙和需求，以及獲得鄰近社區居民對高雄市立美術館之功能、角色、任務的認知和資訊需求的情況資料。

本研究共舉辦了 4 場焦點團體座談會，與會者涵蓋附近大樓管理委員會代表、里長、商家、學校及社團代表，舉辦時間分別為 2012 年 9 月 19 日上午 10 時(請見表 3-1)、下午 2 時(請見表 3-2)，及 2012 年 9 月 24 日上午 10 時(請見表 3-3)、下午 2 時(請見表 3-4)。

表 3-1 第 1 場焦點團體座談會與會者名單

編號	與會者
A1	國城天廈大樓管理委員會住戶代表
A2	觀美術大廈管理委員會總幹事
A3	皇苑人文臻藏管理委員會總幹事
A4	鼎宇美術館大廈管理委員會住戶代表
A5	龍水里里長
A6	龍子里里長
A7	光榮里里長
A8	龍井里里長代表

表 3-2 第 2 場焦點團體座談會與會者名單

編號	與會者
B1	高雄市中華藝術學校庶務組長
B2	私立百世幼兒園園長
B3	高雄市政府教育局國民教育輔導團藝術與人文學習領域輔導員
B4	龍華國小總務主任
B5	大榮中學訓育組長
B6	七賢國中總務主任
B7	高雄市天主教明誠高級中學訓育組長

表 3-3 第 3 場焦點團體座談會與會者名單

編號	與會者
C1	國立高雄師範大學藝術學院跨領域藝術研究所教授
C2	肯度健康事業有限公司公關經理
C3	Le Petit Prince 小王子烘焙坊營業經理
C4	美國冰淇淋 Bigtom 店長
C5	帕莎蒂娜烘焙坊(美術館店)副店長
C6	莎士比亞麵包坊總經理

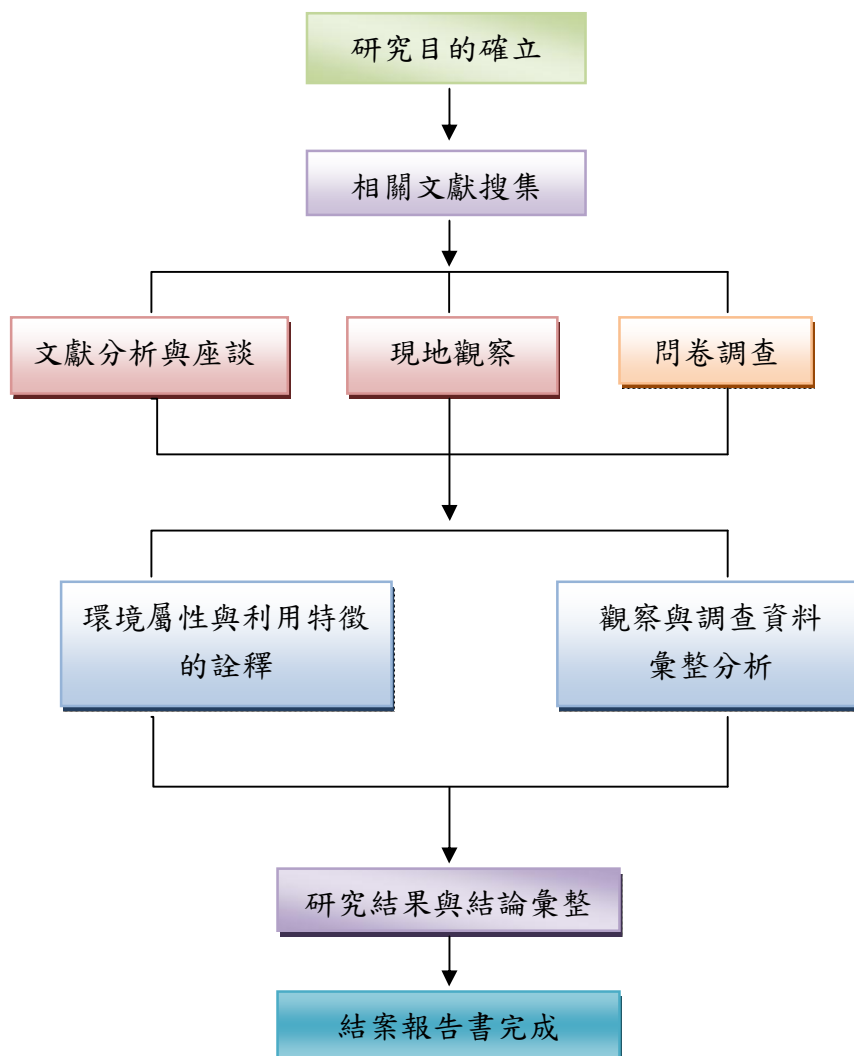
表 3-4 第 4 場焦點團體座談會與會者名單

編號	與會者
D1	高雄市美館社區協力關懷協會總幹事
D2	高雄市文化愛河協會理事長
D3	高雄市自然觀察學會前任理事長
D4	社團法人高雄市野鳥學會總幹事
D5	高雄市觀光導遊發展協會理事長
D6	高雄市綠色協會理事

問卷調查則於 2012 年 7 月 22 日起為期 2 週，在美術館主要出入口採便利抽樣方式，進行館內、館外園區的使用調查，於平日和周末各發放 400 份問卷，共計發放 800 份問卷。

二、研究流程

本計畫的研究流程如下：



研究進度

本研究進度如下表所示：

日期 工作項目	6月 15日 ~7月 15日	7月 16日 ~8月 15日	8月 16日 ~9月 15日	9月 16日 ~10月 15日	10月 16日 ~11月 30日
研究目的確立 (5/15 ~ 6/15)					
相關文獻搜集、分析 (6/15 ~ 7/15)					
現地觀察、座談與問卷調查之進行 (6/15 ~ 9/15)					
資料整理分析 (8/16 ~ 11/15)					
研究結果與結論彙整/結案報告書完成 (9/16 ~ 11/30)					

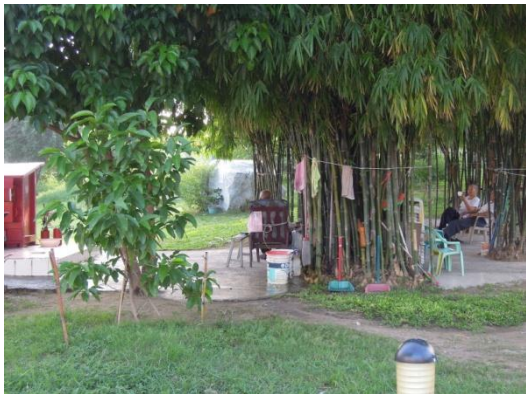
肆、調查結果與分析

高雄市立美術館位於高雄市鼓山區，地理位置為壽山之東北方，北有左營區，東接三民區，南有愛河流過。原為埤塘滿佈的內惟埤溼地，改建為南台灣第一座公立美術館後，成為南部地區最重要的美術展覽及推廣中心。高雄市立美術館規劃有：展覽區、湖區、雕塑園區、生態公園、兒童美術館等，遊客不但可以欣賞藝術品，還可以到園區運動、賞鳥、看花、賞樹、認識昆蟲等等，是兼具景觀、生態與藝術特質的空間。附近民眾往往依循自己的熟悉感在美術館戶外園區活動，其中有著多樣性的族群活動。

開館前戶外園區遊客行為



開館前戶外園區遊客行為



開館後戶外園區遊客行為



開館後戶外園區遊客行為



一、與觀光吸引力有關的部分

高雄市立美術館原為高雄市内惟埤學產用地，區域北端的龜山、蓮池潭以及西側南北向的壽山，與匯聚流貫市區之愛河共同形成高美館周邊山水環抱的環境意象。館區基地範圍包含兩棟展覽館建築主體(高美館主館及兒童美術館)，以及開闊的戶外藝術生態園區，全部佔地約 40 公頃。園區內包含戶外人工生態湖水域、濕地沼澤區、人工島、小溪、大草坪、停車場、KUSO 牌誌、戶外表演場、兒童美術館、兒童遊戲區等，堪稱是南台灣首座規劃完善且兼具自然生態與藝術文化相互結合的大型公共藝術空間。

根據交通部觀光局統計(請見表 4-1)，2011 年到訪高雄市立美術館的人次計 493,374 人次，2010 年與 2011 年共計超過 1 百萬人次，在公營觀光區(社教機構)統計中位居前 10 名(請見表 4-2)。

表 4-1 2010 年及 2011 年高雄市主要遊憩區遊客人數統計表

觀光遊憩區	2010 年(人次)	2011 年(人次)
旗津海水浴場	2,323,750	3,888,191
國立科學工藝博物館	1,571,586	1,733,808
澄清湖	1,270,828	1,258,992
蓮池潭	1,210,000	1,630,000
高雄文化中心	889,436	975,156
旗津海岸公園	889,070	477,541
駁二藝術特區	894,537	1,532,857
壽山動物園	804,170	846,500
高雄市立美術館	632,806	493,374
愛河	525,089	475,573
打狗英國領事館官邸	412,342	847,703
高雄市立歷史博物館	190,808	263,293
陽明高雄海洋探索館	97,797	93,360
美濃客家文物館	59,047	83,635
茂林風景區〈含情人谷、多納溫泉〉	49,672	25,509
寶來、不老溫泉區	49,231	52,174
高雄休閒農場	13,815	19,736
梅山遊客中心	3,763	15,152

資料來源：交通部觀光局，2012

表 4-2 2011 年台灣公營觀光區人數統計表

公營觀光遊憩區	人次	備註
國立故宮博物院	3,822,938	北部地區
台北市立美術館	1,342,849	
台灣國立藝術教育館	284,109	
新北市鶯歌陶瓷博物館	906,274	
木雕博物館	146,271	中部地區
嘉義市立博物館	289,583	南部地區
國立科學工藝博物館	1,733,808	
高雄市立文化中心	975,156	
高雄市立美術館	493,374	
高雄駁二藝術特區	1,532,857	
花蓮縣石雕博物館	75,004	花東地區
卑南文化公園	186,950	

資料來源：交通部觀光局，2012

人類的生活型態常是某一社會或其中某一群體在生活上所具有之特徵，這些特徵足以顯示出此一社會或群體與其他社會或群體的不同，並具體表現於一動態的生活模式之中；生活型態是文化、價值觀、資源、法律等力量所造成的結果。高雄市立美術館近年來與高雄市民及高美館社區互動之模式包括：

- (一) 社區大樓資訊遞送：定期提供 79 棟高美館社區大樓相關活動文宣，以 A4 傳單方式直接寄送大樓張貼，進行宣傳。
- (二) 每年進行社區商家調查，並發行「社區生活圈手冊」以及「美食地圖」；商家數自 2009 年至 2012 年，分別從 40 家、60 家、90 家、增為 120 家，目前發行 2,500 份，且已上載於館方網站服務資訊中，供民眾查閱。今年度將獲觀光局協助印製 10,000 份發送商家，並放置於主館和兒童美術館的服務台。此外，館慶期間亦邀請商家提供美術館相關優惠活動。
- (三) 運用 KUSO 標誌將園區使用行為以藝術方式加以宣導，今年度已再度徵集新的標誌置放於園區中。
- (四) 2010 年發動「藝術介入空間」計畫，邀請樹德科技大學的團隊主持，爭取文建會預算，推出「穿越內惟」計畫，以藝術行動加強新舊內惟

社區的相互瞭解，並邀請鄰近六個里長與里民參與相關活動。

- (五) 2000 年之前配合特展不定期辦理藝術送到家活動，然而因每次辦理需 20~40 萬元經費，在考量教育活動預算不足的情況下，近年來未能推出。
- (六) 目前的網站和 Face Book 之設置，均有手機版及兒童版的建制，提供不同需求者使用，並且每年進行更新，以活化網站功能，未來將推出園區作品 APP 導覽服務功能，2012 年底建置完成。
- (七) 舉辦視覺藝術市集，設置地攤隊，每月有兩次活動，均安排於週六的下午 1：00~5：00 舉辦。每月亦推出主題活動，開放民眾參與。
- (八) 與高雄醫學大學體育教育中心主任陳昭彥老師合作，共同企劃內惟埤園區社區健走標誌。2012 年 11 月已發行「內惟埤文化園區健走地圖」，推廣健康促進觀念，並且結合館內藝術活動與展覽的推出，促進身心健康。
- (九) 製作「花」、「蟲」、「鳥」、「樹」、與「新公園運動：內惟埤文化園區的八項主張」摺頁，推廣園區生態觀念。
- (十) 舉辦館內「大廳音樂會」：本年度共分四季（春假、端午、中秋、聖誕）推出，另外增加主題性音樂會，如館慶大廳音樂會、董陽孜公共藝術音樂會、俄羅斯大廳音樂會等共 7 場。
- (十一) 弱勢族群的導覽：每月推出「手語導覽」、「新移民導覽」活動。
- (十二) 開放預約導覽、定時導覽與專家導覽活動，每年推出至少 200 場以上的導覽活動。
- (十三) 年度演講活動將推出 40 場以上藝術講座。
- (十四) 每年度發佈 170 餘則新聞，提供媒體記者報導美術館各項展覽、活動訊息。

不過由於社會結構、大眾的消費與休閒習慣不停轉變，高雄市立美術館對附近居民而言是休閒、運動的地方，民眾對於戶外園區的使用遠大於美術展示場，居民對戶外場地的重視程度也遠大於館內的展覽項目。根據焦點座談與會人士的討論，高美館是附近社區一個重要的休閒場所，社區居民對於園區戶外環境品質重視的程度大與館內的展覽。

因藝術源於生活，生活就是藝術，若拿西方的標準來看台灣的美術館教育是會有很大落差的；由於無從藉由法律、稅制、人事制度等方式來改變生態條件，台灣的美術館教育只能說是停留在少數人的熱情上。有時候這方面的溝通或者是認知或許會有所不同，美術館所扮演的任務、角色是屬於美感教育、美術的文學素養領域，可是一般的民眾常會把它當作是遛狗、散步、運動的地方而已。

21 世紀的美術館重點應該是提出具有資源可被利用的展示規劃、具有教育理念的收藏和溝通計畫，才能真正吸引觀眾利用美術館；因為觀眾若得不到協助與鼓勵，是不大可能再進入美術館的(黃鈺琴，2006)。利用語音導覽、專業解說、研習課程、講座、藝術家進駐或其他的視覺表演與藝術（音樂、影片、錄影帶、或劇場）等方式，以增進或加強詮釋；或是以巡迴展、巡迴車到各社區不定期地舉辦展示、講座或教學活動，將該館的美術訊息帶給未能前往美術館的觀眾頗為重要。透過專業人員的詮釋與規劃，分享給社會大眾，學校亦可依據課程需要，要求美術館提供議題性的導覽；因為美術館就像是隨時可以提供翻閱的百科全書一樣，可以輔助相關的主題研究，以及輔助學校學生的學習。

二、與相關服務有關的部分

高雄市綜合旅行社有總公司 17 間，分公司 55 間；甲種旅行社包括總公司及分公司共 302 間；乙種旅行社包括總公司及分公司共 19 間，合計共有 393 間旅行社(統計至 2012 年 9 月)，可提供旅遊規劃服務。除一般觀光旅館外，市內現有國際觀光旅館 11 家，包括：華王大飯店、華園大飯店、高雄國賓大飯店、麗尊大酒店、漢來大飯店、高雄福華大飯店、高雄金典酒店、寒軒國際大飯店、福容大飯店、義大皇冠假日飯店，高雄圓山大飯店等(高雄市政府觀光局，2012)，可提供住宿服務。高雄市立美術館附近餐館也頗具特色，館方亦建立了美食地圖放置於網站供民眾下載。

關於觀眾與社區的服務方面，高雄市立美術館與其他博物館、文化機構、中小學校、大學、社群組織及大眾應發展及維持良好長久關係，並且反映變動社會中的複雜性，以及不同族群觀眾的真正需求。對於相關議題的內容與詮釋要加以型塑，並創造廣泛性對話的機會。提供一些常態性的服務或非常態形式的活動，以分眾的方式，供不同對象選擇、利用。

三、與交通運輸有關的部分

高雄市公共交通運輸系統包括：航空運輸、水域運輸、軌道運輸與公路運輸四種(請見表 4-3)；合併後之高雄市空間幅員遼闊，為縮短民眾旅行時間與提高

可及性，規劃打造「30分鐘轉運生活圈」，透過構建二主（高雄火車站、高鐵左營站）、四次（旗山站、岡山站、鳳山站、小港站）轉運中心，配合軌道運輸、快捷公車、公路客運移撥路線（高雄客運 37 條、義大客運 6 條）以及市區公車路線（現有 94 條市區公車路線），讓整併後之綿密路網(共 137 條)可快速地連結各分區之轉運中心(高雄市政府交通局，2011)。

表 4-3 高雄市公共交通運輸統計表

項目		高雄市
航空運輸	機場	1 處
	航空公司	11 家
水域運輸	港口	17 座
	碼頭	7 座
	渡船航線	8 條
軌道運輸	高鐵場站	1 站
	臺鐵場站	11 站
	捷運橘線	14 站
	捷運紅線	24 站
公路運輸	公營路線	94 條
	民營路線	43 條
	公車場站	23 座

主要捷運路廊僅紅、橘兩線，故目前正積極推展下一條主要捷運路廊計畫-「高雄環狀輕軌捷運建設」計畫。輕軌路線起於凱旋三路與一心路口北側之台鐵前鎮調車場，沿凱旋路旁之台鐵臨港線路廊往南佈設輕軌設施，直至凱旋四路南端終點後，右轉成功二路續往北行，再左轉銜接五福三路，並於高雄橋前右轉沿河東路往北佈設，路線續沿同盟三路往北佈設，並跨越愛河銜接美術東二路，再轉往東，沿美術館路佈設，行經市立聯合醫院後於農十六銜接大順一路，再續沿大順一～三路往東南方向佈設，最後於中正路口西南隅之凱旋公園東緣佈設軌道銜接凱旋二路路旁之台鐵臨港線路廊後，沿路廊接回起點，形成一連結南、北高雄的環狀路網。加入環狀輕軌，市區軌道覆蓋率提高，與捷運紅橘線及未來捷運化之台鐵相結合，軌道轉運點擴增為 8 處（捷運紅橘線西子灣站、凱旋站、凹子底站、高雄火車站、美麗島站、臺鐵站鼓山、美術館、大順站），市中心轉運點的增加，可減少旅行時間。其中高鐵、台鐵距離美術館都只有 10 分鐘的車程，園區周邊市區公車路線有 12 條路線之多可到達，交通堪稱便利。未來若有輕軌的加入，遊客勢必可以更容易到達美術館。



四、與資訊提供有關的部分

國內民眾旅遊資訊來源 (請見表 4-4) 以「親友、同事、同學」為主：透過「親友、同事或同學」得知的比例最多，約占 51%，其次是「電腦網路」(33%)，再其次是「電子媒體」(14%)；但是電腦網路的重要性正逐年地增加；與 98 年相比較，有索取旅遊資訊者中，旅遊資訊來源為「電腦網路」及「電子媒體」的比例，各上升 3 個百分點，「親友、同事、同學」的比例則下降 2 個百分點。高雄市立美術館除了提供展覽 DM 放置於各商店及各交通節點外，並在網頁上提供最新的消息，且有手機版、兒童版、數位影音等選擇，方便民眾瀏覽。

表 4-4 國內民眾旅遊資訊來源統計表

單位：%

資訊來源	99	98	97年	96年
親朋好友同事	50.7	53.1	52.7	53.0
電腦網路	32.9	30.2	27.6	25.3
電子媒體	14.3	11.8	12.9	16.1
平面媒體	8.3	3.2	10.7	12.3
旅行社	2.2	2.4	3.1	2.1
觀光、遊憩單位	2.4	2.3	2.9	3.0
旅遊展覽	0.8	0.8	1.0	0.7
其他	0.4	0.7	0.5	0.7

註：1.民眾旅遊資訊來源為複選，本表已扣除未曾索取旅遊資訊者。

2.「電子媒體」係指電視、廣播、戶外活動看板等。

3.「平面媒體」係指旅遊叢書、報章、雜誌等。

資料來源：交通部觀光局，2012

另外，高雄市目前有六處旅遊服務中心在營運(請見圖 4-1)，各個旅遊服務中心均設置陳列架，提供相關旅遊資訊摺頁、簡介、文宣品等的服務。旅遊服務中心是一特別為觀光旅客所興建設置之設施，其多元的功能在促進區域觀光永續發展上頗為重要。依據「交通部觀光局輔導地方政府設置旅遊資訊服務中心作業要點」，旅遊服務中心提供的服務內容包括：觀光旅遊相關資訊及文宣品、觀光旅遊相關諮詢服務、民俗節慶及其他動態活動之查詢服務、協助訂票與訂房服務、遊程建議與協助訂購旅遊產品，並可搭配提供地方特產、旅遊產品、紀念品等之販售(劉修祥、許逸萍，2011)。

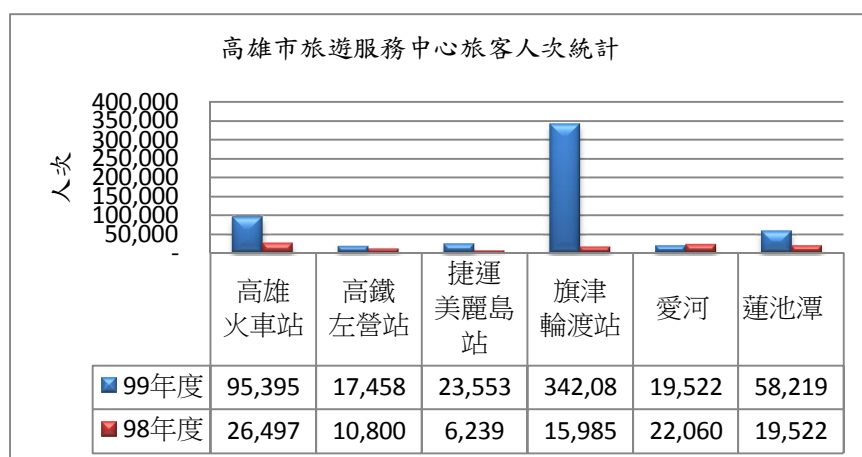


圖 4-1 高雄市旅遊服務中心遊客人次統計圖

資料來源：高雄市政府觀光局，2009/2010

開發觀眾必須針對不同觀眾群組之需求來策展、設計節目，運用各種促銷、優惠方式，建構四 P 理論：產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）、推廣（Promotion）的概念；清楚說明維持觀眾的方法，瞭解特定族群對於展覽內容的選擇，提昇展覽品質，彈性調整票價，提供多元、舒適的環境，便利獲得展覽資訊與購票管道，乃是開發觀眾族群的不二法門。但瞭解觀眾族群需求需要長期與定期的觀眾調查、研究。

五、與宣傳推廣有關的部分

高雄市政府積極參與國際旅展，並進行海外行銷，且透過媒體效應觀光、大型活動事件的舉辦、觀光旅遊護照的發行等努力，來進行宣傳推廣，已獲致相當成效。而高雄市立美術館定期與鄰近社區互動，宣傳館內展覽活動，再藉由導覽人員的專業能力提供導覽服務，有助於引導觀眾入門欣賞藝術，豐富參觀經驗，在協助觀眾建構屬於個人解讀藝術品內涵與鑑賞的實力方面，已有不錯成效。2005年並配合「公民美學」文化政策施政目標，特別舉辦系列座談會，從美術館對社區及藝術圈的責任出發，探討中南部各地社區藝術團體的獨特發展，及其對社區的影響等議題，並藉此宣達美術館教育功能和可提供的協助，亦是值得運用的宣傳推廣方式。

但若美術館希望吸引新的觀眾，開拓更多的觀眾群走進展覽館，欣賞藝術，為美術向下扎根作努力，須突破傳統的美術館氛圍，因為其很容易貶抑對社會的承諾，傾向把美術館經驗描述成教育訓練與娛樂消遣的混合體，搖擺在最嚴肅的「教化功能」和古典的「社交娛樂」兩端；在一具高度公共性與社會性的空間，美術館應突破保守的思維，提供積極有效的機會促使社會性反應氛圍，以「學習與身心休養」概念，讓參觀美術館成為更具魅力的「美術館經驗」。

六、戶外園區問卷調查結果

為瞭解遊客使用高雄市立美術館戶外園區的狀況與經驗，於 2012 年 7 月 22 日起為期 2 週，在美術館戶外園區主要出入口採便利抽樣方式進行調查，於平日和周末各發放 400 份問卷，其中平日部分回收有效問卷 373 份，回收率 93.25%；周末回收有效問卷 397 份，回收率 99.25%，共計回收 770 份有效問卷，整體有效回收率達 96.25%。

(一) 平日受訪遊客的基本資料及使用戶外園區的狀況與經驗

在平日受訪的 373 位遊客中，男性 168 人，女性 205 人。年齡的分布請見表 4-5。

表 4-5 平日受訪者年齡分布

年齡	百分比(%)
13-15 歲	2.9
16-18 歲	10.5
19-22 歲	14.2
23-26 歲	11.3
27-30 歲	8.8
31-40 歲	11.5
41-50 歲	10.7
51-60 歲	10.5
61-64 歲	9.4
65 歲(含)以上	10.2

平日受訪者的教育程度以大學占 35.9%居多，高中職占 23.1%次之，研究所占 11.3%居末(請見表 4-6)。

表 4-6 平日受訪者的教育程度分布

年齡	百分比(%)
國/初中(含)以下	15.3
高中/職	23.1
專科	14.5
大學	35.9
研究所	11.3

平日受訪者的身分以家管或退休人員占 27.1% 居多，次為一般學生占 25.5%，其他上班族占 17.4%，藝術相關工作者占 2.1% 居末(請見表 4-7)。

表 4-7 平日受訪者的身分分布

身分	百分比(%)
一般學生	25.5
藝術相關科系學生	8.3
藝術相關工作者	2.1
軍公教人員	9.9
勞動工作者	4.6
其他上班族	17.4
家管或退休人員	27.1
其他	5.1

平日受訪者中以鼓山區為主占 33.5%，次為左營區占 17.4%，三民區占 11.0%，海外的遊客占 0.8%(請見表 4-8)。

表 4-8 平日受訪者的居住地分布

居住地	百分比(%)
鹽埕區	6.4
鼓山區	33.5
左營區	17.4
楠梓區	3.5
三民區	11.0
新興區	3.2
前金區	1.6
苓雅區	1.6
前鎮區	3.5
旗津區	.3
小港區	.8
鳳山區	2.7
岡山區	.5
旗山區	.3
美濃區	.3
大寮區	1.6
林園區	.3

居住地	百分比(%)
仁武區	1.1
大樹區	.3
鳥松區	.8
梓官區	.3
橋頭區	.5
阿蓮區	.3
彌陀區	.3
永安區	.3
其他縣市	7.0
海外地區	.8

平日的受訪者填答沒有進入美術館參觀的原因中，以專程只是來戶外園區活動、時間上的限制以及因為進入美術館要購票而未入館為前三項主要因素(請見表 4-9)。

表 4-9 平日受訪遊客未入館參觀的原因統計

未入館原因	人數
看不懂藝術	33
內容千篇一律	12
不知有何可看	71
因為要花錢購票	51
時間限制	90
沒有伴	36
沒有興趣	42
專程只是來戶外園區活動	130
其他	20

平日受訪者到戶外園區來的主要原因以運動為主(20.9%)，次為參觀美術館展示節目順道到戶外園區逛逛(19.6%)、散步(14.7%)或與家人朋友相聚(11.3%)(請見表 4-10)。

表 4-10 平日受訪遊客到戶外園區的主要原因分布

來戶外園區的主要原因	百分比(%)
參觀美術館展示節目，順道戶外逛逛	19.6
溜狗	5.6
賞鳥	.8
野餐	1.6
特地到美術館戶外園區參觀	4.6
運動	20.9
散步	14.7
放風箏	.8
練氣功	1.9
團體舞蹈/運動	4.3
家人朋友相聚	11.3
約會	5.9
其他	8.0

平日受訪遊客抵達戶外園區的時間，以 14 點 1 分至 16 點為主要入園時間 (28.7%)，次為 16 點 1 分至 18 點(20.4%) (請見表 4-11)。

表 4-11 抵達戶外園區的時間分布

抵達時間	百分比(%)
8 點(含)以前	13.1
8 點 1 分-10 點	12.3
10 點 1 分-12 點	10.5
12 點 1 分-14 點	10.2
14 點 1 分-16 點	28.7
16 點 1 分-18 點	20.4
18 點(不含)以後	4.8

平日受訪遊客的同遊者調查中，以自己獨自前來占 31.4% 為主，與朋友前來的占 21.7%，與家人一起來的占 20.6%(請見表 4-12)。

表 4-12 和誰一起來之分布情形

同遊者	百分比(%)
自己	31.4
家人	20.6
男(女)朋友	9.9
同學/老師	4.8
同事	4.0
朋友	21.7
活動團體	5.6
其他	1.9

平日受訪者在園區活動時間以 1 至 3 小時 61.9% 為主，次為 1 小時以下，但也有 2.4% 的人在園區活動時間超過 6 小時以上(請見表 4-13)。

表 4-13 在園區活動花多少時間之分布情形

時間	百分比(%)
1 小時以下	27.1
1~3 小時	61.9
4~6 小時	8.6
6 小時以上	2.4

平日受訪者在園區活動地點以美術館主館、環湖步道、主館前的中庭廣場為主(請見表 4-14)。

表 4-14 活動地點之分布情形

活動地點	人數
西側雕塑公園	65
東側噴泉廣場	75
露天咖啡座	58
美術館主館	147
主館前中庭廣場	108
半圓形劇場迴廊	92
行政區前雕塑公園	56
觀景台	44
木拱橋	68

活動地點	人數
環湖步道	118
湖區	74
兒童美術館	53
其他	30

戶外園區中較吸引平日受訪遊客觀看者有：人工湖、花草、樹木、戶外雕塑作品（請見表 4-15）。

表 4-15 戶外園區較吸引觀看的目標

觀看的目標	人數
戶外雕塑作品	171
戶外 KUSO 標誌牌	133
人工湖	210
蓮池	140
昆蟲	74
鳥類	140
花草	180
樹木	177
其他	16
沒有	32

平日受訪的遊客中以 55.5%受訪者認為公共藝術會增加對美術的興趣，但 3.5%的受訪者卻持相反的意見(請見表 4-16)。

表 4-16 公共藝術增加對美術的興趣

意見	百分比(%)
是	55.5
否	3.5
沒特別注意	24.7
沒意見	16.4

平日受訪遊客認為美術館戶外園區比一般公園是有不同的占 64.1%，差不多的占 21.%（請見表 4-17）。

表 4-17 戶外園區與一般公園環境相比

意見	百分比(%)
差不多	21.4
不相同	64.1
沒意見	14.5

平日受訪遊客中 74.3%表示喜歡戶外園區勝於一般公園，但 4.3%持相反意見(請見表 4-18)。

表 4-18 喜歡戶外園區勝於一般公園

意見	百分比(%)
是	74.3
否	4.3
沒意見	21.4

平日受訪的遊客表示，希望美術館在戶外園區能多提供藝文活動、音樂會、藝術市集等活動，另外，亦希望美術館能多提供戶外展示品的展覽及導覽解說(請見表 4-19)。

表 4-19 希望美術館在戶外園區多提供哪些設施與服務

設施與服務	人數
戶外展示品導覽解說	73
藝文活動	122
戶外展覽	113
音樂會	146
園遊會	59
節慶活動	54
藝術市集	116
遊樂設施	42
露天咖啡座	96
其他	18
沒意見	65

(二) 週末受訪遊客的基本資料及使用戶外園區的狀況與經驗

週末亦發放 400 份問卷，有效問卷 397 份，回收率 99.25%。受訪的 397 位遊客中，男性 198 人，女性 199 人。年齡的分布請見表 4-20。

表 4-20 週末受訪者年齡分布

年齡	百分比(%)
13~15 歲	4.8
16~18 歲	12.3
19~22 歲	14.4
23~26 歲	10.6
27~30 歲	7.6
31~40 歲	11.8
41~50 歲	15.1
51~60 歲	9.1
61~64 歲	6.8
65 歲(含)以上	7.6

週末受訪遊客的教育程度以大學居多占 31.0%，高中職占 27.7% 次之，研究所占 11.1% 居末(請見表 4-21)。

表 4-21 週末受訪者的教育程度分布

教育程度	百分比(%)
國/初中(含)以下	14.9
高中/職	27.7
專科	15.4
大學	31.0
研究所	11.1

週末受訪者的身分以學生占 28.7% 居多，次為其他上班族占 28.2%，家管或退休人員占 19.6%，藝術相關工作者占 4.3% 居末(請見表 4-22)。

表 4-22 週末受訪者的身分

身分別	百分比(%)
一般學生	28.7
藝術相關科系學生	6.0
藝術相關工作者	4.3
軍公教人員	7.1
勞動工作者	4.5
其他上班族	28.2
家管或退休人員	19.6
其他	1.5

週末受訪者的居住地分布，以左營區為主占 15.9%，次為鼓山區占 14.1%，三民區占 13.9%，海外的遊客占 0.3%(請見表 4-23)。

表 4-23 週末受訪者的居住地分布

區別	百分比(%)
鹽埕區	6.5
鼓山區	14.1
左營區	15.9
楠梓區	3.3
三民區	13.9
新興區	7.1
前金區	2.8
苓雅區	3.3
前鎮區	7.3
旗津區	2.8
小港區	3.3
鳳山區	4.5
岡山區	1.5
旗山區	.8
大寮區	.3
林園區	.3
仁武區	2.3
鳥松區	.3
橋頭區	.8
大社區	.3

區別	百分比(%)
燕巢區	.3
阿蓮區	2.5
彌陀區	.5
其他縣市	5.5
海外地區	.3

週末的受訪者填答沒有進入美術館參觀的原因中，以不知道美術館內有何可看、因為進入美術館要購票，以及時間上的限制而未入館為前三項主要因素(請見表 4-24)。

表 4-24 週末受訪遊客未入館參觀的原因統計

未入館原因	人數
看不懂藝術	59
內容千篇一律	47
不知有何可看	104
因為要花錢購票	99
時間限制	90
沒有伴	44
沒有興趣	52
專程只是來戶外園區活動	82
其他	14

週末受訪遊客到戶外園區來的主要原因，以參觀完美術館展示節目後順道到戶外園區逛逛為主(32.5%)，次為運動(15.1%)、散步(12.3%)或與家人朋友相聚(10.1%)(請見表 4-25)。

表 4-25 週末受訪遊客到戶外園區的主要原因分布

原因	百分比(%)
參觀美術館展示節目，順便戶外逛逛	32.5
溜狗	4.3
賞鳥	1.5
野餐	1.8
特地到美術館戶外園區參觀	6.0
運動	15.1
散步	12.3

原因	百分比(%)
放風箏	2.0
練氣功	3.3
團體舞蹈/運動	4.0
家人朋友相聚	10.1
約會	6.8
其他	.3

週末受訪遊客抵達戶外園區的時間以 14 點 1 分至 16 點為主要入園時間 (27.2%)，次為 16 點 1 分至 18 點(17.6%) (請見表 4-26)。

表 4-26 抵達戶外園區的時間分布

時間	百分比(%)
8 點(含)以前	8.1
8 點 1 分~10 點	10.1
10 點 1 分~12 點	15.9
12 點 1 分~14 點	19.1
14 點 1 分~16 點	27.2
16 點 1 分~18 點	17.6
18 點(不含)以後	2.0

週末受訪遊客的同遊者調查中，以與家人一同前來占 32.2%為主，與朋友前來的占 23.7%，與男女朋友一起來占 11.6%(請見表 4-27)。

表 4-28 和誰一起來之分布情形

同伴	百分比(%)
自己	18.9
家人	32.2
男(女)朋友	11.6
同學/老師	5.3
同事	2.8
朋友	23.7
活動團體	5.5

週末受訪遊客在園區活動時間以 1 至 3 小時 617.5% 為主，次為 1 小時以下，但也有 1.8% 的人在園區活動時間超過 6 小時以上(請見表 4-28)。

表 4-28 在園區活動花多少時間之分布情形

時間	百分比(%)
1 小時以下	23.9
1~3 小時	67.5
4~6 小時	6.8
6 小時以上	1.8

週末受訪遊客在園區活動地點以美術館主館、主館前的中庭廣場、環湖步道為主(請見表 4-29)。

表 4-29 週末受訪遊客活動地點之分布情形

活動地點	人數
西側雕塑公園	87
東側噴泉廣場	94
露天咖啡座	99
美術館主館	199
主館前中庭廣場	177
半圓形劇場迴廊	118
行政區前雕塑公園	67
觀景台	73
木拱橋	88
環湖步道	127
湖區	85
兒童美術館	53
其他	12

戶外園區較吸引週末受訪遊客觀看者有：花草、人工湖、樹木、戶外 KUSO 標誌牌、戶外雕塑作品 (請見表 4-30)。

表 4-30 戶外園區較吸引週末受訪遊客觀看的目標

觀看的目標	人數
戶外雕塑作品	158
戶外 KUSO 標誌牌	164
人工湖	174
蓮池	117
昆蟲	87
鳥類	130
花草	187
樹木	162
其他	7
沒有	46

週末受訪遊客中有 45.3%認為公共藝術會增加對美術的興趣，但有 8.6%的受訪者持相反的意見(請見表 4-31)。

表 4-31 公共藝術增加對美術興趣

意見	百分比(%)
是	45.3
否	8.6
沒特別注意	24.9
沒意見	21.2

週末受訪遊客認為美術館戶外園區比一般公園是有不同的占 56.7%，差不多的占 22.4%(請見表 4-32)。

表 4-32 戶外園區與一般公園環境相比

意見	百分比(%)
差不多	22.4
不相同	56.7
沒意見	20.9

週末受訪遊客中 63.5%表示喜歡戶外園區勝於一般公園，但有 7.1%持相反意見(請見表 4-33)。

表 4-33 喜歡戶外園區勝於一般公園

意見	百分比(%)
是	63.5
否	7.1
沒意見	29.5

週末受訪遊客表示，希望美術館在戶外園區能多提供藝文活動、音樂會、藝術市集等活動，另外，亦希望美術館能多提供戶外展示品的展覽及導覽解說（請見表 4-34）。

表 4-34 希望美術館在戶外園區多提供哪些設施與服務

設施與服務	人數
希望多提供戶外展示品導覽解說	101
希望多提供藝文活動	152
希望多提供戶外展覽	113
希望多提供音樂會	115
希望多提供園遊會	86
希望多提供節慶活動	98
希望多提供藝術市集	128
希望多提供遊樂設施	79
希望多提供露天咖啡座	88
其他	10
沒意見	73

(三) 一週受訪遊客的基本資料及使用戶外園區的狀況與經驗

經過兩週的問卷調查，受訪者的年齡層中 19~22 歲占 14.3%，41~50 歲占 13%，31~40 歲占 11.7%。教育程度以大學程度占 33.4%，高中職占 25.5%。受訪者的身分以一般學生占 27.1%、家管或退休人員占 23.2%、上班族占 23% 為前三多。受訪者的居住地以鼓山區 23.5%、左營區 16.6%、三民區 12.5% 為主，其餘各區的遊客皆有但比例略低(請見圖 4-2)。

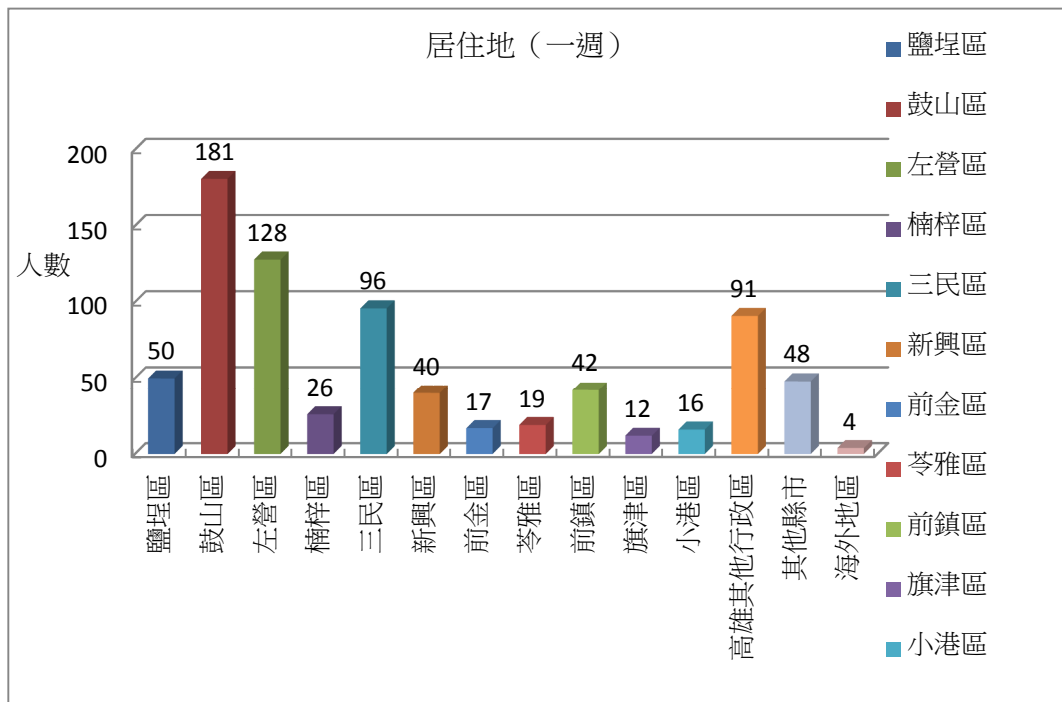


圖 4-2 受訪遊客居住地分布統計圖

在有關遊客使用美術館戶外園區的狀況與經驗方面，經卡方考驗結果顯示，平日與週末並無太大差別(摘要表請見附錄七)，僅有「遊客抵達戶外園區的時間」題項上，在自由度等於 36 時，卡方檢定量數值等於 83.766， $p=.000 < .05$ ，表示平日和週末的受訪遊客在抵達戶外園區的時間上有顯著的差異(請見表 4-35)。

表 4-35 受訪遊客平日與假日抵達戶外園區時間卡方檢定數值表

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	83.766a	36	.000
概似比	93.597	36	.000
線性對線性的關連	34.131	1	.000
有效觀察值的個數	373		

a. 20 格 (40.8%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 .39。

在使用美術館戶外園區的狀況和經驗方面，結果顯示受訪者平均一週到美術館戶外園區的次數以每個月 5 次以下居多，且以女士 52.5% 略為多於男士 47.5%，但在幾乎天天到美術館戶外園區的民眾中，以男士居多，有別於週末的統計。受訪者中一年入美術館參觀 1~4 次者有 74.42%，入館內參觀者以女性 352 人次多於男性 322 人次，其中以一年有一次以下入館內參觀的女性居多，占全數的 20.26%，依序為一年有一次以下入館內參觀的男士占 18.44%，而有 12.47% 的人未曾入館內參觀(請見圖 4-3)。

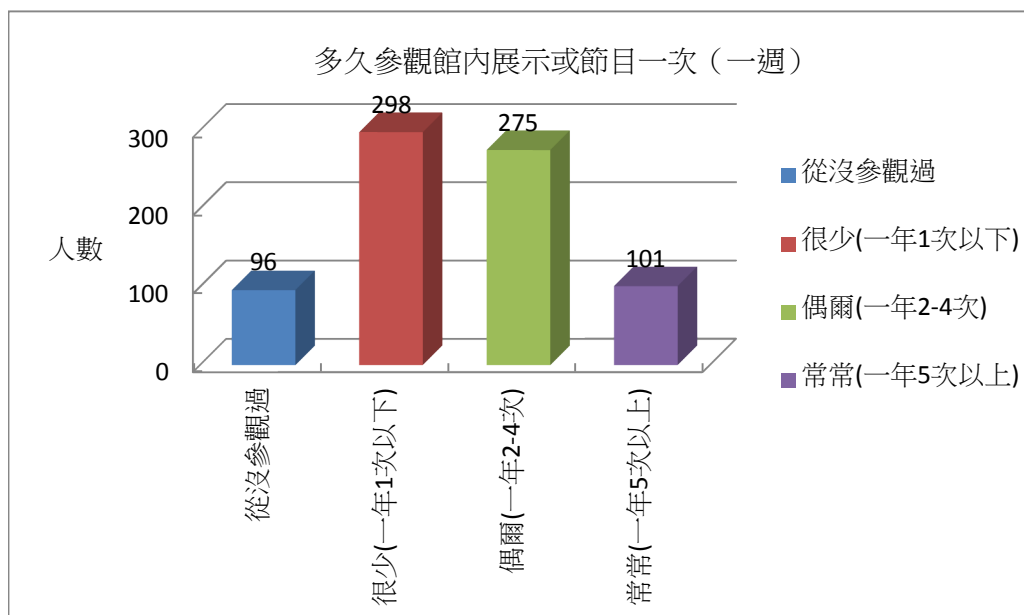


圖 4-3 受訪遊客參觀展示或節目次數統計圖

入館參觀為一年 5 次以上者，以女性居多，但週末入館參觀一年有 5 次以上的男性略勝於女性。到美術館戶外園區卻未入館內者有 27.53% 表示到訪美術館主要原因是專程只來戶外園區活動，23.38% 的人因為時間因素故無法入園，22.74% 的人表示不知道美術館有何展示，19.48% 的人因為要購票而未入館參觀，有 11.95% 的人表示因為看不懂藝術故沒有入館內，只有 7.66% 表示因為展示內容千篇一律故沒有入館內。週末到訪的遊客未入館內主要因為 26.19% 不知道美術館有何展示，其次是要購票入館、時間限制、專程只來戶外活動等；而平日未入館原因則依序為專程只來戶外活動、時間限制與不知道美術館有何展示(請見圖 4-4)。

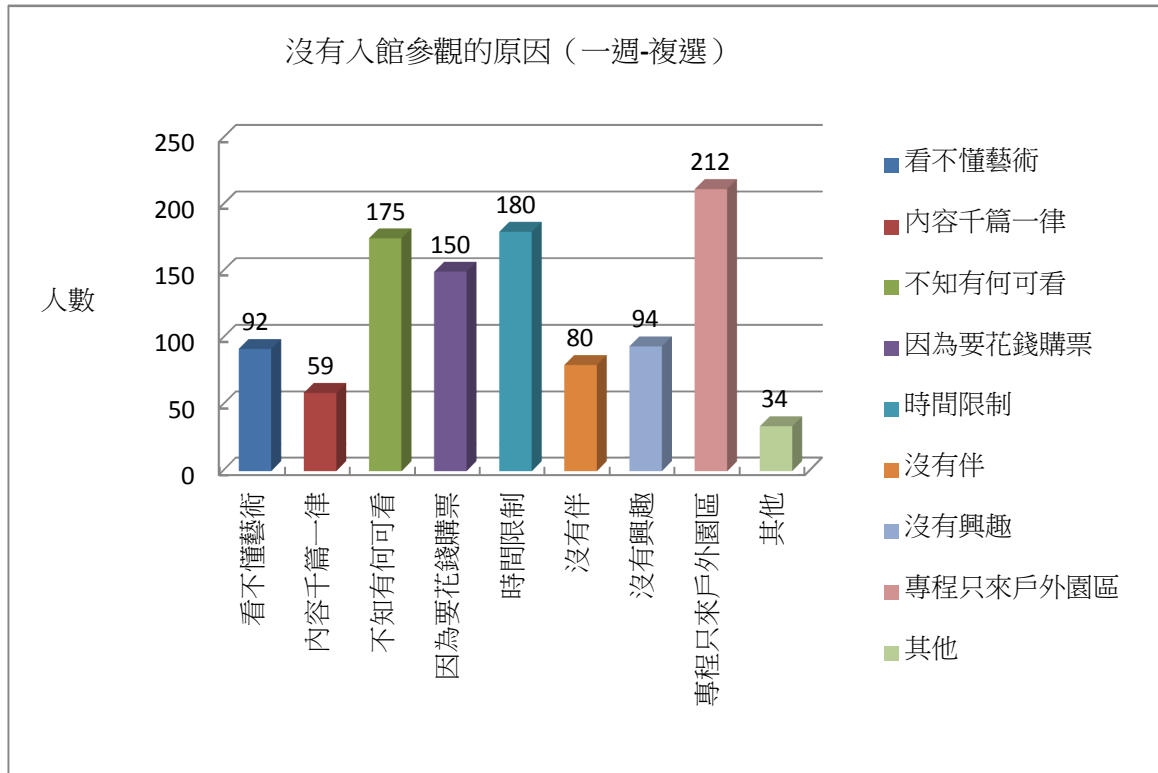


圖 4-4 受訪遊客未入美術館參觀的原因統計圖

在週末，受訪遊客到美術館戶外園區者，主要以參觀美術館展示節目、順道戶外逛逛為主要原因，但平日受訪遊客則為運動略多於參觀前順便到戶外逛逛，其次為園區散步與家人朋友相聚(請見圖 4-5)。

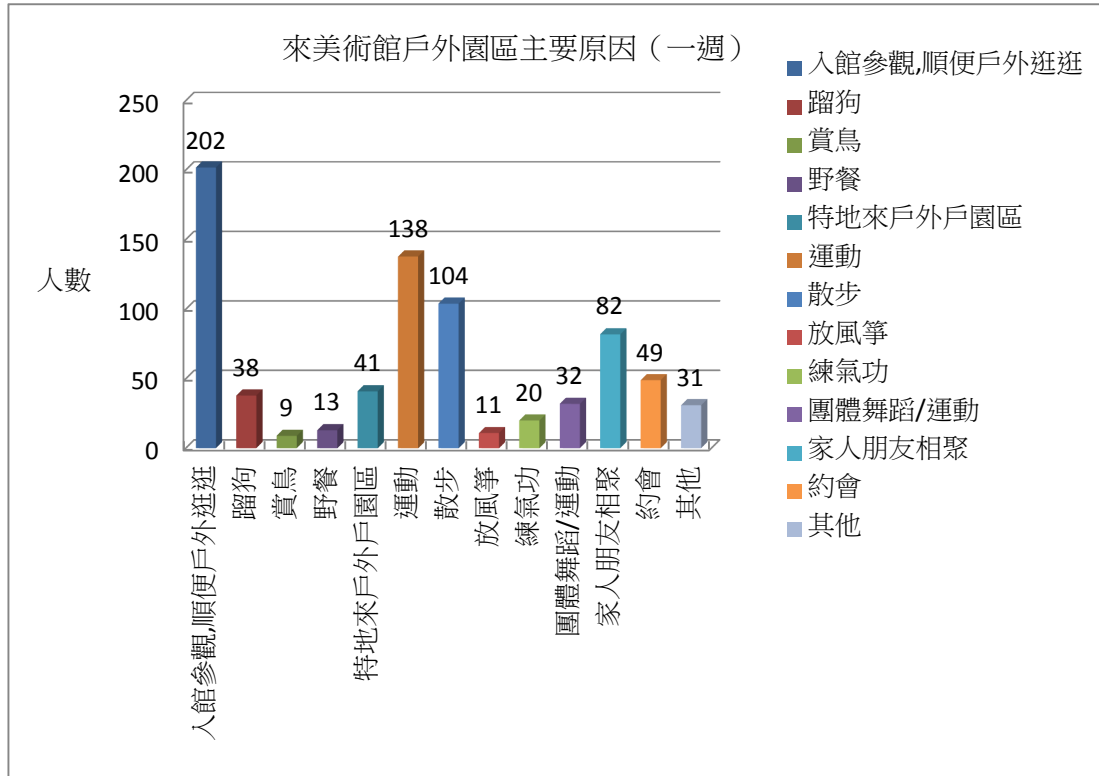


圖 4-5 受訪遊客到戶外園區的原因統計圖

受訪遊客抵達美術館戶外園區時間以 14 點至 16 點 27.92% 為首，次為 16 點至 18 點，18 點以後的時段居末(請見圖 4-6)。

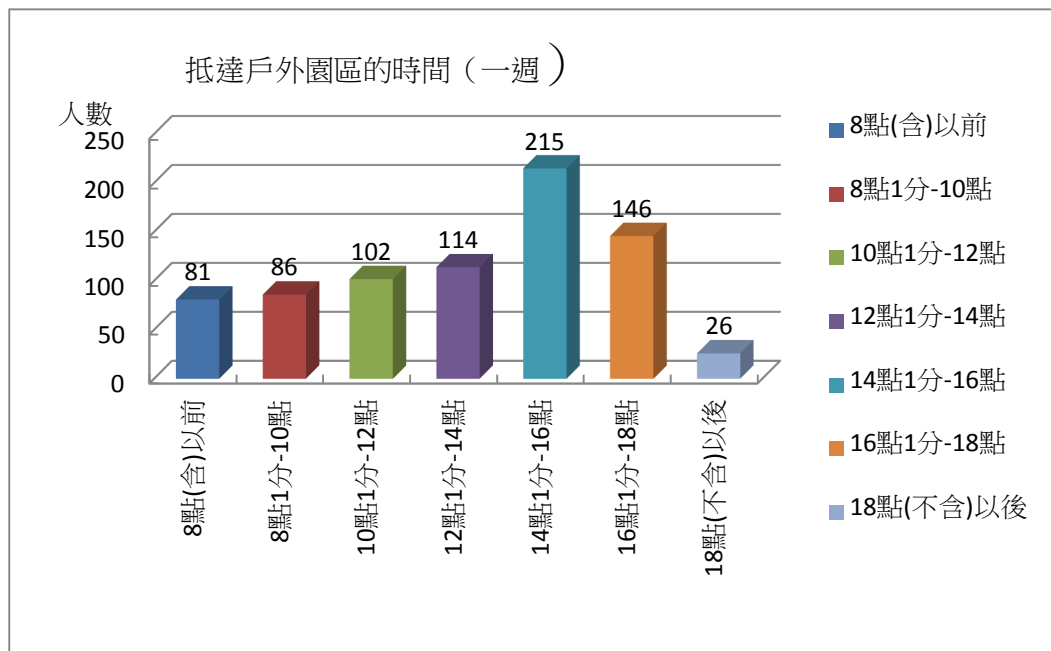


圖 4-6 受訪遊客抵達美術館時間統計圖

在週末受訪遊客的統計中，與家人一起到園區者占 26.62%，次為自己個人，而與朋友同來者占 22.72%。平日受訪遊客則是以個人 31.36% 為首，且男性比多於女性(請見圖 4-7)。在戶外園區活動時間以 1~3 小時為主，次為 1 小時以下。

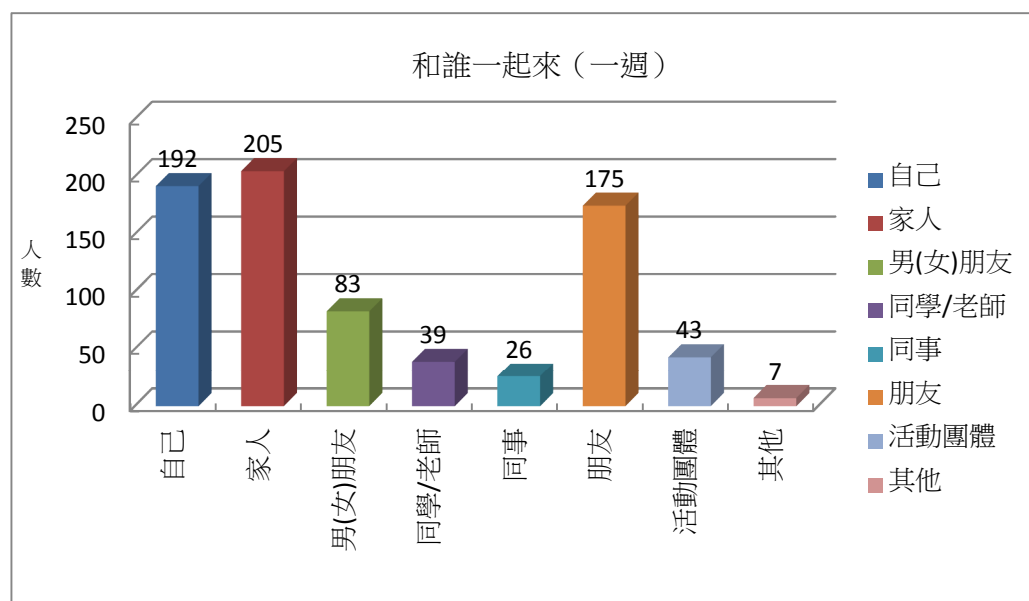


圖 4-7 受訪遊客到美術館之同伴統計圖

受訪遊客活動以美術館主館、主館前中庭廣場、環湖步道及半圓形劇場迴廊為主要活動地點(請見圖 4-8)。

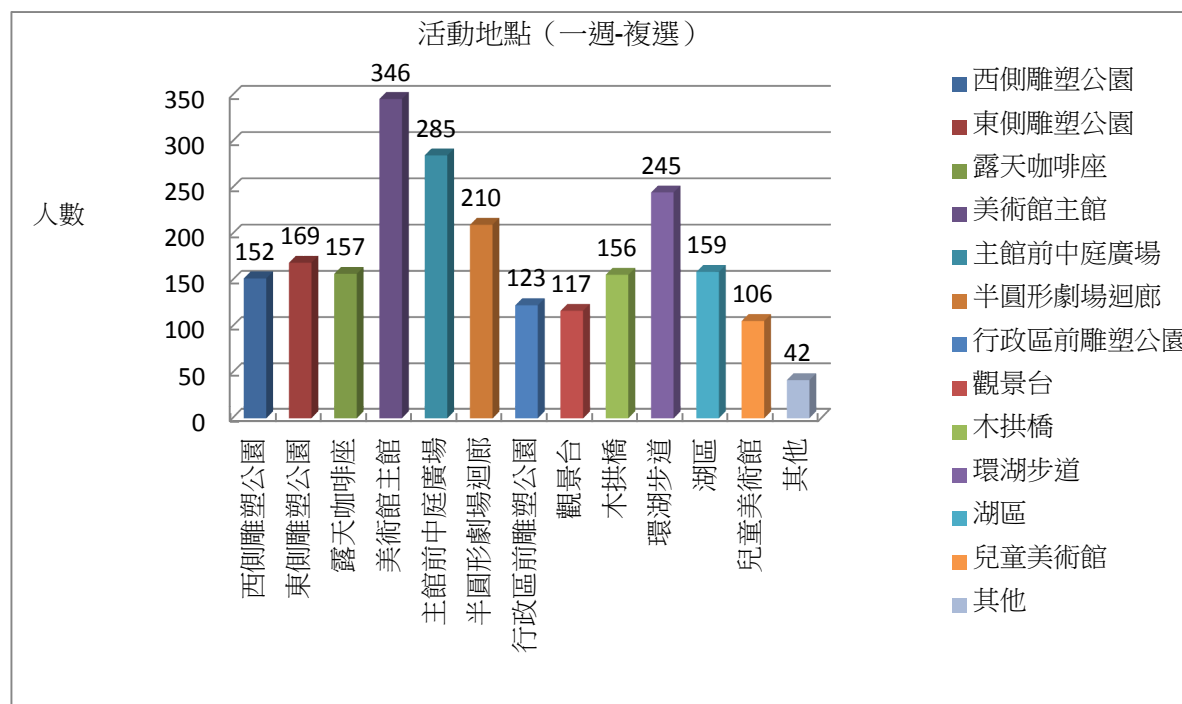


圖 4-8 受訪遊客活動地點統計圖

受訪遊客認為戶外園區較能吸引觀看之區域，以人工湖、花草、樹木、戶外雕塑品及戶外 KUSO 標誌牌分居前 5 名。50.3%的受訪者認為公共藝術會增加對美術的興趣，6.1%則持反對意見，24.8%的受訪者表示沒有注意到(請見圖 4-9)。有 60.3%的受訪者表示美術館園區與一般公園環境是明顯不同的，21.9%的受訪者則認為差不多。但 68.7%的受訪者認為喜歡戶外園區的程度勝於一般公園，5.7%則持反對意見。

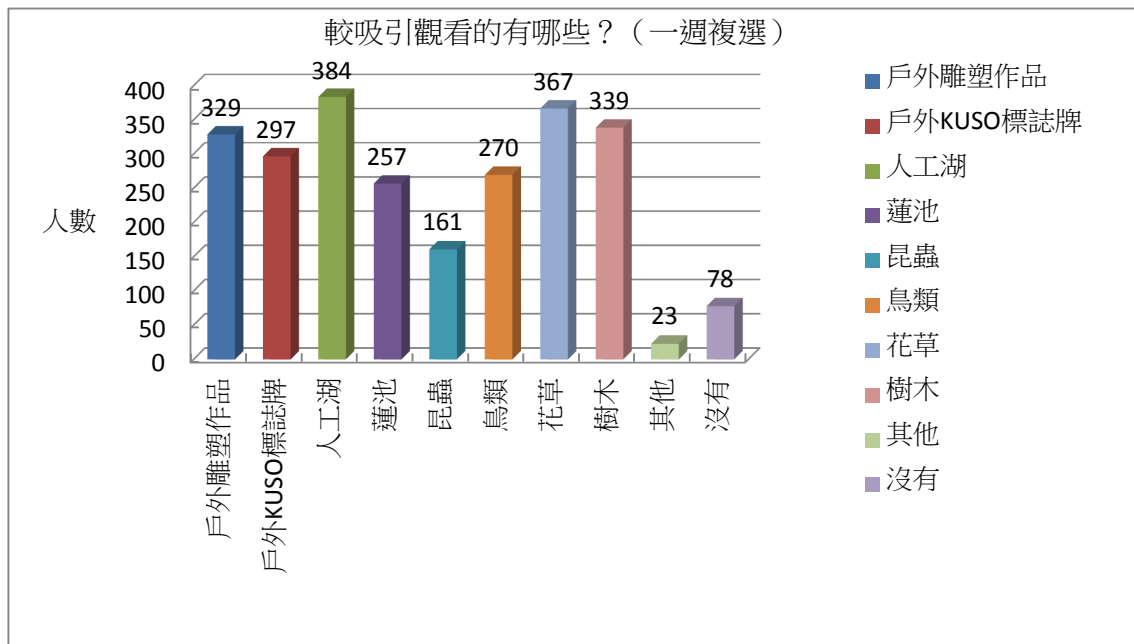


圖 4-9 戶外園區較吸引受訪遊客觀看者統計圖

受訪遊客希望美術館在戶外園區能多提供藝文活動、音樂會、藝術市集、戶外展覽、露天咖啡座、戶外展覽品的導覽解說等服務(請見圖 4-10)。

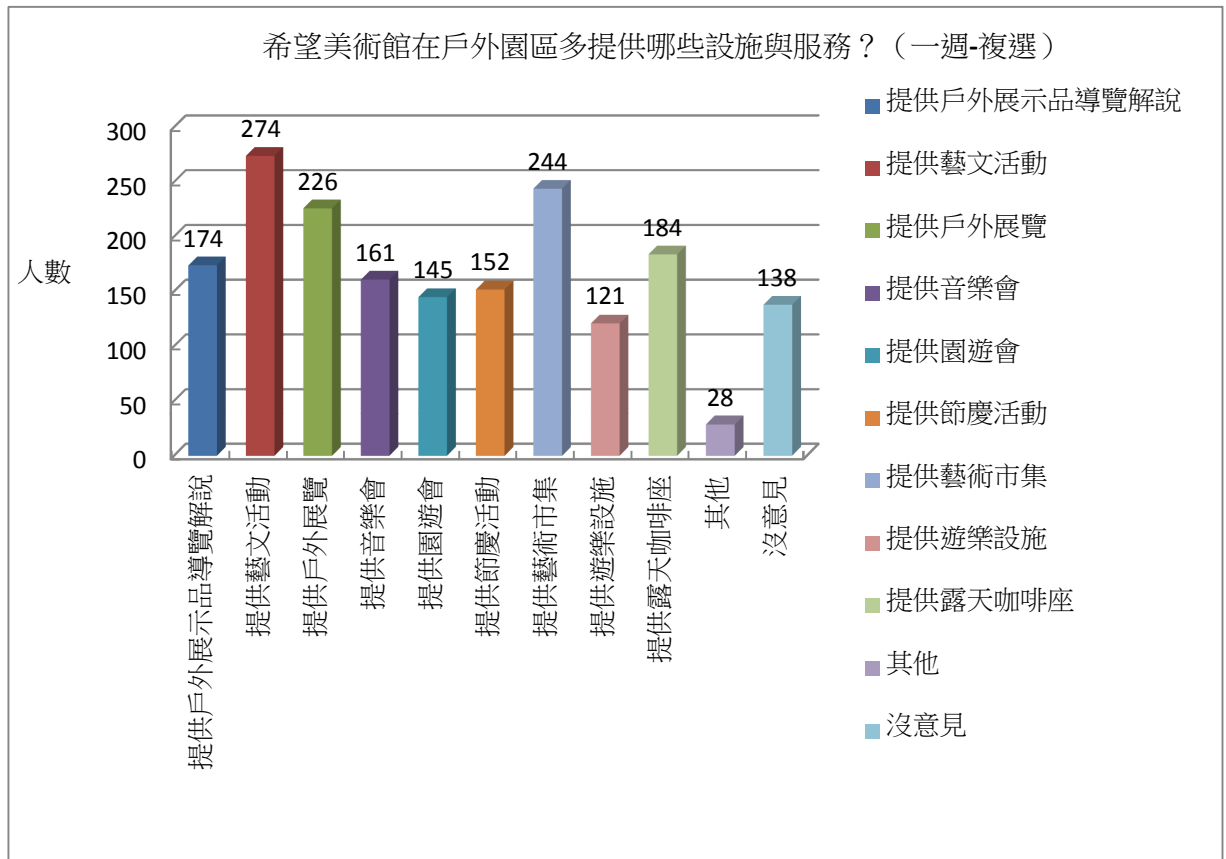


圖 4-10 受訪遊客希望多舉辦活動統計圖

七、焦點團體座談會紀錄

本研究共舉辦了4場焦點團體座談會，與會者涵蓋附近大樓管理委員會代表、里長、商家、學校和社團代表，舉辦時間分別為2012年9月19日上午10時、下午2時，以及2012年9月24日上午10時、下午2時。每場次的座談會摘要紀錄如下：

焦點團體座談會（一）

時 間：中華民國 101 年 9 月 19 日(星期三)上午 10：00-12:00

地 點：美術館行政中心 2 樓

主持人：國立高雄應用科技大學觀光管理系 劉修祥 副教授

紀 錄：李玫鳳

出席者：

1. 國城天廈大樓管理委員會住戶代表
2. 觀美術大廈管理委員會總幹事
3. 皇苑人文臻藏管理委員會總幹事
4. 鼎宇美術館大廈管理委員會住戶代表
5. 龍水里里長
6. 龍子里里長
7. 光榮里里長
8. 龍井里里長代表

座談會意見重點摘要：

1. 美術館戶外園區內野狗太多，對前來園區的老年人在安全上造成威脅。
2. 園區照明設備太暗。
3. 小葉欖仁落果多，且週邊花崗石地板不整，遇下雨會造成路滑，居民以及遊客安全堪慮。
4. 美術館活動對週邊居民宣導不足，希望能化被動為主動，配合社區居民雅俗共賞，讓訊息活動廣為宣傳，增加免費活動，對附近居民提供回饋，如入館優惠等。
5. 館方展覽或活動讓居民感覺與自己的世界不同，所以不想入館參觀。若為遊客或居民所熟悉的東西，將更可吸引人前來觀賞，提高參與意願。
6. 公共交通工具不方便到達美術館。
7. 館方應積極與社區互動，更應考慮到各年齡層觀眾的需求，除了網

路資訊的提供外，也希望能辦一些動態及靜態活動規劃。

8. 館方的展示品對某部分社區居民而言，並不易了解，居民習慣宅在家，宣傳活動除了 DM 張貼外，應可利用宣傳車進入社區廣播。
9. 建議配合節慶活動，結合鄰里或周邊學校來辦活動，例如由學生製作藝術作品，舉辦比賽，會鼓勵家人、朋友前往觀賞(例如舞獅或彩繪燈籠等)，假以時日必可帶動人潮及促進社區與館方之間的互動。
10. 美術館周邊社區缺乏大型書店，建議將館內閒置的餐廳改成書局加上文具商店，吸引居民前來。
11. 美術館將活動訊息張貼於大樓電梯內，但因住戶搭乘電梯時間較短暫，對活動宣傳效果有限。
12. 館方可發放活動 DM 至各大樓管理室以及里辦公室，運用里辦公室的廣播系統，將活動或展覽訊息讓附近居民知道。
13. 建議美術館可發年度行事曆給附近居民與大樓住戶，讓居民們提早將高美館的活動安排至行程內。
14. 媒體的報導常重北輕南，希望館方與媒體多互動以爭取曝光率。
15. 展覽時若配合早鳥票的購票方式，常可以吸引特定的族群，例如「皮克斯」展覽。
16. 館內活動或展覽都需要有解說，以方便參觀者了解展出內容。
17. 建議館方提供優惠方案給參觀的居民。
18. 「高美館」的外觀不具特色，需要改善。
19. 每次策展的板子常在展後就像垃圾般丟棄，並未即時整理，對於資源不知是否回收、有再利用。
20. 美術館內「藝術研究室」的圖資太老舊，有必要充實更新。
21. 是否可設計觀賞卡、學習護照、參觀集點數、或禮品兌換等活動，藉以吸引社區居民或藝術愛好者。
22. 舉辦活動日期的選擇不一定非假日不可，可利用平常日晚上，鼓勵參與，形成風氣，居民習慣參加活動後，與館方的互動會更熱絡。
23. 建議園區多植栽花卉，可分為兩種形態，靠近水域的部分，在不破壞生態的情況下以綠化為主，其他區域可以多種不同花卉增加園區的色彩。

24. 宣傳不能單靠跑馬燈，建議在園區運動路線上，佈置活動訊息，尤其是園區內幾個民眾活動的必經之點。
25. 蒐集內惟埤古老舊照片，拓印製成 T 恤、社區圍牆、押花玻璃、彩繪，藉以形成地方特色。

焦點團體座談會 (二)

時 間：中華民國 101 年 9 月 19 日(星期三)下午 14：00-16:00

地 點：美術館行政中心 2 樓

主持人：國立高雄應用科技大學觀光管理系 劉修祥 副教授

紀 錄：李玫鳳

出席者：

1. 高雄市中華藝術學校庶務組長
2. 私立百世幼兒園園長
3. 高雄市政府教育局國民教育輔導團藝術與人文學習領域輔導員
4. 龍華國小總務主任
5. 大榮中學訓育組長
6. 七賢國中總務主任
7. 高雄市天主教明誠高級中學訓育組長

座談會意見重點摘要：

1. 租借場地在佈展、撤展、流程、動線的規劃要有便利性的考量，且要將租借的原則與規定讓租借者了解。
2. 園區部分地區照明不足，影響戶外散步遊客的安全。
3. 夜間多辦一些戶外的活動，可活絡園區。
4. 兒童美術館內的展覽品展期較長，要讓展出品豐富及縮短展期，以吸引兒童定期來觀看。
5. 除了視覺性的作品外，讓兒童有更多 DIY 的藝術體驗，以引發其興趣。
6. 建議將「胖叔叔說故事」開放給團體參加。
7. 學生都只能夠參觀館藏，對於付費的特定展可能在購票上較沒有辦法支付。
8. 好展覽可事先到學校作宣傳，提高購票意願。
9. 民眾進高美館的普及度不如北美館，要讓民眾進入美術館參觀，需從底層教育著手。
10. 推出展覽時的前置規劃作業需完善，包括敲定展期、展品與宣傳行銷方案。
11. 對於展覽要有整年度的規劃，能與學校課程、研討會配合

成效較大。

12. 美術館可考慮運用行動列車來推廣美術教育。
13. 雖是美術園區，但藝術美學做得不夠，應讓整個園區有著濃厚的藝術氣息。
14. 美術館網站的網頁設計較無法在第一時間找到所需要的資訊，網頁訊息亦須即時更新。
15. 利用行動列車將其包裝成小型展覽場，搭配微型課程推廣至各學校、市區。
16. 美術館可多與學校合作，將藝術教育由學校教育中扎根。
17. 與公部門、私部門拓展合作關係，除了資源的分享外，更能將藝術作推廣。
18. 爭取預算，培育藝術相關的師資。
19. 在展覽的定位上，需要讓民眾可接受，較能增加觀眾入館參觀的意願。
20. 營造一個藝文的環境，讓整個戶外園區充滿藝術的氣息。
21. 美術館的年度規劃可事先公布，讓遊客可事先安排。
22. 將常態或非常態展出內容融入課程，紮根培養藝術素養或興趣。

焦點團體座談會 (三)

時 間：中華民國 101 年 9 月 24 日(星期一)上午 10：00-12:00

地 點：美術館行政中心 2 樓

主持人：國立高雄應用科技大學觀光管理系 劉修祥 副教授

紀 錄：李玫鳳

出席者：

1. 國立高雄師範大學藝術學院跨領域藝術研究所教授
2. 肯度健康事業有限公司公關經理
3. Le Petit Prince 小王子烘焙坊營業經理
4. 美國冰淇淋 Bigtom 店長
5. 帕莎蒂娜烘焙坊(美術館店)副店長
6. 莎士比亞麵包坊總經理

座談會意見重點摘要：

1. 讓遊客除了入館參觀展覽外，也可以享受戶外園區優美的環境，而環境需要大眾一起維持，可增設共同維護環境的告示牌。
2. 美術館周邊的文宣相較於文化中心較少道路宣傳。
3. 大型的展覽可帶動人潮，對周邊店家是受惠的，在店家中可放置即期或當季檔期的一些文宣，互助得利。
4. 園區內的位置標識較不清楚，遊客對於欲前往的目標地點無法快速找到。
5. 美術館周邊樹木的定期修剪以及週邊的照明須加強，增加遊客夜間入園的安全感。
6. 與週邊店家合作，讓其對於當期展覽能協助明確回答。
7. 與週邊美食商圈店家結合，共同宣傳。
8. 與週邊美食商圈店家的合作，讓有當檔期票根的參觀遊客，在店家購物時能有折扣。
9. 美術館休館時間與標識不明，遊客無處可詢問。
10. 紅磚道的路面常凹凸不平，跑步運動容易跌倒。
11. 結合藝術家表演、特別的商店、獨立書店、咖啡店等，將美術館附近建構成與藝術有關的區域，形成地方特色。

12. 透過香草植物的種植，可以有助於抑制蚊蟲問題。
13. 戶外園區的環境搭配商店，可以吸引人前往，像靠湖邊的噴泉廣場，可以增設商店，讓美景與美食配合。
14. 發揮美食地圖的使用效果，譬如美術館可與商家合作，只要他們憑美術館的展覽票根消費會有一個回饋。
15. 聯合美術館附近的所有咖啡館和書店做藝術活動，若讓每一家店的櫥窗都有一件藝術家的作品，就等於我們把展覽擴大到店家去。
16. 與鄰近店家定期座談，建立溝通的機制。
17. 把周邊店家當作高美館的一部份，雙方要有互利共生的觀念，共同為美術館努力，而不是個只是放 DM 的地方。
18. 將美食與藝術作結合，鼓勵年輕創作者將藝術融入廚藝中。
19. 美術館展覽的內容會讓一般的消費者或是居民覺得有距離感，比較不容易親近。
20. 美術館如能結合公共捷運系統，對於遊客到訪的可及性與便利性會有很大的幫助。
21. 展覽的訊息可透過有全省連鎖的藝文機構、書店傳送展出訊息，傳達給民眾。
22. 對於戶外園區的休閒活動可以融入藝術的方式，例如藝術風箏的製作。
23. 發展文創平台，讓創作者有創作的空間，使戶外的空間更藝術化。
24. DM 的設計與張貼時間須作更好的規劃。
25. 設計美術館週邊美食地圖的 DM，要發揮與顧客增加更多接觸機會的效果。
26. 美術館可定期讓店家幹部、員工入館參觀，讓店家幹部可對客人與員工作分享。
27. 將展覽海報與店家推薦做結合，使藝術的氣氛蔓延至各店家。

28. 鼓勵居民、青少年可以多參與藝術特展，並配合店家打卡等公關行銷活動。
29. 結合店家設計尋寶地圖的活動，提供優惠方案。

焦點團體座談會 (四)

時 間：中華民國 101 年 9 月 24 日(星期一)下午 14:00-16:00

地 點：美術館行政中心 2 樓

主持人：國立高雄應用科技大學觀光管理系 劉修祥 副教授

紀 錄：李玫鳳

出席者：

1. 高雄市美館社區協力關懷協會總幹事
2. 高雄市文化愛河協會理事長
3. 高雄市自然觀察學會前任理事長
4. 社團法人高雄市野鳥學會總幹事
5. 高雄市觀光導遊發展協會理事長
6. 高雄市綠色協會理事

座談會意見重點摘要：

1. 美術館可透過舉辦 OPEN 講座，讓大樓居民更了解藝術與美術，甚至在地文化。
2. 與觀光相關事業體合作，可將藝術包裝入遊程中推廣。
3. 鐵路地下化是一個新的契機，美術館應利用此契機與附近居民產生各種良好的互動。
4. 美術館主動結合民間社團、學校或社區，運用生態藝術季模式辦活動，長期培養民眾的文化素質、生態保育觀念。
5. 主動結合學校與大樓管委會，培育志工來推展生態教育、美術教育等。
6. 讓民眾養成一種文化付費的觀念。
7. 積極尋求與各事業體合作的機會，爭取經費來多舉辦藝文活動。
8. 強化學生志工的運用與訓練，可將此人力資源的規劃納入美術館園區內。
9. 美術館招募的工作人員除了要有藝術文化專長的人才外，對於生態與植物景觀的專才也需考慮。
10. 戶外園區的生態維護可以用循序漸進的方式進行。
11. 培養高雄市民以高雄市有美術館為榮的精神，並將美術館作為高雄必玩景點之一。

12. 美術館結合商家設計美食之旅。
13. 美術館應要有專人做客戶管理，對已參觀的客戶提供定期訊息。
14. 可運用藝術生活卡的概念與附近店家合作，共同推出行銷方案。
15. 美術館對館內的展覽活動應即時刊載，以方便遊客搜尋。
16. 主動與里長作社區志工培育的計畫與訓練課程。

八、未入館使用之障礙與需求調查結果

根據資料蒐集分析、四次的焦點團體座談會，及兩週的問卷調查結果發現，民眾未進入美術館使用的障礙與需求分述如下：

(一)、結合市政府辦理大型活動展覽時參觀人數明顯增加

根據交通部觀光局2008~2011年遊客到訪高雄市立美術館的參觀人次統計表(請見表4-37)，當高雄市舉辦大型活動時會帶動人潮來參觀，2009年高雄市舉辦的世界運動會便是一例；舉辦大型展覽時，參觀遊客人數亦會明顯的增加，例如2009年12月8日~2010年3月7日所展出的「皮克斯」展覽，皮克斯(Pixar)是Pixel與Art的結合，是設計與藝術、新與舊的結合，此創新的展覽能吸引更多的遊客前來參觀。

表4-37 高美館2008~2011年參觀人次統計表

景點	年度	2008年	2009年	2010年	2011年
	高雄市立美術館		300,179	482,921	632,806

資料來源：交通部觀光局，2012

(二)、民眾對戶外園區的活動較重視

美術館戶外園區有一百三十多公頃的生態園區此是優於一般都會區的美術館，居民對戶外場地的重視程度也遠大於館內的展覽項目。在這開放性的公共空間，平日便有來自附近之居民在上班、上學前的早上時段，或是下班、放學後的傍晚和夜晚時刻，在此從事休憩活動。

到高美館的遊客一般活動地點以美術館的主館及中庭廣場、環湖步道、半圓形劇場迴廊、東側噴泉廣場及湖區有較多遊客的活動地點(請見圖4-11)。

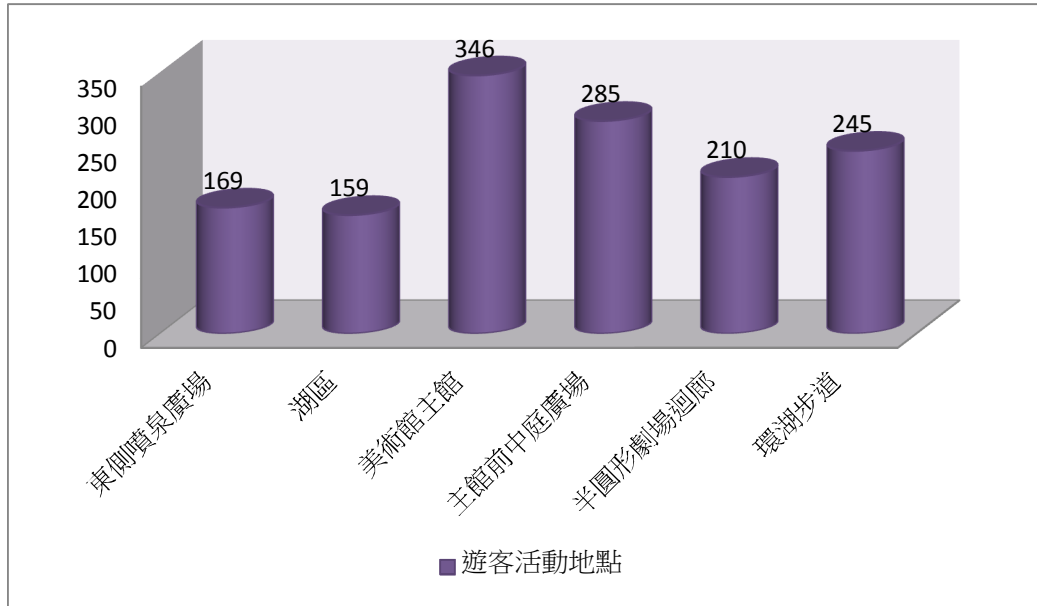


圖4-11 受訪遊客活動地點

(三)、民眾對美術館內的展覽訊息較不清楚

美術館在資訊上的提供堪稱多元，但根據訪談結果附近住戶與居民代表認為美術館的周邊宣導不足，無法吸引社區居民入館觀賞，應該考慮一些銀髮族群的資訊取得方式做推廣。

高美館提供展示與學習及教育學習方案兩大項，但在這個資訊爆炸的時代之中，人們對資訊的需求日益增加，而資訊的來源也較以往大為不同，平面的圖書、期刊、報紙；動態的電視、廣播；網際網路中網頁的瀏覽及電子郵件等，都是人們獲取資訊的來源之一。不論人們因何種原因產生資訊需求，緊接「資訊需求」之後的便是「資訊尋求」；資訊尋求是一個過程，也是一連串狀態的改變。因應不同的觀眾需求，不定期調整對參觀人口的原有認知，讓公共建設的發揮最大使用效益。近年來已定期提供79棟高美館社區大樓文宣，以A4傳單方式直寄送大樓張貼，宣傳美術館活動、與社區商家合作發行社區生活圈手冊與美食地圖、每年度新聞發佈170餘則新聞，提供媒體記者報導本館各項展覽、活動訊息、舉辦講座、為加強新舊內惟社區相互瞭解，邀請鄰近六個里長與里民參與相關活動、並架設網站、FB社群的設置，且建制有手機版與兒童版，提供不同需求者使用，以活化網站功能，2012年底更將推出園區作品APP導覽服務功能，以利群眾使用。但民眾仍希望美術館對於展出的資訊提供能夠更主動更積極，利用宣傳車、夾報、電子產品等提供活動訊息。

(四)、館內展出內容較不為民眾所熟悉

為了解遊客未入館使用的原因，根據二週來的調查結果，遊客到美術館園去卻未入館參觀的原因，平均一週統計以專程只是來戶外園區活動為主要的因素，受訪者中27.53%的人表示到訪美術館主要原因是專程只來戶外園區活動，23.38%的人因為時間因素故無法入園，22.74%的人表示不知道美術館有何展示，19.48%的人因為要購票而未入館參觀，有11.95%的人表示因為看不懂藝術故沒有入館內，只有7.66%表示因為展示內容千篇一律故沒有入館內(請見圖4-12)。但週末到訪的遊客未入館內主要因為26.19%不知道美術館有何展示，其次是要購票入館、時間限制、專程只來戶外活動等。一週統計結果遊客未入館參觀的前三因素以專程只是來戶外園區活動、時間限制與不知有何可看為主因。

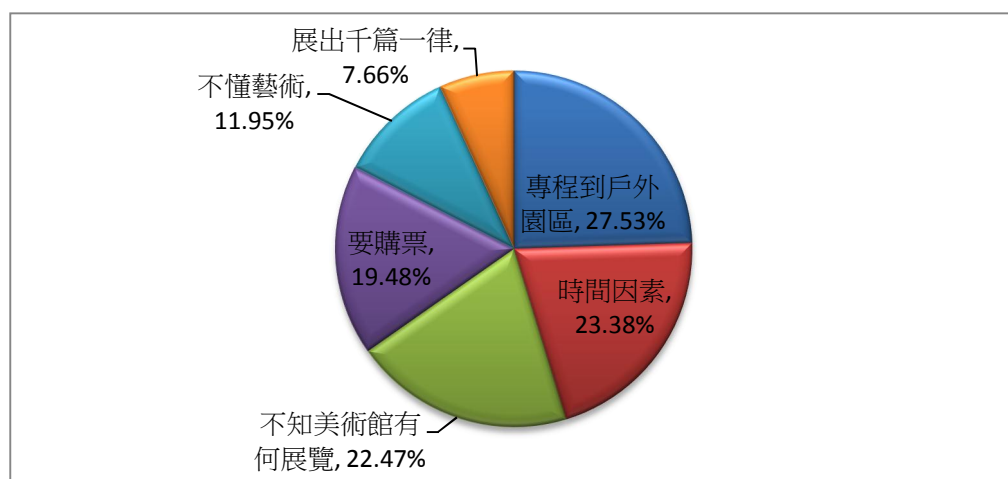


圖4-12 受訪遊客未入館參觀的原因

(五)、居民利用館內、館外的時間分析

由於遊客入園時間平日以14點1分~18點占49.1%之多，10點以前占25.4%，在美術館館內未開放參觀時間的遊客占33.5%(請見表4-38)，而19.6%的遊客以參觀美術館展示節目，順道戶外逛逛，其餘80.4%遊客入園主要活動以運動、散步為主，自己(31.4%)自行前來居多。另外，遊客大多以美術館附近的區之居民61.9%為主(鼓山區33.5%、左營區17.4%、三民區11%)，顯示距離會影響到訪，鄰近美術館的區到訪比例較高。在週末入園的時間以14點~16點入園者為主，而12點過後入園遊客則占66%之多(請見表4-39)，以與家人同遊(32.2%)、朋友(23.7%)一同前來居多，其中只有32.5%遊客是以參觀美術館展示節目，順道戶外逛逛為主要原因有別於平日的運動、散步等因素(請見圖4-13)。平日戶外園區之使用人口確實多於入館人數，調查結果顯示大部分的遊客入園所從事的活動扣除參觀美術館順便逛逛戶外園區的19.6%，其餘80.4%的遊客平日以運動、散步、與朋友相聚等為入園的主要原因。

表 4-38 抵達戶外園區的時間（平日）

時間	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
8 點(含)以前	49	13.1	13.1	13.1
8 點 1 分-10 點	46	12.3	12.3	25.5
10 點 1 分-12 點	39	10.5	10.5	35.9
12 點 1 分-14 點	38	10.2	10.2	46.1
14 點 1 分-16 點	107	28.7	28.7	74.8
16 點 1 分-18 點	76	20.4	20.4	95.2
18 點(不含)以後	18	4.80	4.80	100.0
總和	373	100.0	100.0	

表 4-39 抵達戶外園區的時間（週末）

時間	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
8 點(含)以前	32	8.1	8.1	8.1
8 點 1 分-10 點	40	10.1	10.1	18.1
10 點 1 分-12 點	63	15.9	15.9	34.0
12 點 1 分-14 點	76	19.1	19.1	53.1
14 點 1 分-16 點	108	27.2	27.2	80.4
16 點 1 分-18 點	70	17.6	17.6	98.0
18 點(不含)以後	8	2.0	2.0	100.0
總和	397	100.0	100.0	

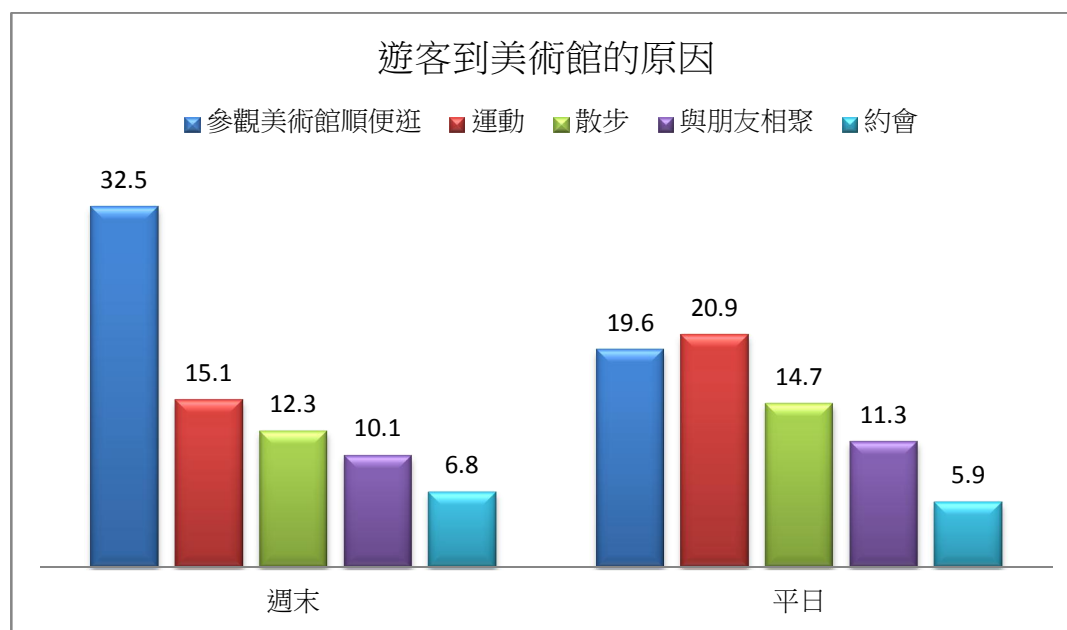


圖4-13 受訪遊客到美術館的原因

(六)、民眾希望美術館多提供之設施與服務的需求

根據統計遊客希望美術館在戶外園區多提供的設施與服務前六項包括為：多提供藝文活動、多提供音樂會、多提供藝術市集、多提供戶外的展覽、多提供露天咖啡、多提供戶外展示品導覽等服務(請見圖4-14)。

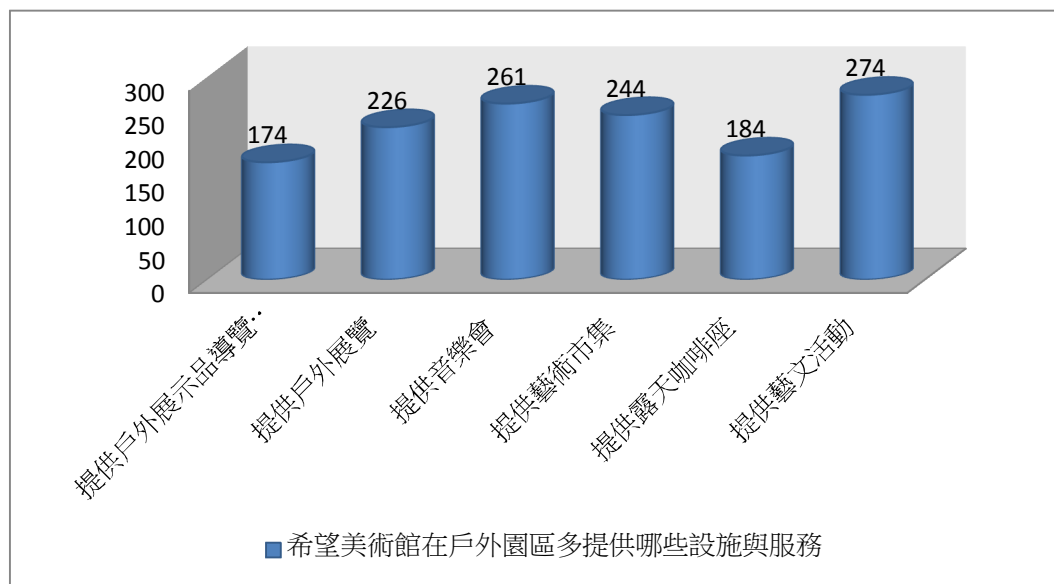


圖 4-14 受訪遊客希望戶外園區多提供的設施與服務統計圖

高美館中的兒童美術館是全台唯一的兒童美術館，館方堅持館內的展出品要原作，不要複製品，秉持藝術家的原作跟小朋友互動，讓全家人都能與兒童一起參觀兒童美術館內的展覽。台灣的美術館參觀民眾以家庭觀眾占絕大部分，家庭觀眾對美術館的服務需求包涵了娛樂與教育的訴求。根據實地觀察結果，家庭觀眾以書面導覽為多，要提供具教育又有娛樂性質的展覽規劃與活動，才會讓家庭觀眾有不一樣的參觀體驗。目前高美館館內的導覽活動除了有預約導覽、定時導覽與專家導覽活動、手語導覽、新移民導覽等活動等。

伍、結論與建議

高雄市立美術館園區面積廣大，景觀豐富多變，吸引了來自四面八方的民眾，展現多元行為活動。館方亦精心規劃藝文展覽與活動、戶外雕塑，用心佈置露天咖啡座區，不時播放著輕柔音樂供民眾休憩。它所扮演的任務、角色是美感的教育、美術的素養領域，可是一般的民眾把它當作是遛狗、散步、運動的地方而已。由於對入園民眾之身分並無任何明文規定限制，平日便有來自附近之居民在上班、上學前的早上時段，或是下班、放學後的傍晚和夜晚時刻，在此從事休憩活動；到了週休假日，除了一般外來遊客外，約自下午四點起至六點的時段，更匯集了大量主動入內進行各式活動（包括散步、球類運動、溜狗、放風箏、溜直排輪、團體舞蹈、韻律健身操、太極拳、氣功等）的運動人口。

調查結果顯示，在使用美術館戶外園區的狀況和經驗方面，民眾平均一週到美術館戶外園區的次數，以每個月 5 次以下居多，遊客到美術館戶外園區的主要原因以參觀美術館展示節目，順道戶外逛逛為主要原因；但平日運動者略多於參觀前順便到戶外逛逛者，遊客的活動地點以美術館主館、主館前中庭廣場、環湖步道，及半圓形劇場迴廊為主。遊客未入館內的主要原因包括：不知道美術館有何展示、須購票入館、時間限制、或者專程只來戶外活動並不是來看展覽等。而遊客希望美術館戶外園區可以多提供藝文活動、音樂會、藝術市集、戶外展覽、露天咖啡座、戶外展覽品的導覽解說等服務。有關美術館的戶外園區設施、美術館週邊社區和商店協同合作、館內展覽、宣傳部分建議重點如下：

一、戶外園區設施部分：

- (一) 野狗太多對前來園區的遊客安全造成威脅，宜進行宣導勿餵食流浪狗。
- (二) 園區照明設備宜增設。
- (三) 小葉欖仁果子掉落以及週邊花崗石地板不整，如遇天雨路滑，居民及遊客安全堪慮，宜再落果期加強清理工作。
- (四) 建議植栽花卉分兩形態，靠近水域部分因顧及生態，故綠化盡量自然，而其他區域可以多種不同花卉美化。
- (五) 結合公共捷運系統以改善交通便捷性。
- (六) 夜間可多辦一些戶外的活動。
- (七) 加強藝術美學的活動規劃與推廣。

- (八) 改善美術館附近之位置標識並強化造型的美感，以指引和吸引遊客。
- (九) 塑造更多藝術氛圍。
- (十) 宜定期進行草皮與樹木的維護。

二、美術館週邊社區和商店協同合作部分：

- (一) 結合大型書店，將館內閒置的餐廳改成書局、文具店或複合式商店，並考量延長館內的「禮品部」營業時間。
- (二) 配合地方節慶，結合附近居民或周邊學校舉辦活動，由學生、居民發表藝術作品，甚至舉辦比賽，透過親友的觀賞和鼓勵帶動人潮，形成風氣，習慣參與。
- (三) 培育更多的社區志工解說員。
- (四) 提供優惠方案，例如累積居民參觀點數以鼓勵參與。
- (五) 運用宣傳車或資源回收車對周邊社區加強宣導。
- (六) 與更多企業合作，並與更多學校進行連結。
- (七) 利用當期的展覽票根與店家做折扣的優惠活動。
- (八) 在美術館周邊形成藝術村的特色。
- (九) 與附近店家合作開發藝術櫥窗，讓每一家商店都有一件藝術家的作品；也可運用廚藝與藝術的對話，提升更多民眾的美學素養。
- (十) 發展文創平台。

三、館內展覽部分：

- (一) 多展覽遊客或居民所熟悉的東西，提高參與意願。
- (二) 多運用早鳥票的吸引效果。
- (三) 增加場地的多元利用效益。
- (四) 爭取預算改善建築物外觀。
- (五) 充實更新館內的「藝術研究室」。
- (六) 設計觀賞卡、學習護照，舉辦集滿優惠、禮品兌換活動等，吸引更多社區居民參與。

- (七) 蒐集內惟埤老照片拓印在 T 恤上，進行社區圍牆彩繪，藉以形成地方特色。
- (八) 爭取預算增設美術行動列車走進社區。
- (九) 協助將常態或非常態展出內容融入社區大學課程。
- (十) 養成民眾有參與文化活動須付費的觀念。

四、宣傳部分：

- (一) 館方主動進入舊內惟辦活動，協調 14 里里長鼓勵參與。
- (二) 透過里辦公室廣播系統將活動訊息讓附近居民得知進而參與。
- (三) 發行事曆(約半年期以上)給附近居民或公布於網頁，俾利提早安排行程。
- (四) 加強與媒體合作推廣機制。
- (五) 在園區沿線佈置活動訊息公告設施，增加活動曝光度。
- (六) 改善美術館網頁設計的友善性，讓遊客在第一時間獲得需要的資訊。
- (七) 在附近店家放置最新檔期的文宣。
- (八) 透過看展、拍照之後的打卡吸引年輕族群。
- (九) 強化與旅行社的配合機制。
- (十) 利用社區大樓的 Lobby 舉辦講座或活動，增進居民美術知能，提高參與意願。

21 世紀的美術館要能吸引觀眾利用之，協助與鼓勵觀眾再進入美術館，須提出具有資源可被利用的展示規劃、具有教育理念的收藏和溝通計畫（黃鈺琴，2006）。由於美術館是一個具高度公共性以及社會性的空間，應積極提供被社會大眾有效「利用」、更方便且容易「接近」的機會；以觀眾為中心，將所擁有的資源作良好規劃，提出分眾的設計，增進其觀察技巧，並讓其產生興趣和欣賞能力。高雄市立美術館在經營管理的策略規劃上，除了要對原有之經常性與偶發性觀眾持續提供高品質服務外，更要能吸引新的觀眾，開拓更多的觀眾群，提供民眾和遊客休閒、娛樂的另一種選擇機會，來擴大本身親子教育、學習、娛樂、休閒、社交等功能。根據文獻分析、問卷調查及焦點團體座談結果，具體之目標與策略建議歸納如下：

一、近程目標：強化與社區、活動、展覽的結合

宜針對如何在展覽室提供多元的資訊和知識意涵(包括說明卡、展示牆上的說明文字、視訊視聽配備及現場導覽解說等)，作進一步規劃設計，讓不同的觀眾群均能被引發觀看和想知道更多之動機，感到進美術館有意義，能提出問題，與作品產生對話，不斷地累積經驗，真正的學習和吸收，落實「寓教於樂」(edutainment)理念目標，使得參觀美術館的「體驗」(experience)更具魅力。

聚焦於觀眾學習，擴增以資訊提供為導向的服務；例如提供類似「導介廳」功能的教育性入門學習資訊空間(information room)，協助參觀主題館之展示廳的觀眾，增進欣賞知能。或是進行「學習內涵之教育分析」，研發能滿足不同類型觀眾需求並誘發其參與和探索學習的活動，培養更多美術人口。

開發更多家庭觀眾，增加具「親子共賞、共享」吸引力的內容與項目，體驗有趣、好玩、新奇、友善等感覺，方能協助觀眾擺脫以往對美術館固有之枯燥、乏味或遙不可及的負面印象，卸下「藝術難懂」的心防，並讓更多觀眾了解美術館的角色和功能。

二、中程目標：配合十二年國教課綱將美學素養扎根

針對尋求更多與學校、其他博物館、文化機構、社群組織及大眾發展並維持良好長久夥伴關係之可能性，進行協商和評估研究。此外，配合十二年國教課綱，就美學素養之扎根，提供深度的教育設計，可列為中程計畫進行規劃。

三、遠程目標：將行動美術館的概念推廣至高雄市 38 區

以巡迴展、巡迴車方式不定期地到各社區舉辦展示、講座或教學活動，並將藝術訊息帶給未能前來美術館參觀的觀眾。例如國立台灣文學館精心規劃，打造「台灣文學行動博物館」，以行動巡迴車形式至各地展出「台灣文學的發展」與「舊建築新生命」常設展內容，入城進鄉，做民眾的好鄰居，讓民眾享受文學饗宴零距離，便深受好評。高美館可以「行動美術館」打破侷限，讓美術以「立體」、「動態」、「移動」的形式展示，讓民眾能近距離觀賞作品，啟發對藝術的愛好。



運用科技結合智慧型手機，建置行動高雄藝術文化導覽服務資訊；透過藝文文宣行動條碼結合手機上網瀏覽藝文資訊，遊客可即時透過QR code(Quick Response code)連結到該項目，有助於節省遊客搜尋的時間，以及減少資訊搜尋過於繁複的困擾。



四、美術館對內及對外策略

(一)、對內策略：展覽解說多元化

為什麼藝術總是讓人覺得「曲高和寡」？由於表現形式的豐富多元，無論對大人及小孩來說，就像是一條難以跨越的鴻溝；檢視美術館教育形成的背景、整體環境脈絡、現行的美術館思維與策略，以及最新的嘗試等來加以比對，可以提供一些常態性的服務或非常態形式的活動，以分眾的方式，供不同對象選擇、利用，並透過專業人員的詮釋與規劃，分享給社會大眾。學校亦可依據課程需要，要求美術館提供議題性的導覽，讓美術館就像是隨時可以提供翻閱的百科全書一樣，可以輔助相關的主題研究，輔助學校的學習。

部分人士覺得科技會影響傳統美術館的展示、教育與蒐集模式，連帶地讓美術館本身充滿著變異特質，顛覆了原來純淨藝術空間的純粹性；但是當代藝術創作運用很多數位影像以及數位互動藝術，在數位科技突

飛猛進的今天，數位學習已成為未來學習的新趨勢，在展覽解說的形式上亦可利用科技產品的輔助。惟不論導覽、展示是用何種形式進行，仍應延續高雄市立美術館以教育學習為目的之教育展活動。

(二)、對外策略：爭取各局處與基金會的經費補助和策略聯盟

爭取政府資源：同時深入美術館體質及其活動內容，讓機制運作模式，經費來源，得到合理的分配，才是最被期待的。並要準備有效的書面分析供作評鑑，以作為未來預算編列之依據。

積極對外進行策略聯盟：例如廣達文教基金會自 2004 年開始，為讓學子可以獲得多元的文化教育學習，規劃了廣達「游於藝」；以推廣地方藝術文化教育為起點，並接軌國際宏觀視野。「游於藝」三字是取自於孔子「論語·述而篇」中的「志於道，據於德，依於仁，游於藝。」目的是希望基金會能將藝術帶入校園，進而培養學生能以輕鬆自然的方式接觸藝術，並藉由藝術的陶冶，使學生身心能夠均衡發展。高美館與廣達曾有合作經驗，可再積極增取與各文教基金會合作機會，將藝術展覽由美術館打包到高雄市各區的學校，讓藝術教育從小深耕。亦可將高雄市原鄉的藝術文化帶入市區中，讓高雄市民對其有所認識。

透過強化「高雄美術藝文網」的建置，以方便遊客可經由網際網路查詢，得到相關的資訊；該網站亦可提供電子 DM 下載、參觀分享、影音專區、藝文電子刊物等多媒體服務。

由於高雄市政府交通局預計於 106 年底前逐一完工啟用高雄火車站、左營高鐵站、旗山、岡山、鳳山及小港等 6 個轉運中心；加上目前在高雄火車站、左營高鐵站和小港機場等地已有旅遊服務中心，高美館可考慮與交通局及觀光局來合作，以「藝術旅遊資訊服務場站」型式，架設觸控式資訊服務機提供資訊服務。亦可結合旅行社的行程規劃，將美術館與觀光景點、商店縝密結合，並與地方文化館、社交活動場地、商店、特色建築物等串連，共同發揮資源整合效益，並增進附加價值。

參考文獻

- 黃鈺琴，2006，美術館的魅力，台北市：藝術家出版社。
- 劉修祥 2008，*觀光導論(第三版)*，台北市：揚智文化。
- 劉修祥、許逸萍 2011，*觀光導論(第四版)*，台北市：揚智文化。
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning : Basics, concepts, cases* (3rd ed.). Washington, D.C.: Taylor & Francis.
- McIntosh, R.W. (1977). *Tourism: Principles, Practice, Philosophies* (2nd ed.). Columbus, OH: Grid Inc.
- Rosenow, J.E., & Pulishipher, G.L. (1979). *Tourism: The Good, The Bad, and The Ugly*, Lincoln: Media Productions & Marketing, Inc.
- 交通部觀光局 2012，旅行社統計資料/遊客統計資料。上網日期 2012 年 10 月 10 日。檢自：<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/month.aspx?no=135>
- 高雄市政府觀光局 2012，高雄市旅館統計。上網日期 2012 年 10 月 10 日。檢自：<http://tourism.kcg.gov.tw/download2.aspx>
- 高雄市政府交通局 2012，*運輸統計資料*。上網日期：2012 年 10 月 10 日。檢自：<http://www.tbkc.gov.tw/>

附錄一

研究團隊

本研究所需之工作人員及相關工作分配如下表所示：

人員	學經歷	工作內容
主持人 劉修祥	<p>學歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> É 美國喬治·華盛頓大學（George Washington University）觀光發展暨旅遊管理碩士 É 美國新墨西哥大學（University of New Mexico）公園暨遊憩管理博士 <p>經歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> É 國立高雄應用科技大學觀光管理系副教授 É 中華觀光管理學會常務理事 É 台灣休閒與遊憩學會常務理事 	<ul style="list-style-type: none"> É 研究計畫之撰寫 É 相關文獻資料搜集 É 現地觀察 É 座談與問卷調查之進行 É 資料整理分析 É 研究結果與結論之彙整 É 結案報告書完成
兼任 研究 助理	<p>國立高雄應用科技大學 觀光與餐旅管理研究所研究生</p>	<ul style="list-style-type: none"> É 文獻資料搜集 É 座談對象之連繫 É 現地觀察以及問卷調查進行之協助 É 資料整理分析協助 É 庶務行政工作協助
工讀生	<p>國立高雄應用科技大學觀光管理系學生</p>	<ul style="list-style-type: none"> É 問卷發放 É 現地觀察

附錄二

高雄市立美術館戶外園區使用情形調查問卷

您好！這是一份針對大眾使用美術館戶外園區的調查問卷，耽誤幾分鐘，請將您個人使用美術館戶外園區的經驗，提供作為研究之用，非常感謝您的熱心協助！

高雄市立美術館/國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所 敬上

一、基本資料 (請在適當選項的○內打☑)

1. 性別： 男 女
2. 年齡： 13 至 15 歲 16 至 18 歲 19 至 22 歲 23 至 26 歲 27 至 30 歲
31 至 40 歲 41 至 50 歲 51 至 60 歲 61 至 64 歲 65 歲(含)以上
3. 教育程度： 國/初中(含)以下 高中/職 專科 大學 研究所
4. 身分： 一般學生 藝術相關科系學生 藝術相關工作者 軍公教人員
勞動工作者 其他上班族 家管或退休人員 其他_____
5. 個人每月平均收入： 10,000 元以下 10,001 - 25,000 元 25,001 - 50,000 元
50,001 - 75,000 元 75,001 - 10 萬元 10 萬元以上
6. 居住地：高雄市 鹽埕區 鼓山區 左營區 楠梓區 三民區
新興區 前金區 苓雅區 前鎮區 旗津區 小港區
鳳山區 岡山區 旗山區 美濃區 大寮區 林園區
仁武區 路竹區 大樹區 鳥松區 梓官區 橋頭區
茄萣區 大社區 燕巢區 阿蓮區 湖內區 彌陀區
內門區 六龜區 永安區 杉林區 田寮區 甲仙區
桃源區 茂林區 那瑪夏區
其他縣市 (請註明) _____ 海外地區 (請註明) _____

二、使用美術館戶外園區的狀況與經驗

1. 您大概多久來美術館戶外園區一次？
很少(每月 1 次以下) 偶爾(每月 2~5 次) 常常(每月 6~10 次)
(幾乎)每天
2. 您大概多久參觀美術館內的展示或節目一次？
從沒參觀過 很少(一年 1 次以下) 偶爾(一年 2~4 次)
常常(一年 5 次以上) 【請跳答第 4 題】
3. 若您來到美術館戶外園區但沒有入館參觀，通常是哪些原因：(可複選)
看不懂藝術 內容千篇一律 不知有何可看 因為要花錢購票
時間限制 沒有伴 沒有興趣 專程只是來戶外園區活動
其他(請註明)_____

4. 您今天來美術館戶外園區主要是因為：
- 參觀美術館內的展示和節目，順便到戶外逛逛 溜狗 賞鳥 野餐
 特地到美術館戶外園區參觀 運動 散步 放風箏 練氣功
 團體舞蹈/運動 家人朋友相聚 約會 其他(請註明)_____
5. 您今天抵達美術館戶外園區的時間是： 上午__點__分 下午__點__分
6. 您今天和誰一起來？ 自己 家人 男(女)朋友 同學/老師 同事
 朋友 活動團體 其他(請註明)_____
7. 您大約會花多少時間在戶外園區中？ 1小時以下 1至3小時
 4至6小時 6小時以上
8. 您活動的地點包括哪裡？(可複選)
- 西側「雕塑公園」 東側「噴泉廣場」 露天咖啡座
 美術館主館 主館前「中庭廣場」 半圓形劇場迴廊
 行政區前「雕塑公園」 觀景台 木拱橋 環湖步道 湖區
 兒童美術館 其他(請註明)_____
9. 美術館戶外園區中比較吸引您注意觀看的有哪些？(請將最吸引您的標 1、
 其次標 2、3、4 寫)
- () 戶外雕塑作品 () 戶外 KUSO 標誌牌 () 人工湖 () 蓮池
 () 昆蟲 () 鳥類 () 花草 () 樹木 () 其他(請註明) _____
 沒有
10. 您認為美術館戶外園區中的公共藝術是否能增加您對美術的興趣？
- 是 否 沒特別注意 沒意見
11. 您認為美術館的戶外園區與一般公園環境 差不多 不相同 沒意見
12. 您是否喜歡來美術館的戶外園區勝於一般公園？ 是 否 沒意見
13. 您希望美術館在戶外園區多提供哪些設施與服務？(可複選)
- 戶外展示品之導覽解說 藝文活動 戶外展覽 音樂會 園遊會
 節慶活動 藝術市集 遊樂設施 露天咖啡座
 其他(請註明)_____
- 沒意見

問卷到此結束，非常感謝您的填答！

附錄三

焦點團體座談會紀錄(一)

時 間：中華民國 101 年 9 月 19 日(星期三)上午 10：00 -12：00

地 點：美術館行政中心 2 樓

主持人：國立高雄應用科技大學觀光管理系 劉修祥 副教授

參與者：

編號	參與者
1	國城天廈大樓管理委員會住戶代表倪 O 珍
2	觀美術大廈管理委員會總幹事唐 O 萬
3	皇苑人文臻藏管理委員會總幹事李 O 民
4	鼎宇美術館大廈管理委員會住戶代表 AOY
5	龍水里里長顏 O 漢
6	龍子里里長陳 O 雄
7	光榮里里長許 O 蕊
8	龍井里里長代表周 O 吉

焦點座談內容

主持人：高雄市立美術館為能將資源作更好的運用，委託國立高雄應用科技大學觀光管理系進行有關美術館戶外園區使用者的行為調查，以及有關鄰近社區居民美術館利用的需求分析，今天邀請大家來希望針對美術館與社區可以怎樣結合，社區居民利用美術館的情況，美術館如何走出去，美術館資源如何運用對居民有更大幫助，美術館可以發揮之功能等議題交換意見。在討論前先讓各位了解我們有作錄音記錄，以便於報告的撰寫，若有不希望被錄音，或被錄音覺得不自在的，可以自由離去。若沒問題我們先介紹大家相互認識一下(開始介紹)。請大家自由發言，我們在這裡彼此交換意見，廣納大家的意見後，提供給美術館作為改進的參考。

皇苑李總幹事：以我們大樓來講的話，利用美術館也算是很充分，包括在美術館的周邊做運動，甚至小朋友也到美術館這邊來遊玩、放風箏之類的，住戶這邊是有時候會提到一些意見，就是說美術館是一個很不錯的環境，包括綠地等都是一個不錯的環境，但是有時候會覺得野狗太多，因為我們有些住戶早上是在上班，他可能就是晚上再來做一個活動、運動，可能是一些在他周邊的照明設備不是那麼樣的完善的情況下，有時候碰到野狗，就可能就會嚇到，或者是說遭受到攻擊，這個我們不曉得，這一點能夠請館方做一些改善，對於我們在運用美術館方面會更好一點。

主持人：我們是座談的形式，各位可以附議成員的意見，也可以有不同的意見，

就是自由的討論，例如說「野狗」的問題，大家也都覺得是個問題，各位可隨時發言。藉野狗這件事我提一下，由於居民在戶外園區運動的人數蠻多的，可是進美術館的比例相對少，假若各位知道居民會進美術館館內，或不常進美術館裡面看展覽的原因，或有解決方式都可以提出來。

鼎宇 AOY：我們在例如說七點多走進去以後，就發現真的很少人，因為燈光真的很…(主持人：晚上七點嗎?)就晚上，它的行道路是很窄的，如果說人很多在散步，你一定會有點撞到，或者是走下來石頭這邊，其實也蠻危險的，然後就會發現容易撞到的感覺，你就會選擇走外圍，從外圍去走，所以裡面的人也跟著變少了。第二個，燈光真是很暗，它裡頭有個不暗區，有一個區是雜草叢生非常多，那裏是不是植物可以再選擇一下，然後再去做一個改善，那裏也不敢走，其實再晚一點也不敢走進去；那外圍是這樣，外圍我是覺得小葉欖仁是很漂亮，但是那個果子太多了，一下雨之後就是…那個泥巴就是整個地就是很滑的，像我們去散步走快一點一定會滑跤，然後路面都不平，所以現在我發現很多人都一直講說他們會到那個農十六或凹子底公園去，因為它裡面有小橋、有流水反而很乾淨，然後他感覺燈光也夠，也覺得不會黑，可以針對這樣一個方向去做…。

主持人：看起來各位很在意的就是外面散步的活動環境。

鼎宇 AOY：要不然我們一定會選美術館啊，因為我們到農十六比較遠一點，有很多人說只要一下雨就滑跤了。

主持人：有沒有針對美術館本身，展覽的活動或所辦的戶外音樂會等的想法？

鼎宇 AOY：很棒啊，真得很棒。

主持人：如果覺得美術館有很棒的也可以提，希望能夠繼續或是能夠辦得更多的都可以建議。

皇苑李總幹事：其實美術館在戶外的一些活動上，大部分都是靠比較北邊這邊在辦，而我們大樓是在南邊，有時候要走那麼遠，又覺得比較卻步，其實美術館在我們旁邊，這個行政區這邊，好像有一個很大的舞台？(大家：圓形的那個)其實這個我們也可以偶爾辦一些小型的像音樂演奏等的一些活動，也可以讓在美術館南側，其實這一側居民蠻多的，讓他們也能夠多多參與。

鼎宇 AOY：南北要均勻。

龍水里顏里長：有關那個展覽喔，我是覺得我們周邊的居民離這邊很近，如果都只在運動，沒有進來展覽場是很可惜，那就是說，看館區能不能對我們這邊居民，是不是可以有一個鼓勵，去參觀就有一個牌子，看幾次(主持人：累積點數)，看可不可以鼓勵，因有的這個展覽的東西，美術館應該都會經過前面審核的東西，有時候並不是很好，因為我們一般百姓有時候會看不大懂，那當然你要解說…，我是說那展覽的東西，不一定在館區裡面，館區外面也有些展覽，要平民化的東西去吸引居民來(主持人：利用戶外)，對對對，也可以提供比如說我們通知幾棟大樓，覺得你們這邊有甚麼，比如說我的居民裡有些很會演奏的啦，大家幾個大樓然後就一起來報名，社區居民，然後到我們那個圓形區(主持人：利用這邊的場地)表演啊，大樓就可以說我們這棟有啥表演，可以大家一起去參觀，好幾棟

喔!父母親會覺得說小孩子要表演了，大家相約來看，時間也不要太長，如果說這種活動常常辦的話，他們會習慣，習慣後就說我小孩會畫畫或是媽媽會啥，這樣結合起來也不錯，就是說可能都要給小朋友一些鼓勵，小東西他也好。

主持人：就慢慢地形成風氣，看得懂，如果是館內看不懂呢？**大家說**：有解說員，要依年齡去區分，但說明要完善。

鼎宇 AOY：要給一些小孩跟青少年去看展覽，從小就開始提昇他的素養，不是說你解說他就聽得懂的。

龍水里顏里長：我的意思是說，如果我們常常辦這個，不一定要假日啦，平常的晚上也可以，像是我家小孩要表演，那我就會順便運動去看，時間不要太長慢慢讓他有這種型態出來，人家那天不錯呢，那隔壁的誰要不要也去參加一下，就來美術館這邊登記，然後什麼時候來這樣，不過就是要鼓勵他們，美術館如果有一些小東西，就是要給他們一些小鼓勵，大家都是東西就好啦，不論大還小。**主持人**：形成一個風氣，不然住戶就只有在那邊運動或是回去看電視而已，你要是說可能一個星期一天到兩天，剛開始一定比較沒有這麼多人，以後習慣了可能會變多人。啊我參加了，我上次表演啥，我下次也可能還要再來表演，不過這個是要大家配合。

觀美術唐總幹事：就像剛才顏里長說的，大概就是附近居民的感覺啦，因為其實美術館本身就有一個藝文的品質，本身館內一些藝文的展示比較安靜，有一個讓人家來展示的空間，可能深度上要有一些考量，可是剛才說的，怎麼樣去運用是非常重要的，你看我們的像是說文化中心的地方，大家就是喜歡坐在那空地上，不管是一群一群的…因為他們有他們自己的團體，就是去表演的，晚上都是很熱鬧的，像剛才說的燈光啦，其實就是慢慢這樣讓居民的使用率去慢慢變得比較高一點，不然大家就只是眺望園區，不然就是白天在那邊晃晃這樣，當然就是運動居多，可是晚上的話這個地方真的是比較暗，讓人比較沒有辦法…這樣疏離感就會產生。

國城倪小姐：針對剛剛有幾個人提到的，我現在要講的就是一些我知道的事情，因為這些事情是我曾經親自反應到他們這個行政單位喔，他們給我的答覆，我現在好像換成我是美術館再給我自己答覆一樣，第一點就是那個野狗的問題，我曾經發現有三黑一黃，就是成群，然後很奇怪消失，一段時間然後又回來了，我後來甚至發現有年紀大的人在那運動，它們就會過去，就一群這樣過去，真得會讓人覺得很恐怖喔，而且你給它喝斥它還不走，然後我還曾經走過這個小橋，要越過去回我們大樓，全部圍過來，不准讓我經過那裡，因為它會有一些領域性，結果我馬上針對這件事情跟行政處的人反應，說為何就消失了一段時間，現在它們又回來了，他告訴我的一個答案是，他們有舉報，那個抓狗大隊抓走了之後，愛狗協會的又馬上去用人頭跟他贖回來，贖回來之後又馬上放下去，他們那個警衛室跟我講，我原先是有聽到說是警衛養的，結果他們警衛跟我說不是，是抓放抓放這樣子，這個是不是應該由美術館這邊來處理？至於燈光暗的這個問題，我是覺得他們號稱這裡的區，尤其是湖區的部份，因為古時候叫內惟埤嘛，在大家

都不注意的情況下就是一直在堆建築廢棄物，我也知道這個地方號稱生態園區，靠近湖區部份就是燈光也不能太暗，我記得西北邊還有放養過麼螢火蟲之類的，結果後來就是全軍覆沒，我要講的就是你既然不是靠近湖區，東四路、美術館路、瑪卡道路周邊，那不是地蠻平的，一些樹籬也拆掉了，樹籬就是說圍起來讓人家不要進去，現在樹籬也拆掉了，燈光也比較稍微的亮一點了，是不是也仿造農十六跟凹子底公園那樣，也應該請園藝的來做一些美化，否則光只是種樹或是草皮，當然現在就是雨水更多，美術館光是割草，割北邊南邊長，或是割南邊北邊長，因為我在這個區域也時常發現蛇，親眼看到甚至越過水面到那個中間的小島去，我就會有點驚嚇，不是說美術館時常經費不夠嗎？我覺得內容上如果是曲高和寡的話，拍榭啦就是說有的你水準太高，一般的人，我現在國台語都講，因為我的表達能力可能會比較有力一點，他的水準太高的話，在我們這個周邊，你要去看某些人的層級對不對，因為有美學素養跟美術素養的人還是畢竟有限，美術館本身就是教育功能，你要能雅俗共賞，就是說水準較高的、也要中間的、也要還有比較低層的，就是讓大家一般可以接受的，這個就是說通通都要去做一個融合，那你才會有一些人要進來，還有一點，我是覺得在我們的周邊宣導不夠，像我住在這邊，我時常不知道美術館，就是我講戶外活動，你要是裡面的活動他當然有一些，譬如說那個電線桿旁邊有吊那個布宣傳的，(主持人：或是海報)或者是張貼海報，當然人家要不要進去看，那個就是決定於社區居民他接不接受，所以我剛剛就是雅俗共賞的這個問題，有必要去結合社區，是不是有一些戶外的活動，不用門票的不用花錢，譬如說那個草地音樂會，除了第一次是免費的以外，後來都是有收費的，我除了第一次去，我後來就沒去了，原因就是坐草皮讓我坐太久，我發麻就會站不起來，我就會這樣覺得因為我年紀也有了，如果這些小型的活動，我的了解是美術館現在有一個社區發展協會，應該要每一棟大樓去張貼廣告，例如說，兩三個禮拜前，是不是中元節的時候，前面就有董陽孜的一個書畫什麼戶外音樂會，我覺得那天的感覺非常好，因為我就坐在後面，我覺得那一天的感覺、那一種 FEEL、感覺很好啊。但是，我也是很遺憾啦，當天也是我下午去運動才發現，所以那天晚上我才會過去。我最近又發現一件事，因為我有時候會看那個文化局的一些活動，還有那個高雄文化中心的一些消息，我去看到說美術館 29 號，就下星期六晚上在一樓大廳要辦那個巴洛克月光音樂會，我知道了，結果我就在我的 FB，甚至我們大樓我也已經開始要講，但是我覺得這附近的社區可能很多人還不知道，因為有一些人，在我們既定的這些成年人啦，就是上班的上班，年紀大的年紀大，年輕一點不用說，他也可能在打拼他的工作事業，他可能就不會去關注到這個方面，有幾個人會上網去看這些東西，大概就是比較有空的，所以我是覺得美術館要化被動為主動。另外還有外圍人行道的缺失：我是覺得說這個欖仁樹，就是這一排美術館路，旁邊周圍有一個很亮面的那個花崗石之類的，一下雨就有很多年紀大的人會摔倒，再來就是北邊那個靠近明誠路那一邊，我聽說那一塊地的周邊那一塊長條型的不是歸美術館的，所以那邊人行道沒有鋪，年紀大的人也摔倒，因為有一點落差(主持人：明誠四路那裡)，在明誠四路跟馬卡

道路跟美術東四路，我聽說那塊是什麼高雄市的還是中央的是嗎？(鼎宇 AOY：你說的可能是美術東二那邊，東四是我們那邊)，東二路喔，那這一條是什麼路(鼎宇 AOY：是美術館路)，美術館路跟東二路之間這條是，(鼎宇 AOY：美術東二路)，我現在說北邊這個區塊啦，這個周邊你看一共三面是完全沒有任何的人行道的，只是水泥鋪面而已，我不曉得那一塊地是要幹嘛，我聽說不是屬於美術館也管不著，那我希望是說既然這片地是完整的，應該就要有一個連慣性，這個周邊現在有大約超過 100 棟了，我想這塊地區，坦白講我先生那時候是在市區上班，晚上回到這個美術館路他都會覺得(夏天耶)這地區氣溫是降了一度還兩度，我甚至覺得這邊的空氣比凹子底公園那邊的空氣還要好，為什麼，因為這邊靠山，北方有左營軍港那邊的海風進來，農十六和凹子底公園還有兩條大動脈，就是博愛路這邊，空氣污染，交通流量很大，但是那邊公園的規劃非常好，因為他路面平穩，還有就是大家走路很順，不會像這邊凹凸不平。再來就是人行道也有一些危險的狀況在，美術館路中間是在著重生態的話請不要鋪柏油，為什麼這個立體停車場進去這邊要鋪柏油。還有我最近發現，沿著草皮的地方還噴殺草劑，這是很大忌，我原先以為是割草，竟然是在噴殺草劑，那實在很要不得，再來我覺得是美術館的外觀，這個我就一定要講，不只是這種行為調查的問題啦，我講這樣的話就是對美術館有某種程度的期許，那個硬體的迴廊，天花板掉漆，還有那個硬體的縫隙都長那個小柱苗起來，我們都知道要是長這個小柱苗起來的話，時間久了它的乳酸會支解建築物的硬體，很容易造成建築物的毀損，還有我覺得那個迴廊，為什麼都沒有人清掃，結果我發現那個迴廊旁邊有人早上會到的，下午有先生、伯伯他們會再自己去掃，泥土、樹葉、落葉，他們都自己掃，因為隔天早上要在這裡跳舞，所以我們都自主性地自己掃，當然這個是好事，但是我還是覺得美術館還是要注意到，因為萬一沒有人去做這件事情的時候，你必須要去補助這一部份，還有它旁邊有一個營區，下面有一個餐廳，大概是現在都沒有人，大概都是虧本，那邊也都沒有招商成功嗎？那一邊簡直是雜草叢生，然後曾經在那裡黑蚊子很多，東二路那邊現在唯一有一個經營的一個咖啡，戶外的那個，有時候晚上會有表演，面臨池邊鄰近這個池塘邊的這個小路，有種了一些美人蕉，或是什麼樹，樹也很奇怪，到晚上太陽光一下，它就葉子全部垂下來，那也是很特殊的樹喔，我覺得好像一直都沒有人去修剪整理，只有在維護草皮，因為它那裡好像有那個銅牛嘛，大家還蠻喜歡去那裡坐的，去那裡餵鵝啊什麼，但周邊並沒有再做一個維護與修剪，我是覺得有時候很臭，我不知道這臭從哪裡來的，所以抱歉，今天講得特別多，這是有期許的部份。

主持人：沒關係，各位可以再提意見。請問大家，美術館也希望藉由辦活動來廣為宣傳，也許他們去過大廈跟大樓拜會過，但大家覺得還是不足，請問要以什麼方式去宣導比較有效果？

龍井里周：比如說，不管是戶外還是戶內，你可以發 DM 給那個各里辦公室，還是每一棟大樓的管理委員會，就像現在里辦公室裡面都有廣播，我本身是發展協會，裡面有廣播器材，像我們裡面有關懷居民，那這個是屬於社會局他們輔導的，

社會局有什麼活動，他們都會發 DM 到我們發展協會那，我們就會利用廣播，就是說美術館有辦活動，可以發 DM 給各里辦公室那辦公室，可以用廣播器廣播說某某幾月幾日何時要辦活動。

主持人：以你的經驗裡面，美術館他辦的活動沒有做這樣的動作嗎？(龍井里周：沒有阿，我都不知道)

龍水里顏：其實，他活動很多，一整年的，那要真得這樣發會發不完啦，現在我們要知道就是上電腦去看，或是看報紙裡面看，你如果說每次辦活動都發，那他一整年的都不停的，那他怎麼樣去發。

龍井里周先生：你可以把一整年的以半年一期這樣發 DM，可以半年這樣。

觀美術唐總幹事：比較社區，可以喜歡針對這些比較社區的人。

鼎宇 AOY：請問一下，像我們這些區是可以有商業行為進來嗎？對不對，例如說噴泉廣場那邊，不能像有那些星巴克的那些東西、好得一點、只要經典一點的咖啡廳進來就好了，因為我覺得那種東西會整個帶動整個週遭的布景，例如什麼花園、或是一些休息區，那我們這些比較中年以上的人，我想說就一般喝咖啡，然後順便去逛展覽，帶朋友小孩啊，那是一個很好的，一個休息的區域，我覺得那樣的商業行為進來之後，好一點的商業行為進來是很好的一件事情，我覺得可以做這樣的一個規劃，不管你辦活動，我覺得有這些商業行為的介入會很棒，因為向上海的一些歷史博物館、美術館，他們都有一些星巴克還是像是咖啡廳進去，很有名的咖啡廳進去，他會帶動整個週遭，還有整個布置，整個會感覺耶那是一個主題，例如說你要製造一個主題，那當然嘍，不要說咖啡廳，你弄一弄都不成功為何不成功，他為何會做不下去，什麼原因去查探一下，因為原來那個餐廳是很棒的，記得以前我不在這邊的時候，以前是在經國園區的時候，在遠我們都會開車到底下去就是喝一杯咖啡，因為你們那邊之前就有一個優…什麼咖啡，開得很好，他也就是跟美術館這邊有咖啡豆的，就是一樣的咖啡豆結合，我們就覺得去喝一杯咖啡是真得是很棒的，你會願意跑很遠的路來這邊這樣。所以我覺得跟商業結合就是說他可以把周遭弄得很好，你至少就想說，我進美術館還有一個東西可以喝，你不用再跑到麥當勞，不用再跑到哪裡，因為我們現在需要的是放慢腳步，慢慢慢慢得走，慢慢慢慢得喝，對不對，我比較喜歡這樣的感覺啦，提議提出來。

主持人：還是回到那個宣導，宣導可以再如何加強，感覺上 DM 也發了，成效卻不大，各位希望美術館可以再做哪方面的宣導？

龍井里周先生：可以發周刊那一種，就是半年一期這樣(主持人：像簡訊那類嗎)。

(鼎宇 AOY：就行事錄，一季或是一個半年的像這樣的，詳細就可以再去安排其他活動)對對，因為年輕人他可能會利用網路，(鼎宇 AOY：對對對)，但是如果像我們本身發展協會理監事就十幾位，但會用網路的真得沒有幾位，(鼎宇 AOY：就是資訊的取得很容易，不要一定要透過網路，如果就是說能夠在大樓，每一個大樓都會有個角落)。

主持人：但話又說回來，大家總知道美術館會常常辦活動，但為何你沒有想要來

了解一下，或是來看一下？

龍水里顏里長：第一個是不習慣，不然就是看電視，這就是不同的世界啊。

鼎宇 AOY 住戶：所以，教授你是不是應該有個書店、有個咖啡廳、有個什麼東西進來才會吸引來嗎對不對，有個午餐、好的午餐(哈哈)。

國城倪小姐：這邊辦活動，就是希望這邊的社區來利用，如果你有一些活動要人家來，說真的，你就是交通要做好，我是覺得是這樣，當然這牽扯到整個高雄市的交通問題啦。

光榮里許里長：那可能美術館也有他自己的考量，就是考量說我們這邊是新內惟，隔了條鐵路之後就是舊內惟，這個交通問題，現在是有要鐵路地下化，是 106 年才能夠成立，現在正在著手進行了嗎？然後這個圖裡面有些路都是在我們這裡面的巷道啦，那就是上面這裏有西藏路、新疆路這些(大家都在對照美術館周邊立體平面圖)，然後過來日昌路這邊有一個很著名的黃昏市場，等於說我們這個整個光榮里是整個內惟地區，這範圍內的 14 個里，這個里算是市中心，所以我當初了解到鐵路地下化要進行的時候，我是積極爭取說我們的裡面這四條巷道通過來到美術館，打通到馬卡道路，可是他現在不是這樣通，原先只有西藏路有通，然後那邊是逢甲路，所以它上面是等於做一些景觀，還有一條從蓮池潭那邊過來，我覺得說這個樣子也是沒有辦法通的，里民要過來得話還是要繞繞到那個西藏街，跟那個哪阿，那就是盡了，我努力跟議員的爭取，就有一條新疆路，可是你想想看，新疆到西藏是不是隔壁而已，那我通這一條要幹什麼，那我最重要的日昌路，一定要通啊，結果這條說不到 20 米所以沒有辦法通，所以說這個東西真得是讓你真得很傷腦經，我們到現在還是一直在積極的爭取當中。那講到說現在美術館這個硬體、這個公共空間的綠地什麼的，真的是很超標準啦，但是僅限於來這邊運動阿散步的人，約會或喝咖啡，你看多浪費!你展示的一些藝術、那個珍貴的圖，這邊可能新內惟可能看得到，舊內惟就沒有辦法去接受了，有得話就像十幾年前，小孩還小得時候，那時候媽媽還是會帶過來看展，來玩啊，這次數比較多，那等道小孩長大之後就沒了，你們自己去了，各忙各的，然後老的老，就像剛所說的就老了然後在家看電視，那這種作息方式他都習慣，他就可能沒有辦法再走出來，那你僅靠著一張 DM，寄到辦公處理又能怎麼樣，張貼在公告欄而已，沒有什麼作用，而且像我們理事長說的，他們有廣播系統，他們可以這樣，那沒有的里要怎麼辦呢？像我們也是比較沒有經費，也是沒有廣播系統，所以呢這方面真得是很不足，如何叫里民踴躍來參觀的話，我是想說美術館這邊要走入社區，然後就是宣傳方面一定要做到，譬如說你們要有宣傳車出來，像有一些台電的宣傳車那樣，我今天要停電啊什麼(主持人：還是跟著垃圾車也可以廣播一下)，是啊對啊，這種都是很好的宣傳方法，那像剛剛說的野狗到處都很多，可是現在獼猴已經到鐵路這邊了，所以我看不久後也會蔓延過來，很傷腦筋，柴山的獼猴一來就是搗亂破壞。

主持人：以現在人口的組成，會發現年紀較大的蠻多的，美術館方面應該做哪些事情可以吸引他們？

光榮里許里長：我是依我的認為，是配合一些節慶啦。

主持人：我的意思是說什麼事情會能夠吸引他們。

光榮里許里長：譬如說，是不是說我們可不可以配合什麼節慶，就是跟周邊的里結合，像元宵節來講，之前我們有辦一個活動，可是結果配合周邊的國小幼稚園，那彩繪之後，之後就把它的成果與作品，吊在大廟的兩旁整個都掛滿，讓他們的家長、阿公、阿嬤來看，說我的孫子這麼厲害，好漂亮…然後讓他有種榮譽感，之後第二階段，我們就是利用晚上的時間，就是隔週，那當然是週休比較有人有空，隔週結合社區這些小朋友就通通來，因為我們有舞獅啦，然後來表演就會很精采，然後表演完之後就繞街，提著燈籠整個里跟巷道在那邊繞，就是又有熱心的人，他會來幫忙指揮交通，我覺得那一次辦得就真得非常成功，剛好就是黃昏嘛，那時候就是大概要結束了，那人潮還是有然後整個帶動過來喔非常熱鬧(主持人：所以彩繪當然也含有美術的元素)。對，就可以跟大家配合，並展覽一段時間，這樣家長和阿公阿嬤一定會過來。

國城倪小姐：聽了這個我現在就有在想像一件事情，美術館裡面燈光又這樣不足，那當然路都有啦，一群小朋友全部提著燈籠踩在這個整個中間的人行道上，晚上的時候你光是從高空看，就是有種很美的感覺，而且你會覺得就是讓這個區域有一種活躍的感覺，所以我現在真的覺得美術館要主動走出來(光榮里許里長：對啊美術館真的要主動走出來)。這種當然有多型式可以去發揮，當然美術館裡面研究人員很多，那個點子而且是年輕人很多，活力很足，應該還會有更多的想法才對。

光榮里許里長：不要只限於說年輕人喔，會網路怎樣怎樣，你要考慮到老一輩的人，還有小一輩的人。

國城倪小姐：我是覺得最不會參與的是中學生，這一個階段不用說啦，年輕人有時候是正在打拼事業，他下班回家累了，最願意參予活動的就是小朋友，年紀大的像我們這一階段，只要不太累，我們還會願意去聽，譬如說，有一個音樂會的欣賞。美術館本來是靜態的，那館長也很努力讓他也有一些動態的活動，我就覺得說他也是蠻努力的，當然我希望就是說因為我們的提議他能夠更…就像里長講得這樣做一個更好的規劃，這結合社區很重要。

龍水里顏里長：有一點就是說，當然我們來這邊參觀的人，展覽的東西也都還不錯，那是不是會有可能牽涉到人家東西丟了就麻煩，那其實也可以到大樓去展覽，不一定要很多天，一個禮拜兩三天，大樓廣播一下說：我們美術館裡面有很多要來我們長廊那邊展覽，這幾天可以來看(主持人：那就是搭配解說人員嗎?)，對，對，所以你看的人重點，是人家貴重的東西你一定要給人家保護好，不然到時給人家撞壞了，這個是一個責任問題，就是要走出來是不簡單啦，你如果說可以用這樣，一棟一棟，每棟一星期兩天這樣，輪流一下，培養民眾的氣質，以後習慣了就會說，這邊沒展覽了，美術館有，去那邊看，其實就是這樣。

光榮里許里長：也不要限制就都靜態的啦，做一點動態的也不錯。

龍水里顏里長：我舉個例子，我們以前不是說沒有戴安全帽會罰 500 塊嗎，開始

大家都說這都快熱死了，但現在你看大家，所以你要讓他培養這個藝術的氣息(大家：習慣、氣氛、慣性)，就會有種好像有一件事情沒有去做、去看呢。昨天看得很好笑，今天也去看一下吧，跟你看電視一樣，連續劇今天看，明天也一定要看，沒看就不行了，時間到了電視就要開開看，你如果這樣去培養他的藝術氣息，他就會主動的去，不過這也是不簡單。

光榮里許里長：要有一些吸引力，比如說要有一些紀念品，可以拿的，要有那個誘因啦。

龍井里周先生：這是比較傷腦經，像我們會裡如果再辦活動，我們的居民習性就是要有吃得他才會來，這個跟各地習性不同啦。

主持人：看來美術館要去大樓裡面做小小的展覽。

觀美術唐總幹事：要看大樓願不願意，就像剛才說的怕承擔責任，一來他們也比較少去跟外面這種大展接觸，可是就是那個文宣宣傳是一定要走出去。(主持人：那有怎樣更具體的方式，是擺在樓下管理員那邊還是…)其實大樓平常他們讓人家索取 DM 的地方都是在櫃檯或是在哪一個角落，居民利用率也不高，一般居民利用率最高的是電梯，怎麼樣可以在很短得時間內讓居民一目瞭然，可以讓她產生興趣的東西，搞不好看他只有 10~20 秒，還是他在等電梯的那一段時間，所以一般都在電梯旁邊張貼一些簡單明瞭的東西，那如果要接近社區居民的東西太細細、密密那太雜了，或許大家有心要看得話他會去看，可是如果是跟社區要結合的活動，我就會覺得就簡單明瞭就好，然後圖案的設計怎樣(主持人：吸引他們嗎?)，對，因為有時候小朋友一看，看到那些東西，他會吵著跟爸爸媽媽說那是啥、在哪，他會有興趣。

主持人：一般大樓都願意嗎？假如說放在電梯內。

國城倪小姐：嗯，這個不一定，因為每一棟大樓他…，就是說很重要的在電梯那多少秒的時間，因為你必須要按，若旁邊有公告欄，就是有看到說有大樓的公告欄(主持人：等電梯的時候)，不是等喔，是在電梯裡面，它通常是什麼寫瓦斯度數，或者是什麼緊急公告，但是這個東西，也要看他們大樓願不願意就是說，在電梯的旁邊弄一個公告欄，像我們大樓之前管委會也一直沒有同意說，電梯空間也不是很大，貼得五顏六色，那如果我有緊急事情或是怎麼樣的話，因為我也是當過管委會的，我剛卸任而已，所以說這個所有的裡面的運作，你要看看社區管委會的人員意見如何，有時前一任是這樣，下一任他把他推翻了。

主持人：所以美術館要做也蠻痛苦的，想要做得時候又不可以這樣。

觀美術唐總幹事：可是總是有個需求，當然你不可能大家都能接受，至少我不知道但可以的就是可以，總是一定要(主持人：對，可以就可以，然後多些管道，有廣播可以廣播一下，有電梯可以放的放一下)。

國城倪小姐：我覺得這個就是美術館要去跟民眾好好溝通的，(大家笑了)。

主持人：那在社區裡面有哪些資源可以跟美術館做結合的？社區本身的資源，像是表演才藝可以跟美術館結合。

國城倪小姐：舊內惟社區，大家都一起生活了數十年那大家情感上也比較熱絡，

會比較知道左鄰右舍的什麼事情，但是新大樓就是沒辦法，那他可能就是關起來，甚至連電梯看到你都不願意跟你點個頭(大家笑了)，這個就很難了，不過還是像我自己因為是最早住進去的人，我都是主動的跟人家點頭與跟人家招呼的，如果你覺得說一個大樓是怎麼樣的話，我覺得住戶很重要，一定要有人熱絡一點這樣(龍水里顏里長：帶動啦)，去帶動。

主持人：如果多接觸了解那一個人，是可以請他來幫忙，也是一個方法嗎？

光榮里許里長：可以多辦一些像兒童繪畫，比賽有比賽性質的話可能就…。

主持人：那可以請教里長，在交通好像不是最方便的情況下，美術館其實也辦了蠻多活動，以你們里民的情況，是不是大部分居民的心理，本來就不是很想來的(光榮里許里長：對、對、這個包括我自己也是很少來的)，那怎樣做才可以重新燃起你想要來得這種…或者是想要來參予的興趣？

光榮里許里長：只要是這邊主動踏入我們社區，我們絕對配合，最起碼我會靠我們的團隊(主持人：然後大家一起來談一談)，對、對、看是叫他們去邀，或是我去帶隊，哪天看啥展覽我再帶隊過來，這樣也是一個辦法，因為我們團隊也是六七十個志工，可以做到是這方面。

國城倪小姐：就是那個活動、那個展覽就是要能吸引社區，如果是曲高和寡的恐怕有時候大家就興致缺缺了。

龍水里顏里長：我知道館長很用心啦，要提供我們高雄的藝術氣息，也很可惜啦，這麼認真，而且展覽我知道花很多錢，這如果叫我，我也很辛苦，前砸那麼多下去都沒有人要來，這真得很痛心(光榮里許里長：就不是沒有人要來，是沒有什麼人知道，舊部落就真的不太知道)，那居民也要鼓勵啦，像我講得也是白講，那是不是說在這附近的他們來參觀的時候，是不是可以打個折，這不知道能不能行得通。

皇苑李總幹事：嗯，美術館嗎？像有些地方上的回饋是要去建立，如果像這樣大家都要的話就會亂掉。就是說他們來參觀的時候，讓這些居民有一個優惠啦。

主持人：可能還是跟倪小姐講得一樣，這活動如果是曲高和寡的，你再多的優惠也覺得…(大家：對啊對啊)。

國城倪小姐：你看那個清明上河圖，他很早以前就在好像沒有展覽之前，不曉得幾個月前就已經先進去學校裡面了，然後都會推出那個早鳥票，特別優惠的，他就很早賣，那你現在像譬如說，現在最近在展這個這個是要門票的，這個我知道你就儘早透過社區、透過志工、或是透過什麼包括這個里長很熱心，就是說去現在要展這個東西，那目前這時間有折扣，等到正式展覽的時候就特別貴或是公定價，這個搭配一定會吸引人，我們家裡有這麼多人也想去，他是外國的東西然後來到台灣，我也覺得同時他也可以結合我們本地的人拍早年的照片，大家譬如說今天的內惟早年有誰拍了很多內惟的風景，同時都把他展出來或拿出來，這個就會吸引舊社區部落的人來，這以前就是這樣，我是覺得這個是同時要做一個結合，才會比較吸引社區的人。

主持人：前些日子，我去參觀紅毛港園區，剛開幕時，那邊的居民就趕快跑去看，

因為那裡有他們以前的照片(龍水里顏里長：就是跟自己比較有親切的感覺)，對，親切感，就是說他本來是國外高水準的東西，然後我剛好又可以結合你內惟的。(國城倪小姐：因為現在很多人都很喜歡看黑白照，我不知道別人怎樣，但我自己卻是特別得喜歡，我覺得這些黑白照片很耐人尋味這樣子，你看啊，看不膩啊!)

國城倪小姐：就我們那個時代，是數十年的，甚至是上百年的，那你可以去看以前內惟有誰，你可以去徵求然後辦個活動嘛!全台灣省古早時代有誰去拍到內惟整個周邊的，你跟人家鼓勵，然後進來後同時一起展覽(主持人：對)，可能就是會很吸引人。

主持人：居民他本來不知道的，但他進來之後，覺得裡面也不錯喔，順便讓他覺得不錯。(國城倪小姐：有我熟悉得東西，變成這樣，就像剛才說的紅毛港園區一樣)，所以要做些突破。

光榮里許里長：大概是一年多前吧，一兩年了，好像是樹德跟我們美術館有辦一個跟社區的課程，之前好像是說里民來學那個甚麼(主持人：壓花嗎)，就是說拓印這個課程，然後拓印完之後，他的主要就是說剛才倪小姐說的，古老的就是內惟埤這邊啊，古老的照片、還有就是內惟這邊主要就是…能夠呈現他的特色-人、物等的展現，然後經過畫畫和拓印出來，之後再印成那種…T 恤，然後又把照片放在已經鐵路地下化的圍牆，有得部分已經被拆除了(主持人：願景館嗎?)，對，他把他的那個弄在強化玻璃裡面，(國城倪小姐：沿著圍牆嗎?)對，現在部分還有在。(國城倪小姐：還有玻璃彩繪，一個簡單的圖)對，對，對，他們就是這樣呈現在圍牆裡，有些地下看板應該還沒被拆除，照片啊還有就是要襯托內惟住民的什麼東西、蓮藕、芋頭、這些以前很好吃的東西。

主持人：不知道各位利用美術館的機會是哪一方面？是美術館的內部？還是戶外園區？戶外園區其實是有兩種，一種就是運動、遛狗、散步這些，可是美術館如果要在戶外辦展覽，其實他的角色是希望提高大家對美學的素養或是增進學習。不管是小朋友、大人或者是老年人，終身學習的概念是很重要的；如何利用美術館的資源，不知各位有沒有建議？例如居民常來美術館戶外園區運動，那戶外要辦甚麼活動就可以吸引他們，什麼樣子的戶外活動是很有吸引力的？

龍水里顏里長：我講個例子，以前我還沒有來這裡當里幹事，辦過在那個噴泉廣場，就在美術東二路這個地方，因為大部分都會跑到那邊去，那我們是假日，我看過人家擺那個茶席，在那邊泡茶，人經過就會一起去泡茶，他就是那個沒有做生意的，只是純粹在那邊泡茶，不過我聽那個說好像以前大概館長上上任吧，可能有一些規定說不能在那邊幹嘛幹嘛，感覺很可惜，因為(國城倪小姐：可能有商業行為)也沒有商業行為，就是在那邊泡茶，她也沒有說要叫你買茶，就在那邊泡，就是大家在那邊坐，那種感覺就是很好，只是辦過一次之後，我看過一次，過了就沒有了，問那個…他說要去跟那個美術館那邊接洽，好像也都不行，所以現在假日，在整個在走得我們這一段吧，有很多就是如果真得去逛都沒有什麼東西的，很輕鬆就是下午兩三點去泡個茶這樣(主持人：可是那跟美術館的性質好

像不太…泡茶藝術好像不太那個)，對啦，是比較不太那個，我的意思是說，如果有辦這種類似的活動在廣場上(主持人：OK 了解，謝謝提議)。

國城倪小姐：我有一個建議，因為我在這裡有蠻多觀察，這整個大區缺少甚麼，書局，文具的一些店，當然這個是商業行為我們不講啦，但是我是覺得，若我們美術館那間餐廳，他可以去例如說是外包不要給人家權力經手太多，你不一定是要餐廳…譬如說那個那個書局或者甚麼…書局兼文具，大家晚上一定都會來，因為你周邊都有學生，這些住家一定都有，坦白講這個龍水里以前可能很大都沒人住，結果現在數百棟上百棟，那一棟有多少住戶有多少人，老中青少幼，通通都有需求，所以我是覺得，若能他結合一個像書局但又類似圖書館的這些功能性，他跟美術館也不會很衝突的那個…，我相信晚上人家就都一定會過來的，大家都知道，你需不需要一個文具，你需不需要一個什麼東西，就你一定會過去，那晚上大家休閒的走走走還是會逛進去，看一看有甚麼書，或者是說小孩子的漫畫也OK，那個都是可以去結合的，而且這個東西本身也是一種文化的東西，不會讓人家感覺很那種商業性行為，或是衝突我是覺得有一個建議是這樣啦。

主持人：如果館內的賣店 (國城倪小姐：美術館哪裡有商店，就是那一家餐廳而已)，不是，是我們美術館本館一樓的那個，(國城倪小姐：喔，他賣紀念品的地方)對對對，(光榮里許里長：東西有點少啦)是喔。

國城倪小姐：我是覺得如果可以得話，他可以分離出來嗎？不一定要屬於那個美術館關門的時候就關門，他可以過來跟書局和甚麼的結合嘛，對不對!晚上可以營業到十點半，就晚上才有空去休閒，現在大部分的人不是都是這樣嗎？

主持人：那這個提議就是說，我為了吸引很多人來而做的，假如說是要吸引很多人來利用美術館，但是要與美術的性質有關係的，有沒有什麼樣的建議？

國城倪小姐：我認為雅俗共賞，各種層次都要有，就像我剛講得這個的同時，你必須要結合在地的東西，大家才會有一種說我願意去參與，我願意去看，(主持人：又可以增加另外一群人可以一起來)對，對，對。

主持人：那有沒有針對美術館已經辦過得活動提出建議，以董陽孜為例好了，假如你有來參觀過，以你參觀之後，還有甚麼建議嗎？

國城倪小姐：我是覺得他很好，因為我目前也沒想到，但他其實氣勢很大就是說正門就是用了一個好大的白色布幔做螢幕，投射那個書法(主持人：他也花了蠻多心力的)，這個也非常的有一個創意，然後你剛好就是請人家來演唱，來表演的也不錯，像是台灣民謠的早期的一些老歌，也有一些甚麼美聲的合唱團，完全用人聲去演奏的，完全沒有樂類伴奏的，到最後還有一個客家的美濃的東西，我是覺得真得非常有特色，所以那是我覺得那麼感覺一個非常棒的事情。

主持人：OK，那我想請問各位，現在我們有八位附近的居民，有去看董陽孜的只有倪小姐嗎？其他人都沒有去看喔，為甚麼？(光榮里許里長：就是不知道啊)是不知道嗎？(龍水里顏里長：是報紙有登就剛好時間上)可是如果這樣，你聽他講得那麼棒，會覺得有點可惜吧。

國城倪小姐：而且那一天也很特別，我是覺得有一點天時地利人合，那一天因為

之前一直都在下雨(大家都說對)，那一天過中午打雷後，還有下一點小雨，因為我是下午要出去運動的時候才看到，要不然我原先也是不知道，剛好 26 號我也沒有去上網了解美術館有甚麼活動，那結果就是路過看到，然後晚上過去看，那個天阿矇矇的還有一個月亮，然後那個空氣非常好，涼風襲襲還有一些青草香，喔~那一種感覺都很好。

主持人：AMY 你怎沒有去參加？(鼎宇 AOY：我就是真得不知道啊，我們大樓也沒有在傳這種訊息)(大家都笑了)那你覺得，假設像這樣那麼好得東西，對你大樓而言(鼎宇 AOY：我就會邀了半個大樓，大家應該會參與)。以這個例子，美術館當時要做個甚麼事情，才會打動我讓我可以去參加，有沒有這樣的一個建議，因為大家的理由不是沒時間就是不知道。

龍井里周先生：像我們社區那邊，就是靠近西邊那排山那個地方，那個資訊真的很…，(主持人：怎樣去具體呢？你說我們有 DM 也是一種，然後廣播也是一種)，因為我們那裏是比較特殊，有廣播器(主持人：對，所以這次也是不知道嗎)，對啊，不知道(龍水里顏里長：就是不知)，(鼎宇 AOY：資訊應該沒有在每一個大樓發吧，你其實應該放幾份 DM 在我們大樓，我們大樓就一定會去取閱，你只要去繳款或幹嘛，一定會去取閱這些東西，只要是他是很藝術的應該是很多人會去參與的，對對)(國城倪小姐：這個董陽孜戶外音樂會是雅俗共賞的，不會說是曲高和寡)。

主持人：館長應該花很多心力(龍水里顏里長：大姐你說後面還有空位嗎)(國城倪小姐：後面有空位啊)因為你說後面有空位(國城倪小姐：所以我說我要坐在後面，視野也蠻好的很寬廣，我是整個一覽無疑，那個螢幕也很大，就是你辦這個音樂會，你在投射後面那些董良之的書法，這些都是間接去引導你一面聽音樂，一面去體會董陽孜書法裡面的展覽到底是啥，因為你聽這些音樂，你是雅俗共賞的，而且不會很粗俗，我是覺得這點子對美術館很有利很好)。

主持人：以這例子，就是說對你而言還蠻不錯的，那為甚麼…(國城倪小姐：就是宣導不夠，我也是下午運動剛好看到，那我晚上在過來，而且那一天是禮拜五晚上又不是禮拜六或天)。最後再提一件事，以美術館的立場，希望你提高美術的素養嗎？希望你能夠學習或者是增進對美術的興趣，像那董陽孜展，讓你對美術的認知、興趣提升，請大家能不能再集思廣益，美術館可以再做甚麼事情，讓大家會更進一步喜歡、親近美術館，或是對於這樣的展覽有更進一步的興趣或者期待。

國城倪小姐：你這東西問我可能比較不客觀啦，我本身就是對藝術理念是很有興趣的人，你應該要去問別人，你不用說我就自己主動會去看了，我主動會去參與。

主持人：就是這一個這麼棒的東西，除了很棒我要去參加之外，換一個角度方式說怎樣才能讓我們對美術，那怎樣才會增加吸引力？當然很多，比如辦活動，讓大家來參與，可是就美術這件事來說，要如何做？要怎樣才會讓大家增加對美術的興趣，就如同各位所說的，就算有導覽也看不懂，在裡面走來走去也不舒服，所以美術館要如何做才能讓大家增加對美術的興趣？

觀美術唐總幹事：其實我剛才有講到，因為你說導覽還是甚麼，我就是說在文宣方面怎樣吸引人，除了我們的平面媒體之外，其實我覺得就是說廣播，這部分不可以去跟例如港都電台(主持人：我知道是有的)，他們假如說去針對每一個特定時段去播出，因為大家聽廣播的機會較多，有時候上班也可以聽，平常在家沒事不看電視偶爾也會聽，不管是啥，其實可以透過廣播或是稍微深度一點的報導，還是比較活潑性的報導吸引人家，因為很多東西大家不知道的時候(主持人：聽多之後)，那麼好的東西，有時候我們也是聽到我有興趣覺得不錯後介紹給親友，這不錯喔可以去聽，或許會提醒他家的長輩或是他家的小孩子有興趣的，那種東西算普遍性很大，其實不限於一個地方，稍微深入一點報導這樣。

國城倪小姐：我再補充件事情，我覺得美術館有必要去賄賂媒體，這個我們的主要幾個報紙，像聯合報這些，他幾乎都是重北輕南的，像北部有些北美館活動他們都會報，南部的這些活動幾乎都是沒有，所以一般像我們在看報紙，一般報紙的版面有一些是地方版的，但是他就是非常少，他不做這一些文化的宣導、文化活動或是美術活動的宣導，我是覺得美術館還要有需要跟媒體去做一個溝通(主持人：相對不是這樣多的報導)。

觀美術唐總幹事：其實我也常在聽廣播，內容也…可是他常常有點變成自人性行銷的那一種感覺，我覺得反而是美術藝文的這一種東西，反而很少再介紹(主持人：我看要去學電影圖書館，電影圖書館報導電影的時候都介紹蠻多的)，對啊。

龍水里顏里長：因為教授剛說的其實就是我們南部要看很藝術的東西又不行，所以要培養他們的習慣，想說可以去，之前不是有展覽叫慕夏嗎，看那個也很大、也不錯、又很漂亮，這就會吸引人來看，連續劇就不要看太多啦(主持人：那慕夏看完之後你還有沒有進去美術館看過?)。有啊!來看過，不過不是像大姐這樣在附近可以常常來。

國城倪小姐：其實坦白說，我來這裡六年多，我先生來這裡，就是美術館，更不用說進去，可能連一次都沒有吧，大概一次、兩次，就是說住在這這麼久了你也進去看一下(主持人：就是都沒有進去就對了)，沒有，就是說他一直在外地工作啊，回來累了，放假日可以到美術館走走，那你還要再讓他進去，大概就是要有很大誘因，他才會進去，否則男生很多都是要打拼事業，跟這差很遠，除非退休了。

龍井里周先生：其實大部分應該都是來這邊散步的人比較多。

鼎宇 AOY：所以我就會想說，現在的藝術人文的一些宣導，是只有跑馬燈嗎？只有那個廣場的跑馬燈嗎？你現在宣導都靠什麼東西呢？(主持人：當然就是報紙、DM、海報、廣播也有)喔，我真得很多在左營、右昌的朋友，很多還是習慣性的來這裡散步，來這運動，那之後就是直接又開車回去，不然就是騎摩托車走了，但是我就說在橋上是不是能有些宣傳或展覽，因為像我們做志工的，我們就會知道這一些訊息，就會傳授給朋友，但是有些人不知道，他很快速的走完一個小時後，但你在橋上就是外圍那邊，那燈光很美是不是應該有一些宣導，有一些漂亮旗子，讓人知道我們下一期有什麼樣的展覽，那他路過的時候，不是故意要

去看就看到了，就可以吸引了(主持人：就在園區找幾個點比較多人走的)，對、對對、橋上幾乎很多人路過嘛(主持人：旗幟也要有一些設計、藝術的東西)。對，對，對，一些旗子的東西，正好說有甚麼展覽和時間。

皇苑李總幹事：我是不曉得，就是說美術館這邊有沒有跟學校做一個結合，就是說像這附近也有很多中小學，那他們的一些戶外教學或者是跟一些美術有相關課程時候，那美術館可不可以跟這些學校做一個結合，因為從小扎根是最好啦，那你說到我們這年紀就是電視為主了，那藝術你從小扎根啊，跟學校做結合，經常來參觀，他們回家也會讓家人們感染這種藝術的氣息，所以說我是覺得建議要多與周邊或是高雄市的中小學的結合。

國城倪小姐：像上次那個美術館的皮克斯動漫，連那個外面的那個甚麼平面藝術做視覺傳達設計的人都來，學生都有來，那個就是非常吸引人來，那個就是吸引中學生到大學這一階段的人和區塊的學生來，那看展就是依甚麼人或是不同的性質你當然會有所區別嘛，那你假如希望周邊社區，這邊有新的社區、舊的社區，那你就就是要雅俗共賞，活動之前要提前做宣導，進入社區進入里鄰進入大樓去宣導，那有要賣門票就是有早鳥票做優惠。

主持人：請問你跟美術館接觸比較多，在參觀上面，你認為要如何做才會對一般民眾更好？(國城倪小姐：你說內部空間嗎？)是的。

國城倪小姐：坦白講喔，像北美館、台中國美館我都去過，北美館比較早蓋，所以那個動線有點不好，空間也很狹窄，反而是高美館比較好，如果依現在的觀點來看高美館的外型是…你現在都有一些國際標準，像衛武營的一些甚麼設計多方面的，那既然是說硬體是不是都要百年設計，那你竟然是這樣，你就要做百年的維護，就像我說的，那個洗石子的黑的都要去處理，那你內部，我覺得就是目前內部動線是不錯，以及每一個 B01 或是 A01 甚麼的，他整個空間的展覽，以及那個動線是設計得還不錯，不過每一次我就會覺得會蠻可惜，是因為他每一次那個策畫一個展，裡面的版子很多，他一定要做一個動線規劃，然後展覽完就都丟在後面這樣非常不美觀浪費，我是覺得是如果有甚麼東西更環保一點，因為這個都是錢，雖然說他們很用心，你一定要去粉刷，然後去印製，都是木板。還有美術館下面的那個圖書館，是覺得蠻老舊的，大概現在有一些藝術圖書，大概就是…我不知道後來有沒有再更新，我進去一、兩次就沒進去了，那大概就是藝術圖書，可能就是會移到大東藝術園區那邊去，那邊就比較多的藝術圖書，但是你是美術館呢！你美術館那些圖書都是具有教育內容的，必須去充實和更新，有必要再充實啦。

光榮里許里長：我們是不是可以類似設計一種觀賞卡，就是說有小學生來得話有一張觀賞卡，可以全家受益嗎？…這個關係到你的集點方式，可以怎樣那門票可以怎樣優惠，或是早餐、咖啡可以優惠，可以全家來就可以送一張(國城倪小姐：就是鼓勵小學生那種，你一年借多少書，會給你甚麼那種？)(主持人：學習護照嗎？)。

國城倪小姐：那如果說你這裡面的章都蓋完了，那麼美術館要就是要有一個誘因，

鼓勵人家有送小禮物或是優惠這樣。

主持人：社區居民美術館護照。

鼎宇 AOY：好像各個縣市還是哪都會有，只要是市民可以打個幾折這樣喔。

國城倪小姐：其實高美館是不錯，他是沒收費，那個台北美術館是有收費的，收門票。

鼎宇 AOY：其實我們的美術館真的好真得棒，我們的美術館的漂亮，又可以做很多規畫，以前幾乎就是都在這邊，那最近都會去那邊是因為最近都下雨嘛，然後那個積水又沒人清掃啊，看是不是有人可以處理這樣雨停了很快去清掃。

國城倪小姐：我覺得好像他們沒有人在清掃說。

鼎宇 AOY：還有一點，就是說這附近有些學校蓋得還蠻…，哈哈哈哈哈，那也有些人就會跟我說：可不可以建議他就樓上種一些九重葛，讓他垂下來擋一點視線，要不然真得有夠醜的(國城倪小姐：那個可以叫他們改善嗎)第二期都蓋完了還改善，(國城倪小姐：就像你說的，那個屋頂可以請他們做一些綠化這樣)是，真的很棒，我覺得園區的植物可能要再加強一點，雜雜的，那戶外雕塑真的少了很多，巴洛克的還是啥的雕塑可以多放一點，好看嘛，不然草皮一下雨就…(主持人：現有的雕塑，對居民而言或對你而言還可以再做啥?)就多一些啊。

光榮里許里長：對啊!好像那些雕塑一、二十年都沒變。

國城倪小姐：因為雕塑本身有的是大師級的。

鼎宇 AOY：不然就學法國那樣雕塑旁邊給他種一些花，或是用一些黃石頭砌起來中間種花，走過時看到就比較多彩多姿更棒，心情會更好，不要都一片綠地，任其發展這樣。

國城倪小姐：其實你一大塊草皮上，除了雕塑也可以做一些植栽嘛，美化的花卉阿，植栽花卉。

鼎宇 AOY：我發覺那個凹仔底公園，它換花換得好快喔，季節一到就換。對啊!就是這樣，那就是季節性的花，像現在秋天開始，現在美術館，你就一區一區用石頭還是啥來配合這個藝術品，來把周遭弄得更不一樣，來更添加藝術品的吸引力。

國城倪小姐：美術館是真得沒錢嗎？可不要說經費不足，因為放煙火放掉了這樣，美術館預算在市議會審核的時候就…我是聽說啦，還要多要一點這樣。

光榮里許里長：可是弄得太漂亮的話，也是常常會遭竊，夜晚很可怕，我們西藏那邊有一塊地之前種得很漂亮，但都被偷了，現在只用九重葛啦。

國城倪小姐：所以就建議你，既然是靠近水區，你就是保持自然，然後植栽嘛，因為我知道經過風災後美術館很多樹都死掉了，這些我都知道，去年你們又重新植栽 300 棵，那美術館不利的是說建築廢棄物很多，覆土一公尺至兩公尺多，所以有些樹多年都長不大，很容易就腐朽死掉，或是颱風一吹就倒，所以你們現在從小樹苗開始對不對，我是覺得靠近水區你可以講求生態，可靠美術館路動線多的地方，可以美化，園藝植栽，那就不要再去說這邊是生態區，正中間那邊可以強調生態區低照明自然嘛，我是建議這些，因為你都已經擺雕塑了，那個怎樣叫

做生態嘛那個，所以你就是可以分一區一區像凹子底那樣，這邊是天堂鳥這邊是啥，換季得時候有啥鳳仙花跟矮牽牛，都可以去美化。

鼎宇 AOY：這也都可以去養工處領，可以可以，大樓都可以領一千顆，但這還是要請專業得人來規劃，因為土地、土壤、曬太陽的地方都有不同，需要種灌木還是喬木都要看。

龍井里周里長：其實這些都是卡在經費，經費問題(國城倪小姐：那農十六為何可以)，農十六應該是屬於工務局，應該是啦。

主持人：謝謝大家今天的參與，也歡迎各位若還有想到要建議的，請再告訴我們，謝謝。

附錄四

焦點團體座談會紀錄(二)

時 間：中華民國 101 年 9 月 19 日(星期三)下午 14：00 - 16:00

地 點：美術館行政中心 2 樓

主持人：國立高雄應用科技大學觀光管理系 劉修祥 副教授

參與者：

編號	參與者
9	高雄市中華藝術學校庶務組長 李 O 憲
10	私立百世幼兒園園長 楊 O 宜
11	高雄市政府教育局國民教育輔導團藝術與人文學習領域輔導員 吳 O 燁
12	龍華國小總務主任 吳 O 德
13	大榮中學訓育組長 鄭 O 仁
14	七賢國中總務主任 王 O 輝
15	高雄市天主教明誠高級中學訓育組長 凌 O 惠

焦點座談內容

主持人：高雄市立美術館為能將資源作更好的運用，委託國立高雄應用科技大學觀光管理系進行有關美術館戶外園區使用者的行為調查，以及有關鄰近社區居民美術館利用的需求分析，今天邀請大家來希望針對美術館與社區可以怎樣結合，社區居民利用美術館的情況，美術館如何走出去，美術館資源如何運用對居民有更大幫助，美術館可以發揮之功能等議題交換意見。在討論前先讓各位了解我們有作錄音記錄，以便於報告的撰寫，若有不希望被錄音，或被錄音覺得不自在的，可以自由離去。若沒問題我們先介紹大家相互認識一下(開始介紹)。請大家自由發言，我們在這裡彼此交換意見，廣納大家的意見後，提供給美術館作為改進的參考。我們總共要舉行四場的焦點座談，這一場是有關於學校部分的，請各位針對有關學校方面，希望美術館要如何提供相關的資源與材料協助學校？也請各位談談平常與美術館互動的經驗，在平常舉辦過的教育活動、學習方案中，學校要如何跟美術館維持好的夥伴關係？又要如何才能把美術館的資源，甚至學校的資源一起搭配來使用？從這幾個領域以各位的經驗、想法或各位平常接觸到的，提供給我們參考。

李 O 憲：大家好，我們學校離美術館真的是非常的近，隔一條馬路而已，之前跟館方配合的部分主要都在於畢業典禮借用地下室的一個演講廳，作為我們畢業典禮的一個場地，因為學校腹地比較小，所以沒有所謂的演藝廳或是大禮堂，到去年為止，因學校的人數比較多，禮堂已經無法負荷，所以另外尋找空間；其實之前我們遇到跟美術館這邊配合好的部分，我覺得可能不是今天重點，我覺得重

點應該就是遇到有一些校舍上面、活動上面的一些小問題啦，第一譬如說，我們在借用場地的時候，地下室從外面的廣場走進來時應該有出入口，不用從大廳進入再下地下室，我們要求就佈置跟撤場這兩個時間點開放，但美術館很堅持不開就是不開，這中間我們交涉過好幾年，他們的原則其實我們搞不太清楚。因為這邊的環境很好，館內非常乾淨。館方對館內的品質有做要求，反觀進來聲音比較大的反而是我們的學生，而其他的遊客、參觀者感覺素質蠻高的，所以除了我遇到館方比較難溝通的堅持外，其他的應該還好。就我個人平常也會在夜間來美術館。園內裡面會讓人覺得比較不安全，所以大部分的人都是在外圍。

主持人：因為比較暗嗎？

李 O 憲：就是鵝卵石的步道它蠻長的，健康步道實在是有夠暗的，讓人家覺得毛毛的，女孩子可能會比較不太可能往那邊走，那邊旁邊又是池塘，又直接通往美術館。那條路會讓人家比較不安心，其實要改善的話就是：只要人多，就比較不會有這個狀況，就硬體方面，其實只要人多，那邊就會讓人家感覺比較好，外面的走道也沒有多亮，但是因為人多，然後有一些舞蹈團體、一些直排輪的，給人家感覺就比較安心，其實美術館夜間環境讓人家蠻舒服的。因為車流量不大、大卡車不多、廢氣的影響蠻低的。個人建議美術館在夜間是不是可以多辦一些戶外的活動。

李 O 憲：對，活動，因為這邊運動的居民非常的多，雖然大家時間點不太一樣，但這樣子長時間下來，從七點到晚上九點、十點基本上人都還不少。

主持人：是，請問你會建議什麼樣的活動？

李 O 憲：建議什麼樣的活動？像一些戶外的演奏，像在文化中心那邊不是有所謂的街頭藝人嗎？愛河那邊也有一些街頭藝人，他們也可以去接洽一些有關街頭藝人的部分……

主持人：是

李 O 憲：街頭藝人其實是駐點式的，他們不是跑來跑去，有興趣的遊客會去欣賞，另外就是人就會多嘛，人多的情況下就會讓人更有安全感。

主持人：高雄市立美術館蠻特別的就是說，它除了美術館之外，還有個戶外園區，有個生態園區，有時候燈光暗是因為生態的關係，所以它燈不能……

李 O 憲：不能太亮

主持人：有時候這方面的溝通或者是認知或許會有所不同，美術館所扮演的任務、角色，是美感的教育、美術的文學素養領域，可是我們一般的民眾就會去把它當作是遛狗、散步、運動的地方而已，所以美術館蠻期望藉由大家的意見對於館內、外的運用，能夠做更好的連結，在這方面的建議希望各位如果有一些想法都歡迎各位提出來。現在請楊園長從幼稚園跟美術館之間的運用來談一談。

楊 O 宜：我們固定每一個禮拜五的早上，都會帶著我們的小朋友到美術館的周圍散步，也是利用這邊的資源，讓小朋友能夠藉由學校旁邊的美術館開始認識，然後知道美術館的功能，他們也會去觀察到不同季節的變化，畢竟他們比較小，所以我們都會在外圍的部分逛，就是美術館路對面的雕塑公園那一區，南島園區

這一排，大家走到翠華路，看看火車然後再走回來，所以其實他們會去觀察到四季的不同、自然生態的部分，他們在這個部分還蠻喜歡的。我們固定每一個學期會安排小朋友到兒童美術館進行活動，他們很喜歡去，只是兒童美術館的展期比較長，可能就變成說沒有比較多的東西可以讓孩子去看，我們通常半個學期，嗯，一個學期，就半年安排一次，可能有時候就是這次去了，下一次還是一樣。在內容的部分如果可以再豐富多一點更好，一樓的部分可以再多一點，可以讓孩子去，就是戶外的地方可以讓孩子去操作，因為它現在操作的部分就是鐵的那個，就是可以伸，是沙灘區，另外一個就是館的一樓，不是有一個中庭的，其實那個廣場應該可以運用，因為平常那個廣場都空在那裏，譬如說可以安排甚麼樣的活動？平常日，因為它假日的話兒童美術館是不開放團體的，所以一到五大部分都是學校團體會去，其實那個廣場是可以有多一些的活動。

主持人：以幼稚園的角度來建議，希望美術館有甚麼樣的服務？

楊 O 宜：就是說故事，因為”胖叔叔說故事”是不能針對我們小朋友的，團體是不能進去看表演的，像他們今天早上因為人比較多，所以就變成在樓下的廣場，但平常都是在室內，那是提供給民眾的部分，沒有開放給團體。

鄭 O 仁：大家好，我是大榮中學的代表，我們學校跟美術館的交集還算蠻複雜的、蠻頻繁的，大概每隔兩週的禮拜六，學生的志工服務就會到美術館來做一次社區打掃工作。學校每個學期都會安排一次學生來參觀美術館，為配合校慶每年會在這邊辦一次路跑，繞著美術館外圍跑一圈大約三千公尺左右，這部分我們很感謝美術館，能夠把這些資源，給我們學校就是運用。

主持人：每學期參觀？

鄭 O 仁：對。

主持人：全校嗎？

鄭 O 仁：基本上看全校的運用，通常一年級都會來，因為一年級沒來過，而且很近嘛，走了就過來。

鄭 O 仁：我覺得有兩點建議，第一，學生有時候來都只能夠參觀館藏，像那些特定的展，學生可能在購票上會比較沒辦法支付，有可能給學生一點折扣？讓學生可以想要來看的意願更高。第二個就是，我們知道有很多很好的展覽，可能就是要先讓學生知道，這個展到底是要做甚麼的？像今天早上『瘋狂達利』的那個專員就有來學校給我們做介紹，我們就會請他安排一個時間，例如週會時間請他們到學校去跟學生做宣導，讓學生先知道這展是看甚麼？有興趣的學生自然購票意願就會高，如果有這樣子的服務，就能夠多推廣，讓學生會更有興趣、更有意願。

吳 O 燁：我們其實跟美術館這裡的合作非常的複雜，因為我們是針對全市性的規劃，所以比較不是單點式的。例如說，如果美術館這邊有一些特定的展覽，我們會合辦研習，然後就是請老師來參加，進行推廣。我們也會協助他們做專案的推廣，就是對於美術館有一些特殊的需求，我們也會做專案的規劃。只是我們都有在探討有關於民眾進美術館這件事情的普及度，像剛才老師講的就是有關於一

些特展，我們都知道在台北，你可能買票也擠不進的那種狀況，可是在高雄市不會發生，我在想是因為『習慣』，就是民眾參與，大家會去看一個表演，可能還比進美術館容易。如何深耕這個部分，可能需要從底層教育著手，所以我們期盼未來像我們這樣的規劃，例如說一些合辦研習，或一些專案推廣，就不要以單點式的來思考，如果說我們可以用一整個年度的規劃來思考，可能會更完善。我們之前也有跟美術館提到，有關於他們想要做校園推廣的部分，因為我們在高雄市有一個藝文的交流平台，它其實也沒有把視覺屏除在外，只是學校選擇視覺的這一塊真的比較少一點。那我們也有在思考說要如何包裝？讓學校會覺得這件事情並沒有比表演藝術的門檻高，在合作的部分，可能這邊要非常…

主持人：多一點討論。

吳○燁：對，就是比較穩定的人員狀態，然後可以做比較深度的討論，之後也確實能夠執行。這樣子以輔導團的角度來看，才能夠比較有效益這樣子。

主持人：有些人說曲高和寡，有些人說要雅俗共賞。

吳○燁：是，可是就像剛剛老師講的，其實像特展它只需要包裝。只是我們必須要思考說，為什麼這麼有趣的展我們還需要這麼努力去推呢？例如說老師要如何去把這個課程介紹給孩子，讓他能夠來看。剛剛有提到票價的問題，我記得它們應該都有針對學校，都有非常優惠的票價。

鄭○仁：有，已經有優惠了。

吳○燁：有時候也會給我們教師一些專案，就是會招待來看再配合研習。我覺得這些都是不錯的，但是它就是需要時間，因為不是一天兩天你就可以活絡這個地方，大家會在外面散步，但是大部分不會進來，為什麼？這個就是我們要思考的。

主持人：對，我們就是希望能夠找到這些可以突破的、或可以改進的，或者是可以改變的一個點，以各位的經驗可以給我們一些建議，或者是一些想法，也許不成熟，也許不能立刻執行都沒關係。

吳○燁：我覺得美術館最近已經有在做一些改善。例如說上次我來看一個畫展，是有結合音樂會的，這樣是一個還蠻不錯的方式。不管是館藏的展，還是售票的展，它是不是都能夠結合一些活動。因為，活動畢竟是吸引人潮的一個手段，還有再過來就是宣傳的部分，如何讓學校能夠知道，像周邊的學校當然不會有問題，但如何讓很遠的地方，像我們常拿到專案的時候，都已經很晚了，有可能是票賣不出去才要來推，可是我覺得如果是這樣的話，作業時間太短其實很難達到效益。所以我才說應該是要用整年度去思考，如果確定這個展會來，是不是能夠在一開始，學校在擬課程計畫時候，它就已經在課程裡面了，例如說剛剛說館員可以到學校去做推廣，這個是他們都會做的，這都是在宣傳的一個部分，可是如果你是外加式，其實學校大部分都會拒絕。可是如果你能夠在一開始，就是說在學期一開始，或者在我們規劃的時候，我們就已經知道會做這一件事情，那我們是不是可以把它列在周三進修，然後像國中他們有領域時間，就是針對這一個領域的老師來做宣導，我覺得是更有效益的。可是我覺得公家機關很難達到，也不只公家

機關，像我們跟藝文團體接觸，他們就是說他們時間到才會做。可是我們只是需要知道然後把它規劃進去，我覺得這個如果可以改善，對於我們協助推廣者來講會更好。

主持人：我們請凌老師。

凌 O 惠：您好，我是明誠中學，我們學校在美術館這邊附近，跟像大榮一樣，每年校慶活動也是辦路跑的，每年在這時候辦一次活動，然後行文，與美術館都配合得蠻 OK，所以沒有甚麼很大的困擾。像自然科那邊的老師辦活動來參觀生態園區，還有就是就像老師碰到有展覽期間，也有班自己它們是老師都會自己規劃，比如社團活動或社團課，就是老師會自己帶出來，只要先申請校外參觀，或者是導師是整班自己帶出來，利用班、周會時間，就是兩節課。因為我們步行到這裏不會很遠，然後就過來參觀。但是他們大概就比較沒有深入，沒有多看一些活動，但是會利用這個腹地放風箏、做活動等，大概是這樣子。

主持人：那你會碰到館方需要改善？或館方可以對學校有幫助？

凌 O 惠：我想大家剛剛老師講的，差不多就是這樣。

主持人：請吳主任。

吳 O 德：在民國九十六年的時候，我見過有一個各縣市兒童美術館的專案，這個專案您知道嗎？

主持人：文建會辦的，各縣市…兒童美術館

吳 O 德：對，行政院文建會辦的，各縣市這個兒童美術館。當時我在青山國小服務，小港區的青山，它是高雄市唯一所有涉及到這個專案的部分，當時我們在計劃裡面提到吳老師有提到普及的那一個部分。其實我們可以參考，圖書館行動列車到校服務的部分，所以我覺得在這個普及化的部分，是不是美術館這邊，可以考慮用行動列車的部分來推廣我們的美術教育，甚至把這一個，坦白說，我個人還是不曉得美術館到底在做甚麼？在一般市民的心目中這邊很漂亮可以來運動、來觀賞活動展覽，除此之外，他對於市民生活有沒有甚麼樣的結合？我身為高雄市民，真的無法去感受到。所以我是建議，在整個普及的部分，可以將這行動列車到校去推廣，尤其是我剛剛看到這個簡介裡面，有關於兒童美術館的一些課程的部分，其實課程的部分，可以像剛剛我們提到很多專案的部分，然後發函學校來這邊觀賞。甚至在這個專案裡面的一個小區塊，可以運用這種行動列車到校服務，由各校提出申請的方式來，等於說就是從國小開始深耕，這個是我對於這個整個課程跟教學的部分。

主持人：對，其實美術館有些地方是用巡迴車，反正就類似的概念。它會不會造成困擾？有時候到底它要怎麼樣做是比較理想的？

吳 O 德：對，就是說，當然我只是提出一個…比較的想法，那可能有些細節…當然對於美術館的一些程序，或者是他們的一些想法也不是很了解，這部分會有一些執行上…

主持人：不過您以學校的立場，理論上應該蠻歡迎的才對。

吳 O 德：另外就是我對於美術館這一個園區的建議，「美術」我把它定位在美學

藝術，可是我們的美術園區，我覺得美學做不大夠，但是我不知道他是一個美術園區，所以我的意思是…

主持人：有戶外雕塑…

吳 O 德：我甚至走過，我只知道可能在雕塑園區這個地方，可能跟藝術有關係，但除了那邊以外，如果我是走那個美術館路，或者是那個美術東二路，從那裏走進來，甚至我從停車場要走進來，整個都讓我感覺不到這是一間美術館，在藝術的部分，我是建議說，其實在我們的一些步道，在一些空間的使用上，可以用那種學習步道的觀念，除了在這裡活動、運動以外，也能夠再附加得到一些美術方面的陶冶，這個是我對於美術館的一些建議。

王 O 輝：大家好，七賢國中從愛河那邊搬過來，以前是親水，現在是親藝文，我們過來在發展上面也是配合那個美術館這邊的一個建築，它蓋的一個顏色上面，也蠻活潑的，其實我現在大概要稍微講一點就是說，這…先講不好的感覺，我們高雄市應該現在的建築都是這樣子，都有一個百分之一的公共藝術的款項，學校自己在做公共藝術的時候，都要經過文化局的審核，我們在審核的過程當中，當然會找其他的一些成功的例子來做案例，然後再慢慢去發展自己的樣式。不管是藝術還是甚麼？任何一個東西你賦予文化的時候，它的生命力就出來了，學校會有這樣一個延伸，那它是有它的內涵的。像周遭的鼎宇美術之星、人文首璽這邊，蓋起來它的顏色大概都是趨向於淡黃灰，我們學校的主體也是淡黃灰，為了要讓它有活潑的氣息，欄杆就用那個七賢的「七」，那個七彩的那種概念，由一層樓到最上一層樓塗紅橙黃綠藍靛紫，這樣的一個顏色把它呈現，可是被批評。從那時候起我們就把那個公共藝術的錢直接歸給文化局了，因為兩百萬的經費要執行起來，會造成很大的困擾。這是我們第一次來跟美術館的互動，因為我們學校有在推藝術人文的部分，剛好跟美術館可以做一個結合，學校的學生部分也都在美術館旁邊這樣跑，因為學校也剛好在旁邊，有這樣的一個便利性，學校老師要運用的話就很方便，好像美術館就是我們的校園一樣，這個是我們學校的優勢，再來就是跟學校特展的一個配合，我想說要推廣，以國中來講，我剛剛有想到一個，不是有一個科學教育館，天文館，我看它裡面的內容，它是配國中課程的內容來在展示，有個區塊就是國中課程在展示，小孩子他只要進到那邊，就覺得說：「這個我學過，這個我學過，這個我學過」，他就覺得說：「喔…很好很好很好……」。我們這一邊用一個區塊，然後可以跟國中的課程內容，就是藝術人文領域，有做一點的結合的時候，老師也都很希望（結合），小孩子有時他進來的話，頻率就會高，他自己來的頻率就會高。如果像老師上藝文課的時候，這一節我們是到哪裡，我們走過東二路就過來了很方便。其他的，可能就像指導員、輔導員他們講得一樣，假如都能夠結合國中課程，或者國小、高中，讓老師覺得說，我也是在執行教學，那個誘因就會跑出來，這樣子就會比較好。我是希望說我們的美術館跟台北的科學教育館一樣，是人家會用遊覽車載學生過來繞一圈、走一趟，那如果能夠這樣就成功了。再說，在東二路那邊的地標石，有一個噴泉那邊，噴泉廣場有賣咖啡，有音樂演奏，學校的學生有很多的才藝，能不能開放讓我們學生能

有表演的空間，可能美術館這邊把那一邊的權力給廠商，那可不可以就是說協調一下，就是說禮拜五的晚上，或者是禮拜三的晚上，一個小小的時段，給我們社團的學生去做表演的這樣一個空間，也可以讓小孩子有一些成就感，這個也是我們很希望的一個區塊。優惠的方式應該是 OK，真的很希望我們的美術館是像遊覽車一車一車來這看的那樣的模式，真的是很希望看到這樣的景象。

主持人：因為我們都是附近的學校，便利性與資源的利用本來就是一個優勢，可是聽起來並不是這麼密切的感覺，還有沒有別的原因造成困擾或阻礙？

王 O 輝：如果以國中的學生角度來講，在三年級以前，應該是考試領導教學，所以在升學的這個區塊，也壓縮了這方面，十二年國教以後，在這方面可能會漸漸地比較活躍起來，如果說能夠配合那個課程內容。

主持人：有新的機會。

王 O 輝：它是一個機會，否則在國中的階段，大部分都是以學科的部分為優先，才會導致有所謂的甚麼主科副科，聽到這個話也就很不高興，這個部分也是需要均勻發展的。

主持人：當然現實上面的順序導向。

王 O 輝：所以以後這方面會改善，十二年國教以後會改善。

主持人：那國小…就沒有升學壓力，那戶外教學、校外教學呢？

吳 O 德：這麼說好了，當然我還是要重申，我真的不知道美術館的運作情況是怎樣？所以說，如果待會所說的可能……有一些誤解的部分，請美術館方面能夠……

主持人：沒有，誤解是我們最希望聽到的，我們才知道原來被誤解。

吳 O 德：我不曉得美術館裡面的這個整個展覽、包含他們組織，有沒有常設性的這一個機構？簡單的說，就國小、國中課程都是一年級到九年級，每一年課程都是固定的，如果美術館這邊的展覽只是說主題一個主題下一個，一個一個換，而沒有辦法有這樣一個常態性的，學校也只能碰運氣。這個展覽它可能跟我目前的藝術教育有 cover 到，我就可以來申請，就是說，真的是「等」，是要碰運氣。那我所謂的常設機構意思是說，我是不是將一個……

主持人：就剛剛講的說，就劃一個區塊嘛…

吳 O 德：對，一個課程的一個部分是永遠固定在那邊，那我說的老師都知道，我上到甚麼課程，美術館有這樣的一個資源我可以利用，不知美術館到底有沒有這樣組織？我還是不清楚……如果說有的話，那真的是孤陋寡聞了，要針對普及性的課程，這個我覺得是一個蠻重要的，會遠比說一些固定的展覽，還比較能夠紮根……

主持人：就學校來看，老師的意願呢？或者是經費？或者是安全？它總是要應對各式各樣的考量。

吳 O 德：我覺得那個都不會是太大的問題，其實在一個教學課程設計的部分，建議可以去參考科工館。科工館它有的時候會有一些課程教學的主題設計出來，會聯絡學校來參觀，透過 e 化電腦所看到的，與你實際看到那是不一樣的，所

以大家就會有這樣的意願，我是覺得說這個課程設計跟教學活動，其實可以參考科工館的模式。

王○輝：是結合，策略聯盟。

吳○德：不相同，畢竟美術跟那科學工藝還是會有它的不同，有些做法我覺得可以了解一下。

主持人：高中又不一樣了，他所面對的是？

鄭○仁：以鄰近的兩所，就是我們跟明誠來看的話，因為我們學校的學生跟明誠的學生比起來！對不起，還有那個中華藝校，我們學校的學生跟另外兩所學校相較比起來，我們經濟是處於比較弱勢，所以我剛剛會提到價錢的問題，我知道他們都會給學生折扣，但是對部分學生，因為可能是財經地位不同，他們本身對這個接受度已經覺得那是另外一個世界的事情，另外再付費來，就相對的會有一個門檻在。所以我會提議一個建議是，我們每年都會來參觀美術館，它的館藏是不用付錢的部分，這部分它會有調整，我上美術館網站要去查，今天我要來美術館看，可以看到哪些東西？我沒辦法點一個日期，就直接看到有哪些展？我可能要一個一個去看這個展示是幾號到幾號？然後那個展是幾號到幾號？都得去框住那些日期才能知道。

主持人：網頁的設計問題。

鄭○仁：這部分可能要再便民一點，假設台北來的人，甚麼時候要來高雄美術館，一點上去可以看到所有當天我可以看到的展覽有哪些。

主持人：所以你是有用，發現不是那麼好用。

鄭○仁：是，對，我有在用。

李○憲：剛才吳主任這邊有講到一個重點，其實可以互相取經，像科工館部分，另外在跟課程會議，在跟校方聯絡。

主持人：發文。

李○憲：其實像文化中心也可以參考一下，為什麼文化中心這麼多人？其實文化中心也是一個我蠻常去的地方，它有舞台劇、它有展覽，它當然是各式各樣的展期，那它為什麼常常展期都是滿滿的？

王○輝：重點在知道。

李○憲：對，為什麼我知道？他們平面、媒體都放在路邊。

主持人：這…有點怪怪的！美術館也有平面、也有媒體、也有DM、也有…

李○憲：但是我就是不知道。像這個禮拜，文化中心有甚麼樣的表演媒體，其實我知道…

主持人：您是在哪裡知道的？

李○憲：E-mail…

主持人：它 E-mail 給您…

李○憲：對，都會有 E-mail 給我，但是像剛才那個鄭組長也有講到，網頁基本上我去看過，對我來說幫助不大。其實我都是收 mail，基本上文化中心的活動更新很快。

李○憲：因為現在都已經 e 化了。這一塊在我個人的認知，在於你網頁更新的速度，在於你自己對於本身的這個體制跟這個組織，有沒有在做試用，有很大的關聯，網頁像自己的門面，如果沒有做好，要大家來，可能就別談了。它應該對自己生存的部分，再下點功夫。

吳○德：它真的只是變成公園而已，居民大家都只是當公園在逛。

楊○宜：因為美術館主館的部分我比較少帶孩子來，第一個孩子還小比較看不懂，太小，所以常用到的就是兒童美術館。幼稚園的主題不像小學它們都有固定，因為幼稚園的主題就是各個學校自己去訂，那我們也是針對多讓孩子多看，多去觸碰，多去探索。

主持人：您希望就是多一點 DIY。

楊○宜：對。美術館只有視覺性的東西，因為這麼小的小朋友，他們比較會在操作的部分。

主持人：是，那科工館也是，操作的蠻多的，但也被破壞的蠻多的。

李○憲：這是一定的…

主持人：就盡量控制，那以吳老師輔導團的角度？

吳○燁：我覺得行動列車那個概念還不錯，之前我們本來有在談，因為就是他們沒有辦法支付全額的預算，當然如果美術館可以編出全額的預算，我覺得是一個很好的概念，就是把它包裝成小型的展覽，然後你再隨著這個車去推廣的時候，他有一些微型的課程，小的課程。因為我們畢竟現在高雄市這麼大，除非他就是只想要經營周邊的學校，不然你必須要考慮到說，我離開周邊之後，我要怎麼去推廣？因為我覺得行動美術館這個概念，就是不用做得很大。像之前館員提出美術箱那個概念，我就覺得很棒，可是可能因為沒有找到預算，所以與其一直換，一直要撤展，一直要弄這些，還不如就是花點預算在這個部分。然後就是大家來使用這裡的資源，剛剛提到宣傳，真的是一個很大的問題。因為即便…連我們輔導團，除非他有要找我們協助作專案，我才會特別知道這個事情，不然我也不會知道，我也會去使用那個網頁，但…有時候看不清楚就不會想要看了。比較大的宣傳，就是像那種「瘋狂達利」，其實說難聽一點，它比較商業操作的部分，我們並不會覺得它是一個常態，所以就是針對美術館本身的這個宣傳，我覺得真的是弱了。然後相對的對於如果連鄰近的學校都覺得服務不足的話，那更別說我們離開這些……所以，當我要利用這裡的資源的時候，你必須要考慮到這個老師，他有沒有這個方面的需求？例如說，像我們的課程裡面，或許沒有這個藝術家，可是如果說我們站在一個賞析的角度，如果這個老師有專業的話，館藏裡面有同一個時期的，我們可能會就是轉換課本課程，這個是可以作調整的。可是問題就是說，現在就輔導團這邊，我們作調查啊，就是以國小來講，其實視覺專業授課，已經慢慢地被一些速成品取代，所以老師相對沒有這個需求了。看展變成是最枝微末節的事情，所以如何把看展這件事情，包裝成有趣的課程，但美術館為什麼要找老師來，這是因為在課程設計這部分，他們可能稍弱；可是對於美術專業這個部分，我們是稍弱。那這個部分怎麼作一個連結，然後協助設計一些有趣…跟

館藏或者跟這裡的資源相關的一些小型的課程。

主持人：那就叫共同設計對不對？

吳○燁：然後作推廣，一定是要採共同設計，因為科工館他們那邊是科學遊戲，跟這種美術教育其實有點不太一樣，像那些科學遊戲很好玩，然後他只要會玩，他就會很好玩，所以這個老師就會，或許他不需要具備教師的專業背景，可是你教美術要…，對…這就是先天…就是要這樣子嘛。所以如何把他弄得…就是簡化，把門檻降低，然後…對啊，我覺得美術館是有點高高在上的感覺，就是你應該要認真的想說，你要如何降低門檻？讓我們可以爬進去，而不是你就是樓梯這麼高，然後一直問我們說：「你為什麼不爬呢？你們為什麼不爬呢……」之類的。

主持人：那…這就牽涉到協助…協助跟鼓勵，怎麼協助？怎麼鼓勵？

吳○燁：我舉一個例子…例如我們在操作表演藝術這一塊進校園，剛開始團隊也是很…也是很排斥，因為門檻很高，你進校園一趟就是五萬、十萬，三十萬起跳，那…那就進不了學校啊，藝團就會抱怨說：「…為什麼妳們都不買票，來看我的表演？…」，對不對。為什麼？因為他從小就沒有看戲的習慣啊，我就跟他們說，那你就降低門檻啊，三萬塊、二萬五你跑不跑？跑，你跑，以後這些就是你的觀眾，對，那你不跑，就是沒有，他們就是嘗試去跟學校作連結，就不用宣傳啦，我覺得美術館這一塊是做得弱了點，就是關在這裡討論，討論沒有用的，你要去告訴學校說，我要如何跟你連結？才有辦法…

主持人：等於是另外一種宣傳的概念。

吳○燁：像我們也希望說，就是各付一點嘛，教育局這邊付一點心力，然後美術館這邊也付一點心力，因為我們不可能去支付…這個車子。其實我們談過好幾次這個案子，就是我們不可能去支付這個車子去學校跑的費用。這是你宣傳的，如果我是用這個概念來思考，那你不是…或許就是…好，我們支付一點材料的費用，那妳們要支付車子去跑的費用，或者你們如果覺得說在預算上，沒有辦法一時達成的話，或許…如果說我們去找資源，那美術館也可以去找資源哪…對，你也可以去找一些企業的合作，例如說像廣達就是出錢讓這些作品到學校去跑，所以我們大家都認識劉其偉啊，我們大家都認識夏卡爾…因為廣達付錢讓他去跑，美術館這點沒有做到…所以我們都認識廣達基金會的『游於藝』，可是我們不會知道美術館的展…甚麼東西？對，這就是現實。他們也沒有花很多錢哪，就是一場給學校兩萬塊，把畫複製好送到學校去，然後就一個學校輪流…輪流策展。對，然後訓練小尖兵，他這個整套的，就是你也有培練那個小尖兵，小小導覽員，然後也有對老師進行教師研習，那你整套做完，你才會對這個東西有概念。可是，像我們官方思考，都是比較單點式的，單點式就是沒有效果，你這次燒完…就沒有啦。大概就是這樣子。所以可以循廣達那樣的模式，我覺得是還不錯。其實能夠合作是可以雙贏的，像我們也有跟文化局合作，其實非常成功，可是就是沒辦法啊…有一個完整思考，例如說，我們每年都知道廣達要『游於藝』，我就會把它放到我的課程裡面。我就會知道說這個時間我差不多要申請了。像我們自己的表演藝術進學校這一塊，大家都知道三、四月要申請，那大家會上網去登錄。

如果我美術館偶爾八月、偶爾五月、偶爾二月，我不知道我要隨時應付這個變動，那學校是沒有辦法的。

主持人：所以為什麼你一開始講要有年度的概念，也就是這樣的。

吳○燁：是啊…因為你不可能要老師隨時去變動他的課程，這是很不負責任的。

主持人：等於相對多一些固定的…

吳○燁：有一些，或許就是切一個時間，我們這個時間就是跑這個東西。

主持人：一個是時段的固定，一個是區域的固定喔，然後可以結合。

吳○燁：嗯。

主持人：不過我倒蠻好奇的，中華藝術學校跟美術館之間的關係？

李○憲：在於像「展」的部分，小學的部門每次班會都會有所謂的戶外教學，有時候會走到美術館這邊，但是我們也有遠距離的戶外教學，這是每年例行性的，其實也是地利之便而已。然後高中的部分，因為只要是美術館特別的展覽，我們學校高中部的來這邊參展的，平均一年是一到五次，反而去駁二的次數還比較多一些。

主持人：背後有我們不知道原因？

李○憲：依我個人的直覺，美術館沒甚麼展覽的感覺，或者是不適合我們的學生，會不會是已經到一定的階段了，不適合學習階段，而是純欣賞階段。

吳○德：定位的問題。

李○憲：它們那個特權的問題。

吳○德：定位在故宮的珍藏？還是要走入普羅大眾？

吳○燁：對啊，門檻很高。

吳○德：就定位啊，那個整個展覽定位的問題，你是定位在故宮展？還是定位在平民展？

主持人：現在看起來大家的感覺，好像都差不多。

吳○德：因為真的覺得可惜。甚至小港那邊社教館，每個禮拜他都會有新的行事曆排出來，畢竟是他們唯一的一個文教休閒機構，但是他們都會很清楚的知道說，社教館這個禮拜有哪些活動。

吳○德：社教館的布告欄有貼，學校有發，然後社區還是用那個夾報，或者是用投信箱的方式，在小港地區會對於社教館每一週它的活動非常非常的清楚，相對於美術館，還真的是可惜了啦。就是假日放鬆的場所。

主持人：OK，相對的，這麼近的學校都這樣，那更遠的就更不知道。

吳○燁：對啊，我們都是有專案才會過來，例如說『瘋狂達利』聽起來還不錯，我就會帶學生來看一下，可是因為學校的戶外教學，現在也不是…大部分都不是老師排的嘛，大部分都是那種”三六九”嘛，對啊，就是給旅行社排。

吳○德：這麼說好了，如果能夠做到高雄市民是為了美術而走進美術館，不是為了運動休閒而走進美術館，今天這個會就有意義。

主持人：這就是美術館的希望。

吳○德：其他的來這邊休閒運動是附加價值，是為了美術教育，為了美術學習

而走進美術館。

主持人：我們今天請各位來，就是希望有多一點讓美術館能夠進一步、能發揮的方式的概念，所以其實各種點子都可以提出。

王○輝：其實美術館這邊已經講過了，既然整個園區就很像一個生態園區，那你那個樹的標示清楚：甚麼樹？

主持人：解說的牌誌。

王○輝：啊那個東西的…甚麼畫？甚麼畫…

主持人：作品的解說。

王○輝：把他結合在一起也可以。

主持人：植物的解說、作品的解說、雕塑的解說等。

李○憲：作品的解說。

王○輝：對對對，作品的解說。

李○憲：像我們學校的廁所，會有一些畫家、作者的介紹，譬如說這個月或這個學期，要介紹是畢卡索，裡面就會有畢卡索是誰？做了甚麼事？為什麼要這樣做？他的事蹟等。其實我們是要營造一個藝文廁所，其實他們也可以營造一個藝文的環境，像王主任強調的，他都有樹牌，但是這個不是植物園，這個對營造來說加分比較少。

主持人：美術的，換句話說，應該要介紹藝文環境的氛圍。

李○憲：也就是說，今天這是畢卡索，他是哪國人我也不知道？可能會因為今天我走到這邊，看到這張牌子我知道，這對美術，或者是對藝文，會有深層的了解，才會有共鳴，才會有效益。

主持人：藝文的氛圍與藝術環境。

王○輝：美術館那麼大，那他的經費可能就是說不大…因為我在做一個發包的工作，在總務的區塊，這裡的整個園區的經費，好像只有樹木的修剪，一年差不多三百多萬，可是有時會覺得說好像三百多萬也是一個很大的負擔，整個市府要撥給美術館的總經費，這個區塊就被佔得很多，可能市府的經費也要增加一點，才可以應付大家所需求的。畢竟國立的那個科工館的錢很多，這應該也是影響之一啦…最大因素。

主持人：館長會蠻感謝，這樣跟議員、跟市政府爭取多一點。但是，聽起來各位對美術館目前的感覺和我們這次計畫----希望能夠突破以往，多做一些改善，或許館長她也要爭取更多的資源來做。

吳○燁：就是在預算上，對，我們不可能支付全部，所以就在那個額度上，或者是說我剛剛講的，也有可能放到我們的網絡平台，就是提供學校做申請的動作，至少要先做出一個 sample，要先估個價，那這個價錢是不是學校可以負擔的？如果不是學校要教育局補助的話，也要教育局可以負擔的，這樣的概念，把它先弄出來，在沒有弄出來的狀況之下，我們是沒有辦法去評估的。因為視覺每年都還是有人選，像我們在平台上有一兩件視覺的 case，學校還是會申請，可是就只有這一兩件而已，或許美術館加進來它會更豐富，可是，問題是你沒有做成套件，

你就是沒有辦法報，學校也無從合作起，不知道教授可以了解我的意思嗎？就是你要先把你的商品做成套件。

主持人：或者討論一下，要怎麼樣做出來才可以符合？以往也許文化局是文化局，教育局是教育局，這時候把它來資源相互來分享一下，或共用這樣的概念。

吳○燁：而且我們自己有藝術節，高雄市有『藝術教育節』，在那個期間或許美術館也可以跟我們作一個聯合的靜態展。我們每年也會做整體的規劃，是不是在那個時候，也可以跟我們一起作宣傳之類的。我們這塊跟美術館確實有稍微弱一點，因為我們跟文化局的結合，跟場館比較密切；跟美術館這裡真的是有稍微弱一點。

主持人：那假如我反過來，你們為什麼不跟美術館結盟？

王○輝：很自然地就不會想到要。

吳○燁：不是不是不是…不是因為這個緣故喔，應該來說，其實也不知道美術館在幹嘛，那我要怎麼合作呢？就是說我必須要知道，例如說以一個藝術節來講，我們今天做這樣子的規劃，我們一定有固定合作的人，對不對？那廣達它不只跟我們合作，還會給我們一筆預算，我為什麼要花錢，去一個不會給我預算，我還要花錢的單位呢？你懂我意思吧！我跟廣達合作，我協助它做個展場，它會給我十萬到二十萬不等，可是我跟美術館合作，我必須可能要撥出五十萬來，那我為什麼要跟美術館合作呢？然後效益呢？廣達它已經有知名度，我們藝術節也有知名度，我們結合是對雙方都有利。例如說我現在知道我們明年的藝術節是甚麼時候要辦，可是我不知道明年這個時候，美術館在做甚麼？這樣我要如何結合呢？就是我在規劃活動的時候，我並不知道他們在幹甚麼？因為我們教育局要管的事情真的很多，藝術教育只是其中一小塊，我們跟科工館也很密切合作，可是到底是誰先來？誰先去？我並不知道，可是科工館真的行銷做得很好，學校的老師會幫科工館賣票，可是他們不會幫美術館賣票，為什麼？我不知道為什麼？

吳○德：美術館有去過學校？

吳○燁：是的

吳○德：它有請學校賣票嗎？

吳○燁：對，你看，這是重點，科工館是送到我們學校的。

吳○德：是，所以這次『瘋狂達利』，這次科工館他們那邊的人，他們來一開始要賣票。

吳○燁：因為有壓力啊。可是你不能因為有售票壓力，你才來跟我們交朋友，這個就是我对這裡的觀感，就是你有專案，你需要協助的時候，你才會來，那我們不會變成真正的好朋友，我們只會變成偶爾的好朋友，像我跟她們都很熟，可是並不是我不聯繫他們，而是在大家都很忙的狀態下一定是「誰」的需求比較大？「誰」才會來尋求協助嘛，如果我教育局覺得這一塊不重要，我就會先放著囉！

吳○德：到目前為止喔『慕夏』…它那個行銷就感覺大家都知道的。

主持人：但…就是印象『慕夏』、『慕夏』這樣……

吳○燁：兩…兩三年？呃，去年嗎？我也有來看，帶學生來看。

王○輝：所以像『慕夏』那樣的活動行銷，一段一段的這樣在推，整個美術館的業績會越來越好，那個知名度也會被提升，觀感就會被提升，比較不會感覺說是生態園區的感覺。

主持人：可能就是知名度。

吳○德：我覺得輔導團跟我剛剛講得一樣，我真的也不曉得美術館在幹嘛。

主持人：那你知道文化中心在做甚麼嗎？

吳○燁：知道啊…

李○憲：最起碼它的展覽，是看我們有沒有興趣去看而已，而它們的活動呢？就看我們有沒有興趣。

吳○德：坦白說，我每次聽到爸爸要帶孫子來：「走！我們去美術館放風箏…」，我都心痛你知道嗎？美術館又不是只有放風箏而已，再不然就是到湖區：「我們去看鵝」，我想說美術館又不是動物園，所以就真的是覺得浪費可惜了。

主持人：美術館也想積極地來突破、改善、規劃館裡面、展覽區、導覽、商店、服務、販賣部等。

吳○燁：前面他賣的東西還不錯，只是你不會為了買一個東西，而進來美術館，我覺得美術館太冷了，是不是人太少了？你知道每次去台北看展，就是裡面不會那麼冷，因為人很多，雖然自己連看都看不到，硬要在那邊擠，可是你還是要買票進去看，就是他的展有一些獨特性，當然我們現在也會把展帶到高雄來，可是看的人就是少。

主持人：台北人也是一樣，只是他不那麼的曲高和寡。

吳○燁：那已經是變成了…

主持人：人口結構關係。

吳○燁：或許啦，但是我之前也有去查了一下這些事情，就是文化局會想辦法把票給學生，而且它們是”給”，或者是非常非常優惠的票價，就是可能我們一張要兩三百塊，可是給學生就是五十塊、一百塊，他們有這樣的預算。「教育」這一塊有編的比我們高很多，因為我有一次就問說：「ㄟ，為什麼你們甚麼展哪，學生都擠成這樣子？」。第一個他們有把它們變成課程，所以你會看到很多學生在裡面寫作業，尤其是國、高中，他們會在那邊畫圖，就跟我們在國外看到的那樣子，或者是會拿著一張單子在那邊寫，融入課程然後，就有點半強迫式的。可是我覺得這個是，我們現在有點比較難做到的部分…

主持人：我們高雄比較難做到？

吳○燁：因為我們預算追不上啊，你要入到課程，要老師”行”才行啊。我們在教師專任這一塊，確實是弱的，如果跟台北市比的話，你沒有專任的美術老師，就是會有這個問題。嗯，我們的結構就是弱的。我們教育預算也輸台北很多，所以我們在專長、專任這一塊就會差很多。要不然像場館裡面，大家都不會有甚麼很大的問題，因為它就是一個標準的美術館。動線甚麼都很好，但只是很冷門這樣子而已。

主持人：這樣子的反應也牽涉到市政府或者文化局的預算分配。

吳 O 燁：跟其他縣市比我們當然是好，但是跟台北市比我們就是弱，所以我們沒辦法做到那樣。

主持人：剛才講到策略、夥伴關係可否改善？

吳 O 德：教育局跟廣達結合，美術館也可以啊，有很多業界的團體、公司，他們都已經做到不錯了，自己再有博物館，再跟他們合作，由他們出錢，然後我們公部門就不用花錢，我們提供場地去給他們自己去處理，那樣的方式倒覺得也是可以行銷的部分。

主持人：那有沒有廣達的經驗可以分享的？給美術館參考的？

吳 O 燁：他們應該比我還熟啊。他們之前一直都有在談行動列車，可是我不曉得是不是就是進度還沒到那邊？因為行動列車是一個好的方式，對於他自己的宣傳，還有對於”深耕”這個部分，都可以做得很好，可是你必須要投資，這個你車子開出去就是錢，就跟行動圖書館一樣，你出去就是錢，油錢、車耗，然後還有師資，老師要跟著跑，如果可以解決這一塊，我覺得是比較能夠從”根”做起，而且，也別想說一兩年就可以做得起來，因為廣達它也做得很久了，這一開始像這種東西，像課程一樣曲高和寡。

主持人：假如結合環保局？環保局要推這個節能減碳，我就上面擺的是美術館的宣傳。

吳 O 燁：那應該很 OK 吧，它們要掛應該很容易吧，我們藝術節要掛就是不行，文化局要掛應該 OK，但現在那個不是展示的問題，不是海報的問題，我說的是剛剛主任講的那個行動列車那個。

主持人：美術推廣。

吳 O 燁：不是指掛布條，掛布條很簡單，掛布條美術館印一印，然後請教育局幫忙發，然後請學校一定要掛出來，然後再請督學去拍照這樣子，但是它沒有用啊。

主持人：非常感謝各位今天的蒞臨與提供寶貴的意見，美術館很有心要做的一個開始，以往它有些不足的地方，歡迎各位可以主動來相互交流討論，為藝術向下扎根共同努力，謝謝各位！

附錄五

焦點團體座談會紀錄(三)

時 間：中華民國 101 年 9 月 24 日(星期一)上午 10：00 -12：00

地 點：美術館行政中心 2 樓

主持人：國立高雄應用科技大學觀光管理系 劉修祥 副教授

參與者：

編號	參與者
16	國立高雄師範大學藝術學院跨領域藝術研究所教授 黃○權
17	肯度健康事業有限公司公關經理 林○峰
18	Le Petit Prince 小王子烘焙坊營業經理 李○都
19	帕莎蒂娜烘焙坊(美術館店)副店長 洪○甄
20	美國冰淇淋 Bigtom 店長 王○雯
21	莎士比亞麵包坊總經理 高○樺

焦點座談內容

主持人：高雄市立美術館為能將資源作更好的運用，委託國立高雄應用科技大學觀光管理系進行有關美術館戶外園區使用者的行為調查，以及有關鄰近社區居民美術館利用的需求分析，今天邀請大家來希望針對美術館與社區可以怎樣結合，社區居民利用美術館的情況，美術館如何走出去，美術館資源如何運用對居民有更大幫助，美術館可以發揮之功能等議題交換意見。在討論前先讓各位了解我們有作錄音記錄，以便於報告的撰寫，若有不希望被錄音，或被錄音覺得不自在的，可以自由離去。若沒問題我們先介紹大家相互認識一下(開始介紹)。請大家自由發言，我們在這裡彼此交換意見，廣納大家的意見後，提供給美術館作為改進的參考。也就是說希望擴大美術館的利用，在以往比較沒有朝這個方向去做思考，現在希望能夠跟社區的居民和組織能夠結合，看能不能發揮更大的效益與功能。今天這一場是以附近店家為主的一場。高師大黃教授其實住在這附近，也是店家的消費者，感謝一起來幫我們談一談對高美館的認知，以及如何擴大其功能或是效果。

肯度的林經理：各位早安，其實個人也曾經帶小朋友來高美館這邊，但我家不是住在這邊，我自己個人在國外居住 7 年，我住在文化中心那邊，但我在這邊上班，很開心自己是高雄人，在這看到高雄有這樣子很好的藝文硬體，高美館佔地很大，你知道高雄很熱，有時除了跑來這看室內的展覽之外，希望也可以享受戶外的這片空地，小朋友的話就可以跑跳，大人的話就可以散散步，可是因為很熱，所以在這個部份我們可以在硬體上做一個…一些…我不曉得就是說，休憩的地方或者是這個水的部分，是不是隨時可以來取用，洗手間的部分等等，這些是很具體的

做法，補充水份一下因為很熱。還有一個就是說清潔的部分，因為在台灣的大多數公園來說，很多人會遛狗，當然我們期望就是說狗主人會有自己去清潔的習慣，但也很難要求全部都做到這部份，在西雅圖的一個港邊他們會提供塑膠袋，當然也會有告知的牌子，帶狗去那散步忘記的話，起碼有一個資源可以幫助他，就是說享受的同時也可以去維持環境的清潔，給大家參考。另外我去過科工館，有一個兒童的區域，做得非常的好，hands-on 的部分可以跟孩子分享。因為我來的時候去一個餐廳，他們提供小畫版給小朋友們畫畫，我覺得這樣其實是不夠的，一個國家級的 museum 其實可以做得更好；再站在一個週邊商家的立場，我覺得這個周邊的文宣是不是可以再更強一點，譬如說我回家經過文化中心，可以看到它現在有哪些展場跟表演，在這邊我們好像就比較少看到，就是說比較沒有看到周邊有一些道路邊的宣傳，我不曉得是不是因為這個也是要看檔期的經費，一個宣傳介入可以讓周邊的居民或是遊客可以隨時進來看，也可以吸引更多經過的人停留，當這個展覽像慕夏帶動了人潮，這些人也可去周圍的店家消費，對我們這些周邊店家來講是非常受惠的。或是在店家中放置現在檔期的一些文宣這樣。

Bigtom 王店長：我們是屬於目前在美術館裡面的店家，常常會有客人問我們說，美術館的展覽館在哪邊，可能標識比較不清楚，或者是廁所在哪邊，在噴泉廣場的，可能會不曉得兒童美術館在哪邊，或是美術館在哪邊，或是展覽館在哪邊，或是廁所在哪邊。還有通常很多客人都會帶小狗來消費，之後他們可能就是都隨地大小便，並不是每一個人就會這樣馬上把它清潔起來，這是比較常看到的。

莎士比亞的高總：我提幾個建議，第一個因為我們是去年六月在美術館這邊成立，進來的時候就發現一件事情就是樹木修剪的部分有困難，我們打給環保局，然後他們就是跟我講說因為美術館這邊管理的很嚴格，如果我們要修剪樹木的話，必須要透過高雄市政府裡面的環保局的哪一個科，我們才可以申請這個樹木修剪，那其實一個提案就是說在這一排，我們營造出一個綠色的市容，可是在這個綠色市容之下，是不是可以定期去做一些維護，因為整排過來會發現說在靠近明誠四路那邊有一個大塊空地是雜草叢生的，如果我深夜走在那邊，10 點 11 點閉店之後我走在那邊是會怕怕的。另外在美術館的前端，燈火是通明的，可是我走到馬卡那邊的時候，燈火是非常暗的，我覺得說也許照顧這邊的居民的安全性也是一個必備的考量。第二個就是與展的配合，其實我們第一家創始店是在文化中心，在文化中心那邊其實剛剛誠如林經理所提的，在 DM 的宣傳上來講，就真的還蠻普及的，有時候我們人員到文化中心那邊跟現場的人員去做互動的時候，都會發現說居民的手上已經拿了一疊的 DM 了。我覺得美術館這邊，也許也可以把一些活動的展覽 DM 放到我們一般店家的門口，我們就可以接進去一個 promote 的地方。其實客人常常到我們店裡面問說最近美術館有甚麼展覽，這也是我們人員訓練上所必須要去注意的，所以我們的人員才要每一個月去下載美術館的展期，有什麼東西，變成我們外場訓練的必備條件之一。那另外一個部份就是發現美術館的步調比較優閒，不像在文化中心就是買完就走，所以在美術館我們剛好外面有一大片的騎樓，我們會讓客人坐在那邊休息，也發現很多運動完的客人或是參觀

完的客人，直接就到我們店裡面做一個休息的動作，其實也可以趁機去做一個結合，去做高美館資訊的 promote。也很很謝謝美術館今年度邀請我們參加周邊美食商圈店家的結合，其實那個效果蠻不錯的。因為我們剛好把那個海報貼在店內的主桌，我們店內有一個咖啡座位，客人就會常常在那邊看，然後就想說我等一下可以去吃甚麼？我等一下可以幹嘛幹嘛的，所以這活動是真得還蠻棒的。

小王子林經理：大家好，誠如高總講的，因為我們剛好在文化中心那也有一家店，所以比較常將美術館跟文化中心做比較，我們感覺在文化中心的周邊...就是走在高師大的附近，都可以隨時看得到展覽的資訊，跟民眾的互動其實是比較深刻的，包括來店裡面的客人其實是隨時都會拿得到文化中心的一些活動，至於會不會去那不一定，可是起碼他們知道有像這樣子的一個活動，那在美術館這邊，其實環境是蠻好的，可是說這個活動的資訊感覺好像比較少人知道，另外一個就是說，其實高美館常常會給我們很多的這些資訊，放在我們店家，可是我覺得有時候只是把 DM 放在我們那邊，顧客會拿取可是對於活動的內容其實我們也不是很清楚，如果說我們知道比較多的話可再跟顧客告知，也許會再引起他的興趣，可以讓他多來美術館這邊走動。因為有時候光看 DM 其實並不太了解活動的內容，在深耕周邊商家這一個部分，我們大家多努力，應該可以讓人潮更多或變得更好。

帕薩蒂娜的洪副店長：我們大家都一樣在文化中心那邊有店，(大家都笑了)，我們在駁二也有一個店，那邊客人都比較快，就是要看幾點的表演，可不可以快一點快一點，等於那邊的店家是跟活動比較有接合，駁二那邊檔期的票根就可以到店家會有一點點的小折扣，就是會有比較多的那種互動。那美術館這邊的話，其實真的是還蠻少的耶，大部分的客人真的就是跑完步或是在附近散步然後來稍微看一下，居民比較多，來看展的觀光客就比較少一點。剛講的那個標識的部分，因為剛好今天禮拜一休館，我真的找不到有人可以問，而且很多的地方現在又在施工，其實看起來有一點像廢墟，而且有一些看起來都舊舊的，有時候我們也會來這邊運動，在治安上就會覺得有點恐怖，像外面的那個紅磚道有時候都會有地方凹凸不同，跑步的時候也會跌倒，小朋友也可能會摔傷這樣子，(主持人：所以你也是住附近的居民)，我是鼓山的貧民區(大家都笑了)，那邊的話真得是比較少看到美術館這邊廣告的旗子，在鼓山二路那邊。

高師大黃教授：我其實是台北、高雄兩個地方在跑，目前只是在這邊教書而已，我基本上是在外來的人，因為我都在台北，是最近這幾年才剛搬回來這裡的，(主持人：所以你房子買在這邊)對，買在美術館，我有幾個看法，第一個是我覺得美術館很明顯讓我看到在未來遇到的問題應該是美術館其實沒有甚麼西方性...我的意思就是過了鐵軌以外那些人，其實就跟藝術甚麼的都沒有關係了，可是因為鐵軌會地下化，所以它勢必對美術館會產生一個很大的關係，那國外很多不同的地方都會有很多不同的做法，可是我覺得整體來說西方這個部分，我不知道未來的發展會怎麼樣，可是整個區來說...美術館附近對我來說少了一點有趣的事情，做為一個居民來說，就是你可能走在路上會看到不同的東西，特別的店，例如邀請一些藝術家在那邊東搞西搞的，因為北邊不可能，南東也不可能，我覺得西區

反而比較沒有被開發，所以現在應該先請一些年輕的藝術家或甚麼進來，因為房租很便宜，然後其實也有很多空閒的房子，這可能不是美術館的責任，可能是市政府要想辦法改，因為如果一個美術館的周區沒有甚麼有趣的人，或是店都看不到，會變成一個無聊的地方，我覺得這是一個要思考的問題....，第二個就是像我在台北做過很多類似的事情，也很像各位經理店長說的，在美術館的店裡頭看到文化高雄裡有很多的活動，那美術館這裡的活動可能也很多，就像以前台北在搞師大商圈，其實他根本就沒有連在一塊，只是我們故意的把他黏在一起然後去做一個賣點，把所有的獨立書店、咖啡店、購物店全部就兜在一起，然後就弄成一張圖，就會吸引一些奇奇怪怪的人來這邊聚集，我相信美術館的店未來應該要...也許培養這種...想一個名稱，然後把這些全部串在一塊，除了這些商家以外，然後還有有趣的表演或是演奏，都應該放在地圖裡頭。在高美館的附近其實吃飯的店和地方也不多，真正用餐的地方其實真的不多，像酒吧也很少啊，咖啡店最近才慢慢多了一些，其實也不多，像這種東西要看有沒有有一些可以把它加以包裝的，讓大家比較有印象。然後接下來是我主要的看法，因為我其實很少在這邊散步，對我來說就是..對台北人來說就是太熱了，對我來說其實最簡單的方法就是樹越多越好，另外有一些東西我覺得做得太制式，我們整個觀景台其實做得很漂亮，可是呢其實有點無聊又很無趣，因為那個椅子都是固定的又很難坐，這在歐洲最簡單的，你有很多的 free chair，就是可以搬動的椅子，你也不用怕丟因為他不可能讓你搬到家裡面，因為家裡地方也不大，我覺得應該要有很多的 free chair，讓人家可以自己想去坐湖的旁邊就可以自己搬去那邊坐，然後有很多樹蔭這樣，因為高雄會有很多的蚊蟲，我覺得應該種一些那種...像香茅那種可以稍微，不可能完全沒有可是有一點抑制作用的植物，而且透過景觀植物可以解決很多問題。我覺得這樣的話，可以鼓勵很多的居民來這邊不只是散步，因為這對很多居民來說可能只是運動場，就早晚而已嗎？噴泉廣場的店常常都沒有開店很可惜，因為我上次家人來，早上要去那邊吃東西，在湖邊吃早餐很棒，但為甚麼沒有店。

Bigtom 王店長：我們要兩點才有開門。

高師大黃教授：我的意思是說如果有居民想要吃早餐，來這邊工作的藝術家也會有相對的需求與要求，這一部份店家是核心的角色，是不是鼓勵賣早餐的進來。就我的經驗是我們常會帶藝術家出來討論事情，如果我們不想走出來，那館內應該有一個地方可以讓大家聚在一起討論，供大家策展或佈展，我覺得噴泉廣場就會變成是一個比較重要的地方。

主持人：剛好今天的焦點也在店家，在各位的經驗裡面，我們是周邊的店家也希望美術館可以跟周邊的店家做更好的結合，不只是放 DM 或只是一個宣傳的管道而已，其實可以有一些提議說，我們可以來一起做甚麼或是我們可以想一些點子，資源相互共享，請各位以經營者或是在這個地方營業的經驗來談談這個部分。我可以先拋出一個就是說剛好大家在文化中心都有經驗，那現在在美術館，因為文化中心的性質跟美術館的性質其實是有些差異的，現在可能要針對美術館的性質，以各位的理解或各位的想像，或從美館的角度出發，跟店家的結合還可以做甚麼，

顧客或居民對於美術館的印象及使用，跟文化中心之間其實是有些不太一樣的，從這些角度來看，有沒有意見提供給我們參考，就是商家跟美術館之間的資源共享或是利用。

肯度的林經理：我覺得剛剛高經理提到就是說周邊店家的美食展，(主持人：美食商圈，高總：嗯嗯)我覺得那個部分還不錯，台灣人有一個習慣，反正就是不管到哪裡，就是吃是一個文化，對台灣人來說那當然看你要吃甚麼東西，我想在美術館周邊的這個店家也不是甚麼小吃店，那我想提一個就是說大家也比較會有創意的這個美食的部分，來結合做這樣的展覽。

莎士比亞的高總：沒有喔，他就是一個美食地圖，那不是展覽，譬如說他跟我們商家做合作，只要憑票根，美術館的展覽票根，到我們的商家消費會有甚麼樣的一個回饋，或者是說就集結整個美術區，一個地區放在那個地圖上面。

肯度的林經理：像黃教授認識這麼多的藝術家，藝術家之間也有很多交流，其實可以這樣的點子，結合商家來一起做，也許就會帶動一些人潮。我們店內其實是可以提供用餐的，只是我們比較遠一點點，美食的結合是還蠻不錯的。

高師大黃教授：我們以前做過一個東西，但不是那麼成功也許可以試看看，那時候寶藏巖地區正在做藝術村的時候，就居民剛開始也不知道甚麼是寶藏巖，我們就聯合附近的所有的咖啡館和書店做了一個藝術活動，每一家咖啡店的櫥窗都有一件藝術家的作品，就等於我們把這個展覽擴大到店家去，也許美術館可以試試看，就是也許有一檔特殊的展覽，是不是有些展品放在美術館，可是有些....不是海報而已，是真的作品但是小的，就可以放在櫥窗裡面。

肯度的林經理：非常好的想法，過去我住在加拿大的魁北克，一個很冷很冷的地方，他們每年的冬天就會有一些活動，又會有一些冰雕，就像你說的，因為市區有很多很多的商家，觀光客一定會去，所以就會在商家門口會有冰雕，不同的藝術家去...就像你剛講得那樣，我覺得這還不錯，像剛剛說得那樣，店家就直接做一個展，也可以鼓勵新的創作者，對我們這些店家來講其實也是一種益處。

主持人：所以其實店家不會反對，還蠻歡迎的。

小王子林經理：在大概三年前，高雄市的設計師工會就有跟我們這邊合作，我們提供給一些新興的創作者，讓他擺放他的作品，其實這個可以讓消費者多認識一些新的創作者，我們店家也可以知道說現在有一些甚麼新的東西，那時候的互動很不錯，可是不曉得就只有那一次，做完之後就無疾而終，我覺得就我們的經驗來說這個是好的，可是後面就沒有延續下去還蠻可惜的。現在我們都會有自己的一些藝術家跟我們合作，我們也會在櫥窗中展覽，其實這樣對消費者來講不只是消費而已，他還可以感受到一些不一樣的氛圍，其實我覺得這是我們美術館周邊的商家大家可以一起去做的。

Bigtom 王店長：幾乎來我們店的都是居民而已，很少是來看展覽的，幾乎都是居民，運動的居民覺得口渴了就來買飲料這樣，很少是特地來看展覽然後來的，不然就是來問路，後來去看展覽。通常都是運動，不然就是說他們不曉得最近是在展覽甚麼，連附近的居民對這展覽的東西也都很少知道的，可能對展覽的東西比

較不清楚，也會問我們而我們也會擺 DM 給客人拿。

主持人：在噴泉廣場，我們剛也提了，在下午兩點開店的原因是甚麼？

Bigtom 王店長：因為我們觀察過，早上沒有人，因為我們是賣冰淇淋的，比較沒有人會一大早起來吃冰淇淋。

Bigtom 王店長：我們是有賣鬆餅，可是我們觀察過這附近的居民，六、日也都是要 12 點之後才会有客人，早上還是都比較沒有人，來運動的就是那個伯伯，(大家說：他們不吃鬆餅)，不然就是他們覺得我們東西賣太貴，訂價太高。

肯度的林經理：因為我們本身是一個餐廳，其實 week day 來說也沒有很多客人。因為這邊雖然新大樓很多，但是其實入住率也沒有這麼高，很多人可能也是炒房，另外中午的時間可能都去工作了，晚上回來可能才吃飯，週末的時候是好一點，普遍來講如果有經營早餐的話，也是只有週末。

莎士比亞的高總：黃教授這邊也可以提供給我們藝術者的連絡方式，也許我們可以跟他們結合，提供我們的店面空間；或者是說每個六、日，因為我們六、日的來客數很高，甚至觀光客也很多，也許六、日可以來我們這邊，我們提供我們的騎樓，讓他們做一個表演藝術的活動，我甚至也在想說我們那一整排想要取名為一個香榭大道，集店家的力量把那一整排串連在一起，那這樣子風格一致，利用當地的空間去做結合，再延伸到我們的內部場景，結合美術館的東西就是一個很好的發揮，可是我們也要藉助學術界的力量。

高師大黃教授：每一個店家我不知道有沒有一個小型的空間可以座談。

莎士比亞的高總：可以啊，我們現在都有在辦主廚有約。

高師大黃教授：其實像剛剛提到很多大展，我說的大展其實是說有一個展可能有 20-30 個藝術家，他們通常只會有一次座談就是中場，我覺得那些藝術家都已經來了就把他分散到各地方，這兩個我就把他分到莎士比亞，另外分到小王子，就是讓居民直接可以見到那些藝術家，他就有作品給他們欣賞，其實高美館有很多這種機會，因為藝術家很多嘛，我覺得關鍵其實還是在美術館，高美館要出來當作一主體，不是把商家當作他的宣傳，而是把它當作美術館的一部份，我怎麼樣去跟這些店家做合作，因為如果只把他們當作放文宣的地方那就太可惜了。

莎士比亞的高總：其實我們有一個優勢，我們會發現客人看到吃就會心花怒放，所以透過一個飲食的一個氛圍，然後帶動一個藝術的結合，其實他是雙重效果的，可是如果只有藝術，他可能就是靜靜的，因為沒有一些動態的東西，所以我們在辦主廚有約的時候，**(主持人：邊吃邊看)**客人會吃得很開心，而且整個心花怒放，也許他最後的消費沒有呈現我們所期待的標準值，可是卻達到了我跟客人之間的互動，對我而言目的是有達到。

肯度的林經理：其實我覺得可以延伸剛剛高經理的想法，就是說或許能跟主廚有約，一個廚藝與藝術的對話，把吃的部分融合藝術，動態的也有，靜態的也有，我想對於來參加的人都會是一場饗宴，對於年輕的創作者來說都是一個鼓勵。因為我們的主廚他本身以前在台糖做過廚藝總監，也做過很多藝人的私人派對，所

以說他也可以做這一方面的支援，我想烘培坊的主廚應該也都還蠻有這樣的能耐，我覺得也可以結合起來一起做這樣的事情，都是有這樣的資源，是需要一個統籌把它做起來，才可以推展出去。

小王子林經理：我這邊有一個想法就是我剛蠻贊成教授講的，其實我們高雄的三個比較主要的展區就是文化中心、科工館、美術館，那其實我覺得科工館跟文化中心比較容易吸引人群，可能是他的裡面的活動或是展覽的內容比較容易吸引到一般的大眾，那美術館的部分也許是展覽的內容，可能會讓一般的消費者或是居民會覺得好像跟我的距離有點遠，所以比較不容易親近。也許我們在展覽的內容或是活動上面可以把這個東西稍微...喔...不能說降低，就是可以顧及到一般大家會比較引起興趣的，會主動想說我來美術館看看有一些什麼特別的東西，就像是駁二有一些展覽的內容，很多年輕人就是你不用宣傳他也知道說要去那邊看，可是美術館的話你可能花了很多的時間跟金錢，可是好像沒有達到預期的人潮與效果，我覺得是這個落差其實是可以去調整的。

肯度的林經理：林經理剛講到的一件事情我想到了一個部分，就是文化中心跟科工館因為地緣的關係，因為它在市中心，美術館其實是比較偏遠的，如果結合公共捷運系統會有很大的幫助，例如說捷運，你看很多的百貨公司都會去注重這個，會有接駁車，美術館是不是可以做到像這樣的接駁車，我不知道現在是有沒有，目前好像是有的。

高師大黃教授：就是半個小時一班，因為我常台北高雄這樣跑，臨近的很近，可是呢高鐵到高雄火車站，如果錯過這個時間，我可能就趕不上了，高雄短程的交通非常麻煩，非常快就到高雄，可是就很難出去了。

肯度的林經理：我覺得除了公共交通之外，還有一個就是結合逛街的人潮，譬如說巨蛋，其實他們都很近，巨蛋與漢神他們的人潮是多的，譬如說他今天去漢神吃東西，如果是他來這邊逛逛他也可以去漢神，對他來說不論怎樣他都是受益者，所以你去增加那個便利性就會有人家來的意願，事實上美術館因為地大也比較偏遠，所以要如何去解決這個問題，我想要好好思考一下。

主持人：尤其不是住在這附近的人，這個感覺特別明顯。

高師大黃教授：我覺得到高鐵的路線就是要簡單，因為高鐵的乘客不喜歡就是你還繼續在那邊繞，我曾經遇到坐高鐵下來，問我說到高美館要怎麼坐，我就不會建議他們搭 3 號，你知道 50 分鐘要坐將近這麼久的時間才會到高美館，中間繞的他們都快瘋了，對遊客來說其實是非常不方便的，而且那個資訊實在是很不清楚，他真的不知道到底 36 號、還是 35 號、還是 3 號這樣在換，可能美術館要做一些規劃(肯度林經理：之間的接駁)。

肯度的林經理：可是我覺得不是這樣子，其實是一種氛圍，譬如說我們講巴黎的左岸，它以前也不是甚麼可是今天卻發展成這樣一個地方，這個是需要時間去醞釀的，不是一朝一夕可以促進的。但是我覺得應該是有一個吸引力把這些人通通吸引來，當然通常其實台灣人來講有些時候是盲目的，他就可以去排甜甜圈 10 塊錢然後可以去排很久，可不知道為甚麼，有真的比較好吃嗎不知道，可是因為

店都這麼講，好了那我今天都把藝術家聚集起來，然後說這是一個人文薈萃的地方，藝術家常常都這樣，就像法國的巴黎左岸一樣，會想說我要去哪家或那家咖啡廳。

莎士比亞的高總：像我們就是要去營造一個閱讀的空間，我們不要只是吃麵包，所以我們莎士比亞就是要讓客人習慣閱讀麵包，其實歐式麵包是一個其貌不揚的東西，他外觀就醜醜大大的一個，可是你要品味其中你才會感受到那個樂趣、健康跟美味，所以我們這個是比較起源自莎士比亞書店的理念。

高師大黃教授：在巴黎左岸的莎士比亞書店有多少觀光客去那邊，全部賣藝文書而且又不是純粹賣觀光客的(**高總**：對啊!就算我看不懂我也還是進去)，他的書是美國版的多三倍的價錢，每個人都只是為了要蓋那個店章。

肯度的林經理：我覺得對台灣人來講這一點是不難炒做的，因為台灣人就是比較盲目，不知道為甚麼就是大家都去我也要去一下，你問他你有沒有感覺較好吃，好像有(**高總**：那是媒體效果)對真的是媒體。

高師大黃教授：我覺得美術館要有一些串連，因為文化中心最主要的其實不見得是展覽，是表演，因為它原先就是高雄唯一的一個大型表演場地(**肯度林經理**：最早期的)，而且在市中心大家都會去，科工館其實有很多那種兒童教育的展覽，可是高美館也有兒童美術館但其實空間很小，發揮的功用不大，所以如果真得要做區分，文化中心就是表演，那未來一定會受到大東藝術中心的影響，所以文化中心其實也有一點危機，因為之後大型的表演可能會去大東，藝術圖書館也做好了，這些東西其實也會直接衝擊到高美館這邊，所以高美館要有一些準備，就是怎麼樣跟文化中心、科工館或駁二區分，美術館我不曉得是不是一個中產階級比較會喜歡的地方，我覺得要把一些藝術家慢慢地先以一些視覺藝術家為主，讓大家慢慢對這邊有點印象，讓這邊漸漸有一些有趣的人、有趣的店家，然後有很多活動，用這個東西來跟其他地方做區分這樣，不然孩子們不會來，孩子們一定會去駁二嗎，然後看表演的人去文化中心，剩下的人高美館要去慢慢地把他抓進來。

莎士比亞的高總：今年的達利展其實我也一直在期待說去教育，我覺得說應該先教育我們附近的居民，達利是誰？他的特色是甚麼？他的代表作是啥？其實很簡單，康熙來了的第一個場景那個金頭髮跟那個紅色沙發，就是達利的一個創作，然後還有那個軟掉的時鐘都是啊，其實應該去教育消費者和居民，他是第一線的消費者，就跟我們賣麵包一樣，我先抓住這附近人的胃口，他去引導他的朋友們到我們的店家。

肯度的林經理：其實這邊的場地，像我經過都會有人在那裏放風箏，那風箏其實可以用一種藝術的方式帶進來，甚至可以邀請國外的人，因為我覺得這其實跟藝術是很接近的部分，他其實是很相搭的，國外其實也有辦過很多風箏比賽，也是非常的成功，台灣也可以這樣子，把國外的那種經驗帶進來，也可以邀請國外的人來這邊做，因為你本身就有這麼大的一個腹地，而且他又是一個開放的空間，我相信你宣傳做得不夠也絕對有很多的人潮。

小王子林經理：就像台東那個熱氣球展一樣，(肯度林經理：因為你先開始做這個市場就沒有人跟你競爭)。

主持人：這個點子蠻有意思，因為高雄美術館跟別的美術館有點不太一樣，有很大的戶外園區、生態園區，使用的人也蠻多的，可是他就是來散步這樣子，剛才提的風箏又有美術的元素，其實他來放風箏但他不曉得美術的元素也在裡面，可將之作進一步的結合。

肯度的林經理：然後你一連串的做法，例如說小朋友的部分，他可以拿風箏玩，然後你有一些國外邀請來這些很資深的人，可以給你很多創意，我們這些店家就可以幫你做譬如說店家本身就有既有的客源，客人就會知道這個訊息，他可以跟這個藝術家直接面對面，他們會很開心，在那天的那個場地你可以去設計說表演要怎樣，在之前的記者會就可以先說。

高師大黃教授：美術館這邊有商圈促進會嗎？

莎士比亞的高總：一開始有跟我們連絡過，(黃教授：那後來呢)可是其實我覺得這邊社區住戶大樓的活動很頻繁，尤其是聖誕節，我們去年有攻聖誕節這一個檔期，有很多外國客人早上來，就是拿著我們的可頌跟咖啡在門口吃起來，其實大樓的集氣力量很大，可是我覺得就像剛剛教授講的你做那個社區居民的互動會，他其實還是有一些條件和規格，沒有那麼開放性。

高師大黃教授：每個社區其實都會有嗎？那怎樣去....就要由美術館來出面嗎？那我能不能問說商家本身有沒有促進會，(高總：當初有跟我連絡過)，那現在有那些店家(高總：上次跟我訂過餐盒之後就沒有下文了)，如果有促進會這應該是一個頭，就是一個是社區組織的哪一個是店家的。

肯度的林經理：其實我還蠻同意剛剛高總講的那個，只要我們商家以自己的身分去跟他們談，其實他們大部分都是不理不睬，(高總：對)還有消極，我覺得如果是用美術館的方式去談，第一個他們會覺得很提升他們自身的格調，而且也是一個公家單位的角色，美術館幫我們這些店家引進去，我覺得對大家來講都是一個好處，(主持人：要辦演一個角色)對，因為我們真的有這角色上的困難。

莎士比亞的高總：真的我挨家挨戶拜訪過三次了，從去年六月到現在，可是永遠都是見到管理員，因為我要找主任秘書或是找主委找不到(大家都說對)，除非我必須要透過我們的客人然後請他幫我引見，安排一個時間再過去拜會，可是那真的都是困難重重，因為它本身管制就很嚴格，像我要走進美術之心，走到他的大廳我可能也要走 10 分鐘。

肯度的林經理：而且他們也不會幫你發 DM 甚麼的，因為像我們住的區域也不是像這邊，可是我們的信箱真的是塞爆，可是你看在這邊喔，因為電梯是不能提供任何商業的...(高總：張貼)張貼是一個非常消極的方式，假使今天美術館有特別的展，附近合作的商家就可以多放一些，我這樣講可能還蠻商業化的，但是我的意思是說那是一個對大家都好的事情，因為我們也有固有的客源，他們可能未必拜訪過美術館，可是他就可以因為這樣的串連而進來。

主持人：到時候 Bigtom 就可以贊助一個乳牛的風箏還是甚麼(大家笑)。

肯度的林經理：其實這個也都是可以做的，就要看你是怎麼樣去做這樣的企劃，我想在國外來講很多他們都還會自己掏腰包去參加比賽跟展覽，因為他們有一些協會，有他們的經費，所以他們每年都會想要到國外去取經。

主持人：在這經營的過程，有沒有覺得美術館做得還蠻不錯的？(高總：有我剛說的美食地圖)。

莎士比亞的高總：其實真得還不錯，我覺得還需要努力的空間就是真得沒有把消息放出去，其實一個重點而已，我們先照顧好我們的居民，我們再去延伸，其實你說高雄人能去玩的地方真的不多，駁二、高美館、澄清湖、西子灣，要不然就是逛百貨公司而已，不然就是夢時代，我們沒有地方去玩的時候我們要怎麼樣去照顧我們的觀光客，這也是美術館可以去努力的一個地方。

主持人：可不可以進一步談一下美食地圖，可以再怎麼樣來發揮功能，第二個就是有美食地圖之後，接下來的做法是什麼？

莎士比亞的高總：那個就是美術館跟附近居民的串連，很單純就是我想要跟美術館的居民串連起來，可是他覺得我太商業型了，也許就是像我們今天講的，我們透過一個公部門，透過 DM，我們不要去想他是非常商業化的東西，譬如拉我去推小蘑菇的名譽，我不知道大家知不知道小蘑菇，我就請他在上面幫我畫一個 LOGO，那我就背著大包包以後大家看到小蘑菇就會認識我了，對也許他不認識莎士比亞可是他認識小蘑菇，那我覺得就是一加一會大於二，對那很簡單就是透過公部門，然後幫我們店家跟居民再跟美術館串在一起，就是一個黃金三角，還有黃教授，學術力量很重要，提供給我們一些產品上的一些資訊，或是給我們些意見，也許就是我們變成四個角。

肯度的林經理：我延伸高總講得那個，其實像說園區裡面，我自己走過有些地方其實還蠻荒的，跟美術館你會覺得完全是不相關的，這個部分也許說開放給有心的創作者一個空間，可能一個藝術村的進駐，這些戶外的空間可以更藝術化，或許我們的雕像可以更多，其實這可以做一個文創的平台，因為有些藝術家他們很有能力，可是他們不知道要怎樣發揮。

高師大黃教授：其實高美館有很多活動，像每一年都有貨櫃藝術節，不會說每年做完就都沒了，是有些東西可以去做裝飾的，當然是有很多機會只是要看館長跟文化局的想像是怎樣，那當然要有一個規範，因為常常就會說戶外雕塑不好維持、不好管理，這要看館長如何去溝通。

肯度的林經理：那可以像檔期一樣，開放讓這些藝術家..當然有限定這一個檔期，還要考量到天氣，材質也許是銅的，像朱銘的作品這樣，其實如果你要開放的話一定很多的雕塑家他們很願意，有時候我覺得文宣也是很重要，還有就是記者會的部分，以及有一些動靜的東西，如音樂藝術和美食。

高師大黃教授：其實美術館會一年一次在這個草地上辦這個音樂會，草地音樂會。

莎士比亞的高總：其實這些訊息可以發在我們店家，可以一起去做推廣，這都沒有問題的。其實我剛有想到一個看可不可以放一個活動看板，就是他是一個立架，

那就可以擺在我們店家的門口，譬如說一個月的檔期，你們就固定去換一張海報，也不用浪費很多的 DM，我們就是環保嗎，你就是固定的架在我們的門口，那客人走過去就會停留在那邊看了，也許我們就可以也環保一點去做一個行銷的動作，那個小王子的櫥窗多明亮，也可以用一個角落去展出來也可以(大家都笑了)，對啊而且他好在一個整個很漂亮的三角窗，帕薩也可以，它剛好就是一個庭院式的，也許就可以架在那邊。

帕薩蒂娜的洪副店長：我覺得他剛講的那個其實還蠻好的，就是海報，因為有時候 DM 小小的，每個活動的展覽和 DM 本來就很多了(高總：對阿對)，可是如果是一個比較大的海報，然後就是固定在那個地方，整個美術商圈的店家都願意配合這個活動的話，我覺得那個力量還蠻大的。

肯度的林經理：可是有時候它未必是一個很正面的，這麼說好了其實美術館這邊的住戶有他們的堅持，你帶了一大批的觀光客來那，這些觀光客的品質呢？你覺得這些居民他們會不會接受，雖然美術館是一個公共的場域，他們會不會覺得傷心(小王子林經理：會影響房價)，(大家都說對)。

莎士比亞的高總：其實我剛剛還有一個小小提議，就是說看展如小小羅浮宮好了，他真得沒有甚麼，他會吸引我去的感覺是說，我一直不斷看到說他在提醒我，叫我要去叫我要去，就是不論我走到哪裡，地下道和活動 DM 都有，有時候我可能沒空去可是他不斷出現在我眼前，叫我一定要去，那小小羅浮宮他有一個缺點，就是他一進去就不能回頭了，我除非要重新蓋章進去嗎，可是如果我其實只是想要去販賣部而已，那其實販賣部還是很棒，那客人如果看展完，像我看達利我其實會有主觀的感覺就喜歡他的作品，一定會看完就想去那邊買幾個東西，明信片都好，就是去跟好朋友分享，所以這個都還好，價格上我也覺得都還 OK，像上次皮克斯的東西就賣得超好的，我文件夾就已經收到好幾個了，就很簡單一個文件夾，所以其實我覺得這種東西就是我們要一起合作，DM 上要一起秀出來，美術館應該也有經費的考量，廠商這邊也可以集資贊助，也許我們也不用負擔這麼多，我們可能一個店家出個五萬，看可不可以把這個廣告效果做得更好一點，而且也更長久，不是片刻的。

莎士比亞的高總：也許美術館可以給店家也不用多就是一張二張公關券，讓我們的主要幹部去看，他們看完之後就可以去做會議的分享，就可以建立這個意象了，也是跟我們這些店家做互動，一定會強迫我們去，我們去後也就會強迫介紹。就是一個展在那邊沒有額外的成本支出，也讓我們的人員去那邊，也當作我們就是鼓勵員工，不要讓他們一直在工作，讓他們也有一個休閒的生活，然後去那邊參觀，也是行銷美術館。

高師大黃教授：我覺得高美館做了很多好的展，只是說真得是宣傳效果不夠，很多我覺得很棒的展我覺得沒有很多人知道，大家真的都只知道達利或是慕夏就那幾個，其實有些不錯的展是需要去宣傳的。那像剛高經理說的但有可能反過來，像是看完慕夏展，覺得最喜歡哪一幅畫，每一個店家也都主動參與，不是只是傳單，莎士比亞的人看過，哪一幅畫是店長最喜歡的，小王子推薦哪一幅畫，那個

海報旁邊就是說有店家推薦的畫，那整個場景就很有整體感，國外也有，就貼一個小小評論的一個場景，這些東西其實不是跟美術分開的，去那裡就變得很有趣。各家有各家的評價，(主持人：就類似又多了一個小展覽)。

莎士比亞的高總：其實可以用一種方法拉攏青少年，其實高美館各個層次都有，應該鼓勵居民青少年階段可以多參與這些藝術特展，那就是看完展拍照完之後他可以跟店家做串連，像是他拿照片來然後在我們店家打卡，然後我們可以送甚麼，其實這就是一個公關行銷活動。都不用花任何經費，就是鼓勵青少年來，讓他們接觸想要的東西，看展又可以接觸我們店家，FB 太好用了。

肯度的林經理：再延伸一下，要大家怎樣去一起參與，我覺得教育那個方式是非常好的，像類似弄一個尋寶地圖的東西，店家都來參加，就好像大富翁的概念一樣，你在這可以找到慕夏甚麼畫，到莎士比亞可以找到哪個畫，串連起來，集好之後就可以有些優惠這樣，看是紀念品或優惠。

莎士比亞的高總：要結合一點樂趣和打卡。

主持人：最終還是美術的興趣，但第一步還是要他們願意，社區結合還要再積極進行。謝謝各位。

附錄六

焦點團體座談會紀錄(四)

時 間：中華民國 101 年 9 月 24 日(星期一)下午 14：00 - 16:00

地 點：美術館行政中心 2 樓

主持人：國立高雄應用科技大學觀光管理系 劉修祥 副教授

參與者：

編號	參與者
22	高雄市美館社區協力關懷協會總幹事 林○渝、幹事 王○仁
23	高雄市文化愛河協會理事長 許○齡
24	高雄市自然觀察學會前任理事長 周○藝
25	社團法人高雄市野鳥學會總幹事 林○海
26	高雄市觀光導遊發展協會前理事長 陳○堅
27	高雄市綠色協會理事 蔡○男、執行秘書 劉○惠

焦點座談內容

主持人：高雄市立美術館為能將資源作更好的運用，委託國立高雄應用科技大學觀光管理系進行有關美術館戶外園區使用者的行為調查，以及有關鄰近社區居民美術館利用的需求分析，今天邀請大家來希望針對美術館與社區可以怎樣結合，社區居民利用美術館的情況，美術館如何走出去，美術館資源如何運用對居民有更大幫助，美術館可以發揮之功能等議題交換意見。在討論前先讓各位了解我們有作錄音記錄，以便於報告的撰寫，若有不希望被錄音，或被錄音覺得不自在的，可以自由離去。若沒問題我們先介紹大家相互認識一下(開始介紹)。請大家自由發言，我們在這裡彼此交換意見，廣納大家的意見後，提供給美術館作為改進的參考。我們總共有四場焦點團體座談，今天是協會的部分，我想簡單的談一下，高美館希望跨出去與社區做一些比較密切的結合，希望能夠與各位代表共同來討論，怎麼能讓美術館發揮更好的效果？發揮更好的功能？然後跟社區做更好的結合，尤其是高美館跟別的館不太一樣，它有很棒的戶外園區、生態園區，蠻特別的，大家的經驗都很豐富，請就我們應該怎麼來做才會做得更好來交換意見。林總幹事先嗎？

林○渝：我們協會在美術館附近，因為高美館這邊有一些比較高級的住宅區，所以彼此之間的互動是比較大，彼此之間的隱私這個部份，大家比較重視。我們協會有辦一些活動，我們也有推到大樓去，做一個 OPNE 的講座，但如果不是跟住戶本身的熟悉，其實進到大樓去是真的很難的事情。不過我們今年有幾棟是透過熟悉的進到他們那邊做一些講座，其實反應也不錯。我們自己社區也有一個平台，那個網路平台，就好像美術館的活動，其實我們有轉貼在我們的平台上。我

們也希望跟美術館合作，因為在我們這社區來說，公單位就屬美術館是最大的，另外還有聯合醫院跟幾所學校，我們希望有更密切的一個合作跟接觸。就是拜訪一些店家，作一些優惠，跟一些居民帶到一些店去，讓經濟上面更繁榮、更好。住戶方面也可以讓消費留在這個社區。因為這些店家越來越多，跟之前比起來…。所以我們其實也蠻希望透過大家一起把這個社區做好，讓居民..理事長希望說居民走出來，每個居民都可以提供自己的一份能力在這個社區。為什麼，假如說願意提供一個產能在這社區裡面，我們的 OPNE 講座就可邀請一些講員，不用說每次的講座都要從台北聘一些專家，有可以在地取材的專家，透過更多的活動，認識更多的在地…。

主持人：我想經由總幹事的經驗，請各位針對高美館，無論館內也好、園區也好、針對館的資源、館的做法、我們希望的做法，我們的期待、我們的期許，提一些想法，歡迎各位自由發言，對每位的說法有補充的，都隨時歡迎補充，這樣子好不好，我想請理事長從旅遊的角度談一下…。

陳 O 堅：雖然我們沒有居住在這邊，可是我們常常在辦活動，台新基金會有兩次的台新藝術展都在這邊展覽，跟館裡面做結合，把兩個展綁在一起，本來一張票是 200 塊，我們台新跟他談下來變成 150。再結合觀光，那推起來的時候就跟他講說，我們這裡的人會買土雞，250、150 買一隻土雞還可以，你叫他們買這個票有困難喔…。他說試試看，我也說好，你既然說要試試看，畢竟台新基金會願意花好幾千萬下來特展，然後有一些現代藝術家，可是…。好像只有一方在動而已，就是說美術館本身不是很積極。台新跟台新藝術節，刷台新卡參加我這個活動，因為畢竟我必須把觀光串在一起，就會比較活嘛，活就會把美術館周遭的風景串在一起，為什麼？因為它裡面有很多標語，就是藝術家做出來的，很好笑的是…。看一個媽媽，一個解說員在介紹那個南方藝術的東西，然後我們的團體在那邊，看到一個共同藝術，上面有一個女生站在上面，頭還豎起來，下面是男性器官，小朋友就跟媽媽說：為什麼頭還豎起來…。小孩子不說話，大家笑成一團，我們就跟他講，媽媽妳要告訴他，這叫藝術，蠻好玩的…。這是…。其實它的周遭景點缺乏包裝，在目前這一環裡面，其實他們的資源是蠻大的，可是我們都好像侷限於它…。好像跟觀光比較沒有關係。在國外來講，藝術本身對觀光是很重要的，我們可以把它包裝起來。像腳踏車，我們的行程從高鐵就開始借腳踏車，那高鐵下來，腳踏車可以沿著住宅、濕地，可以靠著橋，可以沿著鐵路旁邊逛完…。這一站剛好是蠻不錯的；可以接著愛河、濕地，終點站就在西子灣出口。但是我發現來參加的都不是高雄市民，都是台南的，你知道嗎？所以如何去跟觀光結合？結合旅行社願意幫你包裝的，必須要一點價差，不要說一次就要三萬張，比如說任何機制都會有團體價 20 個或多少 OK？就可以去做這樣子的機制…。

主持人：我想…。可不可以用具體的，就是說以旅行社的角度，高美館少做了什麼？有沒有具體的建議？

陳 O 堅：在特展的時候，在票裡面有沒有給旅行社操作的機制，像觀光這一環是最直接的，可能也要主動一點，不是說旅行社找你談。因為有些人來做一個活

動的時候，他都會像我們什麼 GOOGLE 的那個，搜尋還沒到以前，就是旅行社都來談這個配合機制，其實他們必須有一個正式的配合，這樣子，他們推的是比較 OK。

許 O 齡：因為之前我也在美術館擔任過導覽，所以跟美術館大家都很熟，在擔任文化愛河協會理事長的期間，我們也跟綠色協會共同在美術館每年秋天的時候辦樂樹祭，我們為什麼會從第一次開始辦台灣樂樹祭，其實也是因為我們高美館的園區使用的人非常多，當然我們駐場的人看出來館外的人比館內的人多。就是說我們的園區其實整個是很優的。我的意思是說它兼具休閒、兼具運動、兼具生態。我們經常在舉辦各樣的解說活動，我們辦這種活動不怕缺乏民眾，因為我們都知道辦活動的最怕沒有人，因為我們不是那種報名的，所以也希望給表演團體知道，有很多人來看我，他們也表演得很起勁。老實講幾次的活動情況都很蠻熱烈的，可是今年要改變不一樣的，好像寫生啦、還有生態導覽這個都一定要有的。我也剛受邀到威尼斯做展出，那邊的情況跟我們比較像，也是一個廢棄的君堡，但已經把它重新改造，那當然跟我們美術館的範圍也同樣大，使用民眾也跟我們這一邊有點類似休閒、運動。另外就是藝術的結合。不過他的藝術是一個實驗空間，跟我們美術館比較經典式的，早晚是比較不一樣。因為我們美術館之前所謂的豪宅都沒有蓋起來的時候，這個時候也是比較特定的，就是說會來參與的是比較愛好藝術的。可是現在我們旁邊這樣多的建物圍起來的時候，怎麼去跟那些住戶產生更多的互動，我覺得現在有一個新的契機，是我們要考量這一條鐵道造成的那個阻隔將要消失嘛。其實這個更好的互動有負面也有正面，美術館辦活動比如說草地音樂會，儘管過了十點以後，對面的民眾抗議，因為音量都用得很高，可是我覺得這邊也可化阻力為助力。比如說我們草地音樂會都有購票售票，我們的價格定得也不便宜。其實買票情況也蠻好，每夜都可以賣到上萬張，甚至一兩萬張，那是不是有優惠，把善意放給周圍的人，這可能會變成另外一種助力。剛剛陳理事長提到觀光的東西，我們看威尼斯這個城市，就好像一個永恆的，雖然他一直在陸沉，這個城市不只是政府規範了這個水路運輸的一個特色，其實每一個住家都互相配合整個景觀的改善，所以會吸引人去，可能美術館也可以做一些宣導，可以協助將來內惟舊社區那一邊，進行一種所謂的藝術進入社區的一個更好的一個方向。就好像剛剛提到這幾個豪宅的區塊，其實他們居民的自主性比較高，每幢大樓那所謂的公共建設來講也可能會比較有所謂的一定的已經有一定的模式在做，可是舊社區這一邊其實可以努力空間非常多。我們美術館往這個方向推的話，可能更好、更有意義。

主持人：謝謝。不過有些習慣、素養都要培養，還需要一段時間結合起來慢慢變。

許 O 齡：文化藝術都是最慢的，是需要時間累積的。

周 O 藝：其實美術館除了美術以外，有很大的一個展場，一個藝術以外的一個自然展場，怎麼去利用？可能除了讓大家對這塊土地多一個思考外，應學習怎麼對這個環境的尊重，我覺得我們現在所有使用美術館的考慮都是以人為考慮為主，我們在高雄市推綠色廊道，讓生活在這個環境中，有一個很好的生存環境，生存

是另外一種美。我們可以透過他們在這邊生存的時候，觀察他們的活動，其實是另外一個可以做的。可能這是一個教育運動，不是教育運動，應該是說要慢慢地讓他學習去欣賞。我們要一個很漂亮值千萬的那個藝術品？還是那個很天然的東西？像今年，剛好有一個很特別的小杜鵑，那是一個很小很小的一種鳥，牠在美術館旁邊飛行過去，不小心撞到那個玻璃就往生了，那是很少見的，代表這一塊土地有很多生態，牠是過客，但是牠如果留下來，就表示這是一個很好很好的一個環境，我們給他生活的空間是不是少了一點，是不是可以朝這個方向考慮，我們不止給人還要給生物其他生物，不管是植物，不管是昆蟲，留一點空間給他們，這個園區的豐富性會多一點。

主持人：除了展品，人的作品之外，另外一種美感。

林 O 海：我們對待這個園區的一些想法，也許可以做一些調整，剛剛周醫師談到的部分，我舉個例子來講好了，像我們美術館，如果把它比喻為中央公園，旁邊都是一些很棒的這個住宅，那大家都在意這一塊綠地，可能綠地的價值不止有綠，那就是多層次的生物非常多樣化。我們早期花了一些錢，我記得做了那個螢火蟲的復原。為什麼要做那個東西，其實希望它有生物多樣化，但是我們只關注到民眾看到這種像煙火般星光燦爛的東西，但是整體環境的配合度上，就說像那個螢火蟲的部分，長期看起來是沒有成功的。我的意思是說，既然有這個嘗試，其他的也可以一起來，不要因為一次失敗就放棄了。他會牽涉到整體環境的豐富度及改善，像我們這一張空照圖容易看出來一些大樓跟路名，把每一塊很漂亮的地方都切割好，切割化的過程裡面，照理說十多年來他應該是一個植栽非常豐富的呀，可是維護道路周邊的植栽都沒有起來，那沒有起來的情況下，他能夠提供的棲息與保護效果可能會受到影響。所以在環境維護上面怎麼樣用好的方式都很專業，都卡到生態面，原來這個環境可以恢復當時的生物多樣性。譬如說這麼多的活動，可是運動的人會佔很多，可是去了解、去觀察這個地方，或者是去珍惜這個地方，懂得欣賞的人也許沒有那麼多。就是比例問題啦，像過去我們有一段時間幾乎每個月都在這邊辦那個所謂一些導覽活動，希望拉近一些距離，比較多人去關心這個環境。所以剛剛提到怎麼跟那些住民合作，除了我們美術館在文化藝術這個層面之外，利用這個地方的人基本上也蠻多的啦，把這個園區當作也是一種民眾可以參與的一個場域，也就是說我們會招募一些志工，可能是導覽志工行政志工，但是園區那裡面，社會民眾來，就是去利用他去消耗他，並沒有去有感情或者是有參與的空間，可是實際上在美術館剛成立的時候周邊其實都很多老人家在這邊種菜，或者是一些園藝的東西，但是在這種時代的這種變遷下，這些都變成不被允許的，這樣不給允許的活動實際上是我們把當時周邊民眾生活的那種生活方式也好，或者對土地的那種情感把他拔掉。我們不讓他接觸這一塊土地，所以就把他拔掉，拔掉之後外移的人其實看不出來是外移的人，其實對這塊土地是沒有感情的。我們怎樣把這種東西把他連接起來？另外一個部份是說在關渡，關渡自然公園的那個地方，他每年都有辦生態藝術祭的活動，現在就開始辦啦，大概是 9 月到 10 月；我覺得這就是一個蠻好的一個題材，就是說藝術的東西，

除了在館場，這一種室內的環境之外，怎麼樣去透過我們…這麼好的一種園區的環境，然後透過一種生態藝術的方式，去拉近跟民眾的關係，也跟環境的關係。所以我是說…蠻建議說…我們是不是做一些交流？或者在我們園區裡面辦一些活動，以兩位的立場，我們其實都很喜歡這裡面，包括生物、也喜歡去觀察他們…都很重要。我們希望可以跟館方這邊做進一步的合作，我們可以提供這樣的人力資源來支持。比如有這個戶外的觀賞活動，邀請不管是志工也好，社區民眾也好，來進一步參與。他們用雙腳來走這一塊土地的話，關係比較緊密一點，我就是有這樣的意見…。

主持人：我們請蔡理事長用綠色的概念來談一下。

蔡 O 男：美術館本身的功能在美術館後面的那一塊，能力、空間都是很大的，缺乏了什麼？缺乏了把他的特質發揮出來。我舉一個積極的例子，我 4-5 年前帶我的小朋友去裡面做生態觀察，我們現在的公園，是一個美麗化的公園，它不是一個生態的公園。我們都市除了靠山邊以外幾乎都是這樣，美術館現在給我們的疏離感會比較重，美術館不能把心打開，或是主動接觸。第二個就是像我們綠色協會、藍色協會，有幾年都在這一邊辦台灣樂樹節，我們這一年也是一樣，我們發覺辦活動的人力、物力美術館都能配合，美術館可以利用這個活動結合各種不同的社團，可以利用這個社團好好配合運用，你都不用怎樣啦，免費的用，這方面他也沒有去重視這個，我們只是在辦活動，這個活動多少錢，是我們自己的包袱。像美術館的話那個館訊都可以藉機會認識美術館。另外的話，是不是可以把美術館結合，我這邊就有鳥會，還有那個自然觀察協會，這樣的話，就可以辦這樣的一個活動，怎麼認識周圍的環境，你去美術館的活動以外可以觀察一個周圍的生態活動，都可以呀，這樣的話，你可以變成怎樣，變成你可以建立良好的互動的關係，可以資源結合，以後舉辦活動的話，就可以整個融入進來。我覺得很多的東西都要主動啦，尤其是跟社區居民在談的時候，他們更勉強，因為社區的話，感覺就是說都混在一起，官方都有這種心態喔。所以這個的話應該是讓那個大樓的居民知道說美術館可以運用什麼，可以主動的跟大家講，大家互相的了解，可以做什麼，甚至可以是屬於有優惠的活動。比如說一百塊，門票喔，那如果說美術館是那個 80、90 塊呀，你如果沒有來看，就沒收入，你如果多一個人，那就會有收入，你如果都沒有人，就沒有錢，如果有人來，至少還有 80 塊。我覺得每一個社團都要有他們的特質與資源，所以美術館要好好地做一些合作，我對美術館有更大的期望。

主持人：高美館這一次做這樣的一個研究就是想跨出這一步，怎麼樣跟社區結合，我想請執秘先發表一下意見。

劉 O 惠：其實我在想美術館也慢慢地跨出去這一步，比方說我知道它常常辦一些活動，其實就是附近的小朋友來參加，我覺得他們還是偏向生態方面，就是從生態的角度去切入的比較少啦，我自己就覺得比方說我在這辦活動，大家一起做一些手作的東西。大家真正去了解綠色生態的其實比較少，我們跟館方談，其實館方的配合都太慢，蠻願意支持的，在這邊的住戶講，他們是想要去但是有不得

其門而入的感覺。

許 O 齡：其實剛才阿海（林 O 海）有提到關渡的生態藝術季，我們美術館也可以用這種模式結合社團來做，因為我們以前各個社團都在這個園區裡面，其實都做得很多，可是從來沒有一次由美術館作一個主導，以前是我們作主導，美術館是把場地借給我們，從來沒有一次是由美術館來提出，我是建議美術館其實是可以規劃每年看分成兩季，譬如說上半年、下半年各一個，像我們跟綠色學會、跟社區大學、鳥會……還有很多的學會，我們是上半年五月份辦那個「紫檀花季」，以喝茶為主，搭配藝文活動；下半年就是「台灣樂樹季」，以邀請在地的，甚至高中的管樂隊在這邊表演，其實都廣受歡迎。美術館策劃這樣子的一個活動，老實講都不是問題，主要是美術館怎麼去做資源的整合？甚至可以提出一個季就一次，就是說可以分段辦，也可以一個月、兩個月然後分段，做一個主導式的，也讓民眾清楚地知道，我每年到了這時候，可以參與甚麼活動？就是說變成常態性，而不是一次而已。譬如我們每年有美術節，以往以辦桌的方式比較多，邀清藝術家來共同參與。也可以協助藝術家更深入了解在地的植物……在地的甚麼東西加以結合來做。

王 O 仁：我的專長是網路跟行銷，加入協會雖然還不到一年，但是我跟社區居民互動經常聽到一件事情，就是「透過你們幫我們買票，會不會比較便宜？」，當然是不見得樣樣都能幫忙到，因為票價已經是一個很公開的東西。我這邊有幾點，我是覺得說可以拋出來，如果說美術館這邊有意願的話，其實結合（協會）我們能夠更好推。

王 O 仁：第一個我們講到 Open Lobby，大家都知道那家大樓，我家再怎麼整理，也沒有他們家 Lobby 來得漂亮；我家的房間牆壁就算打掉，整個空間也沒有他們家 Lobby 來得大。這邊的大樓 Lobby 都真的很漂亮，我們那時候就靈機一動，是不是不要花錢，來請到名師來我們這邊辦……那我們不只請到兩岸三地的旅運中國師，還有我們聯立的這些院長、副院長，他們都願意免費當我們的師資，來到我們 Open Lobby 講……，甚至我們請到那個蝴蝶園的曾先生，也來我們這邊分享。那我們是怎麼作？我們跟 Open Lobby 就是說，你不要跟我收錢，你給我們用，我們一個月，我們每一棟大樓都想要辦一次。然後很簡單，我絕對不會再去發所謂的傳統傳單，全部在網路上操作，因為 Lobby 有大有小，我們大的聚會甚至辦到快一百人，我們幾乎每一場都有八成以上的出席率。有一棟大樓跟我們更友好的，在那邊已經辦三次，他們的重複出席率居然高達七成，就是說他們覺得很有趣，即使下一次來的老師是不同人，他們還是願意出席。我們協會其實是希望能開發出居民的公民意識，發展更多的師資，說我們已經把成本壓到最低，甚至我們也有能力，我們如果說要辦的話，是不是美術館將我們的師資延伸，能夠 support 我們一點。假設說要舉辦藝術大師印象之旅，例如九月份要辦，那我們八月在辦 Open Lobby 的時候，是不是可以找出高雄的印象派藝術家，提供名單給我們邀約，若他願意來的話，事實上居民要去參與就已經有個概念在了，不會說印象之旅只是走馬看花。

王 O 仁：第二個就是說，我的看法是其實你要吸引蝴蝶並不難，只要知道這些植栽的搭配，那這種東西我們其實有問過，尤其是這一棟大樓（指地圖），行政中心入口的那個「人文臻藏」，那邊有一個退休的教授，他是植物相關科系的，我們去參加他的理監事會，他非常的熱心，如果我們社區有這種推動需要他出來講，他就願意帶，所以我想到的另外一個點，就是教育的延伸，應該就是說美術館規劃一塊地，不用說很大，透過野鳥協會跟各種事前的規劃，我們透過植栽，我們植栽其實都可以去募，不見得上面一定都要經費下來，募得到的這些整年下來的成本，然後只要這塊地能夠讓這些專家提供意見，讓社區的居民來參與，或者是學校來參與，不敢說它到時候能夠復育多棒，但是我們有實驗過，只要某一些植物有種，一開花的時候蝴蝶真的來了，蝴蝶來了跟那個鳥的部分不同，蝴蝶幾乎是手一伸過去就摸到了，尤其像大笨蝶，你手過去它還在慢慢飛，如果說有一塊地可以結合學校跟管委會大家一起來共同施工或者是植栽，這個空間應該會很棒。

王 O 仁：第三點就是我們協會在今年有個特別的店家宣傳成效，協會為了要拉近店家距離，希望店家來擺我們的文宣，我們就幫他做免費行銷。那我們就幫他做免費行銷時，就是在這邊（指地圖）美術南二路這邊，有幾家店家，他們已經有明顯感受到，只要輸入相關吃的、玩的、享受的，找到我們的網站，再帶出我們最近有甚麼活動，或者是美術館有甚麼展覽？

許 O 齡：其實應該說說文化中心，它是透由媒體，大部分是記者會或者是媒體的行銷，其實是蠻有效的。美術館當然是希望在展覽期間，每天都充滿人潮；可是文化中心的表演，只要那一天充滿人潮就夠啦，那一場充滿人潮就夠啦。以比較的遠光來看的話，我們美術館其實進步蠻多的。我是覺得有時候也會有迷思，文化藝術不見得是人潮來計數，應該是要整個向下紮根比較重要，我一直提議文化要付費的這個概念，免費的講座如果弄久了，到最後你的師資就是越縮越小，我認為文化付費這個東西一定要建立，我們才能夠讓民眾知道，收入裡面其實有這個部分，是必須要編在這個預算裡面的。像我們去參觀很多的美術館的時候，我覺得開玩笑的說，大家都花很多錢參加旅行社，可是到美術館門口看到要買門票就出去了，願意花旅費，卻不願意花門票錢，很可惜。那當然我們對於藝術方面的需求量及認識非常少，可是你當養成一種付費觀念的時候，不會在意這種門票問題，應該要有這種概念，文化付費一定要養成。

主持人：那麼現在就是說，以高雄市的目前的情況來看，習慣、素養可能都還要…（許 O 齡：一定要培養）培養…

許 O 齡：舉個例子，以前剛引進太鼓到高雄文化中心，在台北市連場爆滿還加演，到我們高雄賣了一百多張票，我試探究說我們高雄人究竟是怎麼了？我說我們高雄人沒錢，可是後來你看，這五年來很多好的表演甚至買不到票，所以我是覺得我們一定要堅持，因為養成習慣，你就會變成習慣；若不養成習慣，大家就都是看免費的，像鳥會收費也是很多人報名，因為已經養成習慣，你要參加你就必須要付出你學習的費用，不要讓高雄人都誤以為都是免費的，或者是因為免費

的才要參加。

林 O 海：像剛剛有提到一些活動的部分，我們民間辦活動會比較積極，我們想要把這個東西推出去，就想辦法去找資源寫企劃。不管是公部門或者是民間部門，常常就是這麼好的一個東西來到一個地方辦，所在地的單位他通常會認為說，這個是你們民間申請過來的，不在我的年度計畫裡面，所以他的態度基本上最多就是送審，那准了就好；換一個角度，如果不錯的話幫我們推一下，共同掛名，那個感覺就完全不一樣，所以這邊不管是合作關係，或者是夥伴關係，就是說可以把民間的這些資源，變成是館方的一些資源，（許 O 齡：可運用的資源）對，可以運用的資源，當然這東西也不要超乎你們可以掌控的範圍，如果真的很不錯，可以在事先規劃裡面，互相來推廣，基本上都會有一些幫助。剛剛我們談到那個不管是社區的參與也好，或者是志工人力的參與也好，或者是來觀賞之藝術人口的這種培養，或者館方可以提一個計畫，把周邊的人帶進來參觀我們的展覽，這種藝術人口的培養或者是累積，可能是需要一些計畫來推的。比如說只要有展覽，海報或者資源都能進到每一個社區去，或者有一個平台，或者提供一些名額來做特別的導覽，把它當作做是一個目標下去做。

林 O 海：比如說剛剛提到螢火蟲，那個是要花錢嘛，可是我們不可能一直這樣花錢，但是如果要把環境弄好，像剛剛（指王 O 仁）提的建議案，我們可以找一些資源，找一些有相關專業的人，來幫忙做一個甚麼樣的計畫，來把條件做一些改變。現在有很多的學校需要學生這種社區服務來參與的一個活動，像過去我們會招募導覽志工在園區服務，但是這麼大的範圍裡面，就是還會有一些社區或是學生的人他可以進來，在館方的規劃裡面去參與，就是你去擴展另外一個族群的人力資源進到你的園區來。那為什麼會這樣講？就是說我們都知道所有的單位，他本身人力資源方面都受限，可是這麼大的一個範圍，他基本上有點類似像那個…（主持人：認養）對，你可以把它當作是一個植物園來看，因為你的面積大於你的館，如果說你有植物專長的人來管理這個園區的話，讓它變得欣欣向榮或者是很多樣化，或者是讓站在這個地方活動的人也覺得非常享受、也非常的好，只是你沒有去找另外那個專長的人進來，這個時候就是要去借重一些外在的資源進來。

許 O 齡：這個我倒是要替美術館這邊做一個辯護，因為之前也有招募過園區志工，可是報名的人不多，因為當時候可能是條件還沒有成熟。我現在是負責高雄市的老樹志工，從開始的時候我們三年前招募到現在，很多人一直在問我說，還有沒有機會進來？就是說大家對於生態環境的一個要求逐漸了解，然而，我覺得這是我們生態團體幾年來的努力都有收到效果，而且因為環境氣候的變遷，大家更了解這一些。所以其實是當時候條件還沒成熟，我們誠心希望有一個機制來做。譬如說洲仔濕地已經變成非常好的一個生態環境，運用組織的時候，是不是可以相互做一種聯繫的方式去做？

周 O 藝：其實這邊有一個建議，剛剛那個王先生提到說，原先園區開放給其他團體，其實我的想法不一定說人去…，其實園區很大，我在這邊活動時，發現

民眾還是繞著湖在運動比較多，那我們可以不可以把幾個地方規劃就是說不要去除草，因為美術館除草除得很乾淨，真的是常常在除草。（許○齡：沒鋤草會被民眾罵）但是我們能不能留一些空間，就是幾個區域不要去干擾它就好了，我發現在觀景台後面這一邊，和兒美館前面這一帶應該人比較少，我們就是讓民眾盡量少進去，是不是讓周圍再做一點阻礙，讓民眾少進去，這樣生態慢慢就會進來。而且像在蓮花池周圍，上次有跟張組長配合說在蓮花池那個旁邊的草，就是上面的除掉，在水邊的那一層草不要除掉，他有做…。我發現蜻蜓越來越多，不曉得各位知不知道這蜻蜓？我昨天又發現一個新物種橙斑蜻蜓，以前我在這邊沒有記錄到，昨天來才看到的。所以你留一個空間給它，生態一定會進來。是不是留一個空間給它們？我們不需要特別一定要去種植甚麼？自然輪替它生物就進來了。看是不是可以朝這方向慢慢的做，就是說我們可以慢慢讓這個地方有多樣性進來之後，然後再分區其他地方慢慢開放，不需要說所有的地方都開放。

主持人：有時候我們的居民都以休閒運動為主，都是說燈光太暗，但那螢火蟲就不可以有燈光…。

周○藝：但是民眾其實（主持人：要教育）（許○齡：用標誌，用說明的方式，某一個區塊…。）對於這種需求其實很高，我們常常在這邊拍照，民眾說你在拍甚麼？你沒有跟他講，他不知道這蜻蜓，他是奇怪你們在這邊幹甚麼？透過稍微跟他講，其實民眾都還是可以接受的。

許○齡：我們在美術館這麼久，也知道民眾有一些要求其實是非常不理性的。譬如說像那個鋪石子的路，民眾就要把石子弄走，有些民眾很容易把問題移到市政府去，美術館就遭受壓力然後就做改變，我是覺得說一定要挺得住，因為我們美術館不能說像也不是運動場…。（周○藝：對，你不能把它當作像公園，當作運動公園）因為他要運動這樣子的目的那應該要尊重…。譬如說：我們如果有訂出一個比較確定的目標以後，來使用的應該尊重，尊重我們這個園區的植物，（主持人：看起來是要多一點說明這樣）對，或者是教育。

陳○堅：我有一個建議，因為每年草地音樂會辦得那麼大，而且效果也不錯，因為草地音樂會來的人這麼多，是不是在前置作業的時候，把草地音樂會延續到這個地方，因為我們現在很多地方都在做環境教育，就是給人家說這塊土地你要珍惜，要不然你的下一輩子、你的子孫是沒辦法享受的。所以那麼大的音樂會跟協會、學會結合，為的是，前置作業可以提早兩個小時，就在剛才提到鳥會也好，理事協會也好，可以觀察些甚麼東西？然後旁邊有哪些美食可以享用？那草地音樂會的產值就不只是草地音樂會，那也鼓勵誰來做搭檔？由當地社區的人來當導覽人員。現在我們在大陸打一個廣告就是，這個大陸記者給我們的建議是說，台灣最美的風景是人，尤其是我們南部人；然後高雄最美去哪裡？高雄市最美是美術館，這一種概念。人家文字在唸的時候，別的單位還沒打的時候，美術館，最有藝文的單位最好去美術館，那這樣子的話，住在周遭的市民感覺很有榮譽感。因為我們剛剛有談到，這個地方有很多人文跟生態的東西，這個生態環境是目前全世界都在做的，假如說做得很好的話，是值得可以去跟人家炫耀的，說我們這

邊做得很好。憑良心講，我們協會裡面沒有志工，為什麼沒有志工？因為只有在美術館吹冷氣的才有志工，這最好的然後又有福利，在外面風吹雨淋的工作，三個月就夭折了知道嗎？所以我們導遊裡面，都是三個月他就去賺錢了，就是前仆後繼啦，訓練完了就沒了，你就沒想到他還要再來，值得一提的就是（許 O 齡：所以我們要有文化付費的概念）我們要善用辦活動這些人，然後我們大家結合起來支援，比如說自然協會這邊有特殊的蜻蜓，連一隻蜻蜓也可以造成轟動，我們幫那個台北動物園的團團、圓圓兩個名字，我們就很紅了。

主持人：但是其實不只生態教育，美術教育也是一樣…。

許 O 齡：其實講到我們高美館怎麼去行銷園區生態？還有藝術…？舉一個例子，從我們美術館這個大門進來以後，我們往噴泉廣場這邊走，沿著湖邊走，走道這邊不是有一個諾亞的方舟，這個就讓遊客讚嘆不已了。尤其是往柴山看、往美術館看，或者是往後面的豪宅看，都讓他們覺得高雄這個地方真的很棒。可是為什麼他們都不知道？他們在大陸都沒有接過這樣子的一個訊息，所以我們要把美術館的美景結合藝術生態還有人文風情，做一個更好的行銷。

蔡 O 男：我們高雄市現在如果說地價，大家想到的都是一直說美術館，所以美術館應該可以利用看高雄市目前價位最高的，居住品質最好的，它有美術還有生態，其實它是可以強調啦。

主持人：我可以岔出一個話題就是美術館和附近的社區如果要做結合，除了 Open Lobby 已經做過的之外，還有甚麼其實可以做而沒有想到的？

蔡 O 男：我是覺得美術館應該主動出擊，如果有周年慶活動的時候，結合附近餐廳跟美術館配合有甚麼折扣？或者是集點？看是不是有這樣的福利？讓大家來多看幾次。

陳 O 堅：表演展覽場那邊蠻主動的，我認為美術館可能也要有專人在做客戶管理。所謂做客戶管理，我一定每天都收到表演藝文的東西到我手機，主動就 e 過來。因為現代的年輕人，誰知道例如：17 秒就秒殺，或是常去 7-11 常買東西，他們都是怎樣知道的？就是這麼簡單的一個訊息而已，所以美術館應該符合這一種年輕人這種條件，不要把他設定在老年人，在這種市場如何去抓到年輕人？不要老是定位在這些來這裡運動的老年人，你的客戶會消失掉。

王 O 仁：我們在兩年前有結合美館社區，推動說在店家消費的 Discount 能直接折抵大樓管理費。我們是覺得可以釋出這個技術，他的概念有點像高雄藝術生活卡可以大量的印刷，一張差不多 13~15 元，今天假如美館認為可以做的話，居民來美館這邊認證，那樣就留下名字、電話跟手機，然後拿到這張卡就像悠遊卡一樣，在我們附近店家消費可以很快的感應，假設他消費 1000 元回饋 200 元，以後來美術館購票的時候可以直接做折抵，比如說他買五張兩百，為什麼他只收一百？因為他九百元已經被他平常的消費所折沖了。美術館居民登記是一萬六千多人，有效的生活人口大概是一萬兩千多人，那這一萬兩千多人如果以一萬張來講，因為其他外部的也可以來嘛，一萬張以上的造價就不會像捷運收那麼貴，一張大概就 13~15 元，如果有所謂的身分智慧辨識，我們通知會員有甚麼活動，比如

假日有大量人潮的，我們都有那種所謂發簡訊的機制。回饋不是美術館沒收錢喔，這個機制是回饋以後，他們錢存到高銀，當美術館賣出多少張票都不用打折，賣出多少張都是跟高銀請款。像這種機制，如果美術館願意要推的話，我們再評估提供新的方案。

主持人：也是資源的一部分？（王 O 仁：是是）我想了解一下我們要紮根、要培養美術的人口，活動希望大家來參與，但我們談的比較多的是優惠，各位還有沒有一些別的想法？

林 O 渝：我覺得美術館這邊有一些活動的訊息，這邊的居民知道的有限，因為像我會去注意，是因為我們那個平台。可是其實我們 PO 東西，我不是進到美術館的網站找的，而是去市政府的網站。市政府的網站他會 PO 美術館有甚麼活動、有甚麼展覽。我曾經看到後，進美術館的網站去找，卻找不到。

主持人：我們都知道宣傳很重要，資訊很重要，就這個社區來看，怎麼樣才是有效的？或者是….

許 O 齡：我是建議你可以考慮一種就是社區培育計畫，現在里長的觀念有一直在改變，跟里長做一種搭配，我們主動提供師資，主動提供培訓的課程，然後做社區培育計畫。就是說並不是一定要特定人才能夠講，而是因為我住在這邊，我以這個東西為榮，然後我可以替你解說。這個城市的歷史是甚麼？就讓我覺得受用無窮，在這個城市就另有一番感觸。不只是看看圖片而已，還了解他的背後故事。應該可以做一種企畫來做，把他當成美術館往外推的一個工作來做。不見得是志工，不見得一定要培訓志工。可以讓我們社區周遭的，以里長來做召集單位，召集參與課程的這樣子的方式來做，可能會更有效力一點。

主持人：美術館也有跟里長打過交道，部分啦，也許有不同的反應….

許 O 齡：那當然啦，其實像我們文化愛河協會，有些里長就配合的，有些里長就認為沒人要來上這種課，可是我們還是棄而不捨。還有一個非常重要是學校，我們藉由學校的影響也是很重，尤其是國小。我們經常都是親子班，所以國小五、六年級是最好的一個可以運用的資源。那國中還 OK，高中當然就管不住了。我是覺得國小到國中這個階段的學校，看怎麼去跟學校做一種親子合作的機制，可以建議。因為當它變成一種固定的形式、固定的計畫的時候，這種影響力就會產生，你如果說曇花一現就沒動力了。

主持人：今天謝謝大家的參與，高美館有心想要跨出這一步，藉著這個平台讓大家了解，也分享各位的經驗。當然這不是唯一的一次，而是開始，再次感謝各位！

附錄七

平日與週末戶外園區使用之卡方檢定結果

平日 VS 周末 多久來一次

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	6.127a	9	.727
概似比	6.020	9	.738
線性對線性的關連	.234	1	.629
有效觀察值的個數	373		

a. 0 格 (.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 5.93。

平日 VS 周末 多久參觀一次

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	12.451a	9	.189
概似比	12.443	9	.189
線性對線性的關連	1.036	1	.309
有效觀察值的個數	373		

a. 1 格 (6.3%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 3.77。

平日 VS 周末 來戶外園區主因

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	143.148a	144	.504
概似比	146.503	144	.426
線性對線性的關連	1.599	1	.206
有效觀察值的個數	373		

a. 147 格 (87.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 .01。

平日 VS 周末 抵達戶外園區時間

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	83.766a	36	.000
概似比	93.597	36	.000
線性對線性的關連	34.131	1	.000
有效觀察值的個數	373		

a. 20 格 (40.8%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 .39。

平日 VS 周末 和誰一起來

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	37.275a	42	.678
概似比	37.612	42	.664
線性對線性的關連	.894	1	.344
有效觀察值的個數	373		

a. 37 格 (66.1%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 .21。

平日 VS 周末 花多少時間

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	4.253a	9	.894
概似比	5.236	9	.813
線性對線性的關連	.354	1	.552
有效觀察值的個數	373		

a. 7 格 (43.8%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 .14。

平日 VS 周末 公共藝術增加對美術興趣

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	7.890a	9	.545
概似比	7.486	9	.587
線性對線性的關連	2.290	1	.130
有效觀察值的個數	373		

a. 3 格 (18.8%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 1.15。

平日 VS 周末 認為戶外園區比一般公園

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	3.352a	4	.501
概似比	3.313	4	.507
線性對線性的關連	.348	1	.555
有效觀察值的個數	373		

a. 0 格 (.0%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 11.29。

平日 VS 周末 喜歡戶外園區勝於一般公園

	數值	自由度	漸近顯著性 (雙尾)
Pearson 卡方	2.434a	4	.656
概似比	3.547	4	.471
線性對線性的關連	.236	1	.627
有效觀察值的個數	373		

a. 2 格 (22.2%) 的預期個數少於 5。最小的預期個數為 1.20。