

古蹟活化、文創產業與美學反身性 ——淡水「香草街屋」與重建街創意市集 文化保存運動個案

殷寶寧¹

摘要

以文化資產做為創意產業的論述基礎，為臺灣文創產業國家政策推動的一環。但文化資產與文創產業的關連究竟為何，在實務、學理、概念與方法論之間，尚待梳理。古蹟空間活化已為國內文化資產保存的重要取徑，且多依托於文創產業做為主要活化模式。

文創產業的核心意念在於產業生產模式與內容的改變，提供在地就業機會，具有引入觀光活動、活化在地經濟的意涵，與古蹟及歷史街區保存欲導向的地方活化與主體認同建構有類似的軌跡，差異在於引動在地的主體認同抑或以觀光客引入兩者的優先順序，這也是論析文化資產活化是創造古蹟的當代性價值，或者僅具商業利潤的文創化思考關鍵，這兩股作用力與操作軸線及策略運用，來自於作用者的施為與論述實踐的介入。

本研究以美學反身性的概念切入，以淡水重建街「香草街屋」做為觀察與分析的核心，探討淡水第一街——重建街面臨拓寬的空間危機時，如何運用「香草街屋」的古蹟文化資產角色，與重建街創意市集的文創策略，論述淡水老街的空間歷程，以重建街創意聚落的形塑過程，重新想像歷史街區與文創產業間可能的新關係。

關鍵詞：美學反身性、文化資產、文創產業、「香草街屋」、淡水重建街、古蹟活化

前言

1982年《文化資產保存法》（以下簡稱《文資法》）制定以降，國內古蹟保存

實務陸續面臨的幾項主要困境包括：私人產權與古蹟指定之間的緊張；因都市開發，使國內土地與房地產市場交換價值凌駕於文化資產的使用價值；過往多以凍結

¹ E-mail: ning@ntua.edu.tw

式方式執行古蹟維護工作，較難召喚市民感受。文化資產保存與歷史教育脫鉤，古蹟保存工作難以促進社群認同。早期推動活化再利用的方向多引導為藝文空間使用，遠離一般市民生活經驗與美學感受。政府經費不足，文化事務推動更受侷限，常見文化資產因閒置荒廢終致毀壞等。另一方面，現行《文資法》中第 17 條對「暫定古蹟」的保護²，以及第 30、31、32 條³對於都市計畫、工程開發與古蹟之間產生競合時，一定程度的古蹟優先的條文精神，使得透過訴求古蹟指定審查的文化資產搶救模式，成為國內推動文化資產保存維護時的常見樣態。

然而，即使許多文史工作者和專業團體多年來在不同場域持續努力，國內文化資產保存推動的搶救模式不僅未見改善或消聲匿跡，更有甚者且令人扼腕的是，這些長期奮鬥與付出，似乎難以轉化為提昇國內文化資產保存的正面能量。近日來，淡水第一街重建街似是暫時脫離了拓寬拆除的危機，實屬一個難得出現、較為正向的歷史街區保存案例——位於淡水重建街上的「香草街屋」，當面臨著淡水最老的市街恐將因老舊的都市計畫被拓寬，致使其歷史面貌毀壞殆盡，社區居民共同推動兩棟連續街屋的古蹟指定審查申請，順利於 2009 年 1 月完成古蹟指定公告。這些年來在街區居民持續的齊心努力，藉由舉辦創意市集等各種活動，不僅讓社會大眾

更深入地認識淡水在地歷史，及其日後發展的可能願景，更引入年輕人關心在地的文化資產。2015 年 11 月，宣告當初土地被徵收的私人地主申請土地發回成功，重建街拓寬危機暫時解除。這些年來，究竟經歷何種與社會持續溝通與對話過程，讓原本僵固、缺乏彈性，且昧於時勢變遷的都市計畫能有轉向的機會，創造出讓歷史街區與文化資產有機會永續發展的個案經驗模式，成為本文欲探究的第一個起點。

「香草街屋」為 2009 年 1 月指定的新北市市定古蹟。「香草街屋」建築為一棟超過 80 年屋齡的紅磚建築，室內空間約莫 14 坪的民居。八十多年間，經過屋主自住、出租當住宅、做為布袋戲文物館等不同用途，目前由屋主收回，定位為「香草街屋」的古蹟活化使用。若僅以其外觀來看，或許較難憑藉經驗或常識，閱讀出該建築指定為古蹟的價值緣由。換言之，這棟建築物被指定為古蹟的文化資產價值從何而來，必須放回孕生該建築的整體歷史條件與時空脈絡，才能更深刻地解讀其價值（圖 1）。

這個發問點出了幾個問題。例如，如果對一般市民來說，被指定古蹟的文化價值難以簡單地從外觀來判讀，那應該如何建立起一般人與古蹟文化價值間的溝通平臺？這個建立溝通平臺的工作應該由誰來做？回到其文化資產的層面來看，在臺灣的古蹟保護實務中，近年來開始重視古蹟

² 《文資法》第 17 條條文，「進入古蹟指定之審查程序者，為暫定古蹟。具古蹟價值之建造物在未進入前項審查程序前，遇有緊急情況時，主管機關得逕列為暫定古蹟，並通知所有人、使用人或管理人。暫定古蹟於審查期間內視同古蹟，應予以管理維護；其審查期間以六個月為限。但必要時得延長一次。主管機關應於期限內完成審查，期滿失其暫定古蹟之效力。」

³ 《文資法》第 30 條，「營建工程及其他開發行為，不得破壞古蹟之完整、遮蓋古蹟之外貌或阻塞其觀覽之通道；工程或開發行為進行中，發見具古蹟價值之建造物時，應即停止工程或開發行為之進行，並報主管機關處理。」第 31 條，「古蹟所在地都市計畫之訂定或變更，應先徵求主管機關之意見。政府機關策定重大營建工程計畫時，不得妨礙古蹟之保存及維護，並應先調查工程地區有無古蹟或具古蹟價值之建造物；如有發見，應即報主管機關依第十四條審查程序辦理。」第 32 條，「古蹟除因國防安全或國家重大建設，經提出計畫送中央主管機關審議委員會審議，並由中央主管機關核定者外，不得遷移或拆除。」



圖 1. 重建街 14 號香草街屋與隔鄰 16 號，均為新北市市定古蹟。以紅磚與混凝土建材依著地形而建，反映且見證了八十多年前民居的素樸與營建思維。（照片提供／蔡以倫先生）

的活化再生議題，那麼，這個從民宅街屋變成「香草街屋」的活化方案，是在何種脈絡下產出？如何與該古蹟原本的歷史脈絡相互連結？或者如何從古蹟的活化方案來強化對原本文化資產意涵的詮釋？古蹟空間的活化是否得以永續發展，維繫自身的生存？亦即，古蹟等文化資產如何透過自身的持續活用跟在地社群溝通，且其活用與溝通有助於該古蹟的保存維護和永續經營，為本文欲探討的第二個問題。

在「香草街屋」與重建街的保存過程中，引入產業活動意圖創造出經濟效益是其中的重要策略，舉凡「香草街屋」古蹟的空間活化再生，重建街的創意市集活動，搭配淡水紅樓舉辦的各類型活動，以及重建街商家與導覽小旅行等，均為其中的行動者，可以連結上當前臺灣官方文化政策積極推動的文創產業模式。例如，依據《文化創意產業發展法》第 3 條對文創產業類型的定義，第 3 款為「文化資產應用及展演設施產業」，說明「古蹟歷史建築」等文化資產屬於文創產業範疇中的重要類別；而古蹟保存的實務中，古蹟空間活化再生也多與文化事業相互連結，那麼，從古蹟活化到文創產業間，「香草街

屋」與重建街區是否提供了任何值得參考的操作經驗，創造出新的想像連結與不同模式的可能性？這是本文的第三個關注焦點。

古蹟活化和文創產業的共通點在於，從產業面帶動經濟的活化再生，促進地方的再發展。臺灣古蹟保存論述經常被寄予藉由引入觀光活動，帶動地方產業與空間經濟轉型。但產業轉型通常意味著空間形式的轉化與傳統地景的轉變。置於淡水的地域性來看，除了從古蹟活化到文創產業的論述結構轉變外，觀光活動成為高度影響淡水地方發展、地景變遷和文化資產空間活化的切面。但值得關注的是，重建街區與「香草街屋」的保存運動正是要對抗在地地景面臨迫切的「摧毀性創造」(destructive construction)。文化觀光、歷史保存與文創產業三者之間的辯證關係，從這個個案經驗中是否可以提供什麼不同的理解或詮釋角度？這是本文想探討的第四個課題。

美學反身性、古蹟文化消費與空間主體認同

文化資產的保存牽涉個人及其所屬群體之間的關係，為現代社會討論個人主體與集體認同不可或缺的面向，本文擬從現代性、後現代論述對於自我、主體認同等理論概念切入，尋思有助於討論與辯證相關議題的分析架構。特別是本文關切的淡水「香草街屋」與重建街區的活化再生個案，攸關了在地經濟活動朝向文化產業轉型，文化與經濟面向所牽動個人與集體間的關係成為關注焦點。

一、反身性與自我認同的建構

「現代性」(modernity) 這個概念指涉了在後封建時期歐洲所建立、而在 20 世紀日益成為對世界具歷史性影響的行為制

度與模式（趙旭東、方文中譯，2005）。促成現代性的條件包含了「工業化」和「資本主義」。工業化的變革意涵在大量生產的過程中，因物質力量和機械廣泛運用後所體現的社會關係。資本主義則包含競爭性的產品市場和勞動力的商品化過程中，整個社會的商品生產體系（趙旭東、方文中譯，2005: 43）。

這些物質向度的基礎打造出了迥異於前現代的社會生活樣態，其劇烈變化是紀登斯所欲解答與探索的。紀登斯 (Anthony Giddens) 提出 3 個解釋「現代性」相較於傳統社會的興起與變遷的重要動力，這些同時也是現代性的重要特徵。這 3 個特徵包含了：(一)時空分離、時間空間概念的抽象化，以及經由不同方式計算重組的時空觀點；藉由印刷術與媒體作用等所創造出的時空分離特性，我們總是在抽離的狀態下理解許多事情，不僅達致一種抽象的集體感，尚且可以穿梭在不同的時空與事件中；(二)透過符號標誌和專家系統所產生的抽離化機制，導向了社會生活脫離固有的規則或實踐的控制；(三)由於時空在不同場景中穿梭，全球與地方之間的辯證關係，這些高度現代性的情境，導向了人的自我勢必與社會有更為複雜的連結紐帶，影響了自我認同和現代制度間的關係。現代主義論者所展現出相信科學、相信理性與工業的力量可以讓世界變得更好的樂觀態度，在紀登斯稱為「後傳統秩序」的樣態中，他認為，現代主義的體制並不是一種穩固而確切的文化 (culture of certainty)，相反地，現代制度乃是立基在一種不斷質疑的精神，其知識的動力在於不斷地修訂知識，所有的知識都形成開放修訂的假設（羅世宏等譯，2005: 165-166）紀登斯將現代主義看成一種「風險文化」(risk culture) (Giddens, 1994)，但此並非意指現代生活本質上具有多少風險，而是強調在制度與日常生活的策略思

考中，風險的估算扮演了核心的角色。由於相較於傳統的安定、恆常不變的世界秩序與日常生活，現代性意涵著各種不安的變動，因此，在現代的社會中，「我將如何生活」的問題，必須在有關日常生活的瑣事決策中得到回答，在「自我認同」的暫時呈現中得到解釋。在傳統的情境中，自我認同主要是社會位置的問題，但對現代人來說，卻是個反思的方案 (reflexive project)，為了從更為體制面來回應個人日常生活的處境。因為個體生活中的種種變換總是需要心理重組，在傳統文化中透過各種生命禮儀的過程被儀式化，由此出現了推動現代制度的反思性力量，這個反思方案指的是「一種過程，其中自我認同的形成，係對自我敘事進行反思能力的梳理而來」（趙旭東、方文中譯，2005: 244）。意即把知識應用到社會生活的情境，並把這做為制度組織和轉型中的一種建構性要素。這些現代性的特徵意味著個人處在這個反傳統的社會，處在一個不斷追求認同的過程中；在高度現代性的條件下，自我認同和全球化的轉型，乃是在地與全球辯證的兩端，於後傳統秩序的場景中，自我成為反思性計畫，變化的自我做為連結個人改變和社會變遷的反思過程的一部分被探索和建構。自我認同是反思動員的一部分，這並非侷限於生活中的危機，而是與心理組織有關的現代社會活動的普遍特徵（趙旭東、方文中譯，2005: 62-64）。在風險社會中，「自我」(the self) 不僅具有更強的自我監控與反思的能力不斷地重組自我的敘事，以構築自我認同的過程，而在這個構築自我認同的動態而開放的過程中，個別主體會根據知識、資訊不斷地進行自我調節或修正，從而重新定義自我認同，這也說明在現代性的社會架構中，自我主體的多重、不穩定、高度變動，以及可以不斷構築的特徵。

二、解組資本主義、符號與空間經濟及美學反身性

資本主義生產方式在 1960 年代之後逐漸出現變化。有學者以「後工業社會」(post-industrial society) (Bell, 1973) 來指稱；著眼於其生產模式則以「後福特主義」(post-Fordism) 來描述其變化；另有學者以「解組資本主義」(disorganized capitalism) (Lash and Urry, 1987) 來說明，主張這些在經濟、組織與科技不同面向的劇烈變遷，乃是全球資本主義結構性的重組與再造。拉許 (Scott Lash) 和爾瑞 (John Urry) 所闡述的解組資本主義發展與全球化趨勢一致，其透過全球的生產、資金與銷售流通，達到全球資本的去集中化。發展中國家在工業與製造業日益具有和西方工業先進國家競爭的能力，這些第一世界國家製造業衰退，轉向服務業階級的興起；彈性就業模式的變化，傳統概念的勞工階級群體界線逐漸瓦解，主張勞工權益的協商能量日益薄弱，政府對大企業的管制鬆動，國家集中式的政治權威下降，社會福利體制的保障也隨之出現危機。

繼提出資本主義社會解組重構的政治經濟學分析角度，探討全球在 1970 年代以降面臨的社會、經濟與文化等各層面變革，拉許與爾瑞（趙偉紋譯，2010）接續提出「符號經濟」(economy of signs) 概念，試圖為後工業時期 (post-industrial) 的都市經濟論發展樣態提出另一個切入點，其討論的核心即在於「美學化」(aestheticization) 的問題。

將美學化發展趨勢與消費文化連結在一起討論的論述模式並不令人陌生。既有社會文化理論在 1970 年代後、1980 年代後，逐漸意識到必須從傳統生產領域轉移到消費領域分析的重要性。特別是聚焦於消費模式、日常生活、文化經驗與主體認同之間的緊密關連性。因為在社會逐漸富裕與購買力增加後，對於消費的需

求增加，而這些消費文化的生成乃是藉由生活風格的塑造、環繞著美學符號所形構 (Featherstone, 1991)。然而，在大量研究者多試圖從消費領域來分析社會文化的變遷，拉許和爾瑞的理論企圖則是從生產面再度構連消費領域的全盤美學化趨勢（趙偉紋譯，2010），而這樣的理論轉向乃是來自於經驗現象的觀察與分析，也具有與其他學術理論對話的企圖。

這兩位學者自省地指出，其先前提出「組織化資本主義終結」的分析中，忽略了主體和客體間的高度流動性。雖然大量符號與訊息的生產意涵著從現代到後現代表意邏輯運作方式根本上的差異。例如拉許即主張 (Lash, 1990)，現代主義以一種理性主義的世界觀來探索文化與文本的意義，跟觀察者與文化客體有一定的距離。但後現代表意系統高度的圖像與視覺化，意義與資訊不僅大量來自於日常生活，質疑理性主義之際，觀察者與文化客體之間的相互穿透，失去明確主客體的關係分野。「圖像」是後現代的日常生活美學化，也是對現代文化邊界的侵蝕（羅世宏等譯，2005: 187）。拉許與爾瑞指出，近十餘年來，左派與右派的論辯中，掛慮於現代主義發端的抽象化、無意義性對傳統和歷史的挑戰，擔憂後現代主義大量浮現的符號與訊息，將導致日趨無意義、同質化、抽象化、失序與主體的毀壞。他們意圖另闢蹊徑，提出符號與空間經濟的主張，預期產生另一套迥然不同的過程，能開闢希望之路，再現工作和休閒的意義，重構社區和特殊的故事，重建已然變得滑稽可笑的主體性，使空間和日常生活異質化，從而豐富多彩，一掃原本的悲觀論點（趙偉紋譯，2010: 5）。

事實上，兩人意圖以美學反身性的概念來和先前的反身現代性對話，拉許和爾瑞認為，貝克 (Ulrich Beck) 和紀登斯積極探究之風險社會與反思現代化等概念，其

對現代性的討論過於側重反身性的認知面向，忽略了在生產領域及消費面均已大量浮現的「美學化現象」，忽略當代自我的整個自反性向度，即現代自我美學化傾向（趙偉奴譯，2010: 45）。當前社會龐大的符號與訊息使得原本主體的反身性出現結構性的改變，「美學反身性」的概念成為探討當前後資本主義社會的關鍵字。

兩位學者指出，從政治經濟學討論貨幣資本、生產資本與商品在國際空間中的流通，相較於勞動力資本所代表的主體位置，前3種都成為客體，也是1980年代後，組織性資本主義解體後，後福特主義的生產模型中，主體與客體間資本不斷流通的過程，流動與速度成為資本主義模型運作的重要狀態，特別是數位資訊與網際網絡科技進步，更加速了這個發展趨勢。這個加快的客體流通是「消費資本主義」的特質。拉許與爾瑞從「反思的主體性」(reflective subjectivity) 觀點，來討論主體在這個消費資本主義社會中的狀態，特別是主體的流動，跨國界的工作、大量的旅行、移動、遷徙等等當代社會樣態，這個主體流動的過程同時也促成了符號的生產。在它們所建構的討論架構中，此處指稱的符號分為兩種，一種擁有以認知為主的內容，是後工業或資訊的物品；另一種則是以美學為主要內容的內容，稱為「後現代物品」(postmodern artifacts)。後者的發展不僅表現在擁有實質美學成分客體的大量增加，例如流行音樂、電影、休閒雜誌、影像等等，而且表現在物質客體內部所體現的符號價值，能增加其形象成分，使得這些物品在生產、流通、消費過程中，出現大量物質客體的美學化趨勢。具體地來說，這些產品美學化的趨勢表現在設計成分占產品價值的比重，是不斷增加的。這些產品和服務在當代均被稱為文化產品。雖然在內容、外觀和產業起源相當不同。有些來自於傳統製造業部門，例

如珠寶、服裝與家具設計；有時文化產品更貼近為一種服務，涉及某種「個人化的交易」(personalized transaction) 或訊息的生產與傳播，像是旅遊服務、廣告或表演藝術活動等等。或者是混雜了許多不同表意形式的商品生產過程，例如圖書出版、電影或音樂創作與錄製等等，其共同的特徵為可銷售的商品，但由於這些商品服務或內容在符號與意義的層次上，跟消費者的個人愉悅、情感動員、社會炫耀或休閒娛樂、經驗感受認同緊密連結，已經有許多的學者提出相關分析論點(Bourdieu, 1984)，但這個現象更反映出在現代的資本主義社會中，當商品被賦予越來越多的象徵價值之際，文化生產也越來越趨於商品化（趙偉奴譯，2010: 3-4），而這個轉變已然左右了探討城市經濟、文化生產和空間符號的分析方法與思考架構。

拉許和爾瑞所稱的「符號和空間經濟」(economy of signs and space) 意指當前全球化的狀態是一個流動的結構，是空間中符號經濟的匯聚集合；在這個空間符號系統中的主體，因其反身性的批判價值，以及文化力量的日益滲透，促成這個批判反身性的擴張發展，讓社會行動者(agent)不斷地從他律控制或社會結構的監控中解放出來。將這個趨勢放在經濟生活層面來看，與此現象平行的發展則是美學化的日益擴張，「美學的反身性」(aesthetic reflexivity) 探討自我詮釋，以及對社會背景實踐的詮釋，日常生活裡有越來越多與美學反身性有關的例子不斷產生。舉例而言，如設計產業逐漸在經濟部門取得重要地位，貨物與服務中大量的感性元素，或是強調服務過程中「情緒管理」(managed heart) 的重要性等等。從消費者端，觀光客在旅遊過程中不斷地解構地點神話，也成為美學反身性的具體展現（趙偉奴譯，2010: 2-6）。

兩位學者提出的分析架構乃是建基

於紀登斯所指稱，在高度現代性社會情境中，個體與社會體制的緊張、矛盾與折衝，紀登斯試圖為人們在現代性與前傳統社會間，自我認同與主體的擺盪中，經由反身性的過程來尋求重新建構自我的分析架構來看，「古蹟與文化資產保存」可被視為這個反思性過程的一環。

將「古蹟與文化資產保存」視為高度現代性社會中，主體尋求自我認同，並企圖與過去的傳統和文化產生連結之際，由於現代性的反思性已經延伸到自我的核心部位，透過與文化資產的辯證關係，以及不同時空經驗的穿梭，不斷地抽離與往返，不僅重新架構其與過往時空、集體記憶之連結，也重新安置自身於一個可能被抽象化、模糊與陌生的生命經驗場景中。另一方面，這個經驗重構的反思性過程中，其可能仰賴的是建立在對專家系統和符號標誌的認知與依賴。專家系統代表的是專業的、古蹟及其歷史價值的知識與詮釋權威性，而這些符號體系的表現，建立在故事的敘事結構必須不斷地被重寫、重新訴說、召喚、重新編碼與解碼。這個過程乃是古蹟與文化資產保存論述得以被建立跟重新理解的場域。於此同時，這些過程中，許多時刻是消費活動跟主體認同建立緊密連結的，特別是置放在組織資本主義解體，從工業化標準化的大量生產，朝向後福特主義生產的發展趨勢，全球經濟秩序的解體與重組，以及全球化現象的加劇加速作用等歷史發展脈絡下，生產領域挪用美學與文化特殊性的元素所建構的符號，不斷衍生出新的商品經濟與邏輯，構成其具有的壟斷性市場商品價值，同時也塑造成在文化、品味、美學層面的獨特價值，此美學反身性不僅是商品符號經濟所

欲爭奪的，也是透過文化資產保存論述以強化在地獨特性與文化價值的空間符號與壟斷地租。這是古蹟與文化資產保存和文創產業具有市場價值的一體兩面的論述基礎。這構成了從文化資產論述轉向文創產業的場域，也是文化與經濟、產業的連結課題日益受到關注的主因。本文試圖以美學反身性等理論視角切入，思考前述提及淡水重建街與「香草街屋」的文化保存個案所涉及的幾組問題，以期能深化臺灣當前文化資產保存的相關論述。

從重建街 14 號到「香草街屋」：古蹟發展歷史概述

「香草街屋」位於新北市淡水區重建街 14 號，興建於 1930 年，2009 年 1 月 12 日公告為臺北縣縣定古蹟，因臺北縣升格直轄市，現改稱為新北市市定古蹟。依據文化資產局的資料顯示，其歷史沿革⁴為：「淡水最早形成的地貌聚落，十九世紀到二十世紀是淡水最繁華的頂街，也是淡水著名豪商鉅紳地方名人定居的舊家，就重建街整體而言是十八世紀以來的漢人散落發展的核心，歷來有許多知名藝文界人士進駐過，係知名詩人周夢蝶、畫家蘇旺仲都曾長期租住其地，寫繪不少詩作、畫作。近年更有民俗藝品店進駐、販售，推廣臺灣布袋戲相關的文物，成為重建街參訪的重點。」

「香草街屋」指定為古蹟的價值依據包括下列因素：

- 一、此建築為老街稀有之老建物之一，且位居老街通路節點，具有老街意象之指標意義。
- 二、建物室內空間緊湊，空間利用機能合

⁴ 資料來源：<http://www.boch.gov.tw/boch/frontsite/cultureassets/caseBasicInfoAction.do?method=doViewCaseBasicInfo&caseId=FA09801000022&version=1&assetsClassifyId=1.1&menuId=310&iscancel=true>（瀏覽日期：2015/01/23）。

理，小空間做最高利用，具有早期街屋之特性，早期屋主陳其中醫師在淡水地方頗具聲望。

三、此建物之保存做為地方歷史教育之材料，對滬尾街發展史具有見證意義。

以前述相關公文書文字內容來看，「香草街屋」指定古蹟的文化資產價值來自於重建街街道的發展歷程軌跡，追溯其街道歷史超過 230 年，是淡水最早出現的漢人市街，其街道空間承載了滬尾整個聚落開發的歷史。以下從幾個階段概述空間歷史。

一、滬尾地形與聚落的出現

淡水位處淡水河與大屯山山系交匯處，除緊鄰河岸一帶較為平坦，其餘多屬高低起伏之丘陵地，有五虎崗之稱⁵。滬尾地區聚落的發展與形成，明鄭時期紅毛城周邊地區並未開發，僅鄭克塽曾派守將何祐駐守淡水，重修紅毛城。在清乾隆嘉慶年間，因淡水河河運需求，滬尾為八里和關渡間泊碇所。乾隆 25 (1760) 年，淡水地區形成「滬尾庄」與「竿蓼林庄」兩個農業聚落，但人口稀少。乾隆 30 (1765) 年，滬尾街地名首次出現（張志源，2014: 29-30）（圖 2）。

二、滬尾漢人街市的發展

乾隆初年滬尾形成 3 個村市，先到滬尾的泉州人以福佑宮周邊為河運中心，在通往附近鄉村地區的道路沿線發展出商店市街，包含今日靠近淡水福佑宮臨水一側的山腳及重建街、清水街、下街等。當時大街主要以船頭行為主，重建街則為運送農產及山產作物的通道，米市街（今日清

水街）與下街（布埔頭）則是米、布、雜貨等民生用品買賣的街道。以福佑宮興建年代約為 1760-1782 年間來看，這一帶區域應該已是漢人村市的區域了。

福佑宮為滬尾地區第一座廟宇，該廟兩側市街是淡水聚落最早發展的地區。廟埕空地是卸貨碼頭，聚集許多船頭行，沿岸則為漁船停泊處，福佑宮祭祀媽祖，為靠海維生漁民船家的信仰與精神寄託所在，該區域的興盛自然也帶動周邊街區的擴張發展。嘉慶年間左右，福佑宮左側逐漸出現一條小徑，沿斜坡而上，發展成新的市街，此即為今日重建街中、北段一帶，因位於斜坡上，故該地區小地名為「崎仔頂」，街道則稱為九坎街。

在 1860 年淡水開港前，這些市街的生活功能已漸趨完備，即使開港後，洋人進入淡水，但漢人市街發展日趨穩定，且實質空間的變化不大（莊家維，2005: 62-3），構成漢人與洋人各自分布於特定區域的空間結構模式。



圖 2. 老照片中的淡水重建街，街形尺度均仍大致維持當年的景觀，重建街後段未拓寬前，整體形貌保存更為完整。（照片提供／蔡以倫先生）

⁵ 第一崗俗稱砲臺埔，為今滬尾砲臺、淡水高爾夫球場地區；第二崗稱為埔頂，即今紅毛城、真理大學、淡江中學、小白宮等地。第三崗為崎仔頂，現今中正老街北端，包含三層厝街、重建街、清水街等。第四崗為大田寮，及淡江大學校園及周邊地區，第五崗稱為鼻仔崙即竿蓼林、鼻仔頭間地區。

根據池志徵《全臺遊記》中的記載，「滬美（即滬尾）居民數千家，皆依山曲折，分為上、中、下三層街。中、下市肆稠密，行道者趾錯肩摩；而上則樹木陰翳、樓閣參差，頗有村居飄渺之意。」（轉引自莊家維，2005: 64）這些文字充分表達出淡水地形與市街聚落發展的空間特色，重建街的空間結構在當時已發展得相當成熟，該市街的發展模式隱含說明了當時漢人街區聚落與市井生活的樣態。

三、淡水港崛起時期

1860 年淡水開港，但早在此之前即有外國商船到淡水進行貿易。臺灣由早期移墾社會逐漸轉型為依賴大陸母體的穩定發展社會；從臺灣與大陸維持區域分工的關係，臺灣轉而納入世界體系中，推動茶、糖、樟腦等農產品的生產與交換，這個國際分工與對外貿易的商品生產與交換體系的興起與轉變，反映在空間結構上則是河港與海港城市崛起。從昔日 1788 年「福州五虎門至八里坌港對渡」，到 1860 年「五口通商」，前者帶來淡水聚落的成長、穩定與繁榮；後者則帶來港口的國際化（莊家維，2005: 37），與更進一步地擴張。淡水市街從漁港躍昇為國際航運上的轉運港，帶動港口貿易發達。

馬偕博士在《福爾摩沙紀事》書中記載的〈淡水描繪〉寫道，「淡水算是一個熱鬧的地方，市場就和其他的市鎮一樣，擠滿了賣魚賣菜的以及各種叫賣小販，大家都爭著做生意，米店、鴉片館、寺廟、藥店也都併連著爭取顧客的惠顧，還有木匠、鐵匠、理髮師、轎夫等也都忙著為顧客服務。不過整體而言，這個鎮除了是個商業港口外，並沒有什麼特別的產業，而且可說是煙燻燻滿髒的。然而，因為是通商港口之一，外國人可以在這裡擁有房地產，所以，這個地方就因而變得重要。」（林晚生譯，2007: 273）這段文字的敘事

雖然清楚傳達出外國傳教士的觀看理解角度，但大略描繪出了 1880 年代左右淡水市街繁忙熱鬧的景象。

這個以福佑宮及其碼頭、漁港所發展出來的漢人市街聚落空間結構，除了是漢人市街生活的縮影，也是聯外道路系統的一環。早期交通運輸多以水運為主，路上交通相對較不發達。但由於淡水沿西北海岸與大屯山邊緣土地豐饒，盛產茶葉、稻米等農產，需要藉由陸路交通運送到淡水市街，再經由水運轉運到其他地區販售。淡水肩負水運銜接陸運的區位角色，故淡水聚落對外的聯絡道路主要分成臺北淡水道和基隆淡水道兩大軸線。臺北淡水道是淡水到臺北府城的主要孔道，清初即已開築，從淡水連接北投地區石牌、唶哩岸、士林到圓山中山北路一帶。基隆淡水道則是從淡水地區九坎街連接水碓子、興化店，經三芝、石門、萬里至基隆，為新北市境內最古老的道路之一，整條路沿途均有廣大的農田產地。而以福佑宮為中心的漢人聚集聚落與市街，則是這兩條重要運輸線的交匯與轉運點（莊家維，2005: 70-72）（圖 3）。

四、日治時期的演變

日人統治臺灣後積極進行各項調查。1895 年對淡水市街與各街庄的第一次調查



圖 3. 日治時期淡水河口的老照片，已經可以清楚看到建築層層疊疊，依著地形而建的山城景貌。拾級而上，可以逐步遠眺河口。（照片提供／蔡以倫先生）

中，滬尾街有一千餘戶，四千餘居民。在市街上約 30 條的街道中，以新店街人口最多，有 74 戶，423 人。其次即為九崁街，有 72 戶，318 人。而日人引入上下水道、市區改正等都市基礎設施的興築與改造等工程，如 1934 年的市街改正，主要是拓寬今中正街，從原本的 4 公尺拓建為 9.1 公尺，路面淨寬 6.5 公尺，兩側人行道各 1.3 公尺，以及立面改良、下水道配置等等。而九崁街也面臨拓寬改造，構成了中正路、中山路、三民街、新生街等為主要道路，而重建街、清水街、公明街等成為次要道路（莊家維，2005: 131-2），構成今日可清楚窺見其空間輪廓的近代化城鎮道路系統的都市空間結構（圖 4）。

五、戰後的淡水重建街

戰後曾經針對淡水市街地區的發展進行調查，依據 1961 年的調查顯示，淡水市街的商店，位於中正路者占 54%，為主要商業區；重建街兩側商店占 17%，為次要商業區（黃瑞茂，1991: 96-99）。淡水的港埠機能逐漸淡去，1968 年，重建街的道路拓寬計畫雖已提出，但因當時發展呈緩慢停滯趨勢，故公部門並未積極進行土地徵收等後續事宜。雖然北淡線鐵路使得市街產業仍維持一定的發展強度，但 1988

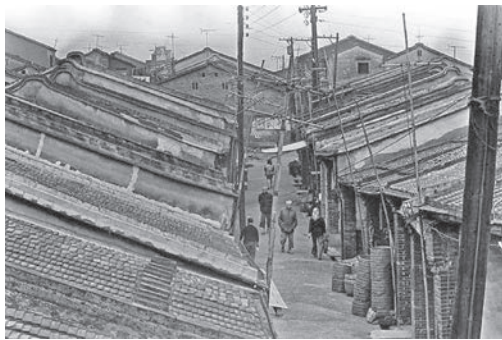


圖 4. 重建街櫛比鱗次的天空線，街屋整齊的形貌，說明當時這條街道住戶的富裕程度。（照片提供／蔡以倫先生）

年捷運工程施工期間，淡水地區的產業發展再度呈現停滯狀態。1989 年重建街道拓寬的土地徵收完成。1997 年捷運北淡線開通，為淡水帶來新的發展榮景，且更確切地朝向觀光休閒產業發展，但整個城鎮的發展重心則因為產業變遷，的確已經沿著中正路老街、一路往漁人碼頭等軸線挪移，而原本的漢人市街等聚落，則隨著地區發展與產業變遷等轉變，這些歷史街區逐漸被忽略。換言之，捷運通車後朝向觀光產業發展的淡水，面臨了街區活化與經濟振興的課題，而臺灣最通俗的劇本則是所謂的「都市更新」，意圖迅速地藉由房地產開發的「摧毀性創造」（destructive construction）來取得街區的市場經濟價值，這成為重建街拓寬的都市計畫重新啟動的另一種歷史詮釋角度，也是重建街保存運動面臨的潛在矛盾與壓力所在。危機的起點是在土地徵收即將屆滿 20 年的 2009 年時展開（圖 5）。

從危機中的文化資產價值爭奪？——重建街的拓寬危機與古蹟指定

臺灣許多建築類文化資產經常因為房地產開發的龐大利益衝突，面臨被拆除的危機，搶救古蹟免於都市開發造成的威脅經常是文化資產工作者的困境，「香草街屋」指定古蹟的歷程也有同樣類似的故事，並且是個持續超過 10 年的長期抗戰。

淡水線捷運通車後，大量觀光客湧入淡水，對小鎮原本靜謐的生活產生極大衝擊。許多中正路上商家積極翻修老建築以利於觀光商業活動的推展，最終促成中正路的拓寬，淡水歷史街道風味盡失，觸動淡水居民對在地文化資產的保存意識，故包含淡江大學、淡水社區大學、淡水文化基金會等民間單位與學術團體積極組織，引入社區營造觀念，強化在地居民參與空



圖 5. 以日治時期的臺灣堡圖跟現在的地圖套繪疊圖可以發現，沿著福佑宮逐步向上的整體地理形貌與道路大致維持原樣，但因為淤積之故，現已距離河口較遠。（本研究疊圖繪製）

間環境經營的各種課題與行動能量，累積醞釀為淡水在地市民參與公共議題討論與投入環境行動的傳統。

1989 年時為拓寬重建街土地徵收補償完成後，2001 年進行道路拓寬的規劃設計，2002 年臺北縣政府決定啟動該六號道路的新闢工程計畫，規劃將道路拓寬為 10 公尺，拆除 14 號至 30 號的老街屋，另外新闢高架道路跨越福佑宮後牆，拆毀淡水祖師廟金亭、戲臺及在祖師廟下方之施家古厝，將路徑延伸到中正路 8 巷。消息傳出後，在地居民組成「淡水九崁社區總體經營發展協會」，展開各項聯署陳情與請願的活動，也在淡水舉辦各種專題演講與座談會，持續關心這個拓寬工程。2004 年 2 月，臺北縣政府工務局同意由淡水社區大學以重建街工作坊，透過社區營造的方式，由居民參與提出替代方案，做為縣府後續推動的參考依據。這樣的工作坊持續推動。2005 年 9 月，位於六號道路另一端

的「施家古厝」被指定為古蹟，致使六號道路計畫被迫必須調整內容。2007 年 12 月，淡水日本警官宿舍登錄為歷史建築，後重建街 14、16 號被指定為古蹟，使得該道路拓寬計畫一直調整內容與施作方案，後於 2010 年 4 月進行發包準備動工⁶。

於 2009 年 3 月 19 日即將屆滿 20 年，依據相關法令，徵收屆滿未執行，地主可要求發還，這項時限加速了臺北縣政府欲執行該項拓寬計畫的腳步。而長期持續社區營造動員累積的能量，引發居民對自身環境與空間歷史將遭到破壞的危機感。在地社區與專業團體和居民集結，試圖具體提出行動方案確保老街能免於遭到破壞的浩劫。具體行動方案除了陸續提出古蹟與歷史建築的文化資產指定登錄外，也規劃舉辦重建街的創意市集活動。依據《文資法》提出古蹟指定的申請，乃是希望藉由古蹟指定的法定程序，一方面暫緩重建街將拓寬的急迫時程；同時意圖透過文化資

⁶ 資料參考自：<http://tamsui.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php/> 淡水鎮都市計畫六號道路新闢工程（瀏覽日期：2015/12/08）。

產的指定來強化重建街街區發展的歷史詮釋。至於舉辦創意市集活動的想法大概有3個面向，除著眼於淡水為觀光地區，希望引入讓觀光客也能參與、且更進一步認識在地歷史的機會；而創意市集為當時臺灣正興盛、對年輕人具高度吸引力的文化經濟活動，舉辦市集可以讓老街吸引更多年輕人來；最後，也是最重要的，則是因為該次的市集活動是由整個街區鄰里居民共同舉辦，這個市集的動員與集結清楚展現了在地居民保存重建街的共同意志，以及社區集體的參與及認同感。

2009年5月9日，淡水文化基金會、淡水街道文化促進會在重建街舉辦第一屆的創意市集。當天募集到了82個攤位，規劃10個場次的演唱、舞蹈與音樂表演活動，包含在地與邀請來的團體與個人，同時舉辦導覽活動，邀請在地學校參與，創造了五千人的人潮；這個過程中最重要的是，這些創意市集的攤位不僅展現出重建街在地的人文景觀，像是阿島手工魚丸、賣菜籽阿媽，擺攤者多為在地資深居民，各種二手跳蚤攤位、居民自製自售的傳統美食，當天志工餐點全由社區居民打理，重建街居民就擺設出了21個攤位⁷，這說明這些活動對於號召、凝聚和展現居民的聲音的高度自明性，對官方政策產生一定的遊說能量，也蓄積了在地居民對該項環境議題持續關注的能量。

2010年間，傳出縣政府即將在當年年底拆除重建街，這期間社區居民、在地文史工作者積極奔走，提出各項策略，希望調整這項顯然已經過時的道路拓寬計畫。2010年5月30日，在重建街上長大的在地攝影師程許忠（阿忠哥），以「淡水不能沒有自己的老街」為訴求，從臉書上動員將近千人，以「站滿重建街」的行動，站在重建街的階梯上拍照，以此來凝聚、

傳達社區不願意拓寬道路的意見。當天雖然現場看不到布條、標語、口號或激進的吶喊與手勢，而是沉默的無名英雄，爭取到重建街30號之前，古蹟較集中路段暫緩施工。

但重建街の後段，即重建街30號到文化路的170公尺，已經拓寬為10公尺的柏油路面，兩百餘年的老街歷史風貌不再。在當地居民的積極意見表達與具體行動後，2011年底當時的新北市副市長許志堅承諾重建街前段暫不施工，官方表達願更為積極溝通，取得居民的認可後，再繼續第二、第三階段的工程。但隨後2013年10月，工務局重啟計畫，告知居民第二階段將於當年底發包，次年施工，重建街拓寬爭議再起。

2013年12月1日，當地居民再次發起一次「讚滿重建街」的活動。這次活動更多人被動員出來，該次活動的工作小組也對官方提出3項具體的訴求（圖6、7）：
一、重建街12號到30號是僅存街屋，應保留並協助居民就歷史風貌整修。
二、保留重建街階梯維持老街舊有風貌。
三、清水祖師廟經重建街到福佑宮、紅樓，乃是淡水僅存的漢人歷史聚落，請市府以歷史街區、文化路徑保留，變更過時的都市計畫。

在官方的規劃中，重建街的拓寬分成3個階段。第一階段是將30號到文化路口的170公尺長的街道，拓寬為10公尺；第二階段為重建街30號到戀愛巷，除14、16號兩棟古蹟保留原狀外，同樣也是拓寬為10公尺，戀愛巷到祖師廟口將拓寬3-6公尺不等的人行道與階梯步道，以符合救災、防災的需求。第三階段因工程範圍內包含新北市定古蹟「施家古厝」，移交文化局辦理。雖然經過社區居民不斷地傳達要完整保存的意向，後續有土地

⁷ <http://itamsuimarket.blogspot.tw/search/label/創意市集全紀錄>（瀏覽日期：2015/10/08）。



圖 6-7. 繼「淡水不能沒有自己的老街」的訴求，「讚滿重建街」活動動員相當多社區居民與關心重建街的男女老幼匯聚在此，主張保留淡水街區歷史風貌。(照片提供／蕭文杰先生)

所有權人申請土地發還，且持續提出重建街 30 號王昶雄故居，與 28 號兩棟街屋的古蹟指定，以及重建街的聚落登錄申請等保存行動，但重建街面臨是否拆除拓寬的威脅，在 2015 年 11 月確定申請土地發還確認前，始終沒有明確的答案，面對保存危機的持續動員中，以「香草街屋」為基地，連結周邊社區居民與工作者開展出來的重建街創意市集等活動，重建街歷史街區保存以文化產業的姿態，而非悲情搶救的模式和社會大眾溝通。

「為什麼是文創」？生產 - 消費關係與美學反身性

前述提到重建街的空間變遷歷史、其所面臨拓寬危機與都市開發等關連，以及居民自發性地組織街區保存運動，看似是

以「香草街屋」為基地，組織在地社區居民，持續性地以舉辦「創意市集」來邀請更多朋友認識重建街——淡水真正老街的歷史。然而，這些歷史街區保存的過程與策略，是如何生成的？這些行動者又是如何參與到這個保存行動中？是有意識地企圖藉由文創產業、創意市集的動員模式來推動街區的保存嗎？

依據重建街 14 號古蹟現有管理者、也是「香草街屋」主人蔡以倫先生⁸描述，「香草街屋」的商業經營軌跡跟重建街保存之間的接軌，可以說是偶然性的連結但似乎又顯得是個理所當然的發展趨勢。

「香草街屋」以老房子做為創業基地展開，起初的確是朝向文創產業規劃。2010 年，屋主蔡以倫轉換工作，結合不同專長的兩位友人共同創業，蔡先生因為家庭親族因素，因緣際會取得農地，在淡

⁸ 感謝屋主蔡先生多次接受研究者的訪談。主要訪談時間於 2014 年 9 月至 2015 年 6 月間。

水山區栽種香草植物，另兩人則分別負責販售香草茶與周邊商品、和香草有關的課程。2011 年，隨著成員變化，蔡以倫獨立負擔從種植香草到街屋店面的經營。在街屋開店籌備的過程中，也正是重建街面臨拓寬危機期間，蔡以倫從小雖然並未實質居住在此地，但據其表示，籌備開業期間，從父執輩等仍世居重建街的長者口中，得知重建街過往的諸多情境與故事，歷經 2009 年初的古蹟指定，以及居民積極動員組織保存街區等過程，蔡以倫在店面經營的摸索過程中，深刻感受重建街拓寬危機與「香草街屋」間的緊密連結，並且成為足以逐漸導引、調整其經營街屋模式的關鍵力量。

「剛開始的定位其實只是一個小店，就是像臺北巷弄裡面可愛的咖啡廳、小小的沒幾個位置這樣。那後來的發展就比較不一樣。」

「因為這個空間是一個老屋子，在 2010 年的時候已經是一個市定古蹟了。它又在一條淡水老街、重建街老街上，附近有一些比較人文的導覽活動或是創意市集，在這些因素之下，你就很容易去接受到一些資訊，人家會建議你這邊應該做什麼事，比如說問你可不可以導覽，問你有沒有在地的伴手禮，問你有沒有這間店代表性的商品等等這些事情，所以才衍生出後面的，我們也可以幫人家做導覽的體驗服務、在這邊教一些課程，並且導覽老街的這種文化體驗的小旅行這類的，這都是後面衍生出來的東西。」

「因為是自己家裡的關係，再加上一些文化的氛圍就在這條老街上，變成你要自己去瞭解，比如說你要導覽，那你是不是要瞭解一下淡水的歷史、自己家族的歷史是不是要稍微整理一下，還有各個景點

的頭家老闆、鄰居什麼也要認識一下，就這樣子。」

依據蔡以倫先生的描述，該建物與隔鄰的重建街 16 號，均為原本 16 號的屋主陳其宗中醫師所建，兩棟建築物相仿。蔡先生祖父母原本從金門來到淡水，落腳下圭柔山大牛稠，日據時期到九崁街當地從事買賣，而向陳家租得 14 號的房屋居住（當時座落地址為臺北洲淡水郡淡水街淡水字九崁 35 番地）。爾後因租賃較為麻煩，幾經交涉，於 1936 年購得 14 號住屋，在下一代子女分別出外就讀女師專與大學，並順利就業後才搬離此地，轉而將房屋出租。期間曾經租給淡江英專（淡江大學）學生，後 2003 年出租做為「布袋戲主題館」，以推廣傳統文化為理念，為淡水街角博物館的一員。2010 年屋主為自行創業而收回。

18 世紀的滬尾，在地大家族聯合在沙崙一帶設立望高樓燈塔，供往來淡水港口船舶使用，收取燈塔規費，當年漢人經商謀略，民間士族的影響遠遠凌駕官方的力量。西元 1860 年，《天津條約》將滬尾變成國際通商口岸。當年重建街口的渡船頭，桅帆林立，商賈雲集，茶葉、木材、皮革等貿易尤為興盛。重建街上文武百市齊備，從出生到死亡的日常用品均可在此購足，呈現熱鬧市集風情。

繁華市況自然成為名人聚落。士族豪門事業有成，對民間信仰更為虔誠，造就漢人街區「三步一廟，五步一宮」景象。重建街 30 號為醫師兼文學家王昶雄故居，50 號為淡水最大金融機構，淡水第一信用合作社前理事主席麥春福故居，如今大戶人家多已搬遷，但依舊興盛的廟宇祭祀與大拜拜習俗，在淡水民間仍廣續傳承。福佑宮外，清水祖師遶境的無形文化資產每年仍是淡水最重要的祭典活動，是淡水漢人生活智慧的累積，有形與無形文化資

產的密度堪稱全國最高。再從漢人開發史來看，相較於洋人與傳教士在淡水設立醫院、教會、學校、洋式倉庫等洋人街區建築歷史早了將近 90 年。1899 年，淡水鎮領先全臺開始有自來水的供應，九崁街是最早有自來水的街道，重建街部分排水溝渠還沿用清代設計，至今仍使用中（圖 8）。

2005 年，文建會於全臺灣進行世界遺產潛力點的評選，淡水以有著 32 處古蹟與歷史建築，高度密集的文化資產被列名其中，以「紅毛城埔頂一帶」、「漢人市街福佑宮後側重建街」，合併為「紅毛城及其周遭歷史建築群」，指涉承載滬尾豐富多元的歷史發展軌跡，囊括洋人建築區、漢人街區等文化資產。而重建街 14 號就在這個歷史建築群落當中。

前述這段對重建街 14 號建築的歷史概述，看似已經成為一種官方版本的描述方式，但蔡先生也清楚地表達，這些故事都是他接手街屋之後，逐一慢慢累積拼湊起來的。包含回家詢問家中親族長輩、找尋家中相關資料或老照片，或是收集相關



圖 8. 重建街 31 與 33 號的兩棟街屋，是目前街上完整保存、年代最久的建築物，呈現九崁街 19 世紀的街屋樣貌。（照片提供／淡水維基館，Rocio 拍攝⁹）

的文獻資料，而讓這些故事得以被不斷地敘說出來，至於何以需要不斷地說這些故事，如同其接受訪問時提及，在街屋時經常有訪客詢問這些問題，讓他意識到要經營這個古蹟歷史空間，必須具有熟悉這些歷史與說故事的能力。也必須擁有傳播這些故事的工具和媒介。舉例來說，蔡先生在重建街階梯市集的部落格中即撰文，從家族歷史的角度，娓娓道來重建街與淡水居民日常生活連結的過往，在這個緊密相依的關係中，他指出，「如果沒有了這條老街，無數老故事將失去現地參照的舞臺。失根的淡水將宛若淡水河上漂流的浮萍，無以為家。淡水。不能沒有，自己的老街。」¹⁰（圖 9）

從蔡以倫描述創業起步到逐漸轉型為以古蹟、老街區做為行銷販售的主體，一方面奠基於重建街與街屋本身蘊含的歷史價值為重要的文化與社會資本。但另一方



圖 9. 香草街屋現任管理者蔡以倫先生整理家族歷史照片，祖母與姑媽在街屋外的合照，背後是目前已經拆除的對街街屋形貌。（照片提供／蔡以倫先生）

⁹ <http://tamsui.dils.tku.edu.tw/wiki/index.php/> 檔案：重建街 31 與 33 號.jpg（瀏覽日期：2015/10/31）。

¹⁰ <http://cjsmarket.pixnet.net/blog/post/106776383-> 淡水不能沒有自己的老街 - (文 - 蔡以倫)（瀏覽日期：2015/06/08）。

面，仍是服膺於市場經濟的運作邏輯，即以其商品具有的文化獨特性來取得市場優勢：

「我覺得是個過程，所以剛開始不是設定說我一定要幹嘛，而是在同樣的過程中，你會發現說、像我後來發現說像賣茶包建立形象、做人文導覽靠說話的口條、那做體驗商品累積文化上的意涵，那就會奠定你一個商店的一個位置。你可能可以因此走跟人家比較不一樣的商品路線。」

根據蔡以倫經營「香草街屋」的經驗來看，體驗式的、學習與深度旅遊的文化行銷方式，一方面有助於創造出特殊的文化旅遊商品，另一方面則是強化、重構了所謂的在地特色，例如觀察淡水郊區在夏天種植大量南瓜，但僅以南瓜單一農產品為主題，較難創造出有趣的話題。因此當時以農產品為主題，策劃出將南瓜包裝為淡水在地農產的簡單故事，教遊客如何製作南瓜烘焙甜點，在烘焙過程中則帶到老街上進行導覽，整個活動的主題包裝為「要將阿嬤在山上耕種的味道帶回到重建街老房子裡」的懷舊情懷（圖 10）。

從蔡以倫的訪談中可以發現兩組關

係。其中一組是身為服務、商品與內容的提供者，即傳統生產領域的生產者，即身為「香草街屋」的主人，與創意市集的協同執行者。他建立了一組經由提供商品、服務與內容，和消費者產生連結的關係。第二組則是街屋主人自身與淡水之間的關係。

以前述拉許和爾瑞的分析架構來說，在資本主義解組後，勞動生產領域的彈性生產模式，創造出許多迥異於以往的生產模式與產出型態，而美學化的過程在此扮演越來越關鍵性的角色。例如蔡以倫透過古蹟建築做為據點，提供包含導覽、香草教學、香草相關商品販售，以及創意市集引入攤友和多樣化的文化產品與服務的販售，而這個關係得以建立，高度仰賴於符號的創造、文化元素挪用等美學化作用。在這個生產與消費者兩端的關係裡，透過文化產品、內容與服務的消費作用，得以誘發「美學反身性」的作用。亦即，在這個不論是透過「香草街屋」古蹟的參訪、重建街區的導覽小旅行，或是重建街階梯創意市集的遊逛體驗，消費者不僅經由有形的財貨來消費、購買相關的商品、內容或服務。更重要的是，消費者也可能在這個體驗與參訪的美學化過程，經由反思性



圖 10. 經過這些年古蹟活化的努力耕耘，目前香草街屋外經常有深度導覽隊伍經過。圖中為緊鄰街屋旁的戀愛巷。（照片提供／蔡以倫先生）

的作用，而對主體性產生新的認同。

至於第二組關係，即街屋主人和淡水在地主體認同連結的課題。若回到紀登斯對於反身現代性的描述。紀登斯認為相對於「前傳統社會」的穩定安全，當代社會「後傳統秩序」雖然充滿風險，但也誘發主體產生更為強烈的自我監控與反思能力，使得自我認同成為反思動員的一部分，而這個反思動員是透過「生活政治」(life-politics) 更關心自我實現、選擇與生活方式。蔡先生在這個過程中不僅是回到自身家族歷史與土地的連結中，重塑自我的認同，與此同時，據其自述，此非典型的就業模式，看似時間非常彈性，更提供其四處與他人建立連結與網絡的機會。例如許多地方與學校找他去授課、演講、傳授香草種植的技術等等，透過這些橫向的連結，不僅再一次將淡水、重建街、「香草街屋」這些文化符號向外擴散傳播，是另一個面向的美學反身性過程，也可能是其他地區空間的反身性動員。

「香草街屋」的發展過程中，面臨搶救重建街拓寬的危機，加上前一階段從古蹟歷史空間的活化再生，到社區營造持續累積下諸多地方發展的論述資源，以及公部門文創產業政策積極拓展等歷史脈絡，街屋主人不諱言，大量接觸主流的、官方的思維後，得知其推動的各項計畫乃是屬於「認同地方活動或地方文化」，這使得屋主能把握這些條件，取得官方專案計畫的協助，逐步開展「香草街屋」的古蹟活化再生創業。但屋主亦清楚指出，「香草街屋」逐步開展出來所謂文創產業的模式，並非僅是單純的掌握文化行銷訣竅即可，仍是必須建立在高度在地性脈絡中的：

「我回到山上去，長輩提供了人際脈絡、提供了土地，提供了這個屋子跟老街的連結，這個不是說我跑到新竹湖口老街去賣

香草，我跟人家講一個我阿嬤的故事，就講得通，整個都是有一點脈絡下來的。」

意識到以「香草街屋」古蹟為核心所推動的各類文創產業的活動，實際上乃是依附於重建街歷史街區所蘊生的歷史文化價值而來，如何讓重建街歷史街區能持續活絡，引入產業活動，例如持續辦理重建街創意市集，不僅吸引年輕創業與創意工作者進來淡水和重建街，藉此創造出其美學與空間符號經濟上的價值，相當程度同時決定了「香草街屋」跟重建街區的發展。

「在街道上（辦市集）有個公益目的，就是希望保存老街，可是在保存老街的過程中，遊客會被招呼上來，那也增加自己的一些收入，那後來就持續性的支持。……所以我後來跟人家說，這叫做文創要有基地，讓人家看到你的東西、認同你的東西，那這個地方被他認同的原因是什麼？老屋，又有一種記憶性的技術在這邊。」

街屋主人多年的實戰經驗與觀察，讓淡水在地的農業生產得以藉由文化資產的資源想像，以及文創產業的經營發展模式，連結上當前消費者對符號、美學產品和服務的偏好，以及對於無毒、有機、健康、慢活等等新消費趨勢，在文化觀光、農業生產、文創產業、知識經濟和文化資產活化之間，建立正向的連結網絡。

從文創到文化觀光的空間

「香草街屋」是重建街漢人歷史街區中的節點，為實質空間的輻輳，從 2010 年開始營運，連結起淡水周邊的農地生產和街區商業模式運作，動員創意市集持續舉辦的人力與資源整合的基地，且以此文化創意產業的能量，逐漸吸引許多年輕人

進駐到重建街的空間環境，厚植了街區的創意能量、產業結構調整，創造出經濟產值，例如 28 號的九崁二八展演空間、心波力幸福書房饅咖哩複合商店、四樓小飯館餐廳、美好時光旅店、27 號藍儂藝文空間等等，一個創意街區隱然成形中，意涵重建街街區空間性格的轉變，也是產業的調整。然而，這一次次的創意市集是如何持續發動累積下來？這些被街區吸引進來的人如何成為重建街的新住民，以及在地文創產業的工作者。這些產業調整的過程，另一個關鍵字是觀光旅遊 (tourism) (圖 11)。

現代人是移動的主體。對現代性觀念來說，最重要的就是移動的觀念。現代社會在移動或旅遊的特性，及因其所產生的經驗上有劇烈的變化 (江千綺譯, 2013: 182)。「流動性」是改變人們怎樣表現出對現代世界體驗的主要成因，改變了人們的主體性與社交性形式，同時改變對自然地景、城鎮景觀與其他社會的審美觀。爾瑞認為，紀登斯主張現代性的重要特色是

將社會關係從行動的地方情境中抽離出來。這個抽離意謂著將社會關係從地方參與中提出，但憑藉著對於制度與專家知識的「信任」，人們因為對整個觀光體制的信賴，包含交通運輸方式、旅遊地知識而支撐了人們的流動性。現代社會中的個體必須要能夠信賴或辨識這樣的資訊與知識系統 (江千綺譯, 2013: 184-186)，舉例來說，對於到陌生的他處去旅遊，除了仰賴中間的觀光產業提供的服務外，信任各種旅遊書籍、雜誌或所謂旅遊達人、專業導遊等專業意見即為現代旅遊推演具體的模式；此外，當代數位資訊流通的便利，有更多人經由網路資訊流通管道與模式的經驗分享，舉凡部落客 (專業或業餘)、臉書等社交媒體，以圖文並茂、個人感受、情緒、觀感與經驗的網狀交流結構，讓這些資訊意見更為直接、直觀、且具體而具有高度的資訊可及性。加上觀光服務產業的數位服務模式，例如各種網站，或是線上訂房，Air BnB 等模式開發，經由線上評價的權衡，的確讓實質空間的觀光



圖 11. 重建街 27 號的「藍儂藝文空間」是年輕世代進入重建街的前哨站之一。重建街創意市集期間成功吸引大量年輕人自發地聚集，參與各項活動，圖為隨興演唱吸引遊客停駐。(攝影／殷寶寧)

體驗流動，透過虛擬線上空間的極速無限穿越，一方面創造出更為複雜的訊息交流模式，讓這些空間景觀以線上即時性的觀看，強化觀看者不同文化體驗流通的主動詮釋能力。這樣的演變趨勢相當程度符合了紀登斯和爾瑞等學者所主張的，越是現代化的社會就越有能力以主體的見識去思索他們所存在的社會環境，這個「反思現代化」(reflexive modernization) 的特徵，讓每個個體以其自我的方式來參與社會。但在當前的大規模流動狀態，願意冒險，開放心胸接受差異，並且有能力思索現在與過去在不同社會、各種場景的變化與樣態，且做出美學的判斷。對歷史有感，不僅是資本主義的歷史商品化產物，更是反思現代性的要素，特別是當文化、歷史、環境逐漸成為當代西方社會文化的主要要素時，流動對美學的反思性就更形重要（江千綺譯，2013: 187-188）。這些理論建基在個別主體處於現代的社會當中，具有判斷與思考的能力，經由流動的空間經驗，從不同文化環境中的符號元素與空間表徵來架構其美學判斷。這個美學反身性的效果在主體面對旅行的空間流動經驗時，成為更能區辨出其與社群和不同群體之間的認同邊界。

銜接拉許和瑞爾提出的社會生產形式的改變，一直到去組織化資本主義的階段，因著產業形式的變化，其觀光旅遊形式也經歷了不同階段的改變。在組織化的資本主義時期，觀光業的套裝行程規劃是一種經過安排的大眾觀光，為社會大眾可經由消費，購買由觀光產業所提供的服務與內容。但在去組織化的資本主義階段，基本上是「觀光產業的終結」（江千綺譯，2013: 190），但這並非意謂著觀光旅遊活動不存在，而是因為去組織化資本主義生產領域的改變，在於產出大量非制式化的、統一面貌的旅遊套裝行程產品，而是逐漸使得觀光成為一種流行的活動，在

全球化、在地性、文化、消費與空間環境等不同環節，建構出許多當代社會文化經驗。舉例來說，因影像與數位傳播技術的長足發展，任何一個地方的影像都可以透過各種管道取得與閱讀，使得各種情境、服務、內容與消費，都可以直接提供視覺化的消費體驗。個別主體能夠敞開心胸、接受與體驗不同文化，乃是前述幾位學者反身現代性觀點的核心，特別是在全球化的高度流動脈絡下，有能力去傾聽、觀看、直覺與反思，將自身置身於他人的文化中，辨識出差異且能夠接受不同社會的多元性，這固然是一種世界主義的樣態，但也是在這樣的美學化反思的過程中，個別主體從空間、時間、記憶等元素連結成特殊的感情結構所衍生出社會的特性，為個體與群體連結認同所繫之處。

前述提及，面臨重建街街區拓寬危機，在地居民與專業者共同發展出來的保存運動主軸，藉由創辦創意市集吸引更多人來認識重建街。這個策略從最初以擺攤的方式邀請社區居民共同參與，讓在地保存重建街的意見與聲音能夠被更有效的傳遞出來，而以市集的方式則是能跟淡水在地強勢的觀光產業直接產生連結的具體做法（圖 12）。

市集的出現並非自然生產，而是須仰賴地方居民與工作者的長期經營與投入，經過多年來的摸索，大致可以再觀察出幾個重要的效果，可能是最初設想這個策略時始料未及的。換言之，這個策略從最初的行動者擘劃與執行後，經過有機的連結與滾動，持續擴大地吸引了更多的行動者加入，讓這個保存行動的網絡日形擴大，力量也逐漸加溫深化。可以引發的幾個重要討論包括：

一、觀光客旅遊活動模式和型態產生改變

相較於之前多以中正路老街沿河岸觀光消費、漁人碼頭點狀拜訪的模式，重建



圖 12. 重建街創意市集的成形，是經過在地社區居民共同蘊釀而成的，雖然許多攤友和訪客為年輕人，但仍有中高年齡在地居民的攤友與顧客匯聚在此，反映高度的社區特性。(攝影／殷寶寧)

街創意市集及其所連結的「香草街屋」、街區小旅行等，創造出深度旅遊、慢活主張與文化觀光的旅遊消費模式，有利於淡水地區原本大眾觀光模式的轉型。連帶地，有機會創造出對在地更為友善的旅行型態（圖 13）。

二、促進訪客更為深刻地認識淡水，重構淡水在地論述

由於觀光活動模式的改變，訪客更為深入地體驗在地文化，此舉如同前述爾瑞等學者所主張的，經由訪客的主體反思，觀光客得以更設身處地地跟淡水在地文化對話，改變既有的刻板印象，或重新建立自己的理解和文化詮釋，重構對淡水地區歷史文化發展的在地論述（圖 14、15）。

三、邀請更多人參與淡水的在地生活與文化景觀，朝向創意群聚的可能發展

前述提及，經由主體的反思性，深度的觀光活動體驗增加對在地文化的認識，也可能因此而被吸引到淡水來，參與到在



圖 13. 考量夏天日照影響攤商環境品質，創意市集貼心地提供別具風情的藍染布幕遮陽，降溫涼爽之餘，也創造出有趣的視覺景觀。(攝影／殷寶寧)



圖 14-15. 大量觀光客於重建街創意市集舉辦期間湧入街區，經由遊逛的文化消費與空間體驗，增加對於淡水在地歷史與街區發展的認識。(攝影／殷寶寧)



圖 16. 不僅吸引大量觀光客來體驗淡水風情，許多非營利組織等公民團體也會善用此時機來宣傳自己的主張、舉辦活動或爭取支持。(攝影／殷寶寧)

地生活的脈絡和整體的文化景觀中，這從重建街陸續增加許多店家，不是被重建街街區與淡水的地方魅力吸引來，就是著眼於這裡醞釀出來的文化經濟氛圍。淡水的歷史氛圍與文化魅力吸引文化工作者匯

聚，呼應了文化經濟學論者對於文創產業群聚的觀點，而此一文化經濟潛力也可能帶動地方的產業微調，促進在地產業未來可能的轉型（圖 16）。

四、創意市集吸引年輕族群匯集

創意市集的工作者與消費者多為年輕族群。根據研究者的訪談發現，重建街的市集經營多年來累積了來自全臺灣各地的許多攤友。由於這些全臺灣趕集的攤友，不僅遍及臺灣各地，參加或見識、體驗過許多不同的市集活動類型，加上這類型的工作模式，通常會高度倚賴網路行銷傳播與顧客經營溝通的管道，如此一來，不僅有助於重建街故事在臺灣各個不同地區的市集活動中流傳，更可以藉助攤友的社群網站所結構的交際網絡，促成更多重建街空間故事的經驗分享。更重要的是，由於其網絡多為年輕族群，讓老街的保存議題可以在年輕群體網絡中發揮作用，這是一般推動文化資產保存運動時，相對較難以觸及的群體。也可能是當初構想這個策略比較沒有預期產生的正面效果（圖 17）。

五、經由文化消費邀請年輕族群參與文化資產保存活動

除了經由創意市集的動態文化旅遊

體驗，邀請年輕族群參與外，為了讓活動可以跟社區產生更多連結，創意市集除了經營攤友，也持續邀請在地大學以學生的服務教育課程、專業實習、志工服務，或是社團活動的模式參與市集工作，創造另一個面向的文化資產保存行動者的永續經營。這個現象可以從兩次占滿重建街的集結活動照片中，出現許多年輕身影來觀察。

六、重建街階梯景觀意涵的美學差異與市集文化特色

重建街創意市集幾經更名，目前定名為「階梯市集」，主要考量在於，創意市集活動推動經營多年，早期的確以重建街為核心，意圖藉此推動街區保存，後來納入淡水紅樓共同舉辦，另有 106 市集的名稱，目前更名則企圖透過其地理形式特徵，不僅強化其自明性，也可以藉此囊括更多的淡水在地文化元素，而非僅限重建街一處。階梯地形的構成為不可替代的文化景觀（圖 18、19）。



圖 17. 創意市集吸引大量年輕人到訪歷史小鎮，許多年輕創意工作者也是經由市集匯集到此，創造出不同世代的集結模式。（攝影／殷寶寧）



圖 18. 呈現階梯拾級向上的市集，在臺灣各創意市集中，具獨特的空間魅力，充分展現出淡水的市街發展歷史。（攝影／殷寶寧）

七、建立於美學反身性為基礎的文化資產保存運動

本文意圖從美學反身性的概念思考當代社會變動、生產與消費、文化與主體之間的關連性。在創意市集的模式中，除了前述提到重建街保存運動的橫向連結與訊息傳播，遊客透過消費和空間體驗的美學化歷程，來參與重建街街區的空間發展歷程，攤友以其自身的創意工作的生產，提供遊客一個可能的美學化消費經驗之餘，也同時被這個美學反身性所構築。

透過創意市集的舉辦，以「香草街屋」、淡水紅樓和整個重建街區的空間歷史為基礎，重新訴說淡水第一街跟整個淡水聚落發展的關係，在透過創意市集的文化觀光體驗活動，這個被不斷重新訴說與傳播的故事版本中，改變了以往從中正路老街的觀光商業模式看淡水的角度，更不是以漁人碼頭景點式的模式遊淡水。讓訪客認識淡水的方式，回到二百三十多年前，重建街漢人移入的歷史時刻，從福佑宮外的河岸碼頭為空間起點，從滬尾、福佑宮與碼頭港埠、漢人市街區、重建街到



圖 19. 紅樓中餐廳優雅的建築風格見證了淡水開港初期的風華。現今則成為重建街與中正路老街中間的輻輳地點，以「紅樓 106 創意市集」參與淡水創意街區的發展故事。（照片提供／蔡以倫先生）

重建街 14 號，從大到小的空間尺度重新訴說這些故事，不僅傳達出「香草街屋」古蹟指定的文化資產價值，更是對觀光客重新詮釋了整個滬尾漢人開發歷史。換言之，古蹟指定與創意市集的舉辦，動員了在地居民、地方遊客、在地大學生等不同群體對於淡水歷史文化的認同邊界，而創意市集的工作者也是其中的一環。這些均

是從主體的反思能量一路拓延到美學反身性的課題。

舉例來說，在重建街地主要求土地返還獲准後，市集於 2015 年 11 月 15 日舉辦感恩派對，開放老攤友免費設攤，許多攤友對重建街街道可以免於拓寬的威脅，保留其歷史風貌，都非常開心回來擺攤重聚，記者採訪到的資深攤友表示：「我來這，真的不是為了做生意。」每次舉辦市集他幾乎沒有缺席，不是為錢，而是為老街氛圍。「時間過太快，老東西也消失得太快，但只要重建街還在，就感覺在這都市叢林，我還有喘息的空間。」¹¹ 研究者訪談到的攤友也提及，來重建街擺攤跟其他市集很不一樣，來這裡大家都是朋友，很像來玩，不是為了來做生意，會覺得非常的開心，因為覺得這裡的氛圍真的很不一樣，不像其他市集的商業味道很重。這裡感覺很溫暖、很友善，真的都像來跟朋友玩，很熱鬧。

這些攤友的反應連結了從原本提到主體的反思能力到美學反身性所建構的審美化過程。這中間結構化的力量則來自於包含重建街的街道景觀與歷史氛圍、創意市集所販售的文化產品與人文意涵，以及遊客經由自身的文化觀光空間體驗，所共同匯聚的美學化能量。

結論

回到本文提出的 4 個想要探討與思考的課題。如果以「申請土地發還確認」來主張重建街拓寬危機已經暫時告一段落，或許可以從以下幾個面向來強化論述這個文化資產保存的過程，以解釋何以重建街的運動可以獲得階段性的結果。

一、長時間的抗戰

如何累積足夠的能量和官方無限資源進行對抗，對一般市民團體與專業社群來說，都是很大的挑戰。重建街的案例中，居民超過 10 年以上的持續努力無疑是首要條件。

二、持續的溝通

長時間的抗戰並非意涵尖銳的對立，持續舉辦各類座談、討論會、講座、工作坊等，以社區營造、市民參與等方式，與在地社區和市民溝通，跟遊客溝通，也跟公部門的政策思維，透過各種管道，包含文化資產保存維護、都市計畫、觀光景觀、土地地政、交通運輸、河岸管理、宗教禮俗，甚至農業產銷等不同專業與技術部門的溝通。溝通對話是找到和解與共識的不二法門。

三、在地深刻的文化基礎

為免於重建街的拓寬危機，淡水在地專業團體和社區工作者持續投入超過 10 年，但其持續投入的另一項重要支撐在於淡水社區營造推動工程已有相當基礎。地方長期累積的各種社團力量與深厚文化資源，強化了這個保存運動的力道。

四、非暴力的抗爭模式

如同前述臺灣的文化資產保存經常與悲情和搶救劃上等號¹²，但「香草街屋」、重建街、創意市集舉辦的各類活動，或兩次號召群眾占滿「重建街」的大合照，以有力的圖像，平和的方式，加上臉書等社交媒體擴大資訊的傳播擴散，創造了迥異於以往的文化保存論述效果。

¹¹ 資料來源，中時電子報，<http://www.chinatimes.com/newspapers/20151115000455-260107>（瀏覽日期：2015/11/15）。

¹² 甚至首都市長以「文化恐怖分子」來形容積極爭取文化資產保存的市民團體與專業工作者。

五、嘉年華式的運動美學和美學反身性

臉書等社交媒體本身具有吸引年輕族群的特性，除了兩次占滿重建街的照片透過臉書傳播，充分表達社區對於重建街保存的意念，「創意市集」屬於另一種對年輕族群具吸引力的文化消費活動。在此，年輕人經由社交媒體獲得訊息的交流之外，創意市集的持續辦理則是讓訪客透過這些文化消費的過程，間接地成為文化保存運動的共同參與者。當然，這並非意謂著所有的消費者均是未知的參與，特別是創意市集主要乃是由外來攤商組成，到重建街擺攤者多是清楚瞭解重建街拓寬危機的議題，仍願意持續參與，經由研究者的接觸與訪談過程，多表達對於保存老街的支持，而持續擺攤為其最直接的支持方式，在此群聚也代表選擇跟這些夥伴繼續站在一起。這樣的模式與前述較為對立與抗爭式的文化保存運動相比，較容易爭取到更多的支持與認同者。也傳達出本研究意欲以「美學反身性」的概念凸顯主體在思索其認同位置時，重建街創意市集的壟斷性地租，以及這些高度符號化的商品與消費經驗，不僅只是文化經濟層面課題，在重建街的創意市集案例中，同時在情感層面滿足生產者和消費者兩端的經驗感受。

六、透過文化作用的效果

不論是文化產業或是文化觀光，經由長時間的溝通，淡水訪客透過文化消費，更認識淡水與重建街在地歷史，創意市集的商業行銷溝通模式，讓訪客更深入地認識獨特性的在地魅力，包含重建街階梯的創意市集在全臺灣各地市集中具有獨特性等，消費美學化影響所及，強化了本研究主張的美學反身性效果。

從前述面向來呈現這個文化保存運動的過程，似乎也可以解釋，對文化資產保存價值的教育，透過民間社群的持續對話

與溝通互動，可能要比官方企圖直接以文化政策強加某些價值於在地社群，更能發揮作用。這也是臺灣社會推動文化資產保存始終面臨的緊張、對立，缺乏溝通對話的問題所在。

回到本研究關切的第三個發問，「香草街屋」與創意市集是否開創了什麼值得參考的文創產業模式。延續前文的討論似乎可以發現，階梯創意市集的運作模式，始終有著極為清晰的核心價值——要保存重建街區的歷史風貌。換言之，不論是「香草街屋」主人提及，其街屋運作模式仍是環繞著重建街歷史文化元素、建立在以淡水為區位空間政治 (the politics of locations) 的策略運作模式；創意市集更是始終凸顯著守護淡水第一條老街，邀請遊客一起來認識老街、重新想像淡水在地歷史的論述脈絡下進行的。歷史資源與文化符號成為文化產業運作的基礎物質內蘊，特別當扣連上去組織化資本主義的產業模式，說明了從生產到消費領域的全球結構性的衝擊與改變，原本以生產特定物品為主的產業邏輯，在後資本主義的彈性生產、非正式就業模式中，開創出更為多元以符號、文化元素和美學設計等為主導的產品、服務與內容，做為消費資本主義的討論核心——這個趨勢下必然導向的消費美學化，連結上紀登斯等人關切於現代社會中的反思主體，及其所引導的美學反身性，構築了傳統產業朝向文化產業轉型的基本條件，這個理解角度應是臺灣探討文創產業發展與轉型時，需要持續思考與對話的面向。包含訪客的文化消費與觀光活動的美學化體驗，在地居民對既有歷史文化的再符號化，創意市集與社群工作者意圖創造的美學與文化消費經驗等，都涵括在這些反身美學化歷程中。

最後，關於觀光化對歷史地景保存可能產生威脅的課題，在此則必須重新回到前述反身性主體的概念。從古蹟與歷史保

存中找到主體跟社群間認同關係與連結，乃是當代社會快速變遷的後傳統時代，個人尋找穩定力量的重要依歸。

以觀光休閒做為地方發展核心產業的淡水，為了要因應每年龐大且可能重複造訪淡水的遊客，觀光遊憩消費市場提供的產品、服務和體驗必須不斷地開發創新，才能持續地吸引觀光客回訪。檢視過去不同歷史階段的發展，1980年代國民旅遊與都市休閒漸漸發展之際，淡水夕照、沙崙海岸到紅毛城古蹟蘊含的懷舊小鎮，是淡水吸引遊客的思古氣味。1990年代捷運通車、漁人碼頭創造的嶄新休閒與消費地景形象，帶動淡水觀光的另一高峰。2000年後，淡水古蹟博物園區的設置，地方文史團體高度的文化自主論述，一方面搶救許多被忽視的古蹟與文化資產，官方文化政策上提出藝術大街、生態博物館、街角博物館等高度在地化的方向，轉為以文化歷史資源來重新設定淡水觀光遊憩的論述及產品主軸。2005年後朝向文化創意產業的政策發展方向，淡水巷弄空間、在地美食、私房景點、慢活、地方祭典儀式、環境藝術節等深度文化體驗得以和文創產業結合，成為最新的淡水文化觀光和產業發展趨勢。

這些轉變趨勢與拉許和爾瑞所勾勒，原本工業化大量生產的資本主義運作，進入大量消費時代，勢必在產品、服務和內容的生產過程中，導向更為美學化與符號化的運作。創造出大量有賴於影像和視覺化特徵的產品類型，以及產品的高度美學化趨勢。這兩個共同發展方向使資本主義大量生產與流通，得以和大量文化消費接合。原本經由觀光休閒活動對地方的消費，在觀光產品和服務的生產領域，或觀光客的體驗和參與的文化消費過程領域，均呈現高度視覺與美學化的發展趨勢。前者是必須創造出可以被凝視的、奇觀式的美學活動與體驗服務；後者則是寄望取得

新奇有趣的空間符號、充滿故事或美學隱喻的消費體驗。在這個過程中，淡水極為豐富的歷史氛圍、古蹟等文化資產，是提供空間符號和美學論述的獨特地方資源。藉由所謂的文化創意產業的運作，一方面導入具有經濟產值的產業模式，提供且創造在地新的工作機會，促進地方性的產業結構轉型；另一方面，在這個中介的過程，具反思性的社會行動者主體得以挪用這些歷史文化與美學資源，重新建立自身和在地時間、空間認同關係的建構。

這個主體和在地時間、空間認同關係的重新確認，不僅限於在地的社區居民，也包含回到家鄉、重新認識自身的遊子；被地方空間歷史吸引至此地的新住民；以及不斷到訪的觀光客，這些社會行動者均可能在這個消費地方、購買、體驗、創造不同的美學化消費過程中，以自身對在地時間特徵、空間涵構的理解與想像的反身性思考，被動員出跟淡水的認同關係建構。然而，這個美學反身性的作用乃是建立在淡水空間符號的獨特性上，一旦重建街的階梯市集、巷道尺度、建築形式與空間紋理產生巨大變化，則此高度架構在生產者與消費者的美學體驗的空間符號經濟體系便失去其作用的有效性，所謂的文創產業自然也失去對於顧客的吸引力，無由取得文化消費上的優勢與壟斷地租。這使得文創產業得以做為文化資產保存的重要後盾，地景的保存確保了經濟朝向文化轉型的機會。

最後，另一個更值得關注的影響作用是，全球化網絡時代幾乎全盤依託於數位化的溝通工具，社交媒體促成的影像化、視覺、美學與體驗化現象，讓這些美學與空間符號的體驗經濟，可以在更年輕世代中加速拓展滲透其溝通作用；換言之，這個藉由空間符號與美學經濟的商品交流過程中，關於淡水重建街歷史街區的文化歷史意涵，也得以藉此溝通作用，取代先前

難以企及的，對年輕世代的鄉土與歷史教育，而古蹟、文化資產所欲跟不同世代經驗建立對話和溝通的美學反身性意圖，在數位化媒體的鼓動、文創產業作用模式所共同開創出來的平臺，提供一個重新思考經由文化觀光的地方消費過程，產生跟歷史想像建構出認同關係的不同取徑。

誌謝

一、感謝兩位審查委員的悉心審查，提出相關見解，促進學術與知識領域的正

向交流與對話。

二、感謝蔡以倫先生、蕭文杰先生提供照片資料，提昇本篇論文視覺資料完整性，益於知識累積與資訊保存流傳。

三、感謝本研究進行過程中，接受訪談的相關人士，特別是蔡以倫先生受訪之餘，對香草街屋與重建街相關資料收集工作的慷慨協助。

四、感謝真理大學3位優秀校友吳伊欣、蔡宜庭與謝慧靜小姐，於就讀、製作畢業專題與擔任計畫研究助理期間，對本研究的各項協助。

參考文獻

- 江千綺譯，Urry, J. 原著 (1995)，2013。消費場所。臺北：書林出版有限公司。
- 林晚生譯，馬偕博士著，2007。福爾摩沙紀事：馬偕臺灣回憶錄。臺北：前衛出版社。
- 張志源，2014。臺灣淡水埔頂及鼻仔頭地區歷史建築空間變遷。臺北：蘭臺出版社。
- 莊家維，2005。近代淡水聚落的空間構成與變遷：從五口通商到日治時期。國立成功大學建築研究所碩士論文。
- 黃瑞茂，1991。都市設計操作程序中體驗空間之研究：以淡水重建街為例。中原大學建築研究所碩士論文。
- 趙旭東、方文中譯，Giddens, A. 原著 (1991)，2005。現代性與自我認同：晚期現代的自我與社會。臺北：左岸文化出版社。
- 趙偉紋譯，Lash, S. and Urry, J. 原著 (1994)，2010。符號與空間的經濟分析。臺北：韋伯文化國際出版有限公司。
- 羅世宏等譯，Barker, C. 原著 (2000)，2005。文化研究：理論與實踐。臺北：五南出版社。
- Bell, D., 1973. *The Coming of the Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.
- Bourdieu, P., 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Featherstone, M., 1991. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- Giddens, A., 1994. Living in a post-traditional society. In: Beck, U., Giddens, A. and Lash, S., 1994, *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*, pp. 56-109. Stanford, California: Stanford University Press.
- Hewison, R., 1987. *The Heritage Industry: Britain in a Decline Climate*. London: Methuen.
- Lash, S., 1990. *Sociology of Postmodernism*. London: Routledge.
- Lash S. and Urry, J., 1987. *Disorganized Capitalism*. Cambridge: Polity Press.

作者簡介

殷寶寧現任國立臺灣藝術大學藝術管理與文化政策研究所副教授。

Adaptive Reuse of Heritage, Cultural and Creative Industries and Aesthetic Reflexivity: Cultural Conservation Movement of Chongjian Street Creative Market and Herbs Maison in Tamsui

Pao-Ning Yin*

Abstract

Cultural heritage forms the basis of cultural and creative industries. Promotion of cultural and creative industries is a key national policy in Taiwan. However, the connection between cultural heritage and cultural and creative industries is unclear, in terms of practices, theories, concepts, and even methodology. Reuse of historical buildings has become an important approach to the preservation of cultural heritage, and mainly follows the model of transformation into commercial spaces for the cultural and creative industries.

The core idea of cultural and creative industries is to apply industrial production models and content transformation for the purpose of supplying more jobs, promoting tourism activities and stimulating the local economy. In addition, historical building and historical street/area preservation can guide local revitalization efforts and identity building. However, is priority to be given to local identity or tourism? This is the basic research question of this article. Moreover, does revitalization of cultural heritage create contemporary value for historical buildings or is it only a commercial model? Is it possible to implement strategic cooperation between the two?

In this article, the concept of aesthetic reflexivity is introduced with observation and analysis of Chongjian Street and Herbs Maison in Tamsui. The crisis that erupted due to the proposed widening of Chongjian Street, the first street in Tamsui, is discussed. In addition, the role of Herbs Maison in historical building and cultural heritage preservation and the strategies of the Chongjian Street Creative Market are used to explore the use of space along Tamsui's old streets. Through the process of formation of the Chongjian Creative Market, a vision for possible new relationships between historical street/area and cultural and creative industries is proposed.

Keywords: aesthetic reflexivity, cultural heritage, cultural and creative industries, Chongjian Street and Herbs Maison in Tamsui, revitalization of historic buildings

* Associate Professor, Graduate School of Art Management and Culture Policy, National Taiwan University of Arts; E-mail: ning@ntua.edu.tw