

第五章 論遺產空間創意氛圍的真摯性與異質性：以英國鐵橋谷為例

何信華 同學

研究動機與目的

2011年國際文化紀念物與歷史場所委員會（ICOMOS）通過ICOMOS-TICCIH工業遺產地、結構物、地區與景觀維護聯合原則（Joint ICOMOS-TICCIH Principles for the Conservation of Industrial Heritage Sites, Structures, Areas and Landscapes），主要強調工業遺產具有代表人類昔日生活的傑出普世價值，代表著過往的社會生活樣貌、工人的工藝技術和社區的集體記憶，是人類通往文明與現代化的歷程，值得紀錄、保護、保存並傳遞其歷史價值的重要文化資產。透過規劃和實施保護遺產價值的政策和行動，同時為在地社群和觀光客提供一個經濟、社會、文化層面永續成長的環境。2012年11月5日至8日，國際工業遺產保存委員會（TICCIH）在台北舉行大會，這是 TICCIH大會第一次在亞洲城市舉行，彰顯了這個國際組織對於亞洲地區日益受到威脅的工業遺產的關注，並通過一個以亞洲工業遺產為主軸的宣言，以推動亞洲地區工業遺產的保存維護。

然而工業遺產多位於城市中所謂的「衰敗地區」(blighted area)，傳統產業逐漸沒落，年輕勞動人口外移，當地經濟面臨巨大轉變，因此將工業遺產轉型再利用為當前各國工業區刻不容緩的議題，工業遺產保存對於城市的歷史記憶具有重要性和不可替代性，透過工業遺產再利用和文化創意的結合，發掘其在歷史、社會、文化、經濟和審美等諸多方面的價值，賦予工業遺產新的內涵和功能，實現與城市互動的永續發展。

本研究旨在探討工業遺產如何透過注入創意概念型塑出創意氛圍？創意進入後所轉型的創意空間和原本做為工業遺產的空間差異為何？而這樣的異質空間（of other space）和在地文化結合，形塑出怎樣的`地方純正性`（authentic）？而這樣的純正性能提升居民的`地方感`（sense of place）嗎？由於傳統的研究典範傾向於將文化創意視為創造經濟效益、都市再生的觀點，因而忽略了與在地地方的連結，地方發展的脈絡與市民日常生活的紋理。在地性發展不僅是培植地方產業，提升的當地居民的文化資本和生活品質，同時保存地方文化的獨特價值，形塑地方同感與社會凝聚力。本研究透過文獻分析、實地考察與半結構式訪談，探

討工業遺產轉型下的地方感營造，瞭解當地居民（人）、創意空間（地）之間的互動關係。

文獻探討

17、創意觀光(creative tourism):

創意觀光所呈現的是一融合當地及全球創意人才、地方空間利用、產業和文化合作、觀光客和居民能參與生產的新觀光型態。而創意觀光的重要性在於它深根於日常生活中，為日常生活的實踐。透過流行文化（Fiske，1989）和最近新興的媒體，網路和社群網站（Burgess，Foth，Klaebe，2006），日常生活的創造力已成為越來越重要的趨勢。此外，遊客在目的地的日常生活體驗，也從被動轉為積極參與，越來越多遊客尋求「另類公共空間」(alternative public spaces) (Nielsen，2002) 或「異質空間」(heterogeneous spaces)，那些和 Edensor（2000）提出的飛地（enclavic），或高度控制和腳本旅遊空間是成對比的。創意觀光發展的新興模式:創意觀光的發展往往可以歸納成三個基本類別：創意奇觀，創意空間和創意觀光（Richards 和 Wilson，2006）。

創意氛圍(creative milieu)就是創意城市的核心關鍵，它是種空間的概念，可能指的是建築群、城市的某處、甚至整座城市或區域。它涵蓋了必要的先決條件，足以激發源源不絕的創意點子與發明的一切「軟」「硬」體設施。創意氛圍必須提供建立一個建全的網絡，這需要彈性組織去培養高度信任、自我負責感，並建立不成文、但卻強而有力的原則，形塑合作競爭的文化；此外，公共介入透過規範、獎勵制度，還有改變組織文化，造成結構性不穩定、文化多元性，也得以幫忙製造創意氛圍（Landry,2003）。

二、異質空間（of other space）與純正性（authentic）

Foucault (1986)提出論其他空間(Of Other Places)，闡述空間之重要性且探討異質空間之存在與價值。對於 Foucault 來說，我們身處的當下是一個架置於空間之上的紀元。此一由空間建構本質的概念，紮根於：1.空間具有並置性特質，2.空間 A 與空間 B 可由遠而近相互連結，3.數個空間亦可左右交疊，形成網狀系統相互影響，4.空間既有聚合，則有離散。而異質空間(異托邦)與虛擬空間(烏托邦)

的根本差異性為：異托邦為一真實存在空間。在這異質空間裡，人們可透過現實世界與此空間所產生的對比，做為與主流現實對話或對照批評的基石。換言之，異質空間具有對抗主體的力量(counteraction)。在討論異托邦之時，傅柯提出六項準則來概述其定義，在本研究中借用他的第二項準則：異質空間的功能會因不同歷史情境而有差異，去探討工業遺產因為歷史的演變而沒落後，當地產業透過注入文化創意概念，重新塑造成各具當地文化特色的產業群聚，工業遺產在西方的歷史上見證異質空間意義流變的可能。

純正性(authenticity)意義大抵上指的是事物原有的、道地的或正宗的特質。會產生追求純正性的動機。換句話說，純正性是一個關乎事物歷史起源的問題，是一種尋覓過往的懷舊情懷。但就像處理「文化」這個概念一樣，純正性的定義也是動態的，純正的一種意義是指原始或傳統的生活方式；另一種則是指新世代所新創造出來的文化(Zukin,2010)。所謂的純正性不只是過去世代留下來的文化特色，也包括了當前世代所創造的文化特色；換句話說，城市的純正性乃是在起源與新開端的對話與張力下形成的，這也造就了所謂「城市的靈魂」，城市應提供一個可以醞釀創造「純正性」之沃土，確保弱勢階級可以在都市生活與生存的權利，跳脫經濟發展的思維框架，捍衛傳統的核心價值。Zukin 以純正性的觀點，分成所謂的「奇特空間」、「共同空間」以及「終點文化」。

三、地方感(sense of place)

「地方感」(sense of place) 是人文地理學的關鍵概念，深受現象學和存在主義的影響，其有兩種意義：第一個是指一個地方(place) 具有高度想像性的特色；另一個是指人們自己所意識到，對自己具有意義的地方。所謂的地方感，就是人對於地方主觀和情感上的依附(Cresswell, 2006)。Gallian 和 Loeffler(1999) 指出，「地方」是對人們有意義的地理區域(即「空間」)，透過對地方的情感建構，人們才會歸屬或認識此地理區域。當空間伴隨著個人特殊經驗、歷史性脈絡的累積以及其產生的認同感時，地方的意義便產生了。Crang (1998) 也認為當人對於此地認識且賦予意義，並逐漸產生情感後，容易對此地產生歸屬感，進而覺得自己為這個地方的一份子。表示人不僅透過對地方的地方感來界定自己的位置，也透過其來界定自己。

相較於人文主義地理學的地方感就是一個根著與本真(authentic)地方的概念，Massey (1990) 提出了一個「全球的地方感」(a global sense of place)，修

正了傳統的地方感概念。她預設了傳統地方感具有四種特質，並提出在全球化下的地方感的四個相對概念。

1. 相對於傳統地方概念的固定性，地方是一動態過程。
2. 相對於傳統地方概念的排除性，地方不必然具有邊界，透過與外界（outside）的連結，可以建構出自己的地方。
3. 相對於傳統地方概念的單一認同，人對於地方的認同是具有內在矛盾性的，地方是多元認同與歷史的位址。
4. 相對於傳統地方概念強調地方的獨特性，地方的重要性與獨特性並不曾消失，地方的互動界定了地方的獨特性，使地方的獨特性不斷的被再生產，但並非源自於長久與內生的歷史。

Massey 強調，在全球化下，獨特性與發展的不均衡都可以成為一種資源。地方的獨特性是因為地方是全球與地方的社會關係混合的結果。所以全球地方感應該是一種外向性的地方感。而 Harvey（1996）也指出地方不僅僅是一種存在，他批判在全球資本主義的現代，人文主義地理學靜態的地方感其實有兩個目的，一是以「集體記憶的場所」作為吸收資本的幌子，販售地方並抵抗全球資本的入侵。二是透過地方感劃分出「我們」與「他者」之間的界限藉以排除他者。根著與本真的地方感只是重新創造傳統以及商品化的文化襲產，這反而顯示了現代性的勝利，本真性與根著性在大量生產與大眾價值下已經被破壞殆盡，商品與市場價值以及資本積累滲透進入了社會生活，才使得人們更渴望尋求一種生活上的本真。

個案研究

「鐵橋谷」（Ironbridge Gorge）位於英國英格蘭西部，是屬於斯洛浦郡（the County of Shropshire）境內塞汶河下游的一個縱谷，它被稱為工業革命的發源地，在 18、19 世紀時，沿著塞汶河（River Severn）兩岸逐漸發展出一系列的鐵工廠、煤礦區、陶瓷產業等，為了促進兩岸間交通的便利，1779 年建造完成世界第一座鐵橋，於是工業史學家與考古學家也逕以「鐵橋」（the Iron Bridge）為此地命名。然而，隨著二次工業革命歐陸國家競相發展工業及經濟因素被他處工業區取代，鐵橋谷的工業發展於 1870 年代呈現停滯，隨後開始衰退。

二次世界大戰後，英國在頹垣破敗的戰後產生懷舊（nostalgia）風氣，想從過往的榮景尋求慰藉，工業遺產的保存於是開始受到重視。1970年代起英國對於往昔特有的工業文化遺址產生興趣，那一段悲慘黑暗的工業歷史得到了社會的關注與認可。於是乎，二十世紀當鐵工業逐漸沒落，沿著塞文河的鐵橋谷原址重建修復工業遺跡，工業地景轉型成保存鐵橋谷工業與文化遺址的博物館群，出現了十座不同主題的博物館，統稱為「鐵橋谷博物館」：科布魯克岱爾鐵博物館（Coalbrookdale Museum of Iron）、達比宅邸（Darby Houses）、布里茲山維多利亞鎮（Blists Hill Victorian Town）、傑克菲爾德瓷磚博物館（Jackfield Tile Museum）、柯爾波特瓷器博物館（Coalport China Museum）、布魯斯禮管製品博物館（Broseley Pipeworks）、鐵橋及收費站（The Ironbridge & Tollhouse）、谷博物館（The Museum of the Gorge）、焦油隧道（Tar Tunnel）、引擎動力館（Enginuity），形成結合生態景觀與文化的博物館群，使得鐵橋谷逐漸變成一工業考古與觀光休閒的區域。

Landry(2008)主張城市的創意氛圍必須在軟硬體的基礎建設上，營造能夠讓創意觀念滋養的生活圈。讓創意在城市的生活中找到生命力（vitality）與活力（viability），讓人們與創意生活在一起，是推動工作的當務之急。鐵橋谷博物館信託（The Ironbridge Gorge Museum Trust Limited）負責工業遺產的保存與觀光發展，在原本硬體上開發軟體，在傳統產業注入創意使文化重生，形成良好的創意氛圍，畢竟創意空間的價值不在於它的經濟效益，而在於它所提供當地人民對地方的記憶與情感上的寄託與聯結。因此，創意空間必需是一個明確的方法用以保護社區鄉土文化和空間，對抗文化商品化和高檔化的雙重影響，並非使用文化作為再生的工具（Evans，2005）。鐵橋谷的創意觀光展現出一種混合地方特色的日常生活創意實踐，在布里茲山的維多利亞小鎮露天博物館（Blists Hill Victorian Town），重現了英國維多利亞時期鐵橋谷小鎮的面貌，一進入園區，就有一間銀行能讓遊客將英鎊兌換成為維多利亞時代的先令(圖 1)，遊客入園消費皆可以此支付，而園區內有民居、雜貨店、印刷店、蠟燭店、麵包店、照相館、工廠、小學及炸魚薯條店，可以享用舊時使用牛油烹調的炸魚薯條，同時體驗維多利亞時代的日常生活氛圍，所有建築從外觀到內部陳設均依照過去原貌重現。而工作人員穿著維多利亞時期的服裝，作角色扮演現場演示當年各行業之工作狀況，或是進行現場歌舞表演，遊客參觀的同時，若有疑問，演示人員也會說明維多利亞時期居民之生活與習俗。此外，傑克菲爾德瓷磚博物館（Jackfield Tile Museum）除了展示具創意的特色瓷磚外，也有可以親手觸摸的凹凸磁磚，博物館旁的教室還



圖 1. 以英鎊兌換先令的銀行 圖 2. 陶瓷博物館的 DIY 工作坊

提供瓷器及瓷磚製作課程，讓遊客能動手 DIY 創意發揮(圖 2)。柯爾波特瓷器博物館 (Coalport China Museum) 除了展示鐵橋谷自行創作的瓷器藝術品外，也保留完整的窯爐，讓遊客可以實際體會窯爐運作情形。再者，在引擎動力館 (Enginuity) 也透過機械、工業器具、模型讓遊客能發揮創意親自動手做，以及多媒體的互動式影音，讓遊客可以在愉悅的體驗中學習知識，而有一個美好的實作經驗。引擎動力館 (Enginuity) 在二樓有小型展覽，展示當地藝術家透過創意發想而創作出來的工藝作品。前館長 Neil Cossons 曾道：「以消費者的眼光實際來處理原址保存的課題」(To make on-site preservation more realistic in consumer terms)，創意將鐵橋谷變成了「酷」的地方，創意設計產業和旅遊業都是「第三空間」(third space) 或「混雜空間」(space of hybridity)，透過不同的團體或個人，在一個共享的空間相遇，彼此之間的相互作用，足以激發源源不絕的創意點子與發明 (Mommaas, 2009)。藉創意注入鐵橋谷原本的地方產業使其生動化，



圖 3. 廢棄的鍋爐



圖 4. 工作人員扮裝海盜的歌舞表演

營造出活潑的創意氛圍，而成為文化觀光目的地。但是，在此情況下，這些創意景觀和群聚經歷一個過程的演變從原來的原生性和樸質性走向更都市社會化，反

映在居民和遊客流量的變化上，也就是仕紳化的概念(Hannigan, 1998; Zukin, 2010)。

以當地居民的角度切入，本研究透過運用 Zukin 提出的「奇特空間」概念考察純正性對地方所起的作用。鐵橋谷原本是一個工業區，後來因為產業區位轉移而沒落，近年來因為文化創意的注入及英國興起懷舊觀光風潮，成為工業遺產的知名觀光景點，而當地由於長時間積累下來的傳統，形成了某種純正性。然而觀光的注入對這些地區的純正性的確造成衝擊，維多利亞小鎮露天博物館的旅客中心藉由影片和照片，搭配聲光效果，營造出工業時代的舊時記憶，描繪出過往採礦工人在地底中那段不見天日的汙穢艱辛；但是進入維多利亞小鎮後，似乎對過往工人在礦坑的生活並無多加著墨，反而呈現緬懷維多利亞時代小鎮的繁榮以及過於乾淨美好的往日情懷。正呼應了，McKercher & du Cross (2010)所提出的觀點，觀光客追求的「真實性」並非「實際性」，所認為的「真實」定義取決自個人的知識框架與背景，因此多數觀光客並不瞭解工業革命的時代背景，卻對維多利亞小鎮的日常生活體驗趨之若鶩。

「這個地方已經不是原本樣貌了，你現在不能稱它作鐵橋谷。你可以和老一輩的人聊聊。觀光?根本沒有發生在我們那時代，以前鐵橋谷甚至連車都看不到。告訴你我覺得這是一種干擾行為，破壞我對鐵橋谷的觀感。」老奶奶，當地居民

鐵橋谷的純正性議題，也和它的歷史起源緊密相關，純正性是動態的，一種尋覓過往的懷舊情感，透過起源與新開端之間的對話與張力形成純正性(Zukin, 2010)。一開始成立的鐵橋谷博物館信託多數是由原本的工程師組成，這些工程師多屬於上層階級的視角，對於當地原本貧窮的工人階級生活在斷垣殘壁中的真實生活樣貌，並沒有完整的詮釋，而使當地下層階級不想參與工業遺產修復運動，引發何謂保存的爭論，產生了不同階級權力關係的糾葛，再者，工程師建立鐵橋谷博物館信託後，開始了一連串的新興建設，但是有些當地居民是抱持反對態度，他們並不想改變，以至於在七零年代，許多鐵橋谷的居民搬出去，其他地區的新移民遷入，而發生了置換(displacement)，產生了仕紳化(gentrification)的現象。

此外，鐵橋谷的遺址純正性部分，其實維多利亞小鎮露天博物館的建築並非完全

原址保留，有些是仿造維多利亞時期建造或是由別處遷移至此；除了店家內的工業器具因應觀光展演仍在使用的，戶外的工業機械多半已廢棄；且昔日裝載礦產的運河旁遺留一座鍋爐(圖 3)，但是這工業遺跡似乎並未被多加詮釋，也沒有告示牌解說以往的歷史，任由其荒廢甚為可惜。再者，維多利亞小鎮工作人員扮裝海盜在街上即興演出的歌舞表演(圖 4)，以及旁邊給兒童玩樂的海盜藏寶地圖室和做蠟燭遊戲，似乎也與當時歷史背景不大相干。整個維多利亞小鎮露天博物館所營造出來的觀光氛圍，呈現過於安全且愉悅的過去，似乎偏向適合兒童玩樂的主題樂園趨勢。

在異質空間部分，工業遺產的功能會因不同歷史情境而有差異，鐵橋谷因為其他地區鋼鐵生產而相對落後，當地產業透過注入文化創意觀光概念，重新塑造成各具當地文化特色的博物館與產業群聚，使鐵橋谷工業遺產在西方的歷史上見證異質空間意義流變的可能。現今的鐵橋谷，已經從原本的工業村落轉型成英國文化觀光的知名景點，為了與國際接軌，鐵橋谷時常舉辦大型文化節慶活動、展覽、嘉年華，例如去年因為倫敦舉辦奧林匹克運動會，在鐵橋谷的瓷器博物館就有和奧林匹亞運動會相關的特展，然而這樣異質而非當地傳統的活動，當地居民似乎認同感並不高。此外，傑克菲爾德瓷磚博物館 (Jackfield Tile Museum) 是鐵橋谷至今仍有在運作的工廠，專門生產以前維多利亞時期的瓷磚，因為工法特殊且專業，至今仍壟斷整個英國市場，在異質空間的歷史流變中維持良好的傳統特色；對比之下，鐵橋谷許多昔日在工業時代中極具重要性的窯場，卻淪落為廢棄工廠，甚至開出了「一磅窯場」價碼！這再度凸顯了鐵橋谷的保存問題，到底工業遺產為誰保存？遺產的詮釋又是由誰來詮釋？如何捍衛地方純正性同時融入異質性？筆者認為遺產保存必須透過鏡象關係，建構異質地方(heterotopias)，這地方具備批判現代性的反身性(reflexivity)，如此才能讓異質空間草根化，有助於轉化空間成為真正有認同(identity)的地方。

「我在這裡工作三年了，我很高興能在這裡工作，我的日常生活都和這裡有關，我很驕傲這裡變成文化觀光景點，我可以和遊客互動溝通，這裡的博物館也讓以前的歷史被保存延續下來，我喜歡這裡，對這裡有認同感。」 25 歲上下，年輕女性，員工

「我已經退休了，所以來這裡當志工，我喜歡這裡的環境，我可以和遊客、志工和員工溝通，參加這裡的節慶活動，博物館也有給志工一些訓練，讓我

們能給遊客更好的歷史知識和遺產詮釋。」約莫 60 歲，老爺爺，鐵橋谷之友的志工

透過地方感與純正性、異質空間作對話，經過訪問而得知，年輕一輩的居民，因為在鐵橋谷獲得工作，也從發展文化觀光的階段中，獲得許多好處與利益，而接納鐵橋谷邁向國際觀光化發展，對當地有較深的認同感，另外，鐵橋谷博物館之友(the Friends of the Ironbridge Gorge Museum)的志工，因為對鐵橋谷本身就有一定程度的熱忱，地方感(sense of place)也比較深厚；相反的，老一輩的居民並不喜歡改變，認為自己住在這裡、在這裡工作，就這樣而已，並沒有和鐵橋谷博物館信託有著正式關係，對文化觀光化後的鐵橋谷認同感並不高，甚至有點排斥觀光化。此外，也有些當地居民反應鐵橋谷以遺產為主的活動有點太過昂貴，一般居民是付不起這樣的費用，或許能有更多不同優惠措施讓居民也能參與鐵橋谷的各種活動。

但是換個角度，以觀光客的觀點切入論述，鐵橋谷在推廣教育方面，的確非常成功。鐵橋谷在整體基地內之森林、水道、登山步道及聚落等，都提供遊客完整的環境意識與經驗，並利用網頁、出版品、影音產品及實際物件，作其歷史及自然資源推廣教育。再者，在教學活動方面，每年都有近七萬名學生團體來鐵橋谷進行校外教學與參訪，教學內容包含地質、地理、自然及人文。博物館教育部門也有瓷器及磁磚製作課程(圖 5)、木雕課程及研究課程，以及三十五種不同的教學工作坊，提供手作體驗和親子同樂活動給遊客及學校團體參與。在專業教育方面，鐵橋谷學院(Ironbridge Gorge Institute)也和伯明罕大學(University of Birmingham)合作開設文化資產管理的研究所課程。然而，弔詭的是，儘管鐵橋谷在英國文化觀光界頗為著名，來鐵橋谷旅遊的多半仍是以攜家帶眷的英國人為主，國際觀光客比例並不高只佔了 17%，這情況似乎和鐵橋谷發展成國際文化觀光景點的目標相去甚遠，或許這和交通易達性有關係，畢竟鐵橋谷較為偏僻，但或許鐵橋谷博物館信託得再思考鐵橋谷的定位，以國內觀光客為主？還是國際觀光客？如何活化展演遺產？到底鐵橋谷遺產的觀眾是誰？遊客又是誰？

綜合以上所述，筆者認為鐵橋谷的地方感是屬於全球化下的地方感(a global sense of place)，是隨著外界影響而流動的、變動的。當原本的工業廢墟因為當地的菁英分子的發起，而進行保存和修復，就被賦予意義而轉型為地方，即產生根著性的地方感，是必須透過長時間累積發展，然而文化創意觀光進駐後，地方

產生形變，從早期工業時代的聚落建築變遷成現代文化產業領導的博物館，形成了異質空間，同時居民的地方感也產生了變動，不再似以往那種固著性的地方感，而是同時融合新舊文化的地方，對老一輩的居民來說，這樣的變動似乎喪失原本鐵橋谷的純正性，變成迎合觀光客所形塑出來的舞台性本真(staged authenticity)；但是對年輕一輩來說，文化觀光的发展，卻為鐵橋谷帶來更多元的文化活動的契機以及就業機會。

對觀光客來說，鐵橋谷符合不同年齡層的遊客需求，對於小孩，鐵橋谷在維多利亞小鎮(Blists Hill Victorian Town)和引擎動力館(Enginuity)提供許多互動式的器具和親手DIY的體驗，以及在陶瓷博物館和瓷器博物館提供不同種類的教學工作坊，「寓教於樂」讓兒童於玩樂中學習科學知識；對於成人，鐵橋谷在科布魯克岱爾鐵博物館(Coalbrookdale Museum of Iron)和谷博物館(The Museum of the Gorge)有著關於鐵橋谷的歷史發展脈絡、工業時代製鐵的器具和媒材，以及當時工廠場景，對於歷史學家和魁克教徒，達比宅邸(Darby Houses)有著關於達比家族在鐵橋谷發跡的歷史故事、魁克教徒的簡樸生活方式，及魁克教徒特有的服飾及家具擺設，並提供當時服飾給遊客試穿體驗(圖5)。鐵橋谷針對不同觀光客群講述不同故事，而使得不同年齡層的遊客在此都能滿足需求。其次，鐵橋谷博物館群呈現出「新(new)」與「舊(old)」同時並存的展示方式—維多利亞小鎮、引擎動力館、陶瓷與瓷器博物館呈現新奇具創意體驗的展覽方式，而谷博物館、鐵博物館、達比宅邸主要展示當時歷史脈絡與地理環境，而呈現傳統教條式的展覽方式，這種多樣化的展示方式，似乎也能迎合不同遊客類型之需求。然而，鐵橋谷博物館信託應試圖在觀光客、居民中取得平衡，畢竟博物館



圖 5. 達比宅邸 魁克教徒服飾的試衣體驗

的價值不僅僅在蒐藏文物、展示新知或教育宣導，更在展現當地的特色，與居民共享地域的歷史記憶，傳達文化的認同感，凝聚地方居民的情感，共生互動創造未來。

每一個地方的文化特色及其產業是個體分辨自我形貌、建立自我認同的憑藉，而地方特色亦是地方與外在環境互動的產物，是故，鐵橋谷工業遺產注入文化創意產業其所衍生之空間對於當地居民而言皆屬於新興空間，居民原有之地方感有可能會因此進行轉變。在楊敏芝（2001）的研究顯示，地方文化產業的發展對於地方是有其影響力，進而影響居民心中對於地方之價值，並增強對地方之認同程度。此外，居民的態度對創意觀光之發展是重要的，因此地方居民若能認同文化創意產業之推動將能使得地方產業的延續發展，進而能夠代表地方特色。由此可見，鐵橋谷文化創意觀光發展所衍生之相關物件將會影響居民與地方或空間關係的轉變，亦關係到居民的地方純正感以及對產業發展之態度，若能在創意觀光活動中以居民福祉為前提考量，並加入屬於道地的鐵橋谷工業遺產的獨特元素，而非是在英國其他主題樂園皆能看到的海盜歌舞表演或是奧林匹克節慶活動，則能使遊客和居民對於這個地方的文化觀光產生真實性，透過無可取代的競爭優勢，帶動人們常接觸此環境，進而對此產生獨特的地方情感，依賴並認同這裡的地方純正感，如此才能達到 Messay 所說的全球化下的地方感，形塑出兼具異質性與純正性的地方。

結語-反思台灣

Dolores Hayde（2000）認為：「文化景觀（包括工業景觀）比起大多數建築或在博物館中的展品更有效地告訴我們，我們是誰」。工業遺產保存和再利用不只是記念過去，更是建立未來。因此，工業遺產再生需要連結居民、地方和歷史以促進地方認同和社會凝聚的力量。以英國鐵橋谷工業遺產注入文化創意觀光的再生經驗檢視台灣工業遺產轉型成文化創意園區，工業遺產被認為是提供都是活化的泉源，是都市改造與再生的契機，然而台灣創意城市的推動往往成為大型的硬體建設，而不是發揮觀念的力量；創意往往變成是表面熱鬧的活動，而不是鑲嵌在市民的日常生活之中。

縱觀台灣五大文化創意園區，華山是最早成立、營運最成熟，發展至今卻似乎淪為商業發展或展演空間，呈現和當地居民生活脈絡格格不入的飛地(enclave)或腳本觀光客空間(scripted tourist spaces)，參觀者多受到展覽或消費性行為吸引而前往，原本的酒廠歷史氛圍及場所精神(spirit of space)不復存在。又再者，因為過度商業化而面臨仕紳化(gentrification)，導致中上階級的移入而在房地產市場

中被置換(displacement)，社會底層居民很難對抗全球化下市場機制所造就的社會排他性(social exclusion)，而導致形成都市內的社會片斷化(social fragmentation)與空間隔離(spatial segregation)，而失去地方的純正性(authenticity)，呈現無地方感(placeless)。

再回歸地方感的本質思考，台灣文化園區有保存日據時代的釀酒器具嗎？有形塑造出當地社群的地方認同感嗎？是誰有權利去決定遺產的存留與否？遺產的再現又是為誰而現？若具有時代意義的工業遺跡沒有適當的保存活化與永續經營，恐怕當地流失做為異質地方建構(heterotopias)的機會，造成缺乏反身性(reflexivity)的文化創意，而工業遺產轉型也徒剩展演空間的空殼，一個喪失地方感的失落園。

附錄

2013 英國鐵橋谷(Ironbridge)田野調查訪談提要	
問題大綱	理論架構
1.您住在附近嗎？多久了？說說您在這裡做甚麼？ 2.您覺得是甚麼原因讓 Ironbridge 發展文化創意觀光？您覺得這裡所營造的創意氛圍感覺如何？	日常生活創意氛圍(creative milieu)
1.Ironbridge 博物館所保存的工業時代的遺址如煉鐵廠、煤礦廠，您感覺有回到過去的真實現場嗎？ 2.您認為員工講述過去歷史故事及現場展演工藝技術，甚至穿著當時維多利亞時期服裝，感覺如何？身歷其境嗎？您覺得在銀行將英鎊兌換為舊時的先令、或是吃舊時用牛油烹調的炸魚薯條等，有讓您和當地產生連結嗎？	純正性(authenticity)

<p>1.談談您對於 Ironbridge 從工業遺產轉型成為文化觀光景點的感想。</p> <p>2.您覺得文化觀光對 Ironbridge 帶來什麼影響及對您的生活所帶來改變? 哪些地方和以前不一樣? 這些不一樣有改變你對當地的情感嗎? 或改變您對當地的意象? 加深您對此地的好感? 您喜歡這樣的改變嗎?</p>	<p>異質空間(of other spaces)</p>
<p>1. Ironbridge 有培育當地解說志工或提供當地居民就業機會嗎? 有教育培訓當地人才的機構嗎?</p> <p>2. Ironbridge 在哪些方面最能符合你的需求? 為什麼?</p> <p>3.可以說說 Ironbridge 對您的意義是甚麼? 你對這裡的認同是甚麼? (和生活沒有關連? 有歸屬感? 還是根深蒂固感?)</p>	<p>地方感(Sense of Place)</p>

參考文獻

Buttimer, A., & Seamon, D. (1980). *The Human Experience of Space and Place*, (p.201). London: Croom Helm, Ltd.

Evans G.L. (2009a). Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies*, 46(5/6), 1003-1040.

Foucault, Michel. (1986). 'Of other spaces', *Diacritics*, 6: 22-27.

Gustafson, P. (2001). Meanings of place: Everyday experience and theoretical conceptualizations. *Journal of Environmental Psychology*, 21(1), 5-16.

Ironbridge Gorge Museum Trust. (2011). *Blists Hill Victorian Town Souvenir Guidebook*. Norwich: Jigsaw Design & Publishing Ltd.

ICOMOS. (2004).*The World Heritage List:Filling the Gaps –an Action Plan for the Future: An Analysis by ICOMOS* , ICOMOS , FR:Paris 。

Landy, Charles. (2005). 'London as a Creative City', in John Hartley edited *Creative Industries*. London: Blackwell Publishing.

Pratt, A.C. (2010). *Creative cities: Tensions within and between social, cultural and*

economic development: A critical reading of the UK experience. *City, Culture and Society*. 1(1), 13-20.

Relph, E. (1997). Sense of place. In S. Hanson (Ed.), *Ten geographic ideas that changed the world*, (pp.205-226). New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

Tuan, Y. F. (1980). Rootedness versus sense of place. *Landscape*, 24(1), 3-8.

The Ironbridge Gorge Museum Trust Limited. (2012). GREAT VALUE DAYS OUT

2012/13

Zukin, Sharon. (2010). *Naked City*.

Cresswell T. (2006), 地方：記憶、想像與認同(Place: a short introduction)(王志弘、徐苔玲譯)。台北市：群學出版有限公司。

楊敏芝，(2001)，地方文化產業與地域活化互動模式研究-以埔里酒文化產業為例，國立台北大學都市計劃研究所博士論文，台北。

黃琇玫，(2003)，地方文化活動與地方認同，國立台南師範學院鄉土文化研究所碩士論文，台南。

夏鑄九，(2006)。對台灣當前工業遺產保存的初期觀察：一點批判性反思，《國立臺灣大學建築與城鄉研究學報》(台北)，第 13 期，頁 91-106。

鐵橋谷官方網站 (Ironbridge Gorge Museum) <http://www.ironbridge.org.uk/>

鐵橋谷遊客資訊 (Ironbridge Tourist Information and Visitor Guide

<http://www.ironbridgeguide.info/>

TICCIH, <http://www.ticcih.org/>

UNESCO <http://www.unesco.org/new/en/>

