

都市移居與客家聚落文化變遷之研究—
以美濃客家聚落為例

廖淑容

民國九十九年十一月

都市移居與客家聚落文化變遷之研究－以美濃客家聚落為例

廖淑容

都市移居與客家聚落文化變遷之研究— 以美濃客家聚落為例

計畫主持人：廖淑容

協同主持人：蕭天輝

「本報告係接受行政院客家委員會獎助完成」

民國九十九年十一月

目 錄

第一章 緒論	1
第一節 動機與目的.....	1
第二節 研究對象與範圍.....	2
第三節 研究方法與流程.....	5
第二章 文獻回顧與評析	9
第一節 城鄉關係與都市蔓延.....	9
第二節 鄉村聚落發展與變遷.....	13
第三節 地方依附與地方識別.....	17
第三章 美濃客家聚落文化變遷	21
第一節 美濃客家聚落與產業變遷.....	21
第二節 美濃客家文化資產.....	25
第三節 美濃文化觀光發展策略的檢視.....	30
第四章 美濃新住民與聚落發展	39
第一節 都市移居新住民與聚落發展.....	39
第二節 鄉村地景變遷.....	41
第三節 農地別墅與農業耕作.....	50
第四節 新舊居民間的互動關係.....	52
第五節 地方依附與地方識別.....	55
第五章 結論與建議	61
參考文獻	63

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖	8
圖 2-1 地方依附感之五大構面圖	19
圖 3-1 受訪遊客年齡層	31
圖 3-2 受訪遊客教育程度	31
圖 3-3 與受訪遊客一起來	32
圖 3-4 受訪遊客參訪頻率	33
圖 3-5 受訪遊客參訪動機	33
圖 3-6 受訪遊客對休閒潛力的評價	37
圖 3-7 受訪遊客體認美濃的程度	38
圖 4-1 傳統竹圍農舍與高級農地別墅	39
圖 4-2 研究架構圖	40
圖 4-3 美濃近年來農地新建案區位示意圖	46
圖 4-4 農地別墅照片	47
圖 4-5 美濃人認為最具代表的人文地景	57
圖 4-6 美濃人認為最具代表的人文資產	58
圖 4-7 美濃人認為最具代表的文化活動	59
圖 4-8 美濃人認為最具代表的地方產業	60

表目錄

表 1-1 訪談對象、時間與地點一覽表	6
表 2-1 都市蔓延空間型態整理表	11
表 3-1 美濃鎮產業結構變遷一覽表	23
表 3-2 美濃鎮文化資產一覽表	29
表 3-3 受訪對象基本資料表	34
表 3-4 遊客所知道的主題活動	35
表 3-5 遊客參與過的主題活動	35
表 3-6 遊客所知道的景點	36
表 3-7 遊客觀光過的景點	36
表 3-8 美濃最具吸引力的資源	37
表 3-9 遊客的感受與滿意程度	38
表 4-1 美濃人對於農村別墅的看法	49
表 4-2 美濃人對於農村別墅與農產業的看法	51
表 4-3 美濃人對於新住民的看法	53
表 4-4 美濃人的地方熟悉感與歸屬感	55
表 4-5 美濃人的地方認同感與依賴感	56
表 4-6 美濃人的地方根深蒂固感	56
表 4-7 遊客認為美濃最具代表人文資產	58
表 4-8 遊客認為美濃的環境意象	60

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

全球化現象下，鄉村地區面臨人口外移、貧窮、教育水準低落和公共設施機能不足等問題，形成發展困境。為回應全球化現象(Globalization)所帶來地方機會與競爭威脅，「全球在地化」(Glocalization)已成為整體社會發展的重要課題之一。近年來，伴隨技術變革、產業結構的轉型、全球和地方連結的變遷，鄉村再發展的途徑和觀點，朝向鄉村觀光、都市新移居(Long stay)、以及提高農(漁)產業附加價值，發展精緻農(漁)產業的發展方向。

80 年代，台灣總體經濟成長，休閒旅遊趨勢風行，加上農委會政策指導與輔助，鄰近都會的鄉村地區，開始有觀光果園、假日花市和市民農園的發展規劃，提供都會居民假日休閒與旅遊去處，休閒觀光旅遊成為許多鄉鎮地區重要的發展策略。90 年代以降，民間自主力量覺醒，地方文化保存逐漸獲得重視，文建會「社區總體營造」和「產業文化化」的行動主軸策略下，各縣市陸續以本土文化關懷觀點舉辦文藝季活動，推動文化資源朝向「產業化」方向發展，形塑文化資源的附加價值進而成為提振地方經濟和文化永續發展的基礎。文化觀光活動的開展不僅喚起地方文化的認同與發展外，對於振興地方經濟也有明顯的助益。

地方文化不僅僅是一項經濟、文化、觀光資源，同時也是人民生活的共同記憶、歷史文化傳承的場所，具有延續地方傳統文化與凝聚社群共識、認同感、領域感等功能。高雄縣美濃鎮，長年來對於發揚地方客家文化及推廣客家產業不遺餘力。美濃蘊含豐富的客家文化資源與特色，具客家文化傳承的敬字亭、林氏宗祠、美濃客家文物館、東門樓、庄頭伯公壇、美濃老街等，還是具時代產業意義的古樸菸樓、紙傘、陶窯等，抑或者具地方濃厚意識的黃蝶祭、二月戲等..，客家聚落與文化意象鮮明。1995 年起因反水庫運動所激發的地方意識與動力，更為美濃鎮爾後的發展奠定居民參與的重要基礎。近年，在休閒旅遊、鄉村觀光、文化產業、社區營造等風潮和政策的挹注下，使美濃產業經濟發展有了新的轉向，特別是國道 10 通車，可及性提高，美濃遂成為南部新興觀光勝地，為美濃帶來另一波觀光效益，「大高雄地區的後花園」成為新的發展方向，鄉村旅遊以及都市的新移居人口的置產遷移，構築一個新的發展型態與新的發展契機。

都市人口快速來到美濃，不管是假日休閒或長期居住(long stay)，從正向角度來看，增添許多產業經濟與資源的助力，原本是地區再發展一股新的動力與發展範型；但，更可能的風險是，美濃在地客家文化隨著都會人口的侵入，地景地貌的新變化、新社會價值觀、整體聚落變遷等等，同時經歷一場史無前例的撼動與挑戰，值得重視。特別是，選擇長期居住的都市新住民，移居美濃的動機為何？是否因為如 Stokols & Shumaker(1981)、Williams, Patterson, Roggenbuck &

Watson(1992)等多位學者所指陳，因某次觀光旅遊的拜訪，進而產生特殊的情感與記憶的經驗，並與地方的物理條件和環境，產生情感和評估的知覺反應，而形成一種對地方的依附，進而搬遷；還是有其他因素？這些外來移居人口與美濃鎮地方環境和社會的互動情形如何？是否形成依附情感與認同，當重要影響美濃鎮的地方發展，值得探討。

爰此，本研究以都市移居的「新住民」為對象，探討這波都市移居人口對美濃鎮發展的衝擊與影響為題，希望透過深度訪談和問卷調查結果，釐清以下問題與目的：

- (一)分析都市移居美濃鎮的情形，並探究美濃鎮發展所產生的地景、產業經濟，以及社會互動的衝擊，嘗試說明都市蔓延對美濃發展的影響。
- (二)討論美濃住民對都市移居美濃議題的看法與認知態度，希冀對於未來美濃客家文化發展，新舊居民互動相處間的平衡點，提供具體的看法與建議。

第二節 研究對象與範圍

一、新住民的定義

隨著台灣加入全球化網絡的連結後，多族群融合成爲台灣重要的文化象徵。外來人口移居台灣的情形愈來愈多，特別是台灣與東南亞國家因婚姻關係的族群交流，所衍生外配新娘的生活適應問題，及其子女的就學問題等等，更是近年國家政策與學術研究的焦點；該外籍配偶習慣稱爲「新住民」。

然而，本研究對象所稱的「新住民」，指的不是前述大家所泛稱的外籍配偶，而是伴隨都市蔓延或過度都市化發展，從都會地區移居至鄰近周圍鄉鎮地區的都市移居新住民。

二、研究對象與範圍

本研究的研究對象，除前述的「都市移居新住民」外，尚包含原美濃當地居民(主要以客家人爲主)、客家文化推動單位等，從不同立場探討新舊住民間的互動關係，以及都市移居新住民的搬遷所帶來的地貌的新變化、新社會價值觀、整體聚落等變遷議題。空間範圍則選擇鄰近高雄都會區的「美濃鎮」爲對象。

美濃鎮位於高雄縣之東北部，屏東沖積扇平原的北端，南北長 15 公里，東西寬 9 公里，全鎮總面積 120.031 平方公里，三面環山，東以茶頂山系和六龜鄉交界，西北以月光山系與杉林鄉爲鄰，西至楠梓仙溪接旗山鎮，南至荖濃溪側與民東縣高樹鄉隔溪相望，南臨屏東縣里港鄉。全鎮人口 2010 年 6 月 43,123 人，是典型的客家聚落，擁有豐富的客家人文內涵和資產。美濃鎮是台灣南部著名的客家重鎮，發展歷程是南部客家人歷史重要的一頁，客家人在台灣開墾是備極艱辛與困難，早期從屏東地區沿著山岳與平原的交界漸漸發展至今日的美濃，客家文化隨著不同的政體的決策、重大事件與轉型，美濃地區仍保有濃厚的客家地方習俗與地方資產，並且凝聚了當地的社群與居民，並且更多關於地方的鄉土活動、節日慶典、日常生活象徵了地方精神與文化延續的實踐。在 1970 年代爲台灣重要的煙草產地，所遺留下來的古樸煙樓爲美濃建築特殊景觀，因應農忙發展的板條亦屬美濃的飲食文化，至於美濃紙傘及美濃窯爲具有當地特色的文物。美濃的二、三級產業人口，隨著都市化的影響，有小額增加的趨勢，從民國七〇年後新開業的客家文化民俗村、原鄉緣文化村、紙傘業等美濃地方文化爲主的行業，因應國人休閒旅遊的興起，民國八〇年左右，美濃鎮由於地處高雄都會區周邊，又深富客家文化特色。也因此美濃地區因富含客家文化、生態資源等，而創造了新鄉村發展型態，更造就當地地區發展的契機。

美濃的 1988 年陶窯業開始在美濃蓬勃發展，1995 年起因反水庫而衍生的每年一度盛大舉辦的黃蝶祭，1999 年高雄縣文化節「戀戀客鄉/情在美濃」的地方文化節活動，越來越多的遊客前往美濃從事休閒活動，包括購買具有地方特色的

傳統手工藝美濃油紙傘或陶藝品、欣賞當地的聚落建築與古蹟或吃粄條與傳統的客家美食，美濃被塑造成南部客家文化觀光中最具代表性的景點。

美濃當地人文資源，包括古蹟與遺址類：東門樓、竹子門發電廠及敬字亭；遺址方面：菸樓、夥房、美濃老街、百年老井及傳統建築等；寺廟類：信仰天后宮、廣善堂、朝元寺、雷音寺等；民俗祭典：黃蝶祭、聖蹟會、美濃音樂祭；人為遊憩類：客家文物館及鍾理和紀念館。美濃地方的發展與轉型多與當地的產業變遷有關，可分為三階段(鍾湘芸等，2003)：第一階段為 1990 年前以農業為主，包括菸葉、紙傘及粄條；第二階段為 1990-1995 年間也以地方產業為主，包括紙傘、陶窯業等；第三階段為 1995 至今以客家文化為主，包括有形文化資源、無形文化資源及自然景觀等。

近年，因國道 10 通車，提高美濃鎮與大高雄都會地區的聯繫，明顯帶來鄉村觀光旅遊人潮，以及本研究所關心的「都市移居者」定住情形明顯，且此議題在地方上形成重要的議題。

第三節 研究方法與流程

本研究以一年為期，進行美濃客家文化聚落個案的基礎瞭解，並以都市移居新住民為研究對象，透過新移民的移居深入探討新舊移民在生活、文化和社會關係的互動，以及地貌變化的空間差異結果，並試圖建立美濃地方識別。除此之外，從研究方法的角度上，涉及問題的歸納，以及透過田野調查，深度訪談當地社團參與者、居民和新住民，以及現況調查分析結果的演繹推論，形成回應本研究之目的並釐清相關的問題。在研究方法和程序上，擬區分成以下幾個向度：

一、歷史分析法與文獻研究的歸納

客家庄的發展，可以從國內對於文化的研究文獻、和地方特色產業發展研究結果，初步歸納以及了解，至於新、舊住民間的問題可從都市蔓延和城鄉關係結構的改變，進而延伸至地區衝擊和改變上有初步的認識，此外，新、舊住民對於地方文化的認知亦不相同。以這些背景為基礎。就此脈絡更深一層的切入探討，利用美濃客家庄發展之歷程背景、文化資產與台灣鄉村結構的改變，對於美濃客家文化的新舊衝擊所造成的影響有初步的認識。

二、統計及二手資料研析

有關美濃發展現況，以國內博碩士論文研究，以及美濃統計資料、美濃鎮誌與月光山雜誌，探討美濃聚落發展變遷、文化資產與觀光發展策略等資料為依據，以瞭解美濃近代發展之背景。

三、田野調查

除了前述文獻和統計資料分析外，有關美濃當地的文化特質、特色建築、地方居民凝聚的力量和外來居民的遷入對當地居民造成的影響等，必須藉由對地方世紳、當地居民、地方社團、鄉鎮公所、都市移居新住民等進行深度訪談，方得以瞭解全貌。

(一)訪談題綱

- 1.美濃客家聚落的文化元素為何？地域符號與共識？
- 2.美濃農地興建別墅的情形？農地別墅與美濃聚落發展間的關係(地景人文、農業生產、社會關係)與看法？

(二)訪談對象、時間與地點

表 1-1 訪談對象、時間與地點一覽表

日期	時間	地點	受訪者	背景與專長
99.7.1	09:50-11:50	美濃菸葉輔導站	溫先生	美濃農村田野學會
			蕭先生	高中歷史老師退休、行政院客委會諮詢委員、六堆文教基金會
99.7.30	09:30-10:40	美濃鎮公所	楊課長 鍾技正	美濃鎮公所 美濃鎮公所
99.7.30	14:10-15:20	桃花源社區	張先生 楊小姐 阿菁姐	高雄市市民服務旗山農工及旗山鎮公所 屏東市市民，先生於高雄市上班
99.7.30	15:50-17:00	文化協會	邱先生	美濃文化產業協會
99.8.17	14:45-15:30	受訪者住家	李里長	美濃鎮里長
99.8.17	15:45-16:30	美濃客家民俗村	鍾小姐	房屋、土地仲介買賣

四、現況調查與問卷分析

進行現地踏勘與問卷調查，並就都市移居新住民社區和美濃老街等地點，就其實質環境現況予以調查，並拍照紀錄，進而分析兩者間的衝突和地貌景觀變化之問題。同時，針對地方文化資源與地方識別議題的探討，以及擴大地方居民對此都市移居新住民議題的意見回饋和看法的蒐集，作為研擬客家文化聚落發展策略之具體意見(包括如何凝聚地方意識進而創造地方識別、整體客家聚落地景塑造等)之基礎。本研究進行兩次問卷調查。簡要說明如下：

(一)遊客問卷調查

配合 3 月份「美濃花海季」的舉辦，於 99 年 3 月 6-7 日週末假期，進行美濃遊客的問卷調查，採立意抽象方式，一對一訪問問卷，回收有效問卷 128 份。問卷內容除基本資料外，主要包含：

- 1.美濃休閒文化資源與活動的瞭解與參與
- 2.美濃休閒旅遊發展的潛力與吸引力的看法
- 3.美濃的地方識別和符號
- 4.就拜訪美濃經驗，對旅遊資訊、指標、活動、景點、宣傳、環境品質、餐飲服務等方面的評價

(二)地方居民問卷調查

為擴大蒐集地方居民對都市移居新住民的入住所可能帶來的地景地貌、產業經濟和社會關係等方面的衝擊和影響的看法，本研究於 99 年 11 月 1-10 日進行當地住民的問卷發放與回收。採立意和滾雪球方式進行問卷發放，回收有效問卷 215 份。問卷內容除基本資料外，主要包含：

- 1.地方居民所認知之都市移居新住民所帶來地景空間改變、對農產業發展、客家文化衝擊、美濃地方發展、社會互動與交流等面向的看法與認知，以及是否接受該都市移居新住民的接受態度
- 2.地方居民個人對美濃地方情感與依附情形
- 3.地方居民個人所認知之美濃地方意象和符號

五、研究流程

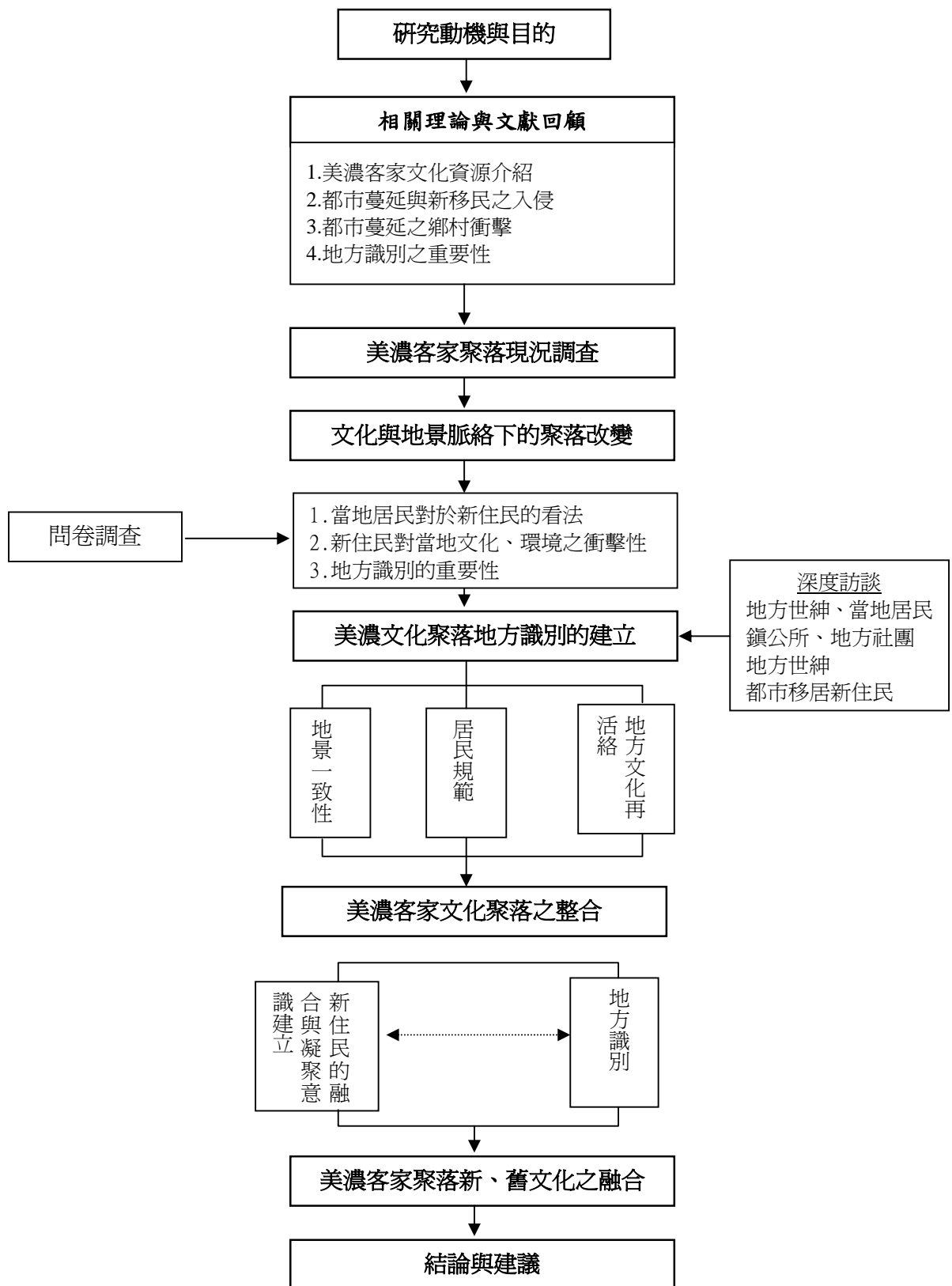


圖 1-1 研究流程圖

第二章 文獻回顧與評析

本章在章節上分成城鄉關係與都市蔓延、鄉村聚落發展與變遷與地方依附與地方識別等三節進行探討。

第一節 城鄉關係與都市蔓延

「都市化或許是工業社會的副產品，它對休閒有驚人的衝擊，因為它引發了休閒最大的需求並創造了休閒機會的廣大市場...」(Bammel&Burrus, 1996, P.20-21)。Breheny(1997)認為都市內所產生的推力造成都市居民向外遷徙，但相對的，郊區田園式生活型態同樣也產生一股拉力誘使民眾前往郊區居住。透過郊區的田園式生活型態可使都市人得到一種放鬆、愉悅以及遠離塵囂的感覺。伴隨著南二高旗山支線的通車，交通運輸便達的情況之下，美濃開始發展客家特色觀光，今年更因 88 水災的緣故，讓美濃再次出現大批觀光人潮。美濃小鎮在觀光發展以及人口外移與資產結構改變下，讓美濃出現了有別以往的繁榮景象。自 1990 年起，美濃陸續增加民俗村、山莊、陶藝坊、紙傘、咖啡廳、餐廳、腳踏車出租店與民宿，近年來，外移人口的入住和新鄉村別墅的出現比起以往更是有過之而無不及。

此外，因應現代潮流的發展，家庭傳承、分家之所需，亦會產生鄉村建地蔓延的情形，非都市建地遭到凍結管制下，此情形經由農地分割興建農舍的方式達成使用者需求。陳春志(2007)在都市與城鄉關係的觀察中發現，都市之發展型態理論上因聚集經濟而產生人口集中與都市範圍擴大，隨著大都會地區發展成熟後所造成的都市擴張與蔓延，郊區化現象已經逐漸變成各重大都市的一項演化過程，一般而言對於都市擴張所產生的郊區化現象都侷限在都市範圍的擴張，惟人口的遷移係為地區間人口成長的重要來源，且經由地區之間在社經方面的差異，促成了人口在空間上的移動，便在都市和城鄉間形成了集中化和蔓延的過程。黃萬翔(2009)也指出當前全球化的都市化過程中，空間發展呈現集中與蔓延的狀況，多個城市與周邊地區會共同構成一個關係密切的城市(city-region)，而城市區域中的各組成單元之功能與特性則逐漸被重新界定。以下茲就城鄉關係與都市蔓延的相關論述作一簡述。

一、都市蔓延定義

都市蔓延與都市之發展型態相關。廣義的都市蔓延係指第二次世界大戰戰後時期，擴及大多數都市之低密度郊區發展型態；狹義的都市蔓延是指初期之蛙躍式，或沿高速公路之帶狀，或超越都市界線之零星低密度發展；規劃文獻上所稱之都市蔓延為：「無計畫的、不受約束的、不協調的單一用途發展，它無法提供一個有吸引力與機能結合之使用、且在功能上與周遭土地使用也沒關連。它所顯露出來之形式一般是低密度、帶狀或細長的、散佈的、蛙躍的、或孤立的發展。」

Earle Draper 於 1937 年提出「sprawl」這個名詞，形容都市發展的現象。在六〇年代初期，Gottmann、Clawson、Harvey and Clark 等學者，開始以美國都市發展之郊區化現象作為觀察對象進行相關，而都市蔓延基本上為一種都市化擴張的過程，人口與產業的移動從原來的市中心轉到了市郊地區，郊區人口快速成長的速度也因此大於市中心地區(Gillham, 2002; Glaser and Kohlhase, 2004；引述劉小蘭等，2010)。從由都市發展的擴張過程面向來看，都市蔓延的出現與可以歸結以下三點原因：

- (一) 交通運輸效能的提升（交通路網的連結、交通運具的改善等）使得快速道路沿線與交流道附近，出現新的社區或帶狀商業區。
- (二) 郊區土地價格偏低與管制措施較市中心區寬鬆。
- (三) 郊區自然景觀資源與生活地景較為舒適。

而都市蔓延造成的議題，則著重在討論低密度且不連續的土地使用方式，是缺乏上位計畫的、分散的、破碎或孤立的土地使用型態，且普遍出現公共設施缺乏或不足的問題之面向，此外，未能有效管理的都市蔓延形式（如低密度帶狀蔓延、結狀蔓延、蛙躍式蔓延等）通常使得公共投入成本增加但效率偏低，且造成土地使用效益呈現不連續與非正常性發展的現象（如人為不當炒作、土地發展破碎、生產性土地轉作、生態與自然資源永續問題等等）；都市蔓延的空間形態可如表 2-1 所示。

因此，有效管理都市擴張現象，可以減低蔓延導致的失序與資源不當利用的問題。都市移居或都市資源的投入，也能對於郊區或鄉村地區的發展帶來經濟發展與人力資本的挹注效果。除空間、資源與地景環境的影響，鄉村聚落的新遷移者，返鄉者、退休者和主動活躍新移民的移入，很明顯地將為原本沈寂的鄉村聚落導入新的活動與生活機能，進而帶來新投資、收入和鄉村復甦的機會。

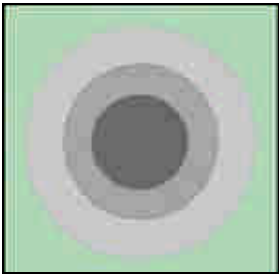
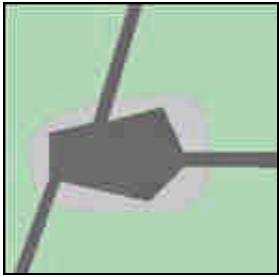

二、都市蔓延與鄉村發展

然而，在社會與文化層面，都市蔓延帶來的移居現象，卻也對新發展區的住民產生以下的發展議題。

(一)新舊區域融合網絡關係

鄉村地區不論是資源特性和社會組成與都市地區不同，相對而言，環境與社會資本所存在的自然資源特性、文化資源的豐厚、與社會認同意識的價值，更是永續發展的重要基礎。社會面向，則因多元轉型，使得鄉村地區居民認同感逐漸薄弱、居民意識的轉變，使得鄉村地區文化保存與社會價值潛藏延續的危機。

表 2-1 都市蔓延空間型態整理表

名稱	說明	圖示
Low-density Sprawl (低密度蔓延)	低密度蔓延所代表的是，沿著既存都會區域邊緣的消耗性土地使用行爲，這類型的蔓延延伸會因爲各種不同的都市基礎設施(例如自來水管線、下水道、電力和道路等等系統)逐步地延伸擴充而得到支持。	
Ribbon Sprawl (繩結狀蔓延)	繩結狀蔓延的發展會發生在都市核心外的主要運輸走廊上。在運輸走廊附近的土地將會發展，不過那些對於對於主要交通要道缺乏可及性的土地仍然會維持在原始未開發的狀態。	
Leapfrog Development (蛙躍式蔓延)	蛙躍式發展是一個不連續的都市化模式，這些開發的土地彼此不相連、與可辨識出來的都市邊界也不相連。	

資料來源：引自林承緯，2005

(二)都市化對鄉村發展認知影響

都市化對地方的影響，除了正面效益亦有負面影響，在不同面向之下，各有不同的討論。主要可以分爲經濟、環境、實質社會三大部分。

1. 經濟層面：都市蔓延所對鄉村發展上從觀光角度來看不僅只是在經濟面向上增加獲利而言，相對的整體社會成本也會大幅提升。根據過往對於白河蓮花特色產業和鄉村發展研究發現，一個地區依賴觀光發展過程之中，最後賺取金錢的都非當地居民，而是外來投資者，但支付社會成本的卻是當地居民(廖淑容，2004、2005、2006)。因此，都市蔓延下的新城鄉關係及政府推動一鄉一特色觀光發展，導致許多特色城鄉的出現，雖然促進了當地的經濟發展，但有時對當地相對也造了過多的社會影響，在這只重視經濟發展的不對稱關係之中，無論是「內部成本」或「外部成本」大都由當地居民買單，無形對當地居民也是另一形式的經濟壓榨。

2. 實質社會層面：社會文化影響，可以從：「價值系統、個人行爲、家庭關係、集體生活型態、道德行爲、創意表現、傳統慶典及社區組織發生改變的一個歷程。」(Milman & Pizam, 1988)層面來討論。新移居住民與當地住民間，因語言、生活形式、文化、價值觀與認知的不同，也會對實質社會形式如家庭關係、集體生活方式、個人行爲、傳統儀式與社區組織等造成影響。

三、小結

綜合上述學者認為都市蔓延的形成因素，本研究以實質與非實質二大構面來歸納形成都市蔓延的原因：

(一)實質因素：

- 1.政府政策因素：土地使用管制的內容、交通政策、住宅政策等。
- 2.經濟因素：人們所得收入的改變、運輸成本的降低等。
- 3.社會因素：公共設施的品質、市中心提供的開放空間、科技進步等。

(二)非實質因素：

- 1.投機者的心理因素：土地所有人對於未來發展的預期心態，使得投機者持有郊區土地、農地，等待開發時機，造成了都市蔓延的情況。
- 2.人們偏好選擇因素：市中心房價的現實因素，導致人們對於郊區環境的選擇在郊區購買較便宜之私人土地以享受舒適的環境，而移居至郊區生活。

基此，在快速都市化後，都市蔓延產生的移居現象，成爲一個趨勢。顯然移居的成因非常重要在於運輸效能的提升與土地價值的差異化；然而社會層面的衝擊，則是後續必然面對的課題。此即本研究嘗試藉由美濃的發展現象，探究新移居住民與美濃原有住民的認知差異，探究移居問題、影響及可能解決的對策。

第二節 鄉村聚落發展與變遷

一、鄉村聚落發展的永續性

鄉村地區不論是資源特性和社會組成與都市地區不同，相對而言，環境與社會資本所存在的自然資源特性、文化資源的豐厚、與社會認同意識的價值，更是永續發展的重要基礎。社會面向，則因多元轉型，使得鄉村地區居民認同感逐漸薄弱、居民意識的轉變、觀光發展造成的衝擊，也使得鄉村地區文化保存與社會價值潛藏延續的危機。

鄉村發展朝向「地方化環境」的建構和資源的開發，藉地方化重視和差異化形成，回應全球化的衝擊與連結。為兼顧鄉村地區的機能網絡概念，並解決鄉村規劃單位經常面臨鄉村地區規劃和開發存在的發展與資源永續的問題，鄉村的「生活品質」議題，成為探討與擬提對應策略的方法(The Countryside Agency, 2000)。

而從地區競爭力的角度來推動鄉村地區的發展，主要考量全球化經濟競爭壓力、消費市場變遷、及農業不再是鄉村地區經濟活動的唯一或主要選項。反倒是鄉村產品與服務在快速都市化與工業化後，因市場需求的轉向，轉變對優質地方特產、鄉村產業文化、鄉村生活空間、休閒與特有的文化等多元需求，成為鄉村地區發展的機會。

1990 年代以後的中國鄉村研究，也開始重視鄉村經濟、鄉村文化及鄉村空間等鄉村資本議題，積極處理中國鄉村快速變遷問題(周心琴、張小林，2005)。顯然鄉村地區發展的問題，不再是經濟的競爭力議題，對於鄉村地區的文化保存與社會價值觀的延續，必須加以重視，而相對提升競爭力的知識基礎，也必須受到關注。

鄉村社區的永續發展，除了經濟面的關鍵在鄉村居民就業的機會，提升鄉村經濟活力，在社會文化面，更應著重社區的人力資源、提升鄉村社區的生活機能和創造鄉村的多元文化(王俊豪，2003)。鄉村地區，從過去以產業、農村經濟及土地開發為主，到近年來注重鄉村景觀美化、鄉村旅遊及永續發展，更深入到社會發展的部分，已然是鄉村永續的關鍵。

此外，Bryden(1998)指出，一個鄉村地區(經濟)的發展策略，競爭優勢應該建立在不可移動資源上，而不可移動的資源係由社會資本、文化資本、環境資本和當地知識資本所構成。換言之，鄉村地區的經濟發展，應立基在有形的或無形的不可移動資源的連結基礎上，及其彼此間在地方上的互動；即重視經濟資本和社會資本、文化資本、環境資本、知識資本間的關連性。

二、鄉村發展認知影響

鄉村聚落的新遷移者，返鄉者、退休者和主動活躍新移民的移入，很明顯地將為原本沈寂的鄉村聚落導入新的活動與生活機能，進而帶來新投資、收入和鄉村復甦的機會。而美濃地區因交通、產業發展的改變下，使得當地社區產生衝擊。

鄉村發展對地方的影響，除正面效益和負面影響以外，不同面向的影響，許多學者(Jud and Krause,1976; Pizam,1978; Cooke,1982; Murphy,1983; Maddox,1985)提到，觀光發展不僅只是在經濟面向上增加獲利而言，還會增加其社會影響，如當地生活水準及支持方面(Bachleitner& Andreas,1999)。Mathieson 與 Wall(1982)則為實證操作執行，則將其區分為經濟(economic)、環境(environment)和社會文化(socio-cultural)等面向，雖然這三者間的界限模糊甚至重疊(湯幸芬、蔡宏進，2005)。一般而言，觀光發展在經濟和環境面向上所造成的影響直接且明顯，觀光發展對當地社會的影響意義更為重大，只是因作用的時間較長而容易被忽略(Milman & Pizam, 1988; 湯幸芬、蔡宏進，2005)

社會文化影響，Milman & Pizam(1988)定義為：「觀光促成價值系統、個人行為、家庭關係、集體生活型態、道德行為、創意表現、傳統慶典及社區組織發生改變的一個歷程。」Mathieson & Wall(1982)也對社會文化面，定義為「因觀光活動所引起之價值觀、道德意識、家庭關係、集體生活方式、個人行為、傳統儀式與社區組織之改變」。Lankford and Howard(1994)為發展「觀光衝擊影響態度評估 Tourism Impact Attitude Scale (TIAS)」模型，也將觀光影響區分為環境、經濟和社會等三個面向，社會面向，包含應鼓勵觀光發展、觀光發展改善公眾服務品質、觀光提升生活水準、增加更多休閒機會、提供人們更多工作機會、觀光造成當地犯罪率上升等項目。

國內學者湯幸芬和蔡宏進(2005)界定鄉村旅遊社會影響知覺內涵，包括生活品質、規範與連帶、傳統價值和社區形象等四項。針對衝擊的內容從演化模式到影響方式進行說明：

- (一)Doxey 的模式:Doxey(1975)研究西印度群島的巴貝多與加拿大安大略省居民對觀光的態度，以居民與觀光互動關係依時間演變分成四階段煩躁指標，分為幸福、冷漠、煩躁、敵對階段。Doxey 的模式主要是針對同一地區、不同發展時期，居民對觀光發展認知及態度上的差異。此分析法探討時間上的縱向變化，主要是針對觀光開發前後，居民對觀光發展整體態度的差異。
- (二)Butler 的模式：Butler 應用 Bjorklund 和 Phibrick 分析兩個以上族群互動關係的過程，發展出此架構，並研究觀光客與當地居民間的互動關係。架構將兩者的互動關係依主動到被動，及正面到負面互相交叉而成，分成四個類型的居民，分為：積極促進與支持觀光客的活動、沉默的接受並支持

觀光客的活動、沉默的接受但反對觀光客的活動、積極反對觀光客的活動。這四類居民在一地區會同時存在。亦利用一地區觀光發展的程度，來測度居民態度的改變，定義以下六個循環階段，如：1.探查階段、2.涉入階段、3.發展階段、4.鞏固階段、5.停滯階段、6.衰退階段或復甦階段(陳明川，2003)。

(三)Lankford 模型：Lankford(1994)的觀光發展態度模式說明旅遊地區觀光發展後產生的觀光發展影響，受到居民態度調適變項的影響，居民對觀光發展之態度，有助瞭解居民對觀光發展所抱持的各種態度(劉曄穎，2002)。

一般觀光在經濟及環境所造成的衝擊較為直接且明顯，鄉村發展對當地社會及文化的影響意義重大，因其作用時間較長而不易引起注意，近年來人民意識已逐漸抬頭，使社會文化所造成的影響已越來越受重視。Pizam and Milman 將觀光的社會文化衝擊定義為：「觀光促成價值系統、個人行為、家庭關係、集體生活型態、道德行為、創意表現、傳統慶典及社區組織發生改變的一個歷程。」；另 Mathieson & Wall(1982)對社會影響之定義為「因觀光活動所引起之價值觀、道德意識、家庭關係、集體生活方式、個人行為、傳統儀式與社區組織之改變。」。此外，Lankford(1995)也將觀光衝擊分為環境面、經濟面與社會面，而社會面他提及「應鼓勵觀光發展、觀光發展改善公眾服務品質、觀光提升生活水準、增加更多休閒機會、提供人們更多工作機會、觀光造成當地犯罪率上升...等」。由以上項目了解，社會衝擊除了實質的項目外，仍需要注重價值觀、認同感、生活型態、與社區組織等方面。

Cohen(1984)指出，觀光發展對社會影響的主題，主要有十項：1.經由觀光的發展，當地社區的福祉也越仰賴外來性。2.人際關係：當地人際的穩定性受到破壞，形成個人化的增加，壓力及衝突產生。3.社會結構：使當地社會組成的基礎改變，變成以經濟主導，原本單純及傳統的社會，變成商業化或商品化為中心的社會。4.生活節奏：會影響當地社會的和諧，影響農業社區的生活方式、影響家庭的生活節奏。5.遷移及就業：影響到人口的遷移，包括穩定當地人口減少流出、吸引勞動人口的移入。6.婦女就業：勞力在性別間的分配問題，許多女性就業改變其經濟地位，影響其家庭生活。7.層化：觀光發展改變層化的標準，由傳統的注重個人出身或階層榮譽，轉為金錢為重的經濟主導。8.權力的分配：造成社會衝突的增加。9.脫序行為的增加：如偷竊、乞丐、色情及詐欺行為增加。10.風俗習慣及藝術影響：當地風俗習慣及藝術導向商業化。

Richardson(1991)更提到觀光能提供遊客與居民文化交流的機會，也提升當地生活水準，增加遊憩機會，增進居民的文化認同，提升對歷史文化遺跡保存的要求(李政修，2003)。

鄉村的永續發展，則有賴當地住民的有意願參與(引自 Briedenhann and Wickens, 2004；Wilson et al., 2001)。又因為，當地住民是鄉村發展之負面影響最

主要也最直接的承擔者，因此，以當地住民為主，解析其對鄉村發展所產生之文化影響的態度與認知，當然相對來的重要。

三、社會認知影響與社會資本之關係

當前鄉村發展的討論焦點，已從單純的經濟利益，轉為對社群居民參與及其態度面向的重視(Lankford and Howard,1994)。政策也不應該僅由政府組織所決定，應該整併包含當地企業和社群居民等的意見(引自 Briedenhann and Wickens, 2004；Wilson et al.,2001)。

經過上述文獻討論，可以得知鄉村之社會文化影響的意義與重要性，同時也發覺到社會文化影響內涵，除生活水準提升、休閒機會增加等實質內涵外，也應注重如價值觀、認同感、生活依附與社區組織等方面內涵。這些概念以往研究很少被討論，在實際案例的操作過程中也很容易被忽略，致使很多地區的觀光發展產生停滯的情形，社區和當地住民的需求被忽視，社區夥伴間缺乏互動與信任，因而引發許多與當地居民間的利益衝突與抗爭情形，致使許多規劃工作無法獲得推動(郭瑞坤和王春勝，2004)。

社群與居民的支持，是地方發展過程中最重要的關鍵因素，影響整體地方發展策略與作為推動的成效。故在對於當地居民的認知與價值觀，以及彼此相處互動方式形成緊密關係，透過了解當地居民對於地方發展現象與議題、政策的看法、公部門與居民的協調程度，彼此是否建立互惠關係與共識，是引領此成功要素的主要關鍵。

第三節 地方依附與地方識別

為復甦和刺激邊陲鄉村地區的發展，歐洲國家和歐盟政策，通常傾向一個鼓勵由下而上，將地方文化資源商品化的思考(Jenkins et al., 1998)，這些概念的落實，因此，造就每個地方的特殊性與區隔。一個強調以地方領域之文化資源為核心要素，透過地域社會由下而上的合作、組織和運作，來帶動鄉村經濟再發展的生產過程，此即，Massey 所強調「地方性(locality)」概念的呈現：「地方性，當然是特殊的，它的困難，在於對差異性(differences)的理解與認知」(Massey, 1994)。

地方性，因此是強調一個地方領域特殊性與空間區辨的重要論述。地方性的意義與內涵，則誠如 Watts(1991)所指出，因為全球化的影響，使得許多原來個別獨立且具不同特性的地方，因新舊空間、資源、文化和經驗的緊密，重新給予地域的特質，進而促進再生和重構地方場域、地方性和差異性。地方性，因此是各地方領域，在全球變遷所帶來的空間競爭過程中，競爭和重構經濟的核心要素。過程中，在地方性概念中，空間區辨的重視與開創是一個重要的方向，此概念也如 Growth(2000)所強調，經濟面向是貼在空間上的，所以當有什麼樣的空間時，就會創造什麼樣的經濟，轉而對「空間的經濟(economies of space)」的重視。地方性，因此是一個地方領域整併資源，重構地方差異性和場域的過程。過程中，則特別強調與地方的緊密連結與互動關係的建構。換言之，透過地方領域的互動關係，來創造空間的特殊性與區辨性，這樣的概念，如同晚近區域發展理論對非經濟因素之制度(institution)和社會資本(social capital)的重視與強調 (Loan and Swanstrom, 1990；Amin and Thrift, 1994；Storper, 1995；Storper and Scott, 1995；引自 Rose, 1996；Putnam,2000:411；引自 Bærenholdt and Aarsæther,2002:155)。因此，我們可以進一步歸納地方性的核心要素：

一、地方依附的意涵

一個地方或城市經由歲月的累積，變成歷史上的著名景點，不僅是因為它長時間存在於一個相同的位置，還要包括與過去事件的累積而成，而成為人們心中的一部份。因此，地方不是地圖上的標示，而應該是人們看待一個有意義、有感覺的、有感情附著的焦點，並令人感受到是特別有意義的。

人與環境或景觀的關聯，隨著升學、工作或旅遊不斷的與地方產生互動，進而產生對地方的依附(Relph, 1976)。地方依附感源於個人與環境產生特殊的情感與記憶的經驗，並與地方的物理條件和環境，產生情感和評估的知覺反應(Stokols & Shumaker, 1981; Williams et al., 1992)。

人對於地方的整體經驗並非由個別的感受形成，而是長時期的許多經驗的記憶與地方的內在經驗、外在世界和社會參與的結果。經由這種長期感受對地方產生深刻意義的地方感，基本上每個人形成地方感的事物不盡相同，即使居住在相

同地區的人和人之間，亦有地方感間的差異，每個人構成的地方感都是獨特的累積。而形成地方依附感的因素或特徵包含(陳慧蓉，2006)：

- (一)能夠引起強烈情感反應的地方。
- (二)一個可以顯示個人的身分或信念的地方。
- (三)地方可提供個人一個可控制、隱私和寧靜的感覺。
- (四)穩定個人與社會關係間交互作用的地方。

因此，聚落形成的地方意識最重要的內涵之一是地方感，地方感的形成和地方意識的凝聚，是透過人的意向和經驗所累積而成的，每一個人對地方經驗與觀點殊異，對於生活在同樣地方的人所建構出來的地方感也不同，在地方意識的凝聚過程中，村民的生活共同體是建立在大家的共識之下來建構。(許光廷，2002)

二、地方依附的構面

Hammit & Cole(1998)指出使用者與地方特質連結的情感有關，依強度與特質不同而形成地方依附的五個面向，地方依附面向隨著連結強度與連結特質的程度由淺至深，從熟悉感到長期持續性的根深蒂固感(如圖 2-1 所示)。而 Hammit 等人(2004)以使用者經驗、地方連結與資源替代性的研究，去驗證了五個面向組成的地方依附感。五大面向定義與內容說明如下：

(一)地方熟悉感(Place Familiarity)

在遊憩地點，人與地方會從熟悉感開始發展。個人與地方情感的連結會將遊憩地方延伸為"他們的地方"、"最喜愛的地方"，這反應出一種地方依附、情感情結、地方感、或是一種歸屬感，熟悉感來自於人們對遊憩地區的熟悉與安全感，並經由個人記憶與經驗的累積對地方認知與了解。

這種相似或熟悉的經驗過程，當人們決定或選擇遊憩地點時，對地方的熟悉感很容易浮現出來，因此會重複的拜訪一個地方。具有地方熟悉感的人可以區分清楚地方的差異，並比較與其它地方之不同(Roberts,1996)

(二)地方歸屬感(Place Belongingness)

當記憶與經驗的增加，人們感覺是屬於這個地方，並視為自己是這個地方的一份子，融入當地的資源中，即產生了地方歸屬感(Milligan, 1998)。地方歸屬感與地方的社會層級有關聯，歸屬感會讓個人覺得是屬於這個社會的一員，像擁有「會員身分」一樣。

(三)地方認同感(Place Identity)

從事活動時，因重複探索地方與情感情結的過程，而產生自我認同。隨

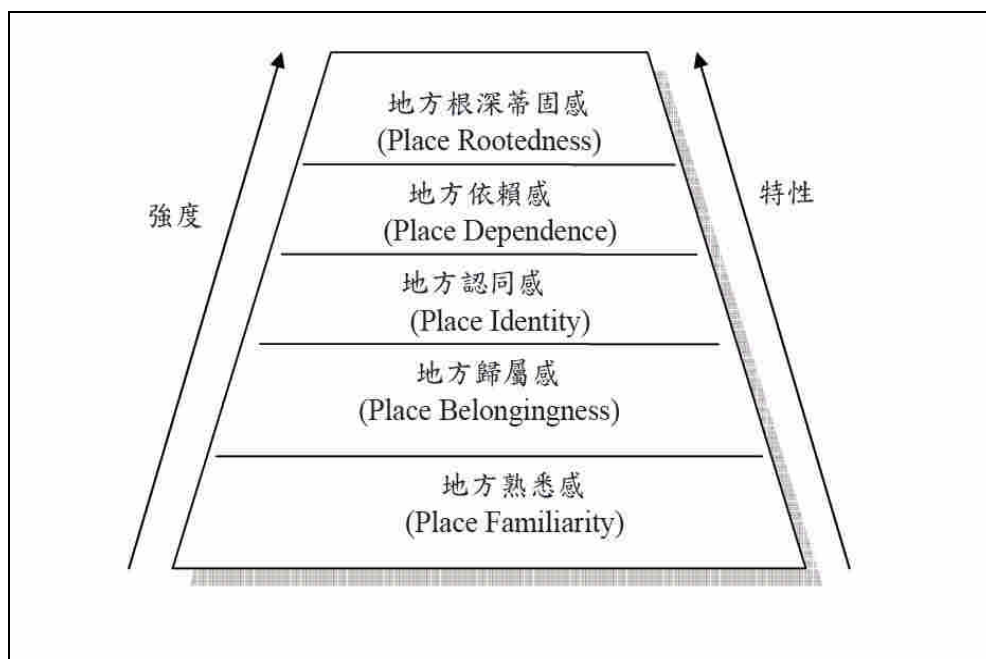
著連結強度與連結特質的增加，個人記憶與經驗愈強烈，於是透過自我對實質環境的關係有意識的和無意識理想的複雜模式，藉以個人的身分認同形成對地方認同。在藉由信仰、偏好、感覺、價值、目標與行為的過程中，由自我認同延伸至社區、社會或地方的認同感，是以，地方認同是一種心理層面的感受，是一段時間經歷和經驗的過程後產生的情感和象徵上的意義，是個人對於自然環境譚同的自我面向。(Williams et al., 1992)

(四)地方依賴感(Place Dependence)

當地點可以滿足使用者特定的需求時，地方就會產生地方依賴感，而且一個地方的獨特性是可以引發個人對於地方的情感上的依賴。

(五)地方根深蒂固感(Place Rootedness)

在一個地方長時間從事休閒活動，會使使用者想要擁有和定根在特殊地點；當人們變得想要停留此地，甚至想要擁有這個地方，就不會想去找尋另一個替代地點從事活動(Hay, 1998)。造成這種情感的重要特徵，是從地方功能性依賴的延伸，使用者對於地方使用狀況變成非常注意，並將特殊的情感會投注在特定的地方，這種強烈的情感即為圖中金字塔分類的上層部份-地方根深蒂固感。



資料來源：Hammit & Cole(1998)，引述陳慧蓉(2006)

圖 2-1 地方依附感之五大構面圖

三、地方識別與符號

人們對地方因長期的接觸，而有了識別的能力，並在一個熟悉且特殊的環境

裡產生安全感。在長期涉入地方的事件後，個人便會對環境做出各種不同的心理反應與回饋的作用，是一種心理特徵或表現，即對地方的認同和歸屬的情感連結。若不能識別環境的關鍵向度與組織視覺元素，地方對人們來說是毫無意義可言，更不會產生情感的依附(陳慧蓉，2006)。

隨著強調全球競爭力下市場開發效益的壓力，高度均質化與標準化的都市發展趨勢，導致曾經在地方生活紋理與地域風貌中扮演建構文化認同角色的地方性有形文化資產逐漸被棄置、閒置。而針對提升農村地區部分，應結合社區參與，深入瞭解社區居民之需求，充分利用當地人文資源，整合生態、景觀、生活、產業發展與社區文化等元素，參酌社區居民意願及尊重專家學者之意見，建構社區發展願景，建設兼有產業、人文、自然生態及地方特色之農村社區。

建構在居民日常生活的社會脈絡而言，地方性有形文化資產不僅做為扮演著歷史見證性的角色，承載著淳厚的地方集體生活經驗與記憶內涵，更在當代全球化氛圍下，引導人們對於時間與空間的認知感受，幫助人們尋找生活中的歷史定位，並且協助人們確定自己的社會地位，做為當地文化認同的基礎。並引導社區居民採由下而上方式，透過社區工作坊、討論會等方式，了解當地居民需求，形塑彰顯當地農村特色及精神之識別意象，對內凝聚社區意識，使社區居民有認同感，對外彰顯當地特色意象與精神。

第三章 美濃客家聚落文化變遷

「美濃」，一個純樸的客家小鎮，鎮民以務農為主，也是農業大鎮，經歷日據殖民、民國時代，從歷史沿革、生態環境、各式豐富的客家文化，處處可見客家人在當地所印下、遺留下的痕跡，為大眾訴說著關於美濃客家文化的點點滴滴。

第一節 美濃客家聚落與產業變遷

美濃客家聚落的形成與變遷，依據美濃鎮誌(年代)記載，可以追溯至清康熙六十年(1721年)，廣東嘉應州所屬鎮平、平遠、興寧、長樂、梅縣等地移民至南部地區，建立十三大庄、六十四小庄，形成「六堆」部落，定名為「瀾濃」。瀾濃庄建立後，這是台灣南部一個新的客家人生活發展空間。從歷史脈絡來看，客家聚落的形成與變遷，主要歷經清領六堆客家拓荒階段、日據南隆地區墾拓階段和滇緬義胞村墾拓階段，形成目前美濃鎮的聚落空間結構；其後，美濃聚落的發展變遷，係架構在該聚落空間結構下，從地方產業的發展軸向，主要劃分為 1990 年代以前的農產時期，以及 1990 年代以後的文化觀光時期。簡要說明如下：

一、美濃客家聚落變遷

(一)清領六堆客家的拓荒階段

乾隆元年(1736)，屏東客家六堆(六個保衛家園的義勇軍營隊，客語堆是隊的諧音)的右堆(右先鋒)統領，廣東嘉應州鎮平縣人林豐山、林桂山率領約四十餘客家移民，從阿里港(屏東里港)越過荖濃溪到美濃靈山山麓，在瀾濃河、羌仔寮溪、竹子門溪交會附近建立聚落，背山面水沿著美濃溪北畔建立二十四座夥房，開拓永安庄(美濃最早的聚落)，從事墾殖，為美濃開拓之客家始祖。

「瀾濃」乃日治時代改稱前的美濃舊名。當時的瀾濃平原是個封閉的地形，對外交通不便，平原的西邊旗尾、蕃薯寮是閩南人的庄頭，瀾濃庄民當時常與他們發生衝突。過荖濃溪南邊的六堆聚落是同文同種的鄉親手足，也是求生存時的戰友，但是荖濃溪阻隔，來往著實不便。

北邊由橫街出北柵門越過瀾濃山至楠梓仙，再從這裡過楠梓仙溪，經羅漢門往臺南府城，交通也不方便。水路方面從南柵門，將要輸出的米糧物資用竹筏搭載順瀾濃河而下，至東港運往大陸原鄉販賣，日常所需而本地沒有的物品則順便載運回來。

此階段的客家聚落，主要聚集在現今的瀾濃、龍肚、九芎林、竹頭背、中壇等庄。

(二)日據南隆地區北客南移墾拓階段

南隆地區包括現今吉洋、吉東、吉和、清水四里，以及獅山、龍山、德興、中壇等四里之一部分，加上行政區隸屬旗山的廣福里。1909(明治 42)年，三五公司負責人愛久澤直哉以南隆農場的名義，向台灣總督府提出開墾此廣大平野的申請。在後藤新平大力支持下獲得批准，除了將廣大原野地劃入農場範圍，更說服農民將祿興、中壇、德興等里的部分私有地賣給農場。使得南隆農場擁有土地面積多達四千甲以上。

1911(明治 44)年，農場成立後，因當時三五公司是「強制」徵收當地人的土地而後放租給當地農民，農民反抗意識高漲，不願意承租當初被強制收購走的土地，使得日本人轉而向其它地區招募佃農來此墾荒；此時，生活環境困頓，但卻能吃苦耐勞的新竹州境(今桃園、新竹、苗栗地區)客家人，在優厚條件的吸引下，南遷移民進入南隆地區拓墾。

三五公司來到南隆開墾農場，除招募新竹州境客籍佃戶，另外還有來自高樹、內埔、竹田的六堆客家人，以及岡山、田寮、旗山一帶的閩南人。短短一、二十年間，湧入的墾戶移民分散聚居在農場各地，入墾的移民均以茅草搭蓋的草寮暫時棲身，因此各地聚集的墾戶所形成的部落多以「寮」字命名。其形成的聚落共有吉洋、上溪埔寮、中溪埔寮、下溪埔寮、外六寮、九寮、大頂寮、上九寮、內六寮、下九寮、二十一隻屋、四隻屋、和興庄、上清水、下清水、八隻寮、五隻寮、五穀廟、三降寮、十六等 20 處。由此可以清楚的瞭解到，目前在南隆地區保留著許多帶有「寮」字的舊地名，在墾拓初期，是有著極為深刻且重要的歷史背景和意義。

(三)民國滇緬義胞村墾拓階段

民國三十八年(1949 年)，國民政府來台，一些駐守在雲貴地區的國軍部隊退守滇緬邊界，過著打游擊的生活。緬甸政府屢次反映到聯合國，在聯合國的調解下，由國防部安排經由泰國輾轉返抵台灣。民國四十八年(1959 年)，從滇緬邊區撤回的異域孤軍一部分被安置於吉洋里的荖濃溪河床地開墾，形成義胞新村，更增添了民族色彩。一直到民國五十年(西元 1960 年)部份的滇緬義胞正式移住至位於美濃的精忠、成功兩個新村。

荖濃溪溪畔的滇緬義胞村，位居美濃鎮最南端，分散成四個村落，其中精忠、成功兩個新村隸屬美濃鎮行政區，而信國與定遠二個新村則劃入屏東縣里港鄉管轄。從村落房舍的設計建造、村民的遷移安置到生活起居的輔導與照顧，都由行政院退輔會負責。

本區是美濃最晚形成的聚落，也是美濃鎮墾拓史上最富特色的村落。這群最晚到達美濃的移民，其語言、風俗習慣以及生活方式與鄰近居民有顯著的差異，在移墾初期時有衝突。爲了安置這群義胞，政府強行收回土地重新分配給

他們，早期的移墾者因而憤憤不平，常常有械鬥之事發生。經過一段時間，透過婚姻締結、經濟嘉惠，經由衝突調和到融合，現在這個地方的居民與鄰近村落的人時常往來。

二、美濃客家聚落產業變遷

前述三個階段形成美濃聚落的空間結構，是南部客家人聚居生活的主要場所。隨著歷史的演進，日常生活、信仰、工作、學習等活動的軌跡與紀錄，逐漸積累形成客家的文化表徵與資產，從伯公、水圳、菸樓、廣善堂、三山國王廟、二月戲、敬字亭、夥房客家建築...等，奠定文化觀光的基礎。

(一)1990 年代以前農產經濟

美濃的產業結構，依據台閩地區工商普查和高雄縣統計要覽資料發現，美濃鎮的主要產業以一級產業(農林漁牧)為主，佔全部就業人口 60%，得知一級產業在美濃鎮產業經濟發展結構中，扮演相當重要的角色，特別是農產業，一級產業中從事農作高佔 90%以上。主要的農產為稻米，除稻米外，1939 年美濃成立菸草輔導站，開始菸草種植，在政府推動菸草專賣與協助外銷的助益下，菸作面積迅速擴張。1970 年代以後，「菸城」逐漸被用以指稱菸葉種植面積達國台之冠的美濃，70 年代中期，種菸面積達最高峰，往後 10 年間，美濃菸葉產量佔全國的五分之一，是台灣重要的菸草種植區。(美濃鎮誌，1997)。2003 年菸草種植面積達 465.4 公頃，產量 1099.2 公斤，因政府推動菸害防治政策影響，逐年減產並轉作其他高經濟作物。

表 3-1 美濃鎮產業結構變遷一覽表

年次	美濃總人口	總就業人口數	一級產業	比例	二級產業	比例	三級產業	比例
1971	58,363	27,282	18,640	68.32%	1,482	5.43%	7,160	26.24%
1976	57,888	29,815	20,274	68.00%	2,644	8.87%	6,897	23.13%
1981	54,713	31,093	19,738	63.48%	3,997	12.85%	7,358	23.66%
1986	51,931	32,242	16,222	50.31%	7,234	22.44%	8,786	27.25%
1991	50,668	33,423	20,930	62.62%	5,240	15.68%	7,253	21.70%

註：1991 年以後的台閩地區工商普查，因調整調查和統計項目，故無法獲知三級產業結構比例。

資料來源：1.台閩地區工商普查；2.高雄縣統計要覽

(一)1990 年代以後文化觀光產業經濟

90 年代以後，隨著經濟成長和休閒旅遊趨勢風潮，以及政策上對休閒農業、文化產業和觀光的推動，驅使豐富客家文化底蘊的美濃鎮，朝休閒觀光、文化旅遊方向發展，不僅規劃旅遊景點，推動紙傘、陶窯業等文化產業，以及

單車漫遊路線與文化活動的舉辦，豐富文化觀光內涵。近年，更結合休閒農業與體驗經濟發展，指導農民栽種白玉蘿蔔，提高農作產品的附加價值，以及觀光發展的吸引力。在此文化觀光推動下，二、三級產業人口也逐漸攀升，使美濃產業經濟發展有了新的轉向，特別是國道 10 通車，可及性的提高，更使美濃鎮成爲大高雄地區的後花園，鄉村旅遊成爲美濃鎮一個新的發展型態與新契機。

「…白玉蘿蔔是這樣的，蘿蔔在農村很短期，而且白玉蘿蔔是美濃特有能夠做爲區隔的條件。也因為它容易種，不容易造成老人勞動力的負擔，但也因為它容易種價格也沒辦法太高。這時候我們就會去想如何加工這方面的，建立品牌與行銷體系，建立白玉蘿蔔與美濃的品牌做關連…美濃現在有一個紅白對抗，有點像日劇時期，紅豆與白玉蘿蔔對抗，假設今年大家覺得白玉蘿蔔好大家就種白玉蘿蔔…」(受訪者溫先生，99.7.1)

第二節 美濃客家文化資產

美濃鎮具有鮮明的客家文化意象，隨著客家聚落的發展變遷，逐漸累積具有歷史傳承與觀光價值的客家文化資產，可以推升地方文化產業與文化觀光發展。廣義的文化資產包含人文地景(古蹟、文物館、聚落建築、地標、景點等)、人文資產(祭祀儀式、民俗技藝、文化精神與價值等)、主題文化活動、地方文化產業等，是美濃聚落文化觀光發展的重要基礎。以下簡要說明：

一、人文地景

美濃具有豐富的客家文化底蘊。客家生活的歷史過程，刻劃出許多的人文地景。具人文內涵有東門樓、敬字亭、菸樓、美濃老街、夥房、客家文物館、天后宮、鍾理和紀念館、自行車道、紙傘文化村、里社真官伯公、伯公壇、竹子門發電廠、永安聚落(包括百年公井、南柵門渡船口、宋屋白馬名家、曾文忠夥房畫室、林春雨夥房門樓、錦興藍衫店、東門庄頭伯公壇)、獅子頭水圳與水橋；具自然生態內涵黃蝶翠谷、雙溪熱帶母樹林、中正湖、月光山、雙峰山、靈山、獅形頂等，以及產業經濟內涵的菸作與稻作地景。

近年，更搶搭單車漫遊的旅遊趨勢，推動單車一日遊，享受客家人文地景與環境，2001年，美濃鎮公所開闢祿興里到竹子門水力發電廠的獅子圳自行車道，2005年高雄縣政府觀光交通局向中央爭取3,000萬元，配合當地田園景緻、人文與自然地景、傳統聚落、地方文化產業與美食等特色，和當地業者合作，規劃七條全新的單車路線，完成環鎮的自行車道動線，並以象徵幸福的彩虹命名，以紅、橘、黃、綠、藍、靛、紫等七種顏色標記單車步道，以悠遊慢活單車方式來探索「美濃之美」。七條單車步道，全長40公里，每條路線長度從4公里到9公里不等，包含古蹟、民俗、親水、文學、水圳、宗教、鄉土等七大主題路線，讓遊客徜徉在美濃多元且豐富的人文特色與自然風情。七大路線簡要說明如下：

- (一)紅線「古蹟之旅」：途經「東門樓-錦興藍衫店-美濃舊橋-板條街(美濃第一街；永安老街)-里社真官-德勝公-敬字亭」等百年古蹟；全程4.7公里，一場歷史古蹟與文化嚮宴。
- (二)橘線「民俗之旅」：從「敬字亭出發，經美濃民俗村-福安街老聚落-美濃窯-旗美義民廟」；全程5.4公里，呈現美濃客家文化民俗文化與風情。
- (三)黃線「親水之旅」：親親綠水，環「中正湖」路線；全程5.4公里，春天賞泰安、民權路交叉口的波斯菊花田，搖曳生姿，冬天觀中正湖候鳥。一場生態之旅。
- (四)綠線「文學之旅」：美濃人文薈萃，從「廣興里大榕樹圓環」出發，至黃蝶翠谷，途經文學家鍾理和紀念館、雙溪熱帶母樹林；全程4.1公里，感受文學氣息的同時，也能體驗自然生態之美。

(五)藍線「水圳之旅」：體現農業和水的關係與文化，從美濃永安老街的「立農之水」碑記出發至國家級古蹟「竹子門發電廠」，途經「美濃水橋-原鄉綠紙傘文化村」；全程 9 公里，觀覽美濃農業水圳風光和紙傘產業文化饗宴。

(六)靛線「宗教之旅」：從「美濃客家文物館--沿月光山麓--旗美義民廟--廣善堂--牛角灣--美濃窯陶藝--客家開基伯公廟」等；全程 6.4 公里，享受客家文化與宗教民俗之旅。

(七)紫線「鄉土之旅」：途經「詹家夥房--龍肚國小自然生態園區」；全程 5.1 公里，參觀客家傳統家族建築特色的夥房及自然生態園區。

二、人文資產

人文資產特別指無形的文化精神、價值、儀式與技藝。美濃鎮的人文資產有字紙祭、二月祭、客家八音、傳統技藝(紙傘、菸草、拉陶...)、勤奮、節儉、友善和團結的客家人特質、濃厚的愛鄉情懷、客家文化傳承(母語、慎終追遠..)、客家農村聚落象徵、客家板條與小吃等。

三、主題文化活動

文化節慶與活動的舉辦，對外，可以吸引觀光人潮，帶來產業經濟效果，且能見度提高，是最佳的宣傳行銷策略；對內，居民參與文化節慶與活動，也可提高內部的向心力與認同，是近年各地方發展的重要策略之一。

美濃鎮擁有豐富的客家文化資產。高雄縣政府於1999年舉辦的「高雄縣文化節—戀戀客鄉·情在美濃」、2001年舉辦的「客家嘉年華會」等，內容多元豐富，匯集客家古禮、祭典、民俗技藝、客家戲曲、客家食物料理等吸引熱絡人潮。近年在觀光旅遊主軸策略的推動下，更積極且固定舉辦許多以客家文化為題材之大型活動，成功吸引觀光旅遊人潮。茲將每年例行舉辦的主題活動簡述如下：

(一)聖蹟會迎聖蹟：每年農曆正月初九天公生為迎聖蹟日，先在廣善堂舉辦「祭聖人」之儀式，再由「恭迎聖蹟」牌所率領的隊伍，由小貨車跟在隊伍後，運載年前從敬字亭中收集來的字紙灰，此一隊伍吹奏著鼓樂，由廣善堂出發，一路走至美濃河畔，再把紙灰灑在河中，象徵聖蹟隨河流至海龍王處，海龍王再帶歸天庭玉皇大帝處，灑灰前之誦經則先祈謂河伯水官相助。近年來，為避免污染河川水源，聖蹟會依然每年送字紙，但已經改成埋在河邊，送蹟會的意義達到了，又不致於污染河川，這項古老的習俗現在也已經接受現代社會的洗禮(劉還月，1999)。

(二)美濃二月戲：原本於農曆二月二日擇定佳期良辰舉行一個聯合祭典，稱為「二月祭」，後來慢慢演變成每年國曆三月二十九日國定假日清明返鄉掃墓人最多的那一天舉辦，同時祭祀河神、伯公等神明，熱心人士並集資請

戲團來美濃河邊演出酬神謝恩，稱為「二月戲」，鎮民聚集於河岸邊及美濃橋上看戲，已成為美濃人特有的風俗。(美濃鎮誌，1997)民國五、六〇年代是美濃二月戲最興盛的時期，甚至出現過連演幾天幾夜的盛景，彷彿成為一個特有之客家節日，是現今中、老一輩美濃人集體之記憶。進而，部分地方人士主張將國曆三月二十九日定為「客家日」，因為客家人重視祭拜祖先，返鄉人潮很多，這時若能以二月戲為主題，配合其他傳統戲曲、民俗文化活動等系列活動，舉辦客家日系列文化活動，除宣揚祭拜祖先的慎終追遠精神，復甦與傳承地方特有民俗活動，亦可為地方帶來活力及振興動力。

- (三)雙溪山谷的黃蝶祭：是台灣第一個民間社區自發的「生態祭典」，1995年，美濃愛鄉協進會在美濃反水庫運動期間透過美濃黃蝶祭之舉辦，訴求反水庫興建並向壩址預定地黃蝶翠谷的黃蝶幽魂致歉，展現復育自然生態之決心，地方因而凝聚出深刻的地方認同意識及激發出強大的動員抗爭力量。其後，每年的7~8月的暑假，至今年2010年已持續舉辦十五屆，這十五年來活動形式與內容逐年豐富、規模與名聲亦逐年擴張，關注焦點亦由黃蝶翠谷自然生態復育擴大到於美濃全境內生態保育、人文環境、文化資產、產業發展的全面關照；參與之團體亦逐年增加，成為地方自行舉辦文化活動之良好示範，更漸漸從祭典發展成為台灣象徵生態保育之慶典活動。
- (四)美濃樂活之鄉：由高雄縣政府文化局與客家文化中心於2010年2月27日、28日舉辦之活動，主要目的為讓熱愛自行車之民眾來享受美濃的自然風光美景。藉由四條不同性質的活動路線，分別是文學地景之旅、農產好食之旅、傳統客家文化之旅、自然生態環境之旅，來讓參與的民眾發現美濃不同以往的風景。
- (五)美濃花海季：從2005年開始至今，已連續6年於每年春節前後舉辦美濃花海季，主要是由高雄縣政府所舉辦，其構想為比照日本北海薰衣草田，鼓勵農民種植最適宜美濃氣候的大波斯菊，每年吸引至美濃的賞花人潮約20餘萬人，讓美濃充滿了花的氣息。
- (六)美濃秋豐音樂祭：由高雄縣政府所主辦，活動時間從2005年12月10日至18日整整9天，主要是透過音樂祭的方式來呈現出美濃豐富的客家文化與詩歌，以「土地、勞動」為音樂祭主題，想表達出美濃在文學、音樂上有非常傑出的表現。除了大型舞台的演出，還有一些小型展覽，如「八音文件展」、「黃蝶翠谷生態展」、「焦點影展」等勞工、音樂議題的影像展，內容非常之豐富。

四、地方文化產業

伴隨美濃鎮的聚落與產業發展變遷，蘊含文化內涵的地方產業，主要有油紙傘、菸葉產業、藍衫藍布工藝及藍染、陶窯藝品和客家傳統米食。以下簡要說明：

- (一)油紙傘：日據時期製傘技術由中國大陸傳入美濃。美濃油紙傘名氣響亮。現今因本地製傘師傅工資昂貴、材料費日益高漲，採部分先在中國大陸製作成半成品，再回銷美濃做最後之加工、傘面繪圖和銷售之分工模式。目前二家「客家文化主題園區」在推廣油紙傘介紹、傘面彩繪教學活動，除讓觀光客體驗紙傘繪畫樂趣外，更蘊含紙傘產業製作的文化內涵的感受與傳承。
- (二)菸葉產業：菸葉對於美濃而言，是一個相當明顯的圖騰，也曾經是美濃鎮稱冠全國的經濟作物，具有時代意義。製作菸草的菸樓，一幢幢的聳立在夥房邊、或併連橫屋結成一體、或成群環聳夥房旁，形成美濃平原非常特殊的文化地景。
- (三)藍衫、藍布工藝及藍染：美濃由於墾殖之初，深受地理環境與歷史情節的制約，因此生活習慣大多維持原籍遠祖之文化傳統，服裝的樣式自然也承襲了先人的習性，藍衫就是客家族群傳統服飾之代表(美濃鎮誌編纂委員會，1997)。現今日常生活已不著藍衫，藍衫僅見於祭祀場合，或成爲舞衣、合唱團團服、戲服，或成爲標榜客家風味店面所必要的圖騰裝飾之一。位於永安老街的錦興藍衫店爲美濃現今僅存之販製藍衫的店舖，也是文化觀光之旅的重要據點。
- (四)陶窯藝品：美濃陶窯業發軔於朱邦雄之「美濃窯」，他將陶藝引進美濃(美濃鎮誌編纂委員會，1997)，在「美濃窯」吸引絡繹不絕的觀光客前來後，帶動地方陶藝發展，美濃一連出現了數家陶窯藝廠房，包括「東門窯陶藝坊」、「陶之鄉」、「美陶坊」、「石橋窯」、「菸樓陶藝」等，美濃陶窯藝品名聲逐漸響亮，遂有「北鶯歌、南美濃」享譽。
- (五)客家傳統米製食品：稻米一直是美濃最主要的糧食作物，由稻米衍生之食品，根據《美濃鎮誌》之記載，美濃的「客家獨特傳統米製食品」項目有十六種之多。最有名氣屬美濃板條，在媒體宣傳下極具美濃客家風味，近年隨著觀光發展，街頭巷尾都可見板條店，最爲密集的「板條街」每至假日更是門庭若市。

表 3-2 美濃鎮文化資產一覽表

	文化資產類別	名稱
人文地景	古蹟與文物館	敬字亭、里社真官伯公、東門樓、竹子門發電廠、美濃客家文物館、鍾理和紀念館
	文化地景	夥房、獅子頭水圳與水橋、伯公壇
	傳統聚落	永安聚落(包括百年公井、南柵門渡船口、宋屋白馬名家、曾文忠夥房畫室、林春雨夥房門樓、錦興藍衫店、東門庄頭伯公壇)
	自然生態	雙溪熱帶母樹林、黃蝶翠谷、月光山、雙峰山、靈山、獅形頂、中正湖
	農業地景	菸作與稻作地景
人文資產	字紙祭、二月祭、客家八音、傳統技藝(紙傘、菸草、拉陶...)、勤奮、節儉、友善和團結的客家人特質、濃厚的愛鄉情懷、客家文化傳承(母語、慎終追遠..)、客家農村聚落象徵、客家板條與小吃等	
主題活動	農曆正月迎聖蹟-字紙祭、美濃二月戲-二月祭、雙溪山谷的黃蝶祭、美濃花海季、美濃樂活之鄉-客家文化季、美濃音樂祭等	
地方產業	油紙傘、菸葉產業、藍衫藍布工藝及藍染、陶窯藝品和客家傳統米食等	

第三節 美濃文化觀光發展策略的檢視

文化觀光的發展價值與影響，依據廖淑容(書)的研究指出，包含社會文化向度(含人口的回流與再成長、公共服務的維持與改善、地方文化遺產的回復與關懷、提高社會接觸)、地方共識的凝聚(包括空間和文化自明性)以及歸屬感(belonging)的提升、文化觀光基盤設施的興建和文化觀光網絡的建構、以及文化觀光的經濟價值(包括工作機會的提供、文化產品和文化觀光產業的經濟收益)。因此，近年，文化觀光逐漸成為各鄉村地區再發展的重要策略。

基本上，文化觀光必須倚賴四個基礎：(1)文化供給的吸引力；(2)社會和組織結構(地方和區域的社會資本和特性)；(3)文化體驗；以及(4)精神和社會區辨的滿足等。美濃奠基在豐富且多元的文化資產基礎上，具有極高的文化供給吸引力，且近年結合文化產業的推動，舉辦系列文化活動，以及單車漫遊路線規劃，提高文化體驗的內涵與機會，更豐富美濃客家文化觀光的吸引力。加上，美濃鎮的社會和組織結構能量，透過美濃反水庫運動之後，積累美濃人參與公共事務的動力，以及地域的高度認同感，地方社團組成與運作，共同催生美濃鎮的發展與地方文化保存的使命。具有豐富的社會能量與資本。

然究竟從觀光旅遊者的角度來看，美濃鎮的文化觀光發展策略，為提高文化觀光的吸引力和體驗，所推動的文化古蹟的維護、觀光據點的規劃與串接、文化活動的舉辦、地方文化產業的推動...等等策略作為，是否獲得正向的評價？本研究透過遊客問卷調查來檢視美濃鎮推動文化觀光發展的結果，作為後續規劃發展之參考。以下簡要述明問卷調查結果：

一、問卷概述

配合 3 月份「美濃花海季」的舉辦，於 99 年 3 月 6-7 日週末假期，進行美濃遊客的問卷調查，採立意抽象方式，一對一訪問問卷，回收有效問卷 128 份。問卷內容除基本資料外，主要包含：

- 1.美濃休閒文化資源與活動的瞭解與參與
- 2.美濃休閒旅遊發展的潛力與吸引力的看法
- 3.就拜訪美濃經驗，對旅遊資訊、指標、活動、景點、宣傳、環境品質、餐飲服務等方面的評價

二、基本背景資料

針對受訪者基本背景資料，進行性別、年齡、教育程度、職業、家庭組成、所得、遊玩動機、再遊意願等變項的分析。茲將結果簡述如下(表 3-3)：

(一)性別

受訪對象中男性共有 68 名，佔總受訪對象的 53.13%；女性共有 60 名，佔總受訪對象的 46.88%，顯示受訪對象男性的比例略高。

(二)年齡

受訪對象的年齡分佈，主要集中於三個類別，分別是 26-35 歲(共有 45 人，佔總受訪對象的 35.16%)、18-25 歲(共有 39 人，佔總受訪對象的 30.47%)、36-49 歲(共有 34 人，佔總受訪對象的 26.56%)，顯示 92%的受訪對象為有勞動能力並能自我照顧的青壯年。

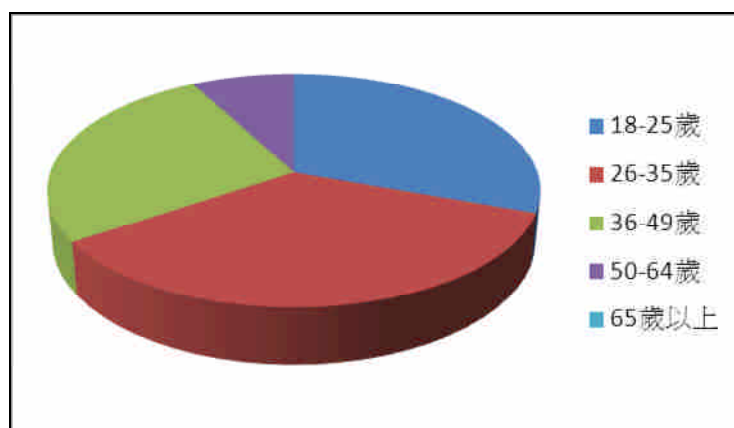


圖 3-1 受訪遊客年齡層

(三)教育程度

受訪對象的教育程度絕大多數都在高中職以上，佔總受訪對象的 95.31%，研究所以上的學歷在 128 個樣本中有 15 位，所佔比例為 11.72%。顯示了此次的受訪對象，教育程度有一定的水準。

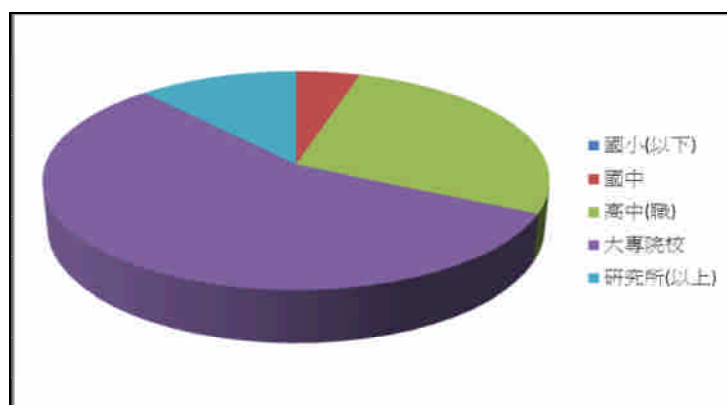


圖 3-2 受訪遊客教育程度

(四)職業

受訪對象的職業為學生者共 35 人，佔 27.34%，其次為服務業共 23 人，佔 17.97%。其他依序為軍公教(16 人，佔 12.50%)、商業(15 人，佔 11.72%)、製造業(12 人，佔 9.38%)等。

(五)一起來遊玩

受訪對象與家人一起前來美濃遊玩的有 80 人(62.5%)，而與同學朋友共同來美濃遊玩的共有 27 人(21.09%)，會獨自前來美濃的遊客在 128 個受訪對象中，僅有 3 人。

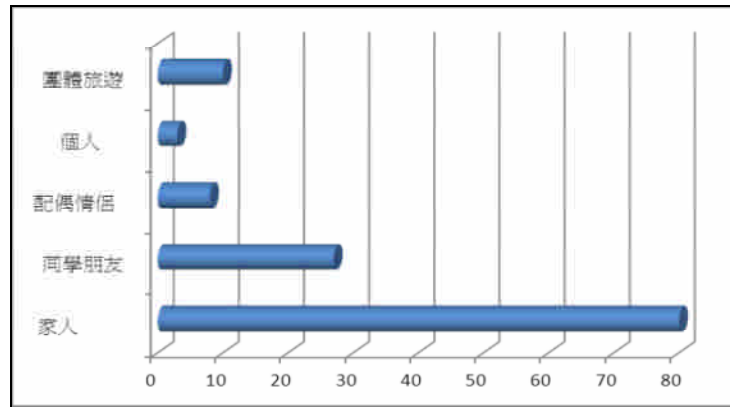


圖 3-3 與受訪遊客一起來

(六)小孩數

受訪對象沒有小孩的計有 88 人，佔了受訪對象的 68.75%，其次為擁有 2 個小孩的為 15 人，顯示受訪對象大多數皆無小孩。

(七)家庭月收入

受測樣本的月收入所得，以 3-7 萬元最多(有 51 人，佔 39.84%)。此外，每月收入超過 7 萬元以上的受測樣本共有 38 人，顯示高薪階級的受測樣本在此次的問卷樣本分佈中，亦不在少數。

(八)到訪美濃頻率

第一次到美濃觀光遊玩的受訪對象計有 22 人，佔了總受訪對象 17.19%，而平均每個月都會到訪美濃的遊客共有 36 人(28.13%)，其他者為半年以上來訪一次的為 70 人，顯示了美濃是個值得觀光的好地點。

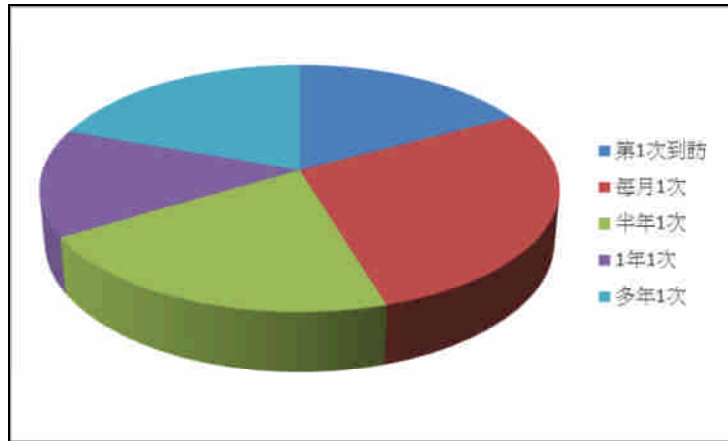


圖 3-4 受訪遊客參訪頻率

(九)主要動機(複選)

受訪對象會到訪美濃的主要動機，有 68.75%是前來休閒散心，而有 17.97%的受訪對象會選擇美濃做為家庭聚會的場所，問卷結果表示美濃是個相當適合休閒、與人聚會的場所。

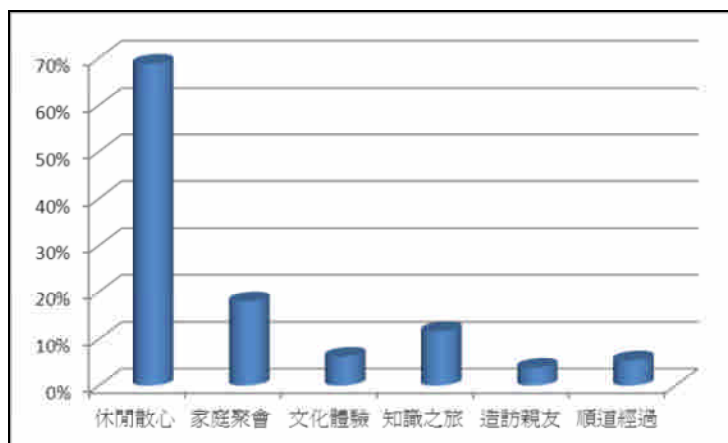


圖 3-5 受訪遊客參訪動機

(十)個人意願

在 128 個受訪對象中，有 96 個人願意再回到美濃來觀光，顯示出美濃是個值得一而再，再而三到訪的觀光地點。

(十一)來自何處

到訪美濃的受訪對象，有 75%來自南部，計有 96 人，北部與中部共計 29 人，東部亦有 3 人，顯示美濃的遊客主要是以南部地區的民眾為主。

表 3-3 受訪遊客基本資料表

背景變項	項目	樣本數	百分比
性別	男	68	53.13%
	女	60	46.88%
年齡	18-25 歲	39	30.47%
	26-35 歲	45	35.16%
	36-49 歲	34	26.56%
	50-64 歲	10	7.81%
	65 歲以上	0	0.00%
教育程度	國小(以下)	0	0.00%
	國中	6	4.69%
	高中(職)	35	27.34%
	大專院校 研究所(以上)	72 15	56.25% 11.72%
職業	軍公教	16	12.50%
	農林漁牧	0	0.00%
	商業	15	11.72%
	工業或製造業	12	9.38%
	自由業	7	5.47%
	服務業	23	17.97%
	學生	35	27.34%
	家管	7	5.47%
	無(待)業 其他	4 9	3.13% 7.03%
一起來遊玩	家人	80	62.50%
	同學朋友	27	21.09%
	配偶情侶	8	6.25%
	個人	3	2.34%
	團體旅遊	10	7.81%
小孩數	沒有	88	68.75%
	1 個	13	10.16%
	2 個	15	11.72%
	3 個	5	3.91%
	4 個以上	7	5.47%
家庭月收入	0-3 萬元	39	30.47%
	3-7 萬元	51	39.84%
	7-10 萬元	25	19.53%
	10 萬元以上	13	10.16%
到訪美濃頻率	第 1 次到訪	22	17.19%
	每月 1 次	36	28.13%
	半年 1 次	27	21.09%
	1 年 1 次	18	14.06%
	多年 1 次	25	19.53%
主要動機(複選)	休閒散心	88	68.75%
	家庭聚會	23	17.97%
	文化體驗	8	6.25%
	知識之旅	15	11.72%
	造訪親友	5	3.91%
	順道經過	7	5.47%
個人意願	極高意願	26	20.31%
	願意	70	54.69%
	有機會	32	25.00%
	不太可能	0	0.00%
	極不可能	0	0.00%
來自	北部	16	12.50%
	中部	13	10.16%
	東部	3	2.34%
	南部	96	75.00%

三、問卷內容分析

(一)遊客所知道的主題活動

在對於遊客所知道美濃的主題活動調查結果發現，美濃花海季與美濃樂活之鄉是最為遊客所知的主題活動，人數分別是 75 與 70 人；而美濃二月戲與農曆正月迎聖蹟，則是超過 9 成以上的人都不清楚有這項活動。

表 3-4 遊客所知道的主題活動

遊客知道的主題活動	不知道		知道	
	百分比	人數	百分比	人數
農曆正月迎聖蹟	91.41%	117	8.59%	11
美濃二月戲	92.97%	119	7.03%	9
雙溪山谷的黃蝶祭	70.31%	90	29.69%	38
美濃樂活之鄉	45.31%	58	54.69%	70
美濃花海季	41.41%	53	58.59%	75
美濃秋豐音樂祭	84.38%	108	15.63%	20

(二)遊客對於主題活動的參與

承上，有 42.97%的遊客，曾經參與過美濃花海季，其次為美濃樂活之鄉，有 27.34%的人參與過。而美濃二月戲與農曆正月迎聖蹟，則是僅有 3 人參與過，表示這二項主題活動是較鮮為人知的。

表 3-5 遊客參與過的主題活動

遊客參與過的主題活動	沒參與過		參與過	
	百分比	人數	百分比	人數
農曆正月迎聖蹟	97.66%	125	2.34%	3
美濃二月戲	97.66%	125	2.34%	3
雙溪山谷的黃蝶祭	86.72%	111	13.28%	17
美濃樂活之鄉	72.66%	93	27.34%	35
美濃花海季	57.03%	73	42.97%	55
美濃秋豐音樂祭	93.75%	120	6.25%	8

(三)遊客所知道的景點

針對遊客所知道的美濃景點調查顯示，美濃民俗村、原鄉緣紙傘文化村與美濃客家文物館是最為人知的三個觀光景點，分別為 89.06%、67.19%與 63.28%的遊客都知道。而超過 70%的遊客不知道美濃有敬字亭、林氏宗祠、鍾理和紀念館、東門樓、曾文宗美術館、庄頭伯公壇、彩紅七色自行車道、靈山等景點。

表 3-6 遊客所知道的景點

遊客所知道的景點	不知道		知道	
	百分比	人數	百分比	人數
美濃民俗村	10.94%	14	89.06%	114
敬字亭	82.81%	106	17.19%	22
林氏宗祠	94.53%	121	5.47%	7
原鄉緣紙傘文化村	32.81%	42	67.19%	86
美濃老街	50.00%	64	50.00%	64
鍾理和紀念館	74.22%	95	25.78%	33
美濃客家文物館	36.72%	47	63.28%	81
東門樓	71.88%	92	28.13%	36
曾文宗美術館	92.19%	118	7.81%	10
黃蝶翠谷	42.19%	54	57.81%	74
菸樓	64.84%	83	35.16%	45
中正湖	50.78%	65	49.22%	63
庄頭伯公壇	93.75%	120	6.25%	8
彩紅七色自行車道	83.59%	107	16.41%	21
靈山	86.72%	111	13.28%	17

(四)遊客所觀光過的景點

承上，遊客曾經到訪的景點，以美濃民俗村為最多，計有 101 人，佔總受訪人數的 78.91%；其次為原鄉緣紙傘文化村，共有 78 人參觀過。而其他遊客不知道的景點，相對而言，就不會有這麼多的遊客到訪過，如林氏宗祠、曾文宗美術館、庄頭伯公壇等景點。此數據表示到訪美濃的遊客，大多都會先前往這二個以客家文化為主題的園區，大致瞭解美濃的文化、附近的景點資訊等概況後，再自行去其附近的景點觀光。

表 3-7 遊客觀光過的景點

遊客所觀光過的景點	沒去過		去過	
	百分比	人數	百分比	人數
美濃民俗村	21.09%	27	78.91%	101
敬字亭	83.59%	107	16.41%	21
林氏宗祠	96.88%	124	3.13%	4
原鄉緣紙傘文化村	39.06%	50	60.94%	78
美濃老街	60.16%	77	39.84%	51
鍾理和紀念館	82.03%	105	17.97%	23
美濃客家文物館	47.66%	61	52.34%	67
東門樓	74.22%	95	25.78%	33
曾文宗美術館	94.53%	121	5.47%	7
黃蝶翠谷	61.72%	79	38.28%	49
菸樓	75.78%	97	24.22%	31
中正湖	56.25%	72	43.75%	56
庄頭伯公壇	95.31%	122	4.69%	6
彩紅七色自行車道	90.63%	116	9.38%	12
靈山	89.84%	115	10.16%	13

(五)遊客認為最具觀光休閒潛力和最具吸引力的資源

最具觀光休閒潛力和最具吸引力的資源分析中，有 60.9%的遊客認為美食小吃是美濃最具潛力的資源，有 33.6 的遊客將其排序為最有潛力的資源第一位。

表 3-8 美濃最具吸引力的資源

遊客認為最具和吸引力的資源	排序第 1		排序第 2		排序第 3		沒勾選	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
民俗祭典	12	9.38%	6	4.69%	4	3.13%	106	82.81%
美食小吃	43	33.59%	28	21.88%	7	5.47%	50	39.06%
主題活動	30	23.44%	17	13.28%	10	7.81%	71	55.47%
客家農特產	11	8.59%	16	12.50%	25	19.53%	76	59.38%
客家聚落風情	8	6.25%	6	4.69%	12	9.38%	102	79.69%
生態旅遊	11	8.59%	11	8.59%	14	10.94%	92	71.88%
交通便利	0	0.00%	3	2.34%	7	5.47%	118	92.19%
農村自然田園	5	3.91%	6	4.69%	4	3.13%	113	88.28%
氣候宜人	1	0.78%	4	3.13%	10	7.81%	113	88.28%
美濃老街	6	4.69%	20	15.63%	13	10.16%	89	69.53%

(六)遊客對休閒觀光發展潛力的整體評價

有 25%的遊客認為美濃的休閒觀光發展極具潛力，而有超過 8 成的遊客對於美濃的觀光發展整體評價是認為具有潛力的。

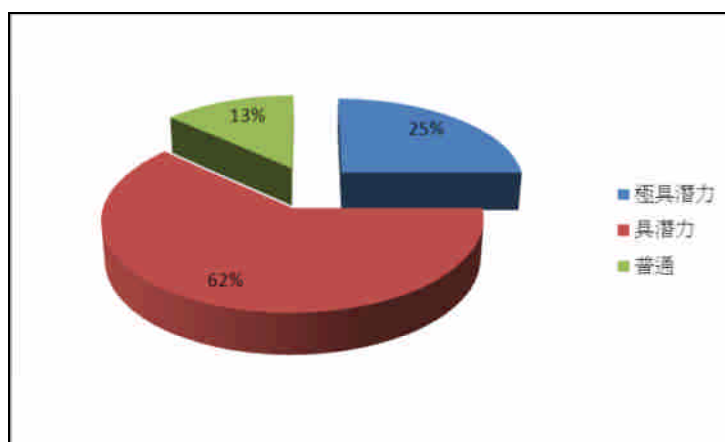


圖 3-6 受訪遊客對休閒潛力的評價

(七)您到訪美濃的經驗，各方面的感受與滿意程度：

此次到美濃參訪的遊客，有超過 7 成的遊客對於美濃的觀光休閒的整體評價(72.66%)、交通道路指標導引(71.88%)、環境整潔維護與管理(70.31%)覺得

滿意；而約有 5-6%的遊客對於宣傳行銷策略與遊憩餐飲服務水準覺得不甚滿意，有很大的進步空間。

表 3-9 遊客的感受與滿意程度

	非常滿意		滿意		普通		不滿意		非常不滿意	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
1.旅遊訊息提供	12	9.38%	74	57.81%	37	28.91%	5	3.91%	0	0.00%
2.交通道路指標導引	16	12.50%	76	59.38%	31	24.22%	4	3.13%	1	0.78%
3.各式主題活動的規劃與舉辦	11	8.59%	71	55.47%	43	33.59%	3	2.34%	0	0.00%
4.休閒旅遊景點的規劃與管理	13	10.16%	65	50.78%	44	34.38%	6	4.69%	0	0.00%
5.宣傳行銷策略	6	4.69%	49	38.28%	65	50.78%	8	6.25%	0	0.00%
6.環境整潔維護與管理	16	12.50%	74	57.81%	36	28.13%	2	1.56%	0	0.00%
7.遊憩餐飲服務水準	14	10.94%	65	50.78%	42	32.81%	6	4.69%	1	0.78%
8.觀光休閒的整體評價	14	10.94%	79	61.72%	32	25.00%	3	2.34%	0	0.00%

(八)體認美濃特有的客家文化

在這次到訪美濃的旅程中，有 24.22%的人覺得能深刻體認到美濃特有的客家文化，並能清晰的認識美濃這個地方，而 50.78%的人認為有初步的認識。由此可知，有超過 7 成 5 的遊客，對於想要認識客家文化而言，美濃是個值得前去參訪的鄉鎮之一。

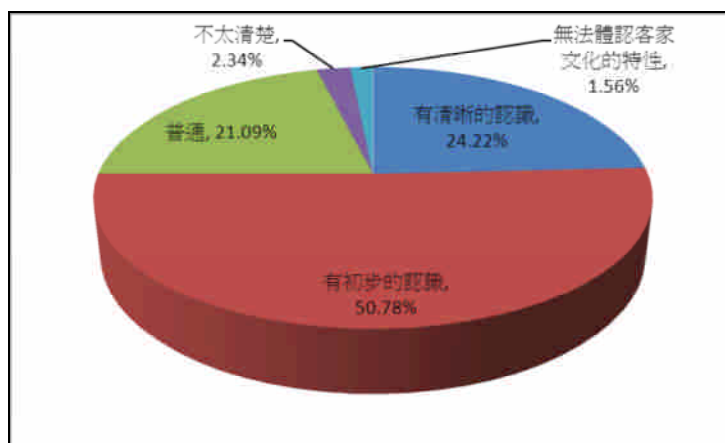


圖 3-7 受訪遊客體認美濃的程度

第四章 美濃新住民與聚落發展

第一節 都市移居新住民與聚落發展

近年，都市蔓延為都市過度擴張發展的一種過程；而鄰近大都會的鄉村地區，農地別墅的興建便成為都市蔓延下的一個產物。1995 年，政府提出「農地釋出方案」，2000 年「農業發展條例」修正，確立農地可以自由買賣，可以興建農舍的農地農用原則，第 16 條明定，允許耕地分割的最小面積單元為 0.25 公頃規定，說明了土地取得的低門檻，也宣告耕地可以細分割移轉的合法性；因此，近年，鄰近大都會的市郊地區，如宜蘭和高雄美濃，配合「農業用地興建農舍辦法」，於是一幢幢的「農地別墅」便快速地進駐，成為大台北和大高雄都市移居人口遷移的首選之地，用相對的購地成本，享受絕佳的生活品質。正面來看，都市人口的移居是帶動鄉村再發展的策略之一；然當這些獨樹一格且造型新穎的農地別墅非常醒目地坐落在農田稻作中間，以高高的圍牆隔離，僅作為假日休閒度假去處，不僅造成鄉村感的破壞，更重要的是，遺世而獨立的「宅門深院」已然與鄉村社會之左鄰右舍的互動關係產生某種程度的衝突。因此，「農地別墅」的社會話題不斷，每每成為關心鄉村發展之有識之志砲轟的對象。

「…雪山隧道通車前，農發條例的修法，就已經炒熱了蘭陽平原的農地價格，當時每年平均增加三百戶農舍，主要集中在三星鄉、員山鄉、壯圍鄉等農業地區。到了民國 95 年，雪山隧道一通車，變化更為劇烈，像三星鄉的人口數逐年遞減，但是一棟一棟所謂的高級農舍，卻有如雨後春筍般，在田地裡不斷地冒出頭來。「一條龍全程服務」、「買農地送木屋」，各種花樣百出的招牌，就插在稻田裡，房地產的熱絡氣氛，可見一斑。地板上的工具、木板和水泥，屋外的鷹架和施工的工人，就在農地上「種」著農舍。這樣的景象讓人疑惑，農地可以一代一代傳承、一年一年滋養眾生，為什麼有人要賣農地？…」(公共電視(我們的島)製作「農發條例發了誰？」報導，李慧宜採訪，2008 年撥出；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)



圖 4-1 傳統竹圍農舍(李慧宜，2008)



高級農地別墅(李慧宜，2008)

據此，研究架構(如圖 4-2)，延續前章美濃客家聚落發展變遷所建立的文化資產基礎，一方面厚實文化觀光資源能量，另一方面，鮮明的客家文化資產，構成地方自明性所強調的地方符號與識別；進而推升美濃鎮再發展，採文化觀光發展策略和吸引都市移居的可能性。在文化觀光和都市移居策略的推動下，文化觀光人潮進入，都市移居新住民入住置產；觀光人潮的進入，許多文獻指出確實對環境、經濟和社會產生衝擊與影響(故不在本研究驗證範疇)；而都市移居新住民的入住置產(農地別墅)，則可能產生鄉村地景、農產耕作和社會關係方面的衝擊與影響，進而摧毀好不容易建立起來的地方符號與識別。

本研究透過深度訪談(地方世紳、當地居民、地方社團、鄉鎮公所、都市移居新住民等)意見蒐集，以及遊客問卷調查(確立遊客觀點的地方符號與識別)，以及居民問卷調查(釐清居民所認知之都市移居新住民入住所帶來的衝擊與影響)，驗證本研究推論「都市移居新住民的入住(農地別墅)將對美濃鄉村地景、農產耕作、社會關係等面向產生衝擊，進而影響鮮明的地方符號與識別的建立，也衝擊文化觀光推展的可能」。

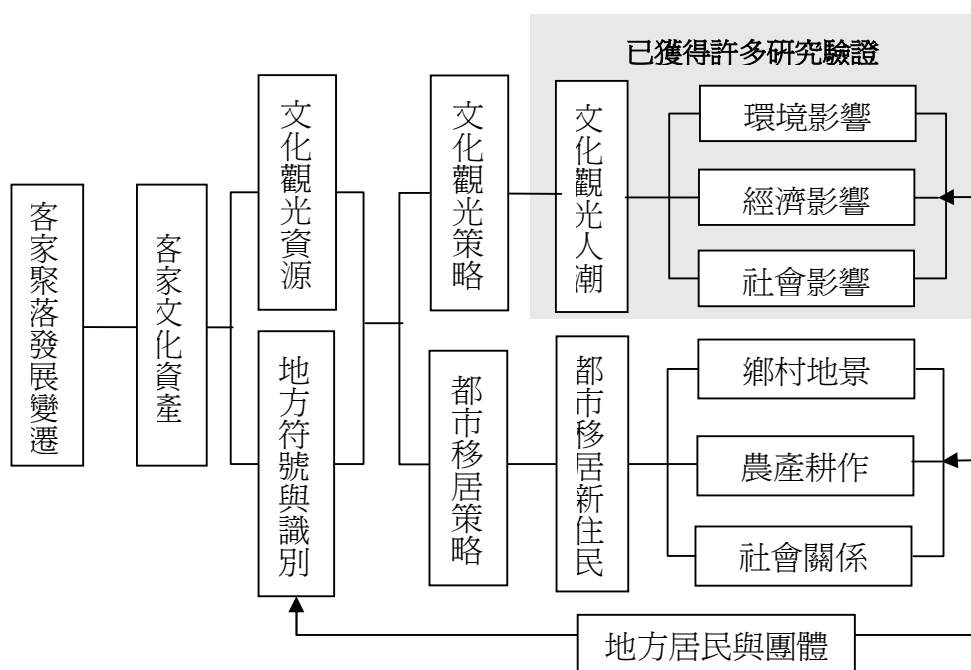


圖 4-2 研究架構圖

第二節 鄉村地景變遷

肇因農地政策與相關辦法提供農地興建別墅的彈性，美濃鎮，因環境優美雅致且人文薈萃，加上國道十通車可及性的提高等多重誘因下，早於 2000 年以前，便有都市移居新住民以購置農地興建「農地別墅」的方式進駐美濃鎮的現象，且因農地別墅的興建直接影響田園地貌，農地別墅的話題便受到地方居民的關切與注意，新聞話題不斷；過程中，更有居民呼籲是否訂立「住民憲章」或「住民公約」，但十幾年下來，依然未取得共識，使得農地別墅散落在農地中的情景更為明顯。究竟，現在地方社團和居民對於農地別墅造成美濃鄉村地景的改變與破壞的認知與看法為何？本研究透過深度訪談和問卷調查來釐清。

一、農地別墅的相關報導

美濃鎮的農地別墅話題，也是話題不斷，不僅 2008 年公共電視(我們的島)製作「農發條例發了誰？」專題報導指出，2000 年農發條例修正後，放寬農地自由買賣且可興建免稅農舍，自此之後，美濃成為台灣南部農地買賣的重心。農地別墅的興建，不僅破壞農村景緻，從事農作的宋媽媽和美濃鎮公所農業課楊孝治不約而同指出，農舍興建將造成農業生態與農業耕作的問題。

「…老街上的板條店、美麗的波斯菊花、純樸的農村生活，高雄縣美濃鎮，就是這樣一個，可以讓人釋放壓力的好地方。尤其，在民國 88 年、國道十號高速公路通車以後，人們不只想到美濃玩，甚至想盡辦法住進美濃。房地產仲介楊先生說，美濃是個山明水秀的農村，十幾年前，他自己就來買地建屋了，現在，他還有一堆朋友等著他介紹呢！」（公共電視(我們的島)製作「農發條例發了誰？」報導，李慧宜採訪，2008 年撥出；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃）

「…民國 89 年，農業發展條例修法，政府打破過去的嚴格管制，開放農地自由買賣、可興建免稅農舍，自此之後，美濃成為台灣南部農地買賣的重心。像是美濃山系下，有山水為伴、有稻浪相隨，買賣招牌多得不計其數。」（公共電視(我們的島)製作「農發條例發了誰？」報導，李慧宜採訪，2008 年撥出；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃）

其實，更早之前，關心美濃地方發展的月光山雜誌，2000 年開始，便有許多憂心美濃客家聚落意象、田園景緻、鄉村感和地方感，恐伴隨都市移居入住美濃鎮興建農地別墅而消逝，而透過讀者投書方式，希望喚醒美濃鎮民對農地別墅議題的重視。以下簡要摘錄各讀者投書：

劉子英(2000)「天佑勇敢的瀾濃人—千萬不要賣地給外地人」乙文：「…美濃小瑞士…美濃水庫之爭即將結束，…絕不賣地給外地的人…尤其應留心注意聰明奸巧的財團，蠶食鯨吞瀾濃的土地…」(月光山雜誌第 651 期第 4 版)

徐白櫻(2006)「微笑之鄉榮譽加上美山綠水，福安地區農地價格水漲船高」報導：「…『美濃天母』之稱的福安地區農地價格半年來上漲一倍，速度驚

人。…在福安國小附近，不少事業有成的旅外子弟，返鄉重建豪華房舍，從外地進駐的有錢人更不在少數，各式華麗別墅林立，形成當前特殊景觀。…」(月光山雜誌第 858 期第 1 版；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

轉載自由時報(2006)「豪宅有如雨後春筍—憂心衝擊在地客家文化，地方社團研擬住民公約」：「高雄縣美濃鎮挾著『微笑之鄉』美名，興起外來民眾購屋買地熱潮，惟憂心衝擊客家文化，地方社團有意發起擬定『住民公約』反制，要求入境隨俗。…縣府建管課表示，近來美濃鎮申請建照數成長超過一倍，以一般住宅及自用農舍居多…美濃愛鄉協進會理事長林英清指出，隨著外來人口紛紛進駐美濃，豎立起圍牆與世隔絕，宛如租界般劃清界線，無法融入社區生活，與美濃當地傳統文化，敦親睦鄰的生活模式相差甚多，地方憂心衝擊生活文化。林英清說，尤其當一群高級住宅區坐落農村，逐漸蔓延擴散，將形成新污染源，衝擊傳統客家文化，地方研討擬定『住民公約』，要求入境隨俗、認同、融入在地生活文化。」(月光山雜誌第 870 期第 3 版；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

廖心華(2006)「『農村發展的迷失』專題系列—地景變遷與美濃地方感的消失」乙文：「…這些新的別墅多是在美濃的山下，…，這一些別墅有些是從外地來的人所蓋的『假日度假屋』，…美濃在這些時間空間上所造成的吸引力，就如前述的『重人情味的人際網絡關係』、『自然的生活方式』、『一個慢活的氛圍』。…美濃山下的景觀，從良田變成一處處的圍牆別墅，也興築起一棟棟的透天販厝，坐擁美濃最美的景觀，…不再有田園詩歌式的鄉村景觀。…」(月光山雜誌第 874 期第 8 版；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

許岡祺(2006)「『農村發展的迷失』專題系列—美濃的新住民與美濃屋」乙文：「…二年前，我還是一個清澀的大學生，一個人騎著機車來到美濃這塊土地上，雙腳踏在這雨後的泥土、靜靜的凝視著眼前的夥房。陽光灑在紅色的屋瓦上，老人紛紛走出屋外，手裡拿著農具又要準備下田整理農地，這就是我三年前看到的美濃。去年，考上研究所後，想起以前一個人在美濃騎著機車…打算一個人去美濃走走，當我踏上美濃的那一刻，看見了一棟棟的新房子佇立在山下的土地上…高高的圍牆，圍牆上都是尖突的鋼筋，似乎對著人說，你不可接近我們，而屋頂上卻又開著美濃獨有的菸樓天窗符號…打聽之下才知道這是外地人來美濃蓋房子。…山下新建的別墅，高大且封閉的樣子卻又有著美濃獨有的符號。似乎想要告訴美濃這塊土地，我想成為美濃的一份子。…」(月光山雜誌第 875 期第 8 版；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

徐華盛(2008)「農地不種稻改種屋，這是什麼政策？修法後我們能夠買到好價格又安全的糧食嗎？」指出，「…以美濃為例，…擁有好山好水的自然環境及殊的人文風光，吸引了許多外地人到美濃購地蓋『別墅』，…西式洋房與高牆圍籬，…獨來獨往與當地社區居民，不相往來，…，且看那突兀的『豪華農舍』破壞了農村古老地景及純樸客庄的風貌，多麼不搭調，…『豪華農舍』幾成了新興的投資標的，在多數人的競爭之下，細碎農地更加暴漲，屆時大家只種屋，不種稻了，我們還能享受水岸花香，彩蝶繽紛，美意濃情的鄉村『靜』且『淨』的生活環境嗎？…」(月光山雜誌第 27 卷第 2 版；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

天佑勇敢的人

千萬不要賣地給外人

（授教副院學術技仁大任現士博學藥院學醫雄高者作）英子劉：文



▲圖美麗的山水和夥房，是金錢無法衡量的。

最近連池潭邊有一隻落單的野鳥死了，她自願死在充滿矛盾、可笑的人們的爭論之間，在眾人之前地的突然逝去，留給大家的是多麼深沈的遺憾！到底是誰害死了她呢？是一群主張要將受傷的她送往動物園照顧的善心人士呢？還是另一群主張要將她野放到適合她居住的大自然棲地的野鳥協會愛鳥人士呢？大自然是可以隨意支配的嗎？我想這是自殘的、智慧的、傷心的野鳥臨走前對人類的嘲諷。

各位鄉親，十年來，我們當數不已，使故鄉不致淪陷水底，現今，好不容易阿福總統即將執政，美濃水庫之爭即將結束，將來我們需要更勇敢，更合作，才能對抗金錢的誘惑與挑戰，我們應相互勸勉……決不賣地給外地的人……尤其應留心往意聰明奸巧的財團，莫貪輕吞瀾地的土地，我們更要拒絕買地蓋別墅費老的外地公教人員！因為他們的子孫並不一定能公教水庫。鄉親們！將來我們得更勇敢，更合作，才能對抗金錢的誘惑與挑戰，在此誠懇感謝大家的支持，也衷心盼望旅外鄉親與博士群在四月中旬的漢國國小校慶聚會中，迅速合組「月光山文教基金會」以建置社區大學（如屏東扶風山文教基金會之附設社區大學模式）才能更加有力以各項有用的企劃之執行，以號召政府與專家學人們，帶領我們保護兩台最後一塊淨土，走向美濃小瑞士的理想境地。

從聽完演講至今，我內心一直耿耿於懷，為何一些學者與國民黨政府只寫錄錄某些物種，只認同雙溪八色鳥的珍貴性，而不能認同同百年來雙溪是人群與許多物種棲地的更無比的珍貴性呢？難道人不是珍貴的物種？雙溪是中央山脈與平地交接的生態豐富的區域，是珍貴的客家文化與族群繁榮重要的棲地！十年來，美濃人一直活在像機械般水淹的惡夢中，毫無尊嚴，活的連鳥都不如，何況蝴蝶呢？（感謝中央山脈及雙溪森林中的神靈護佑，美濃，簡稱濃濃，濃濃著濃濃水氣的綠色谷地之意）

留心財團的蠶食鯨吞

月光山雜誌系列報導

水漲船高 綠山美加上榮譽之鄉 微笑之鄉 福安地區農地價格



▲圖金字塔的大型山壁下，風景秀麗且近高速公路，十年來別墅不斷增加，已成美濃的高級住宅區。

【本刊訊】美濃鎮獲選為「微笑之鄉」，美濃地價明顯上揚，素有一美濃天母之稱的福安地區農地價格半年來上漲一倍，連度幾人土地仲介業者指出，年中當地每分地僅一百八十萬元，最近漲至三百二十萬元左右，有錢人紛紛進駐美濃安度退休晚年。

在福安國小附近，不少事業有成的旅外子弟返鄉重建豪華房舍，從外地進駐的有錢人更不在少數，各式華麗別墅林立，形成當地特殊景觀。今年十月份，美濃鎮獲選榮譽獎為全台灣一百萬元，價錢高昂仍供不應求，在政府放寬農舍規定後，農地交易更加熱絡。福安地區是美濃鎮有名的風水寶地，前有寬敞道路聯繫外界，後有金字而山與月光山環抱圍繞，水圳路四週八達。

高縣美濃區域概況

熱門區段	雙峰山腳下的福美區段
房價	透天別墅每戶500萬元，地坪20-30坪；住宅用地每坪3-4萬元，農地每分120-500萬元
環境	三面環山，農田秀麗，交通多，距離郵公所商團約5分鐘
交通	走南二高，距離高雄市中心約30分鐘
醫院	距離燕巢鄉義大醫院左營樂總醫院車程20-30分鐘
每月生活費	約1-2萬元

美濃得分內容

- 生活機能：3.5分
- 交通條件：4分
- 休閒去處：4分
- 醫療水準：3.5分
- 氣候空氣：3.5分

問卷調查內容

註：評分項目滿分為5分

豪宅有如雨後春筍 地方社團擬住民公約

【美濃訊】高雄縣美濃鎮，最近外來民衆購屋潮，地熱潮，惟美濃地方文化，地方社團有起見，擬定「住民公約」，要求入地興建豪宅，外來民衆則爭相買地興建豪宅，還不乏北人南下購屋買地，土地行情看漲，炙手可熱。縣府建管課表示，近來美濃鎮申請建照數成長超過一倍，以一般住宅及自用農舍居多，不乏月光山一帶福安里、中正湖周遭中圳里、農地興建自用農舍，及自強街都市計畫住宅區，建商大興土木豪宅林立，美濃鎮未來發展後勢看好。美濃愛鄉協進會理事長林英清指出，隨著外來人口紛紛進駐美濃，發立起關切與世隔絕，宛如租界地般劃清界線，無法融入社區生活，與美濃當地傳統生活、敦親睦鄰的生活模式相差甚多，地方憂心衝擊生活文化。林英清說，尤其當一群高級住宅區坐落農村，逐漸蔓延擴散，將形成新污染源。衝擊傳統客家文化，地方研討擬定「住民公約」，要求入境開俗，認同，融入在地生活文化。（轉載自由時報）

我們需不需要訂立「住民憲章」？

文：山下人

看美濃山下別墅群有感而發

這幾年每次經過美濃山下，總會發現綠地又少了一塊，不久一間豪華的「農舍」(別墅?)拔地而起，對久久才回來一次的鄉親，這種感受會特別強烈，過去從人字石、月光山、露山、金字面一直到旗尾山、美濃的山腰，寧靜的田園風光，錯落的客家民居，是讓許多美濃人魂牽夢縈的「鄉愁風景」，於是道出了「行上行下，毋當美濃山下」驕傲的地方話。

根據上個月月光山的報導，福安地區一分農地已漲到三百萬以上，同時最近網絡上也流傳美濃是個「微笑、特色、品味、乾淨、友善、給人幸福、乾淨、友善、給人幸福」的小鎮，但地價飆漲，別墅興建，對美濃的未來發展是福是禍還是未定數，不過這樣的數字卻確實在美濃山下擁有農地的原住民是作夢也「微笑」過去農業時代美濃的農地大多在農人手上流轉，因此，對田園景觀不會有太大的改變，如今一塊塊的「外銷」到非農業人手上，這些高價們帶來財大氣粗的建築手段，不可否認這些造型美觀的別墅，或許可以提供在地人新的建築視野，不過開始有農民抱怨到農作物，擋住了美濃山景，改變風水，熱高的房屋基地，也影響了灌溉水路，奇怪的是，平常人要蓋間農舍申請水電，相關單位可是嚴格地依照規定來，最後

仍落得「違章建築」，但這些一間間的豪華別墅是如何矗立在「農地」上？真不令人相信：有錢人真好！也許美濃的「錢」景，看不到美濃的「錢」景，但照這樣的速度，這樣的建設方式，再過幾年，美濃山下真的要變樣了。美濃有個「小天后區」，「吳人館」或「租借區」是不是值得驕傲？大家可以討論，只是要提醒執政者(鎮公所、縣政府)及廣大鄉親，

美濃的新住民與美濃屋

文/許同琪(高雄師範大學客家文化研究所學生)

「農村發展的迷思」專題系列一

二年前，我還是一個背著大書生，一個人騎著機車來到美濃這塊土地上，雙腳踩在這雨後的泥土，靜靜的凝視著眼前的夥房、陽光灑在紅色的屋瓦上，老人紛紛走出屋外，手裡拿著農具又要準備下田整理農地，這就是我三年前看到的美濃。

去年，考上研究所後，想起以前一個人在美濃騎著機車，穿梭在美濃田野間的夥房，在種種的回憶下，我收起行李打算一個人去美濃走走。當我踏上美濃的那一刻，看見了一棟棟的新房子佇立在山下的土地上，看著新房子的樣子周圍都用高高的圍牆，圍牆上都是尖尖的鋼筋，似乎對著人說，你不可以接近我們。而屋頂上卻又開著美濃獨有的菸樓天窗符號，讓我想不透的是，美濃人為什麼會選擇這高大的圍牆，而不是以往夥房矮矮的圍牆，讓人感受不到美濃獨有的人情味。打聽下才知道這是外地人來美濃蓋房子，年初，在因緣際會下，我參與了文化造鎮的美濃屋討論的部分，在這個過程中，一直思考著什麼才是美濃人所有的美濃屋，是不是美濃人所居住的房子就叫美濃屋？

想著佇立在美濃地景裡的夥房與山下新建的別墅，夥房的親切伴隨著美濃人的打招呼聲響，山下新建

的別墅，高大且封閉的樣子卻又有著美濃獨有的符號，似乎想要告訴美濃這塊土地，我成為美濃的一份子。在這空間與空間的對話當中，似乎透著出這群美濃山下新移民想要成為美濃土地的一份子，想要為美濃這塊土地盡一份力。

而對美濃屋來說，它不是憑空而生，它是由居住在美濃這塊土地上的人將自己所擁有的美濃文化反應在自身居住的空間，我們看看現今美濃新蓋出的透天厝不也是如此，都呈現出菸樓的天窗、夥房的紅磚、紅瓦，甚至是修繕夥房的屋頂也要用鐵皮

做出以前夥房屋頂的樣子，美濃屋不在乎美濃與醜陋，在乎的是美濃人如何看待自己的文化。美濃屋不單單只是一個讓人居住的空間，它是文化、是認同，是將美濃心轉化成空間實踐，而對於美濃山下這群搬進美濃的新移民們，用著美濃獨有的菸樓天窗符號，用空間實踐想要表達出對美濃土地的心情，文化會不斷的演化、蛻變，當初的我們也不是移民，在這塊土地上默默的耕耘著，讓人看到的是美濃的微笑，身為美濃人的你，會怎看待這件事情？

月光山雜誌系列報導

「行上行下，毋當美濃山下」這句諺語說明了美濃人心中最美的故鄉就在美濃山下，而這也吸引了許多愛上這片土地的外地人移居。不過，美濃山下的風貌景觀，也開始因為人造建築增多而改變。能不能有搭配美濃山的新建築出現，是大家所期待的。



二、農地別墅的現況

前揭報導公共電視(我們的島)專題製作，以及月光山雜誌長期報導與讀者投書，說明大高雄地區都市蔓延所造成之農地別墅情形在美濃鎮，長期以來是地方社群團體與民眾所關心的議題，許多人關心美濃鎮鮮明的客家文化意象，特別是夥房與農田景致，將受農地別墅的興建與以破壞，當鄉村感、地方感消逝之後，美濃鎮還留下什麼？甚至，呼籲研擬「住民公約」來規範農地別墅興建的建築造型，希望與在地文化與客家聚落建築相融合。但是，十幾年下來，農地別墅的議題雖然陸續受到關注和討論，然可惜的是，住民公約的共識與力量尚未凝聚，也未成形，農地買賣、農地別墅還是不斷地在美濃地區出現且發酵。核心地區是大家所熟知美濃山腳下的福安地區，透過農林航測所 1/5000 航照圖，進行 2000 年和 2009 年圖籍資料比對得知，近十年來，新增農地別墅建案約 29 處，且有逐漸擴散與蔓延情形，值得再進一步省思。



註：圖中綠色圓圈為新增農地別墅案註記

資料來源：本研究套繪 2002、2009 年農林航測所 1/5000 航照圖

圖 4-3 美濃近年來農地新建案區位示意圖



月光山下農地別墅照片



美濃鎮鄉村別墅照片



圖 4-4 農地別墅照片

三、農地別墅與鄉村地景

誠如前述，美濃鎮近年來農村別墅興起，從環境景觀角度來探討，確實使得獲得「微笑之鄉」和「小瑞士」美名的美濃鎮，產生鄉村感和地方感消逝的危機。然十幾年來雖話題不斷，興建農地別墅的情形更為嚴重，依據受訪者蕭先生和溫先生和楊課長同時表示，外地人來購地蓋別墅，確實與原來的美濃景致與客家聚落意象有鮮明的差異。而外地人蓋農地別墅的案例許多，其中也不乏本地美濃鎮民，起而效尤，使得該農地別墅的議題，無法透過「住民公約」的研擬來規範，致使該情形逐漸擴大與發酵，從核心的福安地區逐漸往其他地區蔓延開來。

「…這 20 年來，美濃逐漸發展觀光被視為高雄的後花園，有一些有錢人看到美濃的好山好水，然後就在美濃這裡買了農地，美濃很多年輕人都跑出去工作了，農田裏面沒有多少人過來耕作，老人家就把這個農地賣給外地人，外地人在這邊建別墅，現在美濃人其實現在的田都不種稻了，改種房子，在田裡種房子，這本來很美的整片原野，現在我們一看都被房子弄得一點都不美，從外觀遠遠看整個破壞了我們這個很美的地方，破壞的很厲害，美濃不全為美濃，我想應該是這樣子。…」（受訪者蕭先生，99.07.01；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃）

「…另外一個就是地景空間的改變，就覺得說美濃有一些新住民，我們不講說是一些外籍新娘。而是說可能美濃對外交通改變以後，如同宜蘭這樣，美濃變成高雄後花園。可能就變成說高雄的人來這邊買房，整個地景空間就會與過去的美濃，那種客家聚落的意像有一些差異，…另外，另外，如果一塊地蓋別墅後，會加速四周為農地的廢耕，破壞生態，還有一個心理的壓力，你在旁邊種田，旁邊有一個貴婦，在那刷牙幹甚麼的，形成階級的對立，站在農民的觀點來看，他會很難過的…」（受訪者溫先生，99.07.01；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃）

「…如果農地興建農舍，是有規劃性的，那也應該是增添農村的景觀風貌，但現在他們都是各別形式、款式林林總總，其實對農地那種零碎化、耕作上、還有景觀，以前我記得我八十幾年剛回來的時候，美濃山下那一看整片那個農田，後面就是美濃山，景觀是蠻漂亮的，阿你現在如果再去調查的話，那邊是現在美濃的高級住宅區。…」（受訪者楊課長，99.07.30；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃）

另一方面，廣泛調查蒐集美濃鎮民對農地別墅與環境景觀間關係的意見與看法發現，有 60.29%的美濃在地人確實感覺到農村別墅有明顯增多的趨勢，但有 44.12%的美濃人反而覺得農村別墅是可以添增農村的景觀風貌，即使如此，還是有 36.27%的美濃人認為農村別墅與美濃客家聚落風格感覺不和諧，並有 40.2%的美濃鎮民認為農村別墅是會破壞美濃的田園景緻。至於，是否需要統一規範農地別墅建築造型，認為不需要者佔 38.72%，高於認為需要的比例 33.33%，此或者可以解釋何以十多年來，「住民公約」規範無法獲得美濃鎮的共識與認同。

表 4-1 美濃人對於農村別墅的看法

農村別墅問項	-	次數	百分比	平均值	排名
您覺得美濃的農村別墅數量有增多的趨勢	非常不認同	6	2.94%	3.66	2
	不認同	37	18.14%		
	普通	38	18.63%		
	很認同	63	30.88%		
	非常認同	60	29.41%		
農村別墅的外觀新穎，您覺得可以添增農村的景觀風貌	非常不認同	16	7.84%	3.20	13
	不認同	47	23.04%		
	普通	51	25.00%		
	很認同	60	29.41%		
	非常認同	30	14.71%		
您覺得農村別墅與客家聚落風格的視覺和諧性不一致	非常不認同	7	3.43%	3.23	11
	不認同	41	20.10%		
	普通	82	40.20%		
	很認同	46	22.55%		
	非常認同	28	13.73%		
您覺得農村別墅破壞美濃的田園景緻	非常不認同	11	5.39%	3.15	15
	不認同	55	26.96%		
	普通	56	27.45%		
	很認同	56	27.45%		
	非常認同	26	12.75%		
您認為農村別墅的造型風格，應有統一的風格與型式	非常不認同	23	11.27%	2.93	18
	不認同	56	27.45%		
	普通	57	27.94%		
	很認同	48	23.53%		
	非常認同	20	9.80%		

第三節 農地別墅與農業耕作

農地別墅為美濃帶來的困擾，除前述環境景觀的衝擊以外，進而影響到農地的耕作問題。因為，農地別墅現象之所以擴大，更有些成為投資標的，主要與農地開放買賣政策有關；亦即開放農地分割買賣 0.25 公頃的限制，導致農地因為分割出售而更為細碎，誠如公共電視(我們的島)報導，農民宋媽媽指出，農地蓋大房子會影響兩邊農田，因為日照不均且水圳會受到家庭廢水的排放而污染，同時美濃鎮公所農業課楊課長也表示，農舍起造會影響農業的生態，也不利大面積的機械化操作；進一步，楊課長在受訪時也表示，新住民所帶來的效應，在農地上還會有土地租賃的影響。同時，受訪者溫先生也提出農地別墅會造成農耕者和別墅貴婦間近距離的心理壓力問題，難怪，農地別墅戶戶以高牆，同時，農發條例 0.25 公頃的分割規定，導致農地的細碎與狹小。

「…美濃農民宋媽媽指著高級農舍說，蓋大房子會影響兩邊的農田，日照不均，水圳又會被污染。鎮公所農業課長楊孝治表示，農舍起造會影響農業的生態環境，也不利大面積的機械化操作。」(公共電視(我們的島)製作「農發條例發了誰？」報導，李慧宜採訪，2008 年撥出；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

「…其實就農業的經營上、農場的一個耕作上來講，…甚至對農民上都有一種心理上的壓力，我在那邊噴藥，結果有一個貴婦在那邊..窗台上休息，那彼此間都會有一些心理層面上的一個壓力，…因為農發條例那個 0.25 公頃，那其實就會讓過去比較大面積就會比較細碎，那這樣子在耕作上就是有產生一些衝突這樣子…」。(受訪者溫先生，2010.7.1；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

「…新住民取得土地所有權以後，倒是會影響土地租賃，我覺得反而是比較有影響力的，配合政府的休耕政策，我寧願休耕，我也不願意出租，因為休耕的租金他會帶動地租，你沒有相當的租金，一般原來的所有權人可能他不願意出租，但是新所有權人，因為他們是資金比較雄厚，經濟能力比較強，所以他不會在乎你那個租金，他只會在乎說我的所有使用權會不會妨害這樣子。…」。(受訪者楊課長，99.07.30；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

至於，針對此一農地別墅興建影響農業耕作問題，地方居民問卷結果顯示，50.98%的美濃人認同農村別墅的興建與買賣，是會導致農地分割細碎的情形，同時有 48.04%的人覺得興建農村別墅，會對於美濃的農產業發展帶來不利的影響。在農地開放買賣方面，有 60.29%的美濃人覺得這是造成這些農村別墅的最大因素。

表 4-2 美濃人對於農村別墅與農產業的看法

農村別墅問項	-	次數	百分比	平均值	排名
您認為農村別墅的興建與買賣，會導致農地分割細碎情形	非常不認同	13	6.37%	3.35	8
	不認同	38	18.63%		
	普通	49	24.02%		
	很認同	72	35.29%		
	非常認同	32	15.69%		
您認為農村別墅的興建，不利美濃農產業的發展	非常不認同	11	5.39%	3.28	10
	不認同	48	23.53%		
	普通	47	23.04%		
	很認同	69	33.82%		
	非常認同	29	14.22%		
您覺得農地開放買賣，是造成美濃農村別墅的主要因素	非常不認同	6	2.94%	3.62	3
	不認同	37	18.14%		
	普通	38	18.63%		
	很認同	71	34.80%		
	非常認同	52	25.49%		

第四節 新舊居民間的互動關係

吸引都市住民移居策略，是近年來鄉村再發展過程中重要的發展策略之一。然這些都市移居新住民是否與當地社區或社群產生互動，形成良善且和諧的社會關係，當嚴重影響鄉村的再發展。換言之，新舊住民間社會關係的建立，都市移居新住民參與地方社團組織、地方活動、以及公共事務的推動，是繼環境景觀、農產耕作後，一個重要的議題。

美濃鎮農村別墅的興建，如前述，確實對客家聚落意象和農業細碎耕作帶來相當程度衝擊；進一步，有關新舊住民間互動，以及新住民是否社會參與議題，誠如公共電視(我們的島)報導，高高圍牆，聳立於農田中間，似乎是在說：不要靠近我們..；確實，此一缺乏互動問題，獲得受訪者溫先生、鍾先生，以及邱先生的一致認同；都認為這些新住民，願意融入美濃當地生活的情況並不樂觀，因為新住民知道自己在美濃人心中的第一印象是如何，便很難與美濃鎮民做互動。

「…這些新來的也不會跟美濃人有互動，因為他們會帶著較高的戒心，他們其實自己知道，他們在美濃人的觀感上並不是很好。…」(受訪者溫先生，2010.7.1；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

「…在這邊蓋別墅的新住民，都是高雄週邊比較有錢有勢的，也有檢察官、也有律師、還有建築師都在這邊蓋，還有民意代表也在這邊蓋，其實他們融入我們的生活比較少，他們一下子就走了，他們禮拜六禮拜天來到這邊住。…」(受訪者鍾先生，2010.07.30；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

「…他們有錢人來住別墅一個禮拜來2次那是他們的行為，那些有錢人吃好的住好的，每天牽著狗上街，美濃鎮有一家抱著狗買豬肉，就被人家罵，人家對他印象就很不好，還有幫狗塗指甲油，這種人在美濃能生存嗎，不可能嘛，現在在我們美濃有錢人在美濃不會信這種鬼話，我們美濃人排的很厲害。美濃鎮的老一輩的會在空地上種菜然後互相送對方，但這些住別墅的不會有這樣的互動。…」(受訪者邱先生，2010.07.30；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

「…我從來沒有接觸他們，沒有什麼看法。他們只有星期天才來啊，其他時間沒有來我沒有辦法。他們來住的時候門關著嘛，我也不能進去啊!…」(受訪者李里長，2010.8.17；引文中劃底線記號為本研究為強調重點所劃)

而地方居民對於新舊住民間互動情形的看法，根據問卷結果，63.73%的美濃人認為造成新住民移居，主因是國道十號通車與美濃優美的田園景緻。有 52.94% 美濃人因此感受美濃有明顯的新住民移居情形，並有 64.71% 美濃人願意與新住民相互往來與溝通，表示美濃居民是願意倘開心胸，抱持著歡迎的態度與這些新住民一起為美濃發展共同努力，並。而有 50.98% 認為新住民是因為認同美濃的文化與價值，才會選擇到美濃來。這些農村別墅所有人，有 41.18% 的美濃人不認為全都是新住民。約 40% 的美濃在地人覺得這些新住民願意加入美濃的團體與組織，並會熱心參與公共事務活動，對於美濃的地方發展會有實質上的幫助。

表 4-3 美濃人對於新住民的看法

農村別墅問項	-	次數	百分比	平均值	排名
您覺得美濃有明顯的都市新住民移居情形	非常不認同	3	1.47%	3.53	5
	不認同	30	14.71%		
	普通	63	30.88%		
	很認同	72	35.29%		
	非常認同	36	17.65%		
您覺得都市新住民這個議題，在美濃受到許多人的關注	非常不認同	3	1.47%	3.54	4
	不認同	19	9.31%		
	普通	77	37.75%		
	很認同	75	36.76%		
	非常認同	30	14.71%		
您對新住民的看法是抱持著歡迎的態度	非常不認同	5	2.45%	3.48	6
	不認同	17	8.33%		
	普通	86	42.16%		
	很認同	68	33.33%		
	非常認同	28	13.73%		
您覺得新住民對於美濃的地方發展有實質的幫助	非常不認同	12	5.88%	3.09	16
	不認同	44	21.57%		
	普通	73	35.78%		
	很認同	63	30.88%		
	非常認同	12	5.88%		
您願意與新住民相互往來與溝通	非常不認同	1	0.49%	3.73	1
	不認同	12	5.88%		
	普通	59	28.92%		
	很認同	102	50.00%		
	非常認同	30	14.71%		
您認為新住民是認同美濃文化與價值的	非常不認同	6	2.94%	3.45	7
	不認同	24	11.76%		
	普通	70	34.31%		
	很認同	80	39.22%		
	非常認同	24	11.76%		
您認為農村別墅的所有人，主要都是來自都會移居的新住民	非常不認同	21	10.29%	2.83	19
	不認同	63	30.88%		
	普通	68	33.33%		
	很認同	34	16.67%		
	非常認同	18	8.82%		
您認為住在農村別墅是一種社會地位的象徵	非常不認同	15	7.35%	3.05	17
	不認同	54	26.47%		
	普通	61	29.90%		
	很認同	54	26.47%		
	非常認同	20	9.80%		
您認為這些新住民會願意與周圍居民相互往來與溝通	非常不認同	13	6.37%	3.35	9
	不認同	20	9.80%		
	普通	74	36.27%		
	很認同	76	37.25%		
	非常認同	21	10.29%		
您認為這些新住民會願意參與美濃的公共事務活動	非常不認同	14	6.86%	3.19	14
	不認同	32	15.69%		
	普通	75	36.76%		
	很認同	67	32.84%		
	非常認同	16	7.84%		
您認為這些新住民會願意參與美濃的團體與組織	非常不認同	12	5.88%	3.22	12
	不認同	33	16.18%		
	普通	78	38.24%		
	很認同	61	29.90%		
	非常認同	20	9.80%		
你覺得這些都市新住民移居美濃主要的原因為何？	國道十的通車	51	25.00%	-	-
	優美的田園景緻	79	38.73%		
	土地價格便宜	38	18.63%		
	農地開放買賣	15	7.35%		
	淳樸客家文化風情	19	9.31%		
	其他	2	0.98%		

綜合第二節、第三節與第四節所述，在本次的問卷中，受訪對象設定為年齡 20 歲以上的美濃在地人，總計有 215 位，其中住在美濃鎮的鎮民有 204 位，非美濃鎮在地人有 11 位。並以非常不認同(1 分)、不認同(2 分)、普通(3 分)、認同(4 分)、非常認同(5 分)來衡量受訪對象對於各個題目的感覺認知，並以其平均值來做題目的排名，以便瞭解受訪對象對於問卷內容的感受。

農村別墅問卷整體的分數範圍落在 2.83 分至 3.73 分，受訪對象非常認同的前五個問項為「您願意與新住民相互往來與溝通」(3.73 分)、「您覺得美濃的農地別墅數量有增多的趨勢」(3.66 分)、「您覺得農地開放買賣，是造成美濃農地別墅的主要因素」(3.62 分)、「您覺得都市新住民這個議題，在美濃受到許多人的關注」(3.54 分)、「您覺得美濃有明顯的都市新住民移居情形」(3.53 分)。問卷結果顯示受訪對象，都有在關心目前美濃農村別墅的相關議題，並能明顯地感受到這些新住民的移居，亦願意地接受這些新住民的到來，展現了美濃客家族群的包容精神。

而受訪對象最不認同的五個問題為「您認為農村別墅的所有人，主要都是來自都會移居的新住民」(2.83 分)、「您認為農地別墅的造型風格，應有統一的風格與型式」(2.93 分)、「您認為住在農村別墅是一種社會地位的象徵」(3.05 分)、「您覺得新住民對於美濃的地方發展有實質的幫助」(3.09 分)、「您覺得農地別墅破壞美濃的田園景緻」(3.15 分)。問卷結果表示受訪對象認為美濃農村別墅的擁有者，不全是來自都會的新住民，有些可能是美濃在地人所蓋，亦不認同住在農村別墅的居民，其社會地位較高，且並不期待這些新住民對於美濃的地方發展上，會有實質面的幫助。但受訪對象認為這樣的農村別墅，對於美濃的鄉村景觀，有加分的作用。有 38.73% 受訪對象認為這些新住民移居美濃最主要的原因是因為被美濃優美的田園景緻吸引而來，而有 25% 覺得是因為國道十號的開通，為這些新住民開啓了移居的大門。

第五節 地方依附與地方識別

一、地方依附

依據學者 Hammitt 和 Cole(1998)對於地方依附感五大面向所描述的理論基礎，地方依附面向由熟悉感至根深蒂固感，是隨著時間由淺至深，時間愈久，其人與地方連結的強度就會愈強，因此，問卷調查結果以地方依附感的五大面向與以分析：

(一)地方熟悉感與歸屬感

具有熟悉感的美濃人，可以清楚的區別美濃地方上的差異，有 67.65%的美濃人能夠概略的瞭解美濃鎮的大街小巷位置，且對於美濃遊憩景點背後的歷史故事有一定程度的瞭解。

而根據問卷結果，能夠清楚的瞭解到受訪對象對於美濃的歸屬感是非常地強烈，有約 8 成以上的美濃人非常熱愛美濃這個地方，並認定自己是美濃的一份子，隨時會注意美濃發生的一舉一動，有 85.78%的受訪美濃居民覺得美濃對其而言，有特別的意義存在。

表 4-4 美濃人的地方熟悉感與歸屬感

問項		次數	百分比	平均值	排名
您能概略能夠知道美濃鎮的大街小巷	非常不認同	0	0.00%	3.92	7
	不認同	3	1.47%		
	普通	63	30.88%		
	很認同	86	42.16%		
	非常認同	52	25.49%		
您對美濃景點背後的歷史故事有一定的瞭解	非常不認同	2	0.98%	3.55	8
	不認同	4	1.96%		
	普通	97	47.55%		
	很認同	81	39.71%		
	非常認同	20	9.80%		
您熱愛美濃這個地方	非常不認同	1	0.49%	4.31	3
	不認同	3	1.47%		
	普通	19	9.31%		
	很認同	89	43.63%		
	非常認同	92	45.10%		
您覺得您是屬於美濃的	非常不認同	1	0.49%	4.47	1
	不認同	2	0.98%		
	普通	12	5.88%		
	很認同	74	36.27%		
	非常認同	115	56.37%		
您常會注意美濃發生的任何消息	非常不認同	0	0.00%	4.08	4
	不認同	2	0.98%		
	普通	47	23.04%		
	很認同	87	42.65%		
	非常認同	68	33.33%		
美濃對您而言有特別的意義	非常不認同	0	0.00%	4.33	2
	不認同	2	0.98%		
	普通	27	13.24%		
	很認同	77	37.75%		
	非常認同	98	48.04%		

(二)地方認同感與依賴感

隨著時間與地方上的互動，不論是上課、上班還是郊外踏青等，久而久之就形成了自我對地方上的認同感，在能滿足自我的需求下，進一步產生對於地方上的依賴感，而美濃的生活型態有 73.53%的美濃人能夠習慣與認同，對於美濃鎮產生了一種依賴心理，因此有 72.06%美濃人選擇不會搬離美濃。

表 4-5 美濃人的地方認同感與依賴感

問項		次數	百分比	平均值	排名
您不會搬離美濃	非常不認同	1	0.49%	4.05	5
	不認同	9	4.41%		
	普通	47	23.04%		
	很認同	68	33.33%		
	非常認同	79	38.73%		
美濃的生活型態是您所喜愛的	非常不認同	0	0.00%	4.04	6
	不認同	5	2.45%		
	普通	49	24.02%		
	很認同	83	40.69%		
	非常認同	67	32.84%		

(三)地方根深蒂固感

此次問卷的設定對象為美濃在地人，而 93%的受訪對象住在美濃的時間都達到 10 年以上，居住時間愈久，對於美濃這個地方的情感就愈深，有 44.12%的美濃人對美濃產生了地方根深蒂固的情感，覺得其他地方都沒辦法跟美濃相比，並且有約 35%的民眾相當願意參與美濃當地的公共事務、社團及地方組織。

表 4-6 美濃人的地方根深蒂固感

問項		次數	百分比	平均值	排名
您會參加美濃地方所舉辦的大小公共事務	非常不認同	2	0.98%	3.358	11
	不認同	17	8.33%		
	普通	112	54.90%		
	很認同	52	25.49%		
	非常認同	21	10.29%		
對您而言，其他地方都沒辦法跟美濃比	非常不認同	12	5.88%	3.40	9
	不認同	20	9.80%		
	普通	82	40.20%		
	很認同	55	26.96%		
	非常認同	35	17.16%		
您會積極參與美濃地方社團或地方組織	非常不認同	2	0.98%	3.363	10
	不認同	19	9.31%		
	普通	110	53.92%		
	很認同	49	24.02%		
	非常認同	24	11.76%		

(四)小結

綜合前述，在美濃地方依附的問項方面，整體分數在 3.358 分至 4.47 分，受訪對象非常認同的前三個問項為「您覺得您是屬於美濃的」(4.47 分)、「美濃對您而言有特別的意義」(4.33 分)、「您熱愛美濃這個地方」(4.31 分)。結果顯示了受訪對象對於高雄美濃這個地方，有著根深蒂固的感情，這種強烈的情

感，使得美濃對他們而言，是無可取代的。

受訪對象最不認同的三個問題為「您會參加美濃地方所舉辦的大小公共事務」(3.358 分)、「您會積極參與美濃地方社團或地方組織」(3.363 分)、「對您而言，其他地方都沒辦法跟美濃比」(3.40 分)。此結果表示受訪對象對於參與美濃的公共事務較無經驗與熱忱，因此在「社區發展」與「民眾參與」這些部份，可以有很大的進步空間。

二、地方識別

(一)最具代表的人文地景

在美濃人的心中，美濃最具代表的人文地景前三項分別為「東門樓」(157 位，佔 76.96%)、「菸樓」(109 位，佔 53.43%)以及「敬字亭」(81 位，39.71%)。較不受到青睞的後三名，則是僅有 8 位支持的自行車道、11 位支持的天后宮以及 32 位支持的美濃老街。學者蕭先生表示，美濃菸樓對於美濃的發展歷程是相當重要的地點，它有屬於自己時代上的意義。

…這是美濃發展中很重要的一個地點，美濃的菸葉產業對美濃實在太重要了…，早期的美濃很多土地，幾乎很多地方都看的到菸樓。(訪談蕭先生，99.07.01)

關於美濃老街的現況，邱先生先生表示，若是美濃鎮公所能夠發揮政府的力量，以九份、鹿港為示範對象，將美濃老街重新規劃，賦與新的面貌，對於美濃的長期發展而言是有益處的。

…人家說美濃是好山好水，但你去看美濃老街，那個老街是破舊的、被破壞的，甚至是沒有辦法發光發亮的，雖然是有很多文化在那邊傳承，但沒有像人家鹿港、九份做得好，這些老街人家都有重新做過思考…，反觀美濃的問題，因為沒有人起來把這問題解決啊！(訪談邱先生，99.07.30)

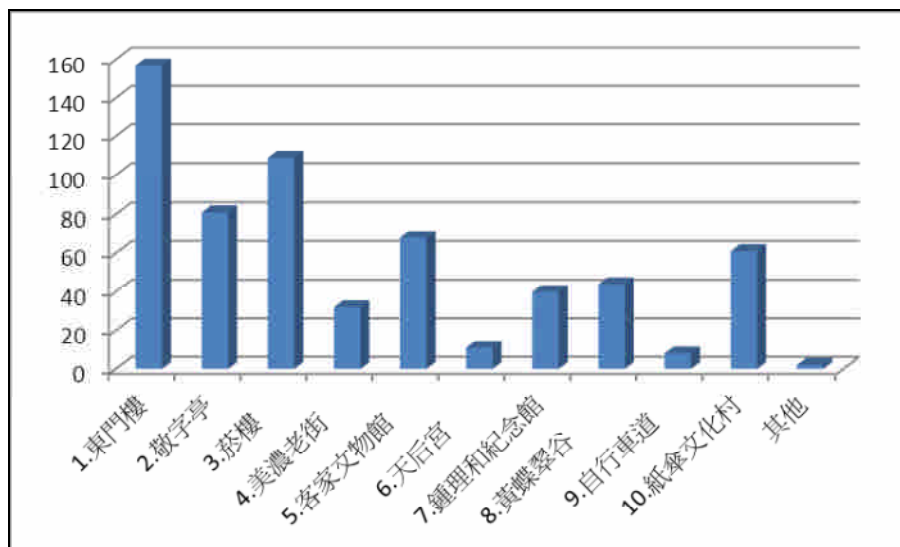


圖 4-5 美濃人認為最具代表的人文地景

(二)最具代表的三項人文資產

美濃人認為美濃最具代表的三項人文資產，分別是「勤奮、節儉、友善和團結的客家人特質」有 128 位(62.75%)美濃人認同，與「客家文化傳承」共有 105 位(51.47%)支持，以及 93 位(45.59%)認同的「傳統技藝」。

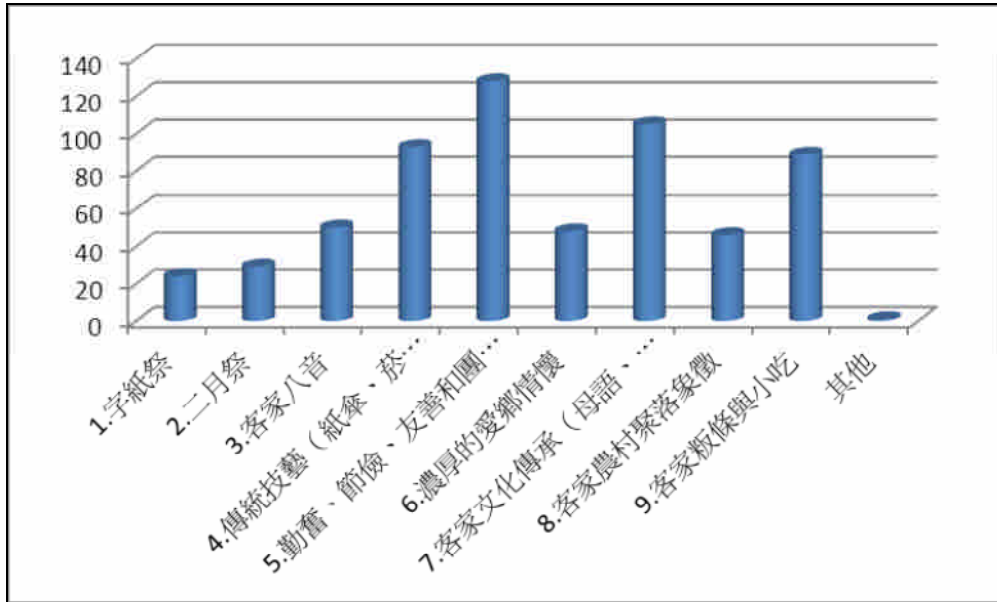


圖 4-6 美濃人認為最具代表的人文資產

而遊客認為最能代表美濃的人文符號方面，有 77.34%的遊客認為客家本色是能代表美濃的，並有有 38.3%的遊客將其排序第一位，其次為美濃的傳統技藝。

根據問卷結果，不論是美濃在地人或是前來美濃參訪的遊客，均認同客家人的精神，即勤奮、節儉、友善、團結等特質，以及客家文化與傳統技藝，是最能代表美濃的人文資產。

表 4-7 遊客認為美濃最具代表人文資產

人文符號	排序第 1		排序第 2		排序第 3		沒勾選	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
字紙祭	10	7.81%	3	2.34%	5	3.91%	110	85.94%
二月祭	3	2.34%	3	2.34%	2	1.56%	120	93.75%
客家八音	10	7.81%	10	7.81%	7	5.47%	101	78.91%
愛鄉情懷	9	7.03%	4	3.13%	7	5.47%	108	84.38%
文化傳承	17	13.28%	17	13.28%	18	14.06%	76	59.38%
客家本色	49	38.28%	35	27.34%	15	11.72%	29	22.66%
傳統技藝	25	19.53%	33	25.78%	30	23.44%	40	31.25%
農村精神	5	3.91%	11	8.59%	21	16.41%	91	71.09%

(三)最具代表的三項文化活動

美濃最具代表的三項文化活動，有 140 位(68.63%)的美濃人認為是「美濃花海季」拔得頭籌、其次為 131 位(64.22%)支持的「雙溪山谷的黃蝶祭」、接著是有 106 位(51.96%)認同的「美濃樂活之鄉」自行車活動。

而邱先生先生認為，甲仙、旗山、大樹等鄉鎮，都有屬於他們特有的文化節，而美濃似乎沒有能夠展現本身特有客家文化的節日。

…一個甲仙可以推動芋頭節、一個旗山可以推動香蕉節、一個大樹可以推動荔鳳節、內門可以推動宋江陣，為什麼我們一個美濃鎮號稱文化大鎮，博士 200 多人，什麼活動都推的亂七八糟！（訪談邱先生，99.07.30）

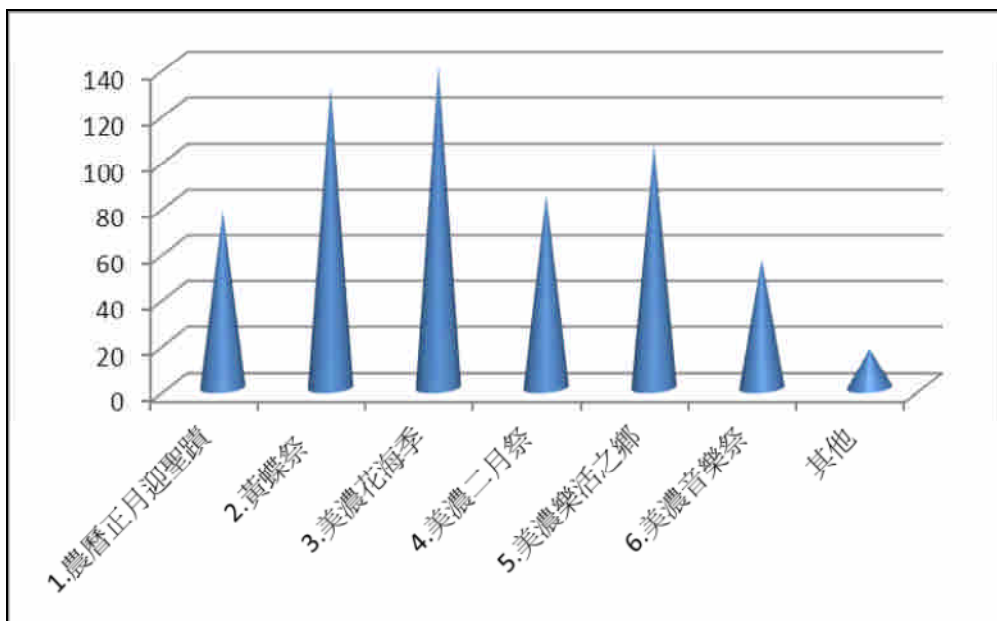


圖 4-7 美濃人認為最具代表的文化活動

(四)最具代表的三項地方產業

「板條與客家小吃」是美濃人認為最能代表美濃的地方產業，計有 190 位(93.14%)，而「油紙傘」亦受到 159 位(77.94%)的美濃人青睞，其次是 139 位(68.14%)的菸草產業。

…美濃對外好像都會用紙傘、藍衫來代表美濃。（訪談楊小姐，99.07.30）

…美濃鎮可以談的東西是文化，文化很多…，講到美濃通常一般人都會想到板條。（訪談邱先生，99.07.30）

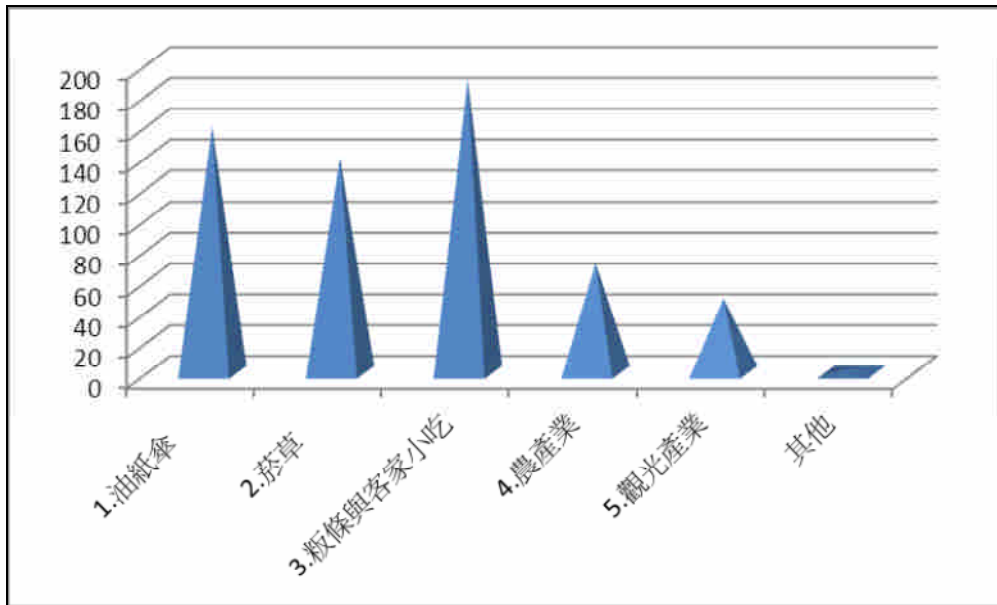


圖 4-8 美濃人認為最具代表的地方產業

而有 85.94%的遊客認為，紙傘是最能代表美濃當地意象，65.63%的遊客將其排序在第一位；其次為粄條小吃，共有 57.81%的遊客將它排序在第二位；而有超過 9 成 8 的民眾認為美濃水庫不適合做為美濃的意象。

由此可知，不論受訪對象是美濃人或是遊客，在訪談的過程中，有時會問到最能代表美濃的是什麼？大多數的答案亦都是「粄條」、「油紙傘」等，這些美濃文化在民眾的心中已是深刻印象，是一種反射直覺。

表 4-8 遊客認為美濃的環境意象

環境意象	排序第 1		排序第 2		排序第 3		沒勾選	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
紙傘	84	65.63%	14	10.94%	12	9.38%	18	14.06%
菸草	1	0.78%	7	5.47%	5	3.91%	115	89.84%
花海季	3	2.34%	14	10.94%	18	14.06%	93	72.66%
秋豐音樂祭	1	0.78%	1	0.78%	3	2.34%	123	96.09%
美濃老街	7	5.47%	31	24.22%	16	12.50%	74	57.81%
粄條小吃	23	17.97%	27	21.09%	24	18.75%	54	42.19%
黃蝶翠谷	4	3.13%	7	5.47%	10	7.81%	107	83.59%
美濃水庫	0	0.00%	0	0.00%	2	1.56%	126	98.44%
客家傳統聚落	3	2.34%	10	7.81%	22	17.19%	93	72.66%
農村意象	2	1.56%	4	3.13%	9	7.03%	113	88.28%
家族宗祠	0	0.00%	2	1.56%	0	0.00%	126	98.44%

第五章 結論與建議

在全球化現象下，城市與鄉村關係快速的變遷中。交通運輸效能的提升、土地管制措施的鬆綁、鄉村文化觀光的推動等，被視為鄉村地區發展的重要策略方向。美濃鎮六堆客家文化是台灣南部客家族群生活形式與文化展現的重要代表，美濃鎮因為好山好水以及過去交通因素關係，在發展過程中，保留相當豐富的客家生活習慣、文化形式、聚落地景、和產業文化；然而近十年來同步伴隨大高雄地區的快速發展與交通運輸路網的連結，美濃的客家文化也面臨傳統客家文化資源存續與保存的衝擊漩渦。

都市化過程帶來的生活便利與經濟發展，是鄉村地區在長期邊緣化後亟待追尋的目標，但快速成長取而代之的，若未能有效管理將出現資源消逝與文化價值觀衝突的隱憂。美濃的客家純樸、文化誘因、優美景緻，因交通系統帶來的一小時等時圈效應，吸引屏東、高雄市區及其他鄉鎮住民的移居。定住、渡假等不同形式的居住需求，改變了美濃的鄉村聚落形式，新移居住民的生活與互動，也在生活過程中，逐漸在原有的客家文化中產生改變的漣漪。此外，因為都市化帶來的機會，交通帶來的地方工作機會，也讓原有的美濃農地，在土地價值與土地持有認知價值觀的改變下，產生結構性的重組。從本研究的討論過程中，可以發現，美濃近十年的改變，是美濃百年來最快速度與最大幅度的衝擊：

- 一、文化觀光帶來新的發展機會，但文化觀光經濟發展過程，使得傳統的農業生活形式、地方認同、土地認知等，出現了新的步調。迎合流行文化消費的需求，慢慢弱化與忽略地方文化長期積累的必要，快速與大量消費的過程，使得美濃的客家文化資源出現了認知斷層與存續的危機感。
- 二、好山好水與和諧的地方氛圍，因為交通路網的改變，及相對便宜的不動產價格，吸引新移居住民。都市化機會與都市居不易的現象，也讓美濃農地在需求大量出現下，出現破碎與零散的危機。農地交易市場的活絡，相對存在農業地景與農村文化消逝的隱憂。
- 三、語言、生活形式、信仰、與飲食是客家文化差異化與必須保存的關鍵。新移居住民的進入，理論上，是屬於入侵的現象，實務上，若未能產生良好互動與信賴關係，新舊住民的文化與價值觀差異，慢慢且逐漸改變美濃的客家文化氛圍。

行政界限的藩籬，勢必隨交通、資源、經濟的改變而改變。文化生活圈域過去因為地理屏障產生的獨一性(unique)，在全球化時代成為發展機會，但同時也必須面對可能產生的同質化問題。美濃在發展歷程中，重視文化、尊重土地、強調家族、敬仰宗祠等特質，形塑了特有的地方識別與地方認同，也帶來深厚的地方競爭優勢。但在全球化現象影響下，文化休閒觀光與農地別墅，也在近年來，

讓美濃快速成爲大高雄地區重要的地標。從問卷與訪談過程，美濃人存在著對傳統文化的堅持、對經濟發展的期待、但又對文化消逝的無奈，這種不知如何爲的無奈；新移居民，則有對生活品質的憧憬、對融入地方的期待、但卻對客家文化認識缺乏的隱憂。農地別墅成爲社會地位的象徵，新移居民成爲外來者的代名詞，這些都已經成爲美濃不得不面對的問題。

從社會資本的角度，美濃的社會關係、信賴網絡、地方認同已經出現弱化的現象，短暫的文化觀光經濟效益和土地價格的提升，是否就是美濃的發展機會或未來得以倚賴的發展路徑，確實出現問號。如果土地的釋出在新一代美濃人的觀念中，已經不是傳家的必要，如果族群和文化的緊密交流，已經是台灣必然的趨勢，如何讓美濃的客家文化內涵，可以傳承而能有新的文化表徵(representation)，則是地方治理所必要關注的議題。若然，一個新舊居民的互動平台、一個治理環節中利害關係人(stakeholders)的信賴關係建立、一個農地資源發展的政策、還有現代美濃文化形式的代表與認識，將成爲美濃在轉型發展過程中的重要關鍵。

參考文獻

1. 王俊豪，2003，「德國鄉村地區界定與鄉村政策」，鄉村政策研討會，台北：台灣大學農業推廣學系。
2. 李政修，2003，「復興鄉華陵村居民觀光衝擊識覺之研究」，台灣大學地理環境資源學研究所碩士論文。
3. 李慧宜，2008，「農發條例發了誰？」，公共電視(我們的島)製作撥出。播出時間 2008 年 4 月 14 日(一)晚間十點和 2008 年 4 月 20 日(日)早上十點。
<http://www.dfun.com.tw/?p=871>
4. 周心琴、張小林，2005，1990 以來中國鄉村地理學研究進展，「人文地理」，第 20 卷，第 5 期，8-12 頁。
5. 林承緯，2005，「台灣都市蔓延發展型態之研究-以台灣四大都會區為例」，成功大學都市計劃學系碩博士班碩士論文。
6. 美濃鎮誌編纂委員會，1997，「美濃鎮誌(上)(下)修訂二版」，高雄縣：美濃鎮公所。
7. 徐白櫻，2006，『微笑之鄉榮譽加上美山綠水，福安地區農地價格水漲船高』，「月光山雜誌」，第 858 期，第 1 版。
8. 徐國城，2006，緊密都市形態之正負面效益論述—兼論對臺灣城鄉空間發展之參考觀點，「土地問題研究季刊」，第 5 卷，第 4 期，32-45 頁。
9. 徐華盛，2008，『農地不種稻改種屋，這是什麼政策？』，「月光山雜誌」，第 27 卷，第 2 版。
10. 財團法人國土規劃及不動產資訊中心，2007，「95 年度國土規劃總顧問案成果報告」，台北：內政部營建署市鄉規劃局。
11. 高佩菁，2001，「都市蔓延發展之研究」，台北大學都市計劃研究所碩士論文。
12. 張隆盛，2001，東亞地區都市化及人類居住問題初探，「國家政策論壇」，第 1 卷，第 4 期。
13. 許岡祺，2006，美濃的新住民與美濃屋，「月光山雜誌」，第 875 期，第 8 版。
14. 許珮漩，2007，「台灣都市蔓延之影響因素分析」，政治大學地政研究所碩士論文。
15. 郭瑞坤、王春勝，2004，地區發展相關因素整合居民結構區隔研究，「戶外遊憩研究」，第 17 卷，第 1 期，23-49 頁。
16. 陳明川，2003，「社區居民對生態旅遊衝擊認知與發展態度之研空-以嘉義縣山美村為主」，國立中興大學園藝學系碩士論文。
17. 陳慧蓉，2006，「遊客觀光意象與地方依附感關係之探討 -以高雄縣美濃鎮為例」，靜宜大學觀光事業學系研究所碩士論文。
18. 湯幸芬、蔡宏進，2005，鄉村旅遊的社會影響-對當地居民的知覺與態度影響之分析，「戶外遊憩研究」，第 18 卷，第 1 期，73-96 頁。
19. 廖心華，2006，地景變遷與美濃地方感的消失，「月光山雜誌」，第 874 期，第 8 版。

20. 廖淑容，2007，文化觀光與鄉村再發展，台南：仁成數位圖文。
21. 劉子英，2000，千萬不要賣地給外地人，「月光山雜誌」，第 651 期，第 4 版。
22. 劉小蘭、許佩漩、蔡育新，2010，臺灣都市蔓延之影響因素分析，「地理學報」，第 58 期，49-63 頁。
23. 劉曄穎，2003，「現居居民對觀光發展影響認知與態度之研究-以七星潭社區為例」，東華大學觀光暨遊憩管理研究所碩士論文。
24. 劉還月，1999，「台灣客家風土誌」，台北：常民文化事業股份有限公司。
25. 轉載自自由時報，2006，豪宅有如雨後春筍，「月光山雜誌」，第 870 期，第 3 版。
26. Amin, A. and Thrift, N. (1994). Living in the Global, in *Globalization, Institutions and Regional Development in Europe*, edited by A. Amin and N. Thrift. Oxford: Oxford University Press, 1-22.
27. Bachleitner, R. and Andreas, H. (1999). Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective. *Journal of Business Research*, 44:199-209.
28. Bærenholdt, J. O. and N. Aarsæther. (2002). "Coping Strategies, Social Capital and Space". *European Urban and Regional Studies*, 9(2): 151-165.
29. Briedenhann, J. and Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas- vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25: 71-79.
30. Bryden, J. M., (1998), *Development strategies for remote rural regions: what do we know so far?* Paper presented at the OECD International Conference on Remote Rural Areas –Developing through Natural and Cultural Assets, Albarracin, Spain, November 5-6, 1998.
31. Cohen, E. (1984). The sociality of tourism :Approach ,Issues and Finding. *Annual Review of Sociology*, 10:2.
32. Cooke, K. (1982). Gukdelines for Socially Appropriate Tourism Developments. *Journal of Travel Research*, XXI, 22-28.
33. Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants' Methodology and research inferences. Proceedings of the sixth Annals, *Conferences of the Research Association*(pp.195-198)San Diego CA : Travel and Tourism Research Association.
34. Glaser, E. L. and Kohlhase, J. E. (2004). Cities, regions and the decline of transport cost, *Paper in Regional Science*, 83 (1): 197-228.
35. Growth, N.B. (2000). Urban systems between policy and geography. *Regional Studies* 34(6): 571-580.
36. Hammitt, W. E. and Cole, D. N. (1998). *Wildland recreation: Ecology and management*, 2nd edition. New York, NY: John Wiley.
37. Hammitt, W. E., Backlund, E. A. and Bixler, R. D. (2004). Experience use history,place bonding and resource substitution of Trout Anglers during recreation engagements. *Journal of Leisure Rresearch*, 36 (3), 356-378.
38. Hay, R. (1998). Sense of place in developmental context. *Journal of Environmental Psychology*, 18, 5-29.
39. Jud, G. D. and Krause, W. (1976). Evaluating Tourism in Developing Areas:An Exploratory Inquiry. *Journal of Travel Research*, XV,1-9.

40. Kimberly, L., Kaswachi, I. and Kennedy, B. P. (1999). Social Capital:a guide to its measurement, *Health & Place*, 5:259-270.
41. Lankford, S. V. (1994). Attitudes and Perceptions toward Tourism and Rural Regional Development. *Journal of Travel Research* , XXII(Winter), 35-43.
42. Lankford, S. V. and Howard, D. R. (1995). Developing a Tourism Impact Attitude Scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1):121-139.
43. Maddox, R. N. (1985).Measuring Satisfaction with Tourism. *Journal of Travel Research*, XXXII, 2-5.
44. Massey, D.(1994). *Space, Place and Gender*. Cambridge: Polity Press.
45. Mathieson, A. and Wall, G. (1982). *Tourism :Economic, Physical And Social Impact*. England,Longman.
46. Milligan, M. J. (1998). Interactional past and potential: the social construction of place attachment. *Symbolic Interaction*, 21, 1-33.
47. Milman, A. and Pizam, A. (1988). Social impact of tourism of Central Florida, *Annals of Tourism Development*, 15(2): 191-204
48. Murphy, P. E. (1983). Tourism as a community industry: A ecological model of tourism development. *Tourism Management*, 4(3):181.
49. Pizam, A. (1978). Tourist Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by its Residents. *Journal of Travel Resesarch*, XVI, 8-12.
50. Putnam,R. (2000). *Bowling Alone*. New York: Simon and Scuster.
51. Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. London: Pion.
52. Richardson, S. L. (1991).Colorado community tourism action guide.Boudler : University of Colorado.
53. Roberts, E. (1996). Place and spirit in public land management. IN Driver, B. L. et al. (Eds). *Nature and theHuman Spirit*, 61–80 (State College, PA: Venture Publishers).
54. Rose, N. (1996). The death of the social? Refiguring the territoriality of government. *Economy and Society*, 25, 327-356.
55. Stokols, D. and Shumaker, S. A. (1981). People in places: A transactional view of settings. In J. Harvey(Ed.), *Cognition, social behavior, and the environment*, 441-488. Hillsdale, NJ:Erlbaum.
56. The countryside Agency, (2000), *The countryside of quality of life capital*. <http://www.countryside.gov.uk/LivingLandscapes/qualityoflife/index.asp> (2000/09/10)
57. Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W. and Watson, A. E. (1992). Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, 14, 29-46.
58. Wilson, S., Fesenmaier, D.R., Fesenmaier, J. and Van, J. C. (2001). Factors for Success in Rural Tourism Development, *Journal of Travel Research*, 40: 132-138.