

志工、活動與地方認同 ——2009高雄世運為例

林佳雯、陳永森

摘要

地方認同，一直是個有趣的地理議題，人們與地方互動關係之建立，最直接方式即為透過活動做為平臺。本研究試圖透過活動作為參與平臺，以活動志工當作研究對象，其參與過程之感受作為內容，進行地方認同建構研究之觀察主軸。

2009年於高雄市所舉辦之「世界運動會」為國際重要的運動賽事之一，同時也是臺灣參與國際事務重要的平臺，因而賽事舉辦成功與否對於高雄市民甚至於臺灣全國民眾而言，有著極高的期待。活動舉辦過程中，需要大量的人力支援協助處理賽事相關工作，因而，志工即成為最重要的活動參與能量，同時也是參與活動最深入的一群。本研究以質性方法作為研究取徑，將高雄世運作為對於高雄地方認同形塑之平臺，透過加入世運志工方式，由局內人角色進行參與觀察，並透過深度訪談釐清世運志工對於高雄之地方認同如何建構，及其所引伸對於高雄認同之相關議題。

研究結果發現，參與高雄世運的志工，無論其是否曾擔任過志工或參與公共事務，於世運落幕後對於高雄的地方認同提高，且對於高雄環境相關事務之關心與參與程度亦有所提升。

關鍵字：志工、高雄世運、地方認同

林佳雯：國立高雄師範大學地理學系碩士

陳永森：通訊作者，國立高雄師範大學地理學系、國立屏東大學休閒事業經營學系副教授。E-mail: ecogeo@mail.nptu.edu.tw

Volunteer, Event and Place Identity — A Case Study of 2009 World Game in Kaohsiung

Lin, Jia-Wen and Chen, Yung-Sen

Abstract

Place identity is an interesting geographical issue. The direct way to build the Man-Land relationship is holding event as the platform. This study attempts to research the construction of place identity by the volunteers in the 2009 World Game in Kaohsiung.

2009 World Game was an important international sport game which was held in Kaohsiung and it was an important platform to join the international affairs for Taiwan. So the citizens in Kaohsiung were looking forward to the success of the World Game. The volunteers were the most important resource who supported to deal with the complex affairs during the World Game and they were the major participants. The study attempts to realize the construction of place identity and the relative issue about Kaohsiung by the volunteers of the 2009 World Game in Kaohsiung in qualitative method. The researcher plays the insider role by join the World Game volunteer to participant observation and interviews the volunteers.

This study finds that the volunteers enhance the place identity and pay more attention to the public affairs for Kaohsiung after the 2009 World Game in Kaohsiung.

Keywords: Volunteers, 2009 World Game in Kaohsiung, Place Identity

Lin, Jia-Wen, Master, Department of Geography, National Kaohsiung Normal University
Chen, Yung-Sen, Associate Professor, Department of Geography, National Kaohsiung
Normal University; Associate Professor, Department of Tourism Management, National
Pingtung University

壹、研究動機與目的

人-地關係的建構與呈現方式，是一項有趣的議題。對地理學者而言，認同絕非全新研究主題，特別是人文地理學認為人們和其空間脈絡之間有情感連結（Tuan, 1990; Paasi, 2002），認同的社會建構已是晚近社會與文化地理學研究的重要焦點（McGuirk and Rowe, 2001）。

但地方認同又是如何又以何種方式方能呈顯出來？重大事件或活動之舉辦，對於當地民衆具有相當高的吸引力，因而亦可能引發後續效應。2009年於高雄市所舉辦的世界運動會為近年來臺灣所舉辦規模最大的國際體育賽事，本研究試圖透過此活動作為研究場域，於活動舉辦期間與活動結束後，瞭解民衆對於地方認同是否產生變化，但由於參與此活動投入最多時間與心力之民衆莫過於世運志工，故本研究以世運志工作為研究對象。本研究之主要目的如下：(1)高雄世運舉辦前後，志工對於高雄之地方認同是否產生改變；(2)參與過高雄世運後，對於志工之公共參與是否產生影響。

貳、地方認同

「小小的地方如何成為一個充滿情感的人類地方是人本主義地理學家的研究課題，它會引起人特別的關注，像是經驗本質、情感對自然聯繫的程度、在地方認同創造中，概念與象徵的角色。」（Tuan, 1996）

地方一直是人文地理學家關注的議題，Agnew（1987）用三個概念來識別地方：(1)地方作為位置：地表上確切的節點；(2)地方感：人對地方的主觀感覺，包括在他們個人與群體認同中，地方的角色；(3)地方做為地域：人們每日行動與互動的環境與規模。

地方不再只是一個由許多客觀因素交互影響的產物，更是透過「人」實際的親身體驗而發展出來的一套內在概念（黃禮強、張長義，2008），展現人的地方感需要把移情探索放進感覺、情感、價值領域裡頭。

Pred（1983）提到Tuan認為地方感主要有以下兩個觀念：(1)地方感的獲得來自外在的知識，從物體的「高度可意象性」，一個人可以被訓練成可以洞

悉「美」或「具有公共符號意義」，實實在在地，且有權威地表現了公共的生活、渴望需求，以及價值觀；(2)地方感導言於內在熟悉的知識；導源於「在一個實質環境中關懷領域（fields of care），人與人之間相互關懷的網絡」的建立，導源於情感聯繫的物質環境。

認同關注的是個人心理感受、本質與重要性、與他者的關係、形塑與人類經驗範圍，認同也是反映深刻的個人與社會現象，以及個人與群體行為，人類主體古典理論常描述認同在時空中是穩固不變的，在文藝復興時期與啓蒙時代，笛卡爾學派對於主體闡述的概念冒出頭，認同是種一致的特色，超越脈絡，這種觀點強調人類理性與生俱來（Warf, 2006）。

認同不只是社會與精神的過程，還是政治問題（Gregory, 2009），1970年代隨著文化研究興起，不僅在文化形式的分析當中，出現有用的批判工具，而且還是個有性別、階級、種族特徵分類的社會關係裡頭的抵抗與衝突場址。

Sarup（1996）研究提出，認同是擁有歷史的，每個人理所當然都有自己特定的（given）認同，認同不是與生具有，認同是在與他人的互動過程中不斷提升，而且焦點就在認同建構的過程當中。認同有兩種模式，傳統上認為所有動力，像階級、性別、種族等，在同時間運作，產生一致、統一、修正的認同。而較近期的觀點則認為認同是在過程中被製造、建構而出，而且我們得同時思考心理與社會要素，然而，即使是這兩個模式仍然無法涵括人類經驗，不論是我們，或者他人的認同，還是呈現破碎，充滿抵觸又含糊不明；更強調認同建構的要素之一就是貼標籤的過程，人們依附於其標籤，而標籤又依附於其上，並開始產生效應，但是我們的認同不只受到事件或行動的影響，還有過去產生的結果，一定程度上我們的確定義自己，而我們也確信，個體之外還有一股決定性力量形塑著我們。

認同具有關聯型，自我之外的就是他者；地理學上談地方認同，除了情感上的認定，實際上就是一種領域的象徵和歸屬，另外並強調人與土地的聯結，多數地方大半是日常實踐的產物，地方從未完成，而是透過反覆的實踐而生產—日復一日重複看似尋常無奇的活動（Katz, 2003; Creswell, 2004）。

Harner（2001）認為地方認同是一種社群共享的文化價值，一種群體認知，關於社會認同與地方意義的糾結，認同所立基的地方是種動態過程，持續

建構與轉變，地方可以產生許多意義與認同，常常出現矛盾與對抗，霸權是作用，藉由其他人與群體在地景意義中活躍分享信念，這就是建構集體認同的必要條件。

本研究試圖以民衆透過「地方事務參與」過程，產生對於地方情感有更多的連結，更因而強化其歸屬感，作為地方認同操作定義。

參、活動

2009年高雄世界運動會活動日期自2009年7月16-26日，參與國家為84國，比賽項目為31大項，參賽運動隊職員人數為3765人，其他包括貴賓、相關工作人員、媒體、廠商等，參與國家達103國，5994人，為臺灣首度主辦大型國際性綜合運動會，同時也是歷屆世運參與人數最多的一次。於世運舉辦期間，共有正式培訓志工4653人，以及包括義消、義警等相關單位投入的志工合計超過6000人，提供賽事新聞報導、隨隊翻譯、賽場服務、認證與各項行政支援等服務(立法院教育及文化委員會，2009)，這同時也是臺灣國際活動最大規模的志工服務團，其所展現出的表現受到極高度的肯定，甚至讓世運總會主席 President Ron Froehlich of IWGA於開幕致詞中提到：“I do want to thank the media and sponsors and to all our volunteers we could never have delivered this event without your help.”

本研究將世界運動會歸類為大型活動（mega-event），大型活動一般被定義為「擁有高曝光率國際級文化與運動賽事的大型事務」（Hall, 1989），定期舉行或只舉辦一次，大型活動的舉辦往往也跟觀光旅遊產生關聯，因為活動對地方可產生多重效應（Getz, 2005）；從規模或重要性來看，對於舉辦社區、地點、和組織來說能夠產生高層級旅遊、媒體報導、名聲以及經濟效益，對地方產生的效應是多面向的，時間點越鄰近，效益越明顯，人做為地方的主體，在空間中與地方交互作用，同為一般民衆，志工比起觀眾更接近賽事核心，事前的教育訓練也曾加強此環的認知，因此較有更多感觸（Merwe and Westhuizen, 2007）；本研究探討活動和世運志工之間的關聯，世運做為催化劑，讓有眾多參與動機的世運志工，在參與服務過程中，認同態度的轉變。

肆、志工參與與認同

根據我國「志願服務法」第三條定義：「志願服務」為民衆出於自由意志，非基於個人義務或法律責任，秉誠心以知識、體能、勞力，經驗、技術、時間等貢獻社會，不以獲取報酬為目的，以提高公共事務效能及增進社會公益所為之各項輔助性服務；「志工（志願服務者）」為對社會提出志願服務者。

家鄉是什麼？對於人們來說家鄉意謂複雜的情感，De Bres, Davis（2001）研究地區節慶，以美國堪薩斯州的 Rollin Down the River Festival 為例，研究其中的舉辦群體（celebrating group）與地方認同，研究之操作採參與觀察法、問卷以及訪談方式進行。

Rollin Down the River Festival 為堪薩斯河（Kaw River）沿岸的24個城鎮聯合舉辦，活動歷經數週之久，進行一系列宣揚當地特色的活動：划船等水上活動、回憶地區歷史的 Rural Homecoming（於特定地區如掏金小鎮的舉辦，還有形同居民回故鄉團聚的活動）、紀念印地安人的節目、生態保育運動、地方特產等之慶祝活動。

活動舉辦的主要目的是為提升堪薩斯河沿岸地區的社群感、地方感、對地方的親密關係，與其他活動相較，商業化層面的考量決非重點，並強調對於小朋友的環境教育，作者也從民衆進場、地方民衆認同來評估該活動的，這些活動的確也達成預期效果，引領了積極又正面的自我認同感（self-identification）。

即使活動相當成功，節慶也出現不同的聲音，也就是主辦單位對外創造與展演出來的節目與形象，遭人質疑真能代表地方？還是只流於外界對於當地的刻板印象？

此研究結果 De Bres, Davis 提出了對活動的建議：未來除了要維持這份熱絡的情感，還需描繪出對更貼切的鄉村遺產（rural heritage）或更具代表性事物。事實上我們可從中發現 Rollin Down the River Festival 是在後現代社會當中，對於過去美好回憶的追尋，瀰漫著一股淡淡的鄉愁，不願地方傳統隨時間流逝而遭受淡忘。

另一研究案例如下，Wexford為愛爾蘭的一座小鎮，定期於每年十月舉辦歌劇節活動，這項活動為一群歌劇愛好者所發起，漸漸的要將 Wexford發展成為歌劇的代號，Quinn（2003）於活動期間某四天進行問卷、訪談等調查，及文本分析，訪談著重於當地民衆的投入和參與。此研究發現，歌劇節對 Wexford小鎮內部而言，能行之有年的部分原因在於當地人的資金與熱忱，而節慶被行動者建構為一種所有感，專屬於 Wexford該地擁有、舉辦的活動，對小鎮之外的觀光客與民衆所認知的形象來看，Wexford被營造成一個居民友善、歡迎觀光客的地方，舉辦歌劇節的經費相當短缺，這樣活動的人力運用上有很大一部分仰賴志工參與，最初當地居民也積極參與志工、欣賞活動。

對於澳洲之研究案例為Brennan-Horley等（2007）研究澳洲鄉村經濟與轉型問題所提出，近來澳洲鄉村有許多村莊經濟日漸衰退。雪梨以西350公里一處小鎮 Parkes靠著舉辦節慶活動帶動當地發展，創造了全新旅遊資源，該鎮每年會舉辦貓王復活節（Elvis Revival Festival），原本是由幾位貓王的歌迷主動發起，在貓王生日當天舉辦相關活動，如以模仿大賽、貓王電影欣賞、遊行、演唱會、等方式紀念這位歌手，吸引愛好者前來參觀。

節慶的規模逐年增大，也帶來可觀收入，創造出了傳統與地方認同，經濟發展的影響與內部社區組織有關，當地許多民衆會親自參加活動，每年有將近400人志願投入服務中，節慶也為在地的人們促成共同體的概念。

此研究對遊客、地方商人進行問卷調查，檢視遊客特性與滿意程度；並對活動相關工作人員與地方政府代表訪談，結果可發現遊客對於貓王復活節擁有好評，地方商人對於金錢能有可觀收入也對活動深感肯定。

世界級大型賽事之規模逐年擴大，如奧運會，其人力需求亦逐步提升，於1980年Lake Placid舉行的冬季奧運會，正式將志工計畫導入奧運整體主要計畫內容之一，當年共吸引約6000名志工投入，於爾後舉辦的奧運會，包括：洛杉磯、Calgary、漢城等奧運會，志工的投入對賽事的推動有著高度的影響（Moreno, 1999），於2000年雪梨奧運會中，奧運志工更被推崇為活動成功的最主要關鍵因素，2012年倫敦奧運志工團的專業表現與組織動員更得到全球的讚揚，甚至於有超過5000位英國奧運志工投入跨國合作，參與2016年於里約舉辦的奧運會（Oliver, B., 2014）。

由上述研究個案可發現，無論是地方形態的節慶活動或是世界性的體育活動，由於志工的導入不僅使遊客對於活動整體滿意度得以提升外，更能激發出志工參與過程中對於在地的認同感。

伍、研究方法

本文屬於人本主義地理學的範疇，以人的主觀思考為本，尺度上屬於微觀的研究，人類的情感表現是複雜多樣的，而非單純的數據與模式即能簡化做歸類，因為有太多未定的因子、變數，在呈現志工對於地方的情感與價值當中，利用質化方式蒐集資料，之後再進行分析，本研究將研究對象做為個案處理，並未追求絕對代表性。

地理學者目前使用質性的技術來研究人類的態度與行為，從受訪者得到的豐富資料提供了充足的收穫，這是實證主義不太可能達到的充分解釋（Lindsay, 1997）。根據本研究關注的議題與取徑，採取質化方法進行研究，試圖找出一些事實與多樣性，質化研究可以獲得深而豐富的訊息，操作的方式主要有以下三種類型：(1)口述（the oral）（主要以訪談為主）；(2)文本（the textual）（啟發的、文本、地景）；(3)觀察（the observational）。

人文地理學有許多範疇都使用質化研究，質化研究不是考慮研究對象在母體當中的代表性，研究者對於受訪者進行觀察、訪談，接著使用深度描述來傳達受訪者錯綜複雜的世界（Winchester, 2005）。

參與觀察法是人類學傳統的田野方法，在這當中研究者進入一個社會，花時間居住於其中，然後回到學術環境撰寫報告，此方法一直展現很大的互文主體性問題，這個語彙本質上就會有參與者和觀察者角色之間的隱藏衝突，應該要被釐清（Lindsay, 1997），這樣的身分原則無法避免，但也因為身分的曖昧，較能獲取完整資訊，更多了份情感在上頭。

欲獲取受訪者最實質豐富的觀點，研究者是以做為局內人的身分進入田野，藉由親自參與世運志工的服務，而非扮演局外人在外圍觀察，研究世運志工過程中親自參與服務，實際去捕捉、感知、觀察、了解與認識，可以有更深刻的體會。從世運前的基礎課程、核心課程開始參與，並希望由設身處地的角

度切入，在研究者實行的參與觀察法中，不單只是用雙眼觀察、而後描述做紀錄，亦有非正式訪談企圖彌補只單純觀察的盲點，在擔任志工過程當中，研究者也因為實質志工經驗，有更多互動對地方、賽事也產生認同感的轉變，這是研究者所獲得的反饋之一。

研究者於參與觀察法過程中，除了世運志工的核心訓練與專業訓練之外，賽事舉辦前即已開始暖身進行採訪等任務運作，以參與觀察法正式進入田野主要是從 2009年6月於左營世運主場館舉辦的志工誓師大會揭開序幕，一直到7月活動結束，編採志工任務內容為依照事前安排每天前進各場館攝影、採訪，編寫，出版每日志工電子報，根據成立終旨和預期效應，是想要達到以下目的：(1)紀錄世界運動會志工團於賽會期間服務情形；(2)發送每日志工報，以激勵世運志工服務士氣；(3)賽會後將每日志工報集結成冊，留下歷史紀錄。

因為編採志工的性質特別，研究者有機會接觸到不同的志工，更因為同為世運志工，更得以取得被研究對象之信任與互動，更得以進行深度訪談，以瞭解受訪者心中之想像與回應。故本研究以質性研究，採立意抽樣方式於世運結束後（2009年7月至10月）對23名世運志工進行深度訪談，於訪談過程中皆明確表示本研究之動機與目的，並獲取受訪者之同意下進行訪談。受訪志工在生活上與高雄有不同的關聯，試圖從人文主義的角度切入，藉由每個人的眼來看這個世界，並真實瞭解其行為以及與地方之互動狀況。

受訪的志工性別女性佔15位，男性為8位，皆現居高雄市主要涵蓋高雄各區，部分受訪者並非土生土長高雄人，可能因為結婚、就業、生活圈……等，個人生命經驗和高雄產生高度的連結。受訪志工年齡從20歲至60歲皆有，其目前職業包括：學生、公務員、家庭主婦、退休人員、專職志工等，於世運期間所服務之類別則涵括以下：行政志工、接待志工、交通志工、諮詢志工、倉儲志工、驗票志工、文化志工、競賽志工以及頒獎志工等。

本研究所訪談之志工多透過世運籌備與舉行期間所結識，或透過志工朋友的介紹取得信任，並經過受訪者同意後進行深度訪談或焦點團體訪談，訪談過程中雖無嚴謹的訪談大綱，但訪談範圍多聚焦於以下方向：(1)參與動機與地理之聯結；(2)對於世運的期待與關注；(3)地方榮耀感的體認；(4)地方認同的建立與提升；(5)地方感與地方依附等議題之討論。

陸、研究結果與討論

一、參與動機

研究訪談後發現，本研究接觸、訪問的志工投入賽事的動機複雜，諸如：為家鄉做事、難得在高雄舉辦、地緣性、為見證歷史、同學與朋友共同邀約、有門路可參與、對活動與工作內容有興趣、體育人想要學以致用、學校老師接案，受到強迫、半強迫式參加、民間公司為社會公益形象……等，原則上有多重動機並存重疊在裡頭，因此並非單一解釋即可全盤斷言，而在此，研究者將受訪志工的動機屬性做下述歸類：

(一)團體志工：鄰里自發性力量

從志工服務的投入，可探見一群，有志工大姐雀躍的表明：「我們全部為了參加世運志工拋夫棄子、拋棄家庭、拋棄公婆……」（W1），這段義無反顧的語錄為世運期間研究者與壽山國中志工隊成員聊天時聽來，表面上彷彿為玩笑話，但是與志工媽媽繼續聊天後即可發現，這群人以「生於斯，長於斯」作為出發點，展現地方認同的樣態。

近年來高雄市的志願服務發展更是有日益興旺情況，不僅是因為多年來的推廣，也是因為大家越來越重視志願服務這塊領域，一位在高雄市志願服務協會擔任幹部的志工更分享了十多年來志願服務在高雄的躍進：

「很明顯的從十幾年前一開始每一個班可能報名二十個人，二、三十個……到現在你會看到那個上課的課程表一發，一下子就湧進來三百、五百個、六百個人……」（V1）

(二)個人志工：家鄉辦大事，當仁不讓

志工朋友在動機方面表明主動為地方付出心力的精神，動機與地方連結相當大，視同大事般當仁不讓，即便因為工作、求學等緣故暫且離開高雄，但在

需要人力協助時當仁不讓，諸如場館實習、大型集會等，有一部分規定志工出席活動的時程未必為假日，所以部分身分為上班族的志工得向工作地點請假、另外排假以期能參加世運，這樣的參與度呈現了高度的意願與支持。

「因為我自己本身是高雄人，然後因為我知道就是高雄市很不容易爭取到這麼子很大的國際賽事，對，所以我才會加入世運志工……」（I1）

出門在外的遊子這時候是用實際行動力挺世運，例如，一位現目前在臺北念書，更曾出國交換學生的隨隊志工即表明了「想為這個城市做一點事」的決心，藉由專長貢獻個人價值，照料外國選手之餘，種種的舉動也是在做國民外交，儘管眼前所處人生階段，和高雄的交集少之又少，但遇上家鄉舉辦活動還是返家協助，貢獻一己之心力，而非莫不關心，期盼能更關注地方事務。

（三）個人志工：對賽事的認同

除了動機上為幫地方出力的精神，有部分研究受訪志工主要是對賽事、工作內容有興趣，認為大型賽事在高雄舉辦，機會難得，而報名參加，或者藉由其他管道尋求擔任志工機會，譬如：學校招募、朋友門路（有志工是因為賽事經理還需要人員幫忙，而在後半階段參與世運志工的服務）。

由於部分世運志工的任務分類是依照個人專長進行媒合，所以有受訪者以興趣並結合自己的體育專長想要學以致用，增添實務參與經驗：

「我覺得因為像我們本身我念體育系的，我就是體育人，我覺得可以參與這樣子國際的賽事，我覺得很棒能然後可以看比賽怎麼辦……」（S1）

這位志工碰巧為高雄市人，所以她對於世運的參與還多了一份在地的情感，意義就有別於單純只對賽事有興趣的志工，還來的不同，更加的有參與感，加入地方大型活動顯示了身份的歸屬與認同，參與動力相較別人也來得不一樣，就像是一個高雄人，看到臺北市舉辦大型活動，需要志工，個人認同基礎可能會比較薄弱一點，也許毫無感覺，在於少了地域的連結。

二、興奮與關注

本研究所接觸的世運志工，大多數在活動之前對世運有相當程度上的期待與興奮，像是開幕典禮、志工服務、各項賽事，不論是愛臺灣、愛高雄而對地方的力挺，或者本身對活動有興趣，有部分志工從最初就開始服勤，跟隨宣導、暖身賽，再到正式活動開始，一路看著這項大型賽事舉辦，曾有志工表示自己從最初就投入世運志工服務時，受到旁人質疑怎麼連未支薪、還額外花時間的工作也願意從事？自己可以從中參與，任勞任怨傻傻做事，見證世運成功，旁人羨慕至極，而覺得當初的堅持很有價值，心頭的感覺不一樣。

對世運有興趣的人本來就比一般人要來得關心賽事，本研究的志工所著眼的時間點在世運前幾天，檢視賽前興奮程度可以和活動過程、活動後續做比較，顯然大家的態度較為期盼，而且以年輕人世代反映最為明顯：

「參加活動之前？！會啊！會期待啊……」（Y1）

「超期待的啊！那時候我從六月開始就一直很期待、很期待啊！……」（Y2）

「期待是有一些啦，對……」（Y4）

志工在服務之外並期盼買票進場觀賽，參與各相關活動，展現個人高度的熱忱與投入，開幕之後，認同感的程度逐漸升高的情形。

三、地方榮耀的產生

對公部門而言，能夠舉辦大型賽事，意味著在國內外都市中擁有一定競爭實力，才能在都市與都市競賽中取得申辦權，接著開始籌辦比賽，以民衆角度來看，所在地方有能力、成功舉辦國際賽事，意謂能產生地方榮耀與自傲，志工更因為實際在賽事投入心力，與他人相比，參與感較旁人甚，感受也較深刻強烈，有不同意義在裡頭。

地方認同如預料提升，甚而實際表現在日後的行動上，如對於地方活動更加積極參與和關注，而原先對於地方事務較關心的志工們也提到更加喜愛高

雄，地方榮耀感提升，甚至因為帶來的認同而希望地方政府多多舉辦類似的大型活動，凝聚眾人情感。

「會，會，一定會的啦，其實很難得啦……」（Y6）

「提升，因為辦的很成功，身為高雄的一份子感到很光榮……」（M1）

在開幕典禮之前，媒體對世運的宣傳在志工眼中並不多，這群熱情程度相對較高的群體也認為，儘管多數人都知道高雄舉辦世運，但顯然賽事仍不受重視，雖然在市内宣傳已行之有年，賽前主事者甚至擔心門票銷售不出，但世運卻開低走高，如倒吃甘蔗般，在開幕典禮之後漸漸引起眾人關注：

「是很興奮啊，可是我會覺得說為什麼看新聞媒體很像很少人，周遭的人也是，很少人會關心世運，好像大家都不是很重視，像我7/16開始實習，我第一天去，我去個路上買早餐，路上的居民說：『你這作志工沒錢也要去喔？』我就冷冷的看著他，我就覺得沒錢又怎樣？就去玩的啊。」

然後做做做做到後來大家慢慢知道有哪些比賽，像我們有時候會去漢神的星巴克買咖啡，就會有附近的居民很熱情來跟我們搭訕，跟我們講說：「ㄟ、你們這些志工真的很了不起！」什麼什麼，就會覺得，喔，整個感覺都變了，大家就開心起來了，我覺得很棒。……」（Y2）

四、認同心態的轉變

本研究中的世運志工，有一部分屬於後天因素搬遷到高雄的人口，而非原先集在此成長的在地人，多數人遷移原因主要是工作、婚姻、求學等而遷移至此，工作與婚姻的人在此安身立命、落地生根，也漸漸將自己的身分轉換成「高雄人」的角色，既然稱「高雄人」，就意謂歸屬於高雄的一分子，人在使用地名的同時就視同展現一種身分，就像初認識的人在寒暄時，會詢問對方來自哪裡一樣，甚至不同空間的問候，就會有不同尺度大小的回答，如：在國外可能介紹自己來自臺灣；在臺灣可能提到自己來自高雄；在高雄內部會介紹自己來自燕巢。

原是外來者，將自己身分轉換成高雄人後，這時候的地域認同轉變為混雜不明的情況，遷居在一地時日甚久後，對地方產生歸依，而認為自己是該地方的居民，這樣的身分是流動性的，所屬於該地，也可見人與地方是有彈性的流動而非緊密固著，但是居住該地並不代表也與地方親近，在不認可、格格不入的同時，自己只會認同原來的地方，所以表達了自己是「哪裡人」並未有絕對答案，生活空間帶給自己的感受未必能全盤接受，身體只是因為現實不得不侷限於此。

在此並非著墨於世界運動會的偉大，或者因果關係的闡述，而是因為在過程中地方舉辦的大型賽事做為催化劑，讓高雄民衆認同這個城市，將衆人凝聚起來，過程中產生衆多正面意義，過程中的參與感以及自己心力的貢獻、經驗到的所見所聞，多所混合後產生地方自傲、社區、公民與族群認同：

「我們那一天我提前出來，然後我記得是伍佰在唱歌帶動唱的時候，我走出來的時候，我眼淚差點啪~其實我那一天會讓我感動的有兩個地方，一個地方是志工進場，結果後來我有把那個拍下來，我是邊拍，眼淚是這樣……

因為那種感覺是我就想說，如果當時我在下面我是什麼感覺？其實我那天到現場就是等著拍那個東西，等著他們進場，然後那時候感受是很深的，就是說志工真的很讓人家很感動……

然後第二個感動我其實有拍下來，我一看……外面的人多到我一走在那個出口，整片都是人，而且最感動的是他們全部面向著那個螢幕，然後大家都是全神貫注看著那個螢幕上面，就是那種那種感覺，怎麼會這樣，就是說你怎麼他們怎麼這麼願意都坐在地上喔，全部坐在地上喔，沒有椅子給他們坐喔，那種表情都是那種他們都很感動的表情，我看他們感動的表情我就整個人這樣……真的很感動很感動（哽咽）。

出來的時候其實那時候如果說整個世運帶給我正面的，其實那一幕，那一幕給我的感動，是我看到那麼多的高雄人，外面那個不下一萬人，就是那個大廣場，反正都是人就是了，全部都坐在地上，你可以想像全部看著那個螢幕，同樣的方向，同樣的眼神，為裡面的人在感到在驕傲，我整個人真的受不了，都不講話，我那個老公其實他也是很感性，但是他那個人不太會講，然後他就說：「高雄人好可愛喔！……」。（W2）

上述志工屬於因為工作、結婚而遷居至高雄的臺東人，在訪問言談中，她提到了自己非常不喜歡高雄明顯的政黨色彩，過去對高雄的印象就是草根性很強，可是在世運參與過程中，因為閉幕典禮當天的經驗，而整個顛覆她以往對高雄的印象，從志工的進場、買不到票的民衆在主場館外席地而坐，那份將來自四面八方的個體凝聚在一起的力量，此刻大家都是同心一致的，而不再是鬥爭與怨懟，舒服和諧的氣氛感染與淨化衆人，讓人久久不能自己。

高雄從未舉辦過如此大型的活動，幾年來的籌備後也在2009年順利舉行，畫下成功句點，不僅志工產生光榮感，活動期間都市內部氛圍的改變，也讓人對這個都市產生希望，對地方的未來也更有自信。

除了對地方情感的加深，更因為本次經驗的參與和成就感，志工們表示對於地方活動以及地方事務會更加關心與積極參與，只要時間允許都願意投入：

「……不過當然就是說以後高雄市有什麼，我現在就覺得高雄市應該再多辦一些這樣類似這種活動，可以讓全民，因為我覺得這樣子在號召那種民衆的向心力跟那種增加那種我們對這麼城市的認同感會有幫助……」（M2）

「……像這次88水災的救災，我就會想去……」（M5）

「……因為像是水災的那個我就有回學校幫忙，就是去龍華國小那邊，去搬一些東西……」（M8）

活動在當下產生的最大影響是在一夕之間將衆人的認同感拉抬到高點，但，若只有抽象的認同感、榮耀感提升的夢幻泡泡，過不久待世運光環消散，熱切的感覺終究會消散而去，假使美好的精神帶給整體社會的，是能夠在後續實質參與事務、持續關心地方才有意義，世運相關團隊在世運結束後也基於世運志工精神不減，延續一份愛，不想讓受外界推崇的世運志工精神連同活動落幕曲終人散，也在世運志工團網頁、世運志工感恩派對上進行了志工延續服務意願問卷調查，企望將具備各類專長的志工轉介到各相關團體以發展其才，並讓青年能有更多機會參與地方事務。

世運這項賽事提升地方榮耀，帶來的顯然是加強了人對於高雄的認同感，這樣的光彩使得人在心態上就會有種「其他縣市無法舉辦世運」的優越與光

榮，因為高雄擁有大型賽事的舉辦經驗和國際級的場館，甚至在較小的地方認同過程當中，認同是一個漸進的動態過程，不僅有在地的層次—對於鄰里、高雄的關注，空間認同尺度也從地方縣市單位上達到整個國家—臺灣的層級，因為認同，所以要讓世界看見臺灣的美好，志工除了對地方有榮耀感，也盼望能盡一己之力讓地方在外界的形象完好，而非負面表現而在國際舞臺貽笑大方：

「我們的純粹的出發點就是一個國家的認同感，要給臺灣，然後要臺灣辦很成功，那大家一定要很努力對吧？！……」（M6）

「有革命情感……有點像革命……這次有參加志工，有幫到一點忙，有一點革命情感在……」（I6）

「……大家就要本身不只要盡自己的本分，還要超過我們自己的能耐，還要超過這個部分，所以才能夠把別人看扁我們高雄的部分就發揚光大，別人看不出說我們真的能辦到，只有在這一點而已。」（I5）

值得玩味的是部分的受訪者並非土生土長的高雄人，只是因為後來在高雄落地生根，而把自己當成高雄人看待，志工出現的比較心理並不是濃厚的火藥味，而是在這當中出現想像共同體的概念，群體和共同事物促成連結。

「……高雄市是臺灣第二大的城市，人口大概150萬人，因為高雄是個靠港的城市，所以很多建設或是活動都跟港口有關。最近這幾年因為世運的關係，公共建設增加跟整新花了不少心力。我們有新蓋好的捷運、體育館等等。……」（S3）

「讓各國的人以後想起高雄這個地方會想起好的方面的事情，而不是高雄很爛……」（S6）

「……因為一開始大家對世運，高雄來辦這個世運還有一點質疑，對，就是說：『ㄟ／你辦得起來嗎？』因為我們臺灣算不算一個國家？算不算什麼？大家都在質疑，然後又有人在打壓，所以那時候對世運在高雄其實很多人不知道，阿我們覺得啦，就是我們的長官覺得啦，至少要让高雄市民知道說我們要來辦這個盛事。」（H4）

從訪談中可發現，志工會用主要的大特徵來概括表明，地方逐漸脫胎換骨，內部擁有國際大都市的外觀讓人自豪、引以為傲，具備最新的公共建設是現代化的象徵，代表地方擠身先進之林，從受訪者談論地方的內容可發現，會以宏觀尺度介紹，這樣的空間尺度牽涉到眾人一同擁有的，因為整體印象不屬於個體私人的微觀尺度。

除了「土地」，特有的人文特質，或已經變成刻板印象的性格，也是論述的重點：

「高雄在我的感覺上他就是讓人家覺得他是比較熱情，比較純樸的一個都市，純樸而且感覺他比較真實，就是這樣一個簡單扼要來說，雖然別人的認定來講是我們比較憨啦，比較憨厚，感覺上應該是憨厚，那我們直接講就是說純樸，比較純樸這樣子……」（S4）

「我們的純粹的出發點就是一個國家的認同感，要給臺灣，然後要臺灣辦很成功，那大家一定要很努力對吧？！……」（S5）

Relph（1976）提到：「內在於一個地方，就是歸屬並認同於它，你越深入內在，地方認同感就越強烈」。深入內在如同於和地方緊密接觸，依附在一起，而地方依附不同於地方感，地方依附可視為一種行為，當個體對地方的認同強烈，並將自己納入環境的內部時，這種依附就有可能成立（曹勝雄、孫君儀，2009）。有時候經由離開，到一個全然陌生的場域，不習慣周遭的未知環境，這時候會突顯人對於原居地的依附感與熟悉，從此間可明顯蘗露出：

「從小在這裡長大啊，就是家鄉的感覺吧，雖然她是一個城市……去個哪裡就會很想回來，因為這裡什麼東西就很熟，而且高雄飲料店很多，好喝又便宜，像我去屏東那邊沒什麼東西，路上開很久才會有一間飲料店，飲料店也不好喝！……」（S6）

「愛河，就很少有城市會有一條河這樣貫穿過去，而且就是整個城市，整個城市都是以愛河為出發，像愛河一天就有不同景色這樣，而且從早到晚都有不一樣的感覺。」（H3）

研究者發現抽象層次的形容讓志工在應答的時候感到障礙、難以回答，志工們普遍認為高雄最足以代表的是專屬於高雄人的熱情與友善，他們認為這些熱情是高雄跟全臺其他縣市比較下，最無與倫比的特性，這樣的特點也在世界運動會中表露無遺，熱情的正向特質讓人引以為傲：

「我覺得高雄給人家的第一個印象應該就是熱情吧，所以假設說我有國外的朋友來的話我都會先跟他們說高雄是一個很熱情的城市，然後我們這邊的人也很友善。

因為其實像我這次帶隊的經驗啊，我們裡面有一個他應該算是隨隊人員，可是應該是他們國家派下來的隨隊人員，然後他那個時候就跟我說他要買那個小冰箱，就是他們要放飲料的那種小冰箱，就是放水放什麼毛巾的那種小冰箱，然後就問我說要去哪裡買，我就跟他說那你可以到大樂去買，結果他後來就是我們在練習的時候，他就自己出去買。

結果我們回到飯店的時候，我剛好遇到他，阿我就說你買到你的小冰箱了嗎？他說有，我有買到，他說阿我本來是建議他到那個巨蛋站就是那個去百貨公司買，因為我想說坐捷運比較方便，結果他後來跟我說，我到大樂去買，我就想說你一個外國人才第一次來臺灣怎麼會知道去大樂？他說，喔，沒有我在路上就遇到一個臺灣人，他就看到我要去買東西，他說那我帶你去大樂，他就載他去大樂，去買完東西以後就帶他回家一起吃午飯，就是那一個臺灣人的先生帶他回家吃午飯，然後吃完午飯他們聊完天，再送他回飯店。

我就講說你遇到很棒的人，而且我覺得我就跟他說你遇到的這一個人其實是高雄，而且是臺灣人的模範，大家其實是很熱情然後很友善……」（S7）

熱情的態度實際的展現在好客的行為上，將外籍人士當作朋友一樣的對待，建立外交，也為世界觀的表現，在人際互動較冷漠與提防別人的今日，真誠的、自然而然的表現友善已難能可貴。

除了熱情、友善之外，意義的東西，世運吉祥物也被某位志工詮釋為最能代表高雄的形象，不論是在物體本身或背後所代表的意涵，高雄的地方概念非常的強烈：

「其實我覺得世運吉祥物水精靈，這一種吉祥物，從另一個角度來看，因為水，妳看她很柔弱，其實很剛強，你看跟高雄的特色，跟高雄人給人家的熱情、很豪放那種特色滿貼近，當她很純樸實在很純樸鄉下，他可以很純樸但是有時候他又很豪邁，都是工人那種，很豪邁其實用水的東西來形容其實很貼切，他可以很溫柔，但是可以很澎湃……」（W5）

一位競賽志工分享他與外國選手互動的經驗，這位志工和一位美國選手共同在酒吧喝酒，聊天過程中該名選手透露了對高雄印象的美好，認為高雄人的熱情渾然天成，是由內心自然而然的散發出來，根據志工的轉述：

「我那天去酒吧跟一個美國人聊，一個美國選手聊天，他就是有提到說他來高雄的感覺就是說他從來沒有來過一個城市這麼友善，然後就是對另外一個義大利人跟我提到說，就是有在問我說，到底是南部的臺灣南部人特別熱情？還是整個臺灣都這樣？

我說這不一定，就是北部或其他地方的人可能很熱情，但是我真的覺得高雄人很熱情，然後那一個美國人他就說他從來沒有看過一個城市這麼整潔，就是這麼……他講了很多形容詞—『有活力，又友善、又熱情』，我覺得他講了一句話很有道理，他說這不是那種政府下令說：『ㄟ，你們在這十天之內一定要很友善很熱情，這不是那種政府命令或什麼宣導，這是那種長期累積下來的。』，就美國人這樣講，他就說如果有其他國家的人去美國有這種感覺，他會覺得非常驕傲。

我就覺得聽他這樣講真是一個動人的演說……所以我會覺得說高雄用陽光來形容因為人民相當的熱情，在某種程度上很熱……」（M7）

研究過程發現，對於日常生活環境，志工感到近年來有巨大的改變，地方生活空間轉變得更加完善，一種全新都市樣貌、風格、未來走向應運而生，生活在其中的受訪者有目共睹，象徵著起飛與繁榮，並持高度肯定：

「高雄市從一個工業城市變成一個觀光城市，這個是一個很大的轉變……」，轉型的路線也意謂整體脫胎換骨，而不是停滯不前，另外最讓人耳目一新，一提再

提的則為捷運的通車，交通往來的串連與使用進入到新的里程碑：「轉變其實很多啊，舉例就是一定要提到捷運……」（S5）

都市裡頭擁有捷運系統宛若是現代化大都市的象徵，全新設備是自豪，不僅解決了交通問題，捷運沿線也受其帶動而發展，人的生活形態與習慣正藉由這項交通設備慢慢在塑造，不論是生活步調與生活特性，而大家在讚揚這些完善設施同時，我們不免反思景觀背後確實有一些問題存在，卻又疏忽。

研究發現，世運志工於未擔任志工前、擔任志工過程以及世運剛結束後的心路歷程多有所轉變，其中對於高雄發展轉變與認識程度因為投入志工而更加深入了解，因而加強了對於「高雄」這個地方的認同與親近感，並由於認同的增加而致使其對於高雄公共事務產生更多的關心與參與。

柒、結論與建議

在全球都市競爭當中，舉辦大型賽事往往被認為可以為地方帶來眾多正面效應，大型賽事被認為是催化劑，藉著這樣的機會，對內帶動了整體環境的改善與整建，觀光活動使人流的湧入給予經濟面向的提升，但對於地方民衆的自傲與榮耀之提升更是隱藏於心中不易完整呈現之效益，對外則能提高都市能見度，並將都市的地位推向到另一層級。

雖然加入的方式有不同，但基本上世運志工對於高雄擁有很大的向心力，努力地提供良好服務，為臺灣爭光，探究志工參與動機後可發現，有以小尺度的地緣性，社區出發的鄰里力量的協助，以及想為所在都市盡一份心力的精神，以在地人的角色挺身而出。研究中也發現，面對高雄舉辦世運如此難得的機會，受訪志工對世運與高雄都有熱忱存在，在這過程當中，志工對於高雄的地方認同與關心程度高於世界運動會活動本身，因為有些志工因為加入時間較早，過去參與培訓，對有關單位某些做為產生不滿，而對世界運動會失望，產生求去的心情，甚至這些負面的觀感在志工團官方網站的論壇中可看見案例，受訪者仍表明了對高雄這個地方的情感另當別論，亦及是比較認同於自己生活的土地。

都市舉辦的大型賽事對於地方而言，不僅是在地認同的提升，對地方的喜

好更加強烈，形成無與倫比的感覺，本研究發現，這些認同的實踐不僅只於對地方的空間範圍，認同也上達提升到國家尺度的層及，心態上會爲了讓臺灣國際間的立足更穩固、留給國外的肯定與好印象，大家在工作的心態上就會卯足勁，努力做到最完好，儘管自己只是一顆小小螺絲釘的角色。

本研究的志工多以居住在高雄的人佔大多數，但是這當中有許多人是因爲個人因素關係，如：工作、結婚……等，後來才搬遷到高雄落地生根，也漸漸把自己當作是高雄人看待，但有部分的人對於這個地方的態度是格格不入的，因爲這個都市的某些性質是不被其認可的，大型賽事的舉辦可使原先對地方情感較薄弱的民衆，因爲過程中參與給予的感動以及因緣際會，對於在地的觀感會有所轉變。

認同是抽象的情感，研究中我們發現許多人認同提升的情形，對於這個地方更加喜愛，喜愛的感覺實質的表現在後續的活動參與中，研究發現對於志工來說，這次的活動後，比起以前，使自己對於未來地方活動上可以更加關注與參與，這樣的榮耀感延伸，最明顯與最立即的表現就在於世運過後不久，八八水災重創臺灣，有世運經驗的志工願意主動前往各地協助救災、整理家園的動機上，會有更大的動力想要去參與，而原先就屬於志工團體的人當然也義不容辭，更有組織的進行任務的執行。

本研究提出主要建議如下：

- 一、給予志工們最高的實質肯定，如雪梨奧運紀念公園將所有志工姓名列於紀念柱上，藉此加強活動志工與在地的實質連結。
- 二、公部門於活動結束前，建立志工人力資源資料庫，並加以組織化，並以定期或不定期方式進行培力或是支援其他活動，使志工能有再發揮的場域延續其志工熱情。
- 三、相較於一般民衆，志工們對於在地情感的連結與投入較爲深入，可透過各項研習機會或轉介至在地社區與NGO團體，可進行更深入的服務與學習。

未來臺灣應將志工視爲一項重要的政策與地方行銷的資源，可藉由志工的力量共同完成多樣的人力支援型態的國際活動（如臺北世大運），並可透過志工的參與過程對於地方產生更多的認同與支持，因而發揮更高的乘數效應。

參考文獻

- Agnew, J. (1987). *Place and Politics*. Boston, MA: Allen & Unwin.
- Brennan-Horley, C., Connell, J. and Gibson, C. (2007). The Parkes Elvis Revival Festival: Economic Development and Contested Place Identities in Rural Australia, *Geographical Research*, 45(1): 71 - 84.
- Castells, M. (1997). *The Power of Identity*, Oxford: Blackwell.
- De Bres, K., and Davis, J. (2001). Celebrating group and place identity: a case study of a new regional festival. *Tourism Geographies*, 3(3), 326-337.
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*, New York: Cognizant Communication Corp.
- Gibson, C., Waitt, G., Walmsley, J., and Connell, J. (2009). Cultural Festivals and Economic Development in Nonmetropolitan Australia, *Journal of Planning Education and Research*, 29: 280.
- Gregory, D., Johnston, R., Pratt, G., Watts, M. and Whatmore, S. (2009). *The Dictionary of Human Geography* (5th ed), London: Wiley-Blackwell.
- Gregory, D. (2009). Grand theory. In Gregory D et al. (eds.), *The Dictionary of Human Geography* (5th edition), pp. 262, 316. Wiley-Blackwell, Cornwall.
- Hall (1989). The definition and analysis of hallmark tourist events, *Geo Journal*, 19(3), 263-268.
- Harner, J. (2001). Place identity and copper mining in Sonora, Mexico. *Annals of the Association of American Geographers*, 91(4), 660-680.
- Katz, C. (2003). Social formations: thinking about society, identity, power and resistance. In: Holloway, S., Rice, S., and Valentine, G. (eds.), *Key concepts in Geography*, London: Sage Publications Ltd, 249-265.
- Lindsay, J. (1997). *Techniques in Human Geography*, London: Routledge.
- McGuirk, P. M. and Rowe, D. (2001). 'Defining moments' and refining myths in the making of place identity: the Newcastle Knights and the Australia Rugby League Grand Final. *Australian Geographical Studies*, 39(1), 52-66.

- Merwe, J. and Westhuizen, J. (2007). The 2003 Cricket World Cup and its implications for identity formation and democracy in Zimbabwe. *Commonwealth & Comparative Politics*, 45(3), 345–366.
- Moreno, Ana Belén (1999). *The Evolution of Volunteers at the Olympic Games*. Volunteers, Global Society and the Olympic Movement.
- Oliver, B. (2014, Aug. 24). British Olympic volunteers are ready to head to Rio for 2016 Games [Web blog message]. Retrieved from <https://www.theguardian.com/sport/2014/aug/24/olympic-games-2016-volunteering>)
- Paasi, A. (2002). Bounded spaces in the mobile world: deconstructing ‘regional identity’. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 93 (2), 137–148.
- Pile, S. and Thrift, N. (eds.) (1995). *Mapping the Subject: Geographies of Cultural Transformation*. London: Routledge.
- Pred, A. (1983). Structuration and place: On the becoming of sense of place and structure of feeling. *Journal of the Theory of Social Behaviour*, 13, 45–68.
- Quinn, B. (2003). Symbols, practices and myth-making: cultural perspectives on the Wexford Festival Opera. *Tourism Geographies*, 5 (3), 329–349.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*, London: Pion.
- Sarup, M. (1996). *Identity, Culture and the Postmodern World*, Athens: Georgia.
- Tuan, Y. F. (1990). *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*. New York: Columbia.
- Tuan, Y. F. (1996). *Cosmos & Hearth: A Cosmopolite's Viewpoint*. Minneapolis: Minnesoda.
- Warf, B. (2006). *Encyclopedia of Human Geography*, London: Sage.
- Winchester, H. (2005). *Qualitative Research and Its Place in Human Geography*. New York: Oxford, 3–18.
- 立法院教育及文化委員會（2009）。行政院體委會2009高雄世界運動會檢討報告。
- Legislative Yuan. (2009). *The Report of 2009 World Game in Kaohsiung*.

黃禮強、張長義（2008）。宗教勝地居民地方感研究。都市與計劃，35(3)，227-251。

Huang, L. C., and Chang, C. Y. (2008). Research on Resident Sense of Place in Relation to Religious Attractions- A Case Study of Lion's Head Mountain, Miaoli. *Journal of City and Planning*, 35 (3), 227-251.

曹勝雄、孫君儀（2009）。建構地方依附因果關係模式。地理學報，55，43-63。

Tsaur, S. H., and Sun, C. Y. (2009). Antecedents and Consequences of Place Attachment. *Journal of Geographical Science*, 55, 43-63.

