

佛光大學文化資產與創意學系

宜蘭·礁溪·林美山

己丑年·肖牛歲·芒種

網址：<http://www.fgucar.blogspot.com/>

發行

【刊頭語】

過了端午，吃了粽子，看過划龍舟，如台灣俗諺所云，可以收起厚重的冬被，迎接夏季的正式到來了。夏季炎熱，大家不免輕衣冷食，但也要特別注意別感染「熱傷風」，別忘了繼續收看呂萬安老師的「節氣養生」專欄，讓你身體強健，心情愉快。本期特別向國內專研世界遺產的年輕學者榮芳杰博士邀稿〈「歐洲文化首都」的十個關鍵字〉，對於歐洲地區近年來在文化遺產事業上的一些作為有簡要的說明，希望有機會能邀請榮博士來系上演講。配合榮博士的文章，特別在封面照片與卷末介紹西班牙梅里達相當重要的羅馬藝術博物館以饗讀者。（本期爐主 蔡明志）

【節氣養生—芒種】 呂萬安 老師

諺語：「芒種芒種忙忙種，芒種一過白白種」。「芒種逢雷美亦然，端陽有雨是豐年」。

芒種時斗指巳，太陽黃經為75度，時值西曆6月5日左右，意即有芒的作物（主要指麥類）開始成熟收割，亦為夏播作物播種時節，這時最適合播種有芒的穀類作物，如晚穀、黍、稷等。此時已進入典型的夏季，農事種作都以這一時節為界，過了這一節氣，農作物的成活率就越來越低。農諺「芒種忙忙種」說的就是這個道理。芒種前後，雨量增多，氣溫升高，空氣非常潮濕，天氣異常悶熱，各種器具和衣物容易發霉，一般人稱這段時間為梅雨季節。又因為此時正是梅子黃熟之時，所以也稱之為梅雨天或黃梅雨。梅雨季節正常要持續一個月左右，梅雨的多少，對禾穀的豐收有著重要的意義，所以梅雨很受農民的重視。農諺說：「芒種逢雷美亦然，端陽有雨是豐年」，是說芒種與端午日下雨，有利於糧食的豐收。這個時節也是各種夏天的蔬菜、水果正式上市的時候，例如大家喜歡的西瓜、荔枝、鳳梨、水蜜桃等都是當令的水果，不僅可以做成各種冰品，又可以清涼退火。

芒種的養生重點，在精神調養上應該使自己的精神保持輕鬆、愉快的狀態，忌惱怒憂鬱，這樣可以使氣機得以宣暢，通泄得以自如。適當地接受陽光照射，以順應這個季節陽氣的充盛，有利於氣血的運行，振奮精神。夏日晝長夜短，中午小憩可助恢復疲勞，有利於健康。芒種過後，午時天熱，人易汗出，衣衫要勤洗勤換。為避免中暑，芒種後要常洗澡，可使皮膚疏鬆，「陽熱」易於發泄，但須注意一點，在出汗時不要立即用冷水洗澡，尤其老年人不要貪涼而露天睡臥，也不要大汗而裸體吹風。有些人不想離開空調室，以避暑之苦，殊不知冷氣空調給人帶來涼爽，也給人帶來負面影響，例如長期會造成空氣污染、缺氧，以及自身產熱、散熱失調，使人容易得到空調病，夏天感冒俗稱「熱傷風」，這是因為天氣炎熱，人體為了排出過多熱量，使得體表皮膚血管及汗腺擴張，出汗增加，入睡後容易使身體著涼而感冒，病情輕微的一般無發熱及全身症狀，或僅有低熱、頭痛、頭暈、全身不適等症狀；病情較重的有高熱、頭痛、身重如裹、骨節酸懶、倦怠無力、口乾、小變黃或茶色，有些甚至出現嘔吐、腹瀉等，空調病其實也是屬於熱傷風一類的疾病。所以夏季冷氣溫度最好控制在26℃~28℃之間，而且長期生活在空調房間的人，每天至少要到戶外活動3小時。由於這個時節天氣越來越熱，蚊蟲孳生，容易傳染疾病，因此五月又稱「百毒之月」，古代門楣懸艾草，正是為了要驅趕蚊蟲，又因為此節氣正逢端午節前後，家家戶戶在門楣懸掛菖蒲辟邪驅毒，所以古稱五月為「蒲月」。夏天穿淺色衣服（例如黃色、白色）也可以減少蚊子叮咬的機會。

【與世界接軌】「歐洲文化首都」的十個關鍵字

／榮芳杰 博士

「文化才是歐洲的靈魂」

序言

歐洲整合之父Jean Monnet曾說：「倘若歐洲共同體能重新開始，吾將由『文化』著手。」這句話揭開了歐洲聯盟（European Union，簡稱EU或歐盟）在經濟整合下的另一個新思維，同時也促使歐洲各國家開始思考歐洲意識的文化價值。不僅如此，現任歐盟執委會主席José Manuel Barroso也曾指出：「歐盟發展至這個階段，再也不能忽略文化層面了，我們應將文化視為歐洲『統合為一個整體的結構性要素』，他並強調在價值的階層體系中，文化的價值應置於經濟價值之上。」

1. 「歐洲聯盟」（European Union）
2. 「歐洲文化之城」（European City of Culture）
3. 「歐洲文化首都」（The European Capital of Culture）
4. 「文化2000計畫」（culture 2000）
5. 「歐洲文化公約」（European Cultural Charter）
6. 「歐洲文化月」（European Culture Month）
7. 「歐洲遺產日」（European Heritage Days）
8. 「世界遺產」（World Heritage）
9. 「世界遺產城市計畫」（World Heritage Cities Programme）
10. 「城市行銷與觀光」（City Marketing and Tourism）

1. 「歐洲聯盟」（European Union）

從1951年的「歐洲煤鋼共同體」（ECSC）開始，幾經各種不同階段的轉型與擴張後，原「歐洲經濟共同體」等各機構成員在1992年1月簽訂《馬斯垂克條約》（Maastricht Treaty）。於是，「歐洲聯盟」（EU）整合了原有的歐洲煤鋼共同體、歐洲共同體...等機構成爲一種新的「超國家組織」（Supranational Organization），共同發展文化、外交及安全政策，加強司法及內政事務上的合作，截至目前爲止共歐盟共有27個會員國，所以亦有人稱《馬斯垂克條約》爲《歐洲聯盟條約》（Treaty on European Union）。

2. 歐洲文化城市（European City of Culture）

「歐洲文化城市」這個概念構想是由已逝的希臘文化部長Melina Mercouri在1983年所提出，希望藉由「歐洲共同體」（European community）對文化層面任務之推展，加強歐洲藝術家與知識份子間的溝通管道，並且希望藉由「歐洲文化城市」這個概念讓歐洲各國家的人民透過不同文化的交流與分享，拉近歐洲人民的關係並進而營造出一股具有多元文化特色的「歐洲共識」（European Consensus）。第一屆的「歐洲文化城市」便在1985年以希臘的雅典作爲代表。同時，「歐洲文

化城市」也可以算是《馬斯垂克條約》簽訂之前「歐洲共同體」的具體文化措施。

3. 「歐洲文化首都」(The European Capital of Culture)

西元1999年德國的威瑪市(Weimar)成爲第一個「歐洲文化首都」。然而,「歐洲文化首都」的稱謂其實是取代了1985年開始的「歐洲文化城市」之名,原因是爲了讓「歐洲文化首都」的活動成效更具特色與吸引力。負責主辦活動的歐洲理事會(Council of Europe)與歐盟執委會(European Commission)每年都會透過正式的遴選機制,決定出未來年度的當選城市名單。凡獲選爲「歐洲文化首都」的城市,都會極盡全力的將其城市的各種文化活力展現出來,舉凡音樂會、展覽、節慶活動...等。同時,每個「歐洲文化首都」也必須要展現出該城市豐富的文化特質,並且要宣揚歐洲共同的文化價值,讓民眾廣泛參與,促進歐洲各國家與城市之間的文化交流,並鼓勵歐洲文化與世界其他文化的對話。2009年的「歐洲文化首都」是奧地利的林茲(Linz)與立陶宛的維爾紐斯(Vilnius)。

4. 「文化2000」(Culture 2000)

1992年《馬斯垂克條約》中的第128條明訂了「文化條款」,強調歐洲聯盟所必須具備的文化責任與合作組織。1997年《阿姆斯特丹條約》也在第151條中延續了《馬斯垂克條約》在文化層面上的精神,因此歐盟執委會在1998年5月提出了「文化2000」計畫(Culture 2000)藉以延續過去文化行動方案,例如:藝術類的「萬花筒計畫」(Kaleidoscope Program; 1996-1999)、圖書閱讀類的「亞里安計畫」(Ariane Program; 1997-1999)以及文化遺產類的「拉斐爾計畫」(Raphael Program; 1997-2000)。

「文化2000」計畫主要執行時間爲2000年至2006年,其預算經費較往年大幅提高,希望藉由歐洲聯盟的全力支持,促進歐洲民眾對文化與歷史的對話與相互認知,並且重視對歐洲具重大意義的共同文化遺產,傳承文化遺產的保存能力...等等。在這前提之下,「文化2000」計畫所支持的大型活動包括有:「歐洲文化遺產獎」、「歐洲現代建築獎」、「歐洲文化首都」、「歐洲遺產日」...等等。

5. 「歐洲文化公約」(European Cultural Convention)

1954年12月19日由歐洲理事會(Council of Europe)所通過的《歐洲文化公約》是1951年「歐洲煤鋼共同體」(ECSC)成立之後,另一股強調文化價值方面的具體實踐。並且在歐洲理事會的積極運作下,持續檢視歐洲共同的文化政策與資源,有益於文化整合的措施以及跨文化互動的能力,並且期望藉此建構一個實質的「歐洲文化空間」(European cultural space)。《歐洲文化公約》以及《阿姆斯特丹條約》第151條均在追求歐洲文化的整體多元價值以及歐洲共同的文化遺產。目前全世界已有49個國家簽署《歐洲文化公約》。

6. 「歐洲文化月」(European Culture Month)

由於1985年開始舉辦的「歐洲文化城市」(European City of

Culture)十分成功,且大量的觀光活動也帶動了城市的經濟發展,因此吸引許多當年並非歐盟會員國的中東歐國家之羨慕。1990年,歐洲聯盟爲了仿倣「歐洲文化城市」的概念及想法,提出了「歐洲文化月」的計畫。這個計畫與「歐洲文化城市」的實施方式有些類似,且參加的對象爲不限於歐盟會員國的歐洲城市,舉辦活動的時間約一個月。波蘭的克拉科夫(Cracow)便於1992年被選爲首屆歐洲文化月的舉辦城市。歐洲文化月對於歐盟而言最大的收穫是讓西歐國家進一步認識中歐與東歐國家的文化,而且爭取中歐與東歐國家對於歐洲整合的認同,這也間接影響中歐與東歐國家日後積極爭取進入歐盟。

7. 「歐洲遺產日」(European Heritage Days)

「歐洲遺產日」源於歐洲理事會主管建築遺產(architectural heritage)事務的部長級會議在1985年10月3日於西班牙格瑞納達舉行會議時所提出來的初始概念。主要是因爲法國文化部長認爲1984年在法國境內所舉辦的「Monuments Open Doors」活動應該要擴及到其他歐洲國家。因此在他建議之後,陸續受到荷蘭、比利時、盧森堡、馬爾他...等國家的響應,因此在1991年由歐洲理事會發起,並且在1999年獲得歐洲執行委員會贊助而共同執行歐洲遺產日活動。參與「歐洲遺產日」的國家必須簽署《歐洲文化公約》之後才能正式加入歐洲遺產日的活動,在每年的八月底到九月底之間的週末,由各個國家自訂活動日期,強調開放平常較不易參觀的文化遺產場所、博物館、考古遺址...等等,透過免費入場或是採取門票優惠折扣的方式,希望增加民眾接近地方文化資產的機會、認識地方文化。

【封面故事】西班牙梅里達國立羅馬藝術博物館

西班牙梅里達(Merida)爲羅馬帝國於西元前25年西班牙戰役後所建,目前尚保存城市重要部分之遺蹟,包括圓形競技場、劇場、馬車競賽場、古橋與水道橋,在1993年以「梅里達整體考古遺構」之名被世界遺產委員會列爲世界文化遺產。由於有大量的羅馬時期遺物,因此在劇場與圓形競技場附近的考古遺址上興建了「羅馬藝術博物館」以提供大型的展示空間。建築師莫內歐(Rafael Moneo)藉由磚材與拱圈這兩種羅馬建築最主要的特徵建構此博物館,既喚起古羅馬的意象,亦表現梅里達現代的一面。

博物館主要展示空間是一連續大型拱圈爲主的大廳,以及與其成正交的小型拱圈交錯而成(如封面照片),空間型態類似古羅馬的大會堂。拱圈上穿插的走道讓參觀者可以在不同高度體會到羅馬時期拱圈空間的多樣變化,使現代與古代在此建築中相互對話。最特別者,其建築拱圈結構座落於原有羅馬遺蹟上,方向與遺蹟成一斜角以對照出新舊差別,使得參訪者進入彷彿地下洞穴的地下室,雖在博物館內卻彷彿如在室外遺構之感。



8. 「世界遺產」(World Heritage)

1972年聯合國教科文組織通過了《保護世界文化與自然遺產公約》(簡稱《世界遺產公約》),藉此公約來保護全世界具有「傑出普世性價值」(Outstanding Universal Value)的文化遺產與自然遺產。因此依據《世界遺產公約》的標準所登錄的世界遺產均被納入「世界遺產名錄」(World Heritage Lists)之中。然而,鑑於「世界遺產名錄」中具有多達800多處遺產場所,爲了大眾化的詮釋之所需,往往可以再依據實際的遺產場所性質或特色再逕行分類成各種形態的遺產類型,例如:城市(City)、工業遺產(Industrial Heritage)、近代遺產(Modern Heritage)、文化景觀(Cultural Landscapes)...等等。全世界目前共有878處世界遺產,分佈在145個締約國,其中有679個文化遺產,174個自然遺產以及25個複合遺產。

9. 「世界遺產城市計畫」(World Heritage Cities Programme)

「世界遺產城市計畫」是世界遺產中心最近所提出的城市保存與維護構想。在諸多世界遺產大眾化的分類下,「城市」是其中一種豐富且多樣的遺產類型。這些爲數多元的城市遺產也替都市遺產維護工作增添了不少動力,導致「世界遺產城市」這個概念也開始受到關注。「世界遺產城市計畫」的建立是爲了協助締約國去保護與維護他們的都市遺產,就像城市的常態性的基礎設施、住宅以及大眾服務系統的需求,都是基於成長或是未來的發展而存在。因此世界遺產城市計畫主要是針對歷史性城市與城市中心在面對現代化與投資需求時,如何適切地在堅守歷史性與自明性(identity)特質的概念下面對各種恆常的挑戰。此外,「世界遺產城市組織」(Organization of World Heritage Cities, OWHC)的存在與運作,則是另一種城市與城市之間交流的國際管道。

10. 「城市行銷與觀光」(City Marketing and Tourism)

在「文化觀光」(Cultural Tourism)的趨勢帶動下,無論是世界遺產的盛名所帶來的觀光產值,或是任一歷史城市所展現的文化深度與內涵,一個城市的行銷工作往往牽動著觀光產業的信息脈動。在地球村的概念下,若能掌握一個城市的自明特質,往往可以藉由各種行銷手段帶動文化經濟市場的成長。如同「世界遺產城市」或「歐洲文化首都」所帶來的巨大效應般,這兩個世界知名的品牌標籤若同時加諸在一個城市身上,該城市的行銷與觀光成效將可以想見。目前,同時是以「城市」概念列名世界遺產,且又是歐洲文化首都的城市,幾乎都是先登錄爲世界遺產後,才再拿下歐洲文化首都的美譽,全世界目前包括有:西班牙的薩拉曼卡(Salamanca)(1988/2002)、英國的利物浦(Liverpool)(2004/2008)、盧森堡的盧森堡(Luxembourg)(1994/2007)、奧地利的格拉茲(Graz)(1999/2003)...等,均爲難得一見的文化城市。

以上文字亦刊載於:

榮芳杰,2009,〈「歐洲文化首都」的10個關鍵字〉《Traveler LUXE旅人誌》,第46期,三月號,pp.66-69,台北:墨刻出版股份有限公司。