

第六章 建議與結論

第一節 研究建議

1. 對政治企業家--建商蔡聰明先生的建議

總合訪談的結果，夢想社區居民大多認為蔡聰明先生是一個很有理想、做事情很有熱忱，並對自己的夢想付諸行動的人。蔡聰明為了實踐夢想嘉年華活動，符合 Frohlich 與 Oppenheimer 對政治企業家的定義，蔡聰明投資自己的時間、說服社區居民，整併資源去協調、結合其他的藝術家，以舉辦夢想嘉年華。但是其想要打造一流社區的夢想，卻必須要讓活動與社區居民產生情感的連結，並且是自發性的參與和認同，社區營造才能有延續的可能。因此，代表政治企業家的蔡聰明先生，在打造社區的同時，本研究提供幾點建議作為參考：

- (一) 尊重社區居民的選擇：每位家戶的職業不同、工作休息時間不同、放假的安排各有喜好、對藝術的認知也各有觀感，因此，當政治企業家無法說服居民參與時，也要尊重別人的立場，而非認為沒參加夢想嘉年華就不愛社區，或是人們的身心被禁固在世俗中、甚至否定別人的人生觀等等，因為每人有不同的經濟壓力和現實的考量，蔡聰明先生也需體諒。
- (二) 接納社區不同的聲音並做改善：有些社區居民認為舉辦一些夜間的活動很吵雜，希望能控制一下音量和時間；也有人反應夢想嘉年華遊行踩街後的派對，藝術家喝酒狂歡，導致隔天早上社區隨處可見啤酒罐，影響社區觀瞻。建議蔡聰明先生在辦夜間活動時，能加強隔音設施，而在嘉年華晚會後，儘速清理現場，還給社區居民整潔的生活空間。
- (三) 願意和社區居民集思廣益：既然打著社區營造之名，就不能沒有社區參與之實。既然要在夢想社區辦活動，除了鼓勵民眾的參加之外，更需要在開始之初就和居民商議該怎麼辦活動提升社區意識、如何動員、場地、時間

等等，社區營造的成型不該是一個人的決定，居民間彼此凝聚共識的過程更形可貴。換句話說，未來夢想嘉年華的舉辦，蔡聰明先生應該多和社區民眾集思廣益，取得共識及活動造成社區不便的諒解，避免一意孤行。

(四) 關懷社區的切身需求：對蔡聰明先生來說，社區內最重要的事就是一年一度的夢想嘉年華活動，所以蔡先生傾全力辦理，但對社區居民而言，漏水、排煙管的問題，是每天生活都會遇到的，居民看重的程度可能比有無參與夢想嘉年華還高。蔡聰明如果身為夢想社區的大家長，除了完成自己的心願和夢想之外，也應實際體會居民的困難並協助解決，讓社區居民感受到蔡先生對社區的關心。

2. 對夢想基金會的建議

(一) 釐清基金會的角色：確立夢想基金會的定位為藝術扎根的單位，切割其與松原建設過於密切的不良觀感，基金會不該是替松原建設做事或宣傳的打手，應屬獨立運作的非政府組織。

(二) 財務、組織透明化：基金會裡頭的主要員工，大量的與松原建設重疊，其財務流向也不夠明確，收入與支出沒有對外公開，本研究建議基金會的組織結構應當分工明確，人力應確實與松原建設分開，財務部分的補助或捐款所得，以及經營才藝班和餐飲業的收入，也應交代明確，以昭公信。

(三) 徵募社區志工與教育訓練：建議基金會可以培育長期的社區志工，除了能讓社區居民更了解基金會的運作，為基金會的理念而努力，也能讓社區居民去影響其他的鄰居，共同加入基金會志工的行列，對於基金會和社區居民共識的凝聚也收雙贏之效。

(四) 少一點社區宣傳、多一點實際互動：夢想基金會在社區舉辦的活動，雖是主辦單位，但參加者常常外來者眾，社區民眾少，建議多與社區居民互動，討論舉辦活動的主題並且傾聽社區居民想要怎樣的活動，如果辦些居民喜歡的活動，

相信社區民眾的參與率會提升，可解決對外有名，但社區內部參與率不高的窘境。除此之外，基金會與社區也是好鄰居的關係，建議在才藝班的經營和中西餐館的經營上，若能給予志工或社區居民優惠，也能達到收買人心之效。

3. 對社區居民的建議

(一)關心公共事務：可從參與住戶大會開始，切實反應社區所需修繕和改進的軟硬體設施，透過協商討論提出建言和解決方案。若有不克出席者，也可填寫建議單，表達對社區的關心。

(二)積極參與社區活動：只要在社區舉辦的活動，大家都可藉由多多參與達到與人交流、增進親子關係、認識鄰居的目的，有助社區居民彼此間的交流，也有益凝聚社區共識。

(三)創造特殊性凝聚共識：社區要產生共識，首要之物就是此特殊性必須是經由社區居民所共同商討出來的結果，所以大家願意去實踐它，而非經由一人所願而決定。居民共同找出土地、歷史的根源，傳承舊傳統或發揮新創意，發掘最能代表社區特殊性的文化，讓一講到此就想到社區，而社區居民也能以此為傲。

(四)成立社區發展協會：夢想社區現有的三棟住宅「東湖畔」、「青梅竹馬」、「花好月圓」各有各的管委會，但三者間並沒有一個更高一層的協調組織，以至於在社區整體的發展上，容易落入各管各的窘境，難以統整，若要辦活動爭取資源或補助，也缺乏單一窗口。因此，如果能成立社區發展協會，徵求志工，並延攬社區熱心人士集思廣益，營造生活學習的聚落，共同行銷社區，也有利爭取政府資源與補助。

第二節 研究結論

(一) 夢想嘉年華的形成：夢想嘉年華從 2002 年開始舉辦，形成原因為建商蔡聰明先生想要在自己老家的土地上蓋房子，打造一流的社區，他靠著自己對藝術的夢想和喜好，獨自一人有了落實生活藝術、創造夢想嘉年華的想法。

之後，他開始去說服別人認同他的想法，社區居民陸陸續續加入夢想嘉年華，這個活動也從一開始在社區週遭遊街，慢慢加入周邊其他社區、學校、社團的參與，而最近兩屆更有許多遠從花東、屏東等中南部北上共襄盛舉的學校或社團，遊街範圍也從社區擴張到汐止市，再跨內湖，今年(2007)則挺進凱達格蘭大道舉行。從 2002 年起到 2005 年，夢想社區都有製作代表社區的花車遊行，但至 2006 年，因為社區與蔡聰明先生理念相異，夢想社區就不再製作遊街花車。因此，夢想嘉年華形成最特殊的地方有兩處：一是蔡聰明先生「一個人」一手創造，另一處是夢想嘉年華是一個「無中生有」的產物，與當地的歷史脈絡、文化淵源等毫不相干。換句話說，夢想嘉年華活動是蔡聰明一個人蹦出來的想法，然後付諸實踐而成形。參與的民眾大多數是傾向 Wilson 組織誘因系統裡所說的理想性誘因和群聚性誘因，一方面認為能夠參與創作親近藝術是件好事，另一方面也是帶小孩來消磨時間，拉進和鄰居的距離。

(二) 建商蔡聰明先生扮演的政治企業家角色：在夢想嘉年華的集體行動中，蔡先生符合「政治企業家」的精神，蔡聰明先生發現機會，從事創新，他籌集、利用資源，結合國內外的藝術家和團體，一手打造夢想嘉年華。他付出自己的時間、精力去說服別人、甚至包括家人的不諒解，他提出了「可以學習英文」的選擇性誘因，誘使家長帶著孩子來參加。蔡先生屬於利己型的政治企業家，夢想嘉年華一方面滿足他個人成就、帶來權威、頌揚和名望，為社區帶來許多無形效益等的非物質報酬，另一方面，夢想嘉年華也拉抬了當地的房價，有助其銷售更多房屋，得到更多金錢上的物質報酬。

(三) 夢想嘉年華造福了誰？夢想嘉年華打響了夢想社區的名號，新聞媒體的播放讓它在汐止及東湖、內湖等地變得很有名氣，住在社區的人也都感到與有榮焉。因為夢想嘉年華的宣傳行銷，造成當地的房價維持不錯的水準，對夢想社區的住戶來說，房屋達到保值或投資的效果，尤其在夢想嘉年華

達到一定的知名度後，夢想社區的居民可說是極大的受惠者，因為儘管這幾年夢想社區沒有推派代表參加，但因為夢想嘉年華的名聲而拉抬房價的影響卻不會因此減少，也就是說，夢想社區的居民即使搭便車，照樣享受夢想嘉年華帶來的利益。另一位受惠者就是蔡聰明先生，因為如上所述，蔡先生除了藉此滿足自身的夢想，獲得成就感，也為自己和其所建造的夢想社區打開了知名度，夢想社區變成詢問度很高的地方，也為其即將興建好要銷售的第四期房子拉抬身價。因此，不論是對個人的聲望或金錢的報酬，蔡先生都可以藉夢想嘉年華達成有形和無形的收穫。

因此，政治企業家的蔡先生，一手打造夢想嘉年華，此一集體行動，打響夢想社區的名號，拉抬夢想社區的房價，直接回饋在政治企業家本身和夢想社區居民上，形成一個互惠的循環，有利夢想嘉年華的繼續發展。

