

投稿類別：史地類

篇名：

論宜蘭傳統市場是否能凝聚在地居民情感：以宜蘭南館北館市場為例

作者：

呂奕潔。國立蘭陽女中。高二十二班。

章祐甄。國立蘭陽女中。高二十二班。

廖偉婷。國立蘭陽女中。高二十二班。

指導老師：

林琮舜老師

壹、前言

一、研究動機

我們在暑假共同參加了文學營，其中有個活動是到宜蘭南館北館市場訪問店家，並為他們創作一篇文章。在活動過程中，發現每間商店都有屬於自己的故事，例如種子行老闆與其中一名組員分享她平時如何獨自經營店面，以及各個種子適合的季節。這類的故事組成宜蘭人最原本的生活樣貌，我們能藉此注意到宜蘭市場的美，願意多去市場逛逛，從中了解宜蘭的本土文化。因此，本文將深入探討宜蘭傳統市場對當地居民的意義及影響。

二、研究方法

（一）提出問題

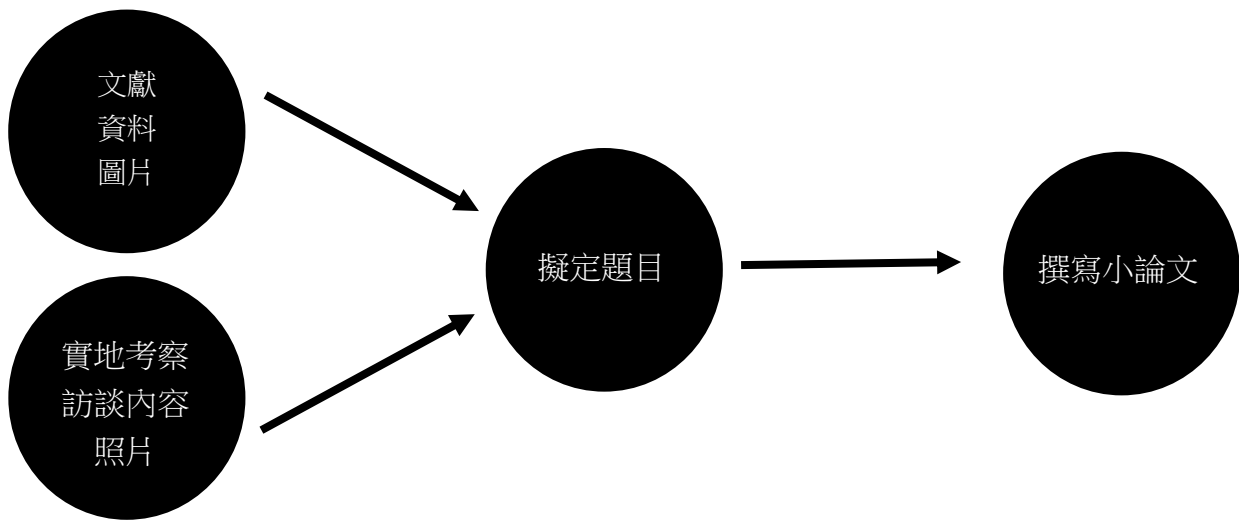
綜合先前到宜蘭南館北館市場的經驗，令人產生一些發想：

1. 市場真的能夠凝聚情感嗎？
2. 店家與顧客對於市場有什麼想法？
3. 市場為何能夠凝聚情感？
4. 店家與顧客平時有什麼互動？

我們想藉由此研究，探討店家與顧客之間的連結，以及他們對市場的想法，並讓更多人了解宜蘭的傳統市場。

（二）論文架構

為確立研究方向與了解市場，我們上網查詢了文獻及資料，發現在一篇 2010 年的論文中提到「傳統市集空間與人的相互關係在於一種集體記憶的情誼」、「情感面與情感面的磨合互動與人際之間相處之道的了解」、「討論彼此熟識的人事物分享生命中的喜怒哀樂」、「這樣的地方可以交流許多人的情感與生活經驗」、「這就是消費情感的緊密性」、「傳統市集這樣消費模式互動上看到了人與人的情感、空間與人之間緊密活動」。（薛方杰、蔡偉仁，2010）作者提出了市場與人們情感的連結，藉由緊密的活動，在傳統市場中能看到人與人之間的情感交流。足以確定先前設想研究题目的可行性，能往下鑽研此題目。此外，我們也親自造訪了宜蘭南館北館市場進行實地考察，並透過口述訪談蒐集了不同店家與顧客的想法，詳細步驟如下圖。



三、研究目的

在實地訪察與研究的過程中，我們得知在地的傳統市場能夠呈現宜蘭的美並且令在地人親近本土文化。藉由分析店家與顧客的訪談內容，統整出雙方對於宜蘭傳統市場的想法，以及市場是否能夠凝聚居民情感。同時，也希望藉由此次研究，能讓更多人了解宜蘭的傳統市場，進而帶動更多人潮。

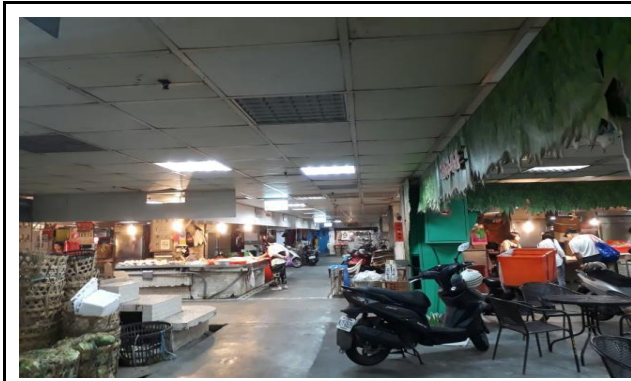
貳、正文

一、市場介紹

南館北館市場為宜蘭市最大的市場，在日治時期被稱作「宜蘭街食料品小賣市場」，舉凡日常五金用品、乾料、雞鴨豬羊、鮮魚、鴨賞、魚乾、蔬菜各式配料等，各式各樣的產品應有盡有。在市場中也有店鋪式的零售業、五金百貨（圖二及圖三），是體驗傳統購物的絕佳市場。如圖一，市場位於清代的宜蘭城內，且為方便運輸貨物，宜蘭火車站便在不遠處，而許多現代商場、觀光景點都在市場周圍，不但吸引當地居民時常前來，不少觀光客也會走入市場，體驗宜蘭在地人的生活。



（圖一來源：來宜蘭逛菜市場）



圖二



圖三

(圖二圖三來源：筆者自攝)

二、店家挑選

市場訪查前，先依據文學營當天的經驗，例如店家對於訪問的接受度、店家所販售的品項、或是店家當天是否過於忙碌等等，列出幾家店家作為訪談對象：喬宇服飾、陳振成號香店、三源行、市場白粉圓、正豐百貨行、閔羣磨南館刀店、大明中藥房青草店。但到市場後，因為人潮太多，擔心打擾店家做生意，所以將一些店家從名單中刪除，並在現場選取其他較為空閒的店家。

三、訪談問題

我們事先準備了訪談問題，方向主要是針對店家與客人之間的關係、因市場而建立的感情聯繫，以及是否認同市場能夠凝聚在地居民情感。對於店家共有六個問題，分別是關於店家與客人之間的關係、店家與店家、因市場建立的感情聯繫，以及詢問店家是否認同市場能夠凝聚在地居民情感。對於客人共有七個問題，分別是關於店家與客人之間的關係、因市場建立的感情聯繫，以及詢問客人是否認同市場能夠凝聚在地居民情感。

四、訪談回答分析——店家

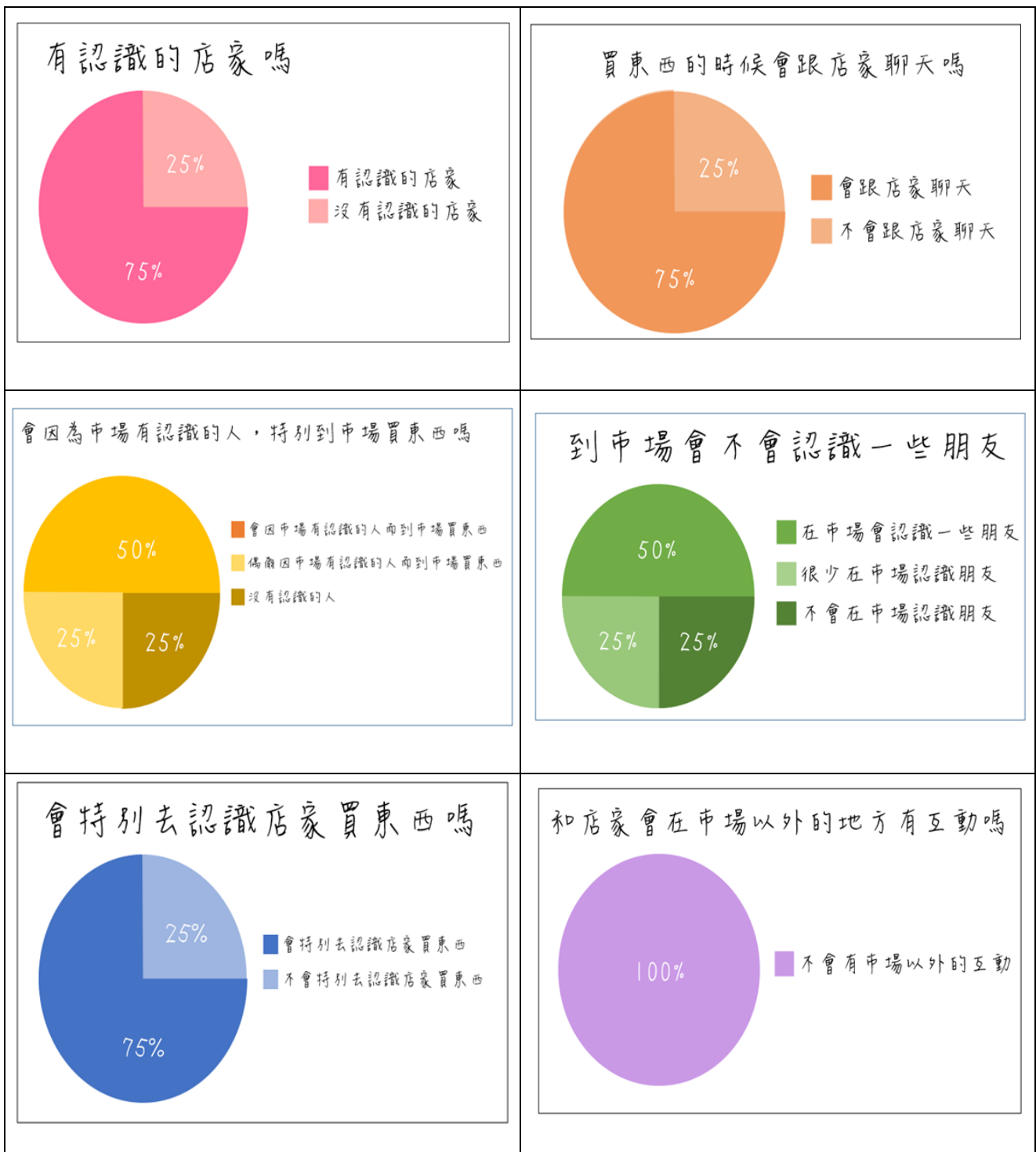
我們將店家對於六個問題的回答製成下表：

	問題一：平常來的客人都認識嗎？	問題二：如果有客人來會跟他們聊天嗎？	問題三：會跟附近的店家交流嗎？	問題四：和店家／客人會在市場以外的地方有互動嗎？ (出去玩	問題五：有因為開店交到很好的朋友嗎？	問題六：市場能不能凝聚情感？
--	-----------------	--------------------	-----------------	----------------------------------	--------------------	----------------

				等)		
喬宇服飾	平常來的客人有些互相認識	有時候會和客人聊天	很少和附近店家交流	很少有市場以外的互動	有因開店交到很好的朋友	市場能凝聚在地居民感情
陳成金紙店	不一定和平常來的客人認識	會和客人聊天	會和附近店家交流	因為時間關係，很少有市場以外的互動	有因開店交到很好的朋友	市場能凝聚在地居民感情
草藥店	和平常來的客人認識	會和客人聊天	會與附近店家交流	不會有市場以外的互動，因為沒興趣出去玩，但市場有類似員工旅遊	有因開店交到很好的朋友	市場能凝聚在地居民感情
種子行	和平常來的客人都認識，都是宜蘭人	客人有空的話會聊天	和附近店家很熟，會交流	有市場以外的互動，遊覽	有因開店交到很好的朋友，會聊天	市場能凝聚在地居民感情

五、訪談回答分析——顧客

我們將顧客對於七個問題的回答製成下圖：



此外，對於第七個問題：「市場是否能凝聚在地居民情感？」受訪者皆表示同意。圖四至圖九為當天訪問時筆者所拍攝的照片。

(圖四至圖九來源：筆者自攝)



圖四：照片為訪問店家一種子行的過程。店家熱情的回答著我們的問題，訪問結束之後還邀請我們到店裡坐，雖然是文學營就訪問過的店家，但即使只有一面之緣，店家仍把我們當作朋友，可見市場濃濃的人情味。



圖五：照片為與店家—草藥行老闆的合照，其中右一為草藥行老闆。在文學營的時候，我們並未與此店家訪問過，只有參觀過，但店家一樣以微笑招待我們，讓人感受到市場的溫暖。



圖六：照片為北館市場中的特色—以多條通道貫穿市場，通道兩旁就是店鋪，根據店家販賣的品項，各條通道會有不同的名字以及香味。



圖七：照片為北館市場的其中一個入口。從此入口走進，會先看到生鮮區，再往裡面走，就是百貨區，除了喬宇服飾，其餘三家店家便位於此處。



圖八：照片為訪問店家—陳成金紙店的過程。店家雖接受了訪問，卻表示不想露面，因此照片中並無店家身影。



圖九：照片為南館市場街景。在市場中，學生的身分雖引來不少側目，但我們也在人群中發現幾個年輕人。

參、結論

綜合店家及顧客的訪談結果，可知全數受訪者皆同意市場能凝聚在地居民情感，多數店家及顧客會進行交流，也有部分的店家及顧客會因市場建立連結，進而產生市場購物以外的互動。藉由分析店家以及顧客的回答，發現店家和顧客較不會在市場以外的地方互動，我們對此略作討論並推測其原因。雖然兩方皆同意市場能凝聚在地居民情感，但礙於店家和顧客的生活作息未必一致，較無法在閒暇時間與對方聯絡感情。在市場遇到彼此時，無論店家、顧客還是會熱情地打招呼與聊天，並不會因無其它互動而疏遠，且研究結果雖顯示市場能凝聚在地居民情感，並不表示雙方能建立長久的情誼。整體而論，即使店家與顧客無額外的互動，市場還是能凝聚在地居民情感。

最初實地考察時，我們很擔心訪問會打擾到店家的生意，但許多店家都對突如其來的拜訪釋出善意。當筆者一行人在北館市場徘徊，猶豫要繼續選擇哪一家店時，巧遇了先前訪問的種子行老闆，她非常熱情地招呼我們再次回到店裡，把自己種植的蘋果香蕉送給我們，充分展現宜蘭人情味的美。有趣的是，我們發現自己在市場稍嫌格格不入，畢竟很少年齡相仿的年輕學生到市場內購物。因此希望藉由此次研究，能讓更多年輕人了解宜蘭的傳統市場，吸引更多人潮到宜蘭的傳統市場。

肆、引註資料

宜蘭縣宜蘭市鄂王社區發展協會（2013）。蘭陽博物第 103 期。蘭陽博物館電子報，2013 年 8 月。2019 年 9 月 12 日，取自網址：<https://reurl.cc/6g2qxr>。

薛方杰、蔡偉仁（2010）。探討大型購物中心進駐對於傳統市集之影響研究-以宜蘭市新月廣場及南北館市場為例。國立宜蘭大學建築與永續規劃研究所：碩士論文。

來宜蘭酒菜市場。2020 年 2 月 5 日。取自網址：<https://www.morningmarket.yilan.com/>。