

# 現代藝術教育的新理念與實踐— 從文創與數位應用兩個個案探討

謝章富\*

## 摘要

數位科技的發展，帶來現代社會生活的蛻變，新媒體的多元載具更帶動學習與應用的諸多新型態。本研究希望藉由個案的實務，探討當前通識教育在藝術相關領域可思維的一些新的觀念與課題。研究者認為文創產業的發達讓藝術教育多了許多可行性，藝術教育不再是傳統的藝術教育，而應該是走入生活，與生活結合，亦可以是文化創意產業的展現。

關鍵字：藝術教育、文化創意產業

---

\* 國立臺灣藝術大學廣播電視學系、應用媒體藝術研究所教授

# 現代藝術教育的新理念與實踐— 從文創與數位應用兩個個案探討

謝章富

## 壹、前言

### 一、研究背景與動機

數位科技的發展，帶來現代社會生活的蛻變，新媒體的多元載具更帶動學習與應用的諸多新型態。知識匯流一源多用及跨業整合等之新概念，讓我們必須面對及重新思維在網際網路行動媒體及平台機制的廣泛使用下，接觸與學習在教育或生活應用上，是否應該有一些新的理念與實踐的更多可能。

本文研究的目的希望藉由個案的實務探討，從參與觀察的角度來探討當前通識教育在藝術相關領域可思維的一些新的觀念與課題，其中特別針對當代文化創意產業推動及數位增值應用兩個介面，以臺灣藝術大學文創園區及臺北市原民風味館兩個範例，以質化研究的參與觀察方式，嘗試提出藝術領域教學與社會生活應用接軌的可行模式。

文化創意產業被視為是現代國家的軟實力，而數位科技的增值應用也被視為是新世代營運的重要技術與指標，如何掌握族群文化的精神價值，轉化為生活美學實踐的更多可能，是本文探索的旨趣。精緻藝術的通俗化及通俗文化的精緻化是否可有效提昇生活素質或品味，及數位科技應用對於藝文內容推展是否能找出更有效的教學與商業應用模式是本文嘗試探究的問題。

## 貳、個案探討

### 一、個案分析

#### (一) 個案一：原民風味館背景及現況

##### 1、緣起

原民風味館位於美術園區，在 2010 台北國際花卉博覽會期間，以銷售花博紀念商品為主，走入記憶的風味館後續經營後，再展風味，以分享、多元、及創造的經營理念，要讓各界的朋友們認識臺灣原住民族文化的瑰麗，以及產業的實力，讓臺灣原住民族文化的內涵與特質，透過有形的創意及服務，讓大眾親近、體驗與欣賞，塑立原民風味館原住民經濟產業推動的交流平台以及原住民部落觀光旅遊服務資訊的入口。經營原民風味館其目的有：

##### (1) 文化推廣：

原住民風味館扮演著原鄉文化與都市的溝通整合平台，以推廣原住民文化、觀光、飲食、農特產品等為目標，匯集全國各地原住民優質文化商品，並透過異業結盟及產業鏈結促進原民觀光產業、特色飲食文化、農特產品的多元整合及知名度的提昇，重視原民文化的精神傳達，突顯原鄉文化的特殊性，發揚至國際。

##### (2) 文化體驗：

為提升青年學子對我國在地原住民文化的認知，希望透過館內的情境體驗的帶領與導覽，增進學子對原民文化體驗，共同探討原民文化觀光資源，激發行銷創意並可招募有志學子投入文化觀光服務志工行列，達到推廣文化觀光紮根目的。

(3) 文化向下扎根：

為使在地原住民文化能向下紮根，協助部落提昇文化價值，帶動部落繁榮，透過原住民各族體驗交流活動，期能喚起原鄉子弟對自我關注，提高對自我身份的認同，從部落生活與文化中發掘文化觀光資源，並藉助創意行銷，凝聚共識，成為原住民文化向上提昇的力量。

(4) 文化創意產業：

將原住民文化鏈結各不同類型之現代產製，擴及食、衣、住、行、育、樂等多種面向做更廣的效益產出及推廣，透過多種科技、資源、產業鏈結，串連出更多的新契機，以更多不同面向呈現及推廣。

2、場館設計與安排

(1) 外觀設計：

風味館外觀設計為六朵牽牛花花瓣相疊綻放且具涼亭意象的傘狀建築。以手工竹編屏風的牆面環繞，半開放式空間設計，鄰近的輕淺水池，綠意庭園，營造出和諧愜意的自然環境。



(2) 內部陳設：

★旅原鄉--

提供臺灣各地原住民族鄉鎮的觀光資訊與諮詢服務，攬勝山林，漫步原鄉，邀您跟著原民朋友一起歡笑，一起豐收。

★采織苑

紡染織繡，手工編織原住民族文化內涵，以原色與圖騰，傳承部落崇高精神與感動。



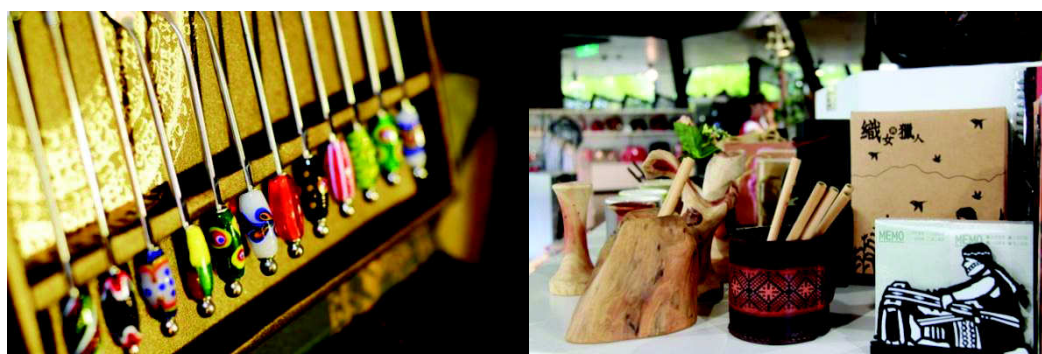
★原味舖

鮮摘的蔬果、手工精釀的醇酒，來自原鄉部落，大自然的原味，是族人與土地共生、努力耕耘的結晶。



★手藝坊

金工、雕刻、彩繪、文創設計品，原住民手感創作，融合深層底蘊，原創時尚，讓傳藝與生活對話。



★舞樂集

原住民族嘹亮歌聲傳山林；好書典籍，記載原民歷史文化精粹。聽閱山海，感受大自然智慧。

★新鮮風味餐食

1樓飲吧及2樓原山飯店

新鮮山海大地食材，品嚐最早台灣味，清涼飲品，沁涼好風味





此外，每週六日下午舉辦「風起原湧原住民族樂舞嘉年華」，邀請全國原住民族藝文團體精彩演出。

### 3、原民館營運目標及或特色

在行政院經建會的一份委託研究案「我國明星產業競爭優勢及市場利基研究—文創及數位內容」指出（2012），創意經濟是新型態的經濟發展趨勢，也就是說當代的經濟已經進入到以創意為成長動能的時代，如何創造內容價值，已經成為當代企業必須認真落實的經營律則。若能以生活風格為基礎，全力推動地方美感經濟，對於台灣經濟產業必然能有一番效果。因此，原住民風味館透過多樣的方式讓民眾認識其文化，並且以其藝術元素製成產品，創造價值，獲得繼續營運的基礎，其方式分為：文化創意產品及文化體驗。

#### （1）文化創意產品

台灣文化創意產業帶動越來越多的業者懂得運用文化創意去創造產品的價值，分為故事性產品、意象產品、品味產品及生活態度產品（行政院經濟建設委員會，2012）。原民館內部陳列的商品正好具備這樣的產品分類，為消費

者帶來豐富的體驗，刺激消費者的購買慾望。以下分別描述：

故事產品：將故事以產品的形式表現出來，像是來自排灣族、魯凱族的琉璃珠，每種珠子都有其傳統故事。例如：孔雀之珠，傳說天上的神化作一隻孔雀來到人間遊玩。有一天，沿著溪邊嬉戲，看見頭目的女兒正在溪岸邊洗衣，心生愛慕之意，想娶頭目的女兒為妻。但是頭目不答應這門婚事，孔雀非常的傷心，於是振翅飛向天空，並自羽翼間撒下了許多漂亮的珠子，頭目見到這些珠子非常喜愛，且心中不忍，於是答應了親事。在新婚之夜，孔雀化回人形，和公主一起飛向遙遠的天邊。

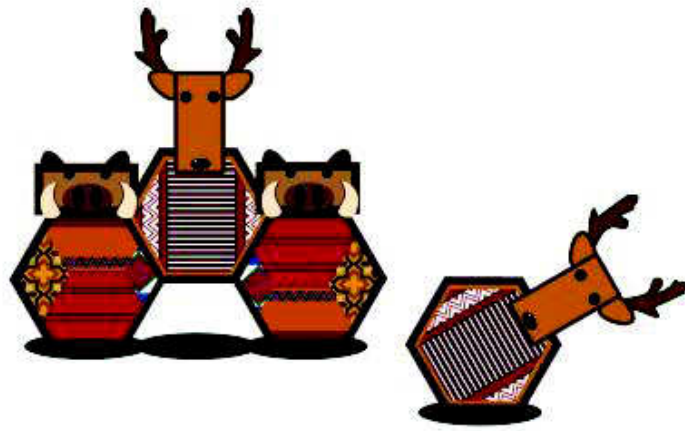
意象產品：所謂意象產品是指運用新的手法將符號、圖騰、造型、色彩等腹語產品獨特的意象，創造消費者購買慾望。此類商品佔最多數，像是原民風手機殼、族群帆布鞋、山豬牙吊飾等。

品味產品：單價較高，強調生活品味。例如高單價的披肩、圍巾，或者禮服、精緻工藝品。

生活態度產品：將一些能感動消費者的生活價值觀，轉化成可獲利的商品，特別是這些生活觀具有強烈的在地特質。像是來自於部落的小米酒及鮮摘的無農藥殘留蔬果，強調是族人與土地共生，努力耕耘的結晶。

除了上述銷售的商品外，原民館以山豬與梅花鹿為設計發想創造風味館娃娃。對原住民而言，山豬是重要的祭儀牲品、成年禮要獵山豬、迎親要殺豬、道歉和事要殺豬，以可愛山豬作為虛擬代言人，增加原民風味館的趣味性及識別。





## (2) 文化體驗

除了商業性的商品販售外，原民風味館為加深原民族文化精神的傳遞，設有導覽服務，導覽內容包含風味館介紹、商品特色介紹、各原住民族精神傳達…等。

另外每個月舉辦主題活動，以文化體驗為主。活動內容有主題展示、diy 體驗、文化導覽、品牌專區、農產市集、藝文展示、紀念品推廣、週末原音夜，加上專屬產品行銷，增加文化教育、故事傳播的效果，目前曾舉辦過的布農族的布農族傳說、達悟族的人之島物語、魯凱族的美麗的印記、鄒族的鄒遊阿里山、卑南族的卑南王傳說、泛泰雅族的織與紋及阿美族的阿美男的七彩布裙。

## 3、小結

原住民風味館將花博園區的空間再利用，變成推廣原住民文化的場域，並且成功的將原住民藝術文化加以創意設計、包裝，成為商品獲得利潤，也落實了生活藝術化、通俗文化精緻化的理念。更透過網路行銷方式，主動吸引觀光客、消費者前往體驗，獲得極好的口碑。

## (二) 個案二：台藝大文創園區背景及現況

### 1、緣起

國立臺灣藝術大學因應校地小，專業教室不足，因此借用鄰近閒置之舊台北紙廠，於民國 96 年成立「文化创意產學園區」，為臺灣首例唯一由大學設立及營運之文創園區。為強化學校與產業之聯結、培育文化创意產業人才以及發展文化创意產業，於 98 年成立「文創處」。

### 2、空間規劃

園區佔地 2.7 公頃，空間運用主要為進駐之文創廠商、藝術家工作室、教學研究中心。目前有 27 家文創廠商進駐，以工藝類、設計類及數位內容類產業為多。約有 10 位藝術家進駐工作室創作。另有金屬、陶瓷、版畫、紙質修復教學研究工坊及戲劇排練場，目前亦設有畫廊賣店，定期展出台藝師生、園區工坊及藝術家創作作品，連結校本部文創商店，可供購買珍藏。



### 3、運作方向

該園區以產學合作為運作機制，以發展教學、研究創新、產業育成、生活美學及行銷產品為五大運作主軸，不僅提供校內師生與產業之合作，也提供外界入園參觀體驗，為極佳之學習與休憩之文創樂園。



#### 4、組織職掌：

文創處其下設有企管組、行銷組，並設置顧問委員會提供諮詢顧問。文創處職掌業務主要有五項：(1)推動園區整建、管理；(2)藝術創意產業增值開發；(3)引進優秀文創產業進駐合作發展；(4)媒合建立行銷藝術文創產品平臺；(5)推廣文創生活美學。

#### 5、園區服務項目

##### • 文創工坊的參觀

園區開放社會大眾團體及個人參觀，並提供專業熱誠之導覽服務，引領參觀民眾進入各文創廠商、工坊，瞭解其文創產品設計製作及公司經營之實際情形。

##### • DIY 藝術創作的體驗

園區提供各種 DIY 活動讓您體驗，包括玻璃、琉璃、羊毛氈、木工(玩偶)、黏土、金工(飾品)等。完成後，就可以將有趣、美觀又實用的作品帶回家喔！

##### • 園區美景的導覽

園區寬廣，綠樹成蔭，洋溢著科技與藝術結合、古樸與現代交織的文創氣息，漫步其中，美感無限。

## 6、發展願景

文創處以文化創意產學園區營運為核心，發展成為臺灣產學合作為運作機制的全國文化創意園區示範基地，大幅提高學校產學基金收入，提高本校之國際競爭力。

## 7、小結

臺藝大文化創意產業園區營運內容，主要有以下四項：1. 教學實習：園區提供工坊教學與實習場域，促進學校與職場之銜接，提升學生職場競爭力。2. 研發生產：透過學校師生及產業研究創新，開發新技術及創意產品。3. 行銷推廣：行銷推廣學校師生、校友、進駐產業以及進駐藝術家之各種優秀作品行銷、藝術經紀、藝術圖像與品牌授權以及文創DIY體驗。4. 青創育成：扶植畢業生及青年開創事業，輔導產業育成，引進媒合有利資源，提高營運績效。（黃美賢，2012）

台藝大文創園區結合藝術大學、社區、藝術工作坊等，不僅是首創大學經營文創園區的例子，更由於臨近小學中學，具備形成藝術教育園區的可行性，未來朝向：

- (1) 希冀發展成為產學合作的文化創意園區示範基地，立基台藝大本身充沛的教育文化資源，再結合觀光，可達到觀光經濟的目的。
- (2) 更可發展為大觀藝術教育園區，結合台藝大、大觀國小、中山國小、大觀

國中、華僑高中成為從小到大的藝術人才培育重鎮：大觀藝術教育園區。

- (3) 發展成為新北市板橋區觀光文化創意旅遊地，由於文創園區不定時會舉辦 DIY 活動，吸引不少人氣，加上臨近林家花園、435 特區等板橋知名景點，再結合台藝大校本部之藝術博物館，加強行銷宣傳，可形成文化觀光帶。

### 三、原民風味館和台藝大文創園區之比較

	原民風味館	台藝大文創園區
設立時間	2010	2007
前身	台北國際花卉博覽會期間場館建設完成，以銷售花博紀念商品為主	原為閒置之舊台北紙廠，於 2007 年成立「文化創意產學園區」
後續之經營	花博結束後，風味館繼續經營，要讓各界的朋友們認識臺灣原住民族文化的瑰麗，以及產業的實力	台藝大為強化學校與產業之聯結、培育文化創意產業人才及發展文化創意產業，於 2009 年成立「文創處」，以文化創意產學園區營運為核心
所在地點	台北市花博美術公園內	新北市板橋區大觀路上（原台北紙場用地）
空間及設計	原美術公園之原味館 外觀設計為六朵牽牛花花瓣相疊綻放且具涼亭意象的傘狀建築。以手工竹編屏風的牆面環繞，半開放式空間設計，鄰近的輕淺水池，綠意庭園，營造出和諧愜意的自然環境。 內部共規劃采織苑、樂舞集、旅原鄉、原味鋪、手藝坊、新鮮風味餐食等區域。	佔地 2.7 公頃，空間運用主要為進駐之文創廠商、藝術家工作室、教學研究中心。

	原民風味館	台藝大文創園區
經營者	原住民委員會 委由民間單位經營	臺灣藝術大學 自己設立文創處經營
經營理念	讓臺灣原住民族文化的內涵與特質，透過有形的創意商品及服務讓大眾親近、體驗與欣賞	以產學合作為運作機制，以發展教學實習、研究創新、行銷推廣、青創育成為四大運作主軸，也提供外界入園參觀
經營功能及目的	1、文化推廣 2、文化體驗 3、文化向下扎根 4、文化創意產業 塑立風味館為原住民經濟產業推動交流平台、以及原住民部落觀光旅遊服務資訊入口	1、教學實習 2、研發生產 3、行銷推廣 4、青創育成
廠商進駐	原住民 14 族群，共約 120 家廠商	25 家藝文產業及創新育成廠商
販賣商品	有，原住民風味之商品	有，主要為文創商品
舉辦活動	有，定期舉辦主題活動，以文化體驗為主。活動內容包含原住民族主題展示、diy 體驗、文化導覽、品牌專區、農產市集、藝文展示、紀念品推廣、週末原音夜等。	有，不定期舉辦 每次主題不盡相同
體驗活動	有，展館內可供民眾體驗	有，民眾可預約 DIY

### 參、文化創意產業趨勢

文化創意產業被視為是現代國家的軟實力，數位科技的加值應用也被視為是新世代營運的重要技術與指標，如何掌握文化的精神價值，轉化為生活美學實踐的更多可能，是本文探索的旨趣。

我國「文化創意產業」包含「文化產業」和「創意產業」兩種概念，即以「創意或文化積累」發展而成的產品或服務。因此，「文化創意產業」的核心

是「文化」累積；而「創意」有兩重意義，在某些過程，創意與文化融合成為新的產業核心；或者，以創意將「文化」素材轉化、再利用，即「文創法」中所謂「透過智慧財產之形式及運用」過程。不論文化的核心或創意的過程，都必須通過「產業」模式進入市場，被消費者接受。文化、創意、產業之關係可藉由如圖所示之同心圓架構加以詮釋。「文化」和「創意」區隔採用虛線，指出文化和創意兩者關係的多種可能；「文化」是素材，透過創意轉化成商品或服務；而「創意」既代表從「文化」到「產業」發展流程中的過程，同時也可以和文化融合，共同成為文化創意產業的核心。（于國華·吳靜吉·樊學良，2012）

聯合國的《2010年創意經濟報告》中強調，全球發展趨勢是當代的經濟已進入到以創意作為成長動能的時代。全球市場上最具滲透力的部門往往是跟藝術有關。（行政院經濟建設委員會，2012）

由此可知，文化創意所衍生的產品及服務已逐漸成為令人注目的焦點，尤其是文創與產業結合所激發出的商機更是讓人期待。不過光有創意不足以產生效應，在現代科技個人化的趨勢下，文創經常需要靠科技達成必要的協助。

文化創意與科技並非壁壘分明的兩項產業。尤其是資訊電信科技產業（ICT），更與以文化創意為核心的內容產業具有互相依存的連帶關係。ICT產業對於文化創意商品生產的各環節，包括創意發想、製造、銷售到消費，都產生了相當的效應。ICT產業為創意產業所帶來的重要優勢，包括形成更多新的藝術形式，也增加觸及大眾的多角化管道，讓消費者擁有更多接觸文化的選擇，並促進文化消費的增加。數位技術的普及，對於未來經濟模式的另一個影

響，是個人化創作器材的出現。ICT 相關裝置的出現，讓創作者、發行商與消費者的界線被抹平了。藝術家也可以利用數位技術和透過網路從事創意工作，自己作為發行者，吸引世界上所有對其作品有興趣的分眾。今日，任何人都可能成為一位「產消者」(prosumers)，結合創意內容的生產和消費。隨著寬頻在已開發國家的普及，個人獨立發行作品不斷增加，藝術家與大眾之間的斷裂也消失了，每個人都可以成為創作者，在虛擬的網絡之中分享自己的創作，部落格的出現，與「獨家報導」的特性，更是成為網路媒體的競爭者(行政院經濟建設委員會，2012)。

因此現在的藝術通識教育不僅應培養藝術美感，亦應培養數位技能。當能順利使用並善用數位技能，文化創意才能被更廣泛的發揮，產生作用。

#### 肆、藝術教育相關領域新的觀念與課題

人才培育本身即可以作為台灣產業發展的競爭優勢。人才培育非常重要，但它也一直是最具挑戰性的關鍵基礎建設。畢竟人才的訓練，不像是在建造機器設備，人才的培育牽涉到複雜的因素，例如如何激發學習的動機、要求知識的累積、發現專業的長才等。在各項人才培育的工作中，如何教育學生具備創意的表現能力，更是屬於高難度的教育工作。影響人才培育工作成效的因素錯綜複雜，絕對不是由單一幾個因素所決定。但是，國家政策是否具有明確且符合產業需求的發展目標，對人才培育工作的推展影響甚大。(行政院經濟建設委員會，2012)

因應全球性知識經濟、美學經濟與文化創意產業經濟的時代趨勢，大學文創人才培育與產業的聯結，已成為重要課題。文化創意產業為世界先進國家競



相發展的經濟力，行政院早自2002年起，即將發展文化創意產業列入國家政策發展重點；2009年，又將文化創意產業列為政策發展重點中的「六大新興產業」之一。檢視文化創意產業的資源根本，在於人才培育，尤其大學是培育專業文創人才的主力，藝術大學所設立系所的類別特色，更為培育文創人才的核心。然而，教育部（2009）所指出當今高教三大問題之一是「學生所學與業界之契合程度不足」，並提出因應的策略：大學教育應開始注重學生的就業面需求，例如加強產學合作、提早實習等等。因之，如何強化藝術大學與文創產業的連結，是亟需探討與實踐的課題。（黃美賢，2011）

培養文化創意產業人才，並不應僅是增加與文化創意有關的課程，而是除此之外，應該更積極與實務結合，讓學生在就學時就能與產業界有更多的鏈結，讓學生在學校所學的能更早於實務上得到印証，而學生所學與業界契合程度不足的問題，應該要得到更妥適的解決，在產學合作及各種實習過程中，在互相磨合及協助上，應該是一個可逐漸改善的方式。

## 伍、結語

文創產業的發達讓藝術教育多了許多可行性，藝術教育不再是傳統的藝術教育，而應該是走入生活，與生活結合。而藝術與生活結合，亦是文化創意產業的展現。

### 一、文化創意與數位內容結合

過去的傳統藝術或是文化創意產品只在產製的階段，現在則是講求行銷與數位科技結合，一源多用的原則下作跨業整合的加值應用。而這也代表文化創意產品一定要做數位加值行銷，方能有更多可行性。以藝術的元素—做成產

品—透過數位增值應用（科技與文創的結合）、文創產業（文化+創意+創造價值）—成為生活應用品。例如：媽祖遶境透過增值應用做成許多商品；故宮的數位典藏轉化成許多增值應用，這些均是很好的成功案例。

## 二、培養創意人才

人才培育為台灣產業發展的競爭優勢，教育學生具備創意的表現能力，與產業有更多連結將是未來重要的課題，應更積極的與實務界接軌，讓學子於學校教育中能得到更多實習及產學合作的機會。

## 三、通識教育落實生活美學及美學應用

通識教育除了一般通識課程外，讓學生接觸更多與生活美學、應用美學相關的課程，更可增加課程多元性，未來藝術教育除了已有的藝術典範課程外，亦可增加以下方向：

1. 增加藝術賞析、創作類型課程，以培養學生說故事的能力。
2. 增加生活美學或美學應用課程
3. 創意生活產業的理解，例如：民宿、綠色生活、慢活等生活態度的培養
4. 提升藝術品味的課程

## 四、藝術教育透過文創產業及數位增值而在生活中實現

有賴於數位科技的廣泛運用、文創產業的流行及更多元的增值服務及產品產出，藝術教育反而比以往多了更多可親性及生活性，因為我們週遭出現了愈來愈多伴隨著故事、文化的產品及更多元的呈現方式，讓以往的典範美學教育多了生命，藝術與生活的結合將會是文化創意最好的展現模式。

## 參考文獻

于國華·吳靜吉·樊學良(2012)。文化創意產業的教育創新。教育資料與研究，第105期。

文化創意發展法 <http://www.moc.gov.tw/law.do?method=find&id=247>

行政院經濟建設委員會(2012)。我國明星產業競爭優勢及市場利基研究—文創及數位內容。

原民風味館 <http://taiwanpaf.org/web/>

黃美賢(2012)。大學經營文創成功因素探討，教育研究與發展期刊，第八卷第三期，2012年9月。

黃美賢(2011)。文化創意產業與大學產學合作之探討-以國立臺灣藝術大學文化創意產學園區為例，經營管理論叢 Vol. 7, NO. 2, 2011。

國立臺灣藝術大學文化創意產學園區 <http://portal2.ntua.edu.tw/ccid/>

## Summary

The development of digital technology bring the evolution of modern social life, the new multi-media implement has driven many to learn and apply new forms. The practical case study hopes to explore the current Liberal thinking in art-related fields may be some new ideas and topics. The researchers believe that cultural and creative industries developed so many more feasibility arts education, it's no longer a traditional art education, but should be into life, and it may be a manifestation of cultural and creative industries

Keywords: arts education, cultural and creative industries