

---

# 5 視覺與文化

／黎曉鵬

近年來，世界各地對於資產的保存與文化的新生，莫不費盡心思，臺灣亦是其中一份子，於此同時，創意思考邏輯更是各行各業所重視的能力。臺灣擁有各類豐富的文化資產，政府當局也早在本世紀初就開始推廣文化創意產業、落實藝術生活化、強化創意教育的本質與重要性。對於已具備記憶背誦等學習能力的高中學生來說，他們在這個教育階段，重要的是學習進行分析批判與創意思考，因此，在視覺與文化的課程中，除了讓學生認識文化資產概念，擁有基本知能外，更應引導學生將這些知能導入視覺藝術當中，加深學生的學習深度與思考廣度，藉以為開發創意思考的媒介，活用文化資產於視覺藝術將成為良好的創意來源，更能豐厚視覺藝術學習的內涵。

## 壹、視覺藝術及文化資產

當時代愈來愈進步，身邊事物日新月異地迅速變化，人們開始體會到文化資產內涵的珍貴與不可再生，一但消失便很難回復，而保存的工作卻繁雜而艱辛，需依賴各方協力完成；另一方面，文化資產畢竟都是些老東西，要讓老東西有新氣象，文化資產的新生就需要視覺藝術的包裝。透過視覺藝術的傳達，文化資產便能經由各種展示的機會，將其背後所隱含之價值呈現在世人眼前，增進人們對文化資產的認知與了解，而視覺藝術也因文化資產而產生了豐富多元的內涵，在視覺與文化的範疇中，兩者往往能相得益彰，各司其職。

文化是人類社會中，物質與精神的全部產品與現象；資產則是人類過去所創造的事物，並在代與代之間創造了聯結。文化資產是祖先們所遺留下來的珍貴遺產，是人類在歷史發展過程中，所創造出可移動或不可移動的一切事物，具有歷史、藝術、科學各方面的價值，深具代代相傳的意涵，文化資產所承載的歷史意義及脈絡，提供我們追本溯源的線索。

文化資產涵蓋了有形與無形等不同的領域。有形的文化資產係指看得到的實體，包括建築、聚落、景觀、古物等。無形的文化資產則多指不具實體性的信仰、技藝、活動、祭儀及有關文物



▲圖5-1

日本白川鄉聚落保存無形與有形的文化資產，是現今可見活的歷史之一。



▲圖5-2  
透過文化資產的保存，可明解吳哥窟文化的脈絡。



▲圖5-3  
具古埃及時期文化內涵的木乃伊文物。



▲圖5-4  
迄今仍年年舉行的嘉年華會，是威尼斯地區重要的無形文化資產。

等（圖5-1～圖5-4）。

正因文化資產乃人類世代累積下來的資產，文化資產除了豐富視覺藝術內涵外，也提供我們美學與審美觀點的印證，透過欣賞與認識不同領域的文外資產，可讓我們感受到不同的美學涵養，並對各類藝術之美有所了解。

視覺藝術與文化資產的結合，誕生了文化創意產業，現今在各地蓬勃發展，呈現多采多姿的樣貌。文化創意產業帶來龐大的經濟效益，對於保存固有的文化資產不失為一大利多，執行者也多樂見其成，但文化資產本身的內涵何其深廣，需要執行者深入的了解與分析，方能成為發展文化創意產業良好的資源。

## 一、文化資產的意涵

1972年起，聯合國教科文組織（UNESCO）推動《保護世界文化和自然遺產公約》，啟動了全球性的自然和文化遺產保護運動，促使世界各國政府承擔起保護境內自然及文化資產的責任，並就具有「傑出的全球性價值」之自然和文化遺產，列入《世界遺產名錄》保護。截至2009年4月止，加入該公約的締約國有186個國家，共有890處列入世界遺產地，包括176處自然遺產地、689處文化遺產地、以及25處兼具自然和文化特性的複合遺產地。

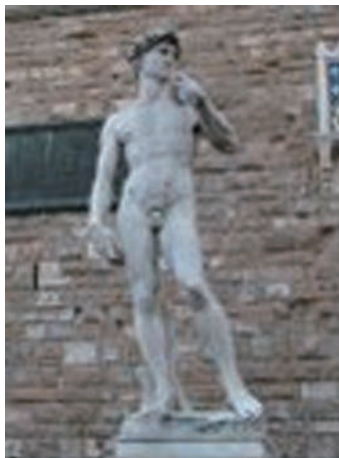
由《世界遺產名錄》可窺見文化資產種類著實繁雜，其意涵也有所差異，可就其型態與內涵，分為有形文化資產與無形文化資產兩類：

### （一）有形文化資產

有形的文化資產係指過去遺留至今，看得到、觸碰得到的實體，包括古蹟、歷史建築、聚落、遺址、文化景觀、古物、自然地景等，例如澳門大三巴牌坊、比薩斜塔、日本的白川鄉、柬埔寨的吳哥窟、米開朗基羅的大衛像、太魯閣國家公園等（圖5-5、圖5-6）。

## （二）無形文化資產

無形的文化資產則多指不具實體性的宗教信仰、傳統的技藝、老工匠的手藝、傳統音樂與戲曲、民俗活動、傳統祭儀及有關文物等，民俗與祭儀活動中的文物雖有實體，但是因屬儀式中的一個環結，分類時多歸於無形的文化資產，例如繁體中文、東港王船祭、賽夏族矮靈祭、布農族八部合唱、各類民俗技藝與表演等（圖5-7、圖5-8）。



▲圖5-5  
有形文化資產：米開朗基羅的大衛像



▲圖5-6  
有形文化資產：澳門大三巴牌坊



▲圖5-7  
無形文化資產：宜蘭傳統藝術中心保存各類臺灣民藝



▲圖5-8  
無形文化資產：民俗表演「鯽仔魚娶親」

## 二、視覺藝術文化資產的世代

### （一）文化資產的過去與保存

現今已是個全球化的時代，許多地區的文化面臨均質化，而各地的工業化、觀光業的蓬勃發展、人口集中都會區、世界人口遷移、環境惡化，甚至是武裝衝突等，威脅到許多珍貴的人類文

化資產，面臨消失的危機。

人們較能快速地感受到有形文化資產的消失與被破壞，並能理解有形文化資產快速消失的後果與嚴重性，因此世界各地對於文化資產的認識與保存，幾乎都是從有形文化資產開始，像是對於保存文化資產不遺餘力的英國，一開始對於文化資產的研究，就是針對建築與考古遺跡，由此可見，像是建築物之類的有形文化資產，是特別容易被重視到的領域（圖5-9、圖5-10）。

與有形文化資產相對而言，無形文化資產的確較不易被察覺與理解，對人們而言也較不易對其產生關注與關懷。

從上個世紀開始，世界各地對無形文化資產開始有所行動，像是日本為保護國內具有高度歷史與藝術價值的演劇、音樂、工藝技術等，率先在二十世紀的五〇年代就訂定保護無形文化財的法令，而韓國也跟著引用日本無形文化財的概念，制定保護法令並積極活用，聯合國教科文組織（UNESCO）從1993年開始，也開始關注和推動無形文化遺產的工作，2001年提出「無形文化資產」的概念，定義如下：「人類學習過程中所需的知識、技巧與創意；人們創造的作品及其永續存在所需的資源、空間和社會及自然脈絡；上述過程讓現存的社會得以延續前人，對於文化認同及保有人類文化的多樣性，具重要意義。」並選出19項世界無形文化資產，2003年則公佈無形文化資產保護公約，落實對無形文化資產的保護、傳承和傳播，並將無形文化資產的內容定為：口傳與語言、表演藝術、儀式節慶、關於宇宙自然的知識及儀式、傳統的技藝等，呼籲各國政府、非政府組織及社區團體共同參與認定、保護、活化及推廣在地的無形文化資產。

如今國際社會已普遍認同傳統文化、民間藝術等無形文化資產，是各民族文化認同，以及保存人類文化多樣性的重要基礎，因其保存較為不易，更加迫切需要國際間共同的努力來維護。

臺灣剛開始著手於文化資產的保護，也是從有形的開始，1982年公佈的《文化資產保存法》便是從有形文化資產的概念出發，包括古物、古蹟、自然文化景觀等，而2005年通過的《文化資產保存法》，主要類別仍是以有形資產為主。2007年，文建會有感於文化資產重要性日益提升，設立「文化資產總管理處籌備處」，統籌管理全國文化資產相關事務，籌備處設於臺中創意文化園區，即原「臺中舊酒廠園區」，並定位為「臺灣建築、設計與藝術展演中心」（TADA），讓推動使文化資產的推動更加專業化，以提升文化資產的保存效能，對於無形文化資產的關注與保護也漸漸步上軌道。

從歷史演進以及不同的政治經濟與社會文化觀點下，臺灣文化資產的過去與保存可分為三個不同的層面：

### 1. 光復後，物的保存

以有形的文化資產為主，將文化資產視為靜態的文物，嚴格說來並未做到完善的保存功夫，



▲圖5-9  
金門傳統民居室內擺設與家具，見證文化資產中的工藝技術。



▲圖5-10  
有形文化資產較無形文化資產易於保存，如傳統結婚花轎比迎娶習俗較容易傳於後代。

而是整舊復新，改建形貌。例如當時的古蹟保存，便是選擇單棟的建築物或是地方性的紀念物，作為地區紀念性地標，或是因應政府形象訴求與觀光旅遊需求等，進行改修整建，像是臺北府城的東、南、小南門，都經過大幅地改建，現已不復見原初模樣，只有北門因高架橋興建問題，才遲遲未改建，如今依然可見古城門風貌。

## 2. 1970年代，歷史環境的保存

臺灣鄉土風潮盛行的年代，臺灣傳統建築聚落、本土文化等，成為新的文化資產保存對象。但在此同時，經濟與都市的發展也日益蓬勃，現代化發展與文化資產保存引起不同的論述與保衛戰，以「林安泰古厝」保存為例，當時為了開拓市區內主要幹道，需拆除週邊建物，若依規劃藍圖執行，有部份路段便會影響到「林安泰古厝」，拆遷還是原地保留，充滿著討論的空間，雖然最後古蹟還是面臨拆遷的命運，但是在整個事件的過程中，臺灣文化資產保存的觀念已逐漸轉型，觀念上原本注重單點的方向，已轉為保存整體歷史環境，而原地保存的價值也開始為人們所重視。「林安泰古厝」事件之後，文化資產保存的個案一一出現，保存目的也開始轉向注重在歷史、文化、學術價值等。

## 3. 1980年代，活的保存

《文化資產保存法》的立法與公佈實施，將文化資產保存納入國家政策，成為文化建設的一環。文化資產朝向「整體環境保存」發展，保存的運動更形蓬勃，將空間與人文特色同時納入考量、共同延續，人與物的結合形成「活的保存」觀念，同時保存方式也開始經由都市計畫通盤檢討，保存工作藉由都市計畫的變更來進行，將資產保存與都市發展帶至共榮的時代，尋求延續傳統風貌與都市更新的平衡點，例如鹿港古風貌區維護案、迪化街保存事件等。另外，在此一時代，古蹟建物的再利用也成為新興的文化資產保存議題，例如台南地方法院保存事件等。

## （二）文化資產的未來與新生

正當世界在熱烈討論全球化與文化多樣性議題，臺灣也有許多珍貴的文化資產，需要我們用國際視野和標準去發掘與重視，在認識世界各地文化資產的同時，也必須要讓臺灣的世世代代，看到屬於我們自己的文化資產。

過去臺灣的經濟成長有目共睹，但是遊走在臺灣的城鄉間，不難發現各地的發展大多重視經濟效益，忽略了在地的歷史、生活與文化，一棟棟的老房子拆除，取而代之的是現代化的鋼筋混凝土，或是玻璃帷幕大樓，當年輕世代想認識臺灣的文化資產，似乎只能前進歷史博物館或是故宮博物院，在其生活的四周環境中，已難找到什麼歷史感，或是前人生活的遺蹟。所幸歷經這幾十年文化資產的保護運動，臺灣社會已漸漸開始懂得保護屬於自己的文化資產，也認知到文化資產的保存，比將建物全面更新更能帶來龐大利益。如今，臺灣的街頭巷尾一件件文化資產保存的優良案例，愈增愈多。

在保存文化資產的同時，依然需要各方的共同配合，在發展的過程中，需留意幾個方向：

### 1. 社會角色間價值觀的協調

保存文化資產的過程中，來自各方不同見解必然會產生衝突，可能包括了文化工作者與在地

居民認知的差異、中央與地方政策的差異，體制與生活層面的差異等，例如三峽老街的保存工作，開始時便面臨許多衝突：保存工作與政府的都市計畫產生拉鋸、祖師廟的維護受限於所有權人，無法提報成為古蹟、宰樞廟的後半部因道路的開拓而面臨拆除的命運、管理維護及補償制度不完善引發居民反彈等，經過多方協調，三峽老街終於在民國96年重新開張後展開新生，整頓期間由政府補助三億元，將老街建築與街道全面整修，而為了保存原有獨特的建築風貌，施工時也特別採用三明治工法，方能妥善保存原汁原味的老街建築風格。如今的三峽老街除了保留完整的建築外觀，100多座風格不同的老街屋亦成為老街獨有的特色，另外，地方人士的熱心投入，也讓老街開始有傳統產業聚集，像是染布、傳統手工藝等，讓有形與無形文化資產同時獲得妥善的保存（圖5-11~圖5-12）。

## 2. 保存論述的擴大與再定義

文化資產的保存需與民眾參與相結合，藉由「社區總體營造」的概念，喚起居民對周遭生活環境的關心，以及凝聚社區意識。在社區共同關心、討論、參與、規劃、管理的過程中，可建立居民關心公共事務以及參與行動的管道，提供更多保存論述發言的舞臺。根據文建會所定義的「社區」，不再是村、里、鄰等形式上行政組織，而是居民的共同意識和價值觀念；「總體營造」則是各社區從較容易得到居民認同的特色項目開始推動，再逐漸擴大到其他相關項目，在居民日常生活中，容易得到居民認同，且可用來凝聚居民共同意識和價值觀的事項包括：地方民俗活動的開發、古蹟和建築特色的建立、街道景觀的整理、地方產業的再發展、特有演藝活動的提倡、地方文史人物主題展示館的建立、居住空間和景觀的美化、國際小型活動的舉辦等。日本古川町與桃園大溪和平街的社區營造，都是「社區總體營造」良好的例子。

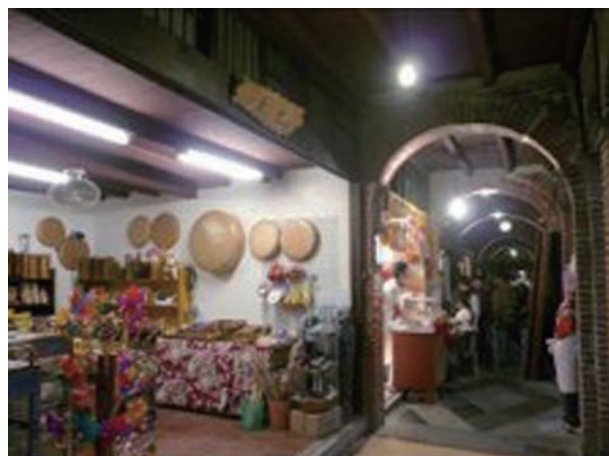
### （1）日本古川町

位於日本關西岐阜縣的古川町，人口僅一萬多人，但卻在1993年獲得日本「故鄉營造大獎」，並成為臺灣社區營造工作者的理想範例與取經之地。

古川町的改造係從社區內的瀨戶川整治開始。1960年代，流經市區中心的瀨戶川，因受污染而髒亂不堪，嚴重影響居民的生活品質，為了改善瀨戶川，當時由北飛時報開始發起清理河川運動，並放養三千多條鯉魚，希望藉由這個方法，讓居民不再往川裡丟垃圾，到了冬



▲圖5-11  
三峽老街保留傳統完整的建築外觀



▲圖5-12  
無形文化資產的保存活化有形資產

季，鯉魚更需要藉社區民眾之力，集中送到溫室水池過冬。從此以後，居民因著對鯉魚的愛惜，每戶開始早晚清理河中的垃圾與落葉枯枝，從自家門口開始做起，擴大到整個社區共同維護環境的意念凝聚。

經由瀨戶川改造的過程，古川町的社區營造概念逐漸成形，小從個人行為的改變，以至居民社區意識的凝聚、對社區環境的重視，到社區共同的行動，社區內的每個人也開始對家鄉產生驕傲與使命感，不斷努力。從整治瀨戶川開始至今日，古川町居民對於社區環境景觀的營造、傳統工藝的發揚與祭典保存等各方面皆不遺餘力，社區裡每個人為了自己跟下一代而付出，如此豐碩的成果，自然吸引不少外來者，曾經有一年湧入古川町的觀光人潮，竟高達120萬人，雖然古川町原先社區營造的目的，並不是為了招徠觀光客，但這樣的數據與龐大的觀光效益，卻也著實驚人。（圖5-13）

## （2）桃園大溪和平街

大溪和平街是文建會落實社區總體營造，輔導美化地方傳統文化建築空間計畫的良好例子。從鼓勵居民主動關心社區內的傳統文化建築空間開始做起，凝聚居民情感，建立價值觀念，成為居民重建地方文化產業的起點，擴及至強化居民的社區認同、其他周邊設施的整頓、傳統建築立面之保存、改善社區生活空間品質等。

大溪鎮位於桃園縣，依山傍水，緊鄰角板山系，更有大漢溪貫穿全鎮。清乾隆年間始，已成為各族群匯集之聚落，道光年間，林本源家族於此地發展農業與運輸事業，及至後期劉銘傳的山地開發政策，大溪鎮成為當時臺灣最內陸的河港，航運、物產、勞動者、運輸業者紛紛湧入大溪，外商更競設洋行，大溪鎮在淡水河流域的發展中佔有相當重要地位，鎮中的和平路、中央路與中山路最為繁榮。1912年使，日治時期施行的市區改正計畫，確立整個城鎮聚落的基本結構，亦將大溪傳統街屋改頭換面，臨街立面轉變為華麗的仿巴洛克式浮雕山牆，並混入本土建築特色，老街浮現一幢幢美麗的樓坊。水能載舟亦能覆舟，在大漢溪泥沙淤塞，不利航行之後，大溪沉寂一段時間。但因山路交會，大溪鎮木材取得容易，隨後居民便開始利用此項優勢，結合內陸師傅帶來的木匠技術，發展出神桌、家具等製造業，過去繁華的洋行商家，逐漸被木雕家具業取代進駐。

大溪鎮的發展背景，讓大溪擁有豐富的聚落景觀，像是巴洛克風格的建築形式、都市結構、通往港口的石板古道與具有傳統特色的木雕家具藝術等，都傳承了迷人的歷史文化。

隨著時代變遷，大溪的老街與家具業也面臨了保存與再造的考驗，其中，居民對文化資產及地方認同的漠視與輕忽，更是大溪老街再生的困境。

社區意識的成形，起始於由大學教授與學生所成立的「草店尾工作室」，開始推行「大溪模式」社會運動，藉由舉辦各式活動，帶領居民重新體驗、思考、重視、珍惜在地的生活環境與歷史文化，建立自我的價值



▲圖5-13

古川町的瀨戶川是社區營造起點



觀，亦使得整條老街前段與後段的居民，都有機會與意願參與共同討論、形成共同意識。展演設施規劃案以及空間美化規劃案等的執行，讓居民體會到自主動員推行的甘甜成果，其後便於1996年，居民成立「歷史街坊再造協會」，統籌規劃老街發展的相關活動，定期開會討論活動議題，透過公開討論決定的事項與計畫，也較容易得到認同、推動。其他例如大溪烏豆干創始人黃大目的曾孫黃建義，則成立「達文西瓜文史工作室」，參與社區營造與深度文化導覽的工作。

1997年，「歷史街坊再造協會」與「草店尾工作室」曾經共同籌畫「歷史街坊風華再進行動年」系列活動。居民以自主的方式與行動，為臺灣的社區發展提出居民再造的可能性，劃下歷史的里程碑。「行動年」涵蓋了和平路歷史街區整體的生活面向。主要目標與內容為「生活再造」、「文化再造」與「生活環境再造」。主要內容與精神則為「街坊空間與公共地標競圖」、「公共視覺藝術教育示範」、「假日商店街」、「歷史街坊空間與建築美化工程」、「社區生活主題館之規劃與設計」等。

### 3. 納入都市計劃的脈絡

在都市發展的過程中，文化資產的保存應列入規劃中的區域，讓保存計畫循序漸進地納入都市計畫藍圖中。臺灣各地進行文化資產保存工作時，各地採用的方式或有不同，例如鹿港古市街，是經過都市計畫通盤檢討後，直接畫為保存區，由政府出資進行整理，成為臺灣第一個以古市街保存為主的案例，也是國內歷史街區再利用的重要嘗試。

舊時鹿港以貿易為主要經濟源頭，鄰近港口的街道因地利之便，遂成為船行與碼頭的集中區域，瑤林、埔頭古市街便是其中兩條繁榮的市街，建物為了互別苗頭，而產生了許多華麗的式樣，直至今日，更是臺灣現存保有良好的清代閩南式古街。瑤林、埔頭古市街在清朝時便沿著舊鹿港溪而建，老街上的房屋狹長，前方臨街道設有店舖，後方則臨鹿港溪，方便船隻靠岸卸貨，空間規劃機能性十足，是舊時鹿港人聲鼎沸的街區，但河道淤積後，昔日繁華便不復見。日治時期實施市區改正，鄰近的中山路陸續改建為混凝土的現代建築，瑤林、埔頭古市街卻幸運地保存著原本清代老市街的樣貌，直至民國75年，政府出資整修保留市街原有面貌，瑤林、埔頭古市街即被指定為鹿港古街保存區。計畫發展至今，鹿港古街保存區已成為著名的觀光景點之一，帶動了鹿港地區的觀光經濟產業，現今步入鋪設紅磚的老市街，印入眼簾的是一間間各式各樣的懷舊商店，不少觀光客在此流連忘返。但保存區的設立，難免限制該區的發展，又帶來過多的人潮，影響當地居民生活，或為美中不足的地方，是進行文化資產保存工作時，需留意的議題。

### 4. 文化觀光與經濟發展

文化資產活用市場行銷，將在與觀光產業的融合過程中，賦予彼此更高的價值，創造高度的經濟效益，但在文化資產與經濟發展相結合的同時，環境的維護與居民權益的保障，也必需同等重視。文化資產與經濟發展共榮的例子，例如各地閒置空間的再利用，以及臺灣創意設計中心所指導的補助個案等。

行政院文建會將閒置空間定位為「係依法指定為古蹟、登錄為歷史建築或未經指定之舊有閒置之建物或空間，在結構上安全無虞，而仍具有可再利用以推展文化藝術價值者；其意義乃在於生命力的重生、空間再生、建築空間回收及經濟價值，期能永續經營以發揮閒置空間再利用的機能。」因此，閒置空間再利用便是將原有廢置不用的舊建物或空間，重新規劃整修，保存在地的文化與歷史記憶，再利用於藝文展演或是藝術創作等，成為新舊並存、獨一無二的藝文空間。現

今臺灣各地皆有閒置空間再利用的優良實例，例如臺北的華山文化園區、信義公民會館，臺中創意文化園區（臺中酒廠）、二十號倉庫藝文中心，高雄駁二藝術特區等。

信義公民會館位於臺北市松勤街50號，原為臺北市地區的第一個眷村「四四南村」舊址，是為了遷臺之四十四兵工廠員工及眷屬所興建，當臺灣經濟、生活環境改變後，各地眷村也漸漸沒落。1999年，四四南村原住戶隨著信義計畫區土地開發，及眷村改建而遷出，建物面臨拆除，社區居民及文化界人士為保留舊址，成立四四南村文史工作室，發起眷村文化保存運動。2001年經臺北市政府文化局古蹟審查委員會勘查後，指定保留村中四棟對稱的建築物，並加以規劃，隨後在2003年，「四四南村」以信義公民會館暨眷村文化公園的嶄新風貌重現啟用，包括公園區、中央廣場區及特展館、眷村展示館、展演館、社區館等四棟館社，園區內高度低矮具有舊時風味的建築，與周圍並存的商業大樓建築群，形成對比，共同展現信義區過去與現在的建築風格，充滿著都會區內多元的歷史感與現代感。園區及周圍充足的公共空間更提供居民休閒遊憩的好去處。（圖5-14）

另外，臺灣創意設計中心建置之『臺灣設計產業起飛計畫』，透過設計領域，除了提升臺灣設計品質，也對文化資產與經濟發展貢獻良多。包括了開發設計服務需求、建立設計推廣機制、策進育成設計產業、強化設計研究開發、推動臺灣設計運動、加強設計人才培訓等工作，其中不融入文化資產的例子（圖5-15）。



▲圖5-14  
臺北四四南村改建後成為多元的藝術展覽場



▲圖5-15  
臺灣創意設計中心極力推廣文化創意商品，促進臺灣設計產業發展。

### 三、文化資產與視覺藝術的關係

#### （一）舉例一：有形的文化資產與視覺藝術，以金門為例。

「全球思考，在地行動」是國人進入二十一世紀的共識，面對全球化與資訊化的時代，地方文化的特色不應該在這股趨勢下式微。在地居民與土地所醞釀的文化，具有絕對的獨特性與不可複製性。政府積極推動「文化資產保存」的政策下，文化資產即是地方社會的底蘊，也是發展特色的重要資源；在行銷地方的過程中，地方的精神、地方文化的認同以及地方的特色是最主要的關鍵力量，對文化資產豐富，具先天優勢的金門而言更是如此。

在全球化的趨勢下，「文化」是呈現各地方異質性的唯一途徑。金門文化資產的特質不但極具獨特性、感受性、多樣性三大特性，並展現在閩南文化、僑鄉文化、戰地文化與產業文化四種不同的人文時空之中。在地認同的力量能有效的促進金門文化資產的永續發展，而永續發展下的文化資產若能夠為地方帶來實質的經濟效益，則認同的力量將有加乘的效果，因此文化資產行銷的策略操作便是相當重要的一環，它可以提高經濟效益，進而促進在地居民對該文化資產的認同（如高粱酒文化產業）；而在地居民對於已認同的文化資產，透過行銷策略的操作，則可以有效提升地方經濟效益（如城隍慶典）。因此，金門文化資產的未來發展，便可以文化觀光為主軸，朝文化經濟發展路線邁進，金門有絕對優勢可藉宗親社會的感染力，凝聚地方認同，唯善用文化行銷策略及方法，落實評估回饋機制，才是促使文化深根地方、永續經營的根本之道。

文化資產行銷目標的規劃，可塑造成「獨具歷史文化魅力的金門」，關鍵在於運用公私協力合作的機制，建立全民共識，將文化資產視為地方發展的關鍵並予推廣。再者，善用金門文化資產特色，將古蹟、歷史建築、聚落等訂為文化觀光重要標的，產業特色做為地方文化的體驗，加強宣傳行銷，讓文化資產保育與開發雙管齊下，積極行銷金門形象。讓人們在經營金門文化資產時的基本精神與原動力，能有所依循，並藉此賦予金門古蹟、歷史建築、文化遺產新生，活化在地經濟的發展，落實文化與生活並行之目的。（圖5-16、圖5-17）

#### （二）舉例二：無形的文化資產與視覺藝術，以魚池茶業改良場為例。

茶業為臺灣近代經濟發展重要產業之一；日治時期臺灣總督府為奠定臺灣中南部紅茶產業基礎，選定具有特殊自然及地理條件的南投縣魚池鄉，成立茶業改良場魚池分場；魚池分場早期以產量為主，現今逐漸轉型為研發訓練和輔導推廣，因此對於



▲圖5-16  
金門的戰地文化是當地獨特的資產



▲圖5-17  
歷史建築聚落呈現金門的閩南文化

人員與空間的需求也逐年降低，導致許多具有紅茶產業歷史意義的建築及文物荒廢毀壞，不僅是文化資產的損失，更衍生管理上的問題。

近年來產業遺產保存逐漸獲得重視，但是過去對文化資產的認知差異，保存工作仍以工藝技術價值較高的建築物為主體對象，輕忽產業及文化所遺留下來的整體性歷史意義，而魚池茶業改良場的保存，解決了歷史建築修復與經營轉型等問題，可作為保留無形文化資產的良好例子。魚池茶業改良場象徵由日治時期起，因紅茶產業影響之社會、經濟、技術等的轉變，這些訊息構成了魚池茶業改良場整體產業與環境的脈絡，也可藉此瞭解魚池鄉發展的軌跡，適當的保存能建構出整體發展脈絡，以及在文化價值下所創造的空間體驗，亦可符合當前環境需求、落實永續經營、保留魚池茶業改良場原有的空間風貌、傳承魚池鄉之茶業文化。

魚池茶業改良場的文化資產包括了情感、文化、史實、美學、教育、經濟、使用等價值層面。（圖5-18、圖5-19）

1. 情感價值：

舊有的產業與特質，在生活與經濟上的影響，可強化凝聚地方對自身的了解與認同感。

2. 文化價值：

反應出日治時期以降不同年代的社會狀態與生產、經濟、空間發展等關係。

3. 史實價值：

包括建築物的特徵與用途功能、產業生產的素材與技術、產業與聚落發展的關係、居民與產業間的記憶連結等。

4. 美學價值：

產業獨特的空間與景觀，是具有時間序列的茶葉空間體驗，修復後呈現出獨特的美感。

5. 教育價值：

傳承紅茶產業發展歷程與相關知識，有助於學術發展與推動地方歷史文化研究。

6. 經濟價值：

帶動原產業發展與凝聚地方觀光文化資源，提升產業附加價值。

7. 使用價值：

維持原機能使用，延續茶葉產業壽命，記錄發展歷程。



▲圖5-18  
魚池茶業改良場具有文化特色的茶葉形護欄。



▲圖5-19  
魚池茶業改良場茶業產品包裝，更新傳統商品形象。

## 貳、視覺藝術及文化創意

### 一、文化創意產業的範疇與發展

#### (一) 文化創意產業的定義與特性

現今全球化的發展趨勢，讓世界縮小，各地的社會、個人、文化等都可迅速連結，此時，在地的文化特色更顯重要，文化創意產業便能凸顯在地文化特色，發揮文化再造的功能。

文化創意產業結合藝術的創造力與經濟生產兩個不同的層面。「文化產業」(culture industry)的概念，最早是由 Adorno 與 Horkheimer 兩位學者在1947年所提出，意指文化產業的每一項產品，皆根據計劃且是為了大眾所設計生產的，也相當程度地決定了消費的性質。現今國際間對於文化創意產業有兩個不同的定義方向，一為「創意工業」(creative industries)，一為「文化產業」(culture industries)。

「創意工業」的概念最早是由英國於1997年提出，其定義為「那些源自個人創意、技能和才幹的活動，通過知識產權的生產與利用，而有潛力創造財富和就業機會」。「創意工業」的概念偏重文化創意產業所帶來的經濟效益，與創造就業機會的社會效益，臺灣的文化創意產業便是以「創意工業」為基礎概念，行政院文化建設委員會在2002年，將文化創意產業定義為「源自創意與文化累積，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」，其所羅列的內容包括：視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、數位休閒娛樂產業、創意生活產業、以及其他合於定義之文化創意產業等。

從1997年開始，英國便將文化創意產業做為國家發展政策之一，也是經濟發展的重心，當年的產值約為6億英鎊，至2002年已達112億英鎊，臺灣的文化創意產業年產值也約為3000億新臺幣，其產值驚人、經濟價值相當卓越，然而，文化創意產業除了經濟價值之外，也代表了其他更多的意義，例如：

1. 增加文化產業的高附加價值。
2. 增加文化生產者間的交互作用與文化交流、文化行銷。
3. 帶動地方發展與建設。
4. 推廣地方形象。(圖5-20)
5. 帶動地方其他的產業與商業活動。
6. 吸引中產階級回流地方。
7. 強化居民榮譽感與認同感，加深居民維護環境品質的決心。

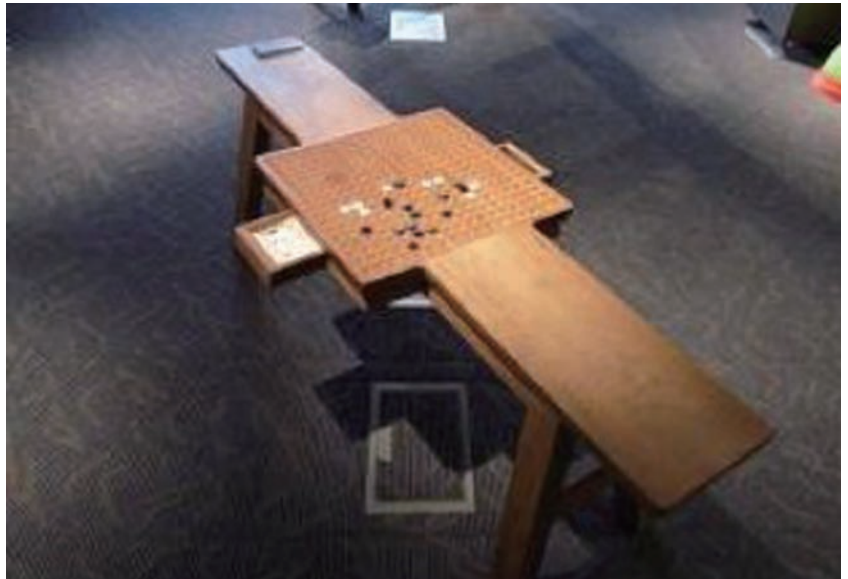


▲圖5-20

利用文字創意，展現金門地方意象強烈的電話亭設計。

「文化產業」的概念則多為因地制宜，每個地方會依據自己本身的文化特性，界定文化相關產業，與獨特的「文化產業」定義。

以芬蘭為例，「文化產業」之產品，是根基於文化意義的生產，文化產業的目標是在協助更多不同形式的產品生產，並且轉移為製造文化的象徵，在此定義下的文化產業文化是通過藝術創意產品而流通，其中涵括了傳統與現代藝術：文學、造型藝術、音樂、建築、戲劇、舞蹈、攝影、電影、工



▲圖5-21  
具有文化意涵，亦可大量製造的桌椅設計。

業設計、媒體藝術等不同領域的創作。另外，數位化的文化產業產品是否具有文化性，端視在地居民對其文化普遍的認知與看法，讓文化性是可以重複製造的、流通的、變化多端的。

以臺灣為例，行政院文建會於「挑戰2008：國家發展重點計畫（2002年～2007年）」中指出，臺灣的文化創意產業，是以具有高附加價值的美學藝術創作與設計為核心的生產領域，其定義的範圍包括：

1. 文化藝術核心產業：精緻藝術的創作與發表，如表演、視覺藝術、傳統民間藝術等。
2. 設計產業：建立在文化藝術核心上的應用藝術類型，如流行音樂、服裝設計、廣告、平面设计、影像廣播、遊戲軟體等。
3. 創意支援與周邊創意產業：支援上述產業的相關部門，如展覽設施的經營、專業策展、展演活動規劃、出版行銷、廣告企劃、流行文化包裝等。

總而言之，文化創意產業是以對文化的內省為主要脈絡，而可以大量生產、銷售的產業類型，因此文化商品需兼具傳統文化的表現內涵，與大量製造銷售的現代產業商品特質。而文化創意產業的範圍可大可小，大則涉及國家發展政策與方向，中則為區域地方型發展方針，小則可為生活方式的各種表現，共同特徵為皆以自身文化為表徵，進行整體規劃營造。（圖5-21）

## （二）視覺藝術與文化創意產業的創新

承上所述，臺灣「文化創意產業發展計畫」的內容涵蓋三個產業：文化藝術核心產業、設計產業、創意支援與周邊創意產業。並綜觀聯合國教科文組織、芬蘭、英國對文化創意產業的定義，可歸納出三項共通的核心構成元素：以創意為產品內容、利用符號意義創造產品價值、智慧財產權受到保障。例如「點石創意整合」運用東方元素進行的設計實例，以及故宮「Old is New」創意設計案例等。



▲圖5-22  
以東方傳統食物「豆腐」為概念所設計的「豆福杯」杯組



▲圖5-23  
以「滿肚子墨水」為概念設計的「墨宴」桌上調味組

### 1. 「點石創意整合」

「點石創意整合」是臺灣在地的設計公司，現今漸漸在國際市場嶄露頭角。工作內容包括3C及各類產品外觀設計、提供創意整合服務、開創DXION及milife兩大創意設計品牌等，不斷為產品注入新的創意思維，同時為品牌形象打造豐富的生命力。「點石創意整合」前後參加臺灣設計博覽會，日本東京LIFESTYLE展，香港禮贈品大展等，皆讓各地民眾認識源於臺灣文化的創意產品。

DXION 系列產品是從生活中找尋創意設計元素，正如品牌總監所說：「創意無所不在，設計團隊的成員們都養成紙、筆隨身的習慣，記錄生活中所聽、所見、所想，然後將其中的趣味性、故事性…等，轉化為創意產品呈現。」，其產品色彩鮮豔，貼近使用者需求，散發活潑氣息，從生活中取材的趣味巧思，常讓使用者會心一笑。

milife「迷生活」系列則將東方意象隱藏於設計中，新型態的陶瓷產品呈現簡單洗鍊的風格，以貼近生活的物品型態呈現，輕鬆恣意又帶有濃厚的東方古典氣息，例如「豆福杯」與「墨宴」桌上調味組等。

「豆福杯」是以東方傳統食物「豆腐」為概念所設計的杯組，將茶杯倒置於托盤上時，就同一盤豆腐，反過來使用時，就是一組線條簡練的茶杯，兼具東方古典與現代感。杯身為維持手工美感，以半手工成形，呈現豆腐自然不做作的優美型態，商品名稱也選用「腐」的近似音「福」命名，盼能招來福氣，洋溢迷人的東方風味。

「墨宴」桌上調味組則是以「滿肚子墨水」為設計概念，醬油碟是硯臺造型，每一次沾醬汁時，彷彿將食物沾滿了墨汁（學問）往肚裡送，胡椒罐與鹽罐也是墨條造型，整體搭配相當具有東方文人的優雅氣息（圖5-22、圖5-23）。

### 2.故宮「Old is New」創意設計案例

「Old is New—時尚故宮」是國立故宮博物院2005年開始，為推廣典藏文物，將歷史文化融入現代生活美學，及活化由文物衍生的概念商品，開發創意設計的精神主軸。數年來，國立故宮博物院以「Old is New—時尚故宮」概念，重新賦予故宮文物新生命，故宮的院藏文物交由設

計師們由文物中萃取精華元素，開發成為具有深度的文化內涵、蘊含文物精神與時尚風格的精品。實行項目包括了與知名設計公司 ALESSI、法藍瓷、頑石等的授權合作系列活動，還有「Old is New—時尚故宮」形象廣告，以及將文物衍生為生活化的商品等。

故宮與ALESSI合作的清宮娃娃。國立故宮博物院與義大利品牌ALESSI結合，代表迥異的東西藝術文化的衝突與融合，在相互碰撞中，讓古文物脫胎換骨，展現新的生命力，落實生活藝術化的理念。ALESSI創自1921年，是家用品設計製造商。ALESSI相信器物的成形，不論體積大小都是創意和科技的結晶。故宮與ALESSI合作的清宮娃娃系列商品，是以故宮典藏《乾隆御製詩》裡的乾隆30歲畫像為基礎造型，由設計師史帝芬諾·喬凡諾尼（Stefano Giovannoni）進行創意開發，先設計一個原型娃娃，再延伸相關家族成員，並運用在各種生活用品上，例如開罐器、瓶塞、胡椒罐等。



▲圖5-24

卡滋幫公仔是國立故宮博物院，發展文化創意產業的良好案例之一。  
（頑石創意提供）

故宮與法藍瓷合作的系列瓷器——「法藍瓷故宮」系列作品將故宮典藏的名畫，融入瓷器創作中，兼具古典與創新，法藍瓷以故宮文物的圖騰與歷史做為設計靈感，將中國傳統文化推展至國際舞臺，也為法藍瓷作品套上藝術精品的光環。「桃花雙燕」組，取材自清朝首席御用畫家郎世寧「仙萼長春圖冊」中的第二幅「桃花」畫作，嘗試重新詮釋郎世寧的藝術作品，讓故宮透過法藍瓷走向全球，桃花代表富貴，雙燕捎來吉祥，在實用瓷器蘊含藝術內涵。「櫻桃嬉春」組，則是以圖冊中的「櫻桃圖」為題，櫻桃及蠟嘴雀從平面躍出，重生於瓷器上，立體生動、色彩鮮豔，層次多樣。

卡滋幫公仔是從2006年開始，國立故宮博物院與頑石創意共同合作開發「嬰戲圖文化公仔」，取材自故宮典藏的〈冬日嬰戲圖〉、〈秋庭戲嬰圖〉、〈同胞一氣〉等作品，由頑石創意設計開發製作，產出各部位皆可自由組裝的時尚公仔，前後獲得Good Design Mark、第二屆「國家設計獎—產品設計金獎」的榮譽（圖5-24）。

## 二、生活中的文化創意產業與視覺藝術

### （一）舉例一：苗栗縣政府國際文化觀光局「苗繪美栗願景-苗栗百景系列藝術活動」

苗栗境內多山，少數平原分布於沿海地區，地形影響所及，使得苗栗的開發較為緩慢，且境內遍佈一座座獨具文化特色的小村鎮，自然美景與人文素養並存。

此案宣傳苗栗特色的方式，是導入文化創意產業觀念，以「苗繪美栗願景」為主旨，結合苗



栗當地藝術家及其他各領域專業人才，融合苗栗的自然、人文及物產等資源為主題，採用各類媒材進行創作，將藝術與生活結合，呈現苗栗的藝術、文化之美，更企圖引發民眾對於環境與人文之省思，喚起人們對文化資產保存的概念。

此計畫的內容包括創作展覽、地圖設計、國際攝影比賽、夜間風箏等活動，視覺包裝採整體視覺形象規畫設計，其中地圖設計由水彩畫家楊恩生繪製苗栗18個鄉鎮的特色景點、物產與人文風貌等，再開發製作成T-Shirt、手提袋、肩背包、文具用品、馬克杯等創意加值產品（圖5-25、圖5-29）。



▲圖5-25 「苗繪美栗願景」月曆海報，內容為苗栗18個鄉鎮的景點、物產與人文風貌等，凸顯地區特色。



▲圖5-26  
視覺設計的基礎圖像，係由藝術家精心繪製



▲圖5-27  
各類創意增值產品成為藝術生活化、生活藝術化的良好範例：T-Shirt。



▲圖5-28  
創意增值產品：手提袋。



▲圖5-29  
創意增值產品：文件夾與杯墊。

## （二）舉例二：「天圓地方」系列餐具

臺灣的製陶業在 1960 年代後便日漸成熟，至今已有悠久歷史，大甲、南投、苗栗與鶯歌等地，都曾因陶瓷工藝興盛一時，在陶瓷發展史上留下豐富的文化資產。然而在缺乏設計與行銷的狀況底下，臺灣陶瓷文化遲遲無法推展至國際舞臺，建立自我特色。

於是文建會在 2003 年開始推動「陶瓷產業發展」旗艦計畫，由政府當火車頭，進行環境營造、資源整合，積極開展陶瓷文化產業，並企圖以「臺灣品牌·驚艷陶瓷」形象訴求，將臺灣陶瓷工藝推向國際舞臺，計畫內容將陶瓷產業區分為：藝術裝飾、日用、建築、衛生、工業用陶等，其中藝術裝飾與日用陶兩大類，因其富含競爭潛力、創意性及市場成長性，又兼具生活美學與實用價值，成為「陶瓷產業發展」旗艦計畫之核心推廣項目。

隨後又針對這兩大類，訂定三個推動策略，希望藉此計畫推動，創造藝術裝飾與日用陶之產值，建立具國際知名度的臺灣陶瓷品牌，其推動策略包括：1、推動陶瓷商品與生活文化結合，擴大國內內需市場；2、設計手法結合創新材質與臺灣特色，提高商品的附加價值；3、透過整合行銷與品牌文化的建立，逐步拓展海外市場。根據陶瓷產業發展專案，確立年度五大執行要項，分別為：蘭花花器設計開發計畫、精緻陶瓷餐具設計推廣計畫、臺灣近年陶瓷餐具開發資料彙整推廣計畫、陶瓷產品年度評鑑專案、運用多媒體創新陶瓷商品開發及材質技術研發等。

生產出來的陶瓷產品，也由政府為消費者把關，為優質工藝品背書，經評鑑制度審查後通過的工藝品，國立臺灣工藝研究所將授予「臺灣優良工藝品標章」（C-Mark），以提升工藝品形象、提高消費者的認同感。陶瓷產品是率先進行年度評鑑徵選活動的項目，往後將逐步擴及竹工、木工、木雕、金工、石工、編織、染織、絹印等工藝項目。

「天圓地方」系列餐具的誕生即為「陶瓷產業發展」旗艦計畫中，年度五大執行要項之一的精緻陶瓷餐具設計推廣計畫產品。此推廣計畫徵得建築師石靜慧、設計師陳俊良、陳士侯、楊莉莉、袁旃、柯鴻圖、林磐聳、王行恭、董陽孜、陳瑞憲，與鶯歌臺華窯等跨業各界整合，開發出「原容篇」及「天圓地方」二組共十套不同紋飾的精緻餐具，運用本土文化特色與跨材質設計，文建會並接洽產品通路與安排展出，積極邁向建立我國自有陶瓷品牌，以及達到行銷世界的目標。

其中「天圓地方」系列餐具係承襲中國古錢外圓內方的基本造型，將東方歷史文化融入餐具的案例，設計團隊包括書法家董陽孜、視覺設計師王行恭、臺師大美術系教授林磐聳、建築師陳瑞憲以及設計師陳俊良等人。設計團隊水準整齊，且有文建會擔任背後的文化創意產業推手。「天圓地方」系列餐具誕生後，即獲得「2005 亞洲最具影響力設計大獎」國際性的榮譽。

「天圓地方」系列餐具原型的造型係由設計師陳俊良設計，並與負責承製的鶯歌臺華窯共同研發，系列餐具適合六人家庭使用，一套共 54 件，碗、碟、盤皆採方底，延伸至上方則為橢圓或圓形的造形。陳俊良認為在飲食文化中，人的味覺會受到視覺意識的影響，餐具的造型直接反映了精神層面與人文品味，隱含飲食的價值特徵。因此「天圓地方」系列餐具以「華人思維、世界領航」的概念，秉持簡約清新、豁達剛健的飲食文化精神，摒棄複雜的線條，「未來是圓融的美好；當下是方正的踏實」，將直線與曲線妥善結合，將以往碗盤的圓足造形易圓為方，這套餐具外觀相當樸素，但具有濃厚的原創性，俐落的造型曲線呈現渾然、質樸、大器之美，系列餐具



▲圖5-30  
五位設計師。分別設計的五種款式（陳俊良提供）

期許著文化的精緻化與源遠流長，襯托中華飲食文化的浩瀚富饒，清楚傳遞東方含蓄內斂的文化之美。「天圓地方」系列餐具可隨意搭配中西餐，營造生活的風格美感，紋飾設計由董陽孜、林磐聳、王行恭、陳瑞憲、陳俊良五位分別設計的五種款式，可是臺灣飲食文化美學的創舉，五種款式分別為：董陽孜的「美意延年」系列、林磐聳的「戲夢人生」系列、王行恭的「南島鴻光」系列、陳瑞憲的「知竹常樂」系列、陳俊良的「飲食思源」系列等。目前國內、日本、上海、北京、美國和英國等飯店廠商皆曾向台華窯購買此系列餐具，為臺灣陶瓷設計跨出國際性的重要一步。（圖5-30、圖5-31）

### （三）舉例三：2008 北京奧運視覺識別系統

視覺識別系統設計是視覺設計的一環，而文化創意產業中的視覺識別系統設計，也如同經營企業品牌的角色一般，目標在於確立形象、呈現主題與資訊、強化整體意象、進行推廣行銷等。2008北京奧運的視覺識別系統設計，便是一運用文化特色做為設計內涵的案例。

奧運不僅是一場體育盛會，主辦國家也能趁此機會向世界各國宣揚自我的文化特色，亦能衍生各類周邊形象商品，開創無限商機。因此從自身歷史文化特色中尋找靈感，不失為進行設計規劃時的良好方向，由此形成標誌，發展識別系統，達到宣傳行銷、開創文化創意產業商機的目的。以下採分項說明其視覺設計與文化創意產業的融合方式（圖5-32～圖5-36）。

#### 1. 2008 北京奧運識別標誌

標誌設計概念源於中華文化中的方印與書法。採用印之造型，「精誠所至，金石為開」，蓋印之時，意味著對奧林匹克的敬重與真誠；「京」的書法字型，轉化為奔跑、舞動的人形，揮毫間展現美麗與燦爛的奧運樂章。識別標誌的色彩系統也加入了中華文化特色，包括中國紅、琉璃黃、羊脂白、國槐綠、青花藍、長城灰等色彩。

#### 2. 2008 北京奧運奧林匹克火炬

奧林匹克火炬用於點燃與傳接奧林匹克



▲圖5-31  
陳俊良將東方歷史文化融入設計的餐具組

聖火，從1936年的第11屆奧運會開始，每屆奧運會都會產生一支可展現主辦國家文化特色，並符合高科技要求的火炬，此項火炬傳統亦成為歷年來奧林匹克運動的重要文化遺產。

2008北京奧運會的火炬名為「祥雲」，圖紋設計靈感即是來自「淵源共生，和諧共融」的「祥雲」圖案，祥雲的文化概念在中國具有悠久歷史，相當具有代表性。火炬本身的造型設計則是來自於傳統的紙卷軸，紙是中國四大發明之一，通過絲綢之路傳到西方，人類文明隨之得以傳播，是中華文化中獨特的發明與傳承。火炬外觀色彩為銀色加上源於漢代的漆紅色，紅銀色彩上下均分，對比的色調相當醒目，火炬長72mm，重985g，可燃燒時間為15分鐘，火焰光度在強光和日照情況下均可識別和拍攝，火炬的色彩規劃與高科技燃燒技術，皆有利於各種類型的行銷宣傳與媒體傳播。火炬亦符合環保訴求，燃料為丙烷，外形製作材料為可回收的環保材料。

### 3. 2008 北京奧運識別系統的吉祥物「福娃」

取「北京歡迎你」為名，分別為貝貝、晶晶、歡歡、迎迎、妮妮。設計理念來自於奧運五環，以及主辦國在地的山川大地、江河湖海與動物造型，包括魚、熊貓、聖火、藏羚羊、燕子，象徵海洋、森林、火、大地、天空等意象，吉祥物的頭飾亦取自文化內涵：蓮年有餘、鯉魚躍龍門、宋磁蓮花造型、敦煌火焰造型、青藏裝飾造型、傳統燕京（北京）的沙燕風箏造型等。藉由中華文化的融入，設計出東方風味濃厚的五個角色，傳達友誼、和平、積極進取、和諧共處的奧運精神。

### 4. 2008 北京奧運35個奧運項目圖標

當奧運標誌確立以大篆的印章概念為設計基礎後，35個奧運項目圖標的設計靈感便如出一轍，皆是以篆字筆畫為基本形式，另外再融合甲骨文、金文等的文字形象，項目圖標更融入拓片的形式，更具有濃厚的中華傳統文化意象表現，雖說具有十足的東方意涵，但項目圖標整體形象也相當現代化，簡潔流暢的線條與造型，色彩簡明、黑白對比，亦展現十足的流暢性、體育動感



▲圖5-32  
北京奧運宣傳海報，融合中式文化。



▲圖5-33  
運用「祥雲」圖案與紙卷軸為設計概念的北京奧運奧林匹克火炬。



▲圖5-34  
北京奧運東方風味濃厚的福娃之一：「晶晶」



▲圖5-35  
以篆字筆畫為設計概念的奧運項目圖標。



▲圖5-36  
北京奧運周邊商品兼顧中華文化、現代潮流與奧運主題。

與現代風味，融合了傳統與現代、東方與西方。

### 5. 2008 北京奧運週邊商品

此次2008北京奧運的周邊商品開發了13大類，近8000種奧運特許商品，衍生自標誌、吉祥物、運動項目等，兼顧中華文化的博大精深內涵與現代潮流的設計和製作。

## 參、教案建議

現今臺灣各地皆有發展文化創意產業的案例，教師可依據各地資源及在地文化特性，設計教學活動，現以故宮資源為基礎所設計的教案為例說明。

### 一、「觀大觀，大有可觀」教學活動

根據故宮「北宋大觀」展覽為主題，配合學生背景，選定適當之題材，規劃教學活動，以增進學生對歷史文化、藝文發展和文化創意產業的認知。

#### (一) 認知活動

- 1.介紹宋代藝術之風格與發展狀況，瞭解宋代人民日常生活方式，並將重點認識描寫古代兒童遊戲情境之「嬰戲圖」，讓學生可以跟自己的娛樂形式作連結和比較。
- 2.故宮「Old is New」之相關發展，瞭解利用創意，為古代文物創造新價值的意義和方法。
- 3.認識角色文化的意義與發展。



▲圖5-37  
將卡滋幫公仔創作為其他主題的公仔彩繪作品

## (二) 創作活動

### 1. 「戲嬰公仔」與酷卡創作

於課堂上，請學生根據嬰戲圖之相關主題，結合個人生活經驗與故事創意，利用訂作之嬰戲圖公仔粗模進行公仔故事情境創作、設計公仔宣傳酷卡，以評量學習成果並加強創作學習經驗（圖5-37）。

### 2. 「戲嬰拼拼樂」

將嬰戲圖放大，每位同學各剪取一小部份，於其上創作個人詮釋改編的作品，創作結束後再拼湊回原圖，本活動以遊戲形式並藉由放大圖，領略嬰戲圖之美、欣賞其他同學的改編創意（圖5-38）。



▲圖5-38

以上二圖為嬰戲圖改編創作，藉由個人與他人的創作分享，激發創意思考。





▲圖5-39 於公仔創作完成後，學生接續設計宣傳酷卡，可藉此創作增強整體視覺設計學習經驗。

## 二、「中山小舖·角色商品」教學活動

根據角色文化的發展，以及故宮「Old is New」各項發展文化創意產業的例子，配合學生背景，選定適當之題材，規劃教學以增進學生對文化、創意，及角色商品的認知。

### (一) 認知活動

1. 認識角色文化的發展，包括角色所具有的獨立個性與特色、背景故事、反映生活哲學與象徵意義，以及角色文化應用在電影、動畫、卡通、漫畫、扭蛋、公仔、商品等項目的例子。

2. 故宮「Old is New」之相關發展，瞭解利用創意，為古代文物創造新價值的意義和方法。

### (二) 創作活動

#### 1. 「中山小舖·角色商品」

學生依據個人生活經驗及學校文化為發想基礎，設計兼具角色個性與商品實用性的各類商品（圖5-40～5-46）。

 <p>▲圖5-40 以學生運動姿態為主題設計的筷子架</p>	 <p>▲圖5-41 以學生運動姿態為主題設計的筆桿</p>	 <p>▲圖5-42 以學生書包為主題設計的便利貼</p>
 <p>▲圖5-43 以學生書包為主題設計的萬年曆</p>	 <p>▲圖5-44 以學校傳統色彩為主題設計的鏡子</p>	
 <p>▲圖5-45 以考試為主題設計的牙籤架</p>	 <p>▲圖5-46 以學生造型為主題設計的鏡子</p>	

## 肆、參考資料

- 康增怡（2005）。由研習課程之設計論國小教師文化資產知能之提升。中原大學文化資產研究所碩士論文。未出版。中壢。
- 陳佳佳（2007）。金門文化資產行銷策略之研究。中國技術學院建築研究所碩士論文。未出版。臺北。
- 林義青（2007）。文化資產行銷識別系統之研究—以金門古蹟、歷史建築為例。中國科技大學建築研究所碩士論文。未出版。臺北。
- 喻蘋蘋（1997）。與歷史共舞—文化資產保存的困境與生機。國立臺灣大學新聞研究所碩士論文。未出版。臺北。
- 賴淑真（2006）。茶業遺產保存方式研究—以魚池鄉茶業改良場魚池分場為例。朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文。未出版。臺中。
- 林容婉（2006）。文化創意產業行銷策略與經營策略發展指標之研究。立德管理學院國際企業管理研究所碩士論文。未出版。臺南。
- 國立臺灣師範大學文化創藝產學中心（2009）。*苗繪美栗願景專案企劃書*。臺北：國立臺灣師範大學文化創藝產學中心。
- 大溪老街風華展<http://www.chinatimes.org.tw/features/community/com-3-1.htm>
- 行政院文化建設委員會（1996）。*閒置空間=新造化*。臺北：文建會。
- 文建會文化創意產業發展計畫網站 <http://web.cca.gov.tw/creative/>
- 臺中二十號倉庫 <http://www.stock20.com.tw>
- 高雄駁二藝術特區 <http://sub.khcc.gov.tw/pier-2/index2.aspx>
- 臺北市信義區公所信義公民會館（四四南村）  
[http://www.syda.taipei.gov.tw/cgi-bin/SM\\_theme?page=48d351a0](http://www.syda.taipei.gov.tw/cgi-bin/SM_theme?page=48d351a0)
- 臺北市明湖國中四四南村專題研究計畫網站  
<http://librarywork.taiwanschoolnet.org/gsh2006/gsh4294/index.htm>
- 文化創意產業發展計畫網站  
[http://web.cca.gov.tw/creative/page/main\\_12.htm](http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_12.htm)
- [http://cci.cca.gov.tw/page/p\\_03\\_5.php](http://cci.cca.gov.tw/page/p_03_5.php)
- 北京奧運官方網站 <http://www.beijing2008.cn/>
- 故宮網站  
[http://www.npm.gov.tw/zh-tw/administration/services/news\\_02.htm?docno=178](http://www.npm.gov.tw/zh-tw/administration/services/news_02.htm?docno=178)
- 法蘭磁網站 <http://www.franzcollection.com.tw/>  
<http://www.franzandfriends.com.tw/home.htm>
- 頑石網站 [www.brightideas.com.tw](http://www.brightideas.com.tw)