

# 工藝動起來

## 工藝中心近年活動觀察

Craft in Movement: Examples from National Taiwan Craft Research and Development Institute

文／蔡體智 Tsai Ti-chih (國立臺灣工藝研究發展中心副研究員) · 照片提供／國立臺灣工藝研究發展中心

本文作者以身為國立臺灣工藝研究發展中心成員的身分，舉出工藝中心近年來所推行的數件手作推廣活動、節慶工藝活動和美感體驗活動，說明工藝中心在文創產業的概念下，為使「工藝動起來」，深入日常生活與文創美學範疇而進行的規劃，及其對工藝文創產業的積極影響。

As one of the researchers of the National Taiwan Craft Research and Development Institute, the author of this essay cites several examples of the activities in promotion of craft art, and aesthetic experiences it organized in recent years to demonstrate how the institute has been endeavoring to 'put craft into movement,' to introduce craft into everyday life and the category of cultural creative industry, and to illustrate the positive influences of the activities on craft as an cultural creative industry.

### 前言

位於草屯小鎮的工藝中心，身為國內工藝領航者，在此地將近六十年的發展歲月中，一路走來雖然歷經組織更迭、任務方向轉變，但一直與臺灣的經濟文化發展有著不可磨滅的關係。近年推動文化創意產業政策，本中心正處於關鍵的轉型階段，隨著文創產業發展，在2006年成立「臺灣工藝文化園區」正式對外營運，伴隨著園區開放各種活動密集的在這個基地推出，不論是節慶活動、推廣、體驗活動，均可視為在工藝園區所發生的「事件」(event)，就行銷的觀點而言，五年來這些事件的推動已經塑造了工藝園區的品牌知名度，也累積了一批忠誠的客群，尤其可貴的是這些事件的策劃及執行大部分均由本中心

的同仁用心投入全程參與，雖然身處於公部門但有機會從中學習及成長，這是很難得的經驗。謹舉出一些比較具代表性的項目，為這幾年近身觀察這些事件從醞釀到發生的一些點滴進行回顧，並與學理的相互印證。

### 學習・原創・美化：手作推廣活動

#### ■兒童工藝夏令營

- 1 2010年兒童工藝夏令營開訓
- 2 象徵孩童在成長中學習逆流而上勇敢接受挑戰及祈福平安的大型櫻花鉤吻鮀魚旗
- 3 夏令營孩童製作藍染背袋
- 4 工藝園區120米的馬賽克工藝牆





2



3

在資訊科技發達尤其網路遊戲的吸引力無遠弗屆的時代，現代的青少年及兒童多少人沉迷其中。曾來臺灣指導社區營造推動的日本千葉大學宮崎清教授曾說：「不會削鉛筆的小孩將來也不會削蘋果」，這句話具有很深的意涵。現代孩童接觸資訊科技的玩具機會太多，動手創造的工藝教育已大不如從前，雖然現代社會機器代替手工，不須再凡事靠手去完成，但也讓孩子們逐漸喪失身為人的基本手工技能。為了培育並推廣孩童的工藝創造力，進而激發孩子的創意與美感，引領孩童走入繽紛多元的工藝世界，工藝園區從2008年起每年暑假

辦理三梯次兒童工藝夏令營，規劃體驗學習結合娛樂與等多元機能，讓孩童體驗手腦並用的暑假生活，這是園區最受歡迎的活動，每次開放報名後短短二天時間就立刻額滿。當象徵孩童在成長中學習逆流而上勇敢接受挑戰及祈福平安的大型櫻花鉤吻鮀魚旗在園區升起，就是園區夏令營序幕的開始，開訓典禮在小號手吹奏的樂聲中，迎風飄揚的隊旗冉冉上升，營隊學員個個精神抖擻，在生活工藝館藝師的指導下，自己動手透過各項工藝技巧，逐一挑戰完成創作出獨特又環保的生活器物，如文具組合（琉璃筆架、竹尺、漆藝鉛筆盒、陶瓷削

鉛筆器、竹編筆筒、藍染背袋），並學習手工抄紙技術，在園區夜間教育時間用羽毛沾水筆寫一封家書寄回家中報平安，也搭配野外活動認識魔法種子、果實種子玩創作、夜探園區昆蟲神祕世界等，以及透過了解科學原理製作竹材飛機、水火箭PK大賽，透過手的勞動學習各種工藝技能。當四天三夜的訓練課程結訓時，孩童們看到親手完成的成果呈現在眼前及拿到絹印的手工抄紙結業證書，總是充滿著無比的成就感，驚訝自己的創造能力，我相信經過夏令營的歷練，園區又多培育出一批工藝的種子，未來將會繼續成長茁壯。



4

### ■小紅豆創意市集

曾幾何時，臺灣社會興起一股舉辦創意市集的風潮，許多創意人在這個平台展示他們創作出來的商品，這是一個充滿新鮮感的場域，創意市集的核心理念應為「個人創作者」、「原創」、「實驗性」，是文化創意商品愛好者的聚落，在假日裡可以閒逛，購買生活小物及放輕鬆的空間。客製化、個性化產品時代來臨，手感的東西有其獨特的魅力，能感動顧客的心。目前創意市集散落各地，公部門、民間團體均有，園區的小紅豆創意市集是國內少數由公部門主辦並每週六、日及國定假日常態性運作的創意平台，市集中以手工藝創作商品為主，還有音樂街頭藝人表演及藝術家專業素描，搭配飄盪在空氣中的咖啡香，充滿濃厚藝術氛圍。從園區開園五年來市集不曾間斷定時定點營運，這在臺灣創意市集發展過程中是很少見的，因此也累積了很多市集的粉絲常來此地逛逛尋寶。創意市集是工藝創作微型產業秀出自己品牌形象的初階平台，也是一個孵育的基地，政府機關有責任投入必要的輔導。在園區創意市集中五年來也培養了一些獨立創作者朝品牌之路發展，更有在此地表演的



5



街頭藝人晉升為出片樂人，這也是讓人覺得欣慰之處。

### ■馬賽克鑲嵌工藝牆實戰營

隨著國道六號的通車，臺十四線中潭公路沿途鄉鎮各界擔心遊客將大量減少，對當地產業帶來衝擊。尤其對首當其衝的草屯鎮將產生重大的影響，南投縣政府於是規劃中潭公路成為臺灣藝術大道，藉以吸引遊客參訪，帶動沿線產業的發展。工藝園區正位於藝術大道的起點位置，為共同營造中潭公路，在入園大門旁近120公尺外牆以「工藝生活之美」為主題創作馬賽克工藝，這是曾經由工藝先驅顏水龍老師提倡推廣的公共藝術，顏水龍老師一生創作多幅馬賽克壁畫作品，他利用磁磚碎片拼貼，設置很多馬賽克壁畫，在公園、體育場、戲院、醫院等公共場所美化環境供大眾欣賞推廣生活美學。此次活動更運用新材料、新技法配合施作，別具傳承與創新的時代意義，啟動當

日由文建會主委親自將大型馬賽克鑲嵌工藝牆，分別授予本所聘請畢業於義大利威尼斯景觀鑲嵌畫專門學校的簡源忠老師領軍的馬賽克鑲嵌工藝營製作團隊、周邊社區、學校代表，賦予挑戰全臺最長馬賽克牆重責大任。經過一年多的培訓及製作，順利完成這道馬賽克工藝牆，可說是一項不容易的工程。未來整條藝術大道完成，也將成為相當具有特色的文化藝術景觀。

### 傳承 · 文化 · 產業：節慶工藝活動

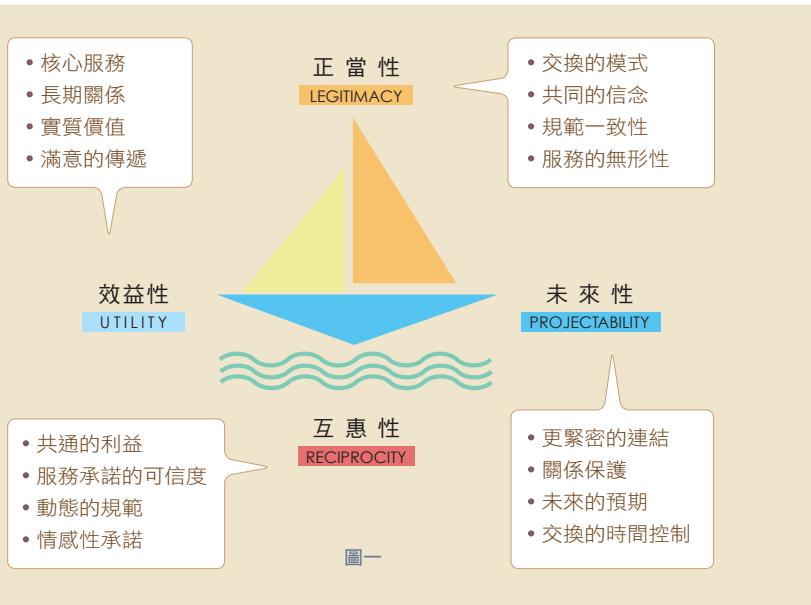
政府機關對節慶活動一向甚為重視，尤其隨著社會型態改變，傳統節慶文化越來越式微或者失去原有節慶本質精神的趨勢下，公部門負有延續節慶應有之文化質感責任。節慶活動也是現代人內在精神的重要休閒，可滿足對文化的喜愛及審美的體驗。工藝園區每年辦理的節慶活動約十場，雖然這也是行銷的內容之一，但行銷只是手段，最終



還是要回到創意與品質。文化消費時代來臨，節慶內涵也要跟著調整與改良，賦予其意義。它可以同時具民俗傳承、文化學習、休閒娛樂、產品銷售等多重功能，如以「關係行銷模型」<sup>5</sup>探討節慶活動，可將各個構面分析如圖一。很多節慶由來，均來自於古老的神話故事，在遙遠的年代以此建立內心的安全感，連結互惠並寄託於未來。節慶文化具有相當高的社會意義，茲將園區比較具有代表性的聖誕節、春節、情人節三大節慶活動內容擇要略加敘述。

### ■ 聖誕節

聖誕節是國際性的大節日，而且已經有越來越盛大的趨勢，其所形塑的愛與祥和的氛圍，帶來社會和平及感恩分享理念，深深觸動人心。每年冬季，聖誕節即將到來之前，大型工藝聖誕樹悄悄在美麗的草坡上豎立起來，強調以環保綠工藝蒐集竹、漂流木、回收舊木窗等材料設計的聖誕樹總是讓人驚豔，同仁開始準備各種聖誕佈置，園區裡充滿濃濃的聖誕氣氛。這幾年，與草屯基督教長老教會合作辦理的聖誕節系列活動，辦得越來越有聲有色。有聖誕音樂會、「愛的發光樹」點燈祈福、聖誕報佳音等，除了帶來溫暖、幸福感覺的音樂饗宴之外，還有以綠工藝為內涵的各項活動，用漂流木製作的可愛聖誕小木偶駕著麋鹿車，以及來自中部九所院校設計科系學生精心設計以太陽能板及環保回收材料組合的小型聖誕樹裝置展示及手抄紙聖誕卡烙印，其中最受親子歡迎的是以打包帶編成的大型雪球在草坡上的推球競賽，更增添聖誕氣氛，可說是一年之中最有質感及教育意義的活動項目。





8



9

### ■ 春節

園區春節活動是每年最盛大的節慶項目，今年適逢中華民國建國100年，新春特別活動主題延續去年麗綺虎的基調訂為「路力兔的精彩年」，「路力」的名字採英文LOVELY的諧音，有著美好動人、可愛的意思，期望大家可以藉由工藝獲得心靈的滿足，讓新的一年充滿能量心想事成。暖身活動是請100組創意團隊共同參與「兔兔一窩親創意造形燈競賽」，在春節前夕熱鬧開賽，創意團隊絞盡腦汁，藉由環保工藝素材與獨創巧思，製作出各式各樣的「路力兔造形燈」，利用竹編、玻璃、手工紙等，創作令人讚賞的作品；晚上則搖身一變，成了「路力光廊」五彩繽紛的美麗燈飾，吸引許多民眾提前來此賞燈。民國100年為「辛卯」年，在民間習俗上辛卯年為金木年，同仁特別設計利用回收杉木塊以及不繡鋼片製作「百兔」，並結合漢字「百」與數字100，造形簡潔討喜。從大年初二起，整個春節活動熱鬧滾滾展開，裝扮的路力兔大跳

「保庇」舞，生活工藝館及地方工藝館每位駐園工藝家輪番上場，表演各種私藏工藝技巧，推出與兔子相關的有趣DIY。還有熱鬧的傀儡戲、歌仔戲、布農八部合音歌舞等表演藝術，園區也不忘參與公益照顧弱勢，協助創世基金會結合「幸福標記——印兔趣DIY」勸募發票照顧植物人。協助路力兔組回破碎的陶瓷花瓶拼圖是最受大、小朋友歡迎的闖關活動，活動期間每日均吸引上萬人次的遊客來此行春。

### ■ 情人節

成排詩情畫意的紅豆樹，風一吹起，成熟的豆莢隨風飄落，代表相思的紅豆俯拾皆是。工藝園區的景色，綠得另人心曠神怡，紅得令人留連陶醉，一座座名家的石雕散落各個幽靜的角落，令人忘記塵俗悠閒自在其中，這是工藝園區特有的風情。在這優美的環境中，每逢七夕園區舉辦情人節系列活動時特別有一份浪漫的情懷，去年的活動主題「工藝的愛情靈藥」，結合陶藝、竹編工藝元素舉辦「OH~MY LOVE情侶雙人拉胚大賽」，再現電影《第六感生死戀》中的場景，讓情人共同製作陶藝手拉坯創造出屬於兩人的「泥濃、我儂」作品，場面溫馨、甜蜜。創意市集的骨雕藝師還特別推出刻骨銘心項鍊，讓情人帶著永遠難忘的回憶，對於單身者當天來到園區也有工藝情人陪伴，可以自己體驗編製一個以往農業社會沒有冷氣設備時代，供人抱著就寢涼爽一夏的竹夫人及竹先生創意器物抱回陪伴，讓普天下有情人度過一個另類的情人節。

## 生活 · 五感 · 美學：美感體驗活動

### ■ 生活工藝體驗

現代社會快速的生活型態，講求便利速成經常讓人重複購買一些不耐久用的物品，養成用後即丟的使用器物觀念，不但造成一堆垃圾影響環保，愛物惜物的情懷也日漸淡薄。其衍生社會越來越功利的負面效應。有鑑於此，工藝中心以工藝生活化為目標，設立生活工藝館為

「生活革命基地」，在這個場域共有竹編、竹雕、漆藝、植物染、金工、琉璃、陶藝七大工坊的藝師進駐。在體驗工坊中可看見藝師現場創作並同時指導遊客親自動手體驗製作生活中使用的器物，將工藝精神帶入每一個家庭中，來這裡體驗的遊客深入其境發現工藝世界的美妙，同時也是在教育消費者瞭解一件工藝品的製作歷程，透過親自體驗增進顧客工藝素養。園區工藝體驗已成為具有高附加價值且獨特的美學經濟產品，除了直接訴諸消費者的感官享受之外，更是通過營造一種感性氣氛和想像空間得到心靈上的滿足。

#### ■ 工藝五感體驗

生活工藝館辦理的「工藝五感」互動展區是從工藝的本質、美感、材質、實用性等層面切入，讓民眾透過人體聽覺、視覺、嗅覺、觸覺、味覺五感的角度來體驗工藝，回到感官最初的原點，深度接觸來自於大自然的恩賜與存在於生活周邊的各種天然材料製成的工藝品，讓民眾在互動中深入了解每一項工藝品背後的意涵。



10

在「聽覺區」展示原住民樂器，取材自大自然的竹、木而製成的杵音、口簧琴、木鼓、木琴，除了音樂的演奏外，有時也用來傳達戰鬥狩獵、思念親友，或是表達愛意等訊息，甚富教育意義。「視覺區」探討紙工藝的多元可能性，以燈光襯托出紙質的穿透性與細緻的紋理變化，也展示了漆器工藝各種技法的瑰麗之美與藍染工藝的靜謐之美。「嗅覺區」中充滿各種工藝材料特殊的氣味，一進展場就可聞到草鞋墩剛從田中收割的稻草香氣感受來自草屯土地的芬芳。「觸覺區」可親自觸摸及試坐由陶器、漂流木、瓦楞紙、積層竹四種相異材質製成的工藝座椅及感受不同材質工藝器物的溫度及質感。「味覺區」有各種飲食文化器具的情境呈現與比較，也安排與工藝素材相關的賞味體驗。以工藝食材天然染料製作酸、甜、苦、辣、涼五色五感巧克力，刺激民眾的味蕾，還有早期傳統製餅粿印木刻模、陶瓷擂鉢製作的麻糬可品嘗，讓民眾全方位感受工藝之美。

哈佛大學商學院出版《體驗經濟》（*The Experience Economy*）一書中，兩位企管學作者派恩（Joseph Pine II）與吉摩爾（James Gilmore），開啟以「體驗」為主要訴求的行銷策略，分為娛樂

體驗、教育體驗、跳脫現實體驗及美學體驗等四種不同構面。體驗經濟販賣的就是「難忘」（memorable），讓顧客動員五種感官刺激（視覺、聽覺、嗅覺、味覺、觸覺）創造「難忘的經驗」，來到園區經過工藝五感的體驗感受，對這裡將留下深深的烙印。

#### 結語

日本民藝館館長柳宗悅認為要讓社會普遍達到美的境界，與人們日常接觸的工藝扮演著很重要的角色，因為工藝器物深入民間日常生活，有非常鮮明的草根特質，參與工藝活動不但具有傳承過去文化的功能，也能提高生活品質。本中心負有服務社會的使命，各項活動最終也要回歸對社會文化的關懷。工藝園區五年來持續不斷的推出各類活動，已經吸引了每年約六十萬國內外遊客參觀人潮，在沒有大力的廣告行銷之下，大部分是經由口碑傳播而來到園區造訪。大眾對從事深度化的休閒，消費去享受一段值得回憶的活動已日益普遍，而工藝中心兼具知性與感性的特質，更能呼喚現代人心靈的回歸及對生活的觀照，讓大眾重新認識每天與我們相處生活的器物、土地、自然，進而淨化心靈、豐富人生，讓生命更加溫潤，生活更為美化。¶

#### 註釋

- 關係行銷模型（又稱帆船理論，Chien 2005）具有兩大基本構面——心理時間（psychology time）及心理空間（psychology space）的演變與內部的特徵，可用來探討節慶活動各個面向發展及演譯的可能性。X軸（時間連續帶的兩端）兩端分別為企業概念化到現在所認知到的效用利益（Utility）還有對外來期許所形成的展望（Projectability）；Y軸（契約規範的連續帶）的兩端分別對概念化為受內部以及外部交易時所影響的互惠信心（Reciprocity）與正當形象（Legitimacy），也就是外在口碑形象以及內心的安全感。