



文化中山、創意台灣

-----中山文化創意主題課程設計

課程設計：
中山女高美術科
傅斌暉 老師、黎曉鵬 老師
呂潔雯 老師、李官恩 老師

文化中山、創意台灣

----中山文化創意主題課程設計

摘要

本課程根據文化創意的精神與概念，透過課堂教學和創作活動，讓學生學習文化創意的概念，了解文化創意的實例，並實際體驗文化創意的構思和創造。課程方向希望達到鑑賞與創作，以及傳統和現代的兼顧，並朝下列重點來進行構思：「以傳統藝術活化，以及生活創意設計兩方面切入課程主題」、「選擇具有代表性的文化創意實例，同時進行傳統藝術與文化創意的學習」、「配合文化創意主題，搭配相關的創作技法或觀念的學習」。課程內容根據上述重點，以生活的角度出發，分別從「飲食」、「建築」、「服飾」、「用品」等四個與生活相關的文化面向，設計了「小吃·曉吃—創意企劃與平面廣告設計」、「流轉的台灣·無限的空間—都市設計新概念」、「從傳統到時尚—文化創意服飾設計」、「角色文化·創意商品—中山小鋪商品設計」等四個學期主題式的教學活動。本課程以視覺藝術為核心主軸，共統整了藝術人文、社會、以及綜合領域等不同科目，力行課程統整的實踐。教學方式力求活潑生動與有效學習。教學評量則秉持藝術能力評量應多元彈性的原則，分別應用了各種多元評量方式如口頭評量、文字評量、創作評量.....等等。教學成果則統整了四個單元的學習成效，完整呈現文化創意的洗禮和表現。

關鍵詞：文化創意、傳統藝術、平面設計、建築設計、服飾設計、商品設計

目次

摘要	1
目次	2
壹、課程設計理念	3
一、設計源起	3
二、發展過程	3
(一) 主題的發展	3
(二) 面臨的問題	3
(三) 方向的確立	4
貳、教學活動設計架構	4
一、以視覺藝術為核心的統整架構圖	4
二、單元主題活動架構圖	5
三、教學目標	5
四、教材	7
五、教學與評量	8
(一) 教學活動一	8
(二) 教學活動二	18
(三) 教學活動三	28
(四) 教學活動四	43
參、教學成果與檢討	54
(一) 教學活動一	54
(二) 教學活動二	56
(三) 教學活動三	59
(四) 教學活動四	62
肆、參考書目	64
伍、網路資源	65

壹、課程設計理念

一、設計源起

文化創意的觀念近年來備受重視，但大部份仍著重在政府與產業界的推動，教育界，尤其是基層教育中，文化創意仍然只是一個遙遠的名詞，學校裡的藝術課程仍然風平浪靜般地進行著傳統的藝術教學，無法與台灣文化創意的浪潮相互接軌，但藝術課程真能自身事外嗎？藝術課程是學校中，最有機會也最適合帶入文化創意教學的科目，創意與文化的觀念也應該及早深入莘莘學子的生活之中，才能期待未來的台灣能有更多文化創意的參與者與認同者。

若以學生發展階段來看，高中階段的學生，已具備基本的批判思考能力，又是對人生和社會最充滿期待與理想的年紀，文化的概念最應該於高中階段就讓學生有所體悟，藉此不但能作為其大學生涯選擇的參考，更能將文化的重要性植入心中，使其成為具有文化素養與創意思考能力的新國民。

本校美術科深感文化創意的意義和概念必須從高中階段開始培養，美術教師更不能自限於國家文化脈動之外，因此便決定以「文化創意」作為本學期的課程主題，由教師們個別發展相關活動，並相互整合教學成果，以期能為台灣培養更多創意人才，以教育工作者的角色，為文化的推展盡微薄之心力。

二、發展過程

（一）主題的發展

主題的選定是經過教師們集思廣益後的結果，教師們在討論中發現，過去的美術課程，常被人詬病過度偏重傳統精緻藝術，而新興的流行藝術又不免令人擔憂缺乏深度，傳統與時尚之間是否真的沒有銜接的橋樑？隨著文化創意觀念的興起，如何利用創新思考的方式，將傳統藝術重新活化，使其能夠進入現代生活甚至成為時尚的一部份，讓傳統與流行能夠成為藝術的一體兩面，進而為傳統藝術創造新的價值，已是藝術教育和台灣未來發展的重要課題。基於上述思考基礎，便選定以文化創意作為本學期課程主題，讓學生透過各種與文化創意有關的教學活動，實際體驗並嘗試文化創意的精髓，為學子們及早種下文化關懷與創意思考的種子。

（二）面臨的問題

主題發展過程中，主要面臨的問題有三。

1. 文化創意的概念和領域極為龐雜，教學時該如何取舍？

文化創意並不是一個單一的概念，教學時到底該引導學生了解哪一部份？文化本師已經是一個令人費解、不易定義的名詞，若再加上文化創意這樣一個但還不是相當成熟的全新概念，恐會導致內容分散、教學方向不明的弊病，且由於學生都是第一次接觸此概念，如何決定哪些文化創意的內容是重要的，也是學生容易理解並能產生興趣的概念？

2. 傳統藝術和流行文化該如何取舍？如何平衡？

誠如主題發展過程中所述，文化創意希望能運用創意來活化傳統藝術，但傳統藝術、精緻藝術、和流行藝術之間，其內容選擇和比重分配該如何進行？如何選擇才不致偏廢藝術基本常識的教學，卻又能同時兼顧文化創意的時勢潮流與脈動？

3. 藝術創作和藝術鑑賞的比重問題

傳統藝術教學的另一狀況就是過於偏重技法訓練，而荒廢鑑賞和思考的學習，但隨著新興教學議題如

視覺文化的發展，則又不免令人擔憂藝術創作會被過度排擠，學生反而無法學到實用的基本技巧與觀念。文化創意這樣的議題也有類似狀況，此主題並沒有明確的鑑賞範圍，更沒有清楚的技法媒材範疇，當進行教學時，該如何選擇鑑賞內容和技法練習？

（三） 方向的確立

根據上述問題，本課程計畫最後決定之方向有以下三點：

1.以傳統藝術活化，以及生活創意設計兩方面切入課程主題

由於學生都是第一次接觸文化創意概念，因此教師最後決定以最基本也最容易理解的部分著手，易即以傳統藝術的創意活化，以及生活創意設計兩大方向著手，除了學生容易理解外，該方向的内容也較為生動有趣，容易引起學生興趣並進而願意深入了解文襪創意的精髓。

2.選擇具有代表性的文化創意實例，同時進行傳統藝術與文化創意的學習

許多具有代表性的文化創意實例，本身已成功的融合了傳統藝術活化以及流行創意的精神，因此選擇優質又富有教育意義的文化創意實例，便是能否兼顧傳統藝術和流行文化教學的關鍵。

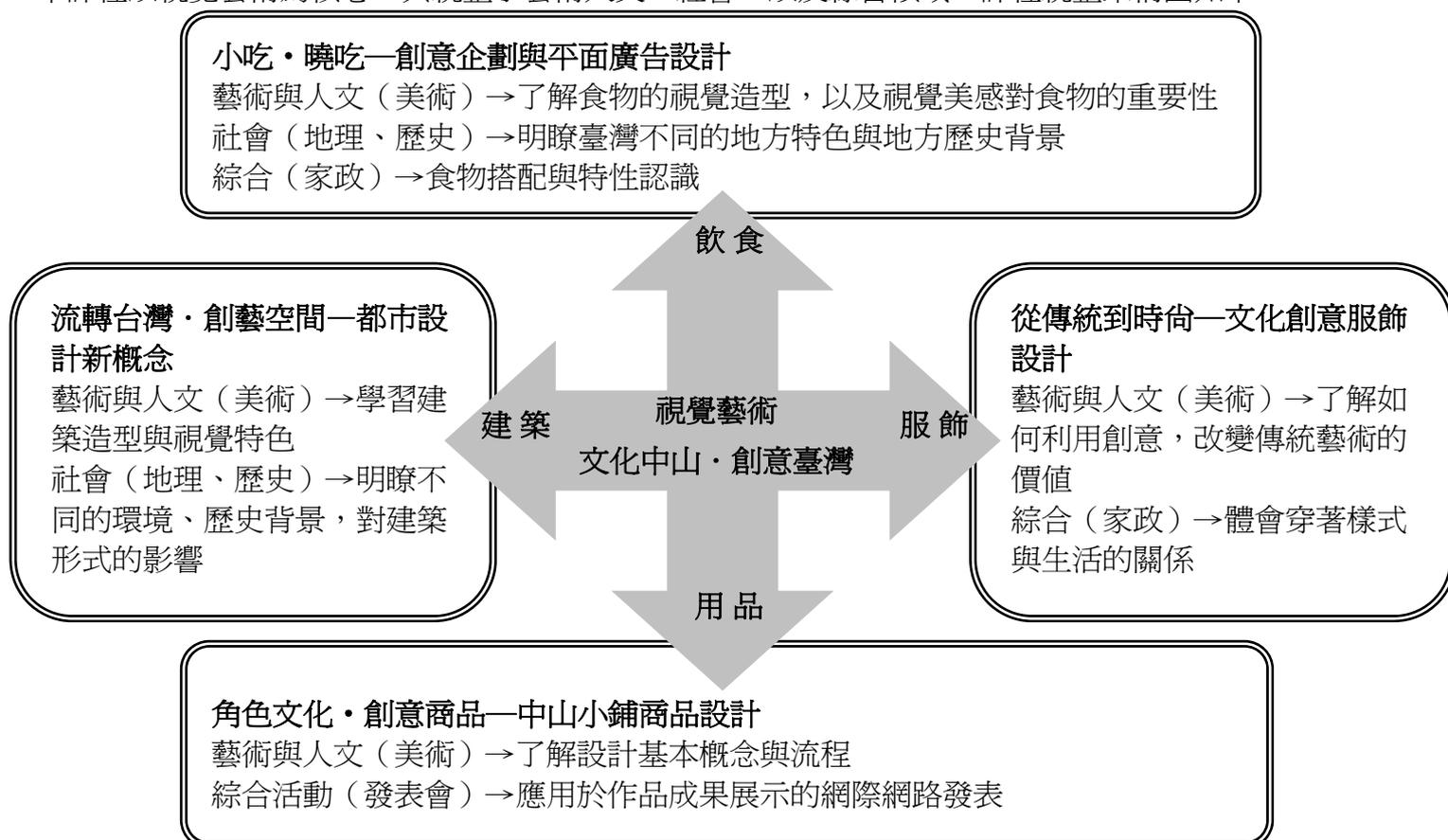
3.配合文化創意主題，搭配相關的創作技法或觀念的學習

爲了不致完全忽略創作，且創作仍有其重要的學習價值，因此課程最後決定根據每個選定的文化創意教學議題，都要搭配相關的技法練習，也就是說創作技法並不是單獨訓練，而是根據主題來進行設計，學生所學的技法與他們認識的文化創意主題相關，如此便能兼顧創作且不致偏離課程方向。

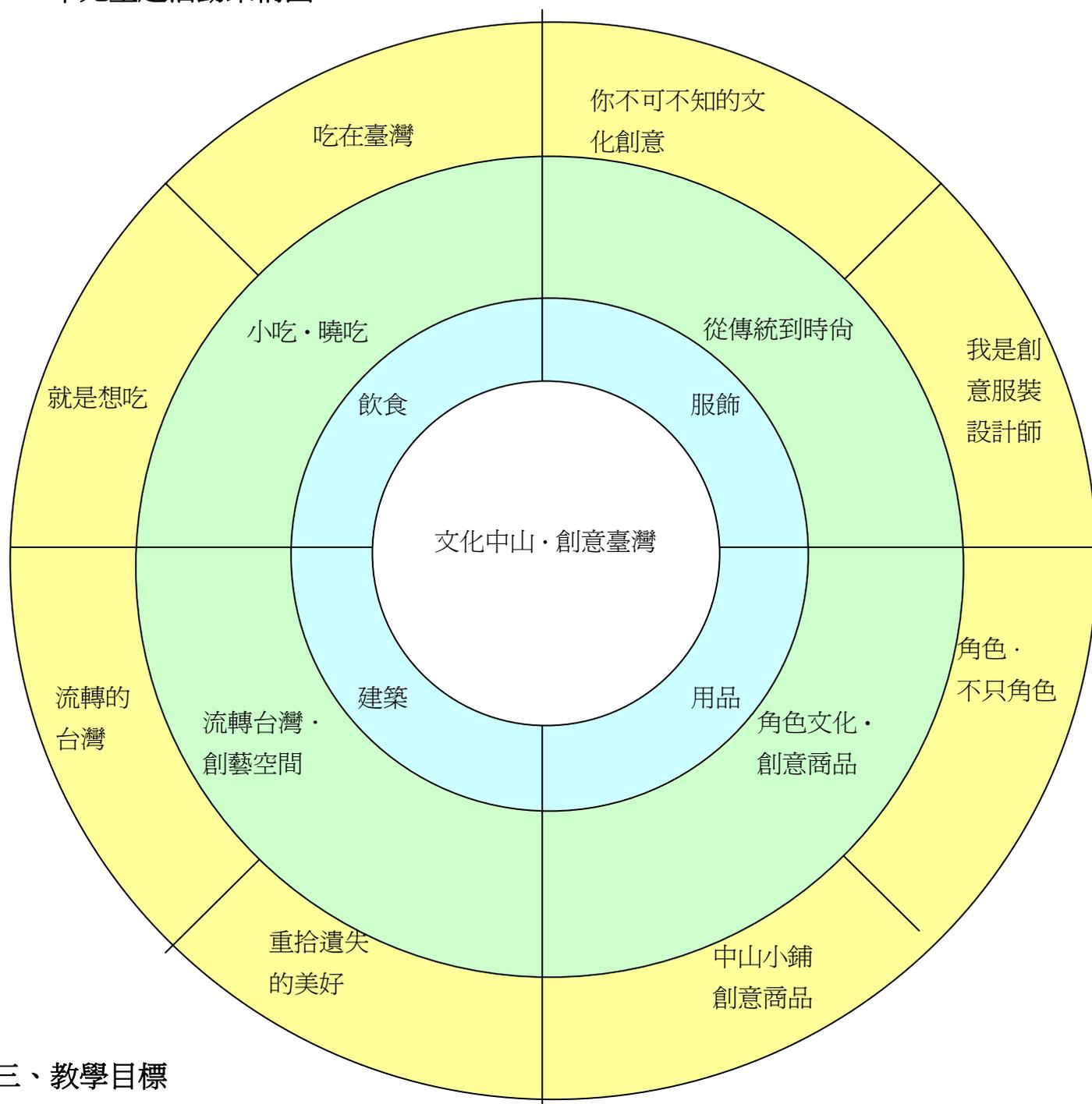
貳、教學活動設計架構

一、以視覺藝術爲核心的統整架構圖

本課程以視覺藝術爲核心，共統整了藝術人文、社會、以及綜合領域，課程統整架構圖如下。



二、單元主題活動架構圖



三、教學目標

探索與創作	使每位學生能自我探索，覺知生活、傳統文化與創意產業的關係，進而能運用媒材與形式，從事飲食企劃與平面廣告設計、校園建築改造、校園商品設計與服飾的應用創作。
審美與思辨	使每位學生能透過商品與建築欣賞的審美活動，體認前人作品中的美感與價值，並且辨明文化內涵與創意再造的特性與原則，提昇生活素養。
文化與理解	使每位學生能熱忱參與前人藝術的鑑賞，擴展其藝術視野，並增進同儕間的尊重與瞭解，培養健全人格。

（一）認知

1、能了解文化創意的概念

小吃・曉吃—

2、能瞭解臺灣小吃飲食文化的歷史沿革及特質，珍視此重要的文化資產。

3、認識形象包裝的重要性，並瞭解形象包裝與視覺消費的關聯性。

從傳統到時尚-文化創意服飾設計—

4、能藉由故宮文化創意實例，認識相關故宮藝術品的知識

5、能藉由 NOKIA 文化創意實例，認識幕夏新藝術風格

6、能透過當代美術館「時尚義大利」特展，瞭解藝術品在服飾設計中的應用方式

角色文化・創意商品—

7、認識角色的發展與特色，欣賞由角色衍生出的各類商品。

8、能體會校園中具有歷史傳統的文化元素。

流轉的台灣・無限的空間—

9、明瞭台灣建築的發展。

10、認識當今世界著名建築案例。

11、明白何謂「再生空間」。

（二）技能

小吃・曉吃—

1、能運用小吃藝術特色進行文化創意設計創作。

2、能與同學互相合作，完成企劃與平面廣告設計。

從傳統到時尚-文化創意服飾設計—

3、能以小組分工方式，搜尋藝術品，並利用藝術品的圖案來繪製服裝設計圖

角色文化・創意商品—

4、能以校園文化為基礎，發展角色特性。

5、能運用各種材料，進行創意商品的設計創作。

流轉的台灣・無限的空間—

6、了解台灣各時期建物之間的關係。

7、能組織整理簡單造型原理。

8、辨明「空間」在生活中的意義。

（三）情意

1、能在蒐集、分析、整理資料的過程中，培養主動研究的態度。

2、藉由平面廣告設計的練習、建築改造的發想、創意商品設計，以及服飾創作等，表達自己對自我文化的認知與情感。

3、關懷周遭生活，珍惜自我文化資產，提昇自我的價值。

4、透過小組合作的學習過程，培養與人溝通，尊重他人及團隊合作的精神。

四、教材

本課程教材皆由教師自編，詳細內容請參考附件教材光碟。



五、教學與評量

(一) 教學活動一

【小吃·曉吃】教學活動設計內容

學習領域	視覺藝術
教學對象	高中二年級
教學節數	八節課
設計理念	<p>本單元以「小吃·曉吃—創意企劃與平面廣告設計」為主題。藉由介紹臺灣傳統小吃的文化特質，使學生省思當今外國速食文化昌盛的現況，該如何就臺灣地方小吃的形象包裝上，透過企劃撰寫與平面廣告設計，思考各種創意形象包裝的可能性。</p> <p>臺灣本地的傳統小吃、美食佳肴不可勝數，從食材的運用到醬料的搭配，不斷的推陳出新，幻化出難以計數的奇珍異味；而飲食文化儼然形成一種次文化，透過菜式變化、材料運用，菜餚粗幼、飲宴場合和食客身分等，記載了國家興衰和當時的經濟情況，反映出當時的飲食趨勢。因此，小吃可謂具有飲食的實踐者、啓蒙者之先趨，若非小吃的實踐與啓蒙，便不可能形成今日大中華飲食文化圈獨樹一幟、世人矚目的格局。</p> <p>本單元使學生明瞭小吃文化的歷史沿革及特質，深入瞭解小吃非「小」，其容乃大的重要性，並透過企劃的編寫與平面廣告設計的製作，學習推廣與發展臺灣小吃，藉此珍重這項特殊而寶貴的文化資產，同時明瞭飲食文化中形象包裝的迫切性，與視覺消費文化中的關連性。</p>
學生條件分析	<ol style="list-style-type: none">1. 在臺灣小吃中，品種繁多、風味獨特，藉由小組蒐集資料與深入分析，探討小吃的千姿百態及歷史沿革，瞭解各式小吃的特色以及生存發展空間。本單元對象以高二生為主，主要是學生已從高一家政課程中學習臺灣傳統小吃的製作方法，及對於飲食文化有更深的體驗，並且在小組討論與分析上，能提出深入的分析與省思，進而著手撰寫企劃文案。2. 高二學生已從高一美術課程中，瞭解色彩計劃及相關平面設計的基本認知，透過臺灣小吃的瞭解，進一步結合形象包裝的企劃撰寫及平面廣告設計的應用練習。
教學目標	<ol style="list-style-type: none">1. 瞭解臺灣小吃飲食文化的歷史沿革及特質，珍視此重要的文化資產。2. 認識形象包裝的重要性，並瞭解形象包裝與視覺消費的關聯性。3. 運用小吃藝術特色進行文化創意設計創作。4. 藉由平面廣告設計的練習，表達自己對臺灣小吃文化的認知與情感。
教學方法	<ol style="list-style-type: none">1. 培養自發性及主動參與：在企劃撰寫與討論的課程中，教師給予不同意見，並且不干涉內容，由學生主導與規劃，教師從旁協助，如此，學生的受益是真實且深刻的。同時學生經由構思、蒐集資訊與規劃組織的實踐過程，培養學生獨立思考與解決問題的基本能力。2. 體認自我與團體互動之關係：由於每位學生的家庭社會知識背景皆不盡相同，在觀點不同的情況下，其對食材的形象包裝上，必然具有它的特色，也需要有接納他人的風度。唯有發揮小組的團隊精神，學習的內容才會愈豐富。此外，學生藉由學習活動中的小組合作、討論分享等，學習表現自動、合作、尊重、秩序、溝通、協調的團隊精神與態度。3. 激發學生創造力與想像力：從各式創意廣告的聯想與啓發，到自行設計小吃食材的形象包裝課程中，激發學生無限創意。改變僵固的思考模式，有別於傳統教學中，重視技法的訓練，鼓勵學生創意的產出，開啓學生多元的學習。4. 培養學生運用科技與資訊能力：教學過程中透過網路資源完成臺灣小吃文獻資料蒐集與企劃文案的撰寫，養成學生運用科技媒體搜尋資料情報的習慣，並學習如何在密集而繁雜的資訊世界中獲取所需，進而過濾整理以為己用。5. 多元評量的實施：經由在教學過程中多方面的評量，才足以完整而全面的評估學生的學習表現與成效。包括：資料蒐集、創意表現、完整程度、團體合作精神、課堂參與程度及學習單的填寫狀況。
教具教材	圖卡、平面廣告、PPT、電腦、投影機、訪問稿與圖片

活動一：吃在臺灣—認識臺灣飲食文化產業

一、準備活動

- (一) 教師：蒐集飲食文化及台灣傳統小吃的資料與教材，準備並製作所需教具，如電腦、單槍投影機、Powerpoint 投影片、影片，設計並印製學習單，訪問相關臺灣傳統小吃店家與記錄。
- (二) 學生：先行查詢喜愛的臺灣小吃資料。

二、發展活動

(一) 教師引導活動

教師將事先整理採訪的創意飲食形象店家與行銷手法的相關資料及圖片，運用簡報方式於課堂播放，以圖片搭配問題，詢問學生，請學生腦力激盪並發表個人意見。

● 引導問題(一)



問題(一)

1. 這是什麼食物？
2. 什麼時候會吃到？
3. 具有那些口味？

● 圖片說明：

在臺灣，紅龜糕是祭祀賣品，傳統口味中以豆沙為主；在新加坡，迷你的紅龜糕，卻是訂婚及彌月送禮的最佳伴手禮，也是茶樓裡不可或缺的點心。中年失業的陳國樑，藉由向新加坡表哥生產的迷你紅龜糕習藝，於 2005 年至板橋開店，名為《卓吉祥食品行》，打算一舉網羅菜市場歐巴桑，沒想到最捧場的竟是流行懷古風的上班族，讓小小紅龜糕，成功擠入下午茶的點心風潮中。(圖上方為傳統紅龜糕，圖下方為改良版紅龜糕。)

● 產品特色：

1. 香 Q 可口、甜度較低、不黏牙著名
2. 口味多樣化，消費者可依據各自喜愛加以選擇，現有的口味包括綠豆、花生、紅豆、玉米、椰子以及蘿蔔絲等六種
3. 不論是家人共享或是餽贈親友皆相當適合



改良版的紅龜糕

● 引導問題(二)



問題(二)

1. 這是什麼食物？屬於何種傳統文化美食？
2. 客家飲食包含那些？特質為何？
3. 客家文化與近年來的桐花祭具有什麼關連？為何使用「祭」字，而非「季」？

● 圖片說明：

客家文化的特色很多，例如：台灣客家人（尤其是北部客家人）特有的義民文化、山歌、客家美食（四盪四炒、醃製美食等）、藍衫、花布等，都可算是社會大眾一般對客家文化的印象。

桐花季的桐是指梧桐樹，苗栗山區有許多的梧桐樹，在大約五月左右，山區的吳桐東

開滿了白色的小指甲般大小的小花，風一吹像雪一般的飄下 覆蓋了大地，而那個時節所辦的活動就叫做桐花祭了！一開始的時候苗栗峨嵋鄉的文宣用的是桐花『季』這個字眼，後來才出現改用祭典的祭，但整體上是將近一整個月的活動。目前桐花祭是由行政院客家委員會主辦。至於油桐花，應為一種「被發明的客家文化」，過去客家人不見得認為油桐花是客家文化的象徵，油桐花大多生長在山中，而台灣客家人大多沿近山一帶而住（也有少數客家人居於濱海地區，如：桃園縣新屋鄉、觀音鄉客家人），約五月左右密密麻麻的白色油桐花，是客家人常見的景象。行政院客家委員會成立以後，便將油桐花推向文化創意產業的方向而行，據稱每年可帶來許多商機。

● 引導問題(三)



問題(三)

- 1.有沒有注意過這家店家的商標？
- 2.有沒有曾經去過？有去過者，與同學一同分享去過的經驗，包含店家的飲食環境與飲食特色。
- 3.對於這樣 Logo 的形象，提出個人的想法與批評。

● 圖片說明：

喫茶趣以傳統與創新的精神，在店內的裝潢採用「現代多元中國風」的風格，以年輕、休閒、生活化的「新茶文化」為概念，將現代簡潔明亮的設計與中國細緻優雅的質感融合，創造出喫茶趣多元的風貌。

在 2003 年經濟部曾評選出 28 家優良廠商，天仁「喫茶趣」是產業文化化的代表。另外，這 28 家廠商中，有很多都是從一、二級產業轉型而來，如休閒農場等，不僅提升消費者的生活品味，也解決在地產業的就業問題。

Logo 形象意義：

- 1.窗形代表意義：窗外表示休閒自在之感覺，窗內表示人之生活。
- 2.現代感中國茶壺代表意義：現代感的中國大茶壺，現在泡好一壺新鮮且散發無比香氣的好茶。
- 3.吉祥植物紋代表意義：吉祥之植物紋代表『現代、多元、中國風』。
- 4.煙形代表意義：煙形及香氣散發出活力及動感，猶如 youth（年輕）第一個字母 y 之形狀。

(二) 理解文化創意產業：

1. 創意的重要性：在現代產業結構中的重要性，展望新世紀，全球經濟進入後工業時代，由貨品製造轉為知識經濟，生產過剩的問題使得產業結構發生變化。台灣面臨大陸和東南亞地區在成本優勢上的競爭，使得過去偏重在製造加工的產業，必須尋求其他的優勢，才能避免產業外移後所產生的結構性失業。「創意生活產業發展計畫」就是在這個情勢下所發展出的思考方向。
2. 創意科技新貴最 HOT 一新興熱門行業：以往，父母總會告誡小孩要向「錢」看，念美術、讀設計的沒前途，早晚會淪落到街頭幫人畫畫像為生，這樣的觀念在近三年逐步遭到推翻，因為各大企業四處尋找具創意、具技術的設計人才，設計已成為職場上的熱門行業。舉凡從事產品設計、研發、視覺設計、室內與環境設計、包裝機構、多媒體與平面設計等前景皆看好。
3. 讓台灣躍上國際：拿著皮草包覆的華碩筆記型電腦 S6，儲昭明驕傲地說：「S6 的推出讓歐美設計師都露出讚嘆的眼神，誰都不敢相信，將極具奢華代表的皮革應用到科技產品上的，竟是出自台灣設計師之手，而不是義大利設計師。」
4. 文化創意產業的定義：「源自創意或文化積累，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」。其產業範疇包括：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、數位休閒娛樂產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業等共十三項產業。

5. 文化創意產業與設計業之間的關聯：「設計」在許多人的印象中，可能是一種高技術性、高複雜性，而又不易接觸的事務。然而在知識經濟與全球化的時代中，設計一方面具有多面向的特性，一方面又具有價值加乘的效益。因此我們可以說，當前所謂的設計是以科技、創新、人文為主要成分的整合性活動，也是促成文化與經濟互動的關鍵因素；此一關鍵，也正是促進台灣產業升級與提升產品價值的核​​心。是以，台灣整體設計能量的提升，有賴於發展策略受到重視與妥善的設計。

6. 創意的要件：

(1) 創意者：即是創意人自己本身。

(2) 創意歷程：是你最初思考一件事到你完成那件事的過程。

(3) 創意環境：有關你身邊周圍的人、事、物。

(4) 創意品：完成的實體。

(5) 創意的來源：知識、靈感、經驗、意外…等。但最重要的是日常生活的細心觀察那才是最容易發現創意的地方。

7. 飲食文化創意產業的革新觀點：所謂「飲食文化」指與人類飲食有關的一切文化現象，即人們在飲食活動中所創造的各種物質與精神的總和。

(1) 產品或藝術品：飲食銷售成「作品」，而非只是純粹的「商品」。

(2) 全球化市場操作：全球市場很大，小國賣體力、勞動，大國賣智慧、權利，例如肯德基、星巴克、亞曼尼或蘇富比之類的輕工商服務業。

(3) 行銷：在影像、風格、奇觀、憧憬……的感官消化中刺激消費。

(三) 認識小吃文化的特質：

1. 小吃的界定：

(1) 點心、雜食、小食、零嘴而非正餐。

(2) 多為米麥所製之物。

(3) 價格低廉。

(4) 經營者多為商販、或擺攤，或肩挑手提，於市集、廟會、街頭巷尾叫賣出售。

2. 「小吃」的歷史沿革

(1) 漢代：小吃已是主副雜陳，熟食遍列、品種很多，例：煎魚切肝、馬奶子酒、爛煮羔羊、甜味豆漿、燒雁羹、甜瓠子等。

(2) 唐宋：生產發達，經濟繁榮，社會有過一段相當長的穩定時期，飲食業便有了長足的發展，此時，小吃琳琅滿目，美不勝收。《夢溪筆談》中便有每日四更賣早市點心的店鋪聞鐘聲而起，供應煎白腸、羊物件、糕、粥、血臟羹、羊血粉羹之類及燒餅、糍糕、雪糕等點心，猶如《清明上河圖》中描繪宋都開封小吃城市的盛況。

(3) 元明：進一步與應時應典與習俗有了更為緊密的結合。明萬曆年間內監劉若愚所撰《明宮史·飲食好尚》和《釀中志》便記載了明人正月吃年糕、元宵、羊雙腸、棗泥卷；二月吃黍麵、棗糕、煎餅；三月吃江(糯)米麵、涼餅；五月吃粽子；十月吃奶皮、酥糕；十一月吃羊肉包、扁食、餛飩；臘月吃灌腸、油渣的應時小吃食譜。

(4) 清：小吃豐富多彩，尤以北京為最，集天下各地各族的小吃之大成。清人袁枚在其撰的《隨園食單》記述山東孔藩台家所製的薄餅。

3. 小吃的特質：

(1) 原料就地取材→因此經營成本較低，價格較便宜。

(2) 製作工藝比較簡易→依據當地民眾口味而塑形調味，不僅風行當地，又顯地方特色。

(3) 味美又價廉的特質→尤受中低收入者的喜愛，從而形成一個龐大的消費群體。

4. 小吃一「名」驚人：

若僅以最普通且最常見的麵食小吃為例—餛飩、包子及麵食。由於受到地域的不同，餛飩是普通的叫法，在廣東則稱為雲吞，四川稱抄手，在福建稱扁肉；而福建的形似長春花或燕尾，故亦稱為小長春或扁肉燕。故食物的名稱可謂驚人之多，反觀臺灣小吃文化中亦有不少驚人的名稱。

(1) 火燒麵

位於彰化縣二水鄉的「大明火燒麵」在當地已經經營三十多年，此名稱的由來，老闆王添明表示，以前如果要看到炒菜時鍋子裡起火的花招，只有在大飯店才能夠看到。而他就想試試在小吃中也加入這個起火的過程，讓大家不必到飯店也能看到這項廚師絕活。



(2) 黑肉麵

彰化市也有間小有名氣的「黑肉麵」。不同於小店面的火燒麵，黑肉麵由胡明、胡祥兩兄弟合作開設，店面將近有五十坪大。而黑肉這個名稱來自於胡氏兩兄弟父親的外號—「黑肉」。事實上黑肉麵中上並沒有一大塊肉，而是加了雞捲、蝦丸等配料，加上以大骨、雞、鴨及蛤蜊特殊熬製的湯頭。



由胡氏家族共同經營的黑肉麵，至今已有六十幾年歷史，深受當地顧客歡迎。最近全家便利商店還以此店為名，推出超商料理。享用過黑肉麵的顧客李玉芳表示，自己從小就常吃黑肉麵，因為它的湯頭包含很多不同的味道，喝起來相當爽口且特別。

(3) 貓鼠麵

彰化名點，為歷經三代八十多年的老店。是一種湯麵，既無貓肉也無鼠肉，源於創立者做事靈敏，動作俐落，顧客暱稱「老鼠」仔，因閩南語「老鼠」與「貓鼠」音同，故「貓鼠麵」一直延用至今，僅此一家，別無分店。「貓鼠麵」以高湯獨具特色，是以豬肉剁成小方塊油炸後，配以佐料精心調製，熬上兩個鐘頭，再加上蛤湯、蔥、蒜清燉而成，獨特的滋味往往讓顧客回味無窮，第三代傳人陳汝權遵循古法，堅持口味，用心開發並多元化經營，肉燥飯、豬腳以及手工自製的雞捲、蝦丸、香菇丸三寶，並且推出「貓鼠三寶麵」以滿足老饕的口腹之慾。



(4) 淡水阿給

阿給是日文「油豆腐」(油揚げ、abura-age)發音的直接音譯，是臺灣臺北淡水鎮有名的小吃之一。阿給的做法是將油豆腐的中間挖空，然後填充浸泡過滷汁、或肉燥粉絲，以魚漿封口，加以蒸熟，食用前淋上甜辣醬或其他特殊醬汁。阿給的由來，是源自1965年(民國54年)楊鄭錦文女士所發明，起初是為不想浪費賣剩的食材，而想出的特殊料理方式，創始店位於淡水鎮真理街上。



(5) 台南棺材板

赤崁棺材板創始人許六一先生，於民國三十年就在「沙卡里巴」(目前的康樂市場)賣鱈魚麵及八寶飯，當時因美軍進駐，在偶然機會發展出中西合併的口味的「雞肝板」，由於用四方形的吐司將中間挖空，填入特製的勾芡材料，放上用土司做的蓋子，形狀好像棺材型，許六一先生的朋友認為，這種點心的形狀很像棺材板，所以於民國四十八年，正式將這種點心取名為「棺材板」，在當時反風俗忌諱的行事風格，反而把「棺材板」之名遠播全台，相傳至今。勾芡的製作：早期用炒香的麵粉加雞肝、花枝、洋蔥、豌豆、紅蘿蔔、奶水、高湯等材料，填進挖空的吐司。進而改良，將雞肝改為雞肉與海鮮，以迎合現代人的需求。



三、綜合活動

- (一) 試著舉出令你印象深刻的廣告？並描述其內容及為何吸引你的原因？
- (二) 請各小組成員分享蒐集有關食品的廣告，並找出相關的平面廣告(報紙、雜誌…等)，以相同產品、不同廠牌的廣告，並對這些廣告加以比較，分析其優缺點。

(三) 欣賞與討論過程中，教師適時指導，請學生隨手紀錄討論的重點。

四、延伸活動

(一) 請學生於這週上完課後，透過分組活動，蒐集一項喜好的台灣傳統小吃相關文獻資料、包裝及廣告等。

活動二：就是想吃—掌握視覺消費的魔力

一、準備活動

- (一) 教師：蒐集平面廣告設計相關圖片教材，準備並製作所需教具，如電腦、單槍投影機、Powerpoint 投影片、影片，設計並印製學習單。
- (二) 學生：蒐集一項喜好的台灣傳統小吃相關文獻資料、包裝及廣告等

二、發展活動

(一) 教師引導活動

透過上一個活動，學生對於一個好的廣告與創意，有一個初步的概念。教師重述並整理上次上課內容，並引學生族喜好的泡麵食物做為引導，先藉由已準備好的兩張廣告，請學生針對這兩張廣告發表其優缺點，並試圖分析一張平面廣告需具備那些條件。

● 引導問題(一)

●



維力炸醬麵



康師傅拌麵

問題(一)

1. 第一印象中，妳覺得這張廣告在推銷什麼？
2. 它使用了那些表現手法？
3. 你覺得這幅廣告手法的優缺點為何？
4. 你認為這幅廣告是成功的嗎？
5. 若以相同產品，你會用什麼樣的宣傳手法？

● 引導問題(二)

●



味味A 排骨雞麵



康師傅鐵板牛肉

問題(二)

1. 那一個包裝較能吸引你？為什麼？
2. 會因為外包裝與眾不同而讓你有想買的念頭嗎？
3. 從不同的外包裝來看，第一個優先考慮是什麼？
4. 如果產品沒有包裝，會直接因為比較沒有質感而降低價值嗎？

(二) 認知視覺傳達設計的要件

告知學生想了解平面廣告設計，最基本的招數就是用眼睛看。平面設計是最全球化，它就在我們的四周，擔負起解說、裝飾、識別的功能，向世人宣告它要傳達的意義。

請學生透過已尋找的台灣傳統小吃，設計一分平面廣告設計，經由學生所蒐集而來的平面廣告設計圖片，加以比較相關優缺點後，統整有關平面廣告設計的注意事項。

1. 視覺・傳達・設計

(1) 視覺傳達：利用圖像傳達/溝通訊息（圖像必須具有客觀內容）

(2) 視覺設計：單純的圖像/影像設計（包含主觀的圖像..ex 街頭塗鴉...）

(3) 傳達設計：傳達的形式不只有圖像，如果以 sign 的形式來說，傳達有文字/語言/聲音影像...等等形式。比如我們看電影背景音樂會傳達特定的訊息，若只以傳達的功能來說傳達設計的範圍大很多。

2. 「平面設計」(graphic design)：此用語始於 1922 年，創始人為美國人威廉・愛德生・度津(William Addison Dwiggins)，他是一位非常成功的設計師，曾以海報、手冊、報紙、期刊廣告等型式作過廣告案。而針對此一名詞的界定，度津曾表示內容包含有印刷字體、字間留白、裝飾圖案、邊界、附件、圖片等。

3. 在功用與美感之間的對決：平面設計師不斷與兩個原型拔河，一個是藝術家的原型，另一個是工匠的原型。此兩種原型代表設計界的兩極，設計師必須在兩極間選擇一個位置。

4. 「廣告」的定義及手法：

(1) 即「廣為告知」

(2) 利用商業媒體行銷、傳播，以及與消費者溝通、說服的過程

(3) 廣告具刺激消費、社會公益活動、政策宣導等功用

5. 廣告即一種設計、計劃

(1) 企業-行銷-廣告-消費

(2) What to say 及 How to say

(3) 廣告內容定位

(4) 了解產品個性與意向

(5) 思考文案構想

(6) 視覺化呈現

6. 廣告創意思考依據

(1) 個人涵養

(2) 廣告物的資料

(3) 消費者心理慾求

7. 創意視覺化

(1) 圖像設計：插圖、商標、商品名等

(2) 文字設計

- **標題**：表現廣告主題的短文，是報紙、雜誌廣告為了吸引讀者注意所下的文字，所以又名「惹句」。

- **標語**：主要功能在於積極的表現商品性質或是企業形象。

- 再忙，也要和你喝杯咖啡

- 三洋維士比，大家福氣啦!

- 才不會忘記你呢！

- 有 7-11 真好！

- 麥當勞，黃綠紅，I' m loving it!

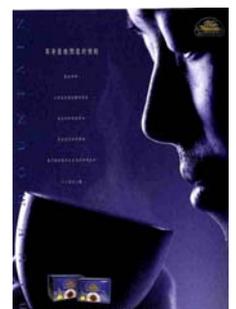
- **說明文**：即廣告文案的本文。廣告文案是屬於廣告元素中文章的形態。

(3) 版面的編排構成要點

- 空間性

- 明視度與可讀性

- 審美性



郭天中、李蘭 藍山咖啡

(4) 創造一個概念

- 是能夠清晰的傳達
- 是透過設計的媒介物/語言來表達
- 是易於記憶的
- 是具原創性
- 是新鮮、刺激、興奮以及絕想的
- 是適當可執行的

(5) 發展概念的可能方式

- 蒐集訊息，運用你的智慧與天份，全程深入思考
- 注意視覺的東西、繪畫、書的封面、攝影、字形、舊玩具、MENU 等
- 透過遊戲的方式把玩，找一些與主題相關的視覺素材，選取它、切割它以及重組它、透過傳真或影印、改變質感，不斷的探究
- 改變方向，當你想不出任何東西時，可能是因為你走錯了方向，試試其它的方向

三、綜合活動

(一) 教師發下學習單，請學生分析三則平面廣告，並與同學分享。

(二) 請學生經由分組活動，探討想要發揮的台灣傳統小吃，為這項小吃寫下一份精心設計的宣傳企劃案，不論是從食材本身發揮，或是宣傳手法、飲食環境等，為這台灣傳統小吃打造一分成功的企劃案。

(三) 告知學生企劃書寫作相關注意事項：

1.企劃書構成都必須具備有「5W 2H 1E」

- What(什麼)——企劃的目的、內容。
- Who(誰)——企劃相關人員。
- Where(何處)——企劃實施場所。
- When(何時)——企劃的時間。
- Why(為什麼)——企劃緣由、前景。
- How(如何)——企劃的方法和運轉實施。
- How much(多少)——企劃預算。
- Effect(效果)——預測企劃結果、效果。

2.企劃三要素包括：

- 有嶄新的創意
- 有方向的創意
- 有實現的可能

3.培養企劃力的方法

- 時時動腦：動腦是培養企劃力的首要方法。如日本一家味精公司，為了要增加味精的銷售量，由一位女工提出的提案，把裝味精的瓶口上之小洞放大兩倍。美都化妝品多色口紅裝配只投資 500 元，結果產量提高 1.6 倍，每年節省 100 萬。
- 具豐富的想像力：想像力包括了夢想、聯想甚至幻想，是人類思想的原動力，也是一切發明與企劃的泉源。人類為了加強手指的力量發明了老虎鉗與起子，為了加強手臂的力量，發明了鐵鎚與千金頂。這都是想像力的傑作。
- 角色扮演法：站在別人的立場去思考的一種方法。
- 相似類推法：拿形體相似的東西來刺激自己產生構想的一種思考方法。

4.企劃書的一般格式

- 封面
 - a.企劃書名稱
 - b.企劃者的姓名 要求具體、清楚
 - c.企劃書完成時間

- 正文
 - d.企劃的目標
 - e.企劃的內容：本企劃書的主要內容，包含企劃緣由、發現問題、解決辦法、產品特質、宣傳方式、推展活動計劃(記者會、平面宣傳、媒體宣傳、教育活動等)
 - f.預算表與進度表
 - 細化內容
 - g.企劃場地
 - h.預測效果
 - 附件
 - i.參考的文獻資料
 - j.其他注意事項
- 5.企劃書寫格式
- 請以條列式說明
 - 內文以 12 字體，標楷體
 - 含封面為 5-10 頁
 - 可以以圖說明，但一張圖片不超過半頁大小
- 四、延伸活動
- 請學生回家調查住家附近週圍三種台灣小吃，可以從食材、店面裝潢、平面廣告文宣、名片設計、菜單等進行實際訪問與調查。

學習評量

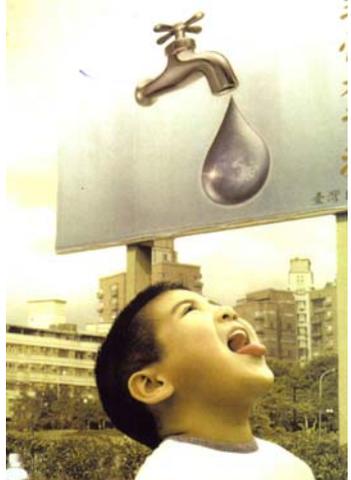
- 一、評量的呈現
1. 企劃書
 2. 平面廣告設計
- 二、評量的方式
- 1.企劃、平面廣告設計
 - 2.分享與討論狀況
 - 3.教師評量表
- | 評量活動 | 評量方式 | 評量工具 | 單元成績比例 |
|------|------|---------|--------|
| 一 | 口頭評量 | 課堂問答題 | 20% |
| 二 | 文字評量 | 學習單、企劃書 | 40% |
| 三 | 創作評量 | 平面廣告設計 | 40% |
- 三、評量的內容
1. 企劃書：概念創新，方向創新，又可履行
 2. 平面廣告設計：透過圖文適當的安排與運用，以創新的視覺平面設計達到宣傳推銷的功用

四、學習單

《小吃·曉吃》—平面廣告分析

班級：_____ 座號：____ 姓名：_____

請同學分別就下列三則平面廣告設計，回答左列問題。

品牌名稱	寶健運動飲料	海尼根	多喝水
平面廣告			
表現手法			
優/缺點			
若以相同產品，你會用什麼樣的表現手法？ (設計理念)			
承上， 設計草圖			

(二) 教學活動二 【從傳統到時尚-文化創意服飾設計】 教學活動設計內容

學習領域	視覺藝術
教學對象	高中二年級
教學節數	八節課
設計理念	過去的美術課程，常被人詬病過度偏重傳統精緻藝術，但新興的流行藝術又不免令人擔憂缺乏深度，傳統與時尚之間是否真的沒有銜接的橋樑？隨著文化創意觀念的興起，如何利用創新思考的方式，將傳統藝術重新活化，使其能夠進入現代生活甚至成為時尚的一部份，讓傳統與流行能夠成為藝術的一體兩面，進而為傳統藝術創造新的價值，已是台灣未來發展的重要課題。「從傳統到時尚-文化創意服飾設計」便希望藉由傳統藝術的學習、文化創意觀念的介紹，以及「故宮」和「NOKIA 手機」兩個東西文化創意實例的認識，讓學生透過服裝設計活動，實際體驗並嘗試文化創意的精髓，希望能謂莘莘學子們及早種下文化關懷與創意思考的種子。
學生條件分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 認知：高二學生已有基本的藝術史與藝術品常識，可做為其創作的背景知識。 2. 技能：高二學生已學習過基本的素描與色彩技巧，可直接利用該技巧進入主題式的創作課程。 3. 情意：高中女學生對自我裝飾有一定的認知與要求，而服裝更是其自我裝飾的重要元素，學生對其有一定的關注與知識，服裝設計也更能和學生生活與興趣連結。
教學目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能了解文化創意的概念 2. 能藉由故宮文化創意實例，認識相關故宮藝術品的知識 3. 能藉由 NOKIA 文化創意實例，認識幕夏新藝術風格 4. 能透過當美館「時尚義大利」特展，瞭解藝術品在服飾設計中的應用方式 5. 能以小組分工方式，搜尋藝術品，並利用藝術品的圖案來繪製服裝設計圖
課程統整	<p>本課程統整了「文化創意」、「東方範例(故宮)」、「西方範例(NOKIA)」、「服裝設計」等四個領域，以期達成創作與鑑賞兼顧的核心目標。</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD CC[文化創意] <--> FT[從傳統到時尚] FT <--> ED[東方範例(故宮)] FT <--> WD[西方範例(NOKIA)] FT <--> FD[服裝設計] </pre> <p>• 概念與意義 • 背景介紹</p> <p>東方範例(故宮) • 故宮藝品介紹 • 創新實例</p> <p>西方範例(NOKIA) • 新藝術風格介紹 • 創新實例</p> <p>服裝設計 • 人體比例 • 設計方法</p> </div>
教學方法	<ol style="list-style-type: none"> 1. 問答教學：以問答方式引導學生認識國內外文化創意實例的背景知識 2. 校外教學：實際參觀美術館，利用實物的欣賞，瞭解文化創意的應用 3. 合作學習：以小組分工方式，進行資料蒐集與創作
教具教材	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「從傳統到時尚－文化創意服飾設計」教學簡報 2. 「時尚達人」網路服裝搭配測驗遊戲 http://www.mocataipei.org.tw/box_exh/game/ 3. 台北當代館現場展出服飾與藝術品圖卡

事前準備

1. 教師準備故宮與 NOKIA 有關文化創意的實例圖片
2. 請同學蒐集利用藝術品來作為包裝的商品，並蒐集具有特色的服裝設計圖片
3. 教師事先安排各班校外參觀時間，並預定交通車
4. 教師與當代藝術館說明課程內容，並請當代館依照教學需要來準備導覽內容

活動一：你不可不知的文化創意

1. 教師介紹文化創意產業的概念與定義，並說明其意義和重要性：

「結合創作、創意、生產與商業，內容具有無形資產與文化概念的特性，以產品或服務的形式來呈現，是具創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提昇的行業」
(2003 年，由經濟部、教育部、新聞局及文建會共同組成之跨部會「文化創意產業推動小組」所確立的台灣文化創意產業定義與範疇)

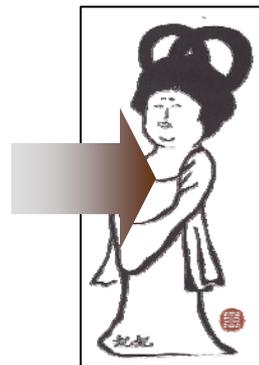
文化創意實例一：台灣 Old is New 時尚故宮

1. 教師說明重點：中國藝術+創意設計=時尚故宮系列產品。利用創意，將傳統文物應用在現代用品的設計上，使的傳統文物能產生新的價值。

2. 圖例說明：

【妃妃系列】

擷取唐朝女性細肩、丹鳳眼、豐腴、袒胸露肌等特徵，重新詮釋為線條簡潔、逗趣及美感的造形，發展出以「妃妃」為主角的現代生活用品組



妃妃系列-馬克杯



妃妃系列-筆記本

【龍爪開瓶器】

龍型珮是戰國時期象徵貴族身份的玉珮。本設計將其運用至產品線條設計，運用其龍爪製作為開瓶器，讓該物除了裝飾外，更具有新意。



【餐具系列】

設計師以中國古代食具和建築為原型，汲取中國古物造型與內涵，設計出一系列現代餐具。



「簋」是圓形、有蓋，用來盛放五穀雜糧以祭祀上蒼的祭天禮器，上蓋則取材自中國建築圓頂造型。

【Fun 輕鬆—童心未泯系列公仔】

從故宮歷代「嬰戲圖」的靈感所激發的創意公仔設計，公仔的身體可以自由組合，藉由類似積木堆疊的概念，創造更具變化的多樣造型。



宋 蘇漢臣 秋庭嬰戲圖



【月曆】

利用故宮文物圖片重複排列產生花紋，並製作成月曆



【摺紙系列】

以故宮文物圖片來製作摺紙



3.教師介紹完畢後，以簡報上的題目來進行課堂問答

■文化創意實例二：Nokia L'Amour Collection 傾慕系列手機

1.教師說明重點：慕夏新藝術風格+創意設計=傾慕系列手機。利用創意，將傳統藝術品應用在現代用品的設計上，使的藝術品能產生新的價值。



2.教師介紹慕夏以及新藝術風格的特色：

新藝術風格 Art Nouveau

- 十九世紀末風靡歐洲的藝術風潮
- 強調柔美的曲線，利用植物與花朵的樣式，設計出具催眠性的裝飾圖紋
- 代表藝術家：慕夏（捷克）
-

補充資料

十九世紀末，也就是一九〇〇年巴黎萬國博覽會，是「新藝術」(Art nouveau) 頂盛時期。這種所謂世紀末風尚含概很廣，繪畫、海報、建築、家具、工藝、設計…等是全面藝術風潮，「新藝術」在近百年後的今天又大行其道，風靡起來。而慕夏 (Alphonse Mucha) 正是這個歐洲裝飾風格的卓越代表人，因此有時也將「新藝術風格」稱作「慕夏風格」。捷克藝術家慕夏(Alphonse Mucha, 1860-1939)是「新藝術」(Art Nouveau)風格最具代表性的大師。他的「新藝術」洋溢青春氣息美女海報，聞名於世，神秘的油畫作品充滿斯拉夫民族精神。十九世紀末至二十世紀初，是一個世事快速更迭交替、社會價值秩序崩解，新觀念從傳統迸生激發的時代；藝術運動在此時變化頻繁，從後印象主義、象徵主義、前拉菲爾派、新藝術到立體主義、野獸主義等的誕生，此起彼落成爲歷史閃耀奪目的一刻，而慕夏正是這個時代新藝術的象徵。新藝術 (Art Nouveau) 是十九世紀末風靡全歐的藝術風潮，強調悠揚旋展的曲線，萃取自然中花草藤蔓的樣式，以重複綿密的構圖，架建出具催眠性的裝飾風格，在歐洲各地因不同地方色彩的加入，而有不同的名稱出現。慕夏在今日已是捷克公認的國寶，其所創作的海報與飾板，更是現代印刷美術設計的典範。他所創造出的畫中女子，優雅迷人、在欲言又止中帶著一股誘人心魄的魅力，與畢爾斯利 (Beardsley)、克林姆 (Klimt) 筆下的奇特異色女子，形成強烈的對比，塑造出屬於慕夏個人獨特而甜美的清新典型，而成爲新藝術中的佼佼者。

3.教師說明慕夏的作品，其實在台灣很早就被拿來當作商品包裝圖案



▲ 圖1-18 現代飲料包裝設計運用慕夏的畫作，營造出歐洲風味。

幕夏作品欣賞



活動二：來看時尚義大利

- 1.教師說明將請同學利用藝術品來進行服裝設計，而當代館鄭在展出的義大利服裝展，正好有範例可以參考
- 2.教師利用「時尚達人服裝搭配測驗遊戲 http://www.mocatapei.org.tw/box_exh/game/」讓學生體驗服裝搭配的練習，並事先了解展出的服飾種類
- 3.教師介紹時尚義大利特展的背景與內容：

「時尚義大利－義大利經典時尚五十年展」 2006.2.18~6.4 臺北當代藝術館

1951年商人 Marchese Giovan Battista Giorgini 在佛羅倫斯的別墅中，策劃了第一次成衣時裝展，展現義大利時裝充滿熱情的無限可能。至此之後每年都與巴黎時裝展同步舉行，成為義大利新一代的時裝設計師嶄露頭角的起點與舞台，使義大利的時裝設計走向國際。其獨特的審美觀點，及對時代敏感度的掌握，義大利時裝擺脫模仿與複製巴黎時裝的地位，奢華、高雅、優質的『Made in Italy』開始風行全球。此次展覽共展出近五十個來自義大利的高級時裝品牌、逾七十套博物館珍藏的經典高級訂製服、流行服飾及配件等，以及時裝設計師的設計原稿與照片，探索義大利過去半個世紀由高級訂製服（Haute Couture）到高級成衣

（Pret-A-Porter）的時裝發展歷史，揭開多位國際級時裝設計師設計生涯的創作演進。四、五〇年代—原本由皇室貴族和上流社會所主導的高級訂製服潮流，隨著戰後各項產業的繁榮發展，以中產階級為市場定位的高級成衣開始成為主流。

五〇年代後期—義大利成為新的時裝潮流時尚中心。除了米蘭時裝展外，羅馬和佛羅倫斯也是義大利時裝的中心。這種多中心的並存發展，是義大利時裝設計很突出的特徵。七〇年代之後—因疏於對市場策略的研究與調整，義大利一些享有聲譽的老牌時裝店舖關閉，但成衣時裝與眼鏡、皮革製品等配件設計卻開始在國際上展現實力，成為義大利品牌的新形象。七〇年代後期—時裝局成衣時裝部遷至米蘭，使米蘭迅速竄升為國際時裝設計和貿易的重鎮。八〇年代—品牌成為一種迷人的標幟、時尚的驅動力。消費者依照自己的個性，去購買某種能襯托、符合自己的生活方式，而義大利服裝本身幾近完美的品質，也是人們心甘情願支付大筆費用的理由。

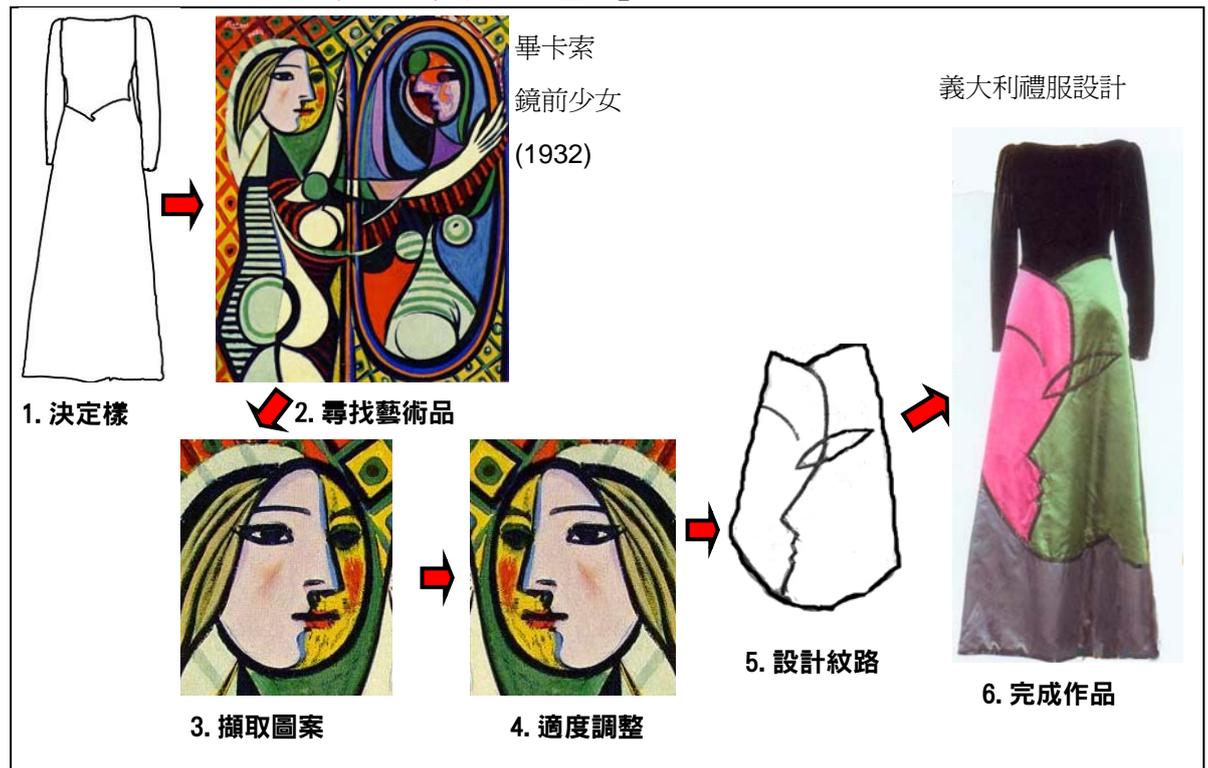
- 4.教師於參觀前發下學習單，請同學要依照學習單內容來進行參觀，參觀結束前要完成學習單並繳回
- 5.進行參觀時，請導覽員特別針對利用藝術品作為設計靈感的服裝。

活動三：我是創意服裝設計師

1.教師說明創作的重點和步驟：

- 三人一組
- 決定服裝樣式（男女裝？東方西方？東西合併？）
- 尋找一件藝術品（派別？畫家？建築？雕塑？.....）
- 將藝術品中的圖案，設計成線條紋路
- 將紋路運用在服裝上
- 配色與上色（媒材不拘）
- 可另外設計系列配件，但至少要有一套服裝

2.教師以義大利時尚展中的「畢卡索晚禮服」為例，說明創作步驟



3.教師說明作業規格：作業至少要包含以下兩部份：

(1)靈感來源說明（A4 彩色列印）

靈感來源：

立體派：畢卡索 1932年繪 鏡前少女

圖片出處：www.modjourn.brown.edu

藝術品說明：

畢卡索立體派風格的著名作品，利用幾何造型和豐富多變的線條和色彩，描繪少女兩種不同面貌，少女臉部運用畢卡索著名的多視點畫法，同時呈現正面和側面的臉龐。



(2)服飾設計圖（16開 需上色）

畢卡索晚禮服

以鏡前少女的頭部圖案為靈感來源，將圖案轉變成簡潔有力的曲線，搭配紅色和綠色的純色對比，呈現具有現代風格的服裝設計。



服飾設計：

立體派時尚設計中心

二年X班 10號 000 12號 XXX 15號 YYY

4.教師提供藝術品搜尋網站

- 坦克美術教育網 www.tankart.org
- HUNG 的藝術欣賞 my.so-net.net.tw/pitaya/

5.學生開始製作，完成後上台發表。

一、評量的方式

本課程依三個學習單元，共設計三種不同評量方式如下：

評量活動	評量方式	評量工具	單元成績比例
一	口頭評量	課堂問答題	20%
二	文字評量	時尚義大利學習單	20%
三	創作評量	創作作品	60%

二、評量的內容

依照不同單元，分別呈現評量內容如下：

活動一：你不可不知的文化創意

分別設計兩組課堂問答題

1.故宮文物課堂口頭測驗題

1. 「觴」是什麼東東？（中國古代酒杯）
2. 祭祀時常用的青銅器？（鼎）
3. 淺碟型器具，可用來飲酒、也可以用做油燈？（盞）
4. 圓形、有蓋，用來盛放五穀雜糧以祭祀上蒼的祭天禮器？（簋）



5. 右邊公仔是參考中國哪種圖畫來設計？（嬰戲圖）

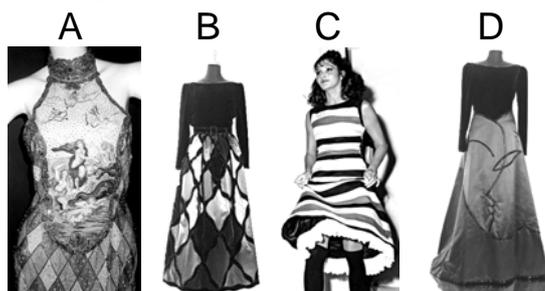
2.新藝術風格課堂口頭測驗題

1. 19世紀風靡歐洲的裝飾性藝術風格？（新藝術風格）
2. 代表大師是誰？（慕夏）
3. 慕夏是哪一國人？（捷克）
4. 新藝術風格是根據什麼東西來設計圖紋？（植物與花朵）

單元二：來看時尚義大利

教師自製現場參觀學習單，內容如下

一、下面四件時裝作品，會讓你聯想到哪些藝術家的創作，請試著把它們連起來。並寫出藝術家的名字



■ ■ ■ ■



作者

作者

作者

作者

二、承續第一題，請就你的觀察，分別簡要說明 B、D 兩組作品，設計師如何運用既有的藝術創作，表現在服飾設計上。

B：

D：

仔細觀察設計師服飾的造型與圖案，可以作為後人設計時的參考。請從本次展覽的作品中，選擇一件你認為最有特色的服飾，把它畫在下面空白處：

作品名稱：

(三) 教學活動三 【角色文化·創意商品】教學活動設計內容

學習領域	視覺藝術
教學對象	高中二年級
教學節數	八節課
設計理念	<p>本單元以「角色文化·創意商品」為主題。透過時下流行的角色文化，帶領學生體認由傳統文化衍生而出的價值，並能利用角色來創造生活中實用的各類用品。</p> <p>現今角色文化充斥在我們的日常生活中，角色具有獨特的造形、個性，甚或故事背景，其個性化的設計吸引各類不同的族群，角色除了以公仔的方式呈現外，更可設計成各式各樣的商品，例如手機飾品、玩具、磁鐵、電玩、包裝品等，種類繁多不勝枚舉，而販賣的方式又可分為扭蛋、食玩、盒玩等，產品與販賣方式的多樣化，對於青少年族群有著莫大的吸引，因此，本單元便以此為切入點，引起學生的學習動機，並讓學生了解創造角色需注意的方向等。</p> <p>角色文化或許對於高二學生存在著某種程度的吸引力，但其文化內涵卻明顯顯得不足，因為現今在外販賣的角色商品大多來自日系或是韓系文化，這些外來文化是一種潮流，但卻缺乏在地性，無法顯現出臺灣的文化價值，而純粹傳統的文化元素，對於學生來說又顯得老舊缺乏新意，因此，當文化創意產業的概念帶入本單元，便能在新穎與傳統間取得平衡，運用傳統文化的內涵價值，以公仔商品的設計方式呈現，各取其長處，達到雙贏的效果，更能讓學生體會文化創意產業的無限可能。</p> <p>本單元創作目標鎖定在「中山小舖文化創意商品」，期待學生從自身出發，尋找學校傳統文化的特色，並將文化元素轉換為角色商品，在虛擬的網路商城展示。</p>
學生條件分析	<p>3. 本單元的教學對象是高二學生，對於學校環境已有相當程度了解，但尚未深刻體認校園文化元素的價值感。</p> <p>4. 大部分學生對於角色商品有過接觸，但是對角色性格的形容，尚停留在”可愛”的描述方式，對於創造角色的特質還未熟悉。</p> <p>5. 對於色彩、造形已有基本認識，但還未能充分掌握生活商品的設計創造。</p>
教學目標	<p>5. 認識角色的發展與特色，欣賞由角色衍生出的各類商品。</p> <p>6. 能體會校園中具有歷史傳統的文化元素。</p> <p>7. 能以校園文化為基礎，發展角色特性。</p> <p>8. 能運用各種材料，進行創意商品的設計創作。</p> <p>9. 珍惜校園文化資產，提昇自我的價值。</p> <p>10. 能在蒐集、分析、整理資料的過程中，培養主動研究的態度。</p> <p>11. 透過意見分享的學習過程，培養與人溝通，尊重他人的精神。</p>
教學方法	講述、討論、問答、發表
教具教材	教學簡報、電腦、單槍投影機、教學提示機、中山小舖網站
教學流程	<p>活動一：角色不只角色</p> <p>一、準備活動</p> <p>(三) 教師：蒐集各類角色與其商品的資料與教材，準備並製作所需教具，如電腦、單槍投影機、Powerpoint 投影片、影片，設計並印製學習單等。</p> <p>(四) 學生：尋找生活中接觸到的角色商品，帶至課堂中與同學討論分享。</p> <p>二、導入活動：角色初體驗</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>(一) 討論圖片：教師詢問學生：你有收集這些物品的習慣嗎？他們對你而言意義是什麼？</p>

- (二) 教師歸納整理，肯定學生的發言。
- (三) 分組討論：請學生將帶至課堂中的角色商品拿出，進行分組討論，觀察這些角色的色彩、造型特色，可能的角色個性與故事背景等。
- (四) 請各組上台發表，分享不同的觀點。
- (五) 教師歸納整理，肯定各組的發言。

三、展開活動：角色大發現

(一) 播放 Power Point 教學投影片，介紹角色的特性：

- 1、具有獨立的個性與特色。
- 2、擁有背景故事。
- 3、反映生活哲學或象徵意義。
- 4、應用在電影、漫畫、動畫、卡通、商品、扭蛋(扭蛋的歷史-約 1920 年代出現在美國-內容包括玩具、糖果、小零嘴等，但沒有膠囊外殼。這種販售方式後來傳到日本，有更多的發展與進化-1986 年，YUJIN 公司推出日本最早的扭蛋。1988 年後，販售的主力由零嘴變成玩具，廣受小朋友與大孩子們的歡迎，西元 2000 年更開始向海外發行。)、公仔等。

◆圖片舉例：

1、KERORO 軍曹



電影



漫畫

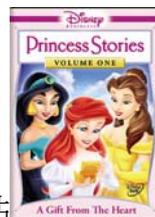


商品

2、Disney 系列



網站



故事書



商品

3、茶犬系列



角色



扭蛋



電玩



商品

4、聖誕夜驚魂



公仔



商品

話說公仔

(一) 播放 Power Point 教學投影片，介紹公仔的概念：

1、公仔的定義：figure -人型玩偶，在廣東話中稱為「公仔」。

2、公仔的發展：

(1) 創始於 1962 年-美國的 Hasbro 玩具公司以歷史人物及美國大兵為範本，製作出一系列精緻的人形公仔。



G.I. Joe 美國大兵無名英雄的形象

(2) 1963 年 Hasbro 公司創造，並開發生產可動的人形公仔-參考服裝模特兒的關節設計、比例為 1/6 大小，約 12inch(30cm) 的人偶。



G.I. Joe

(3) 1964 年亮相登場-美國紐約國際玩具展中正式展出，12 吋可動人形公仔開始風靡，發展至今有更多不同類型的創作。

(4) 90 年代末期逐漸盛興，受到次文化影響，包括：

城市藝術、街頭流行、美日的玩具蒐集風、非主流的漫畫、音樂，以及當代藝術與設計等。隨著獨立製片風潮盛行，公仔設計便成為 3D 藝術降低成本的一種手段。

公仔的風格隨之漸漸多樣化，包括：過度裝飾、美、不敬、毛骨悚然、好鬥、可愛、可笑等。



(5) 1996 年，一群玩具迷、店家與蒐藏家，共同組成「香港玩具會」，並於年底展出他們的蒐藏。

(6) 從 1997 開始，「香港玩具會」每年舉辦「玩具嘉年華」，規模愈來愈大。

(7) Michael Lau 和 Eric So 受到日本影響（在東京的澀谷地區，有一些街頭服飾品牌，創造出原創玩具作為促銷品，如 Bounty Hunter、A Bathing APE 等。），亦在「玩具嘉年華 98」展出他們的原創玩具，他們的作品反應香港豐富的城市青少年文化。



Michael Lau 的街頭風公仔



Eric So 的公仔

(8) 2001 年，更得到 Medicom Toy 的贊助，發售首款香港設計的 KUBRICK。



MEDICOM TOY BE@RBRICK 系列

(9) 2002 年，「玩具嘉年華」更名為 Toycon。

(10) 2002 年後，更多人注意到玩具的藝術，玩具迷橫越了太平洋，幾乎每個主要大城市都開始開設玩具零售店。更有藝廊開始把玩具納入展示中，其中許多藝術家深受次文化藝術類型影響，如：塗鴉藝術、地鐵漫畫、滑板圖樣、插畫等，這些圖像都有機會轉變為精美的乙烯基 (Vinyl) 雕塑。

◆ 圖片舉例：

1、藝術家與次文化

(1) 哈林的塗鴉藝術，簡潔、極具動感，色彩鮮明而亮麗。



哈林的塗鴉藝術 / Swatch 海報 / 1986 年 / 91.3x63.4 公分

(2) 漫畫衍生出的次文化，成為藝術家汲取靈感的來源。



(右) 洪東祿 / 小紅娃娃 / 2002 年 / 玻璃纖維 FRP(Fiberglass Reinforced Plastics) / 30x10x10 公分單個

(左) 洪東祿 / 龍來了 / 2000 年 / 黑網雷射立體輸出燈箱 / 160x120x15 公分



楊茂林將卡通、漫畫中的角色作為元素，並從各式各樣美、日、臺文化擷取符號。

楊茂林 / 五福臨門 Welcome / 1998 年 / 油彩、壓克力、畫布 / 116x182 公分 / 大未來畫廊藏

(3) 幾米的插畫與公仔



幾米第三代公仔



幾米插畫作品「布瓜的世界」

(二) 圖片舉例讓學生比較欣賞不同風格的公仔作品：

1、Funny Club 系列—b.b.birdy TAIWAN



2、RAYMOND CHOY—Toy2R HONG KONG



3、Nathan Jurevicius — Scarygirl AUSTRALIA



4、Gary Baseman — Dunces Vanimal Zoo USA



5、David Horvath & Sun-Min Kim — UGLYDOLL Pretty Ugly 出品 USA



6、David Horvath — NOUPA USA



角色・不只角色

(一) 播放 Power Point 教學投影片，介紹角色各方面的發展：

1、近年來角色不僅應用在電影、動畫、卡通、漫畫、扭蛋、公仔、商品等，異業結盟更是熱門的趨勢，如故宮 Old is New、visionaire issue、村上隆等。



奈良美智與浮世繪的結合

◆圖片舉例

(1) 故宮+Alessi

由 Alessi 設計師 Stefano Giovannoni 從乾隆皇帝肖像，獲得靈感創作的系列作品(右)。Stefano Giovannoni 以東方人形象為靈感的榨汁機(左)。



(2) 故宮+台灣創意設計中心

國立故宮博物院將不只是「博物館」的品牌，更是「生活美學」的品牌。合作團隊包括設計堡有限公司、頑石創意有限公司、華碩電腦、零二設計有限公司、水越設計團隊等。



靈感取自嬰戲圖

頑石創意有限公司/Fun 輕鬆－童心未泯系列公仔



• 馬克杯 • 茶包-10 人份 • 夾腳鞋 • 手記本

水越設計團隊/妃妃系列商品

(3) visionaire issue + Kidrobot+designers 雜誌、公仔、與品牌設計師的合作



BLACK SET :

Karl Lagerfeld、Donatella Versace、Alexander McQueen、Jean-Louis Dumas for Hermes、Valentino



RED SET :

Marc Jacobs for Louis Vuitton、Dolce & Gabbana、Hedi Slimane、Victor & Rolf、Miuccia Prada



YELLOW SET :

Gucci、Vivienne Westwood、Rei Kawakubo for Comme des Garçons、Christian Lacroix for Emilio Pucci、Maison Martin Margiela



BLUE SET :

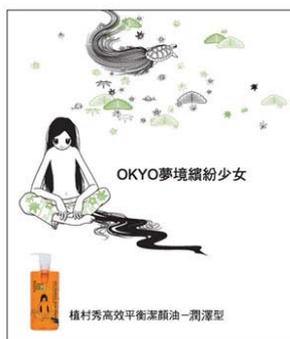
John Galiano、Helmut Lang、Jean-Paul Gaultier、Stefano Pilati for Yves Saint Laurent、Giorgio Armani

(4) 山口藍 + 潔顏油

山口藍的作品精緻、色彩豐富且古典優雅，頗有浮世繪韻味，人物如卡通般的大眼娃娃，又能融合濃厚的日本傳統而不顯衝突。限量版潔顏油瓶身上的四個少女，代表四款商品的不同特性，將保養品提升到藝術創作的層次。



山口藍手繪潔顏油



山口藍手繪潔顏油酷卡

(5) 村上隆 (Takashi Murakami): 文化的影響力不僅能產生經濟效益，也能提升國家的形象。

▼他宏觀地審視日本美術的全貌，從浮世繪以至卡通的創作藝術找出共同的特性，並將此特性連結到現代美術概念裡。

▼他找出的新概念叫「超平面 (super flat)」。



村上隆的繪畫作品



村上隆的雕塑作品 村上隆\二重螺旋逆轉 Reversed Double Helix\ 2003

▼ 2002 年至 2003 年間，作品「Hiropon」和「Miss ko2」在藝術品拍賣會上，創下現代美術作品中高價。



村上隆 \ Miss ko2\1997 年\186x68x65cm\Oil paint, acrylic, fiberglass and iron



村上隆 Miss ko2 公仔

▼村上隆 (Takashi Murakami) + Louis Vuitton



▼村上隆 (Takashi Murakami)+ kaikaikiki

2002 年設立。培養、發掘年輕藝術家，開創藝術的未來。經營藝術作品與 kaikikiatisutoato 商品的製作與推銷，「證明藝術的潛在力」，展現他對藝術的熱情。



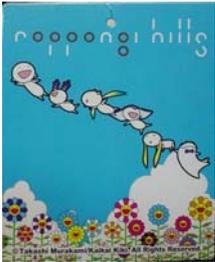
kaikaikiki 與其商品





▼村上隆 + 六本木丘

擔任「六本木丘」廣告文宣企劃工作。創作「六本木丘」玩偶「66 星人」。



66 星人與六本木海報



66 星人產品與商店



66 星人與社區的互動



66 星人六本木公車

▼村上隆 + 食玩



Melting DOB-Devil kaikai kiki & Flower-Brown Mr.Ovel the Mediator-Black



村上隆希望食玩公仔不僅是玩具、收藏，更是增添生活美感的趣味元素

四、綜合活動：分享與展望

- ◆請學生完成學習單，並與同學交流分享。
- ◆請學生下次上課準備生活週遭具有創意的商品圖片。
- ◆教師預告下次上課內容。

活動二：中山小舖・創意商品

一、準備活動

- (一) 教師：蒐集各類創意商品的資料與教材，準備並製作所需教具，如電腦、單槍投影機、Powerpoint 投影片、影片、教學提示機，設計並印製學習單等。
- (二) 學生：蒐集一項生活週遭具有創意的商品圖片。

二、導入活動：創意比一比

- (一) 透過活動一，學生對於角色的特色與概念，已有初步的認識。教師重述並整理上次上

課內容。

(二) 分組討論：請學生將帶至課堂中具有創意的商品圖片拿出，貼在學習單上，進行分組討論，觀察創意商品的特色、色彩或造型等，並在學習單上寫下自己的看法。

(三) 請各組推舉一到兩名學生上台發表，透過教學提示機分享所找到的圖片，以及組員的觀點。

(四) 教師歸納整理，肯定各組的發言。

(五) 播放 Power Point 教學投影片，並舉兩件創意商品圖片作為引導，請學生進行分析比較，並將自己的觀點寫在學習單上：



—ISSEY MIYAKE T-shirt 包裝



TOHATO Caramel Corn 包裝

三、展開活動：文化的魅力

(一) 具有角色性格的創意商品

以 Alessi 商品為例



大力士衛生紙架 自殺先生浴缸塞

鼻涕鴨液體罐

小惡魔牙線盒

怕口臭牙膏蓋



開瓶器

吸毛球機

魔術兔牙籤盒

小頑童蛋杯組

安娜開瓶器

✓教師詢問學生，欣賞過以上創意商品後，是否還有什麼設計元素可以融入？

(二) 從故宮談起

✓角色性格、創意之外，好像還可以有什麼…

文化的魅力！讓我們從故宮談起！



月曆設計



卡片設計

✓法藍瓷故宮系列「吉燕安居 富貴長春」、「櫻桃嬉春」



✓故宮+台灣創意設計中心

國立故宮博物院將不只是「博物館」的品牌，更是「生活美學」的品牌。
ex. 設計堡有限公司、頑石創意有限公司、華碩電腦、零二設計有限公司、水越設計團隊等。

設計堡有限公司

- 觴（馬丁尼杯）• 盞（蛋杯）• 簋（有蓋瓷盤）• 琮（止滴環）• 璧型墜飾 • 琮型墜飾



華碩電腦

- 一柱鐘



▽形象廣告



Old is New-林強與黃庭堅

（三）文化創意產業是啥？

1. 文化創意產業-定義

「結合創作、創意、生產與商業，內容具有無形資產與文化概念的特性，以產品或服務的形式來呈現，是具創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提昇的行業」

地方文化產業 Ex.日本-

與地方的歷史、文化、自然緊密結合，包括歷史資產的活用、傳統產業與自然遺產的活化、地方博物館的設立、地區自立的運動、閒置空間的再利用等，「產業文化化、文化產業化」塑造地方差異性，包括飲食、工藝、傳統建築、地方博物館、文化活動等。將地方的意象呈現出來，平添了無限的想像空間。

2. 文化創意產業-程序

在創意誕生的階段是非常個人而手工的產出，但繼之而來與商業的結合則比較多是以大量生產、大量運銷、大量傳播為手段。

3. 文化創意產業-類別

包括視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、設計產業、出版、電視與廣播、電影、廣告、文化展演設施及數位休閒娛樂等。



（四）藝術家與文化

臺灣當代藝術家施工忠昊，具有建築及音樂教育背景，他的創作以臺灣本土文化為基礎，另外也以「IMO Design」之名推出傢俱的系列作品，運用多重的文化記憶語彙，呈現台灣混亂而又富生命力的社會，充滿弔詭與矛盾的趣味。



中山+文化+角色+商品

(一) 中山的文化元素？



教師詢問學生：如果妳是「中山小舖」的設計師，妳會運用哪些與中山有關的文化元素？請學生將想到的各類元素寫在學習單上。

(二) 創意商品的誕生

▼腦力激盪激發創意：決定中山女高文化元素→發展角色特性→選擇適合的商品用途→創意商品誕生！



Ex. 白衣黑裙、課業繁重的高中生→逆來順受→手機座→

▼教師連結到中山小舖網站 www.csghs.tp.edu.tw/~celine，提供學生參考。

▼繪製草圖→色彩計畫→成形

四、綜合活動：分享與展望

- ◆請學生完成學習單，並與同學交流分享。
- ◆請學生下次上課攜帶工具材料，準備繪製草圖→色彩計畫→成形。
- ◆教師預告下次上課內容。

五、延伸活動

- (一) 請學生利用課餘時間上網、或是至商店逛逛，欣賞更多的創意商品與公仔設計，增加自我靈感來源。
- (二) 請學生多加關注學校生活，尋找出更多的學校特色與文化元素。
- (三) 教師可推薦參觀相關展覽活動，幫助學生開闊視野。

學習評量

一、評量要點：

1. 能了解角色的發展與特色，並欣賞由角色衍生出的各類商品。
2. 能觀察出校園中具有歷史傳統的文化元素。
3. 能以校園文化為基礎，發展角色特性。
4. 能運用各種材料，進行創意商品的設計創作。
5. 能珍惜校園文化資產，提昇自我的價值。
6. 能在蒐集、分析、整理資料的過程中，培養主動研究的態度。
7. 能透過意見分享的學習過程，培養與人溝通，尊重他人的精神。

二、評量的方式

本課程依學習單元，共設計三種不同評量方式如下：

評量活動	評量方式	評量工具	單元成績比例
一	口頭評量	課堂問答	20%
二	文字評量	學習單	20%
三	創作評量	創作作品	60%

三、依照不同單元，分別呈現學習單評量如下：

《角色不只角色》學習單				
____年____班 座號____姓名				
一、請就你的觀察，描述下列這些角色的色彩、造型特色、可能的角色個性與故事背景等。				
	色彩	造型特色	角色個性	故事背景
				
				
				
				
二、這是藝術家洪東祿的創作，你覺得他所用到的視覺語彙有哪些？分別代表什麼意義呢？（圖片：洪東祿／龍來了／2000年／黑網雷射立體輸出燈箱／160x120x15公分）				
				

41 【中山小舖·創意商品】學習單

____年____班 座號____姓名

一、我找到的創意商品是：

(四) 教學活動四

【流轉台灣·創藝空間】教學活動設計內容

學習領域	視覺藝術
教學對象	高中二年級
教學節數	八節課
設計理念	<p>台灣是亞太地區交通樞紐，從早期原住民到西班牙、荷蘭，經清代大規模漢族移民、日本殖民到光復後歷代的建設，台灣的建築樣貌夾雜融合了各個民族的特色。統治者往往帶來代表自己民族文化的嶄新樣貌。因此在這混血島嶼上，大街小巷都有獨特的空間體驗與精采的視覺風格訴說著許許多多的故事。</p> <p>到了現代，特別在寸土寸金的城市中許多具歷史意義的建物在商人的金錢遊戲中化為灰燼，難道這些老建築真的失去價值與地位？如果記憶可以如此輕易被丟棄，我們的城市還剩下些什麼？我們的孩子在跟其他人介紹台灣時，除了 101 之外什麼都沒有？</p> <p>近年來，台灣各地都感覺到「地方再造」的必要性，而「閒置空間再利用」也成了「創意產業」的一項課題。我們發現這些「老」、「舊」的東西只要經過規劃一樣可以散發往日光彩，和高聳的現代摩天樓一較長短。</p> <p>「了解」是消弭偏見的第一步。教導學生如何欣賞台灣各個時期的建築特色，有助於了解自己的歷史、美學的增進、進一步審視當今生活空間。期望美術課能在學生心裡播下小小種子，有朝一日能開花結果，不但為台灣保留空間文化脈絡更創造美麗的天際線。</p>
學生條件分析	<p>「建築空間」本身見證了一個城市的興衰起伏，無言述說著當地居民的共同記憶，記載了許多故事。對建築空間的了解不但幫助學生了解先民足跡，更與歷史課程相互印證，增加學習廣度。我們的高中生都學過台灣歷史，對近代文化社會發展有基本了解，但對平時生活中處處可見的文物：「建築空間」卻缺乏注意和認識，十分可惜。</p> <p>學生在平面作品的鑑賞和製作(考試、文章、平面繪畫等等)上都有不錯的表現，相較之下缺乏立體空間思考能力。協助學生從平面思維轉化成立體空間思維有助於全腦發展、增進邏輯。</p>
教學目標	<p>認知方面：</p> <p>知道台灣建築的發展。</p> <p>認識當今世界著名建築案例。</p> <p>明白何謂「再生空間」。</p> <p>技能方面：</p> <p>了解台灣各時期建物之間的關係。</p> <p>了解簡單造型原理。</p> <p>了解「空間」在生活中的意義。</p> <p>情意方面：</p> <p>能專注於視覺藝術欣賞課程。</p> <p>培養對生活中事物敏銳的觀察力</p> <p>將所學應用於生活之中</p>
教學方法	講述、示範、問答、討論

活動一：流轉的台灣

台灣建築的發展(教學節數：2)

準備活動

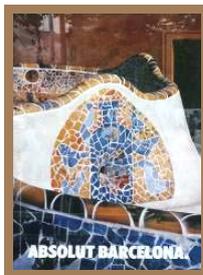
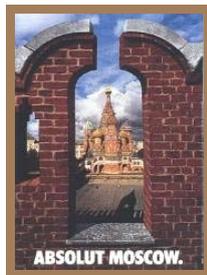
1. 撥放 ppt,並請同學回



想對於世界各主要城市的印象

多啦 A 夢是個觀光客! ?

你知道多啦 A 夢去哪裡旅遊嗎?
為什麼?



發展活動

2. 說明建築和城市的關係

問題：建築有哪些基本條件？→堅固、防震、防颱風、騎樓
說到台灣的建築，會想到？

3. 「流轉的台灣」→台灣建築發展的幾個重要時期



史前時期→原住民時期→荷西時期
→漢人時期→日據時期→光復之後



4. 「流轉的台灣」→原住民時期建築

原住民時期的建築特色？

用什麼材料？

有什麼特殊樣式？

和相同地理環境的地區一樣嗎？

←原住民石板屋

原住民建築多受當地地形氣候影響，材料選擇上以當地可得的木石為主。

5. 「流轉的台灣」→荷西時期建築

紅毛城和閩南建築的差異？

大航海時代的貿易行為都需要以武力來保護，故荷西時期在台灣的建築大都是碉堡與砲台等軍事建設。



6. 「流轉的台灣」→閩南時期建築

閩南建築的特色？

用什麼材料？

有什麼特殊樣式？

老師：有同學住過閩南式建築嗎？感覺如何？

閩南各式馬背

台灣於 1683 年劃入清朝版圖，此後陸陸續續閩、客移民帶來當地建築樣式，強調屋頂 曲線和紅磚瓦。

7. 「流轉的台灣」→日據時期建築

1895 年日本統治台灣，於主要街道拆除清代建築，作全盤都市規劃

1910 年後，許多受西方建築教育的日本年輕建築家，在殖民地找到了發揮的空間…

問題：說到日本建築，同學們想到的是？

問題：猜猜看，日據時期發明了「什麼」造成建築規模的重大革新？



←監察院(歷史樣式_辰野式)

使用紅磚白紋帶飾華麗裝飾性風格，顯示出在台殖民的絕對性與威武感。許多政府機構皆為此時期產物。



←台博館(歷史樣式_古典式)

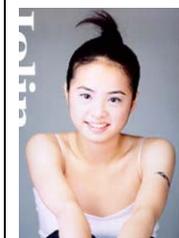
受西方建築教育之日本建築師在台灣所建造的歐式的建築，和辰野 式為同一時期不同風格。具有統治者的絕對權威感。



←中山堂(折衷主義)

1930 年開始，國際上不再流行花俏繁複歷史樣式，取而代之的是強調水平線條美感的折衷主義建築。去除了多餘裝飾，我們可清楚看見建築主體輪廓。

補充說明



風格轉變的定律→

當一個風格走到極致時必定出現反動。

EX：明

星專輯的風格

→樸素→華麗→樸素



←左：日式宿舍、右：民居街屋

日治時期其他建築

除政府機構，移居來台的日本人依然習慣住的和風建築亦引進台灣。受當時風氣影響，有些和風建築亦帶有西洋色彩，即稱和洋混合。此外也看到當時老百姓的民宅街屋依自己的喜好創造了混合樣式。

補充：民居並非專業建築師規劃，完全依屋主個人喜好設計。雖不見得有正確比例甚至把建築語彙東補西湊，卻因此具有濃厚的在地風格。

8. 「流轉的台灣」→光復後建築



←左：圓山飯店、右：科博館

問題：如果你是國民政府的建築師，此時會在建築樣式上做什麼改變？

光復初期 50 年代_中國傳統 (圓山飯店、科博館)

戰後政府遷台，雖有更豐富的族群群聚於此，但此時流行全世界的現代建築已蔚然成風，並沒有為台灣建築帶來更豐富的地區樣式。台灣一面逐漸擺脫日治時期古典樣式，一面強調中國建築傳統意識。初期以大陸建築師作品為主，主要特色為宮殿式官方建築語彙，例如：官帽屋頂、欄杆宮牆等。含有濃重的懷鄉情結和政治正確意識。



↑ 國父紀念館

↑ 東海教堂

↑ 中正紀念堂

光復早期 70 年代_轉化本土

一批留學歸國的建築師用混凝土的架構對中國傳統建築重新定義，為改良式中國建築。



問題：光復初期和早期留學生作品的異同？



↑ 大安國宅

↑ 宏國大樓

↑ 台北 101

80 年代後現代建築

1982 年至今，藉由政治引發文化與傳統議題，隨著建築材料演變更有明確現代化趨勢。特色是融入在地建築原素。例如：紅磚、馬背、斗拱、元寶等。

補充：此時這些原素已變成純粹裝飾。



←十三行博物館

90 年代_地域性特色

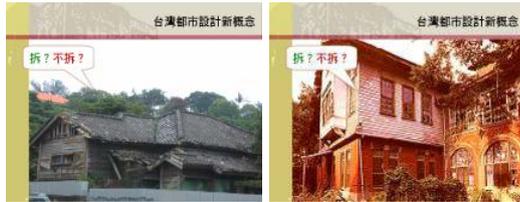
近年政府計畫將台灣行銷至國際舞台，台灣景貌成為一顆待磨原石、一項等待包裝的商品。透過競圖選擇具在地文化特色的建築興建與地景改造，提升區域性認同和空間品質。

綜合活動

9. 台灣都市設計新概念
都市空間的品質反映社會的政治、經濟與文化水準。
同樣是台灣，台北、台南、高雄等城市樣貌皆不同。
除了持續發展之外，如何看待不同時期建築也成為重要課題。
10. 統整與複習台灣建築發展的幾個重要時期→發學習單
11. 學習單與討論心得分享
12. 老師總結
近年來文化資產的保護意識抬頭，土地所有者和文化單位常為此對簿公堂。

延伸活動

- 討論 1：早期建築代表的意義？與其在台灣的存廢？
討論 2：擇一台灣建築物並說明喜好與理由



活動二：重拾遺失的美好—台灣都市設計新概念(教學節數：2)

準備活動

1. 撥放 ppt 並請同學回想上周討論主題：早期建築代表的意義？與在台灣的存廢？
2. 「重拾遺失的美好」→播放投影片並請同學思考注入新生命的方式。



發展活動

3. 「重拾遺失的美好」→解釋何謂再生空間，並以北投溫泉博物館為例說明為閒置空間注入新生命的經過



討論 1：再生空間除了當作博物館外，還有什麼樣的利用方式？

4. 「重拾遺失的美好」→以不同利用方式分別介紹台北閒置空間再生案例



←展演場所_西門紅樓

西門紅樓，日據時期建造作為市場，為磚造鋼樑建物，特色為八角樓和紅磚白紋。荒廢前曾被當作電影院使用。2002年重新啓用，目前為劇場和展示場所，紅樓前空地也常被選為明星簽唱會地點。



←書店、電影院_台北之家/光點台北

原為美國駐台大使館，是面積不大的二樓洋房，若要將寓所做為博物館使用則嫌太小。建築主體規劃前方風景較好的前接待室成為咖啡館，後方由誠品書店進駐，銷售電影主題書籍。最後在原車庫的位置增建電影院，專門放映影展與藝術電影。



←展覽空間_華山創意文化園區

日據時期原為總督府專賣局台北第一酒場，戰後由國民政府接收，繼續釀酒到 1987 年廢棄。1997 年一群藝術家意外發現荒廢的酒場不但保有台北早期產業的空間記憶，其作為廠房的寬廣尺度更讓藝文活動有較為不受限制的展示空間。因此號召藝文人士爭取這塊閒置已久的園地。1998 年始得展覽。2004 年因應國家文化創意產業政策，華山成為國家五大創意文化園區之一。



←飲食休憩場所_淡水紅樓

這棟建築原是淡水李姓商人所建，完成於 1895 年，正好是日據第一年。因淡水為通商口岸，又曾是殖民據點，建築樣式頗受西方文化影響。幾經轉手，美麗的紅樓在戰火中漸漸被人淡忘，直到 1990 年現任主人決定請專家修復，紅樓才重現昔日丰采。要看紅樓得先爬上 160 個階梯，位於高處的紅樓陪伴淡水走過通商、殖民到觀光景點，也見證了台北百年歷史。

討論 2：「再生空間利用還有哪些方式？」

5. 「成市不足敗市有餘？」→介紹世界各國都市樣貌與著名新舊建築衝突案例



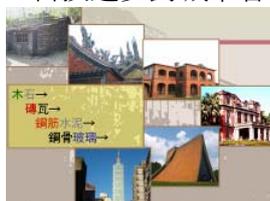
問題：認得出這是哪座城市嗎？為什麼？

如果羅馬將競技場拆除我們認得出來嗎？如果東京夜景失去鐵塔會有什麼不一樣？

東京：早期建築多為木造，位於潮濕地震帶容易毀壞，但即使是東方消費水準最高的城市，依然善待早期建築並珍惜其「持續使用」性。EX：東京車站(歷史樣式)。

羅馬：競技場和都市規劃因石材的堅固使我們在千年後可據此重現羅馬往日風光。這座殘舊的建築物一年需投入約兩百萬歐元維持，每年可吸引上百萬人次參觀。

6. 科技進步對城市容貌的衝擊



問題：回想台灣建材自史前時期至現在經過哪幾次重大轉變？

←木石→磚瓦→鋼筋水泥→鋼骨玻璃



問題：猜猜看，當時巴黎人如何看待貝聿銘這位華裔建築師對羅浮宮的改建？

←羅浮宮金字塔

在電影《達文西密碼》中，一位法國警探說：「金字塔是巴黎人臉上的一道疤」

說明：金字塔只是個外在可見的宣示，貝聿銘對羅浮宮的改造包含重新規劃動線，減輕參觀民眾的負擔；引進光線，解放原本籠罩在昏暗中的展場；增設現代化廁所等設備，從此羅浮宮不再異味刺鼻。現在大多數的巴黎人已經能熱情擁抱改造過後的羅浮宮了。



↑巴黎鐵塔 ↑格拉茲 ↑古根漢美術館 ↑北京 2008 奧運會場

綜合活動

- 老師總結：不管是好是壞，建築總會存在幾十年甚至上百年…城市之中新舊並存的現象是可貴的，我們的城市還有許多面貌等待我們去發掘和珍惜。
- 中山容貌的可能性？→發學習單



討論：我們生活的學校還有哪些空間可做更好的利用？

- 請同學小組上台發表自己的看法。
- 老師就同學發言總結。

延伸活動

- 交代下週須準備之物品並請同學回家想一想剛才討論主題。

活動三：A4 無限大—如何從平面到立體 (教學節數：4 包含製作)

準備活動

- 「A4 無限大」→如何從平面到立體？

問題：請同學想一想，如何從平面到立體？會運用哪些方式？

發展活動

- 平面媒材的運用方式介紹：



↑直線切割 ↑圓柱造型 ↑圓錐造型 ↑特殊媒材



↑ 玻璃紙 可做出類似彩繪玻璃的效果 ↑ 捲紙效果 ↑ 單元拼組

3. 「A4 無限大」→對媒材的熟悉與練習。還有沒有其他運用方式？



4. 「A4 無限大」→對媒材的熟悉與練習。

5. 介紹學姊作品

6. 「長安居，不思議」→中山容貌的可能：草圖製作。

7. 「長安居，不思議」→開始製作

綜合活動

8. 講解大多數同學遇到的問題、提醒製作進度

9. 作品分享與拍照

延伸活動

10. 提醒大家記得多放心思注意生活中空間美感。期望能在有限能力之下盡力改善生活空間。

學習評量

一、評量的方式

學習目標	認知 50%		技能 40%		情意 10%		總計
	課程認知	學習單	建築模型	設計說明	上課參與	同學討論	
座號姓名	25%	25%	30%	10%	10%	10%	100%
1 號							
2 號							
~							
42 號							

二、評量的內容

教具使用

PPT (POWER POINT)、電腦、投影機、學習單

附錄一

學習單第一週 流轉的台灣

附錄二

學習單第二週 重拾遺失的美好

附錄三

學習單第三週 A4 無限大

台北市立中山女子高級中學二年級美術課學習單



基本資料：

◎姓名：_____ 座號：_____

◎對美術課印象最深的單元：

◎希望瞭解藝術其他的部份：

◎想要考美術相關科系(請大概寫出系名)：

◎對美術課的期望：



流轉的台灣：

◎流轉的台灣建築經歷哪些大規模轉變時期

史前期→_____→_____→_____→_____→光復後

◎寫出不同時期台灣知名建築案例一個，並簡短說明其特色：

1. 閩南：

2. 日據：

3. 光復早期：

4. 近 10 年：

◎我覺得台灣老房子有沒有保存的必要？為什麼？
請就正反面論述。

對於今天的課程，我還想了解更多：

一間老屋、一棵老樹、一座廣場都有他在城市中的定位和故事



台北市立中山女子高級中學二年級美術課學習單

基本資料：

◎姓名： 座號：

重拾遺失的美好：

◎何謂再生空間：

◎舉三項再生空間利用案例，完成以下表格：

現在名稱	地點	最初使用方式	再利用方式	特色
台北故事館	台北圓山	私人住宅別莊	展覽、講座、餐廳	英式 2 樓洋房

◎你覺得我們生活的學校還有哪些空間可做更好的利用？

- 1.
- 2.
- 3.

◎就「世界各國都市樣貌註明新舊建築衝突案例」議題簡述自己的想法：

一間老屋、一棵老樹、一座廣場都有他在城市中的定位和故事

台北市立中山女子高級中學二年級美術課學習單

基本資料：

◎姓名： 座號：

A4 紙無限大：

◎從平面到立體的方式：

長安居，不思議：

◎請在校園內選擇一處想重新設計改造的空間，寫下設計說明：

草圖繪製處

一間老屋、一棵老樹、一座廣場都有他在城市中的定位和故事



參、教學成果與檢討

一、教學活動一 【小吃·曉吃】

上課過程

		
<p>1.小組討論—研究市面上販售商品的平面廣告</p>	<p>2.小組討論—腦力激盪，合作完成一分企劃案</p>	<p>3.平面廣告標語發想</p>
		
<p>4.「塩酥雞—嚴肅雞」創意平面設計</p>	<p>5.平面設計製作</p>	<p>6.平面設計製作</p>

學生成果作品

		
<p>大翻案粽子—屈原投江另類版</p>	<p>「塩酥雞—嚴肅雞」創意平面設計</p>	<p>蝦仁蒸餃—二和堂老字號</p>
		
<p>中山蛋餅婆—給你大滿足</p>	<p>樹林黑肉丸—古早味路線</p>	<p>大宗小腸麵線—任誰也抵擋不了的好滋味</p>

檢討

一、優勢

1. 透過飲食的介紹，使學生對於身邊的台灣小吃飲食有更深入的探討，並且更珍視這項文化資產。
2. 學生藉由企劃案的撰寫中，更能瞭解經濟全球化步伐加快的今日，以台灣地方小吃作為推廣商品，不僅保留的是一項重要的文化資產，更是讓學生體認傳統地方小吃中如何保持自我，融入社會，進一步更邁向世界的理念。願能興起學生對於台灣傳統小吃有一分歷史使命感，成為融入生活的永久課題。
3. 經由小組活動的討論方式，使學生在不同理念的交集下，能夠多提意見，先說說看；並且學習不要批評他人的意見，先聽聽看；從客觀角度來提出構想，想想和別人不同的事項，並逐漸擴大思考範圍，從別人的意見中引出種種聯想。

二、劣勢

1. 學生在尋找有關台灣傳統文獻資料中，發現許多台灣傳統小吃資料保存並不完善，在飲食料理上，確實多數飲食文化承襲大中華料理而來，在這部分資料中，確實可以再廣泛介紹給學生。

二、教學活動二【從傳統到時尚-文化創意服飾設計】

現場參觀、導覽、與學習單練習



學習單成果



學生課堂討論與實作情形





檢討

一、優勢

1. 學生手繪能力有一定之成熟度，已能繪製完整且精緻的作品
2. 透過教學活動能讓學生認識更多藝術家和藝術品
3. 學生從文化創意的認識過程中，也能一併學習一些設計的基本原則
4. 當代館展示內容正好符合教學需要，能讓校內課程與校外教學充分結合發揮效果

二、劣勢

1. 創作過程僅用到簡單的繪畫材料，沒有機會學習更多元的創作媒材
2. 學生使用的藝術品仍侷限在少數知名派別和作品，且缺乏東方藝術
3. 學生僅接觸簡單的服裝設計原理，實際作品與專業服裝設計圖仍有明顯差距
4. 當博物館展覽內容更換後，即無法搭配課外教學來進行

創意商品設計成果

更多作品請參考中山小舖網站 www.csghs.tp.edu.tw/~celine





一、優勢：

- ◆【角色文化·創意商品】課程著重於主體式教學方式，強調文化、角色、創意商品之間的關係，以次文化的角度帶入，能讓學生對文化創意產業有深入淺出的了解，增加學習和知識的統整。
- ◆以學生經常接觸的次文化作為引導，兼融藝術品與設計產品，可以讓課程進行更加豐富有趣。
- ◆學校硬體設備充足，加上教師製作豐富的 Power Point 教學投影片，讓上課氣氛生動活潑，Ex.



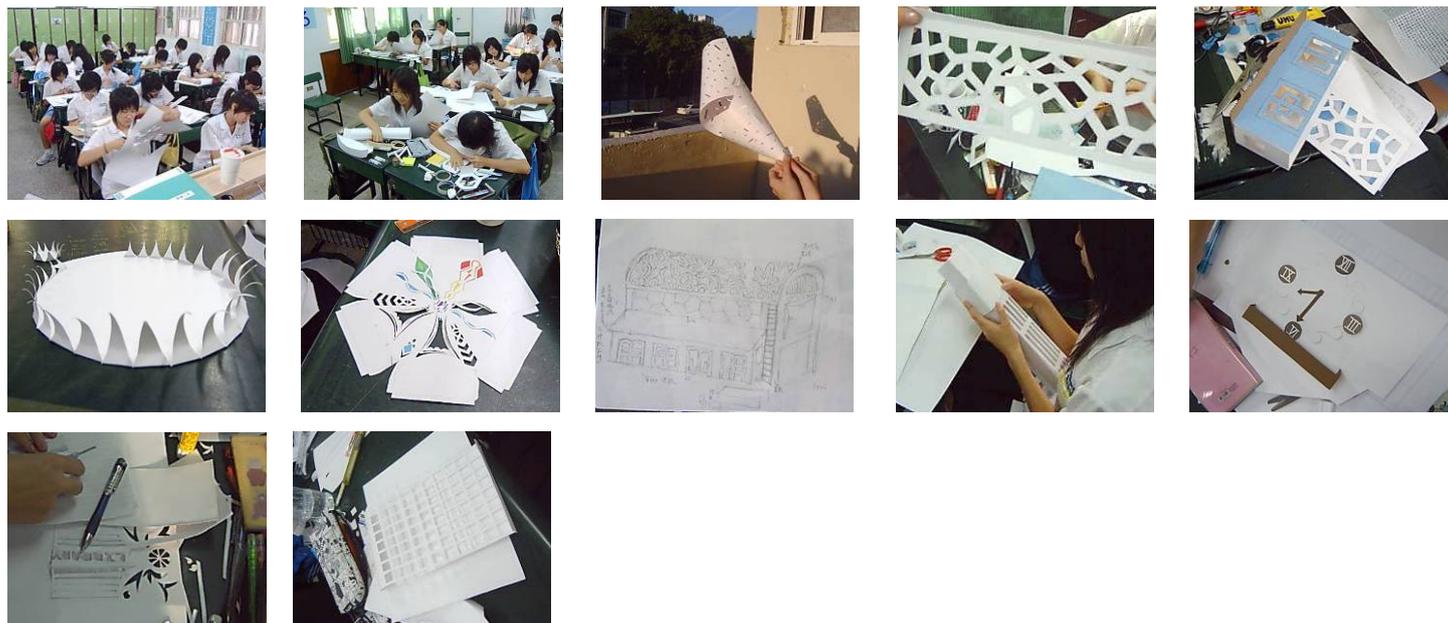
- ◆評量多元化，兼顧認知、情意、技能三方面，讓學習成效更具有全面性的評斷。
- ◆創意商品設計為立體創作，可加強學生空間概念。
- ◆成果作品陳列於中山小舖網路上，成為虛擬商城，可增加學生的參與感與榮譽心。

◎劣勢：

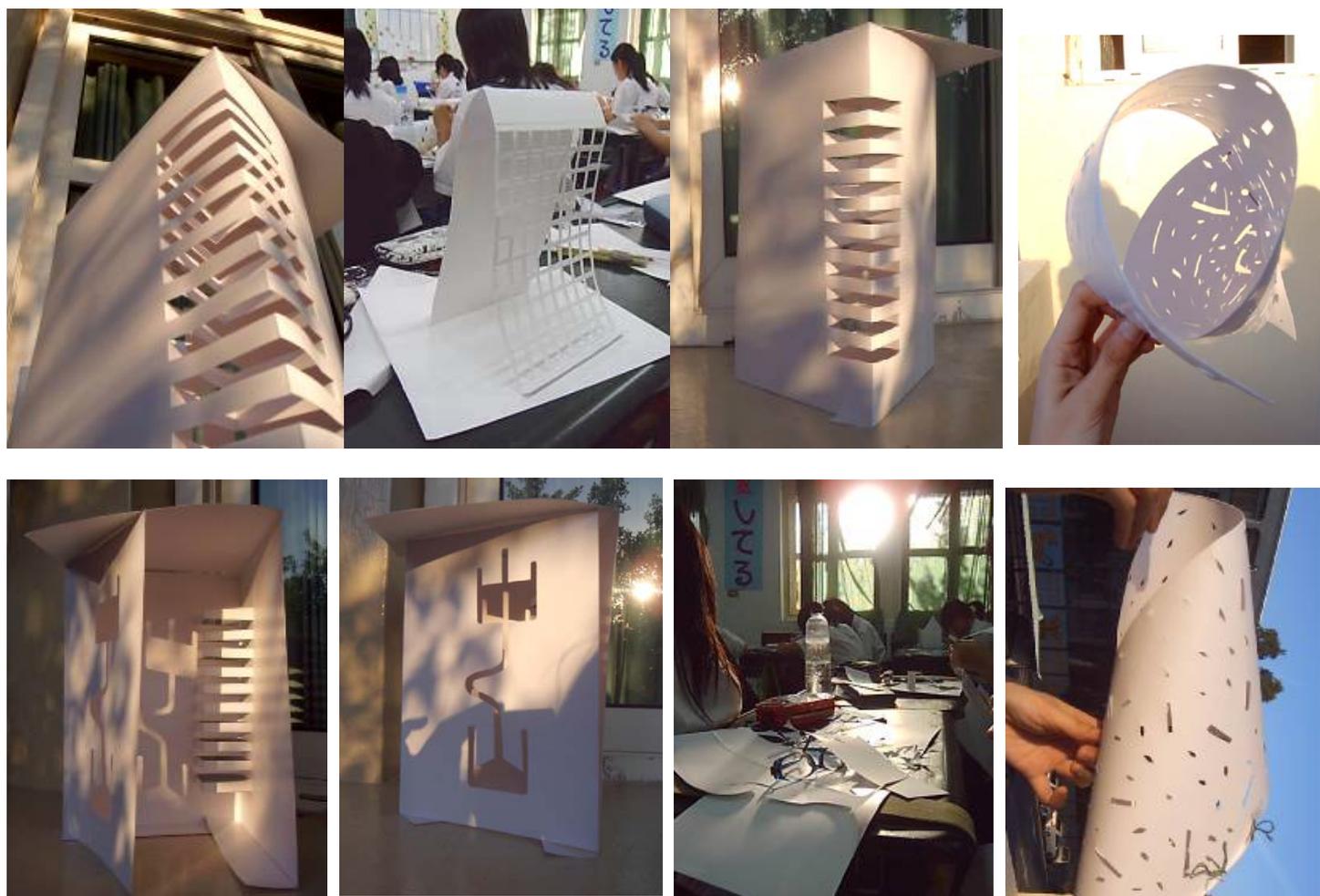
- ◆對於角色性格的描述與掌握，學生剛開始普遍不足，教師需多花些心力，方能培養學生豐富的觀察力。
- ◆學生較少接觸商品設計，所創作的商品種類有限，教師需在過程中多加引導。
- ◆對於教師的提問，採小組討論的方式進行，會出現某些學生怠惰，仰賴他人的現象，因此在情意評量，積極參與，與同學互助的部分需要特別注意、加強。

四、教學活動四 【流轉台灣·創藝的空間】

學生課堂討論與實作情形



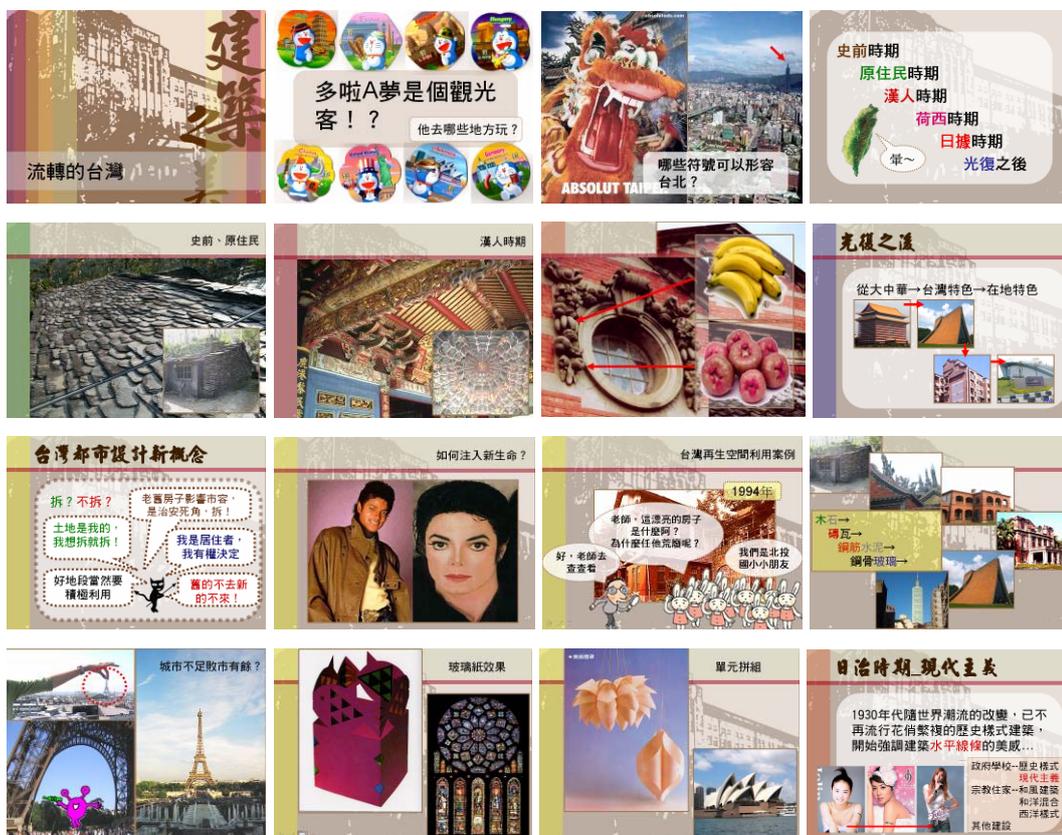
學習成果



檢討

一、優勢

- ◆『流轉的台灣_建築之美』循著歷史脈絡進展，和學習習慣呼應，學生容易進入狀況。教學強調「過程」以期能明確了解台灣先民的發展脈絡，訓練學生除了欣賞外在形式的轉換外更能深入剖析內在思維模式，進一步培養邏輯思考能力。
- ◆建築、歷史、立體造型結合，主題明確，不蔓不枝。課程由單一主軸向外延伸，特別留下許多討論空間，學生可藉此探討印證歷史發展的必然性，養成尊重自己與他人文化的特質。
- ◆由於此教學活動施行於台北市中山女高，特別挑選學生活中容易見到之建築為例，提升學生的學習興趣與參與感。EX：校內古蹟逸仙樓、鄰近華山創意文化中心、搭車至火車站必經的監察院等等。
- ◆校內硬體設備充足，加上教師製作豐富的Power Point 教學投影片，讓上課氣氛生動活潑。



- ◆評量多元化，兼顧認知、情意、技能三方面，讓學習成效更具有全面性的評斷。
- ◆學校課程一週兩節連排，可有完整的時間實施教學計畫「導入→發展→綜合→延伸活動」。使學習完整連續。

二、劣勢

- ◆「建築」相較於其他美術主題較顯沉重，教師須花較多心思補充相關趣聞，連結學生生活經驗，才不至於沉悶。
- ◆部分學生想法：「課業壓力大，希望美術課可以輕鬆無壓力」、「希望作業不要太麻煩」等等。但想要在課程中有收獲勢必有些壓力，如何在「輕鬆無壓力」的教學環境下達成教學目標，是師生共同努力的方向。
- ◆在共同討論時少數學生過於沉默、也發現少數學生並非討論課程內容，教師須時時注意。

肆、參考書目

1. 文建會策劃，《臺灣當代美術大系—商品消費篇》，(臺北：藝術家，2003)。
2. 李亦園，〈中國飲食文化研究的理論圖像〉，《第三屆中國飲食文化學術研討論文集》，(臺北：中國飲食文化基金會，1994)，頁 1-16。
3. 宋祝平，〈論小吃〉，《第三屆中國飲食文化學術研討論文集》，(臺北：中國飲食文化基金會，1994)，頁 527-541。
4. 王仁湘，《飲食與中國文化》，(北京：人民出版社，1993 年)。
8. David Dabner 著，沈叔儒譯，陳寬祐校審，《平面設計講座》，(永和：北星，2006)。
9. Quentin Newark 著，編輯部譯，《什麼是平面設計》，(永和：視傳文化，2003)。
10. 李梅仙，《台灣小吃》，(台北市：躍昇文化，1993)。
11. 張國榮，曾文燦，《台灣小吃料理王》，(臺北市：二魚文化，2004)。
12. 安田賀計著，吳澄清譯，《企劃提案書實務：發揮訴求效果的文案範例》，(台北市：創意力，1992)。
13. 國家文化藝術基金會 (2004)。文化創意產業實務全書。台北：商周。
14. 陳美芳編著 (1988)。實用服裝設計。台北：藝風堂。
15. 林家浩、劉達衡 (編) (2003)。玩具王-2002 玩具年鑑。臺北：楊桃文化。
16. 丘永福 (主編) (2006)。高級中學美術 1。臺北：龍騰。
17. Crawford, Jim/ Blum, Gregory(2006). *Toys: New Designs from the Art Toy Revolution*. UNIVERSE BOOKS PUBLISHERS.
18. 清水清 (編) (2003)。Luca Special Issue 2003 12 月臨時增刊 no.4. JAPAN：Esquire Magazine Japan Co.
19. Stefano Zuffi (Ed.) (1998) .*The Dream Factory Alessi Since 1921*.Germany:Konemann.
20. 奈良美智 (2001) .I DON' T MIND, IF YOU FORGET ME. JAPAN:株式會社 淡交社.
21. Kazutomo Ryuko (Ed.) (2005) .*LIMITED EDITION!?* AllRightsReserved Ltd.
22. 曾國安 (2003)。高中美術 3。華興書局。
23. 朱忠勇。新版高中美術第一冊。謳馨事業股份有限公司。
24. 朱忠勇。新版高中美術第三冊。謳馨事業股份有限公司。
25. 台北市政府教育局。新土藝術活動教科書全冊。台北市政府教育局。
26. 金光裕等 (2004)。文建會 2004 台灣建築展導覽手冊。行政院文化建設委員會。
27. 曾旭正。台灣新建築運動。行政院文化建設委員會。
28. 陳玉玲 (2004)。空間藝術教育—讓孩子與空間對話美育 no.137 期。國立台灣藝術教育館。
29. 張瓊方。時代的容顏—台灣建築八十年。光華雜誌八十年十二月號。
30. 葉怡蘭。台灣建築百年建築回顧。VOGUE 雜誌。
31. 徐天安。台北城市漫遊。行天宮通訊。2004.9
32. 李宜君 (2004)。台灣的再生空間。遠足文化事業股份有限公司。
33. 李乾朗。20 世紀台灣建築。2001 玉山社。
34. 傅朝卿。中國古典式樣新建築。1993 南天。
35. 俞怡萍 吳欣文 黃崑謀 (2004)。台北古蹟偵探遊。遠流出版事業股份有限公司。
36. 藤島亥治郎 (2000)。臺灣原味建築。原民文化。

37. 蕭炳欽〈2003〉。城市空間藝術,21_68。台灣藝術教育館。

伍、網路資源

1. 文化創意產業 <http://www.cci.org.tw/>
2. 2006 客家銅花祭 <http://www.hakka.gov.tw/Tung/>
3. 喫茶趣 <http://www.chaforte.com.tw/index.asp>
4. 慕夏(Alphonse Mucha)生平、作品、與新藝術運動 <http://vovo2000.com/who/master6/mucha.htm>
5. Alphonse Mucha Gallery http://www.leninimports.com/alphonse_mucha_gallery.html
6. NOKIA「浮世匯」系列手機網站 http://www.europe.nokia.com/link?cid=EDITORIAL_4988
7. 文化創意產業 <http://www.cci.org.tw/>
8. keroro <http://www.keroro.com/index.html>
9. keroro 商品 <http://keroro.dadashop.tw/>
10. Disney <http://disney.go.com/home/today/index.html>
11. YUJIN <http://www.yujin-net.com/>
12. 聖誕夜驚魂商品 http://www.jpmon.com/jp5/sub.asp?m=M08&s=M08_13&src=vip_5883734
13. Hasbro <http://www.hasbro.com/>
14. G.I. Joe http://www.mysite4u.com/toys/gi_joe/gi_joe_action_figures.htm
15. Michael lau 劉建文 <http://www.michaellau-art.com/>
16. Eric So 蘇勳 <http://www.ericsoart.com/>
17. MEDICOM TOY <http://www.medicomtoy.co.jp/>
18. 幾米官方網站 <http://www.jimmyspa.com/>
19. b.b.birdy <http://www.bbbirdy.com/index.html>
20. Toy2R <http://www.toy2r.com/>
21. Nathan Jurevicius <http://nathanj.com.au/>
22. Scarygirl <http://www.scarygirl.com/splash.html>
23. Gary Baseman <http://www.garybaseman.com/>
24. UGLYDOLL <http://www.uglydolls.com/>
25. NOUPA <http://uglydolls.tripod.com/noupa/index.html>
26. Visionaire http://www.visionaireworld.com/v2/fla_site/site.html
27. kidrobot <http://www.kidrobot.com/index.html>
28. 山口藍酷卡 <http://www.coolcard.com.tw/event/shubyai/page2.html>
29. 村上隆 <http://www.kaikikiki.co.jp/>
30. lammfromm <http://www.lammfromm.jp/>
31. Alessi <http://www.alessi.com>
32. FRANZ <http://www.franzcollection.com.tw/franzhome.htm>

文化中山，創意台灣

——中山文化創意主題課程設計

播放 ▶

課程設計：中山女高美術科
傅斌暉 老師、黎曉鵬 老師
呂潔雯 老師、李官恩 老師