

# 藝想世界 在地創意

文 / 孫銘賢 (臺藝大設計學院秘書)

當「藝想世界」不再是設計人的專利時，讓「在地創意」變成全民運動；所謂「藝想世界，在地創意」(Think globally, Act Locally)是政府推動文化創意產業的目的，也是「台藝大文化創意團隊」成立的宗旨。國立台灣藝術大學是國內最早也是唯一設有「工藝設計」系所的大學，半世紀來，無不以「藝術、工藝、設計」平衡的教育基礎，追求「手藝、創意、生意」綜合的設計目標。因此，本團隊透過「設計·人文·藝術」，展現「工藝的魅力」，使出「創意的魔法」，把「工藝」融入「創意」，讓「創意」變成「生意」，實現「藝想世界—在地創意」的目標。

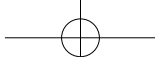
台灣藝術大學「文化創意團隊」的成員來至於不同的學校、不同的科系背景所組成研究所學生，並代表著創意設計、藝術設計、生產製造的設計師們，每位設計師都具有豐富的經驗並秉持著對文化創新的熱忱與理念，期許我們能夠為台灣的人文社會、文化藝術有所奉獻、服務與發展，並積極推廣台灣文化，將台灣的特有文化，推向國際，開發屬於本土文化的國際觀，並且為特有之文化再度紮根，除了要延續文化的生命，並且要讓台灣文化開花、結果，繼續發揚傳播下去，所以每一個人對於人文的關切、藝術的喜愛都抱著一份很大的熱忱，初創團隊時，從地方文化認同、地方文史資源、環



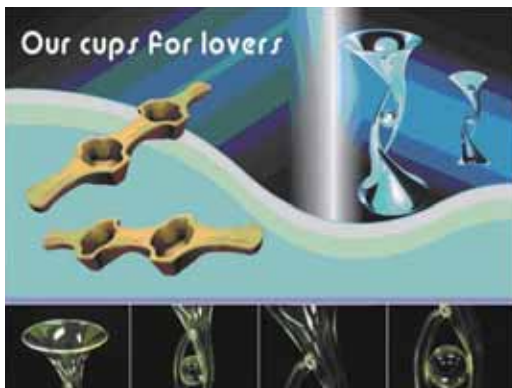
圖1 北投公仔



圖2 原住民公仔-衣原賦史



↓圖3 作品：「Eternity」2006金賞  
→圖4 遠赴義大利實體展覽



境保育、生態保護、民俗藝術傳承，公共服務、增添社會福利服務內涵、提昇地方生活環境品質等項目，展現出民間活潑的生命力與真摯的本土關懷，給予台灣社會新的生機。

### 在地文化 在地創意

對於我們自己的文化瞭解多少？必須從您所生長的環境開始，本團隊藉由「北投文化基金會」合作，透過北投溫泉博物館的數位典藏資料，深入社區了解地區文化特色，將北投的文化人物「故事化」，經由創意加值，使其變成文化創意商品，結合「社區產業」與「文化創意」，從體驗社區產業的「文化」，透過文化「創意」加值「設計」，經由「文化」、「創意」與「設計」的過程「行銷」台灣，以達到「文化創意·社區營造·生活設計·行銷台灣」的目的形成知識經濟，因此設計出一系列北投公仔，如圖1，也因此獲得2006數位典藏商業應用大賽公仔設計組入圍佳作備受肯定。

另外團隊結合原住民數位典藏網站，將以原住民文化、生活方式、慶典儀式等，作為產品創意

加值的對象，由文化中找尋創意的元素，將它編織成一個故事，藉由產品表達這個故事，讓消費者享受產品背後的文化饗宴。透過原住民文化的發想把「產品」變成一個好的「收藏品」，讓這個「收藏品」給消費者一個「無限想像」的故事，也是一個永無止境的「藝想世界」。產品提供了一個文化的線索，引起消費者去探究故事的文化背景，讓消費者去探索與省思文化的意涵，也因此設計出「原住民公仔—衣原賦史」如圖2，並獲得2006數位典藏商業應用大賽公仔設計組入圍佳作，並獲邀2007國際紐約授權展。

### 文化饗宴 藝想世界

為發展文化創意團隊殷切的成果，將是源源不斷來自文化特色無限的創意。團隊係隸屬於國立台灣藝術大學工藝設計學系，擁有許多陶磁製作與釉料研發技術，可以讓更多的色彩呈現於大眾，其它像玻璃與琉璃、金屬工藝、木工與編織等製作，都有獨到傲人的專業技術，掌握數位典藏文化創意的知識，運用工藝材料與創意元素，透過文化資訊轉

換為知識經濟的模式，將現有的科技透過文化創意的加值，運用可以複製的知識經濟模式於量化的生產上，以擴大市場的推廣與販售，團隊透過臺灣原住民排灣族連杯的概念。連杯用於祭典或婚宴的飲酒用器皿，以共飲的方式表達彼此的友情或愛情長久，以題目「Eternity」設計出現有時尚的飲酒用杯詮釋現代設計與傳統文化的融合，透過玻璃晶瑩剔透的材質，寓意放眼世界，代表著臺灣傳統文化透過西方飲酒習慣，設計嶄新的馬汀尼杯，因此也獲得2006年龐貝馬丁尼杯設計競賽金賞如圖3、圖4並前往米蘭參加國際設計展覽，賽後廠商也進一步協商將本次獲獎之產品正式量產販售，本次除站上國際舞台外，實質結合了讓「創意」變成「生意」。

台灣是一個美麗的寶島，文化貴在多元，團隊藉由跨文化的體驗不為設計而設計、童心十足地在平凡生活中，開發實用兼具美感創意的產品，是跨文化創意產品的定位與思維。因為，創意生活、居家美學的可愛和趣味，縮短人們「生活」與「設

計」的距離，它蘊藏在科技和人文之中，一種點、線、面的立體方程式，沒有時間、空間和宇宙的問題，往往只有喜歡和不喜歡。所以設計是一種生活。由於是生活的面象來自於多元的文化，如何打破語言的隔閡、文化的差異，成為優秀的文化創意設計族，透過永續設計來發揮地方文化的特色，所以團隊參加2006年客家桐花祭桐花衍生商品設計競賽，以臺灣的客家特有飲食文化為出發點，結合了時尚極簡的趣味透過題目「饗」設計出兼具實用、贈禮等多方面產品，並且獲得佳作成績，如圖5。

### 科技始終來自於人性

未來的設計乃是藝術、文化與科技的整合，以解決社會的問題，並重新定位人類的生活形態。尤其是21世紀的數位科技世界，以「人性」為本，以「文化」為體的設計更加重要，即所謂的文化創意設計。

團隊藉由網路媒體得知技嘉有舉辦G-DESIGN設計大賽，其中此設計以發掘父母親與嬰幼兒之間



圖6 作品37°C金賞、最佳人氣獎、最佳造型





圖5 作品：「饗」佳作

的互動，透過有助於親子間平安成長期待的「嬰兒產品」進行設計發想，主題中藉由臍帶提供了寶寶在子宮時所需的成長養分，是與母體密不可分愛的聯繫。嬰兒產品就好比是父母親對於寶貝疼愛以及呵護的延伸，期許透過設計的巧思與轉換，將設計創意與父母親對寶貝平安、快樂成長的期待緊密結合，因此團隊選擇了美化人生組「臍帶·期待」作為設計的目標。

「人」需要生活，動力來自於「身體」，「健康」即是一種指標，然而我們以37°C為中心指標，透過「3C」理念，包含CARE、CONNECT、CONCERN，一個嬰兒的誕生對父母來說給予的是一種希望，當希望聯繫父母的心，就是父母給予寶貝的照顧。然而奶嘴是寶寶與父母之間，最直接、貼近的物品，所以我們設計了可以隨時隨地照顧寶寶的奶嘴，一方面可以解決寶寶吸奶嘴的需求，

另一方面又解決母親無時無刻想照顧寶寶的心情，是一個聯繫寶寶與媽媽之間的嬰兒產品，本作品也讓團隊於2006年技嘉設計競賽連獲三個獎項，如圖6，分別為金賞、最佳人氣獎、最佳造型，也因此提振了團隊士氣。

其實設計的元素來至於個人週遭的生活，往往一個小細節透過巧師或一個動作，可以變成創新的好設計，並改善生活品質，2008年光寶創新獎比賽以題目「數位生活的一天A Day of Digital Life」其中緊扣數位科技與生活，運用嶄新獨特的靈感，將生活中的細節轉換成各式應用的數位產品，以科技增進生活樂趣與便利，進而落實節能減碳、社會關懷、照顧高齡與弱勢族群之理念，其中的概念與目前全球關注的焦點議題不謀而合，更能見到科技創意與生活應用相輔相成的契合與未來發展性。以科技擁抱地球、落實節能減碳、重視社會關懷。



圖7 作品「E管家」金賞、特別獎

未來生活發展不免脫離不了「安全Safe、環保Green、便利Convenience」，作品「E管家」是由團隊從生活中不便與不同習慣中聯想出來的，將想法轉為找尋現有問題的資料，發現根據內政部消防署統計處2008年2月25日公佈台灣事故統計資料指出，電器設備走火佔了所有火災發生率的33.07%，以整體比例上位居最高，可見臺灣電線走火原因可見有兩點：一、屋內使用電量超過電線負荷；二、配線老舊或外部絕緣破損無熔絲開關故障等，因此E管家結合監控器與主機之間訊息聯繫，來避免火災的發生，另外透過拔插頭的小小動作達到節能減碳，綠色環保的功用，讓消費者的荷包不再浪費，讓這個世界更能在安全的家庭內生活、減少地球壽命縮短為目標，此作品如圖7獲得獲得金賞與特別



獎，藉此讓團隊耀上國際與世界接觸。

「文化創意團隊」稟持著年輕人的熱血，一份對設計的執著，一份對人文藝術的熱愛，透過不同巧思，讓產品更加創意，並透過比賽、產學合作方式讓團隊人員學習更多經驗，眼觀世界文化，從產品設計的角度來看，在經濟全球化，生活地球村風潮的影響下，各國的產品設計呈現一致的國際化風格，缺乏各自的特色，無法顯示出應有的文化特質。團隊藉由跨藝術、跨文化導向設計出人們喜歡的個性化或差異化的產品，甚至尋求具有文化認同或表現文化特色的產品，如同世界各國亦發展出強調自己文化特色的設計風格一般。最後透過文化、創意、設計，讓台灣藝術大學在國際舞台上發光發熱。