

藝術教育與場域的共鳴：體驗環境·展現社區美學

Coordination of Art Education and Field :

Realize the Environment and Perform Community

Aesthetics

邱勇嘉

南華大學美學與藝術管理研究所碩士

【摘要】

新世紀的發展，受到世界潮流快速變遷、經濟發展與民主化社會環境改變的影響，逐漸從藝術、文化語言的探索延展開來，強調文化主體性與在地觀點的空間及文化理論也陸續提出。空間，是我們人類社會生活中不可或缺的場域，在共同的居住環境中，人們爲了生活上的需要，開始建造共同的空間，空間形成的意涵便是空間文化化發展的重要關鍵。

教育的目的是爲了充實下一代使其具備在新世紀中發展的能力，視覺藝術則賦予人一套視覺符號系統，藉此能演繹出更複雜細膩且精緻的藝術文化內涵。藝文活動可以使社區民眾在思考和行動時變得更有可塑性，教育融入社區文化環境中，將有助於培養民眾的文化認同感。然而近年來在政府及地方文化團體努力之下，各地方社區已陸續耕耘出多元豐盛的文化面貌。並且十餘年來政府單位常藉由活動的推動讓民眾凝聚地方意識，以居住的「社區」關懷爲出發點，發展多元的文化觀，而讓空間環境形成空間文化化。因此，本文以質性研究的方法探討文化與空間的形成對於民眾的認同價值之影響。並且以社會變遷的角度，對於空間文化化發展做綜觀性的描述。體認各種環境的變化下，各種混亂及失序的現象，因此，空間環境要針對全人使用與意識凝結的角度去思考。以人文情懷重新建構新世紀的台灣生活態度與認知脈絡。

關鍵辭：藝術教育，場域，社區美學，空間文化，文化經濟

一、緒言

在面臨新世紀藝術教育的變遷，多元化的藝術教育理念不斷地被引進，這樣的潮流，帶來許多的社會變革。因爲教育的目的是爲了幫助下一代，使其具備在新世紀中活存的能力；而視覺藝術賦予人們一套視覺符號系統，藉由此系統人們

便能創造出更細膩的藝術，形成多元的文化風潮。此外，豐富的藝術活動可以活絡民眾的思考和行動，使其更具可塑性及創意，且藝術活動常常與空間場域發生共鳴，例如新港媽祖文化節與新港社區場域共鳴的關係。因此，探究藝術教育與場域的融合，對於民眾體驗環境與文化認同的養成十分值得深入分析。

回顧近代國際藝術教育理論的發展分為三大方向：一為學生取向藝術教育，其以學生為中心，強調學習者的表現與創造力的啟發。二為學科取向藝術教育，乃是以學科為中心，強調系統性的課程與教師的指導。三為社會取向藝術教育，則是以發揮藝術教育在社會價值功能，並強調藝術教育應以生活為中心，與社會文化脈絡結合的基本立場。因此，這三大方向之間是有互通的關係。且以此理論的發展之趨勢，藝術教育更應從學校藝術教育轉換到社區藝術教育，讓藝術教育融入生活環境，進而凝聚社區意識，形成獨特的文化氣質。

在過去 20 年的發展歷程中，文化政策已經顯著成為西歐各國推動都市經濟發展與再生的重要策略，歷史建築物、社區公共空間、地方展演空間等這些地方的文化環境發展和藝文活動推動，成為許多城市重塑、再生的重要策略。文化在於透過藝文活動的傳遞、保存與教育，並且串聯時間的序列與生活空間，來承載與傳承生活的記憶，（Hall & Neitz, 1993）在台灣的社區總體營造模式也是如此。

並且郭禎祥提出藝術教育取向結合學校、社會、美術館、博物館及藝術表演中心等，以利國家藝術教育推廣與終身教育之實施。（郭禎祥，1999）陳箐繡也指出，藝術教育走進社區環境氛圍，可以從三方面來解讀，即「藝術教育型態」、「社會文化觀念」及「人與環境關係」三者的重建；而教學模式本身也反映出社區多元脈絡與互動關係的特質。（陳箐繡，2000）因此，從許多學者的探討可發現，藝術教育的理念漸漸重視以社區為發展，藝術教育更應與場域空間一起討論。本研究的動機如下：

1. 隨著台灣社會變遷，民眾生活時空結構的轉變，藝術教育是否促使常民對活動參與的社會需求提升？

在台灣，不論是空間規劃的想法或硬體設施的配置，就整個架構而言，供給的理念主導過去都市空間之形塑，資源過度的集中、高度的都市化與鄉村發展差距，成為我們生活周遭的現象。因此，在怎樣的地方有著怎樣的藝術教育活動是值得研究的。

2. 如何積極推廣藝術教育與空間場域的融合？

我們知道近年藝術教育在社區文化中扮演越來越重要的角色，為發展社區文化工作中不可或缺之一環。並且社區藝術教育應如何劃定一個地理區域為實施範圍，讓其目的在建立、保存或發揚社區的文化特色，並可凝聚社區共識，產生認

同感。因此如此對於推廣藝術教育與空間場域的融合實有必要詳加研究。

綜合而言，本文從社區的觀點與理念，探討台灣社區藝術教育的發展，並依據該觀點，融合人、教育、社會、環境等屬性，探究社區藝術教育的發展，並且探究社區藝術教育活動與社區文化環境在空間上互動的現象與形態。本文以「藝術教育」與「場域」為對象，進行活動的參與行為與設施的選擇關係研究，並建立藝術教育活動與空間設施的互動模型。因此，本文分成兩個基本的研究取向：

1. 以歸納法的分析基礎，依生活空間面、環境空間結構理論、教育活動分析理論等層面，進行歸納與比較，作為藝文活動與設施互動分析之基礎與模式建構參考。研究過程中利用文獻蒐集及歸納整理、歷史法之回顧分析、深度訪談調查及參與觀察等分析方法與工具的協助，來探究藝術教育活動參與選擇行為在空間上與各作用因素間的系統關係，以論證本研究的推論與假設。

2. 以演繹法為基礎，透過理論及相關研究歸得的通則性論點，結合藝術教育活動與社區文化環境互動模式觀念的建立，演繹台灣都市藝術教育活動與社區文化環境的互動關係發展形態。這個階段的研究區分為文化內涵、活動空間設施、文化內涵教育機制等四個單元為承接理論、研究的分析面向，以解釋文化教育活動與社區文化環境在都市社會結構與生活面呈現的現象。

二、空間與場域的社會價值

空間，是我們人類社會生活中不可或缺的場域，在共同的居住環境中，人們為了生活上的需要，開始建造共同的空間，這些人們共同活動的場所便是公共空間，因此公共空間在我們生活當中生生不息的，它是牽動著一個地區的文化生活與社會價值。本節所要探討空間場域展現應有的精神與意義，這在社會裡又代表何種價值，且如何與藝術教育產生共鳴。

(一) 空間與場域的重要性

城市空間中最顯著的，經久不變，且易於辨認的符號是由建築物所構築而成。不同的城市空間之所以有差異的存在，有絕大的成分正是得自於不同的城市裡所擁有的建築符號，符號形成的體系，以及所代表的文化，是各有其地域性與歷史性的。(蔡秀枝，2001) 因此，空間場域所存在環境中必需擁有它的價值條件。場所係指人或物所佔的空間中不確定的範圍，也係指城市、鄉鎮、村落等人們的聚居地。或只有特殊使用目的之地區；場所的意義顯示出其不具特定空間範圍的特性，須靠相關之描述方能具體指明其在尺度上之關係與切確的意義。因此，構成場所必須具備以下幾個要素：

1. 實質的物體 (Object)：指建築物或者自然景觀等可見可觸之物。如空間。
2. 可以觀察的活動 (Activity)：在場所上進行的一切活動。如藝術節活動。

3. 蘊含的意義 (Meaning)：個人的體驗，即在內心中所引起的種種感受。如認同感、歸屬感。

從場所構成要素不難發現，一個空間場所長久的存在下來，它主要還是必須與人、社會產生共鳴，而在都市發展再結構的過程中，往往使都市的地點失去演化沉澱的意義。連建物與週遭的地景毫無相干，沒有連貫性和都市整體感。然而如諾伯舒茲 (Christian Norberg-Schulz) 在 1995 年提到的：「不論是自然的環境或是人為的場所，空間都有依附的神靈。」擁有豐富的城市記憶和具有意義的社會性活動，對於一個地區的平穩發展來說非常重要。(Christian 著，施植明譯，1995) 並且 Lynch 對環境所強調的：「假如環境缺乏一個可供想像的結構，人們將失去方向感。」(Lynch, 1976)

因此，人類的住居中，經由某地經常性活動的涉入；親密性及記憶的積累過程；意象、觀念及符號等等的給予；空間充滿意義的「真實的」經驗或移動事件，人們將會對此環境產生認同感的建立。場所認同是人們對場所的認同感，使其區分地方與其他地區不同，因此，場所認同是藉由態度、價值、思想、信仰、意義、行為傾向、情感依戀等的延伸及對其場所的歸屬感的結合，從中表現出來，(Moore, & Graefe, 1994) 從(圖 1)場所認同的概念圖可以看出此關係。過去的記憶從個體出發，藉由不同社區的區別讓特色，慢慢藉由個體與個體的內容，開始找出認同感。從個體與個體的內容找出認同感，這也是說一個空間場所的演變，是由社經環境的變遷所影響，因此一個空間場域它的社會價值往往是隨著民眾而改變的，就如同全球化帶動的影響。

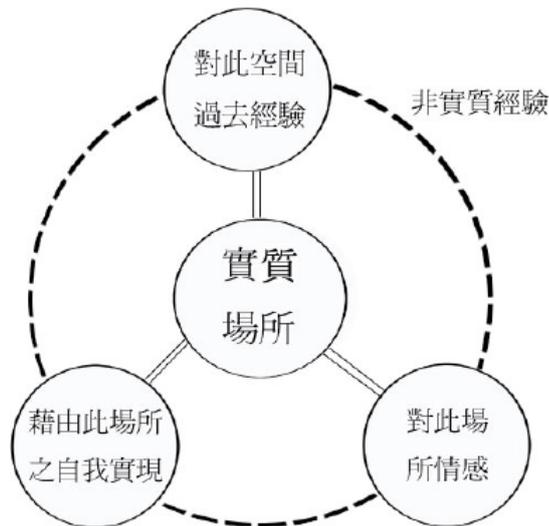


圖 1 場所認同概念圖

(二) 社會文化產物下的空間場所

從人類社會發展的歷史中可以看出，不論朝代的替換、經濟活動的演變，由人類共同居住所架構出來的公共空間，始終是整個社會作息的重心。時間、空間、

人間組織架構出我們的社會，也形成一個特有的地方美學。社會環境脫離不了民眾的需求，並且在社會文化既定的生產模式下被形塑出來，換言之，社會環境是社會文化的產物。在城市與社會的變遷以及空間性組織快速變化時，社會依照他自身的條件，生產特定且合適的空間。市民社會獨立於政府單位之外，它是由許多民眾所組成的，並追求其自身的目標。因此，市民社會所指涉的領域是一種自主性的團體和機構、企業組織、利益團體、家庭等。意即在民眾共同環境空間與社會文化層面之間，是一個互動的、流動的辯證關係。

在場域的構建上也是在重塑人對地方鄉土的親族感、安全感和歸屬感的欲求，並將之整合於空間實踐之中，重建集體的希望。因此，社區的日常生活裡也到處也充滿著建構集體的社區生活脈絡與社區文化的視覺產品，例如社區中的地標造型、建築物、公共藝術、傳統服飾、名產包裝、廟會遊行表演等。這些視覺產品會構成特殊的社區視覺文化特色，無論對於社區居民或外來者(訪客或遊客)均會產生不同的影響。對社區居民而言，這些視覺產品有可能凝聚了社區居民的地方歸屬感；對外來者來說，也會對該社區的獨特的「地方性」產生深刻的視覺印象。因此對台灣來說有它文化的特殊性，不管是族群變遷，或者時空的轉移，出現在這個土地的藝術現象、藝術活動各自有不同的來源，這些來源實際上也都是文化或創作重要的根源或基礎。例如台北 101 大樓、嘉義燈會、苗栗縣三義木雕藝術、金門風獅爺雕刻、高雄縣美濃紙傘、高雄市「城市光廊」公園景觀、屏東墾丁國家公園等。

當下文建會所提出的社區總體營造便是要透過公共決策滿足這些欲求與希望，並且主委陳其南（任期 2004~2006 年）也提到社區總體營造是要營造出一個新社區、新社會和新人種，在這個『造人』的工程中，是依賴社區民眾和知識份子的互相學習、自我學習和自我改造。在社區總體營造的過程中，是要建立一個體系化的社區學習社會和學習共同體。因此在這樣之下，許多社區擁有豐富的社區資源，將要成爲一個社區學習的社會並不難例如嘉義新港鄉，許多社區意象除了要建構民眾的生活場域，更是建構生命共同體的歷史意涵與作用，並且結合民眾的認同感，這樣才能落實社會環境就是社會文化的產物。

三、消費文化影響下的場域

台灣社會轉型與變遷意味著大多數人所從事的團體活動與社會關係，隨著時間的改變，而覺得不同於過去。而決定社會轉型與變遷的因素包括：自然環境、科技創新、觀念、文化傳播、人口、教育與社會運動等。而投資於消費奇觀、推銷地方意象、競爭文化資本和象徵資本的定義、與塑造吸引消費者的地方其相關的鄉土傳統振興，全都捲進了地方之間的競爭。(Harvey, 1996) 因此，地方聚集了事物、思想和記憶，無論地方的外觀爲何，都跟空間和時間一樣，是社會建構的產物。社會轉型與變遷影響了空間的形成與環境空間的意涵，並且也帶來不同

的觀念，因此，本節主要探討台灣社會轉型與變遷對場域與文化的影響，以了解到社會轉變的對社區美學以及空間認同的影響。

(一) 消費地方的轉變

消費是現在社會主要（但並非唯一）的文化場域。並且由於資本主義不斷的開發消費工具，消費文化在現在社會中越來越活躍。（劉維公，2001）然而，消費地方包含的範疇較為廣泛，空間消費乃是以人為主題，在某一特定空間獲得特定慾望滿足的一種過程，偏重於精神與空間的互動關係；亦即超脫了財貨的經濟交易行為，基於精神上寄託或是基於休閒娛樂之目的，而到某一空間從事活動。

（Johnston, Derek, and David, 1994）這種對於異地的「想像中的懷舊感」來自於資本主義運作的機制，一些標榜舊日情懷、各種風格旗子的消費場所不斷的再複製地方感，使地方逐漸成為消費的對象，這些被召回的地方感與當地空間失去聯繫，是沒有根的地方性，雖然多少現代人一些生活的樂趣，但是被納入消費的地方感的事、物，卻仍然不是為了在地的生活而存在。（林崇傑、陳宇進、陳惠婷、盧維屏，1996）促使社區逐漸走向空間的華麗庸俗，原本平凡中的不平凡是對當地人才有意義的，一旦包裝後上市，我們看到的只是各地都在大量複製並對參觀者所宣稱的不平凡。從空間消費來探討消費空間，消費空間是人所建成的環境，提供人們流動與滿足的消費場所，空間被塑造為消費的情境（places are created as contexts for consumption）（Sack, 1988），以滿足民眾的慾望或需求。

如上述，如果「飽食暖衣」的時代，就是符號的時代；如果現代的商業空間場所，已從「消費之場域」(places of consumption) 成為「場域的消費」(consumption of places)，是販賣流行文化與突顯社會身分階級的地方。（陳坤宏、王鴻楷，1993）那麼由老厝、木桌、蒸籠、刨刀、鋤具、彈珠汽水、童玩等，這些代表傳統的物品當成是一個符號而堆砌成的老街空間，除了販售豆腐、鐵蛋、芋圓、彈珠汽水等地方特產或古老玩意，它更經營一種懷舊與復古的空間性格，販售與消費“時代感覺”一組符號所喚起的時間記憶。

消費社會深化的過程有跡可尋，但是在不同社會的表現形式會是不同的。台灣在 1980 年代後，民間所得提高之後，伴隨而來的是消費支出結構的改變。就民間消費支出項目之結構比例（參見表 1）而言，醫療保健、運輸交通及通訊，以及娛樂教育及文化服務等項之家庭消費支出比例則逐年增漲，其中又以「娛樂教育及文化服務」一項漲幅最為凸出，這意味著文化消費的時代來臨了。這項文化消費的訴求的成因大致如下：

1. 由於台灣工業化影響，造成農業衰退和都市化問題日益嚴重。同時由於都市人口愈來愈多，使得都市空間的功能和服務品質在不夠分配的狀況下愈來愈差。這使得都市生活中逐漸重視休閒生活。
2. 在台灣的經濟發展過程中，不特別鼓勵大企業。因此中小企業佔企業家總

數的 95%，故而出現新興的中產階級。而中產階級的休閒文化生活，都有「雅痞」精緻化或自然化的傾向，以作為身分的社會表徵。

3. 自從 1969 年九年國教實施後，使得國民平均知識水平提高了。並且鑑於西方國家精緻的文化生活，也會反身要求自己國家的文化生活水平。

表 1 台灣地區家庭消費支出概況

單位：%

年份	食品、飲料及菸草	衣著鞋襪	房地租、水電燃料和動力	家庭器具設備及家庭管理	醫療保健	運輸交通及通訊	娛樂教育及文化服務
1964	59.70	6.30	17.20	3.40	5.30	2.00	1.20
1970	52.46	5.79	18.19	3.96	5.95	3.00	2.66
1980	40.35	7.03	23.65	4.57	4.20	6.68	8.18
1990	32.33	5.92	24.62	4.27	4.82	8.83	13.34
2000	24.21	3.83	25.15	3.96	11.09	11.37	13.51
2001	24.34	3.64	24.60	3.91	11.53	11.69	13.32
2002	24.05	3.56	23.71	3.71	12.28	12.23	13.52
2003	24.00	3.52	23.96	3.55	12.70	12.12	13.12
2004	23.71	3.48	23.06	3.73	12.91	12.54	13.31
2005	23.62	3.40	23.33	3.61	13.41	12.56	12.99

(資料來源：行政院主計處「中華民國台灣省家庭收支調查報告」)

總體來說，台灣地區消費社會的形成不是突如其來更不是孤立的現象，它是經濟發展過程中生產部門的延續與擴張，在其逐步擴大的變動過程中與國家、民間、媒體、資本、市場等既存歷史空間相互形塑，在動態過程中決定了它的內容與形式。

(二) 社區美學：消費文化理念的進駐

當現代的消費文化與新型態的文化經濟緊密連繫的同時，這意味著消費文化能夠以更具廣度、強度與速度的方式在現代社會中發展，並且進駐社區重塑現代人的生活美學，這也說明了現代人的生活被消費商品包圍，必須（不論是被迫或自願）與其所傳遞的文化意義進行互動。由於社會的轉變當代消費模式逐漸著重於一種象徵的意義，Lash 與 Urry 就指出生產不是注入更多的知識即可，而是變得更為全面具備文化性質；其關鍵並不只是在於資訊加工 (information-processing) 獲得嶄新的重視，而是在於具備更為總體的象徵加工能力 (symbol-processing capacities) (Lash & Urry, 1994: 123)。例如我們對於老街共有的印象，我們利

用我們日常生活所學習到的知識，把它加註在老街這個名詞上，並且認為它應有的文化性質，且現在的社會更用許多的商業元素加入（資訊加工）例如消費，這些的加入都不是單一的印象或是加工，而是對於老街的總體象徵。因此這些象徵意義常常是從我們日常生活中所發現的，這可說是消費文化的進駐。

而新型態的文化經濟常常不斷地供給經過設計具美學性質的貨品或服務，具有美學的事物已變成是現代人日常生活的基本情境氛圍。社會學家稱此現象為日常生活美學化（the aestheticization of everyday life）（Featherstone, 1991）。在現代社會，美感（例如精緻藝術）不再是屬於少數人專有的特權，而是大眾的經驗現象；美感不再是生活中稀少罕見的事件，而是不斷遭遇的對象。因此對於社區的地方性美學，有必要建構於民眾的主體意識對地方認同感受上。

而在討論生活美學化 Featherstone 認為有三項意涵：第一是藝術家（如達達主義者）試圖顛覆生活與藝術之界線所提出來的創作理念與美學運動；第二是長久以來知識份子（如 G. E. Moore 等人）所提倡的「生活即是藝術」生活哲學觀念；第三則是大量的符號在現代日常生活中出現且快速的流動（Featherstone, 1991: 66-67）。也就是即關於現代人在一般生活經驗中與象徵符號互動所發生的美學體驗。因此若把生活環境當作是一可解讀的文本，能夠充分掌握其語意的即是生活風格與美學。如果說生活風格是現代人與消費文化互動所形成的具體生活形式，而社區生活美學就是現代人在與消費文化時所秉持的生活理念。因此，在社會變遷時，人們將隨著每個社會現象在轉變生活風格，但不變的是大家還是會凝聚一個社區的集體意識，展現出屬於這各地方的社區美學。

（三）社區總體營造對場域的影響

社區總體營造是以社區共同體的存在和意識作為前提和目標，常常也是在展現一個社區的美學特質，藉著社區總體營造理念的推動與社區居民積極參與地方公共事務，凝聚社區共識，讓各地方社區建立屬於這個社區的意象。解嚴後的台灣社會，一方面因為資本主義順利發展所因蘊而生的大量中產階級，一方面這些中產階級所領導的新興社會運動驅使國民黨統治霸權瓦解，共同孕育了市民社會在台灣崛起的土壤，而這股逐漸成形的市民社會力量，隨著新國家的認同建構的確立，在 1990 年代具體的反應在社區自主風潮上。前文建會主委申學庸於 1993 年 10 月正式提出「落實對於社區意識及社區倫理的重建」概念與計畫，這使得「生命共同體」的概念得到重大的發展。隨之在 1994 年 10 月 3 日，申學庸首先提出了「社區總體營造」理念，試圖從文化重建的角度，促進居民的自覺與動員，並且重建人與人、人與環境、人與社區的新關係，進而帶動地方社區的全面改造與發展。（林信華，2002）

整合分析十多年來社造的內容，以社區角度觀察，大致可分三層次：一、理

念宣導，人才培育；這部份文建會作的最多，不同部會的社造計畫裡多少亦有這類內容。二、空間改造：如文建會最早期的「美化傳統文化建築空間」，後來內政部營建署的「城鄉新風貌」及環保署的「生活環境總體改造」，文建會的「閒置空間再利用」、「地方文化館」等等皆是。三、滿足社區生活需要，解決社區生活難題。屬整體性、功能性，如六星計畫中的產業發展、社福醫療、社區治安等。（陳錦煌，2005）因此，社區總體營造對於地方的社區美學發展來說是非常重要的，不僅改變了地方的空間特色，社區總體營造更帶動了人與人之間互動的關係，這也是在引發民眾的集體意識。

近年來新政府所研擬的《挑戰 2008：國家發展重點計畫》中，城鄉空間與社區總體營造理念仍然受到高度關注。在「十項重點投資計畫」中的「新故鄉社區營造計畫」，其目標為利用在地資源，引入人才及創意，營造活潑多彩的新故鄉社區。期望由此帶動社區內部包括社會關係、文化藝術、空間設施與經濟產業的整體轉型，提供新的就業機會與生活條件，進而留住或吸引外移人口，振興地方的活力。

四、社區與藝術教育結合的新契機

1990 年之後，強調藝術與社會、文化的密切關係，且在社會發展的過程中，藝術教育的發展也跟著社會發展息息相關，藝術教育的中心目標與社區發展的內涵相關，藝術教育的目的在於使學習者認同自身的環境文化，社區更是需要全體居民的認同，本節所在探討藝術教育與社區之間息息相關的中心目標，所要帶給民眾如何認同自身。

（一）藝術教育與社區的關係

Edmund Burke Feldman 提到，「社區」(communities) 是實體建築的組合，同時也是社會關係的網絡。在明智的組織這些建築時，社區就有了建築形式，但是如果沒有有機的設計，沒有美感境界的觀念，社區就會如惡瘤般生長。也就是說，每個社區的空間型態反映了該地區居民的社會美學能力。教育，特別是藝術教育，應該負責培養這種能力。至少，我們的目標是要有一群具有建築素養的公民，少了他們，健康的社會關係與豐富的都市生活都將與所有人絕緣。（Edmund Burke Feldman, 2003）因此我們可以運用藝術教育與社區場域的結合，來凝聚社區的集體意識。

藝術教育的發展常是因應社會文化轉型、人文環境改變而不斷的進行改革。藝術教育的價值在於，藝術能提供獨特的視覺境界，藝術能增進美的感受，藝術具有傳達、維繫與開拓精神領域三功能。因此藝術教育的發展與思潮，一直因應社會文化的轉型，人文環境的生態不斷的進行變化，隨著時代的變化需求進行轉

變，從不同認知層面與發展對藝術教育的價值做出回應，藝術教育更要肩負起培養符合社區文化環境需求的全方位教育。

近年來世界的情勢影響了台灣社會變遷，審視近年來台灣社會的變遷趨勢，以變動、競爭與創新為特徵社會現象。因工業化的結果，走出封閉的社會，形成多元、開放的社會，但是多年來因為物質文明與精神文明的失衡，目前仍存在多種社會失調與疏離的現象。再者，由於科技與經濟的發展，造型休閒品質與數量的提升。因此藝術教育的傳遞更是要從以自我意識的認同開始，也就是說我們應該從社區這樣小單位開始，逐漸到整體社會的共識。

透過藝術的社會化，也增加了人與人之間的歸屬感。藝術教育的社區化，是一種了解某個特定社區族群美感習慣與特質的過程。學習者學習了自身與其他族群的文化特色，因此藝術不斷的在改變，藝術教育自然也參與了社會變動，從個人→學生與教師→透過藝術，可以對自身文化環境的了解，延伸到對世界之理解更有所進步。最後，藝術教育的使命關注人類成長的內涵，此觀點看來，藝術教育有益進步社會的變動，更對文化環境的公共空間的認同感更有所進步的了解。因此藝術教育與社區的關係，由於台灣社會轉變的需求，藝術教育不在只是重視技能上的訓練，而是要傳達出一種社區文化特色。

（二）社區藝術教育之內涵

邁入多元文化觀的後現代社會，學者針對藝術教育相關議題之學術研究中提出，應建立以藝術教育取向結合學校、社會、社區、美術館、博物館之教學互動，以利藝術教育的推廣與終身教育的實踐。從社區取向藝術教育、社會藝術教育到社區藝術教育的發展，可以看出台灣藝術教育的多元走向逐漸在讓學習者更加的了解到自身周圍的文化環境中，因此「社區藝術教育」的定義，係指運用藝術教育的活動參與、學習及鑑賞，教育社區民眾，以提升社區民眾之審美素養，凝聚地方共識產生認同感，並能運用藝術改善或美化社區生活環境。因此，社區藝術教育不只是包含視覺藝術、表演藝術與文化節慶等，更是需要談到的是社區的環境、古蹟與歷史等，從中去了解到社區的發展。也可以說是以社區問題與需求，運用藝術教育方法，教育社區民眾，以提升社區民眾的審美素養、運用藝術改善或美化社區生活環境及從藝術教育學習凝聚地方共識產生認同感。

從社區藝術教育的定義發現其特色：1.以某一個地理區域為實施範圍。2.其目的在建立、保存或發揚地方的文化特色。3.可凝聚地方共識，以產生認同感。4.改善社區生活品質。5.促進地方各族群和諧共處，養成互相尊重之精神。6.不僅結合視覺藝術，更將表演藝術、文化節慶及環境結合。

Ulbricht, J.在 2005 年提到美國很多藝術教育工作者經常設計以社區為主的藝術教育，給適合的地方公民或老年人，這樣的藝術教育不只是在藝術教室內，甚至到學校、公園、藝術中心、博物館和店面畫廊進行，讓學習者更了解當地的社

區特色。(Ulbricht, J., 2005) 凝聚地方共識，以產生當地居民的認同感。從這樣的藝術教育理論至此，這些學者逐漸重視學習者自身周圍的生活環境，並且也說明了社區藝術教育的重要性，學習者從平時生活就開始進入藝術教育的薰陶，大到社會藝術教育，因此藝術教育應從社區生活由小到大的推廣。從圖 2 社區藝術教育概念圖可以看出社區藝術教育應包含的領域。

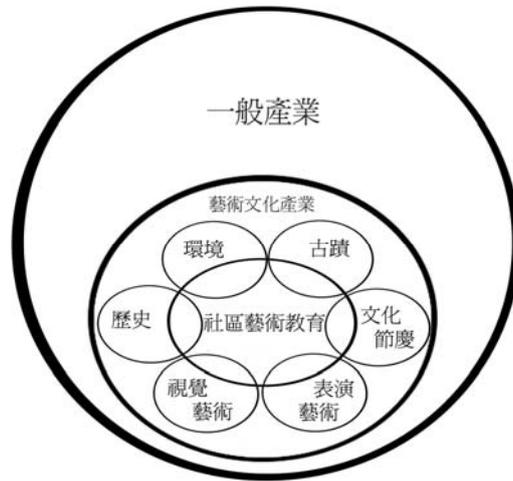


圖 2 社區藝術教育概念圖（本研究繪製）

因此推動社區藝術教育的重點與意涵：1. 學習是一輩子的事，不段的學習和探索才是完滿人生的過程。2. 對藝術教育工作者的素質切身提高。3. 對學習者從幼年時期就開始營造學習和研究本土文化的氛圍，激發了興趣和鼓勵自主學習。4. 對家長（成年人）來說也是一個知識的補充。5. 對社區文化的開展很有推動作用。6. 對博物館開展教育和如何與觀眾加強溝通也非常有啓示。(周嘉兒, 2004) 7. 了解社區的歷史與環境的應用。8. 社區資源的整體整合。從上述對於社區藝術教育的重點與意涵可以了解，社區藝術教育主要對於社區的文化讓民眾從小到大扎根，從生活中學習社區的文化發展，最終目的在於凝聚地方共識，建構一個以人文情懷為出發的台灣生活態度與認知脈絡。

從研究者訪談學者陳箐繡談到，社區取向藝術教育、社區本位藝術教育是學理的問題，這是一個理論性的概念，希望從推動藝術教育讓學生可以知道怎樣的思考、怎樣的策略。當思考到執行面時，社區取向藝術教育、社區本位藝術教育會運用社區資源，或是跟社區互動，學習社區特色大概都有這三層面。因此社區藝術教育可以從這些學習社區特色的藝術教育發展，並且有幾個層面的解讀，藝術教育是發生在社區的，它是政策面的問題，藝術教育不只是侷限在學校，這樣的藝術教育是比較政策面與執行面。但台灣的社區藝術教育目前沒有政策性的決定，目前只有在學校的藝術教育，在台灣目前也沒有社區藝術教育條文或者綱要來作為規範。但台灣各個地方皆有在推社區藝術教育，只是它不是政策下達的命令或規則，如社區公民大學。當初社教司也請許多學者研討社區藝術教育，從許

多案例可以看出，社區藝術教育可以看作在社區的藝術學習活動，因此很難規範的。

從上述可知，藝術教育逐漸從學校裡的教育理論，轉變到社會社區中，這可以知道藝術教育一直順應社會的變遷而改變，這也是不同於過去的藝術教育理論，而在社會的變遷下，藝術教育爲了讓民眾更了解自己，因此藝術教育也逐漸的與場域環境做結合，而社區中實施藝術教育其主要目的在於利用場域上的藝術教育活動，凝聚地方共識，以產生當地居民的認同感。並且教育社區民眾，以提升社區民眾之審美素養，運用藝術改善或美化社區生活環境。

五、結論

台灣當代藝術、藝術教育的發展，受到世界潮流快速變遷、經濟發展與民主化社會環境改變的影響，逐漸從藝術語言的探索延展開來，透過藝術家的眼睛、雙手、使用的媒材與環境的建構，其關懷的、抗爭的已然表達，藝術正不斷的從社會與你我生活中吸取養分，並且熱情而毫不保留的轉換、介入（或回饋）到社會與你我生活之中。我們可以意識到，藝術所延展介入的，正是我們習以爲常的生活本身，Suzi, Gablik 於《藝術介入空間》一書提及：「在過去，我們相當強調藝術作爲一面（反應時代）鏡子的理念；我們把藝術當成是槌子（社會抗爭）；我們也把藝術當成是家具（掛在牆上的東西）；而且我們也以爲藝術是自我追尋。但另外一種藝術喊出了關連與建立連帶的力量；召喚我們進入關係的藝術。或許正如希爾曼（James Hillman）所言，這個新的美學不會在美術館或美麗的物品中被發現，而是在『靈魂的迫切關懷』中被以視覺的方式展現出來。」（Suzi, Gablik 著 王雅各譯，1998）因此，這也在傳達的一個文化的展現，它是不會侷限於博物館或是學校中，它更是存在於你我的生活之中。

二十世紀後期，學校與社區合作與交流已經成爲世界性的潮流。當人類社會進入二十一世紀後，世界各國爲了建設一個人與自然趨於和諧、融合與昇華的世紀，都在大力拓展社區與學校的教育改革。因此，新世紀社區藝術教育的展望在於健全與完善的學社聯攜（學校、社會、家庭）組織是重要的，並且重新認識新世紀社區藝術教育的功能，努力創建學社融合的新體系成爲了教育改革的趨勢。學社聯攜發展模式的意義主要是通過開發與整合社區內部的各種資源，全面把握社區的政治、經濟、文化的歷史、現狀與發展趨勢。這也說明了藝術教育逐漸走出學校之中，與社會、社區，到你我的生活環境的人事物之中。

因此對於藝術教育與場域的結合，不僅是在視覺藝術與表演藝術上的學習，更重要的是學習一個地方的文化變遷，它是要了解社區的環境、文化節慶、歷史與古蹟等內涵，目前台灣許多社區會利用文化藝術節慶帶出各項內涵，這是聯結的一種，但是社區藝術教育所著重的精神在於社區文化的延展、展現與學習。因

此，在變遷的環境下，場域環境要如何與藝術教育聯結找到有秩序的條件呢？場域環境需要融合許多的資源條件，不僅是硬體的建構與資源的串聯，更是需要利用學習課程的統整來涵蓋不同面向的學習（例如地方文化節慶、社區教室、地方環境解說等），因此，從社區的資源加入空間環境的學習方式，對於社區藝術教育的推廣是最快讓民眾了解社區文化的，不僅可以找到環境特性，也可知道居民的平常生活態度，了解其中的社區美學。因此本研究相信，美、空間與生活脈絡之於社區所賦予的權利與任務，在於介入於「教育培養」與「文化環境」脈絡，教育民眾社區生活美學與文化權。換言之，民眾參與公共空間建構有助於，公共性在持續參與、學習、批判反省過程中續存。

六、參考書目

- Feldman, E. B. 著 李文珊、談玉儀等譯（2003），《藝術教育的本質》，台北：五觀出版社。
- Norberg-Schulz, Christian 著 施植明譯（1995），《場所精神-邁向建築現象學》，台北：田園城市。
- Suzi, Gablik 著 王雅各譯（1998），《藝術魅力的重生（The Reenchantment of Art）》，台北：遠流。
- 李謁政（2005）〈建構社區美學：邁向臺灣集體記憶之空間詩學〉，《環境與藝術學刊》，第3期》，頁1-12。
- 林崇傑、陳宇進、陳惠婷、盧維屏（1996），《市民的城市》，台北：創興。
- 林信華（1999），〈共同體與社區生活的重建〉，《1999 社區美學研討會論文集》，嘉義：南華大學。
- 周嘉兒（2004），〈在社區藝術教育中滲透以地域文化為背景的綜合藝術課程—廣州市少年宮教育發展中心開展社區藝術教育的實況分析〉，《2004 第二屆亞太區美術教育會議論文集》，頁486。
- 蔡秀枝（2001），〈城市文本與空間閱讀〉，《文化研究月報，第五期》，台北：文化研究學會。
- 郭禎祥（1999），〈新世紀藝術教育的變動〉，《2001 國際藝術教育學會—亞洲地區學術研討會論文集》，彰化：中華民國藝術教育研究發展學會。
- 陳箐繡（2000），〈走入社區環境的藝術教育課程：嘉義布袋海的聯想〉，《美育雙月刊》，116》，頁18-25。
- 陳坤宏、王鴻楷（1993）。〈都市消費空間結構之形成及其意義：第二部分一個新的都市消費空間結構理論的建構〉。《國立台灣大學建築與城鄉研究學報7》，頁1-17。

- 陳錦煌 (2005), 〈社造十年 反省再出發〉, 《Taiwan News 財經文化周刊 第 194 期》, 台北: 財經文化周刊。
- 劉維公 (2001), 〈當代消費文化社會理論的分析架構: 文化經濟學、生活風格、與生活美學〉, 《東吳社會學報, 第 11 期》, 頁 113-136。
- Harvey, D. (1996), *Justice, Nature and the Geography of Difference*, Oxford: Blackwell.
- Hall, J. & Neitz, M. (1993), *Culture: Sociological Perceptives*, Englewood: Prentice Hall.
- Johnston, R.J., Derek Gregory, and David M. Smith (1994), *The Dictionary of Human Geography*, Oxford: Blackwell, pp.573-574.
- Lynch, K., (1976), *Managing the Sense of a Region*, The M.I.T. Press.
- Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994), *Attachments to Recreation Settings: The Case of Rail-trail Users*, *Leisure Sciences*, 16, pp. 17-31.
- Mike Featherstone (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage.
- Sack, R. D. (1988), The Consumer's World: Places as Context, *Ann. Ass. Am Geogr.*, 78, pp.642-664.
- Scott Lash & John Urry (1994), *Economies of Signs and Space*, London: Sage.