



當藝術介入社區以神農街57藝術工作室為例

陳欣如¹

摘 要

1994 年開始推動的「社區總體營造」，政府與民間團體也相繼投入，如藝術村、閒置空間的再利用、古蹟活化，社區文藝季、藝術節慶、嘉年華會等活動，都是希望結合地方在地性與資源進行社區的改造，運用社區的認同感與凝聚的力量，經過人群的活動與實踐塑造感以符合其文化，創造出屬於在地人的文化特色。

本研究針對身處在神農街的藝術工作室，進行分析與案例說明，深度訪談其藝術工作者。

其研究目的為下：

1. 當57藝術工作室介入社區，與居民產生的互動和交流情形。
2. 人與文化產業對當地的影響。
3. 社區藝術要有使命感和熱情，認同感和凝聚的力量，不以利益為優先考量，投入時間推動社區藝術活動，並能在過程中，激發社區居民的潛在創造力和意識也才能達到永續經營的理想。

關鍵詞：社區再造，文化產業、57藝術工作室

¹ 筆心視覺設計有限公司創意總監、台南大學國文系兼任講師



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



The Cultural Creative Industries to Create the Community Identity: Shennong No. 57 Art Studio as an Example

Hsin-Ju Chen

Abstract

In the recent years the government in Taiwan is avidly promoting cultural policies, white papers, and community reforms—such as artists in village, vacant space re-use, carnivals and etcetera—which, combined with the locality and local recourses, produce the imagined community and identity. The local residents act, invent, and create the cultural characteristics that essentially belong to that place. Thus, this paper, with Shennong No. 57 Art Studio, aims to analyze and expound: (1) how the local residents interact with the Shennong Studio; (2) what impact the people and the cultural industries significantly bring; (3) how to help the residents discover their mission and passion towards their community identity, which may inspire and intensify their potential creativity and community consciousness.

**KEYWORDS : COMMUNITY REFORM 、 CULTURAL INDUSTRIES 、 SHENNONG
NO. 57 ART STUDIO**



一、前言

近年來台灣社區意識、民眾知覺、生活習慣、及價值觀的提升，由民間自行成立的產業文化、替代空間、藝文空間、博物館、展示館、創作與交流，如雨後春筍般的紛紛展露頭角，一條街、一個文化資產、一個創意產業或一個社區的聚落形成，除了藝術家的進駐外更要社區居民的互動與經營，本研究針對 57 藝術工作室，身處在神農街中的藝術工作室，進行分析與案例說明，深度訪談其藝術工作者。本文研究目的有下列各項：

1. 當 57 藝術工作室（社區文化產業）介入社區，與居民產生的互動和交流情形。
2. 人與文化產業對當地的影響與發展，從社區營造、文化產業、文化創意產業的角度，探討地方產業發展形成的產業形象。
3. 社區藝術的經營需要有強烈的使命感與熱情，認同感和凝聚的力量，不以利益為優先考量，一起推動社區藝術活動，並能在過程中，激發社區居民的潛在創造力和意識。
4. 私人經營的藝文空間跟國家博物館最大的不同在哪裡？
私人經營的藝文空間又該如何來對應這個問題，並探討適當的解決之道。
5. 如何在這同時運用有限的空間，發展出屬於自我在地的文化產業，獲得永續經營。
6. 利用文化創造生活美感經驗，發展出創意商品，將無形的文化資源與藝術生活變成獨具特色的文化商品。

二、名詞釋義

2.1 社區再造

文建會於 1994 年提出「社區營造政策」計畫，透過社區意識的重建，培養國人的共同體意識。並因應時代腳步及外在環境改變，於 2002 年至 2007 年配合行政院推動「挑戰 2008：國家發展重點計畫」推出「新故鄉社區營造計畫」，結合特有的文化傳統、空間環境與地方產業，發展地方魅力（文建會網站）。

為延續 2002 年至 2007 年文建會推動新故鄉社區營造成果，2007 年 10 月又提出以「地方文化生活圈」區域發展的概念為出發，規劃「地方文化館第二期計畫」及「新故鄉社區營造第二期計畫」之雙核心計畫，希望藉由社區營造的擴大與深化，透過空間整



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



理與地方人士共同經營之方式，提升生活品質（文建會網站）。

而新故鄉社區營造第二期計畫(2008 年～2013 年)旨在提升社區文化生活及自治品質，推出藝文參與的社區營造方式，帶動更多社區民眾的參與，凝聚社區的情感，激起對於家園的關懷，進而參與公共事務，落實營造人文特色的目標。社區在地文化也在此歷程中，逐漸被重視，進而保存與創新，建構起台灣在地文化特色（文建會網站）。

2.2文化產業

行政院在《國家發展重點計畫》中將「文化創意產業發展計畫」列入，並與「新故鄉社區營造」、「水與綠建設」等計畫結合，以加速打造台灣邁向綠色矽島之路，建設台灣成為華人世界文化創意產業的領導者角色。國內對於文化創意產業的定義，係參酌各國對文化產業或創意產業的定義，以及台灣產業發展的特殊性，將其定義為：「文化創意產業係指源自於創意或文化的積累，透過智慧財產的形成運用，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。」

文化產業或可被視為『創意產業』（creative industries）、以經濟術語來說，『朝陽或者未來取向產業（sunrise or future oriented industries）。UNESCO 認為文化產業的概念一般包括：印刷、出版、多媒體、聽覺與視覺、攝影與電影生產，亦等同於工藝與設計。對某些國家來說，這個概念也包括建築、視覺與表演藝術、運動、音樂器具的製造、廣告與文化觀光（文建會網站）。

三、研究架構

為有效進行深度訪談，本研究採取半開放式的訪談方法；就大綱題目進行深入對談，並獲得受訪者同意全程錄音，以利整理訪談紀錄，過程中，並請受訪者提供其他可資佐證之資料，例如除提供藝術家資料、57 藝術工作室相關報導，完成深度訪談後，依據錄音資料整理訪談紀錄的逐字稿，為求訪談資料的準確性，故復請受訪者針對逐字稿內容進行確認。

研究者進行深度訪談之前進行以下步驟；尋找研究主題，廣泛的收集相關文獻資料，設計相關訪談問題，透過訪談轉譯資料再經由分析研究與探討歸納出意義化，提出想法進行論文報告撰寫。

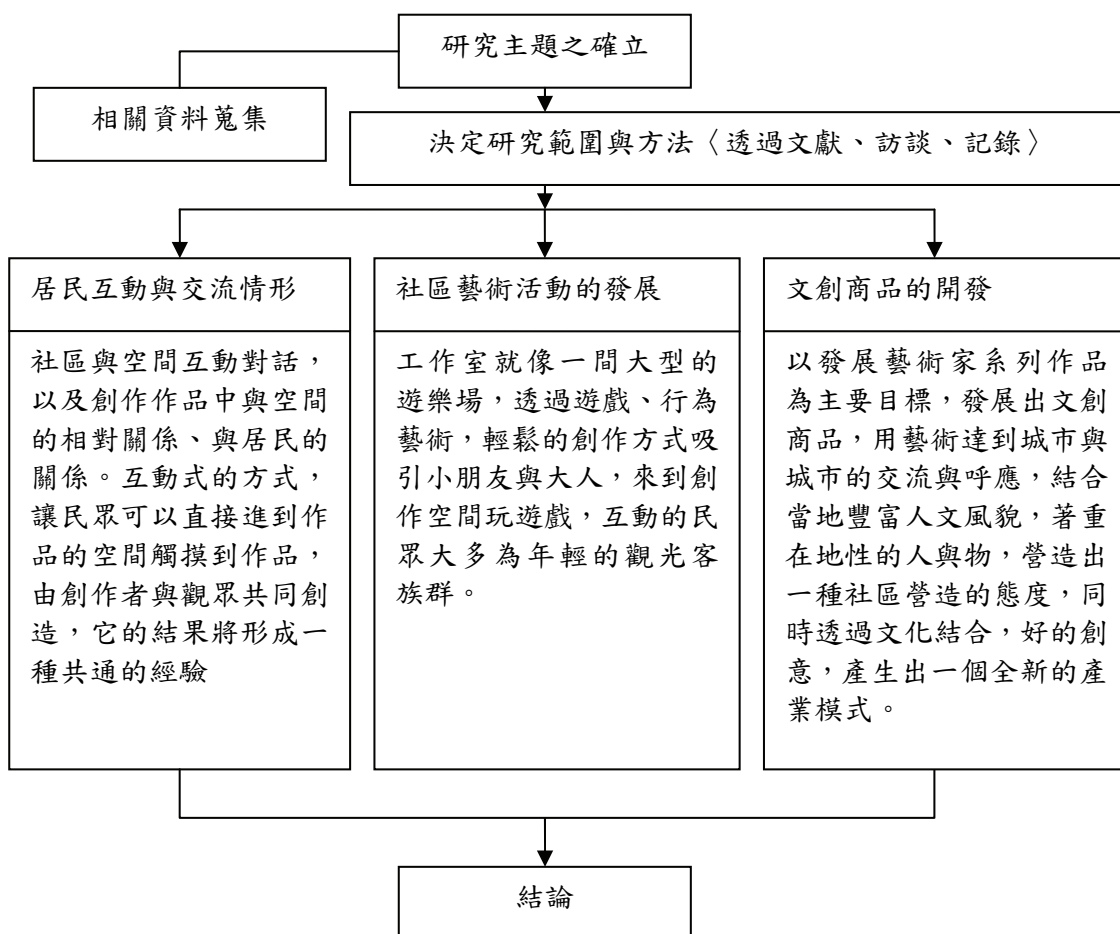


圖1 研究架構

四、探索57藝術工作室

走在神農街上，放眼望去盡是古色古香的老店屋，原本是台灣第一條的貿易老街—「北勢街」；站在老街中，我們彷彿看見了當年的車水馬龍，人聲鼎沸的繁華景象，碼頭上工人勤奮地裝貨、卸貨的吆喝聲，帆船進港的汽笛聲，升降貨物的鏈條聲，人來人往的吵雜聲，一切過往的風華皆隱藏於古樸的老店屋斑駁的身影裡。

神農街（舊名北勢街）就是沿著清代古運河南勢港北岸，所發展出來的街道，三郊盛時，酒肆、青樓林立。三郊沒落後，北勢街由絢爛歸於平淡，但留下來的「店屋」，仍在訴說著過去的榮光（陳俊傑，2006）。現今因街首聳立著「全台開基藥王廟」，主祀神農氏，所以這條古意盎然的西街就被稱為「神農街」，至今我們仍可透過西街的樣貌來緬懷兩百多年前的神農街景。

神農街兩旁一間間相鄰的兩層樓高的老房子，在兩百多年前都是郊商巨賈所使用的



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



店屋，這些老店屋都沒有挖地基，而且並排相連，只有共用一道牆壁，所以難以改建，也就是因為這個因素，神農街大部分的屋貌只有建材和形式略做改變，其他仍保有清代嘉慶年間繁華街肆的容顏和格局（協進國小教師群，2007）。

57 藝術工作室，取字門牌號碼 57，經營目標以替代空間的形式呈現。從 2007 年 8 月 3 日成立，至今已有三年時間，從最早的經營方式，57 工作室創立者之一朱盈螢表示，工作室創立至今，沒有任何贊助和收入。從找地點、租場地、整修、管理、打廣告和所有支出的經費，全都是 7 人自掏腰包合力完成的。

雖然 57 工作室不以營利為目的，但可以尋求政府和機構的補助，例如國家藝術基金會、文建會、甚至私人企業等，不過補助仍有限。

藝廊未來也會出租場地讓其他設計師使用，但也只收取基本的水電使用費，所以資金變成工作室最大的問題。

2008 年 57 工作室採取新的策略，除了原有的會員會費，也積極的發展文創商機，讓藝術家的作品大量曝光，也與臨近的藝術空間，做了一場藝術盛宴，如 2008 藝術造城、藝術造成台南的活動，更活絡地方居民。

57 藝術工作室正持續的改變中，從星期五到星期日，到現今星期三至星期日的開門時間。而展覽場地也預計往二樓延伸。在參觀已被喝茶喝酒的地方所佔滿的海安路，對海安路藝術造街之後，所存留下來的「藝術」有些許疑惑之時，或許往海安路旁的神農街走入，走進一條古街，進入到五七藝術工作室看看作品，坐在井邊與工作室的人對話，聊一聊藝術或生活的雜事，體驗不同的台南與藝術(侯昱寬，2009)。



圖(1)57藝術工作室2樓



圖(2)57藝術工作室2樓



圖(3)57藝術工作室中庭



圖(4)文創空間



圖(5)57藝術工作室外觀



圖(6)57藝術工作室展場

五、57到76展覽：我們同居了社區活動

這次這個展非常有趣，相處在同一條街上的藝術工作室，進行一場文化交流，取名「同居」，意味著，當 57 一行人來到了 76，會產生何種互動與交流呢？在那樣的空間中又能交織出何種火花呢？76 也是神農街內的展覽空間，最初也是兩位年輕熱血改造老房子，就這樣在神農街上，產生了一種無形文化聚落默契，經由空間與時間的交流，帶動社區居民的共同參與。



從 5 到 7 4 問題創作群
策展：陳冠宏 陳冠宏 陳冠宏 陳冠宏 陳冠宏 陳冠宏
展期：2007/10/9-2007/10/28

79 藝文空間(原維多利亞書局)
地址：台南市神農街 79 號
開館時間：週一至週六 (週一休息) am3:00 pm11:00



圖(7)展覽邀請卡

圖(8)策展前的討論



圖(9)佈展過程

圖(10)佈展過程



圖(11)展場一角

圖(12)展場一角

六、人與文化產業對當地的影響

藉由藝術家展覽，帶動社區美學的啟發，透過互動的活動中，展現社區居民的認同感，讓活動吸引社區民眾一起來參與，創造出在地美學的文創商品。

本研究採取半開放式的訪談方法；就訪談大綱題目進行深入對談，並獲得受訪者同意全程錄音，以利整理訪談紀錄，訪談過程中，並請受訪者提供其他可資佐證之資料；

透過上述研究發現：

表7 研究分析與探討(本研究整理)

問題 互動之影響	居民互動與交流情形	社區藝術活動的發展	文創商品的開發
創作者自我對話	特殊的場域與空間，產生出特殊的氛圍。	在這空間還除了與自我對話外，更需要與居民產生關聯，此種關係也是對話交流的開始，藝術家通常是獨立思考，但可透過社區藝術活動的展開，使居民與藝術更親近。 活動一： 57到76展覽：我們同居了社區活動 活動二： 2008藝術造城、藝術造成-台南的活動。	從藝術家的作品中衍生發展出相關一系列的創意商品，或藝術工作者的原創手工商品，都是獨一無二的，具有創新、創意與創業的可能性。
與民眾的互動關係	當地居民不喜歡被打擾，參與互動的是關心這議題的專家學者與研究生。	透過遊戲，吸引小朋友與大人來到創作空間互動，大多為年輕觀光客居多。	新奇的創意小物，除了吸引外來的參觀者的買氣，同時也受到當地區民的喜愛。
對當地環境〈生活〉的影響	配合神農街的時空地貌，加入更多在地的人文意涵，等於是為神農街，量身訂做而出的作品。	義賣的活動引起熱烈迴響，也讓人們更接近。	經由藝術的進入，帶入許多其它商機，如特色餐廳與酒吧，讓神農街的租金水漲船高，也行成獨自一格的文化聚落，形成新的文化產業。

由表中得到藝術在不同的空間、時間中，會產生各式各樣的場域；有些是空間本身很獨特，有的則是透過計畫營造出的，在各種空間進行適合的藝術創作對藝術家來說是挑戰，同時要兼具與當地人文、風俗民情做結合，表達出最具內涵的創意與互動，在這裡，我們看到的藝術，不只是收藏，它可以是讓人親近的、觸摸的、互動的，藉由兩者之間的互動可以使藝術生活化、生活藝術化。



七、社區參與的過程讓社區看到什麼？

社區居民透過藝術的進入，認識了自己也認識自己的社區，產生新的生活美學，如社區與空間互動對話，如 2008 年在台南以藝術之名，藝術造成、藝術造城活動。圖(13)

以及創作作品中與空間的相對關係、居民的關係，互動式的方式，讓民眾可以直接進到作品的空間，觸摸到作品，由創作者與觀眾所共同創造，它的結果，將形成一種共通的經驗，在這空間，除了與自我對話外，更需要與居民產生關聯，此種關係也是對話交流的開始，藝術家通常是獨立思考，但可透過社區藝術活動的展開，使居民與藝術家更親近，在義賣的活動中，圖（14-15），也激起居民的熱情，更看見自己的價值。

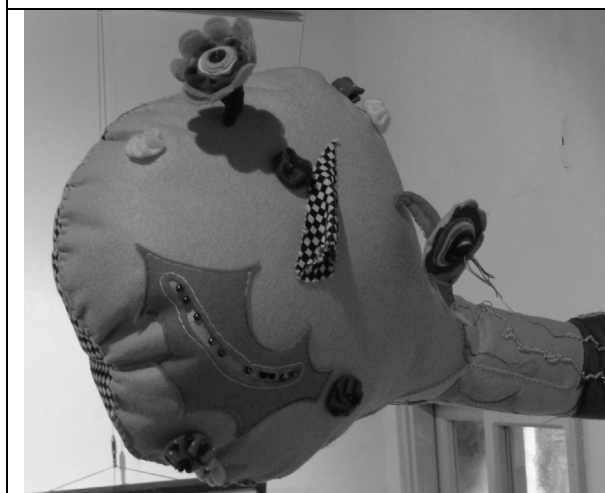
從藝術家的作品中，衍生發展出相關一系列的創意商品，或藝術工作者的原創手工商品圖（16），都是獨一無二的，具有創新、創意與創業的可能性，新奇的創意小物，除了吸引外來參觀者的買氣，同時也受到當地區民的喜愛。



圖(13)2008年在台南以藝術之名，藝術造成、藝術造城活動活動海報



圖(14)藝術家義賣作品海報



圖(15)藝術家文創商品



圖(16)藝術家文創商品



八、結語

透過這次深度的訪談得到以下資料：

1. 當57藝術工作室（社區文化產業）介入了社區，經由藝術家的互動與居民交流，產生了新的向心力；五七到七六的展覽，也讓這個互動的聯展，引起當地居民的注意，同時更向外界宣佈神農街藝術工作室的成立，讓民眾多一個能夠認識藝術，接近藝術的空間。另外八八水災義賣活動，大家有錢出錢有力出力，賑災一條心。
2. 人與文化產業對當地的影響與發展，有社區的營造、文化產業的推廣、文化創意產業的產生，當這些產業發展而形成一種獨特的聚落產業現象，新與舊，傳統與現在，對應出獨樹一格的衝突美。
3. 發現社區藝術需要有強烈的使命感與熱情，認同感與凝聚的力量，不以利益為優先考量，一起推動社區藝術活動，並能在過程中，激發出社區居民的潛在創造力和意識，進而才能永續經營社區藝術的推展。
4. 了解到私人經營的藝文空間「經費的來源」。國家博物館由政府管轄，所有收支全都由政府負責管理營運；而私人經營透過各種管道與自募基金來維持開銷，是非常辛苦需要熱情的。
5. 在這同時運用有限的空間，運用藝術家提供的手創商品，發展出屬於自我在地的文化產業，獲得永續經營的藍圖；利用文化創造出生活美感經驗，生產出創意商品，將無形的文化資源與藝術生活，變成具有特色的文化商品，此外；藝術家更對於關心地方的生態環境，也是顯得格外積極。

然而這只是一個開始，我相信陸續會有更多的藝術工作者進駐，當 57 藝術工作室介入了社區，來訪這條街的人可能是觀光客、可能是要來看展覽的藝術家，也有可能是國中小學的戶外交學活動，等等多種多元的可能性，同時與這條街上的當地居民產生對話，其優點在於活絡這條街的藝術氛圍。

相對的；居民對於突然的熱鬧與參觀民眾日益增加很不習慣，認為破壞了，原本存在小巷中的寧靜，打亂平常生活的步調，這幾年過於商業化，使得神農街似乎變了樣，但是；我們還是期待著，它原來溫馨可愛的一面，在最後進行訪談的同時，五七藝術工作室負責人之一朱盈螢：開心的告訴我，他們剛通過文建會的計劃案補助，這更證明五七藝術工作室，一路走來始終如一的性格：當見到這一群人認真努力為藝術的精神，是能夠使人感動的，我看著五七的成立茁壯成長，更期待她發光發亮的影響著人們，我也將持續關心著五七藝術工作室的發展。



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合



參考文獻

中文書籍

- 黃海鳴 (2006)。《藝術在城市街道上的日常工作》，國立台灣藝術教育館，台北。竹園工作室 (1999)，《藝術創作與交流的磁場—全球藝術村實例》，文建會，台北。
- 蕭麗虹、黃瑞茂計畫主持 (2002)，《文化空間創意再造—閒置空間再利用國外案例彙編》，文建會，台北。
- 文建會 (2001)。《藝術、進駐、經營與管理—建構藝文發展契機與閒置空間之關係研討座談會實錄》，文建會。
- 環球經濟社 (1999)，《藝術村新建計畫之營運管理辦法—藝術村經營策略與執行計畫》，環球經濟社。
- 橋仔頭文史協會 (2002)。《全國藝術村經營現況與閒置空間再利用座談會手冊》，文建會，台北。
- 陳俊傑 (2006)。《五條港，瀟灑走一回》，頁 16。〈王城氣度〉，第九期。台南市：台南市文化基金會。
- 協進國小教師群 (2007)。《神農街、北勢街傳奇》，頁 27-28。〈協進國小五條港文化園區知性之旅小小導覽解說員培訓武林秘笈〉。台南市：台南市政府教育局。
- 黃靜宜，王明雪主編 (1995)。《漫步神農街》，頁 218。〈台南歷史散步 (下)〉。台北市：遠流。

中文翻譯書籍

- Catherine Kohler Riessman 著，王勇智、鄧明宇合譯，丁興祥校訂，(2003)。《敘說分析》，五南出版社，台北。
- 徐宗國 (1996)。《紮根理論研究法》，於胡幼慧主編，《質性研究理論，方法及本土女性研究實例》(pp. 47-73)，台北：巨流。
- William J. Byrnes(2004):Management and the arts,2nd ed.，桂雅文、閻惠群譯，《藝術管理這一行》，台北：五觀。
- Richard E.Caves(2003),Creative Industries:Contracts between Art and Commerce,Art and Collection Co.,Ltd.仲曉玲、徐子超譯，《文化創意產業(上)—以契約達成藝術與商業



的媒合》，台北：五觀。

論文、期刊

賴惠玲（2004），台灣地區藝術產業發展之研究，銘傳大學經濟學系碩士論文，台北，未出版。

挑戰 2008 國家重點發展計畫－創意藝術產業先期規劃報告(2003)，委託單位：文建會，規劃單位：中華民國畫廊協會，協同單位：台灣藝術發展協會。

相關網址

取自：2010 年 9 月 25 日文建會 <http://www.cca.gov.tw>



2010

文化創意產業永續與前瞻研討會

文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合

