

第一章 緒論

本章共分為四節，第一節為本研究之研究背景與動機；第二節為研究目的與問題；第三節指出研究範圍與研究限制；第四節針對本研究之重要名詞進行名詞釋義。

第一節研究背景與動機

一、 研究背景

從人類文明誕生起，藝術¹活動即已存在。一旦有「藝術產物」的出現，「展示藝術品」的活動也相繼發生。藝術的發展，可能起源於宗教或其他種種原因，但從古至今，一切藝術相關活動與成果，多需賴不同形式的展覽活動，將藝術家的思維具現於觀者眼前，而美術館即為展示這些藝術品的主要舞台之一。隨著時代演進，藝術創作的面貌與日俱新，美術館的意義與展覽的形式、贊助源頭也迭有更替。至今，教育與公眾服務已成為美術館的重心與重要功能，美術館除了舉辦展覽，為了有系統地向社會大眾展示人類藝術活動的成果，以及傳承藝術發展的結晶，美術館設計了各種正式與非正式的教育活動，讓民眾得以更深入的了解藝術品的知識背景，或是以其他多元的方式，直接或間接體驗、感受藝術品。美術館的教育活動，提供社會大眾體驗藝術品並從中學習的機會，美術館的教育功能，透過多元的教育活動傳遞給社會大眾。而同時，企業基於其回饋社會的使命，或是其他原因，也透過各種贊助的方式參與了美術館教育活動的堆棧，成為美術館舉辦教育活動時，重要的資源之一，美術館教育活動推展所需，往往有某些部分的資源，來自於企業的挹注。因此，欲了解台灣當代藝術教育的氛圍，除了應了解台灣公立美術館教育活動推展的現況外，

¹本研究為求行文順暢，將「藝術」及「美術」兩詞於文中交替使用。

更應探究美術館教育活動受企業贊助之影響情形。

藝術對於人類的意義不斷改變，從西方歷史脈絡來看，在古希臘，藝術曾經被認為是模仿自然或真理的模仿技術，也因此被視為是一種，相較於使用技術和製作物品的技術上，較次等的技術，因此哲學家 Plato（427—347 BC）將藝術家排拒於理想國之外。然而到了其學生 Aristotle（384—322 BC）之時代，藝術的地位又重新被人們認定而提高。之後，藝術隨著人類文明的發展，成為為宗教服務的工具，例如教堂祭壇畫，或是反映王公貴族特殊地位的裝飾物。藝術因為神權與君權統治的社會型態使然，主要的資源掌握在某些特權階級手中，主流藝術多只反映這些少數人的需求。

在西方世界中，廣大民眾都能接觸藝術的時期，則要到 18 世紀的啓蒙時代才開始。島本浣（潘禱譯，1996：190）指出，啓蒙時代對於人類理性的極端肯定，讓美術與審美，被視為是實現人類幸福強而有力的工具，被當成人類啓蒙的記號。而美術身為藝術的一種，其透過各種不同的管道與方式，和一般社會大眾接近，包括美術館、展覽會、美術教育機構等。在啓蒙時代，展覽會定期的被舉辦，在這樣的環境下，開始產生了一種討論美術的新形式，就是美術批評的產生。而因為美術批評的熱絡，美術館開始產生展覽企劃，而教育組織例如美術學院，也開始向大眾推廣美術。從這個時期開始，展覽會、美術館、畫廊等機構，就扮演著將美術介紹給社會，教育一般大眾的角色。之後，美術館隨著時代的演變，成為舉辦美術展覽的主要機構，也成為教育社會一般大眾最重要的社會藝術教育機構之一，美術館豐富了社會大眾的日常生活。

由中國歷史脈絡來看，從周朝開始，藝術活動透過即詩、書、禮、樂等不同形式，達成十分豐富的展現，並與人民的生活結合。然而這樣的結合並不純粹，藝術活動雖然型制豐富，但卻是傳遞道德的工具，藝術活動的目的在於社會秩序。而後各朝代的帝王，依據個人的興趣嗜好與學養，成為藝術活動最大的贊助者，主導了藝術活動的發展；另一方面，在朝為

官的士大夫成爲藝術學習資源的擁有者，以及藝術活動的主要參與者。主流藝術活動在漫長的中國歷史演進中，和西方世界一般，仍是少數階級的玩物。直至清朝末年，圖畫課被納入普通學校必修課程中（趙惠玲，2005：153），主流藝術才開始透過這種類普通教育性質的學制，傳遞到一般民間大眾手中。

相較於過去歷史中藝術活動對於一般社會大眾的遙不可及，現代社會中，藝術活動卻已是大家都可以親近參與的事物。從台灣當前的日常生活中來看，隨著社會的不斷進步，以及人民教育水準的不斷提高，台灣人民參與藝術活動不論是在參與的人數，或是參加的頻率，都逐年不斷的增加中。隨著台灣社會大眾對於藝術活動的需求量逐年增加，藝術活動的舉辦數量上也因應此現象而逐年增加。而因爲藝術活動的可得性提高，台灣民眾更有機會參加藝術活動，這又繼續帶動藝術活動的舉辦，形成良性循環。在台灣，藝術活動種類繁多，其中參觀美術館，是最多人參與的藝術活動之一，不論是打開電視機或是翻閱報紙雜誌，都不難接收或瀏覽到各種美術展覽的訊息，而配合這些展覽，美術館也搭配展覽規劃相關的教育活動，發揮社會藝術教育的功能。但是因爲這類活動的數量上不斷增加，以及對於品質的持續追求，所需花費的成本也同時不斷的擴大。以往作爲主要經費來源的公部門經費或補助，已經無法供給這麼多活動舉辦之所需。因此，各美術館，便開始思考有哪些其他的資源取得方式或管道，得以補足公部門補助經費逐漸無法支應的情況，而這股力量就是來自於民間企業的力量。蕭新煌（1998）即對於台灣企業藉贊助或推動文化藝術的狀況來進行分析，提出民間企業直接、間接贊助文化藝術的途徑，已經是民間力量的主力。這些企業的投入，尤其對公立美術館教育活動的舉辦與推展帶來很大的幫助，成爲美術館教育活動推展時，求取經費資源的主要對象。

另一方面，台灣政府對於民間企業力量參與藝術活動的推展，抱以樂觀支持的態度。從 1989 年開始，台灣政府開始對企業力量投入藝術活動加

以獎勵，文建會除了頒訂法令鼓勵，也成立國家文化藝術基金會推廣企業對藝術文化的贊助。1998 年後，文建會舉辦了「文馨獎」²來獎勵對藝術活動有貢獻的民間團體。到了 2003 年，更進一步成立了藝文機構與企業間合作的媒合平台—「國藝之友」³，來加速促成企業力量對於藝術活動的注入。

企業對於藝術活動，或是藝術家、藝文機構的支持行為由來已久，遠從文藝復興時期資產階級新興起時，資產階級即對於藝術家從事藝術活動扮演著重要的贊助者角色。而隨著資本主義時代的發展，企業贊助的對象從藝術家擴展至藝文機構，企業對於藝術活動的贊助意識也更加具體多元，從企業主個人喜好、回饋社會等心態，跨向企業對於藝文機構的策略性支持。所謂的策略性支持即是，企業將對於藝術活動或藝文機構的支持視為一種策略性的公益活動，企業的支持，除了讓藝術家得以不斷進行創作，或是讓藝文機構能有更多的資源持續運作，各種藝術活動的推展同時也為企業帶來了美好形象的建立、直接或間接的商業利益，以及激發企業的創意，讓商品更趨向精緻化等。因此企業與藝文機構間之關係，已經不再僅是出自善意的單向贊助，而進一步發展為雙方間的互利互惠。由上可見，台灣當前企業贊助公立美術館舉辦教育活動，除了企業對於藝術活動支持的歷史淵源之外，美術館對於舉辦教育活動所需資源的需求，以及企業贊助藝術活動的策略性考量，皆是促成之因素。

² 「文馨獎」是以響應行政院「運用民間力量，協助推動文化工作」之指示，並依據「獎勵出資獎助文化藝術事業者辦法」所舉辦之表揚活動，籍以感謝出資贊助文化藝術事業之企業、團體及個人。文馨獎從 1998 年起，每年舉辦一次，至 2004 年止已經舉辦至第 7 屆。

³ 國藝之友由國家文化藝術基金會於 2003 年 2 月 26 日成立，在此藝企合作平台機制上，國藝會提出各類專案計畫，與藝企雙方進行深度的討論，研議出最適切之合作模式。借助相對基金（國藝會與國藝之友相對提撥贊助）、共同基金（多位國藝之友共同贊助）等贊助方式，促成各專案的實際推動。

二、 研究動機

由藝術社會結構的觀點，藝術活動的推展情形可分為幾個方向，包括推廣審美教育、獎勵藝術生產者、獎勵評論人才、獎勵理論人才與獎勵策展人才等（謝東山，2003），而其中藝術生產者、評論人才、策展人等，可以說是僅屬於藝術界的菁英份子，和一般大眾最息息相關的部份，應屬於審美教育推廣的這個面向。而公立美術館，一向擔任社會大眾與藝術間的橋樑，美術館教育活動的推展，更實際發揮社會藝術教育的功能。

美術館肩負著推展社會藝術教育的重要責任，在西方美術館成立的初始，雖然一開始王公貴族對於其美術收藏品的展示，只是基於炫耀性質，但是從美術館開始對社會大眾開放起，美術館的教育性質就已經萌芽，隨後不斷的演進，功能更加發達，形成了現今美術館教育的體制。美術館透過美術展覽，展示美術館的典藏品，並規劃配套的教育活動，讓參觀的觀眾得以感受藝術品的美感、獲得相關的知識訊息，同時達到休閒、寓教於樂的效果。在台灣，美術館對於社會大眾而言，也一向扮演著社會大眾美感素養的教育者角色。過去到現在，大大小小的美術展覽不斷地被推出，從日治時代由官方舉辦的台展、帝展，以及當時民間企業主對於藝術活動的私人贊助，經過了美術館紛紛設立的時代，到了現在，美術館不斷推出豐富的展覽，同時更規劃多元的美術館教育活動方案，發揮美術館的教育功能。

而隨著美術館教育活動的持續發展，以及台灣政府公部門對於藝文機構所需經費與資源的供給逐漸不足，企業開始直接贊助，或是透過企業基金會贊助各類型的美術活動，有的贊助台灣官方或民間，參加國外重要大展，亦有些企業自行成立美術館，或是成立企業基金會獨立舉辦定期展覽等，這些各式各樣的美術活動，就圍繞在我們每天生活中，而公立美術館，也紛紛尋求企業的贊助，來推展美術館的各種業務。除了美術館本身即隱含的教育功能，美術館更規劃了各種不同的教育活動，讓美術館的教育功

能更加實際的發揮，而在這種情況之下，美術館的教育活動，是否因為企業力量的加入，而變得和以往美術館獨立舉辦時不太一樣，值得讓我們更深入的去探究它。趙惠玲（2005）的研究中指出，從社會藝術活動的運行來看，藝術活動的贊助機制，將引導教育機制以及監察機制⁴。也就是說，當我們看待這些日常生活中常見，由企業贊助公立美術館所舉辦的各種美術館教育活動時，為了徹底了解其社會藝術教育的功能如何發揮，便不可忽視其背後的贊助機制，也就是企業方的影響。

從企業贊助美術館舉辦教育活動的現況看來，身為贊助機制的企業方，是否真的會干涉影響到扮演教育機制與監察機制的美術館？在這樣機制下，欲了解美術館教育活動，從形而上的目標、價值觀，延伸到形而下的資源、經費、人力分配等，在設計規劃，以及運作實務上的情形，均應考量受到贊助企業的影響。因此，為了探究當今公立美術館普遍接受企業贊助情況下，企業的贊助對公立美術館的教育活動帶來的改變，以及美術館教育活動是否因此不同，而企業力量又如何影響美術館教育活動規劃與實行，乃著手進行本研究之規劃。

⁴ 贊助機制提供藝術創作所需的人力、物力等資源，包括藝術創作者與消費者間的權力關係；教育機制負責訓練藝術創作者及觀眾的審美理論與實踐，並決定藝術傳習活動中的社會關係；監察機制包含顯性的社會機構與制度，以及隱性的社會氛圍與主流意識形態，決定了藝術作品的內容以及社會中藝文活動的參與權。（趙惠玲，2005：146）

第二節研究目的與問題

基於上述研究背景與動機，如果想了解台灣當代社會藝術教育的發展與氛圍，就必須對於台灣公立美術館的教育活動推展進行探究，了解美術館教育活動推展的現況以及特色；而在探究台灣公立美術館教育活動時，更應考量可能影響教育活動推展的企業贊助力量，美術館如何取得企業的贊助，以及企業贊助美術館推展教育活動時，對教育活動的推展造成哪些影響。因此本研究之目的，在於欲了解台灣公立美術館教育活動推展現況，以及接受企業贊助時所受到的影響。重點包括對台灣公立美術館教育活動現況之了解，包括教育活動實際執行樣貌，與教育活動規劃過程之探究；以及教育活動接受企業贊助時，所受到影響之探究；最後提出本研究對於公立美術館接受企業贊助推展美術館教育活動之建議。因此，本研究的目的可以轉化為以下具體研究問題：

- (一) 台灣公立美術館教育活動推展之現況為何？
- (二) 台灣公立美術館教育活動受企業贊助之影響為何？
- (三) 對於台灣公立美術館教育活動推展接受企業贊助時之建議為何？

第三節研究範圍與限制

本研究透過對於台灣公立美術館教育活動決策與規劃人員之訪談，以及相關贊助企業關係人之訪談，配合所收集之相關文件，針對研究目的與研究問題進行資料的分析與討論，而所需考量的研究範圍與限制如下：

一、 研究範圍

(一)、 對於台灣公立美術館之界定

根據研究設計中對於個案代表性的考量⁵，本研究所選定之台灣公立美術館個案為國立台灣美術館（本研究以下簡稱國美館）、台北市立美術館（本研究以下簡稱北美館），以及高雄市立美術館（本研究以下簡稱高美館）。因此本研究中討論之台灣公立美術館相關現況，僅代表國美館、北美館，以及高美館之情形。

(二)、 美術館教育活動探討之範圍界定

依據文獻探討中對於 Hooper-Greenhill、辛治寧、何青蓉與黃淑芳等學者研究的歸納，本研究對於台灣公立美術館教育活動之探討範圍，僅限於教育活動之「教育目標設定」、「典藏品使用於教育活動中情形」、「教育活動目標觀眾設定」、「教育活動的類型與內容」、「教育活動所需資源」、「教育活動行銷」、「教育活動成效評估」，及「相關教育人員發展與訓練」等八個面向⁶，其他面向將不予討論。

⁵ 見第三章第三節：研究對象。

⁶ 見第二章第一節第三段：美術館教育活動之規畫。

二、 研究限制

(一)、 訪談對象之限制

本研究僅就國美館、北美館，以及高美館等三座具有代表性的公立美術館，選取合適而且願意接受訪談的訪談對象進行訪談，因此本研究之受訪者包括美術館館長 2 名，教育推廣組組長或組員 3 名，以及合作企業主管 1 名。因研究者人力、物力、研究時程，以及研究者社會位階的限制，企業方可得之受訪者人數較少，因此本研究輔以相關文件資料的收集，以彌補這方面的不足。

(二)、 訪談資料分析上之限制

本研究的研究資料收集上，以訪談法為主，在資料收集以及分析的過程中，研究者本身可能造成某些偏見或是不客觀的判斷，這可能會使研究結果的效度受到侷限。因此爲了避免這種可能潛在的缺失，在訪談資料的分析上，會經過一再的自我審視，以求取編碼與資料判讀上的一致。當研究者思考陷入混淆時，將會本研究領域相近的 2 位專家⁷，共同討論以取得共識，在達成共識後才繼續研究的進行，以維持資料整理與分析上的穩定性與客觀性。而在訪談過程中，也同時向受訪者收集相關的文件資料，本研究在分析與討論訪談資料的過程中，會與這些相關文件分析加以互相對照，以追求訪談結果分析的客觀性，並補足訪談資料的不足。

⁷ 主要爲研究者的兩位同學，其中一位目前正進行美術館親子教育活動之相關研究，而另一名則正進行台灣企業基金會推行藝術教育之相關研究。

第四節名詞釋義

一、 美術館／公立美術館

Burcaw (1997) 定義美術館為：「美術館是專門為美術領域而設立的，重點在於重要美術藏品的典藏與維護」，「美術館蒐集文明社會的精英藝術品，包括油畫、繪畫、攝影、雕塑、家具、珠寶、紡織品，以及金屬工藝品等，以及庶民藝術、以及文明與都市化以前之人類的工藝品。」因此，美術館是屬於藝術類型的博物館。

依照國際博物館學會 (International Council of Museums, 簡稱 ICOM) 之組織章程⁸中，對於博物館的定義，博物館是一種為了促進社會發展，而對大眾開放的非營利性質的永久組織，其因為研究、教育與娛樂的意圖，收集、保存、溝通與展示人類與其環境的物質證據。

基於以上美術館與博物館的定義，本研究中所指之美術館，即綜合以上的定義，為「以研究、教育、娛樂為目的，收藏、保存、展示重要美術作品，對大眾開放的非營利藝術性博物館」。而本研究中所界定之公立美術館，為由政府所設立與營運之美術館，不包括公辦民營之美術館。因此，本研究所討論之公立美術館包括國立台灣美術館、台北市立美術館，以及高雄市立美術館。

二、 美術館教育活動

廣義而言，博物館所做的每一件事情皆有教育的意義，即使有些活動並不是以此為意圖，在狹義的觀點上，博物館的教育活動一般專指由教育部門所主導規劃的活動，這類的教育活動多有特定的目的、主旨與對象，以及明確的時間、地點及設備，並在活動進行時，常有教育人員與觀眾面對面的接觸及溝通。(引自霍強生，2004：6)

⁸ 發佈於 ICOM 官方網頁，網址為：<http://icom.museum/statutes.html#2>

依據這樣的定義，於本研究中所指之美術館教育活動，為「由美術館教育部門所規畫，針對特定目的、主旨與對象，在特定時間與場合，由美術館教育人員主導的各類型活動」。

三、 企業贊助

企業贊助之定義為：企業基於商業目標，對某活動所需之財務或實物，提供協助。企業贊助時，贊助者提供金錢、人力或設備給被贊助者，使之能夠推動某些活動，而這些活動會考量到對於贊助者的促銷考量，對贊助者予以回饋，使企業能達成其行銷目的（陳以亨、林瑩滋、李星美，2003）。

而依據本研究之文獻探討，台灣企業對於美術活動推展的贊助上，主要有三種模式，包括「企業或企業基金會成立專屬美術館舉辦展覽與教育活動」、「企業或企業基金會贊助公立美術館舉辦展覽與教育活動」，以及「企業基金會直接舉辦展覽與教育活動」等三種，而本研究更聚焦於其中企業贊助公立美術館推展教育活動的模式。

因此，根據以上企業贊助的定義，以及台灣企業對於美術活動推展贊助的現況探討，本研究中所指之企業贊助，其定義為：「企業基於某種目的與考量，對於美術館推展教育活動上，提供所需之人力或物力資源，並換取企業所需之回饋的行為」。