

95 年度
「教育部輔導大學校院推動創意學院計畫」
期末成果報告

淡江大學文學院
創意的文化 與 文化的創意

學 校：淡江大學(文學院)

計畫主持人：院長 趙雅麗教授

電 話：(02)2623-7030

E-mail 信箱：

計畫聯絡人：趙又慈

電 話：(02)2625-2699

E-mail 信箱：

中 華 民 國 九 十 六 年 八 月 二 十 日

目 錄

第一部份 本計畫執行成果摘要	01
一、基本資料表.....	02
二、成果摘要.....	03
三、自我評鑑表.....	07
第二部份 執行報告	11
一、緣起.....	12
二、計畫目標及預期成果.....	13
三、實施方法.....	14
四、執行情形及差異分析.....	18
五、結論與建議.....	32
六、附件.....	33

第一部份 本計畫執行成果摘要



一、基本資料表

計畫名稱	創意的文化 與 文化的創意				
計畫執行單位	淡江大學 文學院				
計畫主持人	趙雅麗	電話	02-2623-7030	傳真	02-8631-4898
	Email			手機	
計畫期程	自 95 年 6 月 1 日至 96 年 7 月 31 日止				
計畫經費 (補助款)					
計畫網址	GO 創意訊息平台 http://gogo.tku.edu.tw 「文化知識管理」「傳播與創意」學程網站 http://gogo.tku.edu.tw/web 文學院創意學習與創新產學中心 http://la-front.tku.edu.tw 2007 創意瘋潮大賽 http://show.gogo.tku.edu.tw/2007				
計畫聯絡人	趙又慈	電話	02-2625-2699	傳真	02-8631-4898
	Email			手機	
地址	251 台北縣淡水鎮英專路 151 號淡江大學文學館				

二、成果摘要

計畫名稱	創意的文化 與 文化的創意				
計畫主持人	趙雅麗	電話	02-2623-7030	傳真	02-8631-4898
計畫聯絡人	趙又慈	電話	02-2625-2699 0936-069-780	傳真	02-8631-4898
<p>內容摘要</p> <p>一、淡江文學院推動「創意學院」計畫的總體目標：</p> <p>推動校內創意文化的風行，使既有的華語文化資源藉由創意而得到新生；同時並促使本院成為國內華語文化創意產業的學術研發、人才培育與產學合作中心。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 以「瘋朝創意大賽」與「創意圓夢資助計畫」為基礎，打造一個由下而上，有機融合的「創意校園建置工程」，並以此「創意地標」在校園中標示創意的「形式、要素與思維」。 2. 透過「創意分享平台」與「知識管理平台」的機制，媒合院內所有與創意相關的「素材、題材、人才」，以創造豐富、流暢、靈活之創意學習環境。 3. 建立學生對於「知識/創意」兩者間，各種「異、同、競、合」之特質與本質的掌握與運用能力。 4. 藉本計畫的支持與推動，成為院內整合「創意學習、創新產學、卓越研究」三位一體的創意總驅動力。 5. 建立從「創意校園的改造」到「創意產業的打造」，以及從「創意學習設計」到「創新產學研發」兩端間，接續與緊實的「創意學院」發展架構。 6. 系統性打造「創意素材的盤點與管理、創意設計的建置與整合、創意產品的傳播與行銷」三者所需的創意學習環境。 7. 促使本院成為國內「國際漢學、創意漢學、數位漢學」以及「華語文化創意產業」的重要學術機構，以及該領域之學術研發、人才培育與產學合作的發展中心。 					

二、95 年度預定工作目標

1. 「選才制度創新實驗」(子計畫一):一方面宣示系所對創意的態度,同時直接挑戰系所對創意的精神與要素的掌握,最關鍵的是要教師們在「測試學生有沒有創意之前,自己要能先提出有創意的評選方法」。
2. 「校園場景創新實驗」:透過辦理「校內創意大賽」(子計畫二)、「創意圓夢計畫」(子計畫三)以及「創新交流平台」(子計畫八)的實體創意訊息角落,營造一個讓創意訊息主動觸達學生的「場景」,並透過「場景」的「心像」機制,展現創意的氛圍、內涵與要素,誘發校園學子對創意內涵的意識與思維。
3. 「課程與教學創新實驗」:欲透過建立「知識管理平台」(子計畫四、五、六、七)與「創意分享平台」(子計畫八)的機制,媒合所有發生在院內與創意相關之「素材、題材、人才」,同時在「知識/創意」兩者間之「異、同、競、合」的關係中,結合本院過去在創意教學上所奠定的基礎與發展特色,打造出無限創意的學習環境。

三、計畫工作項目

1. 選才制度創新實驗

子計畫一:創意選才理論發展與題組建置

2. 校園場景創新實驗

子計畫二:舉辦年度創意大賽

子計畫三:創意圓夢資助計畫

3. 課程與教學的創新實驗

A. 建構知識管理平台

子計畫四:產學合作模式開發流程的知識管理

子計畫五:校內創意講座及研習活動

子計畫六:設置文學院「知識管理」與「傳播與創意」學程網站

子計畫七:創意課程教案建置

B. 建構創意分享平台

子計畫八:創意極樂園(實體與虛擬的創新交流網建置)

四、重要成果及目標達成情形

1. 選才制度創新實驗

子計畫一：創意選才理論發展與題組建置

本年度已完成「歷史系」與「大傳系」兩系之「選才制度創新實驗」設計，不僅建立創意選才的一般性與領域性原則，其創意選才制度與招生辦法也已通過校級招生委員會，並將於 2008 年正式實施。

2. 校園場景創新實驗

子計畫二：舉辦年度創意大賽

本年度第二屆「創意瘋潮大賽—開玩笑（開始玩學校）」活動於四月到五月間舉辦，並於 5 月 22 日辦理頒獎典禮。本次比賽共收到近 200 件創意作品，創造 5 萬多人次的網路票選點閱率。此外，校長、副校長以及本校各級多位主管皆全程出席參與頒獎晚會。「四月瘋創意」已成為本校傳統。未來亦將持續辦理該項活動，並使該活動更為深化與制度化、系統化。

子計畫三：創意圓夢資助計畫

本年度在「創意圓夢資助」計畫的實施方面可說是成果非常豐碩，並獲得本校大力支持，其中，第一年度創意圓夢計畫獲選作品「相約大學城」之學生原生創意，不僅獲得本校創辦人高度肯定，更已正式納入校園改造評估規劃中，未來施作完成後將成為本校推動創意學院計畫之「創意地標」。

3. 課程與教學的創新實驗

A. 建構知識管理平台

子計畫四：產學合作模式開發流程的知識管理

本年度主要已完成本院推動「淡水觀光」與「產學合作」時所面臨之問題與溝通方式等內容的系統性記錄，掌握了「學術界」以及「實務界」兩套不同的價值與流程間，在創意產製過程中所形成的差異，以及其因應策略。

子計畫五：校內創意講座及研習活動

本年度計畫完成 20 場校內人文、管理、藝術演講之實況錄影，由專案執行學生到場聆聽紀錄，並撰寫 1000-1500 字的摘要報導文字。

子計畫六：設置文學院「知識管理」與「傳播與創意」學程網站

透過本年度創意學院之計畫，本院已完成「文化知識管理」與「傳播與創意」學程網站的建置，除了可從文化創意產業之職業別作為檢索標準進行課程檢索外，同時也提供了這個領域或職業別的現況發展介紹，並具體建議選課同學可以選修哪些學程所開設的課程。

子計畫七：創意課程教案建置

創意課程教案建置，在於「製作、蒐集」好的、精緻的教材或案例，深化課程的教學效果，降低跨領域、跨界、跨類別的障礙，讓「跨領域、產學對話」更容易開展。

本年度「創意學院計畫」已完成「教案與案例」的蒐集、整理、存檔、分類。

B. 建構創意分享平台

子計畫八：創意極樂園（實體與虛擬的創新交流網建置）

「虛實並行的知識創意分享平台」之構想，乃在營造一個讓創意訊息主動觸達對象的機制。本年度計畫主要已建置完成「GO 創意網站」此一虛擬網路世界的創意分享平台，與「創意紅」的創意角落，此一鑲嵌在日常生活場景中的創意分享平台由實體與虛擬的創新交流平台共構而成。本項計畫在校方的大力支持下，其執行內涵已超過原初規劃，將「創意視窗」由靜態呈現方式，擴建為「創意紅」資訊牆，透過空間設計的全面規劃、平面顯示器的裝置、以電子化、立體、即時方式進行虛實並行的知識創意分享平台的建構。

而更令人鼓舞的，在於本校對於知識創意分享平台的高度認同，未來校方並將於「各院」均仿照建構一座知識行銷平台，作為全面推動創意與行銷知識的基礎。

三、自我評鑑表

補助項目	項目內涵	重點選項 A：主要 B：次要	本校擬完成之工作目標	已達成百分比	本校已完成之工作
(一) 選才制度創新實驗	於研究所或大學部甄選入學採計方式中，納入有利於創造力發展之指標，並設計有效甄選創意人才之評選策略、方式、程序或評量題目。	A	(子計畫一) 創意選才理論發展與題組建置 <ol style="list-style-type: none"> 1. 建立創新選才理論系統性架構，透過創造力、創意、學習之理論分析，釐清並見立創意評量中「可概念化/未被概念化」、「可測量/不可測量」、「實證性/詮釋性」的特質。 2. 針對各系所專業訴求與發展特色，區分與發展「一般性/領域性」創造力。 3. 依據上述理論原則，進行院內學生創意表現要素之調查分析、與訪談。 4. 研發創新選才制度之「創意托福」題庫，擬定各項選才制度創新的「原則、題庫、策略」。 	100%	(子計畫一) 創意選才理論發展與題組建置 <ol style="list-style-type: none"> 1. 由教師與研究生共同組成知識團隊，研讀並整理學術文獻，掌握既有研究對創意、創造力及創意評量的基礎。 2. 研究團隊針對院內各系教師、創意表現傑出的學生進行深度訪談超過三十場。 3. 經彙集訪談內容及執行過程的現象，對於各學系現有選才的問題及各系共通的選才原則已有發現。 4. 完成「創意評量_傳播教育創新的反思與實踐」論文一篇，已獲雙暉名評審審查通過，並已於2007年7月5日在中華傳播學會年會上發表。(該論文請詳附件五) 5. 完成歷史系(人文領域)及大傳系(社會科學領域)兩系的創新選才制度執行建議書。(請詳附件三、四) 6. 歷史及大傳兩系，已由專任教師針對系所共通的選才特質，兼以各系學域特有的選才特質，進行選拔策略及題庫的研擬。 7. 配合校內行政作業時程，預訂於2008年招生作業實際執行創新選才辦法。
(二) 組織經營創新實驗	進行有利整體創意學院文化氛圍之組織創新活動。				
(三) 校園場景創新實驗	著重學校透過師生參與決策過程，進行小空間創意改造，營造有益於學院師生互動、創意激盪及歸屬感提升之空間。	A	(子計畫二) 舉辦年度創意大賽 <ol style="list-style-type: none"> 1. 組織籌辦活動之學生創意團隊，並建立專業教師之評審與支援體系。 2. 建立活動網站(包含作品展示、討論區、投票區、管理區等機制)。 3. 研發創意比賽的示範作品(活動網頁中呈現的參賽範例)，以期拋磚引玉並引導活動的發展。 4. 進行全校創意推廣(全校性與社區的宣傳遊行活動、相關授課教師的理念溝通、校園反應之後續追蹤與評估等)。 	100%	(子計畫二) 舉辦年度創意大賽 <ol style="list-style-type: none"> 1. 本屆創意大賽執行完畢，計收到來自各學院200件作品，網頁瀏覽點擊率達6萬次以上。 2. 透過全校性與社區的宣傳遊行活動、相關授課教師的理念溝通、以及大賽活動網站與頒獎晚會等設計，得到全校對創意的注意、感受，並豐富校內對創意的認識與想像。 3. 創意大賽晚會將學生對學校的期待與挑戰，轉以氣氛歡樂、戲而不謔的戲劇方式傳達，是淡江校長、學術副校長、行政副校長及多位校內主管教師樂於全程參加的校內晚會活動，也讓創意大賽成為一個學校行政主管與學生另類互動、增進彼此良性溝通的平台。

			<p>(子計畫三) 創意圓夢資助計畫</p> <ol style="list-style-type: none"> 由創意大賽中，遴選出最具圓夢潛力之「原生創意」提案，透過創意前線的輔導，並提供其專諮詢與協助，使這些「原生創意」提案的概念與表達更加成熟與精緻。 將相關作品對校內各級主管說明，並進入校務會議討論其建置，同時亦協助其展開校友與企業界的募款活動。 	200%	<p>(子計畫三) 創意圓夢資助計畫</p> <ol style="list-style-type: none"> 創意圓夢資助計畫已於3月邀集行銷或創意專家共同協助進行選拔。 經評審一致認同的2006年創意圓夢計畫作品—「相約大學城」，其學生原生創意獲得本校創辦人張建邦先生之高度肯定，該案已直接交由學校總務處評估施作的可能性；一旦完成，將成為本校推動創意文化之創意地標。
			<p>(子計畫八-2) 建置文學院角落視窗 實體創意分享平台</p> <ol style="list-style-type: none"> 建立鑲嵌在實際日常生活場景中的實體創意分享平台，如畫框式訊息。 不定期呈現一組創意作品或重要創意事件，以推廣創意理念或創意訊息。 	100%	<p>(子計畫八-2) 建置文學院創意角落 實體創意分享平台「創意紅」牆面建置</p> <ol style="list-style-type: none"> 廣徵院內各系提供跨領域交流的議題及訊息分享。 會同本校建築系老師，針對本院3樓牆面進行局部空間改造。已完成固定式創意訊息展示視窗「創意紅」牆面，具有影像動態展示功能及空間意象的目的，並揭幕啟用。 展示形式兼有靜態與動態多媒體的呈現，內容則包含全球趨勢、跨領域整合新知、創意活動訊息告知、美學素養、學生創意作品／作業展示、推薦閱讀、創意告白...等。 團隊進駐創意角落，進行實體創意訊息規劃、編輯、製作與更換，維持實體創意視窗運作。 另購置小件造形傢俱或角落擺設，營造屬於文學院的創意空間經驗。
(四) 教師 創新 能力 提升	建立創意交流平台、形成創意教師社群、分享創新教學成效、建立教師創新教學之評鑑指標等有利於提升學院教師素養之措施。				
(五) 課程 與教 學創 新實 驗	創造力培育學程、新型態課程、跨校聯合課程等有利於提升學生創造力之課程與教學實驗。	A	<p>(子計畫四) 產學合作模式開發流程的知識管理</p> <ol style="list-style-type: none"> 召開知識管理流程建置與規劃會議。對知識管理庫中的各式資料進行分類，並對資料內容加以分析及定義。 系統性的比對與紀錄「學術界」以及「實務界」兩套不同價值與流程間，在創意產製過程中所形成的差異，以及其因應策略。 紀錄與分析團隊在運作過程中所涉之「文件管理、價值判斷、溝通技能」等問題，並據以提出「未來訓練方案」。 紀錄「知識管理、文史工作者、網站經營與管理、網路行銷」等學界及業界專家，在執行過 	100%	<p>(子計畫四) 產學合作模式開發流程的知識管理</p> <ol style="list-style-type: none"> 多方邀集學術界及實務界教師介入創新中心的各項專案運作與討論。 記錄學界及業界專家在專案任務執行過程中所遭遇的跨領域溝通問題及障礙。 由研究教師記錄，並系統性比對「學術界」與「實務界」在創意產製及專案執行過程中其價值及流程的差異。 96年度將持續記錄、整理並分析學術與實務界執行專案開發模式。並就產學合作模式，提出未來的訓練方案。

		程中所遭遇的跨領域知識傳遞障礙。		
		<p>(子計畫五) 建置文學院「知識管理」與「傳播與創意」學程網站</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 建立檢索式的互動網站介面，協助學生快速建立其學習認知地圖。 2. 檢索系統提供以下的訊息： <ol style="list-style-type: none"> A. 這個領域或職業別的現況發展如何？ B. 建議可以選修哪些學程所開設的課程。 C. 文學院、學院內、甚至外校還有哪些課程可以選修？ D. 提供相關的授課時間、課程大綱等與課程有關的資料。 	90%	<p>(子計畫五) 建置文學院「知識管理」與「傳播與創意」學程網站</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 建置「文化知識管理」與「傳播與創意」學程的課程專屬網站 (http://gogo.tku.edu.tw/web)，並已完成學程網站第一期服務，學生可由產業別、學程別、課程名稱、授課教師等選項查詢相關說明。 2. 是校內第一個以網站型式介紹專門學程、促進學生了解課程並自我定位的選課輔導機制，學生並可由感興趣的產業別得到適當的選課建議。
		<p>(子計畫六) 創意課程教案建置</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 購買可供學程教學研討之案例影片、出版品（如各式文化創意產業的產品、節目內容 VCD 或 DVD、節目使用版權費等等），以提供教學時所需之具體示範及討論的案例。 2. 「教案與案例」的蒐集、整理、存檔、分類。 3. 「素材、題材、人才」彼此間的關係，進行「教案與案例」觸達通路的仲介、媒合設計。 	100%	<p>(子計畫六) 創意課程教案建置</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完成課程教學資料的蒐錄分類。 2. 完成後端知識管理平台的資料庫設計。 3. 已部份蒐錄平面雜誌與文化創意產業相關之實務案例，業經分類整理後存入數位資料庫，未來可供教師查詢。 4. 採購相關課程教學研討案例影片、數位製作素材及出版品等。並已將採購新進資料之分類、註記及建檔。
		<p>(子計畫七) 校內創意講座及研習活動</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 舉辦創意講座，帶動討論創意與跨領域整合的風氣，包括創新與創意相關主題的讀書會、文化創意相關的大師講座、技術與技能的學習及訓練等。 2. 針對選擇記錄之演講場次，撰寫推薦文稿，說明該演講內容與創意、創造力及知識管理的相關性。 3. 進行演講實況錄影的講座活動，安排學生到場聆聽紀錄，並撰寫 1000-1500 字的摘要報導文字。 	100%	<p>(子計畫七) 校內創意講座及研習活動</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 舉辦研習包括： <ol style="list-style-type: none"> a. 95 年 9 月間已針對參與創意學院計畫的學生，進行「創意文案編寫」及「網站設計」工作坊。 b. 95 年 12 月 9-10 日間，舉辦「2006 企畫研習營」。 c. 96 年 5 月邀請李天鐸教授演講「文化／創意產業的形構與策略」。 d. 96 年配合歷史系教師需求，針對歷史系學生開設數位製作研習課程。 2. 透過 Go 創意網站報導校內與文化創意有關精彩研習課程，並均已完成影音記錄，計 20 場。 3. 學生籌組創意讀書會，共同讀書、共同參與創意藝文活動，並進行討論。
		<p>(子計畫八-1) 建置創意訊息平台網站</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 虛擬網路世界的創意分享平台：藉由「新媒體型態」的架構，用新的訊息呈現結構、以及利用網路互動特性的設計 2. 進行校園中與「創意」有關的 SNG 即時特搜報導。 	100%	<p>(子計畫八-1) 建置「GO 創意」訊息平台網站</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完成虛擬網路世界的創意分享平台——GO 創意網站 (http://gogo.tku.edu.tw)，利用網路互動特性的設計及新的訊息呈現型態，在校園中建立一個與「創意」有關的 SNG 即時分享與交流平台。該網站並為本校創意學院相關

					<p>計畫網站的整合入口。</p> <p>2. 網站提供創意達人王、創意 SNG (包括創意現象觀察、創意小玩意、創意在淡江、創意在淡水、全球創意等)、創意藏寶箱、創意哪裡玩、瘋狂討論區及每月 Go 創意單元。</p>
(六) 創意 學子 人才 培育	建立學生創意 社團。	B	1.		<p>1. 招募文學院創新產學實驗中心(創意中心)助理，經挑選及訓練，成為執行創意學院計畫的工作團隊之一。</p> <p>2. 重視培養學生跨領域專業整合的視野。</p>



第二部份

執行報告

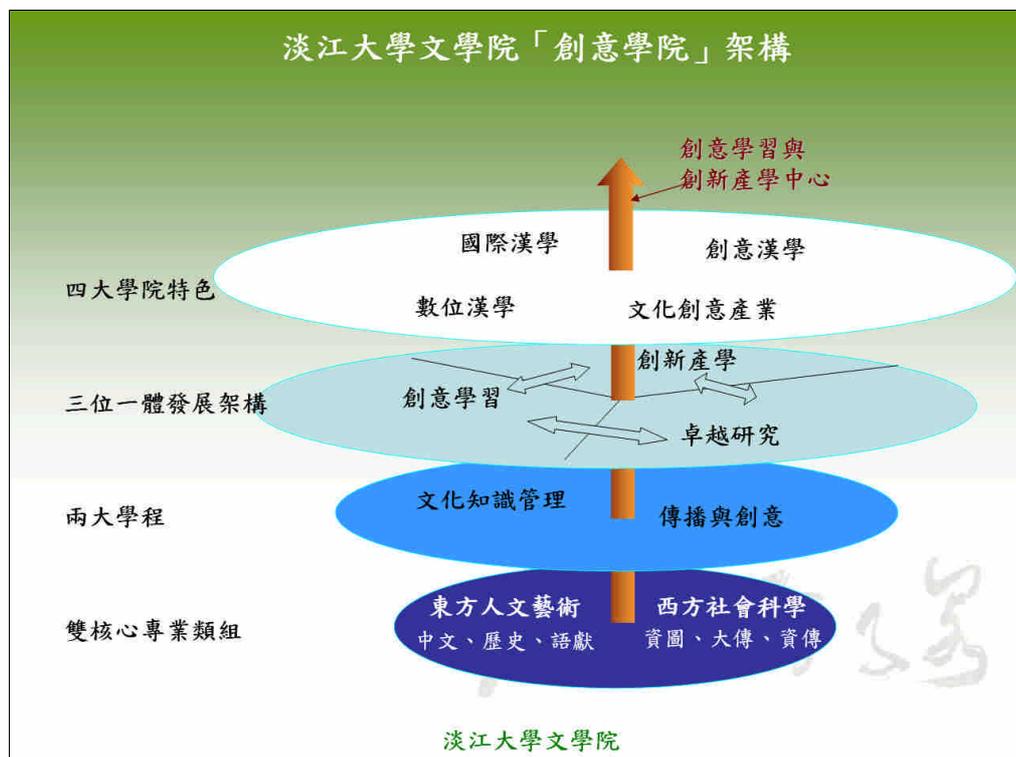
一、緣起

淡江文學院中文、歷史、資圖、大傳、資傳與語獻所「五系一所」的架構，不但兼具西方社會科學與東方人文史哲兩大文明傳統的「雙核心」特質，也正好具備全球華語文化創意產業的核心內涵：「華語文化」和「創意的累積、運用和再造」；以及當前文化創意產業發展所需之「人才、素材、題材」的三大要素。

因此，淡江文學院訂定了「東方觀點、全球視野，國際接軌、創意再造」的獨特發展定位，全力朝「傳統文化的創新再生、建構文化創意產業的核心優勢」之方向邁進。並於2006年成立「創意學習與創新產學中心」，聚集跨領域師生，共同擔負相關企劃的推動與整合執行。

本院「創意學院」計畫之核心架構，即為依據本院所獨具之「雙核心」專業群組的系所特色，以「創意學習與創新產學中心」為運作基礎，藉由制度的結構性設計以及各子計畫籌辦的系列活動，媒合所有發生在院內與創意相關之「素材、題材、人才」，建置孕育創意的氛圍與思維的創意校園，同時建立學生對「知識/創意」兩者間，各種「異、同、競、合」之特質與本質的認識、掌握與運用。

最後，期待藉由整合「創意學習、創新產學、卓越研究」三位一體的創意總驅動力，透過「建模、育群、造林」的階段性定位，使本院成為國內發展「國際漢學、創意漢學、數位漢學」以及「華語文化創意產業」之重要學術機構。



圖一 淡江大學文學院 95 年度「創意學院」架構示意圖

二、計畫目標及預期成果

95 年度本院「創意學院」計畫提出時原訂所要完成之工作及預期成果如下：

1. 選才制度創新實驗

— 執行子計畫一：創意選才理論發展與題組建置

「選才制度創新實驗」的計畫（子計畫一），一方面宣示本院重視創意的態度，一方面直接挑戰系所對創意精神與創意要素的掌握，最關鍵的是要教師們在「測試學生有沒有創意之前，自己要能先提出有創意的評選方法」。

2. 校園場景創新實驗

— 執行子計畫二：舉辦年度創意大賽

— 執行子計畫三：創意圓夢資助計畫

「校園場景創新實驗」透過辦理「校內創意大賽」（子計畫二）、「創意圓夢計畫」（子計畫三）以及「創新交流平台」（子計畫八）的實體創意訊息角落，企圖營造一個讓創意訊息主動觸達學生的「場景」，透過「場景」的「心像」機制，展現創意的氛圍、內涵與要素，誘發校園學子對創意內涵的意識與思維。

3. 課程與教學的創新實驗

A. 建構知識管理平台

— 執行子計畫四：產學合作模式開發流程的知識管理

— 執行子計畫五：校內創意講座及研習活動

— 執行子計畫六：設置文學院「知識管理」與「傳播與創意」學程網站

— 執行子計畫七：創意課程教案建置

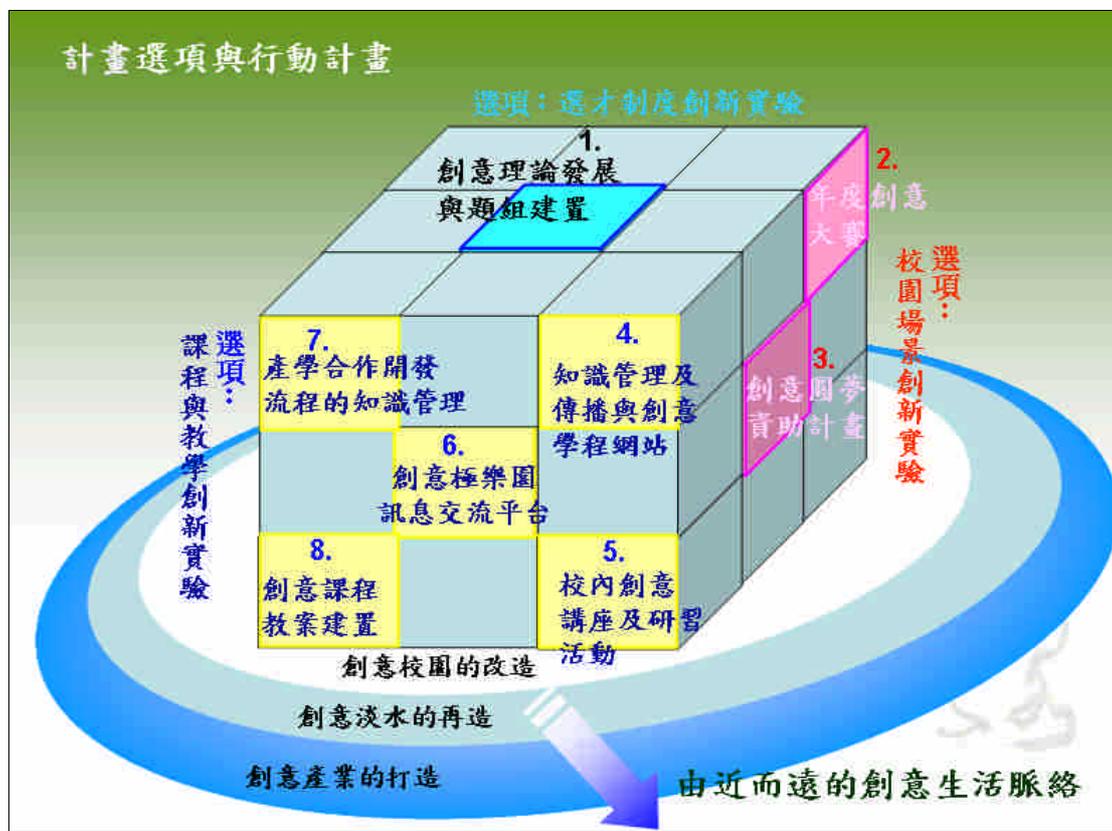
B. 建構創意分享平台

— 執行子計畫八：創意極樂園（實體與虛擬的創新交流網建置）

「課程與教學創新實驗」欲藉由建立「知識管理平台」（子計畫四、五、六、七）與「創意分享平台」（子計畫八）的機制，媒合所有發生在院內與創意相關之「素材、題材、人才」，同時從「知識/創意」兩者間之「異、同、競、合」的關係中，結合本院過去在創意教學上所奠定的基礎與發展特色，打造出無限創意的學習環境。

三、實施方法

為達成前述計畫選項目標，95 年度淡江文學院創意計畫共擬具八項子計畫如下：



圖二 淡江文學院 95 年度創意學院計畫選項與行動計畫組合示意圖

1. 子計畫一：創意選才理論發展與題組建置(選才制度創新實驗)

A. 原訂工作項目：

- (1) 建立創新選才理論系統性架構，透過創造力、創意、學習之理論分析，釐清並見立創意評量中「可概念化/未被概念化」、「可測量/不可測量」、「實證性/詮釋性」的特質。
- (2) 針對各系所專業訴求與發展特色，區分與發展「一般性/領域性」創造力。
- (3) 依據上述理論原則，進行院內學生創意表現要素之調查分析、與訪談。
- (4) 研發創新選才制度之「創意托福」題庫，擬定各項選才制度創新的「原則、題庫、策略」。

2. 子計畫二：舉辦年度創意大賽（校園場景創新實驗）

A. 原訂工作項目：

- (1) 組織籌辦活動之學生創意團隊，並建立專業教師之評審與支援體系。
- (2) 建立活動網站（包含作品展示、討論區、投票區、管理區等機制）。
- (3) 研發創意比賽的示範作品（活動網頁中呈現的參賽範例），以期拋磚引玉並引導活動的發展。
- (4) 進行全校創意推廣（全校性與社區的宣傳遊行活動、相關授課教師的理念溝通、校園反應之後續追蹤與評估等）。

3. 子計畫三：創意圓夢資助計畫（校園場景創新實驗）

A. 原訂工作項目

- (1) 由創意大賽中，遴選出最具圓夢潛力之「原生創意」提案，透過創意中心的輔導，並提供其專諮詢與協助，使這些「原生創意」提案的概念與表達更加成熟與精緻。
- (2) 將相關作品對校內各級主管說明，並進入校務會議討論其建置，同時亦協助其展開校友與企業界的募款活動。

4. 子計畫四：產學合作模式開發流程的知識管理

（課程與教學的創新實驗——建構知識管理平台）

A. 原訂工作項目

- (1) 召開知識管理流程建置與規劃會議。對知識管理庫中的各式資料進行分類，並對資料內容加以分析及定義。
- (2) 系統性的比對與紀錄「學術界」以及「實務界」兩套不同價值與流程間，在創意產製過程中所形成的差異，以及其因應策略。
- (3) 紀錄與分析團隊在運作過程中所涉及之「文件管理、價值判斷、溝通技能」等問題，並據以提出「未來訓練方案」。
- (4) 紀錄「知識管理、文史工作者、網站經營與管理、網路行銷」等學界及業界專家，在執行過程中所遭遇的跨領域知識傳遞障礙。

5. 子計畫六：設置文學院「知識管理」與「傳播與創意」學程網站

（課程與教學的創新實驗——建構知識管理平台）

A. 原訂工作項目

- (1) 建立檢索式的互動網站介面，協助學生快速建立其學習認知地圖。
- (2) 檢索系統提供以下的訊息：
 - a. 這個領域或職業別的現況發展。
 - b. 建議可以選修哪些學程所開設的課程。
 - c. 文學院、學院內、甚至外校相關的課程。
 - d. 提供相關的授課時間、課程大綱等與課程有關的資料。

6. 子計畫七：創意課程教案建置

（課程與教學的創新實驗——建構知識管理平台）

A. 原訂工作項目

- (1) 購買可供學程教學研討之案例影片、出版品（如各式文化創意產業的產品、節目內容 VCD 或 DVD、節目使用版權費等等），以提供教學時所需之具體示範及討論的案例。
- (2) 「教案與案例」的蒐集、整理、存檔、分類。
- (3) 「素材、題材、人才」彼此間的關係，進行「教案與案例」觸達通路的仲介、媒合設計。

7. 子計畫七：校內創意講座及研習活動

（課程與教學的創新實驗——建構知識管理平台）

A. 原訂工作項目

- (1) 舉辦創意講座，帶動討論創意與跨領域整合的風氣，包括創新與創意相關主題的讀書會、文化創意相關的大師講座、技術與技能的學習及訓練等。

- (2) 針對選擇記錄之演講場次，撰寫推薦文稿，說明該演講內容與創意、創造力及知識管理的相關性。
- (3) 進行演講實況錄影的講座活動，安排學生到場聆聽紀錄，並撰寫 1000-1500 字的摘要報導文字。

8. 子計畫八：創意極樂園—實體與虛擬的創新交流網建置

(課程與教學的創新實驗——建構創意分享平台)

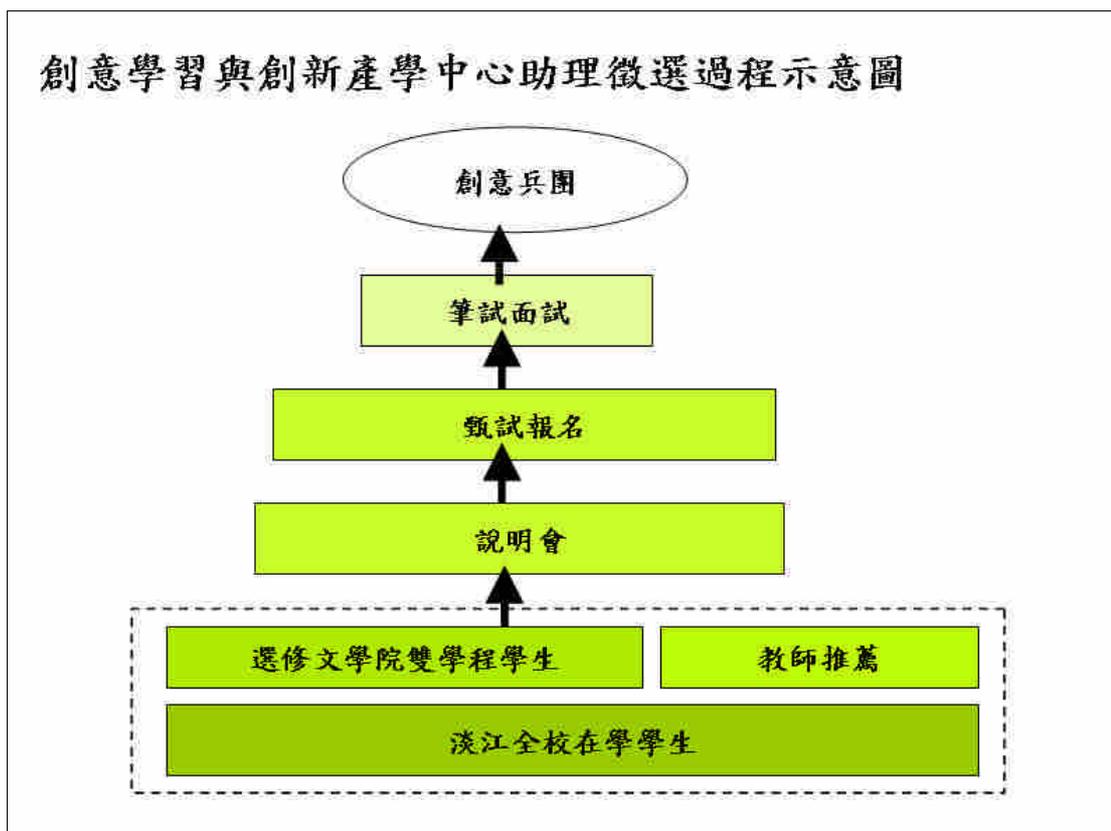
A. 原訂工作項目

- (1) 虛擬網路世界的創意分享平台：藉由「新媒體型態」的架構，用新的訊息呈現結構、以及利用網路互動特性的設計，在校園中建立一個「創意分享與交流平台」，進行與「創意」有關的 SNG 即時特搜報導。
- (2) 實體的創意角落視窗則是鑲嵌在實際日常生活場景中的創意訊息分享平台。不定期呈現一組創意作品或重要創意事件，以推廣創意理念或創意訊息。

四、執行情形及差異分析

1. 執行團隊及工作分配：

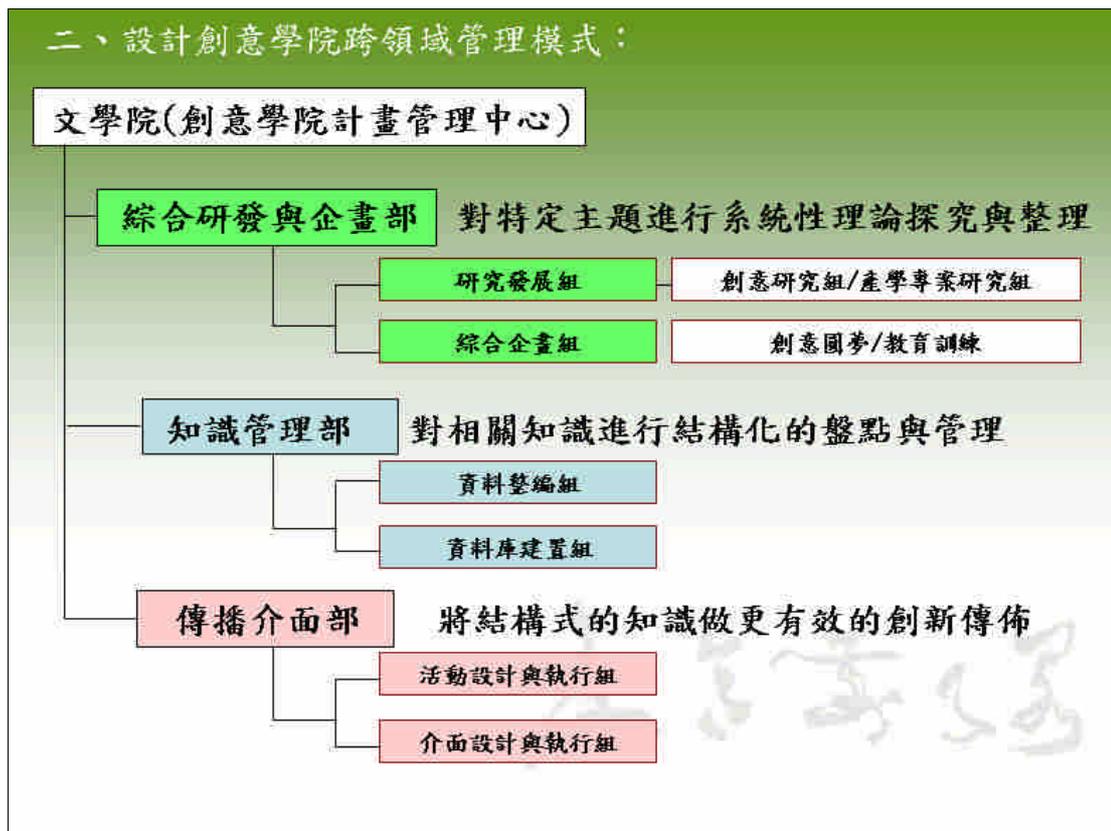
- A. 召募文學院創新產學實驗中心（創意中心）助理。經由教師推薦或由本院文化知識管理及傳播與創意學程修課學生中挑選及訓練，成為執行創意學院計畫的工作團隊之一。



圖三 創意學習與創新產學中心助理徵選過程示意圖

- B. 依本院研發之產業工作鍊規劃，由文學院統籌計畫的執行管理，將運作團隊分為以下三大類型（創意中心組織結構請詳附件一）：
- (1) 綜合研發與企畫：下設研究發展組與綜合企畫組，對特定主題進行系統性理論探究與整理。
 - (2) 知識管理：下設資料整編組與資料庫建置組，對相關知識進行結構化的盤點與管理。
 - (3) 傳播介面：下設活動設計與執行組以及介面設計與執行組，將結構式的知識做更有效的創新傳佈。

二、設計創意學院跨領域管理模式：



圖四 創意學習與創新產學中心組織結構圖

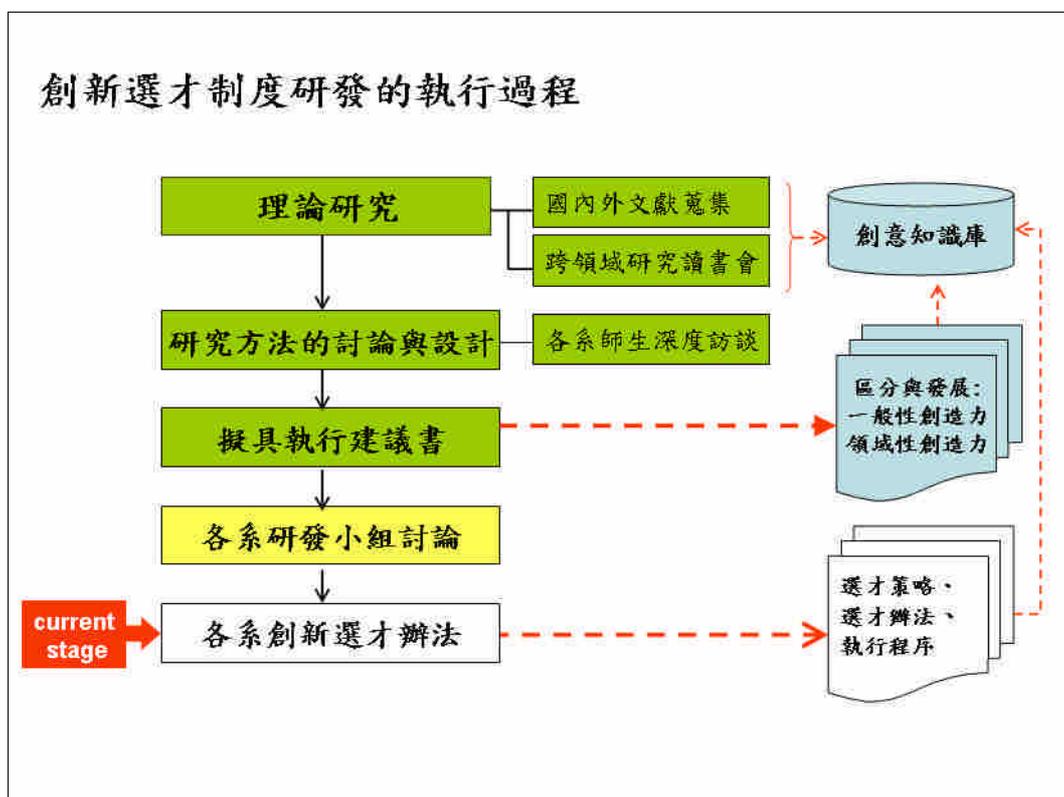
- C. 依各子計畫執行內容，規劃運作團隊之工作矩陣，進行專業領域工作整行及跨領域整合，以培養學生跨領域專業整合的視野與工作經驗。本年度創意學院團隊運作工作矩陣請參閱附件一。

2. 子計畫一：創意選才理論發展與題組建置（選才制度創新實驗）

A. 實際執行狀況：

(1) 執行團隊：由教師與研究生共同組成知識團隊，對創新選才進行理論建構。

(2) 執行流程：



圖五 淡江文學院創意選才研發的執行過程

- 理論研究：自暑假起即開始研讀並整理學術文獻，掌握既有研究對創意、創造力及創意評量的基礎。並整理中譯及摘要理論資料，以供後續研究執行之分享取用。**相關文獻清單請詳附件二。**
- 研究方法的討論與設計：研究團隊針對院內各系教師、創意表現傑出的學生進行深度訪談超過 30 場，再彙集訪談內容及執行過程的各種現象。
- 選取試辦科系：考慮實際的執行深度及實施過程中的變動彈性，經徵詢系所意願後，人文領域選擇歷史系、社會科學領域選擇大傳系為初期試辦對象，待獲得運作成功經驗後，即可快速推廣至所有系所。
- 製作執行建議書：蒐集並整理各系教師對本系專業領域人才認定傑出的創意表現指標，由研究團隊擬具執行建議

「創意學院」計畫 期末成果報告——淡江大學文學院書，區分「一般性／領域性」的特質，供各系招生教師小組參考（歷史系選才制度創新說明請詳附件三、大傳系選才制度創新說明請詳附件四）。

- e. 辦理研發小組討論會議：研究團隊教師與各系招生小組的教師成員（各系創新選才研發小組）進行多次會議溝通，介紹創意選才的必要與相關基礎理論，並與各系研發小組討論。
- f. 各系自訂創新選才辦法：各系研發小組應經研議後，提出具體的「選才策略」、「選才辦法(含題庫)」及「執行程序」。

B. 具體成果：

- (1) 執行團隊：經彙集訪談內容及執行過程的現象，對於各學系現有選才的問題及各系共通的選才原則已有發現。並完成「創意評量_傳播教育創新的反思與實踐」論文一篇，已獲雙匿名評審審查通過，即將於2007年7月5日在中華傳播學會年會上發表。(〈創意評量_傳播教育創新的反思與實踐〉論文請詳附件五)
- (2) 完成歷史系(人文領域)及大傳系(社會科學領域)兩系的創新選才制度執行建議書。(請詳附件三、附件四)
- (3) 歷史及大傳兩系，已由專任教師針對系所共通的選才特質，兼以各系學域特有的選才特質，進行選拔策略及題庫的研擬。配合校內行政作業時程，預訂於2008年招生作業實際執行創新選才辦法。

C. 大傳系研發小組成員：趙雅麗院長、吳怡國主任、紀慧君老師、黃振家老師、楊明昱老師、魏玠老師、文學院創意學習與創新產學中心王冠斐

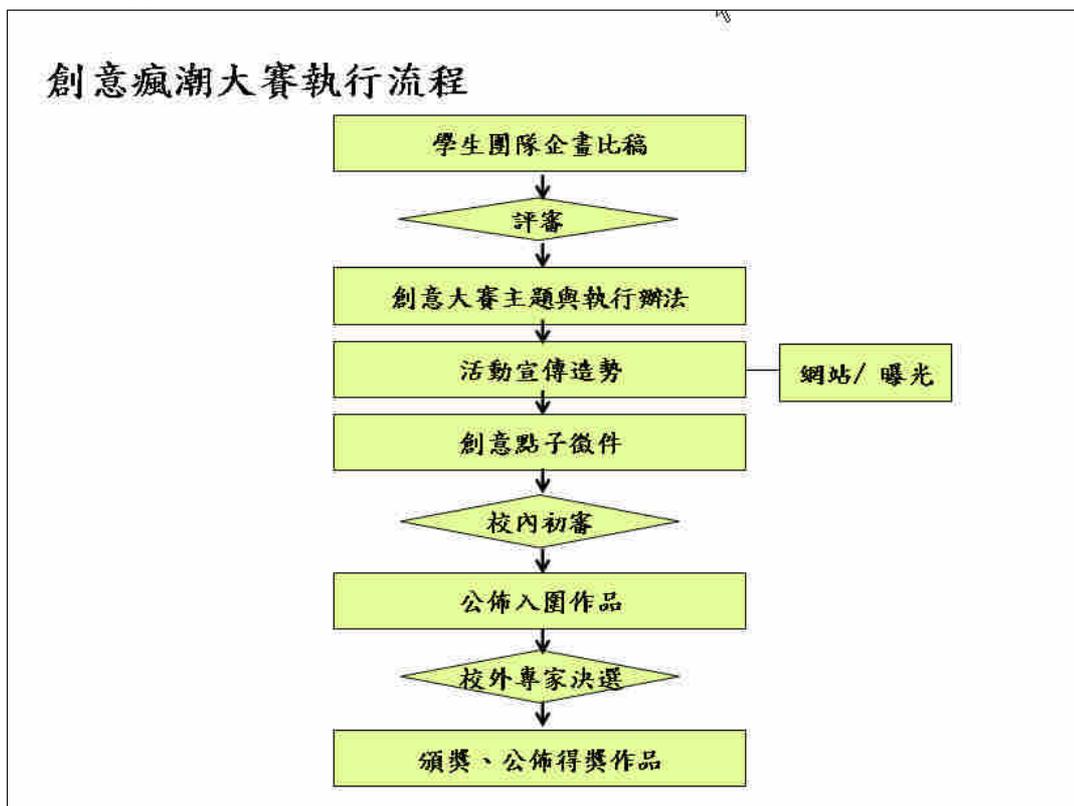
D. 歷史系研發小組成員：趙雅麗院長、黃繁光主任、王樾老師、林呈蓉老師、張素玠老師、楊育鎰老師、羅運治老師、文學院創意學習與創新產學中心王冠斐

3. 子計畫二：舉辦年度創意大賽（校園場景創新實驗）

A. 實際執行狀況：

(1) 執行團體：由教師及業界專家協助指導創意中心的活動設計與執行團隊辦理。

(2) 執行流程：



圖六 淡江文學院創意選才研發的執行過程

- a. 學生團隊企畫比稿：學生團隊先針對校內同學進行訪談，以了解同學對上屆創意大賽的意見，再依各組成員對創意大賽的想像，以正式的活動簡報對創意中心提出企畫。其間並邀請業界專家提供諮詢（大賽企畫書徵選說明請詳附件六）
- b. 企畫案評審：邀請校外創意顧問、校內教師代表、校內學生代表，共同出席評審適當的企畫案及企畫團隊（創意大賽企畫影像記錄及競稿提案資料請詳附件七）。
- c. 訂定年度徵件主題與辦法：經多次會議及與產業界創意工作者討論，確立以提昇淡江校內創意文化為目標，並以比稿勝出隊伍之創意設計「開始玩學校」為題，以「創造淡江新節日」及「改造淡江舊落」為主要範圍，設計 95 學年度創意大賽相關執行辦法及參賽範例（2007 創意瘋潮大賽辦法及報名表請詳附件八、附件九）。

- d. 活動宣傳：企畫比案結果接受專家協助修正後，進行活動籌辦與宣傳。「開始玩學校」活動宣傳以小丑及紅汽球為主要意象，製作包括海報、大小宣傳汽球等宣傳品；宣傳活動則把學校當一個彈珠枱般的遊戲場，以一個直徑 2.5 公尺的大紅球在校內到處滾動，象徵「開玩校」與「玩學校」！（2007 創意瘋潮大賽活動宣傳海報及相關影像記錄請詳附件十）。
- e. 製作活動網站：以網站輔助活動宣傳及全校票選活動。包含作品展示、討論、投票、管理等機制（2007 創意瘋潮大賽活動網站：<http://gogo.tku.edu.tw/2007>，網站結構請詳附件十一）。
- f. 評選：由校內行政副校長及部份一、二級主管共同進行初選，評選出入圍作品 30 名，再由校外廣告公司創意總監級評審逐件審查，最後於決選會議中評定得獎作品。（2007 創意瘋潮大賽活動評審活動影像記錄請詳附件十二，2007 創意瘋潮大賽得獎名單詳附件十三）
- g. 辦理頒獎晚會：於 5 月 22 日（二）晚上於本校 V101 教室辦理頒獎晚會，校長、副校長等多位校內行政主管及教師均出席參與。當晚除頒發獎項及授與所有入圍者年度大賽紀念章外，活動團隊並安排極有創意及極富娛樂感的戲劇演出，讓晚會成為一個學校行政主管與學生另類互動、增進彼此良性溝通的平台。（2007 創意瘋潮大賽晚會影像記錄請詳附件十四）



2007 創意大賽入圍紀念章
取自創意思理念：
「創意是矛、知識是盾」
紀念章設計說明詳附件十五



大小汽球宣傳造勢

B. 具體成果：

- (1) 本屆創意大賽計收到來自各學院 200 件作品，創意大賽專屬網頁(<http://show.gogo.tku.edu.tw/2007>)瀏覽點擊率達 6 萬次以上。
- (2) 透過全校性與社區的宣傳遊行活動、相關授課教師的理念溝通、以及大賽活動網站與頒獎晚會等設計，得到全校對創意的注意、感受，並豐富校內對創意的認識與想像。
- (3) 創意大賽晚會將學生對學校的期待與挑戰，轉以氣氛歡樂、戲而不謔的戲劇方式傳達，是淡江校長、學術副校長、行政副校長及多位校內主管教師樂於全程參加的校內晚會活動，也讓創意大賽成為一個學校行政主管與學生另類互動、增進彼此良性溝通的平台。

4. 子計畫三：創意圓夢資助計畫（校園場景創新實驗）

A. 實際執行狀況：

(1) 執行團隊：邀請行銷、公關、廣告創意領域的傑出校友，結合校內教師，對學生的「原生創意」進行評估與指導。

(2) 執行流程：

a. 專家評選：由 2006 年校內創意大賽入圍的 33 件作品中，遴選出最具圓夢潛力之「原生創意」提案。本屆評選人包括：

黃新凱 資深廣告創意總監·自由創意人

張正芬 三立電視行銷公關副總經理

謝馨慧 奧美公關行銷傳播部總經理

趙雅麗 淡江大學文學院院長

王冠斐 淡江大學創意學習與創新產學中心研究員

b. 提供修改建議：透過創意前線的輔導，並提供其專諮詢與協助，使這些「原生創意」提案的概念與表達更加成熟與精緻。

c. 將相關作品對校內主管說明。（圓夢計畫相關影像記錄及會議記錄請詳附件十六）

B. 具體成果：經評審一致認同的 2006 年創意圓夢計畫作品—「相約大學城」，其學生原生創意獲得本校創辦人張建邦先生之高度肯定，該案已直接交由學校總務處評估施作的可能性；一旦完成，將成為本校推動創意文化之創意地標。

5. 子計畫四：產學合作模式開發流程的知識管理

（課程與教學的創新實驗——建構知識管理平台）

A. 實際執行狀況：

(1) 執行團隊：研發師生團隊及實務界專家等

(2) 執行過程：

a. 知識管理平台基本功能討論及資料庫結構定義。

b. 多方邀集學術界教師及實務界專家等介入創新中心的各項專案運作與討論。

c. 記錄學界及業界專家在專案任務執行過程中所遭遇的跨領域溝通問題及障礙。

- d. 由研究教師記錄並系統性比對「學術界」與「實務界」在創意產製及專案執行過程中其價值及流程的差異。
- e. 96 年度將持續記錄、整理並分析學術與實務界執行專案開發模式。未來可就產學合作模式，提出未來的訓練方案。

B. 具體成果：

- (1) 系統化「文史、傳播、資管」等團隊在運作過程中所涉及之「文件管理、價值判斷、溝通技能」等問題。
- (2) 建立從「腳本編劇、佈局設定、細部問題擬定、史料素材化、動作描述、旁白設定、數位建模」的文史創意網站之系統化開發工序。
- (3) 清晰定位「知識管理、文史工作者、網站經營與管理、網路行銷」等不同學界及業界專家，在對網站的不同想像、定位與需求。

(「淡水專案」執行過程中討論會議影像記錄如附件十七)

6. 子計畫六：設置文學院「知識管理」與「傳播與創意」學程網站

(課程與教學的創新實驗——建構知識管理平台)

A. 實際執行狀況：

- (1) 執行團隊：由文學院帶領，由專家負責設計介面視覺呈現、規劃架構，並由介面設計與執行組協同製作。
- (2) 執行過程：
 - a. 網站架構與功能設計：依知識庫支援前端不同平台的互動概念，以及學生選課輔導之需求，設計網站內容結構。
 - b. 凝聚學程教師共識：召開學程教師會議，說明創意學院整體計畫與學程運作之間的關係，以及網站建置的目的及預定功能設計，再由各課程教師提供課程相關資訊說明。(95 學年度文學院學程課程表及參與授課教師一覽表如附件十八)。
 - c. 匯整資料、統一撰寫說明後，再交回各授課教師確認內容的正確及適當性。(學程教師填表如附件十九)
 - d. 網頁製作。

B. 具體成果：

- (1) 建置「文化知識管理」與「傳播與創意」學程的課程專屬網站 (<http://gogo.tku.edu.tw/web>)，並已完成學程網站基本服務，學生可由產業別、學程別、課程名稱、授課教師等選項查詢相關說明（學程網站呈現如附件二十）。96 年度將繼續深化學程網站的互動及應用。
- (2) 是校內第一個以網站型式介紹專門學程、促進學生了解課程並自我定位的選課輔導機制，學生並可由感興趣的產業別得到適當的選課建議。

7. 子計畫七：創意課程教案建置

（課程與教學的創新實驗——建構知識管理平台）

A. 實際執行狀況：

- (1) 執行團隊：由研發企畫、知識管理兩個部門進行跨領域整合。
- (2) 執行過程：
 - a. 確定教案資料庫的蒐錄分類及資料庫設計。（教案資料庫／知識庫上傳資料介面如附件二十一）
 - b. 教案素材蒐集：包括購置教案素材、數位製作素材、影音教學素材，以及蒐尋報章雜誌適合之教案素材。
 - c. 資料摘要及整理：針對擁有的素材，依資料庫格式進行摘要整理。（資料庫文字教案建置之整理範例如附件二十二）
 - d. 資料上傳：由資料庫建置組將資料鍵入資料庫。

B. 具體成果：

- a. 完成課程教學資料的蒐錄分類。
- b. 完成後端知識管理平台的資料庫設計。
- c. 已蒐錄平面雜誌與文化創意產業相關之實務案例近 180 篇，業經分類整理後存入數位資料庫，未來可供教師查詢。
- d. 採購相關課程教學研討案例影片、數位製作素材及出版品等，並將採購新進資料之分類、註記整理及建檔。

8. 子計畫七：校內創意講座及研習活動

(課程與教學的創新實驗——建構知識管理平台)

A. 實際執行狀況：

- (1) 舉辦創新與創意相關主題的讀書會、創意講座、技術與技能的學習及訓練等。
- (2) 針對選擇記錄之演講場次，撰寫推薦文稿，說明該演講內容與創意、創造力及知識管理的相關性。
- (3) 進行演講實況錄影的講座活動，安排學生到場聆聽紀錄，並撰寫 1000-1500 字的摘要報導文字。

B. 具體成果：

- (1) 舉辦研習包括：(相關研習進行照片如附件二十三)
 - a. 針對參與創意學院計畫的學生，進行「創意文案編寫」及「網站設計」工作坊。
 - b. 邀請學術及業界專家舉辦「2006 企畫研習營」(95 年 12 月 9-10 日)。
 - c. 96 年 5 月邀請李天鐸教授演講「文化／創意產業的形構與策略」。
 - d. 96 年配合歷史系教師需求，針對歷史系學生開設數位製作研習課程。
- (2) 透過 Go 創意網站報導校內與文化創意有關精彩研習課程，並已完成 20 場影音摘要記錄。
- (3) 學生籌組創意讀書會，共同讀書、每月共同參與創意藝文活動，並進行心得討論。

9. 子計畫八：創意極樂園－實體與虛擬的創新交流網建置

（課程與教學的創新實驗——建構創意分享平台）

子計畫 8-1 實體創意分享平台

A. 實際執行狀況：

- (1) 執行團隊：由文學院統籌進行。
- (2) 執行過程：
 - a. 廣徵院內各系提供跨領域交流的議題及訊息分享。
 - b. 會同本校建築系老師，針對本院3樓牆面進行局部空間改造。（文學院「知識行銷平台」－「創意紅」如附件二十四）
 - c. 購置小件造形傢俱或擺設，營造角落屬於文學院的創意空間經驗。
 - d. 團隊進駐創意角落，進行實體意創意訊息規劃、編輯、製作與更換，維持實體創意視窗運作。

B. 具體成果：

- (1) 完成固定式創意訊息展示視窗，具有影像動態展示功能及空間意象的目的，自新學年度起可正式運作。
- (2) 展示形式兼有靜態與動態多媒體的呈現，內容則包含全球趨勢、跨領域整合新知、創意活動訊息告知、美學素養、學生創意作品／作業展示、推薦閱讀、創意告白...等。
- (3) 小件造形傢俱或擺設營造屬於文學院的創意空間經驗。



圖五 知識行銷平台－「創意紅」創意牆面施工中、校內高階主管參觀實況



圖六 文學院「知識行銷平台」—「創意紅」



圖七 「創意紅」牆面上的創意視窗可做不同的展示應用

子計畫 8-2 虛擬創意分享平台——「Go 創意」網站

A. 實際執行狀況：

- (1) 執行團隊：由傳播介面部門之活動設計與執行團隊、介面設計與執行團隊，配合資料庫團隊共同運作。
- (2) 執行過程：
 - a. 由網站運作教師及學生團隊對網站報導內容及呈現架構進行規劃。
 - b. 資料庫組設計後端資料庫架構及上稿機制。介面設計與執行組製作網頁版型。活動設計與執行組負擔內容的編採及行銷活動的推廣。

B. 具體成果：

- (1) 完成虛擬網路世界的創意分享平台——GO 創意網站 (<http://gogo.tku.edu.tw>)，利用網路互動特性的設計及新的訊息呈現型態，在校園中建立一個與「創意」有關的 SNG 即時分享與交流平台。該網站並為本校創意學院相關計畫網站的整合入口。
- (2) 網站提供創意達人王、創意 SNG (包括創意現象觀察、創意小玩意、創意在淡江、創意在淡水、全球創意等)、創意藏寶箱、創意哪裡玩、瘋狂討論區及每月 Go 創意單元。

(虛擬創意訊息分享平台——「GO 創意」網站內容請參閱附件二十五)



Go 創意網站首頁

五、結論與建議

本院推動創意學院計畫一年來，可說成果極為豐碩，在校方大力支持的基礎下，創意文化在校園內受到普遍的關注，也奠下了良好的基礎並向下紮根。

1. 選才制度創新實驗

本年度本計畫已完成「歷史系」與「大傳系」兩系之「選才制度創新實驗」設計，不僅建立創意選才的一般性與領域性原則，其創意選才制度與招生辦法也已通過校級招生委員會，並將於 2008 年正式實施。

在本計畫推動選才制度創新實驗的過程中，確實可以看見許多教師與學生，對創意的評量、創意人才的招生等工作容易陷入「統計顯著度」與「自由心證」兩派之間的拉扯，然而創意的評量絕非 0 或 100 之間的選擇，而是應可藉由系統性的規劃與研發來逐步落實。創意人才的招生不僅可提供我們找到具創意的人才，更重要的，這個工作再一次的讓我們去檢視高等教育的內涵，或者說，提供了高等教育進行反思的另一種「取徑」。其未來相關工作規劃與改進則已於今年度計畫中詳細說明。

2. 校園場景創新實驗

A. 瘋潮創意大賽

在連續兩年舉辦之「創意大賽」活動過程中，校長、副校長、本校各級多位主管皆全程出席參與頒獎晚會的基礎下，「四月瘋創意」已成為本校傳統。未來將使該項活動更為深化與制度化、系統化。

B. 創意圓夢資助計畫

本年度在「創意圓夢資助」計畫的實施方面可說是成果非常豐碩，並獲得本校大力支持，其中，第一年度創意圓夢計畫獲選作品「相約大學城」之學生原生創意，不僅獲得本校創辦人高度肯定，更已正式納入校務發展評估規劃中，日後施作完成後將成為本校推動創意學院計畫之「創意地標」。其中最重要的，是本計畫在推動過程中深獲本校張家宜校長與高層管理人員的認同與實際的支持，兩年來皆親身全程出席創意大賽等各項相關活動。

3. 課程與教學創新實驗：虛實並行、打造全方位的「創意與知識

行銷平台」行銷通道

而更令人鼓舞的執行成果，乃在本院建置之「知識創意分享平台」—創意角落改造工程，獲得校長的高度認同與支持，除提撥必要的經費補助外，亦給予額外的費用支持創意角落改造的建置工程。最重要，校長並指示將於日後推動「各院」仿照建構一座知識行銷平台，作為校園內全面推動創意與行銷知識的基礎。這不僅讓「創意與知識行銷平台」的設計理念，全面的成為全校性、常設性創意措施，更讓創意學院計畫在本校開花結果。

其次，在創意圓夢計畫部份，上年度舉辦之全校性的「創意瘋潮大賽—創意比搞」活動的得獎作品之一「相約大學城」一項獲選「創意圓夢資助」的作品也已獲得本校董事會全力支持，正式納入校園發展工程規劃的評估過程，未來一旦完成，必將成為本校推動創意學院計畫之「創意地標」，以及落實由下而上之校園創意文化的具體成效之指標。

六、附件 (請詳後附資料)

95 年度
「教育部輔導大學校院推動創意學院計畫」
期末成果報告

淡江大學文學院
創意的文化 與 文化的創意

(附 件)

學 校：淡江大學(文學院)

計畫主持人：院長 趙雅麗教授

電 話：(02)2623-7030

E-mail 信箱：yaly@mail.tku.edu.tw

計畫聯絡人：趙又慈

電 話：(02)2625-2699

E-mail 信箱：florence@mail.tku.edu.tw

中 華 民 國 九 十 六 年 八 月 二 十 日

附 件 目 錄

附件一、創意學習與創新產學中心團隊執行 95 年度「創意學院」 計畫之專案工作矩陣.....	附件_1
附件二、創意理論建構團隊之閱讀文獻清單.....	附件_2
附件三、歷史系選才制度創新說明.....	附件_5
附件四、大傳系選才制度創新說明.....	附件_14
附件五、發表論文〈創意評量_傳播教育創新的反思與實踐〉.....	附件_21
附件六、95 學年度創意大賽企畫比案辦法概要.....	附件_44
附件七、創意大賽企畫競稿影像記錄.....	附件_47
附件八、2007 創意瘋潮大賽比賽辦法.....	附件_50
附件九、2007 創意瘋潮大賽報名表.....	附件_53
附件十、2007 創意瘋潮大賽活動宣傳海報及相關影像記錄.....	附件_55
附件十一、2007 創意瘋潮大賽活動網站 (http://gogo.tku.edu.tw).....	附件_57
附件十二、2007 創意瘋潮大賽活動評審記錄.....	附件_58
附件十三、2007 創意瘋潮大賽得獎名單及前三名作品.....	附件_61
附件十四、2007 創意瘋潮大賽晚會影像記錄.....	附件_65
附件十五、2007 創意瘋潮大賽入圍紀念章設計說明.....	附件_67
附件十六、創意圓夢計畫入選作品及評審會議記錄.....	附件_68
附件十七、「淡水專案」執行過程中討論會議影像記錄.....	附件_76
附件十八、95 學年度文學院學程課程網站呈現資料表(局部).....	附件_77
附件十九、文學院學程教師填表.....	附件_83
附件二十、學程網站呈現(http://gogo.tku.edu.tw/web).....	附件_88
附件二十一、教案資料庫／知識庫上傳資料介面.....	附件_91
附件二十二、資料庫中文字教案建置之整理範例.....	附件_92
附件二十三、相關研習進行照片.....	附件_94
附件二十四、實體創意分享平台——創意紅牆面設計改造.....	附件_101
附件二十五、虛擬創意訊息分享平台——「GO 創意」網站 (http://gogo.tku.edu.tw).....	附件_104
附件二十六、配合創意學院計畫宣傳活動.....	附件_108
附件二十七、媒體曝光	附件_109

附件一、
 創意學習與創新產學中心團隊
 執行 95 年度「創意學院」計畫之專案工作矩陣

專案工作項目	綜合研發企畫部		知識管理部		傳播介面部	
	研究發展	綜合企畫	資料整編 內容生產/內容管理	資料庫建構	活動設計與執行	介面設計與執行
資料庫建置及維護				資料庫設計規劃/網路軟體管理/ 支援網站程式		
選才制度創新實驗						
子計劃一 創意選才與理論研究	定期讀書會/翻譯/文章蒐尋 說明會/與各系合作執行選才標準規劃 規劃內容及進度	規劃內容及進度各系行政聯繫 讀書會聯繫...	整理資料編審及修訂	資料編碼/關鍵字訂義 資料庫建構		
校園場景創新實驗						
子計劃二 年度創意大賽		活動策劃/校內行政聯繫	創意文案設計/錄影及剪輯	網站資料庫作業/資料存檔	宣傳/頒獎活動	活動網站建置
子計劃三 創意圓夢資助計畫		篩選、與團隊溝通/校內聯繫溝通/專家團隊邀請及溝通/	活動記錄/影像記錄	活動記錄入資料庫	活動宣傳與報導/對外募款溝通設計與代表	網站製作
課程教學創新實驗 (甲,建構知識管理平台)						
子計劃四 產學合作模式開發	規劃記錄事項/資料分析與報告撰寫/定期研究工作模式討論		工作流程文字記要/工作流程攝影記實/	剪輯整理/資料庫建構		
子計劃五 建置文學院學程網站		學程教師溝通與聯繫/ 規劃網站架構及改版設計	資料整理及蒐集-教師、學生、產業/學生選課諮詢及FAQ製作/長期維護	資料庫建構	網站使用宣傳	網站製作
子計劃六 創意課程教案建置		學程教師溝通與聯繫/ 規劃網站架構/採購影片及教材	資料蒐錄整理 課程(各 授課教師)/	資料庫建構	網頁內容編寫/ 教師使用教學及諮詢	網站製作(教案取用介面)
子計劃七 校內創意講座及研習	依理論提供開設建議	講者規劃/工作坊規劃	課程/工作坊內容文字記要/演講/工作坊攝影記實	資料庫建構	活動宣傳/協助講師邀請;場地佈置接待,受理報名等	網站宣傳頁製作更新
(乙,建構創意分享平台)						
子計劃八 創意SNG 虛擬平台			文化创意產業訊息/校內創意活動訊息/校內演講蒐集整理/活動影像採集/活動影像編製	資料庫設計規劃/網路軟體管理/資料庫建置	創意呈現設計/創意狂想/花編/訊息內容設計與製作/更新網頁內容/網站活動設計	網頁版面設計與製作/頁面更新
創意SNG 實體平台			實體照片及規劃資料整理	資料歸檔	實體訊息內容設計與製作/	創意視窗設計製作/更新展示視窗內容

創造力讀書會 文獻清單

Creativity – General Theory I
<u>Models of the Creative Process: Past, Present and Future.</u> By: Lubart, Todd I.. <i>Creativity Research Journal</i> , 2001, Vol. 13 Issue 3/4, p295-308, 14p
<u>Where Have We Been, Where Are We Going? Taking Stock in Creativity Research.</u> By: Mumford, Michael D.. <i>Creativity Research Journal</i> , 2003, Vol. 15 Issue 2/3, p107, 14p
<u>Modeling the Creative Process: A Grounded Theory Analysis of Creativity in the Domain of Art Making.</u> By: Mace, Mary-Anne; Ward, Tony. <i>Creativity Research Journal</i> , 2002, Vol. 14 Issue 2, p179-192, 14p
<u>How Creatives Define Creativity: Definitions Reflect Different Types of Creativity.</u> By: Gluck, Judith; Ernst, Roland; Unger, Floortje. <i>Creativity Research Journal</i> , 2002, Vol. 14 Issue 1, p55-67, 13p
<u>Who Studies Creativity and How Do We Know?</u> By: Beghetto, Ronald A.; Plucker, Jonathan A.; MaKinster, James G.. <i>Creativity Research Journal</i> , 2001, Vol. 13 Issue 3/4, p351-357, 7p <i>Handbook of creativity</i> ch.14 The self and creativity: Several constructs in search of a theory 7p
<i>Handbook of creativity</i> ch.1 Creativity:What are we measurement? 30p
<i>Handbook of creativity</i> ch.4 The nature-nature problem in creativity 15p
創造力 第一章 創造力概念面面觀及其典範

Creativity – General Theory II
<u>Variations on Guilford's Creative Abilities.</u> By: Stokes, Patricia D.. <i>Creativity Research Journal</i> , 2001, Vol. 13 Issue 3/4, p277-283, 7p;
<u>Vygotsky's Theory of Creativity.</u> By: Lindqvist, Gunilla. <i>Creativity Research Journal</i> , 2003, Vol. 15 Issue 2/3, p245, 7p
<u>Something Old, Something New: Revisiting Guilford's Conception of Creative Problem Solving.</u> By: Mumford, Michael D.. <i>Creativity Research Journal</i> , 2001, Vol. 13 Issue 3/4, p267-276, 10p
<u>Guilford's Structure of Intellect Model and Model of Creativity: Contributions and Limitations.</u> By: Sternberg, Robert J.; Grigorenko, Elena L.. <i>Creativity Research Journal</i> , 2001, Vol. 13 Issue 3/4, p309-316, 8p
<u>The Changing Structure of Piaget's Thinking: Invariance and Transformations.</u> By: Voneche, Jacques. <i>Creativity Research Journal</i> , 2003, Vol. 15 Issue 1, p3-9, 7p
<i>Handbook of creativity</i> ch.2 psychometric issue in the assessment of creativity 17p
<i>Handbook of creativity</i> ch.6 Creativity and intelligence 19p

創造力 第三章 心理計量取向的人類創造力研究

創造力 第四章 創造力的實驗研究

Creativity – Perception, Imagery, Memory and Metaphor

Handbook of creativity ch.7 Cognitive Processes in creativity 9p

Handbook of creativity ch.10 Metacognition in creativity 4p

Handbook of creativity ch.8 Creativity and perception 14p

Handbook of creativity ch.9 Memory and Creativity 12p

Handbook of creativity ch.11 The creative Construction of rationality: A paradox? 14p

Creativity and Cognitive Control: Explorations of Generation and Evaluation Skills. By: Groborz, Magdalena; N&eceditil;cka, Edward. **Creativity Research Journal**, 2003, Vol. 15 Issue 2/3, p183, 15p

Six Subclinical Spectrum Traits in Normal Creativity. By: Schuldberg, David. **Creativity Research Journal**, 2000-2001, Vol. 13 Issue 1, p5-16, 12p

What Creativity Isn't The Presumptions of Instrumental and Individual Justifications for Creativity in Education 17p

Toward A Behavioral Theory of Creativity A Preliminary Essay 16p

Creativity – Divergent Thinking, Problem-Solving, Knowledge and Education

Education and Creativity. By: Fasko, Daniel. **Creativity Research Journal**, 2001, Vol. 13 Issue 3/4, p317-327, 11p

Comparing the Attributes, Activities, and Performance of Divergent, Convergent, and Combination Thinkers. By: Brophy, Dennis R.. **Creativity Research Journal**, 2001, Vol. 13 Issue 3/4, p439-455, 17p

Divergent Thinking, Intelligence, and Expertise: A Test of Alternative Models. By: Vincent, Andrea S.; Decker, Brian P.; Mumford, Michael D.. **Creativity Research Journal**, 2002, Vol. 14 Issue 2, p163-178, 16p

The Limits To Creativity In Education Dilemmas For The Educator

What Creativity Isn't The Presumptions of Instrumental and Individual Justifications for Creativity in Education 21p

Education, Social Creativity, and the Evolution of Society 21p

Handbook of creativity ch.20 Learning via Model construction and criticism: protocol evidence on sources of creativity in science.

Handbook of creativity ch.21 Analogical reasoning and problem solving in science textbook 11p

Handbook of creativity ch.22 Toward a model of creativity based upon problem solving 15p

創造力 第十二章 創造力與知識：一項理論上的挑戰

Creativity – Measurement, Test, Training

How Creatives Define Creativity: Definitions Reflect Different Types of Creativity. By: Gluck, Judith; Ernst, Roland; Unger, Floortje. ***Creativity Research Journal***, 2002, Vol. 14 Issue 1, p55-67, 13p

How Should Creativity Be Defined? By: Smith, Gudmund J. W.. ***Creativity Research Journal***, 2005, Vol. 17 Issue 2/3, p293-295, 3p;

The Effectiveness of Creativity Training: A Quantitative Review. By: Scott, Ginamarie; Leritz, Lyle E.; Mumford, Michael D.. ***Creativity Research Journal***, 2004, Vol. 16 Issue 4, p361-388, 27p

Individual and Contextual Predictors of Creative Performance: The Mediating Role of Psychological Processes. By: Jin Nam Choi. ***Creativity Research Journal***, 2004, Vol. 16 Issue 2/3, p187-199, 13p

Making Group Brainstorming More Effective Recommendations From an Associative Memory Perspective 5p

The Measurement and Prediction of Managerial Creativity. By: Scratchley, Linda S.; Hakstian, A. Ralph. ***Creativity Research Journal***, 2001, Vol. 13 Issue 3/4, p367-384, 18p

The Nature and Measurement of Intuition: Cognitive and Behavioral Interests, Personality, and Experiences. By: Langan-Fox, Janice; Shirley, Debbie Anne. ***Creativity Research Journal***, 2003, Vol. 15 Issue 2/3, p207, 16p

Handbook of creativity ch.3 Taxonomy and Critique of measurements used in the study of creativity 17p



創意與創造力讀書會研討實況

選才制度創新說明：歷史系版

壹、為什麼要進行選才制度創新

一、專業領域知識與創造力的關係：

1. 專業領域知識的內涵，需要透過創意的處理加以「普及」，才能更進一步發揮知識的影響力。

例如：文化創意產業的精神，就是透過文化普及的策略，一方面讓社會大眾更容易接近文化，一方面也藉此增加社會大眾對文化活動的認同與支持。

2. 專業領域知識本身就需要創意：

例如：為什麼同樣一批歷史資料，「好的史學家」總能有獨特的詮釋，其他學者卻不行，這種「才華、功力」是否就是一種創造力？另外，除了「博學強記」之外，好的歷史學家還需要包含哪些重要的心理特質？我們該如何具體的分析與掌握？而「博學強記」的能力，是否也可以透過創意學習的設計加以培養？或增強其學習動機？

二、選才制度的創新與系所發展相關的三個層面：

1. 活化系所：如何讓系所的專業知識更有創意、更加發揮知識的影響力、並建立系所的核心競爭力？
2. 選才創新：如何讓甄試入學等選才辦法更加創新，有效找到個人特質與系所特色更佳契合的學生，減低學習適應障礙、適才適所提升學習成效。
3. 卓越教學：瞭解專業知識與創造力的關係後，如何據此設計更好的學習環境與教學方法？

貳、選才制度創新工作如何進行？

一、確立系所核心專業或核心競爭力。

二、建立系所核心競爭力與創造力之相關性的理論架構。

三、設計具體的評量辦法：包含「評量的創意」與「創意的評量」兩個層面

1. 評量的創意：有哪些創新的評量方式可以被開發與嘗試？
2. 創意的評量：我們該如何評量歷史專業中所包含的創造力？

參、如何確立系所核心競爭力？

一、從「專業差異」與「高等教育定位」，規範出系所核心競爭力的具體內涵：

1. 學術界與實務界有什麼不同？
2. 同樣專業類組的領域（同為人文類組）、但不同科系（歷史、語獻、中文）有什麼不同？
3. 同科系（同為歷史學系）但不同學校間有什麼不同？

二、從學生的學習表現，檢視系所核心競爭力的具體表現：

1. 學生在校的學習表現如何？什麼叫做學習表現？
 - (1) 核心與選修課程的區隔原則是什麼？他們反映了哪些核心競爭力的設計？核心課程對學生往後發展的影響是什麼？選修課程對學生往後發展的影響又是什麼？
 - (2) 哪些課程或學習內容比較容易被學習？哪些一般比較不容易學好？為什麼？學習這些課程需要哪些特質或能力？除了「用功的態度」之外？哪些基本特質或能力會影響這些課程的學習表現？
 - (3) 課程中哪些是知識性的學習？有哪些是創造性的表現？學生在這兩方面表現的差異性大不大？
 - (4) 哪些課程在教學上面臨哪些問題？這些問題是單一個案？還是常年存在？
 - (5) 哪些課程的發展設計與學生就業直接接軌？如何設計？其效果如何？
2. 學生畢業後的職場發展如何？為什麼？
 - (1) 近年畢業校友就業分佈在哪些領域？其中與該科系直接相關的領域有哪些工作？
 - (2) 在這些領域中，競爭力高低的差別在哪？
 - (3) 與其他學校相同科系的畢業生相較？本校學生的競爭力有無不同？與其他領域科系相較？又有無不同？
 - (4) 這些校友的表現與在校時的學習表現有沒有什麼關連？

三、檢視過去入學選才制度的實施概況：

1. 過去的甄試方式大多如何進行？這些設計想評量什麼？
2. 是否曾有難以取捨、或考生程度不易識別的狀況？
3. 哪些科目比較容易看得出程度差異？哪些較不容易？
4. 是否曾有老師想過改變其他選才形式？
5. 甄試入學的學生在學習表現上有無不同？

肆、創造力怎麼測？測什麼？ 相關創造力理論的整理

一、什麼是創造力？創意的特質、過程與模式

一般研究創意的心理學者同意，創意至少包含以下四項特質：流暢性（fluency）、變通性（flexibility）、獨創性（originality）與複雜性（complexity）：

1. 流暢性：是指快速產生多種見解或方案的能力，簡單的說，可以看成是腦力激盪過程中快速產生不同想法，或迅速羅列出各種可能狀況的能力。
2. 變通性：是改換做事途徑、變更思考方式與不受習慣限制的能力，主要包括自發性（spontaneous）與適應性，也就是能夠從某種執著或執念的工作情境中抽離而出的思維策略、藉以重新架構問題，或所謂後設思維的能力。
3. 獨創性或稱新穎性：是指產生不尋常、新奇與獨特思想與方案的能力。獨創性的元素須不受傳統框架或既有分類方式的限制，如此，才能具有創新性。

4. 處理複雜及評估問題的能力，是指創意經常面臨多重可能的組合，並能在一連串高速短暫的互動過程中，判斷出最佳方案，因此，創意的完成必須具有高度處理複雜及評估問題的能力。

二、創造歷程的四階段：

1. 瞭解創意歷程的目的，在於讓我們可以藉由創作歷程，對作品與作者有更深入、更系統性的認識，創造的歷程大抵可以分成以下四個階段：
 - A. **preparation**：準備期。包含前期的問題分析、定義及設定問題，涉及個人有知覺的意識、教育、分析技巧及與問題相關的知識。
 - B. **incubation**：潛伏期／蘊釀。這段期間對問題是沒有意識地工作。許多意念的關連和結合被認為應該是發生在這段期間。Poincaré 引用美學的評斷方式指出，可靠的意念在無意識的狀態中被選取，而多數無用的意念則被排除。
 - C. **illumination**：啓發期。啓發就像“閃電”。Wallas 認為內在會有一種意念將要產生的感覺。
 - D. **verification**：驗證期。涉及評估、精煉及發展一個意念。

雖然後續的研究對這四個歷程提出許多修正並加入更多創意的特質，然而就創意選才的執行方法而言，這四個階段仍提供了具體評估創意歷程與非創意歷程的方向。例如：當一位學生提出一個創意作品時，我們可以以這四個階段，更細緻與具體的瞭解他的創作過程。

2. 後續的研究對這四個歷程提出的修正主要包含：
 - A. 在從規劃到行動之間，從內在意念到工作發展，這四個歷程不是一個按步就班、固定發生的過程。
 - B. 這四個歷程彼此間是一種變動、持續互動的關係，並以一種複雜的次序、在一連串高速短暫的互動過程一再重覆發生。
 - C. 問題界定和解決問題在創造歷程中有時無法區分。

三、是什麼讓「創造歷程」與「創造者」具有創造性？

1. 創造性歷程和非創造性（或例行性）歷程的差異有以下四點：
 - A. 創造性歷程較能包含與處理界定不清的問題(ill-defined problems)。
 - B. 創造歷程中，人們必須選取帶有發散與收斂思考的形式、關鍵的解決方案。例行性的問題解決則只在既有的解決方案中進行收斂。
 - C. 創造歷程涉及活躍的、高注意力的發散與收斂的循環過程。
 - D. 創造歷程中，既有分類中的資訊可能被組合或重構。例行歷程中，資訊只是在既有的分類中被回憶和理解。
2. 創意者與非創意者之間有何差別？
 - A. 創意者花較多時間進行篩選新資訊、新假設，對假設進行較多驗證工作，並較常進行自我指涉(self-reference)與自我批判(self-criticism)。
 - B. 活動進行的次序不同。例如，在自我指涉或批判後，創意者會很快進入

新的資料蒐集和新的假設，缺乏創意者則是陷入沈寂。

C. 值得注意的是任務不同，對創造力的表現有差異，後續研究應將本項納入考慮。

3. 其他關於創意歷程與創意者的重要特質還包含：

A. 發現問題的質和量、以及發現問題的時機，都會影響創意的原創性。

B. 較早進行自我評估的學生都得到較高的創意評價。(繪圖則無明顯差異)顯示評估時機的次歷程，對短故事寫作的創意具有影響。

C. 主題聚焦、著眼新意念、延伸意念、評估等都是刺激創造歷程的方法。

四、我們該如何設計創意選才試題？

1. 創意選才題目的設計策略：

設計創意選才題目的方向與方法可說即為多元，但大致來說，創意選才題目的設計主要可從下面兩個策略著手：

A. 「傳統選才」方式的創意取向化：在傳統命題與測試中，明確的界定出創意的要素、重視創意的特質與指標。

B. 「創意實驗」設計的領域知識化：也就是參考相關之創意實驗的設計方法，融入領域知識的內涵。

2. 我們為什麼要創意選才？我們能找到更好的標準嗎？

回到創意選才工作的原點，不外乎是對這些問題的再思考：

A. 我們真的找到適才適所的學生嗎？

B. 既有的紙筆測驗形式可以測出哪些創意內涵？有什麼不足？

C. 可不可以在保留既有紙筆測驗的形式下，加強評量的精準性？

D. 命題還可以有哪些新的形式？

E. 我們如何幫助命題老師建立清晰的創意評量準則？

3. 我們怎麼知道我們設計的創造力測試是有效的？如何建立核心競爭力與創造力之相關性的理論架構：

A. 構念效度(construct validity)：該領域的創造力必須具有哪些特質或面向才算完整？

B. 內容效度(content validity)：這些特質或面向要如何才能充分的測量？如何用可觀察的事物進行創意的測試？

C. 效標關聯效度(criterion-related validity)：創造力必須具有哪些特質或面向可以反映在哪些領域競爭力的表現上？各科系的「核心競爭力」和「創意、創造力」有什麼關係？

4. 我們如何過濾系所競爭力和創造力之間的關係？具代表性的傑出多個案分析：

找出系所共同認同的「傑出表現」案例。以一至數位該科系的傑出校友或學生在相關工作上的表現，進行特質調查，以整理與界定出核心競爭力的樣態，其分析面向有：

- A. 作品分析：推薦者為什麼覺得對象好？這些受肯定的特質反應了哪些創意面向？
- B. 特質分析：以創意的四個階段更細緻的瞭解其作品完成之創意的過程，以及創作過程各階段的特質為何？反應了哪些創意歷程？

伍、什麼是歷史領域的創造力？如何分析？創造力理論的探索

一、**作品怎麼更精準的評量：**我們如何更精準的去評量一個「作品、作業」背後所展示的創意價值？

1. 這個作品到底好不好？

好作品的標準是什麼？除了在直覺上感覺其整體表現不錯之外？我們可以運用哪些更系統性的標準去思考與評量這個作品到底好不好？

- A. 好的作品通常包含處理複雜問題及評估問題的能力。
- B. 創造性的問題解決過程較能包含界定不清的問題。

2. 這個作品到底代表什麼？看到學生作品我們總想知道：

- A. 這個作品的靈感到底是這個學生的「原生創意」，還是在某一機會找到適當的作品原形「模仿」來的？
- B. 這個作品是不是偶一為之、曇花一現的現象？還是真的能代表他所具有的創作特質或創造性潛能？
- C. 如果收了這樣的學生，我們該教他什麼？能教他什麼？或給他什麼？我們能更具體的瞭解他擁有什麼？缺少什麼嗎？因此我們該如何進行教學設計？

因此，我們期待從相關的理論中，找到一些更系統性的判準原則。

二、**從創作歷程瞭解創意作品與創作者的關係：**

1. 更有系統性的用創意作品去提問，以發覺學生們的創作歷程：

- A. 準備期：我們可以從準備期的概念，更精準的掌握什麼是所謂創作者的「靈感」，它應該包含個人有知覺的意識、教育、分析技巧及與問題相關的知識。
- B. 啓發期：這個時期是意念被表徵化的過程，從這裡我們可以更詳細的知道，他用了什麼策略，以及如何具體的將意念表徵為具體的創意文本。
- C. 驗證期：涉及評估、精煉及發展一個意念。較早評估自我的學生們都得到較高的創意評分，我們可以更具體的從發現問題的質和量，發現問題的的時機，瞭解創作者在驗證期的創作行為。
- D. 創造性的問題解決較能包含界定不清的問題：我們可以問他，他的創作過程曾經出現過哪些「不容易釐清」的問題？後來怎麼解決？是否經歷了「界定不清」問題的過程，如果創作者不能具體的回答，這個作品在「原生概念」上「很可能是抄襲」的或「偶一為之」的成果。
- E. 創造歷程通常在發散與收斂思考中循環，並創造出新的、關鍵的解決

方案，而例行性的工作則只在既有的解決方案中進行收斂：這告訴我們，我們可以問一問創作者在創作過程中，他解決了哪些問題？最重要的，為了解決這些問題他曾提出哪些解決方案（發散性的過程），哪些方案被採用了？哪些又被捨棄了？（收斂性的過程）。

F. 創作者或許不能全然的記住創造歷程，但比例上來說，能提出越多創作歷程經驗的創作者，顯示他越接近創作過程所產生之複雜性、發現問題的情境，同時這些創作者自我監控的能力也比較好，自我監控也是創作歷程的重要指標。

2. 瞭解這些問題，有兩個很重要的意義：

A. 在選才測試上，瞭解創作者的創作潛力。這些問題，讓我們更清楚的掌握到「作品之外」，這個創作者是否具有「創作潛力」？

B. 在學習設計上，具體掌握教學設計的方向。這些問題，讓我們愈來愈清楚的具體歸納出，學生在創作過程經常面臨哪些「盲點」或「瓶頸」，而這些「盲點」或「瓶頸」的內容，正是我們在教學設計、方法教導上可以具體加強的方向。

當然，還有很多作法可以思考，如果為了更詳細的瞭解學生的潛力，我們有可以長期追蹤的名單嗎？例如：我們可不可能舉辦某些活動，讓一些高中生可以定期參加活動，這樣，對這些高中生我們甚至有長期追蹤與觀察的機會？

三、從學生的學習表現，思考學習歷史所需的能力與創造力：

1. 「理解」能力會不會影響歷史的學習，為什麼？數學的方程式會看不懂，「歷史」會不會看不懂？看懂「歷史」需要有哪些能力？是連結片段史料線索的能力？還是對人性的獨特敏感度？

2. 「動機」會不會影響歷史的學習？如何影響？如果說對歷史沒有「動機」是因為缺少想像與興趣，那什麼叫做對歷史的想像與興趣？是對歷史時空感的感受特別強嗎？還是一種對微小線索追根究底的興趣？還是對編織與建構文獻與史料等資料有著強烈的企圖心？還是因為喜歡說故事？

3. 而從知識本質上來看，對歷史的想像與興趣，和對「中文」的想像與興趣有什麼不同？又和對「傳播」的想像與興趣什麼不同？

4. 學生成績不好，到底是因為「理解」不足，還是「動機」不夠？我們可以看看「甄試入學」的學生是不是成績都比較好？如果動機決定大部分的歷史學習過程，「甄試入學」的學生成績應該都會比較好，因為他們應該是帶著較大的學習動機來的。

5. 「理解」與「動機」會如何相互影響？能夠不費力的理解歷史文獻是否就具有比較好的學習動機？而從心理層面來看，為什麼好的動機會提升理解能力？

四、從歷史作品或傑出史學家，來分析思考學習歷史所需的能力與創造力：

1. 我們怎麼評量一個好的史學作品？在史學領域中有哪些不同的標準可

用來看待一個歷史作品？這些標準背後又展現了哪些能力與創造力的特質？

2. 不同的歷史學家有什麼不同的特質？例如司馬遷與司馬光有什麼不同？而近代好的史學家又有哪些？在他們身上，我們又看到哪些研究歷史所需具備的能力與創造力？歷史學者有哪些風格上的差別？又展現了哪些不同的能力與創造力？
3. 有人說「博學強記」是成爲一個好的史學家的重要條件，但如何才能「博學強記」？「肯記肯背」就能夠「博學強記」嗎？「博學強記」是一種獨特的心智結構？還是一種特殊社會文化下所孕育的人格？
4. 當然最有趣的一點是，在資訊科技發達的今日，「博學強記」還是一個必要條件或強勢條件嗎？當 Google、資料庫光碟等這科技，能幫助我們從「分散智能」中獲取資訊，我們又該如何來看待「博學強記」與「資訊科技」的關係？它們該如何互動與共構？我們又該如何重新定義什麼是學習歷史所需的能力與創造力？

五、從「史學方法」到「史無定法」來思考學習歷史所需的能力與創造力：

任何學門都有方法，學門內所規範出的方法，反映了大部分學門的知識特質與所需能力。「史學方法」是指研究歷史的方法，從對於史學方法之具體內容的分析與歸納，也可以提供我們對於什麼是學習歷史所需的能力與創造力，一個更清晰的輪廓，當中問題包含了：

1. 什麼是史學方法背後的價值與精神？爲什麼要學習這些方法？用史學方法去處理歷史史料或歷史文本與閱讀歷史故事有什麼不同？而如何才能學好史學方法？學好史學方法需要哪些獨特的認知技能？
2. 史學方法中常強調史料、遺跡、遺物的判讀與詮釋的能力、或如何利用第三方證據，進一步確認兩筆不同史料的真偽。歷史學家必須衡量相衝突的資訊，決定哪些資訊值得列入考慮，而哪些則該被丟棄，這種能力與「文獻學」在方法層次的訓練上有什麼不同？又與資圖系的資訊管理有什麼差異？
3. 另一方面，「史無定法」則是另一個學習歷史的概念。這個概念代表哪些從事歷史工作所需的能力與創造力？「史無定法」意思是歷史家的工作，都是跟著他要探討的題目，題目不同，方法有異，因此，不同的歷史家，他們的說法就會有各種不同的面貌。這可以讓我們去思考「史學方法」與「史無定法」的兩種概念中，分別彰顯了哪些學習歷史所需的能力與創造力？

六、從歷史文本的詮釋與閱讀認知歷程，看歷史領域所需的能力與創造力：

不管學習歷史或從事歷史研究，歷史的內涵在於從片段、有限的史料中試圖拼湊出過去的圖像，這些文本詮釋與認知問題可以說是探討歷史學習與研究工作的核心。史料提供了一些固定點，歷史的工作則是敘述出一張想像的「意義之網」，或描繪出這些固定點之間所存在的某種模型。不管歷史學家從片段又矛盾的史料中建構歷史，或歷史學生在進行歷史文獻的閱讀，都

在對文本進行「意義之網」的建構。

因此，研究「意義之網」建構過程中所涉及的文本詮釋機制與閱讀認知歷程，將有助於我們更清晰的掌握學習歷史所需的能力與創造力。相關的內涵可以分成以下三點：

1. 歷史文本的詮釋與閱讀認知歷程，涉及哪些不同的認知的層次？不同的認知層次，所需的能力又有何不同？

從判斷一個史料或遺物的年代、到推論某一個歷史事件是否發生、如何發生，進而推論事件背後的文化脈絡與社會氛圍，歷史文本的詮釋與閱讀，涉及了從「符號、文本、論域」等不同層次的詮釋與閱讀認知歷程，這些不同的認知的層次，需要哪些能力與創造力？彼此間是否有所不同？

2. 不同工作情境所涉及的認知策略有何不同？

不管歷史學家從片段又矛盾的史料中建構歷史，或歷史系學生在進行歷史文獻的閱讀時，都是在對文本進行「意義之網」的建構，但不同工作情境所涉及的認知策略有何不同？例如：閱讀歷史與建構歷史有何不同？歷史家（專家）與歷史系學生（生手）有何不同？都提供了我們進一步瞭解歷史學習究竟需要哪些能力或創造力的具體線索。當然，我們也可以思考「歷史」與「中文」、甚至「傳播」在進行「意義之網」的建構時又有什麼差異，這些都能夠更具體的提供我們瞭解學習歷史所需之能力與創造力的線索。

3. 展現了哪些取舍資訊的能力？

歷史文本中含有事件的資訊，但並非所有資訊都具有相同價值。在形成歷史解釋的時候，歷史學家必須衡量相衝突的資訊，決定哪些資訊值得列入考慮，而哪些則該被丟棄。

4. 從「說什麼」到「如何說」的歷史文本認知歷程：

簡單的說，處理歷史文本認知歷程，涉及了「說什麼」與「如何說」兩種認知處理過程，說什麼？是指哪些歷史事件要被採納進行處理？而如何說是指，要用什麼樣的方式與策略來處理這些事件，將其建構成一個意義之網。

七、從學生應用歷史知識的能力，探討學習歷史所需的能力與創造力：

1. 如果不從事史學研究，歷史系的學生還可以作什麼？這些和歷史系的核心專業的相關程度如何？
2. 如何才能善用歷史知識？善用歷史知識又需要什麼特質或能力？
3. 歷史系學生畢業後，若不是從事歷史研究，通常可能進入「出版界、公務人員、歷史老師」，這些工作的核心競爭力或工作價值是什麼？學習歷史的背景又能提供他們那些幫助？
4. 文化創意產業的核心內涵就是說故事的能力，歷史系的學生是否比較會說故事？除了嫻熟史實、史料之外，還要有哪些條件，才能具備說故事的能力？

陸、選才制度創新的核心內涵：解構與重構「思維形式」與「思維內容」相互建構的關係。

在專業核心競爭力的打造上，「領域知識」與「創造力」兩者缺一不可的關係雖然早已獲得大家的共識，但大多仍將「領域知識」與「創造力」兩者視為獨立的兩個因素，「領域知識」提供的是核心競爭力的「素材」，而創造力則是組合這些素材的方法。將「領域知識」當作一個外在可以觀察與測量的變項，而「創造力」則被視之為個人內在不可掌握的能力。這些看法可能都是導致入學選才制度無法擺脫傳統紙筆測驗形式的主要原因。

事實上，「創造力」和「領域知識」不應被視之為專業競爭力中兩個「相互獨立」的要素，這涉及了一種「思維形式」與「思維內容」相互建構的跨符號關係。因此，只要深入解構「領域知識」與「創造力」兩者在「思維形式」與「思維內容」間相互建構的關係，即使在傳統的紙筆測驗中，也可以清楚的找到創造力評量的線索。這也是選才制度創新的核心內涵。



歷史系創意選才研發小組會議

選才制度創新說明：傳播系版

壹、 為什麼要進行選才制度創新

一、專業領域知識與創造力的關係：

1. 專業領域知識的內涵，需要透過創意的處理加以「普及」，才能更進一步發揮知識的影響力。

例如：文化創意產業的精神，就是透過文化普及的策略，一方面讓社會大眾更容易接近文化，一方面也藉此增加社會大眾對文化活動的認同與支持。

2. 專業領域知識本身就需要創意：

例如：為什麼同樣一批電影素材，好的創作者總能有獨特的詮釋，其他創作者卻不行。

二、選才制度的創新與系所發展相關的三個層面：

1. 活化系所：如何讓系所的專業知識更有創意、更加發揮知識的影響力、並建立核心競爭力？
2. 選才創新：如何讓甄試入學等選才辦法更加創新，有效找到個人特質與系所特色更佳契合的學生，減低學習適應障礙、適才適所提升學習成效。
3. 卓越教學：瞭解專業知識與創造力的關係後，如何據此設計更好的學習環境與教學方法？

貳、 選才制度創新工作如何進行？

一、確立系所核心專業或核心競爭力。

二、建立系所核心競爭力與創造力之相關性的理論架構。

三、設計具體的評量辦法：包含「評量的創意」與「創意的評量」兩個層面

1. 評量的創意：有哪些創新的評量方式可以被開發與嘗試？
2. 創意的評量：我們該如何評量歷史專業中所包含的創造力？

參、 如何確立系所核心競爭力？

一、從「專業差異」與「高等教育定位」，規範出系所核心競爭力的具體內涵：

1. 學術界與實務界有什麼不同？
2. 技職體系與高等教育體系有什麼不同？
3. 同樣專業類組的領域（同為人文類組）、但不同科系（歷史、語獻、中文）有什麼不同？

4. 同科系（同為歷史學系）但不同學校間有什麼不同？
- 二、從學生的學習表現，檢視系所核心競爭力的具體表現：
1. 學生在校的學習表現如何？什麼叫做學習表現？
 - (1) 核心與選修課程的區隔原則是什麼？他們反映了哪些核心競爭力的設計？核心課程對學生往後發展的影響是什麼？選修課程對學生往後發展的影響又是什麼？
 - (2) 哪些課程或學習內容比較容易被學習？哪些一般比較不容易學好？為什麼？學習這些課程需要哪些特質或能力？除了「用功的態度」之外？哪些基本特質或能力會影響這些課程的學習表現？
 - (3) 課程中哪些是知識性的學習？有哪些是創造性的表現？學生在這兩方面表現的差異性大不大？
 - (4) 哪些課程在教學上面臨哪些問題？這些問題是單一個案？還是常年存在？
 - (5) 哪些課程的發展設計與學生就業直接接軌？如何設計？其效果如何？
 2. 學生畢業後的職場發展如何？為什麼？
 - (1) 近年畢業校友就業分佈在哪些領域？其中與該科系直接相關的領域有哪些工作？
 - (2) 在這些領域中，競爭力高低的差別在哪？
 - (3) 與其他學校相同科系的畢業生相較？本校學生的競爭力有無不同？
 - (4) 與其他領域科系相較？又有無不同？
 - (5) 這些校友的表現與在校時的學習表現有無什麼關連？
- 三、檢視過去入學選才制度的實施概況：
1. 過去的甄試方式大多如何進行？
 2. 這些設計想評量什麼？
 3. 是否曾有難以取捨、或考生程度不易識別的狀況？
 4. 哪些科目比較容易看得出程度差異？哪些較不容易？
 5. 是否曾有老師想過改變其他選才形式？
 6. 甄試入學的學生在學習表現上有無不同？

肆、創造力怎麼測？測什麼？

一、什麼是創造力？創意的特質、過程與模式

一般研究創意的心理學者同意，創意至少包含以下四項特質：流暢性（fluency）、變通性（flexibility）、獨創性（originality）與複雜性（complexity）：

1. 流暢性：是指快速產生多種見解或方案的能力，簡單的說，可以看成是腦力激盪過程中快速產生不同想法，或迅速羅列出各種可能狀況的能力。
2. 變通性：是改換做事途徑、變更思考方式與不受習慣限制的能力，主要包括自發性（spontaneous）與適應性，也就是能夠從某種執著或執念的工作

- 情境中抽離而出的思維策略、藉以重新架構問題，或所謂後設思維的能力。
3. 獨創性或稱新穎性：是指產生不尋常、新奇與獨特思想與方案的能力。獨創性的元素須不受傳統框架或既有分類方式的限制，如此，才能具有創新性。
 4. 處理複雜及評估問題的能力，是指創意經常面臨多重可能的組合，並能在一連串高速短暫的互動過程中，判斷出最佳方案，因此，創意的完成必須具有高度處理複雜及評估問題的能力。

二、創造歷程的四階段：

1. 創造的歷程大抵可以分成以下四個階段：
 - A. preparation：準備期。包含前期的問題分析、定義及設定問題，涉及個人有知覺的意識、教育、分析技巧及與問題相關的知識。
 - B. incubation：潛伏期／蘊釀。這段期間對問題是沒有意識地工作。許多意念的關連和結合被認為應該是發生在這段期間。Poincaré 引用美學的評斷方式指出，可靠的意念在無意識的狀態中被選取，而多數無用的意念則被排除。
 - C. illumination：啓發期。啓發就像“閃電”。Wallas 認為內在會有一種意念將要產生的感覺。
 - D. verification：驗證期。涉及評估、精煉及發展一個意念。
2. 後續的研究對這四個歷程提出的修正主要包含：
 - A. 在從規劃到行動之間，從內在意念到工作發展，這四個歷程不是一個按步就班、固定發生的過程。
 - B. 這四個歷程彼此間是一種變動、持續互動的關係，並以一種複雜的次序、在一連串高速短暫的互動過程一再重覆發生。
 - C. 問題界定和解決問題在創造歷程中有時無法區分。

三、是什麼讓「創造歷程」與「創造者」具有創造性？

1. 創造性歷程和非創造性（或例行性）歷程的差異有以下四點：
 - A. 創造性的問題解決較能包含界定不清的問題(ill-defined problems)。
 - B. 創造歷程中，人們必須選取帶有發散與收斂思考的形式、關鍵的解決方案。例行性的問題解決則只在既有的解決方案中進行收斂。
 - C. 創造歷程涉及活躍的、高注意力的發散與收斂的循環過程。
 - D. 創造歷程中，既有分類中的資訊可能被組合或重構。例行歷程中，資訊只是在既有的分類中被回憶和理解。
2. 創意者與非創意者之間有何差別？
 - A. 創意者花較多時間進行篩選新資訊、新假設，對假設進行較多驗證工作，並較常進行自我指涉(self-reference)與自我批判(self-criticism)。

- B. 活動進行的次序不同。例如，在自我指涉或批判後，創意者會很快進入新的資料蒐集和新的假設，缺乏創意者則是陷入沈寂。
 - C. 值得注意的是任務不同，對創造力的表現有差異，後續研究應將本項納入考慮。
3. 其他關於創意歷程與創意者的重要特質還包含：
- A. 發現問題的質和量、以及發現問題的時機，都會影響創意的原創性。
 - B. 較早進行自我評估的學生都得到較高的創意評價。(繪圖則無明顯差異)顯示評估時機的次歷程，對短故事寫作的創意具有影響。
 - C. 主題聚焦、著眼新意念、延伸意念、評估等都是刺激創造歷程的方法。

四、 我們該如何設計創意選才試題？

1. 創意選才題目的設計策略：

設計創意選才題目的方向與方法可說即為多元，但大致來說，創意選才題目的設計主要可從下面兩個策略著手：

- A. 「傳統選才」方式的創意取向化：在傳統命題與測試中，明確的界定出創意的要素、重視創意的特質與指標。
- B. 「創意實驗」設計的領域知識化：也就是參考相關之創意實驗的設計方法，融入領域知識的內涵。

2. 我們為什麼要創意選才？我們能找到更好的標準嗎？

回到創意選才工作的原點，不外乎是對這些問題的再思考：

- A. 我們真的找到適才適所的學生嗎？
- B. 既有的紙筆測驗形式可以測出哪些創意內涵？有什麼不足？
- C. 可不可以在保留既有紙筆測驗的形式下，加強評量的精準性？
- D. 命題還可以有哪些新的形式？
- E. 我們如何幫助命題老師建立清晰的創意評量準則？

3. 我們怎麼知道我們設計的創造力測試是有效的？如何建立核心競爭力與創造力之相關性的理論架構：

- A. 構念效度(construct validity)：該領域的創造力必須具有哪些特質或面向才算完整？
- B. 內容效度(content validity)：這些特質或面向要如何才能充分的測量？如何用可觀察的事物進行創意的測試？
- C. 效標關聯效度(criterion-related validity)：創造力必須具有哪些特質或面向可以反映在哪些領域競爭力的表現上？各科系的「核心競爭力」和「創意、創造力」有什麼關係？

伍、 什麼是傳播領域的創造力？如何分析？

一、 創意作品怎麼評量：我們如何更精準的去評量一個「作品、作業」背後所展示

的創意價值？

1. 這個作品到底好不好？

好作品的標準是什麼？除了在直覺上感覺其整體表現不錯之外？我們可以運用哪些更客觀、更系統性的標準去思考與評量這個作品到底好不好？

- A. 處理複雜及評估問題的能力，是指創意經常面臨多重可能的組合，並在一連串快速短暫的互動過程中，判斷出最佳方案，因此，好的創意作品除了需要掌握較純熟的特定技能之外，我們可能也必須發現其作品中展現了哪些處理複雜及評估問題的能力？
- B. 創造性的問題解決過程較能包含界定不清的問題：好的作品通常有較高的「包融性」，它協調了各種衝突的概念、或用某種特殊表現形式，詮釋了某些界定不清與較難界定的問題。
- C. 當然，我們也可以參考 Guilford 對「創意作品 (product)」的觀點，從單元 (unit)、類別(class)、關係 (relation)、系統 (system)、範型轉換 (transformation) 找出更精緻的評量準則。

2. 這個作品到底代表什麼？

我們通常都知道單一作品的代表性有限，我們要瞭解的是這位學生有沒有具備某種「創意人」的特質，但是，在進行甄試入學選才時通常只能看到他所完成的作品或僅有的「一兩件」作品，因此常面臨的問題是，我們總想知道：

- A. 這個作品的靈感到底是這個學生的「原生創意」，還是在某一機會找到適當的作品原形「模仿」來的？
- B. 這個作品是不是偶一為之、曇花一現的現象？還是真的能代表他所具有的創作特質或潛能？
- C. 另一個也很重要的問題，如果收了這樣的學生，我們該教他什麼？能教他什麼？我們能更具體的瞭解他擁有什麼？缺少什麼嗎？因此我們該如何進行教學設計？

如果我們不去深入理解他的創意過程，而且用系統性的方法去理解與分析，我們幾乎沒辦法回答這些問題？通常都是不了了之。從相關的創意理論，我們應該有更多的工具可據以建立一些系統性的準則。

二、創意作品與創作者的關係：

1. 更有系統性的用創意作品去提問，以發覺學生們的創作歷程：

- A. preparation：準備期。包含前期的問題分析、定義及設定問題，我們可以從準備期的概念，更精準的掌握什麼是創作者的靈感：它應該包含個人有知覺的意識、教育、分析技巧及與問題相關的知識。
- B. illumination：啟發期。啟發就像“閃電”，這個時期是意念被表徵化的過程，從這裡我們可以更詳細的知道，他用了什麼策略，以及如何具體的將意念表徵為具體的創意文本。
- C. verification：驗證期。涉及評估、精煉及發展一個意念。較早評估自我

的學生們都得到較高的創意評分，我們可以更具體的從發現問題的質和量，發現問題的的時機，瞭解創作者在驗證期的創作行為。

- D. 創造性的問題解決較能包含界定不清的問題→我們可以問他，他的創作過程曾經出現過哪些「不容易釐清」的問題？後來怎麼解決？是否經歷了「界定不清」問題的過程，如果創作者不能具體的回答，這個作品在「原生概念」上「很可能是抄襲」的或「偶一為之」的成果。
- E. 創造歷程中，人們必須選取帶有發散與收斂思考的新式、關鍵的解決方案，例行性的問題解決則只在既有的解決方案中進行收斂→這告訴我們，我們可以問一問創作者在創作過程中，他解決了哪些問題？最重要的，為了解決這些問題他曾提出哪些解決方案（發散性的過程），哪些方案被採用了？哪些又被捨棄了？（收斂性的過程）。
- F. 創作者或許不能全然的記住創造歷程，但比例上來說，能提出越多創作歷程經驗的創作者，顯示他越接近創作過程所產生之複雜性、發現問題的情境，同時這些創作者自我監控的能力也比較好，自我監控也是創作歷程的重要指標。

2.瞭解這些問題，有兩個很重要的意義：

- A. 在選才測試上，瞭解創作者的創作潛力。這些問題，讓我們更清楚的掌握到「作品之外」，這個創作者是否具有「創作潛力」？
- B. 在學習設計上，具體掌握教學設計的方向。這些問題，讓我們愈來愈清楚的具體歸納出，學生在創作過程經常面臨哪些「盲點」或「瓶頸」，而這些「盲點」或「瓶頸」的內容，正是我們在教學設計、方法教導上可以具體加強的方向。

當然，還有很多作法可以思考，如果為了更詳細的瞭解學生的潛力，我們有可以長期追蹤的名單嗎？例如：我們可不可能舉辦某些活動，讓一些高中生可以定期參加活動，這樣，對這些高中生我們甚至有長期追蹤與觀察的機會？

三、從傳播作品或傑出傳播人分析思考學習傳播所需的能力與創造力：

1. 我們怎麼評量一個好的傳播作品？從傳播觀點來看，有哪些不同的標準可用來看待一個傳播作品？這些標準背後又展現了哪些能力與創造力的特質？
2. 不同的傳播人有什麼不同的特質？哪些是傑出的傳播人？在他們身上，我們又看到哪些從事傳播工作所需具備的能力與創造力？

陸、選才制度創新的核心內涵：解構與重構「領域知識的內容」與「創造力的形式」，兩者所具有之「思維形式」與「思維內容」相互建構的關係。

「創造力」和「領域知識」不應被視之為專業競爭力中兩個「相互獨立」

的要素，這涉及了一種「思維形式」與「思維內容」相互建構的跨符號關係。因此，只要深入解構與重構「領域知識的內容」與「創造力的形式」兩者所具有之「思維形式」與「思維內容」間相互建構的關係，即使在傳統的紙筆測驗中，也可以清楚的找到創造力評量的線索。這正是選才制度創新的核心內涵。



大傳系創意選才研發小組會議

創意評量：傳播教育創新的反思與實踐

Creativity Assessment : Rethinking and Practice for Innovative Communication Education

趙雅麗 CHAO, Yaly

淡江大學大眾傳播學系專任教授兼文學院院長

聯絡電話：2623-7030

聯絡 Email：yaly@mail.tku.edu.tw

聯絡地址：25137 淡水鎮英專路 151 號 淡江大學大傳系

* 本文為「教育部輔導大學校院推動創意學院補助要點」95 年度補助淡江大學文學院執行創意學院計畫「創意的文化與文化的創意」之選才制度創新實驗成果。

創意評量：傳播教育創新的反思與實踐

摘 要

本文主要探討「智力、創造力」在傳播專業與傳播教育中的角色與定位，並從中建立評量創意的系統性原則。期待從什麼是傳播的創意等問題的思考，具體化傳播領域「評量的創意」與「創意的評量」所需的觀念，並進一步提供傳播教育創新與實踐反思的可能。

研究指出，評量創意的系統性原則，可藉由「什麼是傳播領域的核心競爭力」、「領域競爭力隱含哪些創造力要素」等概念的構連，並透過「創意歷程的剖析」具體的觀察與發掘。

Abstract

This paper mainly discusses the role of intelligence and creativity on education in the field of communication and furthermore establishes some systematic assessment principles for creativity. By discussing what the creativity of communication is, it attempts to concretize the concepts of “creativity of assessment” as well as “assessment of creativity”, and then ends by initiating the possibility of innovation in communication education.

This article indicates that systematic principles of creativity assessment can be concretely observed and discovered via analysis of the creativity process along with discussions focusing on the questions: ”What are the core competition skills of communication field ?” and “What are the main elements of creativity needed in the core skills?”

Keywords: creativity; assessment; education; communication

壹、傳播與創意：傳播領域為什麼需要創意？

對傳播領域而言，創意可以說是一個既熟悉又陌生的名詞。創意，顧名思義，就是創造意義，而傳播正是一個關注意義、研究意義的學門，從「意義的本質、意義的再現、意義的建構」、到「意義的分享」，只要與傳播相關的理論，其實都在討論意義。

但傳播似乎很少談「創意」，起碼相關的研究和理論都不多，而不論國內或國外的傳播學術期刊，討論意義的篇幅其實都寥寥可數。事實上，不論是意義的再現、意義的分享，都是在討論「產生意義」的行為，但是為什麼一個專門討論「產生意義」的學門，卻很少談如何「創造意義」，這只是因為學術用語上的差異，還是研究興趣的不同？或是說，創意領域其實是傳播領域失散多年的雙胞胎兄弟？

「創意」與「意義」具有一體兩面的關係，其中「創意評量」這個工作，不僅讓我們深入的思考什麼是傳播的創意？傳播的創意要怎麼評量？如何找到個人特質與傳播專業更佳契合的學生？等問題，也涉及了如何設計更好的學習環境與教學方法、如何讓傳播的專業知識更有創意，以建立核心競爭力與知識影響力的探討，而傳播領域更可藉由「創意」這個「鏡中自我」的視域，對自我認同與專業定位等問題進行深入的「精神」分析。

因此，本文的目的，一方面希望從什麼是傳播的創意？傳播的創意要怎麼評量？等問題的思考出發，具體化傳播領域「評量的創意」與「創意的評量」所需的概念，也期待從創意評量的探索中，提供傳播教育創新與實踐反思的可能。

貳、創意與評量

一、創意與創造力

許多領域對「創意」此一主題都懷有高度的興趣，其中包括心理學、精神分析學、哲學、人文學科、商學與科學等。事實上，創意的相關文獻如汗牛充棟（Mumford，2003；Lindqvist，2003；Voneche，2003；Gibson，2005），若進一步檢視與創意直接相關的思維和解決問題（problem solving）的相關研究時即可發現，其多樣的理論取向以及實驗的調查結果。「創意」的研究成果雖然豐富，但其研究內涵卻極為複雜與多樣，而創意本身更呈現出極為多元的本質，光是其定義即多達五、六十種之多。Taylor（1988：118-119）整理與歸納後，將這些定義分為六個主要類群，其彼此間並不相斥，而每種定義歸屬的類別則取決於其定義的主旨。

（一）創意的定義

什麼是創意？對大多數人而言，最直觀的定義應該是「沒見過的新事物」，但是否未曾出現過的新事物，就是一種創意？如果不是，那麼其他的標準又是什麼？風格、美感是不是創意？一個新的概念叫不叫創意？解決問題的能力是不是也是一種創意？

事實上，什麼是「創意」，從常識性用語到專業術語，從創意的事物、創意的作法、創意人、創意環境等角度，都可以有一套定義。Taylor(1988) 歸納各種創意的定義，認為創意可分成「格式塔(gestalt)完形的建構與取代」、「新產品完成的過程」、「美感與表現」、「自我(ego)和超我(superego)間互動強度的比率」、以及「解決問題思考的能力」等五種定義。Csikszentmihalyi (1996) 則認為，一個概念到底能不能成爲一個「成功的創意」與領域息息相關。「範圍明確、清楚界定、可以量化」的領域較容易受到認真的看待，而創意也比較容易「被證明」，但有些領域，如心理學，創意是要靠長時間成卷論文的累積才逐漸獲得認同。

如果從意義產製過程來看，我們可以將創意區分成源自於「外部動機」的創意，以及源自於「內部動機」的創意。外部動機通常有某一個目標，我們要排除或繞過限制條件才能到達，例如：解決問題 (problem solving)；至於內部動機則沒有明確的標準，而是來自於內心期待改變的一種衝動，例如：風格、美感的追求。其實不論是一個要解決的問題，或是期待改變的狀態，其目的都在於完成一個「較好的格式塔完形」(Wertheimer,1945)。

（二）創意的特質、過程與模式

一般研究創意的心理學者同意，創意至少包含三項特質：流暢性 (fluency)、變通性 (flexibility) 與獨創性 (originality)。流創性是產生多種見解或方案的能力；變通性是改換做事途徑、變更思考方式與不受習慣限制的能力，主要包括自發性 (spontaneous) 與適應性；而獨創性是指產生不尋常、新奇與獨特的思想與方案的能力；而複雜性則是指是在面臨多重可能的組合時，能否在一連串高速短暫的互動過程中，判斷出最佳方案，也就是處理複雜及評估問題的能力 (Lubart, 2001; Gluck, Ernst & Unger, 2002; Gagné, 2004; 鄭昭明, 1997: 389)。

而根據 Wallas (1926)，創意過程包含了準備、沈思／孕育 (incubation)、啓發 (illumination) 以及確認 (verification)；MacKinnon (1962: 313) 也提出三個創意步驟：(1)個體之獨創性或新奇的反應，也就是意念被發現；(2)依現實來做調整修正意念；(3) 將意念發展完成。兩人的模式均將創意過程區分爲原創性(originality)與關連(relevance)，表示任何一個創意行動都是出自一個新穎的反應，並且以一種有意義的方式和既有之現實產生關聯。

創意的定義與內涵如此多樣，探討創意的模式自然也呈現了同樣複雜與多面向的取徑和角度。根據 Mooney (1963)，研究創意的問題有四個重要取徑：創意環境 (creative environment)、創意成品 (creative product)、創意過程 (creative process)、創意者 (creative person)，這端視我們是使用其中的哪個面向來認識、掌握問題，因為每個人對創意問題的出發點不同，因此難免都有其自己的一套「分支定義/成份」(subdefinition/subcomponents)。

由以上這些對創意定義的類別和特質，以及創意過程之要素的探討不難得知，創意本身的多樣面貌，但也可發現一般有關創意的定義和意涵，大都將其界定為一種「不尋常」和高品質的成品 (Perkins, 1981, Unger, 2002)，或特別強調創意是任何能製造「有效驚奇」與「震撼反應」的產品 (Bruner, 1962)。的確，大部分對創意的概念定義中都融合了「新奇／新穎」(novelty) 與「不平常」(unusual) 兩種要素的觀點。但這樣的定義並未指出創意者的心理層面，自然也無法更深入的解析創意現象。綜而觀之，創意是一種動態的過程，它包含了人格特性、新奇、洞察力、應變性、獨創性、方法、潛力的實現和創意的反應 (Young, 1985)。

(三) 創造歷程的四個階段

創造的歷程大抵可以分成四個階段：(1)準備期 (preparation)：包含前期的問題分析、定義及設定問題，涉及個人有知覺的意識、教育、分析技巧及與問題相關的知識；(2)潛伏／蘊釀期 (incubation)：這段期間對問題是沒有意識地工作，許多意念的關連和結合被認為應該是發生在這段期間 (sternberg, 1999)。Poincaré 引用美學的評斷方式指出，可靠的意念在無意識的狀態中被選取，而多數無用的意念則被排除；(3)啟發期 (illumination)：啟發就像“閃電”。Wallas (1926) 認為內在會有一種意念將要產生的感覺；最後則是(4)驗證期 (verification)：涉及評估、精煉及發展一個意念。

然而後續的研究也對這四個歷程提出了修正，其主要修正在於從規劃到行動之間，從內在意念到工作發展，這四個歷程其實不是一個按步就班、固定發生的過程，這四個歷程彼此間是一種變動、持續互動的關係，並以一種複雜的次序、在一連串高速短暫的互動過程中一再重覆發生，且問題界定和解決問題在創造歷程中有時也無法區分 (sternberg, 1999; Mumford, 2003)。

雖然後續的研究對這四個歷程提出了許多修正，並加入更多創意的特質，然而就創意選才的執行方法而言，這四個階段仍提供了具體評估創意歷程與非創意歷程的方向。例如：當一位學生提出一個創意作品時，我們便可以以這四個階段，更細緻與具體的瞭解他的創作過程。

(四)「創意歷程/創意者」與「非創意歷程/非創意者」有何不同？

「創意歷程/創意者」與「非創意歷程/非創意者」間的不同就是隱藏在創意作品背後豐富的創意特質。Mumford (2003) 指出，創造性歷程和非創造性（或例行性）歷程的差異有以下三點：第一，創造性的問題解決歷程較包含對定義不清問題的界定(ill-defined problems)；其次，創造歷程中，人們必須選取具有發散與收斂思考的形式、關鍵的解決方案，而例行性的問題解決則只在既有的解決方案中進行收斂。最後，創造歷程也涉及活躍的、高注意力的發散與收斂的循環過程。

此外，其他關於創意歷程與創意者的重要特質還包含：發現問題的質和量、以及發現問題的時機，都會影響創意的原創性。較早進行自我評估的學生都得到較高的創意評價（繪圖則無明顯差異）(Mumford, 2003)。

二、創意的相關因素

（一）創意與智力（intelligence）

創意和智力/智慧（wisdom）間有正面相關性，但其實它們之間的關係卻不同。創意和智力與智慧間的關係，不若智力與智慧彼此間的關係那麼密切，而一些商業團體也對智慧和創意間的關係持否定看法；智力和創意間關係的強度雖然是正面的，但往往也會因團體而異（Sternberg, 1985：127）。

事實上，創造力常被視為一種「資優」或「稟賦」的同義字，也被看成是天才的一種表現，但這也可說是對「創意」的普遍迷思。現代創意研究的始祖 Guilford (1967) 即將創意視為智力（intelligence）的一部份，並據此提出了一套至今仍最廣為人知的「智力結構模式」，也為創意思維的主要模式提供了一個基礎。根據 Guilford (1967)，每一種心智的任務都包含三個成份：運作（operation）、內容（content）與成品（product）。其中運作包含了五類：認知、記憶、擴散性思考和收斂性思考以及評量（evaluation）。而六種成品則分別是：單位（units）、類別（classes）、關係（relations）、系統（system）、轉換（transformations）、意涵（implications）；至於內容則有四種：數字的（figural）、符號的（symbolic）、語意的（semantic）以及行為的（behavioral）(Sternberg & Grigorenko, 2000-2001：309)。

Guilford 的智力結構理論將「收斂性」智力視為一種認知形式、思考方式，著重於已知、能夠學習的現事物，並能將其資訊儲存於個體的腦中，而「擴散性」智力則是一種認知或思考模式，強調修正已知、開發應知，並建立新資訊。換言之，收斂性思考與具有肯定而正確答案的問題有關；而擴散性思考則大都用來處理一些具有多樣答案的問題（鄭昭明，1997：388）。依此界定，「擴散性」思考顯然對創意至為重要，因此也常被視為「創意」的同義詞，但 Guilford 認為這兩者間關係雖然密切，但創意極為複雜，有時仍需要在擴散性思考與變換種類以外的能力，以不同

的方式來呈現（陳昭儀等譯，1995:17-18）。

Guilford（1967）的 SI（The Structure of the Intellect，以下簡稱 SI）模式主要延伸自 Thurstone（1938）的理論，並包含了 Thurstone（1938）所提出之七項主要的心智能力，分別是 verbal comprehension, verbal fluency, number, spatial visualization, memory, perceptual speed, and reasoning（轉引自 Sternberg & Grigorenko，2000：309-10）。但 Guilford 與 Thurstone 在看法上最大的不同在於，Thurstone 認為這些因素是彼此關聯的，而 Guilford 則假設它們是各自獨立的 SI 模式之後被一再擴充，而由於上述之各項從屬類目間皆可獨立定義，因此最終演變成一個方塊矩陣，並推演包含了 120 種可測之智力因素（Sternberg & Grigorenko，2000：309-10）。

Guilford（1975）認為「資訊的變換」（transformations of information）是瞭解洞察力（insight）的關鍵，而這些「變換」都呈現在 Guilford 所提出的「智力結構模式」之內容的類目中，而它們也發生在「擴散性」和「收斂性」的思考中（convergent and divergent productions）。Guilford 認為創意是一種解決問題的形式，他進一步提出了三種解決問題的能力，分別是：對問題的敏感度、流創性（fluency）（包含意念的流暢、聯想的流暢、表達的流暢）、變通性（flexibility）（包含隨機的變通力與適應性的變通力）。Guilford 理論對許多有關擴散性思考的研究提出了修正，也遭受了許多理論、測量與貢獻上的質疑（Sternberg & Grigorenko，2000-2001），但是不可否認的，他的理論貫穿了七〇年代美國的心理學領域，且影響深遠。

（二）創意與知識

創意究竟能不能教？該如何教？用什麼「知識」可以教出創意？創意與知識的限制分別又在哪裡？一直是創意、教育研究中極待繼續深入探討的問題（Fasko，2001；Vincent, Decker & Mumford，2002；Craft，2003；Gibson，2005）。因此，精確的釐清與界定「創意與知識」兩者間殊異和互補的構面與關係，不僅有助於瞭解創意的本質，更能為學術界與實務界找到對話與合作的基礎。

其實諸多研究都認為創意產品與知識並無緊密的關係（James，1908，摘自 Weisberg，1999；Beghetto, Plucker & MaKinster，2001；Mumford，2001；Gibson，2005）；而格式塔心理學者也持類似主張（參見 Weisberg，1995），他們將複製性（reproductive）思維與創造性（productive）思維區分。前者是依賴過去成功行為的再造，但並無法達成有新意的任務，而後者則是真正新穎和有見解力的基礎。Guilford（1950）在其初探性之創意思維的分析中也強調「擴散性思維」在發展新意念上的角色。這個思維模式主要在讓思維者藉由割斷與擴散過去既有的想法而達成「新意」（Sternberg & Grigorenko，2001；Stokes，2001）。因此，許多研究者都認為過去的經驗若未經大幅修整，無助於創意思維，因創意事物往往太過新穎，所以它們也與過去出

現過的事物無關（引自 Weisberg，1999：228）。有些研究者甚至提出，創意產品是獨立發展的，它們與創作者的過去經驗和知識均無關（Hausman，1984）。

但是 Runco 和 Chand(1995)的研究則強調了知識和動機對創意思維的重要性。他們將知識分為陳述性與程序性知識，前者可單純藉由提供資訊來促進創意思維，而後者則提供了策略性思維一些導引，Runco 和 Chand 稱之為「後設認知能力」(metacognition ability)。其實早自六〇年代開始，學習認知理論即將思維視作一種「建構性的過程」(constructive process)，這隱示著當個體思考時，他們是在建構知識基礎 (Neisser，1967；Brophy，2001；Fasko，2001；Vincent，2002；Jenlink，2004)。雖然這些相關研究假設創意和知識間有正面的關聯，然而對知識實際上究竟是如何應用在創意思維或情況中，卻仍然不甚清楚 (Weisberg，1999)。

三、何謂評量？如何評量？怎樣的評量才是好的評量？

評量(assessment)一直是教育研究中的重要領域，主要指收集與綜合訊息並對學習效果進行判斷的過程 (Linn & Groud，1995)，因此教育評量的目的，主要就是希望能瞭解學生的學習潛力或學習成果，以進一步瞭解教學成效。

事實上，就以傳播的角度來看，我們其實一直在評量，作任何事之前，我們都會先設想，買這個好還是買那個好？等一下和他見面時，這樣說好還是那樣說比較好？這樣做會合乎我的預期嗎？這種對未發生事件的可能性進行後設思考的行為，可以就是評量行為的原形。但如果要掌握的項目太多，我們可能無法一下子想起來，或每次的對效果的想像都不一樣，我們就會先把這些要設想的標準「寫下來、記下來」，或發展出標準化的操作程序，讓我們能夠充分的以過去所獲得的經驗，幫助我們更精確的評估未來成果。

因此，我們可以說教育評量的目的就是為了能掌握教學成果。例如：不論是 Glaser(1965)所認為，所有教學的活動都包含「教學目標、預估、教學程序、評鑑」四部份，或 Kibler 提出 GMI(General Model of Instruction)的一般教學模式中，所包括的「教學目標、起點行為、教學歷程、教學評量」四部份，評量或評鑑的目的都是為了掌握「教學目標」。

在教育領域中，評量(assessment)、測量 (measurement) 評鑑(evaluation)三個詞都有評估的意涵。測量強調的是透過量化過程，以具有代表性的數據作為評估的依據；評鑑(evaluation)一詞強調在數據外，也應該參考多方面的資料加以衡量；而近來較常被使用的評量一詞，則是強調從各種可能的取徑，採多元化的方式進行資料的蒐集、比較與分析，以綜合、研判與詮釋某事物的價值。

事實上，從意義的角度來看，任何評量的方式，從最常使用的紙筆測驗 (paper-pencil test) 到各種非紙筆測驗的評量，其挑戰和限制，都來自於在有限的時

間資源、特殊化的情境、以及少數可觀察的線索下，去估量整個學習過程與人類永遠變動不拘的心智行爲。

(一) 傳統紙筆測驗的限制：

紙筆測驗是多種評量方式的一種。以往因爲教育偏重陳述型、標準化知識的學習，紙筆形式的考試幾乎已成爲評量的代名詞。傳統紙筆測驗受到最多批評的是它「去情境化」(decontextualization)的特質 (Resnick & Resnick, 1991)。尤其爲了進一步有發展出有標準答案的試題，因此，大多偏重化約、分割的知識與技巧。

一般而言，傳統紙筆測試對瞭解學生對領域專業中之「陳述型知識」的掌握較爲有效，它具有「易於施測和計分、涵蓋題數面較廣、適用範圍大」等優點，但較爲令人詬病的缺點則是「測驗脫離真實情境、測得的只是零碎知識與低層能力」。也就是說，紙筆測試「去情境」、「化約」的評量設計，雖然可以提高評量的信度，但卻犧牲測驗結果的效度 (Wiggins, 1993; Linn & Ground, 1995)。

由於整體知識或技能的學習是建立在各部份知識相互指涉以及生活脈絡相互建構的結果，紙筆測試這種「化約式」的評量嚴重的忽略了細節間的交互關聯情形，也無法培養學生從後設認知的角度，建構出知識的完整圖像(Wiggins, 1993)，而「去情境」的知識學習方式，也讓學生在跨出學校情境後，無法將知識遷移與轉換到實際的工作場域中。

(二) 變通性評量 (alternative assessment)：

除了傳統紙筆測驗的形式之外，諸如變通性評量 (alternative assessment)、真實評量 (authentic assessment)、實作評量 (performance assessment)、檔案評量 (portfolios assessment) 等評量方法紛紛被提出，以彌補紙筆測驗的不足，尤其對於不確定性高、強調獨創性、解決問題等能力的創意領域而言，更需要關注這些評量方式的理論內涵。

對於上述這些新興的評量名詞，不同的學者有不同的定義。例如，Herman, Aschbacher 和 Winters (1992) 認爲，變通性評量可以是任何傳統紙筆以外的形式，所以在概念上，實作評量、真實評量、變通性評量的概念其實都很接近，這三個詞都泛指以實作的方式進行的評量；而 Linn (Linn & Gronlund, 1995) 則更精細的區分了這三個名詞。

一般來說，變通性評量泛指相對於傳統紙筆測驗的其他種評量方式的總稱；但真實評量所強調的則是評量的工作，應該能實際應用於真實世界中，即「評量」應該考量「使用」的情境，也就是將評量與生活結合，運用所學到的知識和經驗去思考並解決問題；而實作評量則是觀察學生執行一項工作時展現出的「過程與成果」，評量方法包括：書寫測驗、問題解決、實驗操作、展示、表演、團體合作計畫等方

式 (Linn and Gronlund, 1995; Wiggins, 1998), 簡單的說, 真實評量強調的是「真實情境」的概念, 而實作評量則是著重陳述性知識與程序性知識的區分。

至於檔案評量則是指透過將活動表現、作業文件、學習歷程或創作過程加以建檔的工作, 藉由結構化的檔案, 從時間的順序, 多元與具體的檢視表現學習, 而為了精確的掌握評量效果也可以設計一個大型、持續進行的活動, 讓學生參與 (Barton and Collins, 1993; Wolf, 1992; Valencia, 1990)。

(三) 多元智慧理論 (theory of multiple intelligences) 與多元評量 (Multiple assessment) :

美國心理學家 Gardner (1983; 1993) 綜合上百篇的心理學、腦科學的研究成果, 提出多元智能理論 (theory of multiple intelligence), 認為人類至少擁有八種認識世界的方式: 語言 (verbal/linguistic)、數理邏輯 (logical/mathematical)、視覺空間 (visual spatial)、身體動作 (body kinesthetic)、音樂 (musical rhythmic)、人際 (interpersonal)、內省 (intrapersonal)、自然觀察 (naturalistic) 等。這些型態的認知方式以非常複雜的方式交織在一起, 進而形成每一個人獨特的智慧組合。

多元智能理論認為人類的認知方式具有極為不同的各種型態, 有的人善於以語言的表達, 有人擅長於邏輯思考, 有的人則偏好視覺化思維, 每個個體都是獨特的智能組合, 具有各種發展的潛能, 而每個人在認知能力上也會受到文化差異的影響。因此, 多元智能理論強調單一、量化的智力評量無法正確地描述每個個體的表現。

從字面上來看, 多元評量是否就是多元智能的評量? 多元評量的概念看似直接承續多元智慧的精神而來, 但多元智慧和多元評量兩者其實各有其強調的內涵。從評量的角度來看, 多元智能所指的是評量的內涵, 而多元評量所強調的是評量的方式, 因此, 一種型態的智能 (例如語言智能) 可以用紙筆測驗評量、真實評量等各種方式來評量。同樣的, 同一種評量的方法 (例如紙筆測驗), 也可以評估一種以上的智慧內涵 (例如語言智能與數理邏輯)。

多元評量除了在本質上強調要重視智慧具有多元表現的特質外, 多元評量更強調評量的多元性, 從智慧本質上的多元內涵、真實評量、實作評量等多元的評量方法、到評量方法的多元化、到教學與評量結合、兼顧行為結果與行為歷程之多元評量價值與評量目標的取向。

事實上, 另類評量、真實評量、或多元評量等評量設計的提出, 都是為了避免紙筆測試過渡「去情境」、「化約」的缺點, 但值得注意的是, 多元評量有時容易造成為多元而多元的迷思, 且容易因為要將真實情境融入評量過程, 而造成評量設計過於「真實」或過於「多元」的困擾, 進而讓評量過程與結果變得太過複雜, 使得實作過程不易被引導、評估、以及比較與詮釋其成果 (Torrance, 1995)。

參、創意評量的工作如何規劃？

一、創意評量，量什麼？是智力還是創造力？

在傳統選才的紙筆測試中，我們所測量到的究竟是「領域知識、智力、還是創造力」？或只是一組意義有限的分數？一直是學習評量工作上的重要思考。但同樣的問題或質疑也會出現在強調創造力的測試中，即使我們強調選才制度的創新、強化創造力的測試，我們還是要問，我們測得的究竟是「知識、智力、與創造力」？或只是一組意義有限的分數？簡單的說，創造力究竟該怎麼測？測什麼？大概涉及了以下幾個面向的思索：

- (一) 「領域知識」和「創造力」怎麼區分？我們在選才制度中所測量的究竟是領域知識還是創造力？
- (二) 「智力」和「創造力」兩者如何區隔？「智力測驗」和「創造力測驗」有什麼不同？在創意選才制度的設計中？我們是否能較清晰的掌握哪些是測試智力？哪些又屬於創造力？而這些工作所使用的理論和工具又是什麼？
- (三) 我們是否釐清了「領域知識、智力與創造力」三者間，在專業競爭力表現上所具有之「異、同、競、合」的關係？
- (四) 我們所指的核心競爭力是指領域知識的專業研究表現？還是當今較被強調的「與生活脈絡連結」的「設計力」？是受到學門內同儕的認同？還是與社會對話的能力？

智力與創造力到底有什麼不同？從思考的型態來看，傳統的智力測驗中所界定的智力，大多屬於一種收斂性思考，也就是要求在測驗中找出唯一的答案，簡言之，智力問的是「正確」的答案，而創造力問的則是「好」的答案（sternberg, 1999）。另一方面，智力和創造力是一樣的，如果說，解決問題是一種智力，那麼較高層次的解決問題的能力，就是一種創造力。

二十世紀以來相關的智力研究，不斷的提出多種概念，像 Charles Spearman(1927) 認為，人類的智力主要由 g (general intelligence) 與 s (specific intelligence) 兩個部分所組成，到前文中提到的 Thurstone (1938) 的七項「心智能力」理論，以及 Guilford 所提出的心智結構理論 (SOI)，都試圖勾勒智力，而近來較為著名的智力理論則是 Gardner (1983 & 1993) 的多元智能理論。

與創造力的評量相較，智力評量是一個已經較成熟的領域，但傳統智力評量的方式所受到的批評，其實和紙筆測驗很像，由於要達到「具有統計意義」的評量結果，智力評量的設計通常會挑選「去情境」、「化約式」的智力內涵，各種智力測驗量表中所定義的智力，通常會「比較狹窄」，以便讓結果「比較穩定」，這樣的考量

雖然讓智力測驗的「信度」增加了，但也降低了可提供領域知識、領域專業競爭力相互參酌的「效度」。

智力評量通常涉及兩個問題：第一個問題是什麼叫作智力？第二個問題則是，智力有什麼影響？第一個問題主要在找出一組具代表性且相互獨立的元素，以架構出「智力」的樣貌；第二個問題則是試圖瞭解，智力與其他學習指標之間到底有什麼關係？例如：創造力、智力與領域競爭力的關係。

智力和創造力的關係，大致說來，可以歸納成四種論點：智力是創造力的部分表現、創造力是智力的部分表現、智力與創造力是部分重疊但相互獨立的兩個領域、智力與創造力無關。而在這四種關係中，以智力與創造力是部分重疊、但相互獨立的兩個領域這個觀點最為大家接受（Sternberg, 1999）。事實上，仔細分析四個觀點所涉及的實驗設計與關注的創造力內涵，不僅方法不同，其所牽涉的對象與領域也不盡相同，這四個觀點與其說是互相衝突矛盾，不如說是各自呈現了創造力與智力兩者間多元的關係。

在「智力與創造力是部分重疊、但相互獨立的兩個領域」的相關研究中，有三個值得注意的現象（Renzulli, 1986），首先，高創造力的人，其智力通常都在 120 以上；其次，智力對創造力的影響有一個「閾值」關係，只有在一定的水準以下（IQ 約等於 120）才有明顯的影響，而在高過這個水準之後，智力與創造力的相關性便極為微弱；最後，智力對創造力的影響，在藝術領域和自然科學領域中也都不同。

此外，「智力與創造力無關」的研究結果也值得注意（參見 Getzels & Jackson, 1962; Torrance 1970; Wallach & Kogan, 1965; 1972），例如 Wallach 和 Kogan (1965) 將 10 種智力測驗與 5 類創造力實驗結果進行相互交叉分析，發現創意測驗之間的相關係數為 0.41，智力測驗之間的相關係數為 0.51，但創意測驗與智力測驗的相關係數則是 0.09，這顯示，高智力與高創造力的兒童有極重要的不同：高創造力者未必有高智力；高智力者未必有高創造力。當中所隱含更重要的訊息是，「假若我們僅以智力測驗的結果來選擇資賦優異兒童，則很可能有 70% 具有高創造力的兒童落選」（Torrance, 1970）。

而如果我們進一步將這些兒童分成「高創意-高智力」、「高創意-低智力」、「低創意-高智力」以及「低創意-低智力」，並觀察他們的行為表現，會發現「高創意-高智力」的學生有高自信及高控制力，並具高自由表達能力；「低創意-高智力」的學生則相當要求學術方面的表現，認為成績的失敗是莫大的災難，而「高創意-低智力」的學生，是最不利於教室情境的一群，在教室中他們總表現出謹慎、遲疑、不能專注的行為。

二、智力、創造力與領域競爭力--從多元智能理論看傳播學門的競爭力

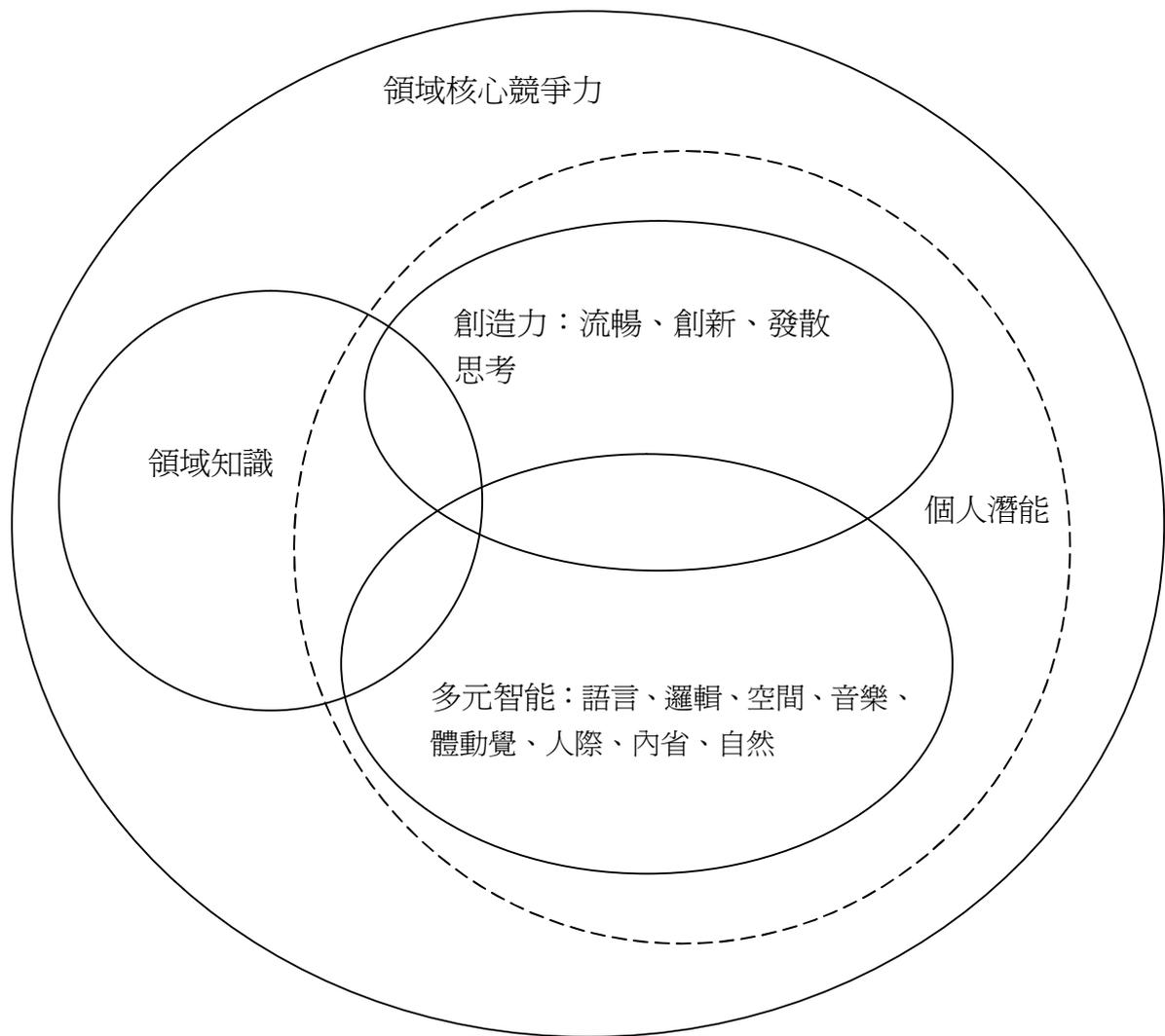
多元智能的理論(Gardner, 1983; 1993)不僅歸納出人類認知行為具有八種類型，每一種智能均有其獨特之接受、組織及記憶的方式，最重要的是，這八種智慧是獨立存在的，也就是說在心理學研究上（尤其是從心理計量學分析），任何兩種智能彼此間的相關性都極小，另外，該理論也指出，每一個人有其各自獨特的智能組合。因此，一位小說家必須同時具有內省和語文智能，一位好的科學家，邏輯數理與自然觀察的能力缺一不可，那麼，從多元智能理論來看，傳播又需要什麼樣的智能組合？

從多元智能理論來看，我們可以將領域特質的類別大致區分成「原型智能領域」和「綜合智能領域」兩類，例如：涉及音樂智能的音樂創作、涉及視覺智能的繪畫創作、涉及邏輯智能的數學理論、涉及肢體智能的田徑運動等，我們可以說這些領域都是屬於「原型智能」領域，其領域的核心競爭力，可以說就是 Gardner 所列出之八種智能的其中一項，只要具備其中一項傑出的智能內涵--我們可以稱之為「核心智能」，幾乎就決定了領域競爭力的優劣。

當然，可以記下聽過樂曲的每一個音符，對音感特別敏銳，其實不會成為一位音樂家，能夠將見過的事物過目不忘的畫下來，也不會成為一位傑出的畫家。一個出色的藝術作品當中需要包含對文化、生活、情感的觀察再現的能力，而競爭激烈的運動領域中，「心理素質」可能是從「優秀」等級進入「卓越」的關鍵。雖然「原型智能」領域的競爭力，除了「核心智能」之外，仍需要藉由觀察他人行為、溝通互動的人際智能，以及對情緒、感受深刻、自我觀察的內省智能等「輔助智能」的修飾，但一般說來，我們仍可區分出「核心智能」與「輔助智能」的差異。

相對於「原型智能領域」，傳播則屬於「綜合智能領域」。一位好的導演主要聚焦於「空間影像」智能，但對人際、語文、音樂等能力也應有精準的掌握，一位記者可能主要聚焦於「語文智能」，但其採訪過程中所需的人際智能也不可或缺；而廣告人需要的也不只是視覺設計，更需從人際、內省的思考中瞭解掌握消費者的行為。因此，如果說傳播是一個處理意義的學門（趙雅麗，2005；2006），包含了意義各種再現、反映、建構的符號形式與互動過程，那麼傳播領域可以說就是一種偏向人際智能的「綜合智能」領域。

最後，本文將上述的相關概念整理成下圖一。該圖中的最外圍代表了一個領域所擁有的核心競爭力。例如一位學生是否具備核心競爭力的要素，主要可由兩項因素組成：一項是領域知識或技能，一項則是個人潛能；而個人潛能又可區分成「智力」與「創造力」兩個範疇。



圖一：創意評量理論架構圖

肆、傳播需要哪些創意？如何評量與分析？

任何測驗與評量都是一種有限的意義情境，它只是人們整個連續學習與思考過程中的一個「段落」與「切面」，因此，如何才能擺脫測試情境的限制，達到「見微知著」的效果，正是創意評量的思考與挑戰。

簡單的說，創意評量，量什麼？是智力還是創造力？智力、創造力與領域競爭力之間有什麼關聯？我們怎麼知道我們所設計的創意評量是有效的？依據上述的討論，可由以下三個層面，系統性的逐層建立創造力評量的設計架構：

一、什麼是傳播領域的核心競爭力？傳播領域競爭力必須具有哪些特質或面向才算

完整？

二、領域核心競爭力與創造力之間有什麼關係？創造力指標可以具體反映在哪些核心競爭力的表現上？

三、如何測量創造力？這些特質或面向要如何才能被充分測量？如何用可觀察的事物進行創意的測試？

以下即逐項說明：

一、什麼是傳播領域的核心競爭力？如何確立系所核心專業或核心競爭力？

如何確立傳播領域的核心競爭力，其實是一個很老的大問題？國內外傳播學者對傳播學門核心競爭力與學門認同等問題的關切從未停歇，（陳世敏，2002；Littlejohn，2002；趙雅麗，2005），如果創意內涵可以從「特質、作品」等方面加以討論，那麼，如何創造意義的傳播領域，也可以從「特質-知識本質、產出-學生就業表現」三個層面來思考什麼是傳播的競爭力這個問題：

（一）從知識本質探索傳播領域的核心競爭力：

從知識本質探索傳播核心競爭力，當中最重要兩個面向，不外乎區分「學術界與實務界」有什麼不同？「技職體系與高等教育體系有什麼不同？」

創造力雖然普遍存在於各個領域，但學術界與實務界在產製創意過程中存在的最大差異，莫過於學術界擁有豐富「知識」資源此一優勢，所以如何從知識中產生創意與創造力，其實也就成為「學術界的創意」與「實務界的創意」兩者間最大的差異，也是在創意強烈吹拂的年代，學術界有別於實務界的核心價值與領域競爭力。

多元智能理論點明，每一種智能均有其獨特接受、組織及記憶的方式，這不僅僅指出意義世界有多元的表現內涵，也隱含著每個人擅長從不同之多元智能的「管道」，去瞭解同一種知識的內涵，例如廣告或電影的競爭力，可以透過生活閱歷與實際製作累積，也可以系統性的從理論與學習中獲得，但兩者顯然涉及不同之獲取知識的「管道」。

生活閱歷與實際製作涉及的是藉由實務工作中「人際、體動覺」智能的管道，而系統性的理論則需要對理論中所涉及的「語文、邏輯」等智能有一定基礎與興趣，不同智能所展現之不同學習管道的差異，不僅涉及了不同的學習策略、不同的表現優勢，也涉及了不同的分工定位，當中所隱含的即是學術界與實務界的差異，這其實也就是「技職教育體系」與「高等教育體系」之間的差別。

（二）學生畢業後的職場發展如何？從學生就業表現探索核心競爭力：

近年畢業校友的就業分佈在哪些領域？其中與該科系直接相關的領域有哪些工作？在這些領域中，競爭力高低的差別在哪？與其他學校相同科系的畢業生相較？本校學生的競爭力有無不同？與其他領域科系相較，又有無不同？這些校友的表現與在校時的學習表現有無什麼關連？

二、領域核心競爭力與創造力之間有什麼關係？創造力指標可以具體反映在哪些核心競爭力的表現上？

釐清領域核心競爭力與創造力之間有什麼關係，不僅可以幫助我們在甄試選才、或創造力測試上掌握更清晰的原則，也可藉此檢視教學設計的內涵。由於任何知識與技能的學習，都涵蓋了「領域知識、創造力、智力」等眾多因素的影響，也牽涉到多元智能的綜合使用，因此這些錯綜複雜的現象，往往讓我們對於領域核心競爭力與創造力之間有什麼關連很不容易掌握。

大致說來，領域核心競爭力與創造力之間有什麼關係？可以從以下的脈絡中，逐漸勾勒出整個結構的輪廓：

(一) 從學生的學習表現來檢視創造力所扮演的具體角色：

學生學習表現的好壞是最具體的學習評量線索，當然學生的學習表現如何？與什麼叫做學習表現，是一體兩面相互建構的問題。但我們仍可以從許多傳統的評量結果或直觀的觀察，進一步找出更關鍵的創造力要素，並透過以下的線索，瞭解傳播領域所需要的特殊智能或創造力，整理與界定出核心競爭力的樣態：

1. 哪些課程或學習內容比較容易被學習？哪些比較不容易學好？為什麼？學習這些課程需要哪些特質或能力？
2. 哪些課程在教學上面臨了哪些問題？這些問題是單一個案？還是常年存在？除了「用功的態度」之外？哪些基本特質或能力會影響這些課程的學習表現？
3. 而從課程中哪些是知識性的學習？哪些是創造性的表現？學生在這兩方面的表現上差異性大不大？也可以瞭解領域知識和創造力兩者間的關連。

此外，相關的工作也可以用具代表性的傑出多個案進行分析，以數位該科系的傑出校友或學生在相關工作上的表現，進行特質調查，甚至也可以進一步以病理學還原（註 1）的原則，同時比對「適應不佳」的案例，瞭解其學習過程所遭遇的障礙中，反映出哪些特殊的思維或認知能力。

(二) 從「傳播理論」的學習來思考傳播所需的能力與創造力：

任何學門都有方法，學門內所規範出的方法，反映了大部分學門的知識特

質與所需的能力。傳播理論作為一般傳播領域入門的學科，可說也反映了大部份傳播專業所需的特質與能力，因此對傳播理論學習之具體內容的分析與歸納，也可以提供我們對於什麼是學習傳播所需的能力與創造力一個更清晰的輪廓。當中的問題包含了：什麼是傳播理論背後的價值與精神？為什麼要學習這些方法？如何才能學好傳播理論？學好傳播理論需要哪些獨特的認知技能？等問題。

另一方面，如果傳播訓練強調對客觀線索的全盤掌握，這種能力和歷史系提供的史學方法所強調的史料、遺跡、遺物的判讀與詮釋的能力、確認不同史料的真偽，或「文獻學」、「資訊圖書系的資訊管理」，在方法層次的訓練上又有什麼不同？藉由歷史、傳播等跨領域間的對照與比較，也可發覺傳播理論等知識中所隱含之傳播領域獨特的創造力特質。

此外，不管學習傳播理論或閱讀任何文本，其內涵都在於從片段、有限的線索中試圖拼湊出過去的具體圖像，具體的線索提供了一些節點，閱讀的工作則是建構出一張想像的「意義之網」，或描繪出這些節點之間所存在的某種模型，所以不管是從事傳播研究，或學習傳播理論，都是在對文本進行「意義之網」的建構。

三、如何測量創造力？這些特質或面向要如何才能被充分測量？如何用可觀察的事物進行創意的測試？

和其他社會科學領域相較，傳播領域的學習評量，雖然有較大的比例是採繳交作品、報告等「變通性評量」的方式，但如果我們不清楚如何更精準的去評量一個「作品、作業」背後所顯現的創意價值，這種「變通性評量」可能只是徒具形式上的意義而已。創意作品怎麼評量，可以從「什麼是好的作品，以及這個作品代表什麼」兩個面向來討論：

(一) 什麼是好的作品？

好的作品標準是什麼？除了在直覺上感覺其整體表現不錯之外，我們可以運用哪些更客觀、更系統性的標準去思考與評量這個作品到底好不好？

1. 處理複雜及評估問題的能力：創意的過程經常必須對多重不同的元素進行可能的組合，並在一連串快速短暫的互動過程中，判斷出最佳方案，一個好的創意作品除了需要掌握較純熟的特定技能之外，可能也必須發現其作品中展現了哪些處理複雜及評估問題的能力。
2. 創造性的問題解決過程涉及較多界定不清問題的處理：好的作品通常有較高的「包融性」，它協調了各種衝突的概念、或用某種特殊表現形式，詮釋了某些界定不清與較難界定的問題。

(二) 這個作品到底代表什麼？從作品評量中我們知道了什麼？

「作品」可以說是實作評量或真實評量的一種形式，作品審查與實作評量最大的差異，在於我們不能從頭到尾觀察學生完成創作的過程，而繳交單一作品的代表性更有限，尤其在甄試入學時，我們通常只能看到僅有的「一兩件」作品，因此常面臨的問題是，我們總想知道：這個作品的靈感到底是這個學生的「原生創意」，還是在某一機會找到適當的作品原形「模仿」來的？這個作品是不是偶一為之、曇花一現的現象？還是真的能代表他所具有的創作特質或潛能？

當然，另一個也很重要的問題是，如果入學甄試時收了這樣的學生，我們該教他什麼？能教他什麼？我們能更具體的瞭解他擁有什么？缺少什麼嗎？因此我們該如何進行教學設計？

如果我們不去深入理解他的創意過程，以系統性的方法去理解與分析，幾乎就沒辦法回答以上這些問題，進而也影響評量的薦別率。前文所述之創意的創作歷程理論無疑提供了我們更有系統性的方法，藉由創作品去發覺學生的創意潛能：

1. 準備期 (preparation)：包含前期的問題分析、定義及設定問題。我們可以從準備期的概念，更精準的掌握什麼是創作者的靈感，它應該包含個人有知覺的意識、教育、分析技巧及與問題相關的知識。
2. 啟發期 (illumination)：啟發就像“閃電”。這個時期是意念被表徵化的過程，從這裡我們可以更詳細的知道，他用了什麼策略，以及如何具體的將意念表徵為具體的創意文本。
3. 驗證期 (verification)：涉及評估、精煉及發展一個意念。較早評估自我的學生們都得到較高的創意評分，我們可以更具體的從發現問題的質和量、發現問題的的時機，瞭解創作者在驗證期的創作行為。
4. 創造性的問題解決涉及較多界定不清問題的處理：我們可以去瞭解，創作者的創作過程曾經出現過哪些「不易釐清」的問題？後來怎麼解決？是否經歷了「界定不清」問題的過程？如果創作者不能具體的回答，這個作品在「原生概念」上「有可能是抄襲」的、或「偶一為之」的成果。

另外，在創造歷程中，人們還必須不斷在發散與收斂思考的過程中找到新的、關鍵的解決方案，而例行性的問題解決則只在既有的解決方案中進行挑選。這告訴我們，我們可以問一問創作者在創作過程中解決了哪些問題？最重要的，為了解決這些問題，他曾提出哪些解決方案（發散性的思維），哪些方案被採用了？哪些又被捨棄了？（收斂性的思維）。創作者或許

不能全然的記住創造歷程，但比例上來說，能提出越多創作歷程經驗的創作者，顯示他越接近創作過程所產生之複雜性、發現問題的情境，同時這些創作者自我監控的能力也比較好，而自我監控也是創作歷程的重要指標。

總而言之，這些原則，不僅單單作為「作品」此類實作評量的標準，也可應用在紙筆測驗的評量上，作為更為系統化的判準原則，透過「創意要素分析、模擬情境，創作歷程陳述」的設計，好的紙筆測驗，同樣也能達到創意評量的效果。

伍、結論

創造力在當今教育中是一個充滿想像的用語，而在傳播領域裡，創造力也可說是傳播的核心競爭力，但創造力能不能教？怎麼教？創造力又該怎麼測？似乎仍停留在「眾生喧嘩」的階段，尤其在創造力尚未成為一門穩定的實證科學時，創造力的評量更陷入「統計顯著度」與「自由心證」兩派之間的拉扯。

事實上，創造力評量的意義絕非 0 或 100 之間的選擇，與其說創造力評量可以提供我們評量創意的高低，不如說創意評量再一次的讓我們去檢視傳播教育的內涵，或者說，創意評量是提供傳播教育反思的一種「取徑」。

在專業核心競爭力的打造上，「領域知識」與「創造力」兩者缺一不可的關係雖然早已獲得大家的共識，但大多仍將「領域知識」與「創造力」兩者視為獨立的兩個因素，認為「領域知識」提供的是核心競爭力的「素材」，而創造力則是組合這些素材的方法，將「領域知識」當作一個外在可以觀察與測量的變項，而「創造力」則被視之為個人內在不可掌握的能力。這些迷思，其實正是長年以來國內入學選才制度無法擺脫傳統紙筆測驗形式的主要原因。

事實上，如果我們深入分析領域知識的學習所涉及的認知歷程，就可以很清楚的看到，領域知識的學習也需要創造力，它必須藉由「領域特定方法」或「認知機制」才能達成，這些特定方法背後所展現的「認知基模」、或「多元智能」，其實也是一種創造力的要素。

因此，「創造力」和「領域知識」不應被視之為專業競爭力中兩個「相互獨立」的要素，而應被視為一種「思維形式」與「思維內容」相互建構的跨符號關係（參見趙雅麗，2006）。因此，只要深入解構與重構「領域知識的內容」與「創造力的形式」兩者所具有之「思維形式」與「思維內容」相互建構的關係，即使在傳統的紙筆測驗中，也可以清楚的找到創造力評量的線索。

(註 1) 病理學還原的精神就是透過對病人與病例的了解，還原出許多我們日用而不知的身體潛能，病人所缺乏的正是正常人所擁有的，只不過常人往往忽略了它的重要性，因此，透過對病人的研究，可幫助我們更深入的了解自我。

參考文獻

英文文獻

- Barton, J. & Collins, A.(1993). Portfolios in teacher education. *Journal of Teacher Education*,44(3), 200-210.
- Beghetto, R. A., Plucker, J. A. & MaKinster, J. G.(2001). Who studies creativity and how do we know? *Creativity Research Journal*, 13(3/4), 351-357.
- Brophy, D. R.(2001).Comparing the attributes, activities, and performance of divergent, convergent, and combination thinkers. *Creativity Research Journal*, 13(3/4),439-455.
- Bruner, J.(1962). The conditions of creativity. In H. Gruber, G. Gerrell, & M. Wertheimer (Eds.).*Contemporary approaches to creative thinking* (pp.1-30). New York: Atherton.
- Csikszentmihalyi, M.(1996). *Creativity : flow and the psychology of discovery and invention*. New York : Harper Collins Publishers.
- Fasko, D.(2001). Education and creativity.? *Creativity Research Journal*, 13 (3/4),317-327.
- Gagné, F.(2004). Transforming gifts into talents: The DMGT as a developmental theory. *High Ability Studies*, 15(2), 119-147.
- Garcia, G.E., & Pearson, P.D. (1994). Assessment and deversity. In L.Darling-Hammond (Ed.), *Review of Research in Education*, 20, 337-391.
- Gardner, H. (1993). *Multiple Intelligences: The Theory in Practice*. New York: Basic Books.
- Gardner, H. (1999). *The Disciplined Mind: What All Students Should Understand*. New York: Simon & Schuster.
- Gibson, H.(2005). What creativity isn't the presumptions of instrumental and individual justifications for creativity in education. *British Journal of Educational Studies*, 53(2), 148-167.

- Gluck, J., Ernst, R. & Unger, F.(2002). How creatives define creativity: Definitions reflect different types of creativity? *Creativity Research Journal*, 14(1), 55-67.
- Guilford, J. P. (1950). *Creativity. American Psychologist*, 5,444-454.
- Guilford, J. P. (1967). *The nature of human intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Guilford, J. P. (1975). Varieties of creative giftedness, their measurement and development. *Gifted Child Quarterly*, 19, 107-121.
- Hausman, C. (1984). *Discourse on novelty and creation*. Albany: State University of New York Press.
- Herman, J. L., Aschbacher, P. R. & Winters, L.(1992). *A Practical Guide to Alternative Assessment*. Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development.
- Jenlink, P.(2004).Education, social creativity, and the evolution of society. *The Journal of General Evolution*, 60(3)225-240.
- Kibler, R.J., etal, (1978). *Objectives for instruction and evaluation*. (2nd ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Lindqvist, G.(2003). Vygotsky's theory of creativity. *Creativity Research Journal*, 15(2/3), 245-251.
- Linn, R.L. & Ground, N. E.(1995)*Measurement and Assessment in Teaching* (7th Ed.).Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of human communication* (7th ed.).Belmont, CA: Wadsworth.
- Lubart, T. I.(2001). Models of the creative process: Past, present and future. *Creativity Research Journal*, 13(3/4), 295-308.
- Mace, M. & Ward, T.(2002). Modeling the creative process: A grounded theory analysis of creativity in the domain of art making. *Creativity Research Journal*, 14(2),179-192.
- MacKinnon, D. W.(1962).The nature of nurture of creative talent. *American Psychologist*, 17,484-495.
- Mooney, R. L.(1963).A conceptual model for integrating four approaches to the identification of creative talent. In C. W. Taylor & F. Barron (Eds.). *Scientific creativity: Its recognition and development* (pp.331-340). New York:Wiley.
- Mumford, M. D.(2001). Something old, something new: Revisiting Guilford's conception of creative problem solving? *Creativity Research Journal*, 13(3/4),267-276.

- Mumford, M. D.(2003). Where have we been, where are we going? taking stock in creativity research ? *Creativity Research Journal*, 15(2/3),107-120.
- Neisser, U. (1967). *Cognitive psychology*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Perkins, D.(1981). *The mind's best work*. Cambridge, MA:Harvard University Press. Publishers.
- Renzulli, J. S. (1986).The three-ring conception of giftedness: A developmental model for creative productivity. In R. J. Sternberg & J. E. Davidson (Eds.), *Conceptions of giftedness* (pp.332-357). N.Y.: Cambridge University Press.
- Resnick, L. B., & Resnick, D. L. (1991). Assessing the thinking curriculum: New tools for educational reform. In B. R. Gifford & M. C. O'Connor (Eds.), *Future assessments: Changing views of aptitude, achievement, and instruction*. Boston: Kluwer.
- Runco, M. A., & Chand, I.(1995).Cognition and creativity. *Educational Psychology Review*, 7, 243-267.
- Spearman, C.(1927). *The abilities of man*. N.Y.: Macmillan.
- Sternberg, R. J. (1999). *Handbook of Creativity*. N.Y.: Cambridge University Press
- Sternberg, R. J. & Grigorenko. E.L. (2000-2001). Guilford's structure of intellect and model of creativity: Contributions and limitations. *Creativity Research Journal*, 13(3 & 4), 309-316. Hillsdale, N. J.:Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Sternberg, R. J.(1985). A three-facet model of creativity. In R. J. Sternberg (Ed.). *The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives*(pp.125 -146). Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Stokes, P. D.(2001). Variations on Guilford's creative abilities? *Creativity Research Journal*, 13(3/4), 277-283.
- Taylor, C. W.(1988). Various approaches to and definitions of creativity. In R. J. Sternberg (Ed.). *The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives* (pp.99-121). Cambridge: Cambridge University Press.
- Torrance, H. (1995). *Evaluating authentic assessment: Problems and possibilities in new approaches to assessment*. Buckingham: Open University Press.
- Valencia, S.W. (1990). A portfolio approach to classroom reading assessment: The Whys, whats, and hows. *Reading Teacher*, 43, 338-340.
- Vincent, A. S., Decker, B. P. & Mumford, M. D.(2002). Divergent thinking, intelligence, and expertise: A test of alternative models? *Creativity Research Journal*, 14(2),163-178.

- Voneche, J.(2003). The changing structure of Piaget's thinking: Invariance and transformations. *Creativity Research Journal*, 15(1), 3-9.
- Wallas, G.(1926). *The art of thought*. New York: Harcourt.
- Weisberg, R. W.(1995). Prolegomena to theories of insight in problem solving: A taxonomy of problems. In R. J. Sterber & J. E. Davidson(eds). *The nature of insight* (pp.157-196). Cambridge, M.A.: MIT Press.
- Weisberg, R. W.(1999). *Creative and Knowledge: A challenge to theories*. In R. J. Sterber & J. E. Davidson(eds). *The nature of insight* (pp.226-250). Cambridge, M.A.: MIT Press.
- Wertheimer, M.(1945). *Productive thinking*. New York: Harper & Brothers.
- Wiggins, G. P. (1993). *Assessing student performance: Exploring the purpose and limits of testing*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.
- Wiggins, G. P. (1998). *Educative assessment: Designing assessments to inform and improve student performance*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Wiggins, G. P., Jay McTighe (1998). *Understanding by Design*. Alexandria, VA, Association for Supervision and Curriculum Development.
- Wolf, K. (1992).Portfolios assessment: Sampling student work. *Educational Leadership*, 17(1), 30-39.
- Worthen, B. R., Sanders, J. R., & Fitzpatrick, J. L. (1997). *Program Evaluation-Alternative Approaches and Practical Guidelines* (2nd ed.). N.Y.: Longman.
- Young, J.(1985). What is creativity? *Journal of Creative Behavior*, 19(2), 77-87.

中文文獻

- 陳世敏（2000）。〈傳播學入門科目的現實與理想〉，《新聞學研究》，65：1-18。
- 陳昭儀、陳琦、章素華譯（1995）。《瞭解創意人》。台北：心理出版社。（原書：Oirto, J. (1992). *Understanding those who create*. Ohio Psychology Press.）
- 趙雅麗(2005)。〈認識的困境與結構：傳播學門之自我認同的病理學還原探索〉，《新聞學研究》，84：119-162。
- 趙雅麗(2006)。〈跨符號研究：「結構 / 行動」交相建構中的傳播巨型理論藍圖〉，《新聞學研究》，86：1-44。
- 鄭昭明（1997）。《認知心理學：理論與實踐》。台北：桂冠圖書公司。

淡江大學文學院 年度創意大賽企畫書徵選 評選說明

一、評選說明：

勇於創新，才能帶動組織脫離舊習與僵滯！校園的創新能量，則來自於創意眼光對現有體制的檢視與思考！創意校園中最重要的工作，在於引發一種由下而上的創意改造意識、創意改造性活力，進一步形成「由下而上」的創造性力量與創造性文化。

一個創意校園持續改造與創新的泉源，需要以高創意的方式，促成師生不斷共同思考，包括如何對體制進行幽默的創意批判、如何建置激發創意的環境、如何設計更有創意的教學教法、如何促進組織溝通的流暢、如何增進學術與專業的往來交流等等……。

2006 年淡江大學「瘋潮_創意比搞」創意大賽，倡議針對校園中各式各樣的人事地物進行創意改造發想。該活動最後徵集了各院系計 200 件校園改造的創意作品，全面涵蓋創意校園改造的原創想法，而相關活動設計，如超過 6 萬人次點閱的活動網站、校園造勢的「蜂潮大遊行」以及「Bee-Crazy 創意大賽頒獎晚會」等，也為淡江帶來了「四月瘋創意」的一波波高潮。

2007 年，淡江的創意大賽該如何在過往的基礎上，拓展創意與創新的文化？如何更進一步全面發掘校園中潛藏的創意學生種子？如何引導淡江學生在思維上對「創意」與「創新」兩個概念有所想像與體認？如何讓學生的創意發想，成為促進校內創意文化與創新社群的動力？如何藉學生對生活環境的觀察與創意，促進淡江與淡水社區之間的互動、增加學術機構與社區營造間高創意的連結？

期望透過本次「淡江大學 2007『年度創意大賽』」企畫案的徵求，讓淡江能在不斷的創新思維中前進，成為一所因創意而具有無限創新動能的創意學府。

二、工作內容：

本企畫案內容包括創意活動競賽之舉辦、活動網站之建置及創意作品之選拔等。詳細說明如下：

- (一)設計競賽精神、主題、比賽辦法之設計，籌辦與執行。(含邀請評審進行評選工作，以及研發創意比賽示範作品(參賽範例)。
- (二)宣傳造勢企畫(至少包含一個動態活動(如全校性與社區的宣傳遊行活動)、相關授課教師的理念溝通、新聞發稿、虛擬活動宣傳準備與執行…等)。
- (三)宣傳海報設計與活動主題徽誌之製作。

(四)活動子網站設計與建置(包含作品展示、討論區、投票區、管理區等機制),並應說明網站內容管理方式。

(五)頒獎晚會企劃。

三、 **工作期程**：自結果公佈次日起迄 2007 年 5 月 15 日止。

四、 **提案資格**：文學院創意學習與創新產學中心企劃學生助理，均得自組團隊參加，每組團隊人數至少 4 名，至多無上限。

五、 **辦理經費**：本案經費依指定金額為上限。比稿團隊須於企畫書內加以估列所需經費之明細表。

六、 **評選方式**：

(一)評選項目：由創意學習與創新產學中心就參加徵選所提企畫書進行審查，企劃書評選所考慮的項目，包含企畫之可行性(含對活動宗旨與目的掌握度，活動內容設計之可行性、創新性、完整性，效果的掌握度，宣傳企劃及活動週邊規劃的適切性，撰寫內容的清晰度等)以及預算編列的合理性。

(二)分為兩個階段評選：

1. 第一階段於 2007 年 1 月 30 日舉行，本階段佔總分 40%，其中，企畫的可行性與創新性佔 70%，整體執行規劃佔 30%。
2. 第二階段於 2007 年 3 月間舉行，本階段佔總分 60%，其中，企畫的可行性與創新性佔 50%，整體執行規劃佔 50%。

七、 **企畫書撰寫方式**：

以 A4、橫書、左側裝訂，附封面、目錄頁及頁碼格式繳交紙本 1 份及電子檔。詳細計畫書內容須包含：

壹、計畫目的

貳、計畫特色

參、辦理項目

一、競賽精神、主題、比賽辦法。

二、宣傳造勢企畫。

三、宣傳海報設計與活動主題徽誌之製作。

四、活動子網站設計與建置。

五、頒獎晚會企畫。

(各辦理要項說明並包含以下事項)

1. 實施時間

2. 實施地點

3. 實施對象及方式

4·實施步驟

肆、預期效果

伍、評量方式

陸、工作團隊及分組

柒、執行進度及工作分配表

捌、經費預算表

註：

1. 本次比案設計理念：
 - A. 重視創意分享的精神。
 - B. 培養單點創意產出後，仍能持續創新與不斷創新所具有的競爭力。
2. 最終比案勝出團隊為本案專案執行團隊，並從中互推產生專案執行長 1 名，其餘各隊企劃助理統整進入本專案執行團隊，共同接受文學院管理團隊指導，負責本專案的修訂與執行。

附件七 創意大賽企畫競稿影像記錄

一、學生團隊企畫競稿實況



「宮燈創意祭」提案



「玩校嘉年華」提案

二、企畫案比稿評審（包括校外創意顧問、教師代表、校內學生代表）



企畫案比稿評審：

宋雪芳老師 資圖系副教授兼系主任
黃繁光老師 歷史系教授兼系主任
吳怡國老師 大傳系副教授兼系主任
黃新凱先生 資深廣告公司創意總監·自由創意人
王翊蓁助教 資傳系媒體實驗室助理
校內學生代表（大傳研究所林婉菁、中文系徐承立、資傳系蘇于寬）

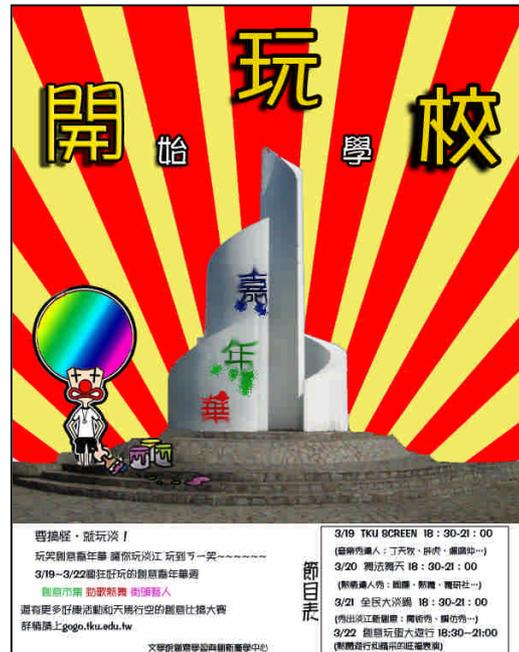
創意大賽企畫過程指導人員：

趙雅麗院長（校內指導老師）
王慰慈老師（校內指導老師）
王冠斐先生（校內指導老師）
趙又慈小姐（校內指導老師）
黃新凱先生（校外專家）
趙子川先生（校外專家）
蔡珊珊小姐（校外專家）

三、獲勝企畫：玩校嘉年華——開始玩學校



LOGO



海報設計



網站設計示意

2007 創意瘋潮大賽—開始玩學校—比賽辦法

淡江對學校的期許該在何處大聲宣讀？快用“創意”好好地“玩”學校吧！讓淡江人源源不絕的創意想像，為淡江打造豐富的創新意象！

一、主辦單位：淡江大學文學院 創意學習與創新產學中心(簡稱「創意中心」)

二、參加對象：淡江大學在學學生

三、組隊方式：個人或團隊方式均可，同一個人或團隊均可投稿多件作品，有想法就丟，沒有投件數量的上限，歡迎踴躍投稿！

四、比賽時間：

1. 報名收件：96年3月19日 - 96年3月31日止(17:00以前)。
2. 網路票選：96年4月09日 - 96年4月15日止。

五、比賽主題：

參賽者可由下列三個組別中任選參賽主題：

1. 創造淡江新節日

許多學校都擁有自己的傳統節日，例如：師大有西瓜節…優秀的淡江怎麼可以沒有呢？！你來幫淡江創造一個專屬的新節日吧！讓它變成淡江的傳統、淡江的特色、代表淡江人的精神。

2. 打造淡江創意新角落

淡江只能是現在的樣子嗎？一點巧思，改變環境氛圍！用你的創意來裝扮一個別有情趣的淡江吧！

3. 其他自選主題

凡是與淡江有關的「人事時地物」、不論「食衣住行」的主題，只要你認為可以發想、顛覆、改造、創造的，都可以在本次大賽宣讀你的創意！

六、參賽方式：

1. 到 Go 創意 <http://gogo.tku.edu.tw>，從《2007 創意瘋潮大賽》〈我也要玩〉下載 [比賽辦法](#)及 [報名表](#)並詳細閱讀。
2. 把腦子裡對比賽主題的創意點子，用幾百字酷炫地寫下來，填進報名表！並儘可能加張圖片。
3. 把報名表（含創意玩人基本資料及創意構想）連同圖檔 email 到 gogo@mail.tku.edu.tw，主旨寫明「作品名稱」及「參加創意大賽」字樣！

4. 報名資料寄出後，如果你在三個工作天內沒有收到確認通知，請趕快和文學院「創意中心」聯絡(02)2625-9479，以免影響你的權益喔。

七、獎項及獎品：

獎項包含前三名、佳作、網路票選超級人氣獎、參加投票獎等。

第一名：1名，可得創意大師簽名獎狀乙紙，獎金 10,000 元整。

第二名：1名，可得創意大師簽名獎狀乙紙，獎金 6,000 元整。

第三名：1名，可得創意大師簽名獎狀乙紙，獎金 3,000 元整。

佳作名：5名，各得創意大師簽名獎狀乙紙，獎金 1,000 元整。

人氣獎：1名，可獲超值神秘禮物乙份。

投票獎：10名，凡參與本競賽網路投票的淡江人，均有機會獲得驚奇禮物乙份。

※ 所有得獎者，必將得到親友羨豔的目光！！

八、評選方式：

1. 全校網路票選：所有參賽作品將統一於 Go 創意(<http://gogo.tku.edu.tw>) 《2007 創意瘋潮大賽》〈別人玩什麼〉中呈現，並開放全校師生票選心中最佳的創意點子！票數最高的就是今年的人氣獎得主。
2. 專業評審：本競賽將由本校創意教師與產業界創意專家組成專業評審團，針對作品的創新性、趣味性、可行性等條件進行「初選」及「決選」兩階段的評選；
 - A. 初選：評審意見佔 80%，網路人氣佔 20%。
 - B. 決選：由校外專業評審針對稿件進行審查。

九、得獎結果公告：

1. 初選入圍：96年4月20日於 Go 創意網站公告初選入圍名單，所有入圍者均得出席頒獎晚會。參賽作品獲選入圍時，同步成為創意中心執行後續「圓夢計畫」的入圍名單。
2. 頒獎晚會：96年5月16日。凡入圍者應出席頒獎晚會，最終獲獎名單將於頒獎晚會上現場公佈並頒獎。競賽結果及投票獎得獎名單則自5月21日起，公告於 Go 創意網站及校內相關媒體。

十、其他注意事項：

1. 參賽同學可先瀏覽 Go 創意(<http://gogo.tku.edu.tw>) 《2006 瘋潮創意比搞》的參賽作品，避免投寄與前屆參賽者相同的淡江改造創意。
2. 參賽作品將不予退回，敬請自行留底。作品寄出前，請詳細檢查報名表內容，主辦單位收件後概不接受修改或抽換內容。
3. 所有參賽作品須無條件授權全部內容供主辦單位做競賽相關之內容公開展示、修改及宣傳報導等使用。
4. 參賽作品內容若涉及猥褻、暴力、色情、毀謗等違反善良風俗的行為，主辦單位有權逕行寄發通知取消參賽者資格，參賽者並須自負相關法律責任。

5. 參賽作品內容應未曾公開發表並遵守我國著作權相關法律；若涉及抄襲、違反著作權法、一稿多投、自行發表等違紀行為，主辦單位有權於查證屬實後逕行取消參賽資格，得獎者並得取消其資格並追回獎勵。
6. 本辦法若有未盡事項，主辦單位保留所有解釋的權利。

2007 創意瘋潮大賽—開始玩學校—參賽報名表

這份報名表一共有 2 頁，含「創意玩人基本資料」及「創意構想」兩部份，請詳實填寫。未完整填寫者，主辦單位得視為未完成報名手續。填好的報名表連同圖檔，請以附加檔案的方式，在 3 月 31 日 17:00 以前，以 Email 寄至活動收件信箱 gogo@mail.tku.edu.tw。郵件主旨請填入「作品名稱」及「參加創意大賽」字樣，方便主辦單位知道你來玩囉！每個同學都可以投寄多個不同的創意作品，沒有報名數量的限制，儘量玩！！Enjoy!

一、創意玩人基本資料 (請務必填入找得到你的聯絡資料！)

報名組別	<input type="checkbox"/> 1.創造淡江新節日 <input type="checkbox"/> 2.打造淡江創意新角落 <input type="checkbox"/> 3.其他自選主題					
作品名稱						
作者暱稱	本欄作者暱稱將在大賽網站列出，可使用化名					
作者資料 會得獎的同學，一定要仔細填喔！	編號	真實姓名	系級	學號	聯絡電話	Email
	1					
	2					
	3					
	4					
	5					
(團隊參賽請填入所有參與的成員資料，本表不敷使用時，請自行增加欄位。)						
填表日期	96 年 月 日			報名截止日期：96 年 3 月 31 日 (17:00 以前)		

下頁續

接上頁

作品編號（由主辦單位填寫）：2007_____

二、**創意構想**（後面有填表說明可以參考，你也可以到《創意瘋潮大賽》〈就醬玩〉裡面看範
例 <http://gogo.tku.edu.tw/2007/example.htm>。）

報名組別	<input type="checkbox"/> 1.創造淡江新節日 <input type="checkbox"/> 2.打造淡江創意新角落 <input type="checkbox"/> 3.其他自選主題
作品名稱	
導 言	
文字敘述	
插 圖	<input type="checkbox"/> 有，檔名： _____ .jpg / .gif <input type="checkbox"/> 沒有

【創意構想填表說明】

1. **報名組別**：請填入你玩的分組類別，未填類別的作品將由主辦單位決定分類。
2. **作品名稱**：請幫你的創意點子，取一個 20 字以內又炫又響亮的名字。
3. **導 言**：導言要能吸引注意，讓淡江人願意繼續閱讀你的構想內容，所以必須簡短有力又誘人！你可以快速說明構想產生的原因，以及作品的創意特色或目的，最好不超過 100 個字。
4. **文字敘述**：這段可以使用約 200-800 字的篇幅具體說明你的創意構想，建議內容可包括：「構想的名稱」、「構想執行的時間／空間」、「構想的執行方式」以及「預期效果」等。
5. **插 圖**：你可以用一張圖像來輔助呈現你的作品概念。圖像請先電子化，檔案格式限定為.jpg 或.gif，考慮網路呈現速度，檔案不應大於 500KB。參賽者可自行評量作品是否附圖。



開始玩學校

2007 創意瘋潮大賽

玩什麼？

想怎麼玩，就大膽放手去玩！2007年最酷最炫的創意瘋潮，就是「開始玩學校」：不管是為淡江打造創意新節日，還是想把商館漆成瘋狂money money牆，只要你敢玩學校，淡江開始任你玩！

怎麼玩？

1. 3/19起至3/31日止，個人或團隊只要「標題」+「文字敘述」(800字以內)，說明你的創意構想，詳情請上創意瘋潮「開始玩學校」活動網站「<http://gogo.tku.edu.tw/>」參考相關說明，就可以開始來玩啦！
2. 首獎10,000元，獎金高、獎額多，加上創意大師親筆簽名的獎狀，得獎的創意構想還可能獲得圓夢的機會喔！

淡江大學文學院 創意學習與創新產學中心 <http://gogo.tku.edu.tw>

創意大賽海報



宣傳活動實況



大汽球宣傳遊行



2007 創意瘋潮大賽「開始玩學校」入圍作品 決選評審表

流水號	編號	投稿分類	作品名稱	
1	A003	創造新節日	淡江粉絲節	
2	A013	創造新節日	淡江捲筒節	
3	A023	創造新節日	花燈節	
4	A040	創造新節日	今天我是男/女生	
5	A045	創造新節日	淡江森林『十年樹木，百年淡江』	
6	B006	創意新角落	學生人型看板	
7	B008	創意新角落	教室五燈獎	
8	B010	創意新角落	將驚聲廣場改建成球形玻璃帷幕劇場	
9	B018	創意新角落	注意行人	
10	B022	創意新角落	淡大時刻表	
11	B027	創意新角落	站在巨人的肩膀上	
12	B028	創意新角落	就是哈拉報時機	
13	B032	創意新角落	創意系館垃圾桶	
14	B039	創意新角落	想像具體化-打造新門牌	
15	B041	創意新角落	走過克難，走過淡江	

流水號	編號	投稿分類	作品名稱	備註
16	B052	創意新角落	大圖輸出	
17	B053	創意新角落	給小麥一個招牌	
18	B055	創意新角落	海豚飲水機	
19	B057	創意新角落	一股海洋”位”兒	
20	B060	創意新角落	淡江炮台	
21	B068	創意新角落	鏡中魔法	
22	B085	創意新角落	跟蹤路燈	
23	B086	創意新角落	玩美，就是這麼簡單！	
24	B087	創意新角落	電影底片捲心	
25	B097	創意新角落	行動錄音室——蛋捲舖蓋趴趴走	
26	B099	創意新角落	上廁所的同時，你幽默了嗎？	
27	C001	其他	世界和平許個願	
28	C010	其他	克難坡鐵人三項!!!	
29	C017	其他	創意鐘聲	
30	C019	其他	塗寫淡江新歷史	

校內初選評審：

高柏園老師	中文系教授兼行政副校長
趙雅麗老師	大傳系教授兼文學院院長
黃繁光老師	歷史系教授兼系主任
宋雪芳老師	資圖系副教授兼系主任
吳怡國老師	大傳系副教授兼系主任

校外評審決選：

黃新凱先生	資深廣告公司創意總監・自由創意人
王彥鎧先生	我是大衛廣告公司執行創意總監
花柏容先生	臺灣電通廣告公司創意總監

2007 創意瘋潮大賽 開始玩學校 創意玩人 大公開

名次	作品名稱	作者姓名(系級)	獎項
第 1 名	<u>教室五燈獎</u> (改造淡江舊角落)	陳文珺(產經三 A)	創意大師簽名獎狀乙紙，獎金 10,000 元整。
第 2 名	<u>今天我是男/女生</u> (創造淡江新節日)	林佳吟(大傳四)	創意大師簽名獎狀乙紙，獎金 6,000 元整。
第 3 名	<u>學生人型看板</u> (改造淡江舊角落)	陳維信(大傳二) 陳冠樺(大傳三) 涂仕婷(大傳四)	創意大師簽名獎狀每人乙紙，獎金 3,000 元整。
佳作	<u>就是哈拉報時機</u> (改造淡江舊角落)	蔡瑋哲(中文 2A)	創意大師簽名獎狀乙紙，獎金 1,000 元整。
佳作	<u>創意系館垃圾桶</u> (改造淡江舊角落)	吳珮嘉(大傳系)	創意大師簽名獎狀乙紙，獎金 1,000 元整。
佳作	<u>行動錄音室——蛋捲舖蓋趴趴走</u> (其他創意)	陳貝宇(大傳二) 林宛靜(大傳二) 孫筱婷(大傳二) 吳家彤(大傳二) 林世君(大傳二)	創意大師簽名獎狀每人乙紙，獎金 1,000 元整。
佳作	<u>克難坡鐵人三項!!!</u> (其他創意)	黃俊銘(大傳一) 廖思承(大傳一) 薛瑜臻(大傳一)	創意大師簽名獎狀每人乙紙，獎金 1,000 元整。
佳作	<u>塗寫淡江新歷史</u>	陳映宇(資工四 D)	

2007 創意瘋潮大賽 開始玩學校得獎作品

第一名 教室五燈獎

作者-烏龍綠

(改造淡江舊角落)



教室五燈獎，看哪個老師上課可以獲得滿燈!

廢掉麻煩的教學評鑑吧!

每次到了期末，又是要忙著給每個老師教學評鑑的日子!常常想要給低分卻又覺得老師可憐，不然就是怕老師會追到是誰給低分的，常常做的心驚膽跳作還還是草草給老師很高分了事...

辦法就是在每間教室裝設歌唱節目裡面的那總分數燈!學生桌上也都有匿名投票鈕!每次下課就開始匿名按燈，黑板旁的分數燈就開始往上跑，搭配緊張的音樂，老師就可以知道這次表現分數了!分數連線到教務處，作為以後的總分考量!出現滿分更有恭喜輕快的的音樂旋律出現!配合全班的掌聲!集滿數次更可以得到學校的研究補助獎金!

不只作為老師的得分紐，當老師問還有誰不懂時，此時學生一定都不敢舉手，沒關係!只要匿名按下投票燈!馬上就可以知道全班有多少同學不懂了!一舉兩得的教室分數燈是教室非裝不可的設備!

2007 創意瘋潮大賽 開始玩學校得獎作品

第二名 今天我是男/女生 (打造淡江新節日)



作者-中中

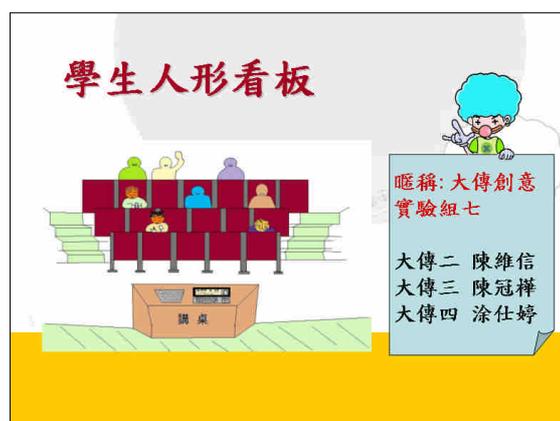
淡江大學裡的同學們，可以透過節日體驗不同的性別角色，打破日常生活中的性別禁忌(例如：可光明正大的走進男/女廁)

男生和女生要在這天互換性別，用一天的時間體驗對方的日常生活。

- 一、活動時間：每年的 5 月 10 號 (夏天變裝，變裝效果較明顯)
- 二、活動目的：經過一天的活動，讓同學們能了解自己的性別在對方眼中是什麼樣子，彼此認知是否有很大的落差，以促進淡江大學內的兩性平等。
- 三、活動方式：
 1. 男同學裝扮成女生、女同學裝扮成男生到學校上課，並可參加晚間的「Call Me Queen and King – 舞王舞后生死鬥」的選拔賽。
 2. 男生和女生都必須一整天把自己想像成對方，說話、語氣、肢體動作，都必須做出自己印象中的男/女生樣子。
 3. 全校同學這天必須到不同性別的洗手間上廁所，男同學更可以深刻的感受女廁的不方便及髒亂。
- 四、Call Me Queen and King –舞王舞后生死鬥：
 1. 5 月 10 號晚間的大型活動，有性別變裝的同學便可參加此舞會。參加的人並可投票選出自己心目中的 Queen 和 King。
 2. 舞會中安排「告白舞台」，穿著性別變裝的同學，向心愛的人告白。
 3. 舞會最後會選出 Queen(男生)、King(女生)，他們可以得到紀念皇冠及獎金，並可風光一整年。

2007 創意瘋潮大賽 開始玩學校得獎作品

第三名 教室人型看板 (改造淡江舊角落)



作者-大傳創意實驗組七

大學生通常會翹掉早上 1.2 節，又濕又冷的天氣也懶得上課，此時教室小貓兩三隻，老師感到失落又無力。

因某些因素，只有很少的同學來上課，教室都空蕩蕩的，在不同的座位上設計不同造型的人型看板，可以讓教室看起來更有活力，而人型看板也可以當成學生的靠背調整坐姿。

如果經費足夠的話，可以嘗試進階版，就是將這些人型看板將樁發聲系統，老師可以將上的想發問的問題或答案透過講桌上的電腦控制輸入系統，這樣老師就不用常常自己唱獨角戲，只要一個按鈕，這些「代課學生」就會回應老師，甚至可以發出掌聲或其他罐頭音效。

這些人型看板除了是一種裝置藝術，也是老師上課用的輔助工具。



「開玩笑大學」的「笑長」和「副笑長」是頒獎晚會的甘草人物，並負責頒獎進行的主持工作



前三名得獎學生與美麗的張校長合影



佳作得獎學生與馮學術副校長合影



入圍者大合照，看得出來這個晚會讓校長、副校長和所有師長同學都開心極了！



文學院創意前線 2007 創意瘋潮大賽活動執行團隊



「創意是矛、知識是盾」

--創意中心 LOGO 的設計精神與概念

淡江大學文學院創意學習與創新產學中心 LOGO



2007 年創意瘋潮大賽入圍紀念章

這個瘋潮創意大賽的徽誌，主要取用文學院「創意學習與創新產學中心」（簡稱「創意中心」）的 LOGO 設計，它以極富中國元素的成語典故與視覺表現，用具體矛與盾的意象隱喻，說明創意中心所強調之「創意與知識」兩者對立又互補，並從彼此「異同競合」的循環，湧現生生不息之創新泉源。

在講求創新的年代，創意往往被實務者無限上綱成爲競爭力的唯一要素，但往往忽略了，沒有知識作基礎的創意，其實是脆弱與空洞的，這如同「有矛沒有盾」的戰士一樣，雖然招招凶猛，卻處處破綻，而只攻不守，更無法持久容易疲態畢露。但另一方面，知識則被學院視之爲亙古不移的唯一典範，但沒有創意加值的知識，其實無法發揮知識的影響力，這將如同「有盾沒有矛」的士兵一般，「守成有餘」但卻難有顯著的突破。因此，「創意是矛、知識是盾」，「創意與知識」是創新戰場上攻城掠地的兩大武器，只有「創意與知識」兼具才能在創新競爭領域中攻守兼備、攻無不克。



圓夢計畫評審會議

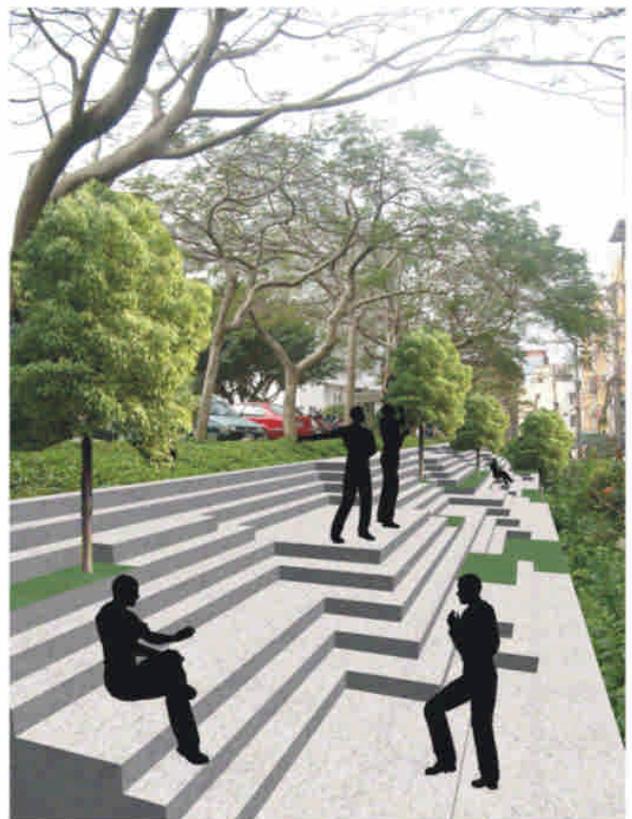
列入圓夢評估作品：相約大學城

(創意類型：校景改造)

(建築系·林雨寰·2006 創意大賽入圍作品)

大學城的階梯平台等，不見不散。

每到上下課時間，大學城都是擠的水洩不通，尤其是連接校內外的橋，中午的時候，很多同學都約在橋的附近要一起去用餐，有時還沒想好，所以就踏著緩慢的步伐，邊走邊想，而大學城本身巷子就不大，根本容納不下那麼多人，同學們更是沒什麼地方可以等待、相約，每次上下課時間就要很擠著排隊，等待通過，這個校內外的介面，就好像三不管地帶一樣，大家就只是想快速通過，有了這個階梯平台，同學們就多了些等待、聊天的空間，可以約在那邊，坐在大樹下，聊聊天、討論課業，亦是約會的好地方。



淡江大學文學院 95 學年度創意學院計畫
創意圓夢計畫第一次審查討論會

時間：2007 年 1 月 21 日 14:00-16:00

地點：淡江大學 文學院創意學習與創新產學中心

主席：文學院院長 趙雅麗

出席：

黃新凱先生 (自由創意人·廣告公司資深創意總監)

張正芬小姐 (三立電視台副總經理)

謝馨慧小姐 (奧美公關顧問公司行銷公關事業部總經理)

王冠斐先生 (文學院創意學習與創新產學中心研究員)

記錄：趙又慈

簽到：
黃新凱
謝馨慧
趙雅麗
王冠斐

議程：

- 一、 主席致詞(略)
- 二、 與會評審介紹(請參閱出席名單，詳細介紹略)
- 三、 淡江大學文學院創意學院計畫及創意圓夢計畫介紹

淡江文學院是淡江校園帶動創意文化與風氣的火車頭，也是獲得 95 年度教育部大專校院推動創意學院計畫獎助的十八所院校之一。我們所成立的「創意學習與創新產學中心」，一面積極研發文化创意產業的產學創新合作模式，一面則在校內籌組學生團隊，運作創意訊息平台、辦理各類創意活動來營造淡江校園的創意文化。

事實上，一個深具「創意文化」的校園，不僅只是視覺空間上的創意氛圍營造，更重要的是激發學生創意想像的工作，而其執行環節囊括了「創意發想的徵集、創意改造的實驗、創新過程的實習、創意構想的實現、創意地標的建造」等豐富的內涵。

95 年春天，「創意學習與創新產學中心」為引發全校學生對「創意」與「創新」的關注，舉辦了一場「瘋潮--創意大賽」，對校內同學徵集與淡江或淡水有關的創意發想或創意改造的點子。短短二週即募集了淡江學子產出的 200 多個創意點子。經過校內教師初選 33 件入圍作品(<http://gogo.tku.edu.tw/race.asp>)後，再由多位國內廣告界的資深創意總監評選出最具創意的三名得獎者。

在創意大賽的過程中，我們看到學子發揮創意改造生活的種種想像，也看見學生以創意挑戰課程的教學教法，甚至運用幽默感，創意地表達對體制的另類思考！展現了校園內由下而上的創造力，也提供了我們期待的創意文化源頭。

「創意圓夢」計畫即是這股「校園創意文化」的延伸，立意在延續學生對校園進行創意改造的習慣與熱情，讓原生於學子的創意發想，能在創意企畫專家的輔助修潤後，轉換成堅實可行的方案，進而落實成為校園創新精神的地標或實踐

案例。「創意圓夢」計畫同時強調讓學生親身參與創意點子從發想、精塑到行動實踐的過程，並在過程中體驗如何「用創意的方法，實現創意的想法」！

四、 討論事項

提案一、討論執行方式的可行性及細節。

決議：建議執行流程如下

1. 邀集熟諳創意企畫的產業界傑出校友、校內教師及創意學院計畫執行人員擔任評審，從 95 年「瘋潮--創意大賽」三十三件入圍作品中 (<http://gogo.tku.edu.tw/race.asp>)評選出六件「原生創意」提案，提供專業建議。
2. 邀請進入決選之前六名作品的原參賽者，針對專業意見、創意構想與執行細節，進行更完整之重新提案評比設計。
3. 可進行六組作品的公開展示與競稿。並可邀集校內各級主管，舉辦公開競稿說明會，並同步於網路與會場展開為期兩週之展示與投票比案，遴選出二件最具圓夢潛力之「原生創意」提案。
4. 被選出具圓夢潛力之二組「原生創意」提案，將由評審團隊協助使這些「原生創意」提案的概念與表達更加成熟與精緻，並轉化為「創意圓夢」計畫書。
5. 「創意圓夢」兩組被選出之計畫，將進一步在校方同意下確立建置的順序，並協助學生代表展開校友與企業界的募款活動，並將募集之資金用以執行該計畫之內容。

提案二、討論運作時間。

決議：因評審時間聚合不易，故初選密集安排於後續兩天內完成。

1. 第二次審查討論會訂於 1 月 22 日晚間 19:30，於淡江舉行。主題為討論選拔標準並檢閱學生創意作品。
2. 第三次審查討論會訂於 1 月 23 日晚間 19:00 於台北奧美整合行銷集團辦公室舉行，討論創意圓夢入圍名單。

五、 散會

淡江大學文學院 95 學年度創意學院計畫
創意圓夢計畫第二次審查討論會

時間：2007 年 1 月 22 日(一) 19:30-21:00

地點：淡江大學 文學院創意學習與創新產學中心

主席：文學院院長 趙雅麗

出席：

黃新凱先生 (自由創意人·廣告公司資深創意總監)

張正芬小姐 (三立電視台副總經理)

謝馨慧小姐 (奧美公關顧問公司行銷公關事業部總經理)

王冠斐先生 (文學院創意學習與創新產學中心研究員)

記錄：趙又慈

簽到：
黃新凱
謝馨慧
W.C.
趙雅麗
張正芬

議程：

一、 主席致詞(略)

二、 第一次評選作業：

檢視學生創意作品（學生作品清單及內容請詳附件一及光碟）

三、 討論事項

提案一、討論創意圓夢計畫初選的評審評選標準。

說明：圓夢計畫選出的執行方法與效果，會影響日後創意大賽及創意圓夢計畫再次被執行的想像及可能性，因此需要討論審查的標準。

決議：

1. 圓夢計畫考慮可行性、創意指標的代表性，並要考慮預算規模及學校師生共同的觀點。
2. 學生的原始創意精神可以保留，但可能要依可行性及效果評估來修正執行的規模及執行形式，無法太海闊天空。
3. 圓夢計畫被執行時，應有足夠的新聞點，因此媒體的效益要夠大。
4. 幾個考量的指標：創意、效果、預算
 - A. 創意：想法夠不夠新。
 - B. 效果：
 - (1)能不能引起夠多的反應。
 - (2)影響延續的時間夠不夠長。
 - (3)要有公關報導的效果。
 - C. 預算：預算的可行性應列入評估，但或許能有募款機制的支持，故評估創意時，暫時沒有金額的限制。
5. 學生修正企劃需要「創意評析、可行方向、成本估價、效益評估」等專業建議。

提案二、討論各次相關工作的執行時間及內容。

決議：

1. 下次工作會議中評選出六件「原生創意」提案，完成第一階段工作。
2. 六件「原生創意」於下學期由學生重新提案，再於第二階段由評審進行評比，決選出兩件「創意圓夢」作品。
3. 下學期擬由企畫老師指導學生創意團隊共同完成具體的「圓夢創意」計畫書，再於專案簽呈通過後展開相關的募款執等工作，預訂於96學年度執行，成為校內「創意地標」。
4. 獲選圓夢作品作者可獲頒10,000元獎學金、獎狀乙只，並可能在記錄校內學生創意表現的「創意名人堂」留下名字記錄。

四、 散會

淡江大學文學院 95 學年度創意學院計畫
創意圓夢計畫第三次審查討論會

時間：2007 年 1 月 23 日(二) 19:00-21:30

地點：奧美公司會議室 (台北市信義區松仁路 70 號)

主席：文學院院長 趙雅麗

出席：

黃新凱先生 (自由創意人·廣告公司資深創意總監)

張正芬小姐 (三立電視台副總經理)

謝馨慧小姐 (奧美公關顧問公司行銷公關事業部總經理)

王冠斐先生 (文學院創意學習與創新產學中心研究員)

記錄：趙又慈

簽到：
黃新凱
謝馨慧
Wang
趙雅麗
王冠斐

議程：

一、 主席致詞(略)

二、 討論事項

提案一、由 2006 年創意大賽入圍作品中，選出六件「原生創意」提案。

說明：依上次會議討論決議，圓夢計畫考量的指標主要為創意及效果，效果部份的考量包括：

- (1)能不能引起夠多的反應。
- (2)影響延續的時間夠不夠長。
- (3)要有公關報導的效果。

決議：經評審討論後，選出入圍作品如下：

(1) 相約大學城 建築四 林雨寰

- A. 延續性高，預期可引起反應亦大，圓夢計畫執行後成為「創意地標」的價值與意義都高。
- B. 執行費用太高是問題。
- C. 經費執行可能性的問題，請院長向校方爭取及反映。

(2) 福園夢想許願池 傳研二 黃俊彥

- A. 創意稍老，但可行性高，亦具有相當的延續性。
- B. 執行上有較多細節要考慮及修正，例如，因福園空間有限，誰才可以放瓶中信？畢業班或新生？
- C. 需要強化故事包裝，才能增加新聞性。

(3) 流行趨勢－「你不懂我」 資傳一 冷俊廷、黃鈺維

- A. 角色替換的創意很有趣，原始創意中的可行性較低。
- B. 或許圓夢的形式不用「上課」的方式，但以該創意點設計其他拉近老師與學生之間距離的活動。
- C. 執行時比較容易像單一個點，公關效果需要評估。

(4) 驚聲鬼嚇人、驚聲人打鬼 英文進學一 游哲文

- A. 節慶活動類的創意，學生喜歡玩，執行也很容易。
- B. 本案創意圓夢時引起的反應可能較弱。

(5) 科技新櫃 資工三c 黃民翰、邵柏潤

- A. 實用性高且符合學生切身需要，是這個創意的特色。
- B. 可行性只需要小的修正，惟趣味感比較低。

(6) 淡江導遊「驚聲」先生 大傳三 楊慶源、陳柏元

- A. 創意很有趣，但執行難度太高，在可行性上需要相當多的修正。
- B. 或許是保留使用「驚聲先生」及「導覽」的概念，但是將執行的形式做另外的設計變換。

三、 散會

附件十七 「淡水專案」執行過程中討論會議影像記錄



淡水專案 史學專家周宗賢教授



淡水專案 成員討論

附件十八 95 學年度文學院學程課程網站呈現資料表(局部)

開課 序號	科目編 號	編號	學程	課程名稱	授課 教師	學分 數	博/專	調整課程簡介	文學院的推薦
2447	A1688	1	知識 管理	知識組 織與管 理概論	賴玲 玲	(2,0)	博雅	<p>這個課程主要在建立對組織中知識管理工作的基本概念。</p> <p>課程分為兩大部份：首先從博雅的角度學習知識管理的核心流程，為「知識管理學程」奠定知識的基礎，建立學生了解知識管理的重要性和核心概念。第二部份課程，則進入知識組織的學習，讓學生了解如何組織企業知識，達成知識管理的目的。</p> <p>課程進行採取老師授課和小組討論並進。修業結束之後，學生將能夠利用所學知識管理和組織的策略以及工具進入企業，對企業提出知識管理流程之規劃和建議，並能利用所學之工具為企業組織內部知識。</p>	知識管理(KM)是現代組織以知識為競爭力的管理策略之一。面對大量文化素材的整理，以及文化產業複雜的運作機制，知識的組織與管理在文化創意產業中益顯重要！
4124	A2422	2	知識 管理	文化產 業資源 調查與 應用	許傳 陽	(2,0)	博雅	<p>這個課程主要在訓練對文化產業資源的分析者。</p> <p>課程中教授學生認識何謂文化產業的資源與素材，並學習對文化資源進行調查理解的方法，及進一步應用這些文化資源的方法。課程中也教授學生撰寫文化產業規劃書，學習訂定文化加價值的目標。</p> <p>本課程的進行採取老師授課和專案作業，也將包括文化產業現場的調查與觀察。修業結束後，學生將具備文化產業分析者(consultant)的能力，能協助文化產業案主(client)理解可資利用的文化素材。</p>	文化產業的資源調查與應用課程，期待培養學生成為文化產業的分析者(consultant)，未來能擔當文化產業素材蒐集與評估的工作！
2453	A3381	3	知識 管理	古代文 物鑑賞	吳哲 夫	(2,0)	博雅	<p>這個課程主要在認識文化創意產業上游的中國文物資源。</p> <p>中國文化歷史悠久，內涵精深博大，而其整體發展成績，寄存於所有古代文物之中。課程中分別介紹古代文物的類別、時代演進概況、各種文物特色及其鑑賞所應具備的知識，一方面訓練學生了解中國古代文物真正內涵，一方面講解各項文物鑑賞的方法，使同學皆能獲取豐富的古代文物常識，從而開創藝術人生，並發展知識經濟產業。</p> <p>本課程進行採取老師授課為主；修業結束後，學生將更了解各時代文物產生的背景與特色，具有將古文物知識</p>	中國文化歷史悠久，內涵精深博大，而其整體發展成績，寄存於所有古代文物之中。本課程能讓同學獲取豐富的古代文物常識，從而開創藝術人生，並發展知識經濟產業。

								融入傳播訊息或轉換為商業設計的基礎。	
2448	A1695	4	知識管理	台灣民俗與古蹟	周宗賢	(2,0)	博雅	<p>這個課程主要在認識文化創意產業上游的民俗古蹟資源。</p> <p>課程中帶領學生認識台灣民俗與古蹟的定義及價值，並學習文化資產系統性的整理與分析方法。培養學生對民俗與古蹟維護及文化產業政策具備基礎了解，並能對文化資源進行文化觀察分析與調查設計。</p> <p>課程進行包括老師授課及實地進行田野調查。修業結束後，學生能將傳統文化素材進行系統性整理與創意處理，使其提昇文化價值。</p>	民俗和古蹟都可供後人緬懷、追憶與學習，並可供後人再利用。了解「台灣民俗與古蹟」，不但能除弘揚前人之智慧，並能提升今人之生活品質。
2454	A2420	5	知識管理	西方繪畫的故事	劉增泉	(2,0)	博雅	<p>這個課程主要在學習文化創意產業上游的西方藝術文化資源。</p> <p>課程中將透過介紹四百五十多件曠世傑作的彩色圖片，細數西方繪畫發祥至今的潮流、演變以及大師的風采。培養愛好藝術或初涉繪畫藝術的學生，具有鑑賞西方繪畫的基本能力。</p> <p>課程進行主要為老師授課。修課結束後，學生將更熟悉西方繪畫藝術的鑑賞知識與方法，可增加觀察西方文化創意產業的工具能力。</p>	細數西方繪畫發祥至今的潮流、演變以及大師的風采！對於藝術愛好者和初涉者而言，「西方繪畫的故事」課程，是基礎的必修學分。
		6	知識管理	古典小說中的庶民世相	陳葆文	(0,2)	博雅	<p>這個課程主要在學習認識文化創意產業上游的小說文化資產。</p> <p>課程中以古典小說中所表現之庶民樣貌及世相風情為考察對象，從文學與生活之角度，領略通俗文學鮮活之生命美學、體認傳統中國社會之小傳統型態。教材選用明清具代表性之話本小說《三言》《兩拍》中若干篇文本為主，透過小說敘事分析，配合社會史料印證，養成同學以古證今的觀察與論述能力。</p> <p>課程進行以老師授課為主。修課後，同學應較能掌握通俗小說之社會史及文化史價值、理解傳統社會大小傳統之差異性、並認識庶民階層之各類樣貌；且能從事社會觀察、文化分析評論及文化導覽或創作。</p>	古典小說的敘事裡，最能窺見傳統社會的庶民世相！明清白話小說所表現之市井風情雖集中於晚明時代，但其社會精神則最貼近今日台灣社會，「古典小說中的庶民世相」課程，讓你在閱讀小說的過程中，學習以古證今，十分有趣。

2402	A3492	7	知識管理	人文資訊檢索	黃鴻珠	(0,2)	博雅	<p>這個課程是學習如何系統化管理人文知識、提取資料的基礎課程。</p> <p>課程主要教導人文學門各類型資料的特點、認識各學域主要的工具書及資訊系統、搜尋資料的方法、研判資料的價值、綜合整理資料、及應用資料相關的倫理、費用、法律等問題。</p> <p>課程進行將以老師授課為主。修業後，學生對人文學門的圖書資訊及其特性將有所認識，並熟悉人文學門圖書資訊的使用方法，具備隨時吸取領域的新知的終身學習基礎技能。</p>	<p>英國著名的學者塞繆爾·詹森(Samuel Johnson)曾言知識有兩種：一為認識學科本身的知識，另一為了解如何找到與學科相關的資訊。任一學科或學域修習的時間有限，然學科本身的發展無窮，因之，修習後必須隨時吸取該領域的新知方能保持與時並進的知識。人文資訊檢索課，就是一把掌握領域新知的鑰匙。</p>
2401	A3489	8	知識管理	文獻數位化	歐陽崇榮	(0,2)	專精整合	<p>這個課程主要學習在知識管理的過程中，如何針對文獻進行數位化的工作。</p> <p>課程將讓同學完整而清楚地認識當前各種數位化工作，並進一步了解文獻數位化的重要性，以及數位化的程序與內涵。同時，課程將教導學生進行文獻數位化工作，學生必須要撰寫提案計劃，實際發展一個數位化專案。</p> <p>除了教師授課外，本課程也包含實際案例探討、業界實務工作討論，以及數位化專題製作。修課結束後，學生將更了解數位典藏的企劃工作及文獻數位化的執行過程。</p>	<p>數位典藏的概念，是數位化時代內容產製工作的基礎！「文獻數位化」課程的規劃主要著眼於數位典藏之企劃者、管理者及行銷者的培養。</p>
4106	A2423	9	跨學程	文化創意產業產學論壇	趙雅麗+特約講者	(2,0)	博雅	<p>這個課程是了解文化創意產業的基礎課程，也是一個學習在文化創意產業中如何自我定位的課程。</p> <p>課程內容兼重學術界及產業界的觀點，帶領同學探尋文化創意產業最基礎的概念、特性、價值、生態與未來發展方向，建立對文化創意產業的鉅觀想像及概念。</p> <p>課程進行將包括老師授課、產學界的專家學者對談，以及學生分組參與討論的方式。修業後，學生對文化創意產業應有基本的認識，並能思考如何結合自己的興趣與學科專長，進行自我在該產業中的未來發展定位。</p>	<p>什麼是文化創意產業？在文化創意產業裡，你的學科專長給你什麼樣的優勢？文學院的學程將如何培養你？「文化創意產業產學論壇」是提供基礎概念的課程，想在文化創意產業發展的你絕不能錯過！</p>
4107	A2421	10	跨學程	數位跨媒體設計	朱孝龍	(2,0)	專精整合	<p>這個課程主要讓同學瞭解文化創意產業如何透過數位媒體呈現。</p> <p>課程中結合理論與實作：理論方面則就視覺傳播原則中進行創意發揮，並討論如何使用數位媒體特性充分傳達訊息，獲得有效呈現效果。實作方面以實際操作 Photoshop 及 Flash 兩種軟體，作為瞭解數位媒體初步概念的途徑。</p> <p>本課程之進行將以教師授課為主。修課後，同學應具備數位媒體設計的基</p>	<p>「數位跨媒體設計」課程是下學期「實習與製作」的基礎，缺乏數位製作經驗同學建議先修習本課程！</p>

								<p>礎概念，並能試圖設計整合跨媒體的訊息呈現方式。</p> <p>註：本課程為下學期「實習與製作」之基礎，缺乏數位製作經驗同學建議先修習本課程。</p>	
2397	A1872	11	跨學 程	實習與 製作	朱孝 龍	(0,2)	專精 整合	<p>這個課程主要在訓練同學將方案構想落實為具體呈現的數位內容。</p> <p>課程中將讓同學藉由實際製作，學習從方案構思到完成作品的完整過程。學生將瞭解數位內容製作進行的各階段，並必須實際使用網頁製作軟體，學習將影像、動畫、音樂、文字等多樣媒體素材，整合於網頁中呈現。</p> <p>本課程進行將以教師授課與實習製作並重的方式進行。修課後，同學對於文化創意及知識管理產業如何應用數位及網路媒體，應有更深入的了解與認識。</p> <p>註：本課程為進階數位內容發展，軟體基礎使用方法不在本課程中教授。</p>	<p>本課程提供數位內容製作的基礎認識。對於計畫未來從事文化推廣、廣告創意、媒體製作等相關行業的同學很有幫助。</p>
2452	A2416	12	傳播 與創 意	說故事 與創意	劉中 薇	(2,0)	博雅	<p>這個課程中主要訓練文化創意產業的故事創意素養。</p> <p>課程中，將包含各種不同媒材故事的欣賞與討論（影視與平面媒體作品乃至於生活空間之媒材），從觀察一個好聽的故事「說什麼」與「如何說」開始，訓練思考的靈活性，啟發同學說故事的能力。同學並需在課程中，試圖以創造性的行動來展現獨一無二的自我。</p> <p>本課程進行以活潑互動式的教學活動為主。修課後，同學應能理解創意的基本態度，將觀察力、生活力、創造力融入日常，成為創意文化中具有涵養美感的欣賞者，進而成為具有開創力的創意工作者。</p>	<p>創意人才是文化創意產業中的根本源頭。說故事的能力奠定創意文化產業的核心！唯有故事內容／形式的出色結合，才能創造出感動人心的意義訊息，建立傳播之文化價值。</p>
2450	A2419	13	傳播 與創 意	影像紀 錄與美 學	王慰 慈	(2,0)	博雅	<p>這個課程主要訓練文化創意產業從業者的視覺影像素養。</p> <p>本課程主要教導學生如何透過紀錄片史的脈絡與各種議題的探討，檢視鏡頭語言如何說故事、表達觀點、詮釋我們的世界、以及如何再現真實的侷限與自由。討論主題包含一家族記憶、多族群文化、女性關照、社區觀看、身心關注、社會風景、人物特寫、傳記光影、意念指向、新世代脈動等等，從關注生活周遭的人、事、物起始，進而產生延展性的思考。</p> <p>課程以影片欣賞、講授與討論為主要進行方式。修課後，學生較能瞭解文</p>	<p>你想成為影像解讀的高手嗎？如何把所觀察的、思想的、轉換成影像語言？「影像紀錄與美學」課程，透過紀錄片史的脈絡與各種議題的探討，教你檢視鏡頭語言如何說故事、表達觀點、詮釋我們的世界…</p>

								化創意產業的力量與發展，認知傳播多元化的聲音，並增加對影像藝術的鑑賞能力。	
2449	A1868	14	傳播與創意	出版傳播與書業	邱炯友	(2,0)	博雅	<p>這個課程主要讓同學瞭解文化創意產業中的出版產業。</p> <p>課程企圖藉由觀察圖書出版活動與產業關係為基礎，提供並引領學生進入文化產業的事業選項，舉凡印刷出版之沿革與一般產銷議題等，都有所引介。此外，課程中也結合國內產官學趨勢議題，進行專題探討。</p> <p>本課程之進行將以教師授課為主。修課後，同學應能有系統的獲得圖書資料生產與傳播過程的知識，瞭解本國及外國出版與書業的主要異同。有助於其未來從事傳播與創意服務工作時，執行出版業務的知能。</p>	<p>出版品是圖文傳播活動最具體的事證之一；也是一個國家根本的文化表徵。「出版傳播與書業」不只介紹傳統的圖書出版，更包括數位出版、典藏和傳播的整體思維。</p>
2451	A2353	15	傳播與創意	創意數位基因	盧憲孚	(2,0)	專精整合	<p>這個課程主要在激發同學成爲一個具備創意思考習慣的創意人。</p> <p>本課程企圖激發同學時時做創意思考，並勇於發覺自己獨特的創意基因來塑造自我品牌；進而思索在數位思維下，如何創造文化景觀的創意新風貌。</p> <p>本課程之進行，包括數位動畫與互動藝術的賞析，以及創意書籍的研讀與創意思考的操作。修課後，同學應增進自身的創造力、想像力、文化力與品牌力，成爲一位有獨特品牌風格的文化創意人。</p>	<p>一個不鼓勵瘋狂創意的文化社會，其文化創意產業將侷限於文藝復興式的歷史包裝，雖有快速成就，也將快速消耗！「創意數位基因」課程深信文化創意產業應該植根於創意文化的孕育，期待成爲創意文化深層本質的鼓吹者！</p>
		16	傳播與創意	生活美學與圖像藝術	馬銘浩	(0,2)	博雅	<p>這個課程主要在培養美學與圖像藝術的鑑賞與應用能力。</p> <p>本課程從圖像思維的角度開始，審視中國版畫圖像在民間文化史上的意義與價值，及圖像所衍生出來的生活美感。進一步解析因爲圖像藝術所產生的文化創意產業，例如漫畫產業、時尚設計產業、服飾產業等。</p> <p>課程進行將以教師授課及賞析活動爲主。修課後，同學應能提升生活美學之素養，強化生活品質，進而具備在圖像藝術資料庫中尋得創意文化產業的契機。</p>	<p>生活美學既不是深奧的哲學美學理論，也不是特殊藝術技巧的傳授，而是從生活環境與生活品質出發，回應當代社會現象的再思考。「生活美學與圖像藝術」課程能提升你的美感知能、有助創意思考的養成。</p>
2392	A1593	17	傳播與創意	漢文化及其創意	吳哲夫	(0,2)	博雅	<p>這個課程主要在訓練將文化素材轉化爲創意加值的思維能力。</p> <p>本課程在精求漢文化的真正內涵之外，並追尋漢文化所以能高度成就的內在造因，從而分析其創意的規律與演化壯大的動力，一方面深耕同學推廣宣揚漢文化的學識基礎，一方面激勵同學效法前人高度創意理念，開發</p>	<p>隨著中國國力的崛起，漢文化受到世界各國的重視，並成爲學習研究的熱門行業。「漢文化及其創意」是重新觀察並思考傳統文化如何進行創意加值的基礎課程。</p>

								各種相關文化加值產品。 課程進行將以教師授課為主。修課後，同學應較能掌握漢文化的深層內涵，並具備將之應用在文化創意產業的基礎知識。	
2391	A1527	18	傳播與創意	文化行銷	黃振家	(0,2)	專精整合	<p>這個課程主要在教導學生認識文化創意產業的行銷工作。</p> <p>本課程首先建立學生對文化創意產業行銷及文化消費行為的理解，進而學習整合管理文化創意產業的行銷資源。此外，本課程也將教授學生如何設計文化創意產業行銷方案，並訂定所欲達成的行銷策略標的(marketing strategic goal)。</p> <p>課程進行包括教師授課及文化創意產業行銷個案觀察與研究。修課後，同學應對成爲文化創意產業行銷企畫者具有概念，並能對所商訂之文化行銷個案進行分析與建議。</p>	文化創意產業的行銷方案，要能充份協助業主(client)理解文化產業可資運用的行銷題材與方法！「文化行銷」課程，讓你建立對文化消費行為及行銷世界的基本認識和想像。
2398	A1902	19	傳播與創意	基礎編寫實務	劉中薇	(0,2)	專精整合	<p>這個課程主要在訓練學生將自我的創意與意念化爲文字，寫出一個動人的作品。</p> <p>這門課從學生己身的內在拓荒爲起點，延伸到周遭生活中人、事、物的關注體會，處處皆可能是創意與書寫的靈感。關懷與觀察，思考與思辯，狂想與異想，是這門課的氣氛與練習，期許學生以各種姿態暢遊在想像力與文字搭建的樂園裡面。</p> <p>課程進行以教師授課及實際寫作演練爲主。修課後，同學應能夠對傳播作品的企畫創意發想有基礎認識，並能加強文字的敘事能力，掌握文字使用的技巧與美學。</p>	編，與故事脈絡有關。寫，與文字能力有關。「基礎編寫實務」從文字書寫的能力訓練開始，奠定傳播工作的基礎源頭。對這門課有興趣的同學，上學期應先修「說故事與創意」課程。

「文化知識管理」、「傳播與創意」學程

請您提供所教授之課程內容的介紹資料

_____老師，您好！

謝謝您參與本院「文化知識管理」、「傳播與創意」學程的教學工作。這兩個學程的設計主要是爲了讓學生們在本科系的專業知識外，增加跨領域整合的視野及團隊工作能力，以奠定他們在文化創意產業中的競爭力。

爲使同學們能在選課前充分瞭解學程的整體規劃理念，同時也能更清晰的掌握學程與各系所專業間的相互區隔與相互整合之處，並協助他們發展個人專長，文學院擬將所開設的學程課程，規劃設計成一檢索式的互動網站，並將相關資料彙整與提供一學習認知地圖。該網站內容除了提供學程的設計理念及各課程的詳細介紹之外，還將具備學生選課輔導的機制。

爲了讓學生產生更多對課程的具體想像，我們需要您針對學程所教授的課程，提供進一步的相關資料，並勞煩您填具附件中的表單，於 **95年6月20日(星期二)以前**回傳文學院吳淑菁助理 (email: ioutw@mail.tku.edu.tw)。您所提供的資料將成爲我們製作學程網站的參考資料來源。我們會在設計網頁的時候，將您所提供的資料做統整性訊息呈現的考量與設計。

謝謝您參與學程教學的認真與投入，也謝謝您對院裡各項活動的支持與協助。

敬祝您有個愉快的暑假！

文學院 敬上

備註：

請您依附件說明，將您在本院學程中所教授課程的相關資訊填入欄位中。並請於 **6月20日以前**回傳文學院吳淑菁助理 (email: ioutw@mail.tku.edu.tw)。您若有任何填寫疑問，請電：2621-5656 轉 2300 文學院黃鳳娥秘書或吳淑菁助理。若您無法親自填寫，或有任何資料不知如何填寫，需要由專人代爲服務處理，也請告知文學院，我們將安排專人與您面談，取得口述資料，並爲您填寫後，再請您進行內容正確性的確認。

=====



壹、課程名稱：

X X X

貳、課程簡介：(約 250 字)

請簡單介紹您的課程。撰寫內容請盡量包含以下兩點的說明：

1. 本課程在文化創意產業或知識管理領域的位置上具有哪些特色？
2. 本課程將訓練學生學習什麼？發展哪些能力？成爲什麼樣的人才？

【參考範例】(以「文化產業資源調查與應用」爲例)

這個課程主要是教導學生如何進行一個文化產業的資源調查與應用，並提出一份提案，以利個案的有效執行。這樣的規劃主要著眼於“文化產業策展員 (curatr) 的訓練”。

本課程的討論主要在建立學生對當地文化產業的全面性理解，並對文化資源進行調查，進而對這些資源進行管理，此外，本課程也將教授學生如何設計文化產業的計劃書，並訂定所欲達成的政策標的(policy goal)，這樣的標準設定則在於協助當地案主(client) 理解文化產業可用的素材。

本課程期待培養學生爲一文化產業分析者(consultant)，因此，課程的設計是以協助學生未來擔當文化產業的相關工作，如地方博物館管理員，出版產業規劃人員或地方民宿的相關工作人員。本課程的進行也將包括文化產業現場的調查與觀察。

參、建置檢索系統所需的資料：

這部分的資料，主要是爲了建置學程的檢索式選課網頁所需的資料，希望透過互動式的檢索機制，達成以下效果：

1. 提供選修本學程的學生更具體的選修參考資料。
2. 作爲未來選課及選修其他相關課程的發展建議。
3. 提供學生進行其本科系專業與其他科系專業區隔與整合的認識基礎。

【參考範例】(以「文化產業資源調查與應用」爲例)

一、課程關鍵字：(3~5 個) 每個課程請提供 3~5 個有助課程檢索的關鍵字。如果要以關鍵字(key words)的方式檢索本課程，您覺得最適合的關鍵字是什麼？(請至少提供三個關鍵字。您可由以下提供之附表一的學程核心參考關鍵字中，選擇與您所授課程最爲相關者。若您覺得尙有其他關鍵字未被含括，煩請您自行填入)

關鍵字	對關鍵字的說明
文化加值	文化加值是將文化素材系統性的整理與創意處理，使其提升經濟產值或加深文化價值的工作。.

附表一：學程核心關鍵字

第一類 文化產業	第二類 漢學研究	第三類 傳播創意
1. 文化創意	9. 古文物保存	17. 創意與創造力
2. 文化盤點	10. 博物館經營	18. 創新策略
3. 文化加值	11. 華語文化素材	19. 產業政策
4. 文化產業	12. 漢學研究	20. 美感體驗
5. 表演藝術	13. 漢學推廣	21. 消費體驗
6. 戲劇創作	14. 田野調查	22. 經營策略
7. 流行時尚	15. 視覺藝術	23. 行銷與企畫
8. 休閒觀光	16. 文化研究	24. 消費者行爲
第四類 數位內容	第五類 知識管理	
25. 數位內容	33. 知識管理	
26. 數位娛樂	34. 知識分享	
27. 數位學習	35. 媒體經營	
28. 線上遊戲	36. 數位典藏	
29. 2D 多媒體設計	37. 網路學習	
30. 3D 動畫製作	38. 虛擬社群	
31. 互動介面設計	39. 資料庫建置	
32. 視覺傳達	40. 文獻管理	

二、建議可配合選修之其他系列相關課程（指不同專業的跨領域整合課程）。請至少列出二門課程與完成選修後的整體預期效益。

依據您對所教授之這門課程的想像與設計，您覺得在文學院目前所開設的學程中，學生還可搭配選修哪些其他課程？（也就是建議已選修您這門課程的學生，還可同時與再繼續選修院學程中的哪些其他課程？或者選修院內或校內其他各專業科系中的哪些課程？）

（以「文化產業資源調查與應用」為例）

課程名稱	學程內	院內科系	校內	預期整合效益（可培養之綜合能力）
台灣民俗與古蹟	√			該課程對台灣民俗與古蹟的詳細介紹，將有助於更進一步掌握台灣古蹟文化觀光產業發展的特色與潛力。
數位跨媒體設計	√			可進一步將文化觀覽分析與調查設計的結果，利用建置網站或多媒體的方式進行展示或行銷。
影像知識與解析	√			能利用影像紀錄的技能，對文化產業進行影像保存、進行田野調查、或進行旅遊節目的企畫與製作。
臺灣通史		√		有助於更進一步將文化產業政策應用至淡水文史觀光活動，開發深度文史旅遊路線，規劃導覽人員教材。
文化創意產業生態概論	√			更為全面的瞭解觀光休閒產業，如何與其他文化創意產業結合，進行文化產業異業結盟的創意開發。

（煩請勾選該課程是屬於學程內、文學院內哪一系所、或校內哪一系所）

三、院內或校內是否有與你所教授之課程較為相關之其他課程？（同專業但不同深度的課程）

您認為在文學院或校內各系所內，是否有其他課程與本課程的內容接近，但深淺程度不同。這一項主要是讓學生參考，以避免已經在其專業科系內修過高階課程的學生，重複選修入門課程，同時也可以提供有興趣進一步研習的學生，未來選修較高階之課程的建議。

（以「基礎編寫實務」為例）

課程名稱	等級	說明
深度報導	較進階	
新聞採訪與編輯	較進階	
影視劇本編寫	較進階	可進一步瞭解「影視劇本編寫」的實務流程與分工搭配。
無	相等	
說故事與創意	較入門	建議先修習該課程後再選修本課程

四、本課程在文化創意產業上的相關發展潛力：（可參考下附表二，列出一至數種）

您認為本課程對哪些職業工作的發展有所助益？再者，您是否可指出本課程可以幫助學生朝哪些文化創意產業中的相關職業發展？這個項目主要是希望讓學生對相關職業的專業建立更具體化的想像，同時也建立各個專業領域內涵彼此間的聯繫與整合。

本課程與其相關職業描述：(以「文化產業資源調查與應用」為例)

相關職業領域	核心專業： 該職業之具體工作內容與專業要求的描述	本課程相關性： 本課程能具體提供哪些與該職業所需之學習內涵	是否有成功案例或人物的報導
中央或地方政府之觀光遊憩規劃員	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光資源調查 2. 旅遊心理學 3. 文化產業政策 4. 旅遊商務管理 5. 文化消費 	<p>主要提供文化產業政策制訂的原則，以及相關專業的認識，讓同學知道如何結合其他核心專業，進行觀光遊憩事業的規劃。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 台北縣、宜蘭縣政府文化局局長、研究人員。 2. 淡水古蹟博物館館長。 3. 紐西蘭觀光局局長。

附表二：文化創意產業參考職業

<ol style="list-style-type: none"> 1. 電視電影編劇 2. 文學創作者 3. 旅遊作家 4. 文化研究學者 5. 田野調查工作者 6. 表演藝術工作者 7. 電視節目製作人數位創意總監 8. 視覺藝術總監 9. 遊戲腳本設計 10. 3D 動畫工程師 11. 網頁製作工程師 12. 平面美術設計 	<ol style="list-style-type: none"> 13. 數位產業雜誌採訪編輯 14. 時尚雜誌採訪編輯 15. 廣告公司 AE 16. 華語教材與教科書編輯 17. 網站規劃設計工程 18. 遊戲開發製作 19. 出版社企劃編輯 20. 數位學習開發 21. 知識管理規劃師 22. 華語出版市場開發 23. 藝術活動策展人 24. 劇場行銷企畫 25. 觀光遊憩規劃員 	<ol style="list-style-type: none"> 26. 流行商品企劃 27. 博物館導覽活動企畫 28. 公關公司企畫人員 29. 廣告公司文案 30. 老街的咖啡館老闆 31. 大學城創意小吃店 32. 漁人碼頭民宿業者 33. 民俗古蹟紀念品開發 34. 數位學習方案開發 35. 線上學習導入專案經理 36. 古蹟文物解說員 37. 華語教師 38. 其他.....
--	---	--

學程網站首頁



學程網站內頁版型



淡江大學文學院
本站建置資訊 | 聯絡我們

傳播與創意學程 · 文化知識管理學程

傳統文化的創新再生 · 建構文化創意產業的核心優勢

關於文學院學程 | 文化創意產業與你 | 學程設計理念 | 課程一覽表 | 選課注意事項 | 申請學程證書 | 文化創意產業相關資源

首頁 > 文化創意產業與你 > 文史教育工作

如果你從事…

文史教育工作

可能的工作類型

教材設計開發、教科書編輯、數位學習開發者、國中小教師…等。

你的時代角色

丟掉八股的文史介紹，拋卻死背的文史教學！對教育工作有興趣又熟知各項文史資源、深刻了解其中奧妙的你，最值得把所有文史中的意義精髓抽取出來，轉成有趣易懂的教學資訊和活動！人類學習參與文化、了解歷史源流的行動，因為你的投入將變得更有感！

哪裡有這些工作機會？

和文史教育有關的出版及訓練機構，以及學校單位，是文史教育工作者的舞台，如古蹟園區、博物館、圖書出版公司、雜誌社、教材開發公司、教育機構、社區大學…等。

文學院建議的養成計畫

對於文史教育工作有興趣的同學，需要比一般人更深入地了解文化內涵，結構性地貫通文化由古至今的意義演變，並學習現代方式的媒體設計，才能為文化教育注入現代精神。在淡江讀書的期間，除了應從教育學院的課程吸收教育的理念外，文學院學程推薦你修習以下課程，幫助你建立與文史內涵連結的視野：

課程名稱	所屬學程	推薦度
古代文物鑑賞	(文化知識管理)	★★★★★
台灣民俗與古蹟	(文化知識管理)	★★★★★
人文資訊檢索	(文化知識管理)	★★★★★
數位跨媒體設計	(跨學程) (專精整合)	★★★★★
實習與製作	(跨學程) (專精整合)	★★★★★
知識組織與管理概論	(知識管理)	★★★★
西方繪畫的故事	(文化知識管理)	★★★★
古典小說中的庶民世相	(文化知識管理)	★★★★
文化創意產業產學論壇	(跨學程)	★★★★
出版傳播與書業	(傳播與創意)	★★★★
漢文化及其創意	(傳播與創意)	★★★★

探索不同的角色

- 知識組織與管理
- 藝文創作
- 文史資料採集與整理
- 影視節目企畫與製作
- 數位內容產製與行銷
- 休閒觀光產業資源分析規畫
- **文史教育工作**
- 文化產業行銷與企畫

文學院 | 創意學習與創新產業中心 | © 創意訊息平台
淡江大學文學院 版權所有 ©2006-2007
College of Liberal Arts, TKU. All rights reserved.

淡江大學文學院
本站建置者： | 聯絡我們

傳播與創意學程 · 文化知識管理學程

傳統文化的創新再生、建構文化創意產業的核心優勢

關於文學院學程
文化創意產業與你
學程設計理念
課程一覽表
選擇注意事項
申請學程證書
文化創意產業相關資源

首頁 > 課程一覽表 > 影像紀錄與美學

影像紀錄與美學

- ◆ 授課教師：王恩慧 (大傳系副教授)
- ◆ 所屬學程：傳播與創意 (博雅)
- ◆ 科目編號：A2419
- ◆ 學分數：(2,0)
- ◆ 上課時間：(五)1,2
- ◆ 上課教室：O202

文學院的推薦

你想成為影像解讀的高手嗎？如何把所觀察的、思想的、轉換成影像語言？「影像紀錄與美學」課程，透過紀錄片史的脈絡與各種議題的探討，教你檢視鏡頭語言如何說故事、表達觀點、詮釋我們的世界...

這個課程學什麼？

這個課程主要訓練文化創意產業從業者的視覺影像素養。

本課程主要教導學生如何透過紀錄片史的脈絡與各種議題的探討，檢視鏡頭語言如何說故事、表達觀點、詮釋我們的世界、以及如何再現真實的侷限與自由。討論主題包含一家族記憶、多族群文化、女性關照、社區觀看、身心關注、社會風景、人物特寫、傳記光影、意念指向、新世代脈動等等，從關注生活周遭的人、事、物起點，進而產生延異性的思考。

課程以影片欣賞、講授與討論為主要進行方式。修課後，學生較能瞭解文化創意產業的力量與發展，認知傳播多元化的聲音，並增加對影像藝術的鑑賞能力。

看看學程的其他課程

傳播與創意學程

- 出版傳播與專業
- **影像紀錄與美學**
- 說故事與創意
- 創意數位基因
- 生活美學與圖像藝術
- 文化行銷
- 基礎編寫實務
- 漢文化及其創意
- 傳播行銷

跨學程

- 數位跨媒體設計
- 實習與製作
- 文化創意產業產學論壇

文化知識管理學程

- 西方繪畫的故事
- 台灣民俗與古蹟
- 知識組織與管理概論
- 古代文物鑑賞
- 文化產業資源調查與應用
- 古典小說中的庶民世相
- 人文資訊檢索
- 文獻數位化

課程相關之學程核心關鍵字

文化產業	數位內容	文化鑑賞	文化休閒與觀光	知識分享	美感與文化體驗	創意與創造力	視聽傳達	文化研究	視聽藝術	戲劇創作	多媒體設計	田野調查	知識管理	流行時尚	產業政策	數位典藏	數位學習	資訊知識管理
------	------	------	---------	------	---------	--------	------	------	------	------	-------	------	------	------	------	------	------	--------

課程特殊關鍵字

發展工作領域

知識管理	藝文管理	文史資料採集與介紹	影視節目企劃與製作	數位內容產製與行銷	影視觀光產業資源分析與策畫	文策策劃	文化產業行銷工作
------	------	-----------	-----------	-----------	---------------	------	----------

「教學計畫表.doc」[下載](#)

文學院
創意學習與創新產學中心
GO創意訊息平台
淡江大學文學院 版權所有 ©2006-2007
College of Liberal Arts, TKU. All rights reserved.

附件二十一 教案資料庫／知識庫上傳資料介面

Creative 測試網頁 - Microsoft Internet Explorer

檔案(F) 編輯(E) 檢視(V) 我的最愛(A) 工具(T) 說明(H)

地址欄: http://highman.linkto.com.tw/creativedata/addForm.php

-- 瀏覽資料 -- 新增資料 -- 管理資料 -- 管理項目 --

新增案例資料：

名稱	<input type="text"/>
副標	<input type="text"/>
完整內容	<input type="text"/>
內容簡介或大綱	<input type="text"/>
備註	<input type="text"/>

出版資料

出版資料	<input type="text"/>
出版日期	<input type="text"/> 年 <input type="text"/> 月 <input type="text"/> 日
資料作者	<input type="text"/>
資料來源	<input type="text"/>

Matadata

儲存型態	資料庫文字
內容型態	課程介紹
關鍵字	文化產業
產業別	文化產業

Data 紀錄內容：

子表內容	說明
一、名稱	霹靂多媒體的國際之路 布袋戲變身台灣迪士尼-C1
二、副題	黃強華一年編 500 多集劇情
三、完整內容	<p>……「半神半聖亦半仙，全儒全道是全賢，腦中真書藏萬貫，掌握文武半邊天，」現場響起素還真的口白，操偶師操作素還真的布偶，導播一聲令下，它眨著眼，動口講話，手執拂塵，一旁的攝影機正近距離拍攝特寫鏡頭。</p> <p>風靡全台／創造 15 億市值 這樣的畫面每天在霹靂多媒體的片廠上演，這裡是葉小釵、一頁書、傲笑紅塵等霹靂人物的誕生地。造型俊美的布偶，成為全台的風靡對象，月曆、茶杯、拼圖等周邊商品數都數不盡，全台 30 家霹靂精品店販售的這類商品，每年市值超過 15 億元。</p> <p>前進世界／打造異國偶戲 「布袋戲是台灣特有文化，我們沒有對手，這是我進軍國際的原因，」人稱「十車書」，比學富五車還有學問的董事長黃強華，個子不高卻足智多謀，曾經一年編 500 多集劇情，雖然只有高中學歷，構思的劇本卻成為碩、博士論文的研究對象。</p> <p>談起進軍國際，言談謙和的黃強華面露壯志難酬的遺憾，「台灣的影視水準不及國際，」他表示，《聖》片耗資新台幣 3 億元，可惜國內音效專業人員不足，立體環繞音效不如國際大片，加上拍片技術有限，國片要邁向國際，仍有段路要走。</p> <p>- 本文節錄自遠見雜誌 2006 年 7 月〈霹靂多媒體的國際之路 布袋戲變身台灣迪士尼〉一文</p>
四、內容簡介或大綱	<p>風靡全台／創造 15 億市值 前進世界／打造異國偶戲</p>
五、出版資料	遠見雜誌
六、附註	1000 字以內（中文）

Metadata 欄位別：

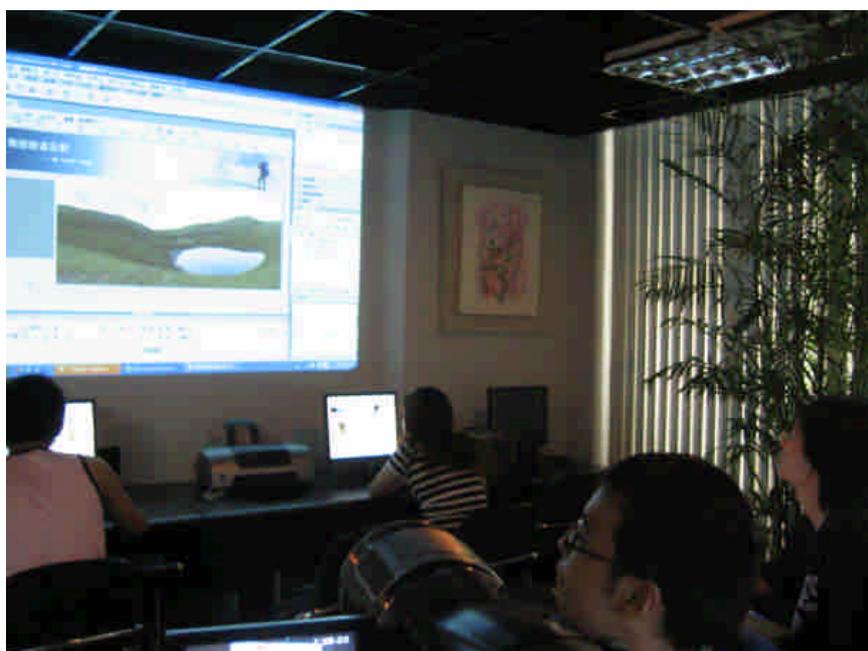
欄位	子項目數目
一、儲存型態	資料庫文字
二、內容型態	雜誌文章
三、關鍵字	戲劇創作、視覺藝術、漢學推廣、流行時尚
四、產業別	藝文創作、數位內容產製與行銷、影視節目企劃與製作
五、資料出處(出版公司創意中心)	遠見雜誌
六、資料作者(例如：文章作者、創意中心)	黃漢華
七、出版與製作日期(年)	2006
八、出版與製作日期(月)	7
九、其他一	目前不限
十、其他二	目前不限
十一、 其他三	目前不限
十二、 其他四	目前不限
十三、 其他五	目前不限
十四、 其他六	目前不限
十五、 其他七	目前不限
十六、 其他八	目前不限

附件二十三 相關研習活動影像記錄



創意文案編寫工作坊

授課教師：劉中薇



「網頁規劃與設計工作坊」

授課教師：陳國欽

「網頁設計與網站風格工作坊」



支援歷史系之數位製作研習工作坊



支援歷史系之數位製作研習工作坊



企畫研習營活動照片



企畫研習營活動照片

淡江大學文學院創意學習與創新產學中心

2006 企畫研習營

時間：2006 年 12 月 9-10 日

地點：文學院 L406 教室

對象：創意學習與創新產學中心所有助理

12 月 9 日(六)

09:00~09:30 **【報到】**

09:30~12:30 **【專業講座】企劃與資料蒐集**

趙雅麗 博士 淡江大學大眾傳播學系教授兼文學院院長

【專長】 語言與傳播、跨符號研究、口述影像、科學傳播、創意與傳播

【學歷】 美國俄亥俄州立大學傳播博士

王冠斐 博士 文學院創意學習與創新產學中心研究員

【專長】 跨領域整合、科學傳播、凝態物理、統計物理、計算物理

【學歷】 國立中央大學物理博士

謝馨慧 小姐 奧美公關行銷公關事業部總經理

【簡歷】

- 15 年 奧美公共關係顧問及品牌經驗，專精行銷傳播及品牌管理領域，在服務消費性產品、健康醫療產業、公眾事務、政府關係及藝術行銷相關領域，擁有策略性思考、豐富的操作規劃能力及運作經驗。
- 2001 年加入新成立之奧美整合傳播集團 360 品牌事業部，提供客戶品牌整合傳播策略性顧問諮詢及服務，服務聯合利華及屈臣氏。2003 年回到奧美公關，負責消費性商品行銷公關、健康醫療行銷公關及公共事務社會行銷等事業。為奧美集團內少許備有完整品牌整合行銷管理經驗之專業經理人。
- 目前服務客戶: Nokia, Avon, Nike, HK Disneyland, Diageo/Johnnie Walker, AZ, MSD/Gadasil, Novartis/Zelmac, B&L, Tahitian Noni, Elizabeth Arden, President Enterprise, Music.com(Kuro), Taipei City Government/Healthy City towards to WHO, FORD, Tourism Malaysia, Simmons, ISSEY MIYAKI 等

【學歷】 淡江大學大眾傳播系，英國 University of Reading，國際管理碩士

12月9日(六)

12:30~13:30 【午餐時間】

14:00~17:00 【專業講座】市場調查與品牌定位

黃振家 博士 淡江大學大眾傳播學系助理教授

【專長】整合行銷傳播、廣告研究、品牌研究、流行與趨勢研究

【學歷】國立政治大學新聞博士

韓志傑 先生 **Yahoo!** 雅虎國際 業務協理

【簡歷】

品牌管理經歷

- Lay's, Pepsico Foods 行銷經理, 百事食品 Lay's 樂事
- Panadol RT, GSK 資深品牌經理, 葛蘭素史克藥廠 普拿疼 伏冒
 - Dove & Lux, Unilever 品牌經理, 聯合利華 多芬/麗仕
 - S-26 Progress, Wyeth 品牌經理, 惠氏藥廠 S-26 幼兒樂
 - Clean & Clear, J&J 品牌副理, 嬌生 可伶可俐

【學歷】淡江大學大眾傳播系·西北大學整合行銷傳播所

12月10日(日)

09:30~12:30 【專業工作坊】企劃中的創意發想

黃新凱 先生 Alex Huang – 廣告業創意總監·自由創意人

【簡歷】

- 5歲，在小學開學第一天，幫經營自行車生意的父親，自己打廣告，賣出第一輛自行車。18歲，選擇念大眾傳播系專攻廣告。22歲正式進入第一家本土廣告公司。廣告所需、所培養的眼光、判斷、分析、策略、表達，讓我充分應用在工作、婚姻、人際關係。我的人生就是一系列的廣告作業！
- Alex 常被形容是：聰明，但很單純。驕傲，卻很溫暖。創意，更多一份心意。
- 普騰廣告 1988~1989 / 中國化學製藥、Chrysler
太聯廣告 1989~1990 / 太平洋建設、太平洋房屋、太平洋證券
志上廣告 1990~1990 / 耐斯、愛之味、京都念慈菴
聯廣廣告 1991~1992 / 黑松、SONY、XEROX、味全、SOGO
Leo Burnett 1992~1994 / P&G、Reebok、Panadol、Tropicana
東奇廣告 1994~1996 / Kymco 機車、台鹽
DDB 1996~1999 / McDonald's、京都念慈菴、Neutrogena、VW
聯廣廣告 1999~2003 / 黑松、中華三菱商用車、YAMAHA 機車、Wyeth
亞力山大（行銷協理）2004
Publicis 2005/3/22~台新銀行、IKEA、FIDELITY 富達投信、屈臣氏
- 人生信仰：發現自我
- 工作信仰：廣告是什麼？商品帶給人們幸福。廣告為每一份幸福，啟發靈感。
- 獲獎作品
 1. 黑松汽水 / 「化去心中那條線」Print / 1991 時報金牌
 2. 黑松汽水 / 「多幫別人想一想」C F / 1992 時報金牌
 3. Xerox 雷射繪圖機 / 「白紙」篇MG / 1992 時報銀牌
 4. 味全鮮知大師冷凍調理食品 / 「得來不易」系列上市C F / 1992 時報金牌
/ 「得來不易」系列上市 MG / 1992 4A 金牌
 5. Tropicana 純品康納 / 不含人工添加物「生產線」上市系列C F / 1993 時報銅牌
 6. 中華三菱商用車 / 「無閒」篇C F / 2001 4A 銀牌 / 金句獎銀獎

7. 中華三菱商用車 / 「非常優秀篇」C F / 2004 4A 最佳立體文案
/ 2004 4A 最佳立體藝術指導
/ 2004 時報華文廣告最佳立體文案
8. 中華三菱服務廠 / 「老大」篇C F / 2003 時報銅獎
9. 屈臣氏「買錯買貴都能退」『比莉—冰棒篇、計程車篇』CF / 2006 時報銀獎

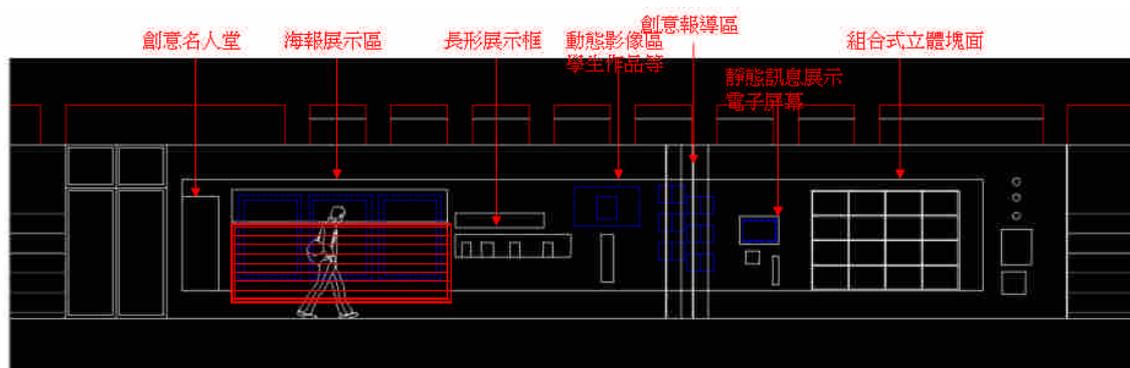
- 1991 年，台灣政治正值解嚴，在野黨政治活動興起，社會充滿對立氣氛，「黑松汽水」作為台灣人向來宴客歡聚的代表性飲料，期望能在此時扮演打破隔閡拉近距離的媒介。於 1991 年推出『化去心中那條線』系列 C F 及平面稿，再於 1992 年推出『多幫別人想一想』系列 C F，不僅連續獲得時報金獎，更引起社會廣大共鳴，帶動一波溝通創造和諧的意識風潮。
- 中華三菱商用車，在 1999 年以前，只有單一商品廣告，沒有整體形象廣告。雖然整體銷售市佔率已是市場第一品牌，但缺乏明確品牌印象。2000 年 Alex 接手之後，首度將全系列商品整合推出第一支中華三菱商用車形象廣告『走運篇』，宣告中華三菱商用車是商用車老闆『人生走運第一步』，獲得廣大回響。第二年因應台灣景氣嚴重下挫，推出振奮人心的『無閒篇』，一句『這種時機，無閒就是一種幸福！』不僅獲得廣告金句，更獲得總統府及新聞局表揚，讓中華三菱商用車商品銷售不受景氣影響，依然高居首位。往後的 2002 年回應加入 WTO 的『外籍新娘篇』，及 2003 年因應景氣逐漸復甦的『非常優秀篇』，更全面落實中華三菱商用車是頭家樂觀打拼幸福人生的好夥伴。歷年來的廣告作品及系列 event，不僅多次獲獎，更為客戶創造屹立不搖的領導地位及品牌好感。

【學歷】 Education background：淡江大學大眾傳播系畢業

附件二十四 實體創意分享平台——創意紅牆面設計改造



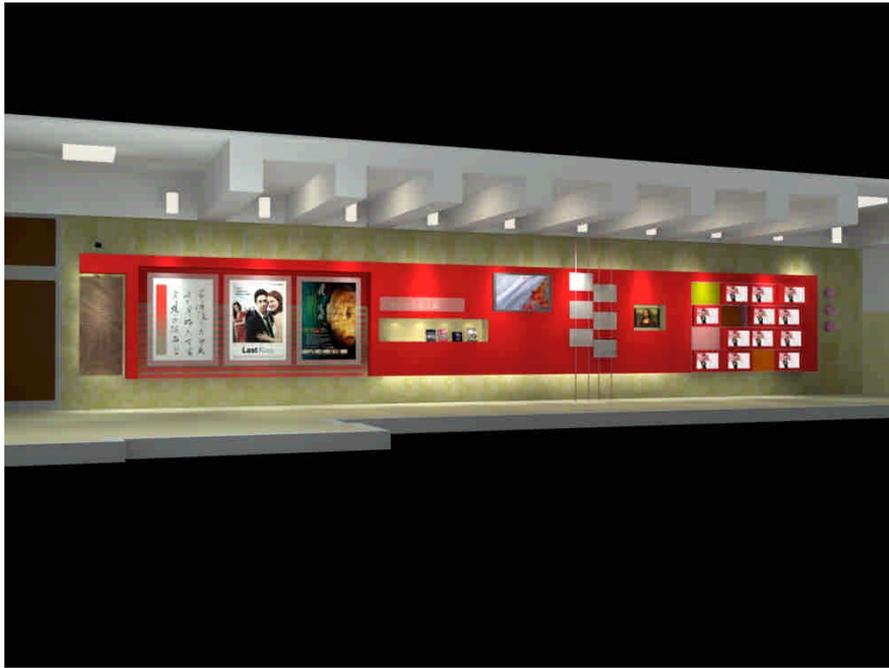
文學館三樓牆面 改造前



文學館三樓牆面 改造規劃



文學館三樓牆面 施工開始



文學館三樓「創意紅」牆面 完工模擬圖



「創意紅」牆面接近完成，本校創辦人張建邦先生及張家宜校長、馮朝綱學術副校長、高柏園行政副校長等，在聽取本院發展簡報後，在趙雅麗院長陪同下瞭解創意紅牆面的設計規劃。校長後續並指示，若該實體訊息平台功能良好，將全面推廣至本校各院比照實施。

實體創意分享平台

創意紅牆面展示內容主要含以下幾類資訊：

- A. 大趨勢 (Global Leading Issues)：文學院 5 系 1 所各領域關心的全球領域趨勢。ex.漢學的十大問題、傳播的十大問題.....。為看版的視覺重點（尺寸：有彈性。更新頻率低，需較精緻的圖文設計。
- B. 活動訊息告知：中心的演講預告、創意活動宣傳海報（含 Go 創意網站活動宣傳）等。尺寸：全開彩色輸出紙張或手工海報。
- C. 創意作品展示：學生作業簡介及推薦說明，詳細作品內容上網瀏覽。尺寸：每件作品 A4x2 頁，4 件。定期更換內容，頻率未定。（可考慮 A4 展示位置可彈性調整的方式）
- D. 推薦閱讀：櫥窗式的展出內容，文化創意產業有關的書、可附書評、專書海報等。可與書商合作。尺寸：未定，型式應有海報張貼位置及書籍展示區塊；定期須更換。開放翻閱，如何提防小手仍有待評估。
- E. 多媒體電視牆：影像為主，須排檔播出內容。校內田野調查工作室的作品，校內其他單位、校外較一般性創意訊息、Go 創意網站上其他較不那麼重要的創意訊息，可以圖卡、slid show 等方式播出。亦可插播學生創作作品、與文化創意產業有關的教案影片節目...

網站內容規劃

1 創意達人王：採訪：校園創意學生報導（每週更新一篇，八百字）

2 創意 SNG：

（包含五個欄目，隨機出現，每週更新兩次，一次一篇，五到八百字）

創意現象觀察：特稿

創意小玩意：改寫

校園創意事件：採訪

創意淡水：採訪

全球創意：改寫

3 創意藏寶箱：創意知識節錄、改寫、介紹（每週更新一篇）

4 創意哪裡玩：每週推薦一項鼓勵學生參與的創意活動，無論講座或市集或課程或競賽（每週更新一次，一次一則）

5 瘋狂討論區：以有趣與想像力的激發性創意情境題發問，立即腦力激盪（每週拋出一個題目，園丁適時針對留言做創意回應）

如果遇見耶誕老人，你會想和他說什麼？

如果有一場趴踢，只能帶一份三十九塊錢的禮物，你會帶什麼？

如果你遇到外星人，你想對他說什麼？

如果你飛到外星球，你會如何介紹地球？

你覺得雨是什麼味道？

6 創意一句話：摘錄：名人曾說過創意是什麼？

（初期以一百句為資料庫，隨機出現，每次登入皆會看見不同的句子）

好比：創意不一定改變了東西，有時候只是改變了自己，改變了想法。

趨勢專家詹宏志。

沒有創意的頭腦可以看出錯的答案，但有創意的頭腦，才能看出錯的題目。作家安東尼·傑 Antony Jay

創意就是出一個題目，然後解這個題目。劇場導演賴聲川創造的過程，不是以產生一個構想為結束，而是以產生一個構想為開始。史丹福教授約翰·亞諾 John Arnold

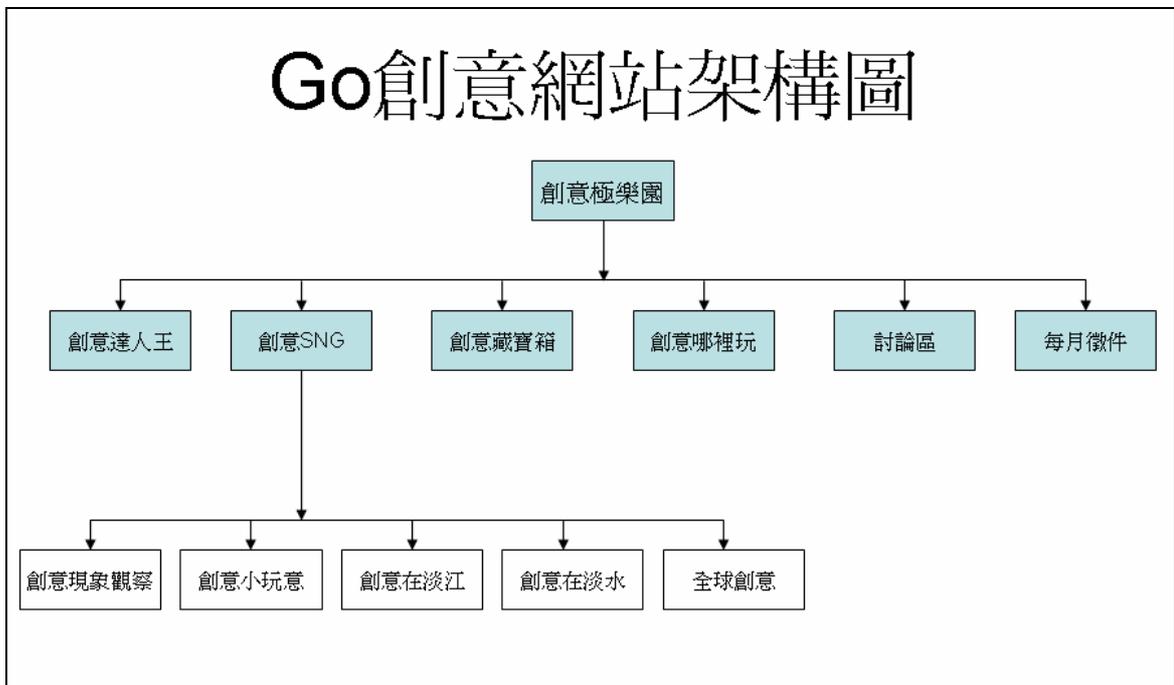
7 網站每月徵件活動：與討論區不同，需要較深度參與的創意活動。

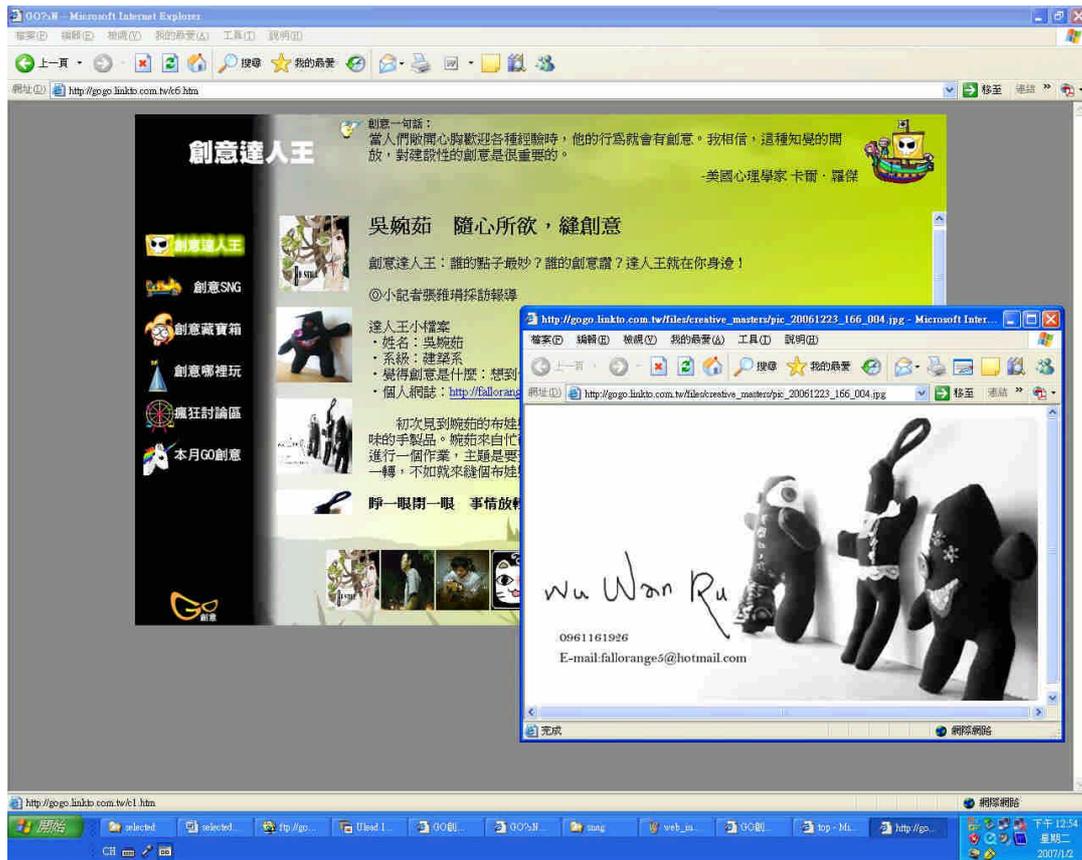
宿舍最有創意的角落、搞怪畢業照....等等，獎項可為創意物件，也可為創意書籍，活動氣氛重在參與，得獎者不限定一人。

（每月徵件一次，投稿者需建置個人真實基本資料，以方便給獎。）



首頁





內頁版型_創意達人王：專門介紹淡江校內的創意人物



內頁版型_創意 SNG：專門介紹新又酷的全球創新事物

附件二十六 配合創意學院計畫活動



2006 年創意學院計畫記者會

淡江大學文學院
教你把文化創意變成好生意

創意真的可以當飯吃



淡江大學創意文化網群 入口 <http://gogo.tku.edu.tw>

視覺藝術產業·數位休閒娛樂產業·創意生活產業·電影產業·出版產業·廣告產業·廣播電視產業·設計產業·時尚產業

淡江大學文學院
培養你在文化創意產業的競爭力

知識力·溝通力·感動力
創造力·整合力·決策力



創意真的可以當飯吃

淡江大學創意文化網群 入口 <http://gogo.tku.edu.tw>

中文、歷史、語彙、資圖、大傳、資傳

知識組織與管理概論·文化產業發展與應用·古代文物鑑賞·台灣民俗與古蹟·文獻數位化·文化創意產業學導論·數位媒體設計·說故事與創意·動像紀錄與美學·創意數位基因·生活美學與國際藝術·漢文化及其影響·文化行銷·傳播行銷

期中報告——創造力研討會現場 本校宣傳海報



期末訪視報告

報別	淡江時報 第670期	版別	1	日期	民國96年3月19日
----	---------------	----	---	----	------------



▲文學院創意中心「Go創意」網站瘋狂開站，同學瘋狂搞創意。(圖/文學院提供)

文學院Go創意網14日開站

【記者陳激文淡水校園報導】文學院「創意學習與創新產學中心」(又稱創意前線)將於14日成立本校第一個創意網站-「Go創意」。網站隨時拋出創意主題，邀請師生發表創意靈感，釋放心中對創意的渴望！

Go創意網站內容講求高動態性、即時性、話題性、互動性，創造一個資訊互動的平台。文學院院長趙雅麗表示：「我們希望藉由網路力量激發全校師生的各種創意，營造校園活潑的氛圍，喚起許多曾發想過但未實現的創意回憶。」她並指出，未來文化創意將是影響全球甚鉅的產業，透過創意前線登高一呼，吸引全校師生參與，也與全球化做連結。

為慶祝開站，13~15日三天，中午12時至13時，只要到福園利用指定道具秀出最有創意的動作，可當場獲得50元小麥連食部折價餐券，創意照片並可登上「Go創意」網站，變成大明星；活動當中最酷炫的前三名，可獲得高級餐廳情人套餐餐券！GO創意網站網址：<http://gogo.tku.edu.tw>。

報別	淡江時報 第670期	版別	1	日期	民國96年3月19日
----	---------------	----	---	----	------------

創意瘋潮 邀您開玩校

【記者陳激文淡水校園報導】你對淡江每個角落都瞭若指掌？你對學校的期望想大聲說出來？文學院創意學習與創新產學中心號召會玩又會讀書的淡江人，一起加入今年最酷最炫的創意瘋潮「開玩校--開始玩學校」。

活動文宣長中文三邱竹庭表示，只要作品內容可實踐性質高、且具有美化校園的作用，將可能成為校園中的裝置藝術。即日起至31日收件，初賽由校內相關科系教授擔任評審，4月20日公布入圍名單；決賽將邀請各廣告公司創意總監擔任評審。

不論是個人挑戰或組隊參加，只要定好標題加上200~800字的文字敘述，說明創意構想，也可配上插圖。第一名將獲得10000元高額獎金，第二、三名獎金分別為6000元及3000元的獎金；另外錄取佳作5名和網路票選超級人氣獎一名。

完成作品後可至文學院創意中心L402交件，或上傳到文學院創意瘋潮「開始玩學校」活動網站 <http://gogo.tku.edu.tw>。

報別	淡江時報 第679期	版別	1	日期	民國96年5月28日
----	---------------	----	---	----	------------

課堂五燈獎 同學按燈給分

創意賽大玩學校 人型看板讓教授不心酸

【記者謝慶薰淡水校園報導】由文學院創意學習與創新產學中心舉辦的「開始玩學校 2007創意瘋潮大賽」於上週二（22日）在V101舉行頒獎晚會。主持人大傳所周佳益化身「開玩笑笑長」大開淡江的玩笑，還和校長、兩位副校長熱情互動，逗得全場大笑。

產經三陳文廷的作品「教室五燈獎」從眾多參賽作品中脫穎而出，拔得頭籌。他提議在教室裡裝上歌唱節目的「五個燈」，學生桌上有匿名的投票鈕，每次下課就開始匿名按燈，老師就可以知道這次表現分數了。他表示平時看到某些老師們的表現，總是很想給他們打分數，但到了教學評鑑的時候又心軟了。這次剛好有這個機會讓我把醞釀了很久的想法表現出來，沒想到就得獎了，真的很驚喜！」第二名大傳四林佳吟的「今天我是男/女生」為淡江提供一個特別的節日，每年的5月10日同學裝扮成異性，體驗不同的性別角色，讓同學們能了解自己的性別在對方眼中是什麼樣子，以促進淡江大學內的兩性平等。第三名「學生人型看板」由大傳二陳維信、大傳三陳冠樺、大傳四涂仕錚合作，在教室裡放人型看板，讓教室永遠座無虛席，教授看了也不會太心酸。

五名佳作分別為：中文二蔡瓊哲的「就是哈拉報時機」，大傳系吳佩嘉的「創意系館垃圾桶」，資訊四陳映宇的「塗寫淡江新歷史」，大傳一黃俊銘、廖恩承、薛瑜臻的「克難坡鐵人三項」，以及大傳二陳貝宇、林宛靜、林世君、吳家彤、孫筱婷合作的「行動錄音室——蛋捲舖蓋臥臥走」，參賽作品個個別出心裁，令人驚艷。

得獎者除了可獲得獎狀和獎金，主辦單位也致贈有創意的禮物：冠軍則獲得彩繪船，附贈黃金顏料，主持人幽默地補充一句：「回去若畫得不錯，別忘了慷慨捐贈給咱們海事博物館！」第二、三名可得到取淡江吉祥物——海豚（Dolphin）諧音的多芬禮盒。



▲ 創意瘋潮大賽頒獎，校長張家宜（右二）鼓勵同學：「盡情發揮，將淡江打造成老師和同學都喜歡的樣子。」圖右為獲第一名的產經三陳文廷。（攝影／記者冷嘉翔）

馬英九勉學子 學習好比跳高

【記者陳若洵淡水校園報導】國貿系於19日晚間邀請台北市長馬英九，蒞校演講「給年輕人希望～鐵馬六百里回顧」，現場座無虛席。

馬英九以環台腳踏車之旅的親身體驗勉勵同學毅力及耐力的重要。他期勉：「台灣的學生應該更加用功，增強自己各方面的能力，其中外語能力將是關鍵。」他說：「大學生要時時警惕自己還剩下幾年時間？完成了幾個目標？學習好比跳高，每一年都要把高度提升。」

報 別	淡江網路新聞報 第 112 期	版 別	1	日 期	民國 95 年 12 月 08 日
-----	--------------------	-----	---	-----	-------------------

文學院創意極樂園網站 12/14 正式上線

【記者倪嘉駿報導】淡江大學文學院創意中心經過數個月精心籌備，將在12月14日正式成立「創意極樂園」網站。網站中有許許多多創意點子與大家分享及交流，並且提供給淡大學生一個釋放創意靈感的空間。

網站成立前創意中心會有一系列的宣傳活動。首先登場的是「創意比酷」活動，在12月13日到12月15日每天中午12點只要來福園，並攜帶指定道具秀出最有創意的動作，熟呼呼小麥餐券馬上送給你，而且你的創意照片還可以登上「Go 創意」網站，讓你過過當個大明星的癡！

就讀淡江大學中文系二A的胡恬瑄同學對於創意比酷活動表示：「哇！很好呀，我覺得這個活動應該蠻好玩的。在聖誕節前夕，還嫌活動不夠多嗎？創意需要想像力與志同道合的朋友共同參與，愛炫愛秀的同學可千萬不要錯過了，到時候我應該會去看，也希望大家如果有空的話可以來，這樣的話會比較熱鬧。」

至於創意極樂園的網站裡到底有什麼內容呢？首先，像是其中的瘋狂討論區，每週都會拋出一個題目，像是「你覺得雨是什麼味道」等富有激發創意的情境題目，讓大家腦力激盪一下。接

著，網站每個月還會有像是「宿舍最有創意的角落」等之類的徵件活動，給予學校中每個學生都有發揮創意的機會與平台。除此之外網站中還有創意達人王、創意SNG、創意藏寶箱、創意哪裡玩、瘋狂討論區、創意一句話等許許多多單元，讓每個到網站上面瀏覽的人能夠充分地體驗到什麼是「創意」的魅力。

資傳二的張正吾同學說：「我個人感覺這個網站還蠻另類的，我想到時後應該會上網去看看網站裡面的內容到底是什麼，其中徵件活動是我覺得最有趣的一個單元，很想知道到時大家會有什

麼意想不到的怪點子。另外因為我本身就讀資傳系，對於網頁設計還算小有研究，所以我也會順便看看這個網站的架構，研究別人做的網站跟自己做的有什麼差別，讓我知道自己哪個部分的功力是不足的、須要補強的。」

感覺到創意極樂園的魅力了嗎？文學院創意中心歡迎淡江的同學們在12月14日後親自到創意極樂園網站上瞧瞧，共同分享你的創意點子。讓淡江大學的校園不再只是學習智識的地方，創意極樂園也能成為學生們靈感的來源。創意極樂園網址：<http://gogo.tku.edu.tw>。

報別	淡江網路新聞報 第 115 期	版別	1	日期	民國 96 年 3 月 30 日
----	--------------------	----	---	----	------------------

【記者黃雅蘭、莊婕好報導】最近在淡江大學校園裡，一到下課時間，就會看到一顆顏色艷麗的紅色大球在各處滾動，彷彿說著：「快來推我吧!!」而且球上好像寫著「瘋潮」之類的大字。

由淡江大學文學院創意學習與創新產學中心所舉辦的創意瘋潮大賽又來了；此中心所舉辦的第二屆創意瘋潮大賽開跑了，有別於去年的蜂巢創意比搞一「搞什麼」活動，今年主題訂為「開始玩學校」，鼓勵同學運用創意思考「怎麼樣讓淡江更好玩！」希望藉此讓校園更加具有創意，注入更多的年輕新活力。

去年的蜂巢創意比搞大家還記憶猶新，有關「Go Go Crazy Bee」的活動宣傳，在淡江喧騰一時，這次的「開始玩學校」又會在學校激起怎樣的火花呢？創意瘋潮大賽有三個比賽主題，分別是「創造淡江新節日」、「打造創意淡江新

角落」，以及「其他自選主題」作為此次比賽的三個大重點，讓同學們盡情發揮創意。

創造淡江的新節日，讓淡江的學校風格更加獨特、讓淡江的特色更加突顯，像是淡江多雨的天

氣，或許可以制定一個送傘的「花傘節」作為淡江的新節日；發揮創意去創造、打造創意新角落，改變在學校生活中一些原本不曾注意的地方。運用巧思讓淡江成爲一個更有趣的地方，文館前的橋、新的五虎崗或是外語學院大樓門前的水舞，可能都是可以發揮創意的地點。另外，如果你不願侷限在這兩個比賽主題，那你

就大膽做你自己對淡江的各種假設吧。創意瘋潮大賽，最需要的就是你天馬行空的創意。

「我沒有聽過這個活動，但我曾在下課時看到那顆紅色的球。」西語系的李同學表示。

「下課時，看著他們推著那顆球滾來滾去，覺得那些人實在有夠無聊，搞不清楚他們在做什麼，現在才知道原來那是創意中心的宣傳呀！」雖然覺得無聊，但那顆大球還是吸引了他的注意力。李同學表示：「如果以後有好點子的話，我也會參加啦。」

航太系的陳同學則說：「我知道這個活動，因為之前舉辦第一屆

的時候有同學投稿，叫我幫他灌票，經過他的推銷之後我才知道，我記得好像是把你的想法寫下來，如果想法可以實行的話就可能得獎，感覺還蠻有趣的。」而且陳同學也提到他認爲這次創意中心的宣傳做的比上次好很多。

「像是廁所的那個小廣告、文學院貼的紅布條以及那顆大球，雖然一開始不知道那些要做什麼，不過還是會去注意。」

但是當記者問到他是否會想參加活動時，他則表示：「其實會想參加耶…可是我沒什麼靈感，而且平常也忙，沒時間思考，所以目前應該不會參加。」

淡江人對淡江校園的期許，就是要勇敢大聲地說出來，2007 創意瘋潮大賽是一個可以讓你對淡江發揮創意想像的地方。如果你有一腦子古靈精怪的想法無處可以宣洩，那麼就請你把創意全部都釋放出來吧，開始玩學校！

創意瘋潮大賽 大家一起「開玩校」

報別	淡江網路新聞報 第118期	版別	1	日期	民國96年06月01日
----	------------------	----	---	----	-------------

瘋潮大賽比開玩笑 創意五燈獎榮獲冠軍

【記者鄧文琪報導】今年由淡江大學文學院創意中心主辦的第二屆「創意瘋潮比搞大賽」，歷時兩個月圓滿結束，並於5月22號在新啓用的數位展覽廳舉行2007創意瘋潮大賽「開玩笑」頒獎晚會。

典禮上兩位主持人賣力地演出，尤其女主持人模仿張校長更是創意滿分、搞笑十足，逗得台下的老師和校長捧腹大笑，現場氣氛熱絡，彷彿一場小型的PARTY，這次創意瘋潮比搞大賽成功落幕，更是讓長期辛苦、功不可沒的創意團隊欣喜若狂。

今年的參賽作品雖然比去年少，但是品質及可行性都比去年還要高，幾百件作品由校外評審遴選出五件佳作以及前三名，由校長及副校長親自頒獎，獲獎的同學們不僅可以得到豐富的獎金，還有與吉祥物海豚Dolphin同音的驚喜小禮物—多芬沐浴乳。

投稿的同學們發揮創意，像是淡江粉絲節就以阿給為主題，讓大家送阿給給喜歡的人表達情意；另外還有交換性別日，則是要同學們體驗一下互相交換性別的感覺。今年獲得冠軍的作品是

「校園五燈獎」，讓同學們在下課後，可以利用按燈的方式替老師們打分數，頗具創意。

得到冠軍的張同學表示，當初有這個構想是因為教學評鑑時不好意思給老師低分，剛好最近很流行的歌唱節目若分數太低就按鈴淘汰，因此突發奇想在教室兩旁裝上計分器，藉由學生的按鈴來替老師打分數，不過他自己倒沒想到這個作品會得到冠軍。

至於淡江大學日文系劉同學則說：「我覺得這個活動不錯啊，我很多同學都有上網去投稿，我覺

得那些辦活動的同學們很用心、辦得很好，這個活動舉辦兩年了，我覺得越辦越好。」

對於這樣的一個活動，文化大學會計系鄭同學的看法：「淡江大學有這樣的活動感覺蠻有趣的，學生可以一起動腦改善校園的環境，還可以想出很多很好玩的東西，這種有意義的創意大賽，文化應該也辦一個！」

每年的創意瘋潮比搞大賽都成功地激發學生的創意，同學們可以盡情發揮想像力，明年的創意大賽，歡迎大家一起來比稿！

報別	淡江時報電子報 第 643 期	版別	1	日期	民國 95 年 5 月 08 日
----	--------------------	----	---	----	------------------

淡江時報

一份屬於淡江人的報紙

最新一期 | Tamkang e-Times | 我要找 請輸入關鍵字 新聞查詢 圖片查詢



- 學校要聞
- 學生新聞
- 專題報導
- 瀛苑副刊
- 專欄

新聞查詢

圖片查詢

期別總覽

PDF下載

訂閱/取消電子報

線上人數：452

瀏覽人數：1442446

更新日期：2007-06-04

【校園視窗】

淡水校園》》創意中心徵才

文學院創意學習與創新產學中心舉辦「創意前線 (L.A. Front)」徵才活動，在「瘋潮-創意比搞」之後，這是大學生活中最重要的選擇與機會，提供同學發揮創意的好機會，並可參與一個具備「品味、設計、研發」的創意工作團隊，甄試說明會時間：5月11日〈週四〉晚上6:30~8:00在文學院L306室；相關資訊可參考 <http://LA-Front.tku.edu.tw>。

(淡江時報第 643 期 2006-05-08)

Top >> Home >> 友善列印

其他新聞

- 淡水校園》》初夏舞土 校園飄樂香
- 淡水校園》》創意中心徵才
- 蘭陽校園》》多名政委參訪蘭陽校園
- 蘭陽校園》》環境倫理校外教學 學生受益良多
- 蘭陽校園》》文化中心研討會上週三圓滿閉幕
- 台北校園》》肚皮舞演出 吸引眾人目光
- 台北校園》》日語檢定考試3級加強班 即將開課
- 網路校園》》逛網路校園 拿iPod nano

版權所有：淡江時報社
 台北縣淡水鎮英專路 151 號 B426 室
 電話：02-26250584 (傳真：02-26214169)
 管理者：賴映秀 Email: sylvie@tkutimes.tku.edu.tw
 (建議您以 1024*768 的解析度及 IE5.0 以上版本觀看!)

[線上投稿](#) [關於我們](#) [廣告發行](#) [法規與表格](#) [聯絡我們](#)

報別	淡江時報電子報 第 670 期	版別	1	日期	民國 96 年 3 月 09 日
----	--------------------	----	---	----	------------------



學校要聞

學生新聞

專題報導

瀛苑副刊

特刊

專欄

新聞查詢

圖片查詢

期別總覽

PDF下載

訂閱/取消電子報

線上人數：454

瀏覽人數：1442432

更新日期：2007-06-04

【學生新聞】

創意瘋潮 邀您開玩校

【記者陳淑文淡水校園報導】你對淡江每個角落都瞭若指掌？你對學校的期望想大聲說出來？文學院創意學習與創新產學中心號召會玩又會讀書的淡江人，一起加入今年最酷最炫的創意瘋潮「開玩校——開始玩學校」。

活動文宣長中文三邱竹庭表示，只要作品內容可實踐性質高、且具有美化校園的作用，將可能成為校園中的裝置藝術。即日起至31日收件，初賽由校內相關科系教授擔任評審，4月20日公布入圍名單；決賽將邀請各廣告公司創意總監擔任評審。

不論是個人挑戰或組隊參加，只要定好標題加上200~800字的文字敘述，說明創意構想，也可配上插圖。第一名將獲得10000元高額獎金，第二、三名獎金分別為6000元及3000元的獎金；另外錄取佳作5名和網路票選超級人氣獎一名。

完成作品後可至文學院創意中心L402交件，或上傳到文學院創意瘋潮「開始玩學校」活動網站
<http://gogo.tku.edu.tw>。

(淡江時報第 670 期 2007-03-19)

Top >> Home >> 友善列印

版權所有：淡江時報社
台北縣淡水鎮英專路 151 號 B426 室
電話：02-26290584 傳真：02-26214169
管理看：賴淑秀 Email: sylvia@tkutimes.tku.edu.tw
(建議您以 1024*768 的解析度及 IE5.0 以上版本觀看 10)

[線上投稿](#) [關於我們](#) [廣告發行](#) [法規與表格](#) [聯絡我們](#)

其他新聞

- 全國金蟻獎 合唱團再獲雙料冠軍
- 看表演逛展覽 個生週有吃有拿
- 創意數位中心募新血 21日說明
- 校友會文物民俗展 台澎金馬任遨遊
- 鋼琴演奏 陳世偉擊響演出
- 全校英語演講 等你来比賽
- 創意瘋潮 邀您開玩校
- 當紅歌手演唱 陪你high翻天
- 96同鄉服務員甄選報名
- 警衛員護校負傷
- 自強、松濤館交誼廳設備更新
- 花敬凱老師今告別塵世
- 學習經驗徵文30日止
- 法語日 李思慧法語歌唱入決賽

報別	淡江時報電子報 第 671 期	版別	1	日期	民國 96 年 3 月 26 日
----	--------------------	----	---	----	------------------



淡江時報

一份屬於淡江人的報紙

最新一期 | Tamkang e-Times | 我要找

- 學校要聞
- 學生新聞
- 專題報導
- 瀛苑副刊
- 專欄

- 新聞查詢
- 圖片查詢
- 期別總覽
- PDF下載
- 訂閱/取消電子報

線上人數：377
 瀏覽人數：1442063
 更新日期：2007-06-04

【學生新聞】

開玩校 31日截稿



第二屆創意大賽在淡水校園滾動起瘋潮！創意中心推動直徑2.5公尺的大球「創意PLAY BALL」，把學校當作彈珠檯，鼓勵同學「開玩校」！例如：為淡江創造一個代表性的節日，或改造一個特別的校園場景。活動於31日截稿，網址：
<http://gogo.tku.edu.tw/2007/index.html/>。發揮想像力，讓淡江更多元、更有朝氣，創意達人的封號及10,000元獎金等著你！〈圖／陳振堂〉

(淡江時報第 671 期 2007-03-26)

Top >> Home >> 友善列印

其他新聞

- 化學競賽 504高中 生角逐爭霸
- 宣美曼聯音樂 校友返校話當年
- 開玩校 31日截稿
- 為學習開房間 師生都有小天地
- 美食大車拚 文化 邁香味四溢
- 羽球北邊盃 男子 居亞女子殿軍
- 愛心義賣 今起海 報街展開
- 日交換生二次甄選 28日前報名
- 補助3名額 未來學 年會在美召開
- 復活節尋蛋 英會 社助你說英語
- 發掘好聲音 淡江 之聲DJ Search
- 服務社會 帶動中 小學社團再出發
- 統計系學術競賽報 名

版權所有：淡江時報社
 台北縣淡水鎮英專路 151 號 B426 室
 電話：02-26250584 (傳真)：02-26214159
 管理者 賴映秀 Email: sylvia@tkutimes.tku.edu.tw
 (建議您以 1024 * 768 的解析度及 IE5.0 以上版本觀看 !!)

[線上投稿](#) [關於我們](#) [廣告發行](#) [法規與表格](#) [聯絡我們](#)

報別	淡江時報電子報 第 679 期	版別	1	日期	民國 96 年 5 月 28 日
----	--------------------	----	---	----	------------------



淡江時報
一份屬於淡江人的報紙

最新一期 | Tamkang e-Times | 我要找 語輸入關鍵字 新聞查詢 圖片查詢



學校要聞

學生新聞

專題報導

瀛苑副刊

特刊

專欄

新聞查詢

圖片查詢

期別總覽

PDF下載

訂閱/取消電子報

線上人數：330
瀏覽人數：1441992
更新日期：2007-06-04

【學校要聞】

課堂五燈獎 同學按燈給分

創意賽大玩學校 人型看板讓教授不心酸



創意海潮大賽頒獎，校長張家宜（右二）鼓勵同學：「盡情發揮，將淡江打進成老師和同學都喜歡的樣子。」圖右為第一名的產經三陳文玉玉。

【記者謝慶宣淡水校園報導】由文學院創意學習與創新產學中心舉辦的「開始玩學校 2007 創意海潮大賽」於上週二（22 日）在 V101 舉行頒獎晚會。主持人太傅所阿佳崙化身「開玩笑笑長」大開淡江的玩笑，還和校長、兩位副校長熱情互動，逗得全場大笑。

產經三陳文玉玉的作品「教室五燈獎」從眾多參賽作品中脫穎而出，拔得頭籌，他提議在教室裡裝上歌唱節目的「五個燈」，學生桌上有匿名的投票鈕，每次下課就開始匿名按燈，老師就可以知道這次表現分數了。他表示平時看到某些老師們的表現，總是很想給他們打分數，但到了教學評鑑的時候又心軟了。這次剛好有這個機會讓我把醞釀了很久的想法表現出來，沒想到就得獎了，真的很驚喜！」第二名大傳四林佳崙的「今天我是男/女生」為淡江提供一個特別的節日，每年的 5 月 10 日同學裝扮成異性，體驗不同的性別角色，讓同學們能了解自己的性別在對方眼中是什麼樣子，以促進淡江大學內的兩性平等。第三名「學生人型看板」由大傳二陳維信、大傳三陳冠輝、大傳四涂仕婷合作，在教室裡放人型看板，讓教室永遠座無虛席，教授看了也不會太心酸。

其他新聞

- 校友敬業精神 九成五屋主肯定
- 歐盟講座 本週捷克代表主講
- 土木系二度通過 ISO 認證
- 淡江論壇今舉行
- 教科系與密蘇里大學跨國合作
- 俄籍太空人 本週來校演講
- 建築成果發表會 本校協辦
- 馬英九勉學子 學習好比跳高
- 中文 50 系慶 書畫助興
- 謝長廷今來談維新
- 管科所邀產學人士研討
- 看電影學教學 老師午餐約會
- 課室五燈獎 同學按燈給分