

# 文化部 104 年文創產業中介經紀人才培育計畫

## 海外與會參訪實習心得報告摘要—

### 表演藝術產業赴韓國光州參加 IETM 暨首爾嘉年華

#### (一) 2015 IETM 亞洲衛星會議：學習與反思

學員：大開劇團行政總監／鄭芮蕎

我們有幸能通過文化部補助計畫遴選，前往參加 2015 IETM 亞洲衛星會議，包含 9/7~9/9 於韓國光州的亞洲藝術中心（Asia Culture Center 簡稱 ACC）進行表演藝術產業相關的議程討論、參觀 ACC，以及觀賞 ACC 藝術節之節目。9/10~9/12 則移動至首爾，參與由首爾藝術與文化基金會所安排的“IETM SEOUL CARAVAN”之行程，包含參訪幾個重要的藝術機構（Citizens Hall、SEOUL ART SPACE-Geumcheon/Mullae、SEOUL STREET ART CREATION CENTER）、參觀“DA VINCI CREATIVE 2015: SENSE OF WONDER 展覽”以及安排多位首爾及日本的藝術家進行座談式的經驗分享。

2015 IETM 亞洲衛星會議由 IETM 與韓國光州的亞州藝術中心及首爾藝術與文化基金人會共同主辦。在 9/7-9/12 共六天的會議規劃，包含文化政策與藝術發展的相關議題的論壇，而其中收獲最多的莫過於在光州的亞州藝術中心的三天以工坊分組討論的議題，例如如何扮演好一位作為創意催化者的製作人？及在亞洲，何謂當代表演藝術？

三個主題分別於三天下午各自進行 2 小時，主持人會將來自不同國家的學員分組作討論，以便學員可以依自己國家的現況或個人經驗與觀點作分享及討論，

之後再由一位組員代表作重點口頭報告。透過一連串的討論過程，可以了解不同國家的藝術生態概況、製作人/策展人的角色定位之不同、跨國合作的方式及優缺點以及數位科技對藝術創作帶來的衝擊；間接地也達到國際間文化藝術之交流與互相學習，而且開拓更寬廣的國際視野。此外，由首爾幾位當地藝術家分享跨國創作或合作的經驗中，我觀察到各國參加代表一個共同的觀點是：「不管是跨國合作創作，或要將作品推銷到國外，最重要的都需要先與對方建立朋友情誼，進而長期溝通與分享，最後才有合作的機會以及良好持續的合作關係」。

此外，首爾目前由首爾藝術與文化基金會管理 15 個閒置空間再利用的藝術空間，每一個藝術空間當初在設置及重建前會長期研究，每一個空間比較適合給什麼樣的藝術創作者使用後，再進行規劃及改建，因為每一個藝術空間有明確的定位，如有以服務親子、青少年為目標使用的藝術空間，如專門為街頭及馬戲表演藝術工作者使用的空間等。以我們這次參觀的三個藝術空間之一的 “Street Arts Creation Center” 為例，它的改建計劃長達三年以上，先於 2013 年開始研究及調查它適合什麼樣的藝術創作者使用，評估後它適合專門為街頭及馬戲表演藝術工作者使用的空間，主要是因為它的室內空間夠高，且有寬敞的戶外空間，於 2014 年開始針對街頭及馬戲表演藝術所需去進行空間改造設計，於 2015 年 4 月完成第一階段空間改建及進行開幕及試營運，並邀請韓國馬戲表演團隊與澳洲的表演團隊兩團的跨國合作，於現場進行一場結合韓國傳統故事與現代雜技、馬戲及多媒體的演出。目前 “Street Arts Creation Center” 持續進行其它未完成的空間及設施改建。對照台灣現有的閒置空間改造成藝術空間的急促過程，或許首爾藝術與文化基金會對長期且有略策性的規劃值得我們借鏡。

最後，參與本會議最重大的效益，是認識及結交更多國際表演藝術界朋友、開拓本身及工作的劇團之國際交流網絡、提升了解國際表演藝術創作及市場現況、刺激自己未來學習成為一位國際策展人或製作人。此外，我也了解到在這樣的國際會議並不適合直接銷售節目，反而應是先放鬆心情「交朋友」，各國藝術家工作者互相溝通、分享、交流及交朋友。因為唯有當雙方了解彼此的藝術工作內容及找到話題共通點後才有可能進步成為好友機會。並且在於會議結束後仍需保持聯絡並持續分享與交流，當雙方有合作機會來臨時，便能進步提出長期合作之計劃。

## (二) 表演藝術空間的扶植與重生：從韓國首爾市的閒置空間再造來談～

學員：沙丁龐客藝術行政／賴怡暉

此次參與 2015 年的 IETM 亞洲衛星會議，也是我首次踏訪韓國。之前對韓國的印象雖然多半來自電視韓劇、亂打秀與之前在倫敦參觀過的韓國藝術家展覽等，不過已經對於其致力於「大韓文化」的文創產業行銷到世界各地感到驚艷與好奇。由於自身處於台灣中小型團隊的行政工作，一直以來多是面臨到團隊在創作空間上的不足與創作作品是否能夠呈上大型舞臺的議題所困擾與思索。在臨行前，我除了對於參觀新興完工的光州亞洲文化中心感到興趣之外，最期待的則是參訪韓國國家與城市在藝術空間規劃上如何與培植藝術家個人或團體，使其可以在最有效益的創作環境下做結合，以致整個藝術創意產業在趨近健全的規劃中成長。

抵達首爾後的三天內我們在首爾藝術與文化基金會的介紹帶領下，去參觀了眾多位於首爾市區附近的三間不同性質的藝術空間。以下為相關介紹：首爾文來藝術空間（Seoul Art Space Mullae）——位於永登浦區：前身為舊工業鋼鐵材料商行，廢棄後由首爾藝術與文化基金會接手管理，在與在地藝術家討論及參考國際藝術空間再造的案例後，將此一空間改造為一間多功能型藝術空間。其中包含大型空場空間作為表演或排練使用、黑盒子小劇場、錄音室、電影製片剪輯室、辦公室、頂樓露天表演台等，還有開放給藝術家或一般大眾皆可申請的住宿空間及共用廚房。在此空間的設計中，可以想像其藝術創作多功能發展的可能性。首爾文來藝術空間基金會對於藝術空間的用途界定為以下幾點：

1. **豐富地方區域性的交流：**運用此場地辦理藝術課程（如長期性吉他課程）及相關藝術工作坊。
2. **表演藝術空間的扶植與重生：**與當地居民推動互相交流的藝術再造計劃，如社區營造與社區活動。
3. **各項對於藝術家的支持：**如補助、空間使用、創作工具、對於藝術家作品的討論與回饋，連接起在地藝術家與國際市場的橋樑。
4. **國際藝術家駐村與交流計畫：**除了提供舒適的駐村環境，並提供與在地藝術家交流的平台，刺激跨國創作的機會。

首爾衿川藝術空間（Seoul Art Space Geumcheon）——位於衿川區：前身為印刷工廠，因此有挑高空間的廠房閒置，主要是設定為視覺藝術家的培植場域。自修繕完成開幕至今，已有包含國際藝術家共 145 位來此駐村創作。定期會舉辦空

間開放，相關工作坊、藝術展覽等活動，且一樣會與當地居民聚落有頻繁的藝術交流活動。首爾街頭藝術創作中心（Seoul Streets Arts Creation Center）位於廣津區：原為漢江旁為首爾市服務的自來水廠蓄水池，在執行 35 年後於 2011 年退役。隔年的四月在政府相關單位的規劃下，將此空間計畫改造為街頭藝術、雜技、特技藝術表演者的新創作天地。在首爾藝術與文化基金會（Seoul Foundation for Arts and Culture, SFAC）的接管下，雖然工廠內還保留蓄水池的舊觀，並預計在 2017 年陸續將室內與室外排練場地、演出空間及藝術家驻村空間等整修完畢，但也同時已陸續開放空間參觀，及舉辦節慶活動工作坊等，因此激發更多藝術家的創作與表現，以及首爾市民對此一空間的認識與參與。

此計畫是參考法國馬賽的街頭藝術中心的案例，且首爾藝術與文化基金會在開發相關藝術空間的計畫當中，體悟到街頭表演藝術與創作的重要性與持續性，但是社會可以支持其創作的空間又屈指可數。令人驚豔的是此一自來水廠室內空間的高度是約 20 公尺的地下空間，那是針對需要挑高大型空間做練習與演出的馬戲團表演者及雜技藝術家再適合不過的了。在參訪當中為我們導覽的人員提到，建立這樣一個特別的街頭藝術中心，希望能透過其目標與交流，讓一般觀眾對於街頭表演藝術的認知不再只限於社會邊緣化的、業餘的、相較於一般劇院內的演出是較不專業的，期待可以將街頭表演藝術也拉進所有表演藝術的主流之一。

綜觀幾個目前於首爾市地區所成立的藝術空間，及瞭解基金會在整體目的規劃的用心，我參觀後再反觀台灣目前閒置空間再利用的規劃方向，令我不禁咋舌。就台北的文化政策與建設來觀察，其實我們有閒置空間作為藝術創作空間再利用的想法比韓國早一點，其似乎暗喻了台灣民主化的過程，比韓國早了一步。但是

在文化建設的規劃上還是不由得被政治因素與追求經濟發展的短期目標所左右，導致如今的華山 1914 文化創意產業園區與松菸文創園區等藝術空間的規劃最後變成除了少數保留為演出場地使用外，充斥著高檔連鎖餐廳及引入人潮的商業形象展覽等使用。這對於急需政府扶植與栽培的後起藝術家或小規模的表演團體根本無法負擔其場地的使用，更不用討論其空間對於藝文產業的扶植觀念上是否有延續性幫助。

在台北市政府文化局成立以來，也有體認到對於表演藝術的發展上，藝術排練、創作空間上的缺乏，故許多藝術家在衡量排練場地的租借花費上就已寸步難行，建議學習韓國尋找更多閒置空間來提供給中小藝文團體，讓他們能以較低的代價做使用，但是在與上述的韓國藝術空間再造為案例比較，台北的多數藝想空間設立都是在相對粗糙的建築結構條件下，以極少的經費修繕使用的。藝術家在狹小的空間中創作，各自獨立，除了與幾個在同樣空間工作的團隊有交流機會之外，因為無駐村空間的設計，使得有意前來台灣做交流的國際藝術家無處為家，或是因為住宿經費的考量，只能做最短時間的交流，這樣對於台灣藝術家的創作發展是否業創造了侷限？在此次參訪行程後，我也再次思考表演藝術是否一定要侷限在正規的劇院內才能做演出嗎？如何活化現有的閒置空間，給予其再生與活化的機會？且不限於只能由有經濟效益的餐廳或美其名文創商城的模式來管理，結果是徒有連鎖商家林立卻不見其驅動任何藝術創意的用途，對於吸引來此的觀光人潮都是一次性的純消費經驗，如何再談文創空間的創意延續性？鑒於韓國在藝術文化發展政策的如此積極向國際推展，其國內的硬體設施也是同步進行，似乎一切以藝術家創作的需求為主導，向國際藝術家與市場招手。那台灣是否也

準備好了呢？