

背景及現況

一、背景

(一) 未來國際科技主流在文化創意產業

科技時代的來臨為影音創意產業發展帶來革命性的衝擊，在數位工具以及軟硬體發展成熟的現在，數位創意影音遂成國際重要且主流的文化創意產業發展範疇(見圖一)，許多國家如英國、澳洲、紐西蘭、日本、韓國、新加坡等也幾乎視創意影音產品為主要的國家新興重點文化產業。在行政院「挑戰二〇〇八—國家發展重點計劃」中，「文化創意產業發展計劃」被認為是最具前瞻性的項目，而「發展本土數位動畫」更是重點政策之一。為配合二〇〇八國家發展重點計劃，數位動畫電影被列為優先輔導對象；以電影輔導政策為例，申請補助可達總預算的百分之五十。而以文化創意為基礎的，更有以新媒體互動、消弭時間空間距離以及多樣商品性等優勢的「網路多媒體」，也都成為產業發展之主力。為因應這股全球化的產業趨勢，有效推動我國數位影音動畫產業的發展，政府將之列為六年國家計畫「新世紀兩兆雙星產業發展計畫」的推動要項之一，行政院亦核定通過「加強數位內容產業發展推動方案」，期望以整體國家力量來積極推動，使我國進一步成為亞太華文市場的製作及行銷中心。

圖一、文化創意產業(Creative Industries)概念範疇

| 英國/13類 | 香港/13類 | 紐西蘭10類 (實13類) | 聯合國 | 韓 國 | 新加坡 | 台灣/13類 |
|-------------|-------------|-------------------------|------------|-----|-----------------------|-------------------|
| 廣告行銷 | 廣告行銷 | 廣告行銷 | 廣告行銷 | | 廣告行銷 | 廣告行銷 |
| 建 築 | 建 築 | 建 築 | 建 築 | | 建 築 | 建 築 |
| 藝術及古董 市場 | 藝術及古董 市場 | 視覺藝術 (藝術、工 藝與古董) | 視覺藝術 | | 視覺藝術 | 視覺藝術 |
| 工 藝 | | | 工 藝 | | 工 藝 | 工 藝 |
| 設 計 | 設 計 | 設 計 | 設 計 | | 設 計 | 設 計 |
| 時尚設計 | 時尚設計 | 時尚設計 | | | 時尚設計 | 時尚設計 |
| 電 影 | 電 影 | 電 影 | 電影視聽 | 電 影 | | 電影 |
| 互動 休閒軟體 | 遊戲軟體 | (含在軟體 與資訊服 務) | | 動 畫 | | 動畫/ 互動遊戲 軟體 |
| 音 樂 | 音 樂 | 音樂與表演 藝術 | 音 樂 | 音 樂 | | 音 樂 |
| 表演藝術 | 表演藝術 | | 表演藝術 | | 表演藝術 | 表演藝術 |
| 出 版 | 出 版 | 出 版 | 出 版 | | | 出 版 |
| 軟體與電腦 服務 | 軟體與資訊 服務 | 軟體與資訊 服務(互動 休閒軟體) | | 人 物 | 軟體與資訊 服務 | 資訊多媒體 |
| 電視與廣播 | 電 視 | 電視與廣播 | | | 電視與廣播 | 電視與廣播 |
| | 漫 畫 | | 文化觀光 運動 | 漫 畫 | 文化觀光 (建立品牌 與產品) | |

註：灰底部份為本計畫之課程重點發展項目

(二) 整合影音創意與行銷增加國際競爭力

由於數位科技的發展已趨於成熟，使得原本各自專業且界限分明的產業生態開始改變成整合運作，跨平台的創意思考、媒體整合與行銷管理策略，已成現在與未來產業重點發展方向，而歐美各國乃至於日、韓等國家，皆已朝向產業整合與建立強大的結合創意、製作與行銷團隊來推動相關產業的發展，並且也已經有許多成功的案例。因此國內的數位影音創作者也唯有整合媒體與平台，兼具行銷與國際視野，方能提昇我國在數位媒體時代的國際競爭力。

(三) 影音創意產業南北失衡

目前台灣影音創意產業多集中於北部，從前製企劃單位、製作公司、後製特效公司、電影電視以及遊戲公司等等，均以製作聚落的方式集中於台灣北部，而中南部地區相形顯得相當貧乏。也正因如此，在學校教育資源的部分，中南部校院除了較不易延聘業界具實務經驗之專業師資之外，學生實習與產學合作機會相對缺乏。有鑑於產業南北失衡的發展，經濟部工業局與台南縣政府，也分別於高雄、台南縣成立了「數位內容學院南部資源中心」與「創意園區」，企圖消弭與減少目前南北產業發展落差的情況。而本計劃的目的，也正是將中南部地區影音創意產業，包含相關

校院整體教學品質與人才培育的提昇；以及產業界觀念的創新與環境的重新整合。

二、現況

(一) 成績斐然的創意媒體學院

崑山科大的創意媒體學院 (College of Creative Media) 一向朝著培育實務人才、創新技術研發、建立產學合作、帶動地方建設、推動國際合作等目標發展，由近年來本校院學生的表現，可見成績。在全國性的競賽得獎方面，如本院便在 2004 年「4C 數位創作競賽」中奪得全國之冠 (共計十二項)；更在「第十三屆時報廣告金犢獎」競賽中，居全華人地區之首 (共計二十二項)；另外又如在「全國包裝之星」、「全國攝影金像獎」、及各類設計大賽中，都有優異之成績。在產學合作方面，本院系亦密切與各相關業界及政府部門進行各項合作計畫；如於八十九年與國立海生館合作之海洋生物博物館推廣設計案、九十一年與高美館合作之美術館推廣計畫、九十三年與電視豆有限公司合作的動畫角色開發計畫等、九十三年與我國數位動畫旗鑑太極影音科技公司 (Digimax Production Center) 合作的虛擬攝影棚影音產品研究案、香港先濤數碼企劃有限公司 (Centro Digital Pictures Ltd)、霹

塵國際多媒體製作公司的企劃與合製案等。皆顯示了創意媒體學院在影音創意產業的學術教育之貢獻與斐然的成績，並藉由產學合作，積極投入台灣相關文化產業之提升。

尤其在面臨當前全球後工業時代的經濟轉變，本學院為推動台灣設計及相關產業的競爭力，更積極投入設計人才之培養；也因此，本學院依當前創意產業發展的重要面向，原本架構出創意設計的三個區塊：視覺傳達系、視訊傳播系、與空間設計系，成為代表設計不同專業領域的研究與教學單位；視覺傳達系從傳統平面設計延伸發展為新媒體運用下的各種視覺設計，其中尤其以數位網路多媒體的創意開發為該系的核心，其核心課程便包括了數位影像設計、多媒體、網頁設計；開發學生各種數位多媒體的創意與技術。而視訊傳播系也是因應數位媒體科技的發展之下，轉進於數位影片產業的研究，尤其以動畫為核心課程及其相關的數位影視、音像、2D、3D動畫設計為主；此二科系可說與當前數位內容開發的文化產業重點直接相關，也事實上足以供應最需求的技術人才；只是過去設計領域的學生著重於內容之產出，卻較少思考其產值與行銷面向。

(二) 創意、設計、媒體與行銷的整合發展定位

隨著公共關係暨廣告系(以下簡稱公廣系)的加入，創意媒體學

院以創意、行銷、多媒體設計為重點發展特色，結合具備「數位藝術」、「多媒體設計」、「資訊科技與無線通訊」、「傳播實務與理論」、「數位影視」、「廣告公關與行銷」等領域的國內外知名學府畢業或具備相關業界專業實務能力的專業師資，主要課程亦規劃以「數位內容」、「創意設計」為主軸，重點發展「互動多媒體」與「數位視訊」、「創意行銷與管理」三方向。教學目標在於培養文化創意與數位產業界所需之創意研發、設計實務及行銷企劃管理的專業整合人才，將「文化創意產業」自最前端的創意創造，到中間的設計加工，乃至後端之產品行銷，都包含在本學院的課程規劃內，可為以「腦力」、「創意」與「知識」為其核心的文化創意產業發展，培育最佳的跨領域專業人才。

一方面，本學院所需求的教學架構，正是企圖跨越各設計媒體間的界域；在各設計科系獨立發展成熟的進展之後，期望朝向整合與設計團隊的方向發展，亦即為橫向之整合，做跨媒體與跨介面的串連。藉此，原本三個獨立而區隔明確的設計科系，將以媒體創意的導向，開始尋求合作與資源流通的可能模式；另一方面，則為縱向之整合，那就是將原本屬於上游行銷專業的廣告與行銷面納入本學院，作為媒體在創意與設計領域中，一個完整產業流程的串連；同樣地，公廣系自創系以來，致力於培養學生兼

具廣告企劃、公關、行銷實務與溝通管理等專業知識與技能，以因應國內企業相關領域的人才需求。只是，同樣作為媒體的企劃與推動者，其過去仍始終單打獨鬥。如今在數位媒體匯流的時代趨勢下，終於使得各原本獨立的專業領域得以流通，重構了創意媒體產業的架構。新的產業架構既然應運而生，新的理論基礎，及教材的整備，也有迫切建立之需求。設計將無法再被獨立思考，而必須涵納整體媒體環境，思考文化、行銷、及市場。因此，影音創意的設計也必須開始思考如何從前製企劃、創意、腳本、拍攝與後製、以及成品的行銷通路等串連起來。這是過去單向度的專業人才已無法勝任的產業需求。換言之，過去單純的設計專業必須升級為媒體創意者，而行銷企劃者亦需具備媒體創意的智識。

(三) 整合性人才養成教育之需求

數位影音產業與傳統產業最大的不同點，在於不再運用單一的知識，而是綜括各領域，經由知識橫向整合匯聚而成就的產業，故既有的教育訓練課程很難培育出該產業所需的整合性人才。因此一個符合本學院的特色發展以及產業需求的整合性跨科系領域的專業學程，不僅可以培育全方位的專業人才，在學術教育上更有其重要性，因為以目前國內現有的數位多媒體相關科系

與人才培養課程，在發展方向上，多以資訊多媒體軟體、硬體為研發核心，多偏重於應用與設計的層面，而且培育相關人才所需的資源與師資大多集中在北部，中南部地區的資源與師資明顯的不足，然而以前述的國家政策、產業發展趨勢與本學院未來的定位而言，培訓兼具跨媒體整合與行銷企劃統合能力的種子教師培訓課程實有其必要性。

(四) 具備國際視野與產業整合性智識的種子教師

一直以來，台灣數位影音產業發展的劣勢，在於產業在地化性質高，缺乏具國際觀的人才，在各國皆已積極推動相關產業的同時，我們所要面對的不僅來自於國內的競爭，更有來自於國際的競爭壓力，因此人才培育亦應著重於國際視野的培養，並能與國際資源接軌，即時取得國際專業師資、課程及認證等相關資訊與經驗，加速與國內、國際產學經驗的交流合作，進而帶動國內影音產學邁向國際化，提昇整體產業競爭力。

有鑑於此，本計畫將以培訓數位影音產業之種子教師為目標，派遣核心種子教師至歐美知名學府，例如美國南加州大學(USC)、美國加州大學洛杉磯分校(UCLA)、美國加州的藝術中心(Art Center)、英國的創意產業群聚中心(Creative Clusters Center)，或其他日韓、香港等創製機構進行短期參訪(實際學府與

機構將視情況選擇而訂)，並邀請國際級專家學者與產學界的學程合作夥伴以駐校或講座的方式，搭配整合性跨科系領域的學程，培訓具備國際視野與產業整合性知識的種子教師人才，以因應此一產業發展需求，以及教育部 2004-2008 年之施政主軸「**創意台灣、全球佈局-培育各盡其才新國民**」，強調教育全球化與國際化，以關鍵的「**創意**」與「**品質**」來取得國際競爭優勢，鼓勵高等教育學校發展創意特色，結合經濟發展與國際趨勢，加強國際合作交流，以促進技職教育國際化、多元化、專業化之發展。

此培訓計畫更深一層的意涵在於，使文化創意產業的人才養成教育能深耕於南部地區，所培訓的**種子教師在未來，不僅服務於本校，更能服務於中南部地區的相關系所與組織單位，以解決師資缺乏的窘境**，使本校的**創意媒體學院能進一步成為中南部數位影音與創意行銷的教育訓練中心**，為台灣數位影音產業提供兼具質量的優秀人才，以弭平此產業五年兩萬名的人才缺口。

三、本校中長程發展目標

本校自八十九年學年來起改制為科技大學，即以支援國家經建發展，配合社會變遷，適應地方發展特性，結合企業全球佈局，以培育具有領導研發團隊能力，兼具國際觀中、高級專業人才，

為本校一貫的方向。而配合社會及國際脈動，做前瞻性之課程規劃，融合教、研、服務為一體，使師生均具備領導研發團隊的運作能力，加強國際交流，邁向國際化大學。

本師資培訓計畫完全符合本校的發展目標:以重點研究群及跨院系整合方式引進世界主流科技;協助老師快速提升具有競爭力的專業技能，與學術界、產業界密切互動。同時禮聘大師級學者、產業界專家指導本校教師，應用世界主流科技來整體規劃具有特色的課程與研究計畫。以期達成本校發展計畫的總目標:

- 1.培育學生成為「新世紀最佳領導人才」。
- 2.協助老師成為「世界主流科技的應用專家」。
- 3.塑造學校成為「增進人類福祉的研發及教育中心」。