

airiti

**臺北市迪化街 URS 之藝術和創意轉型：
誰的文化？誰的城市？**

**The Arts and Creative Transformation of Dihua Street
Urban Regeneration Stations in Taipei City:
Whose Culture? Whose City?**

邱淑宜 Shu-Yi Chiu

國立東華大學藝術創意產業學系 助理教授

Assistant Professor / Department of Arts and Creative Industries

National Dong Hwa University

有關本文的意見請聯繫代表作者邱淑宜

For correspondence concerning this paper, please contact Shu-Yi Chiu

Email: shuyi.chiu@gmail.com

摘要

藝術和創造力教育，在 Florida (2002, 2005, 2009) 和 Landry (2000) 創意階級和創意城市論述倡議下，躍升為培養創意人才、形塑創意氛圍和提升區域競爭力的萬靈丹。本文以臺北市都市更新處設置在迪化街的都市再生前進基地 (URS) 為例，探討進駐 URS 的文創工作者所傳遞之藝術和創造力教育對形塑迪化街為創意街區的影響，尤其關照是誰推動和介入迪化街 URS 的藝術和創造力教育相關的政策論述？以及是什麼形式的文化美學和生活品味，透過 URS 的文創工作者植入迪化街區？最後則是 URS 所推動的是誰的都市活化與再生？本文將藉由經驗研究的田野資料與西方論述交織對話，討論藝術和創造力教育之影響層面如何擴及至臺北市都市發展策略，並指出其潛在的危機和陷阱。

關鍵字：都市再生前進基地、創意街區、藝術和創造力教育

Abstract

According to Florida (2002, 2005, 2009) and Landry (2000) art and creative education can be employed as a panacea for fostering creative talent, shaping creative milieus, and promoting local competitive advantage. This paper uses the example of Urban Regeneration Stations (URS) set up by the Taipei City Urban Regeneration Office at Dihua Street (West Central Taipei City), in order to foster art and creative education with the goal of transforming Dihua Street into a creative neighborhood. Using empirical data gathered between 2012 and 2014 routed through Zukin's discourse on "Whose culture? Whose city?" this paper demonstrates how creative practitioners in the URS employ art and creative education to shape Dihua Street as a creative neighbourhood. In particular it focuses on who is involved in policy making, and creating dominant policy discourse; and whose cultural aesthetics, lifestyle, and taste is being fore-grounded in the re-making of Dihua Street? The paper concludes by highlighting some possible dangers and limitations of such an approach.

Keywords: urban regeneration stations, creative neighborhood, art and creative education

壹、前言

藝術和創造力教育的影響力，在近年全球蔓延的創意城市和創意階級（creative city and creative class）的論述倡議下，不僅在價值上被提升至攸關國家競爭力的層級，並且在應用的範圍也被擴及至經濟、社會和都市發展的領域。例如：在 Florida（2002，2007，2009）的「新創意地理學」（the new geography of creativity）論述中，藝術文化和創意，被期待作為營造創意城市的酷魅力，進而吸引更多其他創意人才的群聚；而且文化創意工作者（以下簡稱文創工作者）被視為為「波西米亞族群」，作為創意城市的包容性和開放性的指標之一。另一方面，文創工作者在 Landry（2000）的創意城市打造工具（A toolkit for urban innovators）中，則被期待透過藝術文化和創意等媒材，為破舊的城市空間帶來生氣，也為昔日舊工業區注入文化創意的象徵工具，以打造城市品牌。Florida 和 Landry 的論述被廣泛的應用在西歐、北美以及東亞的不少大都會的都市再生策略中（Comunian，2010；Peck，2007；Sasaki，2010）。在這樣的風潮下，藝術與創造力教育的價值與功能，已經超越過去單純在學校、美術館或社區教育等領域，更進一步連結到都市再生、街區的復甦與創造新的文化美學和生活品味。

上述全球主流的創意城市論述，在臺灣的風行程度，如王佳煌（2010：154）所形容：其「流行名家的譯作洛陽紙貴，被政治人物與部分學界奉若聖經，甚至邀來臺灣傳道」。在臺北市近年推動的都市再生與創意街區的策略中，同樣可以清楚的看到上述的脈絡，例如：在臺北市 2016 世界設計之都（World Design Capital）的投標書中，臺北市政府宣示：這將是一個集體改造運動，透過設計之都的藝術、文化、創意和設計相關教育活動／展演，來培育有問題解決能力和設計思維的現代公民，以促進臺北市能不斷地向上提升（臺北市政府，2013）。而其中之一的行動方案「都市再生前進基地」（Urban Regeneration Station，以下簡稱 URS），是臺北市都市更新處（以下簡稱都更處），企圖藉由文創工作者／團體入駐 URS 的空間，以都市針灸術的概念，並基於 Landry（2000：225）的創造力循環（the cycle of creativity）的觀念，企圖透過藝術和創造力教育相關的展演活動，以徐徐滴入的方式，逐漸帶動都市更新、街區活化和營造街區創意氛圍。

當藝術與創意高度介入在都市再生的領域中，然而目前不論是國際或國內的研究都著重在都市或產業發展的面向，而忽略從藝術和創造力教育的角度出發，並缺乏以實證與在地案例研究為基礎，來評估藝術和創造力教育的實質影響及其在文化與社會上的正、反面效應。對於 Florida 和 Landry 正面的論述，其相對的危機是：藝術文化和創造力教育的影響力，似乎因為創意城市論述的宣傳和政策轉譯而被提升，但事實上許多表面上以藝術文化和創意為主軸的文化和都市政策，可能並不在於關心在地文化內涵、創造力培育的本質

和其實質的影響。其或許更關切於使政策追隨者和市民相信，由藝術文化創意相關活動／節慶所架構短暫且虛幻的美景和氛圍（Peck，2007；Pratt，2011）。而且在這樣的現象下，藝術和創造力教育的本質，卻可能因政治目的、政策詮釋、執行的方法和對象，而可能被誤解，甚至可能是扭曲。

面對上述的現象和反省，本文將藉由實證研究，以迪化街區的三處 URS 作為主要的田野案例。針對迪化街區 URS 的角色和任務，檢視藝術和創造力教育對形塑創意街區和市民的影響，其重要性理由有：（1）URS 基於 Landry 創造力循環的觀念，具體強調以藝術文化和創造力為媒材，來提升居民創新思維的能力並活化街區的重點行動方案，而且也是 2016 年世界設計之都的亮點計畫（臺北市政府，2013）；（2）目前只有少量的碩士論文以 URS 為案例，但仍缺乏深入田野與理論間的交織討論，同時也缺乏跨藝術教育和都市再生領域的研究，來探討藝術和創造力教育對街區的實質影響；（3）位於迪化街的三處 URS，是都更處自 2010 年設置 URS 以來，入駐最久且穩定的，而且本文關照的是迪化街創意街區的形塑，故以此三處為例。

關於本文所指的藝術和創造力教育，是基於 Dickson（2011：6）所指的：「透過藝術的教育（education through art），使用藝術的歷程來提高其他學科的學習和社會發展」。Dickson 也進一步補充：「透過藝術的教育，其中關於培養有鑑賞力的思考（appreciative thinking），是政客和媒體作為強化意識形態和訊息的重要工具」。本文所指的藝術和創造力教育，是以透過藝術的教育的視角，來檢視公部門和藝文團體，是透過什麼藝術的歷程和機制，來提升遊客、居民和商家對都市再生的學習與理解，以及培養遊客、居民和商家「有鑑賞力的思考」對其所植入的文化美學和生活品味。

本文架構分成四個部分：（1）在文獻探討部分，本文將分析近十年英國對藝術和創造力教育的新詮釋和新價值，如何被轉譯在臺灣的藝術和創造力教育政策，及其如何被部署在以文化為導向的都市再生（culture-led regeneration）策略中；（2）在案例分析部分，本文將分析臺北市政府設置 URS 的政策脈絡，與討論迪化街三處 URS 進駐的文創團體，傳遞藝術和創造力教育至街區的策略和方法，如何實踐 Landry 的城市創造力循環行動的觀念；（3）在經驗研究部分，本文將探討三個研究問題：有哪些重要關係人，主導和介入迪化街 URS 的以藝術和創意為導向的都市再生政策論述、策略和行動方案？並檢視是什麼形式的文化美學和生活品味，透過 URS 的藝術和創造力教育被植入迪化街區？最後，則是討論臺北市政府透過 URS 所推動的是誰的都市再生？第四個部分是本研究的結論。

貳、文獻討論

本節文獻探討的議題如下：首先，本文將討論在國際組織倡議下的創造力運動，英國新工黨政府（1997-2010）作為最具體將創造力轉化在教育改革和創意產業的發展計劃中（Creative Partnerships, 2006；Darras, 2011；Drotner, 2011；UNESCO, 2006）的國際政策學習典範（吳靜吉、郭旭展、王佩淳、李澄賢、湯宗勳, 2008；臺灣經濟研究院, 2003），其政策論述如何被轉譯和移植在臺灣的藝術和創造力教育政策，並指出藝術和創造力教育的新詮釋和新角色。第二，討論在歐陸以文化為導向的都市再生策略中，藝術和創造力教育的新角色如何被部署在發展創意城市、促進社區融合和凝聚市民參與和認同的行動方案，同時也指出臺灣近年的文化和都市政策相似之處。第三，綜合討論這樣的新詮釋和新角色，並反思近年相關研究的缺憾，進而提出本文的理論架構和研究設計。

一、藝術和創造力教育的新詮釋和新角色

藝術和創造力教育的角色，在英國新工黨政府的教育政策中，躍升為面對全球化的經濟競爭、社會融合和個人生存挑戰的重要解方（Creative Partnerships, 2006；NACCCE, 1999）。英國國立創意和文化教育委員會（National Advisory Committee on Creative and Cultural Education, 簡稱 NACCCE）在 1999 年公布「我們的未來：創意、文化和教育」（All our futures: Creativity, culture and education）報告書中定義：「創造力是藝術和文化教育的核心，認為創造力是可以被展現在一般常民日常生活的各種領域當中，也就是人人都有創造力」（NACCCE, 1999：29）。其所指的藝術，不僅包含高尚的藝術（high arts），也涵蓋大眾文化（popular culture），企圖超越傳統對藝術和創造力教育認知的限制。這不僅是英國首次對創意和文化教育提出明確的定義，也成為國際間政策學習的典範。

創造力在 NACCCE 中，不再只針對少數菁英和優異人才或是僅與藝術相關的活動，而是以「民主的」（democratic）詮釋：「每個人都能夠在某些領域活動中展現創意」（NACCCE, 1999：29）。在臺灣的「創造力教育白皮書」中，則以「全觀原則」強調：「政策推動的對象，大眾與菁英並重……基於人人皆能創造的理念，開發大眾的創意潛能」（教育部, 2003：11）。創造力教育白皮書中也呼籲應擺脫創意是少數資優生的專利的偏狹迷思，對此可以看出在國際政策學習的影響下，臺灣的政策制訂者也在重新詮釋藝術和創造力教育的意義，期待人人都能夠有創造力。

在英國新工黨政府的政策論述中，展現 Dickson（2011）所指出的：藝術和創造力教育被賦予的三項新角色：（1）在經濟方面，必須提供創意產業所需的創意人才，以及培育未來的藝術欣賞人口；（2）在社會方面，必須提供社區多元的活動，以促進社會融合；（3）

在個人方面，必須幫助個人成長茁壯。這樣的新功能，在臺灣的「藝術教育政策白皮書」（教育部，2005：5）也可以看到同樣的訴求，例如：在經濟和個人方面，白皮書中強調：「透過藝術教育，來培育具備開發文化創意產業的各類人才」；「涵養新一代國民的美感素養」。在社會方面，白皮書中強調：「透過藝術教育的策略，可以有效強化每個人的臺灣主體意識……培養國民認識臺灣自身的藝術特色，深化認同」。

上述的趨勢，呼應 Jeffrey、Craft（2001）的觀察：在晚近關於創造力教育的論述，鼓吹一股「培力」（empowerment）風，政府將面對全球經濟和社會變革的責任轉向個人，創造力教育成爲國家培育有創意的勞動力，作爲面對全球化變革和競爭的解方。Craft（2005）也指出：這趨向一種政治、經濟和市場實用主義的討論，創造力轉變成一種象徵性的價值。在這樣的論述趨勢下，在下一節，本文將探討藝術和創造力教育，如何被部署在歐陸的藝術文化和創意爲導向的都市再生政策論述和方案中。

二、藝術和創造力教育在文化爲導向之都市再生策略中的功能

藝術文化對都市再生與復興的助益，自 80 年代中，英格蘭藝術委員會（Arts Council England，簡稱 ACE）就開始將藝術文化植入相關的社區活化行動方案，強調藝術文化對社區經濟再發展的角色，隨後在近年英國官方的都市復興相關論述中，也不斷強調藝術文化教育對營造社區居民的凝聚力、自信心和培育地方創造力的助益（Arts Council England，2007；DCMS，2004）。這樣的現象，不僅展現以「透過藝術的教育」之藝術的歷程，來強化政策制訂者所要傳遞的文化爲導向的都市復興訊息，同時也呼應前述 Dickson（2011）指出藝術和創造力教育對社會融合的新角色；更值得注意的是，文化在 Landry（2000：9）的吹捧下，似乎成爲社會和個人，神蹟般的正極光（positive glow）：

文化可以強化社會融合、增加個人自信心、提升生活技能、促進身心健康、加強人民的民主公民素養、並發展新的訓練和就業途徑。

上述國際政策的趨勢，也被轉譯至臺灣相關的文化政策，在 1990 年代晚期，藝術文化逐漸被作爲地方閒置空間再利用的工具，並且以藝術教育的歷程來營造社區文化美學與生活品味。例如：黃海鳴（2003：201）以「藝術介入社會」形容當時官方「釋放空間主權...發動藝術直接服務社會等趨勢」。這股風潮，還被稱爲「藝術介入空間」，其功能如文化部（2012：1）定義：「促進民衆對生活美學的重視及期待，達到藝術生活化、生活藝術化的理想……提昇大衆對於空間美學的認識與參與」。在 2002 年「新故鄉社區營造計畫」更如實地指出：以地方文化作爲社區產業營造的工具，企圖厚植地區軟實力，以文化方式來經營社區，提升生活及自治品質，帶動更多社區民衆的參與，激起集體意識的造人運動

(文建會, 2010; 陳郁秀, 2003)。在這樣都市發展策略下, 政策制訂者企圖透過藝術和創造力教育, 培育創意人才, 提升區域的競爭力; 並且以透過藝術的教育歷程, 徐徐地灌輸和教養社區居民的文化素養與生活美學, 以強化社會融合。

在這些論述的加持下, 文化創意工作者不再只是「軟性的地方因子」, 如 Krätke (2010)、Pratt (2011) 指出: 他們成為促進地方文化創意產業的發展和經濟繁榮的要角。藝術文化和創意在都市發展策略中, 被作為協助建立和行銷有創意的城市形象、品牌、美學與生活品味的政策和工具, 以及凝聚市民參與及認同意識的教育媒介, 而文創工作者等所謂的波西米亞族群, 也逐漸成為都市經濟轉型的重要推手, 及推展中產階級生活形態的塑造者 (Bell、Jayne, 2003; Julier, 2005; Lloyd, 2010)。本文的研究案例 URS, 在臺北市政府的創意城市發展策略下, 同樣被期待達成上述的目標。

當藝術和創造力教育被賦予新的角色, Buckingham、Jones (2001) 指出其隱憂: 創造力和文化被視為神奇的配方, 似乎可以以某種方式自動地改變教育, 進一步地引起更廣泛的社會和經濟復興。藝術和創造力教育的影響力跟著文化為導向的都市再生策略而水漲船高, 對此 Drotner (2011: 78) 提出警告: 當創造力與知識經濟被劃上等號時, 對創造力的理解就被狹隘化了; 但矛盾的是, 知識經濟卻又同時宣稱創造力可以被廣泛地應用。另一方面, 文創工作者的身價, 在創意城市論述的哄抬下, 擠身為 Florida 創意階級的名人榜中, 表面上享有創新的、酷魅力的光環, 實則被作為都市仕紳化的前導工具, 他們成為都市再生的藝術和創意的教育者和修補者, 為政府和地產商形塑城市文化美學, 利用「透過藝術的教育」之藝術和創意的歷程, 建立城市新品牌和新都市意象。對此, Pratt (2011) 提醒: 政策制訂者不要單純的以為文化創意是神奇的子彈可以修補城市的問題。

三、本文的理論架構、研究問題和研究方法

在這波國際上自 90 年代末期所興起的創造力運動, 藝術和創造力教育的新詮釋和新角色, 透過國際組織、會議的宣揚和政策的學習, 不斷地灌輸一種正面的價值信仰, 對於這樣缺乏實證研究的論述, 由聯合國教科文組織所發起的 2010 年在韓國首爾的全球性藝術教育研討會, 極力呼籲公私立部門應重視藝術和創造力教育實質影響的研究、評估方法和機制 (Liebau、Wagner、Wyman, 2013)。而且近年歐美的許多教育、文化研究和地理學研究學者, 也指出目前缺乏深入的實證研究, 來討論藝術和創造力教育的實質影響? 以及文創工作者是如何實踐藝術和創造力教育來強化社會融合? (Belfiore, 2002; Dickson, 2011; Guetzkow, 2002; Lees、Melhuish, 2013; UNESCO, 2006)。另一方面, 對於藝術和創造力教育政策執行的效益, Bamford (2013) 以聯合國教科文組織的藝術教育研究網絡中近期的研究為例, 指出: 很多研究都針對藝術的目的和其對教育的益處, 但是關於

政策的實踐和評估的系統性研究取徑卻是非常不足的，唯有針對政策如何被傳遞和實踐的研究，才能縮小政策計劃與實踐之間的落差。

面對這些學者所提出的反省，本文企圖以文化地理學者 Zukin (1996) 的「誰的文化？誰的城市？」論述，來檢視臺北市政府在迪化街所實施的 URS 街區活化與再生的行動方案，以實證研究來探討入駐 URS 的文創工作者在迪化街所傳遞的藝術和創造力教育相關的展演活動，對迪化街區文化美學和生活品味培養的實質影響。本文以 Zukin 的論述來討論本研究的案例，其目的與價值在於：第一，如前述在全球發展創意城市的風潮下，藝術和創造力教育的應用範圍，已經超越單純在學校、美術館或社區教育等領域，更進一步連結到都市發展等相關策略。因此，本文結合藝術教育、社會學和地理學等相關論述，以跨領域的視角來討論藝術和創造力教育在城市發展中所扮演的角色與功能。期待可以補足臺灣近年的藝術和創造力教育相關研究，非常少有以都市發展、美學品味教養的視角，來檢視藝術和創造力教育在文化為導向的城市發展策略中其實質影響的缺憾。第二，Zukin 主要是以文化地理學，來看紐約都市空間仕紳化的歷程，她並沒有提及藝術和創造力教育的角色和影響。本文的討論不是再次驗證 Zukin 的批判觀點，而是基於 Zukin 的提問：誰的文化？誰的城市？並藉由晚進相關的研究文獻、歐美案例、及藝術教育和創意城市的論述中已經被反思與批判的部分，進一步與臺北市的政策、迪化街田野調查交織討論。本文企圖透過與西方論述的對話，指出當臺北市政府（2013）宣示：「透過設計之都的藝術、文化、創意和設計相關教育活動／展演，來培育有問題解決能力和設計思維的現代公民，以促進臺北市能不斷地向上提升」，其被政策制訂者忽略或隱藏在後的限制與副作用。本文的理論架構和研究問題詳述如下：

本文的第一個研究問題是關於政策的制訂和實踐：有哪些重要關係人推動和介入迪化街 URS 的藝術和創造力教育相關的政策論述、策略和行動方案？對於誰能夠影響都市的文化美學和公共意識的教化，Zukin (1996) 在其對紐約都市再生的研究中發現：那些擁有經濟和政治權力的利益相關人，具有極大的力量，藉由公共空間、建築的規劃和興建，控制公共文化美學和公共意識。Zukin 的論述，將幫助本文剖析是哪些擁有支配權的政策制訂者和國際顧問，主導 URS 的設置和發展策略。

本文的第二個研究問題是關於入駐迪化街 URS 的文創工作者是如何以「透過藝術的教育」，使用藝術和創意的歷程，傳遞和植入政策制訂者認可的文化美學和生活品味？Zukin (1996) 指出：文化是強而有力的方法來控制城市的空間，那些形象和記憶，標誌化 (symbolize) 誰屬於這些特定的空間。進駐迪化街區 URS 的文創工作者，被期待使用藝術和創造力教育為媒介，去營造迪化街區創意源源不絕的氛圍，然而基於 Dickson (2011)：

28)的提問:藝術教育被期待營造社會融合和社區認同感,但是在現今逐漸多元的社會中,什麼才是社會融合和社區認同之共享的價值?誰將定義它?誰將負責來傳遞執行?Zukin的論述,將幫助本文檢視文創工作者如何透過藝術文化活動,標誌化 URS 的空間?及其所營造的共享價值和創意氛圍是什麼?

本文的第三個研究問題是關於政策評估:臺北市政府藉由 URS 所推動的是誰的都市再生?URS 為迪化街引入新的藝文空間、並吸引時髦文創商家、咖啡館或餐廳的開設,如何呼應 Zukin 所提出的比喻和諷刺:「卡布奇諾式馴化」,原本粗獷的地方因為新咖啡館的開設,而增添了些許審美氣息,這樣的新消費空間背後代表的影響巨大,「它們將長期居民驅離自己的舒適地區,逐漸把原本支撐其生活方式的地方,轉變成支持不同文化社群生活的地方」(Zukin, 2010 / 2012 : 12)。臺北市政府藉由 URS 植入迪化街的文化美學、生活品味和公共意識,是馴化、仕紳化、還是促進社會融合?

以下本文所使用的田野資料為 2012 至 2013 年收集的,包含:(1)臺北市政府近年的相關政策、文宣、報導和報告書等文本的分析;(2)針對政策制訂和 URS 執行經營等議題的半架構式訪談,共使用 11 位受訪者的逐字稿,包含都更處官員、入駐 URS 的文創工作者、迪化街區發展的關鍵行動者(商家和居民);(3)研究者以參與式觀察,紀錄 URS 所舉辦的公開研討會、演講和論壇,並將部分重要官員、利害關係人之演講內容謄寫為逐字稿,以補足部分重要人士不受訪的限制,本文使用二份演講逐字稿,包含一位都更處官員(P1)和一位 URS 團隊成員(A2)的演講。逐字稿的編碼為:二位都更處官員編碼為 P1、P2;四位 URS 團隊成員編碼為 A1、A2、A3、A4;四位在地居民和社區發展要角編碼為 R1、R2、R3、R4;三位商家編碼為 B1、B2、B3。

參、URS 的論述與藝術和創意轉型策略

URS 都市再生前進基地,是 2010 年臺北市都更處,「再生臺北風貌」的重點施政計畫之一,URS 的諧音為「YOURS」,都更處企圖營造「你們的」、「大伙的」的空間以及每個人表現自我、展現性格的地方(臺北市政府都市發展局,2010)。URS 的實施概念,臺北市都市更新處(2010)基於 Landry 的創造力循環(圖 1)觀念,具體執行策略是鼓勵民間單位進駐 URS 空間¹,以藝術文化創意作為新的都市再生的驅動力,期待達成將「創意融入社區」、「增強臺北的軟實力,豐富市民生活,改善都市品質」的願景(臺北市政府都

¹ URS 是空間是「活化再利用都市老舊社區空間及都市更新地區重建前之閒置房地」(臺北市政府都市更新處,2010 : 2)。

市發展局，2012a：11)。目前臺北市都更處已經建立的八處 URS (如表 1)，主要的進駐民間單位，以文創團體為主。

表 1

URS 都市再生前進基地名單

基地編號和名稱	進駐單位	創意社群類型
URS13 南港瓶蓋工廠	2013 年 6 月退場	--
URS21 中山創意基地	忠泰建築文化藝術基金會	14 組設計團隊 (工業、產品、服裝、建築設計等)
URS27 華山大草原	臺北那條通	由都更處邀請藝術家與設計、文創團隊，在大草原舉辦一連串的創意活動與展覽。
URS44 大稻埕故事工坊	社團法人臺灣歷史資源經理學會	學會人員
URS127	設計公店 淡江大學建築系 2010 年 5 月至 2013 年 12 月	拾樓劇團、十禾設計、手牽手設計工作室
	玩藝工場 蔚龍藝術有限公司 2014 年 1 月迄今	
URS155 創作分享圈	希嘉文化有限公司	外國藝術家不定期進駐
URS27w 城市影像實驗室	義美聯合電子商務股份有限公司 與財團法人蔣渭水文化基金會	義美聯電 基金會人員
URS27M 郊山友臺	社團法人中國文化大學校友總會	推行的是一種與自然共舞的生活態度

資料來源：臺北村落之聲 (2014)。

一、Landry 的城市創造力循環行動與 URS 的藝術和創造力教育任務

URS 的行動方案不僅止於硬體設備的改造和更新，其對市民的藝術和創造力教育的目標，如臺北市政府都市發展局強調：將以「創意藝術文化設計」為觸媒，對於城市文化的「人文」與「社會現象」、「心靈感官」層次上進行更新，提高社會大眾的思考能力與創造性，讓都市再生的同時，更「新」，也更「心」(臺北市政府都市發展局，2010)。

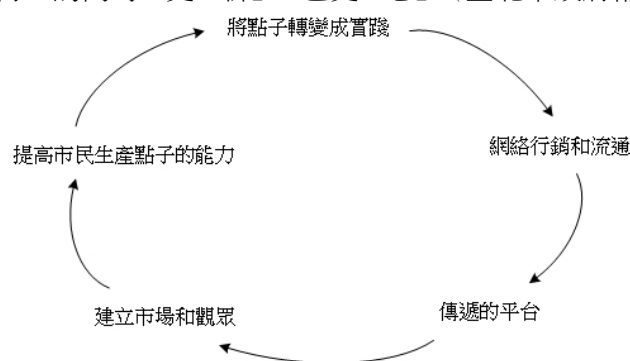


圖 1 Landry 的創造力循環 (Landry, 2000: 225)

Landry 的城市創造力循環行動 (the cycle of urban creativity in action) (Landry, 2000 : 227) 是基於創造力循環 (圖 1)。對於市民的藝術和創造力教育的第一個步驟是：「生產點子和方案」(generating ideas and projects) (Landry, 2000 : 230)，Landry 以英國哈德斯菲爾德市 (Huddersfield) 的創意論壇為例，指出其作為平台，媒合各領域人士，包含執行者、改革者和創意人，營造合作、溝通和對話的機制和氛圍。據此，URS 也被設計作為培養街區市民的藝術文化和創造力的交流平台，如臺北市都更處前處長林崇傑 (2012) 強調：「每一個 URS 都是一個都市改造的任務，也是一個創意基地、社區交流據點，更是地區永續發展的支持平台；它不是閒置空間再利用，而是一個開放性的論述平台」。臺北市都更處對 URS 的定義 (臺北市政府都市發展局，2010 : 27)：

URS 是個平台、網路，更是一種運動，一場由都市再生部門啟動的都市寧靜革命。每個 URS 的空間，以門牌命名，它可以是工作站、是鄰里空間、是資訊交匯點、是社群交流空間、是展示集合場所、是實驗行動、是城市漫遊的歇憩處，由你定義。

在城市創造力循環行動中，藝術和創造力教育的第二個步驟是：「將點子轉變成真實」(turning ideas into reality) (Landry, 2000 : 229)，Landry 分析英國哈德斯菲爾德市提供顧問、媒體、經紀、金融等相關服務，給年輕企業家的創業計畫，幫助其將創意成功轉化成事業的實例。對此，臺北市都更處則期待入駐的文創團體，扮演創意顧問透過文化藝術創意的歷程，改造街區空間和產業型態，例如：舉辦與「地區特色營造及活化」、「社區空間及場所之特色營造」相關之活動 (臺北市都市更新處，2013 : 1)，為街區的居民生活和產業「引入都會時尚與文化藝術創作等元素」的效益 (臺北市都市更新處，2010 : 9)。因此，迪化街近年空間、文化、產業和生活型態的轉變，如林崇傑形容 (葉穎，2012)：

如 URS21.....專業人員進駐工作室，帶動社區氣息的創意與藝文化.....迪化街 URS127 短短開幕運作 9 個月之後，區域的週邊就已被帶動著新開了三家咖啡店、一家日本料理店，這正代表是地方文化與生活價值，因為 URS 據點的進駐而潛移默化改變著，以往只見麵線跟豆漿飯糰與傳統產業的區域特質，因為新元素的導入，開始有了品嚐咖啡跟吐司的休閒之外，也讓平日或假日裡的社區活動更加豐富。

同時，URS 的文創團體也必須負責「地方文化創意再生與輔導」(臺北市都市更新處，2013 : 1)，藉由其所舉辦與都市再生相關的藝文展演活動，作為教育市民的媒介，進而透過創新點子和觀念的引入，帶動街區居民能夠實現以藝術和創意的歷程，進行街區活化與

再生。如 URS127 團隊成員 A1 在訪談中強調：

我們最後的目的其實是希望一個老社區裡面，帶來一些新的看法，一些視野來改變他們，我們在這裡面我們強調新、奇怪、創意。

在第三個步驟：「網絡、通路和行銷點子和產品」(networking、circulating and marketing ideas and products) (Landry, 2000: 230)，則是以行銷方式宣揚藝術和創造力為導向的都市再生的成效。Landry 認為英國北方創意聯盟一系列的行銷宣傳方案與活動，成功地扭轉哈德斯菲爾德市的都市形象並創造創意城鎮的願景和品牌。對此，臺北市政府近年對創意街區的作為，也呼應 Landry 的理念，如前文化局長劉維公指出：「文化局對創意街區的著力比較在行銷端，作法包括：舉辦導覽、推動街角櫥窗、繪製地圖等。以創意櫥窗為例，概念是希望每個店家都成為一個小型美術館，讓美學自然融入街道」(陳歆怡, 2012: 102)。因此，臺北市政府透過大量的藝文活動，營造藝術和創造力的歷程，培養市民有鑑賞力的思考，來加強其欲行銷給市民的創意城市訊息，例如：在 100 年度 URS 基地舉辦超過 80 場以上活動及講座，101 年度（至七月底）辦理超過 34 場以上活動及講座（臺北市政府都市發展局，2012b: 44）。

在第四個步驟：「傳遞平台」(platforms for delivery) (Landry, 2000: 230)，則是建立文創人才的孵育中心。Landry 強調創意城市必須提供低廉的空間（例如：舊工業區），讓創意人才和方案有據點，例如：藝術家工作室、設計中心等新事業的孵育中心，去銷售他們的產品和服務。這正是 URS 推動的重點項目：「創意社群培育空間」提供創意團隊進駐，並以實體公開空間孕育出永續發展的機制與創意平台（臺北市政府都市發展局，2011，2012a）。

當 Landry 的城市創造力循環行動的觀念，被都更處轉譯在 URS 的發展策略，進駐的文創團體就被期待作為街區的藝術和創造力教育的傳遞者，在下一節將分析進駐迪化街 URS 文創團體如何傳遞藝術和創造力教育，以實踐城市創造力循環行動的觀念。

二、迪化街 URS 文創團體的藝術和創意轉型策略

臺北市政府近十年將西區視為都市活化與再發展的重點區域，也針對實質環境、文化、產業投入相關建設，企圖透過「軸線翻轉」的策略，提升臺北市西區環境品質及活力（臺北市都市更新處，2011）。臺北市都更處企圖以 URS 計畫推動街區的活化與再生，並藉由形塑與行銷迪化街地區的文化創意氛圍，帶動地方發展，更期待迪化街區成為臺北市創意社群培育空間（臺北市政府都市發展局，2012c）。以下介紹三處位於迪化街的 URS：URS44 大稻埕故事工坊、URS127 設計公店、URS155 創意分享圈（如表 1 和圖 2），概述他們的

特性和所舉辦的活動類型，分析這些文創團體是如何傳遞「透過藝術的教育」，來實踐 Landy 的城市創造力循環行動的觀念。



圖 2 迪化街 URS 位置分布圖

資料來源：印花樂藝術設計工作室提供

(一) URS44 大稻埕故事工坊

URS44 的經營單位為臺灣歷史資源經理學會，該學會的特性：其成員多為歷史、建築與都市規劃領域相關的學者專家（臺灣歷史經理資源學會，2012）。而且主要成員過去皆曾致力於迪化街區保存的運動。學會定調 URS44 為大稻埕故事工坊，「是一個提供資訊交流的平台，分享大稻埕的在地文化，讓當地歷史融入生活與創意，期待能實踐文化資產再生的理念，倡議尊重歷史資源、都市再生的觀念，加強市民參與，再創多元合作可能的共享平台」（大稻埕故事工坊，2012）。URS44 透過展覽活動來實踐「透過藝術的教育」，強化市民認識臺北傳統文化、歷史資源、文化保存等議題，例如：「在大稻埕思茶」、「迎神賽會大稻埕」、「大稻埕與臺灣鐵道發展的領航」、「認識大稻埕歷史街區」。

(二) URS127 設計公店

2010 年 5 月至 2013 年 12 月由淡江大學建築系及其系友（以下簡稱淡江建築）進駐 URS127。2014 年 1 月以後，才移交由蔚龍藝術有限公司入駐，本文的田野資料主要以淡江建築經營時期為主。淡江建築將 URS127 定調為「設計公店」，並將其一樓穿廊形式的

空間作為主要與居民互動的場域，並營造此空間能夠成為迪化街區的公共場域²，作為迪化街居民議論、思考公共議題的創意空間；同時企圖透過一系列的建築設計相關展演活動，營造藝術和創意的歷程，教養迪化街居民對都市更新的認識，並淺移默化的影響他們的美感與生活品味。例如：「數位迪化設計展」、「大稻埕小拼桌」。

（三）URS155 創作分享圈

URS155 的進駐單位是 Campo Bag 希嘉文化有限公司（以下簡稱希嘉），希嘉為一群進行創作分享與文化行銷所組成的年輕文創工作者，其成立概念源自於 2005 年舉辦的原創市集「Campo 生活藝術狂歡節」。希嘉經營 URS155 的策略：除了提供他們的創作社群更多的展覽與創作的空間之外；同時也期待藉由這些創作者的展覽，作為一種回饋社區的方式。另一方面，為了增進與遊客、社區居民的互動與溝通，他們透過舉辦創作工作坊、在地食材分享等，例如：定期每個月舉辦以迪化街在地藥材、食材為主要烹煮材料的料理活動，他們稱作「迪化好味食堂」，以料理作為「透過藝術的教育」的媒材，製造創意的歷程，教養遊客、社區居民新的生活品味。

從表 2 可以瞭解三處 URS 企圖透過他們所舉辦的藝術與創造力教育相關的展演活動，以實踐 Landry 的城市創造力循環行動的觀念。在生產點子和方案方面，三處 URS 的空間，皆試圖成為激發市民創意和生產點子的平台。在將點子轉變成真實方面，三處 URS 傳遞藝術和創造力教育的方法，皆透過舉辦一系列的展演活動，如：講座課程、座談論壇、競賽、工作坊等，以「透過藝術的教育」，引導或啟發居民的創新思維，能夠帶動新的都市再生、翻轉西區。在網絡、通路和行銷點子和產品方面，三處 URS 同樣透過舉辦一系列的展演活動，以藝術創意的歷程，重新塑造迪化街的創意形象。在傳遞平台方面，三處 URS 的空間，都企圖成為其孵育創意人才的據點。

2 淡江建築系團隊引用哈伯瑪斯對於「公共場域」(public sphere) 的解釋，指「民眾能夠彙聚在一起成為公眾的場所」。他以 18 世紀法國、英國的咖啡館、論壇和蓬勃發展的印刷媒體為例，指出那些「公共場域」為公民們就重大議題問題進行理性辯論時提供了場所，因而催生了現代西方民主社會（臺北村落之聲，2012）。

表 2

迪化街 URS 實踐 Landry 城市創造力循環行動的觀念之步驟

Landry 的步驟	URS	藝術和創造力教育策略
生產點子和方案	URS44	「文化資產再生」和都市再生資訊交流平台
	URS127	公民對重大議題辯論的公共場域
	URS155	創作社群的創意分享空間
將點子轉變成真實	URS44	舉辦一系列的與資產保存相關之講座和課程，期待刺激市民和居民思考資產保存與再生的新方案。
	URS127	舉辦一系列的與建築相關之競賽、座談和論壇，期待刺激市民思考老屋新生的新方案。
	URS155	舉辦創意工作坊、藝文分享和擺攤人生等活動，期待培養市民的創作能力。
網絡、通路、行銷點子和產品	URS44	舉辦大稻埕漫賞、大稻埕趕集和大稻埕歷史街區創意提案競賽，以行銷宣傳迪化街的歷史文化。
	URS127	舉辦建築、攝影展和返轉記憶樂房子紀錄片放映，以行銷迪化街的傳統街區建築。
	URS155	舉辦一系列好味食實驗室、好味食堂、分食共好等活動，期待行銷迪化街的南北貨和中藥時材
傳遞平台	URS44	提供歷史、建築與都市規劃等相關創意人才的據點
	URS127	提供建築空間設計等相關創意人才的據點
	URS155	提供藝術創作社群展演的據點

肆、迪化街之藝術和創意轉型的實質影響

藝術和創造力教育在 Landry 的城市創造力循環行動中，扮演著關鍵的媒介角色。然而，臺北市政府的政策制訂者、入駐 URS 的文創團體和迪化街在地居民商家，對藝術和創意的理解將會是不相同的，以下將回應本研究的三個研究問題：（1）誰推動和介入迪化街 URS 的政策論述、策略和行動方案？（2）是什麼形式的文化美學和共享價值，透過 URS 的藝術和創造力教育的歷程被植入迪化街區？（3）URS 所推動的是誰的都市再生？

一、URS 之藝術和創意的教養—被提升？還是被置換？

對於迪化街衰敗、老舊和傳統的形象，如顏亮一（2006）形容：1970 年代以後，因為臺北市城市發展的東移，讓位於西區的迪化街顯的缺乏公共投資，淪為臺北市的孤島。對於迪化街的活化與再生，都更處早期有許多想像，晚近都更處官員企圖透過橫濱的國際經驗學習，如一位都更處官員 P2 描述：「從橫濱經驗看到一些事情，就是說應該談的是怎樣讓那邊有不同的創意的發生，所以從那個角度開始去走出來去解決問題」，於是都更處

才在 2010 年引入設計和表演藝術工作者入駐 URS127，作為活化迪化街區的不同取徑，建立與在地居民商家互動與對話的平台，如都更處官員 P1 在演講³中說明：

我們在 2000 年開始一直到 2010 年，花了非常多的時間把迪化街一棟棟建築保存下來……因此我們在這樣的過程中開始引入第一個點是 2010 年我們的 URS127，我們用一個完全不一樣的取徑，我們引入設計的產業，引入劇場在這邊，從開始周邊居民不曉得（都更處）在幹甚麼，到漸漸開始有些習慣，有些互動。那麼到現在最近辦的迪化街大拺桌，其旁邊的社區居民也跟他們開始產生些好的互動，這其實都在說明說，透過這樣的行動，其實慢慢的在跟周邊產生對話。

相較於臺北市東區，迪化街傳統的生活形態和老舊街區樣貌，在臺北市政府極力發展創意城市和世界設計之都的策略下，顯得落後且不夠創意時尚，因此都更處官員 P1 強調要以設計和藝術為媒介，去促進迪化街的活化與再生。他在演講中也不斷強調：URS 在倡議有別於現存的，另一種「好的生活方式」，期待能將這種他認為好的、正面的價值渲染出去：

這群街區的人……二十年前這樣生活，二十年後也是這樣生活，他就是這樣。但是我們可以去告訴一種生活的方式，我們認為好的生活方式，只是要清楚知道我們所認為介入這樣的行動可能產生甚麼效應，會有好的效應當然也會有負面效應。簡單講，迪化街開了間紅茶店，從我個人的美感經驗來講，我不喜歡這件事情，可是我不能阻止這件事情，因為那是他的選擇，這是一個生活在當地住戶自己的選擇也好。這時候怎麼辦，我們可以做的就是，你去 promote 一些好的，對於生活價值及意義堅持的這些人，讓這種價值、這種好的事情被宣揚出去，被鼓勵出來，那他就會有正面影響……那我們要做的就是怎麼讓我們期待的好的正面的事情被感染，被渲染出去。URS 在做這件事情，我為何要 promote 像幾個我所介紹的案例，因為他們在生活，他們很努力在迪化街過自己好的方式，當然有其他生活方式，他們有在改變阿，那我不認為那是好的事情，但是那是他自己的選擇，我們沒有權利跟他講說你不能做這件事情，但是我們有機會去影響更多人我們朝這方向去做。

³ 2012 年 11 月 24 日在「大稻埕歷史風貌特定專用區活化保存經驗交流國際研討會」，講題：臺北歷史街區保存法令與制度。

都更處官員 P1 已經存在他們認為好的、不好的生活方式，以及正面、負面力量。因此都更處自然地會挑選與他們價值相通的進駐團隊，去把所謂的正面的價值，透過藝術創意的歷程，感染和渲染出去。如 URS127 的團隊成員 A1 在訪談中即指出因為他們具備被公部門認同的「高藝術」價值：

爲什麼挑了我，因爲某方面我有一種特質，就是這些被選到的，他們其實就是一種價值觀，（都更處）不會選一個在這邊的路人，或是賣那些東西來進駐（URS）127。所以這些人被挑到，就是一種上位者，就是說普世價值視爲比較高階的，或者是在藝術成就視爲比較高端的，就是有價值才會把它丟在那地方，看他有什麼化學變化。

從前述的政策文本和訪談資料，可以看到：對於 URS 所要倡議的藝術和創意的價值和內容，是由都更處的政策制訂者經由國際論述和案例的學習，進而期待入駐的文創團體，透過藝術的教育，去傳遞他們認為好的、正面的文化美學和生活品味，而非 Landry 所建議的各領域人士溝通、對話與合作而生產的點子和方案。這樣的策略呼應 Zukin（1996）的批判：那些擁有政治權力的利益相關人，具有極大的力量控制公共文化美學和公共意識。這也如同 Bourdieu（1984：255）的論述：支配者有權力把他們對卓越（生活方式和正確品味）的定義強加在他人身上，而所謂卓越，其實就是他們自己存在的方式，同時表現其特殊和差異，評斷和完美。當都更處官員 P1 在演講中呼籲：「diversity 這件事，多樣化是讓一個街區維持一個生命力足夠往前走的一個很關鍵的角色」，然而，公部門對藝術和創意的詮釋卻是如此的政治菁英式與霸權式的單一和排他，甚至可能強化政策制訂者、文創工作者和市民彼此之間不均等的文化社經背景，以及對於藝術和創造力價值認知上的差異。

另一方面，對於三處 URS 企圖透過不同形式的文化藝術創意的歷程（表 2），將好的文化美學和生活品味徐徐滴入迪化街區，將老舊傳統的迪化街，打造爲都會時尚的創意街區。何謂創意街區？如前文化局長劉維公形容：「巷弄中的都市更新現象，信仰創意的設計聚落」，而且「創意街區強調的是生活美學、生活價值觀、生活風格等，讓更多人認識自己生長的地方，進而找到自己的生活價值與生活風格，這是城市發展不可或缺的環節」（陳歆怡，2012：102）。對於透過藝術的教育，培養在地居民或遊客好的生活美學、價值觀或風格，URS44 以大稻埕的客廳的概念，來傳遞和教育市民認識大稻埕歷史和建築，如 URS44 團隊成員 A3 在受訪時說：

我是希望這個地方能夠變成大稻埕的客廳，你一進來（迪化街／大稻埕）歡迎你來我家客廳坐一坐，你先認識我們家成員嘛，你先了解一部分的東西，然後你再進去逛別的。

URS127 淡江建築則是透過建築設計展覽的媒介，吸引居民和遊客群聚，來營造一種公共場域的氛圍，進而啓發和教養迪化街居民能夠議論、思考公共話題，如 URS127 團隊成員 A2 在演講⁴中說明：

在我們的活動設計裡，展覽是整個（URS）127 的中心……我們希望透過 127 在迪化街創造一種新的公共的新的生活。我們想了很久，覺得展覽應該是最容易的一種方式，可以把大家拉在一起。最奇特的是說，像這樣的展覽在迪化街是不會出現的，因為（迪化街）所有空間都是拿來做生意……所以我們在這邊是非常奇怪的一群人……我們必須要有一個新的奇怪的有創造力的想法在一個歷史街道裡面發生時，才有可能創造出新的公共領域的可能性。

淡江建築認為透過一系列的展覽能夠潛移默化的教育迪化街居民的藝術和文化素養，如團隊成員 A1 說：「這是一種教育，就像你看不懂……我一直給你看，總有一天你會看懂（展覽）吧」。同樣地 URS44 也期待引發這種徐徐滴入的影響，如團隊成員 A3 說：

我們在辦的這些（活動），導進了很多以前可能不會來大稻埕的人……他平常不是習慣在這裡出沒的人，可是那個影響永遠都是慢慢發生，反正你已經去過，你會慢慢習慣，在要去的時候你就沒那麼抗拒，就沒有那麼不習慣。

URS127 和 URS44 對於傳遞藝術和創造力教育的策略和方法，都是來自於經營者的個人想像和臆測，這呼應 Guetzkow（2002：20）的批評：「關於人們和觀眾參與在藝術計劃／活動的影響，其證據總是以軼事為主的主觀的臆測，而非實質的研究證據」（anecdote-rich and evidence-poor）。URS155 的團隊成員 A4 也以一位創作者，提出他以「紅線」作為串連和激盪居民的浪漫願景：

155 的側面圖，我就是用紅線串連。我希望這個紅線……就是做到人跟人之間的串連。因為我覺得每個人跟每個人之間碰起來後，它其實後面會有一些延伸，或是有一些火花。然後那些延伸跟那些火花都很有趣，都是很讓我著迷的部分。

⁴ 2012 年 12 月 16 日臺北市都市再生前進基地國際研討會，專題四：融入舊有空間，日常培力的創新動能之演講逐字稿。

事實上，都更處和三處 URS 進駐團隊以藝術文化和創意的展演活動來培養迪化街居民的文化美學和生活品味的做法和概念，一位在地居民 R1 僅淡淡地說：「就是說比較用他們的想法去做他們的展覽」。他們期待居民在這樣藝術的歷程薰陶後，可以達到 Landry 城市創造力循環的第二步驟：「將點子轉變成真實」。然而，伴隨而來的對藝術和創造力教育的誤解和迷思，如實地呼應 Belfiore (2006, 2011) 的批評：在西方國家，藝術文化和創造力對經濟、社會和教育的影響之公共政策或論述，往往被透過官方論述不斷地灌輸一種正面的價值信仰 (value-laden beliefs)，然而在缺乏清楚證據與研究、僅提供片段的敘述或紛亂的詮釋的情況下，形成藝術文化可以解決經濟、社會和教育問題的迷思。因此，對於 URS 所舉辦的藝文展演活動，一位迪化街老居民 R2 的反應是「鴨子聽雷」：

(URS) 155 的導覽也是鴨子在聽雷。聽不懂.....說實在的，百分之九九的人看不懂，只有百分之一的人看得懂，那看不懂對這件事情就會不感興趣，因為沒有人有解說，那如果有解說可能會增加百分之十。

另一位迪化街商家 B3 去觀看 URS127 的數位迪化設計展，也在其部落格提出「看不懂」和「脫離迪化街區在地文化」的疑問：

過了中庭，其實我已經不太想看了，原因很簡單，若是要以老社區意象為主題，為什麼呈現出來的作品沒有辦法讓淺人顯易懂？既然看不懂所呈現的主題，又怎麼會讓人理解這是結合在地主題的設計展呢？不過又是一個無法親近的現代藝術.....看了看不懂的老街區主題展、又聽到官員說要吸引年輕人進到老社區，接著想起寶藏巖公社，讓我更擔憂，若是吸引更多不瞭解這個聚落的人進來，做與居民無關的創作、活動，能代表什麼意義呢？

臺北市政府和入駐的文創工作者企圖以透過藝術的教育，所植入的新的生活美學和生活風格，將可能浮現 Zukin (1996) 所指出的危機：新品味取代長期居民的品味，進而逐漸置換原本街區的商家和居民。這樣標榜創意街區美學和生活品味的政策論述，隱藏在背後的陷阱，如 Bourdieu 的提醒：品味不只是美學的範疇，對於個人品味的評價和分類不僅在標示社會區分，同時也在維持社會差異；雖然這樣的分類製造、標示和維持不會製造社會不平等，但是卻讓不平等取得正當性，讓品味成為階級的標記 (Storey, 1999 / 2001 : 61)。所以當臺北市政府的政策制訂者一方面在透過藝術和創造力教育倡議和彰顯那些好的生活美學和品味時，另一方面卻可能驅離和排擠迪化街長期的居民和商家，取而代之的是那些新來者 (文創工作者和商家) 大聲宣告自身的「純正性和新開端」(Zukin, 2010 / 2012)。一位商家 B1 對於近期一批文創商家和 URS 進駐迪化街區，提出他認為的隱憂：

小藝埕、民藝埕、那個宅邸食旅這都始作俑者嘛，那就是說當下最美，這五六家，讓這些遊客點綴一下，刺激一下，他們通常也是半日遊，剛剛好，兩倍三倍之後它變永康街師大商圈的時候絕對完蛋，到時候我們應該還承受得住，到時候第一個被 fire 的是那些中藥行、南北貨，因為那些房子大部分都不是他們的，他們都外來做生意租的，第一個被 fire 的是當地最有特色的本土產業。

這樣的警告是令人擔憂的，一方面當政策制訂者、文創工作者和市民彼此之間不均等的文化社經背景，以及對於藝術和創造力價值認知上的差異是被清楚地分類製造和標示。另一方面當官方倡議的新文化美學和生活品味成為階級的標記時，URS 在迪化街所傳遞的藝術和創造力教育卻是傾向和迎合特定族群的。因此政策制訂者透過 URS 的藝術和創造力教育來實踐 Landry 城市創造力循環行動的觀念，表面上呈現的是強調一種民主式的人人皆有創造力能力的價值信仰，實質上卻不是在關照不同階級市民的藝術和創造力的培育，而是在強化其社會區分和品味階級。

此外，當政策制訂者已經預設好的生活方式、美學品味和創意街區，URS 的文創工作者的藝術和創造力教育策略則是在傳遞和教養這種被官方認可的價值，這樣潛在的陷阱，如 Bourdieu 指出：教育將支配階級的文化品味取得了制度的形式，不僅將社會不平等正當化，並且支配階級對此種制度化文化的喜好，被當成一種證據，證明他們的文化和社會優越性（Storey, 1999 / 2001 : 63）。而且基於 Bourdieu、Darbel、Schnapper（1991）的研究發現：中產階級比工人階級較常參與藝術文化活動的影響的因素，不在於費用，最主要是在於文化資本和慣習（habitus）的落差。就 URS 透過藝術的教育，所舉辦的各項藝文展演活動的策略來看，其迎合的將會是中產階級，如一位在地方商家 B1 的形容：「(URS) 辦甚麼畫展、攝影展、cooking together，然後（來參加的是）知青、文青和貴婦，難怪在地人會冷眼旁觀」。根據研究者多次參與 URS 活動的觀察，參與活動的觀眾以藝術和設計相關領域的大學生為主，其次是受過高等教育的年輕中產階級市民和遊客，在地居民相對是少數。對於 URS 這種迎合中產階級的文化美學和生活品味的取徑，在下一節，本文將探討那這樣的都市更新，是為迪化街居民？還是為吸引外來的遊客或中產階級？

二、透過藝術和創造力的教育對迪化街都市再生的正反面效應

迪化街的 URS 都市再生是臺北市政府 2016 世界設計之都的設計導入整合性示範計劃之一（臺北市政府文化局，2013）。迪化街位於大稻埕地區的中心，百年前的興盛繁華，如顏亮一（2006）形容：在 19 世紀末是臺灣第一個全球貿易的通商口岸，扮演西方現代文化接受器的角色；隨後在日治時期，開始成為臺灣南北貨、中藥與布料最大的集散地，

同時也因為文化運動的興起，其純喫茶咖啡廳成為知識份子聚會的場所。近年無論是臺北市政府或是入駐的文創工作者，都期待透過藝術、文化和創意為導向的取徑，再現上述迪化街的繁華榮景。例如：前臺北市長郝龍斌指出，北市西區近年來大幅改變，成為外國觀光客最喜愛的觀光景點；由於文化愈來愈受重視，古城新生，成了臺北發展最具代表性及故事性的地方，像剝皮寮老街、西門紅樓、迪化街等（楊正海，2009）。迪化街區的民藝埕、小藝埕和眾藝埕的文創商家經營者周奕成則期待「以商賈精神來累積文化運動的能量，孕育臺北最有特色的文化商圈」（林怡廷，2013：98）。無論是公部門強調的古城新生，或是文創商家詮釋的文化運動，都在表述他們對迪化街區活化與再生的想像與期待，但是對迪化街在地居民和商家而言，這像是「乞丐趕廟公」。一位社區發展協會的成員 R3 提出他的立場：

大稻埕最可貴的地方在哪裡？你們要思考，不要乞丐趕廟公，不要主客易位，如果你引進一些藝術，引進一些外來產業，讓他（迪化街居民）覺得他一片欣欣向榮，就大錯特錯。

臺北市政府設置這些創意基地／街區，透過藝術的教育，美其名是為活化與再生街區，常常主要是為了營造滿足觀光客、中產階級生活品味的文化氛圍，這呼應 Costa (2008) 和 Eijk (2010) 所形容的：吸引他們在都市可以感到「安全」與「舒適」的消費與定居。因此，都更處在擬定 URS 的任務和挑選入駐 URS 的文創團體，其決策過程，迪化街居民是被排除在外，一位霞海城隍廟的工作人員 R4 說：「我不知道是不是因為我們角色的關係，所以可能我們沒有收到這樣的資訊」。另一位已經第二代經營的商家 B2 提出他對 URS 的疑問：

（成立）迪化街這三家 URS，政府的目的是不是有想要把這些消費者或者說群眾帶過來……讓人民了解說這邊的建築特色？還是說想要把這些人帶進來活躍迪化街商圈的經濟發展？……一個 URS 要在這裡設立，你哪一間是甚麼樣的功能性，其實這邊的居民都不了解。那你到底是說這邊的人不了解沒關係，只要他們審核沒有問題的團隊進來這樣就好嗎？

在地居民在不瞭解 URS 入駐迪化街區的角色和目的的情況下，對於都更處和 URS 期待藉由其所舉辦的藝術和創造力教育相關的展演活動，能夠對迪化街區活化與再生和行銷創意街區形象產生影響，一位社區發展協會的成員 R3 在受訪時指出：如果沒有其他配套措施，這些都是點綴和片刻：

(都更處)企圖用 URS 去做成一個網絡、去活化，針灸術，理論上完全正確……
(效益)可能只能加到兩分、三分。為什麼？其實有些條件不足……引進一些商業行為，或一些人文講座，或一些特殊藝術，它只能點綴，只能發揮一時片段效果，它沒有辦法造成活絡的一個醞釀開來的一個效果。URS 只是用點去讓(迪化街)點亮而已，沒有辦法發光發熱。URS 計畫應該是一個配套措施，假設沒有好的環境，你的點再怎麼棒，都是片刻。

因此 Landry 城市創造力循環行動的第三步驟：「網絡、通路和行銷」，臺北市政府和 URS 其透過藝術的教育的行銷策略，對在地居民而言，真的如短暫的針灸術般的舒緩症狀。而且都更處和進駐 URS 的文創工作者，對藝術和創造力教育都有著各自的想像、臆測和學習的國際案例，其所倡議和標榜的新文化美學和生活品味是傾向和迎合中產階級的，因此對一位在地商家 B1 而言，那是有距離、隔重山，他描述：

文化創意好像也是社會教育的一環對不對，可是執行的、操作的你會發現說很多文創跟一般老百姓就是有距離的……大部分我都會覺得說，總是跟生活隔重山，有時候東西你不懂，就是說很難有交集跟共鳴。

上述的田野資料顯示，都更處和進駐 URS 的文創工作者，在實踐 Landry 的城市創造力循環行動的觀念，是以支配者的角色，透過藝術的教育，培養市民「有鑑賞力的思考」，強化他們所認可的文化美學和生活品味，並未真的關照在地居民的創造力培育，而且對於在地街區的活化，也因為分類製造、標示官方認可好的美學、品味和藝術的歷程，而可能驅離和排擠迪化街長期的居民和商家，這樣的現象呼應上述 Peck (2007) 所說：創意城市裡對於文化的多元包容與開放機會是針對「受過高等教育的、有創意的族群」。而且那些展演活動所營造的文化藝術創意的歷程，也只是為了營造所謂的創意氛圍，以吸引那些被認為有創意的創意階級。

都更處在迪化街的城市創造力循環行動至今仍是進行式，有些潛藏的危機是還沒有辦法收集到資料，但是事實上，臺北市政府如果持續現行的藝術和創意為導向的都市再生策略，迪化街也可能浮現仕紳化的危機，如 Florida (2009) 以「藝術紅利」的概念指出，波西米亞(文創工作者)被許多社會學家、經濟學者、政策制訂者視為振興經濟和讓房價起死回生的開路先鋒，進而實現「今日的波西米亞，明日的高房價區」。但是對於仕紳化的討論，都更處官員 P2 的態度卻是放任由主事者的喜好所引導：

這不是討論不討論，是根本不可能發生的討論！大家聽到都沒有很在意，什麼是 gentrification？這些東西我看全國大概沒有五個學者可以把 gentrification 分得那麼清楚……（主事者）在橫濱的經驗嘛，是有轉換啦！背後是有生活經驗所產生出來，或自己的喜惡，那這喜惡當然背後是憑經驗讓他有這樣的喜惡的過程的轉換。

對於仕紳化的隱憂，多數迪化街商家在受訪過程中，對臺北市政府以藝術和創意為導向的都市更新策略一知半解，甚至天真的期待 URS 為迪化街帶來更多觀光客的狀況下，很有可能在 Zukin 所說的「卡布奇諾式馴化」，以及 Bourdieu 所說的：支配階級透過教育取得了文化品味的正當性的脈絡下；迪化街現有的居民和商家在溫水煮青蛙的藝術教化歷程中被驅趕和置換，取而代之的是符合官方認可的文化美學和生活品味的居民和商家進駐。雖然從目前的田野資料尚未能證實，但這是值得提出的隱憂：藝術和創造力教育的角色，在臺北市政府以藝術和創意為導向的都市再生策略中，將會為都市仕紳化取得正當性。結果可能會如 Krätke（2012）和 Zukin（2010）的批判：當創意階級和中產階級進駐由政府或地產商所創造的創意街區和中心，藝術工作者和在地居民便成為土地仕紳化過程的輸家。而那些創意街區，Zukin、Braslow（2011）以紐約為例，當那些自然形成的藝術家的鄰里街坊，被冠上創意街區之名時，也是創意枯竭的信號。而且 Landry 的城市創造力循環行動的第四步驟「傳遞平台」，那些短暫進駐 URS 的文創團體，在其計畫結束後，不論是大稻埕客廳、創意分享圈終究會謝幕離開。

伍、結論

在臺北市 2016 世界設計之都的城市集體改造運動中，藝術和創造力教育被賦予擔負「培育有問題解決能力和設計思維的現代公民，以促進臺北市能不斷地向上提升」（臺北市政府，2013）的任務。都更處的 URS 都市再生前進基地，則是其 16 項核心計畫之一。本文以實證研究，分析都更處設置在迪化街三處 URS 其藝術和創造力教育對形塑迪化街為創意街區的實質影響，本研究的結論如下：

第一，URS 成為公部門傳遞政治菁英式美學品味和價值的平台。臺北市政府的政策制訂者不僅透過國際經驗的學習，同時也基於 Landry（2000）城市創造力循環行動的觀念，企圖將 URS 打造為迪化街區的創意平台，提供在地居民、遊客和各類創意人才群聚和交流的基地，以激發和提升市民的創意能力。然而對於好的生活方法、美學品味和共享價值的認定，卻是基於臺北市政府的政策制訂者和 URS 文創工作者的偏好和國際案例的學習。公部門作為支配者，對藝術和創意的詮釋如此的政治菁英式與霸權式的單一和排他，將其

認定的藝術文化強制植入到迪化街，其後遺症將強化政策制訂者、文創工作者和市民彼此之間不均等的文化社經背景，以及對於藝術和創造力價值認知上的差異。因此，都更處URS所要倡議的是基於官方認可的、好的和正面的藝術和創意的價值信仰，而不是在於迪化街居民是否人人都能有創造力。

第二，URS以透過藝術的教育，標示美學和品味的區分。都更處期待URS的文創工作者藉由「透過藝術的教育」，扮演創意顧問角色，以藝術和創意的歷程引入官方認可的好的文化美學和生活品味，幫助迪化街區從傳統沒落，翻轉為時尚的、有創意的街區。然而入駐URS的文創工作者傳遞藝術和創造力教育的策略和方法，多是基於經營者的想像和臆測，而非實質的研究證據。他們期待透過舉辦一系列的展演活動，例如：展覽、講座、論壇和工作坊等，能夠將新文化美學和生活品味植入迪化街居民和商家。其所衍生的危機，不僅是簡化和狹隘化藝術和創造力教育的本質，更令人擔憂的是，都更處和URS文創工作者透過藝術和創意的歷程所灌輸的新美學和品味，清楚的分類和標示他們和迪化街居民的社會文化區分，當公部門將其認定的藝術和創意取得制度化的形式時，美學和品味成了階級的標記，那麼在不久的將來那些傳統的、不具美學標記的迪化街長期的居民和商家，將會逐漸被排擠與驅離，取而代之的是那些具美學品味的新來者，來宣告其文化正當性、優越性和純正性。

第三，URS可能成為迪化街仕紳化的前哨基地。當臺北市政府以藝術和創造力教育形塑迪化街創意街區的策略，透過藝術和創意的歷程營造安全、舒適的創意氛圍，吸引國際觀光客和滿足中產階級的品味時，迪化街的居民與商家，在Zukin所形容的「卡布奇諾式馴化」過程中，將逐漸被置換與仕紳化。當臺北市政府作為政治經濟的支配者，強行植入官方認可的藝術與文化至迪化街區，其現象將可能呼應Zukin的提醒：當被冠上創意街區之名時，也是創意枯竭的信號。而且入駐URS的文創工作者終究會謝幕離開，其所宣揚的創意群聚也是短暫的海市蜃樓美景。

迪化街的轉變，除了都更處URS入駐外，近期私人所開設的文創商家數也持續在增加中，研究者的田野也還在持續進行，對於藝術和創造力教育形塑迪化街創意街區的影響是需要一定時間的觀察。本文指出：藝術和創造力教育的影響層面已經擴及至臺北市的都市發展策略，URS在迪化街「透過藝術的教育」已浮現文化排擠、階級標示的危機。研究者樂見臺北市政府在其創意城市和2016世界設計之都之發展策略中對藝術和創造力教育的重視，也看見進駐URS的文創團體和在地商家/居民為迪化街活化所付出的貢獻。希望本文可以喚起政策制訂者對藝術和創造力教育的本質和在地居民文化/藝術/創意培力的重視，而非只是利用藝術創意的歷程，營造短暫的儀式化的愉悅和創意氛圍，不斷地

灌輸一種正面的價值信仰，忽略或隱藏都市仕紳化和文化排擠的負面影響。另一方面，也希望透過本文讓藝術教育工作者和文創工作者反思：其所實踐的藝術和創造力教育，是否是社區認同之共享的價值、如何去定義它？意識到自己是否可能在不自覺的過程中，成為公部門以透過藝術的教育去標示、強化階級差異和帶動街區仕紳化的幫手？

謝誌

感謝國立臺北大學都市計畫研究所林文一助理教授、林宜萱研究生協助田野資料的收集，並感謝本研究的受訪者所提供的寶貴訊息，以及科技部（MOST 103-2410-H-259-070）的獎助，讓本研究得以發展。

airiti
引用文獻

中文部分：

- Storey, J. (2001)。文化消費與日常生活(張君玫譯)。臺北市：巨流。(原著出版於1999年)
Storey, J. (2001). *Cultural consumption and everyday life* (Zhang, Jun-Mei, Trans.). Taipei: Ju Liu. (Original work published 1999)
- Zukin, S. (2012)。裸城純正都市地方的生與死(王志弘、王玥民、徐苔玲譯)。臺北市：群學。
(原著出版於2010年)
Zukin, S. (2012). *Naked city: The death and life of authentic urban place* (Wang, Zhi-Hong, Wang, Yue-Min, & Xu, Tai-Ling, Trans.). Taipei: Qun Xue. (Original work published 2010)
- 大稻埕故事工場(2012)。URS44 分享報創刊號。取自 <http://mychannel.pchome.com.tw/channel/s/u/r/urs44new/content.htm>
- Da Dao Cheng Story Studio. (2012). *URS44 sharing newspaper: Issue 1*. Retrieved from <http://mychannel.pchome.com.tw/channels/u/r/urs44new/content.htm>
- 文化部(2012)。藝術介入空間計畫補助作業要點。臺北市：文化部。
Ministry of Culture. (2012). *The grant programme of arts in space*. Taipei: Ministry of Culture.
- 文建會(2010)。最小的無限大：文建會營造紀實1994-2010。臺北市：文建會。
Council for Cultural Affairs. (2010). *Council for Cultural Affairs' report of community reconstruction 1994-2010*. Taipei: Council for Cultural Affairs.
- 王佳煌(2010)。文化／創意產業、創意階級／城市論著的批判性檢視。《思與言：人文與社會科學雜誌》，48(1)，131-90。
Wang, Chia-Huang (2010). A critical review on the studies of cultural/creative industries and creative class/cities in Taiwan. *Thought and Words: Journal of the Humanities and Social Science*, 48(1), 131-90.
- 吳靜吉、郭旭展、王佩淳、李澄賢、湯宗勳(2008)。創造力教育國際交流工作的點點滴滴。載於詹至禹(主編)，「風乎舞雩」：教育部顧問室創造力教育中程計畫推動實錄(頁382-398)。臺北市：教育部顧問室。
Wu, Jing-Ji, Guo, Xu-Zhan, Wang, Pei-Chun, Li, Cheng-Xian, & Tang, Zong-Xun (2008). International communication works of creative education. In Z. Y. Zhan (Ed.). *Advisory office report of creative education mid-programme* (pp. 382-398). Taipei: Ministry of Education, Advisory Office.
- 林怡廷(2013)。大稻埕新文藝復興。《臺灣光華雜誌》，12，98。
Lin, Yi-Ting (2013). Renaissance of Da Dao Cheng. *Taiwan Panorama*, 12, 98.
- 林崇傑(2012)。全球競逐下的臺北都市再生實踐。《臺灣建築學會會刊雜誌》，66，34-40。
Lin, Chong-Jie (2012). The practice of Taipei City's urban regeneration in globalizing age. *Architectural Institute of Taiwan Bulletin Magazine*, 66, 34-40.

教育部 (2003)。《創造力教育白皮書：打造創造力國度》。臺北市：教育部。

Ministry of Education. (2003). *Creative education white paper: Creating a vision of the republic of creativity*. Taipei: Ministry of Education.

教育部 (2005)。《藝術教育政策白皮書》。臺北市：教育部。

Ministry of Education. (2005). *Arts education white paper*. Taipei: Ministry of Education.

陳郁秀 (2003)。《文化航行：創意世紀》。《文化視窗》，50，20-27。

Chen, Yu-Xiu (2003). Cultural journey: Creative century. *Windows of Culture*, 50, 20-27.

陳歆怡 (2012)。《臺北市文化局長劉維公：用設計改造城市》。《臺灣光華雜誌》，11，102-103。

Chen, Xin-Yi (2012). Taipei City Government, Department of Cultural Affairs, Liu Wei-Gong director: Using design to transform city. *Taiwan Panorama*, 11, 102-103.

黃海鳴 (2003)。《藝術介入社會的一種模式》。《藝術家雜誌》，240，197-201。

Huang, Hai-Ming (2003). Model of arts in society. *Artist Magazine*, 240, 197-201.

楊正海 (2009，12月24日)。《北市力拚東西軸線翻轉老西區風華再現》。《聯合晚報》，版 A12。

Yang, Zheng-Hai (2009, December 24). Taipei City's campaign of turning over east and west axis-Renaissance of old west side. *United Evening News*, A12.

葉穎 (2012，7月3日)。《都市再生 / 以 URS 都市針灸術讓大臺北有新面貌》。《欣傳媒》。取自 www.xinmedia.com/t/article.aspx?id=3177

Ye, Ying (2012, July 3). Urban regeneration/URS's urban acupuncture for new vision of Taipei City. *Xin Media*. Retrieved from www.xinmedia.com/t/article.aspx?id=3177

臺北市政府 (2013)。《Adaptive city 設計臺北：不斷提升的城市》。臺北市：臺北市政府。

Taipei City Government. (2013). *Adaptive city design Taipei City: Towards adaptive city*. Taipei: Taipei City Government.

臺北市政府文化局 (2013，11月19日)。《臺北市成功申辦 2016 世界設計之都：邁向不斷提升的城市 Adaptive City 用設計實現市民生活願景》。《臺北市政府文化局新聞稿》。取自 http://www.taipeidesign.org.tw/download_news.aspx

Department of Cultural Affairs, Taipei City Government. (2013, November 19). Taipei City's campaign of 2016 World Design Capital: Towards adaptive city. *Department of Cultural Affairs, Taipei City Government, Press Release*. Retrieved from http://www.taipeidesign.org.tw/download_news.aspx

臺北市政府都市發展局 (2010)。《2010 年臺北市都市發展局年報》。臺北市：臺北市政府都市發展局。

Department of Urban Development, Taipei City Government. (2010). *Department of Urban Development annual report 2010*. Taipei: Department of Urban Development, Taipei City Government.

臺北市政府都市發展局 (2012a)。《2012 年臺北市都市發展局年報》。臺北市：臺北市政府都市發展局。

Department of Urban Development, Taipei City Government. (2012a). *Department of Urban Development annual report 2012*. Taipei: Department of Urban Development, Taipei City

Government.

臺北市政府都市發展局 (2012b)。臺北市政府都市發展局 101 年 5 月份施政報告。臺北市：臺北市政府都市發展局。

Department of Urban Development, Taipei City Government. (2012b). *Department of Urban Development report, May 2012*. Taipei: Department of Urban Development, Taipei City Government.

臺北市政府都市發展局 (2011)。臺北市議會第 11 屆第 1 次大會：臺北市政府都市發展局工作報告 (99 年 7 月至 99 年 12 月)。臺北市政府。取自 <http://www.tcc.gov.tw/iFrame.aspx?n=7B5BF7DC2EE91802>

Department of Urban Development, Taipei City Government. (2011). Taipei City Council, 11th (1) annual meeting: Department of Urban Development working report (July-December, 2010). *Taipei City Council*. Retrieved from <http://www.tcc.gov.tw/iFrame.aspx?n=7B5BF7DC2EE91802>

臺北市政府都市發展局 (2012c)。臺北市議會第 11 屆第 4 次大會：臺北市政府都市發展局工作報告 (101 年 1 月至 101 年 6 月)。臺北市政府。取自 <http://www.tcc.gov.tw/iFrame.aspx?n=7B5BF7DC2EE91802>

Department of Urban Development, Taipei City Government. (2012c). Taipei City Council, 11th (4) annual meeting: Department of Urban Development working report (January-June, 2012). *Taipei City Council*. Retrieved from <http://www.tcc.gov.tw/iFrame.aspx?n=7B5BF7DC2EE91802>

臺北市都市更新處 (2010)。「臺北市都市再生前進基地」推動計畫。臺北市：臺北市都市更新處。

Taipei City Urban Regeneration Office. (2010). *Taipei City Urban Regeneration Station programme*. Taipei: Taipei City Urban Regeneration Office.

臺北市都市更新處 (2011, 6 月 22 日)。市府致力臺北市西區再生不遺餘力，就實質環境、文化、產業等均已大幅改善，逐步達成翻轉軸線目標。臺北市政府新聞稿。

Taipei City Urban Regeneration Office. (2011, June 22). Taipei City Government launches into renaissance of west side in terms of environment, culture, and industry, and gradually achieves its goal of turning over axis. *Department of Cultural Affairs, Taipei City Government, Press Release*.

臺北市都市更新處 (2013)。「臺北市都市再生前進基地推動計畫」補助要點。臺北市：臺北市都市更新處。

Taipei City Urban Regeneration Office. (2013). *Application of Taipei City urban regeneration station programme*. Taipei: Taipei City Urban Regeneration Office.

臺北村落之聲 (2012)。大稻埕、小拵桌。臺北村落之聲。取自 <http://www.urstaipei.net/archives/2954>

Village Taipei. (2012). Da Dao Cheng, small collected table. *Village Taipei*. Retrieved from <http://www.urstaipei.net/archives/2954>

- 臺北村落之聲 (2014)。關於 URS 都市再生前進基地。臺北村落之聲。取自 <http://www.urstaipei.net/%E9%97%9C%E6%96%BCurs#wrapper>
- Village Taipei. (2014). About URS urban regeneration station. *Village Taipei*. Retrieved from <http://www.urstaipei.net/%E9%97%9C%E6%96%BCurs#wrapper>
- 臺灣經濟研究院 (2003)。推動文化創意產業之系統服務規劃書。臺北市：文建會。
Taiwan Institute of Economic Research. (2003). *Report of developing cultural and creative industries service system*. Taipei: Council for Cultural Affairs.
- 臺灣歷史經理資源學會 (2012)。第三屆理監事簡介。臺灣歷史經理資源學會。取自 <http://blog.xuite.net/resmgt/wretch/159830185>
Institute of Historical Resources Management, Taiwan. (2012). The introduction of the third board committees. *Institute of Historical Resources Management, Taiwan*. Retrieved from <http://blog.xuite.net/resmgt/wretch/159830185>
- 顏亮一 (2006)。市民認同、地區發展與都市保存：迪化街個案分析。《都市與計劃》，33 (2)，93-110。
Yen, Liang-Yi (2006). Civic identity, district development and the preservation of urban forms: The Dihua Street experience. *Journal of City and Planning*, 33(2), 93-110.

外文部分：

- Arts Council England. (2007). *Arts and regeneration: Creating vibrant communities*. London, UK: Arts Council England.
- Bamford, A. (2013). The wow and what now? the challenges of implementation of arts education. In E. Liebau, E. Wagner, & M. Wyman (Eds.), *International yearbook for research in arts education 2013* (pp. 175-185). New York, NY: Waxmann.
- Belfiore, E. (2002). Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK. *International Journal of Cultural Policy*, 8(1), 91-106.
- Belfiore, E. (2006). The social impacts of the arts: Myth or reality? In M. Mirza (Ed.), *Culture vultures: Is UK arts policy damaging the arts?* London, UK: Policy Exchange Limited.
- Belfiore, E. (2011). The “transformative power” of the arts: History of an idea. In J. Sefton-Green, P. Thomson, K. Jones, & L. Bresler (Eds.), *The Routledge international handbook of creative learning* (pp. 27-35). London, UK: Routledge.
- Bell, D., & Jayne, M. (2003). “Design-led” urban regeneration: A critical perspective. *Local Economy*, 18(2), 121-134.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Oxon, UK: Routledge.
- Bourdieu, P., Darbel, A., & Schnapper, D. (1991). *The love of art: European art museums and their public*. Cambridge, UK: Polity Press.

- Buckingham, D., & Jones, K. (2001). New Labour's cultural turn: Some tensions in contemporary educational and cultural policy. *Journal of Education Policy*, 16(1), 1-14.
- Comunian, R. (2010). Rethinking the creative city: The role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy. *Urban Studies*, 48(6), 1157-1179.
- Costa, I. (2008). Creativity, innovation and territorial agglomeration in cultural activities: The roots of the creative city. In P. Cooke & L. Lazzeretti (Eds.), *Creative cities, cultural clusters and local economic development* (pp. 183-210). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Craft, A. (2005). Changes in the landscape for creativity in education. In A. Wilson (Ed.), *Creativity in primary education*. Exeter, UK: Learning Matters.
- Creative Partnerships. (2006). *Creative partnerships and the creative industries*. London, UK: Arts Council England.
- Darras, B. (2011). Creativity, creative class, smart power, social reproduction and symbolic violence. In J. Sefton-Green, P. Thomson, K. Jones, & L. Bresler (Eds.), *The Routledge international handbook of creative learning* (pp. 90-98). London, UK: Routledge.
- DCMS. (2004). *Culture at the heart of regeneration*. London, UK: Department for Culture, Media and Sport.
- Dickson, B. (2011). *Education and the arts*. Edinburgh, UK: Dunedin Academic.
- Drotner, K. (2011). The cult of creativity: Opposition, incorporation, transformation. In J. Sefton-Green, P. Thomson, K. Jones, & L. Bresler (Eds.), *The Routledge international handbook of creative learning* (pp. 72-80). London, UK: Routledge.
- Eijk, G. V. (2010). Exclusionary policies are not just about the 'neoliberal city': A critique of theories of urban revanchism and the case of Rotterdam. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4), 820-834.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, NY: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. London, UK: Routledge.
- Florida, R. (2007). *The flight of the creative class: The new global competition for talent*. New York, NY: Harper-Collins.
- Florida, R. (2009). *Who's your city?: How the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. New York, NY: Basic Books.
- Guetzkow, J. (2002). *How the arts impact communities: An introduction to the literature on arts impact studies*. Retrieved from <https://www.princeton.edu/~artspol/workpap/WP20%20-%20Guetzkow.pdf>
- Jeffrey, B., & Craft, A. (2001). The universalization of creativity. In A. Craft, B. Jeffrey, & M. Leibling (Eds.), *Creativity in education* (pp. 1-13). London, UK: Continuum.
- Julier, G. (2005). Urban designscapes and the production of aesthetic consent. *Urban Studies*, 42(5/6), 869-887.

- Krätke, S. (2010). 'Creative cities' and the rise of the dealer class: A critique of Richard Florida's approach to urban theory. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4), 835-853.
- Krätke, S. (2012). The new urban growth ideology of 'creative cities'. In N. Brenner, P. Marcuse, & M. Mayer (Eds.), *Cities for people, not for profit: Critical urban theory and the right to the city* (pp. 138-149). London, UK: Routledge.
- Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. London, UK: Earthscan.
- Lees, L., & Melhuish, C. (2013). Arts-led regeneration in the UK: The rhetoric and the evidence on urban social inclusion. *European Urban and Regional Studies*, 20(1), 1-19.
- Liebau, E., Wagner, E., & Wyman, M. (Eds.). (2013). *International yearbook for research in arts education 2013*. New York, NY: Waxmann.
- Lloyd, R. (2010). *Neo-bohemia: Art and commerce in the post-industrial city*. New York, NY: Routledge.
- NACCCE. (1999). *All our futures: Creative and cultural education*. London, UK: DfEE.
- Peck, J. (2007). *The creativity fix*. Retrieved from <http://www.eurozine.com/pdf/2007-06-28-peck-en.pdf>
- Pratt, A. C. (2011). The cultural contradictions of the creative city. *City, Culture and Society*, 2, 123-130.
- Sasaki, M. (2010). Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study. *Cities*, 27, S3-S9.
- UNESCO. (2006). *Road map for arts education*. Lisbon, Portugal: UNESCO.
- Zukin, S. (1996). Whose culture? whose city? In R. T. LeGates & F. Stout (Eds.), *The city reader* (pp. 131-142). London, UK: Routledge.
- Zukin, S. (2010). *Naked city: The death and life of authentic urban places*. New York, NY: Oxford University Press.
- Zukin, S., & Braslow, L. (2011). The life cycle of New York's creative districts: Reflections on the unanticipated consequences of unplanned cultural zones. *City, Culture and Society*, 2, 131-140.

The Arts and Creative Transformation of Dihua Street Urban Regeneration Stations in Taipei City: Whose Culture? Whose City?

Shu-Yi Chiu¹

Summary

Art and creativity are proposed as key criteria of “coolness” and “genetic code” in both Florida’s (2002, 2005, 2009) and Landry’s (2000) creative city/creative class thesis. Particularly in the European context, arts/culture and creativity is recast as a crucial element for national economic innovation, social cohesion and individual survival (Lees & Melhuish, 2013; NACCCE, 1999). This new interpretation of arts and creativity has been transmitted globally through policy learning and mobility. Consequently the implementation of education through art and creativity is no longer confined to schools, museums and community territories; rather its importance is ‘upgraded’ and it is employed to promote the city’s competitive advantage, urban regeneration, and nurture new lifestyles and aesthetic experience. However current art/culture/creativity-led urban policies have focused on the shaping of “creative milieu” (Landry, 2000) and “ritualized pleasure” (Zukin, 1996) for the creative class, political elite, and middle class by utilizing arts and creative processes rather than nurturing people’s creative capacity (Peck, 2005, 2007). It could be argued that in doing so the nature of education through art and creativity is twisted and misused through different political decisions, policy interpretation, practical methods and objects.

This global trend for developing creativity in cities has also been imported to Taiwan: Wang (2010) points out that Taiwanese policy-makers like to ‘take’ directly from global policy where art, culture, and creativity are seen as soft power for national and individual survival. For example Taipei City’s 2016 ‘World Design Capital’ campaign represents the extent to which education through art and creativity is being applied to foster the citizen’s capacity for problem

¹ Assistant Professor / Department of Arts and Creative Industries, National Dong Hwa University

solving and design thinking in order to produce and position Taipei city as an “adaptive city” (Department of Cultural Affairs, Taipei City Government, 2013). The Taipei City Urban Regeneration Office’s programme of “Urban Regeneration Station” (URS) is one of its 16 key strategies to achieve this. This paper focuses on three URS (URS44, URS127, and URS155) in Dihua Street to study the impact of education through art and creativity on turning Dihua Street from a ‘traditional’ neighborhood into a creative neighborhood. It particularly focuses on three research questions: Firstly, who advocates and is involved in the formation of discourse related to the URS tasks of education through art and creativity; secondly, how do arts and creative industry workers resident in the URS employ education through art and creativity and its “art process” (Dickson, 2011) to deliver and instill ‘official’ culture, aesthetics and lifestyle in Dihua Street; and thirdly, whose vision of urban regeneration are the URS working for?

In this paper, firstly, I demonstrate that Taipei City Government policy is based on international policy learning and Landry’s (2000) concept of the “cycle of urban creativity in action” to inform the URS programme. The URS is designed as a platform for delivering art/culture/creativity where local people, tourists, and various creative talents are able to generate ideas together and boost respective capability of creativity. However, the validation of ‘good’ art, culture, creativity and aesthetics is controlled by policy-makers’ preferences as well as influenced by the international paradigmatic model. The dominance of policy-makers enables them to ask those art and creative workers resident in the URS to embed official valid value, aesthetics, and lifestyle into Dihua Street by holding various events related to education through art and creativity. Under such an exclusive political elite-led agenda, it can be argued that the distinction between officials’, art and creative works’, and Dihua Street’s residents’ unequal socio-cultural background is foregrounded. It also shows that the distinction of understanding education through art and creativity between these three actors is uneven. Here I argue that the URS art and creativity related schemes attempt to emphasize particular value-laden beliefs rather than foster the creative capability of Dihua Street residents.

Secondly, I demonstrate that both policy-makers at the Taipei City Urban Regeneration Office and those art and creative workers resident in the URS utilize education through art and creativity to embed new aesthetics, tastes and lifestyle in Dihua Street that clearly mark socio-cultural distinction and social difference. This echoes Zukin’s argument (2010) that the new tastes move longtime residents outside their comfort zone, gradually shifting the places that

support their way of life to support lifestyles for a different cultural community. In the future, it is likely that those traditional residents and local business without the necessary aesthetic symbols will be replaced and excluded in favour of the new tastes, authenticity, and ‘excellence’ of newcomers.

Finally, I propose a warning that if the intention of the URS education through art and creativity agenda is to attract international tourists and to satisfy middle class consumers, it may be an example of Zukin’s (2010, p. 4) –“domestication by cappuccino” as Dihua Street’s original culture will be gentrified and replaced. Indeed, it is likely to echo Zukin and Braslow’s (2011) argument that when the neighborhood is entitled as a creative neighborhood, it is a signal of stifling existing creativity. Eventually, those art and creative workers resident in the URS will finish their performance and leave, and the platform for creativity will be little more than a short-term mirage. In this paper, I do not seek to deny the great efforts that art and creative workers have made in Dihua Street, rather I seek to bring attention to the fact that the labour of art and creative workers and educators should not be utilized by officials to mark social difference and assist processes of gentrification.

Keywords: urban regeneration stations, creative neighborhood, art and creative education