

# 國立臺灣藝術大學 藝術管理與文化政策研究所

## 學生至「藝文機構實習」實習計畫書

姓名	蕭詩樺	學號	10325508
申請實習單位	台北當代藝術館		
實習主題	台北當代藝術館－藝企合作活動之研究		
實習時間	6/1－9/30（可視情況延長）		

### 一、實習/研究動機

學生蕭詩樺目前就讀於國立臺灣藝術大學藝術管理與文化政策研究所，大學畢業於國立新竹教育大學環境與文化資源學系。大學一年級時，選修過一門「親近博物館」的通識藝術課程，學期中的校外教學跟著老師到他服務的單位－國立故宮博物院看展覽，瞭解到每件展品都有想要傳達的訊息，可能是它本身所具有的，又或者是經過策展人重新詮釋後的，物體雖是靜止的，但和人之間的關係確是動態的，而我也開始著迷於這種溝通方式，時常到各類藝文機構看展覽。

在看展的過程中，接觸到許多種類和形式的藝術資訊，也開始對某種類型的藝術產生興趣，並積極的尋求相關知識，非藝術出身的我也開始輔修藝術與設計學系的課程，其中「當代藝術」是我最感興趣的，當代藝術與時俱進，在全球化趨勢下，不斷探討世界與世界、人與人，及人與世界之間等關係，而當在地意識興起，當代藝術內涵更為豐富多采，與人類的日常也更加親近，當代藝術並非遙不可及的難懂之物，透過不同的詮釋角度，每個人都有不同的理解和體會，當代藝術是和當代社會密切合作的藝術。

台北當代藝術館（以下簡稱當代館）是國內推介當代藝術展覽的重要館所，同時也是古蹟再利用的成功案例，隨著時代變遷其角色不斷更替，和周邊空間、社區、社群的關係也不斷改變，作品從館外延伸到附近公園、捷運地下街、捷運站……；與社區民眾一起同樂的「街大歡囍」計畫；假日的市集活動；與企業品牌的合作計畫等等，多方的合作活動，使當代館得以成功串連各項社會資源。

當今全球各大公立藝文館所經費短缺、預算被刪減，自籌財源、向外尋求合作已成趨勢，而當代館卻在有限的條件裡創造無限的可能，無論是展覽、教育活動等內容都十分豐富有特色，故想瞭解館內如何透過發展行銷，對外與媒體、合

作單位等窗口聯繫、統籌各項活動引入多方資源。

## 二、實習目標

學生蕭詩樺希望能進入台北當代藝術館的發展行銷組實習，接觸到博物館行銷專案活動企畫及執行，以及公關媒體等事務，期望能將個人的特質和過去的學經歷相互結合，達到預期的目標。同時，若有其他不足之處或是其他組別需要支援的地方，也非常樂意學習及協助。

### 1、參與行銷專案活動企畫及執行

期望能透過實習機會，瞭解行銷專案活動從發想、企畫到執行的各環節，增加自己的行銷能力，並提供具創意的點子。

### 2、協助記者會與媒體宣傳事務

過去曾在國立故宮博物院的國會暨公共事務室實習三個月，有接待過國內外平面、影音媒體和貴賓的經驗，並協助其進行專訪及館內的採訪拍攝。

### 3、資料蒐集與整理、新聞稿撰寫

在故宮國會暨公共事務室實習期間，負責每日新聞資料的蒐集和統整，也曾協助撰寫新聞稿，具備一般文書處理能力和撰稿經驗。

### 4、與合作單位或藝術家溝通、聯繫及協商

在華山實習期間，曾多次協助假日市集活動，從事前聯絡攤商、協調攤商的空間和位置，以及到攤位現場和每位攤主談話，瞭解他們對市集活動的需求和建議，具備親和力跟溝通協調的經驗。

### 5、展覽研究資料分析、展示設計規劃

在藝政所的課堂上，時常需要分享和分析一場展覽中的元素，規劃的方式，建議與評價，以及發想展覽，雖然沒有實際策展的相關經驗，但對於展覽前置的研究資料蒐集整理，並能提供展覽展示手法與設計的意見，也期望未來能有機會參與展覽的規劃過程。

### 6、展場服務經驗

曾在幾米的舞台劇擔任志工，以及於華山實習期間，擔任過展場服務人員，能向觀眾清楚說明和導覽，熟悉展場服務工作，並了解團隊合作的重要性。

### 7、具備「環境」、「文化」與「藝術」三面向學經歷

大學就讀環境與文化資源學系，曾修過舊建築再利用和環境心理學等課程，系上

長期和周邊社區合作，讓學生透過田野調查發掘在地的環境和文化資源，並將資源轉化成為社區的意象、創意、特色景點……，大學期間也曾旁聽藝術相關課程，直到研究所時期專注於藝術與文化面向，但仍脫離不了與環境的連結，文化和藝術是建構理想環境的必要素材。

#### 8、熟悉基本行政庶務

過去曾有行政助理的工作經驗，之後也陸續考取 TQC 的文書處理相關證照，具處理一般行政事務之能力。

#### 9、其他

個性積極進取，做事認真且細心，具團隊合作精神，願意學習和嘗試新事物，有良好的學習能力與動機，不足之處，期望能在貴單位的引導下，更加完備。

### 三、預期成果

實際參與活動場域，讓現實來磨合想像，使瞭解能夠更深入且深刻，資料也將最豐富且完整，期望能在實習期間達到下列成果：

- 1、實際參與台北當代藝術館行銷專案活動之企畫，並瞭解執行等細部歷程。
- 2、透過資料蒐集，瞭解台北當代藝術館過往和企業合作之活動案例，如何整合、連繫內外資源，以及當代館在向外尋求贊助時的自我定位為何，和吸引企業與之合作的動機。
- 3、觀察台北當代藝術館與媒體和企業的合作型態，以此為基礎，設想出彼此長期且雙向的互動關係、合作模式。
- 4、探究台北當代藝術館和企業間的合作關係，是否會影響企業的社會形象，形塑企業文化特色等等，使其成為長期贊助夥伴。