

# 中國文化大學 114 年度【教師專業成長社群】活動紀錄表

填表日期：114 年 11 月 7 日

本年度本社群第\_5\_次活動

<b>社群名稱</b>	人文關懷課程教師成長社群		
<b>召集人</b>	連啟元	<b>系所／職稱</b>	史學系／教授
<b>活動主題</b>	生活藝術與生命教育		
<b>活動日期</b>	114 年 11 月 7 日	<b>活動地點</b>	文學院會議室 大典館 307
<b>活動時間</b>	12 時 00 分至 14 時 00 分	<b>與會人數</b>	1. 社群出席成員：3 人 2. 非社群出席成員： (1) 本校教師 <u>2</u> 人 (2) 非本校教師 <u>1</u> 人 (3) 學 生 <u>    </u> 人 (4) 職 員 <u>    </u> 人
<b>活動報導</b> (活動方式或內容簡述)	<p>本講座由高挺育老師演講主題「生活藝術與生命教育」，進行分享交流，其分享核心為探討設計美學與廣告設計實務，並強調「掌握目光焦點」的關鍵在於結合策略、創意與價值，並融入生活的經驗價值。</p> <p>高挺育老師指出：設計不僅是形式表現，更是生活的實際體驗感受，進而解決問題、脫穎而出與創造價值的過程。設計流程分為四層：策略 → 概念 → 創意 → 視覺。案例分享的部分為橫跨主視覺、出版品、文創商品與展示設計，涵蓋從中信「歡樂生活誌」、國立歷史博物館展專輯，到林三益「彩妝青花包」與鶯歌陶瓷博物館《黑華白光》出版設計等，充分展現生活美學與品牌價值的融合。</p> <p>總結而言，設計的力量在於以創意解決問題，並透過美學轉化為價值，而美學與美感的核心，都在於生活的體驗與生命的價值。正因為有生命的美感，才能引發生活美學的內涵，進而創造生活美學與商業文創的雙重成果。</p>		
<b>執行成效</b>	<p>參與的老師表示，講座內容兼具理論深度與實務應用性，讓人對設計的邏輯與執行，並不僅只著重於技術的視覺呈現，更重要的是生活美學與生命價值的探討，才能引發設計的作品，讓觀看者與使用者的感動，反映在作品的關注上。</p> <p>此次演講內容深具啟發，促使我們重新思考創意與市場需求之間的關係，以及展現了文化設計與品牌行銷結合的可能性。</p> <p>特別是「桃園主場棒球主題展」與《他者·他方》專輯的設計成果，充分體現美學設計、策劃，與在地教育、在地文化故事力的融合，引發熱烈討論。不僅提升</p>		

了對設計產業的理解，也激發了對文化創意工作的熱情與生命教育的結合，使生命教育的精神，可以更自由的融入日常生活之中，以生活美學與人文關懷的關注，帶動生命教育的影響與意義。



參與老師報到



主持人與演講者活動交流

活動照片



演講者的經驗分享



演講者會後與老師交流



演講者的輔助教材



活動結束與老師們合影