



跨界合作的食農教育推廣策略

陳美芬¹

摘要

食農教育涵蓋多元且複雜概念，需要多領域、多部門的協同合作才能有效推動。本文探討了食農教育的重要性及其推廣策略，特別強調跨界合作的必要性，食農教育的推廣需要跨界合作、教育資源整合和創新，以及持續的公眾參與和政策支持。跨界合作能整合資源和專業知識，促進創新模式並拓展影響力，提高社會大眾對食物來源及永續農業的認識；透過跨界合作和創新推廣策略，食農教育的推動更能廣泛普及與深化，有助於實現永續農業和健康飲食的目標；最後，就觀察食農教育推動的問題，展望未來食農教育發展的方向和挑戰，提出結論與建議。

關鍵詞：食農教育、跨界合作、食農推廣策略

¹ 國立臺東大學不分系暨通識教育中心 副教授

壹、前言

在全球貿易的發展和社會型態的改變下，國人飲食習慣與飲食型態轉變為速食、高油脂、高鹽、高糖等不健康飲食，進而導致慢性病的發生；再加上過去 10 多年來食安事件頻傳，食農教育在當今社會中扮演著越來越重要的角色，不僅僅是為了培養人們對食物和農業的認識，更是一種推動農業永續發展和健康生活方式的理念。

飲食與農業發展密不可分，是一體兩面，所以「農業」是食農教育中的重要核心，而食農教育正是將食物與農業相關知識結合，透過教育方式推廣給大眾的重要方式。隨著人們對飲食和農業的關注日益增加，食農教育不僅關係個人的健康，還關係到整個農業的永續發展，因此食農教育成為現今重要的公眾議題。

臺灣食農教育的興起，主要受美國農業素養 (agricultural system) 教育、義大利慢食運動 (slow food movement) 與日本食育運動 (Shokuiku) 的影響 (江俊儀，2021、林如萍，2022)。尤其參考日本自 2005 年實施的食育基本法，其強調食育的重要性，認為應把食育作為生存的根本，看成智育、德育及體育的基礎，藉由推廣食育教育，可讓學生改善飲食生活中偏食、飲食不規律等問題；同時對食品安全、食品依賴進口等問題也應有基本的認識；同時因環境與飲食的變化，也特別重視都市與農山漁村的共生交流之促進，以及與飲食相關之消費者與生產者的信賴關係之建立，活化地域社會，豐富飲食文化之傳承與發展，並且重視和環境調和之糧食生產與消費方式之推行，糧食自給率之提升。就日本「食育基本法」之基本理念來看，日本的「食育」不僅止於培養正確飲食觀念、食品安全等面向的認知，更包含身體力行的農業體驗活動，食育中結合農育，因為這些都與「吃」脫離不了關係 (陳美芬，2016)。

環觀我國「食農教育法」於 2022 年 5 月 4 日公布後施行，事實上早在立法之前，行政院農業委員會 (2023.08 前簡稱農委會) 即於 2013 年辦理「產銷履歷教案徵選」，強化產銷履歷農產品宣導，希望透過徵選活動，鼓勵國小教師、各大專院校教育相關學院院所或學程之師生等，發展出符合產銷履歷農產品議題之多元化教案與學習單，共同參與農產品安全教育，促進對於農產品產銷履歷制度之認知。2014 年農委會更首度以「食農教育」為主題，委託學者專家進行「我國食農教育推動策略之研究」(顏建賢等，



2014)，該研究結果指出，食安是政府與全民很關注的議題，食安的確保不是一兩天的口號和嚴厲取締可以達到目的，需要把它務實且持續的貫徹，所以「食育」被世界各先進國家所重視，日本文部省更將「食育」列在德、智、體、群、美五育之後的第六育並將之納入環境教育課程中，實值得臺灣借鏡。

隨著《食農教育法》的頒布，「食農教育」在臺灣漸成新興的「顯學」，儘管不同的議題和社會脈絡使得食農教育的關注點有所不同，其所涉及的層次問題和操作模式亦各異，但在概念和方法上依然需要進一步釐清(葉秀燕，2020)。爲了推動食農教育的發展，我們需要更多的跨界合作和多元面向的觀點討論，這包括結合教育、農業、環保、健康及社會科學等不同領域的專業知識，共同促進食農教育的實踐與創新，只有在持續深入的參與下，食農教育才能真正落實，並產生長遠而深刻的社會影響力。從跨界推廣的角度來看，食農教育不僅僅是傳授農業知識和飲食文化，更是一種促進永續發展和社會公民意識的重要方式；透過教育體系、社區活動、企業合作及政策支持等多重途徑，創造一個更全面的教育環境，使民衆在日常生活中理解和實踐食農理念。這樣的跨界合作不僅能夠豐富食農教育的內容，還能促進社會各界對於食農議題的重視，進而提升整體社會對於農業永續、環境保護和健康生活的意識。

因此，本文將從食農教育跨界合作的重要性，從學理上推廣的概念，探討學校、農場、企業、政府和社區等多方參與的方式；並延伸探討食農教育推動所面對的問題，透過集結各方資源，提出推廣策略，其能有助於未來推動食農教育的廣泛普及與深化，從而實現食農教育的多元目標。

貳、食農教育跨界合作的重要性

由於食農教育的範圍廣泛包含農育和食育的連結，它涉及到從種植、生產到加工與銷售等各個方面，也牽涉促進健康的飲食和可持續的生產方式。故食農教育會涉及到多個領域和相關者，需要長期培養跨領域、跨部門的專業，並與不同利害關係人溝通、協助組織創新，無法由單一推廣方式進行，其往往難以完成目標。因此，要實現食農教育的目標，需要採取一系列有效的推廣策略，其中跨界合作則顯得至關重要，故透過探討食農教育跨界合作的重要性並提出推廣策略。

方珍玲、古昌平 (2020) 研究指出臺灣目前食農教育推廣之類型，因應舉辦活動之不同，大致可分為「學校教育型」、「學校教育支援型」及「社區組織型」，而外國食農教育之推廣體系，以人力培育與認定機制分類，可分為三大體系 (一) 公部門 / 正式學校教育體系、(二) 非營利組織體系、(三) 計畫推動體系。歐美國家，如英國、德國、丹麥、義大利等國和亞洲國家，如日本、韓國之食農教育推廣體系，主要以公部門 / 正式學校教育體系和非營利組織體系為主；美國與澳洲除上述兩種推廣體系外，也會經由計畫形式來推動，如美國的「農場至學校計畫 (Farm to School Program)」，澳洲的「從農場到餐桌 (From the paddock to plate)」，義大利的「農場至餐具」(Farm to Fork) 等；不同推廣體系其對食農教育欲具體展現的目標雖各有不同，但對食農教育的體現則殊途同歸。

一、食農教育的體現

食農教育是一個綜合性的概念，目的在透過教育的方式，培養國人均衡飲食觀念、珍惜食物減少浪費，從而促進健康的飲食習慣；並支持認同在地農業地產地消，以深化飲食連結農業，傳承與創新飲食文化，最終達成永續農業的目標。其不僅僅是一種教育方式，更是一種社會運動，它的重要性體現，從以下方面可以窺見：

(一) 培養食物意識

陳美純 (2021) 的研究觀察指出，當前很多大學生對於農產品是陌生的，甚至是名稱、營養、如何烹調成為料理都缺乏經驗與認知，在學校教育過程中，也鮮少在課程介紹認識在地的原始食材供應者。故透過食農教育可以幫助認識農產品，了解食物的來源、生產過程以及對健康的影響，從而培養對食物的意識和選擇。

(二) 公民意識與參與

食農教育作為一種社會運動，鼓勵公眾積極參與農產品和食安政策的制定和監督。這種參與不僅能提高公眾的公民意識，還能推動政策更加透明和公正，有利於構建公開、公正和可持續的食品系統和安全高品質的農產品。

(三) 增進食品安全與健康意識

食農教育強調從產地到餐桌的全過程，讓人們了解食物生產、加工和銷



售等環節，從而提升對農產品及食品安全的認識。這不僅可以促進健康飲食習慣的形成，還能減少食品安全事件的不斷發生，保障民衆健康。

(四) 推動可持續發展

透過教育國民關於農業生產的永續性，食農教育可以促進社會對於永續發展的理念和實踐。透過食農教育人們可以了解到現代農業對環境的影響，這種教育強調永續農業的實踐，如有機農業、減少化學農藥和化肥的使用，從而促進環境保護和資源的永續利用。

(五) 社區凝聚力的提升

食農教育往往涉及鄉村社區、農園等體驗活動，這些活動能促進社區成員之間的互動與合作，增強社區凝聚力。同時，這種體驗過程也支持在地食物系統的發展，支持當地農民和小型農業企業，促進社區經濟的繁榮。

(六) 文化傳承與地方經濟發展

不同地區的傳統農業和飲食文化是該地區的重要文化資產。食農教育有助於保護和傳承這些傳統，讓新一代了解並珍惜飲食文化。此外，還能推廣在地特色農產品和美食，促進農村和地方經濟的發展。

總之，食農教育作為一種社會運動，超越了單純的教育範疇，涉及健康、環境、社區、文化、經濟、公民參與等多方面的重要議題。

二、跨界合作的必要

由於社會多元及發展快速，各產業蓬勃興起，加上網路無遠弗屆之下，使節奏愈來愈快、距離愈來愈近、交流愈來愈頻繁、需求亦愈來愈大。相形之下使許多產業創造出多元跨界的合作機會，而成為現今社會的一種特殊現象。所謂跨界 (crossover) 或稱為跨界合作 (collaboration) 是指由兩個不同領域、行業、文化與意識形態等元素組合，共同創造新形態之整合方向或多視角設計思維，進而形成一種多元且新穎的行銷手法稱之 (Helmig, Huber, & Leeftang, 2008)。早在 1957 年時，首次在時尚雜誌中，廣為宣傳一台名叫埃德塞爾 (Edsel car models) 車型，就結合時尚外型與寬大多變的空間概念，而開啟了汽車行業的跨界先河。而後此跨界效應開始蔓延到各個不同領域中 (設計行業、生活方式、行銷手段、藝術行為...)，而成為帶有特殊意義的大眾文化符號 (Keller, 2003，轉

引自王家玄、蘇志鵬，2017)。

在食農教育的推廣過程中，不同領域或不同利益相關者之間的跨界合作，可以促進知識、資源和經驗的交流與共享，幫助建立更加完整或多元化的推動方案。例如學校可以與農場、食品業、非營利組織以及政府部門合作，共同推動食農教育，從各方面實現食農教育目標。政府可提供經費支持和政策指導，例如提供專業知識和培訓資源，農業部門可以提供實踐場地和技術支持等，企業可以提供市場管道和商業機會，各方共同推動食農教育的發展，實現多方共贏。因此，食農教育的跨界合作有其重要性：

(一) 整合資源

跨界合作是不同領域間合作的一種形式，整合各方的資源，通常包括教育、農業、食品業等行各業，運用各方的資源與專業知識，共同推動食農教育的發展，從而提高食農教育的效果和覆蓋面。例如學校可以與農場合作，將農業知識融入課程中，讓學生更深入了解食材的來源與生產過程。

(二) 創新模式

跨界合作將不同領域的專業知識和資源整合在一起，促進新的合作模式和教學方法的出現，從而豐富食農教育的內容和形式。例如農業專家可以提供農業知識，營養師可以分享健康飲食的知識，教育工作者可以設計有效的教學方法。這種資源和知識的整合能夠提供給社會大眾多方面的學習機會，提升他們對食農議題的理解和興趣。

(三) 拓展影響力

食農教育與不同領域的合作，推廣理解食物來源，教育民衆認識食物的生產過程和農業相關知識，提升服務社會和經濟發展的需求。故透過一群重要的工作者，他們在促進消費方面扮演積極的角色，賦予物品與服務特定的意義及生活風格，讓消費者能夠產生認同 (du Gay et al., 1997 轉引自林義斌，2021)。例如市集的功能之一就是傳遞「何謂好農業的理念」，消費者不該只是掏錢的顧客，更可以是文化理念的傳遞者，讓市集連結美好生活的具體想像，促使食物的消費文化有所轉變 (萬尹亮，2021)。



三、食農教育的跨界合作

食農教育的跨界合作涉及多個領域和不同的合作方式，以下是幾個重要面向：

(一) 學校教育單位

許美觀 (2019) 曾提到許多學者指出學校是個適合發展飲食教育、農事教育的場所，因為每個人的飲食偏好和飲食習慣會從孩童時期建立。環觀食農教育的推動，學校是推動食農教育最具體又有成效的單位，學校作為食育推動的重要場域之一，學校午餐則是關鍵的實踐作為，學校午餐旨在藉由提供營養均衡的飲食，從而幫助維持、改善兒童的健康；透過推動學校午餐使用產地消費食材，運用午餐食材結合飲食與營養教育，在午餐時間進行專題活動，並進一步連結學科相關的學習，賦予學校午餐重要的教育意義 (林如萍，2022)。

此外，學校與當地農場或農業組織或農民等合作，以農場參觀、實地參訪觀察和實踐課程，讓學生親身體驗農業生產過程；同時可將食農教育納入學校課程，設計基本的農業與飲食的知識，並結合其他學科領域的教學。

(二) 民間團體

農會是獨立的地區性民間團體，在過去食物資訊的傳遞機制中，是十分重要的傳播系統 (周宜潔，2009)，其可依地區的特色農業與不同資源進行合作連結，使食農教育的推廣產生相乘的效果，將有利於執行創新傳播和綜合食農理念的推動。但長期以來，因為推廣經費不足，缺乏辦理食農教育的專業能力，再加上推廣業務繁雜，因此無法專注於執行食農教育推廣工作。雖有前述的困境，但農會在食農教育中發揮著不可或缺的作用，它們不僅提供食農知識或支援，還能促進社區參與、連接產業鏈、提供資源支持。同時農會可以作為不同部門和機構之間的協調者，建立多方合作的平台；透過與學校、政府機構、非營利組織和企業等的合作，農會能夠推動跨界合作，整合各方資源形成合力，共同推動食農教育的發展。

除了農會外，多數非營利組織或基金會等民間團體，常會辦理多項公益性推廣活動，主要偏重在喚醒活化和教育兩項知識加值活動。政府應支持民

間團體從事食農教育的喚醒活化工作，並支持其推廣人員之教育訓練活動，以增加民衆團體之推廣工作效果。例如社區大學等，把視角聚焦到實踐面向，在臺灣的社區大學正是負起成人教育普及化重要的角色，而且更是培養公民獨立思考的重要場域。現在不少社區大學也有農藝或飲食相關的課程，學員也有機會體驗社區農園的耕作，一方面由自給自足的方式，跳脫了現今飲食系統中固有消費者與生產者的區分，理論上是有助重構在飲食選擇中考量跟環境與社會關係的飲食倫理（秋津元輝，2016）。

（三）企業單位

在食農教育的推動過程中，企業扮演著極其重要的角色。企業的參與不僅能夠提供資源和知識，還能透過創新和市場影響力來推動食農教育的普及與深化。企業具有創新能力，可以透過研發和市場推廣，推動永續農業和食品生產技術的應用。例如食品業與農場合作，確保農產品的可追溯性和品質，並共同推廣健康飲食文化。科技業的跨界合作，利用科技手段（如人工智慧（AI）、大數據等）提高農業生產效率；開發數位教育平台，提供線上農業知識課程、視頻和互動學習工具，方便更多人學習。

（四）社區

跨界合作在食農教育中扮演著至關重要的角色，特別是「社區」的合作方式在推動和實施食農教育方面具有獨特的價值和作用。例如社區活動或節慶是推動食農教育的另一種有效方式，透舉辦與食物和農業相關的活動，例如社區年節習俗的節慶食物或飲食文化、節慶豐收…等，社區可以在輕鬆愉快的氛圍中普及食農知識，增強居民對食物來源和農業生產的了解。社區設立共同的農園，居民可以參與種植和收穫，增強社區凝聚力和自給自足能力。而社區或地區性的定期農民市集，促進當地農產品的銷售，讓消費者直接與生產者互動，了解食材的來源。社區在食農教育中的合作方式非常多元，透過這些合作方式，不僅可以提高居民的食農知識，還能促進社區的整體發展與和諧。



(五) 政府部門

政府部門在食農教育的推動過程中有著政策引領、經費支持、公共宣傳、協調合作和監督評估等多重重要作用；透過發揮這些作用，有效推動食農教育的全面發展，促進社會發展和國民食農教育素養的提升。基於食農教育推廣所需，2017 年農委會啟動食農教育宣導計畫，由各區農業改良場擔任轄區食農教育宣導主體，以食育與農業知識為主軸，發展課程指標，進行食農教育推廣宣導與種子教師增能培力研習，冀能透過宣導人員知能培訓，提升教學規劃與實務操作能力，建立專業領域和基礎涵養，成為帶動校園或社區實踐食農教育之重要推手 (張惠真、曾康綺，2019)。

上述這些跨界合作的面向可以相互交融，共同推動食農教育的全面發展，促進社會的永續發展和健康飲食文化的普及。

參、食農教育的推廣

食農教育是全民終身教育，透過食農教育培養「食農素養」則為推展食農教育的目標 (林如萍，2022)。蕭崑杉 (2000) 在「知識經濟的農業推廣策略」中指出，每一類產業活動所需要的推廣策略應不同，食農教育雖是一個很廣泛的概念，但也應該有食農教育生活化的推廣策略，故食農教育與農業、飲食連結應發展不同的推廣工作策略。從資訊傳播的農業推廣發展理念來看，策略的意義可以計畫或行動方法來敘述，故食農教育的推廣策略在不同環境下，可由目標導向的特定推廣計畫內容和操作方法來執行。

一、食農教育推動之問題分析

臺灣在推動食農教育時面臨多種挑戰，這些問題或困境影響了教育的效果和推廣的範圍。茲分述如下：

(一) 學校教育面

我國教育部早於 1995 年發展「自然生態學習網」，推動「有機生態校園」，參與的學校帶領學生種植蔬菜、水果和稻米，定期於教育部網站展示學習成果，可說是臺灣推動食農教育之濫觴 (江俊儀 2021)。然而，食農教育面向多元，學習內容百花齊放，各自繽紛，但教學時如未能真切掌握其內涵，最後

只習得種植、烹飪技能，缺乏對本土及全球農業產銷與環境變遷等議題批判思考的能力，無法產生有效的行動策略（蔡佳雯，2021）。除此之外，教學現場的現況往往呈現教育資源不足，例如教材缺乏、師資培訓不足，教師對於相關知識和技能的掌握有限，難以有效教授。課程安排困難：課程內容與時間衝突，食農教育在校園中的課程安排經常與其他核心課程產生衝突，導致實施困難。實踐機會不足：缺乏適當的場地和設備進行實踐活動。傳統觀念的影響，臺灣許多家庭和教育系統中，仍然以追求學術成績為主要目標，忽視了食農教育的重要性，家長和學校對於課程設計和課外活動的重視程度普遍不足，使得學生缺乏參與食農教育的機會和動機（陳美芬，2015、陳美芬，2017）。

（二）社會大眾的認知

多數國人對於食農教育的概念不夠清晰，並未意識到食農教育的重要性及其對個人和社會的影響。民衆對參與此類教育活動的積極性不高，甚至認為只要有農業體驗、有吃有喝的形式就足以號稱是食農教育。事實上食農教育涵蓋了從食物生產、農業知識到飲食健康等多方面內容，但社會大眾往往僅將其視為農業知識教育，忽略了飲食健康與農業永續等關連性的議題。

此外，媒體在報導農業或食品安全問題時，往往側重於負面事件，導致社會大眾對農業生產和食品安全的信心不足；市面上充斥著不實或誇大的健康資訊，也使得民衆對於正確的食農知識產生混淆和誤解。

（三）政策支持面

食農教育雖於 2022 年已完成立法，但有關食農教育的政策規劃應再更明確，並需要長期且穩定的資源投入和政策保障。陳鍾仁 (2020) 在「當前食農教育發展困境分析」一文中提到，食農教育在經濟層次上的重點在於建立生產者和消費的互信，但互信機制的建立則須促進生產者和消費者的互動，方式當然由消費者參與生產者的部分生產過程以及和生產者的互動，但是互動平台的建立有賴政府組建，否則國內以小農為主的農民無力負擔該平台籌建成本，消費者也無法取得相關資訊，進而與農民連繫，接著進行互動和了解。若無該平台更遑論增進消費者的食農素養和選食力，也沒有建立長期互信關

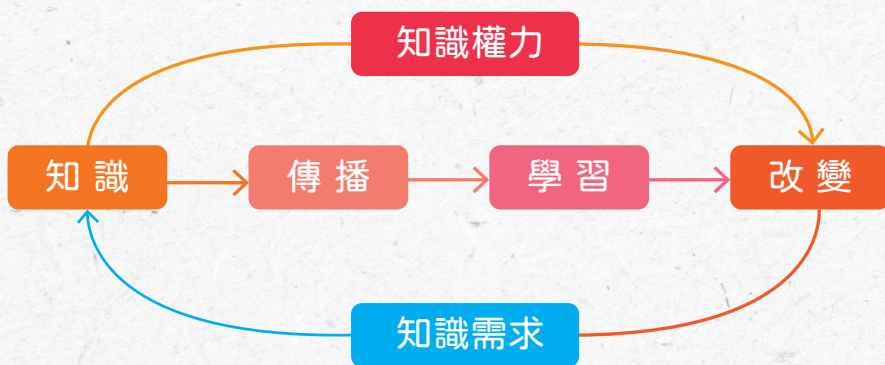


係，更別說提供農民產品銷售的支持，以促使農民朝有機栽培、對環境有益耕作方式邁進。

此外，食農教育法雖明訂了食農教育之推動方針，但政策目標仍不夠明確，有時略顯模糊或過於廣泛，缺乏具體的指標與評估機制，難以有效評估政策成效。再者，食農推動的持續性與穩定性問題，食農教育的推動以短期計畫居多，許多食農教育計畫僅為短期或試點性質，缺乏長遠的規劃與支持，難以建立長期穩定的教育體系。前述曾提到，大眾對食農教育的認知不足，故食農教育的意義與重要性的宣導更需有足夠力度，社會大眾尤其是促進家長與學生對其認識，提升參與度。

二、推廣的基本概念

蕭崑杉 (2005) 在「永續社會之推廣論述」將「推廣」敘述為「有意向的知識資訊傳播過程，並能協助個人、組織或社會進行知識發展和應用，以解決問題」。而依此定義，推廣即是由知識、傳播、學習、改變等四項概念為基礎，其推廣的基本操作模式(如圖一)所示。



圖一、推廣的基本模式

本文引用上述「永續社會之推廣論述」(蕭崑杉, 2005)四項基本概念, 分述食農教育的推廣基礎如下:

(一) 知識要素

推廣的概念結構內, 知識是首項需求要素, 沒有知識則沒有推廣的存在。基本上, 不論是內含於個人或外顯於社會, 知識可被粗分為事實性或價值性知識。事實性知識是依客觀理性而認定知識的存在, 它可以通過觀察、實驗和證據來驗證的知識, 這些知識是具體且客觀的, 例如農作物種類和特性、農業技術、食品營養成分、食品安全知識、農業對環境影響等。而價值性知識是依主體意識或規範而建構知識的存在; 基於價值觀、倫理和社會文化背景的知識, 這些知識是主觀的, 通常涉及個人或社會對某些議題的看法和態度, 例如提倡永續的農業發展、支持動物福利的農業實踐、尊重和保護地方農業傳統、食物文化和遺產等。

在食農教育中, 事實性知識和價值性知識常常是綜合運用的。例如認識有機農產品, 既需要了解耕種方式(事實性知識), 也需要理解為什麼有機農業被認為是永續發展的一部分(價值性知識)。這樣的綜合教育能夠培養民衆的全面素養, 使他們不僅掌握必要的農業知識, 還能形成正確的價值觀和態度。

(二) 傳播要素

人類具有知識, 除了個人加以應用以外, 亦能促成知識流動, 而使其他個人獲得知識, 推廣即是知識流動的一類形式, 而傳播即是推廣能運作知識流動的主要工具。推廣的訊息即包含上述事實性和價值性知識, 而媒介則包含個人和系統設計的媒體。

食農教育的「傳播要素」包括訊息的來源、內容、媒介、受眾、回饋等方面。在食農教育中, 訊息來源可以是農民、農業專家、營養師、學校教師、非政府組織、政府機構…等, 他們所傳遞的內容可能涵蓋從農業常識、環境保護到營養健康等各方面, 使用的媒介, 如書籍、報紙、電視節目、網站、各網路媒體、工作坊、參訪或現場教學等。由於食農教育是全民教育, 因此



受眾可以是學生、家長、農民、消費者、社區居民、政策制定者…等，根據不同受眾的需求和特點，傳播策略需要進行調整；收集受眾對所接收訊息的反應及其效果評估，有助於改進教學內容和方法，確保推廣活動達到預期效果。

(三) 學習要素

就知識流動而言，個人知識傳播出去，而能使他人獲得該項知識，則除了需應用傳播要素以外，傳播對象也需運作學習要素，才能轉移或轉化該項知識，即成為個人是否具有學習動機，或是個人期望獲得何種學習效果的先決條件。由於個人可同時需求事實性和價值性知識內容，所以個人的學習形式亦可能多元並存，而推廣人員因應不同學習形式，其角色亦有所變化。由於個人具有自我導向學習和知識創造的能力，因此，學習亦能存在於推廣以外的社會環境，因此，不是所有學習現象皆反映出推廣的存在。

在食農教育中，「學習要素」透過教育活動讓學習者了解和掌握與食物和農業相關的知識和技能，此過程不僅包括理論概念的學習，還強調實踐和體驗等，目的讓學習者更全面地了解食物的來源、生產的過程、農業的永續性以及食物選擇對健康和環境的影響，於此對個人的飲食與健康產生效果，促進學習者的學習動機，如此產生良性循環。

(四) 改變要素

在推廣的四項基礎中，「改變要素」是關鍵的核心，因為它代表了知識、傳播、學習如何實際轉化為行動和成果。個人透過學習過程，可產生知識、技能或行為的改變，依知識資訊傳播的理念，認為推廣可促成個人、組織和社會的改變。食農教育中的「改變要素」則是透過教育和活動，改變人們對食物和農業的態度、行為和習慣，以達到更健康、可持續和有意識的飲食與生活方式，可包含 (1) 態度改變：例如增加對當地當季當地或有機友善農產品的認識與支持，培養對食物來源和生產過程的重視；提高對食品安全、營養知識的關注，促使人們選擇健康的食品。(2) 行為改變：例如推廣減少食物浪費的行動，如學習保存食物的方法和剩餘食材的運用等料理方式。3. 習慣改

變：習慣改變是行為改變的持久化，是推廣的最終目標。培養孩子從小養成均衡飲食的習慣，減少對加工食品或含糖飲料的依賴；倡導「從農場到餐桌」的理念，它強調了食物生產和消費的全過程，這種理念包括了解食物的來源、重視農產品的品質和安全、支持在地農業以及減少食物浪費，這些都是習慣改變的具體表現，這種改變可以發生在個人、家庭、社區甚至社會層面。

三、食農教育的推廣策略應用

推廣是指知識資訊傳播活動(蕭崑杉, 2006)，目的即在促成改變，因此，推廣需界定其改變對象(蕭崑杉, 2005)；而制定有效的推廣策略是推動食農教育的關鍵。首先，需要建立跨部門、跨領域的合作機制，促進不同單位間的溝通與協作；其次，可以組織各種形式的活動，如農場體驗、社區市場或農夫市集、食農文化節、食農講座、食物調理等，吸引更多人參與；再者，借助多媒體平台，如平面或電子媒體、自媒體等，擴大推廣的影響力，提高公眾對食農教育的關注度。

由前述(圖一)推廣者配合不同的知識權力和知識需要的組合而應用不同的傳播方式，並在達到不同的改變目標層次上，而產生多元的推廣策略。推廣的改變目標層次可分成(1)認識喚醒、(2)才能精熟、(3)問題解決、(4)知識創造等四層面(蕭崑杉, 2005)，此四層面可單獨成為改變目標，亦能連結成為依序深化的改變層次。

在推廣策略應用上，本文因篇幅及時間有限，僅以「認識喚醒」改變層面做探討，其可分為1.創新傳佈策略、2.社會行銷策略、3.社會行動策略等三種策略。比較上，創新傳佈可達到默記認識，因此，當推廣的知識是經由科學研究過程而產生時，透過說服傳播途徑，則能有效運作創新傳佈策略。當推廣的知識是來自社會規範的認定時，透過對話傳播，則可合適運作社會行銷策略而達到建構認識的改變。當推廣的知識是因社群信仰共識中產生時，則透過批判傳播而運作社會行動，方能達到賦權認識的改變成果(蕭崑杉, 2003)。簡言之，這三種策略可以相輔相成，共同促進食農教育的發展，提高大眾對農業和食品安全的認識，並鼓勵更多人參與其中，茲分述如下：

(一) 創新傳佈策略

利用創新的方式來傳播訊息，使訊息能夠更有效地被目標受眾接收和理



解。在食農教育中，創新傳佈策略可以透過媒體、互動式平台或沉浸式體驗來…等實現，這種策略強調利用現代科技和創意手段，提升訊息的可達性和吸引力，從而提高認知度和參與度。尤其新世代的學生習慣透過網路來認識世界，對於土地的情感正逐漸流失、氣候變遷致使農作物生產遭遇前所未有的危機、慣行農法造成地力退化，衍生環境汙染等相關議題，已成為國際共同關注的重要議題，因此主動在校園發展相關課程，提供網路世代的學生更多農事體驗的機會，以符合國際脈動（江俊儀，2021），則顯得非常重要。例如數位學習平台，開發一個包含互動影片、遊戲和測驗的線上平台，讓受眾可以通過有趣的方式學習有關農業和食品生產的知識。虛擬實境（VR）體驗，利用 VR 技術讓學生虛擬參觀農場，了解各種農作物的生長過程、農業技術及生態系統的維護。社交媒體運用上，利用社交媒體平台（如 Facebook、Instagram、YouTube 等）發布吸引人的短視頻、圖片和故事，展示健康飲食和在地農產品的價值；或在社交媒體上舉辦挑戰活動，例如自家菜園挑戰，鼓勵學生和家庭分享自己種植蔬菜的過程和成果，並結合教育內容。運用虛擬實境（VR）體驗：通過虛擬實境技術，讓人們身臨其境地參觀農場，了解農作物的生長過程和農民的工作，這樣的體驗可以讓人們更加真實地感受到食農的價值和重要性。

（二）社會行銷策略

社會行銷策略是運用商業行銷的技術或概念來推動社會行動和改變消費者行為，目的在促進健康生活和社會福利或促進社會公益，這種策略強調理解目標受眾的需求和動機，並設計針對性的行銷活動，以促進食農教育相關行為的改變。在食農教育中，社會行銷策略可以用來提高大眾對健康飲食和永續農業的認識，並鼓勵積極參與。例如健康飲食宣傳活動，設計一系列海報、短影片和宣傳冊等，強調健康飲食的重要性，並展示如何選擇和購買高品質的農產品；在超市設置「食農健康角落」，展示當季當地農產品，並附上簡單的食譜或料理方式。

此外，與學校和社區組織合作，舉辦工作坊和講座，提供孩子和家長認

識農業耕種、農產品和健康調理的方法。與超市、餐廳合作，推廣健康飲食選擇，並提供折扣或優惠。公眾活動和工作坊，舉辦公開講座、烹飪課程和食農市集，邀請營養師和廚師分享健康飲食和在地食材的知識，這些活動可以增加公眾的參與感和互動性，從而提高認識和行動意願。

(三) 社會行動策略

社會行動策略強調動員社會各界參與食農教育推廣，通過集體行動和倡導來引發變革。這種策略注重社會動員和協作，目的在透過集體力量來實現長期的社會改變。在食農教育中，透過動員社會力量和資源來推動某個特定的食農目標，該策略可以透過動員學校、社區和政策制定者來共同推動教育和行動。例如校園菜園計劃，推動在學校設立校園小菜園，讓學生參與種植和照顧植物，從實踐中學習農業知識，並體驗農業的樂趣和挑戰。社區支持型農業 (CSA)，鼓勵社區成員共同支持在地小農，直接購買農產品，從而建立生產者與消費者之間的緊密聯繫，這不僅有助於保障農民的收入，還能提高公眾對在地食物系統的認識和重視。政策倡導方面，地方政府和教育部門合作，推動將食農教育納入校本課程，讓學生能接受系統的農業和飲食的知識教育。

總之，食農教育的推廣改變目標，其「認識喚醒」是漸進的，當中的推廣策略可以透過跨界設計不同目標，例如為學校午餐的食農理念啟動，是較明顯表現在教師的認識與教學上、消費者被經濟利益刺激，積極參與了解；企業的創見，例如旅遊業認為農村旅遊有潛在的觀光優勢，易於引動人潮等。

肆、結論

食農教育是一個多元且複雜的議題，不僅僅是吃喝和參與農業體驗活動，它還涉及到糧食生產、食品安全、飲食營養、環境保護、農業永續等多方面議題，需要各方共同努力才能有成效。然而，跨界合作是推廣食農教育的重要途徑，同時還需要提升公眾參與，整合和創新教育資源的手段，透過這些策略的有效結合，才能夠實踐食農教育的目標，朝向促進健康飲食和農業永續發展的目標。



在推廣食農教育過程，如何避免僅僅停留在有農業體驗、有吃有喝的表淺層面，個人提出看法如下：

- (一) 制定全面的教育計劃，提升公眾參與：在推廣食農教育時，要制定一個全面的教育計畫，明確界定食農教育目標、涵蓋範圍和教學方法，以確保各個方面都得到充分的重視。為加強食農的推廣成果，需要針對公眾參與制定相應的策略。這包括舉辦食農主題的活動和工作坊，開展農園參訪等活動，以吸引更多公眾參與到食農場域。同時，利用社交媒體和網絡平台，加強對食農的宣傳和推廣，提高公眾對其重要性的認識和理解。
- (二) 跨界學科合作與知識轉化：食農教育應該是跨界跨學科的教育，需要結合農業科學、營養學、環境科學、社會科學等多個領域的知識。雖然跨界合作是推動食農教育的重要途徑之一，但僅有跨界合作是不夠的，還需要透過知識轉化將跨界合作所產生的知識轉化為具體的教育內容和實踐活動，可以更容易地發現其中存在的問題和挑戰，從而促進教育內容的不斷改進和創新，使其更加符合社會大眾需求，才能真正達成推廣效果。
- (三) 教育資源的整合與創新：推廣食農教育需注重教育資源的整合和創新，包括開發相應的教材和課程、建立食農教育的教學平台和網絡資源，以及培養具備食農教育專業知識和技能的教育工作者。同時，還可以通過舉辦研討會和培訓工作坊等方式，促進教育資源的共享和交流，不斷推動食農教育的創新和發展。設計多元化的課程，結合課堂教學、實地考察、專題研究、社區服務…等多種教學方法，以涵蓋更廣泛的議題，從而豐富學生的學習經驗。
- (四) 提倡終身學習的觀念：食農教育是一種全民教育，培養民眾終身學習的態度，讓他們不僅僅在特定場合下學習，而是能夠持續地關注農業和飲食健康等相關議題，並不斷深化自己的理解和知識。
- (五) 持續的評估和改進：推廣食農教育的理念是一個持續的過程，需要不斷地進行評估和改進。在推廣過程中，要收集社會大眾等各方面的反饋意見，及時調整教育計畫或推廣方式，確保教育活動的有效性和適切性。

食農教育的推廣需要跨界跨領域合作，這種合作不僅能夠整合多方資源，還能創新

推廣模式擴大影響力。從跨界推廣食農教育的角度來看，食農教育不僅限於學校課程或農業領域，還應涵蓋更多與飲食和農業相關的產業和社群。例如透過與食品業、餐飲業、社區組織及環保團體等合作，可以將食農教育延伸到更廣泛的社會層面，促進全民對於食物來源、營養價值及永續農業的認識和重視。

此外，跨界推廣的食農教育可以透過多樣化的活動形式進行，包括實地參訪、體驗式學習、工作坊、講座以及線上平台等。這不僅能夠吸引不同年齡層和背景的人參與，還能夠促進不同專業領域之間的對話和合作。以此方式，食農教育不再僅僅是課堂內的知識傳遞，而是成為一種跨越界限、連結社會各方資源的綜合性教育活動。最後，跨界推廣食農教育需要持續的政策支持和社會資源的投入，政府、企業和民間團體應共同努力，提供資金、技術支持和平台，以促進食農教育的長期發展和影響力擴大，這樣的合作可以在概念和方法上進一步釐清，並在多元面向的觀點下，創造出更具實效和創新的食農教育推廣模式。



伍、參考文獻

1. 方珍玲、古昌平 (2020)。臺灣食農教育推動模式之分析。農業推廣文彙，65，29-44。
2. 王家玄、蘇志鵬 (2017)。運動跨界時尚之新趨勢。運動管理，37，4-15。
3. 江俊儀 (2021)。綠色方舟：國中校園推動食農教育之策略。臺灣教育評論月刊，10(1)，198-203。
4. 周宜潔 (2009)。烹飪文化資本、文化中介者與飲食品味塑造 - 以農會家政班為例。臺灣大學生物產業傳播暨發展學研究所碩士論文。
5. 林如萍 (2022)。食農教育的概念架構與推展策略。臺中區農業改良場特刊，82-94。
6. 林義斌 (2021)。臺灣客家美食推廣策略之研究 - 文化中介者的觀點。觀光與休閒管理期刊，9(2)，40-50。
7. 秋津元輝 (2016)。重新審視食農相關倫理思考。食農社會學：從生命與地方的角度出發，346-363。開學文化。
8. 張惠真、曾康綺 (2019)。食農教育態度對種子教師培訓需求之影響 - 以中部地區為例。行政院農業委員會臺中區農業改良場研究彙報，143: 19-34。
9. 許美觀 (2019)。一所學校建構校本課程推動食農教育之探究。臺灣教育評論月刊，8(1)，240-244。
10. 陳美芬 (2015)。與「食」俱進～談學校食育的推動與規劃。新北市教育季刊，15，14-17。
11. 陳美芬 (2016)。與「食」俱進～談學校食育的推動與規劃。新北市教育季刊，14-17。
12. 陳美芬 (2017)。學校推動食農教育的理念與做法。屏縣教育季刊，69，10~15。
13. 陳美純 (2021)。結合食農教育與產品推廣的網路社群經營課程的行動研究之實踐。萬能學報，43，69-85。
14. 陳鍾仁 (2020)。當前食農教育發展困境分析。學校行政雙月刊，125，210-223。
15. 萬尹亮 (2021)。從實作觀點看另類食物網絡如何形構永續生活。文化研究，32，211-254。

16. 葉秀燕 (2020)。原食力：原住民飲食文化做為食農教育的社會實踐人文與社會科學期刊。思與言，58(3)，167-212。
17. 蔡佳雯 (2021)。食農教育實施之初探。臺灣教育評論月刊，10(1)，193-197。
18. 蕭崑杉 (2000)。知識經濟的農業推廣策略。農業推廣學報，17，200-218。
19. 蕭崑杉 (2003)。認識喚醒之論述。農業推廣文彙，48，45-48。
20. 蕭崑杉 (2005)。永續社會之推廣論述。農業推廣文彙，50，19-30。
21. 蕭崑杉 (2006)。農業產業文化推廣策略之研究。農業推廣學報，21，1-32。
22. 顏建賢、陳美芬、曾宇良、張瑋琦 (2014)：我國食農教育推動策略之研究，行政院農業委員會。
23. Helmig, B., Huber, J. A., & Leeftang, P. S. (2008). Co-branding: The state of the art. Schmalenbach Business Review, 60(4), 359-377.



Promotion Strategies for Agri-Food Education through Cross-Sector Collaboration

CHEN MEI-FEN

Abstract

Agri-food education encompasses diverse and complex concepts requiring interdisciplinary and interdepartmental collaboration for effective promotion. This article examines the importance of agricultural and food education and its promotion strategies, particularly emphasizing the necessity of cross-sector collaboration. The promotion of agricultural and food education necessitates cross-sector collaboration, the integration of educational resources, innovation, and continuous public engagement and policy support. Cross-sector collaboration can integrate resources and expertise, foster innovative models, and expand influence, thereby enhancing public awareness of food sources and sustainable agriculture. Through cross-sector collaboration and innovative promotion strategies, the promotion of agricultural and food education can be more widely disseminated and deepened, contributing to the goals of sustainable agriculture and healthy eating. Finally, the article discusses the challenges observed in promoting agricultural and food education projects, the future direction and challenges of its development, and provides conclusions and recommendations.

Key words: Agri-food education 、 Cross-border cooperation 、 Promotion strategy