台灣公共行政與公共事務系所聯合會暨學術論文發表會

# 文化創意產業政策在全球化與文化公民權觀點之檢視

鄭　美　華

實踐大學　通識教育中心

**T A S P A A**

# Inspecting for Cultural Creative Industrial Policy from Globalization and Cultural Citizenship viewpoints

**Cheng, Mei-hua**

**General Education Center, Shih-Chien University**

# 文化創意產業政策在全球化與文化公民權觀點之檢視

鄭　美　華*

## 摘　要

現代社會中有了知識，溝通問題便隨之產生，如何向政策制定者傳達政策研究的真實，探討政策制定的情境所存在的限制，同時使之瞭解相關資訊與政策領域中的可能，以及對政策研究有影響的變化是政策研究的重要課題。

近幾年來，政府大力推動文化創意產業政策，傳統空間的活化再利用，提倡城市有機更新，導引城市的新陳代謝。文化創意產業以知識經濟觀點，促成更新的動力，也是城市再生及永續發展的重要激勵因素。本研究之目的，一是探討全球化下，文化創意產業發展的理念範疇，反思我國城鄉發展中的文化思維模式；其次，探討我國發展文化創意產業的背景條件以及文化公民權的未來，本文透過文獻分析與觀察法，進行文化創意產業政策規劃執行之研究。

文化創意產業政策之規劃，旨在落實文化公民權，培養公民美學意識，逐步建立文化公民社會。有鑒於歐盟的成立，文化公民權更成爲新的「歐洲公民成員」的重要支柱，文化創意產業政策處於游閣揆與謝閣揆之施政措施承轉之階段，本研究將從全球化與文化公民權觀點，提供研究發現供決策部門參考。

關鍵詞：文化創意產業政策、全球化、文化公民權

*實踐大學通識教育中心主任

# 壹、前言

二十一世紀全球市場邁入新經濟時代，「知識」取代土地、貴金屬、天然資源等傳統的有形資產，成爲支配企業競爭力、改變社會結構、決定國家發展的關鍵因素。「創新」（innovation）與「創意」（creativity）是知識經濟的核心，爲因應知識經濟的衝擊與挑戰，行政院將「創意台灣」規劃爲未來施政的目標與願景（行政院文建會，2002）。創意涵蓋實質的文化藝術創作與虛擬的文化服務，是人類發展的動能，更是藝術創作與社會文明的源頭，創意透過行銷與全球接軌，可提高文化藝術的經濟效益與價值，促進經濟發展，有效提昇國家經濟資源。「文化創意產業」以創造力結合企業行銷和藝術創作而加值，此一政策隨著傳統產業轉型在台灣推動以來，面臨全球化競爭、傳統產業外移及生活與消費品質日益提昇的潮流趨勢，在社會各界的自我詮釋下，「文化創意產業」逐漸累積豐富的社會運動能量。

一九九七年，英國首相布萊爾宣示：將創意產業作爲國家重點產業加以扶持，成立英國「創意產業特別工作小組」並任小組主席。二〇〇〇年創意產業成爲英國僅次於金融業的第二大產業。人類的創造力結合時間與空間，帶來充滿商機的發展潛能，近十年來，各國積極發展「文化創意產業」，在時代精神上，正是知識經濟的具體實現，也是適應全球市場需求，鼓勵創意與創造商機的嶄新策略。聯合國教科文組織（2000）的研究報告顯示：從 1980 至 1998 年間，世界文化產品貿易額成長近五倍。尤其「數位娛樂產業（動畫和互動遊戲）」成爲對全球經濟舉足輕重的產業，也是二十一世紀新經濟革命的代表（童杭麗，2005）。

由於文化創意產業政策與社區總體營造政策，有許多共通之處，一九九四年行政院文建會藉助地方意識興起及日本造村運動成功的經驗，提出「社區總體營造」政策，讓「社區營造」變成台灣在快速的「都市化」、「現代化」與「速度化」的過程中，導引社區居民認識生長的環境、居住的社區，關懷環境污染、生態破壞與城鄉發展問題。十餘年來，文建會、經建會、內政部、環保署、勞委會、農委會及地方文化工作者的投入，社區總體營造終於獲得社會大眾的逐漸認同，也略見成效。

陳琳（2004）指出：文化創意產業在快速變遷的社會中，藉勞動力轉化，使產業加入文化衍生的附加價值，創造產業轉型的契機，進一步將「公民美學」與「創意」溶入日常生活。吳思華（2003）指出：「過去十年，高資訊科技產品風潮席捲全球，隨著技術日趨成熟，生存競爭市場激烈，需長時間高投入，以求永續生存的科技業，獲利或成長空間都受到擠壓，以「內容（content）」爲核心的產業取而代之，文化創意產業成爲新世紀的兵家必爭之地。」文化創意產業政策之規劃，旨在落實文化公民權，培養公民美學意識，逐步建立文化公民社會，其在全球化之發展走向乃至國人文化公民權之建構，是本研究關注的課題。

# 貳、全球化下的文化創意產業政策

英國首相布萊爾大力扶植文化創意產業，於一九九八年及二○○一年提出「創意工業圖錄報告」，十三項創意產業爲英國帶來 1,125 億英磅的收入，增加值超過 500 億英鎊，佔二○○○年國民生產毛額（GDP）的 7.9%，年增率爲其他產業的三倍，創造之 115 萬個就業機會，佔就業總人數 4.1%。一九九九年澳大利亞的創意產業已占 GDP 的 3.3%，就業人數達 34.5 萬人，占總就業人數的 3.7%；紐西蘭創意產業則占 GDP 的 3.1%，總就業人數的 3.6%；新加坡創意產業占 GDP 的 2.8%至 3.2%，提供就業機會 7.2 萬個；香港的創意產業占 GDP2%，服務出口總金額的 3.1%，總就業人數的 3.7%；日本、美國、德國及中國大陸等國，文化貿易亦因創意產業而大爲興盛。以文化產業的世界市場觀之，一九九五年美國佔 184 億美元，歐洲佔 97 億美元，亞洲 67 億美元；二○○○年美國成長爲 207 億美元，歐洲則增至 131 億美元，亞洲也增加爲 110 億美元，在經濟不景氣情況下，文化創意產業市場仍持續擴張與成長。（http://www.ccnt.com.cn/html）

# 一、國外的文化創意產業政策

聯合國教科文組織（UNESCO）將文化產業（cultural industries）界定爲：結合創作、生產與商業，本質特性上具有無形資產與文化概念，受智慧財產權保護，以產品或服務形式呈現；分成視覺藝術、表演藝術、工藝與設計、印刷出版、電影、廣告、築、歌舞劇與音樂的製造、多媒體、視聽產品、文化觀光與運動等十二類。從文化產業之內容言，可視爲創意產業（creative industries）；就經濟觀點，稱爲未來性產業（future oriented industries）；在科技領域，則謂之爲內容產業（content industries）（Ray, & Anderson, 2001）。

美國文化產業實力稱霸全球，包括：迪士尼、時代華納、維康等九大媒體娛樂產業，透過 CNN、環球等五十家媒體和娛樂產業，控制全球 90%的文化消費市場，是影響全球文化產業的巨大力量（花　建，2005）。一九九六年，表演藝術、博物館、影視、出版、音樂唱片與軟體服務產業等文化產品成爲美國最大的輸出品，超過汽車、農業、航太與軍備傳統產業輸出（劉美芝，2004）。

英國文化媒體運動部（Department of Culture, Media and Sports）將創意產業分爲四大部分：（一）內容性產業包括：出版、音樂、廣告、電視、廣播、互動式遊戲軟體等；（二）設計；（三）文化資產：博物館與觀光；（四）表演藝術：廣告、建築、藝術與古董市場、工藝品、設計、時尚設計、電影和錄影帶、互動式遊戲教育軟體、音樂、表演藝術、書籍與出版物、電腦和軟體、電視和廣播。（DCMS, 2001）

法國之定義涵蓋：紀念物、文化展演設施、流行文化產業、地方特色產業、文化活動等；芬蘭則定義爲：都會性文化產業及地方性文化產業；南非政府將手工藝、電影和電視、音樂、出版等部門；紐西蘭包括十類或歸爲十三類：視覺藝術---精緻藝術、工藝與古董設計、時尚設計、出版、電視與電台、電影及錄影帶、廣告、建築、音樂與表演藝術、軟體及電腦服務（包括休閒軟體）圖書館、博物館、美術館、社區、文化發展等；

澳洲分爲：娛樂業及劇場設計、文學、出版、雜誌、電影、電視、錄影帶及廣播、動物園、植物園、多媒體等十類（台灣經濟研究院，2003）。

中國大陸包括：新聞出版業、廣播電視、電影業、娛樂業、藝術業、群眾文化業、圖書館業、文物業、博物館業、文化旅遊業、博彩業、競技體育業、廣告業等；韓國包括：漫畫產業、電視及電影產業、音樂產業、電玩產業、人物產業等六類；香港涵蓋：視覺、出版藝術及工藝、表演藝術、設計、時尚設計、漫畫產業、電視電影、廣告、建築、音樂、軟體及電腦服務、遊戲軟體等十三類（台灣經濟研究院，2003）。

綜合各國的定義，創意產業可歸結爲「依個人創意、技藝和天賦才能，開發智慧財產，以創造財富和就業機會的活動」。幾年來，文明國家大力發展知識經濟，基於開拓經濟財富的目標，將發展創意產業納入政府政策，全面激發知識經濟的潛力。文化產業則由創意人群發揮創造力，使創造力與產業機制適度結合，因此，創意產業與文化產業之內涵，於焉在兩者具有部份交集的情況下，發展形成「文化創意產業」的新領域。

# 二、我國的文化創意產業政策

由於全球產業分工體系與區位改變之情勢，台灣既有以大規模製造業爲主的經濟生產模式，在新興發展中國家的挑戰下，逐漸喪失優勢，爲適應全球產業競爭的挑戰與大陸效應的衝擊，二〇〇二年行政院核定「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，以「人本、永續發展」之核心價值，接應「全球化、數位化、永續化」三大世界潮流變革，推動「人才、研發創新、全球運籌通路與生活環境」四大投資主軸的十項重點發展計畫。其中，爲轉型以知識爲基礎的產業，提高經濟競爭力，文建會與經濟部共同提出「文化創意產業發展計畫」，作爲未來六年推動國家文化與經濟政策之方針。

文化建設須長期累積永續經營，並重傳統與現代、兼顧國內與國際、均衡城市與鄉村、配合硬體與軟體、結合科技與人文，共謀最大效率與效能。二〇〇四年文建會延續過去的社區總體營造，以「公民文化權」作爲政策主軸，以「公民參與、創作與欣賞，文化藝術質能的提昇」、「文化資源的創造與分享」、「以文化藝術活動做爲溝通平台與參與管道」宣示主要施政策略，而以「整理台灣文化業績，建立國民文化意識」、「興建並活化文化設施組織機制」、「發展台灣文化多樣性與保存各類型文化資產」、「文化公共領域的強化」、「文化創意產業發展策略」作爲主要施政計畫，表列如下：

| 政策主軸 | 價值觀內涵 | 主要施政策略 | 主要施政計畫 |
|---|---|---|---|
| 文 | 建立台灣主體性<br><br>凝聚公民國家意識 | 公民參與、創作與欣賞，文化藝術質能的提昇<br><br>文化資源的創造與分享 | **一、整理台灣文化業績，建立國民文化意識**<br>1.編纂台灣大百科<br>2.山海台灣象運動<br>**二、興建並活化文化設施組織機制**<br>1.台北新劇院 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 化<br><br>公<br><br>民<br><br>權 | 包容與尊重文化族群的差異性與多元性 | 以文化藝術活動做爲溝通平台與參與管道 | 2.流行音樂文化中心<br>3.創意文化園區（華山、台中、台南等處）<br>4.地方產業交流中心<br>5.南海文化園區整建計畫<br>**三、發展台灣文化多樣性與保存各類型文化資產**<br>1.文化資產守護網<br>2.世界遺產計畫（台南古城、蘭嶼、澎湖…）<br>3.博物館系統整合計畫<br>4.台灣博物館（新公園）專案<br>**四、文化公共領域的強化**<br>1.族群與文化會議<br>2.深化社區營造運動<br>3.公民美學運動<br>4.生活劇場運動<br>5.活化民間非營利組織活動<br>**五、文化創意產業發展策略** |

（資料來源：鄭美華，2004：108）

爲推動「文化創意產業發展計畫」，自二〇〇三年起，文建會、經建會、內政部相繼提出系列計畫，委託相關單位進行專題研究，並在北、中、南、東各區舉辦研討會，產、官、學、藝界之討論重點，舉凡產業面的範圍、產值面的大小、園區的設立、法規的配合、經費的挹注等主題均所包括。現階段的文化政策具有相當程度的學術性論述特質，陳其南（2004）指出：「文化產業化」不單純指某一產業自身的產品生產、生產技術或行銷策略，而是以整體的產業思維，在社會結構網絡中，產業外的連結體系與衍生價值，作爲「文化產業化」的認定標準。文建會對文化創意產業之範疇，包括：文化藝術核心產業、設計產業、創意生活產業、創意支援與周邊創意產業四種，略述如下：

**1. 文化藝術核心產業**

(1)純藝術創作及相關活動；

(2)精緻（扶植性）藝術產業：表演藝術、視覺藝術、數位藝術、工藝業等。

**2. 設計產業**

(1)傳統產業之創意設計：工業設計、商業設計、時尚設計、環境設計（建築、景觀、室內）、傢俱設計等；

(2)主流（商業）文化產業：音樂、廣播及電視、廣告、電影、出版（漫畫產業等）；

(3)新興數位內容產業：電子出版、軟體與資訊服務（2D/3D 動畫、線上遊戲、軟體、數位學習、數位音樂、數位廣播、數位典藏等）。

**3. 創意生活產業**

(1)地方文化特色產業：餐飲小吃、創意農業等；

(2)運動休閒產業；

(3)觀光旅遊產業。

**4. 創意支援與周邊創意產業**

支援文化創意產業發展之文化設施經營、策展、展演經紀、活動規劃、出版行銷、廣告企畫、流行文化包裝等。

畢竟，文化創意產業希望帶動的不是「技術」提昇，而是總體的「產業觀、經濟觀與價值觀」的深化。工業發達的國家，依然擁有優質的環境景觀、創意工業與豐富的文化資產，能重視自然生態環境、文化創意與優質生活體系並存且永續發展。陳其南同時強調：「文化創意產業」迥異於大量生產、規格化、標準化的文化工業，工業生產模式極易稀釋藝術能量與創意，不能把文化產業等同於直接用文化藝術活動營利，像劇團靠賣票收入，畫展靠賣畫賺錢，古蹟靠門票維持、藝品靠複製販售，以金錢經濟作爲核心價值。（http://www.cca.gov.tw/）只是這樣理想性的政策宣示，芸芸眾生是否有機會接觸與體認，值得憂慮的是廣大的民眾如何能懂總體的「產業觀、經濟觀與價值觀」？

## （一）文化創意產業環境之整備

台灣社會的就業趨勢，依靠創意加值與文化積累，成爲扶持產業轉型的契機，另則帶動新的產業與生活價值，由於大陸與東南亞國家的勞工，擠壓台灣基層勞工之工作機會，傳統產業外移，供需失衡，哈伯馬斯的危機理論已經逐步中的（陳琳，2005）。全面推動之創意產業，顯示文化創意無所不在，產業發展潛力無窮，文化創意產業在學術界、產業界、文化界興起「產業文化化，文化產業化」的浪潮。人類的創造也藉全球化和國際間的傳佈，跨越國界彼此分享。資訊科技與文化創意的結合，使動漫畫和互動遊戲、電影特效、遊樂園等數位娛樂產業以及衍生的製造、教育培訓和軟體業，對全球經濟舉足輕重，猶如二十一世紀新經濟革命的奇蹟。

文化創意產業政策結合傳統空間的活化與再利用，導引城市的新陳代謝，從舊有建築再利用，提倡城市有機的更新。文化創意產業正是城市創新形象、再造風華的動力來源，城市健康發展的新希望。台灣經濟研究院（2003）指出：面對新世紀之新產業型態與我國發展文化創產業政策之急迫性，產業基礎資訊不足之限制下，文化創意產業以內聚與外擴之同心圓效應作爲產業之初步界分，提供創意文化園區設置計畫之研擬基礎。

全球化下，生產行銷活動需要重組，能充份利用金融、貨物、人員的流動，並有整體的全球策略及全球行銷管理與規劃的能力的就是贏家。多元化超國家機構的擴大以及非營利組織，整合型之政策執行體系將成爲主流，已開發國家的發展跡象顯示，政府在政策的決定和實施上，如未事先聽取地方政府及非政府組織和非營利組織的意見，將很難使政策奏效，建立在協商基礎上的共同決策機制將成爲事實（趙文衡，2004）。因此，文化創意產業政策要能順應世界潮流，提高國際競爭力，關照文化創意園區之未來發展，必須了解國際現況，也應重視國內之需求，作爲文化創意產業環境整備之依據。

## （二）文化創意產業推動機制之整備

文化創意產業之主管機關，涵蓋經濟部、文建會、教育部與新聞局，在經濟部設有「文化創意產業推動小組」、「文化創意產業推動辦公室」；文建會則設「創意產業專案中心」與「創意文化園區專管中心」，在「行政院文化創意產業發展指導委員會」之下統合運作。

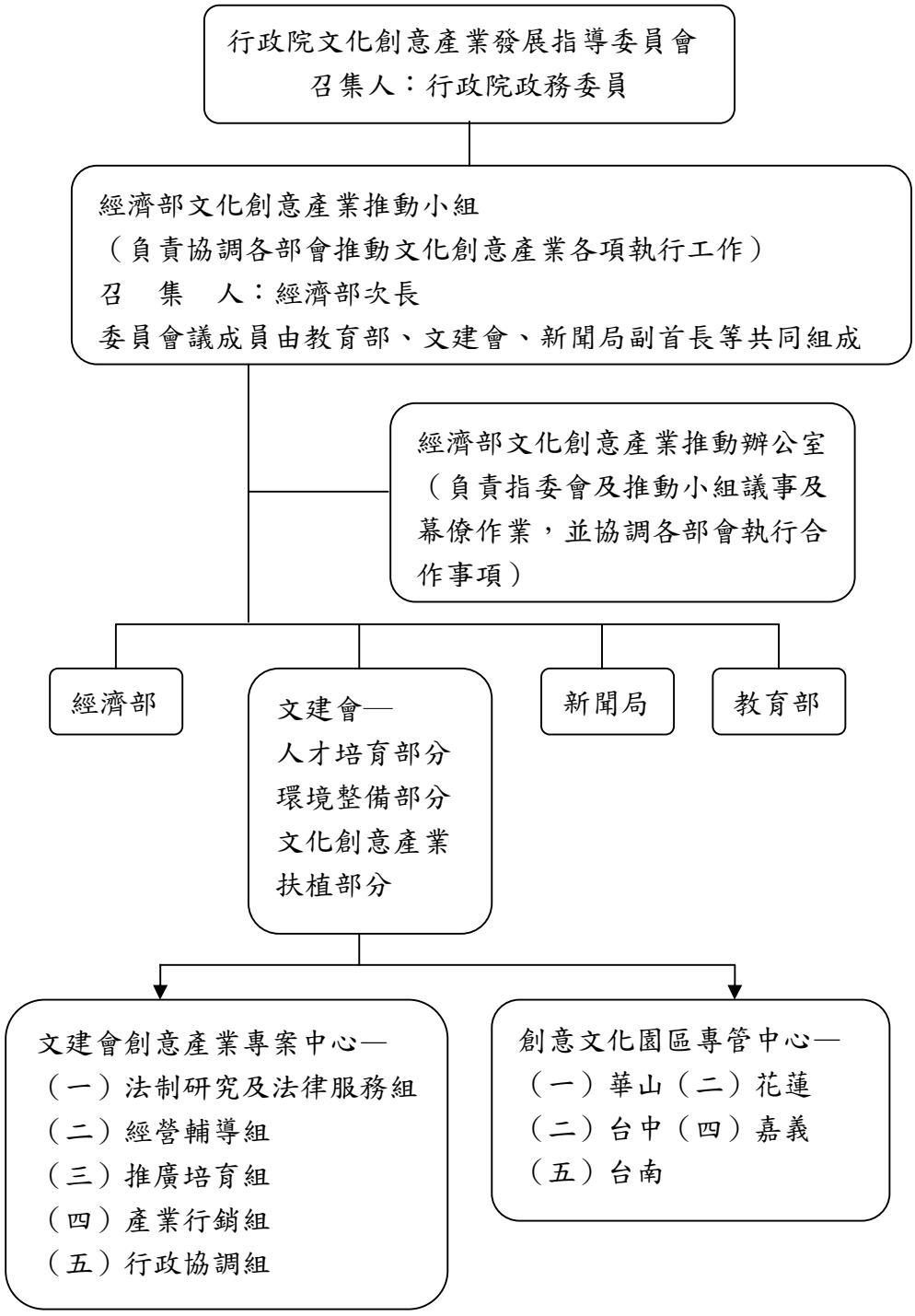


圖 1 推動文化創意產業發展計畫組織架構圖（劉美芝，2004）

「文化創意產業推動小組」委員會議由經濟部次長召集，成員由文建會、新聞局、教育部副首長組成。文化創意產業發展計畫之內容，包括：「成立文化創意產業推動組織」、「培育藝術、設計及創意人才」、「整備創意產業發展的環境」、「促進創意設計重點產業發展」、「促進文化產業發展」五大部分，分別由經濟部、教育部、行政院新聞局和文建會分工執行，略述如下：

1. 成立文化創意產業推動組織：行政院文化創意產業發展指導委員會、經濟部文化創意產業推動小組、經濟部文化創意產業推動辦公室。

2. 培育藝術、設計及創意人才：(1)藝術與設計人才養成教育；(2)延攬藝術與設計領域國際師資；(3)藝術設計人才國際進修；(4)藝術設計人才國際交流。

3. 整備創意產業發展的環境：(1)成立國家級設計中心；(2)規劃設置創意文化園區；(3)協助文化藝術工作者創業；(4)強化智慧財產權保護。

4. 促進創意設計重點產業發展：(1)商業設計；(2)創意家具設計；(3)創意生活設計；(4)紡織與時尚設計；(5)數位藝術創作；(6)傳統工藝技術。

5. 促進文化產業發展：(1)創意藝術產業；(2)創意出版產業；(3)創意影音產業；(4)本土動畫工業。（http://www.ccnt.com.cn/html）

文化創意產業推動小組之中，經濟部負責指導委員會及推動小組的幕僚作業及各部會協調事項，各部會分別負責不同的領域範疇：經濟部專司設計產業；文建會負責藝術產業扶植；新聞局統籌媒體產業；教育部推動跨領域的創意產業人才培訓。

## （三）創意文化園區之整備

近幾年，政府大力推動傳統空間的活化再利用，導引城市的新陳代謝，有機的提倡城市更新。文化創意產業結合舊空間更新的動力，注入城市健康發展的元素。爲活化再利用產業遺址，整備文化產業發展環境，激發地方創意活力與經濟，文建會規劃「設置創意文化園區計畫」之先期作業報告指出：國家財政困窘，總預算逐年縮減，政府對藝文補助，無法再如過去般每年持續成長……。面對文化創意產業發展之結構性課題，有限資源投注於文化創意產業環境之整備、經理性機制之建立及國家文化土壤之改造，協助文化創意產業透過市場開創資源，永續經營與發展。（http://www.ccnt.com.cn/html）換言之，不再進行藝文活動的大量經費補助，改以投注創意文化園區，改善文化創意產業之環境，作爲當前文化政策的方向。

以創意產業爲核心係西方國家積極推動之策略，地方經濟之開展，緣於地方文化、環境特色之尋求，文化創意產業發展之結構性課題，有賴透過環境之整備獲得改善，我國文化創意產業之發展時間表，將創意文化園區之設置視爲文化創意產業發展之重點示範基地，藉由園區營造經驗之積累傳承，逐步帶動文化創意產業之發展。

二〇〇三年文建會完成「規劃設置創意文化園區」計畫先期籌畫，包括：（一）掌握園區預定地現況；（二）界定園區功能型態；（三）各階段園區營造策略。規劃的五個創意文化園區，均以台灣菸酒公賣局閒置之廠房爲主，包括：台北酒廠舊址 7.36 公頃、台中酒廠舊址 6.19 公頃、嘉義酒廠舊址 3.99 公頃、台南倉庫群 0.97 公頃與花蓮酒廠舊址 3.38 公頃作爲規劃設置之基地，由下而上匯集地方民意與需求、融會專業藝術與業餘同好觀點，本著精緻文化與常民文化兼顧之理念，尋找地方文化藝術之創意、生命力，共創公民美學之願景，營造全民親近藝術、發揮創意設計之文化氛圍，深耕地方文化土壤，營造有利文化創意產業發展的環境，協助創意工作者逐夢，建構創意產業結構鏈，以示範基地達成文化創意產業環境之整備。

前揭經過精心規劃設計的創意文化園區，能否在文建會主委更迭以及閣揆易動之情況下繼續推動，以發揮預期之功能，決策方向與民間意見的融合，有待持續觀察。

## （四）文化創意產業人才之整備

文建會（2004）指出：台灣過去以發展科技產業爲主，科技人才之培育業累積三十年的深厚基礎；反觀文化創意產業人才之培育，由於缺乏良好的根基，使政府在推動文化創意產業發展時，遇到很大的瓶頸。http://www.cca.gov.tw/creative/page/main_01.htm

爲因應政策推動之人才需求，文建會繼二〇〇一「文化資產年」、二〇〇二年「文化環境年」、二〇〇三年「文化產業年」之後，將二〇〇四年訂爲「文化人才年」。編列 4.7 億元經費，培育具有競爭力的人才，開發文化創意產業的人力資源。二〇〇三至二〇〇四年與英國當代藝術中心（Institute of Contemporary Arts, ICA）合作推動「菁英計畫」，甄選四十歲以下（主管級四十五歲以下），工作經驗二年以上之文化創產業人才暨經營管理人才各 15 位赴英研習；另與勞委會合辦「曙光計畫」培育創意產業行銷人才近 1000 人，二〇〇四年繼續辦理「曙光計畫—創藝管理研習營」及「財務管理研習營」等進階行銷研習及實作課程，培育 1800 位有意從事文化創意產業之專業行銷人員，作爲人才之整備。http://www.cca.gov.tw/creative/page/main_01.htm

配合教育部之學校教育與文建會文化創意產業行銷、財物、管理、經營、品牌、企劃人才培育，培育跨領域國際交流人才，2004「國家文化資料庫計畫」培訓執行資料庫專案之基礎知識與技能，建置數位典藏能力。包括：曙光計劃---策展人研習營、行銷進階課程、創意管理研習營、財務管理研習營經紀人研習課程；手工藝技能訓練研習；創意文化園區經營管理人才培育；鶯歌多媒材中心金工研習；以及展演場所經營管理國際研習營等。

此外，行政院文建會網路學院之文化創意產業系列培訓計畫包括：台灣文化課程，十二門／24 小時；文化創意產業課程，五門／32 小時；文化政策課程一門／2 小時；社區文化基礎課程四門／24 小時；社區文化進階課程三門／18 小時；網路文化建設發展計畫一門／5 小時；文化創意產業導論--政策篇／7 小時；文化創意產業概論／6 小時；

文化創意產業的點石成金-案例分享／8 小時；文化創意產業創業教戰守則--首部曲／7 小時；文化創意產業創業教戰守則—二步曲／6 小時。教育部文化創意產業人才培訓，則委託台北科技大學、台北藝術大學、雲林科技大學、成功大學、台南藝術大學辦理，自二〇〇三年九月至二〇〇四年六月培訓 1,450 人：

## 教育部文化創意產業人才培訓班一覽表

| 課程名稱/課程班別 | 受訓時間 | 時數 | 培訓人數 | 執行單位 |
|---|---|---|---|---|
| **設計通識專論** | 04/2-6 月 | 54 小時 | 40 人 | 台北科技大學 |
| **生活 3C 產品設計學程**<br>設計創新思維<br>數位化設計專案研究（一）<br>專題討論（一）<br>趨勢研究<br>設計與生活形態研究<br>數位化設計專案研究（二） | 03/9-04/1 月 | 各 54 小時 | 六班各 20 人 | |
| **生活家具設計學程**<br>流行家具設計專案研究<br>家具浴室內人因設計研究<br>家具結構設計研究<br>家具設計與生活形態研究<br>全適化家具設計研究<br>流行辦公家具與空間設計研究 | 04/2-6 月 | 各 54 小時 | 六班各 20 人 | |
| **文化創意產業概論** | 04/2-6 月 | 54 小時 | 10 人 | 台北藝術大學 |
| **文化產業經濟學** | 04/2-6 月 | 54 小時 | 10 人 | |
| **文化產業的行銷與經營管理** | 04/2-6 月 | 54 小時 | 10 人 | |
| **文化政策與藝術環境** | 04/2-6 月 | 54 小時 | 10 人 | |
| **博物館理念與經營理論** | 04/2-6 月 | 54 小時 | 10 人 | |
| **傳統藝術概論**<br>創意產業 | 04/2-6 月 | 54 小時 | 10 人 | |
| **動畫學程**<br>3D 電腦繪圖<br>初階電腦動畫<br>進階電腦動畫 | 03/9-04/1 月 | 各 54 小時 | 四班各 30 人 | 雲 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 角色造型與故事版 | | | | 林科技大學 |
| **數位遊戲學程**<br>互動科技概論<br>網站規劃與網頁設計<br>數位行銷<br>遊戲模型設計與製作 | 04/2-6 月 | 各 54 小時 | 四班各 30 人 | |
| **行動內容學程**<br>行動科技概論<br>資訊網路與設計<br>互動媒體設計<br>無線通訊介面設計 | 04/2-6 月 | 各 54 小時 | 四班各 30 人 | |
| **流行用品設計學程**<br>個性化商品設計<br>藝術行銷與管理<br>流行商品展銷與策略設計<br>使用性設計<br>流行文化創意講座 | 03/9-04/1 月<br>04/2-6 月 | 各 36 小時 | 五班各 30 人 | 成功大學 |
| **生活創新學程**<br>數位造形設計<br>創新生活設計<br>流行趨勢分析<br>流行造形文化設計<br>創造力開發與實務<br>智財創新與管理<br>網路商務實務設計 | 03/9-04/1 月<br>04/2-6 月 | 各 54 小時 | 七班各 30 人 | |
| **數位遊戲設計與應用** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | 台南藝 |
| **數位商品企劃與行銷** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **音像數位設計專題** | 03/9-04/1 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **數位電影專題** | 03/9-04/1 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **數位影像製作** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **攝影美學與技術** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **數位後製作** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **聲音美學與應用** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **數位影像合成及特效** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | 術<br>大<br>學 |
| **數位與音像資料保存** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **動畫美學及歷史研究** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **電腦動畫製作** | 04/2-6 月 | 60 小時 | 20 人 | |
| **數位媒體劇本寫作** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **虛擬實境專題** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **電腦動畫之動作擷取技術研究** | 04/2-6 月 | 30 小時 | 20 人 | |
| **培訓人數合計** | | | 1450 人 | |

本研究製表

由上可知，文化創意產業人才之培訓，由文建會、勞委會、教育部大力推動，二〇〇四年文建會以 4.7 億元預算執行「文化創意產業人才」之培訓，培訓幾千人成爲文化創意產業的種子成員，是否真能朝向文化公民權的總體目標與公民美學社會的願景？如能扣合「文化公民權」與「公民美學」的核心精神，衡酌文化創意產業發展之整體效益，併同邁向公民社會的紮根工程之共同目標，方能創造文化創意產業永續發展之利基。否則，培訓幾千人成爲文化創意產業的種子成員，是否真能朝向文化公民權的總體目標與公民美學社會的願景？不無疑義，畢竟在全民的認知上美的鑑賞是抽象的領略與感知，傳統文化與當代文化、全球文化與本土文化、精緻文化與常民文化、固有文化與流行文化，各有擅專與好之者，美學素養難以被界定爲公民的責任或義務。此外，二〇〇三年文化產業 7 億元預算，園區規劃佔 3 億元；二〇〇五年文化產業預算 3 億 7,800 百萬元，園區部份 1 億 5000 萬元，仍佔將近一半。文化創意園區經費在文化創意產業政策中，花費最高，且大部份用在設備。這種推行文化產業的方式，很難不令人懷疑浪費公帑。（劉新圓，2004）也因爲如此，藝術或視覺環境乃至文化環境的改變，牽涉許多無法撼動的利害關係人，可想而知：藝術展演、文化設施、建築、都市規畫等結合政治意涵的利益分配，有鑑投資效益攸關施政成效之評比，瞭解主政單位所處情境的限制，尋求未來政策領域中的可能，基於文化公民權的倡導與文化公民社會的建構，人才培育必須反思我國城鄉發展中，文化創意產業政策之思維模式及如何突破創意產業發展的困境。

# 參、文化公民權的發展與建構

## 一、文化公民權的發展

公民（citizen）是具備一定國籍，依照該國憲法和法律，享有權利、承擔義務的自然人；「文化權」則透過政策規劃與立法，保障不同文化均衡發展的機會，增進不同文化的相互了解、欣賞與認同。文化公民權包涵：公民的平等參與，對文化權利的共享與責任，擔負提昇文化素養的義務。以「權利」層面觀之，係指官方提供的文化服務，爲公民權之一部分，以平等、社會正義爲基本的考量；從「義務」層面觀察則意味社會大

眾應主動關心參與文化事務，並投注必要的努力於文化事務的經營。」（李英瑋、楊敏芝：2005）

王俐容（2004）指出：文化公民權著重文化領域弱勢的社群或對基本權利被漠視的文化與社會權利，民眾的權利核心價值與信念的實踐，提供對文化意涵與社會暴力爭辯、協商、抗爭的場域。Rosaldo 指出：新社會運動的政治理念，強調的差異與寬容，公民文化權概念的形成是改變公資源重新分配及公民權認知的重要關鍵。

文化公民權是聯合國教科文組織公認重要的人民權益，依據聯合國「經濟、社會和文化權利國際公約」第十五條　有關參加文化生活之權利規定：本公約締約各國承認人人有權：（一）參加文化生活；（二）享受科學進步及其應用所產生的利益；（三）對其本人的任何科學、文學或藝術作品所產生的精神上和物質上的利益，享受被保護之利（台灣人權促進會，http://www.tahr.org.tw）。隨著全球化及民族國家界限的模糊，公民權從市民權（civil rights）、政治權（political rights）、社會權（social rights）、經濟權（economy rights）進展到文化公民權（citizenship studies）成爲落實民主的基本過程與條件（Turner, 2002：12）。

針對文化公民權的新訴求，文建會展開「文化公民權」運動，召開涵蓋原住民族十二族群、在台外籍配偶、青少年、後現代族群與身份認同、消費社會的文化意識、文化多元主義論述等當代重要文化現象議題之會議，並舉辦以文化公民權爲主要訴求的國慶活動，族群大閱兵、文化大踩街、音樂會、影像展、美食展、地方戲曲、生活劇場、裝置藝術、聯歡晚會等多元族群嘉年華會，全面喚起國人「文化公民」的責任與意識，建立台灣新的公民社會，再造國家共同體意識。陳其南倡導「文化公民權」，建立社區共同意識，藉文化認同觀，凝聚「台灣主體性的確立」，如能達成擴充與確立新人民權利的可能，當然是值得期待的事。

## 二、文化公民權宣言

陳其南（2004）認爲國家認同不應宥於血統、地域、族群的同一，應在公民社會的建立，超越族群意識，承認、尊重與欣賞各種文化差異與多樣性，確保各族群文化、語言和歷史傳統的發展。提出「文化公民權運動宣言」，將「文化公民權運動」，稱之爲第二波民主化工程，內容如下：

（一）我們認爲，今天的台灣人民，不能只滿足於基本人權、政治參與權和經濟平等權的訴求，應該進一步提升爲對文化公民權的新主張。

（二）我們呼籲中央和地方政府有責任提供足夠的文化藝術資源，滿足各地公民共享文化的權利。

（三）我們呼籲全體公民對於文化藝術活動、資源、資產與發展，應共同承擔起參與支持、維護與推動的責任。

（四）我們認爲，每一個公民在文化藝術與審美資質的提昇，乃是建立文化公民權的基本條件。

（五）我們主張，國家社會共同體的認同，應從傳統的血緣、地域與族群指標，轉化提昇爲對文化藝術與審美活動的共識和認知。

（六）我們最終的理想，乃在建立一個基於文化與審美認知的公民共同體社會。

http://www.cca.gov.tw/culture

文建會冀望透過「文化公民權宣言」，呼籲全體公民重視文化人權的維護與責任，保存、創造與分享台灣山海文化資源，伸張公民文化權，發展台灣文化多樣性，蘊育文化公民意識，營造國家共同體的認同。認爲國家認同的基礎，不應只在血統、地域、族群的同一性，重點在於公民社會的建立以及國家共同體的再造；超越族群、血緣、語言、文化等意識的界線，建立全民共同體意識。藉由不同形式的文化藝術活動，使不同層級的社會成員健康互動，學會承認、尊重與欣賞各種文化差異與多樣性，確保各族群的文化、語言和歷史傳統，獲得同樣發展的權利，從族群認同邁向國家認同，從政治紛擾走向公民文化美學的社會。

## 三、文化公民權的建構

政府有責任及義務保障國民有接觸文化資源的機會，而文化資源的有效運用到文化權利義務的分擔與共享，都是文化公民權的重要內涵。一九六〇年代之前，文化被定義爲上流社會專享的權利，逐漸衍生「參與式」的公民權概念，組成意識的社群，建構共同的公民空間與地方認同。國際經濟、社會與文化權協約（the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights, ICESCR,1966）定有專章保障每個人參與文化生活、享受科學進步及文化藝術創造的權利；聯合國世界人權宣言（Universal Declaration of Human Rights, UDHR）一九四八年即有「普遍的文化權」作爲開端；第二十二條：「每個公民應擁有文化權利，以發展其尊嚴與人格特質」；第二十七條：「人人有權自由參與社群文化生活，享受藝術及科學的進步與成就。」

王俐容（2004：3-4）指出：文化公民權的內涵，包括：公民都應擁有的「普遍的文化權利」與特殊文化社群積極爭取的「差異的文化權利」。弱勢族群與傳統原住民在同化政策之下，往往失去自由選擇參與文化團體並貢獻能力，以求文化團體發展的機會「文化生活參與權」。許多節日或傳統祭儀自然流失，未被重視，而傳統文化紮根於日常生活，隨著時代的進步傳統文化容易與生活脫節，各種與族群有關的音樂、舞蹈、戲劇、文學、美術創作，也面臨現代流行文化與市場需求的考驗。弱勢族群在接受主流的價值之後，容易失去自我文化認同，他們越與主流族群文化接觸互動，越無法認同自己的文化與社群，多元文化政策難以在人民權利部分獲得落實，文化權的發展成效自然相當有限。

王俐容（2004）從社區總體營造與多元文化政策兩種不同的政策走向，剖析台灣發

展公民權的狀況，指出：從歐洲社會發展文化公民權的經驗顯示，文化公民權對公共認同、公民參與及落實民主帶來的重要影響；特別是經由地方認同、共同公共空間的建構以及提供弱勢個人或團體發聲的機會，落實不同團體的公民權，也擴大公共參與的機會。

以政治權而言，透過人民參政權的選舉制度運作十分具體，從民主政治的經驗累積也已形成共識。十餘年來，台灣社區總體營造的經驗，藉社區活動、社區事務參與、社區組織的茁壯，來幫助活絡公共參與，強化公民社會結構；但社區總體營造對公共認同或公共文化的建構，影響層面還是有限。台灣社會一向穩固的著重於血緣、族群、歷史、地域的身份認同，以文化公民權作爲集體認同的基礎，仍然處於薄弱的狀態。換言之，文化公民權在西方社會所具的公共文化或成員權利的雙面效果性，在台灣的發展經驗，影響並不顯著。具體而言，在台灣民眾與政府間的公民權承諾，仍難看出涵括文化的領域，這種情況迥異於西方國家將文化公民權視爲國家每個成員應有的權利。（王俐容，2004：1-11）

文建會希望建構文化和審美的公民共同體社會，強調文化公民權不只訴求政府應提供文化藝術資源，保障公民享有的權利，更進一步訴求公民在參與、支持和維護文化藝術發展的責任，呼籲社會大眾從文化藝術和審美的角度，重建公民社會共同體。多元族群的社會應當隨時能傾聽多元族群的對話，但實際面則存在著重重政治紛擾的藩籬，在複雜的族群與政治脈絡中，要追尋多元族群的文化美學共同體，顯然還有一大段教育民眾，建構文化公民權社會的路要走，因爲「成熟公民」的責任與意識，廣大群眾可能渾然不覺。因此，文建會藉舉辦「多元族群嘉年華」系列活動，冀望在目前擁有政治公民權與經濟公民權的社會中，進一步伸張文化公民權，從族群認同邁向國家認同，從政治紛擾走向文化美學的社會，建立以文化藝術欣賞能力作爲基礎的公民資格認定，立意良善但和廣大民眾之間所存在的認知差距，尚有值得重視的空間。

# 肆、文化創意產業政策之檢視

## 一、全球化觀點

全球化是一種經濟現象、政治現象與文化現象，本質上的驅動受經濟影響，全球化下，交通與資訊科技、生活水準與消費模式以及國際競爭與國家利益模式均發生改變，並有結構性失業擴大、區域不均衡發展等等，所形成的全面自由化的競爭，貿易投資、金融經濟及傳播資訊，因爲自由化而在全球各地自由流動（Hirst＆Thompson:1996）。全球化能藉全球性整合而降低成本，提昇效能進而提高經濟效益，但跨國企業因本國市場佔有率受限，跨國擴大經營版圖便會造成全球壟斷。因此，全球化對每個國家產生的機會、競爭與利益、困難與挑戰並不相同，當然也衍生弱勢國家「公義」與「私利」問題之自覺，對開發中及廣大第三世界國家，實質上形成漸進的侵害，由於資本主義世界科技先進而生產力發達，少數西方國家主導支配經濟的全球化，資產階級之生產方式、生活模式和價值觀念，明顯造成利己性的壟斷，隨之在全球激化國際間之矛盾、埋藏衝突之隱憂，阻礙全球社會總體生產力的發展。一九九七年亞洲金融危機後，許多國家面

對全球化負面效應的發生，體認處於美國等占盡優勢的已開發國家文化霸權宰制之下，形成了反全球化的浪潮，針對各國在全球化之後，貿易投資、金融債信、環境保護、人權、文化、媒體與資訊等議題，召開論壇，俾提出有遠見的因應之道。

過去二十年台灣是一個開發中國家，但是文化藝術創作已達開發國家的水準，依據瑞士國際管理學院（IMD）公布的世界競爭力排名，「國家文化」項目「文化輸出部份」，我國由一九九七年第十一名，一九九八年第十七名，一九九九年躍升至第二名，顯示我國表演藝術水準曾經充分受到國際肯定。尤其法國亞維儂藝術節，一九九八年邀請我國八個表演藝術團隊—優劇場劇團、無垢舞蹈劇場、漢唐南管古樂團、當代傳奇劇場、國立國光劇團、復興閣皮影劇團、亦宛然掌中劇團以及小西園掌中劇團，由林澄枝主委率團前往演出，法國的費家洛報、Eureka Magazine, 歐洲日報、世界報（Le Monde）等媒體，刊載達 74 則報導，我國團隊獲得「亞維儂之星」的美譽，國際文化交流使我國國際知名度大開，展現文化外交的實質效益。（鄭美華，2004：100-101），之後朱宗慶打擊樂團、小西園掌中劇團、當代傳奇劇場、優劇場劇團相繼應邀到巴黎夏季藝術節（1998/7/14-8/15）、法國庇里牛斯國際藝術節（1998/7/31-8/10）、西班牙聖地牙哥藝術節（1998/8/6-8/28）、巴西聖保羅藝術節（1998/7/15-8/15）演出，更在二〇〇〇年爭取我國表演藝術團隊前往法國里昂國際雙年舞蹈節以及美國新澤西藝術節成功演出，接連創造我國國際文化交流之輝煌時代，也讓國內的表演藝術團隊隨著全球化的浪潮，觀摩國際表演藝術的水準，無論就藝術創作品質抑或表演藝術團隊乃至文化藝術設施之經營管理，均實質提昇了國際競爭力。

近幾年，國際文化交流的全球化，若因缺乏國際競爭，創作品質難以提高，必要支出居高不下，這對許多國家及弱勢族群，都將造成文化藝術產業及藝術創作的阻礙。獲得社會的重視與支持是藝術創作必要的條件之一，雖然藝術創作在本質上是非營利的，但文化藝術產業由藝術創作者提供創意，而結合行銷與企業經營，勢必產生營利的因素。所以，規劃文化創意園區作爲發展文化創意產業的基地，不是簡單的美化閒置空間，乃是進行全新的地方活化投資策略，改造地方的產業生機，謀求文化創意產業的永續發展，改變文化環境之體質，同時創造就業機會，培養新的生活品質與價值，活化城市，創造公民美學社會。要達成此一目標，檢視文化創意產業政策，吾人也必須要思考在全球化下，文化創意產業的專利權如何界定？鼓勵藝術工作者專心創作，國家如何保障藝術工作者智慧財產權與創作成本？

## 二、文化公民權觀點

「文化公民權運動宣言」呼籲「全體公民對於文化藝術活動、資源、資產與發展，應共同承擔參與支持、維護與推動的責任；每一個公民文化藝術與審美資質的提昇是建立文化公民權的基本條件；國家社會共同體的認同，應從傳統的血緣、地域與族群指標，轉化提昇爲對文化藝術與審美活動的共識；建立一個文化與審美認知的公民共同體社會。如同社區總體營造喚起社區民眾對自身生活環境的自覺，文化創意產業及文化公民權運動皆在喚醒民眾對生活美學與公民責任意識之提升（陳琳，2004）。

文建會爲貫徹「文化公民權」的施政主軸，舉辦「族群與文化發展會議」及「多元族群嘉年華」系列活動，「族群與文化發展會議」動員文建會、客委會、原民會、教育部及退輔會，深入地方、族群及民間團體，藉由下而上的民主參與，誘使社會大眾省思台灣主體性、多元族群文化和國家認同議題。透過溝通、對談找尋政策方向，匯集群體的文化能量，打造具審美觀的公民社會。至「多元族群嘉年華」系列活動涵蓋：十二族群的原住民族、外籍配偶、青少年、後現代族群與身份認同、消費社會的文化意識、文化多元主義論述等議題研討；舉辦國慶活動、族群大閱兵、文化大踩街、音樂會、影像展、美食展、地方戲曲、生活劇場、裝置藝術、聯歡晚會，以多元族群嘉年華會乃至 2005 全國表演藝術博覽會，冀望訴求「文化公民權」，喚起國人「文化公民」的責任與意識，建立公民社會，再造國家共同體意識，持續的影響效益，值得進一步觀察與評估。

政治環境的瞬息萬變，各種施政措施常因閣揆更替或閣員更換而造成政策轉彎，學者夏學理（2005/3/20）指出：游前院長於二〇〇年六月一日提出的二十四個分項文化政策裡，有十一項政策（45.8%）在執行九個月後，被行政院的新執政團隊予以終止（儘管文建會主委仍是由陳其南先生出任）。他質疑：政策揀選過程，是否合於政策的監測與政策評估標準，亦即，游前院長在推行二十四個分項文化政策過程中，是否曾在該些政策方案付諸實施後，執行過政策監測的動作，以追蹤管制政策執行的狀況及政策方案的執行結果。欣見學者以量化比例，檢測主政當局人事異動與文化政策之變遷和政策執行之效果，進而針砭政策存廢之妥適性。

在表 1「文化政策總目標」中游院長的施政報告原列 3-1. 建立文化公民權與文化生活與 3-2. 推動文化公民權（93/9/17）至謝院長的施政報告中改爲 3.建立國民文化意識，提昇生活文化品質（94/2/25）；游院長的施政報告原列 6. 發展文化創意產業（93/6/1）至謝院長的施政報告中已刪除，另改列爲表 2 政策分項目標，並由三項增爲六項，即：12. 發展文化創意產業；13.活絡創意藝術、工藝； 14. 活絡活動產業； 15. 輔導數位藝術創作；16. 建立及活化地方產業交流中心；17. 設置創意文化園區。究竟「發展文化創意產業」列爲「文化政策總目標」與列爲「文化政策分項目標」，其執行過程與人力物力投入是否相當？與文化公民權之政策方向是否一致？值得進行政策研究與觀察。

**表 1　政策總目標**

| 游前院長 | 謝院長 |
|---|---|
| 1-1.籌備召開「族群與文化發展會議」，探討如何建立一個超越族群的共識認同，使每一個族群都能尊重不同文化價值的差異，進而發展出更加璀璨的多元文化（93/6/1）<br>1-2.維護台灣的主體性與文化特色（93/9/17）<br>1-3.落實台灣主體性，凝聚國民生命共同體意識（93/9/17） | 1.建立台灣文化的主體性，發展台灣的文化多樣性（94/2/25） |

| | |
|---|---|
| 2、激發、保存文化資產（93/9/17） | 2.保存各類型文化資產（94/2/25） |
| **3-1.建立文化公民權與文化生活**（93/9/17）<br>**3-2.推動文化公民權**（93/9/17） | **3.建立國民文化意識，提昇生活文化品質**（94/2/25） |
| 4.推動社區總體營造（93/6/1） | 4.促進社區健全多元發展（94/2/25） |
| 5.成立「文化及觀光部」（93/9/17） | 5.提昇觀光內涵，建構文化觀光休閒產業發展環境（94/2/25） |
| | 6.推動生態與永續的公共建設，創造台灣城鄉風貌，發展塑造生態城市意象（94/2/25） |
| **6.發展文化創意產業**（93/6/1） | |
| 7.建立完整網狀文化建設（93/6/1） | |
| 8.振興地方文化產業，落實就業在地化（93/6/1） | |
| 9.扶植優秀表演藝術團隊（93/6/1） | |
| 10.推動傳統藝術重建與再生（93/6/1） | |
| 11-1.尊重文化差異，營造多元教育環境（93/6/1）<br>11-2.協助人民認識文化傳統（93/9/17） | |
| 12.積極參與國際文化組織，拓展文化外交，促進國際文化交流，提昇我國文化藝術地位（93/6/1） | |

**表 2　政策分項目標**

| 游前院長 | 謝院長 |
|---|---|
| | 1.建立台灣文化主體性、凝聚文化認同 |
| 1.結合民間資源，充實文化內涵 | 2.豐富台灣文化特色與內涵 |
| | 3.促進文化多元發展 |
| | 4.族群和諧、包容與尊重 |
| 2.推動網狀文化建設，連結中央與地方展演場所，形成完整文化網路 | 5.城鄉文化發展 |
| | **6.落實全民文化參與運動，實踐文化公民權** |
| 3.推動社區總體營造工作 | 7.推動社區總體營造 |
| | 8.政府行政機制社造化 |
| 4.輔導成立具特色、創意與永續經營能力之地方文化館，進行文化扎根工作 | 9.輔導成立具特色、創意與永續經營能力之地方文化館，進行文化扎根工作 |
| | 10.文化資產守護及信託制度 |
| 5.推廣文化資產保存概念，提昇全民對文化資產保存的認知及活用 | 11.保存並活化文化資產 |
| **6.發展文化創意事業** | **12.發展文化創意產業** |

| | |
|---|---|
| **7.提振創意藝術及生活工藝產業** | **13.活絡創意藝術、工藝** |
| | **14.活絡活動產業** |
| **8.振興地方文化產業** | **15.輔導數位藝術創作** |
| | **16.建立及活化地方產業交流中心** |
| | **17.設置創意文化園區** |
| | 18.加強推動建築藝術，提昇設計美學 |
| 以下 9.-24.略 | 以下 19.-32.略 |

（資料來源：夏學理，2005）

林谷芳（2004）認爲：當前的環境公民的美學自覺更爲需要，只有喚醒社會魂，才能翻轉整體社會的異化，提出：文建會的資源有限，如何結合廣大的藝文及社會團體或個人，共同構築文化大夢才是關鍵，說服廣大的團體或個人，恐怕也非運用資源分配的方式可達成。他強調：不應將公民的美學運動的責任，歸諸文建會是文化界必須要有的體認。而藝術文化環境改造協會理事長劉維公（2005）呼籲：每三個月定期公佈政府文化施政進度調查報告，來監督政府的政策品質，各界對政府文化政策的關注日益提高，已成爲民主社會發展極爲自然的現象。

現代社會中大量製造知識，政策制定者與執行者未必是知識製造者，即便政策制定者在未進入行政決策部門之前，具備這方面的研究經驗或專長，處於政策執行之地位，亦難以公正客觀面對各界不同需求之挑戰。面對全球化潮流趨勢，也基於文化公民權的堅持，如何進行文化政策研究，知識創造與開明的政策制定者，透過溝通能否解決問題？甚麼是最佳溝通方式？如何讓政策制定者認同政策研究的必要與研究發現的真實？如何讓知識製造者傳達知識給政策制定者？如何洞察政策制定者的困境？如何讓政策制定者瞭解未來的預期與政策領域中的可能，以及對研究有影響的變化？均可作爲政策評估的關鍵，審酌政治可行性、法律可行性、經濟可行性、行政可行性、技術可行性、環境可行性、時間可行性等政策方案的研究過程，以公正超然的角度，檢視當前的文化政策，從：（一）問題發生及現況需求；（二）進行政策規劃；（三）經過合法化程序；（四）付諸執行；以及最後（五）進行政策評估。

# 伍、結語

「文化公民權」的要旨爲彰顯公民在文化上的權利與義務：（一）公民的文化主張與生活方式必須尊重；（二）公民都應分享與維護社會的文化藝術資源；（三）公民有責任提昇自身的文化藝術涵養。因此，文化藝術創作與欣賞，傳統以來注重的菁英主義，將面臨公民社會普羅主義的考驗與挑戰。

世界各國紛紛體認全球經濟成長，已邁向生活價值議題的時代，文化人不該再維持個體戶技術創作的思惟導向，必須使文化藝術創作與經濟相互爲用，作爲產業循環中激進的活躍份子，將工作場域從完全感性的第一象限，挪移至理性與務實兼具的第四象限

（盧諭緯等，2005），而在創意與行銷的整體運作上，包括上游的研發、中游製造以及下游的產銷，能以全球化的思惟，創發多元的空間向量，消弭藝術工匠的刻板印象，成爲極具專業形象與管理策略的專業經理人，積極尋求挑戰創意的機會，文化人不再期待政府部門補助，而是從迎接創意的挑戰中，營造經濟奇蹟，進而改變人類文明的舵手。

**文　化　體　系　結　構**

<table>
<tr><td>藝文創作者<br><br>創作能量<br>創意才華<br>（火）</td><td rowspan="2">政府部門<br><br>政策妥適規劃<br>預算有效運用<br>執行力<br><br>（土）<br><br>文化創意產業政策<br>文化與經濟結合<br>增加國際競爭力</td><td>學者／媒體／立委<br>追求理想<br>社會願景<br>民意需求<br>（木）</td></tr>
<tr><td>企業贊助<br><br>人力物力資源<br>行銷推廣<br>（金）</td><td>社會大眾<br>公民美學運動<br>社區營造<br>非營利組織活化<br>（水）</td></tr>
</table>

文化體系結構中，用金、木、水、火、土等元素來做比喻，藝術家有其創作能量才華所以代表「火」；大眾需要公民美學運動、社區營造，時間累積提昇藝術涵養，因此是「水」；決策者需要創造優質文化環境，因此以「土」爲象徵；企業贊助與行銷推廣是「金」，學者、媒體民代與要發揮其影響力，才能開花結果欣欣向榮，所以代表「木」。媒體、專家學者、立法委員對文化的關心，督促政策能在周延合法的規劃下被執行，預算合情合理合法的支出相當重要，行政部門在擬定政策時，需要平衡關注到這幾個層面。施政者經常爲了讓政策能被報導，使民眾瞭解政府作爲，因此口號經常先提出來，以吸引媒體注意，但若無實際的作爲，這些口號就會落空，因此媒體、民意代表與學者需善盡監督把關的良知與責任。

面對全球化的風潮，亟須防患全球均質的危機於未然，文化創意必須建構自己的特色，以提高國際競爭力，對於文化藝術產業的扶植與輔導、人才的養成與重用以及藝文生態環境之提昇，均應納爲扶植產業或國家建設之重點發展方向，以迎接全球化潮流之考驗。冀望藉文化創意產業政策的推動，使文化人既會創作展演也有經營能力及理念，能隨著創造力的需求，廣泛整合各種資源，開拓優勢的地位與空間，成爲國力提昇、社會進步、都市更新與生活創新的動能。而政府部門也能在政策完善規劃及合法化的過程，發揮執行力，透過確切有效的政策監測與評估，使文化創意產業政策，能發揮最高效益、效率、效能，彰顯其核心價值，達成文化公民權之政策目標。

# 參考文獻

## （一）中文部份


王　杰等編著

2004　〈國際非政府組織與全球環境治理〉,《全球治理中的國際非政府組織》。中國北京：北京大學出版社。

王俐容

2003　〈從文化工業到創意產業〉,《文化視窗》，第 50 期，頁 39-45。

2004　〈文化與公民權：台灣文化政策的兩個面向〉,《第二屆「國家治理、公民社會與通識教育」學術論文研討會》，6/24，桃園：開南管理學院。

王志弘等 譯

2003　文化地理學， Crang, M.原著。台北市：巨流。

王柏鴻 譯

2003　Huntington, S. P. & Berger, P. L. 編著,《杭廷頓、柏格看全球化大趨勢》。台北市：時報文化。

王國明

2002 〈挑戰2008：國家發展重點計畫—文化創意產業發展計畫之評論〉,《設計》，第107期，頁50-53。

文建會

2003a 《二〇〇二年文建會文化論壇系列實錄：文化創意產業及地方文化館》。台北：行政院文化建設委員會。

2003b 《二〇〇三年全球思考．台灣行動：文化創意產業國際研討會論文暨會議實錄》。台北：行政院文化建設委員會。

2004　《文化白皮書》。台北：行政院文化建設委員會。

中華人民共和國駐奧地利共和國大使館〈公民的經濟、社會、文化權利〉。http://www.chinaembassy.at/chn/11799.html。

丘昌泰

1995　《公共政策當代政策科學理論之研究》。台北市：巨流。

台灣人權促進會

2004　〈經濟、社會和文化權利國際公約〉。http://www.tahr.org.tw/index.php/article/06/15。

台灣經濟研究院

2003 〈推動文化創意產業之系統服務規劃研究報告〉。台北市：行政院文建會。

行政院文化建設委員會

2002 〈文化創意產業國際人才延攬、進修及交流規劃報告〉。台北市：中國文化大學創新育成中心。

行政院文化建設委員會

2004 〈文化創意產業重點計畫〉。http://www.cca.gov.tw/culture_year/schedule/08.htm。
行政院文化建設委員會
2004 〈文化創意產業高峰會〉。http://www.sce.pccu.edu.tw/creative/content.htm。
朱道凱譯
2002 《全球化的迷思（第二版）》。台北市：群學。
江岷欽、孫本初、劉坤億
2004 〈地方政府間建立策略性夥伴關係之研究：以臺北市及其鄰近縣市爲例〉,《臺北大學公共行政暨政策學系行政暨政策學報》38：1-30。
江靜玲編譯， Pick, J.原著
2000 《藝術與公共政策》。台北：桂冠圖書。
沈宗瑞等譯
2001 《全球化大轉變》，Held, D.& McGrew, A.原著。台北：韋伯文化。
李允傑、丘昌泰
1999 《政策執行與評估》。台北縣：國立空中大學。
李明譯
2002 《全球化的許諾與失落》，Stiglitz, J. E.原著。台北：大塊文化。
李尙遠
2003 《我們只有一個世界—全球化的倫理學》。台北：商周。
李英瑋、楊敏芝
2004 《文化公民權與台中酒廠發展歷程之研究》，
http:// www.cyut.edu.tw/~urban/news。
李翠瑩
2004 〈齊手打造文化公民社會〉,《文化視窗》38：1-30。

吳思華
2003 《城市是土壤，創意是花》。天下雜誌，288：146-147。
吳英明等
2002 《全球化與全球治理對公共管理影響之研究》,國科會補助專題研究成果報告。
周志龍
2003 《全球化、臺灣國土再結構與制度》。臺北：詹氏書局。
林鍾沂
1994 《政策分析的理論與實踐》。台北：瑞興圖書。
林谷芳
2004 〈根柢的拈提，艱難的挑戰〉,《典藏-今藝術》，2004 / 7，p.99。
花 建
2005a 〈讓創意產業之花在上海縱情開放〉，02/06，《視覺中國》
2005b 〈創新視野發展文化產業〉,《雲南日報》，04/22，http://www.yunnan.cn。
孟祥森 譯 / Theobald, R.原著

2000 《社群時代》，台北市：方智。
祝碧衡 楊榮斌 陳超
2003 中國文化報-4-2 http://www.ccnt.com.cn/html。
俞可平
2003 《全球化：全球治理》，中國北京：社會科學文獻出版社。
孫治本譯
1999 《全球化危機—全球化的形成、風險與機會》，Beck, U.著，台北：商務。
梁 蓉譯
2002 《法國文化工程》， Mollard, C.原著。台北：麥田。
夏學理
2003 〈各國文化創意產業之政策面比較分析〉，文建會網路學院網站，
http://www.cca.gov.tw/cforum.htm。
夏學理
2005 〈從游、謝二位閣揆的文化施政方針，論文化政策的作爲與不作爲〉，3/20。
夏學理、鄭美華等
2003 《藝術管理》，台北：五南圖書。
陳其南
2001 〈文化政策研究的發展〉，《典藏今藝術》，第102 期，頁104-106。
2004a〈文建會施政目標，101 文化台灣，新年新願景〉。http://www.cca.gov.tw。
2004b〈邁向一個審美的公民社會〉，《傳統藝術月刊》，第 44 期，2004/7。
http://www.cca.gov.tw/cforum/related/1110_1.htm。
陳重任
2003 〈新文化產品之創意與商品化理論與政策：經濟學家的觀點〉，《二〇〇三年全球思考．台灣行動：文化創意產業國際研討會論文暨會議實錄》。台北：行政院文化建設委員會。
陳郁秀
2003a 〈文化創意產業發展計畫〉，《文建會網路學院》網站。
2003b 〈陳郁秀：創意行天下—台灣文化創意產業交流考察團成果報告〉，《文建會網路學院》網站。
陳 琳
2004 〈台灣文化創意產業政策人文理念初探〉，07/28，
http://www.ncaf.org.tw/news/index。
陳恆均等譯
1998 《政策制定的過程》，Lindblom, C. E. & Woodhouse, E. J.原著，台北市：韋伯文化。
陳逸聰
2004 〈由「文化工業—因繁榮而即將作廢的類概念」一文談商業空間場域現象〉，《文化產業專論》，http://www.chc.yuntech.edu.tw/essay/000360.html。

張君玫譯
2001 全球化—對人類深遠的影響，Zygmunt, B.著，台北：學群。
康俐雯
2004 〈伸張公民文化權政策新方向〉，
http://www.libertytimes.com.tw/2004/new/may.htm.
黃水潭
2003〈台灣閒置空間再利用文化政策評估—以台中二十號倉庫藝文空間爲例〉，台中市：東海大學公共事務在職專班。
黃武雄
1997 〈深化民主 發展新文化〉,《中國時報》，12/26，4 版。
童杭麗
2005 〈發展大文化產業的商機〉，http://www.sccm.gov.cn/exposition/show.asp。
詹啓賢
2005 〈全球化造成公義與私利之衝突〉,《中國時報》，5/26，A4 版。
楊敏芝
2003〈文化創意產業與社群動力〉，二〇〇三文建會文化創意產業地方巡迴論壇。
楊雪冬著
2003 《全球化》，台北：揚智文化。
楊志偉
2004〈發展創意產業的三個理由與二個策略〉。創新・創業，國際青年創業領袖計劃的網路社群，http://www.entrepreneurship.net.tw。
詹中原
2001 〈全球化與公共行政改革：知識經濟觀點之檢視〉，台灣大學國家發展研究所主辦《2001 知識經濟社會與國家發展學術研討會》。
詹中原
2003 《新公共政策---史・哲學・全球化》，台北市：華泰文化。
經濟部
2004 〈文化創意產業輔導說明〉，
http://moeasmea.gov.tw/smesr/History/040815/article05.htm。
漢寶德
2004 〈切中時弊的宣示，阻力重重的夢想〉,《典藏-今藝術》，2004 / 7，p.98
趙文衡
2000 〈全球化對台灣經濟的挑戰與衝擊〉,《台灣經濟研究》，23（8）：24-30
鄭美華
2004 《文化行政與藝術管理》，台北市：洪葉文化。
劉美芝
2003 《第三部門在我國文化創意產業發展計畫中的角色研究》，國立台北大學公共行政暨政策研究所碩士論文。

劉新圓
2004 〈文化產業政策的形成〉,《國政研究報告》,財團法人國家政策研究基金會。
劉坤億
2002 〈全球治理趨勢下的國家定位與城市發展：治理網絡的解構與重組〉,《國立臺北大學公共行政暨政策學系行政暨政策學報》,34：57-83。
劉坤億
2003 《全球治理的理想與現實〉,《中國行政評論》,13（1）：29-56。
劉曙光
2003 《全球化與反全球化》,中國湖南：人民出版社。
盧諭緯・鄭凱維
2005 〈文化人也得是個生意人〉,《數位時代雙週刊》,102 期。http://blog.roodo.com/christiney35/archives/53984.html。
總統府
2004〈建設一個以台灣爲主體的「文化大國」(文化篇),看見進步台灣—總統施政之回顧與願景〉。http://www.president.gov.tw/1_president/achieve/subject17.html。
顧忠華
1997 〈擴大公民參與 帶動社會改革〉,《中國時報》,12/29，11 版。

## （二）外文部份


Anthony, M.

1992 “The two tiers of ethnic conflict in Western Europe”. The Fletcher Forum of World Affairs, 16（2）: 50-64.

Cable, V.

1999 Globalization and Global Governance. London: The Royal Institute of International Affairs.

Chang, Y. P.

2003 “Forum Focuses on Cultural Industry”, Taipei times, Mar. 27, 2003

Desai, M.

1995 “Global Governance”, in Desai, M. and P. Redfern (eds.), Global Governance: ethics and Economics of the World Order. London: Pinter.

Delanty, G.

2000 Citizenship in a Global Age. Buckingham: Open University.

Etzioni, A.

1995 The Spirit of Community, London, Fontana Press.

Ferraroti, F.

1993 “Prospects for Multicultural Societies in Europe”. International Journal of Politics, Culture and Society, 7（2）: 163-171.

Florida, R.

2004 The Rise of the Creative Class：And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, Reprint Ed., New York: Basic Books.

Florida, R.

2004 Cities and the Creative Class. New York: Routledge published.

Florida, R.

2005 The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent. New York: Harper Collins.

Giddens, A.

1994 “Living in a Post-Traditional Society： In Reflexive Modernizations, Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order”. Beck,U. Giddens, A. & Lash, S.（Eds.）. Cambridge: Polity Press. Pp. 56-110.

Habermas, Jürgen

1992 “Citizenship and National Identity: Some Reflections of the Future of Europe”.Praxis International, 12（1）:1-19

Held, D. et al.

1999 “Governance,” Global Governance. Vol.5, No.4. pp. 483-496.

Hewson, M. ＆ T. J. Sinclair (eds.)

1999 Approaches to Global Governance Theory. Albany: Suny.

Isin, E., & Wood, P.
1999 Citizenship and Identity. London: Sage.
Juan, M. Delgado-Moreira
1997 “Cultural Citizenship and the Creation of European Identity”. Electronic Journal of Sociology, http://www.sociology.org/content/vol002.003/delgado.html
Landry, C.
2000 The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. London: Earthscan.
Marquardt, P.
1994 “ Subsidiary and Sovereignty in the European Union”. Fordham International Law Journal, December: 616-640.
Ong, A.
1999 Flexible Citizenship: The Cultural Logics of Transnationality. Durham: Duke University Press.
Papcke, S.
1992 Who Needs European Identity and What Could It Be? In The Idea of Europe. Problems of National and Transnational Identity. B. Nelson, D. Roberts & W. Velt （Eds.）. New York: Berg. Pp. 61-74.
Pettit, P.
1997 Republicanism: A Theory of Freedom and Government. Oxford: Oxford U.
Postrel, V.
2003 The Substance of Style: How the Rise of Aesthetic Value Is Remaking Commerce, Culture, and Consciousness. NewYork: Harper Collins. Propp, V. （1958）. Morphology of the folktale. Bloomington: Indiana University.
Ray, P. H. & Anderson, S. R.
2001 The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World. CA: Three Rivers Press.
Rosaldo, Renato
1989 Culture and Truth. Boston: Beacon.
Rosaldo, R.
1994 “Cultural Citizenship and Educational Democracy”. Cultural Anthropology, 9（3）: 402-411.
2003 Cultural Citizenship in Island Southeast Asia: Nation and Belonging in the Hinterlands. CA: University of California.
Thomas, C
2000 Global Governance, Development and Human Security: The Challenge of Poverty and Inequality. London: Pluto Press.
Turner, B. & Isin, E. （eds.）
2002 Handbook of Citizenship Studies. London: Sage.

# Inspecting of Cultural Creative Industrial Policy from Globalization and Cultural Citizenship Viewpoints

**Cheng, Mei-Hua***

**Abstract**

In modern society, communications always coincide with knowledge. Therefore, how to transmit the reality of policy research, and probe for the restriction existing of the policy making situation, to understand the relevant information and possibility, and express the influential changes of the research to policy maker are the important topics for policy research.

In recent years, the government has promoted the cultural creative industry policy in a more cost-effective manner, the activation of the traditional spaces are re-utilized again, recommend city's upgrading organically, guide the metabolism of the city. The cultural creative industry promote the renewal motivation force with the continuing community construction, is the important encouragement factors of city regeneration and endurable development too. The purposes of this research, first, probe into the globalization of development of the cultural creative industry, introspection the developing cultural mindset mode in urban and rural areas in our country. Secondly, examine the background of the cultural creative industry and the future of the cultural citizenship, through Documentary Analysis, and Observation Method.

The current cultural policies try to arrive at cultural citizenship as the main shaft with citizen society build the new citizen approval. Because of the establishment of European Union, the cultural citizenship becomes the important support of new European citizen members. During the cabinet reshuffle, for the continuing implementation of cultural creative industrial policy, this research intends to offer the discovering for policy making department reference.

Key Words：cultural creative industrial policy, globalization, cultural citizenship

*Director of General Education Center, Shih Chien University