

# 文化創意產業溯源—研究取徑與概貌<sup>\*</sup>

## History of cultural and creative industries: a general picture above research constructions

張硯涵<sup>\*\*</sup> Yen-Han Chang

### 摘要

本篇文章梳理英國文化創意產業歷史，深入探討其出現的意義，構思文創研究的理論層次如何銜接經驗研究。筆者透過文獻材料分析，溯源審視英國及聯合國的文件，探源1997年前的文創歷史，企圖在兩條文件路線上追尋新的可能。了解文創產業的歷史意義後，再歸納不同文創研究取徑，形成基本知識構成，促使文創產業的思考更加確實。文創產業涉及「文化」變遷至「創意」產業的歷史意義、資本主義全球化的文化商品販賣、新自由主義文化政策，國家及區域的行銷等。研究取徑主要包含政治經濟學、文化研究、文化與經濟地理學和媒體研究等。本研究提出歷史事件的時間軸、文化經濟的空間和社會欲建構的體系，這三者的相對關係形塑了文創產業研究的概貌。

**關鍵詞：**文化創意產業、文化產業、文化研究、文化經濟學、經濟地理學

---

<sup>\*</sup> 本文章感謝陳瑞文教授的指導，以及王志弘教授課堂授課及討論的啟發。另外也非常感謝兩位匿名審查委員悉心修改並給予許多寶貴意見。本文章如有見解不周到的地方，本人當負其責，概與他人無涉。

<sup>\*\*</sup> 張硯涵，國立臺灣師範大學美術學系藝術指導組博士生。

Yen-Han Chang, PhD Program of Art Creation & Theory, Department of Fine Arts, National Taiwan Normal University.



## Abstract

This article contextualized a history of British cultural and creative industries (CCI) <sup>1</sup>, in-depth to explore the significance of its existence, and to conceive how the CCI researches could link with empirical studies from theoretical level. The author analyzed the literature review, traceable to examine the documents of United Kingdom and the United Nations, attempting to pursue new possibilities from two routes on both documents, which oriented before the historical year of 1997. After understanding the historical significance of the cultural and creative industries, the author summarized to different study approaches of CCI Studies, and then constructed the fundamental knowledge structure, which promoted rounded and solid perspectives of CCI studies. CCI involved in the change of “cultural” to “creative” industries from its historical process, globalized capitalism within productions of cultural goods, the cultural policy of neo-liberalism, marketing of countries and regions etc... Research approaches consisted mainly of political economy, cultural studies, cultural and economic geography and media studies and so on. This research proposed that CCI presented triple relative connections of historical events in timeline, cultural and economical spaces and constructive system in society, the relationship between the three shaping the overview of CCI researches.

**Keywords:** Cultural and creative industries, Cultural industries, Cultural studies, Cultural economics, Economic geography

---

<sup>1</sup> 英國的「文化創意產業」與「創意產業」經常是混合使用的，最初側重創意產業的概念，但是發展至今也不免囊括文化的用詞。例如 British Council 在討論創意經濟時，介紹文還是用了「文化創意產業」這個名詞。<http://creativeconomy.britishcouncil.org>（2014 年 10 月）。另外使用 CCI（Cultural and Creative Industries）的簡稱已經成為一種趨勢。例如英國聖·安德魯（St. Andrew）大學文化與創意產業課程的簡稱。<http://www.st-andrews.ac.uk/management/research/ccli/>（2014 年 10 月）。



## 壹、前言

文化創意產業涵括眾多的藝術形式，政策的地位獨樹一幟。歐美 1990 年代出現文化與藝術的研究轉向，<sup>2</sup>而 1997 年則為英國創意產業政策的關鍵年，肇因於布萊爾工黨提出不同以往的文化政策與一系列的計畫發展。<sup>3</sup>資本主義與文化霸權所衍生的國際競爭，英國在文化研究的轉向下實行新的經濟策略，新自由主義主導市場，造就了文化和創意結合，進而產生新的產業經濟型態與結構。由於政策領先研究，各國學者的研究基礎尚未穩固建立，本文擬從英國經驗出發，試圖梳理歷史與理論，期以不同研究取徑（approach）上，找尋銜接經驗研究的突破點。

研析政策軌跡，文創產業實際上連結了斷裂的歷史意義，並且在社會科學中產生研究取向的匯集之處。文創產業研究材料近幾年衍生繁多，漢斯蒙豪（David Hesmondhalgh）對於文化產業的分析，指明研究缺乏歷史分析以及系統性的相關論述。<sup>4</sup>經過十年發展，臺灣文創產業的研究熱潮未減，然而對於國外研究缺乏持續性的關注，研究的取徑的理論結構也無系統。一則因文創產業的特性，涵括各領域知識結構，邏輯上產生辯證的困難。另一方面則是研究材料與方法迥異，結論難以互相支持，形成更多的爭議。

筆者透過文獻材料的分析，溯源審視文創產業發生，探源 1997 年前更早期的相關歷史銜接，對照英國及聯合國研究的軌跡，企圖在兩條文件歷史路線上追尋新的可能。由脈絡中了解文創產業的實際組合，重新整合研究取徑的知識結構。將文件材料轉化為議題的整理，並且課題化（thematizing）文創產業研究的幾個爭議，再轉而探究其存在本身更深層的基本意義。<sup>5</sup>由於文創產業的研究資料，除了政府的經濟統計之外，鮮少採用實證的方式，由是檢視歷史材料文本，進行重新詮釋。分析的資料來自三個方面：（一）英國政

<sup>2</sup> 1980 年代晚期開始各種媒體所面臨的劇烈轉變，諸如從現代性轉向後現代性、全球化、從工業時代轉變成為後工業資訊時代等等。（邱誌勇，〈美學的轉向：從體現的哲學觀論新媒體藝術之「新」〉，《藝術學報》第 81 期（2007 年 12 月），頁 285。）因為科技所帶來的變革，使得藝術與文化兩個領域產生了本質上的變革，使得研究有了美學與研究重點上的轉向。

<sup>3</sup> 1997 年英國首相布萊爾（Tony Blair）為振興英國經濟，提高國內生產毛額，遂成立文化傳媒體育部（The Department for Culture, Media and Sport，簡稱 DCMS）致力推動創意產業，並於 2001 年界定出英國創意產業的範疇，包括廣告、建築、藝術及古董市場、工藝、設計、軟體與電腦服務等十三項子項目。（邱誌勇，〈文化創意產業的發展與政策概觀〉，《文化創意產業讀本》（臺北：遠流，2011 年），頁 36。）

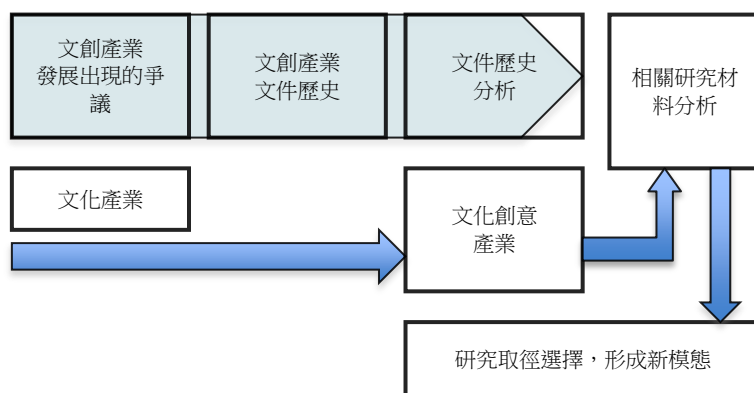
<sup>4</sup> 文化創意產業研究具有後現代特質。「在現代性的批判中，文化創意產業因為模糊性而逃離了施行學科自我批判的窘境。不論從資訊社會、經驗與娛樂經濟、或者那些以符號與意義為主的經濟面向來看，文化產業確實是促進變遷的核心角色，但令人驚訝的是，系統性探究文化產業變遷的相關論述卻極度缺乏，也鮮少具有歷史性的分析。」（David Hesmondhalgh，廖珮君譯，〈文化產業分析〉（臺北縣：韋伯文化國際，2009），頁 8。）

<sup>5</sup> 科學研究奠基於此有的課題化（Thematizing）因此彰顯出存有者的歷史意義後，它尚要根據對它們存有的瞭解，整理出其基本意義、方法論的輪廓、思考的進路、知識的確定性等等，最後投出到存有者上才能以歷史學的方式去研究它。（陳榮華，〈海德格存有與時間闡釋〉（臺北：國立臺灣大學出版中心，2006），頁 258。）



府、聯合國或英國組織的報告，通常報告置放於網路供大眾閱覽。(二) 英國與澳洲學者的期刊研究成果，背景來自文化社會學、文化地理學以及政治經濟學。(三) 英國、丹麥、澳洲、臺灣出版綜合探討的專書，用以理解知識架構。這三項材料包含政治特性、學科路徑以及特定範圍的選取，考量了歷史、理論與空間三者，期建構具有多視角並兼有脈絡性的研究模態。

了解文創產業的歷史意義與研究取徑後，以不同思考進路形成基本知識構成，促使文創產業的研究途徑更加確實。漢斯蒙豪<sup>6</sup>認為文化產業的論述介於政治經濟學與文化研究之間，而文化和經濟兩者在理論及知識論層面存在鴻溝，本文提出如何以新的思考模式解決此一問題。由研究中了解文創產業承襲不同研究取徑，在進程中發展出獨特的社會科學內部跨域特性。文創產業賦予社科研究的新契機，使國家政策、文化發展、經濟型態、區域研究和社會結構等知識體系，成為一有關聯的變遷與動態過程。<sup>7</sup>



【圖一】研究架構圖  
(本研究繪製)

本文一律以「文創產業」簡稱「文化創意產業」，它是一種折衷的稱呼，事實上是「文化產業」和「創意產業」兩個分類的合併詞。1940 年代出現的「文化工業」(Cultural Industry) 為英文「單數」詞。第一次轉變為 1980 年代左右的「文化產業」(Cultural Industries) 成為複數詞，指涉各種工業綜合複雜的事業體系。至 1990 年末再以「創意產業」(Creative Industries) 含納政治意含、中小企業組織以及多元文本內容形成第二次的轉向。除了知識

<sup>6</sup> David Hesmondhalgh, 《文化產業分析》，頁 51。

<sup>7</sup> 任何社會學家使用的概念都受制於特定的歷史條件，反應著一個地區的人們在一段歷史進程中的特定認知需求和感受樣態，總是有著特殊的文化意涵。……在這樣的狀況下，呼應著馬克思的論述，資產階級與無產階級做為新興、且接續著的歷史主體，社會學的思考一開始可以說即是以政治社會學為主調，或更恰確地說，是古典政治經濟學的衍生知識體系。(葉啟政, 《象徵交換與正負情懷交融：一項後現代現象的透析》(臺北：遠流，2013 年)，頁 253。)而文創產業的論述面向則綜合社會科學中幾個重要知識體系。



體系的重新解構組織外，又與早先出現的文化經濟學、文化社會學有脈絡的承先啟後。中外學者將其中意涵做了更詳實的解釋，<sup>8</sup>但本文並不把焦點放在分析語言哲學的語彙探討，詞彙模糊與多義是各學科的普遍問題，文創產業是晚近的產物，由此也無可避免。另本文未免引述失據，對於研究材料中的詞彙，則依照學者原本文章內的用詞為準則，並不擅加更改。<sup>9</sup>

## 貳、文創產業研究的問題意識與爭議

1990 年代末期末期文創產業在英國國家政策中，從藝術與經濟中間另闢蹊徑，將藝術與經濟結合為政策議題，實質上在名稱、內容、特性、走向及理論中產生異於兩者，不等同於文化經濟學的新變化。本節綜合歸納文創產業研究出現的爭議，系統化各爭議背後隱含的意義。英國在文創產業的研究居於全球領先的地位，一方面英國的政治經濟學蔚為主流，為資本主義的濫觴；另一方面英國文化研究承襲左派觀點，開啟文化研究的新視野。本節從英國與澳洲的期刊研究中探索，<sup>10</sup>對文創產業的合法性、文化與經濟、分類問題以及「文化」和「創意」定義等議題深入討論。

首先是文化轉向的合法性（legitimation）問題。合法性與否影響了政府與大眾對於文創產業議題的接受程度，而歷史上文化產業的地位，因為社會及政策的需要產生幾次重要性的提昇時期：

在 20 世紀文化產業因為科技發展而有兩次完全蛻變：第一次是因為電影、廣播音樂和電視等大眾傳播媒體的發展；第二次則因這些媒體的聚合，與因數位科技應用而產生的新傳播模式。<sup>11</sup>

<sup>8</sup> 譬如李天鐸闡述：「文化產業」一般來說是廣泛指稱以生活方式、價值信仰、社會情境、歷史文物、自然景觀為素材，並予以系統化與產值化，創造經濟效益。「創意產業」則是在「文化產業」這個大範疇下，特指以高思維的玄妙想像，應用科技技術，予以高巧思的符號化，創造高附加經濟價值，其中的關鍵詞是「想像」、「科技」、「符號化」、「經濟產值」。（李天鐸，〈文化創意產業的媒體經濟觀〉，《文化創意產業讀本》（臺北：遠流，2011 年），頁 84。）

<sup>9</sup> 本文將“Creative Industries”一律譯作「創意產業」；而“Cultural Industries”譯作「文化產業」；法蘭克福學派稱之單數的“Cultural Industry”譯為「文化工業」以作為區別。總和性的“Cultural and Creative Industries”則統稱「文創產業」。

<sup>10</sup> 英國幾位學者例如漢斯蒙豪（David Hesmondhalgh）、普睿特（Andy Pratt）、尼葛思（Keith Negus）等研究者的文章以不同的取徑和理論為基礎，甚至互有批判。任教澳洲的學者則群策群力自成一派，以研究政策為主要出發點，例如浮羅（Terry Flew）、康寧漢（Stuart Cunningham）及帕斯（Jason Potts）等等。

<sup>11</sup> Andy Pratt，陳柔安譯，〈文化產業：不只是群聚典範〉，《文化創意產業讀本》（臺北：遠流，2011 年），頁 176。



文化產業在地位提昇的同時，也並存偏見，其被貶斥為衍生性「娛樂」的產業。若以經濟學的角度討論，文化產業的核心是創造一個中心原型，然後延伸出週邊造價低廉的複製品。因此創意產業的出現和改變並非源於科技，<sup>12</sup>而是源於對某特定潛能的應用與開發，再將其套用於現有市場中。<sup>13</sup>這樣的觀點合應經濟學家熊彼得（Joseph Alois Schumpeter, 1883-1950）的破壞式創新。<sup>14</sup>在有關藝術領域的研究中，新發明的科技讓視覺藝術與新媒體藝術帶來劇烈變化，媒體網絡的連結則是帶來互動的複雜性。藝術的正統性在文創產業現蹤後，地位退為旗下被補助的對象，即便學者試圖由名稱的重新建構來強化藝術地位，卻也無法不承認文創產業的重要性，更無法忽略不提。

藝術為何吸引了政府的支持，並由此合法化藝術在教育機構的地位也拉攏了媒體的注意？近來由於藝術對經濟上的貢獻良多，在「創新」領域和所謂「創意產業」中取得重要地位。即便如此，仍有人對此提出許多異議，他們通常認為經濟的角色應次於那些更為基本的事物。這樣的表述常使藝術所能承載的意義，不僅轉化了個人的日常生活，更指向全體社群。<sup>15</sup>

筆者認為當代文創產業重新建構了藝術與社會的關係，它的轉變從班雅明對藝術原型的探討，更進一步延伸至其他面向<sup>16</sup>。衍生商品型態並非總是原創，也不是易於被人們所接受的科技革新，而是組織、生產消費與市場結構的改變，所以產生合法性的疑慮。傳統藝術角色與經濟對抗，但如今同時又受惠於產業結構的更新。文創產業成為消費者和生產者的新的文化中介者，它的產物不僅帶有符號意義，能深入個人日常生活，並連結整體相關產業。

整體的合法性是項爭議，產業內的分類至今也存有巨大爭議。標準產業分類（standard industrial classification, SIC）在1948年開始發展，它是根據一間公司從事的產業活動類型、生產原料的投入與產出進行分類，大部分國家基本遵循聯合國的標準。經濟體系在這半世

<sup>12</sup> 關於此觀點，李天鐸，也認為創意產業「應用」科技，創造價值。參見李天鐸，〈文化創意產業的媒體經濟觀〉，頁84。

<sup>13</sup> 同上註，頁177。

<sup>14</sup> Nicholas Garnham, "From cultural to creative industries," *International Journal of Cultural Policy* 11(1)(2005): 21.; Jason Potts and Stuart Cunningham, "Four models of the creative industries," *International Journal of Cultural Policy* 14(3)(2008): 238.; Ruth Towse, *A Handbook of Cultural Economics*. (UK: Edward Elgar Publishing, 2011), 153.

<sup>15</sup> E. Belfiore and O. Bennett, *The social impact of the arts: An intellectual history*. (Palgrave Macmillan, 2008), 2.

<sup>16</sup> 請參閱 Benjamin, Walter，許綺玲、蕭永盛譯，《迎向靈光消逝的年代》（臺北：臺灣攝影工作室，1998年）。





紀以來愈形複雜，尤其在 1980 年後資訊社會興起，漸次偏重服務導向，造成部門間的不適用。標準分類系統本身是一個非自然的分類，初時發展的理論基礎也不成熟。在這些產業中，存在中介、價格、商品、企業、交易、市場、組織、技術和機構等機制。以經濟的角度而言，中介運作的轉變和交易真實存在，產業是一個衍生出來的概念。<sup>17</sup>

分類的問題直接影響文創產業的整體範圍和經濟發展模型，例如以智慧財產權為中心的商業模型。隨著文化生產部門中心的定義不同，變化牽涉甚廣。<sup>18</sup>批評也指出文創產業所含清單過於獨占武斷，例如排除歷史文化古蹟部門，儘管它也具有經濟、創意與文化的特徵，甚至比一些已列入的項目更具代表性。<sup>19</sup>文創產業的概念鬆散，內容涉及服務產業和具「附加價值」的產業，但基本上仍然可以透過分析以特定錨點找出脈絡，前提是必須釐清目的性。分類問題除了容易產生誤解，政策上也形成主觀所造成的權力場域，淪為政治上爭奪資源的工具。分類問題即是場域問題，進而影響產業結構的階級。

第三個疑慮則是文化所擔任的角色。文化經濟化的趨勢——讓學術、文化界兩方對未來發展存在相當的擔憂——由於政策缺乏對文化動態的了解，<sup>20</sup>將焦點置於經濟上的文化生產，鮮少觀照文化上的回饋。以結果論而言，獨厚經濟的視點干擾了政策工具的應用，並將文化摒除於通盤考量外。經濟和文化就像硬幣兩邊，應為一體兩面。<sup>21</sup>在歷史變遷中文化爭端的重心位移，從文化內部「大眾文化」和「高雅文化」的長久爭端，轉而向外抗衡「經濟」一大眾文化不再是批判的重點。在新政策體系下，高雅文化與大眾文化皆隸屬於文創產業政策中。文化內部爭議擱置，經濟上如何生產與計算成為重點。聯合國初期的研究對象為傳統文化產業，歐洲除了英國之外，歐洲諸國，以法國為首拒絕嘗試將文化視為等一般商品，也拒絕新自由經濟的各種努力。文化如何保持社會動能，與各國政治路線和意識形態相關，對文創產業政策帶來不同立場的辯護。

<sup>17</sup> Jason Potts 等，葉天慧譯，〈社交網絡市場：一個創意產業的新定義〉，《文化創意產業讀本》（臺北：遠流，2011 年），頁 108。

<sup>18</sup> David Throsby, "Modeling the cultural industries," *International Journal of Cultural Policy* 14(3)(2008): 221.

<sup>19</sup> S. D. Cunningham, "From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications," *Media international Australia incorporating culture and policy: quarterly journal of media research and resources*, 102(2002): 54.

<sup>20</sup> 「文化形式的商品化可做為研究者考察資本主義及地方社會如何交纏和辯證的窗口，藉此探究遭遇過程內部複雜而動態的發展，以呈現動態的社會文化整體圖像。資本主義的力量是否及如何在地方社會造成階級分化的問題。另外更重要的是，研究者必須區辨當地人在商品化過程展現能動的形式和性質，才能看出社會關係重構及文化動態建構間的關聯性。」鄭瑋寧，〈文化形式的商品化、「心」的工作和經濟治理：以魯凱人的香椿產銷為例〉，《臺灣社會學》19（2010年），頁110、139。

<sup>21</sup> Mark Banks and Justin O'Connor, "After the creative industries," *International Journal of Cultural Policy* 15(4)(2009): 368.



反方則是支持產業化的聲音。擁護文化經濟化的學者憂慮文化過於維護傳統而致使產業化的腳步緩慢。從國際教科文組織（UNESCO）、米亞吉（Bernard Miège, 1941）、和葛蘭漢（Nicholas Garnham, 1937-）的三份文獻中指出，「文化產業」概念既是一個重新勾勒出的研究課題，也是一個可以從體制和政策上參與運作的對象。<sup>22</sup>葛蘭漢明白的將「文化產業」概念當作一種「描述性用語」，用來意指「參與製造、傳播文化商品及服務中的一種符號」的「產業公司集合體」（industrial corporations）。葛蘭漢<sup>23</sup>擔憂學界過度趨向於關注閱聽人與文本，進而呼籲以「文化產業概念」為架構中心的文化觀察。

米亞吉則依據自身觀察，指出阿多諾的文化批判過份重視獨立藝術家，他力圖將研究焦點轉移，不再執著於「藝術家對抗資本工業力量」的概念。當葛蘭漢批評英國政府透過補助個人藝術家，認為不應將個別藝術家看的太偉大，而錯認其為文化價值的根源。<sup>24</sup>葛蘭漢與米亞吉分別參與了英國政府與國際教科文組織的研究報告，產業化的觀點影響了後來政策的發展甚鉅。<sup>25</sup>另外政府產業化的同時也選擇性的補助個別藝術家，使政府主導文化價值優劣，形成鉗制主導意識形態的象徵。經濟化的議題基本上與國家、資本主義和公共政策等議題鑲嵌錯綜，形成文創產業探討重心。

最後，產業內的分類不明，肇因於一個根本的問題：「文化」和「創意」兩者的界定與內容難以區分；兩者的歷史脈絡和特性並不相同，卻在歷史的連結中同一化致使混淆。在原始英國文化傳媒體育部（DCMS）的定義中有個簡單界定—能以智慧財產呈現形式的個人創意。這項定義對辨析普睿特（Andy Pratt）所提文創產業的「廣泛疑問」—區分創意產業和其他產業的不同，助益可謂甚少，同時更加深對個人創作重要與否的疑義。

英國學者比爾頓（Chris Bilton）和李芮（Ruth Leary）觀察到：「難以想像一項產品沒有運用一些智慧的元素，諸如專利設計和其他不具體且帶象徵性的財貨等形式，使其本身變得獨特。」<sup>26</sup>

<sup>22</sup> Keith Negus，楊皓鈞譯，〈超脫文化產業重思創意生產〉，《文化創意產業讀本》（臺北：遠流，2011年），頁129。

<sup>23</sup> Nicholas Garnham. *Capitalism and communication: Global culture and the economics of information*. In F. Inglis (ed.). (London, Newbury Park, New Delhi: Sage publications, 1990), 156.

<sup>24</sup> Keith Negus. "Rethinking creative production away from the cultural industries," In *Media and cultural theory*. (2006), 199.

<sup>25</sup> 米亞吉於1980年代為聯合國撰寫地區性的文化產業報告；葛蘭漢在1984年為大倫敦議會（Great London Council）撰寫簡報文件。

<sup>26</sup> Chris Bilton and Ruth Leary, "What can managers do for creativity? Brokering creativity in the creative industries," *International Journal of Cultural Policy* 8(1)(2002): 50.





對智慧財產權的注目，提昇了文化產業轉移到創意產業的關心，結果一面倒的使研究重心欲凸顯什麼是「新」的，通過數位科技及商業導向製造，對複合式的文化生態失去關注。但智財權的重要性卻連結了商業和公眾支持的文化產品，同時也是數位、實體藝術及媒體形式的中間連結。<sup>27</sup>文化和創意有時分開談論，有時卻有多元涵義。也由於科技以及對創新的渴求，致使數位內容產業和與其有關的產業經常成為各國文化與創意政策的核心內容。但由於對文化生態的了解甚少，規劃演變也頗符合學者的擔憂——空泛地複製「新」的形式。

綜合以上文創產業衍生的議題，筆者認為文化政策本身涉及了權力、霸權、國家機器和意識形態等問題，從而描繪出文化與國家社會的關係。文化創意結合「產業」則帶來資本主義鑲嵌的問題。爭議中可歸結幾點：（一）文化地位提昇，卻潛藏轉變的合法性爭議，延伸出藝術與社會的新關係；（二）產業分類的模糊，場域游移，單一生產模型無法形成，使文化和經濟理論鑲嵌困難；（三）文化—經濟兩者之間的權力拉扯，文化動態與商品化成為關注的焦點；（四）文化以及創意內容的分野，歷史與商業市場的新架構不明。總體而言，這些文創議題，乃是欲重新結構系統化文化、社會、國家與資本主義，地位與權力再建構的表徵。「新型態」文創產業的出現模糊智慧財產權的界線，將個人創作之核心轉向對市場整體的關注。雖然文創產業關注總體文化經濟對象，政策的施行方法卻經常背道而馳，以國家補助個體做為政策的工具。其議題間產生的矛盾，說明此分析對象的複雜性，由馬克思生產理論、法蘭克福學派以降歷經數次文化轉向，歷史意義與研究取徑發展不一所帶來價值取向的多樣性。

### 參、回溯聯合國與英國的相關文件

創意產業在英國開宗明義的以經濟化為動機。此處檢視文件的重點在於：經濟的議題是如何變成英國傳媒體育部（DCMS）計劃的目標重心，進而影響藝術文化的管理方式。在政治管理上，將藝術與經濟連結是否適當並不是探討的重心。畢竟對於某些藝術而言，如果在程度上可產生經濟回饋，對將來的發展也有所助益，也相對地減輕公眾支出，讓公帑有效率地依比重分配在不同政策上。<sup>28</sup>而在新自由主義的政治氛圍中，如果藝術自給自足，使其他社會議題可以分配到較多的經濟補助，其存在的合法性可快速正當化。了解公部門的文件脈絡，有助分析文創產業形成原因與歷史發展的進程。文創產業文件的溯源，

<sup>27</sup> T. Flew, and Stuart D. Cunningham, "Creative industries after the first decade of debate", *The Information Society* 26(2)(2010): 114.

<sup>28</sup> John Hughson and David Inglis, "Creative industries' and the arts in Britain: Towards a third way in cultural policy?", *International journal of cultural policy* 7(3)(2001): 463.



主要取材自聯合國教科文組織、英國政府以及其餘重要組織。尤其聯合國很早就對文化產業做了特定研究，英國政府則是率先組織化發展此政策的國家，兩者對於奠定文創產業在世界中的地位起了示範作用。

聯合國教科文組織（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO）雖然在 2005 年才定義「文化創意產業」，然早自 1978 年起便展開一系列相關研究，名為「文化產業在社會的文化發展中的位置與角色」。隨後 1980 年於加拿大蒙特婁（Montreal）會議中，討論社會文化發展中，文化產業的角色和場所（Meeting on the Place and Role of Cultural Industries in the Cultural Development of Societies），內容明白指出法律、藝術和科技三者對文化影響甚巨，甚至文件標題出現「創意人才」（Creative worker）的嶄新用語，具體提出經濟導向的文化產業思考，同時期也對美國加州地區的發展作相關研究。<sup>29</sup> 1983 年米亞吉為該組織撰寫了〈因藝術智財的創作對國家的發展與國際文化產業所衍生之問題〉（Problems which the development of national and international cultural industries presents for artistic and intellectual creation）內容指陳因為「視聽技術」的變革讓文化產業改變傳統思維，並且討論文化商品及產業對第三世界的影響<sup>30</sup>。1998 年聯合國教科文組織出版的《世界文化報告：文化、創新與市場》（World Culture Report: Culture, Creativity and Markets）第一屆世界文化報告中，博羅夫斯基（Robert Borofsky）為文化的可能性提出一項彈性論點，可延伸至創造的概念：

文化作為一個概念不斷地體現一種矛盾。一方面歷史進程中吸納了一種均質化的政治議程，它為一個群體劃出界線來確定該群體的身份。另一方面，如果一個人仔細觀察被描述的行為模式，他會認識到這些模式並非真可畫出界線，實際上是不斷變化的。這兩點則為思考文化概念的方法搭起舞臺：（1）視文化為從過去保留下來的東西；（2）作為一種選擇，文化可以被視為一種接受和妥善處理變化的創造性力量。<sup>31</sup>

<sup>29</sup> “Cultural industries: a challenge for the future of culture”, UNESCO, accessed Nov. 22, 2014, [http://www.unesco.org/ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=49972&set=00548AFF7B\\_3\\_30&gp=1&lin=1&ll=1](http://www.unesco.org/ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=49972&set=00548AFF7B_3_30&gp=1&lin=1&ll=1).

<sup>30</sup> “Problems which the development of national and international cultural industries presents for artistic and intellectual creation”, UNESCO, accessed Nov. 22, 2014, [http://www.unesco.org/ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=58064&set=00548B019C\\_3\\_378&gp=1&lin=1&ll=1](http://www.unesco.org/ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=58064&set=00548B019C_3_378&gp=1&lin=1&ll=1).

<sup>31</sup> UNESCO，關世傑譯，《世界文化報告：文化、創新與市場 1998》（北京：北京大學出版社，2000 年），頁 49。



該報告旨在交流國與國之間關於文化的統計以及政策制訂，明白指出文化與經濟發展的關聯，並在前言提出具人文關懷的前瞻性宗旨：

21 世紀前夕，在這個貧富不均的世界上，人類正面臨著日益漸長的貧困、環境惡化和決策短見為標誌的全球性危機。文化是解決這種危機的一個關鍵要素。<sup>32</sup>

在這樣的理念之下，教科文組織對於文化產業持續地展開各種調查。例如 2002 年教科文組織為書籍出版業施行了 1990-1998 年長期的綜合評估，顯示文化產業的經濟效益受到重視。<sup>33</sup>2005 年二月，該組織結合世界智慧財產權組織（World Intellectual Property Organization）和亞洲開發銀行（Asian Development Bank）等機構，於印度渣德浦舉行了一場名為「亞太創意社群：一個邁向 21 世紀的策略」(Asia-Pacific Creative Communities: A Strategy for the 21<sup>st</sup> Century) 的專家會議，會中提呈的文件《文化產業的背景報告》就「文化產業」一詞，明確地從產製的觀點，為文化產品和服務作出以下定義：

「文化產業是那些涉及有形或無形藝術性與創意性產品創製的產業，它們經由文化資產的開發，知識性財貨與服務的產製，而有一種創造財富與收入的潛能。它們有一個共通點，即是都運用創意力、文化知識、智慧版權去生產具有社會文化意義的產品與服務。」<sup>34</sup>

從教科文組織的文件發展脈絡得知，文化與經濟的正向關係乃至於在社會中的角色在 1980 年代已經初步建立。教科文組織沿用「文化產業」(Cultural Industries) 約三十年，使用「創意產業」(Creative Industries) 的概念是 2005 年後的事情。雖然歐陸許多國家例如法國，仍舊沿用「文化產業」一詞，偏好原本存在的概念。而創意產業則相對的與智慧財產權、文化商品及貿易較為相關，具有產製的動態形式。其發展出獨特力量以對抗從 1950 年代開始所受制於工業化的批判形象，將文化中的「創造力」蛻變為形容詞置於文化脈絡之前，規避政治或文化霸權的負面議題，開拓「文化」與「經濟」之間嶄新的連結。

<sup>32</sup> 請參閱中國譯作。UNESCO，《世界文化報告 文化、創新與市場 1998》，頁 4。

<sup>33</sup> “Evaluation of UNESCO’s Book, Reading and Cultural Industries Programmes 1990/1998”, UNESCO, accessed Nov.22, 2014, <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001448/144836e.pdf>.

<sup>34</sup> 李天鐸，〈文化創意產業的媒體經濟觀〉，頁 83。



1990 年代末期英國政府為了經濟的結構轉型，提昇產業對外的競爭力，發展出提綱挈領的一系列報告。以英國文化傳媒體育部（Department for Culture, Media and Sport，簡稱 DCMS）為例，從 1998 年開始便陸續出版了包括：1998 年和 2001 年問世的《創意產業圖錄報告》（*Creative Industries Mapping Document*），針對個別產業的競爭潛力和發展趨勢進行研究，以作為政策推動基礎依據。1999 年出版的《出口：我們蘊藏的潛力》（*Exports: Our Hidden Potential*）<sup>35</sup>表述英國創意產業的國際競爭力、出口政策與執行方向的分析和評估。主要通過推薦幾個方式，讓藝術得以透過製造成為可出口的商品。這份報告承襲自 1997 年史密斯（Chris Smith, 1951-）所設立的創意產業任務小組（Creative Industries Task Force），內容中的參考步驟顯示，英國企圖擴增創意產業在國內外的經濟影響，除此之外也描述創意產業的出口參數（export parameters），由創意產業出口促進諮詢會（the UK's Creative Industries Export promotion Advisory Group, CIEPAG）創建，此一組織為 DCMS 所設立的產業代表。這份報告明定四類藝術的集群：數位內容、設計、文化資產與觀光和表演藝術。<sup>36</sup>另外 2001 年出版的《文化與創意：未來十年》（*Culture and Creativity: The Next Ten Years*）將研究焦點放置在人才的培育與養成面，從教育著手開發與培養人民的創造力，並拓展相關公共資源、如圖書館、美術館與畫廊的運用。<sup>37</sup>為有效展現經濟成果，DCMS 從 2007 年開始，於 2009、2010、2011 及最近的 2014 年一月出版了《創意產業經濟統計》（*Creative Industries Economic Estimates*），內容記載統計了創意產業內就業及專業的工作領域。<sup>38</sup>

其餘相關重要文件包括 1998 年由英國前文化傳媒體育部部長史密斯（Chris Smith）所撰《創意英國》（*Creative Britain*），副標題為「給年輕人十五場的演講」。可知相關內容並不是邏輯條列清楚的文化政策項目，爾後賦與創意產業重大影響。<sup>39</sup>從序言史密斯就開宗明義表示「本書談論創意」，然後緊接著揭示「刺激創意」（creative impulse）有助於現代英國經濟成長，不斷地強調文化與創意可能帶來經濟上的回饋。史密斯引述知名文化評論者們的立場來獲取支持，包括維多利亞時代的藝術評論名家約翰·拉斯金（John Ruskin,

<sup>35</sup> CIEPAG, *Creative Industries: Exports: Our Hidden Potential* (London: DCMS, 1999).

<sup>36</sup> John Hughson and David Inglis, "Creative industries' and the arts in Britain: Towards a third way'in cultural policy?," 465.

<sup>37</sup> 邱誌勇，〈文化創意產業的發展與政策概觀〉，頁 37。

<sup>38</sup> "Creative Industries Economic Estimates", DCMS, accessed Nov.22, 2014, <https://www.gov.uk/government/publications>.

<sup>39</sup> Chris Smith, *Creative Britain*, (London: Faber and Faber, 1998)；也可參閱 Chris Smith, 《創意英國：英國前文化部長給年輕人的 15 場演講》（臺北：五觀藝術管理，2005 年）。



1819-1900)<sup>40</sup>。透過拉斯金的名言，闡述創意產業初期的美好願景，與聯合國軸心落在「解決危機」的調性有所不同，其宗旨強調「快樂的積極面」：

「生活即財富……國家的富裕就是滋養了廣大高貴且快樂的人民。」<sup>41</sup>

另外幾個組織所發佈的文件，在文創產業發展也扮演重要的推手，譬如英國國家科學、技術暨藝術基金會（National Endowment for Science, Technology and the Arts, 簡稱 NESTA）。該組織於 2003 年出版《投資創意產業》（*Investing In The Creative Industries*），指陳創意產業缺乏商業模型以及市場調查，創意管理應強調生活型態，而非只有目標導向。接著又於 2006 年出版《創造成長：英國如何發展世界級創意事業》（*Creating Growth : How the UK Can Develop World Class Creative Businesses*），描述英國的創意產業正面臨全球競爭，強調創意部門應該注重管理及財務規劃。<sup>42</sup>2007 年蘭開斯特大學（Lancaster University）的機構「工作基金會」（The Work Foundation）出版了《領先：英國創意產業的經濟表現》（*Staying Ahead: the Economics Performance of the UK's Creative Industries*）這一份與英國創意經濟計畫（Creative Economy Programme, CEP）<sup>43</sup>相關的文件，澳洲文創學者班克（Mark Banks）與歐康納（Justin O'Connor）評論：

它試圖定義文化產業、創意產業甚至更廣義的知識經濟的範圍。「情感價值」這名詞經常用來表示創意產業所生產出的附加價值。工作基金會採用了索羅斯比（David Throsby）於 2001 年所使用的同心圓模型，形式上以純粹的藝術，也就是創意為中心的形式，逐漸向外顯示藝術與商業產出所混合的不同程度，愈外圍商業化程度越高。<sup>44</sup>

概念上試圖將文化產業、創意產業與知識經濟三者圈連一起，試圖以商業模態型塑所有觀念。2012 年底 NESTA 又出版《英國創意產業的動態藍圖》（*A Dynamic Mapping of the*

<sup>40</sup> Chris Smith, *Creative Britain.*, 141.

<sup>41</sup> John, Ruskin. *Unto This Last* (1862), ed. Clive Wilmer, (Penguin : Harmondsworth, 1985), 222.

<sup>42</sup> “Creating Growth”, NESTA, Accessed Nov. 22, 2014, <http://www.nesta.org.uk/publications/creating-growth>

<sup>43</sup> CEP (Creative Economy Programme) 是英國文化協會 (British Council) 的一項主要執行專案。(“British Council increases arts investment”, British Council, accessed Nov. 22, 2014, <http://www.britishcouncil.org/organisation/pres/s/arts-investment>).

<sup>44</sup> O'Connor, Justin, and Mark Banks. "Introduction: after the creative industries." *International Journal of Cultural Policy* 15(4) (2009): 367.





UK's Creative Industries) <sup>45</sup>，質疑 2000 年 DCMS 所擬定的創意產業定義和發展已無法滿足現況，顯示產業概念變遷的快速：

此定義原則上可容許改變，但這項特點卻沒有被有效運用。實際上被認為具創意的產業和職業仍然根植於 1990 年末代的各種條件與情況。<sup>46</sup>

英國專責文化與教育的國際組織英國文化協會（British Council）連續兩年發佈出版品：2009 年的《創意經濟：初步介紹》（*The Creative Economy: An Introductory Guide*）以及 2010 年所出版的《創意產業藍圖：工具書》（*Mapping the Creative industries: a toolkit*），內容不出文創基本的分類和經濟統計。<sup>47</sup>最近則有由英國產業聯盟（The Confederation of British Industry, CBI）<sup>48</sup>出版的《創意國家 2014》（*Creative Nations*），只提取最具競爭力的主流產業，包括音樂、電影、廣播、遊戲等以媒體為主的創意產業作簡短的介紹和經濟統計。

依據各出版報告的內容，英國政府希冀由創意產業來達成的主要目標為從內而外「競爭力」的實現，從個別產業到總體出口，人才培育則為競爭力的基礎。一開始表演藝術（Performance Art）作為初始產業推廣，<sup>49</sup>之後的重心逐漸朝向多元發展，不再獨鍾表演藝術。國家政策影響力向內延伸至民間組織；向外則肇至除了美國之外的許多國家競相模仿。除了以經濟表現說明轉型成果，更重燃英國帝國主義式微後的文化意識形態榮光。聯合國對於文創產業的重心始終在保持地區性的多元文化主義；英國則力求經濟的向外擴張，主流產業從表演藝術轉向以媒體及新媒體為主的内容產業。目的雖然不一，但兩者的

<sup>45</sup> “A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries”, NESTA, accessed Nov. 22, 2014, <http://www.nesta.org.uk/publications/dynamic-mapping-uks-creative-industries>

<sup>46</sup> “A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries. (2012): 6,” NESTA Report, accessed Nov. 22, 2014, <http://www.nesta.org.uk/publications/dynamic-mapping-uks-creative-industries>.

<sup>47</sup> “Mapping the Creative industries: a toolkit”, British Council, accessed Nov. 22, 2014, <http://creativeconomy.britishcouncil.org/blog/10/04/08/mapping-creative-industries-toolkit/>

<sup>48</sup> 該組織為英國超過 240,000 家各種公司發聲，包括大公司、中小企業、微型創業等等。瀏覽於 2014 年 10 月。請參閱 CBI 的網站 <http://www.cbi.org.uk/about-the-cbi/>

<sup>49</sup> 例如在 2000 年五月英國藝術委員會 ACE (Arts Council England) 出版了一份簡短的報告《下一幕》(Next Stage): 副標題「英國國家劇場政策」;這份報告根源於《英國地區性劇場製作的角色和功能》。(John Hughson and David Inglis, “Creative industries’ and the arts in Britain: Towards a third way’ in cultural policy?,” *International journal of cultural policy* 73 (2001): 460) 由於門票在文化統計便於計算，成為文化經濟容易說明的例子，所以在文化經濟的期刊上，與表演藝術相關的研究諸如劇場表演場次、門票收入等，與博物館的經營兩項都是熱門的研究指標，在英國創意產業政策明定之前已發展成熟，之後則納為其中一環。



共識有兩項：一則為重構文化產業的高尚動機——文化是為修補資本主義經濟中貧富差距、建立美好生活型態的解決手段；另一項則為「創意」是一項文化之中的動態過程，可生產出具有社會意義的商品。

## 肆、文件相關內容與批判

在眾多的西方文件當中，澳洲中央政府於 1994 年出版《創意國家：均富的文化政策》（*Creative nation: Commonwealth cultural policy*）明確宣示政府施行文化政策的策略<sup>50</sup>，其中明白表示文化對國家認同的重要性。這份報告雖然帶來標竿性的影響卻沒有在澳洲延續政策影響力，反而讓英國取得先機，成為各國仿效的對象。英國文件的發展中，由於政策以及主題都很明確，從而能追尋較為確定的脈絡。澳洲文創學者們極力溯本正源，在時間上可為明證：

「創意產業」的起源源自於英國工黨政府提出『創意產業』為人文藝術的標竿政策。此一政策似乎是受到 1990 年代早期澳洲工黨於保羅·基廷（Paul Keating）總理執政之下一份『創意國家』（*Creative Nations*）的文化政策的啟發。英國對『創意產業』的計畫載明於《創意英國》（*Creative Britain*）這本書中。<sup>51</sup>

「創意英國」制定了四項主題以配合工黨所尋求的：在當代經濟環境中具有競爭優勢的文化民主性。<sup>52</sup>首先致力於為大多數的民眾創造「高品質的藝術」（quality art）。史密斯部長在通篇全書中所指的「高品質藝術」並非傳統所定義的冷門藝術類型。在他的觀點中，高品質藝術能發生在任何場域，電視、傳統舞臺、搖滾表演或是歌劇院都是。第二個強調的特質是「出眾」（excellence），政府承諾支持的是那些「最好的」藝術，不管他是冷門藝術還是通俗藝術。第三個著重「教育」（education），許諾於當今正式的教育系統中植入創意元素。第四要項為「經濟價值」（economic value），工黨對所有藝術皆強調文化經濟

<sup>50</sup> “Creative nation: Commonwealth cultural policy, October 1994,” Australian Policy Online, accessed Nov. 22, 2014, <http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994>

<sup>51</sup> John Hughson and David Inglis, “Creative industries’ and the arts in Britain: Towards a third way in cultural policy?” , 459.

<sup>52</sup> Smith, Chris. *Creative Britain*, 2.



層面。這四個要項明確地將藝術置於「創意產業」的範疇裡，其表明政府將創造適合的條件，使藝術中經濟與潛在就業率的效用最大化。<sup>53</sup>

政治經濟學的研究取徑，是處理文創產業相關議題時的重要關鍵。回顧史密斯（Chris Smith）「創意英國」的演講，即可洞見歷史思路的發展，內容揭示「定義形成了文創產業和文化研析的各種因素」。在這講稿中，過去葛蘭漢（Garnham）等人口中所稱「文化產業」被重新標示為「創意產業」，在附錄中表列成一份「創意產業綱要藍圖」（*A Summary Map of Creative Industries*）。<sup>54</sup>工黨政府重整文化政策的過程中，十分重視這些具備創造財富、增加就業，以及帶來出口效益潛力的產業。<sup>55</sup>筆者認為這個變革過程帶來幾項啟示：英國政策的靈活度，總結了大眾文化和高雅文化的爭端，造成「藝術民主化」的開端。英國藝術的角色在此從歷史上從為宗教服務、為國家服務、為民族服務的使命，轉型為經濟目的而服務。英國一系列報告和文件，文化經濟、經濟統計、產業統計等始終是重心，文化端的分析則付之闕如。

英國的文創相關文件從 1997 年後開始出現，藝術的民主化與補助型態和工黨勝選的政策轉向有極大關聯：

在 1997 年五月工黨勝選之前，英國保守黨長期領政的時期被認為是英國藝術補助的低潮時期。在柴契爾夫人執政時期增加了政府對藝術部門活動的干預，並減少了藝術的公共支出。雖然只有那些過度樂觀人士會期待在工黨領政之下藝術會全面恢復榮景，希望政府對藝術少一點吝嗇控制並放寬預算，讓人文藝術能接受較為寬厚的補助。<sup>56</sup>

藝術補助行之有年，有明確組織和宗旨，其多寡和傾左或傾右的政治路線相關，又與新自由主義的發展呼應。在 1945 年發佈英國藝術委員會（Art Council England，ACE）的組成時，第一任的主席凱因斯（John Maynard Keynes, 1883-1946）宣示委員會的功能：「不

<sup>53</sup> John Hughson and David Inglis, "Creative industries' and the arts in Britain: Towards a third way'in cultural policy?", 459.

<sup>54</sup> 其中包含了廣告、建築、古董藝品、電腦遊戲、工藝、設計、時尚、電影、音樂、表演藝術、出版、軟體、廣電等產業。

<sup>55</sup> Negus, Keith. "Rethinking creative production away from the cultural industries", 199.

<sup>56</sup> John Hughson and David Inglis, "Creative industries' and the arts in Britain: Towards a third way'in cultural policy?", 458.



是教導或是監督，而是給予鼓勵、自信和提供機會。<sup>57</sup>凱因斯在 1946 年逝世，在大英藝術委員會（Art Council of Great Britain）短短的任期中，將藝術補助範圍及雛形大抵完成，而變革直到 1997 年才出現大幅改變。

在英國推定的主要文化政策中，「一隻手臂距離」是為原則，也就是政府並不扮演政策形成和執行的主要角色；而是委由 ACE 來負責。然而，ACE 自己本身也一定程度地施行「一隻手臂距離」原則。<sup>58</sup>

這項政策助長了英國日後區域性的文創產業發展，並產生例如約克郡（Yorkshire）管轄之下雪菲爾市文創園區的著名案例，形成了由藝術委員會挹注資金下的多元發展。「一隻手臂距離」的政策，與經濟路線上主張政府干預控管政策相較，喜愛藝術投資的凱因斯在藝術範疇中，似乎有了較為彈性自由的作法。筆者認為對待文化和經濟的不同，除了體現兩者在政策上價值不同外，也可說明政府特定路線下的不同類別，其控管並不按照單一主義來施行。文化本身固然是多元的、矛盾的特徵，在施行手段上亦然。

文創產業的產生，和英國政策轉向「新自由主義文化政策」的發展路線相關。其出現讓傳統管理的思維得以跳出框架，在創意的語言包裝下重新上市。其中的關鍵為國家主義色彩轉淡，資本主義勢力抬頭，信仰市場經濟力量。

英國在 1990 年代不斷強調公部門的責任機制與資源的效率運用，進而助長了官僚式的管理方法；其以設定並監控目標為基礎，藉著由上而下的撥款制度運作。這種公部門的管理方式被定義為「新公共管理」（New Public Management），其特性是：在量化目標上著力甚深，卻對文化工作中無法量化的質性層面缺乏了解。<sup>59</sup>

<sup>57</sup> 請參閱 Pearson, N. M. *The state and the visual arts. A discussion of state intervention in the visual arts in Britain, 1760-1981*. (California: Open University Press, 1982), 55.

<sup>58</sup> John Hughson and David Inglis, "Creative industries' and the arts in Britain: Towards a third way in cultural policy?", 460.

<sup>59</sup> Chris Bilton, 姜冬仁、楊皓鈞譯，〈創意產業：管理的文化與文化的管理〉，《文化創意產業讀本》（臺北：遠流，2011 年），頁 145。



文化藝術的補助是否具有效率性與合法性，在新公共管理的潮流中，益發產生爭議。新公共管理的出現是一項對於資訊社會中國家管理的一種反饋，其理論廣受歡迎卻也鬆散，期待公民社會與政府之間的協商合作並且降低政府運作的成本，量化數據形成管理指標；這也可稍微解釋前述 1990 年代末期對藝術的補助低落，因該路線主張將私人企業的管理和競爭機制引入政府的公部門。

英國另一種政策發展則較晚，商業發展機構介入來扶持文化產業中的新興企業，目標鎖定在文創產業的商業潛力上，視其為全球經濟中蓬勃發展的商機。在英國，此政策觀點可追溯至八、九零年代末經濟發展研究，但直到 1997 年才受到全國性的關注。<sup>60</sup>

商業部門與公部門的合作型態，在追求經濟利益中產生。由政治管理來界定文創發展的歷史的脈絡，工黨政府「創意產業工作小組」(Creative Industries Taskforce) 於焉成立，前述《創意產業圖錄報告》的出版乃是這種政治氛圍下的結果。如果說九〇年代的文化經營邏輯是強調控管與問責機制的「新公共管理」。在 1997 年後，此邏輯已轉為信仰市場、企業、管制鬆綁的「新自由主義」概念中的政策路線。在國家彩券 (National Lottery) 和中央政府資金挹注下，文化產業的野心逐漸壯大。<sup>61</sup>然而，筆者認為，補助的概念實際上在「新自由主義經濟學」中並沒有獲得認同，<sup>62</sup>此處「新自由主義藝術」則是一種概括說詞，兩者並不具有語意及脈絡的同一性。英國新公共管理的態度被批判為僵化，但即便轉向到「新自由主義」，對文創產業的態度仍舊以藝術補助的傳統方式作為管理手段，與市場銜接的另一種文創生產模式大相逕庭，兩者不能同一而論。

國際上的文創產業蓬勃發展是從聯合國正式以「創意產業」的名詞表述，以較為審慎的態度加入這項潮流後流行起來。雖然有數個國家例如亞洲的臺灣、日本、韓國等早已先行採用英國經驗，但許多歐洲國家卻是在 2005 年後政府才正式提倡。

<sup>60</sup> Chris Bilton，〈創意產業：管理的文化與文化的管理〉，頁 145。

<sup>61</sup> 同上註，頁 146。

<sup>62</sup> 例如經濟學家傅利曼認為自由市場中的所得不平等乃是政府造成的，譬如政府不同的補助或稅率影響所得分配，市場的不完美是政府所採取的措施造成的。(密爾頓·傅利曼，謝宗林譯，《資本主義與自由》，(臺北：博雅書屋，2011)，222。)





2005 年聯合國教科文組織於渣德浦會議提呈的《文化產業的背景報告》指出「文化產業」與「創意產業」幾乎是兩個可以互換的名詞。然而前者強調那些創意思維源自於文化社會遺產、傳統知識與藝術元素創造的產業；相對地，後者較著重個人與其創造力、創新、技術、才能在智慧財產的開發。<sup>63</sup>

聯合國這項將「文化」與「創意」作為折衷混合的美意，筆者以為他的延伸作用有幾項，例如將文化產業的發展脈絡鋪陳於文創產業下，使之獲得基礎理論架構。再來是創意產業活潑動態的特質美化了文化產業沈重的歷史感。兩者實際上以內容而言，可以延伸出廣大的跨學科討論和不同研究取徑。英國比爾頓（Chris Bilton）也就文創產業的內容提出更精細的分辨：

文化到創意產業，其實是一政治化過程——也是一文化政策語境的漸進歷程。其兩者的政治與經濟結合的變化：「文化產業」一詞意味著創意源生自特定的文化脈絡，並強調其中的理念、價值、傳統等意涵；而創意產業則著重理念與產品的嶄新性，將創意置放在獨特的創作者、創新與生產力的網絡中。<sup>64</sup>

比爾頓在其研究中，不斷強調創意產業中，布迪厄所稱象徵財貨（Symbolic goods）的重要性。與閱聽大眾溝通的行業所產生的經濟價值，取決於閱聽大眾主觀的意義詮釋。他更進一步解釋，文化產業乃群體的歷史表現，而創意產業則注重個人或由其組成的創作者所形成的獨特作品。筆者認為文創產業由是歸結了前者的歷史和理論意義，與後者所加入的文本分析和組織管理學等。在「文化」與「創意」兩者為內涵的基礎上，重新詮釋產業理論中所發展出的例如商品鏈、價值鏈、產業鏈與區域經濟等研究。

然而在文化商品研究的背後，卻隱含文化意識形態抗衡的意義，並串聯了馬克思以降，法蘭克福學派批判的論述，發展並非直線式的。聯合國採用的研究報告多元，橫跨歐美，初期的研究對象為傳統文化產業。以「文化產業」而非「創意產業」的法國作為說明，自1959 年設立文化部以來，官方以維護文化資產和博物館作為主要業務。民間普遍存在以

<sup>63</sup> UNESCO, *Background on cultural Industries*, A Senior Experts Symposium, Asian Pacific Creativity Communities: A strategy for the 21st Century, convened in Jodhpur, India, by UNESCO, World Intellectual Property Organization, the World Bank and Asian Development Bank. (2005, February), 22-26.; 李天鐸，〈文化創意產業的媒體經濟觀〉，頁 84。

<sup>64</sup> Chris Bilton，向勇譯，《創意與管理：從創意產業到創意管理》（北京：新世界出版社，2010 年），頁 209。



藝術對抗資本主義的主流思想，歐洲諸國，以法國為首拒絕嘗試將文化視為等同一般商品，也拒絕新自由經濟的各種努力。<sup>65</sup>雖然聯合國以兩者相通來解釋，但筆者認為「文化產業」與「創意產業」基本觀點最大的不同：兩者本質上對待「經濟」的態度相反；一者為依靠，另一者為對抗。天平兩端一是資本主義發源地英國所採用的「創意產業」，經濟轉型是為發展目的；一邊則是左派思想盛行的法國，未被潮流曲折其政治與思想路線，繼續沿用「文化產業」。跨國際的聯合國組織則在文化資產保護原則之上，引進創意產業的概念。文創產業的發展，除了實際上具有地域性的特性，在文化意識形態相異下，也具有國家不同區域性。

就結果而言，英國走出了和美國不同的路線，美國文化霸權<sup>66</sup>以媒體研究和產業為主軸向外拓展，英國重新奪回以文化意識形態包裝的經濟競爭力，重新向世界出口文化、衍生商品、甚至政策的細節。文創產業實則為英國對世界的整體國家行銷手段，受益者為城市觀光、經濟實力與文化再現。而細究相關文件，文化理論與文化經濟研究雖得以稍做討論，但卻著墨甚少。

總結文創產業於英國和聯合國兩條脈絡的主要演變有幾項：一項是從「文化」到「創意」語意變遷的過程，從而在歷史脈絡中承接「文化產業」所帶來的傳統包袱，並加入自由市場經濟體系的運作模式。再者即是「藝術民主化」過程，「大眾文化」不再是重要的爭端，「最好的藝術」不論其型態為何，都是英國政府補助支持的對象。最後則是「新公共管理」轉向至「新自由主義文化政策」的過程，從僵化制式的工業管理方式，轉而看重個人創意與才華的管理方式。政策先行的結果，使文創產業的正當性就地合法化，並且形構了以國家價值觀為準的文化意識形態，並在聯合國的推波助瀾下影響歐洲各國。筆者以為這三項的演變也帶來幾項挑戰：文化理論如何鑲嵌至動態的產業模型、補助的型態和不同產業分類的所得分配、創意管理的組織社會學如何建構等議題。

## 伍、文化創意產業的研究材料特性與取徑

文創產業的研究內容帶有多元、動態和矛盾本質，不能沿用傳統的研究取徑。譬如尼葛思<sup>67</sup>認為須援引所有社會學、管理學、經濟學、人類學與商業心理學的發展，才可能將「文化產業」當作一個「產業」來研究。他認為：

<sup>65</sup> 創意產業的典範在法國很少人知道，也很少人了解。在 2008 年文化傳播局（DEPS）舉辦的第一次全國會議討論到這個主題。除了少數城市，地方政府大多很慢才意識到這個主題。（Gombault，收錄於《文化創意產業國際經典論述》（臺北：師大書苑，2008 年），頁 42）

<sup>66</sup> 詳見 David Hesmondhalgh，〈文化產業與新帝國主義〉，頁 231-243。

<sup>67</sup> Keith Negus，〈超脫文化產業重思創意生產〉，頁 131。



思考創意生產的動態過程時，我們應該認知到，它不會在產業脈絡所架構的資本生產規範與組織編制型態下，自然而然地發生，而是和更寬廣的文化形構、經濟實踐及社會部門的分工合作等，有著緊密的關聯。<sup>68</sup>

而黛安娜·克蘭（Diana Crane）<sup>69</sup>在《文化生產》一書中的原始材料除了來自於流行文化和藝術社會學之外，還來自於傳播學、文學批評、電影研究、美國文明、經濟學和藝術批評等領域的書籍和文章。筆者認為在研究中，雖不能因認定文創產業蘊含特定的藝術價值，就將它擺在一個特殊的位置，與其他產業區隔。但是在社會科學研究中，必須認知文創產業知識構成的特殊性。文創產業的出現和形成，使我們更廣泛地洞悉社會文化、資本體系、大小企業、制度規範以及生產組織的運作方式。「文化」一詞由於 1980 和 1990 年代幾次轉向，內容衍生繁多，形成學術上「跨學科」特性。文創產業的研究材料特性是否相似，又或者產生新的演變，分析文本的結構可歸結特定的研究脈絡。

時間是一個線索，文創產業專書的出現，相對晚於政策和學校相關科系的設立。<sup>70</sup>這一特點顯示專門研究材料的缺乏之外，在解釋學術的角色上也很有幫助。文化或產業兩者相關理論發展甚久，但具體提出含有「創意產業」（Creative Industries）關鍵字的專書，則屬晚近十五年的事情。首先問世的是哈佛大學經濟學者凱夫（Richard Caves，生卒年）於退休 200 年出版的《文化創意產業：以契約達成藝術與商業的媒合》（*Creative industries: contracts between art and commerce*）這本書籍，以經濟學角度出發，著重以「契約論」闡釋視覺創作、電影、表演藝術、唱片、書籍出版的經營模式和市場機制。接著英國學者漢斯蒙豪在 2002 年出版《文化產業分析》（*The Cultural Industries*）的專書小冊（2007 和 2012 年增修），內容闡述文化產業的分析架構與研究取徑，探討產業變遷與延續的原因。2008 年澳洲學者浮羅（Terry Flew）出版有關於文創產業和政策脈絡的書籍《創意產業》（*The Creative Industries*），內容涉及各國政策、文化經濟、文化生產、消費市場、全球化與城市 and 國際政策等多面向。專書的特點是側重文創產業與某一議題的關聯，形成具有時間脈絡的研究取徑，針對當代文化作歷史性分析，並正視意義的重要性。

<sup>68</sup> Keith Negus，〈超脫文化產業重思創意生產〉，頁 132。

<sup>69</sup> Diana Crane，趙國新譯，《文化生產：媒體與都市藝術》（上海：譯林出版社，2001 年），頁 1。

<sup>70</sup> 英國文創相關政策發展一般認為始於 1997 年後，相關科系創立為 1999 年左右。例如 1999 年，英國華威大學（University of Warwick）教授比爾頓（Bilton）創立創意與媒體企業碩士課程（MA in Creative & Media Enterprises）瀏覽於 2014 年 10 月。[http://www2.warwick.ac.uk/fac/arts/theatre\\_s/cp/staff/bilton/](http://www2.warwick.ac.uk/fac/arts/theatre_s/cp/staff/bilton/)



另一種模式是以拼貼蒐羅的方式進行編書，將不同領域的期刊或是研討會論文集結成書是主流的趨勢。譬如 2005 年身於英國威爾斯以研究電視媒體為主，後任教於澳洲的哈利（John Harley）<sup>71</sup>，他所編選的《創意產業》（*Creative Industries*）集結期刊，章節分為六個部份：創意世界、創意本體、創意實踐、創意城市、創意企業和創意經濟，在各主題置放導論文章。近五年集結文章期刊出版文創專書者相當豐沛，2011 年臺灣李天鐸所編選的《創意產業讀本》，主要收集西方流行的幾篇期刊加上數篇亞洲的觀點作為另一種呈現，梳理了三大主題：概念／意含／範疇、管理／組織／地緣、轉型／實踐／爭議。內容多元、探討文化政策、文化產製、文化霸權及市場變遷等議題。2012 年哥本哈根商學院具人類社會學背景的波爾恩（Brian Boeran）所編選的《創意產業：重要選讀》（*Creative Industries: Critical Readings*），內容分為四大類：概念、經濟、組織、實踐，以新穎的方式選擇了相關的文章以歷史時間貫穿文創的脈絡。同年義大利學者拉瑟瑞堤（Luciana Lazzeretti）<sup>72</sup>等也出版集結期刊的文創專書《歐洲創意產業與創新》（*Creative Industries and Innovation in Europe*），內容分為兩部份：第一部份為歐洲的文化和創意產業，第二部份為創新、創意空間與符號價值。編者的目的試圖釐清創意、空間和社會之間的關係，從創意的空間面向以及社會取向來探討文創產業和創新兩者的關聯。筆者觀察到澳洲、丹麥、臺灣等地的編書方式著重「創意產業」中的管理、經濟與實踐。歐洲則偏向文本符號較多，英國尤其重視政策研究。這些特質與本文前述歷史意義所呈現的區域性研究特質頗為符合。

以書籍形式與編輯做區分，主題與作者可劃分為單一與多元的型態。雖然其他學科也有類似分類，但文創產業的多元性卻更加明顯。筆者認為材料的特性影響研究取徑甚鉅，因此必須先了解文本材料組合形式。

<sup>71</sup> 參見網站 [http://en.wikipedia.org/wiki/John\\_Hartley\\_\(academic\)](http://en.wikipedia.org/wiki/John_Hartley_(academic))。其最為人所知的是和知名研究媒體的學者約翰·費斯克所合撰的《閱讀電視》（*Reading Television*）。Harley 任教於澳洲昆士蘭科技大學，並且是「ARC 創新與創意產業卓越發展中心」（ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation）的主持人，握有大筆的預算。

<sup>72</sup> Luciana Lazzeretti 是義大利佛羅倫斯大學電影經濟與管理系的教授。近來研究興趣主要是產業、文化群聚與城市、創新與文創產業。（Lazzeretti, Luciana, ed. *Creative industries and innovation in Europe: Concepts, measures and comparative case studies*. Routledge, 2012：5）



表 1、文創相關書籍知識體系編輯方式（本研究整理）

	主題單一	主題多元
一人撰寫	傳統式的書籍編輯方式，以主筆彙整單一學科知識（ex.政策）形成有脈絡的論述。數量不多。	主筆涉獵不同學科的整理，雖然脈絡較佳但整理困難。此類別數量最少。
多人撰寫	針對某一個議題探討，蒐羅相關專家的文章編輯成冊，例如談論文化經濟。數量頗豐。	蒐集各界的文章，分類成不同主題。內容豐富閱讀困難，難以形成系統化的脈絡。此類別最多。

文創產業的知識結構龐雜，材料選輯的方法與文創產業的分類方式皆不明確。這樣的發展已超越單一社會科學傳統研究方法，學術上的研究成果和見解日趨複雜。癥結還包括知識體系結構的轉向及多元化，文化研究已無所不包，在文化社會學、人類學、藝術哲學之外，還須與經濟學及管理學鑲嵌。

筆者認為政策和書籍的編選方式客觀呈現了文創產業的複雜性，解決方式皆是在這許多小分類地基之上，蓋上新的統一稱號。而學術界因為文創產業的熱潮，從特定領域鑽研的態度，不得不擴大視野，研究社會學科的綜合面向，這廣闊的範圍超出「個體學者」的能力，只得收羅文章來解決此一問題。此方式衍生出幾個問題：閱讀的困難性、研究方法的複雜性、觀點的發散性、專有名詞及譯名的差異性等，致使閱讀者難以自行理出脈絡。

分析材料內容與途徑建構，材料繁多，各國之間研究重心迥然不同。美國學者凱夫（Richard Caves）雖使用文創產業之名稱率先出版，究其內容卻和文創產業的研究文本多有差異，內容偏向藝術及影視投資。美國出版的文創研究多與電影、時尚與產業理論相關，例如史考特（Allen J. Scott, 1938）的產業地理學，與波特（Michael Porter, 1947）的產業理論模型經常被學術圈引用。英國的文創產業相關研究在邁入 21 世紀時已蔚為主流，政治經濟學、文化地理學與文化經濟學的論述頗豐。法國和德國政策上的應用甚少，但文化與社會理論卻豐富了文創產業的文化論述。澳洲的研究多以上述材料作文本分析，歐洲與亞洲則專注區域或產業案例的發展。

複雜性的特質使文創產業研究取徑的選擇成為研究關鍵。普瑞特曾經簡短梳理文化產業的研究路徑，分岔點指向 1980 年代法國的學者米亞吉，其後的研究分為兩個方向：一





為文本分析，二為消費產製。<sup>73</sup>漢斯蒙豪在分析文化產業變遷時，歸納文創產業的理論基礎起源擷取了不同學科路徑的思想脈絡，概約分為：以經濟為主的文化經濟學取徑、沿襲歐洲文化產業的政治經濟學取徑、文化研究取徑、基進媒介社會學與媒介研究取徑以及文化實證社會學取徑等。<sup>74</sup>他主要採用了政治經濟學取徑和文化研究取徑，進行介於兩者之間的文化產業分析。他如此解釋：

主流文化經濟學的研究限制顯而易見，它並不能闡述我想關切的權力議題。尤其主流經濟學全然不重視經濟組織間的關係與文本意義的議題。經濟與文化的另一取徑中心，則是一般所謂政治經濟學。自由多元主義<sup>75</sup>也有所侷限，就是他不能系統化說明文化產業如何與更廣泛的經濟、政治及社會文化過程相互連結。因為自由多元主義本是一種政治形式的問題。<sup>76</sup>

另外他也認為文化產業缺乏對文化產業組織的實證分析，並研究貝克（Becker）與彼得森（Peterson）奠基於文化研究和政治經濟學途徑的論述，釐清創意的文化藝術作品其實是透過合作及複雜勞動分工的成果。除此之外，也納入威廉斯（Raymond Williams, 1912-1988）的文化歷史社會學。<sup>77</sup>又例如尼葛思討論文化產業的產製，以貝克和布迪厄的社會空間，亦即藝壇（Art World）和場域（Field）加以討論，同意文化生產中合作關係的重要性。<sup>78</sup>綜合來說，文化產業的研究大抵上綜合文化研究和政治經濟學，另外再加入具空間特性的地理學，用以連結文化、社會分析及產業鏈。

筆者認為漢斯蒙豪雖然指出各種取徑，但是在層次以及關係上卻未能清楚表述，也沒有清楚納入文化地理學的研究路徑。<sup>79</sup>各種取徑的選擇較為單一，雖然研究者可以對議題有探討重心，卻不能忽略文創產業研究背後成因的複雜性，這也是各種化約論反對者所倡

<sup>73</sup> Andy Pratt，〈文化創意產業的經濟地理觀〉，頁 60。

<sup>74</sup> David Hesmondhalgh，〈文化產業分析〉，頁 31。

<sup>75</sup> 譬如哈維（David, Harvey）致力於分析資本家、國家與金融機構如何解決資本主義危機的問題，因而提出以時間性或空間性的資本主義修補的方式來解決過度積累的問題。而 1980 年代中提倡新自由主義來解決 1970 年代的全球經濟危機，主張自由貿易和私人企業是復甦經濟的主要工具，因而產生新的國家管理和國際經濟的政經統治概念。David Hesmondhalgh，〈文化創意產業讀本〉，頁 234。

<sup>76</sup> David Hesmondhalgh，〈文化產業分析〉，頁 34。

<sup>77</sup> 同上註，頁 41。

<sup>78</sup> Keith Negus，〈超脫文化產業重思創意生產〉，頁 132。

<sup>79</sup> 其他學者諸如普睿特（Andy Pratt）文創產業研究領域也包含文化地理學，但是多數學者在研究文創議題時，未能如漢斯蒙豪對方法論以及研究取徑加以說明。



議的觀點。從前述的歷史發展和文件分析中可清楚知道，排除文化經濟學此點忽略了歷史發展意義。再者從區域分類尺度中，大至不同國家的文創產業，小至地方性的案例探究，都屬於文化地理學的範疇。從地理學者梁炳琨和張長義的研究中，則可清楚辨析文化經濟與地理學的脈絡，實則和文創產業研究脈絡相合。

文化—經濟的研究觀點，大致可分三階段，第一階段延續於文化產業的研究傳統，以馬克思主義為主軸，包含經濟決定文化、經濟操作文化，強調經濟影響文化；第二階段，盛行於 1980 年代的政治經濟研究傳統；第三階段以 1990 年代文化轉向影響的新文化地理、及新經濟地理的新研究傳統，有經濟鑲嵌於文化、經濟再現文化、及經濟的文化物質化三者。<sup>80</sup>

經濟地理的脈絡研究裡，明白指出了文化與經濟的多變關係。在文創產業的研究中，馬克思和法蘭克福學派的思想引述文章眾多，到了 1980 年代時產生文化轉向，並且分為文本分析、消費產製、與政治經濟研究三條路線。因此文創研究絕不可能脫離地理學的範疇。由是筆者認為在文化研究的基礎上，加入政治經濟學、文化及經濟地理學、文化經濟學等研究路徑，使架構完整，即可以探知在歷史發展中，文創產業的總體研究路徑。這樣的研究取徑，涵括時間、空間、價值與意義，建構立體思考模式，使文創產業成為社會科學研究的新起點。據此檢視前述的關鍵議題與專書論述方式，可認知目前文創產業研究中的侷限性。

## 陸、結論

歷史事件的時間軸、文化與經濟的空間和社會所欲建構的體系，这三者的相對關係形塑了文創產業研究的概貌。由於研究材料特性使然：一則是政策領先研究，隨後才有專門科系的建立；二是研究材料的分類與變遷呈現的複雜性，研究的取徑來自跨學科領域，造成解讀重心的殊異。這些特性導致在探討文創產業時，經常在商品、行銷、文化研究或產業結構等細節處產生傾斜的障礙。本文第二節分析文獻所歸納之議題，其爭議之出現也經常源自於此。文創產業與新自由主義一樣，都帶有混沌不清的政策性文化意識形態，肇因

<sup>80</sup> 梁炳琨、張長義，〈地理學的文化經濟與地方再現〉，《地理學報》35（2004 年），頁 84。



於政黨路線及競爭力的展現。<sup>81</sup>其本質上為國家施行政策的修辭與策略，是為一種意識型態，動機為英國急欲找尋經濟轉型的新手段，結果鞏固國家地位，進行文化輸出。<sup>82</sup>

文創產業政策的合法性，基本建構於政府的政策基礎上，動機初始就是以經濟領導文化為開端。在英國之前的聯合國，就以減輕資本主義帶來的負面效果來看待文化，英國則是轉而積極以文化作為經濟轉型的利基點。在政策的發動者中，經濟是為優先考量，隨後發展的相關研究，研究者的背景多是文化、藝術與媒體出身，在檢視「文化意含」、「創意如何被特別提出」、以及「英國對產業的經濟期待」這三點上，立場一開始就有了顯著的不同。

在表象上，文創產業涉及「文化」變遷至「創意」產業的歷史意義、資本主義全球化的文化商品販賣、新自由主義下政府採行的文化政策，國家或區域的行銷。實際上這些表象所闡明的是理論主流與意識型態的改變，文化、經濟和社會不斷調整相對關係的過程，如同 1980 及 1990 年代的文化、媒體、物質的轉向。文化創意產業的議題則又是 2000 年開始的另一波社會科學整合轉向的結果，結果也適當的調節了藝術與社會的關係，使藝術的重心從高雅文化、大眾文化移轉為日常生活皆可碰觸的物質與商品。

研究材料的特性與文創產業的分類一樣散碎，全視角的了解涵括的取徑，再重新選擇是一項解決方式。1980 年代為分水嶺的文化產業研究，形成兩支路線，一偏向文化中的文本與符號研究；另一方則與商業中的產製靠攏，與其後的文創產業中「文化」與「創意」的不同研究內容大約相應。將不同產業集合而成的「文創產業」雖是政經策略，研究上卻無法任意排除已合法的分類子項，導致材料編輯零散，微妙的呈現後現代主義特色—片段與模糊性。分類問題不只出現在子項目產業的架構中，也在社會科學研究中呈現「跨領域」特性。經濟與商業模型難以和社會與文化鑲嵌，量化與質化之爭，目前的發展也無法令人都滿意。

研究取徑在分析材料後，主要包含政治經濟學、文化研究、文化與經濟地理學和媒體研究等。文化經濟學雖然無法闡述國家架構下的權力及場域議題，但智慧財產權及模型計算仍須倚賴它。地理學的應用在文創產業研究中，呈現區域的質性或實證研究，但是在

<sup>81</sup> 「文化產業」或「創意產業」(creative industries) 政策提出的目的是，藉由政治性的宣示達成經濟財貨的累積。(李天鐸，〈文化創意產業的媒體經濟觀〉，《文化創意產業讀本》(臺北：遠流，2011 年)，頁 82。)

<sup>82</sup> 新自由主義(小政府、刪減福利開支、私有化、解除管制、開放自由貿易與競爭、公私合夥、使用者付費……)基本上是檯面上的政策修辭和策略，但整個社會結構的核心趨勢，還是促進資本積累、經濟發展、強化本國統治階級力量，壓制社會反對力量。(王志弘，〈新文化治理體制與國家-社會關係：剝皮寮的襲產化〉，《世新人文社會學報》13 (2012 年)，頁 55。)



理論意識上經常被忽略。將漢斯蒙豪對取徑的歷史系譜研究上增添地理學概念，使文創產業的研究在時間、空間和結構上可變得更加立體，有利於了解文化、社會和經濟之間的各種關係，更容易理解產業所帶來的區域性問題。

在研究文創產業的眾多材料後，筆者深感若要深化文創產業的理論層次，除了大量蒐集相關文獻之外，對於廣大的社會科學都必須有所涉獵，除了時間問題，分析的邏輯難免有價值觀的輕重之分。在研究層次中，商管領域的理論經常與文化社會理論互斥，涇渭分明為常態，為了解決此問題，文化商品或是符號社會等議題成為焦點，前者至少產生物質的實踐；後者則多少建構社會。理論分析的結構則過於零散，脈絡化的複雜程度超越想像。近幾年英國文創產業研究稍有停滯的現象，取而代之的是解構全球化的地域性研究，歐亞都有各自的發展路線，形成一個文創議題下，多樣地區案例的特殊研究結構與趨勢。



## 參考文獻

- Andy Pratt, 陳柔安譯, 2011, 〈文化產業：不只是群聚典範〉, 《文化創意產業讀本》, 臺北：遠流出版社, 頁 176-200。
- , 陳映蓉、黃仁藝譯, 2011, 〈文化創意產業的經濟地理觀〉, 《文化創意產業讀本》, 臺北：遠流出版社, 頁 57-80。
- Benjamin, Walter, 許綺玲、蕭永盛譯, 1998, 《迎向靈光消逝的年代》, 臺北：臺灣攝影工作室。
- Chris Bilton, 姜冬仁、楊皓鈞譯, 2011, 〈創意產業：管理的文化與文化的管理〉, 《文化創意產業讀本》, 臺北：遠流出版社, 頁 143-159。
- , 向勇譯, 2010, 《創意與管理：從創意產業到創意管理》, 北京：新世界出版社。
- David Hesmondhalgh, 廖珮君譯, 2009, 《文化產業分析》, 臺北縣：韋伯文化國際。
- Diana Crane, 趙國新譯, 2001, 《文化生產：媒體與都市藝術》, 上海：譯林出版社。
- Jason Potts 等, 葉天慧譯, 2011, 〈社交網絡市場：一個創意產業的新定義〉, 《文化創意產業讀本》, 臺北：遠流出版社, 頁 107-126。
- Keith Negus, 楊皓鈞譯, 2011, 〈超脫文化產業重思創意生產〉, 《文化創意產業讀本》, 臺北：遠流出版社, 頁 127-140。
- Richard Caves, 仲曉玲、徐子超譯, 2003, 《文化創意產業——以契約達成藝術與商業的媒合》, 臺北市：典藏藝術。
- UNESCO, 關世傑譯, 2000, 《世界文化報告 文化、創新與市場 1998》, 北京大學出版社。
- 王志弘, 2012, 〈新文化治理體制與國家——社會關係：剝皮寮的襲產化〉, 《世新人文社會學報》, 13。
- 李天鐸, 2011, 〈文化創意產業的媒體經濟觀〉, 《文化創意產業讀本》, 臺北：遠流出版社, 頁 81-105。





林炎旦編，2010，《文化創意產業國際經典論述》，北京：師大書苑。

邱誌勇，2007，〈美學的轉向：從體現的哲學觀論新媒體藝術之「新」〉，《藝術學報》81：283-298。

——，2011，〈文化創意產業的發展與政策概觀〉，收於《文化創意產業讀本》，臺北：遠流出版社，頁 31-56。

陳榮華，2006，《海德格存有與時間闡釋》，臺北：國立臺灣大學出版中心。

密爾頓·傅利曼，謝宗林譯，2011，《資本主義與自由》，臺北：博雅書屋。

梁炳琨、張長義，2004，〈地理學的文化經濟與地方再現〉，《地理學報》35：81-99。

葉啟政，2013，《象徵交換與正負情懷交融：一項後現代現象的透析》，臺北：遠流出版社。

Adorno, Theodor W. 1991. *The Culture Industry: Selected essays on mass culture*. London: Routledge.

Andari, R., Bakhshi, H., Hutton, W., O'Keeffe, A., and Schneider, P. 2007. *Staying Ahead: The economic performance of the UK's Creative Industries*. London: The Work Foundation.

Australia Policy Online, 1994. "Creative nation: Commonwealth cultural policy", Australian Policy, accessed Nov. 22, 2014, <http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994>

Banks, Mark, and O'Connor, Justin. 2009. "After the creative industries." *International Journal of Cultural Policy* 15(4): 365-373.

Belfiore, E., and Bennett, O. 2008. *The social impact of the arts: An intellectual history*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Bilton, Chris, and Leary, Ruth. 2002. What can managers do for creativity? Brokering creativity in the creative industries. *International Journal of Cultural Policy* 8(1): 49-64.

Brian Moeran, Ana Alacovska ed. 2012. *Creative Industries: Critical Readings Vol.1 (concept)*. London: Berg.



- British Council, 2010. "Mapping the Creative industries: a toolkit", accessed Nov. 22, 2014, <http://creativeeconomy.britishcouncil.org/blog/10/04/08/mapping-creative-industries-toolkit/>
- . 2013. "British Council increases arts investment", accessed Nov. 22, 2014, <http://www.britishcouncil.org/organisation/press/arts-investment>
- CIEPAG, 1999, *Creative Industries: Exports: Our Hidden Potential*, London: DCMS.
- Cunningham, S. D. 2002. "From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications." *Media international Australia incorporating culture and policy: quarterly journal of media research and resources*, 102, 54-65.
- DCMS, 2014. "Creative Industries Economic Estimates", accessed Nov.22, 2014, <https://www.gov.uk/government/publications>.
- DCMS. 2001. *Creative Industries Mapping Documents 2001*. UK Government.
- Flew, T., and Cunningham, S. 2010. "Creative industries after the first decade of debate." *The Information Society* 26(2): 113-123.
- Flew, Terry. 2012. *The creative industries: culture and policy*. London: Sage.
- Garnham, Nicholas. 1990. *Capitalism and communication: Global culture and the economics of information*. F. Inglis (ed.). London, Newbury Park, New Delhi: Sage publications.
- Garnham, Nicholas. 2005. "From cultural to creative industries." *International Journal of Cultural Policy* 11(1): 15-29.
- Hartley, J., Potts, J., Flew, T., Cunningham, S., Keane, M., and Banks, J. (Eds.). 2012. *Key concepts in creative industries*. London: Sage publications.
- Hartley, John. 2005. *Creative industries*. Malden, MA: Blackwell publications.
- Hesmondhalgh, David, and Pratt, Andy C. 2005. "Cultural industries and cultural policy." *International Journal of Cultural Policy* 11(1): 1-13.



- Hesmondhalgh, David. 2008. *Cultural and Creative Industries: The SAGE handbook of cultural analysis*. Sage publications.
- Hughson, J., and Inglis, D. 2001. "Creative industries' and the arts in Britain: Towards a third way' in cultural policy?". *International journal of cultural policy* 7(3): 457-478.
- Jay, Martin. 1976. *The Dialectical Imagination: A History of the Frankfurt School and the Institute of Social Research 1923-1950*. London: Heinemann Educational Books.
- John, Ruskin. 1985. *Unto This Last (1862)*, ed. Clive Wilmer, Penguin: Harmondsworth.
- Kibbe, Barbara D., and others. 1980. *Creative workers, cultural industries and technology in the United States*. UNESCO document.
- Lazzeretti, L. (ed.). 2012. *Creative industries and innovation in Europe: concepts, measures and comparative case studies*. London: Routledge.
- Miège, Bernard. 1983. Problems which the development of national and international cultural industries presents for artistic and intellectual creation. UNESCO document.
- Moran, Marie Kathryn. 2012. "The social impact of the arts: an intellectual history." *International Journal of Cultural Policy* 18(4): 486-488.
- Negus, Keith. 2006. "Rethinking creative production away from the cultural industries." *Media and cultural theory*, 197-208.
- NESTA Report. 2012. "A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries", accessed Nov. 22, 2014, <http://www.nesta.org.uk/publications/dynamic-mapping-uks-creative-industries>.
- . 2012. *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*. <http://www.nesta.org.uk/publications/dynamic-mapping-uks-creative-industries>.
- NESTA, 2006. "Creating Growth", Accessed Nov. 22, 2014, <http://www.nesta.org.uk/publications/creating-growth>.



- Oakley, K. 2004. "Not So Cool Britannia The Role of the Creative Industries in Economic Development." In *International journal of cultural studies* 7(1): 67-77.
- . 2009. "The disappearing arts: creativity and innovation after the creative industries." *International Journal of Cultural Policy* 15(4): 403-413.
- Potts, Jason, and others. 2008. "Social network markets: a new definition of the creative industries." *Journal of Cultural Economics* 32(3): 167-185.
- Pratt, Andy C. 2005. "Cultural industries and public policy." *International Journal of Cultural Policy* 11(1): 31-44.
- Scott, A. 2002. "A new map of Hollywood: the production and distribution of American motion pictures." *Regional studies* 36(9): 957-975.
- Smith, Chris. 1998. *Creative Britain*. London: Faber and Faber.
- Throsby, David. 2008. "Modelling the cultural industries." *International Journal of Cultural Policy* 14(3): 217-232.
- Towse, Ruth. 2011. *A Handbook of Cultural Economics*. UK: Edward Elgar Publishing.
- UNESCO, 1982. "Cultural industries: a challenge for the future of culture", accessed Nov. 22, 2014, [http://www.unesco.org/ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=49972&set=00548AFF7B\\_3\\_30&gp=1&lin=1&ll=1](http://www.unesco.org/ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=49972&set=00548AFF7B_3_30&gp=1&lin=1&ll=1).
- UNESCO, 1983. "Problems which the development of national and international cultural industries presents for artistic and intellectual creation", accessed Nov. 22, 2014, [http://www.unesco.org/ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=58064&set=00548B019C\\_3\\_378&gp=1&lin=1&ll=1](http://www.unesco.org/ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=58064&set=00548B019C_3_378&gp=1&lin=1&ll=1).

