

臺灣在地化社區營造與文化創意產業 政策與發展*

柯一青**

摘要

臺灣社會在經過全球化（globalization）的改變後，人們開始追求精神交流及心靈充實，過去以經濟發展為重的生活方式已漸讓人感到失落，反而懷念起往日以鄰里、宗親、同庄或同姓所聯繫的社區（community）型態，繼而造就臺灣社區總體營造（comprehensive community development）運動興起的契機，也喚起創造新地方文化產業的力量。然而，已經失去的凝聚力與地方文化要再找回實在不易，如何創造或創新在地化文化產業（local cultural industry）的實踐已成為十分重要的事。社區地方文化產業若未有其特殊性與創意，社區則易被外來商業行為而破壞，甚至造成原有住民的離開，變成充斥外來投資客的商圈。故在地化文化創意產業並非仿效即可，居民在社區在地化文化圈裡的角色，也該更積極建立起自己社區文化特色，雖同樣是以聚集產業引入經濟及商業活動，在自主社區的基礎中，則會有著不同實踐意義。缺少社區的基礎下，就易隨著政經社會的變遷而頹敗，在地文化也易被仿效或替代。本文擬梳理臺灣社區營造政策的發展及文化創意產業（cultural and creative industry）論述轉變的過程，並對臺灣實踐文化創意產業的方法提出建議。

關鍵詞：全球化、社區、社區總體營造、在地化文化產業、文化創業產業

* 收稿日期：2015.11.22；通過日期：2016.09.22。

** 中原大學設計學院設計學博士學位學程研究生。



緒論

臺灣在社區總體營造運動崛起後，各地開始出現許多社區營造的案例。主要是利用各社區特性提出策略來聯繫居民的向心力，繼而尋找或創造不同意義的在地化文化產業（cultural industries）。社區總體營造（community infrastructure establishment）的論述是希望如何使人對自己所生活的地方感到榮耀，懂得品味辛苦營造過程中所付出的喜悅，凝聚社區的向心力並創造出豐富的地方文化。故如何找到社區的特殊在地文化潛力，利用社區重要元素將人心凝聚起來，才是真正的創造地方性文化產業的力量。在臺灣，原本的社區營造論述是期待克服臺灣在面臨都市化、全球化轉變所造成的隔閡問題，繼而產生共同價值觀（shared values）繼能產生與生活、文化及產業的相關溝通，才能創造文化創意產業的發展的環境。在此論述下，社區總體營造與文化創意產業息息相關，藉由地區文化特殊性的軟實力（soft power），促成地方特有品牌的經營，也具有帶動地方發展的功能，而各縣市也可塑造出文化城市的風貌。但隨著臺灣政經環境的轉變，文化創意產業漸和社區營造論述分道揚鑣，人、文化、地方、經濟產業與創意間的關係也開始轉變，然而文化與創意是抽象的，產業卻為具體的，抽象與具體之間的媒合涉及跨領域整合有其實踐的困難度。本文梳理戰後臺灣社區總體營造出現的脈絡與在地化文化產業發展論述出現與轉變作為探討，並給予文化創意產業實踐的建議。

一、文獻回顧

在過去有著介紹日本十七個社區營造故事的故鄉魅力俱樂部書籍（王惠君譯，1997），也有許多各縣市社區營造成果專輯（臺北縣政府，2007；新北市政府文化局，2013），加上這幾年來許多縣市舉辦的社區培力（community empowerment）課程，大致內容多著重在社區營造的成效、實踐方法或營造過程。除此之外，仍有許多社區公共事務參與及社區組織相關的書籍，亦有社區營造的教育策略（林振春，1998；林振春，1999；章文欽，2005），但較無敘述臺灣社區發展脈絡及與文化創意產業之關係研究。另外有關文化創意產業發展的相關書籍也陸續的出現，如文化創意產業之個案與故事（周德禎、賀瑞麟、朱旭中、李欣蓉、施百俊、林思玲、陳運星、葉晉嘉，2014；吳貞儀，2007；陳昭志，2011）、文化創意產業與其他產業的應用（林懿貞、王翊全，2005；黃秀惠，



2005；張正龍，2010；陳曉鷗，2006）、文化創意產業與其他論述之分析（馬群傑，2013；蘇明如，2016）及文化創意產業論述說明等（林炎旦，2010；夏學理、秦嘉嫻、洪琬喻、陳國政、施沛琳、謝知達、陳怡君，2016；周德禎主編，2015）。內容大致上多為介紹世界各國的文化創意案例或園區以及國際經典論述，其中部分涉及文化創意產業與文化公民參與的研究，亦有文化創意產業競爭力調查報告或策略、理論與實務、創意管理與文化經濟。整體來說從各個領域介入文化創意產業的相關書籍或論文多有其偏重的部分，有的偏重於創意經濟與產業化（李天鐸，2011；郭輝勤，2008）的議題，有的則偏重於行銷、設計、視覺傳達與管理層面（陳盈蕙，2004；馮久玲，2002；黃淑晶，2005），部分則以傳統文化與現代文化創意產業（國立臺中技術學院應用中文系，2014；劉元立主編，2005）之關聯性作為分析，整體來說並未多涉及臺灣文化創意產業論述的發展歷程與轉變。在臺灣，文化的淵源眾多且內涵隨著歷史而持續變遷，而社區總體營造與文化創意產業論述的出現都與人、經濟與社會政經發展有關，故應由此發展歷程的梳理才能檢討論述轉變的脈絡，始能瞭解臺灣實際推展的過程，並探討之。以下將從戰後臺灣社會結構的轉變與社區總體營造及文化創意產業論述出現的脈絡進行探討。

二、戰後臺灣的社會結構轉變—工業化與全球化

戰後，國民政府取代日本殖民者的地位，起初仍延續日據時代人民與政府的關係，並未觸動或改變整體的臺灣社經結構（王宏仁、龔宜君、李美賢，2005）¹。但後續隨著政經情勢的改變，臺灣的社會結構開始漸漸產生變化。其中在政治方面，執政者經過一九四七年的政治事件拔除大部分殖民時期的本土精英及政治領導者²，建立起嚴肅的政治氛圍。在經濟方面，政府透過土地改革政策削弱地主對農業生產掌控，再以「以農養工」政策扶植地主將產業重點轉向工業³。一九四九年國民政府遷臺後，臺灣正處於威權與現代化主義勢力的相互角力和政治與經濟消長的抉擇，由於當時政權對美援過度依賴，朝向資本主義（capitalism）親成長發展已成為必定的方向⁴，原本土地政策中被削弱的地主，

¹ 在一九四九年國民黨政府從中國大陸撤守來臺之後，大致上仍遵守了殖民時期對於臺北市的空間計畫（黃麗玲，1995）。

² 以二二八事件為最主要之行動本省籍菁英在這場權力爭奪中失敗，使外來的移民政權能更自主於臺灣的社會，但是也種下戰後族群對立之根源（高隸民，1987）。

³ 二戰後一九五三年始第一期四年經建計畫「以農業培養工業」的政策，都可發現中華民國農業在產業發展史上是處於「被汲取」的角色（劉小蘭，2003）。

⁴ 原本在威權壓抑下的經濟成長也在國民黨威權政府「反共復國」的可能性逐漸消退後重獲正當性來源，從



在政府扶植下成為民營家族企業資本家，臺灣社會因此漸漸的從以農養工轉為由農轉工，經濟上也由進口替代轉為出口導向⁵。這樣的改變造成臺灣的農村生產力衰退，造成城鄉移民，出現農村勞動人口大量向都市集中的現象。此時由鄉村移入城市的勞動人口多聚集於工廠附近暫住，城市在新移民心中只是中繼而短暫的位置，在城市完成工商活動後放假仍須回到鄉村去，普遍認為鄉村裡才有「家」的存在⁶，逢年過節總是出現大量的返鄉潮。此時期只有後山屏障的東部比較免於工業化（industrialization）的影響，改變後北臺與南臺的城市與港口為臺灣人口集中謀生的地方。然而受到工業化的影響，家庭結構亦出現改變，雖保留過去農業社會（agrarian society）的家庭權力，但三代同堂組織下，由祖父母掌控經濟大權的情形卻發生改變，三代中的青壯年受工業化影響而出走，轉而負擔起家庭的經濟重任，此時期原本鄰里宗親為主的「社區」仍然存在，農業社會建立起的父權威嚴並未因此立即瓦解，但接踵而來的改變更加劇了城鄉的差距。

八〇年代臺灣社會逐漸工業化後造成社會結構（social structure）的轉變，後續接踵而來全球化（globalization）力量更加速城鄉的差距及家庭結構的瓦解，在此差異的社會狀態下，社區論述及社區意識卻漸漸的興起。臺灣受到全球化的衝擊使得社會結構再度發生改變。在全球化的衝擊下原本代工的角色漸漸被其他工資更低廉的國家取代⁷，為尋求廉價勞工以追求最大利潤，資本家就選擇關廠及遣散工人⁸。八〇年代晚期，在臺企業為尋找廉價的土地及勞動力開始外移，城鄉移民加劇，「家」的組織也因此受到影響，原本移民者仍有的家庭觀念因此有了改變，原有的農村家庭結構被破壞，農民往都市集中，北臺迅速興起，南部雖仍有農村及農業卻十分衰敗。此時大家庭結構也在轉變中發生結構鬆動的現象，家人關係日益疏離，農業社會因為尊祖、技術傳承或防衛所形成的

軍權國家逐漸轉型為發展掛帥國家（高隸民，1987）。

⁵ 臺灣產業發展，一九五〇年代的第一次進口替代政策，以發展勞力密集及進口替代的輕工業為主；一九六〇年代的出口擴張政策，使輕工業得以低廉工資的國際比較利益，迅速打開海外市場（經濟部網站，2017）。

⁶ 一九七三年政府提倡「客廳即工廠」，然而這種積累模式在城鄉資源分配上有偏差，故仍阻止不了大量的城鄉移民，但當時移民者仍有家庭觀念，而其家庭仍在自己原來的移出地。在兩次經濟危機時，城鄉移民就會有回到原來的移出地的情形（林正修，1993）。

⁷ 中國大陸改革開放後，在八〇年代推動了香港、廣東、珠江三角洲、澳門及珠海等海港城市為核心的都會區域體系的崛起（黃麗玲，1995）。

⁸ 八〇年代臺灣在全球化影響下，生產行銷活動重組，誰能充份利用金融、貨物及人員的流動，並有整體的全球策略及全球行銷管理與規劃的能力的誰就是贏家。在此前提下，多國籍企業顯然是全球化最大受益者，因多國籍企業原本就利用全球不同資源稟賦的配置來降低成本、提高競爭力，以其具有的彈性運用全球資源的能力及散佈全球的生產與行銷據點，全球化所帶來的各種因素的自由流動更增加可用資源及彈性運用的空間（Harrison, 1994）。



大家庭結構漸漸瓦解，家庭組織由複雜趨向簡單⁹。全球化（globalization）與現代化（modernization）力量造成北臺（城市）的都市蔓延（urban sprawl）¹⁰，臺北市儼然成為全球都市（global city），北臺（城市）與南臺（鄉村）開始慢慢脫節，漸漸的北臺已漸少農業，南臺雖然仍有農業但是衰敝的，全球化的力量將臺灣切割成南北兩塊不一樣的社會型態。在此時，北臺繁華城市的景象成為鄉村人民嚮往的目標¹¹。社會價值觀也因為全球化的影響產生改變，原本每逢過年過節回到鄉村的習慣也逐漸改變，家族及宗親觀念被打破，大家庭中的青壯年在外地有穩定的生活，由年長者北上過節或直接接年長者北上居住¹²，這種情形代表著中產階級的價值觀開始被接受，中產階級逐漸主宰社會的命脈與運作。臺灣經過全球化的洗禮後社會結構再度改變，北臺（城市）快速的興起，南臺（鄉村）漸漸衰敗，原有農業社會的家庭結構遭到破壞，小家庭漸漸取代原有的大家庭結構，而原本鄉村家族及宗親群體觀念卻漸漸消失，移民的人往都市集中後，成為另一種以社區成為小家庭結構的群體組織，隨著分裂的時空中社區意識而興起。然而這樣的社區組織在當時亦有「社區發展」（community development）等政策出現，雖並非真正由社區自主但亦成為後續社區營造出現的基礎。

⁹ 在此時原有的家庭模式發生了改變，且隨著教育的普及，女性教育程度也普遍的提高，開始爭取屬於自己可掌控的權力，不在屈居於附屬的角色。社會的不斷變遷中造成價值觀的改變，導致家庭權力關係的轉變，進而造成夫妻在家庭決策和家務分工上的改變（楊瓊樺，2001）。

¹⁰ 隨著經濟發展，台灣地區過去二十年來都市計畫區面積不斷在擴張，一九七四年都市計畫面積為 1900.23 公頃，到二〇〇〇年，面積擴張到 4429.24 公頃，為一九七四年的 1.33 倍。居住在都市計畫區域內的人口所占比例不斷在提高，到二〇〇〇年，人口總數增加到 1,731 萬人，比一九七四年增加 90.96%，所占總人口的比例也提高到 77.9%。由於面積擴張的程度大於人口增加的速度，到二〇〇〇年人口密度反而降低到每平方公里 3,908 人（于宗先，2001）。

¹¹ 在此時，威權體制所建構的發展掛帥國家模型已難以維繫，國家政策的管制與引導的能力漸漸弱化（黃麗玲，1995）。

¹² 可由以下的統計數據資料中看出端倪。首先是臺灣的平均每戶人口數逐年減少，由民國四十五年底的平均每戶人口數 5.53 人降至民國一〇一年的平均每戶人口 3.23 人（行政院主計總處，2013）。其次是家庭結構近年來出現核心化現象，行政院主計總處（2000）資料中更是明顯可見核心家庭佔全國家庭戶數的 48.12%，三代家庭（主幹家庭）降至 15.23%，核心家庭已成為臺灣現今主要的家庭結構型態（蔡孟哲、王文貞，2002）。





圖 1：人口遷徙趨勢（1935 至 1985）

資料來源：主要內容摘自林季平（2005），〈臺灣的人口遷徙及勞工流動問題回顧：1980—2000〉，《臺灣社會學刊》。

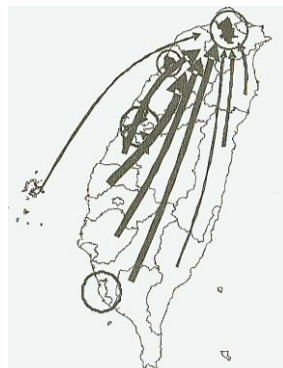


圖 2：人口遷徙趨勢（1986 至 2000）

資料來源：主要內容摘自林季平（2005），〈臺灣的人口遷徙及勞工流動問題回顧：1980—2000〉，《臺灣社會學刊》。

三、一九六〇年代的社區相關政策及意義簡述

戰後臺灣在經濟上仍然維持農業社會，政治上則是在威權體制壓抑下的社會，後雖以「以農養工」再至「由農轉工」的政策造成部份城鄉移民及家庭結構的變化，國家機器仍掌控著全部主導權。在此狀況下，「社區」難有其自主性更別論在地性產業的發展。在臺灣有關社區政策名詞最早為「社區發展」¹³，一九五五年聯合國社會事務局出版「社會進步經由社區發展」（Social Progress Through Community Development）文件社區問題才開始引起各國的重視¹⁴。當時在臺灣主要為接受張鴻鈞¹⁵的提倡，故開啟社區發展的執行。但處於邊陲的臺灣雖號稱實施地方自治，僅侷限於形式上的民權選舉，當時中華民國為自由中國的代表，故必須服膺於西方自由陣營的意識形態¹⁶。但在威權統治的環境下

¹³ 有些人將社區發展與社會福利相提並論，並認為社區發展的理念起源於英國的「救貧法」，因而覺得社區發展是解決貧窮的途徑（黃順興，2000）。

¹⁴ 此文獻對社區發展的解釋如下：「是一種過程，即人民以自己的努力，與政府當局的配合一致，去改善社區的經濟、社會與文化環境。在此過程中，包括兩種基本要素，一為是由人民自己參加及創造，以努力改善其生活水準。二為政府以技術協助或其他服務，助其促進發揮更有效的自覺、自動、自發及自治」（United Nations, 1955）。

¹⁵ 張鴻鈞生於民國前十年，一九五七年，被派為聯合國「中東社會發展辦事處」主任，協助中東地區開發中國家促進社區建設工作（當時擔任聯合國亞經會社區發展顧問）。

¹⁶ 在當時，臺灣被視為自由中國的象徵，成為自由世界反共戰略中不可或缺的角色（彭懷恩，1990）。



並不可能讓人民有自主性決策的機會¹⁷。故當時政府將「動」解釋為「動員」，社區居民的自動、自助、自發及自立（治）變成「配合」。論述甚至將社區發展解釋為反共致勝的利器，並指出各國推動社區發展，目的再求民權主義及民生主義之實現，使經濟發展、民生康樂促進社會的進步，共產主義及無從滲透，且社區發展還是民國以來從根本救國工作之延續，是採用更新的方法實現孫中山先生之大同社會理想¹⁸。此時期社區發展論述操控在於國家機器，民眾對公共建設及事務並無實質參與及決策的權利，當時的政權得以藉由社區發展為藉口建立本土性組織以穩定政治結構，這也就是社區形式得以演化的動力，無論是「國民義務勞動」或「基層民生建設」，均以公共工程為工作重點，主要仍以政府作為推動的主體，以實質的公共建設作為工作重點¹⁹。

簡言之，威權時期所執行的社區政策，屬於威權體制下的公共政策，以由上而下方式，政府官員代替居民決策，社區自主性太低，在文化層面當時臺灣的整體文化當然就是大中華的文化。所有與本土有關的地方文化都被壓抑，並不可能出現在地化「文化」產業，此種中國意識在中華文化復興運動時被發展到頂點²⁰。此種社區政策在農業社會尚可被接受，但面對社會空間的轉變已漸無法符合民眾的要求，雖為如此該時期之發展型態卻成為後續社造運動出現之濫觴。

¹⁷ 民國五十四（1965）年，行政院頒行「民生主義現階段社會政策」。列社區發展為七大項施政之一，並於緒言中明示「以採社區發展方式促進民生建設為重點」，目的在於迎合聯合國之社區發展名稱。隨後內政部訂「社區發展工作綱要」並由臺灣省政府於民國五十七（1968）年九月頒訂「臺灣省社區發展八年計畫」，將所謂的從社區發展到社會進步解釋為「以採取社區發展方式，促進民生建設為重點，達成經濟與社會均衡發展」之目的，以動員民眾及社會各方面力量，「配合」政府各部門有關施政計畫，全面推行社區發展，促進民生建設，普遍改善民眾生活，建設臺灣為三民主義之模範省（唐學斌，1971）。

¹⁸ 利比特（R. Lippitt）「計畫變遷」（Planning Change）：「社區是由許多相互影響的附屬部分所構成，其附屬部分包括個人，非正式的興趣團體（如俱樂部 Club），有組織的政治職業團體，社會經濟的層級，地理的單位，政治的組合等，他是一個動的體系（The Community as a Dynamic System）。」——社區之中需有相互影響的互動關係，社區為一個「動」的體系，社區透過啟發、協助、社區居民的自動、自助、自發及自立，「動」為一大契機（唐學斌，1971）。

¹⁹ 從一九四七年將國民義務勞動列入臺灣省施政中心工作開始，至一九九一年第三次修訂社區發展工作綱要為止的半世紀期間。就時間而言，可分為國民義務勞動（1947至1976）、基層民生建設（1955至1965）、與後續的社區發展（1965至1991）三個時期（謝慶達，1995）。

²⁰ 中華文化復興運動是中華民國政府以復興中華文化為目的而開展的思想文化運動。為了維護傳統中華文化，發揚革命精神（李守孔，1973）。



四、社會空間轉變對既有社區政策的衝擊

臺灣以「社區發展」的型態發展政治組織，但在社會空間受到全球化的衝擊及政治上威權統治瓦解等因素影響。政治上因資本主義陣營與共產社會冷戰結束，美國不再支持臺灣為中國的代表，政權的正當性越來越難維持，必須要有新的資源來維持，一般認為中華文化復興運動即為當時執政者的新的施力點²¹。從時間上來看，應是國民政府作為中國代表地位飄搖做補救所產生的運動，當時必須有新的資源來維持其正朔，且在一九六六年中國大陸正好發起文化大革命，於是國民政府必須以中國傳統文化來肯定自身是中國的代表²²，所謂的社區發展自然也需配合中華文化復興運動²³。經濟上則於一九七四年推動十大建設，目的為解決成長的問題，後再招攬臺籍青年進入官僚系統，藉以擴大其統治的民意基礎，然而這一切並無法解決日常生活與理念上的差距。但政府再也無法以社區服務的概念來處理社區事務，包括政治利益所造成的社會矛盾及全球化造成的經濟衝擊，故造成後續發展出各種類型的社會抗議及社區保衛型態的「社區運動」²⁴。在此時的居民經過大量的城鄉移民及家庭結構變化後，對以社區群體的居住環境關注顯著提高，新的地方意識逐漸興起。自主團體起而抗議政府與投機建商以黑箱作業方式進行不當開發²⁵，而將環境外部成本（external cost）轉嫁居民造成生活環境水準降低。在此時，原本以社區福利服務建設為主的社區發展已漸無法滿足民眾，鄰里動員的訴求已不是抽象的意識型態或激進的政治問題，訴求的重點在於鄰里範圍內的公共設施與都市環境品質（郁道玲，1994）。此為另一種型態的社會運動形式，也就是都市社區運動興起。主要是因為長期以來以經濟發展為主導的意識型態而導致國家對區域及都市的忽視，進而加深了臺灣日益深化的都市與區域危機，這些抗爭運動造就都市內新的生活與地域的意識。

²¹ 二十世紀幾波儒學復興運動，其實都呈現了政治性的操作，也都是藉傳統之名來合理化並且鞏固政權的政治手段（劉紀蕙，2015）。

²² 國民政府找到新的施力點，以傳統文化來肯定自己是中國的代表，一九六六年十一月十二日在國父誕辰紀念日提出發起中華文化復興運動（楊聰榮，1993）。

²³ 在當時，社區發展的精神倫理建設即是當時推動中華文化復興運動的一環（臺北市政府秘書處，1986）。

²⁴ 社會空間轉變後，以鄰里為範圍而產生的抗爭動員開始增多，這些抗爭以鄰里為單元，借助居民日常生活的網絡來動員鄰里團體，以達到環境改造的目標。鄰里動員的訴求已不是抽象的意識型態或激進的政治問題，訴求的重點在於鄰里範圍內的公共設施與都市環境品質（郁道玲，1994）。

²⁵ 因為都市發展未做成長管理（growth management）及考量環境容受力（carrying capacity），造成都市土地使用過當。



綜上所述，在長期威權統治下，政治經濟各方面的轉變造成臺灣社會的疏離及分裂，在此情形下藍綠的政治分歧、貧富及城鄉差距的加大，原本社區發展形式逐漸改變以社會運動為主體的社造，社造成為對抗全球化、保持地方文化及處理長期以來衍生的地方分裂的利器，人民要求改變的力量造成了社造的掘起，政府對經濟政治控制力漸漸喪失，原本整體大中華文化的概念亦面臨挑戰。

五、一九八〇年代後期都市社區運動的在地化新意義

然而在威權政治瓦解後，經濟上北臺（城市）快速的興起，南臺（鄉村）漸漸衰敗。在這種社會環境下，原本政府主導的「社區發展」（社會福利建設）已得不到民眾的支持，面對全球化及新威權產生的疏離及地方分裂問題，民眾以社會運動及抗爭將成為推動社區改善的新方式來對抗政府，其中文史工作團隊在社區運動中具有一定的重要性²⁶。此時地方團體以社會運動的形式改變原本以社會勞動及服務的社區發展，已成功掌控「社區發展」論述的主導權²⁷。此種現象到九〇年野百合學運到達頂點²⁸。從此可知當時國家機器已無法再用威權鎮壓方式處理反對意見²⁹，社會運動中的反對團體已掌握多數民意及主導權。

臺灣戰後的社會空間的轉變造成社區及地方意識的興起，臺灣的社區實踐論述也在政治社會變動中產生改變，一方面延續了「社區發展」的基礎，並給予新的意義，將社會運動用來對抗全球化帶來的社會問題、金權政治產生的疏離跟地方分裂及地方文化的破壞等問題，也是面對全球化的趨勢，地方興起了本土化（localization）的反彈，在地文化漸漸受到重視。

²⁶ 根據統計，臺北市登記立案的社會團體的數目在一九八七年只有 1,010 個，到一九九五年則增長為 3,333 個，短短八年間成長三倍之多。市民的不滿一但組織化之後，便對政府的決策體系形成挑戰。

²⁷ 例如一九八八年臺北市慶城街居民反對臺電興建變電所，一九八九年無住屋者團結聯盟抗議國家住宅政策，一九九〇年南港山豬窟居民反對興建垃圾掩埋場，一九九三年芝山岩居民反對興建加油站等等。

²⁸ 是在一九九〇年舉行總統選舉前的三月十六日至三月二十二日的學生運動。在該次運動中，人數最多時約 6,000 人，提出「解散國民大會」、「廢除臨時條款」、「召開國是會議」、及「政經改革時間表」等四大訴求。

²⁹ 一直要到一九八九年九月二十八日無住屋團結組織百對佳偶的活動中，在小市民苦中作樂的嘉年華喜氣對比之中，在市民對居住的社會權利的意識覺醒之嘲諷式抗議之中，在一九九〇年三月學運稚嫩的姿態中以知識份子的理想連結底層聲音之時……，國家的父權威權才逐漸被軟化，才退去永恆與威嚴文化神話的外衣（夏鑄九，1997）。



綜上所述，到一九六〇年代臺灣所施行的「社區發展」為主的社區政策，在政治威權的農業社會中並未發生大問題，過去所謂村莊鄰里的在地文化被壓抑，重視的是大中國文化³⁰。後期臺灣面對政治經濟及社會結構的改變，民眾自主團體以社會運動給予社區發展新的意義，也讓長期被壓抑的地方文化得以重新被重視，約一九九一年之後，在地文史工作室就開始不斷增加。而這個「在地」不再侷限村莊鄰里的範疇，許多是以社區作為單位，當一個地方面臨了共同的困境，或者隨著社區環境計畫的誘發，社區感或地方感正建立在這一磚一瓦的成就感或傷痕之上；而長期以來「圖上的社區」也產生了活生生的變化，人們在其中重新辨認出自己而成為「真實的社區」（楊沛儒，1993）。然而面對全球化（globalization）的趨勢，如何營造所謂的本土化、地區化或在地化（localization），其實十分的重要。各國想盡辦法在在地產業或產品融入其區域文化特色，以利產品能在全球化市場得到共鳴。如何結合文化發揮設計創意，營造在地化文化創意產業特色，將是臺灣發展地區特色的文化產品，提升社區產業競爭力的首要課題，故在社區意識抬頭社區總體營造遍地開花之際，出現許多的實踐策略與方法營造地方文化產業。但營造地方在地文化產業原本與文化創意產業息息相關，但此類論述卻漸漸往向經濟產業模式所靠攏。

六、一九九〇年代社區總體營造作為在地化文化產業實踐策略與方法及與文化創意產業發展計畫的結合

社區總體營造理念的提出是起於申學庸³¹於一九九三年十月二十日在中國國民黨中常會上報告的「文化建設與社會倫理的重建」。在這一篇「宣言」中，埋下了以社區總體營造做為一個文化策略，以「落實對於社區意識及社區倫理的重建工作。」並進一步對重建上述各點臺灣戰後社會發展過程中的問題³²。一九九五年文建會對社區總體營造的定義為：「社區總體營造是以社區共同體的存在和意識作為前提和目標，藉著社區居民積極參與地方公共事務，凝聚社區意識，經由社區的自主能力，配合社區總體營造理念的推動，使各地方社區建立屬於自己的文化特色，也讓社區居民共同經營『產業文化化、文化產業化』、『文化事務發展』、『地方文化團體與組織運作』、『整體文化空間及

³⁰ 例如京劇被稱為國劇，京劇是因滿清皇帝乾隆的喜好而誕生，實際上與臺灣並無實質關聯。

³¹ 一九九三年到一九九四年，擔任文建會主委，一九九四年刊登於《社會教育季刊》46期。

³² 一九九四年十月三日「社區總體營造」一詞正式在申學庸於立法院作施政報告中出現。



重要公共設施的整合』及其他相關的文化活動等。如此，因社區民眾的自主與參與，使生活空間獲得美化，生活品質獲得提昇，文化、產業、經濟再行復興，原有的地景、地貌煥然一新，進而促使社區活力的再現。如此全面性、整體性的規劃與參與社區經營創造的過程，稱為「社區總體營造」。

在社區總體營造論述中，以社區為基礎建立或重建地方文化特色並發展地方文化產業。

重新梳理社區營造論述提出的脈絡，其實包含社區總體營造政策所要面對的是三類的議題。一種議題是當前社區的實質生活品質低劣的問題，包括產業經濟及空間環境等，另一類議題則是公民社會（civil society）發展的問題，另外就是在地文化的復興或創造。前兩者在臺灣過去的社會發展中交互影響，專技官僚主宰各項建設，基層社區缺乏參與決策的機會，被動地接受各種決策，犧牲了生活的品質。社區總體營造雖然在工作項目上包含了社區生活的各面向，而公民社會的發展更是社區生活品質的關鍵。在社造初期之社造論述並未對家庭有深入的見解，只是對社會運動的出現來檢討，結論是社區建設未能「參與」，生活「品質」低劣（因為城鄉差距），所謂品質的低劣主要是都市化造成的髒亂現象，二為農村及其他地區無法生活的經濟問題，雖反省技術官僚主宰整個建設的體制而喊出權利下放。當因全球化及工業化造成的結構轉變並未僅在於社區及社會，家庭在全球化的影響下由大家庭改變為小家庭或核心家庭，鄉村的家之重要性漸弱，造成鄰里宗親的社區結構被打碎，從傳統歌曲常出現的成功回到故鄉，已漸漸改變為成功接父母來往，新移民已在都市生根。然而在社區營造的論述中，並未重視到家庭結構轉變的問題。倘若如此，社區營造所涉及的議題，一定會包含在真實生活中錯綜複雜、環環相扣的生活議題和有機互動的關係之中。換句話說，社區營造最終的目的是要進入家庭的生活實踐，否則社區營造的活動只能在家庭生活領域之外處理，只是淪為社區活動。社區總體營造是臺灣在發展在地文化產業的歷程中，一個很重要的概念來源，因為過去以大中國為主的文化壓抑了地方文化，故以社造的基礎發展在地文化，並提出「文化產業化、產業文化化」理念訴求的「文化產業」，並隨之成為社區總體營造的核心³³。而文化產業必須建立於在地文化獨特性的吸引力，並且是無法大量生產與複製的。「在地化」是文化產業發展上一個很重要的特質，利用社區總體營造創造文化產業，並且建立在與生活環境的彼此依存關係上，保存傳統意涵和地方魅力。

³³ 由文建會於一九九五年「文化產業研討會」所提出的理念。



臺灣在政經的發展過程中，雖然曾經創造「經濟奇蹟」³⁴，不過隨著全球化的趨勢，臺灣的代工等優勢被其他國家所取代，也因當初代工商品大都並未具有在地性文化特色，臺灣將面臨缺乏特色商品競爭優勢的危機。有鑑於此，行政院在二〇〇二年正式在《挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫（2002 - 2007）》中將「文化創意產業發展計畫」列入，並與「新故鄉社區營造」及「水與綠建設」等計畫結合，希望以社區總體營造找回或創造新的在地性文化特色繼而發展文化創意產業，藉由社區總體營造之理念促進產業文化化、文化產業化與地方之振興。透過社區總體營造的理念，喚起地方居民的意識，藉由文化技藝推廣，挖掘傳統文化與技術的根，使地方文化活動亦能帶動地方產業之發展。在此時文化、產業、創意都與地方是緊密結合的。然而之所以論述發生轉變不排除有其政治性之考量，社區總體營造的在地化常被認為去中國化，且具有臺灣國族的想像。綜觀上述脈絡，臺灣的文化與產業結合的主要是源自振興社區的基礎上。而臺灣文化創意產業論述的出現也是撥接於國外的創意產業論述，亦有其不同的意義及發展脈絡。

國際上創意產業論述概念的起源一般文獻普遍認為是從英國開始，英國的創意產業由英國首相布萊爾（Tony Blair）於一九九七年籌設「創意產業籌備小組」直接推動，並於一九九八年提出第一份的「創意產業」報告，一般文獻也都指出英國是全世界最擅長運用創意產業的國家。其成功並不僅在科技創新，另外回頭思考如何利用既有的文化藝術，予以重新包裝，並賦予新的展現型態與內涵，後續香港、澳洲、丹麥政府及新加坡與南韓也陸續投入文化產業或創意產業的推動。在各國執行創意產業方面來看，英國所注重的是創意經濟，以英國博物館概觀，每年超過 8,000 萬名訪客、造訪博物館和歷史建物，造訪國家博物館的學校訪客人數逐年增加。英國補助博物館的規模與層級，介於法國補助或公共資助、以及美國高度的私人資助之間。資助者，特別是政府或當地主管機關，與當地社區「銜接」的重要性，也是文化與企業之間的共生（林炎旦，2010）。英國本身具有相當的文化基礎，並不需強調或營造、恢復文化產業，但仍是與社區有相當的關聯性。而法國之文化政策不僅僅與國家干預主義有關：一方面來說，法國文化部向來積極支持地方文化發展，另一方面來說，各城市的地方機關在文化事務上被賦予之職責也與日增加，各地發展出自己的文化政策。法國地方政府在國家文化政策的推動上，扮演著舉足輕重的角色，地方政府善用當代藝術文化的軟實力，成功彰顯藝術文化與創意經濟是新一代的重要資產。而德國、奧地利及芬蘭的發展方式則是以藝術家組成的創意核心，由微企業及自由業工作者、中小企業及大公司所構成的文化創意產業。然而這

³⁴ 臺灣在二十世紀下半葉快速進行工業化，經濟快速發展的現象。



些文化創意產業發展迅速國家，都具有流行文化及傳統文化底蘊深厚的優勢，故皆以創意經濟為主要目標，以文建會論述經常舉例的英國，其創意產業基礎則是於自於知識。英國的文化政策迥異於傳統文化政策的目標改以創造財富為目的。在這個目標與思維的主導下，文化活動變成了「產品」，觀眾變成了「消費者」，而政府的藝術補助變成了一種「投資」（劉新圓，2004）。然而此項政策與其國家狀況及政治因素有關，在「新公共管理」（new public management）的風潮下，英國政府宣稱要減少政府支出，並提高政府的效能。雖然政府仍維持藝術補助，但是減低補助的呼聲卻越來越高。然而，當「投資藝術可以創造財富」的口號喊出來之後，卻化藝術的危機為轉機（劉新圓，2004）。英國的文化產業政策實際效應至少在公佈的數字上是有說服力的，尤其對於財政困窘的政府而言更是如此。另觀韓國的文化內容產業，現亦出現許多面臨的課題，如由上而下主導，限制太多、資源分配不均獨厚大財團、地方產業環境惡劣競爭力低落、重複投資浪費資源、過度偏重文化技術文化元素逐漸消失、跨文化力量過於薄弱及著作權法執法的加強等問題（郭秋雯，2012）。現今韓國更是直接刪除「文化」兩字改為「內容產業」，倘未具文化元素，則所謂的文化創意產業則與一般產業並無過多分別，這是臺灣推動時所必須注意的動向。

從文化創意產業發展脈絡來看，原本文化創意產業與社區文化產業是具有一定關聯性，也就是以社區總體營造找回或創造新的在地性文化特色繼而發展文化創意產業，而做為「社區總體營造」政策下社區發展策略的「地方文化產業」的內涵為：「廣義的文化產業包括了只要在地歷史文化的發揮與活化所成的產業都可以計算在內，即使利潤未必回饋社區，也有波及效應的可能；狹義的文化產業則指以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎，經由資源的發現、確認、活用而發展出來，以提供社區生活生產、生態與生命的社區文化分享、體驗、參與學習的產業」（陳其南，1995）。該項政策到二〇〇九年創意臺灣—文化創意產業發展方案行動計畫中，與社區營造等計畫已經脫離，再度回到各部門分工執行計畫的原始型態：文建會負責：「環境整備」與「工藝產業旗艦計畫」；新聞局負責：「電視內容產業」、「電影產業」與「流行音樂產業」三項旗艦計畫。經濟部則負責：「設計產業」與「數位內容產業」兩項旗艦計畫。以量化數據來看臺灣的文創產業整體發展情形，最後以產業營業額來看成效。最後得到文化創意產業集中化的結果，完全以營業額來說，臺北市是臺灣第一大創意城市，第二大城市是臺北縣（689 億元），第三是高雄市（267 億元），第四是臺中市（259 億元），第五是桃園縣（245 億元）。這些數據突顯出來，一般經濟與創意經濟根本並無區別，城鄉差異、



南北差異等現象與社區營造實行前相同。但這並不真的是「創意落差」的問題，而是對文化創意產業與創意產業兩者認知上的不同。所謂的文化創意產業應是該商品有其文化的表徵，加上創意讓其各有意義，並非將過去文化的語彙、圖案或者偶像直接烙印在現代科技的產物上，以取得更大的經濟利益。原本以在地文化產業給予創意的政策，演變成文化創意產業是一門獨特的事業，政府必須鼓勵投資文創產業，而鼓勵成立創意投資事業，建立大型文創產業業者，顯然政府已將文化創意產業與社區完全脫節，造成創意大過文化的狀態。政府以現有產業來分類，如視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業及數位休閒娛樂產業，整個文化創意產業僅成為現代產業的元素改變。文化創意產業與社區營造脫節後自然無法擺脫臺灣經濟發展上所造成的南北差異，反而回到原來的重北輕南的發展模式，所造成的社會問題勢必會更加嚴重。當然論述播接到了臺灣會因管轄之單位機關的不同，針對其「專業」給予不同意涵，卻常因此改變原有論述之意義。然而所謂「文化創意產業」並非單指設計性強或具符號與經濟價值之商品，而是這些商品或所蘊含的符號（**sign, emblem**）、隱喻（**metaphor**）與象徵（**symbol**）必須能夠彰顯出國家或地區在地文化特色或生活型態。故臺灣近年部分的文化創意產業，部分產品是沒有累積與代表性的，在地性特色無法彰顯表達的。原本期待社區營造尋找過去或創造在地化文化產業，在藉由文創給予時代的新意義，但卻在論述的轉變後回到原點。主要的差異點是在於原本應是尋找或創造「在地文化」發展成「在地文化產業」與「創意」發想後成為「文化創意產業」的模式，現推動的模式則是以「產業」結合「在地文化」再與「創意」發想成為「文化創意產業」。地方文化產業具有「地理依存性」（**geography dependency**）及其「地域特殊性」（**local uniqueness**），經由其地域空間環境的塑造，或由其自發性特質所衍生的產業。而現今推動的「文化創意產業」僅將「產業」結合「在地文化」其「地理依存性」「地域特殊性」就較無法直接地存在。

七、分析

探討過去臺灣社區總體營造到文化創意產業論述提出的脈絡與轉變，在其他國家，文化產業是地方永久自然產生的產物，文化是在教育下已成為深厚的基礎。所謂的文化產業應根植於文化，具有社區性、地域性、社群性及文化認同性。文化產業應是能創造



民眾精神滿足，令人感到幸福的產業。二〇〇三年後的文化創意產業論述來看，已將文化創意產業可分為兩種，一種是與地方傳統、在地生活息息相關的，可以稱為社區型文化創意產業；而另外一種則是包括了傳播媒體（文化工業）與設計產業等，具有大量生產、傳播特質的通用型文化創意產業。社區型文化產業原本就是社區營造的目標之一，而通用型的文化創意產業則是服務業活化的另類思考（黃世輝，2001）³⁵。所以文化創意產業論述在二〇〇三年已經社區自主的文化產業稱為社區型文化創意產業，政府以產業為主來主導的產業稱之為通用型文化創意產業。

臺灣戰後受到大中國文化為主影響，隨著公民的覺醒，開始重視及尋找在地性文化，當在地文化產業化時，必須給予創意才能轉換為較具吸引力的產品，所以在考量以社區規劃師來協助社區營造的同時，所謂的文創菁英應也可進入社區協助文化創意產業的推動，才能使社區文化產業多元化及創意化。然而在二〇〇九～二〇一三創意臺灣文化創意產業發展方案行動計畫，文化創意產業已改以經濟學產業群聚的觀念，類似產業園區規劃的手法，創造文創園區，再將文化創意產業發展法所規劃的「文創」產業納入集中發展，也就是類似韓國文化產業聚落的發展方式。但文化產業在地方，而文化創意產業卻不在地方，而所謂文創專業者則必須進入文創園區裡進行文創，此類產業發展居然與一般產業並無任何差別，故所能展現的效果必定有限。當然這涉及科層制下個影響與改變，許多文創園區，如果把「文創」二字拿掉，就是單純的百貨公司、六星級飯店、小吃街、電影院及辦公室，顯見處理方式為尋找文化創意產業發展法所列之產業，再加上文創二字。綜觀世界各國，未見以「園區」這種集中生產的方式來推動文化產業的。文化與科技、半導體業不同，它並沒有一個制式化的生產流程，以後者的模式來張冠李戴是很荒謬的。在到二〇〇三年度文化產業 7 億元的預算中，園區的規劃就佔了 3 億元，將近一半；到二〇〇五年度文化產業預算已縮水為 3 億 7,800 萬元，其中園區的部份為 1 億 5,000 萬元，仍佔將近一半。文化創意園區的經費是文化創意產業政策推行當中，花費最高的一項，而且大部份用在設備上（劉新圓，2004）。

依據文建會二〇〇三年的分類社區型文化創意產業主要來自地方（社區），推動者則為社區文史工作者或社區規畫師，目的為振興社區。而通用型的文化創意產業主要為政府所主導，推動者為各部會及文創法所歸類的各種產業，目的為振興經濟。可見臺灣的文化創意產業政策易受政經環境影響，然而倘若僅以經濟來考量，僅將文化創意產業

³⁵ 二〇〇三年文建會說明地方文化產業是我國發展通用型文化創意產業的重要基礎，可以稱之為「社區型文化創意產業」。



視為另一種政府主導及極力倡導鼓勵的產業類型，實質上與過去政府主導的「以農養工」的政策並無太多改變，容易造成文化創意無法深入地方文化，而僅將文化圖騰或文字印在現代化產品上。故仍應先以地方文化產業為基礎才能將地方文化加上創意後產業化，否則仍無法解決城鄉差異所造成的問題。

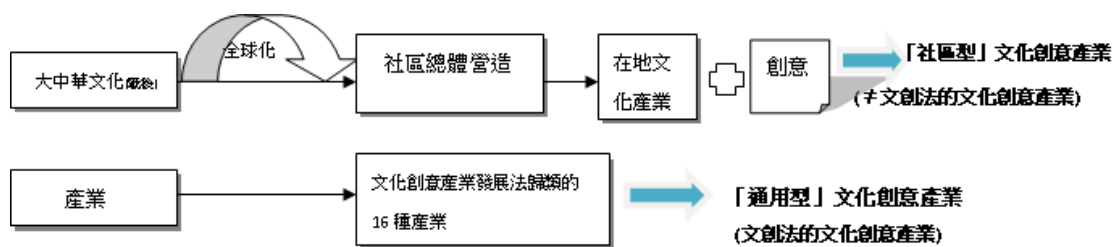


圖 3：臺灣文化創意產業發展之變化圖

八、結論

在全球化的浪潮下，產業必須加上知識的符號。臺灣自一九九一年請日本宮崎清教授來協助發展社區營造，期望振興社區也振興原有社區的文化產業或創造出社區在地的文化產業，在社區總體營造為核心的主旨下，重新組織、發展出不同的知識與文化。社區總體營造的理念其實是為了處理社會結構改變所衍生的各種問題，「由基層到政府（由下而上）」、「民眾參與」、「社區自主」、「永續發展」等運作原則來改變，亦能復甦在地產業及增加在地就業機會。二〇〇三年文建會的論述指出地方文化產業是發展通用型文化創意產業的重要基礎，可稱為「社區型文化創意產業」。二〇〇三年臺灣經濟研究院即清楚將文化創意產業與過去社造執行的文化產業做出區別，認為文化創意產業必須擴大產業範圍，由政府引導把文化和設計、創意發展加入國家政策中。過去號稱由上而下的社區總體營造所創造或尋找的在地文化產業，最後就只是個文化創意產業的基礎，加上「創意」兩字後，即又恢復為由上而下的政府引導帶動的產業，且此類產業亦有可能影響或壓縮社區型文化創意產業的發展。回顧過去臺灣文化產業發展歷程，臺灣從國民政府推行大中華文化政策後，經由社區總體營造運動發展或找回地方文化活動或產業，最後回到政府主導的「文化創意產業」，似乎回到了原點，原本的大中華文化、漢文化已與中國大陸有著相同的語彙，發展面臨挑戰。原住民文化或其他殖民文化似未能代表臺灣的主體性，故文化創意產業的發展「文化」層面並不明顯。簡單來說，文化



創意產業最後走進「類」的認定，原本社區總體營造所期待的是「在地化文化產業」加上「創意」來發展，隨後政府發展的「文化創意產業」，將現有產業做分類，分類那些是屬於「文化創意產業」，但在分類後「產業」是否在「法令」規範內變成認定是否為「文化創意產業」的方法，最後這些產業只能勉強稱為是「創意」產業，恐又落入價值成本抵換的紅海市場（red ocean market）³⁶中。這種概念上的歧義化運用也混淆了兩種不同脈絡下文化產業所具有的經濟性，二者的運作邏輯與追求的目標可能是互相抵觸，知識經濟是建立在全球化資訊的快速流通上，全球化正是其產業的發展動力，然而影音娛樂媒體如電影產業在全球規模上越是成功，越是抵觸原本社區總體營造地方文化產業所追求的目標。故臺灣必須先對目前必須要做的「文化創意產業」先有明確的定義，有關文化創意產業的定義整理如下表：

表 1：文化創意產業的定義

項次	名稱	主要定義
1	文化、創意、產業	文化、創意、產業各有其定義，故文化創意產業可以是文化產業加上創意或者是創意產業加上文化，即成為文化創意產業
2	文化產業或創意產業	文化創意產業可以是文化或創意所衍生出來的產業，都可稱為文化創意產業（部分國家將文化解釋藝術，故認為創意產業即為文化創意產業）
3	文化創意產業	將既有產業歸類，文化創意產業有三項標準，包括： 1. 就業人數多或參與人數多 2. 產值大或關聯效益大、成長潛力大 3. 原創性高或創新性高及附加價值高 ³⁷ 將產業中分類出文化創意產業

檢視鄰近同樣具有社區總體營造論述的日本，其實並沒有文化創意產業這個詞，主要是沿用英國的概念，也就是創造產業一詞來代表文化創意產業。日本的優勢是傳統文化底蘊深厚，日本的文化觀念是由教育開始，透過學校旅行，又稱修學旅行，達到文化教育的目的，國民即有深刻的文化意識³⁸。在其各地區幾乎都具有特有的文化產業，透過

³⁶ 文創產業被視為藍海（blue ocean）策略，與削價競爭的紅海市場有區別，以文化增加商品的附加價值。

³⁷ 依據文化部文化創意產業服務網所訂原則。

³⁸ 據稱，日本的修學旅行開始於一八八六年。當時的東京師範學校學生到千葉縣（東京都鄰接的縣份）旅遊，被認為是最早的修學旅行，至今已有近 130 年的歷史。在戰爭期間一度被取消，但很快又被恢復。到現在，已經成為日本全國小學、初中和高中（包括公立和私立）開展的國民性活動之一。



創意將地方產業的深層意義展現，舉例來說：京都的稻荷神社以鳥居眾多為主，需多人都是透過藝伎回憶錄這部電影來的此場景，其以貢獻鳥居作為對神民的尊重，所以其所販售的小型鳥居就帶有文化的意涵，民眾願意購買奉獻給神明，另其另一特色即為象徵豐收的狐狸，其許願卡即設計為狐狸的臉，除可填寫願望外，亦可自行為狐狸畫上臉部表情，鳥居與許願牌如果去除其文化層面，只不過是簡單的木製品。日光市長齋藤文夫拜會民視電視台董事長田再庭，送上的紀念品是日本著名的日光雕，由傳承數百年的木雕技藝製作的杉木滑鼠墊，確實的融合傳統文化與創意³⁹。增加文化層面就增加其無形的價值，然而這一切與地方的關係卻是緊密結合的。這與韓國以戲劇來行銷其文化背景、風俗民情與名勝古蹟等是有異曲同工之妙（郭秋雯，2012）。在許多文獻提到日本的文化創意產業都以為動漫產品出口大國，以其嚴密的產業鏈結構，成熟的運營機制，在國際市場上佔有重要的地位⁴⁰。根據日本貿易振興會到二〇〇四年公布的數據顯示，銷往美國的動漫總收入是鋼鐵出口的四倍（顧列銘，2005）。漫畫雜誌平價銷售，日本人每天像讀報紙一樣的看漫畫雜誌。但卻沒有重視日本其實仍透過社區總體營造振興地方文化特色及發展產業活動，雖然其地方文化過去並未受到其他文化所影響，仍致力於振興地方文化特色，政府並協助地方產業商品營銷海外，並增加國內與外國知名創作家之間異地文化的交流活動。

然而文化創意商品於文化的層面十分的重要，否則文化容易變成純粹是為刺激消費取得利潤，文化於商品中所代表的意義也就會扭曲，變成另一種消費社會中的符號價值，使文化變的廉價。所以文化創意可在任何的產業發生，即使是過去傳統的農業或漁業甚至工業或礦業，都有發展出文化創意產業之可能。但以臺灣來看，文化底蘊（the rich cultural deposits）並不如日韓兩國，檢視目前臺灣的文化創意產業發展，接近韓國的發展模式，韓國由文創產業提高自身文化的關心，再提高韓國整體形象，使其他國家願意購買韓國商品甚至造訪韓國，但重要的是日韓兩國本身對自身文化的關心本就超越臺灣，且韓國目前已經進入反省檢討期，原本由文化產業轉換為數位內容產業，現今韓國政府更是已經刪除「文化」兩字，直接改為內容產業，也開始被質疑是已經失去以文化底蘊出發的文化元素，發展較慢的臺灣文化創意產業更應引以為戒（郭秋雯，2012）。

依據聯合國教科文組織為「文化」（culture）所下的定義為是一系列關於精神與物質的智能以及社會或社會團體的情緒特徵。除了藝術和文學，它還包含了生活型態與共同

³⁹ 據說江戶時代初期，幕府為建造東照宮召集了各地的雕刻工匠，這些工匠在工作之餘雕刻成的作品即為日光雕的起源。

⁴⁰ 日本動畫業年產值在國民經濟中列第六位。



生活的方式、價值系統、傳統與信仰（陳澄巧，2006）。在臺灣文化是多元的，各族群傳統文化甚至選舉文化都是臺灣的特色與價值，而社區是在地文化產業的基地，應也是文化創意的基地，繼而創造地域性的文化特色與創意。創意與文化不論是以傳統文化為基礎或融合現代科技資訊，都應以文化為重創意為輔。倘若創意只是將文化特徵的圖騰或元素加註於現代化計畫性拋棄所造成的大量生產產品上，並不能稱為文化創意的商品。回到社區總體營造的實踐的探討，許多專業規劃者會認為社區營造所聽取的社區人士專業不足意見事件不妥的事。事實上也就是因為地方人士並未具備規劃的專業知識，反而更能適時沒有包袱的提出最接近美好想像的願景。而社區規劃者的責任其實只是以其專業為小部分調整原來的規劃繼而檢討修正，才能讓社區規劃最後的結果更接近地方的想像。所以在社區營造發展出在地的文化產業時，文創工作者應可進入社區協助進行創意設計的部分。而現推動的文化創意園區想像其實亦非絕不可行，但仍應與社區及地方有關聯性，以人、地方、文化再加上創意，才能創造出更有意義的文化特色。故臺灣仍應調整目前之發展方向，以既有文化目標與價值來檢視其政策內涵，並研擬相關推動策略，不應純粹從經濟效益的角度來評估政策推動成效。將在地化文化產業加上創意做為主要發展方向，並非框限部分產業再加上部分元素及圖案就作為文化創意產業發展的主要政策，舊有樣式再轉印到新產品上即稱文創商品，在對在地文化背後的哲學沒有足夠的認識，對本土藝術文化沒有足夠的重視，相關商品的文化價值則難以展現。建議應適度調整政策方向，使臺灣社會回到以自身文化發展脈絡中重新詮釋與建構文化創意產業這個外來移植的概念，才能使臺灣之文化創意產業更名副其實。

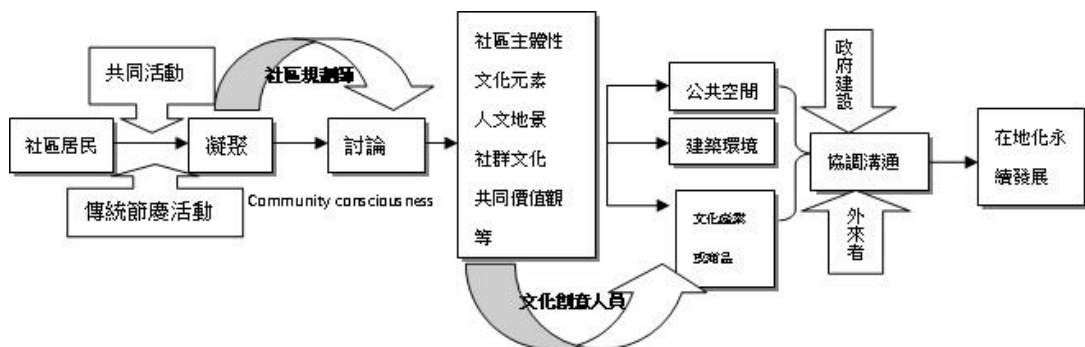


圖 4：臺灣社區文化產業永續發展藍圖



參考文獻

一、中文

于宗先

- 2001 《台灣土地問題》。臺北市：聯經出版社。

王宏仁、龔宜君、李美賢

- 2005 〈東南亞與臺灣的關係〉。王宏仁、李盈慧、李美賢、龔宜君、洪敏秀、林開忠（主持人），《東南亞文化教學參考資料編纂及教師研習營第一場手冊》，頁 4 - 43。臺北縣：國立暨南國際大學東南亞研究中心。

王惠君譯，西村幸夫著

- 1997 《城鄉魅力俱樂部》。臺北市：遠流出版社。

申學庸

- 1994 〈文化建設與社會倫理的重建〉。《社會教育年刊》46：63 - 67。

行政院

- 2002 《挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫（2002 - 2007）》。臺北市：行政院。

行政院主計總處

- 2000 《家庭組織型態》，臺北市：行政院主計總處。2017 年 3 月 8 日。取自 [https:// www.dgbas.gov.tw](https://www.dgbas.gov.tw)
2013 《101 年家庭收支調查報告》，臺北市：行政院主計總處。2017 年 3 月 22 日。取自 [https:// www.dgbas.gov.tw](https://www.dgbas.gov.tw)

吳貞儀

- 2007 《台灣文化創意產業之國際化策略－以法藍瓷、雲門舞集、霹靂布袋戲為例》。成功大學企業管理學系專班碩士論文。

李天鐸

- 2011 《文化創意產業讀本：創意管理與文化經濟》。臺北市：遠流出版社。



李守孔

1973 《中國現代史》。臺北市：三民書局。

周德禎主編

2015 《文化創意產業理論與實務》。臺北市：五南文化事業機構。

周德禎、賀瑞麟、朱旭中、李欣蓉、施百俊、林思玲、陳運星、葉晉嘉

2014 《文化創意產業之個案與故事》。臺北市：五南圖書出版公司。

林正修

1993 《臺灣戰後城鄉關係之政治分析（1945~1992）》。臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

林季平

2005 〈臺灣的人口遷徙及勞工流動問題回顧：1980-2000〉，《臺灣社會學刊》34：147 - 209。

林炎旦

2010 《文化創意產業國際經典論述》。臺北市：師大書苑。

林振春

1998 《社區營造的教育策略》。臺北市：師大書苑。

1999 《臺灣社區教育發展之研究》。臺北市：師大書苑。

林懿貞、王翊全

2005 〈科技於文化創意產業之應用－整合行銷與品牌觀點〉。《國教之友季刊》，58（3）：17 - 24。

郁道玲

1994 《社區事件居民抗爭動員過程之研究—三個台北案例》。國立台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

唐學斌

1971 《社區組織與社區發展》。臺北市：台北市社區發展協會。

夏學理、秦嘉嫻、洪琬瑜、陳國政、施沛琳、謝知達、陳怡君

2016 《文化創意產業概論》。臺北市：五南文化事業機構。



夏鑄九

- 1997 〈再理論公共空間〉，《城市與設計學報》，2、3：63-76。

馬群傑

- 2013 《文化創意產業與文化公民參與》。臺北市：巨流圖書公司。

高隸民

- 1987 《臺灣奇蹟》。臺北市：洞察出版社。

國立臺中技術學院應用中文系

- 2014 《傳統文化與現代文化創意產業學術研討會論文集》。臺北市：秀威資訊科技股份有限公司。

基隆市政府

- 2007 《社造薪火諸羅之光－嘉義市九十六年度社區營造紀實》。基隆市：基隆市政府。

張正龍

- 2010 《以文化價值觀點探討台灣博物館之服務創新》。亞洲大學經營管理學系碩士論文。

臺北市政府秘書處

- 1986 〈1986年3月臺北市議會第五屆第一次大會施政報告〉。《臺北市政紀要》，頁40，臺北市：臺北市政府秘書處。

郭秋雯

- 2012 《韓國文化創意產業政策與動向》。臺北市：遠流出版社。

郭輝勤

- 2008 《創意經濟學》。臺北市：我識出版社。

陳其南

- 1995 〈社區總體營造與文化產業發展〉。《文化・產業研討會暨社區總體營造中日交流展論文集》，頁4-7，文建會。

陳昭志

- 2011 《原住民族地方文化創意產業發展之研究－以新竹縣五峰鄉為例》。玄奘大學公共事務管理學系碩士論文。



陳盈蕙

- 2004 《文化創意產業體驗式行銷之探討－以表演藝術產業為例》。淡江大學管理科學研究所碩士論文。

陳曉鷗

- 2006 《以「婚紗產業」為例探討文化創意事業產業化關鍵成功因素》。中山大學企畫管理系研究所碩士論文。

陳澄巧

- 2006 《圖解文化研究》。臺北市：城邦文化事業有限公司。

章文欽

- 2005 《從社區鄉土教材的編寫探討國小鄉土教育結合社區營造的實踐研究－從雲林縣一個小社區談起》。雲林科技大學文化資產維護系碩士論文。

彭懷恩

- 1990 《台灣發展的政治經濟分析》。臺北：風雲論壇。

馮久玲

- 2002 《文化是好生意》。臺北市：臉譜出版社。

黃世輝

- 2001 〈文化產業與居民參與〉。《文建會 90 年度社區總體營造年會論文集》，頁 20，臺北市：行政院文化建設委員會。

黃秀惠

- 2005 《初探澎湖地區民宿行銷傳播策略之研究－從文化創意觀點》。世新大學傳播研究所碩士論文。

黃淑晶

- 2005 《「創意文化園區」經營管理策略之研究－從加拿大溫哥華葛蘭湖島園區看華山「創意文化園區」》。國立中山大學藝術管理研究所碩士論文。

黃順興

- 2000 《社區的誕生－對社區總體營造的知識學分析》。清華大學社會所碩士論文。



黃麗玲

- 1995 《新國家建構過程中社區角色的轉變—生命共同體之論述分析》。臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

新北市政府文化局

- 2013 《畫出心中的未來：二〇一三新北市社區營造成果專輯》。新北市：新北市政府。

楊沛儒

- 1993 《參與式設計之研究—專業者介入：社區空間的認同》。臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

楊聰榮

- 1993 〈從民族國家的模式看戰後台灣的中國化〉。《台灣文藝月刊》，138：77 - 113。

楊瓊樺

- 2001 〈從家庭的權力轉變談家庭決策和家務分工〉。《南華大學社會所社會學通訊期刊》第 19 期。2001 年 12 月 15 日。取自 <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/19/19-25.htm>

經濟部網站

- 2017 年 2 月 23 日。取自 <http://www.moea.gov.tw/>

臺北縣政府

- 2007 《二〇〇七臺北縣社區總體營造成果專輯—到社區挖寶去》。臺北縣：臺北縣政府。

劉小蘭

- 2003 〈從世界體系觀點看戰後臺灣農業勞動力問題〉。《社會文化學報》17：124。

劉元立主編

- 2005 《台灣布袋戲與傳統文化創意產業研討會論文集》。宜蘭縣：國立傳統藝術中心。

劉紀蕙

- 2015 〈知識的生產：為何儒學？什麼政治？如何現代？〉。刊於《思想季刊》，29：325 - 338，臺北市：思想編輯委員會。

劉新圓

- 2004 〈文化產業政策的形成〉，《國政研究報告》。2005 年 3 月 8 日。取自 <http://>



//www.npf.org.tw/PUBLICATION/EC/093/EC-R-093-009.htm

蔡孟哲、王文貞

- 2002 《國人家庭生活概況研析》，臺北市：行政院主計處。2007年8月2日。取自
<https://www.stat.gov.tw/public/Data/4122719144071.pdf>

謝慶達

- 1995 《戰後臺灣社區發展運動之歷史分析》。臺灣大學土木工程學研究所博士論文。

蘇明如

- 2016 《文創與城市：論臺灣文化創意產業與城市文創觀光》。臺北市：五南文化事業機構。

顧列銘

- 2005 〈日本特色經濟動漫產業帶來巨大商機〉，《中國經濟周刊》，北京市：中國經濟周刊雜誌社。

二、外文

Harrison, B.

- 1994 *Lean and Mean: The Changing Landscape of Corporate Power in the Age of Flexibility*. A Division of Harper Collins Publishers Basic Books.

United Nations

- 1955 *Social Progress through Community Development*. Department of Economic and Social Affairs.



The Analysis of Local Comprehensive Community Development and Cultural and Creative Industries Policies in Taiwan

Ko, Yi-Ching*

ABSTRACT

After the globalization change of the Taiwan society, people began to pursue the spiritual interaction and spiritual enrichment. The economic development oriented lifestyle in the past has gradually made people feeling lost and starting to miss the past community patterns of neighborhood, clan, village, or the same surname. Then it brings up the Taiwan community building movement opportunity and also evokes the power of the creation of new local cultural industries. However, the lost cohesion and local culture are not easy to retrieve again. How to create or innovate new local cultural industry practice has become a matter of extreme importance. Without its particularity and creativity in the local community cultural industries, the communities are susceptible to be damaged by the external commercial behaviors, even result in the departure of the original residents, and then it becomes the business district flooded with external investors. Therefore, the localized cultural and creative industries cannot just imitate. The residents' role in the community localized cultural circle is to be more active to establish their own cultural characteristics. Although it is the same as gathering industry introducing the economic and commercial activities, on the basis of the autonomous communities, there will be different practical significance. Lacking the basis of community, it can be decadent along with the change of the political and economic society. Local culture is also susceptible to be imitated or substituted. This article aimed to depict the development of Taiwan communities building policies and the process of cultural and creative industry assertion change. Also, provides the suggestion for the approach of Taiwan practical cultural and creative industries.

* Ph. D. Program in Design, the College of Design of Chung Yuan Christian University.



Keywords: Globalization, Community, Comprehensive Community Development, Local Cultural Industry, Cultural and Creative Industry

