

# 本文章已註冊DOI數位物件識別碼

## ► 文化政策中的經濟論述：從菁英文化到文化經濟？

Economic Discourse in Cultural Policy: From Elite Culture to Cultural Economy

doi:10.6752/JCS.200509\_(1).0007

文化研究, (1), 2005

Router: A Journal of Cultural Studies, (1), 2005

作者/Author : 王俐容(Li-Jung Wang)

頁數/Page : 169-195

出版日期/Publication Date : 2005/09

引用本篇文獻時，請提供DOI資訊，並透過DOI永久網址取得最正確的書目資訊。

To cite this Article, please include the DOI name in your reference data.

請使用本篇文獻DOI永久網址進行連結：

To link to this Article:

[http://dx.doi.org/10.6752/JCS.200509\\_\(1\).0007](http://dx.doi.org/10.6752/JCS.200509_(1).0007)



*DOI Enhanced*

DOI是數位物件識別碼（Digital Object Identifier, DOI）的簡稱，  
是這篇文章在網路上的唯一識別碼，  
用於永久連結及引用該篇文章。

若想得知更多DOI使用資訊，

請參考 <http://doi.airiti.com>

For more information,

Please see: <http://doi.airiti.com>

請往下捲動至下一页，開始閱讀本篇文獻

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE

王俐容\*

# 文化政策中的經濟論述： 從菁英文化到文化經濟？

Economic Discourse in Cultural Policy:  
From Elite Culture to Cultural Economy

Li-Jung Wang

投稿日期：2004年4月30日。接受刊登日期：2005年6月2日。

\* 王俐容，元智大學社會系助理教授

通訊地址：320桃園縣中壢市內壢遠東路135號

電子郵件：[ljwang@saturn.yzu.edu.tw](mailto:ljwang@saturn.yzu.edu.tw)

**摘要：**

從1990年代開始，西方與台灣的經驗中發現：文化政策中經濟論述的不斷增強，並與經濟產業政策有密切整合的可能；文化政策所強調的價值從美學、社會轉向經濟價值；文化概念的持續擴大、但邊界的越形模糊；藝術／娛樂、傳統菁英／大眾藝術、高級／通俗藝術、或是公共贊助／商業文化之間的區隔逐漸消弭；文化政策關注的對象從藝術、文化工業擴大為創意產業。這樣的發展趨勢使得文化政策如今成為「非常重要」但也可能隨時被忽略與質疑的政策，而面臨新的矛盾與危機。

因此，本文希望從文化政策的角度出發，進而思索當代文化藝術的價值與概念轉變的問題。本文主要論點在於，隨著90年代末期「文化創意產業」政策的提出，標示出文化政策裡一個轉變的趨勢：從傳統的國家、公民論述轉向經濟論述，在這個轉變的趨勢裡，文化的概念也逐漸由傳統的「菁英文化」轉變為「文化經濟」的概念，背後隱藏著文化藝術在當代社會中，其被賦予的價值已經有很大的不同。

**關鍵詞：**文化政策、文化經濟、文化工業、文化創意產業

## 一、引言：文化政策：一個不穩定的概念？

文化政策<sup>1</sup>常常被視為一個不穩定與模糊的概念，有時被視為藝術政策(arts policy)；有時與傳播或是媒體政策的概念重疊。雖然有些學者認為相較於傳播或媒體政策所必須處理的許多媒體工業、經濟與科技的議題，藝術政策也許更為接近文化政策的概念，它們同樣關心美學、感性與社會價值性的問題(McGuigan, 2001: 124)。這樣的觀念隨著文化創意產業(creative industry)<sup>2</sup>政策短短數年內從英國沸沸揚揚的擴展到其他國家，如英語系的澳洲、紐西蘭、加拿大、美國到亞洲國家後，可能已經大不適用。一方面文化政策已經轉向文化藝術經濟價值的強調，美學、社會批判與個人反省之類過去被認為文化藝術最核心的關切逐漸降低；再方面，文化的概念急劇擴大，邊界也不斷模糊，從博物館、美術館、流行音樂、漫畫到時尚、咖啡廳都可能跟文化扯上邊。文化政策如今到底意味著什麼？未來文化政策是否更「無所不包」？整個問題變得複雜起來。

這個問題當然不只值得文化政策制定者與研究者關注；對於各種文化工作者、文化研究者而言，文化政策所帶來的轉向，對於文化藝術（或是文化藝術工作者）的定義範圍、生態的影響、民眾對於文化的認知、經濟市場與文化藝術的關聯性、以及未來整個社會的文化發展，將如何被商業資本所主導，而面臨的各種正面或負面的結果等問題，都可能是息息相關的。

因此，本文希望從文化政策的角度出發，進而思索當代文化藝術的價值與概念如何轉變的問題。本文主要論點在於，隨著1990年代末期「文化創意產業」政策的提出，標示出文化政策裡一個轉變的趨勢：從傳統的國家、公民論述轉向經濟論述，<sup>3</sup>隨

<sup>1</sup> Nobuko Kawashima 定義文化政策為「探測政府部門、公共單位、商業單位以及私人工業如何、為什麼去參與文化商品的製造、分配與消費」(Kawashima, 1999:3)。因此，文化政策不只是探測公共部門的文化藝術活動，也包括了文化機構的政策、策略與組織等問題。Virginia R. Dominguez 指認出四種文化政策的概念。首先，文化政策明顯地連結到政府機構的官方政策（無論是全國性還是地區性）。其次，官方文化政策的目的，不只這些文化政策的實踐與模式，更包括了整個政府政策影響下的社會文化的結果；第三，關於文化的公共論述（可影響文化政策的部分）存在的範圍包括對待特定議題的重要性、同意與不同意態度，以及社會政治環境的影響；第四，外在於政府範圍的各種雜亂無章的實踐中，研究者必須指認出文化承載、創新、抵抗的形式（因為它們只存在於特地的時間與地點），以提供了解一個更大範圍裡既定機構與權力階層的指標(Dominguez, 2000: 25)。

<sup>2</sup> 各國對於創意產業的定義並不相同（詳見附錄一），簡言之，將各種文化藝術、或是個人創造、技能與才華轉換為市場可接受的商品或產業，即可稱為創意產業或是文化創意產業（台灣多用此種翻譯）。

<sup>3</sup> 經濟意指對於人類資源、商品與服務的有組織管理；以及相關於資源管理、生產與分配相關的知識與制度。

著經濟論述影響力的增加，文化<sup>4</sup>的概念也逐漸由傳統的「菁英文化」<sup>5</sup>轉變為「文化經濟」<sup>6</sup>的概念，背後隱藏著文化藝術在當代社會中，其被賦予的價值已經有很大的不同。

## 二、文化政策論述的轉變？

Jim McGuigan 指出，文化政策中的三個主流論述<sup>7</sup>即為：國家論述(state discourse)、公民論述(civil discourse)與市場論述(market discourse)。國家論述呈現出當

而文化政策中的經濟論述則在於側重文化藝術有關於生產（產業化）、商品化、流通、分配、與市場關聯的討論。

<sup>4</sup> 根據R. Williams的說法，「文化」(culture)是英文裡相當複雜的兩、三個字之一，隨著不同的時代具有不同的意義。Williams指出當代所指涉的「文化」約可分為三類：第一，獨立、抽象的名詞，用來描述思想、精神或美學發展的一般過程或價值；第二種，不管在狹義或廣義的層面上，用來表示一種特殊的生活方式（關於一個民族、一個時期、一群人或全人類）；第三類，用來描述有關於知性的作品或活動，尤其是藝術方面，如文學、音樂、繪畫或雕刻、戲劇、電影、哲學、學術、歷史（特別是文化相關部門所推動的活動）等(R. Williams, 2003:82)。本文的用法接近第三種。

<sup>5</sup> R. Williams認為，Elite最早指的是「特別被挑選出來的人」，隱含著「最被中意、卓越」的意涵。自十九世紀開始，用來表達因為階級所產生的社會性差異，而逐漸被賦予負面的意涵(R. Williams, 2003:111-114)。菁英文化原來也具有「最好的文化」的意義，但在當代也被賦予具有社會不平等、歧視其他階級文化的深意。大體來說，菁英文化意指傳統的高級文化(high arts)，如古典音樂、芭蕾、歌劇、博物館、傳統藝術等等。

<sup>6</sup> 文化經濟(cultural economy)也是一個混淆的概念，它指涉出文化與經濟之間所出現頻繁而密切的互動。第一個面向則是經濟的文化化(culturalization)，如Scott Lash與John Urry指出，在後福特時代，製造業越來越像在生產文化：側重商品的象徵符號與文化意涵，而趨同於文化工業(Lash and Urry, 1994:123)。換句話說，側重知識與設計取向後的製造業，與文化工業之間的區分逐漸模糊，也使得文化工業的定義更為複雜。隨著強調知識取向(knowledge-based)的新經濟出現，在新經濟的發展中，資訊、知識與創意成為新的核心概念，更使經濟中的文化面向被強調，這類的經濟活動成為文化經濟(劉維公, 2001:121)。另一個面向則在於文化的經濟化，專注於把文化藝術描繪為經濟過程(D. Throsby, 2003:17)，探索各種文化活動的生產、獲利、分配、推廣等問題，如文化創意產業即為文化經濟化最好的例子(A. Mcrobbie, 2002:97)。

<sup>7</sup> 論述(discourse)最為廣義的解釋為言說(talk)或對話(conversation)，包括對話、訪談、評論或是演說等等。論述分析特別針對口語結構的探索，而文本(text)分析則側重於書寫語言的探索，例如論文、道路標示、公告或是書的章節等等。然而，兩者的區分往往是很不明確的，特別是在於論述與文本都被廣義地指涉為包括所有可以具有溝通功能的語言單位，無論是口語或是書寫的語言(S. Mills, 1997:3)。Teun A van Dijk提出，論述分析可以在各種溝通與互動中，提供我們有力的、微妙而精確的洞察力去識破各種社會問題的陳列與證實(van Dijk, 1985:1-2)。在論述分析裡，我們可以見證了社會裡巨觀的真實，論述可以揭露各種社會徵兆，或是較大問題的碎片，例如不平等、階級差異、性別歧視、種族主義、權力、或宰制等等。例如 M. Foucault以論述來解釋社會權力的形成（如精神病患的論述），以及Said的東方主義(Orientalism)，將論述視為西方宰制的形式，用來建構與擁有對東方的權威。

而在政策研究方面，論述包括了語言的使用、知識結構的象徵與社會實踐；它們再現了霸權的結構、不同權威形式訴求與爭奪的方法；它也提供了不同意識型態如何自散漫的領域，包含各種相衝突的、相重疊的、交錯的形式之中被建構出來。因此，本文所指涉的論述，包括政策、法律、規範、官方文件、政治人物的發言、與訪談的內容。經由這些不同的論述來挖掘隱藏於背後的意義。

代文化政策與國家機制、認同政治之間的密切關係，如各種國家級文化機構：公共博物館、圖書館的設立、國家文化的提升等等。公民論述特別強調文化政策在公民權利當中應需扮演的角色，尤其在於政治權或是文化權的落實等等。市場論述則側重於國家是否應介入文化藝術作品與市場經濟的關係，以及菁英／大眾文化商品等議題。雖然這三種主要論述立場有極大的差異，但 McGuigan 認為文化政策的論述無法脫離特定時間點上的主導論述而存在(McGuigan, 2001: 126)；換句話說，這些論述呈現出相互滲透與互動，同時也相互競逐為主要的合理性因素。

從這三個主要論述作為起點來看文化政策的發展，Jostein Gripsrud即指出，對二十世紀初期的西方民主國家而言，國家介入或是提倡文化事務的目的與合法性在於促進政治權的落實，以達成國家整合的結果（較側重公民論述）。就當時看來，政治權無法充分地落實與民眾的教育文化水平低落有關，例如文盲的比例仍高、通俗文化產品的粗俗，如黃色報業(yellow press)的出現等等。換言之，為了使得國家內每一個成員（開始只有男性、後來拓展為男女都享有政治權）具有民主的素養與足夠的知識行使市民權與政治權，文化政策具有教育功能，並與通俗文化對抗的任務。當時通俗文化雖被視為社會穩定與文化價值最大威脅（如1908年耶誕假期，紐約市長以戲院具有危害公共健康與衛生的理由關閉紐約市內所有戲院的做法），<sup>8</sup>但仍存有許多反對的意見，他們並不認為通俗文化就不具備有訓練公民的功能；當時，有些以都市勞工或是鄉間居民為主的通俗文化活動就被視為具有「半公共領域」的功能，對於參與政治權具有提升的作用 (Gripsrud, 2000: 198)。

1945到1960年代的文化政策有更為清楚的輪廓：逐漸由公民論述轉為國家論述。自二次大戰之前開始，國家所擁有的文化與傳播機構逐漸增加，如著名的英國廣播公司(British Broadcasting Corporation)，對於商業或是通俗文化的敵意更為清晰，特別是面對美式文化於1950年代急劇席捲西歐的時刻：迪士尼卡通、好萊塢電影、《讀者文摘》(Reader's Digest)獲得高度的閱讀率、搖滾樂取代了爵士樂等等，都使得「文化政策」這個語彙成為西歐以高級文化來對抗美式文化的代名詞(Ibid: 202)，而在文化政策論述中，國家的／商業的、高級文化／通俗文化的對立也更為明顯。

<sup>8</sup> 台灣也曾出現過類似的政策，將戲院視為「特種事業」，而要求戲院的工作人員如同特種營業人士，定期做身體檢查。

1980年代雷根主義與柴契爾主義的發揚，使得國家對於以公共補助來支援文化事務的意願開始降低，進入了市場論述主導文化政策的時代。對柴契爾主義者而言，國家之下只有個人的存在，而個人具有在市場裡自由選擇文化產品或是活動的意志，不需要國家過度的介入(*Ibid*: 205)；而另一種開始重視「市場論述」的路線卻來自工黨執政的大倫敦議會(Greater London Council)的經驗，以及相關的左翼文化與媒體研究者的論辯，對於文化工業與商業文化態度的開始轉變。廣播電視、電影、音樂或書籍出版在過去被視為商業性工業(commercial industry)，而排除於政府文化事務的公共補助之外；但是，類似葛蘭西所提出「文化霸權」的思考，使得大倫敦議會趨向一種較為大眾民主式的文化政策：希望「民主化」大眾文化商品的製造與分配，因而開始大力強調廣播電視或電影等工業的文化性。同時在1980年代，其他不同地方的政府也追隨，透過文化藝術（如戲劇或藝術節等等）的運用、串聯來推展都市的重建與改革的風潮興起（如Sheffield推展音樂工業，來維持就業率）。這兩種方向的文化政策都導致「文化」與「工業」的接近：一方面促進影視等「工業」的「文化化」，一方面則推動「文化藝術」的「工業化」。如Nicholas Garnham所指出：

雖然傳統的公共文化政策拒絕了市場，然而，多數人們的文化需求與熱望，多多少少是由市場以物品或是服務的方式所提供之。如果我們無視於這些文化過程，將無法真正了解我們時代的文化與挑戰，以及他們所能提供給公共政策制定者的機會(1990: 155)。

這種從「公民論述」、「國家論述」逐漸側重「市場論述」的政策發展方向，除了在英國呈現之外，轉型中的東歐與中歐國家更顯示出國家在文化上的權力大量削減，如撤銷管制規定、文化機關的民營化等等，讓自由市場對於文化的影響力增加，經濟性考量也越形重要。這樣的過程為90年代經濟論述大為發揚提供政策發展的背景。

而另一個提供經濟論述發展的社會脈絡，重要而不可忽視的是全球化的影響。Cancili研究澳洲文化政策的發展，指出全球化對於國家層次思索文化政策帶來的三種挑戰：國家文化的改組；文化商品交流趨於頻繁，容易傳輸的大眾傳播工業超越其他文化商品形式而佔有優勢地位；因應多元化與民主化所帶來的改變(Cancili, 2000:302)。這些挑戰帶來了兩個明確的影響：質疑國家認同作為文化政策的主要目的，以及對於經濟利益的日漸強調(Craik et al, 2003: 20)。過去，澳洲政府對於文化部門的營利能力態度消極，頂多希望他們可以「自給自足」(*Ibid*: 21)；然而，隨著文化

部門的利益日漸龐大，開始被視為獲利的行業。被認為具有啟發英國工黨「創意產業」(creative industry)的澳洲政府(Hughson and Inglis, 2001: 458-459)，於1994年率先提出的「創意之國」(creative nation)的文化政策中指出：

文化政策就是經濟政策，文化創造財富……文化增加價值，並對於創新、行銷、與設計具有不可或缺的貢獻。除了文化本身是一個有價值的輸出，對於其他商品的輸出也是有不可或缺的附加價值。可以說，文化對於我們經濟的成功具有舉足輕重的角色。(DCA: 1994: 7)

隨後不久，英國執政的工黨也於1997年提出「創意產業」的概念，<sup>9</sup>並設立「創意工業任務小組」，於1998年與2002年提出「創意工業圖錄報告」(Creative Industries Mapping Document)。工黨政府明確指出創意產業政策「起源於個體創意、技巧及才能的產業，透過知識產權的生成與利用，而有潛力創造財富與就業機會。」

從澳洲、英國，之後追隨的加拿大、紐西蘭、美國、芬蘭一直到歐洲、亞洲不同的國家都紛紛提出類似的文化政策，經濟論述儼然成為文化政策中最重要的部分，各國政府深信文化將帶來豐厚的經濟成果，相關的政策與產業評估不斷出籠，對於創意產業所帶來的產值、國民生產毛額的貢獻、就業機會的增加、市場的擴大率等等，許多國家都傳來正面的消息與發展。例如：英國在1998年與2001年均對創意產業的產值進行調查(Creative Industry Mapping Document)，2001年的資料顯示，英國共有一百九十五萬人從事創意產業工作；2000年，全英國的國民生產毛額中，創意產業便貢獻了7.9%，遠勝於其他產業；而在出口對貿易平衡的貢獻中則有八十七億，佔總額的3.3%(Michael Seeney, 2002)。加拿大創意產業的產值約達兩百九十六億加幣，多倫多的新媒體也以每年20%的比例成長；美國新英格蘭區域創意產業的產值成長將近14%；而澳洲則有高達62%的人定義自己是受僱於非文化部門，以及文化部門的「文化工作者」(Hartley and Cunningham, 2002)。這些炫麗的數字顯示，過去被視為「賠錢」的文化事業，已經成為新的經濟利益來源；而這樣的現象也影響了全球性組織對於文化政策的認知，如1998年聯合國世界文化發展協會(UN World Commission on Culture and Development)於斯德哥爾摩的文化政策國際會議提出文化政策的五項目標：

<sup>9</sup> 英國發展創意產業當然也有其特殊歷史背景，例如英國許多學者認為，在保守黨柴契爾夫人主政時代，是英國對於文化藝術補助的「谷底」，1997年工黨獲得政權後，許多人希望政府對於文化藝術能夠「大方」一些，卻沒有得到他們的期待；相反的，工黨政府對於文化藝術的補助仍相當有限，並強調文化藝術的商業利益，而被批評者認為這是英國政府規避對於文化藝術責任的藉口(Hughson and Inglis, 2001: 458)。

將文化政策視為發展策略的關鍵之一；  
鼓勵創造力與促進文化生活的參與；  
強化政策與實踐以推廣文化產業，並保護與提高文化遺產的價值；  
在當前的資訊社會中，為了資訊社會的發展，推廣文化和語言的多樣性；  
增加文化發展上能運用的人力與財務資源(Throsby, 2003: 181)。

這套文化政策即觸及了文化與經濟關係的許多層面，試圖將文化政策與經濟政策作某種程度的整合，也彰顯了文化對於經濟的貢獻(Throsby, 2003: 181)。到了1990年代晚期，源自於商業市場與產業動機所形成的文化政策已經成熟；經濟論述成為文化政策主要的考量。這種發展可能帶給文化藝術怎麼樣的影響？接下來，先從文化藝術的價值觀點來思索這個問題。

### 三、價值觀點的轉向？

事實上，文化政策對於經濟價值的思考發展得並不晚，過去文化政策也從經濟的面向來合理化公共補助文化的需要，無論是藝術、文化遺產、大眾傳播媒體等不同的領域中，政府都利用政策手段來干預這些領域的經濟面，但經濟價值仍未被視為主要的考量(Throsby, 2003: 175)。

關於這一點，可以從許多文化政策所展現出於對市場機能的不信任中看出來。類似的說法包括了：如對於**公共善**(public good)的強調，認為國家支付經費保護美術館或公共藝術的存在，是為了公共的利益，因為市場機制無法確保它們的存在；與**文化藝術的特殊性**有關的討論則認為，具有意義象徵的商品與物質商品不同，無法讓經濟市場自由決定，因為文化商品與經驗具有獨特性與創新性，消費者很難以理性的判斷從兩部電影中選擇一部，就如同他們選擇汽車或是香皂一樣；而相較於其他物質性商品，文化商品的市場更為複雜，要預測消費者的行為也更為困難。此外，重視**文化平等**及**接近使用**的觀點，更強調必須以國家力量介入市場，以確保所有人都享有文化權，例如公共廣播制度就具有這樣的功能，無論個人是否具有消費能力。從這些相關的政策論述可以看出：基於公共善、美學價值、人民文化權的保障、以及文化象徵的特殊

性，政策應該適時介入以避免市場機能對於公共藝術或是人民文化權的危害；也暗示了國家應該保護這些價值，優先於經濟價值的考量。

這樣的觀點在1980年代受到很大的挑戰，逐漸有人開始注意到，文化藝術不只是「花錢」的行業，更是「賺錢」的行業。如John Myerscough在他1988年著名的演講‘The Economic Importance of the Arts’中，從各種不同的角度來闡述文化經濟的重要性，至少包括了下列幾點：

1. 藝術具有重要的經濟價值；
2. 藝術提供許多的就業機會（屬勞力密集部門）；
3. 藝術應視為經濟的發展部門；
4. 藝術具有極高的附加價值；
5. 藝術是英國的重要出口單位；
6. 藝術可提供其他工業的附帶利益；
7. 藝術刺激旅遊業與地方發展(Myerscough, 1988)。

John Myerscough的觀點引起許多論辯，反對的聲浪大約可分為幾類，第一類論者認為文化藝術對於發展經濟並沒有想像中的有用，並大力抨擊過度強調經濟面向只會為文化藝術帶來悲慘的影響，如John Pick的the Economic Unimportance of the Arts, (Pick, 1989)；另一類觀點則擔憂過度強調文化藝術的經濟價值，反而忽略了其他價值的可貴與重要性，如F. Matarassog堅持藝術的真正目的並不在於創造財富，而是「貢獻一個穩定、有自信與創意的社會」，這是強調藝術的社會價值；Lesley Sharpe認為「只有藝術在不被認為應該為任何目的而服務的情況下，它才能以其獨特的方式，重建失落的和諧」(Sharpe, 1991)，這是強調藝術的美學價值；而David Throsby也提醒「藝術在很多領域都被視為一股動態的經濟力量，如促進城鄉區域發展、提供就業機會、增加出口產額等等……但需要注意，文化商品與其他商品的區別在於他們不只創造經濟價值，也具有文化價值。如果文化政策只強調經濟價值的創造，將是不完整的文化政策」(Throsby, 2003: 205)。

首先，我們先釐清這些不同價值的意涵。文化藝術的美學價值以早期浪漫派學者為例，關注的是自然美與個人領受的部分，對於政治與社會等「粗糙事務」漠不關心(Williams, 1989: 33)，強調有個標準高於作家與社會的喧雜關係，並反對市場的影響

(Ibid: 37)；更進一步來看，強調美學價值的學者認為文化藝術並不應服膺任何政治、社會或經濟目的，而以美的追求為最終目的。

**文化價值**較為強調文化藝術所產生文明教養的功能與責任，如M. Arnold的觀點，認為文化藝術可以使人們脫離困境，將源源不斷的思想注入人心，破除陳腐的概念與習慣，進而引導人類走向一種和諧的完美(Arnold, 1960:8)。而P. Bourdieu「文化資本」(cultural capital)的理論進一步拓展對於文化價值的理解，Bourdieu文化資本的概念包括了三個成分：(1)Embodyed capital（具體化的資本）：從個人特質或是其行動與品味展現出來一系列的傾向；(2)Objected capital（客觀化資本）：即文化表現的各種形式，如美術、寫作、舞蹈等可以象徵性傳達給他人的中介；(3)Institutionalized capital（制度化資本），如各種已經建立價值的學術資格與藝術的品味標準等等(Bourdieu, 1986)。這些不同的文化資本經由影響民眾的文化品味、藝術表達、文化生活的參與及選擇、認同的建構與形成等等，產生了文化藝術的文化價值。

**社會價值**牽涉的層面則更為廣泛，雖然D. Throsby簡單定義社會價值為「藝術作品傳達了一種與別人聯繫的感覺，而且它有助於理解社會的本質，也有助於認同感」(Throsby, 2003: 37)；但自十九世紀以來，文化藝術的觀點裡有一項根本的假設，認為一個時期的藝術必然與當時普遍盛行的生活方式、道德與社會判斷有密切的關係(Williams, 1989:145)，文化藝術與社會之間的關係自是交錯不清。John Ruskin即指出：

任何國家的藝術都是該國社會與政治德行的代表闡釋者，任何國家的藝術，或者其普遍的生產與造形能力，就是該國倫理生活的確切代表。有高貴之人，始有高貴的藝術，兩者因其時代與環境之定律而相結相屬(轉引自R. Williams, 1989:151)。

因此，經由文化藝術得以了解其社會本質，而文化藝術也與該社會的倫理道德有密切關係。除此之外，普遍被提及的社會價值還包括：歷史傳承、多元文化的維繫、國家或社群認同的建立、宗教或倫理的影響、以及社會批判的功能(Mcguigan, 1996)等等。

對於文化藝術的經濟價值部分，R. Williams觀察在十八世紀的思想中即已形成，當時已有人主張：

在富裕與商業的社會裡，思想或推理亦如其餘各種行業，成為特殊事業，由很少數的一批人進行，為公眾提供廣大的勞工群眾所擁有的一切思想與

推理……。如同鞋襪，人們向製造而供應該項貨物於市場者購買(Williams, 1989: 37)

於十九世紀，對於觀察新興文學與新聞市場形成的關鍵期，George Gissing的小說塑造一個「成功的文人」，指出：

成功的文人就是成功的商人，他首先考慮的是市場，一種貨物銷路不振，他馬上拿出而追人胃口的東西；他完全清楚一切可能的收入來源，無論賣什麼東西，都能使各方人士掏腰包(Gissing, 1968: 4-5)

而在當代，文化藝術除了本身的經濟價值外，更重要在於其「附加價值」，如Myerscough所指出的包括了：就業機會的提供、刺激旅遊觀光、振興地方發展、提供其他工業的附加利益、增加出口與國際貿易等等(Myerscough, 1988)。

對於文化藝術不同價值與相關內涵的比較如下：

價值	相關內涵
美學價值	自然或宇宙奧秘的探索、美學層次的追求、個人領受的展現、人類普同精神價值的發揮
文化價值	文化資本的創造、文明與教養提升、象徵符號與論述的再現、文化多樣性的維持
社會價值	歷史傳承、多元文化傳統的維繫、國家或社群認同的建立、宗教或倫理的影響、社會批判的功能、公共參與及意識的提升、社會融合、公民權概念的擴充
經濟價值	文化藝術產業的振興、就業機會的提供、刺激旅遊觀光、振興地方發展、提供其他工業的附加利益、增加出口與國際貿易、吸引外資

(作者製表)

雖然文化藝術的價值種類可以被獨立分析出來，但並不意味著這些價值彼此是無關的。相反地，當文化政策強調經濟價值的同時，更有必要去思考經濟價值與其他價值的關聯性，而非捨棄或忽略它們。從這些不同的價值面向來思索，目前側重經濟論述的文化政策所關注的已經超越了文化藝術商品本身，而是額外的「附加價值」的問題。換句話說，政府以公共資源去支持文化藝術的理由已經超越藝術層面的問題，而進入其他議題：如就業機會的創造與地方產業發展，隱含更為複雜的社會層面，一起糾葛於文化政策的大旗之下。然而，這樣的發展趨勢對於文化政策並非沒有危機的。Tom O'Regan就認為文化政策的制定者面臨的兩種挑戰與轉型：一方面，文化政策變

得「太重要」，因為文化已經被賦予有文化的、社會的與經濟的任務；被太多與分歧的行動所環繞，文化政策的優先關注將從文化的方向與原則，轉為更寬廣或更特殊的興趣與議題而服務，在這個過程中，文化政策制定的組織某些部分將被侵蝕；另一方面，文化政策的框架與落實的領域卻可能遭遇邊緣化，無論是在廣播、電影之類的產業中，文化或是社會性的政策目標與價值（如文化多樣性或是公平的文化接近權）將會在以產業發展、市場開放、科技進步或是貿易自由的經濟正當性之下，遭遇極大的質疑或是被忽略(O'Regan, 2002: 9-10)。

而在強調經濟價值的情況下，可以觀察到的另一個轉變，則在於文化概念的內涵隨著這些經濟與市場語彙的發展，也開始不斷的擴大與模糊。特別在於文化政策的認知與內涵，近十年已經有劇烈的改變：涵蓋的專業領域從傳統高級藝術的鑑賞或教育公民意義，轉向文化區域發展與創意產業等議題。使用的語彙也從「文化補助」轉為「文化投資」；文化政策的目的更開始強調「文化產業產值的提升與就業人口的增加」等等。這樣的發展，突顯了文化政策概念的模糊與多變，以及對於文化政策應有的範疇、內涵、價值的轉向；而接下來，將對於文化「概念」的拓展提出分析。

#### 四、文化概念的拓展：從高級／菁英文化、文化工業到文化創意產業

如果以文化創意產業（或文化經濟）的概念來作為當代經濟論述的代表，作為一個「創新」的概念，文化創意產業其實連結了幾個不同的「舊有」概念，包括了「高級／菁英文化」，如戲劇、音樂會、博物館與建築等，古典的「文化工業」(cultural industry)或是被稱為「商業文化」(commercial arts)類型，如電影、電視及廣播、出版、音樂與廣告，以及「知識經濟」(knowledge economy)，如軟體、數位內容的範疇。從文化政策的發展來看，毫無疑問的，「文化」的概念不斷在擴充之中，對於「文化」這個觀點有著極大的不同態度，而這正反映了社會與歷史的變遷。

早期的文化政策多側重於傳統的高級／菁英文化，並處理各種對於此類創作者與藝術組織的補助；在這裡，「文化」強調著藝術的原創性，以及陶冶民眾的過程。在高級／菁英文化系統與所推崇的價值中，文化政策必須在「好的」藝術與「商業」的藝術之間作一個明確的象徵性區分(DiMaggio, 2000: 47)。而商業性的「文化工業」則

在這樣的區分下，被視為「非文化」的角色。

### (一) 「文化工業」如何成為文化政策的一部分？

文化工業(cultural industry)的概念在1930年代由法蘭克福學派的阿多諾等人提出，之後，學界對文化工業的看法也大多沿襲阿多諾的立場，將文化工業視為資本主義下大眾文化商品化、標準化、大量生產製造的源頭，輕則使人們文化品味庸俗，重則使人們被資本主義奴役宰制。換句話說，文化工業這個詞語所側重的，是「文化」的部分而非「工業」的部分，文化工業的研究動機多半是出於文化與社會現象的憂慮，而非經濟利益的考量。

早期「文化工業」的確被排斥於文化政策之外，而逐漸被納入文化政策的過程與時間，則每個國家不同。在前面我們提過英國的經驗，1970, 80年代的大倫敦議會基於「民主化文化工業」的理由，開始將文化工業如電影、電視、廣播、出版等等納入政策考量。而Tom O'Regan 提出澳洲的經驗，則顯示在1960年代末期，電影已經被視為文化政策的優先順序（電影被認為是一種藝術形式，而且與國家認同具有高度相關），它再現了「什麼是澳洲」給所有的澳洲人以及全世界，並非只是「娛樂事業」。換句話說，O'Regan認為，電影作為文化政策一個重要的出發點，在於它是以藝術為基礎的文化介入形式，並經由國家的文化目的，如認同的形成、文化的權利、文化的落實等等因素來合理化其地位(O'Regan, 2002: 11)。隨著電影政策的形成，藝術政策、文化政策與其他的傳播體系有了更多共享的思考與互動的可能；也使得對於「文化」定義逐漸轉變。學者認為過去「人類學式的文化定義」將文化局限於傳統高級／菁英文化形式，忽略了其他「新」的文化形式，如電影，而有必要重新思考與定義(Ibid: 11)。

同樣的，傳統「文化工業」的負面形象在學術界的努力建立下，逐漸轉為較中立的概念。學者開始認為，文化產品的價值，在於滿足人們的文化需求，而無論人們的文化需求是什麼；即使是大眾文化商品，也不應該被完全否定。例如Nicholas Garnham 即指出，過去西方馬克思主義對於文化工業所抱持的負面態度，過於理想化而需要修正；文化研究者不應忽視市場所能提供與滿足大多數人們文化需求的事實。不同於阿多

諾的批判性，Nicholas Garnham 提供了一個較為描述性的態度來定義文化工業：「文化工業是利用商品生產的模式與工業公司的組織，以文化商品與服務的形式，來生產與傳布各種象徵符號。」(Garnham:1987: 25)這樣的詮釋觀點，使得學術界得以更清楚的了解與研究文化工業，以及文化市場的運作狀況。

「文化工業」被納入文化政策的考量後，擴大了對文化的定義與內涵，但同時，也模糊了高級文化與通俗文化之間的區分。將近三十年來的發展過程，高級文化系統似乎已經被侵蝕了，文化之間「高與低」的秩序也不再清晰。「卓越的文化」可能出現在對於任何形式的文化之中，從鄉村音樂到歌劇、從漫畫到現代舞。而這樣概念下的文化，也更強調多樣性、混合性與差異性(O'Regan, 2002: 14)。

## (二) 文化創意產業：文化工業的更新擴大版？

相較於「文化工業」的概念，「文化創意產業」似乎又更複雜了點。首先，在後現代社會裡，物品的大量生產與製造已經被特殊性消費與彈性化的生產所取代；而這些特殊性的消費又特別與文化符號、認同之間有緊密的聯繫。消費產品所具有象徵符號、概念、形象、知識提供了人們自我認同的素材 (Isin and Wood, 1999: 123)，消費的重要性不是來自於商品本身，反而是商品所帶來的文化意義。因此，在商品製造的過程中，文化設計的創意性具有越來越重的地位，工業逐漸遠離單純傳統物品的製造，轉而走向文化產品的生產。而象徵符號物品(symbolic goods)則逐漸成為生產的核心：消費者所消費的，往往不是物品本身而是象徵符號所帶來的感覺(sense)。因此，文化工業的重要性開始突顯，卻也更加的模糊不清。製造業越來越像在生產文化：側重商品的象徵符號與文化意涵，而趨同於文化工業 (Lash and Urry, 1994: 123)。換句話說，側重知識與設計取向後的製造業，與文化工業之間的區分逐漸模糊，也使得文化工業的定義更為複雜。

而近年來，如歐盟國家、澳洲、美國或加拿大等地連結「創意產業」(creative industries)、「創意經濟」(creative economy)、甚至「創意階級」(creative class)的概念，都強調區域的文化經濟是極為重要的都市發展策略(Deborah Stevenson, 2004)。Graeme Evans 甚至指出，文化的生產與消費已經成為都市發展的新未來 (Evans, 2001:

267-268)。的確，許多都市的經驗都呈現出文化藝術在都市發展過程中的重要性，例如西班牙畢爾包建立古根漢博物館；巴塞隆納、愛丁堡與加拿大蒙特婁都以舉辦各種文化、藝術季作為都市形象的建構與經濟發展的主力；美國密西根州的首府則以「情調咖啡館、嘻哈酒吧、街道上的自動販賣機與特殊風格的公寓」來吸引創意階級的進駐並更新都市形象(Gibson and Stevenson, 2004: 1)。這些混雜著博物館、美術館、古典音樂會、歷史古蹟等傳統菁英文化；以及爵士、嘻哈、電影城或主題公園的通俗文化；加上酒吧、咖啡館、購物中心或時尚業等「感覺性消費」，所形成的文化創意產業（或稱文化經濟），使得當代進入文化遍在的境界（朱元鴻，2000: 28-30）。

因此，相較於80年代「文化工業」所指涉的意涵，目前文化與經濟的關係更為錯綜複雜，所牽涉的範圍也更為廣泛；「文化」的概念更加無所不包，更加強調其多樣性、混雜性；文化產品的象徵性階序更為流動與混淆。

## 五、經濟論述開始主導台灣的文化政策？

從西方的發展經驗轉向台灣，我們可以觀察到，隨著台灣進入全球化的脈絡下，也陸續面臨全球化所帶來的衝擊與挑戰，一方面，過去以大規模製造業為主的生產型態，在中國的挑戰下逐漸失去優勢，製造業開始外移，迫使台灣面臨經濟轉型的壓力，必須投資更多力氣於設計、形象、內容與應用，而不只是產品的製造；因此，如何善用既有文化藝術條件，鼓勵更多創作與設計，成為台灣目前努力的方向（詹宏志，2003）。同時，英國、澳洲、加拿大的相關資料顯示，文化藝術帶來豐厚的產值、對國民生產毛額有相當的貢獻、並提升就業機會、為過剩的國內勞力找到內需的替代機會等等，都使得台灣對於發展文化經濟或文化創意產業感到躍躍欲試。

另一方面，在全球化文化均質的危機中，在地文化的特殊性逐漸扮演重要的角色，台灣政府逐漸意識到，如果無法由文化藝術突顯台灣的特殊性，以作為全球化下辨識的符碼，台灣的競爭力難以提升（文建會，2003）；同樣的，都市也開始面臨如何建構自我符號的焦慮，如詹宏志所寫〈如何販賣台北〉一文：

在我認識的香港文化界朋友裡有一群「哈台族」，他們教育程度很高、文化品味比較挑剔，對台北有一種特殊的欣賞與認同，常常利用週末或假日

飛到台北，享受一兩天的台北生活，他們顯然見人所未見，究竟在我們不自覺的忽略中，看到了什麼？

他們有人說，因為台北有誠品書店，那是一種香港難以擁有的文化空間，所以當你晚上來到台北誠品敦南店，聽到有人講廣東話不用太驚訝，他們是來「朝聖」的。有人則是來看台北的小劇場、或來品嚐台北紫藤蘆、貓空的茶香，……也有人來台北觀看我們覺得很煩的選舉。有人來造訪故宮博物院、朱銘美術館；還有一些內行人是來光華商場買電腦的。我們視為理所當然的生活一部分，在其他華人眼裡，卻不知不覺構成了魅力……。文化一直在那裡，我們只要盤點一下稍微加以發展利用，吸引力就能夠大得不得了。（詹宏志，2002）

在這些不同社會背景交錯影響之下，文化藝術的經濟價值逐漸突顯，等待人們去「發展利用」，在1995年文建會「文化產業」研討會中，類似的觀點已被提及<sup>10</sup>；當時「文化產業」的內涵包括了地方工藝、觀光、聚落古蹟保存、媒體、生活藝術、農漁業、企業的文化贊助等等（于國華，2003: 46）。「文化產業」被視為社區總體營造重要相關政策之一，主要分為兩個部分：廣義的文化產業，包括了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: 4-9）。

與西方發展不同的是，當時台灣文化政策中的「文化產業」與「文化工業」的概念完全被區隔而對立起來。文化政策側重「產業」但將「文化工業」排斥於外，認為文化工業所指涉的「大量複製均一化、庸俗化、流行品味、提供大量消費的產品，並且是對生態具有掠奪性的生產理念」（于國華，2003: 46）；相反的，「『文化產業』以地方本身作為思考主體，是基於地方特色、條件、人才和福祉來發展的產業，因此需要地方民眾自己構思整合，在追求發展的同時也考慮到生活環境的保育和維護」；因此，「文化產業的特質是小規模的手工藝生產。標準化大量的生產結果往往會導致產品的『去文化』或『反文化』現象……它的價值就在於少量生產，在於它是經手工製作，在於它具有地方傳統，在於它是地方人文的精神所在」（文化環境工作

<sup>10</sup> 從文建會的說明多指出台灣文化產業的觀念，早先由文建會民國八十四年的「文化・產業」研討會中提出「文化產業會，產業文化化」開始，之前文建會關於這方面的論述與政策相當缺乏。請見文建會的《文化創意產業手冊》。

室，1998: 46-7）。在這個階段的文化政策論述中，可以明顯感受到「文化產業」的幾個立場：對立於「文化工業」的立場、結合社區與區域經濟發展的計畫、最終將文化與藝術活動本身及其產品作為地方產業來發展。

這種以地方、社區的永續發展為主的「文化產業」論述，與2002年開始在台灣大為流行的「文化創意產業」之間有著怎樣的脈絡連結，其實是很令人好奇與關注的。但從官方說明，這兩者之間似乎有更多的差異，如在文建會委託台灣經濟研究院所進行的《挑戰2008國家發展計畫——文化創意產業產值調查與推估》<sup>11</sup>的報告指出：

由於「社區總體營造」的理念與「文化產業」的界定有所差異，以致於對「文化產業」概念的理解仍限於傳統、鄉村型的初級產業，例如農產加工、傳統工藝、地方特產的狹窄範圍內；現今行政院提出的「文化創意產業」政策，與過去「文化產業」相比較，除了擴大產業範圍，更重要的是政府以策略引導帶動產業轉型加值，並且不只從文化的角度切入產業，而是將文化直接轉換成產業部門，把文化和設計、創意發展加入國家發展政策之中。無疑地，發展「文化創意產業」是當前的世界趨勢。「文化創意產業」完全改變過去生產製造的概念，整個產業鏈可以沒有任何實體，例如知識，既可以是資本、原料，更可以是產品。同時，文化和創意產業也可以提高傳統產業的價值（台灣經濟研究院，2003: 2）。

就文建會所提供的資料顯示，與「文化創意產業」政策與「文化產業」的觀念具有相當的差距，反而接近2000年新政府大力提倡的「知識經濟」的概念，認為文化創意產業正是「知識經濟產生附加價值最高類型」（文建會，2003: 4）。因此，在2002年台灣正式提出「文化創意產業」的產業政策並列為「2008：國家重點發展計畫」中的一項，將文化軟體視為國家建設的重大工程；以「產業鍊」的概念型態，重新定義文化產業的價值，結合人文與經濟以發展兼顧文化積累與經濟效益的產業（文建會網站：[http://www.cca.gov.tw/creative/page/main\\_02](http://www.cca.gov.tw/creative/page/main_02)）。計畫目標包括：

增加文化創意產業就業人口；

增加文化創意產業產值；

提高國民生活的文化質感；

建構台灣特色之文化產業，提高創意風格；

<sup>11</sup> 請見[http://www.cca.gov.tw/creative/page/main\\_06.htm](http://www.cca.gov.tw/creative/page/main_06.htm)可下載。

成為亞洲創意產業之樞紐平台。（文建會，2003：5）

相較於西方的發展脈絡，台灣文化政策中的「文化產業」到「文化創意產業」之間明顯有一種落差；這種落差特別顯現在文化的定義與強調的價值。「文化產業」傾向以傳統、鄉土、人類學式的生活內涵來思考文化的定位；而「文化創意產業」則模糊文化的邊界，將具有生產文化符號意義的產品都視為文化的展現。此外，在「文化產業」的背後具有高度地方關懷與社區認同的情調，並不完全從經濟價值來思考；相較之下「文化創意產業」更像一個產業政策。

若將「文化產業」與「文化創意產業」兩者約略比較，可發現相當的差異：

	定義	指涉範圍	政策目的	強調的價值	文化的定義
文化產業政策  (接近社區總體營造)	以文化為核心發展而成為地方經濟效益的產業，並具備有地方的特色。	地方觀光、工藝、文化資產維護、聚落古蹟保存、媒體、生活藝術、農漁業等。	將文化和藝術活動本身及其產品作為地方產業來發展，或運用原有和新開發的文化藝術活動和產品作為誘因，促成營造社區與重建的計畫，因而振興地方。	社區、認同、傳統與個別性。（文化價值與社會價值）	以地方傳統的文化為主，將文化工業排除於外。文化產業依賴創意、個別性，地方的傳統性、特殊性，甚至工匠或藝術家的獨創性，強調產品的生活性與精神價值內涵。
文化創意產業政策  (接近知識經濟)	創意產業包含三個同心圓：精緻藝術的創作與發表；建立於文化藝術核心基礎之上的應用藝術；支援的週邊創意產業。	十項範圍：視覺藝術、音樂與表演藝術、工藝、設計產業、出版、電視與廣播、電影、廣告、文化展演設施、休閒軟體。	增加文化創意產業就業人口；增加文化創意產業產值；提高國民生活的文化質感；建構台灣特色之文化產業，提高創意風格；成為亞洲創意產業之樞紐平台。	經濟、創意。	模糊文化邊界，將所有具有生產意義的文化符號的產品都納入，包括傳統、高級化、文化工業、知識經濟及週邊產業。

（作者製表）

從兩者內涵的差異來看，台灣文化政策的論述，也呼應了西方的經驗，從傳統文

化（西方更強調菁英文化，台灣較側重地方文化），走向文化經濟的趨勢；無論是國外或是台灣的經驗看來，文化政策的認知與內涵似乎在近十年已經有劇烈的改變：涵蓋的專業領域從傳統高級藝術的鑑賞或教育公民意義，轉向文化區域發展與創意產業等議題。對於這樣的發展，可能帶給未來文化發展，或是整個社會怎樣的影響？

## 六、從西方看台灣：走向「文化經濟」的新挑戰

簡略來說，目前文化政策發展側重經濟論述，帶來的影響如下：

文化政策中經濟論述的不斷增強，並與經濟產業政策有密切整合的可能（例如：文化經濟化與經濟文化化）；

文化政策所強調的價值從美學、社會的轉向經濟價值；

文化概念的持續擴大、但邊界的越形模糊；藝術／娛樂、傳統的菁英／大眾文化、高級／通俗藝術、或是公共贊助／商業文化之間的區隔逐漸消弭；

文化政策關注的對象從傳統高級文化、文化工業擴大為創意產業等等。

從這些變化來看，文化政策是一個不穩定的概念，無論在於論述的正當性、價值的強調以及文化的定義隨著社會歷史的變遷而改變，而呈現出不同的政策內涵。而今日，經濟價值與市場論述儼然成為文化政策的「合理性」口號，來贏得公共補助與政府支持，卻有一些必須值得警覺的危機：過度強調經濟價值是否排擠到文化藝術的其他價值，例如為了市場開放或是產業發展的目的卻危害到文化多樣性或是文化權的保障？

P. Bourdieu曾提出深沉的警告與呼籲，他指出，一些西方國家經過漫長的自主化過程，所構成的文學場域或是藝術場域，會大大的超越金錢與利益的法則，而具有其「自主性」。但如今文化生產的自主性、文化自身的原則、以及生產到流通的每一個

<sup>12</sup> 商業邏輯所帶來的威脅包括了：文化多樣性的消失、小眾或獨立文化工作室的衰微、短期獲利邏輯導致對文化根本的否定等等(Bourdieu, 2003:92)。

階段，都面臨到商業邏輯的威脅(Bourdieu, 2003: 88-89)，<sup>12</sup>他指出：

文化藝術已被轉為產品，將作者轉為工程師或技術師，運用不屬於他們發明的技術資源……，直接訴諸大眾品味。尤其是，他們必須把這些高成本的資源用在純粹的商業目的上，以便盡可能吸引最大多數的觀眾，並且滿足他們最原始的衝動。這就是技術專家、行銷專家試圖掌握的(Ibid: 96)。

因此，Bourdieu以「危急中的文化」來描述文化藝術發展所面臨困境；以「造假文化」指涉這些因應商業邏輯下而生產的文化商品。他認為未來掌握文化生產工具者（如傳播大企業），將鞏固一種對於整個現代社會史無前例的支配力，而整個社會也將更為幼稚化(Ibid: 93)。

從Bourdieu的分析出發，我們對於文化政策目前的走向勢必要更為小心謹慎。首先，對於文化的不同價值與面向，台灣政府是否應具有一套完整的考慮？經濟價值、社會價值、藝術價值等等在文化政策中所具有的比重應該如何衡量？在產業的思考下如何又能保障其他的價值面向？如果價值相互衝突，哪些面向具有優先地位？

其次，文化的概念雖然不斷擴展，但文化的意義卻越來越模糊、甚至失落；文化的概念從高級／菁英文化，進而納入各種文化工業影視商品，直至發展到後現代社會裡的具有象徵符號的商品，文化的意義似乎逐漸簡化成為象徵符號的生產與消費（例如到高雄愛河畔喝一杯咖啡）。從「文化產業化」、到「文化經濟化」，最終的目的在於強化文化商品的生產與消費，這樣的發展可能導致文化意義的缺乏與簡化，成為未來文化發展的危機。

因此，走向「文化創意產業」或文化經濟，雖然擴展了文化政策的影響面向，也以更實務的態度面對各種新興創意產業的發展；然而，觀察與制定相關政策時，卻不能忽略考量文化價值的比重可能失衡、文化意義的缺乏與簡化，以及文化生產工具被掌握或操控的問題。

最後，當文化概念不斷在擴大而無所不包，文化邊界日漸模糊時，我們要擔心的是，文化藝術一些重要價值（無論是美學的、文化的或是社會的價值），是否已被侵蝕而不知？我們要思考的，並不在未來文化政策是否還是叫做「文化政策」還是「經濟政策」，而是文化藝術的其他價值是否在其中被混淆與忽略，以及文化在每個人生

活裡、生命裡的角色是否已然改變。

中大

文化研究

2005.9 No.1

189

## 附錄一：

各國文化創意產業定義：

國際組織或國家	文化創意產業的定義
聯合國教科文組織	文化產業(cultural industries)與創意產業(creative industries)的意義相同，指「那些以無形文化為本質內容，經過創造、生產與商品化結合的產業」，包括文化商品生產、以及提供文化服務、同時有受智慧財產權保障的概念。
英國、紐西蘭	起源於個體創意、技巧及才能的產業，透過知識產權的生成與利用，而有潛力創造財富與就業機會。
加拿大	藝術與文化活動被界定為文化產業者，應包括實質的文化產品、虛擬的文化服務、亦包括著作權。
芬蘭	使用文化產業來結合文化與經濟的概念，包括：意義內容的生產、傳統與現代藝術、結合商業機制、強調文化創業的精神。
香港	源自於個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發與運用，具創造財富及就業潛力的行業。
韓國	文化內容產業包括各類經濟活動，如創作、生產、製造、流通等，而其活動內容源自於任何知識、資訊及文化相關之基礎資源。
台灣	凡源自創意或文化累積，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升之產業均屬之。

資料來源：行政院經濟建設委員會《文化創意產業產值調查與推估》；劉大和(2003: 115-121)。

各國文化創意產業的內容：

國際組織或國家	內容
聯合國教科文組織	視覺藝術、表演藝術、工藝與設計、印刷出版、電影、廣告、建築、歌舞劇及音樂的製造、多媒體及視聽產品、文化觀光與運動。
英國	廣告、建築、藝術與古董、工藝、設計、時尚設計、電影、互動休閒軟體、表演藝術、出版、電腦軟體、廣播電視。
紐西蘭	電影電視、設計與時尚設計、音樂、數位內容、出版、表演與視覺藝術。
澳洲	娛樂業及劇場、設計、文學出版及雜誌、電影及錄影帶、電視及廣播、圖書館、美術館及動植物園、社區文化發展、多媒體。
韓國	動畫與漫畫、音樂、戲劇、遊戲、手機及網路內容、數位娛樂內容。
新加坡	媒體產業、設計、流行音樂、出版、藝術支援服務。
香港	廣告、建築、藝術品及古董、漫畫、設計、時裝設計、電影、遊戲軟體、音樂、表演藝術、出版、軟體及資訊科技服務、電視。
台灣	視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、設計產業、出版（漫畫）、電視及廣播、電影、廣告、文化展演設施、休閒軟體。

資料來源：行政院文化建設委員會《文化創意產業手冊》2003；藤人傑(2004: 93-94)。

## 參考書目：

### 一、中文書目：

- Bourdieu, Pierre, 2003, 《以火攻火：催生一個歐洲社會運動》(*Contre-Feux* 2), 孫智綺譯。台北：麥田出版。
- Seeny, Michael, 2002, 〈創意性產業：英國經驗談〉，出於「2002文化創意產業國際高峰會」，2002年十月二十五日，台北。
- Throsby, David, 2003, 《文化經濟學》(*Economics and Culture*)，張維倫等譯。台北：典藏出版。
- Williams, Raymond, 1989, 《文化與社會》(*Culture and Society, 1780-1950*)，彭淮棟譯。台北：聯經出版。
- , 2003, 《關鍵詞：文化與社會的辭彙》(*Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*)，劉建基譯。台北：巨流出版。
- 于國華，2003，〈文化・創意・產業：十年來台灣文化政策中的「產業」發展〉，《今藝術》，92年五月，頁46-48。
- 文化環境工作室，1998，《台灣縣市文化藝術發展：理念與實務》。
- 文化建設委員會，2003，《文化創意產業手冊》。
- 台灣經濟研究院，2003，《文化創意產業產值調查與推估研究報告》。台北：文建會。
- 朱元鴻，2000，〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉，出於張笠雲主編《文化產業：文化生產的結構分析》，頁1-45。台北：遠流出版社。
- 陳其南，1995，《「文化・產業」研討會暨社區總體營造中日交流展論文集》。台北，文建會。
- 劉大和，2003，〈文化創意產業界定及其意義〉，《台灣經濟研究月刊》，第26卷第五期，頁115-122。
- 劉維公，2001，〈當代消費文化社會理論的分析架構：文化經濟學、生活風格與生活美學〉，《東吳社會學報》，第十一期，2001年十二月，頁113-136。
- 藤人傑，2004，〈國內文化創意產業生態初探：以新興之音樂與表演藝術、視覺藝術及工藝產業為例〉，《台灣經濟研究月刊》，第27卷第六期，頁

91–100。

## 二、英文書目：

- Arnold, Matthew, 1960, *Culture and Anarchy*, Cambridge: the University Press.
- Bennett, Oliver, 1994, 'Introduction' in *European Journal of Cultural Policy*, Vol.1, No.1: pp. 1-2.
- Bourdieu, Pierre, 1986, 'the Forms of Capital', in John G. Richardson (eds.) *Handbook of Theory and Research in the Sociology of Education*, pp. 241-258, Westport, Connecticut: Greenwood Press.
- Cancili, Nestor Garcia, 2000, 'Cultural Policy Options in the context of Globalisation', in Gigi Bradford, Michael Gary and Glenn Wallach (eds.), *The Politics of Culture: Policy Perspectives for Individuals, Institutions and Communities*, pp. 302-326, New York: The New Press.
- Craik, Jennifer, Libby McAllister and Glyn Davis, 2003, 'Paradoxes and Contradictions in Government Approaches to Contemporary Cultural Policy: An Australian Perspective', in *the International Journal of Cultural Policy*, Vol.9. No.1: pp. 17-33.
- Department of Communication and the Arts (DCA), 1994, *Creative Nation*, DCA: Canberra.
- Dominguez, Virginia R, 2000, 'Invoking Culture: The Messy Side of "Cultural Politics"', in Gigi Bradford, Michael Gary and Glenn Wallach (eds.), *The Politics of Culture: Policy Perspectives for Individuals, Institutions and Communities*, pp. 20-37. New York: The New Press.
- Evans, G., 2001, *Cultural Planning: An Urban Renaissance?* London: Routledge.
- Garnham, Nicholas 1987, 'Concept of Culture: Public Policy and the Cultural Industries', in *Cultural Studies*, 1987, Vol.1, No.1: pp. 23-37.
- , 1990, *Capitalism and Communication*, London: Sage.
- , 2001, 'The Cultural Commodity and Cultural Policy', in Sara Selwood (eds), *The UK Cultural Sector: Profile and Policy Issues*, pp. 445-458, London: Policy Studies Institute.
- Gibson, Lisanne, 2002, 'Creative Industries and Cultural Development: Still a Janus Face?'

- , in *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, No.102, February: pp. 25-34.
- Gibson, L. and Deborah Stevenson, 2004, 'Urban Space and the Use of Culture', *International Journal of Cultural Policy*, Vol.10. No.1, pp. 1-4.
- Gissing, George, 1968, *New Grub Street*, Middlesex: Penguin Books.
- Gripsrud, Jostein, 2000, 'Learning for Experience: Cultural Policies and Cultural Democracy in the 20th Century', in *European Journal of Cultural Policy*, Vol.7, No.2: pp. 197-209.
- Hartley, John and Stuart Cunningham, 2002, 'Creative Industry: From Blue Poles to Fat Pipes', Humanities and Social Science Summit Paper, Canberra, 2002: DETYA.
- Hughson, John and David Inglis, 2001, 'Creative Industries' and the Arts in Britain: Towards a "Third Way" in Cultural Policy?', in *the International Journal of Cultural Policy*, Vol. 7. No.3: pp. 457-478.
- Isin, Engin F. and Patricia K. Wood, 1999, *Citizenship & Identity*, London: Sage.
- Kawashima, Nobuko, 1999, *Cultural Policy Research: An Emerging Discipline between Theory and Practice*, Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick.
- Lash, Scott and John Urry, 1994, *Economies of Signs and Space*, London: Sage.
- McGuigan, Jim, 1996, *Culture and the Public Sphere*, London and New York: Routledge.
- , 2001, 'Three Discourses of Cultural Policy', in Nick Stevenson (eds), *Culture & Citizenship*, pp. 124-137. London: Sage.
- Mc Robbie, Angela, 2002, 'From Holloway to Hollywood: Happiness at Work in the New Cultural Economy?' in Paul du Gay and Michael Pryke (eds), *Cultural Economy*, pp. 97-114. London: Sage.
- Mills, Sara, 1997, *Discourse*, London and New York: Routledge.
- Myerscough, John, 1988, 'The Economic Importance of the Arts', Policy Studies Institute.
- O'Regan, Tom, 2002, 'Too Much Culture, Too Little Culture: Trend and Issues for Cultural Policy-making', in *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, No.102, February: pp. 9-24.
- Pick, John, 1989, 'The Economic Unimportance of the Arts', in *Journal of Arts Policy and Management*, Vol. 3.No.3.

# Economic Discourse in Cultural Policy: From Elite Culture to Cultural Economy

Li-Jung Wang

## Abstract:

This paper explores the development of ‘creative industries’ in cultural policy based on the following two perspectives: 1) changing cultural values and 2) the broadening of the definition of the term ‘culture’. This paper further highlights policy trends observed in western societies and Taiwan. Such trends include: economic factors taking on increasing importance in cultural policymaking, with the potential to integrate to a significantly greater degree cultural and economic policies; the shift of the focus of cultural policy from aesthetic and social values to economic values; the increasingly blurred definition of ‘culture’ that is occurring concomitantly with the increasingly inclusive definition of that term. The boundaries between the arts and entertainment, elite and mass culture, and public and commercial culture are disappearing. Under this situation, cultural policy is both viewed as ‘very important’, while being ‘ignored’ at the same time. The result is that such policies are currently facing challenges and crises that are quite different than previously faced.

Therefore, this paper hopes to rethink the values and concept of culture from cultural policy. The main argument is that ‘creative industry’ shows an important turn from ‘state discourse’, ‘citizenship course’ to ‘economic discourse’. In addition, the concept of culture is moving from ‘elite culture’ to ‘cultural economy’. The values of culture have been changed in contemporary society.

**Keywords:** cultural policy, cultural economy, cultural industry,  
creative industries