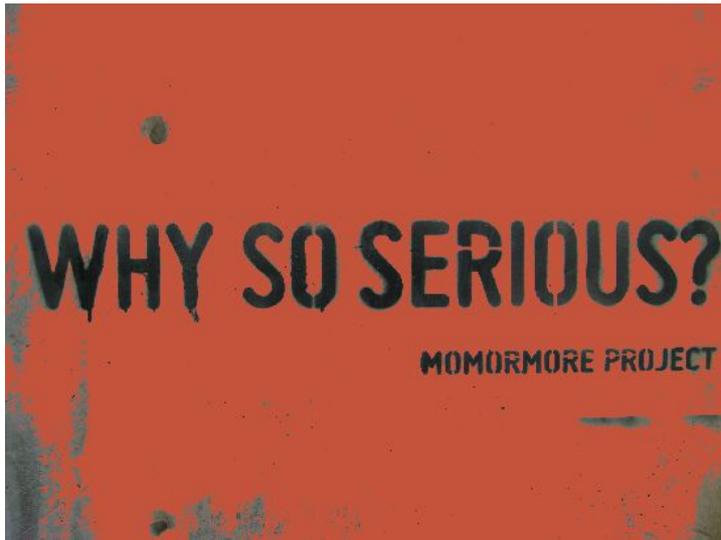




文化+創意+產業=

2010-03-21 記者 林穎瑄 報導

生活。



面對新「文化創意產業」，不需如此嚴肅來看待。(攝影/林穎瑄)

「文化創意產業」，在這兩年來不斷被提起，但對許多人來說依舊是個相識卻又陌生的名詞。

「結合創作、生產與商業之內容，同時這些內容在本質上具有無形資產與文化概念之特性，並獲得智慧財產權之保護，其形式可以是貨品或是服務。從內容來看，文化產業也可以視為創意產業；或在經濟領域中，稱之為未來性產業(Future Oriented Industries)；或在科技領域中，稱之為內容產業(Content Industries)」。這是聯合國教科文組織對「文化產業(Cultural Industries)」所下的定義。而英國對「創意產業(Creative Industries)」所下的定義為：「創意產業源於個人之創造力、技能與才華，透過智慧財產之形成與運用，具有開創財富及就業機會之潛力。」

對一個國家來說，文化如同思想，創意預表著腦袋，而結合產業以後猶如身體注入新血，讓文化與創意更能合而唯一、暢通無阻的實踐與完成。台灣的「文化創意產業發展法」於今年(二〇一〇)年一月七號由立法院三讀通過，對文化人來說，是實踐創新思想的起頭；對創意人來說，是堅持夢想與永續創造的鼓勵；對產業來說，更是發展跨業整合的新契機，種種的一切都象徵台灣邁向文化創意產業生活的新開始。

第三條

本法所稱文化創意產業，指源自創意或文化精采或二者之結合，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富及就業機會潛力，並促進全民美學素養提升之下列產業：

- 一、視覺藝術產業。
- 二、音樂及表演藝術產業。
- 三、文化展演設施產業。
- 四、工藝產業。
- 五、電影產業。
- 六、廣播電視產業。
- 七、出版產業。
- 八、廣告產業。
- 九、設計產業。
- 十、設計品牌時尚產業。
- 十一、建築設計產業。
- 十二、數位休閒娛樂產業。
- 十三、創意生活產業。
- 十四、其他經中央主管機關指定之產業。

前項各款產業之範圍，由中央主管機關會同中央目的事業主管機關定之。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

「文化创意產業發展法」的產業範疇。(資料來源／行政院文建會)

文化產業 誰與爭鋒

「古老的東方有一群人，他們全都是龍的傳人。」一直以來，東方國家批著一道神祕面紗，而這也是西方人於十九、二十世紀就不惜發起戰爭、勇闖東方的原因，西方國家覬覦的不是廣闊無邊的土地，而是令人著迷的東方文化。舉凡政治、經濟、軍事、社會、教育、宗教、哲學、藝術、生態，全都稱上是文化，簡單來說，文化與日常生活是密不可分的。哈佛商學院教授波特（Michael Porter）曾提出「文化很重要（Culture matters）」的論點，他把文化轉移成一個全世界都不可或缺的物品；另外，也可以看見波特的文化觀，不再只提倡美學的力量，而是想要透過文化培養出國際競爭力，國家不僅要支持創意也要鼓勵創新的開發，這些也都是現階段的台灣所需要的，一個可以替國家增值以及爭取曝光機會的文化產業。

當今，國際上有很多國家，如，韓國、新加坡、英國、美國等，都積極地發展文化创意產業，並且相當地成功。韓國·首爾獲選為二〇一〇年的世界設計之都（Design Capital），當然，遙遠東方的巨龍——中國也不甘於此，緊接二〇〇八年北京世界奧運，又承辦了即將於五月份熱鬧登場的上海世界博覽會，而台灣也順利爭取到二〇一〇年的世界花卉博覽會以及二〇一一年臺北世界設計大會（IDA Congress, Taipei）的主辦權，究竟是甚麼原因，讓台灣開始積極爭取舉辦會展的機會，究竟又是甚麼原因讓全世界的國家相繼有了參展的念頭，其實很簡單，正如二〇一〇年上海世博會的標語所提：「城市，讓生活更美好。」，因為大家對生活有了共同的期望，所以期盼有更多文化與生活的深度交流。如今，世界各國彼此相爭拼經濟、救國力，但別忘記文化產業永遠不分你我，它是由全世界共同交流的跨國產業。



二〇一〇上海世博會臺灣館「山水心燈」。(圖片來源／行政院文建會)

只要小創意 提升台灣軟實力

二〇一〇年5月，台灣將於上海世界博覽會「台灣館」展現屬於台北的城市風情，並替二〇一〇年底的台灣花卉博覽會打先鋒，期盼吸引全世界的目光，而這一連串兼具深度與廣度的文化创意產業交流，不僅為兩岸城市交流寫下歷史的新頁，更帶領台灣的文化創意產業向前一步。當今，台灣已由傳統製造業的硬實力，轉為打造軟實力的文化產業經濟體系，接下來的幾場國際會展當中，我們即將看到台灣向全世界吶喊：台灣不願做一個科技小國，乃要朝文化创意產業大國努力。相信台灣在這幾年內，可以透過各樣的展覽舞台讓全世界都為之欽羨，因為台灣的文化創意產業幼苗早已破土，並向全世界伸展芽支，邁向國際化。

不過，是否有人想過文化创意產業當中為何有「創意」？還記得有一句諺語：「創意是無價之寶」，台灣也是到近幾年才意識到，「創意」是可以被加值、被複製甚至重新被利用的，小至個人工作室、大及政府、企業及非營利機構都發現，創意產業是可以創造出利基的，社會有需求就等於有利潤可餘，而這也是台灣政府願意推動以及企業紛紛投入的原因。台灣之光-雲門舞集就是一個很好的例子，雲門舞集不只是在跳舞，他們是在舞動創意，透過舞蹈延伸出許多相關產業（如影片、出版業、時尚）的銷售，讓文化、創意與產業得以結合，並帶動台灣整體的產業發展以及文化產業的紮根動作。

「文化创意產業」是無所不在的，不論在第三世界國家、發展中國家，或者以發展國家裡都會有它的蹤跡，今日，台灣的傳統文化逐漸衰弱，新興的文化工業又逐漸昌盛，台灣正面臨新與舊的交替之際。不過，隨著文創產業的發展，除了看見文化對產業競爭力的影響，也看見人民隨時捍衛、守護文化的社會力量。「文化创意產業」即是「生活」，淺顯易懂；然而，現況發展下的文化创意產業是否真的能夠帶動新契機，依舊需要被注意並提出質疑！



新的「文化創意產業」仍然趕不及舊有文化凋零的速度。(攝影/林穎瑄)



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。



回應

留言

Facebook 社群外掛元件

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0