

## 專文二：評析

評析人：廖世樟（台灣師範大學社會教育學系副教授）

日期：2015/10/16

### 「激發文化創新價值」的文化治理政策

文化「不是」好生意！各種形式的文化在生產之初並不是以「價格」來衡量，反而當文化在社會上產生某種「價值」之際，一部分才會在適當的時機中被轉換成為「價格」，而且也不是全部。

因此，導演侯孝賢先生在「刺客聶隱娘」電影獲獎時，對媒體說：「台灣，文創是騙人的！」，而當政府官員被質詢時，卻說該部電影沒有結合周邊商品等商業性不足之問題，因為侯導想的是「作品」而官員想的是「商品」。在台灣與荷蘭等歐美其他民主國家一樣，政府部門想的總是與從業者需求有所落差，這是因為政府部門基於龐大的各界質詢之壓力，必須講求數字、價值、成效等，並且在民主社會結構運作過程下，政府的政策總是出現政治正確的思考邏輯，而不是正確的思考邏輯，因而經常與現實世界發展有所背離。

台灣在全世界華人社會中，過去較早言論自由及思想的開放，使台灣成為華人世界中比較具有創意的地區，但這個優勢在其他華人地區逐漸開放後慢慢失去優勢。台灣是一種島嶼型文化的特性，意即來自四面八方的種子，只要碰觸到陸地就有可能開枝散葉，形成一個豐富多元各種林相景觀的雜木林，也因為具有淺盤文化的特性，容易形成一種流行文化瞬間旋風席捲全台各地及瞬間退去潮流，像是：過去的蛋塔、甜甜圈、咖啡文化等，而且屬於內需市場較小，即使是文化也要思

考如何外銷。

在島嶼文化特性下，不能鎖國且愈開放愈好，政府應該以國際視野更加全面開放，愈多異地文化到台灣來碰撞，人民會以各種方式加以吸收、融合及創新，並再次對外出口，其中不乏許多著名的例子，像是在「生產」方面：凍頂烏龍茶、黑金剛蓮霧、珍珠奶茶等都是混合本土後重新成為「新」產品，再度出口的案例，或是「人物」方面，像是：周杰倫先生從西方 Hi-Hop 音樂曲風加入中華文化內容形成「現代中國風」音樂風潮，或是吳寶春先生學習成熟的法國麵包技術及加入本土龍眼乾而獲首獎殊榮等，或是「生活」方面，像是來自於全世界各地的特色菜餚到台灣都可被餐廳轉為素食料理等。這些都一再說明更加開放與全世界各國進行更多的文化交流，將能在台灣本地激發出更多的創造力。

因此，台灣就跟荷蘭等國家一樣，政府部門需要形塑一個能「激發創新價值」的文化環境，且不能只傾向單一區域的文化交流，而是同時全面與世界各地文化緊密互動交流。以下分別以國家政策系統、市場生產系統、地方生活系統等三方面，進行分析說明：

第一、國家政策系統。面對全球文化地方化現象，政府部門應該積極從事各種促進專業人才及一般民眾與全世界各地方文化接觸機會的作法，以增加更多互動交流，建立與世界各地文化交流的機制，讓各地民眾能迅速、便利、有效與世界各地文化(食衣住行)交流，能迅速掌握世界各地特有的文化內容及資訊等，也可集中窗口收集各地風俗文化、國際文化事件、文化產業訊息、文化流行風潮走向等設置「世界地方文化圖譜資訊庫」，提供世界各地文化的相關資訊等，以及實質的交流活動等，提供一個全世界文化更加緊密、便利、交流、掌握文化動態的環境。

第二、市場生產系統。在文化創意產業市場上，其實「價值」是一種「論述」，

並在社會形成一種風氣特質。尤其，以「流行論述」來形成「流行風潮」是重要的，像韓國就巧妙運用「K-POP」的流行論述來帶動韓國的文化產業，一個流行文化可以帶動龐大的文化創意產業鏈及其眾多的相關商品，然而「流行文化」政策，過去正好是台灣政府部門的弱項，反觀台灣的文化創意產業政策一部分著重在中小企業經營方式的提升，而鼓勵小企業自創品牌、故事加值等，相較韓國事實證明政策方向有問題，因為建立品牌需要大量金錢及時間，台灣的中小企業經不起自創品牌需要的大量投入產生的先期資金缺口，將廠房直接移往中國成本更低，而故事加值的問題卻來自於故事本身並不具有市場規模。

在文化全球化現象下，許多台灣過去的優勢機會已逐漸遠離，我們找回自己過去在華人流行文化的論述權，政府除了培養一群在各領域能帶領流行文化的專業人才，也能建構華文流行文化的整套論述機制，包括：事件及議題設定、專家系統、媒體系統等。如同今日歐洲各國對全世界產生的流行趨勢，也是透過跨國企業在全球市場的流行論述機制操作而來，透過流行論述機制在世界消費市場上，不同時期就定期產生各種特定流行「價值」，像是：款式、顏色、造型、風格等，世界流行文化的形成就是一套論述過程，流行機制配合跨國企業、國際品牌廠商的新產品，在各個季節形成所謂的「流行」。

第三、地方生活系統。面對更向全世界各地文化接觸的文化政策，在過去台灣歷史發展歷程中已經失去文化主體調性的本土文化，許多地方內部可能產生更多的文化衝擊，所以，在一方面更全面接觸世界各地文化時，對內應採取「文化例外」(cultural exceptionalism)來保護部分本土式微的地方文化。許多地方本土文化在多年社區總體營造工作下已逐漸看到成果，但目前社區如何自主營造卻是重要課題。

年輕人最具有創造力，青年返鄉計畫是重點工作，因此地方應結合「地方文化產

業」(local cultural industries)、「社會創新」(social Innovation)、「社會企業」(social enterprise) 三種理念：(1) 對外以「社會創新」概念，盤點地方發展課題，研析解決問題的方案及商業模式；(2) 對內以「社會企業」方式經營，將地方公益以商業方式經營，將盈餘轉作地方發展之用；(3) 運用各種「地方文化產業」為中間媒介，進行地方文化資源盤點調查，以地方資源及產業鏈規劃發展，生產在「社會創新」計畫方案中各項有利地方發展的產品，以「社會企業」將盈餘轉為地方文化使用。

對於「激發創新價值」來說，政府要打造一個能無限量供應裝載各種創新思維的「容器」，雖然有此一說：「政府管愈少，則創造力愈豐富」，但目前政府部門又不得不有所政策作為，因此，政府對於「激發創新價值」的文化治理方向，應該是提供一個積極促進各界產生各種創新思維的有利環境，而不是教導社會大眾如何進行創新思考。