

專文二：摘譯

標題：《創意產業：對立或合作？政策制定者和藝術創意機構眼中的創意產業動向分析》(The creative industries: conflict or collaboration? An analysis of the perspectives from which policymakers, art organizations and creative organizations in the creative industries are acting)

來源：國際文化政策期刊（**International Journal of Cultural Policy**）

發表日期：2015/08/04

關鍵字：創意產業、文化政策

摘譯日期：2015/09/04

摘譯人：陳怡孜

摘譯內容：

本文針對15萬至22萬名居住在荷蘭三個二線城市（格羅寧根 Groningen、阿納姆 Arnhem、以及埃因霍溫 Eindhoven）居民進行的調查，根據這些居民對創意產業的需求，闡述並比對創意產業政策的形成要素及其價值。此項調查透過線上進行，並包含十二則針對創意產業相關機構專業人士所進行的深度訪談。立基於波坦斯基（Boltanski）、泰弗諾（Thévenot）以及夏培婁（Chiapello）的理論，本研究分析政策內容、線上調查結果、以及深度訪談，試圖涵蓋分析創意產業中藝術機構、創意組織和決策者的看法。

過去十五年來，學者、政策制定者和經濟學家開始重視創意產業，因為其中融合了文化與經濟這兩個相當不同的元素。隨之增加的相關政策檔案、合作計畫、學術文章以及出版品，都在在證實創意產業對於文化政策和學術研究已成為國際研討的重點之一。英國自1998年即開始展現對創意產業的重視，而荷蘭政府則至

2009年才將創意產業列為發展重點，同時地方政府也展現對創意經濟的重視，將在地創意產業視為吸引創意工作者、學者和觀光機會的重要元素。

藝術與商業行為混唯一談乍聽似乎很怪，因為藝術並非為營利而存在，也有學者認為不應將文化政策與經濟混為一談，例如有人認為，創意組織與藝術機構不同，前者與創造經濟價值相關，後者則身負具備公共價值的創作生產。這些論點指出，即使同在創意產業中，藝術和創意機構是不同的，因此適用於當中的政策也不同，所謂創意產業的政策將無法滿足雙方需求。

本文將調查這些荷蘭二線城市如何發展出適合創意機構與文化部門的政策，著重於這些城市的原因是，既往的相關調查多在首都進行，例如倫敦或阿姆斯特丹，但並未重視區域性的創意產業政策。因此本研究選中格羅寧根（Groningen）、阿納姆（Arnhem）、以及埃因霍溫（Eindhoven）做為個案研究對象。首先，我們將闡述此研究的基礎理論，並以荷蘭為主要研究對象，定義創意產業及其政策，還有藝術在創意產業中扮演的角色。然後針對基於波坦斯基（Boltanski）、泰弗諾（Thévenot）以及夏培婁（Chiapello）的理論所進行的政策分析、線上民調、以及深度訪談作為研究方法。接下來，研究結果將比較創意產業中城市本身的角色、政策，及其對藝術與創意機構的需求。

● 基礎理論

創意產業

過去十年來創意產業的角色愈發受到重視，各領域針對此議題所進行的學術研究也日益增加，包含文化政策研究、城市規劃、社會學和經濟學。當中使用「創意產業」或「文化產業」者皆有，而其從屬關係與涵蓋的範圍也各不相同。早在1994年馬克斯·霍克海默（Max Horkheimer）與希爾多·阿多諾（Theodor Adorno）

即以「文化產業」批評藝術和文化商品化的現象。然而諷刺的是，該名詞發展至今，負面涵意已消失無蹤，反而成為連結經濟與文化的正面語詞。

《創意階級的崛起》（*The Rise of the Creative Class*）作者理查·佛羅里達（Richard Florida）是創意產業的重要學者，其論述常見於政策分析的相關文章，他的著作中定義了一個「創意」工作的階級，例如科學家、建築師、設計、藝術，以及娛樂。而根據佛羅里達的理論，具創意政策的城市往往能吸引這些創意階級的工作者進住，提升地方經濟。但他的論述中只定義了創意工作者的特性，而沒有討論創意產品與服務。而且他也並非定義創意與經濟之間關係的第一人，其他定義創意與經濟關係的重要學者還有索羅斯比（Throsby）、哈特利（Hartley）以及蘭德利（Landry）。這些人同時也為創意產業創造出不同定義。

創意產業政策

在荷蘭，英國向來被視為發展創意產業的成功先驅，1998年，英國政府底下的文化媒體運動部門（*The Department of Culture, Media and Sport*）首先成功創造出推動創意產業的政策，創意產業當時被定義為「所有包含個人創意與技術並具有產值的智慧財產領域」。比較英國與荷蘭的創意產業政策，可發現許多不同之處，例如英國在1988年對創意產業的定義中包含了以下產業：廣告、古董交易、軟體、音樂、劇場、出版、影視和廣播。現在，英國文化媒體運動部門也經歷了轉變，將博物館、畫廊和圖書館也列入創意產業中。而荷蘭對於創意產業的定義為：(1) 藝術與文化遺產、(2) 媒體與娛樂產業、(3) 創意服務。由此可見，創意產業中對於創意、文化、與藝術機構在政策中所扮演的角色與其附加價值可隨著定義而大不相同。

研究方法

此研究將創意產業中的機構分為兩種不同定義：「藝術機構」與「創意機構」。

前者著重在創造藝術及其公共價值，例如視覺藝術、劇場、博物館、文化遺產以及圖書館；後者則重視智慧財產的流通與商業價值，將創意應用在產品及服務中，例如影視、廣播、出版、軟體、建築與時尚。此分類法並非將兩者完全區別，而是根據其特性在創意產業中略為分類，以便後續調查。

針對三個二線城市的調查分為四大步驟：(1) 數據蒐集：調查該城市中從事創意工作者所佔比例 (2) 政策文件分析：分析研究報告與政策內容，釐清當地政府及其用於支持創意產業政策中的要素，完成這兩個步驟後，根據內容設計問卷提供藝術機構進行 (3) 線上調查，約13%（556人）參與問卷調查，三個城市的參與度有些微差距。最後一個步驟，我們針對三個城市中的創意產業相關人士進行 (4)深入訪談，內容為詢問他們對於創意產業中的重要價值及矛盾之處，並了解他們對於政府政策的滿意度。我們在每個城市選出各四位專業人士，這些人來自該市的經濟機關、創意機構、與藝術機構。所有數據資料蒐集於2014年三月到七月。

- 研究結果

城市中的創意產業

格羅寧根（Groningen）的創意產業主要由大型文化部門組成，同時音樂產業和科技部門也是當中重要的一環。阿納姆（Arnhem）的創意產業則聚焦於時尚和設計，因為該城擁有時尚教育計畫 Hogeschool ArtEZ。埃因霍溫（Eindhoven）則因為位於其中的埃因霍溫科技大學的設計學院（Design Academy, Technical University of Eindhoven），以及創意產業的商業公司例如飛利浦（Philips）的進駐，其創意產業專精於設計。此項調查中，藝術與文化遺產占最大宗；視聽娛樂媒體則占最少數。創意機構占有所有機構總數的 4%（46,859），創意產業從業人員則占就業人口的 15.8%（379,345）。整體看來，三個城市中的創意產業參與人

數並不多。需注意的是，創意產業的產值業績與利潤並不包含於此研究中。

創意產業的價值重要性排序

線上調查顯示「靈感」與「創意」對於藝術機構和創意機構而言都是最重要的部分，訪談內容也顯示相同結果。然而，政策制定者和藝術創意機構對於創意價值則持不同看法，決策者主要重視的價值來自經濟與創業，而對於創意機構從業人員而言，創意和彈性才是最重要的。

創意產業中，價值重要度排序的分歧

針對政策文件中顯示，決策者視為問題的部分往往由對於價值認定的制度分歧而來。我們將此解釋為創意靈感與商業行為之間的差異，決策者在此兩者間積極尋找可能的謀合辦法。

線上調查結果則顯示，創意產業中的商業市場具備最多矛盾，不論是藝術機構或創意機構都是如此。一位來自埃因霍溫創意機構的受訪者認為，商業公司主要目標是營利，因此創意機構難以與之合作，該受訪者甚至認為，此問題從教育體制就已開始產生，因為在設計學院的老師將創業視為創意自由的阻礙。而格羅寧根的官方文化部門則表示，創意與市場之間的分歧是來自市民本身，因為他們認為藝術機構應該同時重視創業。而事實上，機構形象和市民服務之間的分歧在藝術機構中比創意機構嚴重得多。因此我們可以觀察到，創意產業中，藝術機構和創意機構所面臨的價值差異程度是不同的。

藝術在創意產業中扮演的角色

此研究中，當藝術機構從業人員被問及他們認為該機構是否屬於創意產業的一部分時，格羅寧根的部分受訪者認為他們是創意的一環，但不願意被歸類於產業的

一部分。同時，某些政策制定者承認，藝術在創意產業中扮演的角色有諸多爭議。阿納姆的官方文化部門認為，創意產業主要是生產與經濟相關，因此大多的傳統文化部門和創意產業沾不上邊。該城市的官方經濟部門則對於文化和創意產業有著嚴格的區分，前者大多指稱藝術，而後者則是視覺造型與時尚設計。至於埃因霍溫的官方文化部門則認為，文化部門與創意產業完全不同，但是為了解決兩者融合問題，主事者仍然努力尋找兩者間的共通點。由此可知，即使這些城市在研究中確定藝術可視為創意產業的一部分，但他們實際上的行動確有些微的不同。此項研究顯示，藝術機構和創意機構的確存在共通點，例如對於創意的重視，這點可視為當地政府結合創意產業中不同機構的機會。

● 結語

本文以合作與能見度為主要重點，闡述荷蘭在地的創意產業政策。從價值創造的角度來看，當中的政策多著重於融合創意、市場與業界，然而這三者對於創意與文化部門來說，不見得是最重要的部分。根據調查結果，在地創意產業政策並沒有完全符合整體創意產業需求，因為創意產業最重視的是符合經濟價值的工作場域，更在意創意、城市意象、以及產業本身。而且決策者和創意產業從業人員對於創意的重要性重視程度不同。決策者認為創意產業的價值生產的確有其問題存在，但與產業面的差異是可解決的；而創意產業從業人員則認為，市場與產業對於創意文化來說即使有其必要，仍充滿許多問題。在這三個城市當中，創意產業政策可說是藝術與創意機構間的橋梁，只要決策者謹記兩者共通點：創意激發，則可能有效促進雙方消弭分歧，甚至共同合作。

波坦斯基（Boltanski）、泰弗諾（Thévenot）以及夏培婁（Chiapello）的理論對此研究有相當大的助益，主要協助我們理解政策制定者、藝術機構和創意機構對於價值認同的差異。本文揭露政策制定者、創意機構和藝術機構之間的相似與不同之處，提供決策者一個理解說服不同創意機構的共同語言。此研究結果並可提供城市文化治理參考，以滿足創意產業中藝術機構和創意機構的需求。