

臺灣競爭力的尋求與創發

Exploration and Innovation of Taiwan Competitiveness

單元十一 臺灣人文藝術創新的國際競爭力

授課教師：黃碧瑞 教授

授課日期：2014 年 12 月 3 日

講義彙編：國立臺灣大學 臺灣文學研究所 林承樸



【本著作除另有註明外，採取創用 CC「姓名標示－非商業性－相同方式分享」台灣 3.0 版授權釋出】

由臺灣人文藝術創新的國際競爭力

黃碧端 老師

2014.12.3

一、文化創意產業——形塑國際公信力的「臺灣品牌」

文化創意產業的推動，是以藝術美感與文化原素為媒介，希望善用臺灣豐厚的文化創意，加以轉譯及再詮釋，重塑國民的文化素養及美學品味，在國際上形塑出具公信力的「臺灣品牌」。

二、臺灣文化創意產業的定義及範疇

具備創意與文化積累，可形成產業，創造就業機會，並促進整體生活環境。文創法創意產業分視覺藝術、音樂與表演藝術、文化資產應用及展演設施、工藝、電影、廣播電視、出版、廣告、產品設計、視覺傳達設計、建築設計、數位內容、創意生活、流行音樂及文化內容十四大類。

三、臺灣的文化創意優勢

古文物的豐富性、歷史的縱深、名山大川的氣勢、現代建築的多樣，台灣和其他國家相比，不一定特別突出。然而，臺灣在文化的多元性和創意上具有優勢。

漢民族和原住民族，加上西班牙、葡萄牙、荷蘭及日本的殖民遺跡，南島民族與漢族在臺灣島上的交融，以及新近來臺的東南亞移民和移工，使得臺灣充滿多族群色彩。多元並陳的人文特色和在地生活場景，是臺灣的文化優勢。

四、文化創意產業計畫

結合經濟力量的文化創意產業，證明了文化「軟實力」在國家競爭力中的重要性。各國均將文化產業視為國家經濟發展以及社會生活品質提升的重要元素，且力求將文化創意導入不同產業，創造商品的獨特性。

文化產業的特質

- *具備獨特性，結合文化意涵之產品。
- *吸引觀賞與消費之欲望。
- *重視包裝、生產之設計。
- *與節慶風土配合，使訪客認識在地文化特色。

- *透過文化政策，發展獨特性，加強國際競爭力。
- *提供故事性、美感與價值，豐富消費者的生活、打動消費者的情感，創造獨特的消費群。
- *關係國家的生活品質與形象。
- *文創產業的文化意涵提供了一國家自我發聲的機會。
- *艱深的藝術經由文創包裝，較易得到認同，可以說是「文化的民主化」，進一步營造國民的幸福感。

五、發展文化創意產業之相關作法

聚焦於藝文產業的發展及輔導；以政策引導地方政府加強文化創意產業之推動；建立創意銀行資料庫；提供藝企媒合平臺，並扶持青年藝術家；積極建構文創產業在五大創意文化園區及工藝園區中的文化群聚與異業結合，作為推動創意產業的平臺，使文化創意產業能獲得更大的發展空間，帶動社會文化的整體活力，標示出臺灣人文社會的全球定位。

結語

臺灣推動文化創意產業，其效應不僅止於促發國內經濟模式的轉型及就業創業的多元，也進一步調解了單一公共政策的限制，啟動了部會整合與異業結盟與分工之必須。由於文化創意產業化帶來更多元的機會與挑戰，除了民間充沛的活力及創意投入之外，文化創意產業化的推動也促成相關部會的合作及資源投入。