

對於「文化創意產業」的一點想法

► | A Certain Ideas about "Culture Creative Industries."

■ 陳正熙 Cheng-Hsi CHEN

國立台灣戲曲專科學校劇場藝術科主任

近來一段時間，在不同的場合和傳播媒體，包括獎助表演藝術的評審會議，表演藝術教學軟體的發表會，文化官員與藝術界知名人物在報章雜誌的談話，「文化創意產業」一詞，不斷地被反覆提及討論。即使不同的觀點對於這樣的概念，如何或是否可能在實際運作中落實，還有許多的歧見，將「文化創意產業」視為擺脫低迷景氣的一帖良方，在知識經濟作為主流思維的這個時候，應該可以得到大多數人的認同與支持，不僅成為人人朗朗上口的詞彙，更影響著許多人對藝術相關議題的思維——從獎助的頒給標準，藝術團體的未來發展規劃，到演出計畫的擬定執行。

筆者對於「文化創意產業」的概念與落實，並沒有特定的想法或評斷，對於所有文化工作者(包括政府的文化行政部門)，為文化活動開啓新視野的努力，也願意給予最大的肯定與支持；尤其是對那許多埋首於創作，一向對現實議題沒有興趣或不知如何面對的創作者來說，將產業相關的概念，如經營管理、市場行銷、品牌管理等，帶入創作的過程，可能帶給創作者更大的創意發想的空間，更多刺激思考的論點，藝術活動對現實的觀照，也就有更多的可能。

依據最早提出這個概念的英國政府文化部門，對「創意產業」(creative industries)所做的定義¹來看，「文化創意產業」的推動，就是

將文化創作者的經濟潛能(所能創造的商業利益)加以開發的一整套政策與計畫，根據不同的產業類別、生產與流通區域、從業人員的組成，而有不同的政策路線與實際做法。

如果我們將「文化創意產業」視為一個包括生產、行銷、流通、消費與回饋、再生產的活動，每一個別創作者的創作(生產)就是一切的起點，因此，任何政策與計畫的擬定，都必須以個別創作者為思索的中心與重心。相對而言，文化工作者也必須以自己的創作為思考的中心與重心，對生產與流通、行銷與管理之類的議題要有關切，但無論如何都不能反客為主，讓市場調查結果決定創作的題目與風格，以行銷語言與技巧取代創作內容，或者用成串的數字換取心靈與情感的滿足。

從評論者的角度來看，對於「文化創意產業」的討論，我也認為應該回歸到生產過程的最開端，也就是創作者從意念發想到完成作品(成品)的過程。換言之，創作者是否自發地、不預設任何行銷目標地全心全意投入，和作品(產品)本身的質量，才是文化生產活動是否能夠成為一種具有經濟效益的產業真正的關鍵。

從本地劇場過去一年的整體表現來看，雖有SARS的影響，大小劇團的創作數量，與經濟情況的好轉，似乎有相對應的關係，也有不錯的作品與突出的創作者，如表演工作坊的《亂民全講》和導演賴聲川，創作社劇團的

《驚異派對》和劇作家紀蔚然，果陀劇團的《ART》和李立群、金士傑、顧寶明三位資深演員，及資深劇場設計家聶光炎的舞台設計。但無論從作品的數量或質量衡量，本地劇場是否具有足夠的能量，能夠形成讓人不能忽視的產業規模，則還是有待斟酌。

我個人以為，主要的問題應該在創作者本身的企圖與格局，和社會整體環境。

《亂民全講》、《驚異派對》、屏風表演班《女兒紅》的取材，有比較廣泛深刻的社會觀照或歷史視野，河左岸劇團《彎曲海岸》長著一棵綠橡樹以俄國著名作家契柯夫的小說為素材，台南人劇團以台語演出莎士比亞名作《馬克白》，都有跨文類、跨文化的思考面向，創作社劇團以插畫家幾米著名作品《地下鐵》製作的音樂劇，結合了音樂、舞蹈、文學、戲劇、美術的不同領域，其餘大多數的劇場作品，無論製作規模大小或票房好壞，取材與思考的格局，都顯得有些侷限，在創作形式/手法的運用上，也比較保守，缺乏實驗探索的趣味與衝擊，自然也就比較難以引起一般大眾或其他領域工作者的關注或討論。

另一方面，整個社會浮誇不實的風氣，錯亂敗德的媒體環境，也同樣對「文化創意產業」形成極大阻礙。無論創作者有多豐沛的創作能量或源源不絕的創意，無論他們的取材或觀點如何與個人生命或歷史情境相關，沒有聳動的話題或媒體名人的背書，就幾乎引不起任何媒體工作者或一般大眾的興趣，而為了得到更多關注，卻又必須冒著犧牲專業，或從俗媚俗的危險，表演工作坊與小燕家族合作的《在那遙遠的星球，一粒沙》，就是一個令人十分遺憾

的慘痛教訓。

雖然整體環境並不理想，但部分劇團從「創意產業」的概念出發，各自努力，確實也有了一些還不錯的成績，如紙風車劇團與綠光劇團的多元經營模式，如以《地下鐵》成功賣座為基礎，原創者幾米與導演黎煥雄合作進軍中國大陸市場的企圖，如表演工作坊與香港、大陸兩地戲劇創作者的合作，都可以被視為「創意產業」的實踐案例。

從長遠的、廣泛的角度看，「文化創意產業」的思維模式，確實對整體文化環境的健全發展會有正面的引導作用，公部門的政策作為與其他成熟產業相關知識的挹注，都是重要的，但文化產業內容的良窳還是最重要的關鍵。一個文化工作者，可以從其他已具規模的產業中，得到實務操作的協助與建議，但創意的發想與發展，卻完全是不假外求的。

在經濟情況不甚理想的情形下，向來給人「不事生產」印象的文化工作者，自然會遭受到更多的質疑——尤其是當他們積極爭取各種補助與獎助的時候。對他們而言，「文化創意產業」的概念，可以是一個擺脫「不事生產」污名的機會，也可以是將自己套牢的緊箍咒。因此，當我聽到那許多有關「文化創意產業」的討論時，心中自然還是有些疑慮不安：當文化工作者開始接觸「產業」的概念與原則時，他們自己和周圍試圖幫助的人們(包括政府官員與產業管理專家)，急切的心情是可以理解的，但如果因此而喪失了最原始的衝動(創作的慾望)或藝術專業的自我要求，所謂的「創意產業」會不會變成是一個賠本生意？

註釋

1 創意產業(Creative Industries)：源起於個人的創造力、技能與才華，透過產生與開發為智慧財產權後，具有開創財富與就業機會潛力的產業。(…those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property.) — 節錄自行政院文化建設委員會與英國文化媒體運動部(DCMS-Department for Culture, Media and Sport)官方網站。