

數字會說話，90年度的文化統計可以說些什麼話呢？

吳靜吉

在行政院提出的挑戰2008國家發展重點計畫中，「文化創意產業發展計畫」是10個子計畫中的一個，顧名思義，文化創意產業就是文化創意產品或服務，具有經濟價值，這些創意通常都是透過智慧財產而產生經濟價值，例如專利、版權、設計甚至商標等等（Howkins, 2001）。也許英國政府的定義，更能貼切的解釋行政院挑戰2008國發計畫的用心，他們的定義是『那些以個人創造力、技能與才能為根源，而且有潛力透過智財的產生與運用，創造財富與工作的產業』就是創意產業。

根據Howkins, 創意產業包括15項，1.廣告；2.建築；3.藝術；4.手工藝；5.設計；6.服飾；7.電影；8.音樂；9.表演藝術（戲劇、歌劇、舞蹈）；10.出版；11.研究發展；12.軟體；13.玩具和遊戲；14.電視與廣播；15.電視遊戲。

這15項創意產業和英國的13項創意產業只有非常小部份的差異，英國政府沒有把研究發展和玩具單獨列舉，但在藝術方面則把藝術和古董市場並列、但同時特別強調創意產業和觀光、餐旅、博物館、畫廊、文化資產、運動等等的密切關係。從這二個創意產業內容來看，許多都是屬於文化創意產業的範疇，再從挑戰2008國發計畫其它九項子計畫來看，與文化創意產業發展有關的項目也分散在其它子計畫當中，例如E世代人才培育計畫，觀光客倍增計畫，數位台灣計畫，新故鄉社區營造計畫等，或多或少或直接或間接的都包括了一些文化創意及其產業化的內容。

從創意產業和國發計畫來看，到底90年度文化統計反映了些什麼？

90年度文化統計主要分為文化環境、文化活動和文化素養三大部份，這三大部份中的次領域及其細項和內容，已經呼應了創意產業和國發計畫的大部份內容，除了表演藝術、視覺藝術、文化空間和其它相關文化活動以外，90年度文化統計的細項還包括了電影、廣播電視、報紙雜誌、圖書、有聲出版、自然文化景觀、古物、民俗技藝，以及可以提供電子遊戲的行動電話和網際網路等，藝術創作和人才培育的計畫當然也包括在內，更重要的是專利權和著作權也包括在文化活動的類別內。

然而在這麼多的文化統計項目當中，到底哪些是屬於真正能夠透過專利權或著作權產生經濟價值的創意呢？在90年度的文化統計中，最明顯的應該是創作性文化活動的統計部份，『文化之產生，部份是源於創作，尤以智慧財產權觀念的建立，更促使國人對原創性的重視，在創作性文化活動部份主要包含國內之藝文創作活

動，專利、著作權之申請核准等足以表徵文化創作的現況』。總體來說，在台灣可以獲取的統計資料非常有限，但根據已有的資料，例如國家公益獎、公共藝術徵選、音樂短劇創作、作曲、青少年戲劇推廣計畫的創意短劇比賽、舞蹈創作比賽等等觀察之，90年度創意活動比往年稍微活潑，所謂活潑指的是參加的隊伍和人數有些增加，但究竟品質如何，並不包括在文化統計之內，而這些創意有沒有透過智財權而產生經濟價值也不得而知。倒是專利核准的統計數字最具體，而且很能表現台灣在這方面的進步，然而這些專利到底有多少是屬於文化相關的，或者是受到文化創意的影響，或結合文化所產生的創意因而獲得專利的核准也不得而知。英國政府雖然已經進行了五年，還仍然在努力地找出指標，文建會也在努力建立文化產業的指標與產值的推估，不久以後，文化統計可能會有比較客觀的資料方便研究的完成。

如果從那些可以創造版權的文化產品來看，文建會所主管的業務並不容易產生很高的經濟價值，美國和英國在國內的市場以及輸出的文化產品來看，還是以電影、電視、通俗音樂、書本、雜誌、軟體、廣告、設計、服飾等等為主，日本則在動畫方面，而韓國的文化輸出也是靠遊戲軟體和大眾文化產品，因此，在創意產業化、產業文化化的前提下，我們可以從如何將文化帶進產業方向著手努力，文建會的貢獻是在文化創意產業甚至整個創意產業的基礎建設上。從90年的文化統計來看，文建會在文化創意產業的基礎建設上，是相當可以安慰的，但在安慰中，必須爭取更多足夠的預算以塑造有利培育人才，產生創意及其展演的文化環境和獎勵機制，這也許是Howkins將研究與發展列入創意產業的範疇之原因，文建會的閒置空間再利用、社區總體營造、地方文化文史工作室、讀書會及圖書推廣、文化藝術基金會等等計畫，在90年已經可以看出一些希望，這些計畫也都算是基礎建設和研究發展的項目。

藝術人力的培育也就是國發計畫中的E世代人才培育，在90年度的文化統計中，也看到了一些希望，至少參與的人數也有增無減。演藝團隊的扶植、視覺藝術人才出國駐村創作、以及其它創作競賽或獎勵，都可以說是研究發展或基礎建設的項目。因為透過這樣的基礎建設或研發，讓創意人才不斷地創作，讓他們的創意經過管理人才的產業化，或刺激其它非文化的產業之創意而產生經濟價值。其中像青少年戲劇推廣計畫、表演藝術欣賞夏令營、基層巡迴演出、大學巡迴演出等等，在經濟不是很景氣的90年度，文建會仍然繼續推動，使得參與的人口比往年成長不少，從異質交流產生創意的角度來看，都是非常值得的基礎建設。英國的創意產業任務小組也開宗明義地認為『激發年青人的創造力與創新，以保證我們可以長期提供創意才能』，『想辦法保證在各階段教育中，能夠確實鑑定並發展新的「創意」人才，

是影響創意產業成長潛能的重要因素』，這樣的說法跟2008國發E世代的人才培育計畫不謀而合。

90年度的文化統計也出現了一些值得欣慰或擔心的矛盾訊號，例如（1）民國90年全國舉辦藝文活動的地點雖有1,470處之多，但真正合乎標準的場地則非常有限。在這些場地中，以小學、幼稚園的場地最多，共有350處之多，占了全體的23%，也許我們可以樂觀的說，文建會的基層巡演已然深入了小學及幼稚園，但在提倡文化創意產業的未來6年，我們還是需要標準的展演場地。（2）在家庭中，每百戶報紙的訂閱份數逐年減少，相對的，在90年度的行動電話、網際網路、家用電腦普及率則快速增加。（3）古蹟的數目和歷史建築物也在90年度有所展現。（4）和行動電話、網際網路、家用電腦普及率可以相比的是藝術類科的大學系所在90年度大量增加，與89年度比較，藝術類科的研究所增加了14所，大學增加了18系，專科增加了二科，學生人數也增加了5,119人，成長率為26%，即使在中等教育暨國民教育藝術學類在學學生人數也增加了5.6%。（5）就民國90年核准出國的藝術學類公費留學生，雖然只有12人，卻也占了全體公費名額的12.8%，這些數目還不包括文建會、文基會、國藝會以及傅爾布萊特等支持赴國外研讀的藝術家、藝術管理人員以及學生。（6）90年度由文建會辦理的國際文化交流活動，包括輔導縣市辦理國際文化藝術活動、辦理海外展演活動以及補助應邀參加國際藝術節之國際扶植團隊，並沒有因經濟不景氣而減少。（7）可惜的是，近10年在旅遊及消遣書報文具方面，在教育與文化娛樂支出所占比例則分別減少了3.5%及7.10%。（8）可喜的則是將國民科技水準列入文化素養的指標。

在提倡文化創意產業以及如何將文化帶進產業以激發其它創意產業的2002年，依據91年度中央及縣市政府預算支情形，國內文化支出預算只占總預算1.4%，中央政府文化支出預算占中央政府總預算1.2%，縣市政府文化支出預算占縣市政府總預算的3.3%。

90年度的文化統計提醒大家：創意產業的文化基礎建設的確需要研發經費。厚實多元的文化基礎建設是孕育及生產創意的搖籃；創意、科技和才能無疑的是智慧財產的活水泉源，產業界的興趣與使命則是轉換這些創意產生經濟價值，這也許是挑戰2008國發計畫的動機與目標。90年度的文化統計所表達的數字和隱藏背後的意義，恰逢其時提供了我們反思、挑戰創意的文化基礎建設與國發計畫的契機。