

創意文化城-增加民眾參與文化 創意因子之研究

研究機關：臺中市中正地政事務所 單位：第二課

研究人員：技士 李易儒

研究期間：102年1月1日至102年8月31日

中華民國 102 年 8 月 31 日

一、研究緣起與目的

隨著科技日異月新與世界潮流趨勢發展，各國家經濟發展紛紛朝向創新化與現代化，而傳統的勞力密集式的生產方式雖然不可或缺，但是對於一個逐漸發展成熟的經濟體而言，光靠勞力生產僅是一種過渡時期，它終究會被其他人力充足的開發中國家所取代，因此如何從開發中國家進步到已開發國家，除了增加國家本身的基礎開發建設外，更要在經濟上有著堅強的實力，且能與世界上其他先進國家競爭，才能獲取成功的果實。

近幾年來，由於金磚四國的崛起，其中大陸扮演著世界工廠的角色，其國土幅員遼闊，勞動市場充裕且便宜，加上巨大的內需市場等誘因，因此全世界各大企業無不到大陸投資設廠，相較於台灣的地狹人稠，原本就面臨著不論在土地或是人力的取得的成本都相當高，現在又面臨大陸市場的衝擊，台灣不得不思考新的經濟發展方向，以避免在目前的惡劣條件下喪失原有的競爭力。

依據行政院民國91年5月31日院臺經字第0910027097號函核定之「挑戰2008：國家發展重點計畫（2002-2007）」，為開拓創意領域，結合人文與經濟發展文化產業，深化以知識為基礎的經濟競爭力，而有「文化創意產業發展計畫」之倡議。

行政院文化建設委員會為整備文化創意產業發展環境，並透過產業遺址活化再利用之操作過程，激發文化創意產業之活力，而有「規劃設置創意文化園區」計畫之提出，其中台中市以台中酒廠舊址作基地，期望藉由由下而上、專業與業餘互動、精緻與常民交錯之操作過程，尋找地方文化藝術之創意、生命力與願景，共同營造一個全民體驗藝術、創意、設計之環境氛圍，並深耕國家文化土壤。

另於2009年文建會所屬一級單位的文化資產總管理處籌備處進駐台中園區經營管理，顯示對於台中園區發展群聚計畫附有相當的重視與期待。並且也於2009年同時提出「文化創意產業第二期(97-102年)發展計畫」，強調推動文化產業群聚對於我國文化創意產業環境整備的重要性，以及理論上也指出文化產業群聚有賴於公部門的推動，但從現實狀況來看從2002年至今仍未實現群聚計畫，此意味著我國創意文化園區發展欠缺一個有效的發展準則(陳美甜，2010)。

此外，上開研究(陳美甜，2010)結果顯示，文化園區發展關鍵因素依序為：「民眾的文化參與能力」、「政策法規的制定」、「品牌化商品」、「場地租金價格」、「非營利組織建置的文化資訊協商平台」、「便利的交通運輸網」等因素，本研究將針對如何提升民眾的文化參與能力進行研究討論，期望能探討出台中市民對於文化創意的期許以及在何種誘因下能增加其對於文化的參與率。

二、問題之背景與現況

(一)推動文創產業發展

有鑑於文化創意可以帶來產值與就業，加以「文化力」是衡量國家競爭力的重要指標，美、英、日、中、韓等國都相當積極投入發展，將其視為提升服務業價值的重要政策工具，再觀察現今具有強大文化輸出力的國家通常也是經濟表現不錯的國家，換言之，經濟是文化的基礎，對此，臺灣在發展文化創意產業上擁有相當好的發展基礎，然而重要的是，文化創意產業的發展除了具備經濟實力之外，還要帶進文化思維，讓臺灣社會處在活潑、創新多元、文化內涵深厚的氛圍，但推動文化創意產業不單只是產業供需的兩端，它涉及的是如何向下扎根，將文化藝術帶回民眾生活與國家精神指標重心上，讓文化深耕和生根，進而吸引更多創意的企業和人才聚集，才能使文化與創意成為臺灣下一波經濟成長的重要驅力。(詹文男，2012，文化軟實力推動軟性經濟創意之關鍵元素)

(二)推動文創產業適地適性發展

陳志綸，2012，透過文建會公布之藝文展演活動統計，輔以各縣市人口數、就業人口平均所得等資料進行交叉比較分析後提出：若欲強化地方的文化紮根，並透過平易且平價的方式拉近民眾與展演活動間的距離，建議可利用現有的資源與空間(如閒置的園區及老舊的廠房)，搭配在地的產業特色與人文風情，鼓勵相關創作者或業者進駐，以型塑文創氛圍，做為吸引民眾參與的第一步。

(三)以產學研合作加速技術開發和商品化

有鑑於產學之間往往會在創新研發的供給與需求端出現缺口，導致學校的研發過於注重學術等基礎知識，缺乏實際市場需求的概念，而企

業又經常缺乏有研發能力的人才來協助其突破創新，透過洛桑國際管理學院(IMD) 2012 競爭力報告和世界經濟論壇(WEF)《2011-2012 年全球競爭力報告》評比資料顯示，在具創新效率的國家之中，瑞士、美國的產學合作、研發成果移轉以及對知識產權保護等，在國際評比上均名列前茅。

相較於瑞士和美國，臺灣在後段商品化發展階段的能力相對薄弱，基於專利技術通常會散布在不同的大專院校，且產品的技術需求也涉及多種專利，因此，有個類似瑞士「科技與創新委員會(The Commission for Technology and Innovation, 簡稱CTI)」或美國RTI(Research Triangle Institute)之中介機構來負責整合臺灣學術界的研發專利，並有效掌握產業界的技術需求，進而提供技術媒合和移轉，甚至提供技轉後商品化的協助，將可使產業界減少與各大專院校個別洽談專利技術所衍生的時間成本與產品開發的風險，同時讓產業界得以整體解答方案的方式達成高價值的技術移轉。

值得思考的是，建立與大學和產業之間的網絡，並予以充分發揮效益，讓大學的基礎研究能夠扣合產業需求，也就是創造和傳遞顧客價值。如此，R&D 機構的應用研究始得以順利將知識轉化為經濟效益，而所獲得之經濟效益再回饋至大學的基礎研究，形成一個正向循環的合作創新體系，對以中小企業為主的臺灣而言，善用大學的研發能量來滿足產業需求，這樣的合作體系建立至為重要。(勵秀玲，2012)

三、研究方法與內容

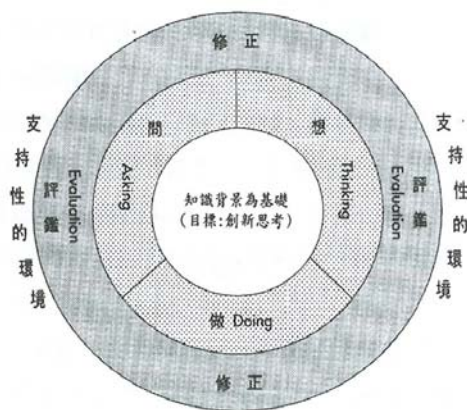
本研究將利用創新思考與管理的技法，其中技法部分包括九宮格思考技法、心智圖思考技法與奔馳法思考技法等，利用上述技法來獲得增加市民對文化參與的誘因，最後輔以 SWOT 策略分析提出相關策略，而研究成果將有助於未來推動文化創意園區時增加民眾參與之意願。

(一)創新管理(Innovation Management, IM)

係指用於管理創新思考的系統性程序，包括創新活動的計畫、組織與控制的程序。以本研究案而言，希望透過回顧相關文獻結合創新管理，將創意轉換成具體可行且能增加民眾參與增加民眾參與創意活動因子。

(二)創新思考與管理的基本模式與原則——「想問做評」創新思考模式

國內學者陳龍安綜合國內外的教學模式建立一種「愛的」(ATDE)訓練模式，其係由問(Asking)、想(Thinking)、做(Do)及評鑑(Evaluation)等四個要素所組成，其模式如下圖一所示：



圖一 「想問做評」創新思考模式圖(陳龍安，1990)

ATDE 模式，其代表意義如下：

1. 問(Asking)：

設計或安排問題的情境，提出創造思考的問題，以供思考。特別重視聚斂性(Convergent Thinking)問題及擴散性(Divergent Thinking)問題，也就是自由聯想，擴散思考，並給予思考的時間，以尋求創意。提供創造思考與問題解決的機會。

2. 想(Thinking)：

提出問題後，鼓勵自由聯想、擴散思考，並給予思考時間尋求創意。

3. 做(Do)：

利用各種活動的方式，做中學，邊想邊做，從實際活動中尋求解決問題的方法，而能付諸行動。在本階段中，不同的活動方式，是指寫、說、演、唱…等實際操作或活動。

4. 評鑑(Evaluation)：

是指共同擬訂評估標準，共同評鑑，選取最適當的答案，相互欣賞與尊重，使創新思考由萌芽而進入實用的階段。在此階段所強調的是相互回饋與尊重，也是創造思考「延緩批判」原則的表現。

(三)創新管理的 SMART 原則

在創新管理上「SMART」每一個字母代表一個創新管理的原則，若能掌握這 5 個原則，創新管理的效應自然就會產生了。

1. Specific

指的是「特定的」方向、目標、產品等。

創新的需求必須有特定方向與目的地，不是心血來潮便發明一個產品或是開發一套軟體程式；創新是依據改變的需要，而進行的創造行為。

S：創新的目的

創新的項目

創新的預期目標

2. Measurable

指的是可以衡量的績效。

創新的投入，包括人力、物力、財力，以及進行中與產出後的效益，必須在質(qualitative)與量(quantative)方面都能訂出評估標準。

M：創新的衡量與評估指標

創新是可以估量的

3. Achievable

指的是創新的策略與規劃必須是可以達成的。

創新的策略與規劃必須因應改變的需要，並且訂定的計畫是可以逐步實現的。

A：要進行的創新或改變必須是可以達成的。

4. Realistic & Result

指的是創新必須符合實際需求，並且以產出結果為訴求。

創新不是天馬行空，必須符合改變的實際需求，並以結果為最終評鑑依據。

R&R：創新要以實際需要與現實為基礎，並且以結果為導向。

5. Time

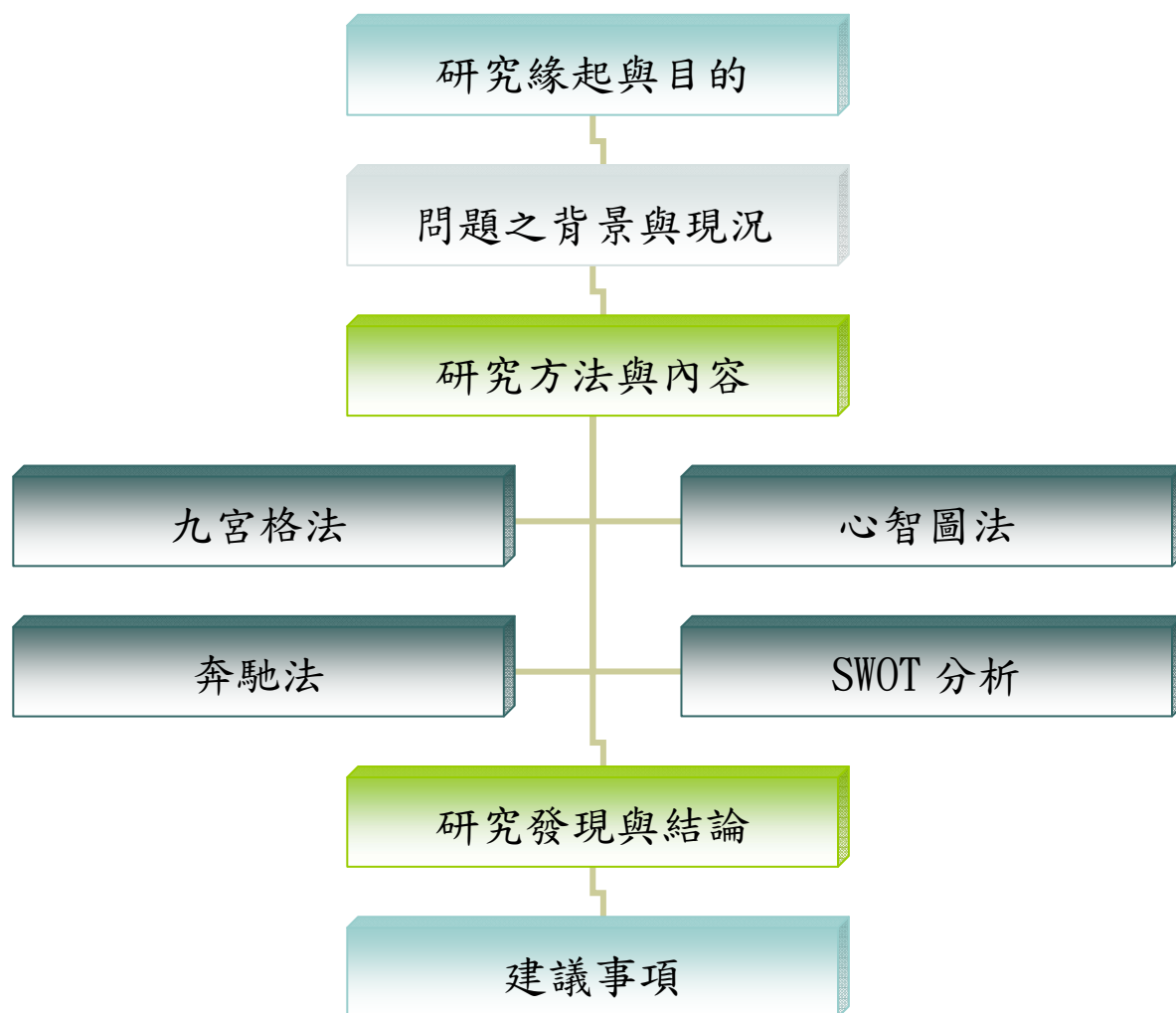
指的是創新的進行必須有時間表。

創新是因應改變需要而產生的行為，不論公部門或私部門，當創新需求發生時，在產品創新、制度創新、政策創新或服務創新上，都有時程上的迫切性。因此，創新必須有時間的規範。

T：創新必須規範進度與完成時間。

SMART 原則是一個非常簡單有效的創新管理工具，只要能夠掌握它的特性，以及創新專案的內容，將應有的資訊蒐集齊全，便可在創新管理上收事半功倍之效。

(四)研究流程與內容

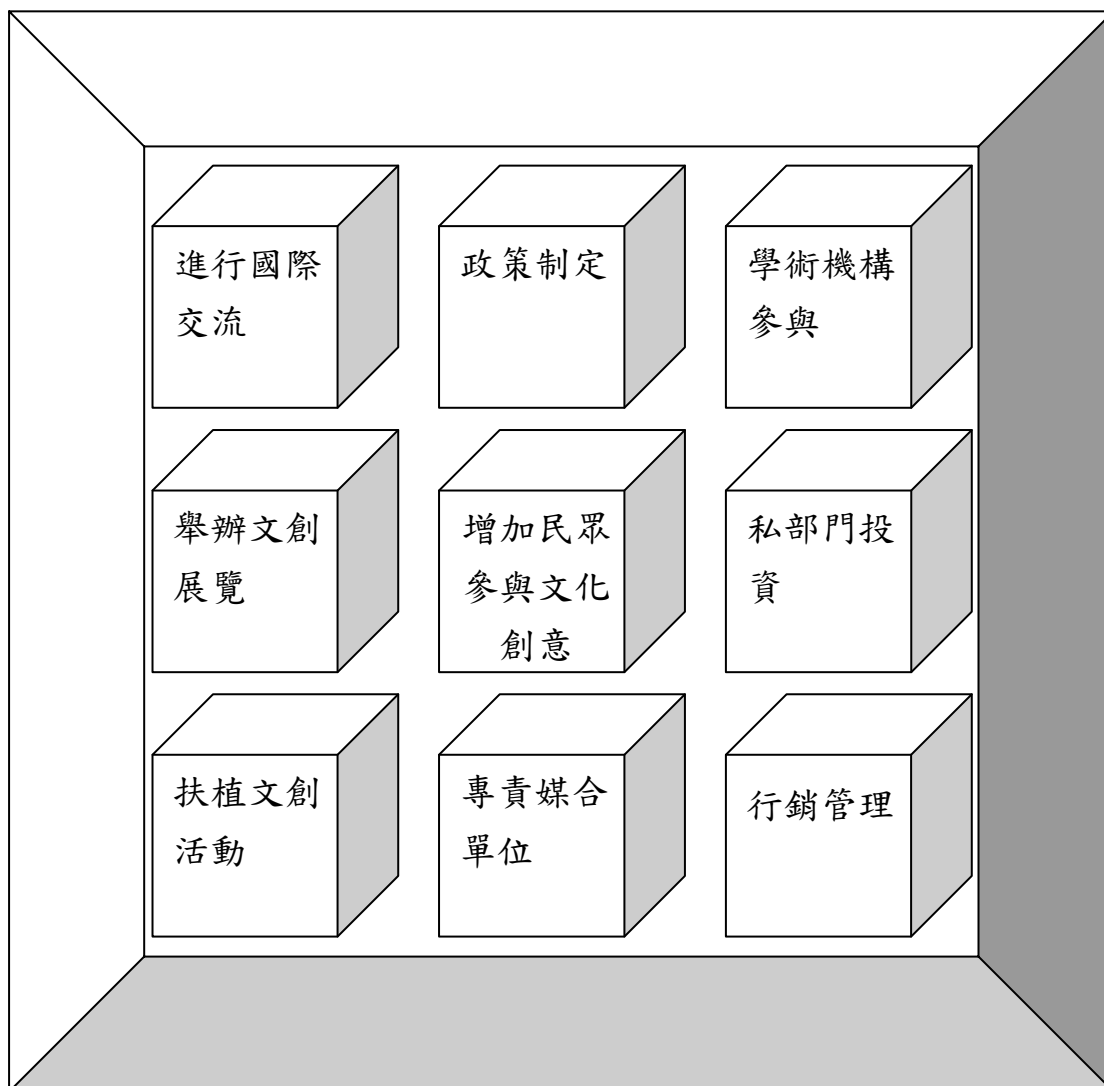


圖二 研究流程圖

創新思考技法有各種涵義及分類，常見的有圖像思考系列(九宮格法、心智圖法)及檢核表系列(奔馳法)。

1. 九宮格思考技法

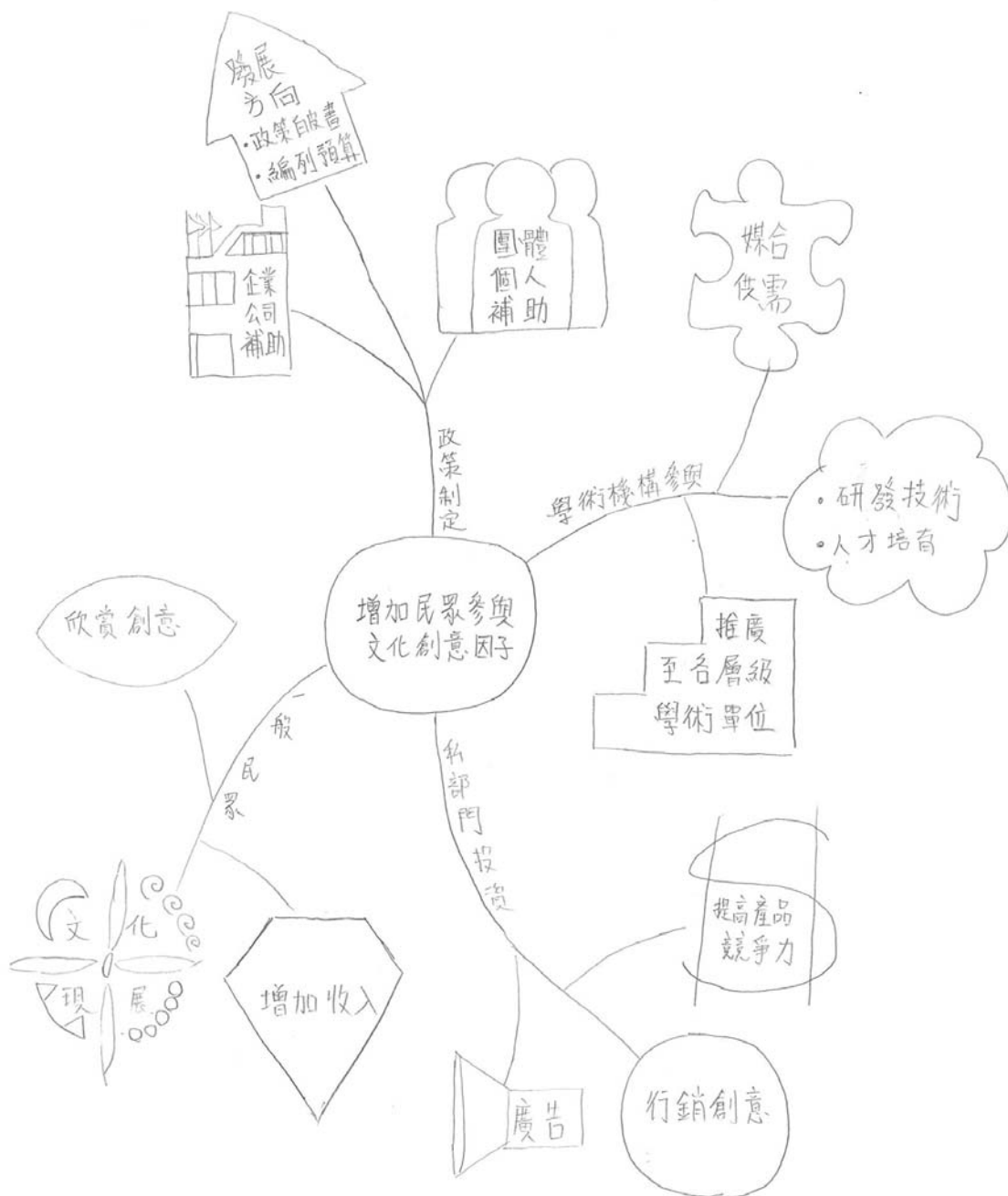
九宮格技法係利用一幅九宮格圖，將主題寫在中央，然後把主題所引發的各種想法或聯想寫在其餘的八個空格內。這是一種有助擴散性思維的思考方式。九宮格思考技法是由洛書九宮格和易經八卦的啟發而來（蔡巨鵬，2007）。



圖三 九宮格法

2. 心智圖法

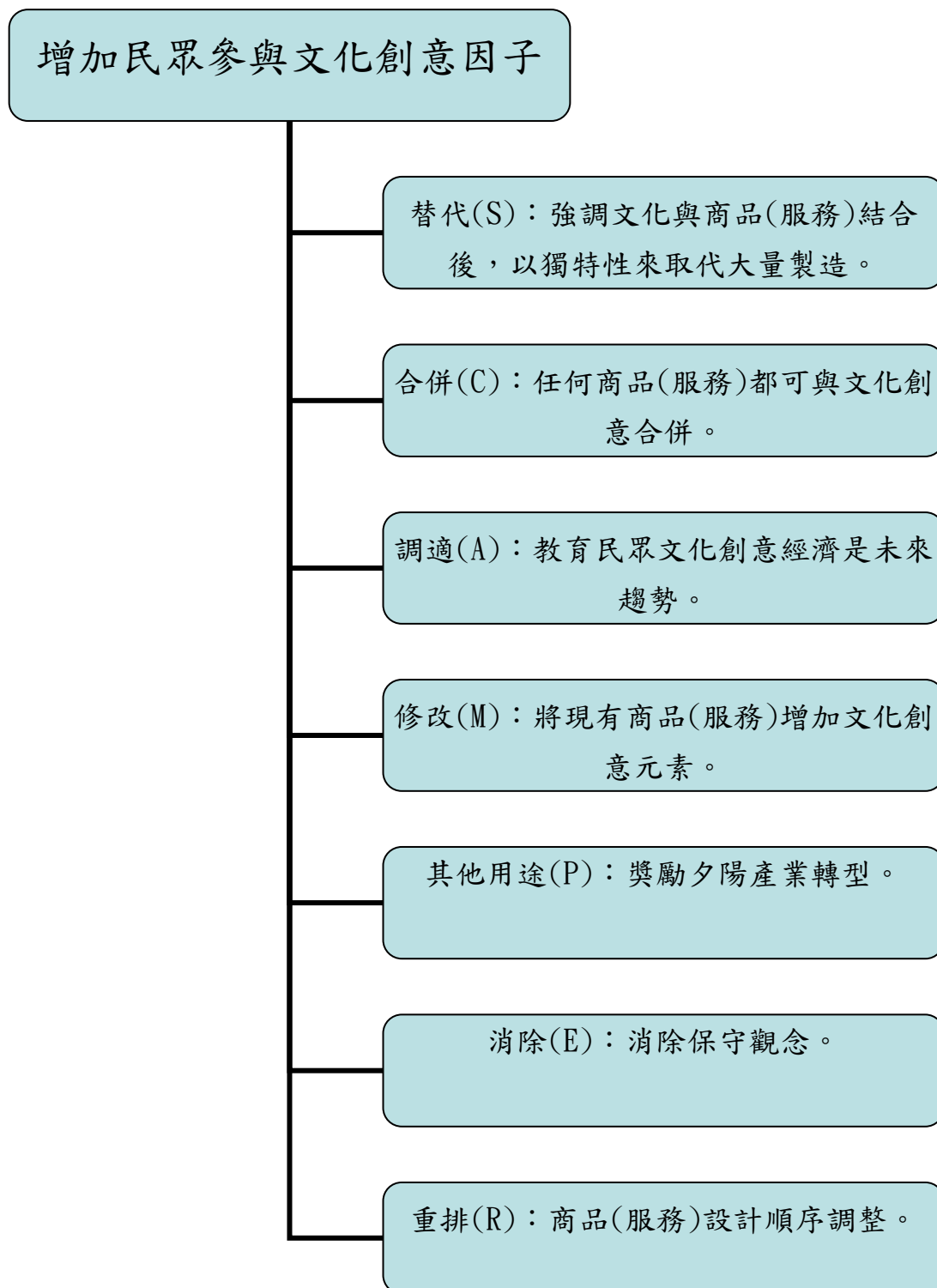
是一種以擴散思考的方法，運用顏色、符號、線條、圖畫、關鍵詞等，把所學所想概念表現出來的一種視覺化或圖像化筆記法。(錢秀梅，2002)



圖四 心智圖法

3. 「奔馳法」(SCAMPER)

奔馳法式一種檢核表法，是在考慮某一個問題時，利用檢核表對每項檢核方向逐一思考各種可能性，有助構想出新的意念，如此一來，就愈能探討事物或問題更多不尋常或被忽略的存在特性，從而就這些特性作出更多樣化改良及革新的構思。



圖五 奔馳法

4. SWOT 分析

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> ◎文創軟實力備受肯定，人才濟濟。 ◎多元文化融合的社會環境，創作題材豐富。 ◎高科技發達，能與文創產業相互結合。 ◎藝文活動蓬勃發展。 ◎文創產業係無汙染產業，其發展不會受當地居民反對。 	<ul style="list-style-type: none"> ◎市場規模小，私部門投資意願低。 ◎對於智慧財產權的保護不足。 ◎政府發展文創經濟政策不明確。 ◎文創產業缺乏整合及行銷。
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ◎藝文作品在國際舞台屢受肯定。 ◎保存大量中國傳統文化。 ◎網路發達，資訊獲取快速。 ◎對於外來文化接受度高。 ◎中國大陸崛起，中華文化漸受國際重視。 	<ul style="list-style-type: none"> ◎面臨亞洲已開發國家的競爭及開發中國家的追擊。 ◎中國大陸的崛起，使資金與人才外流。 ◎外交能力薄弱，國際地位遭受打壓。

四、研究發現與結論

- (一)民眾對於臺中文創園區的了解並不多，可能其位處舊市區，人潮不易聚集於此；另外園區的展覽活動並未大力推廣，而民眾對於展演的場所大都是以世貿園區或是高鐵園區為主要印象；再加上園區內仍有部分設施尚未完工，故以現階段來看，園區的發展定位尚不明確，間接造成廠商進駐意願低落。
- (二)園區內建築外觀大都由舊有酒廠廠房改(增)建而成，但室內軟硬體設施稍嫌不足，而各場館給民眾的感覺有些疏離感。
- (三)園區內設施與在地文化結合度不足，畢竟園區前身為酒廠，而該主題在目前社會上觀感並不好，無法吸引更多民眾參觀。
- (四)臺中文創園區定位發展成臺灣建築、設計與藝術展演中心，以建築設計主軸來說，其實對於一般大眾很難引起共鳴，而園區之設立是

基於培養人才或是提供媒合設計者與建築開發商，還是另有其目標？

(五)當地民眾其實對於創意文化產業園區有相當的期待，希望帶動臺中市舊市區的發展，增加當地就業機會，將在地文化發揚光大並帶來商機。

五、建議事項

(一)立即可行之建議：

1. 園區內各場館主題應規劃導覽動線並加以解說，讓民眾可以很輕鬆地了解文創產業。
2. 加強園區內各種活動行銷，並主動邀集在地文化工作者及私部門共同研商合作計畫，試圖將當地沒落之經濟活動區重新打造全新面貌，使其恢復以往榮景，例如：臺中的彩虹眷村，透過彩繪舊眷村，就能吸引民眾前往參觀；反觀，臺中舊市區能否借助類似經驗，結合當地文化重新包裝出各種主題風貌，強調以獨特性取大量製造，以達到吸引民眾的目的。
3. 定期舉行各級文創競賽及國際級展覽，藉此提供媒合私部門與相關文創人才，也可藉此提供與國外交流機會。

(二)長遠性建議：

1. 礙於臺灣市場規模，臺灣文創園區發展方向需要長期且明確的政策來支撐，而政策的制定必須不斷地檢討、改進，從最初的由上而下，到由下而上，甚至是縱向的產、官、學聯繫也不容忽視，如果政府能保持與各界溝通，提供良好的政策基礎，相信未來一定可以發展出屬於在地的文創產業面貌。
2. 文創實力可代表著一國的經濟實力，但文創工作者的培養卻是經年累月的結果，所以除了尋求臺灣文創發展方向之外，更要積極培養人才，從教育面向下扎根，並且將經驗傳承，如此一來才能確保臺灣文創產業的永續發展。



圖六 臺中文化創意產業園區雅堂館

六、參考文獻

- (一) 創意文化園區總結報告，行政院文化建設委員會，2002。
- (二) 文化創意產業群聚發展之評析-以台中創意文化園區為例，陳美甜，2010。
- (三) 創新思考與管理(含案例解析與實作)，國家文官學院，2011。
- (四) 文化軟實力推動軟性經濟創意之關鍵元素，詹文男，2012。
- (五) 推動文創產業適地適性發展，陳志綸，2012。
- (六) 以產學研合作加速技術開發和商品化，勵秀玲，2012。
- (七) 「想問做評」創新思考模教學模式的建立與驗證，陳龍安，1990。
- (八) 易經創造思考訓練模式之建構與應用，蔡巨鵬，2007。