

文化生活圈與文化產業

辛晚教・古宜靈・廖淑容 編著



詹氏書局

114
200613

文化生活圈與文化產業

辛晚教・古宜靈・廖淑容 編著



詹氏書局

國家圖書館出版品預行編目資料

文化生活圈與文化產業

古宜靈等 編著 —初版— 臺北市：詹氏，2005
[民 94]，面；公分

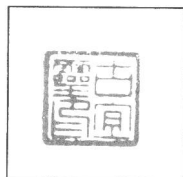
ISBN 957-705-300-9(平裝)

1.文化生活 2.文化產業

541.2

94004655

文化生活圈與文化產業



版權所有
翻印必究

作 者 古宜靈等 編著
發行人 詹文才
發行所 詹氏書局
登記證 局版台業字第三二〇五號
郵政劃撥 0591120-1 (戶名：詹氏書局)
地 址 台北市和平東路一段177號9樓之5
電 話 (02)23918058・23412856
(02)77121688・77121689
傳 真 (02)23964653・23963159
網 站 <http://archbook.com.tw>
E-mail: chansbok@ms33.hinet.net
archbook@sparqnet.net

初版一刷 2005年4月
ISBN 957-705-300-9

定價：新台幣420元

序

傳統的地域性規劃，對於文化空間的關注極為不足。例如過去的縣市綜合發展計畫內容，雖列有文化部門，但主要篇幅多集中在教育發展上，對於文化活動及設施規劃，付之闕如。自民國八十三年推動社區總體營造，政府部門陸續將文化議題納為中央和地方發展政策的要項。隨後，行政院文化建設委員會，於民國八十四年，為順應文化政策和文化休閒重要性提升的國際潮流，開始積極將文化藝術資源，結合文化設施和建設計畫，展現於空間。為推動多元文化資源和空間、建築的結合，在文建會的支持下，國立中興大學都市計劃研究所（現為台北大學都市計劃研究所）組成文化環境規劃研究團隊，先後完成台灣地區文化生活圈的發展綱要計畫，以及新竹文化生活圈文化硬體（展演）設施的示範調查和研究計畫。在研究期間，研究團隊更在台北、台中、台南、花蓮、金門、澎湖等地，配合辦理一系列的地方文化與區域發展研討會，激勵規劃、建築、行政等相關專業領域的資源整合，投入到台灣的文化空間與文化環境規劃議題的研究與落實上。民國八十六年完成之新竹市綜合發展計畫，其中的文化部門發展計畫，亦因此納入成為縣市綜合計畫新的重要內容。

為能激勵社會更關注文化環境規劃相關議題的研究發展，特將過去我們團隊的研究成果結集成冊，俾利社會參考。本書的主要內容，分成「文化政策、生活圈與空間規劃」和「文化產業與地方發展」兩部分。然而，文化環境規劃的內容，極為龐雜，不是本書所能完全涵蓋。本書之不足與缺漏處尚多，敬祈社會各界不吝賜教，以作為未來本書增補改進之依據。

本書的完成，感謝這十年來所有參與成員的協助。期望這個初步成果，能發揮拋磚引玉之效，植入更多的社會種子，投入於文化環境規劃及政策的研究與落實。

台北大學都市計劃研究所

辛晚教





目 錄

辛晚教、古宜靈、廖淑容 編

第一章 緒論	1
--------	---

第一篇 文化政策、生活圈與空間規劃

第二章 族群分布對台灣地域空間發展的影響	21
第三章 台灣常民文化生活空間的危機與規劃	79
第四章 台灣文化生活圈規劃體系	101
第五章 文化生活圈與文化設施發展之研究	141
第六章 都市藝文活動及其設施空間	175

第二篇 文化產業與地方發展

第七章 文化產業理論思潮初探與發展省思	195
第八章 文化政策與文化產業之發展	
一 西歐城市經驗的省思	211
第九章 文化產業政策發展的趨勢與問題	247
第十章 地方產業文化與國際休閒化	277
第十一章 文化產業生根與地方發展	287

第一章 導論

古宜靈

八〇年末期到九〇年代，是台灣文化發展的重要轉型期。從民國76年的解嚴，短暫的十年內，讓蛰伏已久的在地文化透過產業、經由社區、生根地方，以及中央政府的全力介入和主導推動下，在空間展現活力和魅力。經濟或產業發展的下一個階段會是什麼？在當時的台灣，逐漸找到答案。十年前的台灣，在剛由開發中國家的階段，快速跳到經濟高度的發展和政治的民主，政治經濟方面的進步和社會生活素質存在有很大的差距，尋覓之間，「文化生活」悄然成為台灣在結束二十世紀的重要議題。

台灣曾歷經荷據、明鄭、清領、日治等多次移民、殖民的文化衝擊與積累，雖在1987年以前的戒嚴時期，政府以「復興中華文化」為政策主體，在地文化受到壓抑。然而這樣的過程，卻讓民間社會底層蘊含地方意識和在地文化經營的能量，在解嚴後迅即抬頭，並成為支撐國家主體與社會發展的重要力量。1990年以降，一方面正值西方資本主義文化的衝擊，一方面因為新國家的建構過程，在地文化認同的強化，使得地方文化尋根的熱潮和民間組織的活力提升，地方文化自主意識的因此逐漸浮現，台灣的文化發展逐漸褪去政治的色彩。同時，就在這在地意識的新社會氛圍，台灣在許多地區在地方熱心人士的倡導下，紛紛成立基金會與文史工作室，推動在地歷史文化運動，蔚為風氣，終至形成一股莫之能禦的本土化運動（邱坤良，1993:23）。

一、新文化運動

八〇年代到九〇年代的台灣文化發展，在復興中華文化的大中國意識逐漸轉而強調在地的路徑中，不斷磨和與調整。政治的解嚴、地方市民主義的興起、經濟獨特的台灣模式，1990年的「台灣

主義」(Taiwanism)，驅動台灣在地文化取代中華傳統文化的文化生活新範型。然而此時期的台灣，是一個從工業化帶來大量資本積累後的新興工業化社會，所得提升所帶來不是對文化生活精神享受的重視。因文化主軸的尚未確立，使得八〇年代末期的台灣，不論是傳統或現代文化藝術，因未受重視而出現存續危機。如周志龍(1999)在「台灣常民文化生活空間的危機與規劃」中指出，「....台灣這種薪資所得與消費之由量變而質變的結構性變遷的結果，為文化產業的發展鋪下極為有利的物質條件，激勵了形形色色文化資本集團的形成，而這其中又以聲光文化企業的形塑發展....台灣聲光文化資本形成後，傳統農業社會常民文化生活與其空間起了極大的變化。在歷經政權轉變，並遭到政治壓迫挑戰而未曾動搖的常民休閒文化生活空間，開始面臨史無前例的威脅，逐步消失。」

文化生活沒有因經濟成長而同步起飛，反倒成為經濟快速發展的犧牲品。這樣的現象，亦未與全球趨勢接軌。當我們一味以經濟發展和都市工業文明的擴張，做為國家發展的總目標，「先進國家反而為了保存鄉村、自然與環境品質，花了相當大的物力、財力和人力。.....傳統、魅力、和特色，文化資源的分布，反而能夠看出一個國家真正文化國力的所在。.....文化不是奢侈的、消費性的東西，.....，文化是一項亟待開發的產業。」(陳其南，1996)類似這樣的呼籲，來自底層、中央、和學界，在當期的台灣，逐漸受到重視。1994年起，國家機器開始強調地方文化的重要性，鼓勵地方釋出文化資源，並呼籲民衆共同參與地方事務，希冀建構一個地方文化的發展環境與認同¹。自此，地方在地的文化資源、草根性活動與生活的空間的興辦，成為發展地方的重要政策。

李前總統登輝在民國八十三年六月十九日臺北縣立文化中心「社區文化研習觀摩展」致詞中指出：「我們在經濟發展、政治改革之後，最重要的工作，就是文化建設。」文化建設的重要性正式

1. 例如當時的文建會改變長久以來由上而下的「全國文藝季」活動辦理方式，不再由中央組隊下鄉巡迴演出，而是鼓勵各縣市尋找當地的特色，結合在地團隊，創造「人親、土親、文化親」人文地產景融為一體的文化氛圍。

獲得確認，相關政策作為進而積極展開。同期，一個被引援的「生命共同體」概念²，在時任文建會主委的陳其南先生積極呼應和連串策略投入下，「社區總體營造」政策的提出，推動一系列整合社區文化資源、凝聚社區發展意識的計畫。透過社區意識、國家公民意識的養成，建立個人與社會，個人與國家的關係，重建快速政經變遷中的社會秩序。這個從日本造町運動引進的想法，將過去傳統以技術為主的空間改造和地方振興方向，取而代之為社區參與的角度。台灣的文化，不再是以中央形式領導的發展目標，居民主動參與和嘗試藉由特有文化形塑所謂的地方性(locality)成為主體，文化正式跨越政治、行政、和意識的藩籬，台灣也在陸續出現的文化空間規劃、文化產業推動、地方文化設施充實、到新故鄉運動等施為驅動下，觀察到一個可能在二十一世紀初蛻變的台灣「文化公民社會」現象。誠如陳其南在2004年就職文建會主委後的施政理念中所提及：「台灣的社會、政治、經濟結構正快速的變遷著，我們在政治民主化與經濟發展的進程，讓台灣奇蹟成為發展國家的典範，然而民主可以再深化，經濟可以再發展，但若以當代社會文明進展來理解，似乎我們還有所不足，考慮到生活在這片土地上的國民是否具備21世紀公民的能力，完整的公民(citizen)，並非單靠選舉權或財力來證明，它還需要檢視國民的藝術質能與民衆文化能量的深化與否」(陳其南，2004)。

二、多元文化與文化生活圈

前述的文化運動，反轉過去大中國和中央箝制的文化思想，轉而訴求地方文化的活力。但是，這些蓄勢待發潛藏的豐富多元文化資源，在向來以經濟生活圈為資源分配依據的政策下，卻仍有兩個疑慮：一是出現傳統（在地）文化延續發展的危機，二則為族群分布化所導致的潛藏衝突。如黃勝雄(1999)提及：

2. 生命共同體是引援自謝長廷所提出之命運共同體概念，在當時政治解嚴但族群衝突卻日益激化的當時，謝長廷提出此想法除為消彌當時意識形態爭論外，亦有希望藉此拉攏所謂外省選民對民進黨的認同。

族群之分布產生明顯差異時，地域發展之重心和資源的使用集中將傾向於強勢族群所在之空間（尤其是族群關係為對立、衝突、競爭時），而導致地域（或區域）發展上的不均衡現象。……不當的國土利用和空間計畫，縱使是無心之過，卻除了會導致族群對立關係之升高外，亦常會對原有地域空間中之元素與系統型態產生衝擊和改變，而破壞了原本地域空間象徵（特質）與當地族群社會文化上的對應性，進而不自然地影響族群之生活文化的保存與延續。

如果跳脫這些僵化的行政或經濟區劃，可以觀察到因為「……各族群在地區和區域下的分布差異，……保有特別的文化內涵，包括宗教信仰，傳統聚落格局與風格，文化古蹟遺產傳統節慶民俗與活動、產業等，例如閩南人分布中南部相對較高，其宗教信仰文化活動(如媽祖信仰和王爺信仰)即以中、南部最為熱絡鮮明；客家聚落特色與製茶風情則以桃竹苗和高雄美濃等才得親睹……這些族群與空間上的關連性，正是組成台灣文化多樣性以及塑造地方文化特色的最佳資源。」（黃勝雄，1999）因此在民國八十三年台灣地方文化認同和社會意識再結構的重要時點，文化生活圈的想法正逐漸醞釀。如果可以把過去單純藝文推動的策略施為，落實在空間並具體結合空間計畫體系，文化發展的成效將可以生根於社區、地方，文化生活的想像也將得到實踐；換言之，文化魅力城市（空間）的塑造成為另一項重點。民國八十四年二月，文建會委託國立中興大學都市計劃研究所（現為國立台北大學都市計劃研究所）進行「全國文化生活圈整體規劃先期研究—全國文化生活圈文化硬體（展演）設施發展綱要計畫」之研究，一年的調查研究工作展開，是空間規劃部門首度投入文化資源普查的起步。藉著各區域發展座談會的召開（地點分別為北部區域台北縣文化中心、中部區域台中縣文化中心、南部區域台南市文化中心、東部區域花蓮縣文化中心、離島的金門縣政府、澎湖縣文化中心），地方文化資源逐漸被發掘，而地方公部門、開發部門、與文化部門，也在彼此激盪論述過程中，嘗試建立一個橫向整合的平台。如同辛晚教(1995)指陳：「本項文化生活圈文化展演設

施規劃研究主要緣起於文化建設硬體展演設施需要有整體長期政策指導方針，以指導分期分區規劃建設，使設施提供達到社會公平且經濟有效之目標；再者配合國土綜合開發計畫之研究修訂，充實文化設施部門規劃項目，有效發揮國土計畫配合及協調文化建設政策之功能。」如何將文化需求具體在空間呈現出來，找到台灣多元文化特有的生活特性和空間分布，是當時必須積極作為的事情也是不得不為的一項工作。

陳其南在同年台灣首度結合空間、建築、文化、社會的「地方文化與區域發展研討會」³中，明確提到：「文化生活圈的規劃研究……就是希望我們能掌握台灣各地區的文化生活需求，了解這些文化生活圈整個界域應該如何劃定。如果生活圈不能規劃出來，整個文化建設的範圍與方向，特別是硬體設施方面，就等於失去一個參考座標，規劃出來的當然就會跟實際需求產生差距。經建計畫裡的生活圈規劃主要是就物質的、商業的或其它日常生活方面的需求來考慮，而我們這裡所謂的文化生活圈，應該就是希望就居民的文化藝術需求面來探討。」

文化生活圈與一般經濟生活圈（如購物、居住、工作、教育、醫療等）最大的不同在於前者是以文化財所提供的文化服務，提供可能來自社區、地方、區域、全國、甚至國際性的文化消費（或參與）。例如地方縣市文化中心的美術或表演藝術展演活動，是地方性的參與，又如鹽水蜂炮，則可以從一個小鄉鎮的年度民俗活動，擴展為全國性的節慶參與。以此加以區隔，就可以將文化服務包括軟體、硬體的提供，規劃為日常的、年度的或地方的、全國的等等

3. 該研討會由文建會指導，國立中興大學都市計劃研究所主辦、中華民國都市計劃學會協辦，於民國八十四年十一月在台北市劍潭青年活動中心舉辦為期兩天的產官學座談，並於台北火車站舉辦連續七天各縣市地方政府提供的文化創作展覽（包括相片、藝文海報、文宣等等）。其在台灣文化發展歷程中的重要性在於，引介空間與建築部門開始關心地方文化資源的發展，也帶動後續連串大量相關人力投入地方文化硬體資源的調查工作，對當時充實鄉鎮展演設施計畫、傳統空間再利用等政策，以及晚近文建會開始著重閒置空間、地方文物館的興建利用，具有相當程度的牽引作用。

不同時間、空間的規模。辛晚教(1995)引援日本定住圈的概念，以及德、奧討論文化圈(Kulturkreis)和文化區(cultural area)的想法，界定文化生活圈的空間理念：

圈域是各種生活活動所形成各種活動空間範圍。圈域的空間範圍形態並非固定，具複合性及階層性、不同研究分析課題、或不同計畫目的，圈域範圍、形態隨之而有差異。圈域劃設之目的有二：(一)藉以分析文化生活活動、檢討空間秩序之空間單元。(二)作為公平且有效分派配置文化設施之空間單位。

而所謂的「文化生活圈」就可以泛指：依地區內（如台灣地區）居民各種不同的文化性活動差異而劃分出來的一種圈域及其體系，在該空間範疇內的居民常從事著極具地方特質而異於他地的文化性活動（辛晚教，1995；黃勝雄、古宜靈，1995；引自古宜靈，1997）。如果再加入兩個討論的向度，(一)地理上「同質文化的範圍」（可以和自然環境、行政區劃或計畫等的空間區界相一致的規範性空間）、(二)人（居民）之「心理認同」、文化活動或組織所及的空間（依不同文化特質指標，如族群、宗教信仰、文化產業、風俗習慣等等所形成「功能性」的文化地域），則文化生活圈將不會與行政區界相一致而且有可能會出現重疊的現象，復加上時間的差異性，彈性、多元而重疊的文化生活空間隨之形成。因此，當民國八十五年全國文化生活圈文化硬體（展演）設施發展綱要計畫提出兩個不同類型的文化生活圈概念：（辛晚教，1994）

- (一)「一般性的文化生活圈」，依據日常生活的藝文休閒參與，從里社區到國際性劃設六個等級的設施資源分配和服務體系
- (二)「特殊文化展演活動區域體系」，著重族群、信仰、祭祀、語言、或節慶配合的文化參與空間現象。

不僅行政部門開始著手編列預算進行地方文化展演軟硬體資源的調查工作，當時強調必須在文化生活圈下，透過活動的交流、設施的營造，以產生空間的「文化流(culture flow)」，進而與教育和觀光體系結合形成重要的文化經濟網絡想法，也隨著台灣社會的重

視逐漸實踐。國家有計畫的投入地方文化建設，如充實鄉鎮展演設施計畫、傳統空間再利用、加強地方文化藝術活動等計畫，擾動了過去平靜的都市社區。過去台灣在經濟發展過程中，無法獲得完整控制的城鄉發展差距問題，雖然不可避免也在文化發展過程中一一浮現，但是如同綱要計畫的規劃想法，許多隱沒在水泥叢林中沒有善加利用的空間，經過簡單的修繕整理後，是可以作為地方文化能量聚積的實踐空間，因為：「文化建設除在於專門性、必要性的設施建設外，最重要反倒在於如何利用現有的設施空間，以達到最佳化的使用效果。」（古宜靈，1997）因此，當文化建設的角度從全面性的翻新、新建，到提出：文化展演設施、準文化展演設施、戶外文化展演空間等三個不同層次的文化空間交互使用策略後，文化硬體不足的現象似乎不再是個嚴重的問題。閒置空間的再利用、傳統老舊空間的活化、到社區生活空間的文化導入，讓全國各地從都市到鄉村，全面性展開台灣社區再造的工作，地方各種特有的常民文化逐漸被發掘與重視，在地意識也逐漸的萌芽。

台灣的社會發展、地方文化發展、社區共同意識、國家共同意識，以及整體文化政策和文化行政，也因此第一次有系統的串聯整合。「地方」和「文化」在台灣這個場域有了新的交織，透過草根文化活動的參與和在地歷史的探索，地方開始重新尋找自己的「命名」，建立地方意識，文化價值的詮釋成為地方發展的一個重要資產與方向。這種從地方開啓的行動，如前述，在九〇年代的台灣興起了新一波的社會運動風潮。

三、文化產業與文化經濟

在晚近二十年，除了透過文化來重新凝聚社群意識，以及發掘地方生活價值，是一個普世價值外，另一個重要趨勢，在於加值化地方文化資源所帶來的文化經濟現象；即文化產業(cultural industry)的快速發展。基本上，文化階級化的破除是大眾文化發展的起點，然而資本主義引發的大量生產、大量消費與現代科技，特別是與傳播媒體的結合，促使文化藝術與商業結合，則是文化經濟發展的關

鍵。由於工業化時期依循福特主義(Fordist)之「大量生產與大量消費」(mass production & mass consumption)的經濟結構體制影響，文化商品(Culture Commodity)的出現，讓地方文化資源或資產可以藉由資本主義經濟文化複合系統的形成，提高民衆文化消費的意願與文化價值觀的改變；歐美先進國家興起了以「文化產業」為主導開發的潮流。

(一)文化產業與文化工業

「文化產業」始於Adorno & Horkheimer(1979)所提出的觀念，主要在於說明傳統之文化藝術轉為消費生產性商品的方式及至影響空間結構的研究理論，目的是將藝術文化透過商品化的包裝與行銷，以創造文化的經濟效益。文化產業雖然可以概括為：「包括自然環境、人為環境品質、住宅景觀、國民精神活動與其他藝術修養等。文化藝術其實是很重要的產業，也是一項亟待開發的產業；其最重要的價值在於賣的是創意、想像力和品味。」，但明確的定義在學術討論層面仍相當分歧。若廣義從生產消費和創意知識兩大層面討論：

1. Harvey認為只要將文化物品藉由技術媒介和商品形式的傳遞，重新生產的過程就可以稱之(Harvey, 1988:9)。進一步延伸觸角納入文化意涵，則認何形式的文化及藝術，其在創造和再製的生產過程中所連結的相關活動，均為文化產業(Wynne, 1992; Abercrombie et al, 1992; Cobham Resource Consultants, 1990)，這樣的定義同時被大倫敦市府採用(Harvey, 2000；引自 Shepherd, 2000: 4)。
2. 任何活動只要有個人原始創意、技術和工匠巧藝(talent)的特質，且透過智慧財產的再生過程後具備對社會福利和工作創造有潛藏的效益(Creative Industries Taskforce, 1998: 3; Scott, 1997)，均可稱之；很明顯的串連文化和創意，也更廣義的定義文化產業。

然而從產品(product)或創意(creative)的向度，都受到兩者彼此的攻訐與質疑，但不論如何，可以觀察到文化產業是藉由文化所衍生活動的結合，它首要應重視是無文化內涵與象徵(symbolic)

意義，而它的經濟價值更應由文化的價值來決定(O'Connor, 1998)。因此在特質上：

1. 產品必須地方化、地域化，這樣才能對地方各種相關產業活動的振興有直接的幫助。
2. 「內發性」的發展策略，即是以地方本身做為出發點，基於地方的特色、地方的條件、地方的人才、甚至是地方的福祉為優先考慮來發展產業。

然而當這些想法遇上前述文化產業迅速發展的因素：大量化與商品化，文化和經濟、產業和工業、創意與商品的爭議就不斷出現。這些觀點，在楊敏芝(2000)對於文化產業思潮的分析中可略窺端倪，同樣地廖淑容等(2000)在探究文化產業生根的條件，亦有深入的討論。基本上，文化的大量商品化是受到法蘭克福學派的嚴厲批判，認為文化商品化是大眾文化的低俗化、庸俗化現象，批判其犯了「規格化」(Specification)及「標準化」(Standardization)的「文化工業」弊病。Adorno也指出，在壟斷式資本主義社會與文化網絡之內，藝術的對抗性價值遭到剝奪，成為商品交換、市場經濟的副產品，而忽略了使用價值(Adorno and Horkheimer, 1979)。

「文化工業」應該是大量的、均一的、庸俗化的、大眾化的、流行品味的生產理念，是提供大量消費的，是被文化工業所操縱而失去個人主體性和個人創意的生產機制，個人不但無法主導文化，反過來是被工業生產所主導。而「文化產業」完全是依賴於創意、個別性，也就是產品的個性、地方傳統性、地方特殊性，甚至是工匠或藝術家的獨創性，強調的是產品的生活性和精神價值內涵。這些正是被文化工業所摧殘取代的質素。所以，文化產業所依循的生產原理，與新古典經濟學的生產原理正好背道而馳。(陳其南，1996)

因此，文化產業的效益如Sherry(1987)提出的文化帝國主義(cultural imperialism)指出文化與消費、商品間有密切的關係，賦予二十世紀末文化議程推動的想像空間。這樣的觀念也確實引領當代的新都市文化發展策略，並打破過去高級(菁英)文化所造

成的藩籬，和產生新的藝術文化消費型態⁴，以跨越了文化的界線和階層，但也造成了“現代化(this-wordly)”文化消費型態的呈現和諸多問題。

文化消費的出現，雖然使得生活與休閒的發展更具多樣性，但是在科技、經濟快速的發展，資本主義與拜金主義的盛行，且在缺乏文化意涵的體認與精神反省、自我價值的冥想基礎下，卻已使得大多數的人都在利用休閒的機會來消費時間、消費金錢、消費精神、消費體力。大量的創造，大量的消費，缺乏思考，驅逐功利，已使得台灣的休閒朝向低俗、消耗的方向，非但模糊了生活方向，連原本試用來培養悠雅心境，從事創作、充實內涵、發揮潛能、展現自我，淨化心靈以創造文化的休閒，逐漸被疏離化而成為消費的工具，所謂的只是換來心靈上莫名的補償。⁵

(二)台灣的文化產業進程

台灣開始重視地方文化產業，應是肇始於民國七十八年經濟部中小企業處有感於傳統產業的沒落，著手輔導發展具有特色、歷史性和獨特性的地區傳統行業，惟當時重視經濟大於文化目的。九〇年代，如前述由於「建立社區共同體意識」和「在地文化關懷與保存」的重要性日顯，文建會開始朝向如何將文化資源開始朝向「產業化」方向發展，形塑文化資源提振地方經濟的附加價值成為文化永續發展的重要思維。民國八十四年委託台灣手工藝研究所於台北世貿國際會議廳舉辦「文化・產業研討會」，產官學激盪交流，確立「文化產業化、產業文化化」的方針，蓄積台灣文化產業的能力。民國八十四年如花蓮縣「原山奇美」、新竹縣「玻璃藝術節」文藝季活動與台南縣「白河蓮花季」等，正式啟動地方文化產業的發展。

但是，台灣文化產業發展初期，因做法上以：

4. 文化的類型被重新界分成文化消費型態的差異，而非過去社會階層的文化參與障礙與隔閡。即高級藝術文化之消費產品，和大眾傳播家庭消費之流行文化產品等兩類，並以現代電影、廣播、卡帶、電視和書籍等等作為行銷工具。

5. 文字引述修改自陳映真(1983)和蔡煌源(1992)之相關論述與觀念。

1. 中央採「專款專案」方式補助「文化藝術季」或「社區總體營造」等文化產業活動的舉辦。
2. 各個社區發動組織力量，發掘地方特色與資源，進一步透過「社區總體營造」方式來進行，期間多數靠向文建會申請專款補助方式來舉辦活動，因此，持續力有限。

且推動內涵又多有迷失，如(1)文化資源的開發缺乏全面性檢視；(2)文化產業的發展缺乏自發性之地方性動力；(3)崇尚西方文化，抹殺了「在地文化」特色；(4)崇尚聲光文化，未重視精神文化；(5)歷史與傳統文化的失憶與斷層；以及(6)文化產業行銷策略的漠視（楊敏芝，2000），使得預期遠大於實際成果。加以檢視，過去政府的文化政策與措施，往往是個別主領但又缺乏經營管理，個案所能創造的效益和延續性，往往也就低於政策的目標和理想，進而遭致非議。

基本上，文化產業推動最大的問題在於「文化產業化」的爭議。將文化藝術商業化或直接透過文化藝術活動來賺錢，是一般人的認知，也是因此遭致許多的誤解：文化工業的疑慮和藝文工作者的批評。但是，如前所述，文化產業賣的應該是創意、想像力、品味、以及與地方形成的文化氛圍(cultural milieu)，是藉由文化產業的發展產生地方的魅力，透過活動的導入和經濟功能的強化，帶來地方發展的契機。例如巴黎的羅浮宮、英國的四大名城、日本京都的文化魅力，以及許多如博物館、歌劇院、美術館、古蹟建築等等，透過她們為地方帶來的魅力，當許多人被吸引來，服務性的計程車、餐廳、飯店、乃至於新形成的文化消費空間，才是地方經濟活力的主要。換言之，文化產業所希望呈現的，是從文化本身創意和魅力，所衍生的文化商品與其他經濟活動的關連效益，這種新的產業發展邏輯，正如廖淑容等(2000)在文化產業生根文中所指：

具備了「創作(creation)→生產(production)→市場行銷(marketing)」階段過程……無形的文化內涵透過有形的活動、商品、空間與生活充分傳達地方特有的情感給共同參與的人們，並將文化產業所關聯的人、事件和活動在時間和空間上進行串聯，透過制度形式

的建構來強化文化在地方居民和外來旅者的生活經驗，使其產生「文化波及的效果(explosion of culture)」漸次讓文化消費參與成為必要的休閒模式和一種生活方式。

是故，文化產業的特性將是以地方文化社會作為基底，在結合生產、生活和生態的維繫，發展出具有地方特色的資源，不論是文化產業化、或是產業文化化，可以在這樣的基礎下發展。台灣雖然是一個小島，但如果可以將每個地方的傳統重建維繫並賦予新的特色，或在社會認同基礎下開發建立新的資源（如宜蘭童玩節、綠色博覽會等等），都可以形成地方文化產業發展的魅力。這樣的思維，確實在台灣文化產業初萌芽推動之初，面臨挑戰。但是在民國八十八年九二一地震後，因為南投地區嚴重的受創，傳統經濟活動瞬間消逝，反倒讓台灣的文化產業重新尋覓一個新的場域，在結合社區總體營造下，南投許多鄉鎮在台灣手工藝研究所的協助下，出現許多令人激賞的文化經濟現象。

由於重建區社區總體營造計畫的制定和社造團隊的湧入，讓災區地方活力和經濟再現。過去強調社區文化、社區營造、文化藝術，必須迴避於資本主義和文化商品化的論述，在災區百廢待興的重建過程，開始不得不正視社區營造和經濟如何形成良性互動的作用過程。台灣單純的文化推動理念，政府長期投入但成效有限的情形，在特殊的機緣下自然而然的被要求轉化為文化審慎與經濟結合的方向。事實證明，在重建區已成功的創造了向大地借力，從生活中出發的經驗，如南投桃米社區或台灣工藝研究所輔導的中寮、上安、魚池等社區，在災區一片荒土中，披荆斬棘，從無到有開拓當地資源材料的利用與創作、活用的案例，顯示了社造對社會重建另一個重要意義。

(三)文化產業的空間、經濟與社會作為

文化產業推動，檢視國外經驗和台灣歷程，藉由推動過程中所形成的居民認同（社會效益），以及文化生產、傳播所營造的魅力城市，進而帶來觀光消費和文化消費的可能（經濟效益），是文化產業策略所期許達成的目標。然而文化廠商因發展的不確定性、生命週期問題、主觀性議題等等，不僅將衍生整個產業在