

文化創意產業讀本

創意管理與文化經濟



李天鐸 編著

CREATIVE
MANAGEMENT
AND CULTURAL
ECONOMY

CREATIVE
INDUSTRIES
AND CULTURAL
ECONOMY

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

文化創意產業讀本：創意管理與文化經濟／李天
鐸編著.-- 初版.-- 臺北市：2011.05
324面；17 x 23公分
ISBN 978-957-32-6792-8(平裝)

1. 文化產業 2. 創意 3. 文化經濟學

541.29

100008900

文化創意產業讀本
創意管理與文化經濟

A Cultural / Creative Industries Reader
Creative Management and Cultural Economy

編著：李天鐸

責任編輯：楊憶暉、魏逸瑩

美術設計：黃瑪琍

發行人：王榮文

著作權顧問：蕭雄淋律師

法律顧問：董安丹律師

2011年5月25日 初版一刷

2011年9月15日 初版二刷

ISBN 978-957-32-6792-8

行政院新聞局局版台業字第1295號

售價：新台幣420元(缺頁或破損的書，請寄回更換)

有著作權·侵害必究



Since 1975

出版發行：遠流出版事業股份有限公司

台北市南昌路二段81號6樓

郵撥：0189456-1

電話：(02)23926899

傳真：(02)23926658

YLib

遠流博識網

<http://www.ylib.com>

E-mail: ylib@ylib.com

G114
20127

港台書

A CULTURAL / CREATIVE INDUSTRIES READER
CREATIVE MANAGEMENT AND CULTURAL ECONOMY

文化創意產業讀本

創意管理與文化經濟



李天鐸 編著

遠流出版公司

目 錄

005 PREFACE | 序

011 CONTRIBUTORS NOTE | 作／譯者簡介

019 INTRODUCTION | 緒論
李天鐸

PART I 概念／意涵／範疇

031 CHAPTER 1 | 文化創意產業的發展與政策概觀
邱誌勇著

057 CHAPTER 2 | 文化創意產業的經濟地理觀
Andy C. Pratt 著 陳映蓉、黃仁藝譯

081 CHAPTER 3 | 文化創意產業的媒體經濟觀
李天鐸著

107 CHAPTER 4 | 社交網絡市場：一個創意產業的新定義
Jason Potts 等著 葉天慧譯

127 CHAPTER 5 | 超脫文化產業重思創意生產
Keith Negus 著 楊皓鈞譯

C O N T E N T S

PART II 管理／組織／地緣

- 143 CHAPTER 6 | 創意產業：管理的文化與文化的管理
Chris Bilton 著 姜冬仁、楊皓鈞譯
- 161 CHAPTER 7 | 無法掌握的全球化：文化產業的未來發展進化方向
Joseph Lampel、Jamal Shamsie 著 黃才駿譯
- 175 CHAPTER 8 | 文化產業：不只是群聚典範？
Andy C. Pratt 著 陳柔安譯
- 201 CHAPTER 9 | 好萊塢電影創製與發行的地緣新圖像
Allen J. Scott 著 郭東益譯

PART III 轉型／實踐／爭議

- 231 CHAPTER 10 | 文化產業與新帝國主義
David Hesmondhalgh 著 許夢芸譯
- 245 CHAPTER 11 | 文化產業與流行情緒：作為內容和社會創意的懷舊
吳靖著
- 261 CHAPTER 12 | 非實體傳播時代下的音樂產業
Richard A. Peterson 著 陳坤賢譯
- 281 CHAPTER 13 | 我移動故我聆聽：數位科技催化的音樂產業變遷
陳柔安著
- 303 CHAPTER 14 | 理解中國文化創意產業的新範式
Michael Keane 著 張瑋容譯

APPENDIX 附錄

- 317 文化／創意產業課程綱要

序

在人生歲月裡，起起伏伏，喜喜憂憂，交互參雜，其中總是會有幾個別具意義的轉折出現，將生命帶入新境。然而，對於我而言，年歲已步入「定型化」的中年階段，萬萬沒想到四年前的英國劍橋之行，居然會是這麼撼動的一次轉折。

劍橋是個多義性的神話符號。它是當今首屈一指，在人類文明進程中有著關鍵地位的劍橋大學所在地；它亦是自十八世紀以來，傳播媒體的普及後，中外人文軼事，詩詞歌賦，藝文影像，反覆書寫指涉的對象，這讓它在學術超凡這個「硬事蹟」之上，蒙上千層浪漫靈秀的面紗。

二〇〇六年秋天，我卸下教職，前往劍橋大學展開為期一年的研究訪問。記得當時從台北搭了十多個小時的飛機，再由倫敦搭乘近三個小時的巴士，抵達劍橋時已是深夜，四處漆黑一片，但仍按捺不住內心尋望徐志摩〈再別康橋〉詩中：「尋夢？撐一支長篙，向青草更青處漫溯，滿載一船星輝，在星輝斑斕裡放歌」，這股情境的焦渴。第二天起了個早，滿懷著期待，順著西邊皇后道(Queen's Road)的草叢，轉了個彎，過一道鐵欄，巍峨的國王學院(King's College)教堂赫然矗立在遠處綠茵的盡頭，我霎時一悸，暗自唸道：「哇！這就是了……」我佇立了好一會兒，才緩步向前，走了過草坪，跨過康河(Cam River)，從此與眼前如真似幻的學府，這一片傳頌多百年的殿堂幽境，結下了不解之緣。

在劍橋的日子，由剛到時的冰冷深秋，經過了陰濕的寒冬，溫煦的新春(反常)，到行將離去前晴雨不定的夏日，生活可謂是有甘有苦，也有驚懼。苦的是，英國食物真是全球有名的難吃，每日的三餐對我而言真是件頭痛的事情；英

國的天氣也是世界出名的糟，陰濕冰寒風又大，地面沒有幾天是乾的；英國的生活用度也是出奇地貴，貴得令人咋舌；不過我也想得開，把這當作是修行之苦。甘的則是，劍橋是個讓人沉澱靜思的地方，沒有行政教學事務纏身，生活孤寂，步調遲緩，但每天以心智思維的辯證為職，與來自世界各國高素質（尤其是東歐與中國大陸）的學人交手，很是刺激，很是過癮。就算是平日沒事走在國王學院前的市集，或是在達爾文學院(Darwin College)旁的河邊閒逛，或是呆望著橫跨皇后學院(Queen's College)用木頭搭建的數學橋，內心都有著魂追先賢智者的喜悅。這是苦行之樂。

驚懼的是，平日由學院研究室出來，信步逛到三一學院(Trinity College)悠古的連恩圖書館，或到克萊爾學院(Clare College)磚瓦圍繞的庭園看河邊的天鵝，或是陪伴來訪友人參觀聖約翰學院(St. John's College)號稱「美得讓人發出嘆息」的嘆息橋(Bridge of Sigh)等等，牛頓、達爾文、馬爾薩斯、羅素、華茲華斯等人總是會浮現在我的腦海裡，他們的身影依稀栩栩如生，與我擦身而過。我總是驚覺，如今我也有幸於此駐留，時間雖短，但可別像星期假日蜂擁而至的萬般遊客，康河泛舟，「消費」了劍橋後，便一哄而散，我總得也創塑出一些思維。想到這裡，常讓做「教書匠」的我內心甚是驚懼：一定要做些什麼！每每黃昏騎著腳踏車返回宿舍，穿過樹林清幽小徑，聽到聖母教堂(Great St. Mary's Church)傳出來的鐘聲，宣告著一天的消逝，我總是會停下車來望望國王學院高聳的禮拜堂(King's College Chapel)自道：「我又虛耗了一天！」

在劍橋的這段日子，也跑了歐陸許多地方。由於已經不是第一次到歐洲，而我幼時畫畫，也喜好藝術與文學，因此這回都是跟著藝術典籍走。在羅馬，遊訪古蹟聖地後，再疲倦也要到位處偏巷的法蘭西聖路易教堂(Church of San Luigi dei Francesi)，為的是要一覽懸掛在左祈禱室的三幅卡拉瓦喬(Michelangelo Merisi da Caravaggio)的《聖馬太》(*Saint Matthew*)真跡原畫。這裡與城內另一頭大排長龍的聖彼得教堂(St. Peter's Basilica)相較，有著天壤之別，整個教堂寂靜肅穆，空無一人，這給了我與四百年的畫作難得的獨處機會。在米蘭，我早十天預約，到聖母瑪利亞感恩修道院(Santa Maria delle Grazie)教堂去看達文西的濕壁畫《最後的晚餐》，該畫處在恆溫恆光的封閉狀態，每十五分鐘只准二十人進入。待進入

後，偌大的空間，稀疏的觀者，自己全然與達文西完成畫作相會的那一剎那，內心是憾動、是莫名的興奮，同時更親身體會了早年念到班雅明(Walter Benjamin)的〈機械複製時代的藝術作品〉一文中所稱「靈光」(aura)的真義。

每次歐陸後回到劍橋，總會到國王學院正門前窄巷裡的咖啡小屋(Indigo Coffee)，將遊歷所獲細細梳理，印刻到自己的生命記憶裡。而每次坐在那，眼望著窗外聖母教堂的鐘樓，總是覺得很夢幻：居然自己會置身在這個八百年歷史的學府空間，居然自己能與藝術典籍讚頌的聖靈之作相遇，這真是老天爺的恩賜，我一定要做些有意義的事，以為對這恩賜的回報。就是在這股思緒下，堅定了這本書出版的念頭，這股思緒也是在我延宕了四年，卻依舊要貫徹此書的驅力。

...

其實本書出版的念頭並不是起始於旅居劍橋期間，而要更早，二〇〇二年的秋天，就在起程前往日本駒澤大學教學訪問的前夕，剛執政的民進黨政府揭槩了「挑戰二〇〇八：國家發展重點計畫」，將「文化創意產業」與「數位內容產業」列為國家的重要發展項目，在國內掀起一股文化創意熱潮。隨後在日本的一年裡，與他們的電影(東寶與東映)、電視(富士、TBS、NTV)、動漫等體系，有了深度的接觸；再接下來，韓國以電影與電視產品為主力的「韓流」異軍突起，驚豔了整個東亞。這些讓我動了念頭，著手企劃一本，由媒體原創構思、創製執行，到產出商品化，並衍生社會效益的專書，希望能為國內已經僵化的傳播學門，注入一些新的議題。當時的思緒僅止於此。但是其後，眼見文化／創意產業在台灣發展的浮濫化，政策執行的口水化、政治化，讓我始終提不起興致來面對這本書，直到在劍橋的一年裡才重新尋獲了啟動能量。

當時前往劍橋大學，除了於「跨領域媒體研究課程」(Multidisciplinary Seminar in Media Research)做幾場客座演講外，最吸引我的是參與微軟(Microsoft)鉅資贊助的「數位科技與創意產業」跨科際研究計畫(藝術／科技／文化／管理)，還有讓我獲益最多的，就是參加了多場由英國學術機構，與歐陸學府主辦的各類有關文化創意產業的研討會與聽證會。這些會議提醒了我：文化創意產業的發展應該將視野擴及

到它「著床」(embedded)的社會情境脈絡，因為它的資本累積過程不單只是一個產業內部價值鏈整合的問題，它更與社會上層結構(superstructure)的表意符號系統，下層基礎(base)的經濟生產條件、生產地緣等，有著密切的關聯。於是這才重新確立了本書編撰的主軸。

本書的內容是由六十二篇專文篩選組成的。它們大部分是過去幾年在倫敦、阿姆斯特丹、布魯塞爾、洛杉磯、大阪、台北等地的會議場合，結識的學者所發表的專著，經我的央請，他們欣然同意供我編用；還有一些是由熟識的朋友，應我的邀約與命題而特別撰寫的。但經過多年，有些處理時效性議題的文章，已與現階段的時空脈絡脫節；有些立論精闢，但指涉的政經社會情境，太過於當地化，華文學術世界的讀者恐怕不易理解，因此不得不予以割捨。還有多篇援引經典社會學、經濟學、管理學等理論，來檢視文化／創意產業發展的本質與效益的精彩論文，則特別另行企劃，作為下一本專書(預計二〇一二年出版)刊載之用。由於編撰進度的遲緩，本書的多篇論文已由原作者於相關的國際學術出版物，以不同的名稱或篇幅刊載。但是可以確定的是，這些篇章在作者們應允供我編撰使用時，都是剛出爐的首稿。在此我要由衷地對這些慷慨無私的學界夥伴，不論出現或未出現在本書，表示感謝。他們讓我深刻地體會到，不論中外，學術的工作是條漫長清冷的道路，但是絕不孤獨，有志一同的，多的是！

二〇一〇年六月，一封電郵告知美國范德彼大學的彼德生(Richard A. Peterson)教授，本書第十二章的作者，已於家中辭世，讓我一陣驚愕，沒想到八個月前給他的一通問候電話，竟成為送行的道別。到現在我還清晰記得電話另一頭，他問及本書進度時那老頑童般的宏亮音調，當時真是讓我羞愧得不知如何以對，如今完成了，卻晚了。我對他很是懷念！對世事的無常，很是無奈！

二〇〇七年秋天返國後，立刻重拾教學的任務，並且承接了新聞局委託的「電影製片人與創意管理」專案計畫，還有連續兩階段的「華語流行音樂調查」研究案，這使得本書的編撰進度異常遲緩。但是很幸運地，我得到許多誠摯年輕學子的協助，讓一篇篇原本義理艱澀的原文，能夠順利換化成清晰可讀的中文。我很清楚，他們的投入可不只是出於情義，幫我回報上天恩賜的，而更是出於對學術研究與本書議題的認同。這不禁讓我要回問，誰說時下的青年淺薄近利？有熱

誠、有理想的，大有人在！我對他們很是感激、很是敬佩！

• • •

離開劍橋內心很是不捨，回望又回望，直到今天我仍常在深夜空望著家中的窗外，渴望能再捕捉到些許康河河畔的燈火。就在這股情緒下，我於二〇〇九年秋乘訪問歐陸之便，專程抽了一天的空，由巴黎搭火車轉往劍橋。在短暫的逗留期間，見到各處懸掛著歡慶建校八百年的彩帶，內心是激動，卻又心虛。激動的是，兩年前的生活種種，一切清新熟悉，彷彿就在昨日；心虛的是，應允老天爺的事（這本書）依舊未能兌現，這讓我走過聖母教堂前頭都不敢抬，只是暗暗唸道：“My Lord, I am doing it! I am doing it!”（用英文講，住在英國的老天爺可以直接聽得懂）。

一九二八年，徐志摩在歸國六年後，重返了劍橋。這回短暫的駐留後，在返鄉的歸途上，寫出了傳世至今的〈再別康橋〉。我的文采大大不若徐志摩，不敢攀比，但告別了劍橋四年後，我終於完成了這本書，作為對那段感知豐碩時光的懷念，亦是對自身所處社會的知識性回饋，這是我身為一個教書的人分內之事，也是享用老天爺恩賜後的本分。

我一直相信賢哲的話：人隨著時光的步伐移動，若不求精進，真是除生命的老本！罪過呀！可惜呀！

李天鐸 謹誌

二〇一一年三月十九日於台北



作／譯者簡介

作者

Chris Bilton

英國華威克大學文化政策研究中心主任(Director, Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick, Coventry, UK)，並自1999年起兼掌該校創意與媒體企業碩士學程(Director, MA in Creative and Media Enterprises)。在取得博士學位之前，曾跟隨劇團遊歷英國與歐陸長達十年之久，擔任劇作、表演與經理的職務。從事的研究多以創意產業的政策與管理為題，並於華威克大學與哥本哈根商業學院(Copenhagen Business School)設立「管理與創造力工作坊」(Workshops on Management and Creativity)培訓企業經理人，同時經常到韓國、台灣、荷蘭等地知名學府訪問演講。重要的專書有：*Creative Strategy: Reconnecting Business and Innovation* (John Wiley & Sons)、*Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management* (Blackwell)。

David Hesmondhalgh

英國里茲大學傳播研究所媒體與音樂產業研究教授兼主任(Professor of Media and Music Industries; Head of the Institute of Communications Studies, University of Leeds, UK)，並為該校媒體產業研究中心負責人(Director of the Media Industries Research Centre)。研究興趣以當代媒體與文化生產的(經濟、社會、歷史)多重面向為主軸，近年來研究聚焦於媒體與文化／創意產業政策、社會理論與媒體論述建構的互動關聯等議題。相關的代表性著作有：*Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries* (Routledge)、*The Media and Social Theory* (Routledge)、*The Cultural Industries* (Sage)。

Micheal Keane

澳洲格里菲斯大學博士(PhD, Griffith University, Australia)，澳洲國家研究委員會創意產業

與創新卓越研究中心(ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation)資深研究員，研究議題涉及中國、韓國和台灣的影音產業的政策和發展、亞洲電視節目的形態、中國創意產業的國際化與創新。擔任聯合國貿易與發展會議(UNCTAD)的專案顧問，協助「發展中國家創意產業援助貸款專案」(Financing Creative Industries in Developing Countries)審議，並為澳洲聯邦政府的專案「數位內容與創新」(Innovation in Digital Content in Australia)提供諮詢。近期專書有：*Created in China: The Great New Leap Forward* (Routledge)、*China's New Creative Clusters: Governance, Human Capital and Investment* (Routledge)。

Joseph Lampel

英國倫敦市立大學凱斯商業學院教授(Professor, Cass Business School, City University of London, UK)，為管理學大師明茲柏格(Henry Mintzberg)知名著作《策略巡禮》(*Strategy Safari: A Guided Tour through the Wilds of Strategic Management*)與《策略流程》(*Strategy Process: Concepts, Contexts, Cases*)的共同撰述人。研究議題涉及企業創新與創意、企業組織理論，並聚焦於新媒體、藝術、出版、電影與娛樂等產業，成果反映於代表性的合輯論著*The Business of Culture: Strategic Perspectives on Entertainment and Media* (Lawrence Erlbaum Associates)，以及為《組織科學期刊》(*Organization Science*)特別企劃的專輯*Cultural Industries: A Laboratory of Ideas for New Organizational Forms* (Co-edited with Jamal Shamsie and Theresa K. Lant)。

Keith Negus

英國倫敦大學金匠學院音樂系教授(Professor, Department of Music, Goldsmiths College, University of London, UK)。在攻讀學位之前，曾瘋狂地自組樂團，並擔任吉他手與鍵盤手多年。取得學位之後，先後曾任教於里斯特(Leicester)與波多黎各(Puerto Rico)等地大學的媒體與傳播相關學系。研究興趣主要聚焦在流行音樂的創製、消費與流通的各個面向，還有當代文化理論有關的建構與爭議。著名的專書有：*Popular Music in Theory* (Polity Press)、*Creativity, Communication and Cultural Value* (Sage)、*Bob Dylan* (Equinox Publishing)。

Richard A. Peterson

美國范德彼大學社會學系榮譽教授(Emeritus Professor, Department of Sociology, Vanderbilt University, Nashville, USA)，當代社會學領域「文化生產學派」(the Production of Culture School)的奠基人，亦是1970年代「文化社會學研究」取向的先驅，終其一生酷愛音樂與視覺藝術，致力於藝術社會學、音樂與社會形構、流行文化社會動能等議題的研究，並曾於荷蘭、瑞典、西班牙、英國等知名學府講學。專書著作有：*Music Scenes: Local, Translocal, and Virtual* (Vanderbilt University Press)、*The Production of Culture* (Sage)、*Age and Arts Participation* (Seven Locks Press)。2010年於寓所辭世。

Jason Potts

澳洲昆士蘭科技大學創意產業與卓越創新研究中心資深研究員(Principal Research Fellow, Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia)·昆士蘭大學經濟學院資深講師(Senior Lecturer, School of Economics, University of Queensland, Brisbane, Australia)·研究專注於經濟思想的演化、網路原理與曲線理論的應用、以及科技／組織變遷帶動的經濟創新與成長。發表的學術論文有：“Why the Creative Industries Matter to Economic Evolution”、“Co-creating Games: A Co-evolutionary Analysis”；近期專書有 *Creative Industries and Economic Evolution* (Edward Elgar)。

Andy C. Pratt

英國倫敦國王學院文化、媒體與創意產業中心教授(Professor, Center for Culture, Media and Creative Industries, King's College, London, UK)·曾於倫敦政經學院(London School of Economics and Political Science)任教。近期主要的研究專注於：國際與國家脈絡下文化經濟發展的多重面向、文化產業的組織與其運作邏輯、文化產業對社會與經濟發展的影響等等。曾就此相關議題發表多達九十餘篇的論文，並且為聯合國科教文組織(UNESCO)與聯合國貿易與發展會議、許多國家及其城市階層政府，提供都會與文化產業發展政策的諮詢。代表論著有：“Managing Creativity in the Cultural Industries”、“Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class”；近期的專書有：*Creativity, Innovation and the Cultural Economy* (Routledge)。

Allen J. Scott

美國加州大學洛杉磯分校公共事務學院與安德生管理學院傑出資深教授(Distinguished Professor, School of Public Affairs and Anderson School of Management, UCLA, USA)。歷年來於中國大陸、法國、巴西、日本等地知名學府客座講學，並獲頒無數學術獎項與研究機構的表揚。研究長年專注在產業化、都市化、區域化發展的相關議題，尤其是由產業組織、科技、勞動市場、地區等因素，交織而成的聚集化經濟現象。傑出獲獎的專書有：*On Hollywood: The Place, the Industry* (Princeton University Press)·*The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries* (Sages)·*Cultural Industries and the Production of Culture* (Routledge)·*The Social Economy of the Metropolis* (Oxford University Press)。

Jamal Shamsie

美國密西根州立大學柏德商業學院管理系教授(Professor, Broad College of Business, Michigan State University, East Lansing, USA)·曾先後於加州大學洛杉磯分校、紐約大學(NYU)、加拿大麥吉爾大學(McGill University)等學府講學，教授先進者優勢(first-mover advantage)。

策略學習與決策管理相關課程。研究議題亦涉及媒體與娛樂產業，相關論著有“*In with the Old, in with the New: Capabilities, Strategy and Performance among the Hollywood Studios*”，並有合輯專書 *The Business of Culture: Strategic Perspectives on Entertainment and Media* (Lawrence Erlbaum Associates)。

李天鐸 (Tain-Dow LEE)

美國俄亥俄州立大學 (PhD, the Ohio State University, Columbus, USA) 影視傳播博士，專攻電影電視美學與批評，近期研究致力於文化／創意產業發展的基本邏輯及其爭議，與全球化趨勢下華語媒體的發展。於2001年主持日本住友集團基金會「日本流行文化在台灣與亞洲」專案計畫。2006年主持一項多國研究計畫「媒體科技、創意產業與文化顯意」。2009至2010年連續主持兩項「台灣流行音樂產業調查」研究計畫。著作有：《電影製片人與創意管理：華語電影製片實務指南》、《重繪媒介地平線》、“The Globalization of Transnational Media: Imaginary Spheres and Identity Incorporation” (Barjeste Press)、“‘We are Chinese’ – Music and Identity in ‘Cultural China’” (Routledge Curzon) 等。曾於2007年擔任英國劍橋大學社會學系訪問教授 (Visiting Professor, Department of Sociology, University of Cambridge, UK)。現為台北實踐大學時尚與媒體設計研究所教授。

邱誌勇 (Chih-Yung CHIU)

美國俄亥俄大學跨科際藝術博士 (PhD, School of Interdisciplinary Arts, Ohio University, Athens, USA)，現為靜宜大學大眾傳播學系副教授暨系主任、台灣媒體科技與創意產業研究中心執行長。專長為創意產業研究、新媒體藝術美學評論與科技文化研究。曾任崑山科技大學視訊傳播設計系暨媒體藝術研究所主任、北京大學文化創意產業年報主筆人 (台港澳部分)，並兩度獲得台北數位藝術評論獎 (2007、2008)。編有《媒介擬想 (四)：數位媒體與科技文化》、《電影欣賞季刊 (135)：電影與新媒體藝術之間》。著有：“Blurred Boundaries and Return to Authenticity: Image Politics of Art in Cyberspace”、“Aesthetic Perception of Digitized Art Image in Cyberspace”，以及〈媒體科技遞嬗下的當代視覺藝術：從攝影、電影到新媒體藝術〉、〈從媒材／體危機到後媒體：一個新媒體美學視野的再思〉等數十篇論文。

吳靖 (Jing WU)

美國愛荷華大學媒體研究博士 (PhD, University of Iowa, Iowa City, USA)，現為北京大學新聞與傳播學院副教授，研究專注於傳媒的社會與文化理論、文化創意產業發展、影視文化與視覺修辭，以及公共領域與公民社會傳播實踐等議題。著有：“Nationalism in Contemporary Chinese Advertising”、“Salvation through Surrender: A Textual Analysis

of Global Cultural Economy”、”Beyond Propaganda, Aestheticism and Commercialism: The Coming of Age of Documentary Photography in China”、〈消費名人與電視人格：淺析電視名人之用〉、〈新興媒介與人際傳播中的語言僭越現象研究〉等數十篇論文，並出版譯著有：《媒介研究：文本、機構與受眾》(*Media Studies: Texts, Institutions and Audiences*)、《媒體壟斷》(*The Media Monopoly*)等。

陳柔安(Jou-An CHEN)

台灣大學外國語文學系畢業，實踐大學時尚與媒體設計研究所碩士。曾任行政院新聞局委託專案「台灣流行音樂產業調查」研究員(2009)、Google台灣分公司行銷專員。當前研究關注於數位科技如何改變既有文化並創造新文化形式，著有專文〈數位科技與流行音樂產業運作模式的變遷〉、創作論著〈借引蘇州園林：從園林結構探討服裝層次美學〉，譯有〈文化產業與群眾典範的探索〉。

譯者

姜冬仁(Sunny CHIANG)

紐約新思潮大學媒體研究所碩士(MA in Media Studies, New School University, New York)，曾任職於紐約流行娛樂電視台Channel E及Style Network，時尚流行節目“Video Fashion News”企劃剪輯、紐約時裝週錄影攝製策劃，目前為國際知名時尚雜誌自由撰稿人。

黃才駿(Tsai-Chun HUANG)

台灣大學戲劇學系畢業，實踐大學時尚與媒體設計研究所碩士。曾任行政院新聞局委託專案「台灣流行音樂產業調查」研究員(2009)、國家交響樂團(NSO)年度歌劇《畫魂》服裝管理。服裝設計作品有仁信合作社劇團舞台劇《無奇不有》等。當前研究關注於亞洲文化創意產業政策走向，並思考表演藝術其「現場性」的未來可能。

黃仁藝(Jen-Yi HUANG)

台灣大學外國語文學系畢業，目前就讀於實踐大學時尚與媒體設計研究所。曾任中華電信MOD專案數位領航內容發想與版面設計者、台灣樂團活動影像合成與繪圖創作，作有英文現代長詩〈Raven〉、攝影與影像合成結合創作系列「我執」。研究方向是以精神分析切入當代的影視動漫美學。

陳映蓉(Ying-Jung CHEN)

台灣大學戲劇學系畢業，目前於美國卡內基美隆大學(Carnegie Mellon University, Pittsburg, USA)攻讀戲劇服裝設計碩士(MFA)。曾任台灣大學戲劇學系特約幹事、蔡毓芬劇服設計