

第一章 緒論

第一節 問題背景與重要性

文化工業 (Cultural Industry) 一詞，源自法蘭克福學派的代表人物 Adorno 和 Horkheimer 在「啟蒙的辯證 (Dialectic of Enlightenment)」一書中提出 (Adorno & Horkheimer, 1979)。批判資本主義社會，文化工業為滿足大眾的消費需求，將文化的產出以經濟效益作為考量，其文化產物因而被批判低俗、平庸。甚者，為了追求更大利潤與經濟市場寡占，更以規格化、標準化的生產模式，大量生產。而文化產品因而受制於市場取向，其相對的文化價值遭剝奪，成為商品交換、市場經濟的副產品。由台灣社區的歷史發展軌跡來看，從八〇年代起，社區發展提倡文化產業，將地方文化產業視為經濟、內政、文化、農業部門共同推動的方針。台灣進行的地方文化產業與 Adorno 和 Horkheimer 所說的文化工業之間有何關聯？在文化產業的相關立論基礎上，文化工業與文化產業的概念論述有何不同？另外，台灣的地方文化產業發展是如何產生的？是屬於本土特色所獨自發展來的？抑是效法先進國家推動文化產業的經驗？我國地方文化產業的發展與社區發展、社區總體營造之間又有何牽連？均值得吾人深入探究。

當下歐美國家越來越重視文化產業的發展之時，文化產業成為經濟發展基礎的一環，睽諸西方文化產業發展的主軸是以廣告 (advertising)、建築 (architecture)、藝術品 (art)、工藝 (crafts)、設計 (design)、時尚設計 (designers fashion)、電影 (film)、錄影帶 (video)、遊戲軟體 (game software)、音樂 (music)、表演藝術 (performing arts)、出版 (publishing)、電視 (television)、廣播 (radio) 等 (Beyers, 2002; Power, 2002; Swann, 2000; Bielby & Bielby, 1996; Sparks, 1996; Mahan, 1995; Selwood, 1993)。另外，還有以都會型為內涵所發展出來的文化產業，例如台北市文化產業，劉維公 (2003) 接受台北市政府文化局的委託，進行「台北市文化產業發展現況與振興政策調查研究」，將台北市的文化產業區分為下列：歷史建築與古蹟、視覺藝術、表演藝術、出版、流行音樂、產品設計、時尚設計、廣告、電影、廣播電視、藝術品與古董市場以及美食文化等。對照台灣以社區總體營造為方向的地方文化產業與歐美國家在

推動文化產業，以及都會文化產業發展比較上，社區總體營造的發展場域可能是在社區、鄉村、山地部落等。因此，在文化產業內容、文化產業分類、政策制定與推動上、文化消費性、文化符號意義、文化象徵等面向必然不同。以社區營造為主體的地方文化產業，必然以實體社區為範圍、居民參與為主體，在文化產業內容上以地方特有的地理、人文、歷史、景觀、地方產業、技藝、風俗、節慶等為主。發展地方文化產業，藉由文化與產業的發掘、連結、互動，形成文化產業鏈，能夠完整呈現地方文化風華與內涵，並產生經濟效益，創造地方文化產業的再生以及遊憩觀光的經濟生機。

台灣社區朝地方文化產業的發展，其直接的影響可以從面臨全球化的經濟衝擊開始論及，近 50 年來，台灣地區自以初級產業為主的農村社會，變遷到以製造業、服務業為主的工商社會，農業人口大量移入都市，初級產業面臨衰退與沒落，傳統的聚落也因為人口流失而逐漸瓦解，對於住民經濟面、社會面、環境面、文化面、居住面等衝擊相當大。另外，在全球化的經濟競爭中以及農產品加入 WTO 後，社區的基礎產業，諸如農業、漁業、手工業等，便淪為無競爭的產業。因此，民國 83 年，文建會在「充實省（市）、縣（市）鄉鎮及社區文化軟硬體設施計畫」名下，除提出「加強縣市文化活動與設施」、「加強鄉鎮及社區文化發展」、「文化資產保存與發展」等三大項工作內容，正式提出活化地方特色產業更全面性的「社區總體營造計畫」。「社區總體營造計畫」初期係以文化活動為主，期望從「文化建設」的角度切入，進一步激發社區意識，促成社區環境全面改造的動力。文建會並舉辦多次「全球社區總體營造博覽會」，不但開啟社區思考其自身文化、環境、產業以及未來的風氣，也帶動地方文化節慶與產業發展，培養出許多種子社區，如嘉義縣阿里山鄉的山美社區的達娜伊谷永續觀光發展、宜蘭縣蘇澳的白米社區等。社區發展從社會及環境面向進展到經濟面向，是要讓社區能透過經濟發展，讓社區有自主運作的能力，從而達到社區營造的核心理念。由此論之，地方文化產業隨著經濟發展的軌跡，成為地方再生、社區再造的重要方向。社區在人文、教育、硬體、環境改造之時，讓長久被忽略的產業文化逐漸受重視，而產業與文化結合成為地方、社區生活的一部分，同時也成為經濟發展與社區發展的重要方向之一。

宜蘭白米社區成功的經驗，為地方特色產業尋找了新的未來。吾人由白米社區的案例，看到地方產業藉由社區總體營造達到「文化造產」的目的，並且成為宜蘭縣的 10 個種子社區之一，為傳播「社區總體營造」、「社區居民自覺」與「社區產業發展」的最佳典範。不過，在政府運用公共部門資源執行「文化產業化、產業文化化」目標之時，是否更應該培養地方居民自發的動員、管理能力、創發文化經濟的產業，以及讓地方文化產業能有獨立自主的市場化能力？這也是未來應努力的方向。宜蘭縣白米社區的成功經驗，最令人稱頌的是，根據經濟部中小企業處的估計，截至民國 89 年為止，白米社區木屐產業已創造了 250 萬元的產業及觀光收入，於 90 年倍數成長為 736 萬元，92 年更成長達 1,200 萬，未來前景將無可限量（經濟部中小企業處，2004）。接二連三在各地傳出的成功經驗，讓地方特色產業看見了嶄新的未來！相信只要能夠透過各個領域的在地人士，用心檢視地方發展的機會與條件，運用社區營造的策略，再加上政府資源的積極投入，發展特色產業，繁榮地方經濟，將是一場值得共同參與的「社區全民運動」，相信這也是國家與地方長遠發展、永續繁榮的策略之一。

另一方面，吾人也看到宜蘭玉田社區的發展瓶頸，從燦爛趨於平淡。陳柏州（2001）指出玉田社區發展的歷程是由一場文藝季開始，將原本沒沒無聞的農村，推向全國性的知名度；以「玉田弄獅」為名的獅團，風風光光受邀到各地表演，慕名的社區紛紛組團前來取經。幾年後，玉田社區從燦爛趨於平淡，在規劃團隊撤離後，玉田村的未來在哪裡？又該如何跨出下一步？玉田社區碰到最大的問題是，缺乏主要推動的靈魂人物及人力；在公務部門補助的預算消耗之後，沒有企業支持的款項挹注，更無法從任何人的口袋拿出錢來，經費短絀之下，社區原有的理想與計畫只得中止；營造初期，受到「文化產業化、產業文化化」的鼓吹，試圖將文化與產業相結合，卻無法發展出玉田的文化產業，主因缺乏專業人士的持續協助與社區發展內部的持續運作。許多社區在發展地方文化產業之時，遭遇上述的失敗原因，實為可惜。但有更多的社區有意朝地方文化產業發展，或有正在發展地方文化產業的社區，深恐面臨失敗的結果。一套良好的評估指標，可供其應用，進行自我評估及調整，有助社區在營造地方文化產業時之參考。因此，當務之急，應規畫出一個有效的評估社區營造地方文

化產業的指標內涵及指標相對權重體系，使其成為社區在營造地方文化產業時擬定發展策略、自我評估檢視之參考準則，以提升社區朝地方文化產業發展的效能。

李永展（2006）指出台灣的社區營造已經從生活社區進入到生產社區的階段。早期以人文歷史為主，讓社區居民意識到社區的主體性，透過人文歷史的追尋，讓居民有生活面向的認知。以及著重社區環境硬體建設，以綠化美化社區環境與建設排水溝渠、社區活動中心等，其社區發展任務已完成。目前社區發展遭遇東南亞國家以及中國大陸廉價勞工之時，台灣經濟生產勞動力轉移，原先以製造業居多勞動力的台灣社會，失去就業市場，經濟型社區的功能逐漸產生，尤以配合政府政策，發展社區的文化產業為優先。社區經濟必須植基於社區，在社區內透過社區營造讓民眾對社區有共識，也願意對社區投入更多心力在社區自主運作的前提下，讓社區有經濟的維生能力。但經濟社區（或產業社區）往往建構在經濟（或產業）已經發達但缺乏社區營造的社區，因此鼓勵這些社區納入社造理念，這個作法通常是由經濟部門主政的經濟產業為主的發展導入社造理念，缺乏社區文化的形塑與教育社區居民的措施，形成偏經濟而忽略人文建設的社區發展。因此，需從社區教育與社區總體營造的角度進行社區營造，教育部與文化建設委員會在此部分的任務，應發揮功能，協助社區作全面的發展。筆者要再強調，產業經濟發展可讓社區壯大，但社區文化與社區教育才能讓社區永續發展且能文化傳承。

地方文化產業的特點在於社區民眾運用在地資源，以社區營造的方式，結合個體與集體的經營模式，發展社區的特色產業，以繁榮地方經濟，謀社區居民的福祉。而社區營造式的文化產業的可貴之處，在於搭配社區總體營造以「創造性」、「人性化」與「活化」作為基礎，召喚民眾參與的力量，讓過去被邊緣化的社區議題再次被關注，進而豐富地方容顏與文化魅力，創造社區新契機。在這個製造業退位的後工業時代，如何透過源源不絕的創意能量誘發文化創造力，展現文化加值的社區產業，成為鄉村部落追求城鄉發展均衡與再創地方文化的重要關鍵。社區總體營造理念作為地方文化規劃之概念主軸，並發展地方鄉鎮成一完整網狀模式。藉由文化與產業的互動，完整呈現地方文化資產，創造地方文化產業再生暨遊憩觀光之經濟契機。那麼地方文化產業發展的構成向度為何？地方文化產業

發展的困難何在？建構一套嚴謹的社區營造地方文化產業的評估指標，協助社區發展地方文化產業，成為政府、民間、社區、學者關注的焦點。

第二節 研究動機與目的

台灣社區文化產業的發展，從文建會推動的全國文藝季活動中，將文化產業化的觀念帶入，而後中央各部會也陸續提出文化產業的相關計畫，社區發展文化產業儼然成為社區發展的一個重要方向。然而社區發展文化產業的過程中，總是缺乏理論文獻以供論證。因此，分析並探討文化產業發展理論基礎有其重要性。建構一套論證完整的地方文化產業理論，可以協助我們了解社區發展文化產業的現狀以及未來改善的方向。進一步，地方文化產業理論建構可真實反應地方文化產業的內涵，並作為社區總體營造政策與環境變化等複雜現象的指引。李永展（2005）在「建構永續社區的技能」一書的若干觀念，在發展地方文化產業值得政府部門、社區與居民思考。我們試圖發展什麼樣的地方文化產業？如何評估其發展成效？發展地方文化產業的實施過程為何？此過程中終身教育體系須提供哪些教育給相關的人？

地方產業與文化的結合，是將產業加上文化的包裝，Lewis 認為文化的型塑奠基人們所建構與分享的意義（引自邱誌勇、許夢芸；2006，頁3），由此論之，地方文化的型塑則植根於社區居民之間的互動建構與分享的意義，以及居民與地方的地理、人文、歷史、景觀、地方產業、技藝、風俗、節慶之間互動建構與分享的意義之過程與結果，是地方居民的日常生活的實踐。因此，當我們在檢視地方文化發展脈絡或進行地方文化分析之時，文化在象徵、符號於文本中被論述，而此處的文本放在地方文化產業的論述當中，則是指地方的地理、人文、歷史、景觀、地方產業、技藝、風俗、節慶等，這些物質被賦予文化的象徵意涵與符號意義，進而產生地方產業的文化價值。進一步分析，文化即是生活，具有象徵（symbols）的意義以及符號意涵，是群體成員所共同具有的，而非一種屬於個人的屬性。因此 Conradr 就指出文化的象徵意義其蘊育的過程，係指文化是由工具、裝備、器具、服裝、裝飾、風俗習慣、制度、信念、儀式、產品、藝術作品、語

言等構成（徐雨村，2005）。而文化的象徵意義，是由社會與文化的相互交錯產生，高宣揚（2001）在「當代社會理論」上下冊中，論及文化時，以社會理論分析探討，諸如古典社會理論、現代化理論、結構主義、符號學派、法蘭克福學派、後現代理論與全球化思潮等理論內涵做探討。因此，探討地方文化產業的文化理論基礎時，社會學的理论分析是構成文化探討的基礎。During(2006)的「文化研究（Cultural studies）」一書中，亦有從上述的理論學說作分析。因此，要釐清文化產業的意義與發展，從社會學相關理論學說中，構建文化產業的理論基礎是必要了，古典社會理論、現代化理論、結構主義、符號學派、法蘭克福學派、後現代理論與全球化思潮等理論中論證文化產業的意義與發展，必然成為社區發展文化產業論述的基礎之一。其次，論及文化產業，產業涉及商品的生產與消費的過程，在此過程中經濟的效益是需講求的。對於文化經濟一詞的探討，不同學者常常以不同術語或觀點作分析，Lash 及 Urry 以「符號經濟（economies of signs）」的觀點作探討，Zukin 是用「象徵經濟（symbolic）」作分析，而Throsby 則用「文化經濟學（economic and culture）」進行文化與經濟之間關聯的探討（劉維公，2003；張維倫，2004）。在進行地方文化產業研究時，則焦點在於地方產業賦於文化包裝或地方商品經文化意義符碼化之後，重視地方產品的產值與效益要比文化意義來得重要。當文化產業的主要發展向度是指那些具有文化作為內容的產業，或是將產業以文化附加的方式去生產，其足以在市場與商品運作的領域邏輯中持續運作下去，以達成經濟成長、增加就業、文化提升、社區營造的目標。

再者，一套良好的評估指標，可以協助我們了解社區發展文化產業的現狀以及未來改善的方向。台灣社區面臨政治的改變、經濟發展的競爭，要轉向一個以經濟發展為主的地方文化產業發展之時，事前評估有助於社區營造產業發展的參考依據。因此，評估指標的建立是重要的，指標建構可真實反應地方文化產業的內涵，並作為社區總體營造政策與環境變化等複雜現象的指引。地方文化產業發展的構成向度為何？如何建構地方文化產業發展指標？協助地方社區發展文化產業？均有待進一步研究。本研究基於下列的動機：

（一）臺灣地方文化產業的歷程，缺乏以整體、宏觀的探討分析

我國社區的發展，依據民國五十七年公佈的「社區發展工作綱要」，該綱要在民國八十五年與八十八年修正部份內容，其社區發展係社區居民基於共同需要，循自動與互助精神，配合政府行政支援、技術指導，有效運用各種資源，從事綜合建設，以改進社區居民生活品質。而後隨政治改革、經濟發展、社會之變遷，以逐步朝多元的方向，並依據社區特性、民眾需求作規劃。在社區營造地方文化產業的過程中，缺乏有系統的分析研究以及研究成果，實有必要以整體、宏觀的角度來探討分析地方文化產業發展的脈絡。在發展地方文化產業的歷程中，社區總體營造的造人、造景、造產遠景如何達成？以社區意識凝聚為核心，地方文化產業發展為目標的同時，社區教育在此又扮演著推動角色與支援的功能。在社區營造地方文化產業的歷程上，與社區總體營造、社區教育彼此的關聯，尤待進一步分析，有助於吾人了解臺灣地方文化產業的歷程。

(二) 社區營造文化產業已成為政府推動社區改造的重要政策

推動社區營造與文化產業是政府重要的政策，內政部、經建會、文建會、農委會、經濟部與環保署等均有相關的計畫執行。行政院提出「挑戰2008：國家發展重點計畫」子計畫之「文化創意產業發展計畫」與「新故鄉社區營造計畫」（行政院，2003），這兩項計畫便揭櫫發展地方文化產業是政府施政的重點之一。但目前地方發展文化產業的過程中，遭遇許許多多的問題，政府似乎僅停留在經費補助的角度，無法有效協助地方文化產業的發展。然社區營造地方文化產業迄今已多年，除了累積相當多的經驗，但也遭遇不少的問題，這些問題如何克服與解決，實需進一步了解。其次，在政府極力推動地方文化產業與社區積極營造的同時，有些推動策略與實際營造面，也存在著若干問題，值得深思。

(三) 迫切需要一套評估地方文化產業發展的指標，以便檢視當前社區發展文化產業的成效，監測及預估分析社區發展文化產業的條件

目前國內許多社區以發展文化產業為社區營造的目標，如宜蘭的白米社區、玉田社區，嘉義的山美社區、奮起湖社區，南投的中寮社區、鹿谷社區等等，有發展成功的經驗，有由成功到平淡而失敗的社區，有極需援助的社區，有發展中的社區。文化產業發展的評估指標能檢視當前社區發展文化產業現況，有助於社區文化產業的自我評估與實踐參考。周志龍（1999）的研究顯示，文化產業已成為許多社區維護地方文化永續、傳統

空間再生與社區經濟振興的重要發展方向與領域。21 世紀是全球化的時代，傳統社區面臨全球化與加入 WTO 的挑戰，造成地方產業失去競爭，人口嚴重外移，如何發展具有地方特色的文化產業，使地方社區的發展有新的契機是不容忽視的課題。地方具有歷史性或獨特性的產業，若能加以輔導發展，開創地方的經濟效益，使社區朝永續發展的目標邁進。地方文化產業發展之評估指標，有助於協助發展具有地方特色的文化產業的各項評估構面。台灣社區目前遭遇的挑戰，外有全球化與加入 WTO 的威脅，內有產業外移、社區傳統產業逐漸凋零的現狀，地方文化產業的發展提供社區發展的另一個方向。辛晚教（1999）的研究指出，文化產業已成為世界各國地方經濟發展的主要動力，然而並不是所有的社區均適合走文化產業的這一條路，本評估指標可提供想要發展文化產業的社區作為先期的檢視，或是正在發展文化產業中社區提供指導與參考。進而言之，建構地方文化產業發展的評估指標，當可實證檢驗並反思我國社區發展營造地方文化產業的現況，有助於社區文化產業的具體實踐，更能提供政府、社區於未來地方文化產業的規劃、調整與實施之參考。

（四）地方文化產業缺乏理論基礎的支撐，極需建構豐富的論點，作為發展文化產業的基礎

Adorno 的文化工業的論述與批判，讓社會大眾對於文化工業流於大量製造，產品的規格化，讓商品流於通俗世媚，失去了文化原有精緻與獨特。但這樣的批判與文化工業的相關論點，與台灣推動地方文化產業所訴求產業文化化的視角是不同的。在談台灣社區獨特的文化產業，需建構豐富的文化產業的理論基礎，來支撐文化產業能永續的發展。若僅援用 Adorno 的文化工業觀點來檢視台灣社區營造地方文化產業，必然會有扞格不入的現象產生，即需重構檢視台灣社區營造地方文化產業的立論基礎，如文化經濟學、社會理論以及著重社區意識與參與的社區教育學理論。台灣地方文化產業的發展源頭是在社區總體營造的思維下產生，因此，地方文化產業的理論基礎與 Adorno 所批判的文化工業必然有所差異。透過本研究在地方文化產業的學理基礎分析，能豐富地方文化產業的理論文獻，為地方文化產業發展奠定紮實論證內涵，作為發展地方文化產業的基礎。

（五）發展文化產業也成為先進國家在振興經濟與都市、社區發展的策略之一

Nathan(1999) 、 Maguire(1994) 、 Power(2002) 、 Beyers(2002) 、 Hadjiafxendi 及 Rapatzikou(2005)的研究顯示，文化產業成為地區發展、都市更新、提升經濟的一項政策。而且能有效地促進地區發展，協助貧困都市、社區獲得生機，提高居民就業機會，帶動經濟成長。台灣非都市型的社區，大多位於城鄉小鎮、農漁村聚落或是原住民部落等。這些社區面臨全球產業發展的變化，如遭遇落後開發國家的低勞力成本的競爭，先進國家高科技的產業發展，加上社區傳統產業漸漸沒落，賴於發展的生機是發掘地方產業的文化經濟特有性、獨特性，以文化產業的包裝策略，來發展地方文化產業，為鄉村型或聚落型的社區開闢另一發展管道。

歸結上述研究的背景描述與動機，本研究主要研究目的如下所列：

- 一、探討我國地方文化產業的發展演變。
- 二、批判並整合社區總體營造、社區教育與地方文化產業的關聯。
- 三、剖析台灣社區營造地方文化產業的現況、問題與對策。
- 四、建構臺灣地方文化產業評估指標系統。
- 五、發展臺灣地方文化產業評估指標系統的權重體系
- 六、整合上述研究調查結果，提出具體建議供行政機關、社區、社區發展團體、社區居民以及對此領域有興趣的研究者之參考。

第三節 研究方法論的立場

壹、文化產業的認識論

本研究所要探討的主題是有關地方文化產業的發展及其評估指標，涉及到地方文化產業的本體論/認識論/方法論假說。本體論 (ontological) 所關心的是，人類的日常生活世界中各種現象或行為，是否存在著一種真實、永恆不變的本質？如果有，那麼這種真實、永恆不變的本質是什麼？知識論或認識論 (epistemology) 關注的是，研究者應該運用何種立場與態度，與被探究的社會現象產生互動關係，才能了解現象的真實本質？方法論 (methodological) 則主張研究者應該用什方法來認識社會事實或現象，

亦即研究者對於人類日常生活世界中的各種現象與行動的真實本質，應透過何種方法與策略才能被發現或被驗證（潘淑滿，2003，頁 33-34）。引用本體論、知識論與方法論的內涵概念檢視地方文化產業，地方文化產業在本體論上是否具有一種真實、永恆不變的本質；在知識論上，採取主客對立的二元模式，才能獲致地方文化產業的客觀真理；在方法論上，是否使用操控的量化方法，驗證假設以獲得律則性的知識。社會科學領域的地方文化產業的認識論為何？地方文化產業是具有複雜性、不確定性和相互連結性等特質。顯然的，地方文化產業具有真實，永恆不變的本質是不存在的，無法用主客對立的二元模式進行研究，更不適使用操控的量化方法。游美惠（2003，頁 199）也提出相同的看法，認為知識論是方法與方法論的基礎，方法是指研究實務中的技術，例如問卷調查法、訪談法與俗民誌等。方法論則是一種觀點，或者說是一個更廣泛有理論意涵的架構，例如社會學研究中的符號互動論或是架構功能論，而其理論可能會（也可能不會）預設一個或一些適合的方法。知識論則是一種關於知識的理論，探討的核心問題包括誰可以是一個知者（who can be a knower）？什麼可被知曉（what can be know）？什麼構成了知識與使之成為有效的知識？而探知與存在（knowing and being）之間又應該是什麼關係？如果只是要求研究方法正確，而不思方法論與知識論的立場，這樣的研究結果能否代表社會事實與現象。在任何學科裡頭，都有各自不同的技術、策略和程序；比如蒐集資料的方法，整理資料的過程以及採集資料的判準等等。這些固然都在方法論的範圍之中，但通常只構成某一學科的運作途徑，而沒有構成它的理論基礎或理論骨幹，只能說是狹義的方法論。廣義的方法論在於探討理論的形成、理論的結構、理論的功能、理論的語言、理論的證成或檢核以及此種證立的形成條件所用的邏輯。

Kuhn 在一九六二年發表的「科學革命的架構」一書，提出「典範」（paradigm）一詞（王道還譯，1985），典範此概念是指稱一種公認的科學成就，成為一群科學社群成員共有的信仰、價值與技術，此共同的概念能提供問題解決，或作為常態科學研究中解謎的基礎。Kuhn 使用典範的概念，來解釋科學研究領域中，規範標準的轉變，這些歷史和社會學研究取向脈絡的標準，為科學研究提供並解釋了在此科學社群的領域，可被接受的問題、概念與解釋。黃光國（2001）在「社會科學的理路」一書中，

對於社會科學方法論的科學哲學做了詳盡的分析，針對實證主義、後實證主義、結構主義、詮釋學及批判理論的本體論/認識論/方法論的主張與立場進行歷史分析，也詳述西方科學哲學的演變，更對時下奉行量化研究與質化研究的研究者提出針砭，指出並非研究方法的過程與設計有瑕疵，而是對研究對象或社會事實背後的哲學假說缺乏正確的認識。換句話說，是欠缺對所用研究方法的哲學評價，以及有關知識的理念、理論的假說與研究方法的立場。

文化產業的認識論為何？文化產業是一外來語，文化產業亦有學者譯為文化工業，在英文字彙中常以「culture industry」一詞指稱，此種概念首先出現於 Horkheimer 與 Adorno 於 1947 年在阿姆斯特丹出版的「啟蒙的辨証」，用文化產業取代初稿中的「大眾文化」(mass culture)。Horkheimer 與 Adorno 是法蘭克福批判理論學派成員 (Frankfurt school of critical theory)，從批判理論的視角，主張流行音樂的生產完全是為了在市場經濟中銷售，大量規格化的生產而且是機械性的，認為「文化工業」此一概念是負面的，藉以凸顯大眾文化的反功能，其本身具有宰製消費對象，作為社會控制、文化支配等作用 (朱元鴻，2000，頁 12-18)。本研究的地方文化產業的知識論為何？與 Horkheimer 及 Adorno 所論述的文化產業有何關聯性？根據王麗雲 (2005，頁 141-148) 整理文獻後認為理論是一組文字或符號的論述，經濟學家或心理學家常以公式代表其理論，社會學家或人類學家則慣以用長篇大論的文字說明理論。不同的學門或派別對理論的解釋會說明繁簡不一，不過均具有以下三個特點，其一為試圖以文字扼要地說明社會事實或經驗系統的行為，越好的理論，與社會事實或經驗系統的連結越緊密，而較差的理論則無法說明或解釋社會事實，或是讓一般人無法在生活世界引起共鳴。其二，好的理論具有精簡性 (parsimony)，能以簡要的概念說明複雜的現象，作為社會科學理論的學者，所追求的不是百分之百的解釋 (或預測) 社會現象，而是能不能以少數的幾個概念，便能解釋或預測大部分所欲觀察的社會現象，而自然科學的理論則常有此企圖。其三，理論並非不破的真理，是可以被推翻或否證的，理論與真理之間仍有差距的，理論亦因為社會脈絡的變遷而需要加以修正，甚至推翻。

歷史社會學 (historical sociology) 是專門研究過去的社會或使用歷史資料的社會學，或是研究歷史上的社會及其內部秩序與變革的比較社會

學，此研究方法經美國的 Moore、Wallerstein，以及英國的 Anderson、Mann 和 Elias 等人的研究而受重視（周業謙、周光淦，1999，頁 305）。Smith 在其「社會科學概說」（Social science in question）一書中，認為社會科學知識本身是種隨歷史和社會情境而定的知識，亦即是種社會的產物或傳統（吳翠松，2003，頁 282）。歷史社會學是透過解釋過去歷史資料，來了解現下的作為，相信歷史知識是人類活動最重要的指標，藉著歷史，人們可以評價、了解生活的一切；也就是說，任何事務的價值可由其本身的歷史來判斷（王幸慧，1997；黃進興，1992，頁 21）。文崇一（1995，頁 1）認為歷史社會學並不只是把歷史學與社會學的特質結合起來而已，而是利用歷史資料去處理社會學的問題，建立社會學的概念、理論或模式。實地的經驗研究，容易從問卷、觀察中獲得結果，卻難以推論，使模式或理論具有較大的包容力；而歷史的經驗研究，不易驗證假設，卻因為時間的拉長與空間的擴大，使建構模式或理論的機會增加。所謂的歷史社會學是運用歷史的文獻資料，來作社會學研究；歷史社會學並不是過去至現下關係的演化發展，也不是只承認現下的歷史背景；而是要了解個人活動與經驗的關係，另一方面是了解社會組織與發展因時間而存在的持續建構。歷史社會學的研究，要從歷史的架構與行動中，尋求社會架構和社會變遷的模式，在過程尚須注意細節的（micro）的變化、調整與關係；在結果尚須注意整體的（macro）架構與變化。進行歷史社會學研究時，須注意以下特性，其一，歷史上所流傳下來的資料，大多是沒有系統的、片段的或偶然的，在討論與分析時，如何把個別的、無連貫性的史料，加以有意義的連結；其二，歷史社會學研究不只要注重事實真偽，更須強調資料的解釋力；其三，史實與資料的搜集，不可偏重官方史料與紀錄，對於一般社會的文史記載與描述不可忽略；其四，研究結果的解釋，須以歷史事實為依據作出解釋或推理（文崇一，1995，頁 3-41）。

賈士蘅（1998）以歷史社會學的視角為研究觀點，須對不同的社會以不同的模式製作和思考歷史一事，要有高度的敏感度，地方文化產業又是文化產出的一部分，研究者視地方文化產業為「他者的文化」（other culture）的範疇，在西方的人類學研究中，剛開始常將「他者」排除在「我們」的歷史之外，放置在一個完全不同的時間裡；然而，這種觀點已逐漸讓人所拋棄，他者的文化的解讀不應以我們的文化觀視之。要解釋某個地方文化

產業的走向與特色內涵，就必須了解該地區的文化源頭，即歷史發展脈絡，人文歷史軌跡。

Turner 認為在實證主義主導整個社會科學研究地位，社會研究與歷史研究的結合常被輕視與忽略。但對於社會發展中具有歷史性與文化性的主題，實證主義研究典範是無法完整的說明與解釋歷史與文化發展的內涵。Turner 指出社會世界是一種社會建構，要對社會結構與文化發展提出恰當的詮釋，就不能脫離歷史的視角，歷史的理解能夠使個體對特定的具體實踐與社會文化制度、政策所具有的歷史性具有反思性，社會文化制度、政策本身會隨時間與民眾文化思維的不同而發生變化（Turner, 2000；李康，2003）。因此，對於地方文化產業研究的議題，涉及歷史性的社會發展與文化視角的生活處境，採歷史社會學的觀點是較合適的。要了解過去的社區文化產業發展以及構成現今地方文化產業的因素，均必須理解我們是如何達到目前的政治、文化與社會發展層面。

本研究以歷史社會學的觀點進行地方文化產業的理論分析，主要基於地方文化產業的發展與社會歷史變遷關係緊密，從歷史與社會發展的脈絡，既能宏觀了解整個社會的發展，又能微觀從地方的觀點出發。換句話說，地方發展是構成全球化的基礎，而全球化的思維脫離不了地方的行動。地方文化產業的基礎理論探討，以社會理論、文化經濟學、社區教育等面作分析。概因，文化產業從 Horkheimer 與 Adorno 提出以來，廣泛世人所討論批判，但瀏覽文獻，從古典社會理論、現代化理論、結構主義、符號學派、法蘭克福學派、後現代理論與全球化思潮等，均能發現文化產業的理論基礎。再者，地方文化產業的產業二字，其觀點大致包含下列性質，一級生產：直接從自然界提取資源的生產活動。二級生產：把原料加工為半製成品或製成品的生產活動。三級生產：提供服務的生產活動。地方文化產業經由生產與消費的過程，其最終目的要獲得經濟的效益，但深入探究，地方文化產業並非僅是單純的產業可以解釋，它與文化相連結，建構文化經濟產業的內容。因此，探討分析地方文化產業從文化經濟學的向度分析有其必要性。從文化產業發展的脈絡來看，其根源是從社區總體營造的理念出發，講求激發社區自主性及自發性，重建社區的居住環境；實施的方法是由居民透過社區教育以共同參與的民主方式，凝聚利害與共的社區意識，關心社區生活環境，營造社區文化特色。因此，社區教育、

社區學習、社區總體營造的概念成為社區營造地方文化產業重要的核心議題與理論基礎。再者，由於地方文化產業的評估尚無一套指標可供參考，根據吳宗瓊（2003）的研究指出，一般的指標資料來源，多半來自次級資料，且指標系統的優劣有賴次級資料的完整與品質。國內有關地方文化產業的指標來源並無完整次級的資料可供使用，因此需要自行建構。考量地方文化產業在國內仍屬新興的議題。因此，指標的系統的構面，先由文獻探討後，歸納初構指標的第一層系統，再透過對地方文化產業熟稔的專家、學者、政策執行者、實務者進行初構指標的意見修正，最後再利用德懷術確立指標各層面內涵以及階層分析程序法進行指標相對權重值的分析。

貳、研究問題

根據上述研究目的，本研究的研究問題有以下幾點：

- 一、我國地方文化產業發展，其演變過程為何？
- 二、社區總體營造、社區教育與地方文化產業的關聯性為何？彼此如何相互影響？
- 三、臺灣地方文化產業的現況？遭遇問題為何？對策為何？
- 四、臺灣地方文化產業的評估指標系統層面及內涵為何？
- 五、臺灣地方文化產業評估指標系統相對權重為何？一級指標的相對權重為何？二級指標間的相對權重又為何？

參、研究方法

為達上述研究目的，本研究採用文獻分析、德懷術以及階層分析程序法，來探討所欲解決的相關問題。首先針對有關社區營造、社區教育與文化產業等議題的官方報告書、期刊論文、雜誌、圖書、博碩士論文及其他的研究報告，進行文獻資料的蒐集、整理與分析外。進一步對文化產業的概念進行探究，論證文化產業相關學理基礎，接續分析先進國家發展文化產業情形及檢視臺灣地方文化產業的現況、問題等。最後，根據上述分析

探討的結果，建構評估地方文化產業發展指標系統雛型。

一、德懷術

採用德懷術乃為達成本研究第四項目的。德懷術 (Delphi) 於一九五〇年代，由 Helmer 與 Dalkey 二人在蘭德公司 (Rand Corporation) 倡用。該技術之運用，係針對某一主題，交由一組專家 (a panel of experts) 表達意見，然後予以蒐集、組織，務期獲致團體一致的看法。該組專家毋須面對面對質或辯論，僅須就某一主題編製成多項問題的一系列問卷，根據個人的知覺與認知，表達看法或予以判斷，進而達成共識 (王文科，1996)。德懷術問卷調查適用以蒐集個別成員的意見與判斷，以形成高品質的決策；亦常用以澄清不同團體的觀點和價值取向，以確認問題，並尋求解決之道 (林振春，1997)。德懷術近年來在指標建構的運用已相當廣泛，其優點在於所有參與者都能在無威脅的情境中表達自己的意見，並可參考其他人的意見決定是否修正自己的意見，且為求取一致性，可實施至意見沒有太大變化為止，對不明確性、複性度高、具爭論性之議題可應用德懷術尋找出專家之共識，德懷術具有集思廣益、維持專家獨立判斷能力、打破時空隔離困境及不需要複雜統計等，但也具有不能考慮不可預料事件、對模稜兩可問題難劃分、專家代表性質疑、耗費時間等之缺點。

德懷術通常有如下五個實施步驟 (Uhl, 1990; 郭昭佑, 2001, 頁 270-271; 吳清山、林天佑, 2002) :

(一) 參與者樣本選取：為使所獲得的結果具有效度，德懷術參與者應為具代表性的專家。參與者應對問題有深刻的了解，擁有豐富資訊，且能認定其所提資訊確有利於結果。參與成員的選擇，除考量其專業背景外，亦應將不同理念或地位的成員納入，以確保提供的意見具有區變性與包容性。

至於樣本的數量，原則上宜採小樣本。一般而言，如為異質性小組以 5 至 10 人即可；如為同質性小組，則可採取 15 至 30 人。德懷術小組成員在 10 人以上時，群體誤差最低，可信度最高。小組經確認後，聯絡時即應說明問題性質、實施程序、所需時間、協助與報酬事項，以促進參與者之合作與責任。

(二) 意見提供 (第一次問卷) : 擇定參與專家後, 即以第一次問卷請參與者提供意見。為廣納徵詢看法, 第一次問卷可為開放式或半結構問卷。開放式問卷由參與者依據問卷主題廣泛提供意見, 以作為設計第二次問卷之基礎; 半結構問卷則由研究者依據文獻資料, 歸納指標內容後, 請參與者依所提供的量尺, 評定各題項之重要性與優先順序, 以及提供其他意見。

(三) 結構化問卷 (第二次問卷) : 依據第一次問卷之反應後, 修正後設計結構化問卷, 再請參與者依其所提供的量尺, 評定各題項的重要性, 或提供其他意見; 如第一次即採半結構式問卷, 需將第一次問卷之群體反應 (集中量數) 以及其他意見, 以作為回饋參考或重要判斷依據。

(四) 達成共識 (第三次之後問卷) : 第二次問卷回收後, 研究者必須加以整理、分析, 計算每一題項所有參與者之集中量數 (平均數、中數或眾數), 並附參與者前一次反應值以為參考, 由參與者填寫第三次問卷, 參與者可改變或不改變原先的評定, 但如果堅持與多數人不同意見, 需說明理由。

本研究藉由德懷術問卷調查, 經由立意取樣三十位成員組成的德懷術專家小組, 其成員涵蓋政策制定者或推動者、學者專家、實務工作者等。運用三回合德懷術調查問卷的實施, 進行指標系統、層面與內涵的修正。以匿名方式詢問其針對問卷主題的觀點、建議、批評與預測, 每一位參與者均接受全體平均反應之回饋, 為了確認對全體平均反應表示同意或反對, 參與者可說明為何不同意全體平均反應之原因。當受試者瀏覽全體受試者多數意見之後, 再作回應。如果意見的收斂並未明顯增加, 再重複前述之步驟。

二、階層分析程序法

採用階層分析程序法 (analytic hierarchy process, AHP) 是為達成本研究的第五項目的, 主要進行臺灣地方文化產業評估系統第一級指標系統與第二級指標層面的相對權重。階層分析程序法係 Saaty 於 1971 年在擔任美國國防部幕僚作業時所發展出來的一種有系統決策分析方法, 運用於在不確定情形與具有多評估準則的問題上, 能作出最適當的決策。其特色在於

將各影響要素建立層級架構，並對於同層級之各要素進行配對比較，以類別尺度評定各成對要素之相對權重。配對比較之結果可進行一致性檢定，俾供決定是否採用該評估之參考。若結果具有一致性，便可結合各層級配對比較之結果，而求得各影響要素之總相對權重（鄧振源，2002）。

階層分析程序法的基本假設是依據解決個別問題的不確定性，將解決問題的決策選項建立各變項的層級系統，再經由成對比較分析來判斷決策選項的一致性與否，並給於不同決策選項相對權重，以作為較佳決定的依據。本研究即利用此特性，來建立臺灣地方文化產業評估指標系統的相對權重體系，作為評估社區營造地方文化產業時的參考指標。

第四節 名詞解釋

壹、文化工業

「文化工業」(culture industry)是指法蘭克福學派(The Frankfurt School)提出的「文化工業」(culture industry)概念。在法蘭克福學派的相關著作中，常將大眾文化與文化工業混用，讓人看不出兩者之間究竟有何區別。然而 Adorno 曾特意指出之所以提出文化工業取代大眾文化，是不希望讓人誤以為大眾文化是從人民大眾出發，為人民大眾服務 (Adorno,1991)。在 Adorno 的觀念裡，大眾文化實際上是由統治者從上面強加給大眾的，是一種控制文化，實際上法蘭克福學派所提出的文化工業，意指在現代工業社會中的大眾文化。由於商業體系的全面影響，任何東西都可以變成商品進行交換，大眾階級付出勞力交換酬勞，消費文化產品換得休閒，而大眾媒體則基於這樣的需求創造出大眾文化(mass culture)，它並不是真的由大眾階級創造出來的文化，因此應以「文化工業」(culture industry)稱之。文化工業是指大量的生產貨品和服務的整套系統，同時也推銷了資本主義的思想和制度，伴隨而來的是工具理性、交易消費、短期滿足以及無階級迷思。

貳、地方文化產業

本研究所指的「地方文化產業」(local culture industry)是以社區居民共同承擔經營的，以社區原有的文史、地方特產、技術、自然等資源為基礎，經過資源的發現、活用等，提升社區生活生產、生態、生命等社區文化的分享體驗與學習的產業。

參、文化工業與文化產業的釐清

英文 cultural industry 一詞同樣是指文化工業或文化產業。為釐清文化工業與文化產業在概念內涵的意義，本研究採用劉維公(2003)的觀點，以文化工業一詞出現，是指法蘭克福學派批判理論中，Adorno & Horkheimer 作為批判資本主義將文化物化與商品化的指稱。文化產業則是偏重於文化經濟研究時所採用。也有學者從英文字義作區分，cultural industry 是指文化工業；cultural industries 則指文化產業(賴書婷，2005)。文化產業，焦點集中在「社區文化」、「產值」與「效益」層次的思考；文化工業則用以批判文化就像是在製造廠中以標準化與規格化的方式被大量生產，資本主義以消費需求做為操縱控制。

肆、評估指標

「指標」(indicator)是什麼？根據牛津字典的解釋，指標係為「指出或提供資訊的人或物」，韋伯字典將指標解釋為「或多或少能夠正確地指出某件事」(黃政傑、翁福元、方志華、張美蓮，1997)。另外亦有學者對指標提出看法，張鈿富(2001)認為指標是表示某種變數隨時間或地區的不同，相對於基期的變化情形，它是某種現象或事情的說明，以作為了解某種現象的參考。歸結而論，指標其意為「指示者」，代表一種信號，用以顯示現象的表現情形或指引，藉此了解並測量現象的質或量的一種指引。此也意謂著「指標」能指出某一時間或某一地點存在的現象，提供相關人員作為專業判斷或決策之用。

「評估」(assessment)指標系統的建構方法，可區分為質化指標建構與量化指標建構。質化指標建構的主要方法有文獻探討法、專家判斷法、

腦力激盪法、專業團體法、提名小組、焦點團體法及德懷術。量化指標建構的主要方法有問卷調查法、迴歸分析法、因素分析法、階層分析法。本研究採用文獻探討法與德懷術作為地方文化產業評估指標建構，乃基於國內尚無完整的文化產業發展的評估指標系統，所以先採取文獻探討法，收集國內外文獻，經整理、分析、歸納後作為建構指標之雛型，再經專家、學者、實務者進行評估指標雛型的修正。指標雛型完成後以德懷術進行地方文化產業評估指標建構，茲採用德懷術，基於地方文化產業發展是一新興的議題，一般人士對於該領域不甚了解，若要其提供具理論與實務的觀點，恐無法對地方文化產業發展有實質的裨益。德懷術的成員擇定，是以該主題有深入學者專家、政策制定執行者、實際從事者等，由上述人員提供意見，最符合指標建構的內涵題項效度的要求。其次，德懷術採匿名的意見呈述，參與者可就本身對該主題的研究學養或實務經驗，充分表達看法，有助於指標的嚴謹性與涵蓋性，不至於產生缺漏的項目。再次，參與成員在無威脅的情境中表達自己的意見，並可參考其他人的意見並決定是否修正自己的意見，具有意見交流的優點，較不會產生固執己見或無法看見自己觀點的盲點。德懷術的進行通常需進行三回的意見表達，而後逐漸產生一致的觀點，符合指標一致性的要求。

第五節 研究範圍與限制

有關地方文化產業的定義與分類，不同的國家或不同的學者都有殊異的觀點，為能釐清本研究中對地方文化產業所指涉的內涵，有必要做進一步說明。根據楊敏芝（2002）的研究，文化產業可區分為大眾消費文化產業、文化設施產業、地方文化產業三種類別。大眾消費文化產業的特徵是無空間依存性、具文化商品性、為日常生活大眾的消費品，如服飾、化妝品、家飾、電影、音像產品、廣告媒體、設計品牌、圖書、報刊、雜誌等。文化設施產業的特徵為具空間依存性，通常與土地開發、不動產、設施等連結，如餐旅館、歌舞廳、體育競賽、博物館、美術館、音樂館、歌劇院等。地方文化產業的特點是具空間地域依存性，由空間特質或歷史傳承遺留之文化遺產，如傳統鄉土文物、民俗活動、地方特色產物、文化慶典與

地方觀光文化產業等。辛晚教（1999）的研究將文化產業界分為四類，分別是大眾消費文化產業、精緻文化產業、地方休閒文化產業與設施文化產業。大眾消費文化產業的屬性特徵有下列所述：都市型經濟型態、無空間依存性、具文化商品化特性、具全球經濟及文化流動性、成為日常生活大眾消費品，其內容包括有：流行服飾、化妝品、流行家飾、音像製品（CD、錄音帶、錄影帶等）。精緻文化產業的屬性特徵有下列所述：依設施的等級及性質分布於都市與地方中心區、形塑文化階層性、陶冶人們精神生活與生活文化素養，其內容包括有：歌劇、音樂、雕塑、繪畫、博物館、美術館、音樂廳等。地方休閒產業的屬性特徵有下列所述：具空間依存性、自然衍生之產業或歷史傳承情感遺留之文化遺產、文化活動常與社區居民、社區組織結合、具強化地方認同感與凝聚力，其內容包括有：傳統民俗文化與活動、地方歷史古蹟、自然景觀文化、地方特產、地方節慶等。設施文化產業的屬性特徵有下列所述：具空間依存性、需建設大量設施、常與土地開發與不動產計畫連結，其內容包括有：商業中心、餐旅館、歌舞廳等休閒娛樂中心等。

陳其南（1996）與黃世輝（2001a）的研究指出，地方上，不論原來是何種類型的產業，傳統的農漁業、土產特產業、觀光遊憩業，都可以加上文化性的包裝，使得這些產業類型，因為轉型而成為文化的一部份，而增加其吸引力和價值。另一方面，傳統的和創新的地方文化特質，也可以走向「產業化」的方向，而附加上經濟價值。例如，傳統建築和古蹟、手工藝品、藝術人才資源、民俗廟會活動等，都可以加以整合包裝，建立地方特色，成為推動地方性產業活動的基礎，大家可以努力將原有的各種地方產業和傳統特色，賦予文化的意義和價值，甚至開發出新的地方文化活動和產業，配合「造園」式的社區總體整建工作，以提供較高級的生活、遊憩和消費環境，直接轉型為具有特色的、精緻的第四級產業。如此一來，可以為地方的經濟和生活品質重新注入生機和活力，解決地方面臨的問題。近幾年在台灣的社區營造機制所推動的方向，即以「文化產業化與產業文化化」為訴求的「文化產業」，如苗栗的三義木雕、蘇澳白米社區的木屐、台南的白河蓮花文化產業等，這些文化產業的特質在於它的「在地性」，在地化的產物係凝聚了地方生活文化與先人智慧寶藏，它可能為手工的、少量生產的，具有地域的獨特性；地方文化產業的在地性化是指參

混著地方歷史、文化、地理、產業等特色，融入在地人的情感、人情與技術，它的價值性並非侷限於文化產品本身的販賣價值，而在於它所衍生的附加價值；所謂的個性化包含著產品本身實質的有形價值，如地域經濟性之有形價值，也涵括無形的價值，地域居民共同意識提昇之無形價值，代表著地方特有的文化、精神與生活的交融。

再者，我國社區發展的時間起始，早在建立民國之後的 1920 年代，進行鄉村建設運動，例如，平民教育家晏陽初與梁漱溟的鄉村農民教育。本研究在時間點的分割，是以民國五十七年的內政部頒訂的「社區發展工作綱要」之後，政府部門比較有系統的規劃與進行社區發展工作之後。

從上述學者對文化產業的意義與內涵所作的劃分與論述，地方文化產業涵括的內容與項目包羅萬象，為符合本研究的目的，陳其南（1996）與黃世輝（2001a）所稱之地方文化產業內容與屬性作為本研究的研究範疇。

