全球化的文化圖像：文化共生與創意產業

楊志誠*

摘　要

全球化體系的發展已然是不能逆轉的革命性變革，其內涵包括了思想、哲學、政治、經濟、科技、藝術及文化各層面。從功能角度而言，儘管全球化的動能是「全球一體化」的過程，但是，從價值層面來看，全球化應該是「全球地方化」的文化整合型式。所以，就如康德 (Immanuel Kant) 的本體論所言，全球化的本體特質是由理性功能程序和多樣性價值內涵統合而成，是科技與文化的共生、物質與精神的共生 (symbiosis)，而不是帝國主義形式的機制。

共生思想是一種流動的多元平衡理論，任何的生存狀態都是短期的、對立的、容他的動態平衡；它既包括了主流的核心價值，也保留著非主流的核心價值，更重要的是建構中間領域的空間。共生秩序是由多元性的機能網絡所形成；是一種遵循生命原理的非線性、無中心、多面向、各部分具有自我意識能量相互聯結的全球性網絡體系。

本質上，與共生思想相互輝映，文化具有自我能量的生命力。各種文化將在進化、流動、對話、妥協及相容的過程中完成共生的秩序；既要對自我的歷史文化做重新解讀，也要發揮面向未來的智慧，從異質文化提取象徵符號，融入自我而共生，以創生新文化。所以，全球化時代將提供文化產業展現魅力的機運。

從文化產業發展的歷史來看，文化產業包括文化的產業化和產業的文化創意化：前者指的是文化的經營引進產業機制，包括科技的運用及經營體制的建構，以擴大文化產品的價值和利潤，而後者乃在於推動工業商品的文化加值。如果依發展階段來分隔文化產業的特性，傳統意義的文化產業發展

---

* 本文 99 年 7 月 12 日收件；99 年 8 月 20 日審查通過。
楊志誠，逢甲大學公共政策研究所。

剛好隨著文化帝國主義而逐漸體制化；「文化創意產業」則是受全球化體系運作的衝擊而形成。

當年法蘭克福學派反對文化的產業化，應該是有幾分道理的；當文化被商品化之後或將文化作爲商品的加值工具，文化的特殊性本質就逐漸失去。然而，就因爲如此，商品化的文化也產生了模糊空間，使其容易與異質文化互爲共生，迎合了「文化創意產業」的時運。

「文化創意產業」的經濟目的乃在於增加工業產品的附加價值，既具有文化產品的美學特質，且可透過複製，進行統一規格、大量生產，又有工業產品的擴張性，可以透過市場行銷，提供大量消費。另一方面，「文化創意產業」也擔負了文化的功能，將各地的特殊性文化透過全球經濟網絡傳輸到他者文化的地區。

關鍵詞：全球地方化、文化帝國主義、共生思想、文化產業、文化創意產業

Cultural Phenomena of Globalization: Cultural Symbiosis and Creative Industry

Chih-cheng Yang

Abstract

The globalization has been an irreversible revolutionary change, which covers dimensions of philosophical, political, economical, technological, artistic and various cultural levels. From the aspect of its function, globalization is the process of global-unification, but from the aspect of its value, globalization is the cultural combination of global-localization. As far as Immanuel Kant's ontology is concerned, the ontological feature of globalization is the integration of rational process and diverse values. It is the symbiosis of technology, culture, material and idea, not the mechanism of imperial form.

The idea of symbiosis is a floating and multi-balanced theory. Every being is temporary, dichotic and inclusive; it contains the values of both the mainstream and the non-mainstream. And more importantly, it constructs a space for the grey area. The order of symbiosis is formed by multivalent web, which is a non-linear, non-center global system connecting various energy of self-consciousness.

In essence, culture has its life energy in itself enhanced with the idea of symbiosis. Various cultures will complete the symbiotic order in the process of evolution, floatation, dialogism, compromise and synthesis. During the symbiotic process, various cultures not only reinterpret their own histories, but also stimulate the wisdom for future development and distil cultural symbols from other cultures on the basis of their own to create a new culture. Therefore, globalization will offer a great opportunity for cultural industry.

From the aspect of the history, the cultural industry includes the industrialization of culture and the cultural creativity of industry. The former refers to the industrial system being deployed in the business of culture, including technology and management system, in order to expand the value and profit of cultural products; the latter refers to the enhancement of cultural significance in the industrial products. If we divide the feature of cultural industry according to developmental status, the traditional cultural industry is becoming institutionalized along the cultural imperialism while the "creative cultural industry" is forming upon the impact of globalization.

Keywords: glocalization, cultural imperialism, symbiosis, cultural industry, cultural creative industry

全球化既是一種客觀事實，也是一種發展趨勢，無論承認與否，它都無情地影響著世界的歷史進程。
俞可平 (1)

根據美國未來學學者塔夫勒夫婦 (Alvin & Heldi Toffler) 對人類文明進展的演繹、馬克思的社會進化論及孔恩 (Thomas Kuhn) 的科學革命論，全球化體系的發展已然是不能逆轉的歷史必然（楊志誠 8-37）；全球化效應所型塑的後現代社會，將成爲當前人類所面臨的革命性變革，亦即孔恩 (Thomas S. Kuhn) 在《科學革命的結構》(*The Structure of Scientific Revolution*) 所說的「典範轉移」(paradigm shifting)，其內涵包括了思想、哲學、政治、經濟、科技、藝術及文化各層面。另外，關於全球化與文化產業的關係，一個爭議而值得探討的問題是：全球化機能是文化產業的一個制度性因素，還是促成文化創意產業的動力？

從功能角度而言，儘管全球化的動能是「全球一體化」的過程，但是，從價值層面來看，全球化應該是「全球地方化」的文化整合型式。所以，就如康德 (Immanuel Kant) 的本體論所言，全球化的本體特質是由理性功能程序和多樣性價值內涵統合而成，是科技與文化的共生、物質與精神的共生 (symbiosis)，而不是帝國主義形式的機制。

一、文化帝國主義與全球化文化[1]

在當代科技的革命性變革下，傳播技術與運輸能力得以快速提升，

[1] “cultural globalization” 一詞，一般的翻譯是「文化全球化」，但是本文認為，文化全球化隱喻著「文化帝國主義」的意涵，也就是單一文化的全球化。因此，許多學者後來改用 “globalization and culture”，此處傾向於翻譯成「全球化文化」；其意思是「全球化的文化現象」，亦即全球化思維與行動走進各地方之後，各地方的主流文化與藉全球化機能流入的異質文化形成共生的文化現象。

促成了資訊、資源以及生活資料的跨國流動，不僅快速，而且既深且廣。另一方面，隨著二次大戰後布萊登伍德體制（Brettonwood system, 包括 GATT, IMF 及 World Bank 三大體系）的建構及運作，全球經濟體系及世界市場於焉成型，而且在自由主義的推波助瀾下，加速了「溢出效應」，快速地從經濟層面溢出，擴大影響到個人生活及社會生活的各個層面，最後將歸結到整體生活機能的文化內涵。因爲在這一個過程之中，美國一直立足於主導的地位，文化帝國主義也因而在二十世紀 70 年代及 80 年代被揭示與討論。

文化帝國主義與國際關係的新自由主義有著緊密的關係；新自由主義的主張，仍是以國家爲國際社會的行爲主體，彼此互動形成一個國際性的互賴網絡，所形成的體系仍具有中心概念與現象（歐美中心主義）。因而，文化帝國主義的現象與過程呈現出下列三項特質：邊陲國家或非西方文化的國家將被迫接受中心國家所輸出的文化產品及文化價值觀；拜科技功能之賜，近代西方文化得以快速且廣泛地傳播，對非西方文化的國家及地區存在著強烈的同質化影響；西方文化的國際性流動將侵蝕及動搖各地的本土傳統，信仰體系亦將逐步往中心文化靠攏 (Hesmondhalph 204)。當代最明顯的例子，就是透過全球傳輸及互賴網絡的影響，西方自由民主的價值被倡導成普世性的信仰體系；自由民主內涵的地方性價值常常被忽視，甚至被否定。

然而，科技工具並不是核心國家或西方文化國家的專利，而且生活的接觸及影響也不會是單向流動。過去幾十年中，在國際領域內逆向的文化流動正嚴厲挑戰了文化帝國主義的模型；許多非西方文化也正大量流入西方國家，影響了當地的生活型態及信仰體系。這種現象雖然不能期盼國際性文化交流將走向完全平等的境地，但毫無疑義地，未來時代的全球文化圖像將趨向於多元、對話、共生的動態平衡，不再是單元支配的文化體系；這一切應該是全球化的效應所致。

其實，當代全球化體系的形成也是導源於西方價值（自利人性的發揮與保障）及自由主義體制，且得力於科技的發展及運用。從現實的層面來看，全球化體系是透過資本主義物質理性的推動而成；主要是透過

經濟性功能的全球性運行，激發普世的人性物質慾望，推動市場機制，配合有效的科技工具，突破了民族國家的權力規範，得以竄行於全球性空間及各生活領域。隨著資本主義經濟網絡不斷的擴張及緊密化，社會網絡由經濟溢出 (spill-over) 到其他領域，最終將歸結到整體的生活領域，也就是滲入到文化層面。

過去由於對文化帝國主義的戒心，文化的國際流動很容易受到相關國家主權的管制或干擾，而全球化的「去領域化」(deterritorialisation) 功能[2] 得以突破這種障礙。另一方面，文化帝國主義似乎是隱含著目的性的計畫，將其文化價值透過載體從權力中心向邊陲國家及地區輻射，產生對其社會的影響力或支配力 (Tomlison 175)。相對而言，全球化體系內的文化傳播是交互流動的，是發生在一個相互聯結、互賴、互動的網絡體系，刻意動機不易得逞；在這種「去中心化」效應的全球化體系內，儘管文化不平等的現象依然可能存在，不過，這種不平等只是偶然性、短期性的動態平衡現象，會受到文化受眾 (receivers)「能動性」的影響而轉移。從另一個角度來看，文化本身總是帶著最原始背景的印記或符號，是一群人在特定時空座標內生活方式的統稱。因而，文化基本上是紮根於地方且具有獨特性，其積累和衰亡都必須經歷一段夠長的時間；積累將進化，衰亡也必須被替代。也因此，文化帝國主義很難得逞，各地方的核心、主體文化很難被替代或消除。

緣此，全球化體系內雖然具有全球一體化的領域機能，卻必須體現於各地文化的價值內涵，形成異質文化入侵，卻又相互調和，成爲「全球地方化」；透過全球性文化流動的過程，其結果是「全球地方化文化」，是一種「共生」的文化情境存在於各地方的全球體系。再具體一點說，全球化體系內的每一個地方皆呈現出全球化的縮影：吃著中國料理、開著日本製造的汽車、品嚐著英國茶、激情於好萊塢 (Hollywood) 影集、享受著法國服飾、欣賞著雲門舞集…等，這些都逐漸成爲現代化生活的

[2] Nestor Garcia Canclini, *Hybrid Cultures.* 另外，大前研一 (Kenichi Ohmae) 也在《民族國家之終結》(*The End of the Nation State: The Rise of Regional Economies*) 中揭示「4I」(investment, industry, information, individual) 的流動穿越國家疆域及主權。

普世型態。換言之，上述各項生活機能幾乎已經成了當代通行的文化元素，穿透各國主權及疆域自由流動於全球各地方，影響著各地方的主流文化。顯然地，在全球化的進程中，人類生活及社會關係相對於「時間－空間」的概念架構產生了巨變。作爲人類生活空間及反映社會關係結構的各「城市」，將在全球化的體系內形成緊密的、矛盾的、共生的關聯性網絡；「城市主義」將成爲全球化現象的明顯象徵；城市也將成爲全球性文化流動的機能網結。

二、全球化體系的文化共生

過去，人們常常擔心文化帝國主義的文化輸出會對各地本土文化及傳統造成破壞或抑制。但是從另一個角度來看，如果有了全球互動的工具，而文化卻仍停駐於純粹的、未受激盪的、不受影響的傳統文化，那麼它很可能會強烈支持種族主義或成爲一種反動性、革命性的國家主義 (Hesmondhalph 204)；這種情況將對人類福祉及世界和平造成重大的威脅及傷害，也必然會遭致全球其他「地方文化」的全力排斥或抗拒。人類社會的歷史經驗顯示，支配將導致衝突與災難，共生才有和平與生存。針對全球化過程的本質，大陸學者俞可平特別指出：「它是一個『合理的悖論』：它包含有一體化的趨勢，同時又含分裂化的傾向；既有單一化，又有多樣化；既是集中化，又是分散化；既是國際化，又是本土化」（俞可平 1）；此爲全球化體系的共生現象也。所以，全球各地共生文化情境的「全球化文化」應該成爲社會進化的趨勢，亦爲人類福祉之所繫。

縱觀歷史，思維、科技與體制三項功能推動著文明的進程及社會的進化：上個世紀開始，人類已逐步從機械論的思維邁入量子機能的思維；科技上從傳統機械進入電子科技，汽車和飛機的速度都無法與電子流動的速度相提並論，物質交易及價值轉換的速度，與數值化幣值交換速度的失衡，所爆發的金融危機正嚴厲挑戰著舊體制的生存；在體制上，也從工業化社會的民族國家體制轉向資訊化社會的全球化體制。上世紀的最後二十年間，相應於世界文明的進展，日本的黑川紀章 (Kisho

Kurokawa) 在《共生哲學》(*Philosophy of Symbiosis*) 中提出了「共生思想」，向日本朝野呼籲盡速擺脫明治維新的現代化思維，轉進到量子機能性的共生思維，依此重建日本的國家發展機能，必須從強調國家集體意識轉移到重視個人特質、地域性文化特徵與創造性價值的機能意識，方能避免重蹈二次大戰的錯誤。

工業化社會的特質是大量生產均質化產品及大量消費的經濟體系。在管理上，它是從組織中抽離個人的特殊性，將個人轉化成爲均質性的勞動者，從事規格化的機械操作；每個人都被塑造成缺乏自我特質的「組織人」，根據其組織定位扮演部分功能的角色。隨著資訊化時代的來臨，在當前各國的經濟產值中，真正靠機械操作的比例已快速下降，由資訊轉化爲知識運作的產值比例正不斷的增加；而知識所產出的價值將決定於各地域文化特徵的運用及個人特殊性、創造性的發揮。在資訊科技推展的同時，個人與個人、個人與社群、個人與自然及社群與自然之間的機能碰撞及相互競爭不斷發生。基於生存與發展的需求，在彼此競爭與對立的同時，也必然伴隨著對話、妥協，進而達致共生；因此，共生秩序也必然是多元平衡的多樣化社會。

顯然地，資訊社會的秩序不是金字塔式的秩序；所有第三世界國家，即使工業實力落後，也都可以充分運用其資源、產業的特殊結構、氣候、風土及文化特質，同時進入世界交流平台，來支撐本身在世界經濟體系中的一片天地，與其他國家共創一個經濟及文化的共生時代。[3] 另一層次來看，由於資訊社會的各項價值將決定於個人特質、創造性及地域性文化特徵，每個人都有機會運用其創造性價值，進入世界交流平台，讓自己在未來的共生社會中扮演一定的角色。如此一來，這種將個人創意、商品生產、價值交易結合成一體的生產機制型塑了當代的文化產業。另外，既然全球化是一種整體性、全面性、多元性的機能，那麼共生秩序也是由多元性的機能網絡所形成，包括傳統與現代的共生、各不同世代的共生、各地域文化的共生、經濟與生態的共生、科學與文化的共生、普世性與特殊性的共生、現代與傳統的共生、整體與部分的共生、物質

[3] Kurokawa, *Philosophy of Symbiosis.* 第一章。

與精神的共生、中央與地方的共生、集中與分散的共生…等；是一種遵循生命原理的非線性、無中心、多面向、各部分具有自我意識能量相互聯結的全球性網絡體系 (holos)。[4] 法國和新加坡作爲城市國家的型態，顯現了中央與地方的共生體系；而德國的國家型態也呈現出集中與分散的共生關係。未來台灣在地方制度法的機能運作下，也將逐漸走向「大城市、小國家；小國家、大城市」的共生狀態。

共生思想就是一種流動的多元平衡理論，任何的生存狀態都是短期的、對立的、容他的動態平衡；它既包括了主流的核心價值，也保留著非主流的核心價值，更重要的是建構中間領域的空間；所以，共生講求的是尊重他者生存與獨立的調和，而不是熔化他者、消蝕他者自主性的融合。一首動人心弦的歌曲，除了高音和低音的組合之外，更重要的是中間領域的「換氣」空間。理論性來說，德國社會科學家韋伯 (Max Weber) 提出「理想類型」(ideal type) 的概念，認爲宇宙萬物客觀存在的現象，不會以理想類型的狀態存在；現實的存在都是處於包含各不同理想類型的共生狀態。所有的存在意義都是透過與他者的差異感受，與異質對立、衝突、共生進而創生。然而，要想達至共生的存在，那麼不管是主流成分或非主流成分都必須具有自我的意識能量，才能透過碰撞、對話、妥協而共生；缺乏自我動能的慣性將走向死亡，而無法維繫生存的共生狀況。

相對於其他既有的機能領域，文化的特質也是具有自我能量的生命力。各種文化將在進化、流動、對話、妥協及相容的過程中完成共生的秩序；既要對自我的歷史文化做重新解讀，也要發揮面向未來的智慧，從異質文化提取象徵符號，融入自我而共生，以創生新文化。所以，全球化時代將提供文化產業展現魅力的機運。

未來在「典範轉移」的挑戰下，新的存在必然將透過新的程序來重構，全球體系中的主流成分或非主流成分都必須發揮自我動能，在跨越舊秩序的互動程序中，尋求共生的秩序；過去依賴權力 (power) 維繫秩序與生存的時代將逐漸失去效能，未來的秩序與生存將走向建構威信

---

[4] Kurokawa, *Philosophy of Symbiosis*.

(authority)，達致相互認同的共生情境。可以預見的，未來世界新秩序的領導者，不可能只依靠科技能力、經濟實力、軍事威力、政治影響力所建立的權力運作，對他者施予心理威懾來達成，而是必須依賴文化的力量，建構威信，取得他者的心理認同，才有可能在共生體系中跨越霸權 (hegemony) 思維，發揮新時代的領導力 (leadership)。

三、文化產業 VS. 文化創意產業

針對文化產業的議題，從公共政策的角度來看，我們會本能的思考一個問題：攸關文化產業的政策到底是應歸類於文化政策呢？還是產業政策？這也就延伸出來用詞上的差異，「文化產業」及「文化創意產業」。或許很多人都會以「兩者意義相通」或「只是用詞不同，意義都一樣」。但是，從一個公共政策的專業角度而言，這二者存在一定的差異，而且一旦操作起來，可能還會產生很大的差別，所能創造的經濟價值也不一樣。

詞意上來說，對產業而言，「文化產業」的文化，比較傾向於名詞作爲形容詞用；也就是說，它是一種專門生產文化商品的「文化性」產業，如音樂、文學、舞蹈、戲劇、視覺藝術、電影製造、節慶活動、出版…等。基本上，文化商品傾向於將物質面融入於符號象徵的本質，是以符號象徵爲主體的商品；一旦文化象徵有了物質的成份，其資本及價值就得以傳承或進行經濟性交易。而「文化創意產業」的文化則比較傾向於「作爲主詞的名詞」，創意則可設想爲動詞，這種表達情況下，「產業」就成爲「作爲主體」的受詞；即透過文化意義的隱喻及顯像來創生產業的價值，是符號象徵融入於物質或經濟性產品。具體一點來說，「文化創意產業」就是商品或產業的文化加值化，也就是，文化與物質（既有的功能商品）的共生，互爲表裡，讓文化來創意產業，也讓產業透過物質顯露文化的意象或符號創意。總之，不管是文化產業或是文化創意產業，其產品不僅需要有表現出符號性的一面，同時也必須有物質性的一面，其物質面的特質，也就隱含了經濟意義及可交易的過程；文化產品也就

進入了商品世俗化的程序，轉化成文化商品。

「文化產業」具體來說，應該是在上個世紀中就已經被提出，操作上的定義是：「文化商品化」或「文化的產業化」，也就是，文化本體或本質的商品化。簡單的說明，就是把文化（主要爲藝術的內涵）生產與消費以經濟的過程來具體化；生產者透過心智的啓發，傳達所觀察或體驗人類生活上的知識、道德和藝術，激發消費者的心智感受。藝術就在自我指涉 (self-referential) 中被合理化、抽象化及交易化 (Thorsby Ch.1)；文化影像化或形體化的生產與消費活動已牽涉到經濟交易，因而，文化必然會走向產業化。一旦觸及產業，其生產意涵就必須關注到資本的形成，根據布迪厄 (Pierre Bourdieu) 在〈資本的形式〉(“The Forms of Capital”) 中的歸納，文化產業的資本包括了經濟資本、文化資本及社會資本三種型態，各種資本各扮演著一定的角色。任何文化產品或文化商品都包含著不同比例的資本成份；文化經濟學也將成爲文化產業必須探討的課題。

從文化產業發展的歷史來看，文化產業包括文化的產業和產業的文化創意；前者指的是文化的經營引進產業機制，包括科技的運用及經營體制的建構，以擴大文化產品的價值和利潤，而後者乃在於推動工業商品的文化加值。如果依發展階段來分隔文化產業的特性，傳統意義的文化產業發展剛好隨著文化帝國主義的建構而逐漸體制化；「文化創意產業」則是受全球化體系運作的衝擊而形成的倡議。關於文化產業的發展，威廉斯 (Raymond Williams) 以文化創意者（符號創作者）與當時社會的關係，劃分爲三個階段：文化創意者作爲上流社會貴族專屬符號 (patronage) 的時期；形成文化專業市場的時期；形成具現代化組織型態文化專業複合經營體系 (corporate professional 或 complex professional) 的時期 (Williams 38-56)。

第三個階段的發展剛好與市場自由化思潮相結合，進而激發了推動文化帝國主義的意念及政策。另一方面，處於該時期的其他產業剛好也經歷了幾次的經濟衰退，這種形勢促使工業資金往文化產業轉移，強化了文化產業的產銷能力，在新自由主義的推波助瀾下，人們感受到帝國

文化的強勢及支配力，自然的反應就是對文化帝國主義的疑慮逐日加深；傳統「文化產業」體制的擴張也逐漸失去正當性，並形成產業利潤極大化的障礙。隨著全球化時代的來臨及共生思想的認知，如何讓商品（物質）與文化（精神）共生以創造利潤及價值，將成爲所有產業思考的方向。以既有的現象來觀察，不管怎麼說，有了全球化的機能，文化創意產業才有着力點；普遍性文化資質的教育與傳播促成了文化產業的大眾化，進而得以邁向文化創意產業。

其實，不僅是文化創意產業的文化商品，當代的文化產業也必須呈現出「共生」的內涵。文化產業呈現出「世代共生」的產品，可以舉台灣的電影「海角七號」爲例來說明：「海角七號」的編劇是運用其影像觸動了年輕世代對都市生活的無奈與反動（「幹！又是台北」）；透過一場民間的演唱會，表達出台灣的大眾文化，呈現了中輕世代共生的景象；也兼顧到從日據時期生活到現代的 80 歲以上老人世代的台灣人，讓其表現出勾起往日的生活記憶，緬懷著當年的舊日情懷。

四、全球化時代的文化創意產業

如前所述，「文化創意產業」應該是全球化效應下的產物，尤其在二十一世紀的後現代社會；當代電子科技以驚人的速度，將人類生活機能的各領域以全球性規模網絡化，工業經濟的運作遭遇到重大的挑戰。

工業經濟以普世主義爲生產理念，商品不僅以功能性爲主，而且是統一規格、大量生產、大量消費。全球化效應下的市場機能雖然已呈現一體化，但是在人類的消費行爲上卻從需求轉型到舒適及美學，反而走向追求多樣化；因而，在消費產品的價值結構上，全球化其實是呈現全球地方化的型態。在這樣的趨勢下，工業經濟體系內的產業，所生產的功能性產品，越來越無法適合於市場的需求。如果想要在新世紀繼續維持經濟的生存與發展，生產機制就必須以顧客的需求爲導向。因此，各國的經濟發展政策及企業的經營不能不重新思考經濟活動（尤其是消費行爲）中的文化因素；文化的象徵、感受及心理結構確實影響著經濟的

生產、交易及消費。

談到經濟，吾人就不能不分析商品的價值結構。從文明及社會進化的過程來分析，商品的價值結構是由天然資源、勞動價值、市場地位及知識價值四部分融合而成，而知識價值的內涵又由科技資料及文化資料所形成；農業文明以生產天然資源爲主，工業文明以勞動價值爲主要的計價，商業化社會偏重市場地位延伸出來的價值，資訊化社會則重視知識的價值。隨著工商業社會的高度發展及全球化的效應，科技資料由於受限於思維變革的困難及新科技生命週期的快速縮短，其價值發展逐漸趨於飽和；未來在全球化體制下，知識內涵的價值比重將趨於文化資料。因而，「文化創意產業」成了迎合新時代永續發展的經濟潮流及文化共生、融合的必然程序。

另外，在全球地方化的文化體系中，全球各地的本地文化都必然會與他者文化（或異質文化）進行調和而共生；而自我的文化也必須在世界各地，作爲異質文化的身份入侵，進而調和，才能在世界體系中留存自我文化的記憶，否則將逐日被遺忘而流失。在一個快速流動的全球化文化體系中，文化將呈現幾項特性：演進、流動、包容及可複製，才能讓世人留存，進而發揮對他者的影響。在未來的時代，文化不僅要融合傳統與現代，也必須具有包容性，才能與異質文化共生，形成適應時代的新文化；其次在「文化創意產業」的經濟思潮下，文化將會被借用以提升商品價值，如 CHANEL、《阿凡達》、Wedgwood 等借用中國的文化元素，創造出更大的利潤與價值，所以，文化也將逐漸走向「可複製性」。最後，文化在全球化體系的留存及價值的擴張將有賴於文化的「流動性」。

然而，文化本身不會流動；文化的「流動性」必須透過「載體」的流動；要有全球性流動的載體，才能有全球性流動的文化。文化的載體概略可分爲三大類：媒體、商品及個人。媒體基本上是以影像及文本傳輸文化的內涵，包括象徵、符號、心智等；商品則以物質、功能、形體（也是一種文本）呈現文化的抽象內涵及精神意象。其實，文化的傳統載體主要是「人」；人的生命體與文化的有機性可以互爲表裡，使得文化

得以逐漸型構其社會性。於是，人的流動固然可以帶動文化的流動；文化形體的流動也可以帶動人的流動，進而促使文化流動。舉個例子來說，流動於世界各地，大約七千萬的華僑，正促使中華文化隨著人的流動，而流動於全世界。近年來，爲了文化的擴張，進而在全球各地方紮根，華人文化園區在各地方的設立，將形成全球性華人文化的流動網絡；換一個角度來說，這些文化園區將扮演該網絡的結 (nodes)，向全球各地的本土文化輻射，並進行對話、調和與共生。另一方面，如果想要以固定的華人文化園區發揮文化擴張的功能及影響力，那麼就必須配合流動的人，亦即必須與全球性的旅遊網絡搭配，才能促動文化的流動；所以，這些文化園區的建構就必須具有「可觀光性」及「可購物性」。

總結來說，「文化創意產業」的經濟目的乃在於增加工業產品的附加價值，既具有文化產品的美學特質，且可透過複製，進行統一規格、大量生產，又有工業產品的擴張性，可以透過市場行銷，提供大量消費。另一方面，「文化創意產業」也擔負了文化的功能，將各地的特殊性文化透過全球經濟網絡傳輸到他者文化的地區。譬如台灣的「法蘭瓷」以及英國的 Wedgwood 產品行銷世界各地，既創收豐厚的利潤，又傳輸文化美學。

五、結論

當代歷史學家余英時在《歷史與思想》指出：任何歷史事件及現象都決定於當時社會的思想。從大歷史 (meta-history) 的層次來看，思維典範決定生產方式（科技型式）；而根據馬克思的社會進化論，生產方式決定生產關係結構，即社會經濟結構（制度），最後從經濟性基礎結構再決定上層結構（包括政治結構、道德結構、文化結構等）。大歷史的進化方向基本上是歷史的必然，孫文稱之爲「世界潮流」，是不能逆轉的。人類文明的進化從十六世紀以前的「前科學思維典範」，邁入後文藝復興時期，以科學爲主軸的理性中心主義，到了二十世紀，人類的思維典範已經逐漸跨越牛頓「機械論」的科學理性思維，進入到「量子理論」的共

生思維；典範轉移的影響所及將涵蓋所有生命和生活機能的各層面，這是無法逆轉的歷史必然。其次從社會進化的現實面加以觀察，雖然有許多先知先覺者，尤其在企業界，已然洞察了此一發展趨勢，並逐步在組織體制及經營策略上做出調適，然而大部分人因爲得利於工業文明的舊典範（民族國家體制）運作，也就是在舊體制既得利益階級的倡導下，極力抗拒變革，排斥新典範體制（全球化體制），不斷累積社會變革的革命能量。基於這樣的歷史潮流，文化產業的運行也必然要走共生思維的發展道路，讓物質與文化共生融合——物質藝術化，文化形體化；讓時間與空間共生融合——空間內的事件進程，特定時間內空間事件的聯結。[5]

本來，文化的本質具有延續性，亦即對特定時間、空間的附著性。然而，根據權變理論，隨著科技革命、社會變遷、文明進化及全球化體制的型塑，文化的存續則必須隨勢而移。進一步推演，除了文化內涵的權變之外，關於文化的產銷，英國學者赫斯蒙德夫 (David Hesmondhalgh) 描述了文化產業隨著社會體制及經濟情勢的調適與變遷 (Hesmondhalgh 204)。文化之所以能夠被產業化或不得不被產業化，主要動因是經濟情勢及自由化政策；這是權變的小歷史發展。

傳統的文化產出，本來是無關經濟與權力的關係。它只是個人創意符號的表徵，並無涉及受眾或消費者的接受或認同問題；傳統的文化生產只重視生產者個人的特質及透過符號創意傳達感情的能力，甚少關注受眾的感受方式。但是，文化一旦與產業結合，那就會牽扯到經濟與權力的問題。隨著工業文明的極度發展，具現代化組織型式文化專業複合經營體系才得以應運形成，有了文化專業複合經營體系的建構，文化帝國主義才得以順利推展；文化的計畫性生產在權力的解釋上可視爲帝國意識符號的形體化，而這種文化的消費也正顯示出優異的名望及不平等的利益地位。然而，權力的流動也必然會帶動文化產業的變遷；當大歷

[5] 過去拍攝電影的手法概都採取描述特定空間內的事件進程或劇情發展；相對而言，近年來的手法則逐漸走向勾勒特定時間座標下發生於不同空間的事件聯繫，如美國影集《反恐 24 小時》。

史邁入全球化的潮流時，共生思維及體制現象將逐漸侵蝕文化帝國主義的運行及其支配機能。

其實，當年法蘭克福學派反對文化的產業化，應該是有幾分道理的；當文化被商品化之後或將文化作爲商品的加值工具，文化的本質就已經失去了文化的特殊性。然而，就因爲如此，商品化的文化也產生了模糊空間，使其容易與異質文化互爲共生，迎合了大歷史的發展趨勢。爲了因應「文化創意產業」的共生內涵，其經營型式也必須先採取「文化創意」與「物質化產能」相互獨立運行，再進行彼此的調和與共生；讓個人的創意獨立出經濟性操作之外，而讓創意的物質化成果進入經濟性的產銷程序。事實上，任何創意所形成的文化資本，其效用及價值都有賴於在社會結構中的文化表現方式來確立，就算在傳統的文化價值體系或文化產業，也不例外。既然文化透過商品、人及科技的傳播促成大眾化是一個明顯的趨勢，「文化創意產業」必能掌握當前的時運，創造龐大的經濟價值；文化在經濟體系所創生的價值，也將在快速成長的過程中重塑社會經濟結構。

引用書目

Bourdieu, Pierre. “The Forms of Capital.” *Education: Culture, Economy and Society*. Eds. A. H. Halsey, Hugh Lauder, Phillip Brown & Amy Stuart-Wells. New York: Oxford University Press, 1989. 46-58.

Canclini, Nestor Garcia. *Hybrid Cultures*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1995.

Kuhn, Thomas S. *The Structure of Scientific Revolution.* Chicago: The University of Chicago Press, 1972.

Kurokawa, Kisho. *Philosophy of Symbiosis*. Tokyo: Tokuma Shoten, 2005.

Ohmae, Kenichi. *The End of the Nation State: The Rise of Regional Economies*. New York: The Free Press, 1995.

Throsby, David. *Economics and Culture*. London: Cambridge University Press, 2001.

Tomlison, John. *Globalization and Culture*. Cambridge: Polity, 1999.

Williams, Raymond. *Culture.* London: Fontana, 1981.

Hesmondhalph, David。《文化產業》。張菲娜譯。北京：中國人民大學出版社，2007。

Kant, Immanuel。《純粹理性批判》。鄧曉芒譯。台北：聯經出版社，2004。

余英時，《歷史與思想》。台北：聯經出版公司，1977。

薛曉源、陳家剛主編。《全球化與新制度主義》。北京：社會科學文獻出版社，2004。

楊志誠，〈全球化思維的領導與決策〉，《產業與管理論壇》（產業創新管理），工業技術研究院，第 11 卷第 1 期（2009 年 3 月）：8－37。