

第一章 緒論

第一節 研究動機

娛樂經濟的時代已儼然來臨，伴隨著與文化、藝術、或是娛樂價值相結合的商品或服務，我們的生活也隨之豐富而多元，此刻內容產業¹也成為新世界經濟的主要推動力量。

根據《無所不在 - 娛樂經濟大未來》一書中指出，娛樂經濟是目前唯一經濟成長率能夠超過百分之十的產業。隨著各個國家的開發程度的發展及國民所得毛額的提升，當人民生活水準提升時，對於娛樂與休閒的需求也就更加提高。英國的內容產業甚至在 2000 年產值更超過 600 億英鎊（約 3 兆台幣），出口值超過 80 億英鎊（約 4200 億台幣），內容產業含括的廣播電視、電腦軟體、設計、電影、出版、音樂、軟體遊戲和表演藝術，雇用人數超過 195 萬人，產值佔 GDP 的 7.9%，成為英國第一大產業。而以電影工業和各式電腦軟體席捲全球的美國更不遑多讓，美國的电影、電視、錄影帶等等行業在許多地方都是成長最快的部門，每年營收更超過 4000 億美元（約 12 兆台幣），佔 GDP 的 4%。而且內容產品的價值通常會與時俱增，例如電影可以一再發行，發售相關商品、原聲帶，或寫成小說，再來發行錄影帶，在電視網、有線電視和海外以及網路播放，等到幾十年後尚有一個懷舊市場。況且各地成立的劇院及藝術中心，也需要優秀的演出內容充實，以免於淪落為只是一個沒有靈魂的軀殼。

由此顯見內容產業的發展潛力十足驚人，不但可以創出高度的經濟價值與就業機會，而其所衍生之附加價值，更可讓社會大眾浸淫於生活美學的氛圍中，享受優質的文化環境。然而要有出色的內容產業，必須要有旺盛豐富的創造力與傑出的創意文化基礎作為內容產業發展的基石，在全球

¹ 內容產業—聯合國教科文組織關於文化產業(cultural industries)的定義是指：結合創作、生產與商業的內容，同時這內容在本質上，是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。從內容來看，文化產業也可以被視為創意產業(creative industries)；或在經濟領域中，稱之為未來性產業(future oriented industries)；或在科技領域中，稱之為內容產業(content industries)。

市場邁入新經濟時代之際，愈具創造性與在地特色的藝術與內容產品或服務，愈能在這一波「全球化」趨勢中獲得賣點。

因此發展內容產業或是所謂的文化創意產業，已成為台灣當前亟欲發展的重點，2002年政府正式將「文化創意產業」列為「挑戰2008：國家重點發展計畫」中之一項，同時這也是我國首次將抽象的「文化軟體」視為國家建設的重大工程，希望結合人文與經濟產業創造高附加價值的效益，增加就業人口、以提升國民的生活品質。

但實際上，台灣的藝術文化發展環境，一方面雖然具有創造所需的自由空氣，但另一方面卻又因為長期忽視，使得文化創意產業基礎不足，加上產業界、企業界與銀行投資業者對於文化創意產業並不熟悉，投入資金不多，發展仍緩慢。在這樣的情況之下，僅有少數的創作團隊能受到國際間的關注，包括林懷民、蔡明亮、林正盛、侯孝賢等創作團隊，他們在困境之中屢屢開創出新的可能，讓世界注目到台灣的創作活力，這無疑是創造力與創新的最佳表現。

而認識自己無疑是智慧的開端，透過與創意文化相關創作團隊的訪談，接觸到團隊旺盛的創造力與活力，希冀從中瞭解內容創作團隊領導者特色、團隊運作方式與創作過程，使創意團隊能以此作為依循的方向，激發出更豐富及優異之創新成果。

第二節 研究目的與問題

本研究主要之目的，欲瞭解團隊在進行創新專案的運作方式及創意孕育的過程，從創造性個人出發，透過創新專案的進行，探討創造性人物如何領導及影響創作團隊的形成與創作進行，進一步瞭解內容創作團隊的運作方式，並作為組成創作團隊之參考。

因此本研究的研究內容與研究問題包括以下幾個方向：

1. 團隊領導者其個人特質以及如何影響團隊創意產生？
2. 出色的內容創作團隊，其創新平台的形貌（成員組成、決策方式、溝通協調等因素）為何？
3. 瞭解在專案創作過程中，團隊創意產生及孕育的過程。