

地方文化產業營造與社區發展

蔣玉嬋

壹、前言

社區發展是第二次世界大戰以後，聯合國所倡導推行的世界性運動，也是一項以社區為基礎的社會福利政策，希望社區居民在政府部門的支持下，以自己的力量，改善社區的經濟、社會與文化。臺灣在此運動下，於1965年由行政院頒布「民生主義現階段社會政策」，明訂以「社區發展」推行社會福利措施，1968年又訂頒「社區發展工作綱要」，以為執行社區發展工作的依據。

之後，因應社會環境變遷及政府組織調整，工作綱要幾經調整。但是，最令人矚目的，是1994年文建會提出「社區總體營造政策」，倡導「由下而上、社區自主、居民參與、永續經營」的理念，開展了社區發展工作的新紀元。

「社區總體營造政策」之發端，乃鑑於工商業經濟發展，農村生活不易，青壯人口移至都市討生活，造成鄉村人口過疏，都市居民人際關係疏離的現象。為誘發年輕人回流，首要之務在於發展地方經濟。文建會乃同時提出「產業文化化·文化產業化」的口號，希望將「地方產業」

加以文化包裝，提昇其價值；或將「文化」營造為「產業」，帶動地方經濟發展，活化社區。1998年起，並增列「地方文化產業振興」做為年度施政計畫，輔助社區組織推動，直至目前，輔導的案例超過百個以上（註1）。

以地方文化產業振興做為社區發展的手段，如何可以達成預期的目標，是本文探討的重點，因此，本文將論述社區發展的意涵、地方文化產業與社區發展的關連，最後提出社區發展過程中營造地方文化產業的途徑，以為推動地方文化產業振興的參考。

貳、社區發展的意涵

社區發展的意涵包含其定義與相關的內涵，本節將就社區、社區發展的定義及其工作模式加以敘述。

一、社區的定義

依據內政部「社區發展工作綱要」第二條「本綱要所稱社區，係指經鄉（鎮、市、區）社區發展主管機關劃定，供為依法設立社區發展協會，推動社區發展工作之

組織與活動區域。」其所稱之社區必須是在劃定的區域範圍內，而且要有依法設立的社區組織，範圍較小。

學者則採較為廣泛的觀點，如「社區是居住於某一地理區域，具有共同關係、社會互動及服務體系的一個人群。」（徐震，1985）、「社區的概念包括是一個地理位置、是一種心理互動的團體組織、是一個包含各單位功能的系統。」（林振春，1993）、「社區是定住空間的範圍，居民主體、認同、共識、共同體是社群的對象，自然、產業、設施、空間、活動與居民是社區生命的要素。」（陳其南，1995）、「社區是一群，他們覺知共同的需求和問題，有著認同感和共同的目標感。」（Tett, I., Crowther, J., O' Hara, P., 2003）

從上述學者的定義看來，社區除了地理範圍，還包括認同感、互動及產業等，範圍較為多元。本文謹將其定義為「一群人在一定的地理界限內共同生活的地方」，因此，「社區」指涉的即是「地方」（註2）。這個「地方」有一定的範圍、有一群人要共同生活，所以人與人間要有互動並有相關的生產活動。「地方文化產業振興計畫」所稱的「地方」即是指「社區」。

二、社區發展的定義

社區發展一詞，依照聯合國常用的標準定義，以指「一種過程，即由人民以自己的努力與政府當局聯合一致，去改善社區的經濟、社會、文化環境，納入國家生活之中，俾對國家的進步，克盡其最大的

貢獻。此一複合的過程包括兩種基本要素：即由人民自己的參與並靠自己創造以努力改進其生活水準；由政府以技術或其他服務以促進其發揮更有效的自覺、自助與互助。」（徐震，1985）

我國內政部「社區發展工作綱要」第二條則定義「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。社區居民係指設戶籍並居住本社區之居民。」

由聯合國和我國內政部的定義，社區發展是居民為了提升生活品質的需要，尋求政府的協助，一起努力建設社區的過程。相關學者則由實務經驗再加以引伸，使之更為周全。如「社區發展是資產創造，改善低中下收入地區居民生活品質。」

（Ferguson & Dickens, 1999，轉引自 Vidal & Keating, 2004）。或如「社區發展是一種變遷的過程，最重要的關鍵乃在改變社區居民的價值觀念與態度，造成一種自覺自治的意願與能力。」（林勝義，1993）「社區發展是一群生活於同一地理區域的人，自發性的社會行動過程，目的在改善他們的經濟、社會、文化地位與生活環境。」（陶蕃瀛，1992）

從上述定義，可知社區發展包含了下列要素：

（一）是社區居民自發性的社會行動。

（二）行動的過程結合政府行政資源、專業工作的知識與技術，並且必需擬定工作

的方法和步驟。

(三)行動的目的在創造資產，所謂的資產包括了社區的經濟力提昇、住民生活品質改善、地區環境美化、文化內涵增進、地區舒適便捷、子孫可以世代安居樂業。

(四)在創造資產的過程中，居民的價值觀與生活態度必須有所改變，要能主動的關心與參與，並且要具備生活的理想。

因此，筆者乃定義「社區發展是在社區中造人與造產的組織動員過程。所謂的造人是要提昇居民參與社區事務的能力及意願。所謂的造產是要改善社區環境，創造產業資源，使社區具足活力與生機，居民可以快樂富足的在社區中生活。」

三、社區發展的工作模式

依據我國內政部「社區發展工作綱要」第六條「社區發展工作之推動，應循調查、研究、諮詢、協調、計畫、推行及評估等方式辦理。」從文字內容看來，社區發展的工作模式是社區計畫、執行、評鑑考核的過程。

然而，社區如何提出計畫？又如何執行呢？日本學者宮崎清（1996）提出社區營造的步驟為下列五點：

(一)社區總體營造的團隊創作：行政單位擔任母親的角色，向生活者、企業、產業呼籲一起來思索社區的發展，將之凝聚起來，再加入專家學者、研究所職員與熱心的社區人士共同組織團隊，一起商談對策，提供解決社區問題的各種方案。

(二)分組作業確認社區之華：確認社區

中，現在和過去各擁有怎樣的華、光、財產，列出每個社區中各自培育、承傳而來的自然、人類、生活文化等資源的清單，並在地圖上標示加以確認。

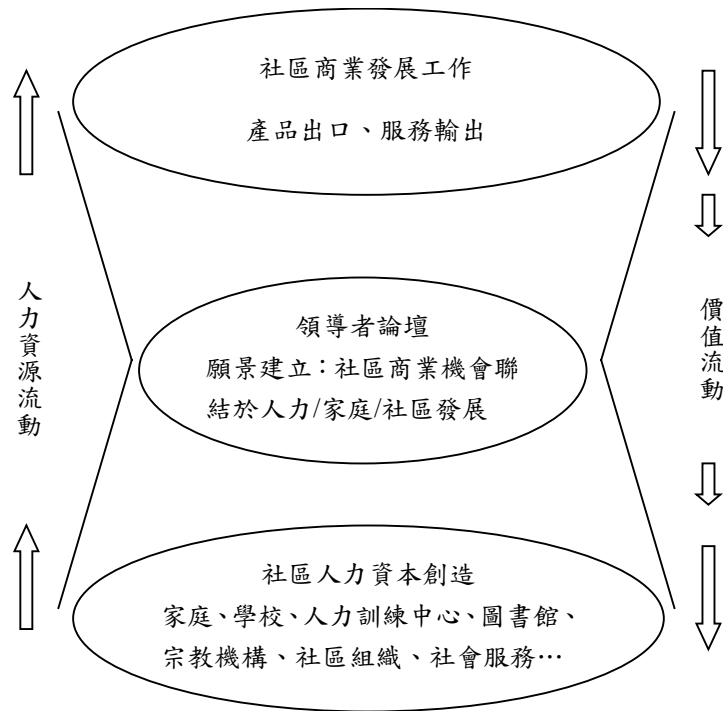
(三)分組描繪社區之夢：進行自由描繪社區夢想藍圖，如：「將此地擁有的財產，如此活用吧！」「有什麼樣的公園、遊樂場比較好呢？」盡情的冥想描繪，以期有效活用社區的華、光、財產。千萬不可以冰冷的說：「這樣不可以」「那樣沒辦法實現」的話。

(四)各組分別介紹彼此的夢，達成共識：在眾人集結匯聚之處，各分組相互發表所描繪的夢想，擴大確認，由個人作業到全體作業，個人的夢想變成全體的夢想，分類整理成即時、中期、長期方案，具體思考實現夢想所必備條件。

(五)從可以做的事，逐步實踐進行。

從宮崎清的觀點，社區發展工作是地方政府、居民及各領域的人員一起參與動員的過程，在此過程中必須透過對話和充分的溝通，擬定社區發展的願景與計畫的步驟，再一步一步的促使之實現。因此，這是一種學習再學習的過程，誠如陳其南（1996）所說的「要營造一個新社區、新社會和新人種，是依賴著社區公民和知識分子的互相學習、自我學習和自我改造。」

Capraro 則以其組織運作的經驗，提出維持能力取向（sustainability oriented）的社區發展模式，認為社區發展是願景、權力、策略和產品的系列過程。其發展模式如下圖所示：



圖一 社區發展模式。資料來源：筆者修改自 Capraro, 2004.

依 Capraro 的發展模式看來，它是三階段的過程，底層的圈是根本，要從事社區發展工作，首先要完成人力發展，必須動員相關的學習機構，包括家庭、正式教育的學校組織、非正式教育的社教機構一起來。中間的圈是社區領導者透過溝通與對話，建立共同願景，結合組織展開行動。頂端的圈則是商業機制成果的展現。三階段所展現的是不同的學習創造的過程。

從上述社區發展的工作模式，可以歸納出它是社區學習的過程，和彼得·聖吉（Senge, 1990）所提出的學習型組織的五項修練-建力共同願景、系統思考、轉變心智模式、自我精進、團隊學習，實則是相同的內涵。因此，筆者乃提出「社區發展的工作模式是社區學習型組織的運作。」

參、地方文化產業與社區發展的關連

地方文化產業與社區發展間兩者間的關係如何？是本節的重點，以下就地方文化產業的定義，地方文化產業在社區發展中的功能以及其面臨的困境加以敘述。

一、地方文化產業的定義

提到文化產業（culture industry），大都認為係來自 Adorno 和 Horkemier 對於大眾文化的強烈批判（Yang and Hsing, 2001, Jeffcutt P., Pick J. and Protherough. R., 2000；楊敏芝，2002）他們提出在壟斷式資本主義社會文化網路下，文化工業係文化生產的標準化、齊一化，是工業產品不

斷複製、大規模生產的消費性產品，如電影拷貝、唱片、錄音帶等，藉由全球化的產銷機制無遠弗屆的滲透於世界角落，促成文化的普及化、大眾化，卻也抑制了文化的主體及創造力，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，忽略了使用價值，摧毀了「高級文化」（Adorno, 1991; Adorno & Horkemier, 1979）。因此，文化工業即是透過物化、商品化，以宰制、貨物交換價值、有效至上的原則來規劃人類的文化活動（葉維廉，1990）。這種大量化、唯利是圖、商業取向的行為，將使人淪為缺乏主體性、失去創造性之被動消極（甚至連存在價值也消失掉）的消費個體（葉智魁，2002）。

做為「社區總體營造」政策下社區發展策略的地方文化產業卻是完全不同的內涵，它是「完全依賴創意、個別性，也就是商品的特性、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與價值精神內涵。」、「是以社區的、地方的、區域的生產組織與分工合作為主導。因為這種產業型態不是以量產，而是以傳統、創意、個性和魅力來取勝。」（陳其南，1998）。

狹義的文化產業以操作型定義來看，是以社區居民為共同承擔、開創、經營與利益回饋的主體，以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎，經過資源的發現、確認、活用方法而發展出來的，提供生活、生產、生態、生命等社區文化的分享、體驗與學習的產業（黃世輝，2003）所以地方文化產業的精神，並不在於直接販賣文

化產品，包含古蹟和露天藝文活動等不收費、不營利的文化場域或行為，都可以只是因為它們的存在，而間接帶動當地的繁榮（文建會，2004）。包圍產業、產品的環境、氣氛、感覺等的文化氛圍或舒適性更加影響「文化產業」的成就。因此，文化氛圍反而是「文化產業」的中心主體，產業與產品只是文化氛圍具體顯現的樣貌之一而已（黃世輝，2002：149）。

綜合上述學者的論述，筆者提出地方文化產業的定義如下：

（一）本質上，地方文化產業具有獨特性、創造性、內發性、自主性，它是少量的、合作的、具有地方的風味。

（二）內容上，包括社區的景觀風貌、歷史遺跡、文化活動、藝術家、工藝產品等。它可能是原生的，也可能是創造的，但一定是源自社區的資源。然而，它不一定是具體可見的產品，也可以是一種環境氣氛的感受。

（三）行為取向上，它是非營利的，強調產品的價值、精神內涵，分享、學習與體驗。

（四）在結果上，要使社區活化，生活環境、人的生活品質提昇。並使居民產生愛鄉情懷，恢復人在生產及生活世界的主體性。

二、地方文化產業在社區發展中的功能

地方文化產業振興計畫提出時，其施政目標為「結合地方文化特色產業資源，推動產業文化化・文化產業化，開拓社區

生機與活力。」「配合行政院創造城鄉新風貌行動方案，辦理地方文化地景先期規劃工作，藉由民眾參與討論，凝聚共識，改善社區文化環境景觀，建立社區文化風貌。」(文建會，1998)明確的揭示，其目的乃在於活化社區，與筆者所定義的「社區發展是在社區中造人與造產的組織動員過程」是一致的。也即是以振興地方文化產業為手段，來帶動社區發展，其具有下列的功能：

(一)建構生活的社區，使社區成為可以安居樂業的地方：「社區總體營造」政策在於均衡城鄉文化差距，解決鄉村人口過疏的現象。而在農業沒落，失去競爭力的情況下，以文化產業做為產業轉型的方向，轉型成功，便可以建構經濟利基，提供居民在地就業，誘發年輕人回流，恢復地方的繁榮。

(二)發掘、保存地方的文物史蹟與文化資產：每個社區都有其獨特的歷史、文物與人文景觀風貌，在地化的產物凝聚了社區生活文化與先人智慧寶藏，可是居民不一定瞭解，也不一定珍惜，經由地方文化產業的營造，帶領居民重新審視社區文化的樸質之美，進一步產生驕傲愛惜之心，加以保存與維護。

(三)做為反思全球化，提振社區競爭力的策略：在全球化的潮流中，因為同質性的威脅，大家擔心地方文化抹除，乃興起地方性圈圍性文化，保護地方襲產，強調地方文化的重要(Harvey, 1990)相對地帶來在地化的需求，「全球在地化」或「全球思考，在地行動」成為流行的口號，也使

得地方社區成為新的焦點(陳其南，2002)。因此，全球化正是全球各個角落的地方文化自明性得以再生的理由(Giddens, 1999)。

(四)順應全球文化經濟的趨勢：戰後由工業社會轉為後工業社會，產業轉由關心經濟生活，藝術和襲產產業，如節慶、博物館、藝廊、主題公園等與觀光產業緊密結合(Castells, 1966)。80年代中期，在英國和美國，「文化產業」的概念交織於不同的城市振興的社會—民主方案。在北美和西歐，城市的重建方案由文化旗鑑計畫所帶領，包括藝術、休閒和音樂、慶典和引人入勝的活動(Bassett, 1993)。此時，文化產業策略顯示的是地方經濟發展，經常形成一個產業或文化區域。城市再發展的策略立基於歷史保存或地方遺產(Zukin, 1995)。文化產業是地方經濟再生與市民榮耀感提昇的主要資產(Wynne, 1992)。

(五)做為文化創意產業養成的基地：文化創意產業是世界的潮流也是國家重要的文化政策。然而，文化的基礎必須立足於社區，一個國家的精緻文化藝術活動，不論就繪畫、音樂、舞蹈、戲劇或文學，不論就專門人才的養成或欣賞人口的拓展，都必然要建立在普遍的地方和社區的基礎上。把目標放在社區的層次，正是為了建立精緻和頂尖的國際藝文水準而奠定基礎(陳其南，1995)。文化創意產業要成功推動，必須立足於社區的基礎，也即是精緻化地方文化產業，使其提昇於國際舞臺。

就以上五點，地方文化產業振興在當前社區發展工作中，應做為優先發展的策

略，必須努力經營，使植根於社區中，成為永續發展的利基。

三、地方文化產業面臨的社區發展困境

以「地方文化產業」做為社區發展的策略，推動十年（註 3）以來是否真的達到它的效益呢？從報章雜誌媒體的報導，各地的產業文化活動確實帶動了相當多的人潮，文建會的施政成果對活動的場次、觀光的人數也做了相當的敘述，可是，就經濟面所講求的產值、產能，或就業人口的增加等並無數據顯現。

文獻上發現，Ku & Liao (2004) 在「金門文化產業的發展是成功的嗎？」一文中指出，金門在解嚴後推動文化產業，1993-1996 確實帶來地方公司的成長，但是 1996 年以後衰退。經濟成長率在 1991~1994 年成長，其後 GNP 減少，就業率減低，家庭收入也減少。金門觀光局指出，觀光客在 1994 年是 720,000 人，但逐漸減低成為 400,000 人。

無疑的，個案研究並不能代表全體，然而，卻提供了我們對於地方文化產業樂觀期待的反思。從推動以來浮現的現象觀察，它確實存在著下列發展困境：

(一)操作面的問題：操作的方式以文化面為主，著重於地方特色的挖掘，未能真正涉入經濟體系，以致無法為地方的產業復興帶來持久的動能（李永展，2001）。自由經濟體系的運作由供需法則決定，所提供的產品必須能滿足顧客的需求。可是要以品質取勝，不能盲目的迎合顧客，如何

以真正的內涵以及行銷、包裝的策略取勝，是操作面的一大課題。

(二)經營心態的問題：產業、文化、行銷相當程度被簡化成「從產品到販賣」的過程，闕如旅遊產業被簡化成「從民宿、風味餐到觀光」的過程，略過產業本身的基礎與內涵，產品釋出進入消費市場後，流於惡質競爭（文建會，2002）。再者，居民常抱著搶流行的心態，剛開發出來的獨特性很快成為全國社區一致性，觀光客來了一次以後，再也不會來。來了也不一定消費，徒增地方的困擾。

(三)準備度的問題：「文化產業化」不是指重視直接的文化生產「鏈」結的關係，許多因文化產業落實後所帶來對地方意識認同感的建立、地方意象的確立、地方生活的充實、甚或一種地方「吸引力」所帶來的衍生性消費經濟，才是真正文化產業落實的完整結果（廖淑容等，2000）。缺乏完整的準備度，在面對訪客進入社區所帶來的交通阻塞、環境景觀破壞等問題，對於居民生活造成干擾。

(四)利益分配的問題：因為居民欠缺經濟面的操作策略，沒有足夠的資本，加上對地方文化缺乏認同的觀點，無法觀看未來的願景，當地方特色資源曝光以後，吸引大批財團擁入，受益者是資本主義者而非居民。即使居民受益，也無法達到利益均分。

從以上這些問題看來，推動地方文化產業的理想和實踐存在著甚大的落差。地方文化產業的精神在於自然反映當地居民的心之所向。「Design」要能對地方振興有

貢獻，不光是在於它決定物的形態與色彩，本質上更要靠我們不斷努力，與地方人士共同再發現了「地方之精華」、「人心之精華」，並且將它琢磨得更美、更有價值才是（宮崎清，1996）。而文化經濟的發展不能僅由收入來衡量，必須同時考慮生活品質的改善、地方和諧和社區發展（Kong, 2000:38）。面對上述困境，亟需思考有效的方法加以解決，使真正落實帶動社區發展。

肆、在社區發展過程中營造 地方文化產業的途徑

由以上的論述，瞭解到地方文化產業的推動，面臨了一些困境，如何克服是亟待解決的課題。

Ku & Liao（2004）的研究指出「島嶼的發展朝向文化、自然和觀光更需要學習、知識發展和文化與經濟的交會。」而文建會提出社區總體營造時，亦希望透過社區生程體系的建立，讓社區中多元的居民組成結構，經由不斷的學習，投入社區的發展事務，解決環境保育問題、鄉土教育、地方產業振興、居民生活品質提昇（陳其南，1999）。本文亦提出社區發展的工作模式是社區學習型組織的運作。因此，困境的解決及未來的發展需要透過「社區學習」的機制，做為在社區發展過程中營造地方文化產業的途徑，其方式如下：

一、整合社區的學習資源一起推動

根據 Capraro 的社區發展模式，最底層的人力資本創造是基礎工程，需要結合

社區的各種學習資源與管道。

首先是結合地方的教育體系，將社區的光華藉由學習的過程，傳遞給社區居民。如北投文化基金會，與當地的國民小學結合，讓小朋友描繪北投的人文地產景當做暑假作業，甄選出來的作品到學校去展覽，讓孩子說北投的故事、編成戲劇於文建會的社區總體營造年會演出，最後出版「北投百景」一書，並印製書籤及明信片。在整個過程中，小朋友獲得了關於地方的知識，父母在參與中，也喚起了社區的情感與記憶，達到親子互動與文化傳承（洪玉蕙等，2003）。這些對於地方文化的瞭解，正是推動文化產業化的基礎。

其次，社區大學是社區最好的學習管道，應善加把握，緊密結合，開設社區需求有關的課程。例如北投推展溫泉文化產業，結合社區大學開設溫泉的相關課程，一方面使居民瞭解社區的溫泉發展史、產業特性、以及產業方向等。另一方面開設相關經營管理的課程，使社區居民具備產業行銷的概念與能力（蔣玉嬋，2004）。

另外，可藉由活動的規劃辦理轉化成學習的策略。如辦理與其他社區的交流互訪活動，一方面聯絡情誼，一方面經驗交流。但是觀摩要有成效，事前一定要周詳準備，廣泛收集資訊，對要觀摩的社區先行瞭解，觀摩時才會有重點。觀察後也要詳細記下心得札記，並加以評估，思考可運用於本身社區的可行性。最好是召開小組座談，交換觀摩的心得，擴大成效。例如南投水里上安社區從臺南白河蓮花季的活動中，認知到純粹商業與環境服務的差

異，而堅持要將客人數控制在可關照的人數，以維持服務品質，並且將眼光放遠，不將促銷活動視為利潤的來源，而是細水長流地建立與遊客的互動與信任關係（李永展，2002），這種健康的產業心態正是發展文化產業所需要的。

其他，像是組成讀書會，居民可藉由分享生產、生活經驗，釐清社區經營的可能性與面對的問題（李永展，2002）。如三峽藍染產業文化的推動採取讀書會的方式，培育核心幹部（王淑宜，2003）。亦可結合專業者、社區文史工作者及社區居民等就社區現況、屬性與資源進行學習，將調查收集的資料提供做為社區型態定位及未來發展方向評估參考。

社區宗教團體、農會或是企業團體也都是可以結合的學習管道。總之，就是讓社區所有的學習管道都能成為社區人學習社區事的資源。

二、課程的內容要善加規劃

社區存在著非常多的問題，誠如陳其南（1996）所說的「地方和社區，有環境景觀保育、鄉土教育、青少年校外生活、老人照顧、地方產業的轉型和社區總體營造的問題，這些都需要全體社區居民的參與。」這些問題其實都關連於社區造人、造產、造景的課題，也都是待學習的內容，可歸納為下列三個範疇：

（一）**知識/思想範疇**：包括社區生活或共同問題的知識及資料的掌握、能理解資料互為關係，批判的分析問題，有能力去引伸及推理，具備分析及評價能力，又可提

出創新的建議。

（二）**行為/技能範疇**：包括民眾溝通的技巧、善於表達對他人的關懷與愛心、懂得行政與參與會議的技巧、擁有社區行動和群眾動員的能力、談判、遊說、公共關係及與大眾傳媒合作的能力。

（三）**感情/價值範疇**：包括社區認同感、關心社區公共事務、建立社區良好的感情聯繫、充滿為社區服務的熱情、願意獻身社區公義的精神。（陳麗雲、黃錦賓，1996；轉引自林振春，1999）

除此之外，尚有經營產業的理念、行銷的技巧等，這些課程可以設計於活動中，讓居民學習以後，可以應用於生活中。如南投上安社區，建立產銷班的公益制度，在「尋春賞梅」產業文化活動中，遊客可以參與採梅、製梅的過程，農民扮演社區導覽員的服務角色，建立與遊客的互動。同時也發展出製茶研習及相關的搭配活動，真正達到產業文化的創造（李永展，2002）。

再如，北投文化基金會和當地的春天酒店一起合作，共同設計所謂套裝的旅遊路線，並設計 coupon 的套裝的旅遊卷，酒店提供住的、吃的，基金會則培訓居民成為導覽解說的義工（蔣玉嬋，2004）。

總之，社區的學習不是死知識的傳授，應規劃於「學中做，做中學」，以達到 Capraro 社區發展模式上層結構的社區商業發展。

三、善用對話的學習方式

Capraro 社區發展模式的中層結構是

組織帶領者的對話。對話是一種學習與認知的過程，也即是要保持對於知識的好奇心。社區發展工作，除了組織帶領者要不斷與居民對話，居民與居民間也要不斷對話。首先要問，社區具備發展地方文化產業的條件嗎？如果是，有那些？那些條件足夠嗎？用什麼方式呈顯？如果不是，有無可以開發營造的資源？如何開發？會產生什麼現象？

其次，要問發展地方文化產業是每個社區必走的道路嗎？我們的社區適合發展嗎？如果是，可以採取怎樣的發展方向？可能會遭遇那些困難？我們有足夠的能力克服嗎？如果內部資源不夠，可以有那些管道爭取外部的奧援？大家應該如何準備？

再次，要問發展地方文化產業真的可以帶來繁榮、居民生活品質提昇嗎？利益是否可以共享？還是只是少數人的利益？會不會帶來一些意想不到的反效果？這些反效果社區可以容忍嗎？如何避免？

藉由組織與居民會議的對話過程，對於界定的問題不斷反思、批判，釐清觀點，以 SWOT 分析，瞭解社區的優勢、缺點、機會和危機，做發展方向的評估，建立共同的願景以後，便可以展開社區發展工作

的實質規劃。如桃米社區，透過不斷學習與溝通，居民接受了生態工法的概念，在重建過程中，儘量保持桃米的自然風貌，並拒絕不當的土地開發（陳淑華等，2003）。

伍、結論

地方文化產業是在國內社區總體營造概念下，以在地特色化為訴求的社區發展計畫，其目標在經由造人、造景進而造產，以活化社區。在國外，它亦成為都市再生的策略。而在世界各國均大力推動文化創意產業的趨勢下，地方文化產業是社區的基礎工程。因此，它是當前世界的潮流，大家應該努力的方向。

以國內目前推動的情形，面臨了無法扣合經濟、利益分配及地方資源維護等問題，需要經由社區學習解決。因此本文論述了社區發展的意涵、地方文化產業與社區發展的關連、提出在社區發展過程中，營造地方文化產業的社區學習途徑，必須整合社區的學習資源一起推動、課程的內容要善加規劃、善用對話的學習方式，希望有助於地方文化產業的營造。

（本文作者現任行政院文化建設委員會文書科科長）

註釋：

註 1：詳文建會 2004 年白皮書 p194-195。

註 2：在陳其南的「文化產業及社區總體營造考察報告書」中，將「地方」和「社區」並列。

註 3：以文建會於 1994 年提出社區總體營造政策開始起算，至今 2004 年已有十年。

參考書目

- 文建會。(1995)。「文化・產業」研討會暨社區總體營造中日交流展論文集。
- 文建會。(1998)。社區總體營造文化產業振興研討會成果專輯報告。臺北：中華綜合發展研究院。
- 文建會。(2002)。文化產業發展與振興計畫執行成果彙編。
- 文建會(2004)。文建會文化白皮書。
- 王淑宜。(2003)。三峽藍染啟動社區學習的策略的研究。國立臺灣師範大學社會教育學系在職進修碩士班碩論。
- 李永展。(2002)。全球化與社區產業經營—以南投水里上安社區為例。建築與規劃學報。3(1), 1~14。
- 林振春。(1993)。社會工作。臺北：師大書苑。
- 林振春(1999)。臺灣社區教育發展之研究。臺北：師大書苑。
- 林勝義。(1993)。社會教育多元論。臺北：五南。
- 洪玉蕙、洪德仁、王世燁。(2003)。由「北投百景」活動探討地方感之發現。地區發展學會年會暨論文研討會論文集。新竹：地區發展學會。
- 宮崎清。(1996)。內發性的鄉鎮建設。收錄於臺灣省手工業研究所編印人心之華，頁 49~52。
- 徐震(1985)。社區發展—方法與研究。北市：中國文化大學出版部。
- 黃世輝(2002)。社區自主營造的理論與機制。臺北：建築情報。(修訂2版)
- 黃世輝(2003)。文化產業與居民參與。收錄文建會網路學院 case 智庫《社區總體營造》，40~45。
- 陳其南。(1995)。社區總體營造與文化產業發展。載於文建會編印「文化・產業」研討會暨社區總體營造中日交流展論文集。4~7。
- 陳其南。(1996)。「社區總體營造」與「生程學習」。臺北：文建會。
- 陳其南(1998)。文化產業與原住民部落振興。收錄於原住民文化與觀光休閒發展研討會論文集。臺北：中華民國戶外遊憩學會。
- 陳其南。(2002)。臺灣市民社會與社區學習理論的建立。載於余安邦等著，社區有教室。臺北：遠流。
- 陳淑華等。(2003)。攜手造家園-社區。臺北：秋雨。
- 楊敏芝(2002)。地方文化產業與地域活化互動模式研究—以埔里酒文化產業為例。國立臺北大學都市計畫研究所 90 年博論。
- 葉智魁(2002)。發展的迷思與危機—文化產業與契機。哲學雜誌，38 期，4~25。

- 葉維廉 (1990)。殖民主義、文化工業與消費欲望。當代，52 期。
- 廖淑容、古宜靈、周志龍。(2000)。文化政策與文化產業之發展－西歐城市經驗的省思。理論與政策，14 (2)，165～197。
- 蔣玉嬋 (2004)。推動地方文化產業之社區學習策略探究——以新北投溫泉文化產業之輔導為例。未出版。
- Adorno, T. and Horkhemier, M. (1979), *Dialectic of enlightenment*. London: New Left Books.
- Adorno, T. (1991), *The Culture Industry*. London and New York; Routledge.
- Bassett, K. (1993). Urban cultural strategies and urban regeration: A case study and critique. *Environment and planning A* 25, 1773-1778.
- Capraro, J.F. (2004). Community Organizing + Community Development = Community Transpormation. *Journal of Urban Affairs*, 26(2), 151-161.
- Castells, M. (1996). *The Information Age. Economy, Society and Culture*, VOL.1. Oxford: Blackwell.
- Giddens, A., (1999). *Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives*. London: Profile.
- Harvey, D. (1990). Between space and time: reflections on the geographical imagination. *Annals of the Association of American Geographers*, 80: 418-434.
- Jeffcutt P., Pick J. and Protherough. R. (2000). Culture and Industry: Exploring the Debate. *Studies in Cults., Orgs. and Soccs.*, 6, 129-143.
- Kong, L. (2000). Culture, economy, policy: trends and developments. *Geoforum*, 31, 385-390.
- Ku, Y-L. & Liao S-J. (2004). Is Kinmen successful in its development of a cultural industry? *Cities*, 21(1), 69-72.
- Senge, P. (1990). *The Fifth Discipline – The Art and Practice of the Learning Organization*, N.Y.: Doubleday.
- Tett, L., Crowther, J. & O'Hara, P. (2003). Collaborative partnerships in community education. *Journal of Educational Policy*, 18(1), 37-51.
- Vidal, A. and Keating, W. (2004). Community Development: Current Issues and Emerging Challenges. *Journal of urban affairs*, 26(2), 125-137.
- Wynne, D. (1992). *The Culture Industry*. Ashgate Publishing Company.
- Yang, M-C and Hsing, W-C. (2001). Kinmen: governing the culture industry city in the changing global context. *Cities*, 18 (2), 77-85.
- Zukin, S. (1995). *The Culture of Cities*. Blackwell, London.