



# 文化、創意與傳播購書計畫： 一個結合生活與創意的饗宴

郭良文\*

## 一、計畫緣起

文化創意、產業與傳播是國內外近 10 年來相當熱門的議題，創意產業 (creative industries) 此一名詞最早源自英國的政府與學界，後來有關這個領域的討論遍及美國、澳洲、歐洲及亞洲等國家。在不同地區，所使用的名稱往往有所不同，而且所重視的內容也不太一樣。

依據英國學者 John Hartly (2005) 所編的 *Creative Industries* 一書 (Routledge Press)，將創意產業定義為以「新知識經濟」(new knowledge economy) 為基礎，在新傳播科技 (ICTs) 的脈絡下，將「創作藝術」(個人才能) 與「文化工業」(大規模生產) 進行在概念上與實務上的整合，並提供給「新興互動公民與消費者」(newly interactive citizen-consumers) 使用。可見創意產業的概念涵蓋廣泛，包括創意、市場及科技，其中傳播扮演的角色相當重要，沒有新傳播科技的運用，創意產業就難以施展開來，所以電腦、網路、智慧型手機等新媒體都是推波助瀾的重要工具。

創意產業的內容在澳洲比較重視廣告、建築、設計、互動軟體、電影與電視、音樂、出版及表演藝術等面向。新加坡則相當強調內容產業的上游部分 (包含文化產業，Cultural Industries)，將其隸屬於著作權產業 (Copyright Industries)，且視發行產業為內容產業的下游。而臺灣依據當時文建會的界定，將重點放在視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、設計產業、出版、電視與廣播、電影、廣告、文化展演設施及數位休閒娛樂等面向，且通常以文化創意產業稱之。不同國家雖有不同界定，但可以確認的是，創意產業 (或稱文化產業、文化創意產業、創意文化產業) 是一種發揮彈性生產、重視內容

\* 國立交通大學傳播與科技學系教授兼人文社會學院院長

創新，以及強調軟實力的產業，與傳統產業或機械生產時代的產業有極大的差別。

根據 2009 年 PricewaterhouseCoopers 出版社所出版的《全球娛樂和媒體觀點》一書中指出，全球娛樂和媒體市場規模在 2008 年達到 1.7 萬億美金，並且預估在 2012 年能高達 2.2 萬億美金。在文化、創意、傳播產業方面，亞洲地區被定位為其中一個高速成長的市場，而臺灣政府現階段也相當重視創意文化產業方面的發展。如《文化創意產業發展法》甫於 2009 年底通過，通過後曾由文建會負責訂定十三項子法細節與推動相關配套措施，以達到臺灣「以文化立國、文化興國」的願景，現在則由改造後的文化部接手此項重要業務。

此項購書計畫建置前，本計畫用以下關鍵字查詢本校圖書館的館藏，包括使用 creative economy、knowledge economy、cultural industry、digital content、new media & technology、creative spaces、online community、popular culture、interactive media、cultural diversity、communication technology 等概念，共查得中西文圖書 2,049 冊，顯示這些概念所代表的議題有一定的重要性。這也符合全球各地對於文化、創意與傳播產業的發展趨勢，因此開始有越來越多的相關書籍在各國出版。

本人所服務的國立交通大學，於民國 84 年成立人文社會學院，至今約 20 年，目前擁有近 50 萬冊的人文社會學領域相關圖書資料及約 50 萬種的電子書資源，但與本次購書計畫主題相關之書籍仍少。在本校圖書館中，文化、創意與傳播相關書籍，多集中在社會文化與新聞傳播領域中，與創意相關的書籍典藏有限。在文化、創意與傳播的相關館藏中，除了傳播與工程領域的傳播技術之外，明顯不足，加上鄰近的清華大學之相關館藏亦有限，所以需要在這個方面大大加強。因此文化、創意、傳播圖書的典藏計畫成為國內重要的發展方向之一，交通大學亦能透過此項計畫積極充實人文社會相關館藏，使傳播與創意文化領域書籍更豐富、更符合研究與教學的需求，有機會擴充交通大學、清華大學在這些領域的書籍，也能促使新竹地區大學圖書資源進一步擴充與整合，建置成創意傳播書籍集中的區域，供全國教授、研究人員運用，這樣的願景也是本計畫的重要動機之一。

基於創意產業與傳播的重要性，加上科技部「補助人文及社會科學研究圖書計畫」與本校所規劃的購書計畫相關，促成由本人擔任主持人、由國內



第一位畢業於澳洲昆士蘭科技大學（Queensland University of Technology）創意產業學院的邱琪瑄博士擔任共同主持人（目前任職於銘傳大學廣告學系助理教授），提出了此項購書計畫之申請，經審查後也很幸運的通過了三年期的補助，合計總金額 5,000,000 元。

## 二、目的與作法

本計畫的目標，在於建立文化、創意、傳播領域的圖書典藏。典藏價值及影響，對於臺灣學術及研究圈而言，本計畫的最終價值在於校際的合作與分享。目前臺灣各大學圖書館或是研究單位並無設立專門的文化、創意、傳播圖書典藏，相關議題的書目趨於分散，缺乏系統化的規劃、典藏及分享，因此研究人員及學校師生所需的圖書資源取得方式大多得透過跨校館際互借。因為文化創意產業為國內新興的研究領域，國內相關的典藏不足及資源斷層，造成研究方向及題材無法與國際接軌，缺乏創新，故整體而言，本案期望建立文化、創意、傳播學的特色典藏，除了規劃補足核心主題相關理論的典藏之外，也希望能夠擴充影響力到跨領域的實務與應用層面，並加強館藏的深度、廣度、圖書資料的新穎性及增加研究教學資源，達成長遠的資源分享及圖書推薦機制，成為臺灣相關研究領域的圖書資源中心，擴大學術的影響層面。

本計畫共執行三年，依照採購年分排列重點與書單，也隨時將新出版之相關書籍加入採購清單。文化、創意、傳播學本身就是一門跨領域的學科，其相關領域更是多元及繁雜，除了最核心的文化、創意及傳播學門之外，還納入商學、法律、地理、教育、中文等相關領域的資源，期待能擴充本校現有的館藏，建立特色資源。計畫第一年度採購重點，著重於收錄文化、創意與傳播相關理論的核心理論典藏，基礎核心領域包括：文化相關理論、創意產業相關理論、傳播相關理論。第二年度的採購重點則著重於收錄文化、創意與傳播產業現況與實務的相關典藏，基礎核心領域包括：文化相關現況與實務、創意產業相關現況與實務、傳播相關現況與實務。而第三年度的採購重點在於文化、創意與傳播的跨領域相關應用，其中核心領域為商學、法律、地理、教育、中文等相關學科，以及補齊關於文化、創意與傳播領域核心專家學者的其他相關著作。

為了配合文化、創意、傳播產業的課程教學編排及研究性質，本計畫特

別集結了理論基礎、實務及應用發展等面向的圖書資源，提供學術研究者及學校師生完整的典藏。本計畫主要查詢之英文關鍵字詞分為五大類，包括 Creative Culture & Economy (創意文化與經濟)、New Media & Technology (新媒體與科技)、Creative Spaces (創意空間)、Sub-Industries (次產業) 及 Others (其他項目)。「創意文化與經濟」下主要的細目共 21 項，涵蓋創意經濟、創新、各種創意領域及數位經濟等。「新媒體與科技」下主要的細目共 26 項，涵蓋傳播科技、網路、線上遊戲與產業、著作權產業、互動媒體、動畫、數位內容及數位學習等。「創意空間」下主要的細目共 6 項，涵蓋創意城市、虛擬影棚及虛擬空間等。「次產業」下主要的細目共 24 項，涵蓋數位電視、時尚、音樂、遊戲、新媒體、電影、節慶、公關、廣告、設計及虛擬博物館等。而「其他項目」則包括文化政策、全球化、消費、流行文化、知識管理、好萊塢及寶萊塢等 14 項。詳細細目可參見表一。

表一 本計畫查詢之五大類英文關鍵字詞及其細目

<p><b><u>Creative Culture &amp; Economy</u></b>            Creative Industries            Creative Economy            Knowledge Economy            Innovation            Innovation Process            Entrepreneurship            Evolutionary Economics            Creativity            Creative Capital            Creative Capacity            Creative Culture            Creative Pedagogy            Creative Class            Creative Talent            Creative Worker            Creative Workforce            Cultural Production            Cultural Branding            Cultural Industry            Digital economy            Value-Added</p>	<p><b><u>New Media &amp; Technology</u></b>            Communication Technology            The internet            Cyberspace            Online            Online Community            Online Games            Youtube            Participative Media            Copyright            Patent            Copyright Industry            Web 2.0            Social Network Service            Open Source            Creative Commons            Participatory Pedagogies            Citizen Journalism            Interactive media            Animation            Multimedia            Cyberdrama            Information and Communication Technologies (ICTs)            Communication Technology            Digital Content            Digital Learning</p>
<p><b><u>Creative Spaces</u></b>            Creative City            Creative Cluster            Creative Industries Precinct            Virtual Reality            Virtuosity            Virtual Studio</p>	<p><b><u>Others</u></b>            Cultrual Diversity            Cultrual Science            Cultrual Policy            Globalization            Glocalization            Convergence            Consumption            Popular Culture            Mass Culture            Modernity            Post-modernity (Postmodernism)            Knowledge Management            Hollywood            Bollywood</p>

(續下頁)



表一 本計畫查詢之五大類英文關鍵字詞及其細目 (接上頁)

<b>Sub-Industries</b>	
Journalism	Space
Digital Television	Advertising
Fashion	Public Relations
Music	Integrated Marketing Communication (IMC)
Games	Auto-ethnography
Networking	Visual Arts
Performance	Design
Storytelling	Creative Writing
New Media	Interactive Television
Film	Digital Archive
Festivals	Digital Library
Entrepreneurs	Digital Museum

### 三、執行成果與心得

依據以上的檢索值進行查詢，另外再加上各書商提供的資料，刪除不相關、重複的書籍名單之後，購買書籍皆先由科技部進行複本率的審查。由於本校圖書館大力支持本計畫之執行，除了三年共提供 100 萬元之購書配合款之外，所有購書之業務皆由圖書館館員負責，我們僅提供書單、作者、出版社、出版年與書號等基本資料，至於書單是否重複提出或圖書館已經擁有，也都是由圖書館負責進行。同時，本校圖書館每個月定期告知我們書籍採購情形，包括已經訂購多少本書、到館多少本、花費金額多少，以及執行率情形等，對我們計畫的推動有相當重要的幫助，有圖書館的行政支持作為支柱，才能讓我們計畫的推動無後顧之憂。

本計畫第一年度所購買的英文書籍到冊 966 本，第二年度購買外文書籍到冊 1,068 本，交通大學圖書館配合款購買的書籍則到冊 262 本。第二年度所購買書籍其中有 144 本為日文書，這方面非常感謝本計畫蔡欣蓓助理負責聯絡旅日的彭玉芬小姐幫忙提供書單。第三年度所購買的外文書籍到冊 586 本(其中 6 本為日文書)、中文書到冊 36 本，以及配合款所購買書籍到冊 265 本，三年共到冊 3,183 本相關書籍。第一、二年由科技部補助經費所購得之書籍，複本率低於 3%，是相當理想的結果，遠低於科技部規定之比例；第三年則因部分新上市之書籍來不及趕在 5 月前到校，不少較熱門書籍在國內其他大學圖書館也紛紛採購，導致複本率較高，但仍在科技部規定之 30% 以內。

第一年科技部核定本計畫的購書補助金額為 1,803,000 臺幣，第二年科技部核定本計畫購書補助金額為 1,360,000 臺幣，加上第一年計畫經費餘額 299,292 臺幣，以及本校圖書館依承諾提供本計畫 500,000 臺幣配合補助款，

第三年計畫購書補助金額為 1,360,000 臺幣，加上第二年計畫經費餘額 119,036 臺幣及 500,000 臺幣配合補助款，第三年發訂金額共 1,905,357 臺幣，本三年期計畫補助經費共發訂金額 4,449,321 臺幣，加上三年的業務費用，總共支出 4,926,321 臺幣，餘額僅剩 73,679 臺幣，同時學校所補助的配合款 1,000,000 臺幣也全數發訂完成，三年下來的總執行率為 98.53%。

表二 本三年期計畫購書情形

年度	計畫經費	配合款經費	餘額	計畫到書冊	配合款到書冊
第一年	1,803,000	0	299,292	966	0
第二年	1,360,000	500,000	119,036	1068	262
第三年	1,360,000	500,000	73,679	622	265
總計	4,523,000	1,000,000	73,679	2656	527

備註：因本校配合款撥放作業之故，金額分配為第二年度與第三年度各 50 萬，共 100 萬元。

雖然參與此項科技部購書計畫能夠帶來不少實質的成就感，比如每當看到一些好書或新出版的相關書籍資料時會感到高興，不過卻也常愁眉不展，原因是我們想購買的好書，他校圖書館很可能同時已經購買。由於科技部規定三年購得書籍的總複本率不得超過 30%，而許多書籍經由科技部承辦人楊李榮先生查核後，發現其他大學已經購買，這實在令人感到氣餒！所幸，部分這些好書可透過交通大學圖書館的配合款來購買，但畢竟配合款有限，許多好書也只能眼睜睜將其割捨掉了。

計畫執行期間，有時覺得買書就好比碰運氣一樣，端看能取得多少新書書單、學校圖書館是不是尚無館藏，或者複本率究竟如何。猶記計畫第三年是選書單最痛苦的一個階段，因為許多相關書籍在前兩年已經買過，而書商送來的書目資料卻又不斷重複，這真令人感到腸枯思竭。最令人氣餒的是，想選的書已經有限，難得找到想購買的書籍，卻又發現本校圖書館或其他大學圖書館已有收藏，最後常有勾選 30 本書，卻頂多只有 5 到 10 本書可購買情形，這個購書辛酸過程，可謂點滴在心頭。本計畫第三年所購書籍的複本率比前兩年高出許多，還好平均下來尚能符合 30% 的標準，真是萬幸！否則恐怕連結案都會有困難了。

在共同主持人邱琪瑄老師的協助與蔡欣蓓助理的執行之下，本三年計畫終於排除困難，購置圖書共 3,183 冊，執行率雖未達 100%，但也高達 98.53%，



退回的七萬多元經費，主要是因為出版社到書太緩慢而拖過結案時間，所以總成果仍是值得欣慰的。希望藉由此計畫所建立起的圖書資源，在校際之間進行充分的合作與分享，並提供給從事文化、創意與傳播研究的學者更好的研究資源，以創造出更好的成果。