

## 文化創意·原民魅力

### —從新五都格局談建構都市原住民族文創產業的契機

尤天鳴

財團法人台灣發展研究院

#### 摘要

2010年12月25日，「五都十七縣市」正式形成，臺灣的都市化現象加速進行中，台灣原住民族人口也快速往都市移動，根據行政院原住民族委員會統計，截至2011年2月底，已設籍非原住民鄉鎮市地區之「都市原住民」，人口數高達219,224人，佔原住民族總人口數的42.68%，若將非設籍在都會區之工作人口計算後，都市原住民族之人口數，實際上已經佔原住民族總人口數之50%以上。本文主要希望透過城市、原住民族及文化創意產業三者的關係來討論，如何在城市發展與民族發展中間，找到發展都市原住民族文化產業的契機。

關鍵詞：五都改制、原住民族、文創產業、民族發展

---

尤天鳴 財團法人台灣發展研究院助理研究員，E-mail: 98259506@nccu.edu.tw  
(收件：2010年3月16日，修正：2011年6月29日，接受：2011年7月21日)

ISSN 2078-4279 print / 2078-4287 online © 2011 by The Open University of Kaohsiung / Vol. 2, No. 2 / September 2011

## 壹、緒論

2010年12月25日，「五都十七縣市」正式形成，臺灣的政治地理空間呈現出新的格局，過去一直被人所擔憂的人口過度集中都會區的現象，已經正式浮出檯面，接著下來將有桃園縣也即將在不久的將來，成為準用直轄市規定的縣分，擠身為直轄市俱樂部的一員，臺灣的都市化現象及都會區之治理，將會是未來相關國家政策在擬定時，必須加以關注的一個區塊。

根據行政院原住民族委員會統計，截至2011年2月底，已設籍非原住民鄉鎮市地區之「都市原住民」，人口數高達219,224人，佔原住民族總人口數的42.68%，若將非設籍在都會區之工作人口計算後，都市原住民族之人口數，實際上已經佔原住民族總人口數之50%以上，臺灣的原住民正式面臨到都市化的重要歷程，人口結構也起了相當重大的改變。其中又以阿美族佔絕大多數。他們大多居住在基隆、台北市、新北市、桃園縣、台中市、高雄市之周邊衛星城鎮區。

五都新的行政區劃及腹地擴大，將過去因為行政區劃及腹地過小的問題一併處理，對於都市原住民族而言，無嘗是一個新的契機，若加以把握並發展出屬於民族特色之產業，不也是扭轉都市原住民族，長期處於經濟弱勢窘境的一項利器。

當代創意產業大師—約翰·郝金斯曾說過：「人類創造的無形資產價值，未來將超越我們所擁有的物質資產價值」，且臺灣目前也將文創產業作為發展的重點，都市原住民的弱勢困境，是否也能順應著此一脈絡尋求解決之道，並且形塑都市原住民族文創產業的觀點，在城市發展與民族發展並重下，建構出屬於都市原住民發展文創產業的特色，是本文亟欲探究的重點，也是提供未來相關都市原住民族政策之參考。

## 貳、都市原住民族的型成與發展困境

由於都市原住民族之遷徙及發展，對於原住民族整體社會影響甚鉅，尤其五都改制後，除了政治上的行政區劃改變外，民族文化傳承及相關產業之推動皆無明確方向的此時，我們認為有必要去探究都市原住民族的型成與發展，而這樣的命題也攸關未來這一群人在城市發展與民族發展中間，尋找出自身的平衡點。

### 一、「舊都市原民」VS「新都市原民」

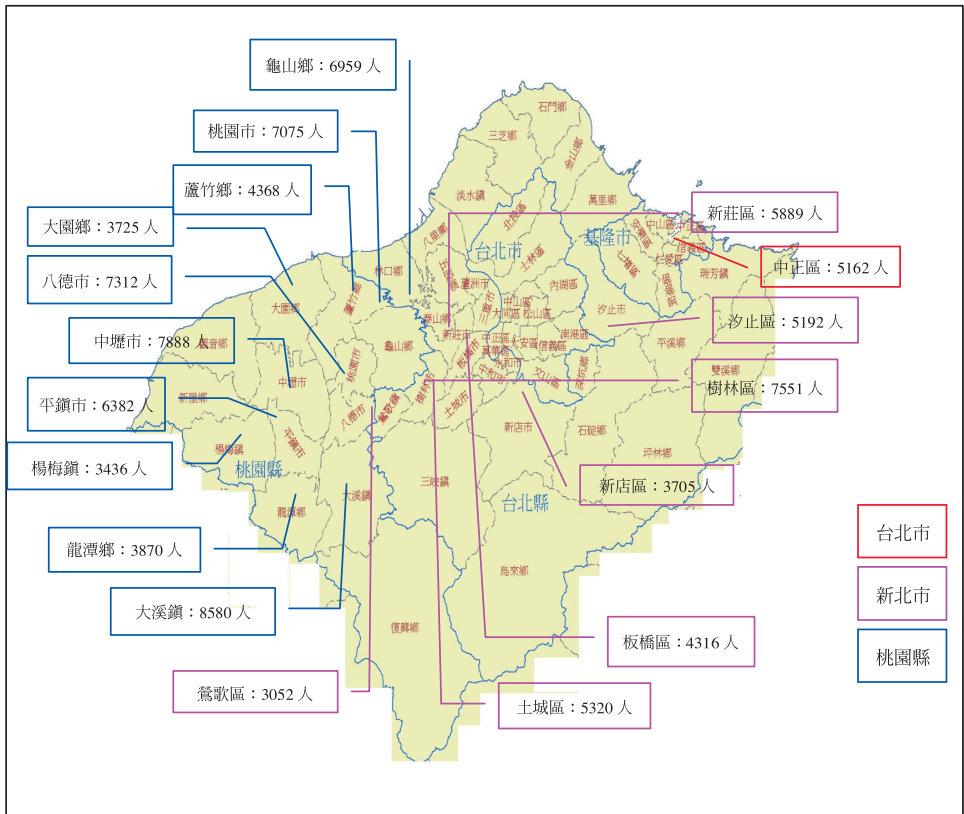
對於居住在原鄉的原住民族而言，居住在都會區的原住民族，我們就稱為「都市原住民族」，而若以五都改制為一個臨界點，民國50、60年代從原鄉遷徙到都會區的原住民族人，乃至於在此落地生根而孕育的第二代，甚至現在已經有第四代，這一群都市原民，在此筆者給予一個新的代稱「舊都市原民」，相較於「舊都市原民」，去年（2010）底五都升格改制後，有一批「新都市原民」產生，兩者的差異，筆者認為可以做這樣的比喻：「舊都市原民」是搬家，「新都市原民」是改建。五都改制前，學界比較熟悉的都市原住民族，是屬於前者，而後者未來也將是臺灣城市研究或發展上，不容忽視的重要群體。

蔡明哲（2001）指出，造成都市原住民族形成之原因，一般認為是1960年代起，台灣社會經濟生產模式由農業經濟轉型為出口導向的勞力密集型產業，造成大量人口集中於都會與工業衛星城鎮。而農業式微、貨幣經濟市場介入、平地就業機會較佳、喪失保留地、部落內部人口增加、通婚、求新求變等主客觀因素，使得1960年代起，便已有許多平地或山地原住民陸續遷入都會區居住、工作。

由於教育程度無法與優勢之漢民族競爭，早期都市原住民普遍從事低技術且高危險性之勞力工作，例如：礦工、遠洋漁撈、工廠員工、建築工人、運輸司機、小吃服務業等，更有一些不幸少女遭人口販子低價賣入色情行業。這些

低職位、低技術且多屬點工性質的工作，使得都市原住民族就業情況長期處於不穩定的狀況，文化隔閡也常造成適應不良的問題，因此都市原住民更換工作的頻率普遍偏高，且多是無有晉升的橫向流通。

前兩項的描述，其指向的範疇為「舊都市原民」，其中又以阿美族佔為多數。他們大多居住在基隆、台北市、新北市、桃園縣、台中市、高雄市之周邊衛星城鎮區（見圖一）。採取較為狹義的方式界定方式：「原設籍在山地鄉或平地鄉原居地之原住民，因工作或婚姻等因素遷徙離開原居地並設籍於非原住



圖一 北台灣原住民人口超過三千人的行政區（模擬原鄉人口流入後）

資料來源：依據行政院原民會（2011）筆者自行繪製。

民鄉鎮市者」。<sup>①</sup> 雖然這樣狹義認定，有其原鄉遷往都會，並符合「定居」的概念之意涵，卻不能忽略原住民在原鄉與都會之間並非單一遷徙，而是有回流的現象。

「新都市原民」相對於「舊都市原民」，加入都市原住民族這個大家庭，時間來的較短及較晚，除了時間的差異性外，他們的加入，已完全顛覆過去社會學者一直強調的「推 / 拉」理論，新都市原民基本上，只有拉沒有推，而這樣的拉力有很大一部份，不是來自於「自由意志」。

據行政院原住民族委員會統計，截至2011年2月底，已設籍非原住民鄉鎮市地區之「都市原住民」，人口數高達219,224人，佔原住民族總人口數的42.68%，若將非設籍在都會區之工作人口計算後，都市原住民族之人口數，實際上已經佔原住民族總人口數之50%以上。

## 二、發展的困境

都市原住民概念主要是對應於居住於原鄉的原住民而論，主要是突顯其空間上的位移。所以這個名詞有變動性，而有研究者認為，都市原住民移動呈現既流動又連繫的現象，他們不僅游移在都市與都市，同時也來回於原鄉與都市之間。基本上都市原住民與原鄉有一定的共同體關係，然而這樣的依存關係，也只能解釋第一代或第二代都市原住民的遷徙狀況，但是對於與部落脫節的第三代以後的都市原住民而言，原鄉部落與他們的關係，遙遠地就像他們只是原鄉部落的觀光客，偶而參加豐年祭典的零星接觸。

五都改制後，打破了過去原住民族行政區域「30個山原鄉」的模式，原本隸屬於台北縣的烏來鄉、台中縣的和平鄉以及高雄縣的桃源鄉、那瑪夏鄉、茂林鄉，搖身一變成爲新北市、台中市以及高雄市的行政區，民選的鄉長改爲官派外，這些原本叫做山原鄉的部落原民，瞬間成爲大城市的「都會原民」，這

<sup>①</sup> 參照教育部、原民會（2011）。

樣的改變，絕對不是更改門牌上面的行政區別，如此簡單且平順。

原住民社會經濟地位差異及其遷移情形早已受到政府與學界的注意，過去二十多年來原住民的高度流動趨勢未曾稍減，其社會經濟地位亦歷經重大變化。由於要了解原住民的社會與經濟變遷，掌握他們的遷徙趨勢與分佈狀況是最基礎的工作，故原住民的遷徙及社會經濟地位變遷一直以來是臺灣社會的重要議題（章英華、林季平、劉千嘉，2010:51）。

從前項的描述，我們不難發現，學界普遍將「原住民的遷徙」，視為社會議題，因此在早期研究都會區的原住民族時，幾乎皆以社會適應作其關注點（章英華、林季平、劉千嘉，2010:51-53），然而對於民族學研究者而言，原住民族的遷徙所代表的意義，絕非個人因為生計選擇如此單純，除了要考量原住民族遷徙時，對其民族發展之影響外，遷徙定居後的民族文化傳承及人口結構，乃至於目前政府推動的民族自治，都因為原住民族的遷徙產生了關鍵性的影響。

馬凱（1998:17-18）認為，造成原住民族經濟地位較為弱勢的因素有下列4項：

- 1、原住民族的傳統文化中較欠缺市場經濟運作的主要成分。
- 2、原住民族產業結構方面的不利因素。
- 3、原住民族所擁有的資源價值未充分顯現。
- 4、都市原住民族一方面受到傳統文化中與市場經濟不相容的特色影響，在都市中的發展機會受限，一方面又在傳統文化的驅使下，要求在都市中保持某種較富特色的生活方式，兩者都使都市原住民族處於相當不利的地位。

馬凱教授對於都市原住民族經濟上的發展，長期處於弱勢的看法，正好可以解釋：「四十年來投入都市勞動市場，都市原住民族並沒有如同同期的台灣中南部漢族移民一樣在社經地位上逐漸往中上階層移動，反而仍大多停留在中低勞動階層」（蔡明哲，2001），這樣的窘境。

當「新都市原民」加入都市原住民族的行列後，也帶來新的發展問題，因

為在過去十幾年間，臺灣面臨氣候異常，造成許多原鄉地區成為所謂的重災區，而「新都市原民」皆在這些重災區中，以往的經濟產業不但被破壞殆盡，遙遙無期的重建之路，更是可能造成拖垮市府財政的重要關鍵。

都市原住民族在「先天不良、後天失調」的雙重壓力下，在發展上的困境可謂雪上加霜。因此，如何在土地利用、產業發展、人才及資產之供應上，尋找出自我發展的最有利途徑，我們認為是目前都市原住民族必須面對的嚴肅課題。

### 參、都市原住民族VS文化創意產業

為有效推動我國文化創意產業，行政院於2002年將文化創意產業納入國家發展重點計劃項下，除由各部會規劃產業推動方案外，行政院自2003年起，開始動促進文化創意產業發展專法的制定，並指示由經濟部著手草案研擬工作。行政院更在2009年10月已正式訂定以五年為期的文化創意產業發展方案，希望投入更大的力量協助並鼓勵文化創意產業的發展，該方案規劃五年將投入262億元，分別從賦稅降低、人才培育、市場開拓以及品牌建立等方面盡力協助文創產業的發展。而讓眾人引頸期盼的《文化創意產業發展法》，也終於2010年1月7日經立法院院會三讀通過，完成立法程序，並於2月3日華總一義字第09900022451號總統令制定公布。<sup>②</sup>

在目前，舉全國之例發展文創產業的同時，馬總統不止一次在接受媒體訪問時，希望台灣原住民族，尤其是在歷經天災侵擾的原鄉部落，能夠透過文創產業拼經濟，而行政院原民會也在此時制定所謂的台灣原住民部落文化創意產業輔導計畫，其用心及努力可見一斑。然而針對行政院原民會的施政理念，筆者認為有討論的空間，畢竟在超過50%的原住民族人居住在都會區的現今，都市原住民族發展文化創意產業，更有其適切性及代表性。

<sup>②</sup> 請參見行政院文化建設委員會（2010）。

## 一、形塑臺灣文化創意產業的關鍵

文建會在1995年「文化產業研討會」中首先提出「文化產業化、產業文化化」之構想，此一「文化產業」概念，隨後成爲我國「社區總體營造」的核心。在全球化與科技化兩股力量的推進下，全球新經濟型態已轉變爲以創新爲主之知識經濟型態，「全球思考、在地行動」更成爲二十一世紀之主流思維，政府爲貼近此一脈動，因此於2002年正式將「文化創意產業」這項「文化軟體」列爲「挑戰2008—國家發展重點計畫」其中一項，文化創意產業發展計畫，期待藉由結合藝術創作和商業機制，以創造具本土文化特色之產品，藉以增強人民的文化認同與增加產業的附加價值（行政院文化建設委員會，2004:125）。

2003年3月及7月，由經濟部、教育部、新聞局及文建會共同組成跨部會「文化創意產業推動小組」第2、3次委員會議決議，確立了台灣文化創意產業的定義和範疇，大體上係基於以下的特性而列入考量：

1. 就業人數多或參與人數多。
2. 產值大或關聯效益高。
3. 成長潛力大。
4. 原創性高或創新性高。
5. 附加價值高。

定義爲「源自創意與文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提昇的行業」。這個定義參考了英國與聯合國對於文化創意產業的定義，英國政府的創意產業（creative industries）政策，是目前國際間產業別架構最完整的文化政策，定義是：「創意產業起源於個人的創造力、技能和才華，透過產生與開發爲智慧財產權後，具有開創財富和就業機會的潛力」。而聯合國教科文組織關於文化產業（cultural industries）的定義是：「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。(行政院文化建設委員會, 2004:125-126)」而根據「文化創意產業發展法」的定義, 共計有視覺藝術產業等16項產業, 被政府列入扶植的文化創意產業類別。

所謂的文化創意產業, 最簡單的定義就是:「用文化來做生意」、「用文化來賺錢」, 若我們再深層的思考, 何謂「文化」, 何謂「台灣的文化」, 原住民族的文化範疇, 應該沒有人會反對列入台灣文化範疇之中, 而最能代表台灣的文化特色中, 我們認為原住民族文化也能名列前幾名。這也是為什麼, 馬總統一直呼籲原住民族要發展文化創意產業的用意。

筆者認為, 發展原住民族文化創意產業, 除了是形塑台灣文化創意產業的關鍵外, 更是彰顯台灣發展文化創意產業之特色, 而有別於其他華人世界之國家及地區; 而在此同時, 都市原住民族的文化創意產業之發展, 在原住民族文化創意產業的趨勢上, 更有舉足輕重的角色。這樣的特殊性, 就是來自於居住在城市的特殊性, 因為城市, 讓都市原住民族在發展文化創意產業時, 更俱競爭力。

城市可說是匯集創意的大鍋子。長久以來, 經由城市的匯集, 人的創意得以動員、聚集、引入, 因而轉化產生技術與藝術的創新、新型態的商業與產業, 以及新型態的社區與文明(傅振焜[譯], 理查·佛羅里達[原著], 2006:1)。

依據上述的城市在創意的特性, 都市原住民族在發展文化創意產業上, 佔有所謂之地利之便, 而審視都市原住民族之內部組成, 除了新都市原民的部落及鄉村特性外, 都市原住民族幾乎涵蓋了台灣14個原住民族, 各原住民族在城市生活並且交流, 所激盪出的文化創意能量, 相當可觀且龐大。

## 二、帶動臺灣原住民族發展的契機

不論從失業率、教育、工作或收入及家庭總收支的各項資料來分析, 臺灣原住民族在經濟表現的發展, 都呈現相對弱勢, 雖然都市原住民族普遍來看,

經濟能力及就業表現都若優於原鄉地區的族人（章英華、林季平、劉千嘉，2010:106），但是若比較兩者在城市與鄉村的一定生活開銷後，都市原住民族在城市生活亦不輕鬆。

在台灣，發展族群文化特色的文化創意產業，筆者認為以客家族群最為顯著。每年舉辦的「油桐花季」、「創意商品」及各地已經發展出的客家文化創意產業，如三義木雕、大湖酒庄等，每年大幅成長的產業收益，不但改善民眾的經濟生活，透過文化創意產業來提振客家文化，更收到「以文化創造價值、以產業復振文化」的雙贏空間。

發展文化創意產業，在客家族群上我們看到成功的案例，但是成功背後所付出的努力，以及每一項環節的配合，才有可能有具體成效。以目前台灣原住民族文化創意產業發展上，面臨到行銷與生產，下游的包裝與宣傳，以及產業鏈的結合與設計人才等等問題，原住民族文化創意產業似乎還有一條很長的路要走。

雖然，在發展文化創業產業上，原住民族需要更多的努力及付出，但是因為五都改制後，對於都市原住民族在發展文化創意產業，卻帶來一線曙光。由於腹地的擴大及行政機關的改隸，新都市原民，過去在原鄉的產業，得以更便利及單純地與市場結合，龐大的消費群及政府的重視，都市原住民文化創意產業增加了曝光空間，在改制前已經習慣商業運作的舊都市原民，更可以成為都市人及新都市原民兩者的媒介，行銷、包裝、經營甚至設計，都因為城市中的人才濟濟，找出迎刃而解的辦法，經由發展都市原住民族文化創意產業，帶動整體原住民族之發展，不失為原住民族發展的新契機。

### 三、都市原住民族文創產業之發展剖析

由於文創產業的異軍突起，具有文化多元性的原住民族文化，在現今的臺灣社會很容易與文創連上關係，因此近幾年來，有關原住民族之文化產業，或多或少就必須與文創連在一起，甚至是被強迫一定要跟文創扯上邊。

相較於原鄉部落的文創產業發展，都市原住民族的文創產業，目前還無法聚焦在哪些產業可以稱為文創產業，以「海角七號」一片走紅的排灣族琉璃珠為例，獲益最深的商家，還是位在屏東山地門鄉的「蜻蜓雅築」，即便目前都會區有許多販賣琉璃珠的原住民店家，依舊無法消除旅客去蜻蜓雅築朝聖的熱情。

以文創產業作為基準，筆者認為，目前都市原住民族文創產業尚在萌芽階段，雖然都市的商業性及消費力相較鄉村強大，但是不可諱言地，作為「產業」的標準，都市原住民文創產業依舊無法突破；再者，我們發現，現階段五都的原住民族文創政策，尚未脫離舊有的思維，舉例來說，在台北市或新北市的原住民族文創產業政策，始終擺脫不了在既有的文化產業打轉，這種認為只要把原住民族文化產業「升格」文創產業的觀念無法打破，我們認為都市原住民族文創產業在發展上，一定會有極大的侷限性。

此外，我們也發現到，五都的權責機關，非常喜歡將原住民族的商家，集合在某一特定地區發展，這樣的作法，固然有其商業上聚集的功效，就好比台北的光華商場、高雄的新掘江及台中的逢甲夜市，但是用政策主導商業的發展策略，這樣的策略是相當不明智也沒有效率。

回到都市原住民族文創產業之發展議題上，我們不難發現，不論是中央政府或者是地方的五都直轄市政府，基本上對於如何發展原住民族文創產業，仍然無法提出有效的策略及具體作法，因此，我們看到是「一人一把號、各吹各的調」，即便是目前所謂專業的「原住民族文化事業基金會」來主導原住民族之文創產業發展，但也只有以該單位急迫性的影音產業需求發展，我們完全看不到，一個整體的發展論述，乃至於發展策略。

## 肆、都市原住民族文創產業的發展策略

### 一、發展以多元文化為基底的美學教育

多元文化主義（multiculturalism）是一個目標或價值、一個概念，同時也是一種態度或策略。西方社會因為移民或其他因素所導致的人口組成結構的改變，致使多元文化主義相關議題愈受重視：當然，風起雲湧的種族與婦女運動，也提昇了大家對多元文化主義的覺知與認識，像美國、英國、加拿大、澳大利亞、紐西蘭等國家，都不得不面對多元文化的社會現實，積極因應處理社會的權力結構不平等的問題，不管是在法律、政治、經濟、教育與媒體等各層面，都陸續有新的政策發展出來以解決少族群之間的激烈衝突（游美惠，2006:51）。

而在一個多元文化的社會之中，這些文化多樣性與文化差異，都是值得珍視並且應視之為平等的，不僅應該保障多元文化的存在，還應該承認與肯定他們的價值。多元文化主義或多元文化教育者關心的議題因此可以說是：應致力探討不同社會文化判斷的社會建構過程與性質，不應不以為疑的依照自我文化的判斷來判定他人（族群）的固有性質或病症（游美惠，2006:52）。

從發展的角度觀察，不論是文化產業或文化創意產業，創意設計是不可或缺的條件，具體地說，創意設計有三大要素：一是美感，二是價值，三是故事。首先，形式與外型的「美感」是發展必要的條件，讓外在的環境變的更藝術化、更美感化，進而從外在而影響內在（李瑞和，2007:9）。對於文化創意產業而言，「美感」更是決定文化創意產業是否能蓬勃發展的重要因素。因此，我們可以看到在「文化創業展業發展法」第13條，就明定「為提升國民美學素養及培養文化創意活動人口，政府應於高級中等以下學校提供美學及文化創意欣賞課程，並辦理相關教學活動」。

然而，對於發展都市原住民族文化創意產業而言，單純的美學教育是不足夠，在於一般民眾對於原住民族文化之了解及多元文化教育之不足，如何在文

化多樣性與文化差異上取得共識，並且體認到各別差異所帶來的珍貴性，進而欣賞不同文化群體所創作出的工藝品或藝術品，如此深耕基底的多元文化美學教育，方為發展都市原住民族文化創意產業之積極策略。

## 二、原住民族文化創意產業的品牌建立

台灣自發展經濟建設以來，從最傳統的製鞋、玩具、食品、紡織品等傳統製造業，到現在的電子、電機、光電、積體電路、液晶顯示器等高科技產業，企業最重視的是製造效率、產品實體功能、工程品質。台灣經濟體系與企業本身的生存，主要是靠取得歐、美、日本客戶的訂單，以賺取大量的外匯，穩定台灣經濟，這樣的經驗造就了台灣「經濟奇蹟」。然而，長期累積下來的經驗，也讓不少從事外銷的企業產生慣性的認知，認為「代工生產」是企業唯一生存之道；加上政府過去並不重視品牌經營，也未發展出鼓勵台灣自創品牌的產業政策；以致多數人認為，品牌化是歐美日先進國家的商業模式，不是台灣人玩得起的遊戲，因之整體企業界缺乏「植基於品牌的經營模式」(brand-based business model) (洪順慶，2009:120)。

有鑑於前項所述，近幾年來，台灣產業界也開始注意到「從代工生產到自創品牌」的經營模式轉型，如國際上耳熟能詳的acer、自然美、捷安特等等，顯示台灣的自創品牌在發展上已有重要的成果；相較原住民族文化產業，乃至於剛起步的原住民族文化創意產業而言，我們離自創品牌的距離，還有一段路要走。

沒有文化，藝術無法感人；沒有創意、品牌，產業無從著力。品牌，是產業化的基礎；而好作品，是品牌化的基礎 (盧梅芬，2007:21)。長年關心原住民族藝術發展的盧梅芬 (2007:21) 認為：

原住民藝術產業的實質內涵，如何從「文化產業」階段蛻變至「創意產業」，其中的「過渡」為何？想要拿來造創意產品的底子是什麼？似乎未多有著墨。創意產業研習的焦點為

品牌管理、行銷，較少聚焦設計力與美學素養的養成等上游問題。

全球化時代愈來愈重視「知識經濟」，在於如何將創意變成一門好生意。但基礎是，創作已走出了一條品牌路，才能延伸創意產業（盧梅芬，2007:21）；由於品牌的建立，對於產業而言有長遠的影響，它不但可以領導消費者追尋，更是產業的寶貴資產，讓品牌成為消費者的關係夥伴，進而對產業產生信賴及熱情。因此，對於都市原住民族文化產業而言，如何走出「原住民名牌」的現況，打造出「文創品牌」，成為了開啓文創之路的重要里程碑。

### 三、建構以民族發展為核心的產業思維

文化創意產業除了經濟的產業觀點外，更有社會與文化發展的目的。所以探究文化創意產業切忌只從經濟觀點著手，必須結合社會文化的發展面向，完整地呈現文化創意產業的多元觀點（俞龍通，2008:52）。對於發展都市原住民族文化創意產業而言，上述的多元觀點，還多了民族發展的責任。

民族發展廣義上來說，指的是民族全面性或整體性的發展，這本是沒有道德或邏輯上的疑問（汪明輝，2002）。理想上，民族發展是依循著「民族自決」的基調，並和自主、永續發展以及自治等概念相連。民族發展不只是消極性的對抗壓迫，或爭取「社經地位」提昇，而是積極地自我建構、自我發展。民族發展之內涵會隨族群文化而異，民族發展是要調和傳統與現代之衝突，因此民族未來發展須立基於民族自身社會文化特性，以其時空發展經驗脈絡的基礎上，建構出各民族獨特的發展策略（汪明輝，2002:36）。

民族發展，雖然本身並無道德上的疑問，更可謂理所當然之事，不過當民族主義劃定疆域建立民族國家，或是從殖民帝國獨立建國，則民族主義便容易轉型為官方民族主義，引用原殖民帝國之現代化發展模式以圖建立富強的國族，這種狀況卻往往造成國家對境內少數民族或原住民族的壓迫，於是產生國家境內主體民族與少數民族之間的衝突，在願望、利益、文化、土地上產生的

矛盾，最後主體民族可以用國家發展為理由犧牲少數民族，其結果往往是國家得以發展，同時境內的少數民族或原住民族卻是呈現反發展。

根據聯合國原住民特別報告員Rodolfo Stavenhagen觀點，<sup>③</sup> 原住民民族發展的原則大致如下：

1. 民族發展要求：決定自身事務之權利；參與決策組織與過程；推選代議士參與政治；傳統文化受尊重；有選擇發展類型之自由。
2. 維持對自己土地、資源、社會、文化之控制，自由地與國家建立關係。
3. 為內向（反求諸己）發展：從內部找到因應挑戰之資源與創造力，並非專斷（autarchy）、自我孤立，亦非閉鎖在傳統「博物館」，而即使選擇孤立，亦是其自由。
4. 民族發展是要站在傳統結構基礎上，因應和吸收現在化知能，以發展自我特色，均衡或調和其間矛盾，而非揚棄傳統，一味追求現代化。
5. 民族發展是民族社會文化全面性發展，而非僅是經濟發展。
6. 民族發展不是非要打破現有國族（nations），或破壞國族締建（尤其第三世界），而是予以重新定義，認清並正當化其為多元文化民族所共同建立，非單一民族或優勢族群所獨佔。
7. 民族發展亦不是製造部族主義（tribalism）以摧毀資本主義社會經濟階級，而是確認除了階級外，民族認同、社群（community）同是社會整合原則。
8. 民族發展能重新思考地方發展計畫之性質、目標，如水壩、經濟作物引進等，並始終將民族的需求、期望、文化特色，以及族群自身草根性參與作為考量之前提（汪明輝，2002:37）。

發展文化創意產業，帶動民族發展，似乎是一條「正向」的道路，但是許多原住民族菁英也開始擔心，當原住民族文化被商品化後，只剩下死的展示品

---

<sup>③</sup> Rodolfo Stavenhagen為墨西哥人，近幾年來擔任聯合國之原住民特別報告員（special reporters），職務性質類似原住民大使，巡迴各國訪查原住民族之處境，了解、聽取意見或建議以向聯合國報告。

轉化為商品以供消費，文化創意產業的發展，卻是成就運作商品經濟的非原住民；更嚴重的問題是，在全球化後，國內外的資本家為了降低生產成本，使得原住民族文創產業因為獲利壓力，進而壓縮產品的細緻度，原本引以為傲的文化賣點，成為價格戰的犧牲品，沒有文化的原住民族文化創意產業，絕非原住民族社會所樂見。

因此，如何建構以民族發展為最核心價值的都市原住民族文化創意產業，也影響了未來整體原住民族的文化創意產業之模式；換句話說，都市原住民族在發展文化創意產業上，扮演著相當重要的角色，如何在城市詭譎多變的競爭中，不被商業潮流淹沒，進而殺出一條「血路」，都市原住民族文創產業，絕對是原住民族社會的一塊「試金石」。

## 伍、結論

文化作為一個產業的概念是在二十世紀才被提出的，這與文化的市場化進程是一致的。文化走向市場是一種必然的歷史，也是一種進步。走向市場化後的文化，其本質並不會發生太大的變化，只不過生產導向會發生變化，社會人文附加價值會有不同程度的增加。文化形成產業走入市場，就要像其他產業領域一樣，建立一種與市場、社會消費群體連結和自身調控的機制，所以文化產業行銷與管理就顯得更為重要。在全球化與科技化兩股力量的推進下，全球新經濟型態已轉變為以創新為主之知識經濟型態，「全球思考、在地行動」更成為二十一世紀之主流思維，文化創意產業思潮已成為社會經濟體制發展的主流趨勢，期待藉由結合藝術創作和商業機制，增強社會大眾的文化認同與更新產業經濟的發展價值（李錫東，2009:5-8）。

對於都市原住民族而言，面臨到經濟發展的困境、產業結構的窘境，如何透過更積極的作為，改善上述的狀況，發展文化創意產業成為一項新的可能。經由城市、原住民族及文化創意產業三者的關係加以探討，我們發現城市提供



原住民族發展文化創意產業的舞台，而都市原住民族也因為文化創意產業之發展，找到民族發展的平衡點；當都市原住民族透過文化創意產業找到自己的定位後，除了扭轉經濟發展之弱勢，也豐富城市多元面貌之文化，不但免除過去城市邊緣人的具體形象，更成為城市發展不可或缺的一份子。因此，建構都市原住民族的文化創意產業，對於城市發展或民族發展而言，利大於弊的功效，顯而易見。

## 參考文獻

- 行政院文化建設委員會（2004）。《2004年文化白皮書》。台北：行政院文化建設委員會。
- \_\_\_\_\_（2010）。〈文化創意產業之展望〉，《行政院文化建設委員會文化創意產業推動服務網》網站，12月14日。[http://www.cci.org.tw/cci/market\\_detail.php?c=236&sn=4380](http://www.cci.org.tw/cci/market_detail.php?c=236&sn=4380)。2011/7/21。
- 李瑞和（2007）。《臺灣原住民族文化產業認證制度參與者認同度之研究》。台北：國立臺灣科技大學企業管理系碩士論文。
- 李錫東（2009）。《文化產業的行銷與管理》。台北：宇河文化出版有限公司。
- 汪明輝（2002）。《鄒族之民族發展——一個臺灣原住民族主體建構的社會、空間與歷史》。台北：國立臺灣師範大學地理研究所博士論文。
- 俞龍通（2008）。《文化創意客家魅力——客家文化創意產業觀點、策略與案例》。台北：師大書苑。
- 洪順慶（2009）。〈台商在中國的品牌策略〉，徐斯勤、陳德昇（主編），《文化創意產業品牌與行銷策略——跨國比較與大陸市場發展》，頁119-147。台北：印刻文學。
- 馬凱（1998）。〈原住民的文化資源特色與民族經濟〉，「原住民文化與觀光休閒發展研討會」論文。台北：行政院原住民族委員會，6月26日。
- 行政院原住民族委員會（2011）。〈100年2月縣市原鄉都會比例〉，《行政院原住民族委員會全球資訊網》網站。<http://www.apc.gov.tw/portal/docDetail.html?CID=940F9579765AC6A0&DID=0C3331F0EBD318C2ED65D7F6AF842A77>。2011/7/21。
- 教育部、原民會（2011）。〈都市原住民〉，《臺灣原住民歷史語言文化大辭典》。[http://citing.hohayan.net.tw/citing\\_content.asp?id=2466&keyword=都市原住民](http://citing.hohayan.net.tw/citing_content.asp?id=2466&keyword=都市原住民)。2011/7/21。
- 章英華、林季平、劉千嘉（2010）。〈臺灣原住民的遷徙及社會經濟地位之變遷與現況〉，黃樹民、章英華（主編），《臺灣原住民族政策變遷與社會發展》，頁51-119。台北：中央研究院。
- 傅振焜（譯），理查·佛羅里達（原著）（2006）。《創意新貴II——城市與創意階級》。台北：寶鼎出版社。
- 游美惠（2006）。〈多元文化教育的理論基礎〉，孫大川（主編），《舞動民族教育精靈——臺灣原住民族教育論叢，第2輯：文化教育》，頁51-61。台北：行政院原住民族委員會。
- 蔡明哲（2001）。《台灣原住民史——都市原住民史篇》。台中：國史館臺灣文獻館。
- 盧梅芬（2007）。《天還未亮——台灣當代原住民藝術發展》。台北：藝術家。

---

## Opportunities for the Construction of Urban Indigenous Cultural and Creative Industries: A Perspective of the Five New Municipalities

*Ten-Ming Yu*

### Abstract

The “five special municipalities in seventeen counties and cities” were officially formed on December 25, 2010. As Taiwan’s urbanization accelerated, so did the indigenous population rapidly move to the cities. According to statistics of the Council of Indigenous Peoples, Executive Yuan, as of the end of February 2011, the number of “urban indigenous people” with house registrations in non-indigenous townships and cities reached 219,224, thus accounting for 42.68% of the total indigenous population. With the inclusion of the working population of the indigenous peoples with household registrations in urban areas, the total urban indigenous population actually accounted for more than 50% of the total indigenous population. This study aimed to explore the relationships among the cities, indigenous peoples, and cultural and creative industries and how opportunities for the development of the urban indigenous cultural industries have arisen between urban development and national development.

**Keywords:** five municipalities reform, indigenous peoples, cultural and creative industries, national development.

---

**Ten-Ming Yu** is assistant researcher at Taiwan Development Institute, Taichung, Taiwan. <98259506@nccu.edu.tw>

