

文化與文創



[文化與文創_下载链接1](#)

著者:漢寶德

出版者:聯經

出版时间:2014-9

装帧:平裝

isbn:9789570844511

文化部補助雲門舞集在國家音樂廳演出是不是文創？

台北市政府補助經費在府前廣場放一千隻紙熊貓是不是文創？

在華山園區辦展覽辦活動是不是文創？

創意設計人漢寶德認為這些都算不上真正的文創。

文創產業的主角是誰？官方、業者、學者各自該扮演什麼角色？在文創產業一事無成的今日，我們必須重新思考，不能再打糊塗仗。

文創的核心是設計。傳統藝術文化當然可以是設計的靈感來源，但文創產業所需要的設計絕不能耽溺於古風鄉愁，而是要追尋普世性、跨文化、跨地域的、可以進入每個人日常生活裡的美感與趣味。

真正的文創也不能文化掛帥，不能恥於涉及商業利益，因為文創產業還是一種產業，產業必須有利可圖，才能自己站起來存活發展。拿不到政府補助就難以存續的，只能叫做文化活動，不是文創產業。

知名作家漢寶德新作《文化與文創》，全書共分10章，指出了當前國家政策的盲點，協助我們釐清基本觀念，清楚剖析創意產業鏈結構，凸顯商業模式及設計人才的重要性，其真知灼見值得眾人深思，非常適合一般大眾閱讀。

作者介绍:

漢寶德

1934年生，成功大學建築系畢業，美國哈佛大學及普林斯頓大學碩士，曾任東海大學建築系主任、國立自然科學博物館館長、臺南藝術學院院長、世界宗教博物館館長、總統府國策顧問，現為漢光建築師事務所主持人。著有《為建築看相》、《築人間：漢寶德回憶錄》、《建築的精神向度》、《建築、社會與文化》、《漢寶德談美》、《中國的建築與文化》、《給青年建築師的信》、《談美感》、《如何培養美感》、《設計型思考》等。

目录: 第一章 以設計型思考分析文創

「文創」模糊了「產業」

先說清楚什麼是「文化」

狹義的文化

廣義的文化

第二章 初識文創

文化大眾化與文化產業的關係

不是文化產業化，而是藝術創意產業化

建立在多元價值上的新奇體驗

政府該扮演什麼角色

第三章 誤解文創

文化活動不等於文創產業

文創的定義必須加以緊縮

經濟與精神的雙重提升

第四章 文創產業的三種類型

我們一直在打糊塗仗

保守或進步都行得通

精緻文化類

大眾文化類
設計文化類
第五章 文創產業的基本動力
感官的需求
變動下的社會需求
藝術市場不屬於創意產業
普遍的審美品味取代少數的地位象徵
美感範疇急速擴大
大眾文化的動力：感動與刺激
本土文化的動力：古風與鄉愁
生活文化的動力：利便與新奇
第六章 怎樣推動文創產業
形式與實質的落差
產、官、學三元結構
學界的角色：投入研究尋覓國際優勢
影視
設計
表演藝術
視覺藝術
第七章 文創發展的窒礙
分析產業價值鏈
創意與商業投資的關係
通俗化創意與銷售創意：通往成功的關鍵
第八章 文化產業化與產業文化化
產業文化化
文化產業化
文化產業化的發展步驟
第九章 博物館與文創
博物館類型與產業價值的關係
科學類型是文創產業的重點
第十章 文創的核心
設計與創意之間
以建築為例
生活娛樂化
工藝產業與設計
• • • • • ([收起](#))

[文化與文創_下载链接1](#)

标签

设计

文化产业

文创

台湾

[華語]

漢寶德

2015.01.

购

评论

跨专业写作的认知局限

早上读完台湾的《文化与文创》，对文创的定义和解读、范畴、产业模式都做了细捋，首先是文化，然后是创意，接着是设计，生产制造，最后市场营销。而中国刚起步，直接是IP对接到最后一步营销，中间的环节都是忽略的，IP文创只有博物馆文创和小猪佩奇，创意园的空间文创就是咖啡馆书店，纸质文创就一个日历。

嬉笑怒骂，拍案叫绝

對於“文創”的批評我的認同的。但對於相關操作，很明顯的可以看出其領域所無法相信他者領域的複雜之處。因為他雖然一直強調文創的位置，自我定義。但是在創作上明顯的是走向自己批評的角度。就是把商品文創化。

自认为聪明的仿古排版，和台湾的繁体字，够了。。好书也被打折了。。

第一次发现，充足的睡眠对效率的提升多么重要。。

[文化與文創_下载链接1](#)

书评

[文化與文創_下载链接1](#)