

吳靜吉 教授專訪實錄

建立跨領域 對話平臺

共同實踐臺灣創意精神

經濟部所推動的《臺灣產業科技前瞻研究計畫》中，提出四條產業願景路線，希冀為臺灣產業描繪未來圖像。軟性經濟創意者與生活型態先驅者是臺灣必須前往的道路，臺灣應該如何發揮優勢並走出自己的特色？是需要進一步思考的問題。且聽本期專訪的大人物－創意大師吳靜吉教授的精闢觀察與解析。

採訪、撰文／臺灣產業科技前瞻研究計畫團隊 勵秀玲、施柏榮（MIC）



ThinkWave：美國第二任總統約翰亞當斯曾說：「我們這一代不得不從事軍事和政治，為的是讓我們兒子輩能從事科學和哲學，讓我們孫子輩能從事音樂和舞蹈。」對照臺灣產業願景之發展路徑－「全球資源整合者」、「產業技術領導者」、「軟性經濟創意者」以及「生活型態先驅者」，其中「全球資源整合者」、「產業技術領導者」一直是臺灣產業的重要發展面向，發展與投入時間相對較長；依您長期在文化與藝術領域的豐富經歷和觀察，從產業進化的觀點來看，請問您對於臺灣發展「軟性經濟創意者」與「生活型態先驅者」的看法？

吳教授：在回答這個問題之前，關於「全球資源整合者」這部分，我一直覺得臺灣應該要做，而且還可以做得更好。在國際場合上，臺灣無可避免地要

面對中國大陸，所以臺灣在發展全球資源整合者時，不能從政治的角度去做這件事情，而是真正在產品、軟體、軟性的、生活型態方面有領導的能力，並以其為基礎，進行國際觀與在地化的整合，創造出獨特的整合價值，這樣的整合才是我們應該要做的。對於臺灣發展「軟性經濟創意者」以及「生活型態先驅者」，不只臺灣，全世界都朝這方向發展，簡單說，可以轉化為經濟意涵或者工作機會的創意都是當前臺灣應該要做的事情。最近看到臺灣年輕朋友到世界各地參加比賽得獎，但是我們沒有好好的去做後續的追蹤與發展，這是有些可惜。其實在臺灣，到處可以看到小小的但很有創意的東西，就像我們在講的小確幸，生活型態就是一種小確幸，然而小確幸一定要有大格局。最近我常舉一個例子，AirBnB (Airbed and Breakfast) 的創始人在舊金山創



在臺灣，到處可以看到小小的但很有創意的東西，就像我們在講的小確幸，生活型態就是一種小確幸，然而小確幸一定要有大格局。

吳靜吉 教授

吳靜吉，出生於 1939 年 5 月 3 日，宜蘭縣壯圍鄉廟後村東港人，國立政治大學教育系學士、美國明尼蘇達大學教育心理學博士，為蘭陵劇坊共同創立者。

現為國立政治大學創新與創造力研究中心創造力講座主持人、國立政治大學名譽教授、澳門城市大學特聘教授、教育部顧問、藝術教育會委員兼副召集人、宜蘭縣政府顧問、中華管理發展基金會董事長、亞太文化創意產業協會常務理事、國家表演藝術中心董事、臺灣文創發展基金會（華山）董事、祥碩科技股份有限公司獨立董事、法藍瓷有限公司監事、紙風車 319 鄉村兒童藝術工程發起人。

著有《心理與人生》、《心理與生活》、《青年的四個大夢》、《害羞·寂寞·愛》、《蘭陵劇坊的初步實驗》、《人生的自我追尋》、《追求成長—組織中的人際關係》等書，對台灣的教育界與藝文界影響深遠。

榮譽與事蹟：

1. 曾載於美國教育領導人物 (Leaders in Education) 及英國國際名人錄、中華民國現代名人錄
2. 美國國務院致贈感謝狀，感謝促進台美 Fulbright 文教交流之成就 (2009)
3. 獲頒國家文化總會文英獎 (2009)
4. 中國測驗學會推薦之木鐸獎 (學術貢獻獎)

業，有一次遇上經濟危機的情況，面臨付不出租金的窘境，而當時有個國際設計會議在舊金山舉辦，他們發現所有旅館都滿，於是趁著會議期間提供住宿與早餐的服務，得到不錯的回響，之後便在各類會議高峰期提供租住，慢慢的從原本的善意與創意，形成生意，並衍生出一種創新旅遊住宿的新模式，這就是我所說的，小觀念、小確幸最後要逐漸發展出大格局，形成一個事業。

ThinkWave：延續您的看法，您認為臺灣在藝文和文創這個領域裡面有哪些發展可能性或優勢？

吳教授：不管文化創意產業、創意產業、創意經濟或者文化經濟等，我覺得臺灣是絕對可以占優勢的，這些都是要靠創意。臺灣最值得推銷或者最令人欣

賞的，其實是我們的生活型態、我們的生活風格，食衣住行育樂方面的各種組合，便構成所謂生活風格的特色，而這樣的組合一定是有一個場域，這個場域的空間設計是有美感的、經過創意設計的，保留我們原有的好山好水，並藉由舉辦活動，讓更多人來這裡互相交流，產生更多的創意，增進更多的感情。

我們常說臺灣最美的風景是人，臺灣生活風格中有一個特色就是具有包容力，每個人都可以有自己的創意生活風格，這點是最吸引人的，是臺灣將來要好好運用的。我們可以盤點這個區域的整個特色，再透過一個治理機制，將這樣的 Know-how 建立起來，進一步可以轉化至其他地區，甚至國外。

自從文化創意產業條例通過之後，其實我們一直走得滿辛苦的，但是我覺得這個是應該要走的路線，



從早期的披頭四開始，英國的流行音樂在整個世界是非常風行的，於是透過流行音樂來讓大家喜歡英國，翻轉英國的形象。

全國從中央到地方，應藉由文化資源的整合，展現文化的價值。但不只文化創意產業，像 APP 設計、教學軟體設計等軟性服務，臺灣都可以做得非常好。

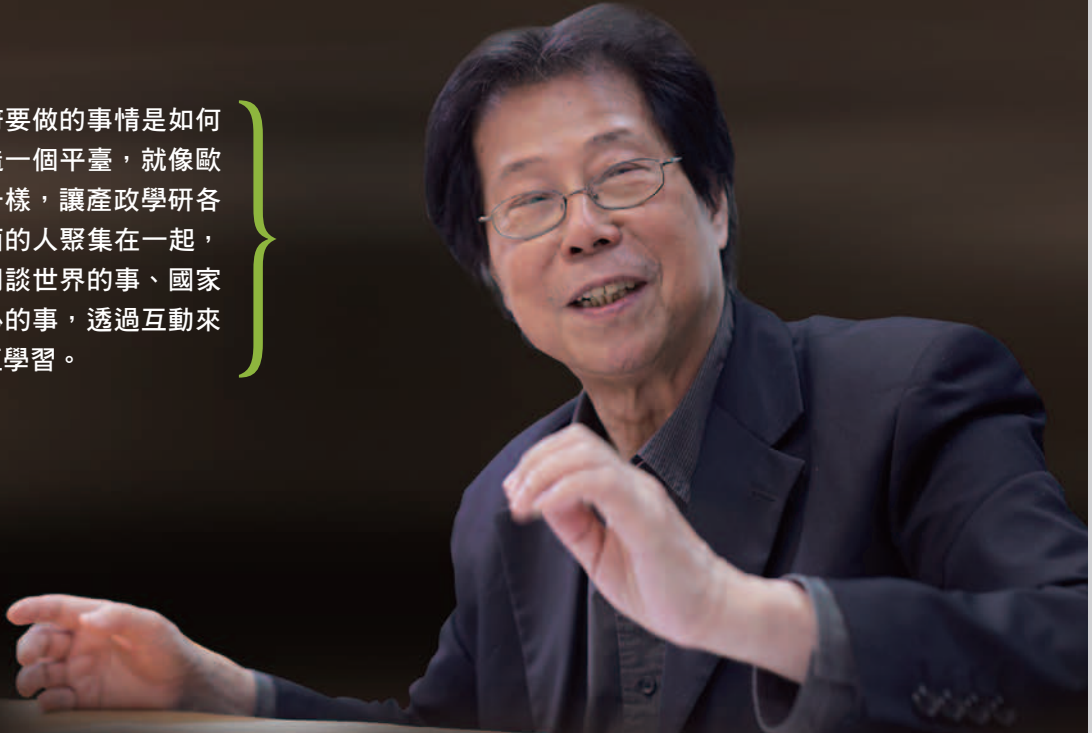
ThinkWave：在發展軟性經濟與生活型態上，您認為目前國外有哪些國家是相對比較成功的國家？而其中又有哪些值得臺灣借鏡之處？

吳教授：說到發展軟性經濟與生活型態比較成功的國家，我覺得北歐、荷蘭、法國、英國等。像英國，最早在布萊爾當首相之前，他們就開始有一群年輕人在推動思維創新，從他們年輕人的角度來看英國，到底英國的特色是什麼？盤點的結果，從早期的披頭四開始，英國的流行音樂在整個世界是非常風行的，於是透過流行音樂來讓大家喜歡英國，翻轉英國的形象。之後英國政府也大力提倡，轉型發展高附加價值的創意經濟，創意經濟便源自於英國，而現在全世界英國人在做這種創意、軟性經濟的顧問是最多的。在英國的教育體系下，許多藝術學院培

養出來的人，都是與各國的人一起合作，然後到國外去發展，這樣的例子很多，例如 Pecha Kucha 腦力聚會的機制，創始人便是來自英國皇家設計學院的兩位畢業生，透過限時演說，讓各界設計師分享創意想法，進而相互交流，激盪出更多創意，或促成更多的具體合作，成為風靡全球各地設計師的獨特溝通模式。

荷蘭、北歐國家也是值得我們學習的國家，其中，荷蘭是舉辦國際知名活動並成功出口的國家，例如他們每年舉辦很多的舞蹈音樂活動，成為受歡迎、重要的活動 (Event)，最後形成產業，並已在歐洲、澳洲、亞洲、南美等地舉行。像芬蘭就從教育著手，他們為了讓小孩子懂得動手做，很重視實作課程，所培育出的小孩會主動去想、問以及找答案，把教育成功變成產業並出口；而丹麥以設計聞名，以其企業樂高為例，隨時都會想到怎麼樣讓他們再進步再創新，如 2008 年與 Cuusoo 合作，在日本推出 Lego Cuusoo，這是一個可讓玩家提交創意，並彼此投票表決的平臺，只要某個設計得到一萬票以上，

政府要做的事情是如何創造一個平臺，就像歐美一樣，讓產政學研各方面的人聚集在一起，共同談世界的事、國家擔心的事，透過互動來相互學習。



樂高就會付諸實際生產，確保外部來源的創意可以不中斷，這些國家都是值得我們去學習。

ThinkWave：臺灣在哪些地方可以再加強？

吳教授：推動創意教育要從根紮起，從幼稚園、小學生開始，一直到大學、社會都要參與，從頭培養創意、執行創意、形成創新，創新之後就可能有創業的機會。

若從產業發展的角度，目前的問題是臺灣的藝文界與產業界之間一直沒有辦法有效溝通，兩邊的思維完全不一樣，產業界的思考模式是最低成本與最大利潤，企業對藝文的贊助，許多著眼在企業形象的塑造；而文化界沒有像日本藝術家村上隆這樣的人，是藝術家也是商人，他的成就說明藝術是可以朝向產業化發展的。這個觀念在歐美、韓國也都相當普遍，臺灣仍處於為藝文而藝文的境況之中。

換言之，我們教育者沒有提倡一個平臺讓這些人可以從小一起溝通創作，以盧森堡為例，盧森堡非常

了解自己的角色是什麼，他們從小就培養小孩子要有冒險、創新創業的觀念，他們曾拍一個短片，以一個五年級小孩為對象，闡述他如何靠自己的力量買一部自己喜歡的腳踏車，來告訴大家什麼是創業精神，亦即運用自己的創意、自己的關係資本，來達成自己想要的目的，所以大部分的人長大後可以了解兩邊，藝術家和企業界或是政府界的人互相交流溝通就很自然；相對的，我們的教育都沒有這樣做，所以兩邊的人不能彼此了解。

此外，政府要做的事情是如何創造一個平臺，就像歐美一樣，讓產政學研各方面的人聚集在一起，共同談世界的事、國家擔心的事，透過互動來相互學習，他們安排的活動並非只是演講，還把生活風格也安排進去，這就是一種軟性技能的展現，我覺得政府應該做這種媒合的工作，提供共同創作的空間 (Co-Working Space)，讓那些剛要創業的人，可以有實作與交流的空間。哪裡有機會，就會尋找那個機會、把握那個機會，這個就是臺灣可愛的地方。政府要做的是更大的，以文化園區為例，文化創意

園區要做什麼？當是創造生活型態的各種可能性，讓人家真正的去體驗，然後它就扮演一個生活型態的先驅者，而那個地方要有創意經濟產生的可能性，才能有效聚集人才。

ThinkWave：請問臺灣發展軟性經濟創意者與生活型態先驅者，可以沒有製造業嗎？

吳教授：發展軟性經濟創意和生活型態，與發展製造業，並不互相抵觸，而是應該發展沒有污染的製造業。隨著環境意識抬頭，潔淨生產與污染防治是企業責無旁貸的任務，如果製造業者沒有去預防，或者心中沒有避免污染這樣的思想，他就做不好。以汽車為例，節能車、電動車相繼問世，都是希望降低對環境的衝擊，透過生產技術的變革，讓製造過程，甚至製造出來的產品都能帶來更少的污染，換言之，發揮創意與創新來解決污染、耗費資源的

問題，或者預防這些問題，讓它對整個社會是有幫助的，臺灣的製造業未來一定要朝這個方向走。

ThinkWave：未來如果要鼓勵年輕學子從事一些音樂舞蹈，需要怎樣的人才培育與政府、社會的機制？

吳教授：許多企業家、政治家、科學家從小就學習音樂與藝術，除了在企業界成功，在音樂界亦有所成就，稱之為企業音樂家 (Business Musician)，Craig Cortello 便是其一，他訪問 32 位成功的企業家並寫了一本書，發現這些 CEO 都有音樂藝術的背景，音樂教育是許多 CEO 成功背後的重要因素，他們比較能夠站在同理心來看待藝術創作，也因此藝術家與企業界或政府容易聚在一起，相互交流溝通，這是我們未來在教育上要做的。

根據創造力的系統理論，個人的創造力首先是受到家庭背景的影響，父母、親友都可稱為最早期兒童





吳教授：好的創意環境要能去肯定創意和創意人，《創意新貴》(The Rise of The Creative Class) 的作者理查·佛羅里達 (Richard Florida) 觀察有些城市繁榮、有些城市沒落，繁榮的都是「創意城市」，能夠留住企業和人才，這些創意城市能夠維持繁榮的原因，除了它們吸引了許多創意人才，擁有高科技之外，最重要的是在生活上提供高度包容創意的風氣，具備符合創意人的生活型態和生活品質。觀察國外創意城市的發展通常都有高水準的大學城在旁邊，像美國科羅拉多州之所以能成功吸引人才和企業，除了獨特的生活品質、良好的商業環境、便利的資金和促進創新的措施之外，丹佛-博爾德-柯林斯堡一帶所構成的大學長廊，提供企業、高科技發展所需人才，成功吸引新創企業進駐。

而未來的趨勢一定是在整個的治理上、在創意產生上，需要由下而上，與專業的知識由上而下，結合地方特色來發展，同時需要公私部門共同參與合作。我們講的生活風格、樂活，其實與慢活有關，慢的生活步調已成為許多城市的主張，我們要懂得去盤點臺灣文化的特色並加以善用與治理，進一步推向國際，一定要有這樣的國際化，讓其他國家的人民可以來享受與體驗，認識臺灣的特色，並認同我們的產品與服務。

求知、閱讀、創意的守門人。然而我們都生活在整個社會及各個行業或學門的群體中，不管是社會標準和政策的決定者、教師、媒體人，都構成了社會的守門人。這些守門人如何讓兒童快樂的沉浸於書本、影音、以及環境中的知識和資訊，自然會影響兒童的學習與成長。童年時的歌仔戲不是為我而演，我卻因為接觸到這樣的機會而激發興趣。紙風車在各鄉鎮的演出就是為兒童製造機會，不僅讓兒童接觸和參與戲劇，也讓他們延伸閱讀、分享、討論和意義建構。所以從政府、家長到學校、社會要扮演的角色就是提供這樣的平臺，製造這樣的機會，讓學子可以接觸到這些人的知識、經驗，不斷的學習。現在的小孩子可以從網路上學到很多，比如學 Opera 可以在 Youtube 上學習，當網路科技製造了許多機會之時，我們還需要教大家如何去找到這些機會，我們的教育要做的就是創造機會讓大家可以發揮，不要去抹煞它。

ThinkWave：最後想請問您，在您對未來的趨勢觀察中，臺灣應該要做些什麼或關注些什麼？

採訪側記

在吳教授的幽默風趣的言談中，充分感受到對臺灣這塊土地的疼惜與熱情，對於臺灣產業朝往創意經濟發展，吳教授以兼具國際觀與在地觀的角度，提出他的觀察與見解。

