

## 德國創意城市網絡

林明姍

聯合國教科文組織(UNESCO)於2004年創立創意城市網絡(UNESCO Creative Cities Networks)，該網絡分為七個類別：文學之都、電影之都、音樂之都、手工藝與民間藝術之都、設計之都、媒體藝術之都和美食之都。創意城市網絡的宗旨為在經濟與技術全球化時代，倡導以及維護文化多樣性，同時鼓勵該網絡的成員國家嘗試自願提出申請，將該國城市在社會、經濟以及文化發展中的成功經驗、創意理念以及創新實踐，與世界各國城市的管理者以及市民分享，從中達到成員國間知識以及資訊交換、共享，以及增加城市能見度之目的，成員國們亦藉著該頭銜來吸引更多的財務援助及社會利益，進一步提升城市的競爭力。

城市是社會生產力發展到一定階段的產物，其為一個融合了人口、經濟、政治、教育科技、文化的複雜體系，城市的發展象徵著人類社會文明的進步，而工業革命以及工業化則加速了城市化的發展。1960年以後城市開始步入了「後工業社會(Post-Industrial Society)」的發展潮流，這個新的知識密集型系統是藉由信息、知識和創造力所建構的，知識在這個體系當中既是一種產品，也是一種工具(Landry, 2010)。隨著經濟活動高度的發展與

生活水準提高，人們除了物質上的追求，更開始產生精神文化層次上的需求，一般民眾會運用閒暇時間欣賞藝文展演、旅遊、看電影與聽流行音樂，文化消費型態在此背景之下因應產生，創意城市之所以興起的原因正由於源自於文化創意的產值比重逐漸成為後工業化城市的主要經濟命脈(葉晉嘉, 2010)。

創意城市(Creative City)一詞的核心概念為「Creative」，其所代表的意思為具有創造力與想像力的。創意是城市元氣的催化劑，城市的活力象徵著一個城市的生命力(Bianchini & Landry, 1995)。Landry(2008)提及富有創造力的創意經濟活動，為創意時代城市活力的重要來源，且是城市新經濟的焦點。這些經濟活動將推動城市社會文化傳播架構、產業發展型態與社會運作方式的根本性變化。「文化」與「創意」的結合近年來成為世界主要城市與地方發展的政策顯學。因此，文化創意產業與創意城市，成為許多國家及都市政策議程的重點(Evan 2009; Markusen & Gadwa 2010)。

### 創意城市發展背景

文化和創意在永續城市發展中扮演著關鍵角色，它們不僅有助於經濟的多樣化以及

創造就業機會，亦能夠改變城市的社會結構，藉此來提高市民的生活品質。城市為文化和創意潛力發展進程的核心，世界上有一半以上的人口生活在城市地區，四分之三的經濟活動都集中城市，而創意經濟佔據其中一大部分的比例，創意为促進社會融合、落實平權、跨文化族群間對話的驅動力(Creative Cites, 2022)。「創意」一詞在日常生活中無所遁形，而創意城市的發展反映了一套獨特的意識形態，此為在城市物質和經濟發展中對創意的具體應用。城市是聚集創意人才的大熔爐，經由城市的匯聚，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(Florida, 2005)。

1960年以後，城市步入「後工業社會」的時代，工業經濟迅速崛起，成為世界經濟的主導力量，商業與服務業等第三級產業成為帶動經濟發展的新核心。時至今日，資訊科技與全球化的浪潮再度為都市經濟帶來變革，知識密集資本主義興起，製造與生產行為的利潤被壓縮，知識、文化與創意成為新經濟利潤的來源(徐進鈺, 2003)。70年代開始由於產業結構的改變，老舊工業城市遭受環境汙染、工業汙染、廢棄的工廠及商店等一連串問題，進而引發都市遺棄(urban dereliction)、失業及社會剝奪，都市形成雜亂無章的景象(Couch, 2003; Fraser 2003)。城市中心的蕭條與不景氣

使城市管理者開始思考未來城市的發展方向，「文化」在此背景下，成為重振城市活力與刺激城市經濟發展的工具，歐洲各城市開始藉著旗艦計畫、舉辦節慶、文化園區等方式，翻轉原本骯髒、不美觀的工業城市形象，希望重新吸引投資客、觀光客、顧客進駐城市(Hughes, 1999)。由此可看出文化在都市再生的過程中，被當作是一解決經濟問題以及社會問題的重要工具。德國魯爾工業區(Ruhrgebiet)、英國謝菲爾文化園區(Sheffield Cultural Industry Quarter)被視為是以文化策略推進都市再生的先驅者，甚至成為其他地區複製其實踐的案例。城市規劃者始紛紛利用文化做為城市復甦的媒介(Dicks, 2004)。

從80年代末起，人們日益體認到這個世界正在經歷戲劇性的轉變，對身逢劇變的人而言，那感覺彷彿是典範轉移(paradigm shift)，在某種程度上，創意城市的出現是對藝術投資減少、工業經濟衰退以及20世紀80年代發生的全球化影響的回應(Landry, 2005)。創意城市之所以興起的原因正由於源自於文化創意的產值比重逐漸成為後工業化城市的主要經濟命脈。創意城市最初作為一種理論出現，其立意為創意能夠讓城市在轉型時期解決複雜的城市問題(Landry & Bianchini, 1995)。在過去的30年裡，創意城市作為一種城市發展的方法，在經濟發展、城市更新和振興方面取得了長足的發展，並成為提高城市

居民品質與改善城市公共空間的一種方式 (Creative City Network of Canada, 2005)。

創意城市的發展可體現在以下幾個面向：創意經濟(creative economy)的增長、吸引創意階級(creative class)、創意城市的規劃(Simeti, 2006)。Howkins(2002)將創意經濟視為創意城市運動的經濟基石，其由一組核心的創意產業所組成，Howkins 將創意產業界定為其產品都在知識產權法的保護範圍內的經濟部門，知識產權有四大類：專利、版權、商標和設計，而「創意經濟」就是在創意產業中的所有交易。Richard Florida(2005)提出了一個支持這種經濟型態的策略——利用一個地方的吸引力來吸引創意的生產者，此即創意階層。Landry 和 Bianchini(1995)則探討了市政當局創新規劃和治理實踐的方法，以創造一個建立創意夥伴關係以及創意活動的城市環境，即為創意城市。

自創意城市的出現以來，許多國家、城市逐漸意識到文化創意在城市的建構的過程中發揮巨大的影響力，希望將透過制定文化政策以及文化規劃躋身「創意城市」的行列當中，任何充滿野心的城市，都想在這股潮流下步步高升，以爭取自身的核心地位，越來越多城市將城市的通訊、文化和創造性資源做為競爭優勢的來源。1994 年工黨執政時期澳洲總理 Paul Keating 發表創意的國家(The Creative Nation)的文化政策聲明堪稱是澳洲現代

創意產業的起源，該聲明試圖將藝術與媒體政策結合在一起，其目的在面向海外，為新數位媒體技術尋找機會(Flew, 2011)。其後，1997 年英國時任首相布萊爾(Tony Blair)為重整自 80 年代開始衰退的英國經濟、拯救嚴重的工業蕭條和解決公部門日漸減少的補助，決定以經濟的視角重新審視藝術的角色和功能，並結合了新穎科技，成為首次將文化擺在產業脈絡下的新觀念，成立了第一個跨部門的英國文化傳媒體育部(Department for Culture, Media and Sport, 簡稱 DCMS, 1998)(DCMS, 1998)，此舉將創意產業作為一項政府提升國家經濟的政策在世界各地引起廣泛關注。除此之外，紐約(New York)、倫敦(London)、巴黎(Paris)、柏林(Berlin)等國際大都市已將創意城市的理念融入城市發展之中，而英國的格拉斯哥(Glasgow)、德國的魯爾(Ruhr)、美國的匹茲堡(Pittsburgh)等老工業城市也依靠推動創意城市建設獲得了新的發展和繁榮。

《2030 年永續發展議程》提及城市在促進以人為本和尊重人權為重點的永續發展方面的關鍵作用，永續發展的 17 項目標中有一項具體目標為「Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable」，意即「使城市和人類居住地具有包容性、安全、有復原力與永續性」，並認定文化和創造力是在此背景下採取行動的重要元素之一(UNESCO, 2019)。受全球化浪潮以及 2030 年

永續發展議程的目標影響，聯合國教科文組織全球創意城市網絡(Creative City Network)於 2004 年成立，其涵蓋七個創意領域，分別為：手工藝和民間藝術、設計、電影、美食、文學、媒體藝術和音樂。迄今為止，該網絡由 90 多個國家的 295 個成員城市組成，入選的城市們將創意視為經濟、社會和環境永續發展的一個策略因素，成員們的共同使命為：將創意和文化產業作為城市發展的核心，並在國際層面上與其他國家與城市積極合作，透過加入該網絡，各城市之間承諾分享最佳實踐(Best Practice)與發展夥伴關係(Partnership)，藉此深度強化創意城市之間的合作，與此同時，城市管理者亦需持續推動城市內的文化創意產業，提升市民的文化參與度，將文化整合至都市發展計畫當中(Creative Cities, 2022)。

### 創意城市網絡形成的背景

城市由空間場所、經濟與文化等三個單元所組成(Baeker & Murray, 2008)。隨著近 20 年來國際組織對於文化與都市發展議題的關注，如：聯合國(UN)、經濟合作暨發展組織(OECD)和歐盟委員會(European Commission)以及學術出版物在此議題的增長，證實文化逐漸被視為是城市變革的重要資源。城市是人與人密切交流的空間，而文化則是地方特色的表徵(Scott, 2001)。每座城市都有自己的

文化，其可反映在兩個面向：城市的遺產，以及城市融入世界的方式。

在競爭日趨激烈的全球經濟化發展，文化的「地方性」相較於過去更顯重要，文化與創意被視為新型態的資本、競爭力的核心動能，以及經濟創新和科技發展的新興要素(Leadbeater, 2000; Pratt, 2010; Seltzer and Bentley, 1999)。從市民、技術工作者、投資方及遊客的角度來看，城市可憑藉文化的力量，成為獨樹一幟的區域，同時居民可亦可在文化的薰陶下形塑地方認同感，有助於實現社會相關目標(Montalto, Langedijk & Saisana, 2019)。由上述背景可證，在刺激創意產業、支持文化與創意的運動，提倡公民的文化參與度等倡議下，文化與創意的實踐首先顯現在地方層級，然而，當文化與創意成為強化城市競爭力的利器，區域合作和城市間分享經驗、知識，將創造力運用至城市發展，構思解決共同挑戰的方法至關重要。聯合國教科文組織創意城市網絡正為各城市提供了前所未有的機會，借鑒世界各創意城市的學習經驗和合作項目，充分利用其創意資產，並以此為基礎，在經濟、文化、環境和社會領域帶領城市邁向具包容性、復原力，以及公平性的永續城市(Creative City, 2022)。

### 聯合國教科文組織創意城市網絡

全球化時代的到來、資訊科技的革新改變了人與人之互動的模式以及產業鏈的發展型態，網路時代的降臨屏除了地理空間的限制，各方的資訊得以快速傳遞，有助於創造新的訊息與知識。當人們在網路平台上接受到新的知識訊息時，將其進行綜合彙整，建立在既有的知識訊息以及新接受的資訊，新的想法就此產生，網路平台具有讓人們分享知識和激發新想法的作用，在創意產生的過程的佔有一席之地(Uzzi & Dunlap, 2005)。

2001 年年 11 月 2 日聯合國教科文組織召開第十一屆大會，頒布《世界文化多樣性宣言》，強調「文化是當代就特性、社會凝聚力和以知識為基礎的經濟發展問題展開的辯論的焦點，確認在相互信任和理解氛圍下，尊重文化多樣性、寬容、對話及合作是國際和平與

安全的最佳保障之一，希望在承認文化多樣性、認識到人類是一個統一的整體和發展文化間交流的基礎上開展更廣泛的團結互助」(Torres, 2002)。該宣言由三部分組成，第一部分陳述宣言形成的前提與背景，提及該宣言奠基於教科文組織先前已通過的國際條例，如：1950 年的《佛羅倫斯協定》和 1976 年的《內羅畢議定書》、1952 年的《世界著作權公約》、1966 年的《國際文化合作宣言》等；第二部分從與「文化多樣性」密切相關的四個方面—多元文化、基本人權、人類創造和國際團結針對文化多樣性進行闡述；最後提出與這些領域有關的具體目標，而後根據上述對於「文化多樣性」的論點，教科文組織提出具體的建議，並敦促各國就這些行動目標展開合作，建立跨國、橫跨公私部門、民間社會的夥伴關係。

創意城市網絡執行目標	創意城市網絡城市層級及國際層級倡議行動
(1) 加強城市之間的國際合作，這些城市認可創意是永續發展的重要元素	(1) 分享經驗、知識和最佳實踐
(2) 鼓勵和推動由成員城市為首的倡議，使創意成為城市發展的重要因素，特別是通過公共、私營部門和公民社會的夥伴關係	(2) 將公共和私營部門以及公民社會集結起來的試驗性項目、建立夥伴關係和相關舉措
(3) 加強文化活動、商品和服務的創作、生產、發行和傳播	(3) 成立專業類與藝術類交流項目和網絡
(4) 成立創意和創新中心，為文化領域的創作者和專業人士提供更多機會	(4) 進行創意城市經驗的考察、研究和評估
(5) 改善人們對文化生活的了解和參與，以及享受文化商品和服務，特別是邊緣化或脆弱群體和個人	(5) 制定針對永續發展的政策和措施
(6) 將文化和創意充分融入當地的發展戰略和計劃	(6) 舉辦傳播與公眾意識提升活動

表一：聯合國教科文組織設立創意城市網絡目標與倡議行動，資料來源：UNESCO, 2014。

回應上述關於網絡以及文化多樣性理念的發展背景，2004年10月聯合國教科文組織成立的創意城市網絡，即是一個集合世界上各個國家、城市的巨型網絡平台。該網絡分為七個類別：文學之都、電影之都、音樂之都、手工藝與民間藝術之都、設計之都、媒體藝術之都和美食之都。聯合國教科文組織成立創意城市網絡的目的是在經濟與技術全球化時代倡導以及維護文化多樣性，鼓勵成員國家嘗試自願提出申請，將該國城市在社會、經濟以及文化發展中的成功經驗、創意理念以及創新實踐，與世界各國城市的管理者以及市民分享，從中達到成員國間知識以及資訊交換、共享，以及增加城市能見度之目的，成員國們亦藉著該頭銜來吸引更多的財務援助及社會利益，進一步提升城市的競爭力(Creative Cities, 2022)。

依據聯合國教科文組織創意城市網絡訂定該網絡成立的宗旨，教科文組織希望強化將「創意」視為永續發展重要元素的成員城市之間的合作。藉由加入該網絡，各城市將致力於與其他成員城市分享最佳實踐(best practice)，發展並促進創意和文化產業的夥伴關係，加強對文化生活的參與，並將文化此一要素整合至城市發展規劃中(UNESCO, 2014)。

### 德國創意城市網絡成員

聯合國教科文組織藉由創意城市網絡為城市的地方文化資產創造了跨國交流的機會，

促進各國城市在文化產業的發展，使得所有成員國家得以獲得城市創新方面的知識、信息以及經驗。德國目前共有6個城市入選為聯合國教科文組織創意城市網絡(UCCN)的成員，其分別為2005年獲選為設計之都的柏林、2014年獲選為文學之都的海德堡(Heidelberg)、2014年獲選為音樂之都的曼海姆(Mannheim)與漢諾威(Hannover)、2019年獲選為電影之都的波茨坦(Potsdam)，以及2019年獲選為媒體藝術之都的卡爾斯魯爾(Karlsruhe)。

柏林為德國的首都，歷經二次大戰、東西德分裂時期，柏林現已蛻變成為世界聞名的設計之都，該市設有五所藝術大學以及私人資助的機構，提供眾多以設計為導向的教育機會。除此之外，柏林亦為許多區域性、國際性的設計與時尚網絡所在地，其中包括：創造柏林網絡(Create Berlin Network)、柏林國際設計中心(International Design Center Berlin)、Design Pool以及berlindesign.net。自1997年開始，柏林市參議院經濟、科技以及研發部門發起「Zukunft計畫」，其在支持創意經濟方面發揮了重要作用。Zukunft計畫的目標是將柏林市打造成藝術中心，並建立文化交流的平台，啟動數位和創意經濟的網絡，同時組織文化界與企業之間的交流，為整個經濟和社會實施創新計劃。

海德堡位於德國巴登-符騰堡邦(Baden-Württemberg)，坐落於內卡河畔(Neckar)。海德堡為歐洲古典文學之都，1386年海德堡大學

(Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg)的成立是海德堡作為一個思想家與詩人之城的文化歷史的起點，在 18 世紀到 19 世紀盛行的浪漫主義文學時期即是自海德堡發展而成。海德堡除積極推廣與文學相關的文化活動外，亦參與文學與音樂、舞蹈、視覺藝術、電影和媒體藝術相結合的聯合製作計畫，同時發起將藝術與人文、自然科學等跨領域的項目，以此形塑海德堡作為跨學科文化城市 (interdisciplinary city) 的形象。

曼海姆與海德堡同樣於德國巴登-符騰堡邦的歐洲都市圈萊茵-內卡三角 (Rhein-Neckar-Dreieck)，該市在 1970 年代原為工業城市，經過當地居民和市政府的努力，90 年代至千禧年間透過文化創意的力量，試圖翻轉工業城市社會治安不佳、環境重度污染的城市意象，而後藉著「曼海姆音樂模式」(Mannheimer Modell) 的推動，該模式由四大支柱—巴登·符騰堡州流行音樂學院 (Popakademie Baden-Württemberg) (專業教育)、曼海姆音樂公園 (Musikpark) (企業孵化器)、音樂和流行文化專員 (青年、青年人才和文化發展)、音樂產業群集管理機構，促進該市在音樂產業的發展。繼「曼海姆音樂模式」之後，曼海姆市亦積極發展創意經濟，於 2015 年成立「Start-up Mannheim」，成為創意階級群聚的據點，現在曼海姆市政府正執行「Mannheim 2030」都市計畫，朝聯合國永續發展目標邁進。

漢諾威為德國下薩克森邦 (Niedersachsen) 的首府 (Landeshauptstadt)，處於萊納河畔 (Leine)。漢諾威是工業製造業高度發達的城市，為德國的汽車、機械、電子等產業中心，其亦是黑膠唱片、第一張音樂卡帶與音樂 CD 的發源地，音樂工業產業在該城市的歷史發展久遠，從古典、搖滾、爵士、流行樂、現代音樂等各種音樂類型皆可在此發掘。漢諾威市的音樂產業就業率居德國之首，且在音樂訓練領域提供優良的基礎設施供音樂人才使用，使其有機會享有豐富的音樂學習資源，在當地音樂界與創意產業、市議會合力之下，該市於 2014 年成為創意城市網絡音樂之都的一員。該市政府現正執行「My Hannover 2030 計畫」，展開居民與市府管理階層/社群，以及政治人物針對城市未來目標、發展策略的公共對話。

波茨坦是德國布蘭登堡 (Brandenburg) 首府。該市在電影方面有著豐富的遺產，自 1911 年成立巴貝爾斯貝格工作室 (Studio Babelsberg) 以來，波茨坦已成為歐洲的電影產業中心。1970 年波茨坦市開辦國際學生電影節 (Sehsuechte)，為來自世界各地的年輕電影人提供發揮才華的平台，並促進電影專業人士之間思想和技術交流，隨後更創辦了猶太電影節，以促進跨宗教以及跨文化之間的對話，為猶太電影的世界帶來一線曙光。波茨坦現已將「電影」確立為城市發展的核心創意部門之一，該市的政策規定「波茨坦是一個文化

之城，本市重視且鼓勵創意的發展」，由上述可得波茨坦市將文化多樣性以及各世代之間的文化交流視為重要的發展指標。

卡爾斯魯爾位處於德國巴登－符騰堡邦，是繼斯圖加特(Stuttgart)之後的巴登－符騰堡邦第二大城市。卡爾斯魯爾市是德國發展最快的城市之一，以「現代媒體傳播的搖籃」(cradle of modern media communication)聞名，目前已躋身於世界頂級當代藝術和媒體藝術博物館的行列。卡爾斯魯爾市與藝術與設計大學(HfG)合作，整合媒體藝術領域的研究以及教育，至2017年之前，共有1460家設計和媒體藝術公司在卡爾斯魯爾成立，占當地企業的9.9%，在文化和創意產業的11個部門，包含軟體和遊戲部門，為超過14933名員工提供就業機會。2014年通過的《The Cultural Concept 2025 of the City of Karlsruhe》為未來幾年的卡爾斯魯爾市政文化政策制定目標與指導方針，其涉及以下幾個領域：文化遺產、文化和社會教育、強化藝術、科學和技術之間的連結、城市：文化和文化與經濟之間的空間。

以上六個德國創意城市的歷史發展背景不盡相同，它們之所以能夠被列為聯合國教科文組織創意城市網絡的成員，除有賴於該市原有的文化遺產(Cultural Legacy)，以及當地社群發起的文化倡議外，國家與當地政府的文化政策亦扮演非同小可的角色。

## 五、總結

跨國城市網絡的形成是城市對解決全球問題和城市問題的一種回應，其賦予城市參與國際事務、國際會議之權力，提升其作為次國家行為體的地位，城市間透過該平台共享知識、尋求解決方案、學習最佳實踐，成為國際關係民主化進程中的一個重要理念。各成員城市透過此平台與其他城市分享其在創意產業的最佳實踐，反映城市網絡所帶來的資源分享、訊息流通、及相互信任等利益。尤其，對於非政府存在價值與思考的模式有根本的改變，各城市管理者在此平台習得的知識與經驗，亦可能會影響該市的文化政策制定，翻轉該市創意產業原本的樣貌。

然而，即使德國境內的創意城市吸引眾多才華洋溢的創意階級進駐，部分城市的創意產業的工作者指出城市市中心租金上漲、缺乏臨時使用的自由空間，這些城市未來如何能夠持續地提供給創意工作者具有創造性、開放性的空間，而資金的取得從何而來？其中所涉及的责任歸屬，不同部門之間如何協調，皆是創意城市未來所需面對的課題。

(本文作者畢業於國立台灣師範大學歐洲文化與觀光研究所)