

壹、緒論

第一節、前言

我國在 2002 年的國家發展計畫中將「文創產業發展計畫」列入發展項目並與「新故鄉社區營造」和「水與綠建設」等計畫整合，企圖打造台灣成爲永續經營之綠色矽島，並成爲華人世界文創產業的領導者(黃光男，2011，頁 61)。文化創意被提出成爲一種產業型態迄今已逾十年，台灣的文創產業在政府的大力推動下已欣然成爲一種風潮，任何與文創搭上議題之領域，不論是表演藝術中的音樂、舞蹈、電影或是視覺藝術中的建築、繪畫、雕塑、攝影等，只要與文創的概念相連結，即產生了活化文化產的動能。2010 年立法院三讀通過「文化創意產業發展法」，將文創相關之產業細分爲十六項，而音樂及表演藝術產業爲其重點發展項目之一。

綜觀近十年來各縣市文化局在文化節慶舉辦之音樂或表演藝術活動，除了深耕於在地特色外，更加入了創意和文化觀光的行銷理念，使得音樂及藝術活動極爲蓬勃發展，尤其以各地文化中心之音樂展演爲主軸，將周邊之商圈、民俗活動、古蹟、觀光等所整合之藝術節最具特色，成爲現行各地方政府常年推動之計畫。單就台灣五個直轄市而言，2012 年均舉辦了與音樂及表演相關的藝術節，包括「台北藝穗節」、「新北市傳統藝術節」、「台中爵士音樂節」、「台南藝術節」、「高雄春天藝術節」，這些爲期數週或是數個月的音樂藝術活動，不但提升了音樂欣賞的素質及人口，更強化了在地文化的內涵，並且提供了更多音樂展演空間，使得音樂團隊在品質及數量上都有更高的發展。

有鑑於此，甫於 2012 年 5 月成立之文化部，爲培養國內藝術欣賞人口，鼓勵大眾參與文化活動，整合了各優秀的演藝團隊進行全國性之巡演，擴大藝術效能推出「2012 劇場藝術節」活動，首度串連二十二個包括音樂、傳統戲曲、現代戲劇、舞蹈等具特色的優秀表演團體，在 7 月至 10 月間於全台二十二個縣市專業劇場巡演達六十六個場次，堪稱一大型之全國性藝術饗宴，由文化部與各地文化局處共同主辦，結合超商、網路、學校進行推廣，期望帶動藝術行銷的熱潮。文化部此次網羅具指標性的音樂團隊共六團，於各地文化中心演出達十六場之多，這些音樂團隊均是榮獲文化部 2012 年演藝團隊分級獎助計畫補助的單位，從這些指標性的音樂團隊發展及演出的內容和性質，或可一探政府提出文創發展這十年間音樂團隊在文化創意上的著力及展望。

第二節、研究背景及動機

近年來各地方政府配合節慶辦理過不少音樂活動，在政府積極的推廣下音樂藝術活動已漸普及於基層，音樂表演不再限於音樂殿堂，有時在節慶場合、觀光勝地、商場甚至醫院均能聽到悠揚的樂音，聆賞音樂會已變得親近且生活化，從近來音樂會、演唱會一場場賣座可見端倪，一般民眾對於音樂展演願意多加參與和支持，亦顯示出國民之藝術內涵逐年提升。

然而就在街頭有藝人、各地不同時節均能遇見音樂、音樂團隊的成立亦百家爭鳴的同時，一些優秀的音樂團隊正苦思於如何突破傳統，走出一條文創的音樂路。近年來筆

者在欣賞音樂表演之際發現一些優秀的音樂團隊已搭上一股文創的風氣，企圖發展自我品牌建立觀眾群。想要突破舊思維，「創新」是必走之路，樂團也才能達成永續經營的目標。

筆者在音樂領域工作多年，平日對於音樂展演及藝文資訊深感興趣，本身亦是合唱團指導老師，對於音樂團隊的組織和經營有一定程度的認識和了解。文化部推出「2012 劇場藝術節」，而其中參與演出包括了六個國內具有指標性之優秀音樂團隊，藉由文化部所推薦媒合的機會，想深入了解這些音樂團隊近年來在文創上的發展，裨益個人及其他團隊演出走向之參考，因此產生了此研究動機。

第三節、研究目的

本研究廣集藝術節與文創發展之相關文獻，並以參與文化部所主辦之「2012 劇場藝術節」六個國內具指標性之音樂團隊探求：

- 一、界定音樂團隊之文創意涵。
- 二、了解音樂團隊發展之近況與歷程以供其他團隊經營之參考。
- 三、分析音樂團隊演出的音樂形式及內容上之文創發展趨勢。

第四節、研究方法及範圍

本文將藝術節之概況及文創源流做一背景探討，並以文化部所主辦之「2012 劇場藝術節」之六個音樂團隊為研究對象，以歷史研究法為主，蒐集六個音樂團隊發展歷程之相關文獻、演出資料、網路資訊、報章媒體、影音檔，輔以現場演出實地觀察等方式，以質性研究方式進行，歸納及分析此六個音樂團隊演出的形式及內涵，探求其歷程以及在文創上之發展方向。

本研究僅就六個音樂團隊之歷程及其表演形式之內涵做質性分析探討，而在「2012 劇場藝術節」的整體成效、團隊經營優劣及各團的文創發展異同之比較方面，則不列入討論範圍。

貳、文獻探討

第一節、節慶的內涵與文創願景

各地所舉辦宗教與文化之相關活動大多以節慶(Festival)或嘉年華(Carnivals)來命名，原本是地方民俗重要節日之慶典活動，延伸至今節慶已成為重要的文化與觀光休閒活動之一。Getz(1991)認為節慶是針對某一主題慶祝或展覽，在同一地區舉行，為大眾共同參與在一定時間當中完成；Long and Perdue(1990)提出節慶是包括大眾娛樂之各類有組織的活動，節慶的目的是為了保存地方文化、歷史、與促進旅遊；陳郁秀(2004)表示節慶活動是民眾最能感受的文化項目，它是專業的凝聚、文化內涵的累積以及集體所展現的爆發力(劉哲浩，2009，頁 232)。節慶活動在政府的大力推動下目前已成為文化藝術內涵提升的重要品項，達成地方文化發展的目標。

各地方政府以其特色所發展出的系列慶典，除了強化區域的認同感和凝聚力外，更