

## 前言

咚、咚咚，鼓聲的變聲撼動了整個台南仁德糖廠，這座1910年日治時期興建的車路墘糖廠，因十鼓擊樂團的進駐變身為文創園區。2014年十鼓的主管會議上，討論著「何謂文創？」一位主管闡述文創的另一層意涵：

從目前華山及松山文創園區的構形來看，文創一詞是「餐廳+餐廳+飯店」之剛性建築表現；從交易關係的供需雙方來看，供給方的藝術家被笑稱為瘋子，需求方的亂花錢者被戲稱作傻子，文創的道路不知不覺地成了瘋子騙傻子的商業經營模式。

現今文化創意產業儼然成為已開發國家在科技產業之外，另一個新興工業的主軸。供需雙方如何交織出一套有效的經營模式，是企業在文創產業開花結果的關鍵。

台灣的文創產業發展至今已經有15個年頭，「文創」一詞最近的爭議性卻愈來愈大、批判聲音也愈來愈多。許多廠商或企業看到有些場地會覺得閒置好可惜，所以將文創冠在前頭，打著文創的名目，企圖吸引消費者。然而，業者絞盡腦汁的結果是掛著藝文形象的複合式商場，產業聚落成爲大賣場，排擠原先提供展演創作空間之初衷，且部分園區文創業者的進駐數偏低。雖然文化部致力改善，惟目前仍有

諸多缺失，包括未能確實掌握園區營運團隊的招商內容、未能建立進駐租金差異化機制、未能深化執行文創扶植及培育工作（監察院，2018）。此時，以傳統鼓樂藝術表演爲主的十鼓擊樂團希望走出不一樣的道路；2000年成立時，國內傳統鼓團大約五團，迄今持續生存發展者包含優人神鼓及以表演與教學爲主的朱宗慶打擊樂團（如表1所示）。十鼓擊樂團團長謝十掌握這些要領與先見，於2006年將樂團進駐仁德糖廠，以「十鼓文化村」展開創建十鼓仁糖文創園區，爲台灣文創首先開啓了這樣的連結性。

## 浪滔上之浮萍：背道而馳的模式

### 十鼓擊樂團的誕生

咚咚咚！提及鼓聲，這是身為台灣人並不陌生的聲音，也許就在巷口的廟會，也許就在法會的儀式。在台灣，「鼓樂」<sup>1</sup>的傳統意象經常是依附在傳統台灣民俗廟會的配角。「十」，象徵十全十美，同時也代表著兩支鼓棒交疊著，匯聚十方的能量。2000年春天，謝十引領了一群同樣熱愛傳統打擊樂的音樂愛好者，由單純以鼓爲主的鼓術音樂及表演出發，致力於發展台灣本土性鼓樂並融合世界各地鼓樂文化而創作，成立了十鼓擊樂團，以「傳創台灣本土擊樂，廣納世界文化」爲目標宗旨，積極地推廣鼓樂及鼓術運動（如圖1

1 表演藝術是透過視覺、聽覺及體感的三位一體來傳達意象，鼓樂係將視覺、聽覺及體感皆以「鼓」爲主要元素做為表演的主軸。

表 1 台灣當代三個打擊樂團

樂團名稱	十鼓擊樂團	優人神鼓	朱宗慶打擊樂團
Logo			
設立時間	2000 年	1988 年	1986 年
發展目標	落實人本教育、推動特教啟蒙、開啓多元智慧、普及全民鼓術、傳創本土擊樂、廣納世界文化	優人神鼓以道與藝之探討和實證為宗旨。以道為體，以藝為用，道藝無別，體用合一。全體工作人員在道的修行與藝的培養並重下，以「分享」為其創作及演出之目的，並以「服務」之心，將道與藝分享給大家	以具創意、清新、專業的獨特風格，運用年輕人的思維與熱情活力，綻放打擊樂的青春光芒。未來除繼續為打擊樂的推廣貢獻更多心力，也將以充滿創意與開闊的視野，開創打擊樂的新潮流
創意元素	台灣歷史、人文、風俗、風景、內心意象、大自然	戲劇、擊鼓、拳術：太極、外家拳、戲劇作品編作與排練	除了專業、熱情、具親和力、中西融合的特質之外，以興趣為出發，呈現台灣新世代的擊樂活力
主要銷售市場	普羅大眾、國內、外邀演單位	表演藝術愛好者、國外藝術節邀演、國內邀演單位	表演藝術愛好者、國內外曲目創作邀請、國內外邀演單位、打擊樂教學系統
營業型態	複合式經營，台灣唯一擁有文創雙園區之鼓樂團——結合鼓藝、旅遊、教學、表演等內容做複合式行銷	表演式經營	教學式、創作式經營

所示)，並設立才藝教學單位（如圖 2 所示），與教育單位合作成立「鼓盟」<sup>2</sup> 系統，指派鼓樂教師至學校進行鼓樂教學的向下紮根（如圖 3 所示），定期於各分區交流鼓藝切磋，建立十鼓體系的鼓術教學系統。每年夏季以舉辦鼓藝薪傳大賽的方式，讓全國各地鼓樂團同台競技與交流；寒、暑假期間也開設鼓樂營隊（如圖 4 所示）招募新血，普及鼓樂教育及進行全民鼓術的推廣。十鼓擊樂團從台南府城一步

一腳印地出發，推廣在地化的鼓樂新樣貌，如新竹縣新城社區將技術改良並傳授當地居民，整合當地資源，以建構農村永續、在地創新之生生不息的產業模式（謝淳鈺、嚴珮琪，2017）。

### 從國際化到在地化

十鼓擊樂團的鼓樂藝術不單是視覺與聽覺的饗宴，每一節奏下所呈現的打擊樂融合了在地題材、美麗風貌與民族特性的

<sup>2</sup> 十鼓擊樂聯盟簡稱鼓盟，主要是十鼓透過國中、小學之課餘時間，開設鼓擊樂課程，進行十鼓曲目的教學聯盟體系。