

# 把贊助助觀變成投資真心吧!

## ● 跨世紀國際藝文資訊交流研討會

### 藝文在生活中重要性漸提高 企業與之結合勢將兵家必爭

【記者于國華／報導】藝術活動收入來源不外票房、政府補助以及民間企業贊助；但對許多藝術團體而言，企業贊助始終可望不可及。一項研究指出，台灣大型企業中，超過六成曾經贊助藝文活動，但只有不到25%編有固定的預算。

「跨世紀國際藝文資訊交流研討會」昨日進行第二天活動，中山大學人力資源管理研究所副教授陳以亨提出「台灣企業贊助藝文現況」的研究報告。針對前五百大企業、以及曾獲「文薪獎」的四十個企業的調查結果，陳以亨指出，從有效回收問卷中分析，67%的企業曾經贊助藝術活動，算是相當普遍；但也有19%的企業根本不感興趣。

值得注意的是，台灣的企業的管理型態也影響了贊助行為的決定權。研究顯示，70%的企業是由董事長或總經理決定贊助對象與金額；這與以跨部門討論意見為主導的外商企業不同。陳以亨認為，這說明台灣本土企業在贊助藝術活動時，還不具有行銷或公關的策略，反而以高階主管的興趣為主。

受訪企業中也有49.6%未曾編列贊助藝文的預算；許多受訪單位曾經贊助藝術活動，卻是撥自行銷或公益、公關活動的經費；也有57.3%的企業只希望贊助短期的個案。另外，受贊助對象的名氣、活動見諸媒體的次數，都會影響企業的決定。

這分由國家文化藝術基金會贊助的研究，陳

以亨也建議企業必須前瞻趨勢，文化藝術贊助將不再是「慈善」工作；相反的，隨著藝文活動在人類休閒生活中的重要性提高，與藝文活動結合，將是未來的「兵家必爭之地」。他也建議藝術團體必須了解企業看待投資和收益的態度，用互惠的方式溝通、爭取合作。「企業必須花工夫了解客戶；藝文團體應該用同樣的態度了解企業。」國家文化藝術基金會執行長簡靜惠補充說。

英國「藝術和企業協會」總裁柯林·崔西，則提出流行在英國的新觀念，做為藝文團體和企業溝通的「說帖」。他指出，1999年世界銀行年會中決議，對受援助國家的補助中應包含文化項目，配合不同地區的發展特性，也承認「文化是重要的經濟動力」；文化不再是社會附屬品，而是社會的基本元素。崔西也在該次世銀年會中，提出四項論點強調商業界應該金援藝術的理由，分別是：發展、社會凝聚力、行銷，以及時下熱門的知識經濟。

崔西以南非等地的實例說明，藝術活動有助於落後國家發展；針對缺乏「市民社會」(civil society)觀念的社會，也有凝聚共識的作用。贊助行為提昇形象可以幫助行銷，特別是未來強調創意的知識經濟時代，「文化就是一切」。藝術可以協助企業在新時代中找到定位，崔西說，「藝術將成為企業的合作夥伴。企業要『投資』於藝術，而不是施捨和贊助。」

## 藝術是市民社會推手 全球地方化 處處有借鏡

【記者于國華／報導】建立「市民社會」(civil society)，藝術活動扮推手？這樣的觀念，曾在文建會推動社區總體營造時期，被質疑為不實際的「大文化主義」。國內外經驗卻顯示，藝術活動和市民社會的關係不但緊密，更可能互為成功的因果。

「英國藝術和企業協會」總裁柯林·崔西，曾在表演藝術界和金融界服務，目前致力為藝術和企業建立溝通關係。他說，藝文活動可以改善社會，企業投資藝文活動，既是善行、也為長遠的行銷鋪路，而政府的角色，應該協助這樣的行動發生。

他認為，藝術可以提昇落後地區的文化、教育、健康等環境，例如因為興建美術館而成名的西班牙畢爾包(Bilbao)、以歷史城市基多(Quito)的觀光發展重建厄瓜多爾等案例。許多個案中都有企業參與，例加一家藥廠在南非，以黑人區中的劇場活動提昇社區水準。

藝術是社會的共通媒介，崔西認為，藝術能

經由民衆的溝通和分享，促成市民社會建立。在英國，許多企業參與業餘合唱團和運動團體；甚至充滿爭戰的阿拉伯世界，藝術活動也能創造「安全的空間」，讓各種族可以短暫得到和平。其他例如美國運通基金、英國「全國建屋互助會」，鼓勵民衆參與地方傳統文化的再創造，也建立了人民對社區的自信和認同。

交大人文社會學院院長陳其南指出，在「全球地方化」潮流下，「城市外交」應以文化交流為內涵，並回歸以「人民」為主體。他在「市民社會理想與城市文化交流」論文中建議，城市外交不是「國家」外交，不應停留在政府層次，反而應該是地方發展、市民參與、創造社區認同的機會。他以宜蘭為例，「宜蘭童玩藝術節」、「大學名校划船賽」突破外交和政治限制，開創宜蘭地域發展的機遇；反觀台北市「2000亞太文化高峰會」，仍以市政府為主體，不但缺乏市民參與的機會，也不能將「市民文化權」的實踐落實在活動中。