

我國文化創意產業人才培育發展現況 與策略

林思玲 * 林炎旦 **

摘 要

從「知識經濟」到「創意經濟」，人力素質是社會發展的關鍵力量。根據統計，2011年臺灣從事文化創意產業的人數已達17萬人，有逐年上升的趨勢。教育是推動「創意產業」的動能，擁有越多具有文化創意的人才，越有助於文化創意產業的發展。本文藉由文化創意產業定義與發展之探討，進行文化創意人才之界定，再進一步探討臺灣大專校院人才培育的現況。最後，針對政府行政機關、文化創意產業業者與教育機構提出人才培育的策略建議。

關鍵詞：文化創意產業、人才培育、人力資源

* 林思玲，國立屏東教育大學文化創意產業學系助理教授

** 林炎旦，國立臺北教育大學文化創意產業經營學系所教授

電子信箱：sllin@mail.npue.edu.tw；Yandanlin51@gmail.com

來稿日期：2013年9月6日；修訂日期：2013年11月1日；採用日期：
2013年12月9日

The Current State and Strategies of Talent Cultivation in Taiwan's Cultural and Creative Industries

Szu-Ling Lin* Yen-Tan Lin**

Abstract

Manpower quality is the key force in “knowledge economy” and “creative economy”. In 2011, more than 170,000 people are employed in the cultural and creative industries, and the number is increasing with times. Education is essential for promoting the creative economy, and it facilitates the development of the cultural and creative industries. Relying on the definitions and development of these industries, this essay explores the factors and limits of cultural and creative talents. Subsequently, we discuss the establishment of academic institutions of cultural and creative industries in Taiwan, and suggest strategies on talent development for concerned government organizations, companies, and educational institutions.

Keywords: cultural and creative industries, talent development, human resource

* Szu-Ling Lin, Assistant Professor, Department of Cultural and Creative Industries, National Pingtung University of Education

** Yen-Tan Lin, Professor, Department of Cultural and Creative Industries Management, National Taipei University of Education

E-mail: sllin@mail.npue.edu.tw ; Yandanlin51@gmail.com

Manuscript received: September 6, 2013; Modified: November 1, 2013; Accepted: December 9, 2013

壹、前言

目前文化創意產業已形成了一股不可忽視的熱潮。文化創意產業涵蓋了文化、經濟與科技等不同面向，是一種將文化轉變為具高度經濟性的新興產業。文化創意產業不但成長速度高於其他產業，並提供了大量的就業機會，從以下幾個數字即可得知一、二：2003年歐洲創意產業總產值已達6,540億歐元，並占歐盟整體經濟GDP總量約2.6%（European Commission, 2006）。在2008年金融危機之後，全球經濟成長（GDP）均下滑的情形下，根據聯合國貿易與發展會議（UNCTAD）的統計，在2002至2008年間，創意產業的產品和服務貿易仍然以每年平均14%的速度持續成長，歷經2008年金融海嘯的影響後，到2010年開始出現反彈（林炎旦主編，2011：23），顯示屬於創意經濟的時代已經來臨。

臺灣政府在2002年提出文化創意產業政策發展，於「挑戰2008：國家發展重點計畫」中，將文化創意產業列為強化國家競爭力的計畫之一。而行政院進一步於2009年5月14日通過「創意臺灣—文化創意產業發展方案」，在2009至2013年針對「六大旗艦計畫」和「環境整備」預計投入約280億新臺幣以發展我國文化創意產業（行政院新聞局，2009），更於2010年1月通過「文化創意產業發展法」，展現政府的決心。根據統計，2010年臺灣文化創意產業營業額達新臺幣6,616億元，較2009年成長約16.1%。2010年臺灣的文化創意產業產值已占GDP的4.6%（行政院文化建設委員會主編，2012：12-13）。到2011年，文化創意產業營業額已達新臺幣6,654億元（行政院文化部主編，2013：11），足可見臺灣文化創意產業發展的成長趨勢。根據統計，臺灣文創廠商家數約4.7萬家，2007至2011年廠商家數增加了2,000家左右，家數成長約4.6%（行政院文化部主編，2013：15）。2011年臺灣從事文化創意產業的人數已達17萬人（行政院文化部主編，2013：19）。在這樣的趨勢之下，能夠健全文化創意產業發展的重要基礎之一，即是人才的培育。

人力資源目前也成為了國際間測量「創意」重要的指標。香港大

學文化政策研究中心所發展出來的創意指數（creative index），又稱為「5Cs 模型」，認為創意對經濟的貢獻需測量四種創意資本（creative capital），包含人力資本、文化資本、社會資本、結構或制度資本之間互動而形成的結果。此外，歐盟（European Union）所建立的「歐盟創意指數」（European Creative Index）中文化相關的 32 項指標模式中，人力資本是其中一項重要的分類項目（林炎旦 主編，2011：4）。由此可見人力資本是文化創意產業的關鍵因素，國家應配合產業及經濟發展的需要，進行文化創意產業人力的規劃。人才培育與產業脈動接軌，才是產業經營致勝之道。

貳、文化創意產業的定義

文化創意產業是臺灣首先提出的概念，乃將文化產業與創意產業作一結合。2008 年聯合國貿易與發展會議將「文化創意」定義為：「包括想像力在內，一種產生原創概念的能力，以及能用新的方式詮釋世界，並用文字、聲音與圖像加以表達。」¹ 隨著文化與創意產業的發展日趨成熟，2010 年，臺灣對於文化創意產業的定義，考量藝術文化兼具有產值，以及創意的來源與核心，重新定義並加入「美學素養」的概念，與現行的「生活美學運動」相互輝映，落實文化立國，並善用文化創造經濟價值與收益。表 1 為各國對於文化或創意產業的定義比較。

¹ 詳閱聯合國貿易與發展會議（UNCTAD）官方網頁 <http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>（2013 年 8 月 31 日瀏覽）。

表 1

關於文化創意產業的定義比較表

國家 / 機構	名詞	定義
聯合國教科文組織 (UNESCO)	文化產業	結合創作、生產與商業的內容，同時這內容在本質上，是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。
聯合國貿發會議 (UNCTAD)	創意產業	創意與知識資本的投入，由一套以知識為基礎的經濟活動構成，包含產品與服務的創作、生產和銷售的循環過程，生產具有創意內容、經濟價值與市場目標的智力或藝術服務。
英國	創意產業	創意產業起源於個人的創造力、技能和才華，透過產生與開發為智慧財產權後，具有開創財富和就業機會的潛力。
澳大利亞	創意產業	創意產業涵蓋文化產業，包括許多廣泛認可的文化活動，更具體的指出，創意產業利用象徵性的知識和技能，透過附加價值，商品化，分配和銷售，來創造經濟效益。
芬蘭	文化產業	文化產業是奠基在一個意義內容上的產業，範圍從傳統產業，服裝或者是商業品牌都涵蓋在其中。狹義的說法則一定是強調文化企業家的精神，尤其是強調商品化價值創造的部份，並且對於交換商品的意義性特別強調。
香港	創意產業	源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。
韓國	文化產業	文化產業是文化商品的生產、分配、消費相關的產業及與此有關的產業，又把文化商品規定為因文化內容內在而能生產經濟性附加價值的有形無形的財貨、服務和與此有關的商品。
中國大陸	文化產業	為社會公眾提供文化、娛樂產品和服務的活動，以及與這些活動有關聯的活動的集合。
臺灣 (2010年文創法)	文化 創意 產業	源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業。

資料來源：引自林炎旦、李兆翔（2011）。緒論。載於林炎旦（主編），文化創意產業理論與實務（頁 7-8）。臺北市：師大書苑。

文化產業源於法蘭克福學派學者 Theodor W. Adorno (1903-1969) 對於文化工業的批判。Adorno 從美學的角度捍衛人類理想生活，對抗商業性與消費性的工業複製文化。然而文化作為具有經濟加值的無煙囪產業已是當前趨勢所在，生活美感的開發與對話亦成為文化產業所追求的目標，販賣的是生活想像力、創意、教養和品味，更兼具創造力教育的意涵，同時，文化與經濟兩者的結合賦予了文化產業獨特的新樣貌。1994 年澳洲「創意之國」文化政策報告首度提出創意產業概念，繼而在 1998 年英國文化媒體與體育部 (DCMS) 確立以「創意英國」作為振興國家經濟的定位；2001 年韓國成立「文化振興院」負責推動韓國文化內容產業，我國亦於 2002 年將「文化創意產業」正式納入國家發展重點之一；而聯合國教科文組織 (UNESCO) 與貿易發展會議 (UNCTAD) 也持續地關注全球文化創意產業的發展，推動文化創意產業已成為全球趨勢 (林炎旦、李兆翔，2011：3-4)。

2010 年 1 月我國《文化創意產業法》正式通過，確立中央主管機關為行政院文化建設委員會，並針對文化創意產業的範疇類別與定義進行調整，同時結合政府「六大新興產業」與「新興智慧型產業」政策，推動文化創意產業行動方案，包括工藝產業、電視內容產業、電影產業、流行音樂產業、設計產業與數位內容產業等六項旗艦計畫。2012 年 5 月文化建設委員會升格為文化部，文化創意產業的業務範疇除原文建會之業務外，並納入行政院新聞局出版產業、流行音樂產業、電影產業、廣播電視事業，擴大了文化部對文化創意產業轄管的範圍。

多年來各國與學術界各取所需來定義與分類，產生了「創意產業」(Creative Industry)、「文化產業」(Culture Industry) 或「文化創意產業」(Culture & Creative Industry) 的各種用詞，各國對於文化創意產業的分類亦各不相同，比較整理如下表所示：

表 2

臺灣與各國文化創意產業分類比較表²

各國比較 臺灣 文化創意產業	聯 合 國 ¹	英 國	澳 洲	紐 西 蘭	美 國 ²	加 拿 大	日 本	南 韓	中 國 大 陸	香 港	新 加 坡	法 國	德 國	芬 蘭	丹 麥
1. 視覺藝術	V	V	V	V	V	V	V	V		V	V	V	V	V	V
2. 音樂 / 表演藝術	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
3. 流行音樂與文 化內容	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
4. 文化資產應用 及展演設施	V		V		V	V	V		V	V	V	V		V	V
5. 工藝	V	V					V	V		V		V			
6. 電影	V	V	V		V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
7. 廣播電視	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
8. 建築設計	V	V	V	V	V					V	V	V	V	V	V
9. 廣告	V	V	V	V	V	V	V	V		V	V	V	V	V	V
10. 設計品牌時尚		V		V			V					V			V
11. 數位內容		V	V			V	V	V	V	V		V	V	V	
12. 產品設計	V	V	V	V	V		V	V		V	V	V	V	V	V
13. 視覺傳達設計	V	V	V	V	V		V	V		V	V	V	V	V	V
14. 出版	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
15. 創意生活															

註：1. 聯合國教科文組織（UNESCO Institute for Statistics Model, 2007）；2. 美國人藝術組織（Americans for the Arts, Americans for the Arts Model, 2005）。

資料來源：引自林炎旦、李兆翔（2011）。緒論。載於林炎旦（主編），**文化創意產業理論與實務**（頁5）。臺北市：師大書苑。

² 2010年我國文化創意產業範疇由2002年提出的13項調整為15項，新增「流行音樂與文化內容」；將「設計產業」分類為「產品設計」與「視覺傳達設計」；原本的「文化展演設施」調整為「文化資產運用及展演設施」，其餘則維持不變。

參、文化創意產業人才之界定與內涵

英國文化、媒體暨體育部 (Department for Culture, Media and Sport) 統計資料顯示, 自 1997 年推動創意產業以來, 創意產業工作機會每年以 2% 比例增長, 自 1997 年 160 萬個工作機會成長到 2007 年 200 萬 (DCMS, 2000)。由前文對於文化創意產業的定義可得知, 文化創意產業包含跨產業的範疇, 且各產業有不同的特性。如何界定文化創意產業工作者並不容易, 而要界定到多詳細的職業才算是創意產業工作者更有所難度。因此各個國家與學者專家對於文化創意產業職業與人力 (人才) 皆有不同的界定 (李兆翔、林玟伶, 2011: 305)。

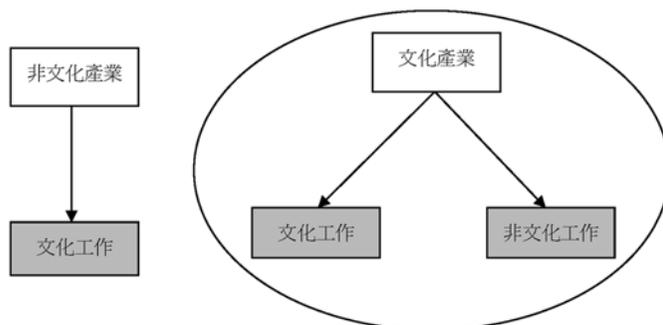
國外的學者也曾對文化創意產業人才進行分類與定義。Banks 及 Hesmondhalgh (2009) 認為從事文化產業的工作者包括: 主要創意人員、技術人員、創意經理、所有人及主管。所有人及主管關心獲利與聲望; 創意人員希望產製出原創或完美的作品, 以建立名聲。創意經理則是主管與創意人員雙方的代理人或中介者。技術人員則必須有效率地完成技術取向的工作。美國學者 Florida 則認為「創意階級」即是指所從事的工作要創造有意義的新形式 (create meaningful new forms)。這個新興階級的超級創意核心 (super-creative core), 包含: 科學家、工程師、大學教授、詩人與小說家、藝術家等以及現代社會的思想領導者, 如: 編輯、文化人士、分析師等, 他們負責從事創造出可迅速流通或廣泛採用的新觀念或設計。以及另一類的創意階級包含知識密集產業 (knowledge-intensive industry) 工作的創意專業人士, 如高科技、金融服務、法律、醫療、企業等工作的創意人士, 他們以創意解決問題, 或運用許多複雜知識找出創新的解決方案 (傅振焜譯, 2006)。

澳大利亞政府於文化創意產業人展法現況與需求, 希望以文化創意產業振興國家經濟, 2007 年的《澳大利亞創意產業報告》 (Australia's Creative Economy) 對於其產業之人力有很多調查與分析, 並且發展出文化創意人力的「三維能力指標架構」。澳大利亞研究委員會 (The Australian Research Council, ARC) 所屬的創意產業與

創新卓越中心（Excellence for Creative Industries and Innovation, CCI）定義創意產業的價值創造來自於產業中的創意生產力。依據工作者所從事的職業性質，以及工作者所處的產業環境，將創意生產力分為三種類型：（1）專業型工作者，在創意產業中從事創意性職業；（2）鑲嵌型工作者，在其他產業中從事創意性職業；（3）輔助型工作者，在創意產業中從事其他職業（李兆翔，2009）。

聯合國教科文組織（UNESCO）於《2009年文化統計框架》（2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics）中以澳大利亞和紐西蘭標準職業分類（ANZSCO）和加拿大文化統計架構為基礎，進一步定義文化工作包含涉及創造性和藝術生產；文物的蒐藏和保存。這些工作的內涵有：（1）以產生、發展、保存或反映文化和精神意義或象徵；（2）創作、生產和傳播具智慧財產權保障的文化產品和服務；（3）具有藝術表現（如視覺、音樂、寫作、舞蹈或戲劇藝術）。此外，更廣泛的定義還包括上述工作的相關領域，通常與休閒活動，如體育和旅遊有關。這些領域的活動包括涉及體育或體育休閒技術，並且提供享受、放鬆或娛樂。同時 UNESCO 提出文化職業圖（圖 1）的概念，與上述澳大利亞 CCI 創意生產力模式相近。報告書說明一般文化部門所關注的為圖中橢圓形區域，認為文化產業包含正式與非正式的文化工作，然而非文化產業中所包含文化工作亦需被採納進去，例如在汽車工業中的設計工作者即屬於後例（UNESCO, 2009）。

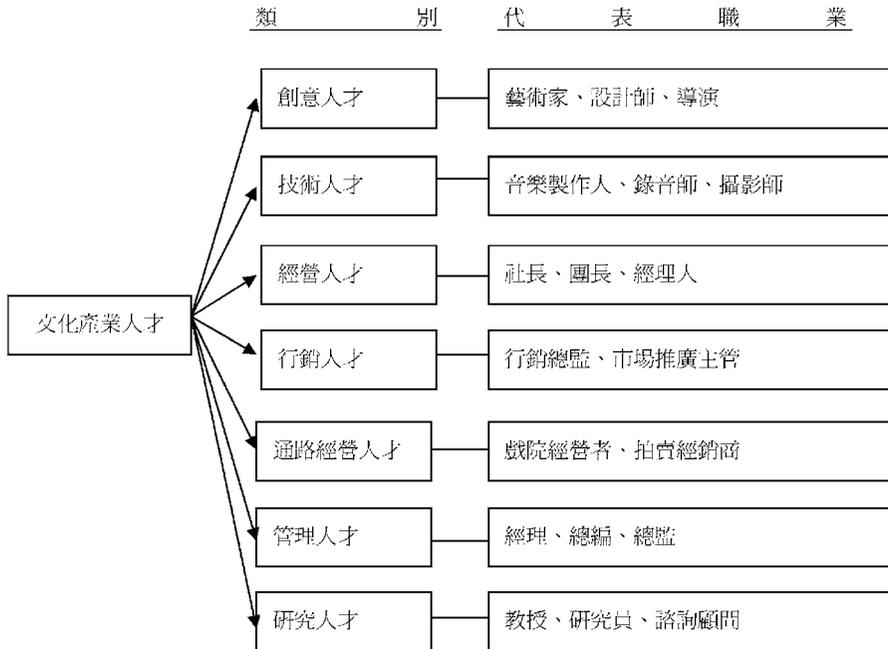
圖 1 UNESCO 文化職業圖



資料來源：UNESCO. (2009). *2009 UNESCO Framework for cultural statistics*, Canada: UNESCO Institute for Statistics.

中國大陸北京大學文化產業研究院副院長向勇（2006）指出，文化產業人才可分為七類，包括：一、文化產業創意人才（藝術家、設計師、導演等）；二、文化產業技術人才（音樂製作人、錄音師、攝影師等）；三、文化產業經營人才（社長、團長、經理人等）；四、文化產業行銷³人才（行銷總監、市場推廣主管等）；五、文化產業通路⁴經營人才（戲院經營者、拍賣經銷商等）；六、文化產業管理人才（經理、總編、總監等）；七、文化產業研究人才（教授、研究員、諮詢顧問等），如圖 2 所示。

圖 2 向勇所分類的文化產業人才示意圖



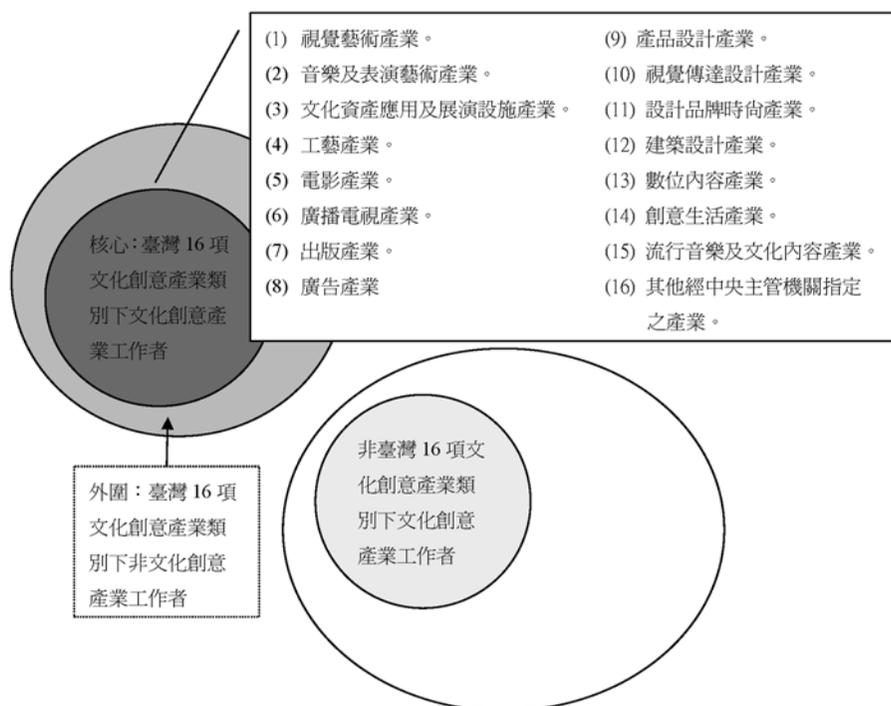
資料來源：引自李兆翔、林玟伶（2011）。人力資源。載於林炎旦（主編），文化創意產業理論與實務（頁 306）。臺北市：師大書苑。

李兆翔、林玟伶（2011）則綜合各種專家學者的意見，提出創意產業行業別分類：（1）文化創意部門中從事文化創意的工作，例如

3 註：原文使用營銷。
4 註：原文使用渠道。

歌劇產業中的歌手；(2) 非文化創意部門中從事文化創意的工作，例如汽車產業中的設計師；(3) 文化創意部門中從事非文化創意的工作，例如：電影產業中的會計或助理。提出臺灣文化創意產業行業中⁵文化創意產業工作者分類，如圖 3：

圖 3 臺灣文化創意產業職業示意圖



資料來源：引自李兆翔、林玟伶（2011）。人力資源。載於林炎旦（主編），*文化創意產業理論與實務*（頁 311）。臺北市：師大書苑。

此外，行政院文化建設委員會（現為行政院文化部）曾於 2010 年與 2011 年邀請各次產業的主要業者及專家學者，共舉辦 20 場次座談會，實際了解文化創意產業實務上面臨的人才需求。綜整與會者的意見，對於中介體系人才的建言甚多。所謂中介人才就是將「文化」和「創意」轉化成「商品」時，需要中介人才來協助文化人及創意人與產業接軌。這種中介人才的能力有：1. 具備高度的文化創意美學素

⁵ 依照臺灣「文化創意產業發展法」定義文化創意產業的 16 項分類。

養；2. 熟悉藝術專業術語與商業語言；3. 了解文化創意行銷與品牌經營；4. 需有能夠判讀原創價值的能力；5. 善於財務管理與資源調度能力；6. 熟悉品牌行銷與市場操作能力（行政院文化部 主編，2013：234）。由此可充分看出文化創意產業的中介人才培育的基本內涵，亦可顯示這類人才培育與以往藝術、文化或設計人才培育的差異處。目前臺灣大專院校以文化創意產業為名的相關科系，大部分就是以培育中介人才為主。

肆、文化創意產業人才培育與人力資源現況

歐洲藝術文化政策比較研究協會（ERICarts）（2010）在《創意歐洲報告書》（Creative Europe Report）指出，經濟整合成功後的歐洲聯盟體認到「文化教育」對於歐盟要建立一個「知識歐洲」的重要性，將文化相關的推動策略分為兩大方面：1. 針對文化學習及文化參與的教育計劃；2. 與文化相關事業的人才培訓計劃。臺灣的《文化創意產業發展法》第 11 條：「為培育文化創意事業人才，政府應充分開發、運用文化創意人力資源，整合各種教學與研究資源，鼓勵文化創意產業進行產官學合作研究及人才培訓。政府得協助地方政府、大專校院及文化創意事業充實文化創意人才，並鼓勵其建置文化創意產業相關發展設施，開設相關課程，或進行創意開發、實驗、創作、與展演。」由此可知，以教育進行人才培育是目前發展文化創意產業重要的措施之一。檢視臺灣對於培育文化創意產業人力的教育制度，可從兩種面向談起。第一個面向是從行政院所規範的產業範疇來討論；第二個面向是前文所揭示的中介人才。文化創意產業的人力需靠這兩個面向的培育才可完備。

在第一個面向部份，李兆翔、林玟伶（2011）曾把 2009 年之前文化創意產業人力與實際廠商數量進行比較，他們以當時定義的 13 項產業範疇來進行相關科系的統計⁶，並根據 Cheers 雜誌 2010 年度

⁶ 當時臺灣對於文化創意產業類別的定義不同於現在施行之《文化創意產業法》的定義。

最佳研究所指南光碟資料進行統計，全臺文化創意產業各項類別下的相關研究所共有 209 間（公立一般 / 技職大學 125 間，私立一般 / 技職大學 84 間），如表 3 所示。以 2009 年招生人數計算，一年約有 3017 學生就讀文化創意相關科系。將表 3 與 2007 年文化創意產業各產業家數與營業額統計表（表 4）對照，發現音樂與表演藝術產業為全臺研究所數量與招生人數最多（佔 45 間，664 人），但產業營業額與家數卻是 13 項產業中倒數第三的產業。相反地，廣告產業是研究所數量與招生人數最少（佔 2 間，32 人），但是營業額與家數卻是 13 項產業中前二的產業。這篇研究顯示在 2009 年之前，臺灣 13 項文化創意產業人才培育與產業發展步調仍需加強配合。

表 3

2009 年臺灣文化創意產業相關研究所統計表

	碩士班				總計	
	公立一般 / 技職大學		私立一般 / 技職大學			
	間	人	間	人	間	人
視覺藝術產業	20	270	4	45	24	315
音樂與表演藝術產業	39	570	6	94	45	664
工藝產業	7	107	1	9	8	116
文化展演設施產業	6	94	2	25	8	119
電影產業	3	37	-	-	3	37
廣播電視產業	8	116	14	192	22	308
出版產業	2	33	2	23	4	56
建築設計產業	6	99	15	192	21	291
廣告產業	1	17	1	15	2	32
設計產業	17	233	21	358	38	591
數位休閒娛樂產業	6	85	3	43	9	128
設計品牌時尚產業	-	-	3	29	3	29
創意生活產業	10	138	12	193	22	331
總計	125	1,799	84	1,218	209	3,017

資料來源：引自李兆翔、林玟伶（2011）。人力資源。載於林炎旦（主編），文化創意產業理論與實務（頁 313）。臺北市：師大書苑。

表 4

2007 年文化創意產業家數與營業額統計表 (單位：家，新臺幣千元)

	家數	營業額
視覺藝術產業	2,888	4,851,841
音樂與表演藝術產業	1,354	8,218,430
工藝產業	10,437	71,743,528
文化展演設施產業	339	1,892,515
電影產業	602	13,828,939
廣播電視產業	1,609	130,772,462
出版產業	3,707	68,160,631
建築設計產業	7,699	83,393,710
廣告產業	12,303	130,393,221
設計產業	2,362	77,091,247
數位休閒娛樂產業	7,252	19,701,971
設計品牌時尚產業	-	-
創意生活產業	115	22,900,000
總計	50,667	632,939,549

資料來源：引自李兆翔、林玟伶(2011)。人力資源。載於林炎旦(主編)，**文化創意產業理論與實務**(頁 314)。臺北市：師大書苑。

在第二個面向部分，目前臺灣大專院校以文化創意產業或創意產業為名的相關科系，大部分就是以培育中介人才為主。表 5 表示目前全臺灣大專院校文化創意產業相關科系開設情形⁷。在文化創意產業列為國家重點發展計畫後所成立的文化創意產業系所，共 30 間學系，包含 4 間博士班；10 間碩士班；6 間 EMBA 班；22 間學士班，最早為 2001 年成立。

⁷ 詳閱教育部網站：<http://univ.edu.tw/GroupDetail2.asp?Group=管理學群&Dept=人文社會學系> (2013 年 9 月 1 日瀏覽) 以及 101 學年度大學院校一覽表 <http://ulist.moe.gov.tw/> (2013 年 9 月 1 日瀏覽)。以設計為主的科系不列入表中。

表 5

2013 年臺灣文化創意產業專門科系統計表

學校	系所	學士班 成立年	碩士班 成立年	博士班 成立年	EMBA 成立年
國立臺灣藝術大學	創意產業設計研究所博士班	無	無	2010	無
國立臺北藝術大學	文創產業國際藝術碩士學位 學程	無	2011	無	無
國立臺北教育大學	文化創意產業經營學系	2006	2005	無	2008
國立臺中教育大學	文化創意產業設計與營運學 系	2012	無	無	無
國立屏東教育大學	文化創意產業學系	2004	2010	無	無
國立成功大學	創意產業設計研究所	無	2009	2009	無
國立中興大學	文化創意產業學士學位學程	2011	無	無	無
國立東華大學	藝術創意產業學系	2010	2010	無	無
國立臺北科技大學	文化事業發展系	2011	無	無	無
國立勤益科技大學	文化創意事業系	2007	無	無	無
國立雲林科技大學	國際文化設計研究所	無	2009	2009	無
國立高雄應用科技 大學	文化創意產業系暨文化創意 產業系碩士班	2001	2008	無	無
實踐大學	創意產業博士班	無	無	2012	無
佛光大學	文化資產與創意學系	2008	2008	無	無
輔仁大學	藝術與文化創意學士學位學 程	2011	無	無	無
文化大學	推廣教育部 時尚與創意產業品牌建構及 經營管理學士學位學程	2010	無	無	無
大葉大學	文創產業國際人才學士學位 學程（英語學程）	2012	無	無	無
南華大學	文化創意事業管理學系暨研 究所	2012	2012	無	2012
康寧大學	文化創意學系	2008	無	無	無
景文科技大學	文化產業與創新設計研究所	無	無	無	2011
弘光科技大學	文化創意產業系	2006	無	無	無

(續下頁)

學校	系所	學士班 成立年	碩士班 成立年	博士班 成立年	EMBA 成立年
中臺科技大學	文教事業經營研究所 (註：課程規劃包含文化創意事業經營與管理)	無	2006	無	2013
南開科技大學	文化創意與設計系	2006	無	無	無
嘉南藥理科技大學	文化事業發展系	2003	無	無	無
正修科技大學	創意產業經營學位學程	2010	無	無	無
大仁科技大學	文化創意產業研究所	無	無	無	2010
文藻外語學院	傳播藝術系暨創意藝術產業研究所	2005	無	無	2009
美和技術學院	文化創意系	2006	無	無	無
興國管理學院	文化創意與觀光學系	2001	無	無	無
國立臺東專科學校	文化創意設計科	2010	無	無	無

資料來源：研究者整理

若以市場實際的需求來討論人才培育的類別及數量，則有一些困難尚須克服。以下列資料為例，根據財政部財稅資料中心資料（經濟部工業局，2008），臺灣文化創意產業在總營業額自 2002 年到 2007 年維持成長趨勢，但成長比例逐年下滑。依據我國《中小企業認定標準》⁸，臺灣文化創意產業中小企業比例高達 99.29%，營業組織家數在 2003 年至 2005 年成長，但 06、07、08、09 年出現負成長；2010 年、2011 年又開始出現成長（行政院文化部 主編，2013：11）。但在這樣的趨勢分析中，尚無法精確地掌握人力數據。再者，目前臺灣所掌握的文化創意產業人力需求，僅是文化創意產業其中數種產業類別。根據《2012 年文化創意產業發展年報》的統計資料，2011 年臺灣 17 萬文化創意產業相關產業之從業人員中，以「廣告產業」與「出版產業」的廠商家數和營業額最高，所雇用的人力也最多。次產業則

⁸ 中小企業認定標準第二條：「…文化運動及休閒服務業、其他服務業前一年營業額在新臺幣一億元以下者。…文化運動及休閒服務業、其他服務業經常僱用員工數未滿五十人者。」（2005 年 7 月 5 日修訂公佈，<http://www.moec.gov.tw/ct.asp?xItem=672&ctNode=214>）

以「運動、娛樂及休閒服務」、「出版」、「廣告業及市場研究」等從業人數較多⁹。表 6 表示目前可蒐集到的 2011 年文化創意產業就業人數，由表可以看出這樣的資料無法完整顯示所有文化創意產業人力的數量。

表 6

2011 年文化創意產業就業人數統計表 (單位：人)

次產業	總計	主管 及 監督 人員	專業 人員	技術 員及 助理 人員	事務 工作 人員	服務 工作 人員 及 售貨 員	技藝 及 機械 設備 及 組裝 人員	基層 技術 工及 勞工 力
出版	32,466	7,130	11,938	6,490	3,989	806	1,182	931
影片服務、聲音錄音及音樂出版	15,974	4,659	2,067	2,293	2,780	2,135	97	1,943
傳播及節目傳送	18,149	3,291	4,279	4,286	5,149	222	795	127
廣告業及市場研究	28,842	6,462	6,129	4,975	5,266	-	3,374	2,269
專門設計服務	16,441	4,126	2,971	5,368	2,510	-	525	941
表演藝術	3,617	618	755	629	843	125	350	234
運動、娛樂及休閒服務	47,414	14,744	1,713	1,589	5,190	14,640	634	8,904
創意生活	10,000	-	-	-	-	-	-	-
總從業人數	172,903	41,030	29,852	25,630	25,727	17,926	6,957	15,349

註 1：創意生活產業資料來自中衛發展中心。

註 2：本資料調查時間為 2011 年 7 月（2012 年編印），本資料人數統計摘錄僅整理文化創意產業相關資料，且為受雇者身分，自行開業及自營作者未納入統計。數據資料來自於行政院勞工委員會《職業類別薪資調查報告》。

資料來源：引自行政院文化部（主編）（2013）。2012 年文化創意產業發展年報（頁 19），臺北市：行政院文化部。

⁹ 次產業指的是 15 項文化創意產業類別之下，再細分之產業類別。《2012 年文化創意產業發展年報》內的各項產業統計資料大部分從財政部財稅中心蒐集，其產業類別依照行政院主計總處行業標準分類進行分類。

雖然目前大專院校積極設立相關系所培育文化創意產業人才，但產業面的人力資訊一直無法充分掌握，也就是需求端無法呈現精確數字。雖然自 2002 年起從中央到地方都有關於文化創意產業的年度調查，但缺乏完整的研究架構以及研究方法，再加上行政院主計總處於廠商普查項目中缺乏對文化創意產業所含蓋的產業類別號清楚的範圍與定義，以至於無法獲得全面的廠商統計數據。因此，目前在人力資源培育的重要議題之一，即是政府需確實掌握廠商的人力需求統計數據，才有利於學術界進行各類人才培育。

伍、文化創意人才培育之發展策略

聯合國貿易暨發展會議委員會（UNCTAD）的《2008 創意經濟報告》（Creative Economy Report 2008），提出創意經濟時代的國際觀視野，指出創意經濟的核心即是創意產業，而人力與創意更是重要的競爭資產。隨著產業升級、轉型，專業分工日趨精細，人本身即是智慧的資本，是創意經濟中最可貴的資產，人才資本已成為經濟成長及產業發展的主要動能。經濟部工業局於 2008 年辦理的「臺灣文化創意產業人才需求調查研究」（林炎旦、李兆翔等，2008），彙整產官學界對於人才培育策略如下表 7：

表 7

能力指標與人才培育策略對照表

策略 指標	產業界	政府部門	學術界
專業知識/ 技能	實施產學技術合作，提升員工與未來人才知能。	建立產學合作補助與平臺，提出文創工作保障。	建立實習機制，進行產業創新模式的跨域研究。
國際視野	派遣並鼓勵員工參加國際會展，擴增國際視野與行銷能力。	增加文化創意產業公費留學名額。聯結貿協組織，扶植產業行銷國際市場。	國際課程與個案研究，增進學生國際見解。要求第二、第三外語的能力。
行銷管理/ 整合行銷/ 國際市場	異業策略聯盟，整合資源，投入國際市場開發。延攬國際行銷人才，提升產業國際能量。	經濟部、國貿局、文建會協助與補助發展國內外產業會展。促成國際專家學者交流。	增加行銷管理課程，培訓學生與業界行銷能力，開設行銷管理碩士專班、EMBA班。
創新與創 業精神	追求跨域合作、訓練員工自我挑戰、勇於開創新興市場。	獎助新創事業、輔導創業、推廣新興產業。	培養創新能力、鼓勵創業嘗試、累積競賽經驗。
智財權	重視智財權、教育員工。	健全立法、推廣智慧財產觀念。	培養法律常識、宣導使用正版、師長以身作則。
品牌管理	延攬專業顧問指導、諮詢與訓練。	育成產業品牌與國際化。	發展專業課程、推動產學合作，將理論與實務結合。
通識能力/ 人文素養	重視整合型的通識人才、訓練員工整合能力。	推廣通識與人文教育。	發展通識與人文必修課程。
美學與品 味的養成	尋求藝企合作、建立企業形象。	落實藝文教育、提升文化預算	正視藝術教育之重要性、藝術課程不可偏廢。
數位化的 應變能力	升級公司資訊軟硬體設備，維持產業競爭力。	整備數位資訊、減少數位落差。	課程結合數位科技實作，達事半功倍之效。
知識管理	建置產業與公司知識庫、推行知識分享與傳承。	健全政府資料庫與資訊公開系統、表揚傑出單位。	建構學術分享與網絡、鼓勵知識平臺交流與傳播。

資料來源：引自林炎旦、李兆翔等（2008）。經濟部工業局 97 年度專案計畫成果報告：臺灣設計產業翱翔計畫—辦理臺灣文化創意產業人才需求調查研究。臺北市：經濟部工業局。

此外，目前政府正為國家發展所規劃的「人才培育白皮書」中明白揭示數項未來的人才培育應秉持的理念，包括：人才培育須能因應未來世界發展的趨勢；人才培育必須與人力資源規劃扣合；學力應重於學歷；人才培育應注重「適才」、「適性」與「適用」；人才培育應重視教育之連貫性與完整性；人才培育必須與國際接軌並採用國際標準；技職教育必須培育各級人力並注重務實致用；尊重大學自主與市場機制；教育資源應能符合社會公平正義原則；企業應共同參與教育及人才培育（國家教育研究院，2013）。這些理念亦為未來文化創意產業的人才培育提供了具體的方向。

綜合前述探討，為發展文化創意產業，不僅需要為數眾多具有創意及文化藝術素養的人才，更需要人才來將藝術文化界與產業界連結起來，並積極開拓國際市場。當前政府在人才培育的策略上，往往透過一些學習課程將創作者轉型成為行銷者、經營者、銷售者等角色。這樣的作法具有相當大的風險存在，因為當創作者轉型成為企業工作者時，往往便無暇顧及創作，作為文化創意產業核心的創作能量減弱，反而傷害到產業永續發展的基礎；在產業人才的國際化的努力亦仍待加強。茲針對提出文化創意產業人才的專業能力、政策輔導與培育機制提出建議如後：

（一）對政府文化行政機關而言

健全文化創意產業人力發展環境勢在必行，透過：

1. 鬆綁文化創意產業人事聘用制度，加值產官學研界人才交流綜效：推動大學文創科系聘用彈性機制，及政府文化部門研究機關法人化，活絡文創界產官學研人力資源流通運用，給予新世代文化創意工作者有受聘與受教機會。

2. 開拓文化創意產業機構與就業場域，刺激微型文創業界創業與發展：政府的角色在於透過資源的補助與挹注，快速刺激起設計新鮮人成長的可能性。以荷蘭與柏林為例，文創相關系所畢業的社會新鮮人，是有機會可以成立自己的個人工作室或公司。除了釋放場地資源以外，還能夠補助雜支費用，新鮮人便能透過官方資源，快速獲得創作的硬體空間，解決最基本的問題。

3. 擬定完善文化創意產業中長期產業發展政策，詳加規劃所需

產業人力質量：因應國家重點產業（如六大新興產業）及文創發展旗艦計畫之人力需求，以及社會經濟發展需求、趨勢（如文化觀光、樂活美學等），提高文創人力素質與國家競爭力。

4. 整合文化創意產業人才供需資訊，適時調整人才資源策略：進行文化創意產業人力統計與長期研究調查，建立文化創意產業人才資料庫以掌握人才就業流向。

5. 教育行政機構宜考量國家文化產業發展，合宜管控文化創意產業科系設置質量：綜觀本文中國內近年來文化創意產業設置科系校數，可謂是教育界之熱門設置議題，教育行政機構宜考量國家人力需求及申請學校基本條件，有效控管文化創意產業設校質量，避免出現教育的蛋塔效應。

6. 推動文化創意產業領域職能認定與證照制度：Wilensky（1964）從「專業化」的過程來解釋專業的特質，認為職業要轉變成專業，通常需要經過下列五個過程：必須是一種從業人員可以全職（full-time）工作的職業；必須建立在學校專業訓練；必須成立專業組織；從業人員必須獲得法律保護，以爭取工作時的獨立自主；專業組織必須頒布專業倫理規範，約束其從業人員。前述之倫理規劃則是職能指標，即是臺灣目前對文化創意相關從業人員所尤其缺乏的。

（二）對文化創意產業業者而言

宜強化文化創意產業人才競爭力，以利產業經營模式發展與傳承，包括：

1. 積極參與文化創意產業人才發展論壇與建言：人才培育的目的即是「人盡其才、才為所用」，因此，產業界在關心自身企業營運之際，也應觀察現在及未來國家人才培育的方向，並主動向相關機關提出未來人才需求的建議。這些建議意見包括產業類科、等級、人數、需求條件等，可供學校總量調整、系科設置、招生名額增減的參考依據。

2. 研提文化創意產業專業人力職業能力指準建置：產業需要怎樣的人才，只有產業最為清楚，敦促產業界或產業組織進行職能分析，與教育體系合作訂定能力指標，做為文創人才的評選與培訓標準。

3. 籌組文化創意產業專業協會組織：整合人力資源，加強員工在職訓練，以因應瞬息萬變的市場需求。透過「HR 共享服務模式（Shared Services Model）」，以聯合服務中心的概念架構，協助中小型企業有效運用人力資產。

4. 勇於面對兩岸文創市場與國際競爭，挑戰全球化市場：對外進行跨國產學合作與人才培訓，尋求異國相關專長之企業與人才。對內加強員工語言訓練、國際文化素養與相關專業訓練。

5. 協助文創人才職涯規劃與研發機制：企業要早於競爭者將焦點放在員工的職涯週期規劃，以太陽劇團（Cirque du Soleil）為例，其員工來自全球 40 多個不同國家，透過多元化聘用人才市場，以及運用彈性策略吸引與留任人才，整合工作指派，並規劃員工長遠性職涯發展機會，協助劇團演員由幕前演出，隨年資增長而轉入幕後從事製作、教練與編導等工作。

（三）對文化創意產業教育機構而言

文化創意產業的人才培育議題在於學校教育體系，2002 年第一期文化創意產業發展計畫中，政府機構協助文創產業分工體系中，人力培育則屬於教育部之工作權責之中，可行策略為：

1. 積極規劃文化藝術相關科系轉型發展文化創意業系所：例如將藝術科系學科學生整合進入創意產業中，在文創專業人才的教育訓練上，加入經濟、企管或財務等其他學科的訓練，才可能協助藝術產業總體成長的可能性。

2. 建立文化創意產業系所發展與人才培育指標：綜觀近來教育界如雨後春筍般之設置系所，及目前文化創意產業十五加一項之產業內涵，範疇與定義如此寬廣，教育學校系所宜強化本身教育目標與宗旨，培育具有特色之文創人才。

3. 藉由文創產學合作縮短理論與實務之落差：鑑於文創機構大部份屬於微型中小企業，學校單位宜規劃產業合作課程，延攬企業人員參與學校課程授課，兩者合作開設研發課程與設班，以了解文化創意產業真實需求。

4. 拓展文創界兩岸及國際視野與跨領域專業人才培訓：兩岸文創交流是兩岸互動重要議題，國際文創設計參展與競賽是臺灣文創亮

點，近年來文化創意產業創造價值的關鍵，在於文創專業領域內運用不同專長的人才，發揮出最大效益。

陸、結語：文化創意產業人才未來發展

人才是創意資本的核心，面對文化創意的趨勢潮流，先進國家已紛紛正視到將文化創意人才作為衡量國家競爭力的指標，知識、創意與文化的「軟實力」已成為國家競爭力的基礎。臺灣政府對於文化創意產業投入許多資源，並意識到人才培育的問題，自 2002 年後，多所文化創意產業相關系所相繼成立，然而人才的培養為長遠大計，難以一蹴可及，新興成立的系所容易面臨師資與資源不足的問題，從傳統系所轉型開始投入文化創意產業的系所，亦會面臨師資專長不符的困難，因此面臨所學無法符合就業市場需求的問題，政府應更具有策略性遠見，去思考如何在政府、學校、大學、培訓機構及其他公共機構，提供就業導向的教育訓練，以應付未來創意經濟的需求，而非一味的鼓勵創設文化創意產業相關系所。

此外，政府需積極解決統計數據不足的問題，首先對於文化創意產業行業別能夠有明確的界定，針對文化創意產業各領域都有就業人數的統計資料，並且能夠跨部會確定統計的類目以及統計方法，這是非常重要的環，因為具有界定清楚的文化創意工作者數據，才得以進一步調查產值、薪資結構，有利於整體產業的發展。此外，統計數據有助於國內相關研究，以及國際間比較研究，更能清楚認知本國發展文化創意產業的優缺利弊。

再者，文化創意產業行業中，最迫切需要的是扮演「觸媒」角色的中介者來協助文化人及創意人與產業接軌。提高文化創意產業人才的薪資結構，鼓勵更多具備管理、產品研發、行銷等能力的人才投入文化創意產業中，以培養兼具文化內涵、創意思考及產業經營能力的跨界人才。

最後，文化創意產業學校系所人才培育體系中，運用其教學資源與專業師資，配合政府與國家文創發展方針，符合產業需求優質人

才。唯如此在廣設系所潮流中，培育具教學特色與質精人才，是文創學術界深思之議題。總之，文化創意產業人才有賴產官學三方精心規劃與整合，缺一不可竟其功！

參考文獻

- Cheers 雜誌 (2009)。2010 年度最佳研究所指南。臺北市：天下雜誌。〔 Cheers Magazine. (2009). *Index of the best graduate school in 2010*. Taipei: Common Wealth Magazine. 〕
- 向勇 (2006)。文化產業人力資源開發。湖南：湖南文藝出版社。〔 Xiang, Y. (2006). *Development on Talent in the Cultural Industries*. Hunan: Hunan Literature and Art Press. 〕
- 李兆翔 (2009)。他山之石：澳大利亞創意產業觀察。載於林炎旦 (主編)，文化創意產業策略研究 (頁 199-228)。臺北市：師大書苑。〔 Lee, Z. X. (2009). The good case study: Observations on creative industries in Australia. In Y. D. Lin (Ed.), *The study on strategies of cultural and creative industries* (pp. 199-228). Taipei: Shi Da Book Store. 〕
- 李兆翔、林玟伶 (2011)。人力資源。載於林炎旦 (主編)，文化創意產業理論與實務 (頁 303-324)。臺北市：師大書苑。〔 Lee, Z. X., & W. L. Lin (2011). Human resource. In Y. D. Lin (Ed.), *Theories and practices of cultural and creative industries* (pp. 303-324). Taipei: Shi Da Book Store. 〕
- 林炎旦、李兆翔等 (2008)。經濟部工業局 97 年度專案計畫成果報告：臺灣設計產業翱翔計畫 - 辦理臺灣文化創意產業人才需求調查研究。臺北市：經濟部工業局。〔 Lin, Y. D., et al. (2008). *Report of project in 2008 of Industrial Development of Bureau, Ministry of Economic Affairs: Plans on design industry in Taiwan—Investigation on labor demand of cultural and creative industries in Taiwan*. Taipei: Industrial Development of Bureau, Ministry of Economic Affairs. 〕

- 林炎旦、李兆翔（2011）。緒論。載於林炎旦（主編），**文化創意產業理論與實務**（頁 1-15）。臺北市：師大書苑。〔Lin, Y. D., & Lee, Z. X. (2011). Introduction. In Y. D. Lin (Ed.), *Theories and practices of cultural and creative industries* (pp. 1-15). Taipei: Shi Da Book Store.〕
- 林炎旦（主編）（2011）。**2010 創意經濟報告**。臺北市：師大書苑。〔Lin, Y. D. (Ed.). (2011). *Creative economy report 2010*. Taipei: Shi Da Book Store.〕
- 傅振焜（譯）（2006）。**創意新貴 II：城市與創意階級**（原作者：R. Florida）。臺北市：寶鼎。〔Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. (Z. K. Fu, Trans.). Taipei: Bao Ding.〕
- 經濟部工業局（2009）。**2008 臺灣文化創意產業發展年報**。臺北市：經濟部工業局。〔Industrial Development of Bureau. (2009). *2008 Taiwan cultural & creative industries annual report*. Taipei: Industrial Development of Bureau, Ministry of Economic Affairs.〕
- 行政院文化建設委員會（主編）（2012）。**2011 臺灣文化創意產業發展年報**，臺北市：行政院文化建設委員會。〔Council for Cultural Affairs. (Ed.). (2012). *2011 Taiwan cultural & creative industries annual report*. Taipei: Council for Cultural Affairs.〕
- 行政院文化部（主編）（2013）。**2012 臺灣文化創意產業發展年報**，臺北市：行政院文化部。〔Ministry of Culture. (Ed.). (2013). *2012 Taiwan cultural & creative industries annual report*. Taipei: Ministry of Culture.〕
- 行政院新聞局（2009）。**行政院院會通過「創意臺灣—文化創意產業發展方案」**。取自 <http://info.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=48091&ctNode=3764>〔Government Information Office. (2009). *Creative Taiwan: developmental program of cultural and creative industries*. Retrieved from <http://info.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=48091&ctNode=3764>〕
- 行政院經濟建設委員會（2002）。**挑戰 2008：國家發展重點計畫**。臺北市：經濟建設委員會。〔Council for Economic Planning and Development. (2002). *Priority plans for nation development*. Taipei:

- Council for Economic Planning and Development.]
- 教育部 (2013)。102 學年度大學網路博覽會。取自 [http://univ.edu.tw/GroupDetail2.asp?Group=管理學群 &Dept=人文社會學系](http://univ.edu.tw/GroupDetail2.asp?Group=管理學群&Dept=人文社會學系) [Ministry of Education. (2013). *Exhibition of universities in 102 academic year on line*. Retrieved from [http://univ.edu.tw/GroupDetail2.asp?Group=管理學群 &Dept=人文社會學系](http://univ.edu.tw/GroupDetail2.asp?Group=管理學群&Dept=人文社會學系)]
- 教育部 (2013)。101 學年度大學院校一覽表。取自 <http://ulist.moe.gov.tw/> [Ministry of Education. (2013). *Exhibition of universities in 101 academic year*. Retrieved from <http://ulist.moe.gov.tw/>]
- 國家教育研究院 (2013)。人才培育白皮書專案計畫報告書 (初稿)。取自 [http://www.saprogram.net/quality/userfiles/files/\(%E4%BA%BA%E6%89%8D%E5%9F%B9%E8%82%B2%E7%99%BD%E7%9A%AE%E6%9B%B8%E5%B0%88%E6%A1%88%E8%A8%88%E7%95%AB%E5%A0%B1%E5%91%8A%E6%9B%B8%E5%88%9D%E7%A8%BF\).pdf](http://www.saprogram.net/quality/userfiles/files/(%E4%BA%BA%E6%89%8D%E5%9F%B9%E8%82%B2%E7%99%BD%E7%9A%AE%E6%9B%B8%E5%B0%88%E6%A1%88%E8%A8%88%E7%95%AB%E5%A0%B1%E5%91%8A%E6%9B%B8%E5%88%9D%E7%A8%BF).pdf) [National Academy for Educational Research. (2013). *White Paper on Cultivating Talent for the Nation*. Retrieved from [http://www.saprogram.net/quality/userfiles/files/\(%E4%BA%BA%E6%89%8D%E5%9F%B9%E8%82%B2%E7%99%BD%E7%9A%AE%E6%9B%B8%E5%B0%88%E6%A1%88%E8%A8%88%E7%95%AB%E5%A0%B1%E5%91%8A%E6%9B%B8%E5%88%9D%E7%A8%BF\).pdf](http://www.saprogram.net/quality/userfiles/files/(%E4%BA%BA%E6%89%8D%E5%9F%B9%E8%82%B2%E7%99%BD%E7%9A%AE%E6%9B%B8%E5%B0%88%E6%A1%88%E8%A8%88%E7%95%AB%E5%A0%B1%E5%91%8A%E6%9B%B8%E5%88%9D%E7%A8%BF).pdf)]
- Banks, M., & Hesmondhalgh, D. (2009). Looking for work in creative industries policy. *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), 415-430.
- DCMS. (2000). *Creative industries economic estimates statistical bulletin*. London: DCMS.
- ERICarts. (2010). *European research institute for comparative cultural policy and the arts*. Retrieved from <http://www.creativeeurope.info/>
- European Commission. (2006). *The Economy of Culture in Europe, Study Prepared for the European Commission by KEA*. Retrieved from <http://ec.europa.eu/culture/key-documents/economy-of-culture-in->

europe_en.htm

- RISD. (2005). *Investing in Creative Economy NEBHE Conference*. October 28, 2005. Retrieved December 06, 2005
- UNESCO. (2009). *2009 UNESCO Framework for cultural statistics*. Canada: UNESCO Institute for Statistics.
- UNCTAD. (2008). *Creative economy report 2008: The challenge of assessing the creative economy (towards informed policy-making)*. New York: UNCTAD.
- UNCTAD. (2013). *United Nations Conference on Trade and Development*. Retrieved from <http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>.
- Wilensky, R. (1964). The profession of everyone? *The American Journal of Sociology*, 70(2), 137-158.