

政府部門持續結合台灣原創漫畫推動政策宣導 公眾溝通與產業發展雙管齊下

文化部今(25)日於行政院院會報告「各部會運用『臺灣原創漫畫或動畫』宣導政策或業務現況」案，近年來各部會與臺灣漫畫及圖像創作者合作辦理政策宣導的做法越趨豐富多元，不但有助促進政策溝通，並希望同時協助相關產業和角色經濟發展，創造雙重效益。

文化部鄭麗君部長表示，透過漫畫、動畫、或虛擬角色代言來行銷政策或業務，已經被許多部會所運用，並獲得相當迴響。例如國家電影中心與金漫獎得主簡嘉誠合作，融合台語片電影史和文資保存的漫畫《消逝的後街光影》。而今年從4月20日至5月5日的「2019世界閱讀日」，文化部也邀請 Line 熱門貼圖「晴天 P 莉」擔任「走讀臺灣」代言人。農委會林務局則與中研院、漫畫家 Kokai 合作，使用「台灣生命大百科」平台，轉譯生態專業知識，連載出版漫畫《搶救石喙大作戰》，以輕鬆活潑的圖像故事傳遞保育意識，更結合科技應用，製作拍貼機，於 107 年資訊月展出，增加行銷曝光。衛福部疾管署也從 107 年起，與羅培珊、王重儒(蚩尤)、陸盈凡(Sammi)等創作者合作，設計傳染病擬人角色並製作漫畫、動畫，引起輿論和網路熱烈討論，疾管署甚至公布二次創作規範提供民眾改作。不但推廣防疫知識，也使參與的創作者獲得外界矚目，帶來產業效益。

此外，故宮博物院將典藏文物「西漢彩繪陶豬」、「唐三彩馬球仕女俑」等的 3D 動畫模型，結合 LINE 貼圖人氣角色，製作動畫故事，以新穎的角度推廣國寶文物，該部動畫並於 107 年榮獲美國博物館協會繆斯獎 (Muse Award) 肯定。教育部、文化部共同與「九藏喵窩」、「卡滋幫」原創動畫合作，製作台語卡通，以活潑生動的方式推動台語學習。客委會則製播「客客客棧」節目，勾勒客家族群歷史文化，該節目並入圍第 52 屆金鐘獎最佳動畫節目，觸及人次逾 182 萬。內政

部也與「臺灣吧公司」合作製作言論自由日系列動畫短片，向民眾說明臺灣民主發展及假新聞之負面效益，推廣民主意識和媒體識讀。

文化部指出，政策宣導結合漫畫、動畫或虛擬角色之代言，將政策內涵與故事及角色特性進行正面連結，除可促進公眾溝通，並有助帶動漫畫、動畫產業和角色經濟發展，後續更可結合科技應用和大型展會，增加與民眾之互動和曝光。而漫畫基地官網建有臺灣漫畫創作者資料庫，歡迎各部會及民間參考運用。此外文化部正推動「文化基本法」立法，就政府機關、公立學校及公營事業辦理文化藝術採購，其招標文件需載明事項、契約範本、優先採購方式及其他相關事項，文化部將另定辦法，接受政府機關補助之法人或團體則可排除政府採購法之適用，以期給予文化創作者更合理適切的待遇，落實對藝術專業的尊重。

新聞聯絡人：文化部人文及出版司劉又寧 電話：02-8512-6492
文化部媒體公關組羅士宏 電話：02-8512-6077