

文化催生创意阶层

胡社考¹, 周冰毅², 栗书军³

(1. 工程大学 文学院, 河北 邯郸 056038; 2. 邯郸学院 学报编辑部, 河北 邯郸 056038;
3. 河北广电网络集团 邯郸有限公司, 河北 邯郸 056002)

[摘要] 阐述了创意产业与创意城市的关系, 介绍了美国卡内基·梅隆大学教授理查德·佛罗里达的“欧洲创意指数”, 即创意城市的衡量标准。论述了文化对邯郸创意产业发展的重要作用。根据创意城市构建的关键要素“3T”理论, 提出了应如何进行创意邯郸的建设。

[关键词] 创意产业; 创意城市; 创意阶层

[中图分类号] F127 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-9477(2009)03-0029-02

一、创意产业与创意城市

(一) 创意产业

创意产业一词最早出现在1998年英国文化媒体体育部的统计报告中, 紧接着, 英国政府出台了《英国创意产业路径文件》, 这一文件中明确提出了创意产业的概念(佚名, 2008)。目前, 国际上名列前茅的大都市无不具有发达的创意产业, 这些大都市因为有了创意产业变得更加绚丽多姿。比如, 日本是众所周知的动漫王国, 原因之一就是东京是世界上动漫业最发达的地区。法国的巴黎和意大利的米兰号称世界上的时尚之都, 其掌握了世界的潮流动向, 有着标新立异的时尚、服装设计业。

创意产业与城市是共生同长, 双翼双飞的: 城市因为有了创意产业的营养滋润脱胎重生为“创意城市”; 创意产业因为城市适宜土壤的培育破茧而出, 成为撩动城市脉搏的美丽蝴蝶。城市是展现创意的舞台, 而城市因为有了创意, 会更加丰富多彩。

(二) 创意城市

人们发掘创意城市的思想, 最早可追溯到维多利亚时期 John Ruskin 和 William Morris 所创立的文化经济学(SASAKI, 2003)。而 P. Geddes 和 L Mumford 则首先将 Ruskin 和 Morris 的思想引入到创意城市研究中来。但学者们对于创意城市理论的研究则是随着最近创意经济时代的到来才开始的。

全球创意城市联盟, 是联合国教科文组织下的“全球文化多样性联盟”于2004年创立的项目。自创立之日起到目前为止, 已评选出以下城市为各具特色的“创意城市”。苏格兰城市爱丁堡, 澳大利亚的墨尔本和美国的爱荷华因文学人才辈出, 被认为是世界上的文学之都; 美国城市圣达非和埃及城市阿斯旺, 是世界上最手工艺与民间艺术之都; 阿根廷首都布宜诺斯艾利斯, 德国的柏林, 加拿大的蒙特利尔, 日本的名古屋、神户, 以及中国的深圳是世界上的设计之都; 哥伦比亚的波帕扬是世界上的烹饪美食之都; 西班牙的塞维利亚, 意大利的博洛尼亚和英国的格拉斯哥是世界上的音乐之都; 法国里昂是世界上的媒体艺术之都。

(三) 创意城市与欧洲创意指数

那么, 如何才能判定一个城市是否是创意城市, 如何才能评价一个城市的创意能力, 其衡量标准是什么? 2004年2月, 美国卡内基·梅隆大学教授理查德·佛罗里达发表了名为《创意时代的欧洲》的报告, 报告中提到了“欧洲创意指数”。此创意指数是衡量创意产业和创意城市的一个重要指标。“欧洲创意指数”主要是由三方面构成: 人才指数(talent index), 技术指数(technology index)和包容性指数(tolerance index)。人才指数主要是

指创意阶层指数, 即创意从业人数占整个从业人数的百分比; 技术指数包括研发指数, 创新指数和高科技创新指数; 包容性指数是指一个国家或者民族对于反现代的或反世俗的价值观的态度, 这种指数可以通过一系列的问题得出, 包括对民主、科技、休闲、同性恋、移民、宗教、民族、离婚、堕胎等等的态度。

在以人才、知识、技术、信息、投资等生产要素为竞争对象的背景下, 对于增强城市的竞争力来说, 如何吸引并保留这些要素是城市获得新的竞争优势的关键。以知识经济为基础的创意经济是构建创意城市的重要因素。创意形成创意产业和创意经济, 创意产业和创意经济构筑创意城市。英国创意城市研究机构 Comedia 的创始人 Landry(2000)认为: 城市要达到复兴, 只有通过城市整体的创新, 城市整体的创意, 而其中的关键在于城市的创意基础、创意环境和文化因素。Landry(2000)认为: 创意城市的基础是建筑在人员品质、意志与领导素质、人力的多样性与各种人才的发展机会、组织文化、地方认同、都市空间与设施、网络动力关系七大要素上。借助于这些要素, 一个创意城市才能营造出 Landry 所谓的创意环境, 让创意产业与创意经济在最适宜的环境中, 最湿润的土壤中成长繁荣。因此, 从某种程度上来说, 任何城市都可以成为创意城市, 或者在某一方面抑或是多个方面具有创意, 但其前提条件是城市必须提供适合其生长的土壤与环境。

二、文化与邯郸创意产业发展

创意产业的基石是文化, 而且, Landry 也(2000)强调, 文化的重要性在于: 它是创意的平台与资源。文化提供创意所需的素材。美国创意产业的特点也证明了这一点, 其创意产业最重要的特点就是重视教育, 积极提高国民创意性 (<http://digi.it.sohu.com/20060215/n241840577.shtml>)。同时, 实践创意也需要文化所蕴藏的丰富资源, 如多元的价值观念、生活方式, 以及对待反世俗的态度等等。文化是创意产生的源泉。

邯郸是著名的文化名城, 具有创意产生的丰富文化资源, 这些文化资源与技术携手并进, 就形成了邯郸的“文化产业”。在建设创意邯郸过程中丰富的文化资源对形成具有地方特色的文化产业具有十分重要的作用。这些文化创意产业对于带动邯郸经济的发展意义重大。

(一) 邯郸魏县生态文化

2008年以来, 魏县规划投资全面打造“梨乡水城”文化品牌的创建工程, 建成了“五河一湾”生态景观带和“五湖一源”风景观赏区。“五河一湾、五湖一源”总体工程, 将修通百里河渠, 建成3000亩生态水面。设计者还根据生产、观光、水利、交通等实际需要, 在河渠、湖湾的

[收稿日期] 2009-03-25

[基金项目] 2009年度邯郸市社会科学规划办重点资助课题。

[作者简介] 胡社考(1964-), 男, 河北永年人, 讲师, 研究方向: 英语教学。

连通处及关键部位修建闸涵、桥梁,沿河渠、湖湾岸边开通硬化观光路,连通四周梨园、温室蔬菜等生态农业观光带,便利游客和居民休闲、观光。在“梨乡水城”硬件建设的同时,该县亦很注重挖掘县城底蕴深厚的魏文化,着意提升魏县文化软实力。组建魏文化研究会,吸纳文化界有识之士参与文化研究和创作,出版《魏文化研究》期刊,加强对县城历史文化、人物、民俗、传说等的研究挖掘;出版了饱含梨乡人民赤子情深的《紫薇》诗刊,再现梨乡物华天宝的《魏县摄影》期刊,《可爱的魏县》摄影集、歌颂梨乡自然风光和人文历史的《梨花诗词选》、《魏州赋》、《梨乡水城赋》等一批书刊、美文;一部《梨花寨》30集电视剧本正在付诸拍摄;梨花节前夕,该县隆重推出了一册重在综合介绍魏县历史和现状的新图书《今昔魏州》,以图文并茂的形式全面展示魏县的形象和风采。

(二) 邯郸陶瓷

中国陶瓷经历了从陶到瓷,陶、瓷齐驱的发展历程,被喻为中国文化的象征。20世纪80年代,邯郸成为陶瓷的生产、科研、教育和原料及辅助材料工业的基地。每年生产各类陶瓷约1.2亿件,其中出口约30%。陶瓷上的装饰刻画细腻且逼真,涉及到建筑、音乐、舞蹈、宗教、畜牧等各个方面。体现了中华民族五千年的灿烂文明,借助双语文化,将这一灿烂文化推向世界,将邯郸的陶瓷业打造为邯郸市的创意产业无疑将推动邯郸作为创意城市在政治、经济、文化各个方面的发展。

邯郸市政府的介入,为邯郸创意产业的兴起和发展提供了政策优惠和空间支持。依靠着特色的文化创意产业,邯郸市因地制宜地构建城市创新体系,打造具有特色的新邯郸。

三、创意城市构建的“3T”理论

创意城市是推动文化经济、知识经济的重要关键。打造创意城市,能吸引文化创意人才与团体,通过创意产业的兴起赋予城市以新的生命力和竞争力,以创意的方法解决城市发展的实质问题,未来城市的发展趋势是创意城市的建设和发展。

Florida(2003)认为构建创意城市的关键要素是“3T”理论:即技术(technology)、人才(talent)和包容度(tolerance),也就是说,为了吸引有创意的人才、产生创意和推动经济的发展,一个创意城市必须同时具备这三者。技术是一个地区的创新、创意和科技的集中表现;包容度是指对少数民族、种族、反传统的和反世俗的生活态度的开放和包容,允许个性的存在和发展;人才则指那些获得学士学位以上的人,即所谓的创意阶层。

创意城市要具有良好的经济和技术基础,能够支持高新技术的研发;创意城市要具有良好的文化氛围,不仅要宽松包容,允许多样化的文化存在与发展,而且还要具有一定数量和欣赏水平、层次的受众,使创意活动能够得以顺利开展;包容性对创意城市的意义在于能够吸引创意人才,能容忍各种奇思妙想,能够留住创意人才;而多样化的文化交流更有利于产业的创新和城市的创意。这

样的文化氛围就可以吸引更多的创意人才和公司,产生更多的创新。另一方面,任何产业的发展都需要一定规模的市场,对创意产业而言,其受众已不仅是消费者,他们甚至也会参与创意的生产。创意城市要具有适宜创意人才存在和发展的良好生存生活环境;创意城市不仅能聚集一批优秀的创意人才和经营人才,而且重视创意产业相关人才的培养。

四、创意邯郸的建设

构建创意城市的关键要素是“3T”理论,所以,在建设创意邯郸的过程中,首先,邯郸市政府一定要积极参与,发挥其领导决策的作用,出台相关的政策、法规,注重高新技术的开发、研发与创新;其次,邯郸市政府一定要广泛吸收并留住创意阶层,同时要催生创意阶层。发挥每个人的潜能,给每个有创新能力的人提供施展才能、为邯郸创造财富的机会,推动创意阶层的形成,从而促进“创意产业集群”的形成;第三,邯郸一定要为创意产业创造宽松、良好的文化氛围,允许多样化的文化存在与发展,宽容对邯郸经济、文化发展有推动作用的各种奇思妙想。只有这样,才能稳步高效地打造创意邯郸。

【参考文献】

- [1] 刘维公. 创意城市与创意人才[M]. 台北市文化经济的发展基础. 2003.
- [2] 约翰·霍金斯. 创意经济[M]. 上海:三联书店, 2006.
- [3] Hall, P. Cities in Civilization [M]. London: Phoenix, 1999.
- [4] Hospers, G. J. Creative Cities in Europe: Urban Competitiveness in the Knowledge Economy [J]. Intereconomic. 2003, 38 (5).
- [5] Florida, R. Cities and the Creative Class [J]. City and Community. 2003, (3).
- [6] 佚名. 英国文化创意产业发展之现状与经验. 《北京工业设计促进中心》. <http://www.yinxiangcn.com/xueshu/200801/6694.html> (2008)
- [7] Florida, R. The Rise of the Creative Class, New York: Basic, 2002.
- [8] Yusuf S, Nabeshima K. Creative Industries in East Asia [J]. Cities, 2005, (5): 109 - 122.
- [9] 理查德·弗罗里达. 创意经济[M]. 中国人民大学出版社, 2006.
- [10] 厉无畏. 迈向创意城市[J]. 理论前沿, 2009, (4): 32.
- [11] 皮埃尔·布迪厄. 社会资本与社会炼金术[M]. 上海人民出版社, 1997.
- [12] 石忆邵. 创意城市、创新型城市与创新型区域[J]. 同济大学学报, 2008, 19(2): 19.
- [13] 周膺. 创意经济与创意城市. 中共杭州市委党校学报, 2008, (6): 54.
- [14] 汤培源, 顾朝林. 创意城市综述(下)[J]. 城市规划学刊, 2007, (3): 27.
- [15] Landry, Charles. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators (1st edition) [M]. London: Earthscan Publications Ltd., 2000.

[责任编辑:陶爱新]

Culture produces creative classes

HU She - kao¹, ZHOU Bin - yi², LI Shu - jun³

(1. College of Arts, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China; 2. Handan College, Handan 056000, China; 3. Handan Limited Company, Hebei Broad Casting and TV Network Group, Handan 056000, China)

Abstract: At first, the authors demonstrate the relationship between creative industries and creative cities and introduce Professor Richard Florida's European Creative Index in Carnegie Mellon University, which is the standard to measure a city's creativity. Second, the authors emphasize the important function of culture in the development of Handan's creative industries. Next, the authors introduce "3T" theory of constructing creative cities to argue the importance of technology, talents and tolerance in the construction of creative cities. At last, according to the key factor "3T" theory of constructing creative cities, the authors put forward some suggestion to construct creative Handan.

Key words: creative industry; creative city; creative classes