

文化创意人才能力建设的概念与思考^{*}

朱苏飞 任幽草

摘 要: 创意产业是在全球信息化背景下发展起来的一种新兴产业。创意产业是人才经济,人才是创意产业发展的核心。针对我国创意产业人才匮乏的现状,从如何加强文化创意人才能力建设方面进行思考和探讨。

关键词: 创意人才;能力建设;概念思考

作者简介: 朱苏飞,女,副研究员。(浙江传媒学院 科研处,浙江 杭州,310018);

任幽草,女,在读生。(浙江工业大学 艺术学院,浙江 杭州,310018)

中图分类号: G64

文献标识码: A

文章编码: 1008-6552 (2010) 04-0104-03

创意产业又称创意经济,是在全球信息化背景下发展起来的一种新兴产业,它以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容、创意成果为核心价值,以知识产权实现或消费为交易特征,为社会创造财富并且提供广泛就业的一种新的产业形态。从产业特征看创意产业的范围都属文化范畴,因此创意产业常被直接称为“文化创意产业”。

创意产业是人才经济,人才是创意产业发展的核心,“创意人”逐渐成为21世纪经济发展中一个核心的关键词,加强对文化创意产业中的人才培养,提升文化创意产业人才的能力建设,对我国文化创意产业的发展具有十分重要的意义。

一、我国创意产业的现状及人才短缺的审视

创意产业第一次被提及是在1997年,英国布莱尔政府提出发展创意产业,英国设立了创意产业专责小组,将13个产业确认为创意产业,在其后不到10年的时间里,英国相关行业的收入从大约6亿英镑,增长到上千亿英镑,从业人员从不到10万人发展到近200万人,年增长速度达到12%,英国伦敦也很快成为世界的创意产业中心^[1]。美国是创意产业最发达的国家,早在1990年,美国就对创意机构有所定义:利用“版权产业”的概念来计算这一特定产业对美国整体经济的贡献。目前美国的创意产业产值占GDP的5.24%,创意产业已经超过航空、重工业等传统领域,成为最大的出口产业。日本近20年来,几届政府都把发展创意产业作为一项基本国策,它是当今世界上最大的动漫制作和输出国,目前日本的动漫及相关产业规模仅次于旅游业,成为日本的第二大支柱产业。1998年,韩国成立了专门为创意产业服务的文化产业局,随后制定了文化产业振兴基本法,韩国的创意产业引领了制造国家向设计创新国家的成功转型。新加坡政府于1998年出台了《创意新加坡》计划,全面规划了创意产业的发展战略,至2005年政府在文化硬件和软件方面的投入资金超过10亿元^[2]。由此可见,美国、日本、英国等发达国家,以及韩国、澳大利亚、新加坡等新兴国家早已对创意产业有深刻的认识并先后推出了“创意立国战略”的概念。世界创意产业之父约翰·霍金斯在《创意经济》一书中指出,在全球范围内,创意经济每天创造220亿美元,并以每年5%的速度递增,一些国家的增长速度更快,美国达14%,英国12%^[3]。同以上国家和地区相比,我国创意产业的发展存在着很大的差距。

* 基金项目:浙江省教育厅科研项目“地方院校文化创意人才培养创新机制研究”阶段性成果(编号 Y200803091)。

中国创意产业的萌芽出现在2002年,我国台湾在“挑战2008重点发展计划”中提出文化创意产业发展计划,把创意产业作为继IT产业后全力扶持的核心产业。2003年起,我国对创意经济的认识逐步深化并在产业上有所发展,北京、上海、深圳等各大城市的“创意产业园”如雨后春笋般涌现出来。2006年8月,我国召开了“创意引爆经济新奇迹”首届创意产业大会,将数字软件、设计、广告策划、创意地产与建筑、品牌时尚、广播影视、新闻出版、文化艺术、工艺品、创意生活等10个产业归入创意产业的范畴。同年11月,北京、上海等各大城市也相继出台了关于发展创意产业的相关政策。

2009年7月22日,国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议,讨论并原则通过了《文化产业振兴规划》,规划提出要做好八项重点工作:1.加快发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等重点文化产业。2.充分调动社会各方面力量,加快推进具有重大示范效应和产业拉动作用的重大项目。3.推动跨地区、跨行业联合或重组,培育骨干文化企业。4.统筹规划,加快建设一批产业示范基地,发展具有地域和民族特色的文化产业群。5.不断适应城乡居民消费结构新变化和审美新需求,创新文化产品和服务,扩大文化消费。6.发展文艺演出院线,推进有线电视网络、电影院线、数字电影院线和出版物发行的跨地区整合,繁荣城乡文化市场。7.积极发展移动多媒体广播电视、网络广播影视、手机广播电视等新兴文化业态,推动文化产业升级。8.落实鼓励和支持文化产品与服务出口的政策,扩大对外文化贸易。会议还指出,为确保各项任务落到实处,必须深化文化体制改革,激发全社会的文化创造活力。要加大政府投入和税收、金融等政策支持,大力培养文化产业人才,完善法律体系,规范市场秩序,为规划实施和文化产业发展提供强有力的保障^[4]。

在文化创意产业的人力资源方面,我们可以清楚地看到我国和国际上发达国家的差距。在纽约,文化创意产业人才约占有工作人口总数的12%;伦敦是14%;东京是15%,而目前北京、上海等地的创意产业从业人员占总就业人口的比例还不到0.1%,人才数量的差距悬殊可见一斑^[5]。突破创意产业发展的瓶颈是培养出大批具有国际视野和创新能力的创意人才,2006年2月,国家人事部出台了专项政策,扶持信息专业技术人才的知识更新与继续教育:以软件、网络、动漫、游戏等当前紧缺人才领域为突破口,确立10个重点专业,培养中高级专业技术创意人才。各大城市也相继出台政府的相关政策支持创意产业的发展:11月《北京市促进文化创意产业发展的若干政策》出台;上海市经委和统计局编制了《上海创意产业发展重点指南》,确定了“十一五”期间上海创意产业发展的五个重点行业。这些政府举措都为创意产业的发展提供了政策的保障和积累了人力资源。

二、创意产业人才能力建设的思考

从各国10多年创意产业发展的经验来看,无不得力于各国创意产业人才的教育与培养。我国的创意产业能否快速、健康、可持续地发展,从根本上取决于能否培养、挖掘出大批素质高、业务强、既立足本土又着眼于世界的创意人才。培养创意人才要以提高能力为目标,创造性的教育与开发是培养创意人才的基础。

(一)改进培养模式,充分发挥高等院校培养创意人才的作用

高等院校是培养文化创意人才、解决我国创意人才匮乏的最有效途径。在日本,创意、创造学校已达5000余所、创意人才5000万。而我国专门设有文化创意产业学科或研究机构的院校并不多,目前北大、人大等知名高校除了创意研究所之外,还积极筹办创意学院,上海戏剧学院创意学院已经招生。但与创意产业相关的专业确是有如雨后春笋,另据不完全统计,我国目前有1154所院校中招生培养艺术设计专业人才,在校生可达140余万人;有1200所院校招生培养动漫专业人才,在校生可达46万人^[6]。一方面是社会行业觉得文化产业人才的匮乏,另一方面是高校正在培养的几百万专业人才确面临就业困难,那么如何使高校培养的毕业生能较快的适应于社会、对接于社会、服务于行业,是目前高等院校文化创意产业人才培养过程中亟待思考和改进的问题。

高等院校在培养文化创意产业人才方面的作用就是培养创意型、素质型、可持续发展型的人才。为了充分发挥高等院校培养创意人才的作用,高校要改进培养模式,根据自身优势、地域优势和行业优势,明确创意人才培养的目标和定位,摒弃以往那些不利于创意人才成长的传统的教学方法,鼓励学科交叉,增强知识创新能力与培养创意人才的能力,在教育教学中注重对学生创新思维能力的培养,

注重培养学生的批判精神、丰富的想象力和捕捉、创造灵感思维的能力,打通学科壁垒,扭转应试教育对学生创新思维的扼杀,激发和培养学生的“创意冲动”、“创意快乐”。“学无常法,思无定式”是很多文化创意成功人士的共性。其次,高等院校在培养文化创意产业人才过程中,要加强对学生人文社科、科学技术等方面的知识积累,打好学生的人文底蕴,重视创新型人才的人文教育,培养有原创意识和文化精品意识的创意人才。强化计算机等科学技术技能的训练,增强学生运用现代化仪器设备作为创意实现手段的能力。另外,可以通过以专门培养创意人才为目标的艺术类学院,培养更加专业的文化创意人才,使从艺术院校走向社会的创意人才会更符合创意产业的发展要求。

(二) 积极开展文化创意从业人员的职后培训, 加强能力建设

对已经有一定专业知识和技能的创意产业从业人员进行职后培训,是进一步提高创意人才能力建设的有效途径。大学教育仅仅是基础教育和通识教育,创意人才不仅要具有文化艺术底蕴、创新思维,还要兼具创新意识和市场意识,这是一个长期的社会实践与理论相结合的修炼过程。高等院校由于受到专业与学科的限制,不可能培养出大量马上能适应于当今社会经济发展的创意产业从业人员,但利用现有的丰富的科技与智力资源,依托各类艺术院团、文化创意产业园、相关的企业从事联手开展创意产业人员的职后培训,就可以为创意产业拥有专门化人才创造条件。各类培训机构要基于提高创意人才能力提高为宗旨,制定创意人才能力开发计划,针对创意人才的核心素质要求开发课程和展开培训,通过职业培训改善和提高创意人才的能力和素质,不断提升创意人才的创造力。

争取政府、社会、行业的支持,积极开展对创意人才进行各种资格认证,培养、规范创意产业人才市场,激励职后培训的积极性,是其能在提高创意人才能力培养和建设方面起到必不可少的辅助作用。

(三) 以能力为准则, 发挥社会力量, 挖掘、聚集和培养文化创意产业人才

创意时代是不单纯以“学历”论英雄的时代,而是以“能力”论英雄的时代,很多创意人才,可能会因为其突出的个性而游离于学历教育之外,针对创意人才的群体特征,对有能力创意人才的挖掘也可以借助全社会的力量,广开途径,打破学历、资历和身份的限制,采取有针对性、甚至是非常规的手段,发现和聚集创意人才。例如借助电视台举办各种活动发现、选拔人才:中央电视台的全国青年歌手大奖赛、主持人大赛、服装设计师大赛、梦想中国、创意盛典等;地方电视台的各种动漫设计制作大赛、广告创意大赛、网络设计大赛等等,不仅使得一批批优秀的文化创意人才脱颖而出,而且打造了创意人才相互交流、碰撞的平台,不断激发创意人才创造原创文化艺术产品的激情和活力。

依托政府的扶持和社会的支持,大力开展创意产业领域的“创新创业”,使创意产业有生长的土壤。北京市政府专门出台政策吸引创意产业人才,政府明确表示:“欢迎艺术北漂带着自己的灵感和创意来北京发展,北京的文化创意产业会提供给他们很大的发展空间”。在北京,已建立了众多的创意产业基地:中关村创意产业先导基地、北京数字娱乐产业示范基地、国家新媒体产业基地、中关村软件园、北京798文化艺术区等等。上海市借鉴国外经验,开拓出仓储式的创意基地:卢湾区“8号桥”、广告湾、泰康路艺术街等综合性体验经济园区和以创意设计产业为主的创意产业基地,上海市新型广告动漫影视图片产业基地等等。这些创意产业的园区、基地形成了别具一格的“文化都市园区”,它既是聚集创意人才的“鸟巢”,更是培养创意后备人才的摇篮。

参考文献:

- [1] 邵岩. 创意中国呼唤创意策划人才[J]. 出版参考, 2008(8): 1.
- [2] 田克. 对创意产业发展中创业人才队伍建设的思考[J]. 现代企业教育, 2008(2): 122-123.
- [3] 约翰·霍金斯. 创意经济[M]. 上海: 上海三联书店, 2006.
- [4] 温家宝主持召开国务院常务会议讨论并原则通过《文化产业振兴规划》[N]. 人民日报, 2009年7月23日
- [5] 梁强, 李津, 王欣. 创意产业人才短缺及其激励机制设计[J]. 职教论坛, 2009(2): 25-28.
- [6] 常光希. 中国动画教育的几点思考[A]. 彭少健. 第四届中国国际动漫节“动漫产业高峰论坛”文集[C]. 北京: 中国广播电视出版社, 2009: 100-102.