

从教育入手破解文化创意产业的人才瓶颈

纪富贵, 黄芳, 张征

(湖南大众传媒职业技术学院期刊社, 湖南长沙, 410100)

[摘要] 从教育角度思考文化创意产业人才瓶颈, 可以发现, 产业人才培养的落脚点应该在文化, 单一的专业、职业教育不能承担起产业人才培养重任。有必要从“对口”的教育转向“对人”教育, 引入并实施自由教育、通识教育, 化解人才培养难题。

[关键词] 文化创意产业; 人才瓶颈; 教育思考

[中图分类号] G642 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2012)05-0025-03

创意产业是一个后起之秀, 是文化产业发展到一定阶段的产物。^[1]自从文化创意产业在英国兴起之后, 其高效、低碳的经济效应, 在全球成为一种经济发展趋势。国内各种创意园区、各类创意经济在政府鼓励、扶持下, 逐渐发展。然而, 人才的缺乏, 使国内文化创意产业的发展处于一种徘徊不前的状况。从创意产业从业人员数量上看, 北京相关从业人员为 120 多万人, 从业规模为全国之首。^[2]而北京创意产业从业人员在总的就业人口中所占的比例不过 1%, 相比之下, 在纽约, 文化创意产业的从业人员占该城市全部工作人口总数的 12%; 在伦敦占 14%; 而在东京, 这一比例更高达 15%。^[3]而在产业人才构成上, 文化产业从业人员具有四多一少的特征: 娱乐业从业人员多、经营性从业人员多、非公有制从业人员多、非文化部门从业人员多, 而高级人才偏少。^[4]这种结构类型, 在文化创意产业领域更甚。

可见, 文化创意产业人才瓶颈已经形成。对人才瓶颈形成原因的探讨, 离不开教育; 解决文化创意产业人才瓶颈, 也需要从教育方面着手。教育, 特别是高等教育对于文化创意产业人才的培养到底应该从何着手? 教育在文化创意人才培养中出现了什么问题? 有没有解救的方法? 这些都值得思考。

一、文化创意产业人才的培养落脚点应在文化谈到文化创意产业人才培养, 不少时候, 人们

都将培养的重点落脚在产业人才、创意人才上, 或者是基于产业运营、创意产生基础, 强调人才的复合性, 较少有人会认为文化创意产业人才的落脚点应在文化上。

教育应该为文化创意产业培养产业化运营人才吗? 或者说, 产业化运营人才是教育应该着力培养的重点与核心吗? 某种程度上确实是这样的。一个好的创意产生之后, 如果不能进行产业化, 其效果、效应的发挥就会大打折扣。在“酒香也怕巷子深”的年代, 能够将创意进行产业化运作的人才, 是急需的。在文化创意产业领域, 有一个所谓的“乘数效应”, 也即一个好的创意, 通过不同形式的运作, 会产生巨大的效益。比如迪斯尼的动画片, 本身只是一种动漫形象, 但是通过电视、电影、游戏、玩具、乐园等等产业化运作, 其经济价值与效益得以充分体现。所以, 能够将创意进行产业化运作的人才, 是文化创意产业需要的。

但是, 产业人才是最根本的吗? 比较一下, 就可以发现, 比产业人才更为重要的是创意人才, 是能够产生创意的人才。文化创意产业与文化产业的根本区别, 就在于文化创意产业的运作基础在于创意, 在于人产生的创意。一般的文化产业, 也可以进行产业化运作, 但与文化创意产业运作的效果、效益差别在于, 前者是在传统的文化上运作, 后者却是在文化的创意上。从这一方面来说, 创意人才比产业人才对文化创意产业的意义更为重要。另

[收稿日期] 2012-08-01; **[修回日期]** 2012-08-10

[基金项目] 2010—2012 年度湖南省哲学社会科学课题“面向文化创意产业的大学生核心能力培养研究”(1011075B)

[作者简介] 纪富贵(1981-), 男, 湖南益阳人, 湖南大众传媒职业技术学院期刊社讲师, 主要研究方向: 新闻传播学; 黄芳(1970-), 女, 湖南长沙人, 湖南大众传媒职业技术学院思政课部讲师, 主要研究方向: 高等教育学; 张征(1981-), 女, 湖南宁乡人, 湖南大众传媒职业技术学院讲师, 主要研究方向: 汉语教学, 高等教育学。

外,如果基于文化创意产业运作的“乘数效应”分析,其产业化运作必须以创意形象作为基数,没有这个基数,产业化的运作无从谈起。因此,对于文化创意产业而言,能够产生创意的人才,是比产业人才更为重要的一种人才类型。

还有没有比创意人才更为重要的,或者说从产业需求来说,教育应该为文化创意产业培养那种更为根本的人才?对此,我们应该追问的是文化创意产业中创意的来源。创意由人产生,而人为什么产生创意?创意大师詹姆斯·韦伯·扬认为产生创意的基本方针有两点:一是创意完全是把事物原来的许多旧要素作新的组合。二是必须具有把事物旧要素予以新的组合的能力。^[5]在他看来,创意的产生是来自原有旧要素的,是对旧要素的新组合,创意人才需要具有把旧要素赋以新组合的能力。旧要素在文化创意产业中,应该就是原有的文化、原有的文化形态,创意就是要将原有文化变为一种新的文化和新的文化形态。而从另一角度分析,对于文化创意而言,旧要素是基础,创意虽是对旧要素的一种改变,但作为旧要素的文化却是基础,创意是原有文化经过碰撞之后产生的,创意的根源在于文化,人的创意需要建立在原有文化基础上。因此,文化创意产业人才中最基础、最核心的人才应该是文化人才,教育应该也可以为文化创意产业提供文化人才。可以说,文化是创意之源,文化创意产业最需要的人才具有文化知识、文化能力、文化素质的人才。

当然,对于文化创意产业来说,不是说产业(运营)人才、创意人才不重要,而是说相对而言,文化人才更重要。因此,教育在培养中的落脚点应在文化。

二、单一的专业、职业教育不能完全承担起文化创意产业人才培养重任

除开教育培养的落脚点应在文化外,另一个值得思考的问题是教育,即高等教育通过单一的专业、职业教育可以满足文化创意产业人才需求吗?确实,我们设置了很多专业,我们根据市场需求,根据职业变化,新增了不少“创意”专业,但结果呢?

从目前高等教育相关文化创意专业人才的就业情况来看,对口的专业人才很难找到对口的职业,特别是对创意要求高的职位。曾经火爆的动画专业,如今已经位列十大就业红牌警告专业之首。作为一个需要创意的职业,动画专业的人才培养却大多仅仅停留在动画制作技术层面。技术只是实现创意的手段,而创意与文化有着密切的关系。当《功夫熊猫》《花木兰》等美国动漫影片风靡中国时,对于美国动漫制作人,我们感叹的不仅是他们的技

术、创意,更是惊叹于他们对中国文化的认知。

而从另一个角度反推,也能证明单一对口的专业、职业教育不能完全承担文化创意产业人才培养重任。当前,各地在文化创意产业发展中,评选出了一批领军人物,领军人物先前所学的专业,与之后从事的产业之间,并没有必然的联系。比如湖南从事数字出版立志建立“华文历史报刊文献数据库”的唐五一,大学阶段学的是医学专业。

在当前的社会中,一个人一辈子只从事一个与专业相关的职业已经变得越来越不可能。所学专业与所从事职业之间已经变得越来越缺乏必然的对应关系。从文化创意产业的角度分析,这一产业具有的强融合性特征,使得产业的发展不可能只依赖于某一专业知识与专业技能,其背后需要的更多是人的综合素质。

而从教育角度分析,单一的专业、职业教育有其必然的局限性。专业教育是在专业学校进行的为专门职业培养专业人才的教育。^[6]专业教育、职业教育的产生、发展与人类社会的分工存在着密不可分的关系。正是人类社会深层次的社会分工,导致从事某一职业需要具备较高的专业化知识、技能,教育适应社会、经济发展需求,出现了专业教育、职业教育,并在这种适应中推动了自身和社会的发展。但问题也随之出现,现代产业发展对于某一类型职业的要求,已经从知识的专业深度向知识的横向广度延伸。特别是文化创意产业,其对于从业者人文素质的要求,在某种程度上甚至超过了其对于从业者专业技能的要求。比如新闻行业,专业对口就业越来越难,新闻世界中的政治、经济、文化等事件需要记者具备其他专业底蕴,才能识别、采写好新闻。可见,文化创意产业等的强融合性特征要求从业者具备复合型特点,社会对于专业教育、职业教育也因此提出了广度的要求。

而专业教育、职业教育在自身的发展中,却越来越趋向于细化的发展。首先,在专业的划分上,越来越细化,以至于不进一步细分的专业就不能体现其专业性;其次,在专业的教学中,强调专业实用性知识、技能的传授,轻视专业理论,更谈不上从专业、学科之间的联系出发进行教育。而当“知识按其程度变得原来越特殊时,知识就越不能成为知识”,^[7]所以“情况越是特殊,知识就越是经验性;知识越是经验性的,教育就越不自由”。^[8]

当前,社会对于包括文化创意产业人才的专业教育、职业教育都提出了广度性知识结构的要求,而高等教育与之却形成了越来越向深化发展的趋势,造成了某种程度上的方向性背离局面。这可以说是越对口越专业的文化创意专业人才就业难的根本性原因。

为此, 教育, 特别高等教育应该怎么办?

三、从“对口”的教育向“对人”的教育转变

单一的专业、职业教育无法承担起文化创意产业人才培养重任, 原因在于这种“对口”的教育, 是被动适应社会需求的。国内文化创意产业的发展紧跟国际创意产业, 在认识到文化创意产业重要性的同时, 提出教育应该为产业发展提供人才。因此, 教育根据产业的需要, 增设专业, “对口”进行人才的培养。而考察国际文化创意产业的发展, 可以发现, 欧美国家创意产业的发展, 是基于其自身教育的结果, 是先有创意人才, 后发展为创意产业。

欧美国家创意人才的培养, 以及创意产业的发展, 某种程度上是由于其高等教育中注重对于人自身的教育结果, 而非适应经济被动培养人才。

欧美的高等教育提倡自由教育, 而自由教育是以人的理性发展为目标, 强调心智的训练。^[9]欧美高等教育中的“大学是传授普遍知识的场所”。现代高等教育思想家纽曼在《大学的理想》中, 认为自由教育对理智的培养, 首先, 通过知识的交流, 在新旧知识的交流碰撞中, 才智得以扩展; 其次, 进行知识的思考, 在新旧知识的对照、分析、综合中, 寻找知识的逻辑关系; 最后, 达到人心智的扩展。应该说这种教育, 是十分吻合创意的产生过程的。因此, 这种教育下培养的人才, 产生创意, 形成产业, 也就是自然而然的。而我们强调“专业对口”“专门化”, 把各种专业划分得很窄很细, 设置屏障, 互不介入, 结果“隔行如隔山”, 造成“隧道效应”, 使得学生和教师的知识领域和思维视野受到狭窄专业的限制, 缺乏深造的基础和条件。^[10]

任何专业似乎都是为了培养专业人才, 可是, 一个根本问题还是培养人。首先是人, 然后或同时才是农艺师、工程师、程序设计师、律师、医师……^[11]因此, 在为包括文化创意产业在内的专业人才培养中, 我们的高等教育应该从“对口”的教育向“对人”的教育转变。在教育过程中, 引入自由教育、通识教育观念, 并注重与专业、职业教育之间的统一。

因此, 笔者认为文化创意产业的人才培养, 首先要注意的是此类专业共同部分的文化基础。专业对应职业, 当把职业作广义理解时, “文化是职业之根, 职业乃文化之果”。^[11]一个人要能完全胜任工作并充分享受工作的快乐, 就应该懂得工作的社会学的、历史学的、心理学的、文学的、基础艺术的各个方面。^[8]文化创意产业在人才培养过程中, 可以通过介绍某些类型的文化创意产品背后所隐含的文化, 提醒学生注意文化对于这个产业, 对于

专业学习的重要性。其次, 按照《中庸》的学习方法, 在文化上的“博学”之后, 应该引导学生“审问之、慎思之、明辨之、笃行之”, 强调文化的“化”对于人理性、心智培养的重要性。“理智训练以及大学教育的真正目的而且充分的不是学问或学识, 而是建立在知识基础之上的思想或理智, 抑或可称为哲学体系。”^[7]对于文化创意人才的培养, 就是在广博的文化熏染中, 让人形成自己的自由思想, 这种思想, 辅以专业教育、职业教育获得的技能, 就能为创意的产生提供必要的充分条件。

从教育角度思考文化创意产业人才瓶颈, 可以发现, 个中存在的问题其实具有一定的普遍性。它不仅存在于文化创意产业人才培养中。因此, 从教育着手解决人才培养问题, 需要改变教育观念, 特别是改变较为功利的单一的专业、职业教育, 引入自由教育、通识教育观念。当看似无用的自由教育、通识教育, 发挥出长远、重大之用时, 包括文化创意产业人才在内的人才瓶颈问题, 应该能够得到缓解。

参考文献:

- [1] 张振鹏, 王玲. 我国文化创意产业的定义及发展问题探讨[J]. 科技管理研究, 2009(6): 554.
- [2] 南婷, 黄海. 北京文化创意产业从业规模居全国之首[N]. 证券时报, 2012-01-16.
- [3] 郭钊杉. 发展文化产业需突破三大瓶颈[N]. 中华工商时报, 2011-12-13.
- [4] 黄春平. 中国文化产业人才发展报告[J]. 中国传媒报告, 2008(3): 76.
- [5] (美) 詹姆斯·韦伯·扬. 创意——并非广告人独享的文字饕餮[M]. 北京: 中国海关出版社, 2004.
- [6] 徐今雅, 朱旭东. “专业教育”辨析——兼论专业教育与高等职业教育的关系[J]. 复旦教育论坛, 2007(6): 31.
- [7] 纽曼. 大学的理想[M]. 徐辉, 等译. 杭州: 浙江教育出版社, 2001: 33, 59.
- [8] 布鲁贝克. 高等教育哲学[M]. 王承绪译. 杭州: 浙江教育出版社, 1998: 89, 94.
- [9] 吴式颖. 外国教育思想通史[M]. 长沙: 湖南教育出版社, 2002: 445.
- [10] 张翼星. 我对大学通识教育的几点认识[J]. 现代大学教育, 2012(3): 3.
- [11] 张楚廷. 高等教育哲学通论[M]. 北京: 高等教育出版社, 2010: 221, 238.

[编辑: 苏慧]