

论文化创意人才的“双螺旋”培育模式

邓向阳, 陈灿

(湖南大学 新闻传播与影视艺术学院, 湖南 长沙 410082)

摘要:随着文化体制改革的不断深入,中国文化创意产业蓬勃发展、成效显著,产业规模增大,创新创业日趋活跃,产品服务更加丰富,呈现强劲的发展势头,但在人才要素方面还存在数量偏少、结构失衡、质量不高的短板,不能适应产业高速发展的需要。文化创意产业人才培育模式的缺位正是造成这种状况的原因之一。根据国内文化创意产业发展的总体情况,提出文化创意人才的“双螺旋”培育模式,以内容型和技术型人才“双向培育”与“横向耦合”为重点,加强“双螺旋”人才培育模式在国家、社会、企业和个人层面的运行保障。

关键词:文化创意产业;人才培育;双螺旋模式

中图分类号:G40-01

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2017)09-0114-04

随着“互联网+”的不断发展,中国文化创意产业发展进入新阶段,并对文化创意人才提出更高的要求。但是,目前中国文化创意人才培育还存在诸多问题。据统计,中国文化创意人才在全国就业人口中的比例不足千分之一,但美国所占比例为30%、日本为15%、英国是14%,韩国设计方面的人才就占总就业人口的4.89%,对正处于经济转型的中国而言,文化创意产业人才是明显不足的。中国应结合文化创意产业发展特点和潜力,调整人才培育方向,构建新的人才培育模式。

1 文化创意人才“双螺旋”培育模式构建的价值

文化创意产业是一门新兴、交叉的综合性产业,文化创意人才也是一种复合型人才。随着新媒体技术的广泛应用和“互联网+”的快速融合,文化创意人才不仅是一种内容型人才,也是一种技术型人才。因此,文化创意人才的培育需要注重学科视野的拓展,跨越艺术、文学、历史、经济、计算机等多个学科,重视内容型人才与技术型人才的双向培育,为产业发展提供人才保障。

1.1 构建“双螺旋”模式有利于优化人才结构

我国文化创意人才存在结构不合理的现象。一方面,中低端人才“产能过剩”,人才同质化问题明显;另一方面,技术型人才、高层次创意人才以及中高级专业人才供给不足,人才不够用、不适用问题突出^[1]。中国从事文化创意产业的人才总数比英美等发达国家都多,但其中真正发挥创新创意才能的精英人才相对不足,能坚持在本行业发展的相关专业毕业生不超过20%,且大多从事低端创意制作与内容搬运工作。据《2016年度中国动漫行业人才及薪酬调研报告》数据显示,中国文化创意产业的企业从业者以设计类、策划类和编辑类专业类职位居多,分别达到了45.36%、13.4%、18.56%,三者之和达到了77.26%,而财务、管理、行政、教育等非专业类职位所占比例较低,总共不到30%。郑昭的《文化创意产业人才培养战略研究》调查显示,目前约80%的文化创意产业从业人员年龄在20~25岁之间,从业经验在2年以内的超过70%,3~8年的约占20%,8年以上的不到10%,这说明文化创意产业正处于起步阶段,从业人员行业经验偏少,亟待优化人才结构。人才供需结构因环境而变,在“互联网+”背景

收稿日期:20170614

基金项目:湖南省哲学社会科学规划重点课题(13DB05)

作者简介:邓向阳(1972-),男,湖南邵阳人,副教授,博士,主要从事媒介经营管理研究。

下,应注重将传统人才向高端内容人才和新技术人才培养。

1.2 构建“双螺旋”模式有利培育复合型人才

文化创意人才是一种内容型人才和技术型人才的复合体。内容型人才指文化创意产业领域中负责前端创意策划和后期进行创意产品商品化的运营推广人才。内容型人才应具有复合性,既懂艺术设计,又懂产品运营推广,能从创意思法的出现到产品市场的整体运作中实施科学管理,因此此类人才需要较高的专业理论知识、丰富的实践经验,也需要具有敏锐的洞察能力、精准的判断能力、前沿的学习能力和良好的沟通能力。技术型人才指文化创意产业领域中端进行创意生产、设计和呈现的实施人才。技术型人才在掌握多学科的基本知识和专业知识技能外,也要注重对文化知识、专业表达、应用技能、审美素养和多向思维的培养,有解决实际问题的能力,运用专业表现手法和表现形式快速、直观地表达创意方案,并具有吃苦耐劳、严谨细致的精神^[2]。

中国文化创意人才主要依靠产业内部的培育和其他产业的人才转移。产业内部培育的人才比较注重内容创新能力,从其他行业尤其是新技术创新行业转入的人才则更多注重技术应用和产业经营方面。由于文化创意产业尚没有形成有效的人才培育机制和系统,导致复合型人才的不足。从目前的培育机构来看,高等院校实践课程少,理论和方法研究滞后,缺乏实际操作经验;学生知识结构陈旧,缺乏创新创意,与行业需要脱节;企业内部培训方式单一,缺乏系统长效培训机制,主要是员工根据自身兴趣和未来规划进行自我技能的提升^[3]。提升我国文化创意产业人才的质量和素质,培养内容型和技术型的复合式人才,有必要建立“双螺旋式”培养模式。

2 文化创意产业“双螺旋”人才培育模式的架构

文化创意人才的“双螺旋”培育模式的内部结构可分为3个层次(见图1)。1)双向培育。一条路是内容型人才复合化,注重内容型人才的能力广度,强调知识背景的丰富性、不同领域的跨越性;另一条是技术型人才专业化,注重技术型人才的能力深度,强调自身能力与技术远景的创新性。2)横向耦合。两条路径中间有支点连接,既相互关联又存在互动,强调两种人才的互补互利与沟通合作。3)螺旋式上升。内容型和技术型人才的双向培育和横向耦合构成人才发展的双链条,围绕文化创意产业发展呈螺旋式上升趋势。

2.1 内容型人才复合化

内容型人才是文化创意产业的规划师、协调者、管理者,如作家、编剧、导演、策划师等。他们影响着产业规模和发展速度,是推动文化创意产业跨越发展的重要力量。培育内容型人才要发挥政府的导向和扶持作用,整合高等院校、研究机构等力量,培育和扶持一批具有影响力的服务文化创意产业的高端智库,推进“产学研用”合作培养人才。高等院校、职业学校和其他教育机构需要进行跨学科专业改革,注重宽口径,突出复合性,学生不仅要了解学科背景和学习专业知识,更要全面学习经济、管理、科技、历史等各领域的知识内容,全面了解产业市场,深刻理解社会文化,使内容型人才具备深厚的文化底蕴和高雅的艺术情操,并掌握经营管理、市场营销和前沿科技等复合知识,能够适应多种工作岗位。企业是人才的直接需求者和真正使用者,应积极主动地与高校沟通人才需求,为高校提供文化创意人才所需要的实践基地和实践条件,使人才的“生产”更好地符合“使用”的要求,也为真正培养文化创意产业的内容型精英人才奠定基础^[4]。另外,企业应营造良好的创意氛围,并制定有力的激励措施,激发员工自身潜力,针对不同员工的特点和需求,建立与外部合作的培训机制,学以致用。

2.2 技术型人才专业化

技术型人才是文化创意产业的设计者、实践者、工程师,如软件开发师、产品设计师、音频剪辑师等。

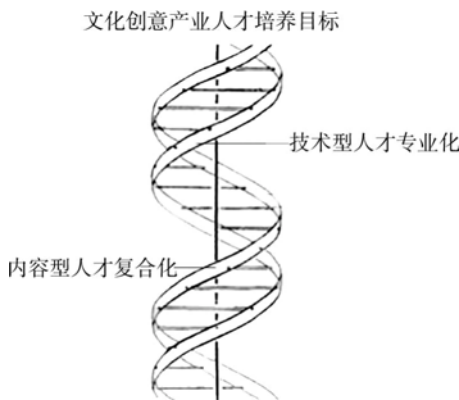


图1 文化创意人才“双螺旋”培育模式

技术型人才是推动文化创意产业创新发展的基础力量,也是决定文化创意产品质量的关键人才。因此要重视技术型人才的定向培育,重视技术知识链的拓展,也要与国际技术水平接轨,超越产业发展要求。高校和职业院校对其培养要夯实技术基础,重视市场需求导向,及时调整专业设置,改变专业口径的错位错位,与技术创新需求相一致。同时企业应与大学合作培养人才,企业参与课程计划制定和人才质量标准评定,为技术型人才提供多次的系统性、实战性技术培训和操练,不断提高技术业务水平^[5]。政府要做好顶层设计,建立文化创意产业技术人才资源信息库和公共服务网站,建设文化创意产业职业技能鉴定单位和定点培训单位,加强科技人才梯队的顶层设计,形成分层、分级、分类的人才体系,也要保护和保障现有技术成果,加大文化创意知识产权保护力度。社会要努力营造尊重技术、鼓励创新的良好氛围,帮助院校、企业形成一条连贯串联、互为补充的技术型人才专业化培养道路。

2.3 内容型与技术型人才的横向耦合和螺旋上升

文化创意人才的培养需要政府、高校、企业和社会进行内容型与技术型人才的横向耦合,培养方式也要朝着培养目标不断优化升级。对两种人才的横向耦合来说,首先,要出台文化创意人才培养的支持配合制度,进行社会资源的宏观调配与整合,创造人才集聚的条件,搭建全面畅通的人才培养渠道。其次,高校是文化创意人才的主要输出地,应充分利用丰富的教育资源,运用科学合理的培养方式集中并专门培养文化创意人才,注重内容型与技术型人才课程设置的互补,为双方的合作奠定基础。企业作为人才使用方和受惠方,应主动承担起延续培养文化创意人才的责任,根据企业特点和工作需要,打通两种人才的沟通渠道,加强双方的协作配合能力,不断适应文化创意产业发展的步伐。最后,社会组织、产业基金会及一些中介机构对培养文化创意人才的支持也不可缺少,同时社会营造的自由、创新、多元、和谐、进取的创意环境和氛围对于文化创意产业人才的培养也至关重要,能激发内容型和技术型人才的创意潜能和良性合作。内容型与技术型人才的培养道路不是竖向上升也不是横向发展,而是螺旋上升,因为文化创意人才培养不是沿着固定道路前进,而是要随着时代变化和产业升级进行灵活调整,并且要通过人才作用引领产业发展。正如内容型人才的技能需求已由创意策划向经营管理转变,对技术型人才的技能需求已由创意设计向创意产品研发倾斜,未来文化创意人才的培养方向还将不断变化。

3 “双螺旋”人才培育模式运行的保障机制

文化创意产业的“双螺旋”人才培育模式的构建有利于加快各类文化创意人才成长步伐,实现人才队伍总量稳步增长和结构优化,但真正做到不断增强人才活力、充分发挥人才效能,需要在国家、社会、企业和个人不同层面建立相应的保障制度,形成合理的保障机制。

3.1 加大政策扶持力度,制定人才培育的整体规划

文化创意人才的培育开发需要政策的引导和扶持,也要有合适的多层次、全方面的人才培育体系。英国在组建创意产业特别工作小组之前,就制定了三项对英国文化创意产业的未来发展至关重要的措施,其中第一项就是人才培育,特别重视对青少年的艺术素养和创造力的培养教育。英国文化和传媒体育部等政府机构和相关教育组织、文化创意企业通力合作,设立了“创意产业高等教育论坛”,在高校举办3年人才再造工程,提供作曲、编剧、导演、动画制作、电影摄制等10个专门学科上百门学习课程,使影视业66%和多媒体行业24%的从业人员达到研究生水平,有效挖掘了在职人才的创新潜能^[6]。借鉴英国和其他国家的人才培育经验,我国要深化体制改革,制定适应国情省情的人才培育整体规划。文化部、教育部等机构可以制定人才培养专项计划,重视青少年的艺术培训和创意能力培养,在高校或研究机构建立创意人才培训基地。政府可以通过搭建“双螺旋”人才培育模式,实现高校、企业的人才互通,鼓励高校学生加强专业实践能力、在职人员继续深造。政府还可通过重点培育发展一批实力雄厚、竞争力强、影响力大的企业集团,整体提高中国文化创意产业的经济地位和国际竞争力,吸引人才汇聚。面对全球化趋势,政府还应加强国际人才交流与合作,激发国内人才的创新和创意能力。

3.2 以产业集聚带动人才集聚

在人才培养的社会层面,美国注重以创意产品和产业发展为导向的创意经济人才链的构建,重点培

养了“创意核心群”“创意专业群”^[7]。创意集聚区被认为是促进创意产业与创意城市建设最核心的空间载体,也是文化创意人才培养交流最便捷的平台。我国要集聚社会力量,帮助企业向“专、精、特、新”方向发展,形成富有活力的创意集聚区。集聚区规模可大可小,关键是发挥产业集聚和人才集聚效应,提供培育人才的沃土,在集聚区纳入政府、高校、企业力量,设立文化创意人才专业培训机构。同时政府官员、知识分子、艺术家、管理投资者、创意实施者等人士在集聚区形成良性互动,学习探讨最新文化创意,产生源源不断的创意想法和产品设计。通过集聚区还可整合艺术、文化、设计、技术和商业,来激发社会人士参与文化创意产业的创造力和热情,发挥产业集群和人才高地的作用。例如长沙在文化创意人才培养方面实行新的措施,加快马栏山创意集聚区建设,聚焦三大功能定位:数字视频创新创业孵化器、数字视频内容生产大本营、版权视频衍生产业集聚区,力争形成“北有中关村、南有马栏山”的网络信息产业发展新格局。这种通过产业集聚来助推人才集聚的方式,切合“双螺旋”人才培养模式的特点,推动文化创意人才的纵向延伸。

3.3 企业改进在职培训方式,建立人才评价反馈激励机制

人才能力的提升离不开实践的锤炼,仅仅依靠高校教育来完成人才培养是远远不够的,还需系统性、长期性、实战性的在职培训。我国的在职培训主要由企业根据发展需要进行内部的技能性培训,时间短、效果不佳,很难真正达到培训目的,因此改进当前的培训模式迫在眉睫。首先,要做好培训需求分析,探索灵活多变、切实有效的培训方法。通过研讨交流、案例分析、实践操作等方式启发人才的创意思维,提高人才的创意能力。其次,要将内部培训和社会培训相结合。有些企业内部培训虽然专业性较强,但缺乏拓展性、系统性,委托高校或教育机构的外部培训又往往缺乏针对性、实用性。企业内部可建立培训师制度,外部市场可组建社会培训专业机构,企业结合自身优势和社会需求构建系统规范的培训机制,重视培训考核和反馈,做好组织保障、资金保障、基地保障。最后,建立合理的人才评价反馈激励机制。评价标准和内容应根据内容型和技术型人才的职业类别、特点,建立以德、能、勤、绩、学为考核内容的主客观评价指标体系,做到“问东家、问专家、问大家”,突出岗位实绩,重视人才发展,注重德才兼备。在激励机制上,企业可以根据考核反馈对文化创意人才实施物质与精神双激励的措施,采用升职加薪、股票期权、年终表彰等形式提高创新积极性。

3.4 科学规划职业发展道路,提升个人文化素质和道德修养

文化创意人才的职业规划包含个人优势特长、专业技能、成长经历、事业愿景、职业价值观、地域发展潜力、行业和公司发展远景等,规划职业发展道路便于明晰自身优势和劣势,重视自身技能的再提升。良好的人格素质、渊博的文化素质、创新的思维素质、开放的国际素质和优良的审美素质是文化创意人才所具备的基本能力,这要求根据自身职业规划,主动参加线上线下学习培训,培养思维的开放性、纵深性、超越性,进行创意的多向互动。文化创意人才还应该主动接触并追踪世界前沿创意,不断学习、吸收、消化国际创意和先进文化,创造性引领世界文化创意潮流发展。另外,文化创意人才不仅需要主动提升自身素质,熟悉创意文化和市场发展,更需要健全的人格、优良的道德,要以优秀的文化产品引领社会健康发展,满足大众对文化的精神需求,提高大众的文化消费层次。

参考文献:

- [1] 喻丽君. 杭州文化创意产业人才培养模式研究[D]. 杭州:浙江工业大学,2012.
- [2] 王雪野,王颖聪,顾小慈. 文化创意人才培养模式研究[J]. 现代传播,2014(2):105-110.
- [3] 张燕,王晖,蔡娟娟. 文化创意人才素质测评指标体系的构建研究[J]. 现代传播,2009(4):105-110.
- [4] 李晓溪. 高校文化创意产业人才培养研究[D]. 上海:上海大学,2014.
- [5] 陈要立. 基于胜任力模型的文化创意产业人才培养模式研究[J]. 经济问题探索,2011(8):129-133.
- [6] 程坚军. 对我国文化创意产业发展及人才培养思考——以英国文化创意产业发展为例[J]. 中国广播电视学刊,2010(7):63-65.
- [7] 刘菲菲. 国外文化产业发展政策的经验借鉴与启示[J]. 经济研究导刊,2013(35):54-55.

(责任校对 刘兰霞)