

Pondering about Teaching on the Background of Creative Industry

创意产业背景下的教学思考

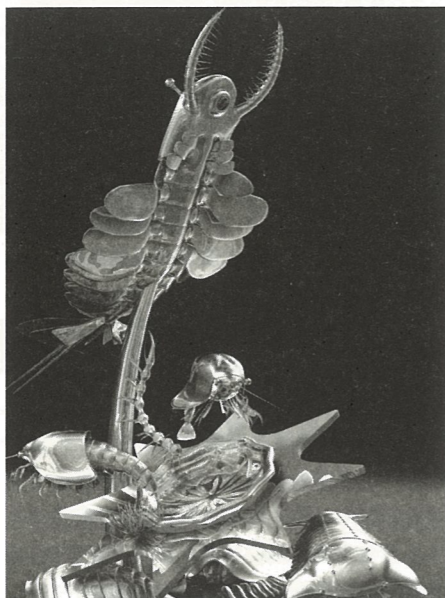
◎杨茂森 Yang Maosen

从澳大利亚的昆士兰创意产业学院在北京召开的首届中国创意产业国际论坛中提出从“中国制造”到“中国创造”的主题，创意在我们身边便已经悄悄地更多地呈现出来，越来越多的人开始了中国的创意创造，一场新的产业革命在中国热闹起来。就其发展的本质要求来看，创意产业和高校是密不可分的。随着创意产业园的建立，创意产业的要求与我们现行的教学模式的冲突也就凸显而出，如何处理好它们之间的关系，也是我们目前必须面对和思考的问题。

一、创意产业的核心认识

创意经济的先驱是著名德国经济史及经济思想家熊彼得（Joseph Alois Schumpeter, 1883—1950），早在1912年，他就明确指出，现代经济发展的根本动力不是资本和劳动力，而是创新，而创新的关键就是知识和信息的生产、传播、使用。英国政府在1997年正式提出创意产业的构想后，创意产业正被越来越多的国家和城市所重视和大力扶持。创意产业是什么？不同的经济发展阶段，不同的国家地区，不同的行业和职业人在认识和理解这问题上是不一致的。在多种多样的解释中我比较赞同这一说法：创意产业应该是在个人的创造力、技能和天分中获取发展动力，通过知识产权的生成与利用，能够创造财富和就业机会，并促进整体生活环境提升。换言之就是推崇创新、个人创造力、强调文化艺术对经济的支持与推动的一个新兴的理念、思潮和经济实践。

“传统工业、服务业总是在担心成本，因为他们知道价格是固定的。而在创意产业里面，更多的是在考虑控制成本的情况下还要如何提高收益。这是完全不同的两种思维方式。”霍金斯教授如是说，这意味着收益的提高是创意产业的核心，为了提高收益而投入成本是创意产业的逻辑。比尔·盖茨宣称“创意具有裂变效应，一盎司创意



神奇的寒武纪生物 三维动画 郭宇

能够带来无以数计的商业利益、商业奇迹”。创意是思想活动的结晶，“创意经济”就可以顺理成章地被理解为是一种思想的交易，而“创意产业”就是将人们的思想转化为产品并进行买卖，其中知识产权则成为核心资产。

具体来说，世界各国创意产业所涉及的领域有所不同。英国把创意产业划分为以下13个领域：广告、建筑、艺术与古董、工艺、设计、时尚设计、影像、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件及计算机服务、电视及广播。韩国把创意产业划分为：出版产业、唱片产业、游戏产业、电影产业、广播产业、演出产业、其他文化产业（建筑、摄影、创意性设计、广告、新闻、图书馆、博物馆、工艺品及民族服装、艺术文化教育等）。

二、方兴未艾的创意产业

在知识经济社会中，所有产品和服务的“文化价值”和“创意价值”将越来越重要，所有经济和产业的“文化属性”和“创意属性”将越来越增强。而在现代信息革命的推动

下，创意产业和创意经济的出现正成为文化工业的一个重要的发展方向：以文化为主体的内容工业将成为新经济的核心，以创意为基础的文化工业将成为经济发展新的动力引擎。创意产业已不再仅仅是一个理念，而是有着巨大经济效益的直接现实，创意产业的根本是解决经济发展问题。约翰·霍金斯在《创意经济》一书中明确指出，全世界创意经济每天创造220亿美元，并以5%的速度递增。在英国，成立了“创意产业特别工作组”，伦敦已将创意产业作为核心产业。2000年英国的创意产业增加值已超过500亿英镑，占国内生产总值的7.9%。在澳大利亚，1999年创意产业已占GDP的3.3%，就业人数34.5万人，占总就业人数的3.7%。在新西兰，创意产业占GDP的3.1%，总就业人数的3.6%。新加坡在1998年将创意产业定为21世纪的战略产业，出台了《创意新加坡》计划，称要树立“新亚洲创意中心”。新加坡的创意产业占GDP的比例在2.8%至3.2%之间。在香港强调“创意产业是文化艺术创意和商品生产的结合”，香港的创意产业占GDP的2%，服务出口总额的3.1%，总就业人数的3.7%。在美国，没有简单的讲创意产业问题，创意已经成为了美国生活中的部分，没有创意，就没有美国经济。美国在1998年就明确提出“资本的时代已经过去，创意的时代已经来临”的宣言。澳大利亚的昆士兰模式得到了世界的认同：其建立创意产业园区连接生产企业、教育、研发、文化生产和展示正被我们积极采用和借鉴中。

中国创意产业的萌芽出现在2002年，当时，经营不善的原杭州蓝孔雀化纤厂停产并将旧厂房对外出租，低廉的房租和巨大的空间随后吸引了一大批设计师和艺术家入驻。这个破旧厂房于是也有了一个时尚的新名字：LOFT49。LOFT原意是建筑中的阁楼，现已逐步演变为利用工业旧厂房和旧仓库开阔、宽敞的空间，来打造充满个性、富有感染力的新型文化和创意型产业的聚



巴贝的空中花园No.1 CG 曾途

集地。LOFT作为一种城市旧工业向新经济转变的新理念、新途径，被各大都市纷纷采用，并成为现代都市创新经济、创意产业的代名词。被誉为“创意产业之父”的英国著名经济学家约翰·霍金斯说过，创意产业将成为中国经济新的增长点。创意产业已开始走向中国普通消费者的生活，并开始对经济发展发挥作用。

以上海为代表的创意产业在最近几年时间里获得了快速发展，推动了一批创意型行业起飞，建立了一批具有很高知名度的创意产业园区，聚集了一批具有创造力的优秀创意人才。上海已初步建立形成了18个各具特色的创意产业基地，如泰康路视觉创意设计基地、昌平路新型广告动漫影视图片生产基地、杨浦区滨江创意产业园、“八号桥”时尚设计产业谷和天山路上海时尚产业园等。

北京将打造全国“创意产业之都”。并已经初步形成了几大创意产业集聚区，如北京数字娱乐示范基地、中关村创业产业先导基地、国家新媒体产业基地、东城区文化产业园以及朝阳大山子艺术中心等。

创意产业最大的投入是以人的创造力为标志的知识产权，并依托现代的互联网和电脑技术作为工具，因此，它是一个知识密集型的产业，体现了现代产业发展的一种

新趋势，同时它是一种典型的节能产业，是一个能创造生活的产业，能创造生意的产业，是一条可持续发展的道路。但无论从何出发，创意产业都应该从本国、本地区实际来做，不是简单模仿，不能完全照搬，也没有照搬可言。

我们离创意产业并不远，它存在于我们身边。创意产业不能是很少人的理解、欣赏行为，而应该是95%的人都参与的参与、行为的推动，是社会发展的一个很好“抓手”，是推动社会经济发展的动力。创意产业不是神秘的概念，只是需要我们进行提炼，是一种新型的业态。最终形成创意产业化，产业创意化的发展群集目标，从而完成从制造到创造的转型社会发展模式。

三、创意产业下的产、学、研相结合人才培养教学模式的思考

创意产业园区建立的设想源于澳大利亚昆士兰州进行教育振兴、城市改造和经济突破以及实施“智慧之州”规划相互之间的聚集与融合。目的就是将教育、研究、商业、居住和文化设施整合到了一个创意环境之中，是一个产业、政府和高等教育与研究相互依存的网络，他们共同创造一个环境，支持创新，支持创造力的提高，支持企业的发展和就业增长。正如所说：将各种公司和企业放在大学里的安排是有意为之的。

依靠高校资源打造创意产业园区也就成了昆士兰最显著的特征之一。就四川美术学院影视动画学院在学校的支持下与重庆广播电视集团组建了研发生产实验基地——重庆视美动画艺术有限责任公司一年的运作来看。基地建设已经基本走上了正轨，可以自己去做去发展。但根本分析来说，目前基地依然是困难重重，特别表现在人才引进和环境建设中。如果不尽快孵化一个产业链群和群集创意产业空间，完成人才储备问题，尽快建立依靠四川美术学院打造黄桷坪创意产业园，基地发展将很难有更大的发展空间。

目前，在基地带动下已经形成了重庆黄桷坪创意产业园区的雏形，重庆市政府也把黄桷坪美院艺术产业园作为重庆创意产业的重大项目来开发启动，然而观念的模糊和认识的分歧，影视动画学院是什么样的性质定位？我们要培养什么样的人才？目前依然是困扰和阻碍学院发展的一个问题。答案应该是肯定的，应用型人才的培养和发展目标，应该是与社会需要、行业人才需要吻合，与地方经济、产业发展建设需要吻合。因此，四川美术学院影视动画学院作为适应区域经济的基地，必须根据区域经济发展与社会需求的变化以及自身的特点，不断优化学科和专业结构，明确定

位,形成特色,要找准我院在重庆经济中的发展空间,以及自己在发展过程中的相应位置,使我院的教育与重庆经济发展形成强有力的互动,自觉地实现教育教学的微观结构与宏观经济结构的协调统一。

四川美术学院影视动画学院在产学研相结合的教学模式中迈出了艰辛的一小步,但也已经初显出极具有竞争力和社会影响的空间平台。基地在解决基本教学条件问题,包括设备、人才、行业对接;在解决科研瓶颈问题,获取平台、窗口;在提升专业教师水平,吸纳行业骨干人才参与教学;在介入产业建设,获取政府与行业对我们的关注与支持;在解决学生勤工俭学问题和就业创业问题;在为学科未来发展拓展创建可行性等方面都取得了明显成效。

但目前影视动画学院的教学模式中,实用型人才培养与纯艺术的追求矛盾依然;师生在认识上不到位,沟通不够,观念引导不够,对社会把握不清依然;基地起步阶段,生产和教学的协调和管理上存在理顺和进一步完善;教学大纲及措施的更新和教学调配未能迅速跟上;我们自身准备不足,在能力、实力和观念跟不上等等,使我们无法全面把握机会。因此,需要我们在创意产业背景下对产学研相结合的人才培养教学模式进行重新思考。

第一,更新观念,重新定位培养目标,调整教学内容。在进行教学计划、教学大纲的修订中,要充分考虑创意产业大类的需求,充分考虑生产与教学的课程调配和人才培养计划,有针对性的进行基础把握和试验,建立创意产业与教学链接关系,寻找切入点 and 接口。教学要确实根据社会的实际及时调整学科与专业建设,实行重点学科专业建设与重庆经济结构相挂钩,与区域发展规划相结合,与学校的长远发展相结合,提高人才培养针对性、应用性,构建一个适应经济社会发展要求的服务型教育体系。要搞清楚学生需要什么?社会需要什么?要解决学生实用型要求和纯艺术追求之间的平台建设,创造最大条件的学生学习选择空间,在高年级中建立工作室和导师制的教学体制,加大选修课程门数,实行真正意义的学分制,做到艺术人才培养的多样化。

第二,加强对师资培养和国际合作。师资力量和水平直接影响了教学效果,从全

国看,非常难招聘到具有原创能力的创意人才,人才的贮备及培训对影视动画建设和未来的发展影响非常大。创造性的创意人才与现行的教育制度之间在一定范围内是存在着冲突。现行的教育制度忽视对人的创新实践培养,再加上由于业界的发展速度不是很快,于是对人才的培训就会存在着许多困难,进而他们就希望学校能够直接培养出他们需要的人才。在这形势下,如何建立一套我们的“人才系统”便显得非常重要。所以在基础薄弱的背景下,必须加快加强对专业教师能力和资格的培训,练好内功。要积极主动加强与美国、日本、韩国以及国内的人才交流与合作,选派人员出国研修,培养具有世界水准的专业人才。只有走出去,才能让我们的专业化教师队伍得到真正提高。

第三,注重人才创新能力的培养是我们教学改革的出发点。知识可以通过训练培养,技术可以通过操作熟练,创造力却无法通过某一件事情的反复与重复得以提升。创意不是简单能教出来的,不是能从书本中查找出来的,创意需要一个长期的实践与理论相结合的过程,其最大的特点是具有创新能力。作为一名创意人才不仅要具有市场意识,还要兼具文化艺术底蕴。这昭示着一个不单纯以“学历”论英雄的知本时代的真正来临。正因为如此,创意产业的开发和人才培养应该更加注重能力,而不是学历,对师资的引进更不能以学历要求进行简单一刀切。

我们的教学和人才培养应该围绕着是否有利于学科发展;是否有利于产学研的运作;是否符合社会行业需要的标准;是否有利于提高教学质量来进行。在大众教育中的精英教育问题上,我们对本科教学精英化教育模式进行了重新思考,提出了建立一个相对独立的试验班构想,并已经纳入影视动画学院下学期的教学试验计划,学院将给试验班特殊政策并对教学模式进行探索。把试验班作为创意产业最有力的人才输出储备库考虑。对进入试验班条件的设定;进入要完成的教学计划和安排;对教学与生产的接口和认定标准;对进出试验班的淘汰考核;对试验班中的特许政策制定等,都将是我们打造本科大众教育下精英人才培养模式的探索。同时,要加大对大学生第三课堂(专业知识结构的直接补充)空

间的拓展,如音乐欣赏和创作,学生科研项目申报课题制度等,通过开展系列针对性强的专业活动,弥补和解决学生课堂教学中不能完成的专业知识结构。

第四,加强合作和沟通意识,承受考验的能力,尤其团队精神是非常重要的。就其创意人才要求来说,合作、协调、沟通就是最重要的成功要素。就影视动画学院特别是动漫学科而言,它是个集体分工合作的工程,需要剧本、角色、场景、制作、特效、合成等精英团队,要建立一套高质量高速度的动画生产流水作业管理系统,团队精神的打造显得尤为重要。学生社会上承担的任务是有很大的区别的,这就需要他们在走出学校门前有一个很好的心态,这必须是通过锻炼和不断的学习才能提高的。学生的职业素质,职业素养的教育,学生的道德品质方面的重视和培养都将是我们在人才培养中重要的环节。



重庆电视台2003春节电视晚会舞美设计
影视美术设计 周晓波



都市山水图系列之二 布面油画 100x 120cm 2006

王晓征 WANG XIAOZHENG

Scenes in the Metropolis Series 2
Oil on Canvas