

创意城市的3.0版本:中外城市创意经济发展路径选择

——金元浦对话查尔斯·兰德利(二)

金元浦

(中国人民大学 国家发展研究院 北京 100872)

[摘要] 创意城市是进入21世纪以来全球关注的重大话题,对于如何测度和评估一个城市是否是创意城市,两位学者进行了讨论。对话提出,全球城市发展出现了趋向文化的转向,这是一种总体范式的转换。由此城市发展呈现了由1.0向3.0的转型升级。而如何计量一个城市的创意水平和创造力就成为创意城市发展实践中必须解决的难题。

[关键词] 兰德利;创意城市;城市3.0;城市文化转向;城市创造力

[中图分类号] G114 [文献标志码] A [文章编号] 1672-4917(2017)01-0077-05

DOI:10.16255/j.cnki.11-5117c.2017.0010

一、范式转换:全球城市发展中的文化转向

金元浦:查尔斯·兰德利先生,您在我国国内有很大的影响,您的研究范围非常广泛,既有理论也有大量的实践,特别是您作为一个策划咨询的专家,当然我们更关注您对创意城市的研究。听说您刚刚参加了联合国创意城市网络会议,我们也很关注这个组织。目前中国已经有7个城市加入了全球创意城市网络,如北京、上海、深圳都成为了这个网络中的设计之都,其他如成都、哈尔滨等也都以不同的特色,加入了这个网络。

21世纪是全球城市发展的重要时期,在不远的将来,世界总人口将有2/3居住于城市。因此,对当下人类城市生活的了解和体认,对未来城市生活的展望与规划,是全球关注的重大课题。世界各国人民的生活彼此息息相关,与不同发展水平的国家及其城市的未来紧密相关。无疑,21世纪是世界城市作为全球经济社会中心并日益成为文化中心的大竞争的世纪。那么,在一个城市主导的世纪,您怎么看当代世界城市的变革?观念、思维、评价的标准有哪些维度?建设、运营、管理的方式有哪些?

查尔斯·兰德利:我们都知道城市是非常复杂的,我们需要更加近距离地打量一下城市的复杂性。毫无疑问,城市的应用基础设施和软性基础设施都非常复杂,城市有着很多宏观的目标,也有更多细微的阶段性和区域性的问题,这些都使得城市

变得更加复杂。那么,欧洲、亚洲城市,尤其是中国的城市所面临的核心问题是什么呢?

我们可以更加近距离地去分析。大家都知道,世界经济是随着时代的变迁而变迁的,从农业时代、工业时代,到知识经济时代,再到今天大家都在谈论的创意经济时代,世界各国的城市一直在变动。今天,世界上的每座城市都在问自己这样一个问题:什么是你最大的优势,什么东西使得你与众不同,你最突出的独特性是什么?

金元浦:对于这个问题我在10多年前做过一个研究。我认为,这就是当代世界的城市正在经历的一种根本性的文化转向。长期以来,国际国内社会一直将发展主要看作是经济的发展,GDP的发展,物质力量的发展。而文化则被视作可有可无的附属物,与发展无关,或与主体经济无关。但20世纪80年代以来,文化与发展关系日益引起世界各国的普遍关注。世界经济的一体化、全球化,高新科学技术特别是信息与媒体技术的发展,使各国重新思考文化与发展,文化、经济、科技与发展的关系。越来越多的国家和民族认识到文化对于当代社会经济生活的巨大影响和制约,认识到文化作为高端产业形态和先进生产力的发展的现实和趋势。

查尔斯·兰德利:是的,我们知道这样的转型对于城市里的人来说影响是非常大的。我们也知道很多发达城市都向经济价值链的上游转型。当然

[收稿日期] 2016-12-14

[基金项目] 国家哲学社会科学重大项目“文化产业伦理”(项目编号:14ZDB169)。

[作者简介] 金元浦(1951—),男,浙江浦江人,中国人民大学国家发展研究院研究员,博士生导师。

也是在这个过程中,一些国家的制造业迅速发展起来。中国就在这个过程中在制造业上获得了很大的发展。大家去欧洲或者美国看一看,港口内到处是来自中国的集装箱。每年有大量的集装箱从中国运到英国,而很少有货物运回中国。今天的世界很大,但又很小,这是因为全球化带来了更多的联系。这就使得我们有这样一种文化,我们可以将它叫作全球文化。它有着很好的特征,但是有些特征也要慢慢去理解。

金元浦:对,当代世界的文化发生了巨大的变化,它已全面地影响到全球各个国家与地区的发展目标、竞争格局、制度形态和未来发展趋势。文化在经济全球化与信息时代面临重新定位,文化的繁荣成为未来发展的最高目标。因此,文化日益成为国家整体政策的中心。所以,当代世界各国在制定其21世纪的国家发展战略时,都将文化作为最重要的因素来研究和考察,作为最根本的立国之本进行部署。世纪之交,文化的变革是当代最为重要的历史事件。

从国际上看,20世纪80年代以来,文化与发展日益引起世界各国的普遍关注。世界经济的一体化、全球化,高新科学技术特别是信息与媒体技术的发展,使人们不得不对文化的发展投以极大的关注。越来越多的国家和民族认识到文化对于当代社会经济生活的巨大影响和制约。世界各国普遍关注文化在人类发展中的极其重要的作用。他们认为,经济的发展是一个民族的文化的一部分,而脱离人或文化背景的发展是一种没有灵魂的发展。世界经济和产业的发展自身已经越来越文化化了。

查尔斯·兰德利:更重要的是,对于任何一个城市而言,人是最重要的。尤其是年轻的一代。城市将会因为他们而与众不同。现在,大多数的中小城市在丧失自己的年轻人才。我们知道,全球许多城市的年轻人都离开自己的家乡去追求更高的理想,这无可厚非,但是我们希望他们能够回来。现在世界上大概有50个核心城市,能够从世界各地吸引人才,而使得其他5000多个城市相对处在弱势地位。今天大家都在想,我们的城市是不是能够更具有创意,是不是能够成为一个吸引优秀人才的城市。这既令一些人兴奋,又让一些人焦虑。对于中心城市来说,的确是让人兴奋的,有大量人才涌入;但是对于那些边缘城市来说,这样的现象让人感到非常焦虑不安,因为自己所在的城市由于人才外流导致了发展停滞等很多社会问题。

金元浦:你提出了一个很现实的问题:创意人才的培育、使用、集聚以及他们的发展空间的问题。在当今世界全球化的环境中,创意人才开始在全世界城市间频繁流动,英语世界的流动更甚。因为不仅市场在寻求创意人才,创意人才也在寻找和选择最能够实现其价值和抱负的市场和环境。这是一个双向选择的过程。《指环王》的总设计者约翰·豪在新西兰创作完成这部作品以后回到欧洲,到瑞士从事新的创作,我曾问他,如果中国邀请他来工作,他是否愿意?他表示,一个艺术家,只要能实现他的艺术抱负,有更好的创作和制作环境,他为什么不来呢?

除了要考虑工作环境,还要考虑创意人才的生活场所。要对创造性阶层的生活进行更全面的观察。创意团队创意能力的培养和发展需要一种适合他成长的语境和氛围,需要一种环境和组织。当然,并不是所有的创造性都需要背景,创造、创意和发明总是“不择地而出”的“神来之笔”,但毕竟宽松、惬意、自由、舒展的环境更宜于创新、创意的发展。

查尔斯·兰德利:如果我们来看一看整体的情况,可以看到这是一种城市发展范式的转换。在我们思考城市的时候,这种范式的改变,也就是说我们应该有不同的视角去看这个世界。所以如果一个城市想去参与竞争的话,它就需要有完全不同的设计,即独特性。它必须要变得更加具有吸引力,它必须要能够满足人们的创业和发展的要求,它必须要变得更加舒适。这就是为什么在世界各地,人们已经开始认真地思考如何经营城市,如何改变一座城市带给人们的感受,如何改变一座城市的外观,如何改变一座城市让人觉得抑郁的氛围。最重要的是我们要更加关注城市里的人。

二、城市的升级:从0.0、1.0、2.0一直到3.0版本

金元浦:您来过中国很多次了,每次来中国感觉都不一样吧?

查尔斯·兰德利:我来中国有10次了,到过青岛、上海、深圳、北京、西安、成都等城市,中国的确有一些很有意思的项目,但问题还是在于创意不足。中国的创意与欧洲、非洲和南美的很不相同,从根本上说,创意是一个内涵驱动的概念。就拿开放来说,中国人的开放与欧洲人和中东人的开放是不一样的。我关注的项目都是要解决城市发展中

出现的某个问题,然后我会去分析,著书、写文章、做交流,目的就是和城市一起去解决它的某个特殊的困难。但不幸的是我还没有直接参与过中国城市规划或咨询的项目。

金元浦:是的,您多次谈到了从0.0、1.0一直到3.0,而3.0最主要的标志是由过去的1.0的基础设施的建设变成了现在的文化主导。关于城市,您有自己不同于其他人的观点和提法。前面我们已经提到您提出的城市0.0、1.0、2.0、3.0的分级观点,您的这一分级有什么具体的标准或限定吗?通常,研究者都选择从1.0~4.0,而您却从0.0开始。

查尔斯·兰德利:城市1.0、城市2.0和城市3.0的提法,是一个简捷好记的分法,就像我们平时说一二三——一二三是我们最容易记得住的。这个提法表达了一个时间的变迁过程。而0.0我是指过去的城市,即历史城市。像北京的紫禁城就是0.0版本的城市。再如迪拜,很多中国人将迪拜看作是一个样板,但是我不这样看。迪拜就它的物理性来说是非常老旧的一种模式,这里根本没有供行人走的道路,它并不理解城市市民的感官的需求。当然,它的城市工程是非常了不起的,建筑非常奇妙。但是它却导致城市看起来像一口孤井,与外界没有更多的联系。这就是过去时代城市的0.0版本。

金元浦:是的。在一个飞速发展的全球化时代,信息爆炸,城市的发展,城市的品牌,城市的美誉度和影响力,都与信息是否通畅、与全球各地联系的广度与密度是否充分密切相关。我的朋友原英国拉夫堡大学“全球化和世界城市”研究小组(GaWC)的首席专家彼得·泰勒教授领导的全球权威的世界城市研究中心,创造出一种通过研究信息交流数量的方式研究“全球化城市网络”的方法。泰勒认为,世界城市网络是在高级生产性服务业的全球化进程中,国际城市之间形成的各种信息联系。世界城市网络的形成被模型化为全球服务性企业通过日常业务“连锁”城市,而形成的一种连锁性网络,跨国公司是此连锁过程的代理人。一个城市融入世界城市网络的程度往往说明这座城市的国际化程度,也与城市未来发展前景相关。其实说到底,就是哪个城市在财务、广告、金融和法律等4大信息方面接受的信息交换越多,这个城市就必然是全球中心城市。

那么什么是您的1.0、2.0、3.0版本?

查尔斯·兰德利:我所说的1.0版本的城市是这样的:人们努力工作劳动,建筑楼房,住在现代的大楼里。那是一种比较旧的思维方式。一个个工厂,一个个经销商,然后经销到不同家庭中去,人们有艺术活动,政府推动和管理公共艺术,还可能有很多节庆活动,人们的生活紧张而简朴。

但是打住!让我们醒醒吧,它不一定是我们生活唯一的方式,我们必须要有有一个变革的计划,必须要有另外一种生活方式,我将它叫做城市2.0,文化2.0,我叫它软城市主义。它将城市与人的心灵联系在一起,它了解城市中人的感官、感受、情绪和心理生活。当我们在改造城市时,人们设计和规划城市,抛弃旧的城市。规划变得更像是一种顾问化的过程。经济2.0则倾向于建设很多科学园区,但这些建筑似乎是没有生命的建筑物,当我在很多科学园区里面工作的时候,大家都在问能不能够给我们带来一些城市化的感觉,如有人想喝点咖啡,也有人希望在这里自由地穿梭,有些这样的环境已经成了固化的形象,当然还有智慧城市。智慧城市也是城市2.0的一部分,它有更多互动式技术。人们也需要博物馆,但是我们知道对于博物馆来说,我们不仅要有馆长,还需要有人类学家,他们必须要能够思考怎么在2.0的模式中创造新的产品。除此之外,商业2.0也开始理解艺术对于商业的重要性。比如说在佛罗伦萨,有一家鞋店,这是玛丽莲·梦露光顾过的鞋店。鞋就是鞋,如何将鞋变得更为重要?他们说玛丽莲·梦露就穿这种款式的鞋,于是鞋变得重要了,城市也变得更重要了。

金元浦:那么,什么是创意城市的3.0版本?

查尔斯·兰德利:城市3.0版本也就是我们今天的城市,即全球化时代处于世界网络中的城市。它不像2.0版本的城市,而是强调城市要更适宜于人的居住。它企图将村落的感觉与大都市的感觉进行综合,这是很有趣的,但又是很难的。在一个大城市里面,你怎么能够创造出同时具有村庄的感觉又有大都市的感觉呢?

金元浦:我明白您的意思。3.0版本的城市也是生态的城市,环境优美的城市。在中国,我们开始明白绿水青山就是金山银山,良好的生态环境,是子孙万代最大的福祉。今天我们的城市现代化了,但我们还要留得住乡愁,留得住那份人文情感。这就是您讲的那个悖论:如何把发展与传统有机融合起来。

查尔斯·兰德利:3.0版本的城市拥有创意经

济,它规模巨大,“大”在这里很重要,就像在中国,到处在争大争高。但是还不够,现在的3.0城市已经有了新的纬度,有了“云”,城市今天的一切都在“云”中。还有移动互联网,“云”与移动之间的综合,大数据以及社交媒体在应用的世界中相遇,这意味着目前将这些东西综合在一起,正在酝酿一场新的革命,我们必须要有有一种破坏性的创新发展。

很明显,今天的世界已经是一个完全不同的世界了,而且它最终的表达方式,3.0版的城市是一个更开放的概念,任何人都可以参与到城市中来。城市和文化的3.0要求物理上有一些转变。城市的整个经营方式发生了变化,和1.0不一样,当然我们不会完全摒弃1.0和2.0。我认为更重要的是,这里是一个有梦想的场所,一个充满神奇景象的世界,有很多奇异的空间,还有一个移动的办公室,这都是基于开放的基础之上的。

我们知道LBNB是一个没有酒店的酒店连锁,UBER是没有出租车的出租车公司,我们处在分享经济中。我们不需要老板告诉我们什么是文化3.0,当然我们会最大限度地利用1.0和2.0,但是在3.0,的确有一个不同的氛围。

三、如何计量一个城市的创意水平和创造力

查尔斯·兰德利:怎么来计量一个城市的创意水平,或者说怎么去把握城市的脉搏。就像你们中医里面的针灸一样,要找到穴位。如何计量一个城市的创意水平总量,它有文化的、技术的、经济的、物理上的,怎么把这些综合起来进行总体计量?我们就想做一个对标计量。我们过去总是假装能够客观地评估这个事情,但我认为完全客观其实是不可能的。我们去计量一个城市,问的都是主观的问题,都是问大家你是怎么看的,当然我们还可以看它的外部性,其实起关键作用的是人们的主观判断。一座城市的成功和失败,不完全是由它的GDP增长的数字来计量的,不能完全用经济指标来计量。因为即使一座城市的GDP不高,但它也可能在另外的方面很成功。比如说这个城市的生活环境好,大家住在这里就开心,大家就满足,这也是一种成功的表现。

金元浦:一个城市的人文环境怎样,越来越成为人们关注的重心。这些年,各种城市评估的标准发生了很大的变化,以前世界城市或全球城市评价指数的确更多地偏重于经济数据,现在不少国家的评价方式更偏重于社会的、人文的指标。比如美国

《外交政策》杂志、A. T. Keamey 咨询公司和芝加哥全球事务理事会联合发布的全球城市的排名,是基于对24个度量方法的评估,分为5个领域:商业活动、人力资本、信息交换、文化体验以及政治参与。这里特别谈到了信息交换在信息社会中的重要意义,文化体验也再次得到了强调,重新提出了政治参与问题。那么,您认为衡量一座城市的创意水平应该采取什么标准?

查尔斯·兰德利:我认为可以从3个方面来考察。第一个是开放性、无障碍性、参与性。一个城市要想有创意,它必须是无障碍的,是开放的。比如说来自贫穷家庭的人也能有机会去发挥他们的才智,这是一种体制的无障碍。另外还要有参与性,我们都知道,团体通常都会参与创造一些有意思的事物。另外,就是它的人才发展水平以及它的学习格局,这里的学习,不仅仅是指大学,还包括职业的、专业的学习,人老了之后基于兴趣的学习,非正式的学习,终生的学习,各种形式的、种类繁多的学习模式。所以我没有用教育这个词,因为它是一种学习的格局,是一种学习的风景。

关键的问题是开放性,开放性并不是说不要打烊的开放,我讲的这个开放是指不要过度封闭,城市要成为一个对人说是“是”“可以的”城市,不要凡是见到都说不行,做不了,行不通。第二个领域就是能不能真正去支持打造这样一个有潜力的环境,首先公众的和政府的框架很重要,这个城市的政府是不是只管理不鼓励,它是不是对那些有创意的人有激励的制度。这个制度的框架很重要,包括城市的、区域的、全国性的政府,它是不是建立一个创造性的有力的制度。这个制度是服务于1.0的城市,现在世界已经变成了3.0版本,如果你的制度还停留在1.0的老思路,那在3.0的世界中就行不通,如果真的想发展创意行业,制度要跟上。

金元浦:要评价创意城市,当然要考察它的创造力或者创新力。您所说的创造力的内涵是什么?

查尔斯·兰德利:在18世纪晚期的时候,我们已经听到了创造力这个词,从20世纪开始,创造力和创意更多地被人们所提及。但是在提及这个词的时候,我们往往忘记它最初原本的意义。在欧洲我只是想用不同的方式去说同样一个道理,在今天如果人们问我什么是创意城市,我可能会这样回答:一个创意城市是这样的一种空间,在这个地方,人们能够成为最好的自己。而在10年前我可能不会用这样的表达方式,10年前有人问我的时候,我

的回答就跟我刚才发言中介绍的一样。有些词对我来说其实有着很深厚的含义,但是当它们成为一个口号的时候,当每个人都爱使用这个词时,大家将它用作一个口号,它就被浅薄化了。我们需要深挖其背后的意思,所以我想把这个问题提出来作为我们对话的主题加以讨论。毫无疑问,创造力是一切的血脉,就像我们的神经系统,我们的大脑系统。

金元浦:中国这几年来把创新、创造力和创新型国家、创新型城市放在总体战略的首位来推动,中国政府在经济面临下行的压力下,提出了“双创”概念,即所谓大众创业、万众创新。这就是激发全民族的创造力,改变中国几十年来科技发展的跟随方式,让更多的青年创造者、创新企业家及文化创意人进入到市场大潮中创业。这种“中国式创客”是把“创客”的概念进行了更大的转义、扩大与发挥,不是小规模或者某个个体的方式,而是以全体动员的方式,讲万众创新、创意、创造——集中于创业。“中国式创客”出现的时间比其他国家要晚,面临的环境更复杂,承担的任务更重大。

那么,您认为衡量创意城市的指标还有哪些?

查尔斯·兰德利:第二个是战略的领导力。比如说政府有没有重视这个事情,有没有灵活性和敏捷度,它能不能够理解新生的事物。首先我们有一些战略上的核心思想、核心原则,但是这不能是“死”的,不能是僵化的,要有灵活性,要看是不是言出必行,是不是具有专业性。我认为一个重要的核心思想就是要互相信任,公共部门与私人部门之间是不是互相信任,私人部门是不是信任政府,政府信不信任私人部门,我认为这个问题也很重要。

第三个领域是你怎么去吸引、积聚和利用企业家精神,探索、创新融资的机制。要创造一个可以冒风险的、试一试的环境,容忍大家去尝试,去试错。另外还有非常重要的一点就是沟通,如从A(目标)到B(目标)方便不方便。比如说每天在北京能开多少个会?我在迪拜呆了两个半月,在迪拜一天没法开3个会,除非大家都来找你,因为它的交通太不方便。小城市很好,小城市一天可以开8个会,大家从一个会场走到下一个会场就可以进行了。所以网络、沟通更重要,它需要效率。

金元浦:的确,“中国式创客”与发达国家创客

的创新、创业有所不同,中国式创客是政府推动的,规模巨大,当然失败率也高。中国需要进一步营造自由、宽松、开放、共享的创业环境,让市场发挥决定性作用。创业者也需要在实践中认识到创业可能失败的普遍现实,容许试错,容许犯错,容许再创业。所以需要大力保护创业者的创新精神和探索精神,真正实现中国原创力的大爆发。

查尔斯·兰德利:我们在做这些评估工作的时候,发现我们所认为的关于城市建设的最重要的问题通常和传统的城市规划、评估方面的观点不一样,如它的场所建设是不是宜居,是不是有好的公园,是不是有游泳池,是不是有好的医院,是不是有体育设施,这些都很重要。但是在城市评估中,更应关注的是它的被信任度,它的自信度,自信度本身就是一个文化问题。所以我们会发现城市的成功是取决于心理的一些要素,而不是仅靠这个城市的规划局、城市的设计师来实现。

金元浦:是的,社会和城市都在变化,我们要与时俱进,要重新思考我们的规则体系。在中国往往会“刮风”,比如前一阶段中国就有将近200座城市宣称要建设国际化都市,贪大求洋,不切实际,盲目扩张,追求GDP效益。这从总体上带来了很多弊病。所以首先需要转变思想,进行制度的改革,更应该关注城市的独特风貌、特色文化资源和一个城市的活力。

查尔斯·兰德利:另外我们要把这个问题反过来看,不要过分关注艺术设计和创意的价值是什么。我认为应反过来,不考虑创意的成本是多少,不去想创意的价值,要去想不做创意的成本是什么。我想了好久才想出来一个结论,我花了35年时间才领悟到:软就是硬,做硬太容易了,硬件很容易做,做软更难。这个和钱没关系,它和思维最有关系,它关注的是思维的模式。

金元浦:今天我们花了好长时间来听您讲解,我和我的学生们学习了您关于创意城市的理念,这些思考、理论和经验给了我们很大的启示。谢谢您,希望这种交流与对话可以经常进行。再次感谢。

查尔斯·兰德利:也感谢您,感谢各位。

(下转第93页)

The Criticism and Reshaping of Spectacle Movies from Visual Culture Perspective

WANG Xiao-yan , LI Bei-bei

(College of Literature , Communication University of China , Beijing100024 , China)

Abstract: In the late twentieth century , it made innumerable audiences acclaim as the peak of perfection that the spectacle movies could create such grand scenes by digital effect. Simulation worked almost flawlessly and technology dominated the spectacle movies , leading to the virtual reality which was actually a kind of hyper - reality. On the one hand , digital technology was growing more popular in film industry. On the other hand , spectacle movies gradually took the place of and even surpassed tradition movies. The carnival of technical symbols combined with virtual images perfectly , which constructed the dazzling expression of spectacle movies. However , when the real world was full of virtual images and illusion , the construction of contemporary visual culture desiderated to return to the narrative and the aesthetic tradition of movie itself. So , the criticism and reshaping of spectacle movies from the perspective of visual culture is becoming increasingly urgent under the contemporary context which is full of humanistic care.

Key words: spectacle movie; visual culture; image conversion; return to the narrative

(责任编辑 孙俊青)

(上接第 81 页)

Creative City's Version 3.0: Path Choice of Chinese and Foreign Cities' Creative Economy Development

—A Dialogue between Jin Yuanpu and Charles Landry (Part II)

JIN Yuan-pu

(National Development Research Institute of Renmin University of China , Beijing 100872 , China)

Abstract: The creative city is a major topic of global concern since the beginning of the new century. Two scholars have discussed how to measure and evaluate whether a city is a creative city. In their view , the development of global cities began to shift towards culture , which is a general paradigm shift. Thus the development of the city showed an upgrade transition from 1.0 to 3.0. And how to measure the creative level and creativity of a city has become a difficult problem to be solved in the practice of creative urban development.

Key words: Charles Landry; creative city; city 3.0; urban cultural turn; urban creativity

(责任编辑 孙俊青)