

文章编号: 1009-6000(2014)10-0100-08

中图分类号: F120.3 文献标识码: A

基金项目: 国家自然科学基金项目(41171101); 上海市软科学基金项目(11692103900); 上海哲学社会科学项目(2010BCK001)。

作者简介: 邹琳(1987-), 女, 华东师范大学资源与环境科学学院博士研究生, 主要从事创新网络与产业集群等研究;

褚劲风(1967-), 女, 博士, 上海工程技术大学教授, 主要从事世界地理与创意产业等研究。

场域视角下的伦敦创意产业发展动因研究

Research on the Development Motivation of the Creative Industry in London under the Perspective of Field Theory

邹琳 褚劲风

ZOU Lin CHU Jinfeng

摘要:

创意场域是以文化为依托的创意产业集群形成的特殊区域创新网络。在其发展过程中, 城市成为研究的主要节点, 城市中创意场域的发展同时受到内部及外部动因的影响。通过对伦敦创意产业发展趋势的梳理及内外动因如何影响创意场域发展的总结, 可以看出政府政策资金支持、高校与企业机构联合培养、打造节事活动营造良好的舆论环境等方式可以实现创意信息的共享同时整合跨区域资源能进一步延伸场域的网络空间, 因此在创意场域形成及发展过程中一方面要重视整合全球资源同时也不能忽视本地因素的内生影响作用, 需要充分发挥政府、高校、社会机构以及文化传媒等场域活动主体的作用, 才能促进创意场域更大发挥效应。

关键词:

创意场域; 创意产业; 发展动因; 伦敦

Abstract: The creative field is a special Regional Innovation Network that is based on its culture characteristic. Cities become the main node and both internal and external causes are influence factors in researching the creative field development. This paper chose the creative city—London as an example, analyzed its development tendency and development motivation from internal and external aspects. It is clear that financial support from the government, joint training of college and enterprise institutions, creative environment for public voice through festival activities are effective ways to share creative information. Moreover, it can also extend cyberspace of the field. Therefore, at the stage of creative field form and development, it is of great importance to pay attention to the integration of global resources as well as the endogenous effect of local factors. The government, colleges and universities, institutions, and culture media should play key roles in the creative field and only in this way can the field play better effect.

Key words: creative field; creative industry; development motivation; London

0 引言

新经济时代, 创意产业已成为推动国家及区域发展的重要动力, 创意产业以创新、创意为核心并具有较强的文化特征。产业集聚作为推动区域经济发展的重要组织形式其竞争优势既来源于本地的知识流动、劳动力市场等也来源于对跨区域及全球资源的整合, 从而进一步加快自主创

新的能力^[1]。基于产业的区域创新网络这一基础理论针对创意产业 Allen J. Scott 提出“创意场域”的概念^[2-3], 认为包含创意情景、学习型区域以及区域创新系统的创意场域以文化及知识流动为基础特征^[4]。从国内对创意产业集聚研究来看, 多集中于该产业的经济贡献、就业结构、产业园区及创意产业对城市空间

的重构等方面。而较少关注城市内部的专业化水平、地方社会空间、城市文化认知以及政府的政策与活动等地方动因如何对创意场域产生推动作用。经济时代的创意场域在各自不同密度基础上向外延伸,区域、城市、国家甚至全球都是创意场域的不同研究尺度,创新驱动力的方式在不同的层面之间相互融合,而城市作为创新的主要源泉是场域网络中的重要节点^[5]。因此,以城市为场域研究主要尺度对创意场域发展内部及外部动因,特别是创意场域参与主体在全球化背景下如何充分发挥内生影响力及如何进一步融合全球文化扩大创意场域网络空间等方面的研究需要进一步加强。本文以伦敦创意产业发展为主要研究对象,重点考察其城市内生动因及跨区域的外部动因如何影响城市创意场域发展,希冀为我国创意场域的优化发展提供参考。

1 理论基础

1.1 场域理论

场域概念由法国学者皮埃尔·布迪厄(Pierre Bourdieu)提出,布迪厄在1966年的《论知识分子场及其创造性规划》中最初使用这一术语。他认为场域被定义为由不同的位置之间的客观关系构成的一个网络,或一个构造^[6]。基于布迪厄对场域的研究成果,国内学者也从不同角度进行了相关研究。复旦大学的宫留记在综合分析其组成特性的基础上将其概念概括为:处在不同位置的行动者在各自惯习的指引下,依靠拥有的资本进行斗争的场所^[7]。北京大学的赵蔚从空间位置及网络关系方面对其进行概括,认为场域是由附带一定权力的各种位置之间的关系所构成的网络^[8]。就场域的特性来看,不同的场域具有自身的调控特征,并在自身的空间范围为争夺

资源要素等相互竞争,以确立对在场域内能发挥有效作用的资本的垄断。反过来看,场域中参与主体资本要素的空间分布等变化也会进一步改变场域的结构,因此场域也具有历史动态变化及结构调整的能力^[9]。

因此,综上所述我们可以将场域概括为“场域”是不同位置的行动主体,以其所持有的权利或资本为基础,为进一步改善其所处环境而进行斗争的网络空间结构。

1.2 文化场域

场域本身是具有相对独立性的空间,其必然由不同的小空间组成,如经济场域、政治场域、艺术场域、学术场域、教育场域等,这些场域相互联系共同组成了大场域^[10]。在场域研究基础上,学者针对文化产业发展形成的创新网络进行了相关研究并提出文化场域的概念。布迪厄提出文化场域中的活动主体组成了以文化资本发展为基础网络空间,其主要包括艺术家和知识分子、名牌高校、科学、宗教及权利等要素^[11]。就文化场域的特征来看,创新与流动性是文化场域的常态。文化要素在网络中不断进行创新并通过溢出等效应实现文化及知识资本的流动,创新减少了竞争带来的压力,为网络主体找到新的优势地位^[12]。

因此,文化场域是在场域大框架之下的一部分,拥有场域基本特点的同时也拥有自身特质,更强调以创新保证文化资本价值。将文化场域的文化资本特质融入创意产业发展形成的创新网络中就形成了区别于区域创新网络的创意场域,在这个网络中更强调文化及知识资本作为主要动因对网络的影响作用。

1.3 创意场域

创意场域的概念首先由Allen J. Scott提出,分析了创意产业的内部结构与形成动因,关注产业综合体中创新网

络转变及学习和知识流动对产业甚至城市的重要作用。他认为产业综合体内促进学习和创新效应的网络结构由基础设施、大学、研究机构、设计中心等社会间接资本组成^[2]。这个具有地理空间分异的网络,促进了创新产出及企业家收益。Michae Indergaard从政策对中心城市创意综合体的塑造方面研究城市中各种要素相互作用构成的文化、知识、技术及商业网络^[13]。从文化产业发展角度来看,这个网络可以被分为4个主要部分:①具有专业化水平及互补性的生产商构成的城市内部网络;②当地劳动力市场以及社会网络将产业参与者绑定的社会空间;③更多元广泛的城市环境,包括认知、活动空间及社会生产方面的多元化;④政府机构政策及集体活动^[14]。因此,能激发学习与创新效应的产业集聚结构或表达个人创意要素之间的关系可以被界定为“创意场域”^[15]。创意场域中不论是同质文化或是扩展开的异质文化,都有利于高水平创新的发展。

文化经济领域的生产性活动得以顺利进行,往往是通过具有专业性并互补的企业之间的网络转换实现^[3]。因此,新经济条件下的创意场域由文创产业相关的工作者、公司、制度、基础设施、沟通渠道及其他活动主体组成,在地理空间上通过集聚密度的变化延伸。这个网络充盈着主体间的协同作用,最核心的是以文化资本为基础的复杂学习过程及知识积累和流动过程。从创意场域的范围来看,其也可以由区域扩展延伸到城市、国家及全球范围。

虽然学者基于场域理论基础对文化场域及创意场域进行研究,但文化资本要素作为创意产业区别于传统产业的重要要素,也是创意场域区别于区域创新网络的关键因素如何通过不同网络主体发挥作用的研究尚不多见。就实际情

况而言全球化伴随着全球多元文化产品集群发展，每个个体都具有自身的独特创新力及创新资产。如好莱坞电影业在全球市场保持了主导发展地位，但孟买、北京、巴黎、伦敦、蒙特利尔、东京、香港、汉城、曼谷、墨西哥城以及全球其他地区的电影电视产业也都繁荣发展起来，这种现象为这一理论提供了力证。具体来看，由于文化产品在地里空间不断多元化、多语性的发展状态，同时发生于全球与地方的文化创新经济不断引起一些更深远的思考，因此对创意场域发展动因的研究强调在全球化及地方化背景下产业参与主体之间的互动、学习和知识创造及交流融合的重要性。

据此，本文所指的“创意场域”可以理解以文化资本为基础的创意产业综合体（政府、高校、研究机构、企业、基金组织、媒体等）通过政产学研联系，组成的能够促进学习、知识流动及创新效应的城市创新网络。在此基础上，本文选取创意产业发展最具代表性的城市伦敦作为研究对象，首先总结其创意产业发展趋势，进而通过对伦敦创意产业综合体如何通过政产学研的相互联系逐步实现学习、知识流动及创新进行分析，总结城市创意场域发展的一般规律。为我国创意场域的发展提供借鉴其启示。

2 伦敦创意产业发展趋势

一般认为英国是世界上最早确立“创意产业”这一概念的国家^[15]。伦敦在从一个港口贸易城市发展为世界级的国际经济中心城市的过程中，吸纳历次产业革命的最新成果，率先寻求在产业经济、城市管理、服务配套、资本市场等方面的创新路径，推进城市产业结构的演替，提升城市的综合竞争力^[16]。2001年起伦敦创意产业工作组提出将发展创意产业作为城市核心产业^[17]。近年来伦敦创意

产业呈现规模不断扩大、吸纳就业人数增多、空间布局向外拓展的发展趋势。

2.1 创意产业规模逐步扩大

伦敦创意产业发展迅速，从整个英国范围看约32%与创意产业相关的工作都分布在伦敦，26%分布于英国东南部城市，剩下的42%分布于其他各城市^[18]。就伦敦市来看，2005年，占伦敦整个城市12%的工作者，即约554000人从事创意相关工作。至2007年，有599000人从事创意工作，其中从事创意产业的有386000人^[19]。从产出规模来看1995-2000年间，伦敦创意产业产出年均增速达到8.5%，超过其他行业^[20]。创意

产业产值总和达25亿英镑，产业增加值占GDP的比例超过5%^[21]。2000年创意产业增加值已超过500亿英镑，占国内生产总值的7.9%，年增长率是其他产业的3倍^[17]。2001年，伦敦的创意产业的总产值达到210亿英镑，占英国创意产业总产值的1/4。2002年英国的创意产业实现出口115亿英镑，约占英国外贸出口总额的4.2%。而且，伦敦创意产业人均产值为2500英镑左右，几乎是英国创意产业人均产值1280英镑的两倍^[20]。

2.2 创意产业吸纳就业人数逐步增加

从就业规模来看伦敦创意产业就业规模逐年扩大（图1）。伦敦拥有全国

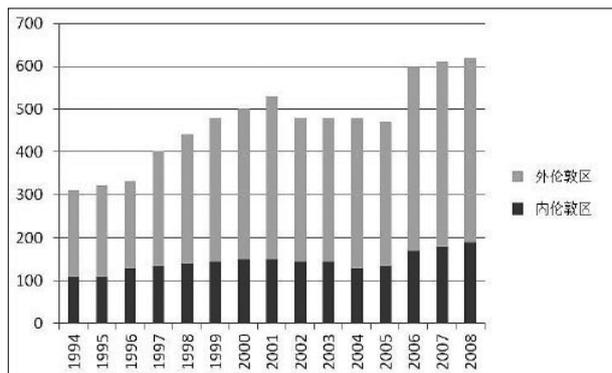


图1 1994-2008年伦敦创意产业就业规模变化

资料来源: Londons' Creative Sector: 2009 update[R].GLA, 2009.

表 1 2009年/2010年伦敦创意产业13个行业就业比较表

	2009年			2010年		
	雇员	自雇	小计	雇员	自雇	小计
广告	55900	6400	62200	65400	7600	73000
建筑	17400	6500	23900	23000	5600	28600
艺术古董	—	—	—	—	—	—
手工艺品	7800	4300	12100	6700	8100	14800
设计	31000	27600	58500	26900	27600	54500
时尚设计	600	400	1000	500	500	1000
数字媒体娱乐	—	—	—	—	—	—
音乐、视听表演艺术	23500	44300	67700	17800	42600	60400
出版	32300	11500	43800	38800	8800	47600
广播电视	21700	7600	29400	19000	9800	28800
软件、电子出版	103100	12900	115900	100800	13100	113900
音像、电影与摄影	9900	3800	13700	8500	4200	12700
总计	303000	125300	428300	307400	127900	435300

资料来源: 根据London's Creative Sector: 2011 update[R].GLA 2011:6整理。

85% 以上的时尚设计师，超过 2/3 的电影工作者，创意产业就业人数远远高于英国其他地区。2000 年伦敦创意产业从业人员为 52.5 万人，容纳就业人口数居伦敦各产业第三位，并且创意产业新增就业量以每年 5% 的速度递增^[21]。2001 年伦敦创意产业从业人数达到 56 万人的顶峰。2002 年伦敦创意产业就业人员有所回落，为 37.3 万人，其中广告设计占 6.99 万人，时尚设计 1.17 万人。

近年来伦敦创意人员在各行业中的分布逐年变化（表 1），2009 年增至 42.83 万人，2010 年继续增至 43.53 万人^[22]。其中，广告设计从业人员迅速增加；手工艺品、音像制品从业人员呈下降的发展趋势；其他行业有逐年波动，但总

体呈上升趋势。

2.3 创意产业空间分布逐步拓展

从地理空间角度看，受历史文化、经济因素的影响，伦敦创意产业初期主要集中在伦敦西区^[16]。随着时间的推移伦敦创意产业的空间分布逐渐发生变化，不同地区集聚变化程度也有所不同（图 2）。

近年来，伦敦创意产业在原基础较差的伦敦外围区发展起来。如埃菲尔德（Enfield）是英格兰东南部大伦敦北缘的自治市，以前没有发展创意产业的基础，现在创意产业逐渐在此兴起。另外，在伦敦西区的威斯敏斯特（Westminster）附近，特别是伊斯灵顿（Islington）自制市、肯辛顿（Kensington）、哈默史密斯（Hammersmith）、刘易舍姆（Lewisham）、

卡姆登（Camden）等区域，创意产业发展尤为迅速。而威斯敏斯特自身的创意产业呈现增长缓慢的发展态势，这与中心城区租金较高、压力较大有关。总体上，伦敦创意产业空间分布呈现出在中心城区周围集聚并逐渐向西蔓延的发展态势。

3 伦敦创意场域发展动因

创意场域是以文化资本为基础的创意产业综合体（政府、高校、研究机构、企业、基金组织、媒体等）通过产学研联系，组成的能够促进学习、知识流动及创新效应的城市创新网络。伦敦创意场域中的参与主体以文化为依托，大伦敦政府、科研机构、高校、社会组织之间建立了相互联系的城市创新网络，

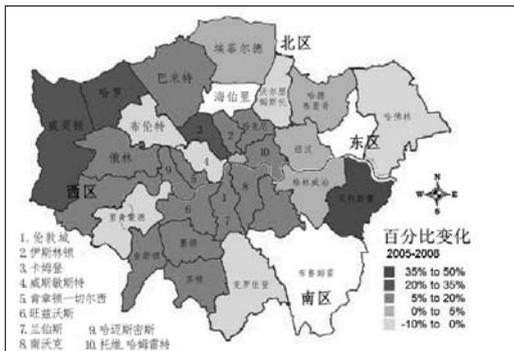


图2 2005-2008年伦敦创意产业空间分布变化
 资料来源：London's Creative Sector: 2009 update[R].GLA, 2009:36.

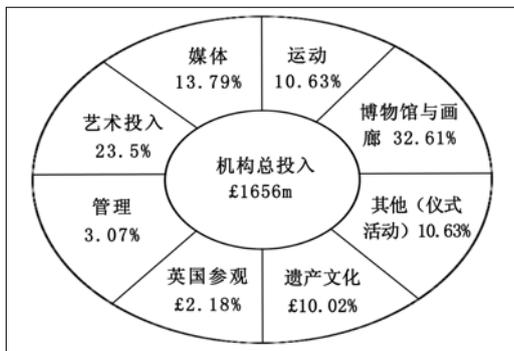


图3 伦敦创意产业链
 资料来源：根据资料绘制。

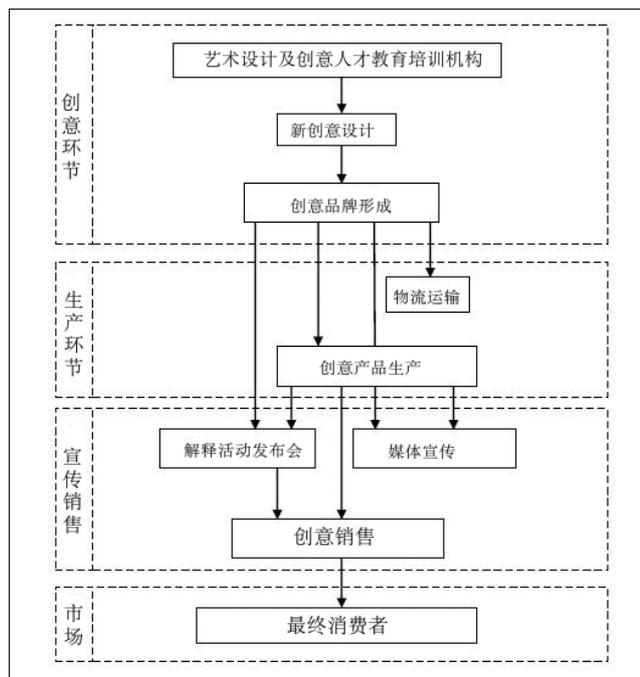


图4 2011年伦敦文化产业投入情况
 资料来源：根据伦敦政府官网整理：<http://www.london.gov.uk/>.

表2 伦敦文化创意产业政策

发布战略草案	①2003年《伦敦：文化资本——市长文化战略草案》，提出12项措施致力于把伦敦建设成世界级的文化中心； ②2008年《文化大都市》草案，从12个方面对伦敦未来3年文化发展进行了政策上的明确规定。
建立文化战略委员会	①1999年，成立文化战略委员会，规划协调伦敦各类文化机构，负责实施伦敦文化发展战略；②2000年委员会提出从教育扶持个人创意的等3方面推动市民发展并享受创意；③2001年发布《创意产业路径文件》； ④2002年出台《伦敦创意产业研究报告》，就伦敦创意产业对城市的贡献进行探讨；⑤2010年，发布“文化大都市——伦敦文化发展战略”推动伦敦对该产业的支持投资；⑥发布“伦敦文化及2012——激励市民投入2012”手册，鼓励人们参与到2012运动会中。
人才汇聚与培养	《文化大都市——伦敦市长2009——2012年的文化重点》，总结了伦敦成为文化创意中心的原因；具体政策包括：①支持高等教育发展，培养高水平人才；②投资文化基础设施，扩大文化公共空间；③鼓励市民参与，支持草根文化发展。
民间协调与金融支持	①“创意伦敦”协调小组成立，与民间机构合作，广泛收集与文化创意产业有关的各种建议，并对创意产业发展提出具有针对性的意见；②2005年设立“创意之都基金”为有才华及创意的个人提供资助，激励他们的创意潜力，来服务于伦敦经济社会的发展。
打造创意产业“四大平台”	①伦敦设计节；②伦敦时装周；③伦敦国际电影节；④伦敦游戏节； 发挥了汇聚创意、文化交流、产学研互动、对外展示的重要作用，是各自领域具有世界影响力的国际盛会。

资料来源：根据“徐井宏，张红敏. 转型——国际创新型城市案例研究[M].北京：清华大学出版社，2011:9.”整理。

通过信息互通及文化知识流动实现合作形成了完整的创意产业链（图3），成为伦敦创意场域发展的重要内生动力因素。

在伦敦创意场域发展过程中，大伦敦政府对文创产业的企业、人才给予政策及资金支持；高校设置与文化艺术专业相关的课程进行创意人才专业化培养；同时相关的社会机构、企业级基金组织也为创意产业发展提供相应支撑并通过媒体宣传进一步扩大产业影响力。在全球化背景下伦敦创意场域发展重视融合全球资源，建立了跨区域、跨国家的合作，成为伦敦创意场域发展的外部动因。通过内生与外生动因的结合实现了产业资源的整合，在延伸创意产业链的基础上实现了文化及创新知识的流动，进而推动了城市创新网络的发展。

3.1 根植于本地文化的内生发展动因

（1）政府主导，为创意场域塑造良好的政策环境。

政府作为网络综合体中的重要参与主体，塑造了创意场域的政策环境，为创意产业发展提供了政策上的引导及支持以及一定的政府财政支撑。就这一点

来看，伦敦市政府为文化创意产业的发展进行了系统的政策规划，提高和改善了产业发展基础来引导产业的发展^[23]。其政策主要包括发布战略草案、建立伦敦文化战略委员会、支持创意人才培养、民间协调与金融支持以及打造“四大平台”等内容（表2）^[24]。2011年，英国政府将大批资金投入创意产业发展的各门类中（图4）并以2012年奥运会为契机，制定了伦敦奥运遗产补给指导计划为2012奥运会的区域规划进行相关的数据分析及资金支持^[25]。该规划政策有效改善了伦敦社会环境，促进了创意产业及其他创新产业的发展。

（2）高校及企业联动，为创意场域培养专业化应用型人才。

高校及相关的科研机构是创意场域实现主体间学习、知识流动及创新的关键，其通过专业化人才培养及与企业、社会机构等之间的交流实现知识溢出从而实现了产业创新网络的构建。伦敦在推动创意场域发展过程中十分重视创意人才的专业化培养，在高校中设有专门的人才培训课程，同时加

强创意人才与创意企业等人才教育培训机构的交流（表3）。实现了创意人才的专业化及其与企业的对接。同时，伦敦还设有专业产业技术协会，包括 skillset 协会、创意文化技能协会（Creative and culture skill）、创意抉择服务（Creative choices）协会及 skillfast-UK 等，这些产业协会平台与高校进行合作共同进行创意人才培养。如英国文化创意产业研究服务机构（RCCIL）与伦敦城市大学文化政策管理学院联合，建立了新的产业组织“创委会”，旨在于将小型创意企业及组织联合起来形成创意产业企业联盟，更好应对未来创意产业发展中可能存在的问题，并为产业研发的高校教育平台提供研究的数据支撑。同时这些机构与政府及全国各地的行业协会合作为企业提供有针对性的战略方案，满足产业发展的技能及业务需求^[26]。伦敦的学院理事会为专业性人才提供举办展览活动及比赛的资金支持，以连接人才教育与产业发展。

（3）产业协会为依托，为创意场域提供资金支撑。

表3 伦敦主要艺术大学及其特色学科

院校名称	特色学科	网址
布鲁内尔大学	艺术与表演艺术	www.brunel.ac.uk
伦敦城市大学	艺术媒体设计	www.city.ac.uk
布莱顿大学	艺术设计与表演艺术	www.brighton.ac.uk
牛津布鲁克斯大学	艺术与人文	www.brookes.ac.uk
伦敦艺术大学	时装、设计、传播	www.arts.ac.uk
诺森比亚大学	艺术设计与影视设计	www.northumbria.ac.uk
金斯顿大学	艺术设计、风景园林设计	www.kingston.ac.uk
斯塔福郡大学	艺术设计	www.staffs.ac.uk
德蒙福特大学	艺术设计	www.dmu.ac.uk
密德萨斯大学	多媒体设计	www.dum.ac.uk
威斯敏斯特大学	传媒、建筑、时装设计	www.wmin.ac.uk
东伦敦大学	传媒研究、时装设计	www.uel.ac.uk
鲁钝大学	创意艺术与技术	www.luton.ac.uk
萨里大学	艺术设计	www2.le.ac.uk
伦敦大学金史密斯学院	艺术设计、人文科学	www.goldsmiths.ac.uk

资料来源：卞向阳. 国际时尚中心城市案例[M]. 上海：上海人民出版社，2010:142.

表4 基金组织平台

机构	概况	网址
Jason Roberts 杰森罗伯茨基金会	由伦敦小组基金授权，授予8900英镑组建石桥志愿者项目，该项目涉及运动、艺术及年轻创意人工作灯多领域，并实现个人发展及工作。	www.jasonrobertsfoundation.com
open society foundation 开放社会基金	由大伦敦政府组建，为创意毕业生提供就业支持，并搜集同领域其他就业人员的就业状况、薪金等。并为创意人才提供以后就业的机会。	http://www.london.gov.uk/graduates/jobs/Vacancies.aspx?js=&vt=&h=&st="OpenSocietyFoundation"&so=DatePostedDescending
网球基金会	大伦敦政府支持，为伦敦运动娱乐特别是引领网球运动发展及提高运动质量、趣味性及跨区域的竞技交流提供支持。	www.tennisfoundation.org.uk

资料来源：根据整理大伦敦政府官网http://www.london.gov.uk/整理。

表5 伦敦创意节事活动

名称	概况
伦敦时装周 非官方表	由英国时装协会发起，期间有超过50多场官方表演以及多场演众多明星设计师集聚交流
伦敦设计节	始于2003年，旨在支持及推广伦敦及整个英国的创意设计发展
伦敦艺术展览会	成立于1988年，展示了英国艺术精华，汇集大量的艺术家及创意人
英国时尚大奖 生活设计展	与美国设计师协会的时尚大奖齐名，为世界备受瞩目的时尚盛会
皇家艺术学院夏季展	每年6月在Excel London E16举办
菲列兹艺术展	每年6-8月在皇家艺术学院举办
理想家具展	每年10月在THE 02举办
伦敦国际音乐展	每年3月在Earls Court SW5举办
英国国际车展	每年6月11日至14日在Excel London E16举办
特纳奖获奖作品	每年7月在Excel London E16举办
伦敦船展	每年10月泰特英国美术馆SW1举办
切尔西花展	每年1月9日至18日Excel London E16举办
	每年5月19日至23日Excel London E16举办

资料来源：根据“卞向阳. 国际时尚中心城市案例[M]. 上海：上海人民出版社，2010:134-136.”整理。

产业协会及相关基金组织为创意场域中的其它活动主体如创意阶层、中小型创意企业等提供相应的资金支撑，为网络综合体能够持续运转提供了保障。伦敦创意产业发展过程中，一度存在企业发展规模较小及创意人才发展资金不足的状况^[27]。这种状况需要相应的基金支撑为各领域创意人才提供资金支持（表4）。如NESTA（国家艺术基金组织）作为重要的国际捐赠基金组织，不仅独立进行资金搜集还与政策制定、社区文化服务、教育及个人创意机构等相关的机构进行合作，在为创新人才提供发展资金的同时也为与创意产业发展相关的科技研究、艺术设计提供资金支持。在过去的3年中该平台发布了一系列与创新相关的活动，旨在增强英国的创造力。其投资主要集中在企业发展前期，涉及相关政策实施以及鼓励文化创新等方面^[28]。近年来，低碳、绿色、环保成为伦敦创意产业的发展趋势，2010年伦敦绿色基金会投资2300万英镑用于减少伦敦碳排放的项目，使伦敦部分商业投资转为对环境项目的投资。

（4）媒体节事活动，拓展创意场域空间影响力。

媒体及网络的发展极大拓展了创意场域的发展空间并进一步促进了创意的市场化及产业化。伦敦通过搭建创意平台拓展产业创新网络的影响力进而通过媒体节事活动营造良好的舆论环境。如BFI作为影视作品的制作机构与National Lottery基金联系以获得金融支；另一方面也致力于相关创意作品的制作，在创意产品产生后对其进行宣传有助其实现产业化。在打造创意产业“四大平台”政策的指导下，伦敦会定期举办一些设计展、艺术展以及音乐会等时尚节事活动（表5），进一步扩大时尚创意设计的影响力，真正实现创意的生活化发展。

3.2 全球化背景下的产业外生发展动因

创意场域的发展虽然以城市为重要节点,但场域的空间范围可以扩展到更广泛的区域甚至全球范围。因此在分析影响创意场域的城市内部动因基础上,也需要考虑全球化背景下外生动因对场域的影响。特别是通过跨区域的合作交流实现的区域间文化交流学习、知识溢出及流动等对城市中的创意场域及跨区域的场域构建都有重要作用。就此伦敦在创意场域发展过程中积极促进跨区域的合作交流,构筑起完整的横向产业链。伦敦政府加强与其他国家创意产业领域的合作,实现不同国家创意产业从业者之间的交流,促进了本区域创意产业的发展。除此之外大伦敦政府与下设的地方政府,乃至与各区的创意委员会都有着广泛的区域内部合作,如 creative councils 不仅在伦敦本区拥有服务机构,在东南部的布莱顿、布里斯托尔等,中部的德比郡、西南部的康沃尔、西部的威根以及威斯敏斯特行政区和约克镇等都设有相关的委员会。各区域机构相互协作共享各个区域的产业信息,在大产业背景指导下,依据自身的发展条件制定适合自己的发展策略,促成了英格兰各地创意产业协同发展的势头,为伦敦创意产业的发展营造了良好的产业大环境,使跨区域产业协同效应优势发挥到极致,客观上促进了伦敦创意产业的蓬勃发展。

4 结论和启示

4.1 小结

总结伦敦创意场域发展的内外动因不难发现虽然全球化背景下跨区域的合作对产业发展具有不可忽视的推动作用,但就创意产业本身来看,场域中活动主体发挥作用所形成的内生动因仍是场域形成并得以发展的决定性因素。特别是政府、高校及专业机构、相关社会基金

组织和媒体机构等创意产业综合体通过政策支持、创意人才培养、资金支持以及节事活动对创意场域的形成及发展产生了重要的推动作用。因此在我国创意产业发展过程中一方面要重视整合全球资源同时也不能忽视本地因素的内生影响作用,充分发挥政府、高校、社会机构以及文化传媒等场域活动主体的作用,并将他们发挥作用的方式进行交叉结合,政府依据产业发展的不同阶段及时进行政策调整,同时高校及科研机构等专业机构在政府支持下最大限度发挥其对人才的培养并使之与市场需求匹配,社会基金及公共组织为中小型创意企业提供相应的资金支持,满足它们发展的需求,同时通过媒体宣传及节事活动举办营造良好的创意氛围及产业发展环境。

4.2 启示

(1) 充分发挥政府的引导及支持。

大伦敦政府作为创意场域中的重要参与主体,对创意产业发展起到了政策引导与推动作用。因此,在推动我国创意产业发展及创意场域建设中首先需要政府提供相应的资金支持及政策导向,并为创意人才、企业等营造良好的政策环境。一方面可以通过制定创意产业发展的相关政策,对创意产业发展进行相关数据统计,进一步对产业投资状况进行分析并对创意产业层级进行专业划分。同时通过收集信息及技术数据为政府提供决策依据,达到扩大政府与居民的相互交流的目的,提高并改善产业发展基础设施,引导产业的发展。同时,为创意人才提供良好的环境,通过政策倾斜、资金支持等解决他们的户籍、住房、工作环境等实际问题。总之在创意场域发展的任何阶段,都要充分发挥地方政府的政策导向作用,并在不同发展阶段根据制定有效的发展政策以正确的引导与推动产业发展。

(2) 加强高校与企业对应用型创意人才的培养。

创意产业的发展离不开创意阶层,具有创新思维的人才为创意产业发展提供了不竭的动力。我国创意产业发展过程中,也存在创意阶层与需求用户严重不对称的问题,即如何将创意阶层的创新思维应用到实践中并与市场结合。针对这个问题,一方面高校可以学习伦敦相关院校的专业设置及运营模式,加大力度进行创意人才的专业化培养,进而推进创意思维产业化;另一方面,加强高校与企业的合作互动,鼓励文化艺术的创意阶层以实习、学徒、志愿者等多种形式走到文化创意产业中去强化实践通过产学研结合实现创意与金融融合,通过专业化应用型创意人才的培养为创意产业的发展提供发展动力。这样才能够克服创意产业中创意阶层与需求用户不对称的瓶颈,最终实现我国创意产业的快速发展。

(3) 搭建媒体网络平台营造良好的舆论环境。

在营造良好的政策环境、培养专业应用型创意人才的基础上,对良好舆论环境的营造也是我国创意场域发展中的重要环节。而媒体作为中介服务机构,能为保持经济平稳较快发展营造良好的舆论环境。我国创意产业发展过程中可以吸取伦敦发展创意节事活动的经验一方面通过现代的媒体服务打造包括时装周、设计节、展览会、音乐节等在内的现代文化节事活动,在市民中营造良好的社会氛围;此外在网络发达的新经济时代,通过网络融合使媒体策划在不同的产业平台间自由转换,使舆论对产业经济的聚合催化作用更显著^[24]。这样,通过舆论环境塑造能够有效将政府的相关产业政策与创意企业、创意阶层粘合起来,催化经济转型升级,实现创意产业的跨越式

发展。同时也通过媒体为创意产业专利权的保护进行宣传,实现对创意知识产权的保护,营造良好的创意产业发展环境。

参考文献:

[1] 张云伟,曾刚,程进. 基于全球通道与本地蜂鸣的张江 IC 产业集群演化[J]. 地域研究与开发,2013(3): 38-43.

[2] Scott A J. Entrepreneurship, Innovation and Industrial Development: Geography and the Creative Field Revisited[J]. Small Business Economics,2006(26):1-24.

[3] 褚劲风. 上海创意产业集聚空间组织研究[D]. 上海: 华东师范大学, 2008-5.

[4] Harley J, Keane M. Creative industries and innovation in China[J]. International Journal of Cultural studies,2006, 9(3): 259-262.

[5] Scott A J. Culture Economy and the Creative Field of The City. Swedish Society for Anthropology and Geography[J]. Human Geography, 2010(2):115-130.

[6] 布迪厄. 文化资本与社会炼金术[M]. 包亚明,译. 上海:上海人民出版社,1997.

[7] 宫留记. 布迪厄的社会实践理论[J]. 理论探讨,2008(6):57-60.

[8] 赵蔚. 布迪厄的实践理论介评[J]. 理论探索,2009(2):32-34.

[9] 布迪厄,华康德. 实践与反思[M]. 李猛,李康,译. 北京:中央编译出版

社,1998:131-157.

[10] 王佳妮. 对大学生求职场域产生影响力的现实场域分析[J]. 社会观察, 2009(10):175-176.

[11] 郭仙. 布迪厄的“文学场”理论研究[J]. 巢湖学院报,2007(6):113-121.

[12] 黄剑,俞炎桑. 文化生产场域中符号权利的形成[J]. 玉林师范学院学报,2006(1):152-157.

[13] Indergaard M. What to Make of New York's New Economy? The Politics of the Creative Field[J]. Urban Studies, 2009(5-6):1063-1093.

[14] SCOTT A J. Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Question[J]. Journal Of Urban Affairs,2006(28):1-17.

[15] 褚劲风. 世界创意产业的兴起、特征与发展趋势[J]. 世界地理研究, 2005(4): 16-21.

[16] 褚劲风. 创意产业集聚空间组织研究[M]. 上海: 上海人民出版社, 2009.

[17] 金元浦. 创意产业的全球勃兴[J]. 社会观察, 2005(2):23-25.

[18] London's Creative Sector: 2007 update[R]. GLA Economics, 2007.

[19] London's Creative Sector: 2009 update[R]. GLA Economics, 2009.

[20] 褚劲风, 崔元琪, 马吴斌. 后工业化时期伦敦创意产业的发展[J]. 世界地理研究, 2007(3):23-44.

[21] 上海市经济委员会. 创意产业[M]. 上海科学技术文献出版社, 2005.

[22] London's Creative Sector: 2011 update[R]. GLA Economics, 2011.

[23] Infrastructure for e-government Web services[EB/OL]. IEE Explore Digital Library: 37-19

[24] 杨帆. 区域经济增长中的地方政府投融资平台效应研究[J]. 煤矿机械,2010(7):252-255.

[25] 叶丽雅. 朱晓明谈平台经济[Z]. IT 经济世界, 2011-11-5.

[26] 卞向阳. 国际时尚中心城市案例[M]. 上海: 上海人民出版社, 2010.

[27] 文化创意产业之都——伦敦[EB/OL]. 人民网: <http://ip.people.com.cn/GB/10786830.html>.

[28] Soft innovation—Towards a more complete picture of innovative change[R]. Nesta:http://www.nesta.org.uk/publications/reports/assets/features/soft_innovation. 2009-7.

更正

由于第一作者疏漏,刊发于2014年第8期的《哈尔滨城市雪资源利用与收集》一文作者信息需更正,更正如下:胡海辉(1974-),女,东北农业大学园艺学院副教授,硕士生导师,主要从事园林设计与植物造景方面的研究,通讯作者。