

创意城市与人类福祉

——一个经济哲学的视角

李成彬, 罗守贵

(上海交通大学 安泰经济与管理学院, 上海 200030)

摘要:熊彼特所发扬的, 导源于古典经济学家的, 关注创新与经济变迁的理论传统, 正日渐彰显其强大的生命力。对创新的研究也逐渐从关注“创新”本身, 扩展到关注创新主体及其经济的、制度的和文化的大环境, 即“创新系统”。具体到城市这一中观层面, 创意城市不仅关涉文化创意产业发展和创意阶层集聚, 更暗含着城市作为孕育创新的有机体, 其经由“人——城市——人”的循环积累所达到的提升人类福祉的可能性。从经济哲学的视角看, 这种可能性至少可以从两条路径来实现: 一是生产力的再解放, 它可通过文化层面上创意思维对工具理性的逐步超越而获得进展; 二是人类存在状态的回归, 它可通过制度层面上创意劳动对异化劳动的不断扬弃而取得改善。

关键词: 创新; 创意城市; 工具理性; 异化劳动

中图分类号: F062.9 **文献标识码:** A **文章编号:** 1009-0150(2016)04-0017-10

一、引言

进入21世纪, 经济社会对于创新的需求达到前所未有的迫切程度, 这与不断加剧的全球城市竞争格局一起, 催生了“创新型城市”^①的研究课题。兰德利(Landry, 2000)和佛罗里达(Florida, 2002)呼吁的“创意城市”(creative city)可以向上追溯到库克(Cooke, 1992)的“区域创新系统”(regional innovation system), 弗里曼(Freeman, 1987)的“国家创新体系”(national innovation systems), 直至熊彼特于1934年提出的“经济创新”概念。只是当下, 对创新的研究不断从“经济创新”本身深入到创新主体及其所处的经济、制度和 cultural 环境, 同时关注创新的视角也从国家层面逐渐集中到区域和城市层面。

收稿日期: 2016-02-12

基金项目: 国家社会科学基金重大项目“基于产业链、技术链与价值链融合的文化科技创新研究”(12&ZD026); 上海社会科学院全球城市发展战略研究创新型智库成果(20140621)。

作者简介: 李成彬(1982-), 男, 山东滕州人, 上海交通大学安泰经济与管理学院博士后;

罗守贵(1963-), 男, 河南固始人, 上海交通大学安泰经济与管理学院教授、博士生导师。

①英文文献中关于“创新型城市”的表述主要有 creative city 和 innovative city 两种。虽然两者都强调变革和革新, 倡导新的城市发展观, 但其侧重点却有所不同: creative city 主要出现在英国、荷兰等传统发达国家, 它强调理念创新和文化的的作用, 侧重点在对城市面临的问题提出具有创造性的解决办法; 而 innovative city 则主要出现在发展中国家和新兴工业化国家, 强调技术、知识、人才、制度等方面的变革, 侧重点在城市经济增长的创新驱动力和经济发展方式转变。考虑到城市发展的创新驱动力量需要从科技、制度、文化多向度进行培育, 深层长远的竞争必将深入到文化层面, 发展中国家或早或晚也会面临发达国家所面临的的城市问题, 文中主要是在创意城市(creative city)层面上展开论述。

创意城市的概念是最近20多年才进入我们语汇和文献里的,创意城市的实践却跟城市的历史一样久远(Hall, 1998)。这样一种时间上的差别,说明创意城市的实践经历了从无意识行为到理论自觉的漫长过程。目前,这一理论自觉过程仍然是一个未完成的事业,创意城市理论与实践的关注点主要是文化创意产业发展和创意阶层集聚。研究者们从城市规划和管理的角度提供获得繁荣的智库支持,而对于生活其中的数量庞大、潜力无限的大众创新主体缺乏关注,对于繁荣背后的人类福祉更是言之甚少。

本文的创新点即在于,它从经济哲学的维度追问人类生产力的再解放和生存状态的人性复归。繁荣是好的,然而并不是问题的全部,人才是最终的目的。人类福祉系于两个方面:一是经济的繁荣,是人的实践力量充分释放为驱动经济社会发展的生产力;二是人在其中的存在状态,是人的“生活水准”的持续提高和“劳动异化”的不断扬弃。创意城市恰恰可以在这两个方面释放活力与可能性:它可以通过创意和创新思维的普及,从源头上进一步解放生产力;同时还可以通过劳动状态的改进,逐渐缓解人的压力和社会的张力,使人类的存在状态进一步得到提升。

二、创意城市理论需要关注人类潜能和福祉

从可搜集到的文献看,创意城市理论研究的关注点主要集中在三个方面:文化创意产业的发展,创意阶层的集聚以及创意场域假说。不同的研究关注点,其实已经暗含着对“创意城市”的不同理解。

(1)以文化创意产业为关注点进行的创意城市研究,比较有代表性的如:约翰·霍金斯(John Howkins)、艾伦·斯科特(Allen J. Scott)、厉无畏、胡晓鹏、花建、王志成等。英国经济学家霍金斯(Howkins, 2002)被称为“创意产业之父”,他最先提出创意产业的定义和分类,认为创意产业包括版权、专利、商标和设计四个部门,其产品都在知识产权法的保护范围内。霍金斯的定义打破了科技与文化艺术之间的界限,在创意经济的框架之下将其融合到一起,并宣称全新的概念和标准、知识产权保护、更多更深入的合作等是一个区域创意产业和创意经济繁荣的基础。加州大学洛杉矶分校的斯科特(Scott, 2010)教授则阐述了创意产业集聚与城市文化之间的关系,给予我们一个关于创意城市的深刻启示:创意产业的集聚与繁荣以城市文化为基础,并反过来影响着城市经济和文化。斯科特的文字里暗含的此点启示,恰恰是文化创意产业之于创意城市的关键所在。在这一点上,国内文化创意产业研究的前辈厉无畏(2005、2006、2009、2010)的观点与斯科特基本一致。他认为无形的创意资源正取代有形的物质资源,成为经济增长与财富创造的主要源泉,指出创意资源的作用在创意产业、创意经济、创意社会三个层面之间不断演进,并指出城市发展正行进入一个由创意全面驱动的时代。胡晓鹏(2006)探析了文化创意产业的资本属性,认为城市经济的首要任务是提高本地区创意资本的数量和质量,而不应盲目追逐创意产业热潮。创意产业的发展需要纳入创意城市的建设之中,重视并理性应对,由中央政府全局考虑,破除部门之间的藩篱。王志成等(2007、2008)分析了创意产业的影响因素与发展支点,认为创意城市的发展需要破除管理的条块分割,重视知识产权保护,以营造创意经营环境与创意资本基础。花建(2012)阐述了文化产业集聚发展对新型城市化的贡献,论述了城市文化产业发展的关键“智核”、路径选择和现实意义等方面的重要问题。另有许多优秀成果是不涉及创意城市的文化创意产业研究,此处未述及。

这些以文化创意产业为关注点研究创意城市的学者,是在城市的框架和视角之下进行分析的,他们区分了“生产型创意产业”和“消费型创意产业”,其实质是在歌舞、艺术、饮食、节日、民俗等狭义文化产业之外,更深入地考量了与城市(乃至一个国家和民族)的振兴和发展道路直接或间接有关的精神层面的因素,如思维习惯、行为方式、基本价值观等,以及受其支配的生产组织方式和创意能量,这恰恰是创意城市最应该关切的宏旨问题。

(2)以创意阶层为关注点进行的创意城市研究,比较有代表性的如理查德·佛罗里达(Richard Florida)、诸大建、洪进等。美国“马丁繁荣研究所”主任佛罗里达教授(Florida, 2002)提请我们注意创意阶层的崛起,并指出创意城市的繁荣与发展基于三个维度的表现,即构成其著名的“3T理论”的技术(technology)、人才(talent)和包容度(tolerance)。从根本上讲,佛罗里达教授所强调的核心是人才,是知识经济时代城市建设过程中人力资本流动和全球城市竞争。他认为随着创意阶层的崛起,地点选择方面的“人力资本追随大企业”模式逐渐被“企业追随创意阶层”模式所取代,进而全球城市竞争的焦点和基础也由自然禀赋和硬件基础设施转变为城市景观、文化包容度等软环境。诸大建和黄晓芬(2006)研究了创意城市与大学在城市中的作用,指出大学通过与城市之间的互动,可以为城市提供技术、人才和宽容的环境;赵曙明和李程骅(2006)指出中国应该借鉴发达国家的经验,积极把握创意阶层的成长规律和集聚特性,制定国家战略吸引全球高端人才要素,迎接中国经济的创意时代。洪进等(2011)运用创意阶层和集聚经济相关理论,研究了创意阶层的集聚和区域劳动生产率的差异。其研究指出,创意阶层空间集聚对劳动生产率的影响表现为直接和间接两种效应。从直接效应看,创意阶层集聚对劳动生产率的影响显著为正;而间接效应则表明,创意阶层集聚将通过区域技术创新、城市化水平和产业结构等影响区域劳动生产率。其另一篇文章(洪进等, 2011)则通过数量分析,指出我国创意阶层的空间分布差异显著,且与经济发展水平不一致的特征,并通过岭回归分析的方法,实证研究得出城市文化机会、公共服务能力、高等教育能力、生态设施水平、创意产出水平和高科技指标对我国创意阶层的分布具有显著影响的结论。盛垒、马勇(2008)、易华(2006, 2010)、安树伟(2014)等学者也在推介和传播创意阶层理论的基础上研究了中国创意人才的情况,并针对性地给出了政策建议。

这些以创意阶层为关注点进行的创意城市研究,抓住了城市的核心——人,通过工作的类别、职业的类别划分出创意阶层与服务阶层、劳工阶层。这一类研究提请我们注意知识经济时代的创意人才问题。但是,他们对于创意阶层的关注紧紧盯住一小部分阶层,以静态的眼光看问题,必然怂恿城市之间的争夺战,而忽略了小部分人的创意与所有人的创意潜力,企业家精神与大众创新等之间的区别。

(3)以创意场域为关注点进行的创意城市研究,比较有代表性的如查尔斯·兰德利(Charles Landry)、彼得·霍尔(Peter Hall)、艾伦·斯科特(Allen J. Scott)、厉无畏、褚劲风等。创意场域的概念源自斯科特,他把产业综合体内促进学习和创新效应的结构称作“创意场域”(creative field)。这种创意场域由基础设施、大学、研究机构、设计中心等组成,是创新和生产的文化、惯例和制度层面的综合表达,城市的这种区域优势一经形成,便具有不断自我增强的能力,推动创意要素集聚和相互影响,进而为城市文化经济的繁荣提供动力。霍尔爵士(Hall, 1998)以大部头的著作论述了文明中的城市,通过对宏大时空跨度内的城市进行研究,将创意城市归纳出四种类型。他认为,一时一地的空间形成了某种精神气质,进而营造出创意城市的繁荣。兰德利(Landry, 2000)提出了创意城市的“七要素”,其中人力的多样性、

地方认同、都市空间与设施、网络动力关系等都关乎城市创意氛围的营造,他认为通过这些要素的积累可以激发创意,进而通过创意将文化艺术与科技创新融合起来,并最终为地方产业经济的发展贡献力量。厉无畏和王惠敏(2006)、褚劲风(2009)等国内学者则从创意性社会结构和创意的内部动因等方面拓展了斯科特和兰利等学者的创意场域理论。

这些以创意场域为关注点进行的创意城市研究,除了关注创意要素和创意产业之外,更将研究的视角转向创意生态系统中要素之间的联系。通过阐述城市精神气质、区域创意氛围、城市正面形象等创意要素之间的动力机制给创意城市的理论和实践提供了一条别致的路径。

上述三个方面的创意城市研究是目前指导全球创意城市建设实践的主流理论,他们主要集中在创意对文化产业发展和城市经济竞争力提升,塑造城市形象和创意空间以争夺“创意阶层”等方面,与这些内容同样重要却缺乏关注的是:如何全面激活和利用人的创意潜能、积极提升城市人口的幸福指数。

三、创意城市的出发点是生产力的再解放

当代城市的经济生产正面临瓶颈,生产力的突破和升级需要创意城市的发展。传统的生产要素和禀赋、传统的生产组织方式以及传统的产业结构都表现出衰颓之象,它们既无法成为企业竞争的筹码,也难以满足城市在经济世界的竞争需要。

从空间上讲,交通技术的进步使得古典区位理论所关注的运输成本不再重要;通讯技术的进步使得距离消亡(die of distance)^①;各地区的先天禀赋,诸如原料、市场、交通枢纽等也不再起决定作用。于是城市作为一个地点,优于其他城市或有别于其他城市的便只是人——什么人生活在这里?即过去的人们积淀下了什么样的文化,影响着现在的人们以什么样的节奏和精神面貌生活着,以及吸引着什么人搬来居住并在未来造就怎样的繁荣和不断上升的精神气质。简言之,城市的起步可能源于偶然的先天禀赋,而城市的发展和繁荣却只能取决于善于抓住机遇的人们。从组织上讲,“福特主义”的生产方式和“泰勒主义”的管理模式对生产效率的提高已经逐渐达致极限。标准化的组织生产的方式,目的在于控制,希望现代企业制度下,流水线、绩效工资等发明能够最大限度地提高人们的劳动积极性,最大限度地消除人们偷懒的“道德风险”^②。这种理性主义的发育和完善使得生产较之以前有了质的飞跃,犹如从冷兵器时代进入了火器时代。而创意的生生不息和恣意生长所带来的将是原子级别的爆发式增长。虽然目前生产的组织还主要是福特主义的和泰勒主义的,但是已有先知般的学者对其进行了批判,并为越来越多的人所认可。创意型的城市生产组织方式终会在不远的将来成为现实。从产业上讲,传统的制造业已经成为夕阳产业,而新兴的服务经济、体验经济、知识经济都是以创意为主要生产力的。当然,如今的城市仍然在消费衣食住行等方面的物质产品,然而,桌子、椅子已经不再是木头拼起来那么简单,人们对商品的消费越来越追求其实用价值之外所附带的“审美属性”和“符号属性”^③。因此,企业提高生产力和竞争力的目标(也就是企业存活的目标),不再允许企业选定一种产品并一成不变地永远生产下去。如今的产品,尤其占市场份额较大的电子产品、汽车、服装等都是迅速更新换代的,比如苹果和小米手机的快速升级。新产品出来不久之后就停产了,甚至有些产品本来就

① Frances Cairncross. *The Death of Distance*. Harvard Business School Press, 1997.

② [美] 哈尔·范里安:《微观经济学:现代观点》,上海人民出版社2006年版,第548页。

③ 艾伦·斯科特:《城市文化经济学》,中国人民大学出版社2010年版,第3页。

是限量版的。如今的商品制造,已经远不是之前的制造业了。一座城市要想在当今经济世界占有一席之地,原料、市场、劳动力都已经不足以称为竞争力了。这些禀赋和要素已经为全世界共享,城市独有的只是其生产组织形式、文化底蕴和以群体形式所展现出来的精神气质。

上述各方面的现实情况已经表明,城市的资源禀赋对当地经济发展的驱动力是有限的。而在近几百年的现代社会,这些资源对生产的贡献已经基本趋于极限。现代经济要想持续发展,而不是走上萧条的下坡路或者跌进停滞的深渊,就需要继续解放生产力,需要追求质的转变,正如其最初从前现代社会转变到现代社会的轨道上一样。马克思对上一次转变曾有断言:“生产的不断变革,一切社会状况不停的动荡,永远的不安定和变动,这就是资产阶级时代不同于过去一切时代的地方。一切固定的僵化的关系以及与之相适应的素被尊崇的观念和见解都被消除了,一切新形成的关系等不到固定下来就陈旧了。一切等级的和固定的东西都烟消云散了,一切神圣的东西都被亵渎了。”^①现代社会一如马克思所预言的,然而,如今现代社会里生长的东西又趋于坚固了。

其中最核心的,是法兰克福学派所着力批判的“工具理性”。原本奠定了现代社会辉煌基础的启蒙精神和技术理性在其发展过程中逐渐膨胀,以至于成了支配人、控制人的工具。追求效率和实施技术的控制理论在最初贡献了极大的力量,一如福特的流水线让人顶礼膜拜一样。而恰恰在其辉煌和人们对这种辉煌的赞叹之下,工具理性逐渐由解放的工具退化为奴役人的力量。最初马克斯·韦伯提出工具理性的概念是对立于那种遵从传统主义习惯的行动,指对明确目标和达致目标最有效途径有着精细计算的行动。它有着极其严格的精确性和可计算性,是涉及许多专门概念、专业知识、固定规则和程序的“目—手段”行动方式。因此,在那样一个语境下,工具理性还是进步的和先进的。然而当人们忘记了“工具理性”是服务于“价值理性(目的理性)”的时候,“工具理性”就成了反动的。它造就了一种思维和行动的惯性,甚至最终偏离了最初的目的。且不说“工具理性”对人性的压抑(这方面的研究已经很多,在此不做赘述),单是其对于创新和创意,进而对生产力的束缚来看,“工具理性”已经需要彻底的反思与批判。工具理性的核心是控制,追求的是效率。然而背后的精细逻辑适用的范围十分有限,如今经济社会的全球化、复杂性、流变性已经超出了其掌控能力范围。正如凯文·凯利所指出的:“钟表般的精确逻辑——也即机械的逻辑——只能用来建造简单的装置。真正复杂的系统,比如细胞、草原、经济体或者大脑(不管是自然的还是人工的)都需要一种地道的非技术的逻辑。”于是,他断言“控制的最终结局是失控,机械须要变得更具生物特性”^②。要想避免失控的危机就要舍弃控制,要想最高的效率就需要丢掉紧紧盯住效率的思维,这正是一个有意思的二律背反,是创意彰显其无限可能性的逻辑起点。

创意思维追求的正是自发的、生物群落式的生成与演进,是“一生二,二生三,三生万物”^③式的创新和进化过程。众所周知,许多公司都有研发(R&D)部门,iPhone6s当然也是出自苹果公司的研发部门。然而,出自研发部门的创新是有限的,收益和影响也是可预期的,这并不构成熊彼特意义上的“创造性破坏”的主要内容。另外一种创新是随机的和偶发的,恰恰是这种创新会带来划时代的改变。这种成果对许多企业来说是外生变量,是给定的因,无法找到内在的因素来左右它的出现。而对城市来讲,却可以是内生的。虽然这样一种内生的关

①《共产党宣言》,《马克思恩格斯文集》(第二卷),人民出版社2009年版,第34页。

②[美]凯文·凯利:《失控》,新星出版社2012年版,第697页。

③语出老子《道德经》第四十二章。

系不如工具理性主义所一贯主张的那般精确的可计算和可控制,但仍旧是可预期的。正如我们养花,如果水肥充足,花自然会争相怒放。至于花开哪枝,那就不可知,也无关紧要了。创意思维对经济生产力的解放和提升效果,城市发展史上已有证据^①。所不同的只是,历史上伟大城市崛起时的创意是自发的、非常态化的;而我们所追求的和期望创意城市所着力营造的,是一种常态化的、全民性的创意城市氛围,是整体的、相互激发的、蓬勃的、充满创意的精神气质。在这里,人们的思想得到解放,能动性无限增强,城市的生产力也就具有了无限的可能性和可持续性。

四、创意城市的落脚点是人类存在的回归

创意城市建设从解放人的实践力量出发,同时还需要落脚在人的生存状态提升上。通过不断解放生产力的创意思维和实践活动,城市可以获得经济的繁荣。然而,繁荣仅仅是创意城市增进人类福祉的第一步,是其必要而不充分条件。除了繁荣的经济之外,创意城市建设还需要对在人在城市之中的生存状态进行考量,使城市中的人口获得解放,确保其物质充裕的同时能够获得生存状态的人性复归。之所以用到“解放”这样一个语气强烈的词汇,是源于我们近乎扭曲的生存境况。如今,我们在生活中遭受着多方面的压抑和痛苦。在琳琅满目的商品面前,我们却失去了最根本的选择权利;在各行各业的工作岗位面前,我们也失去了自我抉择的意识。这两方面的因素在城市繁荣与市民幸福之间构筑起了一道鸿沟。

城市经济的首要特点是陌生人社会的分工和交换,合作的基础是信任。当抽象的经济交往逐渐使商品走上劣质化的道路,理性经济个体只能在不断恶化的生存环境中随波逐流。在经济学的起点上,亚当·斯密论及分工和交换的时候,我们消费的面包、酒、肉的生产场所和生产者还近在咫尺,触手可及;而随着市场化程度的加深,全球化的大市场已经将这种联系抽象化了,原本实实在在的合作与交换关系不再为人们轻易感知。如今,我们所深切体会到的现实已经发生变化,三聚氰胺、苏丹红、毒大米、转基因、地沟油等数不胜数的个案已经隐约勾画出一个令人不安的生存世界图景。这已经不是简单的个人诚信问题或素质问题。每一单位劣质产品进入市场都导致货币的劣质化和贬值,这种贬值又反过来影响产品提供者的抉择,以更多的成本提供市场不太容易区分的优质商品显然不划算了。当这种博弈不断进行,对于自身和“他者”的区别在越来越多的人心中萌发,由一而百,由百而千而万,如癌细胞一样迅速蔓延,若无外力扭转,将很快会成为一种世界观。由此,缺乏合作基础的分工不断将城市经济主体推向互相敌对的丛林模式。城市经济交往中,这种区别心的蔓延受到被误解的西方经济学的助推,逐渐形成了“世俗主义”、“经济个人主义”、“价值通约主义”^②的意识形态。近代西方经济学逐渐染上了理性崇拜的色彩,他们从斯密那里摘取了“自利之心”,又拼接了“边际主义”方法,镶嵌了“功利主义”的伦理观。借由资本主义市场经济的辉煌成就,他们日益将其经济学分析态度深入到普通人们心里。在“理性经济人”的盘算之中,除“自我”之外,其他一切与自己有经济交往的人都成了“他者”。经济学之父提及的自利之心,经后续经济学家的推崇而成为我的冠冕理由。我只盯住他们的钱包,只要他们掏钱,其他一切都不重要。于是,交换价值和工具理性盛行,造就了眼下各种各样、越来越多的市场乱象。在这样的环境之中,每个人都深受经济社会的挤压。而在这强大的、异己力量之中,也有我自己的一份。由此,以市场机制组织起来的城市经济逐渐背离了经济生产的初

^①李成彬:《创意城市:从城市发展史谈起》,《现代管理科学》2014年第9期。

^②张雄:《现代性逻辑预设何以生成》,《哲学研究》2006年第1期。

衷,市场经济立足其上的逻辑原点(自利个体与公共福利的契合)不断遭到蚕食,“蜜蜂的寓言”在这里也逐渐失去了其適切性。

城市经济的另一个特点是雇佣劳动,劳动者在其中是被控制的,是异化的。西方经济学的经典教材显示,劳动是痛苦的,它给人的唯一回报就是工资。劳动本身带给人们的是负效用,而闲暇(不劳动)是具有正的效用的。^①个人在做经济决策时,其实是在工资和闲暇二者之间进行抉择,选择一个最优组合。对此,马克思也有深刻的论述:“他在自己的劳动中……不是自由地发挥自己的体力和智力,而是使自己的肉体受折磨、精神遭摧残。……这种劳动不是满足一种需要,而只是满足劳动以外的那些需要的一种手段。……劳动不属于他;他在劳动中也不属于他自己,而是属于别人。”^②马克思在后续的文章里追问了劳动的归属问题,将矛头指向了资本家和资本主义的生产关系,并抽引出关涉私有财产的有产者和无产者的对立。如今,这种对立更趋扩大化,连所谓的有产者的劳动(或者称为精细的计算)也趋于成为他自己的对立面,使他“不舒畅”了。可以说,这种异化已经趋于全社会化了,已经不仅仅是谁剥削谁的问题,而是一种秩序的失范,是每个人经由与他人的关系而最终又回到自身的对立。

因此,创意城市建设需要克服上述两方面的扭曲状态,通过创意劳动对异化劳动的逐步扬弃,在经济繁荣和人类福祉之间搭建起一座桥梁,而不是仅仅追求经济繁荣指标(像“唯GDP论”所持的观点一样)的增长。

首先,创意阶层的崛起可以引导城市人口的价值观,赋予劳动以意义,赋予产品以价值。工业经济当中的普通劳动者只是在企业家的管理之下,在资本逻辑的约束之下,做简单的工作。他们的时间是出卖了的,他们只要按照管理做好每一个动作,就会得到应允的报酬。他们不需要为劳动的成果负责,也不需要为劳动的效率操心,他们只需要按照程序操作即可。创意阶层不同于劳工阶层和服务阶层,“他们思想独立,不受制于任何人”。“他们热爱他们所从事的工作,直到最终实现自我价值。”“他们的财产来自于他们的创意”^③。创意阶层所从事的劳动是创意劳动,他们通过将自己的创意融入自己的工作当中,从而使得自己具有机器和其他劳动者所无法取代的特殊性。他们具有个性化、精英化、多样性与包容性的特点,他们努力工作,勇于挑战,希望凭借自己工作上的优秀表现而获得成功。除了经济上的收入之外,他们还特别介意自己的工作有没有意义,自己在工作中的表现酷不酷,能不能获得同行的敬意。这样的创意阶层好像只有极少数的社会精英分子才能做得到。但是通过城市人才政策和舆论导向的引导能够使普通劳动者也产生一种向往,在“劳动之外”^④进行积极的创意劳动尝试。如果闲暇时间的创意活动没有可商业化的成果,则活动的过程也给予了参与者以非货币化的回报。而创意的活动一旦有了成果,即可进入经济的循环,执行创意活动的主体要么从企业家那里获得一次性的报酬,要么自己变成企业家。

其次,创意城市可以增加普通市民创意劳动的可能性,逐渐扬弃劳动的异化。佛罗里达教授论述的创意阶层是绝对少数的城市精英分子,他们可以很轻松地获得财富自由,免于生活的压力,并进而于创意劳动中追求自我价值的实现,创意劳动又反过来给予他们更多

①[美]保罗·萨缪尔森等:《经济学》(第18版),人民邮电出版社2008年版,第215页。

②《1844年经济学哲学手稿》,《马克思恩格斯文集》(第一卷),人民出版社2009年版,第159-160页。

③[美]理查德·佛罗里达:《创意阶层的崛起》,中信出版社2010年版,第77页。

④“劳动之内”与“劳动之外”的划分源于马克思,他批判异化劳动的时候称“劳动者只是在劳动之外才感到自由自在,而在劳动之内则感到爽然若失”。

的财富。普通老百姓为了生活的柴米油盐而奔波劳苦,医疗、住房、养老等方面的压力促使他们将每一分钟都换成钱存起来。创意城市建设恰恰是将创意阶层的价值观和生存状态引向普通老百姓。让他们在自己忙碌的生活空隙里,能够尝试性地开始创意劳动,进而跳出急功近利的恶性循环,走上创新、创业的道路。城市里的每个人或多或少都有一点闲暇时间,普通市民较之社会精英分子或许少些,但是如果能够在这些星星点点的闲暇时间里从事创意劳动,那么获得的财富将使其异化劳动时间更趋缩小。国家支持“大众创新、万众创业”,正是鼓励劳动者在雇佣劳动之外积极从事自主的创意劳动。从一定意义上说,熊彼特所谓的企业家的劳动,便是创意劳动。熊彼特认为,企业家并不是谁头上的帽子,而是某一正在进行的行动赋予其主导者的临时称谓。“不管是哪一种类型,每一个人只有当他实际上‘实现新组合’时才是一个企业家;一旦当他建立起他的企业之后,也就是当他安定下来经营这个企业,就像其他的人经营他们的企业一样的时候,他就失去了这种资格。这自然是一条规则,因此,任何一个人在他们几十年的活动生涯中很少能总是一个企业家”^①因此,这种劳动是不属于他人的劳动,是马克思所谓“劳动之外”的活动,是自由和闲暇时间里的创造性活动。虽然这种活动并不是以成果为目的,是起源于闲暇时间的自由活动,追求一种愉悦和舒畅,产品和经济成果只是其副产品或意外收获。当然,这种成果的获得是没有保证的,恰恰因为其没有保证,它才不属于别人,而属于自己。然而当这种创造性的努力一旦取得成果,那么其在通常意义上的“劳动之内”所需要花费的时间就趋于减少,其“劳动供给曲线”便提前向后弯曲。

综上所述,异化劳动在城市经济层面导致了一种渐趋失范的现状。从劳动的产品看,它不再是满足人们“需要的体系”(黑格尔语)的適切手段;从劳动的过程看,它失去了使劳动本身成为一种需要的价值和意义。这种失范超越了市场所能够自我恢复的范围,需要城市制度层面的干预。否则,在这种洪流之中,经济个体只能一边生产异己的力量,一边自尝苦果。创意城市通过理念的转变,使劳动关系趋于和缓,管理趋于弹性化、人性化、松散化,呵护创意劳动于异化劳动的间隙里萌发,辐射范围由绝对少数的精英创意阶层向全体市民扩散,影响层面从“劳动之外”的闲暇向整个劳动过程渗透。如此,创意城市可望通过创意劳动对异化劳动的不断扬弃,而改善生存境况,实现人性复归。

五、创意城市实践的几点建议

根据上文的论述,创意城市应当成为一个孕育创新的有机体,能够使人天赋的潜在创意能力恣意生长而不受遮蔽,其所形成的“场”能够让人们从经济交往与文化交流中不断地获得创新灵感,能够让人们不断地创造与被创造。为此,创意城市实践有几个方面的工作要做。

第一,促使城市文化创意产业升级,从“消费性文化产业”向“生产性文化产业”倾斜,提升文化解放生产力与缓和劳动异化的功用。在集聚和发展文化创意产业的过程中,不仅关注文化的消费属性和产品属性,更要有意识地释放文化的生产属性。鼓励和倡导文化企业在提供产品满足人们消遣、娱乐、审美等需要体系的同时,能对受众的思维习惯、行为方式给予有益的教导。并在市场主体所提供的文化产品之外,由政府以创新的形式引导各界参与提供具有公共产品性质的文化教化,润滑“人——城市——人”这一循环积累过程。

第二,促使城市创意阶层崛起,从集聚创意人才向扩大其影响力和教育面倾斜,以提升城市人口的整体创意指数。在招徕世界创意人才、提升城市人口创意阶层比重的同时,有意

^①[美]熊彼特:《经济发展理论》,商务印书馆1990年版,第87页。

识地扩大和深化创意阶层与劳工阶层、服务阶层之间的交流,总体上提升全体市民的创意指数。通过人才、科技等方面的政策,在经济激励的同时引导其价值观,肯定其工作过程中的创意投入,以及由此带来的经济收益和价值体现。

第三,提升城市整体的精神气质,在集聚创意要素和改进体制机制的同时,营造城市作为整体所具有的独特精神气质。通过景观、空间、事件等给予城市人口以持续的视觉冲击和心灵教化,不断地加强城市作为一个地点所特有的形象,并传递给生活于其中的每个人。通过后现代的手法营造出一个城市的能量场,使得身处其中的个体能够不断地进行能量传递与交换,使城市人在创造的同时也不断被创造。

这些方面的工作是城市竞争中最深层的问题,通过持续不断地积极营造,可以形成一种凝聚力和向心力,进而使得城市在“科技进步—制度创新—文化演进”的大循环中争得先机,并最终成为经济创意的孕育场和人类福祉的理想国。

主要参考文献:

- [1] 艾伦·斯科特. 城市文化经济学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2010.
- [2] 安树伟. 积极培育创意阶层促进区域创新发展[J]. 区域经济评论, 2014, (3).
- [3] 陈倩倩, 王缉慈. 论创意产业及其集群的发展环境——以音乐产业为例[J]. 地域研究与开发, 2005, (5).
- [4] 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.
- [5] 褚劲风. 国外创意产业集聚的理论视角与研究谱系[J]. 世界地理研究, 2009, (1).
- [6] 代明, 殷启金, 戴谢尔. 创新理论1912-2012——纪念熊彼特《经济发展理论》首版100周年[J]. 经济学动态, 2012, (4).
- [7] 邓达. 创意产业的核心价值与知识产权[J]. 管理世界, 2006, (8).
- [8] 韩宝华. 文化创意产业的创意实践系统演化本质[J]. 上海财经大学学报, 2016, (1).
- [9] 洪进, 余文涛, 赵定涛. 创意阶层空间集聚与区域劳动生产率差异——基于中国省际面板数据的分析[J]. 财经研究, 2011, (7).
- [10] 洪进, 余文涛, 杨凤丽. 人力资本、创意阶层及其区域空间分布研究[J]. 经济学家, 2011, (9).
- [11] 胡晓鹏. 基于资本属性的文化创意产业研究[J]. 中国工业经济, 2006, (12).
- [12] 花建. 文化产业集聚发展对新型城市化的贡献[J]. 上海财经大学学报[J]. 2012, (2).
- [13] 姜莉. 文化向度与空间经济增长[J]. 经济学家, 2010, (5).
- [14] 金元浦. 文化创意产业概论[M]. 北京: 高等教育出版社, 2010.
- [15] 李成彬. 创意城市: 从城市发展史谈起[J]. 现代管理科学, 2014, (9).
- [16] 李成彬. 创意阶层: 经济哲学的审视[J]. 科学·经济·社会, 2014, (2).
- [17] 李程骅, 赵曙明. 发达国家创意人才的培养战略及启示[J]. 南京社会科学, 2006, (11).
- [18] 厉无畏, 王如忠. 创意产业——城市发展的新引擎[M]. 上海: 上海市社会科学院出版社, 2005.
- [19] 厉无畏, 王惠敏. 创意产业促进经济增长方式转变——机理·模式·路径[J]. 中国工业经济, 2006, (11).
- [20] 厉无畏. 迈向创意城市[J]. 理论前沿, 2009, (4).
- [21] 厉无畏. “创意城市: 创新、融合、可持续发展”专题[J]. 社会科学, 2010, (11).
- [22] 马克思恩格斯文集(第一卷, 第二卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [23] 马仁锋, 梁贤军, 姜炎鹏. 西方文化创意产业研究院学术群体与热点演进[J]. 世界地理研究, 2015, (2).
- [24] 邵学峰, 王国兵. 创意产业与区域经济增长: 中国的模式——以网游业为例[J]. 东北亚论坛, 2010, (3).
- [25] 盛垒, 马勇. 论创意阶层与城市发展[J]. 现代城市研究, 2008, (1).
- [26] 汤培源, 顾朝林. 创意城市综述[J]. 城市规划学刊, 2007, (3).
- [27] 王志成, 谢佩洪, 陈继祥. 城市发展创意产业的影响因素分析及实证研究[J]. 中国工业经济, 2007, (8).
- [28] 王志成, 陈继祥, 姜晖. 基于特征分析的城市创意经济发展支点研究[J]. 财经研究, 2008, (6).
- [29] 向勇. 中国创意城市: 中国创意城市理论与实践[M]. 北京: 新世界出版社, 2008.
- [30] 熊彼特. 经济发展理论[M]. 北京: 商务印书馆, 1990.

- [31] 易华, 诸大建. 创意经济理论研究述评[J]. 经济学动态, 2006, (9).
- [32] 易华. 创意阶层崛起的条件分析[J]. 经济问题探索, 2010, (8).
- [33] 尹宏. 论创意产业与产业结构优化的互动关系——基于科技创新视角的思考[J]. 云南社会科学, 2007, (3).
- [34] 尤建新, 郑海鳌, 卢超. 创新型城市建设路径的思考——上海与深圳的比较[M]. 北京: 清华大学出版社, 2012.
- [35] 张梅青, 盈利. 创意产业集群网络结构演进机制研究[J]. 中国软科学, 2009, (S1).
- [36] 张雄. 现代性逻辑预设何以生成[J]. 哲学研究, 2006, (1).
- [37] 赵曙明, 李程骅. 创意人才培养战略研究[J]. 南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学), 2006, (6).
- [38] 周清. 城市创意指数与湖南文化创意产业发展[J]. 经济地理, 2009, (3).
- [39] 诸大建, 黄晓芬. 创意城市与大学在城市中的作用[J]. 城市规划学刊, 2006, (1).
- [40] Allen Scott, 汤茂林. 创意城市: 概念问题和政策审视[J]. 现代城市研究, 2007, (2).
- [41] Charles Landry. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators[M]. London: Earthscan, 2000.
- [42] Christopher Freeman. Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan[M]. Pinter Pub Ltd, 1987.
- [43] Jane Jacobs. The Economy of Cities[M]. New York: Random House, 1969.
- [44] John Howkins. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas[M]. London: Penguin Global, 2002.
- [45] Peter Hall. Cities in Civilization[M]. New York: Pantheon Books, 1998.
- [46] Philip Cooke. Regional Innovation Systems: Competitive Regulation in the New Europe[J]. Geoforum, 1992, 23(3): 365-382.
- [47] Richard Caves. Creative Industries: Contracts between Arts and Commerce[M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002.
- [48] Richard Florida. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life[M]. New York: Basic Books, 2002.

Creative Cities and Human Well-being: A Perspective of Economic Philosophy

Li Chengbin , Luo Shougui

(Antai College of Economics and Management, Shanghai Jiao Tong University, Shanghai 200030, China)

Abstract: The theoretical tradition that concerns innovation and economy changes, which was originated from the classical economists and was carried forward by Schumpeter, is increasingly manifesting its strong vitality. The focus of innovation research also shifts from innovation itself to innovation agents and its economic, institutional and cultural environments, namely innovation system. Specifically speaking at meso-level of cities, creative city is not only concerned with the development of cultural creative industries and the solicitation of creative class, but also embodies the possibility of upgrading human well-being via the citizen-city-citizen accumulation cycle by cities as organisms that breed innovation. From the perspective of economic philosophy, the possibility lies in two paths at least: the first path is the further liberation of productivity, through going beyond instrumental reason step by step by creative thinking at culture level; the second path is the recurrence of human being through gradually replacing alienated labor by creative labor at institutional level.

Key words: innovation; creative city; instrumental reason; alienated labor

(责任编辑: 海 林)