



国际化大都市的文化创意产业发展战略

——以纽约市为例

意 娜

摘 要:全球国际化大都市在与文化创意产业协调发展过程中面临相似的状况。以纽约市的文化创意发展为例,对标中国北京等大城市,可以分析出从政府层面出发扶持文化与艺术、发展文化创意产业对国际化大都市在经济、社会方面都有所裨益。但高房价、高生活成本、补贴不均、文化多样性难以兼顾等问题,也是全球国际化大都市在发展文化创意产业过程中存在的普遍问题。纽约市近几年在各层面连续推出多个报告,并在2017年颁布“创造纽约”文化发展规划,试图缓解上述矛盾。纽约市的措施虽不是可以直接照搬的完美样本,但给我们的城市文化管理提供了文化多样性、文化服务等方面的启示。

关键词:国际化大都市;纽约;文化创意产业;文化规划;文化艺术

中图分类号:G124

文献标识码:A

文章编号:2095-5669(2020)02-0067-07

过去十多年来,全球大都市的文化创意产业发展大致都经历着相似的状况:受金融危机波及,传统经济部门(金融、保险等)的发展在2008年金融危机期间和之后的几年频现停滞,而创意经济在此期间始终保持活力,是一个“对当前和未来投资具有相当潜力的行业”^①,文化创意产业对城市发展越来越重要。虽然各地文化创意产业分类标准不同,各城市发展特色不同,关于文化创意产业与城市未来发展趋势的结论却基本一致:其一,资本扩张和旅游业爆发式增长刺激了城市的文化设施(包括博物馆、剧院等)大规模新建、翻新和扩张,新的文化创意产业集聚区不断增多。其二,数字技术带给出版、音乐等传统文化产业部门变革式影响,但大量网络数字平台随之出现,为创意工作者提供了更多选择余地,孕育出新方向和新可能。其三,租金暴涨迫使大量艺术家、设计师、其他创意工作者及非营利文化艺术机构迁往他址,难

以在大都市中心、甚至整个行政区域内继续发展^②。著名跨界艺术家大卫·拜恩(David Byrne)^③曾在几年前说:“没有新的创意空间,中产阶级几乎不能再在这里(纽约)居住,就更不用说新兴艺术家、音乐家、演员、舞者、作家、记者和小商人吧。”^④拜恩说的是纽约,却引起了在全球许多大城市生活的创意人的共鸣。

但创意人又很难真的离开大城市。近年发表的科学统计报告已经逐渐启发人们开始对“长寿村”的迷信进行反思,并承认大都市尽管弊端重重,其医疗水平和物资供给等构成了较强的综合实力,可供当地居民拥有更高质量的生活条件。讲得极端一些,“您的邮政编码比您的遗传密码更能预测您的预期寿命”^⑤。何况文化创意产业特征之一就是高度依赖城市以及集聚效益^⑥,创意工作者的生活所在地对其创意发挥的影响至关重要。文化创意产业与城市发展不仅并行不悖,若措施得利还可相互支

收稿日期:2019-11-19

作者简介:意娜,女,中国社会科学院民族文学研究所副研究员(北京 100732),主要从事文艺理论及文化研究。

撑、互有裨益。本文将以最具有代表性的国际化大都市纽约为对象,分析其近几年的文化创意产业发展策略及原因,以供相关研究参考。

一、构建国际化大都市文化生态

文化与艺术对城市经济发展影响评估是文化创意产业的热门研究课题之一,也用其作为证据陈列,以推动全社会上下更加关注和支持文化创意产业发展。但文化与艺术对大城市社会影响评估则因指标难以设定而相对迟滞,多数情况下仅能进行现象描述,难以实现对比。纽约作为全球首屈一指的国际化大都市,恰好在近几年相继推出过几部有关创意产业及文化与艺术对纽约经济社会影响的评估报告,可资引述,供国内城市建设者与研究者们参考。

和此前国内学界熟悉的“美国没有文化部”认知观念不同,纽约市政府在1975年正式成立文化事务部(DCLA)^①协调市域五区公共文化与艺术发展。纽约庞大的私营文化机构更为世人所知,它们一直与公共文化服务机构并行发展。1929年美国现代艺术博物馆成立之时,纽约上城区的黑人艺术家正在创造“哈莱姆复兴”(Harlem Renaissance)繁荣时期^②,百老汇也已产生很大影响。纽约拥有良好的公共文化服务基础,并一直居于美国各大城市之首。美国自然历史博物馆早在1869年就建立了一种特别的政府与私人之间的合作关系。这种关系的基本模式为:政府提供土地和场馆建设资金,并支付取暖、照明、部分运营及安保费用;私营非营利组织则负责确保整个文化机构运转。纽约市此类私营非营利组织经过几个世纪发展,如今被统一纳入文化机构集团(CIG)^③,共有33个成员。纽约文化事务部除支持文化机构集团,还负责扶持其他非营利机构,在2017年就有900家非营利机构的文化项目获得资助^④。

除了直接投入资金,纽约市文化事务部还协调着其他文化支持方式。1977—1982年纽约市启动过“综合就业和培训法案”(CETA)艺术家项目,聘请超过600位艺术家和300位工作人员为纽约市工作。创立于1978年的“艺术材料”(MFTA)项目由多个机构配合进行废旧材料回

收并将其分配给公立学校 and 艺术机构作为艺术创作原料,至今仍运转良好^⑤。纽约1982年推出“百分比艺术”(Percent for Art)法案^⑥,要求城市公共建设预算拿出1%用于公共艺术。至今超过330位艺术家受到该政策资助,对纽约基础设施和公共建筑进行过“艺术加工”,包括各种介质绘画、新技术、照明、马赛克、玻璃、纺织品、雕塑和装置等^⑦。20世纪80年代以来,纽约市还通过一系列项目推动社区艺术教育和发展^⑧,并于2003年整合成立了“文化发展基金”(Cultural Development Fund)。

虽然不像其他国家、地区和城市政府一样明确界定“文化创意产业”,纽约市政府(文化事务部)及民间也采用“创意产业”(Creative sectors)的提法。在得到广泛认可的材料中,研究者将纽约市创意产业分为10类:广告、电影电视、广播、出版、建筑、设计、音乐、视觉艺术、表演艺术和独立艺术家^⑨。十几年来,纽约创意产业发展速度超过传统金融、保险、房地产和法律服务等产业,在纽约的新增中产阶级就业岗位中,大部分是文化与创意产业岗位,包括广告、建筑、销售、出版和设计等。2004—2019年的15年间,广告业的就业人数增长了57%,增加了27000个工作岗位;电影和电视工作岗位增长了52%,5个行政区新增了19000个工作岗位;建筑业工作岗位增长了59%,增加近6000个职位^⑩。据纽约市审计长斯科特·斯金格(Scott Stringer)的报告,该市目前共有29.3万人直接从事创意产业相关工作,赚取共计304亿美元的年薪^⑪。与创意企业和创意产业相关的非营利组织数量,则从2005年近1.2万家增长到2017年约1.5万家。全美国28%的时装设计师,14%的制片人和导演,12%的印刷和媒体编辑以及12%的艺术总监,都集聚在纽约。纽约目前已经超过洛杉矶,而成为全美国最大的音乐产业集聚地。

创意产业的经济价值不止体现为直接解决了就业问题,还包括对于相关产业的带动。创意产业各门类本身都各有很长的产业链,已是常识无须赘述。纽约25%的创意人就职于“幕后”行业,包括出版、电视电影制作、策展等。这些人直接或间接创造了纽约市一半的文化产值。纽约市在2016年财政预算投入文化部门的

就达 1.65 亿美元,最后直接或间接创造超过 1000 个就业岗位,赚取 8500 万美元利润,产值 1.85 亿美元^⑧。因此,自 2017 年起,纽约市在预算中增加了对文化机构的投入,2017 年预算比上一年度增加了 1900 万美元,使得总预算增加到 1.82 亿美元,比 2016 年增加了 12%。这一项预算支出在 2020 年的城市预算中超过了 2800 万美元,通过不同的渠道投入到了文化机构^⑨。

如果一个城市的创意产业发达,势必会对游客产生巨大吸引力。纽约市本来就是全球热门旅游目的地,在过去十几年中,随着文化创意产业的发展,游客人数从 2002 年的 3530 万增加到 2018 年的 6520 万,增加了 84.7%。其中外国游客增加一倍以上,从每年 510 万增加到 1350 万,2018 年中国游客就有 110 万人到访纽约^⑩。一年两次的时装周等活动吸引了来自全球各地的来访者,每年直接访客支出为 5.47 亿美元,总体经济影响为 8.87 亿美元^⑪。宾夕法尼亚大学的研究报告另辟蹊径^⑫,考虑经济影响之外的社会影响,证明文化艺术对城市的健康、安全和幸福感都有着重要影响。拥有较多文化资源的社区里,中低收入居民比文化资源较少社区类似收入水平的居民更健康,受教育程度更高,整体更安全^⑬。课题组观察了 4700 个非营利性文化项目和 17000 多个营利性文化企业,认为它们构建起了一个宽广、多样和富有活力的社区文化生态系统。

二、文化创意产业与城市发展

尽管城市看似已与文化创意产业达成了和解,两者始终存在发展不平衡等诸多矛盾。就近而言,北京的艺术从圆明园画家村到通州宋庄,再不断由于生活成本等原因迁离北京,这一过程在纽约等许多大城市都出现过,充分展现了城市经济社会发展与文化艺术之间的矛盾。如今,北京市正采取多种政策与措施疏散其非首都功能,这都需要考虑城市文化与艺术因素,开展主动规划。而北京 798 艺术区从最初的艺术家创作区到如今文化艺术体验区的渐变,也代表了文化与艺术在城市发展功能中的嬗变。在纽约,创意产业被认为是布鲁克林

区复兴的关键^⑭。但同时矛盾丛生,布鲁克林、曼哈顿和皇后区进入 21 世纪以来的艺术发展又被视为“过于成功”。新画廊和工作室带来连锁店和豪华公寓,不仅大幅提高了该区域生活成本,也可能彻底改变这一地区的文化特色。这一进程往往不仅不可逆,还会因为集聚效应而发生加速^⑮。一旦创意人才和机构离开城市中心进驻郊区,很难再形成鲜明的新文化特色。

纽约近 3 年发布和出台了 3 部主要报告和文件,即 2017 年 7 月由政府主导的“创造纽约”(CreateNYC)文化发展规划、2017 年 5 月由高校研究机构主导的“艺术项目的社会影响”报告和 2015 年由智库机构主导的“创意纽约”报告,分别指出纽约文化创意产业与城市发展中存在的主要矛盾和问题,3 部报告提出的问题极为相似,主要包括以下内容:

第一,城市住房、生活成本过高,从事创意产业的相关企业和人才难以负担。纽约 75% 的艺术家靠外部收入养活自己,由于高房价和高房租,近半数艺术家中的老户负担不起,大部分独立艺术家不得不搬离。纽约创意工作者的收入虽然高出全国平均水平 44%,但如果综合考虑城市住房、食品、运输和医疗保健等低成本,以购买力而言,纽约创意人时薪的中位数比全国水平低 15%。何况在看得见的收入差距之外,还有很多隐性的元素加剧了国际大都市与其他城市在发展文化创意产业方面的难度。在纽约,这些元素还并不限于助学贷款等债务负担、无偿实习、通货膨胀等。

第二,政府补贴多锦上添花而缺乏雪中送炭,尽管可能并非刻意。如 2015 年纽约 77% 的财政文化扶持资金提供给了文化机构集团中的 33 个机构,剩下 1000 多家机构仅能申请剩下的 23%。虽然同处纽约市,不同的区域也存在发展不均衡现象。例如,曼哈顿区平均每人获得文化扶持资金 45.88 美元,而皇后区人均只有 4.58 美元,布鲁克林区人均 8.87 美元,后两者分别是曼哈顿的 10% 和 20% 左右^⑯。而且这一组数字还不包括公共补贴之外数量庞大的私人资助,这些资金主要会流入知名度高、有更完备募捐能力,能举办豪华筹款晚宴的机构,从而更加剧这种不平衡现象。

第三,每一个城市都有自己的底色。但国际化大都市需要面对不同背景居民带来的文化多样性,国际化大都市在这方面与一般城市显著不同。纽约具有美国国情的一般性和特殊性,其人口流动带来居民构成族群的变化和文化多样性,但多数外来族群很难参与文化艺术的管理。

上述问题在北京等城市中又有其他表现形式。具有北京户籍的人口均被视为“北京人”,而其中有相当比例是近几十年由外省市迁入的,如今已经成为北京国际化大都市建设的中坚力量。然而,北京的城市文化规划设计仍然停留在“京味”文化和主城区传统文化资源、远郊文化遗址保护等层面。这一思路对于弥补建国初期北京老城区建筑及街区拆改的遗憾,弘扬传统文化十分有益,但同时极少考虑大多数居住在三环以外人群的文化需求,也不曾着力营造具有多样文化背景的“新”北京居民的文化生态环境。在打造国际化大都市形象的同时,能够较好地保留并保护地方特色文化实属不易,亦不可因噎废食,知难而退。既然要打造国际化首善之都,就要尽力兼顾,这就需要政府、智库机构、居民等多方齐心协力。

纽约市已经试图开始缓解上述问题。2017年7月,纽约市在建立了22人市民咨询委员会^⑤,并通过各种渠道征求了18.8万的纽约市民意见以后,颁布了十年期的“创造纽约”(CreateNYC)规划^⑥,旨在将纽约市构建成为一个更包容、平等、灵活的文化生态系统^⑦。这是纽约市历史上第一个文化发展规划。这一规划的宗旨是将艺术和文化项目推广到纽约行政区域内所有社区,改变过去只关注曼哈顿发展的现实,使纽约文化机构能更好地服务于城市不同民族的多元文化需求,并持续产生积极作用。2018年,纽约市将该市迄今为止最大的一笔财政资金4030万美元,分配划拨给纽约文化事务部下属的文化发展基金,其中645万美元用于创造“纽约2018倡议”,大约400万美元用于文化事务部所谓的“小型组织的更大增长”,145万美元用于在被认定为服务不足的社区工作的260个团体^⑧。而全市总的年度文化预算已被增至1.88亿美元,与之形成对比,美国联邦政府层面的国家艺术基金会等全部联邦拨款,也仅有1.5亿美元。

该报告称,将增加对艺术家个人的援助,新的资金和资源也将用于培训更多少数族裔申请人从事高级文化工作,并使残疾人更容易进入文化机构。值得注意的是,该计划的承诺是将艺术和文化活动带到昂贵的商业走廊(如百老汇剧院区和第五大道博物馆大道)之外,甚至到达边远的、服务欠缺的地区。该计划包括一些具体的预算细节,计划将继续为大都会艺术博物馆和公共剧院这样的顶级机构提供支持,也向底层社区团体承诺了新的财政资源。针对文化多样性难题,该计划制定了与预算相关的目标,改变了过去从董事会成员到策展和创意人员、艺术和受托管理人员以白人男性为主的现状,力推管理人员多元化组成。这些措施主要以金钱手段来实施,但规划制定者也乐观地认为,规划理念也可以作为对顶级机构的导向,无形中修正过去的很多问题。这份规划分为当前计划(1年以内)、短期计划(2年内)、中期计划(4年内)、长期计划(10年)。规划内容涵盖8个领域,包括公平和包容,社会和经济影响,负担能力,邻里角色,艺术、文化和科学教育,公共空间的艺术与文化,全市协调,文化部门的健康。具体如下:

“公平和包容”指纽约市将提供机会增加文化组织资金的公平性,为历史上投入不足的社区提供资源。基本思路是加大对低收入和低资源文化机构、集团(CIG)成员的支持,支持就业政策,通过专业发展及来自代表性不足群体的文化工作者的就业增长,来促进多样性、公平、可达性和包容性。打破社会经济和语言边界,促进沟通。通过科学的项目扶持,为市民提供负担得起的艺术和文化。“社会和经济影响”指艺术和文化在经济和健康、繁荣的社区中的基本作用,基于前述“艺术的社会影响”报告进行展开。主要方式是促进学生就业,鼓励来自不同社区的文化工作者进行专业发展,并保障文化工作者和艺术家的工资。“负担能力”旨在保护受到威胁的文化空间,并创造新的空间以确保跨学科的艺术家和 cultural 组织能够负担得起的现场、工作和展示空间。

纽约市发起了一个负担得起的艺术家房地产倡议(AREA),合作开发新的经济型工作空间

模型,并增加新旧现有空间(如图书馆、广场、公园和学校)的改造工作,拓展表演和展览空间。通过有针对性的外展活动,艺术家和文化工作者能够更好地获得现有的和新开发的、可实际获得的经济适用房。房地产商准备以培训和资源共享支持文化组织的可持续发展。“邻里角色”旨在通过文化视角支持邻里发展,以激发社区的蓬勃活力。通过对建筑社区扩展计划的支持以及加入私人慈善事业,来增强对低收入、服务欠缺地区的文化艺术发展的支持,从而帮助现有社区和文化的发展。通过将艺术和文化优先事项纳入社区规划并重新分区工作,纽约市将进一步保护和加强其文化基础设施建设。通过绘制文化参与数据,为公平的资源分配提供信息,可以将资源用于五个行政区内更多社区的艺术、文化和科学计划。地方艺术委员会将在更高层次提供资源,以支持更多样化的社区、文化组织和艺术家个人。营销活动及与当地社区利益相关者的互动,将提高对邻里艺术和文化的认识。“艺术、文化和科学教育”目的是提高并增加公立学校孩子的艺术、文化和科学教育质量和机会,提供更实惠的课后计划和实践考察计划,并探索吸引学生家长参与的途径。老年人可以参与艺术教学,并参与创意老龄化计划。扩大城市资源的使用范围,“公共空间的艺术与文化”要求增加艺术家在公共场所和公共机构工作的机会。支持公共艺术家驻留项目(PAIR),鼓励其在街道、广场、公园和社区花园中进行各种节目表演,并为广场经理和社区成员提供技术支持。“全市协调”目的是打通城市各个部门,将文化部门的需求纳入社区和经济发展规划流程。“文化部门的健康”意思是在蓬勃发展的艺术生态中,该行业的所有参与者都应该拥有成功完成工作所需的资源,包括财务管理、与商业部门的衔接、资助模式。“夜生活大使”(Night Life Ambassador),需要精简文化发展基金拨款申请程序。

结 论

发展与文化总是处于非常微妙的关系,即便在国家战略层面。“联合国2030可持续发展议

程”中有四个可持续发展的关键词是“文化”“社会”“经济”“环境”,但实际上文化被提到的篇幅及其呈现的重要性远远低于其他三个。据此,几家全球组织联合发起了“文化2030目标运动”,他们对2016—2019年间已经提交给联合国的135份针对“2030议程”的整体履约报告(中国和美国均尚未提交此类报告)进行了词频分析。报告中提到“文化”次数最多的10个国家分别是:意大利、塞浦路斯、帕劳、希腊、新西兰、葡萄牙、塞尔维亚、拉脱维亚、土耳其和卡塔尔。研究团队同时发现,将他们整理出的前20个国家和地区的名单与世界旅游组织及世界经济论坛发布的全球旅游业排名进行对比,发现这些国家在旅游业排名中也非常靠前,说明这些国家和地区把文化作为发展的优先事项与其旅游产业发展水平密不可分^⑧。由此可见,文化的确是一种推动力,但是这种推动力未必基于当地的经济水平,而是与当地原本的经济形态有关。尽管各国国情不同,发展特色亦各有相似,在协调城市自身建设与推动文化创意产业发展过程中,都面临着相似的情况和问题。不过,所有的对策都应遵循因地制宜原则,在解决此类问题上没有万能钥匙。即便是纽约市提出的8条解决方案,也并不能一劳永逸解决所有问题,甚至在公布之初就遭到反对者的猛烈抨击^⑨。在我们反复译介欧美国家在文化管理方面的各种经验的同时,我们发现中国多年来形成的文化管理经验,有很多可圈可点之处。纽约市的经验至少提供给了以下启示:

首先,以文化推动城市发展,必须具备宽容的文化态度。例如,阿联酋的阿布扎比和迪拜等城市,与中东和北非地区的其他城市相比,文化创意产业尤其是体验经济的发展,与城市的文化宽容度之间关系非常密切。城市在找寻自己的发展特色和文化标签时,也需要打破“历史积淀”的包袱,在尊重自身文脉的基础上调动“新市民”带来的文化活力,像北京“设计之都”的新标签就是优秀范例。其次,要建立有效的文化服务机制。就具体城市管理而言,文化的宽容度不仅是对文化表现形式多样性的鼓励和支持,也要打破部门管理的壁垒,加强各圈层的沟通,将文化融入政府、社区和商业的整体发展

氛围之中。让需要得到文化扶持的机构、社区和个人拥有畅通渠道,享受到精心设计的公共文化服务内容,也让创意人群能有最便捷的方式为市场和城市贡献自己的力量。最后,所有的政策都不是一劳永逸的,新状况不断出现,唯有立足实际、集思广益,才能在城市化大潮中助力城市文化的繁荣发展,营造文化发展的良好生态环境,助推城市经济、社会、环境等各方面健康有序发展。

注释

①参见:2019年联合国贸发会议发布的《创意经济展望:创意产业国际贸易趋势和国家概况》研究报告;意娜:《“联合国2030可持续发展议程”下的国际文化创意产业发展趋势》,载于《广东社会科学》2016年第4期。
②“Creative New York 2015”里提到了纽约发生的变化,参见<https://nycfuture.org>。中国也在2010年房价飞涨之际出现流行至今的热词“逃离北上广”。参见鲍丹:《年轻人逃离北上广 称外地人在大城市越过越难》,载于《人民日报》2010年7月29日。
③大卫·拜恩是一位苏格兰裔美国艺术家,曾获国际大奖。
④参见“Creative New York 2015”,原文来自Eric R. Dantonm “David Byrne: The Rich Are Destroying New York”, *RollingStone*, Oct. 7, 2013。
⑤ *CreateNYC*, 2015: 26。
⑥旧厂房改造与历史文化街区在城市的文化创意产业诸多形态中所占比重最大。即使乡村小镇近年来蓬勃发展,都需要依靠其周边一定规模的城市辐射效应。
⑦其职能包括:为纽约市行政区域内非盈利文化机构提供公共资金支持;推广和倡导高质量的艺术节目;代表并服务于视觉、文学和表演艺术的非营利文化组织;以公共为导向的科学和人文机构,包括动物园,植物园和历史保护协会、在城市的五个区内生活和工作的各种技能水平的创意艺术家等。文化事务部还通过其艺术材料计划,为非营利组织和纽约市公立学校提供的艺术课程提供免费用品。该部门还负责纽约的公共艺术品,委托世界顶尖级艺术家制作了180多件艺术品。
⑧哈莱姆文艺复兴是一场发生在20世纪20年代的文化运动。在当时被以阿兰·勒罗伊·洛克1925年的诗集《新黑人运动》命名,主要集中在纽约的哈莱姆区。哈莱姆文艺复兴的主要内容是反对种族歧视,鼓励黑人作家在艺术创作中歌颂新黑人的精神,树立新黑人的形象。
⑨文化机构集团(CIG)不是一个完整的机构,而是对政府与私人非盈利机构在公共文化服务方面达成合作关系的一种描述。文化机构集团现有33名成员,设立于纽约公共土地上,并从纽约市获取大量资金和运营支持,以满足其基本的安保、运转、管理和能源成本。成员均作为

公共设施来运营,属于公共文化服务部门。文化机构集团成员包括纽约市的艺术馆、自然历史博物馆、历史社团、剧院、音乐厅、表演艺术中心、植物园和动物园等,包括大都会艺术博物馆、布鲁克林音乐学院等。^⑩ *CreateNYC*, 2017: 18。^⑪该项目现在受纽约文化事务部管理,纽约卫生与教育部支持,并委托非盈利机构“艺术材料之友”(Friends of Materials for the Arts)执行项目协调工作。^⑫“百分比艺术”不是纽约独有的,20世纪30年代芬兰就以法案的方式启动了这一运动,爱尔兰等国也一直在实施。美国在1934—1943年间将其设定为联邦的规定。城市层面,底特律最早颁布相关法令。巴尔的摩、旧金山、夏威夷、西雅图等城市,也在20世纪70年代启动了这一法案。至今美国仍然有超过一半的州在实施“百分比艺术”项目。^⑬纽约市文化事务部网站,<https://www1.nyc.gov>。^⑭包括“艺术曝光计划”(The Arts Exposure Program)、“各自为政”(Free-for-all)、“艺术发展基金”(Arts Development Fund)、“项目发展基金”(Program Development Fund)等。^⑮指《创意纽约(2015)报告》。该报告于2005年创立并发布了第一次,时隔10年于2015年发布了第二次。这是一本民间报告,由New York Community Trust, Robert Sterling Clark Foundation, Laurie M. Tisch Illumination Fund, Rockefeller Brothers Fund 和 Edelman 资助研究。^⑯ Jonathan Bowles & Winston Fisher, *Starving artists no more? NY's creative industry fuels middle-wage jobs*. *Chain's New York Business*. Dec. 13, 2019。^⑰ Scott M. Stringer, *The Creative Economy: Art, Culture and Creativity in New York City*, October 25, 2019. <https://comptroller.nyc.gov>。^⑱ *Fiscal Year 2016 Adopted Budget*, NYCDCLA, <http://www.nyc.gov>; 以及 *CreateNYC 2015*: 39。^⑲ Scott M. Stringer, *The Creative Economy: Art, Culture and Creativity in New York City*, October 25, 2019. <https://comptroller.nyc.gov>。^⑳ Andrea Doyle. *New York City Again Sets Tourism Record as It Roars Into 2019*. *Northstar Meetings Group*. January 17, 2019. <https://www.northstarmetingsgroup.com>。^㉑ *Creative New York 2015*。^㉒艺术项目的社会影响(SIAP)课题组的报告《纽约市社会幸福感:文化与艺术的贡献》(Social Wellbeing of New York City's Neighborhoods: The contribution of culture and the arts),作者是宾夕法尼亚大学的Mark J. Stern和Susan C. Seifert。^㉓报告证实,文化资源的存在会使这些街区虐待儿童和忽视儿童案件减少14%,肥胖者减少5%,在英语和数学考试的最高层中,孩子的得分提高了18%,严重犯罪率下降18%。^㉔语出布鲁克林商会主席Carlo Scissura。见 *Creative New York 2015*: 10。^㉕ *Creative New York 2015*: 10。^㉖ Eric Adams, Adam Forman, “Arts funding strategy should keep pace with Brooklyn's growth”, *City and State New York*,

Aug.26,2016.<https://www.cityandstateny.com/articles/opinion/arts-funding-strategy-should-keep-pace-with-brooklyns-growth.html>, 2018-8-18。^⑳该委员会为制定“创造纽约”规划而设立,在规划颁布前已成立并运营超过一年。成员包括博物馆大道(Museum Mile)资深员工,尖端表演艺术中心成员,社区组织领导人,个人艺术家的资助者和慈善家,他们的宗旨是提高艺术和文化的支 持、创作、展示和可到达性。^㉑Create NYC是2015年5月由市议会多数党领袖 Jimmy Van Bramer 和理事会成员 Steve Levin 赞助并由市长 de Blasio 签署的2015年第46号地方法的结果。^㉒*Create NYC*, 2015: 11。^㉓Andy Battaglia,

“New York City Grants \$40.3 M. to Arts Organizations in Largest-Ever Allotment for Cultural Development Fund”, *Art News*, Dec. 21, 2017. <http://www.artnews.com/2017/12/21/new-york-city-grants-40-3-m-arts-organizations-largest-ever-allotment-cultural-development-fund/>, 2018-8-20。^㉔Culture 2030 Goal campaign (2019), Culture in the Implementation of the 2030 Agenda。^㉕The People’s Cultural Plan, “How to Address the Shortcomings of New York City’s Official Cultural Plan”, *Hyperallergic*, Sep. 21, 2017. <https://hyperallergic.com/401477/he-peoples-cultural-plan-responds-createnyc/>, 2018-8-20。

Development Strategy of Cultural and Creative Industries in International Metropolises —A Case Study of New York City

Yi Na

Abstract: International metropolises all over the world face similar situations in the process of coordinated development with cultural and creative industries. This article takes New York as an example. It mainly benchmarks Beijing and other megalopolis in China. It analyzes the support of culture and art from the government level. The development of cultural and creative industries has benefited both the economic and social aspects of the international metropolis. However, issues such as high housing prices, high living costs, uneven subsidies, and cultural diversity are also a common problem in the process of developing international cultural and creative industries. In recent years, the City of New York has launched several reports at various levels, and in 2017 issued the “Create NYC” cultural development plan, trying to alleviate the above contradictions. Although the measures in New York City are not perfect samples that can be copied directly, they provide our city cultural management with positive and negative tips in terms of cultural diversity and cultural services.

Key Words: International Metropolis; New York; Cultural Creative Industries; cultural planning; culture and arts

[责任编辑/李 齐]

(上接第66页)

An Ethnographic Writing of Live Streaming —Anthropology of Cultural Transformation based on Information Transfer from WeChat to Kuaishou

Zhao Xudong

Abstract: In a new age supported by internet, anthropology has encountered an ethnographical writing of the live streaming, which is seen as a new development of cultural transformation of information transferring from WeChat to Kuaishou. This kind of ethnographical writing is based on an expression and structuration of live streaming culture of the era of popular screen swiping. It predicts a new turn from WeChat ethnography to Kuaishou ethnography, which is meant transferring from graphic information transmission to real time and dynamic image information dissemination. It is a reflection of ethnography as a collection of representations, which is also meant in some sense a revival of Arthur Schopenhauer’s philosophy of *The World as Will and Representation*. Anthropology in this sense need to rediscover the existence of “virtual verity”. And this kind of new development of ethnographic writing predicted in silent the possibility of social ideals of “being together but different”.

Key words: live streaming; popular screen swiping; ethnography; cultural transformation; being together

[责任编辑/李 齐]