

以创意型文艺家队伍推动深圳文化发展

杜娟

摘要：在当今全球竞争愈发激烈的过程中，文化资源日益成为一个城市建设发展的基础资源。而文艺家队伍则是形成城市文化影响力和凝聚力的关键。目前，深圳文艺家队伍还存在创意型领军人物少、人才梯次结构不合理的短板，尚无法满足建设现代化国际化城市目标的需要，为此文章从培养文艺领军人才、优化人才梯次结构、打造精品工程和品牌活动、充分发挥文联作用等方面，提出了系统的对策措施，为打造一支涵盖各个艺术门类、呈梯度推进态势、有较强实力的创意型文艺家队伍提供了切实可行的路径参考。

关键词：文化影响力；文艺家队伍；文艺领军人物；特色文艺品牌；文联作用

中国分类号：G127 **文献标识码：**A **文章编号：**1673-5706（2019）03-0122-03

文化是城市发展的根脉和灵魂，决定着城市的命运和未来。在当今全球竞争愈发激烈的过程中，文化作为一个关键要素，已渗透到经济社会发展的全过程和各领域。文化资源也日益成为一个城市建设发展的基础资源。而作为文化专业人才的文艺家，在深圳文化建设发展过程中必然担当着主力军和先锋队的重要责任。因此，打造一支高素质、高品位、有重大影响力的创意型文艺家队伍，充分发挥文艺家在深圳文化强市战略中的主力军作用，对于深圳特区城市文化影响力和凝聚力的形成，对于深圳文化建设的个性、品位和可持续发展力，都起着决定性和关键性的作用。

一、文艺家队伍已成为推动深圳文化建设的主力军

“十一五”期间，深圳艺术家创作的文艺作品共获得国家级奖项1475项，国际级奖项516项，其中歌曲《春天的故事》《走进新时代》《走向复兴》

《迎风飘扬的旗》等唱遍大江南北，为扩大深圳的文化影响力和知名度起到了十分突出的作用。据统计，深圳市文艺家队伍现有17个团体会员，市属文艺协会和团体12个，镇级文联23个，镇级以上文艺协会（含团体）200多个。文艺家协会会有作协、剧协、曲协、音协、美协、摄协、书协、舞协、杂协、评协、民协、影视协，全市有国家级会员657人、省级会员2159人、市级会员5837人。以这些会员为基础，形成了深圳文艺家队伍的骨干人才。这些作为文化专业人才的文艺家，近年来在深圳文化建设过程中发挥着主力军的作用，不断创作出一批享誉国内的优秀文艺作品。目前，深圳的文艺家队伍主要有以下特点：

（一）基础扎实，门类齐全，各类文艺人才、优秀作品不断涌现。陆续产生了一批创作实力较强、社会影响较大的文艺家，产生了一批有思想、有影响的作品，不少作品获得了国家、省、市等各类文

艺奖项：深圳青年钢琴家张昊辰获第13届范·克莱本国际钢琴比赛第一名，成为该赛事设立以来首位夺冠的中国人；深圳音协合唱团获第二届海峡两岸合唱节比赛金奖第一名，等等。成功举办“中国音乐金钟奖流行音乐大赛”，在打造中国流行音乐大本营工作上取得积极进展。《走路上学》《天地民心》《命运》等一批影视剧在艺术价值和社会影响上都取得较好的效果。

（二）文艺家创新意识和市场观念较强。深圳作为市场经济较为发达的经济特区，一直以来高度重视发挥市场机制作用，支持社会力量介入精品文艺创作，使深圳文艺拥有不竭的创作源泉。同时，加强与美国、加拿大、欧洲等地区文化产业的联系，特别是密切与港澳台地区文艺界的沟通和交流，开阔文艺创造视野。建立与北京、上海等城市文艺界的互访机制，促使深圳文艺创作者与兄弟省市的文艺交流活动变得日益频密，为文艺家创作提供了广阔的视角和宽松的氛围。

二、文艺家队伍的现状尚无法满足深圳建设现代化国际化城市目标的需要

（一）缺创意型的领军人物，少艺术价值高、影响力大的精品力作。目前，深圳文艺家虽然在不同艺术门类、不同的创作领域创作了一批有影响的作品，涌现了一批文艺人才，显示了深圳文艺家队伍的一定实力，但是，与深圳经济特区的发展速度、目前的城市规模地位相比，与文化强市战略的要求相比，深圳文艺家无论队伍的规模还是作品的数量和质量，文艺家的素质、品位和影响力，都还有待提高。具体说来，文学、美术、书法、绘画、摄影、音乐、舞蹈、戏剧、影视等各个领域，仍然缺乏在全省、全国有重大影响的名家大师和精品力作。在城市文化的影响力方面，文艺家所表现出的创意能力和主力军作用仍然不够理想。

（二）队伍结构有待调整优化。文艺家队伍要实现可持续发展，必须加强队伍结构的调整、优化。没有文艺家队伍的可持续发展，就没有文化影响力的可持续发展，文化强市建设也就不能可持续发展。目前，深圳文艺家队伍以老年、中年为主，创作实力和影响力，仍以60后为主，70后只有少数拔尖人才，文艺家队伍尚未形成明显的合理的梯次结构态势。

三、努力打造一支生态合理、实力强劲、可持续发展、有重大影响力的创意型文艺家队伍

（一）重视培育创意型文艺领军人才，注重扶持地方文化新人。文化名人、文艺拔尖人才是文艺队伍的领军人物和核心骨干，是深圳文化建设的标杆，是城市对外宣传交流的亮丽名片。领军人才、名家名人的培养不是一朝一夕的事情，需要长期的扶持和培养。虽然深圳文艺家队伍在实力和结构上有明显的缺陷，但同时也具备发展和培养的基础。要坚持以人为本，进一步把文艺人才培养和文艺队伍建设作为文联和协会的基础工作来抓。要确立“人才是第一资源”的理念，营造尊重、关心、帮助文艺人才的良好社会环境。要创新机制，加大财政对文艺人才培养的投入，尤其要大力培养文艺领军人才，对已有一定影响、有潜力的作家、艺术家，要在学习采风、宣传推介、召开作品讨论会、文艺交流等各方面给予重点扶持，充分运用各级政府奖励激励文艺领军人才。多管齐下，逐步打造在全省乃至全国有影响的名家、大师，努力培养、造就一支能充分胜任深圳文化建设主力军作用的德艺双馨的文艺家队伍。

（二）建立人才成长档案，优化、完善文艺家队伍的梯次结构。文艺家队伍要可持续发展，必须有科学、合理的梯次结构，否则就会断层、断代，后继乏人。要从年龄、实力（潜力）方面入手，着力调整优化文艺家队伍结构，形成一支老中青优势互补的文艺力量。主要包括三个梯次。

第一梯次：作品高质、高产，获得过国家级的奖项，在全国有较大影响和较大名气，能成为深圳文化影响力的一部分。这一梯次的文艺家是深圳的文化名片、领军人物，具有较强的影响力，如姚峰、邓一光等，但目前较少，还需要进一步加大培养力度，不断充实第一梯次结构。第二梯次：在省、市已经具备一定影响，有强劲的发展势头和发展潜力，是第一梯次的培养对象和后备力量。这一梯次的文艺家相对第一梯次而言，人数较多。充实第二梯次，使更多的实力人才、潜力人才得以健康发展，脱颖而出。第三梯次：创作、发表过一定数量和质量的作品，表现出一定潜力和发展态势的文艺人才。这一部分人是深圳文化建设重要的后备资源，

同样需要关心、鼓励和扶持，要为他们搭建不同的成长平台，使其尽快融入第二梯次。

同时，要对全市文艺家的创作情况和创作状态进行系统的调查、盘点，为其建立详备的专业成长档案，准确定位其层次、梯次，跟踪、关注他们的成长轨迹，引领、促进其健康发展。要不断为不同梯次的文艺家搭建各种发展平台，通过举办作品展和创作研讨会、文艺家读书班、笔会等活动，努力造就一批拔尖的文化艺术人才，形成门类均衡、素质精良、各类优秀人才不断涌现的文艺人才格局。此外，也要注意发现那些有创作天赋和创作潜力的文艺人才。

（三）着力打造精品工程和品牌活动。文化品牌是一个城市文化发展水平和城市文化影响力的重要标志，文化品牌包括文化精品作品和文化品牌活动。打造特色文艺品牌，对于扩大和提升深圳文化的影响力和辐射力，实施文化强市战略具有重要的意义。近几年来，深圳虽然产生了一批优秀作品，但是具有全国重大影响、代表深圳形象具备深圳元素的原创新优秀作品不多；关注普通百姓生活、引起广泛共鸣的作品不多；富于时代气息、充满艺术魅力的典型形象不多；立足文艺前沿、引导发展潮流的艺术创新不多。因此，要大力实施精品带动战略，推动艺术家多出精品力作，带动普遍繁荣，不断提高深圳文化产品的影响力、竞争力和辐射力。

一是着力打造精品力作。艺术家影响力最终体现在作品上，必须树立精品意识，倡导创新精神，努力推出一批体现时代精神、深圳特色，符合人民群众多元、多变、多样精神文化需要和审美需求的优秀作品。通过精心打磨一批重点文学作品，积极探索“深圳作家群”的谋划与培养。精心筹备各类艺术赛事和艺术活动，着力培养深圳自己的名剧作家、名书画家、名摄影家、名编导、名演员等，形成人物品牌；着手发展、组建影视剧、音乐、动漫等文艺门类，力争多出作品，出好作品，逐步在全国产生影响。

二是着力完善多出优秀作品工作机制。尊重文化规律，发扬艺术民主和学术民主，大力营造良好的创作生产环境。充分利用好文化基金的平台作用，对重点作品的创作生产给予资助，每年重点策划、扶持一定数量作品的创作生产，集中精力、精心打磨，

力争成为体现深圳文化建设成就的代表性作品。

三是积极创新文化活动品牌。创意新、起点高、影响大的品牌性文化、节庆会展平台，是繁荣文艺创作的重要载体。充分利用深圳的优势，有重点地创办和承办全国性甚至是国际性的重大文化活动，聚集国内外的艺术大师和优秀文艺人才，多出精品力作。

（四）注重发挥文联作为深圳最大“创意联合体”的功能。随着深圳经济社会的发展和市场经济机制的不断完善，文联除了承担党和政府联系文艺家的桥梁和纽带作用之外，还应承担组织引导文艺家联系社会、走向市场的桥梁和纽带作用。因此，要注重发挥文联作为深圳最大“创意联合体”的功能，不断创新工作机制，更好地服务深圳文化建设大局。

就文艺创作而言，一个人或者一群人，一幅画，一本书，一出戏，都可以影响一个城市，可以成为城市的文化标志、文化符号和文化品牌。因此，文艺家队伍的实力和创意能力是影响城市文化软实力的重要因素，建设一支涵盖各个艺术门类、呈梯度推进态势、有较强实力的创意型文艺家队伍，必然蕴蓄着蓬勃强劲的文化表现力，必然会不断创造新的文化形式，催生新的文化业态，实现文化题材、品种、风格和载体的丰富化、多样化，必将使深圳文化更具有吸引力和感召力，从而为深圳实现现代化国际化城市的宏伟目标打下坚实的基础。

参考文献：

- [1] 安浩. 铸造国家、城市和地区的品牌：竞争优势识别系统 [M]. 葛岩等，译. 上海：上海交通大学出版社，2010.
- [2] 丹尼. 城市品牌：理论与案例 [M]. 沈涵等，译. 大连：东北财经大学出版社，2014.
- [3] 欧阳有权，杜鹃. 我国文化品牌发展现状、问题及对策 [J]. 黑龙江社会科学，2009，（5）.

作者：杜娟，深圳市文联协会工作部干部，深圳市杂技家协会秘书长，国家二级演员

责任编辑：周修琦