

民间音乐 与 文化创意产业

臧艺兵 张雪程◎著



长江出版传媒 崇文书局

民间音乐 与 文化创意产业

臧艺兵 张雪程◎著

图书在版编目(CIP)数据

民间音乐与文化创意产业 / 臧艺兵, 张雪程著. —武汉: 崇文书局, 2015. 12

ISBN 978-7-5403-4054-4

I. ①民… II. ①臧… ②张… III. ①民间音乐—文化产业—产业发展—研究—

中国 IV. ①J607.2②G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 241178 号

民间音乐与文化创意产业

作 者: 臧艺兵 张雪程

责任编辑: 程可嘉

出版发行: 崇文书局

地 址: 湖北省武汉市雄楚大街 268 号 C 座 11 层

邮政编码: 430070

印 制: 武汉中科兴业印务有限公司

开 本: 720 毫米×1000 毫米 1/16

印 张: 13 插 页: 4

版 次: 2015 年 12 月第 1 版

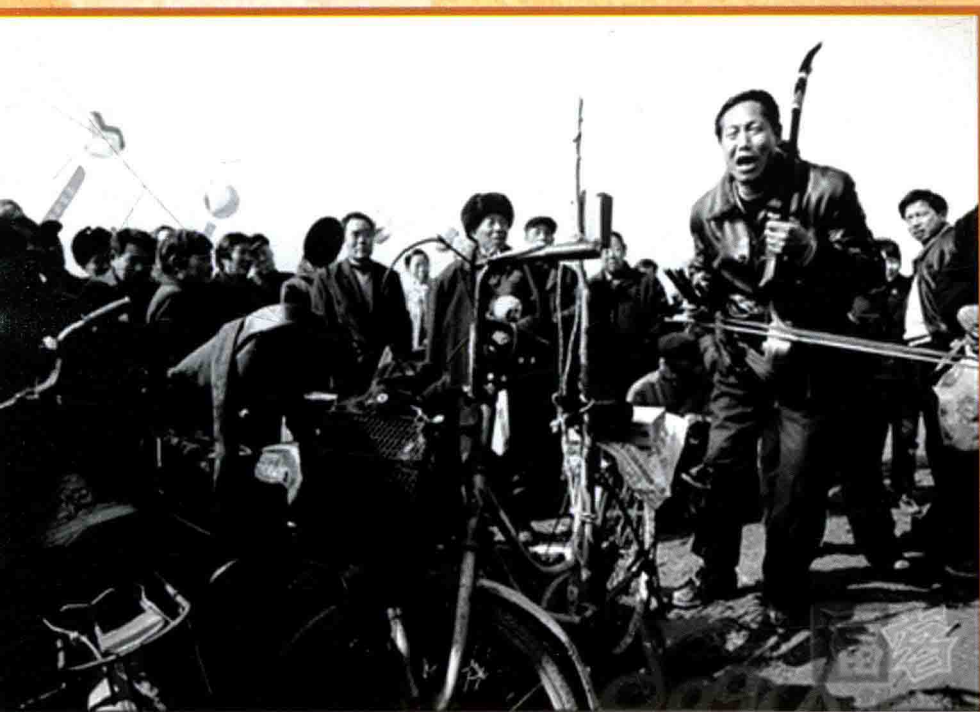
印 次: 2015 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

本书若有印装质量问题, 请与承印厂联系调换

本作品之出版权(含电子版权)、发行权、改编权、翻译权等著作权以及本作品装帧设计的著作权均受我国著作权法及有关国际版权公约保护。任何非经我社许可的仿制、改编、转载、印刷、销售、传播之行为, 我社将追究其法律责任。

法律顾问: 吴建宝律师工作室



河南马街书会





山东胡集书会





武汉吉庆街



禅宗少林



长沙花鼓戏班社



刘老根大舞台



畲族旅游表演

o... marque des Villes de la
 me... a augmenté pendant 3.
 et quinze pieds, tellement qe
 Portugaise a Maragon a
 nécessité d'abandonner la

目 录

CONTENTS

导言	1
第一章 文化的民间性与创造性	6
第一节 文化是可以定义清楚的	6
第二节 自我放逐的民间性文化	10
一、民为邦本：民本思想与民间性	10
二、众说纷纭：“民间性”的语义学解读	11
三、芸芸众生：“民间性”的社会学阐释	12
四、众口难调：民间文化的去权威性	13
五、民心向背：民间文化的非官方性	14
六、浑然天成：民间文化的质朴	15
七、道法自然：民间文化的自生自灭	15
第三节 民间文化的创造性	17
一、众口一词：民间文化的独立性	17
二、众怒难犯：民间文化的批判性	18
三、自娱自乐：民间文化的原生性	23
四、本乡本土：民间文化的固守性	24
第二章 中国民间音乐的类别与文化活态特性	27
第一节 定义和类别	27

一、街陌谣讴：何谓民间音乐	27
二、吹拉弹唱：中国民间音乐的类别	28
第二节 中国民间音乐的城乡活态	66
一、站什么山上唱什么歌：乡村的民间音乐	67
二、心灵的喧嚣：都市里的民间音乐	87
第三节 中国民间音乐的文化产品特性	102
一、谁是卖艺者：民间音乐文化产品的内涵界定	103
二、生生不息：根植于文化传统的特征	104
三、大象无形：丰富灵活多变的业态形式	104
第三章 民间音乐的社会、经济价值及市场需求	108
第一节 安上治民莫善于乐：民间的音乐政治稳定和社会调节价值	109
第二节 人而不仁如乐何：民间音乐的社会凝聚价值和道德引领价值	114
第三节 数典认祖与乐者乐也：民间音乐的文化认同与社会传播价值	116
第四节 宁舍一顿饭，不舍二人转：民间音乐的生活需求及消费价值	118
第四章 民间音乐与文化产业的主要运营模式	124
第一节 传统城乡礼俗活动中的民间音乐产业模式	125
第二节 现代旅游经济中的民间音乐产业模式	133
第三节 职业商演活动中的民间音乐产业模式	139
第四节 现代媒体中的民间音乐产业模式	155
第五节 非物质文化遗产保护中的民间音乐产业模式	159
第六节 教育与学术资源开发利用中的民间音乐模式	164
结 语	169

参考文献	178
附录一：中华人民共和国非物质文化遗产法	190
附录二：首批国家级非物质文化遗产名录（音乐类）	198

导 言

在人类漫长的历史上，以某种文化技艺为谋生手段，由来已久。如果将在谋生过程中融入的文化艺术因素，也看作是文化创意产业的话，那么可以说，文化创意产业，并非时髦的事物，而是历久弥新的。

今天看来，文化创意产业的最大魅力，在于它企图引导人们在审美的层面从事经济活动。文化创意产业把日常的、平淡的、机械的、呆板的、枯燥的甚至是对抗性的社会经济活动注入美学、情感和游戏的元素，努力使生产、生活和艺术一体化、大众化，从而使人类生活更加人性化、自由化，使人类生活得更加智慧，更加美满。

文化创意产业在很大程度上唤起人类构建理想化生存方式的希望。

但同时，另一个侧面则让人深深忧虑：产业化介入纯粹文化领域所带来的重商主义和工业化思维，虽然能够给文化在形式和规模上带来所谓的繁荣，却极有可能给文化带来负面因素。这是我们所必须高度警觉的。

人类的精神文化是高度灵魂化的产物，是人为求得精神安适和幸福而衍生出的东西，不是游离于精神之外的，它不是外界力量强制附加的东西。各种事情合理化的最高境界就是艺术化。本书所倡导的是，文化创意产业适度地建设我们的艺术化生活，期望产业文化化。

事实上，在民间音乐的语境下来讨论文化创意产业是个很有挑战性也很有张力的命题。

民间音乐通常被看作一种“落后”的农耕文明的产物，那么，如何将它与时尚的文化创意产业联系到一起呢？工业化、城市化所要改造的不正是效率低下的农耕文明吗？进化论者会说，历史怎能倒退呢？整个工业文明时代，充斥着发展、进步、文明、科学、创造等堂皇语言，似乎要让地球倍速旋转，大自然固有的运行节律被打乱。人类的狂躁破坏了地球的沉静，甚至企图破坏宇宙的沉静。那些不亲近艺术、没有宗教信仰、丧失人

性的伪科学主义者，常常用半真半假的所谓科学真理，绑架政治家、边缘哲学家，以“带给人们实惠”的技术发明，诱导公众奢侈消费，糟蹋能源，使人类永远无法在没有任何骚扰的环境中平静自然地生存。

尽管农耕社会的生产力发展水平不高，但是，农耕文明却可能是生活、生产与艺术融合程度较高的一种人类生活方式。农耕文明体现出人与自然的平衡关系，相比今日对自然资源肆意掠夺和巨大浪费的现代工业文明，它所带给人类的群体的生存风险可能更多。我们所获得的福祉是增加了还是减少了，与所遭遇的困境相比又该如何评判，站在哲学智慧的层面看，仍是一个巨大的问号！在人类文明中，美、艺术和游戏要素，并非只是奢华和富有者专属，有时候正好相反，美、艺术和游戏更贴近人的本性，更能体现宇宙的秩序，更充分表达自然原道。自由自在富有诗意的民间艺术，在很大程度上就是创意生活的本身。

民族音乐学（Ethnomusicology）特有的音乐学和人类学交叉的学科背景，使我们能够从人类学的统领角度来审视艺术与经济的关系，也如弗朗兹·博厄斯（Franz Boas）所说：“人类学知识使我们在面对现代文明所面临的问题时有更大的自由”，“清楚地认识人类学原理有助于理解我们这个时代的进程，而且如果我们准备听取教诲，人类学能够指导我们应当做什么和应当避免什么。”^①

本书并非企图告诉人们如何具体有效地把民间音乐转化成文化创意产业产品，因为，这种转化过程中所必需的创造力和想象力，永远无法被学习模仿。创造性的活动向来有个悖论：一方面要依赖现有知识，另一方面又要背叛现有知识的构成逻辑。本书的价值取向是：第一，揭示民间音乐的文化属性、社会属性和经济属性；第二，列举一些案例，看看民间音乐是如何镶嵌渗透在社会生活中的，以及如何存活在民间、如何呈现它的价值；第三，通过对民间音乐价值的具体分析，讨论民间音乐的社会供求关系；第四，围绕民间、音乐、经济、创意等关键概念展开思考。实际上，这些思考涉及政治、经济、文化的完整论域所关注的各种问题，希望能引

^①[美] 弗朗兹·博厄斯著，刘莎等译，人类学与现代生活 [M]，北京：北京华夏出版社，1999：1-3

起读者的兴趣。坦率地说,本书的某些经济学观念,可能受到阿玛蒂亚·森(Amartya Sen)《以自由看待发展》和布伦诺·S·弗雷(Bruno S. Frey)、阿洛伊斯·斯塔特勒(Alois Stutzer)《幸福与经济学:经济和制度对人类福祉的影响》等观点的某些影响,但是,作为人类学背景的学者,我们的研究方法主要是经济现象描述。

本书的民间音乐要素,提供了我们讨论民间性的空间。民间的原生性,随心随性的创造是民间文化的精粹所在,民间性同时也体现了纯粹的自由主义精神,这本来是一个政治的话题,但是与音乐结合之后则变成了一个深层的文化问题,其与文化创意产业的结合又融进了经济的问题。这一切都说明了,文化创意产业——这个当今全世界广泛瞩目的新兴产业,所体现的绝不仅仅只是一个经济概念或文化概念,而是一种国家综合实力的产业表达。

创意产业,永远离不开创意。改革开放时期我们热衷于宣传中国的四大发明,而现在我们羞于去说四大发明。这四大发明给现代中国人的压力太大了,我们不得不承认,现代的中国缺乏创造性。可中国为什么缺乏创造性?笔者思考认为:第一,国民内心深处的人格可能从儿童时期就缺乏安全感,很大的因素,可能来源于儿童抚养的传统习惯。从儿童幼年起,存在于潜意识中的“乖乖”“听话”“恫吓”“养成好习惯的良好愿望”“最好不越雷池半步”“功利指向”的教育理念无形中不停地剥夺儿童天性自由的、好奇的、探索的心态,导致了确保平安为上的从众心理。但是,当人们获得一定的安全保障之后,又多生出负面的拓展创造性,要么是精神变异,要么是报复性地挑战社会规则,甚至以破坏社会规则为乐事为个人能力的证明,造成社会关系、社会秩序的紧张度加剧。在社会管理层面,则表现出上有政策,下有对策的创造性博弈。第二,缺乏学理的系统思辨逻辑,对整个社会形而上的概念体系认知混乱,天道认知与世道认知混淆,政治规则与宗教规则混淆,人性价值与党性价值混淆,公众未达成对公共知识概念的常识与理性共识,导致基本逻辑推理思维难以形成。第三,缺乏对宇宙世界结构的整体性认知,缺乏对形而上与形而下知识的应有定位;在普世价值面前,公共知识体系与利益诡辩理由混淆。第四,由于权力对知识领域的介入,导致森林法则成为潜规则,造成某种权利与知

识的反推理——权力等于知识，权力越大知识越正确，导致公众无法对普世常识性知识形成正确的价值信念。盲人摸象，本末倒置，知识无序，将信将疑，偏见盛行，重复传播，无法创造。

2005年，华中师范大学申报国家“科技部十一五文化产业规划起草”课题，作者之一作为课题组成员，第一次接触到文化产业。当时课题组在查阅了世界各国文化产业发展状况后，五味杂陈：当我们国家还在大量出口珍贵的自然资源的时候，西方国家正在用知识发明制造的工业品换取、甚至囤积我们的不可再生的能源资源。

当我们国家正在为汽车制造厂的大规模兴建，钢产量、煤炭产量又创新高，工业品出口贸易额的大幅度增长而兴奋不已的时候，西方发达国家却在悄悄地改变经济发展模式，把一些他们淘汰或准备淘汰的产业技术、设备输送到第三世界国家。

当我们用人工劳作的时候，他们开始发明机器；当我们用机器的时候，他们用低能耗的电脑控制智能机器；当我们用低能耗智能机器的时候，他们就用零能耗，用文化、电影、游戏、音乐、舞蹈、戏剧等各种现代或传统的方式，来迎合满足社会的文化需求，并同时获得经济利益，这就是所谓的文化产业。

而当人们懂得利用祖宗的文化遗产挖谋取财富的时候，他们又捣鼓出了另一种新的东西——能够引导人们的精神取向，左右人们的文化趣味，让人痴迷，又神不知鬼不觉地一边娱乐、一边赞叹、一边心甘情愿地把大量的金钱送给对方，还从骨子里产生了对这一文化的依赖心理的赚钱方式，这就是文化创意产业。

如果我们从物竞天择的竞争角度来看待人类社会的发展历史，则会发现不同种族群体的对抗，在不同的历史时期，存在着以下几种不同范式，或者说是不同层面：

第一，武力征服。即通过战争来解决问题，以武力获得他国利益。在奉行强权的世道，没有公理可讲，武力是最终的真理裁决者。这种森林法则，表面上看是优胜劣汰，实际上强者还会被更强者的征服，最终还是要服从相互依赖、相互依存的宇宙法则。

第二，政治征服。当人类经过漫长的武力争斗的历史，逐渐体会到相

互残杀并不能得到自己想要的东西，相反却摧毁了斗争双方共同珍爱的东西，于是，通过屈人之兵，通过壮大国家实力，通过国际关系，通过核威胁等政治筹码进行谈判以谋取他国利益，便成为人类新的斗争方式。

第三，经济征服。政治斗争虽然在很大程度上离战争远了一些，但局部战争、恐怖战争却频繁起来，这些依然会导致无法估计的生活破坏。于是，通过各种贸易和金融手段进行贸易战，操纵金融局势进行财富掠夺，成为取代政治斗争更有效的方法。

第四，文化征服。经济贸易战的各种经济规则，是双方必须共同遵守的法则，如果在经济活动和金融活动中采用欺诈或非诚信的态度，也很快便会失去自己的优势。这无疑不符合掠夺的心态。于是，人类又开动脑筋，通过文化产品、文化活动，控制对方的思想情感，动摇对方的价值观，让对方心甘情愿，俯首称臣，心悦诚服地把一切自己想要的东西拱手相送，还对自己心存感激，这就是文化创意经济。

但是，如果我们跳出这种对抗的思维框框，从人类的共同利益出发，从人类的普世价值出发，将人类的政治、经济秩序建立在文化理解、文化沟通、文化认同、文化共同创造的基础上，人类社会也许会不要对抗，减少许多内耗，世界会变得更美好一些。

人类历史上将音乐作为宇宙合理存在综合表达形式的，只有古代希腊和中国先秦。中国人在两千多年前的西周时期提出了以礼乐制度为核心的社会理想，《礼记·乐论》中说，“礼者，天地之序也。乐者，天地之和也”“乐由中出，礼自外出”“礼乐相须以为用”“礼乐刑政，四达而不悖”，把音乐之和与礼法之序并置的社会理想，内求人心和谐，外求社会秩序，把二者完美统一起来。更如今，中国在现代化建设的时代又将建设和谐社会作为一种现代化国家建设纲领提出来，足见“音乐”这个概念，在中国文化中其涵盖远不是艺术范畴，而无疑是一个哲学层面的概念，是中华民族精神信念亘古绵延、不懈追求和谐与秩序的见证。