

中国文化 前沿

索 谦 等 编

2005 北京文艺论坛
ZHONGGUO WENHUA QIANYAN

人民文学出版社

百花齊放
雅俗共賞

ISBN 7-02-005506-0



9 787020 055067 >

ISBN 7-02-005506-0

定价：45.00 元

索 谦 等编



ZHONGGUO WENHUA DIANYAN

中国文化 前沿

——05 北京文艺论坛

人民文学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国文化前沿/索谦等编. - 北京:人民文学出版社,
2006

ISBN 7-02-005506-0

I. 中… II. 索… III. 文化-研究-中国-现代
IV. G12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 070091 号

责任编辑:王 晓

责任校对:王 晓

责任印制:张文芳

中国文化前沿

Zhong Guo Wen Hua Qian Yan

索 谦 等 编

人 民 文 学 出 版 社 出 版

<http://www.rw-cn.com>

北京市朝内大街 166 号 邮编:100705

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店经销

字数 49 千字 开本 720×960 毫米 1/16 印张 12.5

2006 年 7 月北京第 1 版

2006 年 7 月第 1 次印刷

印数:1—2000

ISBN:7-02-005506-0

定价:45.00 元

市 场经济的发展促进了我国文艺的繁荣，这是有目共睹的、不争的事实。市场经济所创造和积累的社会财富，为文艺的发展和繁荣提供了丰厚的物质基础；为文艺产品的社会实现造就了越来越多的有支付能力的消费者；为越来越多的文艺家提供了更加广阔的生产和发展空间。市场机制的作用和市场经济带来的思想观念的开放和多元化，极大地激发了广大文艺家乃至整个文艺生产的活力。

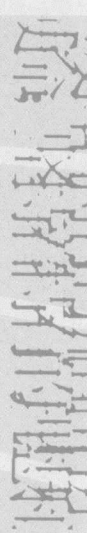
文艺的产生，根源于人类在满足起码的温饱之后产生的精神文化需求。文艺的生存与发展更是取决于人类伴随物质丰富而日益增长的精神文化需求。精神文化追求特别是情感的抒发和交流，是人类区别于动物的重要特征，也是文明社会区别于野蛮社会的重要特征。在人类文明进步的历史长河中，文艺自从脱离原始萌芽状态，伴随生产力的发展



北京文联党组书记、“2005 北京文艺论坛”秘书长索谦 摄影：迟玉杰

和社会分工而形成独立存在的社会形态之后，始终发挥着特有的价值和作用，担负着特有的责任和使命，坚持着特有的理想和追求。

在市场经济环境中，文艺面临新的矛盾和问题更是应当引起我们高度重视和认真对待的事实。显而易见的现象是：文艺领域的泛娱乐化和泛商品化；文艺创作和生产的浮躁和急功近利；文艺审美和教育功能的弱化；文艺作品思想和意义的被解构；复制品淹没了原创品；图像的蒙太奇代替了文本的内在逻辑；感官的刺激和情绪的宣泄代替了心灵的震撼；精彩的小品式的语言掩盖了结构的松散和冲突的不足；发行量、点击率、上座率、收视率似乎可以决定一切。在这纷繁的新文艺现象的背后，隐藏着更为深层次的矛盾：艺术标准与价值标准的矛盾；社会效益与经济效益的矛盾；传统文艺形式与现代市场需求的矛盾；官方评价与市场评价的矛盾；媚俗与审美追求的矛盾；商业炒作与健康文艺评论的矛盾；文艺体制改革



与传统观念的矛盾；公益性文化事业与经营性文化产业的矛盾；为人民服务的大方向与市场只满足有支付能力的需求的矛盾等等。

2005北京文艺论坛的目标是有限的，我们不奢望意见完全一致，不奢望观点完全正确，更不奢望完全回答和解决问题。我们力求正确地提出问题，沿着正确的方向，运用科学的方法，开始对问题的探讨和研究。我们真诚地期待着与会的专家、学者和文艺家们，围绕“市场经济与文艺”这一主题，从各自不同的角度发表真知灼见。我们真诚地希望，由本届文艺论坛为开端，社会各界有识之士能够继续对这一主题开展广泛、深入、持久的研究和讨论。

摘自北京文联党组书记索谦在“2005北京文艺论坛”上的开幕词

目录



总论：市场经济与文艺繁荣 /2

一、新文艺和新视角 /2

- 1、 市场经济下的文化生产 .5
- 2、 消费时代的文艺功能 .7
- 3、 “新新中国”和新文艺 .8
- 4、 文艺商品的符号生产 .11
- 5、 文化的娱乐化倾向 .17

二、当代中国文艺的趋势 /20

- 1、 主流文化、知识分子文化、市场文化 .23
- 2、 本土大众文化的三大态势 .25
- 3、 当代影像消费的三种趋势 .35
- 4、 三种传媒文化形态 .41

三、文化消费的基本状况 /44

- 1、 传统的文化消费范畴不断扩展 .47

- 2、 新兴的文化消费领域飞速成势 .55
- 3、 奢侈型文化消费走向普及 .63

四、各门类文艺的市场境遇 /70

- 1、 关于声乐几种模式 .73
- 2、 文学边缘化问题 .75
- 3、 中国电影发展的几个问题 .77
- 4、 国家歌舞团的成功启示 .81
- 5、 京剧复兴之路 .84
- 6、 电影与市场 .87
- 7、 话剧的市场机遇 .91
- 8、 关于美术市场的一点思考 .95
- 9、 曲艺的市场前景 .98
- 10、 歌曲与时代 .102
- 11、 民间文艺是市场中文艺的根 .106
- 12、 市场与文化传统 .112
- 13、 市场与演艺界的发展 .117

五、市场中的文学 /120

- 1、 青春文学与“新新中国”想像 .123
- 2、 城市时尚与当代文学叙事 .132
- 3、 电视剧与小说的互动 .140
- 4、 大众文学的多样姿态 .146
- 5、 市场中文艺创作的三个特点 .149
- 6、 “超女”现象分析 .151
- 7、 利益博弈格局中的平民文学 .158

六、发展文艺的对策 /162

- 1、 对我国文化发展策略的几点建议 .165
- 2、 文艺创作心态应该调整 .167
- 3、 开启文艺的全球化视野 .170
- 4、 市场经济中的文艺理想 .176
- 5、 市场功能和文学的作为 .179
- 6、 关于院团改革的一些想法 .181

百花齋
陳出石

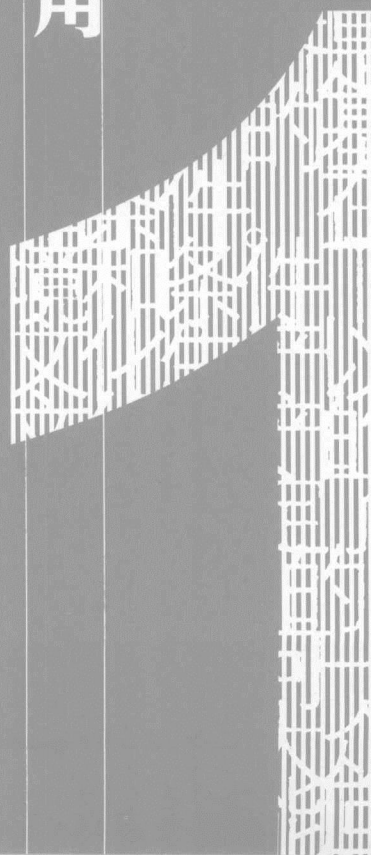
新文艺日所见有

ZHONGGUO WENHUA QIANYAN

中国文艺史

新文艺和新视角

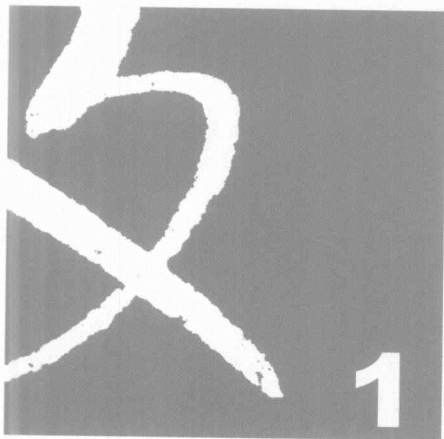
环境环大众诉文属会生群当生值的在成批是这在整
本个大大大本一产品文化对样当生值的在成批是这在整
基文的从根了这商种文避是文余表我市场必准利向。弥尔曼的
主下的人分了一可司目个创





一年一度的大山子艺术节，吸引了不少艺术家和市民。摄影：傅建勇

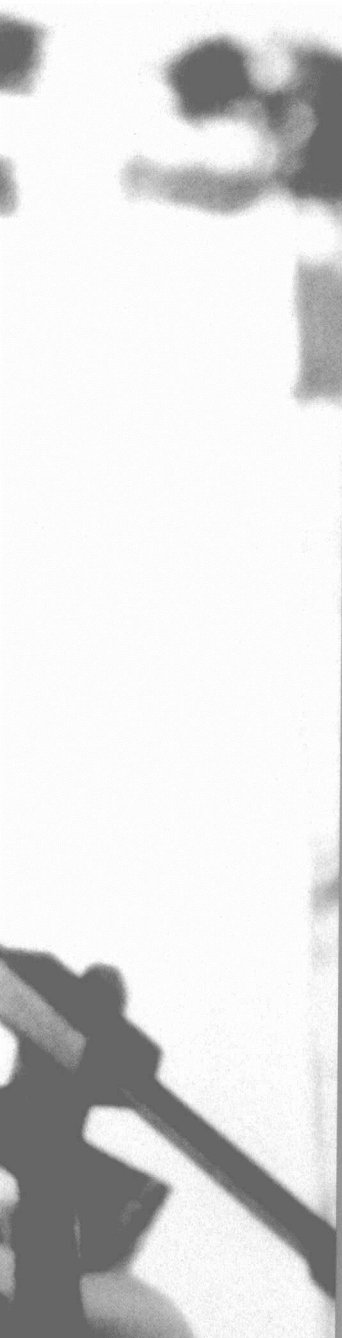
市场经济下的文化生产



市场经济是大众文化生产的基本环境和条件。在这个环境和条件下的大众文化生产以及大众文化生产的根本诉求，决定了这一文化形态的商品属性。任何一种社会制度的大众文化生产都不能回避这样的问题。但是，当下中国大众文化生产在攫取剩余价值的问题上，表现的尤为突出。我们在支持文化市场形成的同时，也必须批判大众



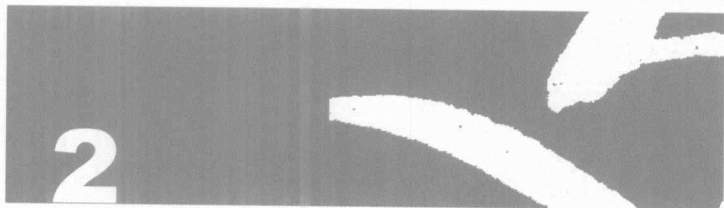
崔建演出现场 摄影: waits



文化惟利是图的价值取向。这一现象不仅弥漫在大众文化生产的整个领域，同时它也对其他文化形态产生了深刻的影响，大众文化之外的文艺形式的生存和发展环境每况愈下；另一方面，“主旋律”文化生产的单一化和教条化，也使这一文化类型的生产流于形式而难以达到预期目标；精英文化日趋边缘化并非是曲高和寡的问题。因此，市场经济条件下的大众文化生产已经成为一个值得深入探讨的问题。

摘自沈阳师范大学教授孟繁华在“2005 北京文艺论坛”上的发言

消费时代的文艺功能

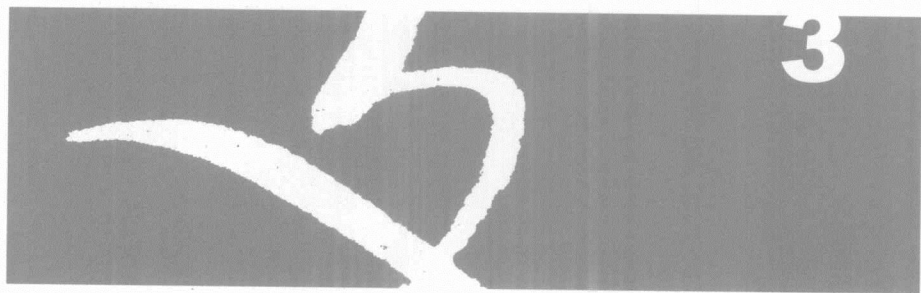


商品经济迅速转化为更具有后工业化社会特征的“消费社会”，消费社会中的文艺的审美构成发生变化，这使文艺的社会功能发生深刻的变化。文艺的社会功能与文艺的审

美构成是一个动态关系，只有在这一动态结构中来理解当代文艺功能的演变才能抓住实质。在消费社会中，文艺不再行使民族国家斗争的武器功能，而是转向于适应消费社会的审美原则，建构更为精细的审美感知方式，建立社会消费的想象关系，促使社会完成感性的大解放。感性的解放并不一定要从负面来理解，它很有可能是自现代以来就展开的历史行程，只是在后工业化/后现代社会达到高峰。消费社会中的文艺功能不只是适应了这样的历史潮流，它理应成为（实际也正在成为）推动这股历史潮流的强劲动力。

摘自北京大学教授陈晓明在“2005 北京文艺论坛”上的发言

“新新中国”和新文艺



从 1995 年到 2005 年的 10 年其实是中国文学和文化深刻变化的时期。

中国 文化 前沿