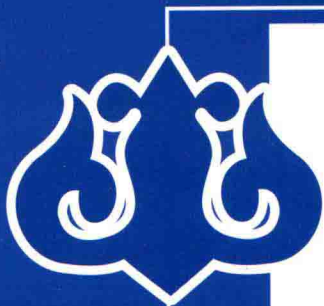


国家社科基金课题青年项目 (12CJL033)



推动文化产业成为
西部民族地区支柱性产业研究

尹宏祯 / 编著

Tuidong Wenhua Chanye Chengwei
Xibu Minzu Diqu Zhizhuxing Chanye Yanjiu



西南财经大学出版社

国家社科基金课题青年项目（12CJL033）



西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

推动文化产业成为西部民族地区支柱性产业研究/尹宏祯编著. —成都:西南财经大学出版社,2017. 4

ISBN 978 - 7 - 5504 - 2923 - 9

I. ①推… II. ①尹… III. ①民族地区—文化产业—支柱产业—产业发展—研究—中国 IV. ①G127

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 074753 号

推动文化产业成为西部民族地区支柱性产业研究

尹宏祯 编著

责任编辑:高玲

责任校对:田园

封面设计:墨创文化

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www. bookcj. com
电子邮件	bookcj@ foxmail. com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	成都时时印务有限责任公司
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	10. 25
字 数	215 千字
版 次	2017 年 4 月第 1 版
印 次	2017 年 4 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 2923 - 9
定 价	58. 00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

引 言

“师者，传道，授业，解惑也”。笔者从未拥有过什么，也没有可以给予的。正如本课题“推动文化产业成为西部民族地区支柱性产业”的研究一样，课题组把所见、所闻、所想、所知记录下来，展示西部民族地区文化产业的基本规律。这个规律不是我们所拥有的，所以在研究的过程中我们尽可能地减少可以给予的部分，以保持研究的客观性。

文化产业是一个特殊的产业。它的研究涵盖了经济学、哲学、社会学、政治学、人类学、管理学等学科的知识。课题组尽可能地利用简洁而概括的语言阐述其发展规律和思路。而本选题的研究对象是西部民族地区，更增加了研究的复杂性。数据的收集是本研究的难点，因此课题组在研究过程中采用案例法、调查问卷法和归纳法进行论证，以增加观点的说服力。

首先，西部民族地区的地理特征、人文风情、生活方式等构成独特的文化系统，从而衍生出独特的民族文化产业。本研究的价值在于通过考察调研、分析具有代表性的西部民族地区文化产业发展的现状，研究西部民族地区文化产业的文化角度和产业角度的独特个性，从而为西部民族地区文化产业的发展提供理论依据。

其次，西部民族地区文化产业从整体上讲还处于起步阶段。具体而言，它不是简单的一系列行业所组成的产业，而是由某几类单纯的行业交织组成的文化产业系统，即西部民族地区文化产业是集生态资源、人文风貌、表演艺术、饮食习惯、服饰艺术等为一体的产业形态。它具有抗经济周期性、难复制性、垄断性等特征。对这个特征的研究非常有价值。它是西部民族地区实现跨越式发展的有效切入点。

再次，当前文化产业的发展的成功模式体现在载体的规模化生产上。这是大众文化产业化的必经之路，也是文化产品网络化特征所决定的，是各类文化产业成功发展所必备的共同特征，也恰是西部民族地区文化产业发展的短板。在西部民族地区文化产业特殊的形态中注入现代化市场元素，在保持原生态的前提下扩大其规模，是西部民族地区文化产业发展的有效路径。围绕这个路径进行相应的制度规范设计可以推动文化产业成为西部民族地区支柱性产业。这是本课题的研究逻辑。

最后，通过研究，课题组发现文化产业先期投入风险较大，因此单纯地通过市场机制推动文化产业的发展是不可行的。各种机构组织在前期的文化产业投入

决定了文化产业的可持续性发展。西部民族地区文化产业也具有这样的特征。因此，在路径选择和制度设计过程中，前期的培育和孵化制度设计尤为重要。基于此，西部民族地区文化产业的发展要把市场机制完善、培育孵化扶持、政府方向引导有机结合起来，才能形成经济效益和社会效益相统一的特色民族文化产业。

总之，本课题研究是对西部民族地区文化产业相关问题梳理的结果，是方法与内容、理论与应用、理性思维和感性思维统一的结果。由于认知的瓶颈和知识积累有限，书中难免存在疏漏，敬请批评指正！

尹宏祯于国窖苑

2017年1月

目 录

1 绪论	(1)
1.1 国内外相关文献回顾与评述	(1)
1.1.1 文化产业定义的相关研究	(1)
1.1.2 文化产业化的相关研究	(4)
1.1.3 西部民族地区文化产业的相关研究	(6)
1.2 文化产业的理论基础	(9)
1.2.1 文化产业本质论	(9)
1.2.2 创新理论	(11)
1.3 文化产业的分类	(14)
1.3.1 美、英、日的文化产业分类	(14)
1.3.2 我国的文化产业分类	(15)
1.3.3 本课题的研究对象	(16)
1.4 本课题的研究方法	(20)
1.4.1 归纳法	(20)
1.4.2 问卷调查法	(20)
1.4.3 演绎法	(20)
1.4.4 定性和定量分析方法	(20)
1.4.5 交叉学科的研究方法	(20)
1.5 本课题的基本观点、成果价值与创新点	(20)
1.5.1 基本观点	(20)
1.5.2 成果价值和创新点	(21)
2 西部民族地区文化产业发展机制	(24)
2.1 西部民族地区文化产业发展理念	(24)
2.1.1 我国文化产业发展理念的变迁	(24)
2.1.2 国内外的文化产业发展理念	(26)
2.1.3 西部民族地区文化产业发展理念	(27)
2.2 西部民族地区文化产业成为支柱性产业的前提——创新	(29)

2.2.1	创新的本质	(29)
2.2.2	创新与文化产业的形成	(30)
2.2.3	创新促进西部民族地区文化产业发展的路径	(32)
2.3	西部民族地区文化产业的发展机制	(32)
2.3.1	文化产业发展需要具备多种要素	(33)
2.3.2	文化产业发展需要健全完善的市场	(34)
2.3.3	文化产业发展的外部环境	(36)
3	国外文化产业发展模式借鉴	(38)
3.1	美国文化产业市场培育的经验借鉴	(38)
3.1.1	美国高雅文化产业培育——美国乔治亚州的问卷 调查	(38)
3.1.2	美国文化产业培育的启示	(41)
3.2	日本政府主导式文化产业发展模式借鉴	(45)
3.2.1	日本文化产业发展情况	(45)
3.2.2	日本文化产业发展模式的启示	(47)
3.3	欧盟文化产业推动城镇化的发展经验	(50)
3.3.1	欧洲文化小镇的发展模式	(50)
3.3.2	欧洲文化小镇建设的启示	(52)
4	国内文化产业发展模式借鉴——北京模式	(54)
4.1	北京市文化产业发展的情况	(54)
4.1.1	文化创意产业成为北京经济增长的支柱产业	(54)
4.1.2	文化产业产业链逐步优化	(55)
4.1.3	政府助力北京文化创意产业发展	(55)
4.1.4	文化创意产业集聚区迅速增加	(56)
4.2	北京市文化创意产业发展的模式	(56)
4.2.1	集聚发展模式	(56)
4.2.2	政府带动下的多元化投融资模式	(57)
4.2.3	以龙头企业为领头羊的带动发展模式	(58)
4.2.4	公共服务平台支撑发展模式	(58)
4.2.5	利用文化品牌建立城市名片	(58)
5	西部民族地区培育文化产业成为支柱性产业的现状特征	(60)
5.1	西部民族地区文化产业的发展现状	(60)
5.1.1	公共文化服务体系建设	(60)
5.1.2	艺术创作演出	(62)

5.1.3	文物遗产保护	(63)
5.1.4	分产业企业经营	(63)
5.1.5	固定资产投资	(65)
5.1.6	地方财政支出	(66)
5.1.7	娱乐消费支出	(67)
5.2	西部民族地区文化产业的共性特征	(68)
5.2.1	抗经济周期性	(68)
5.2.2	低碳经济性	(69)
5.2.3	高附加值性	(69)
5.2.4	内容为王	(70)
5.2.5	创新至上	(71)
5.2.6	社会公益性	(71)
5.2.7	供给创造需求性	(72)
5.2.8	高风险特性	(73)
5.2.9	数字化	(73)
5.2.10	个性化	(73)
5.2.11	体验性	(74)
5.2.12	高产业融合性	(74)
5.2.13	全球性	(75)
5.3	西部民族地区文化产业的个性特征	(75)
5.3.1	文化多元性	(75)
5.3.2	文化民族性	(76)
5.3.3	文化开放性	(77)
5.3.4	文化宗教性	(77)
5.3.5	文化原生性	(78)
5.3.6	文化变异性	(78)
5.3.7	文化地域性	(78)
5.3.8	文化活态性	(78)
5.3.9	文化脆弱性	(79)
5.3.10	文化产业非规模化	(79)
5.3.11	文化产业基础差	(80)
5.3.12	文化产业资源密集	(81)
5.3.13	文化产业生活性	(81)
5.3.14	文化外来消费性	(81)

5.3.15	旅游业主导性	(82)
5.3.16	地产驱动性	(82)
5.3.17	文化市场特殊性	(82)
6	西部民族地区文化产业成为支柱性产业的典型发展模式	(84)
6.1	云南省文化产业发展的模式	(84)
6.1.1	大力发展“文化+”，促进产业融合发展	(85)
6.1.2	培育龙头文化企业，形成产业集群	(86)
6.1.3	重视市场主体规范，拓展海外市场渠道	(87)
6.1.4	发展文化事业，兼顾社会效益	(88)
6.2	四川省文化产业发展的模式	(89)
6.2.1	制度创新推动产业发展	(89)
6.2.2	发展特色民族文化品牌	(90)
6.2.3	“核心层”龙头文化企业带动发展	(91)
6.2.4	推动非国有文化企业发展	(91)
6.2.5	加强文化公共服务	(92)
	附：成都市锦江区文化创意产业现状调查	(93)
7	西部民族地区文化产业发展基础分析	(103)
7.1	西部民族地区文化产业发展的优势	(103)
7.1.1	自然文化得天独厚，璀璨夺目	(103)
7.1.2	历史文化底蕴深厚，源远流长	(103)
7.1.3	民俗文化特色鲜明，异彩纷呈	(104)
7.1.4	宗教文化原始神秘，种类繁多	(104)
7.1.5	文化产业园区具有基础，初具规模	(104)
7.2	西部民族地区文化产业发展的劣势	(106)
7.2.1	文化产业发展基础薄弱	(106)
7.2.2	文化资源的开发和保护不匹配	(106)
7.2.3	文化产业化程度不高	(106)
7.2.4	文化人才储备不足，科技基础薄弱	(107)
7.3	西部民族地区文化产业发展的机遇	(107)
7.3.1	有利的宏观经济环境	(107)
7.3.2	积极的产业政策规划	(108)
7.3.3	文化市场的需求日益增加	(108)
7.3.4	信息技术为文化产业创新提供动力	(109)
7.4	西部民族地区文化产业发展的挑战	(110)

7.4.1	文化产业管理体制有待优化·····	(110)
7.4.2	文化产业融资难尚未有效解决·····	(110)
	附：西部民族地区文化产业融资模式调查·····	(111)
7.4.3	文化产业园区楼宇市场条件较差·····	(113)
	附：成都市温江区楼宇经济调查·····	(113)
8	西部民族地区文化产业发展路径一：支持体系建设·····	(123)
8.1	资本市场建设·····	(123)
8.1.1	文化产业资本支持体系的目标设定·····	(123)
8.1.2	文化产业资本支持体系的基本原则·····	(124)
8.1.3	文化产业资本支持体系的内容·····	(124)
8.2	人才建设·····	(126)
8.2.1	文化产业人才支持体系的总体目标·····	(126)
8.2.2	建设文化产业人才支持体系的内容·····	(127)
8.3	文化建设·····	(128)
8.3.1	通过文化建设掌舵文化产业方向·····	(128)
8.3.2	通过文化建设推动文化产业品牌化发展·····	(129)
8.4	配套基础设施建设·····	(130)
8.4.1	选择特色文化为内容建设·····	(130)
8.4.2	推动文化产业园区建设·····	(130)
9	西部民族地区文化产业发展路径二：文化产业化·····	(132)
9.1	产业化过程中西部民族文化保护与开发·····	(132)
9.2	文化产业化·····	(133)
9.2.1	文化产品化·····	(133)
9.2.2	文化产品生产·····	(134)
9.3	市场培育·····	(135)
9.3.1	确立市场培育中的政府引领地位·····	(136)
9.3.2	销售渠道建设·····	(136)
9.3.3	培育新兴文化市场·····	(137)
9.4	文化资源的产品创新开发·····	(138)
9.4.1	区域整合开发·····	(138)
9.4.2	氛围营造开发·····	(139)
9.4.3	多层次开发·····	(139)
10	西部民族地区文化产业成为支柱性产业的制度设计·····	(140)
10.1	明确文化产业发展过程中政府和市场的作用·····	(140)

10.2	解放思想构建供给侧文化产业支持制度	(140)
10.3	完善金融支持制度	(141)
10.3.1	政府引导制度规范化	(141)
10.3.2	资源配置市场体系建设制度化	(142)
10.3.3	文化产业融资体系建设制度化	(143)
10.4	建设文化产业集聚区试点	(143)
10.4.1	建立文化创意产业发展改革实验区	(144)
10.4.2	建立文化创意产业发展引领区	(144)
10.4.3	建立文化创意产业发展集聚区	(144)
10.4.4	建立文化创意产业发展策源地	(144)
10.4.5	建立文化创意版权交易示范基地	(144)
10.4.6	建立文化创意广告园区示范基地	(144)
10.4.7	建立新媒体与文化创意产业融合发展示范基地	(144)
10.5	建立文化产业对外合作交流机制	(145)
10.5.1	推进文化创意产业的开放与合作	(145)
10.5.2	建立文化产业保税区	(145)
10.5.3	建立文化产品交易自由结汇制度	(145)
10.6	建立文化产业人才聚合示范基地	(145)
10.6.1	建立文化人才聚合区	(145)
10.6.2	建立艺术中心人才工作室产权制度	(145)
10.7	完善文化产业发展保障机制	(146)
10.7.1	强化政府扶持, 优化服务环境	(146)
10.7.2	搭建文化产业发展平台, 加大招商引资力度	(146)
10.8	完善文化产业市场机制	(147)
10.8.1	集聚整合核心文化产业的发展要素	(147)
10.8.2	建立灵活有效的临时土地租赁制度	(147)
10.9	建立文化引领生活的产业发展机制	(147)
10.9.1	统筹文化产业空间布局	(147)
10.9.2	引领文化生活模式	(148)
参考文献		(149)
后 记		(153)

1 绪论

“一个高技术的社会必然也是一个高文化的社会，以此来保持整体的平衡”^①。中国自改革开放以来，随着物质财富的日益丰富，文化消费需求日益增强，文化产业已经成为寻找新的经济增长点的重要载体，是社会经济创新的重要来源。西部民族文化是中华民族文化的重要组成部分，具有原生态、历史性、人文性，是文化产业发展的主要内容依据，对西部民族地区跨越式发展具有重要意义。

1.1 国内外相关文献回顾与评述

1.1.1 文化产业定义的相关研究

文化产业作为一种特殊的经济形态和文化形态，不同的国家和不同的学者都有不一样的解释。文化产业作为一个独立的经济范畴，其产生和发展的历史并不长。文化产业这一概念产生于第二次世界大战后对大众文化的批判（Adornor and Horkheimer, 1947; Pierre Bourdieu, 1993）^{②③}。二战后国际学术界对于大众文化的批判是基于1871年爱德华·泰勒对文化的基本定义而展开的。爱德华·泰勒认为，文化包括全部的信念、知识、艺术、道德、法律、风俗，以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体^④。基于泰勒对文化的这一定义，理论界展开了关于文化定义的争议。1947年Adornor和Horkheimer从人的一般生存困境出发，以深层的文化批判精神为动力，对启蒙以来的技术理性主义至上的文化价值观念进行反思与批判。^⑤在对技术理性主义至上的文化价值观念，对资本主义条件下工业文明、科技理性所造成的负面影响进行反思和批判的过程中，他们提出了英文称为Culture Industry的术语。在我国是以“文化产业”来翻译和界定这一术语的。

随着对文化定义争论的逐渐深入，文化产业一词及其理论研究相继展开，到20世纪中期特别是20世纪70年代中期，部分西方经济学学者开始对文化产业进行跨学科、跨领域、跨地区的研究。^⑥但是，在相关研究中，对于文化产业的认

① 阿尔温·托夫勒预言。

② PIERRE BOURDIEU. the Field of Culture Production [M]. Columbia University Press, 1993.

③ ADORNO T, HORKHEIMER M. Dialectic of Enlightenment [M]. Stanford University Press, 2002.

④ 爱德华·泰勒. 原始文化 [M]. 连树声, 译. 上海: 上海文艺出版社, 1992.

⑤ 包桂芹. 启蒙与道德的变奏——霍克海默、阿多诺《启蒙辩证法》的道德界域 [J]. 内蒙古民族大学学报, 2008 (2): 70-74.

⑥ 邓安球. 文化产业发展理论研究——兼论湖南文化产业发展 [D]. 南昌: 江西财经大学, 2009.

识,各国学者并没有形成一致的定义。其中值得一提的是,日本学者日下公人在《新文化产业论》中对文化产业做出的定义:“文化产业是人类在有一定的经济基础后,发生追求生活享受和幸福的经济行为。文化产业的目的是创造一种文化符号,然后销售这种文化和文化符号。”^①这个定义把“文化产业”的界定重点从过去的“文化”层次转向“产业”层次,强调文化的价值化、货币化。从这个时期开始,文化产业发展的理论才正式登上国际经济舞台。

首先,国际上从文化产业本身角度对文化产业的定义大致分为两种类型。一种是从文化的角度来定义文化产业。Lawrence T. B 和 Phillips N 认为,文化产业是从事意义生产和销售的产业。^②美国学者斯科特(Allen J. Scott)认为,文化产业是指基于娱乐、教育、信息等目的的服务产出和基于消费者特殊嗜好、自我肯定和社会展示等目的的人造产品的集合。^③这些定义强调的是文化产业作为一种特殊文化形态的目的,似乎忽视了文化产业作为特殊产业形态的产业特点。另一类对于文化产业的定义则是从产业的角度来界定文化产业。如英国学者贾斯汀·奥康纳(Justin O'Connor)认为,文化产业是指“以经营符号性商品为主的那些活动。这些商品的基本经济价值源于它们的文化价值。”^④该定义将“符号性商品”作为文化产业的产出,扩大了产业范围,将只生产实物产品的产业范围扩大到了包括实物产品生产和“符号性商品”生产的产业范围,使文化产业成为众多经济产业的组成部分。美国学者提摩·坎泰尔(Timo Cantell)认为,文化产业是指“那些使用同类生产和组织模式如工业化的大企业的社会机构。这些机构生产和传播文化产品和文化服务”。^⑤该定义在“生产和组织模式”上把文化产业等同于其他产业,混淆了文化产业与其他产业在生产和组织活动方面的区别。

其次,不同国家从自身社会、各自产业发展情况和产业利益角度,对文化产业给出了不同的定义。如法国将文化产业定义为“传统文化事业中特别具有可大量复制性的产业”;韩国将文化产业界定为“与文化商品的生产、流通、消费有关的产业”;美国是从文化产品具有知识产权的角度来界定文化产业的;日本则强调文化产品的精神属性,认为与文化相关联的产业都属于文化产业。联合国教科文组织对文化产业的定义是:文化产业就是按照工业标准,生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。这是从文化产品的工业化生产、流通、分配、消费的角度界定文化产业的。其认为文化产业只包括可以用工业化方式生产并符合标准化、系列化、生产分工精细化和消费大众化等工业化特征的

① 日下公人. 新文化产业论 [M]. 范作申, 译. 北京: 东方出版社, 1989.

② LAWRENCE T B, PHILLIPS N. Understanding the cultural industries [J]. Journal of Management Inquiry, 2002, 11 (4): 430-441.

③ SCOTT A J. Cultural-Products Industries and Urban Economic Development: Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context [J]. Urban Affairs Review, 2004, 39 (4): 461-490.

④ 林拓, 李惠斌, 薛晓源. 世界文化产业发展前沿报告 IMI [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2004.

⑤ 林拓, 李惠斌, 薛晓源. 世界文化产业发展前沿报告 IMI [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2004.

产品及其相关服务,如书籍报刊等印刷品、电子出版物、视听制品的生产、再生产、存储、分配和消费,也就是只包括具有物质载体的文化产品的生产和消费,而不包括没有物质载体的文化产品如舞台演出、造型艺术的生产制作和服务。这种文化产业界定不利于人们对文化产业本质属性的把握。

各国不仅对文化产业的含义界定不同,就连对文化产业的称谓也各不相同。美国、日本、英国等发达国家对文化产业并不使用“文化产业”这一概念,美国将文化产业称为娱乐产业或版权产业,英国将其称为创意产业,日本、芬兰和欧盟将其称为内容产业,澳大利亚则将其称为文化娱乐业。^①

在国内,人们对于文化产业的定义认识也不一致。有的学者从文化角度定义文化产业。如胡惠林认为,文化产业是一个以精神产品的生产、交换和消费为主要特征的产业系统。^②该定义从文化的角度出发,强调文化产业产品的精神范畴,但忽略了文化产品中具有文化含意的实物产品如文化用品,缩小了文化产业的范围。还有的学者从产业的角度来定义文化产业。如李江帆认为,文化产业是国民经济中生产具有文化特性的服务产品和实物产品的单位的集合体。^③该定义认识到文化产业中的文化产品既包括具有文化特性的服务产品,也包括具有文化含义的实物产品。但是,作为文化产业而言,该定义只强调了文化产品的生产,忽视了构成产业活动的除生产以外的其他环节如文化产品的流通、消费等。艾斐认为,文化产业主要是指按照经济法则和价值规律,采取生产和市场化运作的方式,以赚取利润和发展经济为目的的文化生产与文化消费活动。^④

国内对文化产业定义的争论更多地集中在文化和产业的关系上。有的学者认为,文化产业从本质上讲不属于文化的范畴,而属于经济的范畴。^⑤还有的学者只承认文化产业,否定文化产业化。^⑥另一些学者则从文化产业与文化事业的区分角度来界定文化产业。^⑦这些观点和研究更多地停留在发展层面上,体现了“摸着石头过河”的特色和状态。

从政府角度看,我国政府部门从区分文化产业与文化事业的角度来界定文化产业,将文化产业界定为文化娱乐的集合。如2003年中国文化部将文化产业视为与文化事业相对应的概念,认为文化产业是“从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业”;2004年国家统计局将文化及相关产业界定为“为社会公众提供文化娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合”;新修订的《文化及相关产业分类(2012)》进一步将文化及相关产业界定为“为社会

① 邓安球. 文化产业发展理论研究——兼论湖南文化产业发展 [D]. 南昌: 江西财经大学, 2009.

② 胡惠林. 文化产业发展与国家文化安全——全球化背景下中国文化产业问题思考 [A] // 文化产业的发展和管理. 上海: 学林出版社, 2001: 124.

③ 李江帆. 文化产业: 范围、情景与互动效应 [J]. 经济理论与经济管理, 2003 (4): 26-34.

④ 艾斐. 文化事业与文化产业的辩证关系 [N]. 人民日报, 2004-05-11.

⑤ 李向民, 王晨. 文化产业: 变革中的文化 [M]. 经济科学出版社, 2005.

⑥ 冯骥才. 文化不能产业化和政绩化 [N]. 海南日报, 2011-06-20.

⑦ 辛向阳. 准确把握文化事业与文化产业的辩证关系 [N]. 中国青年报, 2012-01-04.

公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合”。^①

可见,国内外文献大多情况下将文化产业等同于创意产业,有的时候又将文化产业等同于版权产业、知识产业。尽管人们对文化产业的界定和称谓不同,但这些界定和称谓有一个共同点,那就是在定义文化产业时国内外学者都把文化这一无形的、抽象的事物具体化到经济生活的生产环节。

1.1.2 文化产业化的相关研究

文化产业化是指把无形的文化和具体的载体相结合并进行商业化运作实现效益最大化的过程。文化产业化自从文化产业概念出现后一直存在争议。经济学家、人类学家、艺术家、哲学家、社会学家都有相关的论述。其大致分为两类:一类是通过抽象思维从文化分类角度分析产业化相关问题;另一类是从实践经验归纳总结文化产业的相关发展问题。

1. 从大众文化和精英文化角度分析产业化问题

通过抽象思维从大众文化和精英文化角度分析产业化问题,最具代表性的是 Adorno 和 John Frow 的观点。Adorno 反对大众文化,提倡发展精英文化。他指出后现代主义难以转化为大众文化,现代主义文化的可持续性与其在文化产品中的感知和具体化涉及文化转移的问题,即产业化问题。在文化产业化过程中,他并不特别支持大众文化或高雅文化的某一种,强调的是文化转移的问题。他认为,大众文化是从社会学角度反映哲学,而高雅文化是从哲学角度反映社会学,两者并没有明确分工。文化是启蒙运动中的重要元素,通过文化转移即产业化实现。Adorno 1938 年在“*Dialectic of Enlightenment*”中指出了启蒙运动的自我破坏机制:“人类为了摆脱神秘力量的束缚而从自身寻找控制本性和繁殖的办法,本身又回到神秘力量那里去并且被其更绝对地控制。”他指出了文化产业化固化某种文化或思想,是产业化面临的问题,也是当前国内学者诟病文化产业的主要原因。而资本主义社会主义市场经济恰恰提供了启蒙的自我破坏机制,因为资本主义生产不是满足人类需求而是为了利润,目的是交换而不是使用。使用价值被交换价值所控制,违背了生产或交易的目的——提高人类福利水平。现代艺术试图改变现实,自主性艺术反映了体力和脑力劳动区别的实质。高雅艺术的代价是对低级阶级的排除。它追求真实的自由而不是错误的普遍性。为大众生产的文化和大众需要的文化是有差异的,而高雅文化和低俗文化的区别反映的是独特性和普遍性的区别,文化的真谛难以从实践和理论上获得,因此,文化产业化要注意避免庸俗化。

John Frow 从高雅文化和大众文化的价值角度分析文化产业化。他指出:“和批量生产的文化产品的市场导向不同的是,自主创作的文化保持了独创性,而高雅文化是真正的创造性文化,因为它创造了它的对立面——大众文化,由此高雅文化依赖于大众文化而存在”。^②

① 国家统计局. 文化及相关产业分类(2012) [EB/OL]. (2012-08-02) [2017-01-15] [www. ce. cx/culture/gd/201208/02/t20120802_23549016. shtml](http://www.cecx/culture/gd/201208/02/t20120802_23549016.shtml).

② JOHN FROW. *Cultural studies and cultural value* [M]. New York: Oxford University Press Inc., 1995.

事实上,20世纪末对高雅艺术和低俗艺术的分类很难站住脚。其原因是:高雅艺术和低俗艺术一样完全融入商品生产中。高雅艺术是和高级教育以及统治精英联系在一起的;同时大众传媒弱化了这一特征并促使两种文化互相转移;阶级划分不再是文化划分的依据。大众文化和高雅文化随着大众消费者增加,其界定变得模糊。John Frow 指出大众文化和高雅文化的分类关键在其社会功能。高雅艺术获得的快乐来源于对社会关系的否定和排除,即与实际脱离。这种文化包括两方面:一方面是主导阶级为了使其与其他阶级区别出来的一个阶级的经验,另一方面是这种经验的艺术逻辑。文化内在逻辑结构是和统治阶级结构一致的。而工人阶级的文化受众对文化体验进行选择不是因为不知道,而是由于想分离出来。文化产业化要考虑受众的文化选择,而文化选择是历史性的,是相对于其他类别而选择的。John Frow 指出文化价值化过程其实表达了这样一个意思:一种文化只被一种人欣赏,就像编码和解码的关系一样。因此,他提出在资本主义社会,文化资本和经济资本的关系就像知识分子和统治阶级的关系一样。

2. 文化产业化的方式、手段及影响问题

文化产业化是生产、复制、储存并通过产业和商业渠道销售文化产品和服务的过程,基于经济考虑而不是文化发展维度。文化产业化方式有两类:一类是创造性的工作,另一类是批量生产的规模化复制和生产。其产业化结果是文化趋同化。

第一,从文化产业的生产模式上看,Sandor Radnoti 指出所有文化都依赖于经济价值^①。由此,Armand Mattelart 和 Jean-Marie Piemme 指出 Horkheimer 和 Adorno 在启蒙辩证法中所指的是大众文化,而不是文化产业。其强调从技术和艺术的绑定关系来定义文化产业,并不全面;过分强调艺术的哲学和政治价值。不能因为否定经济利润和意识控制而否定标准化生产;过分强调文化脱离技术的存在。文化产业是一个系统,一部分在核心,一部分在外围;文化产业关键取决于核心文化内容的生产,以及某些支配外围产业相关的规则。

第二,从文化产业供给和需求上看,Albert Breton 指出文化产业是自由化的一个方法,因此发展过程中面临供给和需求方面的问题。文化产品不能重复消费,追求的是多样性,且其消费者不断变化。从需求角度讲,文化产业面临的问题是:文化产业兴起会导致大众文化同质性,而文化产品的消费必须具有多变性,从而导致了文化产业的发展瓶颈。原因是,首先,文化产品的内在特征决定了文化产品重复消费变得无趣;其次,高收入使得人们产生多样性需求。从供给角度讲,文化产业面临文化需求的多变性,很难锁定需求。因此文化产品的供给选择面临困境。

第三,从文化产品的生产环节看,Augustin Girard 指出文化产品生产包括两部分,一部分是产品生产,包括创意、出版生产、制作复制,另一部分是产品销售,包括宣传、批发、零售、出口、进口、存档等。文化产业并不是单纯的文化

① SANDOR RADNOTI. Mass Culture [J]. Telos, 1981 (48): 27-47.

工业化,因为文化产品生产包括创意或文化的本质性的东西。因此,文化产业应包括杂志、书、报纸、电视、电影、唱片、收音机、艺术复制、新的视觉产品、广告等行业的生产活动。

他同时指出可以通过生产领域的设计控制需求,比较好的例子是报纸的设计和明星体系。如有些报纸针对特定人群设计,但是专业报纸很难使人群需求稳定,因此一般报纸的设计都是针对不同人群的。如其在同一问题上采用不同角度的报道、利用不同的品牌和产品等,通过多样化规避客户流失的风险。又如有的报纸利用套牢机制全线逼销:通过会员制、礼品赠送、相关产品关联优惠销售等绑定合约。

Augustin Girard 指出明星体系也可以引导需求。它不仅体现在好莱坞市场,而且在戏剧、芭蕾、音乐、绘画、雕刻、写作等领域也广泛应用,使得消费群体稳定化。

第四,从文化政策角度看,Wynne D. 从文化产业和城市化关系角度进行研究,认为文化产业一定程度上是一个城市建设中的中心问题^①。他指出英国曼彻斯特最成功的两个文化行业是音乐和电视,因为它们促使了曼彻斯特城市文化的形成。他指出可以利用文化核心来促使城市再生。城市再生策略包括:从基础设施和文化消费方面,具体包括开发贷款、工作区管理、营销和分销服务等方面,推动和协助文化生产者增长。Justin Lewis 和 Toby Miller 指出文化政策包括视听内容政策、国家文化和广告、妇女文化和机构改革、媒体所有权和文化力量,文化政策制定不是简单的加法。^②

第五,从文化产业的社会经济影响看,Krzysztof Przecławski 指出文化产业通过视听媒体对年轻人的行为导向产生影响,如文化产业对妇女具有重要影响。Margaret Gallagher 指出大众媒体强化了传统价值和信仰,因此,妇女的从属地位因为文化产业发展而固化了。另外,Peter Brooker 指出文化起源于有机物培养,并在生物实验室培育。后来其引申为个人的修养,比如指有教养的人。文化的第二个意思是指某个社会团体的精神层面的东西,因此用于表示个人特性。其在20世纪后广泛用于指艺术相关的事物。因此文化又包括人类历史沉淀的部分。他评论 Arnold 从观念表征角度指出文化是社会经济的反映,但是文化处于第二位。现实社会经济是基础,可同时文化对于形成哲学、社会学、文学、教育学、人类学、语言学和媒介学等学术研究的概念、方法和目标非常重要。^③

1.1.3 西部民族地区文化产业的相关研究

中国是一个多民族国家。这是中国的特色。因此关于西部民族地区文化产业的研究主要来自国内文献。

① WYNNE D. The culture industry: the arts in urban regeneration [J]. CABI's life sciences databases, 1992.

② JUSTIN LEWIS, Toby Miller. Critical cultural policy studies [M]. Blackwell Publishers Ltd., 2003: 20-21.

③ PETER BROOKER. concise glossary of cultural theory [M]. Oxford University Press Inc., 1999: 50-52.