



21

丛书主编 蒋晓丽 殷俊 陈家泽
21SHUI WENHUA CHANYE DIANYAN CONGSHU
世纪文化产业前沿丛书

文学艺术产业

——趋势与前瞻 >>>

袁勇麟 李薇 编著



四川大学出版社

教育部高等学校优秀青年教师教学和科研奖励基金项目
霍英东教育基金会第九界高等院校青年教师基金项目
四川省教育基金会第九界高等院校青年教师基金项目
浙江省教育基金会第九界高等院校青年教师基金项目
成都市教育基金会第九界高等院校青年教师基金项目

文学艺术产业

——趋势与前瞻

丛书主编 蒋晓丽 殷俊 陈家泽

袁勇麟 李薇 编著

21

21SHI WENHUA CHANYE QIANYAN CONGSHU
世纪文化产业前沿丛书



四川大学出版社

选题策划:徐 燕
责任编辑:周路路
责任校对:曾 鑫
封面设计:吴 强
责任印制:杨丽贤

图书在版编目(CIP)数据

文学艺术产业:趋势与前瞻 / 袁勇麟, 李薇编著. —成都: 四川大学出版社, 2007.4

ISBN 978-7-5614-3681-3

I. 文… II. ①袁…②李… III. 文化-产业-研究
IV. G 114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 051892 号

书名 文学艺术产业 ——趋势与前瞻

编 著	袁勇麟 李 薇
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5614-3681-3/G·847
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	148 mm×210 mm
印 张	10.25
字 数	235 千字
版 次	2007 年 4 月第 1 版
印 次	2007 年 4 月第 1 次印刷
印 数	0 001~4 000 册
定 价	28.00 元

◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。电话:85408408/85401670/85408023 邮政编码:610065
◆本社图书如有印装质量问题,请寄回出版社调换。

版权所有◆侵权必究

◆网址:www.scupress.com.cn

筑起我们新的文化家园

尹韵公

纵观古今中外文明，历史冷静而清楚地告诉我们：文化的强弱，与一个民族的兴衰甚至存在是紧紧地直接连在一起的。

且以自身为例：中华民族曾经拥有灿烂而辉煌的古代文化，她是这一领域内保持世界冠军称号的最长纪录者。然而，她的骄傲和自豪，在近代西方文化的强烈冲击下迅即崩溃坍塌。智慧的中华民族意识到，博大精深的自身文化中，确实有一些落后的糟粕，有一些与时代格格不入的东西，她需要外来优秀文化的刺激，需要有一个弃旧从新的过程。因此，从文化的角度审视，自1840年鸦片战争以来，中国文化实际上一直在顽强挣扎，一直在作艰难无比的自身调整，以求适应新世界和新环境。精神上的转轨，是最痛苦的，但是，完不成这个转轨，我们这个民族就不能自立于世界，更无法走向

世界。

在实现了民族的政治独立和经历了 50 年经济发展的重大前提下，文化家园建设的议程终于历史地突出地摆在了当今国人的面前，这正好印证了毛泽东曾经讲过的一句话：随着经济建设高潮的到来，我们将不可避免地迎来一个文化建设的高潮。如果说 20 世纪 50 年代新中国的大规模文化扫盲运动，仅仅是文化建设的初级水平的话，那么，我们眼下正在疾呼和操作的文化体制改革，毫无疑问，当是文化建设进一步向着纵深发展，当是为着大举提升中华民族的文化实力。

筑起我们新的文化家园，决不是一首轻松的流行歌曲或一部诙谐的喜剧影片。进入 21 世纪后，世界各国尤其是主要大国都认识到：国与国之间的竞争和较量，不仅表现在政治、经济、军事等方面的硬实力上，而且也表现在文化方面的软实力上。当今中国虽然取得了举世瞩目的巨大成就，但从总体来看，仍然是一个正在崛起的弱势国家。在经济全球化的文化语境下，我们发现自身仍然处于相当不利的位置。譬如，作为超强势国家的美国，它的电影生产量只占全球总量的 6% 左右，但却占了全球放映总时间的 80%；又如，我国文化产业约占 GDP 的 3%，而发达国家的文化产业一般可达到 GDP 的 12% 左右。这类“惨不忍睹”的数字，我们还可以列出不少。

来自国外的压力和国内的大势，驱使着李思屈、蒋

晓丽、袁勇麟、殷俊等一批有着强烈责任感和使命感的中青年学者为国分忧，他们热切地企盼在实现中华民族的伟大复兴中贡献自己的一份绵薄之力。于是，他们尽力尽心，编著了这套十卷本的《21 世纪文化产业前沿》丛书。我大致翻阅了书稿，觉得这套丛书视野开阔，恢宏大气，精当论述不时闪现，独到见解经常放光；虽略感浮光掠影之嫌，但引人入胜、发人深省之功，却是不可否认的。起步往往是不够稳当的，但它是非常重要的，至少可为文化研究的兴趣者提供一个显眼的路标。

是为序。

（作者系中国社会科学院新闻所所长，研究员，博士生导师，国务院学科评议组召集人）

目 录

绪论：文化产业与文学艺术产业	(1)
第一章 文学·产业——生存的选择	(19)
第一节 历史中的文学	(19)
第二节 文学产业的类型范畴	(34)
第三节 文学的产业化选择	(39)
第二章 产业背景下的文学	(53)
第一节 文学存在的诸要素	(53)
第二节 产业背景下的文学	(69)
第三章 文学的产业化形态	(98)
第一节 文学书籍、期刊的产业化形态发展	(99)
第二节 影视文学的发展	(114)

第三节	网络文学的产业形态·····	(129)
第四节	其他文学产业形态·····	(143)
第五节	结语·····	(156)
第四章	艺术·产业——可能与必然·····	(162)
第一节	历史回望中的艺术·····	(162)
第二节	艺术的存在要素·····	(178)
第三节	产业背景下的艺术·····	(187)
第五章	艺术的生产与消费·····	(207)
第一节	艺术的生产·····	(207)
第二节	艺术的消费·····	(224)
第六章	艺术的产业化形态·····	(242)
第一节	美术的产业化形态·····	(243)
第二节	戏剧的产业化形态·····	(259)
第三节	音乐、舞蹈的产业化形态·····	(274)
第四节	其他艺术产业形态·····	(291)
第七章	中国文学艺术产业的问题与发展·····	(306)

绪论：文化产业与文学艺术产业

文学与艺术，两个古老的文化命题，在人类历史的沧桑岁月版图中，以蜿蜒盘旋的方式形成自己的文化图像。它们是彼此独立的两个精神图腾，千百年来为人们所崇奉信仰；它们又是互相缠绕的两棵苍榕，根须与枝蔓纠结在一起，互渗互融。它们已然成为人类意识形态的重要堡垒，提供高远的平台让人们得以眺望远方。

然而这个平台开始浮响骚动不安的喧哗，似乎欲以蓬勃的趋势垒筑更高的眺望平台。现代社会工业革命的迅速发展，用机器的轰鸣和光纤电缆的炫目猛烈冲击着人类亘古持稳的文化版图，文学艺术图像也开始摇晃动荡。它们不再固守原有的文化领地，而是开始接受各种文化力量的冲击。这种发展态势与文化版图的整体格局变动是分不开的。现代信息社会的快速发展，为文化生长提供了更为广阔的空间，文化从原来的稳定性、保守性生产传播方式走向了多元性、开放性的生产传播渠道，文化产业的口号越喊越烈。文化的产业化发展已经成为社会经济发展的一个关键因素，它为整个社会

的经济建设发展提供了软性的支撑力量，以其独特的生长方式迅速渗透到社会的各个角落，繁衍出一派蓬勃兴旺的景象。文学艺术作为文化的一个重要组成部分，理所当然地参与到这场产业化的革命之中，与数字化娱乐、跨媒介经营等多种文化产业部类一起构建文化产业的宏伟大厦。之所以将文学和艺术并而论之，主要在于二者与数字娱乐、多媒体经营等高新技术含量的新兴产业部类有所区别，它们存在的历史时间长，发展形态趋于稳定，技术含量有待开发。但也正因如此，它们在社会文化系统中拥有相对稳定的价值系统，包括生产、流通、接受等；而在这一过程中，文学和艺术的产业化发展又有所不同，前者作为形成文字书写符号的文化形态，因此文字符号的转化形态就成为其产业化发展的一个要素，从文学传播的变化到影视文学的发展，从网络文学的勃兴到文学的效能影响，文学在市场化生存环境下日益向重视效率、效能的产业化方向趋近。而艺术作为一个表现形式相对自由的文化形态，在市场化趋势下，其发展形态日益多元化。因此，其表现的媒介形态就成为我们关注的对象，从平面设计到三维立体呈现，从艺术传播到艺术市场的扩展，艺术的产业化较之文学的产业化，在带动相关行业的全方位参与发展中，其作用体现更为直接鲜明。总之，文学艺术的产业化作为整个文化产业的主力军之一，一方面，与数字娱乐、多媒体经营等相互协调配合，互促互进；另一方面，又以自己独特的性质散发动人的光彩。所以，对文学艺术产业进行分析研究成为文化产业研究中不可缺少的重要组成部分。

一、关于文化

我们的一切论题将从这里出发，这是一个起点，但不是静态的图像，而是一个具有内在动态势能的坐标，其方位的

确立将带领我们顺着路迹寻找出更多的轨道。在谈论文学艺术之前，强调文化这个母体概念并非多余的举动，因为文学艺术隶属于文化范畴，虽然在一定程度上，它们具有独立的文学特性和艺术特性，具有自足的独立性和变更性，但是从整个社会发展来看，它们绝不是独立于社会有机群体之外的，它们的生存、发展、变异等诸多演变，都离不开整体社会文化的能量辐射范围。文化是一个巨大的核心场域，向生长于其中的文学和艺术提供源源不绝的动能，而文学艺术也积极建构文化大厦。这就是为什么文学研究从形式主义、结构主义的封闭式纯文本研究开始走向开放式的文化研究，为什么艺术从强调自我观照的审美状态走向强调大众娱乐的审美形式的趋势，这都是在文化整体动态的振动下产生的必然发展态势。因此，理解文化的意义，并进而划定产业化发生发展的文化背景，对于我们的论题是相当重要且必须的。

关于文化，我们当然有许多可以阐释的，这本身是一个抽象的词语，它在概念意义上不具有实体的形态。“广义的文化概念相对于‘自然’而言，指的是人类实践所创造的一切文明成果，既包括物质财富，也包括观念体系；狭义的文化相对于政治、经济，大致包括思想、道德、宗教、文艺、科技、风俗、学术，以及一系列相关的制度和组织。这是人类精神文明的一个重要组成部分”^①。

文化是人类精神文明的最集中体现，它凝聚了一个时代人类精神文明的结晶。其广泛的精神涵盖性决定了文化将包括诸多层面，如前面提到的思想、道德、宗教、文艺、科技、风俗、学术等等。每一个时代都有属于自己的文化总体特征，

^① 福建社会科学文化产业问题研究课题组编撰：《福建文化产业问题研究》，海峡文艺出版社，2002年版，第1页。

从不同角度出发，就会有不同的文化分类。很显然，我们将要讨论的“产业”概念，是社会经济发展的产物，其更多的是在现代社会经济总体格局中产生意义的，因此我们必须注意文化分类的现代属性。正是在这个意义上，我们将范围缩小到“现代文化”的语境内进行考察分析。

“现代文化”是相对于“传统文化”的一种模糊的文化分类，言其“模糊”，主要是因为“现代”概念的模糊性质。“按照‘现代性’最权威的理论家哈贝马斯的说法，‘现代’一词为了将其自身看做古往今来变化的结果，也随着内容的更迭变化而反复再三地表达了一种与古代性的过去息息相关的时代意识”^①。也就是说，“现代”是连接着“传统”延伸出来的一种社会文化形态。一方面，“现代”不应该与“传统”隔绝对立，而应注意二者的血脉承续关系；另一方面，“现代”又是以迥然不同于“传统”的独特状态而存在的。这是一个时间性的界定方式，从历史时间上将文化分割成两个板块，但实际上它们又互渗互联。因此，一方面，我们要注意“现代”所具有的“现代性”特征，也即现代之所以存在发展的独特性质所在；另一方面，也不能忽视现代中的“传统”质素，一种更为潜在的深藏的暗流。

现代性是首先需要关注的重要性质，它是“现代文化”的本质内涵和特征。关于“现代性”的解释是，“现代性作为一个强大的历史进程，它无疑具有活生生的历史实践品格，显现为一系列推动和主导历史变革发展的事件和运动，它的物化成就清楚地体现民族与国家、主权与疆域、工业主义、高度的技术物质文明、经济体制与秩序、行政组织、法律程

^① 陈晓明：《现代性与中国当代文学转型》，云南人民出版社，2003年版，第3页。

序等等。对于人文学科来说，思考现代性的内在特性似乎更为重要。不管是把现代性看成一个方案（哈贝马斯），一种态度（福科），还是一种叙事（列奥塔），都表明了现代性是一种价值取向和思想活动”^①。可见，虽然对于“现代性”的阐释多有不同，但是其物质技术文明和精神思想文明双向发展的特征是不容置疑的。现代文化因为有了“现代性”的性
质内涵，所以在某种程度上意味着其文化流通的消费意义和文化传播的经济诉求。相对于传统文化而言，现代文化更多地渗透了现代物质文明的因素，这已经成为现代文化的机体构成逻辑，影响到现代文化的组织形式、生产方式和传播手段等一系列环节的设置。“所谓‘现代性’，在很大程度上是对科学与技术及其以概念形而上学为核心的哲学辩护的文化精神的把握”。^②如果说传统文化的文化内质是一种相对独立观照内省的自为性文化精神，那么现代文化的文化内质就是交叉融合的多元性文化精神，是一种“大文化”的意义和价值。它不仅强调文化内部的互相渗透参照，也重视文化与外部世界之间的沟通交流，打破内外界限分明的营垒，提倡多元文化的大文化格局，这就是我们讨论“文化产业”，并进而谈论“文学艺术产业”的整体文化环境。

二、产业的概念

明确了现代文化的文化环境，我们才找到了谈论“产业”的立论基础。只有在现代文化的背景下，才有可能理解产业

① 陈晓明：《现代性与中国当代文学转型》，云南人民出版社，2003年版，第7页。

② 周昌忠：《中国传统文化现代性转型》，上海三联书店，2002年版，第116页。

的发生和运作，才能进一步考查文化的产业化、文学艺术的产业化等问题。

文化产业，已经成为我们相当熟悉的一个名词了，至少在当前的信息技术社会中，没有人会对这个词语大惊小怪。在人们看来，文化理所当然地成为一种产业，它可以像其他技术性产业一样，从构思创意开始，继而有秩序地生产、行销、传播并回收。这是一个经济迅速发展的时代，市场成为一个巨大的磁场，以其强大的磁性吸引各种力量至此角逐纷争，而前提是在进入市场前，必须具备产业化的条件，即具有能够参与市场竞争的产业本能和产业前景，文化于是纵身而入。

但是，我们仍然要不厌其烦地清理“概念”的内涵和意义，因为“概念”是一个绝对抽象的形而上语词，虽然它往往指称形而下的事物。它通过一系列逻辑上被认为严密的组织序列形成一个并不冗长的判断，用来指称事物的特征和属性，这是一个看似微小实则宏伟的构想。“概念”企图通过有限的话语表达无限的物性本体，虽然这样的设想往往不尽如人意，甚至事与愿违，但是却提供给我们一条思路：任何一个问题都必须具有属于自己的问题域，即任何一个问题都必须具有自己的一系列属性特征，使它与其他问题区别开来。这是一个很有意义的思路，它把我们从执拗地固守于几个语词的正误选择导引至更开阔的视野之下，让我们在明确物性本体属性特征的过程中抵达真实的境界。因此，当我们试图探讨关于“文化产业”及其他相关概念时，显然，不应该满足于概念的模糊内涵，而应该把视野放大，找出其概念生成的范围，并在这个范围内进行一番有益的搜捕。

首先，“文化”与“产业”这是一个显而易见的组合性语词。前面我们已经初步了解了文化的意义，问题在于，这样

一个抽象的形而上的精神存在如何能够产业化？它与产业之间是如何结缘的？它的产业化具有什么特征？这些问题的解答直接关系文学艺术产业化的可能性。

“生产行业”当然是一个不完整的蹩脚析解分析，但却从某种程度上提醒我们注意生产的允许和行业的系统存在，因此，“产业”就成为一个需要严格高效操作机制的概念。实际上，“产业”的出现不是偶然的，它是市场经济发展的产物。“产业”一词最早由重农学派提出，特指农业，但当时对于产业的解析并不明确。我们现在说的“产业”的概念，其起源标准主要是以资本主义大生产时代后的产业概念为准，这时随着机器工业的发展，产业一词获得确定和较为广泛的使用。在英文中，产业与工业的表示方式都是 industry，可见当时的产业概念和工业相近。马克思主义政治经济学曾将产业表述为从事物质性产品生产的行业，并被人们长期普遍接受为唯一的定义。20 世纪 50 年代以后，随着服务业和各种非生产性产业的迅速发展，“产业”的内涵发生了变化，不再专指物质产品生产部门，而是指“生产同类产品（或服务）及其可替代品（或服务）的企业群在同一市场上的相互关系的集合”。同时，“‘产业’是一个居于微观经济的细胞（企业）和宏观经济的整体（国民经济）之间的一个‘集合概念’，它既是同一属性的企业的集合，也是根据某一标准对国民经济进行划分的一部分”^①。

既然“产业”是一个集合的生产概念，那么只要具有生产与集合的性质就能进入产业的领域。生产可以有形的物质产品，也可以是无形的服务性产品，只要能够提供消费者

^① 鲍金虎：《广电产业的法律视角》，中华传媒网，<http://academic.mediachina.net/academic-xsjd-view.jsp?id=3317>

需要的消费品，将这一过程程序化、规范化，就可以称为生产；而集合，则是基于社会的整体结构而言，要求生产的行业能够集中联合，能够形成一整套系统的行销程序，从创意构思到生产制造，从推广传播到流通反馈。这是一个系统性的运作，是在现代商业社会中运转的，正是在这个意义上，我们认为文化具备了“产业化”的足够条件。

三、文化产业的定义及特征

经济发展始终伴随着精神文化的变更，物质文明与精神文明是不可截然分开的一体两面，当经济持续快速发展时，精神文化也将出现起伏波动甚至转型的现象。文化不是一个决然于外的温室花朵，虽然历来有人孜孜不倦地追求所谓“文化的纯化”，但这只是相对意义上的论调，永远不可能成为绝对的判断。随着市场经济的发展，“商品化的形式在文化、艺术、无意识等等领域无所不在”^①，文化的领域“完全渗透了资本和资本的逻辑”^②。文化既然包括精神领域的诸多层面，其具体表现形式必然随着人类精神文明的丰富而日渐多样化，从早期的文学、音乐、美术等艺术形式，到影视、网络、多媒体等新兴艺术探索的加入，文化的范围逐渐扩大，其表现形式和组织方式、生产模式也随之出现变化，生产机制、影响效能、反馈体制等各个环节都出现大众化、群体化的趋势，文化因此具备了产业化的充分条件。

文化产业的定义较为纷杂，按照《中国文化产业蓝皮书总报告（2001—2002）》的界定：“就所提供产品的性质而言，

① 杰姆逊：《后现代主义与文化理论》，唐小兵译，北京大学出版社，1997年版，第161页。

② 同上，第162页。

文化产业可以被理解为向消费者提供精神产品或服务的行业；就其经济过程的性质而言，文化产业可以被定义为‘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’；在我们这样一个特定的制度环境中，文化产业除了具有一般产业属性之外，还具有某些特殊的社会和意识形态属性。”^①这是我们理解文化产业最基本的出发点。本文的文化产业概念是基于将文化产业置于知识经济迅猛发展，中国市场经济逐步建立的当代社会背景下，从纵向的历史脉络和横向的世界格局等方面确立我国文化产业的具体坐标。近十几年以来，文化产业已经发生了重大转变，越来越成为第三产业中最富现代意义、与高科技尤其数码技术发展最紧密结合的产业，并且越来越影响和改变着传统文化产业的面貌。正如研究者指出的，“现代文化产业实际上已经形成一个巨大的‘产业群’，它们奠立于大规模复制技术之上，履行最广泛传播的功能，经商业动机的刺激和经济链条的中介，迅速向传统文化艺术的原创和保存两个基本环节渗透：将原创变成资源开发，将保存变成展示，并将整个过程奠定在现代知识产权之上”^②。现代文化产业内在的现代性质素是我们考查的重点，它将成为我们研究文学艺术产业现代性的关键点。但是，我们应该充分注意到：“拥有不同文化传统的民族国家才有可能历史地建构自身的现代性。”^③任何文化的现代性都不是激烈突变或者依样画葫芦而形成的，民族地域的特性将为其带来特殊的传统积累，也将引导其以自身独特的方式吸纳融合外

① 《中国文化产业蓝皮书总报告（2001—2002）》，中国网，<http://www.china.com.cn/>

② 同上。

③ 吴冠军：《多元的现代性——从“9.11”灾难到汪晖的〈中国的现代性〉论说》，上海三联书店，2002年版，第169页。