



吉林省省级人文社科
重点研究基地重大招标项目

二人转艺术产业化 问题研究

李秀云 张丽红 宁国利◎著

辽宁人民出版社



二人转艺术 产业化问题研究

李秀云 张丽红 宁国利 著

Ⓛ 辽宁人民出版社

©李秀云 张丽红 宁国利 2012

图书在版编目(CIP)数据

二人转艺术产业化问题研究/李秀云, 张丽红, 宁国利
著. —沈阳: 辽宁人民出版社, 2012.10
ISBN 978-7-205-07478-4

I. ①二… II. ①李… ②张… ③宁… III. ①二人转—文
化产业—产业化发展—研究—中国 IV. ①J825.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第241519号

出版发行: 辽宁人民出版社

地址: 沈阳市和平区十一纬路25号 邮编: 110003

<http://www.lnpph.com.cn>

印 刷: 沈阳海世达印务有限公司

幅面尺寸: 145mm × 210mm

印 张: 6.125

字 数: 150 千字

出版时间: 2012 年 10 月第 1 版

印刷时间: 2012 年 10 月第 1 次印刷

责任编辑: 王丽竹 伯 灵

装帧设计: 先知传媒

责任校对: 郭大方

书 号: ISBN 978-7-205-07478-4

定 价: 21.00元

法律顾问: 陈光 咨询电话: 13940289230



课题组成员

前排左起：杨 朴 李秀云

后排左起：周青民 宁国利 孙保亮 张丽红

姜亭亭 殷晶波



序 文化资源与符号经济

当代的物质消费很大程度上成了一种符号行为。人在物质消费的时候，会充分注意到它的品牌价值。比如“李宁牌”运动鞋和运动服，它就是因为“李宁”这个运动明星而大大增值。正是这样一种符号性消费的行为，促使商家特别注重打造商品的品牌价值。而商品的品牌价值一旦被创造出来，就成为商品的资本甚至资源。商品因为品牌而被人们所认同，创造出更大的价值，就成为符号经济。

符号经济同样体现在文化产品上。文化产品同样体现着文化符号的价值，文化符号同样创造着符号经济。这是因为，文化不仅是一种社会行为，也是一种消费行为。人们进入电影院或剧场就进入了文化消费过程。而人们之所以要进入电影院或剧场，不是盲目的，而是有选择的，他们选择的唯一标准就是电影或剧目的文化符号。文化在商品社会一旦进入消费领域，它的符号性就必然会起到巨大作用。以影片和戏剧而论，“上座率”就是其文化符号的鲜明体现。那种创造巨大“俟惶癯…囿肿炫冰北祺戛畚展》旖皑登[。》圻告×潼疡「缙弩棋姆俾文化符号而成为“梦幻工场”；青春版《牡丹亭》同样创造了可观的票房收入。

》旖皑登[。》圻告×潼疡「囿》庠倭兕「缙偕摸写捺俾闷赈祺栋诘符号，其原因在于它们是以神话原型的打造，而产生了吸引人的强大艺术魅力。据叶舒宪介绍，2003年出版的一本译著，书名是“很久很久



以前：以神话原型打造深植人心的品牌”，两位作者是研究神话原型的美国学者，他们在书里披露了一大批世界知名品牌和神话原型之间的关系。比如我们熟知的“耐克”品牌，英文名字Nike是希腊神话里的胜利女神，常常站在雅典的守护神雅典娜的手上。再比如好莱坞电影十有八九都借助神话的力量。以《星球大战》为例，导演卢卡斯在创作之前曾仔细研读了神话学家坎贝尔的名著《千面英雄》，并且上门请教。这部电影表面上讲的是外星人的战斗，实际上是用古老的神话模式重新演绎人类的命运。

文化产品因为与神话原型“沾亲带故”，或者就是神话原型的象征而成为文化品牌，从而产生强大的甚至无可比拟的巨大影响力。在我国文化消费中，最典型的应是东北二人转。新时期以来，中国文化有两个最明显的文化现象，一是赵本山文化现象，二是二人转文化现象。这两种文化现象持续了几十年，赵本山小品和二人转已经成为东北文化的品牌，赵本山小品连带着广告在诸多电视台播放了几十年；二人转在东北长演不衰，并且在北京等大城市搭起了“刘老根大舞台”，各地纷纷成立二人转艺校，创造了难以计数的经济效益。究其原因，就是二人转和神话原型有关，而赵本山的小品又和二人转的戏拟化表演形式有关。

赵本山和二人转这两种最重要的文化现象已经成为符号经济。这种符号经济现象是其他任何（文化）符号经济现象所不可比拟的。这种符号经济现象是非常值得研究的新课题。

揭示二人转文化符号中神话原型的运用，对认识文化符号创造和文化产业形成具有重要的理论意义。东北二人转是东北文化原型的象征：一丑一旦的二人转是远古“二神转”原型的置换变形。远古“二神转”是创世神话的展演：先民以两个祭司模仿女神和她的配偶跳交媾舞或者模仿交媾，用这种宗教性的戏剧仪式行为来进行重新创世表演。原型批评理论认为，人们的集体无意识中，都留有远古祖先的原始意象，



那是一种原型的形式遗存。后世的艺术形式只有“激活”了这种原始意象，才能最有力地拨动观众或读者的心弦，获得观众或读者强烈的共鸣。二人转这种形式之所以在东北获得最广大群众无比热烈的欢迎，并也获得了其他地域人们的热烈欢迎，就在于这种民间艺术形式，和东北甚至人类神话原型有一种隐秘的联系，神话原型是二人转具有最重要的文化市场和符号经济的秘密；二人转文化产业的巨大成功，揭示了一个文化产业的秘密：文化资源可以转化为文化资本，文化资本可以转化为文化经济，其秘密就是文化原型的运用。

二人转文化符号与二人转文化产业的揭示，对认识文化产业化具有重要的理论意义。二人转的文化符号创造了二人转巨大的文化产业，这是不争的事实。但是多年以来，对二人转文化符号创造的巨大文化产业缺少必要的理论研究。二人转之所以是一种文化符号，是因为它的形式是来源于表现东北农民情感欲望的东北文化传统。二人转的一丑一正是东北大秧歌上、下装的变形。东北大秧歌的上、下装就是一种隐性的“二人转”角色、构型和舞蹈。由于大秧歌只在春节等重大节日中展演，而平时不能欣赏，不能满足人们的情感欲望，民间艺人就把上、下装劈出来，加上唱词故事单独演出，这就形成了“蹦蹦戏”，即早期的原生态二人转。原生态的二人转是根据人们情感需要创造的象征形式，因为这种象征性，就使二人转自然成为东北文化最重要的文化符号，受到农民的热烈欢迎，因而占有广泛的演出市场。而 21 世纪走向市场的二人转，更是因为一丑一旦二人转文化符号性的强化，使二人转成为东北的文化品牌，更为广泛地获得人们的普遍热烈欢迎，因而，二人转的展演形成了巨大的文化产业。二人转文化产业的形成，揭示了一个规律：文化要形成文化产业，就要创造文化符号；文化只有蕴藏了符号性的因素，才会创造文化品牌，而文化品牌一进入市场就必然会形成文化产业。

二人转迎合观众需要、与时俱进的研究，对认识文化产业具有重



要的理论意义。二人转从它诞生的那一天起，就获得了根据观众需要与时俱进、不断变化的文化属性。二人转的长短、荤素、文雅、说唱、绝活、曲调、内容和形式等等，都是根据不同时代、不同演出场所、不同观众随时变化的，而且还要创造出新文化符号。二人转之所以要这样变化，就是因为，一进入市场，二人转的文化属性就同时具有了商品的属性，就被商品的属性所支配与制约了，受到民众欢迎的二人转才具有了最大的经济效益。二人转的演出揭示了文化产业的一个规则：文化获得了大众的欢迎形式和内容，并且创造出了一种文化符号，才会成为文化产业。

2009年国务院常务会议讨论并原则通过《文化产业振兴规划》，最近两年又修编《国家“十二五”文化产业发展规划》。东北二人转文化产业研究，是落实国家发展文化产业的一个重要方面。东北二人转是东北文化产业最典型、最成功的范例。对作为东北文化产业的二人转的研究，对重新探讨东北文化的产业化问题具有重要的理论意义。

东北二人转比其他任何曲艺、戏曲和戏剧都更典型地成为“符号经济”，已经形成了巨大的“文化产业”，因而是亟须总结、探讨与研究的。然而，这些新的文化现象和符号经济现象都缺少及时的、必要的理论研究。与这些现象相比，理论研究显得极为滞后。

《二人转艺术产业化问题研究》正是这样一个课题的成果。该书对二人转文化产业进行了深入的探讨，尽管还不是很完善，还有待进一步深化，但可以说是填补空白之作。

认真总结二人转文化产业及其产生的符号经济，对整个东北文化产业化具有重要的实践性的启示意义。二人转文化产业做得最好的是赵本山。赵本山形成了一条二人转文化产业链，它是由刘老根大舞台、本山传媒、二人转艺术学校、小品演出、影视剧创作等构成的系列“生产线”。这个系列性的“生产线”形成了巨大的文化产业，创造了巨大的经济价值，是我国目前最成功、经济效益最大、最有影响的文化产业。



这个巨大的文化产业为东北文化产业提供了十分有益的经验：文化走向市场；文化走向市场要利用文化资源；二人转文化资源是赵本山文化产业最重要的文化符号。总结赵本山的二人转文化产业，不仅对二人转文化产业的发展壮大具有实际的启示意义，即使对其他文化产业的发展也具有重要的启示意义。

东北文化产业资源的揭示，对东北文化的产业化具有重要的实践意义。赵本山的具有二人转形式的小品和影视剧受到人们的热烈欢迎，昭示了一个道理：文化产品要充分利用文化资源才能获得广大的受众，也才能获得文化产业的成功。文化产业的创造要运用文化资源；文化资源是文化符号和文化产业的重要内容，因为文化资源是文化原型的表现。表现了原型就拨动了人们的心弦，就会获得欢迎。东北文化源远流长，丰富多彩，资源丰富。比如，东北远古文化遗迹（女神庙、女神像和中华第一龙的造型、红山文化、玉器艺术等）、东北远古戏剧、神话、传说、民间故事、流传在口头中的“说部”、萨满表演和萨满神话、人文地理景观、高句丽古墓和壁画、东北各民族的各式各样的婚丧嫁娶文化风俗、东北大秧歌、东北民歌、东北“瞎话”、东北移民“闯关东”文化现象、伪满洲国皇宫遗址及其历史文化、日本侵华时期的遗迹和战争遗址、东北解放战争的历史，等等。东北有极其宝贵的文化资源，还远远没有开发出来，文化资源没有完全转化为文化资本，文化资源更没有完全转化为文化产业。二人转是东北文化产业成功的范例，东北其他文化资源同样可以转化为文化产业。

“文化产业”或“符号经济”等是把文化与经济相联系的研究。这个新的研究课题对研究者提出了新的挑战。挑战之一是要求研究者要突破文化研究自说自话、与经济不挂钩、不沾边的封闭性。以往的观念，特别是学院派的研究者的观念，认为文化研究一沾经济的边好像就被玷污了。而实际上，现代社会文化与经济是互动的，文化可以成为“符号经济”，可以成为产业，可以推动经济的发展。而文化一旦成为符号



经济，成为文化产业，参与到经济生活当中去，文化也就极大地发挥了它的巨大功能。在这个问题上，这个课题的研究者们，显然是突破了保守的观念。

这个课题的挑战之二，是要求研究者深入到文化成为“符号经济”和“文化产业”的内部运作过程中去，做充分的“田野调查”，从而总结、揭示文化变成“符号经济”和“文化产业”的成因，探讨成功的经验，也探讨不成功的教训。这个内部运作过程是极其复杂与隐蔽的，要深入到这种内部具体运作过程的“田野调查”是极其艰辛与细致的。该课题的研究者们做了很大的努力。但是，这是需要长期扎实、深入调研对象，并且还需要一些经济学方面的知识，因而显然还需要继续努力。

《二人转艺术产业化问题研究》是我所看到的第一本具体研究二人转文化产业方面的著作，它是对二人转变成文化产业的具体总结，对我们探讨文化产业等相关问题一定会产生重要启示。

杨 朴

2012年6月26日



目 录

序 文化资源与符号经济	杨 朴 1
第一章 二人转的文化品格	1
第一节 二人转发展现状	2
第二节 二人转作为大众文化的品格	8
第二章 二人转文化产业	13
第一节 二人转文化产业的建构	15
第二节 二人转文化产业的态势	26
第三节 二人转文化产业运营状况	39
第四节 二人转的文化效应	56
第三章 二人转文化产业与东北经济发展	73
第一节 二人转文化与经济的关系	74
第二节 二人转文化的价值取向	80
第三节 二人转文化经济价值模式及合理化建议	85
第四节 二人转经济价值实现	91

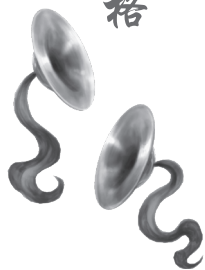


第五节 二人转文化产业在东北经济发展中的地位 及意义·····	119
第四章 二人转文化发展的前景研究及障碍分析·····	133
第一节 二人转文化产业发展的依托 ·····	134
第二节 二人转文化发展前瞻 ·····	145
第三节 二人转文化产业发展的障碍：经济与文化因素 ·····	154
第四节 二人转文化产业发展的障碍：观念与制度因素 ·····	170
后 记 ·····	184



第一章

二人转的文化品格





大凡一种艺术样式，总须有一种独立的审美品格才有其存在的价值。民族化与地域化是形成艺术独立审美品格的重要因素。从某种意义上说，一种艺术样式的不断民族化、地域化的过程，就是这种艺术自身不断走向成熟的过程。东北二人转是东北文化的一部分，它的独异性与整个东北文化的大背景有着千丝万缕的联系。因为任何一种艺术都不是凭空产生的，它是人类心灵的创造物，可以诉诸人的感觉，是有形之物，在这“有形”的背后，有一个承载“创造”的力，这就是创作主体内在的文化心理积淀。所以每一种独特的艺术现象的出现，都有广泛、深远的文化根基。

第一节 二人转发展现状

二人转是在东北特定的土壤滋养下，吸收了东北大秧歌等艺术成分而形成的一种独特的民间艺术形式。这种独特的艺术样式因兼有歌舞、说唱和戏剧的特点，更因拥有单纯的娱乐性、大众的通俗性和鲜明的地域性等诸多优势而保持着旺盛的生命力。近 30 年来更获得了飞速发展，由原来文化底蕴羸弱的东北民间艺术，发展为以中央电视台春节联欢晚会为平台、各省级媒体为支撑、网络媒体有专栏的具有广泛影响力的受全国观众喜爱的大众艺术形式。

近几年来，全国各地出现了不少以刘老根大舞台为标志的二人



转演出剧场，观众争相观赏。在传播二人转艺术的同时，二人转艺术也创造了前所未有的经济价值。同时，二人转在“转”动大江南北的同时，自身存在的问题也逐渐显现出来，二人转呈现出繁荣与萎缩共存的“生态异化”现状。二人转如何摆脱自身的痼疾，朝着健康的方向发展，展现东北黑土地独特的文化魅力，发挥其活跃群众精神生活并推动经济发展的效能呢？这是我们亟待探讨的课题。

当下二人转经过 300 多年的发展演变，由原来的“南靠浪（舞），北靠唱，西讲板头，东耍棒”到当下各路表演取长补短，互相融合，由内容到形式再到演出场所都发生了巨大变化，概括起来在以下几方面凸显出来。

一、转出乡村，走向城市

伴随着社会主义市场经济的飞速发展，二人转在发展传承中带着浓郁的山野气息从乡间地头迅速地走向了大城市，把黑土地文化带到了北京、南京、上海、深圳、香港、台湾等地，进而“转”出国境。随着接受群体的扩大和市场经济的发展，致使一些市（县）的传统二人转团队同民间艺人会合，组成新的演出团体向城市拓展，收到了良好的经济效益，同时也推动了民间二人转的发展。东北地区某戏院同 200 多位二人转演员签订了演出合同，全年只有除夕之夜停演，剧场与演员的收入都非常可观。在经济利益的驱动下，二人转事业红火起来，不只局限在糊口的底线，更被看成是一种发家致富的项目，开创了二人转大普及的生动局面。这使得二人转从业人数剧增，谁也无法确切地统计出从事二人转事业及二人转相关的演艺人员数量。大量具有丰富演出经验的二人转民间艺人走进剧场，走进大中城市，他们懂得运用朴素的智慧研究市场，研究受众，并迅速占领市场。现在到二人转剧场观看演出，不只是东北



地区民众娱乐休闲的方式了，也是一种款待宾朋的方式，更有南方客人和国外朋友直接提出到剧场观看二人转演出的要求，这为二人转的发展提供了机遇和土壤。可以说没有城市的平台，就没有当下二人转繁荣局面的出现。过去，“万人围着二人转”的现象，那是在农村，是在东北黑土地上，那里是二人转的生存之“根”；而现在，二人转通过城市和媒体等多种渠道走向全国，形成当下中国社会重要的文化现象之一。

二、转离田头，走进剧场

二人转一直活跃于东北的田间地头，随着改革开放的进程，这种民间文艺逐渐转移阵地，由乡村到城镇，逐渐拓展演出空间，并且由乡野的田间地头走进剧场。在北京、长春、沈阳、哈尔滨等现代化大都市逐渐站稳了脚跟，形成了具有品牌效应的演出阵地，如“刘老根大舞台”、“和平大戏院”等。同时，二人转在被许多主流媒体热捧后，纷纷推出以二人转为主题的电视节目，如辽宁卫视的“明星转起来”，黑龙江电视台的“本山快乐营”、“二人转大观园”，吉林电视台乡村频道的“二人转总动员”等。二人转由“江湖”走进“庙堂”，由农村走到城市，过去被人鄙视诟病的乡野艺术走向了主流媒体，二人转逐渐被全国广大群众所接受。“万人围着二人转，二人转给万人看”是当下中国戏剧和戏曲其他种类难以企及的一种文化现象。

三、适应市场，变异转型

城镇剧场的二人转已经不再是乡野木棚中的二人转了，为适应新的生存环境，二人转发生了翻天覆地的变化，用时髦的词来形



容，就是二人转“转型”了。这种转型是进城的二人转民间艺人自身艺术创造力的一种体现。二人转艺人大多没受过专业艺术理论教育，因而也没有过多的艺术规范与束缚，表演起来十分自由。城镇观众独特的审美品位、审美需求给了演员表演特殊的制约。有人指责赵本山“刘老根大舞台”的二人转变了，不是纯正的原汁原味的东北二人转了。赵本山无奈地回答：“演二人转的正戏长段子，观众就坐不住，纷纷离座抽烟或是上厕所，我们不得不改。”这说明，二人转艺人并非没有能力唱老剧目、老段子，而是城里观众的需求制约了二人转的演出，迫使二人转演出由长变短。今天的观众有很多娱乐方式可以选择，不再像过去那样被迫不情愿地进入剧场里面观看“样板戏”接受再教育，他们可以凭着自己的兴趣爱好，去选择他们喜欢看的节目。你可以指责他们审美情趣不高，却没有权利限制他们看或者不看。城里人用不愿意看或愿意看的方式决定着二人转形态的变化。没有观众观看，二人转艺人就无法生存；而要获得生存，就要尽量迎合观众。从接受美学角度来看二人转的变化，就会懂得二人转的新型转变，其实是城市人思想情趣的情感表现方式，是城市人的思想情趣、审美需要决定了二人转的巨大变化。

四、“绿色二人转”的倡导

赵本山提出了“绿色二人转”概念，在二人转艺术的发展史上具有划时代的意义，得到有识之士的认同，成为引领格局的风向标。其实我们对“绿色”这一概念并不陌生，诸如，“绿色食品”、“绿色环保”等提法，其意义就是指无污染、无公害，不会对人体本身和人的精神造成伤害。二人转艺术的“绿色”注重的是精神层面的健康。早期的二人转，出口成“荤”，信口流“黄”，与“文明”相疏离，也难以在大都市立足，因此，赵本山提出“绿色二人转”。