



G114
C057-2

文化产业 比较案例

Culture Industry Comparative Cases

蔡尚伟 刘锐 等著

G114
C057-2

中国传媒大学出版社

在... 文化... 产业... 比较... 案例... 研究... 意义... 作用... 影响... 发展... 趋势... 挑战... 机遇... 对策... 建议... 结论... 附录... 参考文献... 后记... 编后语... 出版说明... 作者简介... 内容简介... 目录... 第一章... 第二章... 第三章... 第四章... 第五章... 第六章... 第七章... 第八章... 第九章... 第十章... 第十一章... 第十二章... 第十三章... 第十四章... 第十五章... 第十六章... 第十七章... 第十八章... 第十九章... 第二十章... 第二十一章... 第二十二章... 第二十三章... 第二十四章... 第二十五章... 第二十六章... 第二十七章... 第二十八章... 第二十九章... 第三十章... 第三十一章... 第三十二章... 第三十三章... 第三十四章... 第三十五章... 第三十六章... 第三十七章... 第三十八章... 第三十九章... 第四十章... 第四十一章... 第四十二章... 第四十三章... 第四十四章... 第四十五章... 第四十六章... 第四十七章... 第四十八章... 第四十九章... 第五十章... 第五十一章... 第五十二章... 第五十三章... 第五十四章... 第五十五章... 第五十六章... 第五十七章... 第五十八章... 第五十九章... 第六十章... 第六十一章... 第六十二章... 第六十三章... 第六十四章... 第六十五章... 第六十六章... 第六十七章... 第六十八章... 第六十九章... 第七十章... 第七十一章... 第七十二章... 第七十三章... 第七十四章... 第七十五章... 第七十六章... 第七十七章... 第七十八章... 第七十九章... 第八十章... 第八十一章... 第八十二章... 第八十三章... 第八十四章... 第八十五章... 第八十六章... 第八十七章... 第八十八章... 第八十九章... 第九十章... 第九十一章... 第九十二章... 第九十三章... 第九十四章... 第九十五章... 第九十六章... 第九十七章... 第九十八章... 第九十九章... 第一百章...

图书在版编目(CIP)数据

文化产业比较案例/蔡尚伟,刘锐等著. —北京:中国传媒大学出版社,
2009. 11

ISBN 978-7-81127-810-1

I. 文… II. 蔡… III. 文化—产业—对比研究—案例—世界
IV. G. 114

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 205627 号

文化产业比较案例

作 者 蔡尚伟 刘 锐 等

责任编辑 赵丽华

责任印制 范明懿

封扉设计 大鹏工作室

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社(原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京市后沙峪印刷厂

开 本 730×988mm 1/16

印 张 20

版 次 2009年12月第1版 2009年12月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-81127-810-1/G·810 定 价 49.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

论“比较文化产业学”的构建(代序)

蔡尚伟

随着文化产业的迅速发展,文化产业研究日渐繁荣,“文化产业学”的建设得到了人们的重视。应该说,近年来,零散的文化产业研究成果如雨后春笋般涌现出来,而“文化产业学”的学科体系并没有完全建立起来,一个合理的“文化产业学”的学科框架是什么仍在探讨之中。笔者认为,不管最终达成共识的“文化产业学”的基本框架如何,“比较文化产业学”作为“文化产业学”的有机组成部分,无论如何都应当占有非常重要的地位。这种地位,也许比其他比较学科在相应的大学科体系中的地位还要重要。

一、什么是比较文化产业学

在认识世界的过程中,人类观察到事物之间同时存在同一性和差异性,由此产生了比较的方法。比较方法承认同一性和差异性的事物存在的既相互对立又相互统一、在一定条件下相互转化的两个方面。以此为基础,“比较”成为利用这两种特性认识事物的重要手段。比较最大的特点就是无处不在、无时不有。潜在的比较发生在认识的每一个节点上——我们无时无刻不在用经验来与此做比较从而得出判断,指导实践。也就是说我们观测各种存在,做出各种判断,无形中都是由比较得来的。老子“有无相生,难易相成,长短相形,高下相倾”之说,表达了相对的理论,而相对性的发现,即是来自比较。比较不仅使比较的对象具有了特殊性,成为独立的个体,更能在比较中发现存在于群体中的普遍性,即找到一般规律。这对于人类的认识活动是至关重要的。19世纪以来科学的发展和东西方文化的交流碰撞,使得“比较”经过强化与有意识地提升,渐渐成为一种科学研究方法,催生出大批的比较学科。特别是当今全球化进程的推动,使得超越单一民族的视角,从比较的、多元的视域来研究客观事物,从世界文化的整体性来思考的观念终于形成气候。比较方法最终从日常生活的经验方法全面进入学术研究领域之中,成为以比较命名的诸学科的方法论。这一传统的开山鼻祖,19

世纪诞生的比较文学,至今已成为文学领域的重要学科,历经百年时光,成就了众多大师,创造了无数成果。后又有意识形态差异催生的比较经济学建立于20世纪30年代,属经济学分支学科,通过比较分析、衡量优劣、判明利弊、总结经验,为经济体制改革、经济结构调整以及制定有关经济政策提供依据,影响巨大。此外亦有比较史学、比较法学、比较文化学、比较教育学、比较出版学、比较辞赋学、植物比较学等一系列涉及自然、人文、社会各学科门类的比较学科在不断发展。

那么,到底什么是“比较文化产业学”?作为一门学科,应当如何定义它呢?我们且从以下三个方面来探讨该学科的基本构成要素,从而帮助我们得出结论。

1. 比较文化产业学的研究对象

研究对象是每一门学科构成中最基本的要素,这个对象虽然不一定必须与其他学科的研究对象完全没有交集,但是至少也应该在某种分类方法的基础上与其他对象区别开来,才能使某一类研究具有成为学科的基本独立条件。对比较文化产业学而言,这个提法可能产生两种理解:一种是“比较/文化产业学”,另一种是“比较文化产业/学”。前者强调的研究对象是“文化产业学”,是把各种文化产业学理论和体系进行比较,或者是把文化产业学与其他领域的学科进行比较,可以称之为“文化产业学的比较论”。文化产业学的比较论既包括学者们对文化产业学的研究成果,也包括政府发展文化产业思路方面的理论层面上的比较。“比较文化产业/学”是将“比较文化产业”作为学科的对象,即强调研究对象是置于“比较平台”之上的文化产业,这是“比较文化产业学”学科研究的重点。应当说,对于大量零散、感性的案例研究和经验总结来说,“比较文化产业学”的构建是一种“系统化”、“理论化”的努力,是对原始实践的超越,是带有理论任务的学科迈进。但是,文化产业学终究是一门强调实践指导意义的学科,文化产业比较的核心任务就应当是通过一定的比较研究来考察样本,在优劣成败的表象之下挖掘本质,为以后的实践总结深层次的经验、教训,提供指导性思想。因而在比较文化产业学学科对象的确立上,应当实践与理论二者兼具,而以实践为先,以实践为重。换句话说,以可比性为基础“并置”为一个小系统的具体的文化产业实践与理论就是比较文化产业学的研究对象。在某种意义上,“比较”既是对方法的揭示,同时是对学科研究对象特征的描述。

2. 比较文化产业学的学科特点

任何一门学科,都具有区别于其他学科的特性。这种特性既可能是该学科本身独具的,更有可能是一些特性的组合。相同的特性,不同的组合,不同的体现方式,也能造就不同的学科品格。对于比较文化产业学而言,除了实践性强,研究方法特征鲜明

之外,它的特性也包括实证性、系统性和跨越性的统一。

(1) 实证性

比较文化产业学,针对的是现存的文化产业实践案例和文化产业理论,一切都要从存在的事实出发,并不是重在从概念、范畴出发的思辨性科学,而是以具体的文化产业实践、理论发展的异同作为研究出发点的实证科学。实证科学对于研究对象的真实性、研究方法的规范性要求很高。因此,这一特性决定了我们要综合运用文献分析、实地考察、调查问卷等多种方法,及时收集理论研究和实践活动的第一手资料,着眼新的研究对象的产生发展,从而对理论进行去伪存真的梳理,对实践进行由表及里的探究。

(2) 系统性

比较文化产业学具有很强的系统性——以发展作为最终目的,以比较方法作为贯彻到底的研究方法是本学科始终坚持的主线,即学科内所有研究普遍遵循且必须遵循的规律。同时,比较文化产业学的组成部分按一定的逻辑与学科要求划分,有机结合,共同构成大的学科系统。如前所述,比较文化产业学的最小研究单位——每一对拿来比较的案例或理论之间也具有系统性。这是孤立的单体研究所没有的性质。

(3) 跨越性

与以某一国家、某一民族、某一文化传统所特有的存在作为研究对象的学科不同,比较文化产业学具有广泛的跨越性,特别是国际性。这不仅仅体现在构成学科的重要一支是不同区域间文化产业的比较研究,更体现在文化产业本身具有的国际性特点,体现在探索文化产业发展之路的命题是全球性的。这门学科能够突破地域界限,跨越文化障碍,在正视体制差异的基础上用宏大的全球视野,用人类共同拥有的科学方法来研究样本,从而不仅能为某一区域内的文化产业提供可行性参考,更能够在比较中发现共性,为世界范围内的文化产业发展寻求预判和方法论。

3. 比较文化产业学的学科定位与学科构成

比较文化产业学位于诸多学科的交叉地带,并具有很强的应用性,是其上位学科新闻传播学、产业经济学、文化产业学等的有机结合,并以“比较法”这一特殊科学方法作为研究方法的新兴社会学科。然而,交叉性并不排斥独立性,比较文化产业学并不是机械运用比较方法来和文化产业学进行耦合,而是通过借鉴比较文学、比较经济学等学科的比较方法与学科融合建成的新学科,包括明确的研究范围、研究对象和研究目的,独特的研究思维、研究方法和话语系统,稳固的逻辑线索,以及脉络清晰的研究分支方向群。

比较文化产业学的下位分支主要有以下几个方面:

①比较文化产业学概论:这是针对学科理论框架、研究内容和方法等基本要素的研究和梳理。这是学科存在与发展的基础。

②文化产业理论比较研究:这既包括文化产业理论的比较研究,也包括政府对文化产业指导思路的比较研究,有时间轴上的纵向比较,也有地域间的横向比较。理论和实践从不矛盾,成功或失败的实践活动背后,往往有值得深挖的理论背景。

③区域性文化产业比较研究:这主要包括两方面的内容——一方面是不同国家、地区之间在各种不同因素的影响下造成某种类似的文化产业、文化产品发展的案例比较,另一方面是同一区域内在大范围条件相同的情况下主要由产业单位本身因素决定的成败得失的案例比较。这两方面都是本学科研究的重点。

④文化产业阶段性比较研究:不论文化还是产业都是处于进程中的,这要把某一文化产业或某一文化产业产品的发展看做一个不间断的、动态的历史过程。将每一个发展阶段的理论研究成果、方针政策环境、社会文化样态进行比较,从而找出文化产业发展变化的规律。

⑤文化产业部类性比较研究:这个部分是将文化产业各门类之间,或将文化产业与其他不同产业门类的产生过程、发展历史、所处现状以及经营管理模式等进行比较研究的部分,后者超越了“文化产业”的范围。这部分旨在以经济学、产业学为理论基础,寻找产业间发展规律、运作模式、经济构成、市场份额、上升空间的异同,从而更好地把握市场经济和全球化语境中文化产业的脉搏。

综上所述,比较文化产业学可以简要定义为:对具有可比性的文化产业案例和文化产业理论进行比较研究的一门学科。

二、建立比较文化产业学的条件和意义

其实,以前不少的文化产业研究都自觉不自觉地或整体或局部采用了“比较”的视角或方法,要建立独立的“比较文化产业学”,人们自然要追问它有没有独立出自成学科的条件和意义。这里试做一个初步的回答。

1. 建立比较文化产业学的条件

(1)研究对象:样本数量极大丰富

文化产业学虽然是一门新兴的学科,但发展速度惊人。它是对传统人文社会学科的全面整合与改造、创新,它对应的社会实践部门特别众多,涉及的基础学科、应用学科特别众多,已经产生并将继续产生的相关研究众多,可供比较的样本数量特别丰富。随着全球新经济的继续发展,文化产业势必成为全球大多数人都能明显觉察到的人类

公共实践领域,相关的案例与研究势必形成爆炸性增长态势。在全球化背景下,借助“比较文化产业学”理解“他者”的文化产业,深刻把握不同文化、政治、经济条件下的文化产业形态及其运行规则与发展规律,帮助各个国家、地区抓住文化产业战略与战术机遇,推进文化产业有效发展,既有广泛的需要,也有可靠的基础。

(2)学科构建:学术成果易于整合

其实以前已经有一些文化产业比较研究的基础,这些研究虽看似甚为分散杂乱,但运用比较方法,并以探索发展之路为目的,一直都是贯穿这些研究的主线。此外,大量的文化产业研究都自觉不自觉地部分采用了“比较”的视角或方法。所以,很容易将前人的研究成果进行分门别类、有机整合,在系统的理论框架指导下独立成为比较文化产业学。当然,要建立一门学科,仅仅依靠整理、继承前人的研究成果是远远不够的,还必须完善作为学科体系所应具备的一切要素,并随理论和实践的发展持续修缮、更新。

(3)学科方法:历久弥新之“比较”

任何学科都需要特定的思维方式和研究方法,找准“比较”这一特殊的科学方法,就如同为我们在广阔的文化产业研究海洋上找到了一艘新的航船。这是一种古老的考察方式,却具有常新的使用价值。比较是人类基于对世界基本特性的认识而形成的最基本的方法论,而具体的比较方法又随着人类各相关学科的微观解释工具的发展而同步丰富,具有与时俱进的性质。我们认识和运用考察文化产业的比较方法,是有机的、灵活的,是随时代变化不断进行革新的。所以,比较研究方法的独特价值,是比较文化产业学建立的又一必要条件。

2. 建立比较文化产业学的意义

一言以蔽之,建立比较文化产业学的意义在于能够满足学界、业界的相关需要。

近年来,学界和业界对文化产业研究包括文化产业的比较研究越来越重视,研究力度逐渐加大,研究成果的数量和质量同步显著提高。另一方面,由于学科体系涣散,学科界限不明确,研究方法不规范带来了一系列问题,如研究对象分散杂乱,研究手段简单粗糙,研究成果脱离实际等,使得既有的研究无法满足学界和业界的需求,客观上要求建立健全文化产业比较研究体系,明确研究目标、范畴和方法,遵循学科规律,减少资源浪费,生产出优秀的学术成果以指导实践。构建“比较文化产业学”具有理论与实践的双重意义。

(1)理论意义

2003年左右在中国兴起的新学科“文化产业学”虽然尝试以独立学科立足,但学术影响始终不太大,原因之一就是学科体系不够完善。从逻辑上说,参照其他成熟学

科惯例,理应构建“比较文化产业学”,与文化产业基础理论、文化产业史、文化产业经营管理等学科一起支撑起“文化产业学”的大厦。

比较文化产业学的建立,能够将分散的文化产业比较研究整合起来,一方面避免了研究领域交叠、研究方法混乱等问题,另一方面,统一思路将零散的局部研究有机整合,可以最大限度地发挥文化产业研究的整体优势。

此外,在文化产业研究发展的浪潮中,中国自觉地推进“比较文化产业学”的构建,能够使中国在文化产业研究的世界格局中突出特色、造出影响。比较研究的操作性强,能够紧扣新兴的、重大的发展趋势,更容易在学术上有所成就,包含有大量的国外产业案例研究,也更易得到国际学界的认可。这对于中国文化产业学术研究在国际学界地位的提升,也是一个新的机遇。

(2) 实践意义

比较文化产业学的建立,从大的方面来讲,能够在诸多案例比较中发现共性,从而估测全球文化产业发展趋势、重点、瓶颈、障碍等等,并提出规避和解决方案,或在比较中发现差异,从而从经济、社会、文化、政治等多个角度探索世界文化的交流、融合,世界文化产业的互动、合作的道路。从小范围的眼下效益出发,则能让本区域本行业在诸多区域、行业经验中学习前车之鉴,寻求生存与发展之道。传统的孤立的单个案例的经验分析,往往是得出一些一般性的原则性结论,很难给实践者以明确的指导与启发,而比较研究能够以“相同、相似、相反”的多重视角,以理性冷静的反思姿态,以宏观与微观相结合的多层次考察,揭示事物发展的必然性与偶然性因素,切实给实践者以有用的正面启示与反面提醒,做到在复杂的实战环境中,全面考虑到事情发展的多种可能与因果变化,以做到决策的科学性。

三、比较文化产业学的思维方式和研究方法

思维方式是学科的指导原则,面对的是学科的思想与内容;而研究方法则是研究主体与研究对象之间的统一,是针对具体对象的操作。从二者的关系来说,思维决定方法并且指导方法,研究方法服务于学科思维方式。其中思维方式是决定性的,研究方法是辅助性的。思维方式和研究方法的问题对于比较文化产业学尤其重要,需要重点加以阐述。对比较文化产业学来说,指导学科思维方式自然是比较,而针对研究对象的研究方法也是比较。比较的思维方式与比较的研究方法——同一性和差异性首先就在学科的基本理论框架中体现出来,然后贯穿整个学科及每一项具体的研究之中。

1. 比较文化产业学的思维方式

与比较的研究方法不同,比较的思维方式是一种宏观的视野,是学科研究始终应当遵循的指导思路。文化产业的多重属性,使得比较文化产业学的思维方式也须融合许多其他思路,才能保证学科研究得到正确的指导。

(1) 坚持辩证思维

我们做比较研究,不能为比较而比较,机械运用比较方法进行简单的形式类比是有助于深化认识的。许多先前建立的以比较命名的学科都遇到过这样的问题——泛滥地使用各种思维方式和研究方法,生硬地将不同学科、不同文化现象进行形式上的比较,忽视了对同一性的严格考察,其实有些研究样本之间并没有能够有机结合的核心共同点,比较得出的差异性没有多少示范性、普遍性意义,研究方法的粗浅直接导致学术价值的低下。这些问题归根结底,就是比较方法脱离了辩证思维指导的结果。比较是兼具对比与类比的,既辨其异,又探其同。所以我们必须坚持将辩证思维与比较思维结合起来,选择研究样本时注重考察其可比性,找到真正具有价值的研究对象,才能得到真正具有价值的研究成果。在比较中要自觉坚持联系的观点、发展的观点、矛盾的观点,特别是对事物成败得失的判断要准确,分析因果关系要全面,要分清矛盾的主要方面与次要方面,要坚持两点论与重点论的结合。

(2) 坚持全球化思维

全球化作为一种语境,是有现实敏感性与洞察力的研究者所必须面对的。对于比较文化产业学,体认全球化语境显得尤为重要。因为在当今世界,文化和产业身上,有着深刻的国际化、全球化烙印。国际文化交流和国际产业合作,以及将其紧密联系起来国际文化产业交流合作,都深刻地反映着全球化语境对人类社会的影响。因此,我们研究比较文化产业学,思维一定不能局限于单一的民族视角,而是应当始终坚持全球化的宏大语境,研究思路才能更好地贴近时代精神,研究成果才有可能指导国际竞争。

(3) 注意跨学科思维

比较文化产业学是一门交叉性与综合性很强的交叉学科。而交叉性越强的学科,所需要的相关学科的资源就越多,在研究时才能避免天平失衡、结论偏颇的现象。事实上,学科之间的差异除了学科对象、学科方法的差异外,还有学科的主导价值观等多项因素的差异。与文化产业相关的一些学科的主导价值观可能更多地在于文化批判与道德批判,而文化产业内在的要求却是建设,因此,在文化产业研究中,特别是比较文化产业研究中,特别要注意在吸收一些学科批判立场的合理内核的基础上,超越简

单的个人化、情绪化的主观判断,将人文诉求与社会科学的理性原则结合起来,全面把握文化产业的政治、经济、文化、社会属性,构造跨学科的观察与分析工具,得出合理的建设性研究成果。

2. 比较文化产业学的研究方法

作为比较思维方式指导下,针对具体研究对象的研究手段,比较方法是着眼细部、形式多样的。在以基本的“同一”与“差异”比较为核心方法的基础上,结合比较文化产业学的学科特点,按照一定的分类标准,可以划分为多种具体的研究方法。

(1)按事物的发展样态划分:动静结合的方法

比较文化产业学是以研究文化产业理论和文化产业发展同一性与差异性为基础的学科。而无论是理论还是实践的发展,都是一个动态的、不断变化的过程。如果只对研究对象的某一时间点进行比较,不去观察它们发展变化过程中的阶段性特征,割裂了它们与发展历史的紧密关系,就无法得出全面的结论。因此,比较文化产业学的研究,一定要将相对静态的、稳定的样本现状与它们动态的发展过程结合起来。

(2)按时间和空间划分:纵横结合的方法

我们研究比较文化产业学,既可以按照时间线索,将不同历史时期内同一文化产业门类的每个发展阶段结合时期背景进行纵向的比较,也可以针对不同区域内同类文化产业的发展演变过程进行横向比较,还可以进行文化产业不同产业门类之间的横向比较。只有将纵横比较有机结合起来,才能真正反映出文化产业演变发展的基本线索和内在规律,实现更具指导意义的方法论价值。

(3)按观察切入的角度划分:宏观微观视角结合的方法

比较文化产业学,既应当有宏观层面的研究,也应当有微观层面的研究。本学科涉及的范围很广,综合性强,从全球思潮、新媒体技术、文化体制、产业结构、社会背景和经营模式等宏观角度切入的文化产业比较研究诚然重要,但针对具有代表性的文化产业门类甚或某个文化产业单位进行的成败得失的比较研究则更具实践价值,更不可或缺。只有将宏观与微观视角相结合,才能使高瞻远瞩的思想指导和脚踏实地的实践操作相得益彰。

(4)按对象划分:理论与实践结合的方法

前文在对文化产业的研究对象进行阐释时,为了达到范围清晰化的目的,将理论研究和实践研究划分为两个部分。但在实际的研究过程中,针对理论和实践的比较研究是无法分割的。不存在没有理论指导的实践,也不存在没有实践根源的理论。理论是对实践经验的提炼和归纳总结,而实践则是理论研究的指导结果。进行文化产业理

论的比较研究时,应注意观察理论产生、发展的源头是什么样的实践;进行文化产业实践比较研究时,应注意发掘这一实践背后的理论依据——谈理论不脱离实践,谈实践注意理论指导,才能达到本学科通过理论来指导实践的研究目的。

(5)按区域划分:国内与国际相结合的方法

比较文化产业学,不是生搬硬套国外的文化产业理论实践经验和研究成果,全盘批判否定本土,进行简单拿来主义的模仿,而是应当坚决立足本国国情,结合本国文化产业实践和理论的发展历史、发展现状,以发展本国文化产业实践和文化产业研究作为根本出发点。所以,比较文化产业学必须坚持国际国内两手抓的研究方法,将本国的文化产业理论和实践与国外同类型样本进行比较研究,或从解决本国问题的角度出发,对国外样本进行比较研究,最终的结果还是要反馈到本国文化产业理论实践发展中遇到的问题上来,积极探索具有本土特色、不失创新与时代精神的文化产业实践与理论发展之路。

一门学科,从产生到发展,从发展到成熟,从成熟到实现新的跨越,需要一个漫长的过程。希望比较文化产业学可以通过理论研究的深入和研究成果的积累,逐步完善,不断为我国文化产业实践和理论发展提供更多有价值的指导。

目 录

论“比较文化产业学”的构建(代序) 蔡尚伟/1

国际视域

交锋——香港、新加坡创意产业比较 /3

墙里开“花”墙外香——中、美对“花木兰”文化资源的开发比较 /17

师徒争锋——全球视野中的《读者》与《读者文摘》 /27

哈利·波特 vs? ——从罗琳与郑渊洁看中西儿童文化产业 /39

犹抱琵琶半遮面——中、日性文化产业比较 /49

区域比较

浪漫主义与现实主义的交响——云南、四川文化产业比较 /67

文化产业“双城记”——重庆、成都文化产业比较 /87

幸福“双城记”——杭州、成都休闲产业发展比较 /100

山东的“水浒”江苏的“城”——水浒文化旅游资源开发比较 /112

少林 vs 武当——武侠文化产业之宗师过招 /124

文化传媒

中华复兴语境中的儒学资源开发——名牌大学与强势传媒的无形较量 /139

钢丝上的“模仿秀”——《变形计》与《交换主妇》之比较 /149

风起南方——云南电视台《看东盟》与广西电视台《连线东盟》栏目之比较 /161

明星+广告=双赢 or 双输? ——明星广告对比 /171

网络淘金记——Go. com 和 Google 的网络搜主义 /182

蓝猫、熊猫闯市场——湖南蓝猫动画、四川熊猫动画产业比较 /193

“君住长江头，我住长江尾”——上海电视节和四川电视节之比较 /204

文化体验

相似的创意，不同的结局——成都、深圳世界主题公园成败比较 /219

“人造景观”是一宗罪？——“华夏第一祖龙”与“无锡灵山大佛”之比较 /231

同样的“缩微”，不同的“命运”——“三峡集锦”与“锦绣中华”之比较 /245

影视城沉浮记——老成都影视城和横店影视城成败对比 /254

“长城向南延伸”——成都洛带金龙长城与南方凤凰长城的运作比较 /268

当文化与地产相遇——芙蓉古城与贺兰山房比较 /281

“走出去”之后——杨丽萍与赵本山美国演出比较 /292

后 记 /305

国际视域

International Perspective



交锋——香港、新加坡创意产业比较

墙里开“花”墙外香——中、美对“花木兰”文化资源的开发比较

师徒争锋——全球视野中的《读者》与《读者文摘》

哈利·波特vs? ——从罗琳与郑渊洁看中西儿童文化产业

犹抱琵琶半遮面——中、日性文化产业比较

鸦片战争一声炮响，震碎了几千年来天朝大国的迷梦，久久沉睡的中国自此真正开始了“睁眼看世界”的征程，一百多年来步履沉重却又坚毅地前行，这种探索至今仍在继续。

当今国力的竞争不仅是军事科技等硬实力的竞争，更是文化、制度等软实力的竞争。对于一个国家来说，发展文化产业是增强其文化辐射力、提升国际形象和地位的利器。西方稍有头脑的国家无不挥舞着这一利剑，披荆斩棘，步步紧逼。这种疆域的拓展已经从国内延伸到了国外，乃至世界各地的文化原料都可以在其精心烹制下成为一道盛宴。几年前中国的“花木兰”被贴上迪斯尼的标签向全世界兜售（《墙里开“花”墙外香——中、美对“花木兰”文化资源的开发比较》）就是很好的例证。对此，我们不能像阿Q一样一听到别人谈论自己头上的疮疤就暴跳如雷，反思的应该是我们自己：为什么我们坐拥连城的文化资源，却始终不能烹制成为一道盛宴？我们要寻找的恰恰是西方烹饪这道大餐的妙方，学到手来为我所用。

既然世界各国都在驾着文化产业的战车飞驰，开放中的中国岂能落后？眼望绝尘而去的西方国家，中国的文化产业业已扬鞭立马，迎头追赶。将近百岁的《读者文摘》沉稳老道，年轻的《读者》风华正茂（《师徒争锋——全球视野中的〈读者〉与〈读者文摘〉》）。新加坡的创意产业异军突起，香港的创意产业发奋直追（《交锋——香港、新加坡创意产业比较》）。

由于运作经验、能力等的差异，更多的时候，在同样的原料中西方却烹制出了不同的味道，有的甜蜜，有的苦涩。J.K. 罗琳创作的《哈利·波特》系列风靡世界，引来“哈迷”无数，而同样是童话大王的郑渊洁却远未达到此种程度（《哈利·波特 vs？——从罗琳与郑渊洁看中西儿童文化产业》）。追根溯源，不仅仅是因为与西方比较起来中国相关理念和产业运作的落后，更有深层的文化传统、规制等方面差异的原因。除了上面的例子，比如典型的还有中日两国在性文化产业方面虽有局部的相似之处，但又大相径庭（《犹抱琵琶半遮面——中、日性文化产业比较》）。

总之，对于西方文化产业运作方面的成功经验和做法，“我们要运用脑髓，放出眼光，自己来拿！”“我们要或使用，或存放，或毁灭。”正如齐白石所说的，“学我者生，似我者死。”任何时候都不能简单照搬西方的经验，而应结合中国自身的国情和文化在批判中借鉴。

交锋——香港、新加坡创意产业比较

王命洪

随着工业化进程的不断深入和发展,特别是随着知识经济时代和信息时代的到来,现代社会已经由生产社会进入消费社会,由物质消费时代进入文化消费时代。在这个过程中,“创意产业”在国际上正逐渐成为现代经济新的增长点。香港特别行政区和新加坡政府均已把“下一个繁荣”寄托于创意产业的发展,争做亚洲和华语世界的“创意之都”。

香港和新加坡作为亚洲相对比较发达的实体,在许多方面有共同之处,比如,都属于国际化大都市,都处于中西文化的交汇地带,都是亚洲的经济中心,都经历了一个迅速发展的时期,在信息和对外沟通方面都处在亚洲前列,信息和科技产业都比较发达等等。基于此,香港和新加坡在发展创意产业的过程中地位独特,特别是既具有中国传统文化的底蕴,又具有西方现代文明的丰富内容,属于很好地融会了中西方文化的中心城市。因此,比较二者在创意产业发展过程中的历程和取得的成就便更具现实意义。从整体上来看,香港创意产业的基础比较扎实,特别是以香港电影为代表的创意产业享有较高的国际知名度和影响力,新加坡的创意产业基础则相对比较薄弱。但在后来的发展过程中,由于措施得力,新加坡创意产业迅速崛起,香港的亚洲创意中心的地位逐渐衰落。而香港业已意识到自己的优势地位正在逐渐消失,正积极地采取一些措施加以补救,开始新一轮创意产业的快速发展。

一、香港和新加坡的创意产业发展历程

当“创意产业”的概念提出并在各个国家积极推进的时候,香港和新加坡都利用自己的资源优势积极跟进,开拓自己的创意产业。特别是1997—1998年亚洲金融危机之后,香港和新加坡都认识到要想在新的世纪获得新的经济发展原动力,保持经济持续增长和城市竞争力,必须加大对创意产业的重视,加大对创意产业的投入,加大其在经济建设中的比重和作用。