

# 文化资源学

WENHUA

ZIYUANXUE

王晨 章玳 主编



南京大学出版社

# 文化资源学

WENHUA

ZIYUANXUE

主 编 王 晨 章 珉  
副主编 白育芳



南京大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

文化资源学 / 王晨, 章玳主编. — 南京:  
南京大学出版社, 2014. 10

ISBN 978 - 7 - 305 - 14081 - 5

I. ①文… II. ①王… ②章… III. ①文化产业—教材 IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 237543 号

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号

邮 编 210093

出 版 人 金鑫荣

书 名 文化资源学

主 编 王 晨 章 玳

责任编辑 钱梦菊 刁晓静

编辑热线 025 - 83592146

照 排 南京南琳图文制作有限公司

印 刷 江苏凤凰通达印刷有限公司

开 本 787×1092 1/16 印张 13.25 字数 306 千

版 次 2014 年 10 月第 1 版 2014 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 305 - 14081 - 5

定 价 59.80 元

网址: <http://www.njupco.com>

官方微博: <http://weibo.com/njupco>

官方微信号: njupress

销售咨询热线: (025) 83594756

---

\* 版权所有, 侵权必究

\* 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购  
图书销售部门联系调换

# 前 言

资源学的研究并不是一个新话题,但是关于文化资源的研究却是一个新的命题。关于文化资源虽然已经有很多的研究文献和成果,但是当我们提起文化资源时,总是习惯性地将其与文化遗产画上等号。抑或是,将文化资源与旅游资源相混同。所以,我们一方面从经济学、社会学、文化学、历史学等多方面对文化资源加以研究;另一方面,我们对文化资源的概念、类型、性质、价值形成、价值决定等根本的问题,又是模糊含混和缺乏科学依据的。研究对象的不清晰容易带来研究方法、研究路径上的混杂和偏失,更不利于从学科理论层面建构一个较为科学而完整的文化资源学理论架构和体系。因此,从这个角度来说,文化资源学还是一门新的学科。

在编者多年从事文化经济研究和教学中,逐步从文化遗产、非物质文化遗产、版权、人文资源等多个角度对文化资源相关的概念进行研究和思考,感觉文化资源与现有资源学中所界定的物质资源在本质上差异很大,需要从精神生产和精神产品的本质特性去把握和分析文化资源的概念。由此在研究方法上,我们也不能单一地用现有资源学的经济学方法去分析,而应从“文化资源的价值决定”这一根本问题入手,运用社会学、文化学和经济学的分析方法去分析。2003年编者接触到李向民教授提出的精神经济理论,这是一种对精神产品价值论较为科学合理的理论解释框架。多年来,编者与李向民教授一直致力于完善这一理论,并将之运用于文化经济的理论建构。本书运用精神经济学的理论,对文化资源学的基础理论和现实问题加以研究和梳理,初步构架了文化资源学的基本框架,包括文化资源的概念、类型、价值决定和价值评估等基础理论部分;历史文化名城、文化遗产、非物质文化遗产和版权资源的保护、开发和利用等文化资源的理论应用部分;以及文化资源公共管理和文化资源的国际化等现实问题。此外,在教材版式上也进行了探索。本书以任务为导向,通过每单元的具体案例引入各单元的重点与难点,充分调动学习者自主学习的积极性;每单元除核心学习内容外,还精心设计了拓展知识、学习小结、思考与练习、学习活动等版块,引导学习者自主学习,实现线下学习与线上学习一体化,力争做到理论学习实践化,学习资源获取系统化,自我的学习过程互动化。

然而,当我们把现有文化资源学的研究范围从文化遗产扩展到版权、非物质遗产、人

文资源领域,我们发现文化资源学的研究还只是一个开始。经过年余的努力,我们能够拿出来的也只是一个初步的研究成果,其中很多课题,还有待进一步的研究和完善。希望我们这本书能够抛砖引玉,让更多的学者和业界专家能够参与到文化资源学的学科建设和课程建设中来,不断完善这个学科的理论,为文化资源学的实践提供正确的指导。

本书是江苏开放大学课程建设的研究成果,也是2010年度江苏高校哲学社会科学重点研究基地“江苏省文化艺术发展研究中心”重大项目“文化经济学研究(项目编号:2010JDXM030)”的研究成果之一。本书由南京艺术学院王晨负责内容策划,江苏开放大学章玳承担课程设计、教材设计等工作。撰稿为王晨(第一、二、三、四、八、九、十单元)、章玳(第五、六单元)、白育芳(第七单元)。王晨、章玳、白育芳进行了统稿修订,最后由王晨进行书稿终审。

本书在编写过程中参考了近年来正式出版的很多相关研究成果和网络资源及图片,在此谨对原编著者致谢。书中如有不当之处,敬请专家、同仁及读者批评指正!

编 者

# 目 录

单元一 什么是文化资源	1
单元导学	1
导入案例	2
点击核心	2
一、文化的本质	2
二、资源概念的发展	5
三、文化资源的概念	8
四、文化资源学研究意义	13
五、文化资源学的研究内容和方法	17
学习小结	18
思考与练习	19
学习活动	19
单元二 文化资源的类型和属性	20
单元导学	20
导入案例	21
点击核心	21
一、文化资源的分类	21
二、文化资源的属性	28
学习小结	33
思考与练习	33
学习活动	33
单元三 文化资源的形成及价值决定	34
单元导学	34
导入案例	35
点击核心	35
一、文化生产与再生产	35
二、文化资源的形成机制	43
三、文化资源价值生产和积累	50

四、文化资源的生产力要素体现·····	52
五、文化资源的地位与作用·····	55
学习小结·····	56
思考与练习·····	57
学习活动·····	57
<b>单元四 文化资源的价值评估</b> ·····	<b>58</b>
单元导学·····	58
导入案例·····	59
点击核心·····	59
一、文化资源价值的基本概念和价值构成·····	59
二、文化资源价值评估的目的和意义·····	63
三、文化资源评价的基本原则·····	64
四、文化资源的使用价值定量评估方法·····	66
五、文化资源的非使用价值评估方法·····	67
六、文化资源的综合指标评价方法·····	69
学习小结·····	72
思考与练习·····	72
学习活动·····	73
<b>单元五 历史文化遗产的保护与开发</b> ·····	<b>74</b>
单元导学·····	74
导入案例·····	75
点击核心·····	75
一、历史文化遗迹的保护历史与发展现状·····	75
二、历史文化遗迹的保护规划要点和原则·····	83
三、历史文化遗迹与文化旅游·····	86
四、历史文化遗迹保护利用实例·····	90
学习小结·····	94
思考与练习·····	95
学习活动·····	95
<b>单元六 非物质文化遗产的保护与开发</b> ·····	<b>96</b>
单元导学·····	96
导入案例·····	97
点击核心·····	97

一、非物质文化遗产的概念和类型·····	97
二、非物质文化遗产保护的历史和现状·····	101
三、非物质文化遗产的商业利用·····	107
四、数字化与非物质文化遗产保护·····	112
学习小结·····	118
思考与练习·····	119
学习活动·····	119
<b>单元七 历史文化名城的保护与开发</b> ·····	120
单元导学·····	120
导入案例·····	121
点击核心·····	121
一、历史文化名城的概念·····	121
二、历史文化名城的文化资源系统分析·····	126
三、历史文化名城的保护内容与方法·····	131
四、历史文化名城的保护规划具体案例·····	137
学习小结·····	144
思考与练习·····	144
学习活动·····	145
<b>单元八 文化版权资源的价值开发</b> ·····	146
单元导学·····	146
导入案例·····	147
点击核心·····	148
一、文化版权的概念·····	148
二、文化版权资源的类型·····	149
三、文化版权资源的价值特征·····	153
四、文化版权资源的保护·····	155
五、文化版权资源的价值经营·····	159
六、国际文化版权贸易·····	161
学习小结·····	166
思考与练习·····	166
学习活动·····	166
<b>单元九 国际视野中的文化资源</b> ·····	167
单元导学·····	167





导入案例·····	168
点击核心·····	169
一、文化资源全球化保护与开发·····	169
二、文化资源的对外交流和对外贸易·····	179
学习小结·····	182
思考与练习·····	182
学习活动·····	183
<b>单元十 文化资源的公共管理政策</b> ·····	<b>184</b>
单元导学·····	184
导入案例·····	185
点击核心·····	185
一、文化资源的公共管理概念和意义·····	185
二、文化资源公共管理的组织·····	192
三、文化资源的公共管理法律政策体系·····	196
学习小结·····	202
思考与练习·····	203
学习活动·····	203
<b>参考文献</b> ·····	<b>204</b>

# 单元一 什么是文化资源



## 单元导学

资源学通常是从经济社会发展角度研究对天然物质资源的利用、评价和可持续发展问题,诸如石油与天然气能源、矿产资源、海洋资源、土地资源等。现有资源学理论对于文化资源的界定、分类、形成原因、利用方式等都缺少深入的研究。文化资源是人类精神劳动的成果积累,不但是人类的精神财富,而且对文化资源的利用和开发能够创造巨大的经济价值。那么,什么是文化资源?文化资源研究的意义、研究内容和研究方法是什么?让我们带着这些问题进入第一单元的学习。

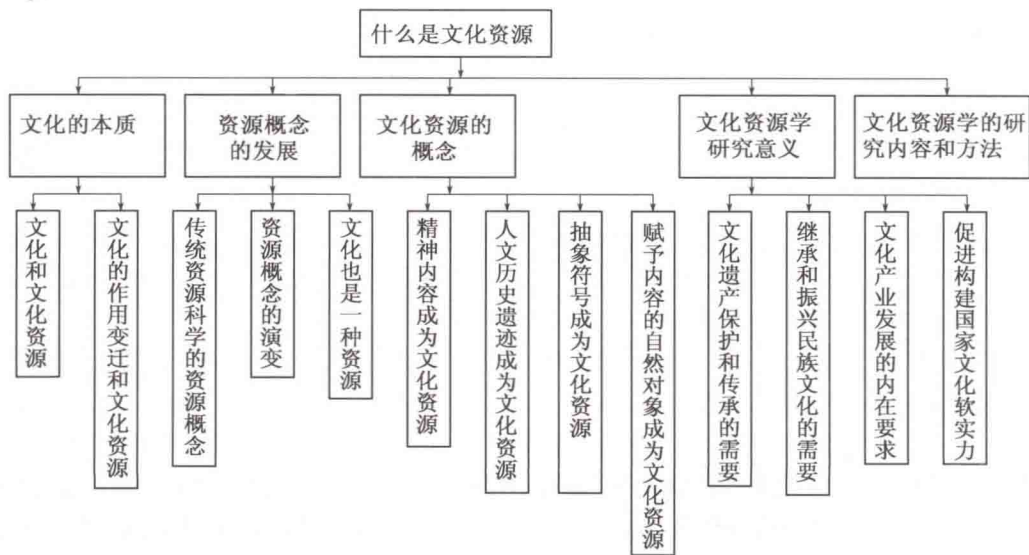


## 学习目标

- ☞ 阐释文化的定义及其功能
- ☞ 列举学术界关于文化资源的概念与界定
- ☞ 区分文化资源分类的标准及其基本类型
- ☞ 概括文化资源学研究的意义、内容和方法



## 内容结构





## 导入案例[1]



《红楼梦》是大家耳熟能详的一部古典文学经典著作。这一宝贵的文化资源不但给我们带来了丰富的精神享受,而且被改编成电视剧、电影、戏剧等文化产品,为广大人民群众所喜闻乐见,并进行投资、制作和销售的制片人、导演、电视台等单位 and 人员带来了巨大的经济效益。

**思考:**以《红楼梦》为例,分析文学作品是如何成为具有经济效益的文化资源的?

**提示:**文化资源不但具有巨大的文化价值,可产生巨大的社会效益,而且可以转化为商品,创造巨大的经济效益。



## 点击核心

### 一、文化的本质

在研究文化资源前,我们首先要从文化的意义和本质上去界定我们的研究对象。文化资源本质上是人类精神劳动成果。一项文化成果之所以能够成为文化资源,是因为资源能够为人们带来实际的功用和利益。在衣不蔽体,食不果腹的情况下,当人类为生存而挣扎时,对生存所必需的物质需求要比精神上的审美需求远远重要。精神劳动只是依附于物质生产的附属品,如劳动号子和祭祀时的歌舞。人们不会认识到一项文化劳动产品或者一项有历史人文内容的文化遗留物具有经济利用的价值。因此,文化劳动成果是否能成为创造社会经济价值的资源,取决于社会发展特定阶段人们的精神文化需求,以及人们是否能认识到这一文化存留物可以被作为资源来加以利用,以满足人们的精神文化需求。

#### ① 文化和文化资源

文化的英文为“culture”,从词源上追究,其原始的意思是耕种土地。到了16世纪,西塞罗提出“哲学是心灵的耕作”,从此西方的“文化”一词演变为精神生产,具有了教育、修养、涵养的含义。从19世纪至今,文化外延更加广泛,几乎把人类的一切物质活动和精神活动及其所取得的成果都包括在内。

在汉语里,“文化”指的是“文治和教化”。“文”主要指美、善的行为品德和文辞、法令等;“文治”又多指借助“礼乐制度”的社会治理。据汉刘向《说苑·指武》记载:“凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛。”

文化的本质到底是什么?文化到底有何功用?在过去的数千年中,文化作为上层建筑,它的主要功能是教化和娱乐。文化活动被认为是服务性、非生产性的,不直接创造经济价值。在生产水平并不发达的封建社会中,文化艺术的教育、鉴赏等是上层社会的特权。在大众文化中,虽然也有如文学、戏曲、书画等艺术市场的交换活动,但是文化成果还只是作为商品,在市场流通环节中进行交换。人们还没有自觉地意识到文化成果可以像

矿藏、物料一样作为生产资源,加以开发和利用。

自工业革命以来,人类经济和社会发展速度与日俱增,人们逐步摆脱了贫困和疾病的生存困扰,开始越来越多地追求精神上的满足。文化作品、历史文化遗产等人文资源不但可以被人们欣赏、观光,而且可以作为生产资料被加以利用和开发,加工生产出多样化的文化产品和服务,以满足广大人民的精神需求。因而形成了今天以文化资源和创意为关键投入要素的文化产业,诸如演艺、广播影视、广告、艺术品经营、游戏、动画、文学出版、展览、互联网文化内容服务等。因此,文化在社会经济发展中的作用和地位决定了人们对文化资源的认识程度。受到社会经济和生产力发展水平的影响,人们对文化资源的认识理解和利用,是一个动态发展的过程,我们需要进一步分析不同历史阶段和生产力水平下,文化在经济生产体系中的作用,以理解在当前社会文化和经济发展中文化资源所起的关键作用。



有关“文化”的定义有哪些?文化的本质到底是什么?可登录课程网络平台查看相关的学习资源。

## ② 文化的作用变迁和文化资源

经济学家麦迪森对 1000 年~2000 年人类社会经济发展的研究表明,从 1000~1820 年的 800 多年间,世界人均收入的平均水平增长是十分缓慢的,只增长了 50%,却支撑了将近 4 倍的人口增长。这一期间,社会增长方式及其发展主要依赖于人口、土地、自然资源。因此,在自然资源和人口决定的社会经济增长阶段,文化资源在整个社会与经济发展中的地位 and 作用是不显著的,文化被当作上层建筑,诸如对绘画、歌舞表演活动、文学戏剧创作、工艺设计等,乃至对艺术品的收藏和资助,仅仅被作为教化和宣传工具,或者非生产性的活动,只是为了提供娱乐消遣和审美的功效而已。

工业革命带来的科技进步和生产方式变革,使得 1840 年至 2000 年的 100 多年间,人均收入的平均水平增长了 8 倍,人口增长了 5 倍,人均寿命也大大提高。随着人类社会的物质生活水平的不断提高,人们的精神需求日益增长。特别是自上世纪 90 年代以来,以知识为基础的社会经济发展模式逐步取代了以自然资源和简单劳动力为主要投入要素的方式。经济发展的关键要素从以科技发明为单一知识的技术创新,扩展到美术、设计、表演、创意思想、历史文化资源等各类文化创意资源。这些文化创意资源进一步与技术结合,使得电影、动漫、游戏、艺术品、演艺、广告、文化旅游、网络内容服务等一大批文化行业新兴而起,逐步成为国民经济的支柱。

各国政府和学界越来越认识到,文化不再仅仅是供人娱乐消遣、可有可无的东西。文化不但是上层建筑,而且也是生产力,可以创造出巨大的产业经济效益。文化资源是一国和一民族地区的宝贵财富,必须加以传承、保护和利用,并使其能够成为国家竞争力的重要组成部分。各国政府通过制定文化战略和政策,以图在国际的经济、文化和政治角逐中获取竞争优势,对于文化资源合理开发和利用成为加强国家软实力的重要手段。

### 案例[1-1]:好莱坞文化的力量

好莱坞是个地名,但是我们更多联想的是好莱坞的电影大片。好莱坞电影工业缔造出的现代“好莱坞文化”,已经成为大家默认的文化形态。一个地理概念如何成为一个无所不在的文化概念和文化形态,并创造了巨大的经济价值?

1911年第一个电影制片厂在好莱坞开业,同年已有15个其他的制片厂在这里定居,成千上万的梦幻制造者紧随而至。纽约和新泽西的电影公司迁向加州的原因主要有几点:首先,这里的天气好,日照时间长,对电影拍摄有利。其次,是爱迪生垄断了电影技术的专利,是为了躲避爱迪生公司。

1923年,今天成为好莱坞象征之一的白色大字 HOLLYWOOD 被树立在好莱坞后的山坡上,本来这个字后面还有 LAND 四个字母,是一家建筑厂商为了推销新建好的住宅社区设置的广告看板。但它们被树立起来以后就沒有人去管它们,以致渐渐荒废。一直到1949年,好莱坞的商会才将后面的四个字母去掉,将其他字母修复。这个招牌今天受到商标保护,没有好莱坞商会的同意,无人允许使用它。



1929年5月16日,奥斯卡金像奖第一次被颁发,当时的门票是10美元,一共有250人参加。1947年1月22日,美国的商业电视台开始进入好莱坞。同年12月,好莱坞第一次为电视拍电影。20世纪50年代,音乐唱片业也开始涉足好莱坞和附近的伯班克市。大多数电影制片厂仍留在原地,但好莱坞的外貌已经改变了。

1952年,CBS在Fairfax大街和贝弗利大街交界处建立了电视城,CBS这一扩张之举实际上也意味着好莱坞在拓展自己的版图。1985年,好莱坞的商业和娱乐区被正式列入美国受保护的历史性建筑名单。2001年,柯达剧院(Kodak Theatre)在Highland大道开业,成为奥斯卡奖颁奖礼新的举办场所。

好莱坞文化创造了什么?让我们看看以下的数据和事实:

(1) 经济价值:美国电影协会(MPAA)发布的《2009年电影市场统计报告》宣布,2009年美国电影全球票房收入再创纪录达到299亿美元,2009年,北美(美国和加拿大)票房为106亿,海外票房为193亿。从大电影产业链来看,美国整个电影产业的产值在700亿左右。这些是直接的经济效益。

(2) 文化的影响力:早年,美国电影出现新型缝纫机的图像,曾使美国缝纫机在海外一度脱销;美国电影中出现的现代化工作条件,曾经引起巴黎工人罢工,抗议法国工厂的不良环境;20世纪30年代,为了逼迫日本放开电影市场,美国电影以大量制作日本黑帮电影损害日本形象为要挟。

(3) 世界电影工业中心:好莱坞不但大量积聚了电影文化资源(导演、明星、制片)、电影资金,还有文化形象代言人。好莱坞已经集成文化资源平台,吸进去的是文化资源,吐出来的是美国的生活方式和价值标准,我们称之为美国梦。好莱坞就是造梦工厂。把这种美国文化生活方式和美式的文化价值复制到世界各地,成为世界的文化资源。例如:花木兰、熊猫这些别国的资源经过好莱坞及其加工。好莱坞云集了大批世界各地顶级的导演、编剧、明星、特技人员。全球的导演、演员都到好莱坞跑码头,中国明星李小龙、成龙、李连杰、周润发、巩俐、李冰冰、章子怡和刘亦菲,日本明星宇野实彩子等,著名导演李安、吴宇森都到好莱坞发展过。

(4) 好莱坞全球化:好莱坞已经成为文化资源的汇聚之地,积累了大量电影、演艺、传媒的人力资源、创意资源。这些文化资源远远超出了电影产业范畴,制造出的不仅仅是电影,还是好莱坞文化。如今好莱坞是美国文化的象征。好莱坞生产的影片不仅满足美国电影市场的需要,还出口到世界各地,不仅输出了美利坚合众国的文化,更为好莱坞投资人带来了丰厚的利润。

从上述好莱坞电影案例可以看到,好莱坞成为一种全球文化工业的典范,好莱坞文化,已经成为国家文化价值观输出的战略工具。好莱坞工业可以把任何别地的文化资源改造加工成为好莱坞模

式的文化产品和文化资源,并向世界各地输出。好莱坞文化被推广到世界各个角落。哪里有电影院,哪里有好莱坞电影,哪里有好莱坞的玩具、明星、用品和好莱坞文化元素,哪里就是好莱坞。好莱坞不是一个地理概念,而是一个文化概念。好莱坞已经成为一种生活方式,一种社会文化。因此,文化不仅仅是娱乐工具,更是一种社会生活方式。文化是生产力,文化是一种资源,文化资源的有效开发和合理应用不但可以创造巨大的经济价值,而且可以再生产文化、传播文化,将作为生活方式和意识形态的文化价值观复制传播。因此,文化生产力、文化传播力也是一国软实力和国家竞争力的重要体现。

(资料来源:其中部分有关好莱坞的历史资料来源于百度百科好莱坞的词条,相关数据来源于美国电影协会《2009年电影市场统计报告》)

## 二、资源概念的发展

资源学主要从人类社会与环境的关系角度,研究资源对人类社会经济发展的作用,以及对资源的永续使用、优化配置等问题。

### ① 传统资源科学的资源概念

传统上,资源的概念来自于经济学,资源被视为一种资产,具有被开发利用并创造财富的特点。通常资源被分类为自然资源和社会经济资源两大类。自然资源主要从人类社会与环境关系的角度研究自然资源利用及其对经济发展的作用,如:土地资源、水资源、矿产资源、石油资源等。社会经济资源是社会经济系统中能够被人类所利用,并能够提高生产力水平的社会经济因素,主要包括资本、劳动力资源等。

### ② 资源概念的演变

人类对于资源的研究和认识是一个动态的过程。随着人们对文化在经济社会发展中的地位和作用研究及认识的不断深入,人们的资源观念也在不断地扩展和深化。即从早期物质资源扩展到宗教伦理、技术知识、创意、人力资本等以人为核心的社会文化资源。

早期的资源学主要集中在对物质资源的研究,特别是地理学对自然资源的开发与利用,以及经济学和社会学对于资本和劳动资源的利用。工业革命后,技术进步对经济发展起到重大推动作用,技术、专利等成为重要的智力资源,人们对劳动力资源的研究也逐步深化,区别于一般劳动力,形成了以高技能、知识为基础的人力资源理论和人力资本理论。以人的智力和创造力为核心的资源学研究成为社会经济资源研究的重点。

20世纪70年代以来,经济学、社会学、行为组织理论以及政治学等多个学科都不约而同地开始关注社会资本(social capital)对社会和经济发展的作用。社会资本是指社会主体(包括个人、群体、社会甚至国家)间紧密联系的状态及其特征,其表现形式有社会网络、规范、信任、权威、行动的共识以及社会道德等方面。社会资本概念最初由布尔迪厄(1986年)提出的“文化资本”概念发展而来。布尔迪厄认为资本是积累起来的劳动,这种劳动可以作为社会资源在排他的基础上被行动者或群体所占有。布尔迪厄把资本分成三种基本类型:经济资本(economic capital)、社会资本(social capital)、文化资本(cultural capital)。

普特南(Putnam)的观点最具代表性。他认为,“社会资本是指社会组织的特征,诸如



信任、规范以及网络,它们能够通过促进合作行为来提高社会效率”。

纳克等人对社会资本与经济和社会发展的关系进行了经验研究,“结果发现一个国家的国民对他人的信任程度越高,国家的国民规范越明确,则该国的经济(社会)发展水平就越高,三者之间存在着显著的关联”。

研究表明,在欧美等劳动力市场制度建设较完善的国家里,人们在就业和求职过程中还是会更多通过自己的社会网络关系获得信息与帮助。同时,对雇主来说,使用社会网络寻找雇员可扩大可以选择的雇佣对象的范围,而且,社会关系网络也可为雇主提供更多的关于员工的真实可靠的信息,以保证员工质量。

值得注意的是,上述社会资本、人力资本等概念中,所涵盖的关系网络、规范、信任、共识等都是社会系统中长期积累起来的文化资源。社会资本的研究表明了这些文化资源能够促进社会经济和文化的发展。



### 拓展知识

1. 资本:经济学中最重要的生产要素。包括:资金、厂房、设备、材料等物质资源。
2. 劳动力资源:经济学家威廉·配第曾说“劳动是财富之父,土地是财富之母”。其意思就是将劳动力作为一项重要的社会经济资源和生产要素,劳动力资源和土地资源的联合投入,可以为人类社会创造出财富。
3. 社会资本:社会资本是指个体或团体之间的关联——社会网络、互惠性规范和由此产生的信任,是人们在社会结构中所处的位置给他们带来的资源。社会资本是社会学家首先使用过的一个概念,其表现形式有社会网络、规范、信任、权威、行动的共识以及社会道德等方面。

#### 案例[1-2]:观念和习俗等文化因素对经济发展的影响

普特南用社会资本理论解释了意大利传统工业社区,如制鞋业社会资本发展程度与经济发展的关系。在《让民主运作》一书中,普特南把社会资本看作一种类似于道德的文化资源。由于意大利传统文化与民众参与政治和文化活动形成的社会交往关系网络,逐渐演进成一种能够使人们互相依赖并恩惠相报的经济资源,传统的意大利制鞋业主在此基础上形成了为了共同的利益而相互合作,通过调查发现,他们之间的商业上的联系是根植于这些社区和家庭的交往结构而形成信任关系。在这种以社会文化形成的交往关系为基础的商业合作网络中,文化与道德的力量十分强大,任何破坏信任关系的行为都会遭到惩罚。

#### 案例[1-3]:资本主义的增长与宗教习俗等文化精神的关系

《新教伦理与资本主义精神》是著名社会学家韦伯的一项研究成果。韦伯通过对科学、法学、史学、政治学、音乐、建筑的对比寻求西方文化日趋现代化和理性主义的原因。韦伯的这项研究发现:“在任何一个宗教成分混杂的国家,只要稍稍看一下其职业情况的统计数字,几乎没有什么例外地可以发现这样一种状况:工商界领导人、资本占有者、近代企业中的高级技术工人,尤其是受过高等技术培训和商业培训的管理人员,绝大多数都是新教徒。”韦伯讨论了伴随欧洲宗教改革运动而出现的新教伦理及后者对现代资本主义的起源和整个西方理性化进程的影响。韦伯认为,资本主义不仅仅是一个经济和政治制度的综合体,它还有着特殊的精神风格和文化意义,其所呈现的特征处处和某种宗教上的伦理态度相互呼应,共同构成了现代人普遍的生活方式。新教的道德和伦理作为一种社

会宗教和广义上的文化资源,被代代相承和传播,深入人心,并成为资本主义的内在精神,即以合理地计算收支,有条理地安排生产经营活动为特征,这种现代理性资本主义的经济行为,与新教徒那种井井有条、系统安排的入世禁欲主义生活方式是完全相一致的。新教入世禁欲主义伦理为资本主义企业家提供了一种心理驱动力和道德能量,从而成为现代理性资本主义兴起的精神动力,也是现代资本主义得以产生的重要条件之一。

### ③ 文化也是一种资源

进入 20 世纪 90 年代之后,游戏、数字内容、传媒、会展、电影、动画、艺术品经营、文化旅游等一些文化行业发展迅速,这些新兴的行业的共同特征是以文化创意为最重要的投入资源,并且在社会经济发展中的影响越来越大。例如,美国的电影工业出口规模超过了航天工业,以电影产品的创意资源为基础,形成对电影版权文化资源的开发、生产和销售体系,诸如迪斯尼主题公园、好莱坞影视城,以及各类图书、玩具等衍生产品,创造了巨大的经济效益,并成为美国文化价值观念输出的重要工具。再如,日本对动画业这些文化创意资源的持续开发,形成了日本巨大的动画产业体系,日本的动画及相关产业占到国民生产总值(GDP)的 5%,成为日本的支柱产业。不仅如此,日本通过动画,将其文化输出到欧美和亚洲。

可见,人类精神活动所积累的文化成果和自然资源一样具有生产性,可以提高文化生产力,并作为创造财富的重要资源。文化资源的积累、利用不但可以创造巨大的经济财富,而且可以生产、积累新的文化财富。如上所述,诸如好莱坞文化电影、韩国的游戏、日本的动画、百老汇的演出等,都是通过对文化资源的有效开发,不但创造出巨大的经济效益,同时也创造出新的文化,甚至成为文化价值观的输出工具。

总之,从有形到无形、从自然物质资源扩展到智力资源,直至把社会关系网络、文化遗迹、名人故居、文化艺术等社会文化作为资源,这是适应社会经济发展的现实、对传统资源观的不断扩展。将文化视为一种可以创造财富的资源,是一种全新的资源观。

#### 案例[1-4]:韩流

《大长今》2003 年 9 月 15 日开始在韩国播放,收视率一直保持在 50% 左右,并以 47.8% 的高收视率获得 2004 年度收视之冠,尤其是 2004 年 3 月 23 日大结局时的收视率竟然达到 57.8%,播放达七个月之久,直接收益 100 亿韩元。

2004 年 5 月起,《大长今》在台湾八大电视台 GTV 热映 3 个月,不仅创下近年来韩剧最高,跃居全台湾第一,甚至连本土剧《台湾龙卷风》也甘拜下风。

2004 年 10 月 8 日开始,日本 NHK 卫星电视台开始播放《大长今》,前半部分的收视率就已经达到了《冬季恋歌》的 2.5 倍,打破了韩剧在日本的收视纪录。

2005 年 4 月,《大长今》在香港无线电视台播出,大结局时平均收视 47 点,最高收视 50 点,收看观众人数多达 321 万,差不多占全香港人数的一半,为无线自 1991 年设立个人收视纪录以来最高收视节目,同时也跻身于香港 25 年电视剧收视纪录排行榜三甲之首。





《大长今》不仅在亚洲地区取得了收视奇迹,这股劲风甚至刮到大洋彼岸的美国,2004年美国芝加哥的 WOCH-Ch 电视台播放了该剧,引得很多芝加哥的中产阶级每周六晚准时聚集在咖啡馆,集体观看讨论。据说除了芝加哥之外,纽约、西雅图、夏威夷、加利福尼亚等地也有很多《大长今》迷。

2005年9月1日起,《大长今》在湖南卫视播出,自开播以来,平均收视率稳定在4%,平均收视份额17.3%,收视表现一直稳居全国同时段的第一位。

《大长今》通过对历史文化资源的有效发掘,打造出新的影视文化精品,是文化的再生产。《大长今》成功地打开了中国大门,韩版服装、韩版饰品、韩国美食,韩剧、韩国网络游戏、充斥荧屏的韩国演艺明星等韩国文化风靡中国,从此,在中国刮起了势不可当的“韩流”。

### 三、文化资源的概念

广义的文化内涵是指人类实践活动中所创造的物质和精神财富的总和。狭义的文化是指人类精神活动及其成果,如哲学、宗教、科学、技术、文学、艺术等方面的活动及其成果。文化资源学是从狭义的文化角度来界定文化资源。所谓文化资源,是指凝结了人类精神劳动的产物,包括精神活动所生产和凝结而成的精神内容,以及精神活动作用于自然对象而产生的结果。

首先,精神活动所生产的精神内容,通过一定媒介的传播,可以被人们所认知、理解并记忆,成为一种可以被开发的文化资源;其次,人类社会活动和精神劳动创造的成果不断积累,精神内容与物质载体结合,以不同的人文表现形态存在于特定地理空间,可以形成历史人文资源,诸如历史遗迹、文化古城等;第三,精神活动作用于自然的对象,可以注入创意,赋予自然对象特殊的意义,从而形成自然物质与人文相结合的文化资源。

#### ① 精神内容成为文化资源

首先,我们从大家最熟悉的文化形式——文学作品如何成为资源的例子加以分析。《红楼梦》是家喻户晓的四大古典名著之一。从文学意义来说,它是一部文学作品。这部文学作品一经出版,就为人们争先阅读和传播,形成了较大的反响。从资源学角度看,《红楼梦》小说已经从一部文学作品转变为一项文化资源,具有被研究、利用和开发,产生经济效益的潜在价值。

历史研究表明,这项文化资源早在清代,就开始被人们发掘利用。据中国清代晚期李放《八旗画录》注记载:“光绪初,京师士大夫尤喜读之(指《红楼梦》),自相矜为红学云。”也就是说,在清末对于《红楼梦》的研究已经成为一门学问——“红学”。想必,喜爱读《红楼梦》和研究《红楼梦》一定大大地增加了对《红楼梦》图书的需求,也著作、传抄和刊印了相关的研究著作。

另据均耀《慈竹居零墨》记载,清末有个叫朱昌鼎的人,对《红楼梦》十分入迷。有人问他“治何经”,他对人家说,他所治的“经”,比起一般的经,少“一横三曲”。原来繁体字的“经”字去掉“一横三曲”,就是个“红”字。这个小故事流传开来,不久“红学”一词就约定成俗,成为研究《红楼梦》这门学问的名称。在清嘉庆年间,有位叫得硕亭的,写了《草珠一串》,又名《京都竹枝词》,其中一首里面有两句:“开谈不说《红楼梦》,读尽诗书也枉然。”可