

创意产业的 哲学审视

李世忠◎著

PHILOSOPHICAL
EXAMINATION OF
THE CREATIVE INDUSTRIES

【创意产业 = 文化产业 + 设计产业 + 体验产业】

學苑出版社

创意产业的哲学审视

李世忠 著

学苑出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意产业的哲学审视 / 李世忠著. —北京: 学苑出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5077 - 3727 - 1

I. ①创… II. ①李… III. ①文化—产业—研究
IV. ①G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 002428 号

责任编辑: 郑泽英

封面设计: 北京鑫华印前科技有限公司

出版发行: 学苑出版社

社 址: 北京市丰台区南方庄 2 号院 1 号楼

邮政编码: 100079

网 址: www. book001. com

电子邮箱: xueyuan@ public. bta. net. cn

销售电话: 010 - 67675512、67678944、67601101 (邮购)

经 销: 新华书店

印 刷 厂: 北京长阳汇文印刷厂

开本尺寸: 880 × 1230 1/32

印 张: 8. 875

字 数: 174 千字

版 次: 2011 年 1 月第 1 版

印 次: 2011 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 25. 00 元

摘 要

本书围绕创意产业为何在当今兴起、什么是创意、什么是创意产业、它有什么特征、它的存在形式是什么、产业化路径是什么、经营理念是什么、它有哪些利弊、怎样对待它这一研究线索，展开写作。

创意产业的兴起是一定社会历史条件下的必然产物，后工业社会的来临、消费主义思潮的兴起、大众文化和文化产业的深入发展、现代生产的科技条件，等等，都促成了创意产业的兴起。

创意产业的问世，在国内外学术界和官方引起了积极反响，从多角度对创意产业的本质与特征作出了不同理解和界定。本文对这些繁多而又混乱的不同界定进行了较为细致的梳理，找出了分歧的症结所在，并在此基础上对创意、创意产业的本质与特征展开哲学探讨，以期在哲学的关照下达成共识。

创意、创新、创造三概念，既有联系又有区别。创意的哲学本质是：创意是人类的自由本性和超越本性的具体表现，是通过对信息的自由拆解与组合而形成一定意象、观念的能动性思维活动，是人类通过虚拟方式创造非现实对象的观念活动或精神活动。语言是思维的外壳，创意活动的历史也是人类思维与语言进化的过程。

本书依据创意产业兴起的社会条件、创意的本质以及在对比创意产业与文化产业比较的基础上，将创意产业的本质、经营理念、行业范围、产业链、表现形式、基本特征作了如下哲学概括：创意产业是在后工业社会知识经济、信息经济和消费主

义思潮的大背景下，以技术和艺术为手段和推动力，通过能动性思维对信息自由拆解与组合而形成一定意象、以观念虚拟方式创造非现实对象、产生“创意”和“内容”并将其作为价值核心，进行商业性开发以谋求利润最大化的各行业集合。其产业经营理念是“创意为王”、“内容为王”，是科技、艺术和知识密集型产业。它包括文化产业的所有行业，又是对文化产业的超越。它所包括的行业范围是：创意产业 = 文化产业（含内容产业） + 设计产业 + 体验产业（含旅游业）。它有自己上下连贯的完整产业链，有典型与非典型两种现实存在形式。它具有以下基本特征：高技术和高艺术的统一性、创意产品的原创性与可无限复制性、作为原创性之社会保护的知识产权性、独立性与渗透性的统一、高附加值与高风险性。

创意产业是一把双刃剑，有其利也有其弊。

创意产业之“利”在经济方面主要表现为：对 GDP 的直接贡献；优化产业结构、促进产业升级；引领经济发展方向；有利于实现经济的可持续发展。

创意产业之“利”在文化方面主要表现为：促进大众文化的普及和优秀传统文化的传承；促进对外文化交流和传播；激发先进文化创造力，促进文化多样性。

创意产业之“利”还在于它有促进人的自由而全面发展的一面，形成自由一个性—创造力的有机互动，提高人的能力素质。

创意产业之“弊”在于：

精神的物化导致文化、艺术低俗化、媚俗化；创意商品化助长消费异化；创意产业的技术化和艺术化导致对人的控制和迷惑；虚化实体经济，导致经济空心化和泡沫化；创意无限制和多样化造成对人生意义的消解。所有这些“弊”都是直接由创意产业的高附加值效应带来的，而根源是市场经济的内在矛

盾和价值实现的困境，最根本的是资本逻辑。

创意产业的“创意为王”、“内容为王”的产业经营理念对马克思主义的劳动价值论和实践唯物主义也造成了冲击，本文对此也作出了理论回应。

在厘清创意产业的本质、特征、表现形式、利弊之后，笔者认为应该对创意产业采取如下态度和对策：

第一，创意产业是社会主义市场经济的题中应有之义，应该立足全球化视野审视发展创意产业的战略意义。要以科学发展观为指导，夯实实体经济，实现虚拟经济与实体经济的协调发展，积极发展创意产业。这是我们对待创意产业的基本态度。

第二，对创意产业所引发的问题和负面影响，我们应该采取以下对策：

首先，重视制度安排与机构设施建设，为发展创意产业创造良好社会条件，包括：加强知识产权保护制度的建设，依法保护创意人的合法创意及其收入；设立风险基金，完善风险投资机制；鼓励在高校、企业和科研院所普遍建立创意产业研究机构，为创意产业的健康稳定发展提供智力支持；设立相关监督机构，对低俗创意进行有效限制。

其次，加强精神文明建设，形成良好社会精神环境；在市场经济条件下，我们要自觉防止资本逻辑蔓延，坚持以人为本的产业经营理念；要不断加强人生观教育，自觉抵制消费主义幸福观，树立健康合理的消费观念；我们要高扬社会主义核心价值观，使之成为创意产业发展的正确方向。

创意产业是一个新生事物，有许多必然王国尚未暴露，有待于我们进一步深入研究，本文只是作出了一个积极尝试，以期抛砖引玉，为创意产业的健康发展提供智力保障。

目 录

前 言	1
0.1 选题依据	1
0.1.1 国内外研究的现状与不足	1
0.1.2 现实产业实践的需要	5
0.1.3 应对理论挑战的需要	5
0.2 理论创新和现实意义	6
0.2.1 理论创新	6
0.2.2 现实意义	7
0.3 研究思路与框架	8
0.4 研究方法	9
第1章 创意产业的兴起及其缘由	10
1.1 创意产业的当代兴起	10
1.2 创意产业的起因	16
1.2.1 后工业社会的来临	16
1.2.2 现代生产的科学技术条件	22
1.2.3 人们的需要和消费结构变化	25
1.2.4 消费主义主导的消费社会是 创意产业诞生的社会条件	29
1.2.5 大众文化和文化产业化	31
1.2.6 全球化条件	33
1.2.7 资本本性的冲动与渗透	35

1.3	创意产业的发展趋势	38
第2章 创意产业的本质与特征		43
2.1	国内外关于创意产业的意见分歧	43
2.1.1	国外关于创意产业的多种观点	43
2.1.2	国内对创意产业的不同认识	49
2.1.3	分歧和争执的症结所在	56
2.2	创意产业本质的哲学分析（上）	63
2.2.1	“创意”相关概念的辨析：创新、 创意、创造	63
2.2.2	创意的本质	69
2.2.3	创意活动的历史发展	82
2.3	创意产业本质的哲学分析（下）	86
2.3.1	“产业”概念的把握	86
2.3.2	创意活动产业化的两条路径	88
2.3.3	创意产业的现实表现形式	90
2.3.4	创意产业的经营理念	92
2.3.5	创意产业的产业价值链和运 行过程	93
2.3.6	创意产业与文化产业的交叉重合	96
2.3.7	创意产业本质的哲学概括	103
2.4	创意产业的基本特征	104
2.4.1	高技术和高艺术的统一性	104
2.4.2	创意产品的原创性与可无限复 制性	110
2.4.3	作为原创性之社会保护的知识 产权性	111
2.4.4	独立性与渗透性的统一	113
2.4.5	高附加值与高风险性	115

第3章 创意产业对经济与社会发展的作用	117
3.1 创意产业与经济建设	117
3.1.1 对GDP的直接贡献	117
3.1.2 优化产业结构和促进产业升级	119
3.1.3 引领经济发展的方向	128
3.2 创意产业发展与文化建设	132
3.2.1 促进大众文化的普及和优秀传统文化的传承	132
3.2.2 促进对外文化交流和传播	137
3.2.3 激发先进文化创造力, 促进文化多样性	139
3.3 创意产业与人的全面发展	143
3.3.1 创意产业与人的全面而自由发展的关系	143
3.3.2 形成自由——个性——创造力的有机互动	147
3.3.3 创意与创意产品可以提高人的能力素质	155
第4章 创意产业存在或引发的问题及其根源	160
4.1 创意产业发展中存在或引发的现实性问题	160
4.1.1 精神的物化导致的文化低俗化倾向	160
4.1.2 创意商品化助长了消费异化现象	171
4.1.3 技术化与艺术化对人的控制	

	和迷惑	184
4.1.4	虚化实体经济, 导致经济空心化、泡沫化	196
4.1.5	创意无限制、多样化对人生意义的消解和销蚀	199
4.2	新异化的深刻根源	210
4.2.1	资本驱使下的市场经济内在矛盾与价值实现的困境	212
4.2.2	资本逻辑的肆虐	214
4.3	创意产业发展引发的理论问题	218
4.3.1	西方学者的反思	218
4.3.2	对马克思劳动价值论的进一步确证与挑战	220
4.3.3	对马克思实践唯物主义的冲击	225

第5章 我国应对创意产业的基本态度与策略选择

5.1	基本态度	231
5.1.1	发展创意产业是社会主义市场经济的题中应有之义	231
5.1.2	立足全球化视野审视发展创意产业的战略意义	233
5.1.3	以科学发展观为指导夯实实体经济, 积极发展创意产业	240
5.2	重视制度安排, 为发展创意产业创造良好社会条件	244
5.2.1	加强知识产权制度建设	244
5.2.2	设立风险基金、完善风险投资	

机制	246
5.2.3 鼓励在高校、企业和科学院所 普遍建立创意产业研究机构	247
5.2.4 设立相关监督机构，对低俗创 意进行有效限制	250
5.3 加强精神文明建设，形成良好社会精神 环境	251
5.3.1 防止资本逻辑蔓延，坚持以人 为本	252
5.3.2 加强人生观教育，树立健康合理 的消费观念	254
5.3.3 高扬社会主义核心价值观，为创 意产业发展提供正确方向	256
结 语	261
参考文献	262
后 记	269

前言

0.1 选题依据

0.1.1 国内外研究的现状与不足

国内研究现状：

近年来随着创意产业的勃兴，国内创意产业的学术研究也随即兴起，有的大学设置了自己专门的研究机构，有的大学开设了创意产业专业或文化产业管理系。出版的学术专著也粗具规模。

主要研究成果有：现任全国政协副主席、上海社会科学院创意产业研究中心厉无畏先生组织主编的《创意产业导论》研究了创意产业的内涵与分类、市场基础、创意产业的特点、生产组织、创意的产生与创意产品的生产流通、交易形式、投融资、产业价值链，创意人才的特点、开发与管理、知识产权保护等各个方面。全书从产业经济学的角度来全面考察创意产业，试图建构一个创意产业经济学的理论体系，是迄今国内所能见到的最系统、最全面也是最具学术权威性的创意产业经济学的基础理论著作，该书奠定了我国创意产业经济学的理论基础。蒋三庚、王晓红、张杰编写的《创意经济概论》，通过文献归纳和翔实生动的案例分析，对创意经济进行了较为充分的论述和研究。全书总结和梳理了创意经济的理论发展体系，在创意

经济的生产组织、交易市场、消费特点、创意园区发展以及创意经济的融资、知识产权保护、人才培养以及创意指数指标体系的建立等方面进行了较为深入全面的探索。该书围绕创意——创意产品——创意企业——创意交易——创意消费——创意集群等一系列概念展开论述，逻辑严谨、体系完整，基本上涵盖了创意经济产生和发展的全过程，形成了较为完整的创意产业经济学理论体系。该书也是专门为大学创意产业课程教学而编写的教材。中国人民大学金元浦教授的《创意时代的中国文化产业》基本上是以影视文学、美学概论、产业学相结合的方法对文化创意产业进行研究。金教授编写的《文化产业竞争力》则是从文化产业的角度研究了创意产业的相关问题，更多的是阐明文化产业的基础理论、国际化发展与竞争的战略问题。上海社会科学院研究员、上海戏剧学院教授贺寿昌先生编写的《创意从知识到资本——创意产业的上海思维》，在对创意产业概念综述、范围综述、对地区经济发展的作用研究综述等进行梳理的基础上阐述了创意产业的定义、特征，并利用数学模型和系统动力学的方法研究和阐明了创意产业增值开环模型和闭环模型，系统地阐述了价值增值的内涵，是创意产业微观经济学的初步构建，在国内具有开创意义。

上述成果都以产业经济学为理论视角对创意产业作出的研究，为创意产业的哲学研究打下了坚实的基础。

但是，相对于经济学的研究视角，国内以哲学为视角对创意产业的研究就显得明显不足。中央党校李念之的博士论文《创意产业哲学研究》是从创意产业

本质、特征、类型、创意产业与其他产业的关系、创意产业的发展路径、发展规律、发展趋势进行了研究，其研究主要是从产业经济学和哲学的角度出发和立论，达到了一定的哲学深度。但是其研究主要侧重于创意产业的生产领域，至于流通与消费领域的哲学研究没有涉及。除了李念之的博士论文之外，迄今，国内尚未见到对创意产业作出系统哲学研究的著作。

国外研究状况：

世界上创意理论的先驱是德国著名经济史及经济思想家熊彼特，早在1912年他就提出现代经济发展的根本动力不是资本和劳动力，而是创新，是知识和信息的生产、传播和使用，他的理论性贡献是首次提出了创意破坏性技术问题。

后工业社会预言家丹尼尔·贝尔和托夫勒分别著有《后工业社会的来临》、《未来的冲击》、《第三次浪潮》等著作，都对后工业社会的经济形式、人们的消费观念、生活方式等作了详尽描述，指出了知识、艺术、文化在经济和社会发展中的重要意义，实际上是阐明了创意产业产生的时代背景和人类产业发展的趋势，对我们今天研究和理解创意产业很有帮助。

从国外翻译过来的有关创意产业的学术专著不多，凯夫斯著，孙绯译《创意产业经济学——艺术的商业之道》是国外较早的汉译本。本书主要研究了包括视觉艺术，表演艺术、影视、声像制品和图书出版业在内的艺术创作产业的组织形式。到目前为止，还没有任何学者曾经涉及艺术和文化的经济组织结构问题，理查德·凯夫斯教授填补了这一项重要的学术理论空白。

被誉为“创意产业之父”的英国经济学家约翰·霍金斯著有《创意经济》。《创意经济》主要探讨创意和经济学之间的关系，是一本关于创意的经济学著作。

但是近几年来，国外学者单纯对创意产业带来的社会、人文问题的研究，尤其是从哲学视角单独研究创意产业的理论成果并不多见，因为创意产业兴起是最近几年的事。国外更多的是对大众文化、消费异化、文化工业领域的批判，而这些批判对新闻出版、娱乐消费、符号消费、虚假需求等多有涉及，同样适用于对创意产业领域的批判。20世纪70年代法兰克福学派阿多诺和霍克海默指出了“文化工业”对人的发展、对社会控制的异化作用。由于创意产业与文化产业有大面积的重合部分，又都属于精神生产领域，故法兰克福学派对文化产业的批判也是对当今创意产业的批判，但是法兰克福学派又走向了另一个极端，即：文化产业对社会经济发展和人的发展的积极作用未作充分考量。马尔库塞的《单向度的人》、弗洛姆的《健全的社会》、鲍德里亚的《消费社会》、堤清二的《消费社会批判》从技术控制、符号消费、消费异化的角度对当代资本主义社会展开深刻而激烈地批判，这些正好也是对创意产业领域的批判，对我们今天研究创意产业的兴起对社会、对人的发展的消极影响有着重要借鉴意义，是我们从哲学视角研究创意产业的宝贵理论来源。

综观国内外，近些年来对创意产业的研究存在着不足：研究的视角主要定位于经济学、文学，以哲学视角研究得不够。经济学的研究也主要在创意产业的生产领域，而与生产对应的消费领域却少有问题，而直接对创意产业作出哲学审视的则几乎没有。对创意

产业的本质、基本特征的阐述过于宽泛和庞杂，没有上升到哲学高度作出一个统一的界定。国内学术界对创意产业是一片叫好，只看到了其积极意义，而对于由创意产业中的消费引起的对人的异化问题、对人的自由而全面发展、对人生意义的消解、对实体经济的遮蔽和虚化，技术化和艺术化对人的控制，等等负面影响，国内外研究明显不足。弥补这些研究上的不足，正是本文写作的缘起和研究的由来。

0.1.2 现实产业实践的需要

创意产业是一个新兴产业，是新生事物，需要及时作出马克思主义哲学关照。国内大力提倡创意产业，各大城市都闻风而动，创意产业蓬勃兴起。为了减少发展中的盲目性和负面影响，也有必要对创意产业作出哲学研究。创意产业的兴起引发了大量社会问题，诸如盗版问题、网络犯罪、学生辍学、艺人自杀、道德问题，等等；创意产业发达的美国为什么发生金融海啸，创意产业在其中是何作用？如何消除创意产业的负面影响？这些问题都需要作出马克思主义的哲学回答，以使创意产业健康发展，造福人民。

0.1.3 应对理论挑战的需要

对什么是创意，什么是创意产业的回答，不能只停留在经济学领域，应该对创意与创意产业的本质作出哲学界定，这不仅是产业经济学研究的需要，也是建构产业哲学的需要。

创意产业是在后工业社会的熔炉中造就问世的，后工业社会是知识经济和信息经济的时代，知识经济

和信息经济是创意经济的“雏形”，是创意产业的先导。创意产业以知识和信息为产业资本，改变了工业时代单一物态资本和货币资本的资本结构，以知识创新引导经济发展，是创意为王的产业，创意处于产业价值链的高端，这是否意味着知识价值论就要取代马克思主义的劳动价值论？马克思主义的劳动价值论是否已经过时？面对创意经济，我们应该如何理解知识价值论和马克思主义劳动价值论？这些都是值得我们认真思考和对待的问题。

创意产业是依靠人的思维对信息进行编码、自由拆解、虚拟和建构，创造价值的经济门类，强调创意为王，内容为王。然而，依靠思维产生创意与内容，创造出精神产品和价值是否意味着思维决定存在，意识决定物质？创意产业的勃兴直接对马克思主义的唯物论基础构成了挑战。那么，我们如何面对这些严重挑战？这也是摆在马克思主义哲学界亟须回应的理论任务。

0.2 理论创新和现实意义

0.2.1 理论创新

对创意产业兴起的社会历史条件、起因以及未来发展趋势作出了哲学阐释，尤其是在对国内外创意产业不同认识和分歧作出全面分析的基础上，对创意产业的本质与特征作出了崭新的、较为完整的哲学概括，对创意与创意产业本质的哲学研究具有奠基性和开拓性意义。

对创意产业存在和引发的许多消极问题作出了阐