

经济发展中的文化元素

叶延滨

经济发展中,文化元素越来越呈现出重要性,成为经济发展的重要资源、动力和机会。重视文化在经济发展中的作用,开发文化资源增强经济软实力,为文化元素更充分地产生社会与经济效益,并对整个社会进步提出更多的要求与可能,成为全社会关注的问题。

第一,在经济发展中的文化元素,有4个重要的特征:创意、创作、创新、创造,而这4个特性要求一个更加开放的环境和自由的社会。

创意:在经济发展中的文化元素,创意是最具精神色彩的、最基本的,也是最重要的元素。创意也许开初只存在于人的头脑中,人们称之为灵感、奇思妙想、顿悟等,但创意决定了整个产品的全部走向与价值。比如,北京奥运会的鸟巢,工程浩大,但最初就是将一个规模巨大的运动场与精致小巧的鸟窝在脑中整合在一起;奥运会徽是通过“京”字,将中国字的象形特征展示出来。巨大的成功源于一个有创意的头脑里的一个念头。而这个产生念头的头脑,首先是一个能够充分吸收人类文化的宝库。

创作:文化元素从创意变成产品,其过程是一次创作。创作

是具有文化特性的艺术生产过程,有其独特规律和规则。如作家写作,对语言的运用与把握,画家对色彩、线条的把握,音乐家对音符、调式、旋律的把握等。这些特殊技艺需要天赋,也需要专门学习、培养与训练。因此,对文化人的尊重与文化教育的重视,是经济持续发展的需要,也是文化资源的积蓄与开发。

创新:在经济发展中的文化元素,最具有社会与经济价值的是文化的创新。与密集性劳动产品不同,创新是文化产品的生命。作家每一部新作,无论是一首小诗还是一部长篇,都必须与自己和他人的已有作品不同,画家也如此,音乐家也如此,没有一个没有创新的作家是码字员,没有创新的画家无论色彩线条如何精美也是匠人!重复他人是抄袭,重复自己也是艺术生命的死亡。所有的文化产品都以创新为生命。一个经济体如果以创新性的文化元素引领,就充满生命力就生机勃勃。

创造:经济中的文化元素,对整个社会发展的作用,是创造新的生活方式和新的生活内容及其新的生命美感!比方电影的生产将原来剧场中小众欣赏的表演艺术扩大为只要有一面银幕的地方,山村和边疆都能和都市人一

样看到艺术家的表演,而电视更进一步,进入到每个家庭。博客、微博等新的文化样式使言路畅通成为可能。没有新的文化元素的经济是一种不断重复而停滞的经特殊技艺需要天赋,也需要专门学习、培养与训练。因此,对文化人的尊重与文化教育的重视,是经济持续发展的需要,也是文化资源的积蓄与开发。

文化的创意、创作、创新和创造特性,需要更加开放的环境以及更加自由的空间。只有自由思想才有创意,只有更充分的言论、写作和出版自由,才可能有真正的创作和创新。中国在改革开放上取得的巨大进步已然充分表明,继续这种进步,将会使经济中的文化元素产生更加巨大的推动力。

第二,经济发展中的文化产业,有两个种类:一是集团化生产的文化产品,二是艺术家个人创造的艺术精品。在平衡关照两种艺术生产时,在观念上要强调全

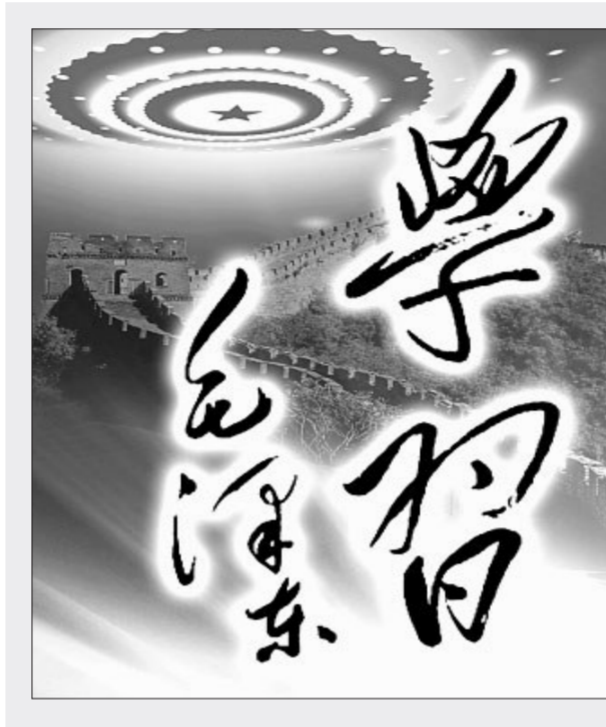
社会对文化及文化生产者的尊重,在法律上要强化对知识产权的保护。

文化产业是最具有文化元素的经济实体。大力发展文化产业,将改进整个经济体的构成,促进经济体的竞争力,改善经济发展中对环境的影响,使经济可持续发展。集团化生产的文化产业,将延长文化元素影响力,延伸相关的经济,几千年保持一种僵滞的生活方式。中国最近三十多年的变化,被世人关注,从根本上来说,我们的经济发展有两个关键词:改革、开放。这本身就是巨大的文化变革,汲取他人的所长,打破僵化传统观念,不断创新,创造一个全新经济大国。

作家、艺术家独特性的创作是社会最宝贵的财富。这些艺术精品,是个体精神产品,不能形成产业链,也不能只用市场价值衡

量,需要得到社会各方面的认同、支持和保护。如优秀小说家的作品,往往不能比“电视剧”而写作的小说更有市场价值,一流的词曲作家不如三流歌手收入丰厚,上课和进行学术科研的教授不如上电视说“脱口秀”的教授更有名望……因此,完全依靠市场来左右文化,将使精英文化受到冷落和伤害。这些需要文化管理机构、大学和科研部门认真关注和大力扶植。

重视经济发展中的文化元素,大力发展文化产业,同时也要培育和扶持精英文化和文学艺术文化及文化人的社会,才是一个健康有前途的社会,在具有认真保护知识产权的法律环境里,文化产业才能充分地成长发展。



近日在央视七套播出的大型文献电视片《学习》全景式地回顾了我们的党作为学习型政党在学习与发展壮大的光辉历程。

时评

自几个月前《人民文学》等刊物开设“非虚构”栏目倡导作家走向民间、走向生活后,“非虚构”写作成为了眼下文学界的一个焦点。有人提出“文学虚构”不再具有合法性,也有人呼吁“非虚构”写作理应承担当下文学的重要形式。然而,何谓“非虚构”?“非虚构”到底在什么意义上值得推崇?这些问题值得我们深思。

笔者认为,评论家、作家对“非虚构”写作的推崇,更多地源于人们对文学反映现实的状况不满,而不应简单地对文学虚构的彻底否定。上世纪80年代以来,我们的文学写作开始注重文学的形式、技巧与叙述方式,注重个人内心世界探索与主观情绪的捕捉,这对校正以往文学倾向的偏差具有历史意义。但是另一方面,文学“向内转”之后,一定程度又导致了忽略了文学的社会性与当代性。另一个反差是中国改革开放30年来社会急剧发展,现实无比丰富,文学在思想文化界却似乎越来越不重要,甚至落在了普通社会民众的后面。还有一些作家借助二手资料,看电视、上网、读报纸来写作,没有充足的生活准备,因此,呼吁对现实世界的行动与认识意愿,也就是深入生活、体验生活的另一种表述,无疑是必要和正确的。

“当下的中国文学没有明确的方向,更多的文学在误打误撞,跟着感觉找出路。”文学正在遭受诸如此类的批评。因此有批评家疾呼:孤芳自赏的文学可以存在,“小众文学”也自有其价值。但是,在社会发生巨大转型的时代,我们有义务

和责任关心国家和民族的发展及命运。而现在,“非虚构”正是出于对这一文学状况的反思,是重建文学与世界关系的一种尝试。

从文学与生活的关系来看,标举“非虚构”是有积极作用的。然而,我们不能忘记“虚构”是文学的生命,毕竟文学是一种艺术提炼、艺术化的表达。不能

单纯强调“写实”“复制”“快照”。离开了虚构,离开了艺术想象,作家的个体经验,作家主体的能动性更无从谈起,艺术手法丰富多样也将大受损伤。“非虚构”可以提醒文学面向现实,却不可能也不应当是今后文学发展的唯一方向。实际上,包括《人民文学》主编李敬泽也解释并非只搞“非虚构”,该刊物发表的“非虚构”作品也不乏作家个人的亲身体验的表达及艺术叙述手法的探索。如萧相风的《词典:南方工业生活》以词典词条的这种新颖笔法向我们展示了打工生活的辛酸,这些鲜活的生命体验非他人所能道出。而从文学发展史来看,写实和浪漫

一直并行不悖。否则,简单地将文学等同复制现实,“飞流直下三千尺”这种作品的气魄和魅力,我们将无法领略和理解。

尽管笔者反对“文学虚构不具有合法性”的提法,但是,笔者承认中国文论历来注重“兴观群怨”社会教化功用的传统。何况,富有活力的现实,更是文学得以存在延续的根本生命脉络。虚构还是非虚构,都归属于文学表达方式的不断探索,无论如何,这一切,使我们感受到文学依然与我们的生活,与国家、民族的未来相关。

关于「非虚构」的断想

刘茜

回归音乐的本质

——听闽南语歌曲《担盐换菜脯》

王炬

在晋江岸边,我见到了泉州音乐人钟杨波。我们聊天,聊闽南话和闽南文化,聊海峡两岸在语言上的相同和差异,聊《酒干倘卖无》、《爱拼才会赢》,聊流行音乐的潮流。他告诉我,他和一帮志同道合的泉州音乐人共同制作了新闽南语专辑《泉州的声音》。

在回市区的路上,我听到了这张专辑,钟杨波作为专辑制作人边开车边给我“翻译”闽南话歌词的意思。当放到《担盐换菜脯》这首歌(钟杨波词曲并演唱)时,我的注意力一下子就被紧紧地吸住。扬琴奏出典型的五声音阶分解和弦引出的滚动,钟杨波唱道:“又搁(再)想起孩仔时(小时候)乡村的那条小路,阿嬷(奶奶)担着盐末(要)去换菜脯,我掂(跟)在阿嬷的身后,经过我人生头一个的十字路口,我感到真幸福。”

《担盐换菜脯》是钟杨波写给过世奶奶的一首歌,用摇滚的唱腔表达出了对奶奶的思念。钟杨波说,小时候家很穷,爸妈都在外工作,我们兄弟姐妹都是奶奶带大的。奶奶为了改善我们的生活,经常挑着一担盐(惠安产盐),翻过几座山,与山里的菜农换菜。歌曲的旋律很流畅,配器很简洁,但很有特点,演唱也很真

情、很投入:“阿嬷对我讲,少年家(年轻人)要会吃苦,以后赚大钱买好多好夹(吃)的菜脯。阮(我)对阿嬷讲,以后末(要)做大官,以后赚很多钱,买很多好夹的菜脯,不乎你吃苦(不会让你吃苦)”这是一老一小的对话,老人在谆谆教诲,小孩子则说出天真的誓言。

歌里又唱道:“大汉(长大以后)未(要)去读书时,经过那个十字路口。我要离开故乡,去外口(外面)求进步。我看见阿嬷掂(站)在那个路口,我越走越远,看不见伊(她)的身軀。”音乐在这里有些激动,吉他的和弦也变得激昂起来,令人心潮澎湃。我已经很久没有为听到一首好歌而激动了,这样的感觉久违了。

《担盐换菜脯》是一首现实主义的好作品。那个人人都记得的艰难岁月离开我们并不久远,那个到处体现真情的温暖,不正是来自最为朴素的“担盐换菜脯”?现如今,那个誓言“不会让你吃苦”,已经走出了“十字路口”的孩子,正坐在舒适的汽车里谈论音乐真谛,不正是改革开放所带来的翻天覆地的巨变的真实写照?

通常说,歌曲创作的新意总是来自两个方面,即技术上的或

内容上的创新。事实上,任何音乐作品(其实也包括几乎所有文艺作品)在技术上的创新都是为内容、为意境(思想性)服务的,即所谓形式与内容的关系。我们如果远离生活,远离社会,内容缺少真情实意,其作品就很容易流于形式,是为“形式大于内容”。当然,形式上的创新比较容易做到,也不需要多少积累,实在做不到,就搞笑搞怪,也就“创新”了。

这几年,我国音乐产业正处于被边缘化的状态。虽然互联网为大量的新歌问世带来便利,但太多的不知所云,太多的言不由衷,太多的词不达意,许多创作者随波逐流,迎合所谓“大众口味”,或者远离生活、远离现实,搞笑搞怪。不仅音乐创新成了问题,更严重的是,长此以往,大众的音乐欣赏品位都会随之降低。这种趋势恐怕比没有好歌听、没有好歌手出现更为可怕。

我不知道《担盐换菜脯》的“新民谣”风格是否能成为新的创作潮流的开端,但毕竟,一个泉州的自由音乐人,用闽南语写出的、发自心底的歌所表达的真实情感,已经回归到音乐的本质上来。

(作者系中国音像协会常务副会长)

电影《飞天》:写实手法 浪漫情怀

傅强

载人航天工程这一题材本身无疑是极其宏伟而壮丽的,因为它承载了中华民族绵延几千年的飞天梦想,凝聚着亿万中华儿女对祖国强盛和民族复兴的希冀和渴望。八一电影制片厂最新推出的我国首部载人航天题材影片《飞天》就是这样一部宏大叙述的史诗电影。影片不仅记录了载人航天工程取得的辉煌成就,还描绘了未来发展的宏伟蓝图,用写实手法和浪漫情怀展现出载人航天的伟大精神和时代内涵。

载人航天这一题材本身的难度和所受的限制也是显而易见的,在国内外电影艺术领域,相关的艺术探索还很少,可资借鉴的创作经验非常稀缺。普通大众对于载人航天工程的了解,多是经由新闻媒体阶段性的集

中宣传报道。神舟系列飞船,以杨利伟等为代表的航天员英雄群体等作为标志性符号早已内化成为这个时代关于载人航天工程的集体记忆,然而这一伟大历史进程中的诸多故事和细节,却并不为普通大众所知晓。如何表现表现载人航天这一对观众而言既熟悉又陌生的重大的现实题材,着实考验着影片主创们的艺术智慧。既不能太写实,又不能太浪漫。太写实,拘泥于庞大而复杂的技术流程就会削弱影片的艺术感染力;太浪漫,又会使这一伟大的历史事件变得抽象而虚幻,拉大与观众的现实生活的情感基础之间的距离,因此,叙事角度的选择就显得尤为关键。

《飞天》以日常化、生活化、情感化的叙事,对人性进行深度

开掘:母亲不顾年老体弱执意翻越的松子儿,最终被张天聪带上太空;兄长手捧便携电视第一时间跑到母亲坟前,用“天聪上天”的视频告慰母亲的在天之灵;妻子深情的微笑、一句“十年啦,一个女人最美好的年华已经逝去”的抱怨;女儿毅然报考军校,选择了飞行员这一危险而充满挑战的职业;战友大伟代替远在俄罗斯训练的张天聪给母亲送终……一个个日常化、生活化的动人细节支撑起了张天聪对飞天的执着信念和对航天事业的无限热爱。

《飞天》在叙事视角选择、拍摄手法、特技制作等方面的大胆创新也体现出新世纪以来八一电影制片厂对重大历史或现实题材创作的不懈探索和艺术突破。

国产中小成本影片的尴尬与突围

许波

对中国电影来说,去年是一个具有标志性的转折之年,全年526部影片,过百亿元票房。然而,透过表面繁荣的景象,我们不难发现,占全年影片数量百分之七八十的国产中小成本影片,从创作质量、放映比例、档期安排、票房收入、人气口碑等多方面,均呈尴尬之态。

国产中小成本影片的尴尬与困境随着电影产业化愈发突出。其尴尬与困境具体表现在:首先,影片拍摄之初与拍摄过程中,由于资金的匮乏而使影片拍摄捉襟见肘,难以维系,甚至半途夭折。

由于融资困难,梅婷和鄂波在拍摄影片《阿司匹林》时,不惜将个人的全部资产投入其中,方便影片得以完成,而这绝非个案。其次,影片拍摄完成后,很难进入主流院线。以2010年为例,全年共拍摄完成影片526部之多,而能进入院线与观众见面的影片不足260部,有一半左右的影片无法在影院上映,甚至直接被放进库房,而这些全部是中小成本影片。而那些即使在影院放映的中小成本影片,在档期、时间安排上,也无法与大片相比,它们只是作为补充与点缀,随时要给大片让路。再者,由于资金紧缺,中小成本影片在宣传和营销上——上来便先天不足,影片知名

度和潜在观众量相对狭窄,进而造成影响影片票房收入的恶性循环状况。另外,一些中小成本影片由于资金和其他问题,影片质量和艺术水准偏低。

中小成本影片的尴尬和困境是客观存在的,除上述资金、发行放映、档期、宣传营销外在因素的影响外,受众的心理取向和市场的不可预期,也是造成中小成本影片尴尬和困境的重要原因。以2010年上映的两部中小成本影片《我们天上见》和《人在囧途》为例:影片《我们天上见》是蒋雯丽根据自身经历和感受编导的一部感人至深的影片。影片投资700余万元,主打“清明节”档期。该片得以完成,而这绝非个案。其次,影片拍摄完成后,很难进入主流院线。以2010年为例,全年共拍摄完成影片526部之多,而能进入院线与观众见面的影片不足260部,有一半左右的影片无法在影院上映,甚至直接被放进库房,而这些全部是中小成本影片。而那些即使在影院放映的中小成本影片,在档期、时间安排上,也无法与大片相比,它们只是作为补充与点缀,随时要给大片让路。再者,由于资金紧缺,中小成本影片在宣传和营销上——上来便先天不足,影片知名

影片的一匹黑马。这种状况的发生,无论是对《我们天上见》,还是对《人在囧途》来说,都是尴尬的,它们面临着不同的困境。

如何盘活中小成本影片的创作与发行?首先,囿于资金的关系,中小成本影片制作在演员、场景、后期制作、营销宣传等方面受到诸多的限制,这就对剧本有了更高的要求。好的剧本是一部影片成功的关键,对于中小成本影片尤其如此。众所周知,李安最初拍摄的3部影片《推手》、《喜宴》、《饮食男女》都是中小成本制作,故事却非常“出彩儿”。其次,在经费有限的情况下,最大限度地进行宣传。中小成本影片可以选择一些既省钱,又覆盖面又广的宣传渠道,例如网络宣传。几年前,中小成本影片《疯狂的石头》便非常出色地利用了网络传播手段,极好地宣传了自己。而根据影片内容,有针对性地进行营销活动,亦可收到意想不到的效果。例如去年的聚焦当下年轻人生活情感状态的影片《80'后》,其营销策划主要针对80后年轻人,最终获得了1200余万元的票房成绩。再者,利用以往成功的品牌推广新作。将以往成功的中小成本影片的优势传承下去。例如2009年初,投资仅

600万元的影片《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》,瞄准学生放假第一天上市,以儿童观众带动成人观众观影,累计票房过亿元,创低成本影片票房纪录。其后于去年又推出《喜羊羊与灰太狼之虎虎生威》和2011年的《喜羊羊与灰太狼之兔年顶呱呱》,延续了“喜羊羊与灰太狼”的品牌。同样,宁浩《疯狂的石头》后,也推出了《疯狂的赛车》。另外,后电影产品的制作营销,充分利用艺术院线和专门院线(如校园院线、农村院线等)资源以及电影频道等方式,也可以成为中小成本电影获得成功的有力补充。最后,寄希望于国家相关部门在政策上对国产中小成本影片给予一定的扶持和帮助。例如在对优秀剧本的选择与推荐上,虽然有“夏衍电影文学剧本奖”的相关鼓励措施,但其对中小成本电影支持力度是否可以加强?在对国产中小成本影片的发行放映上是否可以开辟新的渠道?在对电影融资等政策能否更为优惠?

一个成熟的电影市场和电影产业,理应完整地囊括大、中、小成本电影。中小成本电影作为中国电影产业发展中不可或缺的重要组成部分,理应得到很好的发展与呵护。

观点

制度建设是国民品德培养根本方法

古今中外,国民品德培养方法无非制度建设与道德教养(道德教育和道德修养)两大类型。就道德教养来说,无论道德教育(如言教、身教和榜样)还是道德修养(如学习、立志、躬行和自省)说到底都是国民个体的品德培养方法,且没有制度律条硬约束。反之,制度建设则是国民总体、群体之品德的培养方法,因为制度律条之硬约束是国民总体的衣食住行、生老病死都必须遵循的,否则

无法在社会生存。所以,制度建设是国民总体或群体品德培养的根本方法,它虽然不能保证具体提高每个人的品德境界,却能够保证提高一个国家的国民总体的品德境界;而道德教育与道德修养则是国民个体或个人的品德培养方法,它只能保证具体提高各个个人的品德境界,却不能保证提高一个国家的国民总体的品德境界。

(摘自《学习时报》2011年8月15日,王海明文)

“全球史观”反思“西方中心论”

“全球史观”跳出传统欧洲和西方的范围,将视线投射到所有的地区和时代,比较公正地评价了各个时代和世界各地区一切民族的建树。它对“西方中心论”传统史观的破除具有重要和深远的意义。

“全球史观”的兴起有3种重要的思想背景:一是中华民族的复兴,促使西方学者尽量采取内部的(即中国

的)而不是外部的(即西方的)准绳来观察中国;二是对西方文明的前途丧失了信心,对未来世界的构建和想象只能指向西方之外的世界;三是在相当长的历史时期内,一些西方学者具有了解和重视中华文明的传统。

(摘自《中国社会科学报》2011年6月9日,李强文)