

简论国学研究与文化创意产业

刘世明

(山西大同大学 文学院, 山西 大同 037009)

摘要: 国学是我国传统文化中的精髓,是中华民族几千年来立于世界之林的精神支柱。对国学的研究,可以引领学术的进步并增进世人的爱国热情。而将国学研究与文化创意产业完美对接,便会创造出一种新型的产业,即“国学文化创意产业”。它可以有效实现资源的优化配置,亦可以创造出前所未有的经济价值、社会价值与人文价值。因此,国学研究与文化创意产业是一种紧密联系、彼此依存的关系。它们相互扶持、相互吸纳,在共进共荣的道路上,将一同走向璀璨与辉煌。

关键词: 国学; 国学研究; 文化创意产业; 对接; 资源整合

中图分类号: G124 文献标识码: A 文章编号: 1008-5424(2018)01-0029-05

DOI: 10.19576/j.issn.1008-5424.2018.01.005

On the Study of Chinese Traditional Culture and Cultural& Creative Industry

Liu Shiming

(Literature College, Shanxi Datong University, Datong City, Shandong Province, 037009)

Abstract: Chinese studies is the essence of traditional culture in our country, which has been the spiritual pillar for Chinese nation to stand steadily in the world for thousands of years. The research on the Chinese studies may guide the academic progress and enhance the patriotic enthusiasm. If we combine Chinese studies together with cultural& creative industry, it will be possible to create a new type of industry, namely “cultural& creative industry with Chinese studies”. This industry may effectively realize the optimal allocation of resources, and create unprecedented economic value, social value and humanistic value. Therefore, Chinese studies and cultural& creative industry have a close relationship with mutual dependence. They may support each other and absorb from each other, and with mutual progress and pride, go on the road toward brilliance and wonderland.

Key words: Chinese studies; research on Chinese studies; cultural and creative industry; abutment; resource integration

一、国学、国学研究与中国传统文化

国学是现今非常流行的一个词语。但其并非国产,而是来源于江户时代的日本。当时日本学者为避免自己的文化受中国儒学与西方思潮的冲击,将其本国的古道与神学结合,创造出一个研究本土学术的词语,即国学。清朝末年,我国著名学者章太炎、梁启超等将其引入,希图以此拯救危亡之际的中国。如1902年梁启超便与黄遵宪等人商议创办《国学报》,来宣扬中国的民族精神与传统文化;再如章太炎的“上天以国粹付余”,胡适的“整理国故”等,

都是使国学转向中国化的实证。因此,我们讲国学,便是指中国疆域之内的历史上所形成的各民族的政治的经济的文化的学说,其特指中国故有。

中国学术历史悠久,博大精深。按照《四库全书》分类标准,即可将其分作经、史、子、集四个部分。但是《四库全书》把小学归入经部却有些牵强,因此章太炎便将其拿出来独立一目。于是小学、经学、史学、文学与诸子,就构成了国学的全部。小学,囊括文字、音韵、训诂三个方面,是国学入门的基础。

收稿日期: 2017-11-08

作者简介: 刘世明(1984—),男,山西大同人,讲师,博士,研究方向为先秦文学。

经学,研究儒家经典,乃“恒久之至道,不刊之鸿论”^①。史学,上至轩辕,下及当代,可见兴亡,可知得失。文学,经国之大业,不朽之盛事,寄忧思、抒性灵者居多。诸子,集儒墨道法,汇兵农阴阳,百家学术共聚一门,可谓壮阔也。

当今社会,国学热大兴,各种国学班、国学讲座遍地开花,他们的出发点显而易见,那便是要肩负起历史的使命,承传中国传统文化之精髓。而中国传统文化并不等于国学,传统文化是中华民族世代累积的文化,是一个宽而大的概念,其中不乏因果报应、宿命论等封建的、迷信的、落后的内容。因此,对待中国传统文化要有明是非、辨善恶的能力,不可肆意宣扬,亦不可全盘否定。而国学就不同了,它是中华民族文明的象征,是从中国传统文化中提炼出来的结晶,是我国文化去粗取精、去伪存真,并长期经受历史锤炼磨打与甄选淘汰后的真正精华。国学属于中国传统文化的一部分,却是更高级、更精深、更完美的那一部分。它上升到了学术的高度,因此章太炎又称其为“国粹”,并认为只有国粹才能激动种性,才能增进爱国的热肠。所以弘扬国学刻不容缓,这是政府的使命,是社会的职责,也是每个中国人应该意识到的一种形势。

历史上的国学研究,最盛极的时代莫过于清末民初。是时大家蜂起、大作频出。如章太炎《国故论衡》、曹伯韩《国学常识》、刘师培《国学发微》、钱穆《国学概论》等,都是不可多得的经典之作。当然,国学研究之火燃成燎原之势,还是在当代,在当代的全国各大高校之中。如北京大学国学研究院、武汉大学国学院、山西大学国学研究中心,等等。越来越多的高校成立国学研究院,来承担弘扬中国传统学术的历史使命。他们的国学研究有根据、有创新、有深度,故而有巨大的发展潜力与延展空间。其作用与意义具体可从以下几方面来考虑。首先,辨明真伪,澄清学术事实。一般普通读者不求甚解,有时甚至信伪迷真、不识正路。这时就需要国学研究的专家们来指点迷津,引导世人向正确的方向前行。如陈尚君先生《二十四诗品伪书说再证》便告诉世人《二十四诗品》非唐司空图的作品,而是明人伪托。再如赵逵夫先生《屈原与他的时代》一书以详细的材料与精密的考证驳倒了“屈原否定论”,充分还原了屈原的伟大人格与爱国精神本质,引发了全

世界强烈的反响。讲国学,正确的认识是前提条件,所以需要国学研究来做坚实的后盾。其次,诱发学界争鸣,引领学术进步。国学研究必然会产生争议。如李白出生地的问题,有四川江油说,有陇西成纪说,有中亚碎叶城之说,等等。学者们各有其文本材料和理论依据,于是争议不断、论说不断。倘若没有争论,学界总是保持一潭死水般的缄默,那么学术何以进步?国学又如何得以传承?正是由于精彩纷呈的异说,人们才会认可某种最符合逻辑、最有道理的观点。在掌握研究方法的基础上,人们或许会达成一种共识,或许会建立自己的研究理论体系,这就是一种学术的进步。由此,亦可窥见国学研究之功效了。最后,增强文化自信,促进民族团结,展现爱国精神。这是国学研究唯一归属与终极目标。“我们研究国学,绝不是盲目的”^②,而是为了每一个中国人,为了我们伟大的祖国。如儒学仁、义、礼、智、信之研究,让我们知荣辱、懂礼仪、守道德;历史传统与民族文化研究,令我们增自信、重团结、求发展;诸子百家与文学艺术研究,使我们长智慧、明事理、抒情怀;等等。这些都是国学研究的作用,显而易见。然而,国学研究有一种自身的严肃性,这使得它被局限于各大高校与研究所之内,远离了社会,脱离了群众。这就需要依靠某个中介力量将国学研究的成果大众化、社会化,于是文化产业便毅然决然地扮演了这个角色。

二、文化产业与文化创意产业

文化产业一词,产生于20世纪初,最早出现在霍克海默与阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书之中。其英文名称为 Culture Industry,故可译作文化产业或文化工业。联合国教科文组织对其下的定义是按照工业标准,生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。这是从文化产品的工业化生产、流通、分配、消费的角度进行界定的。其以生产和提供精神产品为主要活动,以满足人们的文化需要作为目标,是文化意义本身的创作与销售。具体来说,文化产业可分为以下三类:一是生产与销售以相对独立的物态形式呈现的文化产品的行业,如生产与销售图书、报刊、影视、音像制品等;二是以劳务形式出现的文化服务行业,如戏剧舞蹈的演出、体育、娱乐、策划、经纪业等;三是向其他商品和行业提供文化附加值的行业,如装潢、装饰、形象设计、文

① 黄霖.文心雕龙汇评[M].上海:上海古籍出版社,2005:18.

② 曹聚仁.国学概论[M].成都:巴蜀书社,1987:4.

文化旅游等。对于文化产业,国家的态度一直都是鼓励与扶持。如2002年党的十六大报告明确提出了发展中国文化产业的战略构想;2003年文化部先后在上海交通大学、北京大学设立国家文化产业创新与发展研究基地;2004年教育部首次在高校中设立文化产业管理本科专业,学生毕业后颁发管理学学士学位;2005年教育部论证确定了全国开设文化产业管理的本科自学考试;等等。这些举措都可说明文化需要产业来带动,已成为一个不争的事实。但文化产业的核心是文化创意,是通过技术的介入来创造、营销文化产品。这就需要源源不断的创造力来增强各个产业上的优势,于是文化创意产业便悄然崛起了。

创意产业的概念最早出现在1998年出台的《英国创意产业路径文件》中,该文件明确提出所谓创意产业,就是指那些从个人的创造力、技能和天分中获取发展动力的企业,以及那些通过对知识产权的开发可创造潜在财富和就业机会的活动。而文化创意产业,顾名思义,即依靠创意人的智慧、技能和天赋,借助于高科技对文化资源进行创造与提升,通过知识产权的开发和运用,产生出高附加值产品,具有创造财富和就业潜力的产业。联合国教科文组织认为文化创意产业包含文化产品、文化服务与智能产权三项内容。根据我国的行业划分标准,文化创意产业可分为四大类,即:文化艺术,包括表演艺术、视觉艺术、音乐创作等;创意设计,包括服装设计、广告设计、建筑设计等;传媒产业,包括出版、电影及录像带、电视与广播等;软件及计算机服务。由此可见,这种产业融入了许多文化因素和科技成分,其发展前景不可估量。

文化创意产业与文化产业都是产业化的生产与营销,对承传中国优秀文化,弘扬国学精神,都有不可低估的作用。然而,文化产业与文化创意产业有一个明显的区别,即“创意”二字。从此二字上,我们就可看出文化创意产业的一些基本特征。首先,知识性。文化创意产品一般是以文化、创意理念为核心,是人的知识、智慧和灵感在特定行业的物化表现,如电影特技、计算机仿真技术等。其次,融合性。文化创意产业作为一种新兴的产业,它是经济、文化、技术等相互融合的产物,具有高度的融合性、渗透性,为发展新兴产业及其关联产业提供了良好条件。最后,辐射性。文化创意产业将文化产品以新

鲜的、灵活的方式展现在人们面前,易于普通群众接受与认可。所以它具有辐射到社会各个方面的能力,也为提高国民素质做出了不小的贡献。这是文化创意产业自身的特征,区别于一般文化产业,也区别于其他产业。因此,加快文化创意产业的发展是人民精神生活的需要,是科技不断更新的需要,当然也是我国国学研究的一种需要。

三、国学研究与文化创意产业之关系

国学研究不断进步,文化创意产业不断发展,二者相互依存,不可分割。首先,国学研究可以引导文化创意产业走向正途,并促进其蓬勃发展。如传媒产业中的出版行业,其发行某一种书籍,可能存在着文字纰漏或是某些观点的错误,这就需要国学研究来对其正确引导了。例如余秋雨在《十万进士》中说“大量中国古代知识分子一生最重要的现实遭遇和实践行为便是争取科举致仕”^①,而“致仕”是退休辞官之意,非当“入仕”讲。再如其《苏东坡突围》写到“1079年7月28日,朝廷派人到湖州的州衙来逮捕苏东坡”。据孔凡礼《苏轼年谱》记载,当时的时间是宋神宗元丰二年七月二十八日,表面上字数似乎相符,但阴历与阳历怎会同日?类似这些问题早被金文明先生《石破天惊逗秋雨》一书中指出。于是,国学研究不仅使新书《石破天惊逗秋雨》与余氏《山居笔记》共同热销,而且也孵生了真知识,传递了正能量,归还给读者一个实实在在的历史真相。国学研究的成果亦可被文化创意产业吸纳引用并帮助其进一步发展。如国学电视频道的琴棋书画研究,为其提高了不少收视率;《西游记》与《封神演义》等小说人物形象分析的研究,为计算机网络游戏开发商带来了新的灵感;中日韩节日与民俗研究,为企业走向世界提供了必要的理论依据。由此,国学研究对于文化创意产业的引导与促进作用便不言而喻了。

其次,文化创意产业可以引发国学研究的争论与反思。如新版《水浒传》中鲁智深对金翠莲的爱恋,腾格尔名曲《桃花源》对陶渊明的糟践等,不仅违背了历史真相,亦损害了他们的人格品质。更有甚者,文化创意产业有时会对传统文化经典作出歪曲延伸。如将《三国演义》中的义气英雄转换为游戏中的暴力杀手,将世情小说的开山之作《金瓶梅》编排为色情电影。这自然会引发国学研究专家的争

^① 余秋雨. 山居笔记[M]. 上海: 文汇出版社, 2002: 225.

议,令他们反思何以会出现这种现象。于是,争论贡献出新的材料,接着新的研究成果被创造,国学研究也就在反思中继续前行了。由国学研究引导文化创意产业,再由文化创意产业带给国学研究以争论与反思,在这种争论与反思之下,国学研究进一步完善,文化创意产业进一步发展。这是一个曲线上升的过程,亦是一个国学与文化创意产业双向进步的过程。二者结合,有百利而无一弊。

最后,国学研究与文化创意产业完美对接后,可促使资源有效整合。对接,即是合为一体。要使国学研究与文化创意产业合为一体,需有远大的战略计划与合理的战略步骤。如何使二者完美对接?其一,培养文化人才。国学研究一般在各大高校或是研究所中进行,它们能够培养出许多高新文化人才。这些具有国学根底的学子们大量走向企业,使得国学研究与文化创意产业有机结合,带动企业稳步发展。其二,将重大国学项目与文化创意产业绑定在一起。如“中华字库”工程、国家“知识资源数据库”工程、《续修四库全书》出版工程等重大国学项目可与出版发行、印刷复制、文化科技、电子数码等一批重点文化创意产业有效糅合在一起,使二者共同进步,各取所需。其三,发展骨干文化企业。一批有实力、有竞争力的骨干文化企业可以增强我国文化产业的整体实力和国际竞争力,亦可促使文化创意产业与国学研究完美对接。如汉王科技股份有限公司的OCR技术,可将许多繁体字、生僻字识别出来,节省了许多资源与劳力,也加快了国学研究的步伐。其四,加大政府投入,降低准入门槛。中央和地方各级人民政府要加大对国学研究与文化创意产业的投入,可通过贷款贴息、项目补贴、补充资本金等方式扶持国学研究重点项目,支持文化创意产业的发展;亦可通过政策的形式使国学研究与文化创意产业自然地结合在一起,而无后顾之忧。而降低准入门槛,可使非公有制企业在文化领域中更加活跃,在其自身发展的前提之下,不仅有助于促进文化创意产业新技术的研发与新产品的创造,亦能带动国学研究的不断前进、不断创新。

资源整合亦需有一个稳步的规划,才有望创出可喜的成就。所谓资源整合,即是资源的优化配置,这是国学研究与文化创意产业对接后的必然趋势。具体可以从以下几方面着手。第一,以点带面,以基地、园区带动城市、国家。加强对文化产业园区的布局和统筹规划,建立类似于“中关村”一样的产业基地。这样一批影视制作、出版发行、动漫游戏文化产

业群就会对其他地区起到示范、带动与辐射的作用。因此可结合地方特色和资源优势建立这样几个文化产业带或是中华文化城,将国学研究成果率先投入到这里,使得新成果得以尽快应用,其资源亦可得到最优配置。第二,建立现代文化市场体系,扩大文化消费。建立健全门类齐全的文化产业市场和文化要素市场,可促进文化创意产业与国学研究结合创造出的产品有序运转与合理流动。如发展文化演出院线、推动有线电视网络整合、进行广电网络的区域整合和跨地区经营、支持出版发行产业以资本为纽带实行跨地区兼并重组等,都可将国学研究成果迅速推向受众群体,扩大文化消费。当然,扩大文化消费还可建设富有国学特色的主题公园、开发与国学研究相关的一些旅游景点等,这亦可促进相关文化创意产业的同步发展。第三,发展新兴文化业态,扩大对外文化贸易。现代社会是第三次科技革命迅猛发展的社会,要想使国学研究与文化创意产业对接后的资源得以优化配置,必须采用数字、网络等高新技术,大力推动文化创意产业升级。如发展纸质有声读物、电子书、数字电影娱乐设备、便携式音响系统、流动演出系统等新兴文化业态,不仅可使数字与网络核心技术得以更新,更可使国学研究成果迅速被大众接受,这是现代社会的一个必然趋势。而扩大对外贸易,落实文化产品和服务出口政策,可使一些具有国学的民族的文化艺术、动漫游戏、音乐舞蹈等文化创意产品和服务顺利进入国际市场,为国家经济发展做出一定的贡献。第四,设立中国文化创意产业投资基金。按照有关管理办法,由中央财政投资引导,吸收国有骨干文化企业、大型国有企业和金融机构认购。基金由专门机构进行管理,实行市场化运作,通过股权投资等方式,推动资源重组和结构调整。这样不仅使国学研究与文化创意产业的发展有了政策保障,更能使二者完美实现对接,资源亦得以有效整合。如此,国家文化发展战略目标便可早日实现。由是可知,国学研究与文化创意产业是一种紧密联系、彼此依存的关系。它们相互扶持、相互吸纳,在共荣共进的道路上完美对接,并一同促进了资源的优化配置。

四、“国学文化创意产业”的价值所在

国学研究与文化创意产业完全对接后,便会产生一个新概念,我们权且将其称作“国学文化创意产业”。这种新型产业具有坚实的文化底蕴和强大的智能技术,因此它所创造出的价值必定难以估量。

首先,经济价值。对于企业来说,盈利与收入是

运转的前提。“国学文化创意产业”具备新鲜的血液,其渗透到其他领域、流入全国各大市场应该不成问题。随着群众普遍地接受它的产品与服务,产业规模的扩大与收入的提高当是水到渠成之事。而对于国家与人民,“国学文化创意产业”也在奉献着它的力量。如北京国学时代文化传播股份有限公司便参与了《儒藏》《中华大典》等大型古籍整理项目,并研发了《中国古代文学史电子史料库》《段注说文解字全文检索系统》《中国历代小说》等检索软件,对于国家和人民都付出了它自己独有的辛劳与汗水。因此,随着“国学文化创意产业”的兴起与壮大,其必将为人们缓解巨大的就业压力、为国家早日全面地实现小康社会做出重大的贡献。

其次,社会价值。“国学文化创意产业”有两大社会价值,缺一不可。其一为维护国家文化安全。随着韩国端午节申报世界非物质文化遗产的成功,人们陷入了沉思。因何我国的民俗与文化被盗取?之后,韩国某些媒体又向《易经》《西游记》等中华典籍张开了臂膀,而美国、日本的一些学者也在窥视着我国的中医。这种国家文化安全危机现象的出现,正是因为我们国民对自己文化的冷漠。振兴国学,承传文化,这项责任便可交寄到“国学文化创意产业”之手。如《超星学术视频》中专家们的分析、《百家讲坛》中学者们的演讲,都增强了我们的民族信心、文化自信,并告诉世人,这些伟大的文化遗产是属于我们中国的。外国可以膜拜,可以学习,可以分享,但绝不可以据为己有。其二为拯救失道人心。现今社会,一些不良风气蔓延,对广大民众尤其是青少年危害不浅。如电影中的情色镜头、音乐中的低俗歌词、网络游戏中的暴力画面,等等。人们过多接触这些场景,一些人心中只有金钱、只有享乐,而没有是非观念、没有人生信仰,这对社会发展是极其不利的。而“国学文化创意产业”对于挽救失道人心是具有积极作用的。如《汉字英雄》《中华好诗词》

等电视节目的上演,使人们尤其是青少年热爱自己的文字、理解自己的文化,这有利于他们健康成长。

最后,人文价值。毫无疑问,“国学文化创意产业”最直接的作用便是创造人文价值。它可以承传中华民族文化、弘扬我们几千年以来的优秀传统。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》明确提出对民族文化保护的内容,如编纂出版文化典籍,发挥重要节庆和习俗的积极作用,重视中华优秀传统文化教育和传统经典、技艺的传承,规范和保护国家、民族语言文字,等等。这都说明国家和政府重视文化、支持文化产业的发展。而“国学文化创意产业”正是承担着这样的使命成长与发展起来的。如《论语》《孝经》《弟子规》等国学动漫的兴起,使人们觉得经典很有趣味,他们会主动接受并乐意承传自己的民族文化。随着“国学文化创意产业”将类似这种产品与服务推广开来,越来越多的人便会从中学到何为仁义、何为道德、何为真正的快乐。因此,“国学文化创意产业”对完善人格品质、提升人们精神境界亦起着不可小觑的作用。

2017年1月25日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》。其中明确指出:“在5000多年文明发展中孕育的中华优秀传统文化,积淀着中华民族最深沉的精神追求,代表着中华民族独特的精神标识,是中华民族生生不息、发展壮大的丰厚滋养,是中国特色社会主义植根的文化沃土,是当代中国发展的突出优势,对延续和发展中华文明、促进人类文明进步,发挥着重要作用。”这是对国学价值的肯定,亦是对国学研究的支持。而国学研究与文化创意产业的完美对接,则可以使得文化资源得到真正的优化配置,从而创造出一个新型产业,即“国学文化创意产业”。这一产业能为国家与社会带来新的价值,让我国经济与文化沿着正确的轨道越走越远。

[责任编辑 常志刚]